

令和4年度
観光の状況

令和5年度
観光施策

要旨

第211回国会（常会）提出

この文章は、観光立国推進基本法（平成 18 年法律第 117 号）第 8 条第 1 項の規定に基づく令和 4 年度の観光の状況及び講じた施策並びに同条第 2 項の規定に基づく令和 5 年度において講じようとする観光施策について報告を行うものである。

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 2021年（令和3年）の世界の観光の状況	1
第3節 2022年（令和4年）の世界の観光の状況	5
第2章 日本の観光の動向	7
第1節 訪日旅行の状況	7
第2節 日本人の海外旅行の状況	13
第3節 国内観光の状況	15
第4節 観光関連産業の状況	20
第5節 地域における観光の状況	24
第3章 持続可能な観光地づくり	
- 観光地や観光産業における「稼ぐ力」の好循環の実現 -	26
第1節 新型コロナウイルス感染症からの観光の回復に向けた動きと、 稼げる地域・稼げる産業への変革の必要性	26
第2節 観光分野における「稼ぐ力」の現状と課題	33
第3節 観光地の「稼ぐ力」による地域活性化の好循環	42
第Ⅱ部 令和4年度に講じた施策	63
第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活	63
第1節 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓	63
第2節 観光産業の変革	63
第3節 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現	63
第4節 国際交流の回復・質的な変革	63
第2章 観光立国の実現に向けた観光施策	63
第1節 ポストコロナに向けた環境整備	63
第2節 地域の観光コンテンツの造成・磨き上げ	63
第3節 地域支援と戦略的訪日プロモーション	63
第4節 観光インフラの整備	63
第5節 更なる観光振興を図るための主要施策	63
第Ⅲ部 令和5年度に講じようとする施策	64
第1章 持続可能な形での観光立国の復活	64
第1節 持続可能な観光地域づくり	64
第2節 インバウンド回復	64
第3節 国内交流拡大	64
第2章 観光立国の実現に向けた観光施策	64
第1節 持続可能な観光地域づくり戦略	64
第2節 インバウンド回復戦略	64
第3節 国内交流拡大戦略	64

(参考) 本白書における地方ブロックの区分は基本的に以下のとおり。

北海道	北海道
東北	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県
北陸信越	新潟県、富山県、石川県、長野県
中部	福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近畿	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
沖縄	沖縄県

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）に大幅に回復し、2022 年（令和 4 年）も伸びは緩やかになったものの引き続き回復した。

IMF¹（国際通貨基金）によると、世界全体の実質経済成長率は 3.4%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	2022年
世界全体	-0.1	5.4	4.3	3.5	3.4	3.5	3.4	3.3	3.8	3.6	2.8	-2.8	6.3	3.4
日本	-5.7	4.1	0.0	1.4	2.0	0.3	1.6	0.8	1.7	0.6	-0.4	-4.3	2.1	1.1
米国	-2.6	2.7	1.6	2.3	1.8	2.3	2.7	1.7	2.2	2.9	2.3	-2.8	5.9	2.1
EU（欧州連合）	-4.2	2.1	2.0	-0.6	-0.1	1.7	2.5	2.0	3.0	2.3	2.0	-5.6	5.6	3.7
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	8.5	3.0
ASEAN（5カ国）	2.0	7.6	4.8	6.2	5.0	4.5	4.6	4.8	5.2	5.0	4.3	-4.4	4.0	5.5
中南米カリブ海諸国	-1.9	6.1	4.6	3.0	2.9	1.4	0.4	-0.6	1.4	1.2	0.2	-6.8	7.0	4.0
中東・中央アジア	1.2	5.0	4.7	5.1	3.0	3.4	3.0	4.3	2.2	2.8	1.6	-2.7	4.6	5.3
サハラ以南アフリカ	3.6	6.9	5.0	4.8	4.9	5.0	3.2	1.5	2.9	3.2	3.3	-1.7	4.8	3.9

資料：IMF（国際通貨基金）「World Economic Outlook Database, April 2023」に基づき観光庁作成。

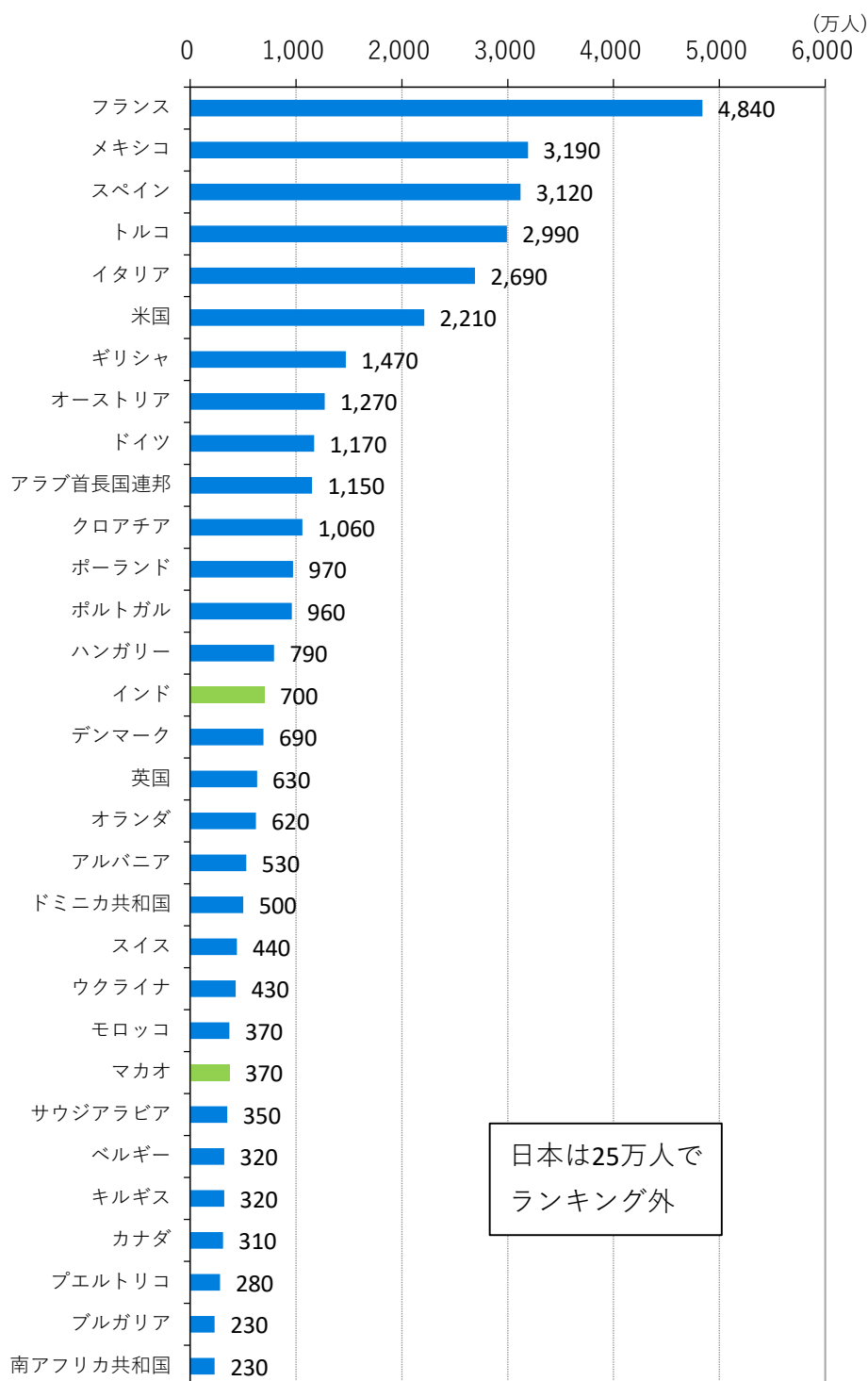
第 2 節 2021 年（令和 3 年）の世界の観光の状況

UNWTO²（国連世界観光機関）によると、2021 年（令和 3 年）の外国人旅行者受入数は、日本は 25 万人でランキング外となり、2020 年（令和 2 年）の世界 21 位（アジアで 5 位）から順位を下げた（図表 I - 2）。

¹ International Monetary Fund の略。

² World Tourism Organization の略。

図表 I - 2 外国人旅行者受入数ランキング (2021 年)



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から算出・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、フランス、イタリア等の統計には含まれている。）

注2：本表の数値は2023年（令和5年）1月時点の暫定値である。

注3：中国、ロシア、チェコ、エジプト、アイルランド、スウェーデン及びチュニジアは、2021年（令和3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、過去の数値を採用しないこととする。

注4：本表で採用した値は、日本及びウクライナを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

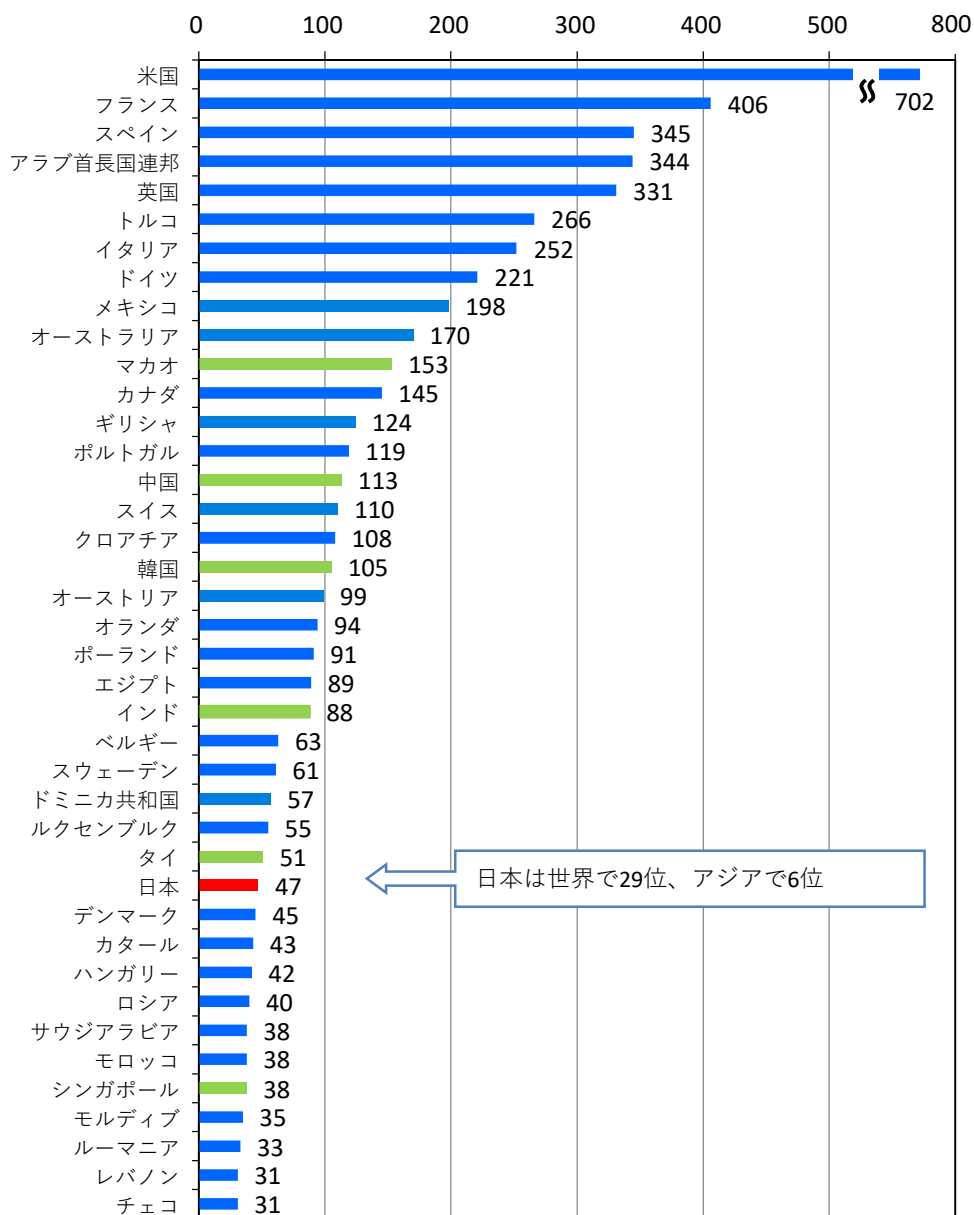
注5：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

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。

2021年（令和3年）の各国・地域の国際観光収入は、米国が702億ドルで1位となり、フランスが406億ドルで2位、スペインが345億ドルで3位となった。日本は47億ドルで29位（アジアで6位）となり、2020年（令和2年）の15位（アジアで4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（2021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2023年（令和5年）1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。

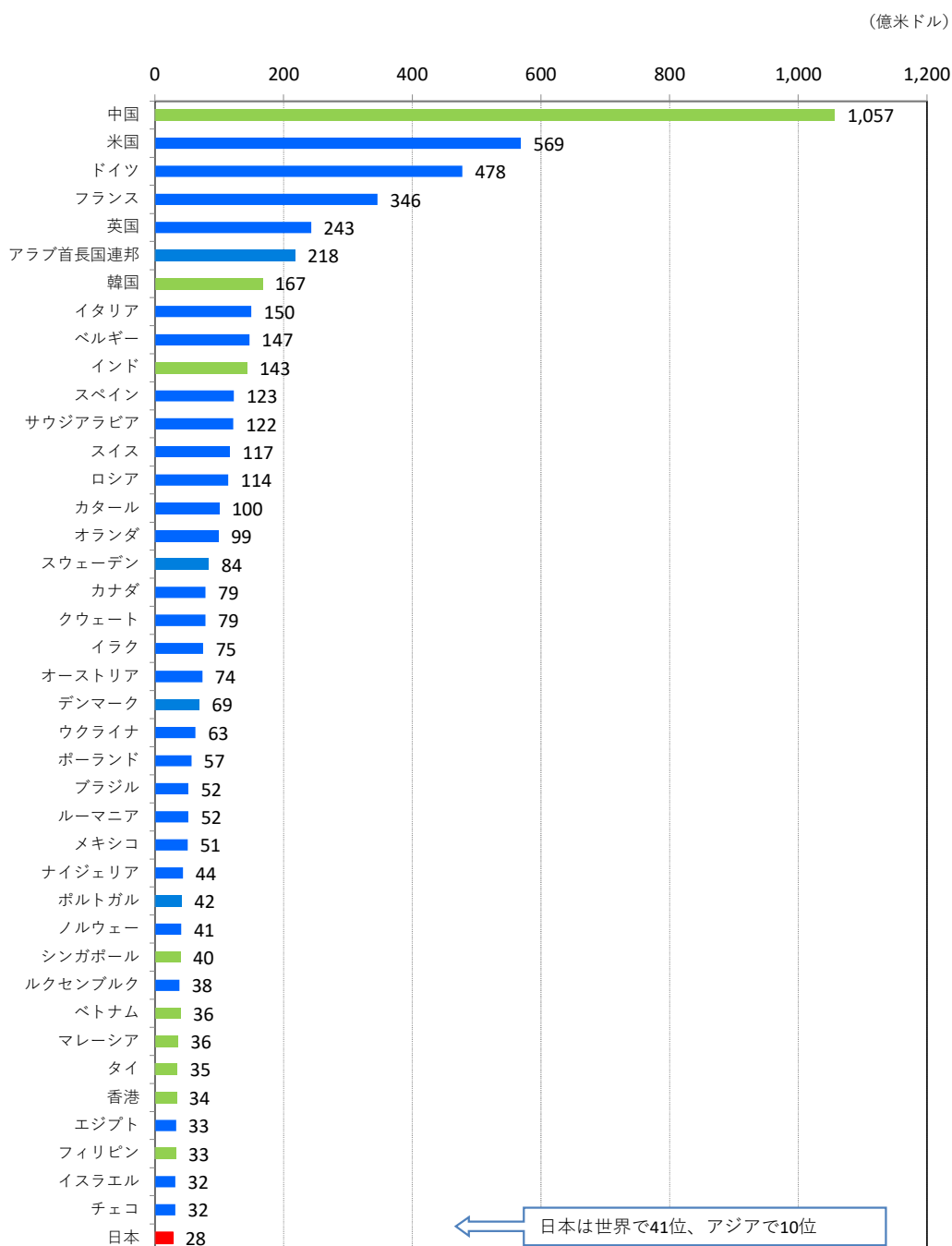
また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

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。

2021年（令和3年）の各国・地域の国際観光支出は、中国が1,057億ドルで1位となり、米国が569億ドルで2位、ドイツが478億ドルで3位となった。日本は28億ドルで41位（アジアで10位）と、2020年（令和2年）の25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（2021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2023年（令和5年）1月時点の暫定値である。

注2：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3：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。

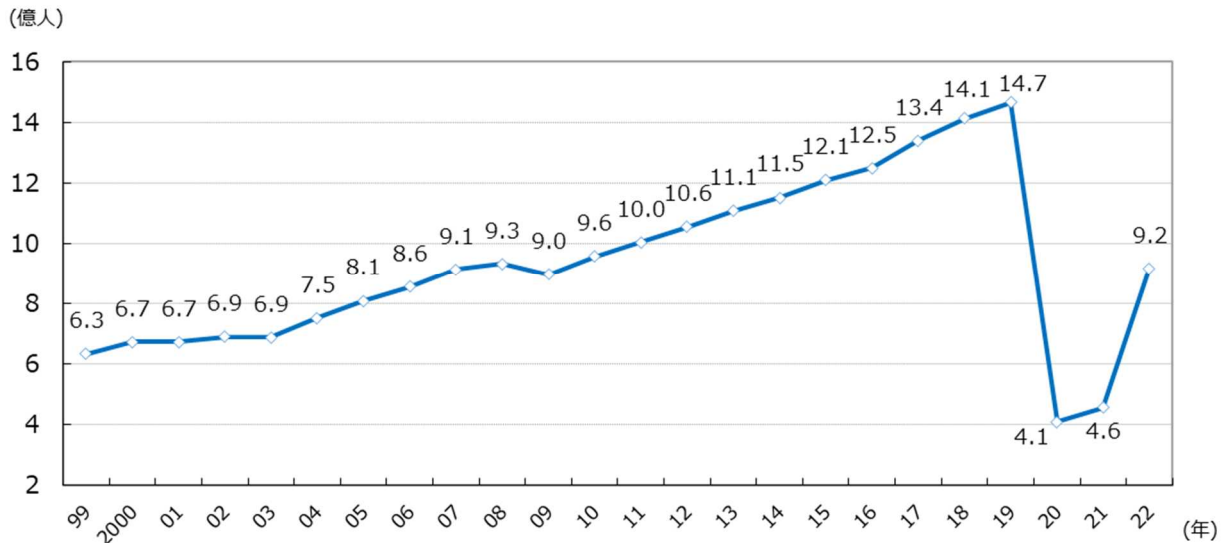
そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

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。

第3節 2022年（令和4年）の世界の観光の状況

UNWTO（国連世界観光機関）の2023年（令和5年）1月の発表によると、2022年（令和4年）の世界全体の国際観光客数は、前年の約2倍である9億1,700万人となり、新型コロナウイルス感染拡大の影響による減少から回復がみられた（図表I-5）。

図表 I - 5 国際観光客数の推移

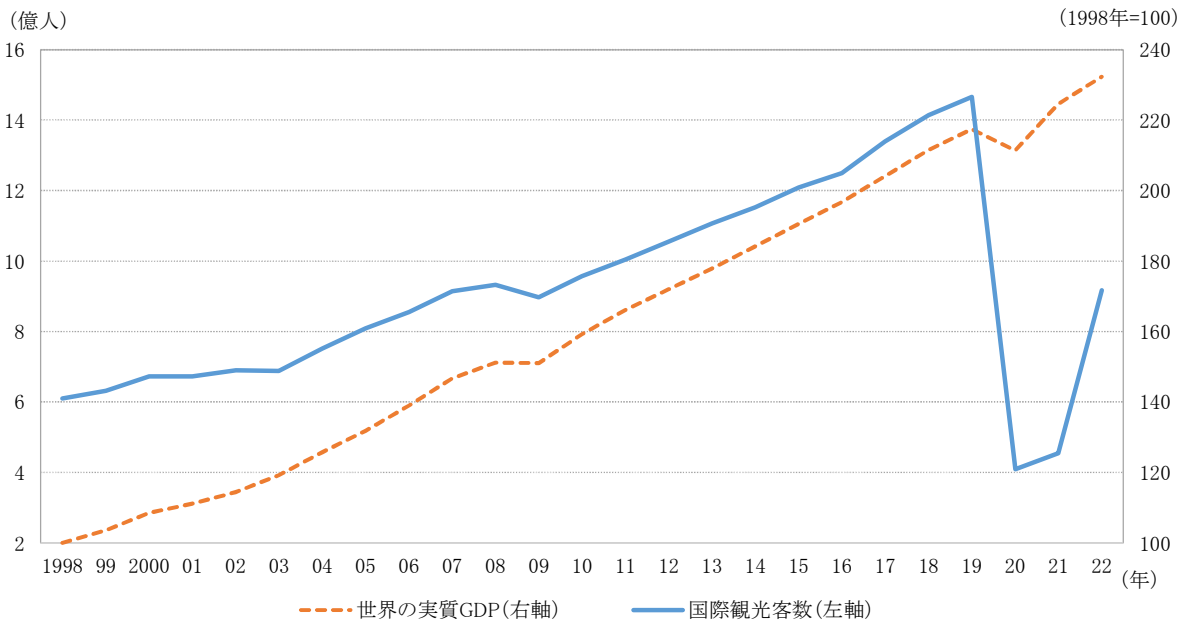


資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成。

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）に、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、国際観光客数が実質 GDP に比べて大きく減少した。

2022年（令和4年）は、実質 GDP の緩やかな伸びに対して、国際観光客数は大きく回復した（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。

2022年（令和4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5億8,490万人（前年比92.0%増）、アジア太平洋を訪れた国際観光客数は約8,440万人（前年比241.0%増）、米州を訪れた国際観光客数は約1億4,240万人（前年比74.9%増）となった（図表I-7）。

図表 I - 7 地域別国際観光客数（2022年）

	国際観光客数 (単位：百万人)	前年差 (単位：百万人)	前年比
世界全体	917	462	101.6%増
欧州	584.9	280.2	92.0%増
アジア太平洋	84.4	59.6	241.0%増
米州	142.4	61.0	74.9%増
アフリカ	45.0	25.6	132.4%増
中東	60.3	35.6	144.4%増

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た。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、支援を図ってきた。

2022年（令和4年）は、オミクロン株による新型コロナウイルス感染症の感染拡大、中国のゼロコロナ政策、2月から続いているロシアによるウクライナ侵攻や欧米におけるインフレの加速等の想定外の展開となった。

観光については、2022年（令和4年）3月には、まん延防止等重点措置が全面解除され、同年10月には全国旅行支援の開始に加え、水際措置の大幅緩和により観光需要が大幅に増加するなど、回復の傾向がみてとれる。

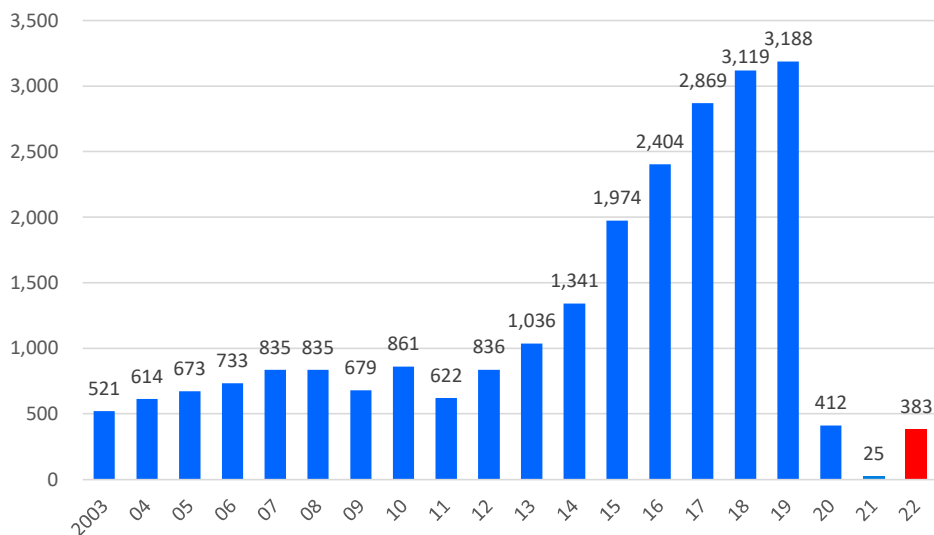
第1節 訪日旅行の状況

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、CIQ³体制の充実といった施策を進めるとともに、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、2020年（令和2年）及び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、水際措置の強化の継続などにより、年間を通じて大きく減少した。2022年（令和4年）の訪日外国人旅行者数は、6月の外国人観光客の受入再開後、10月の入国者数の上限撤廃、個人旅行の解禁、ビザなし渡航の解禁等の水際措置の大幅緩和等により大きく増加し、同年12月には2019年同月比で54.2%まで回復、年間では約383万人（2019年比88.0%減）となった。2023年（令和5年）も回復傾向が続き、4月は、2022年（令和4年）10月以降単月では最多の194.9万人となり、2019年同月比で66.6%まで回復した（図表I-8）。

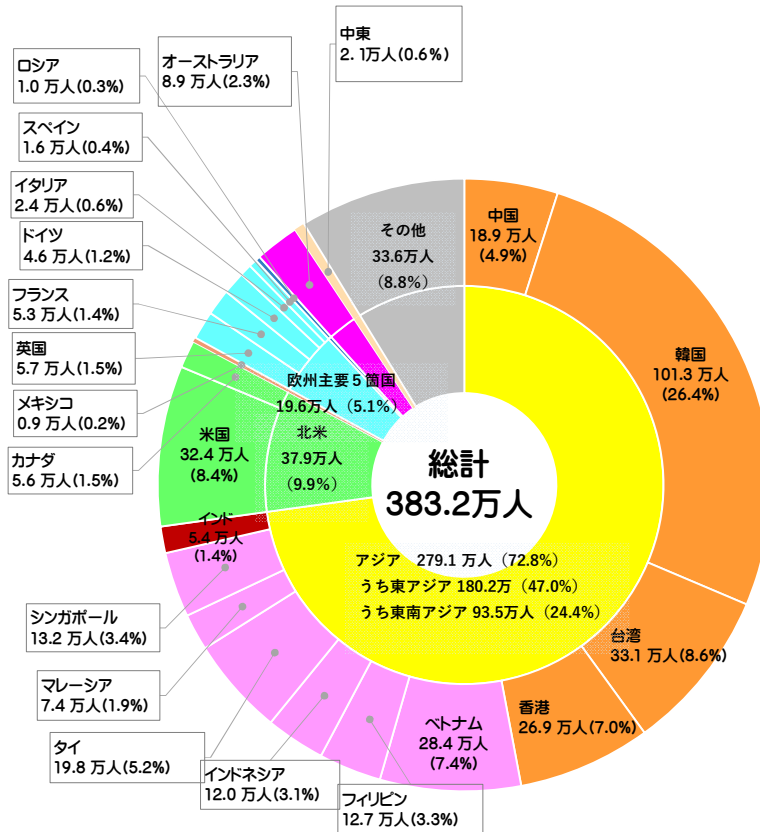
図表 I - 8 訪日外国人旅行者の推移

年間の推移



³ 税関（Customs）、出入国審査（Immigration）、検疫（Quarantine）の総称。

図表 I - 9 訪日外国人旅行者の内訳 (2022 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	2021年		2022年	
	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア
アジア	11.9万人	48.5%	279.1万人	72.8%
東アジア	6.7万人	27.4%	180.2万人	47.0%
東南アジア	4.3万人	17.4%	93.5万人	24.4%
欧米豪	5.7万人	23.0%	67.4万人	17.6%
その他	7.0万人	28.5%	36.7万人	9.6%

