

関連データ・資料集

令和4年4月20日
観光庁

目次

I .観光に期待される役割・意義	
1 .観光の役割・意義	… P2
2 .観光産業の役割・意義	
(1) 宿泊業の役割・意義	… P7
(2) 旅行業の役割・意義	… P15
II .観光を取り巻く現状と課題	
1 .観光地を取り巻く現状と課題	… P23
2 .観光産業の現状と課題	
(1) 宿泊業の現状と課題	… P35
(2) 旅行業の現状と課題	… P64
III .国の既存施策	… P94

I .観光に期待される役割・意義

1 .観光の役割・意義

2 .観光産業の役割・意義

(1) 宿泊業の役割・意義

(2) 旅行業の役割・意義

II .観光を取り巻く現状と課題

1 .観光地を取り巻く現状と課題

2 .観光産業の現状と課題

(1) 宿泊業の現状と課題

(2) 旅行業の現状と課題

III .国の既存施策

我が国にとっての観光の意義

成長戦略の柱

急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り込むことによって、日本の力強い経済を取り戻す。



＜訪日客で賑わう百貨店
(銀座・三越)＞



＜訪日客で賑わう大型商業施設
(鳥取県・境港市)＞

地方創生の鍵

人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し、社会を発展させる。



＜中国・韓国の旅行者でにぎわう
地方空港(富士山静岡空港)＞

国際社会での日本の地位向上

諸外国との双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化する。国際社会での日本の地位を確固たるものとするために、極めて重要。



＜茶道体験をする外国人旅行者＞

自らの文化・地域への誇り

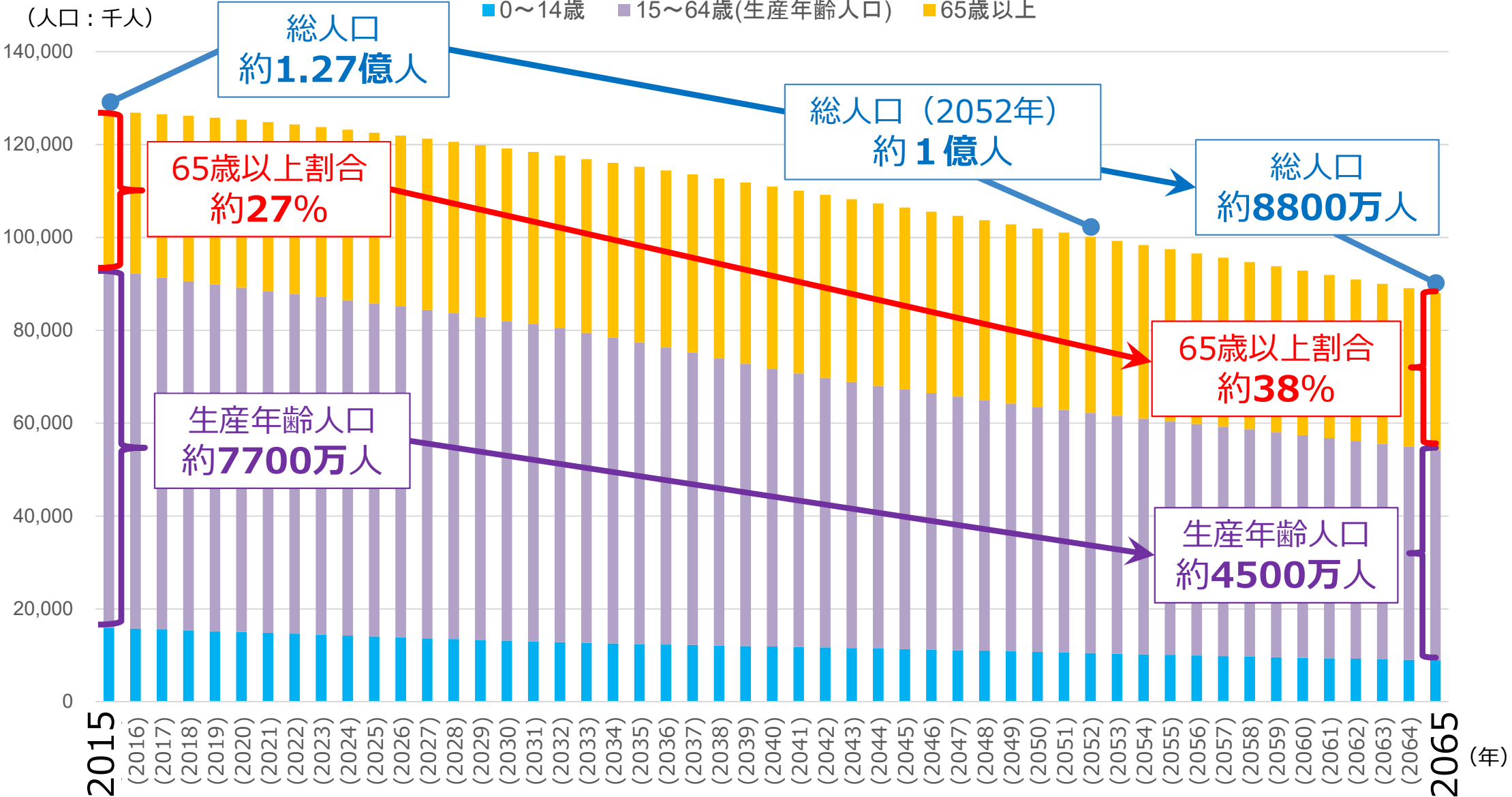
観光で国を開き、外国の人々に日本文化や日本人の本質に触れて貰うことを通じて、日本人自らも、その価値を再認識し、自らの文化や地域を誇りに思う。



＜仙台七夕祭り＞

人口減少・少子高齢化の推移・予測

- 今後、人口減少が進み、**2052年には1億人**程度となり、**2065年には約30%減少**する見通し。
- 少子高齢化が急速に進行しており、**2065年には総人口の約38%が65歳以上**になる見通し。
- それにより、**生産年齢人口は2065年には約40%減少**する見通し。



(国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(中位推計))

観光交流人口増大の経済効果（2019年）

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

定住人口 = 1億2,617万人
1人当たり年間消費額 = 130万円

旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円

国内旅行（海外分除く） 21.9兆円

うち宿泊旅行 17.2兆円
うち日帰り旅行 4.8兆円

訪日外国人旅行者

3,188万人

国内旅行者（宿泊 + 日帰り）

5億8,710万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億1,162万人
うち日帰り 2億7,548万人

1人1回当たり旅行支出
15万8,531円

1人1回当たり消費額
宿泊 5万5,054円
日帰り 1万7,334円

+

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

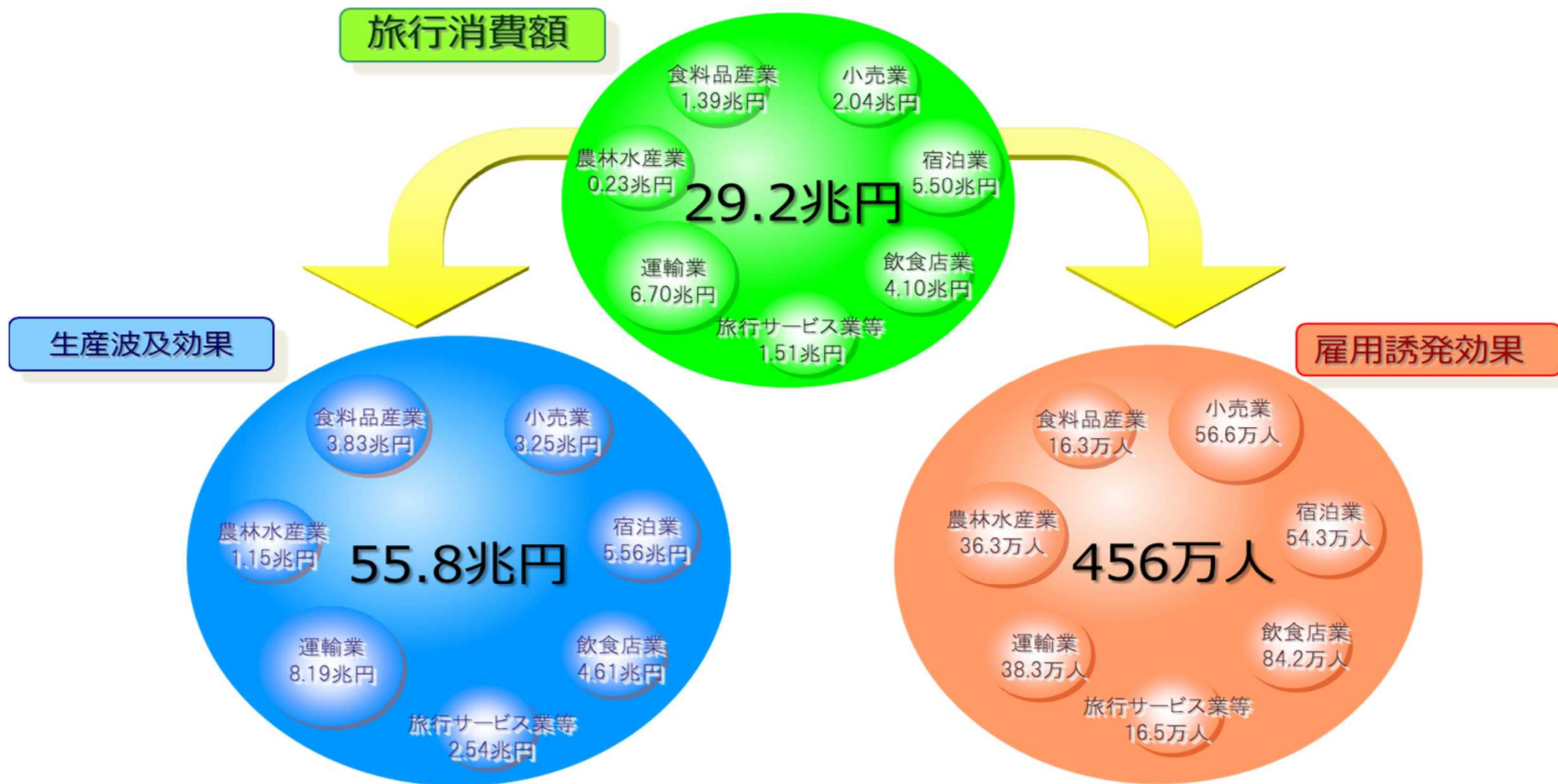
国内旅行者（宿泊）23人分

又は

国内旅行者（日帰り）75人分

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

旅行・観光消費の生産波及効果（2019年）



◆生産波及効果

新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけの効果が生じたのかを示したものの。（例えば、旅行・観光消費によってこれらに原材料（中間財）を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの）

※旅行消費額については、

- ・ 日本人国内旅行（宿泊旅行および日帰り旅行）、日本人海外旅行の国内消費分および、訪日外国人の旅行等による消費額の合計。
 - ・ 国際基準（UNWTO）に則り算出。P6の額に、別荘の帰属家賃等を追加計上。
- 出展：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

I .観光に期待される役割・意義

1 .観光の役割・意義

2 .観光産業の役割・意義

(1) 宿泊業の役割・意義

(2) 旅行業の役割・意義

II .観光を取り巻く現状と課題

1 .観光地を取り巻く現状と課題

2 .観光産業の現状と課題

(1) 宿泊業の現状と課題

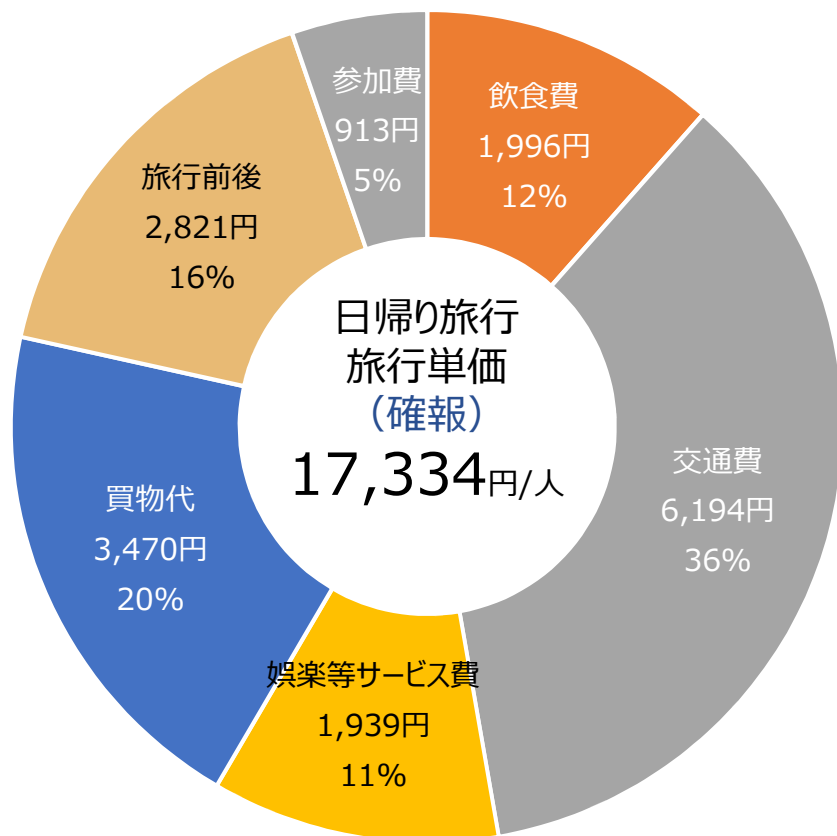
(2) 旅行業の現状と課題

III .国の既存施策

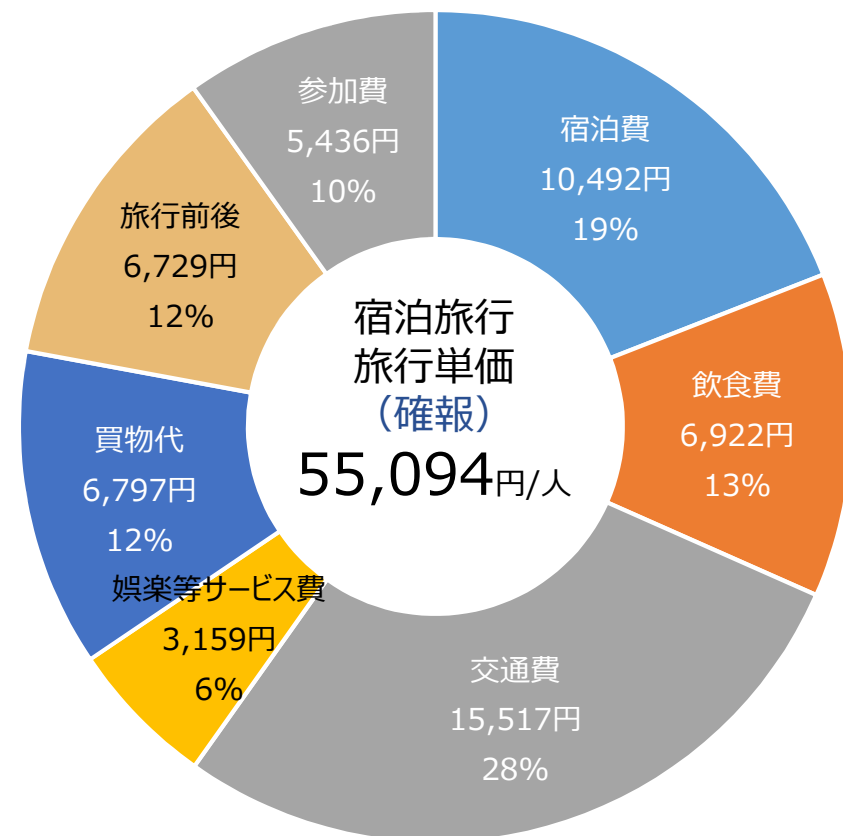
地域全体での観光消費の押し上げ

- 一人当たり宿泊旅行単価は日帰り旅行単価と比べ約3倍と消費額が大きくなる。
- 宿泊旅行では訪問先地域での滞在時間が増加することにより地域全体での旅行消費を押し上げ、宿泊費のみならず飲食費や買物代等の旅行単価の上昇にも寄与している。

2019年日本人国内旅行の1人1回当たり旅行支出



約3倍

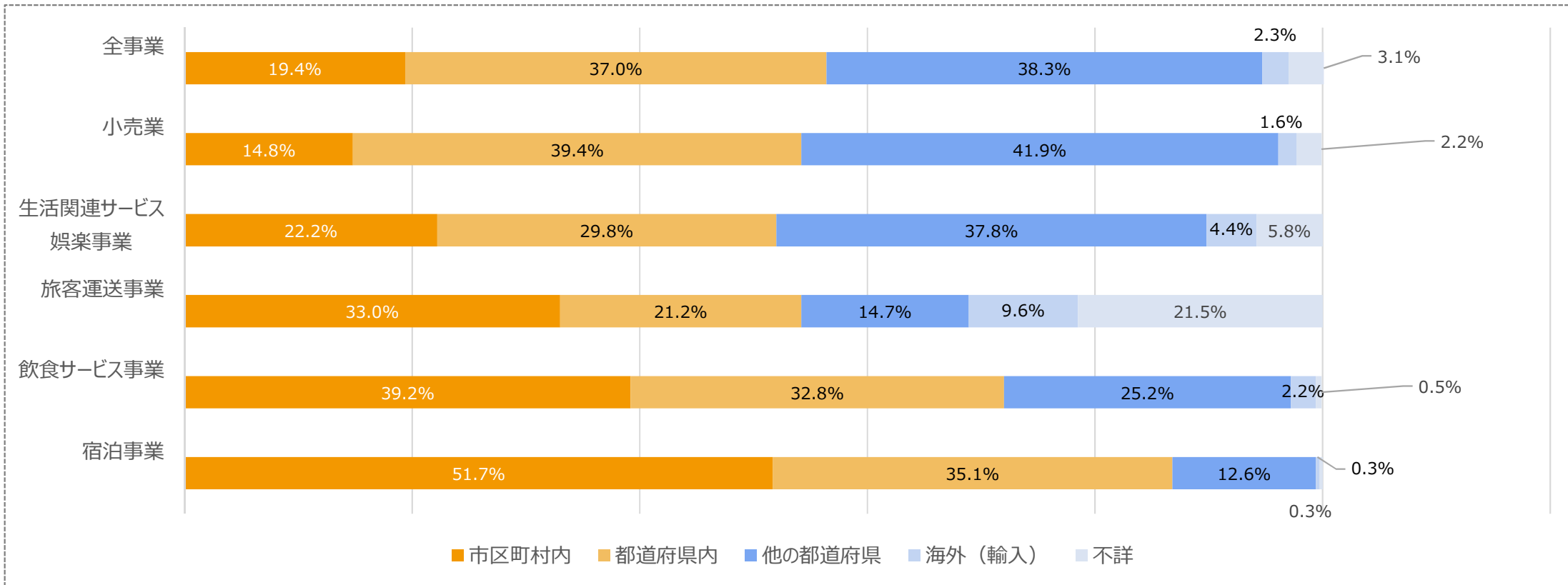


【参考】
 旅行前消費：菓子代、美容室・理容室代等
 旅行後消費：写真のプリント・現像、衣類のクリーニング
 参加費消費：パック・団体旅行の参加費

地域への経済分配

- 宿泊業は材料やサービスの地元周辺地域からの仕入れ割合が8割を超え、他の業種より高いことから地域への分配効果大きい。

主な仕入れ・材料費・外注費の支払先地域

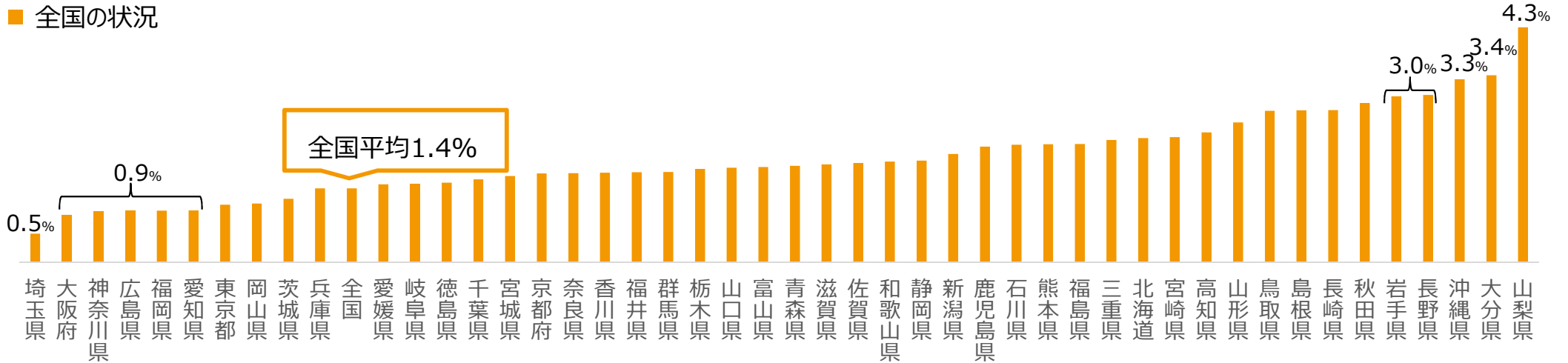


出典：観光庁「観光地域経済調査の結果」

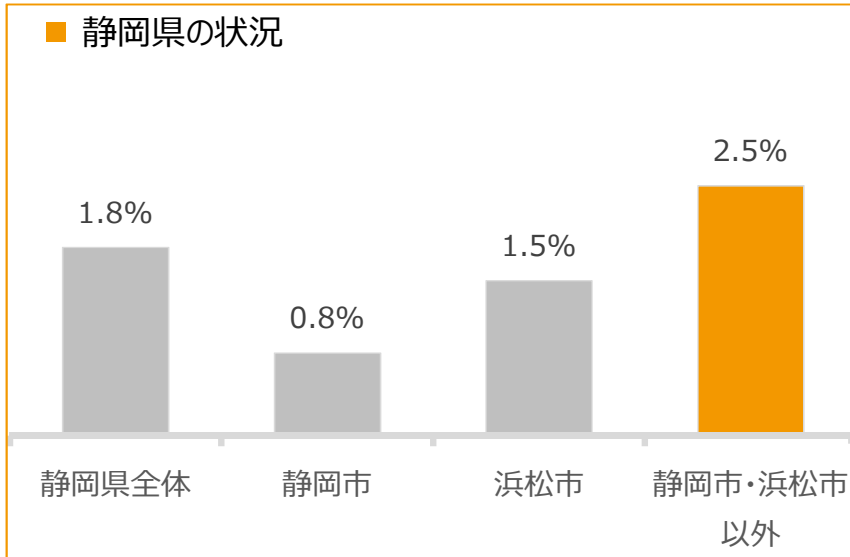
地方部における雇用

- 宿泊業の都道府県別の従業員割合は地方部の割合が高く、三大都市など都市部にいくほど低い。
- 宿泊業は地方部の雇用をより多く担っている。

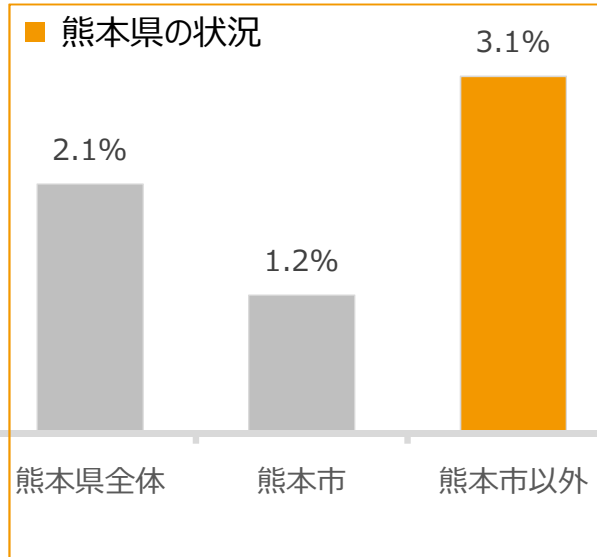
■ 全国の状況



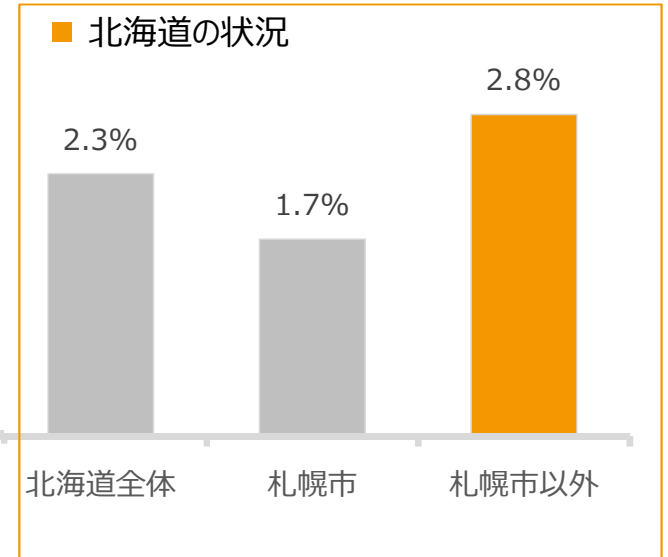
■ 静岡県の状況



■ 熊本県の状況



■ 北海道の状況



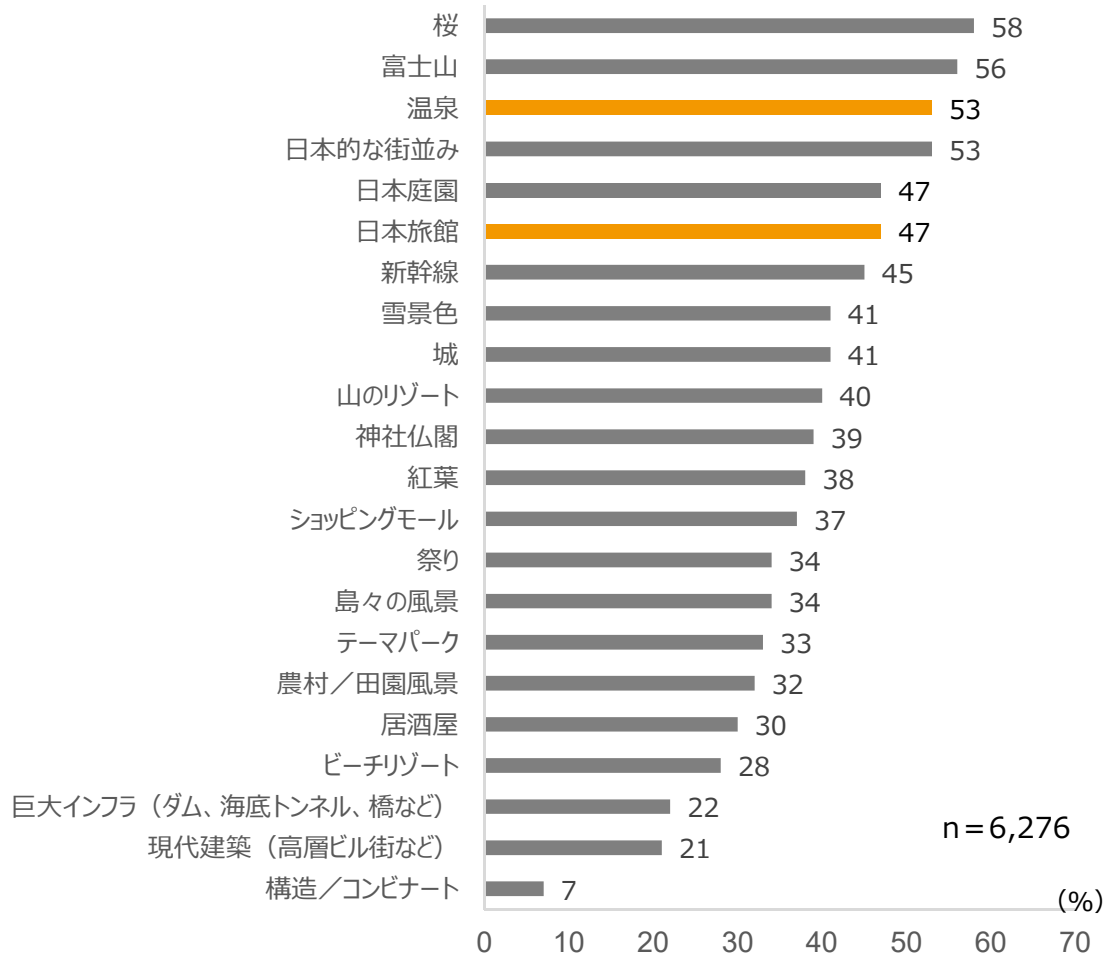
【算定方法】宿泊業の都道府県別従業員総数から全産業の都道府県別従業員総数の割合

出典：総務省「経済センサス-活動調査」より観光庁作成

日本固有の文化を体感できる観光資源

- 旅館は、有形文化財として登録されているなど伝統建築物の建物も多く、畳敷きの部屋や居間など我が国独特の客室空間を有している。
- また、温泉や露天風呂など我が国独特の入浴設備も有するなど、日本の伝統と文化を守り伝えるものとして、単なる宿泊施設としてだけでなく我が国の重要な観光資源の一つとなっている。

行ってみたい日本の観光地のイメージ

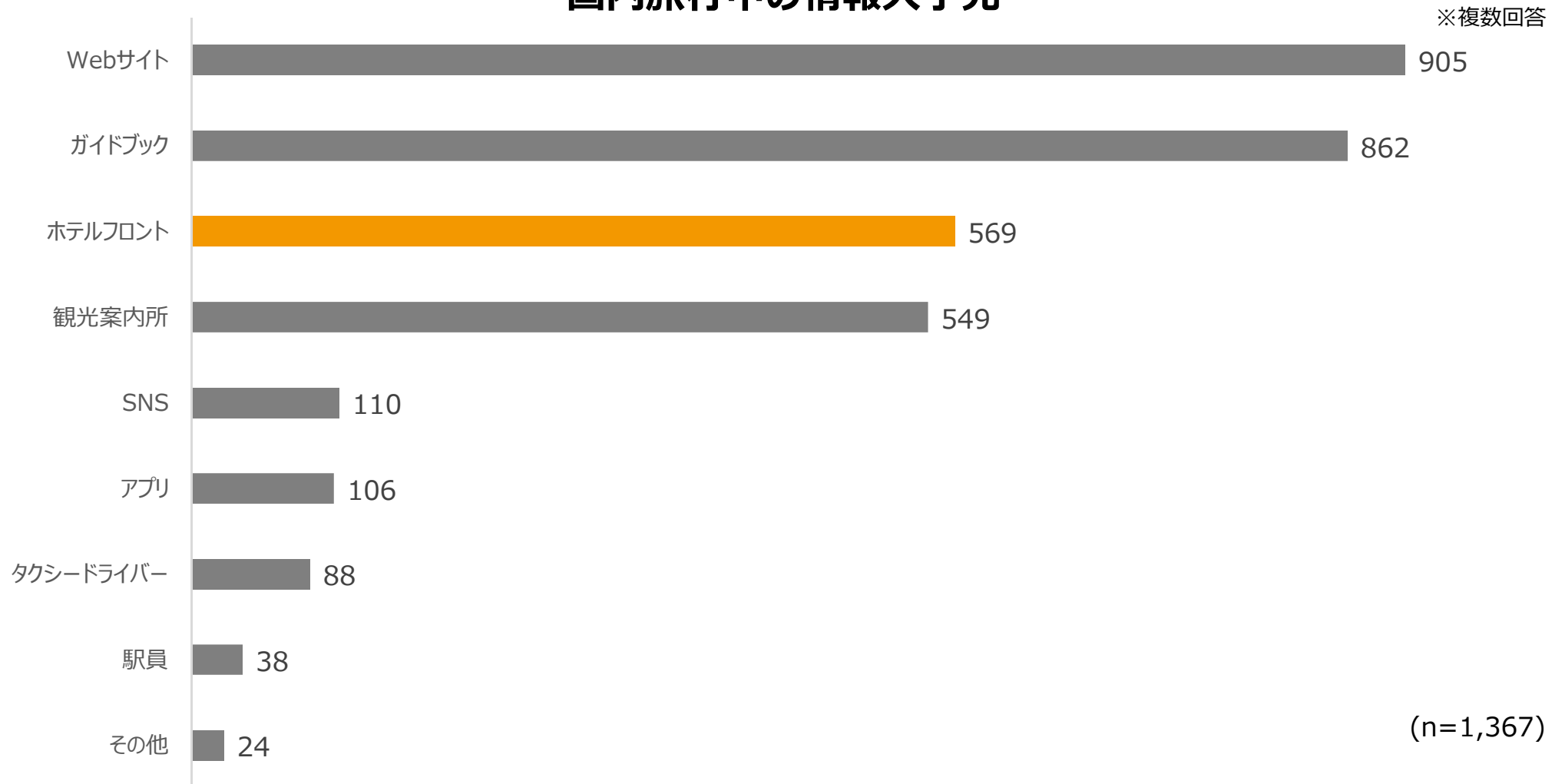


写真提供：「おちあいろう」

観光地域内の橋渡し

- 旅行者は旅先でのローカルな観光情報を現地の宿泊施設（フロントや従業員等）で入手するケースが多く、宿泊施設は旅行者と観光地域内を繋ぐ橋渡し役を担っている。

国内旅行中の情報入手先



有事におけるセーフティネット①

- 災害発生時には旅館・ホテルが避難所として被災者を受け入れるなど、自治体と連携して地域のセーフティネットとしての機能を果たしている。

事例) 静岡県熱海市・熱海温泉 HOTEL ACAO/熱海ニューフジヤホテル

- 2021年7月3日、熱海市の伊豆山地区で大規模な土石流災害が発生。被災した範囲は延長約1km、最大幅約120mに及び、約130棟が被害を受けた。

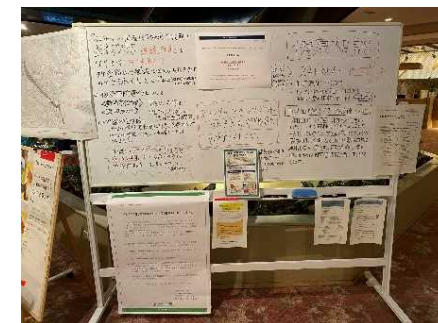
災害発生後の対応

- HOTEL ACAOは災害発生の一報から1時間後に、経営陣が炊き出しを決定。発生翌日の7月4日12:00から19:00まで、ホテルの大型ホールで100食分のおにぎりと豚汁を提供した。続けて大浴場やロビー、コインランドリーを解放し、充電器を無償で提供。救援物資を受け入れるためのヘリポートも提供した。
- 熱海市などと協議し、7月4日にHOTEL ACAOと熱海ニューフジヤホテルの2軒が、**被災者の避難所として施設を提供することを決定**した。
- 7月6日時点で両ホテルに避難したのは計562人。内訳は**熱海ニューフジヤホテルが507人、HOTEL ACAOが高齢者介護施設の入居者と職員55人**。
- 熱海ニューフジヤホテルは原則 1 世帯に 1 部屋を割り当て 1 階ロビーでは水や衣類などの物資を配布。市の保健師らが心身のケアに当たる場所も設置された。HOTEL ACAOは介護施設の入所者と職員が集団生活を送れるよう、広い宴会場などを用意。避難者からは「個室で安心」「風呂や冷房ありがたい」といった声が上がった。
(時事通信2021年7月9日の配信記事より)

写真提供：熱海市・熱海ニューフジヤホテル



(受付の様子)



(災害情報)



(地下駐車場の様子)

新型コロナウイルス感染軽症者等の受け入れ②

- 重症者に対する医療資源の確保を図るため、症状等から入院が必要な状態ではないと考えられる軽症者等を自治体が用意した宿泊施設において受け入れ。東京都ではこれまで8万人以上がホテルで宿泊療養を実施。

東京都における宿泊療養施設

番号	名称	番号	名称
1	the b 池袋	20	アパホテルT K P 日暮里駅前
2	ダイナイスホテル東京	21	ファーイーストビレッジホテル東京有明
3	東横INN新宿歌舞伎町	22	ホテルグレイスリー新宿
4	東横INN東京駅新大橋前	23	東京ベイ有明ワシントンホテル
5	イーストタワー（品川プリンスホテル）	24	東横INN羽田空港2
6	アパホテル浅草田原町駅前 ※令和3年3月31日終了	25	カンデオホテルズ上野公園
7	東京虎ノ門東急REI ※令和3年3月31日終了	26	R&Bホテル蒲田東口
8	東横INN府中南武線南多摩駅前	27	アパホテル大森駅前
9	アパホテル&リゾート西新宿五丁目駅タワー	28	コンフォートホテル東京東神田
10	アパホテル山手大塚駅タワー	29	KOKOHOTEL銀座一丁目
11	東横INN池袋北口II	30	the b 赤坂
12	アパホテル品川泉岳寺駅前	31	R&Bホテル上野広小路
13	アパホテルブライド国会議事堂前	32	R&Bホテル東京東陽町
14	アパホテル東新宿歌舞伎町タワー	33	アパホテル上野広小路
15	東急ステイ高輪	34	新宿ワシントンホテル新館
16	八王子スカイホテル ※令和3年10月31日終了	35	THE KNOT TOKYO Shinjuku
17	アパホテル新宿御苑前	36	アパホテル新宿歌舞伎町タワー
18	吉祥寺東急REI ※令和4年1月15日終了	37	東京都ベトナム同伴宿泊療養施設
19	コンフォートホテル東京東日本橋		



(グリーンゾーンとレッドゾーンの境)



(ホテルレストランにてモニター監視)



(事務スタッフ勤務場所)



(各部屋に看護師の問診室を設置)

