

みずほ産業調査 Vol. 80 「テクノロジーで切り拓く日本産業2040
～有望領域を獲得し成長と自律を実現～」

観光エリアマネジメント ～観光デジタル基盤整備による観光立国の確立

みずほ銀行

産業調査部

2026年3月31日

ともに挑む。ともに実る。

MIZUHO

The Mizuho Bank logo consists of the word "MIZUHO" in a bold, blue, sans-serif font. Below the text is a stylized red and white wave graphic that curves under the letters.

2040年の観光エリアマネジメント実現に向けた戦略と期待される日本のプレゼンス

AI・データ駆動型観光エリアマネジメント：
エリアマネジメント体制の確立により観光地の経済的自立性を強化し、持続的な発展を実現

ニーズ

- ✓ オーバーツーリズム対策
- ✓ 消費者の潜在旅行需要へのアプローチによる旅行需要喚起

シーズ(テクノロジー)

- ✓ AIエージェントの普及(旅行者、エリアマネジメント双方における活用を想定)
- ✓ データ基盤とデジタルツイン

日本の強み

- ✓ 高精度な交通網・治安等の安全性
- ✓ 観光資源の多様性と密度

有望領域のインパクト

- ✓ 従来アプローチが難しかった潜在旅行需要の喚起が可能になり旅行消費を最大化(【経済効果】①旅行需要の喚起:1兆8,000億円)
- ✓ 混雑解消により機会損失を防ぐとともに、地域住民の観光客受容度を高め、観光地の持続可能性を向上(【経済効果】②旅行需要最大化:8,700億円、③消費機会最大化:3,500億円)

日本産業の戦略

- ✓ 日本全国共通のデータ基盤を整備
 - ✓ 地域ごとにステークホルダー間での連携を強化
- | | |
|-----|---|
| 障壁 | ✓ 現行の政策における、DMO ^(注) に依存したエリアマネジメント体制 |
| 打ち手 | ✓ コスト・役割負担の分散を明確化した官民連携体制の構築 |

官民連携強化を通じた次世代観光産業の実現により、持続的な発展へ

- ✓ 官民連携のマネジメント体制の確立

- ✓ 日本産業の獲得市場規模
— 約3兆円(日本国内の旅行消費額のアップサイド)

- ✓ 観光需要最大化を目的としたデジタルインフラ整備を通して、地域社会サービスの質向上も実現

(注) Destination Management Organizationの略。地域と協働して観光地域作りを行う法人のこと

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

旅行者におけるAIエージェント活用普及を好機とした旅行需要の最大化

■ 問題意識

- 旅行者におけるAIエージェント活用普及に伴い、旅行の意思決定においてAIエージェントからの提案が重要性を増す
- この変化を好機としてAIエージェントを通じて旅行者に対して適切なアプローチをしていくためには、観光地においても旅行者の使用するAIエージェントに適切かつ有益な情報提供を可能にするためのデータ整備が必要となる
- 一方、日本においてはAIエージェントが情報を収集するベースとなるデータ統合基盤等のデジタルインフラ整備が進んでいないため、対応が遅れ旅行者の需要を取りこぼすおそれがある
- 日本では各地域のDMOによるデータドリブンな観光施策実行が求められており、インフラ整備についても各DMOに委ねられているが、現状データを活用したエリアマネジメントに成功している観光地は僅少である

■ 要旨

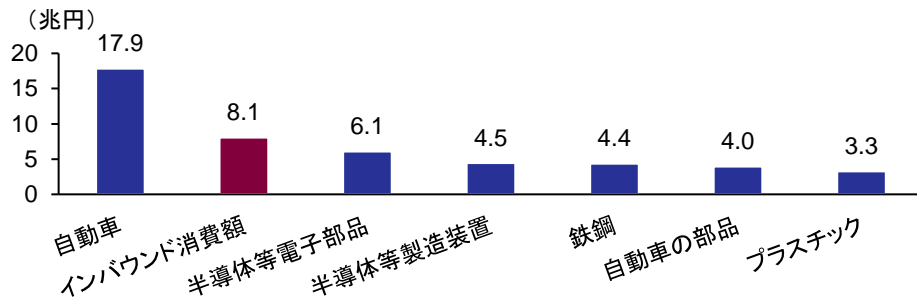
- 旅行者におけるAIエージェント活用普及に伴い、観光地におけるデータドリブンなエリアマネジメントの実行により旅行需要を喚起するとともに旅行利便性・満足度を向上できる可能性が生まれる
- 旅行する意思はあるがきっかけが無かった層に対しては、AIエージェントを通じたアプローチにより旅行需要を喚起する
- また、AIエージェントを通じたパーソナライゼーション・提案が人流最適化や旅行における意思決定の煩わしさからの解放を実現し、旅行者の満足度を最大化する
- 需要増加や満足度向上の結果として、旅行消費の増加が見込まれる
- データドリブンなエリアマネジメント実行のためには日本全国でのデジタルインフラの整備が必須であり、並行してエリア単位ではステークホルダー間で連携してエリアの提供価値のすり合わせやデータ整備に取り組むことが必要になる
- 足下デジタルインフラの整備が進まない主因は、観光業のデータマーケティングがエリア単位のDMOに一任されている体制にある
- 打ち手として、官民連携でデジタルインフラの整備・運用を進める体制を構築することで、デジタルインフラの持続的な運用が可能になり旅行需要・消費の最大化が実現される

観光業は今後日本をけん引する存在であり、消費額最大化に向けた取り組みが求められる

- 今後日本全体として人口減少による内需縮小に伴い外需の取り込みがさらに重要になるが、観光業は訪日外国人数増加に伴い外需拡大を見込む有望領域
 - ただし足下の訪日外国人消費額は過去最高を更新しているものの伸びの主な要因は為替であり、「LTV^(注)最大化」の目線
で為替以上に消費額を伸長する取り組みが必要
 - 「1日あたり活動時間」「1時間あたり消費額」「再訪率(訪問率)」の向上はAIエージェントを活用することにより実現可能
 - 旅行の際の生成AI活用拡大が見られることから、観光業における取り組みはAI活用の先行ユースケースとなる可能性
- (注)顧客1人あたりの通算利益。ここでは、訪日外国人を顧客として想定

訪日外国人消費額のインパクト

【インバウンド消費額と主要品目別輸出額の比較(2024年)】



【定住人口と比較した旅行消費の効果(2025年)】

定住人口一人当たりの年間消費額: 148万円
人口が一人減少すると148万円/年の消費が喪失

外国人旅行者
6.5人分

国内旅行者(宿泊)
21.4人分

国内旅行者(日帰り)
75.9人分

【一人一回当たりの
旅行消費額】

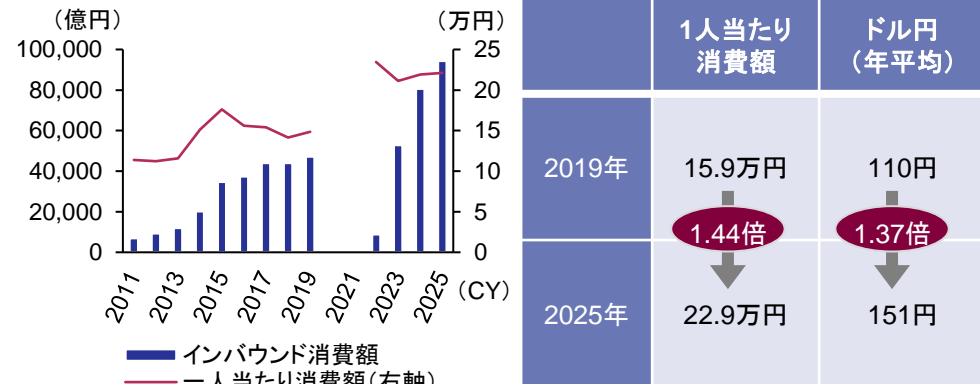
228,809円

69,362円

19,533円

(出所)観光庁「インバウンド消費動向調査」「旅行・観光消費動向調査」、JNTO(日本政府観光局)「訪日外客数」、総務省「家計調査」、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」、財務省「貿易統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

