

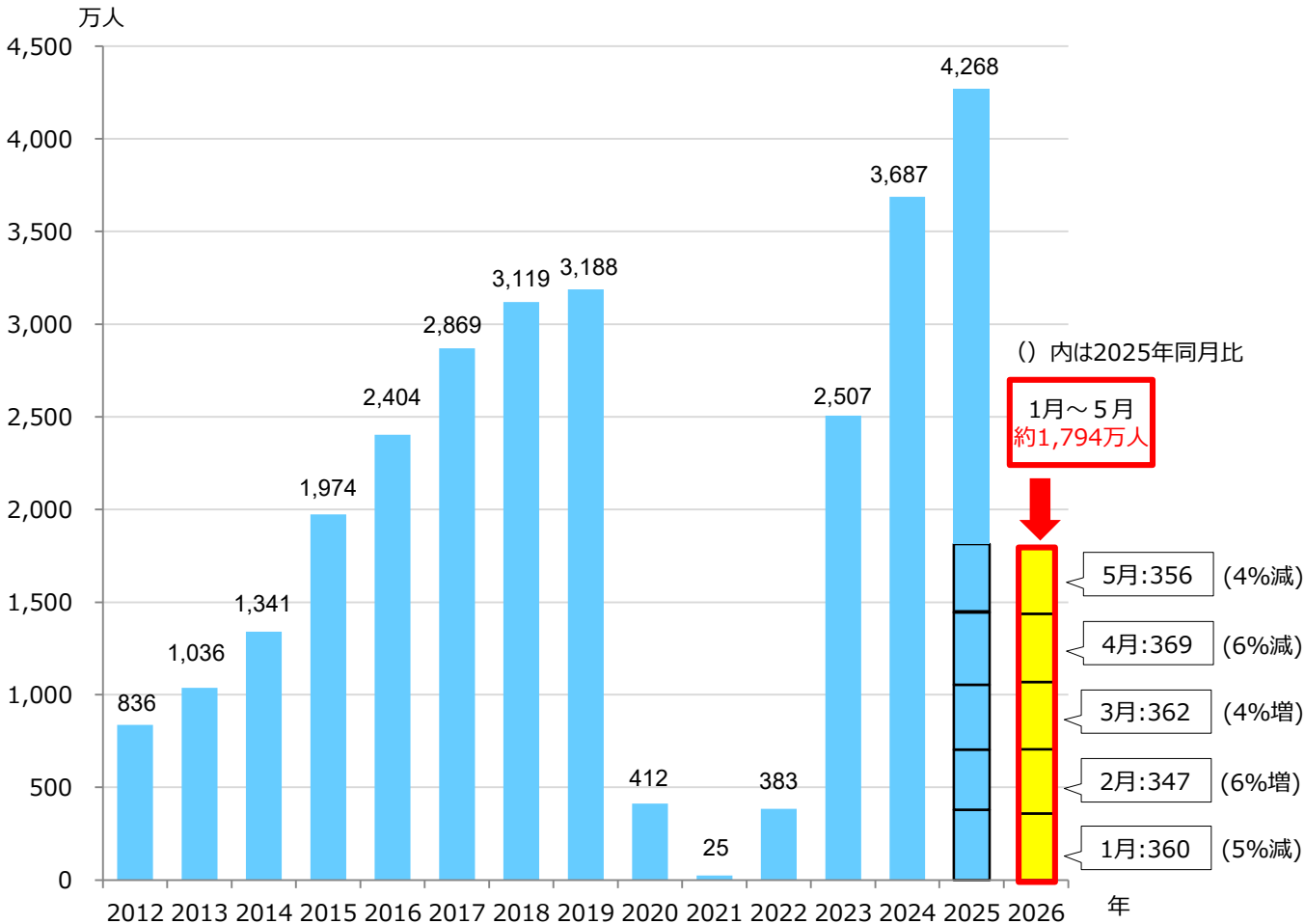
観光地マネジメントの推進に向けて

令和8年6月23日（火）
観光庁 観光地域振興部長
長崎 敏志

1. 観光の現状について

インバウンドの状況(旅行者数)