出典：東京都福祉保健局「新型コロナウイルス感染症の軽症者等に係る宿泊療養について」

I .観光に期待される役割・意義

1 .観光の役割・意義

2 .観光産業の役割・意義

(1) 宿泊業の役割・意義

(2) 旅行業の役割・意義

II .観光を取り巻く現状と課題

1 .観光地を取り巻く現状と課題

2 .観光産業の現状と課題

(1) 宿泊業の現状と課題

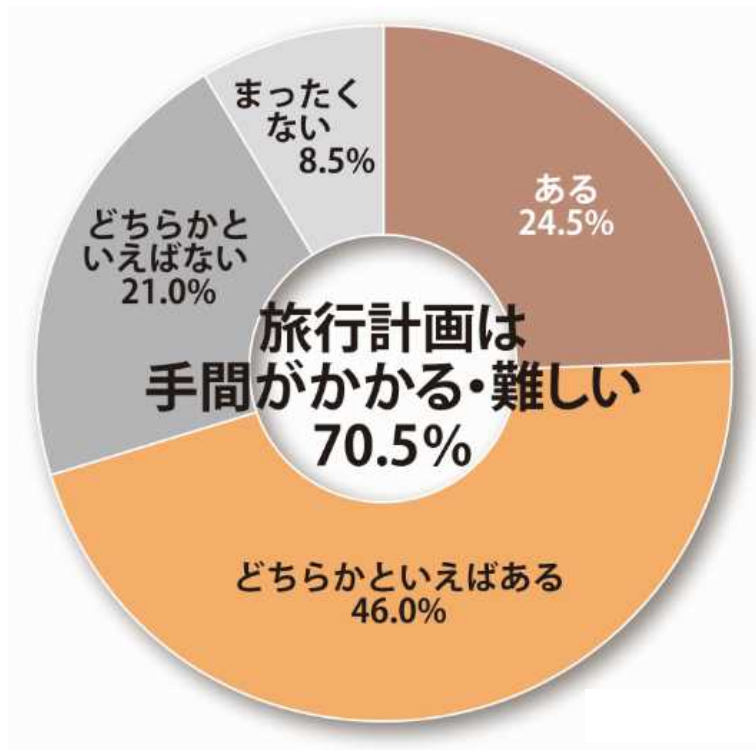
(2) 旅行業の現状と課題

III .国の既存施策

旅行需要実現のサポート

- 近年消費者による旅行の自己手配が増加する傾向にある一方、時間的制約や複雑・特別な手配の必要性等により、旅行会社による旅行の計画・手配が求められるケースは引き続き存在。
- とりわけ、教育旅行を含む団体旅行やユニバーサルツーリズム等においては、旅行の実施に旅行会社によるサポートが不可欠。

【旅行の計画（行き先の検索、ホテルや飛行機の予約、友人／家族との相談時間なども含む総合的な期間は）手間がかかる、または難しいと感じたことがありますか。】

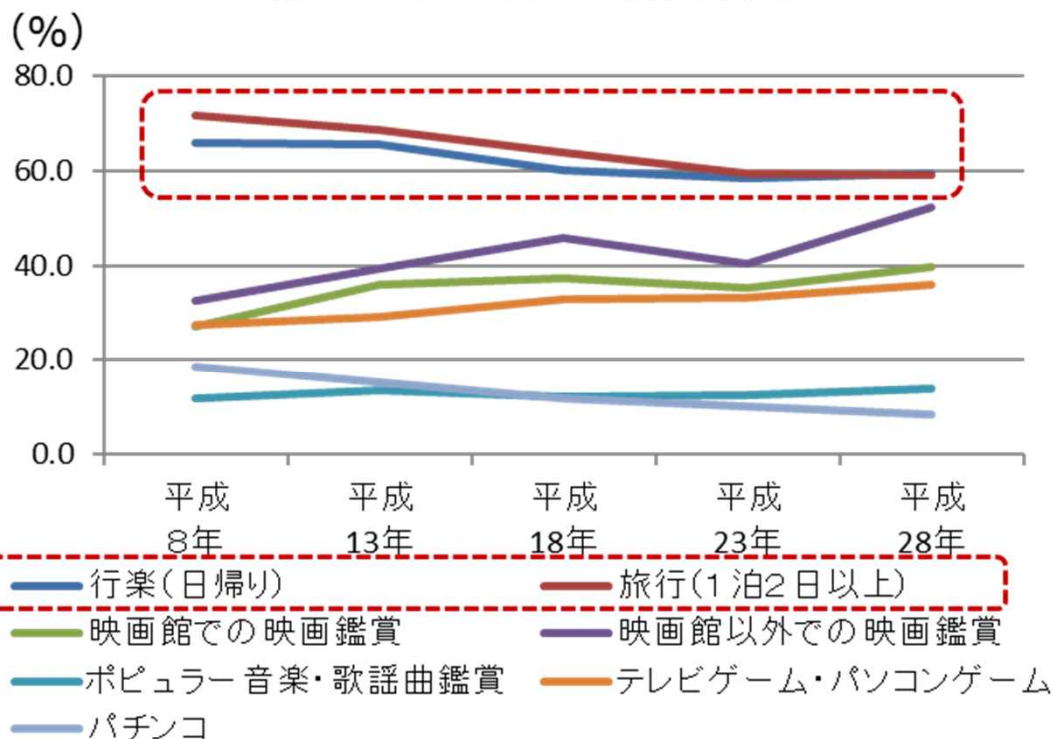


出典：旅工房「旅行計画」に関する意識調査

旅行需要の創出・拡大（動機付け）

- 旅行は余暇活動の一つであり、消費者の可処分時間・所得をめぐり他の余暇活動と競合。
- こうした中、魅力的な観光情報の発信や、旅行会社が介在することで初めて実現できる価値ある旅行商品を造成・提供することにより、消費者を動機付けし、潜在的な旅行需要の掘り起こしや観光消費の増大に貢献。

余暇の過ごし方の行動者率



余暇の過ごし方では、**行楽・旅行は減少傾向**にあるが、**映画鑑賞や、音楽鑑賞、テレビゲーム**などが増加し、**様々な趣味・娯楽が選択**されている

出所：総務省統計局「社会生活基本調査（昭和51年～平成28年）」



地方への交流人口・関係人口の創出

- 人口減少・少子高齢化の進展が見込まれる中、旅行業には地域に根差した魅力的な旅行商品の造成や情報発信を通じ、地方への交流人口の創出・増加につなげていくことが期待される。
- 旅行会社においては、都市人材と地方企業とのマッチング促進や、ワーケーション等を通じた地方への関係人口拡大に資するツアー造成の動きも見られる。

明日の日本を支える観光ビジョン 目標値と進捗状況

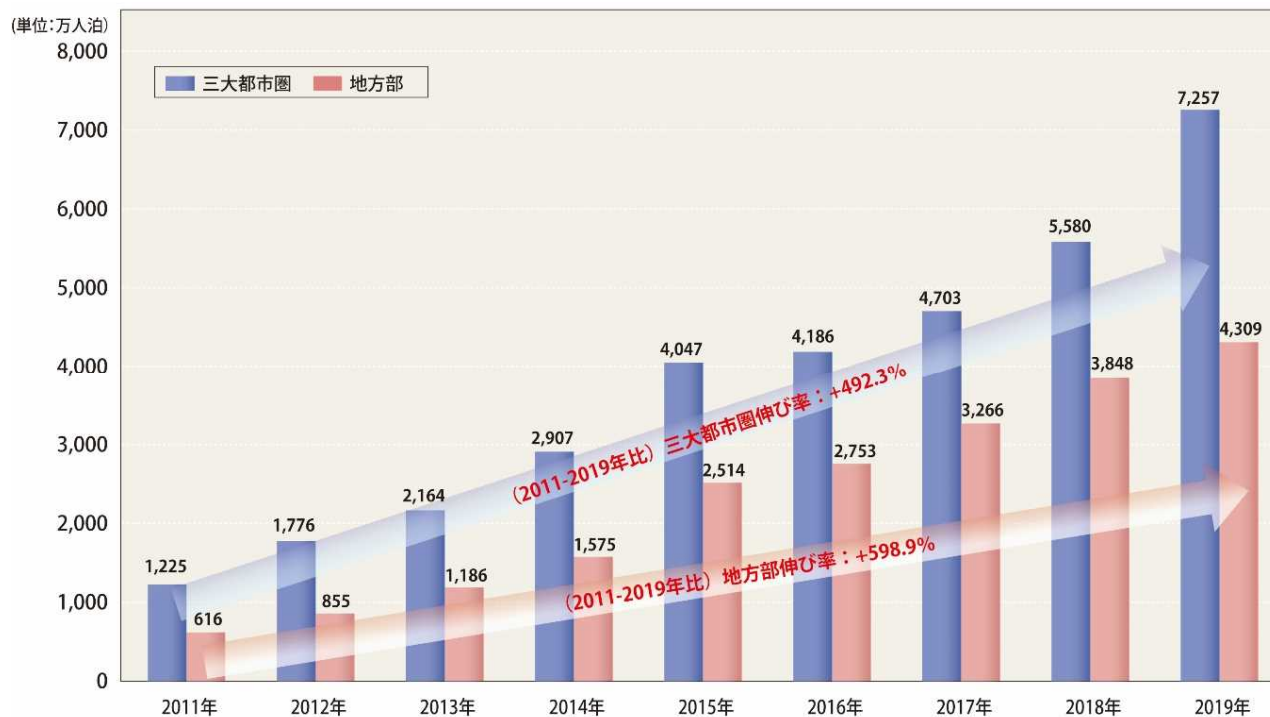
訪日外国人旅行者数

2019年: **3,188万人** 2030年: **6,000万人**

地方部での外国人延べ宿泊者数

2019年: **4,309万人泊** 2030年: **1億3,000万人泊**

■外国人延べ宿泊者数の推移（三大都市圏/地方部）



関係人口拡大に資する旅行商品の造成事例

(ANAセールス×パソナJOB HUB×Kabu K Style)

長崎県の産業と文化に触れるツアー ～長崎ランタンフェスティバルと軍艦島を海上見学～

コンセプト：長崎の新しい「資産」を見つける。海に囲まれた長崎県は、世界に誇れる造船業や漁業などの産業が盛ん。長崎県と海洋団体からの課題共有や、新旧の長崎のイノベーションである「海洋再生可能エネルギー」、明治日本の産業革命遺産に触れ、次の長崎につながる新しい産業を参加者が提案していく。

日程：2020年 2月 8日(土)～10日(月) 2泊 3日

地域の観光関係者の結び付け

- 旅行商品の企画・造成を通じて、旅行会社は宿泊・飲食・物産・交通・観光施設・ガイド等といった観光地内の多様な産業をつなぎ合わせる、横串を通す役割を担っており、地域一体となった観光地の魅力向上・発信に貢献。



持続可能な観光への貢献

- 観光が将来に亘って我が国経済の発展・地域の活性化を牽引していくためには、自然環境や文化遺産等をはじめとする観光資源や観光産業を次の世代へと受け継いでいくことが不可欠。
- 旅行業には、地域の価値ある観光資源が適切な形で活用・保全されていくよう、地域の関係者と協働して持続可能な観光の実現に取り組んでいくことが期待される。

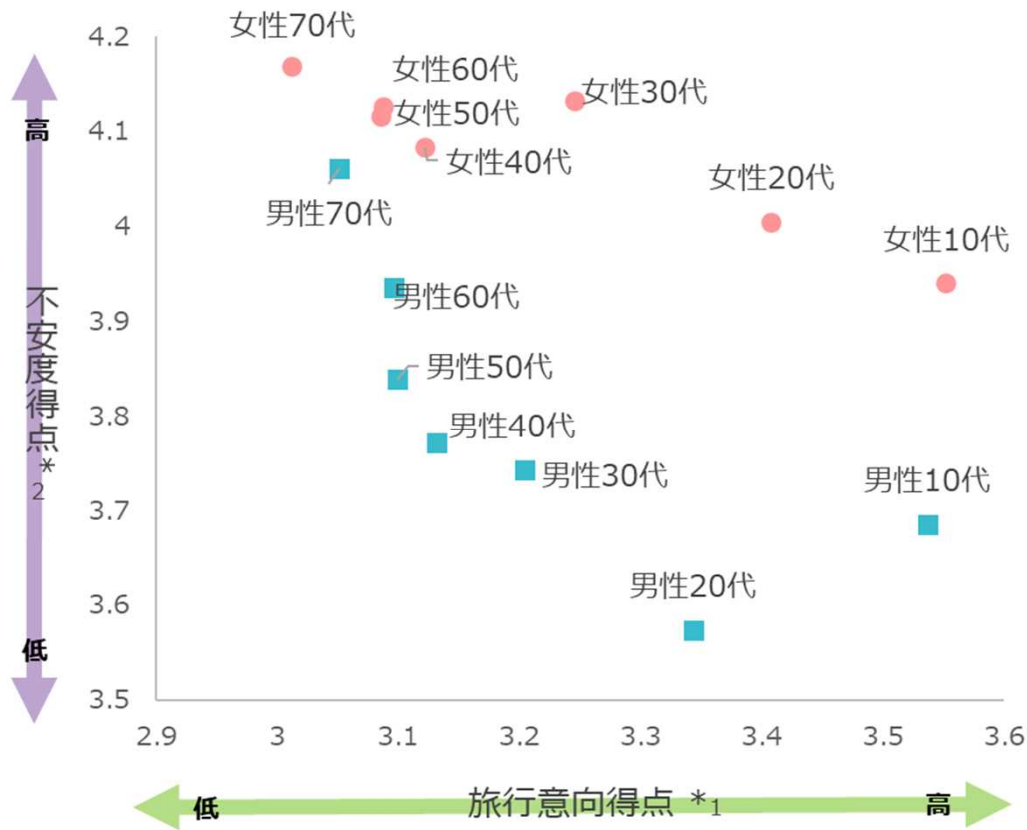
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



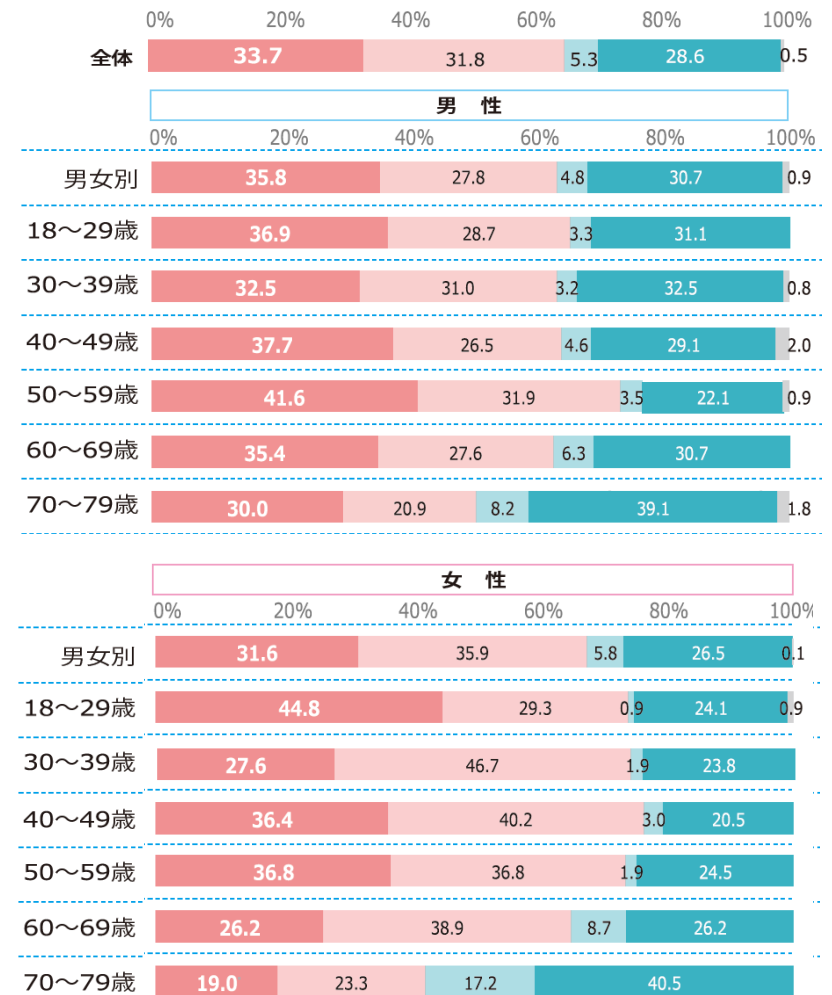
旅行の安心・安全確保①（旅行者の不安払拭）

○ 海外旅行を中心に新型コロナウイルスの収束後の旅行についても消費者の不安がみられる中、旅行会社には、主催旅行における利用施設や交通機関等の衛生管理の確保、適切な情報提供・発信など、旅行者の不安を取り除き、旅行需要の円滑な回復に貢献することが期待される。

新型コロナウイルス収束後の旅行意向 コロナ禍に対する不安度
(2021年10月)



Q. 新型コロナ収束後、海外の観光レクリエーション旅行へ行きたいと思いませんか。



■ 行きたい ■ 当面(2年間程度)は行きたくない/様子をうかがう ■ 収束後も、もう行きたくない ■ 新型コロナウイルスの流行に関係なく、旅行には行きたくない ■ 無回答

出典：公益財団法人日本交通公社「第31回旅行動向シンポジウム：
コロナ禍における日本人旅行者の動向・意識」

旅行の安心・安全確保②（災害発生時の対応）

- 旅行会社は、災害発生時に地域住民・来訪者の避難先や交通手段の手配など自治体と連携して地域のセーフティネットとしての機能を果たすことも期待されている。

日本旅行、「大規模災害時における名古屋市及び他自治体間の応援職員にかかる宿泊施設等の確保に関する協定」を締結

日本旅行は、2021年3月30日、「大規模災害時における名古屋市及び他自治体間の応援職員にかかる宿泊施設等の確保に関する協定」を名古屋市と締結した。この協定は、地震、風水害等の大規模災害が発生した場合に、自治体間で相互に派遣する応援職員の宿泊施設及び移動手段を迅速かつ円滑に確保する事を目的とするもので、名古屋市の応援・受援にかかる災害対応力の強化を図るため連携・協力を行う。



<背景>

名古屋市は、大規模災害における対策強化を進めており、応援職員の宿泊・交通の斡旋業務を迅速に行うため、旅行会社との協定締結を進めており、名古屋に中部営業本部を置く日本旅行との協定が決まった。

1. 協定締結日

2021年（令和3年）3月30日

2. 協定内容

日本旅行では、災害が発生した際に、速やかに宿泊予約を開始し、特別契約を結ぶ宿泊施設や当社が保有する在庫から客室を提供する。また、バスやレンタカーなど職員の交通手段の手配、宿泊する施設の受け入れ可能人員や食事・入浴提供の可否・駐車場の有無などの情報提供を行う事となっている。

阪急交通社、宝塚市と「災害時の旅行手配及びボランティア協力に関する協定」を締結

阪急交通社は、宝塚市と「災害時の旅行手配及びボランティア協力に関する協定」を2021年6月24日に締結した。この協定は、宝塚市内で地震、風水害などの大規模災害が発生した場合に、阪急交通社が宿泊、交通機関、食事等を確保し、迅速かつ円滑な災害対応の遂行および復興を図ることを目的としている。



1. 協定締結日

2021年（令和3年）6月24日 （左）阪急交通社 社長 酒井 淳 （右）宝塚市長 山崎晴恵

2. 協力内容

宝塚市において大規模な地震や風水害、火災などが発生した場合に、当社は次の協力を行う

- (1) 災害対応に従事する者が必要とする宿泊、交通機関、食事、保険等の手配支援
- (2) 自主避難者がホテルや旅館へ分散避難するための宿泊手配支援
- (3) 阪急交通社グループ所属従業員に対する災害従事ボランティア活動への参加呼び掛け

※ (1) は、宝塚市が災害時の協力に関する協定を締結している自治体で発生した災害に対して職員等を派遣する際の手配も想定している

I .観光に期待される役割・意義

1 .観光の役割・意義

2 .観光産業の役割・意義

(1) 宿泊業の役割・意義

(2) 旅行業の役割・意義

II .観光を取り巻く現状と課題

1 .観光地を取り巻く現状と課題

2 .観光産業の現状と課題

(1) 宿泊業の現状と課題

(2) 旅行業の現状と課題

III .国の既存施策

平成28年3月30日策定

これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
 - ・ 赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放
- 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
 - ・ 2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
 - ・ 2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
 - ・ 2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
 - ・ 60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、民泊ルールの整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援
- あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
 - ・ 欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
 - ・ MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
 - ・ 首都圏におけるビジネスジェットの受入環境改善
- 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
 - ・ 2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
 - ・ 観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

視点 3

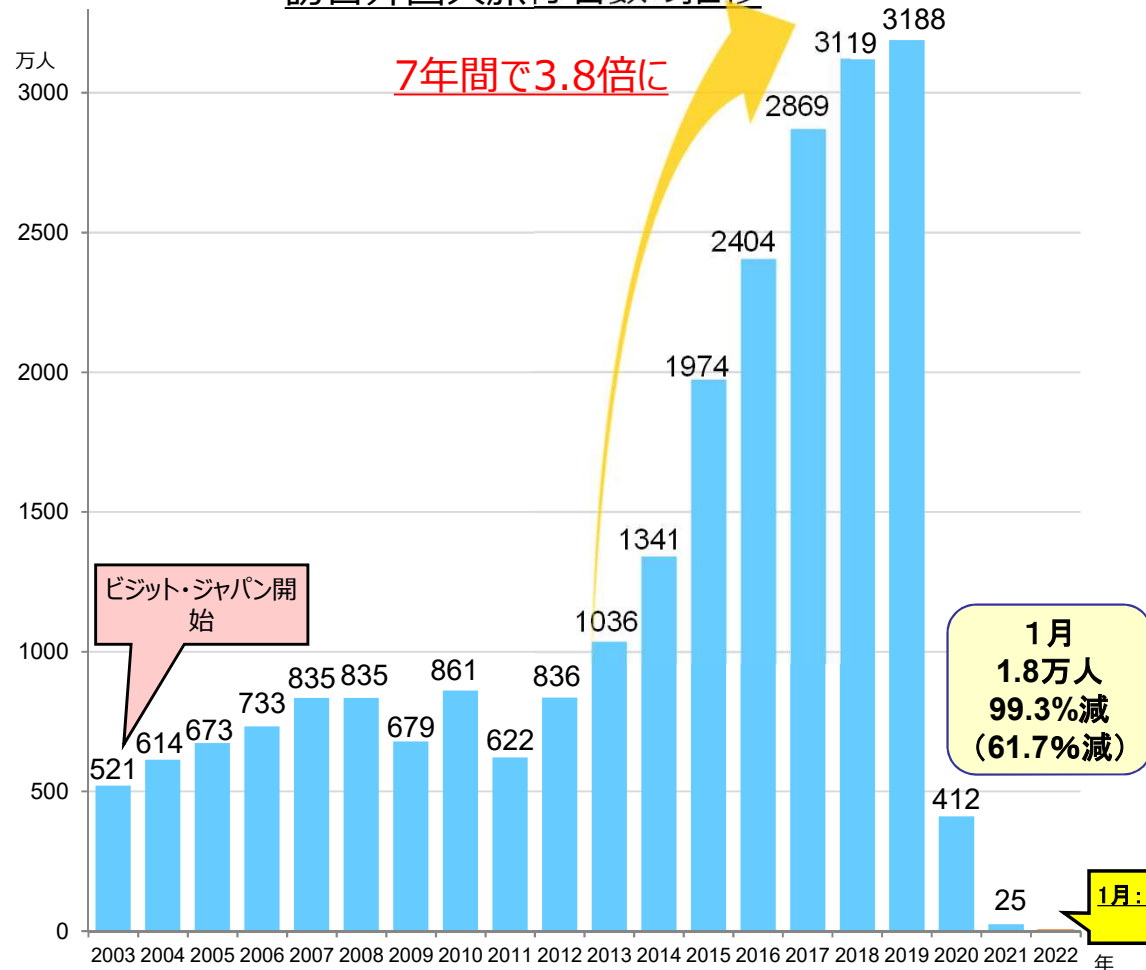
「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
 - ・ 世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
 - ・ ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現
 - ・ キャッシュレス観光を実現
- 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
 - ・ 「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化
 - ・ 新幹線開業やコンセクション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現
- 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現
 - ・ 2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
 - ・ 家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

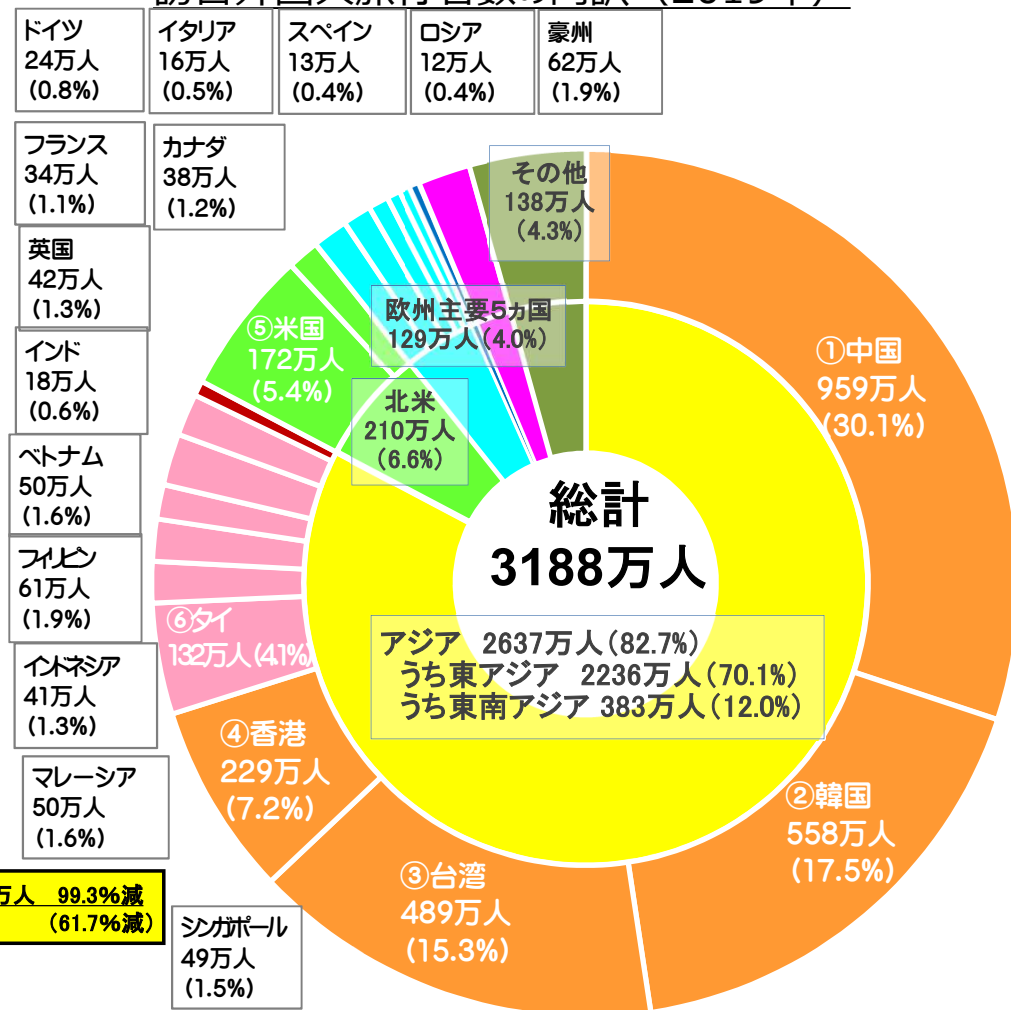
訪日外国人旅行者数の推移

- **2020年（令和2年）の訪日外国人旅行者数**は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行による旅行控えや、航空便の大幅な減少等により、**対前年比マイナス87.1%の412万人**となり、ビジット・ジャパン事業開始以前の1998年（平成10年）と同程度となった。
- 2019年訪日外国人旅行者数の内訳は、東アジア2,236万人、東南アジア383万人、欧米豪413万人。

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行者数の内訳（2019年）



注) 2020年以前の値は確定値、2021年及び2022年1月の値は推計値、
%は対2019年同月比、()内は対前年同月比

資料：日本政府観光局（JNTO）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。

訪日外国人旅行消費額の推移

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

- ・訪日外国人**旅行者数**は、**約3.8倍増の3,188万人**に
- ・訪日外国人**旅行消費額**は、**約4.4倍増の4.8兆円**に

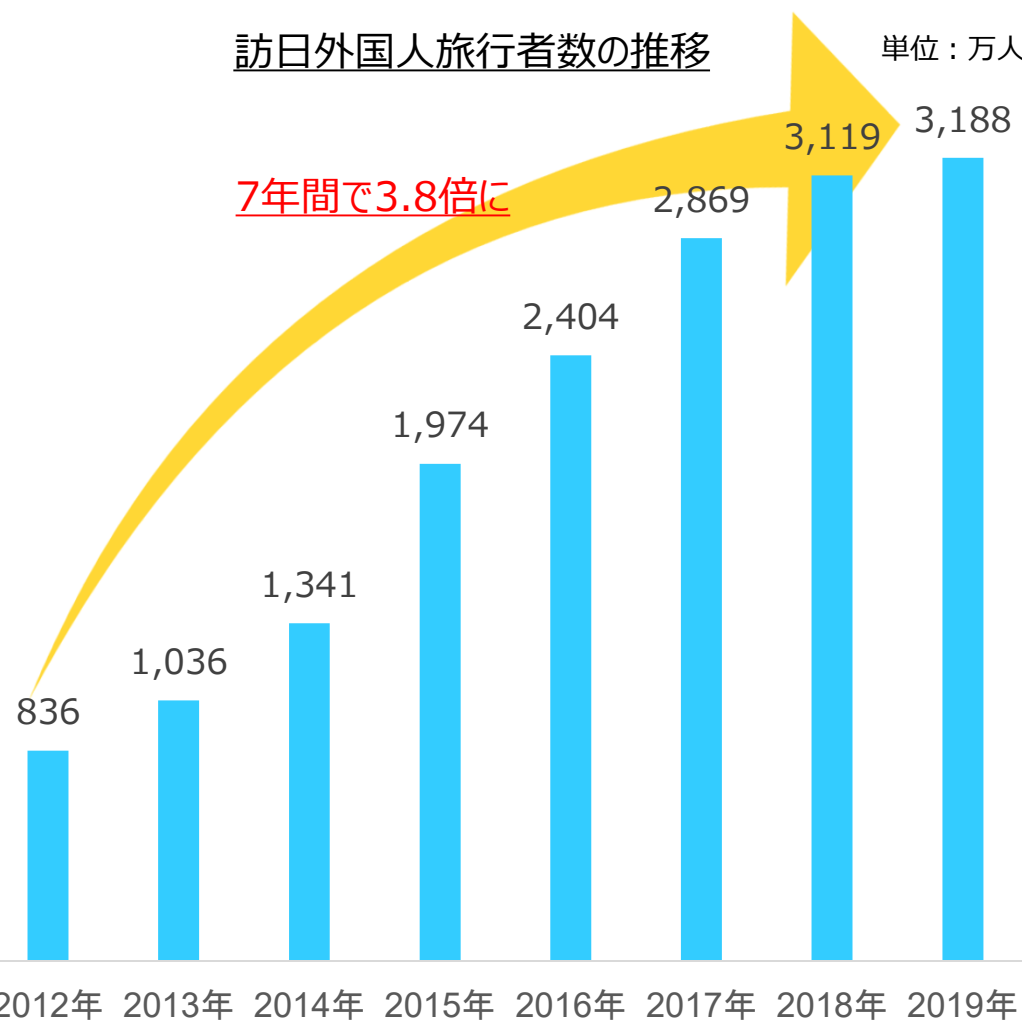
(2012年) (2019年)

836万人 ⇒ 3,188万人

1兆846億円 ⇒ 4兆8,135億円

訪日外国人旅行者数の推移

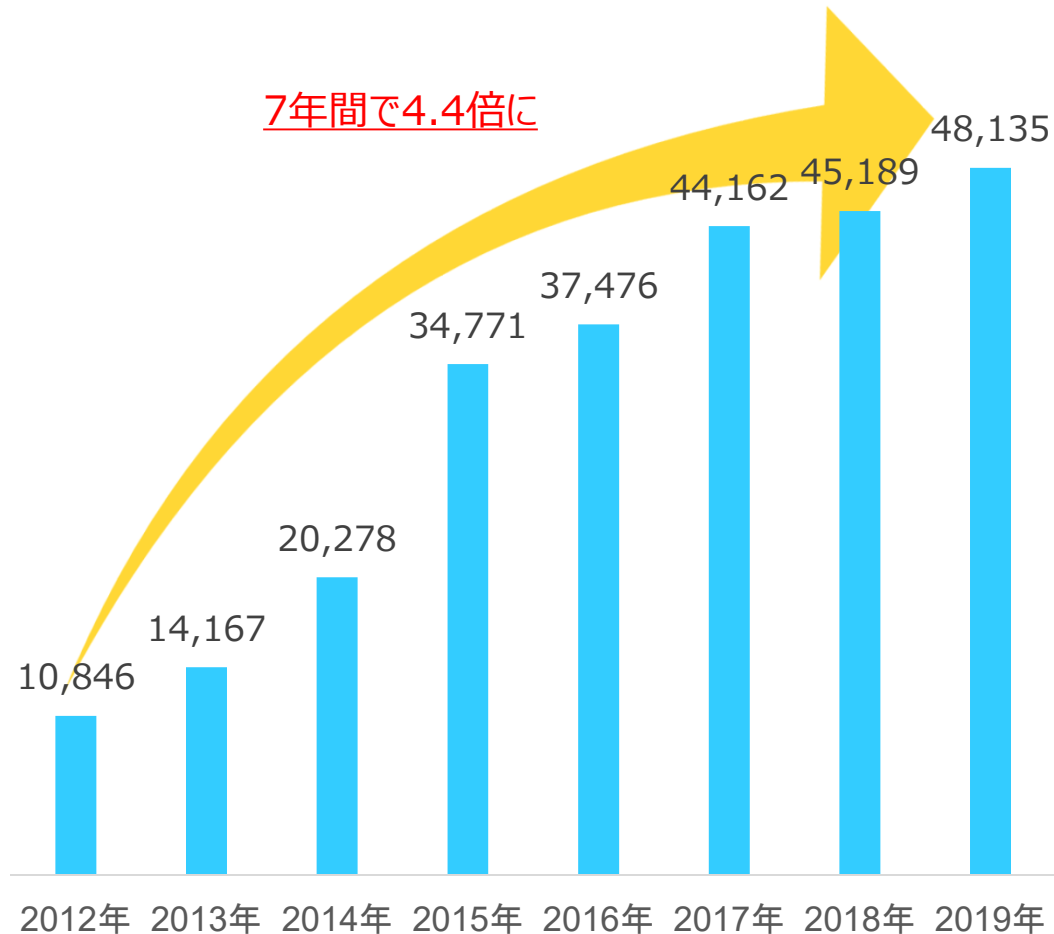
単位：万人



7年間で3.8倍に

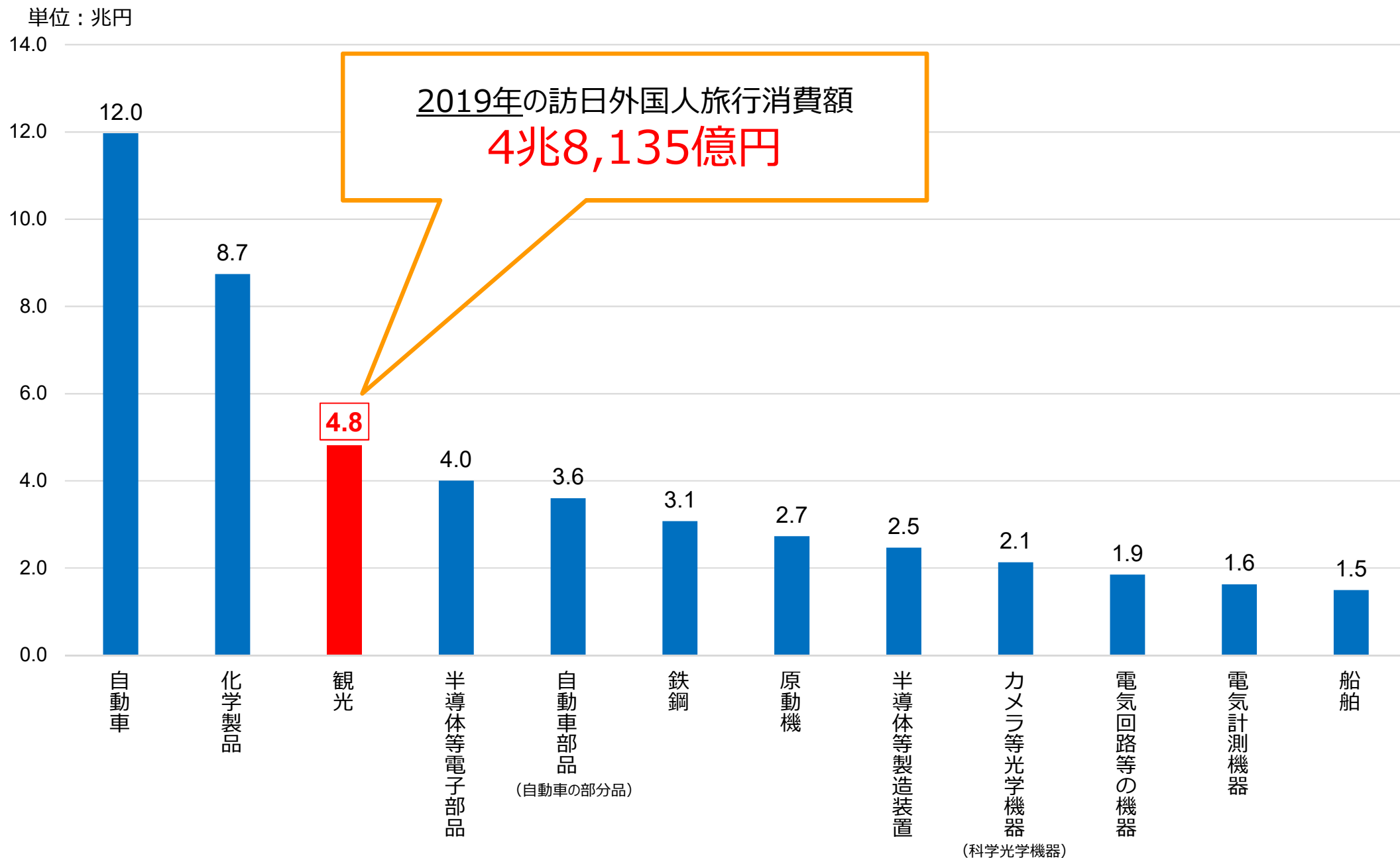
訪日外国人旅行消費額の推移

単位：億円



7年間で4.4倍に

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較



資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

訪日外国人の訪問先

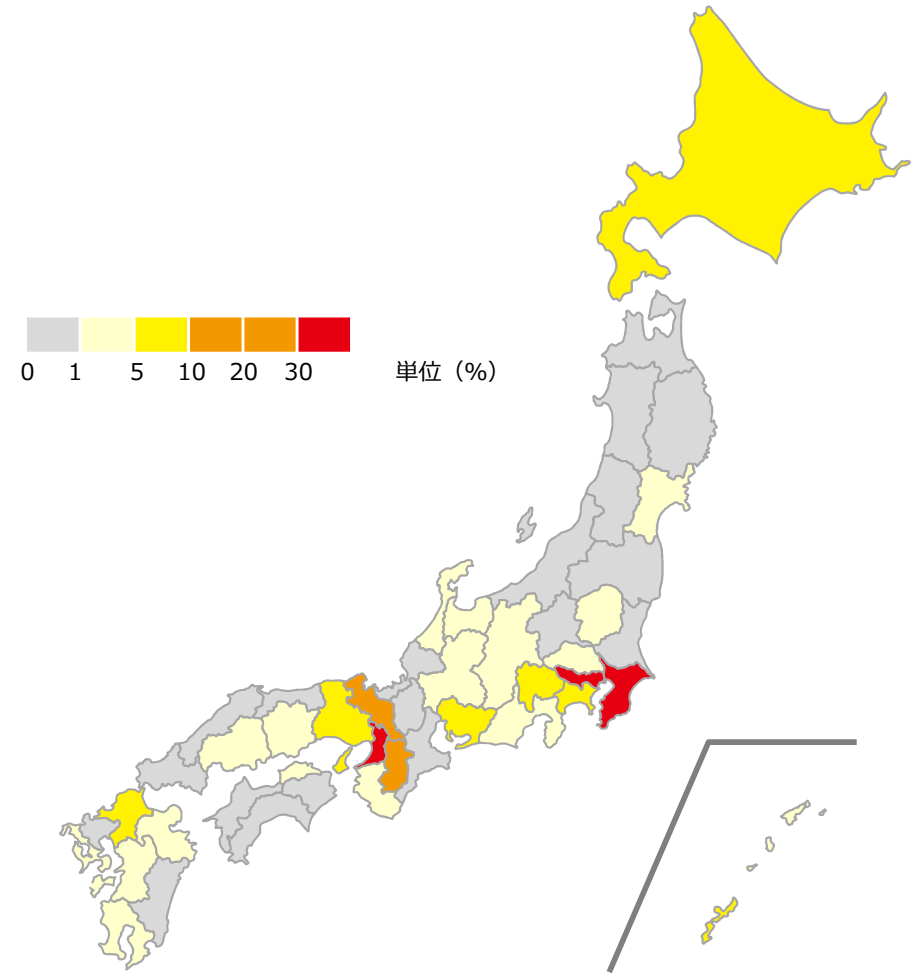
○ 訪日外国人旅行者の訪問先は、ゴールデンルート（※）が中心となり、地方部への訪問意向は低い。

