



一般社団法人 Nagano Tourism Organization

長野県観光機構

データから見る観光産業の現状



TXデザイン部 松本 翔



一般社団法人 Nagano Tourism Organization

長野県観光機構

観光地域づくり法人 登録DMO（地域連携）

市町村会員：県内77市町村・長野県 民間会員：82団体

VISION

観光を超えて、もっとナガノを面白く。

MISSION

かつてない「感動」を共創する。

VALUE



01. アンテナを高く、視野を広く



03. 仲間がいればなんでもできる



05. オタクであれ



07. 学び多き「失敗」を歓迎する



09. ローカルから未来を考える



02. オープンマインドで新たな発想を



04. ファーストペンギンであれ



06. 驚くほど誠実であれ



08. 一人ひとりが経営者



10. 人生を愉しむ



パブリック事業1部

- 国内誘客
- 教育旅行誘致（国内・訪日）
- フィルムコミッション
- Go NAGANO観光ナビゲートセンター
- 子供たちだけのサマーキャンプ、スノーキャンプ

パブリック事業2部

- インバウンド誘致促進
- NaganoTravelOperationCenter
- 観光地域づくり推進事業
- 新たな観光スタイル創出事業

コーポレートデザイン部

- 総務・人事・経理

TXデザイン部

- 長野県公式観光Webサイト「Go NAGANO」運営
- チケット・リフト券EC「Smart Pass」事業
- 物味湯産手形 事業
- OTA「温泉ぱらだいす信州」運営

CX事業部

- 銀座NAGANO運営（ショップ・イベントスペース）
- NAGANOマルシェセレクト運営
- 酒類販売事業



観光の現状（国内）

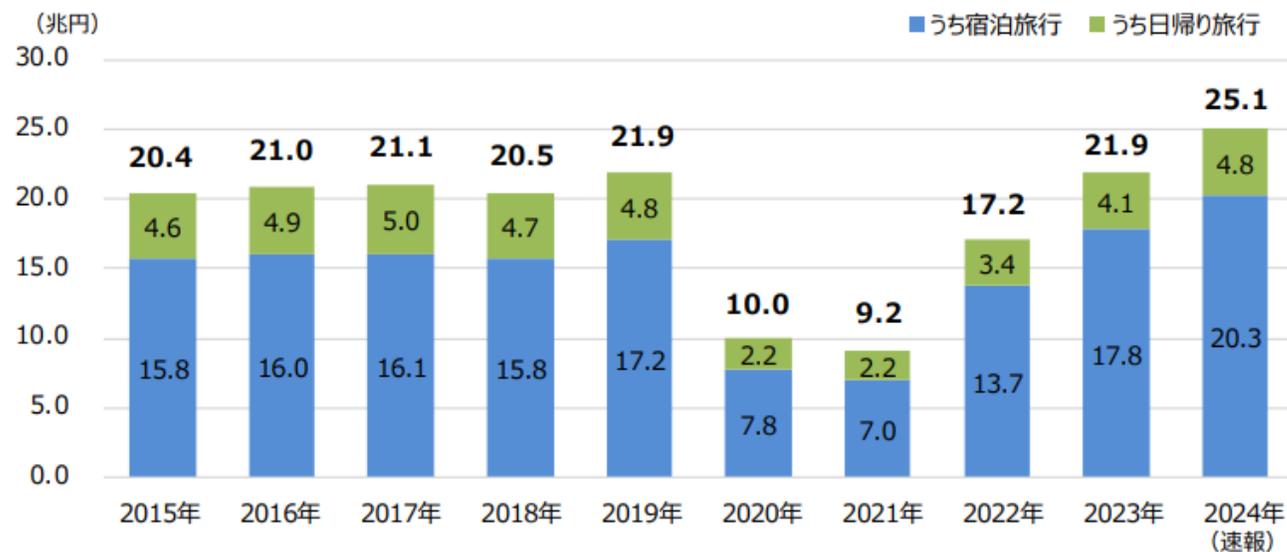


2024国内旅行者数（速報） 単位：万人

国内旅行全体	うち宿泊旅行			うち日帰り旅行					
	延べ旅行者数	2019年比	前年比	延べ旅行者数	2019年比	前年比	延べ旅行者数	2019年比	前年比
2015年	60,472		+1.6%	31,299		+5.3%	29,173		-2.1%
2016年	64,108		+6.0%	32,566		+4.0%	31,542		+8.1%
2017年	64,751		+1.0%	32,333		-0.7%	32,418		+2.8%
2018年	56,178		-13.2%	29,105		-10.0%	27,073		-16.5%
2019年	58,710		+4.5%	31,162		+7.1%	27,548		+1.8%
2020年	29,341	-50.0%	-50.0%	16,070	-48.4%	-48.4%	13,271	-51.8%	-51.8%
2021年	26,821	-54.3%	-8.6%	14,177	-54.5%	-11.8%	12,644	-54.1%	-4.7%
2022年	41,785	-28.8%	+55.8%	23,247	-25.4%	+64.0%	18,539	-32.7%	+46.6%
2023年	49,758	-15.2%	+19.1%	28,135	-9.7%	+21.0%	21,623	-21.5%	+16.6%
2024年（速報）	53,925	-8.2%	+8.4%	29,305	-6.0%	+4.2%	24,619	-10.6%	+13.9%

