

# 2023年度受験対策

令和4年(2022年)版

## 観光白書

令和3年度 観光の状況

(1) 2023年度に出題が予想される下記の「令和3年度観光の状況」のみを掲載した。

第Ⅰ部 観光の動向

第Ⅱ部 新型コロナウイルス感染症に向き合う観光業とこれからの課題

第Ⅲ部 令和3年度に講じた施策

(2) 2023年度に出題が予想される箇所にハイライトを付けて学習の助けとした。

## 目次

|   |     |
|---|-----|
| 第Ⅰ部 観光の動向   | 1   |
| 第1章 世界の観光の動向  | 1   |
| 第1節 世界の経済の概況  | 1   |
| 第2節 2020年（令和2年）の世界の観光の状況  | 1   |
| 第3節 2021年（令和3年）の世界の観光の状況  | 5   |
| 第2章 日本の観光の動向  | 7   |
| <b>第1節 訪日旅行の状況</b>  | 7   |
| 第2節 日本人の海外旅行の状況   | 12  |
| 第3節 国内観光の状況   | 13  |
| 第4節 2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会                               | 17  |
| コラムⅠ-1 2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会<br>におけるプロモーション             | 18  |
| 第5節 地域における観光の状況   | 20  |
| <b>第6節 地域における観光振興の取組</b>  | 25  |
| 第Ⅱ部 新型コロナウイルス感染症に向き合う観光業とこれからの課題                                  | 34  |
| 第1章 新型コロナウイルス感染症の影響と対応  | 34  |
| 第1節 新型コロナウイルス感染症の影響   | 34  |
| コラムⅡ-1 旅行者の意識   | 46  |
| コラムⅡ-2 インターネットを活用した取組事例   | 48  |
| 第2節 新型コロナウイルス感染症への対応  | 49  |
| 第2章 新型コロナウイルス感染症で起きた環境変化や観光業が抱える構造的な課題                            | 53  |
| 第1節 新型コロナウイルス感染症で起きた環境変化  | 53  |
| コラムⅡ-3 ワークーションを活用した「働き方改革」と「地方創生」<br>～ワークーション導入企業の事例～             | 62  |
| コラムⅡ-4 第2のふるさとづくりの取組・地域に与えた効果                                     | 67  |
| コラムⅡ-5 海外の持続可能な観光の取組  | 80  |
| <b>第2節 成長と分配の好循環の実現に不可欠な地方創生の牽引役である<br/>    観光地の再生を支える観光産業の強化</b> | 84  |
| コラムⅡ-6 デジタル技術を活用した地域周遊の実証実験の取組                                    | 103 |
| 第Ⅲ部 令和3年度に講じた施策   | 105 |
| 第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活   | 105 |
| 第1節 感染拡大防止の徹底、国内需要の回復、観光産業の再生                                     | 105 |
| 第2節 魅力ある観光地域とコンテンツ造成  | 106 |
| 第3節 インバウンド等の段階的回復   | 108 |
| 第2章 観光立国の実現に向けた観光施策   | 109 |
| 第1節 外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備                                    | 109 |
| 第2節 地域の新しい観光コンテンツの開発  | 124 |
| 第3節 日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の<br>適切な役割分担と連携強化                 | 140 |
| 第4節 観光インフラの整備   | 151 |
| 第5節 更なる観光振興を図るための主要施策   | 158 |
| 第Ⅳ部 令和4年度に講じようとする施策   | 163 |
| 第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活   | 163 |
| 第1節 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓  | 163 |
| 第2節 観光産業の変革   | 163 |
| 第3節 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現   | 163 |

|     |                         |     |
|-----|-------------------------|-----|
| 第4節 | 国際交流の回復・質的な変革.....      | 164 |
| 第2章 | 観光立国の実現に向けた観光施策.....    | 166 |
| 第1節 | ポストコロナに向けた環境整備.....     | 166 |
| 第2節 | 地域の観光コンテンツの造成・磨き上げ..... | 181 |
| 第3節 | 地域支援と戦略的訪日プロモーション.....  | 196 |
| 第4節 | 観光インフラの整備.....          | 205 |
| 第5節 | 更なる観光振興を図るための主要施策.....  | 211 |

## 第I部 観光の動向

### 第1章 世界の観光の動向

#### 第1節 世界の経済の概況

世界経済は、新型コロナウイルス感染拡大の影響のあった2020年（令和2年）は大きく減少したが、2021年（令和3年）は、大幅に回復した。

IMF<sup>1</sup>（国際通貨基金）によると、世界全体の実質経済成長率は6.1%となった（図表I-1）。

図表I-1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

（単位：%）

|            | 2009年 | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 世界全体       | -0.1  | 5.4   | 4.3   | 3.6   | 3.4   | 3.5   | 3.4   | 3.3   | 3.7   | 3.6   | 2.9   | -3.1  | 6.1   |
| 日本         | -5.7  | 4.1   | 0.0   | 1.4   | 2.0   | 0.3   | 1.6   | 0.8   | 1.7   | 0.6   | -0.2  | -4.5  | 1.6   |
| 米国         | -2.6  | 2.7   | 1.6   | 2.3   | 1.8   | 2.3   | 2.7   | 1.7   | 2.3   | 2.9   | 2.3   | -3.4  | 5.7   |
| EU(欧州連合)   | -4.2  | 2.1   | 1.9   | -0.7  | 0.0   | 1.7   | 2.5   | 2.1   | 3.0   | 2.2   | 2.0   | -5.9  | 5.4   |
| 中国         | 9.4   | 10.6  | 9.6   | 7.8   | 7.8   | 7.4   | 7.0   | 6.9   | 6.9   | 6.8   | 6.0   | 2.2   | 8.1   |
| ASEAN(5カ国) | 2.5   | 6.9   | 4.8   | 6.2   | 5.0   | 4.7   | 5.0   | 5.1   | 5.5   | 5.4   | 4.9   | -3.4  | 3.4   |
| 中南米カリブ海諸国  | -2.0  | 6.1   | 4.6   | 2.9   | 2.9   | 1.3   | 0.4   | -0.6  | 1.4   | 1.2   | 0.1   | -7.0  | 6.8   |
| 中東・中央アジア   | 1.2   | 4.9   | 4.6   | 5.5   | 2.8   | 3.3   | 2.8   | 4.1   | 2.4   | 2.7   | 2.2   | -2.9  | 5.7   |
| サハラ以南アフリカ  | 3.7   | 6.9   | 5.0   | 4.8   | 4.9   | 5.0   | 3.2   | 1.5   | 3.0   | 3.3   | 3.1   | -1.7  | 4.5   |

資料：IMF（国際通貨基金）「World Economic Outlook Database, April 2022」に基づき観光庁作成

#### 第2節 2020年（令和2年）の世界の観光の状況

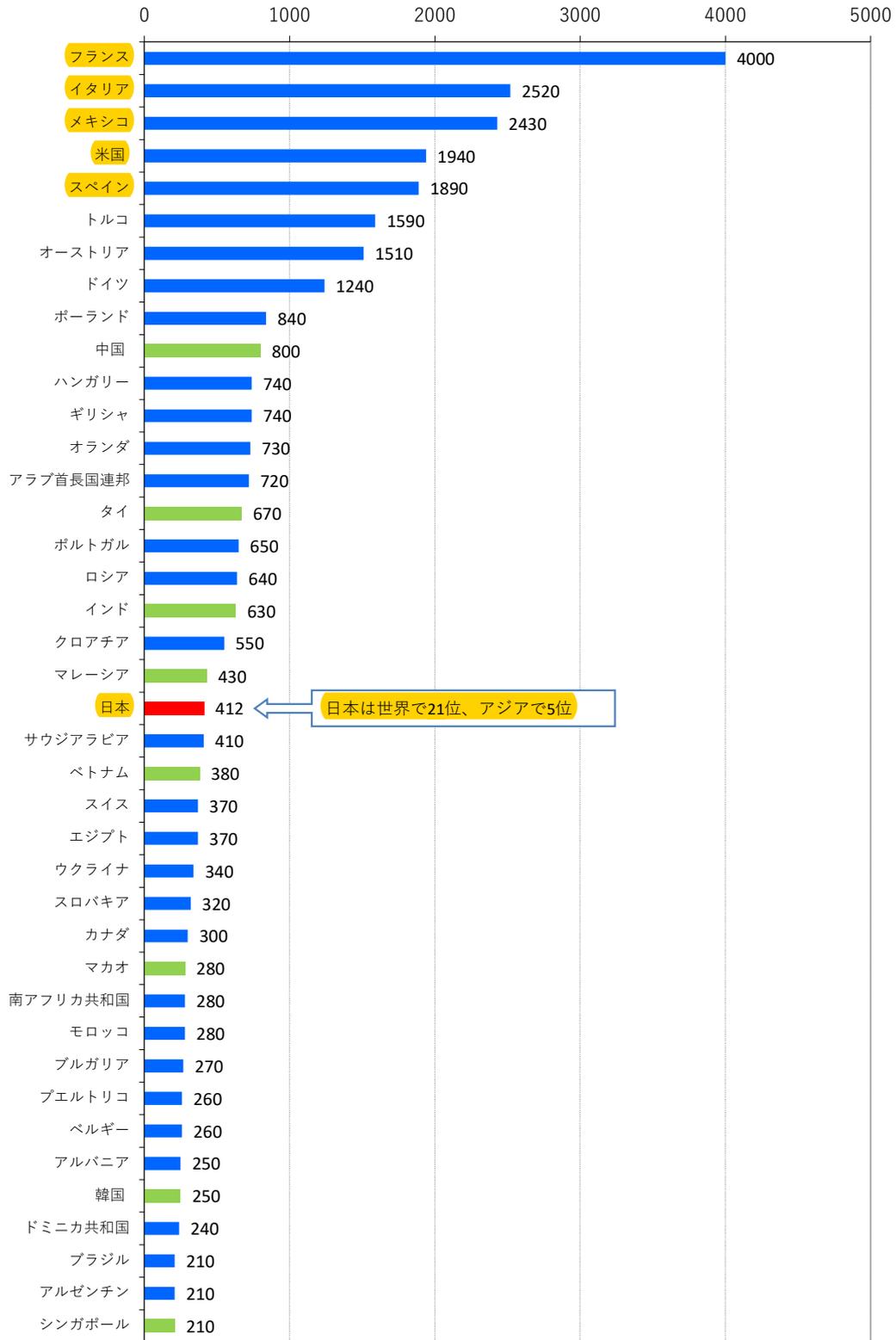
UNWTO<sup>2</sup>（国連世界観光機関）によると、2020年（令和2年）の外国人旅行者受入数は、日本は412万人で21位（アジアで5位）となり、2019年（令和元年）の12位（アジアで3位）から順位を下げた（図表I-2）。

<sup>1</sup> International Monetary Fund の略。

<sup>2</sup> World Tourism Organization の略。

図表 I - 2 外国人旅行者受入数ランキング (2020年(令和2年))

(万人)



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

注1：外国人旅行者数は、国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを比較する際には注意を要する。（例：外国籍乗員数（クルー数）について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている。）

注2：本表の数値は2022年（令和4年）5月時点の暫定値である。

注3：英国、インドネシア、デンマーク、チェコ、アイルランド、イラン及びキルギスは、2020年（令和2年）の数値が未発表であるが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2019年（令和元年）以前の数値と大きく異なることが想定されるため、過去の数値を記載しないこととする。

注4：本表で採用した数値は、日本、ロシア、ベトナム及び韓国を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。

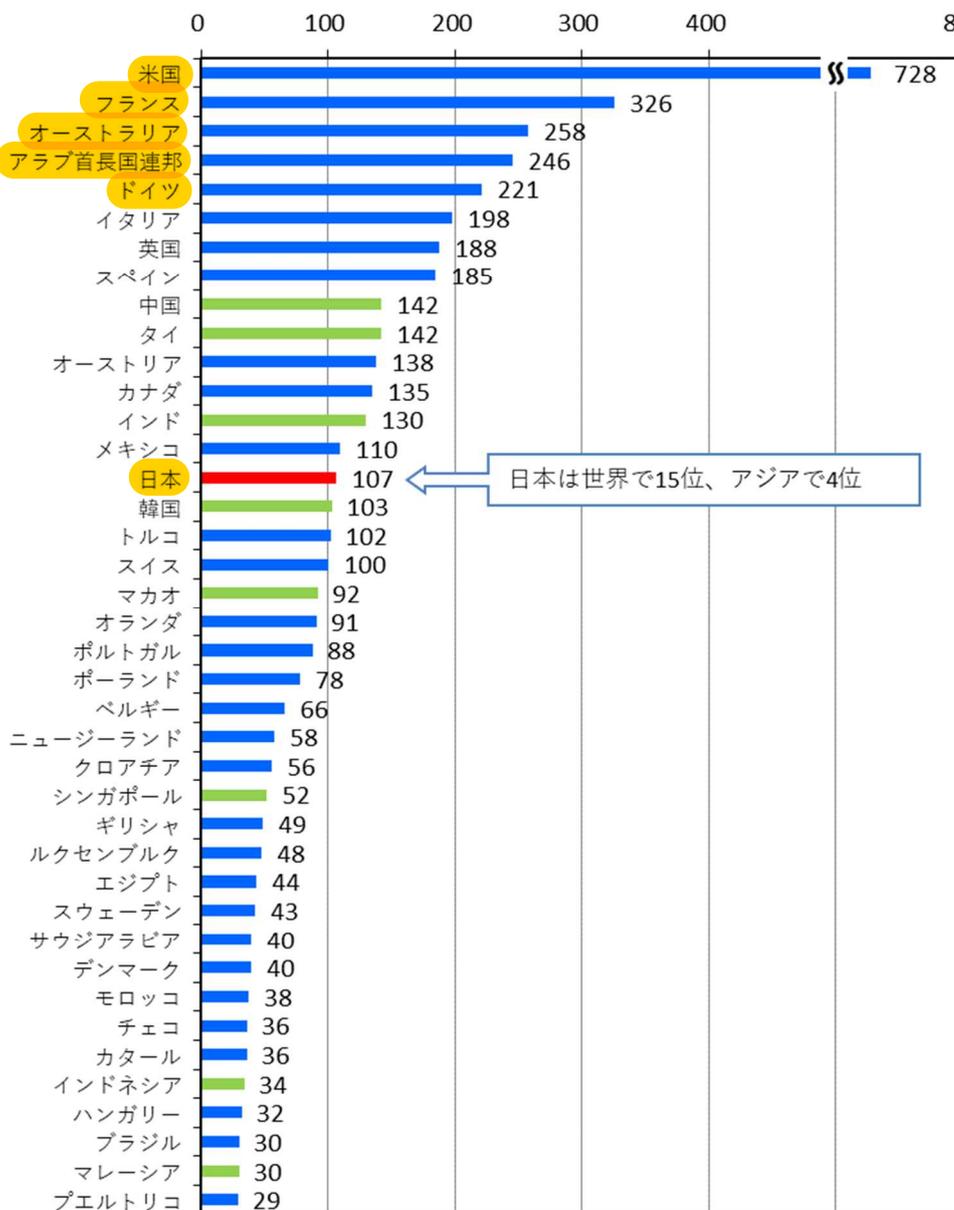
注5：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

注6：外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2020年（令和2年）の各国・地域の国際観光収入は、米国が728億ドルで1位となり、フランスが326億ドルで2位、オーストラリアが258億ドルで3位となった。日本は107億ドルで15位（アジアで4位）となり、2019年（令和元年）の7位（アジアで2位）から順位を下げた（図表I-3）。

図表 I-3 国際観光収入ランキング（2020年（令和2年））

（億米ドル）



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、各国政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：本表の数値は2022年（令和4年）5月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがある。

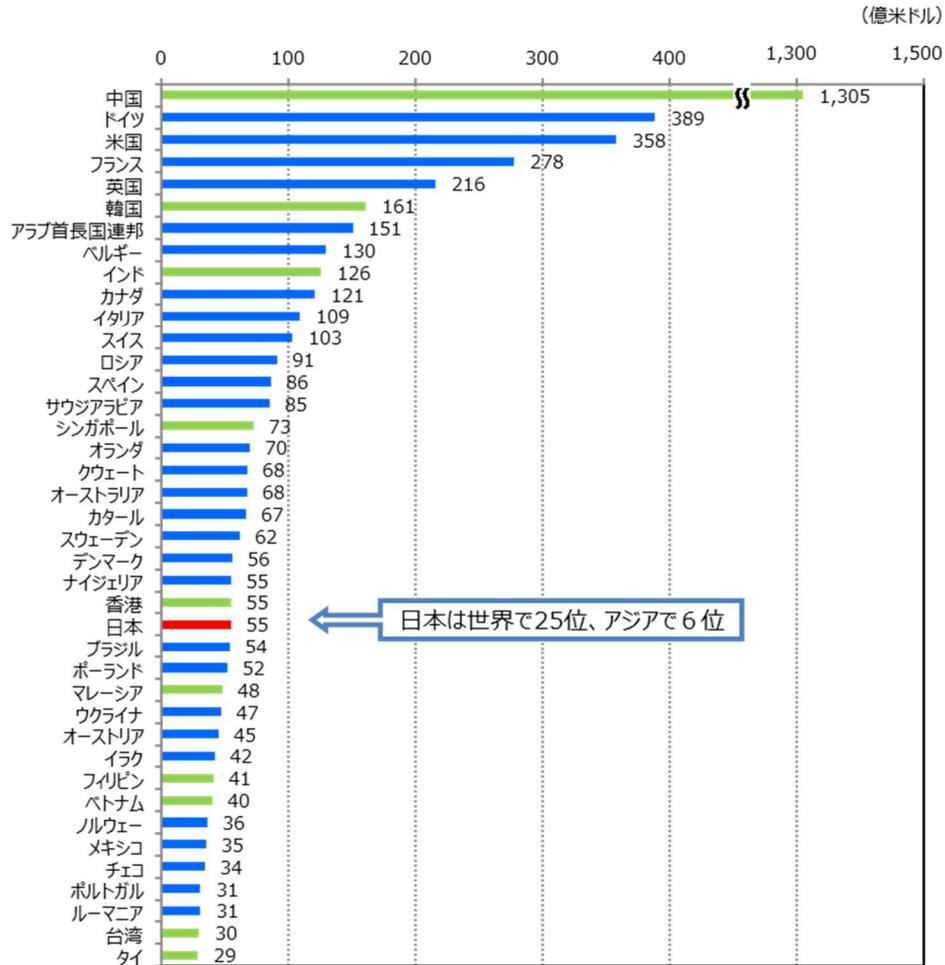
また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

注4：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

2020年（令和2年）の各国・地域の国際観光支出は、中国が1,305億ドルで1位となり、ドイツが389億ドルで2位、米国が358億ドルで3位となった。日本は55億ドルで25位（アジアで6位）と、2019年（令和元年）の16位（アジアで6位）から順位を下げた（図表I-4）。

図表I-4 国際観光支出ランキング（2020年（令和2年））



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、各国政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：本表の数値は2022年（令和4年）5月時点の暫定値である。

注2：イランは、2020年（令和2年）の数値が未発表であるが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2019年（令和元年）以前の数値と大きく異なることが想定されるため、過去の数値を記載しないこととする。

注3：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注4：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

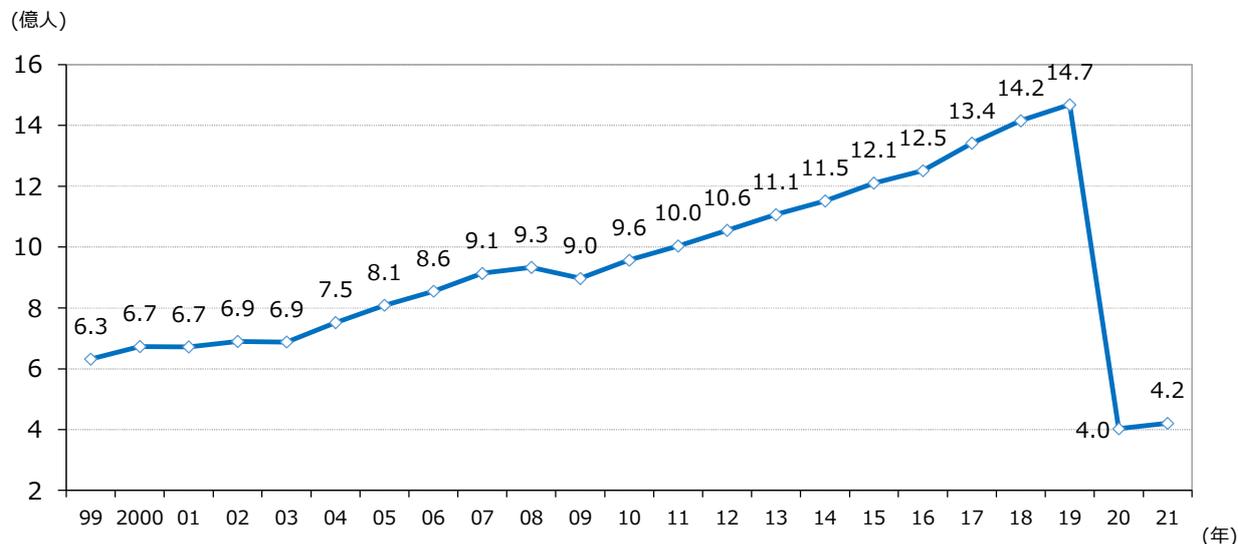
注5：国際観光支出は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがある。

また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

### 第3節 2021年（令和3年）の世界の観光の状況

UNWTO（国連世界観光機関）の2022年（令和4年）3月の発表によると、2021年（令和3年）の世界全体の国際観光客数は、前年より約1,800万人増（前年比4.6%増）の4億2,100万人となったが、対2019年比では71.3%減となり、新型コロナウイルス感染拡大に伴う渡航制限等による旅行需要の大幅な減少が続いた（図表I-5）。

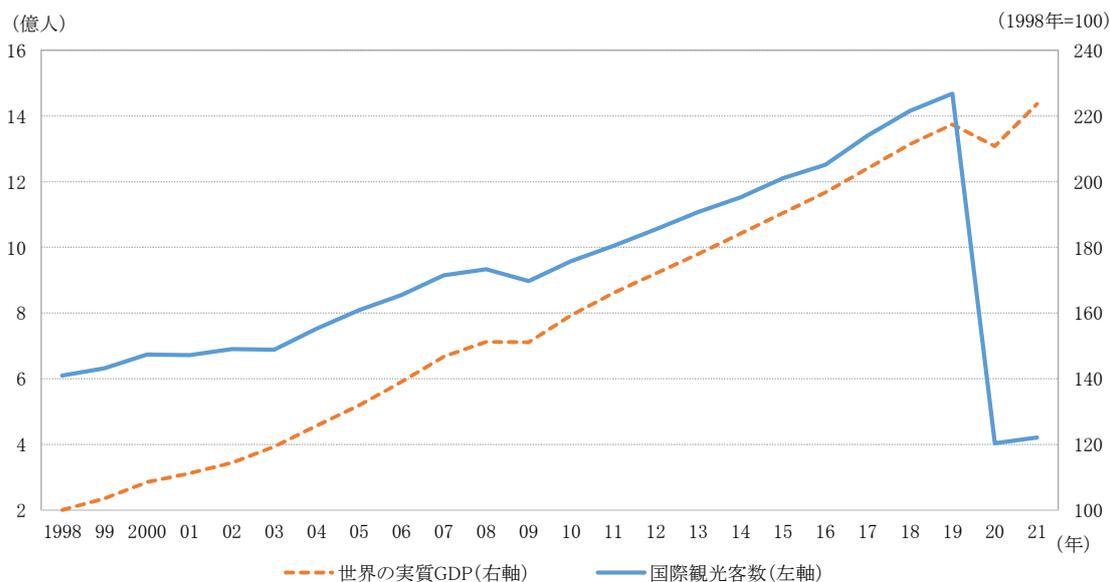
図表 I - 5 国際観光客数の推移



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

これまで国際観光客数と世界の実質GDPの間には強い相関がみられていたが、2020年（令和2年）は、国際観光客数は世界の実質GDPよりも大幅に減少した。2021年（令和3年）は、国際観光客数は依然として低い水準にあるが、世界の実質GDPは2019年（令和元年）の水準を上回る回復がみられた（図表I-6）。

図表 I - 6 国際観光客数と世界の実質GDPの推移



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、IMF（国際通貨基金）資料に基づき観光庁作成  
注1：世界の実質GDPは、1998年（平成10年）を100として指数化。

2021年（令和3年）の国際観光客数を地域別にみると、欧州を訪れた国際観光客数は約2億8,130万人（前年比18.6%増）、アジア太平洋を訪れた国際観光客数は約2,090万人（前年比64.7%減）、米州を訪れた国際観光客数は約8,240万人（前年比17.7%増）となった（図表I-7）。より厳しい渡航制限措置をとったアジア太平洋における減少率が大きい結果となった。

**図表 I - 7 地域別国際観光客数（2021年（令和3年））**

|        | 国際観光客数<br>(単位：百万人) | 前年差<br>(単位：百万人) | 前年比    |
|--------|--------------------|-----------------|--------|
| 世界全体   | 421                | 18              | 4.6%   |
| 欧州     | 281.3              | 44.0            | 18.6%  |
| アジア太平洋 | 20.9               | -38.4           | -64.7% |
| 米州     | 82.4               | 12.4            | 17.7%  |
| アフリカ   | 18.5               | 2.3             | 13.9%  |
| 中東     | 18.2               | -1.7            | -8.3%  |

資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

## 第2章 日本の観光の動向

2020年(令和2年)からインバウンド需要はほぼ蒸発し、度重なる緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による行動制限に伴い国内旅行も大きく減少となるなど、新型コロナウイルス感染拡大は、観光関連産業に甚大な影響を与えている。このため、深刻な影響が続く観光関連産業の事業継続と雇用維持を図るため、関係省庁が連携し、支援を図っている。また、全国一律に観光需要の底上げを図る「Go To トラベル事業」が停止している<sup>3</sup>なか、感染が落ち着いている地域においては、都道府県が実施する「県民割」事業への支援として、「地域観光事業支援」を実施してきた。

2021年(令和3年)は、2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会(「東京2020大会」)が一年の延期を経て開催されたが、原則、無観客となるなど前例のない大会となり、大会関係者のみの入国となった。

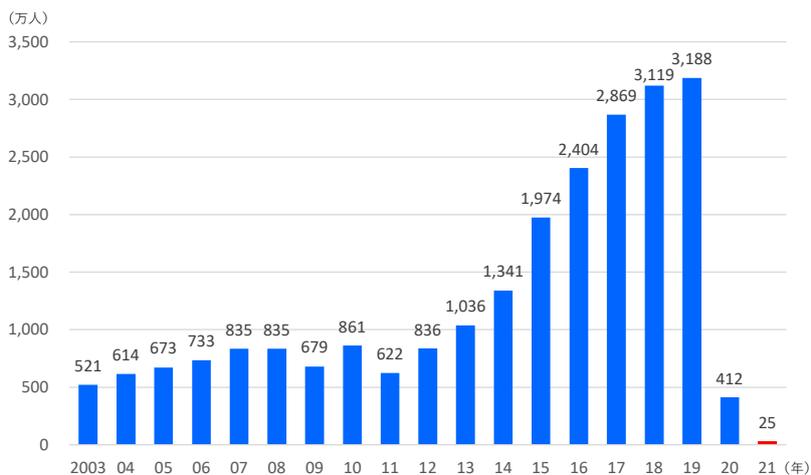
観光については、2020年(令和2年)に引き続き水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えの動きが生じたことなどにより、需要が大幅に減少するなど、非常に厳しい状況が続いている。

### 第1節 訪日旅行の状況

#### 1 訪日旅行の状況

訪日外国人旅行者数は、2019年(令和元年)までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ<sup>4</sup>体制の充実といった改革を進めるとともに、航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツの造成、日本政府観光局等による対外プロモーション等により、過去最高を更新していたが、2021年(令和3年)の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、水際措置の強化が継続されたことなどにより、2020年(令和2年)に続き、年間を通して大きく減少し、前年比94.0%減の25万人となった(図表I-8)。

図表 I-8 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

国・地域別にみると、アジア主要市場<sup>5</sup>からの訪日外国人旅行者数が11.9万人となり、全体の48.5%を占めた。

東アジアでは、中国が4.2万人と主要22市場<sup>6</sup>のうちで最も多く、韓国(1.9万人)、台湾(0.5万人)と続き、全体の27.4%を占めた。

東南アジアは、ASEAN(東南アジア諸国連合)の主要6市場<sup>7</sup>からの訪日外国人旅行者数が4.3万人となった。

北米主要市場<sup>8</sup>からの訪日外国人旅行者数は2.4万人となり、このうち米国は2.0万人となった。

欧州主要5市場<sup>9</sup>からの訪日外国人旅行者数は2.6万人となった。

<sup>3</sup> 2022年(令和4年)5月1日時点。

<sup>4</sup> 税関(customs)、出入国審査(immigration)、検疫(quarantine)の総称。(2022年③出題)

<sup>5</sup> 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム及びインドのことを指す(2022年(令和4年)5月時点)。

<sup>6</sup> 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン及びベトナムの計22か国・地域のことを指す(2022年(令和4年)5月時点)。

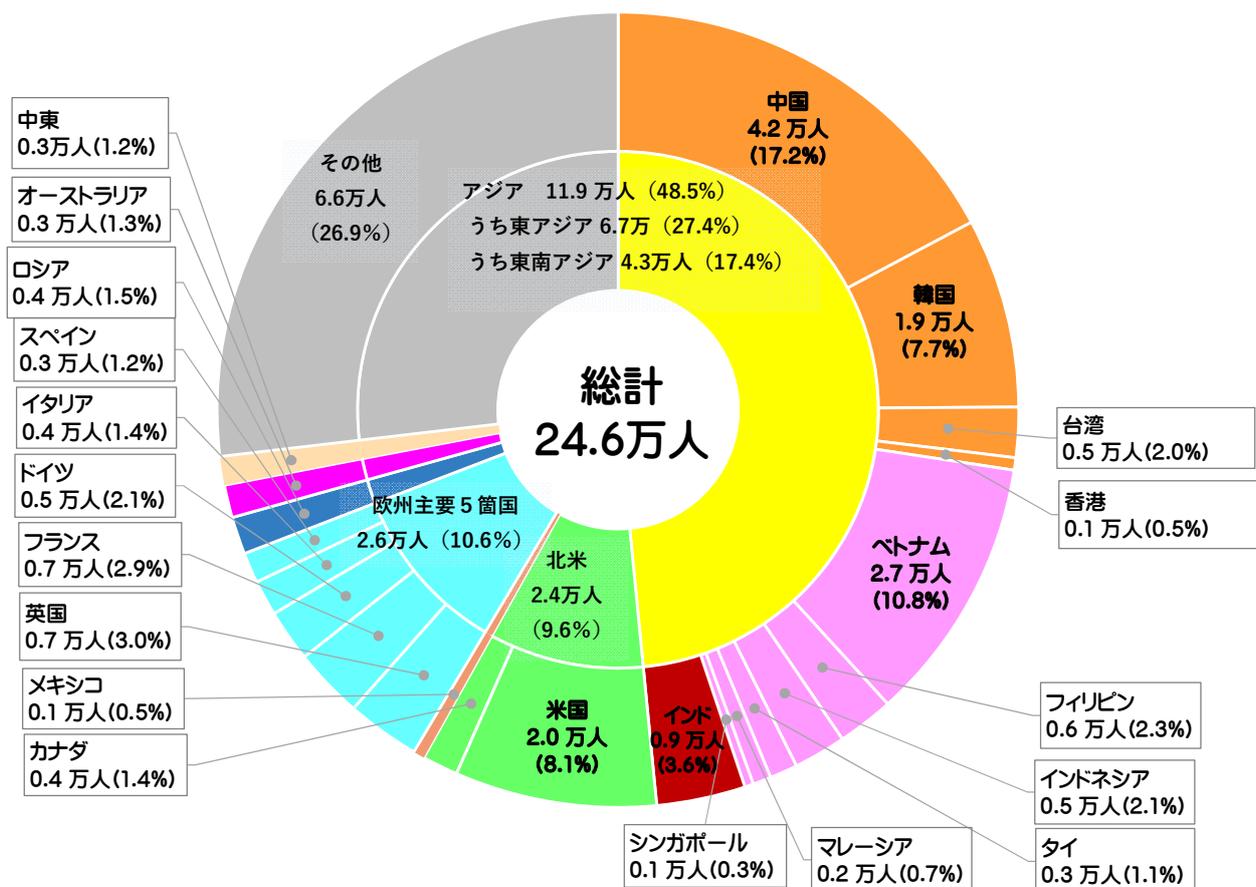
<sup>7</sup> タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン及びベトナムのことを指す(2022年(令和4年)5月時点)。

<sup>8</sup> 米国及びカナダのことを指す(2022年(令和4年)5月時点)。

<sup>9</sup> 英国、フランス、ドイツ、イタリア及びスペインのことを指す(2022年(令和4年)5月時点)。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は0.3万人となった。  
その他の地域では、南米が0.5万人、アフリカが0.7万人であった（図表I-9、図表I-10）。

図表 I - 9 訪日外国人旅行者の内訳（2021年（令和3年））



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成  
注1：()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。  
注2：「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。  
注3：数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

図表 I - 10 地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移

| 国・地域       | 2020年        |              | 2021年         |              |
|------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
|            | 訪日者数         | シェア          | 訪日者数          | シェア          |
| <b>アジア</b> | <b>332万人</b> | <b>80.6%</b> | <b>11.9万人</b> | <b>48.5%</b> |
| 東アジア       | 260万人        | 63.1%        | 6.7万人         | 27.4%        |
| 東南アジア      | 69万人         | 16.8%        | 4.3万人         | 17.4%        |
| 欧米豪        | 59万人         | 14.3%        | 5.7万人         | 23.0%        |
| その他        | 21万人         | 5.2%         | 7.0万人         | 28.5%        |

資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成  
注1：2020年（令和2年）は確定値、2021年（令和3年）は暫定値である。  
注2：その他には、主要22市場以外の国・地域が含まれる。

2021年（令和3年）における訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、試算によると、1,208億円となった（前年比83.8%減、2019年比97.5%減）（図表I-11、図表I-12、図表I-13）。

図表 I -11 訪日外国人旅行者による消費額の推移

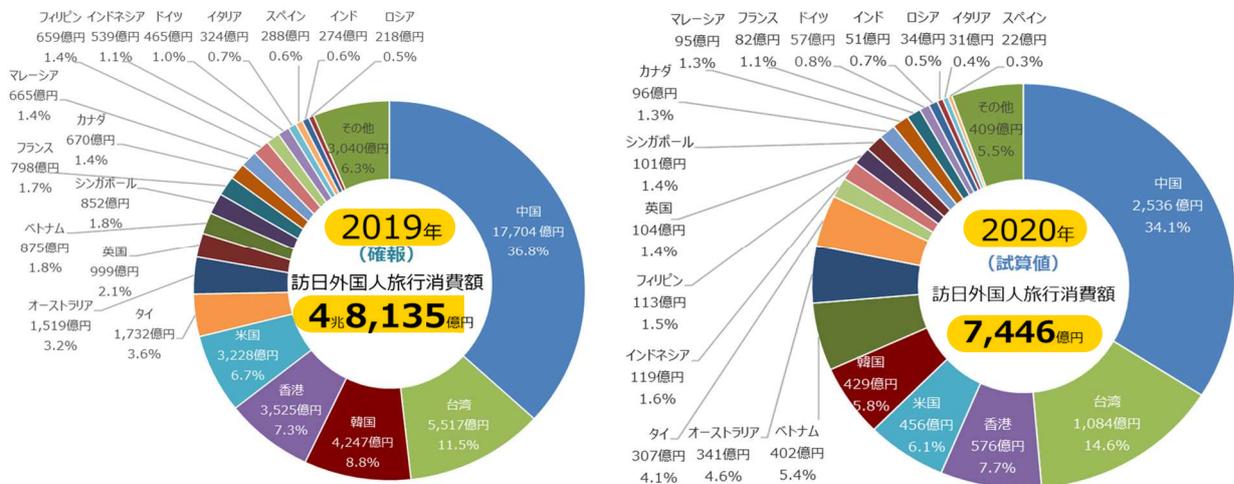
| 年                | 訪日外国人旅行消費額 |
|------------------|------------|
| 2012年<br>(平成24年) | 1兆846億円    |
| 2013年<br>(平成25年) | 1兆4,167億円  |
| 2014年<br>(平成26年) | 2兆278億円    |
| 2015年<br>(平成27年) | 3兆4,771億円  |
| 2016年<br>(平成28年) | 3兆7,476億円  |
| 2017年<br>(平成29年) | 4兆4,162億円  |
| 2018年<br>(平成30年) | 4兆5,189億円  |
| 2019年<br>(令和元年)  | 4兆8,135億円  |
| 2020年<br>(令和2年)  | 7,446億円    |
| 2021年<br>(令和3年)  | 1,208億円    |

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：2017年（平成29年）までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年（平成30年）からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年（平成30年）以降と2017年（平成29年）以前の数値との比較には留意が必要である。

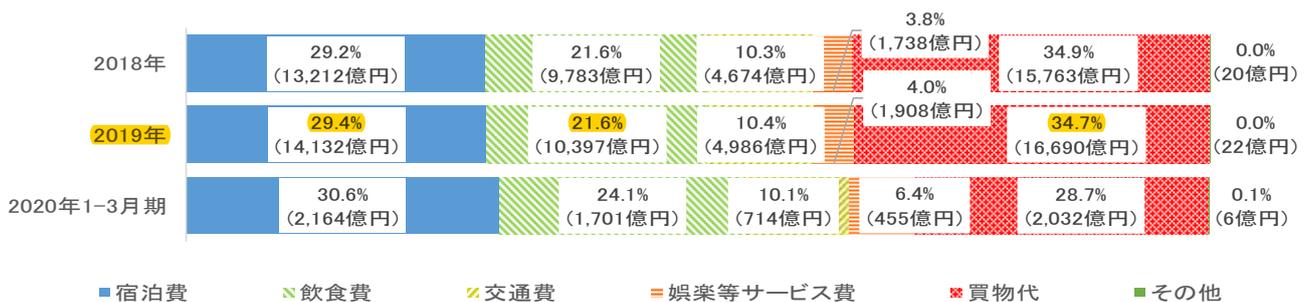
注2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年（令和2年）においては4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査を中止し、1-3月期の調査結果を用いて、2020年（令和2年）年間値を試算した。また2021年（令和3年）については、1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査を中止し、10-12月期の調査結果等を用いて、2021年（令和3年）年間値を試算した。そのため、2019年（令和元年）以前の数値との比較には留意が必要である。

図表 I -12 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図表 I -13 費目別にみる訪日外国人旅行消費額（2022年①出題）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：（ ）内は費目別旅行消費額。

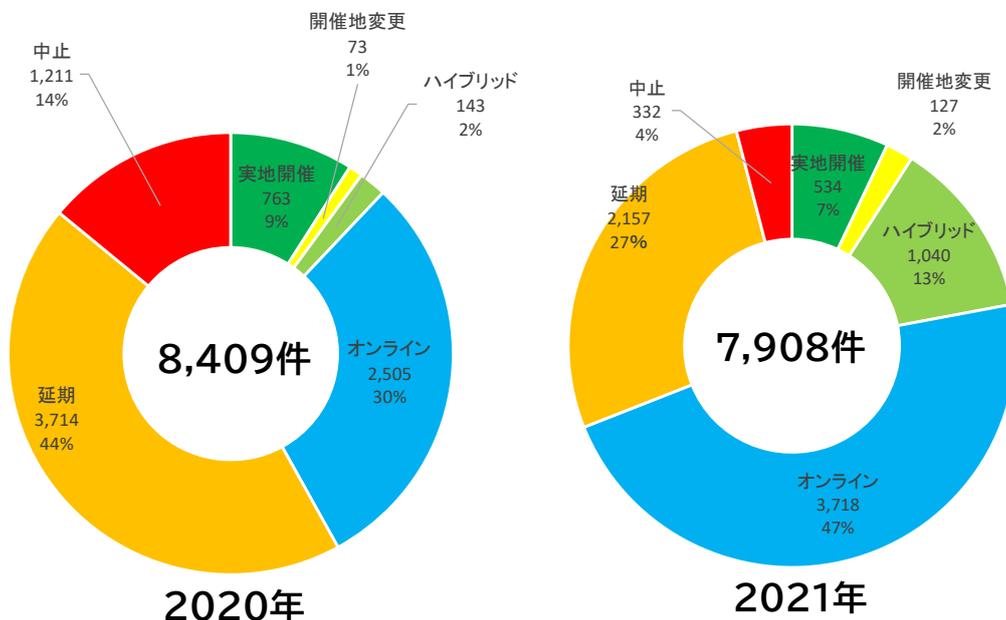
注2：2020年（令和2年）は4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査を中止したため、1-3月期の調査結果を用いている。

## 2 国際会議の開催状況

世界の国際会議は、ICCA（国際会議協会）によると、2020年（令和2年）以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、その多くが延期や中止となり、オンラインでの開催に代替されることになった。

2021年（令和3年）には、延期や中止の割合が減少し、代わってオンラインや、実地開催とオンラインを組み合わせたハイブリッド開催が増加した（図表I-14）。

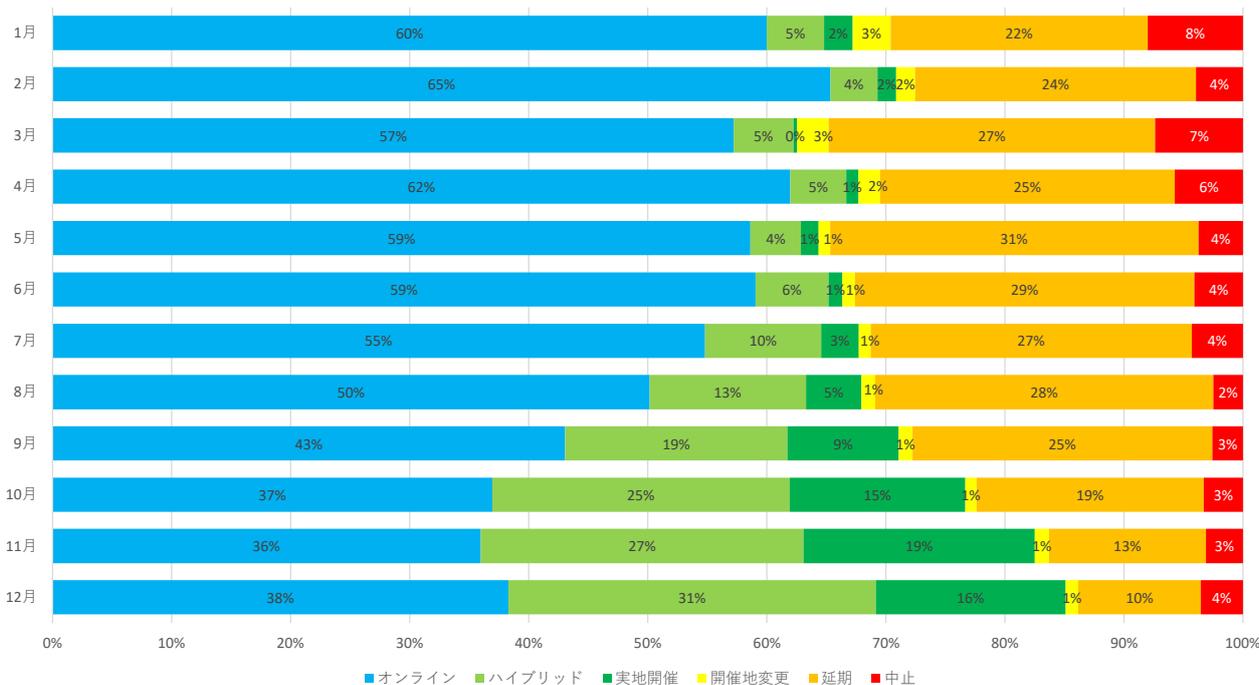
図表 I - 14 世界の国際会議の開催状況の推移



資料：ICCA（国際会議協会）資料に基づき観光庁作成

2021年（令和3年）の世界の国際会議の開催状況を月別に見ると、後半には実地開催やハイブリッドの割合が増加しているのがわかる。12月については、実地開催の割合が減少に転じているが、これは新型コロナウイルス感染拡大の影響による可能性がある（図表I-15）。

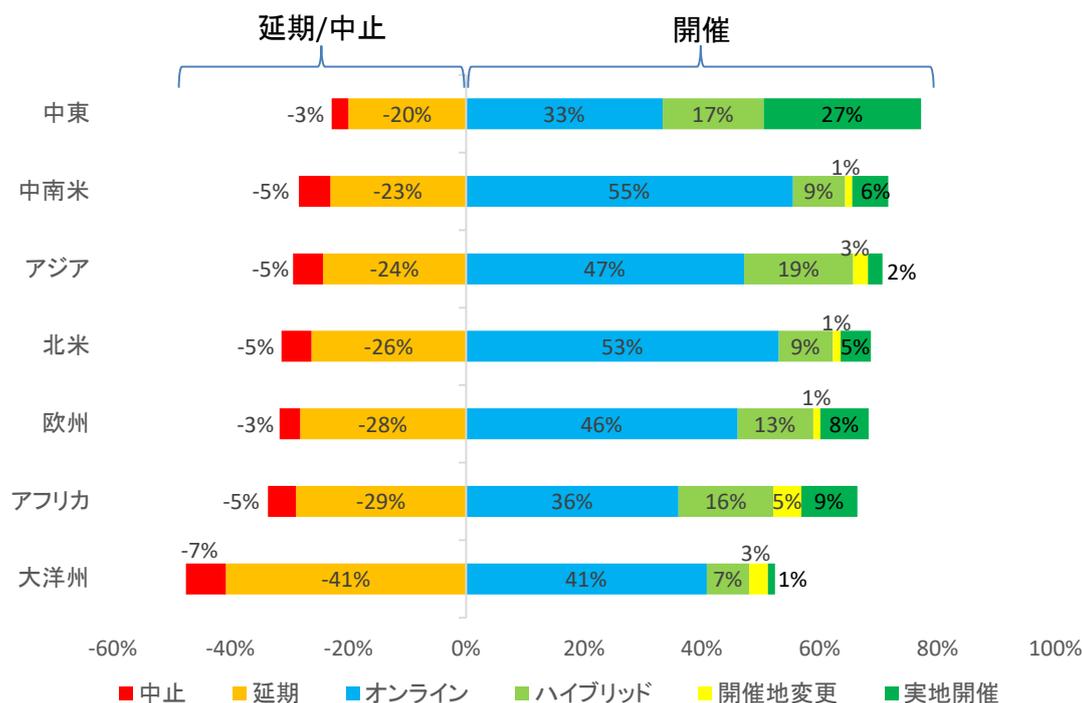
図表 I - 15 世界の国際会議の開催状況（月別）（2021年（令和3年））



資料：ICCA（国際会議協会）資料に基づき観光庁作成

世界の各地域における国際会議の開催形態の割合については、地域によって違いがみられ、アジアでは、中南米、北米、欧州等と比べてハイブリッドの割合が高い（図表 I-16）。

図表 I-16 地域別の国際会議の開催状況（2021年（令和3年））



資料：ICCA（国際会議協会）資料に基づき観光庁作成

アジア大洋州の主要国・地域において、2021年（令和3年）に開催が予定されていた国際会議について、実際の開催形態のデータを見ると、いずれの国も実地開催は少ないものの、ハイブリッドとオンラインを含めると、当初開催が予定されていた国際会議のおおむね半数以上が開催された。日本は、実地開催とハイブリッドの合計での開催件数では中国に次いで2位であったものの、オンラインも加えた開催件数では1位であった（図表 I-17）。

図表 I-17 アジア大洋州地域における国際会議の件数（2021年（令和3年））

|   | 国/地域名   | 実地開催 | ハイブリッド | オンライン | 小計(開催分) | 延期/中止等 | 合計  |
|---|---------|------|--------|-------|---------|--------|-----|
| 1 | 日本      | 3    | 61     | 185   | 249     | 115    | 364 |
| 2 | 中国      | 12   | 71     | 79    | 162     | 71     | 233 |
| 3 | 韓国      | 5    | 56     | 87    | 148     | 63     | 211 |
| 4 | オーストラリア | 2    | 15     | 79    | 96      | 108    | 204 |
| 5 | 台湾      | 3    | 20     | 53    | 76      | 27     | 103 |
| 6 | シンガポール  | 3    | 16     | 56    | 75      | 27     | 102 |
| 7 | インド     | 4    | 6      | 37    | 47      | 19     | 66  |

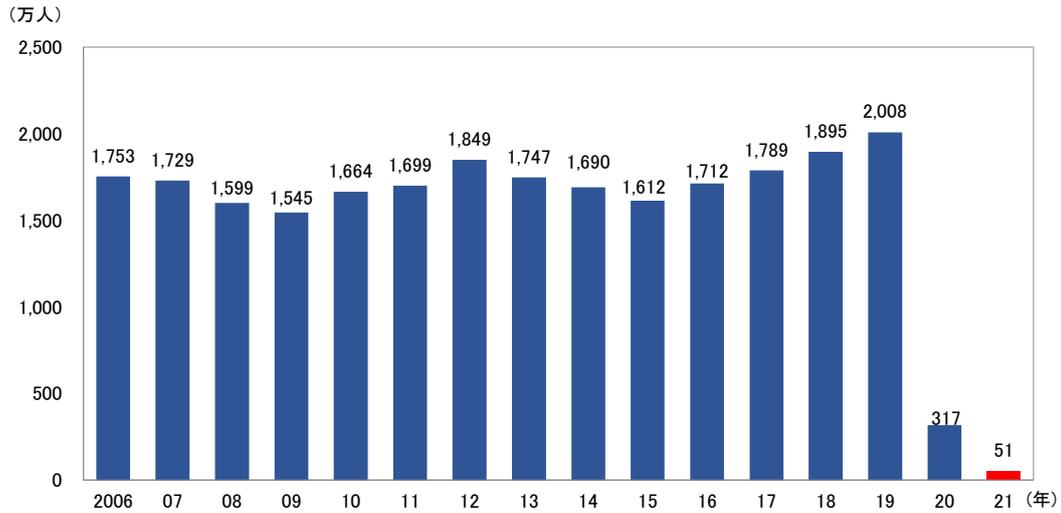
資料：ICCA（国際会議協会）資料に基づき観光庁作成

今後、新型コロナウイルス感染症の影響が軽減するにつれ、国際会議の実地開催件数は回復していくことが見込まれるが、他方で、ハイブリッドやオンラインでの開催がどの程度残っていくのかについても注目される。

## 第2節 日本人の海外旅行の状況

2021年（令和3年）の出国日本人数は、前年比83.9%減の51.2万人と、前年に続き大幅な下げ幅を記録した（図表I-18）。

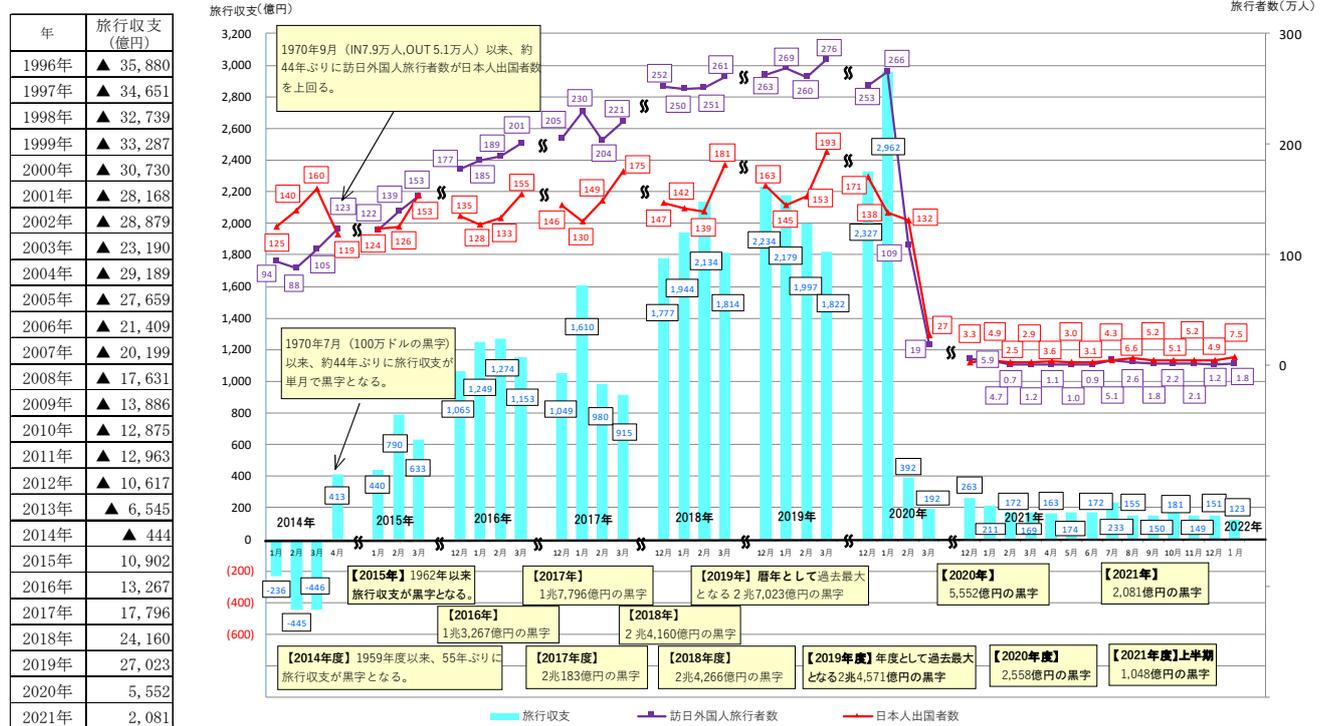
図表I-18 出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

旅行収支は2015年（平成27年）に53年ぶりに黒字に転化した後、2020年（令和2年）は5,552億円の黒字となったが、2021年（令和3年）の黒字幅は2,081億円と大幅に縮小した（図表I-19）。

図表I-19 旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移



資料：旅行収支は財務省「国際収支統計」、訪日外国人旅行者数は日本政府観光局「訪日外客統計」、日本人出国者数は出入国在留管理庁「出入国管理統計」に基づき観光庁作成

注1：旅行収支における2021年（令和3年）10月から2022年（令和4年）1月の値は速報値、2020年（令和2年）10月から2021年（令和3年）9月の値は第2次速報値、2014年（平成26年）1月から2020年（令和2年）9月の値は年次改訂値である。

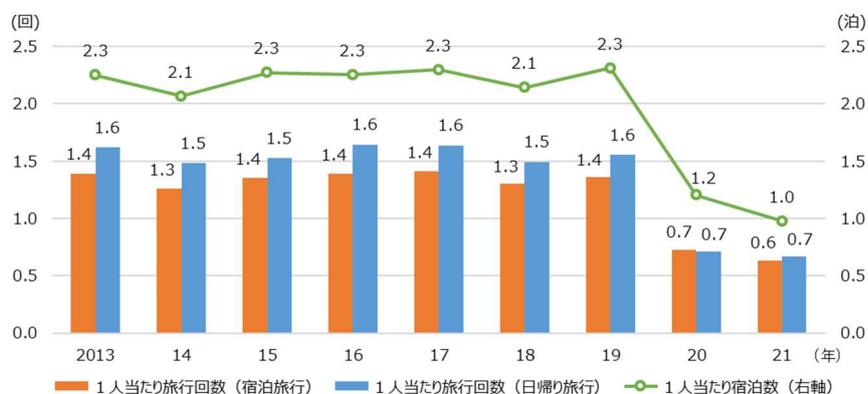
注2：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

### 第3節 国内観光の状況

#### 1 日本人国内旅行の状況

2021年（令和3年）の日本人1人当たりの国内宿泊旅行の回数は0.6回、日帰り旅行回数は0.7回、1人当たり宿泊数は1.0泊と、前年をさらに下回った（図表I-20）。

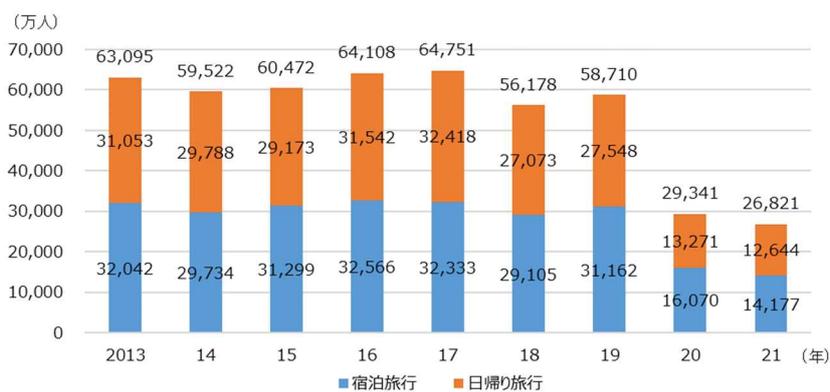
図表I-20 日本人1人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」 観光・レクリエーション目的

2021年（令和3年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ1億4,177万人（前年比11.8%減、2019年比54.5%減）、国内日帰り旅行者数は延べ1億2,644万人（前年比4.7%減、2019年比54.1%減）と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少した（図表I-21）。

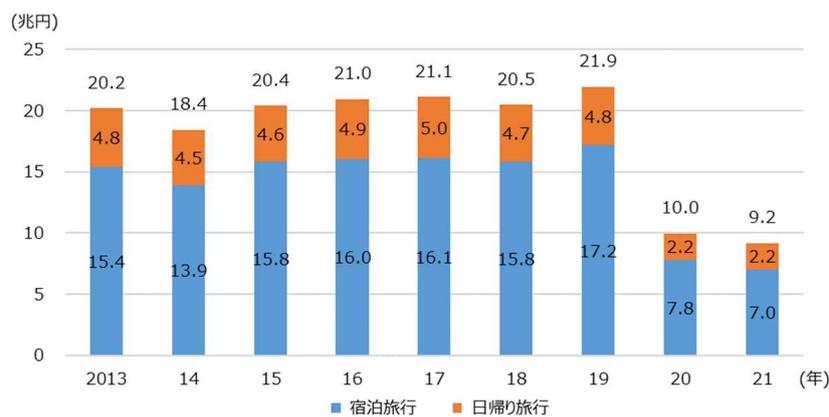
図表I-21 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2021年（令和3年）の日本人国内旅行消費額は9.2兆円（前年比7.9%減、2019年比58.1%減）となった。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は7.0兆円（前年比10.0%減、2019年比59.2%減）、日帰り旅行の国内旅行消費額は2.2兆円（前年比0.5%減、2019年比54.1%減）となった（図表I-22）。

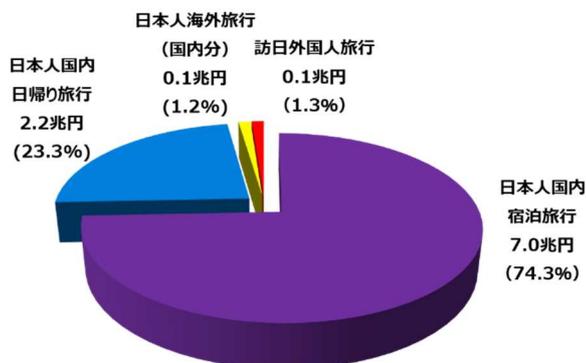
図表I-22 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2021年（令和3年）の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、9.4兆円（前年比14.5%減、2019年比66.3%減）となった。このうち、日本人による旅行消費額は9.3兆円（前年比9.5%減、2019年比59.8%減）、訪日外国人旅行者による旅行消費額は0.1兆円（前年比83.8%減、2019年比97.5%減）であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の割合は1.3%となった（図表I-23）。

図表 I-23 日本国内における旅行消費額



|               | 2012年 | 13   | 14   | 15   | 16   | 17   | 18   | 19   | 20   | 21  |
|---------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| 日本人国内宿泊旅行     | 15.0  | 15.4 | 13.9 | 15.8 | 16.0 | 16.1 | 15.8 | 17.2 | 7.8  | 7.0 |
| 日本人国内日帰り旅行    | 4.4   | 4.8  | 4.5  | 4.6  | 4.9  | 5.0  | 4.7  | 4.8  | 2.2  | 2.2 |
| 日本人海外旅行 (国内分) | 1.3   | 1.2  | 1.1  | 1.0  | 1.1  | 1.2  | 1.1  | 1.2  | 0.3  | 0.1 |
| 訪日外国人旅行       | 1.1   | 1.4  | 2.0  | 3.5  | 3.7  | 4.4  | 4.5  | 4.8  | 0.7  | 0.1 |
| 合計            | 21.8  | 22.8 | 21.6 | 24.8 | 25.8 | 26.7 | 26.1 | 27.9 | 11.0 | 9.4 |

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」に基づき作成

注1：2021年（令和3年）の「日本人海外旅行（国内分）」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、海外旅行に関する回答数が少なかったため、試算値。

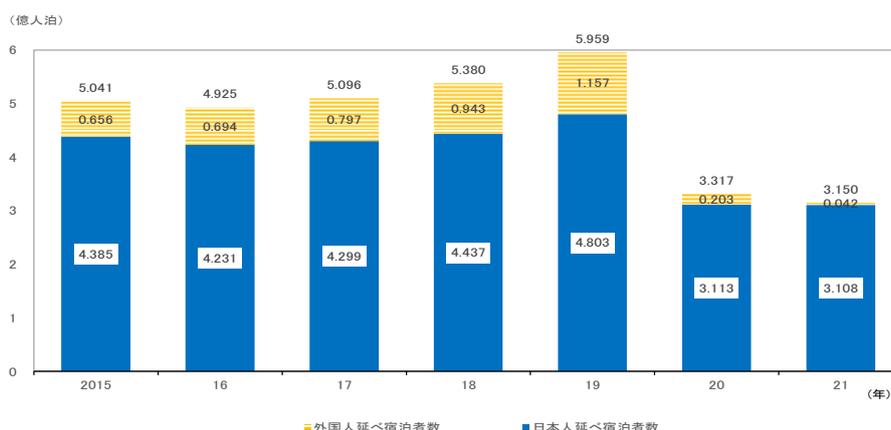
注2：2021年（令和3年）の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査が中止となったため、10-12月期の全国調査の結果等を用いた試算値。

注3：2020年（令和2年）の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査が中止となったため、1-3月期の全国調査の結果等を用いた試算値。

## 2 宿泊旅行の状況

日本国内のホテル、旅館等における延べ宿泊者数は、2021年（令和3年）は3億1,497万人泊（前年比5.0%減、2019年比47.1%減）であった。このうち、日本人延べ宿泊者数は3億1,076万人泊（前年比0.2%減、2019年比35.3%減）、外国人延べ宿泊者数は421万人泊（前年比79.3%減、2019年比96.4%減）となった。また、延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合は1.3%であった（図表I-24）。

図表 I-24 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



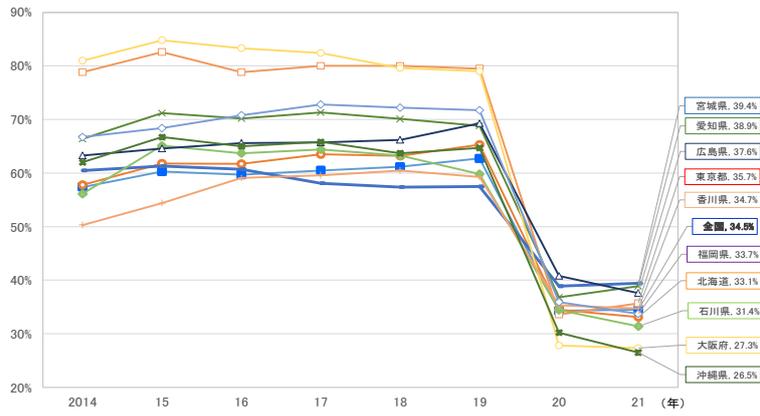
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2021年（令和3年）は速報値。

注2：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

2021年（令和3年）の客室稼働率は34.5%となり、前年に引き続き低い水準となっている（図表I-25）。

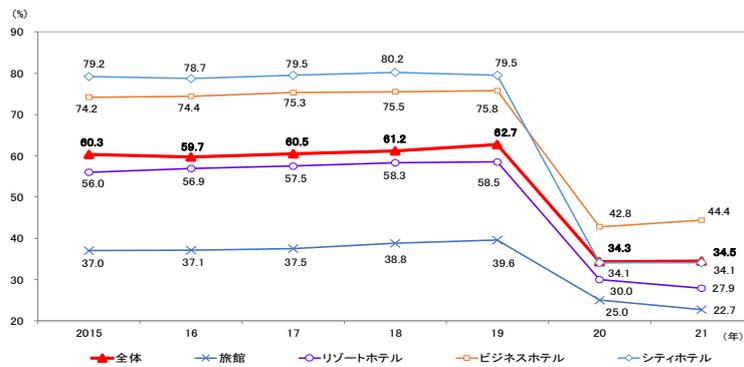
図表 I-25 客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2021年（令和3年）は速報値。

宿泊施設タイプ別にみると、2021年（令和3年）の客室稼働率は、前年に引き続き、ビジネスホテル、シティホテルが相対的に高い水準となったものの、いずれの宿泊施設タイプにおいても低い水準となっている（図表 I-26）。

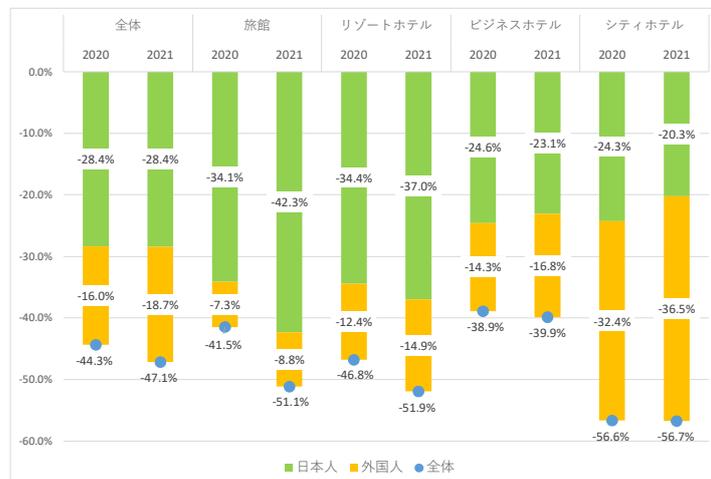
図表 I-26 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2021年（令和3年）は速報値。

宿泊施設タイプ別に、2019年（令和元年）を基準に、2020年（令和2年）及び2021年（令和3年）の延べ宿泊者数の減少について、日本人と外国人に分けて要因分析をしたところ、2021年（令和3年）において、旅館では、日本人宿泊者数が2020年（令和2年）より更に落ち込んだが、全体としては、2020年（令和2年）と同様の水準の落ち込みとなっている（図表 I-27）。

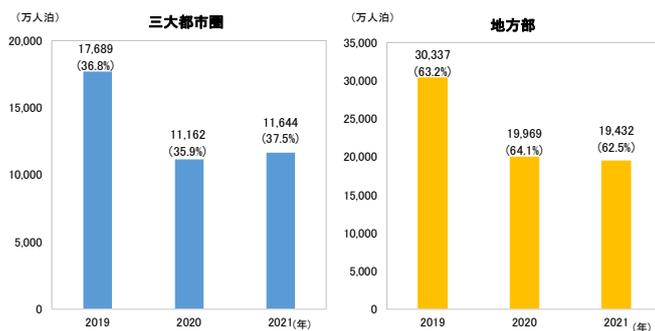
図表 I-27 宿泊施設タイプ別延べ宿泊者数（日本人・外国人別寄与度）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2019年（令和元年）の確定値を2020年（令和2年）の確定値及び2021年（令和3年）速報値と比較した。  
注2：寄与度については、小数点第2位を四捨五入している都合上、合計が一致しない場合がある。

日本人延べ宿泊者数について三大都市圏と地方部で比較すると、2021年（令和3年）は三大都市圏では1億1,644万人泊、地方部では1億9,432万人泊となった（図表I-28）。

図表I-28 三大都市圏及び地方部の日本人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

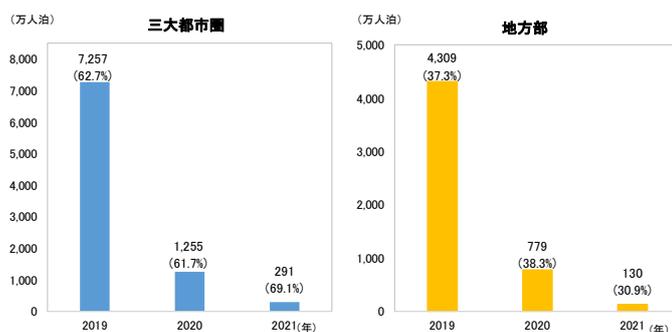
注1：2021年（令和3年）は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県」の8都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

注3：（）内は構成比を表している。

外国人延べ宿泊者数について三大都市圏と地方部で比較すると、2021年（令和3年）は三大都市圏では291万人泊、地方部では130万人泊となった（図表I-29）。

図表I-29 三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

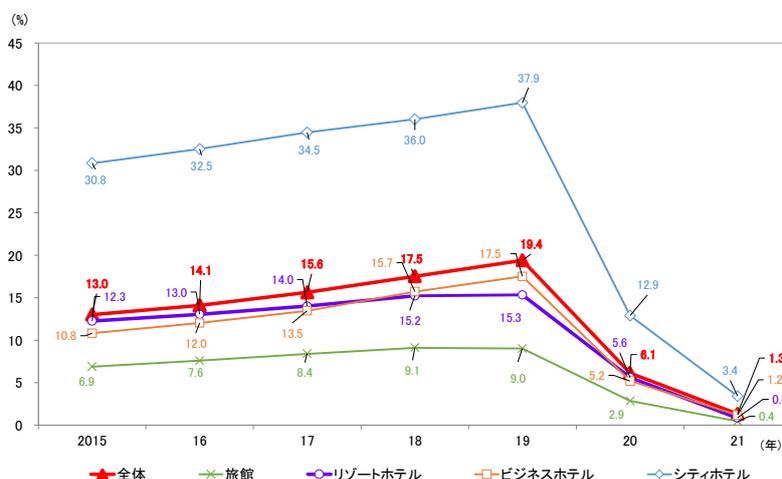
注1：2021年（令和3年）は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県」の8都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

注3：（）内は構成比を表している。

宿泊施設タイプ別に、宿泊者に占める外国人の割合をみると、シティホテルにおける割合が最も高く、2021年（令和3年）は3.4%であった。宿泊施設全体では1.3%であった（図表I-30）。

図表I-30 宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊者数の割合の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2021年（令和3年）は速報値。

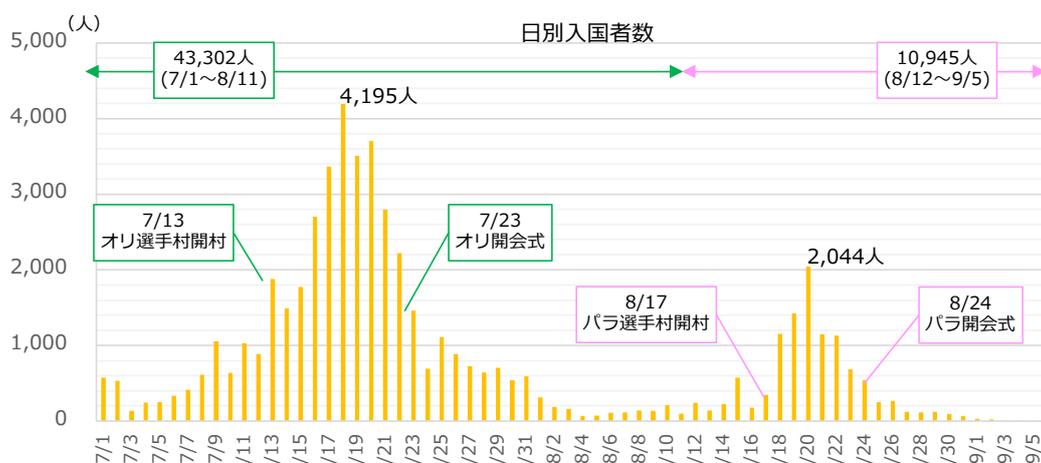
#### 第4節 2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会

「東京2020大会」は、新型コロナウイルス感染症に係る世界の状況が継続的に悪化していることに鑑み、2020年（令和2年）3月30日に、東京オリンピック競技大会は2021年（令和3年）7月23日から8月8日、東京パラリンピック競技大会は同年8月24日から9月5日の日程で開催されることとなった。

その後、安全・安心な大会の開催に向けて、場面（入国、輸送、会場等）ごとに感染対策を講じるなか、2021年（令和3年）7月に入り緊急事態措置を実施すべき区域に東京都が再び追加されたことを受け、「東京2020大会」は原則無観客で開催される事態となった。

これらにより、「東京2020大会」における入国は、参加国・地域の代表選手団並びに国際オリンピック委員会、国際パラリンピック委員会、国際競技連盟等の大会関係者に限られ、滞在期間中の行動管理が行われた。公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（「東京2020大会組織委員会」）によると、入国者数は同年7月17日から19日にかけてピークをむかえ、東京オリンピック競技大会では43,302人、東京パラリンピック競技大会では10,945人であった（図表I-31）。

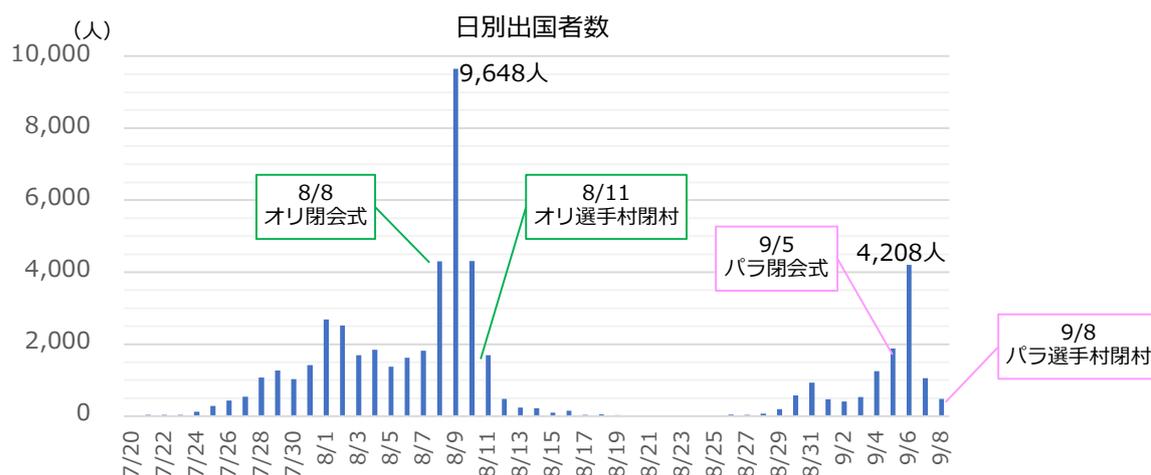
図表 I-31 「東京2020大会」関係者の日別入国者数の推移



資料：公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会「東京2020大会の振り返りについて」

出国については、両大会ともに閉会式の翌日が最大のピークとなった（図表I-32）。

図表 I-32 「東京2020大会」関係者の日別出国者数の推移



資料：公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会「東京2020大会の振り返りについて」

**コラム I-1 2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会におけるプロモーション**

日本政府観光局は、「東京 2020 大会」期間中に、将来の訪日に向けて、知られざる地方の魅力やアクセシビリティを中心とした情報発信を集中的に実施した。実施に当たっては、「東京 2020 大会組織委員会」及び東京都と連携して情報発信等を行い、また、日本全国の観光魅力の発信のため、全国の地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO）と連携して東京都メディアセンターでの情報発信を行った。

オンライン広告、テレビ CM、屋外広告にて訪日を喚起するプロモーション動画を中国や欧米等で集中的に配信し、延べ 3.1 億回以上の視聴があった。

**オンライン広告では1.4億回以上視聴**



実施期間：2021年3月～10月  
対象国：米・中・欧・豪・アジア諸国など12か国

**次回開催地を中心とした屋外広告  
5,600万人視聴**



実施期間：2021年7月～9月  
場所：米エンゼルススタジアム、パリCDG空港など

**グローバルメディアにて1.2億人が  
TV CMを視聴**

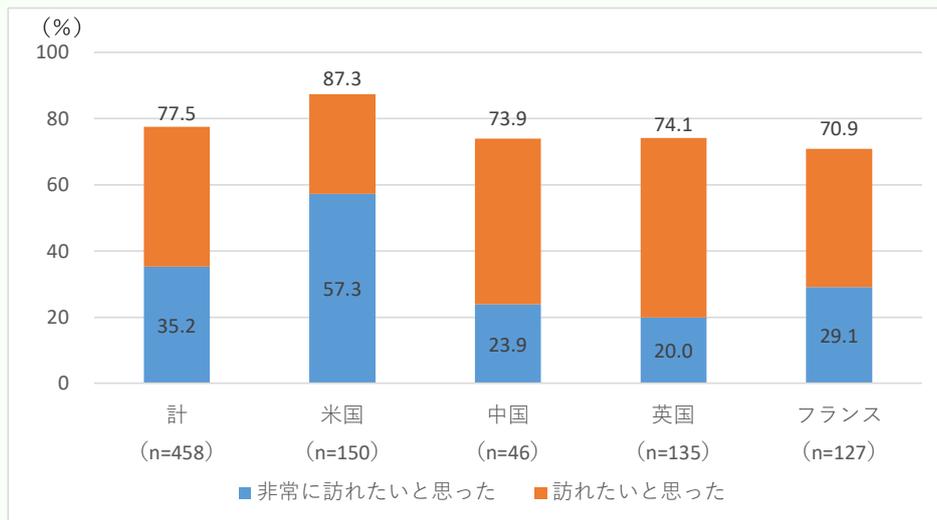


実施期間：2021年6月～9月  
対象国：大会認定メディアのNBC（米）、Eurosport（欧）の他、Sky Sport（欧）、上海五星体育（中）、Fox Sport Asia（東南アジア）と連携

