

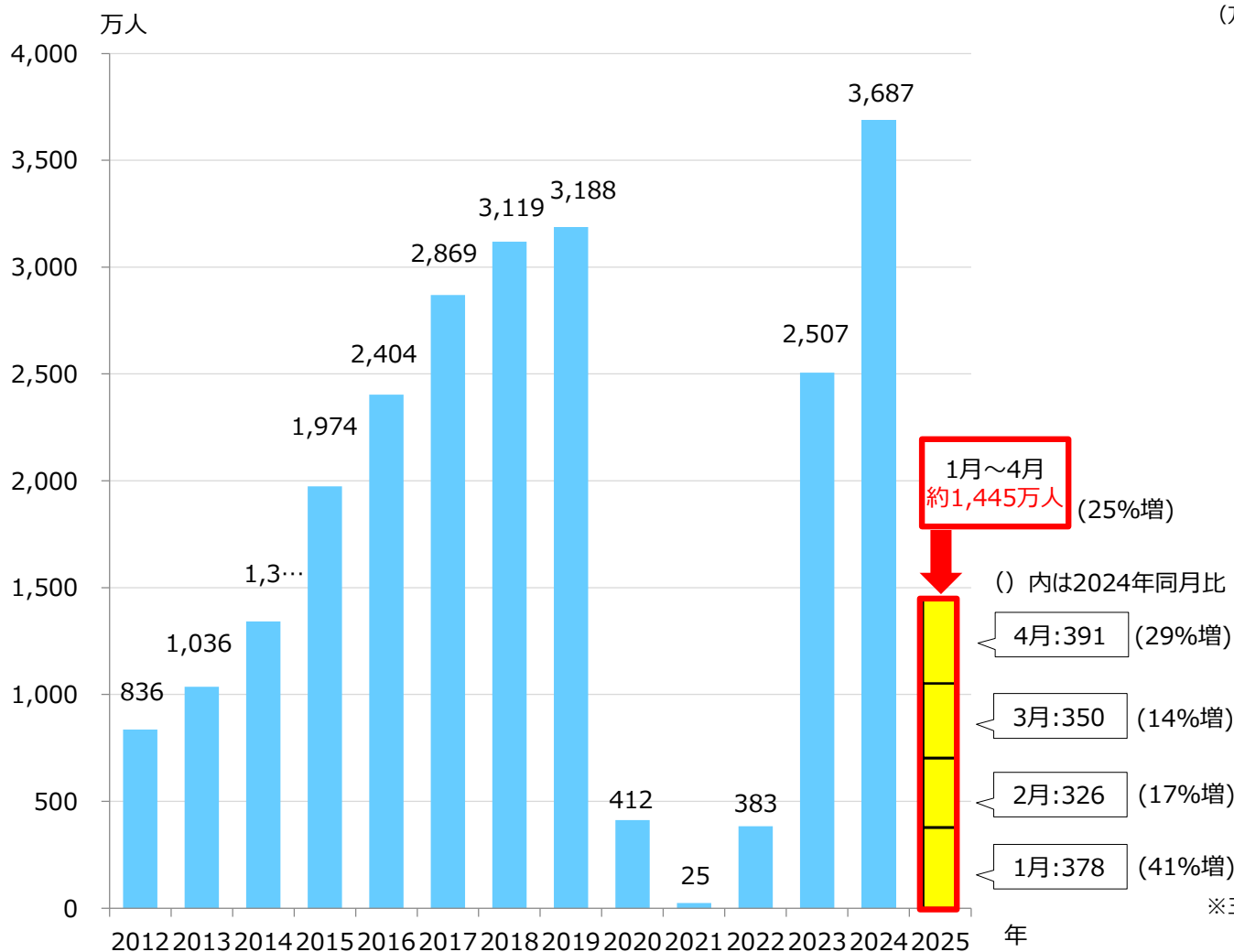
観光地マネジメントの推進に向けて

令和7年6月3日（火）
観光庁 観光地域振興部長
長崎 敏志

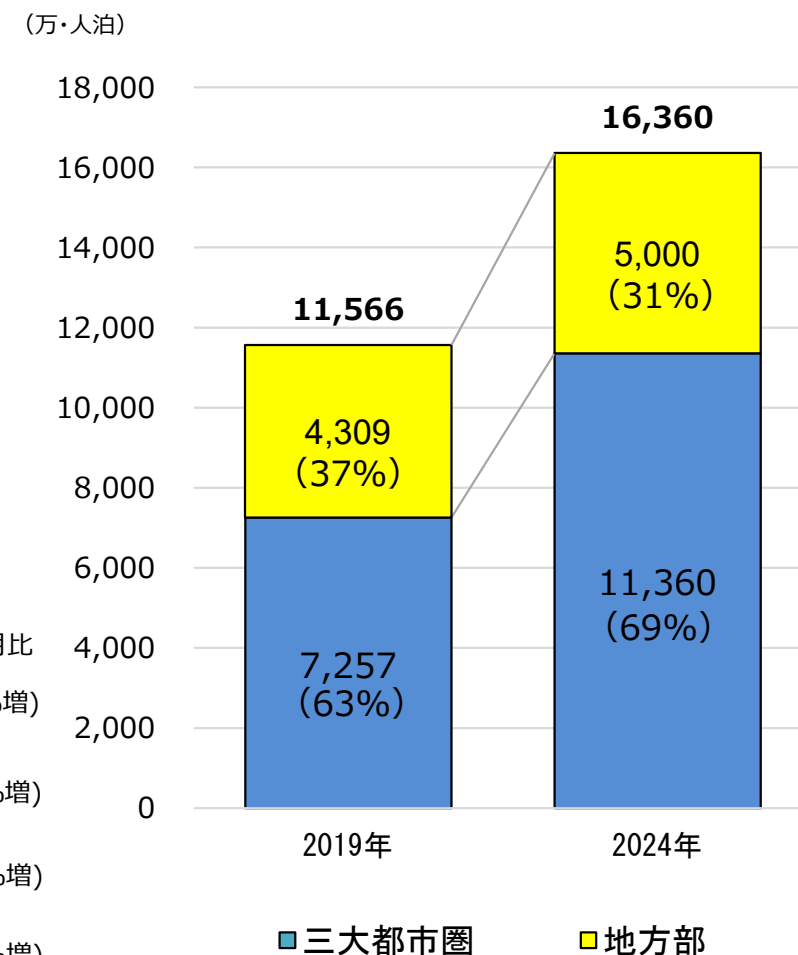
観光の現状

- ◆ 2024年のインバウンド数は過去最高の約3,700万人。
2025年1-4月は、昨年を上回るペース（4か月で約1,445万人）で推移。
- ◆ 一方、外国人延べ宿泊者数の約7割は三大都市圏に集中。
- ◆ 地方部の宿泊もコロナ前よりも増加傾向にはあるが、より一層の地方誘客の取組が重要。

訪日外国人旅行者数



外国人延べ宿泊者数の内訳



※三大都市圏：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

出典：宿泊旅行統計調査（2024年 速報値）

	観光立国推進基本計画 (2023～2025)	2024年実績	明日の日本を支える 観光ビジョン 2030年目標
訪日外国人旅行者数	2019年水準超え (3188万人)	3,700万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	5兆円	8兆円	15兆円
訪日外国人旅行消費単価	20万円	22.7万円	25万円
訪日外国人旅行者 1人当たり地方部宿泊数	2泊	1.36泊	2.17泊
日本人の海外旅行者数	2019年水準超え (2008万人)	1,300万人	
日本人の地方部 延べ宿泊者数	3.2億人泊	3.0億人泊	
日本人国内旅行消費額	22兆円	25兆円	22兆円

観光庁の取組の基本方針

持続可能な観光地域づくり

観光産業の収益力・生産性を向上させ、地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進

- オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進 (受入環境の整備・増強、マナー違反行為の防止・抑制等)
- 観光地・観光産業における人材不足対策 (人材の確保・育成、人材活用の高度化に向けた設備投資支援等)
- 観光地・観光産業におけるDXの推進 (デジタルツールの導入支援、専門人材による伴走支援等)