2024年
5億3,925万人
(前年比+8.4%)

2024国内旅行消費額（速報） 単位：兆円



2024年
25.1兆円
(前年比+14.6%)

観光の現状（国内）

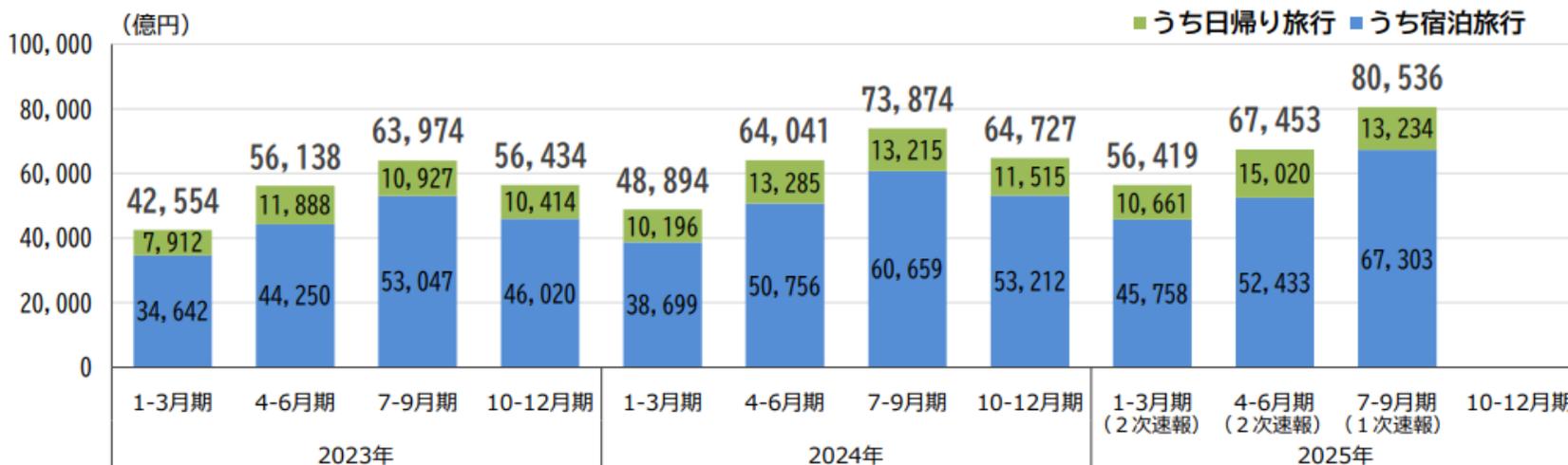


2025（7～9月期）国内旅行者数（速報） 単位：万人

国内旅行全体		延べ旅行者数		前年同期比		宿泊旅行		前年同期比		日帰り旅行		前年同期比	
		延べ旅行者数	前年同期比	延べ旅行者数	前年同期比	延べ旅行者数	前年同期比	延べ旅行者数	前年同期比				
2023年	1-3月期	10,162	+57.6%	5,954	+65.1%	4,208	+48.0%						
	4-6月期	13,288	+14.4%	7,222	+17.4%	6,067	+11.0%						
	7-9月期	14,155	+11.8%	8,133	+16.2%	6,023	+6.4%						
	10-12月期	12,152	+9.9%	6,826	+5.1%	5,326	+16.7%						
2024年	1-3月期	11,282	+11.0%	6,173	+3.7%	5,109	+21.4%						
	4-6月期	14,522	+9.3%	7,465	+3.4%	7,058	+16.3%						
	7-9月期	15,420	+8.9%	8,572	+5.4%	6,848	+13.7%						
	10-12月期	12,771	+5.1%	7,104	+4.1%	5,667	+6.4%						
2025年	1-3月期(2次速報)	11,993	+6.3%	6,657	+7.8%	5,335	+4.4%						
	4-6月期(2次速報)	14,483	-0.3%	7,277	-2.5%	7,206	+2.1%						
	7-9月期(1次速報)	16,136	+4.6%	9,036	+5.4%	7,100	+3.7%						
	10-12月期	-	-	-	-	-	-						

7～9月期
16,136万人
(前年比+4.6%)