訪日外国人の消費額拡大に向けたLTV最大化



	1人当たり消費額	ドル円(年平均)
2019年	15.9万円	110円
	1.44倍	1.37倍
2025年	22.9万円	151円

$$LTV = (1回あたり滞在日数 \times \underline{1日あたり活動時間} \times \underline{1時間あたり消費額}) \times (\underline{再訪率(訪問率)} \times \text{生涯訪日可能年数})$$

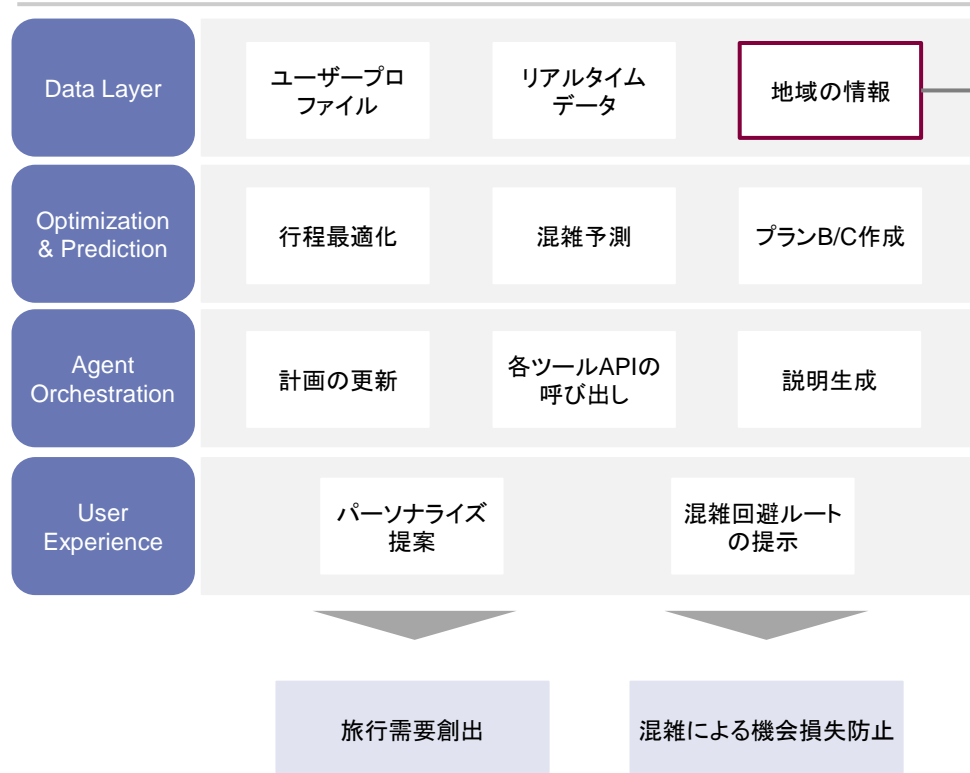
AIエージェント活用により増加・向上を見込む

(出所)観光庁「インバウンド消費動向調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

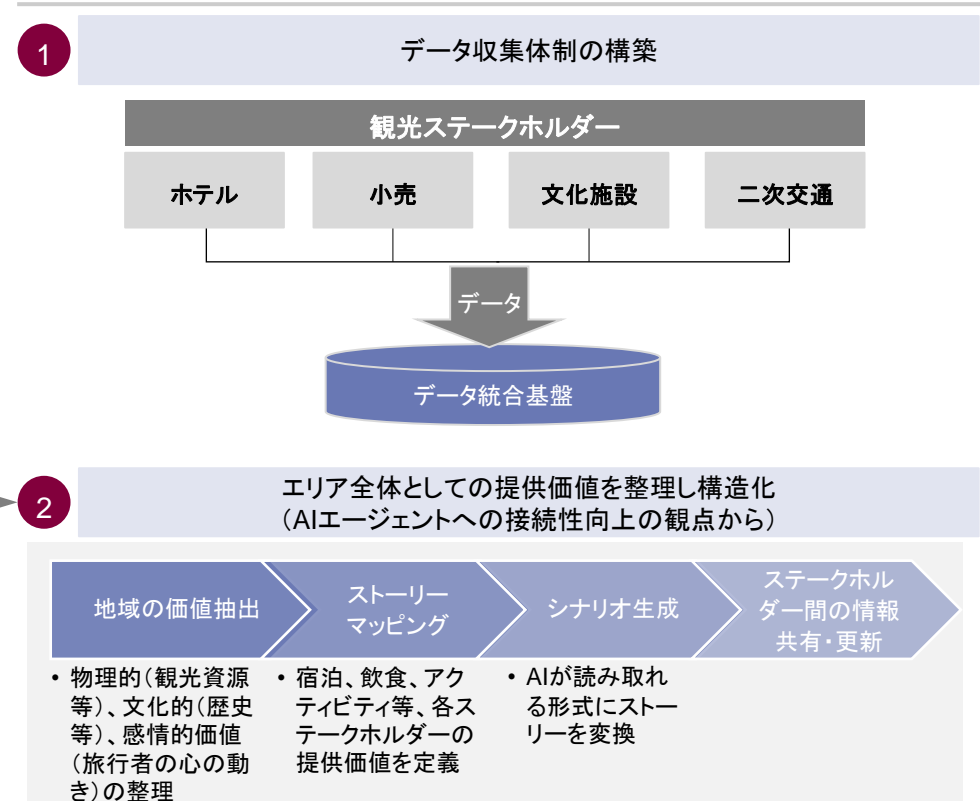
AIエージェントを通じた旅行需要創出・損失防止の最大化により、観光業の収入を拡大

- 今後想定される旅行者におけるAIエージェント活用拡大を奇貨として、AIエージェントを通じた旅行需要創出・損失防止により観光業の収入拡大を実現
- 旅行者のAIエージェントに対して適切な情報を提供していくためには、まず観光地サイドにおいてステークホルダー間で連携し、旅行者の行動様式や動態に関するデータやデータを統合し分析するデジタルインフラを整備するとともにエリアとしての提供価値を構造化する必要