受入環境の整備・増強



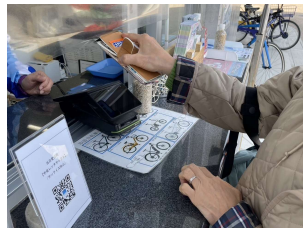
マナー違反行為の防止・抑制



外国人材の確保



スマートチェックイン・アウト
(設備投資支援の例)



キャッシュレス決済
(デジタルツールの導入支援の例)



DX活用に向けた
計画策定・伴走支援

地方を中心としたインバウンド誘客

消費額拡大・地方誘客促進を重視

- コンテンツ等の整備 (特別な体験の提供等)
- 高付加価値旅行者の誘致 (全国14モデル地域)
- MICEの推進 (海外ビジネス客の訪日・消費拡大)
- アウトバウンド・国際相互交流の促進



特別名勝での茶懐石体験
(特別な体験の提供の例)



高付加価値旅行者を惹きつける
コンテンツの創出



MICE見本市

国内交流拡大

人口減でも国内旅行の実施率向上、滞在長期化を図る

- ユニバーサルツーリズムの促進
- 二地域居住の促進につながる第2のふるさとづくり、ワーケーションの推進
- 国内旅行需要の平準化の促進



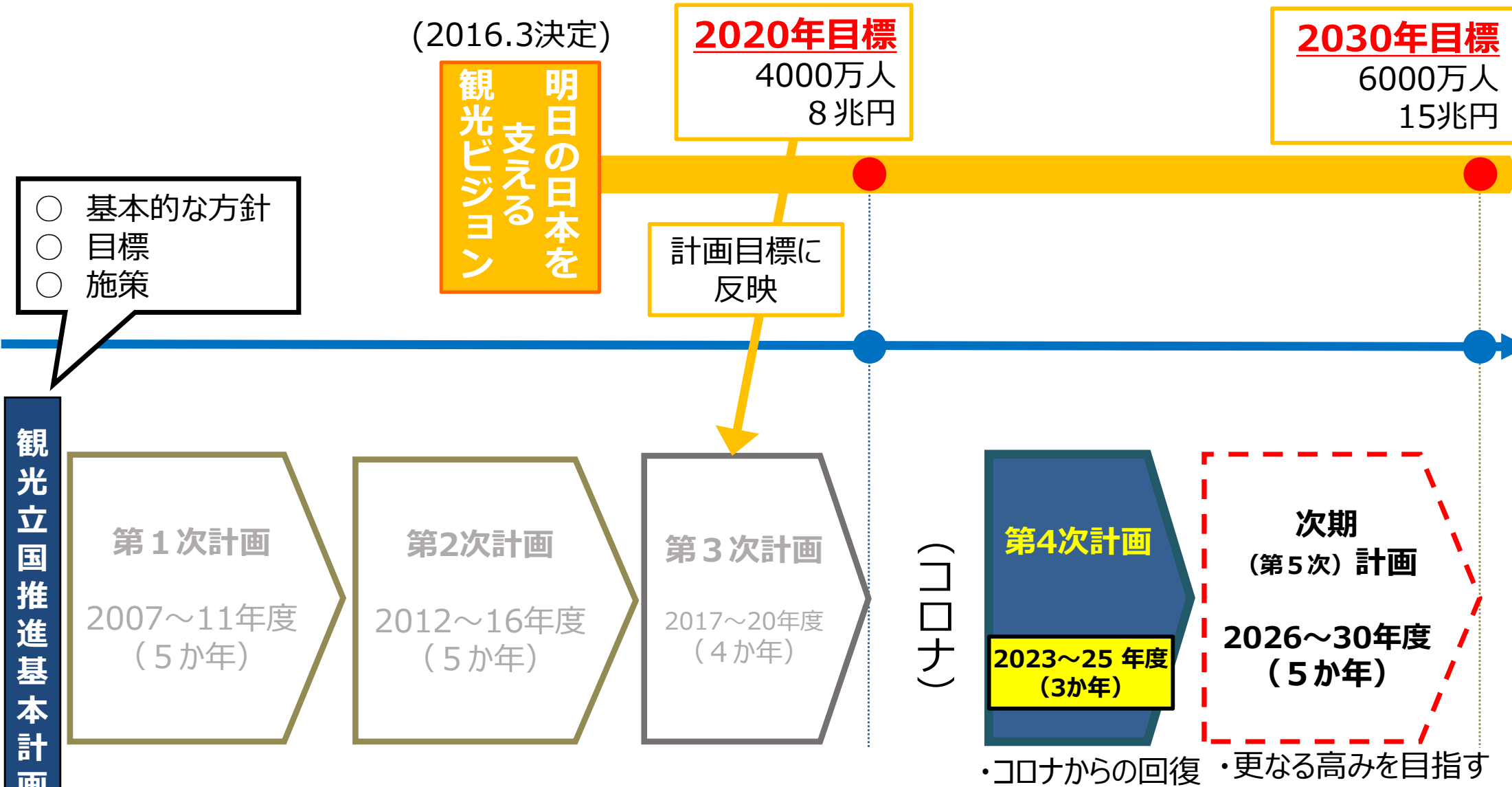
バリアフリー客室の整備
(ユニバーサルツーリズムの促進)