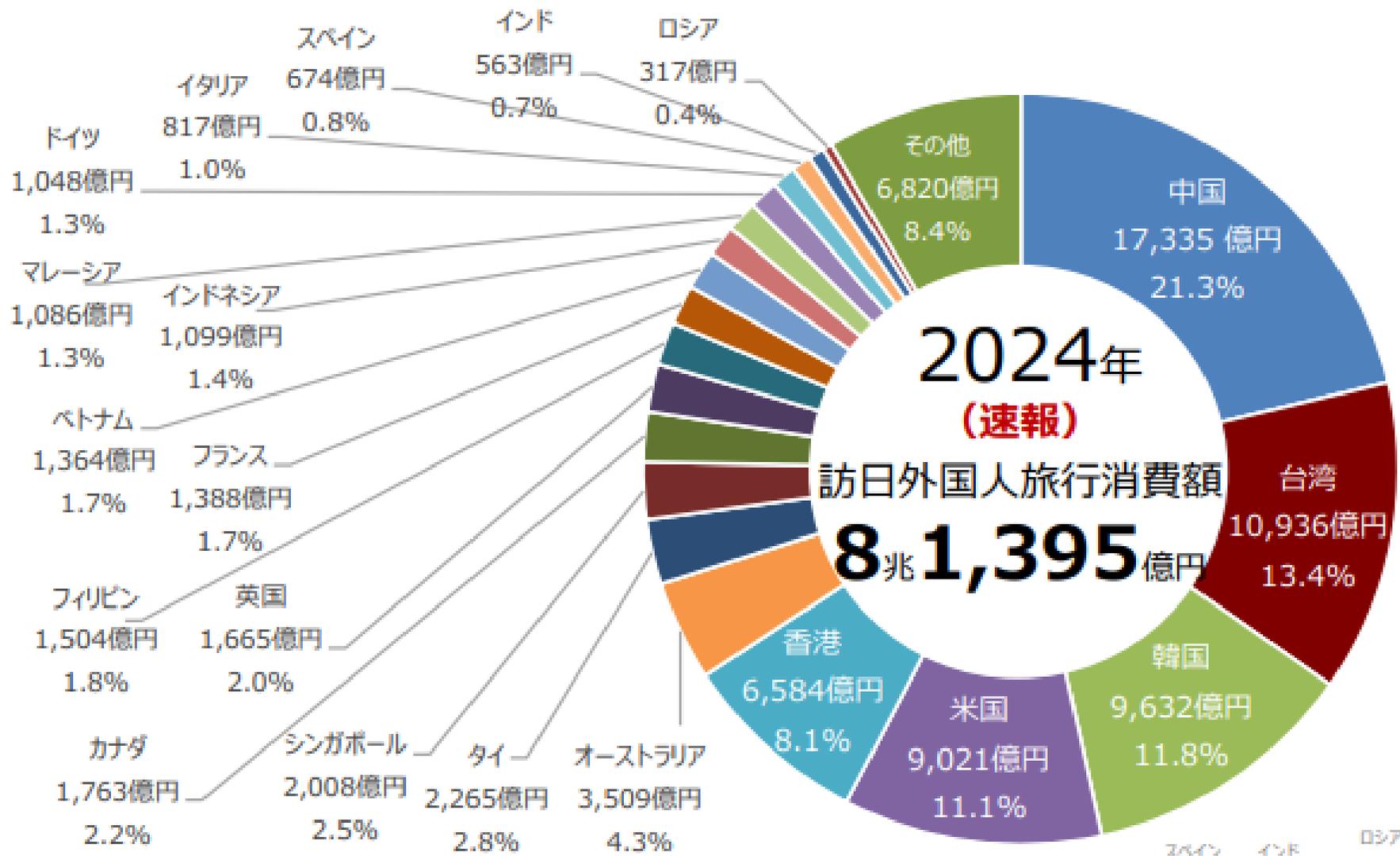
2025（7～9月期）国内旅行消費額（速報） 単位：兆円



7～9月期
80,546億円
(前年比+9.0%)



