

# 観光の現状と今後の取組

---

令和6年2月9日

観光庁 観光地域振興部長

中村 広樹

- 1. 観光の意義**
- 2. コロナの影響と直近の状況**
- 3. 観光政策の方向性**
- 4. 主な施策**
  - (1) 持続可能な観光地域づくり**
  - (2) インバウンド回復**
  - (3) 国内交流拡大**
- 5. 今後の取組**

# 1. 観光の意義

## 成長戦略の柱 地域活性化の切り札

人口減少・少子高齢化が進む中、**交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠。**

我が国には、国内外の観光旅行者を魅了する素晴らしい「自然、気候、文化、食」が揃っており、コロナによってもこれらの魅力は失われていない。

**観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札。**

## 豊かな国民生活

旅のもたらす感動と満足感は、誰もが**豊かな人生を生きるための活力**を生み出す。

観光は学習・社会貢献・地域交流の機会でもあり、観光により地域の魅力を発見し、楽しみ、家族の絆を育むことは、**ワーク・ライフ・バランスの充実**にもつながる。

## 自らの文化・地域への誇り

観光を通じて住民が**自らの地域に誇りと愛着**を感じることは、**活力に満ちた地域社会**の持続可能な発展を可能にする。

## 国際相互理解の増進

観光を通じて**異文化を尊重**し、世界の人々と絆を深めることは、草の根から外交や安全保障を支え、**国際社会の自由、平和、繁栄の基盤**を築く**国際相互理解を増進**する。



- 定住人口1人当たりの年間消費額 (130万円) は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊) 23人分、国内旅行者(日帰り) 75人分にあたる。

定住人口 = 1億2,617万人  
1人当たり年間消費額 = 130万円

## 旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円

国内旅行(海外分除く) 21.9兆円

うち宿泊旅行 17.2兆円  
うち日帰り旅行 4.8兆円

訪日外国人旅行者

3,188万人

国内旅行者(宿泊+日帰り)

5億8,710万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億1,162万人  
うち日帰り 2億7,548万人

1人1回当たり旅行支出  
15万8,531円

1人1回当たり消費額  
宿泊 5万5,054円  
日帰り 1万7,334円

+

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

国内旅行者(宿泊)23人分

又は

国内旅行者(日帰り)75人分

定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。  
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。  
訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。  
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。  
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものの。(※観光庁資料)

# 訪日外国人旅行消費額(2023年暦年(速報))の製品別輸出額(2022年)との比較

(単位：兆円)



2023年暦年(速報)の訪日外国人旅行消費額  
5兆2,923億円

資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成  
注：訪日外国人旅行消費額は2023年暦年(速報)より算出。製品別輸出額は2022年暦年であることに留意。

旅行者に、地域の文化や生業等に触れてもらうことで、地域住民も、その価値を再認識し、自らの地域等を誇りに感じる

➡ 地域の更なる魅力向上を通じて、旅行者・地域住民の双方の好循環を実現

旅行者

観光等で地域を訪問

地域の魅力向上による更なる誘客

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域

地域住民

地域における当たり前の日常

- ・自然、風景、歴史・文化、街並み
- ・郷土料理
- ・農業、漁業など地域で営まれてきた生業

非日常の体験・感動

相互交流・理解

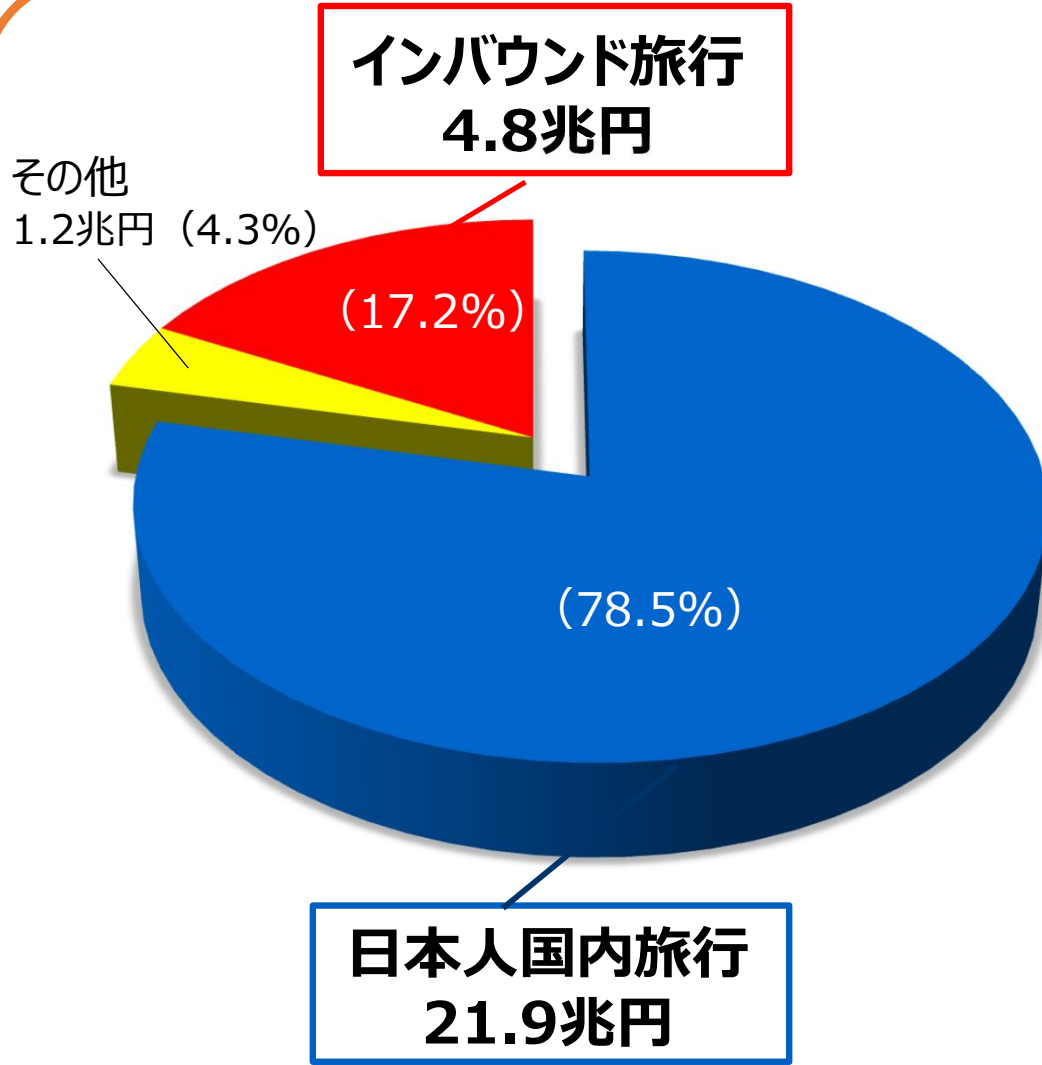
⇒ 意識の変化

自らの文化・地域への誇り

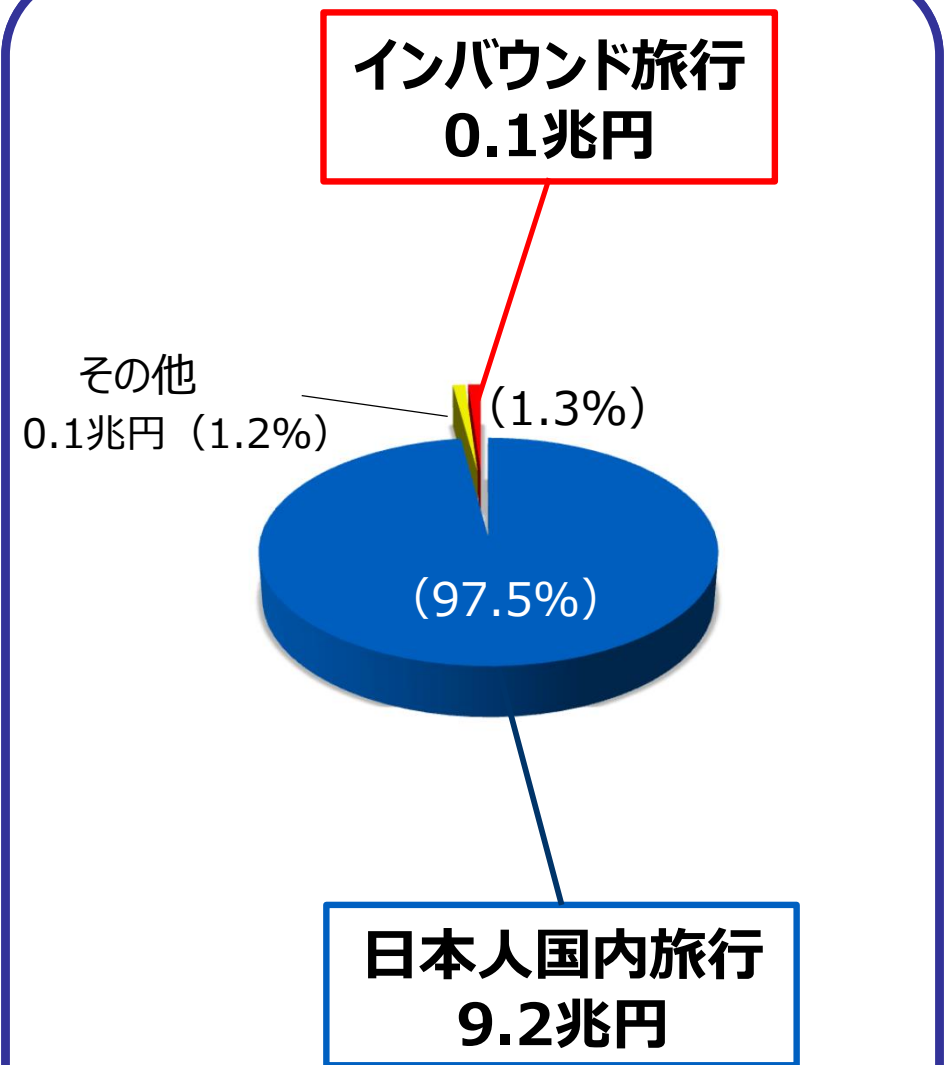
- ・地域の良さの再認識、特別なものとしての気づき
- ・地域への誇り、幸福感の実感
- ・地域の環境、文化・生業等の維持・保全

## 2. コロナの影響と直近の状況

2019年（令和元年）：27.9兆円



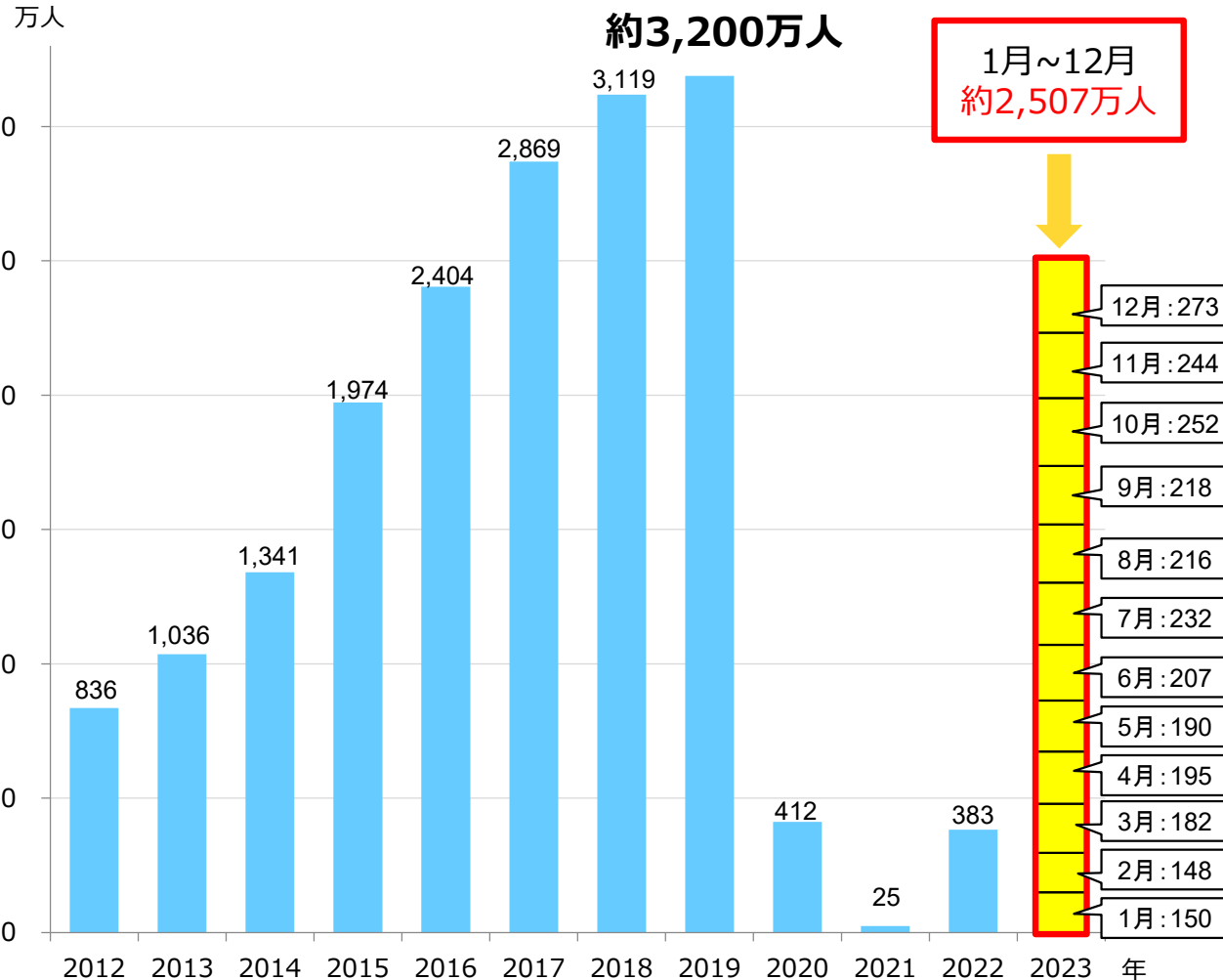
2021年（令和3年）：9.4兆円



# インバウンドの状況(旅行者数)

- 2019年まで飛躍的に増加も、新型コロナの影響により、2020年以降、大幅な落ち込み
- 2022年10月の水際措置の緩和以降、堅調に増加の傾向
- 2023年の訪日外国人旅行者数は約2,507万人と、**コロナ前と比べ79%の回復**（中国を除くと**102%の回復**）
- 同年12月の訪日外国人旅行者数は約273万人と、**コロナ前と比べ108%の回復**（中国を除くと**133%の回復**）となり、3ヶ月連続で単月では コロナ前の水準を回復

訪日外国人旅行者数の推移



国・地域別訪日者数上位 (2023年12月)

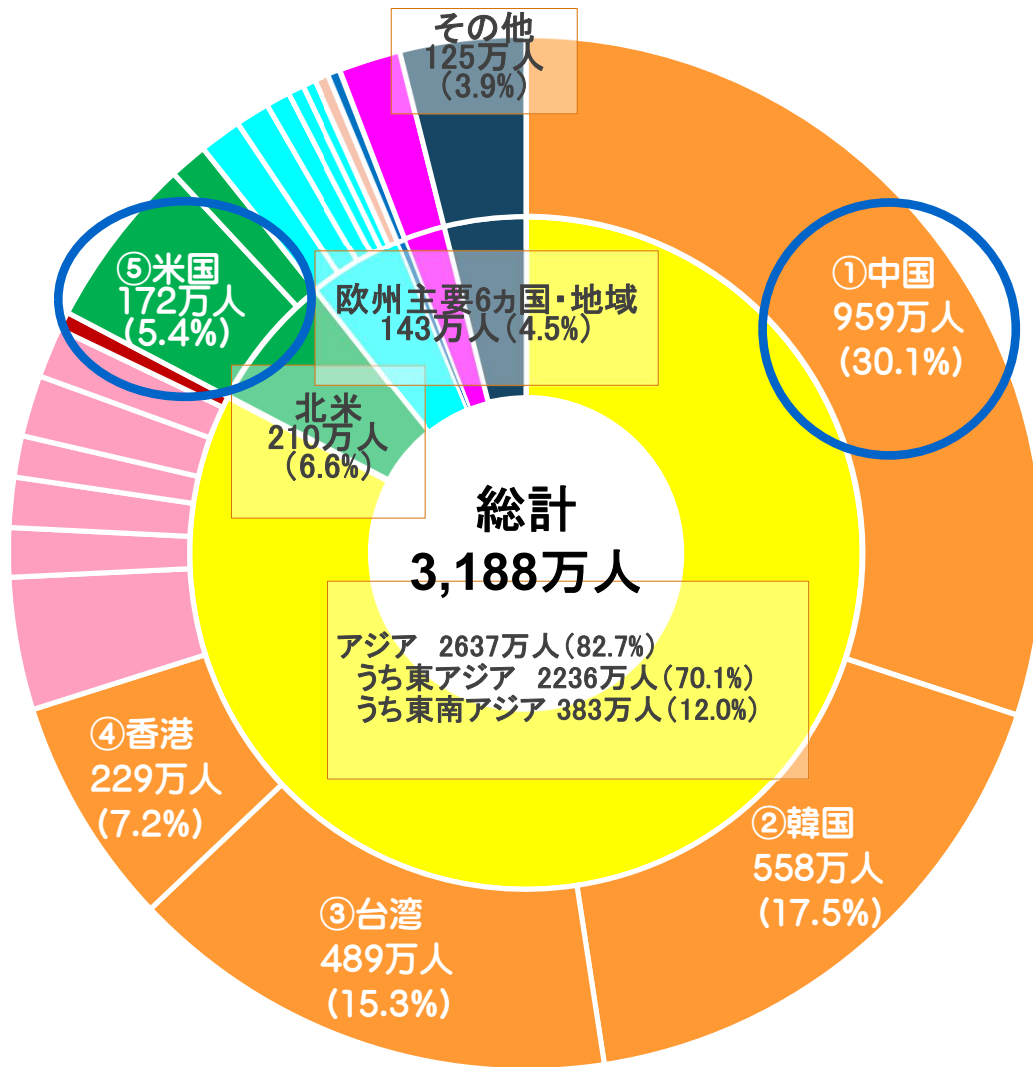
①韓国	78万人
②台湾	40万人
③中国	31万人
④香港	25万人
⑤米国	18万人

出典：日本政府観光局 (JNTO)