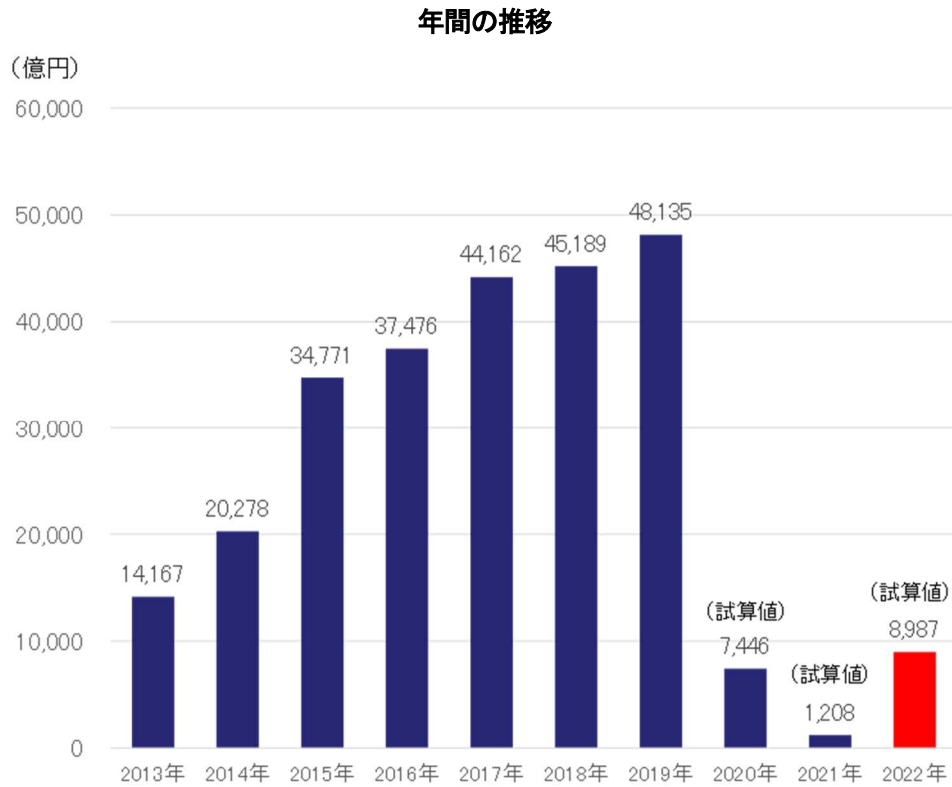
資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

注1：2021年（令和3年）は確定値、2022年（令和4年）は暫定値である。

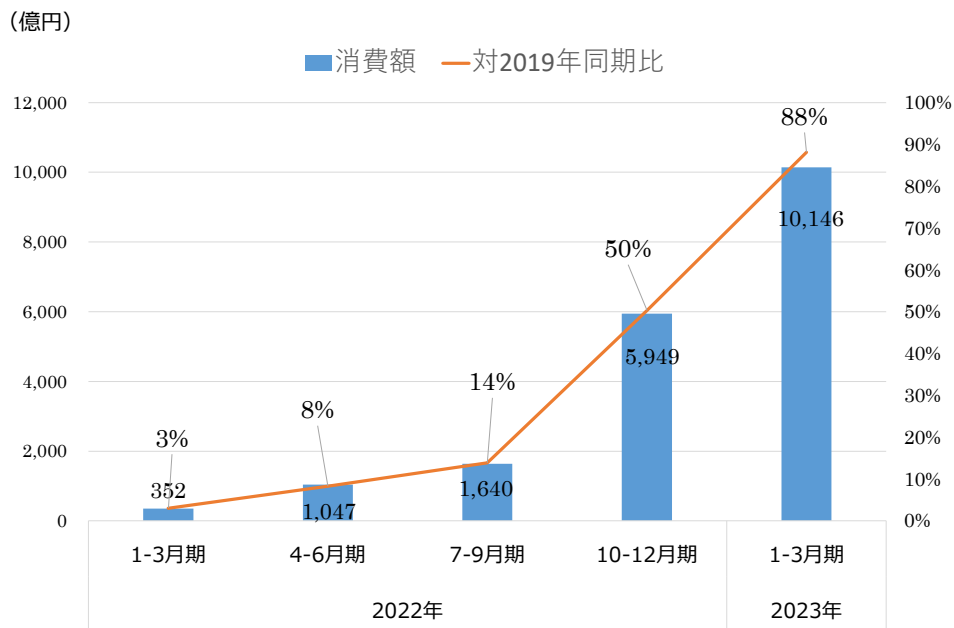
注2：その他には、主要22市場以外の国・地域が含まれる。

2022年（令和4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、8,987億円（2019年比81.3%減）となった。特に2022年（令和4年）以降の四半期毎の消費額の推移をみると、2022年（令和4年）10月の水際措置の大幅緩和以降、同年10-12月期においては2019年同期比で約5割まで回復、2023年（令和5年）1-3月期においては2019年同期比で約9割まで回復した。（図表I-11、図表I-12）。

図表 I -11 訪日外国人旅行者による消費額の推移



直近の訪日外国人旅行者による消費額の推移 (四半期毎)



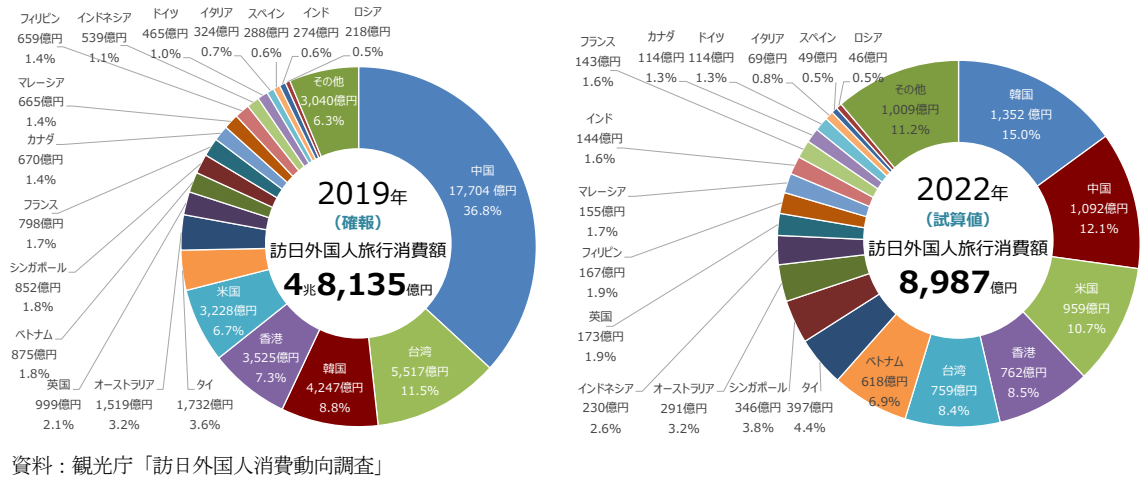
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

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。

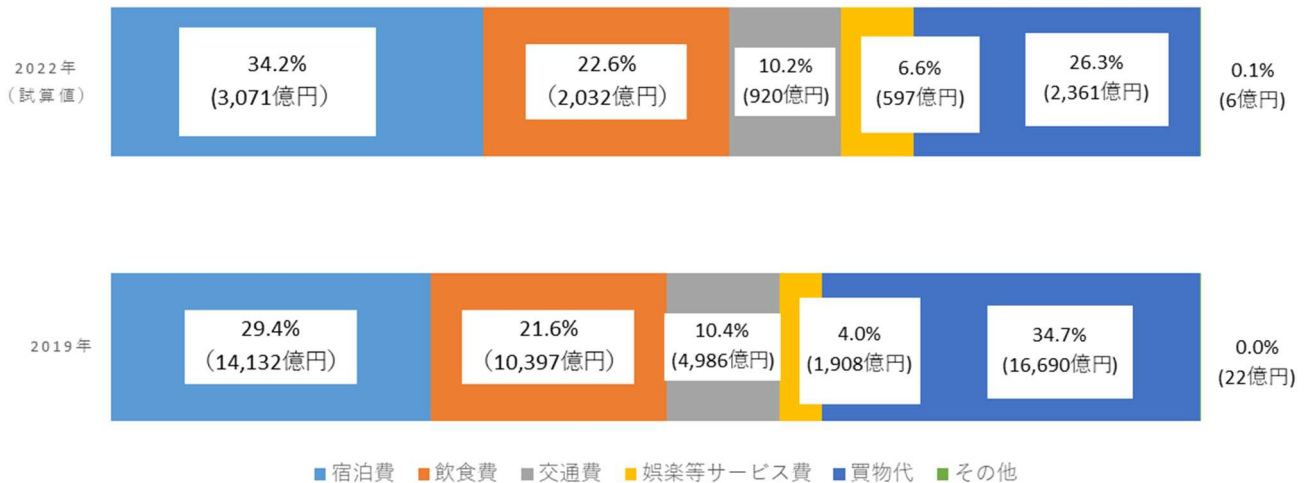
注3：新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年（令和4年）は1-3月期、4-6月期、7-9月期を試算値として公表した。そのため、年間の値についても試算値であることを留意が必要である。

図表 I-12 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



2022年（令和4年）の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、宿泊費が34.2%と最も高かった（図表 I-13）。

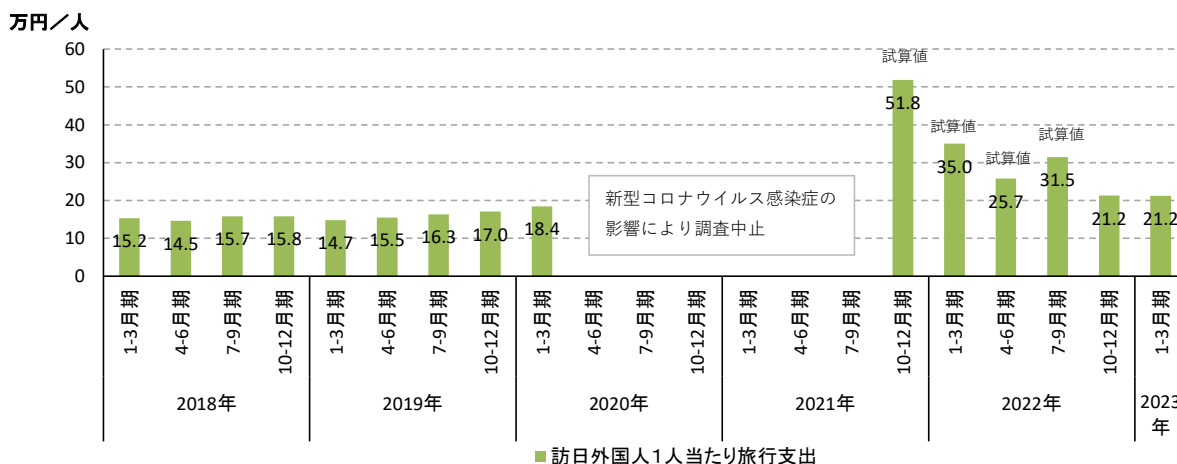
図表 I-13 費目別にみる訪日外国人旅行消費額



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。

2018年（平成30年）以降の訪日外国人旅行者一人当たり旅行支出の推移をみると、2021年（令和3年）10-12月期の調査再開後、一人当たり旅行支出が増加した。これは新型コロナウイルス感染拡大防止のための渡航制限等により観光目的客が大きく減少したことから、親族・知人訪問や留学など中長期滞在者の割合が増加し、一人当たり旅行支出を押し上げたものと考えられる。その後、水際措置の段階的緩和に伴う短期の観光目的客の回復により、一人当たり旅行支出は低下傾向にあり、2019年（令和元年）に最大であった中国からの訪日旅行者数の動向など今後の傾向を注視していく必要がある（図表 I-14）。

図表 I-14 訪日外国人旅行者の一人当たり旅行支出の推移

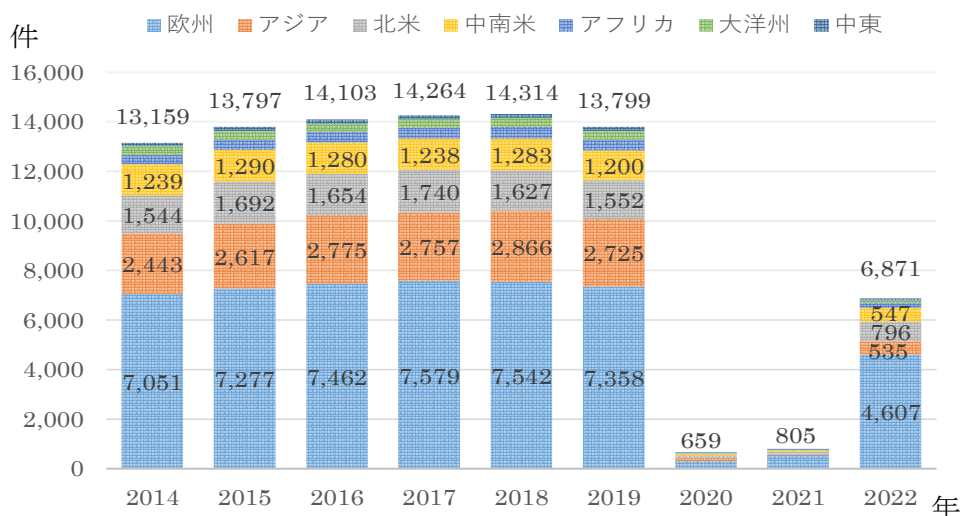


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2 国際会議の開催状況

世界の国際会議開催状況をみると、2020年（令和2年）以降は新型コロナウイルス感染症の影響により、開催件数が大幅に減少したが、2022年（令和4年）には新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（令和元年）の約5割まで回復した。地域別にみると、欧州では2019年比で約6割、北米では同年比約5割まで回復している一方、アジアでは同年比約2割にとどまっており、国際会議の再開は、2022年（令和4年）時点では、欧米と比べるとアジアでは回復が遅れている様子がみられる（図表 I-15）。

図表 I-15 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA（国際会議協会）資料に基づき観光庁作成。

注1：本表の各地域は、ICCAの区分に基づく。

注2：本表における開催件数は、新型コロナウイルス感染拡大前と同様の対面開催の件数のみを示している。

アジア大洋州における国・地域別の国際会議開催件数をみると、2022年（令和4年）は、新型コロナウイルス感染拡大前と同様の対面開催及び新型コロナウイルス感染症の影響によりオンライン参加も可能にしたハイブリッド開催とも日本が1位となった。ただし、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年比での開催件数の回復度合いをみると、日本は、合計開催件数でみて約4割の回復にとどまっており、韓国、シンガポールなどと比べて回復が遅れていることがわかる（図表 I-16）。

図表 I -16 2022 年アジア大洋州における国際会議開催件数

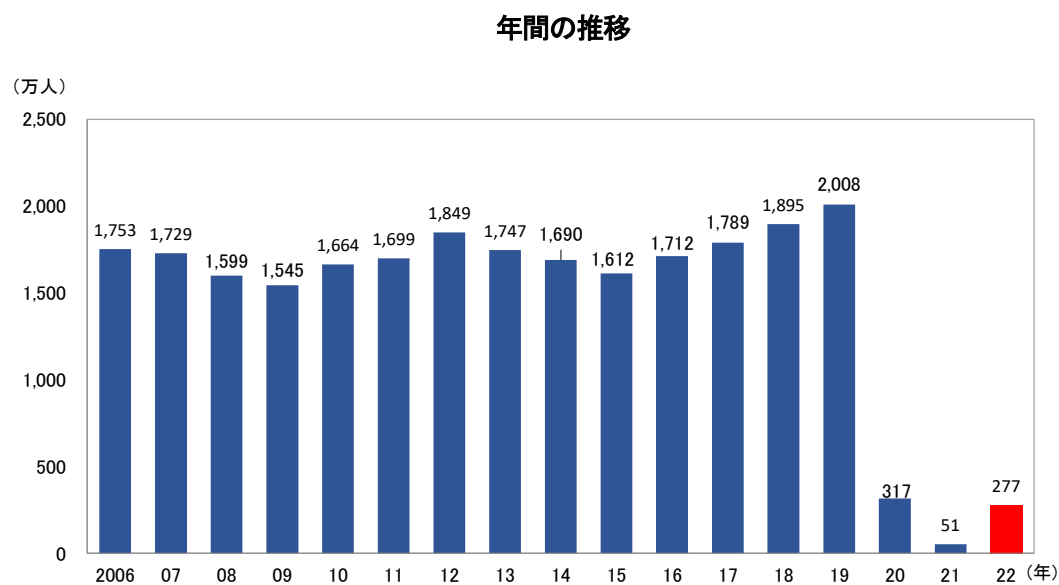
順位	国・地域			合計	(参考)2019年
		対面開催	ハイブリッド		
1	日本	81	147	228	530
2	韓国	77	85	162	253
3	オーストラリア	76	42	118	275
4	中国	29	80	109	545
5	シンガポール	70	31	101	152
6	台湾	19	71	90	163
7	タイ	54	27	81	171
8	マレーシア	42	27	69	142
9	インド	47	21	68	163
10	インドネシア	30	13	43	104

資料：ICCA（国際会議協会）資料に基づき観光庁作成。

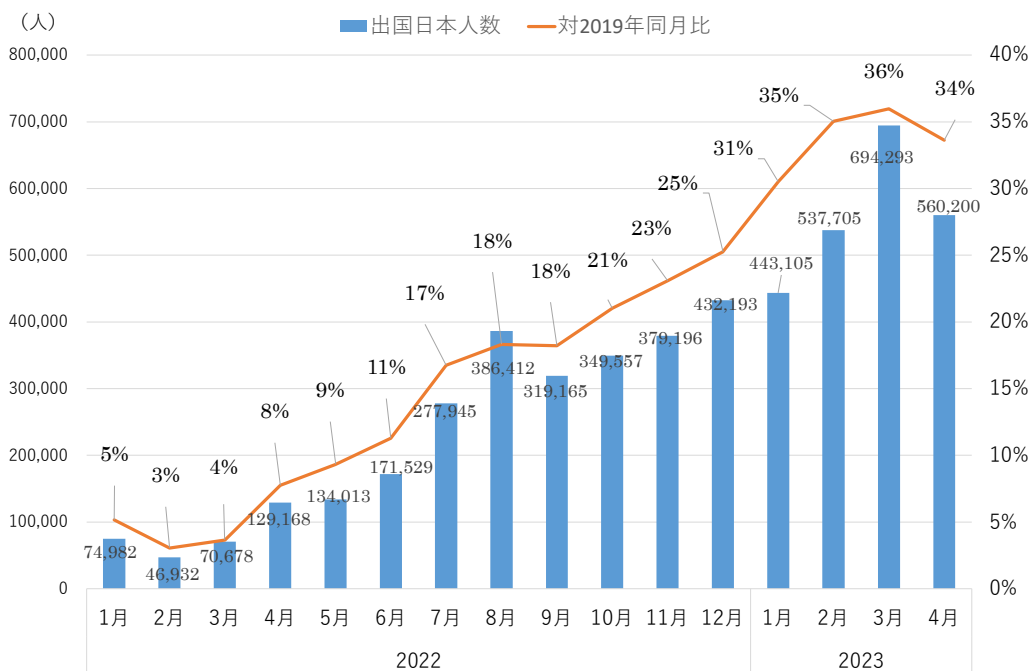
第2節 日本人の海外旅行の状況

2022年（令和4年）の出国日本人数は、前年から増加し、277.2万人（2019年比86.2%減）となった。月別にみると、同年1月においては2019年同月比で約5%の回復となっているが、同年12月においては、2019年同月比で約25%まで回復している。また、2023年（令和5年）も回復傾向にあり、同年4月は、2019年同月比で約34%まで回復している（図表I-17）。

図表 I -17 出国日本人数の推移



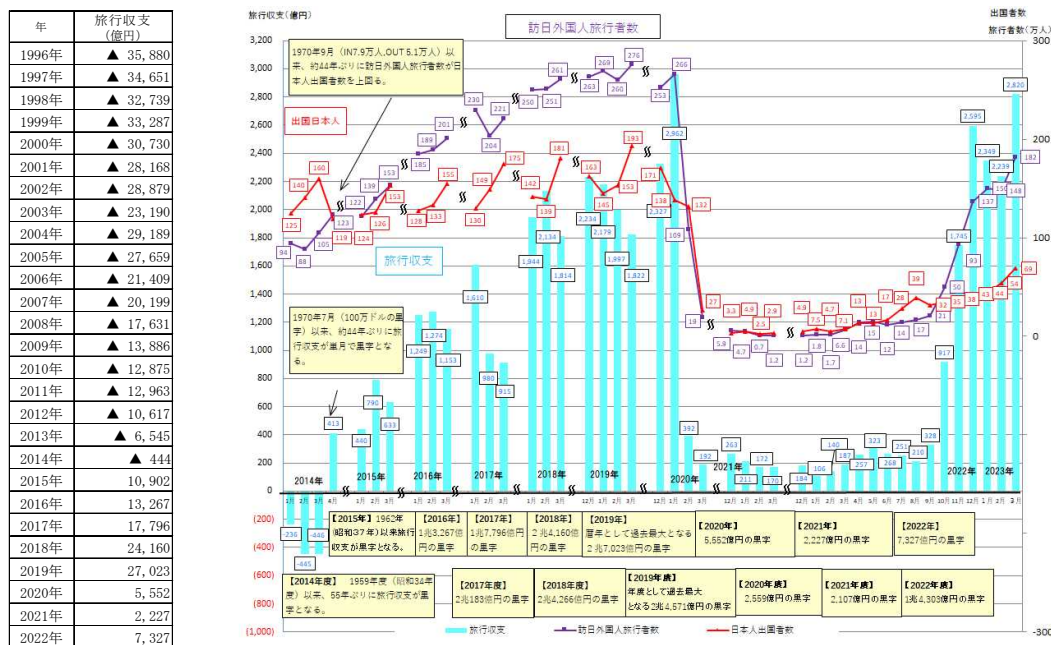
直近の出国日本人数の推移（月別）



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、新型コロナウイルス感染症の影響等により、2021年（令和3年）は2,227億円と黒字幅は大幅に縮小したが、2022年（令和4年）は7,327億円となった（図表I-18）。

図表 I-18 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2023年（令和5年）1月から3月までの値は速報値、2022年（令和4年）10月から12月までの値は第2次速報値、2022年（令和4年）9月までの値は年次改訂値である。

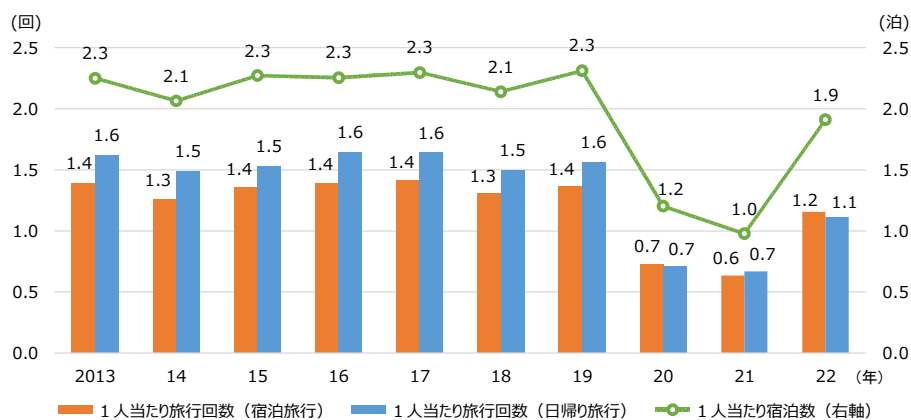
注2：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

第3節 国内観光の状況

1 日本人国内旅行の状況

2022年（令和4年）の日本人一人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.2回、日帰り旅行回数は1.1回、一人当たり宿泊数は1.9泊と、前年を上回った（図表I-19）。

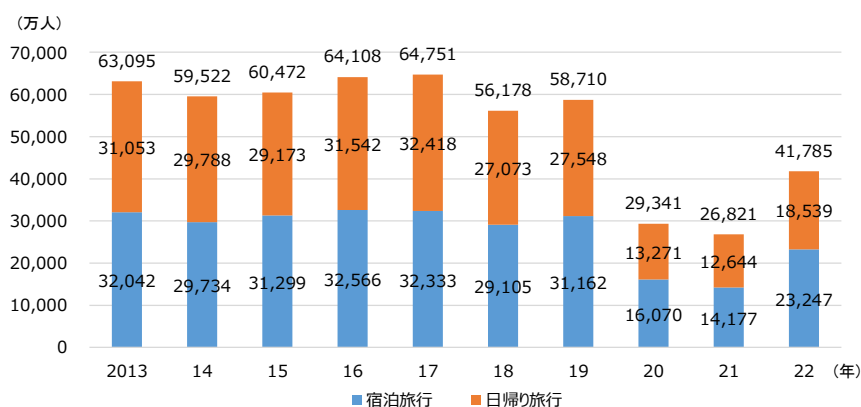
図表I-19 日本人一人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



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

2022年（令和4年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ2億3,247万人（2019年比25.4%減）、国内日帰り旅行者数は延べ1億8,539万人（2019年比32.7%減）となった。（図表I-20）。

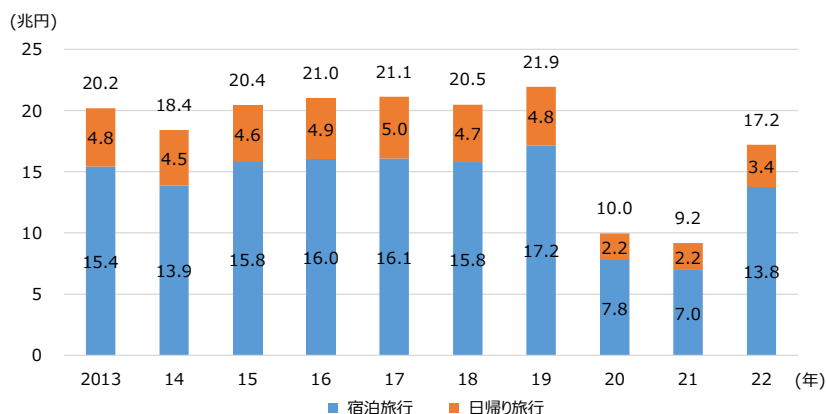
図表I-20 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2022年（令和4年）の日本人国内旅行消費額は17.2兆円（2019年比21.6%減）となった。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は13.8兆円（2019年比19.8%減）、日帰り旅行の国内旅行消費額は3.4兆円（2019年比28.0%減）となった（図表I-21）。