訪日外国人旅行者数の推移

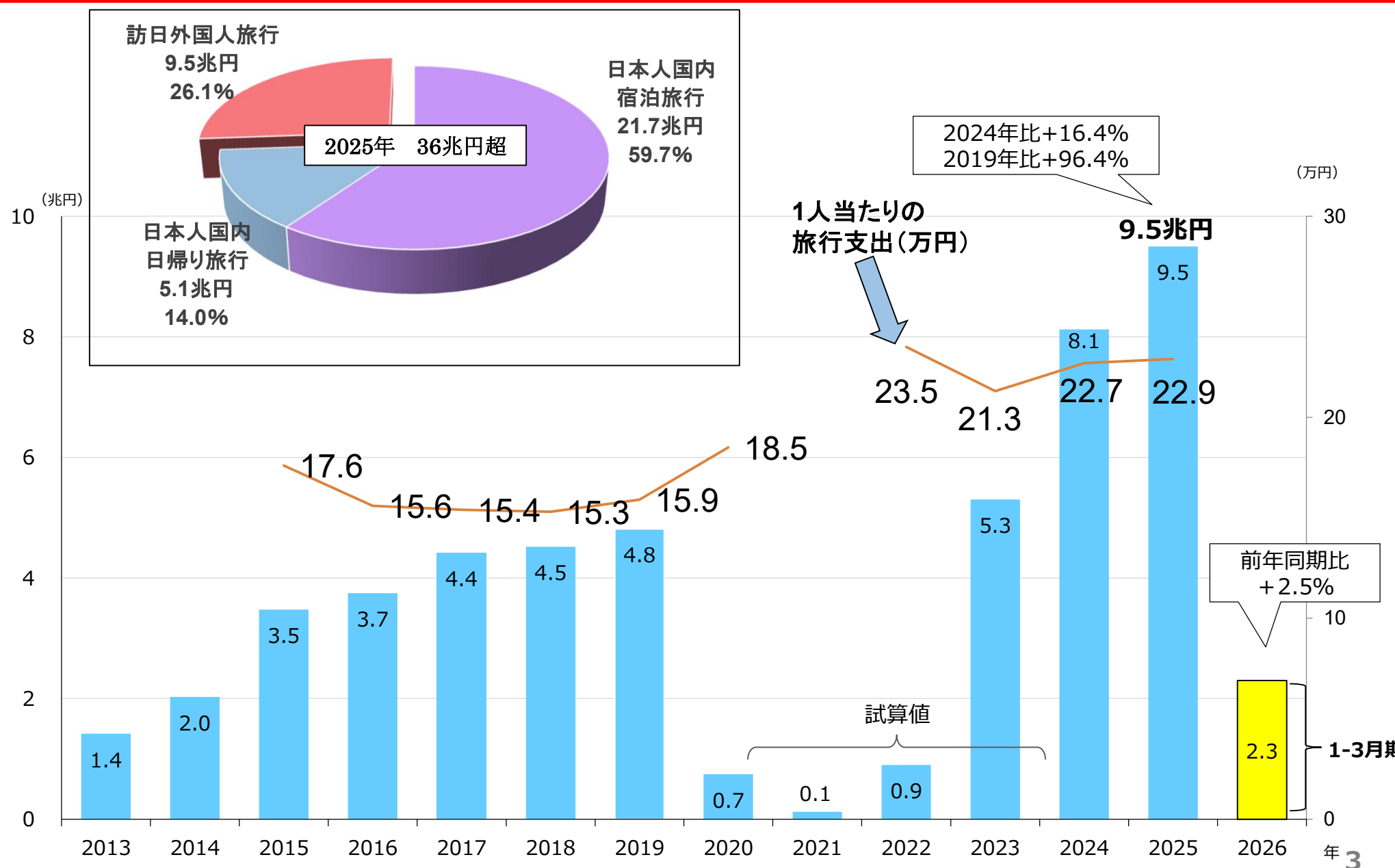


国・地域別訪日者数上位

	2026年5月 (2025年同月比)
①韓国	95万人 (15%増)
②台湾	62万人 (15%増)
③米国	33万人 (7%増)
④中国	31万人 (60%減)
⑤香港	21万人 (8%増)