【図表1】国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額と構成比



訪日外国人旅行消費額は
2024年
8兆1,395億円
(前年比+53.4%)
(2019年比+69.1%)
と過去最高

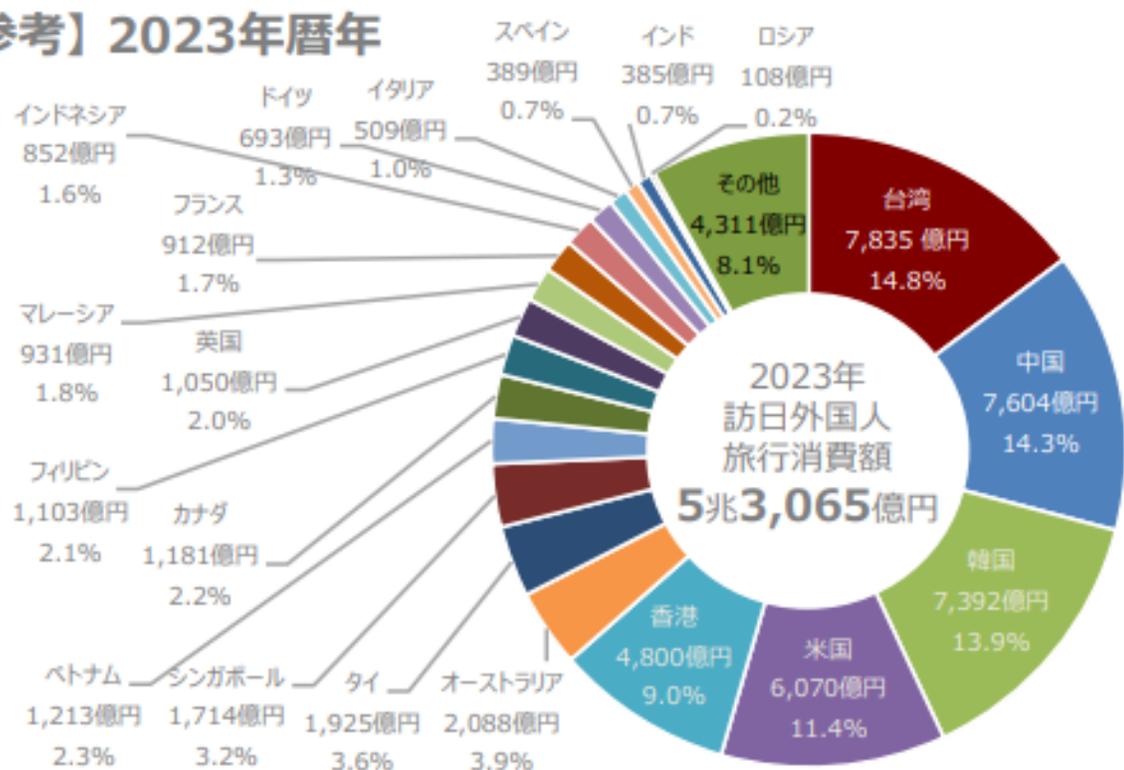
2024は中国市場が急激に
回復

2019と比較して多岐に
渡る国から訪日

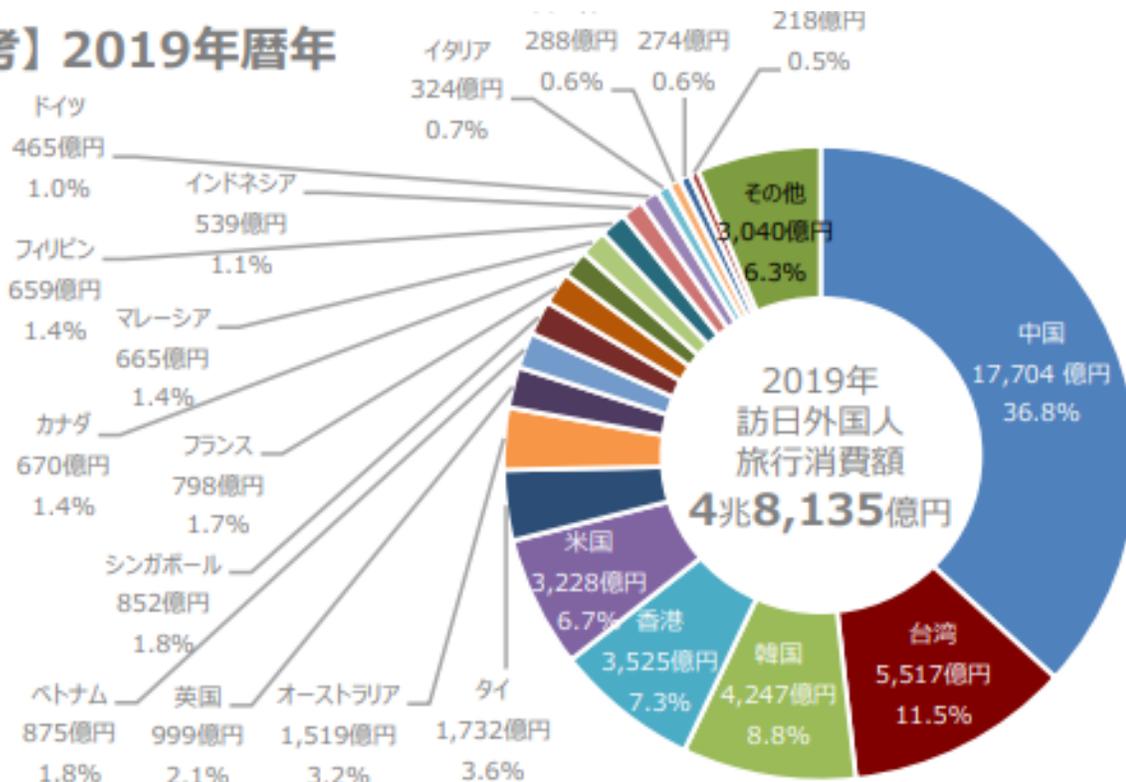
観光の現状（インバウンド）



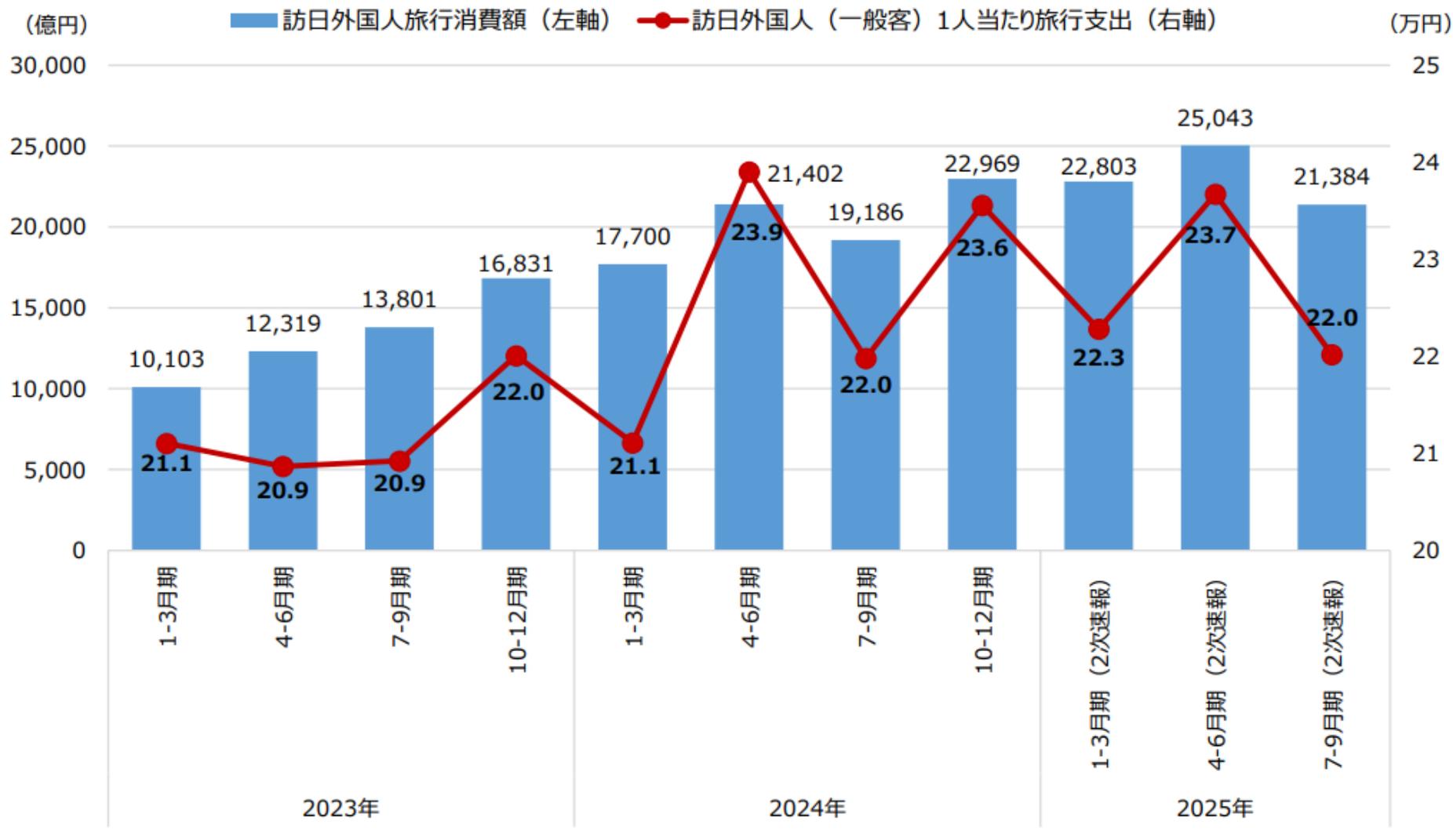
【参考】2023年暦年



【参考】2019年暦年



観光の現状（インバウンド）



旅行消費額についても
堅調に伸びている

観光の現状（インバウンド）



国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2023年 12月	2024年 12月	伸率(%)	2023年 1月～12月	2024年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,734,115	3,489,800	27.6	25,066,350	36,869,900	47.1
韓国	South Korea	782,726	867,400	10.8	6,958,494	8,817,800	26.7
中国	China	312,474	604,200	93.4	2,425,157	6,981,200	187.9
台湾	Taiwan	399,500	491,200	23.0	4,202,434	6,044,400	43.8
香港	Hong Kong	251,080	285,600	13.7	2,114,402	2,683,500	26.9
タイ	Thailand	125,822	146,700	16.6	995,558	1,148,900	15.4
シンガポール	Singapore	113,695	136,200	19.8	591,267	691,100	16.9