AIエージェントを活用した旅行需要創出・損失防止のプロセス



AIエージェントを通じた需要喚起実現に向けた体制・取り組み



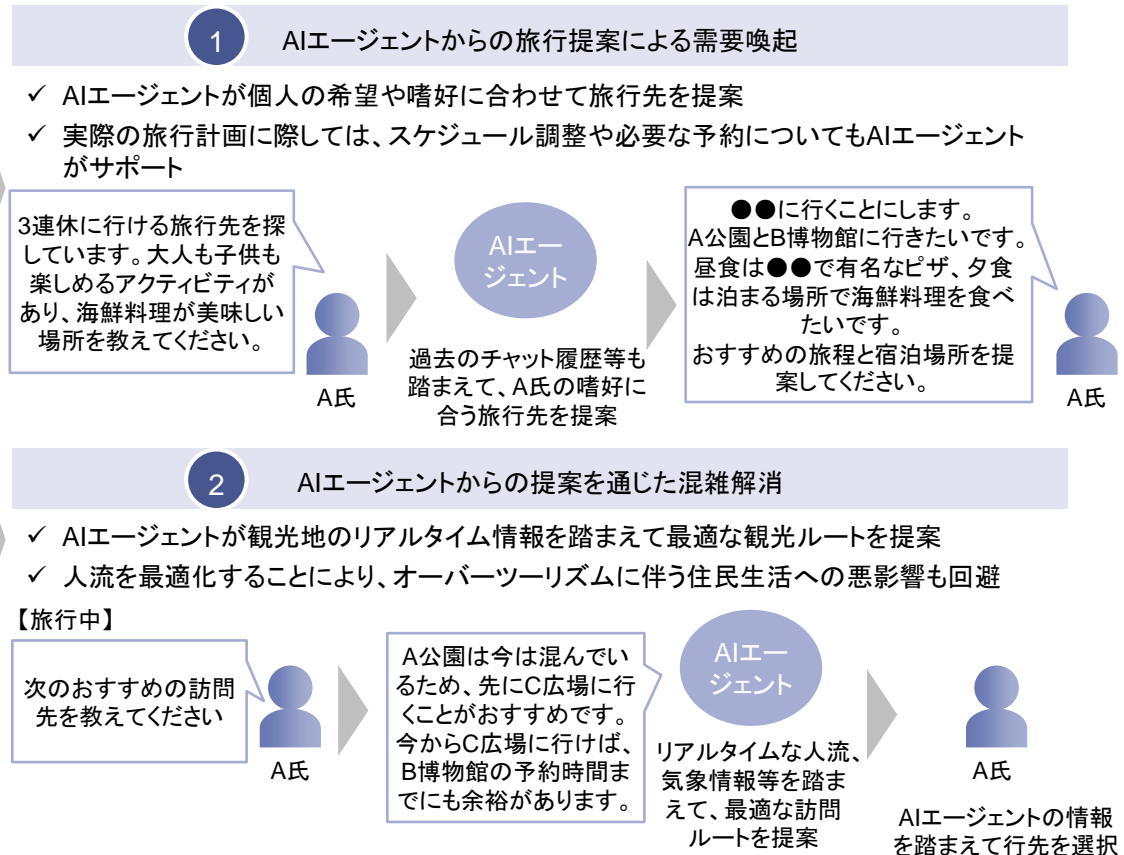
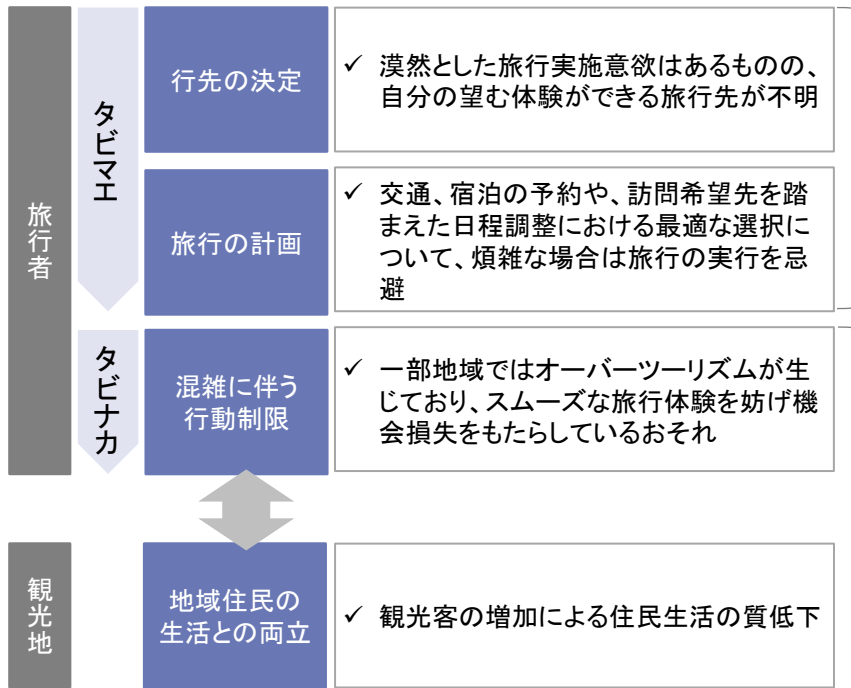
(出所)両図表ともに、みずほ銀行産業調査部作成

AIエージェントの活用によりタビマエの煩雑さやタビナカの混雑を解消

- AIエージェントを通じた旅行者へのアプローチは、旅行者のボトルネックを解消するとともに、地域の課題解決にも貢献
 - タビマエ段階で障壁となる行先の決定や旅行実行におけるあらゆる選択をAIエージェントがサポートすることにより、旅行需要を喚起
 - タビナカでは、AIエージェントからの提案を通じた人流最適化により一部地域で見られるオーバーツーリズムを解消し、旅行者の機会損失を防止するとともに地域住民の満足度を向上

旅行に際して生じる課題と解決策

【旅行に際して生じる課題】



(参考)観光地の混雑に関する課題

- 訪日外国人が滞在中に困ったこととして、主に情報量不足を背景として「混雑」を挙げているほか、特にオーバーツーリズムが顕著な京都では年々混雑を理由とした不満度が上昇しており、混雑回避の施策や正しい情報発信が必要
- また、オーバーツーリズムは地域住民にも不満をもたらしているが、住民の観光容認度が低下した場合、日本の魅力として挙げられる“人の親切さ”や“おもてなしの心”も損なわれるおそれ

旅行者の不満

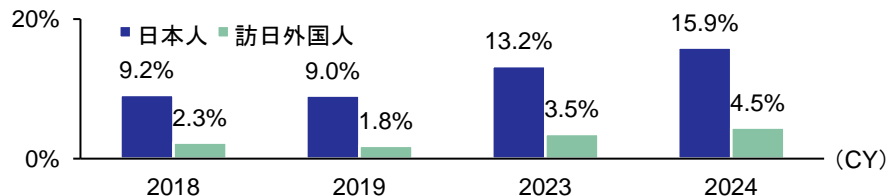
訪日中に困ったこと(2024年) n=4,189

順位	項目	割合
1	ゴミ箱の少なさ	22%
2	施設等のスタッフとのコミュニケーション	15%
3	観光地や地域の混雑	13%
4	公共交通の利用	9%

「観光地の地域や混雑」について困ったこと(2024年) 都市部:n=413、地方部:n=184

順位	項目	割合
1	混雑や渋滞等の情報が発信されていない・情報量が不足	41%
2	説明はされているが、内容が分かりにくい	30%
3	その他	23%
4	混雑や渋滞等の情報が多言語対応されていない	21%

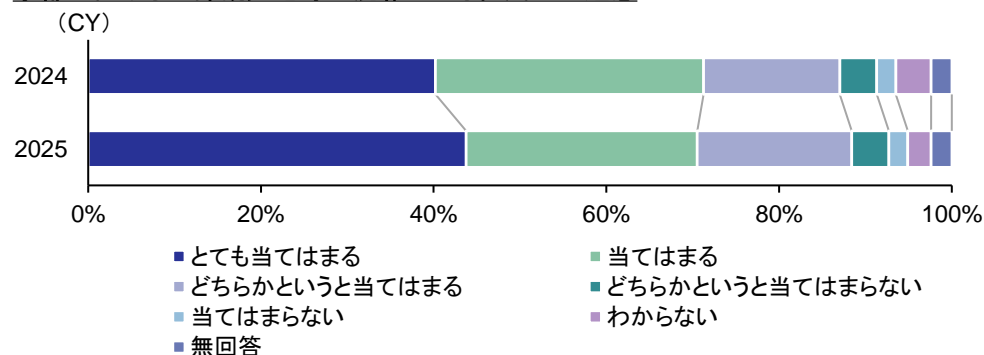
京都において混雑を理由に訪問に不満が生じた人の割合



(出所)観光庁「令和6年度「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」調査結果」、京都市観光協会「京都観光総合調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

