

令和4年版観光白書について(概要版)

観光庁

令和4年6月

【第Ⅰ部】 観光の動向

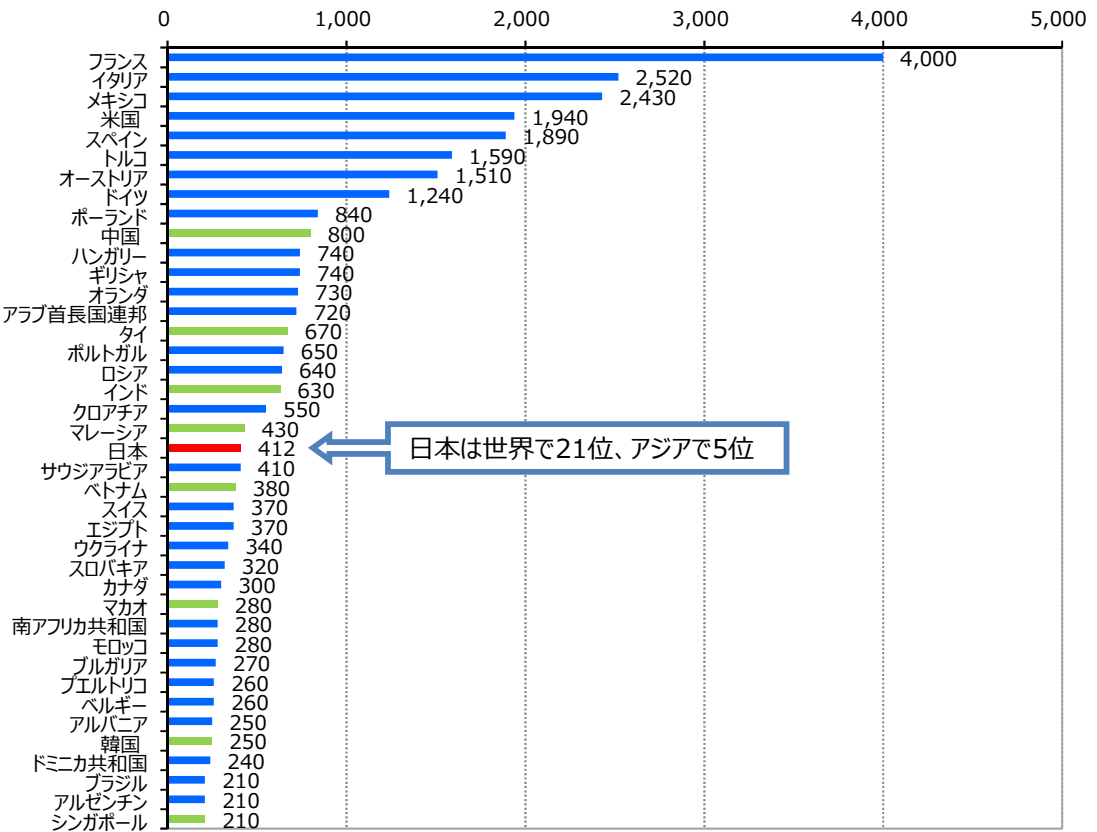
○ 世界の観光の動向	2
○ 日本の観光の動向(訪日外国人旅行者数)	3
○ 日本の観光の動向(訪日外国人旅行消費額／海外旅行)	4
○ 日本の観光の動向(国内旅行／日本国内の旅行消費額)	5
○ 日本の観光の動向(宿泊旅行)	6

【第 I 部】世界の観光の動向

- 2020年の「外国人旅行者受入数ランキング」において、日本（412万人）は**21位（アジアで5位）**。2019年（3,188万人）の12位（アジアで3位）から順位を下げた。
- UNWTO（国連世界観光機関）によると、2021年の国際観光客は前年比1,800万人増の4億2,100万人（前年比4.6%増）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症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 - 2）外国人旅行者受入数ランキング（2020年）

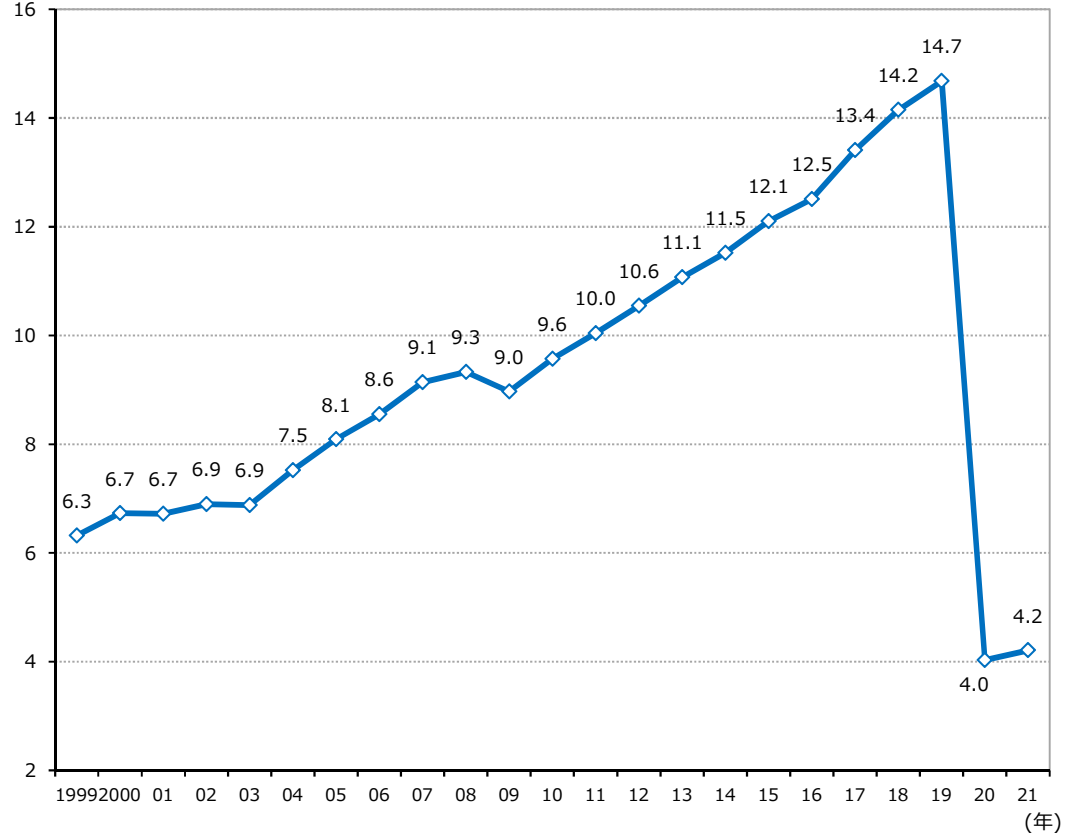
（万人）



日本は世界で21位、アジアで5位

（図表 I - 5）国際観光客数の推移

（億人）



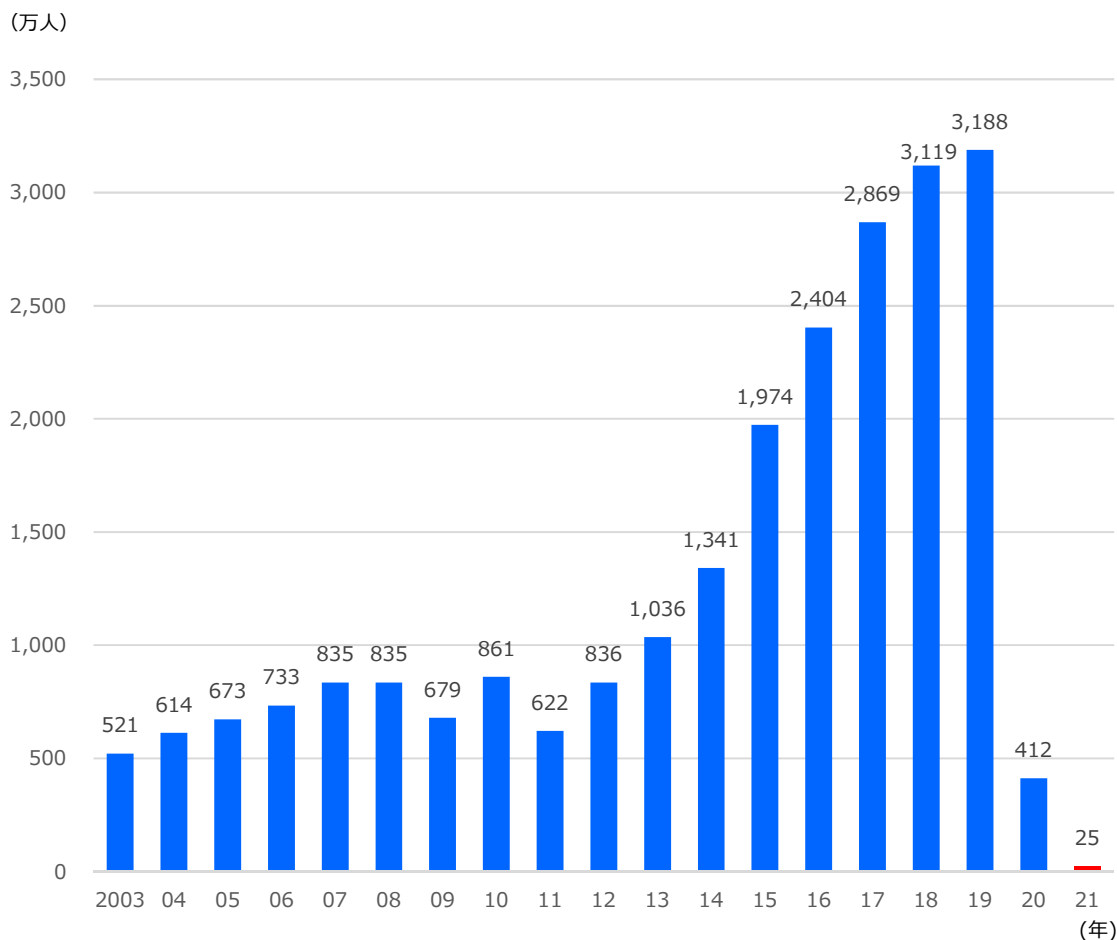
資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

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、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、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5月時点の暫定値である。
 注3：英国、インドネシア、チェコ、デンマーク、アイルランド、イラン及びキルギスは、2020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。