マレーシア	Malaysia	60,806	71,600	17.8	415,712	506,800	21.9
インドネシア	Indonesia	63,696	75,000	17.7	429,382	517,600	20.5
フィリピン	Philippines	79,107	108,500	37.2	622,293	818,700	31.6
ベトナム	Vietnam	37,047	40,000	8.0	573,916	621,100	8.2
インド	India	13,515	17,000	25.8	166,394	233,000	40.0
豪州	Australia	89,471	112,500	25.7	613,062	920,200	50.1
米国	U.S.A.	183,166	238,500	30.2	2,045,854	2,724,600	33.2
カナダ	Canada	36,441	48,300	32.5	425,874	579,400	36.0
メキシコ	Mexico	9,081	12,000	32.1	94,684	151,800	60.3
英国	United Kingdom	23,877	30,300	26.9	321,482	437,200	36.0
フランス	France	17,732	20,700	16.7	277,436	385,000	38.8
ドイツ	Germany	11,810	15,800	33.8	233,410	325,900	39.6
イタリア	Italy	10,560	15,100	43.0	152,309	229,700	50.8
スペイン	Spain	6,361	10,500	65.1	115,873	182,300	57.3
ロシア	Russia	3,255	5,900	81.3	41,965	99,300	136.6
北欧地域	Nordic Countries	7,252	10,600	46.2	112,970	150,700	33.4
中東地域	Middle East	7,223	12,600	74.4	109,553	166,300	51.8
その他	Others	88,418	113,600	28.5	1,026,873	1,453,400	41.5