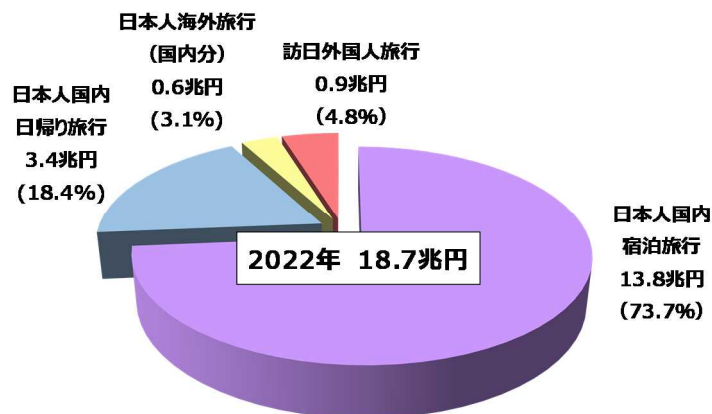
図表 I -21 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2022年（令和4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、18.7兆円（2019年比33.2%減）となった。このうち、日本人による旅行消費額は17.8兆円（2019年比23.1%減）、訪日外国人旅行者による旅行消費額は0.9兆円（2019年比81.3%減）であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の割合は4.8%となった（図表I-22）。

図表 I -22 日本国内における旅行消費額



(単位：兆円)

	2013年	14	15	16	17	18	19	20	21	22
日本人国内宿泊旅行	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0	13.8
日本人国内日帰り旅行	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2	3.4
日本人海外旅行 (国内分)	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1	0.6
訪日外国人旅行	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1	0.9
合計	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4	18.7

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。

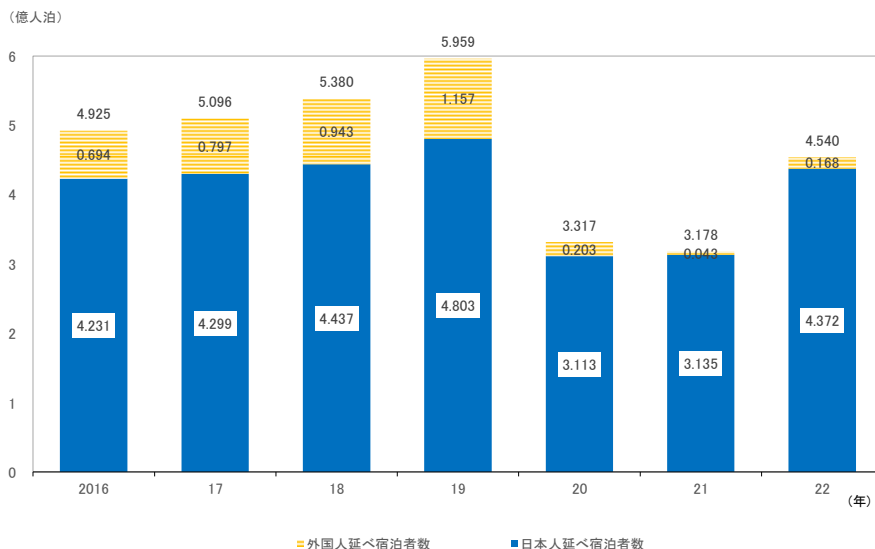
注1：2020年（令和2年）から2022年（令和4年）の「日本人海外旅行（国内分）」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。

注2：2020年（令和2年）から2022年（令和4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、2022年（令和4年）は4億5,397万人泊（2019年比23.8%減）であった。このうち、日本人延べ宿泊者数は4億3,721万人泊（2019年比9.0%減）、外国人延べ宿泊者数は1,676万人泊（2019年比85.5%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3.7%であった（図表I-23）。

図表 I-23 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



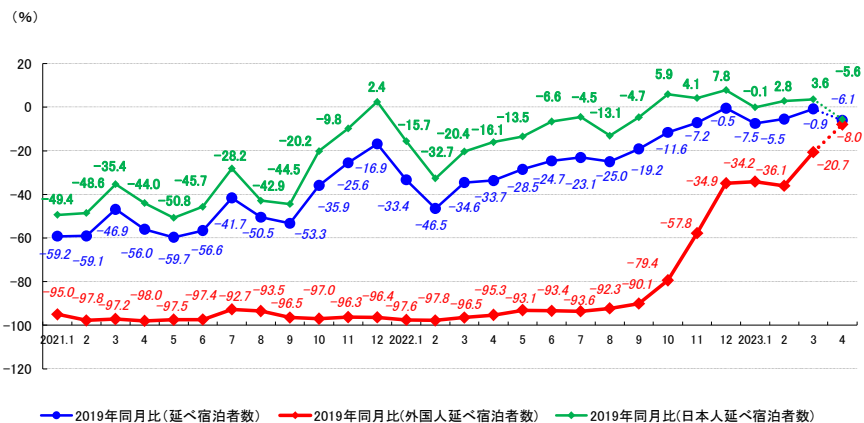
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年（令和4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。

延べ宿泊者数について、2019年同月比の推移をみると、2022年（令和4年）3月のまん延防止等重点措置の全面解除や10月に開始した全国旅行支援による国内旅行需要の増加等が寄与し、日本人延べ宿泊者数は10月には新型コロナウイルス感染拡大前の水準を超えて回復傾向となっている（図表I-24）。

図表 I-24 延べ宿泊者数 2019年同月比の推移

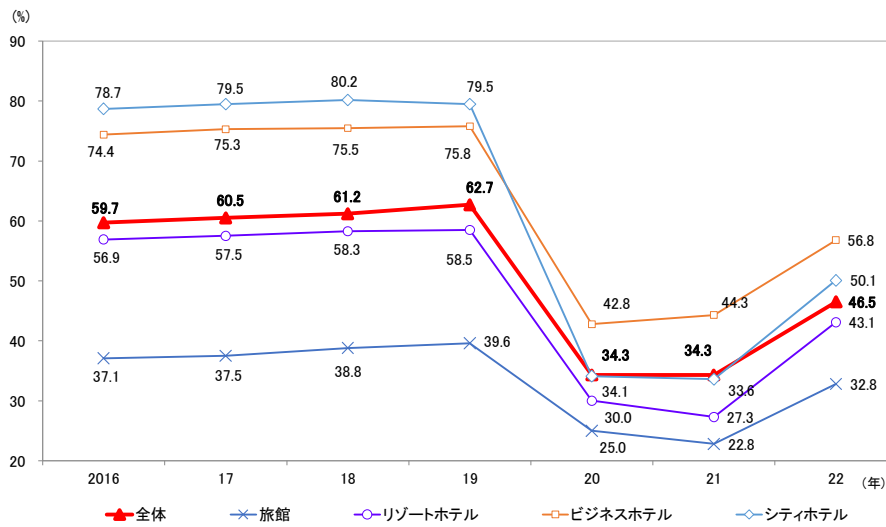


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年（令和4年）1月から2023年（令和5年）4月の数値は速報値。

2022年（令和4年）の客室稼働率は46.5%となり、回復傾向となっている（図表I-25）。

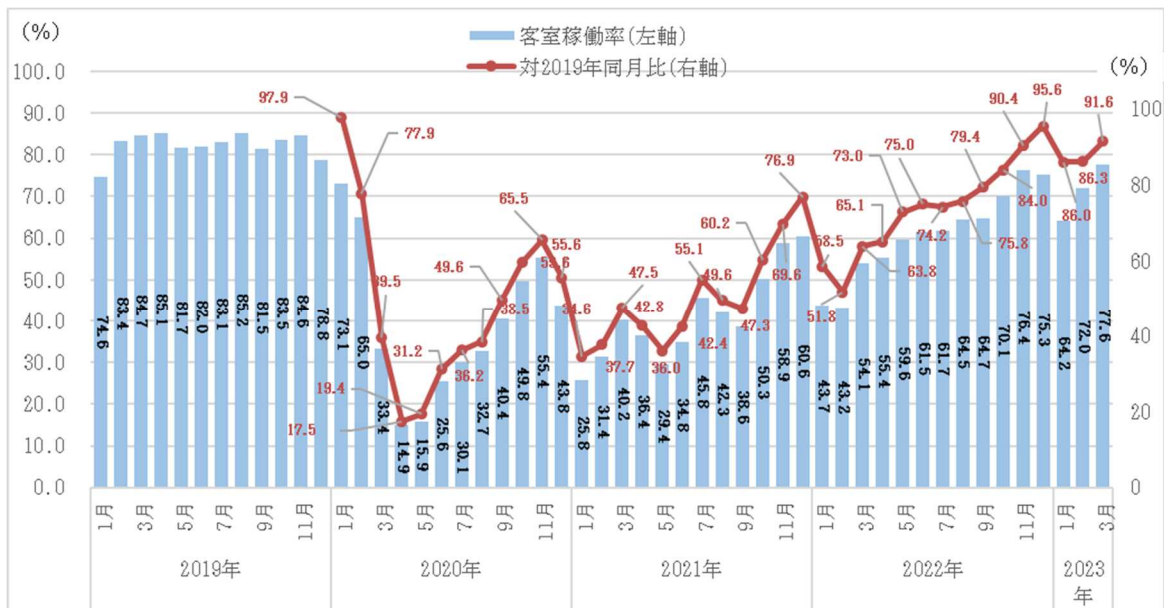
図表I-25 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2022年（令和4年）は速報値。

民間調査会社による全国主要ホテルの平均客室稼働率は、2022年（令和4年）10月の全国旅行支援開始や水際措置の大幅緩和以降はおおむね70%台、2019年同月比で約9割に回復しつつある（図表I-26）。

図表I-26 全国の主要ホテル客室稼働率の推移

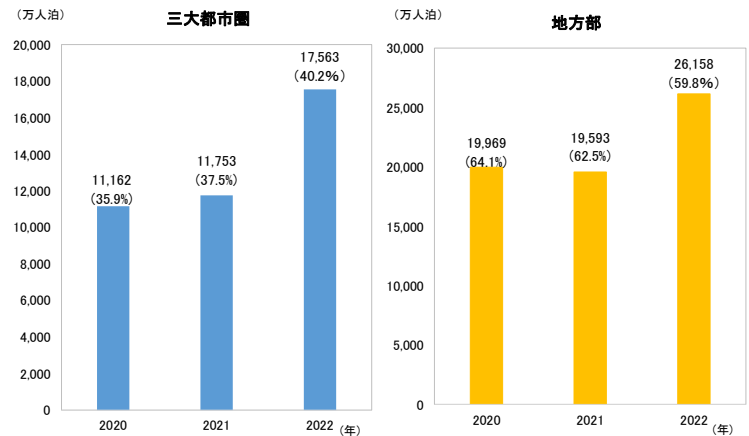


資料：世界の宿泊市場動向分析を行う民間調査会社「STR」

同客室稼働率は、日本全国の主要ホテル約2,000施設を対象に調査集計している。（2023年（令和5年）4月時点）

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、2022年（令和4年）は三大都市圏では1億7,563万人泊、地方部では2億6,158万人泊となった（図表I-27）。

図表 I-27 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」

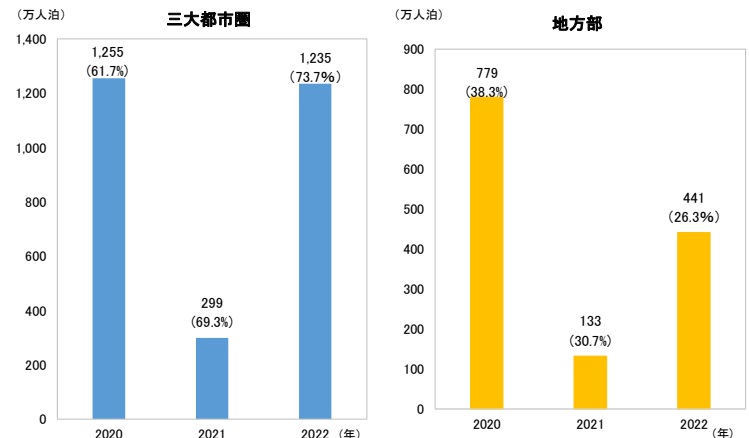
注1：2022年（令和4年）は速報値。

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、2022年（令和4年）は三大都市圏では1,235万人泊、地方部では441万人泊となった（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1：2022年（令和4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。

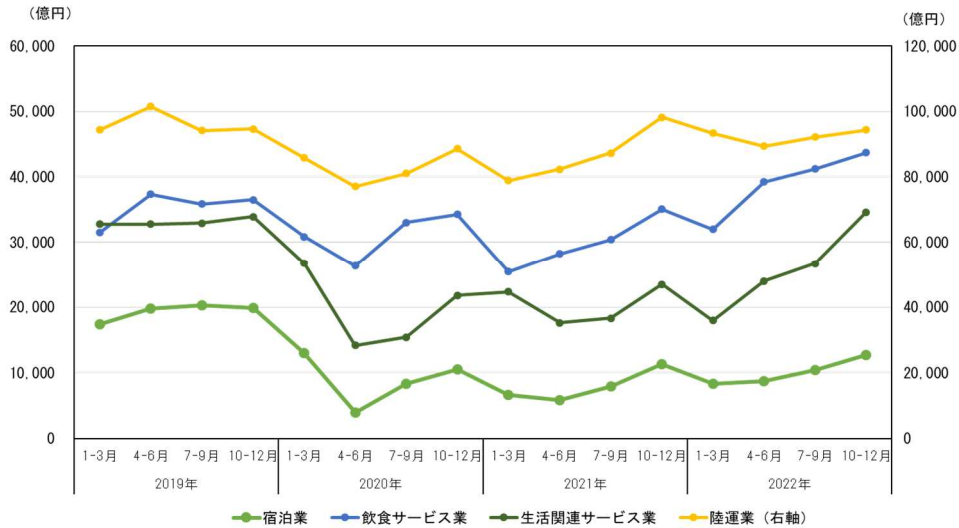
第4節 観光関連産業の状況

1 企業の状況

(1) 売上高

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⁹、生活関連サービス業¹⁰についてみると、宿泊業の売上高は、2022年（令和4年）3月のまん延防止等重点措置の全面解除以降、増加傾向にある（図表 I-29）。

図表 I-29 観光関連産業の売上高の動向（2019年～2022年）

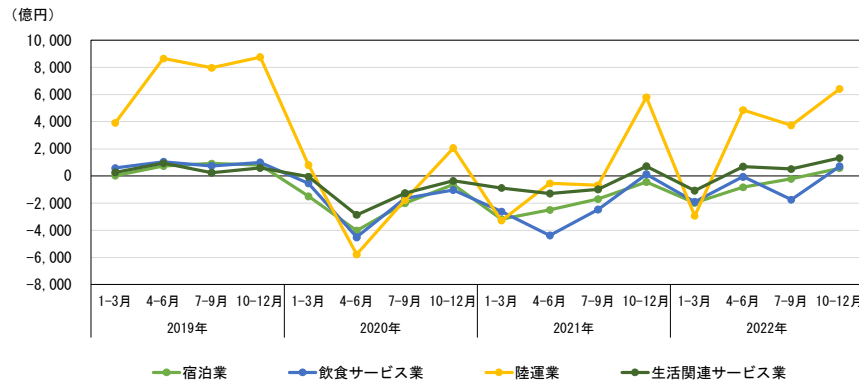


資料：財務省「法人企業統計調査」

(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、宿泊業をみると、2022年（令和4年）10-12月期には新型コロナウイルス感染拡大以降、初めて黒字に転換した（図表 I-30）。

図表 I-30 観光関連産業の営業利益の動向（2019年～2022年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

⁹ 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。

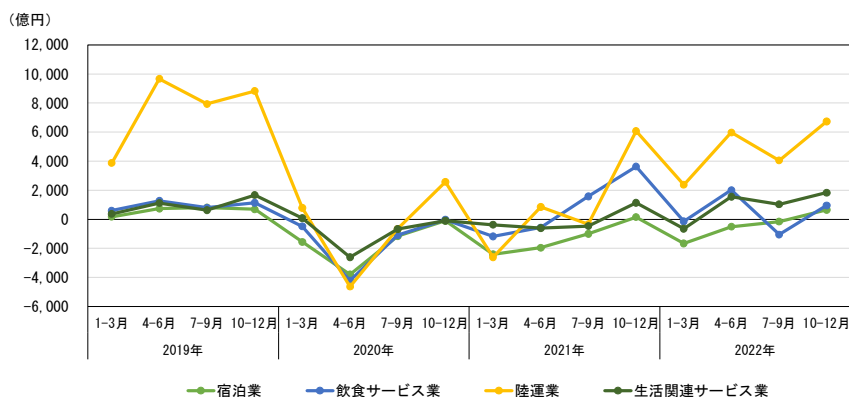
¹⁰ 生活関連サービス業の内訳として、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の生活関連サービス業（旅行業等）が含まれる。

(3) 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。

2020年（令和2年）から2022年（令和4年）にかけての経常利益の推移は、観光関連産業のどの産業も営業利益とほぼ同様の動きとなっている（図表I-31）。

図表 I-31 観光関連産業の経常利益の動向（2019年～2022年）



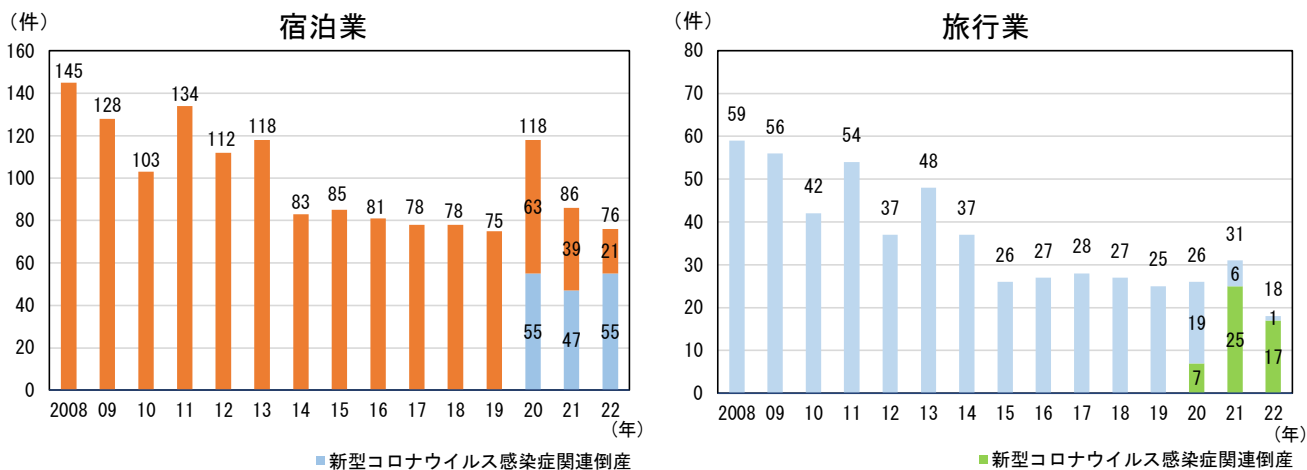
資料：財務省「法人企業統計調査」

(4) 倒産・休廃業・解散の動向

民間調査会社によると、2022年（令和4年）の宿泊業（負債1,000万円以上）の倒産件数は76件（前年比11.6%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55件と約7割を占めている。

一方、旅行業の倒産件数も前年と比べて減少しており、そのうち新型コロナウイルス感染症関連の倒産が約9割を占めている（図表I-32）。

図表 I-32 年間倒産件数の推移（宿泊業、旅行業）



資料：株式会社東京商工リサーチ（2023年（令和5年）1月13日）に基づき観光庁作成。

これまでの分析でみたように、行動制限の緩和等により経済活動が回復するなか、観光関連産業の経営は回復に向かっているが、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である。

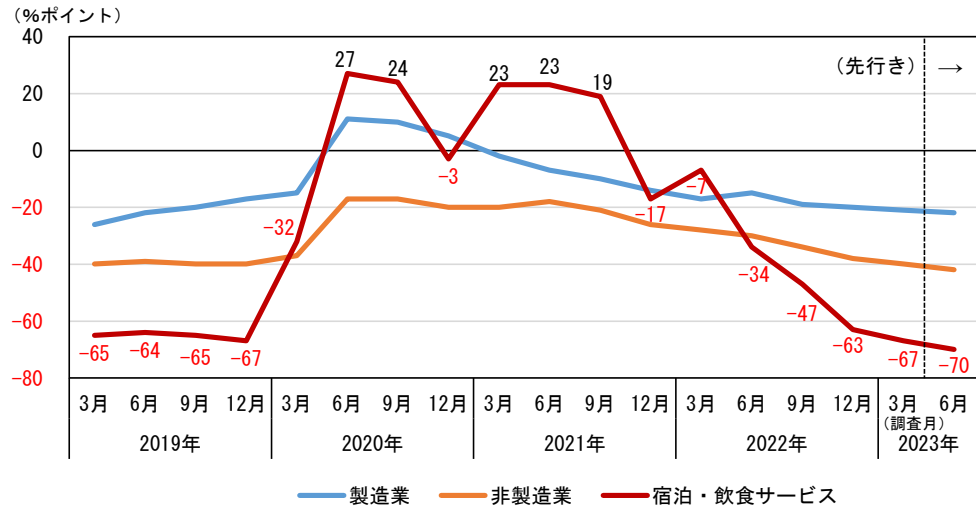
2 雇用の状況

(1) 労働需要

労働需要の推移をみるため、雇用人員判断 D.I.の推移をみる。雇用人員判断 D.I.はプラスにおいては、人員が過剰と考えている企業の割合の方が高く、マイナスにおいては、人員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みると、2023年（令和5年）3月調査では、まん延防止等重点措置の全面解除や全国旅行支援の開始、水際措置の大幅緩和等により、人員不足感が高まっている（図表 I-33）。

図表 I-33 企業の雇用人員判断 D.I. の推移



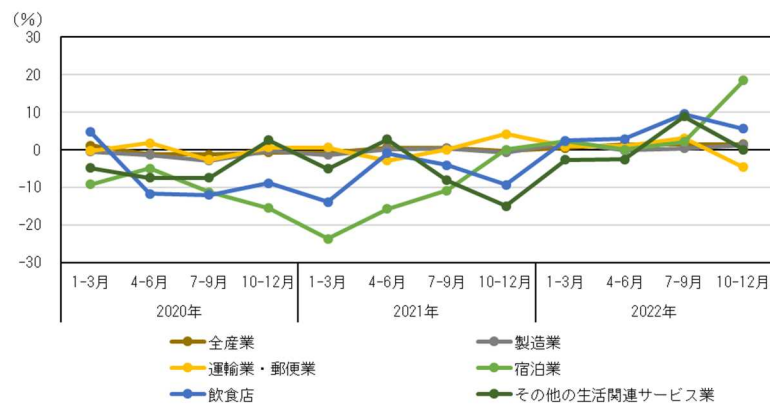
資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

注1：雇用人員判断 D.I.（「過剰」・「不足」）。全国ベース。2023年（令和5年）6月の先行きは2023年（令和5年）3月時点の回答。

(2) 雇用者数

産業別の雇用者数の動向をみる。宿泊業、飲食店、その他の生活関連サービス業における雇用者数の前年同期比は、全産業や製造業、運輸業・郵便業と比較して、2020年（令和2年）から2021年（令和3年）にかけて大きく減少したが、2022年（令和4年）の後半から回復傾向にある（図表 I-34）。

図表 I-34 雇用者数の推移（前年同期比）

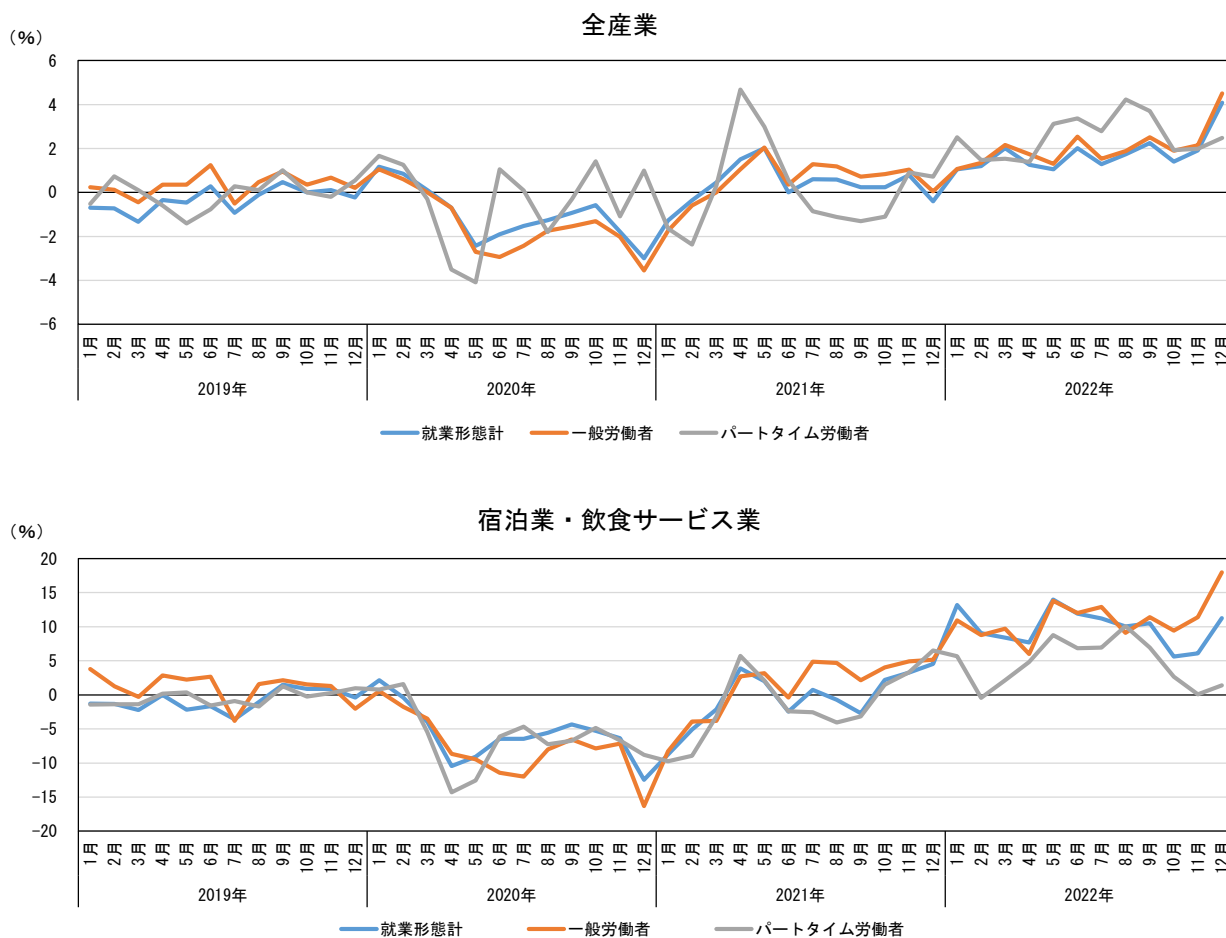


資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成。

(3) 賃金

毎月の支給給与である現金給与総額について、宿泊業・飲食サービス業は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2020年（令和2年）に大きく減少し、厳しい状況となったが、2021年（令和3年）10月からは回復傾向にある（図表 I-35）。

