

# 観光圏の機能強化に関する論点整理（案）

## 背景

- 2030年インバウンド6千万人、消費額15兆円の目標達成に向けたインバウンドの地方誘客・滞在促進が必要。
- 日本人国内旅行消費額は約25兆円（2024年）であり、地方部の旅行需要は日本人が下支えており、国内交流の拡大も重要。
- 日本人、インバウンド問わず、旅行者のニーズ、情報収集手段等は多様化。
- 観光立国推進基本計画の改定も予定される中、国内外旅行者の2泊3日以上の滞在の実現を目的とした「観光圏」の機能強化を図ることが必要。

## 情勢

- ・若年層やアクティブシニアへのアプローチ
- ・一人旅のニーズや多様な旅行動機への対応
- ・個人旅行の増加による手配方法の変化
- ・SNSに依存するインバウンドや若年層の存在
- ・旅前段階における情報収集の増加
- ・旅中で旅行商品を探す層も一定数存在

## 課題

### 各資源が2泊以上滞在に結びついていない

- ・ブランドを体感できるコンテンツ強化
- ・顧客ニーズに対応するランオベ機能の強化
- ・2泊3日以上に繋がる商品開発力強化 等

### 開発した商品が販売に結びついていない

- ・商品販売を担う人材確保
- ・各プラットフォームに適した販売体制の確保
- ・他の観光圏等との送客連携強化 等

### 観光圏の魅力が旅行者に伝わっていない

- ・効果的なプロモーションを行う体制の確保
- ・スマートフォン利用者への情報発信強化
- ・ターゲットに応じた情報発信強化 等

## 方針

**「国内外旅行者の2泊3日以上**の滞在」の促進に必要な観光圏の機能強化

## 論点整理 (案)

### 2泊3日以上

の滞在促進に資するコンテンツ・商品戦略は十分か

#### コンテンツ・商品企画力は十分か

- コンテンツ・商品の磨き上げの観点
- 商品企画体制の観点

#### 販売の基盤は整っているのか

- 販路の形成の観点
- 販売促進体制の観点

#### 旅行者の認知は十分進んでいるか

- 従来のプロモーションの観点
- SNS等の情報発信の観点

### 地域のブランドや滞在・周遊環境は十分に確立、整備されているか

- 観光圏プラットフォームの体制整備の観点
- マネージャー等の人材育成の強化の観点

運用の見直し（基本方針の改定、認定要件の見直し、現行特例の活用促進など）