地域住民の不満

京都における一部観光地等の混雑による住民への迷惑



訪都外国人旅行者が考える東京の魅力 n=11,327

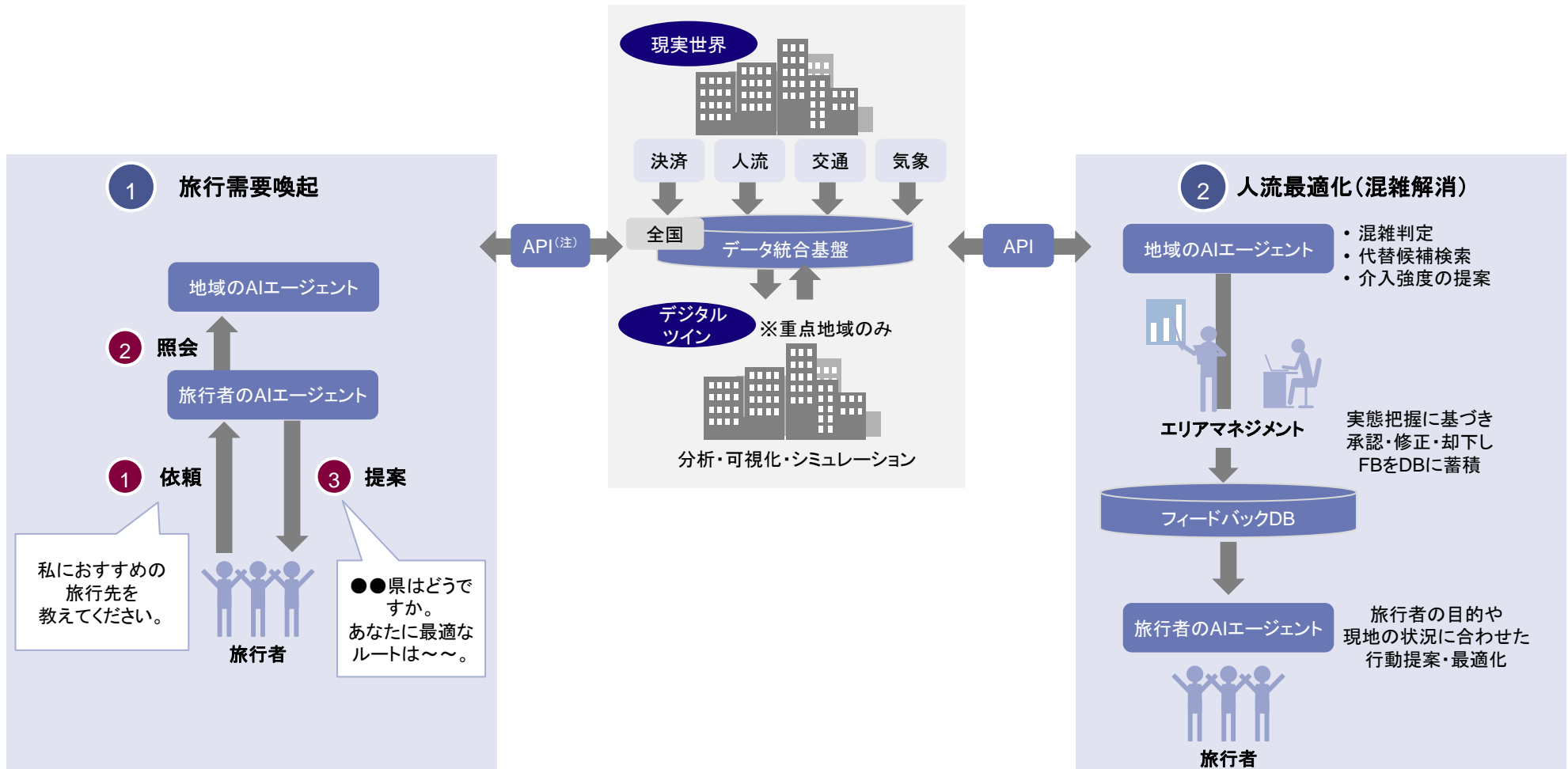
順位	項目	割合
1	治安がよい	52.9%
2	人が親切	51.4%
3	衛生的	51.2%
4	食事がおいしい	44.0%
5	おもてなしの心がある	39.6%

(出所)京都市「令和7年京都観光に関する市民意識調査の結果」、東京都「令和6年国・地域別外国人行動特性調査結果」より、みずほ銀行産業調査部作成

AIエージェントとデジタルインフラの連携により旅行需要喚起ならびに人流最適化を実現

- 観光地のエリアマネジメントにおいてAIエージェントに接続可能なデジタルインフラを実装することにより、人流の最適化やAIエージェントを通じた旅行者への的確な情報提供が可能となり、結果として旅行需要を喚起するとともに旅行満足度を向上

観光デジタルインフラとAIエージェントのシナジー



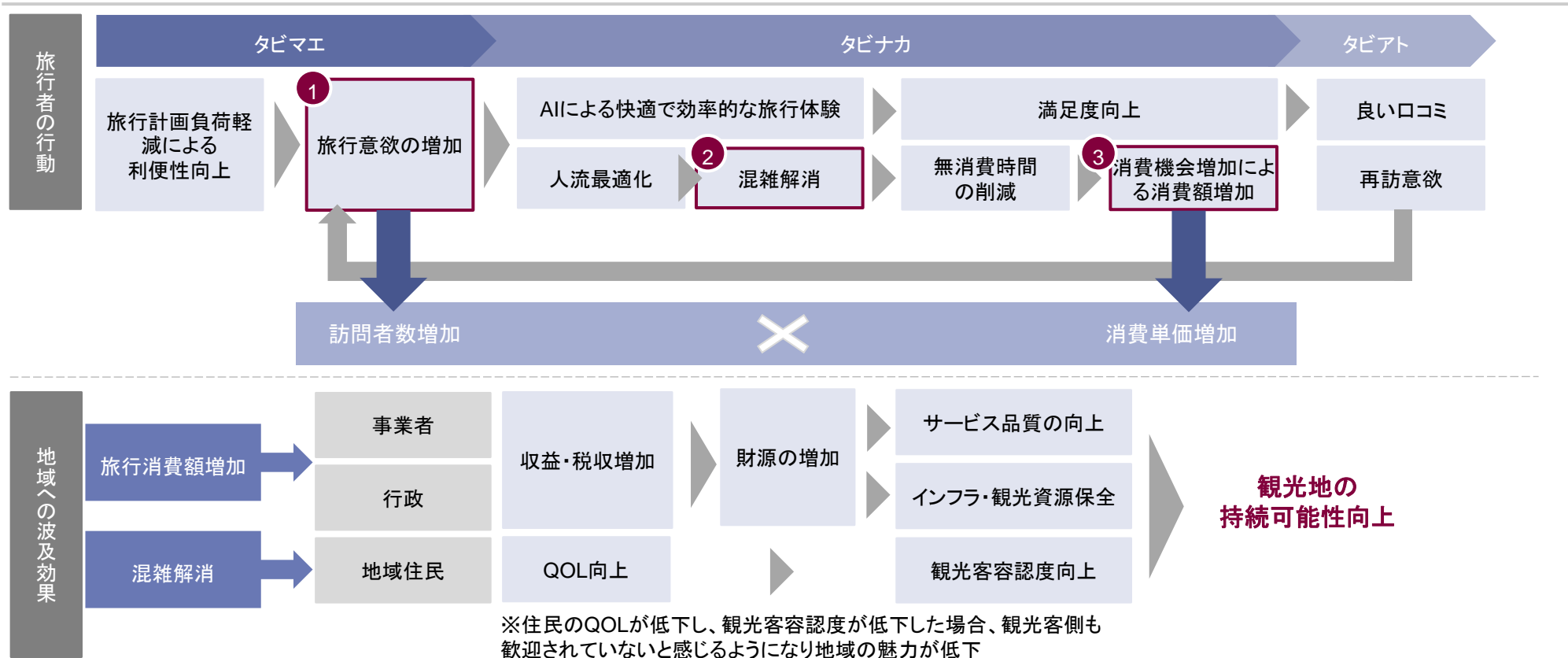
(注)2つの異なるアプリケーションやソフトウェアを他のサービスやソフトウェアと連携するためのインターフェース

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

観光デジタルインフラ整備により旅行消費増加と観光地の持続可能性向上を実現

- 観光デジタルインフラの整備により、タビマエにおける旅行者の利便性を向上させて旅行意欲を高めるとともに、タビナカにおける人流最適化により満足度向上と消費機会最大化を実現。また、満足度の向上は再訪意欲や良い口コミにつながるため、新規訪問者を惹きつけられる可能性も向上
- 消費額の増加は地域の事業者や行政のサービス品質向上やインフラ保全に資するほか、混雑解消は地域住民の観光客容認度向上に繋がり、観光地の持続可能性を高める

AIエージェント活用と観光デジタルインフラの整備により実現される循環



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

AIエージェントの活用により旅行消費は3兆円以上拡大する想定

- AIエージェントによる旅行目的に適した観光地のレコメンデーションがされれば、旅行需要獲得による旅行者数増加も想定
- 旅行需要の高まりによりオーバーツーリズムが一層顕在化すれば、該当地域への旅行意欲の減退や回遊率の低下により、観光市場のポテンシャルは縮小するため、AIエージェントによる需要の地域分散や動線の最適化が有効

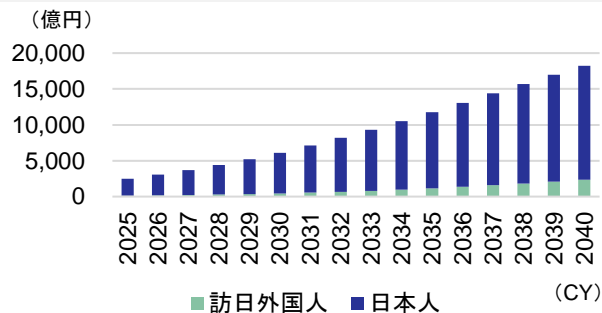
AIエージェント活用による観光市場の拡張ポテンシャル(2040年時点)