【第 I 部】日本の観光の動向（訪日外国人旅行者数）

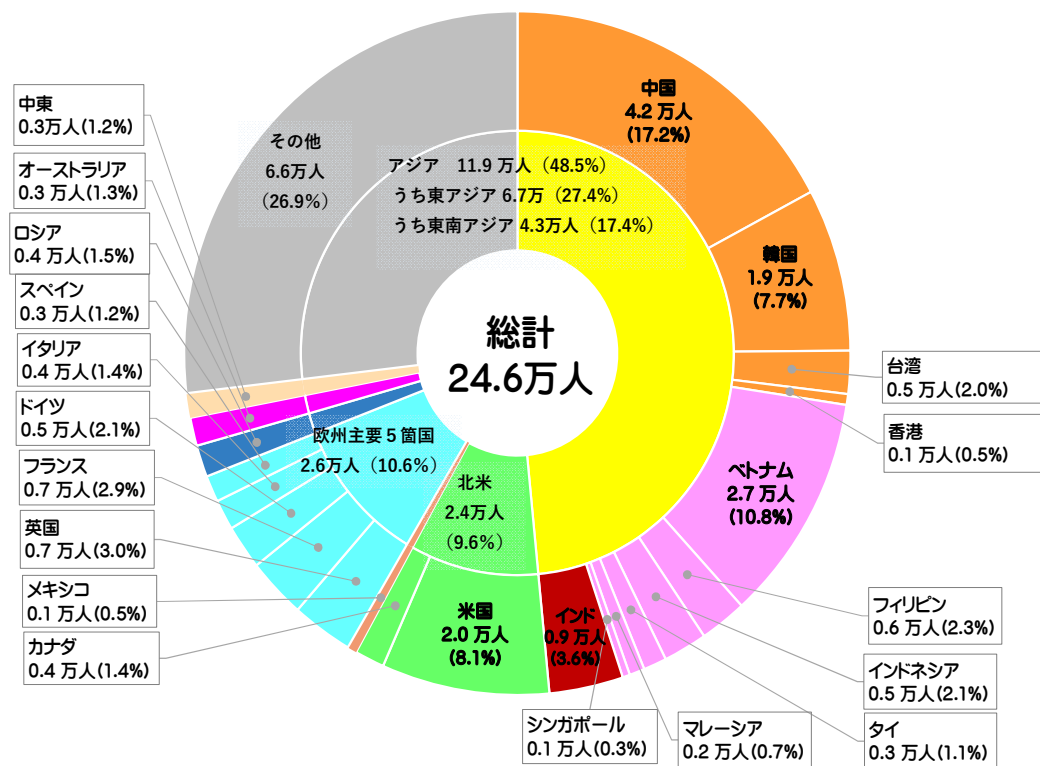
- 2021年の訪日外国人旅行者数は**25万人**（前年比**94.0%減**、2019年比**99.2%減**）。
- 内訳は、アジア**11.9万人**（構成比**48.5%**）、東アジア**6.7万人**（同**27.4%**）、東南アジア**4.3万人**（同**17.4%**）、北米**2.4万人**（同**9.6%**）、欧州主要5箇国（英・仏・独・伊・西）**2.6万人**（同**10.6%**）。

（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

（図表 I - 9）訪日外国人旅行者の内訳（2021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。

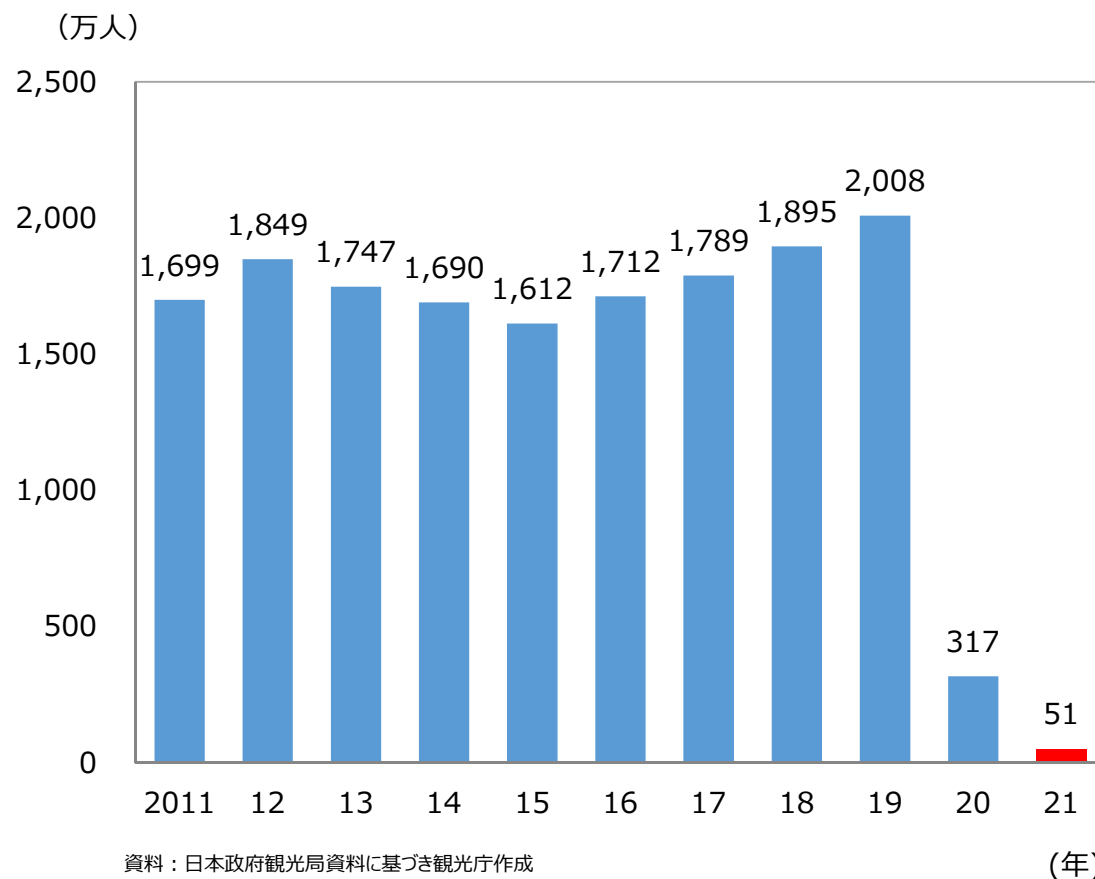
【第I部】日本の観光の動向（訪日外国人旅行消費額／海外旅行）

- 2021年の訪日外国人旅行消費額（試算値）は**1,208億円**（前年比83.8%減、2019年比97.5%減）。
- 2021年の**出国日本人数**は、**51.2万人**（前年比83.9%減、2019年比97.4%減）。

（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 (平成24年)	1兆846億円
2013年 (平成25年)	1兆4,167億円
2014年 (平成26年)	2兆278億円
2015年 (平成27年)	3兆4,771億円
2016年 (平成28年)	3兆7,476億円
2017年 (平成29年)	4兆4,162億円
2018年 (平成30年)	4兆5,189億円
2019年 (令和元年)	4兆8,135億円
2020年 (令和2年)	7,446億円
2021年 (令和3年)	1,208億円

（図表 I -18）出国日本人数の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

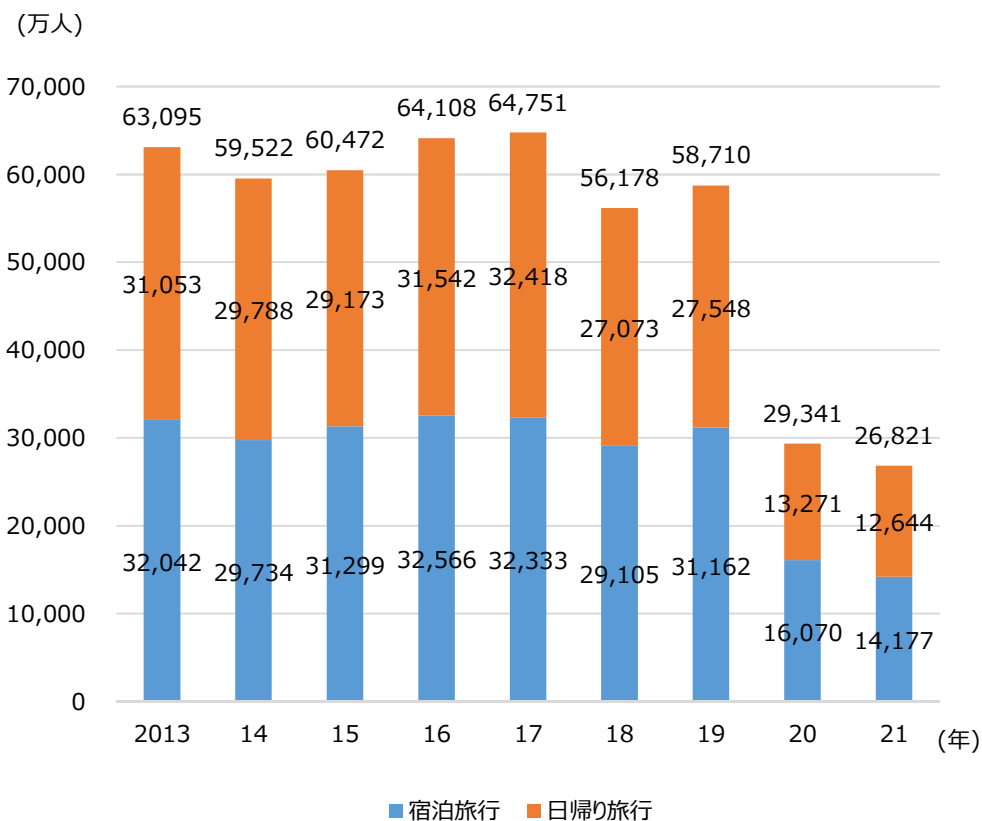
注1：2017年までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年以降と2017年以前の数値との比較には留意が必要である。

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年年間値を試算した。また2021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年年間値を試算した。そのため、2019年以前の数値との比較には留意が必要である。