資料：日本政府観光局

米国、中国、英国及びフランスの「オンライン広告視聴者」を対象としたアンケートによると、70%以上が、広告を視聴した結果「日本を訪れたい」と回答があった（コラム図表 I-1-1）。

**コラム図表 I-1-1 オンライン動画広告視聴者の訪日意向**



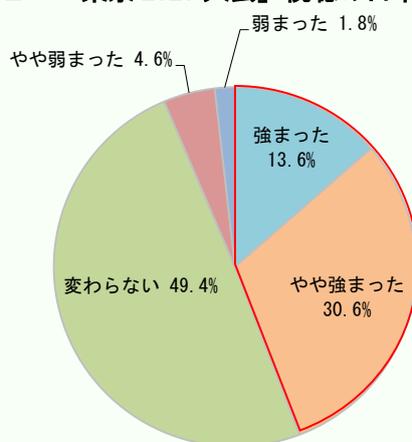
資料：日本政府観光局「広告事業アンケート」より観光庁作成

注1：図表下部の n は、サンプル数を示している。

注2：「あなたは、先ほどの動画をご覧になって、どの程度「日本」を訪れて見たいと思いますか」という質問に対する回答結果。

その他、13か国・地域、8,034名の海外居住者に、「東京2020大会」の視聴を通じた日本への関心动向等についてのアンケート調査を実施したところ、回答者の44.2%が視聴を通じて日本への興味が強まったと回答し、新型コロナウイルス感染症が落ち着いた後の訪日意欲は73.2%となった（コラム図表I-1-2、コラム図表I-1-3）。

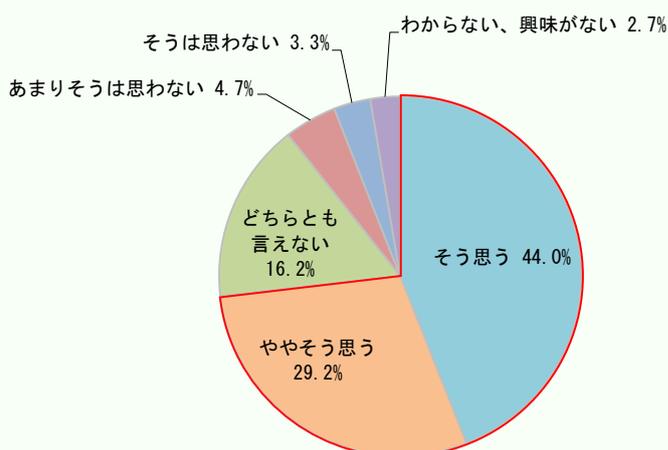
**コラム図表I-1-2 「東京2020大会」視聴の日本に対する興味への影響**



資料：日本政府観光局「海外居住者アンケート」

注1：「東京オリンピック・パラリンピックの視聴を通じて日本への興味が強まりましたか」という質問に対する回答結果。

**コラム図表I-1-3 ポストコロナの訪日意欲**



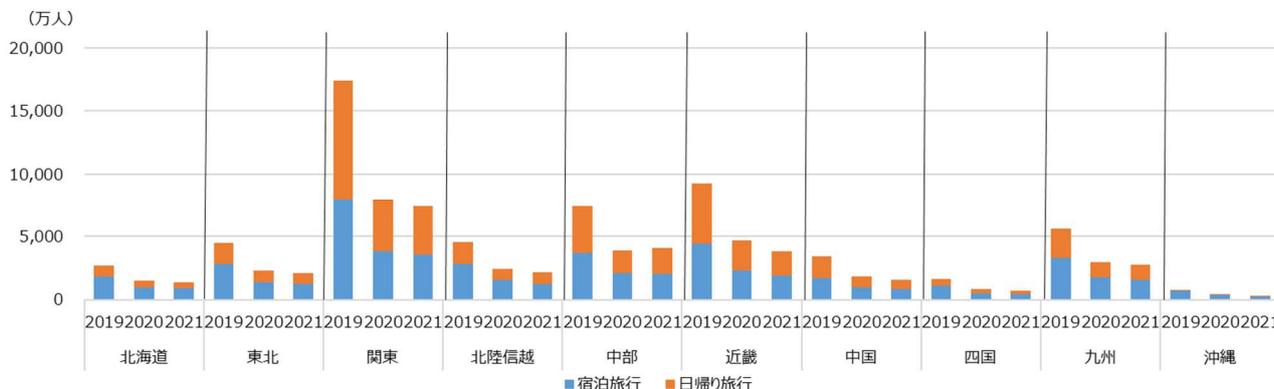
資料：日本政府観光局「海外居住者アンケート」

注1：「パンデミックが落ち着いた後、国際メガイイベントの開催時期にかかわらず、日本を訪れたいと思いますか」という質問に対する回答結果。

## 第5節 地域における観光の状況

2021年（令和3年）の日本人の国内延べ旅行者数を地方ブロック別にみると、関東が7,423万人（全体の27.7%）、中部が4,089万人（同15.2%）、近畿が3,794万人（同14.1%）となり、当該3地域で全国の延べ旅行者数の57.1%を占めた（図表I-33）。

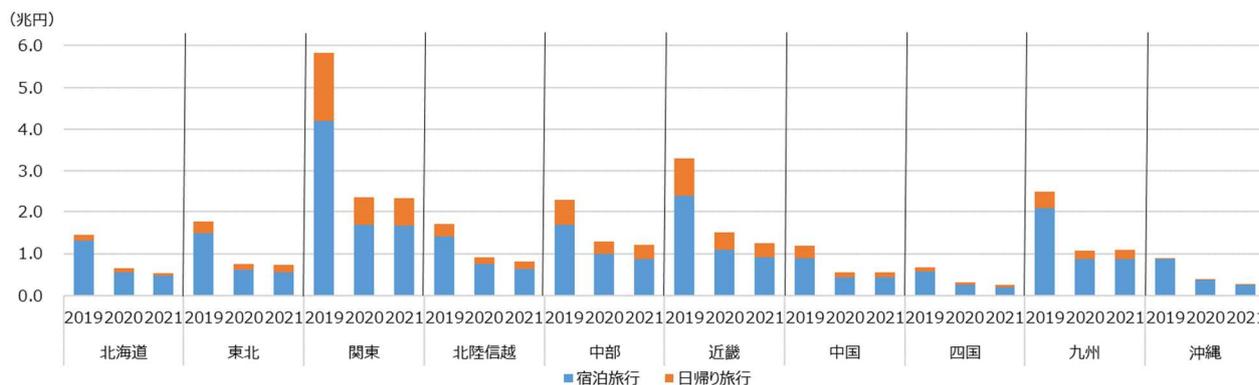
図表 I-33 地方ブロック別延べ旅行者数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2021年（令和3年）の日本人の国内旅行消費額を地方ブロック別にみると、関東が2.3兆円（全体の25.3%）、近畿が1.2兆円（同13.6%）、中部が1.2兆円（同13.1%）となり、当該3地域で全国の旅行消費額の52.0%を占めた（図表I-34）。

図表 I-34 地方ブロック別旅行消費額

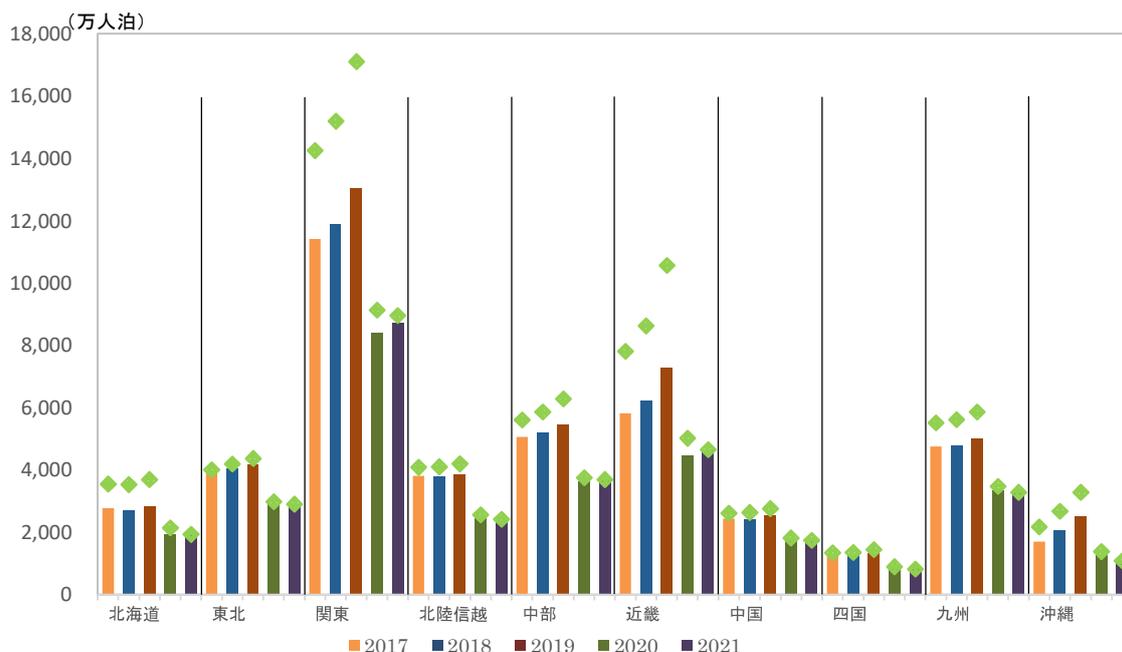


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2021年（令和3年）の延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が8,958万人泊（全体の28.4%）、近畿が4,655万人泊（同14.8%）、中部が3,694万人泊（同11.7%）となり、当該3地域で全国の延べ宿泊者数の54.9%を占めた。

日本人延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が8,717万人泊（全体の28.1%）、近畿が4,603万人泊（同14.8%）、中部が3,667万人泊（同11.8%）となり、当該3地域で全国の日本人延べ宿泊者数の54.7%を占めた（図表I-35）。

図表 I-35 地方ブロック別延べ宿泊者数（全体及び日本人）



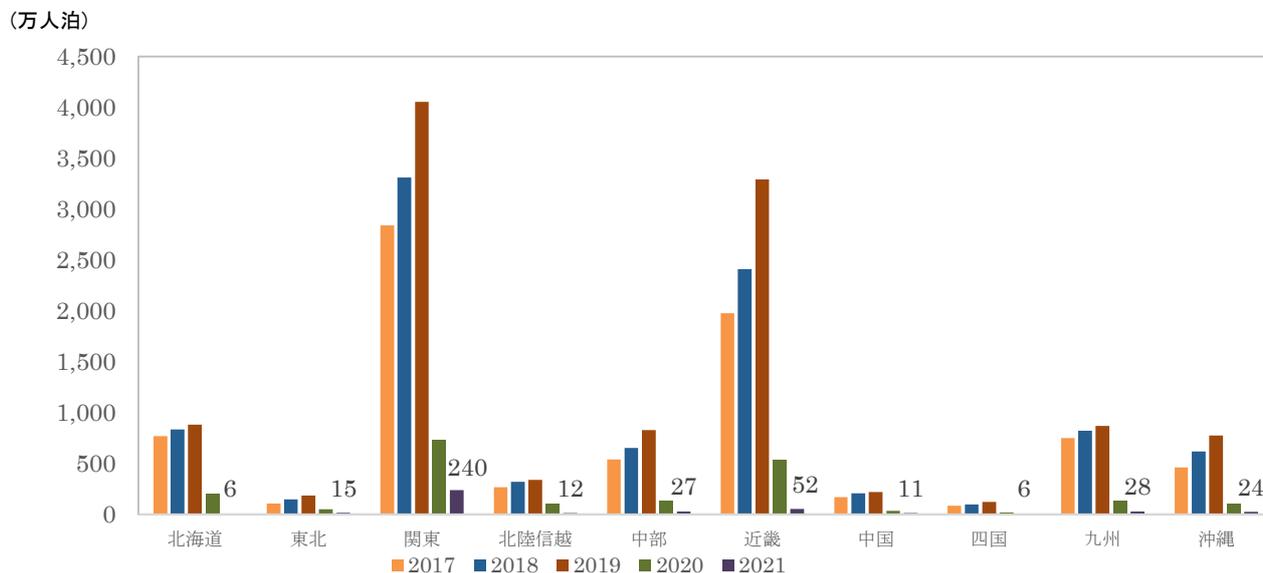
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2021年（令和3年）は速報値。

注2：棒グラフは日本人延べ宿泊者数を、マーカーは全体の延べ宿泊者数を示している。

外国人延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が240万人泊（全体の57.0%）、近畿が52万人泊（同12.3%）、九州が28万人泊（同6.7%）となり、当該3地域で全国の外国人延べ宿泊者数の76.1%を占めた（図表I-36）。

図表 I-36 地方ブロック別延べ宿泊者数（外国人）

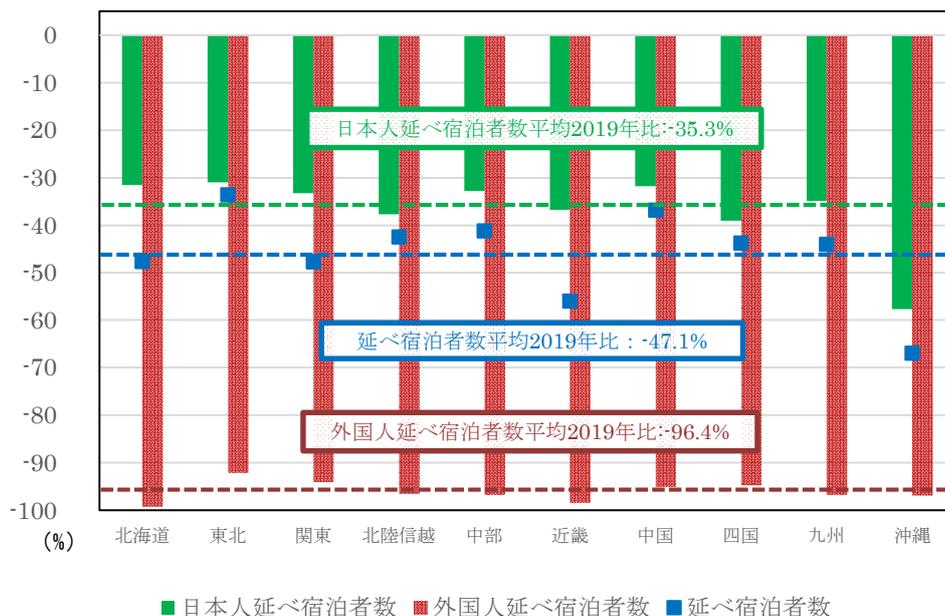


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2021年（令和3年）は速報値。

2021年（令和3年）の延べ宿泊者数の2019年比をみると、日本人延べ宿泊者数は、北陸信越、近畿、四国及び沖縄で全国平均より減少幅が大きかった。また、外国人延べ宿泊者数は、北海道、北陸信越、中部、近畿、九州及び沖縄で全国平均より減少幅が大きかった（図表I-37）。

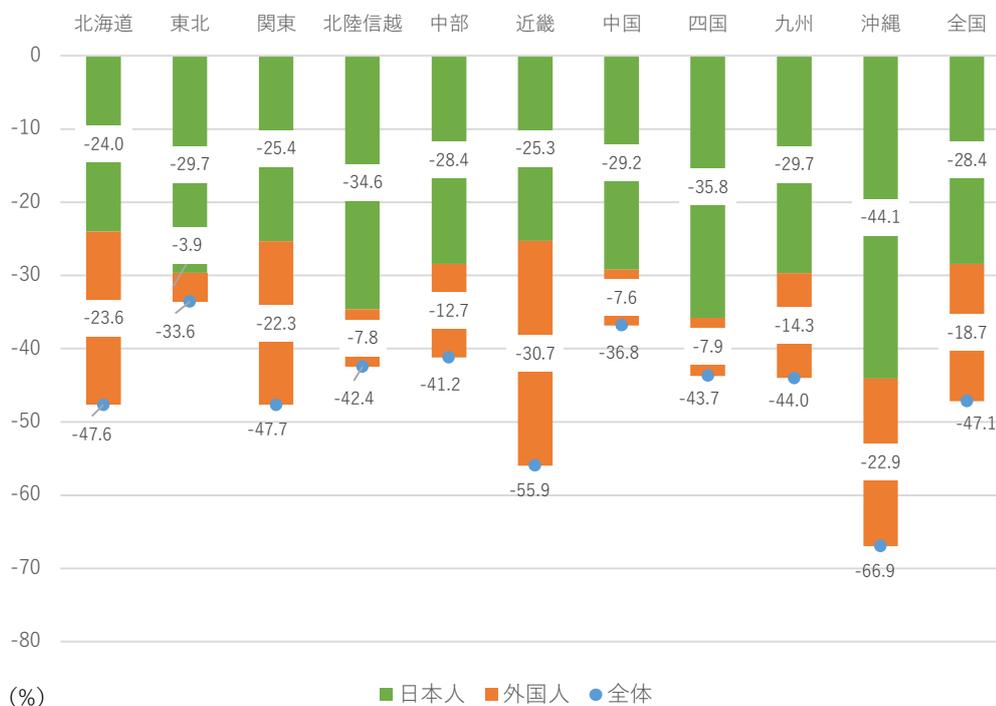
図表 I -37 日本人延べ宿泊者数及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別 2019 年比  
(2021 年 (令和 3 年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2019年（令和元年）の確定値と2021年（令和3年）の速報値を比較した。

延べ宿泊者数の減少について、日本人と外国人に分けて要因分析をしたところ、近畿は外国人延べ宿泊者数の落ち込みが大きかったこともあり、他の地域と比べ落ち込みが大きく、沖縄は日本人延べ宿泊者数の落ち込みが大きかったこともあり、他の地域と比べ落ち込みが大きかった（図表 I -38）。

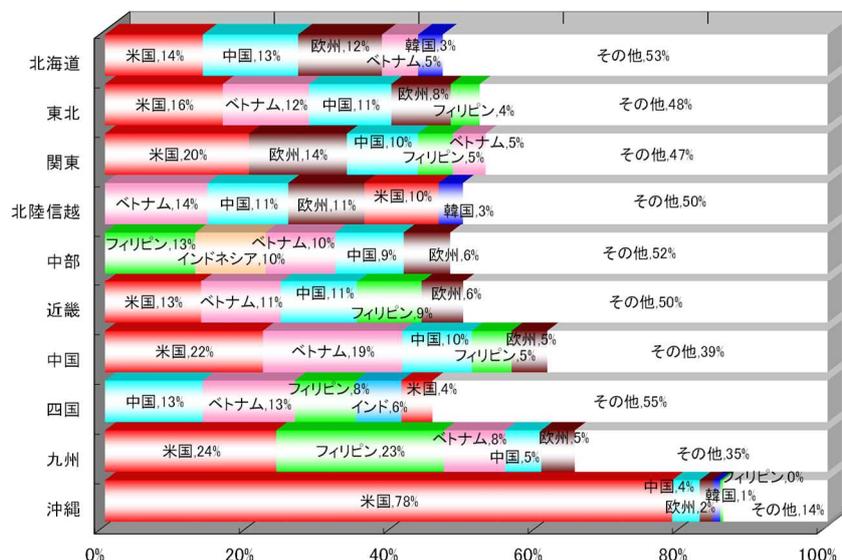
図表 I -38 地方ブロック別延べ宿泊者数（日本人・外国人別 2019 年比寄与度）  
(2021 年 (令和 3 年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2021年（令和3年）は速報値。

2021年（令和3年）における地方ブロック別外国人延べ宿泊者について、国籍・地域別にみると、米国からの宿泊者が北海道、東北、関東、近畿、中国、九州及び沖縄の7地域で、ベトナムからの宿泊者が北陸信越で、フィリピンからの宿泊者が中部で、中国からの宿泊者が四国で、それぞれ最も高い比率を占めた（図表I-39）。

図表 I-39 地方ブロック別外国人延べ宿泊者の国籍・地域別構成比（2021年（令和3年））



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2021年（令和3年）は速報値。

注2：欧州はドイツ、英国、フランス、ロシア、イタリア及びスペインの6か国。

地域ごとの動向は以下のとおりである。

### 1 北海道

2021年（令和3年）の北海道の延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染拡大の影響等により前年比9.7%減、2019年比47.6%減の1,936万人泊となった。

旅行需要喚起策である北海道による「どうみん割」や市町村による宿泊割引支援事業等により一定の上積みはあったものの、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言による落ち込みが大きく、需要の回復が見通せない状況が続いている。

### 2 東北

2021年（令和3年）の東北6県の延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2019年比33.6%減の2,904万人泊となり、2010年（平成22年）宿泊旅行統計調査の調査対象拡充<sup>10</sup>以降最低となった。

緊急事態宣言が解除された2021年（令和3年）10月以降については、地方公共団体独自の旅行需要喚起策等が東北6県全ての県で実施され、同年12月の日本人延べ宿泊者数は2019年同月比2.5%減、青森県、岩手県及び秋田県については同比がプラスとなり、他3県についても新型コロナウイルス感染拡大前の水準に近づいている。

### 3 関東

新型コロナウイルス感染症の影響により、2021年（令和3年）は前年と同様に宿泊者数は全体的に低調であった。

その中で2021年（令和3年）の日本人延べ宿泊者数は、地方公共団体が実施した旅行需要喚起策等により前年の8,401万人泊から8,717万人泊へ増加に転じた。

また、外国人延べ宿泊者数は、前年の732万人泊から240万人泊となり、2010年（平成22年）宿泊旅行統計調査の調査対象拡充以降最低となった。

<sup>10</sup> 2007年（平成19年）の調査開始当初は、従業者数10人以上の宿泊施設のみを調査対象としていたが、2010年（平成22年）第2四半期調査から調査対象を従業者数10人未満の宿泊施設にも拡充している。

## 4 北陸信越

2021年（令和3年）は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、延べ宿泊者数は1月が最も低い数値となった。その後は感染者数に応じて宿泊者数も増減を繰り返し、各県で実施した旅行需要喚起策等により徐々に回復していったものの、年間では前年比5.7%減の2,417万人泊となった。

その中で、全国的にみても感染者数が少なかった富山県においては、前年比11.4%増であった。

なお、外国人延べ宿泊者数については、全世界的な出入国制限等により、前年4月以降、ほぼ皆減となった。

## 5 中部

2021年（令和3年）の延べ宿泊者数は、前年比1.7%減、2019年比41.2%減の3,694万人泊となったものの、いずれも全国平均より減少幅は小さかった。

日本人延べ宿泊者数は3,667万人泊となり、2019年比では32.8%減少したものの、各県及び市町村が実施した多様な旅行需要喚起策等の効果もあり、前年比では1.1%増となった。外国人延べ宿泊者数は、前年比79.3%減、2019年比96.8%減の27万人泊となり、2010年（平成22年）宿泊旅行統計調査の調査対象拡充以降最低となった。

## 6 近畿

2021年（令和3年）の日本人延べ宿泊者数は、前年と比べほぼ横ばいであり、新型コロナウイルス感染症の感染者が減少していた2021年（令和3年）秋の紅葉シーズンに滋賀県をはじめ旅行需要喚起策である府県民割を再開したことが影響した。

訪日外国人旅行者に人気のある観光地が点在する近畿では、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、外国人延べ宿泊者数は、2019年比98.4%減と他の地域に比べ落ち込みが大きかった。

## 7 中国

2021年（令和3年）の延べ宿泊者数は、前年比4.3%減、2019年比36.8%減の1,743万人泊となり、2年連続の減少となったものの、全国と比べて減少幅は小さかった。月ごとの動向をみると、1月から9月までは緊急事態宣言等の影響を受け、大幅に減少したが、各県の宿泊割引支援事業等により日本人延べ宿泊者数が徐々に増え、12月は2019年同月比でプラスに転じた。中でも、山口県では、10月から12月の間、日本人延べ宿泊者数はそれぞれ2019年同月を上回り、特に12月は2019年同月比37.3%増となった。

## 8 四国

2021年（令和3年）の延べ宿泊者数は、前年比8.6%減、2019年比43.7%減の817万人泊となり、2年連続の減少となり、2010年（平成22年）宿泊旅行統計調査の調査対象拡充以降最低となった。4県のうちでも香川県は2019年比53.4%減と減少率が大きかった。県民割の対象が隣接県へ拡大し、新型コロナウイルス感染症の感染者数が減少していた2021年（令和3年）12月は4県ともに延べ宿泊者数が2019年比20%以下減の水準にまで回復し、特に、県内宿泊に伴う交通費の助成を実施している高知県は日本人延べ宿泊者数が2019年同月比16.1%増となった。

## 9 九州

2021年（令和3年）の日本人延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたが、県民割等の旅行需要喚起策による需要の下支えにより、前年比2.7%減と減少幅は抑えられた。特に、新型コロナウイルス感染症の感染者数が減少していた10月以降は、秋の行楽シーズンと重なり、12月には県民割の対象が隣接県に拡大されたことも相まって、延べ宿泊者数は大きく回復した。

## 10 沖縄

2021年（令和3年）は、前年から続く海外路線運休等により訪日外国人旅行者数がほぼ皆減となり、外国人延べ宿泊者数は2年連続で減少した。

夏季期間の季節便運航や、減便規模の縮小、羽田—那覇路線での増便等により、入域観光客数が前年を上回る月もあったものの、1月から9月までの長期間で緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の断続的な適用による旅行自粛の影響が大きかったことから、日本人延べ宿泊者数は2年連続の減少となり、前年比16.5%減、2019年比57.7%減と、ともに全国で最大となった。

なお、沖縄県における2021年（令和3年）の入域観光客数は対前年比19.3%減となった。

## 第6節 地域における観光振興の取組

日本の各地域において、国内外からの観光客誘致や観光振興の取組が進められている。以下では各地方ブロックにおける2021年（令和3年）の取組を紹介する。

### 1 北海道

#### ○アドベンチャートラベル・ワールド・サミット・バーチャル北海道／日本の開催

北海道運輸局はアドベンチャーツーリズム（AT）に取り組む中で、ATにおける北海道の認知度を高めるため、2018年（平成30年）から関係者と協力し、ATに関する世界最大級のイベントであるアドベンチャートラベル・ワールド・サミット（ATWS）誘致の取組を続けてきた。

その結果、2021年（令和3年）9月20日から24日にかけて、アジア初となるATWSバーチャル北海道／日本が開催された。新型コロナウイルス感染症の拡大による影響でオンラインによる開催になったが、58か国から617名の参加があり、本来であればエクスカージョン（ATツアー視察）として実施する予定であったATツアーを映像化し上映するなど、北海道及び日本のATの魅力を全世界に発信し参加者から高い評価を得た。また主催者による閉会の挨拶において、2023年（令和5年）に改めて北海道にて対面でのATWSを開催すると発表された。

今後更なるATツアーの質の向上、英語に対応したコーディネーター・ガイド育成等、ATWS2023成功に向け取組を進める。



ATWSで発信された北海道のATツアーの映像

### 2 東北

#### ○三陸沿岸道路の全線開通による高速バスの実証運行

2021年（令和3年）3月、東日本大震災の復興道路として国が整備を進めてきた三陸沿岸道路（宮城県仙台市～青森県八戸市：総延長359km）が全線開通し、太平洋沿岸部の主要都市間が高規格道路で結ばれ、所要時間が大幅に短縮された。

これを受け、宮城県仙台市～岩手県宮古市間において、観光客や地域住民の移動の利便性を高めるため、乗合バス事業者2社が観光庁の「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」を活用し、同年10月から2022年（令和4年）1月まで、今後の本格運行に向けた利用データの収集等を行うための実証運行を実施し、従来、一般道経由で5時間以上要していたところ、約1時間短縮した移動が可能となった。

同年2月以降は運送区間や運行事業者を一部見直した上で、実証運行を継続しており、今後は沿線エリアでのプロモーションやイベント開催等による情報発信を強化しながら本格運行を目指すとともに、更なる利便性向上策を講じつつ、三陸沿岸道路を活用した交流人口拡大と地域経済活性化への貢献を目指して取り組んでいく。



実証運行のチラシ



専用のラッピング車両

## ○みちのく潮風トレイルを活用した観光振興

みちのく潮風トレイルは、青森県八戸市から福島県相馬市まで4県28市町村にまたがり太平洋沿岸部に敷設された全長1,025kmに及ぶナショナルロングトレイル（長距離自然歩道）である。東日本大震災による被災後まもなく計画され、約8年の歳月をかけ、2019年（令和元年）6月9日に全線開通した。同トレイルは東北の美しい自然を感じながら、被災の爪痕からの学びが語り継がれる場として、観光を通じ地域の復興に貢献している。

東北運輸局では、同トレイルの全線の統括本部として名取トレイルセンターの管理・運営を担う特定非営利活動法人みちのくトレイルクラブとの連携により、ATのモデルツアー等造成事業として、同トレイルを歩きながら、リアス式海岸が生み出す漁場（食、漁師との交流）、三陸海岸の伝統芸能（見る・習う等地元の人々との交流）、震災伝承施設等の資源を通じて、この地に暮らす人々との心がふれあうようなモデルツアーを造成した。



リアス式海岸の牡蠣棚（外国人専門家による視察）



モデルツアー（唐桑半島御崎遊歩道）

## 3 関東

### ○観光地域づくり法人（DMO）による事業者協力型自家用有償旅客運送の開始

地方部の観光の足となる二次交通（拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通）については、その整備が遅れることにより、観光コンテンツを有していても現地を訪れることができないために、観光地としての運用が困難となるケースが多々見受けられる。

2020年（令和2年）11月の道路運送法の一部改正により新たに創出された事業者協力型自家用有償旅客運送は、地域における輸送手段の確保が必要な場合に市町村やNPO法人等が自家用車を用いた運送サービスを提供するに当たり、運行管理や車両整備管理について一般旅客自動車運送事業者（タクシー事業者等）が協力することによって、輸送の安全を確保することができる運送である。

千葉県いすみ市では、地域公共交通会議における関係者との協議を調べ、地域DMOである一般社団法人ツーリズムいすみが実施主体となり、2021年（令和3年）4月3日から同制度を活用した地域の足、観光の足としての自家用有償旅客運送サービスを開始した。地方部の観光における二次交通の問題解決に関するモデルケースとして広く情報発信を行っていく。



運行車両「ドライブいすみ号」

## ○訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業の実施

2019年度（令和元年度）から、欧米豪市場やアジア市場をターゲットとした情報発信に対応した付加価値の高い滞在コンテンツを、地方部をはじめとして全国各地域に創出する取組を運輸局と観光地域づくり法人が連携し実施している。関東運輸局では2021年度（令和3年度）千葉県いすみ市において、一般社団法人ツーリズムいすみと連携の下、台湾市場に訴求する滞在型コンテンツの造成を行った。都心から離れた里山・里海を堪能することをコンセプトに造成したサイクリングやいすみ鉄道を活用したコンテンツは、SNS映えする写真を求める旅行者に訴求できるツアーとなった。造成したツアーは有識者によるフォローアップの下、磨き上げを行い、旅行商品として同年度内に販売を開始し、いすみ市の認知度向上と誘客促進を図った。



モニターツアーの様子（いすみ鉄道と併走）



モニターツアーの様子（太東崎灯台）

## 4 北陸信越

### ○世界遺産五箇山地域におけるサイクリングを活用したコンテンツの造成

世界遺産である富山県南砺市の五箇山地域では、見学や集落内での宿泊は年々増えてきていたものの、インバウンド向けの滞在型の体験やアクティビティが育っていないのが現状である。また、地域の人口減少や観光事業における雇用減少、特に観光事業を生業に考える若者が激減していることも課題となっている。

そこで、北陸信越運輸局ではこれらの課題解決に取り組むため、2021年度（令和3年度）に地域連携DMOである公益社団法人とやま観光推進機構と連携し、一般社団法人南砺市観光協会及び地域の関係者にも深く関わってもらいながら、サイクリングツアー造成のためのワークショップ及びモニターツアーを実施した。五箇山地域の観光資源の深掘りや磨き上げ、自走可能な体制の基盤づくりを行うとともに、安全・安心なサイクリングツアーの提供を可能とするためにガイド育成研修会を実施し、コンテンツの更なる高付加価値化を図った。

eバイクの活用により、起伏に富んだ五箇山地域ならではの眺望を体験できる内容とし、食事や芸能等の伝統文化体験と組み合わせるなど、長期滞在・消費拡大につながるコンテンツに仕上げたことで、今後の誘客への寄与が期待される。



モニターツアーの様子

## ○能登地域における交通事業者と連携したレスポンスブルーツーリズム推進に関する調査・実証事業

能登地域は世界農業遺産の認定地域であるが、「里山里海」の自然・文化・生活が息づく地域のポテンシャルを十分に生かしておらず、多言語化などのインバウンド対応も不十分となっている。これらの課題を解決すべく、移動手段である交通事業者を含め地域一体となった面的な整備を行うとともに、レスポンスブルーツーリズム（旅行者に対しても地域の自然・社会・環境等への配慮を求める「責任ある観光」）を啓発するための推進体制の構築を図るために、レスポンスブルーツーリズム推進に関する調査・実証事業を実施した。

具体的には、ターゲット市場・層及び啓発体制整備に関する調査、地域の責任ある観光に資するサービス提供に向けた研修・指導を実施した。また、調査により抽出されたターゲットに訴求するモデルプランの作成及びランドオペレーターによるトライアルツアーの検証を実施し、調査検証結果のとりまとめから本格実施を見据えた戦略を策定した。さらに、地域の交通・観光事業者、地方公共団体等を対象に、検討会や勉強会も複数回開催し、レスポンスブルーツーリズムの意識の醸成や他事業者との連携を確認した。

今後は、同事業の実施連携者である一般社団法人能登半島広域観光協会を中心としたレスポンスブルーツーリズムを軸としたコンテンツ強化と付加価値づくり、能登の観光地としての認知獲得（流通及びプロモーション）、4市5町の連携強化、住民・事業者・行政の合意形成等が進展していくことにより、能登地域観光振興の発展が期待される。



トライアルツアーの様子

## 5 中部

### ○「中央日本観光復興戦略シンポジウム 新型コロナウイルス感染症からの反転攻勢 ～持続可能な観光の実現に向けて～」の開催

地域の観光関連産業は、長引く新型コロナウイルス感染拡大の影響により、国内外の観光需要が大幅に減少するなど、非常に厳しい状況が続いている。

このため、新型コロナウイルス感染症からの反転攻勢に向け、地域が一体となって、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを推進していくことなどを目的として、2022年（令和4年）3月10日、中部地域の国の地方支分部局（中部経済産業局、中部地方整備局、中部運輸局）は、産業界（一般社団法人中部経済連合会）及び広域連携DMO（一般社団法人中央日本総合観光機構）の協力の下、オンライン形式によるシンポジウムを開催し、地方公共団体、観光地域づくり法人、事業者等多数の関係者が参加した。

シンポジウムでは、観光関連産業における地域経済産業政策の方向性や地域の個性の継承等を含めた中部圏長期ビジョン<sup>11</sup>における観光の方向性等を共有するとともに、世界的にも関心が高まっている「持続可能な観光」の必要性や地域での課題や取組等を取り上げた。「持続可能な観光」の実現に向けては、地域が観光のメリットを実感できるよう、地域におけるマネジメント体制の構築、地域資源を活用したコンテンツの造成・工夫及び観光客の受入環境整備といった総合的な取組が必要であることなどを共有するとともに、産業界や観光地域づくり法人等から取組事例等の紹介を行った。

今後も中長期的な視点を持ちつつ、地域関係者における「持続可能な観光」への取組を推進するとともに、来訪者の増加や観光消費の拡大による地域活性化に取り組んでいく。

<sup>11</sup> 中部圏を取り巻く現状や変化を分析し、中長期的・広域的な視点に立って、今後の中部圏の地域づくりの在り方や将来像についてとりまとめたビジョン。



中央日本観光復興戦略シンポジウムの様子

持続可能な観光(サステナブルツーリズム)の実現に向けた取組

○ 持続可能な観光を実現するためには、地域が観光のメリットを実感できるよう、以下について総合的に取り組んでいくことが必要。

1. 地域におけるマネジメント体制の構築
2. 地域の負担に配慮した、その地域ならではの資源を活かしたコンテンツの造成・工夫
3. オーバーツーリズム等の弊害を生じさせないための受入環境の整備

総合的な取り組み

**1. マネジメント体制の構築**

- ✓ 中長期的な計画・制度の構築
- ✓ 多面的かつ客観的なデータ分析
- ✓ 人材の育成・創出
- ✓ 住民理解の促進 etc.

**2. コンテンツの造成・工夫**

- ✓ 地域の自然、文化、産業等を活用したコンテンツの造成
- ✓ 適切なターゲットング、価格設定、販路形成 etc.

**3. 受入環境の整備**

- ✓ 混雑の見える化など地域の負担を軽減する取組
- ✓ 地域の自然、文化等を保全しつつ活用するための仕組みづくり etc.

オンライン配信の様子

中央日本観光復興戦略シンポジウム

コロナからの反転攻勢  
～持続可能な観光の実現に向けて～

国の取組みと今後の展望  
「中部地域の持続可能な観光の実現に向けて」

中部運輸局

## 6 近畿

### ○ポストコロナ時代に適応した高野山・山麓地域における周遊促進実証事業

和歌山県の高野山エリアへの外国人観光客の訪問は、以前から高野山内へ集中（繁忙期には「密」が発生）しており、麓に位置する山麓地域への誘客・周遊が課題となっていた。また、ポストコロナ時代に対応した混雑、接触回避、キャッシュレスなどの需要が高まっていたが、スマートフォン一つで情報検索・決済等を行う個人観光客への対応が進んでいない現状があった。

そのため、和歌山県では、協議会が主体となり、「高野山デジタルパスの運用」や「ドライブマップの制作」に取り組み、二次交通が充実していない山麓地域を含めて周遊してもらえるように、路線バスとレンタカーを活用した新たな周遊ルートの構築を行った。その結果を踏まえ、同協議会は引き続き地域の交通・観光のデジタル化及び周遊観光の促進に取り組んでいる。2021年度（令和3年度）は、「KiiPass Koyasan」という名称で電車・バスや観光施設等のチケットの予約・決済・発行・利用がスマートフォン1つで可能となるWebシステムの構築を行う実証事業を実施した。



地域協議会の様子



高野山デジタルパス



高野山・山麓ドライブマップ（英語）

### ○多様性の象徴であるドラァグクイーン<sup>12</sup>を活用したエンターテインメント性あふれるグローバルコンテンツの造成事業

2025年（令和7年）に開催が予定されている2025年日本国際博覧会<sup>13</sup>は、大きな誘客が見込める要素があり、来るべきインバウンド回復期に備えた独自性の高い新たなコンテンツ開発が必要である。また、「持続的な観光地経営」の観点からも、誘客戦略において「量から質」への転換が求められている。

大阪観光局では、これらの点に着目し、海外LGBTQ<sup>13</sup>旅行者等の高付加価値旅行者層をターゲットとし、大阪のナイトタイムコンテンツとして人気の高い「ドラァグクイーン」と既存の観光素材を組み合わせた新たなコンテンツの造成を行った。単なるエンターテインメント性だけでなく、これからの「持続的な観光地経営」を意識し、LGBTQ旅行者の受入れなどのダイバーシティの象徴として、有識者及び専門家と協議・検証しながら、新しい観光スタイルを大阪から発信していくことを目指し取り組んでいる。

<sup>12</sup> ドラァグクイーン（Drag queen）とは、様々な定義があるものの、一般的には、女性の服装やメイクアップをしてパフォーマンスを行う男性を指す。

<sup>13</sup> LGBTQ レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダー、クエスチョニング/クィアの5つのイニシャルを並べた頭字語で、性的マイノリティの総称の一つ。



接客研修の様子



モニターツアーの様子

## 7 中国

### OATによる中山間地域の持続可能な観光の促進

中国運輸局では、特定非営利活動法人湯来観光地域づくり公社、一般社団法人日本アドベンチャーツーリズム協議会と連携し、広島県広島市及び隣接する広島県廿日市市において、ATのモデルツアー造成事業を実施した。

広島市の山間部に位置する湯来エリアは、太田川支流の水内川と、原爆ドームの前を流れる元安川とでつながっており、広島市中心部とは川を通じて関わりが深いエリアである。その地域内に残る美しい自然と清流を生かし、「平和と水の流れ」を切り口にシャワークライミングやシーカヤック等のアクティビティや、温泉や古民家での滞在を織り交ぜながら、「平和×アクティビティ」の広島でしかできないATを普及させるべく、専門家を招請したモニターツアーや検討会、ガイド育成研修会を実施し、モデルツアーを造成した。

今後のインバウンド需要拡大に向けて、造成したモデルツアーの販売はもちろん、地域事業者との連携を強化し、更なるコンテンツ造成の取組などを推進することで、持続可能な観光へとつなげていくこととしている。



シャワークライミング (湯来)



大峯山トレッキング (広島市)

### 〇域内周遊促進に向けてデータを活用した実証事業を実施

広島広域都市圏（広島県広島市の都心部からおおむね60kmの圏内にある、東は広島県三原市エリアから、西は山口県柳井市エリアまでの25市町で構成されるエリア）において、二大観光地である「宮島」及び「広島平和記念公園」からの周遊や消費喚起の促進を目的として、実証事業を実施した。

外国人観光案内所やSNS等に加えて、広島広域都市圏の地方公共団体が共通して整備している無料公衆無線LANサービスを活用した情報発信を行った。また、無料公衆無線LANサービスから得られるログデータ等を分析し、効果検証を行った。今後は、得られたデータの分析、活用により、外国人観光案内所における情報発信の強化や無料公衆無線LANの拡充など、エリアの魅力向上に向けて外国人旅行者の受入環境整備を進めていく。



情報発信 (サインエージ掲出)



情報発信 (SNS 広告)

## 8 四国

### ○遍路文化とつながる AT

四国において、最近急成長している旅行形態である AT に取り組むため、コンテンツ及びツアー造成事業を行った。四国の独自文化である「四国遍路」を、剣山系や吉野川等の豊かな自然、遍路道トレイルやサイクリング等のアクティビティ、そして循環型農業や発酵文化等の歴史・文化をストーリーでつなげ、体験することにより自己変革を促し、知的好奇心を満たすようなコンテンツで構成されたモデルツアーの造成を行った。また、ATに必要なガイド及びコーディネーターの確保を目指し、基礎知識や安全管理、現地実習などの基本的なカリキュラムでの養成講座を対面及びオンラインで実施し、延べ 268 名が受講した。



剣山から望む次郎笈

### ○日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）を活用した国際協力機構四国センターとの共同調査

国際協力機構四国センター（JICA 四国）と四国運輸局が共同で、2020 年（令和 2 年）6 月に観光庁が公表した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D<sup>14</sup>）」の四国地域への将来的な本格導入に向けて、JSTS-D の視点から地域の現状、在り方、課題等を調査する事業を実施した。

対象地域の徳島県美馬市とつるぎ町がある「にし阿波地域」は、地域住民のありのままの暮らしぶり・生活様式を観光資源とする取組、世界農業遺産に認定された「傾斜地農耕システム」と農泊体験を組み合わせた手法、うだつの町並みの保全や藍染文化の継承といった、農業資源等を中心とした持続可能な観光振興と町おこしに特色がある地域である。

同地域では、「持続可能な開発目標（SDGs<sup>15</sup>）」の推進には意欲的な一方、JSTS-D については検討の初期段階にあり、同地域の観光地域づくり法人であるそらの郷も、JSTS-D の導入に向けた関係者の理解度の深化、具体的な手法の導入の必要性を強く認識している。

そこで、まず、地方公共団体・観光関連機関等が作成したデスティネーションプロフィール<sup>16</sup>や個別のヒアリングを基に、詳細なアセスメントレポートを作成した。その後、JSTS-D の将来的な実施体制を構築する一環として、ステークホルダーを対象としたワークショップを実施し、アセスメントレポートの結果を基に、アクションプランを作成した。同事業後は、アクションプランをさらに具体化するとともに、順次アクションプランに従って実施すべく対応策を検討していく。



オンラインでのワークショップ

<sup>14</sup> Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

<sup>15</sup> Sustainable Development Goals の略。

<sup>16</sup> 観光地（デスティネーション）のプロフィールで、地方公共団体の基本情報（面積、人口等）や地理的情報、主要観光施設、主な交通アクセス、観光統計などを記入し、地域の属性や全体像を作成することにより、明確なデータに基づいた計画策定の前提とすることができる。

## 9 九州

### ○ローカル SNS アプリの活用による災害発生時等における訪日外国人旅行者への情報発信の強化

平成 28 年（2016 年）熊本地震で大きな被害を受けた熊本県阿蘇市では、2020 年（令和 2 年）8 月に JR 豊肥本線、同年 10 月に国道 57 号線、そして 2021 年（令和 3 年）3 月には新阿蘇大橋がそれぞれ開通するなど、復旧・復興に向け確かな歩みを進めている。一方、阿蘇は訪日外国人旅行者にも人気の観光地であるが、訪日外国人旅行者に配慮した災害発生時の対応マニュアルが未整備であることや、災害時をはじめ、状況に合わせた多言語での情報発信が不十分といった課題がある。

このため、九州運輸局では、阿蘇市、観光団体、宿泊事業者等地域の関係者と連携し、訪日外国人旅行者への対応を含めた災害時初動対応マニュアルを作成するとともに、多言語対応ローカル SNS アプリ<sup>17</sup>を導入することにより、旅行者と地域の観光事業者・市民サポーターをつなぎ、平時には地域ならではの観光情報を、災害時には避難情報を 24 時間 365 日発信できるようにするなど、旅行者の満足度・利便性向上と安全・安心の確保に資する新たなネットワーク構築を目指す実証事業を実施した。今後は、検証結果をもとに、災害発生時の初動対応の強化や近隣地方公共団体も加えた広域での運用などについて検討していく。



SNS アプリの画面

### ○久留米市及び南島原市における九州オルレを活用した滞在型コンテンツの造成

九州オルレは、韓国・済州島で発祥したハイキングコースの姉妹版（オルレとは済州の言葉で「通りから家に通じる狭い路地」という意味）で、九州 7 県の海岸線・山等の自然又は民家の路地等を身近に感じながら歩くことができるコースであり、2022 年（令和 4 年）3 月現在で 19 コース設定されている。2012 年（平成 24 年）3 月にスタートした九州オルレは、国内や韓国からの旅行者を中心にコース数の増加に併せて利用者も増加したが、近年、日韓関係による韓国人旅行者の減少等の影響もあり利用者が減少しており、新たな旅行者層に訴求していくことが求められている。

一方で、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、屋外を中心に旅行を楽しむトレッキングやハイキング等が注目されており、オルレコースの活用は新たな旅のスタイルの普及・促進に有効と考えられる。

このため九州運輸局では、観光地域づくり法人、地方公共団体、観光関係者等と連携し、福岡県久留米市及び長崎県南島原市において、欧米からの旅行者をターゲットとした九州オルレと地域ならではの観光資源を組み合わせた滞在型コンテンツの造成に取り組んだ。

久留米市では、自然と歴史あふれる高良山（こうらさん）を巡るネイチャーウォークに加え、櫛（はぜ）の実を使ったロウソクづくりや、伝統工芸「久留米餅（くるめがすり）」の人間国宝の技術を受け継いだ藍染体験等の伝統的なものづくり体験を組み合わせたコンテンツを造成した。また、南島原市では、風光明媚な半島ウォークをはじめ、港町ならではのシーメン（元外航船員）との交流や、バックパッカーとして世界を巡った経験のある寺院の住職の下での外国語による座禅・黙食体験など、AT や地域住民との交流を意識したコンテンツを造成した。

地域ならではの観光資源の活用を通じた旅行者の地方への誘客を図ることで、滞在時間の延長及び観光消費額の増加が期待される。

<sup>17</sup> 旅行者の問合せに対して、外国語も含め 24 時間 365 日回答可能な「AI チャットボット」を採用し、AI による自動回答と市民サポーター等による地域に根ざした回答を組み合わせた情報発信を行う。



久留米コース



久留米紺の藍染体験



オルレ南島原コース



寺院での黙食体験（南島原）

## 10 沖縄

### ○環境に配慮したマリンレジャー等の自然フィールド利活用に係る持続可能で高付加価値な海洋観光の推進に向けた実証事業

沖縄観光においてはマリンレジャーが最重要コンテンツの一つであるが、許容量を超える利用者が訪れることによる環境負荷（不適切な利用によるサンゴ礁や生物への悪影響等）、地域への負荷（違法駐車・交通渋滞・維持管理コストの増加等）、安全面の問題（事故の増加・リスクの増大等）等の弊害が生じており、持続可能性の観点から不十分な部分がある。また、サンゴ礁保全のための利用ルール策定など、海洋環境負荷への対策は行われているものの、このような取組を体験型の観光コンテンツと結び付けている例はまだ少ない。

一方、比較的消費単価が高く長期滞在が期待される欧米豪等の高所得者層は観光においても環境への配慮等の持続可能性を重視する傾向があり、今後沖縄が真に世界的な海洋リゾートとして発展していくためには、このような客層の評価を高めることが重要であり、上記の課題に対応してマリンレジャー等による環境や地域への負荷の抑制や安全性向上を図ること等により、持続可能で高付加価値な海洋観光を推進していく必要がある。

このため、沖縄総合事務局では、ダイビングやシュノーケリングが人気の「青の洞窟」を有し、上記の課題が生じている恩納村の真栄田岬を実証地域として選定し、恩納村等の地域の関係者と協力しつつ、駐車場・海域等の利用実態や環境負荷等を調査の上、実証事業を実施し、持続可能で高付加価値な海洋観光の実現に向けて課題抽出を行った。実証内容として、①環境負荷軽減及び安全性確保に向けた入域制限（エリア制限等）、②届出制による利用者登録（対象：事業利用、一般利用）、③事業者向けの真栄田岬周辺活性化施設利用ルールの徹底、④恩納村『サンゴの村宣言』に則した、利用者への事前教育の実施（Green Fins（グリーン・フィンズ）<sup>18</sup>行動規範の周知等）を行った。実証結果を踏まえ、有識者や地域の関係者で構成された協議会や地域部会において、地域のニーズに応じた具体的なルールの策定等について検討を行うとともに、高付加価値化に向けた手法、今後の運営体制の在り方等について協議を行った。

今後も、本事業の成果・課題を踏まえ、地域の関係者の合意形成を促し、実証地域におけるニーズに応じたルール策定・実効性の担保等、持続可能で高付加価値な海洋観光の実現に向けて取り組む。



新型コロナウイルス感染拡大前の真栄田岬の混雑



真栄田岬の利用者に対する環境負荷軽減や安全性確保等の説明

<sup>18</sup> UNEP（国連環境計画）と英国の Reef World 財団によるサンゴ礁保全のための取組。環境に配慮したダイビングやシュノーケリングのガイドラインの作成と、それを遵守しているダイビングショップの評価・認定を行っている。

## 第II部 新型コロナウイルス感染症に向き合う観光業とこれからの課題

### 第1章 新型コロナウイルス感染症の影響と対応

#### 第1節 新型コロナウイルス感染症の影響

2020年（令和2年）1月に日本で初めて感染者が出た新型コロナウイルス感染症は、2021年（令和3年）に入ってさらに感染が拡大し、1月から9月にかけて緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が発出される事態となった。

新型コロナウイルス感染拡大や緊急事態宣言等の法的措置による行動制限は、日本経済全体に影響を及ぼしたが、特に観光関連産業にはその影響が大きかったと考えられる。

本節では、観光関連産業に従事する企業、雇用への影響や、観光が地域経済に及ぼした影響について、分析を行う。

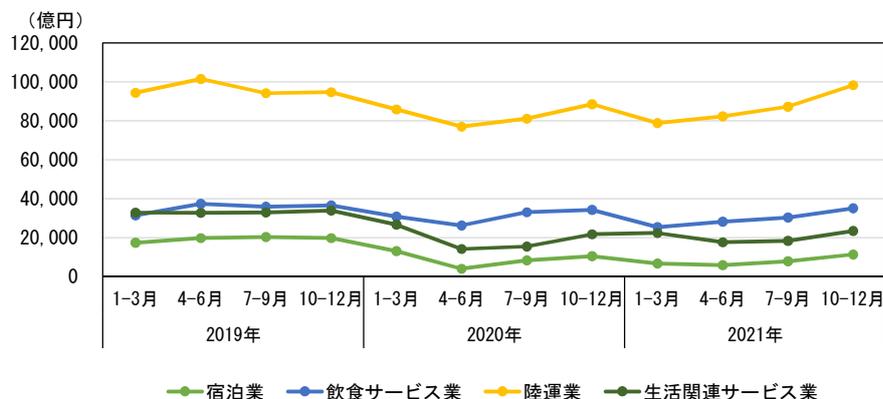
#### 1 企業の状況

##### (1) 売上高

新型コロナウイルス感染拡大によって業績が大幅に悪化した観光関連産業の企業の状況について確認する。まず、企業が生産・供給した商品やサービスがどれくらい購入されたのかという、生産活動状況を表す指標である売上高の動向（2019年～2021年）を、観光に関連する産業である宿泊業、飲食サービス業、陸運業<sup>1</sup>、生活関連サービス業<sup>2</sup>についてみると、特に宿泊業と、旅行業が含まれている生活関連サービス業の回復度合いが遅く、2019年（令和元年）水準の売上高を大きく下回っており、2021年（令和3年）7-9月期以降は回復傾向にあるものの、依然厳しい状況にある。

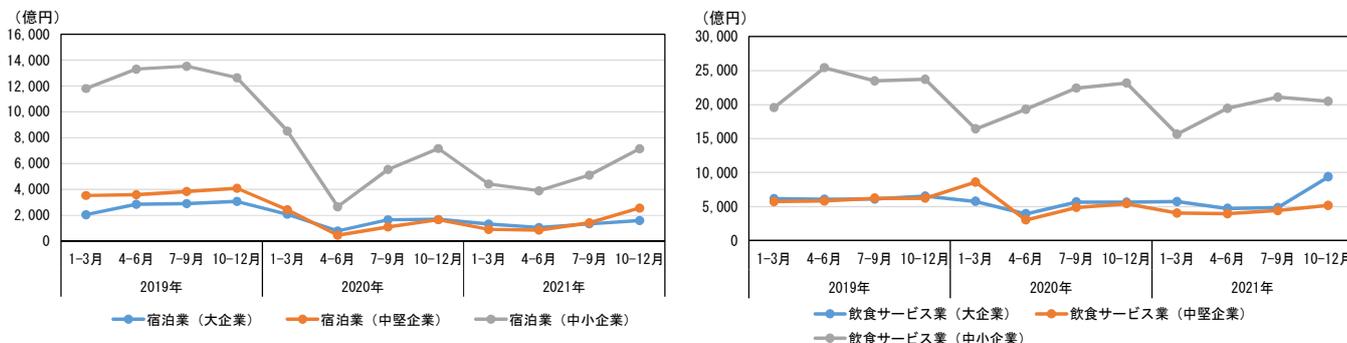
規模別の売上高の動向をみると、宿泊業については規模にかかわらず厳しい状態となっている。飲食サービス業については、2021年（令和3年）10-12月期において、大企業では増加がみられたが、中小企業では、2019年（令和元年）の同時期を下回り、依然として厳しい状況となっている（図表Ⅱ-1、図表Ⅱ-2）。

図表Ⅱ-1 観光関連産業の売上高の動向（2019年～2021年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

図表Ⅱ-2 宿泊業、飲食サービス業の規模別売上高の動向（2019年～2021年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

注1：大企業は資本金10億円以上、中堅企業は資本金1億円以上10億円未満、中小企業は資本金1千万円以上1億円未満。

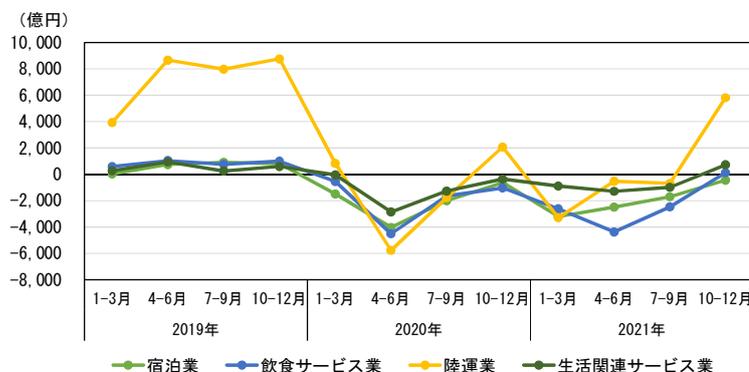
<sup>1</sup> 陸運業の内訳として、鉄道業、道路旅客運送業、道路貨物運送業が含まれる。

<sup>2</sup> 生活関連サービス業の内訳として、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の生活関連サービス業（旅行業等）が含まれる。

## (2) 営業利益

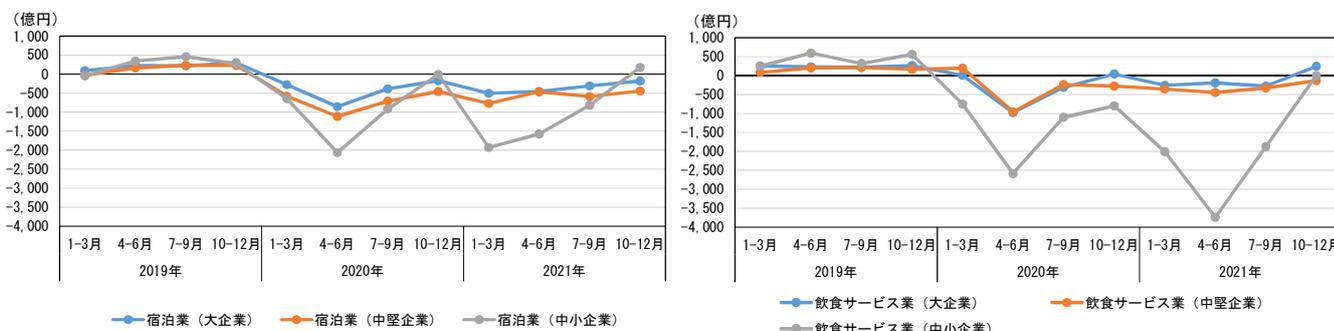
次に、本業で得たもうけである営業利益についてみる。売上高から売上原価と販売費及び一般管理費を差し引いた、営業利益の動向については、2020年（令和2年）は1-3月期と10-12月期の陸運業を除き、各産業営業利益が赤字で推移してきた。2021年（令和3年）後半以降は、やや持ち直しの兆しもあったが、引き続き厳しい状況に置かれている（図表Ⅱ-3、図表Ⅱ-4）。

図表Ⅱ-3 観光関連産業の営業利益の動向（2019年～2021年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

図表Ⅱ-4 宿泊業、飲食サービス業の営業利益の動向（2019年～2021年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

注1：大企業は資本金10億円以上、中堅企業は資本金1億円以上10億円未満、中小企業は資本金1千万円以上1億円未満。

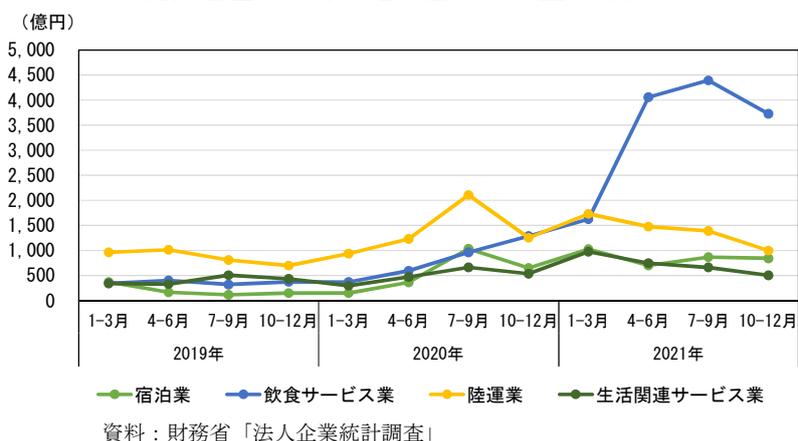
## (3) その他の営業外収益

ここまで、観光関連産業の本業に関する動向をみてきたが、持続化給付金や雇用調整助成金といった政府による支援金や時短営業協力金や休業協力金といった地方公共団体による支援金等が企業にどのような影響があったのかを確認するため、その他の営業外収益の動向をみる。その他の営業外収益とは、本業以外の投資や財務活動等から得られた収益を表す。

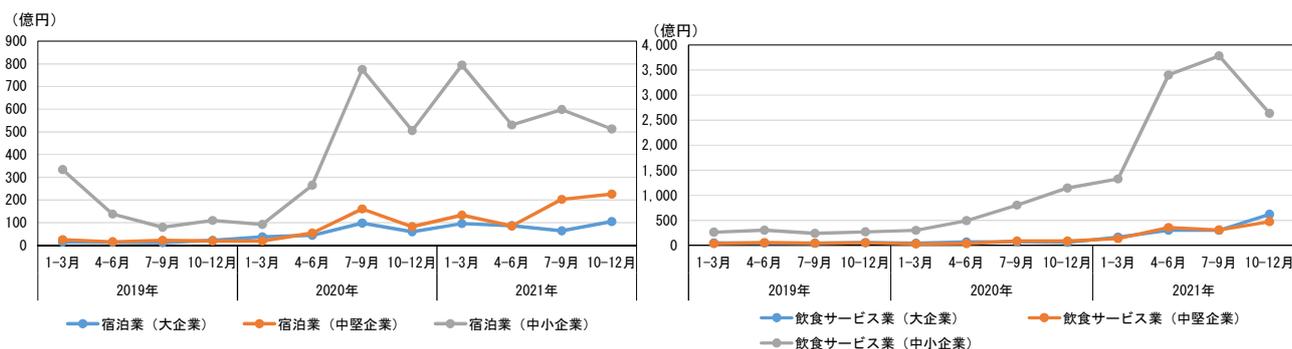
その他の営業外収益の動向をみると、2020年（令和2年）以降、飲食サービス業が大きく増加しており、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の際の協力金の計上による影響が大きいものと考えられる。また、宿泊業は2019年（令和元年）時点では観光関連産業のうち最もその他の営業外収益が小さかったが、2020年（令和2年）以降は大きく増加しており、政府や地方公共団体による支援金等により厳しい経営状態を支えていることがみてとれる。

規模別のその他の営業外収益の動向をみると、宿泊業は営業利益の減少が大きかった中小企業で増加が大きい。同じく飲食サービス業も中小企業の増加が大きい、特に2021年（令和3年）の4-6月期と7-9月期の大きな増加は、緊急事態宣言期間中の時短営業協力金や休業協力金の影響によるものと考えられる（図表Ⅱ-5、図表Ⅱ-6）。

図表Ⅱ－5 観光関連産業のその他の営業外収益の動向（2019年～2021年）



図表Ⅱ－6 宿泊業、飲食サービス業の規模別その他の営業外収益の動向（2019年～2021年）

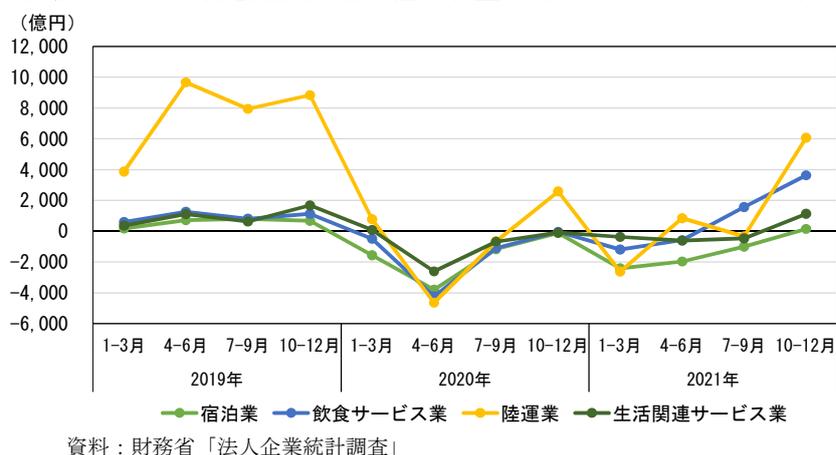


#### （4）経常利益

次に、各年の経営状況を表す最も一般的な指標である経常利益の動向をみる。なお経常利益は、企業の本業の利益を表す「営業利益」に本業以外の活動で得た収益を表す「その他の営業外収益」と「受取利息等」を加えたものから、「その他の営業外費用」と「支払利息等」を差し引くことで算出され、企業の事業全体の収益状況を表している。

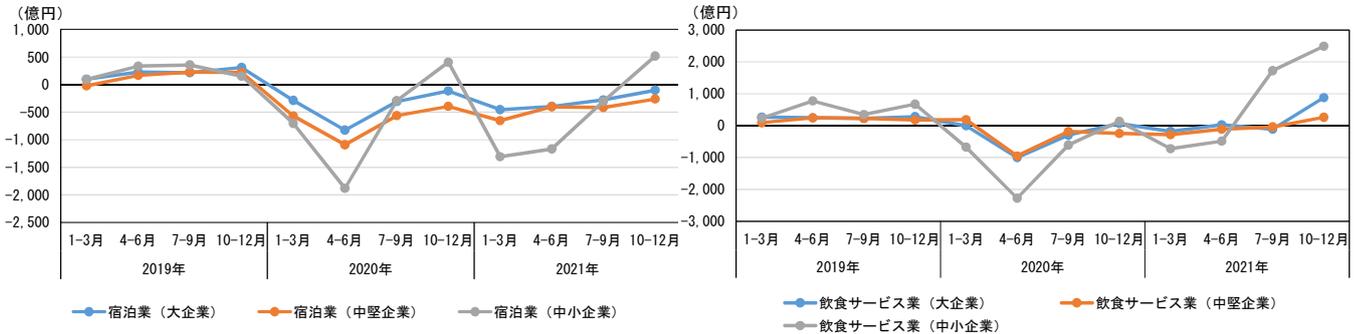
2020年（令和2年）から2021年（令和3年）の経常利益の推移は、どの産業も営業利益とほぼ同様であり、2021年（令和3年）10-12月期は4産業全てが黒字となっているが、各種支援策により下支えされていることが考えられることから、実態は依然厳しい状況であるとみられる。また、その前の7-9月期は4産業とも営業利益は赤字であったが、経常利益では飲食サービス業が黒字となっている。これは前述のその他の営業外収益の大きな増加によるものと考えられる。また、2021年（令和3年）10-12月期の営業利益が赤字だった宿泊業が、経常利益は黒字となっているのも同様の理由と考えられる（図表Ⅱ－7）。

図表Ⅱ－7 観光関連産業の経常利益の動向（2019年～2021年）



次に、宿泊業と飲食サービス業の規模別の経常利益の動向をみる。直近の2021年（令和3年）10-12月期では、宿泊業は中小企業のみが黒字に、飲食サービス業では、全規模で黒字となっている。両産業とも、2021年（令和3年）後半以降は本業の営業利益がやや持ち直しの兆しがみられるとともに、その他の営業外収益の増加については各種支援策による下支え効果も考えられるが、経営の実態は依然厳しい状況である（図表Ⅱ-8）。

図表Ⅱ-8 宿泊業、飲食サービス業の規模別経常利益の動向（2019年～2021年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

注1：大企業は資本金10億円以上、中堅企業は資本金1億円以上10億円未満、中小企業は資本金1千万円以上1億円未満。

### (5) 観光関連産業の活動指数

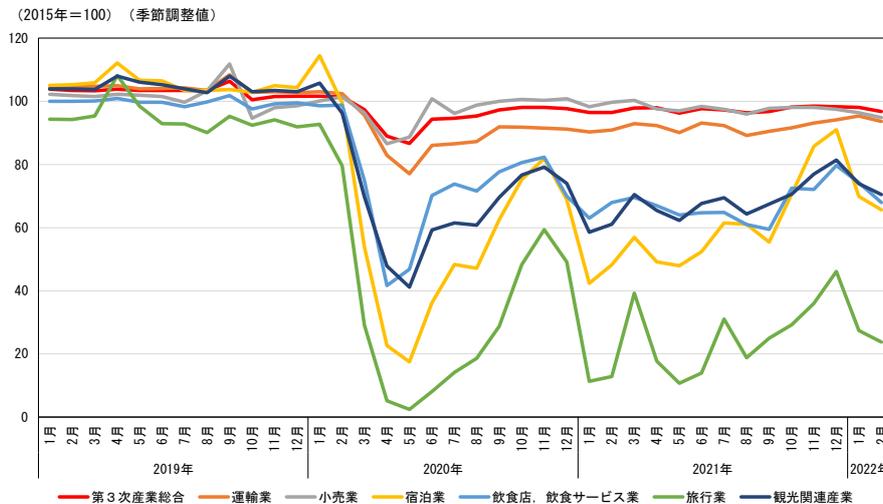
最後に、第3次産業活動指数における観光関連産業全体の生産活動の動向を確認する。第3次産業活動指数は、第3次産業の各業種の生産活動状況を示す指数であり、景気動向を把握する上で、鉱工業生産指数とともに活用されている。同指数では、観光に関連する各産業の活動指数とともに、観光関連産業<sup>3</sup>全体の生産活動の動向を確認することができる。

第3次産業活動指数における観光関連産業の指数をみると、新型コロナウイルス感染症の影響下において第3次産業全体や小売業に比べて落ち込みが大きく厳しい状況が続いている。宿泊業では、2021年（令和3年）に入って3月、7月に上昇傾向がみられ、10月以降はさらに上昇した。旅行業では、外人旅行が2021年（令和3年）7月に「東京2020大会」の選手・大会関係者の入国及び国内移動の影響で大きく活動指数が伸び、国内旅行は2021年（令和3年）9月以降上昇、全体としても改善傾向にあった。

ただし、新型コロナウイルス感染症の感染者が再び増加し始めた2022年（令和4年）1月は、観光関連産業の指数は大きく減少し、引き続き厳しい状況となった。

また、小売業の中でも観光需要と密接に関係している土産物店等は引き続き厳しい状況が続いていると考えられる（図表Ⅱ-9、図表Ⅱ-10）。

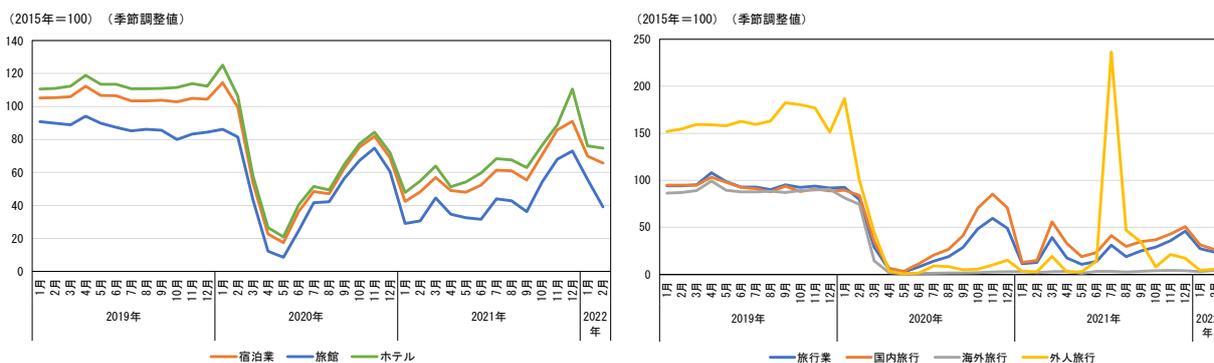
図表Ⅱ-9 第3次産業活動指数の推移（2019年～2022年）



資料：経済産業省「第3次産業活動指数」

<sup>3</sup>第3次産業活動指数における「観光関連産業」は、鉄道旅客運送業、バス業、タクシー業、水運旅客運送業、国際航空旅客運送業、国内航空旅客運送業、道路施設提供業、自動車レンタル業（法人及び個人向け）、旅館、ホテル、国内旅行、海外旅行、外人旅行、音楽・芸術等興行、遊園地・テーマパークから構成されている。

図表Ⅱ-10 宿泊業、旅行業の第3次産業活動指数の動向（2019年～2022年）



資料：経済産業省「第3次産業活動指数」

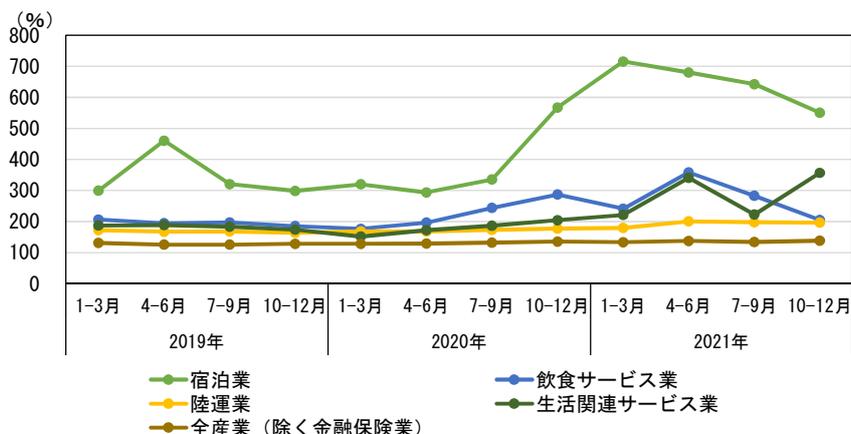
(6) 負債比率

ここまで、経常利益、売上高等といったフローの観点から企業の状況についてみてきたが、次にストックの観点から、負債比率を確認する。負債比率は負債額÷純資産（自己資本）により算出され、負債の返済余力を表す。負債比率が低いほど返済余力が高く、財務の安定性が高いと判断できる。負債比率が300%以上に達すると経営・財務状況は要改善が必要といわれることもある。

新型コロナウイルス感染症の影響下の2020年（令和2年）から2021年（令和3年）の負債比率の推移をみると、宿泊業がほかの産業と比較して高い傾向にあり、大変厳しい状況がみてとれる。2021年（令和3年）10-12月期時点では、旅行業も含まれている生活関連サービス業の負債比率も高まりをみせている。

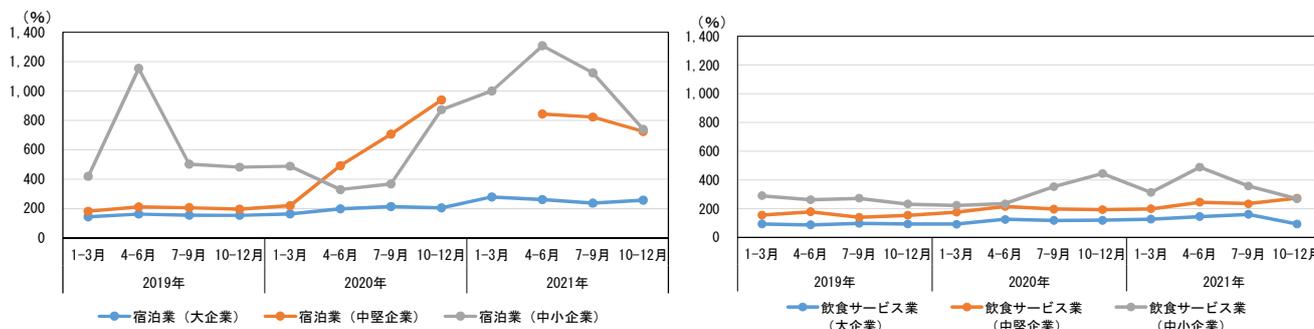
次に、規模別の負債比率の動向をみると、宿泊業の中小企業と中堅企業で負債比率が2020年（令和2年）以降大きく上昇しており、厳しい状況となっている（図表Ⅱ-11、図表Ⅱ-12）。

図表Ⅱ-11 観光関連産業の負債比率の動向（2019年～2021年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

図表Ⅱ-12 宿泊業、飲食サービス業の規模別負債比率の動向（2019年～2021年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

注1：大企業は資本金10億円以上、中堅企業は資本金1億円以上10億円未満、中小企業は資本金1千万円以上1億円未満。

注2：2021年1-3月期の宿泊業の中堅企業は純資産がマイナスとなっているため、法人企業統計調査では負債比率が算出されていない。

## (7) 倒産・休業・解散の動向

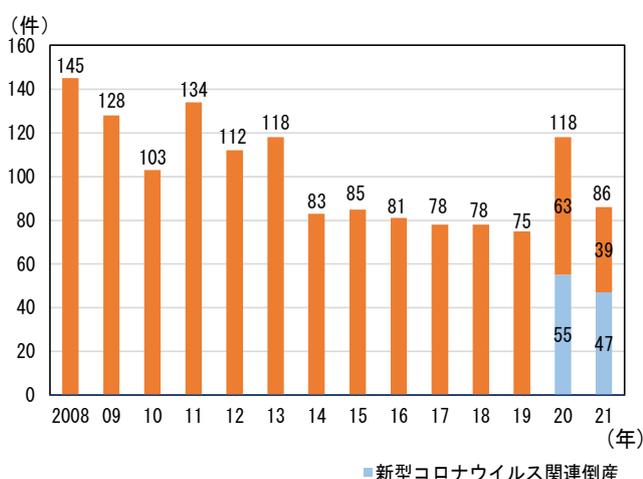
これまでみてきた観光関連産業の企業収益・生産活動状況や負債比率は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除された2021年（令和3年）10月以降回復傾向にあるとはいえ、新型コロナウイルス感染症の影響下において、ほかの産業と比較しても特に厳しい状況にあることがみてとれた。次に、このような状況下における倒産・休業の動向について確認する。