図表 I-35 賃金の推移（前年同月比）



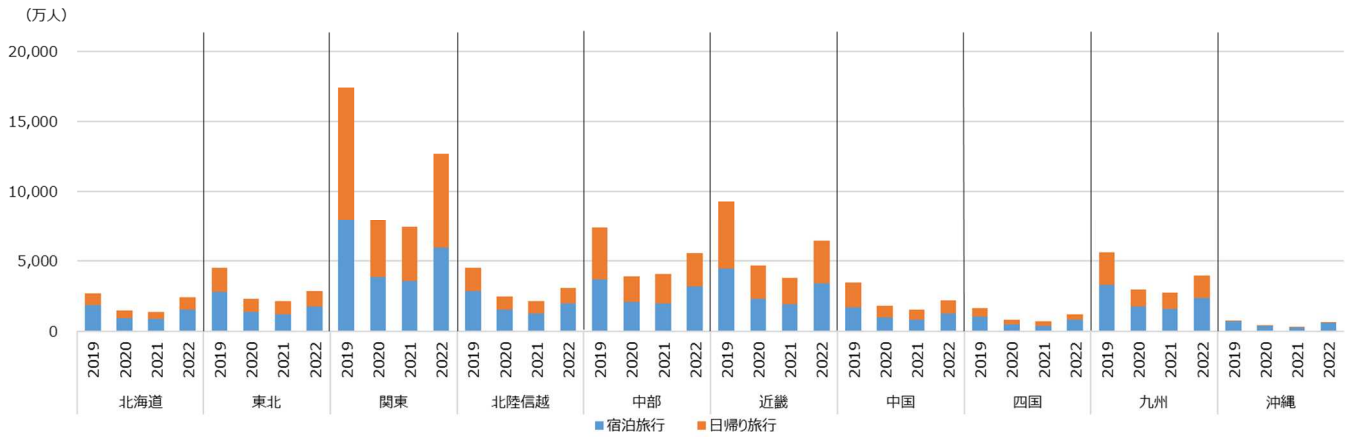
資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：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。

第5節 地域における観光の状況

2022年(令和4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1億2,675万人(全体の30.3%)、近畿が6,420万人(同15.4%)、中部が5,553万人(同13.3%)となり、同3地域で全国の延べ旅行者数の59.0%を占めた(図表I-36)。

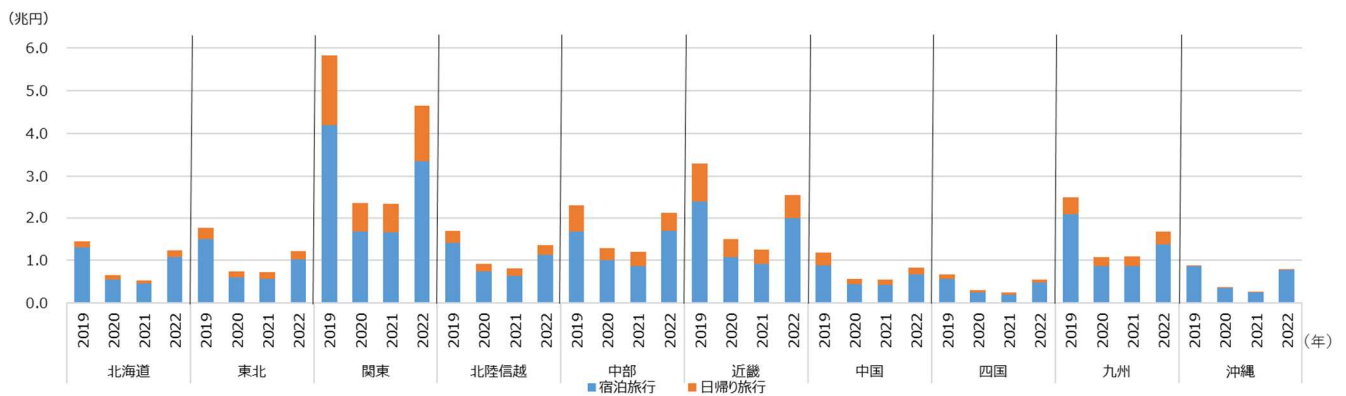
図表I-36 地方ブロック別延べ旅行者数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2022年(令和4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4.6兆円(全体の27.0%)、近畿が2.6兆円(同14.9%)、中部が2.1兆円(同12.3%)となり、同3地域で全国の旅行消費額の54.1%を占めた(図表I-37)。

図表I-37 地方ブロック別旅行消費額

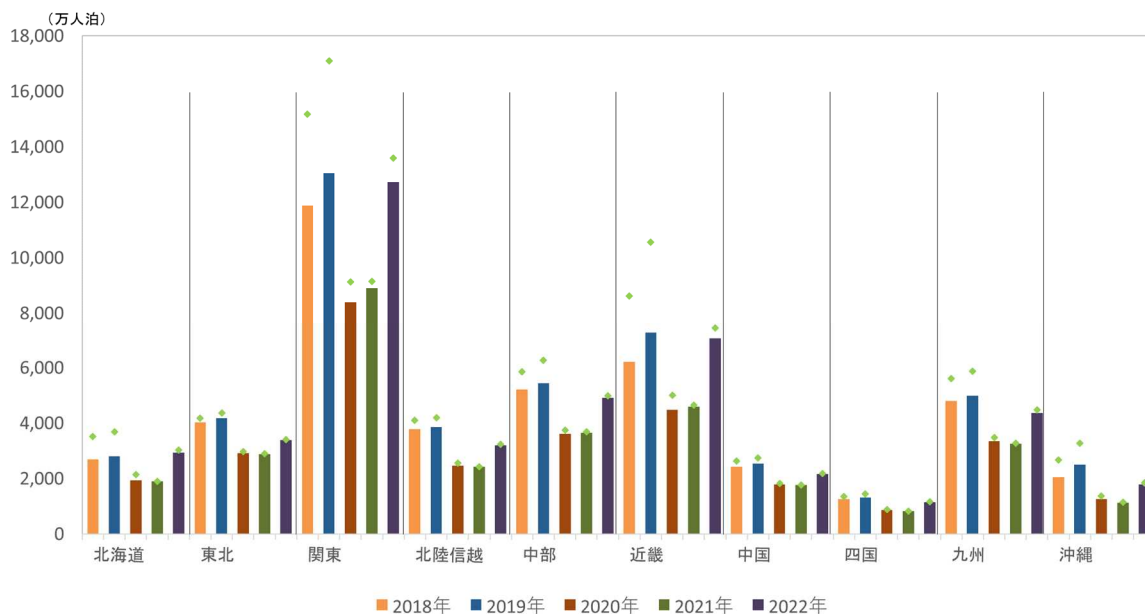


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2022年(令和4年)の延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が13,593万人泊(全体の29.9%)、近畿が7,448万人泊(同16.4%)、中部が4,985万人泊(同11.0%)となり、同3地域で全国の延べ宿泊者数の57.3%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12,735万人泊(全体の29.1%)、近畿が7,057万人泊(同16.1%)、中部が4,912万人泊(同11.2%)となり、同3地域で全国の日本人延べ宿泊者数の56.5%を占めた(図表I-38)。

図表 I-38 地方ブロック別延べ宿泊者数（全体及び日本人）



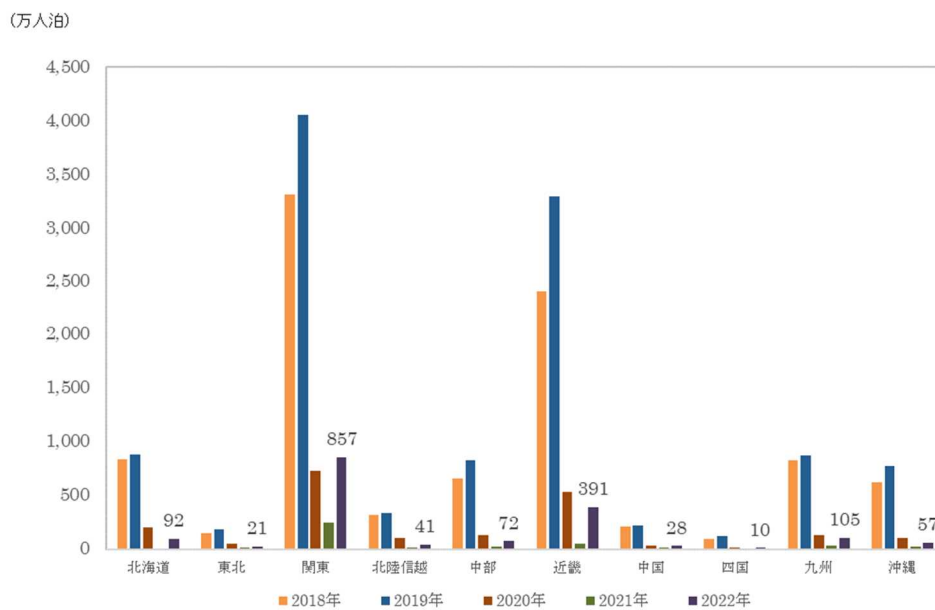
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年（令和4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857万人泊（全体の51.1%）、近畿が391万人泊（同23.3%）、九州が105万人泊（同6.3%）となり、同3地域で全国の外国人延べ宿泊者数の80.8%を占めた（図表 I-39）。

図表 I-39 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1：2022年（令和4年）は速報値。

第3章 持続可能な観光地域づくり - 観光地や観光産業における「稼ぐ力」の好循環の実現 -

昨年の観光白書では、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、感染拡大前から観光産業が抱える構造的な課題について分析を行った。

「観光立国推進基本計画」（令和5年3月31日閣議決定）においても、「国内の観光地では、コロナ禍を通じ、特に地方部に疲弊が見られた。地方の経済や雇用の担い手となるべき観光産業では、デジタル化の遅れに象徴される生産性の低さや人材不足といった積年の構造的課題が、コロナ禍で一層顕在化した」と分析している。

同計画ではさらに、「観光産業は裾野が極めて広く、我が国の基幹産業へと成長するポテンシャルを有する総合産業である。観光産業の付加価値を示す観光GDPは、2019年（令和元年）において我が国GDPの約2%であり、今後、官民一体となって観光産業の付加価値を更に高め、「稼げる」産業へと変革を進めていく必要がある。観光産業が収益力を高め、適正な対価を収受して収益を地域内で循環させ、従事者の待遇改善も図ることが、観光産業に人材を惹きつけ、観光地の持続可能な発展を実現するために必要である。」との方針を提起した。

今回の観光白書では、新たな観光立国推進基本計画が目指す「持続可能な形での観光立国の復活」に向けて鍵となる、観光地や観光産業の「稼ぐ力」の強化をテーマに設定し分析を深度化する。

まず、新型コロナウイルス感染症から国内外の観光需要が回復に向かう動きの中で、顕在化する日本の観光産業の構造的課題を示す統計データを基に、「稼げる地域・稼げる産業」への変革の必要性を整理する（第1節）。

次に、日本の観光分野の「稼ぐ力」を示す付加価値額（観光GDP）に着目し、UNWTO（国連世界観光機関）が策定する国際基準に準拠し日本や欧米主要国が推計する観光GDPを国際比較し、日本の観光地・観光産業の現状と課題を分析する（第2節）。

また、新型コロナウイルス感染拡大期においても着実に観光地・観光産業の再生・高付加価値化や観光DX推進等に取り組んできた地域事例を選定し、観光地の「稼ぐ力」の強化を示す効果を収集する（第3節）。

さらに、事例地域における「稼ぐ力」の更なる強化の課題についてもヒアリングを行い、地域の特色ある芸術文化や農林水産業等との異業種連携による体験型観光などで付加価値を更に高めていく方針や展望を整理した。

今後の観光回復に向けては、観光地の「稼ぐ力」を地域に還元し、裾野が広い他産業への生産波及効果や住民の家計消費など地域活性化の好循環につなげ、地域と観光旅行者の双方がメリットを実感できる「持続可能な観光地域づくり」が期待される。

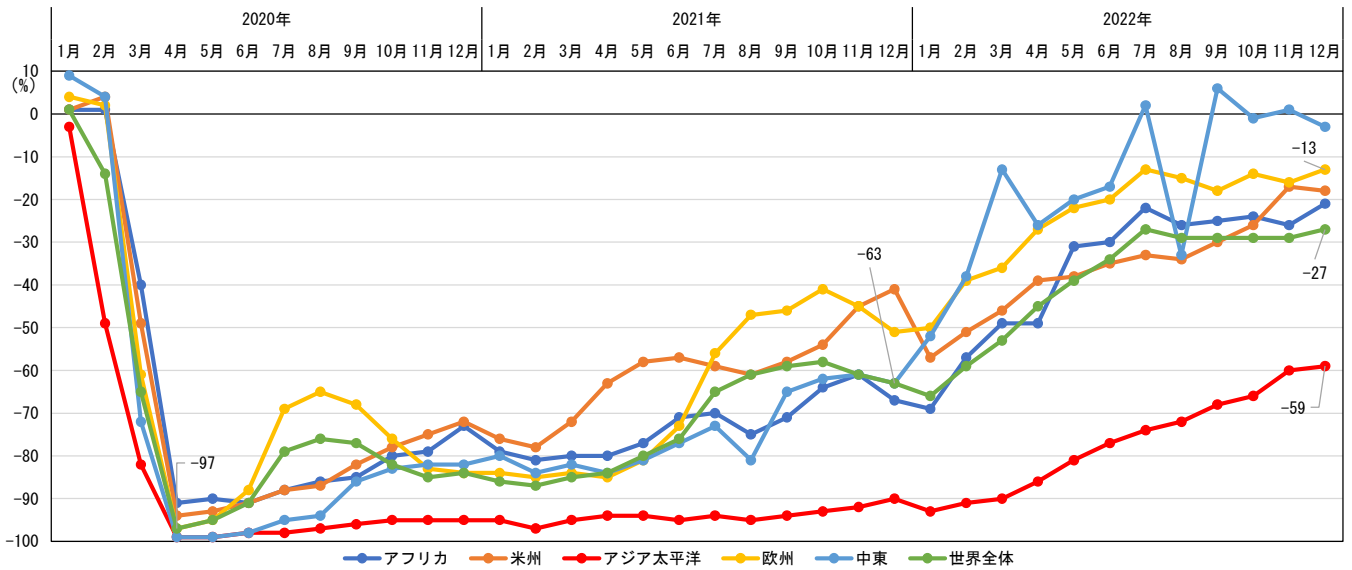
第1節 新型コロナウイルス感染症からの観光の回復に向けた動きと、稼げる地域・稼げる産業への変革の必要性

1 回復に向かう観光需要（国際観光客数・国際観光収入）

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年同月との比較で97%減と底を打って以降は、徐々に回復傾向にある。2021年（令和3年）末の段階で2019年同月に比べて63%減であった国際観光客数は、2022年（令和4年）末の段階において27%減まで回復した。

地域別にみると、欧州は、2021年（令和3年）5月以降回復傾向にあり、2022年（令和4年）末には13%減まで回復している。米州は2022年（令和4年）1月に観光客数が大きく減少したものの、以降は漸進的に回復しており、アフリカ、中東についても月による変動はあるものの、高い水準で回復している。一方、アジア太平洋は2021年（令和3年）末までの底ばいの状態から脱し、2022年（令和4年）は年間を通じて緩やかな回復傾向となった。しかし、アジア太平洋の観光客数は2022年（令和4年）末の段階で59%減にとどまっており、世界全体が新型コロナウイルス感染拡大前の観光客数を取り戻しつつある中で、アジア太平洋の回復の遅れは引き続き目立つ結果となっている（図表I-40）。

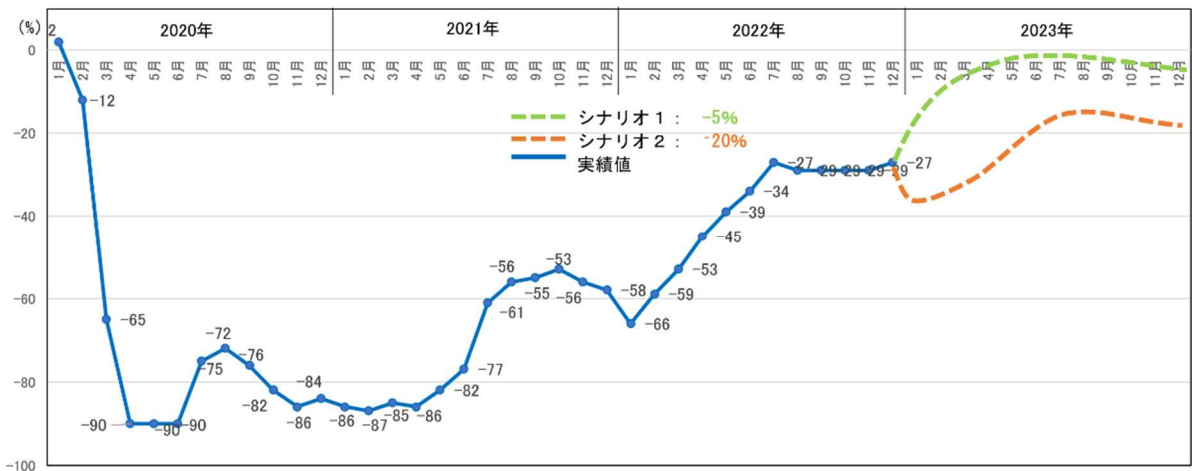
図表 I -40 国際観光客数（2019 年同月比、地域別）



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料（2023 年（令和 5 年）3 月時点）に基づき観光庁作成。

UNWTO（国連世界観光機関）による 2023 年（令和 5 年）における国際観光客数の回復見込みは、シナリオ 1 では 2023 年（令和 5 年）に 2019 年比で 95%に回復、シナリオ 2 でも 2023 年（令和 5 年）に 2019 年比で 80%に回復するとされている。2023 年（令和 5 年）は特に夏季の休暇シーズン以降、新型コロナウイルス感染症の影響が限定的になることが予測されている（図表 I -41）。

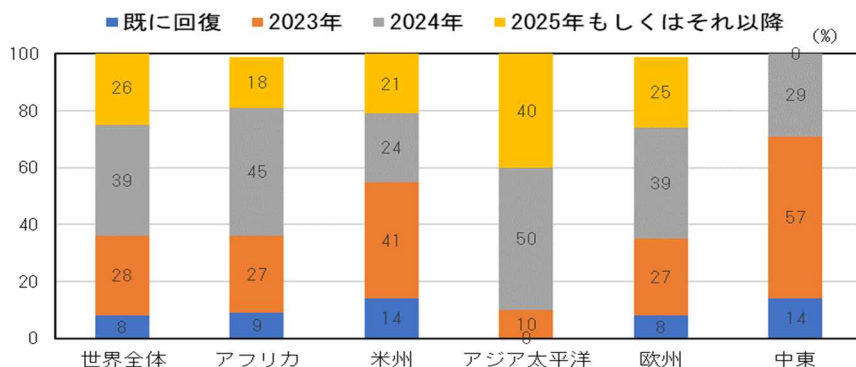
図表 I -41 2023 年における国際観光客数の回復シナリオ



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料（2023 年（令和 5 年）1 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、国際観光客数の地域別の回復見通しについて、アフリカ、米州、欧州では、2024 年（令和 6 年）までに回復するとの見通しが全体の 7 割から 8 割を占める。中東では、2024 年（令和 6 年）までに回復するとの見通しで専門家の意見が一致している。一方で、アジア太平洋は、2024 年（令和 6 年）までに回復するとの見通しが 6 割にとどまっており、引き続き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 I -42）。

図表 I - 42 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（2023年（令和5年）1月時点）に基づき観光庁作成。
注1：小数点以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。

2019年（令和元年）と比較した2021年（令和3年）及び2022年（令和4年）の国際観光収入の動向については、特に2022年（令和4年）に入ってから国・地域によって回復傾向に違いが現れている。

タイ、日本、中国等のアジア太平洋は、世界の上位15か国・地域の中でも特に落ち込みの割合が大きく、2022年（令和4年）第3四半期においても約15%から約35%の回復状況にとどまる。一方、欧州、米州及び中東では、2022年（令和4年）に入ってから回復傾向が進み、特にフランス、英国、イタリア及びトルコでは国際観光収入が2019年（令和元年）と比較して増加に転じた四半期もある（図表 I - 43）。

図表 I - 43 国際観光収入の動向
（2019年と比較した2021年（年間）及び2022年（四半期毎）の割合、上位15か国・地域）

	2021年		2022年		
	年間	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
米国	-64.7	-49.0	-33.0	-26.9	-26.9
スペイン	-59.0	-17.7	-2.3	-2.3	-2.3
フランス	-39.4	-8.6	13.4	-3.8	-3.8
タイ	-91.2	-84.9	-75.4	-65.9	-65.9
英国	-47.5	20.4	27.6	10.9	10.9
イタリア	-52.0	-23.9	-10.3	4.0	4.0
日本	-89.7	-89.1	-88.2	-85.1	-85.1
オーストラリア	-65.5	-64.6	-51.7	-44.0	-44.0
ドイツ	-49.9	-39.7	-24.4	-12.8	-12.8
マカオ	-62.1	-66.7	-80.6	-87.6	-87.6
中国	-70.5	-72.9	-76.8	-71.3	-71.3
アラブ首長国連邦	-10.3	-	-	-	-
インド	-69.9	-61.2	-24.9	-	-
トルコ	-22.4	53.2	38.6	29.6	29.6
カナダ	-54.2	-15.5	-33.2	-33.1	-33.1

資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料（2023年（令和5年）1月時点）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2022年（令和4年）第1四半期から第3四半期まで及びインドの2022年（令和4年）第3四半期についてはデータなし。

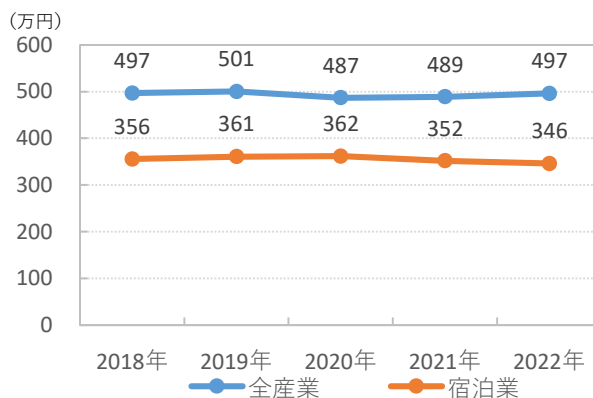
2 顕在化する観光産業の構造的課題 — 「稼げる地域・稼げる産業」への変革の必要性—

新型コロナウイルス感染症の影響から観光需要が回復に向かう中、地方の経済や雇用の担い手となるべき観光産業では、生産性の低さや人材不足といった感染拡大前からの積年の構造的課題が一層顕在化している。

（1）賃金・人員不足

賃金（年間賃金総支給額）について2018年（平成30年）以降の推移をみると、宿泊業は2020年（令和2年）の362万円から減少傾向が続き、全産業との差が拡大している（図表 I - 44）。

図表 I -44 賃金（年間賃金総支給額）の推移（全産業、宿泊業）



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。

総務省「労働力調査」から宿泊業の雇用状況についてみると、2022年（令和4年）は、正規雇用者数が22万人（雇用者数の46%）、非正規雇用者数が26万人（同54%）となっており、全産業と比較して非正規雇用者の構成比が高い（図表 I -45）。

図表 I -45 宿泊業の雇用状況

（単位：万人）

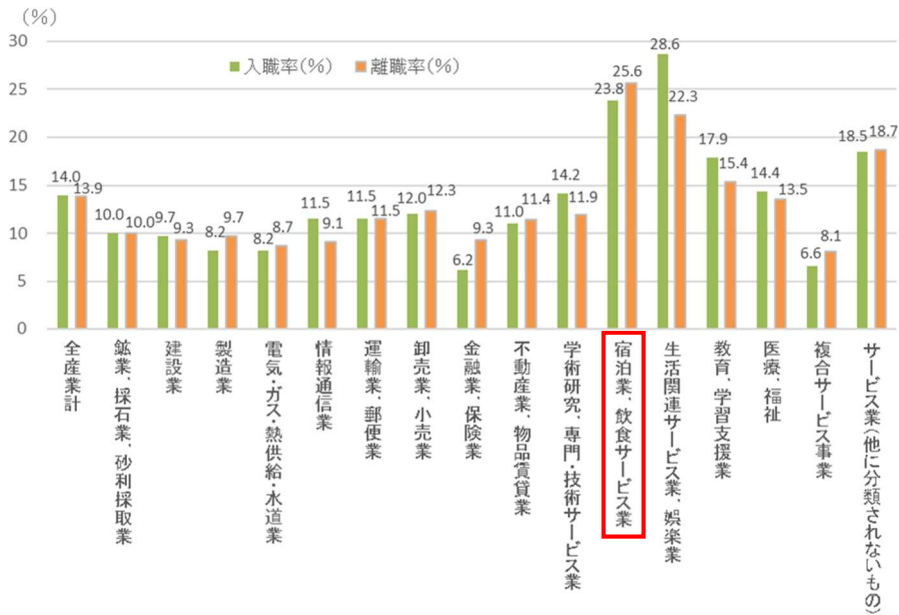
2022年	雇用者数（役員を除く）	うち正規雇用者数	うち非正規雇用者数
全産業	5,699	3,597 (63%)	2,101 (37%)
宿泊業	48	22 (46%)	26 (54%)

資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成。

注1：（）内は割合。

また、厚生労働省「雇用動向調査」から2021年（令和3年）の宿泊業、飲食サービス業の入職率・離職率をみると、入職率は「生活関連サービス業、娯楽業」に次いで2番目に高く、また離職率は最も高くなっており、雇用の流動が激しいことがわかる（図表 I -46）。

図表 I -46 産業別入職率・離職率 (2021 年)