【第I部】日本の観光の動向（国内旅行／日本国内の旅行消費額）

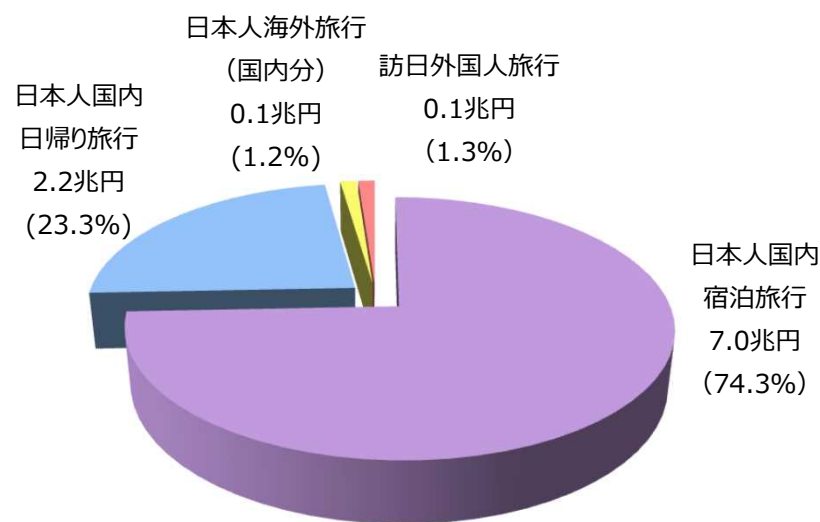
- 2021年の日本人の国内宿泊旅行延べ人数は1億4,177万人（前年比11.8%減、2019年比54.5%減）、日帰り旅行延べ人数は1億2,644万人（前年比4.7%減、2019年比54.1%減）。
- 2021年の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内での旅行消費額は、9.4兆円（前年比14.5%減、2019年比66.3%減）。

（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」

（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。

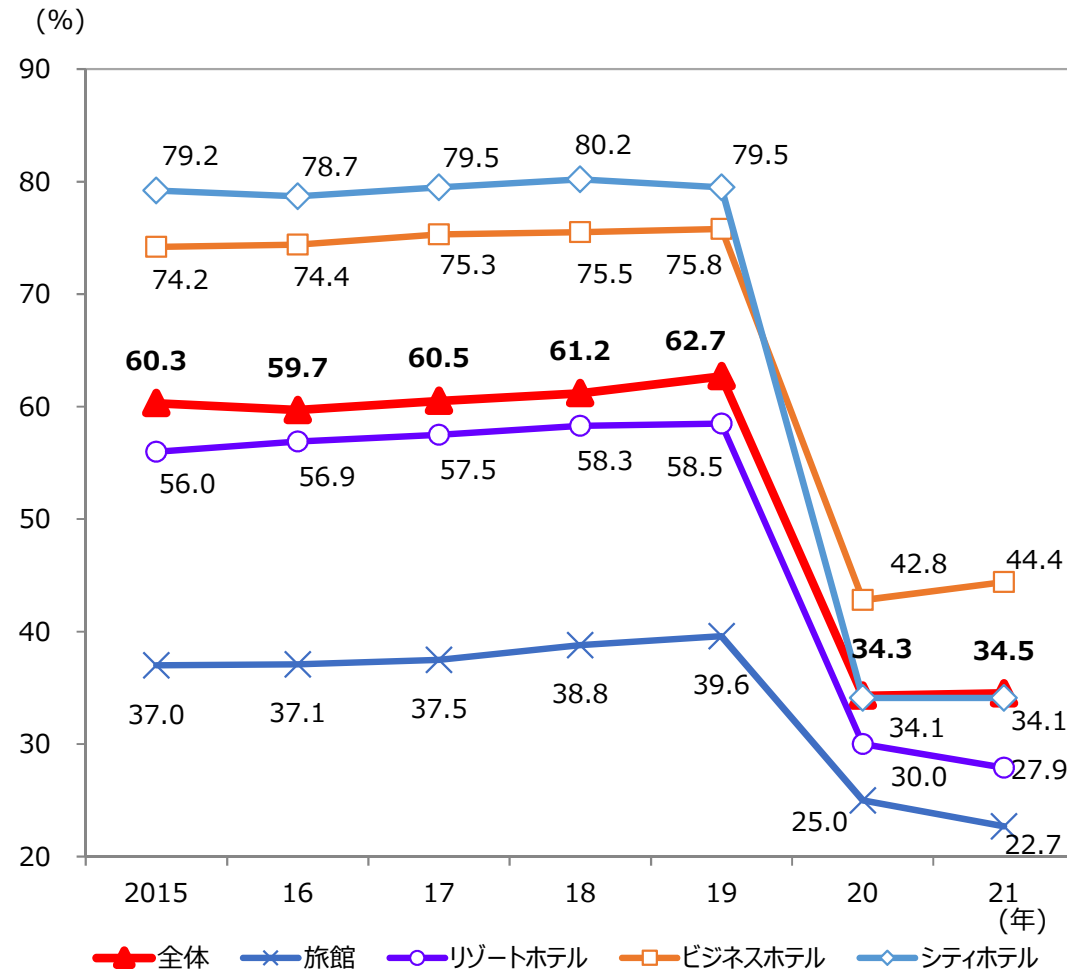
注2：2021年の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査が中止となったため、10-12月期の全国調査の結果等を用いた試算値。

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。

【第I部】日本の観光の動向（宿泊旅行）

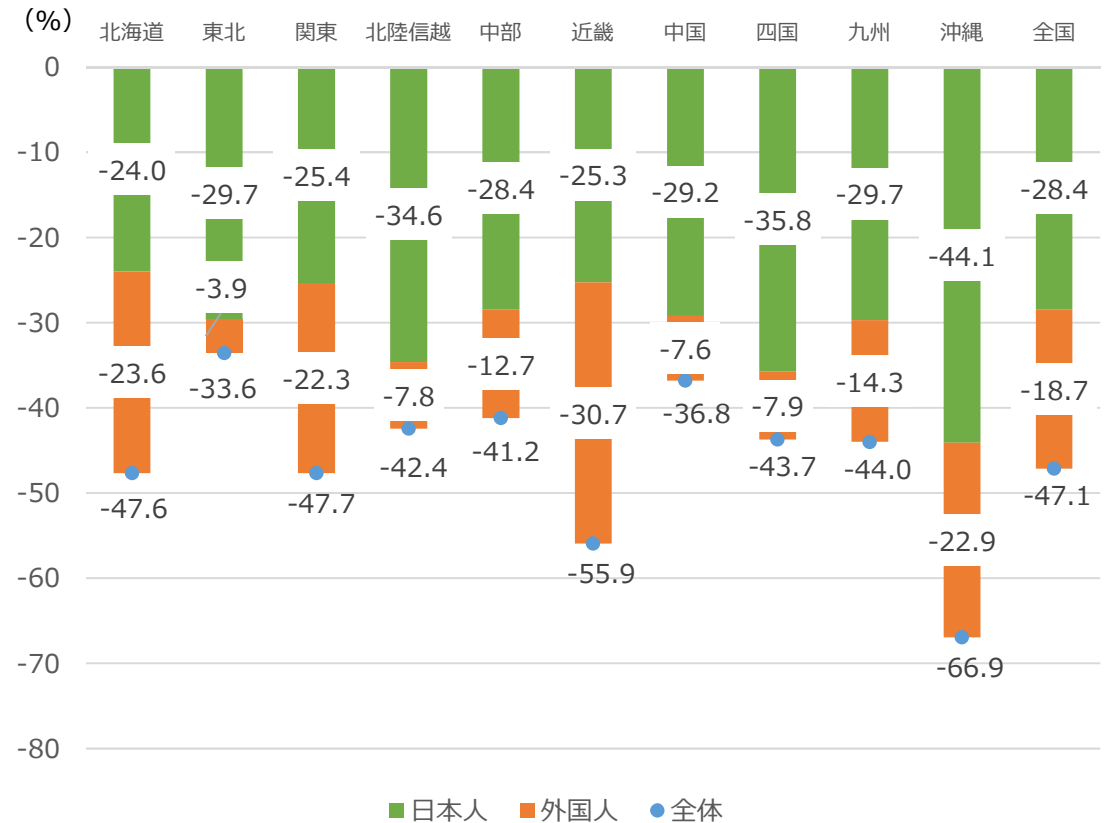
- 2021年の客室稼働率は34.5%と、2020年に引き続き低い水準となっている。
- 宿泊旅行については、日本人、外国人ともに落ち込んだが、地域別にみると、近畿、沖縄の落ち込みが大きい。

(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年は速報値。

(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)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2021年は速報値。

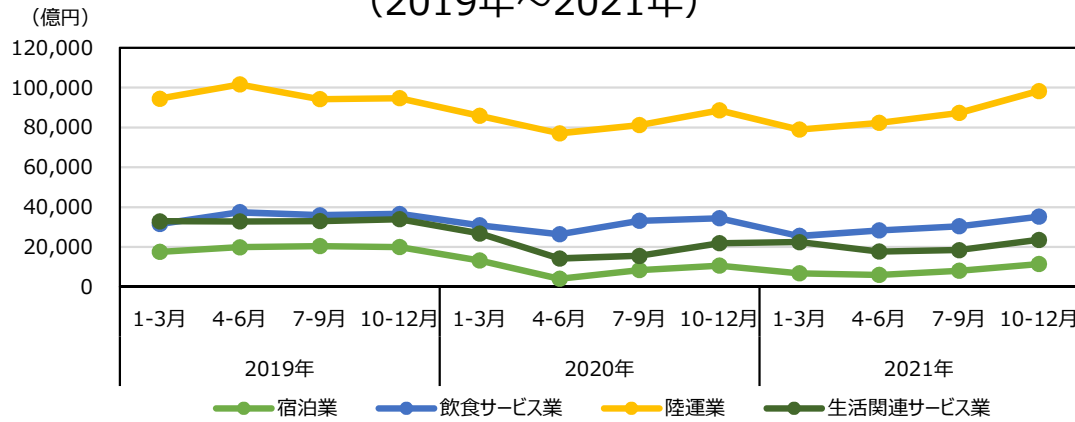
【第II部】 新型コロナウイルス感染症に向き合う観光業と これからの課題

- 新型コロナウイルス感染症の影響(企業の状況) 8
- 新型コロナウイルス感染症の影響(雇用の状況、地域経済への影響) 10
- 国内旅行市場の環境変化(マイクロツーリズム、旅行需要の分散化) 11
- 新たな交流市場(ワーケーション、第2のふるさと) 12
- ポストコロナに向けて高まる「持続可能な観光」の重要性 13
- 観光産業が抱える構造的な課題 15
- 観光産業が抱える構造的課題の改善 17
- 観光分野におけるデジタル実装 19