※「ゴールデンルート」とは、東京－大阪エリア間を周遊する訪日旅行の定番コース（東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪など）

■ 訪日旅行者の都道府県別訪問ランキング

順位	都道府県	訪問率	順位	都道府県	訪問率
1	東京都	47.2%	15	広島県	3.0%
2	大阪府	38.6%	16	岐阜県	3.0%
3	千葉県	35.1%	17	長野県	2.9%
4	京都府	27.8%	18	石川県	2.0%
5	奈良県	11.7%	19	熊本県	1.9%
6	愛知県	9.0%	20	長崎県	1.5%
7	福岡県	8.7%	21	栃木県	1.3%
8	北海道	8.0%	22	富山県	1.1%
9	神奈川県	7.8%	23	和歌山県	1.1%
10	沖縄県	6.1%	24	埼玉県	1.1%
11	兵庫県	6.0%	25	鹿児島県	1.0%
12	山梨県	5.5%	26	岡山県	1.0%
13	静岡県	4.8%	27	宮城県	1.0%
14	大分県	3.3%	28	香川県	1.0%

（注）訪問率1%未満の都道府県は省略



三大都市圏と地方部の比較

○ 三大都市圏（※）と比較し、地方部への観光客の伸びは相対的に小さく、地方部の客室稼働率は約5割程度。

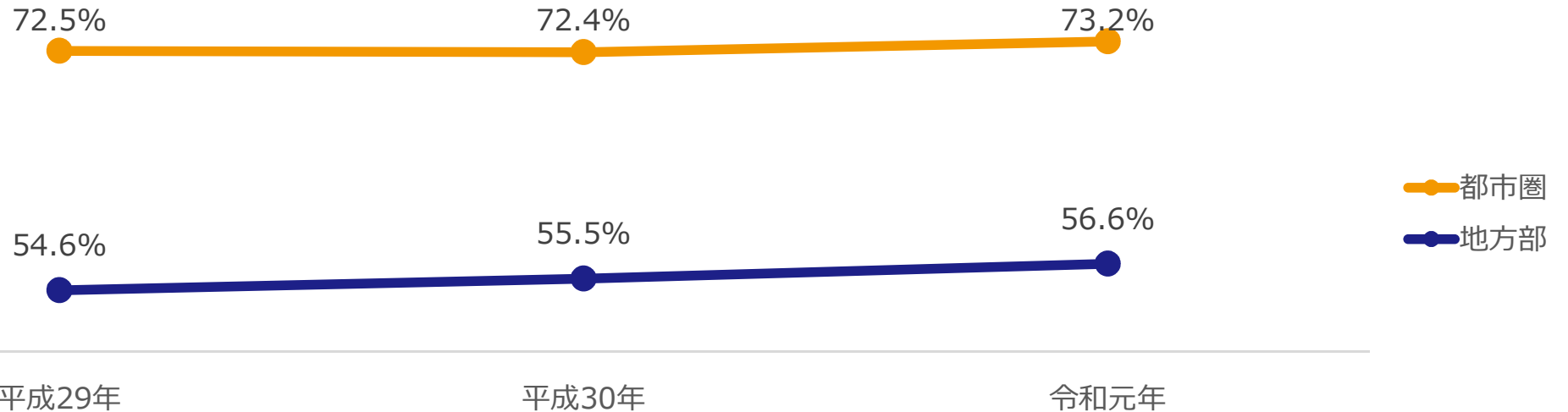
※三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県。

■ 訪日外国人延べ宿泊者数比較（三大都市圏及び地方部）

(単位：万人泊)



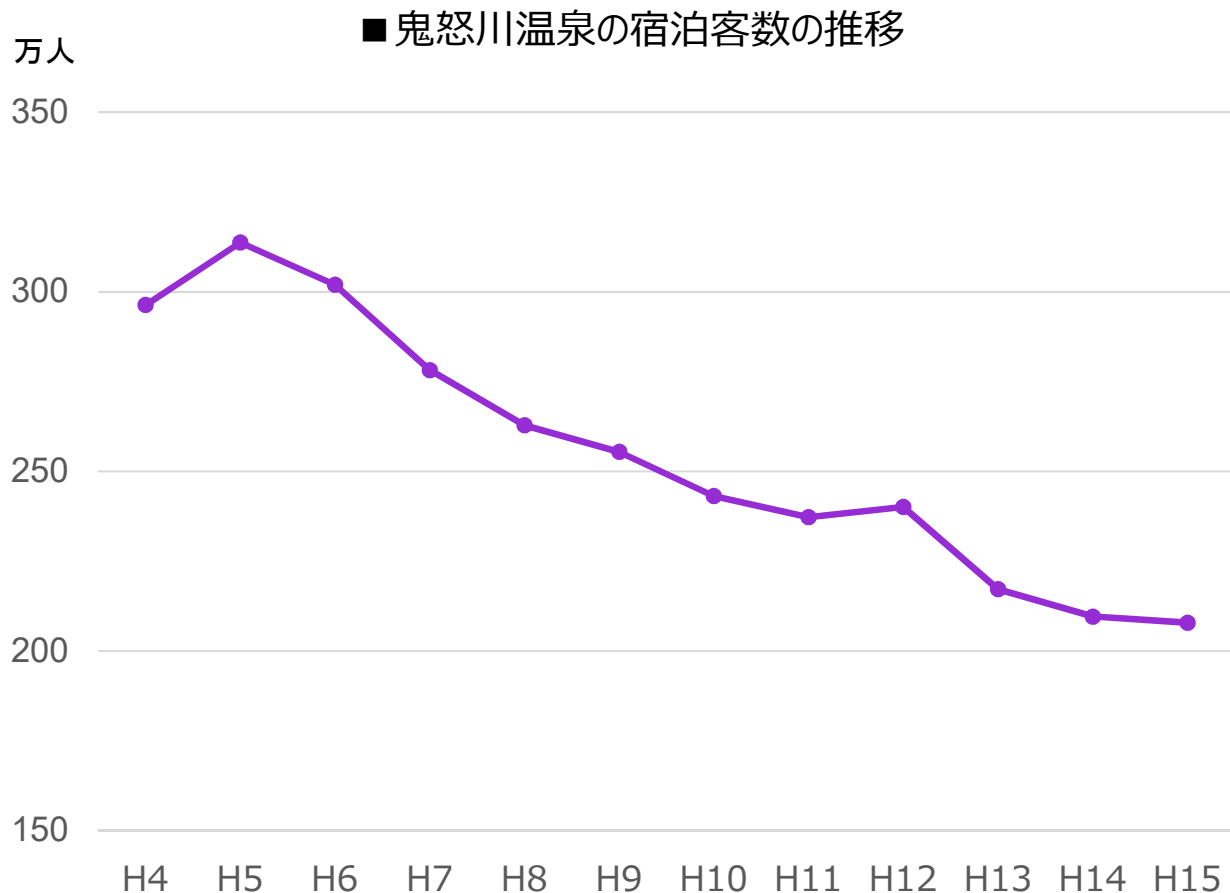
■ 客室稼働率比較（三大都市圏及び地方部）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成

ビジネスモデルの転換の遅れ

- 温泉・観光地では、1980年代から90年代にかけて旺盛な団体旅行需要に対応する形で宿泊施設の大型化等が進んだが、旅行形態や消費者ニーズの変化に伴い、宿泊客数・稼働率とも低減。
- 宿泊業ではこうした変化に対応するための設備更新が高額となる傾向にあり、収益が低下する中で施設の陳腐化や老朽化が進み、更に集客力が低下する悪循環や、廃業施設となって観光地全体に影響を及ぼすケースも見られる。



■ 渓谷沿いの廃業・休業ホテル



■ 空き店舗や空き地が目立つ温泉街



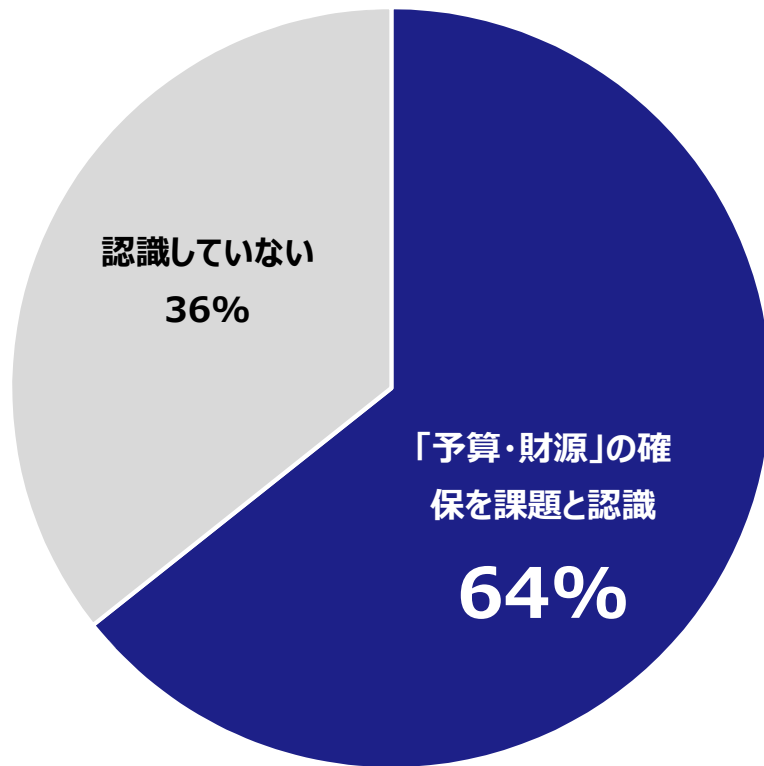
※平成16年度の国土施策創発調査によると、鬼怒川温泉の宿泊客数は、1980～90年代の景気高揚とともに旅館ホテルの大型化や新規立地が進み、平成5年のピーク時には年間341万人。その後、景気の低迷や団体旅行の衰退で減少に転じる。

財源、人材等のリソースが不足

○ DMOを対象とした調査によると、財源や人材の確保に課題があると認識しているDMOは6割を超える。

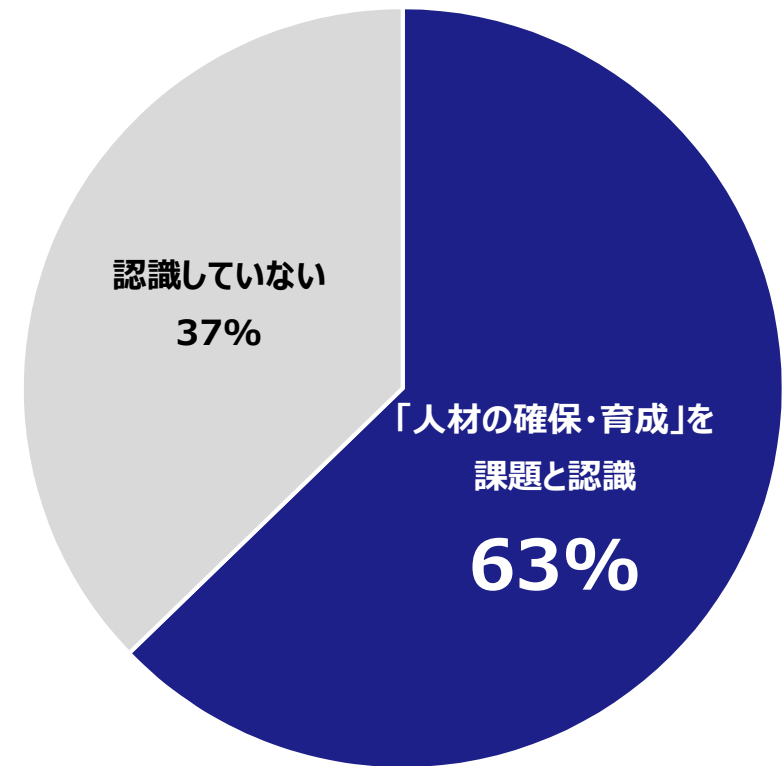
予算・財源の確保

(n=241)



人材の確保・育成

(n=241)



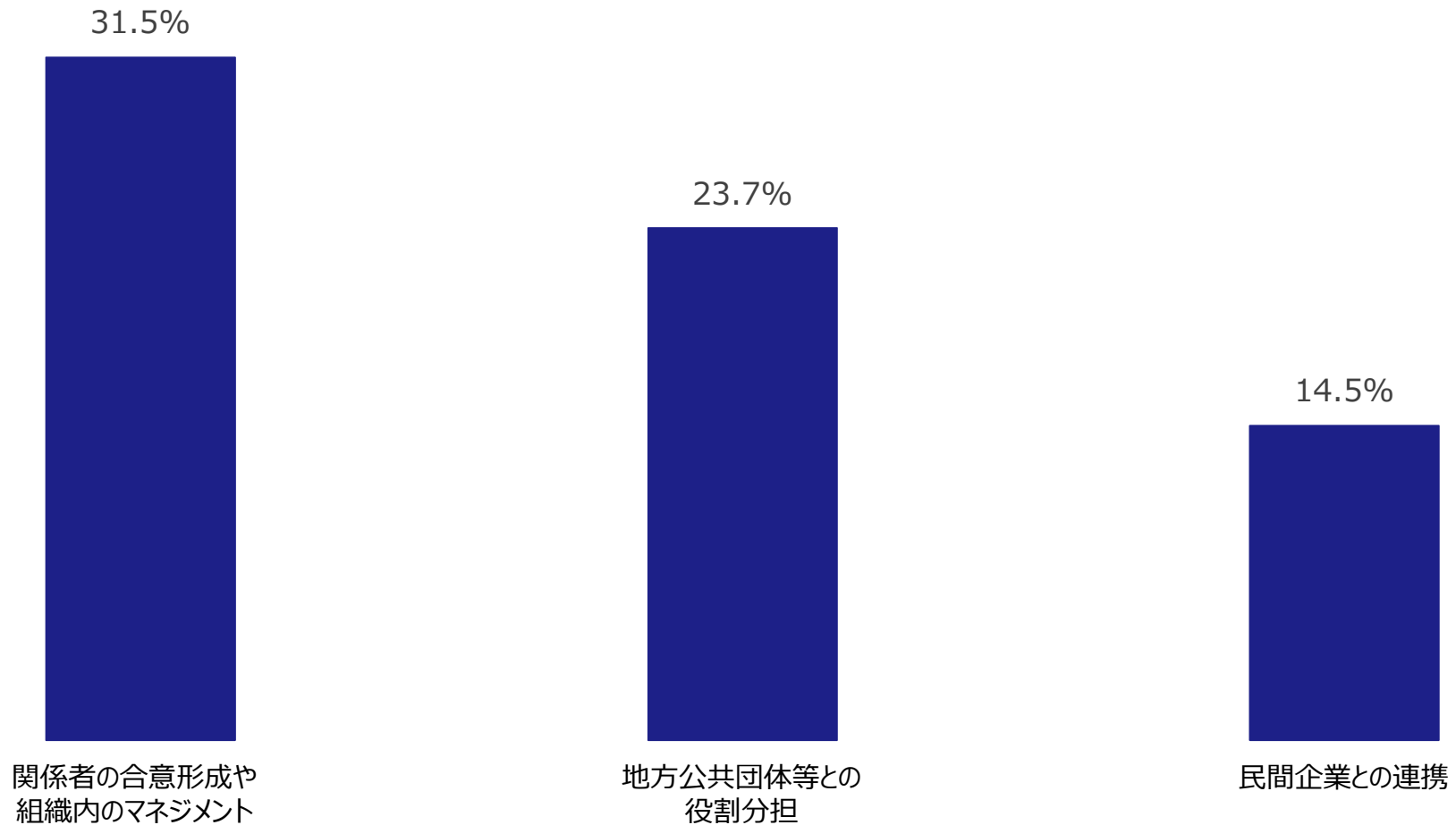
観光庁「観光地域づくり法人（DMO）の現状調査」より作成。
（注）回答数：241団体（2022年3月時点）

地域関係者との連携

○ DMOを対象とした調査によると、関係者の合意形成や民間企業との連携等を課題と認識するDMOも存在。

DMOが課題と認識している分野（例）

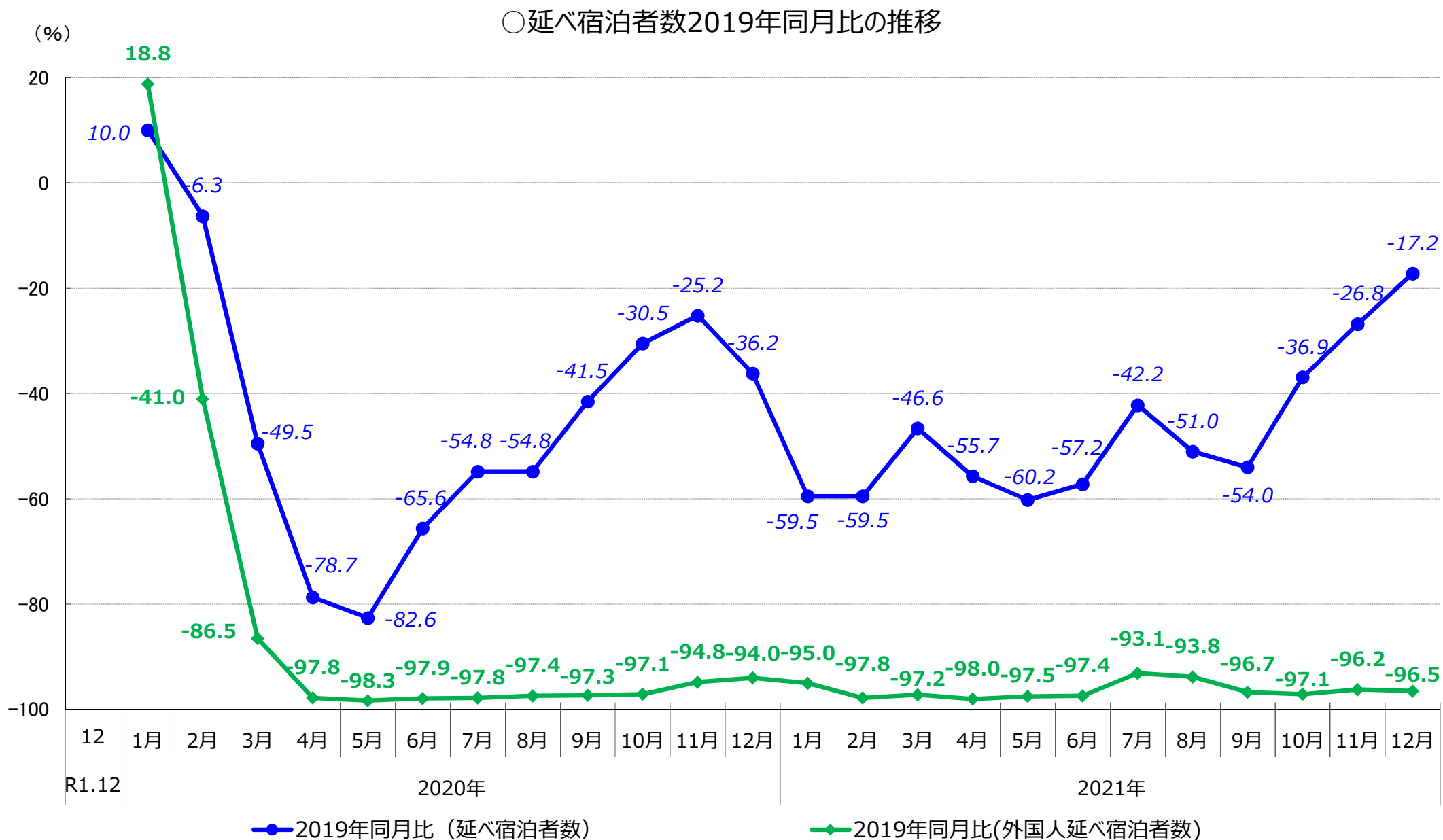
(n=241)



観光庁「観光地域づくり法人（DMO）の現状調査」より作成。

（注）回答数：241団体（2022年3月時点）

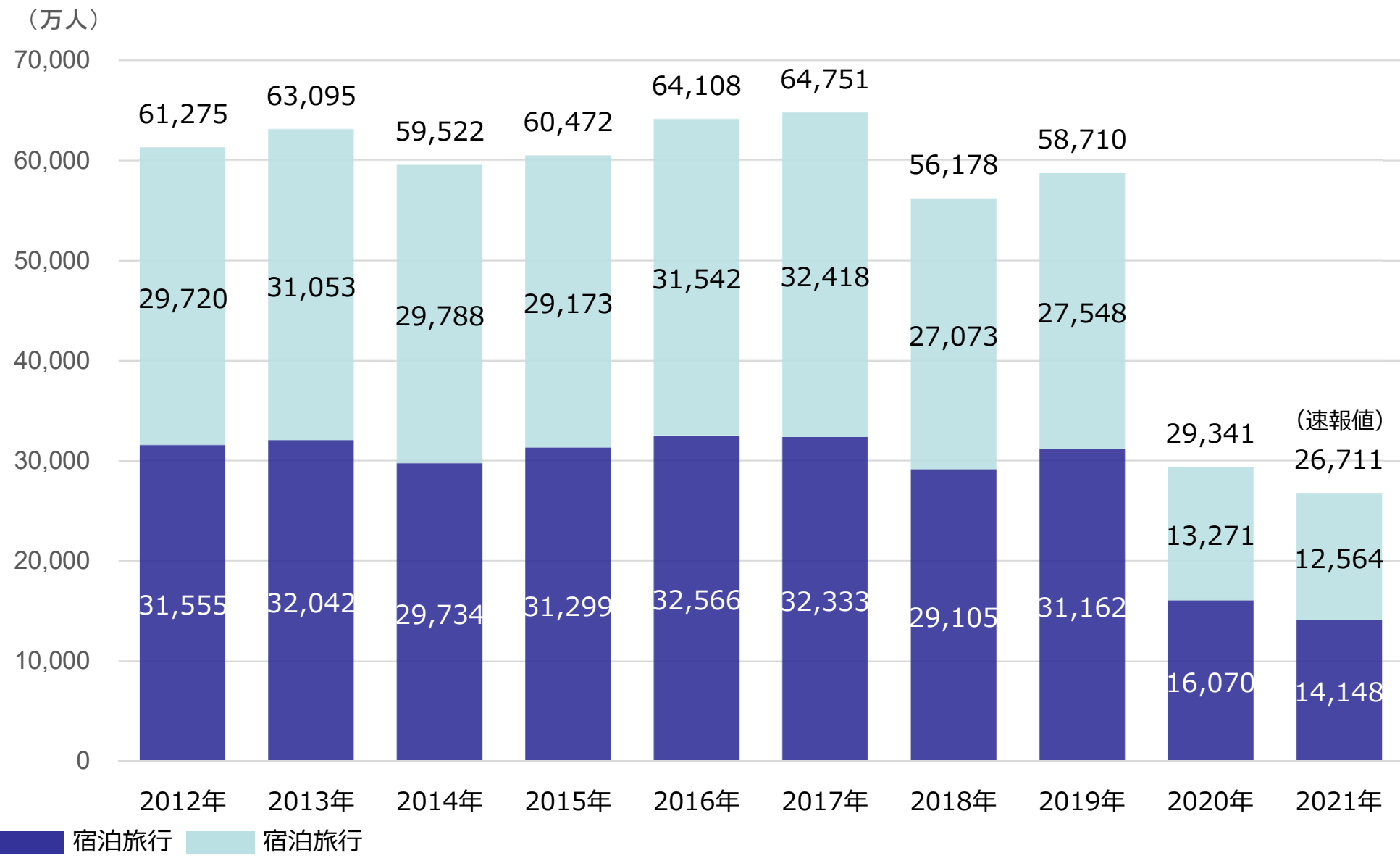
新型コロナウイルス感染症の影響による旅行需要の消失



出典：観光庁宿泊旅行統計調査（令和3年・年間値(速報値)）（令和4年2月28日）

日本人国内旅行延べ人数の推移

○ 日本人国内旅行延べ人数は2019年には5億8710万人であったが、2021年には2億6711万人と半減。



(※) 2021年は速報値であり今後公表される数値と変更となる可能性がある。

I .観光に期待される役割・意義

1 .観光の役割・意義

2 .観光産業の役割・意義

(1) 宿泊業の役割・意義

(2) 旅行業の役割・意義

II .観光を取り巻く現状と課題

1 .観光地を取り巻く現状と課題

2 .観光産業の現状と課題

(1) 宿泊業の現状と課題

(2) 旅行業の現状と課題

III .国の既存施策

宿泊業の現状

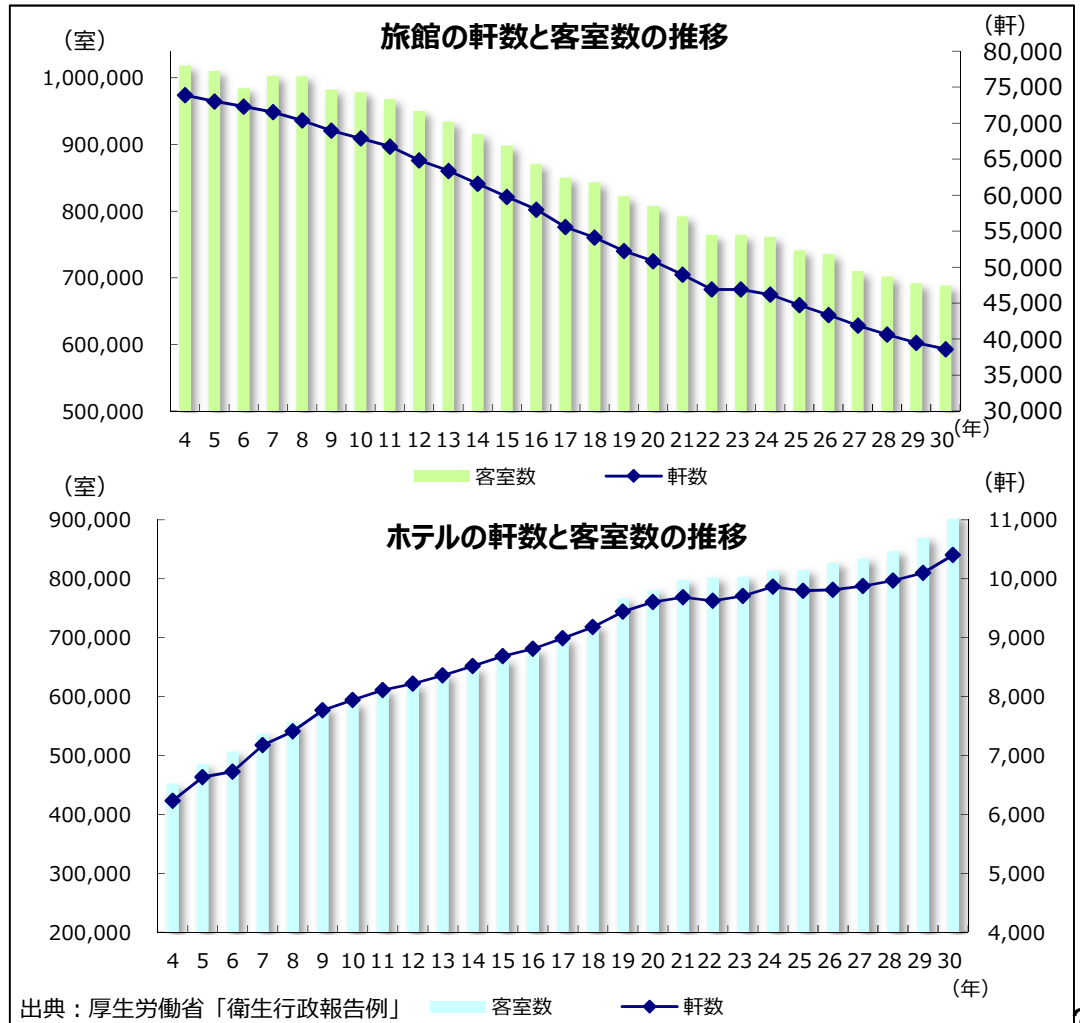
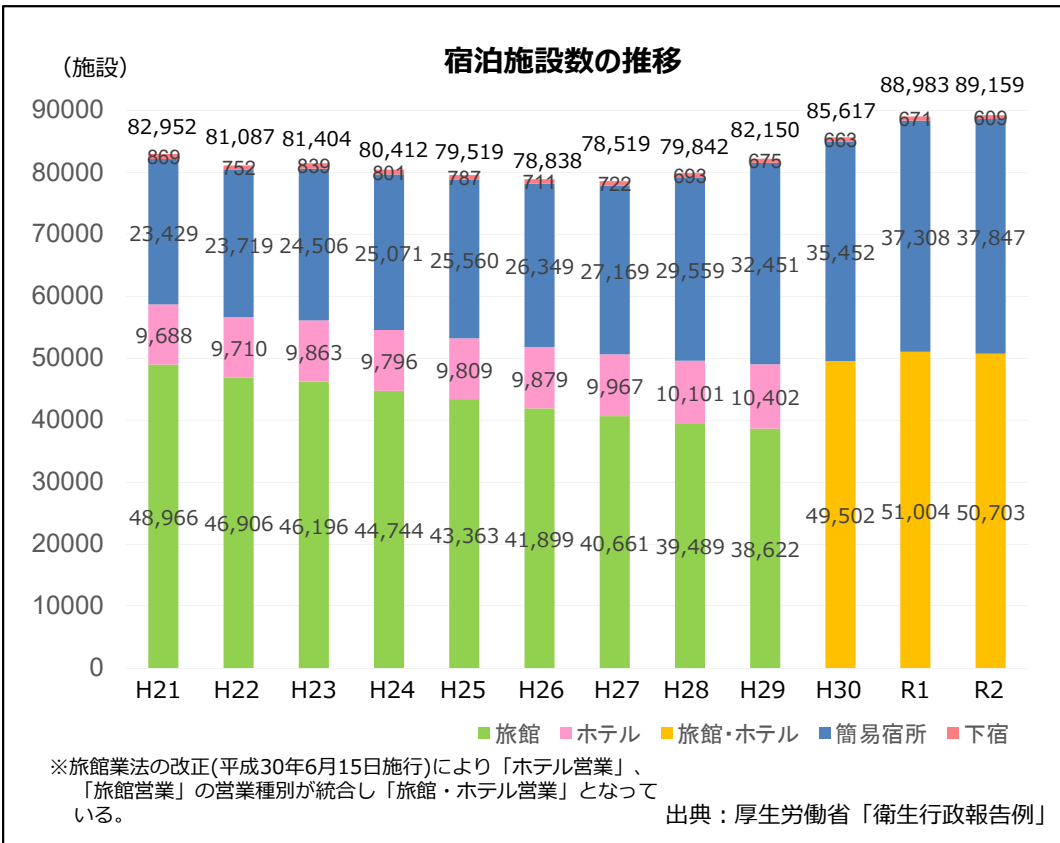
【宿泊施設数・事業所数等】

- 宿泊施設数：**89,159**（令和2年度）
[ホテル・旅館：50,703 簡易宿所：37,847 下宿：609]
- 宿泊業事業所数：**42,265**事業所（平成24年比▲5.3%）
- 宿泊業企業等数：**34,315**企業等（平成24年比▲9.4%）
中小企業等数：34,789（約**99.0%**）
「会社企業」数：16,272（約**46.3%**）
「会社企業」のうち中小企業数：15,977（約**98.2%**）

【宿泊業の産業規模】

- 売上高：**約4.2兆円**（全産業の**0.3%**）（2020年度）
- 就業者数：**50万人**（全産業の**0.8%**）（2022年1月）

※宿泊施設数・客室数：厚生労働省「衛生行政報告」より
 ※事業所数・企業等数：総務省「経済センサス活動調査」（平成28年度）より
 ※売上高：財務総合研究所「法人企業統計」より
 ※就業者数：総務省「労働力調査」より

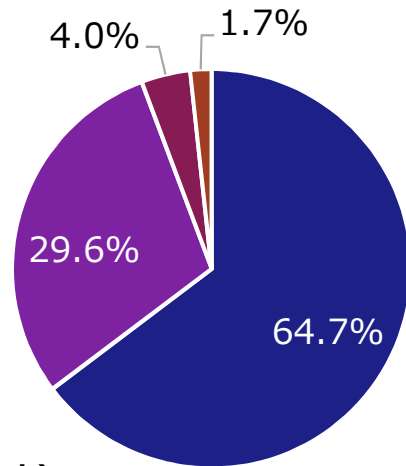
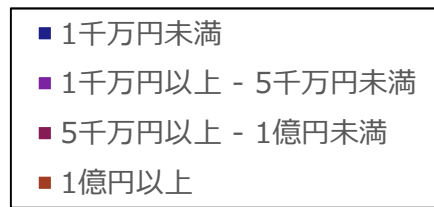


※「衛生行政報告例」による宿泊施設数には、廃業等により実際には旅館業を営んでいないが、許可が抹消されていない施設も含まれる。
 ※「経済センサス活動調査」による宿泊業の事業所数・企業等数は、主たる事業が「宿泊業」である者のみをカウントした数字。