出典：日本政府観光局（JNTO）
 ※ 2024年以前は確定値、2025年、2026年1、2月の値は暫定値、2026年4、5月の値は推計値

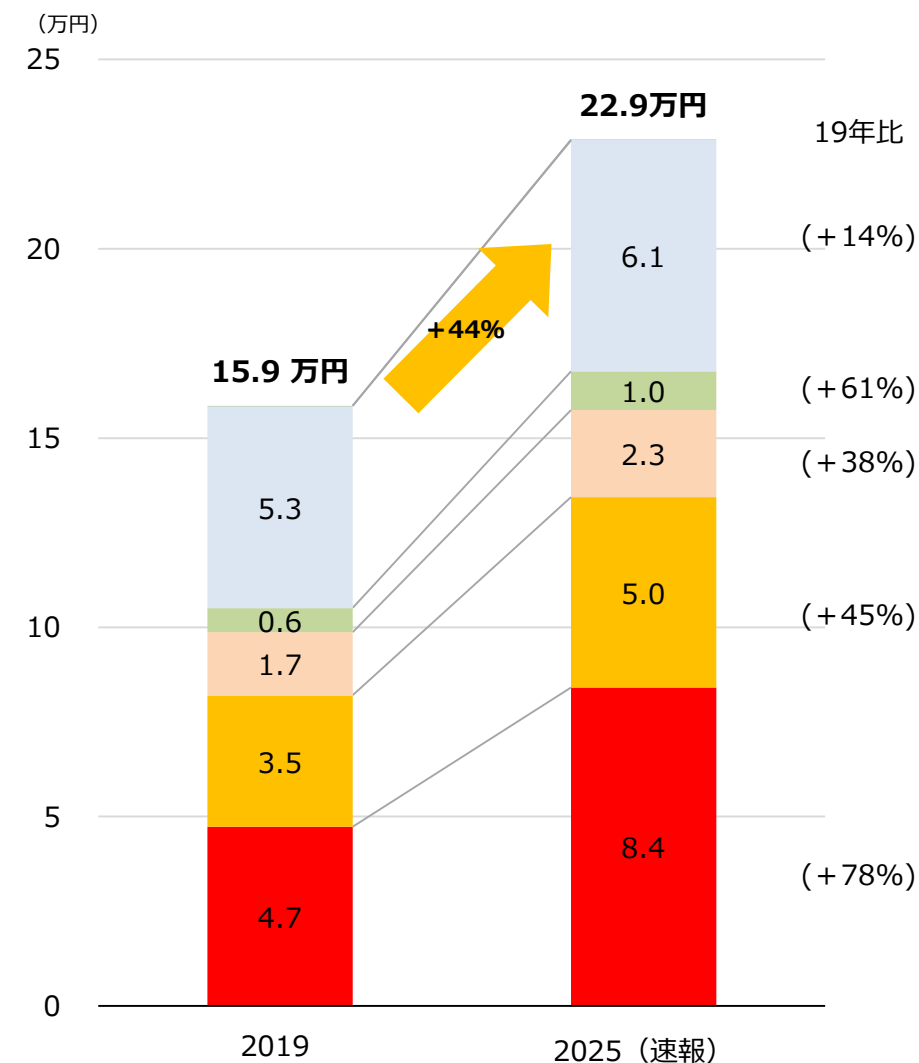
訪日外国人旅行者による消費額の推移



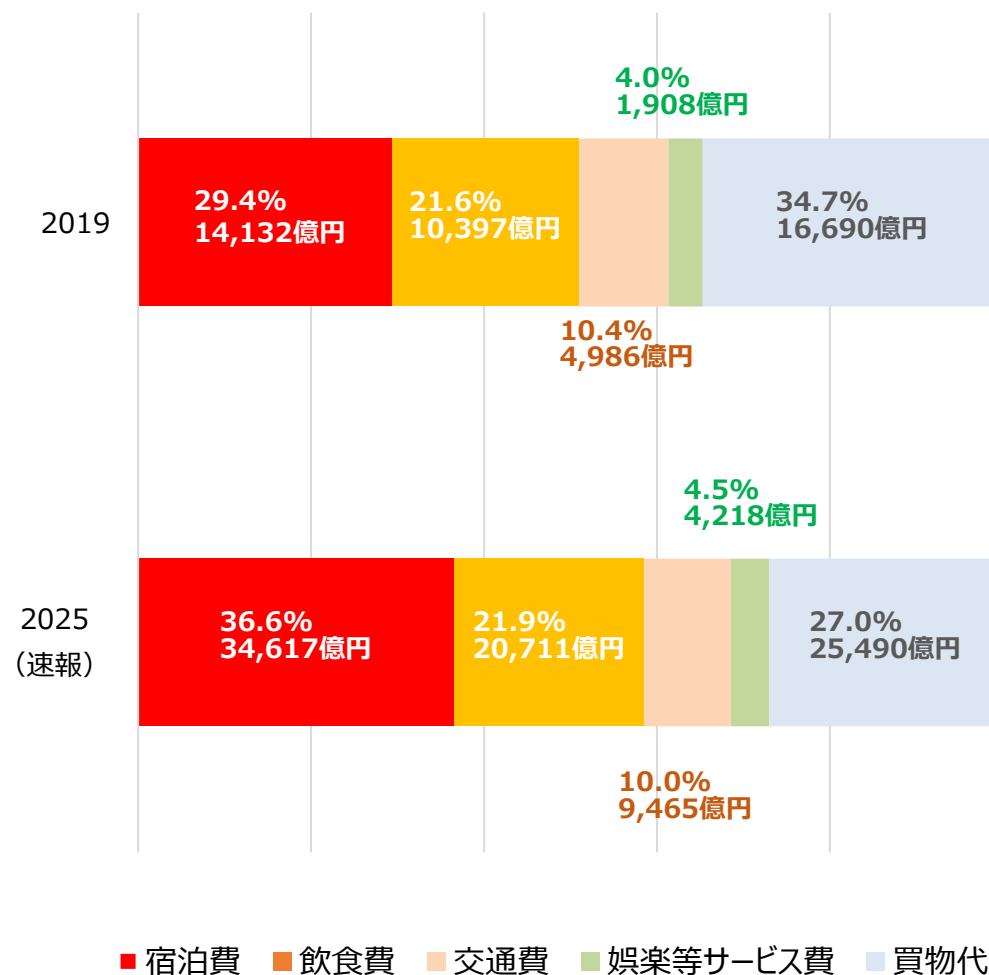
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」 2025年は速報値

訪日外国人旅行者による消費の変化

費目別 1 人 1 回当たり旅行消費単価



旅行消費額 費目別構成比



■ 宿泊費 ■ 飲食費 ■ 交通費 ■ 娯楽等サービス費 ■ 買物代

出典：「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」

2. 観光立国推進基本計画について

観光立国推進基本計画（第5次）（概要）

課題・方向性

- 観光は、**訪日外国人旅行消費額は9.5兆円**（2025年速報）、そしてその**経済波及効果は約19兆円**に及ぶなど、**地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業※**である。また、**国際相互理解の促進**など、**多面的に重要な意義**を有する。
※訪日外国人旅行消費額15兆円を達成した場合、**経済波及効果は約30兆円規模**と、幅広い産業に裨益することが見込まれる。
- 他方、観光を巡り顕在化している課題として、**混雑・マナー違反等の個別課題への対応**、**特定の都市・地域への集中是正**など、**オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の強化が不可欠**。加えて、深刻な**人材不足への対応**、観光の**高付加価値化**、**国内交流の拡大**、災害や国際情勢等の**様々なリスクに対する強靱性の確保**などの課題への対応が不可欠。
- そのため、「**観光の持続的な発展**」、「**消費額拡大**」、「**地方誘客促進**」、「**観光と交通・まちづくりとの連携強化**」、「**新技術の活用・本格展開**」を施策の方向性として位置づけ、**地域住民と観光客双方の満足度を向上**させ、**交流人口・関係人口を拡大**するとともに、「住んでよし」「訪れてよし」に加え、「働いてよし」の**観光産業の実現**を推進するための施策を強力に推進。