【第Ⅱ部】新型コロナウイルス感染症の影響（企業の状況）

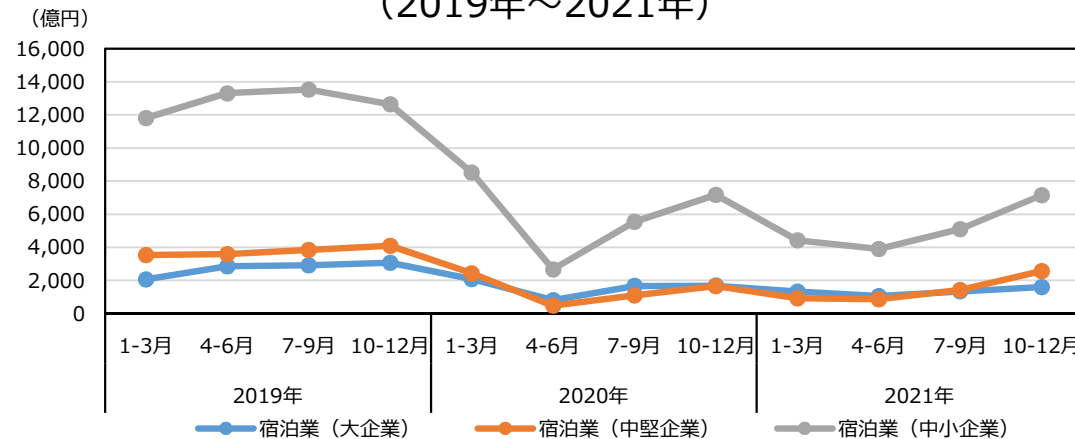
- 観光関連産業の売上高は、特に、宿泊業と、旅行業を含む生活関連サービス業の回復度合いが遅い。宿泊業を規模別に見ると、規模にかかわらず厳しい状態となっている。
- 観光関連産業の営業利益は、2020年は概ねマイナスで推移し、2021年後半以降は、やや持ち直しの兆しもあったが、引き続き厳しい状況に置かれている。

（図表Ⅱ-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」

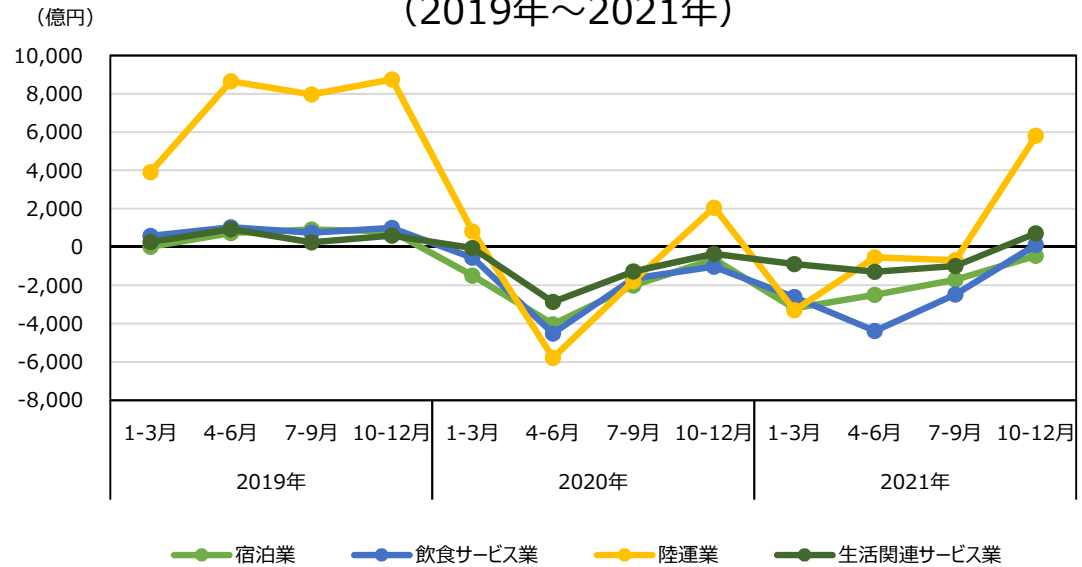
（図表Ⅱ-2）宿泊業の規模別売上高の動向
（2019年～2021年）



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。

（図表Ⅱ-3）観光関連産業の営業利益の動向
（2019年～2021年）

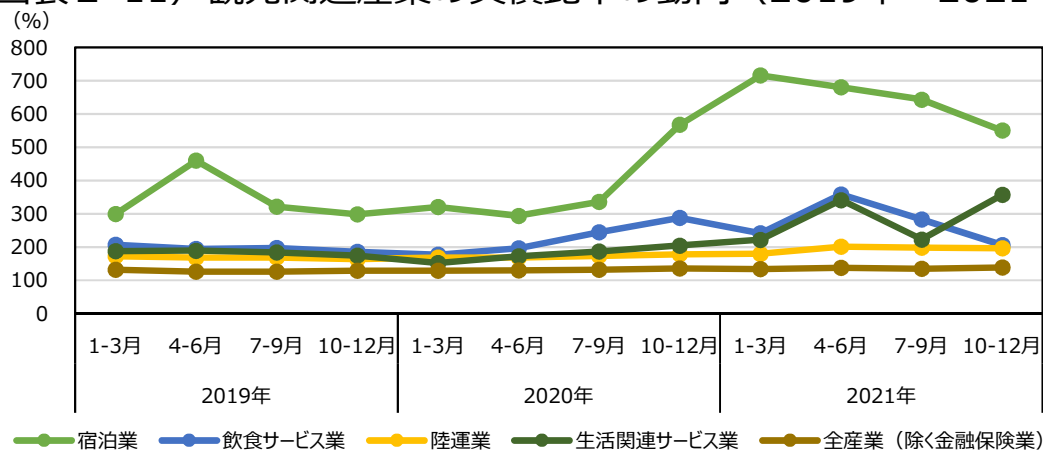


資料：財務省「法人企業統計調査」

【第Ⅱ部】新型コロナウイルス感染症の影響（企業の状況）

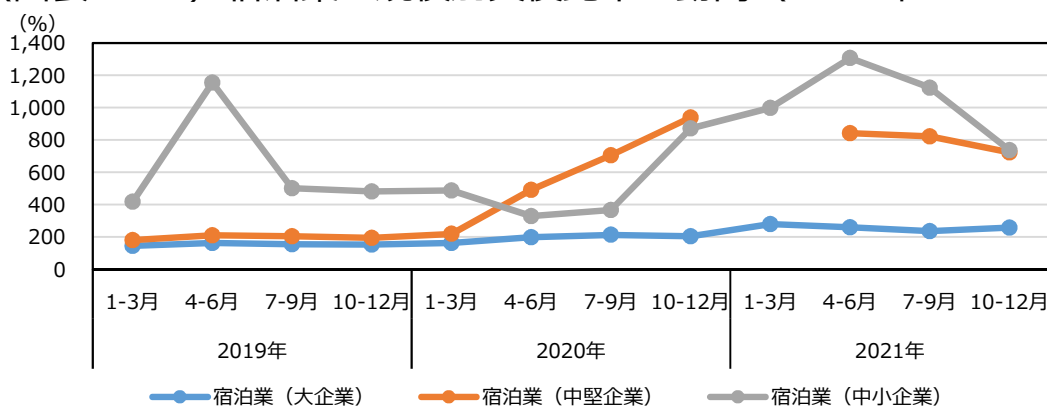
- 観光関連産業における負債比率をみると、宿泊業が他産業と比べて高い傾向にある。また宿泊業を規模別に見ると、中小企業や中堅企業の負債比率が2020年以降大きく上昇しており、厳しい状況となっている。
- 宿泊業の年間倒産件数は、2020年に大きく増加し2021年は減少したが、旅行業の倒産件数は2020年、2021年も増加。政府は、政府系金融機関による資金繰り支援や雇用調整助成金等の支援を継続して行っているが、引き続き事業継続と雇用確保へのきめ細かな支援が必要。

（図表Ⅱ-11）観光関連産業の負債比率の動向（2019年～2021年）



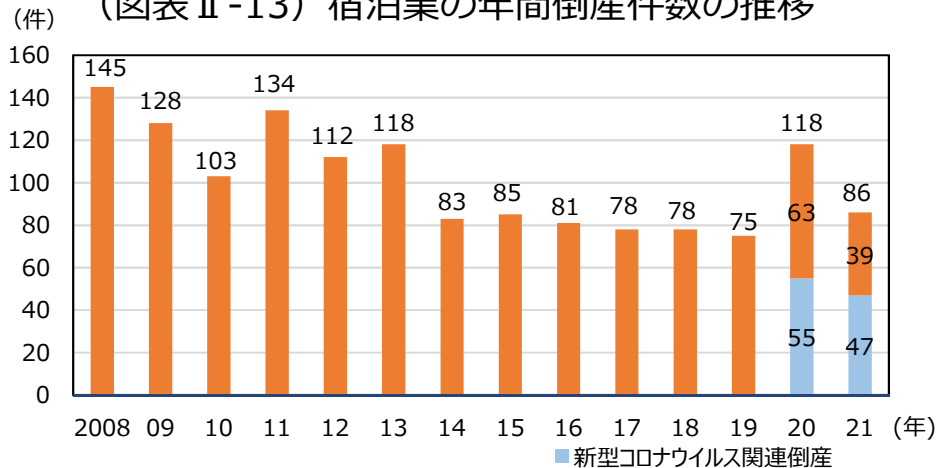
資料：財務省「法人企業統計調査」

（図表Ⅱ-12）宿泊業の規模別負債比率の動向（2019年～2021年）



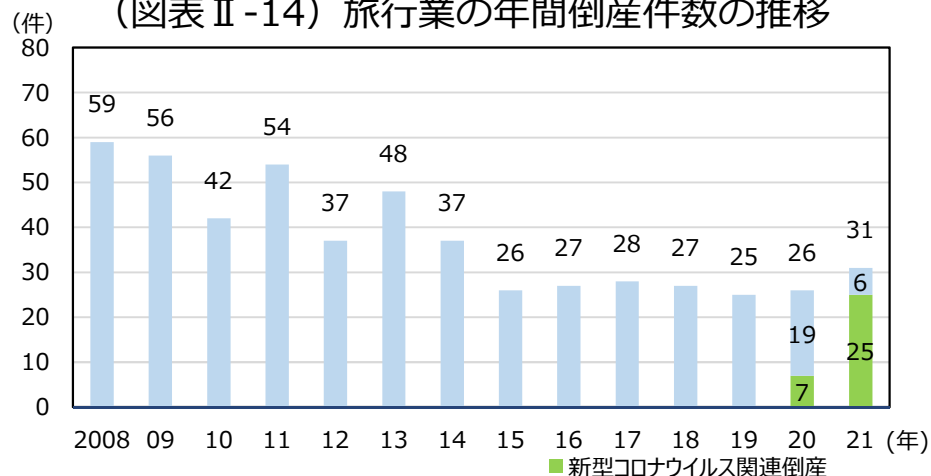
資料：財務省「法人企業統計調査」
 注1：大企業は資本金10億円以上、中堅企業は資本金1億円以上10億円未満、中小企業は資本金1千万円以上1億円未満。
 注2：2021年1-3月期の宿泊業の中堅企業は純資産がマイナスとなっているため、法人企業統計調査では負債比率が算出されていない。