① マーケティングによる新規旅行需要の獲得

試算の前提

日本人: 旅行控えの30%強が情報不足等に起因
訪日外国人: ▲9.5%需要取りこぼし

AIエージェントによる情報提供・行動喚起により
一部解消想定



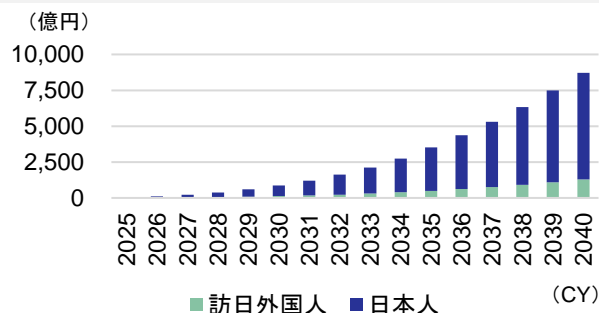
1兆8,000億円程度の需要を喚起

② 混雑回避による潜在的な宿泊旅行需要

試算の前提

日本人: 混雑度と宿泊者数は負の相関
訪日外国人: 他エリア対比需要の増加が乏しい

東京都・大阪府・京都府が混雑地となる想定

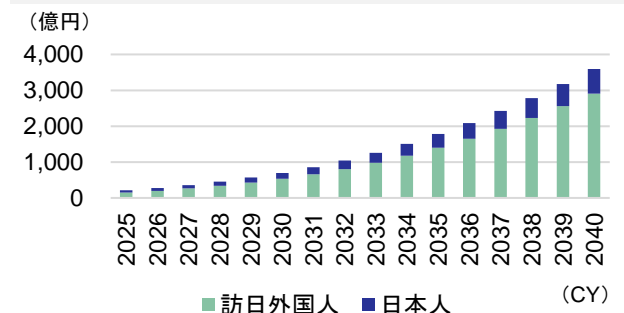


8,700億円程度の需要を見込む
(対策をしなければ同額の取りこぼし)

③ 消費時間最大化による潜在的な消費額

試算の前提

回遊率低下に伴う無消費時間: ▲160分/日
訪日外国人の出入国手続日は更に▲40分/日



3,500億円程度の需要を見込む
(対策をしなければ同額の取りこぼし)

AIエージェントによりオーバーツーリズムの解消・潜在需要の喚起がなされれば【3兆円以上】の旅行消費が期待できる

(注1) オーバーツーリズムの影響については、オーバーツーリズムの該当地市を「東京都・大阪府・京都府」と設定し、現行の京都市と同水準の影響が出るものと仮定

(注2) 旅行需要の喚起について、日本人:じゃらん公表の調査資料からAIによって需要喚起が可能な割合を設定し、AIにより全量の需要が喚起可能であると仮定

(注3) 訪日外国人の需要取りこぼしについては、各国と日本の距離、各国のGDPより訪日外国人数の期待値を算定し、訪日外国人人数実績との差分を増加余地と仮定

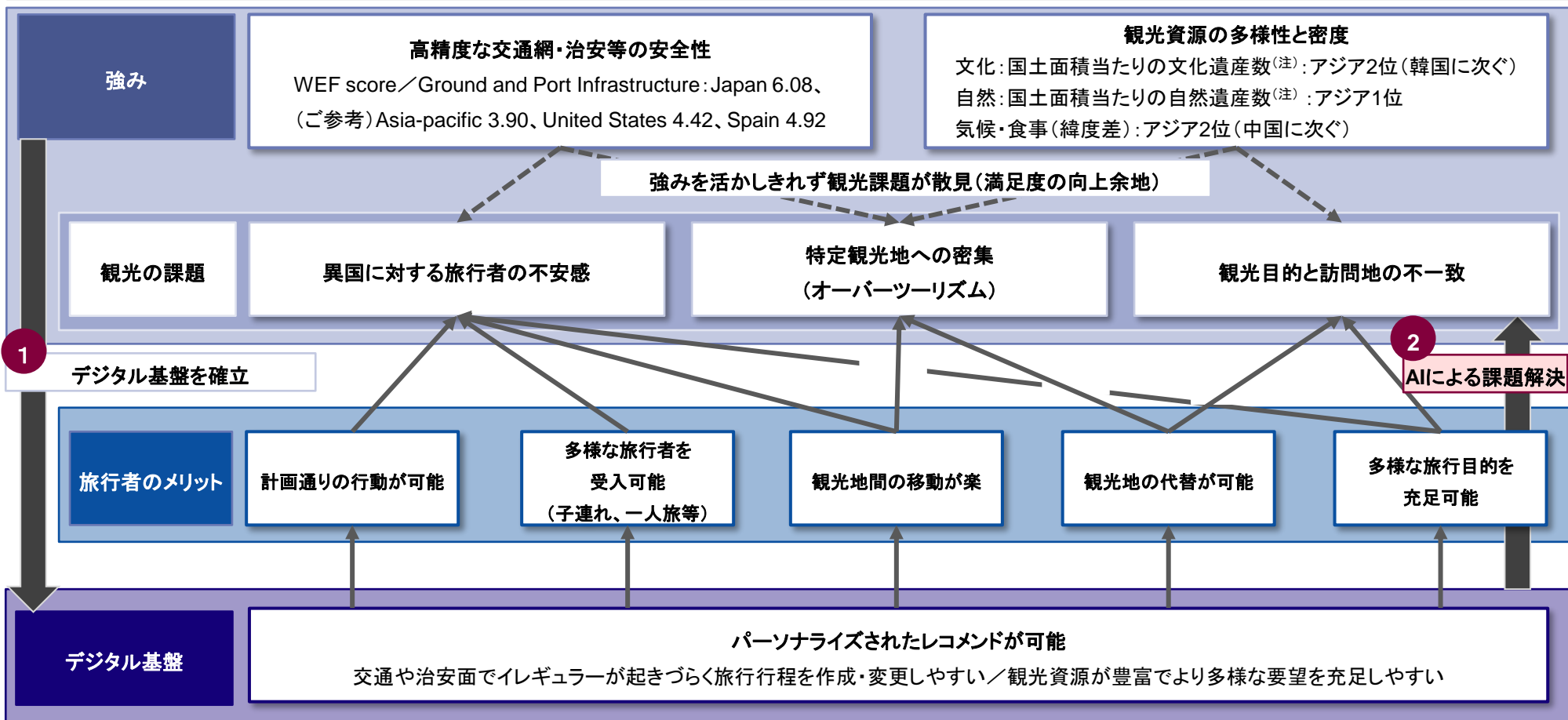
(注4) AI利用率について、一定の仮定の下、徐々にAIが浸透するものと見込み設定(2040年:41%程度)

(出所) 観光庁公表資料、京都市公表資料等より、みずほ銀行産業調査部作成

AIが予測、最適化、学習しやすい条件を備えており、観光デジタルインフラ活用のポテンシャル大

- 日本は緯度差が大きく、多岐にわたる風土や文化が形成されており、多様な旅行目的を充足できるため、旅行者の嗜好に合致したレコメンドがしやすい環境
- 交通網や治安に強みがあり、観光資源や混雑状況を踏まえての観光地の代替など幅を持たせた提案を行うことが可能