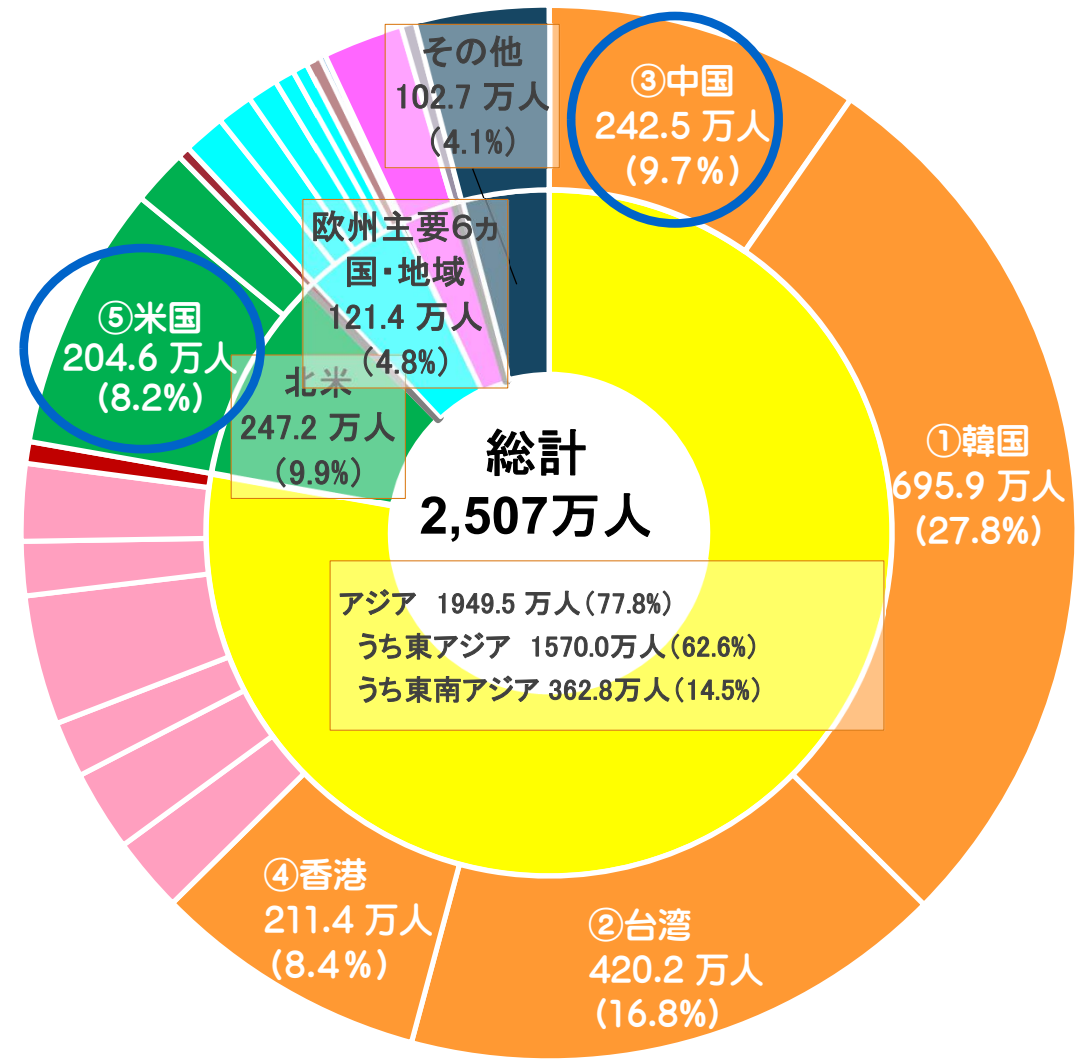
※ 2022年以前は確定値、2023年1月～10月の値は暫定値、2023年11月～12月の値は推計値

# 国・地域別の訪日外国人旅行者数及び割合

【2019年確定値】



【2023年推計値】

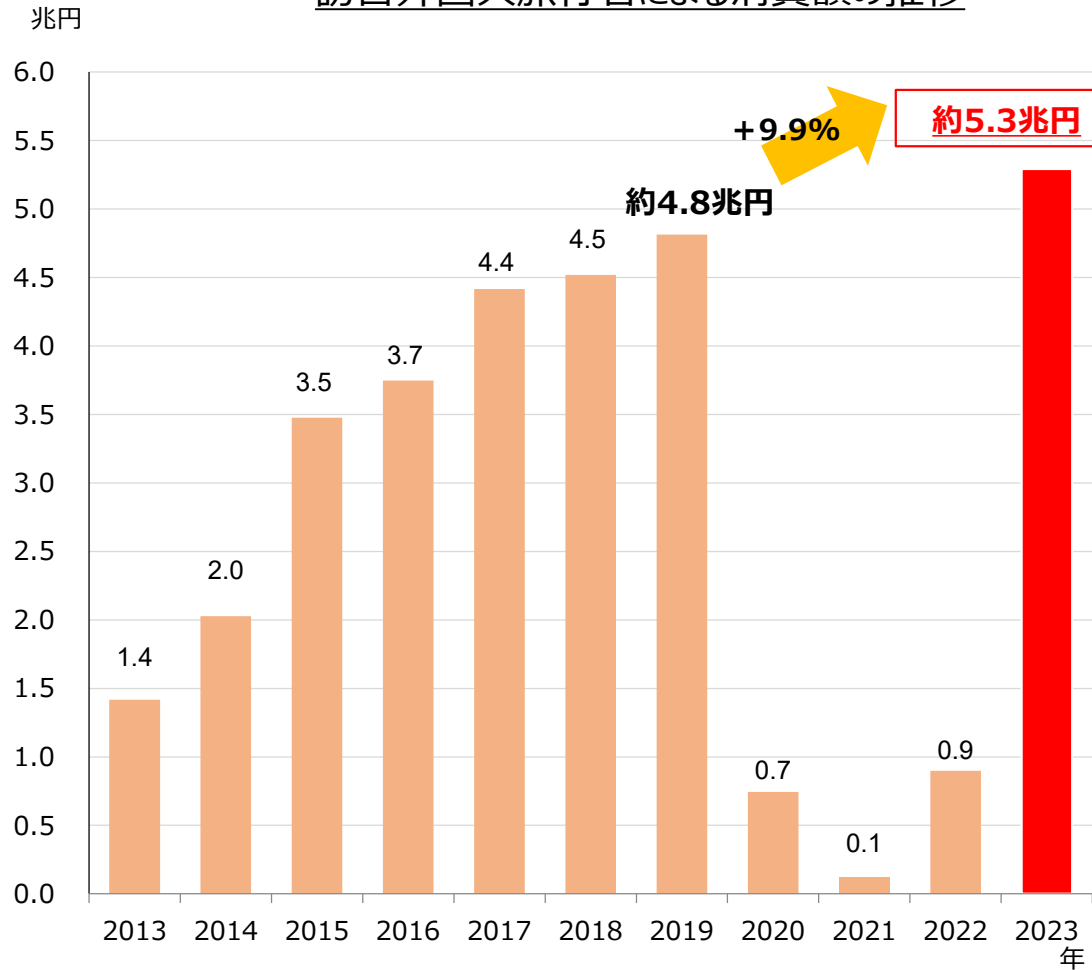


※ ①~⑤は訪日重点市場(上記23市場)のうち訪日外国人旅行者数上位5位の国・地域※ ( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。  
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

# インバウンドの回復状況(消費額)

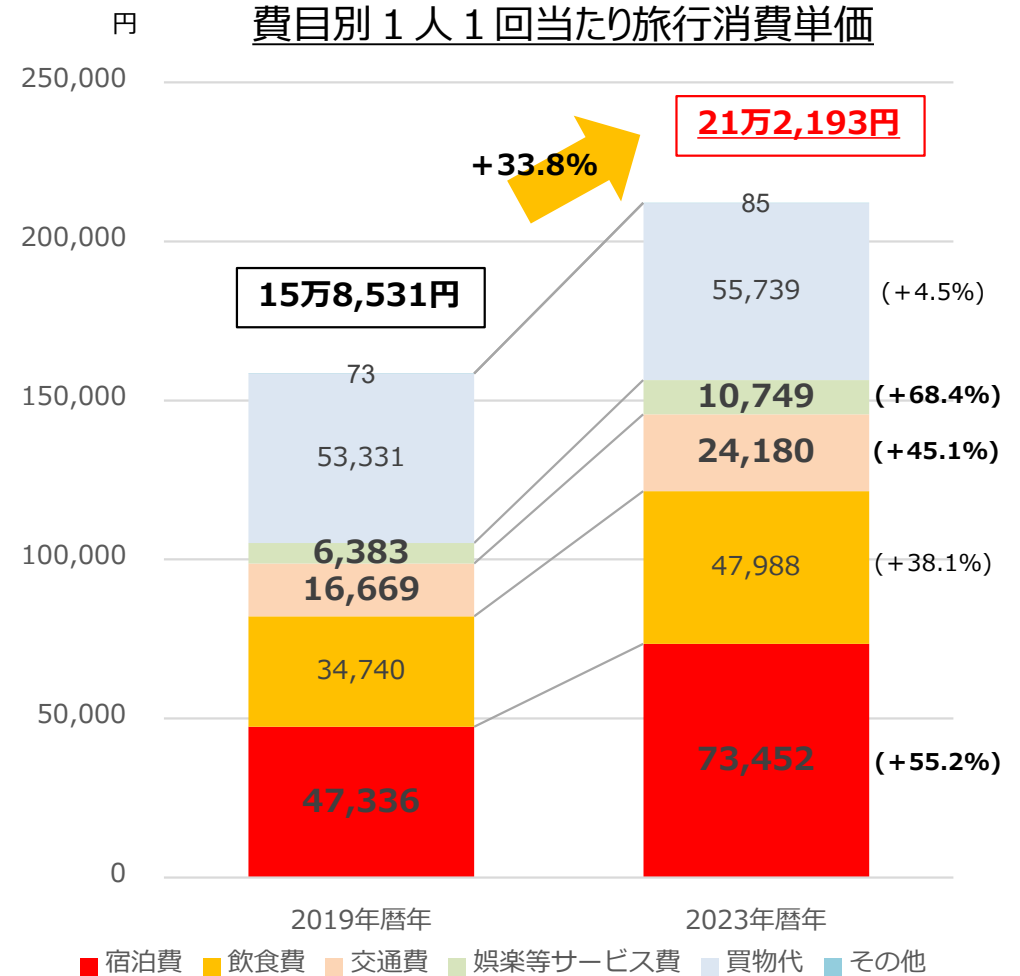
- 2023年の訪日外国人消費額は、**5.3兆円と過去最高**。(2019年は4.8兆円。2019年比9.9%増)
- 費目別にみると、**娯楽等サービス費、宿泊費、交通費等**が上昇。
- 訪日外国人(一般客) **一人当たりの旅行支出は、21万2千円**(2019年比33.8%増)
- ※平均泊数が伸びたこと(8.8泊→10.2泊)や円安・物価上昇の影響等が考えられる。

訪日外国人旅行者による消費額の推移



出典：「訪日外国人消費動向調査」より算出

費目別 1 人 1 回当たり旅行消費単価



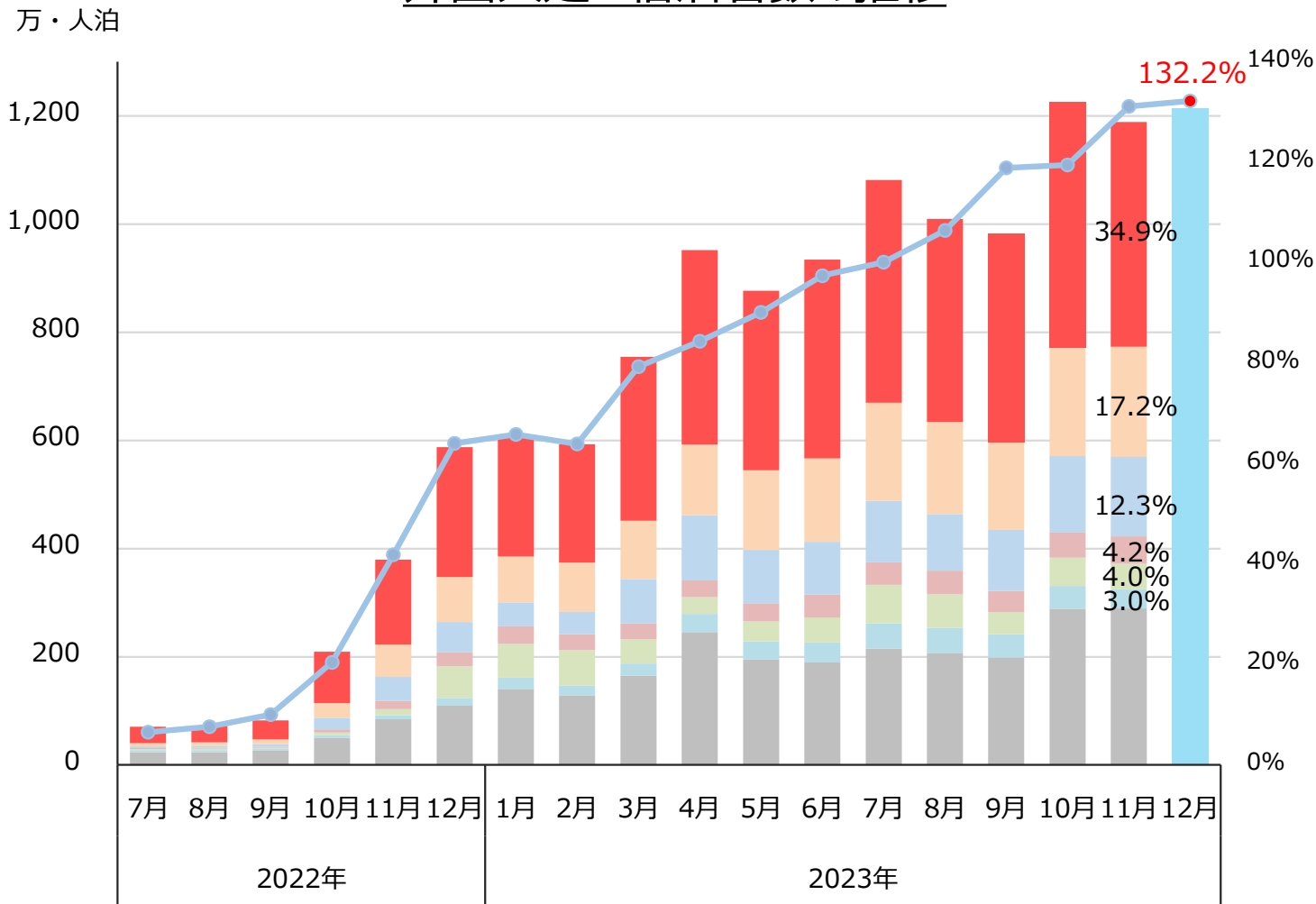
※2023年暦年は1次速報値。



# インバウンドの状況(延べ宿泊者数)

- 2023年12月の外国人延べ宿泊者数は**1,214万人泊**で、**コロナ前以上に回復**（2019年同月比132.2%）
- 他方、観光需要の回復状況は**宿泊先地域によって偏在傾向**が見られ、**三大都市圏のみで7割超**（72.4%）

## 外国人延べ宿泊者数の推移



## 都道府県別外国人延べ宿泊者数 (2023年11月)

三大都市圏※ トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
東京都	34.9%	415.2 万人泊
大阪府	17.2%	204.1 万人泊
京都府	12.3%	146.6 万人泊
神奈川県	2.4%	28.9 万人泊
千葉県	2.3%	28.3 万人泊
地方部 トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
福岡県	4.2%	50.4 万人泊
北海道	4.0%	47.3 万人泊
沖縄県	3.0%	35.5 万人泊
山梨県	1.4%	16.7 万人泊
大分県	1.3%	15.8 万人泊

■ 東京都 
 ■ 大阪府 
 ■ 京都府 
 ■ 福岡県 
 ■ 北海道 
 ■ 沖縄県 
 ■ その他 
 ● 2019年同月比

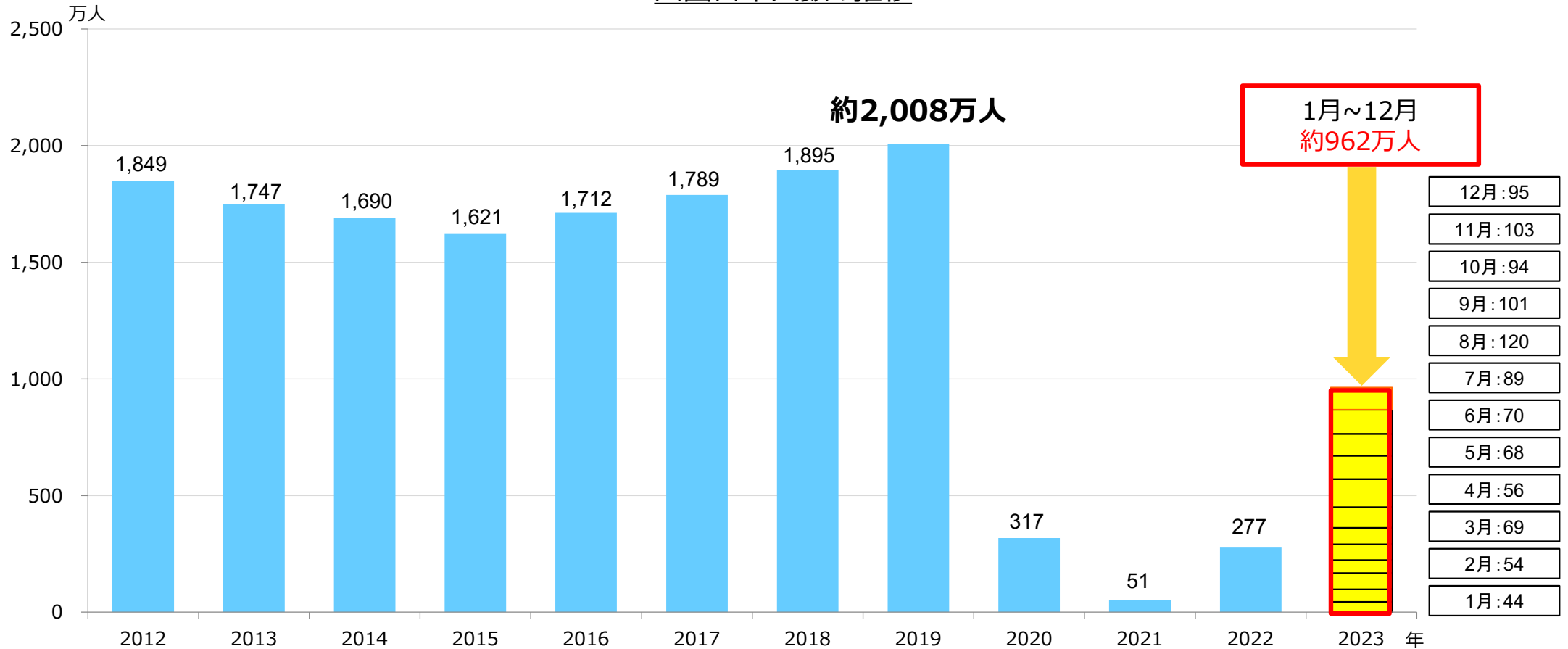
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

※ 埼玉県・千葉県・神奈川県、東京都、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

# アウトバウンドの状況(出国日本人数)

- 2015年から順調に増加も、新型コロナの影響により、2020年以降、大幅な落ち込み。
- 12月の出国日本人数は約95万人と、**コロナ前の55.4%の回復**となり、1月から12月の累計では962万人。
- 日本人の国際感覚の向上、国民の国際相互理解の増進、国際航空ネットワークの充実のため、イン・アウト双方向での需要回復を促進していく必要がある。