（図表Ⅱ-13）宿泊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1月13日公開。

（図表Ⅱ-14）旅行業の年間倒産件数の推移

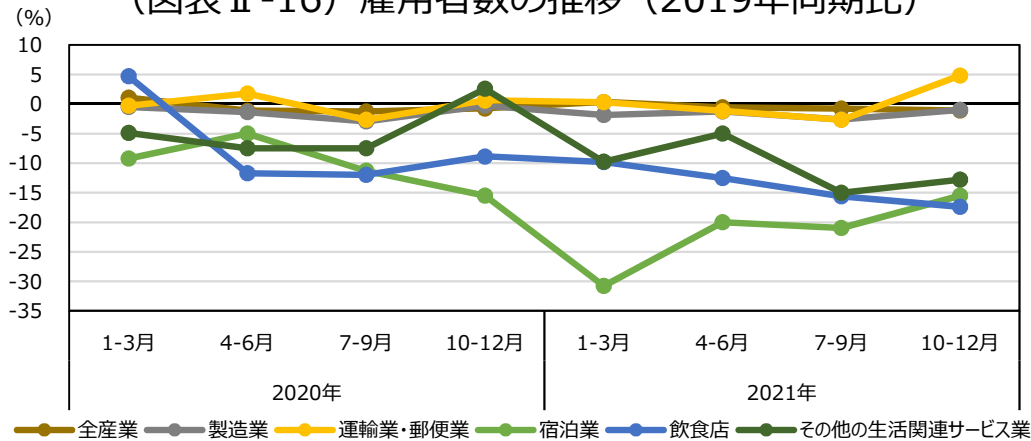


資料：株式会社東京商工リサーチ「企業倒産関連記事」に基づき観光庁作成
 注1：旅行業は2022年1月12日公開。

【第Ⅱ部】新型コロナウイルス感染症の影響（雇用の状況、地域経済への影響）

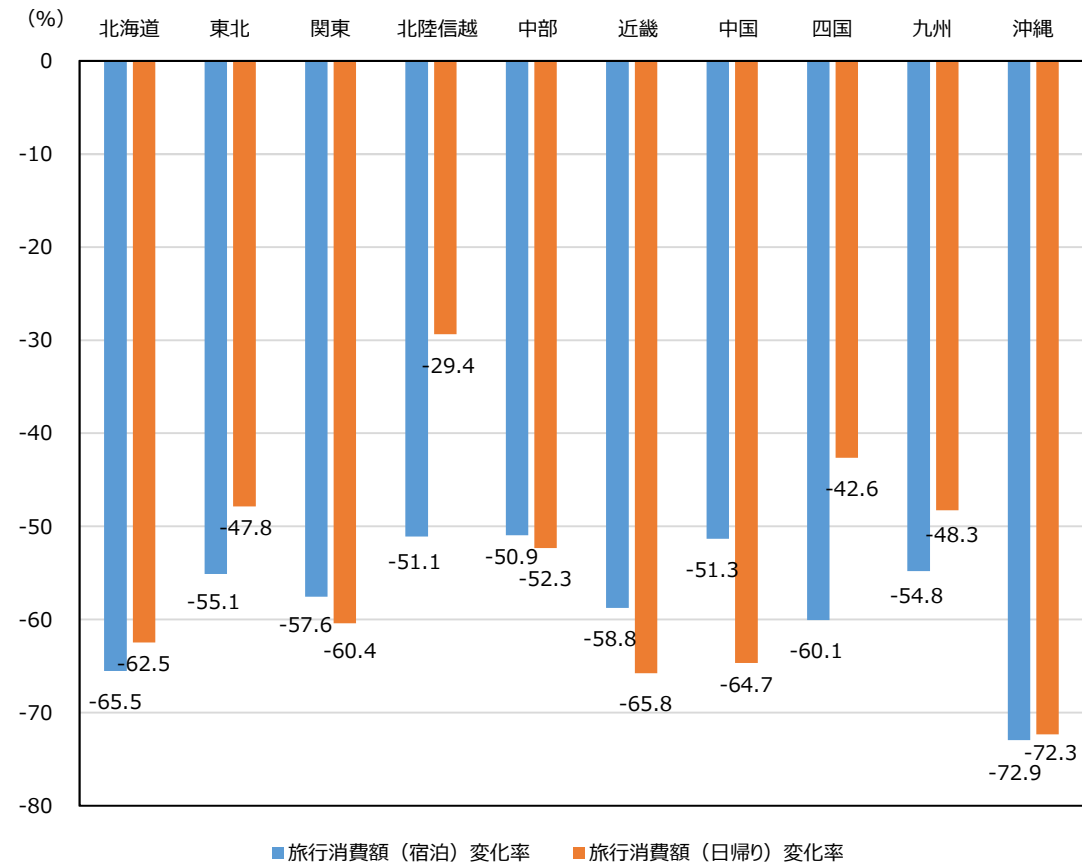
- 宿泊業、飲食店、その他の生活関連サービス業の雇用者数は、2021年に入り、他業種と比べて大きく減少している。賃金についても、宿泊業・飲食サービス業は、2020年以降大きく減少している。
- 目的地別旅行消費額は、北海道や沖縄等をはじめ全てのブロックで、2021年は2019年に対し大きく減少した。

（図表Ⅱ-16）雇用者数の推移（2019年同期比）



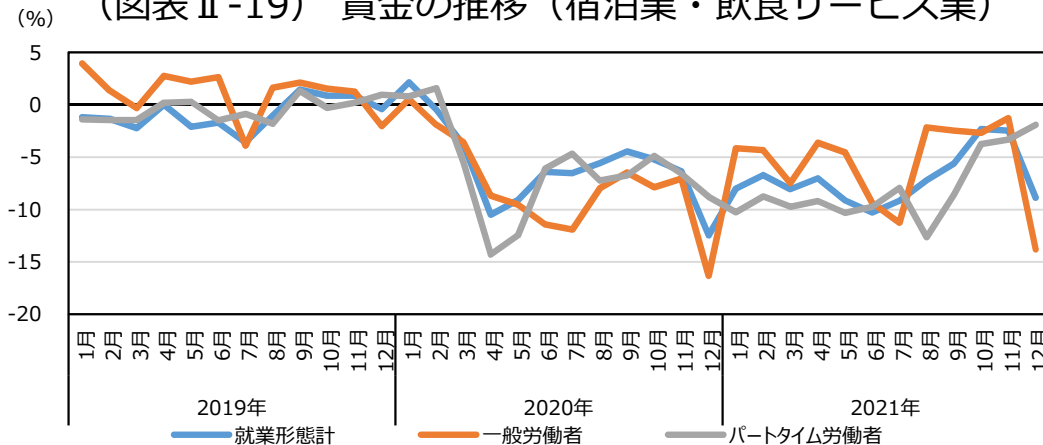
資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成