施策の柱

インバウンドの戦略的な誘客と 住民生活の質の確保との両立

- ・ 局所的・地域的に生じている**混雑・マナー違反等の個別課題への対応**（民泊関係含む）
- ・ **地方誘客**を進めるための広域的な体制の整備
- ・ 地方誘客及び消費拡大に効果の高い**観光コンテンツの充実**
- ・ **地方部への交通ネットワークの機能強化**

計画期間：

令和8～12年度

（2026～2030年度）

国内交流・アウトバウンド拡大

- ・ 休暇の分散・**旅行需要の平準化**
- ・ **関係人口の創出**や**二地域居住**の促進
- ・ **国内・海外旅行の需要喚起**に向けた機運醸成
- ・ **観光復興に向けた再生支援**

観光地・観光産業の強靱化

- ・ 持続可能性を高めるための**インバウンド市場・観光コンテンツの多様化**
- ・ 観光DX、省力化投資等による**生産性向上**
- ・ 健全な競争環境の整備
- ・ ユニバーサルツーリズムなど**多様なニーズへの対応**

目指すべき
2030年の姿

戦略産業として、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていく観光

観光立国の実現に関する目標

目標	【2030年】 ＜青字：2024年実績値＞ ＜赤字：2025年実績（速報・暫定）値＞	【2030年】 ＜参考＞観光ビジョン*1の目標	【2025年まで】 ＜参考＞ 第4次計画の目標
＜インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立＞			
1.観光客の戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数【新】	100地域 ＜26地域＞＜47地域＞	-	-
2.訪日外国人旅行者数	6,000万人 ＜3,687万人＞＜4,268万人（暫定値）＞	6,000万人	2019年水準超え
3.訪日外国人旅行者に占めるリピーター数【再設定】*2	4,000万人 ＜2,422万人＞＜2,768万人（暫定値）＞	（見直し） 3,600万人	-
4.訪日外国人旅行消費額	15兆円 ＜8.1兆円＞＜9.5兆円＞	15兆円	5兆円 （早期に）
5.訪日外国人旅行消費額単価	25万円 ＜22.7万円＞＜22.9万円＞	（見直し）	20万円
6.訪日外国人旅行者の地方部*3における延べ宿泊者数【再設定】*2	1.3億人泊 ＜5,086万人泊＞＜5,873万人泊（速報値）＞	1.3億人泊	-
7.国際会議の開催件数	アジア最上位、世界5位以内 ＜アジア最大開催国、世界7位＞	（見直し）	アジア最大開催国 （30%以上）
＜国内交流・アウトバウンドの拡大＞			
8.国内旅行消費額	30兆円 ＜25.2兆円＞＜26.8兆円＞	（見直し） 22兆円	22兆円
9.日本人の地方部*3延べ宿泊者数	3.2億人泊 ＜3.1億人泊＞＜3.0億人泊（速報値）＞		3.2億人泊
10.日本人の海外旅行者数	過去最高値(2,008万人)超え ＜1,301万人＞＜1,473万人（暫定値）＞	（見直し）	2019年水準超え
＜観光地・観光産業の強靱化＞			
11.宿泊業が創出した付加価値額【新】*4	6.8兆円 ＜4.3兆円（2024年度）＞	-	-