出国日本人数の推移

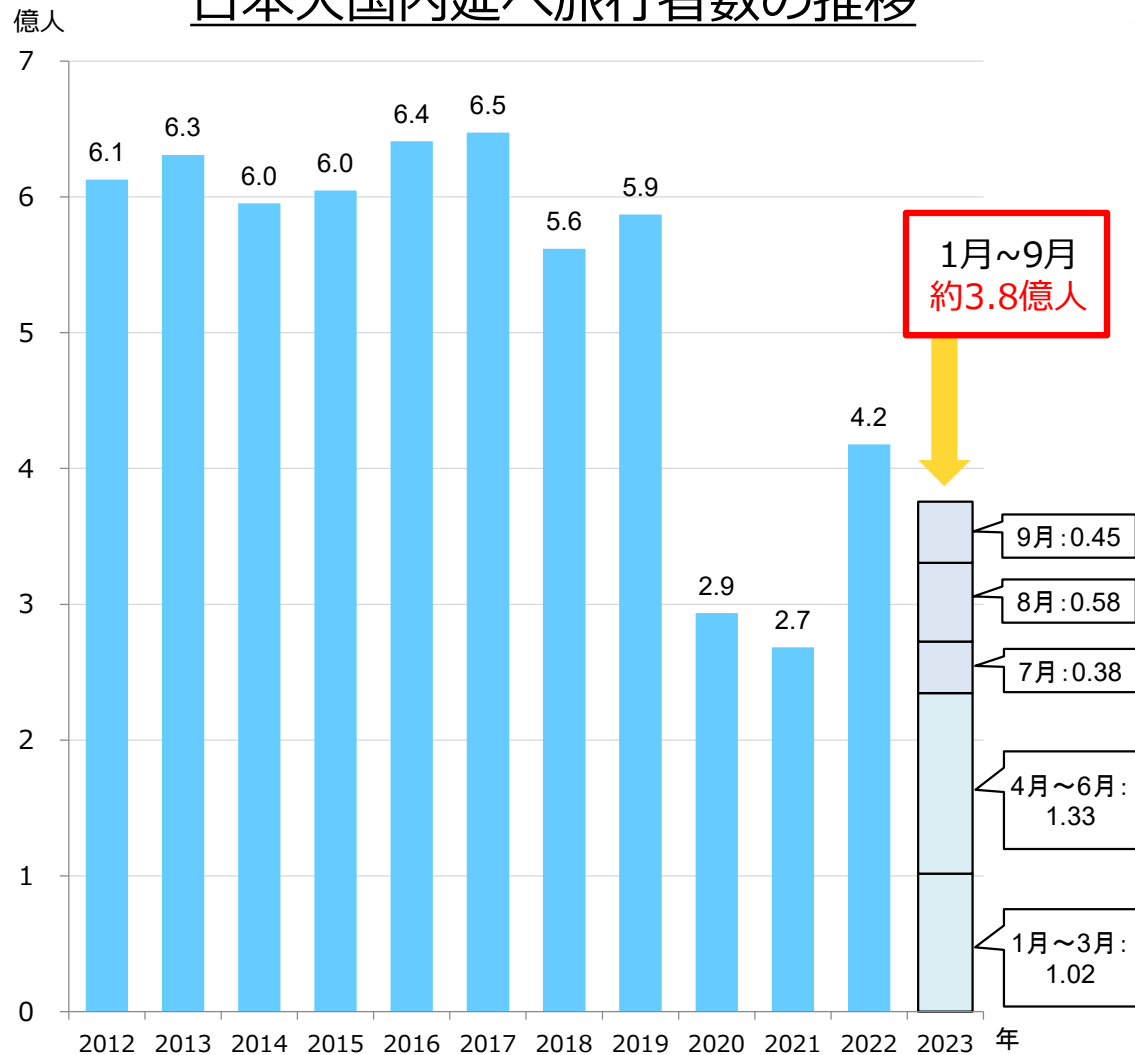


出典：日本政府観光局（JNTO）

※ 2022年以前は確定値,2023年1月～11月の値は暫定値、2023年12月及び1～12月の値は推計値

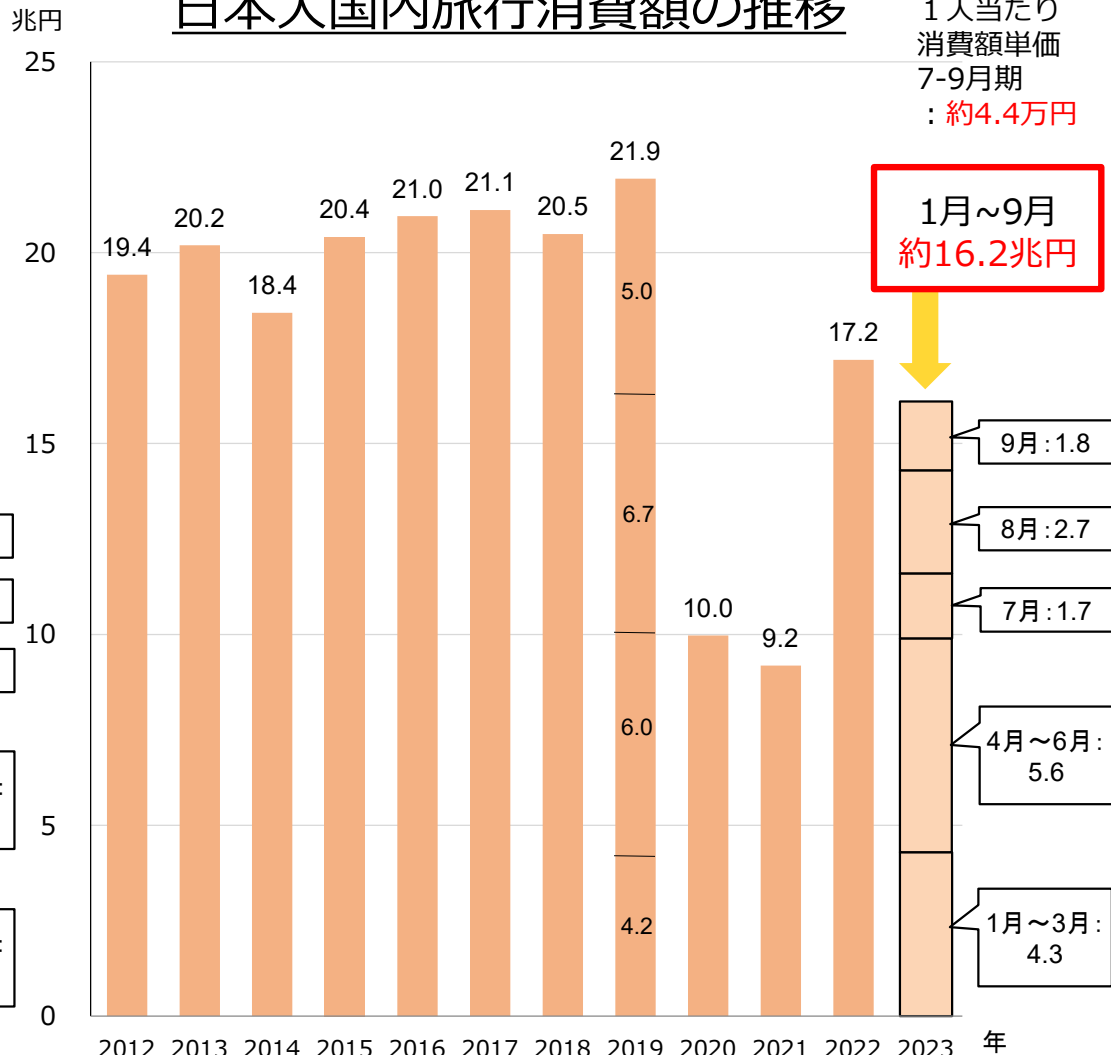
- 国内の旅行者数・消費額は横ばいで推移しており、今後も人口減少の影響を受ける
- 2023年1-9月期の国内旅行消費額は、2019年同期比の約96%まで回復
- 2023年7-9月期の国内旅行者一人当たりの旅行支出は、2019年同期比で約12%増

## 日本人国内延べ旅行者数の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」  
※2023年7月～9月の値は速報値

## 日本人国内旅行消費額の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」 14  
※2023年7月～9月の値は速報値

# 観光のトレンド 「持続可能な観光」への関心の高まり

- コロナ禍を経て、世界の旅行者は持続可能性への関心や、自然・アクティビティに対する需要が高まっている。  
→ 日本の観光関係者も「持続可能な観光」への意識を高めていく必要がある。

「今後1年間において、よりサステナブルに旅行したい」  
世界の旅行者の**76%**（日本の旅行者の56%）

自然・アクティビティに対する需要の高まり

※世界35の国と地域の33,228名を対象とした調査の回答結果  
出典：Booking.com“Sustainable Travel Report2023”（2023年2月）

※コロナ以前と比較し、キャンプ場や貸別荘のような宿泊施設に関する検索が増加  
出典：Tripadvisor, beyond COVID-19: The Road to Recovery for the Travel Industry（2020年5月）



プラスチックごみを回収するクルーズツアー（オランダ）



環境負荷の抑制や地元雇用に取り組むエコロッジ（フィンランド）



アドベンチャーツーリズム

世界のアドベンチャーツーリズム市場規模は、2026年には**173兆円**まで成長との予測あり  
⇒**ツーリズム産業の成長を牽引**

※出典：Allied Market Research



住民が観光客をおもてなし（カナダ・フォージ島）

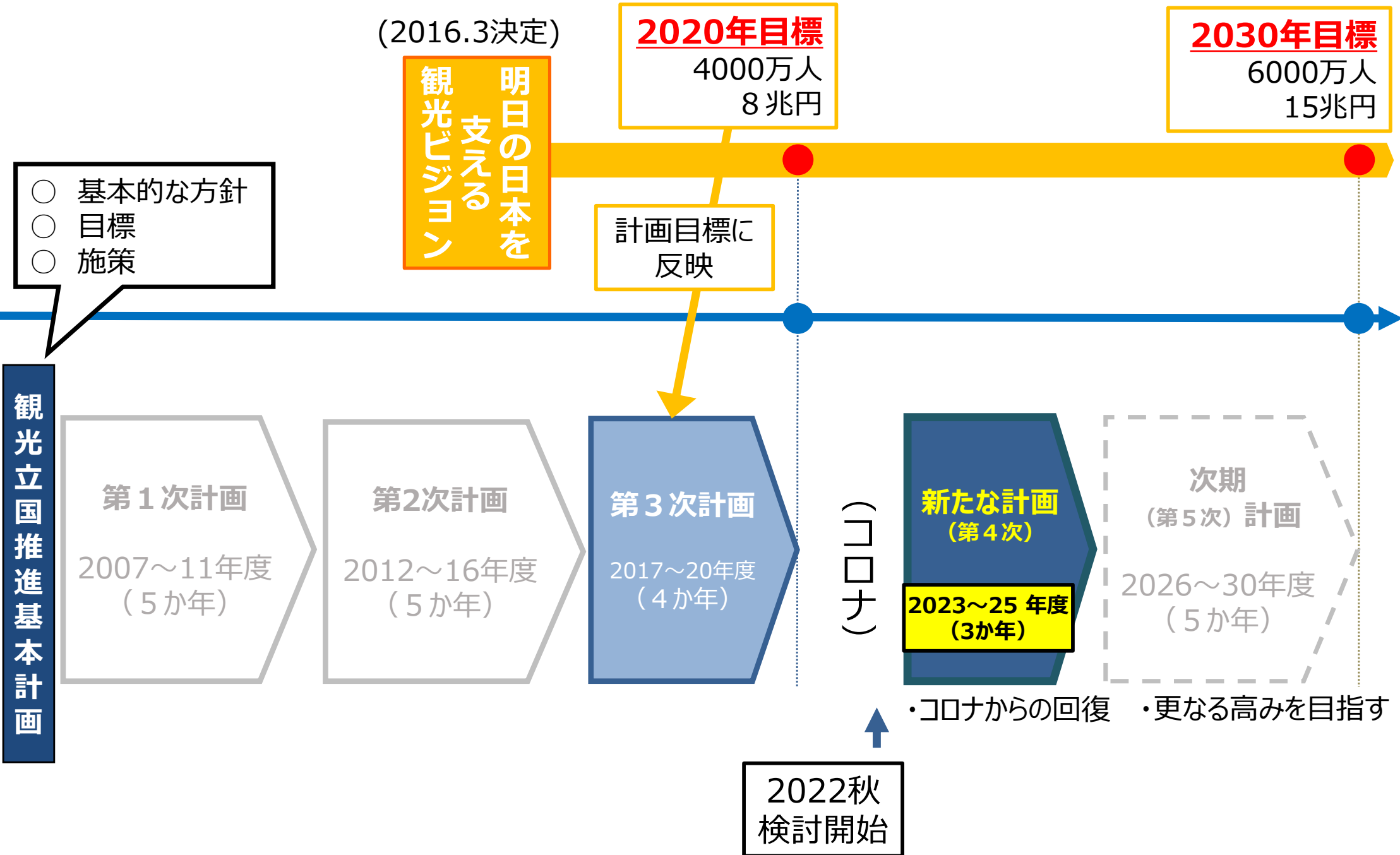


グランピング



アクティビティ

## 3. 観光政策の方向性





# 観光立国推進基本計画(第4次)について(基本的な方針)

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱**、**地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、**2025年(万博開催)に向け**、我が国の観光を**持続可能な形で復活させる**。
- 「**持続可能な観光**」「**消費額拡大**」「**地方誘客促進**」をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

## 取り組む3つの戦略

### 持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**

### インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

### 国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- ワークেশョン、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

## 目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活気に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上**、**観光産業の収益力・生産性の向上**、**交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている 18

# 観光立国推進基本計画(第4次)について(目標)

## 考え方

- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ**質の向上を強調**するとともに、地域の目標への引き直しやすさも考慮。
- 今後の世界的なコロナの収束見通しが不透明であることも踏まえ、**人数に依存しない指標**を中心に設定。

## 目標

	2019年実績	コロナ (2021年)	早期達成を 目指す目標	2025年目標
--	---------	----------------	----------------	---------

の地域づくり  
の体制整備

① 持続可能な観光地域づくりに  
取り組む地域数 (新たに設定)

12地域  
※2022年

全都道府県  
100地域

② 訪日外国人旅行者一人当たり  
旅行消費額 (新指標)

15.9万円/人

—

20万円/人  
(2019年比25%増)

<訪日外国人旅行消費額単価>

〔旅行消費額〕  
4.8兆円

〔旅行消費額〕  
0.1兆円

旅行消費額  
5兆円

〔旅行消費額〕  
6兆円超

(注1)

③ 訪日外国人旅行者一人当たり  
地方部宿泊数 (新指標)

1.4泊

—

2泊

④ 訪日外国人旅行者数

3,188万人

25万人

⑤ 日本人の海外旅行者数

2,008万人

51万人

2019年水準超え  
(注2)

⑥ 国際会議の開催件数割合

アジア2位  
アジア主要国シェア約30%

—

アジア最大の開催国  
アジア主要国シェア3割以上

⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数

3.0億人泊

2.0億人泊

3.2億人泊

⑧ 国内旅行消費額

21.9兆円

9.2兆円

20兆円

22兆円  
(2030年目標の前倒し)

インバウンド

国内

(注1) 訪日外国人旅行者数が2025年目標を達成した場合。

(注2) 世界的なコロナの収束見通しが不透明な中で設定したものであることに特に留意が必要。



## 4. 主な施策

### (1) 持続可能な観光地域づくり

## 地球環境に配慮した旅行

従来の旅行形態

旅行先としての国際競争力の低下

- ・ CO2削減に資する交通手段の活用
- ・ 省エネ、プラゴミ削減等に取り組む宿泊施設の利用
- ・ 食品ロスの削減



## 地域社会・経済の持続可能性を高める観光地域づくり

地域に根付いたコンテンツ

- ・ 自然環境、風景
- ・ 文化、伝統、歴史、郷土料理
- ・ 地場産業（農業、林業、伝統工芸等）

人口減少・過疎化に伴う風化・消滅

来訪動機の創出  
受入環境の整備

一過性の取組み

①地域の環境・社会・経済の  
持続可能性や価値を  
更に高める来訪動機創出

一部の企業のみ裨益  
地域社会全体の活性化に繋がらず

⑤持続可能な観光戦略策定、  
効果検証

日本版持続可能な  
観光ガイドラインの活用

②地域一体となった取組み  
地域全体の活性化

マネジメント機能の強化  
担い手の育成

④住民理解の確保

③観光従事者の担い手確保、  
労働環境改善

オーバーツーリズム、マナー違反等

観光従事者の担い手不足

訪れる価値、住まう価値の向上

- 各地方公共団体やDMOが、観光客と地域住民双方に配慮し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づき、持続可能な地域マネジメントを行うためのツールとして、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン (Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations, JSTS-D)」を開発 (2020年6月)。

## 「日本版持続可能な観光ガイドライン」の構成

**47の大項目・113の小項目**

### 4つの分野

### 大項目 (例)

#### A 持続可能なマネジメント

大項目数 : 16 小項目数 : 41

- ・観光地経営戦略と実行計画等の作成・モニタリング
- ・住民参加と意見交換の機会の確保
- ・観光入込客数や宿泊数等の旅行実態の把握
- ・観光地の危機管理や感染症対策

#### B 社会経済のサステナビリティ

大項目数 : 8 小項目数 : 24

- ・観光における経済効果の測定
- ・観光事業者への雇用機会の提供と事業支援
- ・安全と治安、ハラスメントや差別の防止
- ・バリアフリー等の多様な受入環境整備

#### C 文化的サステナビリティ

大項目数 : 8 小項目数 : 19

- ・有形、無形の文化遺産の保護と継承
- ・地域住民のための利便向上
- ・マナー啓発など、文化遺産における旅行者の規制、管理

#### D 環境のサステナビリティ

大項目数 : 15 小項目数 : 29

- ・自然遺産保護に関する計画や規制等の作成
- ・生態系の保全、動物福祉への取組
- ・省エネルギー、カーボンニュートラルへの取組
- ・光害、騒音、廃棄物の削減への取組



# 関連する国際認証・表彰

## 認証団体の認証・表彰

- 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域は、各項目の取組について検証のプロセスを整理し、PDCAサイクルをしっかりと回していくことが必要となる。
- 外部団体の認証制度や表彰制度に挑戦することは、第三者からの評価を受けて自地域の取組を客観的に検証する機会となり、地域の持続可能性を高める取組の一環として有用であると考えられる。

## Green Destinations (GD) について

国際認証団体「Green Destinations (GD)」が、観光地域向けの基準を設けて評価。世界の持続的な観光地Top100選やGSTC認証といった表彰・認証制度を採用。



### 世界の持続的な観光地Top100選

GDが設定する独自の基準に基づき、一定の基準を満たした地域を100程度、年に1回表彰する制度。

## ベスト・ツーリズム・ビレッジ (BTV)

地域コミュニティの伝統と文化の保全を目的とした、観光の強みを活かした地域振興における優良事例の認定制度。文化資源の振興と保全や環境分野の持続可能性といった計9の項目に基づいて評価され、国連世界観光機関 (UNWTO) によって毎年認定される。



## 認証・表彰地域の声

- SDGs関連やサステナブルツーリズムに関連した訪問先として、修学旅行や研修等の問い合わせ、需要が増えた。
- (DMOが主体であった場合) 地域住民や地域事業者からDMOの存在をアピールし、取組の理解が得られるようになった。
- (特に地方公共団体が主体であった場合) 特に国際認証を取得したことがきっかけで、首長の理解が深まり、トップダウンで推進できるようになった。翌年度の予算獲得にも繋がった。
- (特に国際表彰を受けた地域では) GSTCやGD等の国際団体の会合等に出席あるいは発表する機会が増え、地域の国際的なプレゼンスを高める機会に繋がった。