（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

（図表Ⅱ-19）賃金の推移（宿泊業・飲食サービス業）



資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」に基づき観光庁作成

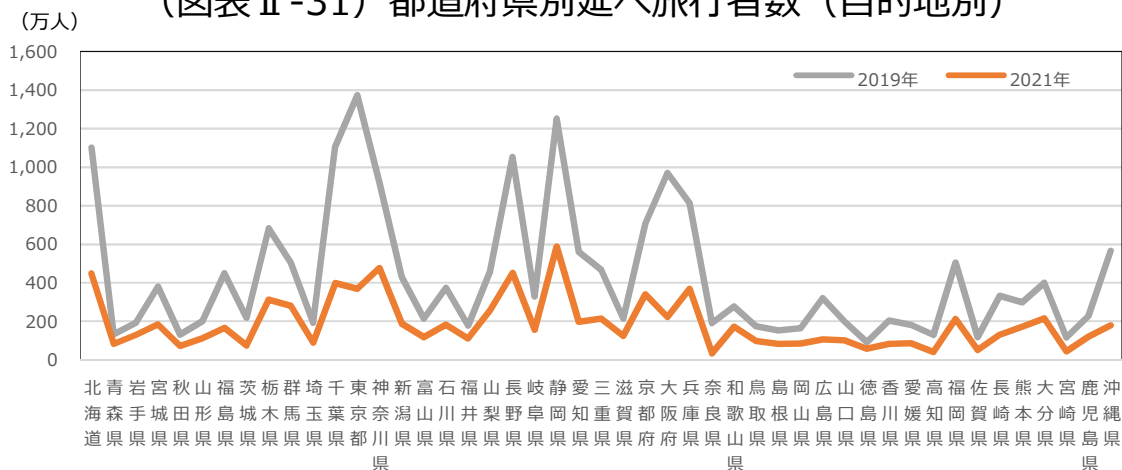
注1：2019年、2020年は前年同月比、2021年は2019年同月比。

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、購買代金を差し引く前の金額。

【第Ⅱ部】国内旅行市場の環境変化（マイクロツーリズム、旅行需要の分散化）

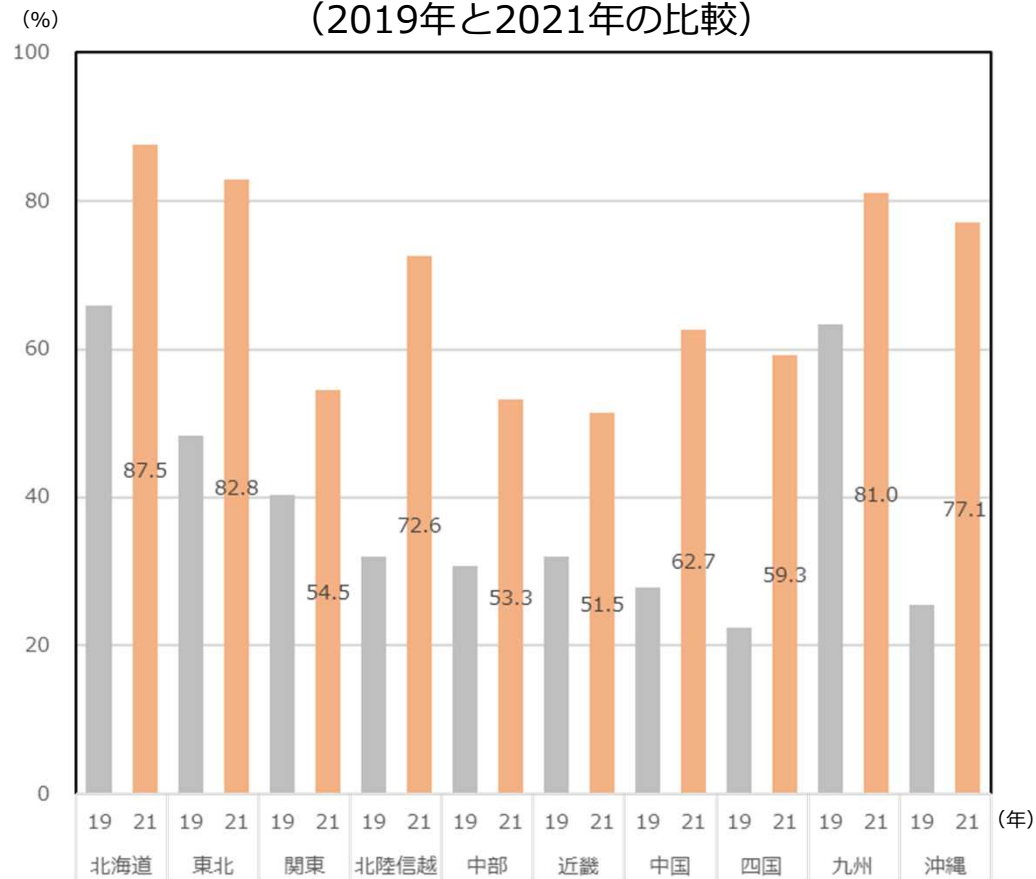
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、日本人の旅行者は、密となりやすい**主要観光地や都市圏を避ける**など、観光地選択が変化。
- 近隣地域内での観光（いわゆる**マイクロツーリズム**）のトレンドは、引き続き進展しているが、今後の**動向は注視が必要**。
- 休日・祝日、ゴールデンウィーク、年始に集中していた観光客の減少率が特に大きく、**混雑する時期を回避する傾向**。

（図表Ⅱ-31）都道府県別延べ旅行者数（目的地別）



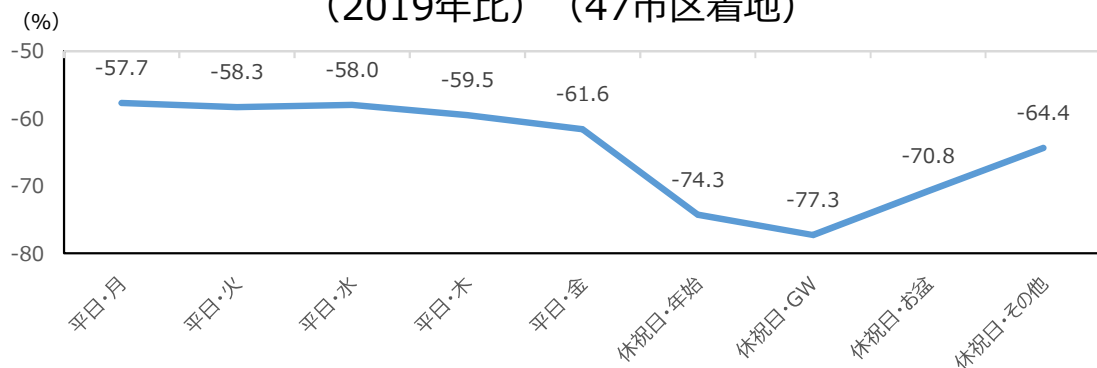
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

（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（2019年と2021年の比較）



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

（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1月1日から9月30日、2021年1月1日から9月30日のデータ。

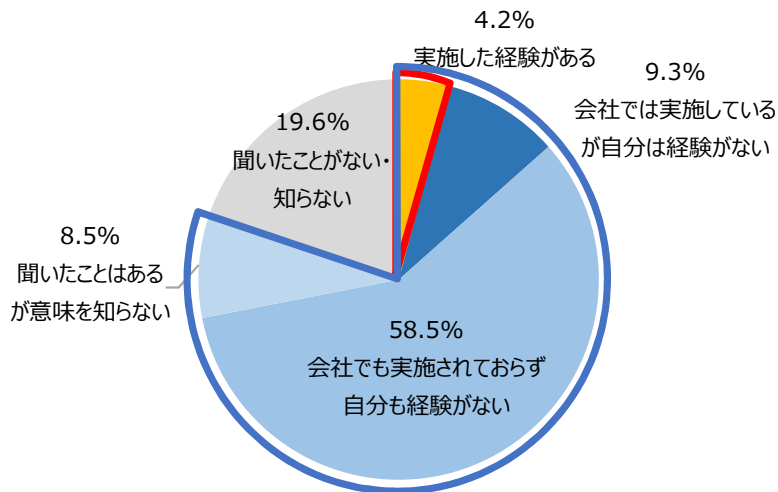
【第Ⅱ部】新たな交流市場（ワーケーション、第2のふるさと）

○新型コロナウイルス感染症を受けた地方志向の高まりやテレワークの普及により、**ワーケーション※**や**第2のふるさとづくり**（何度も地域に通う旅、帰る旅）といった**新たな交流市場を開拓する取組も推進**。

※ワーケーションとは、Work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語。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。

（図表Ⅱ-43）ワーケーションの認知と理解

- ・ **従業員におけるワーケーション認知率は、80.5%**（2020年度 79.1%）
- ・ **ワーケーション経験率は、4.2%**（2020年度 4.3%）



資料：観光庁調査（2021年11月実施）

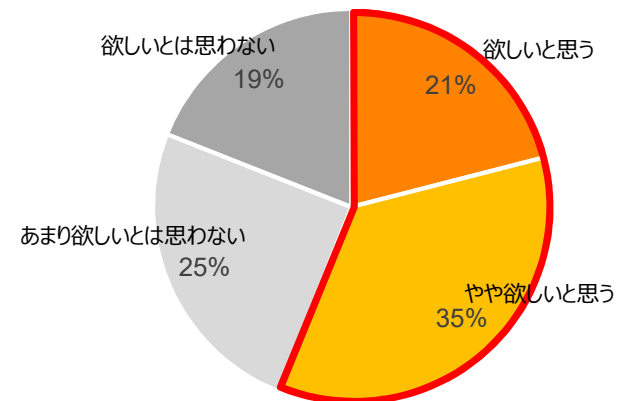
ワーケーションの事例【ユニリーバ・ジャパン】



- ・ 8自治体と連携し、社員が地域のイベント等の活動に参加や小学校での出前講座等の地域貢献に参加。
- ・ 社員の成長や新ビジネスのアイデア創出など、企業にもメリット。

（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

- ・ 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いますか？
- ・ **第2のふるさとを持ちたいと思う者は56%と過半数以上**



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9月実施）に基づき観光庁作成

第2のふるさとづくりの事例【山梨県北杜市】



- ・ 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を実施。
- ・ 1年近くにわたり何度も地域を訪れ、米作りに携わる中で、地域の課題解決に参画。

【第Ⅱ部】ポストコロナに向けて高まる「持続可能な観光」の重要性

- 新型コロナウイルス感染症の流行を契機として、世界的に、密となる有名な観光地より**自然環境に触れる旅行へのニーズが高まっている。**
- 旅先での過ごし方について、**持続可能な行動への意識が世界的に高まる傾向**にあり、持続可能な観光への取組が今後の観光において重要となる。

※持続可能な観光とは、UNWTOによれば「訪問客、業界、環境およ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、現在および将来の経済、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。

(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

「パンデミックの影響で今よりサステ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：61%

61%

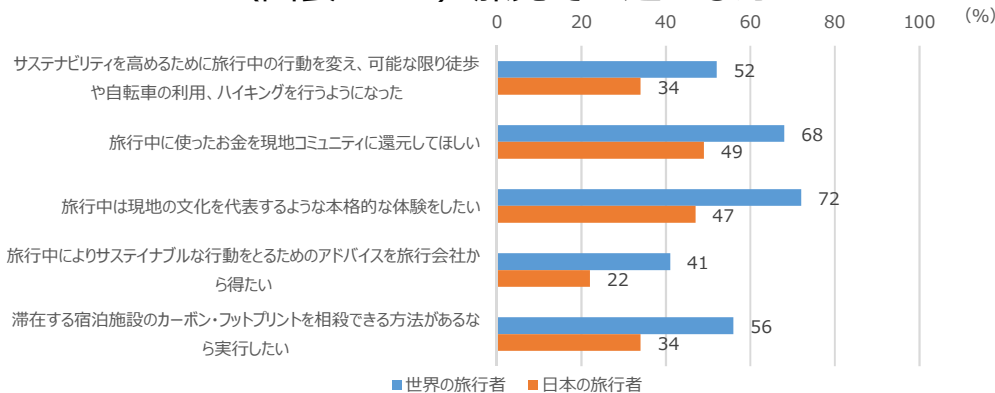


サステナブルな取組の具体例：リサイクル、ゴミの量を減らす、公共交通機関の利用等

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3月にオンラインで実施。

(図表Ⅱ-62) 旅先での過ごし方

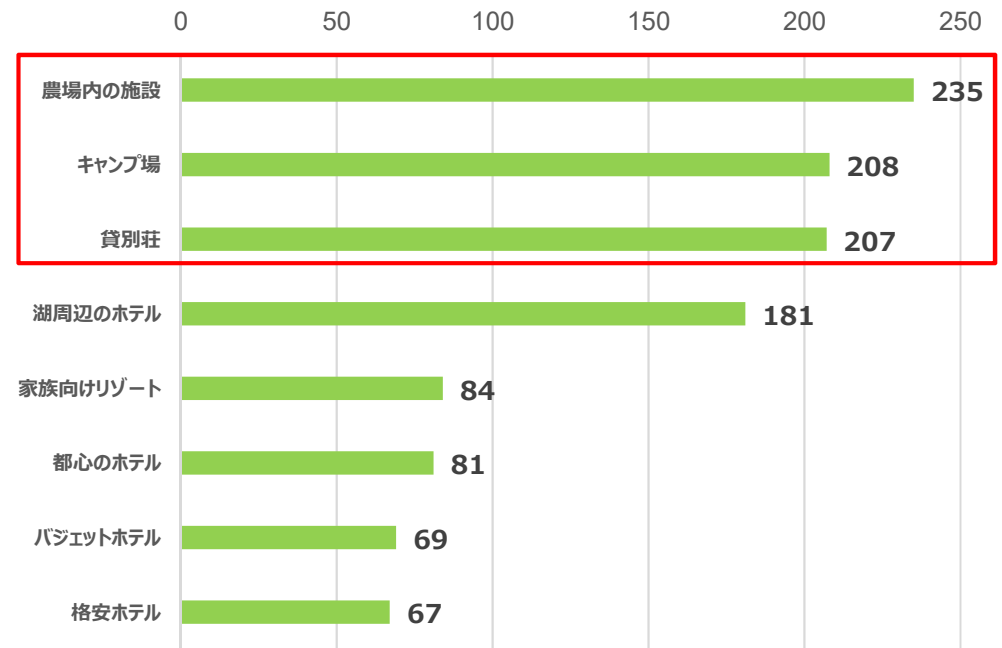


資料：Booking.com「サステナブル・トラベル」に関する調査結果（2019年）資料に基づき観光庁作成

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。

(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5月)に基づき観光庁作成

【第Ⅱ部】ポストコロナに向けて高まる「持続可能な観光」の重要性

○ポストコロナも見据えて、自然環境、文化、地場産業などの地域資源を保全しながら、地域住民が観光の恩恵を感じられるよう、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを持続的に進めていく必要。