民間調査によると、2021年（令和3年）の宿泊業（負債1,000万円以上）の倒産件数は86件（前年比27.1%減）となり、前年より件数は減少したものの、新型コロナウイルス感染症関連の倒産は47件（構成比54.7%）と過半数を占めている。

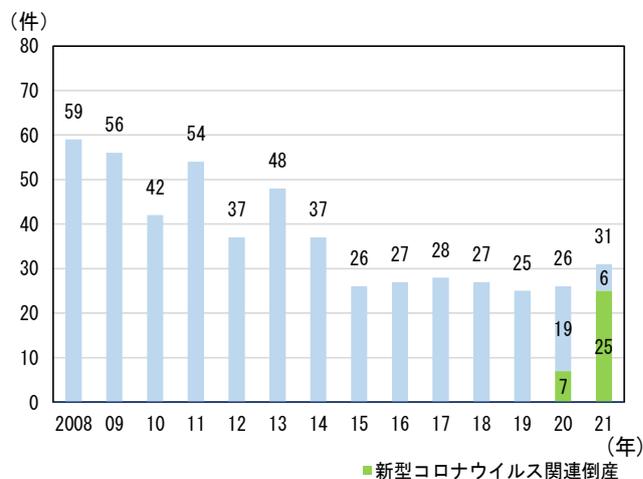
一方、2021年（令和3年）の旅行業の倒産件数は前年と比べて増加しており、そのうち新型コロナウイルス感染症関連の倒産が約8割を占めている。

既に見たように、宿泊業や旅行業の企業業績が新型コロナウイルス感染症の影響により大きく悪化する中で、政府による実質無利子・無担保融資や債務返済猶予の特例措置、持続化給付金や雇用調整助成金の給付といった資金繰り支援策等が事業継続を下支えしている状況もあると考えられるものの、悪化する財務状況が設備投資等の将来的な経営戦略に影響を及ぼす可能性も考えられる（図表Ⅱ-13、図表Ⅱ-14）。

図表Ⅱ-13 宿泊業の年間倒産件数の推移



図表Ⅱ-14 旅行業の年間倒産件数の推移



資料：株式会社東京商工リサーチ「企業倒産関連記事」に基づき観光庁作成

注1：宿泊業は2022年（令和4年）1月13日公開、旅行業は2022年（令和4年）1月12日公開。

また、宿泊業の休業・解散の情報を公表している民間調査<sup>4</sup>によると、2021年（令和3年）の旅館・ホテルの休業・解散<sup>5</sup>の件数は174件と、前年の131件から32.8%増加している。

これまでの分析でみたように、2020年（令和2年）1月に発生した新型コロナウイルス感染拡大に伴い、観光需要の減少が長期化するなか、観光関連産業の経営は厳しい状況に直面している。また、新型コロナウイルス感染症の収束やインバウンドの回復について、明確に見通せない状況となっている。

今後の事業継続と雇用確保に対する懸念を解消するため、きめ細かな支援等が重要となる。

## 2 雇用の状況

### (1) 労働需要

新型コロナウイルス感染症の影響下における宿泊業や飲食店等の労働需要についてみるため、雇用人員判断D.I.の推移を確認する。雇用人員判断D.I.がプラスでは、人手が過剰と考えている企業の割合の方が高く、マイナスでは、人手が不足していると考えている企業の割合の方が高いことを示している。

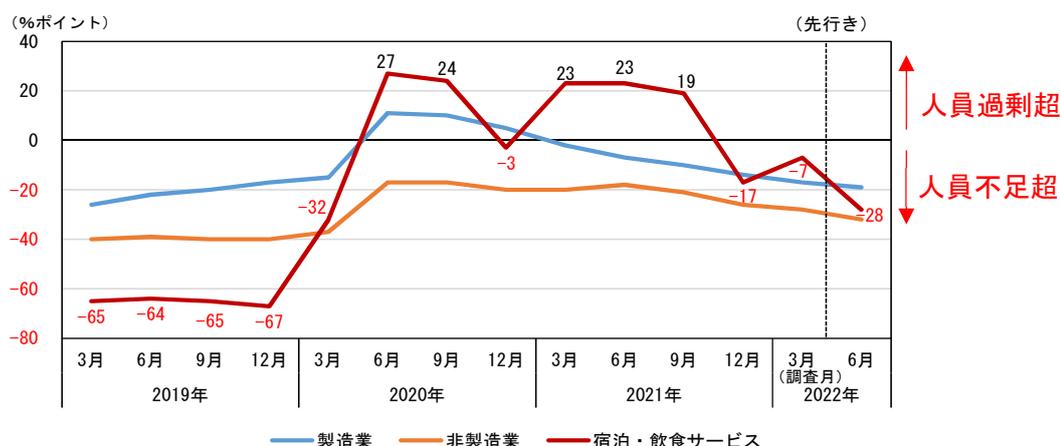
宿泊・飲食サービスについては、2019年（令和元年）には人手不足超であったところ、2020年（令和2年）に入り新型コロナウイルス感染拡大による需要の減少から人手の必要性が薄れたと考えられるため、人手不足感が弱まった。「Go To トラベル事業」などで需要の戻りが堅調であったことなどからいったん2020年（令和2年）の12月調査では不足超に転じたものの、2021年（令和3年）には新型コロナウイルス感染拡大により再び過剰超に転じた。2021年（令和3年）12月調査で

<sup>4</sup> 帝国データバンク「旅館・ホテル経営業者の動向調査（2021）」

<sup>5</sup> 「休業」とは、倒産（法的整理）によるものを除き、特段の手続きをとらず事業を停止すること。解散とは、事業を停止し、企業の法人格を消滅させるために必要な清算手続に入った状態になること。

は、緊急事態宣言の解除や新型コロナウイルス感染状況の落ち着きがみられたことから人手不足感が高まった（図表Ⅱ-15）。

図表Ⅱ-15 企業の雇用人員判断D.I.の推移

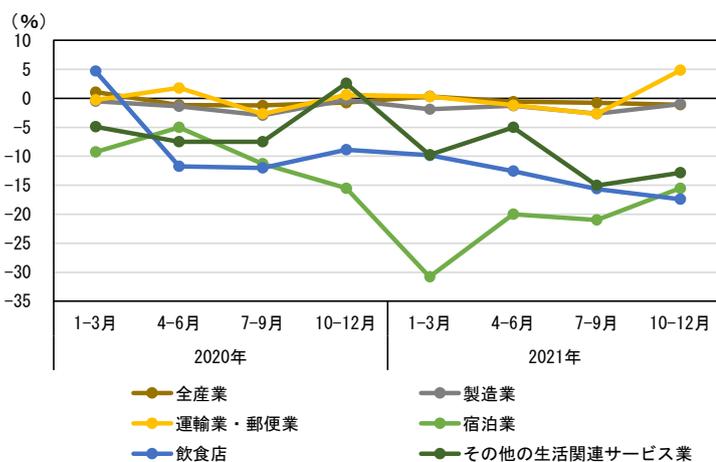


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」  
注1：雇用人員判断D.I.（「過剰」-「不足」）。全国ベース。2022年（令和4年）6月の先行きは2022年（令和4年）3月時点の回答。

## (2) 雇用者数

労働需要の状況を踏まえ、産業別の雇用者数の動向をみる。雇用者数の2019年同期比は全産業や製造業、運輸業・郵便業と比較して、宿泊業、飲食店、その他の生活関連サービス業では特に2021年（令和3年）に入り、ほかの産業と比較して大きく減少している（図表Ⅱ-16）。

図表Ⅱ-16 雇用者数の推移（2019年同期比）



資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成

ここまで観光関連産業の雇用が大きく減少していることをみてきたが、我が国の企業は、需要が減り生産活動を抑制する場合、まず所定外労働時間を減らし、次いで休業等の労働時間短縮を行い、人数の調整は最後になる傾向があるといわれている<sup>6</sup>。マンパワーベースでみた労働投入量について、常用雇用者数<sup>7</sup>（常用雇用指数）と1人当たりの労働時間（総実労働時間指数）の寄与度分解を行い、それぞれの程度寄与しているのかを把握する<sup>8</sup>。

全産業では、2020年（令和2年）は主に労働時間は大きく減少したが、常用雇用者数は微増していた。2021年（令和3年）に入り、労働時間の減少幅も小さくなり、常用雇用者の増加は大きくなっている。

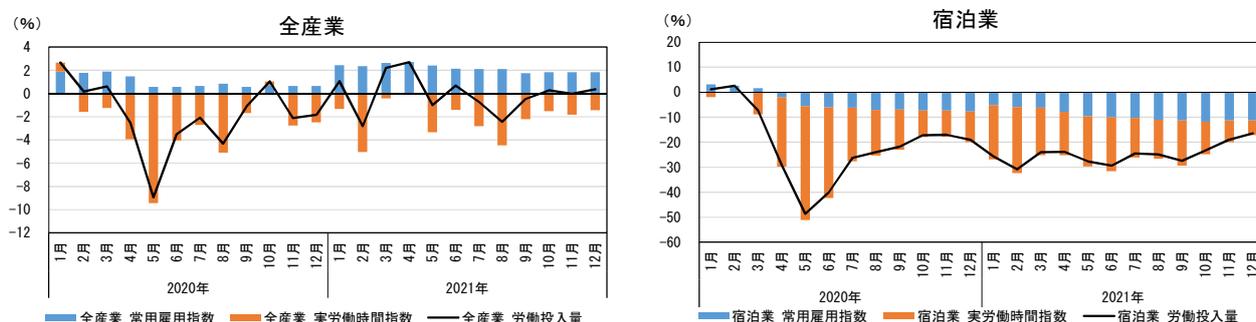
<sup>6</sup> 独立行政法人労働政策研究・研修機構『ユースフル労働統計—労働統計加工指標集—2021』p9、内閣府「日本経済2008」p168以降参照。

<sup>7</sup> 「常用雇用者」とは事業所に常時雇用されている人のことであり、常時雇用されていれば嘱託、パートタイマー、アルバイト等の正社員・正職員以外も含まれる（常用雇用者以外の雇用者は「臨時雇用者」）。

<sup>8</sup> 寄与度分解は『ユースフル労働統計—労働統計加工指標集—2021』p11掲載の手法により実施した。

一方、宿泊業では、2020年（令和2年）から2021年（令和3年）にかけて労働時間、常用雇用者共に減少している。2021年（令和3年）に入って労働時間の減少幅は小さくなったが、常用雇用者の減少幅は大きくなっており、労働時間減少（時短や休業）だけでは対応できず、常用雇用者を削減せざるを得なかった厳しい状況の可能性がある（図表Ⅱ-17）。

図表Ⅱ-17 労働投入量の推移（2019年同月比）



資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」に基づき観光庁作成  
注1：寄与度分解に当たり誤差項が発生するが省略。

総務省「労働力調査」により宿泊業の雇用者数についてみると、2021年（令和3年）には雇用者数が2019年比で約22%減少した。このうち正規雇用者数が約15%の減少であったのに対し、非正規雇用者数は約27%の減少となった（図表Ⅱ-18）。

図表Ⅱ-18 宿泊業の雇用状況

|             | 雇用者数<br>(役員を除く) | うち<br>正規雇用者数 | うち<br>非正規雇用者数 |
|-------------|-----------------|--------------|---------------|
| 2019年<br>平均 | 約59万人           | 約26万人        | 約33万人         |
|             | ↓ 約22%減少        | ↓ 約15%減少     | ↓ 約27%減少      |
| 2021年<br>平均 | 約46万人           | 約22万人        | 約24万人         |

資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成

観光関連産業は、新型コロナウイルス感染症に伴う移動制限等による需要の減少から経営維持のため人員削減や新規採用の抑制を行ってきており、人材流出が懸念されている。

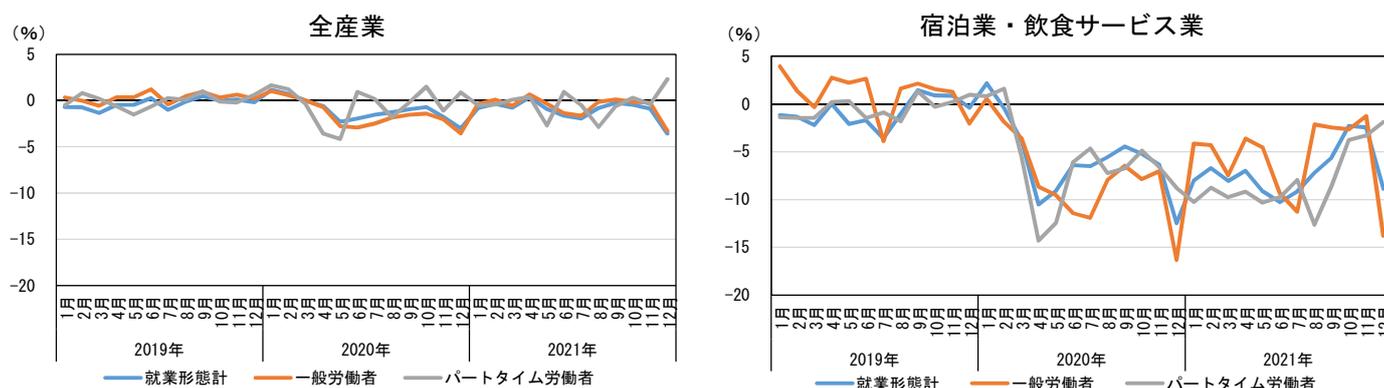
### (3) 賃金

ここまで新型コロナウイルス感染症の影響下による雇用への影響を考察したが、次に雇用とともに労働者の生活に密接な賃金への影響をみる。

毎月の支給給与である現金給与総額は、宿泊業・飲食サービス業は全産業に比べて2020年（令和2年）、2021年（令和3年）に大きく減少しており、厳しい状況となった。両産業ともパート労働者比率が高く、営業時間の短縮や需要の減少等による労働時間減少が影響しているとともに、一般労働者については夏や冬の賞与の減少が影響したとみられる<sup>9</sup>。2021年（令和3年）9月以降の賃金は回復傾向にあったが、12月に再び減少している（図表Ⅱ-19）。

<sup>9</sup>厚生労働省「令和3年版 労働経済の分析」p62、p143からp144の記載参照。また、宿泊業、飲食サービス業のいずれも、2020年（令和2年）、2021年（令和3年）の6月、12月の「毎月勤労統計調査」における「特別に支払われた給与」は2019年同月と比べて大きく減少している。

図表Ⅱ-19 賃金の推移



資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」に基づき観光庁作成

注1：2019年（令和元年）、2020年（令和2年）は前年同月比、2021年（令和3年）は2019年同月比。

注2：現金給与総額は、きまって支給する給与と特別に支払われた給与の合計額。賃金、給与、手当、賞与その他の名称の如何を問わず、労働の対償として使用者が労働者に通貨で支払うもので、所得税、社会保険料、組合費、購買代金等を差し引く前の金額。

新型コロナウイルス感染拡大期において、雇用の面でも幅広い産業が影響を受ける中で、とりわけ観光関連産業である宿泊業、飲食サービス業は大きな影響を受けたと考えられる。両産業は対人サービスを中心としており、緊急事態宣言による外出自粛、休業要請等により、労働者の雇用、労働時間、賃金等が大きな影響を受け、2020年（令和2年）に引き続き2021年（令和3年）においても厳しい状況にあったことがわかる。

### 3 地域経済への影響

新型コロナウイルス感染症による観光への影響が、地域経済にどのような影響を及ぼしたかについて、分析を行う。

#### (1) 旅行者数

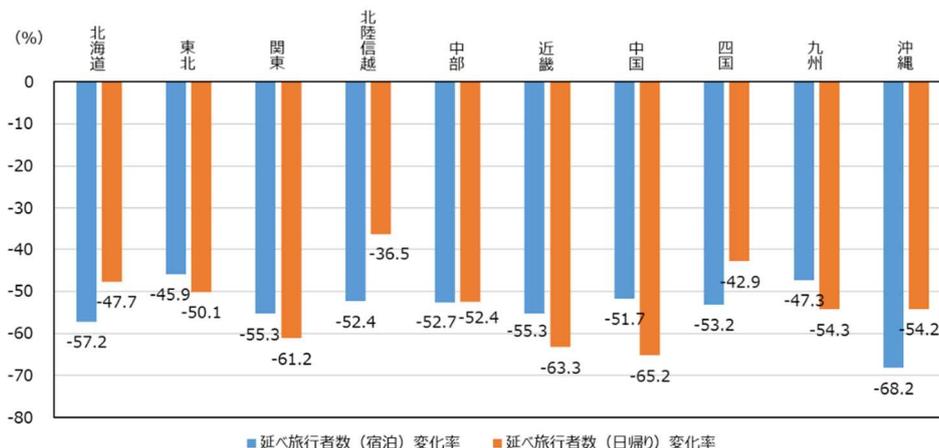
まず、2021年（令和3年）における目的地（地方ブロック）別の日本人の延べ旅行者数（観光・レクリエーション目的）が、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（令和元年）と比較してどれだけ変化したのかをみる。

宿泊旅行では沖縄が2019年比での減少率が最も大きく、次いで北海道、関東の順で減少率が大きい。沖縄、北海道は全旅行者のうち宿泊旅行者の比率が高い地域（2019年（令和元年）は北海道では63%、沖縄では93%が宿泊旅行者）であり、当初の宿泊旅行者の比率が高い地域で減少の影響が大きくなる傾向がある。

日帰り旅行では中国が2019年比での減少率が最も大きく、次いで近畿、関東の順で減少率が大きい。いずれのブロックも日帰り旅行者が比較的多い地域（2019年（令和元年）は約60%が日帰り旅行者）である。

また、北陸信越、四国では、両ブロックともに日帰り旅行者数の減少率は比較的小さかった。両ブロックは2021年（令和3年）中に緊急事態宣言が発出された県はなく、感染状況が相対的には落ち着いている傾向にある地域であったことが影響している可能性もある（図表Ⅱ-20）。

図表Ⅱ-20 2021年における目的地別延べ旅行者数の変化率（2019年比）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的

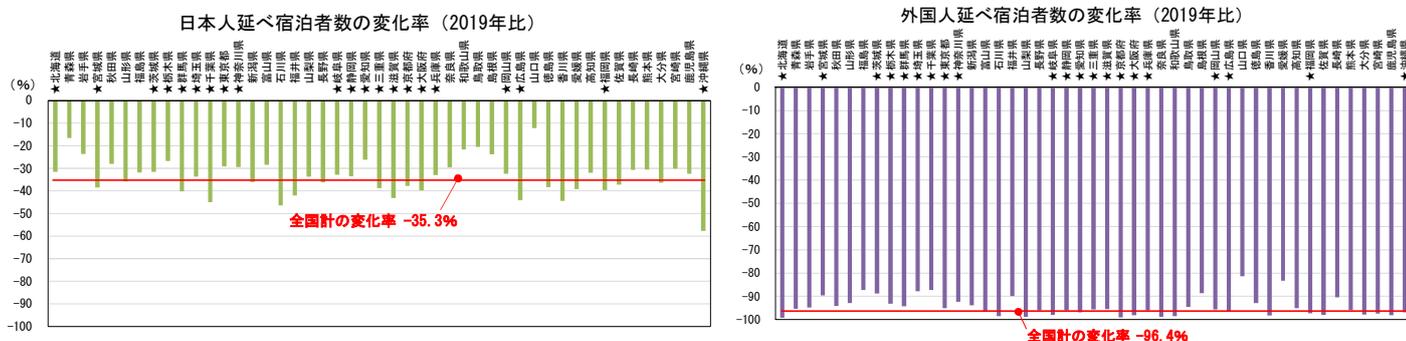
## (2) 延べ宿泊者数

次に、各都道府県の2021年（令和3年）における日本人延べ宿泊者数と外国人延べ宿泊者数が、2019年（令和元年）と比較してどれだけ変化したのかをみる。

日本人延べ宿泊者の減少率が最も大きいのが沖縄県で、次いで石川県、千葉県の間となっている。また、全国計の平均よりも減少率が高い地域の大半が、2021年（令和3年）中に緊急事態宣言が出た地域となっている。

外国人延べ宿泊者は全国的に大きく減少しており、多くの地域で2019年比90%以上の減少となっている（図表Ⅱ-21）。

図表Ⅱ-21 2021年における日本人・外国人延べ宿泊者数の変化率（2019年比）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：★がついているのは2021年（令和3年）中に緊急事態宣言が発出された都道府県。

注2：2021年（令和3年）は速報値。

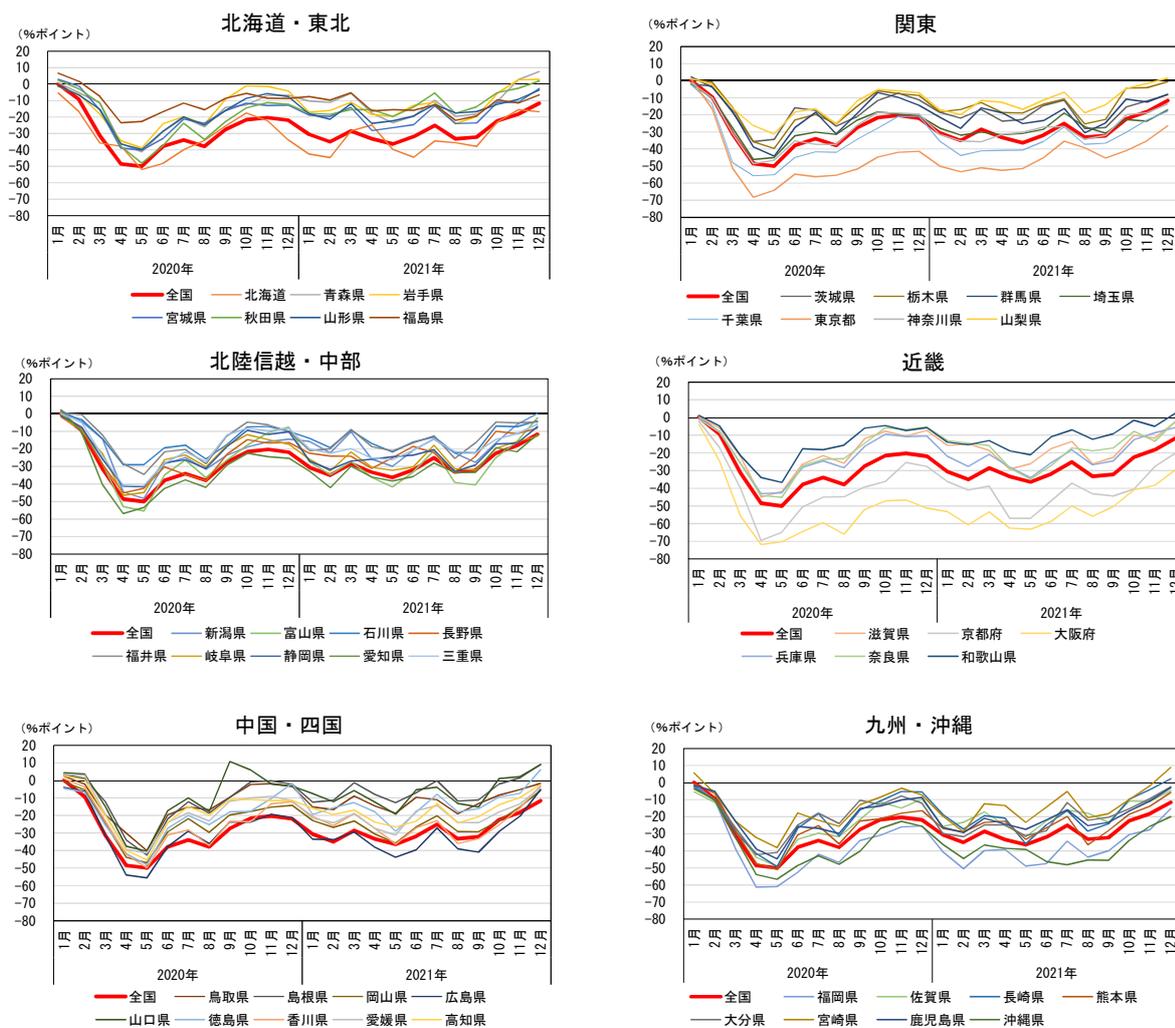
## (3) 客室稼働率

次に、2020年（令和2年）から2021年（令和3年）における宿泊施設全体の客室稼働率（2019年同月との差）の都道府県別推移を示す。

全国では2020年（令和2年）5月に最も稼働率が減少（約50%ポイント減）したが、同年7月からの「Go To トラベル事業」開始後、東京都発着の旅行も支援対象になった10月から12月には約20%ポイント減まで回復した。年末年始以降に同事業が一時停止となり、2021年（令和3年）に入り再び減少した後、同年12月には11.6%ポイント減と、「Go To トラベル事業」実施時期以上の回復となっているが、観光需要については新型コロナウイルス感染症等の影響により先行きは不透明である。

都道府県別で見ると、全国平均よりも客室稼働率の減少が大きい傾向にあるのは北海道、千葉県、東京都、愛知県、京都府、大阪府、広島県、福岡県、沖縄県であった。これらはいずれも2019年（令和元年）時点の客室稼働率が60%ポイント以上と高く、かつ2021年（令和3年）中に緊急事態宣言が発出された地域であった（図表Ⅱ-22）。

図表Ⅱ-22 客室稼働率の推移（2019年同月差）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2021年（令和3年）は速報値。

#### （4）旅行消費額

最後に、日本人の観光客が各地域でどれだけ消費したかを示す目的地別旅行消費額（観光・レクリエーション目的）が、2021年（令和3年）では新型コロナウイルス感染拡大以前の2019年（令和元年）と比較してどれだけ変化したのかをブロック別で示す。

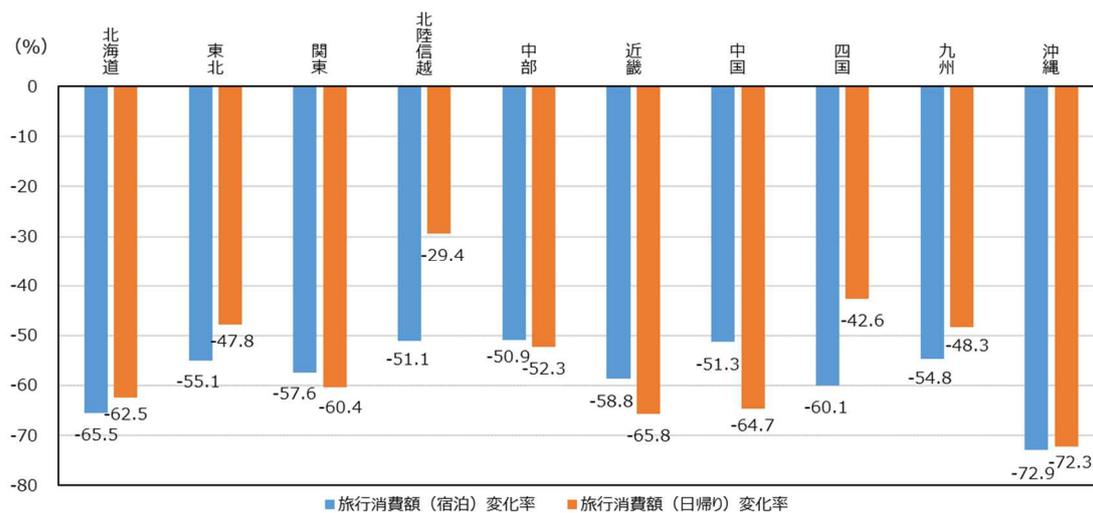
宿泊旅行での旅行消費額では、旅行者数と同様、沖縄で減少率が最も大きく、次いで北海道、四国の順となっている。日帰り旅行での旅行消費額でも、沖縄で減少率が最も大きく、次いで近畿、中国、北海道という順であった。

沖縄、北海道は宿泊・日帰りのいずれの旅行消費額も60%以上の減少であり、新型コロナウイルス感染症による影響を大きく受けた地域であると考えられる。なお、旅行消費額の減少額（宿泊・日帰り合計）は沖縄では約5,000億円、北海道では約5,500億円であり、経済規模を考慮すると、特に沖縄の経済に対して、旅行消費額の減少は大きな打撃をもたらしたことがうかがえる<sup>10</sup>。

一方、北陸信越では日帰りの旅行消費額の減少率は比較的小幅にとどまっている（図表Ⅱ-23）。

<sup>10</sup> 日本銀行那覇支店の短期経済観測調査では、2021年（令和3年）第1四半期から第4四半期までの沖縄県の業況判断「良い」から「悪い」を引いた値）は全て15%ポイント以上のマイナスであった。

図表Ⅱ-23 2021年における目的地別旅行消費額の変化率（2019年比）



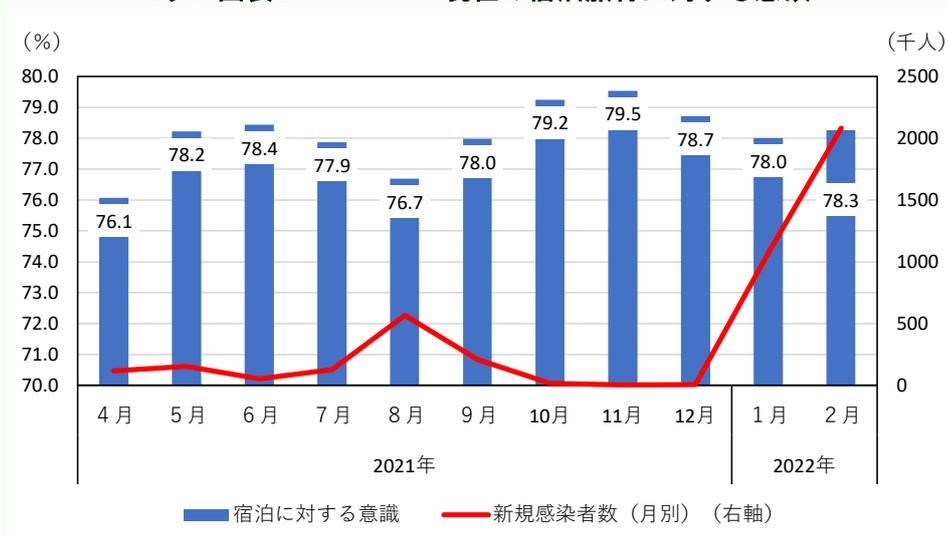
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」 観光・レクリエーション目的

## コラムⅡ－1 旅行者の意識

新型コロナウイルス感染症がもたらした旅行への意識の変化について、2021年（令和3年）4月から日本人を対象にインターネット調査を実施した。ここでは、その結果を紹介する。

調査時点での旅行意欲を尋ねる質問に対し、旅行を「とてもしたい」「したい」を合わせた回答が、2021年（令和3年）4月調査の76.1%から2022年（令和4年）2月調査の78.3%と時期によって若干の変動があるものの、11回の調査を通して7割を超えている。新規感染者数が多い2021年（令和3年）8月調査と2022年（令和4年）1月調査では旅行意欲が少し下がっている結果となっている（コラム図表Ⅱ－1－1）。

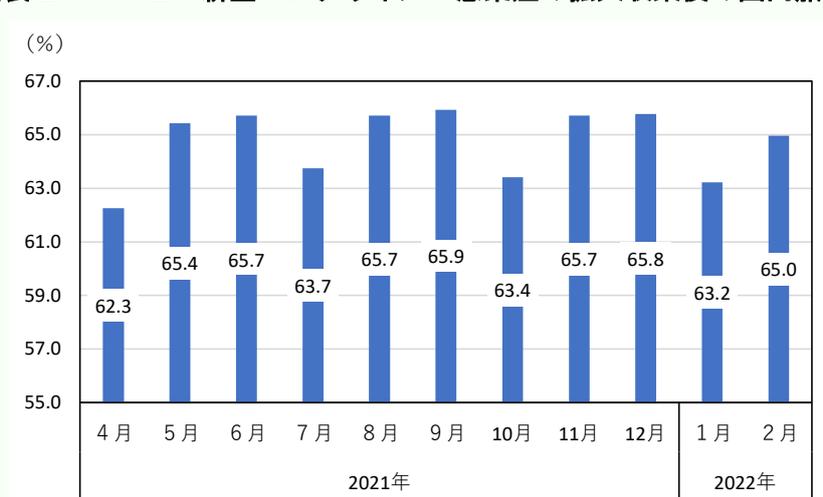
コラム図表Ⅱ－1－1 現在の宿泊旅行に対する意欲



資料: 観光庁調査、厚労省「新規陽性者数の推移（日別）（2022年（令和4年）3月時点）」に基づき観光庁作成

また、新型コロナウイルス感染症の拡大収束後の旅行先として国内旅行を優先する意向は、2021年（令和3年）4月調査の62.3%から感染状況とともに増加した時期もみられたが、6割台にとどまっている（コラム図表Ⅱ－1－2）。

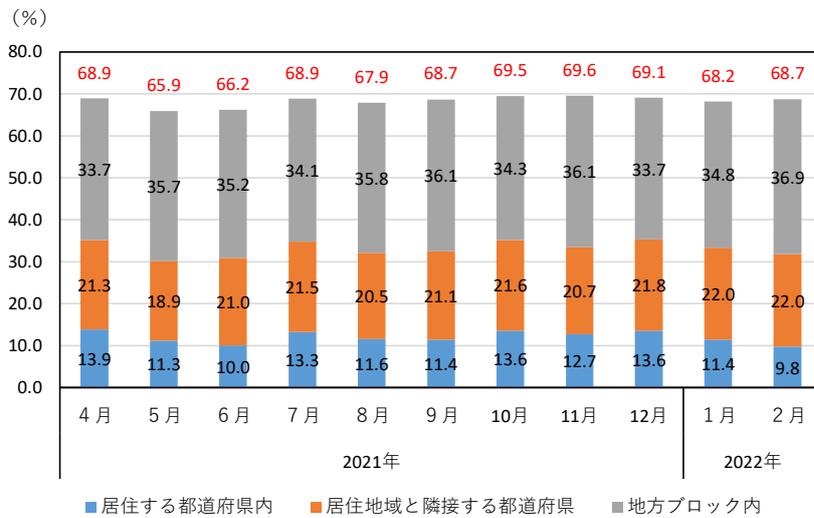
コラム図表Ⅱ－1－2 新型コロナウイルス感染症の拡大収束後の国内旅行優先意向



資料: 観光庁調査

調査時点で計画している宿泊旅行の訪問先をみると「居住する都道府県内」、「居住地域と隣接する都道府県」、「地方ブロック内」への宿泊旅行は 11 回の調査を通じて 7 割弱となっており、比較的近場で旅行したい人が多い傾向がみられる（コラム図表Ⅱ－1－3）。

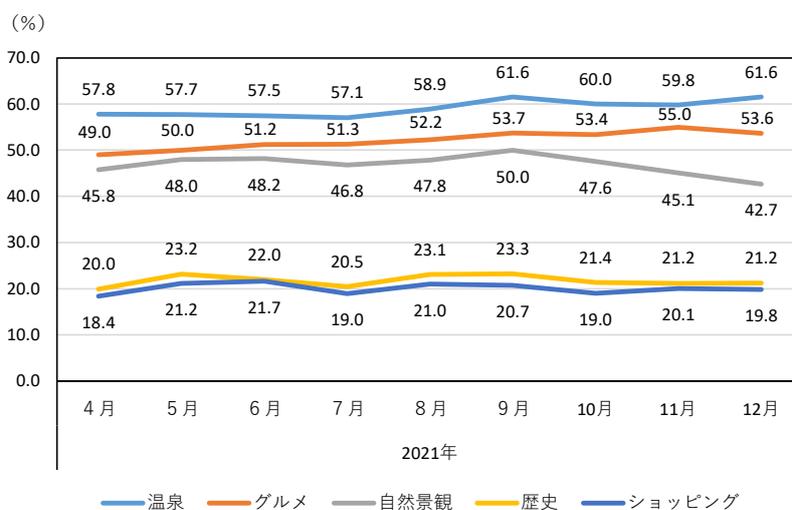
コラム図表Ⅱ－1－3 計画している宿泊旅行の訪問先



資料: 観光庁調査

調査時点で計画している宿泊旅行の旅行先での目的はおおむね同程度の水準で推移しており、総じて「温泉」、「グルメ」の順に比率が高い（コラム図表Ⅱ－1－4）。

コラム図表Ⅱ－1－4 計画している宿泊旅行の訪問先での目的



資料: 観光庁調査

## コラムⅡ-2 インターネットを活用した取組事例

新型コロナウイルス感染拡大による経済活動の停滞により、様々な業種において事業が立ち行かなくなるなどの困難な事態となっているなか、インターネットを活用した取組により好転している事例を紹介する。

### ○琴平バス株式会社（香川県）

琴平バス株式会社では、新型コロナウイルス感染症の影響で貸切バスの需要が減少したため、オンラインツアーを企画、販売している。オンラインミーティングアプリの背景をバスに乗車しているように見立てて観光地巡りを楽しむことができる。さらに、香川県ご当地 VTuber「白越いりこ」が、ほかの四国3県のご当地 VTuber を招いて香川県を案内するといったイベントも盛り込まれている。事前に参加者の自宅に「旅のしおり」のほか、香川県の特産品であるいりこやうどんが届き、食事を楽しみながら参加することができ、好評を博している。また、VTuber とコラボしたことにより、これまでオンラインツアーでは少なかった 30 代の参加者が多くなり、SNS を使った発信が増加した。



オンラインバスツアーの紹介



参加者宅に届く香川の特産品

### ○有限会社元祖鯨もなか本店（愛知県）

明治 40 年に創業し、名古屋のシンボルの金のしゃちほこをイメージした「見て楽しい・食べて美味しい」鯨のお菓子を 100 年以上にわたり製造・販売している老舗の和菓子店「元祖鯨もなか本店」では、新型コロナウイルス感染拡大の影響により観光客が減少し、売上げが激減した。

同店では、名古屋城や駅などの土産売場での卸販売が売上げの大半を占めていたが、売場が閉まるなどにより、多くの在庫を抱えることとなった。このため、新型コロナウイルス感染拡大の影響により在庫を抱えている事業者が割引価格で商品を販売できるサイトを活用したところ、全国から注文が寄せられた。それまでの卸販売では聞く機会がなかった、顧客からの直接の声を重視し、店のホームページのリニューアルや SNS を使った新商品の告知などの情報発信の強化に取り組んだ結果、落ち込んでいた売上げが回復しつつある。



「元祖 鯨もなか」と名古屋城

## 第2節 新型コロナウイルス感染症への対応

### 1 地域観光事業支援<sup>11</sup>

「Go To トラベル事業」は2020年（令和2年）末からの一時停止措置が継続している状況であるが、感染状況が落ち着いている地域において、旅行需要の減少により観光関連産業が深刻な打撃を受けていることに鑑み、各都道府県において、独自に宿泊割引等の旅行需要の喚起策が講じられている。

国においても、ワクチン接種歴や検査を利用条件として、当該都道府県が実施する旅行商品や宿泊サービスに対する割引及び地域限定で旅行期間中に土産物店等で使用可能なクーポン券等の付与のために必要な費用を支援する事業（地域観光事業支援）を実施している。

また、都道府県間の同意を前提に、隣接都道府県及び同一地域ブロック内の都道府県からの旅行に対する割引事業を行う場合についても本事業の対象に追加することにより、一層幅広い観光需要の喚起を図ることとした。

実施に当たっては、旅行先又は出発地の都道府県がレベル3、緊急事態措置対象、まん延防止等重点措置対象（措置区域に限る。）となった場合には国の補助を停止することとしているほか、それ以外の場合にも都道府県知事の判断により停止可能としている。

### 地域観光事業支援の概要

| 支援内容・実施期間  |
|--|
| <p>&lt;支援内容&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>居住地と同一都道府県内の旅行及び都道府県間の同意を前提に、隣接する都道府県及び同一地域ブロック内の都道府県からの旅行を支援。</b></li><li>○ 支援内容など制度設計は全て都道府県において決定。</li><li>※国は<b>1人泊当たり5千円・商品代金の5.0%を上限に支援</b><br/>（日帰り旅行の場合は1人当たり5千円・商品代金の5.0%を上限）</li><li>○ 地域限定で旅行期間中に使用可能なクーポン券など、地域の土産物店、飲食店、公共交通機関などの地域の幅広い産業に裨益する支援策を併せて実施する場合は、<b>1人泊当たり（日帰り旅行の場合は1人当たり）2千円を上限に追加支援。</b></li></ul> <p>&lt;要件&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>ワクチンを3回接種済であること又は検査結果が陰性であることを利用条件</b>としていること（ただし、感染拡大局面になく、感染リスクが低いと知事が判断する都道府県における同一県内旅行は、ワクチン2回接種又は陰性の検査結果とすることも可能）。</li><li>○ <b>支援対象とする都道府県が事業実施県の割引事業の内容に同意していること。</b></li><li>○ <b>旅行先又は出発地の都道府県がレベル3、緊急事態措置対象、まん延防止等重点措置対象（措置区域に限る）となった場合は停止。ただし、レベル2相当であっても、感染拡大局面にあると知事が判断する場合には、都道府県知事の判断により停止可能。</b></li></ul> |

また、各都道府県が行う、宿泊事業者が感染拡大防止策の強化等に取り組む際の費用について、地域観光事業支援の支援措置を追加する形で、財政的に支援した。本支援措置においては、業種別ガイドラインが策定された2020年（令和2年）5月14日以降に宿泊施設が支出した感染拡大防止策に必要な機器・必需品を幅広く支援の対象とした。各施設への補助額は、各都道府県において施設の規模等に応じ段階的に設定できるものとし、大規模施設にあっては最大500万円までの支援を可能とした。

### 2 その他の支援の概要

政府では、宿泊施設、旅行会社、飲食店及び土産物店等の観光関連産業も対象となる、以下のような業種横断的な支援措置を講じている。

#### （1）雇用調整助成金（新型コロナウイルス感染症の影響に伴う特例）

雇用調整助成金とは、新型コロナウイルス感染症の影響により、事業活動の縮小を余儀なくされた場合に、従業員の雇用維持を図るために、労使間の協定に基づき、雇用調整（休業）を実施する事業主に対して、休業手当などの一部を助成するものである。事業主が労働者を出向させることで雇用を維持した場合も、雇用調整助成金の支給対象となる。

新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえ、2020年（令和2年）4月以降、厚生労働省は累次の拡充を講じてきたところであり、特例措置として、助成率は、中小企業の場合で通常時の2/3から4/5に、大企業の場合で通常時の1/2から2/3に、助成額の上限は、（判定基礎期間の初日が2022年（令和4年）3月の場合）通常時の8,265円から9,000円等に引き上げられている。また、

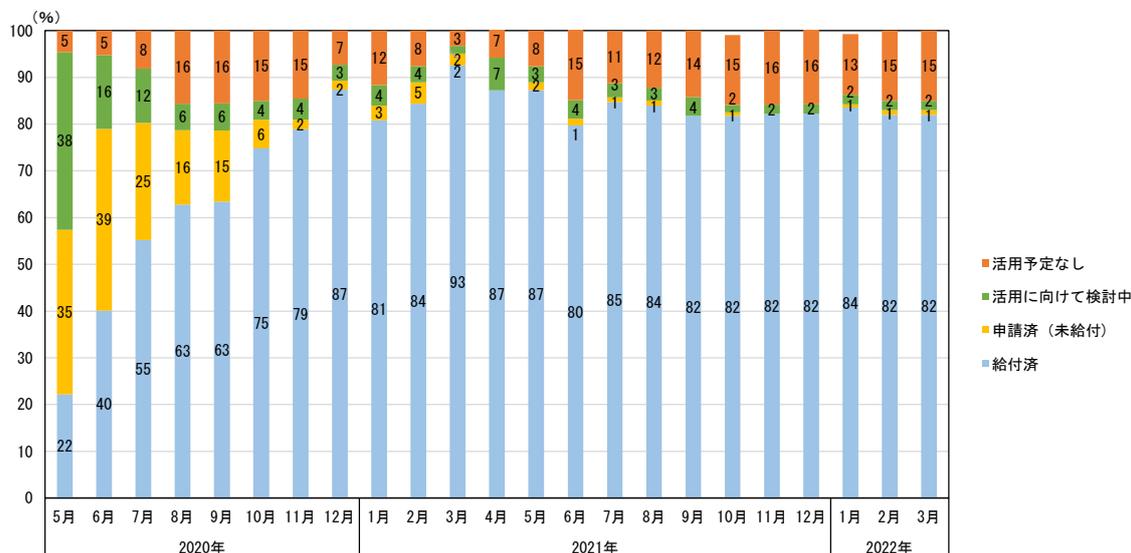
<sup>11</sup>2022年（令和4年）4月1日時点。

中小企業が解雇などを行わず雇用を維持し、かつ、一定の要件を満たした場合には、休業手当全体の助成率を10/10とするといった特例措置を講じている。

対象期間は、2020年（令和2年）4月1日から2022年（令和4年）6月30日（緊急対応期間）の期間を1日でも含む貸金締切期間（判定基礎期間）となっている<sup>12</sup>。

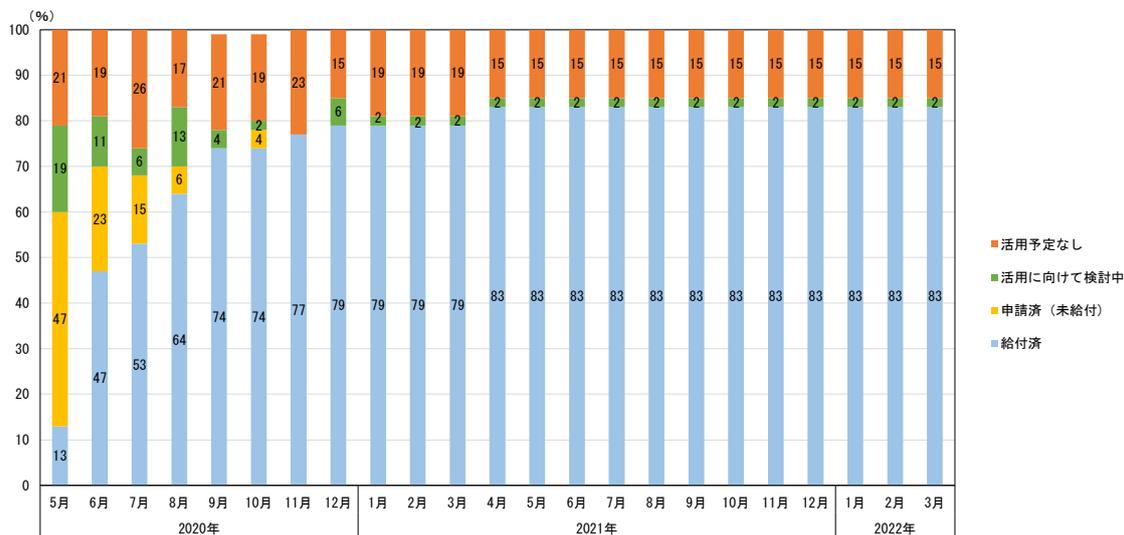
雇用調整助成金の活用状況について、国土交通省による調査では、宿泊業は2021年（令和3年）では80%以上の施設が給付済となっている。旅行業も2021年（令和3年）4月以降、83%の事業者が給付済となっている（図表Ⅱ-24、図表Ⅱ-25）。

図表Ⅱ-24 雇用調整助成金の活用状況（宿泊）



資料：国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」に基づき観光庁作成  
注1：回答数は月によって47から387施設に変動。

図表Ⅱ-25 雇用調整助成金の活用状況（旅行）



資料：国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」に基づき観光庁作成  
注1：回答数は47者。

## (2) 実質無利子・無担保融資

政府系金融機関の無担保融資による資金繰り支援策には、「新型コロナウイルス感染症特別貸付」、「新型コロナウイルス対策マル経融資」、「危機対応融資」がある。この3つの資金繰り支援策は、「新型コロナウイルス感染症特別利子補給制度」を併用することにより、最長3年間分の利子相当額を一括で助成され、実質無利子となる。各融資制度の概要は以下のとおりである。

<sup>12</sup> 2022年（令和4年）3月22日時点。

**a) 新型コロナウイルス感染症特別貸付**

日本政策金融公庫等による融資で、融資限度額は別枠で中小企業事業 6 億円、国民生活事業 8,000 万円である。貸付金利は基準利率とし、当初 3 年間は基準金利から 0.9%引き下げられる。貸付期間は 20 年以内で、うち据置期間は最長 5 年である。公庫の既往債務の借換えも可能である。

融資対象は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて一時的に業況悪化した者である。

**b) 新型コロナウイルス対策マル経融資**

日本政策金融公庫等による融資で、「小規模事業者経営改善資金融資」（通称「マル経融資」）の新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた特例措置である（マル経融資は、商工会議所・商工会等による経営指導を受けた小規模事業者に対して、無担保・無保証人で行う融資）。

融資限度額は別枠で 1,000 万円である。貸付金利は、当初 3 年間は通常の貸付金利から 0.9%引き下げられる。貸付期間は、設備資金は 10 年以内、運転資金は 10 年以内で、うち据置期間は運転資金で 3 年以内、設備資金で 4 年以内である。

**c) 危機対応融資**

商工組合中央金庫による融資で、融資限度額は 6 億円である。貸付金利は信用力や担保によらず一律金利とし、当初 3 年間は基準金利から 0.9%引き下げられる。

貸付期間は 20 年以内で、うち据置期間は最長 5 年である。商工中金による危機対応融資の既往債務の借換えも可能である。

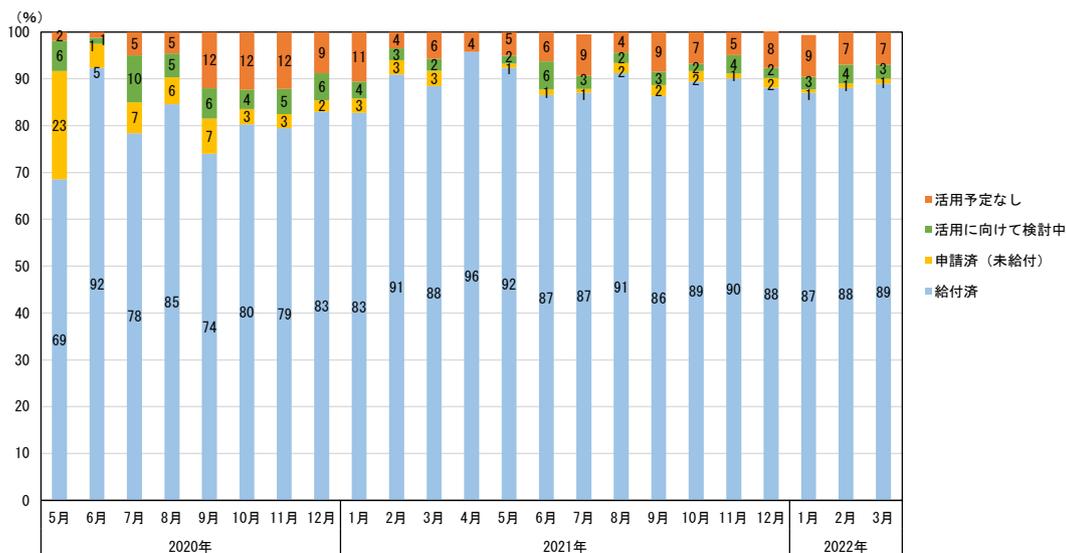
融資対象は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて一時的に業況悪化した者である。

**d) 新型コロナウイルス感染症特別貸付特別利子補給制度**

これら 3 つの資金繰り支援策は、一部の対象者においては「新型コロナウイルス感染症特別貸付特別利子補給制度」を併用することにより、最長 3 年間分の利子相当額を一括で助成され、実質無利子となる。公庫等の既往債務の借換えも実質無利子化の対象となる。

資金繰り支援の活用状況について、国土交通省による政府系・民間金融機関による融資、持続化給付金等を含めた資金繰り支援の活用状況に関する調査では、宿泊業は 2020 年（令和 2 年）6 月以降、8 割から 9 割の事業者が活用している。旅行業は 2020 年（令和 2 年）6 月時点で既に 7 割以上が給付済になっており、2021 年（令和 3 年）以降は 9 割以上の事業者が給付済となっている（図表 II-26、図表 II-27）。

**図表 II-26 資金繰り支援の活用状況（宿泊）**

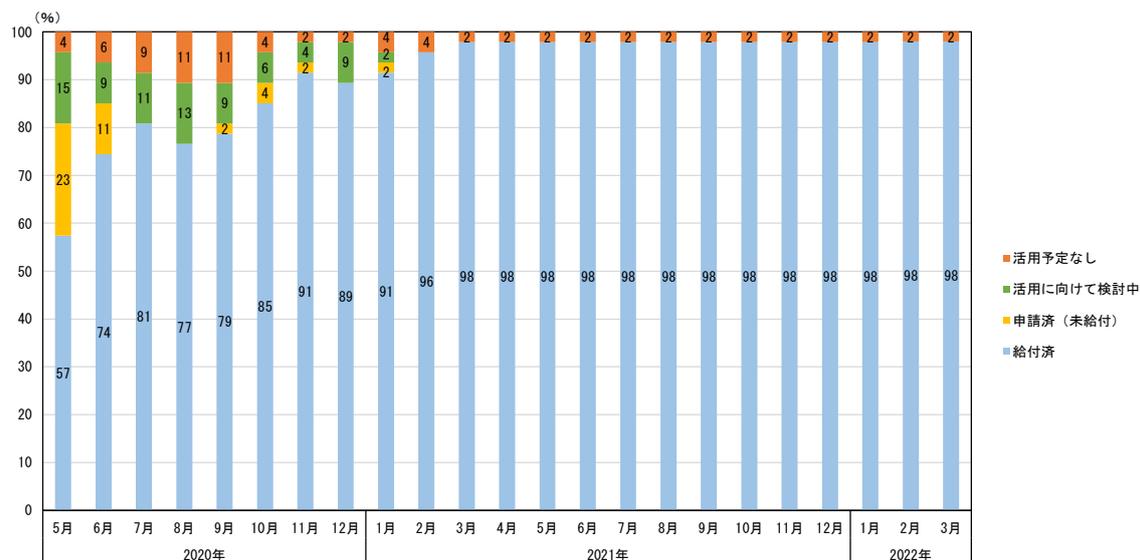


資料：国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」に基づき観光庁作成

注 1：回答数は月によって 47 から 388 施設に変動。

注 2：政府系・民間金融機関による融資、持続化給付金等を含めた資金繰り支援が対象。

図表Ⅱ-27 資金繰り支援の活用状況（旅行）



資料：国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」に基づき観光庁作成  
 注1：回答数は47者。  
 注2：政府系・民間金融機関による融資、持続化給付金等を含めた資金繰り支援が対象。

### （3）地方創生臨時交付金

「新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金」は、新型コロナウイルス感染症の拡大防止とともに、感染拡大の影響を受けている地域経済や住民生活を支援し地方創生を図るために創設された。この地方創生臨時交付金は、新型コロナウイルス感染症対応のための取組である限り、原則として地方公共団体が自由に使うことができる。さらに、緊急事態宣言の発出によって人流が減少し、経済活動への影響が全国的に生じることを踏まえ、その影響を受ける事業者に対し、都道府県が地域の実情に応じた支援の取組を確実に実施できるよう、特別枠として「新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金（事業者支援分）」が2021年（令和3年）4月に創設された。

対象となる事業は、新型コロナウイルス感染症により経済活動に影響を受ける事業者への支援、感染症防止強化策・見回り支援とされており、具体例として、事業継続に困っている中小・小規模事業者等への支援、飲食・観光・交通事業者等への支援、感染症防止強化策・見回り支援、ワクチン接種の進捗後の円滑な事業再開支援、さらにこれら都道府県事業の上乗せ・横出し（市町村）等があげられている。

## 第2章 新型コロナウイルス感染症で起きた環境変化や観光業が抱える構造的な課題

### 第1節 新型コロナウイルス感染症で起きた環境変化

前章における新型コロナウイルス感染症の日本経済や観光産業への影響等に係る考察を踏まえ、本節では新型コロナウイルス感染症により起きた様々な環境変化について、日本人国内旅行市場の変化や新たな観光需要（交流市場）の創出、我が国をはじめとする世界のインバウンドの動向や回復に向けた取組等について整理・分析を行う。

#### 1 日本人国内旅行市場で起きた環境変化と新たな観光需要の掘り起こし

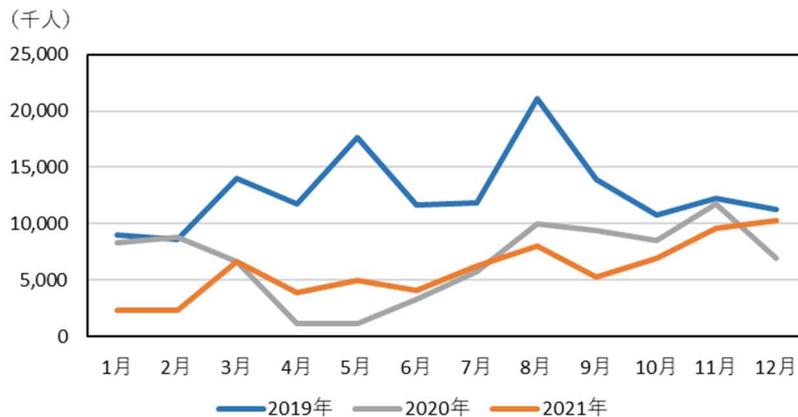
##### (1) 日本人国内旅行市場の変化

###### a) 旅行需要の分散化

###### ① 旅行時期

観光庁「旅行・観光消費動向調査」から、月別実旅行者数の推移をみると、新型コロナウイルス感染症の影響下においては旅行者自体の減少もあり、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（令和元年）にみられた春夏頃のピークが沈静化しており、国内の感染状況や旅行者マインド等に左右される側面はあるものの、旅行時期の平準化の動きがみてとれる（図表Ⅱ-28）。

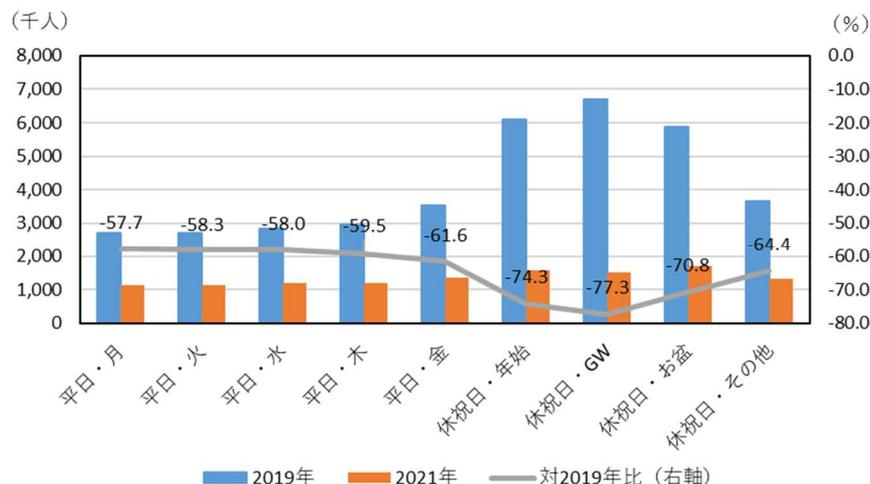
図表Ⅱ-28 月別実旅行者数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」 観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

モバイルデータを用いて、2021年（令和3年）の曜日別国内旅行者数（47市区着地）について、対2019年増減率をみると、ゴールデンウィーク、年始、お盆、その他、金曜日と、2019年（令和元年）において旅行者数が多かった順に減少幅が大きかった。従前と比べた旅行者数の低水準化、平日・休日間の平準化の傾向がみられる（図表Ⅱ-29）。旅行時期の平準化については、新型コロナウイルス感染症の感染収束後を見据え、引き続き動向を注視していく必要がある。

図表Ⅱ-29 2021年における曜日別国内旅行者数増減率（2019年比）（47市区着地）



資料：モバイルデータを用いて観光庁作成

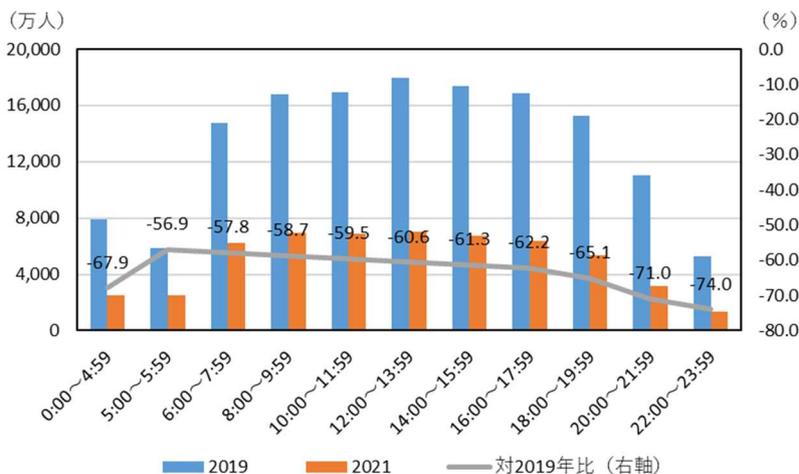
注1：47市区着地とは、調査対象地域（全国県庁所在地の47市区）への来訪を指す。

注2：2019年（令和元年）1月1日から9月30日、2021年（令和3年）1月1日から9月30日のデータ。

## ②時間帯

モバイルデータを用いて、2021年（令和3年）の時間帯別国内旅行者数（47市区着地）について、対2019年増減率をみると、特に20時以降の旅行者数の減少率が2019年（令和元年）と比べ大きく、いわゆるナイトタイム・エコノミーの時間帯における旅行者の減少がみられ、時間帯についても旅行需要の変化が起きているとみられる（図表Ⅱ-30）。

図表Ⅱ-30 2021年における時間帯別国内旅行者数増減率（2019年比）（47市区着地）



資料：モバイルデータを用いて観光庁作成

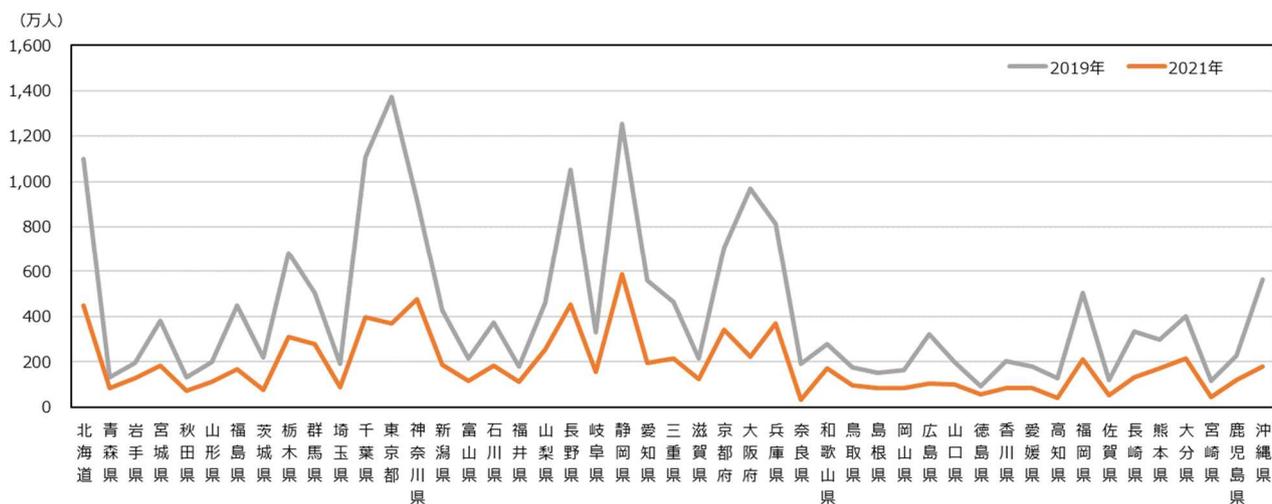
注1：47市区着地とは、調査対象地域（全国県庁所在地の47市区）への来訪を指す。

注2：2019年（令和元年）1月1日から9月30日、2021年（令和3年）1月1日から9月30日のデータ。

## b) 観光地選択の変化

観光庁「旅行・観光消費動向調査」によると、新型コロナウイルス感染症の影響により2021年（令和3年）の延べ旅行者数は2019年比で全国的に減少した。特に、2019年（令和元年）の延べ旅行者数が多い北海道、栃木、東京、長野、静岡、京都、大阪、兵庫、福岡及び沖縄で大幅に減少しており、従来は旅行者の多かった主要観光地や人口密集地域である都市圏を避けるなど、地域ごとの旅行者数の格差が縮小傾向にある（図表Ⅱ-31）。

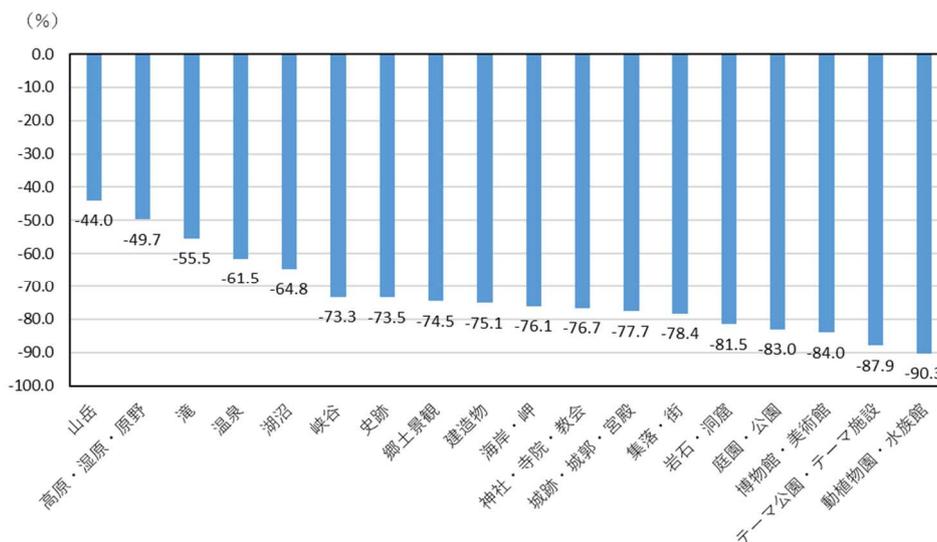
図表Ⅱ-31 都道府県別延べ旅行者数（目的地別）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」 観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

また、2021年（令和3年）の目的地別国内旅行者数について、対2019年増減率をみると、全般的な傾向として「山岳」、「高原・湿原・原野」、「滝」等の自然景観が総じて減少幅が小さくなっており、密の回避等の新型コロナウイルス感染症対策への配慮に対する関心が反映されているものと考えられる（図表Ⅱ-32）。

図表Ⅱ-32 2021年における目的別国内旅行者数増減率（2019年比）



資料：モバイルデータを用いて観光庁作成

注1：2019年（令和元年）1月1日から9月30日、2021年（令和3年）1月1日から9月30日のデータ。

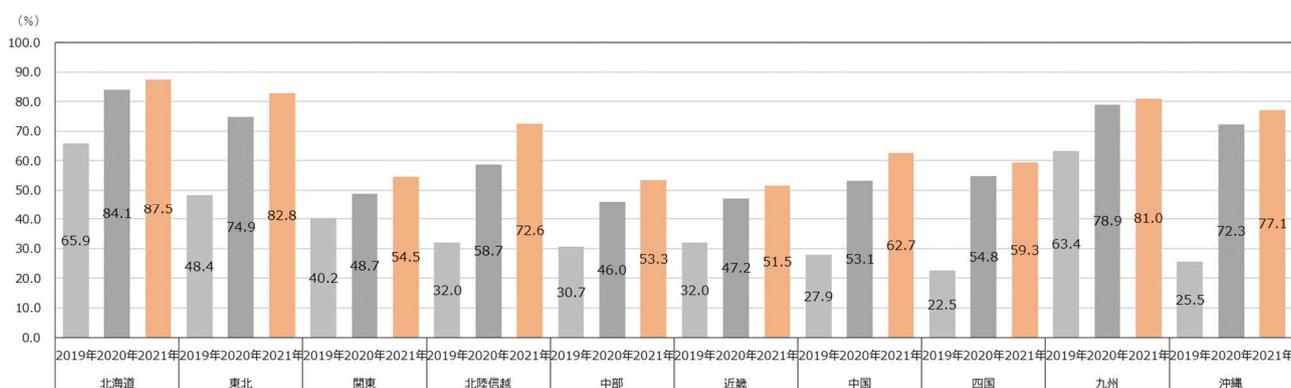
これまでみてきたとおり、新型コロナウイルス感染症の影響により、都市圏・主要観光地の回避、自然景観への志向といった傾向が示されており、新型コロナウイルス感染症対策への配慮に対する関心の高まり等をはじめとする観光地選択の変化がうかがい知れる。

### c) マイクロツーリズムの進展

#### ①全国的普及

観光庁「旅行・観光消費動向調査」から、近隣地域内での観光（いわゆるマイクロツーリズム）の割合は、2019年（令和元年）から2021年（令和3年）にかけて国内全エリアで増加傾向を示した。2021年（令和3年）は、域内旅行者割合の高い順に北海道（87.5%）、東北（82.8%）、九州（81.0%）、沖縄（77.1%）となっており、全国的にマイクロツーリズムが進展していることがわかる（図表Ⅱ-33）。今後の動向は注視が必要である。

図表Ⅱ-33 居住エリア別地域ブロック内の域内旅行者割合

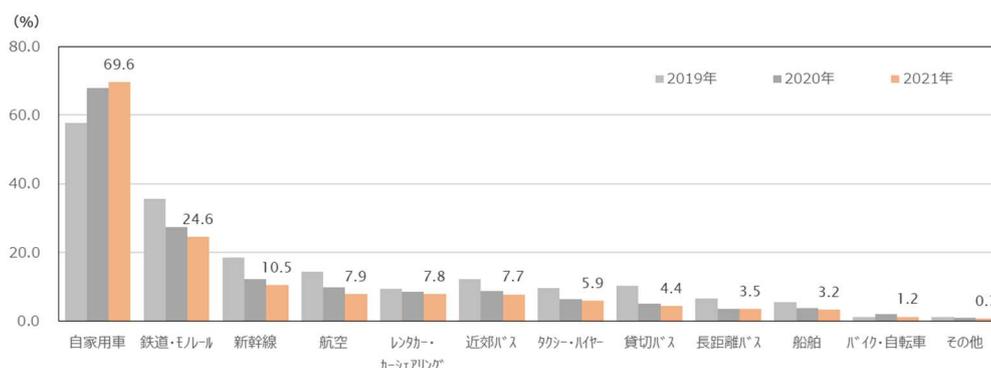


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

#### ②交通手段

2019年（令和元年）から2021年（令和3年）までの旅行における利用交通手段の傾向として、「鉄道・モノレール」、「新幹線」、「航空」など密となる公共交通機関を避け、「自家用車」を利用する動きがみられた。2021年（令和3年）の自家用車利用率は2019年比で約10ポイント高くなっており、新型コロナウイルス感染症の影響により、旅行における交通モードのシフト（交通手段の個別化）が進展しているとみられる（図表Ⅱ-34）。

図表Ⅱ-34 旅行における利用交通手段



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」 観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

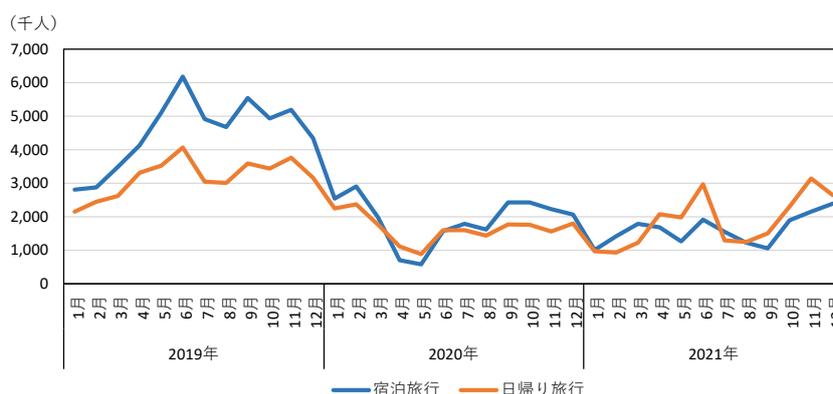
d) 出張の動向の変化

出張・業務旅行は、新型コロナウイルス感染症の感染状況が深刻化し始めた2020年（令和2年）からは宿泊旅行、日帰り旅行とともに低調で推移している。

感染状況がいったん沈静化した2020年（令和2年）8月から10月にかけては、「Go To トラベル事業」の効果もあり宿泊旅行の増加がみられたが、ビジネス目的の「Go To トラベル事業」の利用に制限がかけられた影響により同年11月に減少に転じ、感染状況が再び悪化した第2回緊急事態宣言の発出時期である2021年（令和3年）1月以降は更に減少した。

また、第3回緊急事態宣言発出時期に該当する2021年（令和3年）4月以降は、日帰り旅行が宿泊旅行を上回る傾向が多くみられる（図表Ⅱ-35）。

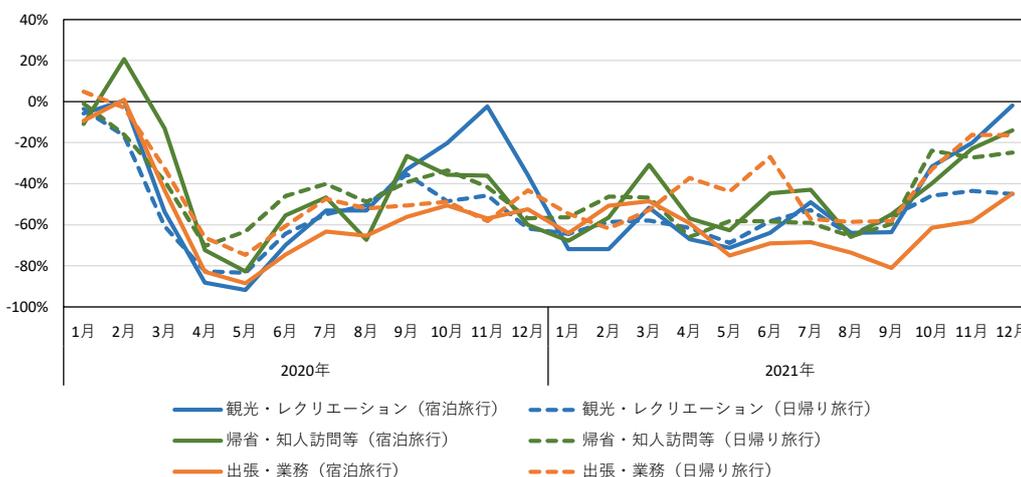
図表Ⅱ-35 出張・業務旅行の月別延べ旅行者数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」 出張・業務目的

また、旅行目的別の月別延べ旅行者数の対2019年増減率をみると、出張・業務旅行については、観光・レクリエーション、帰省・知人訪問等と同様に落ち込んでいる（図表Ⅱ-36）。

図表Ⅱ-36 旅行目的別の月別延べ旅行者数増減率（2019年同月比）

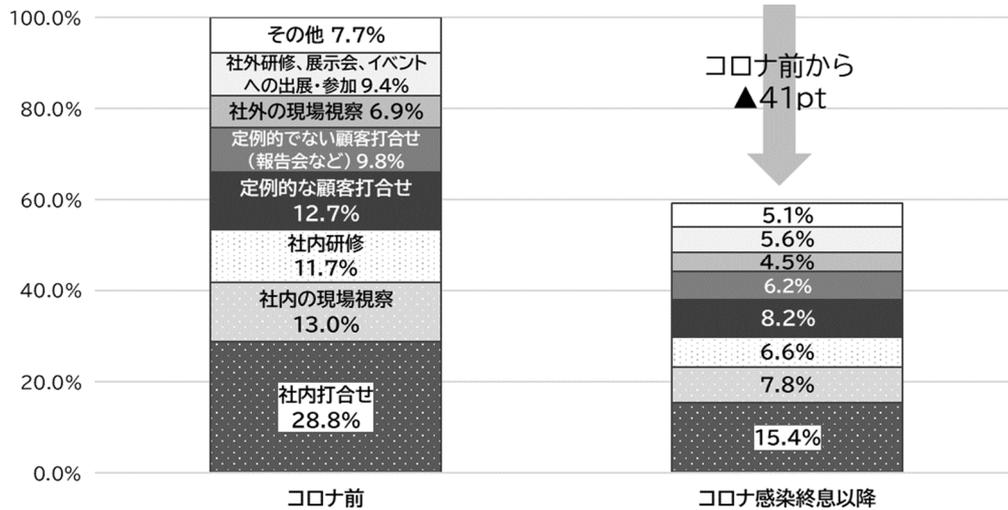


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

出張については、民間調査では、新型コロナウイルス感染終息後は、日帰り、宿泊を合わせた出張回数がコロナ前と比較して6割弱にとどまる可能性があるという、売上規模 100 億円以上の企業向けアンケート調査の結果もある（図表Ⅱ-37）。

新型コロナウイルス感染拡大を経て各社で遠隔会議のシステムが整備され、引き続き対面開催の必要性が低い会議などに伴う出張が減少する可能性もあると考えられるが、今後の動向については注視が必要である。

図表Ⅱ-37 新型コロナウイルス感染終息後の出張回数の見通し  
（新型コロナウイルス感染拡大前の水準=100%）



資料：株式会社三菱総合研究所「ポストコロナにおける働き方・オフィスに関するアンケート調査」（2021年（令和3年）12月実施）

注1：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、京都府、兵庫県、奈良県にオフィスを持つ単体売上高100億円以上の企業を対象。