*1：「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議にて決定）
*2：第3次計画（平成29年3月28日閣議決定）以来の再設定
*3：基本計画及び観光ビジョンの目標の「地方部」は三大都市圏（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）以外の地域をいう。
*4：付加価値額＝営業純益(営業利益※5－支払利息等)＋人件費（役員給与・役員賞与・従業員給与・従業員賞与・福利厚生費）＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課
※5 営業利益＝売上高－売上原価－販売費及び一般管理費

観光立国推進基本計画（第5次）の5つのポイント

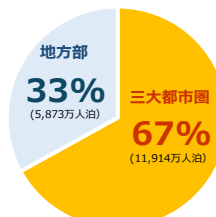
1. 観光を「戦略産業」として明記

- 観光は、インバウンド消費額9.5兆円、経済波及効果19兆円、自動車産業（17.6兆円）に次ぐ**第2の輸出産業**。
- 地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業としてさらに発展させるため、地方誘客などのインバウンドの戦略的な誘客を推進。

2. 人数だけを追い求めるのではなく、内容や質を重視

- インバウンド目標6,000万人【目標2】のうち、その3分の2に相当する**4,000万人をリピーターとする目標を設定**。【目標3】
※リピーターは地方部への訪問意欲が高く、日本文化・習慣への理解が深い傾向にあり、適切なマナーでの滞在も期待できる。
- インバウンドの地方部における延べ宿泊者数を1.3億人泊とし、三大都市圏と同等（1：1）とすることを目指す。【目標6】
- 国際情勢等の様々なリスクに対する強靱性を確保するための、様々な国・地域への戦略的プロモーションの実施。
- インバウンド消費額15兆円、消費額単価をまずは25万円など、消費額拡大を重視。【目標4、5】
※消費額単価の高い欧米豪市場等へのプロモーションや高付加価値化を推進。

外国人延べ宿泊者数の割合（2025年）



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：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2025年第2次速報値）

3. 「インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立」を基本計画の柱として位置づけ

- オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策を強化。
具体的には、国際観光旅客税も活用しつつ、過度の混雑やマナー違反対策、各種民泊の適切な運営確保等の個別課題への対応や観光コンテンツの充実、地方部への交通ネットワークの機能強化等を通じた地方誘客・需要分散を推進。
- 観光客の戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数の目標を新設（現状から倍増）。【目標1】
- 「観光と交通・まちづくりとの連携強化」を方向性に明記。観光まちづくりによる美しい街並みへの再生や、観光客の需要を取り込むことによる「地域の足」の確保など、観光客と地域住民の双方の満足度向上を推進。



スマートごみ箱の設置

4. 国内旅行消費額30兆円を目標とするなど日本人の旅行促進（国内・海外）

【国内交流拡大】

- 国内旅行は、旅行消費額全体の7割を占める不可欠な市場であることを明記し、国内旅行消費額を30兆円とする目標を設定。【目標8】
- 今後増加が見込まれる高齢者等の旅行需要を喚起するため、ユニバーサルツーリズムを推進。
- ラケーション等の促進など旅行需要の平準化、二地域居住の促進。

【アウトバウンド拡大】

- アウトバウンド拡大を新たな柱に位置づけ、アウトバウンド数を過去最高値超えとする目標を設定。【目標10】
- パスポート手数料の引下げなどの新たな施策を実施。



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）



国営公園等での自然的・歴史的
景観等の観光資源活用
（首里城の復元）

5. 「住んでよし、訪れてよし」に加え、「働いてよし」の観光産業の実現

- 宿泊業が創出した付加価値額に関する目標を新設。【目標11】 ※宿泊業の平均賃金の推移も注視
- 観光DX・観光人材の確保を推進。

3. 登録・更新審査について

DMOの登録制度に関するガイドライン改正 ～概要～

- 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350法人（2026年4月1日現在）
- 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
（令和7年6月終了）

登録（更新含む）要件見直しの主なポイント

1

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）

2

組織体制の さらなる強化

- ガバナンス強化のための意思決定機関の設置
- 常勤職員3名以上の配置
- 研修の受講を義務化

3

安定財源確保の 強化

- KPIとして安定財源確保率を設定。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直しを示す財源計画の策定