訪日旅客数は
2024年
36,869,900人
(前年比+47.1%)
(2019年比+15.6%)
と過去最高

旅客数は
韓国→中国→台湾
→米国→香港→タイ
→豪州、、、
の順が多い

直近の傾向では中国
が韓国を上回る

出展 日本政府観光局「JNTO」

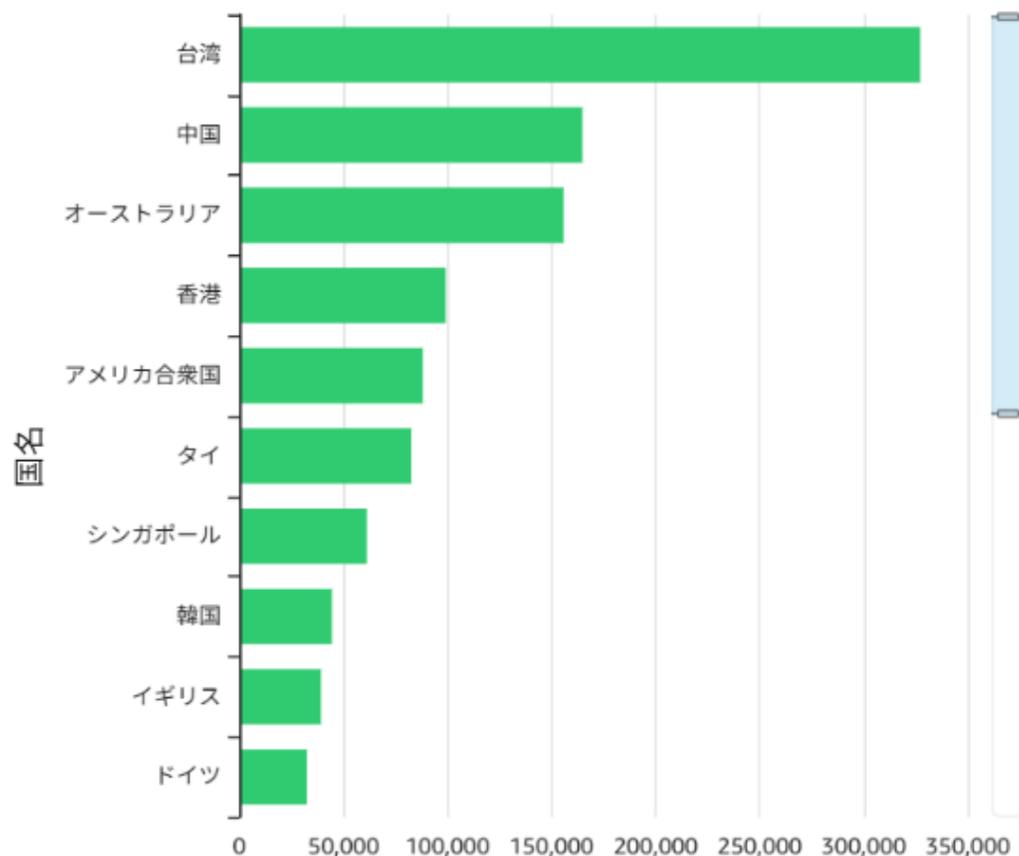


延べ宿泊者数（県全体）

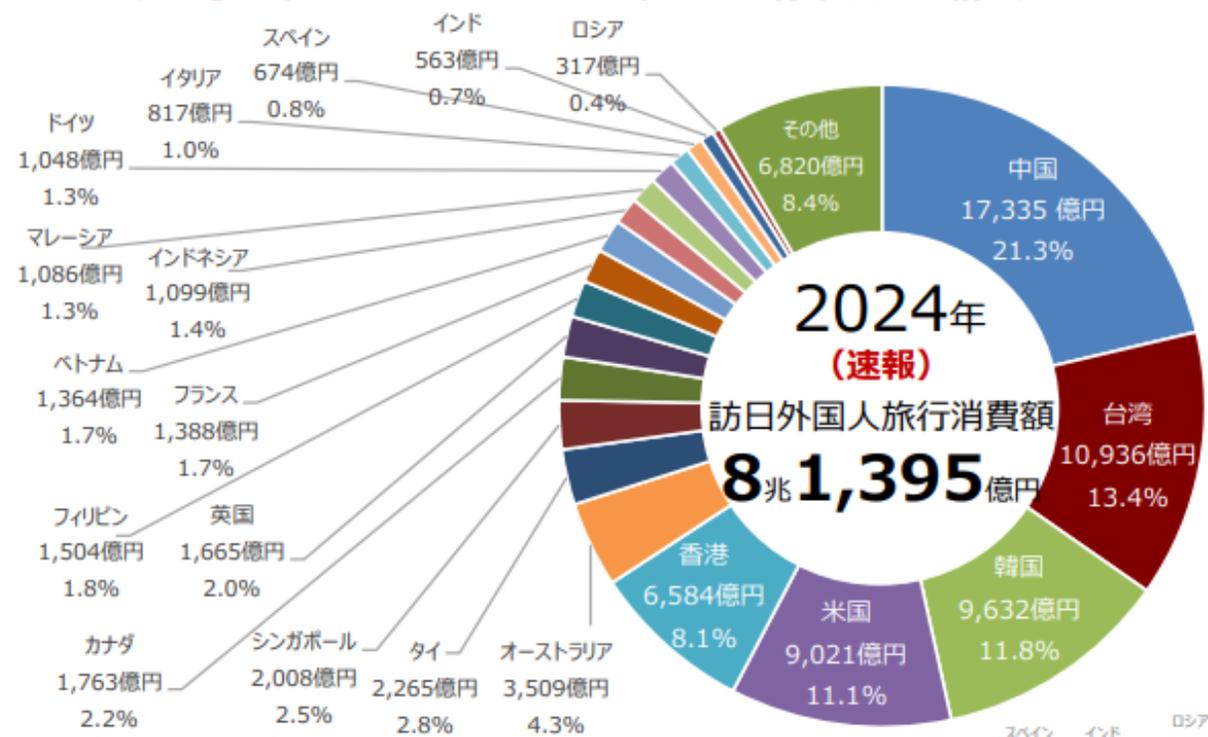
国籍ランキング（2025年）

国名を選択すると、絞り込んで表示します。

地域内の訪日外国人宿泊者数の国籍別ランキング。訪日外国人の動向を把握できます。



【図表1】国籍・地域別に見る訪日外国人旅行消費額と構成比



観光の現状（インバウンド） 長野県



日本観光振興デジタルプラットフォームより抽出

訪問者数（小諸市）

国籍別訪問者数・回数（TOP50）

国名を選択すると、推移グラフを絞り込みます。