注2：コロナ感染終息後に目的別の出張回数がコロナ前（2019年（令和元年））と比較してどのように変化するかの見込みについて質問。

注3：「感染終息」について、「ワクチンの効果や治療法の確立により、「大規模な感染拡大が起こらない」もしくは「感染が広がったとしても重症化や死亡のリスクは極めて低い状態」と回答者に示した上で調査を実施した。

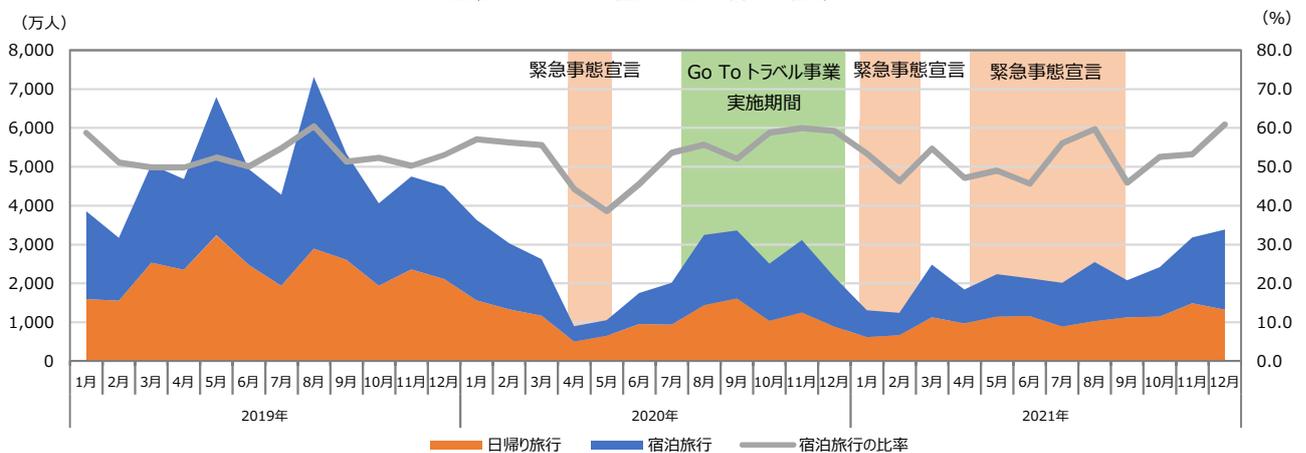
## （2）地方志向の高まりやテレワークの普及により進む新たな交流市場

### a) 新たな交流市場を開拓する意義・効果

#### ① 新型コロナウイルス感染症・人口減少による国内旅行需要の停滞

観光庁「旅行・観光消費動向調査」から、近年の延べ旅行者数の推移をみると、感染状況の一時的な沈静化や「Go To トラベル事業」等による短期的な改善はあるものの、2020年（令和2年）以降の新型コロナウイルス感染症の影響により、国内旅行市場の停滞傾向が続いている（図表Ⅱ-38）。

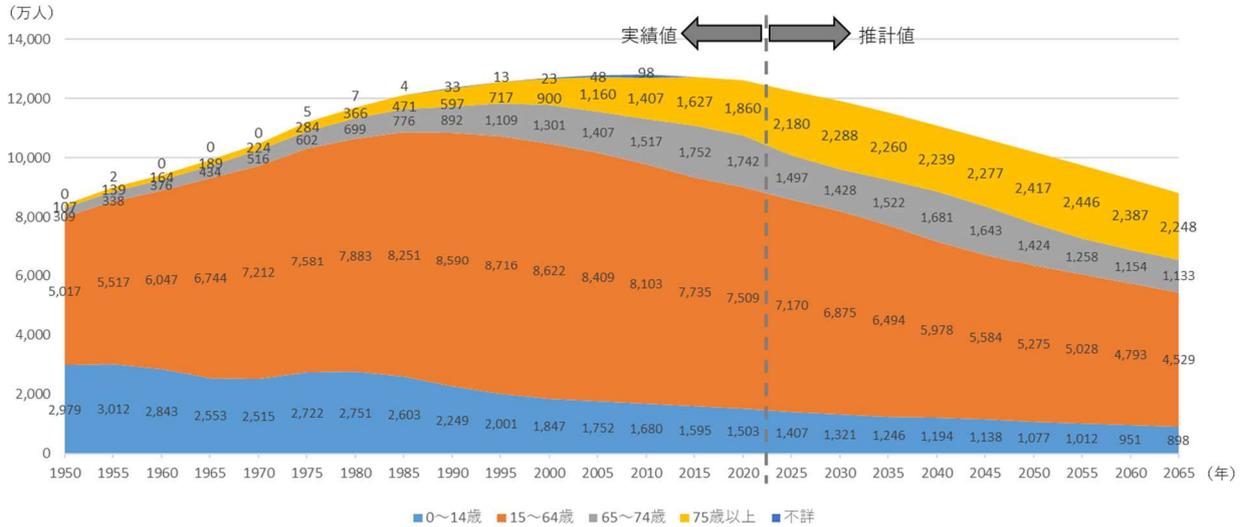
図表Ⅱ-38 国内延べ旅行者数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

我が国の総人口の長期推移をみると、2008年（平成20年）にピーク（約1.28億人）を迎えた人口は2065年（令和47年）には8,808万人となり、2020年（令和2年）と比較して約3,800万人（約30%）減少し、本格的な人口減少社会が進行する予測となっている。また、これに伴い65歳以上の占める高齢化率は28.6%から38.4%へと上昇する。こうした長期的な人口減少により、現下の新型コロナウイルス感染症の影響と相まって、将来的にも国内旅行市場の需要が伸び悩む可能性がある（図表Ⅱ-39）。

図表Ⅱ-39 年齢区分別将来人口推計

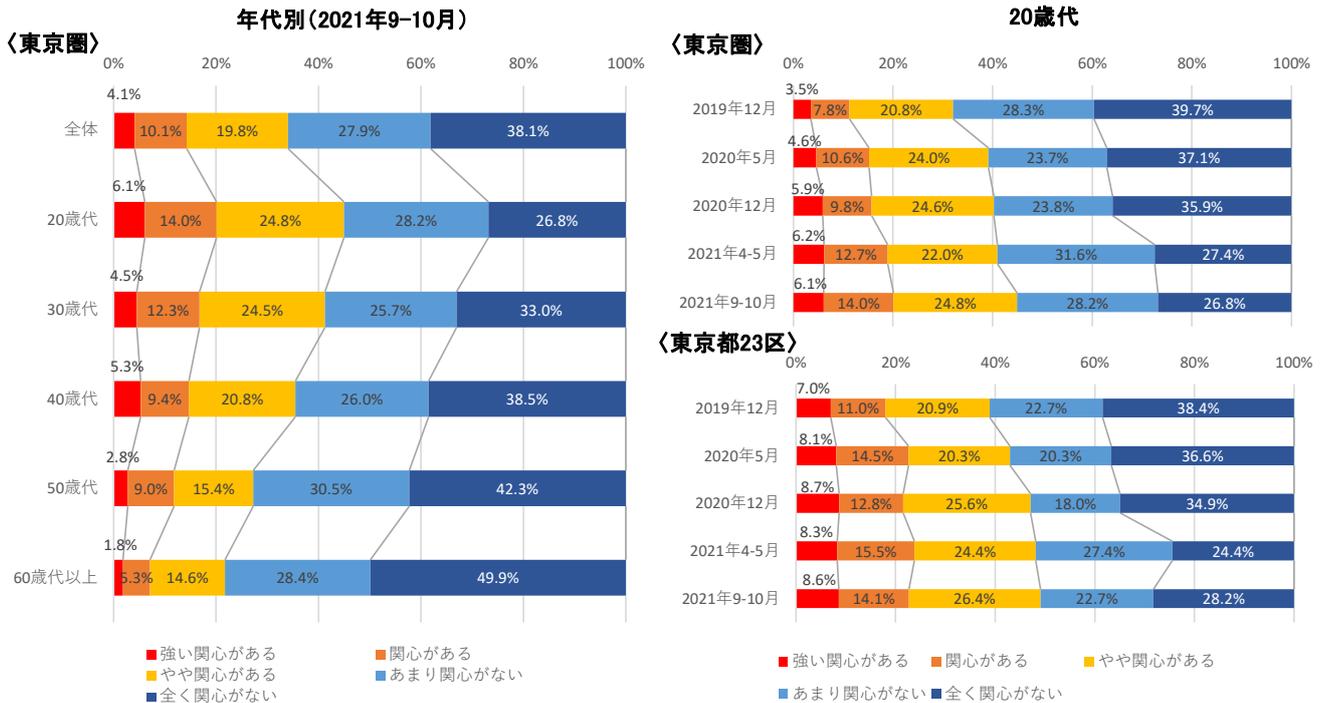


資料：総務省「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より観光庁作成  
 注1：2020年（令和2年）までは総務省「国勢調査」（2015年（平成27年）及び2020年（令和2年）は不詳補充完値による。）、2025年（令和7年）以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果によるもの。

②地方志向の高まり

内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」から、都市圏居住者の地方移住への関心の変化をみると、特に20歳代の関心が高い傾向がみられる（図表Ⅱ-40）。

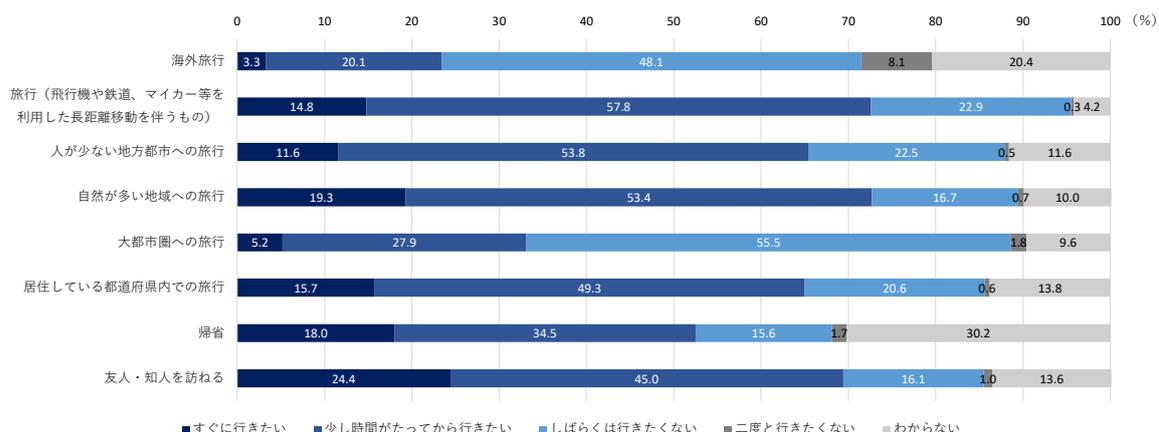
図表Ⅱ-40 都市圏居住者の地方移住への関心



資料：内閣府「第4回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（2021年（令和3年）11月）

また、民間調査によると、渡航制限や外出自粛が緩和された際の旅行先としては、「大都市圏への旅行」よりも「人が少ない地方都市への旅行」の人気の高い（図表Ⅱ－41）。

図表Ⅱ－41 渡航や外出自粛が緩和された場合、どんな旅行にいつ頃行きたい気分か（単数回答）

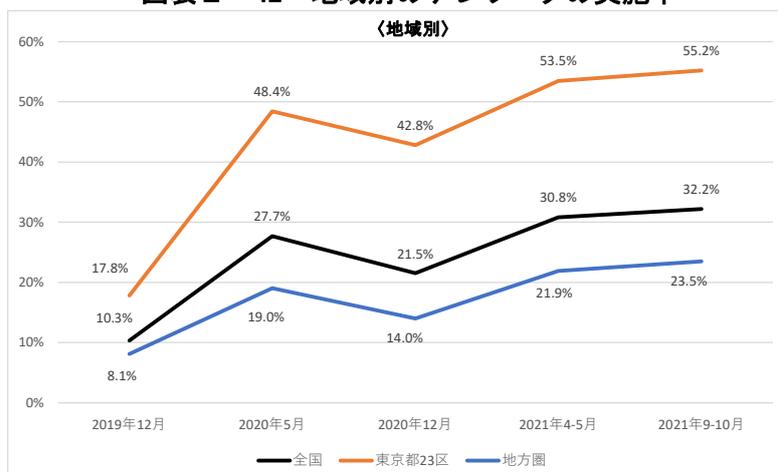


資料：JTB 総合研究所「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化および旅行再開に向けての意識調査（2020）」

### ③テレワークの普及

職場ではなく自宅等で仕事をする、いわゆるテレワークの実施率は、業種別、企業規模別、地域別で大きく異なっているものの、制度等の導入により何らかの形でテレワークを実施している就業者は全体の32.2%となっている。また、地域別では、東京都23区などの人口密集地域での実施率が55.2%と高くなっている（図表Ⅱ－42）。

図表Ⅱ－42 地域別のテレワークの実施率



資料：内閣府「第4回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（2021年（令和3年）11月）

### b) ワークেশョン

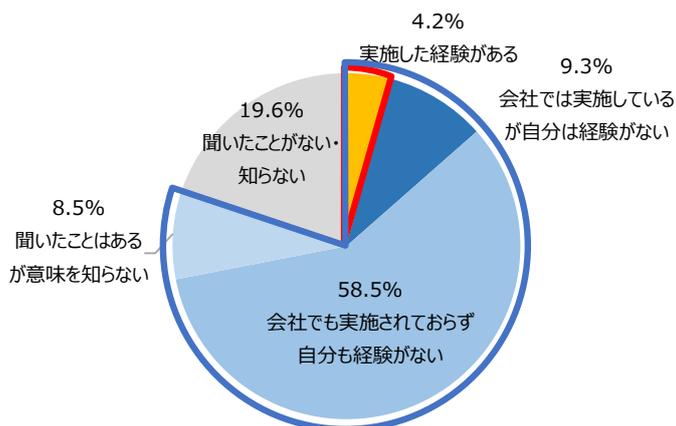
近年のテレワークの普及に伴い、新しい働き方として「ワークেশョン」の関心が高まりつつある。ワークেশョンとは、テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすことであり、一般的に普及しているテレワークとの違いは、自宅だけではなく、働く場所を柔軟に選択しながら仕事ができるという点にある。その類型も一般的にイメージされる「休暇型」に加え、「地域課題解決型」、「合宿型」など多様化の進展がみられる<sup>13</sup>。本項では、ワークেশョンの認知度や現状等について考察を行う。

#### ①ワークেশョンの認知・意向

観光庁で実施した従業員向けアンケート調査によると、ワークেশョンの経験者は4.2%と未だ少数にとどまっているものの、新たな働き方としてのワークেশョンの認知度は「聞いたことがない・知らない」を除くと全体の約8割に達している（図表Ⅱ－43）。

<sup>13</sup> ワークেশョンの主な類型については、観光庁「「新たな旅のスタイル」に関する実態調査報告書」（2021年（令和3年）3月）（詳細は図表Ⅱ－44参照）。

図表Ⅱ-43 ワークেশョンの認知と理解



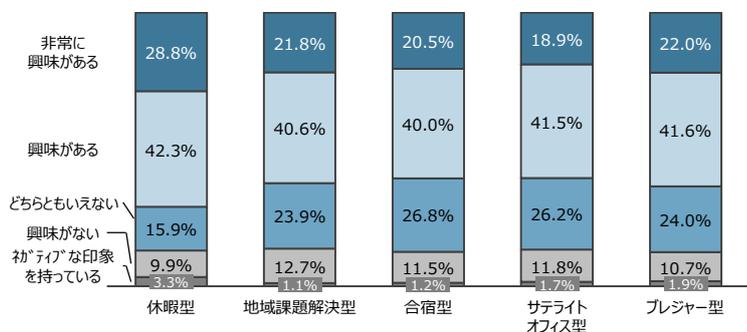
資料：観光庁調査（2021年（令和3年）11月実施）

②ワークেশョンの類型別の潜在需要と利用意向

観光庁で実施した従業員向けアンケートによると、最も興味関心が高いのは「休暇型」であり、「非常に興味がある」と「興味がある」の合計は7割に達しているが、その他の類型についても6割を超えていることから、ワークেশョンについては、類型を問わず多くの潜在需要があるものと推測される（図表Ⅱ-44）。

なお、ワークেশョンの類型別の利用意向（最も実施したい類型）としては、「休暇型」が40.6%と最も高い。次いで地域関係者との交流を通じて地域課題の解決策をともに考える「地域課題解決型」、勤務地とは異なる場所で職場のメンバーと議論を交わす「合宿型」、出張前後に観光を組み合わせる「プレジャー型」、会社が準備したサテライトオフィスやシェアハウスで勤務する「サテライトオフィス型」の順となっている（図表Ⅱ-45）。

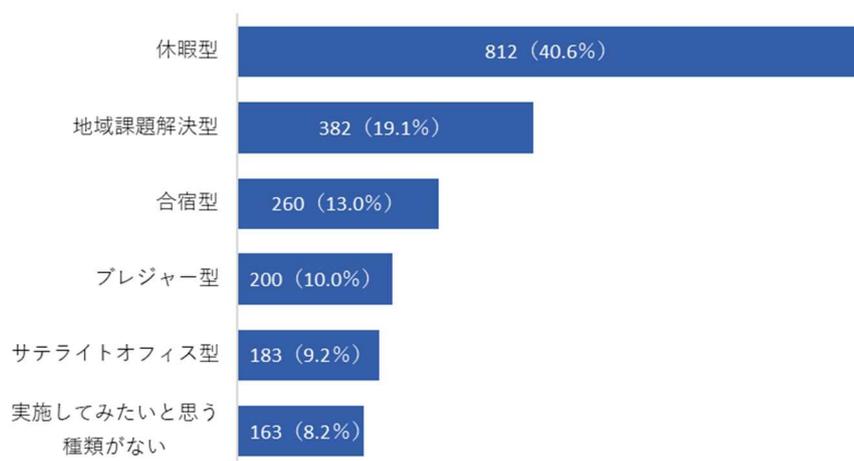
図表Ⅱ-44 ワークেশョンの類型別興味関心



| ワークেশョンの類型の定義(説明文) |   |
|--------------------|---|
| 休暇型                | 有給休暇を活用してリゾートや観光地での旅行中に一部の時間を利用してテレワークを行う。  |
| 地域課題解決型            | 観光地や地域に向いて地域関係者との交流を通じて地域課題の解決策を共に考える。勤務時間外はその土地での観光や生活を楽しむ。                              |
| 合宿型                | 地方の会議室や自然の中などで通常勤務地とは異なる場所で職場のメンバーと議論を交わす(オフサイトミーティング、チームビルディングなど)。勤務時間外はその土地での観光や生活を楽しむ。 |
| サテライトオフィス型         | 会社が準備したサテライトオフィスやシェアハウスで勤務する。勤務時間外はその土地での観光や生活を楽しむ。                                       |
| プレジャー型             | 出張による地方での会議や研修、打合せの前後に有給休暇を取得して出張先で旅行を楽しむ。  |

資料：観光庁調査（2021年（令和3年）11月実施）

図表Ⅱ-45 ワークেশョンの類型別利用意向（最も実施したい類型）



資料：観光庁調査（2021年（令和3年）11月実施）

### ③ワーケーション普及上の課題

観光庁で実施した企業向けアンケートによると、企業がワーケーションを導入していない理由としては、「業種としてワーケーションが向いていないため」が最も多く、次いで「「ワーク」と「休暇」の区別が難しいため」、「ワーケーションの効果を感じないため」が多くなっている。

他方、必ずしも働く場所が職場や自宅である必要はない職種も業種を問わずありうることや、ワーケーションを含むテレワーク時の労働時間管理の工夫についてガイドラインが整備されていることも踏まえれば、ワーケーションの普及促進に向けては、雇用者側の理解を進めていくことも主要課題の1つとみられる（図表Ⅱ-46）。

図表Ⅱ-46 ワーケーションを導入していない理由（複数回答）



資料：観光庁調査（2021年（令和3年）11月実施）

### コラムⅡ-3 ワークーションを活用した「働き方改革」と「地方創生」 ～ワークーション導入企業の事例～

#### ○ユニリーバ・ジャパン

同社では、2016年（平成28年）7月に働く場所や時間を社員が自由に選べる新しい働き方「WAA（ワー）」（Work from Anywhere and Anytime）を導入し、上司に申請して業務上の支障がなければ、理由を問わず会社以外の場所で仕事ができるようになっている。

平日5時から22時の間で勤務時間や休憩時間は自由、1日の労働時間は決めずに、1か月の所定労働時間を設け、労働時間が足りない月があれば翌月に調整して所定労働時間を満たすといったやり方で進めており、工場のオペレーター業務を除く全社員が対象となっている。

現在の実施率はほぼ100%で、既に「WAA」は同社には欠かすことのできない働き方として浸透している。従業員へのアンケートでも「自分で使っていく時間を主体的に選択できるようになったことが大きい。人生が変わった。」「余計なストレスが軽減し、より仕事への意欲が増した。」など、社員からは高い評価を得ている。

働く場所や時間の選択肢を広げたことで、社員は会社から信頼されていることを感じ、会社に対する愛着心や貢献意欲、仕事へのモチベーション向上にもつながっている。



資料：観光庁「ワークーション&プレジャー 企業向けパンフレット」

さらに同社では、「WAA」の働き方が地域活性や地方創生と親和性が高いことにも着目し、2019年（令和元年）7月にユニリーバ式のワークーション「地域 de WAA」（ちいきでワー）を導入。2021年（令和3年）2月現在で、8つの自治体と連携し、枠組みを作って推進している。

「地域 de WAA」では、提携自治体にある施設を「コ WAA キングスペース」（コワーキングスペース）として社員が無料で利用することができる。また、業務外の時間を使って、地域のイベントやアクティビティに参加することも可能で、その際、自治体の指定する地域課題の解決に貢献する活動を行うと、提携する宿泊施設の宿泊費を無料または割引で利用することができる。

これまで、小学校でモノづくりの出前授業や自治体の方々向けのコミュニケーション研修等を通じて地域貢献を行っており、様々な自治体と連携し、地域の枠を越えて人材交流を図ることで、社員の成長や新しいビジネスにつながるアイデアが生まれる等、同社にも多くのメリットがもたらされている。

### ○株式会社野村総合研究所

同社では、2017年（平成29年）からワーケーションの取組を始めており、徳島県三好市にある古民家で、平日は通常の業務を行い、週末は休暇を取る仕組みで、1か月を前後2週間で区切り、延べ15から16人が参加するキャンプ（通称「三好キャンプ」）を年3回実施している。

制度上は出張扱いとして対応しており、社員が業務外の時間を使って、地域の方々との交流や地域貢献活動に積極的に参加することで、モチベーションの維持・向上や、働く環境を変えることによる気づきや発見、イノベーションの創出等を促進することを目的としている。

同社の社員が三好市に出向していたことをきっかけに同市を訪れるようになり、三好市と同社を結びつける人物がいたことが地元の方々とスムーズに関係性を作ることができた要因となっている。



資料：観光庁「ワーケーション&プレジャー 企業向けパンフレット」

ワーケーションを体験した社員からも、「地域課題に対する理解が深まった」、「地域での活動に対して地元の方々から直接感謝の言葉をかけられたことに感動した」、「自分が役立てたことが嬉しかった」等、職場にいただけでは得られなかった気づきを実感する声が寄せられている。

同社としても、日頃の生活の中からの気づきが新たなサービスを生み出すと捉え、より能動的に課題を見つけ出すためには、職場での業務だけではなく、積極的に外に出ていく必要があると考えている。

これまでワーケーションは一部の部署での取組であったが、同社としては、今後、社員の課題解決×リーダーシップ研修の場として会社全体の活動に発展させ、現地の行政を含めた関係者と取り組むことで、地域の方々との交流だけでなく地域課題への取組の場としてワーケーションを継続的に実施していく予定としている。

### c) VFR・第2のふるさとづくり

#### ①VFR（知人・親族訪問）

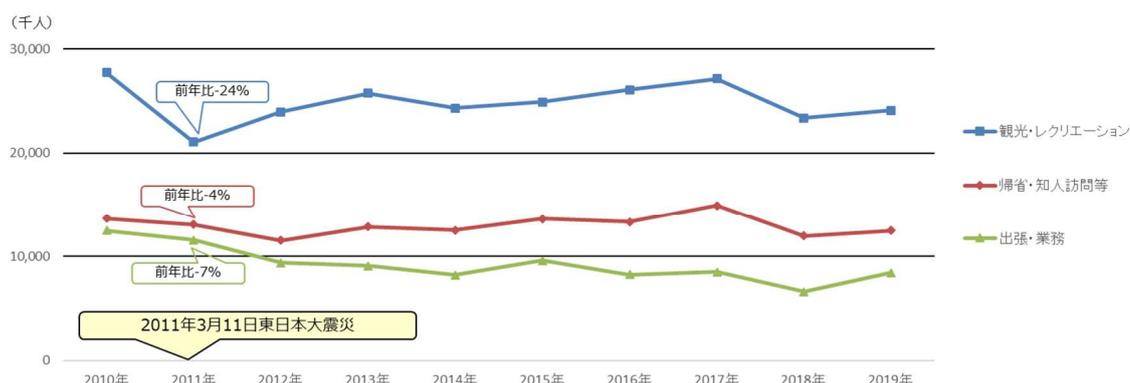
観光庁「旅行・観光消費動向調査」から、友人や親族の訪問を目的とした旅行である VFR（Visiting Friends and Relatives）の近年の動向をみると、国内観光においては全体の約2割強で継続的に推移している。VFRは、東日本大震災の影響がほかの旅行目的に比べ相対的に軽微にとどまったこと、新型コロナウイルス感染症の影響下においてもシェアが微増する等、底堅く推移していることから、観光や出張に比べ災害等に左右されにくい傾向がある。今後 VFR を拡大していくことは、世界的にも災害の多い我が国において、旅行需要の安定性を高める面で効果が期待される（図表Ⅱ-47、図表Ⅱ-48）。

図表Ⅱ-47 日本人の国内旅行延べ人数（目的別）の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表Ⅱ-48 日本人の国内旅行延べ人数の推移（目的地：東北）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

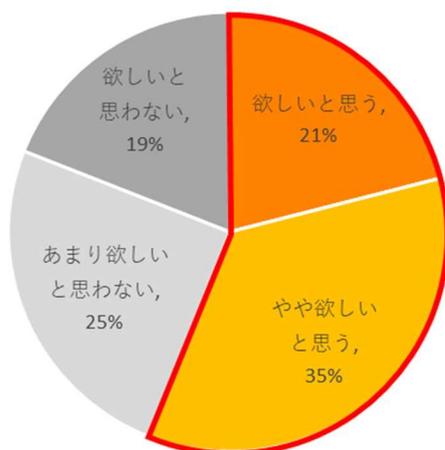
#### ②第2のふるさとづくり

観光庁が推進している「第2のふるさとづくりプロジェクト」では、この VFR に近い感覚の旅である「何度も地域に通う旅、帰る旅」を新たなスタイルとして定着させることを目指している。2021年（令和3年）10月に「第2のふるさとづくりプロジェクト」に関する有識者会議を立ち上げ、有識者を交えながら取組の方向性や観光・交通分野での具体的な取組内容等について検討を行っている。

新型コロナウイルス感染症の影響により働き方や住まい方が流動化している今、密を避け、自然環境に触れる旅へのニーズの高まりや、ふるさとを持たない大都市の若者が増え、田舎にあこがれを持って関わりを求める動きがある。「何度も地域に通う旅、帰る旅」はそれらの動きを踏まえ、地域のヒトやモノに触れ、地域との関係性が深まり、高頻度での訪問をするような旅を指している。また、同プロジェクトでは、こうした新たなスタイルの推進・定着を通じて、国内観光需要を掘り起こすとともに、地域が一体となって「稼げる地域」を作り、地域活性化を図ることを目的としている。

なお、民間調査では、生まれ育った地元以外にも帰省しているかのような感覚を感じられる場所が欲しいと思う回答者が過半数以上（56%）となっており、いわば「第2のふるさと」に対する高いニーズが示されていると考えられる（図表Ⅱ-49）。

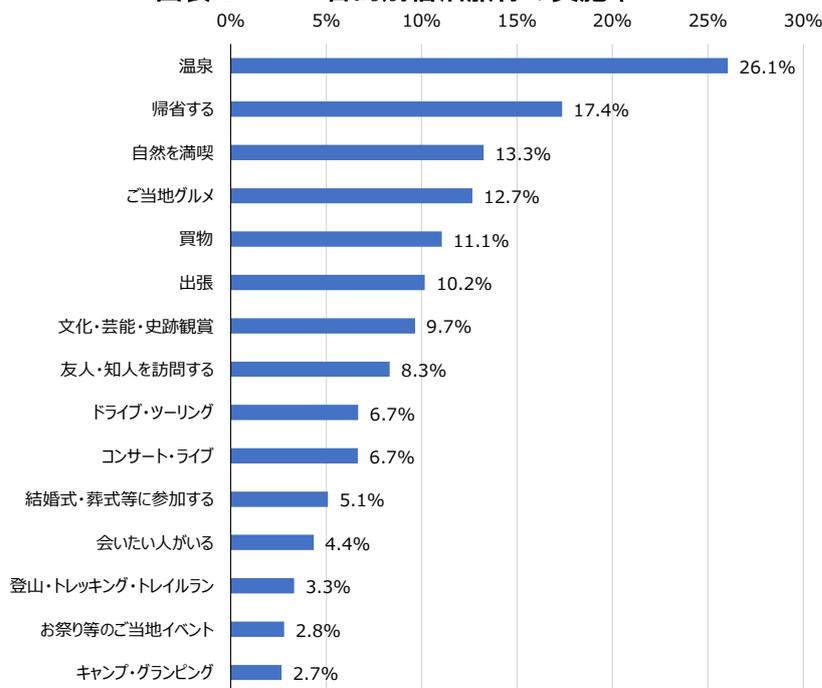
図表Ⅱ-49 生まれ育った地元以外にもふるさとを持ちたいというニーズ



資料：「週刊じゃらん」調べ「新しい帰省スタイルに関する調査」（2021年（令和3年）9月実施）に基づき観光庁作成

また、観光庁で目的別の宿泊旅行の実施率を調査したところ、「友人・知人を訪問する」、「会いたい人がいる」など、「何度も地域に通う旅、帰る旅」につながるような目的の宿泊旅行も一定程度実施されていることが確認できる（図表Ⅱ-50）。

図表Ⅱ-50 目的別宿泊旅行の実施率

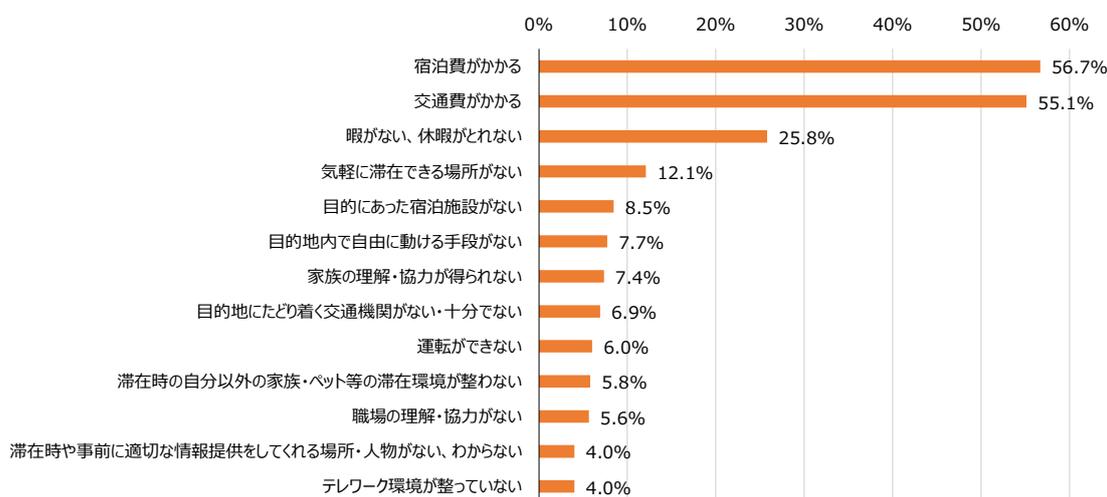


資料：観光庁調査

注1：「コロナ前の2019年の1年間、それぞれを主な目的とした宿泊（実家・セカンドハウス等も含む）を伴う移動を実施しましたか」という質問に対する回答を示す。

さらに、今後、こうした新たなスタイルを定着させることを目指す上で、宿泊を伴う移動を増やす際に課題だと思ふことをみると、特に宿泊費や交通費の負担感が大きい傾向にあり、次いで暇がない、休暇がとれないなどが続いている（図表Ⅱ-51）。

図表Ⅱ-51 「宿泊を伴う移動」を増やそうと考えた時、課題だと思ふこと



資料：観光庁調査

同プロジェクトにおいて2021年（令和3年）12月に公表した中間とりまとめでは、「何度も地域に通う旅、帰る旅」による交流・関係人口の更なる創出の可能性について、仮説構築を行った。具体的には地域との交流のきっかけの作り方、マーケティング、滞在環境・移動環境の整備について検討をしている。例えば、滞在環境（ヤド・マチ）においては「さりげなさ」や「緩やかさ」を帯びた「第3の場」、「関係性案内所」などの情報提供の場及び「暮らすように滞在する」「地域の中で仕事する」ための機能があるかといった点等が、高頻度往来の促進に対して求められる可能性があるとしている。

2022年度（令和4年度）はモデル実証を実施し、各地域とともに、再来訪や長期的滞在のきっかけとなりうる要素・仕組みを活用し、地域との関わりの作り方、柔軟な滞在環境の確保、移動手段の確保等の課題に対して様々な工夫を実践した上で、成功事例の創出やその横展開につなげていく。また、「第2のふるさとづくり」の気運醸成のため、情報発信等を行い、「何度も地域に通う旅、帰る旅」を実施する旅行者を増やしていく取組等を行う予定である。

また、地域での滞在において関係性の深化等を段階的かつ緩やかに促す同取組は、関係人口の創出、また、二地域・他地域居住の推進へも寄与するものと考えている。

## コラムⅡ-4 第2のふるさとづくりの取組・地域に与えた効果

「何度も地域に通う旅、帰る旅」については、その潜在需要の存在を裏付ける先進的な取組もみられる。三重県鳥羽市では、漁業作業体験など生業の滞在コンテンツ化を行う「結（ゆい）づくりプロジェクト」が推進されている。高齢化による担い手不足で悩む地場産業（ワカメ漁）を再生する取組であり、具体的には、退職後で余暇時間の長い都市部の高齢者を新たな担い手としてマッチングしており、地域での体験や生活を通じて、参加者に、新たな「生き方」や「暮らし方」の気づき、更には第2のふるさとの実感をもたらしている。



「結（ゆい）づくりプロジェクト」

山梨県北杜市では、耕作放棄によって荒地となった場所で、多世代が集う社員研修として米作りが実施されている。荒地の整備、田植え、草取り、稲刈り、天日干し等 1 年近くにわたり、何度も地域を訪れながら米を育てることで、地域の課題解決に参画する取組であり、社員同士の関係づくりやリフレッシュ効果、地方と都市の問題について考えるなどの視野の広がりにも寄与している。



「北杜市での田植え風景」

徳島県名西郡神山町では、都心部の企業がサテライトオフィスを展開している。これをきっかけに企業人と地域の人・コトとの関係性深化、コミュニケーション活性化等が図られることで、クリエイティビティが発揮され、生産性も向上している。近年では、更に様々な業態の企業サテライトオフィスを集積し、共創の場を生むことで、進出企業の競争力向上、地域の課題解決等を同時に実現している。



「えんがわオフィス（サテライトオフィス神山センター）」

## 2 インバウンドの動向や変化と回復に向けた準備

新型コロナウイルス感染拡大により、世界各国・地域は、国外からの入国制限等を実施した。そのため、外国からの観光客（インバウンド）は著しく落ち込み、各国・地域の観光関連産業に大きな打撃を与えている。

感染状況にやや落ち着きがみられた2020年（令和2年）第3四半期などには一時的に世界全体の国際観光客数の回復がみられたが、その後の感染の再拡大により、回復は緩やかな伸びにとどまっており、新型コロナウイルス感染拡大前である2019年（令和元年）の水準まで回復するには、まだ時間がかかるとみられている。

### (1) 世界のインバウンドの動向や変化

世界各国・地域が、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のために入国制限等を実施したことで、国際観光客は大きく減少した。2019年同月比でみると2020年（令和2年）第2四半期頃を底として徐々に回復傾向にあるが、感染が長期化しているため、各国・地域の観光業への影響は依然として大きい。本格的な回復は2023年（令和5年）、もしくは2024年（令和6年）以降とする見方も多く、まだ時間を要するものと思われる。

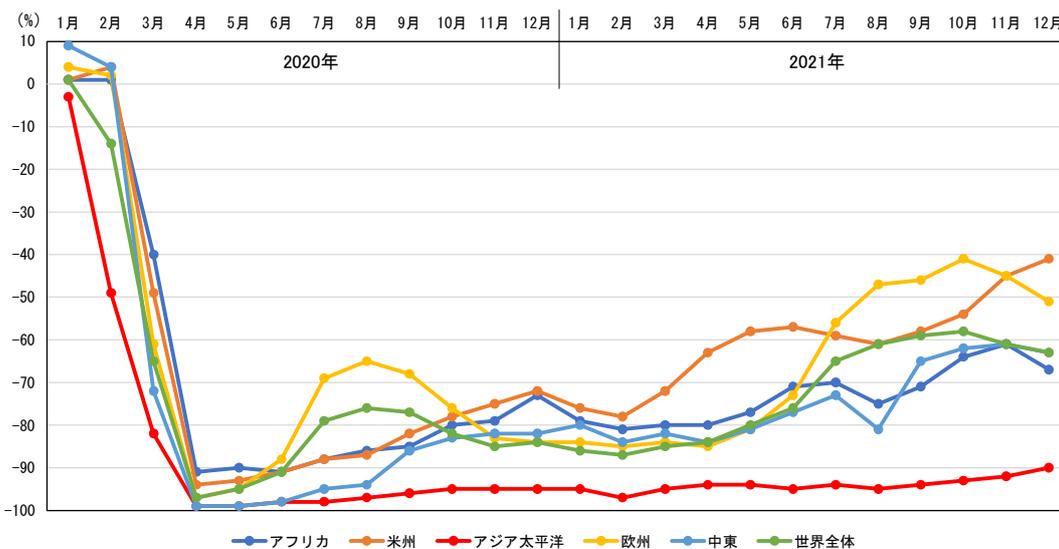
新型コロナウイルス感染症の影響により、人々の旅行に対する意識や行動に変化がみられており、収束後の旅行では、自然との触れ合いや地方部への旅行等、新たな旅行トレンドが生起することが予想される。

#### a) 足下の回復状況

国際観光客数について、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（令和元年）と比較すると、世界全体では2020年（令和2年）4月に2019年（令和元年）同月との比較でマイナス97%と底を打って以降は、一進一退ではあるものの、徐々に回復基調にある。しかしながら、2021年（令和3年）末の段階においても2019年（令和元年）同月に比べてマイナス63%となっており、同年の水準まで回復するには依然として時間を要するものと考えられる。

国際観光客数を地域別でみると、欧州は、2020年（令和2年）年7月から9月にかけての夏の休暇シーズンに一時的に回復傾向がみられた。同年10月から2021年（令和3年）5月にかけては再び低迷したものの、同年6月以降はおおむね回復が続いている。また、米州は、2020年（令和2年）4月以降、漸進的に回復している。こうした回復傾向にある地域とは対照的に、アジア太平洋は、2020年（令和2年）4月以降底ばいの状態が続いており、回復が遅れる傾向にある（図表Ⅱ-52）。地域によりばらつきはあるものの、世界全体としては緩やかな回復基調にある中で、アジア太平洋の回復の遅れが目立っている。

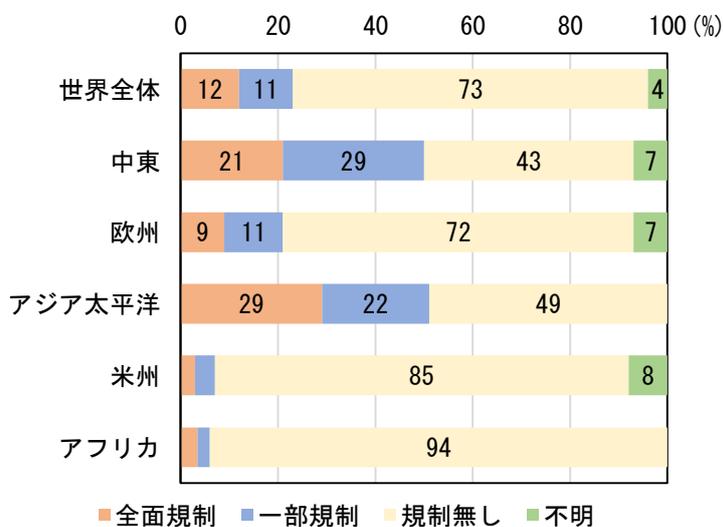
図表Ⅱ-52 国際観光客数（2019年同月比、地域別）



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成  
注1：2022年（令和4年）4月時点の数値。

アジア太平洋では、引き続き入国規制を実施している国・地域が多いことが、国際観光客数の回復の遅れにつながっていると考えられる。欧州・米州では入国規制が撤廃されてきており、この違いが、アジア太平洋と、欧州・米州との国際観光客数の差異となって表れていると考えられる（図表Ⅱ－53）。

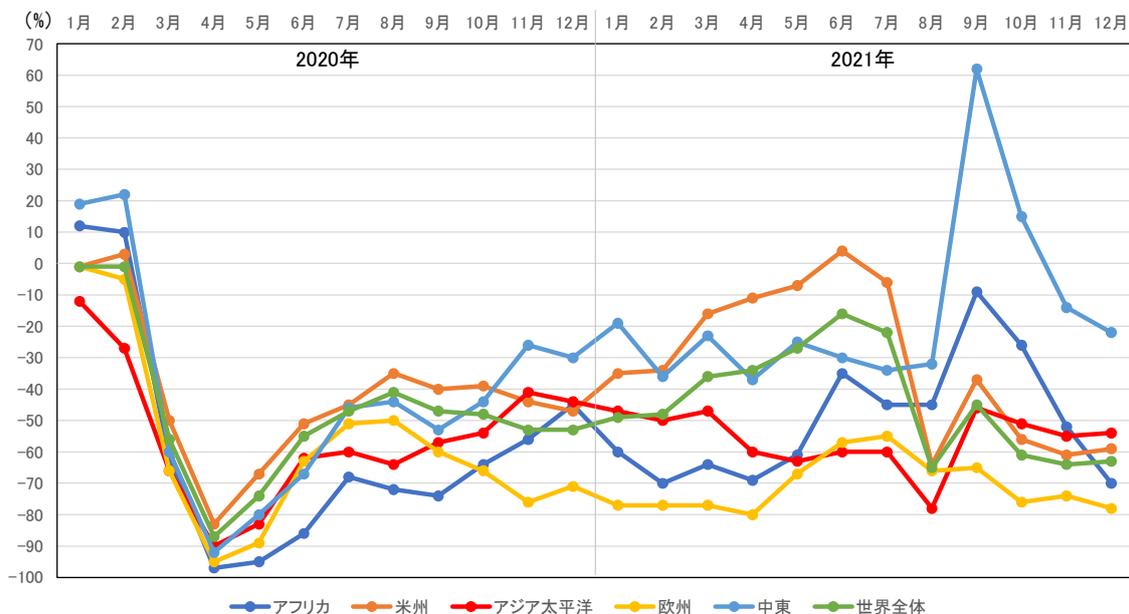
図表Ⅱ－53 入国規制（空路）の状況（世界全体及び地域別）



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成  
注1：2022年（令和4年）4月時点の数値。

ホテルの予約状況については、2021年（令和3年）前半に米州で、また同年9月には中東で強い回復傾向がみられたが、回復は安定しておらず、同年11月以降、2019年同月比で再びマイナスに転じている。国際観光客数とは異なり、欧州のホテルの予約状況については依然として伸び悩んでいる（図表Ⅱ－54）。

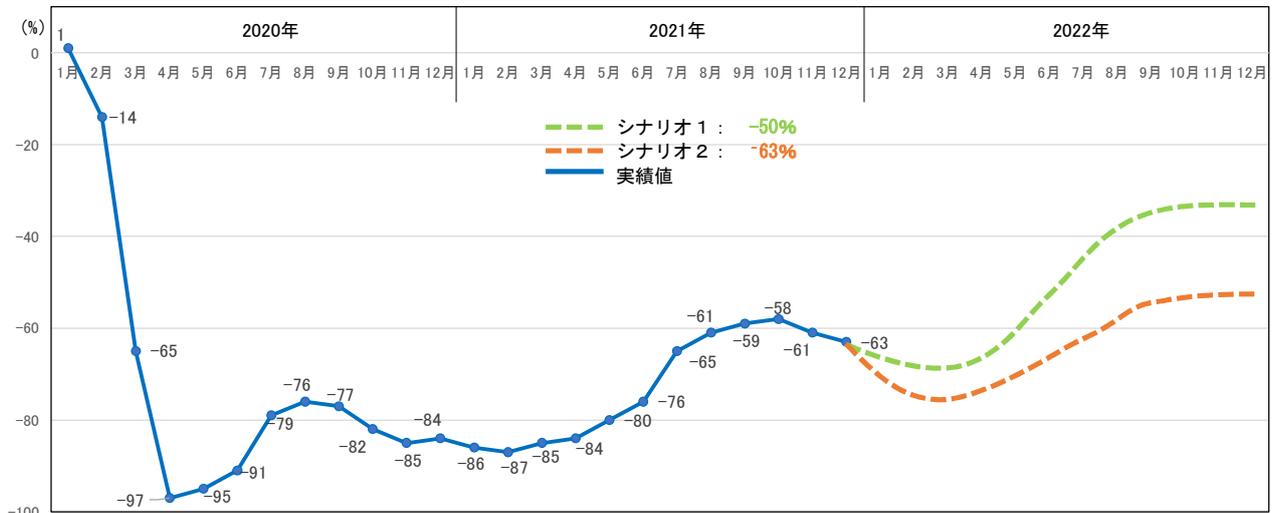
図表Ⅱ－54 ホテルの予約状況（2019年比、地域別）



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成  
注1：2022年（令和4年）4月時点の数値。

UNWTO（国連世界観光機関）による2022年（令和4年）における国際観光客数の回復見込みは、「シナリオ1」で2019年比でマイナス50%、「シナリオ2」で同マイナス63%となっており、2022年（令和4年）も依然として新型コロナウイルス感染症の影響が続くことが予測されている（図表Ⅱ-55）。

図表Ⅱ-55 2022年における国際観光客数の回復シナリオ

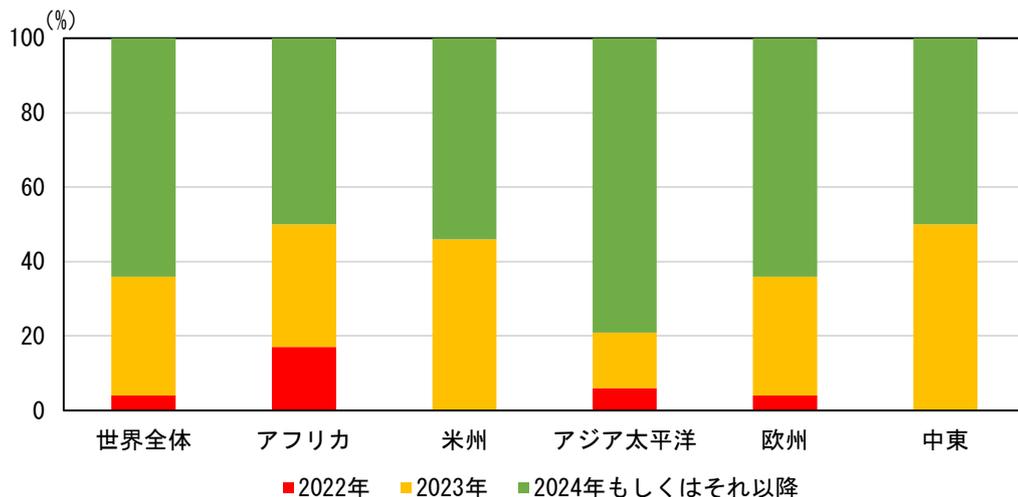


資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

注1：実績値は、UNWTO Tourism Data Dashboard（2022年（令和4年）4月時点）に基づき観光庁作成。

UNWTO（国連世界観光機関）の専門委員会によると、国際観光客数の回復見通しについての専門家の意見として、地域別では、アフリカでは、おおむね2022年（令和4年）から2023年（令和5年）にかけて回復するとの見通しが半数を占める。同様に、米州や中東では、2022年（令和4年）中の回復は期待できないものの、2023年（令和5年）には回復するという予想が約半数となっている。一方で、アジア太平洋は、2022年（令和4年）から回復するという見通しもあるものの、80%近くは2024年（令和6年）以降と予測しており、世界の観光市場の中で回復が遅れる地域として捉えられている（図表Ⅱ-56）。

図表Ⅱ-56 国際観光客数の回復見通し（地域別）

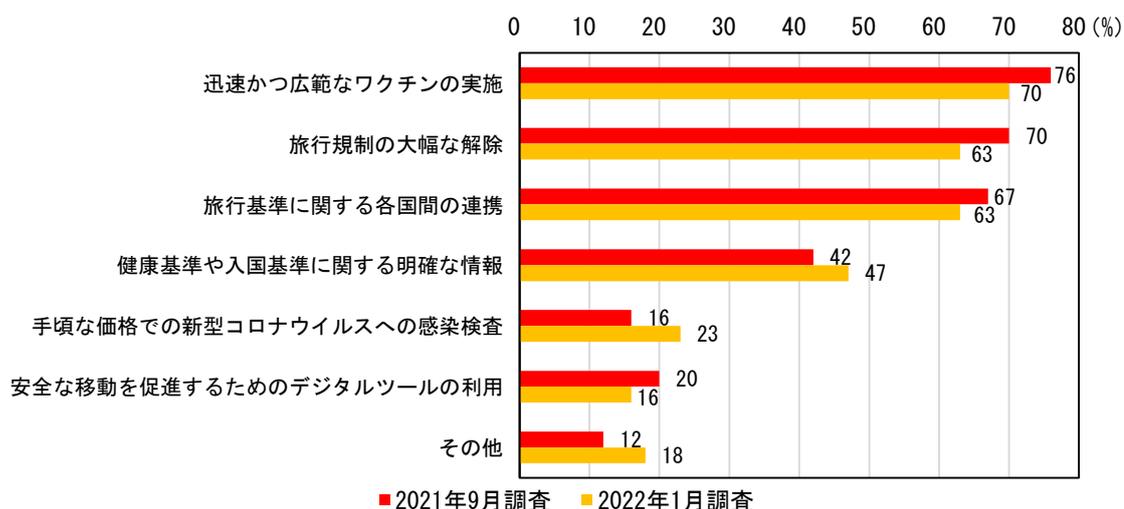


資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

注1：UNWTO（国連世界観光機関）が専門家に対して実施した調査に基づく。

UNWTO（国連世界観光機関）の専門家委員会によると、今後の国際観光客の回復に向けて有効と考えられる方策として、「迅速かつ広範なワクチンの実施」、「旅行規制の大幅な解除」、「旅行基準に関する各国間の連携」、「健康基準や入国基準に関する明確な情報」が重要であると考えている専門家の割合が高い、という結果になった（図表Ⅱ-57）。旅行者自身による新型コロナウイルス感染症への感染防止の取組に加え、各国が連携して外国への旅行がしやすい環境づくりを行うことが、今後の国際観光客の回復には重要と考えられる。

図表Ⅱ-57 国際観光客の回復に貢献すると考えられる主な要因



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

注1：UNWTO（国連世界観光機関）が専門家に対して実施した調査に基づく。

b) 経済への影響

2019年（令和元年）と比較した2020年（令和2年）及び2021年（令和3年）の国際観光収入の動向については、世界の上位15か国・地域のいずれにおいても大きく落ち込んでいるが、特にタイ及び日本では、落ち込みの割合が大きく、2021年（令和3年）第3四半期においても未だ回復の傾向がみられない。一方、スペイン、フランス、イタリア、ドイツ等の欧州諸国では、2021年（令和3年）に入ってから回復傾向がみられる（図表Ⅱ-58）。

図表Ⅱ-58 国際観光収入の動向（2019年と比較した2020年（年間）及び2021年（四半期毎）の割合、上位15か国）

|          | 2020年 | 2021年 |       |       |
|----------|-------|-------|-------|-------|
|          | 年間    | 第1四半期 | 第2四半期 | 第3四半期 |
| 米国       | -60.6 | -73.7 | -67.9 | -66.5 |
| スペイン     | -77.2 | -90.1 | -80.2 | -48.5 |
| フランス     | -49.7 | -59.4 | -58.8 | -28.8 |
| タイ       | -77.4 | -93.0 | -90.6 | -92.6 |
| 英国       | -64.5 | -60.9 | -65.9 | -62.5 |
| イタリア     | -60.9 | -82.4 | -76.5 | -30.4 |
| 日本       | -77.2 | -89.2 | -90.7 | -88.7 |
| オーストラリア  | -42.9 | -60.5 | -60.2 | -67.5 |
| ドイツ      | -48.2 | -68.0 | -64.4 | -37.0 |
| マカオ      | -77.4 | -61.3 | -54.3 | -66.1 |
| 中国       | -60.2 | -68.0 | -68.3 | -71.7 |
| アラブ首長国連邦 |       | -     | -     | -     |
| インド      | -55.8 | -68.5 | -75.6 | -     |
| トルコ      | -65.7 | -46.7 | -63.7 | -20.1 |
| カナダ      | -54.2 | -45.0 | -74.8 | -74.6 |

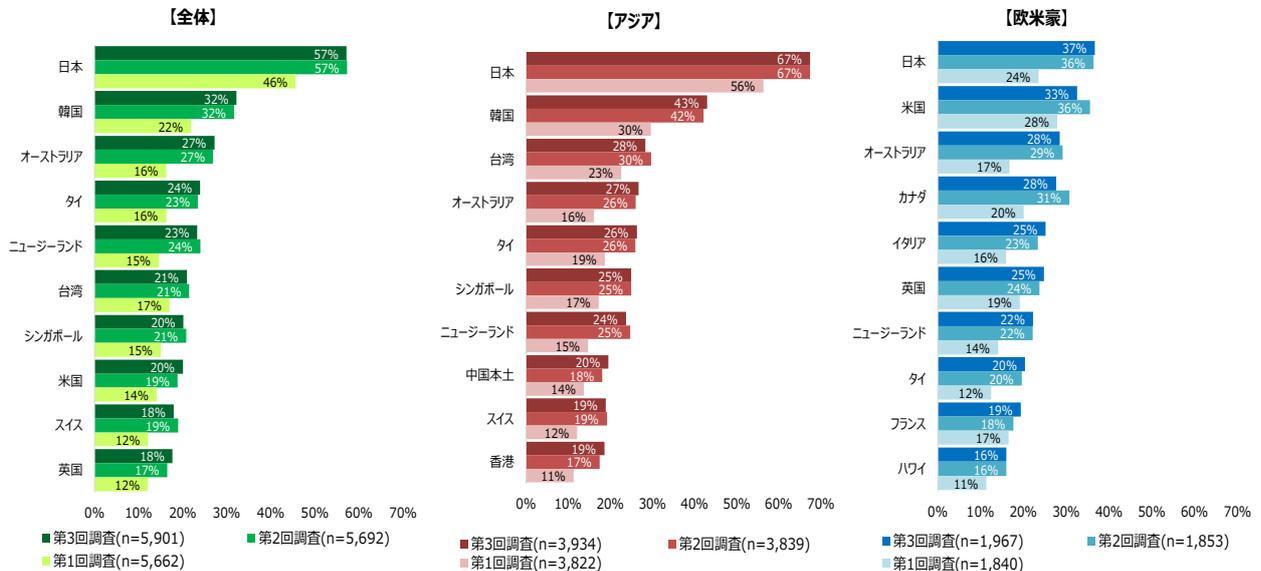
資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

注1：2019年（令和元年）の国際観光収入の上位15か国・地域を記載。アラブ首長国連邦の2020年（令和2年）（年間）及び2021年（令和3年）第1四半期から第3四半期、並びにインドの2021年（令和3年）第3四半期についてはデータなし。

ｃ) 訪日旅行に対する意欲

日本政策投資銀行（DBJ）・公益財団法人日本交通公社（JTBF）「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」において、次に海外旅行したい国・地域を尋ねた調査結果をみると、日本の人気は引き続きトップとなっている（図表Ⅱ－59）。

図表Ⅱ－59 次に海外旅行したい国・地域（上位10か国・地域）



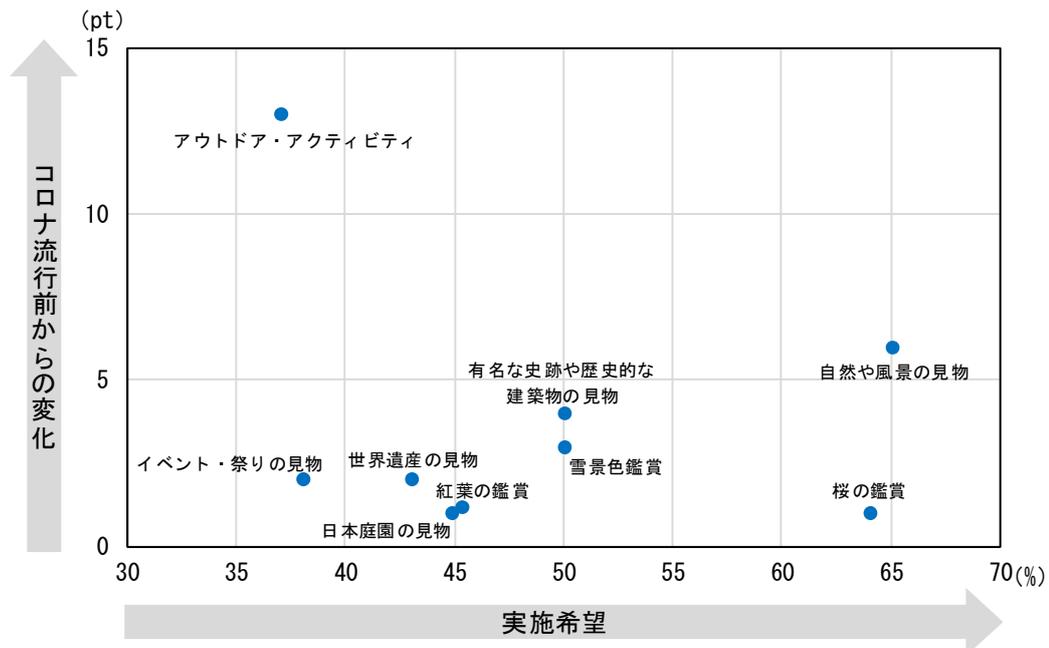
資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（新型コロナ影響度特別調査（2020年6月、12月、2021年10月）」に基づき観光庁作成

注1：第1回調査、第2回調査及び第3回調査はそれぞれ2020年（令和2年）6月、2020年（令和2年）12月、2021年（令和3年）10月に実施。nはサンプルサイズ。

注2：「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢からは、回答者の国・地域及び近隣の国・地域（中国・香港・マカオ、マレーシア・シンガポール、タイ・マレーシア、米国・カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア・ニュージーランド、英国・フランス・欧州各国）を除いている。

また、訪日旅行について、新型コロナウイルス感染拡大前と比較して訪日旅行時に体験したいことがどのように変化したかについての調査結果をみる。特に「アウトドア・アクティビティ」や「自然や風景の見物」等、自然への興味・関心が高くなっている（図表Ⅱ－60）。

図表Ⅱ－60 日本旅行で体験したいこと×新型コロナウイルス感染拡大前からの変化



資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第3回新型コロナ影響度特別調査）」資料に基づき観光庁作成

注1：第3回調査全体の割合と2019年度（令和元年度）調査の全体の割合の差を「コロナ流行前からの変化」とし、第3回調査の全体の割合を実施希望とした。

注2：実施希望の上位15位のうち、「コロナ流行前からの変化」でプラスの変化があったものを掲載。

## (2) ポストコロナに向けて高まる持続可能な観光の重要性

ここまでインバウンドの動向や変化についてみてきたが、世界の旅行トレンドにおいて「持続可能な観光」が重要なものとなってきている。ここでは、今後の観光の鍵を握る持続可能な観光について取り上げる。

### a) 旅行に関する意識変化、国内の持続可能な観光の認知度や地方公共団体の意識等の分析

#### ① 持続可能な観光の概要と世界の動向

「持続可能な観光」とは、UNWTO（国連世界観光機関）によると「訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在及び将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義されている。

国際連合は2017年（平成29年）を「持続可能な観光国際年」と定め、これまで取組を推進してきた。UNWTO（国連世界観光機関）は持続可能な観光の推進に向けて取り組むべき5領域として①持続可能な経済成長、②社会的包摂、雇用及び貧困削減、③資源効率、環境保護及び気候変動、④文化的価値、多様性及び遺産、⑤相互理解、平和及び安全を「持続可能な開発目標（SDGs<sup>14</sup>）」とひも付ける形で提言した。

#### ② 持続可能な観光に対する意識の高まり

新型コロナウイルス感染拡大は、持続可能な観光への意識を更に高めている。世界30か国を対象に行われた調査では、「パンデミックの影響で今よりサステイナブルに旅行したいと思うようになった」と回答した世界の旅行者は61%に上っている（図表Ⅱ-61）。取組の具体的な例としては、リサイクル、食料廃棄の削減、公共交通機関の利用、プラスチック利用の自粛等がある。旅行者の持続可能性への意識は、環境への影響のみに制限されるものではなく、地域コミュニティへの社会・経済的影響も含まれている。

図表Ⅱ-61 パンデミックの影響による世界の旅行者の持続可能な観光に対する意識の高まり

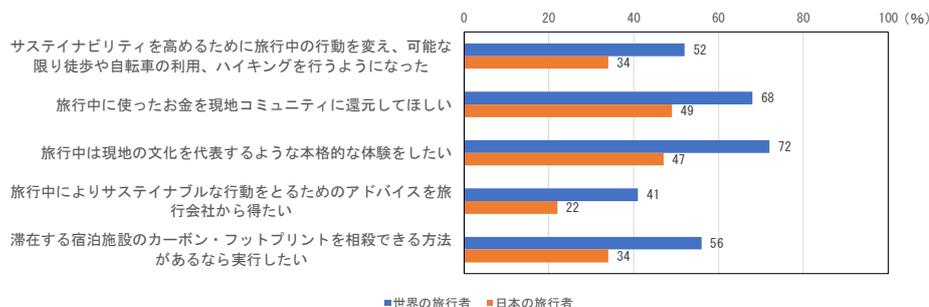


資料：Booking.com “Sustainable Travel Report 2021” 資料

注1：30の国と地域の18歳以上の29,349人に対し2021年（令和3年）3月にオンラインで実施。

旅先での過ごし方についても、持続可能な観光への意識が高まっている傾向がみられる。サステイナビリティを意識した旅先の過ごし方について尋ねた調査では、回答者の約7割が「現地の文化を代表するような本格的な体験」や「旅行中に使ったお金を現地コミュニティに還元」に意欲を示していた。一方、日本の旅行者は世界の旅行者と比較して「はい」と答えた割合が全般的に20ポイント近く低く、旅先での持続可能な行動に消極的である傾向がみられた（図表Ⅱ-62）。

図表Ⅱ-62 旅先での過ごし方



資料：Booking.com 「サステイナブル・トラベル」に関する調査結果（2019年）資料に基づき観光庁作成

注1：世界18の市場（ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、インド、インドネシア、イタリア、日本、メキシコ、オランダ、韓国、スペイン、台湾、米国、英国、からそれぞれ1,000名以上、イスラエルから883名）の18,077人を対象に2019年（令和元年）2月から3月に実施。

注2：表内は「はい」と答えた回答者の割合を示している。

<sup>14</sup>Sustainable Development Goals の略。

また新型コロナウイルス感染拡大を契機として、世界的に、都心のホテルより自然環境に触れる旅行へのニーズが高まっている傾向がみられる（図表Ⅱ－63）。このことから、今後は自然やアウトドアアクティビティといった旅行ジャンルがトレンドとなる可能性がうかがえるが、環境への影響を十分に考慮する必要がある。

図表Ⅱ－63 Tripadvisorにおけるホテル検索数（対前年比指数）

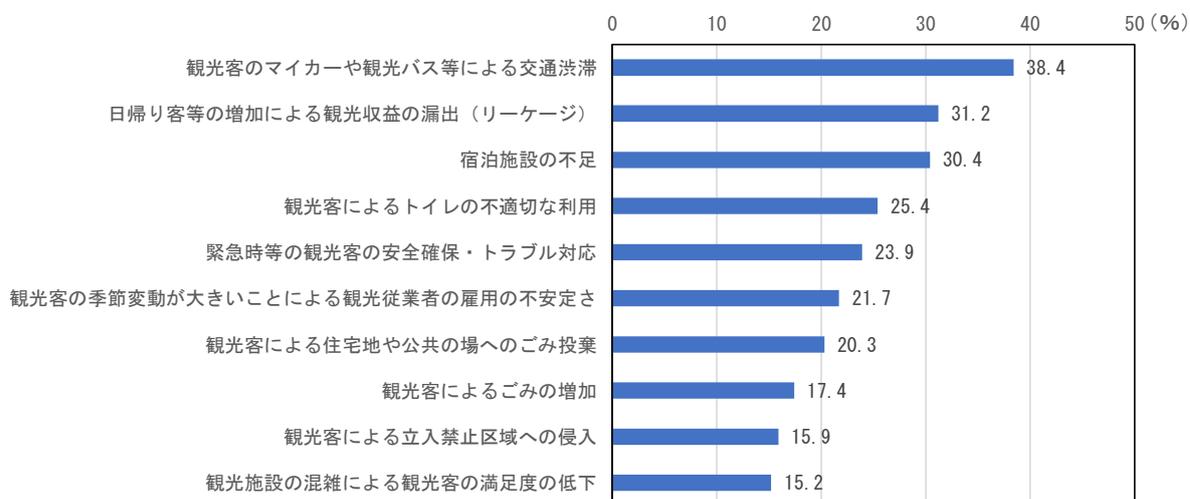


資料：Tripadvisor「beyond COVID-19: The Road to Recovery for the Travel Industry」（2020年（令和2年）5月）に基づき観光庁作成

### ③国内の持続可能な観光の認知度や地方公共団体の意識

地方公共団体における課題の認識の状況については、主要観光地を抱える地方公共団体を対象とした調査によると、「観光客のマイカーや観光バス等による交通渋滞」、「日帰り客等の増加による観光収益の漏出（リーケージ）」及び「宿泊施設の不足」が3割を超える地方公共団体で課題として認識されている（図表Ⅱ－64）。

図表Ⅱ－64 地方公共団体が認識している主な課題



資料：観光庁・国土交通政策研究所「持続可能な観光推進本部『持続可能な観光先進国に向けて』」に基づき観光庁作成

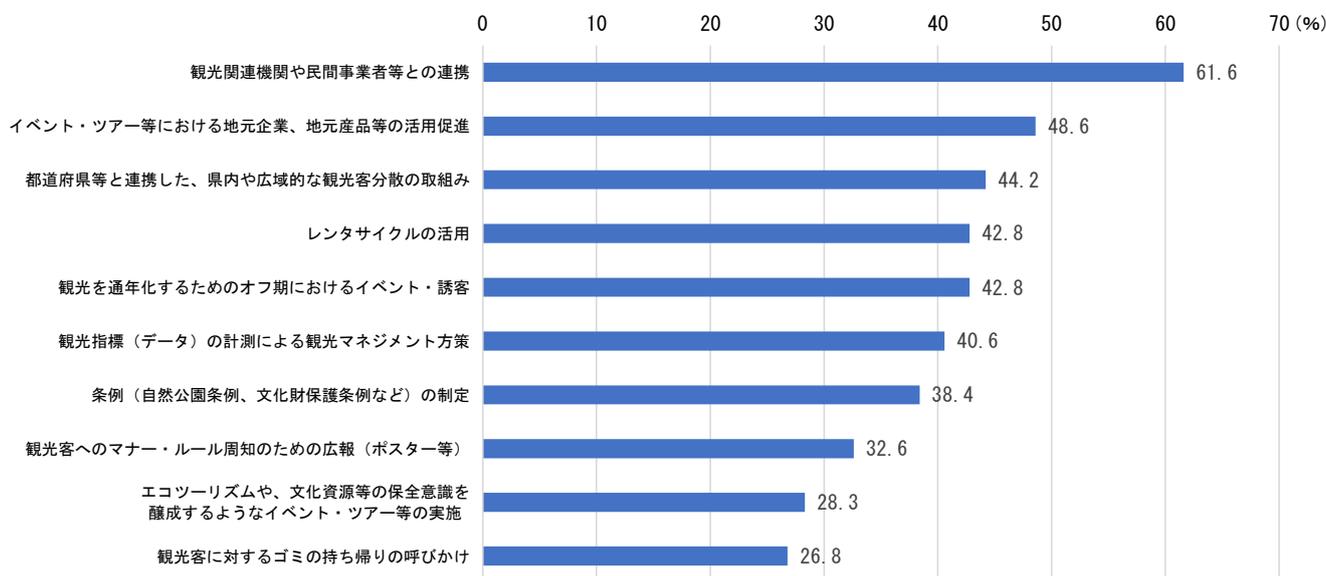
注1：主要観光地を抱える計214の地方公共団体を対象に、持続可能な観光に関しては初となるウェブ等一斉アンケート調査を実施。アンケート実施期間は2018年（平成30年）10月31日から11月30日の1か月間。うち46か所については、国土交通政策研究所が2018年度（平成30年度）に別途実施したアンケート調査による回答。

注2：元の表から回答割合の高かった項目（15%以上が認識している項目）を抜粋した。

注3：リーケージとは、「漏出」の意味。「観光収益の漏出（リーケージ）」は観光収入が地元地域に落ちず、他地域に漏出してしまふことを意味する。

多くの地方公共団体が、持続可能な観光に取り組み始めている。地方公共団体が最も多く取り組んでいる内容は「観光関連機関や民間事業者等との連携」で約6割を占めており、「レンタサイクルの活用」、「観光を通年化するためのオフ期におけるイベント・誘客」、「都道府県等と連携した、県内や広域的な観光客分散の取組み」及び「観光指標（データ）の計測による観光マネジメント方策」等も、4割を超える地方公共団体が取り組んでいる（図表Ⅱ－65）。

図表Ⅱ－65 地方公共団体の取組状況

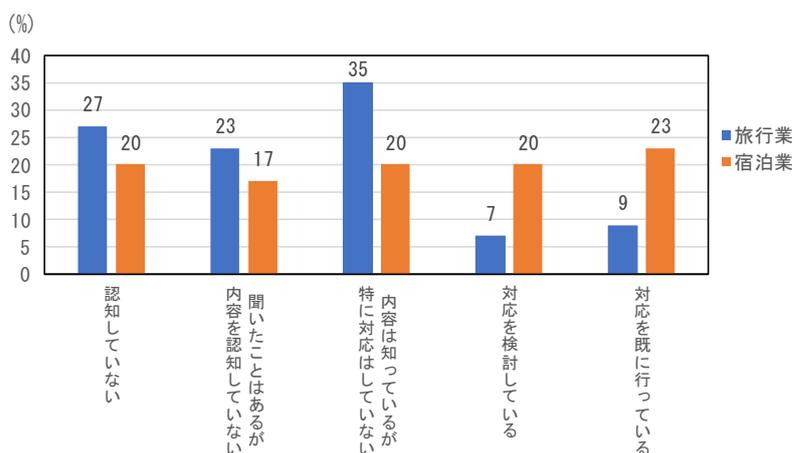


資料：観光庁・国土交通政策研究所「持続可能な観光推進本部『持続可能な観光先進国に向けて』」に基づき観光庁作成

注1：主要観光地を抱える計214の地方公共団体を対象に、持続可能な観光に関しては初となるウェブ等一斉アンケート調査を実施。アンケート実施期間は2018年（平成30年）10月31日から11月30日の1カ月間。うち46カ所については、国土交通政策研究所が2018年度（平成30年度）に別途実施したアンケート調査による回答。

宿泊業と旅行業においても、持続可能な観光への取組が進められているが、両者を比べると、宿泊業の方が、SDGsに関する認知度は高い（図表Ⅱ－66）。

図表Ⅱ－66 観光産業におけるSDGsの取組状況



資料：立教大学観光学部・JTB総合研究所「観光産業におけるSDGsの取り組み推進に向けた組織・企業団体の状況調査アンケート調査報告書」に基づき観光庁作成

注1：帝国データバンクのデータベース及び関連団体へのアンケート調査により、郵送による回答とオンライン回答を合わせて、合計1,624件の回答を収集。調査期間は、2020年（令和2年）12月1日から25日（郵送）と2020年（令和2年）12月1日から2021年（令和3年）1月14日（オンライン）。

## b) 我が国における持続可能な観光の先進事例

### ① 我が国における持続可能な観光地域づくりの実現に向けて

国際的に持続可能な観光への関心・意識が高まる中で、我が国が世界の旅行者から選ばれる観光地となるためには、地域が主体となって持続可能な観光地域を作っていくことが求められている。新型コロナウイルス感染拡大前において世界の一部の地域で発生していたオーバーツ

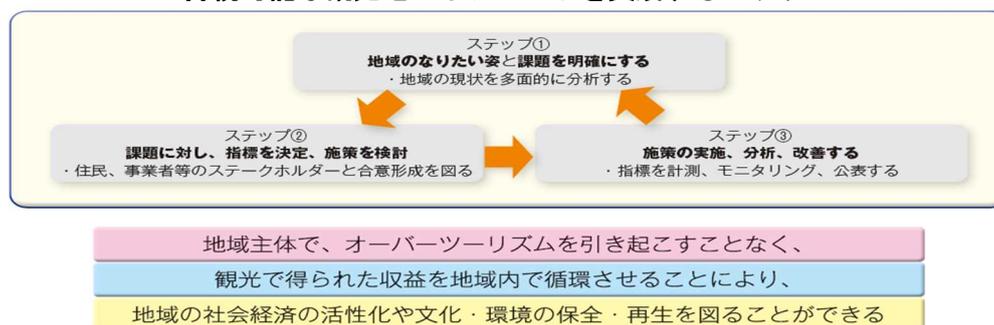
ーリズムを引き起こすことなく、観光で得られた収益を地域内で循環させることにより、地域の社会経済活性化や文化・環境の保全と再生を図ることが重要である。

この活動の主体となるのは、各地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）であり、観光庁が2019年（令和元年）6月にとりまとめた報告書「持続可能な観光先進国に向けて」においても、各地方公共団体や観光地域づくり法人が、多面的な現状把握の結果に基づき持続可能な観光地マネジメントを行う必要性が示唆されている。

報告書では、持続可能な観光地マネジメントを実践していくため、以下のステップを整理している。

- ・地域の現状を多面的に分析し、地域のなりたい姿と現状とのギャップ（＝課題）を明確にする。
- ・課題に対して改善していくべき指標を決定し、対応した施策を検討する。（この際に、地域住民や事業者等の各ステークホルダーとの連携や合意形成が求められる。）
- ・施策を実施し、分析し、改善し、これらをモニタリング及び公表する。
- ・これらの一連のステップに繰り返し取り組む。

### 持続可能な観光地マネジメントを実践するステップ



||

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりの実現

## ②持続可能な観光の取組事例

観光庁では、こうした観光地マネジメントを実践するためのツールとして、2020年（令和2年）6月に、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（JSTS-D<sup>15</sup>）」を開発・公表した。また、モデル事業としてこれまで全国20の地域を選定し、同ガイドラインの概念の導入や、有識者派遣等を通じて、地域の現状を多面的に分析し、地域のなりたい姿と課題を明確にするための取組を支援している。

以下では、観光庁で実施しているモデル事業を含め、4つの事例を紹介する。

### （奄美大島における持続可能な観光に向けた環境文化協力金（仮称）に関する調査）

鹿児島県奄美大島では、その魅力的な自然環境はもとより、2021年（令和3年）に「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」として世界自然遺産に登録されたことも相まって、今後観光客の更なる増加が見込まれる中、観光公害を発生させないための受入環境整備と、そのための財源確保が急務となっている。

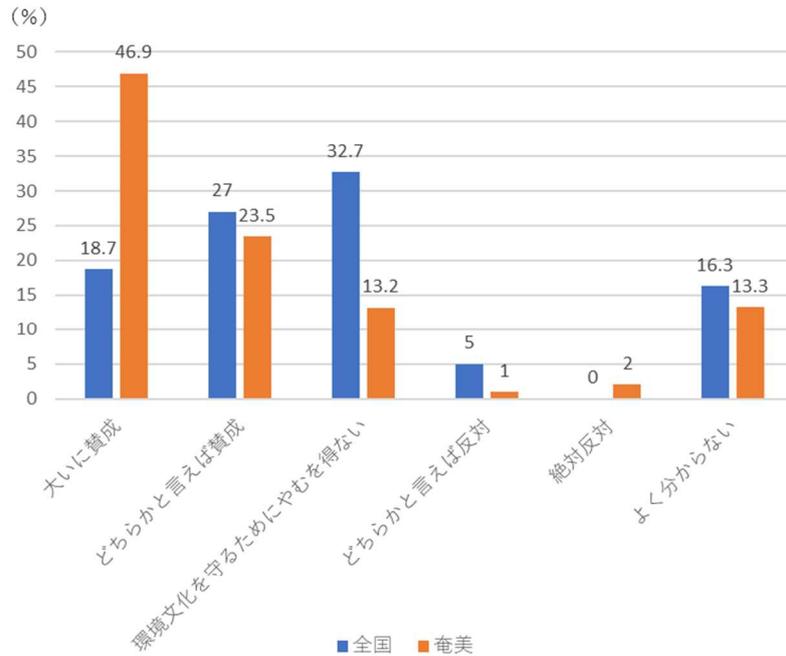
地域課題の例として、国立公園内のトイレ等の施設の維持管理費には住民の税金が使われており、観光客が増加すれば地域住民の負担増につながる可能性がある。また、観光地域づくり法人が行うeバイクを活用した環境に配慮した移動手段による周遊ルートの開発（アドベンチャーツーリズム・世界自然遺産奄美トレイルコースと自然・文化体験での着地型旅行商品の造成）等、継続的な受入環境の整備のために必要な財源の不足があげられる。