来訪者のニーズに沿った
体験プログラムの提供
(第2のふるさとづくり)



ワーケーションの推進



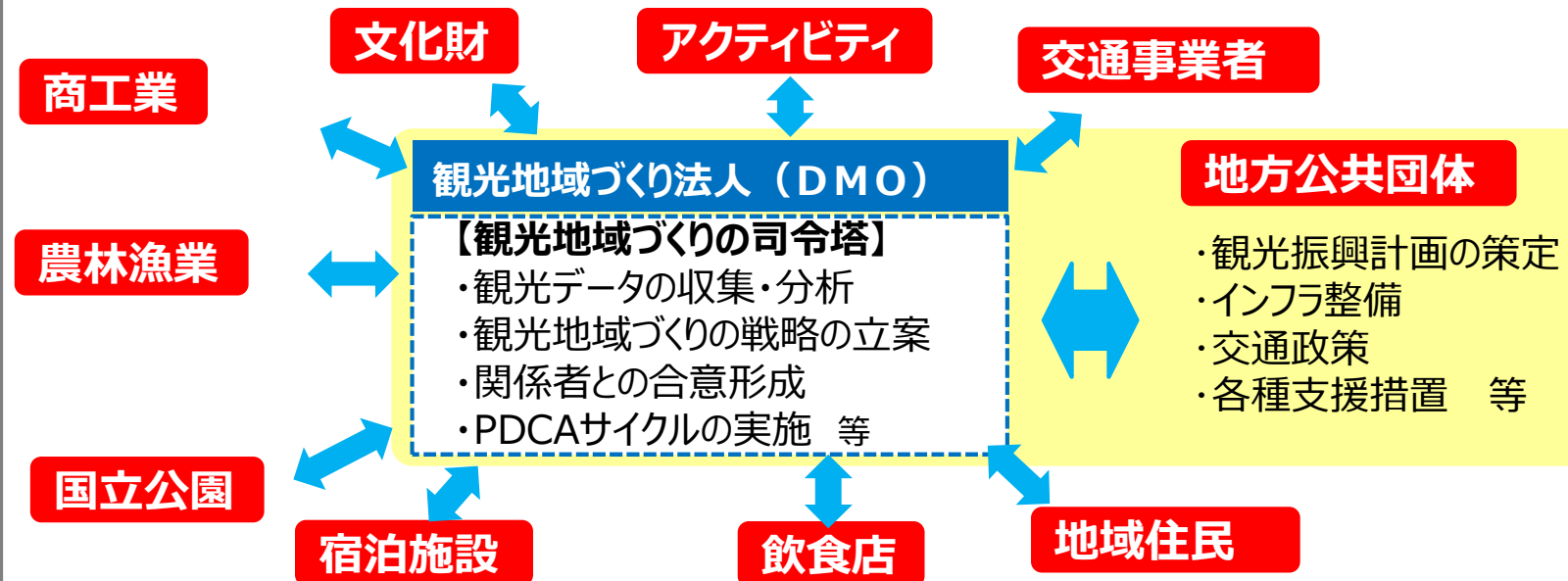
観光地域づくり法人(DMO)を生かした地方誘客の促進

- ◆ 地方の観光地をより魅力的にし、地方誘客を促進していくうえで、DMOがその役割を発揮することが重要。
- ◆ 全国に353法人あるDMOを活かして地方誘客を促進するため、以下の取組を実施。
 - ✓ DMOの機能強化に向けた先駆的DMOへの支援や、登録要件の強化、観光地経営人材の育成
 - ✓ DMOを中心とした高付加価値な観光地域づくりの取組への支援

観光地域づくり法人 (DMO: Destination Management/Marketing Organization)

地域の多様な関係者を巻き込み、科学的アプローチを取り入れた**観光地域づくりの司令塔**となる法人

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



DMOの登録制度に関するガイドライン改正

- 2030年までにインバウンド旅行者数6千万人、消費額15兆円の目標達成のため、各地域においては、地方誘客及び旅行消費拡大を持続可能な形で推進。
- **DMOによる観光地経営の高度化**のため、有識者会議の意見を踏まえ、2025年3月に「**観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン**」を改正。