日本における持続可能な観光地域づくりの具体的事例

拝観料による文化財の保全

- ・日光の輪王寺三仏堂では、昭和の大修理以来となる大規模な保全修理を実施。
- ・通常は非公開となる文化財の保存修理の状況を一般公開し、拝観料を修理費用の一部に充当。



輪王寺 本堂（三仏堂）

地場産業の観光コンテンツとしての磨き上げ

- ・燕三条地域では、地域に集まる工場等を開放し、見学や作業体験ができるイベントを開催。
- ・地域のファンを増やすことで、職人の後継者不足など伝統工芸保存の課題にも資する取組み。



工場の見学風景

観光庁における今後の持続可能な観光への取組

○ 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>

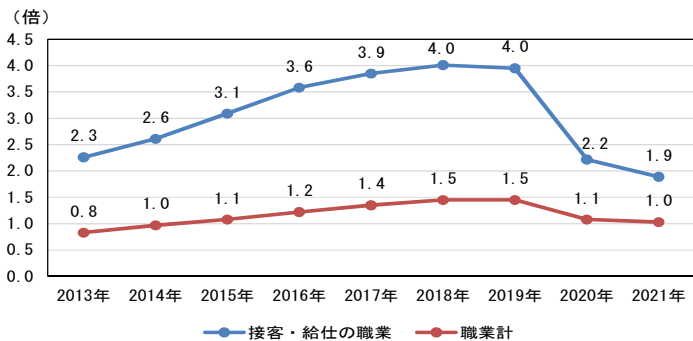
混雑の見える化（京都）

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。

【第Ⅱ部】観光産業が抱える構造的な課題

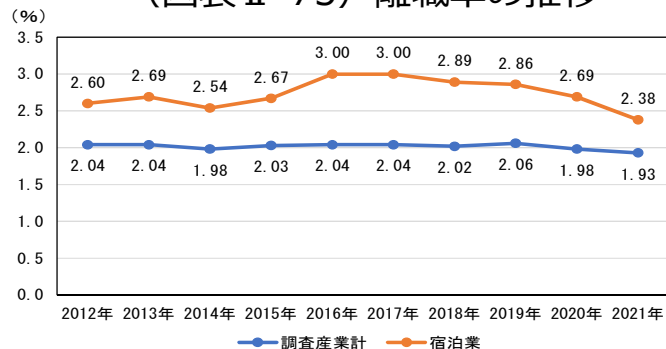
- 宿泊業に関わる旅館・ホテル支配人等が含まれる「接客・給仕の職業」の有効求人倍率は、2013年の2.3倍から2019年の4.0倍まで一貫して上昇していたが、**2020年及び2021年は、新型コロナウイルス感染拡大で観光需要が激減したことにより、2021年には1.9倍まで低下。**
- 宿泊業の人手不足の要因の一つである離職率は、2016年及び2017年には3%に達したが、新型コロナウイルス感染拡大で観光産業全体が低迷した2020年及び2021年には、やや低下傾向となっている。
- 今後のホテル運営における不安や懸念に関して全国約6,600ホテルを対象に行ったアンケート調査の結果を見ると、「従業員の採用・教育」、「建物や設備の老朽化」などが多かった。

(図表Ⅱ-74) 接客・給仕の職業の有効求人倍率の推移



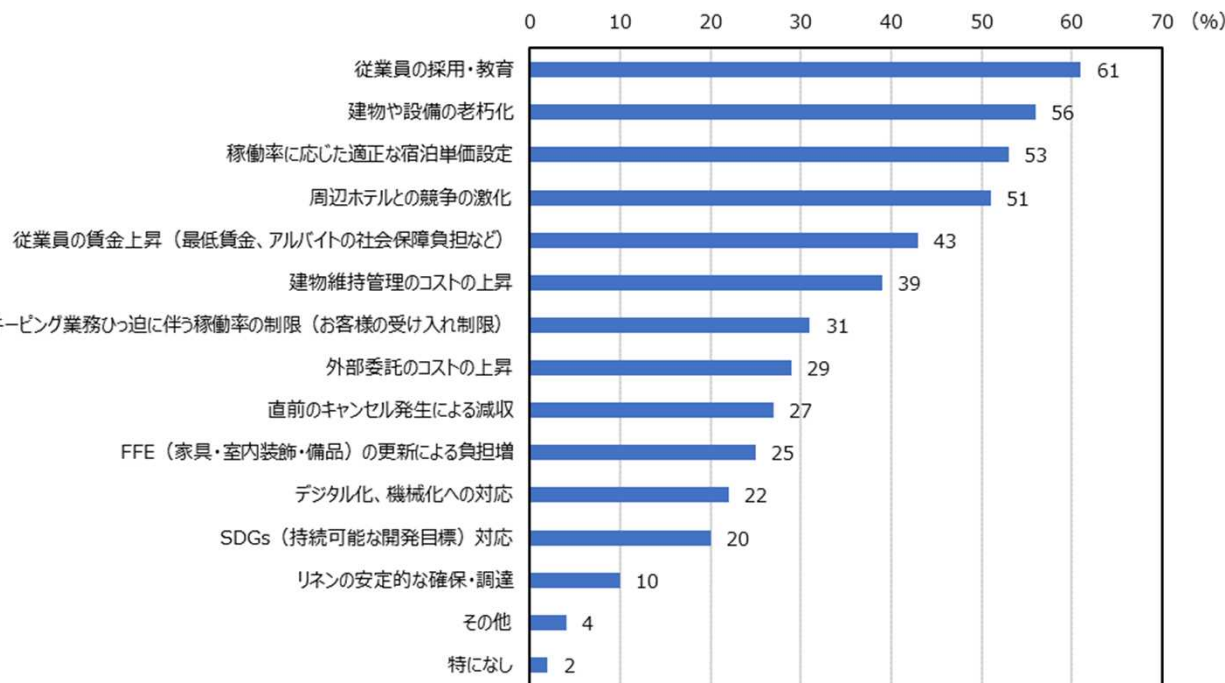
資料：厚生労働省「職業安定業務統計」
 注1：新規学卒者及び新規学卒者求人を除き、パートタイムを含む常用の数値。
 注2：パートタイムとは、1週間の所定労働時間が同一の事業所に雇用されている通常の労働者の1週間の所定労働時間に比し短いものをいう。
 注3：常用とは、雇用契約において雇用期間の定めがないか又は4か月以上の雇用期間が定められているものをいう。