資料：厚生労働省「雇用動向調査」に基づき観光庁作成。

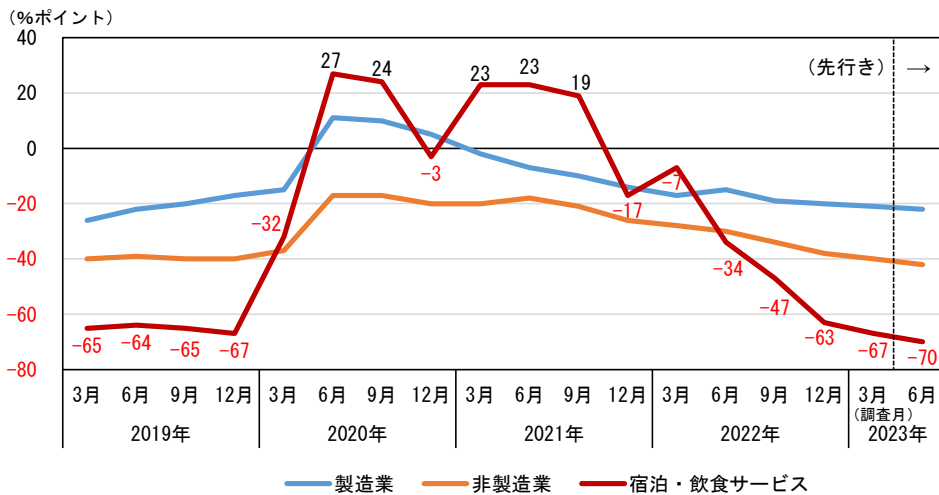
注1：入職者：常用労働者のうち期間中に新たに採用した者（出向者を含み企業内の他事業所からの転入者を除く。）

注2：離職者：常用労働者のうち期間中に退職又は解雇された者（出向者を含み企業内の他事業所への転出者を除く。）

これら観光産業における賃金や雇用の構造的な課題により、人員不足が深刻化している。

労働需給を示す雇用人員判断 D.I. (図表 I -33) をみると、宿泊・飲食サービスについては、まん延防止等重点措置の全面解除や全国旅行支援の開始、水際措置の大幅緩和等により人員不足感が高まっている。

【再掲】図表 I -33 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）」に基づき観光庁作成。

注1：雇用人員判断 D.I. (「過剰」 - 「不足」)。全国ベース。2023 年 (令和 5 年) 6 月の先行きは 2023 年 (令和 5 年) 3 月時点の回答。

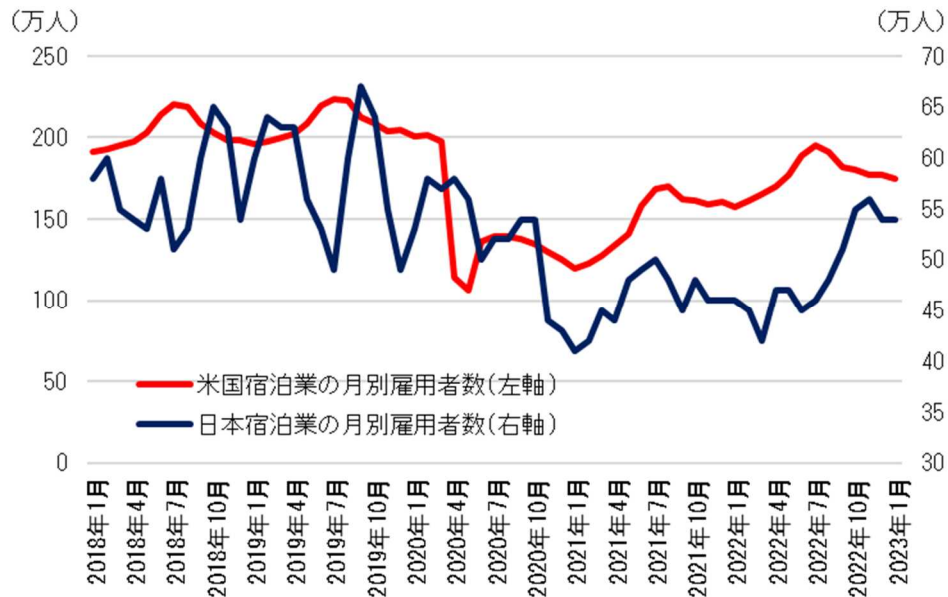
(2) 雇用の波動性

新型コロナウイルス感染拡大前の宿泊業の月別雇用者数を日米で比較すると、米国は7月を山とする単峰型である一方、日本は多峰性を持った雇用形態となっている（図表 I-47）。

日本では、旅行需要の季節変動が大きいいため、需要拡大期に短期の雇用を増加させ接客等に対応する形態もみられる。このような雇用の波動性は、労働者の知識・スキルの継続的な蓄積による労働生産性向上の制約要因になっている可能性がある（図表 I-48）。

一方、2020年（令和2年）から2021年（令和3年）にかけては、日本の宿泊業の雇用波動性は緩和している。新型コロナウイルス感染症で起きた環境変化である「旅行需要の分散化」（令和4年版観光白書）にも起因すると考えられる。

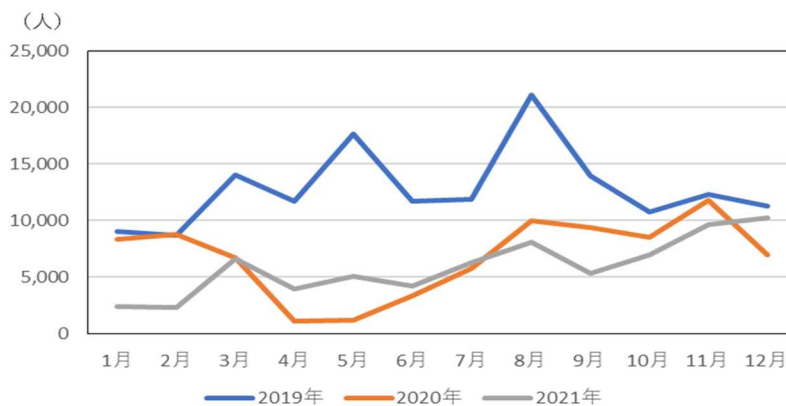
図表 I-47 宿泊業の月別雇用者数（日本・米国）



資料：米国労働省ウェブサイト「雇用統計」データベース、総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成。

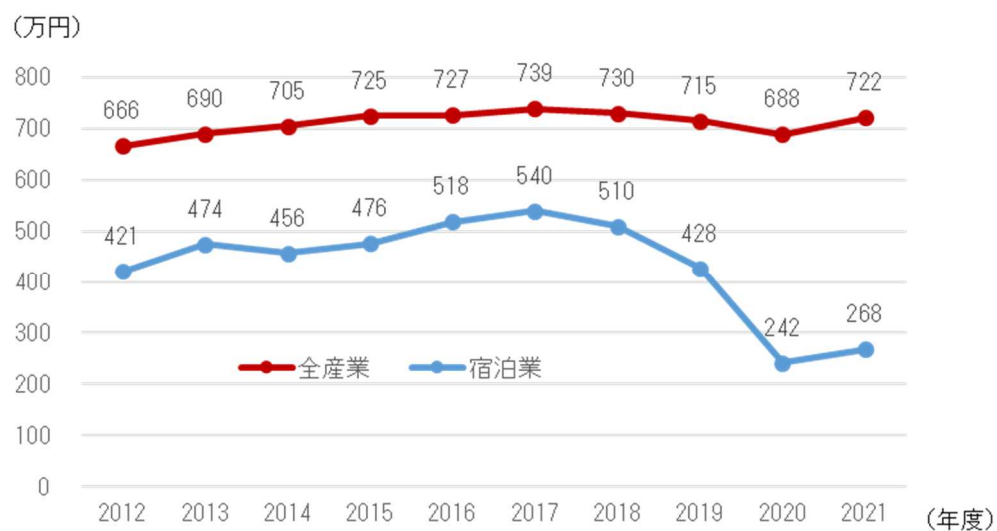
注1：米国については、産業分類のうち Accommodation の月別全雇用者数を集計。日本については、総務省「労働力調査」から、宿泊業の月別の「役員を除く雇用者数」を集計。

(参考) 月別実旅行者数（令和4年版観光白書 図表 II-28）



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 I -48 労働生産性の推移（全産業、宿泊業）



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÷期中平均従業員数から算出。全産業は、金融保険業を除く値。

第2節 観光分野における「稼ぐ力」の現状と課題

本節では、観光の「稼ぐ力」の源泉となる、国内観光サービスの付加価値額（観光 GDP）について、日本と欧米主要国の国際比較を行う。

1 観光 GDP（付加価値額）の国際比較

（1）観光 GDP とは（TSA の紹介）

旅行・観光サテライト勘定（TSA: Tourism Satellite Account）とは、国民経済計算（SNA）のサテライト勘定のひとつであり、UNWTO（国連世界観光機関）が国際基準『TSA Recommended Methodological Framework 2008』（TSA : RMF08）を示している。現在、G7 各国¹¹やスペイン、オーストラリア、ニュージーランド等において、TSA が導入され、観光政策に活用されている。観光は極めて裾野の広い産業であり、個々の産業に関する統計は整備されているものの、それらからは全貌を把握することが困難である。TSA は、これらの需要側、供給側の各種統計を統合し、分析の基盤を提供するものである（図表 I - 49）。

TSA は、各国における観光の付加価値額である観光 GDP など、観光産業の直接的な経済効果、雇用効果の大きさを明らかにするとともに、TSA を基礎資料として産業連関分析を行うことで、生産波及効果を含めた、経済効果、雇用効果の大きさを明らかにすることが可能となる。

図表 I - 49 TSA の公表様式と推計資料一覧

	概要
第1表 訪日外国人による国内観光支出	訪日外国人の国内観光支出が宿泊有無別商品分類別に表章されている。
第2表 日本人による国内観光支出	日本人の国内観光支出が国内旅行と海外旅行の国内支出の区分で宿泊有無別商品分類別に表章されている。
第3表 日本人による海外観光支出	日本人による海外観光支出が宿泊有無別商品分類別に表章されている。
第4表 我が国の内部観光消費	内部観光支出（内訳として訪日観光支出、国内観光支出）とその他の観光消費について商品分類別に表章されている。
第5表 観光産業及び その他産業の生産勘定	国内総供給が TSA の産業分類別商品分類別に表章されている。
第6・6b表 国内観光供給及び内部観光消費	国内観光供給及び内部観光消費が商品分類別に表章されている。 観光 GDP 等は第5表の各産業の GDP 等に産業観光比率（各産業における産出額に対する観光産出額の比率）を乗じて推計されている。
第7表 観光産業における雇用	観光産業の就業者数・雇用者数、労働時間数が TSA の産業分類に即して表章されている。
第8表 観光産業における総固定資本形成	総固定資本形成が TSA の産業分類別商品分類別に表章されている。
第10表 観光客数・観光関連事業所数	旅行種類・宿泊の有無別延べ旅行者数と延べ宿泊者数、交通機関別入国者数と延べ宿泊者数、宿泊施設の種類別施設数と収容人員、観光関連の産業別・従業者規模別事業所数が表章されている。

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

¹¹ カナダ、フランス、ドイツ、イタリア、日本、英国及び米国の7か国。

(2) 日本の観光 GDP 及び観光 GDP に関する指標の現状

a) 日本の観光 GDP の現状

2019 年（令和元年）の日本の観光 GDP は 11.2 兆円であり、その 8 割を観光産業が占める。観光産業のなかで割合が高いのは宿泊業、次いで、鉄道旅客輸送、飲食業が続く（図表 I－50）。

図表 I－50 日本の観光 GDP の産業別構成（2019 年）

（単位：10億円）

産業	観光GDP	
		構成比
観光産業	9,079	80.8%
宿泊業	2,459	21.9%
別荘（帰属計算）	406	3.6%
飲食業	1,601	14.3%
鉄道旅客輸送	1,807	16.1%
道路旅客輸送	501	4.5%
水運	30	0.3%
航空輸送	572	5.1%
その他の運輸業	929	8.3%
スポーツ・娯楽業	774	6.9%
その他の産業	2,158	19.2%
合計	11,237	100.0%

資料：観光庁「旅行・観光サテライト勘定」（TSA: Tourism Satellite Account）

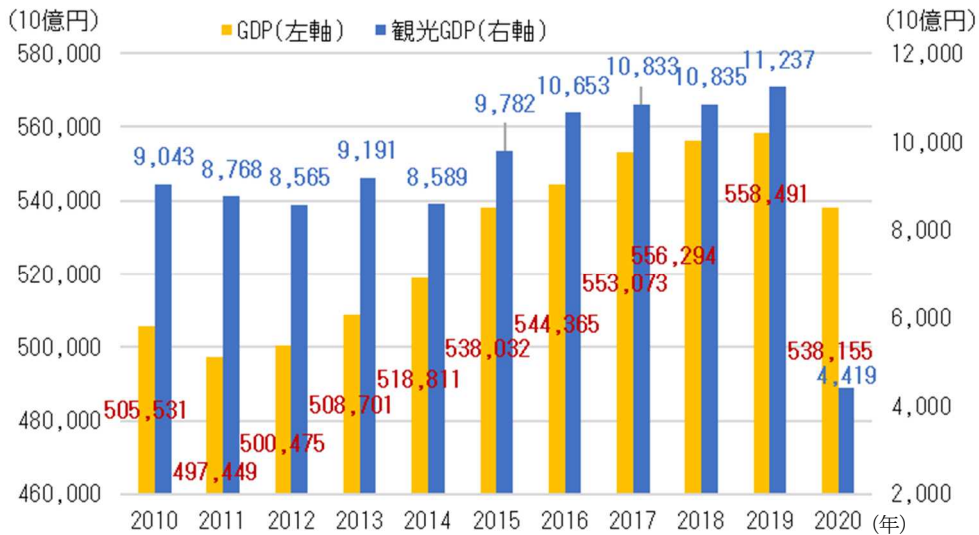
b) 観光 GDP に関する指標の時系列推移

日本全体の GDP は、2011 年（平成 23 年）以降、2019 年（令和元年）にかけて増加している。観光 GDP は、2014 年（平成 26 年）以降、新型コロナウイルス感染拡大前の 2019 年（令和元年）まで増加傾向にある（図表 I－51）。

日本全体の GDP に占める観光 GDP の比率（観光 GDP 比率）についても、2014 年（平成 26 年）以降増加傾向にあり、訪日外国人旅行者の増加とともに堅調に推移してきたと考えられる（図表 I－52）。

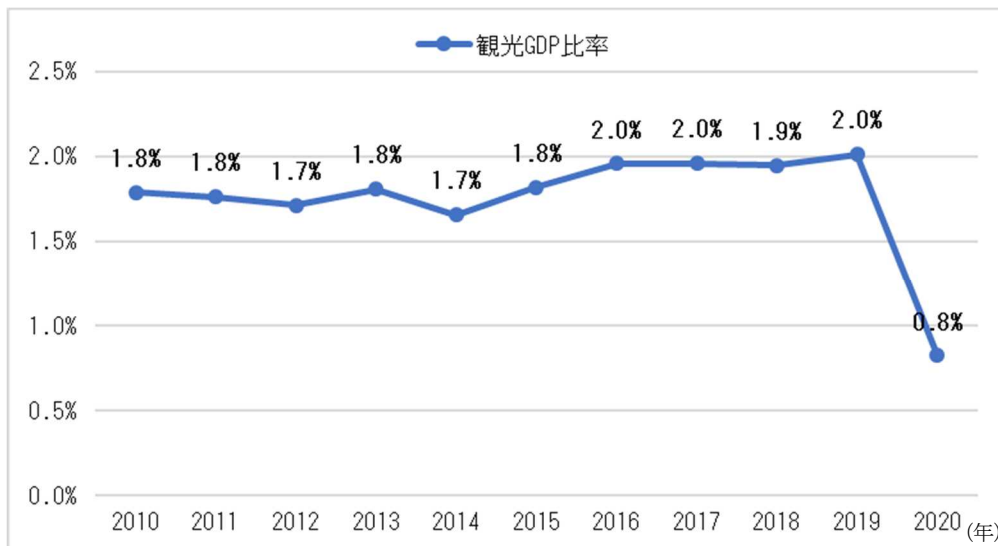
「観光立国推進基本計画」（令和 5 年 3 月 31 日閣議決定）では、観光は「成長戦略の柱、地域活性化の切り札である」とされており、観光分野の成長を維持・拡大することで、日本全体の成長に一層寄与し、ひいては日本経済の成長をけん引することが期待される。

図表 I-51 日本の GDP 及び観光 GDP の推移



資料：内閣府「2020年度（令和2年度）国民経済計算年次推計」、観光庁「旅行・観光サテライト勘定」（TSA: Tourism Satellite Account）に基づき観光庁作成。ただし、2010年（平成22年）から2017年（平成29年）の観光GDPは観光庁推計。
注1：GDP、観光GDPはいずれも名目値。

図表 I-52 日本の観光 GDP 比率の推移



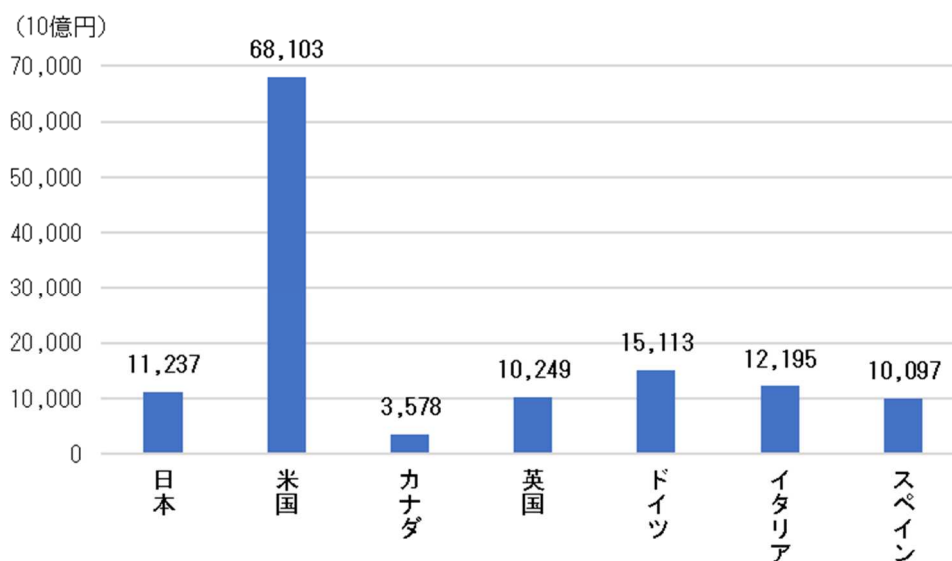
資料：内閣府「2020年度（令和2年度）国民経済計算年次推計」、観光庁「旅行・観光サテライト勘定」（TSA: Tourism Satellite Account）に基づき観光庁作成。ただし、2010年（平成22年）から2017年（平成29年）の観光GDPは観光庁推計。

(3) 観光 GDP の国際比較

日本の観光GDPは、2019年（令和元年）に11.2兆円であり、主なTSA導入国のなかでは、米国、ドイツ、イタリアに次ぐ規模である（図表I-53）。

一方、日本の観光GDP比率は2019年（令和元年）では2.0%であるが、この水準をG7の各国平均（日本を除く）、欧米7か国平均（それぞれ4.0%、4.5%）と比較すると、大きな差がある（図表I-54）。

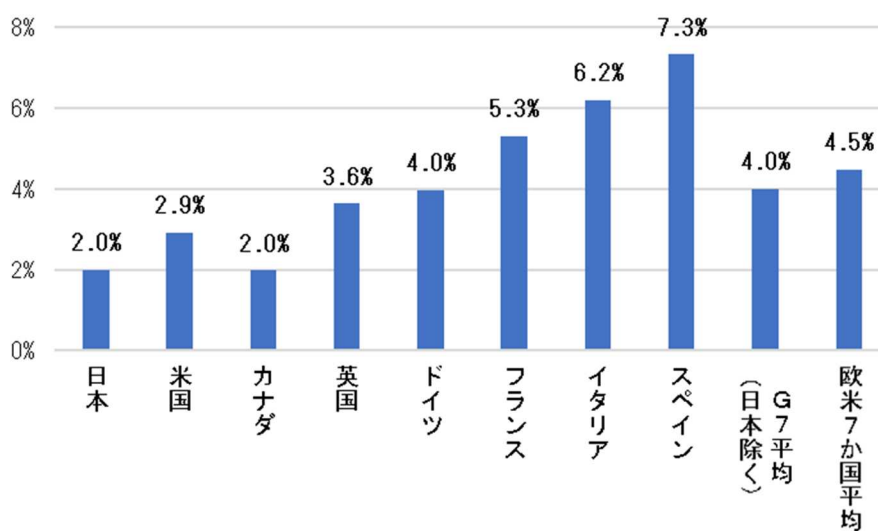
図表 I-53 観光 GDP 額の国際比較 (2019 年)



資料：各国の観光 GDP は、国民経済計算（SNA）の推計値改定により随時更新されており、本白書では最新の各国公表値を収集し使用した。日本は観光庁推計。

注1：単位は10億円。各国数値は2019年（令和元年）の平均為替レートで円換算。

図表 I-54 観光 GDP 比率の国際比較



資料：各国の観光 GDP は、国民経済計算（SNA）の推計値改定により随時更新されており、本白書では最新の各国公表値を収集し使用した。日本は観光庁推計。

注1：各国は2019年（令和元年）数値。ただし、フランスは2017年（平成29年）の数値であり、観光 GDP 額は非公表。

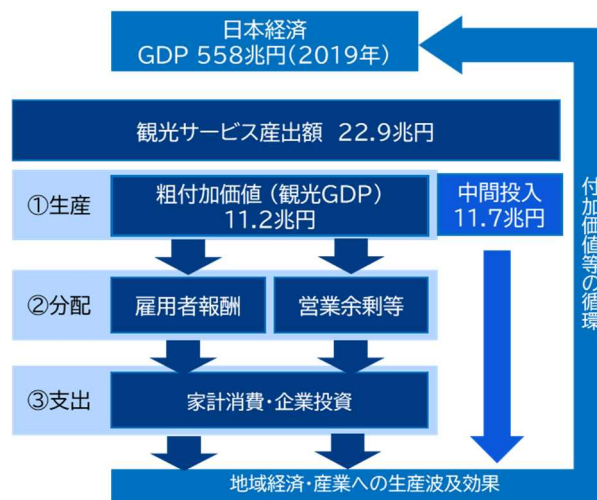
注2：G7はカナダ、フランス、ドイツ、イタリア、日本、英国及び米国の7か国。

2 観光従事者一人当たり「稼ぐ力」の国際比較（一人当たり付加価値額・雇業者報酬額）

（1）分析手法

TSA は経済循環の生産・分配・支出のフロー（流れ）で分析する国民経済計算（SNA）の一環であることから、観光サービスの供給における付加価値の生産、分配、支出の流れに沿って付加価値が循環する構造（観光経済循環）に着目し、日本の観光の「稼ぐ力」を分析する（図表 I-55）。

図表 I-55 日本の観光経済の循環構造



資料：内閣府「2020年度（令和2年度）国民経済計算年次推計」、観光庁「旅行・観光サテライト勘定」（TSA: Tourism Satellite Account）に基づき観光庁作成。

注1：GDP、観光GDPはいずれも名目値。

注2：分配には、雇業者報酬、営業余剰・混合所得、固定資本減耗及び生産・輸入品に課される税（控除）補助金が含まれる。

具体的には、日本と欧米主要国の TSA 統計データを収集し、観光産業における付加価値額を計上する第6表（観光GDP）を中心に、第5表（生産勘定）や第7表（雇用）から主な指標を抽出し、国際比較を行う。

分析対象は、全産業、観光産業及びその他の産業¹²、宿泊業の3つに区分した。

（2）付加価値の分析

付加価値に関する国際比較指標として、付加価値率（生産額に対する付加価値額の比率）及び就業者一人当たり付加価値額の2点を設定した。

第一の指標である付加価値率について、日本の国内他産業と比較すると、全産業の付加価値率は53.0%に対して、観光及びその他産業、宿泊業ではそれぞれ49.0%、47.0%と相対的に低くなっている。

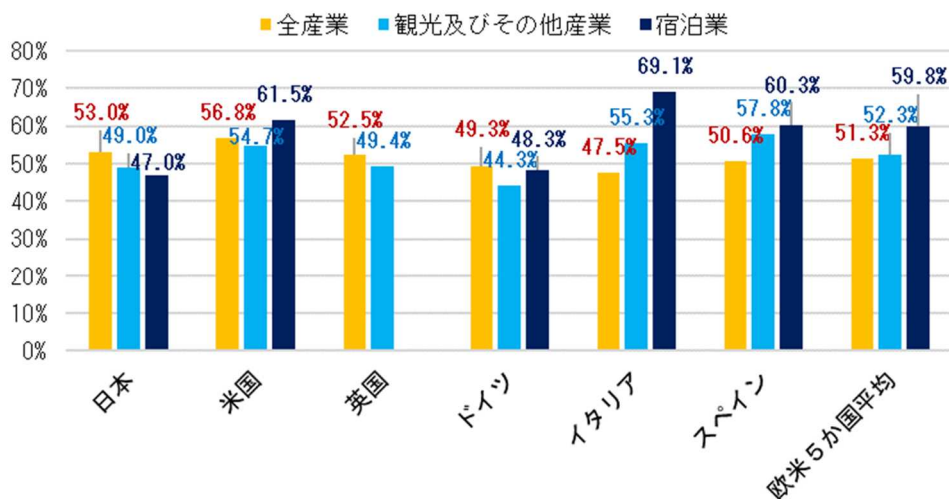
欧米5か国と比較すると、日本は全産業では欧米5か国平均（51.3%）を上回るが、観光及びその他産業や宿泊業の付加価値率は欧米5か国平均（それぞれ52.3%、59.8%）よりも低い。

米国、イタリア及びスペインでは、宿泊業の付加価値率が全産業より顕著に高くなっており、イタリア及びスペインでは、観光及びその他産業の付加価値率も全産業より高い（図表 I-56）。

次に、第二の指標である就業者一人当たり付加価値額をみると、日本は、全産業（806万円）に対し観光及びその他産業（491万円）及び宿泊業（534万円）は相対的に低い。国際比較を行うと、観光分野の付加価値率が高い米国、イタリア及びスペインでは、観光及びその他産業や宿泊業の一人当たり付加価値額も総じて高くなっている。宿泊業では、米国（976万円）が顕著に高く、次いで、スペイン（709万円）、イタリア（690万円）の順となっている（図表 I-57）。