インバウンド訪問者の訪問回数と人数が多い国籍TOP50の推移を示すグラフ。各国の訪問頻度の違いを把握できます。



単位：K（千人）



訪問者数（佐久市）

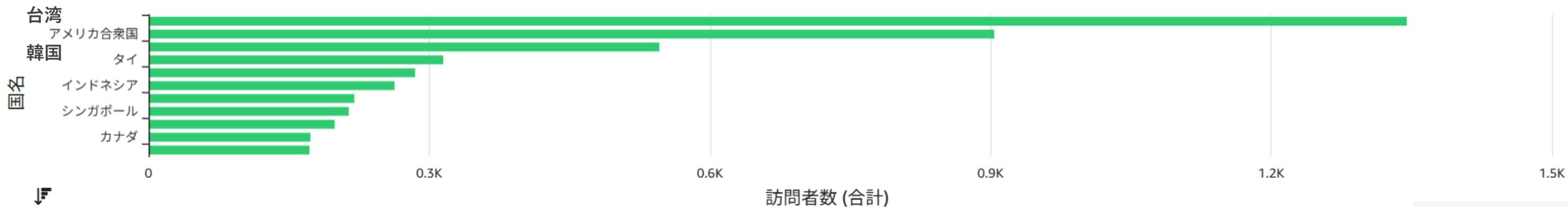
国籍別訪問者数・回数（TOP50）

国名を選択すると、推移グラフを絞り込みます。

インバウンド訪問者の訪問回数と人数が多い国籍TOP50の推移を示すグラフ。各国の訪問頻度の違いを把握できます。



単位：K（千人）





資料をダウンロード

利用申し込み・ログイン

使ってる？デジプラ！



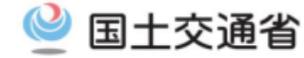
地域のマーケティングデータ戦略支援ツール

全国観光DMP・
高度化地域DMP





観光立国推進基本計画



- 観光立国推進基本法に基づき、観光政策に関する①基本方針、②目標、③施策を定めるもの
- 国土交通大臣の諮問を受け、交通政策審議会の意見を聴いて、閣議決定
- 閣議決定に向けて、観光立国推進閣僚会議(全閣僚が構成員)を数回開催し議論