日本の強みがもたらす効果



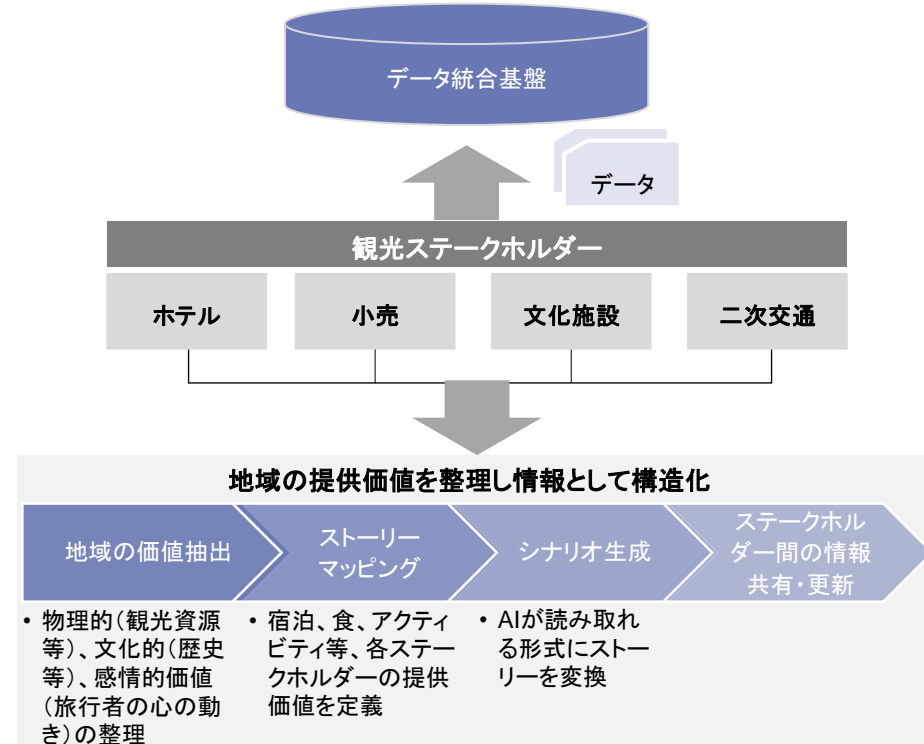
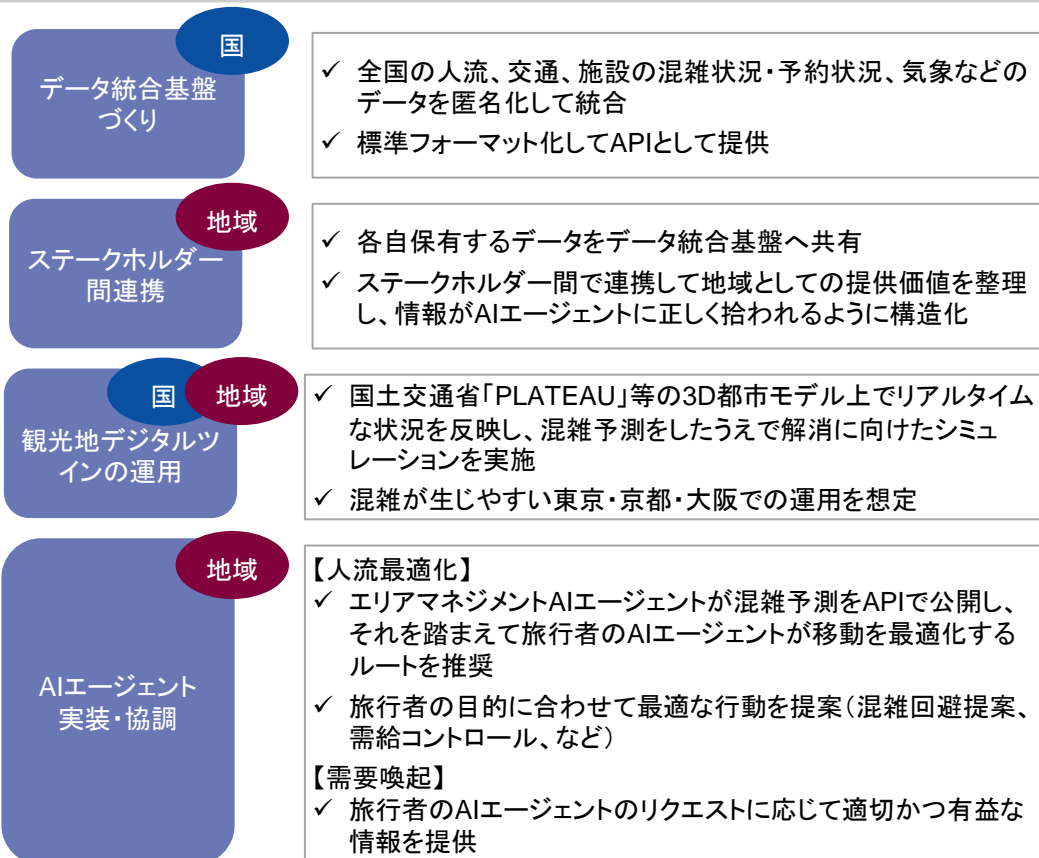
(注) 国土面積が10万km²以下の国は除く

(出所) WEF「Travel & Tourism Development Index2024」、UNESCO公表データ、外務省公表データより、みずほ銀行産業調査部作成

日本全国共通の観光デジタルインフラを整備し、AIエージェント普及による効果を最大化

- 旅行者におけるAIエージェント普及の効果を最大限享受するためには、AIエージェントからのリクエストに対して適切かつ有益な情報を提供する体制が必要
 - 日本全国で活用可能な観光デジタルインフラを整備
 - 各エリア単位では、AIエージェントと地域に関する情報の接続性向上の観点から、事業者間、官民の連携により地域一体となって提供価値を定義するとともにデータ分析における協力体制が求められる

観光デジタルインフラ整備のシナリオ



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

観光デジタルインフラの整備に向けては構造的課題が存在

- 足下は各エリアのDMOに対してデータドリブンな観光地経営を実施するためのデジタルインフラを整備していくことが期待されているが、実態として取り組んでいるDMOは一部にとどまる
 - 制度ではデータ基盤を自前で構築することが定められているわけではないため、DMOの取り組みは通信キャリアから購入した人流データやアンケート結果の活用にとどまるケースが大半
- 一方、観光施策にも活用可能なデジタルインフラ整備を進めている諸外国や都市は、行政主体で整備・活用の体制を構築

観光デジタルインフラ整備の推進における課題

	概要	海外事例
データ統合・標準化の司令塔不足	<ul style="list-style-type: none"> ✓ データを保有する主体が異なることに加えて、各主体が持つデータの形式や粒度が異なるため司令塔となる存在がいないと連携が進みづらい ✓ ステークホルダーが多岐にわたるため、強力な推進主体が不在の場合取り組みが進みづらい 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ スペイン(バルセロナ):市がデータ標準・APIを整備 <ul style="list-style-type: none"> • 「ラ・ボケリア広場」ではセンサーとデータ分析により混雑を事前に察知し、空間の管理と安全性を確保 ✓ シンガポール:国家主導でデジタルインフラを整備
民間事業者がデータを共有するインセンティブの不足	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各事業者単位ではデータを持っていても、データ共有により得られるリターンが明確ではなく連携が進まない 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポール:官民双方のデータ活用・共有を促す環境整備を促進 <ul style="list-style-type: none"> • 政府が保有するデータを「trusted external partners」である民間・コミュニティ組織とも共有可能になる改正法を可決
行政の意思決定スピード	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 予算が年度単位なのでスケールアップしづらい ✓ 都市OS^(注)やデジタルツインを運用する部門が存在しない 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポール:2014年に「Smart Nation Office」が設置され、迅速な政策の実装が可能に ✓ 韓国(ソウル):都市デジタル運用チームが常設 ✓ スペイン(バルセロナ):「Chief Technology Officer」が都市のデータ運用を司令塔として統括
DMOの投資余力不足	<ul style="list-style-type: none"> ✓ DMOは運営において補助金に依存しており、自前の安定収益源を確保できていない ✓ 観光DXの投資回収モデルが確立されていない 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 欧州:大規模な観光地は観光税を原資にデジタル投資を実施