# 観光地域づくり法人(DMO)の形成・確立

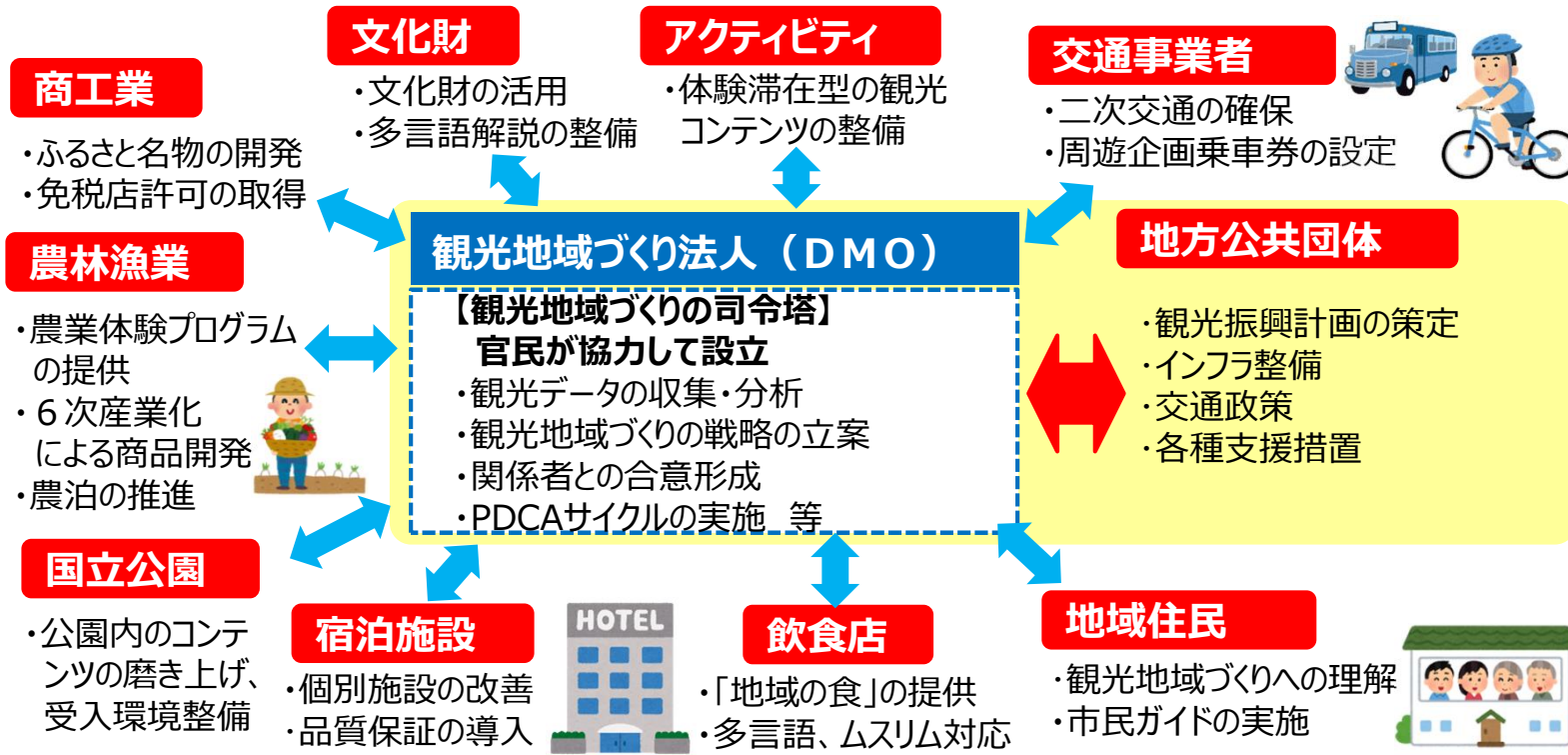
## 観光地域づくり法人(DMO)

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

DMO : Destination Management / Marketing Organization

### 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

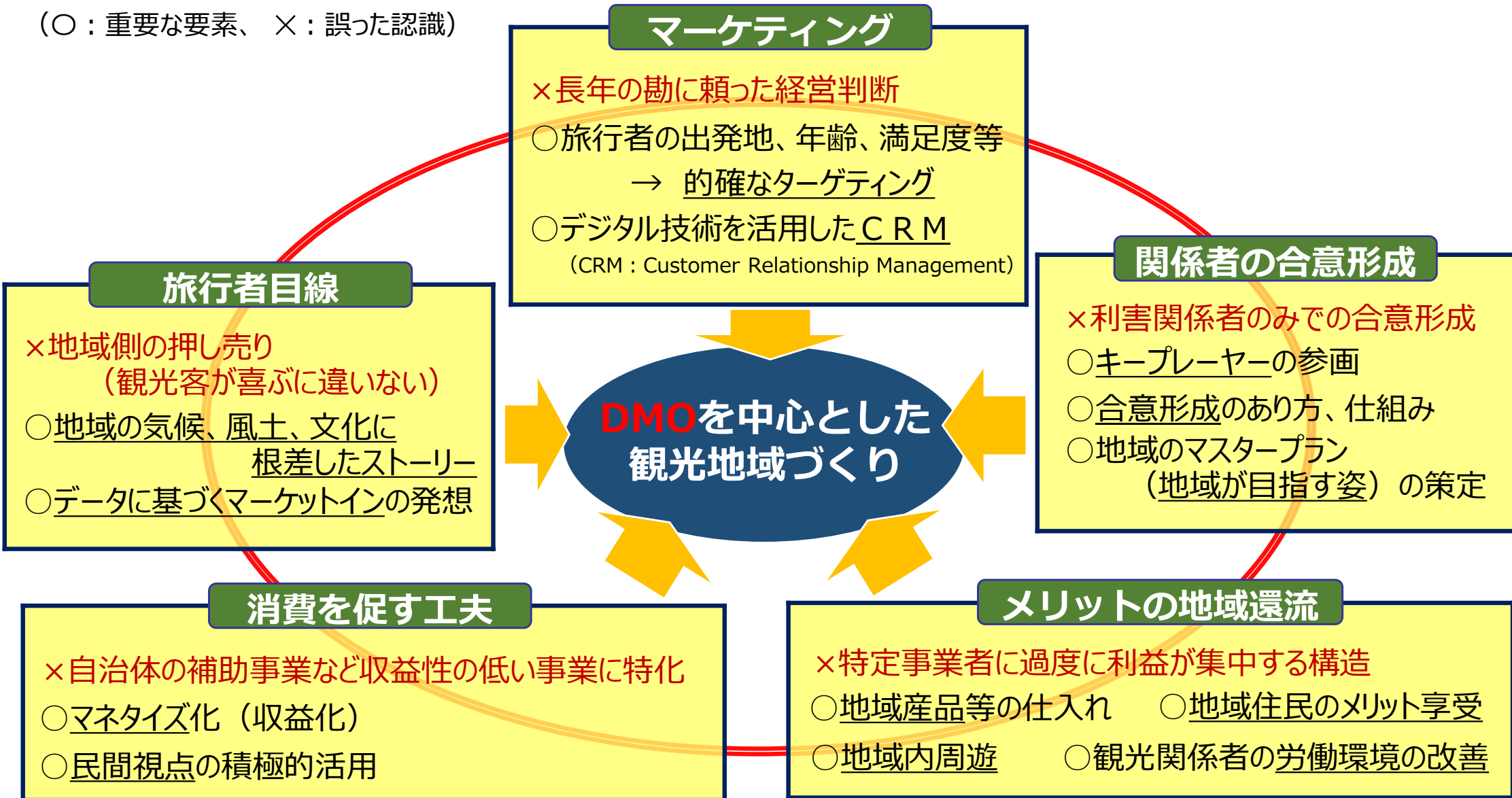
地方誘客・旅行消費拡大



# 観光地域づくりを成功に導くための5つの要素

■ 観光地域づくりを成功に導くためには、以下の5つの要素について、戦略を策定する組織として、「地域の司令塔」であるDMOの役割が重要。

(○ : 重要な要素、 × : 誤った認識)



# 観光地域づくり法人(DMO)の類型と役割分担

## ■ 地域DMO：基礎自治体である単独市町村の区域を一体として、観光地域づくりを行う組織

- ・対象区域のマーケティング、戦略策定、観光資源の磨き上げ、受入環境の整備等

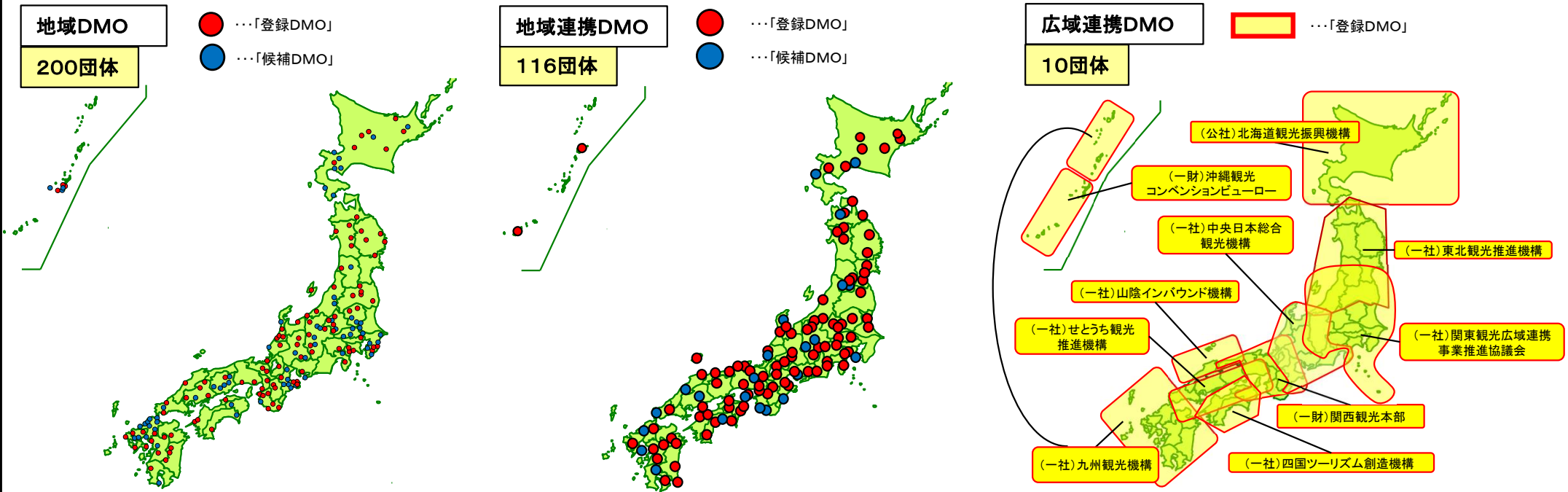
## ■ 地域連携DMO：複数の自治体にまたがる区域を一体として、観光地域づくりを行う組織

- ・対象区域のマーケティング、戦略策定、観光資源の磨き上げ、受入環境の整備等

## ■ 広域連携DMO：地方ブロックレベルの区域を一体として、観光地域づくりを行う組織

- ・対象区域のマーケティング、各地域の観光資源を集約し、戦略策定やプロモーション、広域的なコンテンツの開発等

「DMO登録制度」として326団体(※)が登録(R5.3.31時点)

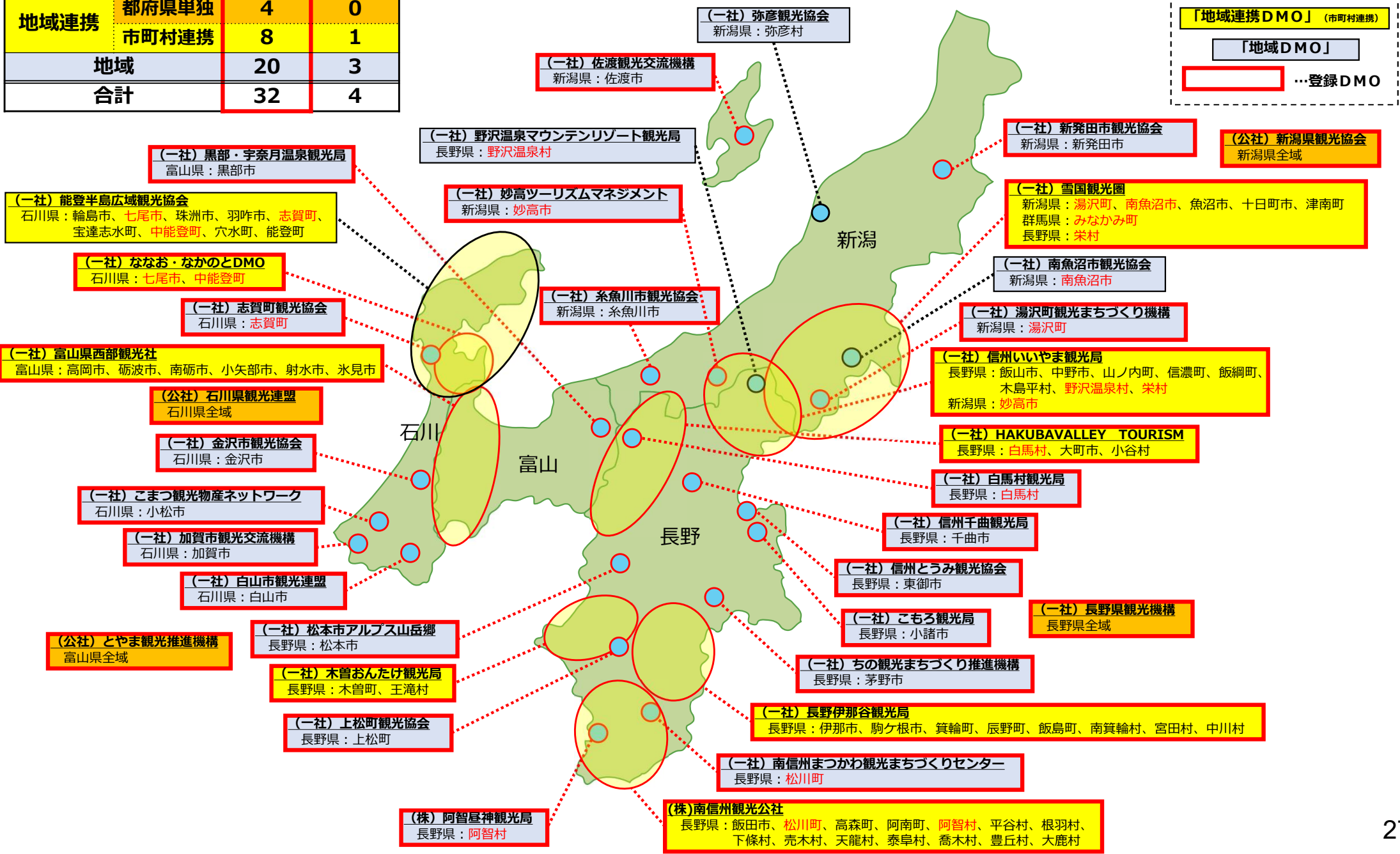


※「登録DMO」登録数：270団体、「候補DMO」登録数：56団体

# 北陸信越地方（地域連携DMO・地域DMO）

		登録DMO	候補DMO
地域連携	都府県単独	4	0
	市町村連携	8	1
地域		20	3
合計		32	4

「地域連携DMO」(都府県単独)  
 「地域連携DMO」(市町村連携)  
 「地域DMO」  
 ...登録DMO





# 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

○ 宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去、面的DX化などの取組の支援について、複数年度にわたり **計画的・継続的に支援できるよう制度を拡充**

⇒ **観光需要の拡大、収益・生産性向上等の実現を図り、地域・産業の「稼ぐ力」を回復・強化**

## ① 地域計画の作成支援

※ 自治体・DMO等の地域を代表する団体等が作成

観光地の再生・高付加価値化プラン（地域計画）の作成に向け、

○再生・高付加価値化のコンセプトづくり、○地域の合意形成、○個別施設の改修等の事業の内容の磨き上げ、○資金調達などの点について、**地域の取組を国が支援**（専門家派遣等、伴走支援の実施）

## ② 地域計画に基づく主な事業支援

### 宿泊施設の高付加価値化改修

観光地の面的再生に資する  
宿泊施設の改修支援

**補助上限1億円（補助率原則1/2（※））**

※投資余力の乏しい事業者について、一定の条件を満たしたものについては補助率2/3



### 廃屋撤去

観光地の景観改善等に  
資する廃屋の撤去支援

**補助上限1億円（補助率1/2）**



### 観光施設の改修等

観光地の面的再生に資する  
土産物店や飲食店等の改修支援

**補助上限最大2000万円（※）  
（補助率1/2）**

※面的DX化に参加する場合、  
それ以外は補助上限1000万円

公的施設への観光目的での改修支援

**補助上限2000万円（補助率1/2）**



### 面的DX化

観光地の面的再生に資する  
面的DX化支援

**補助上限最大5000万円（※）  
（補助率1/2）**

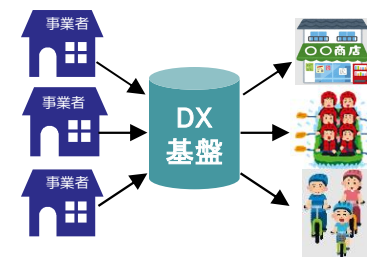
※面的DX化の効果等が特に大きい場合、  
それ以外は補助上限2000万円

地域一体となった  
キャッシュレス化



（事業例）

観光地の情報の一元管理等



# (地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業) 取組事例

## 【松本広域旅館ホテル若手の会（長野県松本市）】

### 全体概要

(街並み整備) 松本駅前から松本城へ向かう観光ルート(徒歩20分程度)の周辺をコアエリアとし、10の宿泊施設、3の観光施設が、外観を含む改修整備を行う。これにより、車で20分圏内の温泉地、連泊や周遊の対象となる車で60分圏内の観光地等への周遊効果も期待できる。

(面的DX化計画) 申請なし(周遊促進アプリや「松本コイン」は、既に実施されており、今後の面的DXとしての活用を検討中)

### 主な取組

若年層・インバウンド層受け入れ環境整備のための客室の洋室化改修(松本ホテル花月)



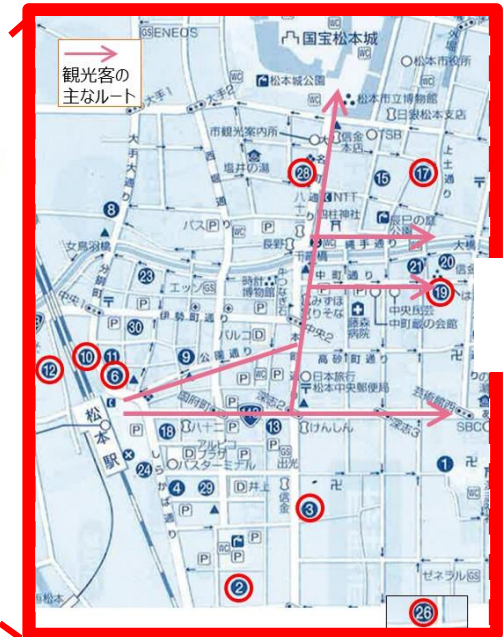
改修前



改修後イメージ

- 合計 47事業
- 内訳
  - 宿泊施設の高付加価値化 : 32
  - 観光施設の改修 : 10
  - 廃屋の撤去 : 2
  - 実証実験 : 3

### エリアマップ (赤枠: コアエリア)



約600m

### 事業費額/補助見込額 (申請ベース)

年度	事業費額	補助見込額
R5	19.6億円	10.5億円
R6	9.0億円	4.5億円
合計	28.6億円	15.0億円

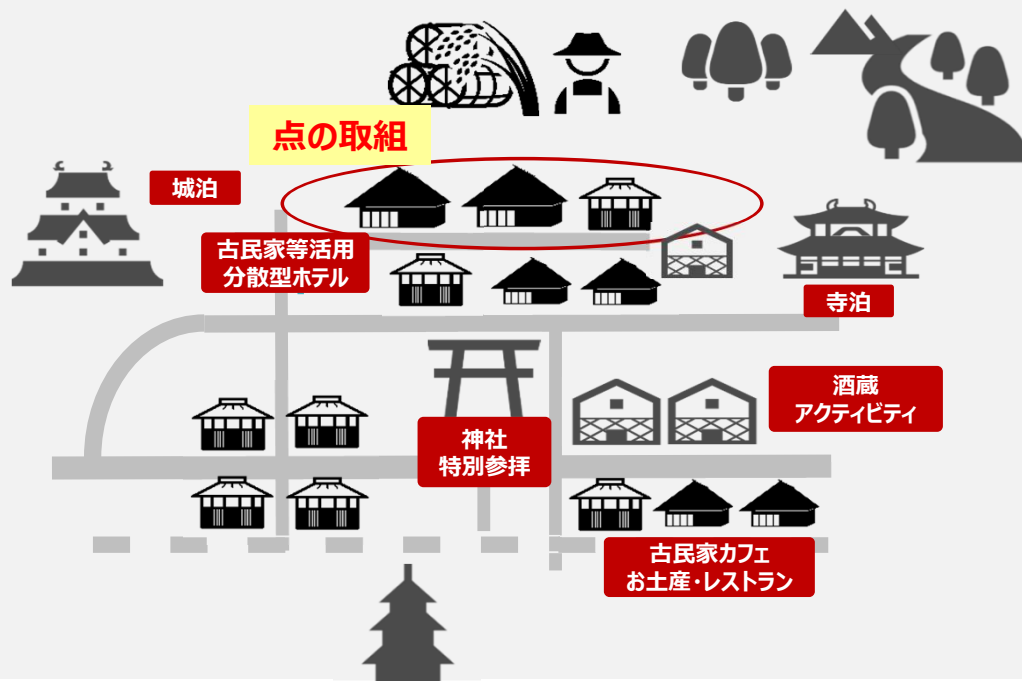
# 歴史的資源を活用した観光まちづくり

- 歴史的資源を活用した観光まちづくりとは、地域の核となる歴史的資源である城や社寺、古民家等における宿泊・滞在型コンテンツを軸として、周辺の伝統文化等を含めた歴史的資源を面的に活用した観光コンテンツの造成等を図り、魅力的な観光まちづくりを進める取組
- これまでに目標の200地域の取組展開を達成し、**基本的な事業モデルは確立した一方で、歴史的資源を活用した面的な観光まちづくりや地域ステークホルダーの幅広い連携と参画による地域経営体制づくりは、未だ不十分な状況。**また、**歴史的資源を活用するポテンシャルを有する地域は農山漁村を含め地方に多く存在。**
- 今後は、**歴史的資源を中核に地域資源の潜在価値を一体的に活用する観光地経営の実現**を目指すとともに、**歴史的資源を活用した観光まちづくりの取組展開地域を更に拡大**することで、質・量両面での取組推進を図る。