¹² TSAにおける宿泊業、飲食業、鉄道旅客輸送、道路旅客輸送、水運、航空輸送、その他の運輸業、スポーツ・娯楽業、及びその他の産業で観光サービスの供給。

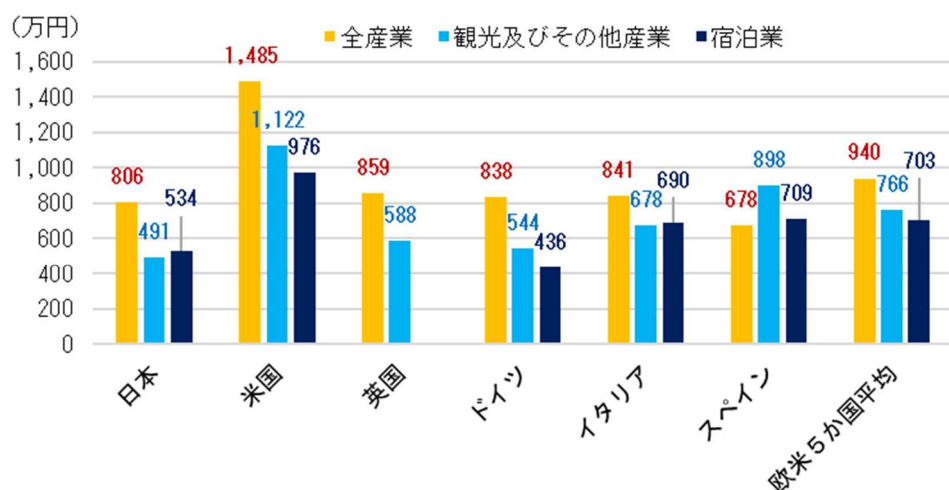
図表 I-56 付加価値率の国際比較 (2019年)



資料：内閣府「2020年度（令和2年度）国民経済計算年次推計」、各国 TSA（Tourism Satellite Account）公表資料に基づき観光庁作成。

注1：英国は観光 GDP の産業別数値が非公表。

図表 I-57 就業者一人当たり付加価値額の国際比較 (2019年)



資料：内閣府「2020年度（令和2年度）国民経済計算年次推計」、各国 TSA（Tourism Satellite Account）公表資料に基づき観光庁作成。

注1：単位は万円。各国数値は2019年（令和元年）の平均為替レートで円換算。

注2：英国は観光 GDP の産業別数値が非公表。

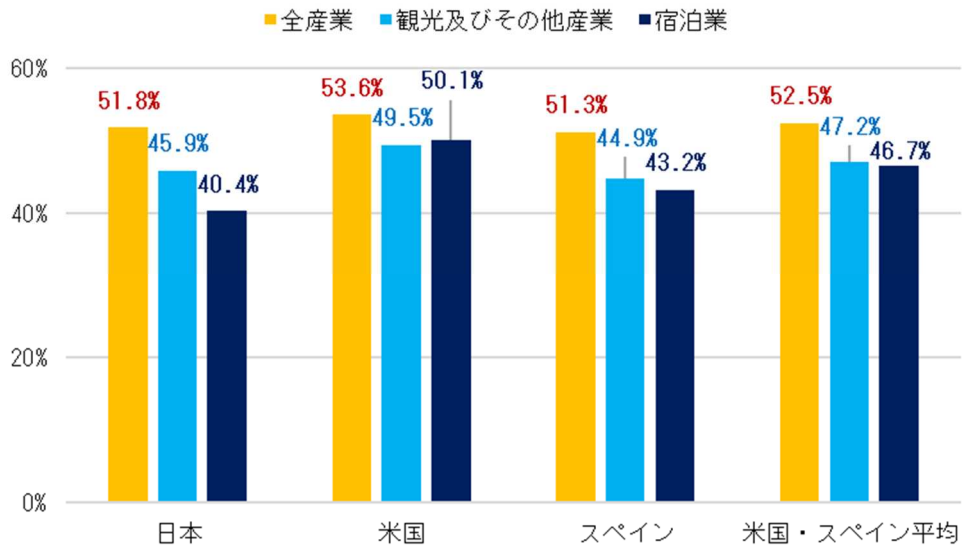
さらに、観光の「稼ぐ力」である付加価値（観光 GDP）を源泉に観光従事者へ分配される雇用者報酬について、付加価値額に占める雇用者報酬額の割合（労働分配率）と一人当たり雇用者報酬額を国際比較指標として設定して分析した。

労働分配率を日本国内の他産業と比較してみると、全産業が 51.8%であるのに対し、観光及びその他産業、宿泊業はそれぞれ 45.9%、40.4%と、全産業と約 5～10 ポイントの差がある。

雇用者報酬を公表している米国及びスペインと比較すると、両国の労働分配率の平均値は、全産業が 52.5%であるのに対し、観光及びその他産業、宿泊業はそれぞれ 47.2%、46.7%であり、日本の観光分野の労働分配率が極端に低いことはみられない（図表 I-58）。

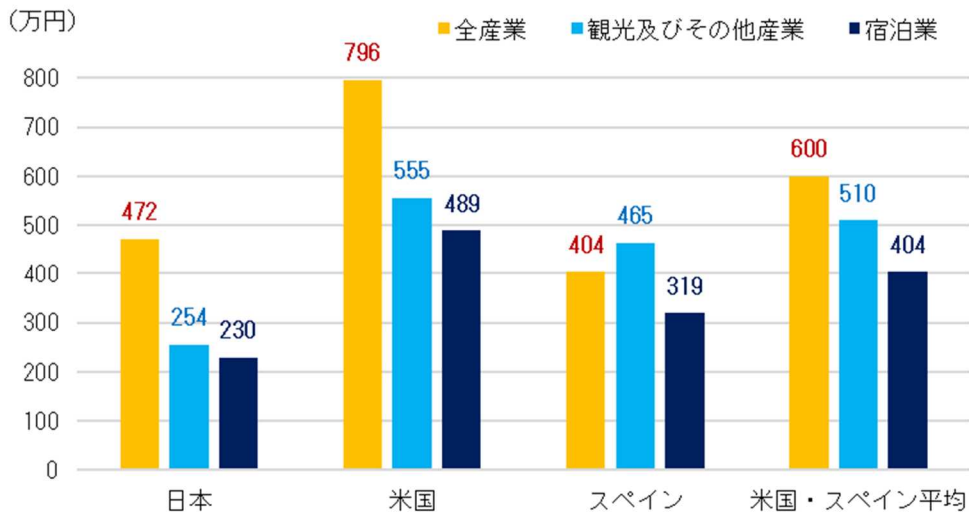
一方で、一人当たり雇用者報酬をみると、日本は、全産業（472 万円）に対し観光及びその他産業（254 万円）、宿泊業（230 万円）と相対的に低くなっている。国際比較では、米国がいずれの産業でも高い。スペインは、全産業については日本より低い、観光及びその他産業（465 万円）と宿泊業（319 万円）については日本より高水準にある（図表 I-59）。

図表 I -58 労働分配率の国際比較 (2019 年)
(付加価値額に占める雇用者報酬額の割合)



資料：各国 TSA (Tourism Satellite Account) 公表資料に基づき観光庁作成。
注 1：TSA で雇用者報酬額を公表している米国とスペインを対象に分析した。

図表 I -59 一人当たり雇用者報酬の国際比較 (2019 年)



資料：各国 TSA (Tourism Satellite Account) 公表資料に基づき観光庁作成。
注 1：単位は万円。各国数値は 2019 年 (令和元年) の平均為替レートで円換算。

3 観光 GDP の国際比較による日本の課題—観光の付加価値の強化—

観光の付加価値を示す観光 GDP の国際比較からは、日本は、観光の付加価値額や経済全体に占める割合が低位であることが明らかになった。観光産業は裾野が極めて広く、成長戦略の柱、地域活性化の切り札としてポテンシャルを有していることから、今後は官民一体で観光の付加価値額を高め、観光 GDP 比率の向上に取り組むことが重要である。

付加価値額を高めるためには、売上高を増加させる必要がある。売上高は客単価と顧客数に分解できることから、客単価を上げること、顧客数を増やすことが取組の方向性となる。

まずは、単価を上げる方法として、商品・サービスの高付加価値化やブランド力の強化などが挙げられる。例えば、団体客向けの宿泊施設を、個人客に対応して改修し上質化を図るといった取組が考えられる。

次に、顧客数を増やす方法として、新規顧客を獲得する、既存顧客のリピート率を上げる、稼働率を上げる（回転率を上げる）といった方法が考えられる。例えば、観光 DX を推進し、高度な情報管理（宿泊事業の顧客予約管理システム（PMS）等）の導入により、機械化が可能な定型業務を減らすとともに、需要に合わせて人員を効率的に配置することで、従業員がより多くの顧客に対応したり、接客時間を増やしたりすることが可能となる。合わせて顧客管理（CRM）を高度化させることで、顧客データに基づき、一人ひとりの顧客の嗜好に応じたきめ細やかで付加価値の高い接遇や宣伝により、顧客満足度の向上、ひいてはリピート率の向上による顧客数の増加が期待される。

また、観光地域づくり法人（DMO）を中心に、観光地の宿泊施設間で顧客データを共有し分析する「地域観光 DX 基盤」の整備により、閑散期の新規顧客開拓等が促進される。

一方で、日本の観光産業の構造的課題として、旅行需要の季節変動による影響が大きい雇用の流動性（図表 I-46）や波動性（図表 I-47）を緩和し、観光の「稼ぐ力」を年間で安定化することが、雇用形態間の賃金格差を縮小し、魅力ある仕事として人手確保に寄与すると考えられる。

このため、増加する訪日外国人旅行者における市場別のマーケティングや、近隣客を対象にした国内のマイクロツーリズム（近隣観光）、働き方の多様化を踏まえたワーケーションのニーズ等を取り込むことで、需要の平準化、稼働率の安定化を図り、労働需要が安定化すれば、継続的な雇用が可能となり、デジタル人材育成など人的資本への投資が進み、更なる効率化、高付加価値化へとスパイラルアップすることが期待される。

観光庁では、観光の「稼げる地域・稼げる産業」への変革に向け、観光地・観光産業の再生・高付加価値化や DX 推進等の支援を講じている。

「既存観光拠点再生・高付加価値化事業」（令和 2 年度 3 次補正予算事業）により改修事業を行った宿泊施設（89 施設）へのヒアリング調査（観光庁実施）によると、宿全体の平均客室単価増加率が 19.7%のところ、改修した客室の平均客室単価増加率は 54.2%であった。

観光地の再生・高付加価値化の効果（宿泊施設の客室単価向上）

○改修客室の平均単価増加率	: 54.2%
○宿全体の平均客室単価増加率	: 19.7%

資料：既存観光拠点再生・高付加価値化事業（令和 2 年度 3 次補正予算事業）により改修事業を行った宿泊施設（89 施設）へのヒアリング結果に基づき観光庁作成。

また、観光地の「稼ぐ力」の強化に向けて、観光地域づくり法人を中心に、地域観光 DX 基盤を整備した地域事例では、宿泊施設間でデータを共有し、地域全体で閑散期の新規顧客開拓により新型コロナウイルス感染症下からの回復期における宿泊単価向上などの効果を収めた（城崎温泉の事例については、第 3 節参照）。

また、新型コロナウイルス感染症下でマイクロツーリズムに重点化し、DX 化したマーケティングデータにより、近隣客ニーズが高い食体験観光の高付加価値化につなげ、早期回復した事例（気仙沼市の事例については、第 3 節参照）もみられた。

これら特色ある観光地の「稼ぐ力」は、需要平準化への展開も期待される。

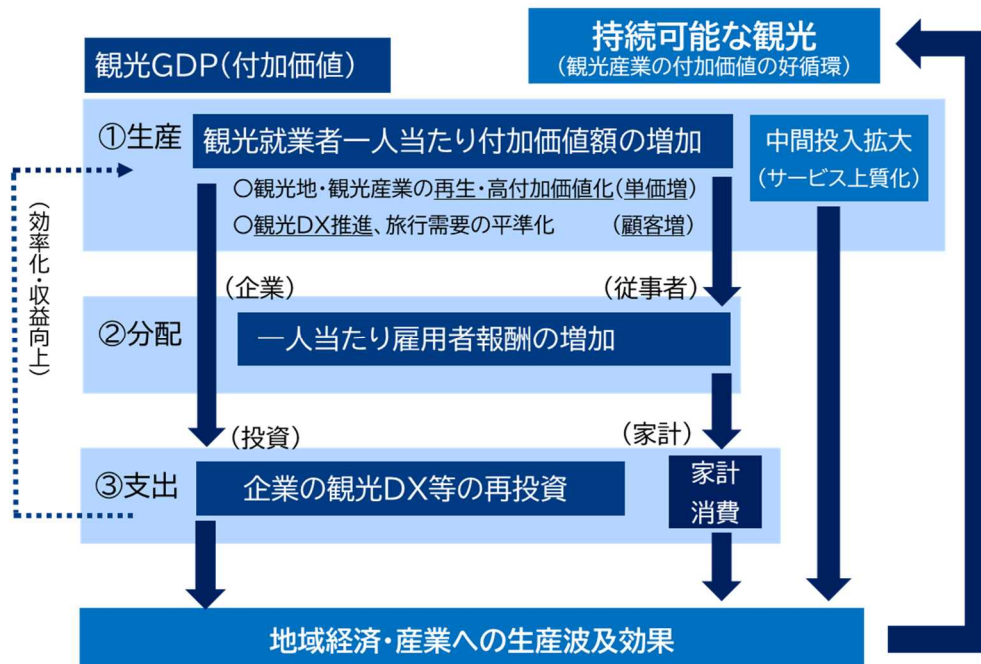
4 観光分野の「稼ぐ力」(付加価値)の好循環による持続可能な観光

観光 GDP が示す観光経済の循環では、観光サービスの生産において、付加価値(「稼ぐ力」)を更に強化することで、雇用者への分配である雇用者報酬を増加させ、また、企業に分配される企業利潤・営業余剰を原資として観光 DX 等の再投資を促進し、生産波及効果の好循環を通じて持続可能な観光に寄与する。

一方、観光サービスにおける中間投入も、裾野が広い他産業への生産波及効果を生み出している。中間投入を抑制することなく売上を伸ばし、上質なサービスを支える良質な中間投入の増加につながることも好循環に寄与する(図表 I-60)。

今後、官民一体となって観光産業の付加価値を更に高め、「稼げる」産業へと変革を進め、地域経済への裨益と地域住民の誇りや愛着の醸成を通じて地域社会に好循環を生むことで、地域と旅行者の双方が観光のメリットを実感できる「持続可能な観光」を目指していく施策を展開する必要がある(図表 I-61)。

図表 I-60 観光の付加価値等の好循環による持続可能な観光への寄与



図表 I-61 観光地を核とした地域活性化の好循環



第3節 観光地の「稼ぐ力」による地域活性化の好循環

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（DMO）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
宿泊施設の高付加価値化 <ul style="list-style-type: none"> 観光地の面的再生に資する宿泊施設の大規模改修支援 	施策イメージ <p style="text-align: center;">自然</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p style="text-align: center;">食</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p style="text-align: center;">歴史・文化・芸術</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p style="text-align: center;">地場産業（生業）</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p style="text-align: center;">交通</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	観光産業の生産性向上 <ul style="list-style-type: none"> 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
観光施設改修 <ul style="list-style-type: none"> 土産物店や飲食店等の改修支援 		旅行者の利便性向上・周遊促進 <ul style="list-style-type: none"> 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 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
観光地魅力向上のための廃屋撤去 <ul style="list-style-type: none"> 観光地の景観改善等に資する廃屋の撤去支援 		観光地経営の高度化 <ul style="list-style-type: none"> 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
公的施設への観光目的での改修 <ul style="list-style-type: none"> 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 		観光デジタル人材の育成・活用 <ul style="list-style-type: none"> 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 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

資料：観光庁作成

今回の観光白書では、新型コロナウイルス感染症による旅行需要の激減から国内外が回復に向かう中、低い生産性や賃金、人手不足といった新型コロナウイルス感染拡大前から観光産業が抱える積年の構造的課題を解決し「稼げる」産業へ変革するとともに、観光地の「稼ぐ力」を高め地域活性化の好循環を実現するための課題と方向性をテーマに設定し、統計やヒアリングによる分析を行ってきた。

前節では、観光の付加価値を示す観光GDPを国際比較した結果、日本は観光の付加価値額や経済全体に占める割合が低位であり、商品・サービスの高付加価値化による単価増や、観光DX推進による顧客数増加等の取組の方向性を整理した。

観光庁では、これら観光の「稼げる地域・稼げる産業」への変革に向けた各種支援措置を講じており、採択地域では、観光地域づくり法人等を中心に取組を着実に進め、新型コロナウイルス感染症下からの回復期における宿泊単価向上などの効果を収めている。

本節では、これら国の支援地域事例を採り上げ、統計データやヒアリングにより、特色ある観光地の「稼ぐ力」の「見える化」を試みる。

汎用性ある統計ツールとして政府が地方創生支援施策で開発した「地域経済分析システム（RESAS）」を活用するとともに、地方公共団体・観光地域づくり法人等へのヒアリング、主要事業者へのアンケート調査を実施して、先進地域における観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果や今後の展望を分析した。

全国各地においても、観光地の「稼ぐ力」強化の展開が期待されるが、ここでは自らの観光地の「稼ぐ力」をデータで「見える化」し、地域関係者で分析・共有するプロセスが重要である。

1 事例の概要

事例分析では、群馬県渋川市（伊香保温泉）、兵庫県豊岡市（城崎温泉）、宮城県気仙沼市を取り上げた。

伊香保温泉は、観光地の景観再生及び宿泊施設等の高付加価値化等に取り組むことで収益改善、単価向上を実現している。城崎温泉は、観光 DX 推進により各宿泊施設の予約等に関するデータを集約・可視化する基盤を構築し、宿泊施設におけるレベニューマネジメントに活用するほか、地元の専門職大学、市及び観光地域づくり法人によって体験プログラムを開発するためのプラットフォームを設立し、収益力向上につなげている。気仙沼市は、気仙沼クルーカードによる地域マーケティングデータを蓄積し顧客管理の深度化を進め、新型コロナウイルス感染症の影響からの宿泊者数の早期回復に寄与するとともに、食を生かした高付加価値な体験商品の新規開発を行っている（図表 I-62）。

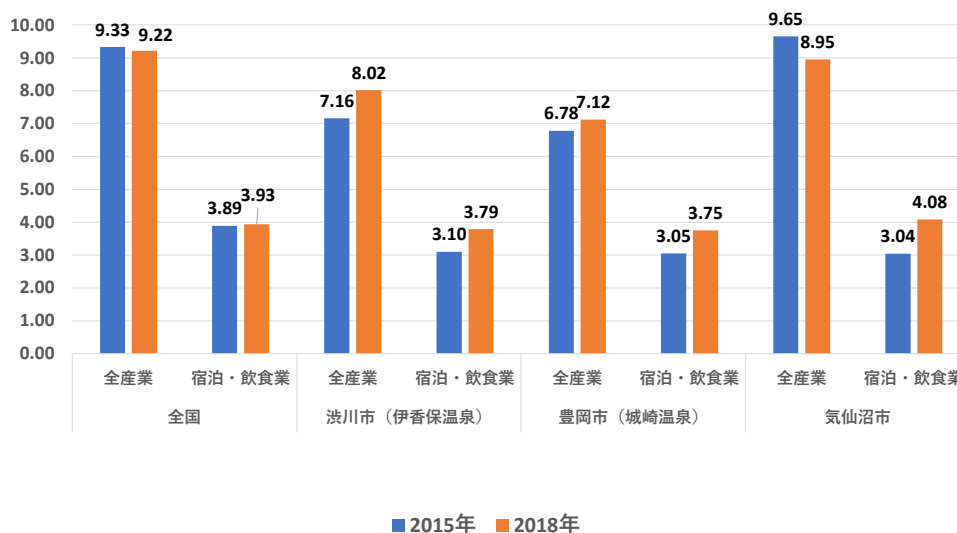
図表 I-62 観光の「稼ぐ力」の分析対象地域と特色ある取組

- 1 観光地の再生・高付加価値化による収益改善、回遊性向上（群馬県渋川市・伊香保温泉）
- 2 観光 DX 推進による収益力向上（兵庫県豊岡市・城崎温泉）
- 3 地域マーケティングデータによる顧客管理の深度化（宮城県気仙沼市）

観光地の「稼ぐ力」について、新型コロナウイルス感染拡大前の状況を「地域経済分析システム (RESAS)」からデータを抽出すると、全国の宿泊・飲食業では、労働生産性及び雇用者一人当たり所得の両方が 2015 年（平成 27 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて横ばいであるのに対して、これらの地域では上昇していることがわかる（図表 I-63、図表 I-64）。

図表 I-63 分析対象地域の労働生産性

(百万円/人)

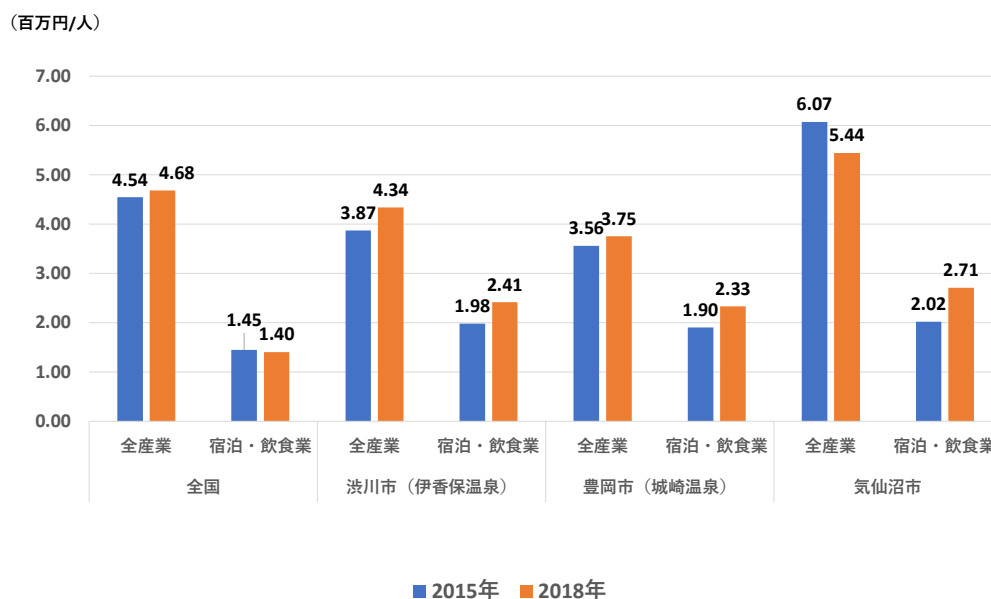


資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム (RESAS) -地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

注1：「地域経済分析システム (RESAS)」は、政府の地方創生施策の一環として、地域経済に関連するビッグデータを「見える化」し、地方自治体の取組を情報面・データ面から支援するシステムとして、2015年（平成27年）4月より提供開始（事務局：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局、経済産業省）。データコンテンツとして、「産業構造マップ-稼ぐ力分析（特化係数）-」など地域の経済社会に関わる多様な指標が分析可能。本白書では、このうち「地域経済循環マップ」から、産業別付加価値額等を活用し、その変化を分析。

注2：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

図表 I -64 分析対象地域の雇用者一人当たり所得



資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム (RESAS) -地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

2 観光地の「稼ぐ力」による地域活性化の好循環の取組事例

(1) 伊香保温泉

a) 地域経済における観光の「稼ぐ力」の現状

新型コロナウイルス感染拡大前の2018年(平成30年)の群馬県渋川市の経済循環構造を、「地域経済分析システム (RESAS)」で見ると、市全体の付加価値額2,797億円のうち、宿泊・飲食サービス業は4%を占めている。

一方、宿泊・飲食サービス業の雇用者一人当たり指標をみると、労働生産性(雇用者一人当たり付加価値額)は3.79百万円/人(全国平均は3.93百万円/人)と市内産業全体の約5割であるが、対2015年(平成27年)比では市内産業全体(+12.0%)に対して宿泊・飲食サービス業(+22.6%)は高い伸びを示している(図表I-65、図表I-66)。

また、雇用者一人当たり所得は2.41百万円/人と市内産業全体の約6割にとどまっているが、対2015年(平成27年)比では市内産業全体(+12.1%)に対して宿泊・飲食サービス業(+21.7%)は高い伸びを示している(図表I-65、図表I-67)。

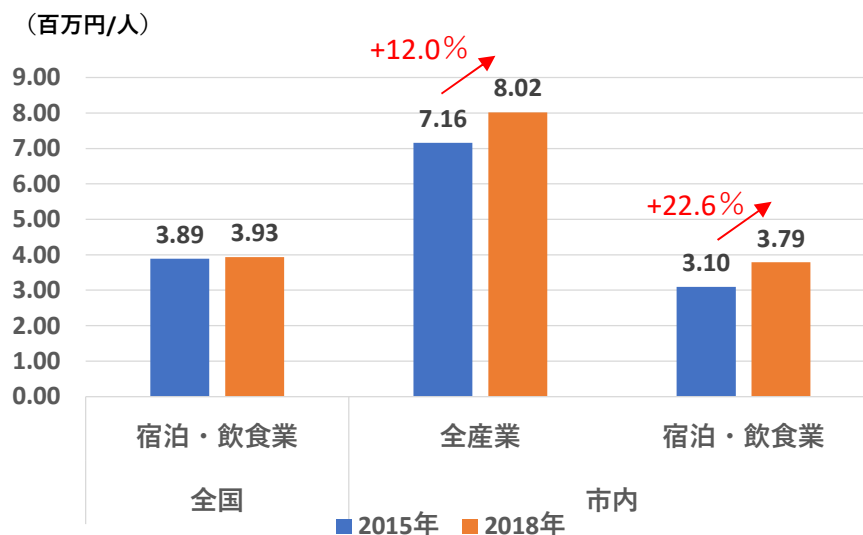
図表 I -65 渋川市の経済循環(全体及び宿泊・飲食サービス業、2018年)

渋川市	付加価値額	雇用者所得	雇用者数	労働生産性	一人当たり所得
	(億円)	(億円)	(人)	(百万円/年)	(百万円/年)
全体	2,797	1,513	34,862	8.02	4.34
宿泊・飲食業	110	70	2,905	3.79	2.41
(宿泊・飲食業) / (全体)	0.04	0.05	0.08	0.47	0.56

資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム (RESAS) -地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

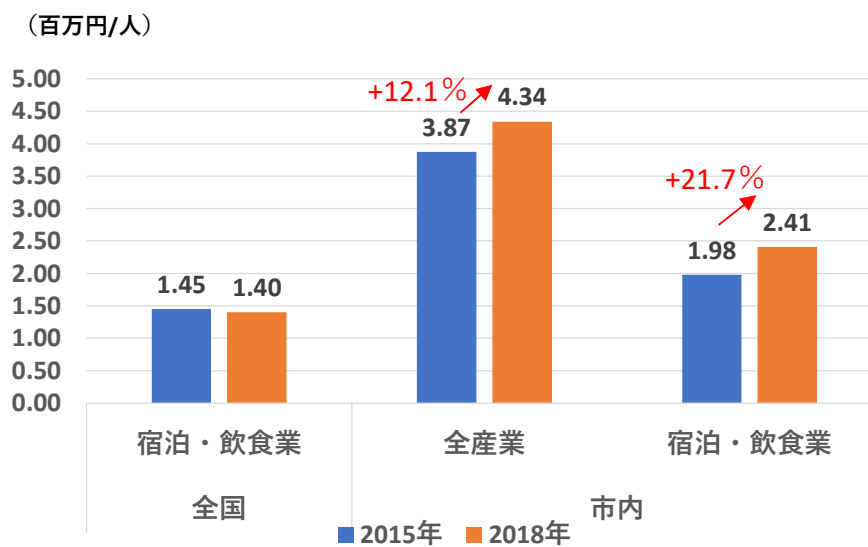
注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