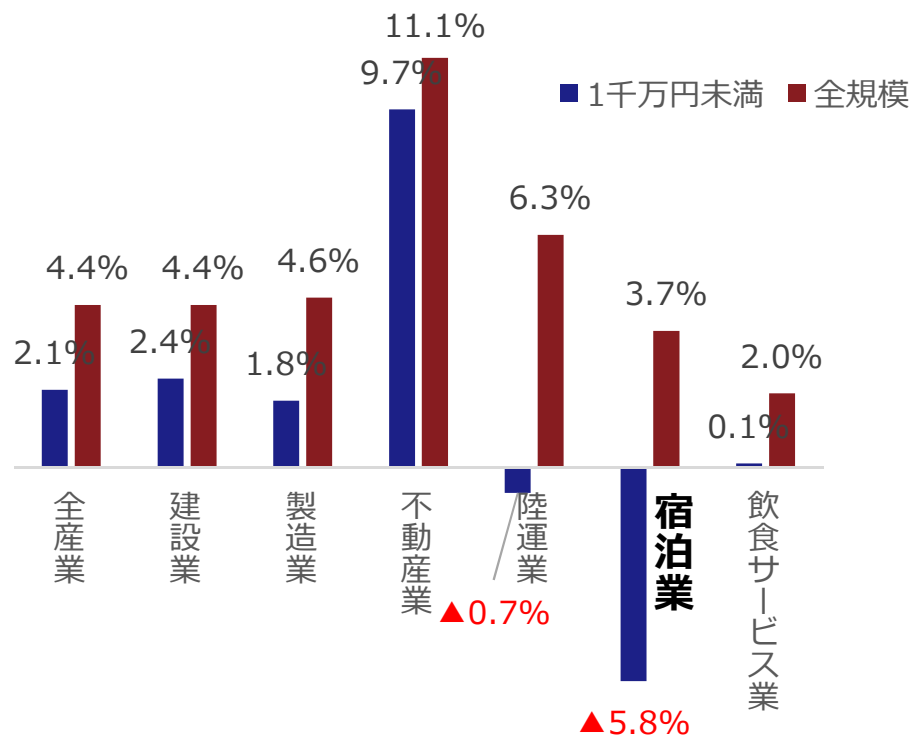
小規模宿泊業者等の経営改善の必要性

○ 宿泊業者の6割以上は資本金1千万円未満の小規模事業者。家業として経営を受け継ぐ旅館が多く、経営手法を長年の経験や勘に依存しているなど低収益な事業体質の改善が課題。

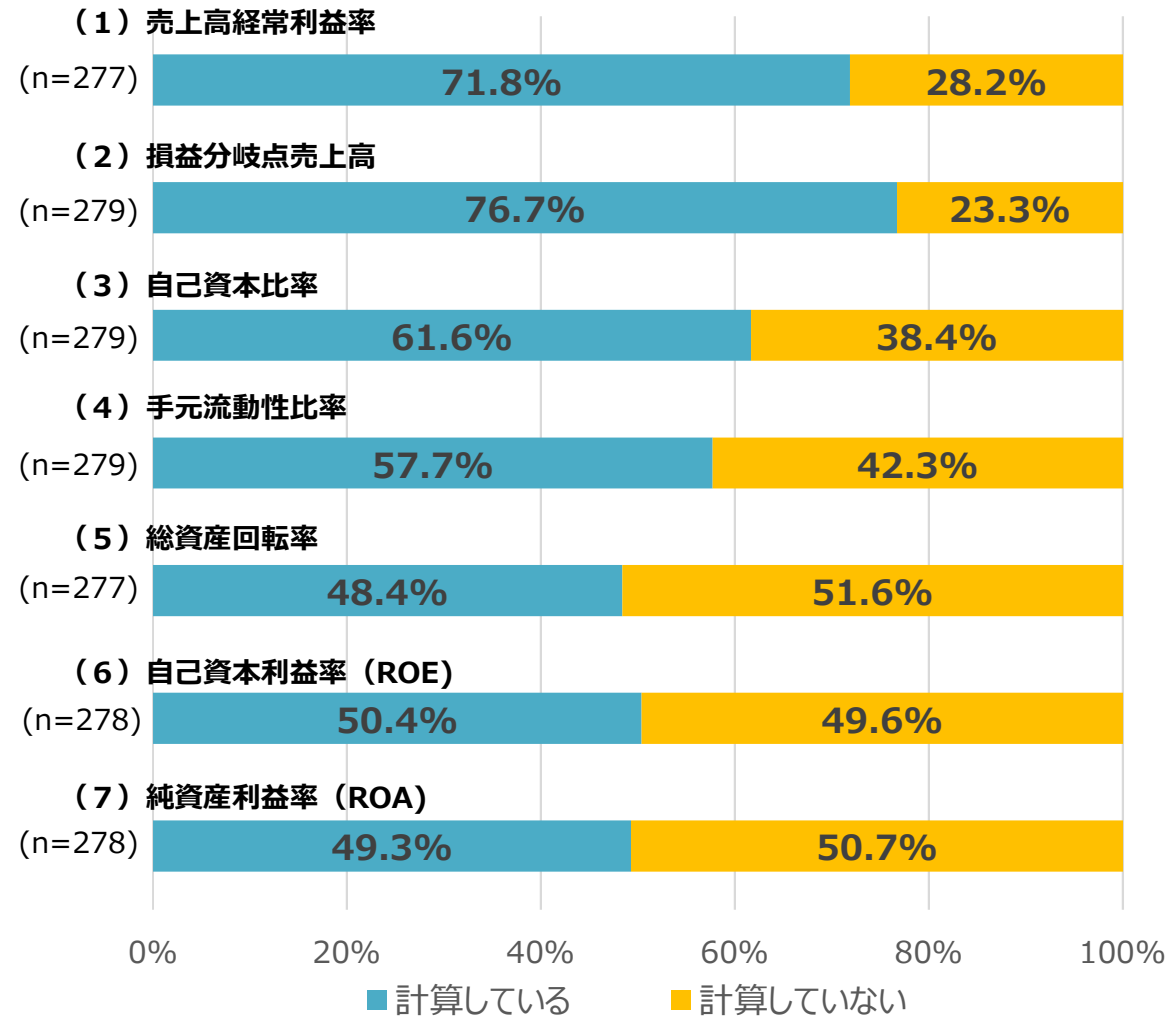
■ 宿泊業者の資本金 (2018年度)



■ 売上高経常利益率の比較 (2018年度)



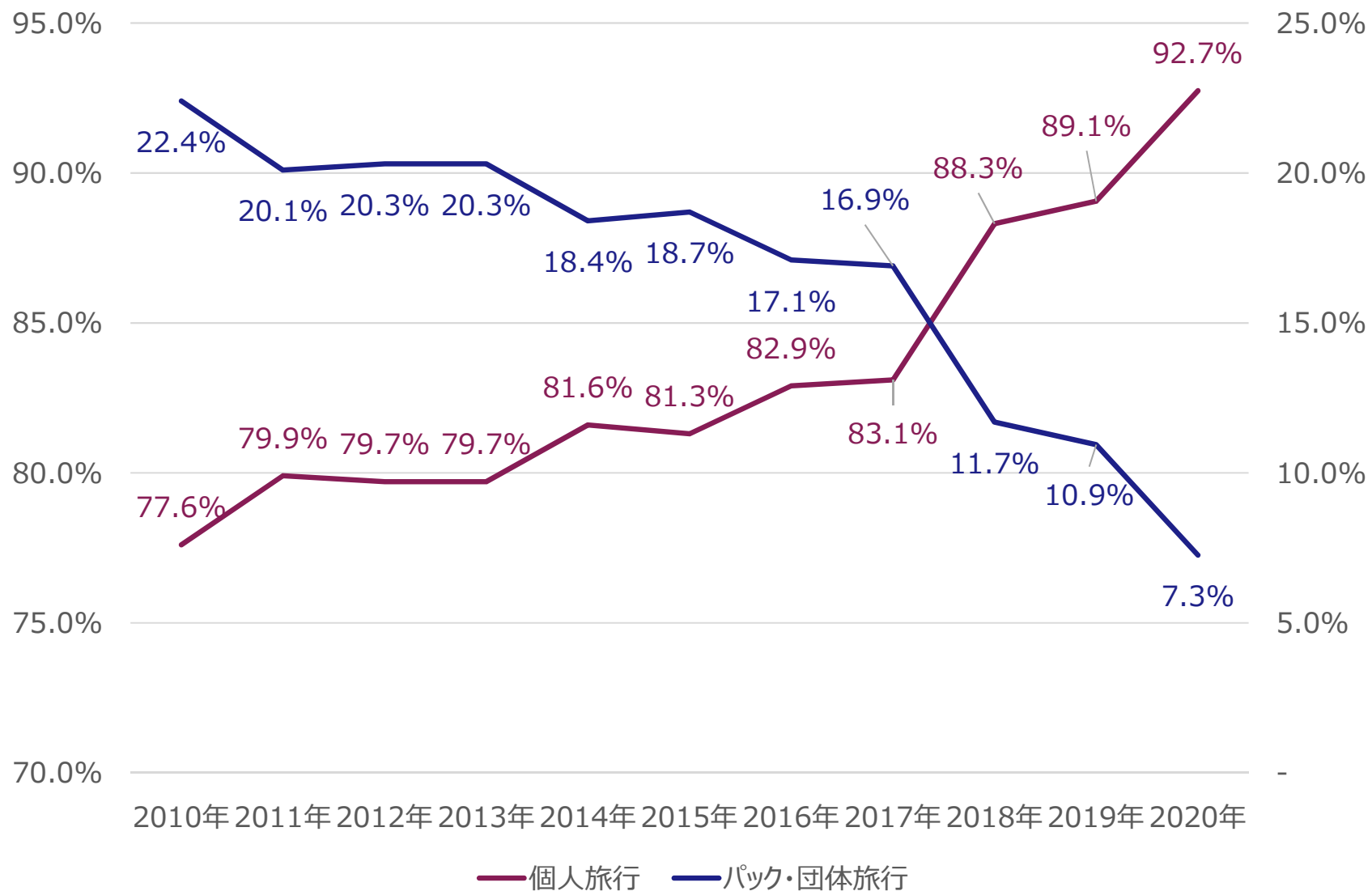
■ 各種財務指標を計算している企業の割合



(資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート」)
 (注)「自社の指標を計算し、経営改善に活かしている」「自社の指標を計算している」と回答した企業を「計算している」、
 「指標の存在を知っている」「指標の存在を知らない」と回答した企業を「計算していない」として、まとめて集計している

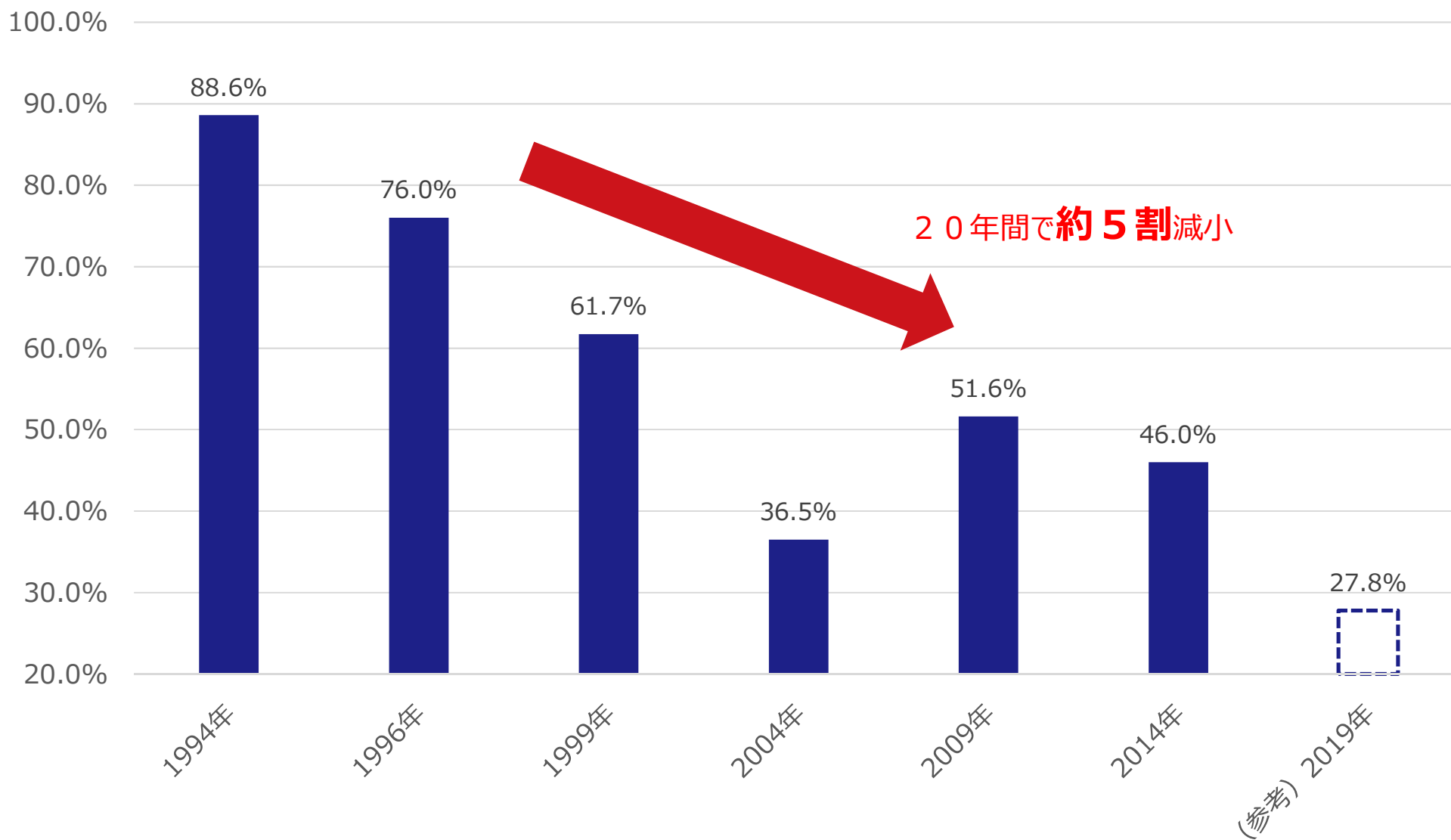
団体旅行の縮小

○ 国内旅行に占めるパック・団体旅行の割合は年々低下している。



社員旅行の推移

○ バブル期以降、企業における社員旅行の実施率は半減。

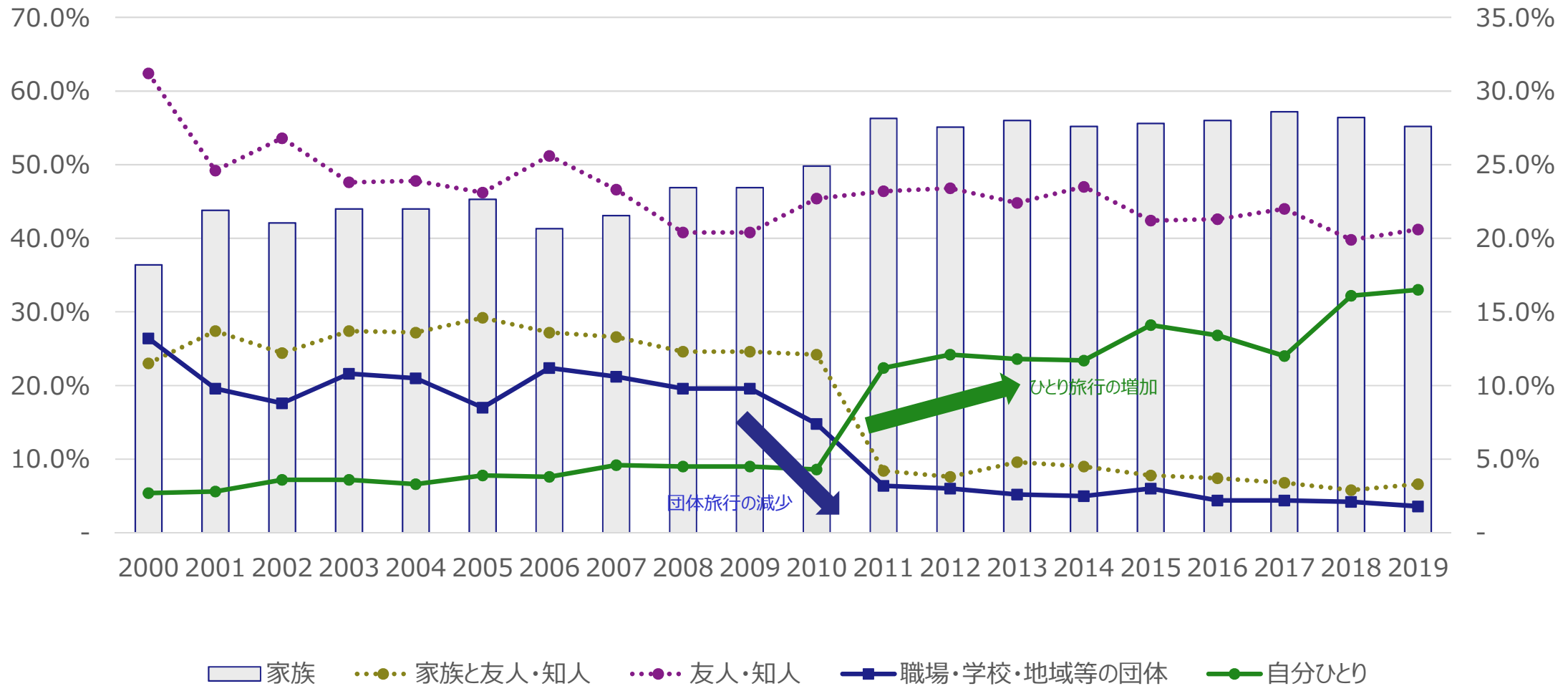


※2019年度調査では計算方法を変更して算出しているため、参考数字。

出典：産労総合研究所「社内イベント・社員旅行等に関する調査」

宿泊施設におけるニーズの変化

○ 団体旅行が減少する一方で近年一人旅が増加。大浴場や宴会施設等の団体旅行向け施設から少人数・個人旅行者のニーズに対応した施設・サービスへの転換が宿泊業の経営課題となっている。



(出展) 令和2 (2020) 年度版 観光の実態と志向

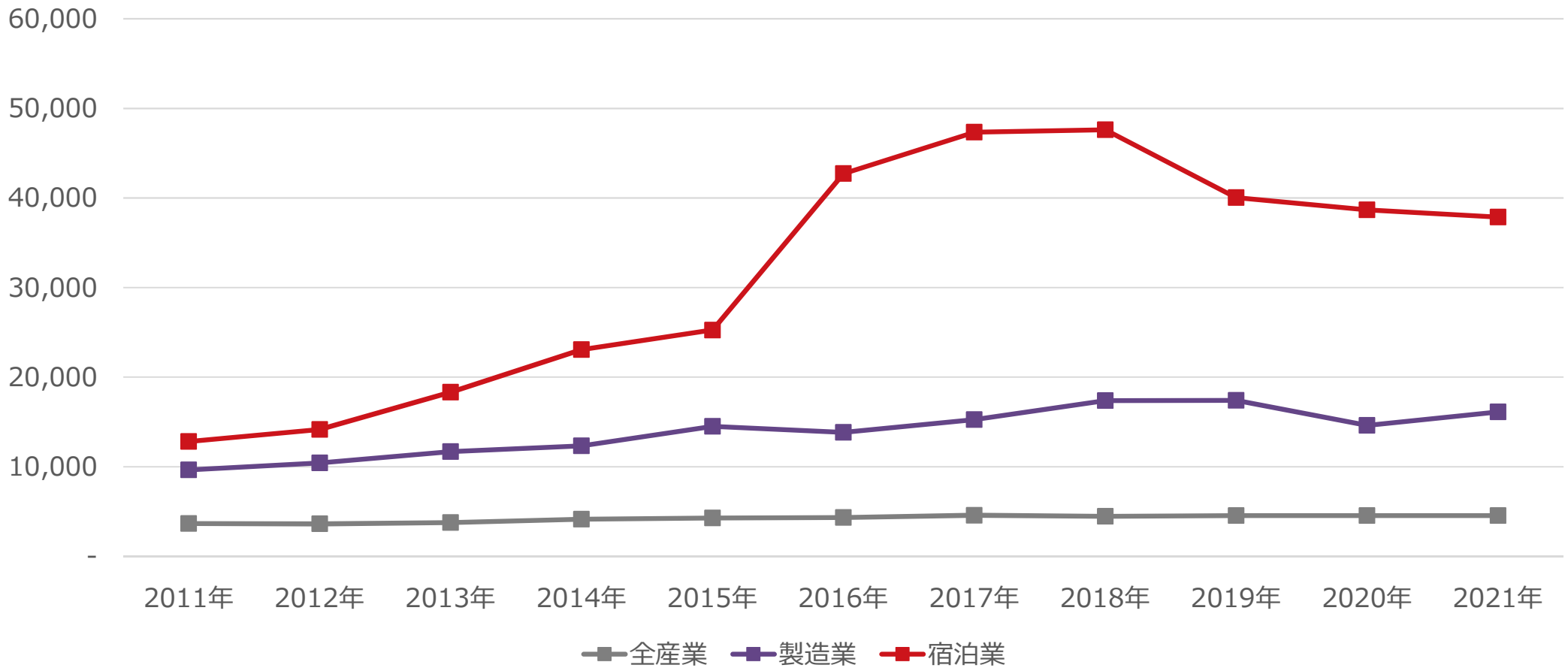
宿泊業の工事費予定額

○ 宿泊業は装置産業であり、1棟あたりの投資金額が他産業と比べ極めて高い。

建築物の数あたり工事費予定額

【単位：万円】

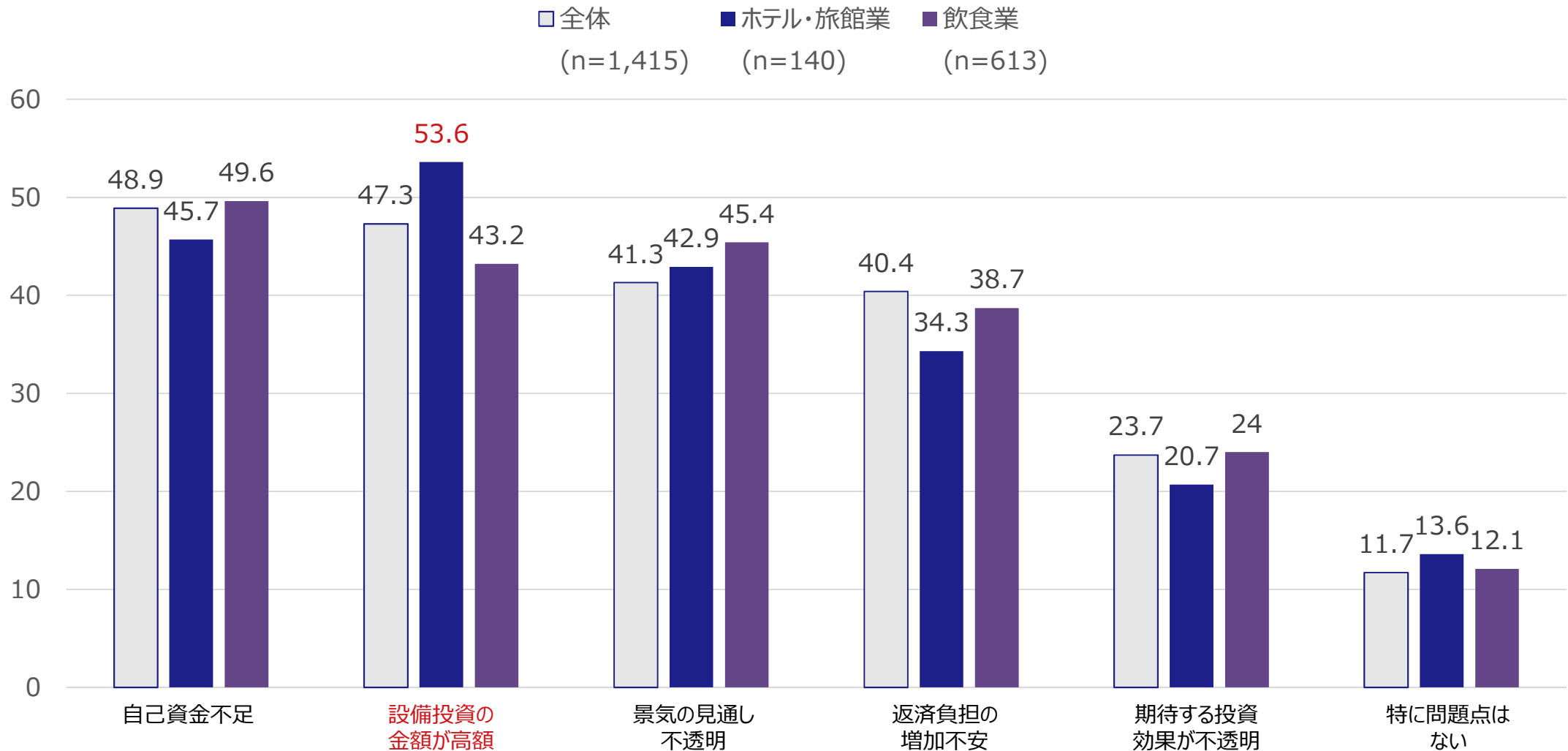
※工事費予定額（万円）を建築物の数（棟）で除した数



出典：国土交通省「建築着工統計調査」

設備投資を実施する上での問題点

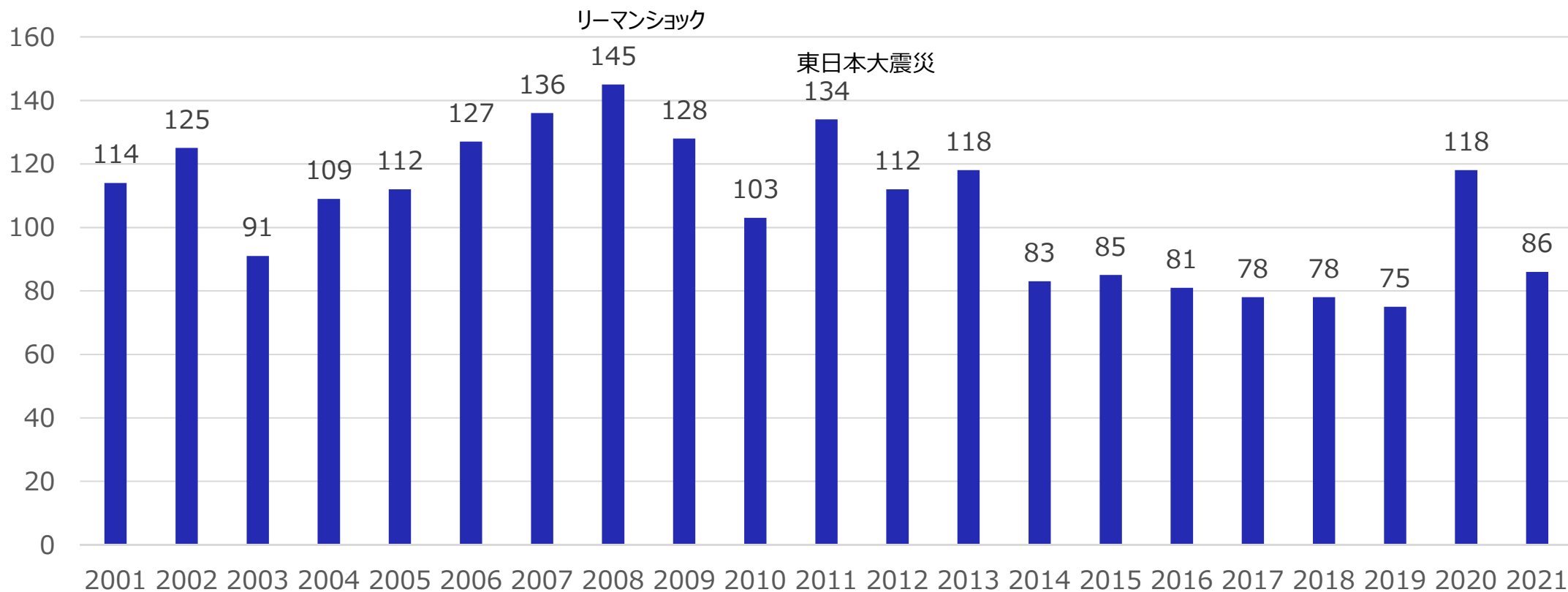
○ コロナ禍前のアンケート調査においても、設備投資金額の高負担が問題と答えた経営者が半数を超える。



宿泊業の倒産件数の推移

○ 2000年以降、旅館・ホテル業者の倒産件数は平均100件を超える高水準で推移。

宿泊業の倒産 年推移

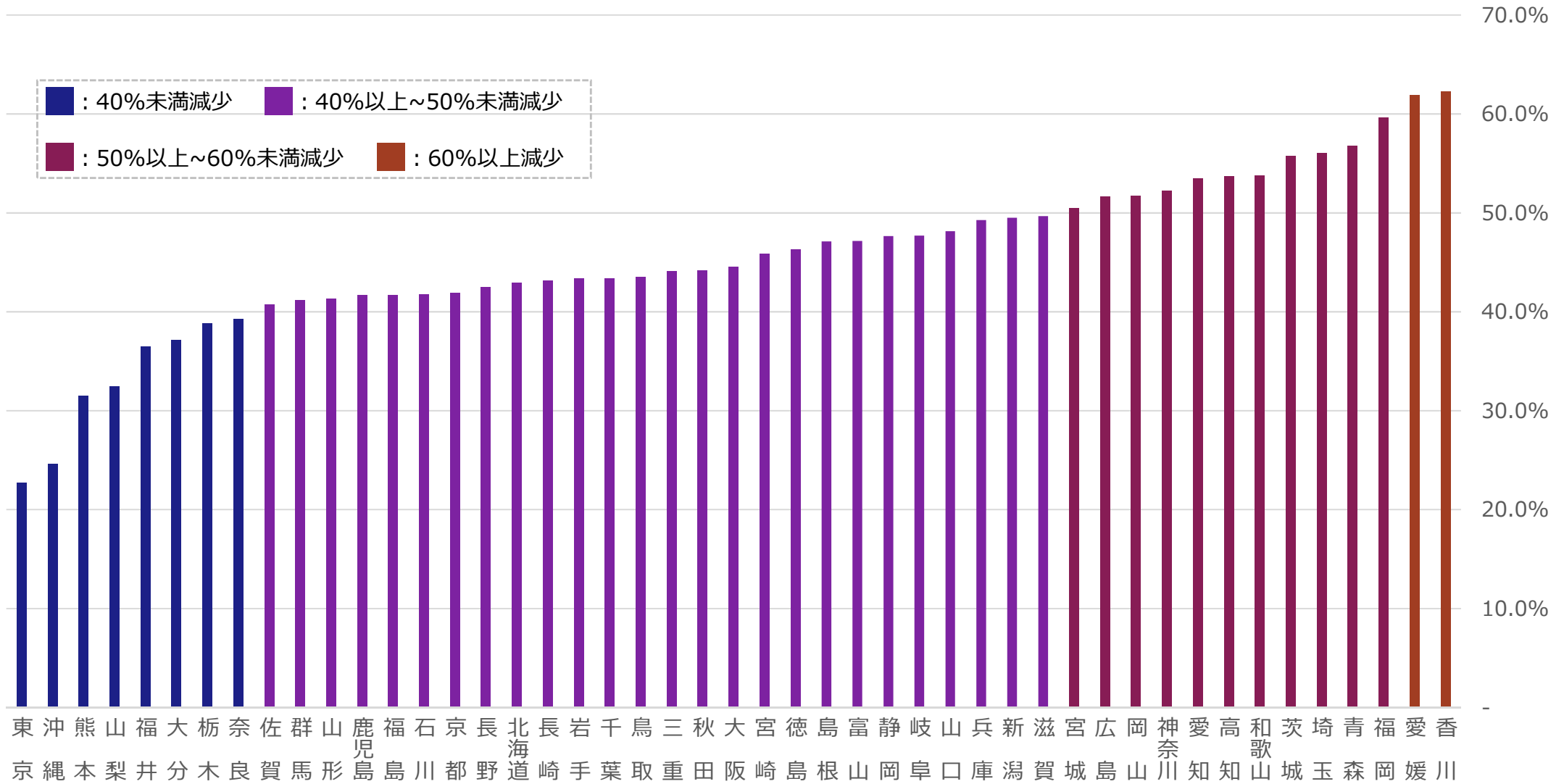


出典：東京商工リサーチ「宿泊業の倒産件数」

■ 倒産件数

旅館の都道府県別減少割合

○ H8年度からH29年度の20年間で全ての都道府県で旅館の施設数が減少。旅館ニーズの低迷からホテルに業態転換するケースもあり、41道府県では4割以上の減少となっている。

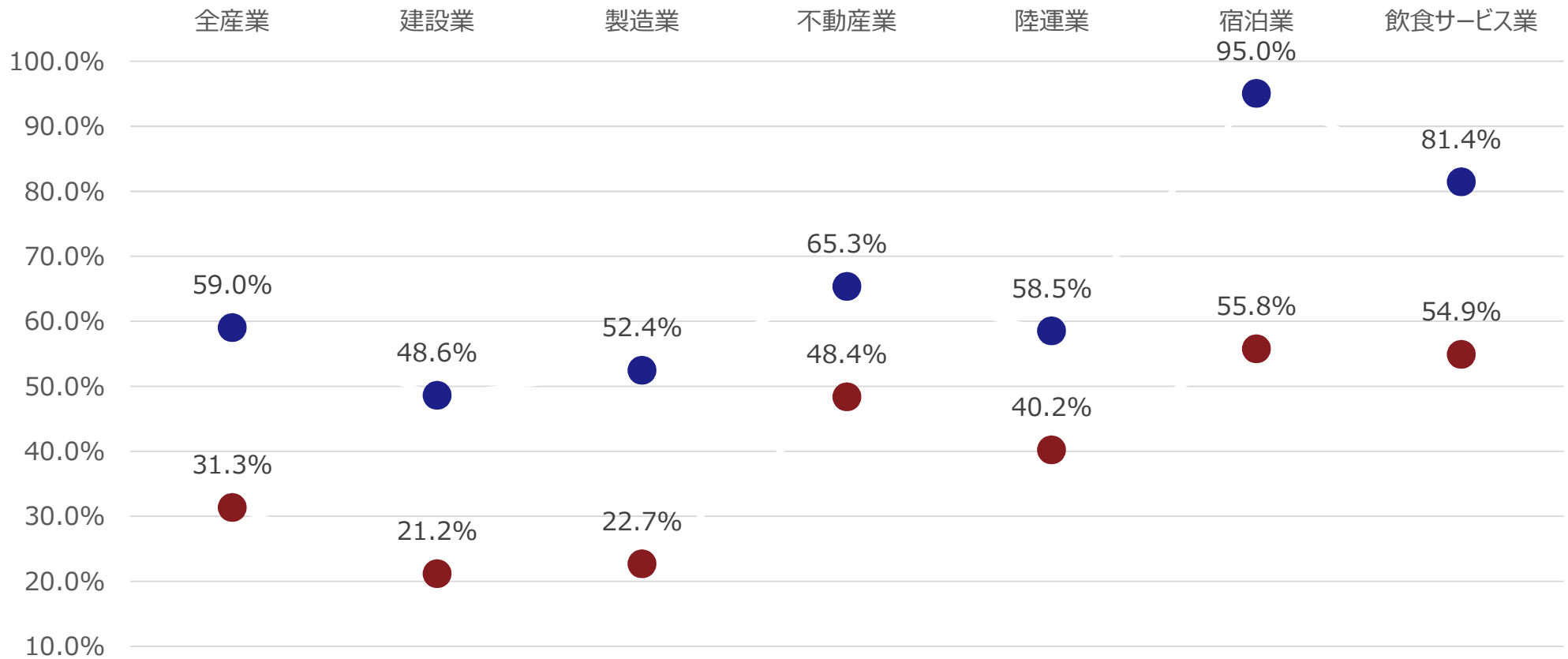


出典：厚生労働省「衛生行政報告例」

借入金依存度の業種別比較

- 宿泊業は1千万未満の小規模及び全規模で全産業のなかで借入金依存度が高い。
- 特に小規模宿泊事業者は多額の借入を実施している状況であり、与信枠も少なくなっていると考えられる。

借入金依存度の比較(2018年度)