そこで、2021年度（令和3年度）のモデル事業として、持続可能な観光地づくりに必要な財源確保の一環として、環境文化協力金（仮称）の導入を検討するため、全国向けウェブアンケート調査（全国調査）と奄美大島への来訪者を対象としたアンケート調査（奄美調査）を行った。

「環境文化協力金（仮称）の導入」について、全国調査、奄美調査ともに「大いに賛成」＋「どちらかと言えば賛成」＋「環境文化を守るためにやむを得ない」が約8割の同水準となったが、奄美調査の「大いに賛成」は全国調査の約2.5倍となった。実際に奄美の魅力に触れたためか、積極的支持者が明らかに多い結果となった（図表II-67）。

<sup>15</sup>Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

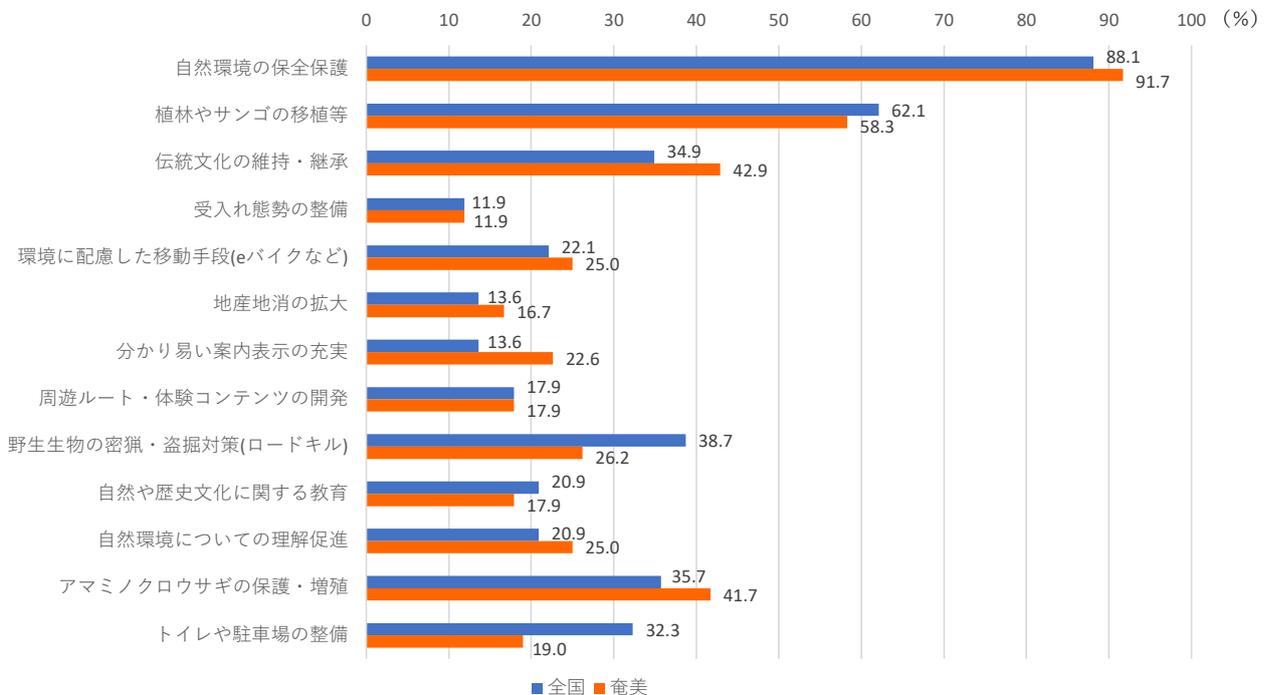
図表Ⅱ-67 環境文化協力金（仮称）の導入について



資料：観光庁調査（2022年（令和4年）2月）

「環境文化協力金（仮称）の使途」については、全国調査、奄美調査ともに約9割が「自然環境の保全保護」を支持した。また、観光マネジメントに関する項目として「環境に配慮した移動手段の整備（eバイク等）」も一定数の支持（全国調査22.1%、奄美調査25.0%）を集めた（図表Ⅱ-68）。

図表Ⅱ-68 環境文化協力金（仮称）の使途について



資料：観光庁調査（2022年（令和4年）2月）

奄美大島では、今回の調査結果をもとに、今後「環境文化協力金（仮称）の徴収方法や使途」について検討を深めていく。また、こうした取組により、旅行者に対し、責任ある旅行の意識付けや行動変容にもつなげ、島民においては地域文化や自然環境の保全と活用の理解促進につなげていく予定である。

### (知床国立公園における高架木道の整備)

年間 30 万人が訪れる知床五湖地区は観光客が訪れる主要な利用拠点であり、開園期間の 4 月中旬から 11 月上旬のうち、特に 7 月から 9 月に利用が集中する。5 つの湖を周回する地上遊歩道は、知床の深い森や知床連山を投影する美しい湖面といった、知床を代表する景観と野生の息吹を感じられる散策コースであるが、混雑による植生の踏み荒らしや体験内容の質の低下、ヒグマの出没による長期間の歩道閉鎖で利用の機会が失われる等の課題があった。

そこで、環境省、北海道、斜里町及び地元の関係団体は知床五湖の利用のあり方協議会を設立し、これらの課題解決に取り組んできた。2011 年（平成 23 年）から自然公園法に基づく利用調整地区制度を導入し、開園期間中のヒグマが頻繁に活動する期間には、登録引率者が引率する有料ツアーに参加することで散策ができるようにし、それ以外の期間はレクチャーを受けることで利用できる仕組みとした。また、ヒグマの出没に影響されずに安心して知床五湖を楽しめるコースとして、2005 年（平成 17 年）から 2012 年（平成 24 年）にかけて、地上から高さがある電気柵付の高架木道を新たに整備し、利用の機会を増やすための取組を進めた。

こうした施策の実施により、ヒグマによる人身事故等の危険を回避し、また利用マナーの徹底や立入りの分散化を図ることができ、自然環境への負荷や利用集中に伴う混雑も解消傾向にある。



高架木道（撮影：環境省）



ガイドツアー（環境省提供）

### (日光における拝観料による文化財の保存)

世界文化遺産「日光の社寺」の建物である日光輪王寺三仏堂は、江戸時代から定期的に修理が行われてきたが、2007 年（平成 19 年）から 2019 年（令和元年）にかけて、昭和の大修理以来となる大規模な保存修理が実施された。

輪王寺は、修理による三仏堂の拝観停止が観光客の満足度低下を招く懸念から、保存継承を支えてきた工事そのものを観光資源として活用することとした。

三仏堂では、2011 年（平成 23 年）に完成した工事用の仮設の素屋根に見学通路等を設け、解体までの 8 年間、400 円の拝観料金で修理現場を観光客に公開した。また、見学者が名前や願い事などを書いて奉納した屋根に葺く銅板やその下地となる土居葺板を実際の工事に用いるといった取組も行い、修理費用に充当した。

結果として、2011 年（平成 23 年）から 2018 年（平成 30 年）の三仏堂修理見学施設の実施期間中の入場者は約 160 万人となり、事前の想定よりも落ち込まなかった。また、2015 年（平成 27 年）11 月から 2017 年（平成 29 年）3 月の土居葺板奉納実施期間中には約 5 万人の奉納があり、2017 年（平成 29 年）5 月から 12 月の銅板奉納実施期間中にも奉納があったことで、想定以上の修理費用を賄うことができた。



輪王寺 本堂（三仏堂）

(文化庁『文化財保護のための資金調達ハンドブック』より転載)



奉納された土居葺板を屋根下地に  
(同左)

**（燕三条エリアにおける地場産業の観光コンテンツとしての磨き上げ）**

新潟県の燕市と三条市からなる燕三条エリアは、古くから刃物等の金属加工製品や洋食器等のものづくりの街である。近年は、機械化や製品の低価格化等による需要の減少、職人の後継者不足等の課題を抱えていたが、それらの問題を解決するために、2013年（平成25年）以降、毎年10月上旬の4日間程度工場を一斉に開放し、生産の現場に旅行者に来てもらうイベント「燕三条 工場の祭典」を開催している。

イベントは、手仕事の価値を実感してもらいたいという思いの下、ものづくりを行う「工場」、農業を営む「耕場」、それらの物品を購入できる「購場」の3つのKOUBAを開放し、旅行者に地図を配り回遊して楽しんでもらう仕組みになっている。

開催当初は54工場の参加であったが、2019年（令和元年）には113工場まで拡大した。参加者についても当初は約10,000人の来場であったが、約56,000人まで来場するイベントとなった。

その結果、イベントがきっかけで燕三条エリアに移住する職人も現れ、また町工場が観光資源となり観光客が増える等、地域に好影響を与えている。



工場の見学風景  
（「燕三条 工場の祭典」実行委員会）



工場の風景  
（「燕三条 工場の祭典」実行委員会）

**③今後の方向性**

観光庁では、持続可能な観光地マネジメントの体制の構築、地域の負担に配慮した、その地域ならではの資源を生かしたコンテンツの造成・工夫及びオーバーツーリズム等の弊害を生じさせないための受入環境の整備について総合的に取り組むことで「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地域づくりを進めていく。

**観光庁における今後の持続可能な観光への取組**

持続可能な観光とは、「住んでよし、訪れてよしの地域づくり」であり、以下について総合的に取り組んでいくことが必要。

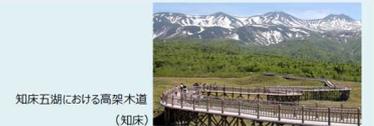
○ **オーバーツーリズムの未然防止**

- ・混雑の発生 ⇒ 来訪者の時期、時間、場所の分散化
  - ・マナー違反 ⇒ 来訪者の意識啓発
- + 地域住民に対するメリットの浸透



○ **自然環境、文化など地域資源の保全・再生**

- ・木道、トイレ等の整備 ⇒ 利用料を活用した自然環境の保全
- ・文化財の保護 ⇒ 拝観料による文化財の保全修繕等



○ **持続的な観光地域づくり**

- ・補助金に頼った一過性の取組 ⇒ 関係者が連携して継続的に自立・自走できる地域づくり

**① マネジメント体制の構築**

＜施策イメージ＞  
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いて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（JSTS-D）」（R2.6）や「手引き」（R4.3）を策定。

**② コンテンツの造成・工夫**

＜施策イメージ＞  
地域の負担に配慮しつつ、地域ならではの観光資源（自然、食、歴史・文化、生業等）を活用したコンテンツの造成から販路開拓まで一貫した支援を実施。

**③ 受入環境の整備**

＜施策イメージ＞  
**混雑の見える化（京都）**  
人気観光スポット周辺の時間帯別の観光快適度の予測やリアルタイム情報、密を避けた観光に役立つ情報を提供。

渡月橋北詰

アイコン凡例  
青色：ゆっくり観光できます  
赤色：多くの観光客で賑わいます  
観光快適度の予測（出典：京都観光Naviサイト）

## コラムⅡ-5 海外の持続可能な観光の取組

海外における持続可能な観光の先進事例として、バルゲダー（スペイン）、ベイル（米国）及び「東北角および宜蘭海岸国家風景区」（台湾）の取組を紹介する。

### ○バルゲダー（スペイン）

バルセロナ州北部カタルーニャ地方に位置するバルゲダーは、豊かな自然と文化遺産（ロマネスク建築やガウディ建築等）を有している。バルゲダーは、過去 10 年間にわたってスローモビリティネットワークに取り組んでおり、既に 2,000km に及ぶ歩行者・自転車道が整備されている。公共交通機関や自転車等の地球にやさしい移動方法を推奨しており、eバイクのレンタルや充電スポットが設置されている。小さな村では定期運行バスが利用できないこともあるが、その場合でも「Transport on demand」と呼ばれるサービスを使って、村から主要なバス停まで低価格でタクシーを利用できる。

また、2018 年（平成 30 年）から、ごみの分別回収を行っており、地元住民及び訪問者の協力により、リサイクル率は 80%を達成している。

さらに、ガストロノミー（美食）のコンテンツの充実に取り組んでおり、オーガニックで健康的、シンプル、本物であることを重視し、観光業者は地元の生産物を使うよう尽力している。

近年では、産業革命時代から続くコミュニティの文化や記憶を観光客に伝えるため、ミュージアムと連携してシニアボランティアを巻き込んだプロジェクトを実施するなど文化の保護の側面でも取組が進んでいる。

責任ある観光の認証機関である Responsible Tourism Institute（RTI）の BIOSPHERE®を取得、Green Destinations 2019 で金賞を受賞した。



整備されたスローモビリティネットワークの地図

(OFICINA DE TURISME DEL BERGUEDA から写真提供 : Courtesy of OFICINA DE TURISME DEL BERGUEDA)



サイクリングの風景

### ○ベイル（米国）

米国・コロラド州の中央部に位置するベイルはコロラド州有数のアウトドアリゾートの1つで、スキーやサイクリング、ハイキング、釣り、ラフティング等年間を通じてアウトドアアクティビティを楽しめる。国有林に囲まれているベイルは、生態系と野生生物の保護のために水源の保護に注力しており、域内を流れるゴアクリークの水源を守る「Restore the Gore」というイニシアティブを実施している。ベイルの町は域内の 400 エーカーを超える屋外の土地を取得し、管理及び保護を行っている。

また、住民と訪問者に対して、ごみを持ち帰ることや植物を摘まないようにすることなどを促す「Leave No trace」という取組も行っている。

さらに、ベイルは 2030 年（令和 12 年）までに温室効果ガスを 50%削減、2050 年（令和 32 年）までに 80%削減する目標を設定しており、ベイルの町の電気は全て再生可能エネルギーを使用している。さらに、町中には無料のバスシステムがあり、完全な電気エネルギーのバスへの移行を進めている。

加えて、ベイルの町には無料のリサイクルセンターがあり、2つのリサイクルイベントが開かれている。町が開催する大きなイベントは、コンポスト等を含むゼロ・ウェイスト（ごみの

出ない) サービスの提供を行っている。ベイルの現在の廃棄物転換率<sup>16</sup>は 29%であり、引き続きゼロ・ウェイストに向けて取り組んでいる。

ベイルは 2018 年 (平成 30 年) に非営利団体のサステイナブルトラベルインターナショナル (Sustainable Travel International: STI) によって世界で初めて「持続可能なマウンテンリゾート」として認定された。また、GSTC・Destination Stewardship Center のイヤーズブック 2020-2021 に掲載された。



ゴアクリークの風景

(Town of Vail より写真提供 : Courtesy of the Town of Vail)



リサイクルイベントの様子

### ○「東北角および宜蘭海岸国家風景区」(台湾)

台湾の東北部に位置する「東北角および宜蘭海岸国家風景区」は海と山の自然が豊かな地域である。歴史地区の 20km にわたる自転車ツアーや、ホエールウォッチングなどの島観光、伝統的な魚釣り等の漁村観光など、エコツーリズムのコンテンツを多く提供している。廃止されて 20 年以上放置されていたトンネルを遊歩道、サイクリングロードとして整備する事業が進められ、2013 年 (平成 25 年) には約 20km のサイクリングロードが整備された。漁村や海岸等の景色を楽しめる人気の観光コースであり、バリアフリー対応のツアーも提供されている。また、ツアー業者は、持続可能な基準を遵守するよう推奨されている。

観光地の豊かな自然と文化を守るため、2019 年 (令和元年) からは地元住民の生活満足度を調査し、観光客の質の担保に尽力している。2020 年 (令和 2 年) からは、地域全体の保護と廃棄物削減のため、観光地域づくり法人が地元事業者とともに持続可能な観光を推進している。

また、近年では上記の取組のほかにも、卯澳 (Mao'ao) と呼ばれる漁村集落において、漁業従事者の女性たち (海女) の文化の保全、コミュニティへの還元及び観光における環境教育のための取組を推進している。また、Green Destinations 2020 で金賞を受賞した。



整備されたサイクリングロード

(東北角および宜蘭海岸国家風景区から写真提供 :

Provided by administration of the Northeast and Yilan Coast National Scenic Area)



古いトンネルを改修したサイクリングロードでのバリアフリーツアー

<sup>16</sup> リサイクル率とは区別して用いられる、埋立て以外の方法への適用率。

c) **アドベンチャーツーリズムの動向の分析 (2022年⑥⑦出題)**

① **アドベンチャーツーリズムの概要**

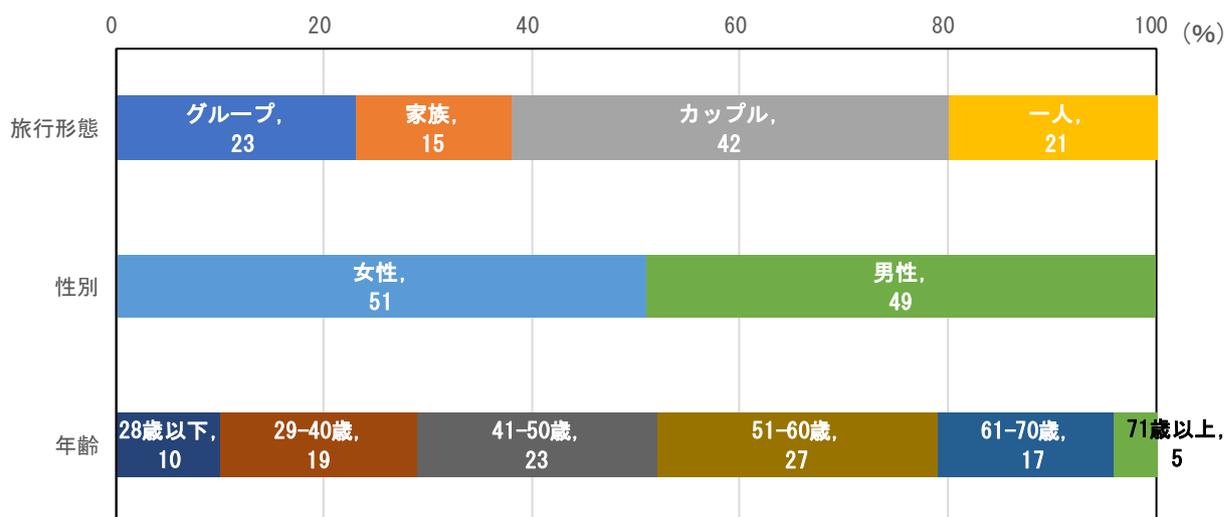
**アドベンチャーツーリズム (AT)** とは、「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行である。旅行を通じて自分自身の変化や視野の拡大、学び等を得ることを目的としており、旅行者それぞれの興味・関心に応じたテーマ・ストーリー性のある滞在プランなど、その地域ならではの体験を求めていることが特徴である。

また、AT は持続可能な観光の実現にも深く関連しており、AT は気候変動や資源の枯渇等の課題に対応するための選択肢の一つと考えられている。さらに、AT はマストツーリズムよりも地域に残る経済効果が大きく、経済的な持続可能性への寄与も大きい。ATTA (Adventure Travel Trade Association) の事業者に対するアンケート調査の結果によると、事業者の多くが国際的なサステナビリティの認証 (例: Travelife for Tour Operators、B Corporation、TourCert 等) の取得に動いていることが明らかになった一方で、資金不足や人材不足等が AT 事業者における持続可能な取組を推進する上での障壁となっており、今後これらの障壁を取り除くことが期待される。

② **旅行者の特徴**

2021 年 (令和 3 年) の調査結果では、AT 旅行者の男女比率はおおむね同じである。旅行者の約 4 割がカップルでの旅行で最も多く、次いでグループや一人旅行が約 2 割を占める。旅行者の年齢層は 51-60 歳が最も多くを占めており、比較的高い年齢層に人気であることが特徴的である (図表 II-69)。

図表 II-69 AT旅行者の特徴



資料: ATTA 「Adventure Travel Industry Snapshot September 2021」資料に基づき観光庁作成

注1: ATTA のメンバーを対象に 2021 年 (令和 3 年) 6 月から 7 月に調査を実施し、222 の回答を得た。

③ **日本におけるアドベンチャーツーリズムの状況**

ATTA とジョージワシントン大学国際観光研究所による、AT に関するランキング (Adventure Tourism Development Index (ATDI) <sup>17</sup>) では、日本は安全性と受入体制の項目で比較的高い評価を得ている。一方、AT のイメージや人道的発展 (幸福度や NGO のプレゼンス等) の分野では改善の余地があり、今後の発展に向けては、この分野を伸ばしていくことが期待される。

自然・文化といった地域資源を活用し日本の本質を深く体験・体感できる AT を推進することで、国内外の観光客の消費額増加や満足度向上につながることや、密を回避した旅行形態、安全・安心な目的地への旅行を促すことが期待されている。

<sup>17</sup> Adventure Travel Trade Association & International Institute of Tourism Studies, the George Washington University. "Adventure Tourism Development Index ATDI 2020."

### (3) 高付加価値旅行者の誘致

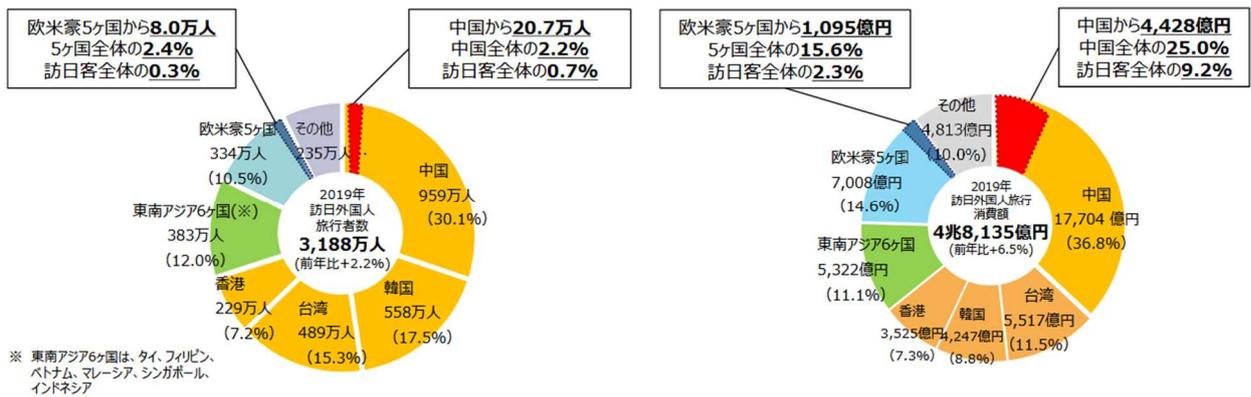
インバウンド分野における我が国の取組については、消費額増加、地方への誘客に係る目標の達成状況は十分であるとはいえず、新型コロナウイルス感染拡大で失われたインバウンドの回復・再拡大に際しては、多様な客層を獲得する観点からも、今まで取り込めていない高付加価値旅行者<sup>18</sup>への働きかけを強め、消費額増加への取組強化、地方への誘客促進をより重視していくことが必要である。

日本政府観光局が2017年（平成29年）及び2019年（令和元年）に実施した調査では、高付加価値旅行者は、主要6か国（欧米豪及び中国）でみると、訪日外国人旅行者全体の約1%（約29万人）に過ぎないが、消費額は約11.5%（約5,500億円）を占める（図表Ⅱ-70）。一方で、三大都市圏への訪問がほとんどで、地方への訪問率は低い状況である。

高付加価値旅行者の誘致は、経済効果が極めて高く、多様な産業にも波及し地域経済の活性化につながるのみならず、旺盛な知的好奇心を伴う自然体験・文化消費を通じ、地域の雇用の確保・所得増加も図られるなど、持続可能な地域の実現に寄与する。諸外国では既に国際往来が再開しつつあるなか、世界的競争に勝ち抜くためには、早期の戦略策定等が急務である。

観光庁では、2021年（令和3年）11月に「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり検討委員会」を立ち上げ、有識者を交えて、高付加価値旅行者のニーズを満たす滞在価値、上質かつ地域のストーリーを感じられる宿泊施設、高付加価値旅行者を地域に送客する人材や地域において質の高いサービスを提供するガイド・ホスピタリティ人材、日本を高付加価値旅行の目的地として認知してもらうための売り込み等、ウリ・ヤド・ヒト・コネの4分野に係る課題の整理とこれらに対する具体的な対応策等について検討を進めている。

図表Ⅱ-70 高付加価値旅行者数及び旅行消費額



資料：観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり検討委員会」第1回（2021年（令和3年）11月19日開催）

注1：訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。訪日外国人旅行者消費額は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」。

高付加価値旅行者数及び高付加価値旅行者の消費額については、日本政府観光局富裕旅行市場調査（2017年（平成29年）及び2019年（令和元年））において、上記資料に加えてクレジットカード利用額データを活用し、観光庁により試算。そのため、割合の算出においては異なるデータを用いていることに留意が必要。

注2：高付加価値旅行者数及び高付加価値旅行者の消費額は、主要6か国（欧米豪及び中国）について試算したもの。

### 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けた4分野の重点課題

|   |  |
|---|--|
| <p><b>1.&lt;ウリ&gt;</b><br/>高付加価値旅行関心層にも訴求力のある魅力的コンテンツの発掘力・商品造り力の不足</p> <p>（高付加価値旅行層の価値観や知的関心に沿った見せ方(物事の本質を伝える工夫)など、ブランディングの必要性）</p>  <p>→ 「希少で特別な体験」の商品化・ブランディング</p> | <p><b>3.&lt;ヒト&gt;</b><br/>高付加価値旅行層の満足度を高める役割を担う人材の質と量が不足</p> <p>（高付加価値な旅行者を地方に送客する人材、ガイド等が不足しており、また、大都市圏に偏在）</p>  <p>→ 高付加価値なインバウンド観光地づくりを支える人材の質・量の確保</p> |
| <p><b>2.&lt;ヤド&gt;</b><br/>地方に高付加価値なインバウンド宿泊施設が不足</p>  <p>→ 地方の宿泊施設整備へのハード・ソフト支援</p>   | <p><b>4.&lt;コネ&gt;</b><br/>いわゆる有力なラグジュアリートラベルコミュニティへのコネクション力不足</p> <p>（有力な情報コミュニティや人的ネットワークへ食い込み等が必要）</p>  <p>→ JNTOの専従体制の構築など</p>                          |

その他、プライベートジェット等の旅行しやすいシームレスな移動のための環境整備等にも取り組む必要。

<sup>18</sup> 着地消費額100万円以上/人・回。

## 第2節 成長と分配の好循環の実現に不可欠な地方創生の牽引役である観光地の再生を支える観光産業の強化

### 1 観光産業が抱える構造的な課題と改善

本項では、新型コロナウイルス感染拡大の影響が長期化する状況の中、旅館・ホテル等の業態にかかわらず、インバウンドが減少し国内の需要も低迷し新型コロナウイルス感染拡大以前の状況には戻ってはいない観光産業が抱える構造的な課題について、宿泊業と旅行業に焦点を当てて、中長期的なトレンド・構造変化の観点から検討する。

#### (1) 宿泊業における構造的な課題

宿泊業における構造的な課題を把握するため、まず宿泊業の概況を確認した後、経営者・雇用者における課題と経営上の課題について取り上げる。

##### a) 宿泊業の概況

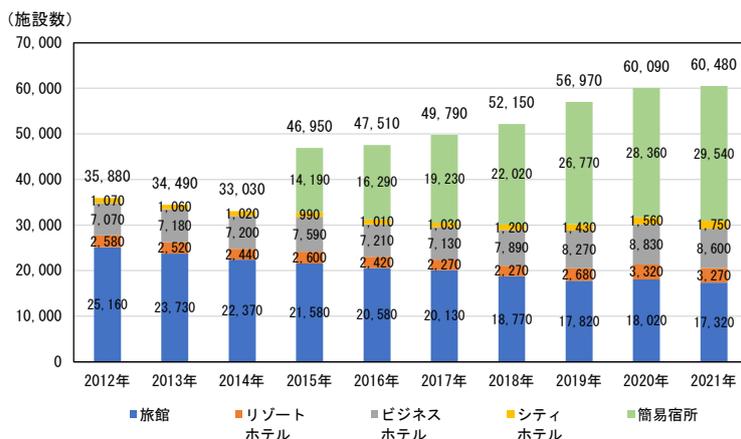
宿泊業の概況として、施設数、延べ宿泊者数及び客室稼働率の推移をみる。

##### ①施設数

まず施設数の推移をみる。旅館、リゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテル及び簡易宿所を合計した施設数は2015年（平成27年）以降、新型コロナウイルス感染症の影響下であっても増加を続けている。しかし、増加の要因は簡易宿所が増加している影響が大きく、旅館・ホテルの合計は減少している。簡易宿所については、民泊のニーズの増加や旅館業法の規制の緩和等から増加傾向にあるとみられる。

旅館・ホテルだけでみると、旅館はここ10年、多少の上下変動はあるものの一貫して減少が続いており、ホテルが少しずつ増加しているという変化がみられる（図表Ⅱ-71）。

図表Ⅱ-71 宿泊施設数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：各年の12月時点の施設数。

注2：簡易宿所については、2015年（平成27年）調査から調査対象となっている。

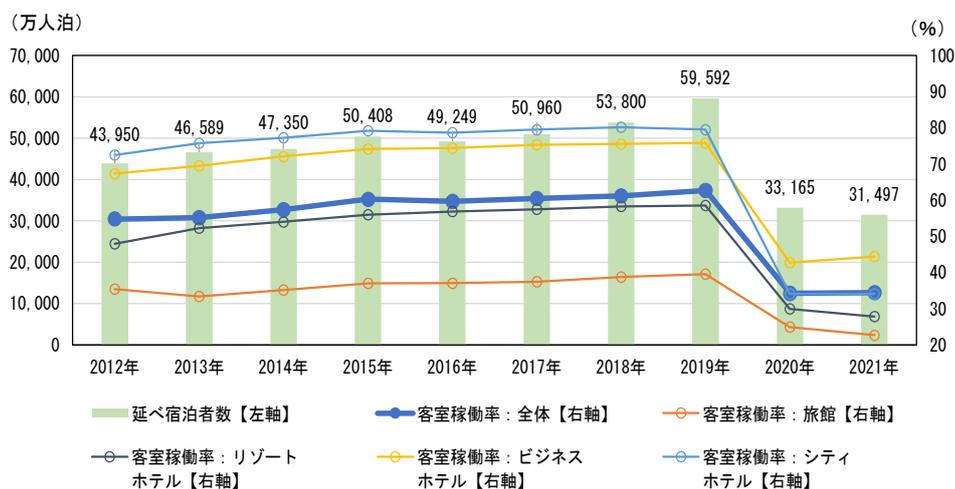
注3：2021年（令和3年）は速報値。

##### ②延べ宿泊者数・客室稼働率

次に、延べ宿泊者数と客室稼働率の推移をみる。2012年（平成24年）から新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（令和元年）までは、2016年（平成28年）を除いて延べ宿泊者数は増加していた。しかし、2020年（令和2年）、2021年（令和3年）と大きく減少した。

客室稼働率も2019年（令和元年）までは旅館・ホテルいずれも上昇傾向にあったが、2020年（令和2年）以降は大きく減少している。なお、新型コロナウイルス感染拡大前はシティホテルの稼働率が最も高かったが、新型コロナウイルス感染症の影響下で不要不急の移動が抑制された時期が長かった2020年（令和2年）及び2021年（令和3年）は、ビジネスホテルの稼働率が最も高いという状況となった（図表Ⅱ-72）。

図表Ⅱ－72 延べ宿泊者数及び客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2021年（令和3年）は速報値。

b) 経営者・雇用者における課題

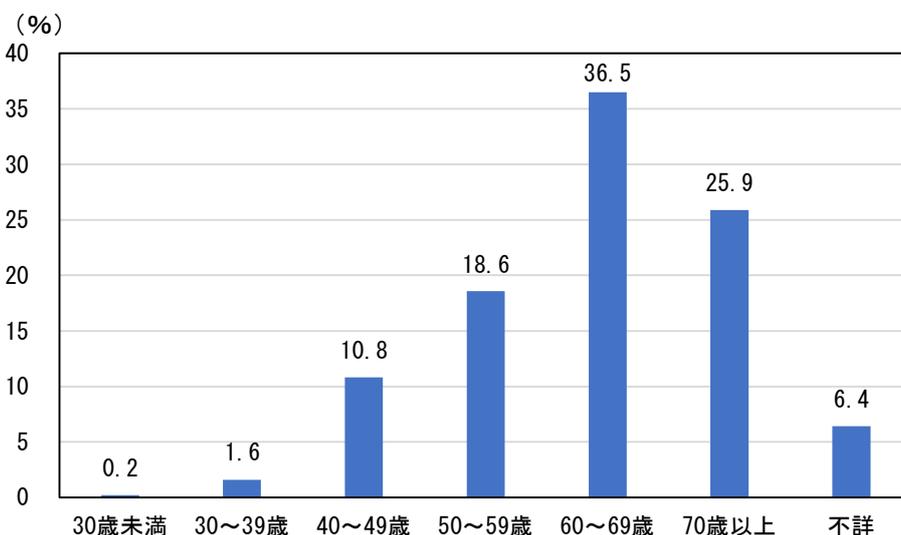
次に、宿泊業での経営者・雇用者における課題についてみる。

①経営者における課題

経営者における課題としては、高齢化、後継者不足があげられる。

宿泊業の経営者の高齢化について、第33回厚生科学審議会生活衛生適正化分科会（令和元年11月27日）に提出された「旅館業の実態と経営改善の方策（抄）」で紹介されているアンケート調査結果（平成28年度生活衛生関係営業経営実態調査）によると、旅館・ホテル<sup>19</sup>の経営者の年齢層は、60～69歳が36.5%と最も高い。70歳以上も25.9%で、60歳以上の割合が60%以上を占めており、全国社長の平均年齢60.1歳<sup>20</sup>と比較しても、高齢化が進んでいることがわかる（図表Ⅱ－73）。

図表Ⅱ－73 旅館・ホテル経営者の年齢別施設数の構成割合



資料：厚生労働省「平成28年度生活衛生関係営業経営実態調査 旅館業」（2016年（平成28年）11月7日時点）

次に、後継者不足の現状についてみる。日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の事業承継に関するアンケート調査結果」（2022年（令和4年）3月発表）によると、ホテル・旅館業においては「後継者がいない」という回答は12.7%で、生活衛生関係営業の中では飲食業（15.8%）に次いで高い。また、「事業承継の意向なし」は7.6%で、そのうちの75.0%は「後継者がいないため」、が理由となっている。

<sup>19</sup> アンケートに回答した施設の営業形態別比率は、旅館79.4%、ホテル12.2%、簡易宿所等6.7%。

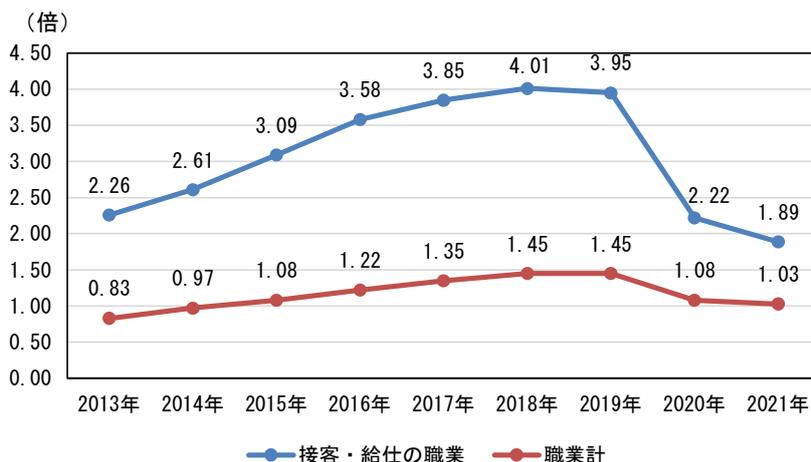
<sup>20</sup> 帝国データバンク「全国社長年齢分析」（2021年（令和3年）2月5日）。

## ②雇用者における課題

雇用者における課題としては、人手不足、離職率の高さ、賃金水準の低さ等があげられる。人手不足に関連する指標として、有効求人倍率の推移をみる。

職業計の有効求人倍率はおおむね約1倍強で推移してきた一方で、宿泊業にかかわる旅館・ホテル支配人、旅館・ホテル・乗物接客員、飲食物給仕係が含まれる「接客・給仕の職業<sup>21</sup>」の有効求人倍率は、2013年（平成25年）の2.26倍から2018年（平成30年）の4.01倍まで一貫して上昇した後、2020年（令和2年）及び2021年（令和3年）は新型コロナウイルス感染拡大で観光需要が激減したことにより、2021年（令和3年）には1.89倍まで低下している（図表Ⅱ-74）。

図表Ⅱ-74 接客・給仕の職業の有効求人倍率の推移



資料：厚生労働省「職業安定業務統計」

注1：新規学卒者及び新規学卒者求人を除き、パートタイムを含む常用の数値。

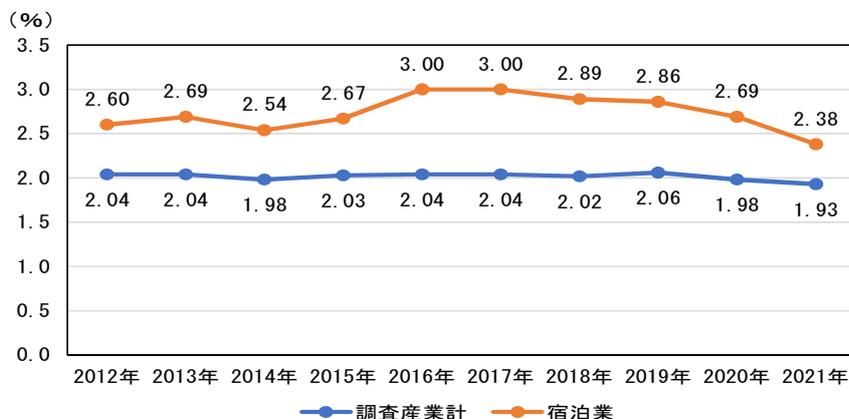
注2：パートタイムとは、1週間の所定労働時間が同一の事業所に雇用されている通常の労働者の1週間の所定労働時間に比し短いものをいう。

注3：常用とは、雇用契約において雇用期間の定めがないか又は4か月以上の雇用期間が定められているものをいう。

次に、離職率の推移についてみる。「毎月勤労統計調査」の離職率は、当期の減少労働者数÷前期末労働者数で求められる。

調査産業計の離職率は約2%で推移してきた一方で、2012年（平成24年）は2.6%だった宿泊業の離職率は、2016年（平成28年）及び2017年（平成29年）には3%に達したが、新型コロナウイルス感染拡大により観光産業全体が低迷した2020年（令和2年）及び2021年（令和3年）には、やや低下傾向となっている（図表Ⅱ-75）。

図表Ⅱ-75 離職率の推移



資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」

注1：離職率は調査期間中に退職、転勤等で離職（同一企業内の事業所間の異動も含まれる）した常用労働者数の前調査期間末の全常用労働者数に対する比率（%）であり、年の数値は毎月の離職率を単純平均して年平均を求めたもの。

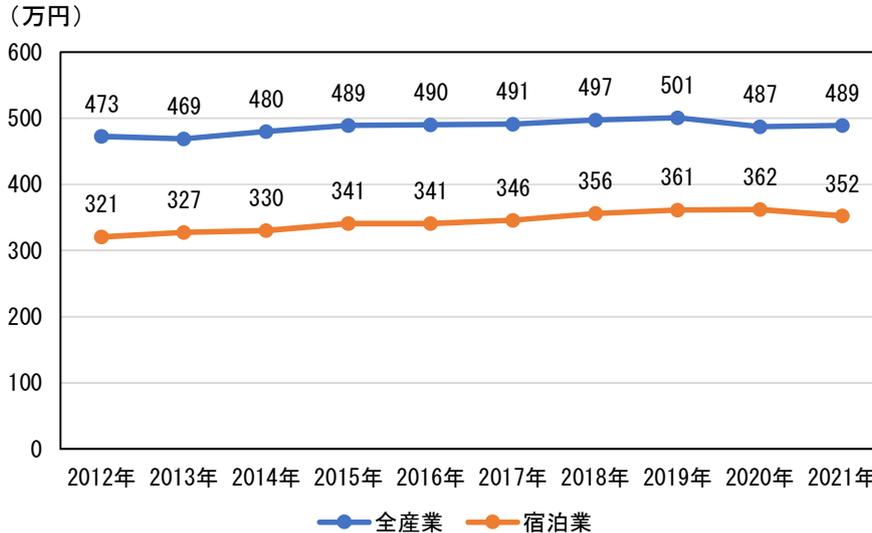
<sup>21</sup>「接客・給仕の職業」には、旅館・ホテル支配人、旅館・ホテル・乗物接客員、飲食物給仕係のほか、飲食店主・店長、接客社交係、芸者、ダンサー、娯楽場等接客員も含まれる。

次に、賃金水準の推移についてみる。

全産業の賃金（年間賃金総支給額）は2012年（平成24年）の473万円から2021年（令和3年）の489万円と推移する一方、宿泊業では2012年（平成24年）の321万円から2021年（令和3年）の352万円となっており、100万円以上の差がある（図表Ⅱ-76）。

実質賃金と労働生産性は比例的な関係がみられており<sup>22</sup>、宿泊業の賃金が高産業の水準よりも低いのは、後述する労働生産性が低いことが要因の一つであると考えられる。

図表Ⅱ-76 賃金（年間賃金総支給額）の推移



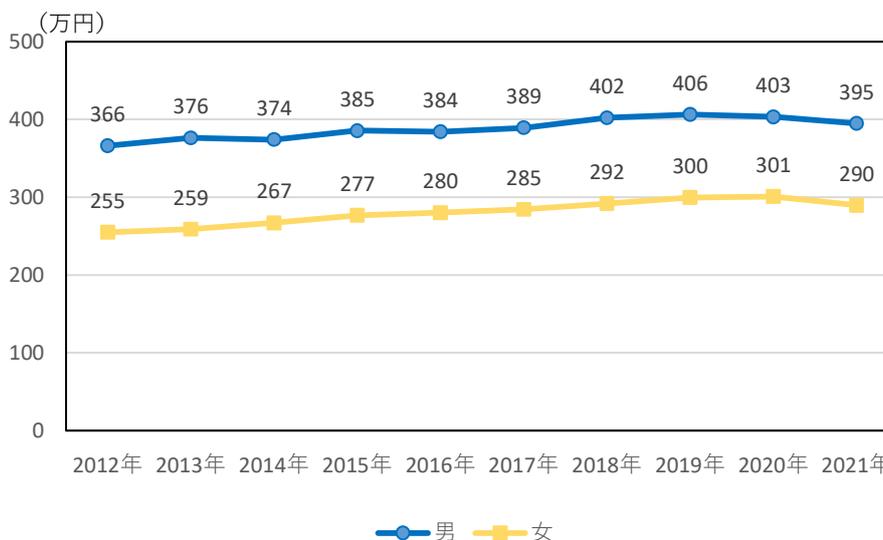
資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」に基づき観光庁作成

注1：賃金=一般労働者のきまって支給する現金給与額×12+年間賞与その他特別給与額から算出。

注2：2020年（令和2年）から有効回答率を考慮した推計方法に変更。

また、宿泊業の賃金について男女別に見ると、男性より女性の方が低い賃金である状況が続いている。柔軟な働き方を取り入れるなど働きやすい環境を整備することで、女性のキャリア形成や仕事と出産・育児など生活との両立を図り、観光産業における女性の活躍を通じた賃金格差の是正を推進する必要がある（図表Ⅱ-77）。

図表Ⅱ-77 宿泊業の男女別賃金（年間賃金総支給額）の推移



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」に基づき観光庁作成

注1：賃金=一般労働者のきまって支給する現金給与額×12+年間賞与その他特別給与額から算出。

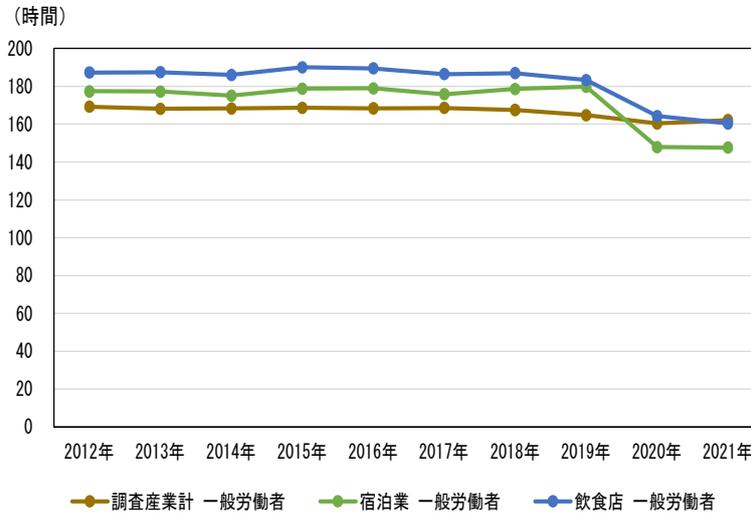
注2：2020年（令和2年）から有効回答率を考慮した推計方法に変更。

<sup>22</sup>内閣府「令和元年度 年次経済財政報告」第1章 コラム1-2参照。

最後に、宿泊業の労働時間の推移をみる。

厚生労働省「毎月勤労統計調査」の調査産業計、宿泊業、飲食店における各月の総労働時間の年間平均の推移をみると、宿泊業の総労働時間は飲食店よりも短く、新型コロナウイルス感染症の影響下の2020年（令和2年）及び2021年（令和3年）は調査産業計よりも短くなっている（図表Ⅱ-78）。

図表Ⅱ-78 総労働時間（一般労働者）の推移（月間）



資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」に基づき観光庁作成  
注1：各月の実労働時間数（総数）を年間で平均した値。

### c) 経営上の課題

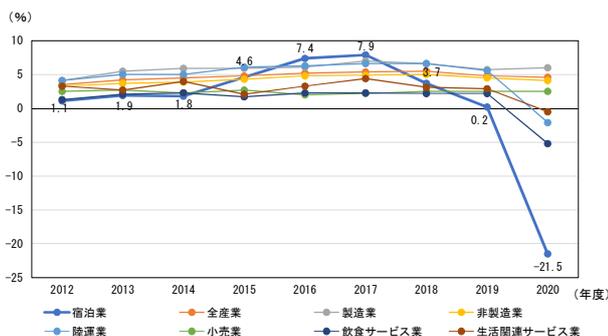
経営上の課題としては、経営の不安定性、施設の老朽化、低い労働生産性があげられる。

#### ① 経営の不安定性

企業の収益性を測る指標である売上高経常利益率の、宿泊業と他産業の推移をみる。宿泊業以外の産業は、新型コロナウイルス感染症の影響が反映されている2020年度（令和2年度）を除き、安定的に推移している。一方、宿泊業は2016年度（平成28年度）、2017年度（平成29年度）と高い売上高経常利益率だったが、2019年度（令和元年度）は0.2%まで低下、さらに2020年度（令和2年度）は大きなマイナスと、観光に関連している陸運業、飲食サービス業、生活関連サービス業と比較しても収益性が不安定であるといえる。

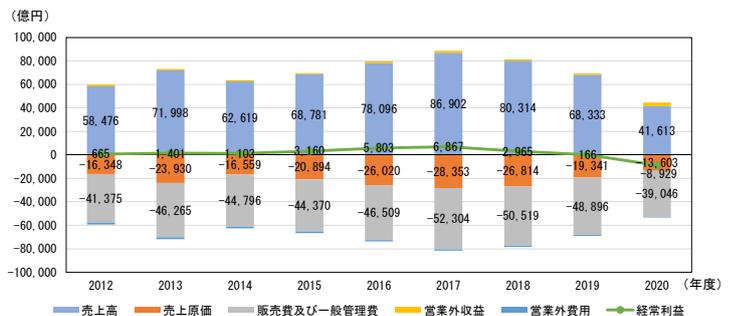
売上高経常利益率は、経常利益が売上高に占める割合であり、宿泊業の経常利益の内訳をみると、人件費が含まれる「販売費及び一般管理費」の比率が全産業（除く金融保険業）と比較して著しく高い<sup>23</sup>。宿泊業においては宿泊施設への設備投資を先行して行い、宿泊、飲食提供等の接客サービスで回収するという傾向があると考えられるなかで、売上高が減少した際でも大きく人件費を削減することができないことが経常利益の大きな減少につながり、売上高経常利益率の大きな変動にもつながっていたことが示唆される（図表Ⅱ-79、図表Ⅱ-80）。

図表Ⅱ-79 売上高経常利益率の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」

図表Ⅱ-80 宿泊業の経常利益内訳の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」

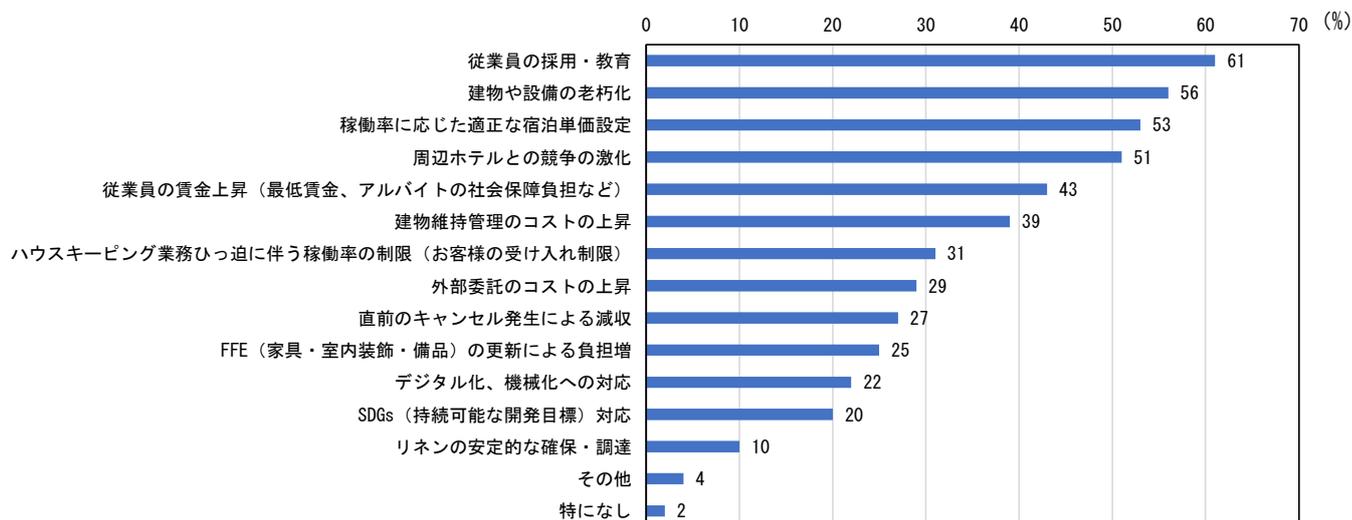
<sup>23</sup> 2020年度（令和2年度）の全産業（除く金融保険業）では、販売費及び一般管理費は売上原価の約0.3倍であるが、宿泊業では約2.9倍にのぼる。

## ②施設の老朽化

次に、施設の老朽化の現状についてみる。2022年（令和4年）3月に発表された、全国のホテルを対象に実施されたアンケート調査によると、今後のホテル運営における不安や懸念について尋ねたところ、「建物や設備の老朽化」が「従業員の採用・教育」<sup>24</sup>に次いで多かった。

老朽化した施設の改修工事を行うためには、借入れを行うとともに、それを回収するための今後の業績見通しがある程度立っている必要がある。しかし、第1章で見たとおり、新型コロナウイルス感染症の影響により業績が悪化しているとともに、負債比率も上昇しており、施設の老朽化対策が遅れる可能性があると考えられる（図表Ⅱ－81）。

図表Ⅱ－81 「今後のホテル運営における不安や懸念」に関するアンケート調査結果



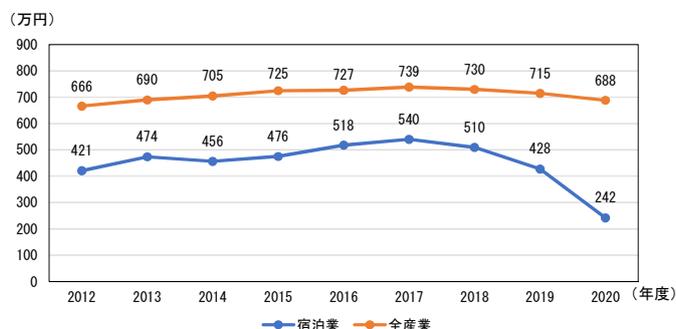
資料：ザイマックス不動産総合研究所「ホテル運営に関するアンケート調査（2022年）」

## ③生産性

次に、宿泊業の労働生産性についてみる。宿泊業の労働生産性（従業員1人当たり付加価値額）は、全産業（除く金融保険業）平均と比較して大きく低い。ただし、2012年度（平成24年度）から2017年度（平成29年度）までの宿泊業の労働生産性は421万円から540万円へと上昇しており、全産業平均との差が縮まる傾向にあったが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い宿泊旅行が低迷した2020年度（令和2年度）には242万円と大きく低下している。

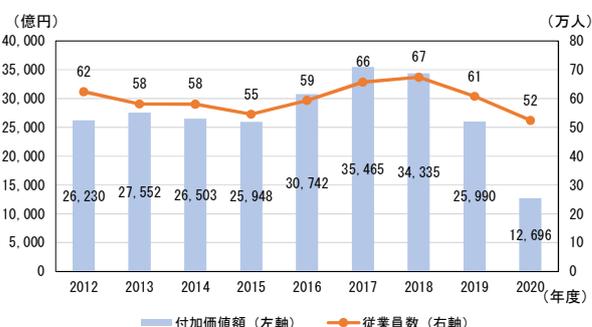
労働生産性は付加価値額÷従業員数より算出されるため、付加価値額と従業員数の推移もみる。2020年度（令和2年度）の労働生産性は、2019年度（令和元年度）と比較して付加価値額が約50%減少したのに対し、従業員数は雇用調整助成金の活用等により約15%の減少にとどまったために押し下げられたものといえる（図表Ⅱ－82、図表Ⅱ－83）。

図表Ⅱ－82 労働生産性の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成  
注1：労働生産性は付加価値額÷従業員数より算出。

図表Ⅱ－83 宿泊業の付加価値額、従業員数の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成  
注1：付加価値額は人件費（＝従業員給与、従業員賞与、役員給与、役員賞与、福利厚生費の合計）、支払利息等、動産・不動産賃借料、租税公課、営業純益の合計。

<sup>24</sup> 「従業員の採用・教育」という回答が最も多いことは、既に述べた宿泊業の人手不足の現状を裏付ける結果とも考えられる。

## (2) 旅行業における構造的な課題

旅行業における構造的な課題を把握するため、まず旅行業の概況を確認した後、経営上の課題について取り上げる。

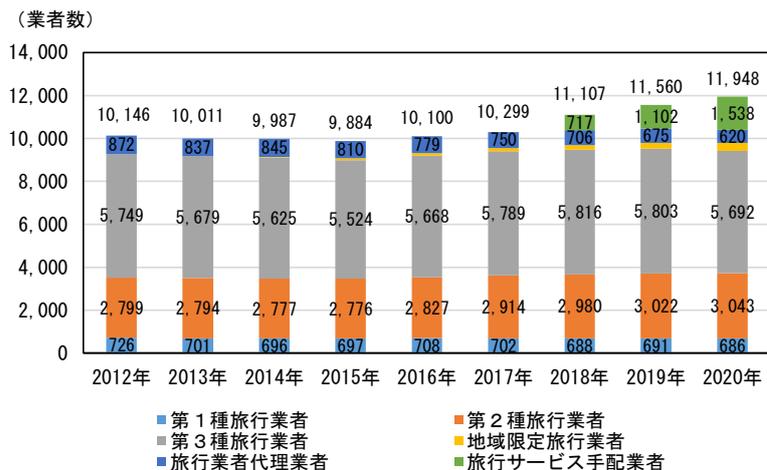
### a) 旅行業の概況

旅行業の概況として、旅行業者数の推移、旅行形態の変化についてみる。

#### ①旅行業者数

旅行業者数の推移をみると、2018年（平成30年）に新設された旅行サービス手配業の影響もあり、増加傾向にある。ただし、全ての旅行契約業務を行える第1種旅行業者は減少傾向にある。一方で、海外の募集型企画旅行以外の旅行契約業務を行える第2種旅行業者は増加傾向にある（図表Ⅱ-84）。

図表Ⅱ-84 旅行業者数の推移



資料：国土交通省資料に基づき観光庁作成

注1：各年4月1日時点（2018年（平成30年）及び2019年（令和元年）は5月1日時点）の数字。

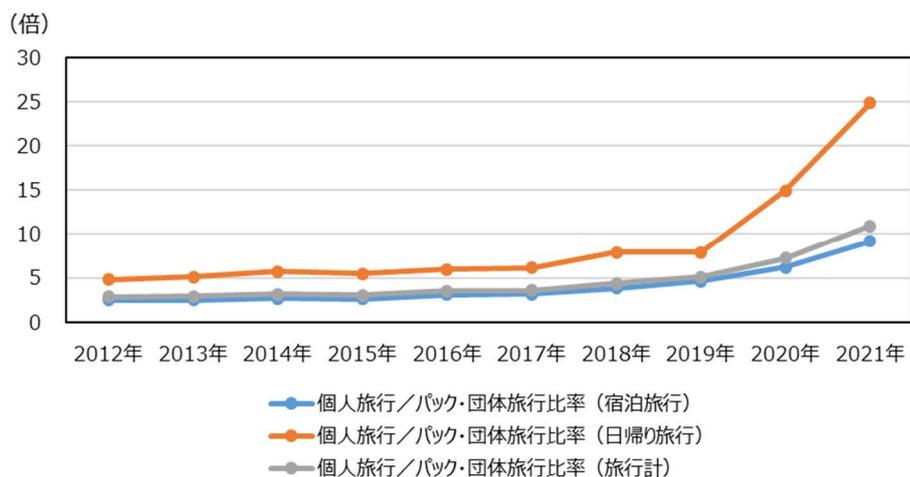
注2：地域限定旅行業者は2013年（平成25年）、旅行サービス手配業者は2018年（平成30年）に新設。

#### ②旅行形態の変化

旅行形態（個人旅行、団体旅行）の推移をみる。日本人国内旅行消費額におけるパック・団体旅行に対する個人旅行の比率（個人旅行／パック・団体旅行）は新型コロナウイルス感染拡大以前から緩やかに上昇しており、旅行会社を通じた旅行の比率が低下していたことがわかる。

新型コロナウイルス感染拡大後は、特に日帰り旅行における個人旅行の比率が高まっており、できるだけ人と接触する機会を減らすタイプの旅行が更に増えている。引き続き、新型コロナウイルス感染拡大以前と比べて個人旅行の比率が高くなる可能性も考えられる（図表Ⅱ-85）。

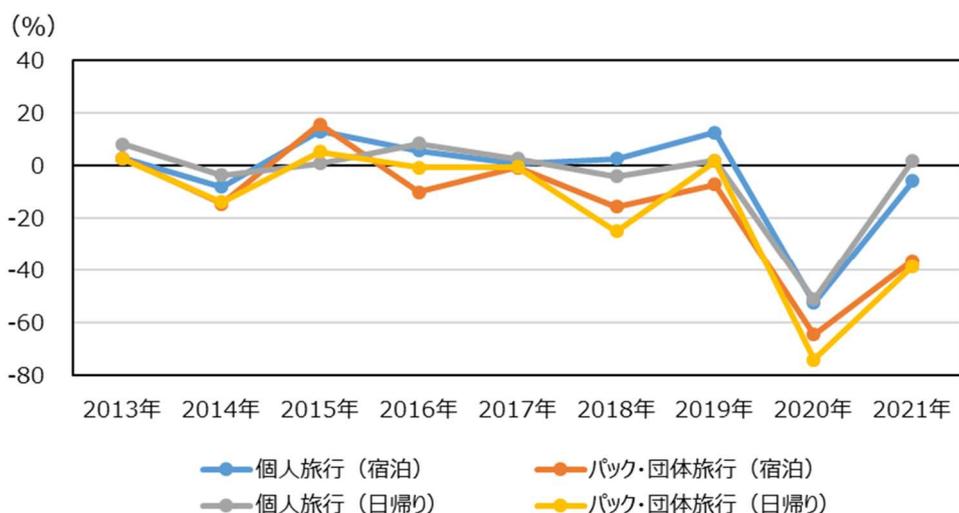
図表Ⅱ－85 旅行消費額におけるパック・団体旅行に対する個人旅行の比率  
（個人旅行／パック・団体旅行）の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

次に、個人旅行、パック・団体旅行に費やした旅行消費額変化率（前年比）の推移をみる。新型コロナウイルス感染拡大以前の2019年（令和元年）まで、個人旅行（宿泊）の旅行消費額は増加傾向、パック・団体旅行（宿泊）の旅行消費額は減少傾向にあった。2020年（令和2年）は全旅行形態での旅行消費額が減少したが、2021年（令和3年）は個人旅行（日帰り）のみ増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響下では引き続きこのような傾向が続く可能性も考えられる（図表Ⅱ－86）。

図表Ⅱ－86 旅行形態別旅行消費額の変化率（前年比）の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

## b) 経営上の課題

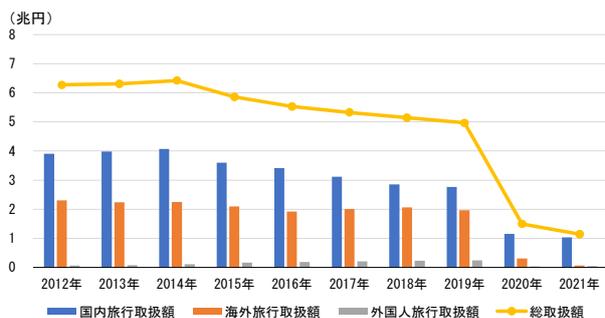
経営上の課題としては、取扱額・取扱単価の低下、低い利益率があげられる。

### ①取扱額・取扱単価

旅行業における売上高に該当する取扱額の推移をみる。新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（令和元年）までも総取扱額は減少傾向にあった。特に、取扱額の中で最も大きなシェアを占める国内旅行取扱額が大きく減少している。これは、上記でみた個人旅行への選好が高まったことで、旅行業者を通さない旅行が増加していることが一因として考えられる。

また、旅行取扱単価については、最も大きなシェアを占める国内旅行取扱単価が2018年（平成30年）及び2019年（令和元年）に減少しており、これが国内旅行取扱額の減少につながった可能性もあると考えられる（図表Ⅱ－87、図表Ⅱ－88）。

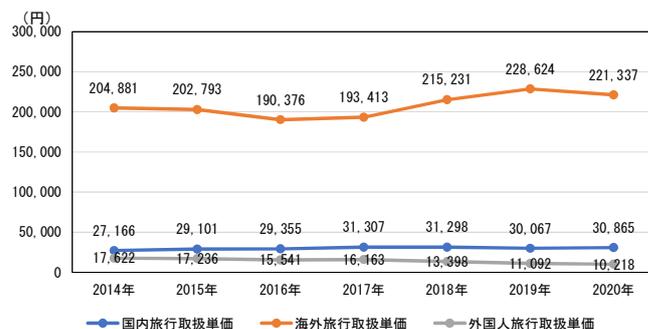
図表Ⅱ-87 主要旅行業者の旅行取扱額の推移



資料：国土交通省「国土交通月例経済」

注1：調査対象となる旅行業者が変更になっている年がある。

図表Ⅱ-88 旅行取扱単価の推移



資料：一般社団法人日本旅行業協会「数字が語る旅行業 2021」

## ②利益率

旅行業の利益率は低いとされている。観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」における2021年（令和3年）の取扱高上位3社の売上高営業利益率（＝営業利益÷売上高）は、2021年（令和3年）はいずれもマイナス、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（令和元年）では3社単純平均で1.3%であり、2019年度（令和元年度）法人企業統計による全産業（除く金融保険業）の売上高営業利益率3.7%よりも低い水準にある。また、上記は大手3社の利益率であり、全ての事業者を含めると更に利益率が低くなる可能性がある。

ただし、旅行業者のうち、OTA<sup>25</sup>と分類される業者には比較的売上高営業利益率が高いものもみられる。例えば、インターネット専業旅行代理店の大手2社の2021年（令和3年）期の売上高営業利益率は、新型コロナウイルス感染症の影響下にもかかわらずプラスであり、2019年（令和元年）では2社単純平均で1.9%であった。しかし、それでも全産業（除く金融保険業）よりも低い利益率となっている。

<sup>25</sup> Online Travel Agent の略。インターネット上だけで取引を行う旅行会社。

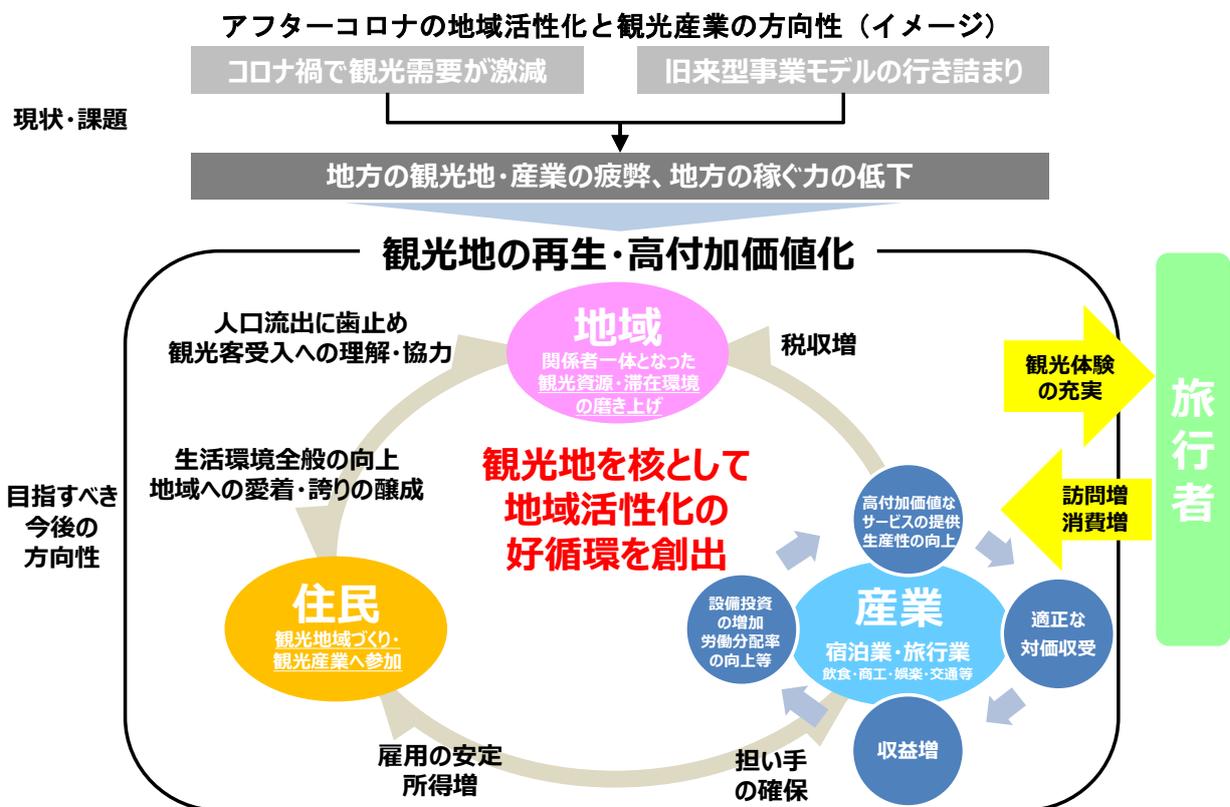
### (3) 観光地の再生・高付加価値化

宿泊業及び旅行業については、低い生産性や旧来型の事業モデルへの依存といった課題を解消できない状態が続いており、また、観光地についても、近年における旅行形態や消費者ニーズの変化等への対応の遅れに起因して、特に地方部の観光地に疲弊がみられる状況といった課題を抱えている。こうしたなか、新型コロナウイルス感染拡大による観光需要の激減により観光地・観光産業は現在も厳しい状況におかれており、また、新型コロナウイルス感染拡大以前から抱えている積年の構造的課題は一層顕在化している。

このような課題認識の下、観光庁では、2021年（令和3年）11月に「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」を立ち上げ、有識者を交え、ポストコロナを見据えた観光・観光産業に期待される役割、目指すべき方向性等について検討を行っている。

今後の取組の方向性としては、新型コロナウイルス感染症の影響下からの観光のV字回復を図り、「稼げる地域・稼げる産業」を実現するため、疲弊した観光地の再生・高付加価値化と持続的な観光地経営の確立を強力に推進するとともに、その中核及び牽引役を担う観光産業について、積年の構造的課題を解決し、再生を図ることが重要である。これにより、地域・産業・住民のいずれもが観光による地域活性化の果実を享受できるようにするとともに、観光地の更なる磨き上げにつなげていくことで、観光を通じた持続的な地域活性化の好循環を創出することが可能となる。

さらに、上記の方向性に基づき、観光地の面的な再生・高付加価値化の核となる宿泊業・旅行業等の経営力強化を中長期的な視点に立って計画的かつ強力に支援するための仕組みについて、法整備を含めて更なる推進策を2022年度（令和4年度）中に検討し、所要の措置を講ずるほか、観光地全体の収益最大化等を図るためのDXによる地域経営の高度化等に係る中長期的な方策や将来ビジョンの構築の検討等を行うこととしている。加えて、宿泊業の経営力・収益力の向上を図るため、紙台帳などアナログでの管理に代わる顧客管理システムの導入や一定の会計基準の遵守等を盛り込んだ宿泊業における企業的経営に関するガイドラインを策定するほか、旅行業について、手数料収益を中心とする従来のビジネスモデルから高付加価値な旅行商品・サービスの造成と適正な対価による販売・提供を中心とするビジネスモデルへの転換を図るため、魅力ある観光資源を生かした旅行商品の造成・販売への継続的かつ発展的な支援を行っていく。



資料：観光庁作成

観光産業は、生産性の低さ、デジタル化の遅れ等の構造的な課題を抱えており、これらを解決するため、DXを推進するとともに、観光産業の従事者の待遇改善も併せて推進することが必要である。

観光庁では、観光地の顔となる宿泊施設を中心とした、地域一体となった面的な観光地再生・高付加価値化について、地方公共団体、観光地域づくり法人等による観光地再生に向けた地域計画の作成や同計画に基づく改修事業等を強力に支援している。

また、地域経済を支える観光の本格的な復興の実現に向けて、地域の稼げる看板商品の創出を図るため、自然、食、歴史・文化・芸術、生業、交通等の地域ならではの観光資源を活用したコンテンツの造成から販路開拓まで一貫した支援を実施している。

さらに、観光分野のデジタル実装を進め、消費拡大、再来訪促進等を図るとともに、これを支える人材を育成し、稼ぐ地域の創出に取り組んでいる。

## ポストコロナに向けた観光庁の主な施策

| 地域と一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化  | 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出  | 観光分野におけるデジタル実装   |
|--|--|--|
| <b>宿泊施設の高付加価値化</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>観光地の面的再生に資する宿泊施設の大規模改修支援</li> </ul>        | <b>施策イメージ</b><br><b>自然</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>地域ならではの自然を活用した体験型アクティビティの造成</li> </ul> <b>食</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>地域の名物食体験や地域特性を活かした新メニューの開発</li> </ul> <b>歴史・文化・芸術</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>地域に根付く文化・芸術を観光客が体験できるプログラムの造成</li> </ul> <b>地場産業（生業）</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>地域で営まれてきた生業を題材とした体験・学習プログラムの造成</li> </ul> <b>交通</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>地域のシンボルである交通を活かした、地域ならではのコンテンツの造成</li> </ul> | <b>観光産業の生産性向上</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>顧客予約管理システム（PMS）による、情報管理の高度化、人員配置の効率化</li> </ul>  |
| <b>観光施設改修</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>土産物店や飲食店等の改修支援</li> </ul>                       |  | <b>旅行者の利便性向上・周遊促進</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルサイネージ等による、リアルタイム性の高い情報発信</li> <li>観光アプリを活用した、混雑回避・人流分散による消費拡大</li> </ul>                       |
| <b>観光地魅力向上のための廃屋撤去</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>観光地の景観改善等に資する廃屋の撤去支援</li> </ul>       |  | <b>観光地経営の高度化</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>旅行者のキャッシュレス決済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</li> </ul>  |
| <b>公的施設への観光目的での改修</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>立地の良い公共施設へのカフェ等の併設などの改修支援</li> </ul>  |  | <b>観光デジタル人材の育成・活用</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>観光地域づくり法人（DMO）を中核に、デジタル人材を登用・育成</li> <li>デジタル人材が、観光地域のデジタル化やマーケティング、観光産業経営におけるデータ活用等を主導</li> </ul> |

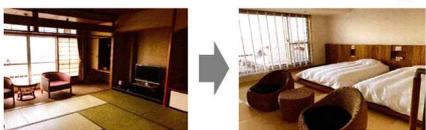
資料：観光庁作成

地域が一体となって宿泊業の高付加価値化を目指している事例として、群馬県渋川市と島根県の有福温泉の取組を紹介する。

渋川市伊香保温泉では、バブル期の団体受入れに合わせた宿泊施設において個人観光客の受入れを図っていくことが課題となっている。また、2020年（令和2年）に発生した火災により、伊香保神社のすぐ近くにある宿泊施設等3軒が焼け、廃墟となって景観を害していた。

そこで渋川市が代表となり、観光庁の「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」による観光地の面的な再生等に取り組んだ。本事業では伊香保地区の416宿泊施設、49観光施設、1交通事業者が参加し、石段沿いを中心とした旅館や土産物店等のリニューアル、3軒の廃屋撤去を行い、個人観光客向けの上質な滞在環境の実現を目指した。2023年（令和5年）には、新型コロナウイルス感染拡大以前と比べ宿泊者数を約10%、観光消費額を約15%、それぞれ増加させることを目標にしている。

### 群馬県渋川市の取組（主な事業）

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>【宿泊施設の高付加価値化改修】</b><br>✓ インバウンドや個人客向けに、客室を和洋室や貸切露天風呂付等に改修し上質化を図る。等<br> | <b>【廃屋の撤去】</b><br>✓ 火災のあった廃屋を撤去し、跡地に観光施設を整備<br>(跡地利用)<br>・ イベントスペースの活用<br>・ 手湯の設置<br>・ ポケットパークの設置<br>・ 貸切風呂の設置<br> | <b>【交通関係事業】</b><br>✓ バスの感染症対策<br> |
|--|---|--|

また、島根県江津市に位置する有福温泉でも、「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」を活用し、観光地再生を進めた。具体的には、コンパクトな温泉街を一つのホテルとして見立てるコンセプトに基づき、6つの宿泊施設が改修等や、空き旅館の跡地をカフェテラスやマルシェに整備するための撤去等を実施した。なお、旅館ぬしやでは、全9室中7室の改修やダイニングのリニューアルにより、客単価が約4,000円上がるなど、施設の高付加価値化につながっている。



旅館ぬしや (改修前)



旅館ぬしや (改修後)

## 2 デジタル田園都市国家構想の実現に向けた観光におけるデジタル実装

新型コロナウイルス感染症の影響下で地方をめぐる社会経済状況が大きく変化していることに加え、デジタルインフラの飛躍的な整備の進展やテレワークをはじめとしたデジタル技術利活用の浸透など、様々な情報・サービスを利用できる環境が整いつつあり、デジタル技術を活用する機運が急速に高まっている。

デジタルの力を活用して地方創生にかかる取組を一層高度かつ効率的に推進することによる地方活性化を図る環境が整いつつあり、政府はこれを機に、デジタル田園都市国家構想の実現を目指すこととしている。

国内外の需要を地域に取り込む観光は、地方経済を支える重要な産業である。観光産業のデジタル実装を進めることにより、旅行者の消費拡大や再来訪の促進等を図ることが可能となり、ひいては地域の収益の最大化を図ることが可能となる。

観光庁では、政府全体の取組に歩調を合わせて、観光分野におけるデジタル化を早急に進め、デジタル技術を活用した観光サービスの変革と地域活性化を目指す。

### (1) 観光産業におけるデジタル化の状況の分析 (2022年④出題)

IT・デジタル化とデジタルトランスフォーメーション (Digital Transformation, DX) の考え方について確認した後、観光産業の状況について分析する。