(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。

(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

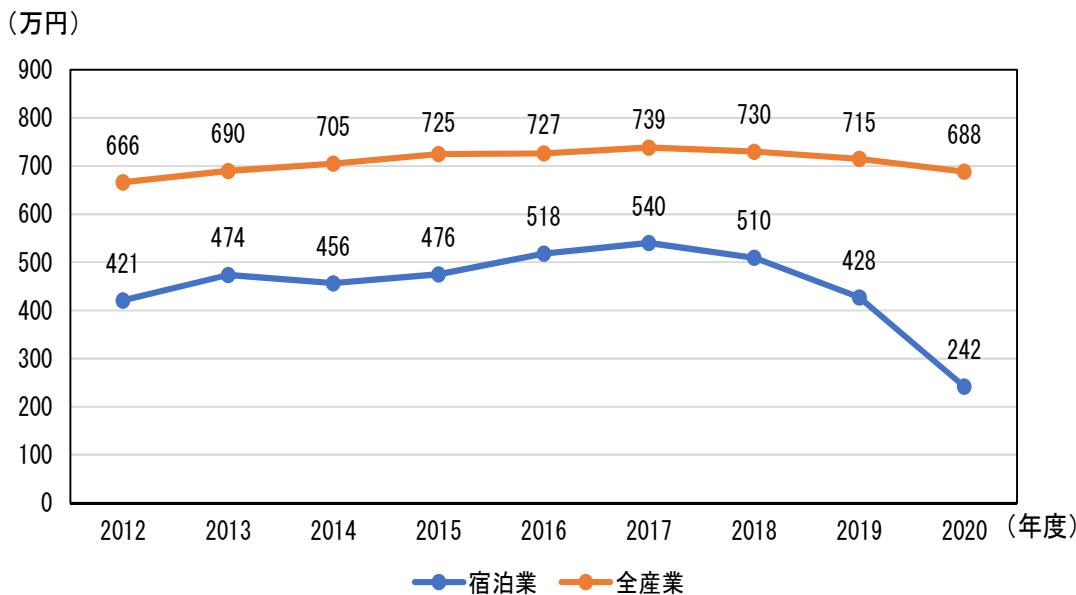


資料：ザイマックス不動産総合研究所「ホテル運営に関するアンケート調査（2022年）」

【第Ⅱ部】観光産業が抱える構造的な課題

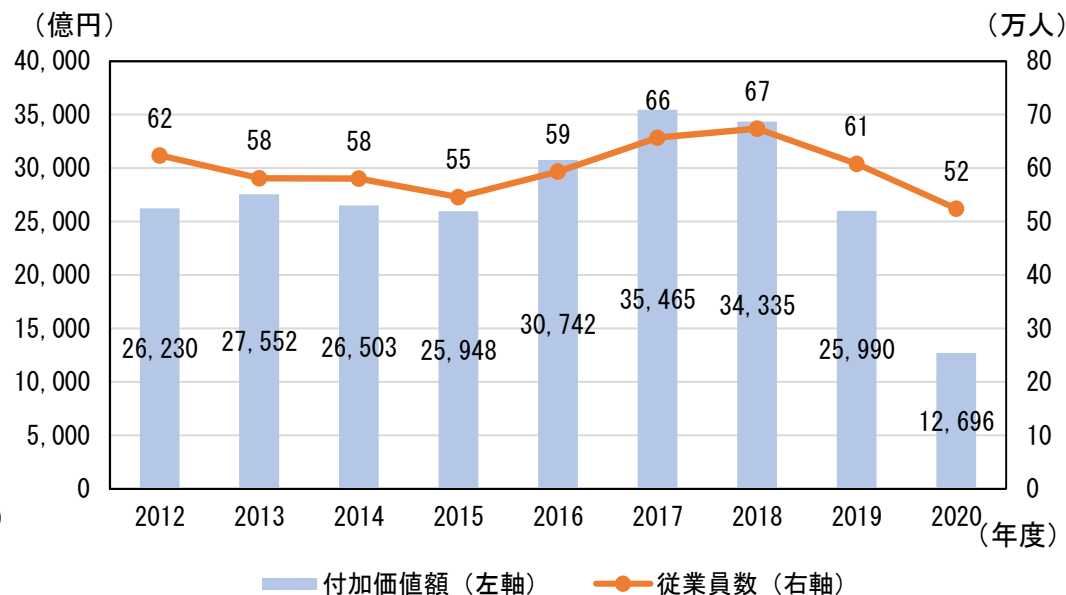
- 宿泊業の労働生産性（従業員1人当たり付加価値額）は、全産業平均と比べ低い。2017年度までは全産業平均との差が縮まる傾向にあったが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い宿泊旅行が低迷した2020年度は、大きく低下した。
- これに関しては、2020年度の労働生産性の値は、2019年度と比べ付加価値額が約50%減少したのに対し、従業員数は雇用調整助成金の活用等により、約15%の減少にとどまったために押し下げられたものと考えられる。

（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。

- コロナ禍からの観光のV字回復を図るため、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、再生を図ることが必要。
- 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。
- 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。

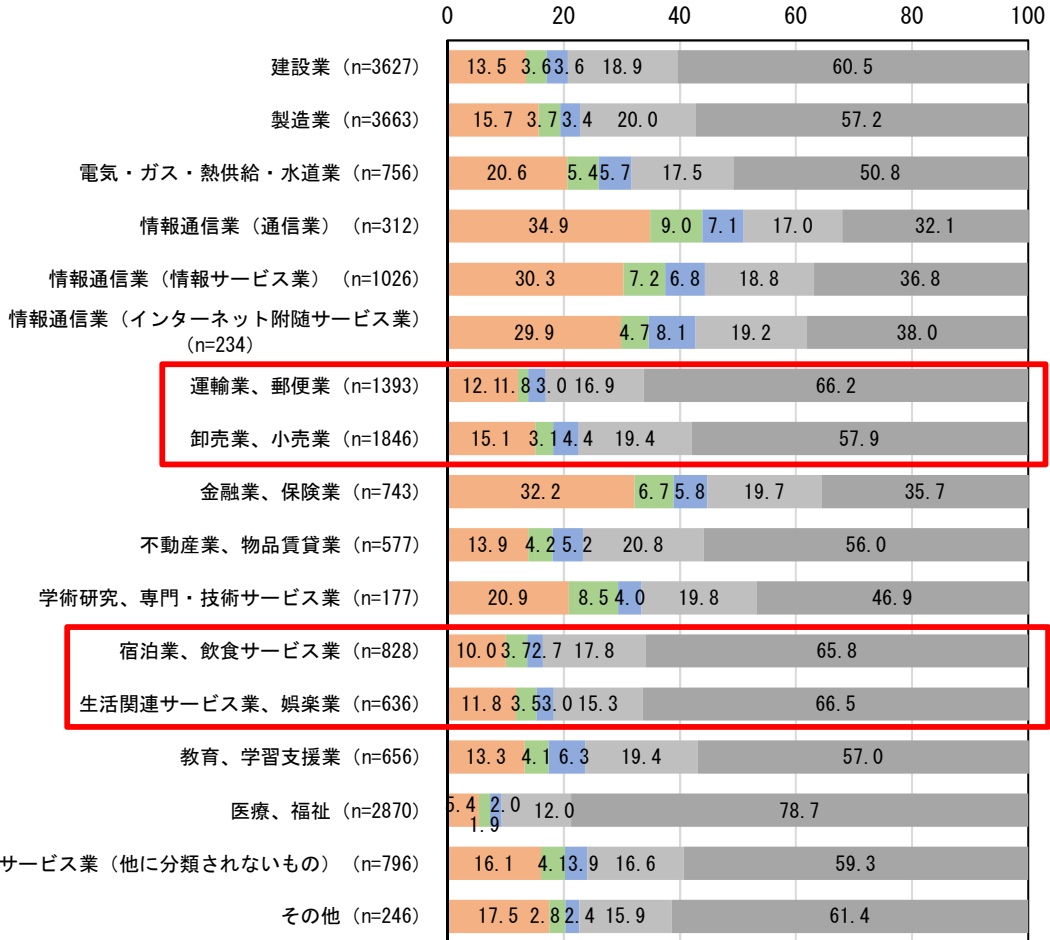
アフターコロナの地域活性化と観光産業の方向性（イメージ）



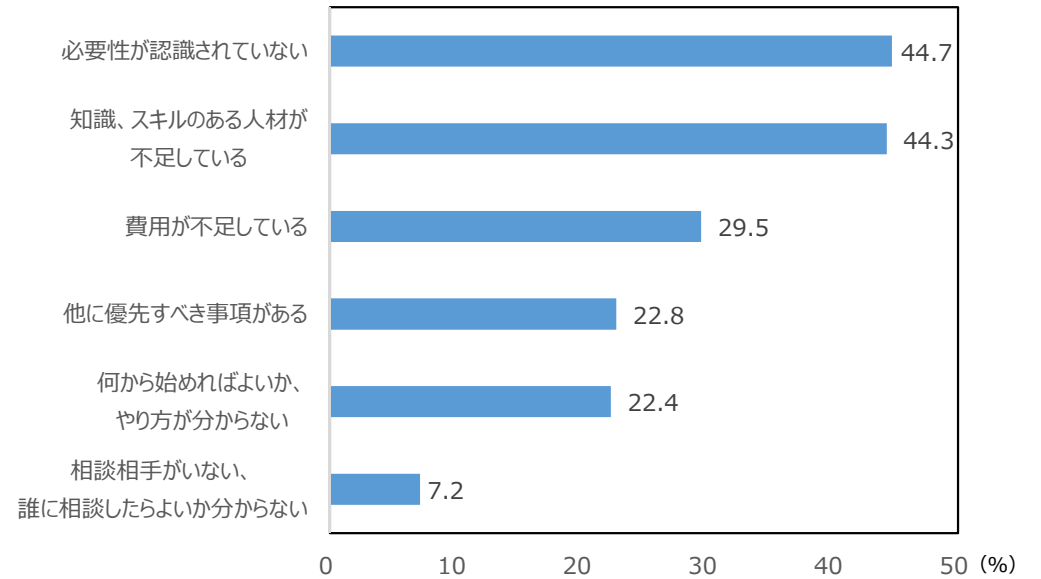
【第Ⅱ部】観光分野におけるデジタル実装

- 観光産業は他産業と比べて、DX（デジタルトランスフォーメーション）の取組が遅れている。
- IT・デジタル化が進まない理由として、事業者は、人材不足、費用不足、必要性が認識されていないこと等を挙げている。

（図表Ⅱ-89）DXの取組状況（業種別） (%)



（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。

【第Ⅱ部】観光分野におけるデジタル実装

- 観光分野では、オンラインによる旅行・宿泊予約やスマートフォンの普及により、旅行者側のデジタル化が進展する一方、宿泊施設や観光地域側の対応に遅れがみられる。
- 個々の事業者や観光地域づくり法人（DMO）等の主体がデジタル実装を進めつつ、**地域全体で連携し観光客に関するデータを多面的に取得・分析し、精度の高いニーズや行動・消費を把握する仕組みを構築**することで、**地域内の生産額の向上や、雇用の質の向上等**に繋げていくことが重要。

観光地域におけるデジタル実装の具体的事例

旅行者の利便性向上・周遊促進

- ・京都市は、スマートフォンの位置情報等を活用し、観光客の混雑の少ない時間帯や、快適に観光できるスポット等を紹介する「京都観光快適度マップ」を提供。
- ・ライブカメラ映像を分析し、快適度予測の精度向上に取り組むほか、ライブカメラ映像を配信開始。
- ・大分県別府温泉のホテル AMANEKは、客室カードキーにより、市内約40店舗の飲食店で部屋付けの会計ができ、チェックアウト時にまとめて支払う「HEYAZUKEシステム」を導入。
- ・キャッシュレスによる手ぶら街歩き
の利便性と、地域全体の消費増加に寄与。



京都観光快適度マップのイメージ



HEYAZUKEシステム

観光地経営の高度化

- ・（一社）気仙沼地域戦略は、ポイントカード「気仙沼クルーカード」を導入。
- ・利用データの収集分析とCRM（顧客関係管理）を活用し、食の新メニューや体験コンテンツ等の開発のほか、最新情報を直接会員に発信し、リピーターの獲得を推進。
- ・（一社）下呂温泉観光協会
は、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、地域全体の宿泊者数や属性データ等を活用。
- ・CRMアプリを活用し、会員向けスタンプラリーによる市内周遊など、観光消費増大に取り組む。



牡蠣へのニーズを踏まえた体験商品造成



下呂温泉郷CRMアプリ

【第Ⅲ部】 令和3年度に講じた施策／【第Ⅳ部】 令和4年度に講じようとする施策

国内交流の開拓・新たな交流市場の開拓

- ・「新たなGo Toトラベル事業」や地域観光事業支援による観光需要喚起
- ・ワーケーション、「第2のふるさとづくり」（何度も地域に通う旅、帰る旅）の普及



観光産業の変革

- ・観光産業の構造的課題の解決
（宿泊業・旅行業の経営力強化を支援する仕組みについて検討）
- ・デジタル技術を活用した観光サービスの変革
（観光地の混雑回避、顧客予約管理システム等の導入）



交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現

- ・宿泊施設の改修、廃屋撤去等に対する支援を含む面的な観光地の再生の強化
- ・地域の幅広い関係者との連携による地域の稼げる「看板商品」の創出



国際交流の回復・質的な変革

- ・消費額増加への取組強化、地方部への誘客促進
（地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり）
- ・持続可能な観光への取組強化（外国人受入環境の整備等）
- ・デジタルマーケティングを活用した戦略的な訪日プロモーションの実施