【算定式】

● 借入金依存度 = (金融機関借入金 + その他の借入金 + 社債) ÷ 総資産

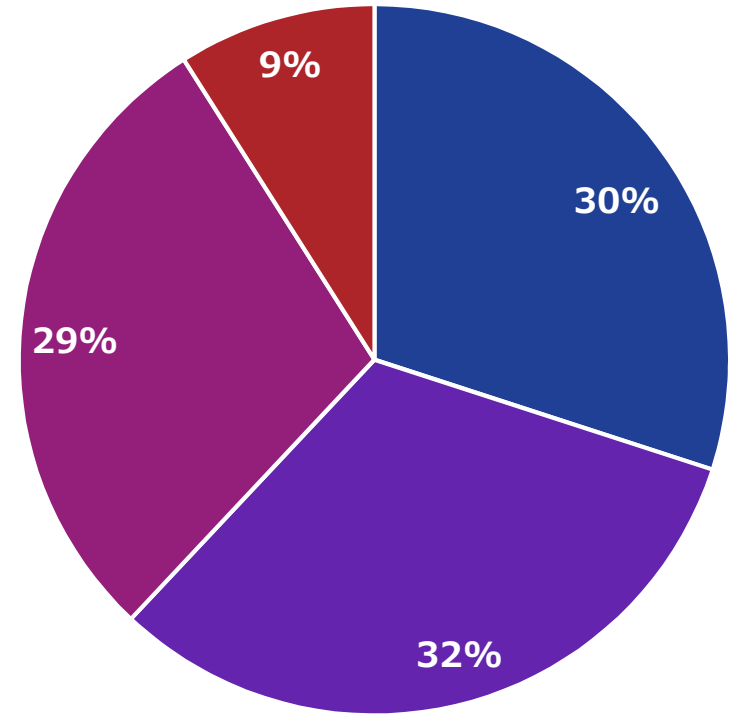
● 1千万円未満 ● 全規模

出典：財務総合政策研究所「法人企業統計調査」

事業承継等の検討状況

○ アンケート結果では宿泊業者の約 3 割が事業承継に困難を抱え、約 1 割は廃業を検討している。

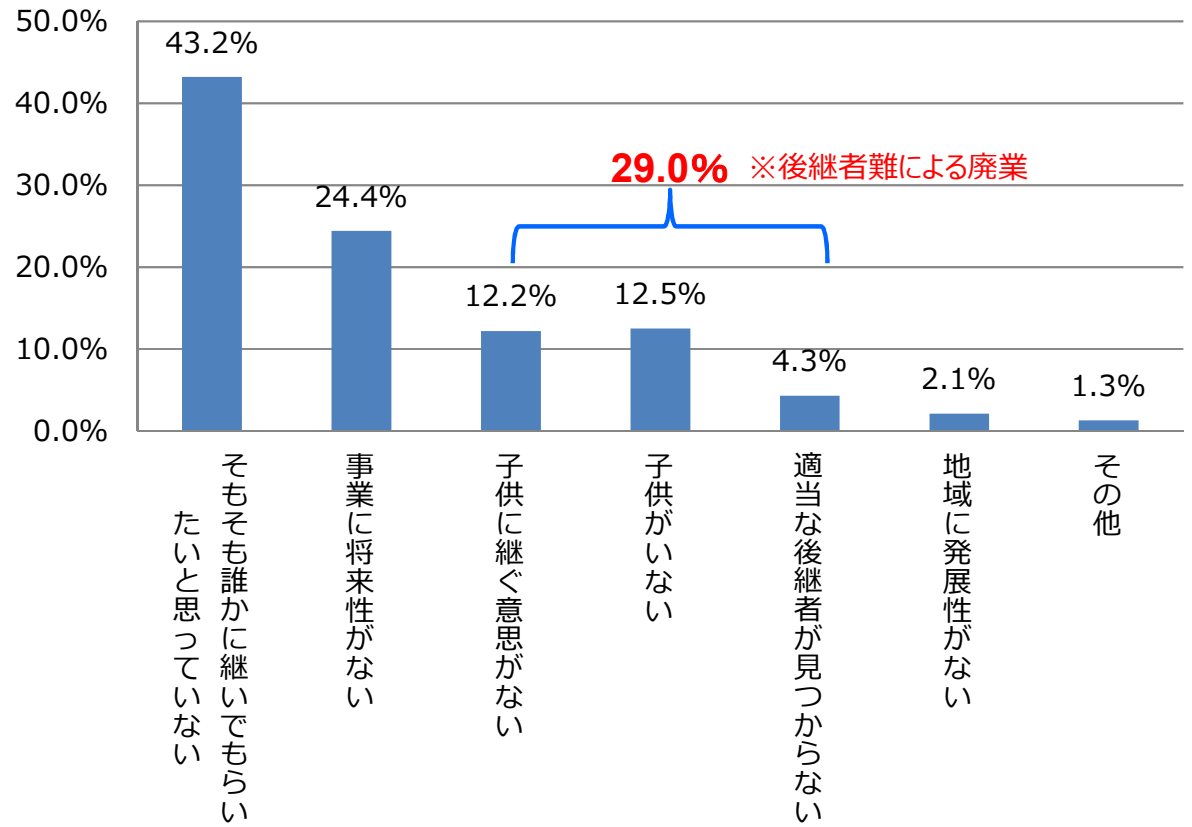
(n=873)



- 事業承継は特段考えていない
- 事業承継を進めている
- 事業承継をしたいが進んでいない
- 事業承継をせずに、廃業を検討している。

(観光庁調べ)

■ 廃業予定企業の廃業理由 (n=2524)

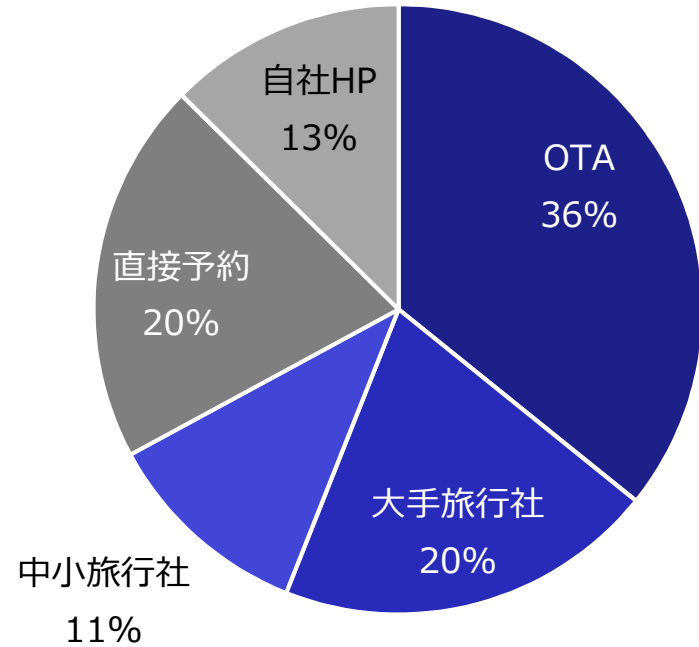


(出典) 日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の事業承継に関するインターネット調査 (2019年調査)」(再編・加工)

宿泊施設の予約経路と紙台帳使用状況

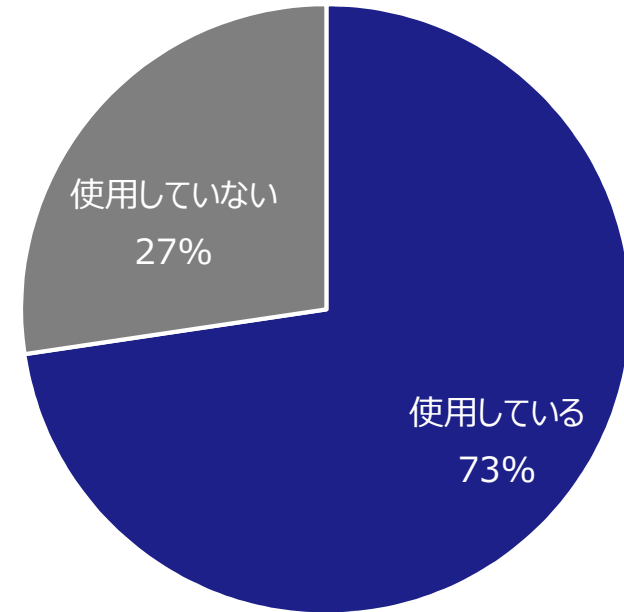
○ 宿泊予約経路の約7割は旅行会社経由であり、紙台帳も約7割が使用している。

■ 直近1年間の宿泊予約経路の構成比率



出典：リョケン「ネット予約・検索対策等の状況調査（2019年調査）」

■ 紙台帳の使用状況



n=4,884

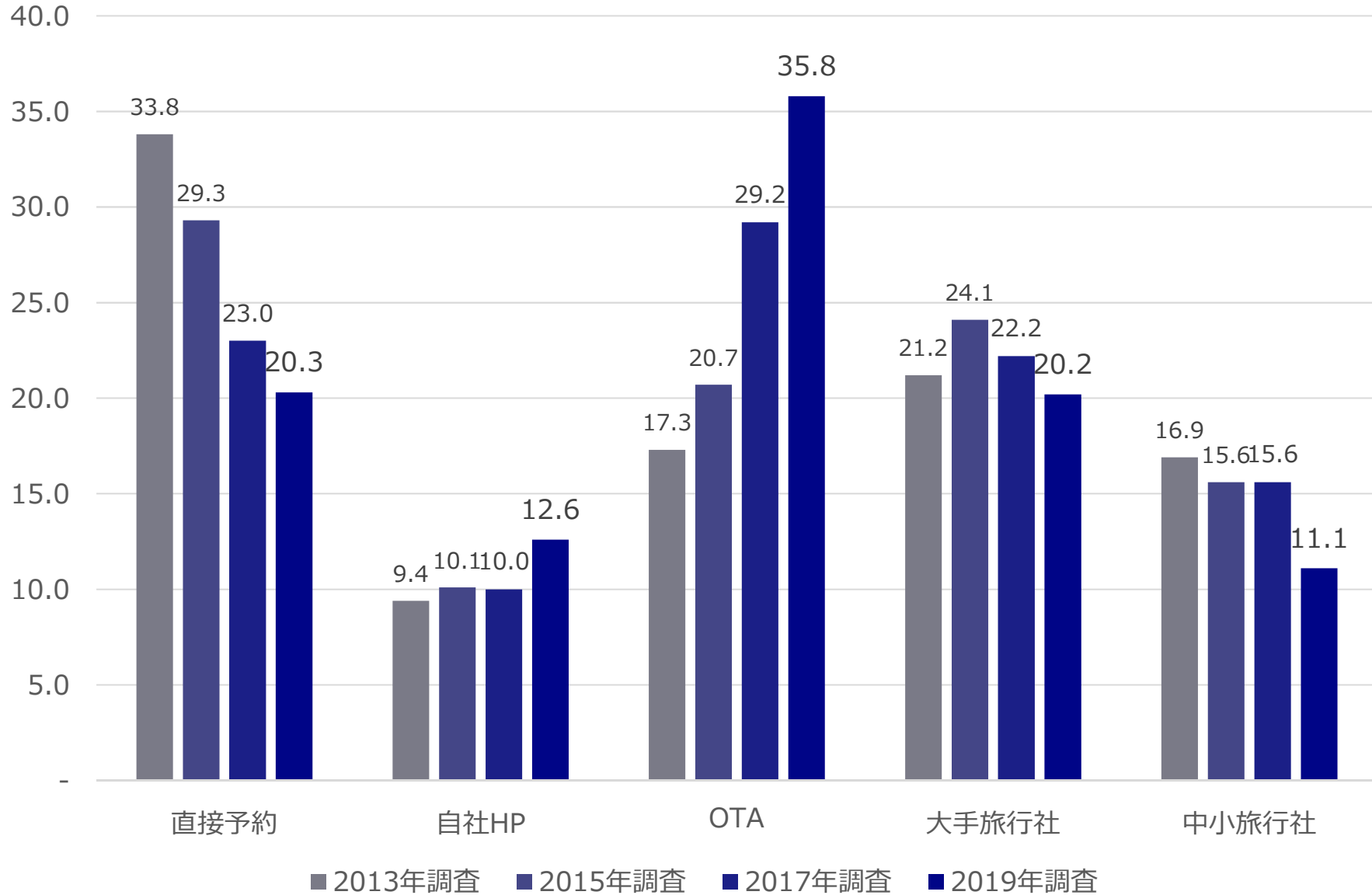
出典：観光庁調べ

宿泊施設の予約経路の変化

- 宿泊施設の客室予約はインターネット経由の予約割合が急速に拡大。

(単位：%)

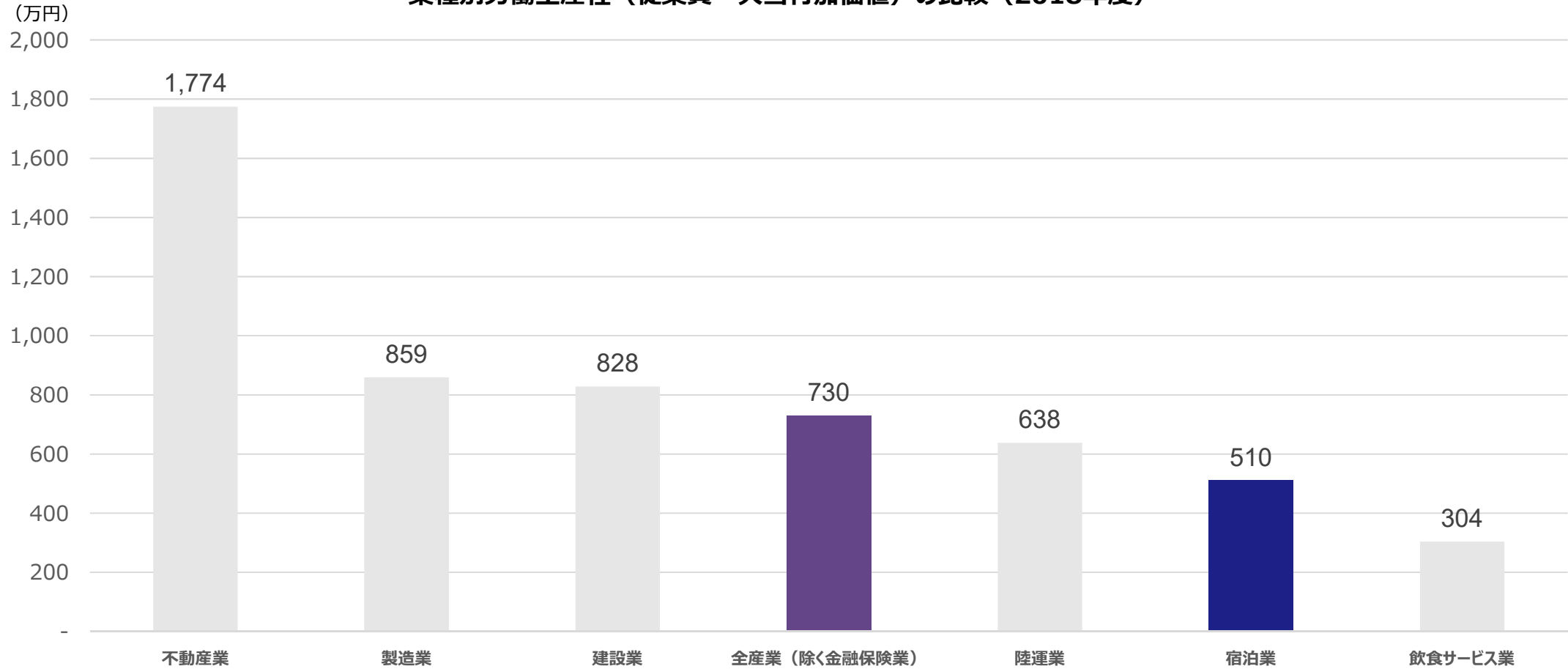
出典：リョケン「ネット予約・検索対策等の状況調査」



労働生産性の比較

○ 宿泊業の労働生産性は他産業と比べて低い水準。

業種別労働生産性（従業員一人当付加価値）の比較（2018年度）

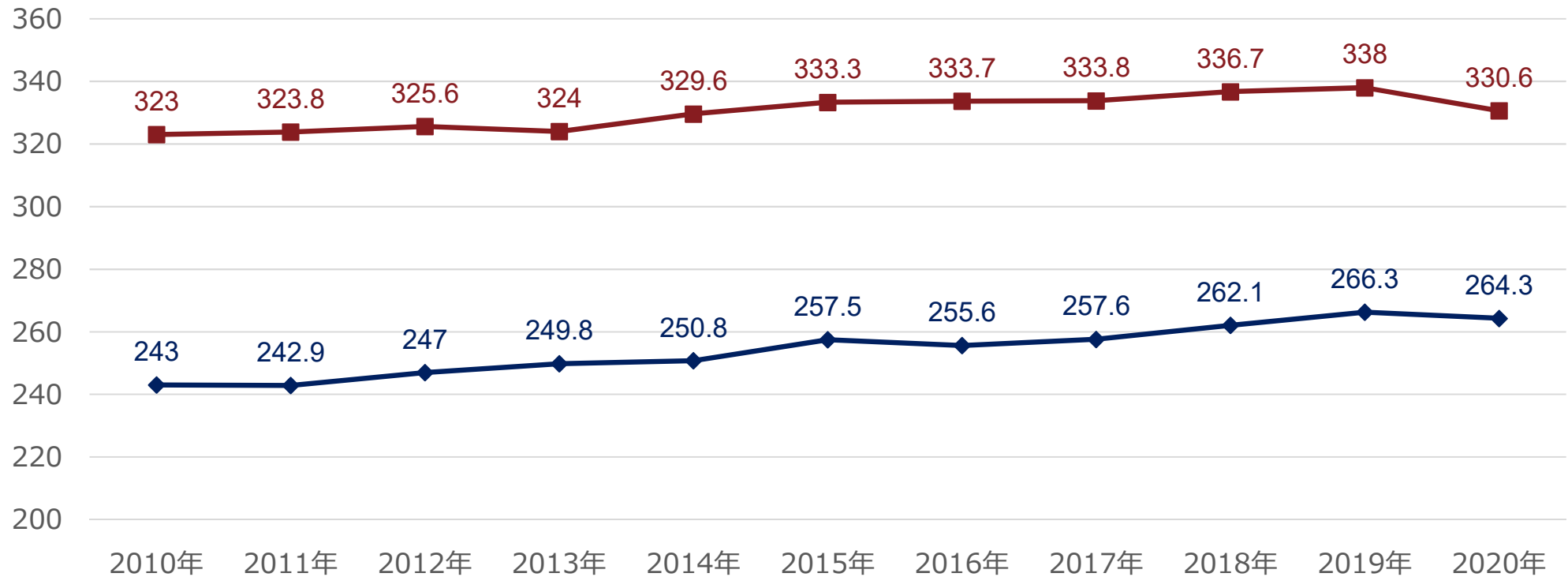


出典：財務総合政策研究所「法人企業統計調査」

全産業と宿泊業の賃金比較 (厚生労働省「賃金構造基本統計調査」)

○ 宿泊業の賃金は全産業平均に比べ低水準となっている。

【きまって支給する現金給与額 (※)】
(千円)



出典：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

■ 産業計 ◆ 宿泊業

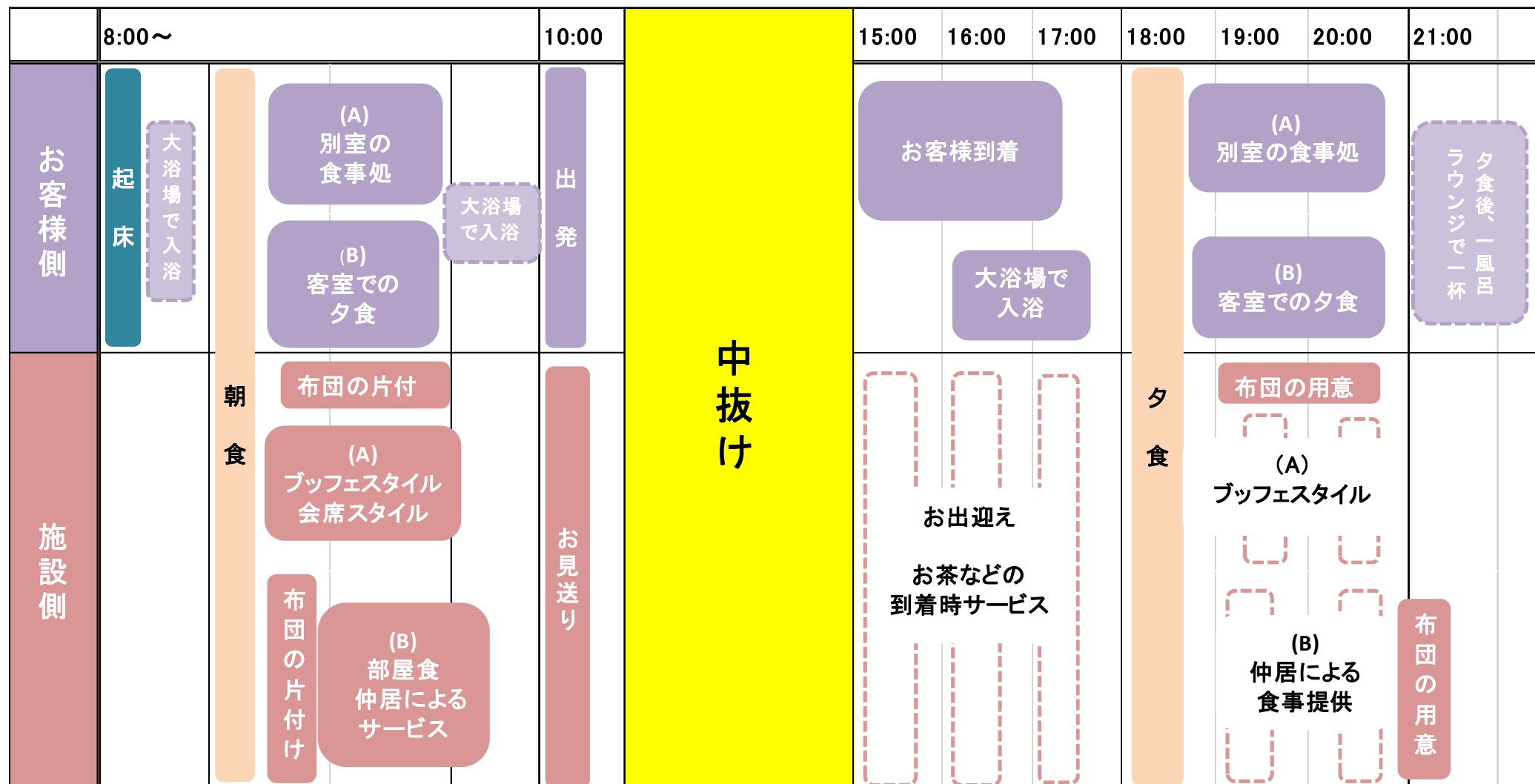
(※) きまって支給する現金給与額

- 労働契約、労働協約あるいは事業所の就業規則などによってあらかじめ定められている支給条件、算定方法によって6月分として支給された現金給与額をいう。手取り額でなく、所得税、社会保険料などを控除する前の額である。
- 現金給与額には、基本給、職務手当、精皆勤手当、通勤手当、家族手当などが含まれるほか、超過労働給与額も含まれる。1か月を超え、3か月以内の期間で算定される給与についても、6月に支給されたものは含まれ、遅払いなどで支払いが遅れても、6月分となっているものは含まれる。給与改訂に伴う5月分以前の追給額は含まれない。
- 現金給与のみであり、現物給与は含んでいない。

宿泊業の業務運営体制の現状（典型例）

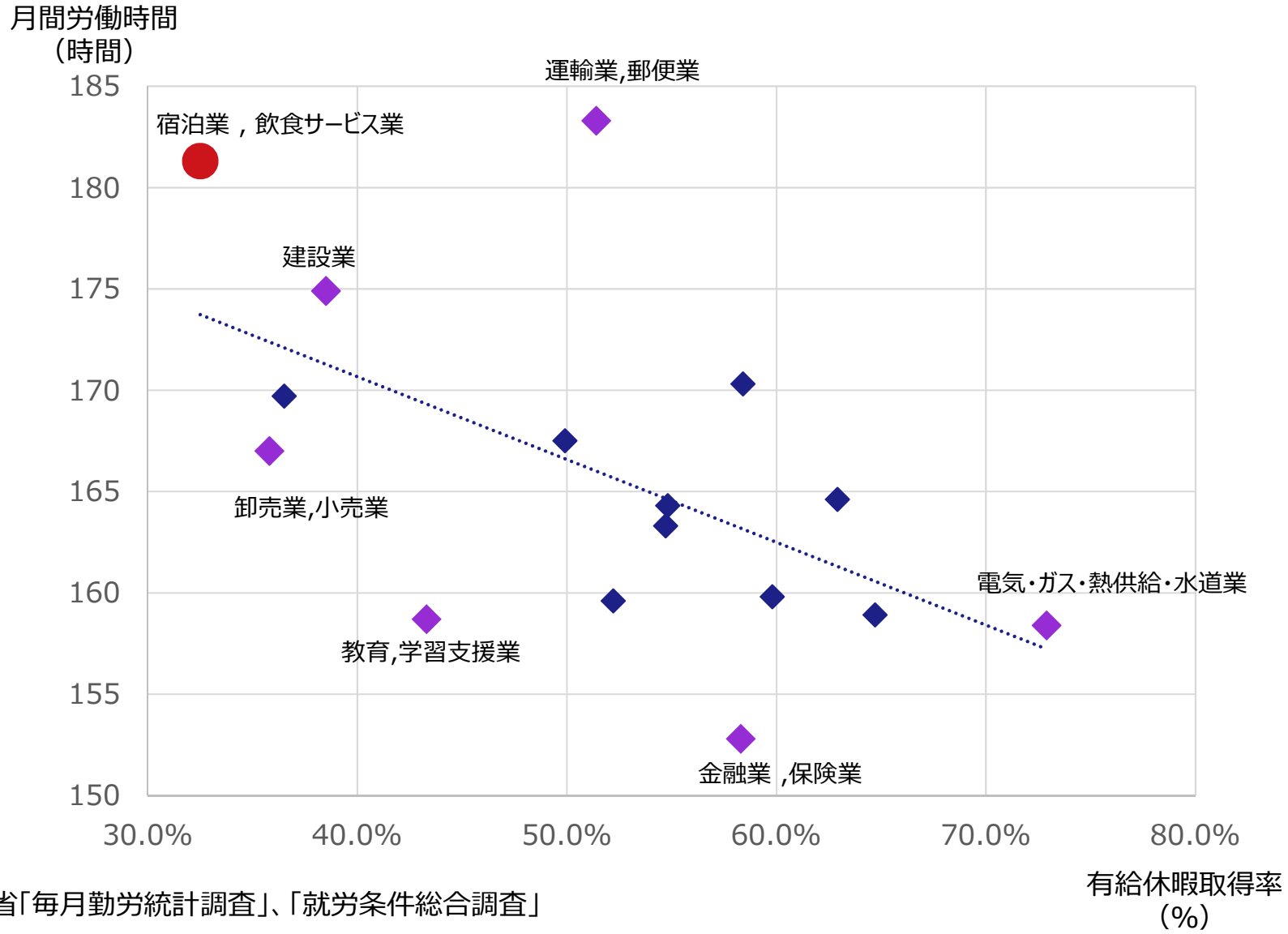
- 顧客のいない時間に休憩を取る「中抜け」という変則的な勤務形態。実質的に長時間にわたる勤務。

【旅館におけるサービス提供プロセス例】



宿泊業における労働環境(2018年度)

○ 宿泊業は労働時間が長く、有給休暇の取得率も低水準であり、労働環境が人手不足の一因となっている。



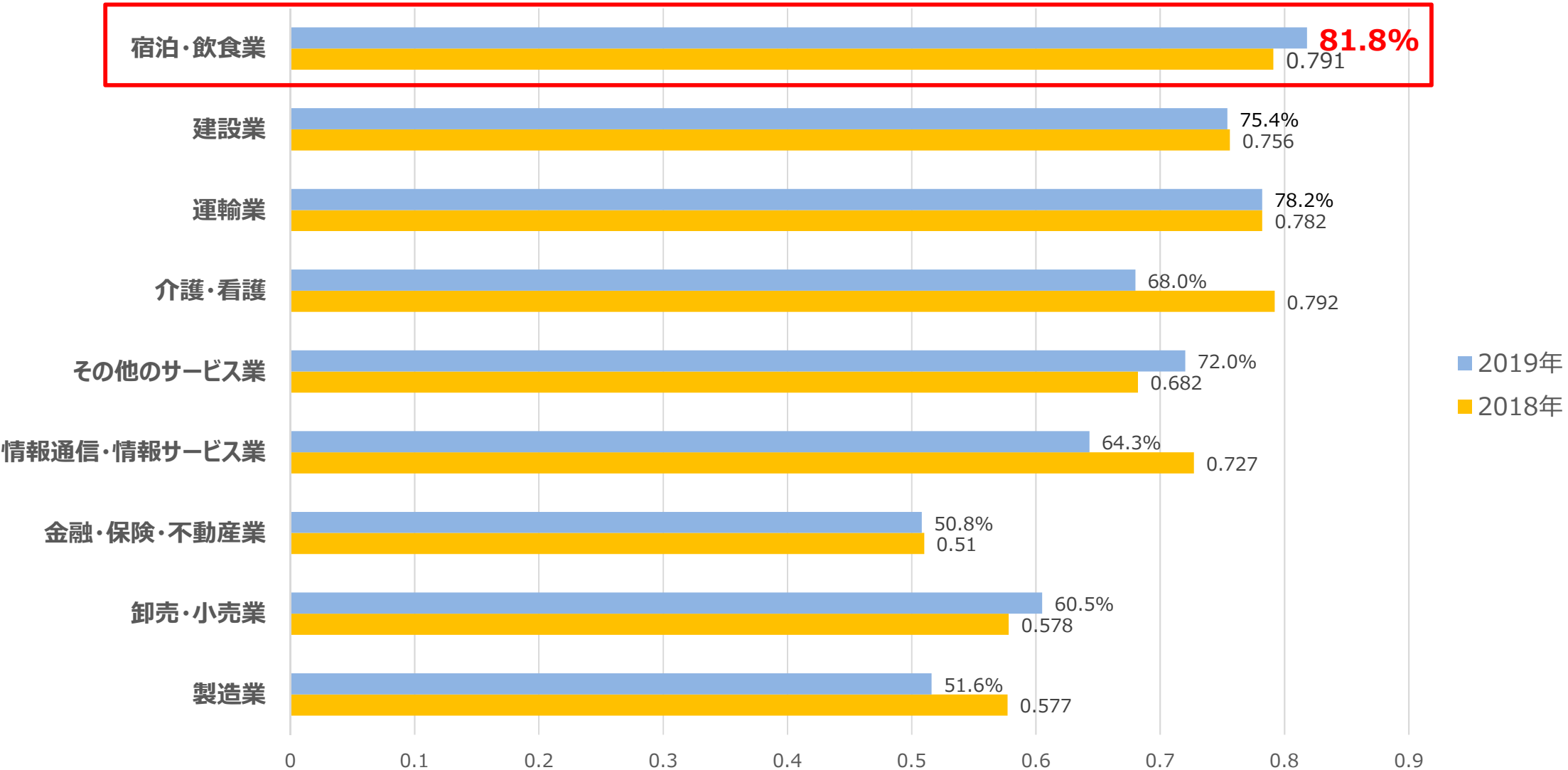
出典：厚生労働省「毎月勤労統計調査」、「就労条件総合調査」

宿泊業における人手不足

○ 宿泊業においては、約8割の企業が人手不足に陥っている。

人材が不足しているか

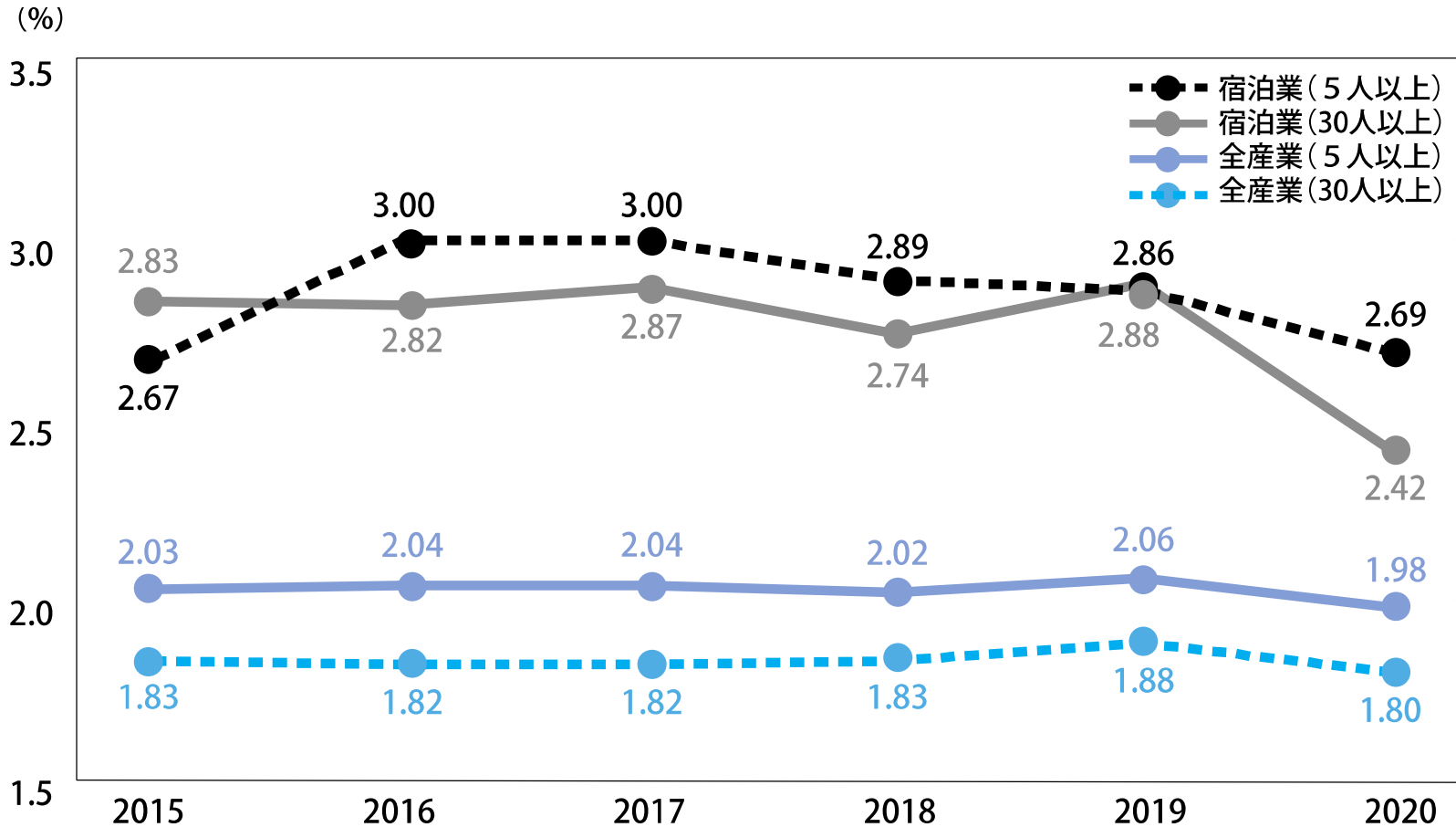
n=2,638



宿泊業の離職率

○ 宿泊業の離職率は全業種平均を大きく上回る。

事業所規模別離職率（※）の推移（全産業平均と宿泊業の比較）



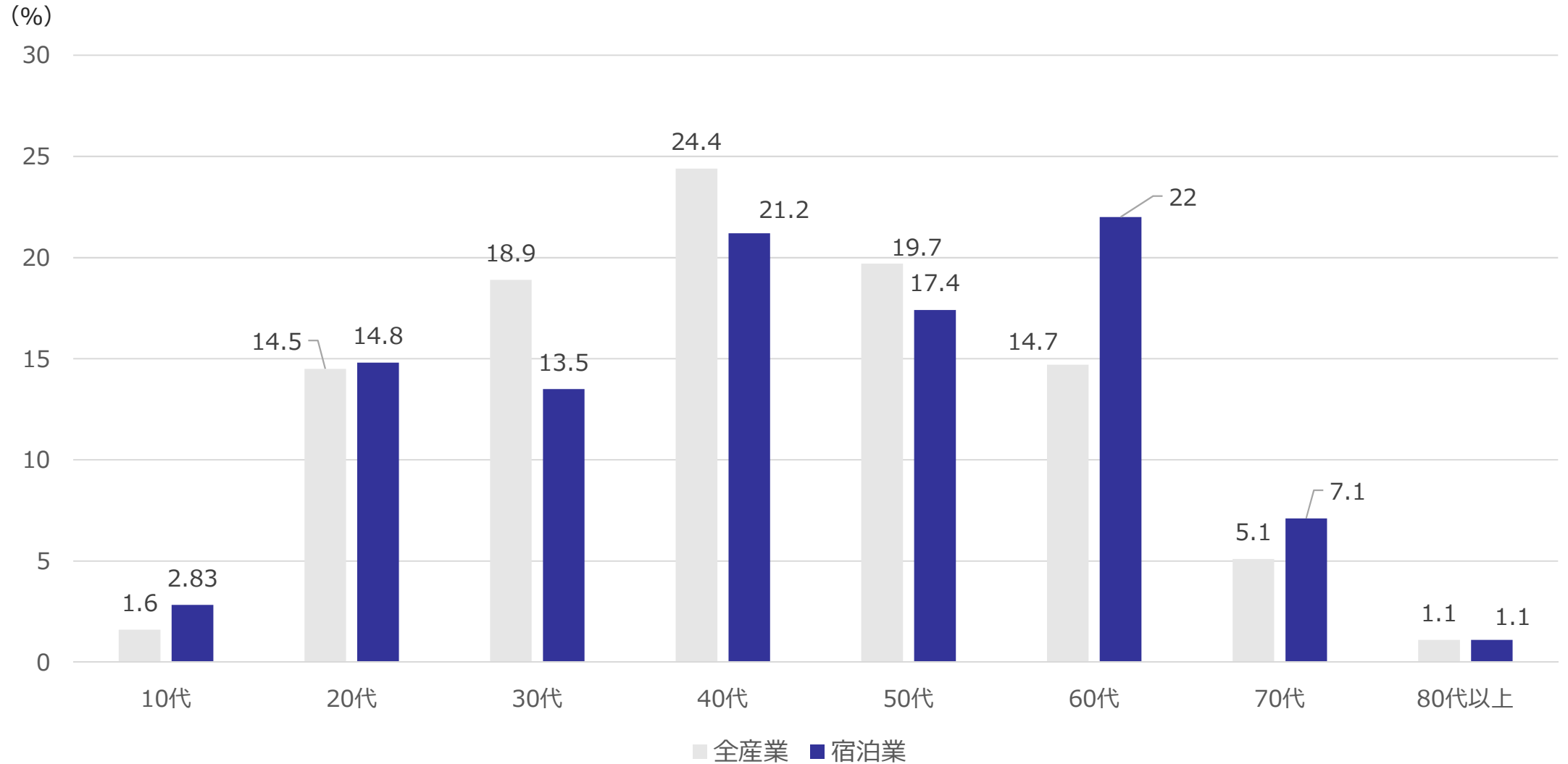
資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」（2021年8月実施）実数・指数累積データより