いずれも地域のDMO単体では解決しがたい課題であり、官民連携体制の構築が必要

(注)都市に存在するさまざまな分野のインフラを支えるデータ連携基盤

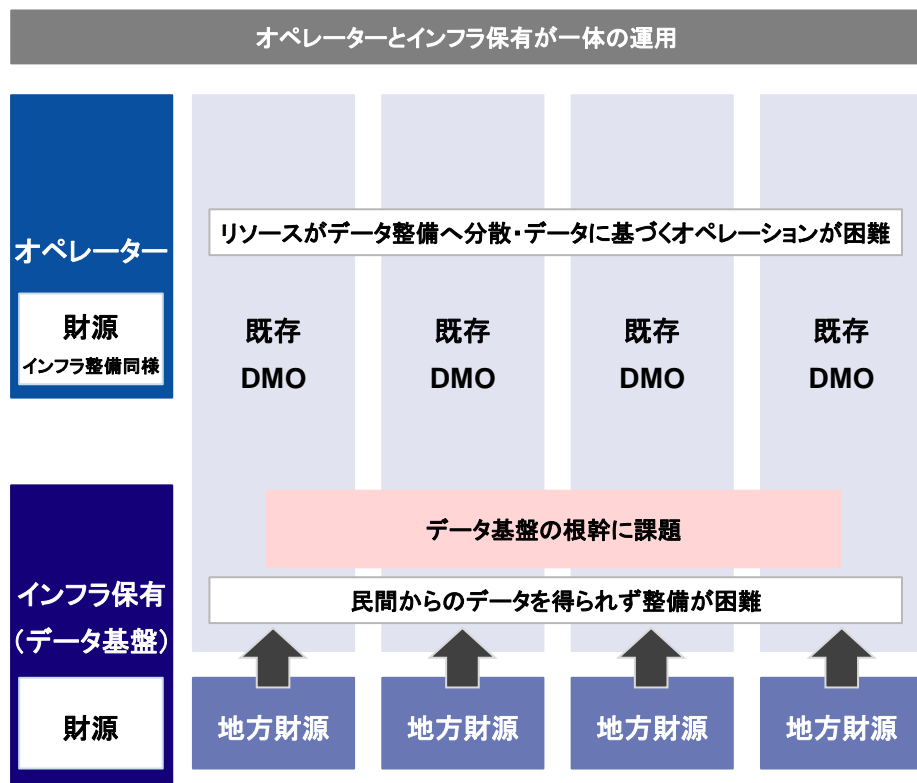
(出所)公開情報より、みずほ銀行産業調査部作成

観光デジタルインフラの整備・保有とオペレーション主体の「上下分離」により運用の持続性を確保

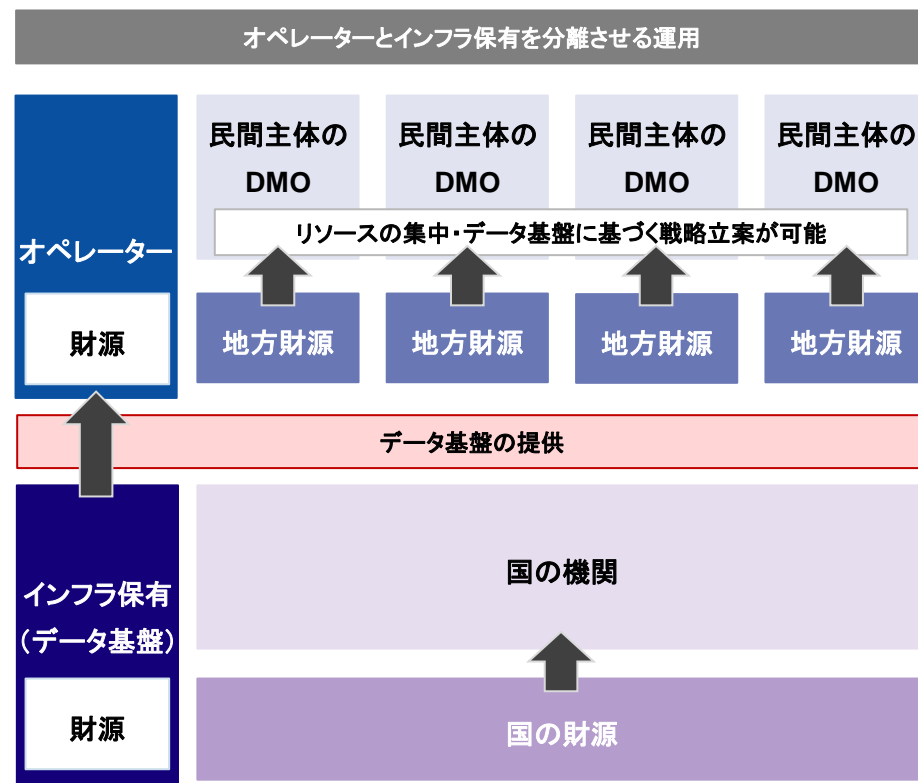
- 現状、DMOはデジタルインフラ整備・保有とデータ分析・戦略実行のオペレーションの推進が求められているが、リソースの制約により両面とも中途半端な位置づけにとどまる事例が散見
- 観光デジタルインフラを活用した持続可能なエリアマネジメントを行うために、インフラ整備・保有とオペレーションの推進主体を官民で区分し、重点領域を明確化したうえで取り組むことが打ち手

観光デジタルインフラの運用体制

【現行の枠組み】



【日本産業・国としての打ち手】

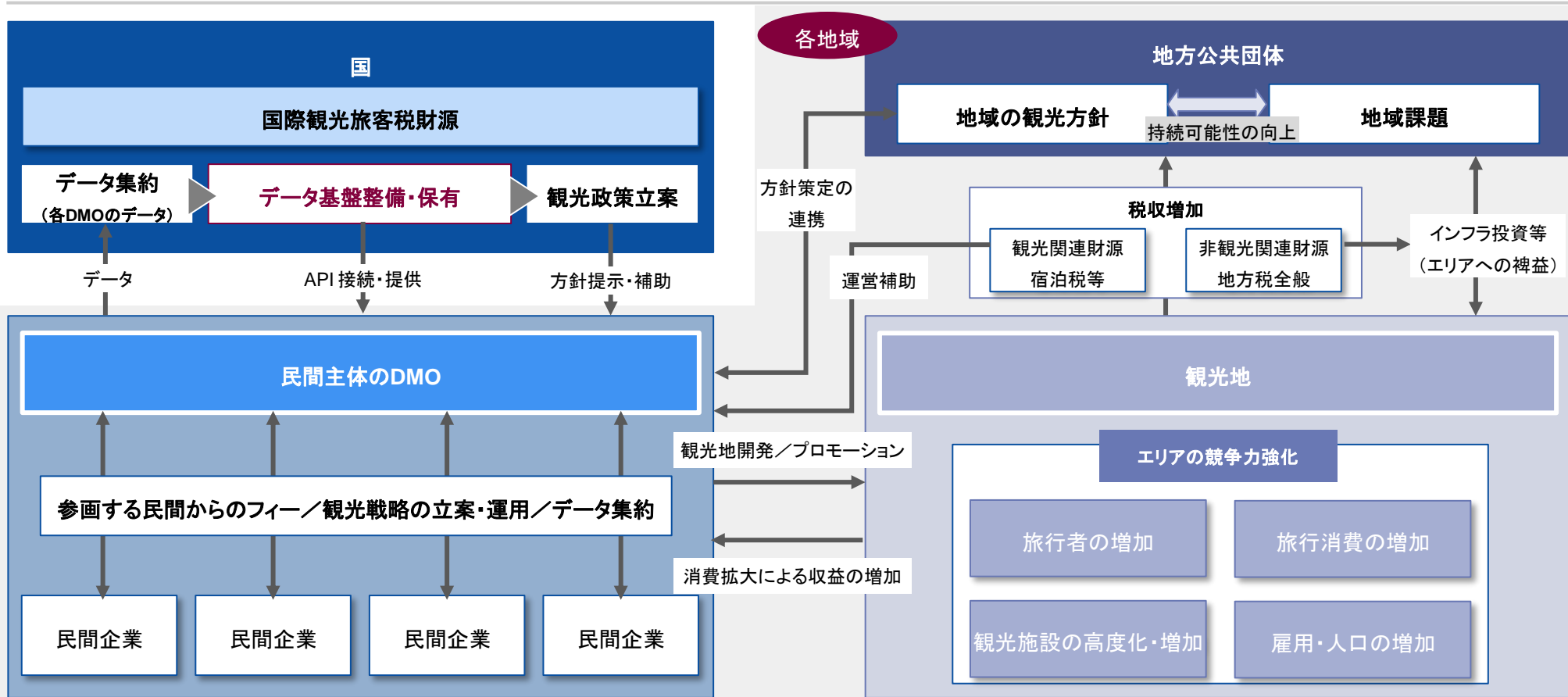


(出所) みずほ銀行産業調査部作成

国・地方公共団体の政策支援が観光地づくりのフレームワークを成立させるために肝要

- 国による国際観光旅客税を財源としたデータ基盤の整備により、DMOは旅行者属性や動態を踏まえた観光戦略立案と観光地づくりが可能
- 地方公共団体への裨益も見込まれるため、国とDMOに加え地方公共団体との連携を組み込むことで観光地づくりの実現可能性を高めることも想定