ガイドライン改正の背景

- DMO制度設立以来約10年。登録DMO数は353法人（2026年3月末現在）
- オーバーツーリズムの未然防止・抑制をしつつ、地方への誘客を進めるために、**地域での体制構築が必要**な状況
- DMOは、**観光地域づくりの司令塔**として、これまで以上に**果たすべき役割が増大**



観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議

登録（更新含む）要件見直しのポイント

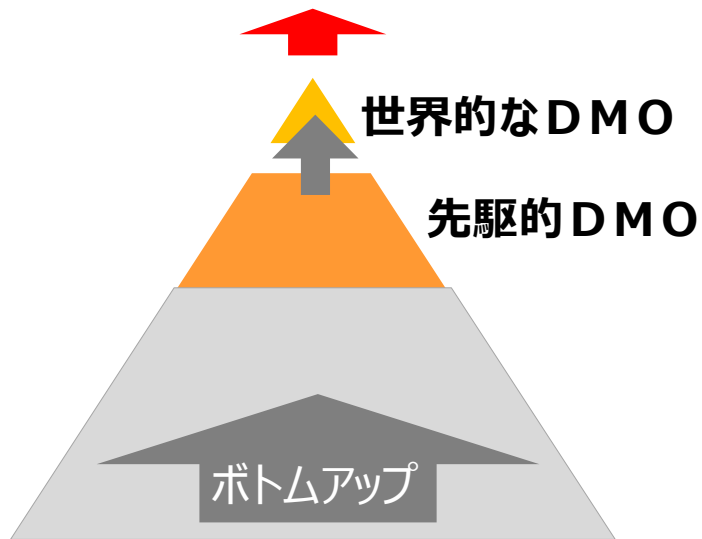
ポイント	主な内容
観光地経営戦略の策定を義務化	○ 観光地経営戦略に基づくPDCAの実施 ○ 科学的アプローチの徹底（10の必須KPIを設定し、観光地経営を管理）
組織体制の更なる強化	○ ガバナンス強化のための意思決定機関設置 ○ 常勤職員3名以上の配置 ○ 研修の受講を義務化
安定財源確保の強化	○ KPIとして安定財源確保率を設定し、補助金等に頼らない観光地経営を推進 ○ 実施計画に必要な予算と調達の見通しを示す財源計画の策定

先駆的DMOに対する支援

- 世界に誇る持続可能な観光地域を形成するためには、**DMOの活動の質を向上させることが重要**。
- 現在、先駆的DMOをモデル的に選定し、活動への支援を通じて、**先駆的DMOが更に質を高めるための支援のあり方**を検討し、その他DMOに展開する方針。