注：一般労働者・パートタイム労働者含む就業形態計の数値を引用

※離職率 = (本月中の減少 ÷ 前調査期間末) × 100にて算出

宿泊業における就業者の年齢別構成割合

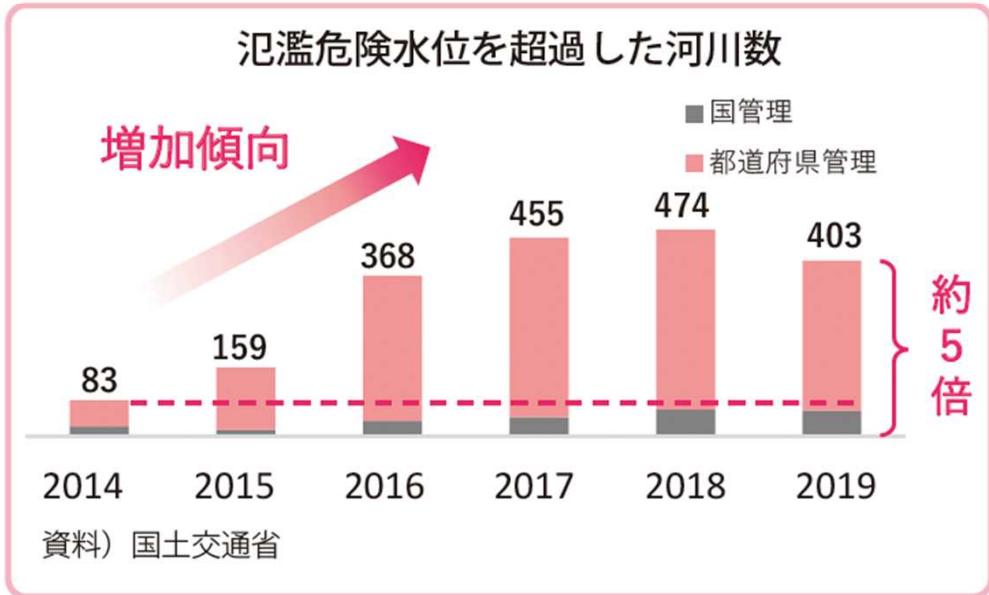
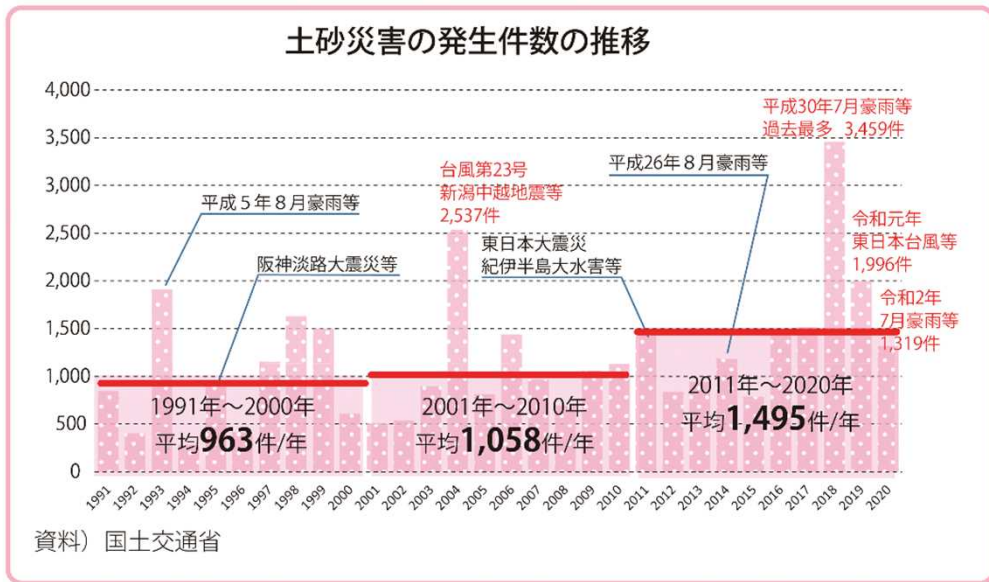
- 宿泊業における就業者は60代以上の高齢者が3割を占めており、今後この層の退職による大幅な就業者数の減少が見込まれる。



出典：総務省 平成29年「就業構造基本調査」

自然災害の頻発・激甚化

○ 近年、世界的に自然災害の頻発化・激甚化が指摘されており、我が国においても水災害等の発生件数が増加。観光地が被災するケースも発生している。



令和3年7月に静岡県熱海市伊豆山で発生した土石流災害

宿泊施設における被災者の受入

- 災害発生時には旅館・ホテルが避難所として被災者を受け入るなど、自治体と連携して地域のセーフティネットとしての機能を果たしている。

事例) 静岡県熱海市・熱海温泉 HOTEL ACAO/熱海ニューフジヤホテル

- 2021年7月3日、熱海市の伊豆山地区で大規模な土石流災害が発生。被災した範囲は延長約1km、最大幅約120mに及び、約130棟が被害を受けた。

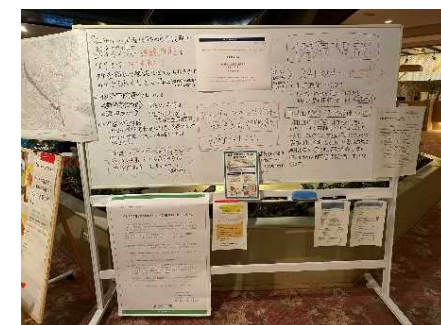
災害発生後の対応

- HOTEL ACAOは災害発生の一報から1時間後に、経営陣が炊き出しを決定。発生翌日の7月4日12:00から19:00まで、ホテルの大型ホールで100食分のおにぎりと豚汁を提供した。続けて大浴場やロビー、コインランドリーを解放し、充電器を無償で提供。救援物資を受け入れるためのヘリポートも提供した。
- 熱海市などと協議し、7月4日にHOTEL ACAOと熱海ニューフジヤホテルの2軒が、**被災者の避難所として施設を提供することを決定**した。
- 7月6日時点で両ホテルに避難したのは計562人。内訳は**熱海ニューフジヤホテルが507人、HOTEL ACAOが高齢者介護施設の入居者と職員55人**。
- 熱海ニューフジヤホテルは原則1世帯に1部屋を割り当て1階ロビーでは水や衣類などの物資を配布。市の保健師らが心身のケアに当たる場所も設置された。HOTEL ACAOは介護施設の入所者と職員が集団生活を送れるよう、広い宴会場などを用意。避難者からは「個室で安心」「風呂や冷房ありがたい」といった声が上がった。
(時事通信2021年7月9日の配信記事より)

写真提供：熱海市・熱海ニューフジヤホテル



(受付の様子)



(災害情報)



(地下駐車場の様子)

新型コロナウイルス感染軽症者等の受け入れ①

○ 今般のコロナ禍においては、無症状者の経過観察のための滞在先としての役割も宿泊施設が担った。

事例 千葉県勝浦市 勝浦ホテル三日月

● 2020年1月、政府からの要請を受けて武漢からの帰国者受け入れを決断。帰国者206人のうち、無症状で経過観察を希望した191人を受け入れた。

帰国者受入後の対応

● 近隣の亀田総合病院の協力を得て、スタッフの接触を最低限にするなどの受入体制を構築した。地元住民からは反対の声もあったが、病院による説明会を開催するなど、地元住民とコミュニケーションを重ね、**心配の声は応援へ変化**した。

帰国者は約2週間滞在し、**感染者は0人**だった。退去後は2週間かけて清掃と消毒を行い、通常営業を再開した。

一連の取り組みについて

● 勝浦ホテル三日月は「帰国者の滞在環境を快適・清潔に保つため、シーツの交換や食事の提供は宿泊施設だからこそできたことだと思う」とコメント。こうした非常時における宿泊施設の社会的意義や役割について、「困った時に人の役に立たなかつたら意味がない。平時は誰でも助けてくれることを学んだからこそ、人が困っているときは、身の丈にあった社会貢献をしていきたいと思って行動してきた。引き続き、地域、日本の繁栄のために邁進していきたい」としている。



(物資の状況)



(事務局の様子)

政府チャーター機で武漢から帰国し、当ホテルに滞在されていた帰国者の方々は、
今月13日、無事退去されました。

政府が選定した消毒業者により、今月15日から21日まで、当ホテル館内の消毒
作業を行う予定です。

その後、営業再開に向け、万全を期すために、今月22日から29日まで、
弊社従業員による、徹底した清掃をいたします。

当ホテルの営業再開は3月1日を予定しております。

勝浦ホテル三日月
支配人



写真提供：勝浦ホテル三日月

新型コロナウイルス感染軽症者等の受け入れ②

- 重症者に対する医療資源の確保を図るため、症状等から入院が必要な状態ではないと考えられる軽症者等を自治体が用意した宿泊施設において受け入れ。東京都ではこれまで8万人以上がホテルで宿泊療養を実施。

東京都における宿泊療養施設

番号	名称	番号	名称
1	the b 池袋	20	アパホテルT K P 日暮里駅前
2	ダイナイスホテル東京	21	ファーイーストビレッジホテル東京有明
3	東横INN新宿歌舞伎町	22	ホテルグレイスリー新宿
4	東横INN東京駅新大橋前	23	東京ベイ有明ワシントンホテル
5	イーストタワー（品川プリンスホテル）	24	東横INN羽田空港2
6	アパホテル浅草田原町駅前 ※令和3年3月31日終了	25	カンデオホテルズ上野公園
7	東京虎ノ門東急REI ※令和3年3月31日終了	26	R&Bホテル蒲田東口
8	東横INN府中南武線南多摩駅前	27	アパホテル大森駅前
9	アパホテル&リゾート西新宿五丁目駅タワー	28	コンフォートホテル東京東神田
10	アパホテル山手大塚駅タワー	29	KOKOHOTEL銀座一丁目
11	東横INN池袋北口II	30	the b 赤坂
12	アパホテル品川泉岳寺駅前	31	R&Bホテル上野広小路
13	アパホテルブライド国会議事堂前	32	R&Bホテル東京東陽町
14	アパホテル東新宿歌舞伎町タワー	33	アパホテル上野広小路
15	東急ステイ高輪	34	新宿ワシントンホテル新館
16	八王子スカイホテル ※令和3年10月31日終了	35	THE KNOT TOKYO Shinjuku
17	アパホテル新宿御苑前	36	アパホテル新宿歌舞伎町タワー
18	吉祥寺東急REI ※令和4年1月15日終了	37	東京都ペット同伴宿泊療養施設
19	コンフォートホテル東京東日本橋		



(グリーンゾーンとレッドゾーンの境)



(ホテルレストランにてモニター監視)



(事務スタッフ勤務場所)



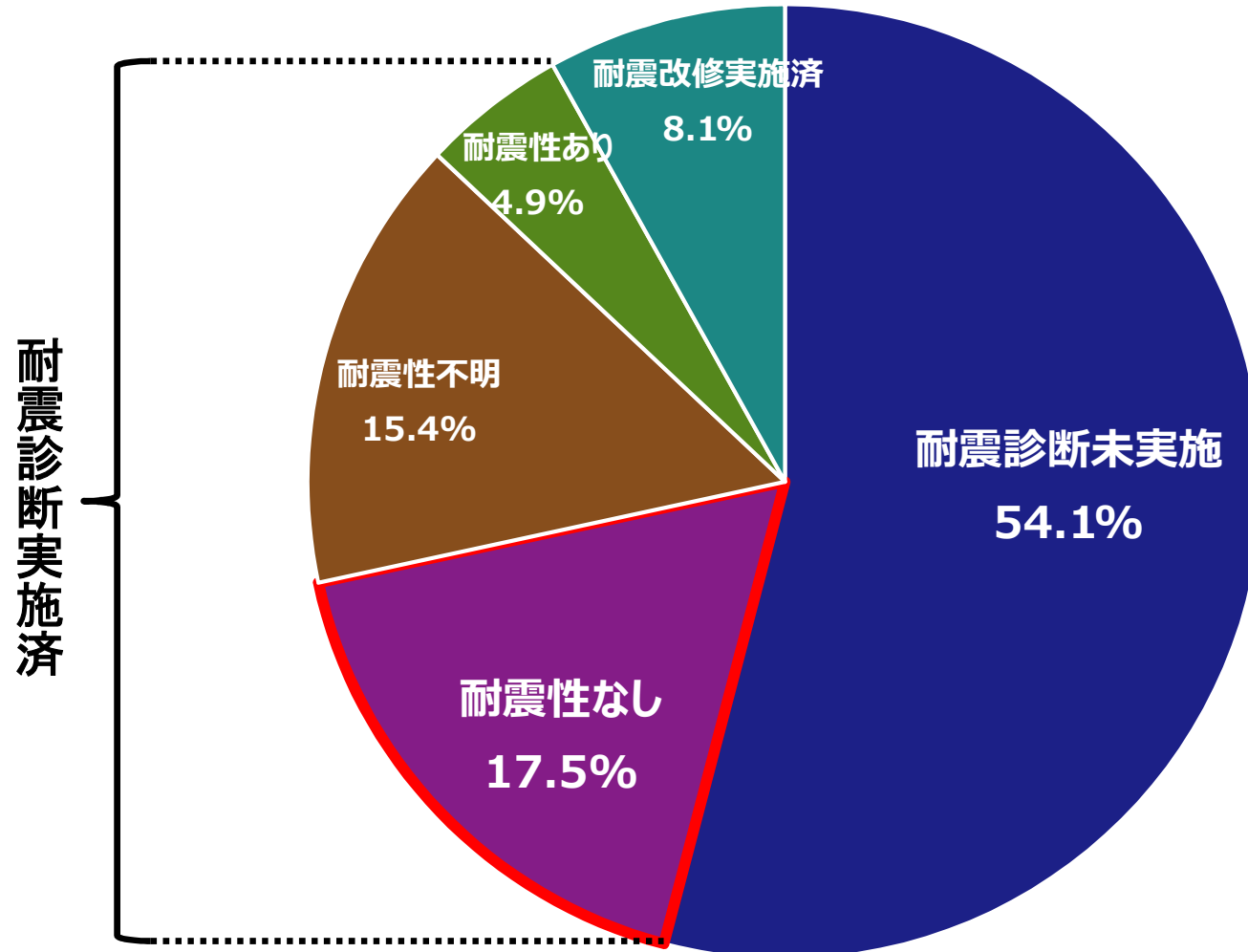
(各部屋に看護師の問診室を設置)

出典：東京都福祉保健局「新型コロナウイルス感染症の軽症者等に係る宿泊療養について」

宿泊施設における耐震化の状況について

- 昭和56年の建築基準法改正以前の基準（旧耐震）によりに建築されたホテル・旅館等（階数3階以上かつ1,000㎡以上）のうち5割強は耐震診断が未実施。
- 耐震診断実施済みの約4割の施設のうち半数弱は耐震性なしと診断されている。

ホテル,旅館等の耐震化の状況 ※令和2年3月31日時点



(国土交通省調べ)

宿泊施設のバリアフリー化の状況について

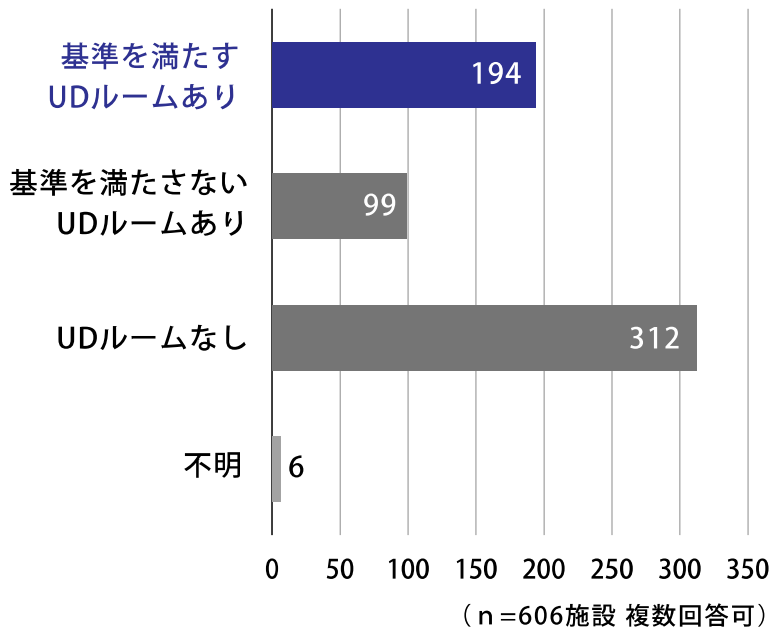
- 2017年に行った「ホテル・旅館のバリアフリー化の現状等に関するアンケート調査」によると、改正バリアフリー法の基準を満たす「UDルーム（ユニバーサルデザインルーム）」のある施設は、回答のあった606軒のうち194軒と全体の32%。UDルームの客室数は382室で、全客室数（102,766室）のわずか0.37%。

バリアフリー化の実態（UDルーム）

有無別 施設数

保有施設 割合

32%



客室数割合

客室数 割合

0.37%

基準を満たすUDルーム数

382室

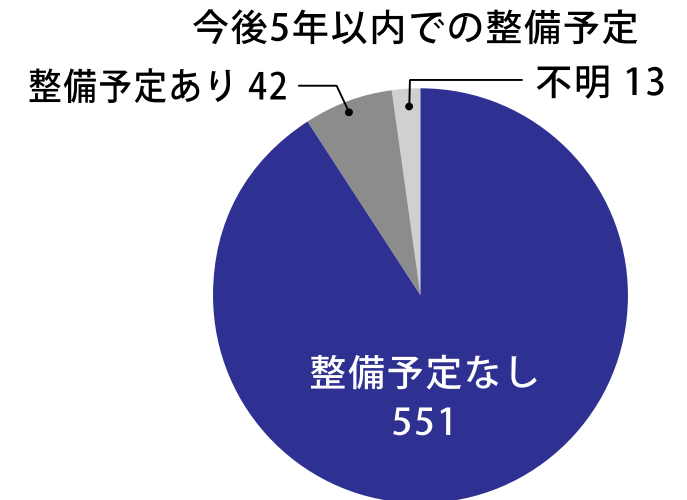
全客室数

102,766室

今後の整備予定

整備予定なし

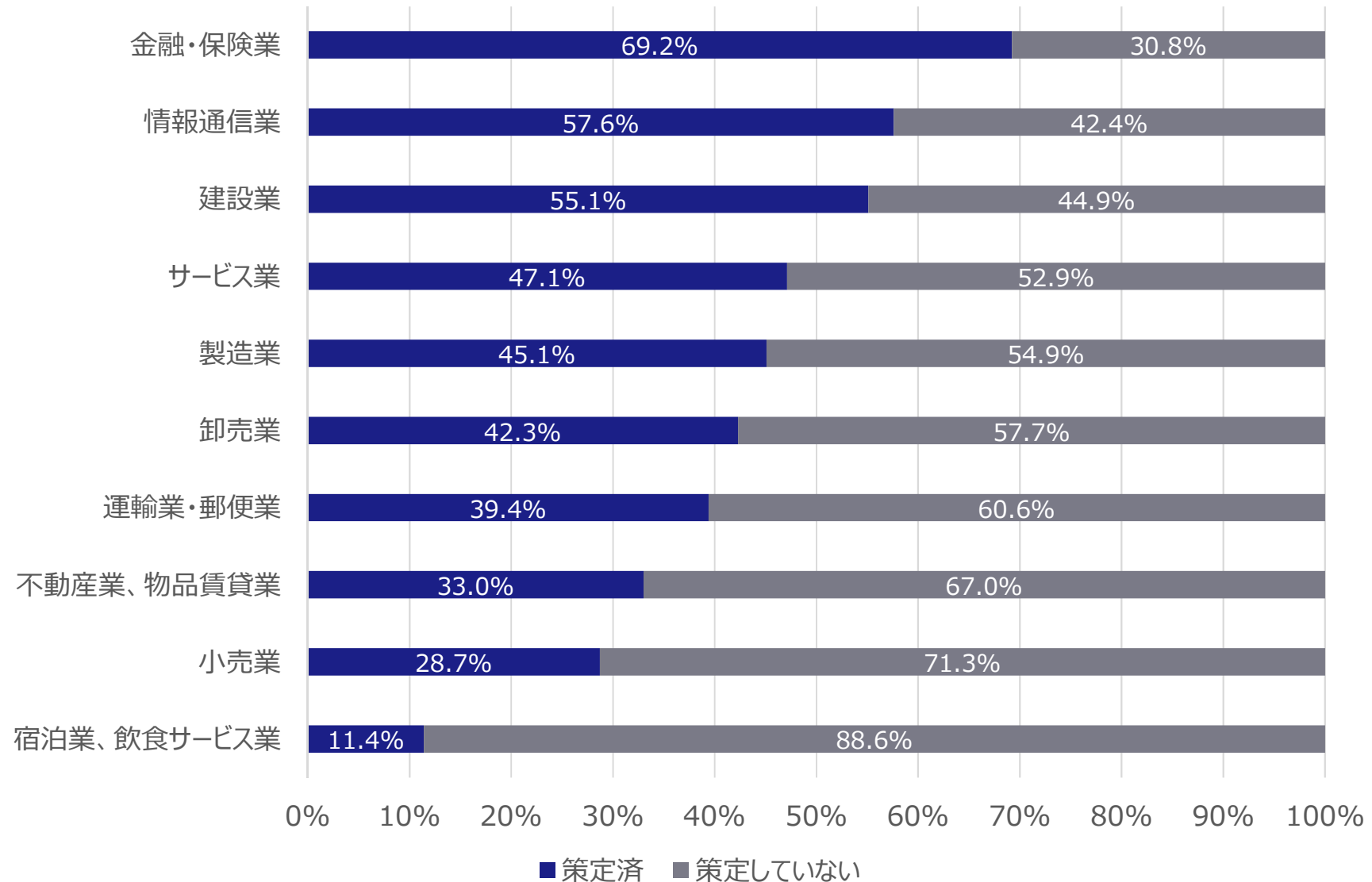
91%



※国土交通省
「ホテル・旅館のバリアフリー化の現場等に関するアンケート（2017年）」より作成

業種別事業継続計画（BCP）の策定状況

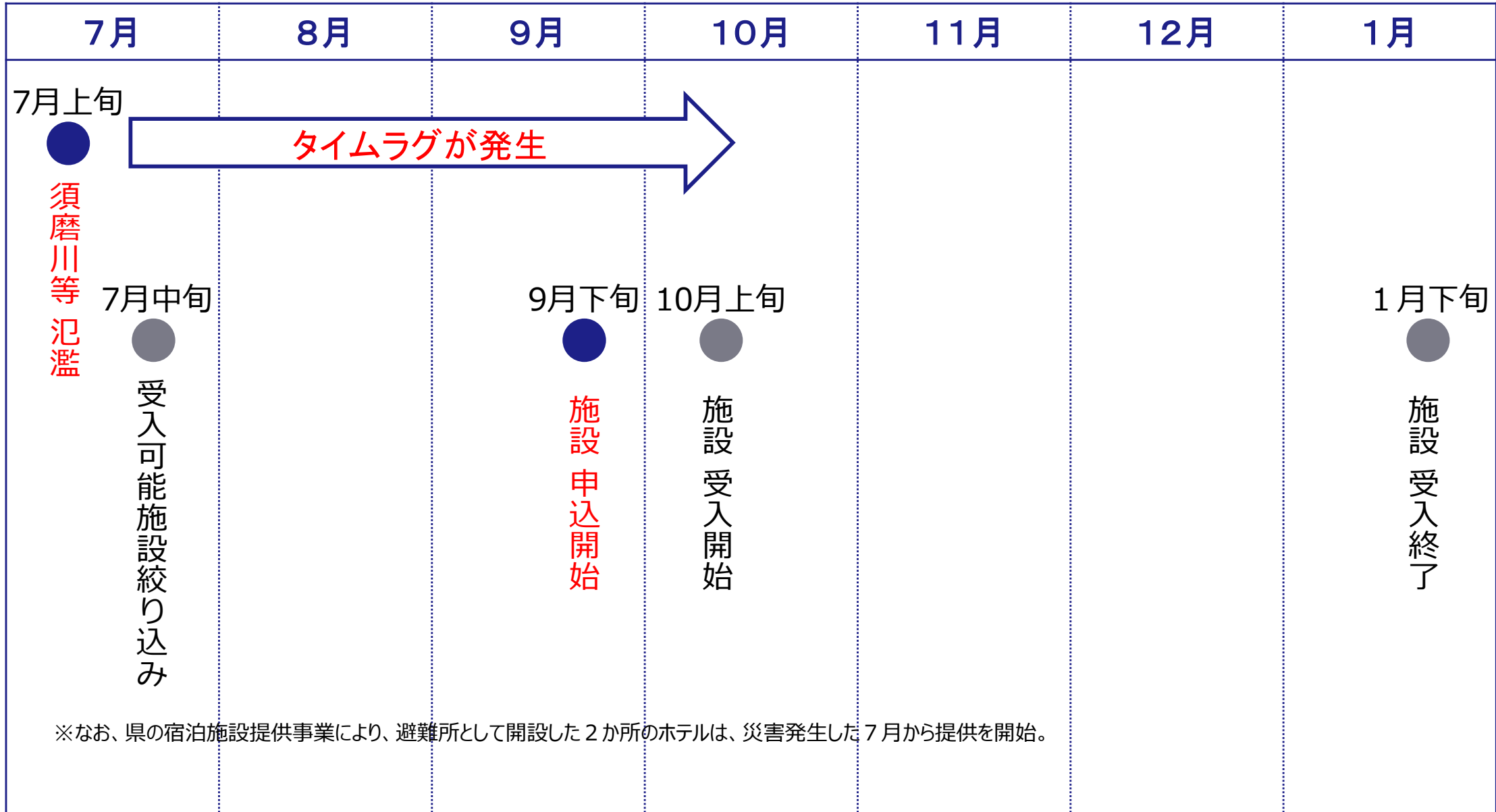
○ 危機・災害への備えを表す事業継続計画（BCP）の策定率が宿泊業、飲食サービス業は他業種に比べ低い。



出典：内閣府「令和元年度企業の事業継続及び防災の取組に関する実態調査」

災害発生から避難者受入開始までに時間を要する

- 非常時において避難所・療養所となる宿泊施設について、地域全体としての事前の合意・計画が十分に形成されていないことにより、発災時における被災者等の受入開始までに時間を要する事例もみられる。



I .観光に期待される役割・意義

1 .観光の役割・意義

2 .観光産業の役割・意義

(1) 宿泊業の役割・意義

(2) 旅行業の役割・意義

II .観光を取り巻く現状と課題

1 .観光地を取り巻く現状と課題

2 .観光産業の現状と課題

(1) 宿泊業の現状と課題

(2) 旅行業の現状と課題

III .国の既存施策

旅行業の現状

- 事業者数：10,174社
- 従業者数：86,884人（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」）
- 売上（収入）金額：10兆2,625億円（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」）

年	第1種 旅行業者	第2種 旅行業者	第3種 旅行業者	地域限定 旅行業者	旅行業者 計	旅行業者 代理業者	合計	旅行サービス 手配業者	総数
2012	726	2,799	5,749	-	9,274	872	10,146	-	-
2013	701	2,869	5,738	-	9,308	837	10,145	-	-
2014	696	2,777	5,625	45	9,143	835	9,978	-	-
2015	697	2,776	5,524	77	9,074	810	9,884	-	-
2016	708	2,827	5,668	118	9,321	779	10,100	-	-
2017	704	2,914	5,789	144	9,551	750	10,301	-	-
2018	688	2,980	5,816	200	9,684	706	10,390	717	11,107
2019	691	3,022	5,803	267	9,783	675	10,458	1,102	11,560
2020	686	3,043	5,692	369	9,790	620	10,410	1,538	11,948
2021	670	3,036	5,451	453	9,610	564	10,174	1,714	11,888

- (注) **第1種旅行業**：海外・国内の企画旅行の企画・実施、海外旅行・国内旅行の手配及び他社の募集型企画旅行の代売を行うことができる。
第2種旅行業：海外「募集型企画旅行」の企画・実施を除く旅行業務を行うことができる。
第3種旅行業：「募集型企画旅行」の企画・実施を除く旅行業務を行うことができる（地域限定の国内募集型企画旅行のみ実施可）。
地域限定旅行業：実施する区域を限定し、国内の企画旅行の企画・実施、手配旅行も同様の区域内の旅行業務を行うことができる。
旅行業者代理業：上記旅行業者が委託する範囲の旅行業務を行うことができる。
旅行サービス手配業：ランドオペレーター業務を行うことができる。

各年とも4月1日現在。2018、2019年は5月1日現在。

出典：日本交通公社「旅行年報2021」（2021.11） 資料：2017年までは観光庁への聞き取りをもとに、2018年以降は観光庁HPより日本交通公社作成

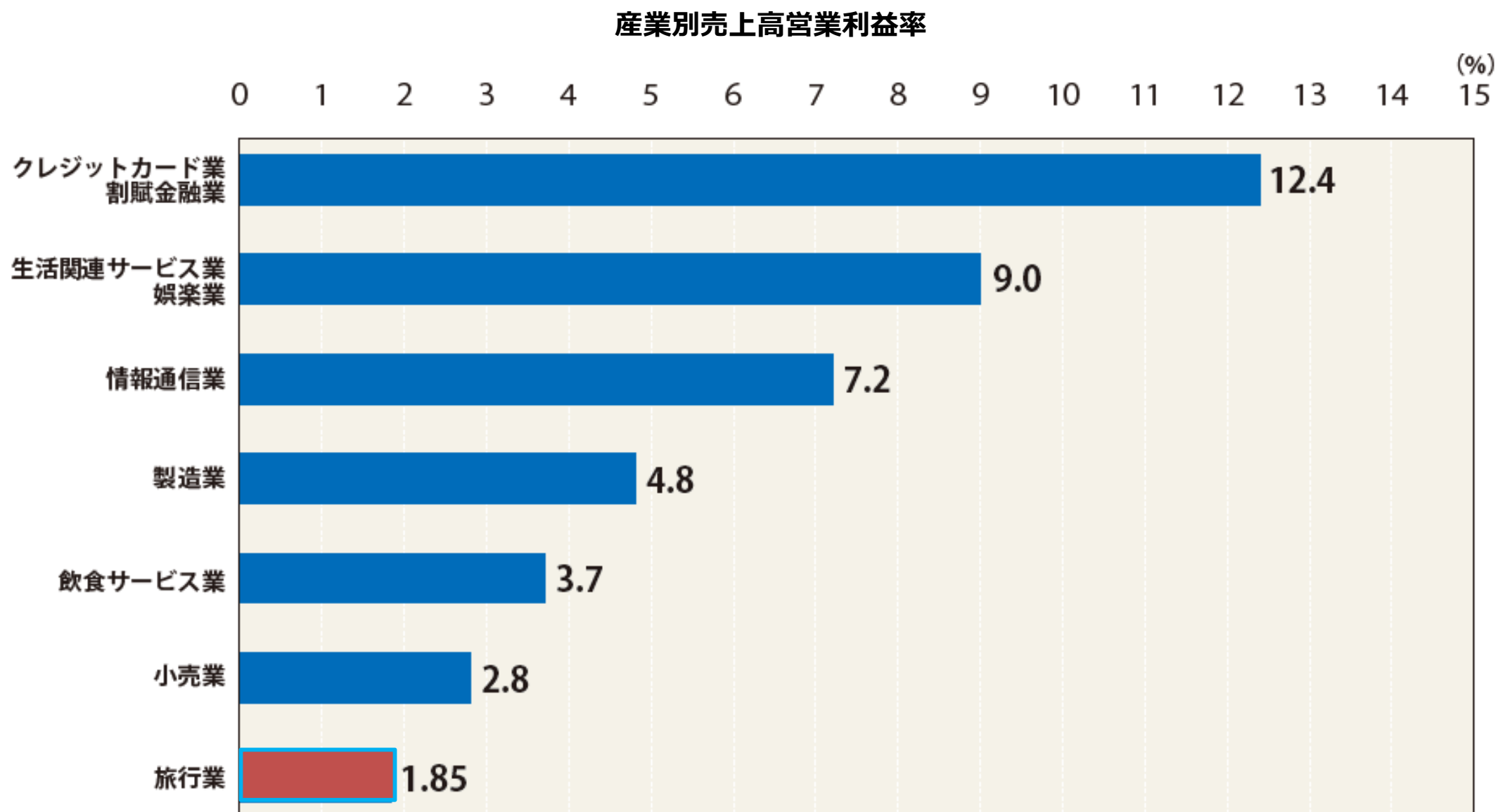
従来型国内旅行商品の特徴（典型例）

- 宿泊施設の客室や交通機関の座席、観光施設の入場券等をサプライヤーから在庫として仕入れ、これをパッケージにすることで旅行商品を造成。
- 商品内容の差別化が難しく、他社による類似商品の造成や旅行者による自己手配も可能であることから価格面での競争に陥りやすい。薄利多売構造のため大量送客が可能な人気観光地に行き先が偏重する傾向も見られる。

従来型国内募集型企画旅行商品



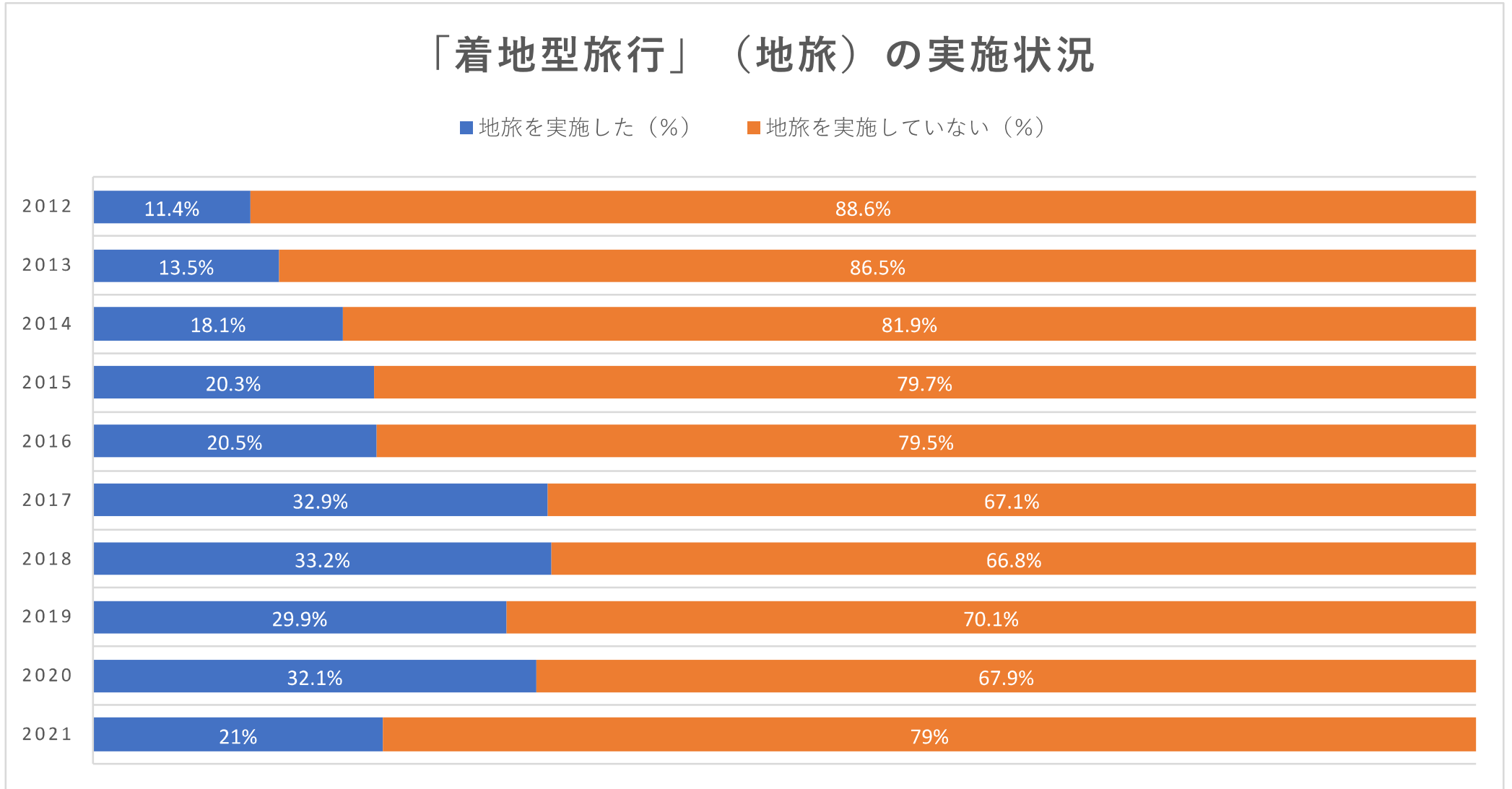
○ 旅行業の営業利益率は他産業と比較して極めて低い水準にある。



※経済産業省企業活動基本調査より
(2019年企業活動基本調査確報－平成30年度実績－)