2020年まで

## 歴史的資源を活用した観光まちづくりの事業モデルの確立

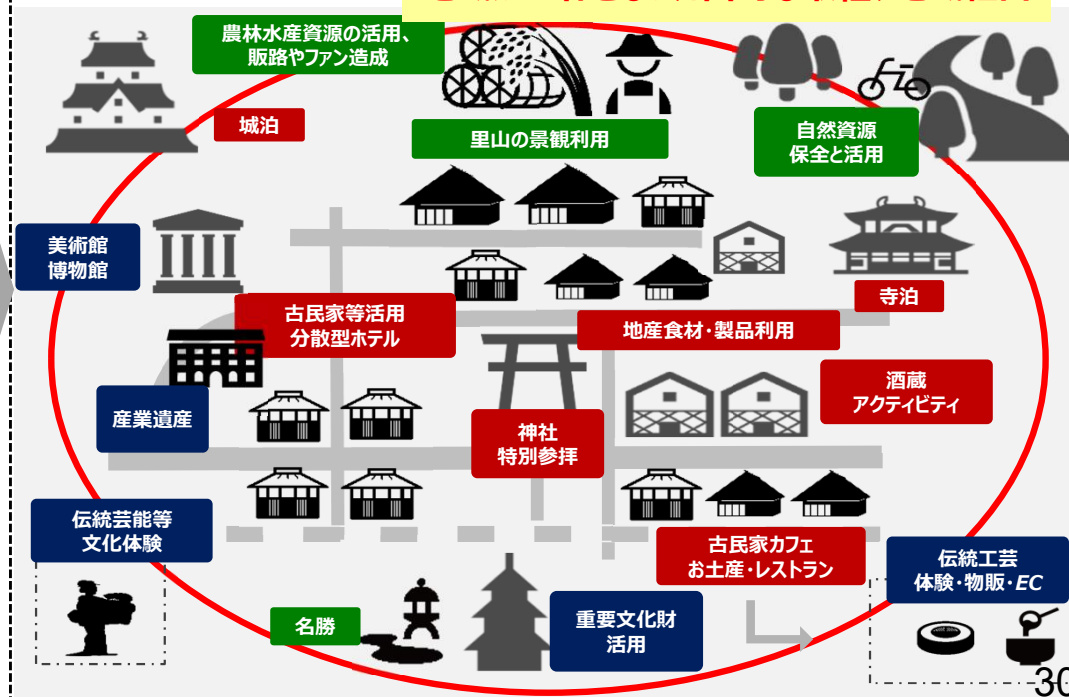
○活用イメージ



2022年から

## 歴史的資源を中核に地域資源の潜在価値を一体で活かす 「観光・地域経営の実現」

○活用イメージ





# 福井県小浜市の取組(商家町)

歴史地区に残る町家等歴史的資源を一棟貸しの宿泊施設として活用。





# 兵庫県丹波篠山市の取組(城下町)

## 歴史地区の再生(篠山城下町ホテル構想)

- 歴史施設
- カフェ、工房等
- 宿泊棟(営業中)
- 宿泊棟(計画中)

集落丸山



NIPPONIA  
 木工  
 イタリアン  
 KITA'S  
 歴史美術館  
 陶芸  
 陶器所  
 チャレンジショップ  
 ワイン店  
 案内所  
 アンティーク  
 人形  
 岩茶房  
 大書院  
 安間家史料館  
 青山藩  
 ブリキ玩具



# 長崎県平戸市の取組（地域一体となった分散型宿泊環境の整備）

## 平戸市が抱える課題

- 平戸市は、**日本初の常設型城泊施設「平戸城CASTLE STAY懐柔櫓」の開業**（2021年4月）や、歴史的な価値がある古民家等を活用して、町や村を一つのホテルとして整備する「**アルベルゴ・ディフーズ**」を通じた**地域の持続的発展を目指す自治体として日本で初めて認証**される（アルベルゴ・ディフーズタウン・スタートアップ）等、インバウンドをターゲットとした観光地域づくりを精力的に進めてきた地域。
- 一方、貿易港として栄えた港町には数多くの歴史資源が点在しているが、**地域一体となった面的な取組となっておらず、観光客の滞在時間の短さ・消費額の低さが課題**。



「歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進事業」を活用して以下の取組を実施。

### 地域内全体のマネジメントを担う地域経営体制の構築

- ・マーケティング調査及び戦略策定
- ・空き家建物調査（面的ゾーニングを踏まえ、空き家活用、建築物調査の実施）
- ・ワークショップ、講演会等による地域合意形成の促進
- ・SPC等の経営体制の検討
- ・平戸版アルベルゴ・ディフーズ計画策定（観光まちづくり計画）

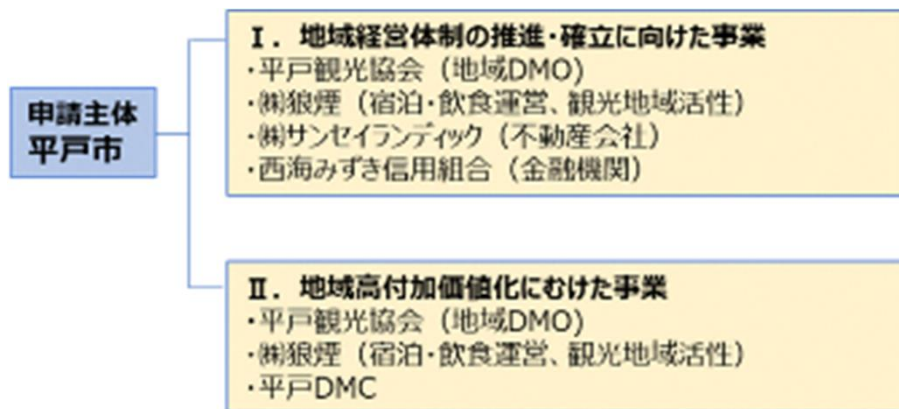
### 高付加価値化や地域経済循環・波及効果の最大化

- ・マーケティング戦略や専門家の意見に基づく、高付加価値コンテンツの開発
- ・旅行専門家、トラベルプランナー等による招聘モニターツアーの実施

### 地域社会への還元・文化及び環境の持続可能な保全

- ・地域における雇用創出や地域社会、経済への効果を見据えた計画の策定

### <事業実施スキーム（地域経営体制）>



# ポストコロナを見据えた受入環境整備促進事業

○ポストコロナを見据え、観光地・宿泊施設・公共交通機関の各場面において、ストレスフリーで快適な旅行を満喫できる環境及び災害など非常時においても安全・安心な旅行環境の整備を行うとともに、オーバーツーリズムの防止等により、地域・旅行者の双方がメリットを享受できる環境づくりも念頭に、持続可能な観光地域づくりに資する環境整備の促進を図る。

## ● 持続可能な観光の促進に向けた受入環境整備の取組を支援

### ■ 自然環境、文化等の地域資源の保全・活用



- ・有料トイレの整備
- ・入域料の徴収のためのシステム整備

### ■ オーバーツーリズムの未然防止



- ・混雑平準化のためのシステム（混雑状況の可視化等）の整備
- ・マナー啓発に必要な備品、施設等の整備
- ・パークアンドライド促進のための駐車場の整備

## ● 観光施設等における危機管理対応能力強化・訪日外国人患者の受入機能強化に向けた取組を支援

### ■ 危機管理対応能力強化



非常用電源

- ・避難所機能強化
- ・災害時の多言語対応強化
- ・衛生環境強化

### ■ 訪日外国人患者受入機能強化



“発熱”→“fever”



- ・翻訳機器の整備

### ■ 災害時等における観光危機管理計画の策定及び訓練の実施を支援

## ● 滞在・移動空間の快適性や利便性等の向上に向けた取組を支援

### ■ ストレスフリー・バリアフリーな宿泊環境整備



- ・非接触チェックイン
- ・キーレスシステムの導入



- ・客室・浴室のバリアフリー化

### ■ 交通サービスの受入環境整備



- ・段差解消（エレベーター）



- ・UDタクシー



- ・携帯型翻訳機



- ・観光列車

【補助率 1/2、1/3 等】

※上記に加え、必要な調査・実証事業を実施



○観光分野のDXを推進し、旅行者の消費拡大、再来訪促進、観光産業の収益・生産性向上等を図り、稼ぐ地域を創出。

○事業者間・地域間のデータ連携の強化により広域で収益の最大化を図ることで、地域活性化・持続可能な経済社会を実現。

## 旅行者の利便性向上 周遊促進

○ウェブサイトやOTA等による情報発信の徹底とシームレスに宿泊、交通、体験等に係る予約・決済が可能な地域サイト構築による利便性向上・消費拡大



(出典:京都観光Navi)

○その時・その場所・その人に応じたレコメンドの提供による周遊促進・消費拡大

## 観光産業の生産性向上

○顧客予約管理システム（PMS）の導入徹底による情報管理の高度化、経営資源の適正な配分



(出典:旅屋陣屋)

○PMSやOTA等で扱うデータの仕様統一化による連携の促進

○地域単位での予約情報や販売価格等の共有(API等によるデータ連携)によるレベニューマネジメントの実施、収益向上

## 観光地経営の高度化

○デジタル化・DXに係る方針を盛り込んだ観光地経営の戦略策定

○旅行者の移動・宿泊・購買データ等を用いたマーケティング (CRM)による再来訪促進、消費拡大



(出典:気仙沼クルーカードアプリ)

○DMP (データマネジメントプラットフォーム)の活用による誘客促進・消費拡大



## 観光デジタル人材の育成・活用

○観光地域づくりを牽引する人材に必要な知識・技能の修得に向けた産学連携の抜本強化によるリカレント教育の推進

○観光地域づくり法人（DMO）等を中心とした地域における観光デジタル人材の育成・活用支援（外部の専門家派遣に加え、プロパー人材の新規採用を含めた支援策の強化等）





## **4. 主な施策**

### **(2) インバウンド回復**

○ インバウンドの本格的な回復を図るため、**文化、自然、食、スポーツ等の多岐にわたる分野で特別な体験や期間限定の取組の創出**、イベントをフックとした誘客の促進、**体験コンテンツの高付加価値化**等を支援

## 我が国文化の最大限の活用



学芸員による解説付  
の貸切鑑賞機会  
(三の丸尚蔵館)



写真:森川昇



写真:松岡満男

夜間を含む特別鑑賞  
(豊島美術館・地中美術館)



合掌造りを特別貸切  
(飛騨民俗村 飛騨の里)

## 自然の魅力を活かした今までにない体験



立入禁止エリアへの特別ツアー  
(やんばる国立公園)



カムイワッカ湯の滝のぼり  
アドベンチャーツアー  
(知床国立公園)

## 世界的なイベント等との融合



京都・祇園祭  
祇園祭の特別観覧

## 国宝松本城プレミアムディナーの スペシャルナイトイベント事業

【扉ホールディングス株式会社】

○国宝松本城の本丸庭園にて、ルレ・エ・シャトートップシェフによる地元の特別食材を活用したプレミアムディナーを実施。

○夜間通常非公開の国宝松本城天守を限定公開。

特別に本丸庭園で貸切のディナーを実施。



国宝松本城



松本城本丸庭園でのディナー



地元特別食材の料理・地元作家の器

## 中部山岳国立公園を基点とした 自然と文化の循環体験創出事業

【一般社団法人松本市アルプス山岳郷】

○日本国立公園初のマウンテンバイクパブリックトレイルを早朝限定開放しeMTBによるトレイルツアー

○国立公園での間伐・整備等、通常の観光ではできない体験や、自然を活用した松本の木工作家による特別ワークショップ「木工体験および漆体験」

○日本の国立公園のサステナビリティを体験するダイニングアウト「信州牛や地元山菜・キノコを使ったプレミアムディナー」



パブリックトレイル早朝限定開放  
& eMTBトレイルツアー



トレイル整備体験



間伐材を利用した木工体験



プレミアムダイニングアウト



# インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業

令和4年度第2次補正予算：9,350百万円

- 本格的な再開が見込まれるインバウンドの地方誘客や観光消費の拡大を促進するため、観光事業者が連携してインバウンド向けに地域に根差した観光資源を磨き上げる取組を支援する。

## インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた磨き上げ（イメージ）



- ✓ 「禅」をテーマとした体験型コンテンツ  
→訪日外国人が「禅」の精神を理解できるような思想の深掘り・ストーリー構築を実施



- ✓ 和紙制作の体験コンテンツ  
→和紙の歴史や工程の理解を促すコンテンツを多言語で整備するとともに、職人と訪日外国人の交流の機会を創出

補助対象者	地方公共団体、DMO、民間事業者（民間事業者においては、地方公共団体との連携が必須）
補助率・補助上限額	補助率：400万円まで定額（10/10）+400万を超える部分については1/2 補助上限額：1,250万円
補助対象経費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光コンテンツ、旅行商品等の企画・開発費、モデルツアー実施費、インバウンド受入等に必要経費</li> <li>・国、地域毎のインバウンド促進に専門性を有する有識者等からの意見聴取に係る経費</li> <li>・インバウンドも含めた販路拡大に資する販路基盤整備 等</li> </ul>



(長野県松本市・岐阜県高山市)

## 松本市と高山市を跨ぐ北アルプス・トラバースルートにおける長く歩く道、ロングトレイルの造成

松本市と高山市を跨ぐ全長100kmにわたる「信飛トレイル(仮称)」を整備し、「歩く」ロングトレイルとして、最大5泊6日のガイドツアー付き体験コンテンツを造成。

【事業費6,500千円(補助予定額5,250千円)】



(長野県松本市)

## 長寿長野県の源「伝統野菜」「長寿食」ツアーの販路基盤整備事業

ハイグレードタクシーで巡るオーガニックファームや味噌蔵見学&ランチツアー等を企画し、これまで観光客を受け入れていなかった農家の協力も得て、松本市の食文化等を体験する通訳ガイド付き日帰りツアーを造成。

【事業費6,220千円(補助予定額5,110千円)】



※写真はイメージです

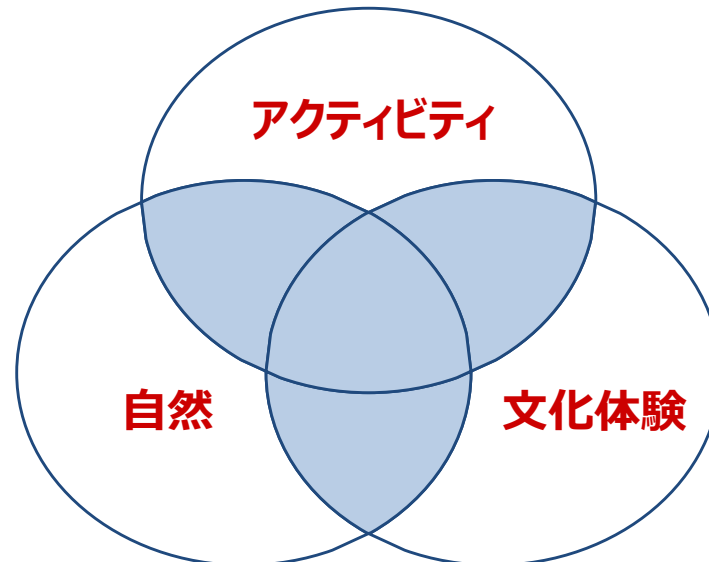
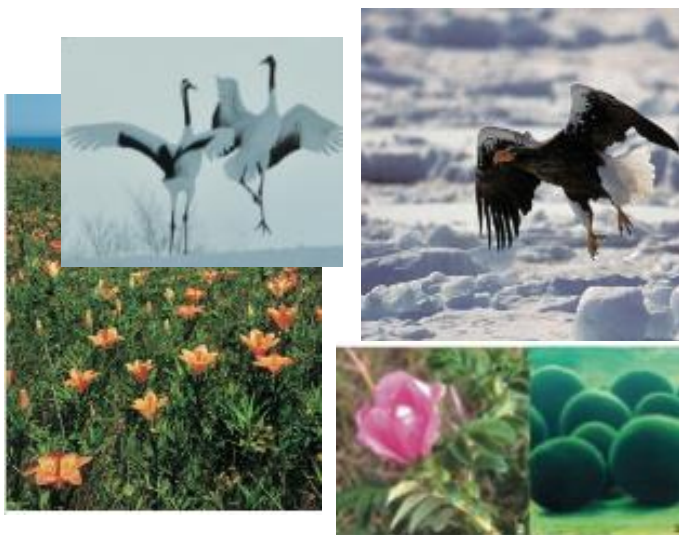


# アドベンチャーツーリズム（AT）とは

- アドベンチャーツーリズム（以下、AT）は、欧米圏で発達した体験型観光の一つであり、欧米を中心に約62兆円の巨大なマーケットがある
- ATを楽しむ旅行者の消費額は通常旅行者の約2倍
- 北海道にはATを構成する豊かな自然・文化が揃っていることに加え、アウトドアガイド、アウトドア用品の購入やレンタル、保険など関連する分野への幅広い波及が期待される

## アドベンチャーツーリズム（AT）とは

Adventure Travel Trade Association（ATTA）によると、**「アクティビティ」、「自然」、「文化体験」**の3要素の内、2つ以上で構成される旅行。



## 2021年 ATWS Hokkaido/Japan アジア初もコロナでバーチャル開催 2023年 北海道で再度実地開催

※ATWS：アドベンチャートラベルに関する世界最大の商談会



- ・会場：札幌コンベンションセンター
  - ・期間：令和5年9月11日（月）～9月14日（木）
  - ・参加者数：64の国と地域・約750人
  - ・主催：Adventure Travel Trade Association (ATTA)
  - ・テーマ：『調和 - Harmony』
- <https://events.adventuretravel.biz/summit/hokkaido-2023>



日程	内容
～9月10日	・プレサミットアドベンチャー (全国22コース) ※177名参加
9月11日(月)	・チェックイン ・約550名参加の Day of Adventure (札幌近郊日帰り31コース)
9月12日(火)	・オープニングセレモニー ・最新セミナー、ワークショップ等 ・ウェルカムレセプション(大倉山)
9月13日(水)	・旅行商談会 ・最新セミナー、ワークショップ等
9月14日(木)	・メディア商談会 ・最新セミナー、ワークショップ等 ・クロージングセレモニー ・クロージングディナー&パーティー
9月15～18日	・ポストサミットアドベンチャー (北宗谷・上川・十勝・釧路)
9月20日	・ATTAとATWS北海道実行委員会※との共同ステートメントを公表 <a href="https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/166246.html">https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/166246.html</a>