＜令和5～6年度に支援した活動＞

世界に誇る持続可能な観光地域づくり



現在選定している4先駆的DMO

- (一社) 田辺市熊野ツーリズムビューロー
- (公社) 京都市観光協会
- (一社) 下呂温泉観光協会
- (一社) 白馬村観光局 (R6.10選定)

DMO	マネジメント	マーケティング
田辺DMO	○ 中長期の人材、財源に関する戦略・計画の策定	○ 市街地での滞在時間延長のためのコンテンツ整備・モニターツアーの実施 ○ 閑散期対策として、国内需要を取り込むための企業研修プログラムの策定
京都DMO	○ 地域事業者に向けた対応力診断、改善支援サービスの実施	○ ブランディングの調査 ○ エリア内の事業者を対象とした、インバウンド向け観光コンテンツ造成の支援
下呂DMO	○ データに基づく観光地経営戦略、KPIツリーの策定 ○ 地域住民の観光への理解促進に向けた素材の作成	

※白馬DMOは先駆的DMOに選定され半年強しか経過していないので記載していない 7

観光客の移動手段の確保・改善の必要性

- インバウンド6,000万人時代を見据え、個人旅行客が全国津々浦々の魅力ある観光地を訪れられるよう、移動手段を確保することが必要。
- 国土交通省「交通空白」解消本部において、改善を要する主要交通結節点をリストアップし、それぞれの地域に適した解決方策を推進しているところ。
- 今後、こうした取組の全国展開を図っていく。

一次交通



新幹線・特急等



飛行機



クルーズ船等

二次交通



鉄道



観光バス



乗合バス



タクシー



公共/日本版
ライドシェア



乗合タクシー

目的地



(三大都市圏・ゴールデンルート)



(地方主要観光地)



(知る人ぞ知る観光地)

新たな輸送サービスの導入 + 情報プラットフォームとの連携による「見える化」

エリア毎の特性

移動手段

観光客が集中する
地域において、既存
路線バスの混雑が激化

①観光客向け 特急バス等



例：京都府京都市

観光客向けに京都駅から清水寺など
主要観光スポットへ直行する観光特急
バスを運行

既存のタクシーでは
多くの移動需要を
さばききれない

②乗合タクシー



例：長野県白馬村

宿泊施設周辺で夕食を取る訪日客の
移動需要に応えるため、AIオンデマンドタ
クシーの夜間運行を実施

紅葉や冬季等、需要
の季節変動が大きく、
多客期の輸送が課題

③タクシー等の 利用環境改善



例：北海道倶知安町・ニセコ町

スノーシーズンの移動需要への対応として、
域外の事業者から車両と乗務員の応援
派遣を実施

交通サービスがない、
またはほとんどない

④公共/日本版 ライドシェア



例：山形県尾花沢市（銀山温泉）

インバウンドの急増を受け、山形新幹線・
大石田駅からの移動手段不足に対応す
べく日本版ライドシェアを導入



観光地域づくり法人（DMO）による 観光地経営ガイドブック

DMOが観光地域づくりの司令塔としての役割を果たすことを目的として、観光地経営に関する基礎知識や具体的な手法を紹介

2024年3月刊行

URL:
https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics04_00002.html



観光地域づくり法人（DMO）による 観光地域マーケティングガイドブック

DMOのデータを活用した観光地域マーケティングを促進するため、観光地域マーケティングに関する基礎知識やプロセス別のノウハウ、具体的なフレームワーク等を紹介

2022年12月刊行

URL:https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000171.html

- 第1章 はじめに（マーケティングの意義等）
- 第2章 観光地域マーケティングのプロセス及びステークホルダーマネジメント
- 第3章 戦略策定に必要なデータ収集・分析のポイント
- 第4章 環境分析、STPに基づく観光地域マーケティング戦略の策定方法
- 第5章 マーケティングミックス（4P）に基づく商品開発・販売の実践方法
- 第6章 CRM（顧客関係管理）の方法