着地型旅行（地旅）の実施状況

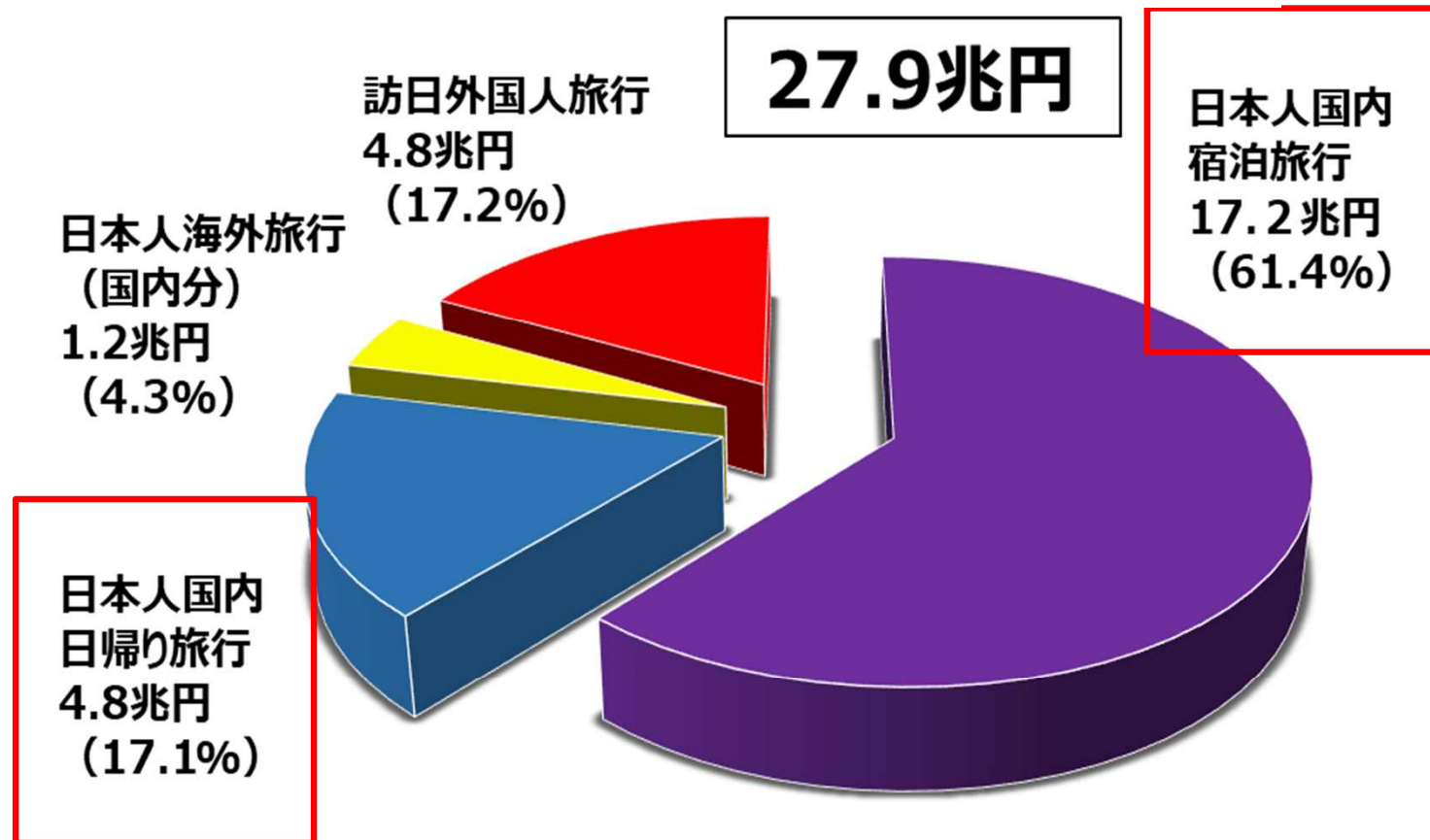
○前事業年度に「着地型旅行（地旅）」を「実施した」と回答した会員は、506社（21.0%：前回32.1%）であった



出典：全国旅行業協会 会員実態調査報告書

- 旅行市場に占める国内宿泊旅行・日帰り旅行のシェアは全体の約8割となっており、依然として高い割合。

2019年（令和元年）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より算出

2030年未来予測：国内宿泊旅行 延べ宿泊人数・泊数推計

- 延べ宿泊旅行者数は2030年は1億2,945万人と予測。2017年の▲11.1%。
宿泊数は2億1,688万泊で▲15.4%。
- 宿泊旅行実施率の微減トレンドを加味して低位予測すると
延べ宿泊旅行者数は▲22.9%、
延べ宿泊数では▲22.6%にまで減少する見込み。



■日本人の国内宿泊旅行 延べ宿泊旅行者数推計（万人）

	2017年度	2030年度	差（万人）	差（%）
ベース推計	1億 4,556万人	1億 2,945万人	▲1,611 万人	▲11.1%
低位		1億1,223万人	▲3,333万人	▲22.9%

※ 2017年のデータは「じゃらん宿泊旅行調査2017」を引用
（帰省や出張、修学旅行を除く観光による宿泊旅行）

※ 平均旅行回数（2.78回）・平均泊数（1.68泊）は2004年～2016年の平均値を採用

※ 宿泊旅行実施率は、「ベース推計」については2016年の54.8%を採用

※ 低位推計は、「じゃらん宿泊旅行調査」より得られた宿泊旅行実施率の微減トレンドを単回帰分析で予測し、独自基準で補正したもの

■日本人の国内宿泊旅行 延べ宿泊数（万泊）

	2017年度	2030年度	差（万泊）	差（%）
ベース推計	2億 5,646万泊	2億 1,688万泊	▲3,958 万泊	▲15.4%
低位		1億8,803万泊	▲6,843万泊	▲26.6%

出典：じゃらんリサーチセンター「2030年観光の未来需要研究」で分析

データ元：「じゃらん宿泊旅行調査2018」より

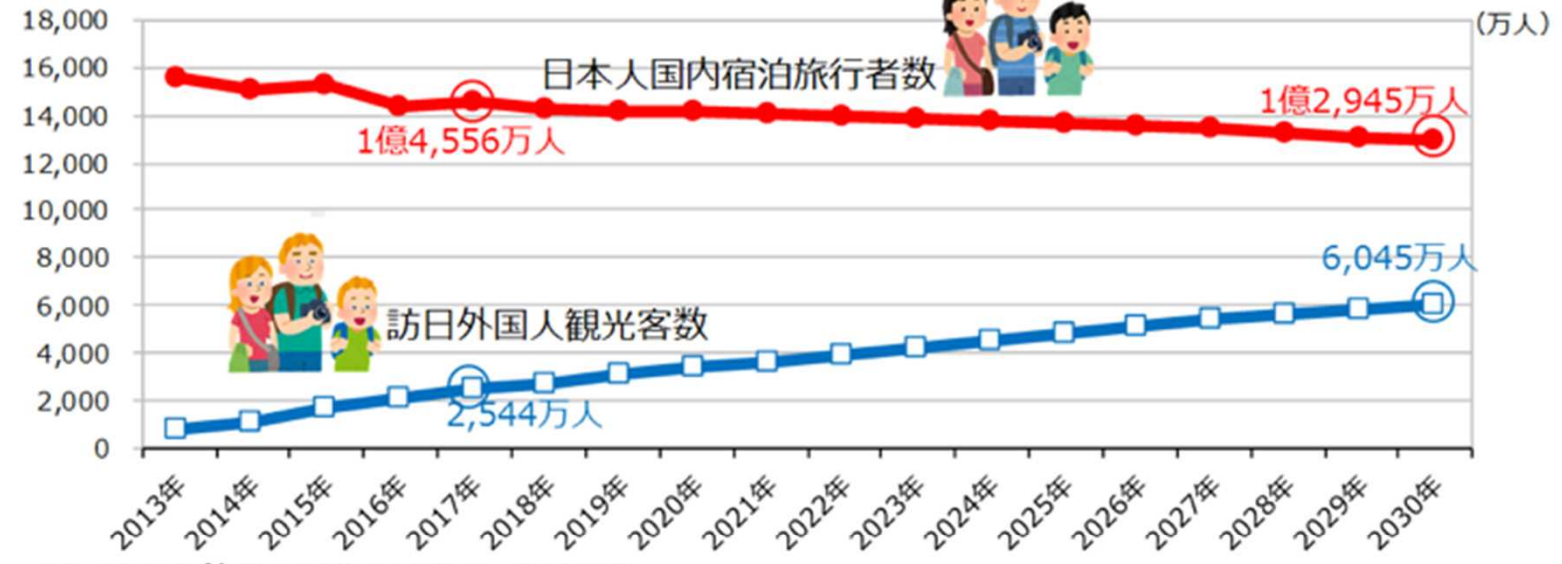
2012～2017年 20歳～79歳日本人人口：総務省統計局「住民基本台帳に基づく人口、人口動態および世帯数調査」より

2018～2030年 20～79歳日本人人口：社会保障・人口問題研究所人口予測より

2030年未来予測：国内宿泊旅行者・訪日外国人観光客数の変化を予測

● 延べ宿泊数において訪日外国人と日本人が2022年に同数、逆転し2030年には1.7倍に。

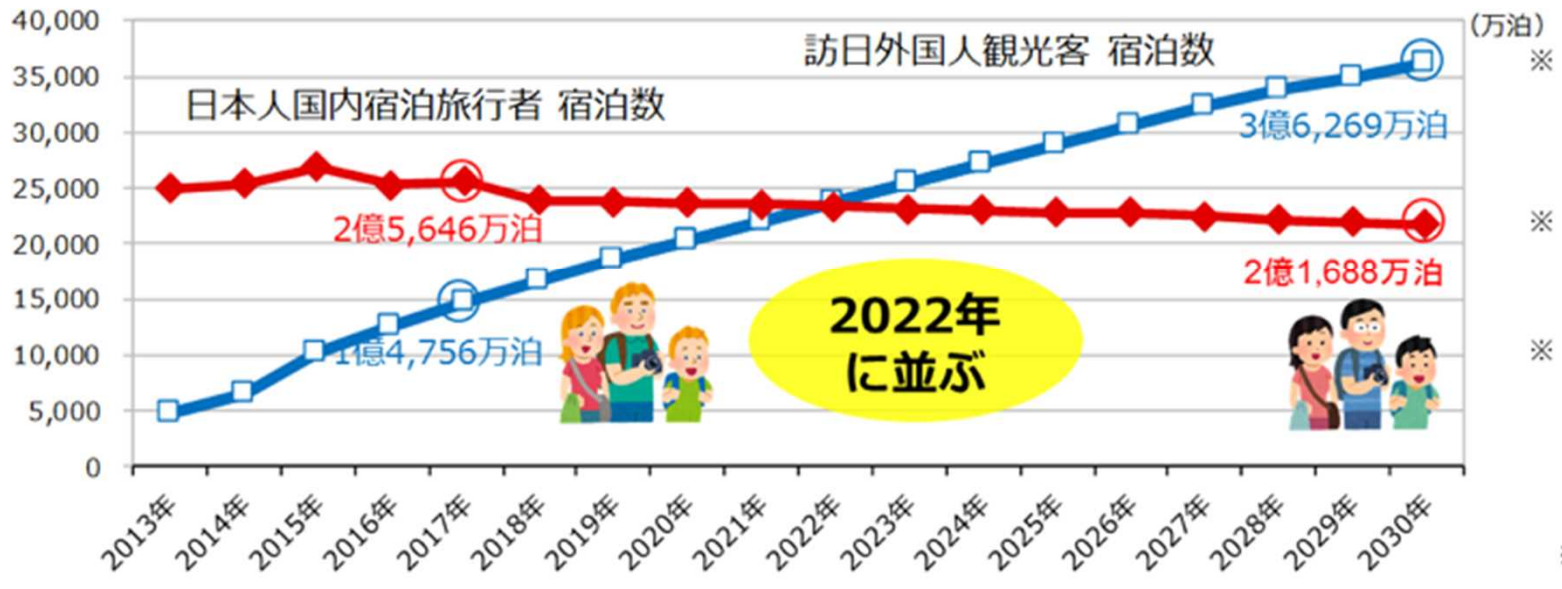
■ 延べ観光旅行宿泊者数推計 (万人)



観光客数
(日本人：訪日外国人)
2017年→6：1
2030年→2：1

延べ宿泊数
(日本人：訪日外国人)
2016年→2：1.7
2022年→1：1
2030年→1：1.7
クルーズを考慮すると1：1.4

■ 延べ観光旅行宿泊数推計 (万泊)



※ 日本人宿泊旅行の推計値は「じゃらん宿泊旅行調査2017」をベースとしており、当該年の4月～翌年3月までの年度。訪日外国人の推計値はJNTOの発表資料をベースとしており、その年の数値を推計に使用

※ 訪日外国人観光客宿泊数は、観光庁平成28年「訪日外国人消費同行調査」をもとに1人あたりの宿泊平均日数6.0をかけたものを採用

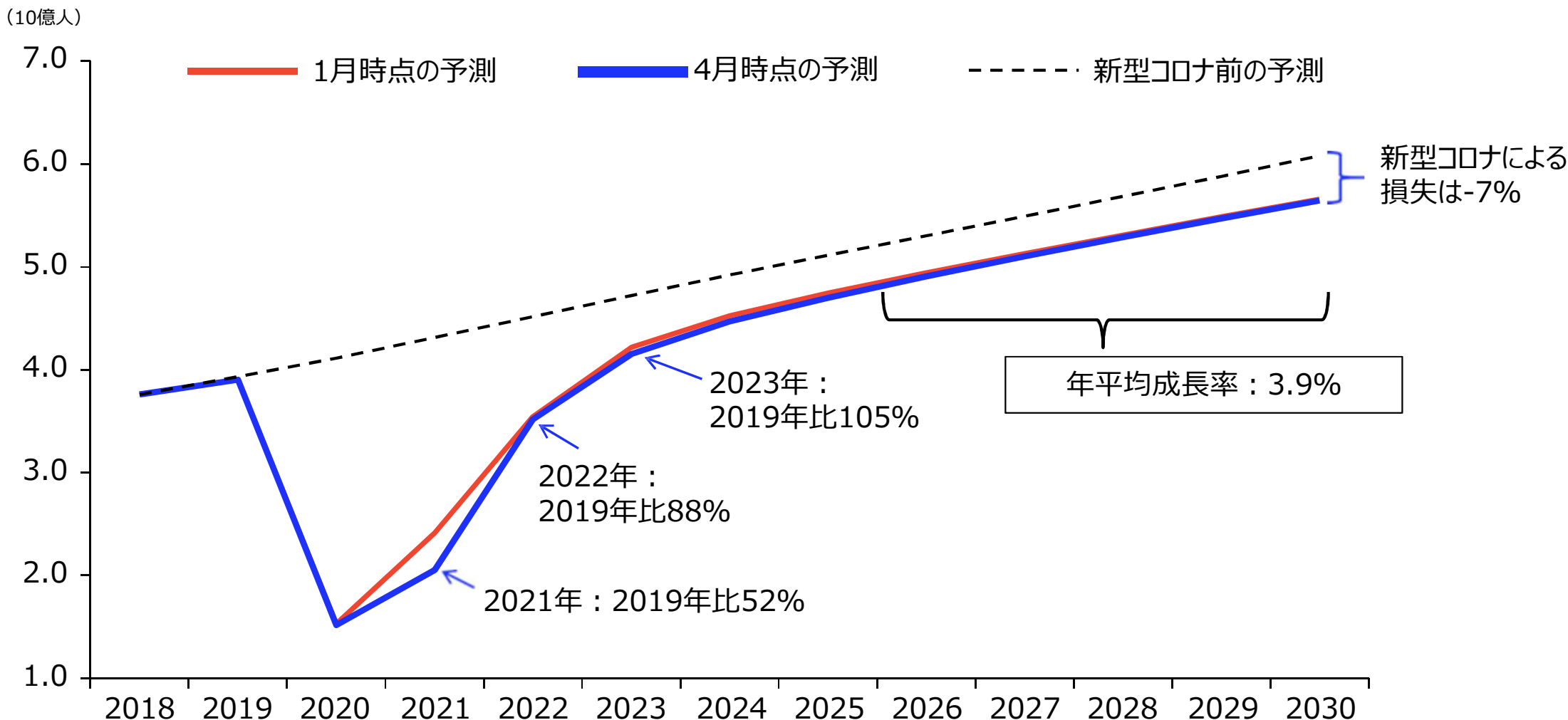
※ クルーズによる訪日分を除いたものを参考値として示す。数値は2016年の199万人（実績：国交省「クルーズ等の動向調査」）および2020年の目標500万人（「平成29年明日の日本を支える観光ビジョン」）を参考に推計

※出典：じゃらんリサーチセンター「2030年観光の未来需要研究」で分析

インバウンド市場の推移と将来の見通し

- インバウンド市場はコロナ禍により大きく需要が落ち込んだものの、2023年頃にコロナ前水準に回復し、その後は高い成長率での市場拡大が見込まれる。

世界的な航空需要の回復予想について

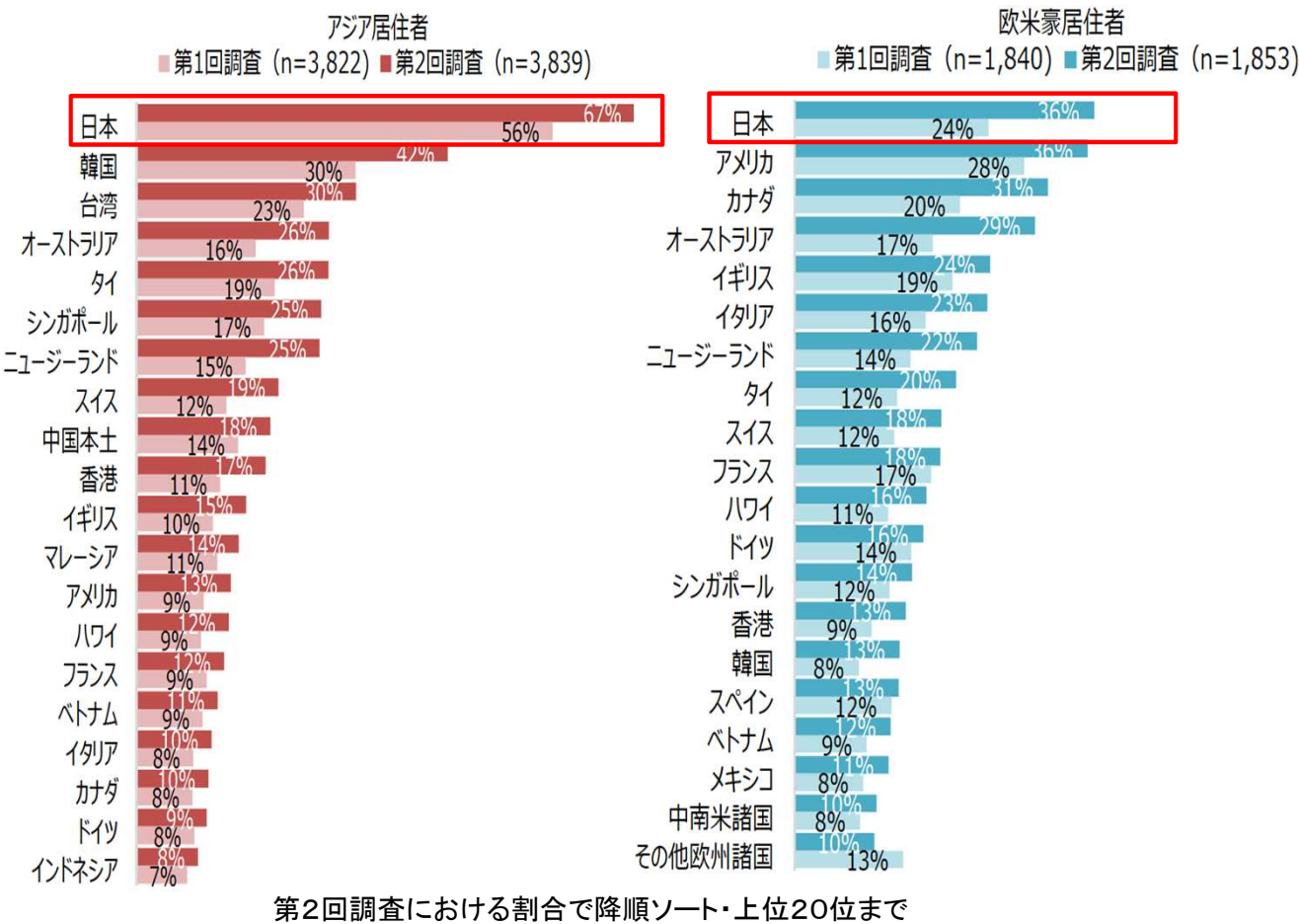


出典 : IATA発表資料に基づきJTBC総合研究所が作成

訪日外国人旅行者の強い訪日意向

- 今年5月調査において「次に海外旅行したい国・地域」として、**日本はアジア・欧米豪居住者とも1位**に。
- 前回調査（昨年5月）から、「アジア居住者」では引き続き**1位**を維持し、割合も上昇（第1回：56%→第2回：67%）、「欧米豪居住者」では**順位も割合も上昇**（第1回：2位・24%→第2回：1位・36%）。
- 観光のために日本を訪問したい理由について、他国と比較すると「**清潔だから**」の評価が高い。

次に海外旅行したい国・地域

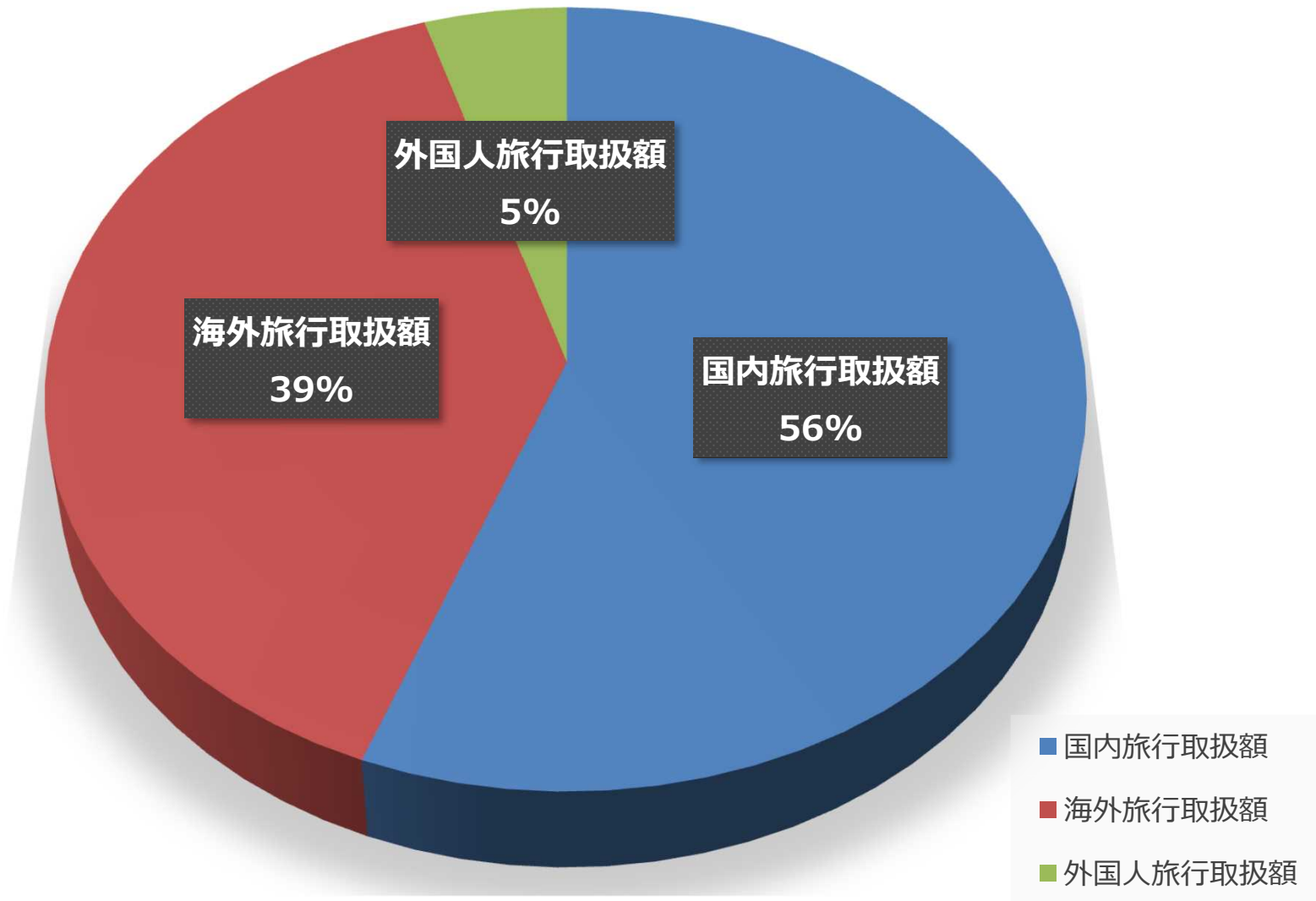


日本を訪問したい理由（「清潔だから」）

順位	国・地域	サンプル数	%
1	日本	3,261	39
2	シンガポール	982	36
3	ニュージーランド	1,258	30
4	スイス	899	30
5	カナダ	805	22
6	オーストリア	312	21
7	オーストラリア	1,405	21
8	韓国	1,647	20
9	中東諸国（ドバイなど）	334	20
10	台湾	1,124	20
11	ドイツ	506	17
12	ハワイ	703	15
13	その他欧州諸国	328	14
14	イギリス	784	14
15	香港	754	12
16	マカオ	290	12
17	フランス	615	11
18	メキシコ	214	11
19	マレーシア	479	11
20	グアム	189	10
21	イタリア	602	10
22	スペイン	408	9
23	中国本土	655	9
24	アメリカ	989	9
25	タイ	1,113	9
26	インド	291	9
27	ベトナム	637	7
28	インドネシア	431	6
29	フィリピン	343	6
30	中南米諸国	244	5
31	アフリカ諸国	154	1
-	その他	114	13

- 今後期待されるインバウンド市場の回復や旺盛な訪日需要に比して、我が国主要旅行会社における外国人旅行の取扱額は著しく少ない状況が続いている。

主要旅行会社取扱額の割合(2019年)