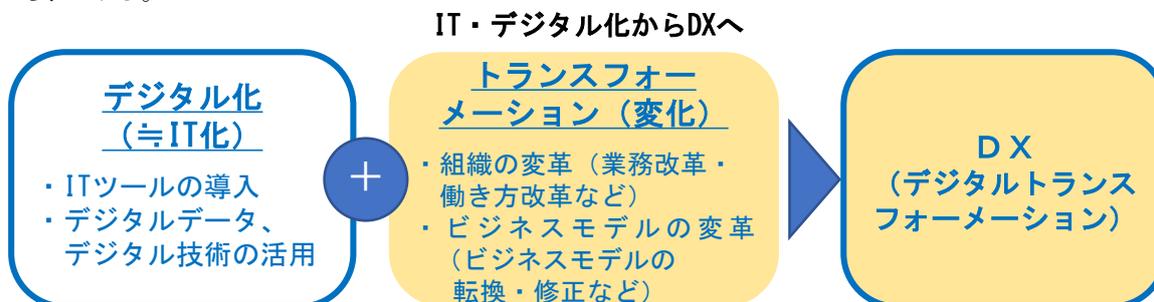
#### a) IT・デジタル化とDX

近年、DXに関心が高まっている。DXは、スウェーデンのウメオ大学教授エリック・ストルターマン氏が2004年(平成16年)に提唱した「進化し続けるテクノロジーが生活をより良くしていく」という概念に基づくものであり、デジタル技術及びデータの活用等を通じて製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、組織の文化・風土や業務を変革することで競争上の優位性を確立することを指す。

DXに類似する取組に「IT化」や「デジタル化」がある。DXとIT・デジタル化には明確な区別はないとされるが、両者の間には実施目的の違いがあると考えられている。IT・デジタル化は、ITツールの導入やデジタル技術及びデータの活用等を通じて既存業務の効率化や生産性の向上等を図ることを主な目的とする。一方、DXは、IT・デジタル技術を活用して、組織やビジネスモデル等の既存の仕組みを変革していくことが大きな目的となる。トランスフォーメーションは「変形、変質、変換」等を意味しており、DXとは、単にITを活用して効率化や生産性向上を図ることではなく、デジタル技術によって、既存の価値観を覆したり根底から変えたりするような技術革新がもたらされ、人々の生活がより良くなるような変革が行われることである。

企業にとってDXは、企業の在り方や経営戦略等、企業の根幹に及ぶ本質的な変革を伴うものであり、DXの推進に当たっては、企業のビジョンや経営戦略の視点等から業務や組織の抜本的な見直しや再構築等が不可欠である。

観光産業においても、DXの推進に向けては、IT・デジタル化を通じて既存業務の効率化や生産性向上を図るとともに、IT・デジタルツール導入の段階にとどまらず、組織やビジネスモデルの変革など、DXに向けて新たなビジネスの仕組みや価値の創造へと取組を加速化していくことが重要である。

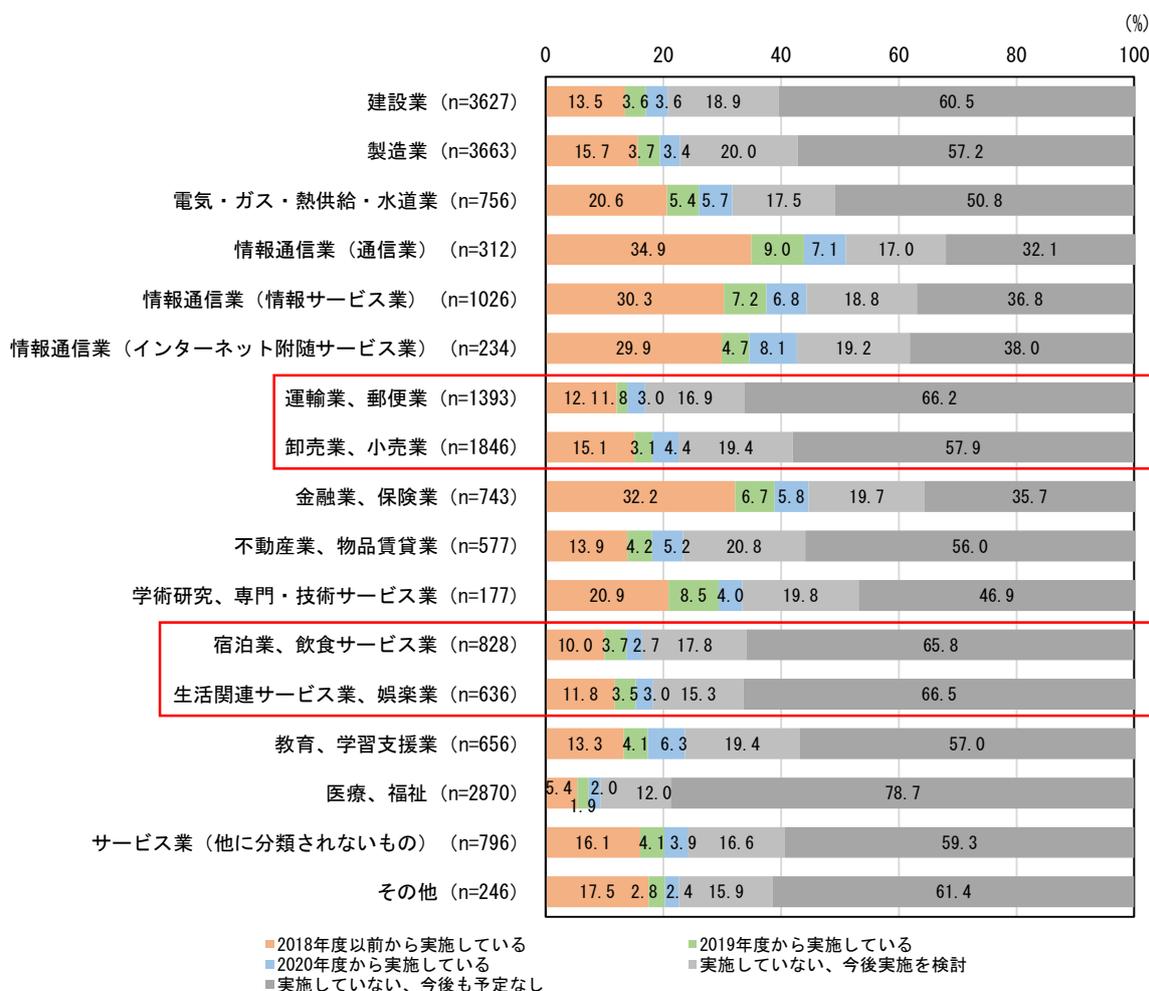


資料：中小企業庁 中小企業向け補助金・総合支援サイト「ミラサポ plus」

#### b) デジタル化の遅れ

業種別におけるDXへの取組状況は、「情報通信業」や「金融業、保険業」などで進んでいる。一方、観光関連産業では、「実施している」と回答した者(「2018年度以前から実施している」、「2019年度から実施している」及び「2020年度から実施している」の合計)は、「宿泊業、飲食サービス業」では約16%、「運輸業、郵便業」では約17%となっており、ほかの業種に比べて遅れている(図表II-89)。

図表Ⅱ－89 DXの取組状況（業種別）

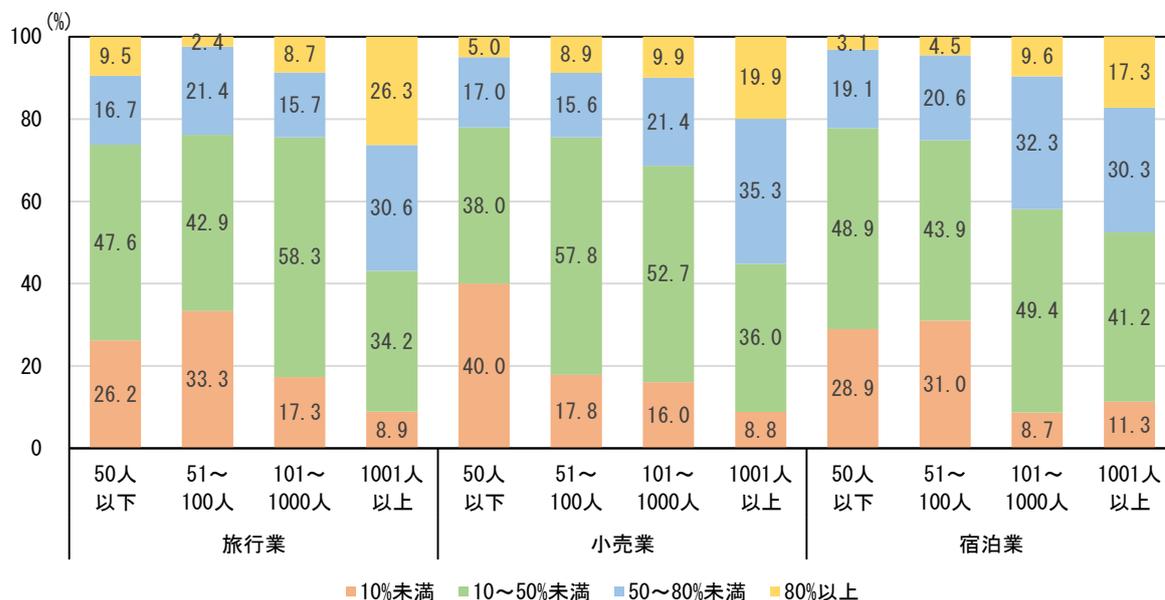


資料：総務省「令和3年 情報通信白書」に基づき観光庁作成

c) 事業者規模別にみたデジタル化されている業務の割合

旅行業、小売業、宿泊業のいずれにおいても、おおむね、従業員数が多い企業ほど IT・デジタル化されている業務の割合が高くなる傾向にあり、大規模な企業ほど IT・デジタル化が進んでいると考えられる（図表Ⅱ－90）。

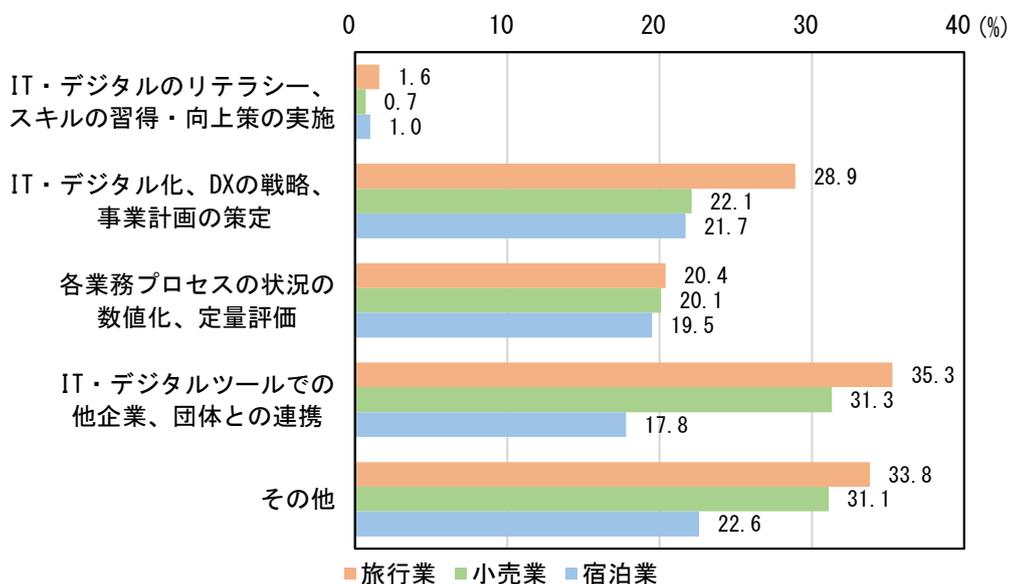
図表Ⅱ－90 IT・デジタル化されている業務の割合（事業者の規模（従業員数）別）



資料：観光庁調査（令和3年5月調査）

旅行業、小売業、宿泊業では、IT・デジタル化への取組は進めている企業が多いものの、DXに向けた取組は、最も割合が高い実施内容である「IT・デジタルツールでの他企業、団体との連携」でも約3割にとどまっている。特に、「IT・デジタルのリテラシー、スキルの習得・向上策の実施」への取組は極めて低い状況にあり、人材育成が課題となっていることが考えられる（図表Ⅱ－91）。

図表Ⅱ－91 DXに向けて必要な取組の実施状況

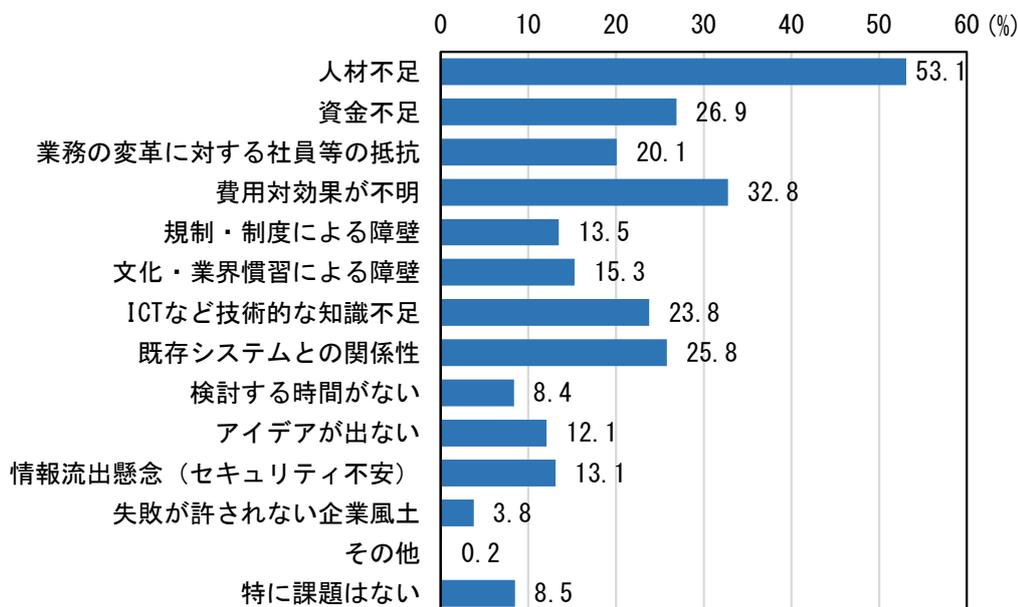


資料：観光庁調査（令和3年5月調査）

d) DXに向けた課題

日本企業がDXを進める際の課題は、主に「人材不足」、「費用対効果が不明」、「資金不足」、「既存システムとの関係性」、「ICTなど技術的な知識不足」等がある（図表Ⅱ－92）。

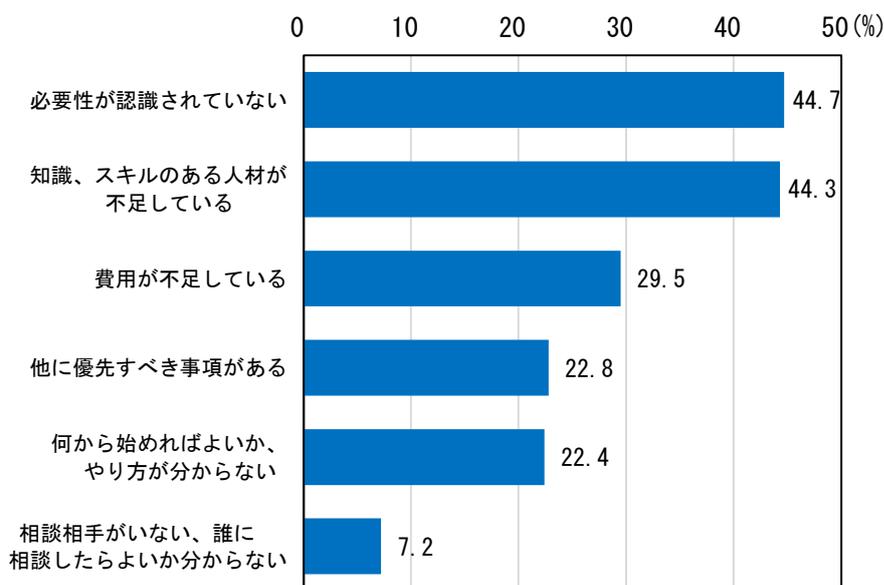
図表Ⅱ－92 DXを進める際の課題



資料：総務省「令和3年 情報通信白書」に基づき観光庁作成

宿泊業においては、IT・デジタル化が進まない理由として、「必要性が認識されていない」(44.7%)、「知識、スキルのある人材が不足している」(44.3%)、「費用が不足している」(29.5%)の順に多い(図表Ⅱ-93)。

図表Ⅱ-93 IT・デジタル化の対応が不足している理由



資料：観光庁調査（令和3年5月調査）

注1：宿泊業の就労者（会社員、会社役員、経営者、パート・アルバイト、契約社員）を対象に調査を実施。

注2：IT・デジタル化の対応及び効果が不足していると回答した者の回答結果。

## (2) 具体的な課題と取組の方向性

観光分野においては、オンラインによる旅行・宿泊予約が定着し、スマートフォンの普及により旅行者側のデジタル化が一層進展する中、オンライン対応を旅行代理店やOTAに依存してきた宿泊施設等の地域の受入側においてデジタル化の遅れがみられる。新型コロナウイルス感染拡大によりデジタル化の要請がさらに強まる中で、取組の遅れによる各種課題が顕在化してきており、これらの課題に応じてそれぞれの主体においてデジタル実装を進め、課題解決につなげることが重要である。

### a) 旅行者への効果的な情報提供等による利便性向上と周遊促進

旅行者の行動を、「旅行前・旅行中・旅行後」の3つの場面で区切って検討する。

旅行前においては、主たる情報源である旅行代理店やOTA等のサイト情報が限定的であり宿泊施設や地域の特徴等が見えにくいこと、また旅行者が収集する情報と地域が発信する情報がミスマッチとなっていること等の課題がある。これに対する取組の方向性としては、SNSの積極的活用やデジタルマーケティングにより効果的な情報発信を図っていくこと等が考えられる。また、面的なキャッシュレス化を進めることで、旅行者の利便性の向上と合わせて旅行者の行動実態の把握につなげることも可能となる。

旅行中においては、旅行者の回遊性の向上や消費拡大につながるリアルタイム性の高い情報発信が乏しいこと等の課題がある。これに対しては、デジタルサイネージなどによるリアルタイム性の高い情報発信や、観光アプリを活用した混雑回避等の取組を図っていくことが考えられる。

旅行後においては、顧客管理が不十分であることや個々の旅行者の属性や関心等を踏まえたサービス及び情報提供が不十分であること等の課題がある。これに対しては、ウェブマーケティングの活用や顧客関係管理(CRM)の導入等の取組を図っていくことが考えられる。

観光庁においても、デジタル技術を活用した観光地の混雑回避や移動円滑化、観光客の周遊促進等の取組について支援を行うこととしている。

旅行者の回遊性の向上を促す取組として、京都市の事例を紹介する。

京都市では、スマートフォンの位置情報等のビッグデータを活用して、市内のエリアごとの観光快適度予測を「京都観光快適度マップ」として提供している。2021年（令和3年）4月から順次配信しているライブカメラ映像を分析することで、観光快適度予測の精度の向上を図っているほか、ライブカメラ映像の配信を順次開始し、混雑の少ない時間帯や快適に観光できる観光スポットやモデルコースの提案なども行っている。



京都観光快適度マップのイメージ



ライブカメラ映像（ねねの道）のイメージ

旅行者の利便性向上につながるキャッシュレスの事例を紹介する。

大分県の別府温泉にあるホテル AMANEK では、客室のカードキーをかざすだけで、市内の約40店舗の飲食店で会計を行い、チェックアウト時にまとめて支払う「部屋付け」を行うことができる「HEYAZUKE システム」を導入している。財布を持ち歩くことなく、手ぶらで街歩きをすることができ、キャッシュレスによる地域全体の消費増加に寄与する取組となっている。



HEYAZUKE システム

## b) 観光地経営の高度化

観光地経営を担う観光地域づくり法人等においては、ウェブの活用による情報発信やアクセス状況の解析、外部データの活用によるマーケティングなどを実施しているが、取組が十分でないところも多く、また、旅行中・旅行後のデータ収集・分析についてはさらに取組が遅れている。観光地経営の高度化を図るためには、CRM 導入による再来訪促進、データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築によるマーケティングの強化等により、リピート率や客単価の向上を通じた消費拡大を図り、稼ぐ地域を実現していくことが必要である。

観光庁においても、観光地域づくり法人における CRM の導入や DMP の構築、マーケティング力強化などの取組について支援を行うこととしている。

観光地経営の高度化の事例として、一般社団法人気仙沼地域戦略と一般社団法人下呂温泉観光協会の取組を紹介する。

観光地域づくり法人等では、観光客のデータを収集・分析することで、ターゲットを確認し、直接観光客にマーケティングを行う CRM を用いた観光施策に取り組むことで、地域へのリピーターや、観光消費額の拡大を目指している。

例えば、一般社団法人気仙沼地域戦略では、ポイントカードとして「気仙沼クルーカード」を導入し、その利用データを踏まえ、分析、マーケティングを行い、地元事業者との連携の下、会員のニーズを踏まえた食や体験コンテンツを造成・販売している。

さらにクルーカードの CRM 機能を最大限活用し、地元産の牡蠣やメカジキを使用した新たなメニューや体験コンテンツ等を開発したり、地域の最新情報等を直接会員に発信することなどにより、リピーターの獲得を進めている。



メカカレーの開発・商品化



牡蠣へのニーズを踏まえた体験商品造成

また、一般社団法人下呂温泉観光協会では、客室数ベースで約 8 割の宿泊施設の参画を得て、約 40 年前からアナログで収集していた宿泊施設の顧客情報をデジタル化した。これにより、観光地域づくり法人と参画する宿泊施設が地域全体の宿泊者数や属性データを閲覧でき、観光消費増大に向けた取組に生かしている。同時に CRM アプリを活用し、会員情報を収集しながら、会員にスタンプラリー等で市内を周遊してもらい、観光消費を向上させるといった取組も行っている。



下呂温泉郷 CRM アプリ

### c) 観光産業の生産性向上

宿泊施設においては、デジタル化の遅れにより、在庫・予約状況を分析可能な形で把握できず、価格設定や人員配置、食材発注等の最適化が図られていないケースや、顧客管理が十分でなく画一的なサービスにとどまり満足度やリピート率が上がらないケースなどが見受けられる。

例えば、顧客予約管理システム (PMS) の導入とそれを活用した経営効率化を進めることにより、生産性・収益性の向上及び従業員の待遇改善等が期待でき、それによりさらに再投資の促進やより高いサービスの提供の実現につなげることが可能となる。また、直販比率を向上させて CRM を導入することにより、リピート率向上等を見据えた顧客管理が期待できる。

なお、これらの取組を進めるに当たっては、まず第 1 のステップとして、現状の把握と業務プロセスの見直しによりオペレーション改善を図り、投資余力を創出することから取組を始めることが望ましく、創出された投資余力を活用し、その次のステップとして、雇用、施設及びデジタルへの投資を通じて、サービスを高付加価値化することにつなげ、最後に、高付加価値化により増加した売上げ等を使用し、リピート率向上等を見据えた顧客管理などを実施することで、収益の最大化を図ることができるものと考えられる。

観光庁においても、宿泊施設における PMS の導入やそれにより得られたデータの活用等の取組について支援を行うこととしている。

### d) 観光デジタル人材の育成・活用

観光分野におけるデジタル化を進めるに当たっては、主導的な役割を果たすべきデジタル人材の不足が課題であり、観光地域づくり法人等を中核として、デジタル人材の登用・育成を図ることが必要である。政府全体で進めるデジタル人材の育成に向けた取組に加え、観光庁においても、観光地域づくり法人の行うデジタル人材の登用などの取組を支援するとともに、地域における大学等と連携した観光デジタル人材の育成を支援することとしている。

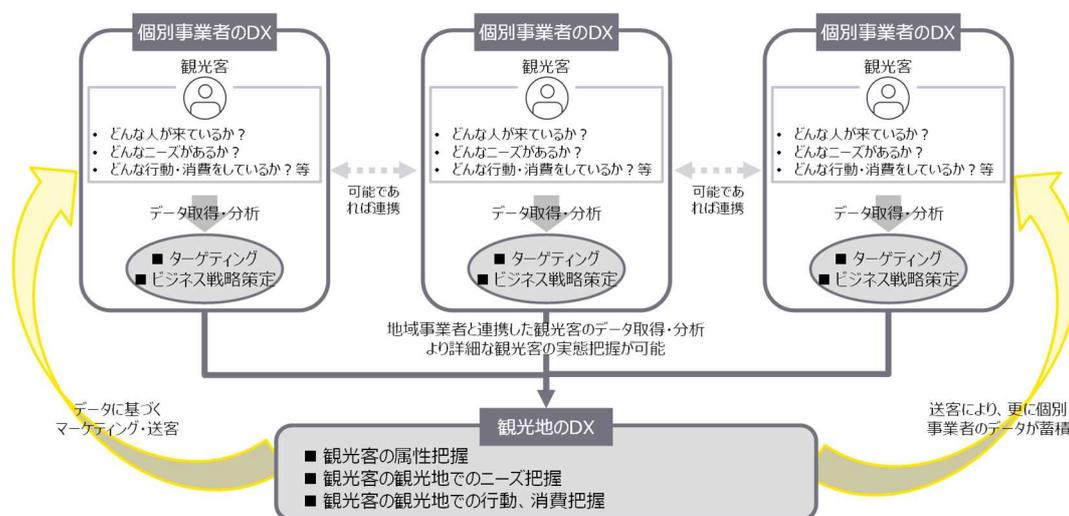
### (3) 観光分野におけるさらなるDX化による変革

上記のとおり、課題ごとに各主体がデジタル化を進めることに加え、さらに連携を強化することにより、相乗効果が期待でき、地域全体の収益を最大化することが可能となる。

各事業者は、来訪した観光客に関する様々なデータを取得・分析することで、ニーズ等に合った適切な商品やサービスの提供が可能となる。それに加えて、地域（観光地）全体で事業者が連携し観光客に関するデータを多面的に取得・分析することにより、より精度の高い観光客のニーズや行動・消費等が把握可能となる。地域（観光地）全体でDXを推進し、観光客に関するデータを分析・活用する仕組みを構築することで、効果的な観光地経営が実現できるようになると考えられる。

このような観光地経営ができるようになることで、地域内の資源の魅力を変えて知ること等により住民の地域への愛着や誇りが醸成されるほか、空き家の活用や移動の足の確保が進むこと等を通じ、地域の課題解決や生活環境全般の向上にもつながっていくものと考えられる。こういった連鎖の中で、地域内の生産額の向上や、雇用の質の向上等を実現し、「住まう価値」や「暮らしの価値」の変革につなげていくことが理想的である。

#### 個別事業者のDXから観光地のDXへ



Copyright © All Rights Reserved - EX Strategy and Consulting Co., Ltd. 2021

#### 観光分野におけるデジタル実装の課題と方向性

| 旅行者の利便性向上<br>周遊促進   | 観光地経営の高度化   | 観光産業の生産性向上  | 観光デジタル人材の育成・活用  |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>○デジタルサイネージ等による、リアルタイム性の高い情報発信</li> <li>○観光アプリを活用した、混雑回避・人流分散による消費拡大</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○旅行者のキャッシュレス決済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</li> <li>○DMP (データマネジメントプラットフォーム) の構築によるマーケティングの強化</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○顧客予約管理システム (PMS) による、情報管理の高度化、人員配置の効率化</li> <li>○非接触チェックイン・システム (感染防止対策にも貢献)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光地域づくり法人 (DMO) を中核に、デジタル人材を登用・育成</li> <li>○デジタル人材が、観光地域のデジタル化やマーケティング、観光産業経営におけるデータ活用等を主導</li> </ul> |

## コラムⅡ－6 デジタル技術を活用した地域周遊の実証実験の取組

### ○鹿島アントラーズサポーターを対象としたエリアマネジメントの実証実験

茨城県鹿嶋市は、悠久の歴史を誇る鹿島神宮、工業都市へと変貌させた鹿島開発、そして鹿島アントラーズによるスポーツ興行により、多くの観光交流を創出してきた。一方で日帰り客が多く、またスポーツ興行による渋滞問題が長年の課題となっているなど、「短い滞在時間」「低い観光消費額」等の問題を抱えている。

ここでは、情報の多様化や情報発信の高度化、ダイナミックプライシング等の技術開発により、地域周遊・観光消費等の行動変容を目指した取組を紹介する。

2021年（令和3年）11月、鹿島アントラーズのホームゲーム3回を対象に、地域周遊・消費促進・混雑回避のための実証実験を実施した。

実証実験では、カシマスタジアム周辺地域を中心とした茨城県内の飲食店・観光施設（計43店舗）にNFC<sup>26</sup>（近距離無線通信）タグを設置し、地域周遊・消費促進を目的としたスタンプラリー形式のデジタルサービスの特設サイト「しか旅」を開設した。これまで、1試合で約2万人訪れるサポーターは、スタジアムのみ滞り、試合終了後には一斉に帰宅していたことから、自家用車で訪れるサポーターをターゲットとして、近隣店舗での飲食や道の駅などでの買い物等の行動変容を促す取組として行ったものである。結果として、飲食店・観光施設に設置したNFCタグへのタッチ数は2,319回、スタンプラリーの周遊施設数に応じて交換できる鹿島アントラーズオリジナルグッズの交換回数は212回となり、期間中に100回以上の周遊を行ったヘビーユーザーも数名いたことが確認できた。

また、実証実験では、混雑回避を図るため、特設サイト内で、スタジアム内及び周辺道路の混雑状況の情報提供を行った。さらに、スタジアムコンコース内の店舗における待機列混雑状況により販売商品の価格変動を行うダイナミックプライシングにも取り組んだ。

今回の実証実験では、ターゲットに適したインセンティブ設計を行うとともに、渋滞回避にもつなげるための特定時間帯におけるポイント増加など、ライト層・ヘビー層の双方が参加しやすいゲーム感覚のコンテンツ設計を工夫したほか、参加店舗にとっても「店内にNFCタグを設置するのみ」という手軽なものとしたことから、地域周遊のきっかけを創出する取組として成果をあげることができた。



<sup>26</sup> 近距離無線通信 Near Field Communication の略。

## ○顔認証と周遊eチケットを融合した手ぶら観光に向けた実証実験

山梨県富士山エリアは、雄大な景色や多くの観光施設を有する日本を代表する観光地であるが、特定の観光施設のみを訪れて帰る観光客が多く、このエリアの魅力を最大限に活用しきれていないという課題がある。ここでは、各観光施設と移動手段とをシームレスにつなぐ仕組みとして、顔認証と周遊eチケットを融合した「手ぶら観光サービス」を構築することで、回遊性の向上と地域における観光収益の拡大を目指した取組を紹介する。

2021年（令和3年）11月から約2か月半、「富士五湖顔認証デジタルパス」として、富士急ハイランド1日フリーパス、山梨県富士山エリアの観光施設8施設の入場券、周遊バス4路線・鉄道5駅間の2日間使い放題券が1つになったチケットを販売した。同エリアは年間延べ4,000万人の観光客が訪れる有名観光地であるが、来訪者の平均訪問施設数は1.3か所（平成30年山梨県観光入込客統計調査報告書）であり、特定の観光施設のみに立ち寄って帰る観光客が多いため、上記施設・交通機関について全て顔認証により入場・決済が可能となる「手ぶら観光サービス」を提供することで回遊性を向上させ、一度の観光での訪問施設数の増加を目指した取組である。なお、顔認証は新型コロナウイルス感染症の影響下での生活習慣に合わせ、マスクをしたままでも認証可能となるよう、利便性に配慮した。

また、実証実験では、デジタルパスの販売に加えて、顔認証ログによる位置情報を活用し、顧客情報に応じたクーポン配信、天候や過去の実績に基づいた来場者予測から価格を設定するダイナミックプライシング、画像解析によるリアルタイムの混雑可視化、旅程のプランニング機能の構築等にも取り組んだ。

実証実験の結果として、デジタルパスは1,011枚を販売し、平均訪問施設数を3.4か所に伸ばすことができた（コラム図表Ⅱ-6-1）。また、回遊性の向上に資する周遊eチケットの設計と、複数の施設を効率的に回遊するための仕組みとして、特に顔認証（施設・交通利用、決済）、経路検索、混雑情報表示の機能との融合が有効であることが確認できた。



店舗での顔認証決済

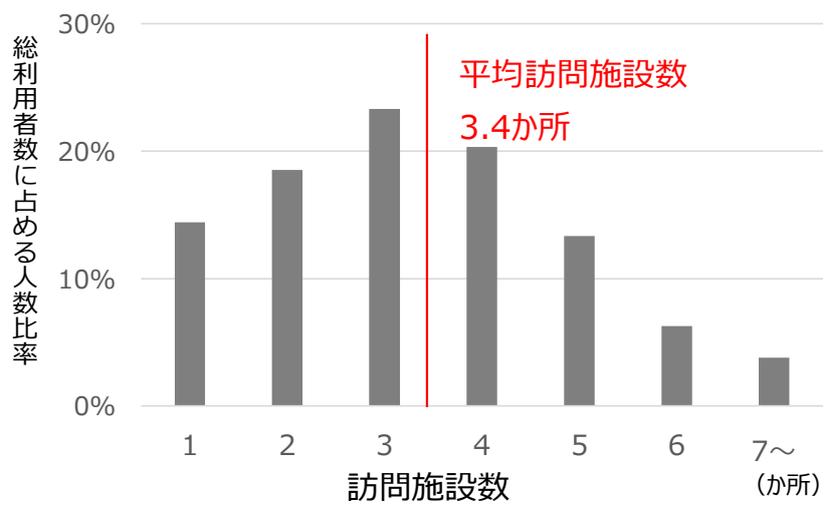


顔認証技術ウォークスルー型改札（鉄道）



旅程プランニング作成ツール

コラム図表Ⅱ-6-1 顔認証デジタルパス利用者の訪問施設数



資料：観光庁資料

注1：周遊バス、鉄道バスは含まれない。

## 第Ⅲ部 令和3年度に講じた施策

### 第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活

#### 第1節 感染拡大防止の徹底、国内需要の回復、観光産業の再生

##### 1 安全で安心な旅のスタイルの定着

宿泊施設、旅行業者、貸切バス等の観光・交通事業者による業種別ガイドラインの徹底を要請するとともに、宿泊事業者の感染症対策に資するサーモグラフィ等物品の購入経費や、ワーケーションスペースの設置、非接触チェックインシステムの導入等の前向きな投資に要する経費について各都道府県が行う補助に対し、財政的に支援した。

また、「新しい旅のエチケット」について、ワクチン接種後のマスクの着用や手洗い等、最新の状況等を踏まえた改訂（2021年（令和3年）11月）を行うとともに、観光・交通事業者等と連携して、周知の徹底を図った。

##### 2 Go To トラベル事業と地域観光事業支援

2020年（令和2年）に実施した「Go To トラベル事業」の課題を踏まえ必要な見直しを行った、「新たな Go To トラベル事業」について、その概要を2021年（令和3年）11月に公表した。

地域観光事業支援については、46道府県の実施する県民割事業について支援を行い、同年11月19日以降、支援対象とする都道府県の同意を得ることを前提に、準備の整った都道府県から「県民割」の対象に隣接都道府県を追加した。

さらに、2022年（令和4年）4月1日以降、支援対象とする都道府県の同意を得ることを前提に、「県民割」の対象に同一地域ブロック内の都道府県を追加した。

なお、「Go To トラベル事業」の給付金を不正に受給するなどした事業者に対しては、返金はもとより、加算金の徴収や「新たな Go To トラベル事業」への参加を認めないなど厳正に対応している。また、「新たな Go To トラベル事業」に向け、審査対象の拡大等の再発防止にも取り組んでいる。

##### 3 宿泊施設・観光地の再生

観光施設を再生し、更に地域全体で魅力と収益力を高めるため、宿泊施設、飲食店、土産物店等の地域の観光施設全体の高付加価値化改修や廃屋の撤去等を短期集中で強力に支援する新たな補助制度を創設し、2022年（令和4年）3月までに全国で230地域を支援した。

##### 4 宿泊施設・旅行業支援

宿泊事業者等が、異業種との連携や新たなビジネスモデルの導入等により、事業革新に資する取組を行っている事例を調査・分析し、さらに、そのノウハウを効果的に広報した。具体的には、宿泊施設がIoTを活用した健康アクティビティや専門家監修による健康食を提供することで、他社との差別化を図り、宿泊単価の大幅アップや日帰り利用客の増加に成功し、利益率向上につながった事例を広報した。

また、宿泊事業者の訪日外国人旅行者の対応能力向上のため、専門家によるアドバイス、デジタル化等を推進した。

さらに、観光産業における即戦力となる実務人材を確保・育成するため、湯田川温泉観光協会、蓼科観光事業者向け「女性活躍」支援策事業化協議会、黒川温泉観光旅館協同組合及び湯田中渋温泉郷人材開発協議会が実施する、キャリアアップ研修や地域内での休日託児の運営等を支援した。また、2022年（令和4年）3月には取組の横展開のためにオンラインセミナーを開催した。

##### 5 旅行需要の平準化

旅行需要の平準化のため、観光庁が関係省庁・民間企業とも連携し、積極的な休暇取得を促進した。

また、ワーケーション等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行の活用を促進すべく、40の企業と地域をマッチングし、双方の体制整備を行うモデル事業（トライアルプログラム）を実施した。さらに、企業のワーケーション導入に向けた気運を醸成するため、2022年（令和4年）3月に企業向けオンラインセミナーを開催した。

さらに、全国の国立・国定公園等を対象に、ワーケーション実施等のためのツアーやWi-Fi等の環境整備に係る補助事業の公募を行い、関連事業を含めて119件の案件を採択した。

加えて、「新たな Go To トラベル事業」において、平日における地域共通クーポンの付与額を上乗せす

る制度変更を行う旨の公表を 2021 年（令和 3 年）11 月に行った。

## 6 近隣観光の促進

観光需要の回復や地域経済の活性化に向けて多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を旅行者が体験できる観光コンテンツへ磨き上げる取組について支援した。

また、安心・安全な修学旅行等のための環境づくりを支援するとともに、各学校設置者等に対し、感染防止策の確実な実施や保護者等の理解・協力を前提にした修学旅行等の実施に向けた配慮を依頼したほか、東日本大震災の経験を踏まえた「震災・防災・減災学習」に係るコンテンツ等、教育旅行向けコンテンツの造成を支援した。

### 第 2 節 魅力ある観光地域とコンテンツ造成

#### 1 域内連携促進事業

観光事業者や観光地域づくり法人（DMO）と、交通事業、漁業、農業、地場産業等の多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を磨き上げる取組について、全国で 415 件を支援するとともに、その事業成果について、シンポジウム等を通じて情報発信した。

#### 2 アドベンチャーツーリズムの推進

アドベンチャーツーリズムに取り組む地域関係者に向けたナレッジ集を作成し、2022 年（令和 4 年）3 月に公表するとともに、地域の観光コンテンツを活用したモデルツアーの造成（21 件）、コンテンツの発掘・磨き上げのための実証（12 件）、体験に必要な物品等の購入補助（16 件）を実施した。

また、日本政府観光局のアドベンチャーツーリズムウェブサイト等にて情報発信を行うとともに、アドベンチャートラベルワールドサミット（2021 年（令和 3 年）9 月・オンライン開催）や Adventure ELEVATE（同年 11 月・米国アリゾナ州）のイベントへの参加等により、ガイド等の人材育成・確保と併せて発掘・磨き上げを行った観光コンテンツ等を海外に売り込んだ。

#### 3 スノーリゾート

観光地域づくり法人（DMO）等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」に位置づけられたアフタースキーのコンテンツ造成等の着地整備や搬器の更新、IC ゲートの導入等の取組を支援した。

#### 4 国立公園満喫プロジェクト

「国立公園満喫プロジェクト」において、夜間・早朝の体験型コンテンツ開発、川湯温泉（阿寒摩周国立公園）等における廃屋撤去等の景観改善、慶良間諸島国立公園におけるビジターセンターの整備と民間カフェ・物販を含めた民間の管理運営等を実施し、自然を満喫できる上質なツーリズムの実現とブランド化を図った。

#### 5 文化観光拠点・地域の整備

「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和 2 年法律第 18 号）」に基づき、16 件の計画を認定したほか、日本遺産については、2015 年度（平成 27 年度）に認定された 18 地域に対して総括評価・継続審査を行い、重点支援地域の選定等により日本遺産の底上げを図った。

また、「ウィズコロナに対応した文化資源の高付加価値化促進事業」及び「上質な観光サービスを求める旅行者の訪日等の促進に向けた文化資源の高付加価値化促進事業」により 56 件を採択し、文化資源の高付加価値化を促進した。

さらに、三の丸尚蔵館収蔵品の地方展開については、国民文化祭の開催県である宮崎県や和歌山県を含む、計 5 か所で特別展を開催するとともに、個別の作品貸与を行うなど、収蔵品の公開拡充を進めた。

加えて、「日本博」では 146 件の事業を採択し、うち 105 件の事業を認証し（2021 年（令和 3 年）12 月末時点）、事業を全国展開するとともに、「日本博」の事業において表現される様々な「日本の美」を、美しい映像、VR、画像等のデジタルコンテンツ（同年 11 月末時点で 453 点を掲載）を通じてバーチャルの世界で体験することができる「バーチャル日本博」を同年 8 月に開設し、国内外への発信を強化した。

#### 6 歴史的資源の宿泊施設等へのコンバージョン等

「城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業」において、有望な地域に専門家を派遣し、事業立ち上げの

初動を支援した。

また、滞在環境整備、体験コンテンツの造成及び新型コロナウイルス感染症対策を支援し、日本ならではの文化体験ができる体験型宿泊コンテンツとして、海外に向けた魅力発信・誘客促進について取り組んだ。

さらに、農泊を起点とした古民家等を活用した宿泊施設や地域食材を活用した食事等の農山漁村体験等を満喫できるコンテンツや、アウトドア、武道、アーバン等のスポーツを生かしたモデルツアーの実施や体験コンテンツを造成した。

## 7 地方公共団体等が保有する観光施設等

全国各地における寺や庭園、温泉等を巡る文化観光ツアー等、地域の観光施設を活用したコンテンツ造成を支援した。また、地方公共団体等が保有する観光施設等について、民間活力導入等による収益力や魅力の向上等を図る場合の施設改修支援を行った。

## 8 食文化

観光体験や地場産品をはじめとしたお土産等に対する消費意欲を創出し、来訪意欲の増進を図るため、オンライン技術を活用した観光コンテンツ造成等の実証事業を12件行った。

また、日本産酒類の認知度向上等を図るため、2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会（「東京2020大会」）、酒蔵ツーリズム等を活用した情報発信に取り組んだ。

さらに、日本各地の食及び食文化を深く知ることができる食体験を募集・表彰する「食かけるプライズ2021」を実施し、表彰された食体験について、磨き上げや海外への情報発信等の支援を実施した。

## 9 観光サービスにおけるDXの推進

デジタル技術と観光資源等とを複合的に組み合わせることで、観光コンテンツの磨き上げや観光地経営の高度化を図り、観光客の体験価値向上や観光消費額増加を実現するため、これまでにない観光コンテンツやエアーマネジメントの創出に向けた実証事業を5件実施した。

## 10 受入環境の整備

訪日外国人旅行者がストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備を図るため、観光地等における多言語対応、無料Wi-Fiの整備、キャッシュレス化、バリアフリー化等の支援を34地域で実施した。また、国立公園等及び文化財の多言語解説整備等を69地域で実施したほか、国宝（建造物）地域及び国立公園地域を含む32地域において、訪日外国人旅行者にとって分かりやすく魅力的な英語解説文の作成支援を実施した。

訪日外国人旅行者の急増等に対応するため、税関職員165人を増員するとともに、X線検査装置等の取締・検査機器の配備を実施した。

また、入国旅客等の関税等のキャッシュレス納付については、2021年（令和3年）7月にスマートフォン決済アプリによる納付、2022年（令和4年）2月にクレジットカードによる納付を導入した。

さらに、出入国審査業務の充実強化として、入国審査官175人を増員するとともに、空海港施設の供用開始に伴い、東京国際クルーズターミナル、平良港ターミナルにおいて、審査端末機器の増配備を実施した。

加えて、航空保安検査の円滑化を図りつつ厳格化を図るため、ボディスキャナー等の先進的な保安検査機器の導入推進を図った。空港地上支援業務については、労働力不足により訪日外国人旅行者の利便性が損なわれないように、人材確保のための対策を実施した。具体的には、特定技能制度による外国人材受入のため、企業の受入に関する意向等を調査し、試験実施機関による特定技能試験を東京都内で4回実施したところ、合計で約300名の受験があった。

## 11 観光地域づくり法人（DMO）等によるデジタル技術の活用

一般社団法人秋田犬ツーリズム、一般社団法人吉野ビジターズビューロー、一般社団法人高知県東部観光協議会の3つの観光地域づくり法人（DMO）において、地域の観光事業者と連携して、宿泊施設、観光施設等における観光客のデータを継続的に収集・分析し、データに基づいた戦略を策定し、実施する仕組みづくりの実証事業を行った。また、モデル地域以外の地域でも同事業の成果が活用されるよう、周知・

説明活動を行った。さらに、旅行商品の OTA<sup>1</sup>への掲載による流通環境整備の取組を支援した。

## 12 訪日プロモーション等

高付加価値なサービスを求める観光客を取り込むよう、コンテンツ造成、ビジネスジェットの利用改善、商談会への出展、高付加価値旅行者層への情報発信等の訪日プロモーション等に取り組むとともに、高付加価値な宿泊施設の誘致に意欲的な全国9地域の自治体等を選定し、整備が進むよう民間関係者を引き合わせる（マッチング）モデル事業と高付加価値旅行者への対応力強化に向けた人材育成事業を実施した。

## 13 航空・空港の経営基盤強化、航空イノベーションの推進、空港等の機能強化

航空会社、空港会社等に対して、資金繰り支援、雇用調整助成金等による支援に加え、空港使用料、航空機燃料税の大幅な減免、無利子貸付等による支援等、航空・空港の経営基盤強化に向けて強力な支援策を講じるとともに、航空イノベーションの推進や空港等の機能強化を図った。

## 14 クルーズを安心して楽しめる環境整備

都道府県等の衛生主管部局を含む地域の協議会等における合意を得た上でのクルーズ船受入、水際・防災対策連絡会議を通じた情報共有体制の構築、クルーズ船受入訓練を促進した。

また、感染状況等を踏まえ、業界団体が作成した国内クルーズガイドラインの改訂を支援するとともに、船内の衛生対策、クルーズ船の航行の安全性の検証、上質かつ多様なツアーメニューの造成等を支援するなど、クルーズを安心して楽しめる環境づくりを推進した。

## 第3節 インバウンド等の段階的回復

### 1 日本政府観光局による安全・安心な旅行環境の整備

日本政府観光局のウェブサイトにおいて、訪日旅行の不安払拭に向けた情報を届ける新設ページを2021年（令和3年）4月に公開し、情報発信を行った。また、日本政府観光局のウェブサイト・SNS等を通じ、入国規制の情報やステイホームで楽しめる訪日コンテンツ等について情報提供を行った。

また、小規模分散型パッケージツアーの実施に向けて準備を進めていたが、新型コロナウイルス感染症拡大による水際措置として、外国人の新規入国停止等の措置がとられたことから、実施には至らなかった。

### 2 日本政府観光局による地方への誘客強化

アジア市場のリピーター層に訴求するため、2021年（令和3年）10月からオンライン広告を実施し、特定ウェブサイト等への誘引を行った。また、日本政府観光局において、地域から募集した観光コンテンツの精査・選定を実施し、欧米豪、中国、韓国、香港、台湾、タイ市場向けに各75件、計450件を多言語ウェブサイト「Experiences in Japan」に掲載した。さらに、地域が作成した記事・動画等のデジタルコンテンツを募集し、日本政府観光局のオウンドメディアにて計240件発信した。

### 3 安全・安心なアウトバウンドのための環境整備

アウトバウンドの段階的復活に向けて、新型コロナウイルス感染症拡大により大きな影響を受けた海外教育旅行の再開・回復を中心に感染防止対策を含む安全・安心な旅行を実施するための情報を整理し、観光庁が関係省庁をはじめ観光業界、各国・地域の観光当局等と連携しながら国内における普及・啓発活動を展開するための情報発信ウェブサイトを作成した。

<sup>1</sup> Online Travel Agent の略。インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

## 第2章 観光立国の実現に向けた観光施策

### 第1節 外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

#### 1 観光地

##### (1) キャッシュレス環境の飛躍的改善

###### a) 海外発行カード対応 ATM 設置の取組

銀行に対し、ATM 設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を促した。また、地方銀行に対しても、ATM 設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を促した。

さらに、海外発行カード対応 ATM の所在地等の情報を、引き続き日本政府観光局ウェブサイト・アプリで提供した。

###### b) キャッシュレスによる店舗等運営変革促進事業

キャッシュレス決済の更なる普及促進に向けて、キャッシュレス決済のコスト構造分析や、キャッシュレス決済を店舗に導入するメリットの定量化のための調査を 2021 年度（令和3年度）に実施するなど、中小店舗がキャッシュレス決済を導入しやすい環境整備に向けた検討を行った。

###### c) 安全・安心なクレジットカード利用環境の整備

安全・安心なクレジットカードの利用環境の整備を目的に、2021 年（令和3年）4月に改正法が施行された「割賦販売法（昭和36年法律第159号）」に基づき、拡大されたクレジットカード番号等の適切な管理の義務対象者を含めて、適切な監督・指導を行った。

セキュリティ対策については、「クレジット取引セキュリティ対策協議会」において同年3月に改訂された「クレジットカード・セキュリティガイドライン」に基づき、決済代行業者等のクレジットカード関係事業者にも PCI DSS<sup>2</sup>の準拠等を求めるなど、セキュリティ対策の取組を推進した。

##### (2) 通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

###### a) 通信環境の飛躍的向上

###### ①Wi-Fi 環境の整備による災害時の情報伝達手段の確保

2021 年度（令和3年度）の「防災等に資する Wi-Fi 環境の整備計画」の各地方公共団体への調査によれば、2021 年（令和3年）10月1日時点で防災拠点等3万か所に Wi-Fi 環境が整備済みとなった。

###### ②共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いた無料 Wi-Fi スポットの情報発信

観光案内所、宿泊施設、公共交通機関、観光地、「道の駅」における無料 Wi-Fi 環境の整備を支援するとともに、地方公共団体、事業者等に対し、共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いたウェブサイトへの登録やステッカーの掲出の働きかけを引き続き実施し、情報発信の強化を図った。

（ウェブサイトへの登録スポット数：2022 年（令和4年）3月末時点、約14万2千件）

###### ③プリペイド SIM の販売促進等による通信環境全体の改善

「スイッチング円滑化タスクフォース」報告書を踏まえ、「eSIM<sup>3</sup>サービスの促進に関するガイドライン」を 2021 年（令和3年）8月に策定し、eSIM 導入の促進を図った。同年9月には国内の全ての移動通信事業者（MNO）における eSIM サービスの提供開始が実現された。

引き続き、日本政府観光局のウェブサイト SIM カード・モバイル Wi-Fi ルーターの販売拠点一覧を掲載するとともに、訪日外国人旅行者が情報を円滑に収集・発信できる環境の整備を支援した。

###### b) 多言語翻訳技術の高度化等の推進

ビジネス及び国際会議における議論の場面にも対応した AI による多言語同時通訳の実現及び重点対応言語の拡大等のための研究開発に引き続き取り組んだ。

また、地域の小売店等における多言語音声翻訳システムの活用を含めたまちなかにおける受入環境の面的整備を進めた。

<sup>2</sup> Payment Card Industry Data Security Standard の略。カード情報を取り扱う全ての事業者に対して国際ブランド（VISA、Mastercard、JCB、American Express、Discover）が共同で策定したデータセキュリティの国際基準。

<sup>3</sup> スマホの端末内に SIM が内蔵されている「本体一体型の SIM」のこと。

**c) 観光地の「まちあるき」満足度の飛躍的向上**

訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等において、まちなかにおける面的な受入環境を整備した。

**d) 観光案内拠点の充実**

AIチャットボットや多言語翻訳機器等の整備、非常用電源等の導入を支援することにより、観光案内所の充実を図った。

また、「道の駅」第3ステージとして、キャッシュレスの導入推進や外国人観光案内所の日本政府観光局認定取得等のインバウンド対応の強化を推進した。

**e) 公衆トイレの洋式便器の整備及び機能向上**

観光地周辺に地方公共団体や交通事業者等が設置する公衆トイレの洋式便器の整備及び清潔等機能の向上を促進した。

**f) ムスリム対応等の更なる強化**

ムスリム旅行者に対応した飲食店におけるメニューの多言語化等の受入環境整備を促進した。

**g) 訪日ベジタリアン・ヴィーガンの受入環境整備**

ベジタリアン・ヴィーガン旅行者への情報発信の強化を図るため、その現状等を調査・分析した。

**h) シェアサイクルの導入**

全国シェアサイクル会議を開催し、地方公共団体及び事業者へ情報発信を行うことにより、シェアサイクルの導入促進に努めた。

**i) 「道の駅」の通信環境等の整備**

「道の駅」1,193 駅のうち、2021 年（令和3年）7 月末時点で電気自動車（EV）充電施設を 877 駅で整備した。災害時には訪日外国人を含む利用者及び地域住民に、被災状況や支援活動の情報提供を行った。

**j) 受入環境向上に向けた調査の実施**

新型コロナウイルス感染症の影響等を含む最新の旅行動向に鑑み 2022 年度（令和4年度）以降に実施を見送った。

**k) データ連携促進型スマートシティの推進**

「データ連携促進型スマートシティ推進事業」について、2021 年（令和3年）8 月に合同審査会を実施した上で地方公共団体等9 団体に交付決定を行い、「スマートシティリファレンスアーキテクチャ ホワイトペーパー」を参照したデータ連携基盤（都市 OS<sup>4</sup>）の整備を推進した。また、各種講演において成果の情報発信及び水平展開を促した。

**(3) 「道の駅」を核とした地域振興**

**a) 重点「道の駅」における支援**

重点「道の駅」において、次世代観光拠点の形成の取組等を関係機関が連携して重点的に支援するため、複数の関係機関の制度の活用等について、協議会等を通じ、ワンストップで相談対応等を行った。

**b) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進**

「道の駅」において、周辺の農林漁業者等と連携しながら地域の特産品を活用した商品の開発・販売を行うなど、6次産業化を促進するとともに、あらゆる世代が利用できる地域センターとしての機能を強化した。

**c) 「道の駅」と観光関係団体の連携**

「道の駅」が旅行者となり着地型旅行商品の販売を自ら行うとともに、民間企業や観光地域づくり法

<sup>4</sup> 都市に関わる様々なデータについて、センサー等の端末からアプリケーションまでデータを流通させる機能を持ったプラットフォームのこと。

人（DMO）、風景街道等と連携した取組を進めることにより、第3ステージ「地方創生・地域の観光を加速する拠点」としての機能強化を図った。

#### d) 地域における「道の駅」のインバウンド受入拠点機能の強化

訪日外国人旅行者の利用が多い、又は今後の増加が見込まれる「道の駅」における多言語対応及び観光案内所の整備等の取組を支援した。

### (4) 日本の良好な治安等を体感できる環境整備

#### a) 防犯・防災等に資する情報のインバウンド対応の強化

訪日外国人旅行者等と警察職員とのコミュニケーションを支援するため、都道府県警察宛の通達等により、多言語翻訳機能を有する装備資機材の積極活用及び操作の習熟を図るよう指示し、取組の更なる促進を図ったほか、外国語による対応が可能な警察職員の配置、語学研修をはじめとする各種教養を実施した。

また、訪日外国人旅行者等が容易に各種情報等を入手できる環境整備を図るため、遺失届・拾得物の受理時に用いる各種様式の外国語併記等、外国語による対応の促進、防災・防犯等に資する情報の外国語による提供を実施した。

さらに、警察庁ウェブサイト（英語版）に掲載する我が国警察に係る制度、活動等に関する情報をアップデートしたほか、より伝わりやすい外国語表現の使用に努めるなど、外国語による情報発信の強化を図った。

加えて、三者通話に対応可能な通訳人の拡充を図るため、緊急時に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるよう訓練を継続的に実施した。

また、「防災ポータル」について、海外や国内に対し、防災情報の発信を行うため、防災情報に関する外国語訳の追加や防災情報の拡充等コンテンツを充実させた。

さらに、国土交通省ウェブサイトにおいて、英語により雨の状況や川の水位、カメラ映像等をリアルタイムで提供している「川の防災情報 英語版」について、訪日外国人旅行者が避難に必要な情報をいち早く入手し、主体的な避難につながるよう引き続き運用した。

加えて、電話通訳センターを介して通信指令員や救急隊員等と外国人との会話を交互に通訳するための三者間同時通訳について、調査により都道府県の取組及び各消防本部における導入実態を把握するとともに、その結果を見える化し公表するなどして、導入の促進を図った。

※2021年（令和3年）6月1日時点において、全国724消防本部中647本部導入（89.4%）

#### b) 救急活動時における多言語音声翻訳アプリの活用の促進

あらゆる機会を通じて実際の導入事例等を紹介するとともに、「救急ボイストラ<sup>5</sup>」の活用状況の調査を実施したほか、各消防本部における導入実態を把握し、その結果を都道府県別に導入率を見える化し、導入の促進を図った。

また、「救急ボイストラ」は、2022年（令和4年）1月1日時点で、全国724消防本部中671本部（92.7%）で導入された。

#### c) 熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供

2021年（令和3年）8月、「訪日外国人のための救急車利用ガイド（多言語版）」について、活用状況調査を実施した。

また、都道府県及び消防本部に対し、各種媒体を通じて積極的に周知を図るよう依頼したほか、訪日外国人旅行者向け災害時情報提供アプリ「Safety tips」及び出入国在留管理庁監修の「生活・就労ガイドブック」に掲載し、引き続き、関係省庁等が連携し、より効果的な広報活動を実施した。

<sup>5</sup> 外国人傷病者への救急対応を迅速に行うための多言語音声翻訳アプリ。

#### d) 防災・気象情報の多言語化

2021年(令和3年)4月に「外国人のための減災のポイント」、同年6月に「新たな避難情報」に関する15言語に対応したポスターを作成し、出入国在留管理庁ウェブサイト等を通じて周知を行った。また、避難情報に関するガイドラインの改定に併せて同年6月に多言語辞書の改定、同年8月には「Safety tips」への反映を行った。



多言語に対応した防災関連のポスター

#### e) 非常時における訪日外国人旅行者の安全・安心の確保に向けた取組強化

2020年度(令和2年度)に作成した非常時の訪日外国人旅行者対応マニュアル等の指針に基づき、「観光危機管理計画」及び「危機対応マニュアル」の策定を支援するとともに、実務者向けに手引きを作成し周知を図った。

#### f) 「東京2020大会」に向けた多言語対応の推進

ターミナル駅等における案内サインの改善や道路標識の改善、宿泊施設・飲食店の多言語化、ピクトグラム作成等、各分野において多言語対応に向けた取組を推進した。

#### g) 災害時における旅行者の避難受入等に対する協力要請

宿泊関係団体及び地方公共団体の避難者受入に関する協定の締結を促すとともに、協定締結等に向けた協議や避難者受入の連携体制構築の依頼があった場合は積極的に応じるよう要請した。

#### h) 訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制の強化

「地方消費者行政強化交付金」の活用等により、消費生活センター等への通訳派遣を行うなど、地域における消費生活相談に係る体制の充実を図った。

また、独立行政法人国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」において、訪日外国人旅行者の消費者トラブルへの相談対応を行った。さらに、2021年(令和3年)7月1日に「訪日観光客消費者ホットライン」専用ウェブサイト及び多言語チャットボットを開設し、多言語による公表及び関係機関に情報提供を行ったほか、FAQや「お役立ち情報」についてコンテンツの充実を図り、訪日外国人旅行者への情報提供を行った。



左:「訪日観光客消費者ホットライン」  
専用ウェブサイトの画面イメージ(トップページ)(英語版)

右:「訪日観光客消費者ホットライン」  
多言語チャットボットの画面イメージ(英語版)

#### i) 外国人運転者にも分かりやすい道路標識の整備

2017年度(平成29年度)に英語を併記した規制標識の整備が可能となったことから、これらの道路標識を更新等に併せて順次整備した。2021年度(令和3年度)末時点で、171,252枚の規制標識「一時停止」に英字が併記されている。



英字を併記した「一時停止」標識

#### j) 緊急速報メールを活用した洪水情報のプッシュ型配信

水災害時に国内旅行者が円滑かつ迅速な避難を主体的に実施するために必要な情報をいち早く入手できるように、スマートフォンを活用したプッシュ型の洪水情報提供について、適切に配信できるよう運用を図った。

## (5) 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

### a) 景観計画等の策定促進及び無電柱化の推進

#### ①景観計画策定や建築物等の改修・除却支援による魅力ある観光地づくりの推進

主要な観光地において景観計画策定が促進されるよう、景観改善推進事業の活用についての全国の地方公共団体を対象としたセミナーを都道府県単位で開催した。また、「景観計画策定の手引き」や「歴史的風致維持向上計画作成マニュアル」等の周知・徹底を図った結果、2021年度(令和3年度)は新たに15市区町村で景観計画が、1都市で歴史的風致維持向上計画が策定された。

歴史的風致維持向上計画認定都市(87都市)のうち観光庁が指定する特定観光地を対象に、歴史的なまちなみを阻害する建築物等の美装化・除却に対して支援し、歴史的なまちなみ全体の質の向上を推進した。

#### ②「居心地が良く歩きたくなる」まちなかでの景観形成の促進

景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上を図るため、「まちなかウォークアブル推進事業」やウォークアブル推進税制等を活用し、「居心地が良く歩きたくなる」空間の創出と併せて景観整備を実施し、良好な景観形成を推進した。

#### ③歴史まちづくり法の重点区域等での無電柱化の推進

観光地等における良好な景観の形成や観光振興のため、2021年(令和3年)5月に策定した新たな無電柱化推進計画に基づき、個別補助制度による地方公共団体への支援、緊急輸送道路や幅員が著しく狭い歩道等の新設電柱の占用禁止、低コスト手法の普及拡大、事業のスピードアップ等を図ることにより、「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律(平成20年法律第40号)」「(歴史まちづくり法)に基づく重点区域や「文化財保護法(昭和25年法律第214号)」に基づく重要伝統的建造物群保存地区等で無電柱化を推進した。

### b) 国営公園の魅力的な景観等を活用した観光地の魅力向上

各国営公園において、案内サインや券売機等の多言語化等の環境整備、海外への情報発信等を行った。また、「首里城正殿等の復元に向けた工程表」に基づき、首里城正殿の復元に向けた設計や木材の調達等を実施した。

### c) 美しい自然・景観等の観光への活用

#### ①森林景観を生かした観光資源の整備

国有林野にある「レクリエーションの森」のうち、温身平風致探勝林等において案内看板の多言語化、蛇谷風景林等において歩道整備等の重点的な環境整備に取り組んだほか、赤沢自然休養林等において駐車場舗装等の既存施設のレベルアップを図った。また、「日本美しの森 お薦め国有林」の魅力をわかりやすく伝えるため、大和三山風景林等の見どころ等を動画及び写真によりSNSを通じて発信した。

#### ②「日本風景街道」の取組等の推進

2022年(令和4年)3月末時点で144ルートが「日本風景街道」として登録されており、道路空間を活用した地域の人々による植樹・植栽、清掃活動等、道路を活用した美しい景観形成や地域の魅力向上に資する活動を実施した。また、「道の駅」において日本風景街道の取組を紹介するなど「道の駅」との連携を実施した。

#### ③次世代自動車等の導入促進

地域の計画と連携して、環境に優しい次世代自動車等の集中的導入を図る事業等を対象として、車両・充電設備の費用の3分の1の補助を行い、910台の次世代自動車の導入を支援した。

#### ④離島・半島の地域資源を活用した新たな観光振興

離島地域にある資源を活用し、未来を担う子供・若者及び旅行者らが離島へ向かう流れをつくる「島風構想」を推進するため、「離島活性化交付金」においてウェブサイト、SNS等を活用して離島の情報を発信するなどの取組を実施する地方公共団体を継続的に支援した。また、2021年度(令和3年度)に「半島振興広域連携促進事業費補助金」にて17地方公共団体に交付決定を行い、あわせて、半島地

域の強みを生かした新しい観光の速やかな実現を目指し、新しい生活様式に対応した半島地域創生モデルの構築、ガイドライン作成及び人材育成を実施した。

#### d) 奄美群島及び小笠原諸島における観光産業等の振興及び交通アクセスの改善

奄美群島では、奄美及び沖縄の世界自然遺産登録を見据えた観光振興のため、旅行者への PR・モニター事業、沖縄等からの航路・航空路の特別運賃割引等への支援を実施した。また、小笠原諸島では、父島二見港の岸壁改良等の港湾の整備、自然公園の施設整備・改修、自然ガイドの育成、訪日外国人旅行者の実態・ニーズの調査等への支援を実施した。

#### e) 河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

「河川敷地占用許可準則の特例」や「かわまちづくり支援制度」等により、河川区域における民間事業者によるオープンカフェや川床の設置を制度面から支援し、河川空間及びまち空間の融合による良好な水辺空間の形成を推進した。

#### f) 明治記念大磯邸園の整備の推進

明治記念大磯邸園について、2025 年度（令和 7 年度）中の整備完了に向け、旧大隈別邸・陸奥別邸跡の邸宅修繕等を実施した。

### (6) 民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進

#### a) 観光バスの駐停車対策

全国駐車場政策担当者会議において、観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組事例を紹介するとともに、「社会資本整備総合交付金」等による支援について周知した。また、容積率緩和制度を活用したバス乗降場等の整備に取り組む自治体の相談等（2 件）に対応した。

#### b) 都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築

地方公共団体を対象とした説明会等において公募設置管理制度（Park-PFI）<sup>6</sup>等の活用事例や普及啓発等を行い、民間資金を活用した地域の観光拠点等となる都市公園の整備等を推進した。



公募設置管理制度（Park-PFI）の活用事例

#### c) 都市公園内への観光案内所等の設置促進

官民連携まちづくりポータルサイトで観光案内所等を都市公園内に設置できる占用特例制度を紹介するなど、活用の促進を図り、地域の魅力や回遊性の向上を促進した。



都市公園の占用のイメージ

#### d) グローバル企業のビジネス活動を支える会議施設等の整備への支援

2021 年度（令和 3 年度）末時点で 5 件の国際会議場及び文化芸術施設といった国際競争力強化施設を整備する民間事業者に補助を実施した。

#### e) 拠点駅及びその周辺における統一的な案内サインの整備等の支援

地方公共団体、交通事業者及び都市開発事業者等に対し、統一的な案内サインの整備等に係る事例や支援制度について周知し、分かりやすく使いやすい歩行空間ネットワーク等の構築を促進した。

#### f) 日本の都市の魅力を海外に発信する取組の推進

「東京 2020 大会」期間中に東京都が主体となって行う都市づくりに関する情報発信の取組や、大阪

<sup>6</sup> 飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置と、同施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度のこと。

府大阪市中之島地域における地域未来ビジョンに関する情報発信の取組に係る経費への一部補助を行った。

#### g) 道路空間と観光の連携の推進

ほこみち（歩行者利便増進道路）制度については、2022年（令和4年）3月末時点で、国や全国21の自治体により計68区間で指定されており、賑わいのある道路空間の構築を推進した。

道路協力団体については、同年3月末時点で、直轄国道において40団体を指定しており、道路空間を利活用する団体との連携を推進した。

#### h) 文化観光を推進するための受入環境整備

「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和2年法律第18号）」に基づき認定された観光地や拠点を含む地域における多言語対応、Wi-Fi及びトイレの洋式化の受入環境整備に係る取組を支援した。

### (7) 宿泊業の生産性向上推進

「中小企業デジタル化応援隊事業」により、デジタル活用を希望する中小企業（宿泊業を含む）に対し、民間のIT専門家によるハンズオン支援費用の定額補助を通じたデジタル化の支援を2021年度（令和3年度）までに累計約17,000件実施した。

また、宿泊事業者の訪日外国人旅行者対応能力向上のため、専門家によるアドバイス、デジタル化等を推進した。さらに、全国の大学における地域の特色を生かしたリカレントプログラムの実施を支援することにより、地域の観光産業に従事する人材のスキルアップを図るとともに、観光庁がこれまでに支援した14大学で集まる全体会議や合同研修を実施した。

### (8) 産業界ニーズを踏まえた観光人材の育成・強化

#### a) トップレベルの経営人材の育成

2021年度（令和3年度）も引き続き、産官学連携による協議会を1回実施し、国内における観光MBAの状況や観光産業の経営や人材に関する課題、リカレント教育に求めることに関して意見交換を実施した。結果はとりまとめて観光庁ウェブサイトに掲載した。

#### b) 観光の中核を担う人材育成の強化

地域観光の中核を担う人材育成の強化を図るため、2020年度（令和2年度）までに全14大学にて観光庁が支援してきた社会人の学び直しのための教育プログラムをブラッシュアップし継続提供した。また、持続的なプログラム実施体制の支援、リカレント教育の開発・実施をしていくために必要となる指針等の作成に着手した。さらに、「地域の観光産業の中核人材の育成事業」において2019年度（令和元年度）以前の採択校（愛媛大学・滋賀大学・北陸先端科学技術大学院大学）に対し、受講生の受講後の効果を測る調査を行い、結果をとりまとめて、観光庁ウェブサイトに掲載した。

2021年（令和3年）4月に観光分野を扱う専門職大学及び専門職短期大学が開学した。これらの新設大学を含む専門職大学等に対し、学生の入学状況、教員の就任状況等の報告を求め、大学設置・学校法人審議会大学設置分科会において調査を実施し、充実や改善が望まれる事項等を、2022年（令和4年）3月に公表した。

また、専門職大学制度が認知されるよう、2021年度（令和3年度）は、4月にパンフレットを刷新し、高校教員等が参加する会議等においてパンフレットの電子媒体を7回にわたり配信したほか、制度の説明を4回行った。さらに、引き続き文部科学省のウェブサイトやYouTubeでの動画配信等による広報活動を実施した。

#### c) 即戦力となる地域の実践的な観光人材の確保・育成強化

需要増加が見込まれる観光産業の即戦力となる実務人材について、採択した全国4地域において、従来型の勤務体制の見直し等による女性・就職氷河期世代等の人材確保や育成に向けた取組を支援した。さらに、宿泊業における外国人材の採用、活用等が円滑に進むよう、外国人材の雇用を検討する宿泊施設等、宿泊業での就労を検討する外国人材等を対象とした制度周知セミナー及びマッチング会を実施した。

2020年度（令和2年度）に作成した観光人材育成プログラムや教材、効果的な教育手法等について、

専修学校と産業界が連携し、地域において観光人材に求められる知識や技能等の観点から評価・分析を行い、それに応じたプログラム等の見直しを行った。また作成したプログラム等の全国普及を見据え、公開講座を開発・実施した。

**d) 国家戦略特別区域制度を活用したクールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進**

国家戦略特区において、関係地方公共団体からの提案に基づき、一定の要件を満たす場合に、クールジャパン・インバウンド分野の外国人材の受入を可能とする特例について、提案の受付を継続して行った。

**e) 通訳ガイド制度の充実・強化**

語学力、接客力に優れた全国通訳案内士を講師として地域へ派遣し、宿泊事業者等の地域の観光人材に対して研修を行い、地域のインバウンド対応能力の向上に取り組んだ。

また、観光コンテンツの体験価値を高めるため、訪日外国人旅行者に対して質の高いガイドランスが可能な通訳案内士を確保・育成するため、通訳案内士の業務や魅力を伝える動画による情報発信等を行った。

**(9) 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供**

**a) 旅館等のインバウンド対応の支援**

2022年(令和4年)3月末時点において、旅館、ホテル等宿泊施設における訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上に加え、新型コロナウイルス感染症対策に関する取組の支援を23件行った(費用の3分の1を補助(上限150万円))。

**b) 海外の観光関連企業の日本進出・事業拡大支援**

日本貿易振興機構(JETRO)においては、海外の及び既に日本に進出している外資系の有望な観光関連企業に対し、市場情報や日本企業とのビジネス機会等の提供、地域の情報発信等、日本への進出・事業拡大の支援を行った。

特に、外国企業と地域とのマッチングイベントである、「JETRO Business Connect 2021」の対象分野にトラベルテックを据え、新型コロナウイルス感染症の影響を経て重要性が増した、デジタル技術を用いた観光産業振興の観点から、北海道、京都府の2自治体と連携し、外国企業・外資系企業とのビジネスマッチングを実施した。

**c) 宿泊施設等のバリアフリー化促進**

2022年(令和4年)3月末時点において、高齢者、障害者等を含めた訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を図るため、旅館・ホテル等の宿泊施設におけるバリアフリー化への支援を、68件行った(費用の2分の1を補助(上限500万円))。

**d) 既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業**

観光需要の回復を見据え、短期集中で観光地を再生し、地域全体で魅力と収益力の向上させるため、2021年(令和3年)8月までに全国で230案件を採択し、各地域において宿泊施設のリノベーションや廃屋の撤去等の観光拠点の再生に資する取組を支援した。

**e) 高付加価値な観光サービスを求める訪日外国人旅行者の誘致促進**

高付加価値なサービスを求める訪日外国人旅行者誘致促進のため、高付加価値な宿泊施設誘致をめざす地域とホテル開発関係者等とのマッチング等を実施し、選定された全国9か所の環境整備を推進するとともに、地域の観光産業従事者に対して、高付加価値旅行者の理解深度化や地域資源磨き上げ等の研修等による人材の育成を行った。

**(10) 「東京2020大会」に向けたユニバーサルデザインの推進**

**a) 「ユニバーサルデザイン2020行動計画」に基づく施策の展開**

国際パラリンピック委員会(IPC)が承認した「Tokyo2020アクセシビリティ・ガイドライン」を踏まえ、JR仙台駅及び西武多磨駅におけるエレベーターの新増設や東京テレポート駅におけるホームドアの整備を支援した。

また、交通事業者による研修の充実及び適切な接遇の実施を推進するため、有識者・障害当事者・交通事業者等が参画した検討会を開催し、2021年（令和3年）7月に新型コロナウイルス感染症対策を踏まえた「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」（追補版）の作成・公表を行い、2022年（令和4年）3月に「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」（認知症の人編及び追補版）を反映した接遇研修モデルプログラムの改訂版の作成を行った。

## **b) ユニバーサルデザインの街づくり**

### **①ユニバーサルデザインの街づくりの推進**

2025年度（令和7年度）末までのバリアフリー整備目標の達成に向け、マスタープラン・基本構想の策定促進や、移動等円滑化に関する国民の理解と協力の一層の推進等、ハード・ソフト両面からのバリアフリー化を推進した。

### **②道路におけるバリアフリー化の推進**

道路の新設又は改築を行う際に道路移動等円滑化基準に適合させなければならない特定道路について、全ての人がスムーズに移動できる面的なバリアフリー化を推進した。

また、交通結節点整備に併せて、待ち合わせ空間等、利用しやすい道路空間の整備を促進した。

さらに、高速道路のサービスエリア及び国が整備した「道の駅」において、子育て応援の目的から24時間利用可能なベビーコーナーの設置、屋根付きの優先駐車スペースの確保等を実施した。高速道路のサービスエリアについては整備が完了した。

加えて、鉄軌道駅における自由通路や駅前広場の整備及び乗継のための歩行空間のユニバーサルデザイン化を図るもので、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成18年法律第91号）」（バリアフリー法）に基づく移動等円滑化促進方針又は基本構想に位置づけられた地区及び国土交通大臣が指定する特定道路（約4,450km）を対象に重点支援した。

### **③共生社会における車両等の優先席、車椅子利用者用駐車施設等、バリアフリースイレ等の利用マナー啓発活動の推進**

高齢者障害者等用施設等の適正な利用の推進に係る広報活動及び啓発活動の一環として、車両等の優先席、車椅子利用者用駐車施設等、バリアフリースイレ、旅客施設等のエレベーターの適正な利用の推進に向けたキャンペーン等を実施し、真に必要な方が利用しやすい環境の整備を推進した。

### **④観光スポットのバリアフリー化促進**

訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地等において、バリアフリー化を引き続き支援した。

### **⑤観光施設における心のバリアフリー認定制度**

「観光施設における心のバリアフリー認定制度」について、2021年度（令和3年度）243件を認定した。

### **⑥観光地のバリアフリー情報提供の促進**

「観光地におけるバリアフリー情報提供のためのマニュアル」の普及を促進した。

### **⑦鉄道における車椅子利用環境改善**

2020年（令和2年）8月に公表した「新幹線の新たなバリアフリー対策について」を受け、車椅子利用環境改善に向けた取組を推進した。

### **⑧「東京2020大会」特別仕様ナンバープレートの寄付金の活用**

大会開催機運の醸成を目的として発行した、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会特別仕様ナンバープレートは、2021年（令和3年）9月30日までに約289万件の申込があった。寄付金については、大会開催地の交通機関のバリアフリー化に助成金として充て、ノンステップバス75台（約6,263万円）、UD（ユニバーサルデザイン）タクシー345台（約7,342万円）の整備促進に活用された。

### ⑨ユニバーサルデザインの街づくりに向けた道路標識改善

標識適正化委員会で策定した標識改善の取組方針や英語表記規定に基づき、道路標識の改善を推進し、取組を完了した。

#### c) ユニバーサルツーリズム促進事業

バリアフリーに対する理解を深め、普及・啓発を図ることを目的として、宿泊施設、飲食店及び観光案内所に対する研修動画を作成した。また、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」における認定事例の紹介動画の作成、認定施設に対するオンライン視察を実施し、同制度の認知・着目を高めることにより、ユニバーサルツーリズムの普及・促進に取り組んだ。

#### d) ICT を活用した歩行者移動支援の普及促進に向けた取組の推進

2021年（令和3年）に開催された「東京2020大会」の競技会場周辺エリア等における歩道の段差や幅員等の情報をデータ化して、オープンデータとして公開するとともに、オープンデータを利用した案内アプリを大会期間中に配信し、選手及び大会関係者へ提供した。また、高齢者、障害者等を含む人々を対象としたナビゲーションサービス提供等の利活用検証を民間事業者と連携して行うとともに、その利活用検証の結果やこれまでの屋内地図整備、屋内測位環境整備の取組で培ったノウハウをまとめた「屋内地図/屋内測位環境構築の手引き」をウェブサイトで公開するなど、移動支援サービスの普及を促進した。