観光地づくりの政策支援モデル

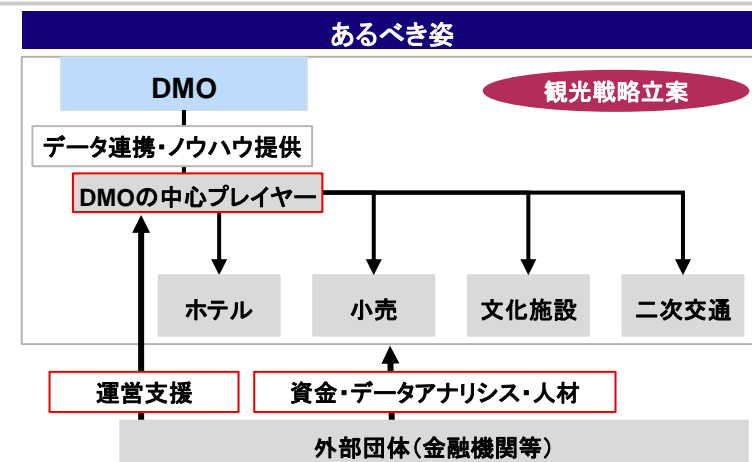
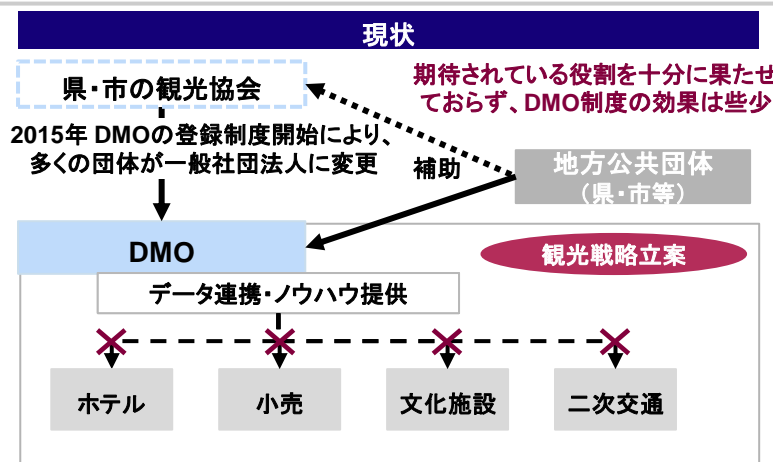


(出所)みずほ銀行産業調査部作成

DMOの現状とあるべき姿 ～地域に根差した民間事業者が中核プレイヤーに

- DMOは、民間のノウハウを活用して地域のとりまとめ・「稼ぐ力」の育成を目的に設立
 - ― ただし現在の組織体の多くは前身の観光協会同様に依然として公共色が強く自治体からの補助金頼りであり、本来の目的を達成できていない
- DMOに求められている機能を踏まえると、民間事業者がDMOの中心プレイヤーとして地域づくりを先導し、外部組織のリソースも活用しながら運営をしていくことが必要

DMOの現状とあるべき姿



民間の 関与状況	データドリブな観光地 オペレーション	△	一部の事業者は自社がカバーしている観光地におけるデータを収集して戦略を立案しているものの、地域全体をカバーするデータは把握せず
	ステークホルダー間 の合意形成	△	個別最適に終始してしまい連携が進まないケースが大半
	デジタルインフラの オペレーション ・サービス開発	×	一部のDMOではデータ連携基盤を運用しているが、民間事業者はオペレーションやサービスにはコミットしていない

課題

- ①中心となる事業者が不在 ②自主財源が無い
③公共色が強い

○	データ基盤に集約された情報に基づいて観光戦略を立案し実行
○	同じ地域内のステークホルダーとなる事業者と連携し、共通ビジョンの達成に向けて協働
○	データ基盤や都市OSを運用し、新たなサービス開発

ポイント

- ①DMOの中心プレイヤーを確立 ②外部団体の支援

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

観光需要最大化を目的としたデジタルインフラ整備は地域社会サービスの質向上にも裨益

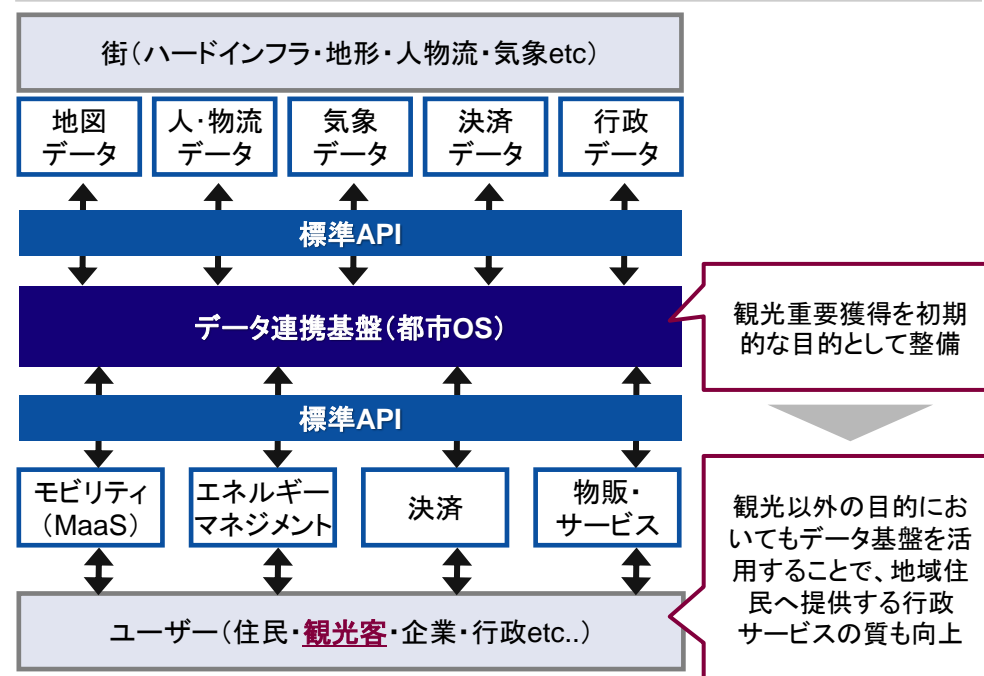
- 観光デジタルインフラの整備による旅行消費の増加は、2040年時点で5.6兆円の生産波及効果を創出
- また、データ基盤等のデジタルインフラは、観光領域のみならず地域住民へ提供する行政サービスの質も向上させ得るものである一方で、初期投資負担が大きいことから、国が主導していくことが必要
 - 人口減少のなか、都市OSを核としたサービスの対象となるユーザーが内需のみでは採算が合わない地域においても、観光需要最大化を目的・効果とすることで都市OS整備が可能になり、結果として住民への行政サービスの質向上を実現

観光デジタルインフラ整備により生じる旅行消費の経済波及効果(2040年)

アップサイドとして獲得できる旅行消費額	3兆200億円
↓	
直接効果	
国内生産額	2.6兆円
就業者数	29.3万人
税金	0.3兆円
↓	
経済波及効果	
生産波及効果(生産誘発額)	5.6兆円
雇用効果(雇用誘発者数)	49.7万人
税金効果(誘発税金額)	0.6兆円

(出所)観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」より、みずほ銀行産業調査部作成

デジタルインフラ整備の波及効果



行政コスト削減を目的とした都市OS整備においてはコスト負担が課題であったが、観光需要最大化の実現をトリガーとした都市OS整備により地域住民への行政サービスの質向上も実現

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

産業調査部 次世代インフラ・サービス室 社会インフラチーム

福島 はるか haruka.a.fukushima@mizuho-bk.co.jp

小林 杏太郎 kyotaro.kobayashi@mizuho-bk.co.jp

[X\(Twitter\)公式アカウント](#) [産業調査部](#)
[「みずほ産業調査」はこちら](#) [発刊レポートはこちら](#)



みずほ産業調査／80号

2026年3月31日発行

© 2026 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。
本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

編集／発行 みずほ銀行産業調査部

東京都千代田区丸の内1-3-3 ird.info@mizuho-bk.co.jp