図表 I -66 渋川市の労働生産性の推移
(全体及び宿泊・飲食サービス業)



資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。
注1：労働生産性は雇業者一人当たり付加価値額。

図表 I -67 渋川市の雇業者一人当たり所得の推移
(全体及び宿泊・飲食サービス業)



資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

b) 伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組（概要）

一般社団法人渋川伊香保温泉観光協会及び群馬県渋川市へのヒアリングを実施し、伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の強化に向けた取組、「稼ぐ力」と地域経済への好影響を示す指標、今後の展望を整理した（図表 I-68）。

図表 I-68 伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組

項目	内容
観光地の「稼ぐ力」の特色と強化の取組経緯	伊香保温泉のシンボルである石段を中心とした景観の再生・整備を起点として、宿泊事業者及び飲食事業者が再生・高付加価値化事業に取り組んだ。各事業者の施設改修・整備によって宿泊単価の向上や飲食業の売上増を実現。新規の飲食業や小売業の開業も続く。 また、新型コロナウイルス感染拡大による厳しい経営環境の中での再生・高付加価値化事業を通じて、団体客による量の確保から転換し、個人客をターゲットに、顧客志向の上質化投資や人材確保のための賃金向上など質を重視した価格設定権を宿泊施設側が発揮するとの経営者の意識改革が進んだ。
観光地の「稼ぐ力」の強化を示す効果	（「稼ぐ力」の強化を示す主な効果データ） ○宿泊単価の向上 ○飲食事業者等の新規開業 ○“量”から“質”への意識改革
観光地の「稼ぐ力」の今後の展望と期待される地域活性化の好循環	宿泊サービスの高付加価値化及び団体旅行から個人旅行への顧客シフトを生かし、訪日外国人旅行者を含む単価の向上や需要平準化、市内産業の中で低い宿泊・飲食サービス業の労働生産性や一人当たり雇用者所得の向上が期待。 また、「温泉文化」を生かした芸妓文化体験や地産地消の食などの看板商品創出や、群馬県渋川市の取組である地域通貨「渋 Pay」を温泉地内外の二次交通で活用して周遊を推進することで、観光の「稼ぐ力」の地域内循環や、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待。

c) 伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果データ

① 地域のシンボルの再生を契機とした宿泊施設等の高付加価値化

伊香保温泉中心部の石段の再生（2013年（平成25年））、その後の2020年（令和2年）の火事による廃屋の撤去を経て、地域のシンボルの再生・景観整備が実現した。

これらもきっかけとして、新型コロナウイルス感染拡大期の2021年（令和3年）の「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」をはじめとした補助事業を活用し、宿泊施設等の再生に取り組んできた。

新型コロナウイルス感染の拡大によって団体旅行客が激減する中、事業に参加した約30の事業者では、個人客への対応として宴会場の個室ダイニング化や露天風呂の新設等を実施、これらによって、一人当たり宿泊料金を約3,000円高めることができた。代表的な事業者では、あわせて、1室当たりの宿泊人数を約2人まで下げることが可能となり、従業員の労務負荷の軽減も実現した（図表 I-69）。なお、同期間において高価格帯を中心に客室稼働率が向上しており、売上は5%増加している。

また、飲食施設においても、石段景観整備に対応したエンタランスリニューアルなどを行い、2023年（令和5年）3月には、新型コロナウイルス感染拡大前の売上を超える事業者も出てきている。

図表 I -69 代表的な宿泊事業者の宿泊単価、宿泊人数の変化

	2019年	⇒	2022年
宿泊単価（一人当たり）	25,000 円/泊		28,000 円/泊
1室当たり宿泊人数	3.5 人		2.8 人

資料：一般社団法人渋川伊香保温泉観光協会ヒアリングに基づき観光庁作成。

温泉付き客室の導入や遊休スペースを貸切露天風呂に改修するなど高付加価値化
火災のあった廃屋を撤去し、跡地に観光施設を整備



宿泊施設の再生・廃屋の撤去のイメージ

② 飲食事業者等の新規開業

新型コロナウイルス感染症の影響により、高齢の経営者の宿泊施設の廃業、また、従業員の維持ができずに夕食提供が困難になる宿泊施設が現れるなどの打撃を受けた。その一方で、地域として泊食分離化が進み、従前は 20 時に開店していた飲食店が開店時間を早める、さらに、新規の飲食店が開業し、個人客向け、かつ、滞在日数延長に資する地域となる変化が生じている（図表 I -70）。

宿泊施設の外での滞在を魅力的なものとするこうした変化により、若年層の来訪者が増加する、又は食べ歩きといった回遊行動が進むといった影響がみられる。

図表 I -70 飲食事業者等の新規開業件数

	2021年度	2022年度
新規開業件数	4 件	5 件
うち飲食業	3 件	2 件
うち小売業	1 件	3 件

資料：群馬県渋川市資料に基づき観光庁作成。

③ “量” から “質” への意識改革

既存観光拠点再生・高付加価値化事業を契機に、宿泊経営者の意識変革として、新型コロナウイルス感染拡大による旅行会社による団体客送客への量への依存から、顧客志向のサービス上質化投資や、人材確保のための賃金向上など質を重視した価格決定権を宿泊施設側が発揮する動きが高まった。

d) 伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の今後の展望と、期待される地域活性化の好循環

伊香保温泉では、景観再生・整備を起点とした高付加価値化の取組により宿泊単価の向上を実現するとともに、顧客志向の上質化投資や人材確保のための賃金向上など質を重視した価格設定への宿泊経営者の意識改革が進んだ。今後、個人客をターゲットとした価格設定が進展することで、市内産業の中で低い宿泊・飲食サービス業の労働生産性や一人当たり雇用者所得の向上が期待される。

また、一般社団法人渋川伊香保温泉観光協会が中心となり、伊香保温泉でスタンプラリーが可能なメタバースの開発といった DX への取組も進められつつある。また、選ばれる観光地となるために「時を感じる新たな歴史」を目指し、継承されている「温泉文化」を生かし、芸妓文化体験や地産地消の食も提供していく（観光庁「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事業」採択）。

さらに、二次交通の利便性向上策として、伊香保温泉周辺の美術館や農業体験までの広域での回遊パ

ス等について、群馬県渋川市全体で導入が進められている地域通貨「渋 Pay」によるポイントサービスの提供を行う等の取組を行っている。

これらの取組により、訪日外国人旅行者を含む単価の向上や需要平準化、滞在日数の延長を実現し、観光の「稼ぐ力」の地域内循環や、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待される。



舞踊や諸芸の上演・体験

資料：一般社団法人渋川伊香保温泉観光協会提供



「温泉文化」の創出・シンボルである石段

(2) 城崎温泉

a) 地域経済における観光の「稼ぐ力」の現状

新型コロナウイルス感染拡大前の 2018 年（平成 30 年）の兵庫県豊岡市の経済循環構造を、「地域経済分析システム（RESAS）」で見ると、市全体の付加価値額 2,874 億円のうち、宿泊・飲食サービス業は 5%を占めている。

一方、宿泊・飲食サービス業の雇用者一人当たり指標をみると、労働生産性（雇用者一人当たり付加価値額）は 3.75 百万円/人（全国平均は 3.93 百万円/人）と市内産業全体（7.12 百万円/人）の約 5割であるが、対 2015 年（平成 27 年）比では市内産業全体（+5.0%）に対して宿泊・飲食サービス業（+23.0%）は高い伸びを示している（図表 I-71、図表 I-72）。

また、雇用者一人当たり所得は 2.33 百万円/人と市全体の約 6割にとどまっているが、対 2015 年（平成 27 年）比では市内産業全体（+5.3%）に対して宿泊・飲食サービス業（+22.6%）は高い伸びを示している（図表 I-71、図表 I-73）。

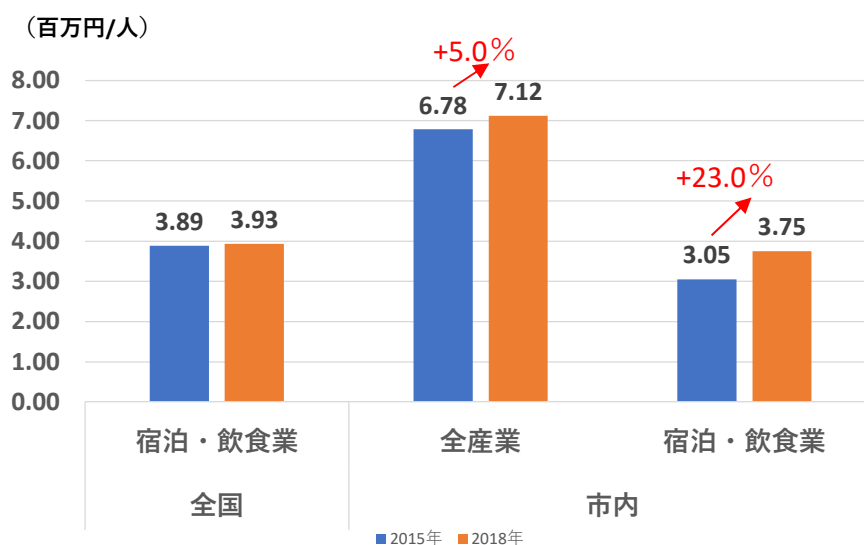
図表 I-71 豊岡市の経済循環（全体及び宿泊・飲食サービス業、2018 年）

豊岡市	付加価値額	雇用者所得	雇用者数	労働生産性	一人当たり所得
	(億円)	(億円)	(人)	(百万円/年)	(百万円/年)
全体	2,874	1,513	40,347	7.12	3.75
宿泊・飲食業	149	93	3,991	3.75	2.33
(宿泊・飲食業) / (全体)	0.05	0.06	0.10	0.53	0.62

資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

注 1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

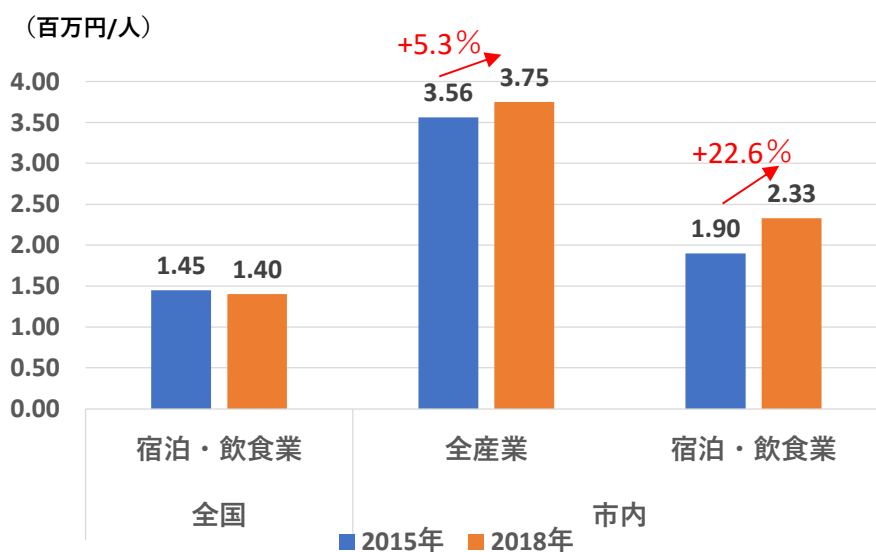
図表 I - 72 豊岡市の労働生産性の推移
(全体及び宿泊・飲食サービス業)



資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

注1：労働生産性は雇用人一人当たり付加価値額。

図表 I - 73 豊岡市の雇用人一人当たり所得の推移
(全体及び宿泊・飲食サービス業)



資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

b) 城崎温泉の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組（概要）

一般社団法人豊岡観光イノベーション及び兵庫県豊岡市へのヒアリングや、代表的な観光事業者へのアンケートを実施し、城崎温泉の観光の「稼ぐ力」の強化に向けた取組、「稼ぐ力」と地域経済への好影響を示す指標、今後の展望を整理した（図表 I-74）。

図表 I-74 城崎温泉の観光の「稼ぐ力」と地域経済への好影響

項目	内容
観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組経緯	<p>城崎温泉は、伝統的温泉地として「統一感ある景観、個性ある温泉街の形成」を理念に観光振興に取り組んできた。</p> <p>2021年（令和3年）には宿泊施設間の宿泊者情報等を月単位で集約する地域独自の観光 DX 基盤を整備し、予約サイト「Visit Kinosaki」の運営等と連携するなど宿泊事業の改革を進めており、代表的な宿泊事業者においては、宿泊単価や賃金の上昇を実現している。</p> <p>兵庫県豊岡市特有の取組として、地元の芸術文化観光専門職大学高橋伸佳研究室、同市と観光地域づくり法人が連携し、観光、健康、文化等を包含する体験観光プラットフォームを設立した。</p>
観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果	<p>（「稼ぐ力」の強化を示す主な効果データ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○回復期における宿泊単価の向上 ○代表的な宿泊事業者における賃金上昇 ○地元専門職大学と連携した体験観光プラットフォーム
観光地の「稼ぐ力」の今後の展望と期待される地域活性化の好循環	<p>宿泊施設間のデータ共有を中心とする地域観光 DX 基盤を深度化し、高付加価値化を図り、生産額の拡大や雇用者所得の増加への取組が期待される。</p> <p>また、兵庫県豊岡市の特有の取組として、地元の芸術文化観光専門職大学高橋伸佳研究室と観光地域づくり法人等が設立した体験プログラムのプラットフォームによる商品販売、全国へ集客力を持つ「豊岡演劇祭」との連携、訪日外国人旅行者向けの良質な自然文化コンテンツの発信等に取組中。</p> <p>兵庫県豊岡市独自の「芸術文化観光連携」により滞在期間延長を図り、観光地の「稼ぐ力」の地域内循環や、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待。</p>

c) 城崎温泉の観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果データ

① 新型コロナウイルス感染症からの回復期における宿泊単価の向上

城崎温泉は、伝統的温泉地として多くの宿泊施設や、飲食等観光産業が集積し、「統一感ある景観、個性ある温泉街の形成」を理念に観光振興に取り組んできた。

2019年（令和元年）からは、観光地域づくり法人と若手経営者が延べ150回以上の会議を重ね、若手経営者のワークショップで出てきた50以上のアイデアを検討する中で、宿泊施設から宿泊者情報等を月単位で集約する地域独自の観光DX基盤を2021年（令和3年）に整備した。

新型コロナウイルス感染拡大による厳しい局面においても、予約サイト「Visit Kinosaki」の運営、豊岡観光DX地域アプリのリリース（2023年（令和5年）1月）等、活用データ及び機能の深度化や、情報発信を着実に進めており、「Visit Kinosaki」経由の予約割合も高まってきている。その効果もあり、2022年（令和4年）10月以降は、宿泊単価が大幅に向上し2019年（令和元年）10月を上回っていることに加え、宿泊数も大きく増加している（図表I-75）。

図表I-75 宿泊単価（一人当たり）及び宿泊数の推移

	2019年10月		2022年10月
宿泊単価（一人当たり）	1万5千円/泊	⇒	2万2千円/泊
宿泊数	100	⇒	130
	2019年12月		2022年12月
宿泊単価（一人当たり）	1万6千円/泊	⇒	1万9千円/泊
宿泊数	100	⇒	229

資料：豊岡市観光政策課ヒアリングに基づき観光庁作成。

注1：宿泊単価（一人当たり）は「VIST Kinosaki」経由の平均値。また、宿泊数は「Visit Kinosaki」経由。

② 代表的な宿泊事業者における賃金上昇

宿泊事業者5事業者のうち、3事業者において2015年（平成27年）から2021年（令和3年）までの間で宿泊単価向上がみられ、その平均は+36%であった。うち、ソフト・ハードの投資に積極的な1事業者では、2015年（平成27年）から2021年（令和3年）の間で約25%、賃金水準が引き上げられた。この事業者は、予約管理システム、顧客管理システム、ウェブサイト・アプリ、会計システム及び商品管理システム等のソフトウェア投資を実施し、正社員の一人当たり付加価値額が、新型コロナウイルス感染拡大期間においても1,000万円/人を超えていた（図表I-76）。

また、過半数の事業者（3事業者）が、2015年（平成27年）から2021年（令和3年）の変化として、インバウンド需要によって閑散期であった4月から11月までの稼働が高まったとしている。

図表I-76 代表的な宿泊事業者の経営状況

	2015年		2021年
賃金水準：平均賃金×正社員数	100	⇒	125
正社員一人当たり付加価値額	1,500万円超/人	⇒	1,000万円超/人
※ソフト投資を積極的に実施（予約管理システム、顧客管理システム、ウェブサイト・アプリ、会計システム、商品管理システム）			

資料：事業者アンケート調査結果を基に観光庁作成。

③ 新規開業の増加

観光DX基盤以外でも、2019年（令和元年）より携帯電話の位置情報を活用した国内・訪日外国人旅行者双方の人流データ活用をはじめており、新型コロナウイルス感染症からの回復期において宿泊情報、人流情報、アプリ等による顧客情報、Webサイト等のデジタルマーケティング情報等の複合的

な分析を可能としている。こうした分析結果に基づき、関西圏中心から全国からの誘客への拡大、また、来訪頻度や滞在時間の延長を目指す「もう1泊、もう1回、次の豊岡」の取組への一層の寄与が期待されている。

また、兵庫県豊岡市は、「豊岡市文化芸術振興計画」(2018年(平成30年))、観光振興計画である「豊岡市大交流ビジョン」(2019年(令和元年))を通じて「小さな世界都市— Local&Global City —」を目指している。城崎温泉は、伝統的温泉地として「統一感ある景観、個性ある温泉街の形成」を理念に観光振興に取り組んでおり、2020年(令和2年)以降、移住者等による飲食店を中心とした新規開業が増えている(図表I-77)。これらは個性豊かなデザインを持つものも多く、近年、大学が休暇の時期である3月、9月で増えている若い世代の来訪と共に、街の雰囲気についても、若い世代に対応したものと変えつつある。

図表I-77 新型コロナウイルス感染拡大期間における開業・閉業件数

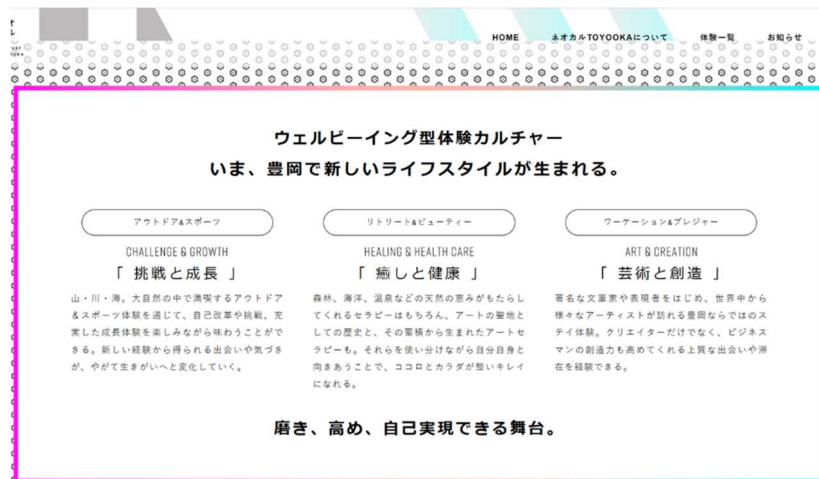
(開業)	2020~2022年
宿泊業	+ 2件
飲食業	+ 14件
小売業(物産販売)	+ 4件
体験型コンテンツ提供	+ 2件
(閉業)	2020~2022年
宿泊業	- 1件
飲食業	- 9件
小売業(物産販売)	- 5件

資料：兵庫県豊岡市観光政策課資料に基づき観光庁作成。

④ 地元専門職大学と連携した体験観光プラットフォーム

「豊岡市大交流ビジョン」では、取組方針として「国際観光芸術専門職大学(仮称)¹³との連携により人材の育成を図る」とされている。

2022年(令和4年)8月に兵庫県豊岡市、芸術文化観光専門職大学高橋伸佳研究室、豊岡観光イノベーション(観光地域づくり法人)が主体となり、ウェルビーイング型体験カルチャーのブランド「ネオカル TOYOOKA」が設立され、観光・交流、健康増進、文化・スポーツといった活動を融合した包括的な体験プログラムの開発が進められている。また、豊岡演劇祭の観光コンテンツ化も進められている。



ネオカル TOYOOKA (ホームページ)

¹³ 「国際観光芸術専門職大学(仮称)」は2021年(令和3年)に芸術文化観光専門職大学として開学。

d) 城崎温泉の観光の「稼ぐ力」の今後の展望と、期待される地域活性化の好循環

城崎温泉では、宿泊施設情報の活用を中心とする地域観光 DX 基盤を構築、予約サイト等と連携した深化が宿泊単価の向上などの高付加価値化を実現しており、更なる生産額の拡大や雇用者所得の増加への取組が期待される。

また、兵庫県豊岡市の特有の取組として、地元の芸術文化観光専門職大学高橋伸佳研究室と観光地域づくり法人等が設立した体験プログラムのプラットフォームによる商品販売、全国へ集客力を持つ「豊岡演劇祭」との連携、訪日外国人旅行者向けの良質な自然文化コンテンツの発信等に取り組んでいる。

豊岡市独自の「芸術文化観光連携」により滞在期間延長を図り、観光の「稼ぐ力」の地域内循環や、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待される。



竹野海岸（山陰海岸国立公園）



城崎温泉（夜景）

資料：豊岡市観光政策課提供

(3) 気仙沼市

a) 地域経済における観光の「稼ぐ力」の現状

気仙沼市は、東日本大震災で甚大な被害を受けた復興過程において、地域経営に資する「地域経済分析システム (RESAS)」データを活用し、観光では水産業などの「食」を前面に出した高付加価値化を戦略とし、データマーケティングの先進的な取組を進めてきた。

新型コロナウイルス感染拡大前の 2018 年（平成 30 年）の気仙沼市の経済循環構造を、「地域経済分析システム (RESAS)」で見ると、市全体の付加価値額 2,486 億円のうち、宿泊・飲食サービス業は 2%となっている。

一方、宿泊・飲食サービス業の雇用者一人当たり指標をみると、労働生産性（雇用者一人当たり付加価値額）は 4.08 百万円/人（全国平均は 3.93 百万円/人）と市内産業全体（8.95 百万円/人）の約 5 割であるが、対 2015 年（平成 27 年）比では市内産業全体（-7.3%）に対して宿泊・飲食サービス業（+34.2%）は高い伸びを示している（図表 I-78、図表 I-79）。また、雇用者一人当たり所得は 2.71 百万円/人と市全体の約 5 割にとどまっているが、対 2015 年（平成 27 年）比では市内産業全体（-10.4%）に対して宿泊・飲食サービス業（+34.2%）は高い伸びを示している。

なお、市内産業全体の労働生産性及び雇用者一人当たり所得の低下は、産業別付加価値額が最大の建設業の減少が影響しているものと考えられる（図表 I-78、図表 I-80）。

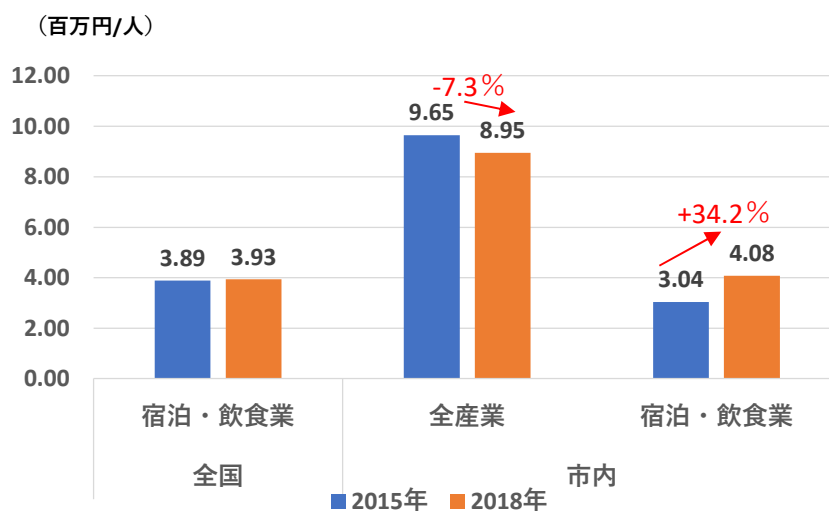
図表 I-78 気仙沼市の経済循環（全体及び宿泊・飲食サービス業、2018年）

気仙沼市	付加価値額	雇用者所得	雇用者数	労働生産性	一人当たり所得
	(億円)	(億円)	(人)	(百万円/年)	(百万円/年)
全体	2,486	1,511	27,776	8.95	5.44
宿泊・飲食業	62	41	1,513	4.08	2.71
(宿泊・飲食業) / (全体)	0.02	0.03	0.05	0.46	0.50

資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

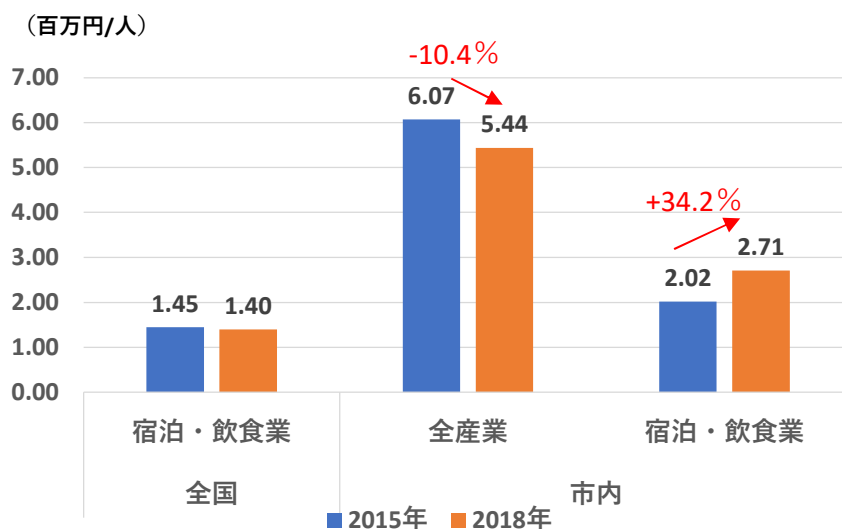
図表 I-79 気仙沼市の労働生産性の推移
（全体及び宿泊・飲食サービス業）



資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

図表 I-80 気仙沼市の雇用者一人当たり所得の推移
（全体及び宿泊・飲食サービス業）



資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

b) 気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組（概要）

一般社団法人気仙沼地域戦略へのヒアリングや、代表的な観光事業者へのアンケートを実施し、宮城県気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の強化に向けた取組、「稼ぐ力」と地域経済への好影響を示す指標、今後の展望を整理した（図表 I-81）。