#### e) 障害者等による文化芸術活動の推進

「障害者による文化芸術活動の推進に関する法律（平成30年法律第47号）」及び同法に基づく「障害者による文化芸術活動の推進に関する基本的な計画」の下、障害者等の作品の展示や実演芸術の発表等の文化芸術を鑑賞、創造、発表する機会を確保する取組等を促進するとともに、地域における障害者の芸術文化活動への支援（相談、研修、ネットワークづくり等）の全国展開を図った。

## (11) 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大

### a) 地方における消費税免税店の拡大

2021年（令和3年）10月の免税販売手続の完全電子化に際し、オンライン相談会の開催及びDMの送付により、事業者の円滑な移行を支援した。

また、免税販売手続を行うことができる機能を有する自動販売機の指定に向けて協議会を開催し、2022年（令和4年）3月に国税庁長官が自動販売機を指定し、告示した。

### b) 伝統的工芸品等のインバウンド需要の獲得

「伝統的工芸品産業振興事業」の中で、将来の訪日外国人旅行者に向けた情報発信として、伝統的工芸品の映像を11本制作し、YouTube（TEWAZA）を活用した海外に向けた産地プロモーションや産地情報の多言語化を支援した。

### c) 保税売店の市中展開による買い物の魅力の向上

東京国際空港（羽田空港）においては、新型コロナウイルス感染症による減便の影響で、不定期での営業を強いられた。インバウンド及びアウトバウンドの回復に向け、引き続き、リーフレットの配布による空港内カウンター・市中免税店の周知等を促進するとともに、市中展開を図ろうとする事業者のニーズに応じて空港内カウンターの利便性の向上を図った。

## 2 交通機関

### (1) 「地方創生回廊」の完備

#### a) 新幹線・高速道路等の高速交通網の活用

##### ① 「ジャパン・レールパス」の購入環境整備（ジャパン・レールパスの認知度向上及び購入しやすい環境の整備の促進）

訪日外国人旅行者の国内での移動を円滑化するため、「ジャパン・レールパス」等、訪日外国人旅行者向けの共通企画乗車券について、ニーズ等のアンケート調査を行い、既存の共通企画乗車券への反映等をするよう検討を促した。

ジャパン・レールパスについては、利用者利便の向上・販売利用手続改善の観点からの改善点につ

いて積極的な周知・PR 活動を実施した。

## ②日本版 MaaS<sup>7</sup>の推進及び企画乗車券の造成・販売の促進

2021 年度（令和 3 年度）は、「日本版 MaaS 推進・支援事業」において公募を行い、全国 12 地域を選定し社会実装に向けた支援を実施したほか、公共交通機関のデータ化については 18 事業者、キャッシュレス化については 9 事業者、AI オンデマンド交通やシェアサイクル等、新型輸送サービスの導入については 26 事業者に対し支援を実施し、公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備した。

また、訪日外国人旅行者の国内での移動を円滑化するため、訪日外国人旅行者向けの共通企画乗車券について、ニーズ等のアンケート調査を行い、既存の共通企画乗車券への反映等をするよう検討を促した。

## ③新幹線全駅の観光拠点としての機能強化

国土交通本省と地方運輸局が一体となり、地方公共団体、観光協会、関係鉄道事業者等の調整等により、日本政府観光局が実施している外国人観光案内所の上位認定の取得、コインロッカーの整備、主要新幹線駅を中心とした手ぶら観光カウンターの設置等を促進した。

## ④バスタプロジェクト（集約公共交通ターミナル）の全国展開

バスタプロジェクトの全国展開を推進し、2021 年度（令和 3 年度）は新たに 3 か所で事業化した。その際、民間ノウハウを活用しつつ効率的に整備・運営するため、官民連携での整備・運営管理を可能とするコンセッション制度等を活用しつつ、多様な交通モード間の接続を強化し、MaaS 等の新たなモビリティサービスにも対応可能な施設とするよう、検討を進めた。

## ⑤道路案内標識における英語表記改善

歩道に設置された道路案内標識について、鉄道駅やバスターミナル等の交通結節点において他の機関が設置する案内看板と連携した設置や、英語表記の改善・充実を図った。

また、交通結節点や観光地等での分かりやすい道案内の実現に向けて、看板及び歩行者案内標識の集約、QR コードの貼付等による周辺施設案内の充実を図った。

さらに、道路案内標識と国土地理院が公開した英語版地図（2.5 万分の 1 等）における道路関連施設や山等の自然地名の英語表記の整合を図るため、各都道府県の道路標識適正化委員会において観光関係者を含む関係機関と調整しつつ英語表記の原案を作成するとともに、国土地理院と地図について調整を実施した。

## ⑥交差点名標識への観光地名称の表示

観光地に隣接する交差点及び観光地へのアクセス道路の入口となる交差点の交差点名標識に観光地名称を表示することにより、旅行者にとって観光地への分かりやすい案内となるよう、道路標識適正化委員会にて調整し、標識の改善の全国的推進を図った。

## ⑦規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現

2021 年度（令和 3 年度）においては、旅客船による新たな観光航路開設や、観光資源を巡る周遊運航等の旅客船事業における新サービス創出を支援するため、「インバウンド船旅振興制度」を活用し、横浜港内周遊航路、千葉一大島航路等の 7 航路について、訪日外国人旅行者をはじめとする観光需要が見込まれ周辺の旅客船事業者が悪影響を及ぼさないと認められる航路として、運航計画の承認等を行った。

なお、特例を活用した「自家用有償観光旅客等運送事業」については、2020 年度（令和 2 年度）以降、新型コロナウイルス感染症の影響により兵庫県養父市では観光客の利用が減少した。

## b) 訪日外国人旅行者向け周遊定額パス

新型コロナウイルス感染症拡大等に伴い、訪日外国人旅行者向け周遊定額パスについては、2021 年度（令和 3 年度）においても引き続き、高速道路会社等における新規の申込受付を停止した。

<sup>7</sup> あらゆる乗り物を、IT を用いて結びつけ効率よく便利に移動できるようにするシステム。

### c) 高速道路の周遊定額パス

新型コロナウイルス感染症拡大等に伴い、地方公共団体や観光施設・宿泊施設等と連携した周遊定額パス等の企画割引については、高速道路会社等において、緊急事態措置区域等を対象エリアに含む周遊定額パス等の新規の申込受付を停止した。緊急事態措置区域等の解除後においては、段階的に新規申込の受付を開始し、感染状況等を踏まえつつ、利用促進を図った。

### d) 中山間地域における「道の駅」等を拠点とした自動運転サービスの実証実験

中山間地域における「道の駅」等を拠点とした自動運転サービスについて、秋田県の「かみこあに」、滋賀県の「奥永源寺溪流の里」に加え、2021年（令和3年）7月から福岡県の「みやま市山川支所」、同年10月から島根県の「赤来高原」を拠点とした自動運転サービスの社会実装を開始した。

### e) 訪日外国人レンタカーピンポイント事故対策

国際空港周辺から出発する訪日外国人旅行者等が運転するレンタカーの ETC2.0 プローブデータ<sup>9</sup>等のビッグデータを活用したピンポイント事故対策に関するガイドライン作成の取組を進めた。

### f) レンタカーの多言語コミュニケーション

レンタカー等を運転する訪日外国人旅行者向けに作成している安全運転啓発動画（ルールを守って Enjoy Japan）について、各都道府県警察、関係機関のウェブサイト等への掲載の働きかけを推進した。また、訪日外国人旅行者のレンタカー利用を促進するため、補助を行うことで事業者の多言語化対応への取組を支援した（2021年度（令和3年度）補助実績 45万円）。

### g) 北海道での観光列車の充実

2020年（令和2年）に引き続き、2021年（令和3年）8月から9月にかけて、東急電鉄株式会社等の協力の下「THE ROYAL EXPRESS」が道内を運行した。

また、国、地域及び JR 北海道が結束した新たな支援として、北海道の第三セクター（北海道高速鉄道開発株式会社）が観光列車を保有して JR 北海道に無償で貸し付けることとし、車両導入に係る経費等について、北海道庁による補助と独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構による助成を協調して行った。

### h) 地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に進める取組に対し、公共交通事業者等への支援を実施した。

また、二次交通について多様な移動ニーズにきめ細やかに対応する新たな交通サービスの創出等のための取組に対し、「公共交通利用環境の革新等事業」において、公共交通事業者等が実施する交通利用環境（訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等）の整備を推進し、2022年（令和4年）3月末時点で、62線区の公共交通利用環境刷新計画を認定した。

### i) 自家用有償旅客運送の実施の円滑化

観光需要に対して自家用有償旅客運送による輸送が必要とされる地域において適正に活用されるよう、引き続き、ウェブサイト等において制度の周知を図った。

### j) 北方領土隣接地域への新たな日常における旅行者誘客調査

北方領土隣接地域において、ドライブやサイクリング等を含めたモビリティ・ミックスによる移動の円滑化、自然や第一次産業体験メニューの造成によるエリアツーリズムの形成等により、新たな日常における誘客を促進するため、2021年（令和3年）8月に同地域の自治体、観光協会、交通事業者等からなる協議会を立ち上げ、検討体制を確立した。

また、旅行者の動態を把握するため、アンケート調査や GPS による旅行者の移動経路分析を実施するとともに、観光資源の磨き上げ及び情報発信の充実に向けた取組を実施した。

<sup>9</sup> 車両の走行履歴データ及び挙動履歴データ。ETC2.0 車載器に蓄積され、車両が路側機の下を通過するときに吸い上げられる。

## k) 北海道ドライブ観光促進プラットフォームの取組

訪日外国人旅行者の動態データを継続的に把握し、地方公共団体や観光関係団体等と共有することで外国人ドライブ観光を促進するため 2018 年度（平成 30 年度）に設立した「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」（2022 年（令和 4 年）3 月末時点で 106 機関が登録）において、国内外の旅行者の動態データを共有・活用し、道内地方部への誘客等に向けた取組を推進した。特に、新型コロナウイルス感染症の影響による来道外国人旅行者の大幅な減少や第 8 期北海道総合開発計画の中間点検を踏まえ、国内旅行者を含めたドライブ観光促進に着目してインバウンド回復後を見据えた道内地方部への誘客等に向けた取組を推進した。

## (2) 公共交通利用環境の革新

### a) 訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けた取組

#### ① 鉄道におけるインターネット予約・チケットレス化の推進等

東海道・山陽新幹線における車椅子対応座席の一部を 2021 年（令和 3 年）5 月 20 日乗車分からインターネットで予約可能にするなど、インターネット予約環境の一層の充実やスマートフォン等を使用した新たな乗車決済環境の試行実施を促進した。

#### ② 経路検索に必要な情報整備の促進

2021 年度（令和 3 年度）は、「日本版 MaaS 推進・支援事業」において公募を行い、全国 12 地域を選定し社会実装に向けた支援を実施したほか、公共交通機関のデータ化については 18 事業者、キャッシュレス化については 9 事業者、AI オンデマンド交通やシェアサイクル等、新型輸送サービスの導入については 26 事業者に対し支援を実施し、公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備した。

#### ③ バス系統ナンバリングの導入・改善促進

「乗合バスの運行系統のナンバリング等に関するガイドライン」について、業界団体・地方運輸局を通じて事業者等の関係者に対して周知を図った。

#### ④ 世界水準のタクシーサービスの充実

配車アプリの多言語対応について、多言語対応タブレットや、キャッシュレス端末の導入支援を行った（2021 年度（令和 3 年度）補助実績約 2,260 万円）。また、タクシーセンターにて、訪日外国人旅行者に対応するための接客研修及び「外国人旅客接客英語検定」を引き続き実施し、検定合格接客研修修了者等には発光式入構表示板等を交付し、それを車体に表示することで見える化を図った。さらに、外国人対応乗り場については、乗り場の新設や改善の参考とするため、既存の乗り場において利用状況の調査を行った。

#### ⑤ ユニバーサルデザインタクシー等の導入促進

「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成 18 年法律第 91 号）」（バリアフリー法）に基づく 2025 年度（令和 7 年度）までの整備目標の達成に向けて、バリアフリー化したタクシー車両の普及を促進した。

#### ⑥ プライベートリムジンの全都道府県への導入

訪日外国人旅行者等にも認識しやすいシンボルマーク案やプライベートリムジンサービスに係る認定基準について、昨今の新型コロナウイルス感染症の感染状況や訪日外国人旅行者の需要等を踏まえつつ、更なる検討を行った。

### b) 手ぶら観光の普及・促進

認定手ぶら観光カウンターについては、新型コロナウイルス感染症の影響による訪日外国人旅行者を含む旅行者の減少により廃止件数が新規認定数を上回ったため、539 か所（2021 年（令和 3 年）3 月末時点）から 533 か所（2022 年（令和 4 年）3 月末時点）へ年度を通じて減少した。

### c) 新幹線の無料 Wi-Fi 環境等の整備促進

訪日外国人旅行者のニーズが高く、移動時間中の情報収集に有意義な鉄道車両の無料 Wi-Fi サービス

について、訪日外国人旅行者の利用が多い在来線特急でもサービスの提供を拡充するよう促した。新幹線車両等のトイレの洋式化、大型荷物置き場の設置についても促した。

#### d) 訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現

2021年(令和3年)2月に観光庁において指定区間(多数の外国人観光旅客の利用が見込まれる区間等)の見直しを行い、計607区間を指定するとともに、同年6月に公共交通事業者等において実施計画の見直し・作成を行った。

また、「公共交通利用環境の革新等事業」において、公共交通事業者等が実施する交通利用環境(訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料Wi-Fiサービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応、新型コロナウイルス感染症予防対策等)の整備を推進し、2022年(令和4年)3月末時点で、62線区の公共交通利用環境刷新計画を認定した。

#### e) 訪日外国人旅行者の移動に関するデータ(FF-Data)の整備

新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年度(令和2年度)データの作成に必要な調査が実施できなかったが、今後のデータ作成に向けて利用者ニーズの把握を行った。

#### f) 安全対策を前提とした貸切バスの利用促進

多様化する訪日外国人旅行者の貸切バスによる移動ニーズに対応するため、貸切バスの臨時営業区域の特例措置について、同制度の利用状況や事故状況等の実態把握を行った上で、2023年(令和5年)3月末まで延長することとした。また、「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」の実施状況について、2021年(令和3年)8月に開催した「軽井沢スキーバス事故対策フォローアップ会議」においてフォローアップを行った。

#### g) トンネル施設における電波遮へい対策

携帯電話が利用できない鉄道トンネル等を解消するため、「電波遮へい対策事業」を実施した。2021年度(令和3年度)は、新幹線トンネル2事業(北陸新幹線(延伸区間))、在来線トンネル8事業(中央本線、東海道本線、湖西線、山陰本線及び阪和線)について交付決定し、事業を開始した。

また、延伸区間の九州新幹線西九州ルートトンネルは、2022年(令和4年)3月までに同対策を完了した。

### (3) 非常時における訪日外国人旅行者への情報提供の充実

新幹線における非常時の訪日外国人旅行者向けの情報提供について、多言語(英語、中国語及び韓国語)による駅構内・車内放送及びウェブサイトの充実、QRコードの活用等により、各事業者共通かつ十分な水準での実施が確保されるように取り組んだ。

また、自然災害時における滞留者対応や施設の早期復旧等を図るため各空港で策定した事業継続計画(A2-BCP<sup>10</sup>)の実効性強化の取組として、空港ごとの対応訓練や食料等の点検を2021年(令和3年)4月から随時実施した。訓練等に当たっては、空港利用者が、非常時に空港の情報をSNS等により適切に収集し、安全に避難等をしてもらうための訓練や備蓄品の点検等を行った。さらに、空港内に多数の滞留者が発生した場合等に対応するため、バス事業者等をメンバーとした滞留解消に関する協定を一部の空港で締結した。

### (4) 最新技術の導入等による防災気象情報の高度化

静止気象衛星ひまわりの後継機の製造着手に向けた技術調査や、「線状降水帯予測精度向上ワーキンググループ」等を通じた学官連携による研究開発の促進を行った。また、線状降水帯の発生を知らせる「顕著な大雨に関する気象情報」や、災害発生の危険度を示す危険度分布について1日先の予測情報を提供する体制を構築した。

### (5) 空港アクセスバス事業の実施地区の拡大

2017年(平成29年)4月から福岡空港、2018年(平成30年)1月から北九州空港で空港アクセスバ

<sup>10</sup> 災害時の空港機能の保持及び早期復旧に向けた目標時間、関係機関の役割分担等を明確化した計画のこと。A2は、「Airport」と「Advanced」の意。BCPは、Business Continuity Planの略。

ス事業を実施しており、2021年度（令和3年度）も継続運用した。

#### **(6) 旅客施設・車両等のバリアフリー化推進**

##### **a) ユニバーサルデザインの街づくりの推進**

【再掲】第Ⅲ部第2章第1節1 (10) b) ①

##### **b) バス・タクシーのバリアフリー車両の導入促進**

バス・タクシー車両のバリアフリー化を促進するため、特に、リフト付きバス等やユニバーサルデザインタクシーについて必要な支援を行った。

##### **c) 空港におけるバリアフリー化の推進**

2021年（令和3年）4月に改正法が施行された「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成18年法律第91号）」（バリアフリー法）について、空港ビル等公共交通事業者に対し、同年6月の「見えにくい障害の空港利用・航空機利用に関わる公開セミナー」や、同年10月の「空港施設UD（ユニバーサルデザイン）セミナー」を通じた周知等を行った。

### **3 文化財・国立公園**

#### **(1) 文化財等における分かりやすい多言語解説等の充実**

「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和2年法律第18号）」に基づき、2021年度（令和3年度）までに41件の計画を認定し、これらの計画における文化資源の磨き上げ、多言語化・Wi-Fi・キャッシュレス環境整備等の利便性向上、学芸員等の専門人材の確保等の取組を支援した。

また、東京国立博物館をはじめとする国立博物館において、特別展「体感！日本の伝統芸能」等、日本の歴史・伝統文化の理解促進に寄与する特別展等を実施するとともに、展示解説の多言語対応等のインバウンド受入に資する環境整備等の充実に努めた。東京国立博物館では、導入した多言語解説アプリの事例をYouTubeで紹介し、発信に努めた。文化財活用センターでは、文化財をめぐるファンドレイジング活動に関するシンポジウムを開催し好事例の横展開を図った。

さらに、園城寺（滋賀県大津市）をはじめ、VR技術やデジタルサイネージ等を駆使した文化財への先進的・高次元な多言語解説を整備する取組を新たに51件採択し、支援を行った。

#### **(2) 国立公園における多言語解説の整備、充実**

環境省において、観光庁の「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」と連携して、2021年度（令和3年度）は8国立公園で国立公園等に関連する英語解説文を整備しつつ、利用者ニーズを踏まえ、ICT等の先進的技術を活用した多言語対応の媒体化により一体的な整備や魅力発信を行った。

### **4 農泊**

農山漁村の活性化や所得向上を図るため、農泊に取り組む地域を2021年度（令和3年度）までに599地区採択し、実施体制の整備や観光コンテンツの磨き上げ、古民家等を活用した滞在施設の整備等を一体的に支援した。

また、農泊のターゲットに応じたPR動画の発信、日本政府観光局と連携した食や農泊に関する海外への情報発信、オンラインツアーの実施等、国内外へのプロモーションを戦略的に実施した。

さらに、農泊地域の経営人材育成研修を11回実施したほか、課題を持つ全国75か所の農泊地域への専門家派遣や商談会を実施するなど、農泊地域の取組を支援した。

加えて、2020年度（令和2年度）に引き続き、農泊地域における新型コロナウイルス感染症対策の業種別ガイドラインの周知徹底を図ったほか、需要喚起の取組として、三密を避けた農泊におけるワーケーションの魅力発信等を実施した。

## 第2節 地域の新しい観光コンテンツの開発

### 1 文化財

#### (1) 地域の文化財の一体的整備・支援

##### a) 地域の文化財の一体的な保存・活用の促進

「Living History 促進事業」について、18件を支援するとともに、実施団体の取組事例等を共有する情報交換会の開催、事例集を作成しての情報発信を行った。

2019年(平成31年)4月に改正法が施行された「文化財保護法(昭和25年法律第214号)」に基づき、文化財保存活用地域計画作成等を135件支援(2021年度(令和3年度)末時点:認定件数58件)するとともに、文化財保存活用地域計画等に基づいた観光拠点の形成への支援も130件行った。

##### b) 適切な修理周期による修理・整備

国宝・重要文化財等(建造物・美術工芸品)の適時適切な保存修理への支援とともに、防災施設整備及び耐震対策91件に対して支援を行った。

また、文化財建造物については、文化財の解説板、情報機器の設置や展示、便益・管理のための施設・設備の整備等の特色ある活用の取組6件に対して支援を行い、観光資源としての充実及び地域の活性化が図られるよう努めた。

##### c) 国指定等文化財の美観向上、公開のための施設設備の充実等

国宝・重要文化財建造物13件、登録有形文化財建造物19件、登録記念物1件及び重要伝統的建造物群保存地区2市町において、公開のための施設整備の充実や美観向上を図る事業に支援を行った。また、重要伝統的建造物群保存地区5市町及び重要文化財建造物等13件に対して、文化財の特性に応じて施設のバリアフリー化及び設備の充実等を支援した。

##### d) 学芸員等に対する文化財を活用した観光振興に関する講座の実施

全国各地の学芸員や館長等を対象とした博物館学芸員専門講座や博物館長研修、ミュージアム・エデュケーション研修やミュージアム・マネジメント研修等を実施し、観光との連携に関するプログラムを取り入れるなど、文化財の適切な保存・活用とともに、文化財の魅力の促進・発信ができる人材を育成した。また、国立文化施設において、学芸員等を対象とした研修・講座を開催し、国立美術館におけるキュレーター研修等の研修や講座の拡充に努め、各地の博物館関係者の人材養成や、観光を含めた多様な分野との連携等に資する取組を行った。

##### e) 全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの構築

文化情報プラットフォームに登録された情報を発信するために試行的に構築しているポータルサイト「Culture NIPPON」のPV数は329,353であった(2021年(令和3年)12月末時点)。

登録された文化イベント等の情報の活用促進のため、タウン情報全国ネットワークとの連携、オープンデータ活用に向けた各種イベント情報サイト運営業者へのヒアリングを行い、共同通信社「47文化プログラム」へのイベント情報提供を実施した。加えて、「beyond2020プログラム」の終了を受け、文化庁と経済産業省が連携し、他の認証事業の例として「Culture NIPPON」内で「TEAM EXPO 2025」を紹介した。

また、ウェブサイトの利便性向上のため、おすすめイベント表示機能搭載、認証プログラムごとの検索機能搭載、イベント自主登録時の入力項目見直しによる多言語機械翻訳精度の向上等の機能拡張を行った。

##### f) 美術館や博物館における参加・体験型教育プログラム等への支援、ニーズを踏まえた開館時間の延長

国立科学博物館では遠隔操作ロボットを活用し、博物館がない地域に住む児童や生徒、病気で外出できない入院中の子供たちを対象に、研究者と双方向で対話することができる博物館鑑賞体験事業を行った。

また、東京国立博物館では、「トーハク新時代プラン」に基づき、日本文化になじみの薄い来館者に、高精細複製品や最新のデジタル技術を用いて日本文化を紹介する「日本美術のとびら」や、ハンズオンコンテンツを用いて、日本文化の魅力や楽しさを体験できる「日本文化のひろば」を開設した。

さらに、各国立美術館においてオンラインによる展覧会紹介及び所蔵作品紹介を実施し、例えば東京

国立近代美術館において、ガイドスタッフによる所蔵作品紹介動画を、YouTube に投稿した。国立新美術館においては、障害のある方のための「庵野秀明展」特別鑑賞会及び分身ロボット OriHime によるオンライン鑑賞会を実施するなど、新型コロナウイルス感染症対策に配慮しつつ、鑑賞環境の充実に向け取り組んだ。

また、文化資源の魅力を伝える国内各地域の取組を支援するため、文化財活用センターは国立博物館 4 館とともに「国立博物館収蔵品貸与促進事業」を全国の美術館・博物館（5 機関 89 件）において実施した。この事業を含めて国立博物館 4 館で 211 機関 1,423 件（2021 年（令和 3 年）12 月末時点）の収蔵品貸与を実施した。

さらに、e 国宝等の文化財情報のデジタル資源やオンラインコンテンツを充実させ、人々が場所や時間にとらわれず文化に触れる機会を広く提供した。

#### g) 日本文化の魅力発信及び文化財による地域活性化

VR・AR 等の先端技術を駆使した、訪日外国人旅行者に対する幅広い日本文化の効果的な魅力発信について、新型コロナウイルス感染症の影響で当初の予定件数を下回ったものの、空港等での取組 2 件、文化財所有者が行う取組 4 件を支援した。文化財 VR やプロジェクションマッピング、高精細スキャンによるデジタル展示等のコンテンツ制作等に対する支援を行うことで、文化財への理解を深め、魅力を感じることでできる環境を整備するなど、文化資源による地域活性化や観光拠点形成等に寄与した。

#### h) 訪日外国人旅行者が日本の伝統芸能の魅力を体験する機会の充実

東京国立近代美術館において、参加型・体験型の国内美術館初の英語による対話鑑賞・異文化交流プログラム「Let's Talk Art!」のオンライン開催をスタートした。

また、外国人のための歌舞伎等の鑑賞教室である「Discover 公演」を、国立劇場等で上演した。2021 年（令和 3 年）10 月に国立能楽堂で開催された「Discover NOH & KYOGEN」公演においては、日本語・英語・中国語・韓国語・スペイン語・フランス語の 6 か国語による字幕表示を行い、訪日外国人旅行者等がより快適に日本文化の魅力を体験する機会の充実に取り組んだ。

### (2) 文化庁の移転と機能強化

2019 年度（令和元年度）及び 2020 年度（令和 2 年度）に京都において実施した文化庁の京都移転シミュレーションの検証結果について、2021 年（令和 3 年）6 月、第 204 回通常国会への報告を実施した。

### (3) 地域の文化資源を活用した観光振興・地方創生の拡充に向けた対応の強化

地域における文化財の総合的かつ計画的な保存と活用を図るため、「文化財保存活用地域計画」の作成等に対する支援を行うことにより観光振興・地方創生等に向けた対応を強化するとともに、2019 年（平成 31 年）4 月に改正法が施行された「文化財保護法（昭和 25 年法律第 214 号）」及び「地方教育行政の組織及び運営に関する法律（昭和 31 年法律第 162 号）」に基づき、地方公共団体による「文化財保存活用地域計画」の作成等を 133 件支援（認定済件数：58 件）した。

### (4) 我が国の文化の国際発信力の向上

地域文化創生本部において、戦略的な国際交流・海外発信を含めた文化行政に求められる新たな政策ニーズに対応するため、新たな政策課題の実態把握・分析等を行い、我が国の文化の世界への発信・交流への対応を強化した。2021 年度（令和 3 年度）は、大学等との共同研究事業を 3 件継続展開し、大学研究者間のネットワーク構築を推進した。

また、日本全国で開催されている芸術祭等について、新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンドの回復につながる我が国を代表する国際文化芸術発信拠点形成を 8 件支援するとともに、地域の文化芸術資源を活用した計画的な取組を 74 件支援した。さらに、海外のフェスティバルへの参加・出展を 3 件、海外の芸術団体との共同制作公演等を 21 件支援した。

### (5) 世界文化遺産の観光への活用

世界文化遺産の所在する地域において、各遺産を紹介する映像コンテンツの作成、シンポジウム等の開催、パンフレット等の多言語化、QR コード資料等を活用した情報発信、多言語ウェブサイトの作成等、世界文化遺産を活用した観光振興及び地域活性化を図る取組を 10 件採択した。

## (6) 文化芸術資源を活用した地域活性化

我が国の文化拠点である博物館や劇場・音楽堂等が行う文化芸術活動への支援（博物館：59件、劇場・音楽堂等：192件）を通じて、子供、高齢者、障害者、訪日外国人旅行者等が実演芸術に気軽に触れることができるよう、バリアフリー・多言語対応、学校や地域との連携を促すとともに、大学等によるアートマネジメント人材養成のための取組を支援（大学等：22件）し、文化芸術活動を担う人材の育成を図った。

## (7) 日本博をはじめとする文化プログラムの推進

2021年度（令和3年度）に、「日本博」では、146件の事業を採択し、うち105件の事業を認証し（2021年（令和3年）12月末時点）、事業を全国展開するとともに、「日本博」の事業において表現される様々な「日本の美」を、美しい映像、VR、画像等のデジタルコンテンツ（同年11月末時点で453点を掲載）を通じてバーチャルの世界で体験することができる「バーチャル日本博」を同年8月に開設し、国内外への発信を強化すること等により、インバウンド需要回復や国内観光需要の一層の喚起等を図った。

## (8) 地域におけるインバウンドに対応した新たな文化観光拠点・地域の整備等

持続的な国際交流モデルの構築について、「博物館等の国際交流の促進事業」において3件採択し、学芸員等の共同調査・研究等を支援した。また、「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和2年法律第18号）」に基づく拠点計画及び地域計画の策定について、「文化観光拠点施設を中核とした地域における計画策定事業」に6件採択し、支援したほか、同法の認定を受けた41件の計画に基づく事業の実施について、「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業」において支援した。さらに、認定地域に専門家を派遣し、好事例の収集・周知を図った。

加えて、「ウィズコロナに対応した文化資源の高付加価値化促進事業」及び「上質な観光サービスを求める旅行者の訪日等の促進に向けた文化資源の高付加価値化促進事業」により56件を採択し、文化資源の高付加価値化を促進した。

## (9) 「地域ゆかりの文化資産」の地方展開促進による地域活性化

文化庁、国立博物館、三の丸尚蔵館等が有する「地域ゆかりの文化資産」を活用し、訪日外国人旅行者にも分かりやすい多言語解説やレプリカ等を使用した体験型展示等を通じ、各地域の歴史・文化・風土等の魅力を展示・発信する地方博物館等の取組に対し、事業費の一部を補助した（2021年度（令和3年度）は27件を採択）。

また、文化庁に収蔵されている美術品等の公開を拡充するため、収蔵品と各都道府県とのゆかりに着目した国有品目録データを公開した。

## (10) 三の丸尚蔵館収蔵品の公開拡充

三の丸尚蔵館の収蔵品と各都道府県とのゆかりに着目した特設ウェブサイトを開示した。また、三の丸尚蔵館収蔵品の地方展開については、国民文化祭の開催県である宮崎県や和歌山県を含む、計5か所で特別展を開催するとともに、個別の作品貸与を行うなど、収蔵品の公開拡充を進めた。

## (11) メディア芸術の創造・発信の強化

「文化庁メディア芸術祭」受賞作品展を2021年（令和3年）9月に開催し、特設ウェブサイトやSNSも活用し、日本が誇るメディアアート、マンガ、アニメーション等のメディア芸術の魅力を国内外に発信した。また、海外のメディア芸術関連フェスティバルへの出展等を通じ、メディア芸術の海外への発信を促進するとともに、海外のフェスティバルや関連団体との連携を強化した。

## 2 国立公園

### (1) 美しい自然資源の観光資源としての利用促進

#### a) 国立公園の受入環境整備推進

先行8国立公園を含む27国立公園において383件のアクティビティを含む自然体験コンテンツの充実に取り組むとともに、2021年（令和3年）9月開催のAdventure Travel World Summit 2021への出展等による情報発信に取り組んだ。

#### b) 地域の自然観光資源を活用したエコツーリズムの推進

エコツーリズム推進全体構想の認定地域に係るウェブサイトでの広報や啓発イベントの出展等によ

る情報発信の支援を行うとともに、エコツーリズムに取り組む地域に対して、ガイドやコーディネーター等の人材を育成する研修やアドバイザー派遣のほか、地域の体制整備や自然観光資源を活用したプログラム開発等の取組に対する支援を行い、エコツーリズム推進全体構想の認定地域数は19件（2022年（令和4年）3月末時点）となった。

### c) 統一性のある情報提供等の推進及び効率的な利用環境改善

国立公園の優れた自然風景地の保護と利用を図るため、ユニバーサルデザインや長寿命化対策による安全で快適な自然とのふれあいの場の提供に加え、脱炭素化に向けて4か所の受入施設で省エネ化や再エネ利用を進めた。新設した上信越高原国立公園谷川岳インフォメーションセンターと慶良間諸島国立公園青のゆくる館において自然情報に加えて、周辺のアクティビティ情報や観光情報等を提供し、情報発信機能を強化するとともに、青のゆくる館ではカフェの導入により滞在環境の向上を図った。また大山隠岐国立公園の下山野営場では、PPP<sup>11</sup>/PFI<sup>12</sup>により、民間事業者による質の高いサービス導入のための管理棟等を整備した。

## (2) 国立公園満喫プロジェクトの推進

「国立公園満喫プロジェクト」において、10の公園について新たに策定された「ステップアッププログラム2025」等に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、国立公園に国内外の利用者を呼び込むための以下の取組を実施した。また、これらの個々の取組について、34の国立公園全体への水平展開・底上げを図った。さらに、新たに2公園で地域協議会を発足し、ステップアッププログラムを策定した。加えて、新たに1公園でステップアッププログラムの策定が進められ、1公園で地域協議会を発足した。

「国立公園満喫プロジェクト」の成果を踏まえ、自然体験アクティビティの促進や利用拠点での魅力的な滞在環境の整備等を国立・国定公園全体で推進するため、「自然公園法（昭和32年法律第161号）」の改正を行った。

### a) 自然満喫メニューの充実・支援

マリモツツアー等自然や温泉を生かした体験型コンテンツの充実、自然を満喫できるグランピングの拡大、野生動物の保全活動を組み込んだツアーの造成、質の高いガイドの育成、妙高高原ビジターセンターへのカフェの設置をはじめとした公共施設の民間開放、中部山岳国立公園南部地域での実証実験の実施をはじめとした自然保全コストの一部を利用者に負担を求める仕組みの導入に向けた取組の拡大を、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等多様な主体と連携しつつ実施した。

### b) 海外への情報発信強化

新型コロナウイルス感染症の影響により実際の訪日誘客はできないものの、日本政府観光局グローバルサイト内に構築した、情報発信から予約成立まで一気通貫の動線の確保ができる「国立公園ウェブサイト」を活用して、国立公園を仮想的に体験できる360度動画の掲載や、ウェブサイトのデータ解析等を参考に、国立公園内で体験できるアクティビティ、モデルコース等のニーズの高い情報発信に加え、簡体字・韓国語の更なる多言語化等、継続して日本の国立公園の魅力を海外に情報発信した。

### c) 観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組

関係省庁、関係地方公共団体、関係団体等からなる地域協議会をこれまでの10国立公園に加え、新たに富士箱根伊豆国立公園及び磐梯朝日国立公園に設置した。地域協議会を中心に連携を図り、「ステップアッププログラム2025」等に基づき、観光資源の有効活用を目的として、利用環境の整備や景観の改善、脱炭素化等の取組を一体的に推進した。また、環境省及び林野庁において設立した国立公園と国有林の連携に関するプロジェクトチームにおいて、2021年（令和3年）4月に国立公園と国有林における世界水準を目指した連携を推進するための方針をとりまとめた。さらに、多言語化の充実やコンテンツの造成等について国定公園に展開を図った。

<sup>11</sup> Public Private Partnership の略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を行政と民間が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を活用し、財政資金の効率的使用や行政の効率化等を図るもの。

<sup>12</sup> Private Finance Initiative の略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法。

### (3) 新宿御苑における国立公園の情報発信強化

2020年(令和2年)7月にオープンした国立公園への興味関心を喚起する情報発信拠点「National Parks Discovery Center」において、日本の国立公園の魅力が大画面で訴求する映像設備やデジタルを活用した体験型展示、国立公園案内カウンターや物販設備等を活用し、「日本の国立公園フォトコンテスト2020」の入賞作品を展示するなど、新宿御苑の来園者に国立公園の魅力を発信した。

### (4) 利用拠点の滞在環境の上質化

地域の関係者による利用拠点計画の策定に向けた検討を2か所で進めるとともに、既に面的な計画が検討されている利用拠点において、跡地の民間活用を前提とした廃屋撤去を4か所、Wi-Fi環境整備等のインバウンド対応機能向上を5か所、施設の外觀修景等の文化的まちなみ改善を6か所実施した。

### (5) ビジターセンターのインバウンド対応機能強化とVR等を活用した展示の充実

国立公園のビジターセンターにおいてアクティビティ等の情報を多言語で提供するデジタルサイネージ機器について、同機器が設置された18公園を対象にコンテンツの拡充等を行ったほか、デジタル技術を活用した展示を新たに1公園で導入し、2公園で導入に向けた準備を進めた。

### (6) 国立公園等におけるワーケーションの推進

国立・国定公園及び国民保養温泉地における、自然体験型ツアーやワーケーションの企画・実施・準備・受入環境整備・感染症対策・脱炭素化等の「地域一体となった取組に対する補助事業」の公募を行い、関連事業を含む420件(約24億円)の案件を採択し支援を行った。

## 3 公的施設・インフラ

### (1) 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

#### a) 迎賓館赤坂離宮(東京都港区)

ウェブサイトやSNS等を活用した一般公開に係る広報を実施するとともに、新型コロナウイルス感染症対策を徹底した上で、迎賓館所蔵ピアノの演奏会、屋外での演奏会を伴った夜間の公開等を実施し、また、関連施設との相互連携の一環として、他の施設と連携した七宝焼の作品解説会や地域の大学が参加した演奏会を実施するなど、引き続き一般公開の更なる魅力向上に取り組んだ。



迎賓館赤坂離宮の一般公開の状況

#### b) 京都迎賓館(京都府京都市)

SNSやPR動画等を活用した一般公開に係る広報を実施するとともに、新型コロナウイルス感染症対策を徹底した上で、通常よりも公開する部屋を増やしたプレミアムガイドツアー、文化体験も盛り込みつつ貸切で行う特別ガイドツアーや夜間の公開を実施するなど、引き続き一般公開の更なる魅力向上に取り組んだ。



京都迎賓館の一般公開の状況

#### c) 総理大臣官邸(東京都千代田区)

「児童又は生徒を対象とする特別見学」は、官邸ウェブサイトにて募集、抽選により参加校を決定し、総理大臣官邸における執務に影響の生じない範囲で、毎月2日間(土曜日・日曜日)実施することとし

ていたが、2020年度（令和2年度）に引き続き2021年度（令和3年度）も、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を考慮して実施しないこととした。

#### d) 皇居（東京都千代田区）

1回当たりの参加定員を500人から120人にするなど、感染拡大防止策を講じた上で、土曜日の参観、事前予約及び当日受付を行い、訪日外国人旅行者向けに英語ガイド及び中国語ガイドの参観を実施した。なお、スペイン語ガイドの開始は、外国人の新規入国制限等により未実施となった。

さらに、6言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの周知・活用を行った。

皇居乾通り一般公開は、春季及び秋季とも、新型コロナウイルス感染症の影響により、実施を取りやめた。

#### e) 皇居東御苑（東京都千代田区）

感染拡大防止策を講じた上で、富士見多聞の公開、富士見櫓前の開放、江戸城天守復元模型の展示を実施した。また、英語での対応が可能な職員を配置することで訪日外国人旅行者等の利便性を図った。

さらに、6言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの周知・活用を行った。

#### f) 三の丸尚蔵館（東京都千代田区）

感染拡大防止策を講じた上で開館した。また、展示面積の拡大等を図るため、三の丸尚蔵館の整備・建替を引き続き行った。国民文化祭の開催県である宮崎県や和歌山県を含む、計5か所で特別展を開催するとともに、12か所の美術館・博物館に個別の作品貸与を行うなど、収蔵品の公開拡充を進めた。

#### g) 京都御所（京都府京都市）

ガイドツアーを休止するなど、感染拡大防止策を講じた上で、一般公開を実施した。今後の感染症対策としてワイヤレスガイドシステムを導入した。6言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの周知・活用を行った。文化的建造物の修繕、美観への配慮といった観点に留意し実施していた、京都御所清涼殿の桧皮葺屋根葺替及びその他整備工事が2022年（令和4年）3月に完了した。また、清涼殿襖絵の復元模写も引き続き実施した。

#### h) 京都仙洞御所・桂離宮・修学院離宮（京都府京都市）

ガイドツアーの回数及び定員を縮小するなど、感染拡大防止策を講じた上で、参観を実施した。6言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の宮内庁ウェブサイトや音声ガイドの周知・活用を行った。特に、京都仙洞御所については、音声ガイド機器（英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語の5言語に対応）を増やし、より充実した説明内容への見直しを行った。

また、桂離宮については、皇室の伝統や文化への理解をより一層深めることを趣旨として「桂離宮観月会」を2021年（令和3年）10月18日に実施した。

#### i) 御料牧場（栃木県塩谷郡高根沢町）

地域住民以外の方が参加できる見学会を実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響及び家畜伝染病に対する防疫強化の観点から、見学会の実施を見合わせた。

#### j) 埼玉鴨場・新浜鴨場（埼玉県越谷市・千葉県市川市）

鴨場所在地である埼玉県（埼玉鴨場）と千葉県（新浜鴨場）の協力の下、地域住民以外の方が参加できる見学会を実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見合わせた。

#### k) 信任状捧呈に係る馬車列

新型コロナウイルス感染症の影響により、馬車列ではなく自動車列により実施した。

#### l) 造幣局本局（大阪府大阪市）

撮影スポットとしてのトリックアートの設置、通り抜けの桜の紹介コーナーにおける桜の映像の映写

を行い、工場見学の充実を図った。また、造幣博物館及び造幣さいたま博物館の休日開館（年末年始や展示品入替日等を除く）も引き続き実施した。さらに、博物館の展示内容が外国人にも分かりやすいよう、展示品紹介スマホアプリを用いた多言語化の充実（導入済の英語に加えて、中国語及び韓国語の追加導入）を図った。

#### m) 首都圏外郭放水路（埼玉県春日部市）

3つのコースを用意して質的向上を図ってきた有料見学会（民間運営）について、2021年（令和3年）7月に見学範囲を拡大し、1コースを増設のうえ、引き続き、土日祝日を含めて毎日開催した。また、2021年度（令和3年度）から施設の認知度向上とインバウンド見学者の増加を図るため、施設での撮影やイベント開催を目的とした有料の貸出（民間運営）を開始し、5回実施した。



見学会の様子

#### n) 大本営地下壕跡（東京都新宿区）

2020年（令和2年）8月から公開を開始した大本営地下壕跡（東京都新宿区市谷）について、見学者の満足度を更に高めるため、非公開箇所をバーチャル上で見学できるシステムを導入し、魅力向上を図った。

#### o) 日本銀行（東京都中央区）

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、2020年（令和2年）3月以降、見学を一時中止していたが、同年10月から、感染症対策（見学コース内の体験展示、日本銀行の政策や業務に関する説明、予約不要の当日見学の中止等）を講じつつ、見学を再開した。2021年度（令和3年度）においても、これらの施策を継続した。

### (2) 地域振興に資する観光を通じたインフラの活用

海上保安庁は、世界航路標識の日（7月1日）に開催された国際航路標識協会（IALA）主催による会議において、我が国における地域の観光資源としての灯台の活用制度を紹介したほか、国内では灯台記念日（11月1日）に合わせ、民間団体と連携した灯台の一般公開等（43か所）を行い、灯台が持つ歴史的・文化的価値を発信した。また、灯台の重要文化財への指定に向けた取組を推進し、2021年度（令和3年度）には、新たに4基が指定され合計8基となった。

さらに、インフラツーリズムの拡大に向け、社会実験を行うモデル地区として選定されている7地区（鳴子ダム、ハッ場ダム、天ヶ瀬ダム、来島海峡大橋、鶴田ダム、白鳥大橋及び日下川新規放水路）において、モニターツアー等を行い、有識者の助言等を受けつつ、インフラツアーの運営体制やガイド育成方策等の受入環境の検討等を実施した。加えて、モデル地区での検証を踏まえ、「インフラツーリズム拡大の手引き」の改正に向けた検討を行った。

### (3) 一般公開・開放された公的施設を活用した訪日プロモーション

将来の誘客に向けて、関係府省庁が連携し、日本政府観光局ウェブサイトやスマホアプリ、SNS等を活用して、一般に公開・開放されている迎賓館赤坂離宮や京都迎賓館等の、日本の魅力である公的施設の情報の発信を継続した。また、外郭放水路のようなインフラ情報の発信も開始した。

### (4) 国民公園の魅力向上

新宿御苑については、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点に配慮しながら、2021年（令和3年）6月以降、民間イベント等の閉園時間中の利用や早朝開園などの取組を実施した。また、最新技術を活用した皇室庭園としての歴史・文化を発信する展示施設の整備を行った。

皇居外苑については、和田倉噴水公園の施設を活用して民間のカフェをオープンし、観光客を誘致するとともに利便性を高めた。また、濠水浄化を確実に実施するとともに、同年末には和田倉噴水公園においてイルミネーションを行い、豊かな自然と景観を創出した。

京都御苑では収納展示館におけるデジタル展示のリニューアルや歴史的遺構「拾翠亭」の保存改修、デジタルインフォメーション等を併設した情報発信・休憩施設の工事を進めた。また、文化資源のアーカイブ構築に向け、体制・枠組み構築と誌資料等の収集整理を進めた。

## 4 古民家や城泊・寺泊等

### (1) 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

地域に残る古民家等の歴史的資源を上質な宿泊施設やレストランに改修し、観光まちづくりの核として面的に再生・活用する取組について、関係省庁・関係者による会議や打合せ、現地視察等を行うとともに、以下の取組を実施し、地域の担い手の発掘や磨き上げ、古民家や城、社寺等の歴史的資源の活用の更なる全国展開、滞在の多様化・高質化等を推進した。

#### a) 人材支援・育成

##### ①歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームにおける取組

関係省庁が連携し、全国の地方公共団体、農泊地域、重要伝統的建造物群保存地区、財務局等の会議・打合せ等の場で、歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームの取組について紹介することで、広く情報共有を行った。

また、歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームで運営するワンストップ窓口において、地域からの相談や要望に対応、ヒアリングを行い、専門家による現地視察やオンライン打合せ等の支援を行い、2022年（令和4年）3月までに、160件を超える案件の相談に応じた。地域の具体的な課題に合わせた情報提供や専門家からのアドバイス等によって地域ごとの熟度に応じた支援等を実施することで、新規地域の掘り起こしや、更なる面的な展開及び磨き上げを行った。

##### ②歴史的資源を活用した観光まちづくりに係る人材育成

歴史的資源を活用した観光まちづくりに関連する専門人材・企業リストの更新を行い、相談へのよりきめ細やかな対応を進めた。また、課題を持つ地域に、専門家等の派遣・オンライン打合せを3回実施し、地域人材の育成等を行った。

#### b) 地方公共団体等への情報提供や継続的支援の実施等

##### ①地方公共団体等への情報発信

2022年（令和4年）1月に総務省・金融庁・中小企業庁が共催で実施した地域経済好循環拡大推進会議について、地方公共団体や地域金融機関、商工会議所・商工会等関係機関へ開催を周知し、参加を募集するとともに、会場の場で地方公共団体、参加機関へ歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進に関する取組や、重要性・有用性について説明・周知を行った。

##### ②歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地域が抱える障害の把握や解決策の検討

古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地域（日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等）の地方公共団体に対し、農林水産省の事業である「SAVOR JAPAN<sup>13</sup>」・「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の公募等の情報を展開し、活用する際の課題や障害を把握、解決策の検討・情報提供を行うことで、地方公共団体における歴史的資源の活用の更なる活発化を図った。

##### ③歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む地域間による相互の取組内容の共有

重要伝統的建造物群保存地区や日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等観光まちづくりに取り組む地域に対して、歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのウェブサイトに掲載されている兵庫県丹波篠山市や愛媛県大洲市等の14事例を成功事例として情報提供をすることで、取組への意識が高い地域間による関連情報や相互の取組内容の横展開を図った。

#### c) 古民家等の歴史的資源を活用した観光情報の発信

城、社寺、古民家等の歴史的資源を活用したユニークな宿泊施設を日本政府観光局のグローバルサイト内にて動画及び記事として掲載・発信した（動画3本・記事10本）。同サイトには2022年（令和4年）2月まで約8,000回のアクセスがあった。また、日本政府観光局において、2021年度（令和3年度）に古民家、城泊及び寺泊コンテンツ21件を追加選定し、同サイトの中にある体験型コンテンツ等

<sup>13</sup> 農泊地域において、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定し、官民で連携して農山漁村の魅力在海外に一体的に発信する取組。SAVORに、日本の農山漁村の食や食文化を深く味わう・楽しむという意味が込められている。

を発信する「Experiences in Japan」ページを2022年（令和4年）3月に公開した。さらに、地域が作成した古民家コンテンツに関する英文記事を同サイト内「Japan's Local Treasures」ページに3件掲載した。

#### d) 金融・公的支援等の促進

##### ①古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

地域金融機関との深度ある対話や金融機関に対する累次の要請等を通じて、金融機関による地域企業の真の経営課題の解決に資する方策の策定・実行に必要なアドバイスや、資金使途に応じた適切なファイナンスの提供等の企業支援を更に促進した。また、全国地方銀行協会においても、地方銀行による古民家等の歴史的資源の活用支援事例45事例をウェブサイトに掲載した（2022年（令和4年）3月末時点）。

##### ②地域おこし協力隊

古民家等活用による観光まちづくりを促すための制度及びその具体的な活用事例について、地方公共団体職員や地域おこし協力隊員向けの研修等において周知した。

##### ③不動産特定共同事業等の不動産証券化手法を活用した古民家等の再生の推進

公的不動産（PRE<sup>14</sup>）等の不動産証券化の促進に向け、地方公共団体、事業者及び金融機関に対してアンケート調査を実施した上で、関係者間のマッチングのための手法に関する検討を行った。また、不動産証券化手法による遊休不動産の改修事業の実施に関する専門家派遣支援を2件行った。

##### ④地域経済循環創造事業交付金による支援

「地域経済循環創造事業交付金（ローカル10,000プロジェクト）」により、古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進に関連し、新規性・モデル性の高い事業の支援を3件実施した（山梨県都留市、兵庫県、岡山県高梁市）。

##### ⑤重要伝統的建造物群保存地区における建造物の利活用に向けた整備等への支援

重要伝統的建造物群保存地区の建造物を次世代へ継承するため、2021年度（令和3年度）は126地区中107地区において適時適切な保存修理、防災施設整備、耐震対策及び公開活用整備に対し支援を実施した。そのうち3地区において多言語化した案内看板の整備や映像作成等を実施している。また、修理等の機会を捉え、耐震対策の効率化や観光まちづくりに資する公開活用の充実にも取り組んだ。

##### ⑥制度及び支援方策の改善・充実

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームによるワンストップ窓口において、2021年（令和3年）は金融・公的支援に関する相談があり、必要な情報は専門家とともに整理・分析し、関係省庁とも連携を図り対応・支援を行った。あわせて、関係省庁が連携し、支援メニューの充実・更新を図った。

#### e) 既存の規制・制度の改革

##### ①用途変更許可運用の弾力化

2016年（平成28年）12月27日に開発許可権者（地方公共団体）に対して発出した技術的助言について、国・地方公共団体が参画する担当者会議等において事例を紹介した。

##### ②消防用設備等の合理的な運用に関する考え方の周知

消防本部の担当者や事業者が集まる会議（オンライン開催含む）等の機会を活用して、古民家等に関する消防用設備等の合理的な運用が図られている事例やその考え方等について周知した。

##### ③規制及び制度の改善

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのワンストップ窓口にて、過去の規制・制度に関する相談に基づく弾力的運用事例をウェブサイトに公表した。また、歴史的資源の活用にお

<sup>14</sup> Public Real Estate の略。

いて、文化庁等と情報交換を行った。

## (2) 城泊、寺社仏閣泊等の地域の新しい宿泊コンテンツの開拓の推進

城・社寺をインバウンド向け宿泊施設として利活用することに意欲がある 13 件の実施主体に向けて、専門家を派遣し、地方公共団体・地域住民への理解の促進及び宿泊施設化を進めるコンサルティングを行った。また、訪日外国人旅行者・高付加価値旅行者層向け滞在環境整備、体験コンテンツの造成・多言語化、コンシェルジュ対応の充実を図るために、10 件の地域に支援を行った。

さらに、マリモツア一等自然や温泉を生かした体験型コンテンツの充実、自然を満喫できるグランピングの拡大、野生動物の保全活動を組み込んだツアーの造成、質の高いガイドの育成、妙高高原ビジターセンターへのカフェの設置をはじめとした公共施設の民間開放、中部山岳国立公園南部地域での実証実験の実施をはじめとした自然保全コストの一部を利用者に負担を求める仕組みの導入に向けた取組の拡大を、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等多様な主体と連携しつつ実施した。

## (3) 良質で健全な民泊サービスの普及等の促進

### a) 健全な民泊サービスの普及

仲介業者の扱う住宅宿泊事業者の営業日数に関する自動集計システムを運用するなど、更なる健全な民泊サービスの普及を図った。また、地域住民との交流を含めた民泊事業の実証事業を実施するとともに、デジタルの活用も見据えた民泊制度運営システムの今後の在り方に関する調査を実施した。

### b) 外国人滞在施設経営事業（特区民泊）の実施地域の拡大

国家戦略特区における民泊、いわゆる特区民泊について、2022 年（令和 4 年）3 月時点で 8 自治体（東京都大田区ほか）が 3,329 施設（9,509 居室）を認定している。認定数は、2021 年（令和 3 年）3 月時点と比較して、77 施設（333 居室）減少した。

## (4) 宿泊施設整備の促進

### a) 宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の推進

担当学会等（2021 年（令和 3 年）8 月に約 30 自治体、同年 11 月に約 50 自治体参加）において、制度の定期的な周知を行った。

### b) まちづくりファンド支援事業

民間都市開発推進機構において、地域金融機関等とともに 2022 年（令和 4 年）3 月末時点で 2 件のまちづくりファンドを組成しており、古民家や空き店舗のリノベーションといった民間事業者の宿泊施設整備に対し、金融支援を行った。

## 5 農林水産関係の地域資源

### (1) 「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の実施

「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」第 8 回選定については、2021 年（令和 3 年）11 月に選定地区等を決定・公表し、同年 12 月に選定地区 34 地区の代表者及び選定個人 4 名を総理大臣官邸に招いて選定証授与式及び交流会を開催した。また、ウェブサイトや SNS 等において、選定した優良事例の取組について全国に情報発信を行った。

### (2) 「SAVOR JAPAN」ブランドの魅力発信

2022 年（令和 4 年）1 月に 6 地域（青森県十和田市、宮城県石巻地域、長野県伊那市、長野県佐久地域、島根県益田市及び岡山県津山市）を「SAVOR JAPAN」認定地域として追加した（計 37 地域）。また、認定地域における食体験コンテンツの磨き上げを支援するとともに、食体験の高付加価値化や人材育成のためのセミナーを 2021 年（令和 3 年）9 月・2022 年（令和 4 年）2 月に開催した。さらに、地域の食・食文化を中心とした農山漁村の魅力をバーチャルトリップ等で海外に発信した。

### (3) 農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】 第三部第 2 章第 1 節 4

#### (4) 戦略的輸出拡大サポート事業

農林水産物・食品の輸出に取り組む事業者が、訪日外国人旅行者に関する情報をオンラインでの商談等にも活用できるよう、日本貿易振興機構（JETRO）ウェブサイト内の農林水産物・食品専用ポータルにおいて、観光庁等の情報サイトを紹介した。

#### (5) 世界農業遺産・日本農業遺産及び世界かんがい施設遺産を活用した農山漁村地域の振興

農業遺産地域の特産品のブランド化や商品開発、旅行商品の企画等を支援するとともに、世界農業遺産・日本農業遺産及び世界かんがい施設遺産の観光地としての魅力発信のため、「ヘリテージツーリズム」のウェブサイトを作成し、見どころやモデルコースを掲載した。また、農業遺産については、2021年（令和3年）11月に「世界農業遺産国際会議 2021」を開催し、地域間の情報交換や各地域のユニークな農林水産業システムの魅力の発信を行った。

#### (6) 地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信の促進

処理加工施設での OJT による人材育成、ジビエ未利用地域における処理加工施設の整備等を支援するとともに、ジビエプロモーション動画等の情報発信、ジビエフェアの開催（2021年（令和3年）11月から2022年（令和4年）2月、全国で約1,700店舗が参加）、ジビエ料理コンテスト（2021年（令和3年）12月表彰）の開催を通じて、ジビエの需要開拓及び需要拡大、食事メニューの開発等を促進した。また、ジビエの優良事例を全国の観光地域づくり法人（DMO）に周知し、旅行商品造成を促した。

#### (7) 「食文化あふれる国・日本」プロジェクト

特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等に対し、文化財登録等に向けた調査研究やその文化的価値を分かりやすく伝える「食文化ストーリー」の発信等を支援し、モデル事例を形成することを目的とした補助事業を実施した（10件）。また、食文化を活用したインバウンド受入の促進に資する実証実験等の動向調査を実施した（2件）。

#### (8) 日本酒、焼酎・泡盛等の文化資源のユネスコ無形文化遺産への登録

2021年（令和3年）12月2日に登録無形文化財に「伝統的酒造り」が登録された。これを受け、こうじ菌を使った「日本の伝統的な酒造り技術」に関し、調査報告書を公表した。また、次世代への継承・発展やユネスコ無形文化遺産登録への機運醸成を目的に、ポスターやPR動画の作成、シンポジウムの開催（2022年（令和4年）2月、3月）や交通広告等を行った。

#### (9) 酒蔵ツーリズム推進

酒類事業者や地方公共団体等が連携して、国内における酒蔵等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」を推進するため、「日本産酒類海外展開支援事業費補助金」を活用し、モデルツアーを造成するなど、日本産酒類の認知度向上等を図るための取組を支援した。

#### (10) 歴史的資源を活用した観光まちづくりに係る人材育成

【再掲】 第三部第2章第2節4（1）a）②

### 6 観光地・交通機関

#### (1) 新たな観光資源の開拓

##### a) 地域観光資源の多言語解説整備支援事業

国宝（建造物）が所在する11地域、国立公園8か所を含む32地域において、訪日外国人旅行者にとって分かりやすく魅力的な解説文を作成した。あわせて、本事業を通じて蓄積された解説文作成に係るノウハウを横展開するため、自治体や観光地域づくり法人（DMO）、観光資源所有者等を対象としたウェビナーを開催した。また、本事業で作成した英語解説文を元にした中国語解説文作成の支援も実施した。

##### b) 「はまツーリズム推進プロジェクト」の推進

海岸を活発に利用している海岸協力団体等から、海岸の利活用事例や海岸利用手続等のプロセスについて情報収集し、海岸利活用における企画立案から開催に至るまでの一連のプロセスをナレッジ集（事例集）としてとりまとめ、海岸管理者や海岸協力団体等に共有し、海岸の利活用の推進を図った。

### c) 官民連携した国内外・訪日旅行に関する旅行商品造成の取組

地域における魅力的な旅行商品造成を促進するため、観光庁、文化庁、スポーツ庁及び環境省の4省庁共催によるセミナーを2021年（令和3年）11月に開催した。同セミナーには、旅行業界及び観光資源を有する地域等の関係者も参加し、持続可能な観光振興の在り方について議論するとともに、「文化」、「スポーツ」、「自然」を掛けあわせた各地の先進的な取組について情報共有を行った。

### d) 大阪城公園内における日本エンターテインメントの発信拠点での支援

大阪城公園内における劇場業種型の文化施設を整備し、伝統芸能からポップカルチャーまで幅広く日本のエンターテインメントを発信する事業に対して支援した。

### e) 海事観光の推進

#### ① マリンチック街道、マリンアクティビティ等の利用活性化に向けた取組

ボート業界団体が主催する舟艇関連イベント等（4件）において、マリンチック街道の周知活動を行い、マリンチック街道の利活用を図った。また、マリンレジャー関係団体と連携し、マリンアクティビティの体験機会等を通じて、マリンレジャーの活性化を図った。

#### ② 「海事観光」における情報発信の強化

船旅や島旅をはじめとする「海事観光」分野の認知向上及び需要創出のため、海事関係者を対象とした広報セミナーを開催し、業界の情報発信力強化を図った。

また、「C to Sea プロジェクト」のSNS（フォロワー1万人）及びポータルサイト（年間閲覧数20.1万回）を活用し、海の絶景や船旅航路等の情報を平日に毎日発信した。

#### ③ 船旅の魅力向上や新しい海事観光コンテンツの創出に向けた取組の推進

「安心して訪日観光ができる海洋周辺地域の観光魅力向上事業」等において、新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド回復を見据え、伊豆大島内の「椿まつり」開催に合わせた、観光事業者、バス事業者等と連携した旅客船事業者が実施する言語翻訳機を活用したトライアルツアーの企画、実施等の取組を支援した。

#### ④ インターネット等の経路検索におけるフェリー・旅客船の航路情報拡充

航路情報のオープンデータ化について、「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」・「簡易作成ツール」の機能性向上を目的とした改良を行うとともに、2022年（令和4年）3月には使用方法のオンライン研修会を開催するなど、航路事業者自身による航路情報データ作成の環境整備を図った。

#### ⑤ 新たなクルーズ様式に沿った安心できるクルーズ船の運航等を通じた地方創生

クルーズ船の安全・安心な運航を確保するため、感染状況等に応じて国内クルーズガイドライン「外航クルーズ船事業者の新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」の改訂支援等を行いウェブサイトにて公開した。新たなクルーズ様式を取り入れたクルーズの商品造成に向けた実証実験に対する支援については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施できなかった。

### f) 地域の医療・観光資源の活用

厚生労働省と観光庁とが連携し、地方公共団体、医療機関、観光事業者等が連携した地域の受入体制整備、医療サービス及び観光資源を組み合わせた滞在プランの造成、滞在プランの販売に向けた海外連携・販路確保等に取り組む地域への支援を6か所（宮城県白石市・仙台市、岐阜県高山市、岐阜県美濃加茂市、長野県松本市、石川県七尾市及び沖縄県沖縄市・南城市）で実施した。

### g) 国際競争力の高いスノーリゾートの形成

「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」を通じ、観光地域づくり法人（DMO）等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」に位置づけられたアフタースキークのコンテンツ造成等の着地整備や搬器の更新、ICゲートシステムの導入等の取組への財政支援等を実施した。

#### h) プロモーション等における民間事業者との連携強化

民間プラットフォーム事業者との連携を強化し、訪日外国人旅行者のみならず国内旅行者にとっても魅力ある観光地域づくりを一層推進するための方策等を検討するため、多様な観光関連事業者（宿泊施設・観光地域づくり法人（DMO）・アクティビティ・DX<sup>15</sup>関連事業者）や有識者へのヒアリングを実施した。また、「第2のふるさとづくりプロジェクト」有識者会議を3回開催し、中間とりまとめ、最終とりまとめを行った。

#### i) アドベンチャーツーリズムの推進

アドベンチャーツーリズムに取り組む地域関係者に向けたナレッジ集を作成し、2022年（令和4年）3月に公表するとともに、地域の観光コンテンツを活用したモデルツアーの造成（21件）、コンテンツの発掘・磨き上げのための実証（12件）、体験に必要な物品等の購入補助（16件）を実施した。

#### j) DXの推進による観光サービスの変革と観光需要の創出

デジタル技術と観光資源等とを複合的に組み合わせることで、観光コンテンツの磨き上げや観光地経営の変革を図り、観光客の体験価値向上や観光消費額増加を実現するため、これまでにない観光コンテンツやエリアマネジメントの創出に向けた実証事業を5件実施した。また、来訪意欲の増進を図るための実証事業を12件実施した。

#### k) 地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業

「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証調査」において、多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を旅行者が体験できる観光コンテンツへ磨き上げる取組の支援を行った。

#### l) 訪日外国人旅行者のニーズに対応した売れる商品・サービスづくりの推進

訪日外国人旅行者のニーズに対応した売れる商品・サービスづくりを推進するため、重点支援 DMO・広域連携 DMO に対して、インバウンド誘客に関するサービスを提供している事業者とのマッチングを21件実施した。

### (2) 観光関連ファンド等の活用

株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）が地域金融機関等と連携して組成した「観光遺産産業化ファンド」や、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）等が組成した観光関連ファンド等により、旅館等の宿泊施設を含む観光地の再生・活性化を図った。

### (3) 株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）の有する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の活用

株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）は、地域金融機関等と連携して組成した「観光遺産産業化ファンド」を通じて、世界文化遺産を有する地域を含む各地の観光まちづくり事案への投資実行やハンズオン支援を実施した。また、同ファンドによる地域活性化モデルを各地に展開するために、地域金融機関等に対して同ファンドで得た知見やノウハウの移転を図った。

さらに、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光まちづくり等に関する投資ノウハウ・人材支援等に関する機能を安定的・継続的に提供し、観光地の再生・活性化を推進した。

### (4) 国際的な芸術祭等の実施

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節1（4）

### (5) 地方版図柄入りナンバープレートの導入による地域の魅力の発信

全国58地域で交付している地方版図柄入りナンバープレートについて、2021年度（令和3年度）は約8万件的申込みがあった。また、同ナンバープレートの寄付金を活用して、徳島地域では「SNSを活用した観光振興効果検証事業」が、熊本地域では「高齢運転者のドライブレコーダー設置事業」が行われた。

さらに、2022年度（令和4年度）からの地方版図柄入りナンバープレートの追加募集を目指し、「新たな図柄入りナンバープレートの導入に関する検討会」を開催し、地方版図柄入りナンバープレートの制度の在り方等について検討を行った。

<sup>15</sup> Digital Transformation（デジタルトランスフォーメーション）の略。

## (6) 地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

【再掲】 第三部第2章第1節2 (1) h)

## (7) サイクルツーリズムの推進

官民が連携して、走行環境や受入環境の整備、情報発信等を行うサイクルルートを取組を支援するとともに、ナショナルサイクルルートについて、日本政府観光局と連携してウェブサイト等による情報発信を行った。また、第2次ナショナルサイクルルートとして、2021年(令和3年)5月にトカプチ400、太平洋岸自転車道、富山湾岸サイクリングコースを指定した。

## (8) 通訳案内士・ランドオペレーター等の質の向上等の推進

### a) 通訳ガイド制度の充実・強化

大学生等、通訳ガイドの認知度が低い層を対象に情報発信等を実施することで、認知度向上と資格取得・スキルアップを促進し、訪日外国人旅行者の満足度向上や旅行消費額の拡大を図った。また、全国通訳案内士及び地域通訳案内士の登録情報を一元的に管理するデータベースを確実に管理・運用するとともに、全国通訳案内士及び地域通訳案内士の就業機会を確保する仕組みの構築に取り組んだ。

### b) ランドオペレーター業務の適正化を図る制度の推進

2021年(令和3年)4月時点で1,714社の登録がある旅行サービス手配業者(ランドオペレーター)の登録制度の周知を図った。また、旅行サービス手配業者(ランドオペレーター)に対する立入検査の実施や、登録研修機関である旅行業協会等において実施された研修等(2021年度(令和3年度)は6機関で実施)を通じ、制度の適切な運用を図った。

### c) 地域限定旅行業務取扱管理者

地域限定旅行業務取扱管理者試験については、旅行業協会、観光庁ウェブサイト等を通じて制度の周知を図った。2018年度(平成30年度)から開始された地域限定旅行業務取扱管理者試験は、2021年(令和3年)9月に4回目が実施され、143名が合格し、累計の合格者数は439名となった。

## (9) サイクルトレイン・観光列車等の普及促進

### a) 自転車旅行者に使いやすい鉄道サービスの提供

サイクルトレインの普及・促進に向け、58の鉄道事業者によるサイクルトレインの運行実施例を鉄道事業者に展開したほか、補助事業を活用し、鉄道事業者による整備を支援した。

### b) 移動そのものを楽しむ取組や新たな観光ニーズへの対応

オープントップバス等の移動そのものを楽しむ観光バスについては、車両導入・改造費用の一部に対し支援を実施することで全国で12台の導入を推進した。

### c) 訪日外国人旅行者の受入環境改善に向けた新たなサービス等の検討

訪日外国人旅行者の主要な移動手段である鉄道の企画乗車券に係るニーズや問題点、我が国の受入環境における課題の調査分析を行い、今後の取組の方向性について検討を行った。

## (10) 外国人患者の受入環境整備

### a) 「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施

2021年度(令和3年度)も厚生労働省と観光庁が連携し、都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を含めた「外国人患者を受け入れる医療機関の情報をとりまとめたリスト」の選定を実施した(2021年(令和3年)12月末時点で全国で2,044か所、うち都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」が1,494か所)。

また、厚生労働省の「医療通訳者、外国人患者受入れ医療コーディネーター配置等支援事業」による医療通訳者等の配置支援を19医療機関に実施するとともに、「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」に対して、拠点機能の強化に必要な取組等の周知・教育等を行った。

さらに、「外国人患者受入れ医療コーディネーター養成研修事業」を2022年(令和4年)2月にオンラインで開催し、122人を養成するなど外国人患者受入環境の整備を進めた。

加えて、地域の課題の協議を行う分野横断的な関係者による協議会や医療機関からの外国人患者の対

応に関する相談に対応するワンストップ窓口の設置・運営を支援するとともに、「外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル」の内容を充実化し、2021年（令和3年）6月に改訂第3.0版を厚生労働省ウェブサイトにおいて公表した。また、訪日外国人旅行者等の医療に関する情報をまとめたウェブサイトへの好事例インタビューの掲載等内容の充実と、受入環境の整備に有用な取組の周知を図った。

さらに、3つの団体に対し団体契約を通じた電話医療通訳の利用支援を行うなど、医療機関の多言語コミュニケーション対応への支援を進めた。

#### b) 訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化

日本政府観光局ウェブサイトやアプリ、チラシ等で「外国人患者を受け入れる医療機関」について情報提供を実施した。

#### c) 訪日外国人旅行者の保険加入促進

関係省庁が連携し、今後のインバウンド受入再開後に備えて、訪日外国人旅行者向けに海外旅行保険の加入促進を図る動画等プロモーションツールを作成した。

### (11) クルーズ船受入の更なる拡充

2021年（令和3年）の訪日クルーズ旅客数は、2020年（令和2年）3月以降、国際クルーズの運航休止が続いているため、前年比皆減のゼロとなった。我が国港湾へのクルーズ船の総寄港回数は、国内クルーズが感染拡大状況等を踏まえながら運航したため、前年比19.3%増の420回となった（速報値）。クルーズを安心して楽しめる環境の整備等、以下の取組を実施した。

#### a) クルーズを安心して楽しめる環境の整備

2021年（令和3年）2月と8月に「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」の公募を行い、横浜港や神戸港等の計19港で屋根付き通路の設置や旅客上屋の改修、隔離施設の整備（感染症対策）等を行う事業を採択した。また、郷ノ浦港において、旅客船ターミナル等における多言語化対応やトイレの洋式化、Wi-Fi環境の充実等を促進した。

#### b) 世界に誇る国際クルーズ拠点の形成

下関港や鹿児島港等の「国際旅客船拠点形成港湾」において、岸壁等の整備を推進した。また、2021年（令和3年）7月上旬に、129港で国内クルーズガイドラインの改訂等を議題に衛生主管部局も参画する水際・防災対策連絡会議を開催し、情報共有体制の構築を進めるなど、クルーズ船を安全・安心に受け入れられる体制の構築を図った。

#### c) 国内クルーズ周遊ルートの開拓

「安心して訪日観光ができる海洋周辺地域の観光魅力向上事業」等において、新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド回復を見据え、伊豆大島内の「椿まつり」開催に合わせた、観光事業者、バス事業者等と連携した旅客船事業者が実施する言語翻訳機を活用したトライアルツアーの企画、実施等の取組を支援した。

また、瀬戸内海クルーズ推進会議において、ラグジュアリークルーズを運航するクルーズ船社を招へいしての誘致活動として、寄港地となる地域の関係者等と連携して、2021年（令和3年）10月に商談会を開催し、寄港地の観光資源やクルーズ船内のレストラン等で使用される食材としての地元特産品のPR等を実施するとともに、同年12月に、秘境や大自然等を巡る探検クルーズをテーマとしたセミナーを開催した。

#### d) クルーズを安心して楽しめる環境整備

都道府県等の衛生主管部局を含む地域の協議会等における合意を得た上でのクルーズ船受入、水際・防災対策連絡会議を通じた情報共有体制構築、クルーズ船の初回寄港前に実施する受入訓練を促進した。

また、感染状況等を踏まえ、業界団体が作成した国内クルーズガイドラインの改訂を支援するとともに、船内での感染症対策に関する新たなシステムの導入や、大型クルーズ船を対象とした感染症対策を含む航行安全対策の検討、寄港地の地場産品や商店街をテーマとしたツアーメニューの造成等を支援するなど、クルーズを安心して楽しめる環境づくりを推進した。

#### e) 新たなクルーズビジネスの確立

クルーズ船受入の相互理解を深めるためのセミナーや FAM ツアー<sup>16</sup>の開催、船内等で行う地元製品の消費喚起、クルーズ船の航行の安全性の検証等を支援した。また、2021年度（令和3年度）は、「みなとオアシス」として新たに八代港や金沢港等7か所を登録した。

#### f) クルーズに関するプロモーションの実施

2021年（令和3年）4月と8月に「クルーズの安全安心な受入れを通じた地域活性化事業」の公募を行い、クルーズ船旅客と受入側の相互理解を深めるためのセミナー等、11事業を採択した。クルーズ船社と港湾管理者等との商談会等のプロモーションについては、新型コロナウイルス感染症の影響により実施できなかった。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、国際商談会への出展も実施できなかったが、「全国クルーズ活性化会議」と協力し、将来の安全・安心かつ上質な寄港地観光プログラムを造成するため、打合せによる相互情報共有等を行い、クルーズ関係者とネットワークの構築に努めた。

#### g) スーパーヨットの受入拡大

インバウンドの受入に向け、財務省関税局、出入国在留管理庁においてスーパーヨット等の入出港手続等の見直しを行い、ウェブサイトを通じて広く周知を行った。

#### h) 安心して訪日観光ができる海洋周辺地域の観光魅力向上事業

2021年（令和3年）4月と8月に「安心して訪日観光ができる海洋周辺地域の観光魅力向上事業」の公募を行い、海洋周辺地域でのイベントの開催や、プロムナードの整備、多言語対応の観光避難看板の設置等、8事業を採択した。

### (12) 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

#### a) 沖縄観光の強化

各港のクルーズ船対応岸壁の整備を継続し、ポストコロナを見据えクルーズ船の受入再開に向けた環境整備を図ったほか、高速船の運航の強化・充実について、需要回復後に向けて関係者と集客方法や運航ダイヤの考え方等に関する意見交換を行った。また、「沖縄振興特別推進交付金」により、「外国人観光客受入体制強化事業」、「沖縄観光コンテンツ開発支援事業」等を引き続き実施した。さらに、「沖縄北部連携促進特別振興事業」により、観光客周遊拠点施設として「古宇利島観光拠点施設」（2021年（令和3年）9月運用開始）の整備を完了したほか、3事業に対し予算交付を決定した。

#### b) 河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

【再掲】第Ⅲ部第2章第1節1（5）e）

#### c) 特定有人国境離島地域における滞在型観光の促進

「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」を通じて、1県及び18市町村に対し、旅行者の滞在を延ばす効果が期待される滞在型プランの造成等を支援した。

### (13) 日本映画の海外発信

ロケ地情報を掲載した全国ロケーションデータベース（2022年（令和4年）3月末時点で日本語：10,585件、英語：4,090件を掲載）の多言語化や、フィルムコミッションの体制強化に向けたエリアマネージャーの計4地域への配置とともに、海外映画祭への出品に係る字幕制作費等の支援（2022年（令和4年）3月末時点で43件）、海外における日本映画の特集上映（2021年（令和3年）12月）等を行った。

### (14) スポーツツーリズムの推進

地域スポーツコミッションへの設立支援については、新規設立を目指す地方公共団体の合意形成や計画策定等に取り組む6団体を採択して支援した。また、多角化支援については、地域内外の交流人口の拡大を図るためにスポーツツーリズム等に取り組む13団体を採択して支援した。さらに、地域スポーツコミッションの設立の加速、活動の充実を目指し、支援団体へのコンサルティングを実施するとともに、各種

<sup>16</sup> 観光地の誘致促進のためターゲットとする国の旅行事業者やメディア・インフルエンサー等に現地を視察してもらうツアーのこと。

講演やシンポジウム等でこれらの取組を広く発信した。

加えて、日本のスポーツツーリズムを総合的に発信するため、既存のスノーサイトやダイビングサイトに加え、新たにハイキング・トレッキング、サイクリング、ゴルフのテーマ別ページの開設に向けた準備を進め、2022年（令和4年）2月に各テーマ別ウェブサイト・ページを統合した「スポーツ&アウトドアページ」を日本政府観光局のウェブサイト内に開設した。あわせて、日本で体験できる各種スポーツや体験スポットとともに周辺の観光情報を掲載し、海外に向けて情報発信を行った。

#### **(15) スポーツによる地域の価値向上プロジェクト**

高付加価値コンテンツの創出に向けた取組については、アウトドア、武道、アーバン等のスポーツを活用した観光コンテンツ造成を図る12団体に委託して実施した。また、武道ツーリズムの推進に向けた関係者ネットワークを構築・強化するため、SNSを開設するとともに、ネットワーキングセミナーを開催した。さらに、2021年（令和3年）11月から2022年（令和4年）1月にかけて欧米豪・東アジアをターゲットとしたデジタルプロモーションを実施した。