	第4次基本計画 (2023~2025)	2024年実績	第5次基本計画 (2026~2030) (案)
訪日外国人旅行者数	2019年水準超え (3,188万人)	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 (2,008万人)	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

- ### 3つのキーワード
- ・持続可能な観光
 - ・消費額拡大
 - ・地方誘客促進

この数年で日本への認知は拡大
 →いかに地方へ誘客し、消費額をあげていくか
 →いかに需要を平準化、観光産業を足腰の強いものにしていくか

※「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016年決定）の2030年目標 1



観光地域づくり法人(DMO)の形成・確立

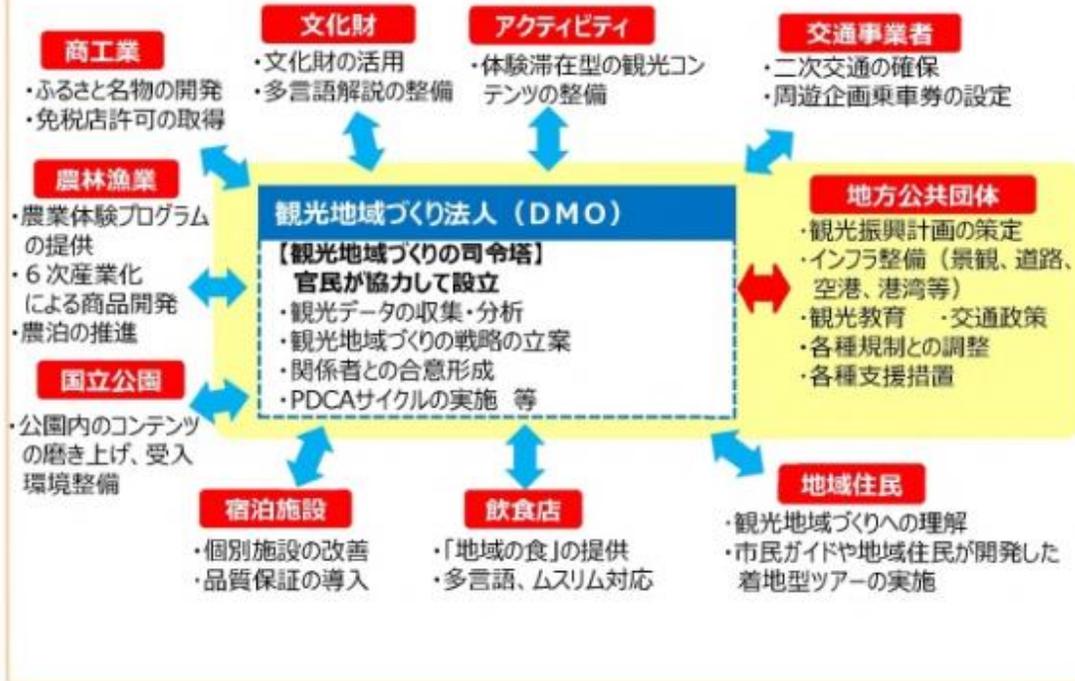


観光地域づくり法人 (DMO)

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、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

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

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



ターゲティング等の戦略策定

観光コンテンツの造成

受入環境の整備

地方誘客・旅行消費拡大

観光による受益が広く地域にいきわたり、地域全体を活性化

DMO/DMCは「観光地域づくりの司令塔」

Destination Management Organization (Marketing) Organization (Company)

基本理念 「住んでよし訪れてよし」の観光まちづくり



R7.10.1より「DMO登録制度」の要件見直し ※改定のポイント

①観光地経営戦略の策定・策定すべき項目の明示

- ・ K G I の追加及び K P I の見直し

②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の設置

- ・ C M O の専従要件の見直しと常勤職員 3 名以上の配置

③安定財源確保の強化

- ・ K P I として安定財源確保率の導入
- ・ 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

④更新要件の導入

- ・ これまでの活動の成果を定量的、定性的に評価
- ・ 研修の受講の要件化

⑤審査方法の改善

- ・ ヒアリングの導入。審査期間の大幅延長（概ね 1 年とする）
- ・ 更新要件を満たさなかった場合の留保制度の導入（1 年を限度とする）

⑥DMO区分の見直し

- ・ 広域連携 D M O、都道府県 D M O、地域 D M O の 3 区分に再編



そもそも、観光協会とDMOの違いって何？

観光協会 = 事業者目線

DMO = 地域住民目線



DMOとDMCの違いって何？

	法人格	登録制度	機能
DMO Destination Management Organization	公益目的 企業	あり	公共事業の視点 から 地域振興を図る
DMC Destination Management Company	収益目的 企業	なし ※DMOとして登録	ビジネスの視点 から 地域振興を図る



●権限

地域の「舵取り役」として、首長並みの権限と説明責任を果たす

●財源

行政補助も含めた安定財源の確保と地域への投資

●専門性

「地域への熱い情熱」という専門性と、高度な知識技術

●マネジメント

どう、地域がほしい時期にほしいお客に来てもらえるか
観光を起点とした、住民の「豊かさ」をマネジメント