Day of Adventureの様子



会場内のネットワーキングの様子 (Japan Lounge付近)



オープニングセレモニーでの斉藤大臣のビデオメッセージ放映



大倉山ジャンプ競技場でのウェルカムレセプション

※ATWS北海道実行委員会構成員：北海道、札幌市、釧路市、北海道観光振興機構、北海道経済産業局、北海道運輸局 ほか（経済団体、交通事業者、旅行業団体等）



- 訪日外国人旅行者数は2019年に3千万人を超えていたが、**消費額は4.8兆円**（2020年目標8兆円）であり、取組の強化が不可欠。
- いわゆる**高付加価値旅行層**（着地消費額100万円以上／人）は、**訪日旅行者全体の約1%**（32万人）に過ぎないが、**消費額は約14.0%**（6,700億円）を占める。ただし、大都市圏での買物消費等が多く、地方での消費が少ない。

ウリ	ヤド	ヒト	コネ
 <p>→ 高付加価値旅行層にも訴求力のある魅力的コンテンツの発掘力・商品造成功率の不足</p>	 <p>→ 地方に上質なインバウンド宿泊施設が不足</p>	 <p>→ 高付加価値旅行層のニーズを満たす人材（地方への送客、ガイド、ホスピタリティ等）が不足</p>	 <p>→ 海外における有力な高付加価値旅行者誘客人脈へのコネクション力不足</p>

## 主な取組の方向性（例）

### <ウリ・ヤド・ヒト共通>

- 各地域の観光地経営体制の整備に向けた支援
- 地域のマスタープラン策定支援
- 専門性のある人材の派遣・ノウハウ共有
- 事業資金の確保に対する支援

### <ヒト>

- スキルアップ支援
- 他業種人材の活用支援

### <コネ>

- JNTOの体制強化（専門組織の設置等）による海外セールスの強化等

### <その他：アシ>

- 高付加価値旅行層のニーズを踏まえた移動のシームレス化への対応等（プライベートジェット、スーパーヨットの運航に係る手続緩和等）

## ■ 今後の進め方

令和5年(2023年)3月

- ・ 全国11カ所のモデル観光地を選定



令和5年(2023年)度中

- ・ 各エリアにおけるコアバリューの特定
- ・ 地域経営主体の構築
- ・ マスタープランの作成



令和6年(2024年)度以降

- ・ マスタープランに基づき、「ウリ」「ヤド」「ヒト」「コネ」「アシ」に関する検討の具体化、取組の実施

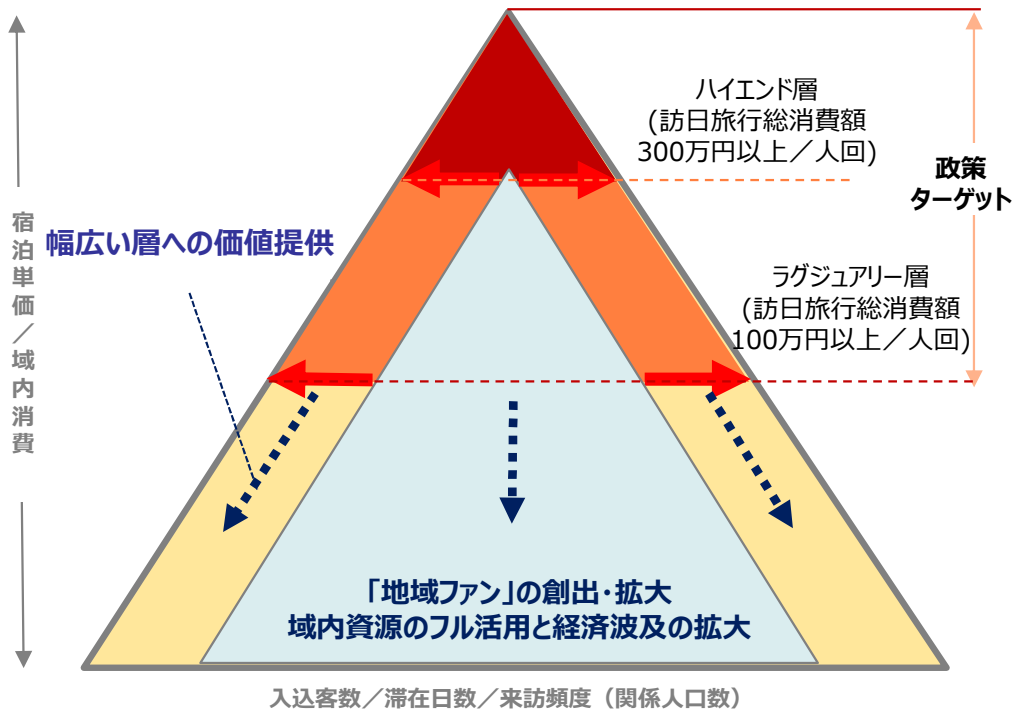
# 高付加価値旅行者誘致の意義について

## 高付加価値旅行者誘致の意義

これまで我が国が誘致しきれていない高付加価値旅行者を開拓することにより、以下のような効果が期待される。

- ・ 旺盛な旅行消費を通じ、地域の観光産業の成長のみならず、多様な産業にも経済効果が波及することで、地域経済の活性化に寄与する。
- ・ 旺盛な知的好奇心を伴う自然体験・文化消費等を通じ、地域の自然、文化・産業等の維持・発展に貢献することで、持続可能な地域の実現に寄与する。
- ・ 提供サービスの価値の向上を通じて、地域の雇用の確保・所得の増加に寄与する。
- ・ 観光地としての地域の滞在価値が向上し、「地域ファン」の創出・拡大に寄与する。
- ・ 「地域ファン」となった高付加価値旅行者による口コミ等の発信を通じて、国のソフトパワーの向上に寄与する。

## 最終的に目指すべき姿



## 高付加価値なインバウンド観光地づくり

- 将来的には、**ハイエンド層（訪日旅行1回あたりの総消費額(※) 300万円以上/人）も呼び込める地域を目指す**ことを念頭に、政策ターゲットとしては、まずは**ラグジュアリー層（訪日旅行1回あたりの総消費額100万円以上/人）以上の誘客拡大**に向けて、**ウリ、ヤド、ヒト、コネの4分野**で総合的な施策を実施。
- このため、**地方において、こうした取組を進める地域を、モデル観光地として11か所選定。**

「地域ファン」の創出・拡大など量的な拡大にも貢献  
(地域の滞在価値向上)

地域産業全体への経済波及効果の拡大・域内生産額の向上  
文化、伝統、自然等の地域の価値を未来に継承

※訪日旅行1回あたりの消費額のうち、航空便等の代金を除く着地での消費額の合計を指す。

- 「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地」について、**11地域を選定**。(R5.3.28)
- 今後、**高付加価値旅行者の地方への誘客**に必要な課題や取組を、**ウリ・ヤド・ヒト・コネ+アシの5つ観点**で**集中的に実施**。

モデル観光地	
1	東北海道
2	八幡平
3	那須及び周辺地域
4	松本・高山
5	北陸
6	伊勢志摩及び周辺地域
7	奈良南部・和歌山那智勝浦
8	せとうち
9	鳥取・島根
10	鹿児島・阿蘇・雲仙
11	沖縄・奄美



<継続検討> a:山形 (鶴岡・西川・庄内) b:佐渡 c:山梨富士山麓エリア



# 【④松本・高山エリア】

【エリアテーマ】中部山岳国立公園の自然と街道・城下町などに育まれた松本と高山の二都市における歴史文化

【検討体制】松本・高山 高付加価値な観光地づくり推進協議会（松本市、高山市、運輸事業者、地域金融機関、観光事業者、環境省等）が推進

## 中部山岳国立公園： 「ライチョウ」観察・保護ツアー

・環境省レンジャーによるレクチャーとライチョウガイド付き散策



## マウンテンバイクトレイル早朝特別 ガイドツアー



国立公園初のマウンテンバイクのパブリック  
トレイルにおける早朝特別ツアー

## 中部山岳国立公園における滞在体験の魅力向上 【環境省と連携】

環境省先端モデル事業（中部山岳国立公園・南部地域）における、山岳地域の利用の高付加価値化を含めた広域連携。松本高山Big Bridge構想（※）の実現。



※松本高山Big Bridge構想：  
松本・高山を繋ぐエリア（Kita Alps Traverse Route）で、多彩で上質な体験と滞在ができるよう磨き上げていく構想

## 「合掌造り」の夜間特別貸切り



・飛騨高山の集落博物館を特別貸切り、郷土食と地元銘酒のペアリング体験を提供

## 文化財民家の宿泊施設改修：高山市



・民藝館に隣接する文化財民家を改修した1日1組の宿にて飛騨の文化・暮らしを体験  
谷屋-TANIYA-

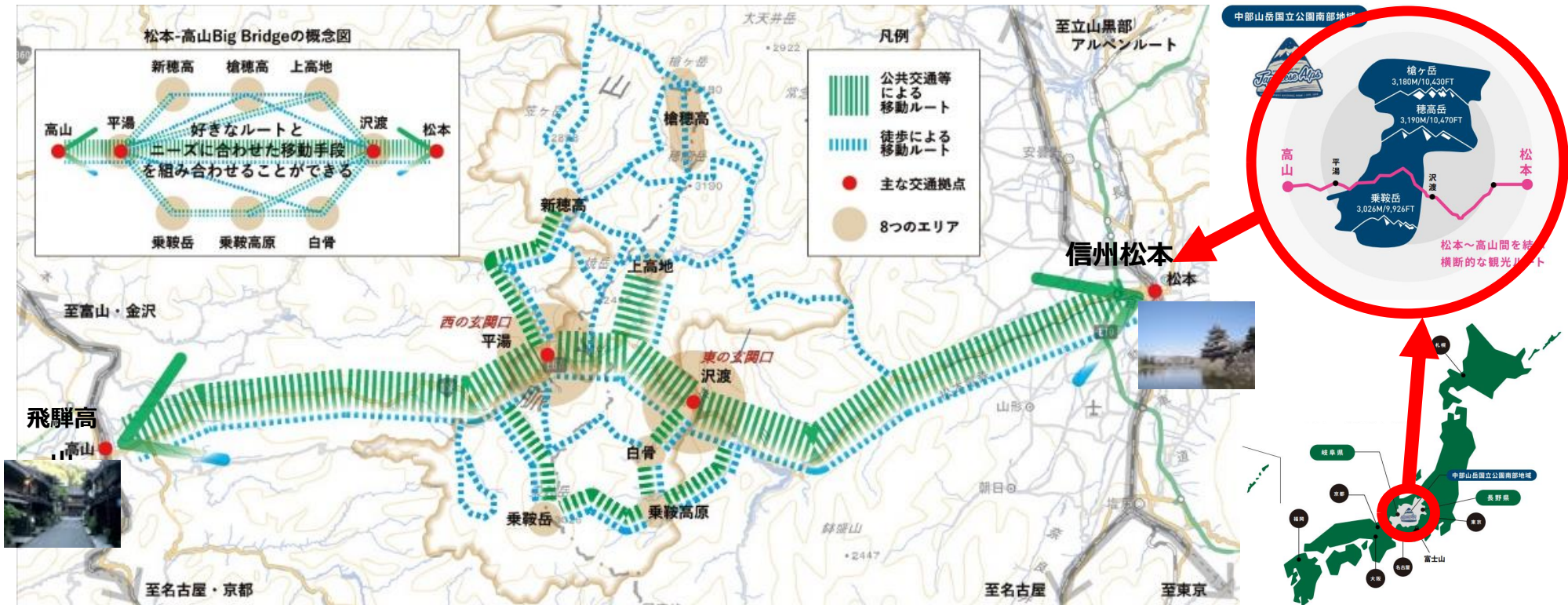
## 松本城の夜間特別活用

国宝松本城の本丸庭園にて、ミシュラン三ツ星シェフによる地元の特別食材を活用したプレミアムディナーを開催





- 中部山岳国立公園ならではの核心部の山岳、育まれた麓の資源を盛り込んだ「**東西をつなぐ“ロングルート”**」として設定し、磨き上げる。ルートを基軸に**新たな観光圏を作り出す**。
- 新緑、紅葉、積雪など気候変動の影響を大きく受ける国立公園から、**持続可能な観光のあり方も同時に提案**。
- これにより**流出防止・関係人口増・投資増・移住増などを実現**し、過疎化を止めることで、「**人と自然の共生**」を継続し、「**自然が持つ物語**」を維持・伝える。→**生物多様性の維持・再生**  
→**利用者・投資・居住増 ∞ループ**させ保護と利用の好循環を達成。



# 戦略的な訪日プロモーションの実施

- 訪日外国人旅行消費額5兆円の早期達成等の観光立国推進基本計画（R5.3閣議決定）に定める新たな目標の達成や、2025年大阪・関西万博開催を契機とした日本各地の魅力発信に向けて、**消費額拡大、地方誘客促進、持続可能な観光**をキーワードとし、国・地域ごとのニーズを踏まえた**戦略的なプロモーションを実施**。

## 消費額拡大

- 高付加価値旅行者の誘致強化や、消費単価が高い欧米豪市場への情報発信を実施。



## 地方誘客促進

- 地方部の豊かな自然やアクティビティ等の魅力を発信し、アドベンチャートラベルを促進
- 地方の認知度・興味関心向上のため、広域連携DMOとの連携を強化



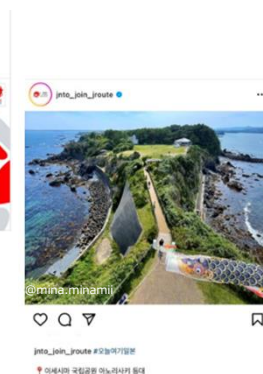
## 持続可能な観光

- ポストコロナの訪日外国人旅行者に対し訴求力が高いサステナブルな観光コンテンツの発信を強化。



## 2025年大阪・関西万博開催を契機とした誘客促進

- 万博協会とも連携しながら、JNTOウェブサイトの万博特設ページやSNSを通じた情報発信を実施するとともに、訪日旅行商品の造成を促進。



## **4. 主な施策**

### **(3) 国内交流拡大**

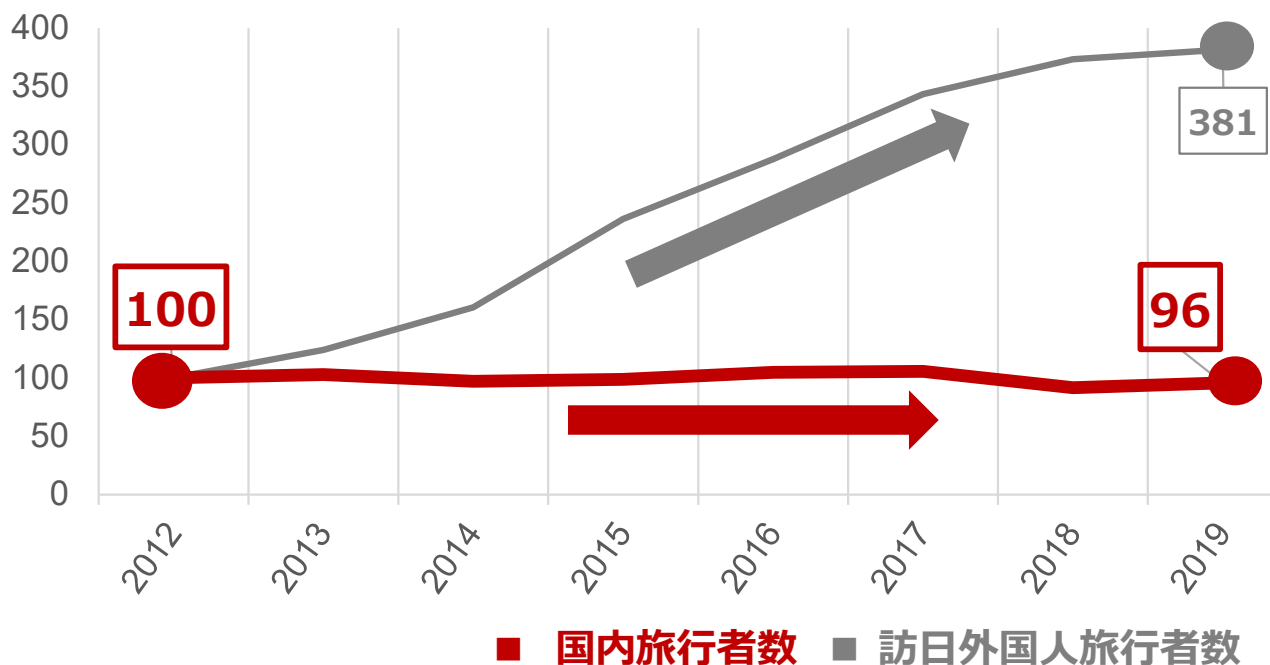


- 我が国の国内旅行市場は、拡大傾向にある訪日旅行需要に比べ、**横ばい傾向が長らく継続**。
- 国内宿泊旅行の需要を目的別にみると、「**観光・レクリエーション**」は6割に過ぎず、「**出張・業務**」「**帰省・知人訪問**」が**残りの4割**を占める。国内旅行市場を需要拡大に転じさせるためには、「**観光・レクリエーション**」目的以外の**需要も含め、新たな交流市場の創出に取り組む必要**。

## <2012年～2019年>

### 2012年を起点とした場合の旅行需要の変動

**訪日旅行の拡大傾向に対して、国内旅行は横ばい傾向**

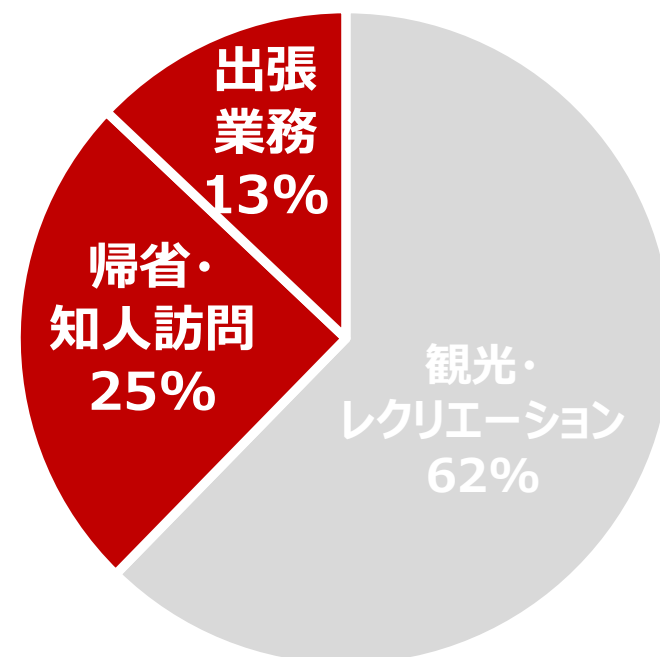


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2022年) JNTO「年別 訪日外客数, 出国日本人数の推移」(2022年)

## <国内宿泊旅行>

### 『旅行目的』の内訳 (2022年)

**『帰省・知人訪問』『出張・業務』による旅行需要は少ない**



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2022年)

- 従来の国内旅行は、**特定の時期に一斉に休暇取得する、宿泊日数が短く、旅行回数も少ない**といった特徴。国内旅行需要を拡大させていく観点からは、**滞在期間の長期化・多頻度化と旅行需要の平準化**が課題。
- ワーケーションを**「旅行機会の創出」や「旅行需要の平準化」のための取組**として捉えつつ、働く場所や時間の自由度を高める観点で、**働き方改革や企業の経営課題への対応、地方創生等にも資する取組**として推進。

## 推進にあたっての課題

- 従業員数100名以上の企業におけるワーケーション制度導入率は、**令和4年度で13.4%**と増加傾向。（※令和3年度調査では9.1%。出典：観光庁調査。）
- 更なる導入率の増加に向けては、ワーケーションの効果や意義についての企業の認知不足、受入体制の整備が課題。