### **第3節 日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化**

#### **(1) 観光地域づくり法人（DMO）を核とする観光地域づくりの推進**

##### **a) ガイドラインに基づく観光地域づくり法人（DMO）の育成・支援**

「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、登録制度や更新制度を運用し、観光地域づくり法人（DMO）全般の底上げを図るとともに、重点支援DMOを2021年（令和3年）9月に37法人選定し、これらが行う着地整備等の取組についてハンズオン支援を行うなど、重点的に支援した。

##### **b) 情報支援・ビッグデータの活用促進**

「DMO ネット」を活用して、研修・セミナー等に係る情報提供を引き続き実施した。

宿泊施設、観光施設等における観光客のデータを継続的に収集・分析し、データに基づいた戦略を地域の観光関連事業者へ提供するための仕組みの実証を一般社団法人秋田犬ツーリズム、一般社団法人吉野ビジターズビューロー、一般社団法人高知県東部観光協議会の3つの観光地域づくり法人（DMO）で行った。また、2022年度（令和4年度）以降、モデル地域以外の地域でも同事業の成果が活用されるよう、周知・説明活動を行った。

さらに、観光地域づくり法人策定の事業計画に位置づけられた訪日外国人旅行者の地方誘客を目的とするデータの収集・分析や、これに基づいた観光戦略策定に対して支援を行った。

##### **c) 人的支援**

観光地域づくり法人（DMO）の中核人材を育成するために必要な研修、セミナー等の情報を「DMO ネット」等を活用して観光地域づくり法人に周知するとともに、研修・セミナー等の開催や受講に要する費用を支援した。さらに、観光地域づくり法人の体制強化を図るため、ニーズに応じて専門的知見や外国人目線を有する専門人材とのマッチングを実施するとともに、人材登用に要する費用を支援した。

##### **d) 関係府省庁の連携による総合的な支援**

観光地域づくり法人（DMO）に対する体制強化や着地整備等に加え、「地方創生推進交付金」による地方公共団体の自主的・主体的で先導的な取組の支援等、関係府省庁が連携して総合的な支援を実施した。

##### **e) 官民ファンド等による支援**

株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）を通じ、瀬戸内7県の広域連携DMOと連携して、地銀7行と株式会社日本政策投資銀行（DBJ）が運営する「せとうち観光活性化ファンド」に対して支援した。

また、「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律（平成19年法律第40号）」に基づき都道府県が承認する地域経済牽引事業計画について、2022年（令和4年）3月までに累計3,272計画が承認されており、観光資源等の地域の特性を生かして地域経済を牽引する事業に対し、地域未来投資促進税制等により後押しした。

#### f) 観光地域づくり法人 (DMO) 間の適切な役割分担に基づく広域的な連携の強化

「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、各層 DMO の役割分担を認識した事業実施と連携の促進を図るため、各地方運輸局等と域内の観光地域づくり法人 (DMO) との意見交換等を行った。また、体験型・滞在型コンテンツの造成や広域周遊観光促進のための環境整備等、観光地域づくり法人が地域と一体となって行う取組に対して支援を行った。

### (2) 地域 (地方公共団体・観光地域づくり法人 (DMO)) と日本政府観光局の適切な役割分担

#### a) 地域 (地方公共団体・観光地域づくり法人 (DMO)) と日本政府観光局の役割

地域 DMO 及び地域連携 DMO は、受入環境整備・地域の新たな観光コンテンツの開発等の着地整備を優先的に取り組むことが重要である旨 (「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に記載) を観光地域づくり法人 (DMO) に周知するとともに、体験型・滞在型コンテンツの造成や広域周遊観光促進のための環境整備等の取組を優先して支援を行った。また、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、観光地域づくり法人に多様な関係者を巻き込んだ意思決定の仕組みの構築を促進した。

さらに、日本政府観光局において、地域から募集した観光コンテンツの精査・選定を実施し、欧米豪、中国、韓国、香港、台湾、タイ市場向けに各 75 件、計 450 件を多言語ウェブサイト内「Experiences in Japan」ページに掲載するとともに、応募団体に対して活用状況等についてのフィードバックを実施した。さらに、地域が作成した記事・動画等のデジタルコンテンツを募集し、日本政府観光局のオウンドメディアにて計 240 件発信した。

#### b) 地域の観光戦略推進の核となる観光地域づくり法人 (DMO) の改革

コンテンツの開発強化や受入環境整備等に関する外部専門人材を観光地域づくり法人 (DMO) に登用するための費用を支援し体制強化を促進した。また、地方運輸局が観光地域づくり法人等と連携し、新たな滞在コンテンツの造成や磨き上げを全国で 95 件行った。

#### c) 地方公共団体のインバウンド誘致活動に対する日本政府観光局の支援体制強化

各地域において、2021 年度 (令和 3 年度) に出張相談会 199 件及び個別訪問コンサルティング 61 件 (オンライン含む) を実施した。また、2021 年 (令和 3 年) 7 月、12 月の計 2 回、オンラインで地域セミナーを実施し、計 1,116 人が参加した。さらに、地域インバウンド促進ウェブサイト「日本の魅力を、日本のチカラに」上で日本政府観光局から 30 本のインバウンド情報を発信した。

#### d) 訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成

地方運輸局が観光地域づくり法人 (DMO) 等と連携し、観光庁・日本政府観光局による情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」等に対応した高付加価値な滞在コンテンツ造成を全国で 95 件行った。

### (3) 地域 (地方公共団体・観光地域づくり法人 (DMO)) への支援と地域間の連携強化

#### a) 観光産業事業者に対する政府系金融機関による資金供給等の支援

新たに観光産業を行う者及び既存の観光産業事業者の取組を後押しするため、日本政策金融公庫等による事業者への資金の融資や、株式会社日本政策投資銀行 (DBJ) による「登録 DMO」の設立や観光関連事業への資金、経営及びナレッジ面での支援を実施した。また、「登録 DMO」と連携し、民間事業化支援を促進した。

#### b) 観光地域づくり法人 (DMO) の財務体制強化

「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、運営収支や安定的な運営資金の確保に関する財務責任者 (CFO) の設置を確実に確保した。また、多様な財源開発の検討を促進し、法人の安定財源の確立を図るため、観光地域づくり法人 (DMO) における自主財源の開発手法を記載したガイドブックを作成するとともに、ガイドブックの周知や事例の横展開等を目的としたセミナーを開催した。

#### c) 全国的な研修の実施等による地域間の連携強化

全国的な研修等の実施や受講に対する支援を行ったほか、観光地域づくり法人 (DMO) の課題整理に

資する内容について、全国の法人を対象とした「DMO 全国会議」を 2021 年（令和 3 年）9 月 13 日に開催し、優良事例の横展開等を図った。

また、観光地域づくり法人の取組事例等を「DMO ネット」等で関係者に周知し、課題の共有及びそれに対する優良事例の横展開を図った。

#### **（４）広域周遊観光促進のための観光地域支援事業**

観光地域づくり法人（DMO）が中心となっていく、マーケティングを含めた調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、ウェブサイトの多言語化、旅行商品の OTA への掲載、地域のプロモーション等といった広域周遊観光促進のための取組に対して支援を行った。

##### **a) 広域周遊観光促進のための専門家派遣**

国内外の旅行者の誘客促進に取り組む 77 団体の観光地域づくり法人（DMO）や地方公共団体に対し、67 名の専門家を延べ 603 日派遣し、観光資源の魅力向上をはじめ、ニーズに対応した助言・指導を実施することにより、国内外の旅行者の地方誘客に向けた取組を促進した。

##### **b) テーマ別観光による地方誘客事業**

2021 年度（令和 3 年度）はこれまで蓄積してきたモデルケースの事例成果・ノウハウの横展開のためにウェブサイトでの公表を行った。

##### **c) 広域周遊に関する情報のビジネス関係者への発信**

日本貿易振興機構（JETRO）は、日本各地域の輸出産品及び産地の魅力を世界に発信するため、海外バイヤーとのオンライン商談会（40 バイヤー以上）、海外インフルエンサーによる SNS やイベントでの発信（国内 14 府県の産品を対象に実施）等のオンライン型事業を実施した。また、産品紹介映像の制作、海外でのデジタルマーケティング事業、SNS 等を活用した発信等を行った。

##### **d) 「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の活用**

全国 10 の地方ブロックで「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」が開催され、現状の課題等を共有するとともに、運輸局・整備局・地方公共団体・民間企業等の構成員による受入環境整備等の取組、成果についてとりまとめ、ウェブサイトを活用して公表し、横展開を行った。

##### **e) ガーデンツーリズムの推進**

ガーデンツーリズム登録制度に基づき、2021 年度（令和 3 年度）に新たに 3 計画の登録が決定された。また、ポストコロナにおける新たなニーズへの対応として、広域移動を伴わないマイクロツーリズム的な計画を認定する「探訪部門」を 2021 年（令和 3 年）6 月に創設し、制度普及に向けパンフレットの作成やオンラインによる説明会等を実施するとともに、登録団体等を対象とした全国会議を開催した。

#### **（５）JAPAN ブランド育成支援等事業**

地域中小企業者等の域外需要の獲得や地域経済の活性化のため、中小企業者等が実施する海外展開やそれを見据えた全国展開のための新商品・サービスの開発・改良、ブランディングや、新規販路開拓等の取組を支援した。2021 年度（令和 3 年度）は 148 件の採択を行い、本事業を通じて中小企業者等の新たな市場の獲得を後押しした。

#### **（６）優れた地域産品等の活用による地方への誘客**

日本貿易振興機構（JETRO）は、地域産品の海外での知名度向上等を目的に「地域貢献プロジェクト事業」を 33 件生成し、オンラインを活用した海外での地域産品のプロモーション活動を行いながら、地域産品の背後にある産地（観光資源）や作り手の製造風景等を動画を用い海外諸地域に広く発信した。

#### **（７）旅行業務取扱管理者確保事業による旅行商品の企画・提供の解禁**

国家戦略特区内において、地域の実情に即した旅行業務取扱管理者試験を実施する「旅行業務取扱管理者確保事業」を活用し、農家民宿等の宿泊事業者による「着地型旅行商品」の企画・販売の取組を推進した。同事業による特例を活用している秋田県仙北市において、引き続き、一般社団法人仙北市農山村体験推進協議会が中心となり「着地型旅行商品」の企画・販売が実施された。

## (8) 地方公共団体等への情報提供や継続的支援の実施等

古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地域（日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等）の地方公共団体に対し、農林水産省の事業である「SAVOR JAPAN」・「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の公募等の情報を展開し、活用する際の課題や障害を把握、解決策の検討・情報提供を行うことで、地方公共団体における歴史的資源の活用の更なる活発化を図った。

また、重要伝統的建造物群保存地区や日本遺産認定地域、観光地域づくり法人、農泊地域等観光まちづくりに取り組む地域に対して、歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのウェブサイト幅を広げ周知し、2021年度（令和3年度）は7件の相談案件に対応した。さらに、歴史的資源を活用する際の課題等に対する解決策の情報提供や、歴史的資源を活用した観光まちづくり成功事例集を掲載することで、取組への意識が高い地域間による関連情報や相互の取組内容の横展開を図った。

## (9) 地域おこし協力隊

【再掲】 第三部第2章第2節4（1）d）②

## (10) 訪日プロモーションの戦略的高度化

### a) 「東京2020大会」後も見据えた訪日プロモーションの取組

#### ① 観光ブランドイメージの確立に向けたグローバルキャンペーンの展開

グローバルキャンペーンについては、プロモーションの基幹になる特定のテーマに焦点を当てた新動画及び静止画を2021年（令和3年）5月に完成させた。ウェブサイト・広告のほか、他事業・関係省庁の発信事業（107件）、商談会（25件）等で広く活用した。

また、広告をきっかけに日本を認知した人を対象に、訪日に関する情報を提供し、関心度を高めるためのグローバルキャンペーンのウェブサイトについて、同年7月にリニューアルした。同サイトには、同年12月までに約77万回のアクセスがあった。

また、広告宣伝に関しては、新動画及び静止画を活用し、欧米豪等を対象にしたオンライン広告を同年11月から展開した。同年12月半ばまでで6億回の広告表示、520万回のクリック数、6,500万人の完全動画視聴者数を得ており、広告を通じて効率的・効果的に訪日への興味関心を高めることができた。



バナー広告のサンプル

#### ② 現地PR会社等を活用した効果的なプロモーション事業の実施

欧米豪・中東地域各市場（米国・オーストラリア・カナダ・英国・フランス・ドイツ・スペイン・イタリア・ロシア・メキシコ・中東地域）において、メディアや一般消費者の新型コロナウイルス感染症影響下における旅行トレンドについて、現地PR会社を通じて情報収集した上で、密を避けるような旅行形態等、トレンドに見合ったコンテンツの情報を磨き上げ、PR会社の持つネットワークを生かした情報発信を行いメディアへの露出を図った。

また、現地で実施する旅行業界関係者向けのセミナー等の事業を、引き続き、外国人有識者が持つ知見を生かし、サステナブルツーリズムの各市場での現状等の意見を反映することによって、効果的に実施した。

さらに、欧米豪地域等で影響力のあるメディア等とのネットワークを生かし、日本の魅力を発信した。他方、欧米豪市場におけるメディア、旅行会社、インフルエンサー招請については、新型コロナウイルス感染症拡大により水際措置が強化されたため中止した。

#### ③ 東北をPRするデスティネーション・キャンペーンの実施

「東京2020大会」開催時期に合わせ、在日海外メディア12媒体12名を招請し、聖火リレーや競技開催会場を含めた東北地域を取材してもらうことにより、世界9か国に対して東北6県の観光の魅

力を発信した。

中国・タイ・フィリピン・オーストラリア・ドイツ市場においては、在日海外メディア等 20 名を東北に招請し、食、自然、アウトドアアクティビティ等の多様な魅力を発信した。

マレーシア市場においては、2021 年（令和 3 年）10 月から 2022 年（令和 4 年）2 月に、旅行会社・メディアを対象にオンラインセミナーを計 6 回実施し、参加者計 618 名に対して東北からのライブ中継や東北 6 県・東北観光推進機構による東北地域の魅力の紹介等を行った。

#### ④「東京 2020 大会」を契機とした訪日プロモーションの実施

「東京 2020 大会」が開催される機会を活用し、日本政府観光局において海外メディアを通じて日本各地の観光の魅力について認知度向上を図るため、ニュースレター等で観光情報の提供を行ったほか、テレビ番組の放映、プロモーション動画の CM 配信を行った。

また、大会関心層に向けてオンライン広告を行ったほか、特設ウェブサイトを通じてアクセシブルツーリズム等の魅力発信を行った。

さらに、海外メディアや旅行会社向け情報発信プラットフォーム「Japan Online Media Center」について、独自のニュースレター等掲載コンテンツの拡充を進め、広く活用されるよう公式 LinkedIn アカウントとの連携を図った。加えて、海外メディアに向けたオリパラ開催地や様々なアクティビティと関連付けたテーマでのニュースレターや、大会期間中の東京都メディアセンターでの展示情報等のコンテンツを掲載し、認知度向上に取り組んだ。



JOMCに記載しているニュースレター



日本で体験できるアクセシブルなアクティビティ（山形県：パラグライダー）

#### ⑤メディア芸術の創造・発信の強化

【再掲】 第三部第 2 章第 2 節 1（11）

#### ⑥beyond2020 プログラムの推進

「beyond2020 プログラム」では、2021 年度（令和 3 年度）においては 1,639 件、累計 19,606 件の文化プログラムを認証した（2021 年（令和 3 年）12 月末時点）。

自治体や府省庁等 69 の組織が認証機関となり、全都道府県において多様な主体が実施する幅広い分野の文化プログラムの認証や各組織による文化プログラムの開催が推進されたことにより、「東京 2020 大会」に向けた機運醸成に加え、バリアフリー対応及び多言語対応に関する事業者の意識の向上による成熟社会の実現にも貢献した。

#### ⑦スポーツを含む着地・体験型プログラム情報の発信

日本のスポーツツーリズムを総合的に発信するため、日本政府観光局のウェブサイトにおいて既存のスノーサイトやダイビングサイトに加え、新たにハイキング・トレッキング、サイクリング、ゴルフのテーマ別ページの開設に向けた準備を進め、2022 年（令和 4 年）2 月に各テーマ別ウェブサイト・ページを統合した「スポーツ&アウトドアページ」をウェブサイト内に開設した。あわせて、日本で体験できる各種スポーツや体験スポットとともに周辺の観光情報を掲載し、海外に向けて情報発信を行った。

#### ⑧ビジット・イースト・アジア・キャンペーン

「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」の共同プロモーションとして、ロシアでの BtoB 旅行商談会（アジアワークショップ）に出展した。同商談会はハイブリッド型で開催され、オンラインでは 2021 年（令和 3 年）8 月 10 日から 9 月 10 日まで、オフラインでは 9 月 10 日にモスクワで行われた。韓国も出展する中、日本ブースでは現地業界関係者向けに、需要回復期に向けた旅行商品の

造成・販売促進を行い、商談件数の合計は308件（うちオンライン212件、オフライン96件）となった。また、日本で開催予定だった日中韓観光大臣会合は、新型コロナウイルス感染症の影響により2022年度（令和4年度）以降に延期することとした。

#### ⑨アジアにおける大規模キャンペーンの推進

地方における体験型コンテンツについて認知し、関心を持ってもらうために、2021年（令和3年）10月から、アジア市場のリピーター層をターゲットとしたオンライン広告を実施し、特設ウェブサイトへの誘引等を行った。

なお、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、OTAと連携して体験型コンテンツの購入を訴求するプロモーションは、2022年度（令和4年度）以降に延期することとした。

#### b) 大規模国際競技大会等の開催を活用した観光客誘致の支援

国内で開催される大規模国際競技大会に向けて、各組織委員会及び関係府省庁が連携し、開催準備・支援に取り組んだ。一方で、2022年度（令和4年度）に開催が予定されていた第19回FINA世界水泳選手権2022福岡大会やワールドマスターズゲームズ関西、神戸2022世界パラ陸上競技選手権大会等の大規模国際競技大会については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により2023年度（令和5年度）以降への開催延期が発表された。

#### c) 4者連携による情報発信

新型コロナウイルス感染症の影響によりイベントや展示会が相次いで中止・延期されていることから、日本貿易振興機構（JETRO）と日本政府観光局は、2021年（令和3年）8月に担当者会議を開催し、オンライン上での情報発信による連携等、今後の連携方法について検討した。

また、同年7月から9月に経済産業省と日本貿易振興機構（JETRO）が共催したオンラインイベント「NET ZERO Leaders Summit（Japan Business Conference 2021）」、同年11月に日本貿易振興機構（JETRO）が上海で出展した「第四回中国国際輸入博覧会」のジャパンパビリオンにおいて、日本政府観光局の訪日プロモーション動画を放映した。

さらに、2022年（令和4年）1月・2月に、日本貿易振興機構（JETRO）が経済産業省と連携して展開した「ミス・インターナショナル」の各国・地域代表を通じた海外向け発信事業について、日本政府観光局のウェブサイト及びSNS（Facebook）で紹介した。

#### d) 地域の観光資源を活用したプロモーションの実施

日本政府観光局が有するプロモーションノウハウやデジタルマーケティングによる分析結果等を活用して実施する「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」として、各地方運輸局及び沖縄総合事務局において、計66プロジェクト、293件の個別事業を実施した。

#### e) インバウンドの段階的復活に向けた小規模分散型パッケージツアーの試行的実施

小規模分散型パッケージツアーの実施に向けて準備を進めたが、新型コロナウイルス感染症拡大による水際措置が強化されたことにより、外国人の新規入国停止等の措置がとられたことから、実施には至らなかった。

#### f) スノープロモーション事業

オーストラリア市場において、2021年（令和3年）7月下旬から8月上旬にかけて、東北地方で実施したメディア招請について記事形式のオンライン広告を作成し、Mountain watch、Timeout、Vacations&Travelといった人気メディアへ計6回にわたり掲載し、桜と雪が同時期に楽しめる東北ならではの優位性を発信した。

ウェブサイトでの情報発信について、日本政府観光局のウェブサイトにスノーツーリズムサイトを含むスポーツ特設ページを2022年（令和4年）2月に開設し、情報発信の一元化を図った。同特設ページにおいて、同年2月中旬から3月中旬にかけて、米国市場、英国市場、オーストラリア市場、ドイツ市場、フランス市場及び中国市場向けにオンライン誘引広告を実施した。

旅行博出展等について、オーストラリア市場では、スキーやスノーボード旅行に特化した一般消費者向け旅行博「Snow Travel Expo」に出展（2021年（令和3年）5月16日メルボルン、同年5月23日シドニー）し、北海道をはじめとした日本各地のスキーリゾートについて情報提供を行った。中国市場

では、同年9月3日から7日に「2021 国際冬季運動（北京）博覧会（WWSE）」に出展した。



Snow Travel Expoシドニー会場での様子



WWSE (World Winter Sports Expo) 出展の様子

#### g) 日本政府観光局における市場調査

日本政府観光局において、訪日重点全市場を対象とした基礎調査を2021年（令和3年）3月から6月に実施し、各市場における結果データに基づいて、精緻な海外旅行に係る市場分析、競合国分析等を行った。また、同調査の分析結果も踏まえて、重点的に訪日プロモーションを行うターゲット層を市場ごとに選定し、それらの海外旅行に係る志向等を深掘りするための調査を実施するなど、中長期のマーケティング戦略策定に向けた検討を進めた。

#### h) 日本政府観光局におけるプロモーション実施体制の強化

日本政府観光局において、デジタルマーケティングの専門人材の登用や職員の能力開発を行うとともに、2021年度（令和3年度）に新たに開設した海外事務所（ドバイ事務所及びメキシコ事務所）において人員増強等を行い、プロモーションの実施体制を強化した。

#### i) eラーニングの実施

日本政府観光局は、海外の旅行代理店販売員の人材育成を進めるため、訪日旅行に関する知識を習得するためのeラーニングウェブサイトの運営を、12か国1地域（米国・オーストラリア・カナダ・英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン・ロシア・インド・インドネシア・オランダ・北欧地域）において実施した。新型コロナウイルス感染症の影響により、コンテンツの拡充や新規コースの導入については見送った。

#### j) 訪日外国人旅行者の意見分析による満足度向上

2021年度（令和3年度）も引き続き、ウェブサイト上で中国語（簡体字・繁体字）及び韓国語の「訪日観光意見箱」を運用したが、新型コロナウイルス感染症拡大により訪日外国人旅行者が極めて少なかったため、意見は投稿されなかった。

#### k) 新たな市場からの誘客促進に向けた先行試行的プロモーション事業等の実施

重点22市場においては、新型コロナウイルス感染症の影響下における旅行需要の変化を踏まえ、従来の訪日観光情報に加え、自然やアウトドアアクティビティの観光魅力の発信について、旅行業界向けにはセミナーや商談会を通じて、一般消費者向けには特にウェブサイトやSNSを通じて実施した。準重点市場（スイス、オランダ、北欧地域、ニュージーランド及びブラジル）においては、レップオフィスを通じて市場動向の把握に努めるとともに、ウェブサイトやSNSを中心に訪日観光情報全般について情報発信を行った。

また、日本政府観光局現地事務所の新規開設については、2021年（令和3年）11月にドバイ事務所、メキシコ事務所が正式に開所したほか、成都事務所、ストックホルム事務所の開所に向けて準備を進めた。

#### l) ICT・ビッグデータ等の分析・活用による個人の関心に合わせた情報の発信（デジタルマーケティングの強化）

個別の興味・関心に応じた情報発信を実現するために、ウェブサイトの閲覧状況や検索の動向、SNSの反応、スマートフォン向けアプリの利用履歴、外部ビッグデータ等を活用した高度な分析や分析データの活用を促進できるように環境整備を実施した。また、最新のデジタルマーケティング環境を踏まえた効果的な手法を活用した情報発信や効果的なプロモーション実施が可能な体制を整えた。

#### m) SNS 等を活用したプロモーションの高度化

2021 年度（令和 3 年度）は、新型コロナウイルス感染症の影響により海外からインフルエンサーの招請ができなかったため、代わりに在日インフルエンサーを活用し、タイ、フィリピン、オーストラリア、英国、フランス市場において、日本の魅力や訪日観光情報をウェブサイトや SNS を通じて発信した。

また、在外公館において、運用している 530 の SNS アカウントを活用して、外務本省、日本政府観光局、地方公共団体、現地メディア等が発信した日本情報（観光・文化・歴史・トレンド等）のコンテンツを再発信するとともに、任国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信し、日本への関心・理解の拡大を図った。この結果、同年度、在外公館において運用している SNS アカウント・フォロワー総数は対前年比 15.4%増加した。

### (11) インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

#### a) インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化（高付加価値旅行者層）

2021 年（令和 3 年）7 月に高付加価値旅行に特化した商談会である ILTM Asia Pacific（オンライン）、同年 12 月に ILTM Cannes にそれぞれ出展し、日本の高付加価値コンテンツの PR を行った。

また、同年 10 月には、日本政府観光局が主催する高付加価値旅行に特化した商談会（Japan Luxury Showcase）（オンライン）を実施した。

さらに、2022 年（令和 4 年）2 月には、海外での富裕旅行商談会（The Essence of Luxury Travel）へオンラインで参加し、商談を行った。

加えて、ウェブサイトの多言語化やテーマ別の動画制作を実施するとともに、高付加価値旅行者層を顧客に持つ団体と連携した BtoC の情報発信や、高付加価値旅行業界の会員ネットワークである、Serandipians や The House of Beyond と連携し、会員向けのニュースレター配信やオンラインでの BtoB の情報発信を実施した。

また、中国市場の高付加価値旅行者層に向けた取組として、ウェブサイト及び冊子を制作した。

#### b) 戦略的対外発信拠点「ジャパン・ハウス」事業

JAPAN HOUSE 3 拠点（サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス）で、オンラインを活用し、地域の魅力を発信するセミナーや動画配信イベント等を実施した。その中の新たな試みとして、JAPAN HOUSE サンパウロが実施した、日本各地の文化を旅行仕立てで紹介する「せとうち探訪」では、関連キットの事前送付やライブ中継を交え、家に居ながら五感で日本に出会う体験を提供し、約 2.8 万回の視聴回数を得た。

#### c) 在外公館等における海外への地域の魅力発信

##### ① 地方の魅力発信セミナー・地方視察ツアー

2021 年（令和 3 年）10 月、外務省と 4 つの地方公共団体等との共催で、駐日外交団等に対して各地方の施策、地場産品・観光資源等を紹介するセミナーを、新型コロナウイルス感染症の感染状況に鑑みオンライン形式で 1 回実施し、約 150 名の参加を得た。また、外務省と地方公共団体との共催で駐日外交団が地方を訪問・視察するツアーについて、秋田県鹿角市（2021 年（令和 3 年）11 月）、福島県郡山市（同月）で計 2 件実施し、計 28 人が各地域が誇る豊かな自然や文化遺産、産業施設等を訪れた。

##### ② 地域の魅力海外発信支援事業

新型コロナウイルス感染症の影響により日中間の人的往来が限定的な中でも、中国にいながら日本の地域の魅力を体感できるよう、「地域の魅力海外発信支援事業」により、情報発信を実施した。具体的には、185 万人のフォロワーを抱える在中国日本国大使館 SNS を活用し、67 の地方公共団体等の PR 動画の配信を行ったほか、中国各地で小売店、日本料理店、卸売業者等、各種団体が実施する日本料理や特産品に関するプロモーション・販促活動を同事業の「連携事業」と位置づけ、同 SNS で情報発信するなどの支援を行った。

##### ③ 地方創生支援・飯倉公館活用対外発信事業

新型コロナウイルス感染症の影響により、予定していた 2 件のレセプションの実施を見送った。他方で、このうち 1 件については新型コロナウイルス感染症の感染状況に鑑み規模を縮小する形で、外

務省と山口県山口市及び愛知県名古屋市との共催で、駐日外交団等を対象とした地方の特色、施策等を発信するセミナー形式のイベントとして2022年（令和4年）3月に都内で実施し、65名の参加を得た。

#### ④文化事業等を通じた訪日需要の喚起

新型コロナウイルス感染症の流行下においても、日本の茶道、華道、武道、アニメ、マンガ、演劇、映画、食文化等を紹介する「日本文化紹介事業」や、現代美術、写真、工芸、建築、デザイン、日本人形等を紹介する巡回展等を、対面での事業実施が可能な国・地域では十分な安全対策を講じた上で実施し、難しい場合はオンラインを活用して行った。

また、2021年（令和3年）も国際交流基金（JF）と日本政府観光局が連携して、タイ、スペイン、シンガポール、ブラジル等で様々な事業を実施した。具体的には、国際交流基金（JF）事業「J-Talk:Diggin' Culture」についての日本政府観光局のFacebookによる事前広報をタイで、両法人が共同制作した日本昔話の読み聞かせ動画についての日本政府観光局のオウンドメディアによる発信をスペインで、国際交流基金（JF）日本映画祭における日本政府観光局とシンガポール政府観光局による日星国交樹立55周年キャンペーンを通じた広報協力をシンガポールで、国際交流基金（JF）日本映画祭における日本政府観光局訪日プロモーション動画の放映をブラジルでそれぞれ実施したほか、今後の更なる連携促進についての意見交換を行った。

さらに、2021年度（令和3年度）は、様々な分野で「日本ブランド」を体現する専門家の講演、実演及びワークショップをウェビナーの形で実施した。具体的には、バルト3国を対象にした浮世絵木版画セミナー、染め物文化を共有するインドを対象にした有松鳴海絞りセミナー、カナダ向けに堺の刃物技術を紹介するセミナー等を計6回実施し、地方の観光資源を含む日本の多様な魅力を参加者総計1,000名以上に発信し、親日層の拡大と将来的な訪日客誘致につなげるイベントとした。



左：舞台公演オンライン配信プロジェクト STAGE BEYOND BORDERS  
中央：国際交流基金（JF）巡回展をめぐる短編動画配信シリーズ  
右：在外公館文化事業「地方自治体魅力発信」

#### d) 放送コンテンツの活用による日本の魅力発信

##### ①放送コンテンツ海外展開支援事業（国際交流基金事業）

日本政府観光局と国際交流基金（JF）との連携の下、国際交流基金（JF）が無償提供した日本の番組が海外テレビ局で放送される際、日本政府観光局が制作した訪日プロモーション動画をテレビCMとして放映した。また、2022年（令和4年）3月末時点では、57か国・876番組での放映実績がある。

さらに、同月末までに、商業ベースでは日本のテレビ番組が放送されない国・地域を中心に、日本のアニメ、ドラマ、ドキュメンタリー等の無償提供を実施し、約80の国と地域において、延べ約500番組を放送した。現地の要望や環境も踏まえ、新型コロナウイルス感染症でますますニーズが高まる配信の取組を継続した。

##### ②株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構（JICT）による放送事業の海外展開支援を通じた対外発信の強化

2021年度（令和3年度）も引き続き、株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構（JICT）等から出資された現地事業会社を通じて現地において放送事業を行った。

### ③テレビ国際放送の実施

「放送法（昭和25年法律第132号）」に基づき、NHKにテレビ国際放送の実施を要請し、NHKにおいて放送を実施した。

2021年（令和3年）10月時点で約160の国・地域で約3.8億世帯が視聴可能であった。また、NHKにおいて、利便性の向上及び視聴機会拡大に向けたインターネット配信の強化等の取組を推進した。

#### e) コンテンツ等の海外展開の促進を通じたプロモーション

総務省主催で、関係省庁等が連携し、地方公共団体や放送局等事業者向けのコンテンツの海外展開に関する施策説明会をオンライン配信により実施した。観光庁からは、コンテンツを活用した訪日プロモーションに関する施策について紹介した。同説明会には、放送事業者、自治体等から約700名が参加した。

また、総務省では、日本の魅力を伝える放送コンテンツを、ローカル放送局等と地方公共団体、地場産業等の関係者が協力して海外の放送事業者等と共同制作し、海外で発信等する事業を支援しており、2021年度（令和3年度）は計47件の事業を支援対象として採択した。

さらに、国際交流基金（JF）を通じて、2022年（令和4年）3月末までに、商業ベースでは日本のテレビ番組が放送されない国・地域を中心に、日本のアニメ、ドラマ、ドキュメンタリー等の無償提供を実施し、約80の国と地域において、延べ約500番組を放送した。現地の要望や環境も踏まえ、新型コロナウイルス感染症でますますニーズが高まる配信の取組を継続した。

#### f) 日本観光振興協会の国内観光情報サイトの多言語化

日本観光振興協会の国内観光情報ウェブサイト「全国観るなび」上の約6,500件の主要イベント・季節情報について、手動翻訳による正確な英語での発信を行った。

また、将来的なAI翻訳技術による多言語での正確な情報発信を見据え、サンプルデータについてAIによる多言語翻訳を行い、提供可能なレベルであるかの実証実験を行った。

#### g) 海外における日本語事業（国際交流基金事業）

新型コロナウイルス感染症の流行以前から準備・運用してきたeラーニング及びウェブ教材について、国際交流基金（JF）を通じて、新型コロナウイルス感染症流行下の行動制約の中でも活用できる学習方法としての利用を推進した。また、従来から国際交流基金（JF）を通じて実施してきた日本語専門家による支援、日本語教師・学習者に対する研修等の取組を継続し、海外における日本語教育の質の向上と安定的実施に寄与した。

#### h) 海外日本庭園再生プロジェクト

修復が求められている海外日本庭園の一部について、日本側の造園技術者の派遣及び現地庭園管理者等とのオンラインによる修復支援を実施するとともに、日本庭園の海外への情報発信等についてのシンポジウムを実施した。

#### i) 風評被害を最小限に抑えるプロモーションの実施

公共交通機関、観光地等に関する災害関連の情報についての正確な情報発信の一環として、日本政府観光局のウェブサイト及びSNSを活用し、新型コロナウイルス感染症等に関連する情報発信を多言語で実施した。

#### j) 観光分野における多国間枠組みへの貢献

観光庁において、国際観光交流の回復も視野に、2021年（令和3年）12月にはUNWTO（国連世界観光機関）駐日事務所、一般財団法人運輸総合研究所との共催による「観光を活用した持続可能な地域経営に関するシンポジウム」、2022年（令和4年）2月にはUNWTO駐日事務所との共催による「観光危機管理についての国際シンポジウム」（オンライン）を開催し、国内外に我が国の持続可能な地域経営に関する先進的な取組や観光危機管理への取組を発信した。

#### k) 二国間関係の強化による双方向交流の拡大

2021年（令和3年）5月に日中観光担当大臣オンライン会談、同年11月に第35回日韓観光振興協議会を実施した。また、同年8月にハドルストン英国デジタル・文化・メディア・スポーツ省政務次官

が鳩山国土交通大臣政務官（当時）を表敬訪問した際、新型コロナウイルス感染症収束後の日英間の観光交流を相互に促進していくことの重要性等について意見交換を行った。

#### l) 先住民族としてのアイヌ文化等の発信

民族共生象徴空間（ウポポイ）では、2020年（令和2年）7月の開業以来、入場者数の制限等の新型コロナウイルス感染症対策を徹底している中、1年間で約26万人が来場した。

2021年（令和3年）7月にはウポポイの1周年記念セレモニーや、ウポポイとアイヌ文化についての政府広報番組の放送、同年7月から8月には漫画「ゴールデンカムイ」に関する特別展示等を実施した。同年8月には、札幌での東京オリンピック競技大会マラソン・競歩の実施で注目が集まる機会を活用し、東京2020参画プログラムとしてアイヌ舞踊をさっぽろテレビ塔前で実施するなど、国内外に広く発信することで、アイヌ文化・ウポポイの普及・啓発を図った。

また、このアイヌ舞踊について、東京オリンピック競技大会期間中にテレビCMを放送し、ウェブサイト上で動画を公開したほか、2022年（令和4年）2月からウポポイのテレビCMを放送するなどプロモーション活動を強化した。

#### m) 海外メディア招へいや在京海外メディア記者向けプレスツアーを活用した情報発信

2021年度（令和3年度）、海外から招へいた海外メディア関係者による取材1件や、在京外国メディア関係者向けプレスツアー5件の実施等を通じ、海外メディアによる日本の魅力発信を支援した。また、新型コロナウイルス感染症の影響により実際の招へい実施が困難であったことを受け、オンラインによる取材を35件実施した。また、地方創生の取組も積極的に紹介し、海外への地方の魅力発信を強化した。

### (12) 全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの構築

日本政府観光局のウェブサイトでは文化財及び地域の魅力を通年で発信した。季節や新しい生活様式に対応したコンテンツ拡充を四半期ごとに行うとともに、2021年（令和3年）8月には、高付加価値旅行に関心がある層に訴求するためのウェブサイトの全面リニューアルを実施した。

### (13) 日本博をはじめとする文化プログラムの推進

【再掲】 第三部第2章第2節1（7）

### (14) 海外への国立公園の魅力発信

【再掲】 第三部第2章第2節2（2）b）

### (15) 「SAVOR JAPAN」ブランドの魅力発信

【再掲】 第三部第2章第2節5（2）

### (16) 農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】 第三部第2章第1節4）

### (17) 訪日教育旅行の活性化

#### a) 訪日教育旅行の受入体制整備

学校交流再開に向け、日本への理解の深化を目的に、日本政府観光局のウェブサイトにおいて、制服や給食、部活動等の日本の学校に関する情報を年間を通じて発信した。また、訪日教育旅行に関するアンケート調査結果を2021年（令和3年）11月に同ウェブサイトで公表し、同年12月までにウェブサイト全体で約13.4万回のアクセスがあった。さらに、2022年（令和4年）3月には、日本政府観光局ロサンゼルス事務所主催のオンラインセミナーの概要も、同ウェブサイトに掲載した。

#### b) 相談窓口によるマッチング支援

日本政府観光局が設置した訪日教育旅行に関する相談窓口を通じて、海外からの問合せに随時対応した。また、国内教育関係先とのマッチング支援については、新型コロナウイルス感染症の影響により受入及び訪日が困難なため、実施を見合わせた。

### c) 訪日教育旅行に対する理解の促進

訪日教育旅行の受入促進に係る日本政府観光局の取組について、2022年（令和4年）3月に文部科学省の公式メールマガジンで配信した。

また、日本政府観光局ロサンゼルス事務所では、2021年（令和3年）12月、米国で日本語教育に携わる教育関係者に向け、訪日最新情報とともにネットワーキングの機会を提供する訪日教育旅行オンラインセミナーを開催した。なお、台湾において例年実施していた教育旅行事業については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見合わせた。

### d) 訪日教育旅行の地方への誘致

日本政府観光局ロサンゼルス事務所では、2021年（令和3年）12月、米国で日本語教育に携わる教育関係者に向け、訪日最新情報とともにネットワーキングの機会を提供する訪日教育旅行オンラインセミナーを開催した。なお、台湾において例年実施していた教育旅行事業については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見合わせた。

## (18) 鉄道の観光資源化

全国の観光列車が持つ魅力を紹介する日本政府観光局ポータルサイトについて、観光列車の掲載内容の更なる充実のため、鉄道事業者の観光列車の情報発信強化、掲載数増加等、充実化を図った。

## (19) 観光分野も含む、専門職大学・専門職短期大学・専門職学科の振興に向けた取組

【再掲】 第三部第2章第1節1（8）b)

## (20) 生産性向上に資するビッグデータに対応した観光人材育成プログラム開発

2020年度（令和2年度）に作成した観光人材育成プログラムや教材、効果的な教育手法等について、専修学校と産業界が連携し、地域において観光人材に求められる知識や技能等の観点から評価・分析を行い、プログラム等の見直しを行った。また、作成したプログラム等の全国普及を見据え、公開講座を開発・実施した。

## (21) 「ホストタウン」の推進

「東京2020大会」開催までに、462件がホストタウンに登録され（うち復興ありがとうホストタウン33件、共生社会ホストタウン105件）、関係する地方公共団体は533、相手国・地域数は185となった。

また、オンラインイベント「ホストタウンハウス」、復興ありがとうホストタウンサミット及び共生社会ホストタウンサミットにおいて、新型コロナウイルス感染症下における特徴ある取組の事例や課題の共有・発信を行い、参加したホストタウンの間で、「東京2020大会」を契機とした交流をレガシーとして未来へつないでいくことについて認識が共有された。

## 第4節 観光インフラの整備

### 1 出入国の円滑化

#### (1) 最先端技術を活用した革新的な出入国審査の実現

##### a) 世界初の出入国審査パッケージの導入、世界最高水準の技術の活用等の取組

世界初の出入国審査パッケージの導入や世界最高水準の技術を活用し、空港での入国審査待ち時間20分以内の目標を目指すこと<sup>17</sup>等を踏まえ、革新的な出入国審査を実現するため、適切な運用体制について検討しつつ、引き続き以下の取組を実施した。

##### ① バイオカートの導入

入国審査に要する時間の短縮のため、審査待ち時間を活用して指紋等の個人識別情報を前倒しで取得するバイオカート（成田国際空港、博多港等、18の空港、2の海港で運用）について、新型コロナウイルス感染症収束後の訪日外国人旅行者数の増加を見据えた入国審査の円滑化のため、新型バイオカートの試作機を東京国際空港（羽田空港）に設置し、導入に向けた検討を行った。

<sup>17</sup> 新型コロナウイルス感染症の影響により、入国審査待ち時間の計測対象者が大幅に減少したことから、2020年（令和2年）4月以降は、入国審査待ち時間の計測を見合わせている。

## ②プレクリアランスの早期実現

台湾とのプレクリアランス（事前確認）の再開に向け、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した出入国者数の回復状況を見極めながら、2022年度（令和4年度）以降の可能な限り早期の実現を目指し、台湾側との調整等を行った。

## ③自動化ゲートの対象者の拡大の検討

新型コロナウイルス感染症の影響により減少した航空機の就航数回復後を見据えて、航空機の乗員を自動化ゲートの利用対象とすることについて検討を行った。

## ④日本人出帰国手続における顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入

新型コロナウイルス感染症の影響により出帰国者数が低調であったが、今後の出帰国者数の回復に備え、顔認証ゲートのより円滑な運用ができるよう機能改修等について検討を行った。

## ⑤個人識別情報を活用した外国人の出国時の自動化ゲート利用拡大

新型コロナウイルス感染症の影響により出入国者数が低調であったが、今後の出入国者数の回復に備え、顔認証ゲートのより円滑な運用ができるよう機能改修等について検討を行った。

## ⑥出入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間の公開

成田国際空港においては、入国の待ち時間の公開に向けた関係者との調整を引き続き行った。関西国際空港においては、入国の待ち時間の公開に向けた関係者間での検討を引き続き進めた。

### b) FAST TRAVEL の推進

首都圏空港（成田・羽田）では、出発時の最初の搭乗手続において、顔写真を登録することで、その後の搭乗手続（チェックイン、手荷物預け、保安検査場入口ゲート及び搭乗ゲート）において、搭乗券やパスポートを提示することなく、「顔パス」で通過できるシステム（One ID）の運用を2021年（令和3年）7月に開始し、旅客手続の円滑化・迅速化による利便性向上を図るとともに、非接触・非対面化により接触リスクを低減した。

また、旅客動線の合理化・高度化のためのCUTEシステム<sup>18</sup>や旅客の手荷物輸送等の迅速化のための手荷物搭降載補助機材等の関連設備の導入を支援した。

さらに、第3回航空イノベーション推進官民連絡会を同年4月に開催し、官民の関係者間でFAST TRAVELの推進に係る取組状況と今後の方針について情報共有を図った。

加えて、関西国際空港では、運営権者において、民間の創意工夫を生かした機能強化が図られ、引き続きFAST TRAVELの推進に向け航空会社等の関係者との調整を行うとともに、国際線キャパシティを向上させるための第1ターミナルにおける国際線/国内線エリアの配置の見直しによる施設配置の再編や旅客体験の向上のための商業エリアの充実等を含む第1ターミナル改修工事が開始された。

### c) ボディスキャナー等の先進的な保安検査機器の導入

国際テロの脅威が高まる中で、日本国内で予定されている国際的なイベントの開催や訪日外国人旅行者の増加を見据え、出発時の航空保安検査の円滑化を図りつつ厳格化を図るため、主要空港に導入を進めてきたボディスキャナーに加え、爆発物自動検知機器等の先進的な保安検査機器の導入推進を図った。

また、2020年（令和2年）6月から開催している有識者会議の議論を踏まえ、2022年（令和4年）3月に、旅客等に対する保安検査の受検義務付けや、保安検査に係る指導・監督の強化等を内容とする「航空法（昭和27年法律第231号）」等の改正法が施行された。あわせて、国によるハイジャック・テロ等の防止に関する基本的な方針を定める「危害行為防止基本方針」が策定された。

### d) CIQ<sup>19</sup>体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国手続

2021年度（令和3年度）において、検疫所職員の177名増員、主要空港及び港における検査機器等の物的体制の整備を行い、検疫体制の強化を図った。

また、出入国審査業務の充実強化として、同年度において入国審査官175名を増員した。さらに、

<sup>18</sup> Common use terminal equipment の略。航空会社が世界主要空港で共同使用できる端末システム。

<sup>19</sup> 税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫所（Quarantine）の総称。

成田国際空港第3ターミナル増築部分供用開始に伴い、審査端末機器の増配備を行った。

加えて、今後の訪日外国人旅行者数の回復を見据え、同年度において、税関職員 165 名を増員するとともに、X 線検査装置等の取締・検査機器の配備を実施した。

動物検疫所及び植物防疫所においては、今後の訪日外国人旅行者数の回復を見据え、同年度において家畜防疫官 20 名及び植物防疫官 14 名を増員するとともに、140 頭体制とした動植物検疫探知犬を活用し、的確な携帯品検査等を実施した。

#### e) 先進的で最高水準の技術を活用した個人識別情報システムの導入

新型コロナウイルス感染症の影響による入国者数の状況を見つつ、ディープラーニング技術を活用して不鮮明な指紋画像を鮮明化する画像補正エンジンを搭載したバイオメトリクス読取装置の整備を検討した。

#### f) 税関検査場電子申告ゲート等の導入による入国旅客の迅速通関と厳格な水際取締りの両立の実現

2021 年度（令和 3 年度）においては、スマートフォンにダウンロードした税関申告アプリを利用した税関検査場電子申告ゲートを東京国際空港（羽田空港）等 7 空港で運用するとともに、更なる旅客の利便性向上のため税関申告アプリの利用に加えてオンライン方式による電子申告も可能とするよう「税関申告 WEB」の運用を 2022 年（令和 4 年）3 月から開始した。

#### g) ファーストレーンの利用促進

国際会議参加者等のファーストレーン利用促進を図るため、国際会議主催者に対して国際会議の誘致時に利用促進の PR を実施した。

#### h) 乗客予約記録の分析・活用の高度化等

税関では、乗客予約記録（PNR<sup>20</sup>）を 24 時間体制で分析・活用し、旅客の効率的かつ効果的な検査を実施した。従前より取り組んでいる全ての航空会社からの電子的な PNR 取得の推進、国内関係機関との連携の推進、外国税関当局等との PNR の分析手法に関する意見交換、AI 等先端技術の積極的活用による情報収集・分析の強化を継続して行った。

出入国在留管理庁では、関係機関との情報連携を推進し、収集した情報と PNR を含めた同庁が保有する情報を合わせて高度な分析を行い、その結果を上陸審査で活用することにより厳格な水際対策を実施した。また、情報の効率的な活用を図るため、2021 年（令和 3 年）6 月、航空会社に対し PNR の電子的報告を義務化した。

#### i) 出発国における事前スクリーニングによる渡航防止のための仕組みの導入

出入国在留管理庁内にプロジェクトチームを立ち上げ、本邦渡航前の事前スクリーニングを強化するための事前旅客処理システムの導入、電子渡航認証を主軸とした出入国審査の在り方等に関する検討を行った。

#### j) 上陸審査等の合理化（ED カード及び在留資格認定証明書の電子化）

2021 年（令和 3 年）12 月 20 日以降、新千歳空港、成田国際空港、東京国際空港（羽田空港）、中部国際空港、関西国際空港及び福岡空港において新規入国者が外国人入国記録（ED カード）を電子的に提出することを可能とした。また、在留資格認定証明書の電子化について 2022 年度（令和 4 年度）中の実現に向けて検討を行った。

### (2) 地方の農林水産物・食品の輸出支援

動植物検疫制度に関する複数の言語を用いたリーフレット等を作成し、空港の輸出検疫カウンター等での配布やウェブサイトへの掲載を実施した。

### (3) 首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善

首都圏空港におけるビジネスジェットの発着枠拡大の検討に取り組むとともに、東京国際空港（羽田空港）での利用環境整備に向け、既存スポット運用の工夫による駐機可能数拡大に向けた検討を進めた。同

<sup>20</sup> Passenger Name Record の略。航空会社が保有する旅客の予約、搭乗手続等に関する情報。

空港では、2021年（令和3年）7月にはビジネスジェット専用施設を一新し、国際線ターミナル前のビジネスジェット駐機可能優先スポットを1スポットから2スポットに増設した。

また、「東京2020大会」において、地方空港を活用した円滑なビジネスジェットの受入のために、期間中の新千歳空港や仙台空港等の地方空港における駐機スポットの確保を行った。

さらに、地方空港も活用した円滑なビジネスジェットの受入に向け、鹿児島空港、那覇空港においてビジネスジェット専用動線が整備された。

## 2 ビザの戦略的緩和

新型コロナウイルス感染症の世界的なまん延に伴う水際措置の一環としてビザ免除措置の一時的な効力停止が継続し、新規のビザ緩和の検討は進まなかった。

ビザ緩和実施国（2019年（平成31年）1月1日から実施したインド、中国を含む）におけるプロモーションについては、予定していた旅行博出展や商談会等は新型コロナウイルス感染症のまん延により一部が中止となったが、日本政府観光局のウェブサイトやSNSを利用した情報発信等を積極的に実施した。

また、国際的な人の往来が再開する際に備え、在外公館のビザ発給業務を円滑に行うために必要な物的・人的体制の整備及び領事業務の合理化に取り組んだ。業務合理化については、オンラインによるビザ申請のための準備を進め、今後具体的な実施時期を検討していくこととした。

## 3 空港

### （1）空港コンセッションの推進

2021年（令和3年）7月には広島空港の運営委託を開始し、地方空港のコンセッションの推進を通じて、内外交流人口拡大等による地域活性化、地域の振興・発展を促進した。

### （2）地方空港国際線の就航促進

国土交通省が認定した「訪日誘客支援空港」等に対して、それぞれの空港の状況に応じて、着陸料の割引や補助、グランドハンドリング経費の支援等による国際線就航の促進や、ボーディングブリッジの設置、CIQ施設の整備等の旅客受入環境の高度化を推進した。

また、新型コロナウイルス感染症に係る入国制限等により地方空港における国際線は運休となったが、今後の訪日外国人旅行者の受入再開を見据え、空港における感染リスク最小化のための受入環境整備に対して支援を行った。

### （3）首都圏空港の容量拡大

訪日外国人旅行者の受入拡大、我が国の国際競争力の強化の観点から、首都圏空港の発着容量について年間約100万回への拡大を目指した取組を進めた。具体的には、東京国際空港（羽田空港）においては、2020年（令和2年）3月に運用を開始した新飛行経路について、引き続き騒音・安全対策や、経路下地域へのチラシの配布、ウェブサイトによる地域への丁寧な情報提供を実施した。成田国際空港においては、既存のB滑走路延伸やC滑走路新設等の発着容量を年間50万回とする機能強化に係る事業を着実に推進した。

### （4）首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善

【再掲】第Ⅲ部第2章第4節1（3）

### （5）操縦士・整備士の養成・確保

操縦士資格の切替制度の合理化等の調査の実施や、「無利子貸与型奨学金事業」及び航空大学校の養成規模拡大による若手操縦士の養成能力拡大とともに、防衛省出身操縦士の民間活躍に必要な資格取得の負担軽減による即戦力となる操縦士の確保促進策を着実に進めた。

また、新たな在留資格（特定技能）による航空機整備の外国人材の受入について、新型コロナウイルス感染症の影響により、受入候補者の入国手続の見通しがたらず未実施となったが、2022年度（令和4年度）の受入に向け調整を行った。

さらに、ウェブサイト「skyworks」にて、航空に関する業務の紹介や魅力、キャリアパス等の情報を引き続き発信し、航空を志望する若年者の裾野拡大を行った。

## **(6) CIQ 体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国手続の実施**

【再掲】 第三部第2章第4節1 (1) d)

## **(7) 空港地上支援業務の省力化・自動化・人材確保等**

自動運転レベル4相当（特定条件下における完全自動運転）の導入に向けた実証実験を実施し、課題の抽出及び必要となるインフラの設置や運用ルール等の検討を行った。また、旅客の手荷物輸送等の円滑化を図るため、手荷物搭載補助機材等の導入支援を行った。

人材確保については、2021年度（令和3年度）は、特定技能制度による外国人材受入のため、企業の受入に関する意向等を調査し、試験実施機関による特定技能試験を東京都内で4回実施し、合計で約300名の受験があった。

## **(8) 地方への新規就航に合わせた共同プロモーション**

2021年（令和3年）10月にミラノで開催された World Routes に現地・オンラインの両方で参加し、海外の航空会社に対し新規就航・復便を積極的に働きかけた。

## **(9) 地域の拠点空港等の機能強化**

空港における感染リスク最小化のため、受入環境整備への補助を実施するとともに、空港旅客ターミナルビル等施設における感染対策ガイドラインを2021年（令和3年）10月に策定した。

また、地方空港のゲートウェイ機能強化のため、福岡空港において、2021年度（令和3年度）は滑走路・誘導路等整備を実施し、2024年度（令和6年度）の供用予定に向けて「滑走路増設事業」を推進した。那覇空港においては「高架道路延伸事業」、新千歳空港においては誘導路複線化等を引き続き実施した。

## **(10) 中部国際空港の機能強化**

旅客需要の回復を見据えて、中部国際空港の第1旅客ターミナルにおいて、新型コロナウイルス感染症対策としての過密化対策も踏まえた一部商業店舗の設計・改修等に着手した。

## **(11) 空港アクセスの利便性向上**

東京国際空港（羽田空港）においては、空港の運用状況を踏まえた深夜早朝アクセスバスの運行再開に向けての調整を行った。また、空港アクセス鉄道について、2020年度（令和2年度）に引き続き、京急空港線羽田空港第1・第2ターミナル駅引上線（京急空港線引上線）及びJR 東日本羽田空港アクセス線的设计を進めるとともに、京急空港線引上線については、2021年度（令和3年度）から現地工事に着手した。

さらに、成田国際空港においては、空港アクセス関係者との意見交換を重ね、更なる機能強化に伴う空港利用者の増加等に対応するため、空港アクセスの強化等の検討を行った。

加えて、那覇空港においては、空港アクセスの利便性向上に向け、ターミナルビル前面の高架道路を延伸することで混雑解消等を図った。

## **(12) コンセッション方式等の活用の推進**

2021年度（令和3年度）は新たに広島空港等で「コンセッション事業」が開始された。また、同事業の重点分野、目標等を定めた「PPP/PFI 推進アクションプラン」を2021年（令和3年）6月に改定した。

## **(13) 国内管制空域の抜本的再編による管制処理容量の向上**

2021年（令和3年）12月2日、神戸航空交通管制部の管轄空域を高度33,500フィート（約1万m）で上下に分離した。また、2022年（令和4年）2月24日、神戸航空交通管制部の高高度空域を福岡航空交通管制部へ移行したことにより、西日本空域の上下分離が完了した。

## **(14) 訪日外国人旅行者数目標達成に向けた航空・空港支援**

航空会社や空港会社等に対して、資金繰り支援や雇用調整助成金等による支援に加え、2021年度（令和3年度）予算において1,200億円規模の空港使用料、航空機燃料税の大幅な減免や81億円規模の無利子貸付等による支援等、航空・空港の経営基盤強化に向けて強力な支援策を講じた。

## **(15) 国内外ハブ空港におけるプロモーション**

成田国際空港、東京国際空港（羽田空港）において、空港のデジタルサイネージ等を活用し、日本全国

の観光資源等を紹介する映像コンテンツを盛り込んだウェルカム動画等を放映し、プロモーションを実施した。

#### (16) 日本文化の魅力発信及び文化財による地域活性化

【再掲】 第三部第2章第2節1 (1) g)

### 4 MICE・IR

#### (1) MICE 誘致の促進

##### a) 「MICE 推進関係府省連絡会議」の開催

新型コロナウイルス感染症拡大により開催が困難になっていた MICE の安全な再開に向け、MICE 関係者や関係省庁の連携を強化するため、2021 年（令和3年）12 月に「安全な MICE の再開と発展に向けた関係者協議会」を開催した。「MICE 推進関係府省連絡会議」については、感染状況も踏まえつつ、2022 年度（令和4年度）以降の実施に向け協議を行っている。

##### b) レセプションでの公的施設の使用許可

国際会議等のレセプションを積極的に受け入れている施設について、会議主催者や全国のコンベンションビューロー等に対し、ウェブサイト等を通じて情報を発信することにより、公的施設のユニークベニュー<sup>21</sup>としての活用の促進に努めた。

##### c) プレ・ポスト MICE の推進

ワーケーションやブレイジャー等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行の活用を促進するよう、40 の企業と地域をマッチングし、「企業の制度導入と地域の受入体制整備を行うモデル事業（トライアルプログラム）」を実施した。また、企業のワーケーション導入に向けた気運醸成を図るため、2022 年（令和4年）3月に企業向けオンラインセミナーを実施した。

##### d) 学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催促進

共同主催国際会議の募集に関する周知等で構築してきた政府と日本学術会議及び日本政府観光局との協力体制をより一層深め、学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催の促進に向けた取組を促進した。

##### e) 官民横断組織の構築等によるオールジャパン体制での支援

新型コロナウイルス感染症拡大により MICE の在り方も大きく影響を受けたことから、MICE 関係者が連携して新たな課題に取り組むため、関係省庁も交えて「安全な MICE の再開と発展に向けた関係者協議会」を開催して意見交換を行い、今後の取組の方向性についてとりまとめを行った。また、各地のコンベンションビューロー等とも意見交換・情報共有を行い、連携を図った。

さらに、日本政府観光局による情報発信・マーケティング展開と併せて、コンベンションビューロー等へコンサルタントを派遣してトレーニングを実施し、新型コロナウイルス感染症収束後を見据えた我が国のインセンティブ旅行の誘致力の強化を図った。

##### f) MICE 総消費額等算出事業

新型コロナウイルス感染症の影響により、2021 年（令和3年）に予定していた MICE 総消費額等の算出は実施できなくなったが、代わりに新型コロナウイルス感染症の影響を受けた国際会議に関する調査を実施することにより、対面を含む形での会議開催の促進を図った。

##### g) MICE 人材育成

2021 年（令和3年）12 月に開催した「安全な MICE の再開と発展に向けた関係者協議会」において、MICE 業界団体等と議論を行い、MICE のオンライン化・ハイブリッド化に伴う MICE 人材のデジタルリテラシーの向上等の重要性等について確認した。

<sup>21</sup> 「ユニークベニュー（Unique Venue:特別な場所）」とは、「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間（庭園・公園、商店街、公道等）」などで、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

#### h) MICE 誘致促進等

国際会議の誘致・開催に積極的だがノウハウが不足している地方都市に対しコンサルタントを派遣し、感染症対策やハイブリッド型国際会議の開催ノウハウを含むトレーニングプログラムを実施することにより、新型コロナウイルス感染症収束後を見据えた我が国の国際会議等の MICE 誘致力の強化を図った。

また、ハイブリッド型 MICE の開催を促進するため、感染症対策を徹底しつつ、対面とオンライン双方の参加者を満足させるハイブリッド会議の実証事業の開始に向け、準備を進めた。

#### i) インセンティブ旅行支援

日本政府観光局において、ポストコロナにおけるトレンドやニーズに対応した地域のインセンティブ旅行コンテンツ（観光施設、宿泊、食事、チームビルディング、体験、ユニークベニュー等）を全国から収集し、選定した 42 件のコンテンツを、6 言語に加えて日本語でも日本政府観光局 MICE ウェブサイトに掲載するとともに、海外事務所からニュースリリース等で BtoB の情報発信を行った。

2022 年（令和 4 年）3 月までに、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、シンガポール、中国及び台湾において現地旅行会社等の有力バイヤーを集めたインセンティブセミナー・商談会をオンラインで行った。

#### j) MICE ブランドを活用した日本の認知度向上

日本政府観光局において、MICE 需要の早期回復のため、海外でのオンライン等の広告展開や MICE ウェブサイト運営及び改善を行うとともに、MICE 専用 SNS アカウント（日・英）の運用、その他のプロモーション活動を行い、日本での MICE 開催に係る正確な情報を発信した。

#### k) MICE 関連国際団体との連携によるプロモーションの強化

日本政府観光局において、2021 年（令和 3 年）8 月に IAPCO（国際 PCO 協会）とのデスティネーションパートナーシップを締結した。2022 年（令和 4 年）2 月にはローマで開催された IAPCO 総会でオンラインで動画を放映するなど、会員向けにプロモーションを行ったほか、IAPCO の専門家による人材育成プログラムの上級セミナーを実施するなど、国際団体との連携を更に強化した。

#### l) 大学教員・研究者等の国際会議誘致活動に対する支援、潜在的な国際会議主催者に対する意義の普及・啓発

日本政府観光局海外事務所において国際本部との情報交換、学協会へのセールスアプローチを実施し、国内においては、国内主催者のオンラインでの誘致活動を支援した。国内学協会向けに学会誌に日本政府観光局の誘致開催支援を紹介する広告を掲載したほか、MICE アンバサダーが開催した国際会議のケーススタディを日本政府観光局 MICE ウェブサイトに掲載した。また、国際会議誘致・開催貢献賞を実施し、2022 年（令和 4 年）1 月に日本政府観光局 MICE ウェブサイトで受賞案件を発表し、ベストプラクティスとして PR した。

#### m) MICE 関連人材の育成、コンベンションビューローに対するコンサルティングの実施

最新の MICE 業界動向を踏まえた誘致・開催支援及びコミュニケーションを行うことができ、国際レベルで通用する能力を持つ人材を体系的に育成するため、初級・中級・上級セミナーをオンライン形式で実施した。

#### n) データ連携システムを活用した MICE 誘致力の強化

日本政府観光局において、2020 年度（令和 2 年度）に再構築を行った MICE データ基盤の運用と海外事務所への展開を行い、データ連携システムの運用を開始することで国内外の MICE 活動に関するデータ集約を進めた。同システムで実施した各種情報発信の成果やシステム上に集約したオフライン活動の情報等、オンライン・オフライン双方の MICE 活動から得られたデータにより可視化されたセールス対象の個別の興味関心度合いについて、効果的なセールス活動やプロモーション活動につなげるよう組織内共有を行い、データを活用したマーケティングによる MICE 誘致力を強化した。

#### o) MICE 施設のコンセッション方式活用推進の加速化

MICE 施設の運営方式を検討中の 3 つの地方公共団体へ複数回専門家を派遣し、混合型コンセッショ

ン等を含むコンセッション方式導入に向け、課題等の調査を実施した。あわせて、コンセッション方式の先行事例（2か所）について、新型コロナウイルス感染症拡大期を含め、事業開始からの運営状況を調査した。

#### p) スポーツ MICE の招致・開催支援に向けた検討

2020年度（令和2年度）に実施した国際競技大会の招致・開催の在り方についての調査研究の成果について、新型コロナウイルス感染症の影響により国際競技大会が中止・延期となっている状況を踏まえ、地方公共団体等までの周知は行わず、代わりに統括団体に対し会議での報告を行った。

#### q) 農産品輸出促進に向けた MICE 活用強化

新型コロナウイルス感染症の影響で、対面での海外見本市・商談会の開催は難しくなったが、日本貿易振興機構（JETRO）ではオンラインシステムを活用した海外バイヤーとの商談事業を再構築するとともに、リアルとオンライン併用型の見本市（11回）にも出展を行い、海外への新規参入、販路拡大を促進した。

#### r) 国際仲裁の活性化

東京・虎ノ門に設置された仲裁専用施設（日本国際紛争解決センター・東京）を活用しつつ、海外向けウェビナー（シンガポール、中国、台湾、タイ等を対象）を開催し、日本における国際仲裁の魅力をアピールしたほか、在京大使館に対し、同施設の内覧会を実施するなど、本国での周知啓発の依頼をした。



東京虎ノ門の仲裁専用施設（日本国際紛争解決センター・東京）

## (2) IR 区域の整備の推進

IRについては、「特定複合観光施設区域整備法（平成30年法律第80号）」に基づき、2021年（令和3年）7月にはカジノ事業等の規制に必要な事項を定める「カジノ管理委員会関係特定複合観光施設区域整備法施行規則（令和3年カジノ管理委員会規則第1号）」等の関係の規則を制定した。また、同年10月1日から、「特定複合観光施設区域整備法第九条第十項の期間を定める政令（令和2年政令第365号）」に基づき、区域整備計画の認定申請期間が開始され、誘致を目指す各地方公共団体において、事業者の選定や計画の申請に向けた所要の準備が進められた。

## 第5節 更なる観光振興を図るための主要施策

### 1 休暇改革

10月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成、駅貼り広告（706か所）、新聞広告、インターネット広告等により、年次有給休暇取得の集中的な広報を行った。

また、関係労使、地方公共団体等が協議会を設置し、地域の特性を生かした計画的な年次有給休暇取得を企業、住民等に働きかけ、地域における休暇取得促進の機運の醸成を図った。

### (1) 年次有給休暇の取得推進

2019年（平成31年）4月に改正法が施行された「労働基準法（昭和22年法律第49号）」に基づき、労働者が年間で少なくとも5日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者が義務付けられたこと等について、都道府県労働局、労働基準監督署及び働き方改革推進支援センターで開催する説明会やインターネット広告等を活用した周知広報等を通じ、引き続き周知及び履行確保を図った。

また、10月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成、駅貼り広告（706か所）、新聞広告、インターネット広告等により、年次有給休暇取得の集中的な広報を行った。

さらに、新潟県新潟市と連携した上で、関係労使、地方公共団体等が協議会を設置し、地域の特性を生かした計画的な年次有給休暇取得を企業、住民等に働きかけ、地域における休暇取得促進の機運の醸成を図った。

## (2) 休暇取得の分散化等による観光需要の平準化

新型コロナウイルス感染症の影響により、キッズウィークの推進に向けた取組を実施することは困難であった。国家公務員については、「令和3年度における人事管理運営方針」（2021年（令和3年）3月内閣総理大臣決定）において、職員が家族の記念日や子供の学校行事等のプライベートの予定等に合わせて年次休暇を取得しやすい環境を整備するよう記載し、2021年度（令和3年度）は同方針に基づき、各府省において年次休暇等の取得を促進した。

## 2 観光需要の喚起・創出

### (1) Go To トラベル事業

2020年（令和2年）に実施した「Go To トラベル事業」の課題を踏まえ必要な見直しを行った、「新たな Go To トラベル事業」について、その概要を2021年（令和3年）11月に公表した。

なお、「Go To トラベル事業」の給付金を不正に受給するなどした事業者に対しては、返金はもとより、加算金の徴収や「新たな Go To トラベル事業」への参加を認めないなど厳正に対応している。また、「新たな Go To トラベル事業」に向け、審査対象の拡大等の再発防止にも取り組んでいる。

### (2) 地域観光事業支援の実施

2021年（令和3年）4月から、各県が行う県内旅行の割引事業について、1人泊当たり5,000円を上限に旅行代金の2分の1相当の支援等を行い、同年11月から支援対象を隣県まで拡大した。

また、同年4月から、宿泊事業者における、感染症対策に資するサーモグラフィ等物品の購入経費、ワーケーションスペースの設置や非接触チェックインシステムの導入等の前向き投資に要する経費について各県が補助を行う場合には、施設の規模等に応じ、500万円を上限に各施設における事業費の2分の1を支援した。

### (3) 安全・安心の旅のスタイル定着に向けた取組

宿泊施設、旅行業者、貸切バス等の観光・交通事業者による業種別ガイドラインの徹底を要請しつつ、感染拡大防止策の導入を支援するとともに、2021年（令和3年）11月に改訂した「新しい旅のエチケット」について、観光・交通事業者等と連携して、周知の徹底を図った。

## 3 持続可能な観光地域づくり

### (1) 持続可能な観光の実現に向けた取組

2021年度（令和3年度）においては、全国15の地域に対し、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D<sup>22</sup>）」を活用しながら、持続可能な観光地マネジメントの導入を支援した。

### (2) 観光需要回復に向けた攻めの訪日外国人旅行者受入環境整備

観光地及び公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備し、観光需要の回復に向けて反転攻勢のための基盤を整備するため、2021年度（令和3年度）を通じ、訪日外国人旅行者受入環境整備に積極的に取り組む地域において、感染症対策等の拡充メニューも活用して訪日外国人旅行者受入環境整備に関する個別の取組を支援した。

### (3) ICT・AIを活用したエリア観光渋滞対策

観光地周辺で広域的に発生する渋滞を解消し、回遊性が高く円滑な移動が可能な魅力ある観光地を創造するため、関係者が連携し、ICT・AI等の革新的な技術を活用したエリアプライシングを含む交通需要制御等のエリア観光渋滞対策の実装に向けた取組を推進・支援した。

### (4) 観光地周辺における渋滞対策

観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド観光需要に対応するため、地域や公共交通機関と連携し、観光拠点までのラストマイルにおいて、既存道路ストックの有効活用や駐車場予約専用化、パークアンドライドの導入等による交通分散及びビッグデータを活用した即効性のある渋滞対策を推進した。

<sup>22</sup> Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

## 4 若者をはじめとした海外旅行促進

### (1) 若者のアウトバウンド活性化

新型コロナウイルス感染症拡大により大きな影響を受けた海外教育旅行の再開・回復に向け、感染防止対策を含む安全・安心な旅行を実施するための情報を整理し、観光業界等と連携しながら国内における普及・啓発活動を展開するための情報発信ツール（ウェブサイト）を作成した。

### (2) 観光分野における多国間枠組みへの貢献

【再掲】 第三部第2章第3節 (11) j)

### (3) 二国間関係の強化による双方向交流の拡大

【再掲】 第三部第2章第3節 (11) k)

### (4) 旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保

旅行安全情報共有プラットフォームについて、引き続き、観光庁は外務省の「たびレジ」と連携し、情報の配信を行ったほか、アウトバウンドの再開後に向けて、新型コロナウイルス等の感染症に係る医療提供体制の有無の追加、対象都市や位置・経路情報の整理等、必要な機能改善を行った。

### (5) 観光に関する教育の充実に向けた取組

成長早期の段階から、日本及び地域への愛着と誇りを醸成し、観光の意義に対する理解を深めることを目的として、初等中等教育を対象とする主体的な学びを設計した探求学習型の教育プログラムを開発した。また、その成果をワークショップを通じて全国への横展開を行った。

さらに、高等学校学習指導要領の必履修科目「地理総合」において、「観光の現状や動向に関する諸事象を、様々な主題図などを基に取り上げ、地図や地理情報システムの適切な活用の仕方が身に付くよう工夫すること」が明記されたことを踏まえ、2021年（令和3年）7月に開催した高等学校の担当指導主事連絡協議会の場において、周知を図った。

### (6) 若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

若者に旅の意義や素晴らしさを伝える「若旅★授業」を通じて、若者の旅行を促進するとともにインバウンド対応や観光資源の魅力を自ら発信することができる観光人材の育成を行った。2021年度（令和3年度）は11校（うちオンライン3校）で実施した。

さらに、観光・地域づくりを担う将来の人材育成等を目指した、「道の駅」における大学との連携の取組について、新型コロナウイルス感染症下における継続性の検証のため、「道の駅」の抱える課題に対し、大学生が解決策を提示するグループワークをオンラインで試行した。

## 5 国際観光旅客税の活用

国際観光旅客税の税収（観光財源）については、「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律（平成9年法律第91号）」及び「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」（基本方針等）において、使途を3つの分野に限るとともに、受益と負担の関係の明確化等の基本的な考え方に沿った施策に財源を充当すると定めている。2021年度（令和3年度）の観光財源については、基本方針等に基づき、出入国手続の高度化、世界水準の受入環境整備、地域資源を活用した新たな観光コンテンツの拡充等に充当した。2022年度（令和4年度）の観光財源については、観光戦略実行推進会議における民間有識者の意見を踏まえつつ、基本方針等に基づき、観光先進国の実現に向けた新規性・緊急性の高い施策・事業に充てることとし、予算額90億円を計上した。

## 6 東北の観光復興

### (1) 東北6県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組

東北6県への訪日外国人旅行者受入促進のため、観光地域づくり法人（DMO）を支援し、甲冑着付体験等の特別なプログラムを集約した多言語サイトを開設した。また、海外の高付加価値旅行者層をターゲットにした旅行会社に対して、販路開拓に向けてブナコ制作体験やこたつ舟下り等の体験ツアーを行い、魅力あるコンテンツを含んだ旅行商品造成を促した。東北の交通情報（鉄道、バス、タクシー等）を集約したウェブサイトによる多言語の情報発信により、二次交通案内機能の強化を支援した。

## (2) 復興観光拠点都市圏への重点的な支援

欧米豪及び台湾の海外旅行会社を対象にして、地域の魅力を伝える商談会を開催し松島湾の養殖牡蠣を組み合わせた遊覧プラン等の商品造成を支援した。

## (3) 東北の知名度向上のためのプロモーションの実施

訪東北経験がある在日インフルエンサー・ライター11名を起用し、日本政府観光局ウェブサイト内に東北の様々な魅力を紹介するキャンペーンページを2021年(令和3年)7月に公開するとともに、各インフルエンサー等が米国・英国・オーストラリア・台湾・シンガポール・タイ市場に向けてSNSやメディアで情報発信を行った。また、これらの市場に向けて同年10月以降、トラベルメディア他有力グローバルメディア等を用いたメディアミックスによるプロモーションを行い、東北の観光地としての知名度向上を図った。

## (4) 「東北6県見るもの・食べもの・買いもの100選」の発信

観光庁や日本政府観光局のウェブサイトにおいて、「東北6県見るもの・食べもの・買いもの100選」を通じて、引き続き東北の観光情報を国内外に発信した。

## (5) 東北観光復興対策交付金による重点的な支援

新型コロナウイルス感染症の影響により、東北地方の自治体による祭りを生かしたコンテンツ造成事業は未実施となったが、下北いちご収穫体験の磨き上げを支援するとともに、「赤べこの絵付け体験」や「スノーシュートレッキング」等の東北地方ならではのコンテンツに関する情報発信及び商品造成(造成数4商品)を行うため、メディアの招請(招請者数34人)及びアジアの旅行会社との商談会の実施を支援した。

## (6) 「ホストタウン」の推進

【再掲】 第三部第2章第3節(21)

## (7) 防災学習も含めた教育旅行の再興

教育旅行の促進に向け、学校等に対して、福島県への教育旅行誘致のオンラインモニターツアーを3回実施した。また、関係省庁と連携し、教育長会議において、福島県への教育旅行の働きかけを行うとともに、学校等に向けた情報発信や現地施設等との調整を一元的に行うホープツーリズム総合窓口を設置した。さらに、旅行会社へオンラインで商談会を実施(参加社数5社2回)するなど、福島県の国内観光関連事業への支援を行った。

新型コロナウイルス感染症の影響により、海外の教育旅行関係者の招へい等による震災復興等のスタディツアーは未実施となったが、海外の教育旅行関係者(48人)に向けた情報発信として、東北地方の自治体による東日本大震災関連の震災遺構等、防災学習を中心としたコンテンツを紹介するオンラインツアーの実施を支援した。

## (8) 東北の空港への国際定期便等の就航に合わせたプロモーションの実施

台湾において、旅行会社向けに東北旅行プランコンテストを実施し、8プランを表彰した。さらに、受賞プランの魅力を紹介する特設ページを2022年(令和4年)2月上旬に公開し、渡航制限解除後の訪日需要回復に向けて東北地域の観光魅力を発信した。

また、米国においては、旅行会社や航空会社と連携して共同セミナーを実施した。

## (9) 「グリーン復興プロジェクト」の推進

「グリーン復興プロジェクト」のひとつである「みちのく潮風トレイル」について、拠点である名取トレイルセンターを活用した情報発信を引き続き行ったほか、宮城県仙台市において2022年(令和4年)2月に沿線住民への普及啓発イベントを実施するなど、地域参画を推進した。また、既存路線の整備状況の変化への対応及び歩く道としての魅力向上を目的として、将来的な路線変更の可能性も視野に情報収集・調査を進めるなど、沿線事業者や関係する地方公共団体等を巻き込んだ管理運営体制の強化を行い、利用環境の充実を図った。

#### **(10) 福島浜通りの産業復興に向けた消費喚起のための交流人口拡大施策**

「プロジェクト創出の場」を運営し、民主導のプロジェクト作りを後押しするとともに、2021年（令和3年）12月、「アクションプラン検討会」を立ち上げ、行政のアクション具体化にも取り組んだ。また、誘客コンテンツ開発を支援（4件採択）するとともに、浜通り等15市町村への来訪者向けポイント還元キャンペーンに取り組んだ。

### **7 「観光立国ショーケース」の形成の推進**

これまで3都市（北海道釧路市、石川県金沢市及び長崎県長崎市）において進められてきた訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースの確立に向けた取組内容について、観光庁ウェブサイトにおいて情報発信を行った。

## **8 観光統計**

### **(1) 地域単位の統計の充実**

地方への旅行者の誘客の状況を把握し施策に反映できるよう、宿泊旅行統計調査について、精度を確保しつつ、都道府県より詳細な地域単位での公表が可能となるような推計手法を有識者検討会に諮った上で、2022年（令和4年）3月にとりまとめた。

### **(2) 訪日外国人旅行者の移動に関するデータ（FF-Data）の整備**

【再掲】 第Ⅲ部第2章第1節2（2）e）