新規登録・更新登録のスケジュール

R7.4 (2025.4) R7.10 (2025.10) R8.10 (2026.10) R9.4 (2027.4) R10.3 (2028.3) R10.10 (2028.10)

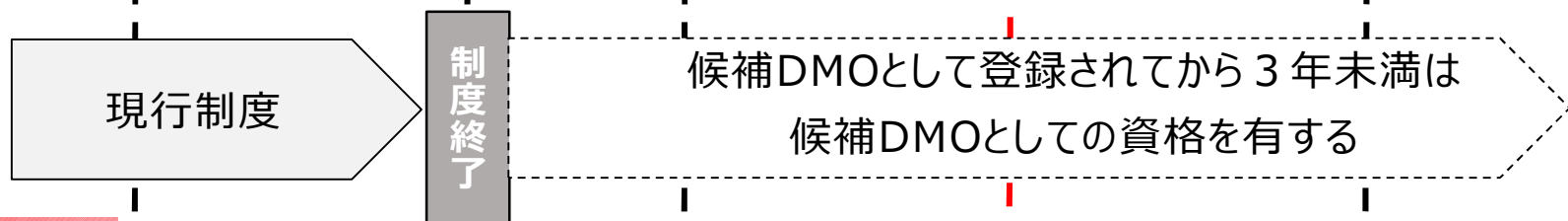
新規登録



更新登録



候補DMO登録



ポイント

DMOの活動



自己点検（年度報告）及び更新登録審査において、多くの登録DMOが「地域住民を含めた多様な関係者に対する説明・共有」が不十分であった。

【該当する要件】 ※ガイドライン第6 登録要件、更新登録要件及び登録のフロー I 登録要件 より抜粋

（３）多様な関係者との体制構築

エ 地域住民をはじめとするマネジメント区域の多様な関係者に対し、観光地経営 戦略等の共有を行ない、意見の収集や反映を図ること。但し、広域連携DMO及び都道府県DMOについては、その限りではない。

- 観光地域づくり法人は、多様な関係者に対し、観光地域づくりに関する啓発及び参画促進のための取組を実施することが必要である。具体的には、観光地域づくり法人が自らの活動の意義、取組内容及び成果、KPI の達成状況、地域経済や社会変化の分析結果等に関する資料を作成し、関係者に説明し共有することが必要である。また、地域 DMO においては、地域住民を含めた多様な関係者に対し、同様の説明及び共有を図ることが必要である。

問：必須KGIやKPIは、一定水準を満たさないと更新・登録できないのか。

答：データの経年変化により、地域の状況やDMOの成果を可視化し、取組に活用することが目的であることから、数値の増減や大小は審査に影響しません。

審査においては、データ取得のために、誰とどのような仕組みを構築したのか、地域の実情を踏まえた戦略策定に必要なデータの収集方法として適切な方法が検討されているかを確認します。

また、取得して終わりではなく、分析・評価を行い、関係者との検討・調整、戦略や計画の見直し（PDCA）に活用されているかという点についても確認します。

【新規登録申請】

受付締切	…令和8年7月31日（金）17時
通 知	…令和9年3月下旬
登 録	…令和9年4月1日（木）

【更新登録申請】

・上期（9月末・10月末期限）

受付締切	…令和8年7月21日
------	------------

・下期（2月末・3月末期限）

受付期間	…令和8年8月下旬～令和8年11月下旬
------	---------------------

【年度報告】※令和7年度分

提出締切	…令和8年7月31日
------	------------

※ 申請に係る情報は、DMOネットおよび観光庁ウェブサイトにて随時発信しておりますので、日頃よりご留意のうえ、漏れのないようご確認をお願いいたします。

DMOを中心とした観光地経営

- 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、地方誘客及び旅行消費拡大を持続可能な形で推進。
- 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が果たす役割は大きい。

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

地域の多様な関係者と協働し、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