観光地域づくり法人（DMO）における 自主財源開発手法ガイドブック

DMOの安定した財源確保に向け、財源に関する基礎知識や多様な財源確保の手法、CFOの役割等を紹介

2022年3月刊行

URL:https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics04_000162.html

- 第1章 DMOの財源の基礎
- 第2章 財源の種類と特徴
- 第3章 法人格の種類による財源の特徴
- 第4章 CFOの役割と必要な知識、スキル
- 第5章 DMOの財源導入事例

第1章 はじめに

今、観光に求められること、どの章から読みますか？、観光地経営とは何だろう？

第2章 観光地経営における地域の体制づくりと人材

観光地経営に求められる体制づくり、観光地経営の関係者とDMOの役割、観光地経営を担う人材と能力

第3章 観光による受益を広く地域に波及させる取組

多様な事業者・業種への波及、観光従事者への波及、地域住民への波及、来訪者へのマナー啓発・理解促進

第4章 観光地経営の高度化に向けた取組

（新たな活力の創出、観光資源の保全・活用、観光危機管理）

観光分野において地域への新たな活力を創り出す取組、地域の観光資源（自然、文化等）の保全・活用、観光危機管理

第5章 観光地経営戦略の策定と事業の実行

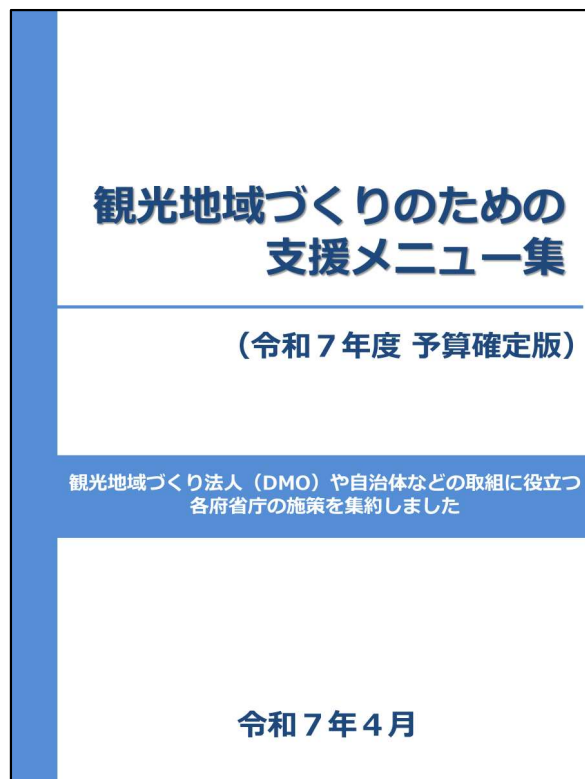
観光地経営戦略、観光地経営戦略の内容、観光地経営戦略の策定と事業の実行の流れ、観光地経営戦略の策定方法、事業の実行、観光地経営戦略の数値目標（KGI）、重要成功要因（KSF）、戦略・施策の効果測定や見直し（PDCA）

第6章 DMOの組織経営

DMOの組織経営、DMOの組織経営戦略、DMOの実行計画

観光地域づくりに対する支援メニュー集

関係府省庁の支援施策を「観光地域づくりに対する支援メニュー集」としてとりまとめ、観光庁HPにて公表



URL（観光庁HP）

https://www.mlit.go.jp/kankocho/jirei_shien/kankochiikizukuri_shien.html

世界に誇る観光地を形成するための DMO体制整備事業（R7・4億円）

4分野における外部専門人材の登用に係る費用を支援

- 受入環境の整備
- データの分析／観光消費戦略の策定
- コンテンツの開発・強化
- 戦略的な情報発信・プロモーション
 - ※登用期間は3年が上限
 - ※原則として、エリア外に拠点がある人材を登用
 - ※一人あたり人件費（給与、通勤費、宿泊費等）は1,500万円（最終年度は1,000万円）上限

その他、中核人材の確保及び育成に資する取組や、安定的な財源の確保に資する取組に係る費用を支援



現地ガイドの育成のための
外部専門人材の登用



地域マネジメント研修の受講