図表 I-81 気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組（概要）

項目	内容
観光地の「稼ぐ力」の特色と強化の取組経緯	<p>震災復興における地域経営の重要な柱として観光を位置付け。水産業等の食を前面に出した気仙沼市観光の「稼ぐ力」の手段・ツールとして、観光地域づくり法人を中心に、地域マーケティングデータ（気仙沼クルーカード）を蓄積。</p> <p>新型コロナウイルス感染拡大に直面する観光の危機管理として、マイクロツーリズムに着目。クルーカード会員データ分析によりニーズを絞った宣伝を行い、宿泊者数の早期回復に寄与。</p> <p>厳しい局面下でも体験型観光コンテンツの課題検討を進め、約 40 商品のターゲット分析に基づき、価格帯を 3 つにレベル分けし、高付加価値な食体験の新商品を開発。</p>
観光地の「稼ぐ力」の強化を示す効果	<p>（「稼ぐ力」の強化を示す主な効果データ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○宿泊客の早期回復 ○体験型観光コンテンツの高付加価値化と利用者数
観光地の「稼ぐ力」の今後の展望と、期待される地域活性化の好循環	<p>観光の「稼ぐ力」の手段・ツールである「気仙沼クルーカード」による地域マーケティングデータにより、マイクロツーリズムや遠方客（首都圏や訪日外国人旅行者）への顧客管理（CRM）を深度化し、観光消費額の向上、宿泊・飲食サービス業の労働生産性や雇用者所得の向上が期待される。</p> <p>さらに、暮らしを感じられる高付加価値な食体験コンテンツの開発・販売を通じて、水産業等他産業へ観光の「稼ぐ力」を地域内に循環させ、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待。</p>

c) 気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果データ

① 震災復興における地域経営の重要な柱として観光を位置づけ

宮城県気仙沼市は 2011 年（平成 23 年）の東日本大震災後、同年 9 月に「気仙沼市震災復興計画」の重点事業として観光の産業化を掲げた。以来、一貫して地域経営、産業政策の重要な柱として観光を位置づけており、2018 年（平成 30 年）の「第 2 次気仙沼市総合計画」において、観光地域づくり法人の役割が明確化されている。さらに、地域産業強化のためのマーケティングデータの収集・分析が観光地域づくり法人の担当とされており、これが、「気仙沼クルーカード」¹⁴である。

観光地域づくり法人としても、地域を株式会社と捉え、「地域経済分析システム（RESAS）」等を活用し地域の売上・生産額を把握し、これを意識して取組を進めている。具体的には、地域産業として規模の大きな水産業と連携した観光の振興を図っている（図表 I-82）。

¹⁴ 「気仙沼クルーカード」は会員数約 4 万人、加盟店 132 店舗、売上約 6.6 億円（いずれも 2022 年度（令和 4 年度））。現在はアプリ化されている。

図表 I - 82 気仙沼市の産業政策と観光地域づくり法人の役割

気仙沼市の産業政策 (平成30年2月 第2次気仙沼市総合計画より抜粋)

基本目標	地域の魅力を磨き、全国・全世界とつながり、挑戦し続ける産業のまち		
施策の柱	(1) 既存産業強化	(2) 新産業創出	(3) 交流促進
	① 水産業 ・魚市場の高度衛生化 ・就業者の確保、養成 ・6次産業化 ・HACCP、トレーサビリティ ・輸出、多角的利用 ② 農業 ・農地集積、低農薬、無農薬 ・学校農園、市民農園 ・6次産業化 ・鳥獣対策 ③ 林業 ・団地化 ・木質バイオマス発電 ・作業道整備 ・松くい虫対策 ④ 商工業・サービス業 ・地場産品のブランド化 ・気仙沼PORT ・ウェルカムターミナル ・内湾商業施設 ・大谷道の駅 ⑤ ローカルファースト ・クルーカードの活用促進	① 起業・創業、企業誘致 ・シティブロモーション ・ILC ・ICT ・専門学校などの教育機関 ・SDGs ② 雇用安定 ・UDターン ・シルバー人材センター ・Web系在宅ワーク ③ ILC ・主要機材の受入整備 ・中学生研修	① DMO (地域経営) ・マーケティング ・地区戦略 ・観光意識醸成 ・商品開発 ・インバウンド ・稼げる食 ・観光ガイド ・教育旅行 ・震災遺構 ・浮見堂、湾岸ブリッジ ・ウェルカムターミナル ・大谷道の駅 ・唐桑オルレ ・クルーズ船 ・ツールド東北 ② 地域間・国際交流 ・ファンクラブ ・一関市、巨黒区、臼杵市 ・英語、中国語、インドネシア語表示 ・舟山市 (中国)、米国、インドネシア、台湾 ・APU

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略

② 地域マーケティングデータ (「気仙沼クルーカード」) の分析による早期回復

「気仙沼クルーカード」は、関係人口の一元化 (復興支援員や観光客、地元出身者など) を図り、地元商店の地域消費額を把握し販売促進を行うものである。

地域のマーケティングデータとして、取組のマネジメントのために必要なデータを整理した「マネジメントデータベース」とプロモーション等に必要データを整理した「顧客データベース」の2種類を整理し、気仙沼クルーカードの仕組み以外で収集するデータとともに集約・活用している (図表 I - 83)。

図表 I - 83 マーケティングデータの分類と主な活用方法

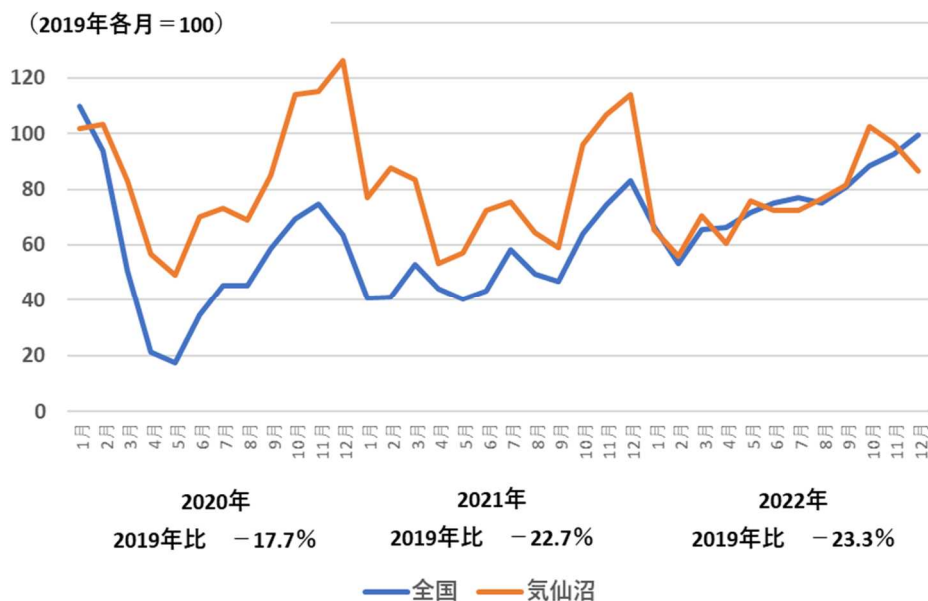
データ項目	格納データベース	主な活用方法
➤ 宿泊者データ ➤ 観光消費額データ ➤ 顧客満足度 ➤ リポート率	マネジメントデータベース	「把握する力」をつける ✓ 観光ボード会でのモニタリングを実施
➤ 顧客データ (性別、年齢、居住地、メールアドレス等)	顧客データベース	「稼ぐ力」をつける ➤ プロモーション ➤ ワン to ワンマーケティング ※地域ポイントサービスの活用を検討

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略資料から観光庁作成。

新型コロナウイルス感染拡大に直面した 2020 年 (令和 2 年) の宮城県気仙沼市延べ宿泊者数は、2019 年比 17.7%減にとどまった (全国の延べ宿泊者数は対 2019 年比 44.3%減)。

その要因として、宮城県仙台市等からのマイクロツーリズム (近隣観光) にターゲットを置き、クルーカード会員アンケート分析によりニーズの高いコンテンツを特定したプロモーションが寄与したことが考えられる (図表 I - 84)。

図表 I-84 気仙沼延べ宿泊者数の月別推移（2019年同月比）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」、一般社団法人気仙沼地域戦略

③ 体験型観光コンテンツの高付加価値化と利用者数

体験型観光プラットフォーム「ちょいのぞき気仙沼」は、水産業や農業に従事している事業者が、観光地域づくり法人等の協力により、普段入れない仕事場の見学等の体験型コンテンツを商品化したものである。

新型コロナウイルス感染拡大に直面した2020年（令和2年）においても、体験型観光について今後の売上増に向けた課題検討を着実に進めた。従来の高くて約5,000円/人のコンテンツ（約40コンテンツ）をターゲット別に整理し、首都圏及び訪日外国人旅行者をターゲットとした5,000～10,000円/人の高付加価値商品（6コンテンツ）を開発し、2023年（令和5年）から松竹梅にレベル分けして提供を開始した（図表I-85）。

図表 I-85 体験型コンテンツのターゲット別ランク付けと商品数

	2022年		2023年
松ランク（一人当たり5,000～10,000円）	-	⇒	6
竹ランク（一人当たり2,000～5,000円）	約40	⇒	約40
梅ランク（一人当たり1,000～2,000円）			

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略

高付加価値体験コンテンツ（松ランク商品）の一つである「ブリュワーズテーブル」の開発は、2020年（令和2年）に始まり、約1年間で商品をブラッシュアップし、2021年（令和3年）に発売を開始した。酒蔵見学・試飲と料理の組合せであり、洋食に加え現在は和食も登場している。

ブリュワーズテーブルの利用者数は2021年（令和3年）、2022年（令和4年）にそれぞれ約140人となった。うち、宿泊プランへの組み込みを行った2021年（令和3年）12月から翌年の1月までの2か月間には約150人の利用があった。（図表I-86）

一人12,000円の料金のうち、酒蔵には試飲や説明に掛かる経費として1,500円が収入となるが、お土産としての酒の購買需要や顧客との関係構築の点で有効な取組と考えられる。飲食事業者にとっては、新メニュー開発の過程で実施するお披露目会での有識者による指摘によって、従業員のサーブ手順や料理説明に関するスキルが向上するという副次的な効果も生じている。また、気仙沼ならではの料理を求めるニーズに対応し、地元のホヤをイタリア料理の食材とした高付加価値メニューも新規に開発している。

高価格であるが、若年層もアニバーサリーイベントなどで一定数利用している。仙台等、県内の気仙沼以外在住の人が宿泊込みで来訪するケースが多い。ブリュワーズテーブル自体のリピーターはまだ

少ないが、それ以外の気仙沼での食体験を求めるリピーターが増加し、地域の食のファンの確保につながっている。新型コロナウイルス感染症の回復期となり、酒蔵見学や海中酒造体験を目的としたシンガポールや台湾からの来訪者が増えていることから、ブリューワーズテーブルを訪日外国人旅行者向けに磨き上げていくことで、来訪者増や消費増への相乗効果が上がっていくことが期待される。

図表 I-86 ブリューワーズテーブルの利用者数

	2020年	2021年	2022年
利用者数	74人	⇒ 142人	⇒ 140人
		うち 2021年12月-2022年1月	
		156人	

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略

注1：2021年（令和3年）12月から翌年1月は、宿泊プランの一部としても提供。



体験型コンテンツ「ブリューワーズテーブル」（プレミアムプラン）

d) 気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の今後の展望と、期待される地域活性化の好循環

今後、観光地の「稼ぐ力」の手段・ツールである「気仙沼クルーカード」による地域マーケティングデータや、食観光コンテンツを武器に、マイクロツーリズムで来訪する近隣観光客や訪日外国人旅行者及び首都圏等遠方から来訪する観光客など、顧客管理（CRM）を更に深度化し、観光消費額を増加させることで、宿泊・飲食サービス業の労働生産性や雇用者所得の向上が期待される。

さらに、暮らしを感じられる高付加価値な食体験コンテンツの開発・販売を通じて、地域内の水産業等他産業へ観光の「稼ぐ力」を循環させ、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待される。



水産業等の「暮らし」を感じられる高付加価値な体験観光

3 観光地や観光産業の「稼ぐ力」の好循環による持続可能な観光地域づくりの推進

(1) 観光地の「稼ぐ力」の更なる強化に向けた課題と方向性（地域事例分析結果）

本節では、観光地の「稼ぐ力」を採り上げ、観光地の再生・高付加価値化や地域観光 DX 等の事業に取り組む観光地域の事例を選定し、ヒアリング等により取組経緯と効果を分析した。

新型コロナウイルス感染症の影響による旅行需要の減少が続く厳しい環境下においても着実な取組が寄与し、宿泊客の早期回復や宿泊単価の上昇、代表的な宿泊事業者における賃金上昇、飲食店や小売の新規開業増加などの事業効果が発現しつつあることが分かった。

ヒアリングでは、事業効果に加え、今後の「稼ぐ力」の更なる強化の課題と方向性を聴取した。

地域の特徴ある滞在価値を生かし、観光産業と芸術文化や農林水産業等との異業種連携による体験型観光などにより滞在期間の延長を図る方向性が読み取れる。

地域事例分析（要点）

地域事例	課題	取組	取組効果
伊香保温泉	<ul style="list-style-type: none"> ・団体旅行による量の確保から、個人旅行者へ質の高い宿泊サービスに転換 ・シンボルとなる石段街の景観の改善 	<ul style="list-style-type: none"> ・客室改修等を通じた宿泊施設の高付加価値化 ・廃屋の撤去等による観光地の景観改善 	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊単価の向上 ・飲食事業者等の新規開業 ・“量”から“質”への意識改革
城崎温泉	<ul style="list-style-type: none"> ・関西圏中心から、全国への誘客拡大 ・冬季の食観光から、来訪頻度や滞在時間の延長 	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設間のデータ共有を中心とする観光 DX 基盤の整備や予約サイトとの連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊単価の向上 ・代表的な宿泊事業者における賃金上昇 ・地元専門職大学と連携した体験観光プラットフォーム創設
気仙沼市	<ul style="list-style-type: none"> ・市震災復興の柱「交流促進」「地域経営」を担う観光地域づくり法人のマーケティング強化 ・体験型観光コンテンツの見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域マーケティングデータの蓄積（気仙沼クルーカード） ・データ分析に基づき、ニーズを絞ったプロモーション（マイクロツーリズム） 	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊客の早期回復 ・体験型観光コンテンツの高付加価値化

観光地の「稼ぐ力」の更なる強化に向けた課題と方向性（地域事例分析）

○「温泉文化」の看板商品化や交通機関と連携した周遊促進

伝統的温泉地として承継してきた芸妓文化体験や食など看板商品化や、地域通貨を活用し交通事業者と連携した周遊促進を「稼ぐ力」に、宿泊の高付加価値化を生かし、個人客の滞在期間を延長（伊香保温泉）

○地元専門職大学など特色ある「芸術文化観光連携」

地元の専門職大学と連携した体験型観光商品開発や「豊岡演劇祭」など「芸術文化観光連携」を「稼ぐ力」に、城崎温泉を核とした地域観光 DX 基盤を生かし、国内外客の滞在期間を延長（城崎温泉）

○水産業等の「暮らし」を感じられる高付加価値な体験型観光

水産業等の暮らしや食を前面に出した高付加価値な体験観光を「稼ぐ力」に、地域マーケティングデータの蓄積による強みを生かし、気仙沼クルーカード会員等の顧客管理を深度化（気仙沼市）

(2) 観光地や観光産業の「稼ぐ力」の好循環（テーマ章まとめ）

今回の観光白書では、新型コロナウイルス感染症による旅行需要の激減から国内外が回復に向かうなか、低い生産性や賃金、人員不足といった新型コロナウイルス感染拡大前から観光産業が抱える積年の構造的課題を解決し「稼げる」産業へ変革するとともに、観光地の「稼ぐ力」を高め地域活性化の好循環を

実現するための課題と方向性をテーマに設定し（第1節）、統計やヒアリングによるデータを活用した分析を行ってきた。

第2節では、観光の付加価値を示す観光GDPを国際比較し、日本の観光の課題として付加価値額が低位であり、観光の「稼げる地域・稼げる産業」への変革に向け高付加価値化による単価増や、観光DX推進による顧客数増加等の取組の方向性を整理した。

第3節では、これら取組に対する観光庁支援措置の採択地域を事例選定し、宿泊客の早期回復や宿泊単価の上昇、新規開業増加などの事業効果データを収集した。

（3）観光地や観光産業の「稼ぐ力」の好循環による持続可能な観光地域づくりの推進

日本の観光地や観光産業は、2020年（令和2年）に発生した新型コロナウイルス感染拡大による未曾有の危機から、2022年（令和4年）後半に入り回復の兆しがみえ、賑わいを取り戻しつつある。

しかし、国立社会保障・人口問題研究所による日本の将来推計人口（2023年（令和5年）4月26日公表）が示すように、少子高齢化が一層進行し、地方部の定住人口はますます減少していくと見込まれる。

そこで、今回の観光白書では、ポストコロナの観光の鍵として、観光地の「稼ぐ力」の強化を採り上げた。

地域住民が雇用と収入を確保し経済的な潤いを楽しむ産業がなければ、定住人口の暮らしを維持し、地域社会・経済を将来にわたって持続させることは困難になる。

1990年代以降の経済のグローバル化のなかで、人口減少や少子高齢化に直面する地域では、国際分業による企業の撤退などがみられる一方で、グローバル化により豊かになったアジア地域等の訪日外国人旅行誘致を成長分野とした地方創生に取り組み、旅行者数の量的な拡大を実現してきた。

今後の観光では、国内外の旅行者の関心や行動の多様化などを踏まえた、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」など「質」を重視した「稼ぐ力」を実現し、地域社会・経済の持続可能性を将来にわたって存立する役割が期待される。

ここで、観光地の「稼ぐ力」の「質」とは、地域に根付いたコンテンツ、すなわち全国の地域が大切に守り承継してきた豊かな自然環境や風景、景観、文化や伝統・歴史、人々の生活や郷土料理、農林水産業や伝統工芸等の生業とその空間など、地域の住民にとって身近な日常の「暮らし」を反映することで向上させることが可能である。また、国内外の旅行者にとっても、こうした地域に根付いたコンテンツは、魅力的な非日常体験として価値が高まりつつある。

増加が期待される訪日外国人旅行者のリピーターにとっては、日本人の生活や地方の暮らしの体験も魅力であり、ますます個人化する日本人国内旅行では、地域の暮らしに触れる知的好奇心の旅も関心が期待される。

このような地域に根付いたコンテンツの磨き上げに当たっては、高齢化や過疎に直面する地方部でも、地域の住民が持つ多様な知恵が、新たな滞在の価値を生み出すことができる。

長年慣れ親しんだ地元で愛着と誇りを持つ住民が「語り部」となる旅行者の暮らし体験や、移住者による起業、伝統工芸の匠の技、情熱を持って地産地消の上質な食材供給に取り組む農林水産生産者、自然体験ガイドなどの多様な主体の参画によって、世代を超えた「地域のストーリー」を紡ぎだすことができる。さらに、住民の「顔」が見える魅力発信は、国内外の旅行者が最も共感する滞在価値となり得る。

一方、宿泊業や旅行業、交通事業をはじめ観光産業が生み出す付加価値は、観光従事者の雇用者報酬や企業の観光DX等の再投資に繋がるとともに、上質なサービスを支える良質な中間投入の拡大を可能とし、経済・産業への生産波及効果による観光経済の好循環に寄与する（図表I-55、図表I-60）。

以上のように、ポストコロナの「質」を重視した観光では、地域に根付いた自然や文化など日常の「暮らし」に関わるコンテンツが、国内外の旅行者にとって魅力的な非日常体験として価値が高まりつつある。

この好機を生かし、地元で愛着を持つ住民の世代を超えた参画と、地域の様々な産業や企業の異業種

連携を図り、地域の特色を生かした観光地の「稼ぐ力」すなわち滞在価値を高めるとともに、実現した利益を地域と住民へ還元する好循環が重要である。

地域事例分析で得られたように、観光地に集積する宿泊施設等の上質化投資やDX化とともに、面的な景観改善など観光地の再生・高付加価値化等に取り組むことで、個人旅行者の上質なサービス需要に対応した宿泊単価の上昇を実現し、観光従事者の賃金増加と人材確保への好循環を生み出すとともに、魅力的な景観に立地する飲食店や小売店等の新規開業や移住者の増加に繋がる。

さらに、地域に根付いた自然や文化、暮らしなど特色あるコンテンツを生かしたりピーター化に向け、世代を超えた多様な住民と異業種が参画した「地域のストーリー」を、付加価値の高い体験型観光商品に磨き上げ滞在魅力を高め、地域への観光消費を住民の雇用と所得、地域の税収に還元していく。

観光地の「稼ぐ力」を高めることは、加速する少子高齢化に直面する地域社会の活性化の原動力となり得る。

観光は地域とともにある。地域の「豊かな」資源を生かし稼ぐ「収入」を、観光産業だけでなく、広く地域の産業と住民に還元し循環を生み出す持続可能な観光を、ポストコロナの成長戦略の柱、地域活性化の切り札として推進していく必要がある（図表 I-61）。

【再掲】図表 I-61 観光地を核とした地域活性化の好循環



過疎に直面する地方部において、「地域のストーリー」と住民の「顔」が見える観光発信に取り組む好例として、四国山地の秘境に位置する徳島県西部の祖谷地域は、急峻な斜面を生かしたたばこ葉の生産が国際競争により衰退後、過疎・高齢化が進行した。JR 大歩危駅を玄関口とする地元温泉郷の宿泊経営者、駅前商店の店主や住民有志、地元駅長他がまちおこしのアイデアを持ち寄り実行していくなかで、2010年（平成22年）に無人駅化されるも、過酷な自然環境が生んだ妖怪伝説やかずら橋、吉野川や山地の食体験、古民家宿泊など、秘境に残る暮らしを体験する「地域のストーリー」が生まれ、その後の観光列車の運行開始（2017年（平成29年）4月）に繋がっている。

秘境ならではの地域ストーリーを体験するため、国内外から観光客が来訪し、住民有志が観光列車の歓迎行事や沿線の旗振り等を通じて、住民の「顔」が見える魅力発信を続けている。

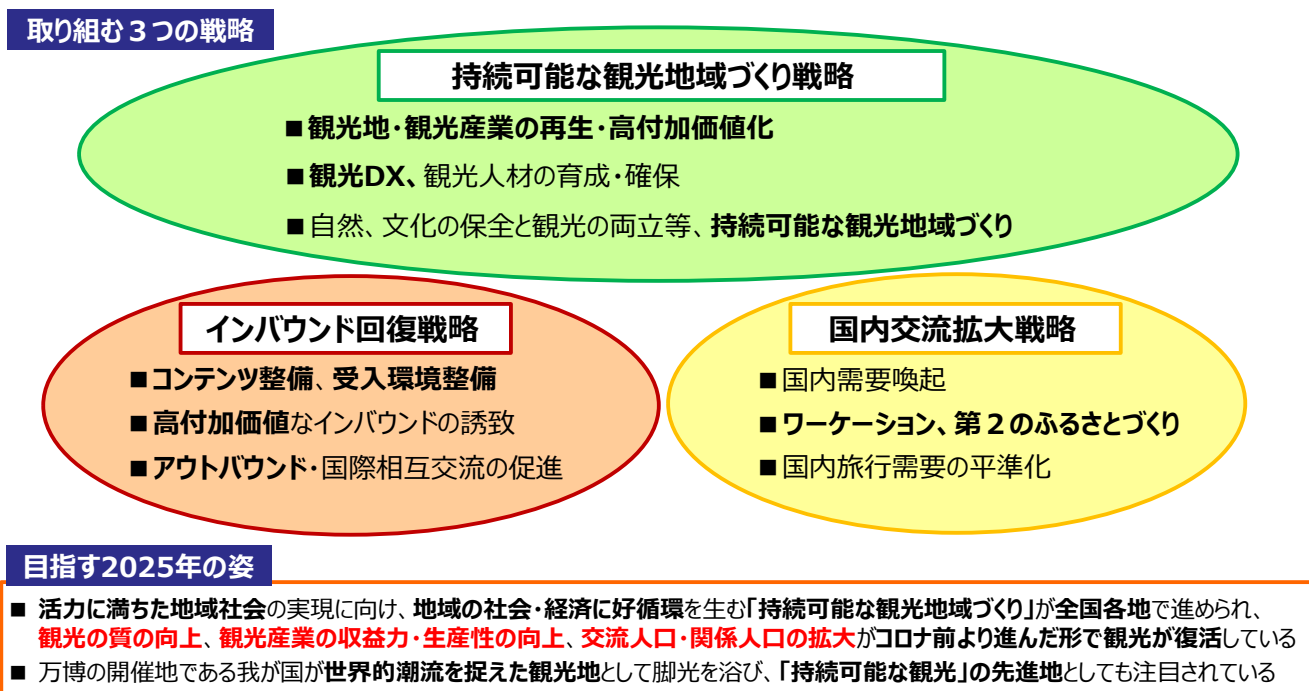
また、日本の代表的な観光都市である京都府京都市では、オーバーツーリズムによる地域交通への影響や、観光客のマナー違反の未然防止を図り、住民が安心して暮らせる持続可能な観光への理解を促進するため、観光庁が策定した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に基づく地域マネジメントに取り組んでいる。

(4) 持続可能な観光地域づくりに向けた国の政策方向性（観光立国推進基本計画）

2023年（令和5年）3月に閣議決定された新たな観光立国推進基本計画が掲げる3つの戦略のうち「持続可能な観光地域づくり戦略」に沿って、観光庁として、観光地の再生・高付加価値化や観光DX等の施策を推進していくこととしている。

観光立国の復活に向け、各地域において特色ある「稼ぐ力」を更に向上させ、観光を通じた持続的な地域活性化の好循環を創出していくことが期待される（図表I-87）。

図表 I-87 観光立国推進基本計画（取り組む3つの戦略・目指す2025年の姿）



資料：「観光立国推進基本計画」（令和5年（2023年）3月31日閣議決定）

第Ⅱ部 令和4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 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓
- 第2節 観光産業の変革
- 第3節 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現
- 第4節 国際交流の回復・質的な変革

第2章 観光立国の実現に向けた観光施策

- 第1節 ポストコロナに向けた環境整備
- 第2節 地域の観光コンテンツの造成・磨き上げ
- 第3節 地域支援と戦略的訪日プロモーション
- 第4節 観光インフラの整備
- 第5節 更なる観光振興を図るための主要施策

第Ⅲ部 令和5年度に講じようとする施策

第1章 持続可能な形での観光立国の復活

第1節 持続可能な観光地域づくり

第2節 インバウンド回復

第3節 国内交流拡大

第2章 観光立国の実現に向けた観光施策

第1節 持続可能な観光地域づくり戦略

第2節 インバウンド回復戦略

第3節 国内交流拡大戦略