## 令和5年度の主な取組

### モデル実証事業

企業のワーケーション実施率向上を目的に**企業ニーズに即した働き方改革、地域貢献、新規事業開拓等**に資するプログラム造成を行うためのモデル実証を実施。ワーケーション環境が整っている地域・企業から採択。（10件）

### セミナー・経営層向け体験会

企業及び地域のワーケーションに対する理解促進とあわせて、企業と地域との交流機会の創出を目的に、セミナー及び経営層向け体験会を開催。

### 情報発信

テレワーク・ワーケーション官民推進協議会と連携して情報発信を実施。ワーケーションに取り組むメリットや先進事例に関する情報、ワーケーション環境の構築に関するノウハウ、支援策の情報等を発信し、取組を加速。

# 第2のふるさとづくりプロジェクトの基本的な考え方

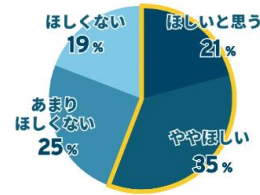
## 地域とのつながりを求める潜在的な需要

- 『観光レジャー』目的の旅行の伸び悩み、**出張・知人訪問に余地**。
- 感染症拡大、リモートワーク等の進展、田舎にあこがれを持つ若者の増加などにより、**他者とのリアルな繋がりを求める動き**。
- 地域資源に触れ、**地域との関係性や参画が段階的に深まる**ことで、自発的な来訪高頻度化や滞在長期化等を誘発する可能性。

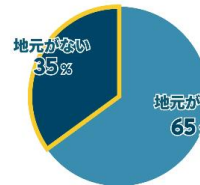
## 地域との繋がりに着目した新たな旅のスタイルへの可能性

## これまでの旅とは異なる「何度も地域に通う旅、帰る旅」

56% は“第2のふるさと”がほしい

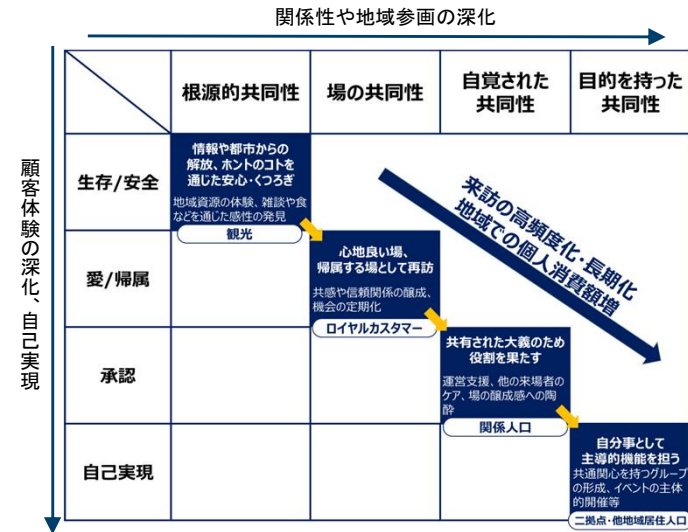


35% は帰省できる地元がない



出典：『週刊じゃらん』調べ「新しい帰省スタイルに関する調査」

観光客が関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層に  
緩やかに移行するプロセス（仮説）



※坂倉杏介、保井俊之、白坂成功、前野隆司「『共同行為における自己実現の段階モデル』による『地域の居場所』の来場者の行動分析：東京都港区「芝の家」を事例に」（2012）を参考に観光庁作成。

### これまでの旅のスタイル



第2のふるさと  
A NEW HOMETOWN

人とつながる

日常とは異なる  
新たな日常の発見

暮らしの体験

地域住民に近い感覚で何度も訪問

## 5. 今後の取組



- 国内外の観光需要の急速な回復に伴い、多くの観光地が賑わいを取り戻している。
- 一方で、一部の地域・時間帯においては、混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や、旅行者の満足度の低下への懸念が生じている状況。

## 各地域における課題の例

### <混雑>

#### 【公共交通の混雑】

- 観光客が多い時期に、公共交通の混雑が発生。  
沿線住民から、電車やバスを利用しづらいとの声。

#### 【交通渋滞】

- 自家用車や観光バスによる交通渋滞が発生。
- 大型クルーズ船の入港時、多数の観光バスにより市街地で交通渋滞が発生。



駅改札付近の混雑状況

### <マナー違反>

#### 【私有地への無断侵入】

- 写真撮影のため、観光客が農家の所有地である畑や花畑に無断侵入する状況が発生。

#### 【路上等へのゴミのポイ捨て】

- 観光客が路上や用水路等にゴミを捨てるため、地域住民が拾わざるをえない状況が発生。



農地に立ち入るバスツアー観光客

# オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ(概要版)

- 国内外の**観光需要が急速に回復**する一方、観光客が集中する一部の地域や時間帯等によっては、**過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や、旅行者の満足度の低下への懸念**も生じている状況。
- **地方部への誘客をより一層強力に推進**するとともに、観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を両立しつつ、**持続可能な観光地域づくり**を実現するため、**地域自身があるべき姿を描いて、地域の実情に応じた具体策を講じる**ことが有効であり、**国として**こうした取組に対し**総合的な支援**を行う。

## 1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応

### ■ 受入環境の整備・増強

- ・「タクシー不足に対応する緊急措置」
- ・交通手段や観光インフラの充実
- ・宿泊業の採用活動やDX化推進



京都駅～金閣寺間の乗合タクシー

### ■ 需要の適切な管理

- ・人気観光地の入域管理や混雑運賃の設定
- ・パークアンドライド駐車場の整備や代替

### ■ 需要の分散化・平準化

- ・混雑の可視化や空いている観光ルートへの提案
- ・高速道路料金割引の見直し



捨てるな  
Do not throw  
rubbish

ピクトグラム例

### ■ マナー違反行為の防止・抑制

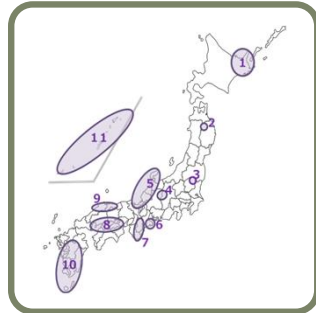
- ・統一ピクトグラムの策定、周知
- ・看板・デジタルサイネージの設置

等

## 2. 地方部への誘客の推進

### ■ 11モデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくり

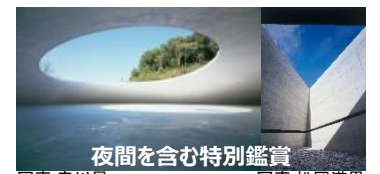
地域のコアバリューを磨き上げ、それを体感できるコンテンツや 宿泊施設の充実等により滞在価値を向上させる、高付加価値な観光地づくりを促進



### ■ 全国各地で特別な体験や期間限定の取組等を自然、文化、食、スポーツ等の様々な分野で創出し、全世界に発信



合掌造りを特別賞切



夜間を含む特別鑑賞  
写真:森川昇 写真:松岡満男

### ■ 中部山岳国立公園、やんばる国立公園など4国立公園における魅力向上とブランド化

等

## 3. 地域住民と協働した観光振興

### ■ 地域の実情に応じた1. 及び2. に掲げる対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施

- ・地域の実情に応じた1. 及び2. に掲げる対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施
- ・地域の実情に応じた1. 及び2. に掲げる対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施
- ・地域の実情に応じた1. 及び2. に掲げる対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施
- ・計画に基づく実証や取組の本格実施への包括的な支援を全国約20地域で実施し、先駆モデルを創出



地域の協議の様子



# 令和6年度 観光庁予算主要事項①

令和6年度当初予算：約540億円（うち旅客税財源440億円）  
令和5年度補正予算：約689億円

急速なインバウンド回復に対応するため、地方への誘客を促進する日本各地のコンテンツ造成や受入体制を強化。併せて、観光を稼げる産業とするため、高付加価値化や観光資源の収益化、生産性の向上を図る。

## 地方を中心としたインバウンド誘客の戦略的取組

### ○特別な体験の提供・全国の観光資源の磨き上げ

- ・観光資源を早朝夜間や**未公開・非混雑エリア**等の活用と組み合わせ、これまでにないインバウンド需要を創出し、**期間限定**の特別な体験を提供  
（例：姫路城夜間占有ツアー、東博の夜間音楽会）
- ・**官民が連携**して古民家等の歴史的資源を**観光まちづくり**の核として再生・活用する地域を拡大。民間投資を促し、**収益性高く自立した地域経営**の確立を目指す  
（例：津山市城東（町屋街・重伝建地区）の魅力向上）
- ・**国際競争力**の高いスノーリゾート形成のため、**索道の合理的な統廃合**による持続的な収益性の確保や、**スノーエスカレーター**の導入による初心者向けコースの利便性の向上を支援（例：白馬、札幌）
- ・自治体や民間事業者が行う、**各地の食材や食文化に触れる**ガストロノミーツーリズムに向けた戦略策定や、専門家による伴走支援、販路形成を支援（例：余市のワイン・ウィスキー、中央アルプスのジビエ料理）



### ○訪日プロモーション・多言語解説整備

- ・**万博を契機とした各地への誘客促進**や旅行者の最新のニーズ・趣向をデジタル技術を活用してリアルタイムで捉える**デジタルマーケティング**の活用
- ・世界遺産等における未整備構成資産や周辺の文化観光資源等の**多言語解説文作成を加速**（例：石見銀山、明治日本の産業革命遺産等）



### ○高付加価値旅行者への訴求

**全国11か所のモデル観光地**において、推進体制の強化、コンテンツの創出、宿泊施設や移動環境の改善に向けた事業計画の策定、ホスピタリティ人材の海外派遣、富裕層を顧客に持つ旅行会社の招請を実施



R5.3

全国11カ所の  
モデル観光地  
選定

R5年度中

・コアバリュー特定  
・推進体制の整備  
・マスタープラン作成

R6年度以降

マスタープランに  
基づく検討の具体化、  
取組の実施

### ○公共交通の対応力増強

- ・**車両の大型化**や**観光車両**等の購入・改良
- ・多言語対応、デジタルを活用した混雑状況の可視化



連節バス

### ○MICE誘致機能の強化

- ・オンライン併用開催やペーパーレス化に対応するため、**MICE施設における無線LAN等の整備**を促進
- ・国際会議における**ユニークベニユーの活用**や**海外のMICE見本市**への出展支援
- ・研究者と会議運営会社とのマッチングや国際会議誘致のための協議会の開催等、**大学とコンベンションビューローが連携した取組の促進**



MICE見本市



## 地方を中心としたインバウンド誘客の戦略的取組（続き）

### ○空港におけるスマートレーンの整備支援等によるFAST TRAVELの推進

- ・訪日旅客数の多い主要空港において、**X線検査機器にも補助を拡充**し、保安検査要員の深刻な人手不足や混雑に対応
- ・グランドハンドリング作業員の作業の効率化や省人化を図る**先進機器導入を支援**し、訪日外国人の出入国時間を短縮



## 持続可能な観光地域づくり

### ○持続可能な観光

- ・観光地のGX化や地域の自然・文化・生業等の**保全・活用の推進**等、地域の持続可能性の向上に資するモデル実証
- ・受入環境の増強、需要の管理・分散やマナー違反行為の防止・抑制等による**オーバーツーリズムの未然防止・抑制**（先駆モデルとなる全国約20地域等）



### ○人材の育成・確保

- ・人材活用に向けた**設備投資・セミナー**等支援
- ・泊食分離・バックヤード連携の促進
- ・経営の高度化に向けた教育プログラムの開発・提供
- ・外国語人材確保のためのマッチングイベントの実施等



### ○観光地・観光産業の再生・高付加価値化

地域一体となった**面的な宿泊施設の改修、廃屋撤去**等による観光地の再生・高付加価値化を引き続き推進



### ○観光DX・受入環境整備

- ・地域の宿泊・体験・交通等の予約・決済データを集約し、需要の平準化やマーケティングに活用
- ・観光施設等における近距離移動支援モビリティの導入を支援

## 国内交流拡大

### ○新たな交流市場の開拓

- ・「自分のスキルを活かしたい」「地域運営に携わりたい」等のニーズに着目した来訪機会を創出するモデルの構築により、**第2のふるさとづくり**を一層促進
- ・子育て世代や**デジタルノマド**をターゲットにした**ワーケーション**の普及・定着



子育て世代を対象に現地の学校等へ入学体験



- ・観光施設のバリアフリー情報の精度向上・充実による**ユニバーサルツーリズムの促進**



# 特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業

## 事業目的・背景・課題

- 我が国のインバウンド消費の回復は途上にあり、特に、地方におけるインバウンド消費の回復状況は、地域毎に大きな差が生じている状況である。
- 早期にインバウンド消費額5兆円を達成し、一人当たり消費額25万を目指すと同時に、我が国の地方の魅力を世界中に発信・訪日誘客し、その果実を地方へ波及させることが極めて重要である。

## 事業内容

- 我が国が誇る観光資源（自然、文化、食、スポーツ等）を、早朝夜間や未公開・非混雑エリア等の十全な活用と組み合わせ、これまでにないインバウンド需要を創出、期間限定の特別な体験として提供。
- 特に、地方における体験コンテンツ等の消費を一層拡大・質の向上を図るため、地方の自然・伝統文化活用、食の地産地消、地域人材の活用等を奨励し、極めて付加価値が高く、地域の目玉となる様々な資源を集約した「地方プレミアム体験コンテンツ」の創出を促進。
- 海外情報発信の観点から、海外旅行博等における訪日イベントを実施。

## 事業スキーム

・事業形態：直轄事業・間接補助事業

(1) 国・地方型（直轄事業）：上限8,000万円（最低事業費：3,000万円）

(2) 民間企業型（補助事業）

① インバウンド規模3,000名以上：1,500万円定額 1,500～6,000万円まで補助率1/2  
（最低事業費：2,500万円）

② 高付加価値：1,000万円定額 1,000～3,000万円まで補助率1/2  
（最低事業費：1,500万円）（単価3倍以上）

・請負先：民間事業者

・補助対象：国→民間事業者（事務局）→地方公共団体、DMO、民間事業者 等

## 事業イメージ

### 期間限定の特別な体験



学芸員解説付き  
貸し切り特別ツアー  
（三の丸尚蔵館）



夜間特別開館による  
音楽会の開催と日本食提供  
（東京国立博物館）

### 地方プレミアム体験コンテンツ



姫路城  
夜間占有特別ツアー



知床国立公園  
立入禁止区域特別ツアー

### 海外情報発信



韓国  
インフルエンサーを対象とした  
訪日イベント



アメリカ・ニューヨーク  
旅行業関係者を対象とした  
訪日イベント



# 地域観光新発見事業

## 事業目的・背景・課題

- 観光需要が本格的に回復する中、観光客の宿泊先はインバウンドを中心に都市部へ偏在傾向。観光による経済効果を地方にも波及するためには、特に地方部の地域間競争力を高め、**地方誘客を強力に進める必要**。
- **全国津々浦々に埋もれる地域の観光資源を掘り起こし、地域の多様な観光コンテンツを造成**するとともに、**適時適切な誘客につながる販路開拓や情報発信**を行うことにより、**地方への継続的な来訪を促進**。

## 事業内容

- 地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツについて、**十分なマーケティングデータを活かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓及び情報発信の一貫した支援**を実施。

＜支援内容＞ ・ 専門家の意見を踏まえた観光コンテンツの磨き上げ・商品化  
 ・ 新たな観光コンテンツのオンライン等を活用した国内外への販路開拓及び情報発信

## 事業イメージ

### 観光コンテンツの磨き上げ・商品化



- ・ 観光には活用されていない地域産業等を活かした観光コンテンツの磨き上げ
- ・ 既存のコンテンツ等も含めたパッケージ化・ツアー化 等

### 販路開拓・情報発信



- ・ 国内実施主体と海外旅行会社とのマッチング・商談会の開催
- ・ 効果的な販路開拓・情報発信に向けたセミナーの開催
- ・ オンラインを活用した情報発信 等

## 事業スキーム

- ・ 事業形態：間接補助事業 400万円まで定額、400万円を超える部分については補助率1/2 (補助上限：1,250万円、最低事業費：600万円)
- ・ 補助対象：国→民間事業者 (事務局) →地方公共団体、DMO、民間事業者等

# 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事業

## 事業目的・背景・課題

- 国内外の観光需要が急速に回復し多くの観光地が賑わいを取り戻す中、観光客が集中する一部の地域や時間帯等によっては、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や、旅行者の満足度の低下への懸念も生じている状況であり、適切な対処が必要。
- 観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を両立しつつ、持続可能な観光地域づくりを実現するには、地域自身があるべき姿を描いて、地域の実情に応じた具体策を講じることが有効であり、こうした取組に対し総合的な支援を行う。

## 事業内容

- オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けて、住民を含めた地域の関係者による協議の場の設置、協議に基づく計画策定や取組に対する包括的な支援を実施。

① 地方公共団体が中心となった、地域と連携した先駆モデルの創出

② 地域の観光関係者が連携して実施するオーバーツーリズムの未然防止・抑制のための面的な取組

(民間事業者等が主体となる場合、地方公共団体との連携が必須)

※①・②ともに、取組の段階においては、地域における受入環境の整備・増強、需要の適切な管理、需要の分散・平準化、マナー違反行為の防止・抑制、地域住民と協働した観光振興の取組を対象とする。

## 事業スキーム

・ 事業形態：①②ともに間接補助事業

① 補助上限 8,000万円 (補助率2/3)

② 補助上限 5,000万円 (補助率1/2)

・ 補助対象：国→民間事業者 (事務局)

→① 地方公共団体

→② 地方公共団体、DMO、民間事業者等

## 事業イメージ

【受入環境の整備・増強】



手ぶら観光



ゴミ対策



交通の対応力強化

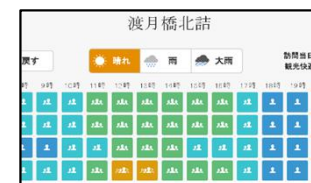


【需要の適切な管理】



パークアンドライドの実施

【需要の分散・平準化】



混雑状況の可視化

【マナー違反行為の防止・抑制】



看板・デジタルサイネージの設置

【地域住民と協働した観光振興】



地域における協議



## 事業目的・背景・課題

○2025年に向けてインバウンドの本格回復を図るため、新たな体験型観光コンテンツの造成による地方を含む全国各地での消費機会拡大に向け、新たなインバウンド層への訴求力が高い体験型観光コンテンツ等を造成する。

## 事業内容

### 地域観光資源の持続可能な活用推進

○持続可能への関心が高い層へ訴求する「観光利用を地域資源の保全に還元するための好循環の仕組みづくり」を推進。専門ガイドの案内の質の向上を含む総合的なコンテンツの高度化に資する取組を支援。

○具体的な調査内容・補助対象事業は以下のとおり。

①持続可能な観光コンテンツの高度化モデル事業（調査事業）

②持続可能な観光コンテンツの造成に必要な受入環境整備（補助事業）



専門ガイドの高度化



受入拠点の改修

### 事業スキーム

- ・事業形態：①直轄事業  
②直接補助事業（補助率 1/2、上限5百万円）
- ・補助対象：民間事業者、都道府県、市町村、DMO等
- ・事業期間：令和4年度～

### 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

○古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりを推進するため、城や寺社および周辺の資源を面的に活用した観光コンテンツの造成等を図る。

○具体的な調査内容・補助対象事業は以下のとおり。

①調査事業 ┌ 初動事業化  
└ 地域経営モデル

②補助事業 ┌ 受入環境整備  
└ 大規模改修（令和6年度新規（拡充）内容）



専門家による  
伴走支援



保存・活用  
が進む  
歴史的  
街並み

### 事業スキーム

- ・事業形態：①直轄事業  
②間接補助事業（受入環境整備：補助率 1/2、上限20百万円）  
（大規模改修：補助率 1/2、上限200百万円）
- ・補助対象：国→民間事業者→民間事業者、都道府県、市町村、DMO等
- ・事業期間：令和元年度～

その他、クルーズ、インフラ、医療関係の観光コンテンツ造成等への支援を実施。



## 事業目的・背景・課題

○訪日外国人旅行者の急速な回復の中で、**外国人旅行者から需要が高い食について、魅力的なガストロノミーツーリズムコンテンツを造成し、インバウンド誘客を高めるとともに、地方誘客を促進**する。

○**申請主体の要件を自治体や民間事業者等まで広げ、先進性のある取組については、ガストロノミーツーリズムの更なる類型化を図ることにより、最先端のモデル事例の取りまとめを行う。**

○令和4年、奈良県で開催された「第7回UNWTO（国連世界観光機関）ガストロノミーツーリズム世界フォーム」では「人と地球のためのガストロノミーツーリズム：革新し、活躍を推進して、維持する」のテーマの下、**持続可能な社会の発展、価値ある資源としての食材利用等におけるガストロノミーツーリズムの役割について議論**され、本事業においても、**地産地消等、持続可能なコンテンツ造成を行う。**

## 事業内容

### 1) 調査事業

先進的な観光地域創出に向けて、食のコンサルタント、料理人含む食の専門家による視察や磨き上げ等伴走支援を実施し、各類型においてガストロノミーツーリズムの推進を図る。

①戦略策定②メニュー開発③イベント実施④コンテンツ造成⑤インバウンド対応整備 等

### 2) 補助事業

ユニークベニュー活用のための施設整備やガストロノミー類型に係るコンテンツ造成、販売経路の形成等を補助する。

アクティビティ拠点整備

①施設整備②コンテンツ造成③販路形成 等

#### ○ガストロノミー類型

- ユニークベニュー型
- 高付加価値化型
- ナイトタイム型
- 国際認証型

## 事業スキーム

- ・事業形態：1)直轄事業  
2)直接補助事業（補助率 1/2、補助上限50百万円）
- ・補助対象：都道府県、市町村、DMO、民間事業者等
- ・事業期間：令和6年度～

## 事業イメージ

### 高付加価値化型：長野県木曽郡南木曽町（Zen Resorts）



妻籠宿を舞台に宿場町や伝統工芸、中央アルプスのジビエ等を楽しむコンテンツを提供。伝統的な食文化や食材を表現する“スローフード”は、ここでしか味わえない特別な体験となる。

### ユニークベニュー型（富裕層向け）：神奈川県三浦市



相模湾越しの富士山を臨む景観や豊かな食を含む文化を活用し、国内外の富裕層をターゲットとした新たな食文化を具現化。国家戦略特区を活用し国際的な経済活動拠点形成を目指す。

## 事業目的・背景・課題

- インバウンド旅行需要が回復に向かう中で消費額増加をより一層促進するため、R4年度補正予算を活用し、1週間以上の旅全体を通じたストーリーの造成等により地域を繋げ、長期滞在を実現するための実証にかかる取組を支援している。
- 長期旅行者を一層惹きつけるためには、造成したツアーに対する販路拡大・磨き上げ等の継続的な支援や、これまでの成果を取り入れたよりストーリー性が感じられるツアーの新規造成・販売への支援が必要である。また、ツアーに同行し、地域の多様な関係者と様々に連携しながらツアー全体をコーディネートする“Experience Manager”の育成支援も不可欠である。

## 事業内容

### ①既存ツアー※の販路拡大・磨き上げ

- ・海外旅行会社を招聘したファムツアー開催
- ・コンテンツの磨き上げ 等

※R4年度補正予算を活用して造成したツアー

### ②新たなツアーの造成・販売

- ・コンテンツの企画開発、地域事業者等へのセミナー開催
- ・OTA掲載、旅行会社との商談
- ・情報発信のための素材やツールの作成 等

### ③Experience Managerの育成

- ・ガイド研修（R4年度補正予算を活用）を受講した特に優秀な方等を対象に海外派遣プログラムを提供
- ・ツアー造成のためExperience Managerの育成に取り組む地域を対象に上記の横展開やプロによる研修を実施 等

## 事業スキーム

- ・事業形態：直轄事業 請負先：民間事業者
- ・事業期間：令和6年度～

## 事業イメージ

### ストーリー：

サムライの繁栄と衰退の物語から、武士や日本の精神文化に触れ、自身に繋がる学びを得る

武道、武家文化に息づく武士道精神を体感し、日本人が大事にする考え方について学ぶ

新しい時代を生き抜くためにラストサムライが残したものから、現代に繋がる学びを得る



## 事業目的・背景・課題

- 宿泊業ではインバウンドをはじめとする観光需要の急速な回復に伴い人手不足が顕著となっている。今後更なる増加が見込まれる観光需要を着実に取り込み、地方への旅行者数・旅行消費額等の増加といったインバウンドによる経済効果を最大限にするためにも、受け皿となる宿泊業の人手不足の解消が急務。
- 人手不足の解消に向け、外国人材の活用や経営の高度化、事業者間連携による省人化等の人手不足対策を実施。

## 事業内容

- ①外国語人材の確保  
特定技能試験の受験者を増やすためのジョブフェア等のPR活動、試験合格者の雇用のためのマッチングイベントの実施、観光地における外国語対応人材の確保等
- ②経営の高度化  
「観光人材育成ガイドライン」に準拠した教育プログラムの開発・提供等、経営の高度化に向けた支援
- ③事業者間連携による省人化（令和6年度新規）  
バックヤード人材の共有等、省人化に資する取り組みを支援

## 事業スキーム

- ・事業形態：直轄事業
- ・請負先：民間事業者
- ・事業期間：①令和元年度～ ②令和5年度～ ③令和6年度～

## 事業イメージ

### 外国人材の確保



特定技能外国人材  
(宿泊業)

### 事業者間連携による省人化



A旅館

B旅館

バックヤード人材の共有



## 事業目的・背景・課題

- 全国的な観光需要の回復に伴い、訪日外国人を含む旅行者の多様な嗜好性に応え、消費額拡大・再来訪促進を図り、稼ぐ地域を創出していくためにも、マーケティング強化やデータ活用等の観光DXの推進が重要だが、地域の魅力ある情報の発信、販路の拡大、チケットのデジタル化、One to Oneマーケティング等に取り組んでいる観光地は少ない。
- マーケティング強化による稼げる観光地の創出やデータ活用に向けた研修、旅行者の体験価値を抜本的に向上させる先進的な観光地の創出、標準仕様の策定等を通じて、全国の観光地・観光産業の観光DXを強力に推進する。

## 事業内容

※太字は令和6年度新規内容

### ① マーケティング強化モデルの創出・検証

稼げる観光地創出のため、シームレスな地域サイト・データ管理プラットフォーム（DMP）・顧客関係管理システム（CRM）・チケットのデジタル化等の活用モデルを創出し、地域特性に応じたマーケティング強化を検証する。

### ② データ活用に向けた研修

DMO等に向けて観光地全体でのデータ活用に向けた計画策定やマーケティング強化に向けた研修等を実施する。

### ③ 先進的な観光地・事業者間連携によるデータ活用モデルの創出

旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化等に一体的に取り組む先進的な観光地や地域のCRMやDMPと事業者が連携するデータ活用モデルを創出する。

### ④ 標準仕様の策定

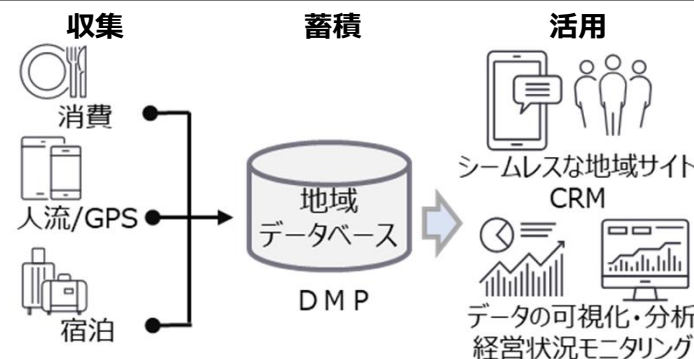
デジタルツール間で連携する際の標準仕様の策定等を官民一体で行い、汎用性・互換性を高めることでデータ活用を推進する。

## 事業スキーム

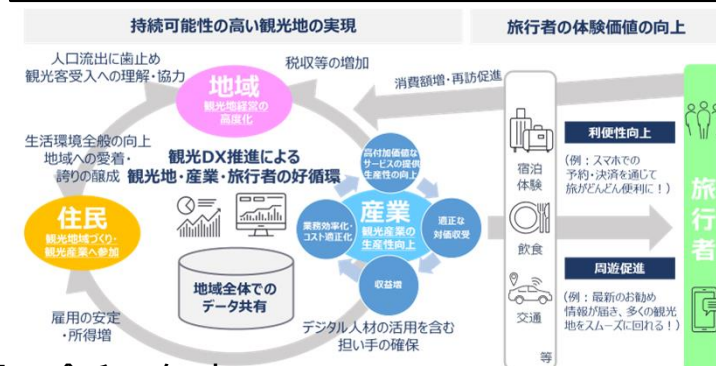
- ・ 事業形態：直轄事業
- ・ 請負先：①③民間事業者（コンソーシアム）、②④民間事業者
- ・ 事業期間：令和3年度～

## 事業イメージ

### マーケティング強化モデルの創出



### 先進的な観光地の創出





## 事業目的・背景・課題

- 持続可能なあり方で旅行需要の本格的な回復を図るためには、ストレスフリー・バリアフリーで快適な旅行を満喫できる環境及び非常時においても安全・安心な旅行環境の整備を行うとともに、地域住民にも配慮した受入環境を整備する必要。
- 全国の観光施設・宿泊施設・公共交通機関等における受入環境整備の取組を支援するとともに、地域資源の保全・活用等に資する取組を集中的に支援。

## 事業内容

### ①持続可能な観光の促進に向けた受入環境整備促進

- ・ 地域資源の保全・活用やオーバーツーリズムの未然防止に向けた受入環境整備を支援
- ・ 持続可能な観光推進に係る国際認証等を受けた地域における面的な設備導入や施設改修等を支援（令和6年度より追加）
- ・ 交通サービスの受入環境整備を支援

### ②インバウンド安全・安心対策推進事業

- ・ 観光施設等の危機管理対応能力の強化を支援
- ・ 医療機関の訪日外国人患者の受入機能強化を支援

### ③宿泊施設の受入環境整備

ストレスフリー・バリアフリーな宿泊環境整備を支援

※上記に加え、必要な調査・実証事業を実施

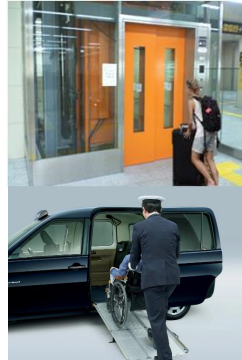
## 事業イメージ



①マナー啓発に必要な備品、パークアンドライド促進のための駐車場の整備 等



①国際認証等を受けた地域における面的な設備導入や施設改修 等



①段差解消（エレベーター）・UDタクシー・携帯型翻訳機 等



②多言語翻訳機器・キャッシュレス決済端末の整備 等



③客室・浴室のバリアフリー化 等

## 事業スキーム

- ①事業形態：直接補助事業、補助率：1/2、1/3等、補助対象事業者：地方公共団体、DMO、民間事業者 等
  - ②事業形態：直接補助事業、補助率：1/2 ※一部上限500万円のものあり  
補助対象事業者：民間事業者、地方公共団体、DMO 等
  - ③事業形態：間接補助事業（国→民間事業者→宿泊事業者）、補助率：1/2（上限500万円）等  
補助対象事業者：宿泊事業者
- 事業期間：①平成28年度～、②平成28年度～、③平成27年度～

## 事業目的・背景・課題

全国各地で世界的な競争力を有する魅力ある観光地域づくりを促進するため、全国の優良な観光地域づくり法人(DMO)の体制を強化する。

## 事業内容

### ①以下の4分野における専門的知見や外国人目線を有する外部専門人材の登用に係る費用を支援

- ・インバウンドに関するデータの分析とそれに基づく誘客/観光消費戦略の策定
- ・外国人旅行者に選好される魅力的なコンテンツの開発・強化
- ・外国人旅行者が快適かつ安全に周遊・滞在できる受入環境の整備
- ・国外向けの戦略的な情報発信・プロモーション

### ②中核人材の確保及び育成に資する以下の取組に係る費用を支援

- ・採用活動
- ・他のDMOとの人材交流
- ・先進的な海外観光地域への視察
- ・研修・セミナー等の受講

### ③安定的な財源の確保に資する以下の取組に係る費用を支援

- ③-i 安定的な財源の確保のための計画の策定
- ③-ii 宿泊税、入湯税、入域料等の地方税、受益者分担金・負担金等の導入等に向けた合意形成に資する勉強会、シンポジウム等の開催

## 事業イメージ



高付加価値コンテンツの開発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



財源確保に向けた勉強会

## 事業スキーム

- ・事業形態：間接補助（定額（上限①1,500万円、②500万円、③-i 500万円、③-ii 200万円））
- ・補助対象：国→民間事業者→登録DMO・地方公共団体※
- ・事業期間：令和元年度～

※R6年度より、地方公共団体が③に係る取組をDMOと共同して実施する場合も支援対象とする。



# 地方部での滞在促進のための地域周遊観光促進事業

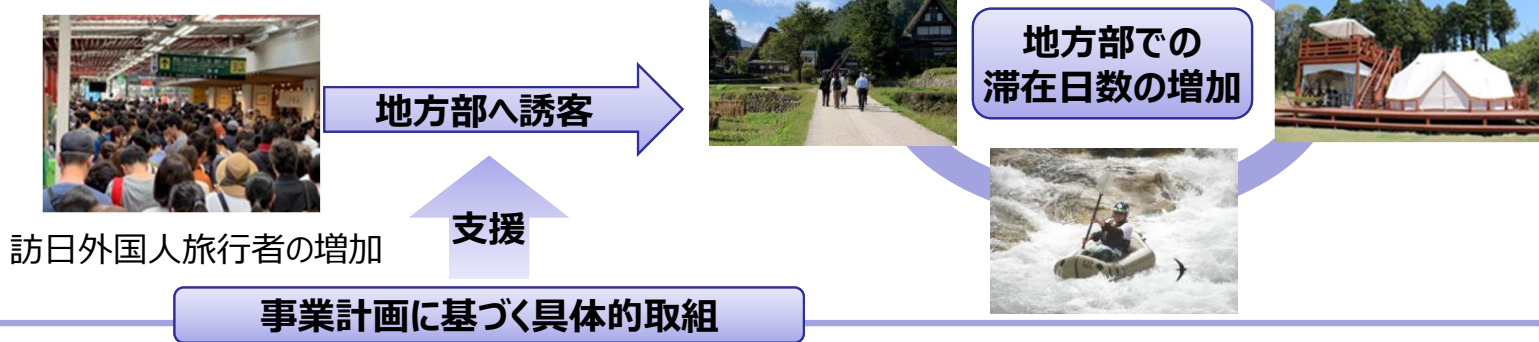
## 事業目的・背景・課題






- 観光立国推進基本計画では、訪日外国人旅行者一人当たりの地方部における宿泊数を、令和7年までに2泊とすることを目標としている。（令和元年1.4泊）
- その達成に向けて、地方部での滞在時間や宿泊数の増加に資する取組をより一層推進していく必要があることから、大阪・関西万博の開催も見据え、持続可能なあり方で旅行者の地域周遊・長期滞在を促進するため、観光地域づくり法人（DMO）が中心となり、地域が一体となって行う取組に対して、総合的な支援を行う。

## 事業内容

- 旅行者の地域周遊・長期滞在の促進を目的とした次の取組を支援。
  - ①調査・戦略策定
  - ②滞在コンテンツの充実
  - ③受入環境整備
  - ④旅行商品流通環境整備
  - ⑤情報発信・プロモーション

## 事業イメージ



①調査・戦略策定	②滞在コンテンツの充実	③受入環境整備	④旅行商品流通環境整備	⑤情報発信・プロモーション
データに基づき、旅行者に対し訴求力のある取組を実施するための調査・戦略策定を支援。	地域独自の観光資源を活用した滞在コンテンツの造成を支援。	二次交通情報の検索システムや観光地の案内アプリの整備等を支援。	旅行商品の国内外OTA※への掲載、旅行会社との商談会などを支援。	WEB・SNSを活用したエリア内のコンテンツの魅力等に関する効果的な情報発信を支援。
 マーケティング調査	 滞在コンテンツの造成	 観光地の案内アプリの整備	 商談会への参加	 SNSを活用した魅力発信

※OTA：Online Travel Agentの略で、インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

## 事業スキーム

- ・事業形態：直接補助事業（補助率 ①：定額（上限1,000万円） ②～⑤：事業費の1/2等）
- ・補助対象：登録DMOが定めた事業計画に位置づけられた事業の実施主体（登録DMO、地方公共団体）
- ・事業期間：平成30年度～



## 事業目的・背景・課題

- これまで横ばい傾向であった国内旅行市場が需要拡大へ転じるためには、新たな交流市場の創出が重要。
- 「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルで反復継続した来訪を促進する「第2のふるさとづくり」、コロナ禍を経たテレワークの普及や働き方の多様化を踏まえた「ワーケーションの普及・定着」、将来にわたって国内外の旅行者を惹きつける「新たなレガシー形成」により、旅の潜在需要を顕在化させ、地域の関係人口拡大にもつながる形で交流需要の拡大を図る。

## 事業内容

### 反復継続した来訪を促進するための「第2のふるさとづくり」の推進

令和5年度は、来訪の度に新たな体験ができるか等の来訪後の関心の継続性に着目した取組を行ったが、より地域との関係性の深化を図るため、令和6年度は、自分のスキルを活かしたい、地域から学びを得たい、地域運営に携わりたい等のターゲットのニーズに着目した来訪機会を創出するモデルの構築を行う。



### テレワークの普及や働き方の多様化を踏まえた「ワーケーション」の普及・定着

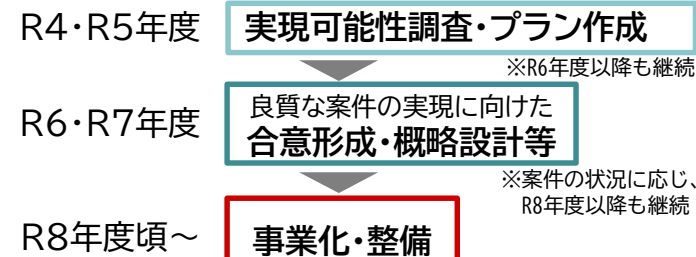
令和3年度以降、導入企業は着実に増加しているものの、いまだ高い水準とはいえない状況。 ※ワーケーション制度導入率：R3 9.1% → R4 13.4%（観光庁調査）

令和6年度は、①これまでの取組を通してワーケーション普及の課題に拮げた子育て世代を対象にしたワーケーションのモデル実証、②特定の執務環境を持たないノマドワーカー等、新たな働き方に対応したワーケーションのモデル実証、③令和5年に設置した官民推進協議会と連携した普及啓発を行う。



### 地域・日本の新たなレガシー形成

- 将来、地域・日本のレガシー（遺産）となる観光資源を新たに形成することを目指し、実現可能性調査・プラン作成を実施。
- 令和6年度以降は、上記に加え、日本を代表する魅力となり得る良質な案件を対象に、実現に向けて重点的に検討。



## 事業スキーム

事業形態：直轄事業 請負先：地方公共団体、DMO、民間事業者等  
事業期間：（第2のふるさと・レガシー）令和4年度～ （ワーケーション）令和3年度～

**ご清聴ありがとうございました。**

**観光庁ウェブサイト**

**<https://www.mlit.go.jp/kankocho/>**