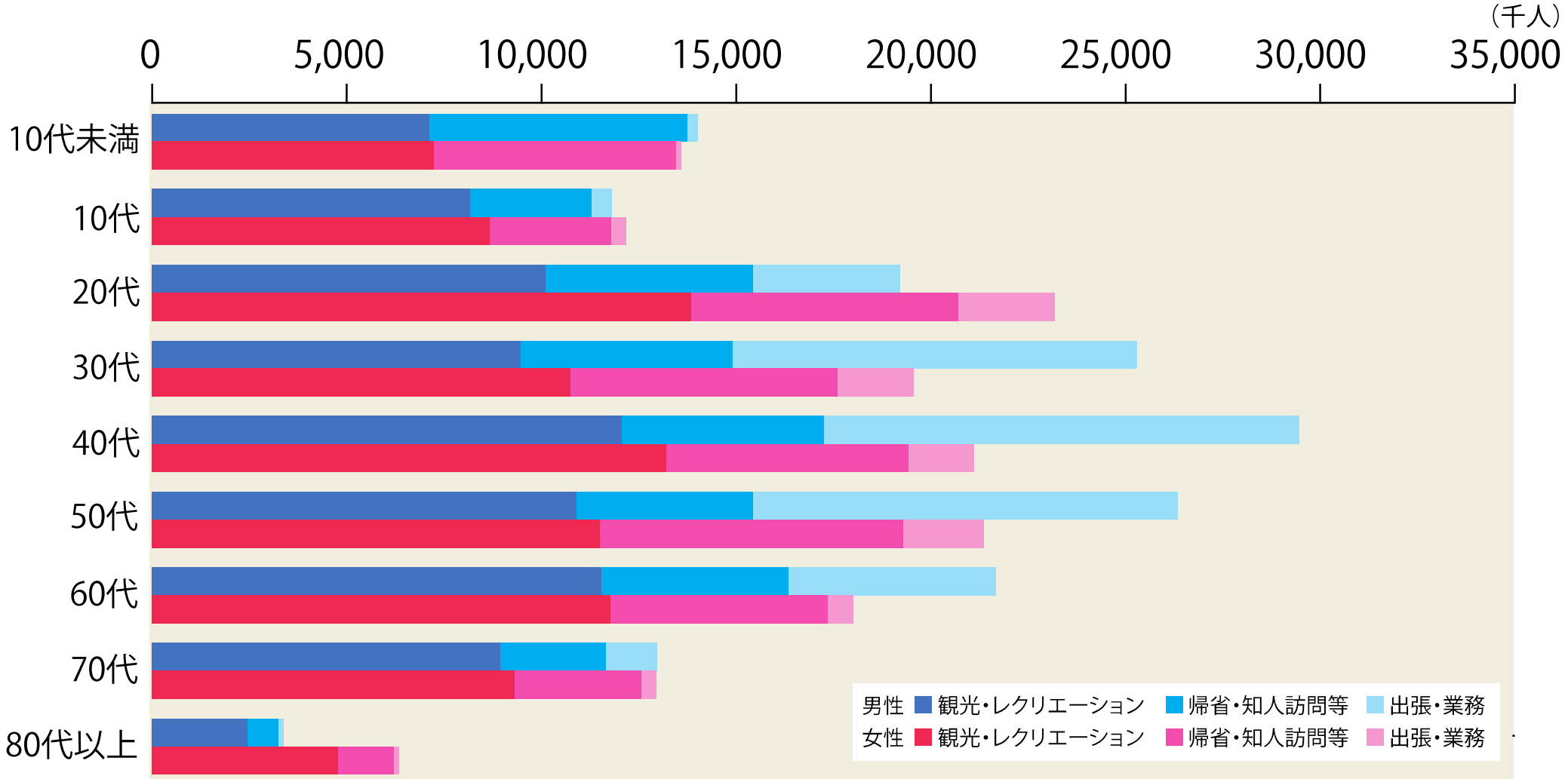


※ 国土交通月例経済から算出

世代別旅行者数の推移

○ 70代・80代以上では旅行者数が大きく減少。

性別・年代別日本人国内宿泊旅行における延べ旅行者数の推移（2019年）

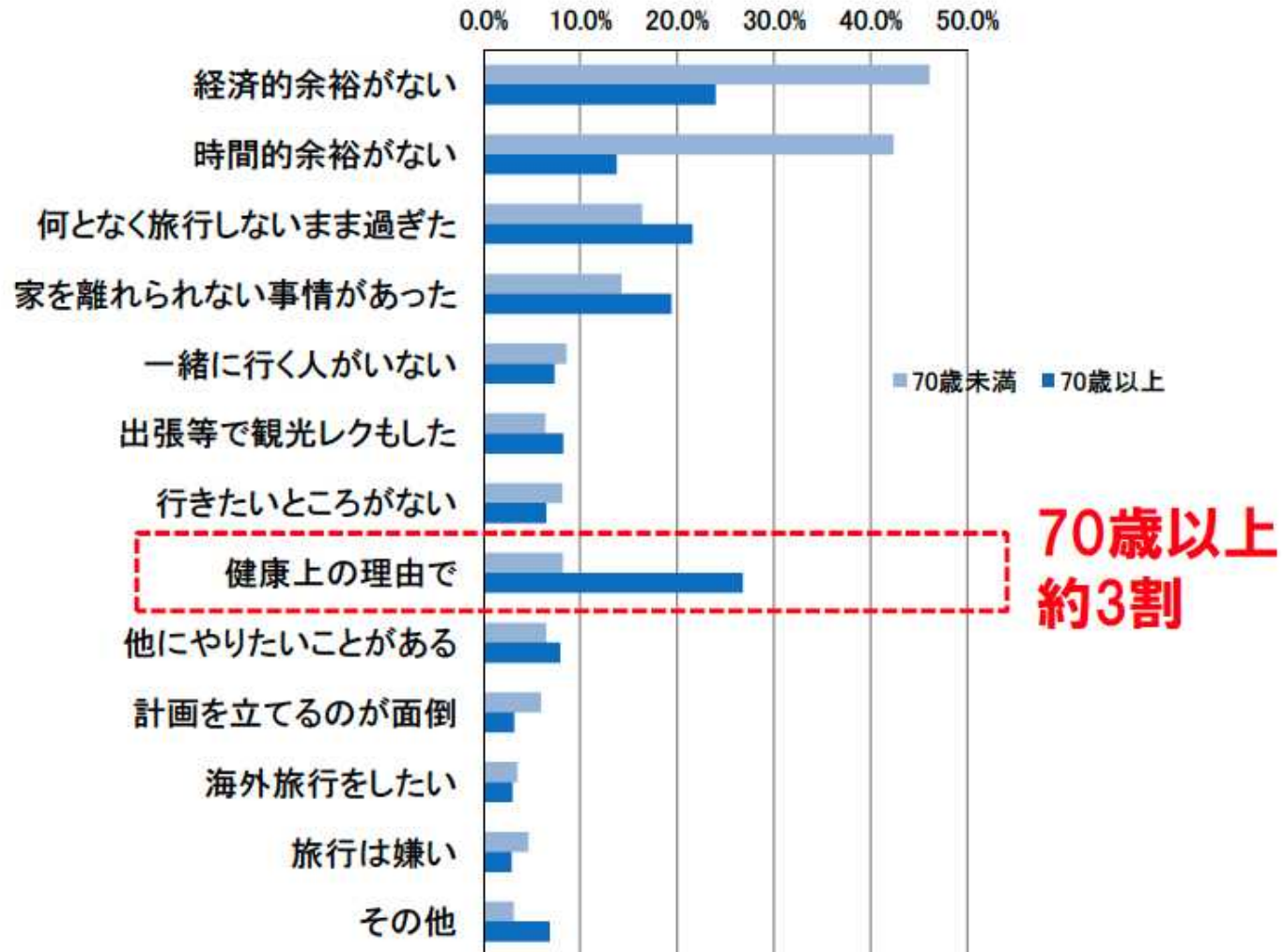


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成
資料：日本交通公社旅行年報2020

高齢世代で宿泊旅行が減少する原因

- 70代以上の世代では、「健康上の理由で」が旅行をしなかった理由のトップを占める。

旅行をしなかった理由の分析

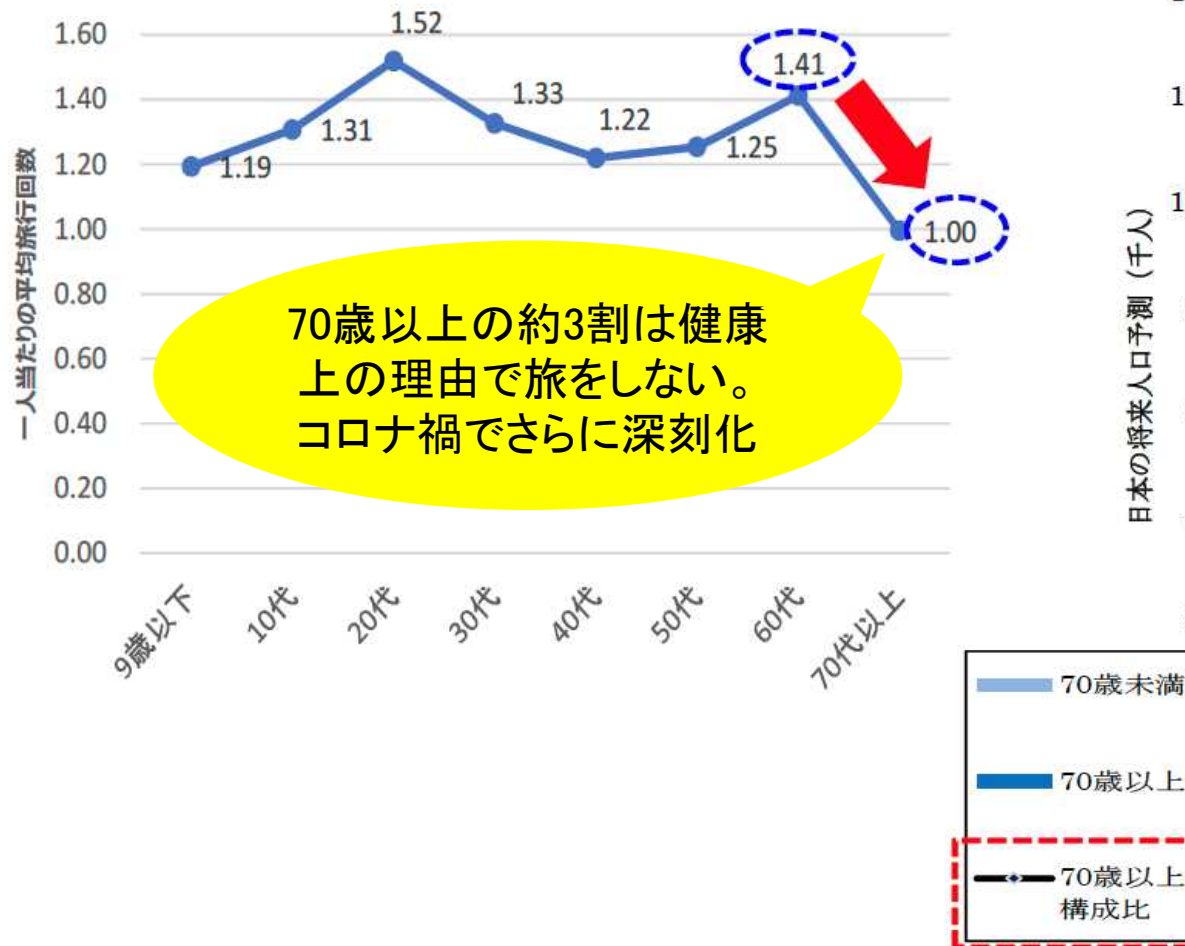


出典：日本観光振興協会「平成26年度版 観光の実態と志向－第33回国民の観光に関する動向調査」（2015）より作成

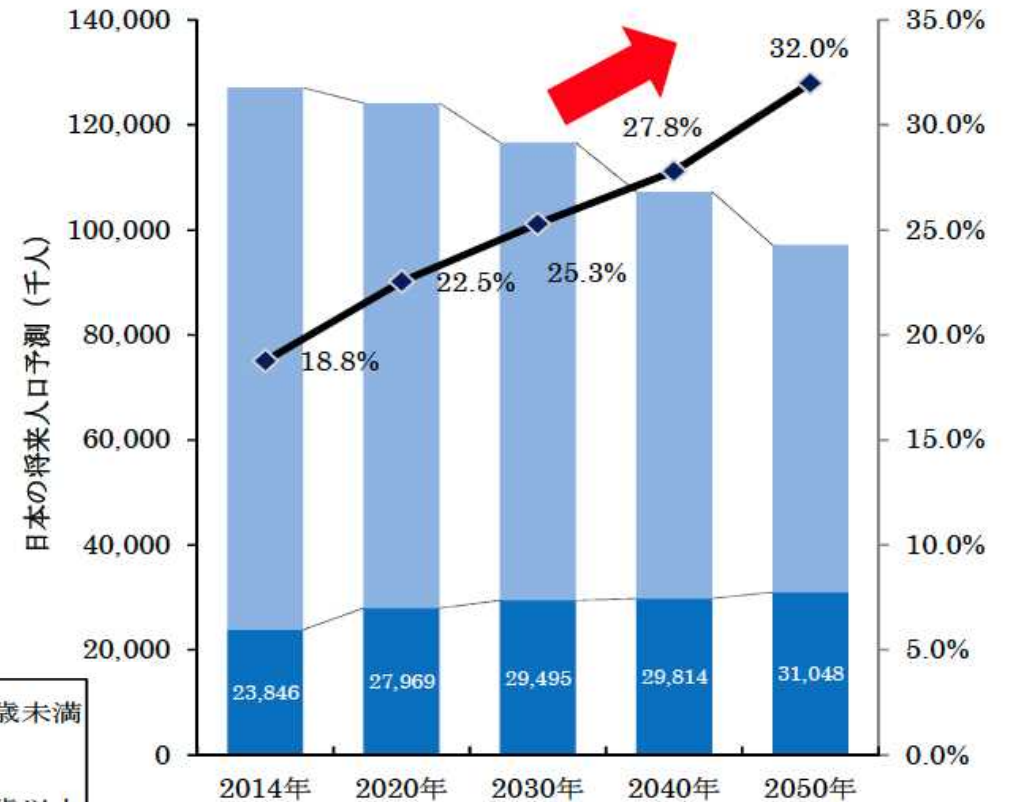
高齢者旅行市場の潜在可能性

- 仮に70歳以上が60代の旅行回数を維持することができれば、世代人口増の相乗効果も伴い、国内宿泊旅行市場を拡大させる可能性がある。

一人当たり年間平均国内宿泊旅行回数



将来の総人口と70歳以上の構成比



出典：国土交通省 国土交通政策研究所「車いす、足腰が不安なシニア層の国内宿泊旅行拡大に関する調査研究」

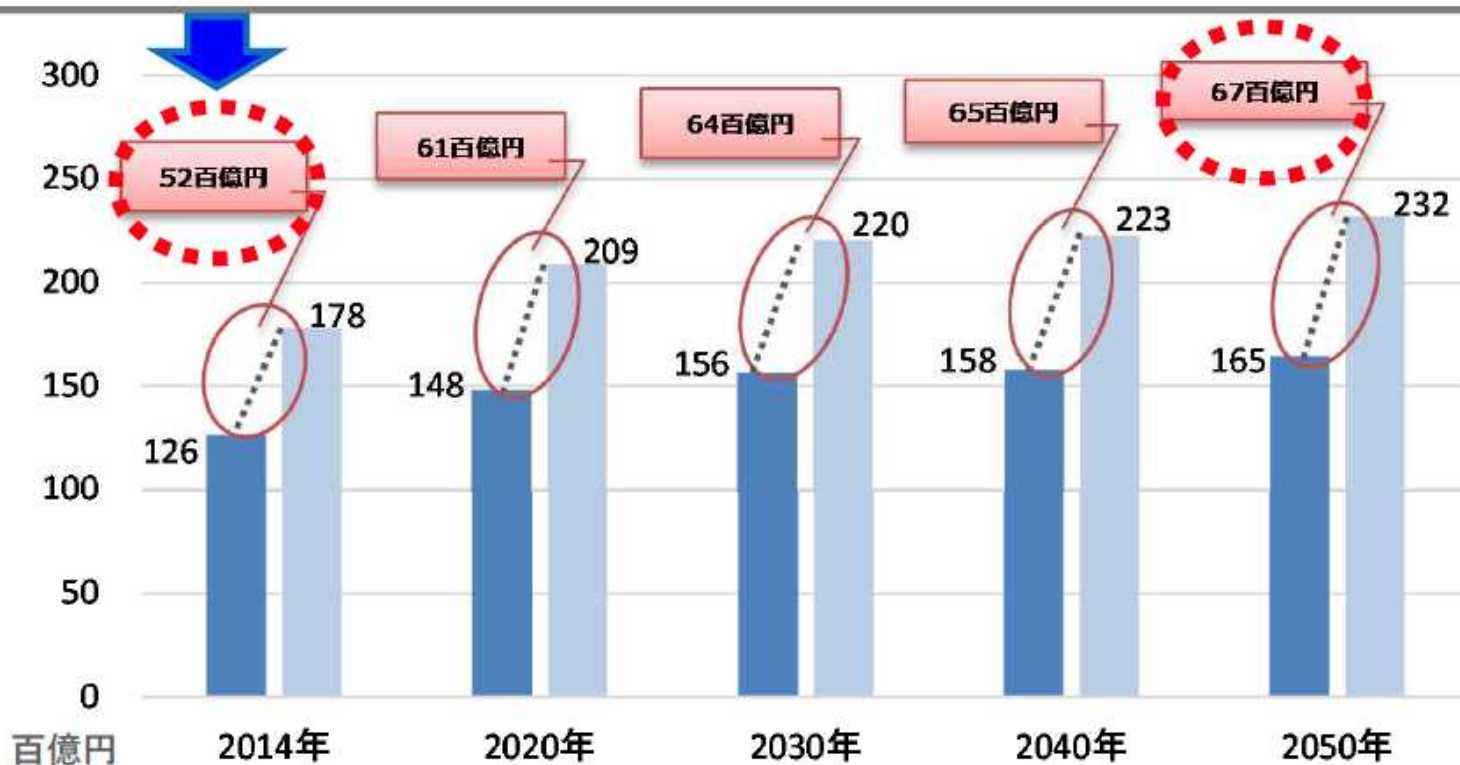
潜在市場規模の試算

- 高齢者旅行市場の拡大効果は約5,200億円。同行者1人を誘発すると仮定すれば、約1兆400億円増
- 2050年には、拡大効果は6,700億円、同行者1名の誘発で約1兆3,400億円増

仮定

70歳以上の高齢者が60代と同じ回数(1.41回)旅行する場合の市場拡大効果

(70歳以上人口23,846千人) × (60代平均旅行回数1.41回-70代平均旅行回数1.00) ÷ 980万回
 平均旅行単価約53,000円 × 980万回 = 約5,200億円 (2014年ベース)



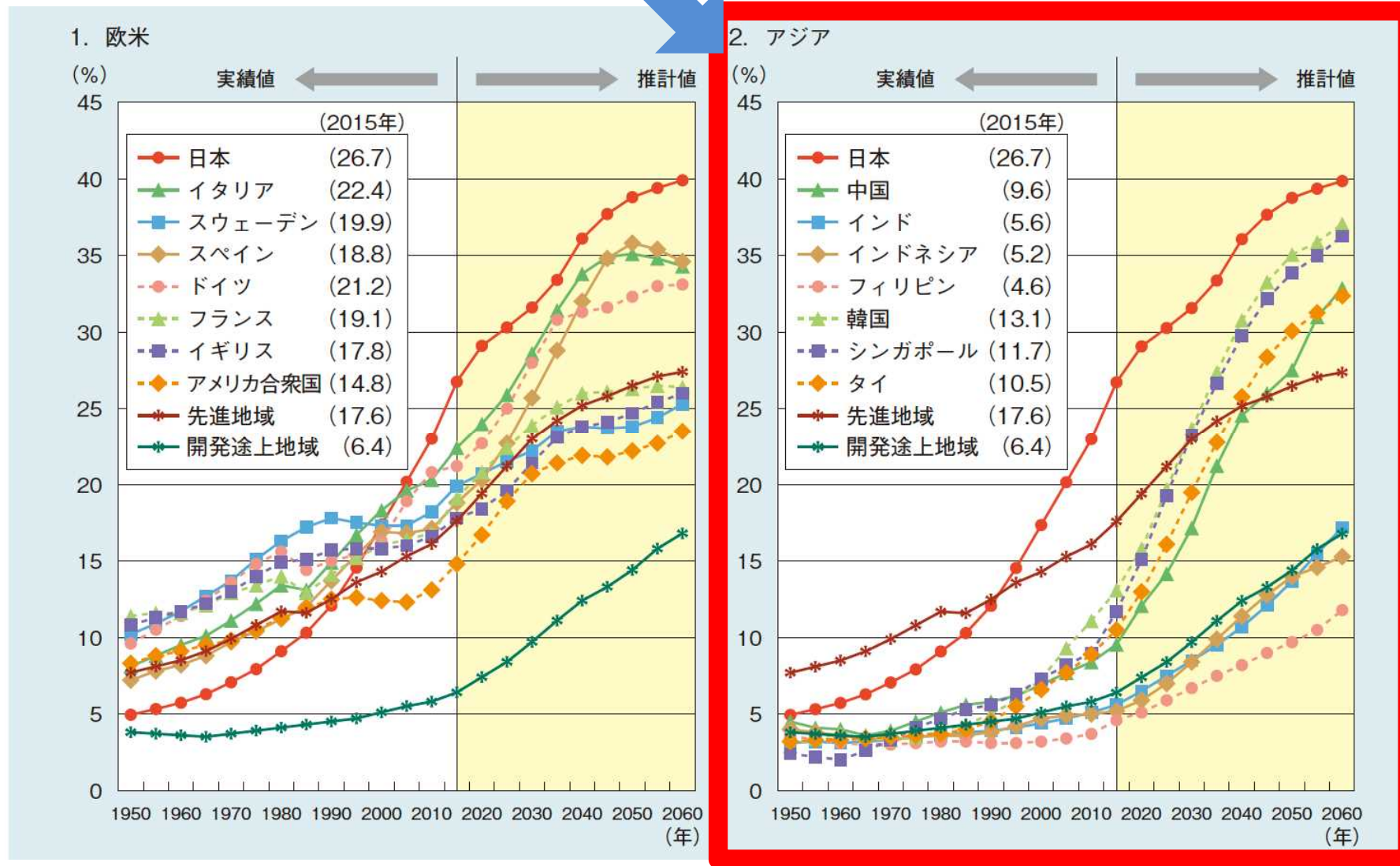
■ 70歳以上が現状と同じ回数旅行する場合(百億円)

■ 70歳以上が60代と同じ回数旅行する場合(百億円)(潜在市場)

世界の高齢化率の推移

- 2019年の訪日外国人旅行者の約8割を占めていた中国、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールにおいても急速な高齢化が進んでいる。
- これら高齢者向けの旅行環境を整えれば、国内外のシニア層の旅行市場を拡大できる可能性も。

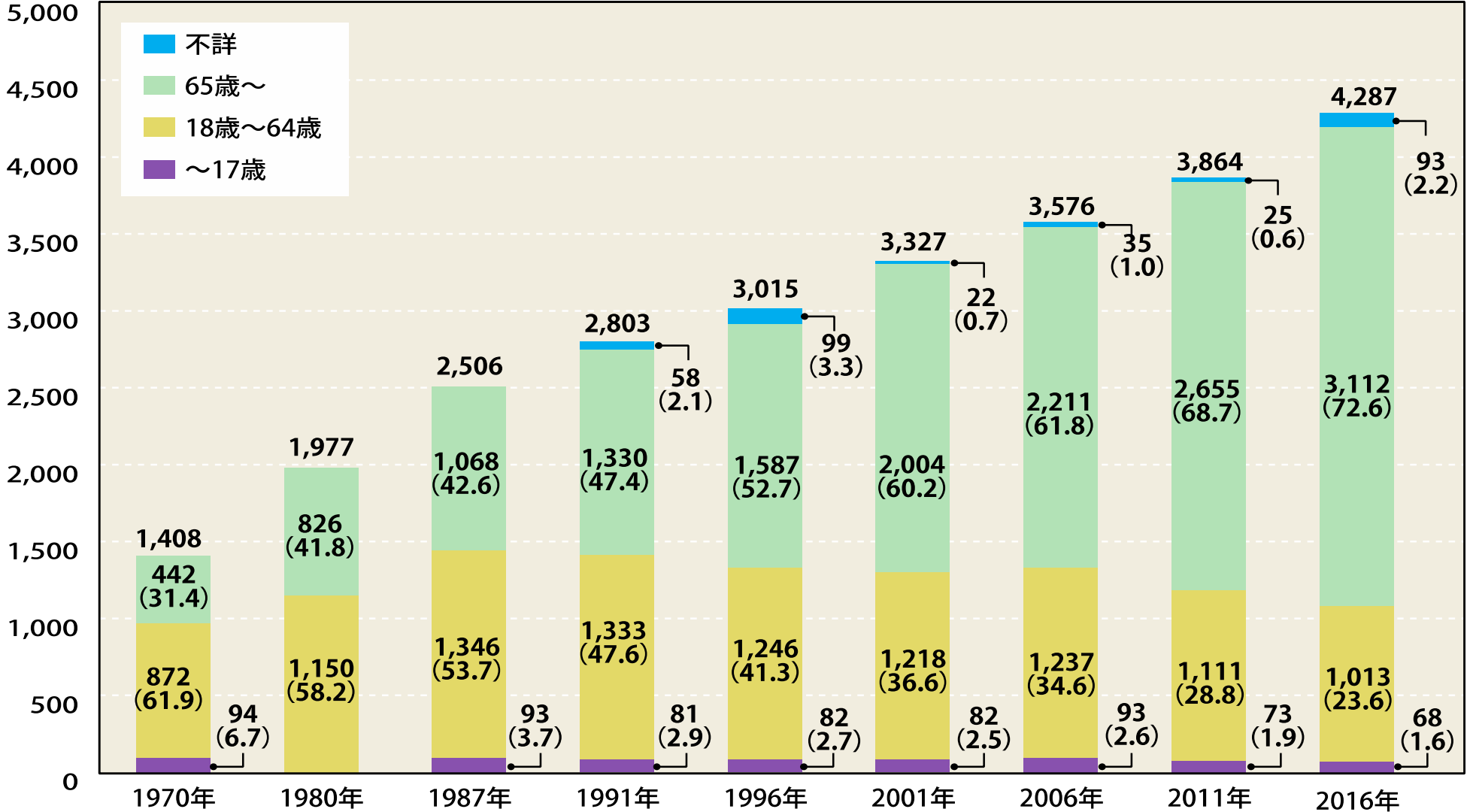
世界の高齢化率の推移



身体障がい者の旅行市場

○ 全国における身体障がい者の概数（2016年）は、436万人。国民のおよそ7.6%が身体的な障がいを持っていることになる。

年齢階層別障害者数の推移（身体障害児・者（在宅））



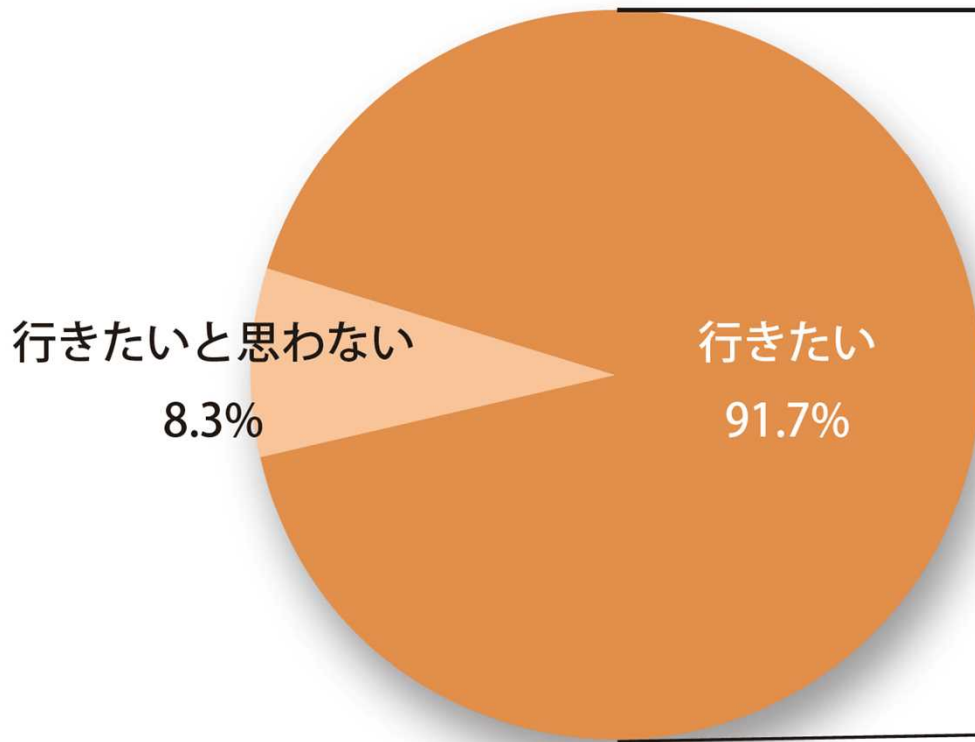
注1：1980年は身体障がい児（0～17歳）に係る調査を行っていない。
注2：四捨五入で人数を出しているため、合計が一致しない場合がある。

資料：厚生労働省「身体障害児・者実態調査」(~2006年)、厚生労働省「生活のしづらさなどに関する調査」(2011・2016年)

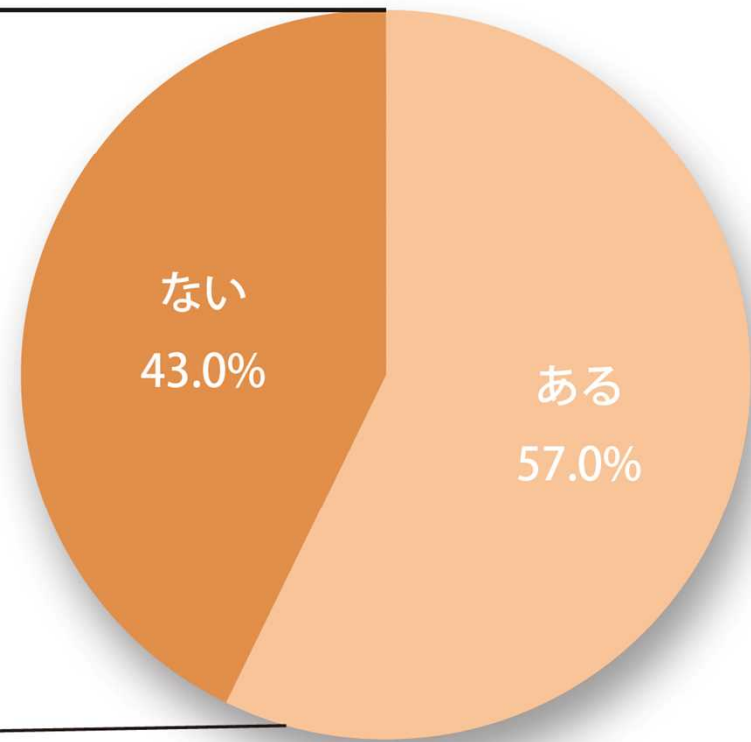
身体障がい者の旅行意向

- 身体障がい者の旅行意向調査では「足腰が不自由でも旅行に行きたい」という回答が9割以上。
- 一方、実際に旅行に行った/計画した割合は半数程度にとどまる。

「旅行に行きたい」と回答した割合



実際に行った経験・計画をしたことがある割合



(n=275)

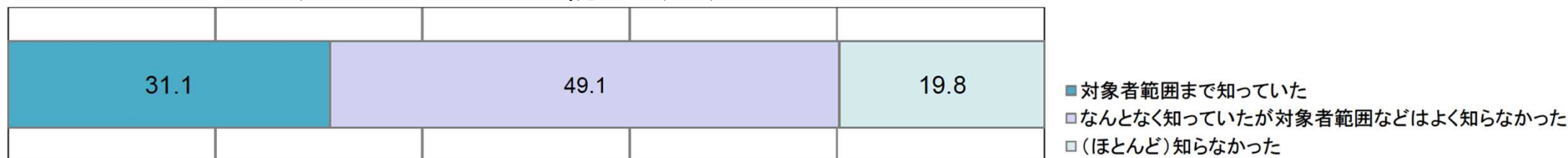
リクルートライフスタイル「バリアフリー旅行調査」(2016年11月)

後期高齢者や身体障がい者等に向けた旅行サービスの提供は限定的

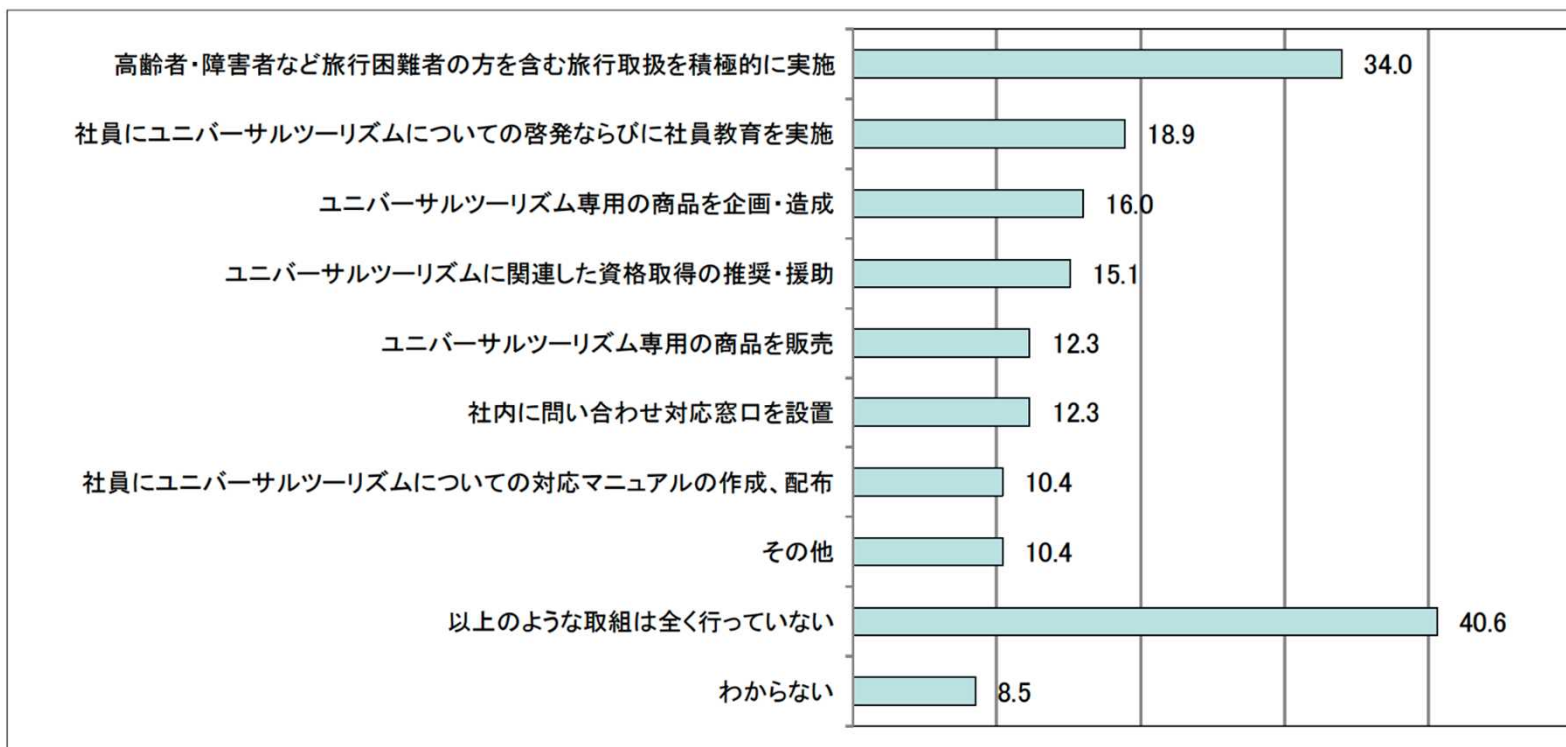


- ユニバーサルツーリズムの認知を聞いたところ、「対象者範囲まで知っていた」3割、「対象範囲などはよく知らなかった」5割、「ほとんど知らなかった」2割弱と、「対象者が幅広い」ということの認知は進んでいなかった
- 各社のユニバーサルツーリズムに関する取組は、4割が「全く行っていない」と回答したが、取組をしている会社では、「高齢者・障がい者など旅行困難者の方を含む旅行取扱を積極的に実施（含む個人・団体）」、「社員にユニバーサルツーリズムについての啓発ならびに社員教育を実施」が多い結果となった

ユニバーサルツーリズムについての認知（%）n=106



ユニバーサルツーリズムに関する取組内容（%）n=106



出典：観光庁
ユニバーサルツーリズム促進事業
報告書（平成26年度）

コロナ禍による新たな旅行市場①（ワーケーション）

- テレワークの普及に伴い、リゾート地や温泉地、国立公園など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「ワーケーション（Work+Vacation）」の実施が拡大。
- 働き方改革の推進と新たな旅行市場の開拓の両面から今後一層の普及が期待される。

これまでの企業の取組事例

ユニリーバ・ジャパン（宮崎県新富町、北海道下川町等で実施）

<取組内容>

働く場所や時間を社員が選べる働き方を2016年から導入。工場のオペレーター業務を除く全社員が対象で、実施率はほぼ100%。
さらに8つの自治体と連携し、社員が当該地域に滞在しながら自治体の指定する地域課題の解決に貢献する活動を実施した場合、自治体から宿泊費が補助される。同社としても保険費用を負担する等、活動を支援。



野村総合研究所（徳島県三好市で実施）

<取組内容>

市役所に出向していた社員がコーディネーターとなり、2017年から実施。同市の古民家で、平日は通常業務、週末は休暇を取る仕組み。
1か月で延べ15名程度の社員が参加し、年3回実施。
業務出張の扱いで社員を送り出し、通称「三好キャンプ」と言われるほど定着している。



ワーケーションの事例【長崎県五島市】



- 地方公共団体と連携し、保育園の枠確保、小学校への体験入学を実現。また、ふるさと納税によりワーケーション費用の一部を支払うことが可能。
- 子ども見守りサービスや地域・ワーケーション客同士の交流機会などにより、満足度を向上。

<五島市主催：島ぐらしワーケーション in GOTO (GWC2021)>

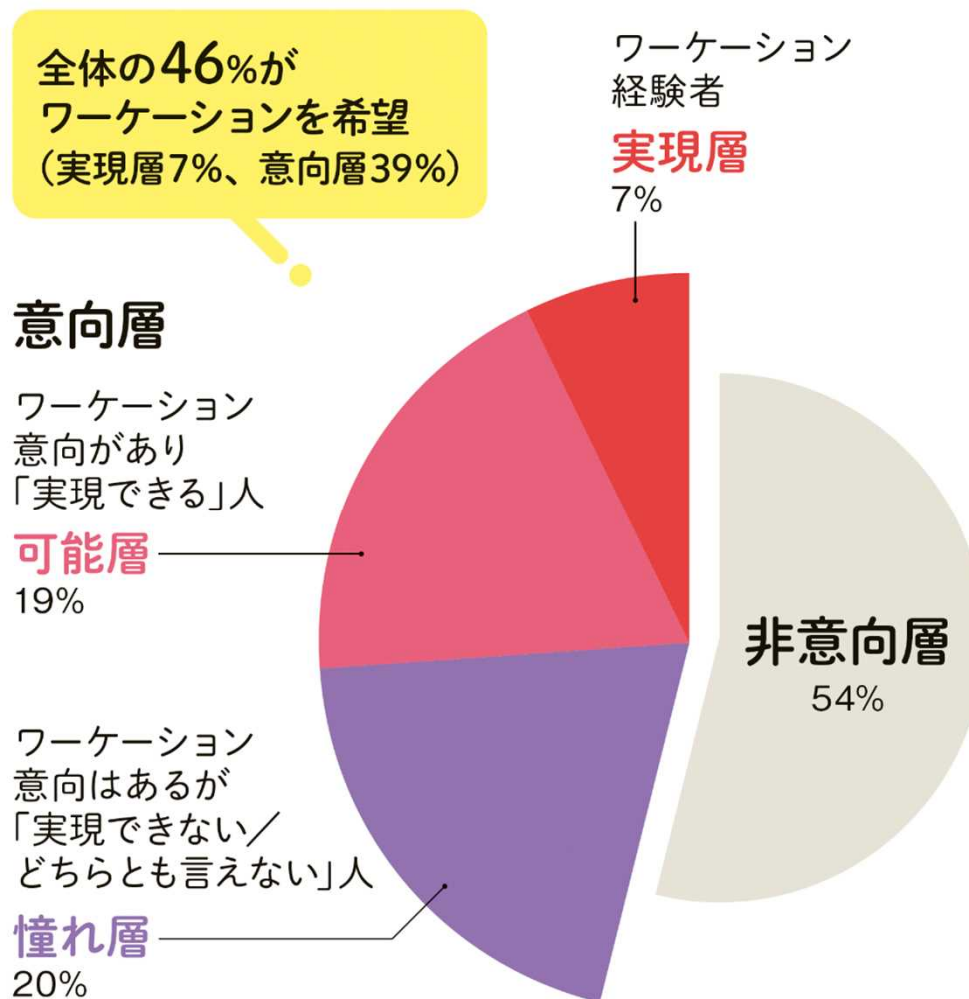
コロナ禍による新たな旅行市場①（ワーケーション）

- ワーケーションに関する調査・分析レポートによると、約半数の人がワーケーションをしたい（「意向層」）という結果。
- 「すでに経験済み」の実現層は1割弱、「意向はあり未経験だが実現は可能」な可能層が2割ほど存在。残りの2割は「意向はあるが実現は難しそう」な憧れ層。

ワーケーション全体の意向度×実現度

ワーケーション意向がある 「実現層・可能層・憧れ層」

- ・年齢が「若年＞高年」
- ・子どもは「あり＞なし」
- ・ライフワーク「あり＞なし」
- ・在宅勤務「している＞していない」
- ・企業規模「大規模＞小規模」
- ・年収「高＞低」
- ・居住エリアによる差はほぼなし



コロナ禍による新たな旅行市場②（オンラインツアー）

- 新型コロナウイルスの感染拡大により既存の旅行商品の販売がままならない中、新たな旅行商品として、また、顧客と事業者をつなぎとめる役割としてもオンラインツアーを有効活用する事業者が増加した。

例)

【ネットワーク】

海外からの訪日旅行者に向けた「まちあるきツアー」造成や運営に取り組んできたネットワークは、2020年5月よりオンラインツアーを開始し、計76回催行・約2,450名様に参加。地域と人を結ぶ「ほむすび」オンラインツアーへと生まれ変わり新しいサービスを開発。



【エイチ・アイ・エス】

2020年4月よりサービスを開始、定番の観光ツアーをはじめ、スキルシェア、ライブコマースといった多種多様なオンライン体験を提供。観光地をはじめとする海外の文化・食・ショッピングなど多種多様なラインナップを提供。2021年6月末までに累計4,500本以上のツアーを催行、体験者数は10万人を突破。



【琴平バス】

香川県琴平町の小さなバス会社・琴平バス株式会社。貸し切りバス事業、高速バス事業、タクシー事業、旅行事業と主に4つの事業を行っていたが、新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言で、そのほぼすべてがストップ。社員の反対を押し切る形で、オンラインツアーを発案、最初の企画会議からたった3週間弱でオンラインバスツアーが実施された。最初のツアーは関係者を除くとお客さんは5名だったが、2021年5月で1周年を迎え、これまで参加したのは延べ1,900人以上。



【ユーラシア旅行社】

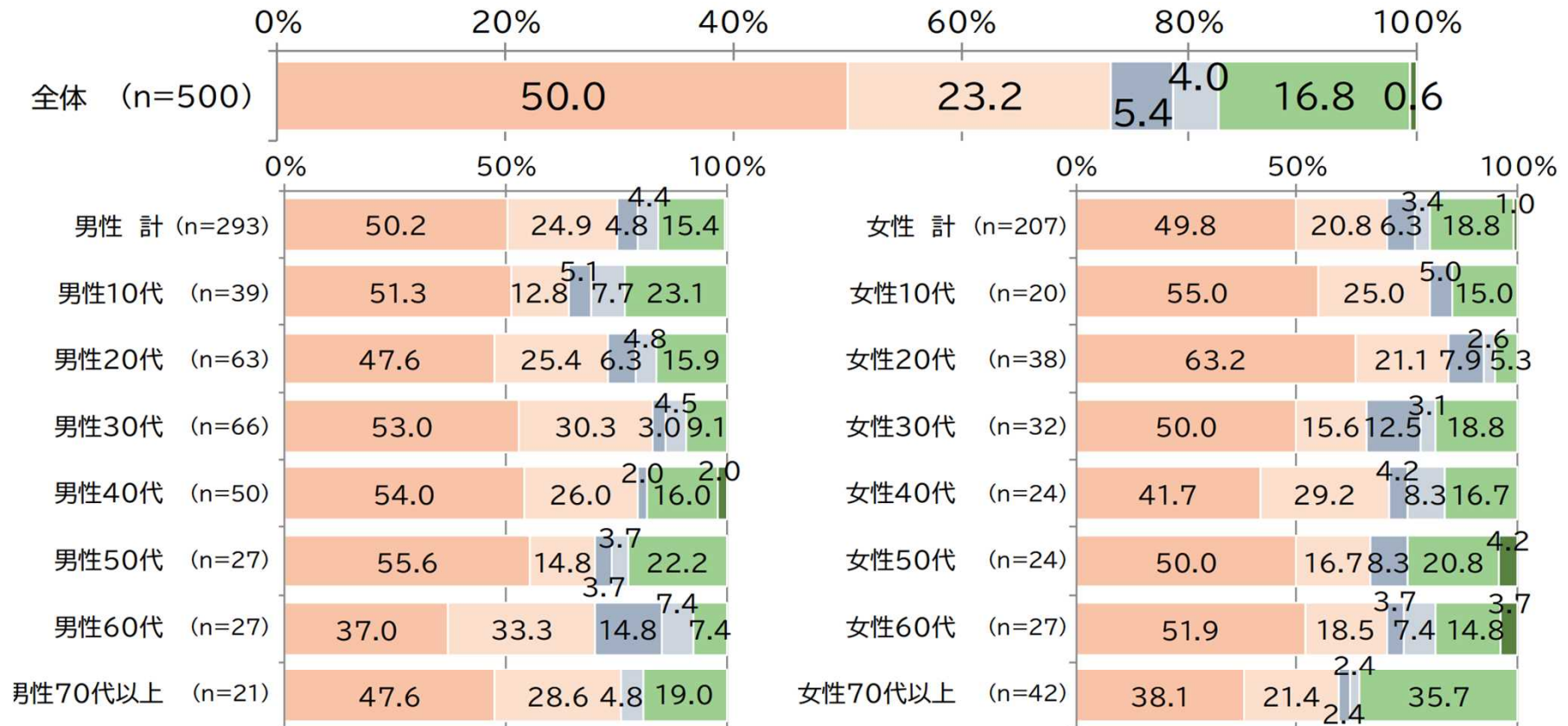
ハイエンド向け、世界170か国を取り扱うユーラシア旅行社は長年培ってきた現地のパートナーである手配会社や現地に詳しいスペシャリストなど、その道の第一人者をゲストに呼び、その国の魅力を存分に味わうオンライン企画。観光から文化歴史を学ぶ講座まで、さまざまな切り口で参加者を魅了している。



コロナ禍による新たな旅行市場②（オンラインツアー）

○ オンライン旅行経験者の7割超がリアルでの旅行動機を強めたほか、オンラインツアーそのものに対するニーズも存在。

オンライン旅行体験の感想（全体／性・年代別）



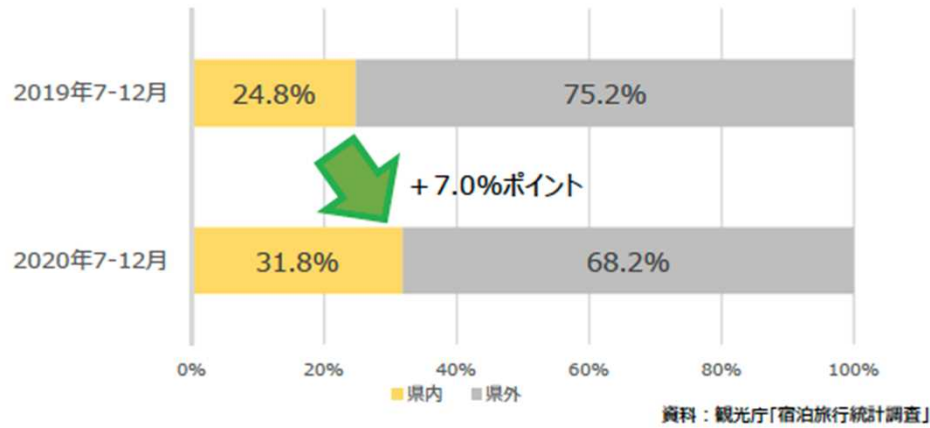
- オンライン上での体験でさらに興味がわいたため、実際に現地にも行ってみたい、現実でも同じ体験をしてみたい
- オンライン上での体験では物足りなかったため、実際に現地に行ってみよう、現実で同じ体験をしてみたい
- オンライン上での体験で満足したため、実際に現地に行くことはない、現実で同じ体験をすることはしない
- オンライン上での体験が不満だったため、実際に現地に行くことはない、現実で同じ体験をすることはしない
- 現実とは別ものとして、今後もオンライン上で体験をしたい
- その他

出典：日本観光振興協会 令和3年度版観光の実態と志向～第40回国民の観光に関する動向調査～

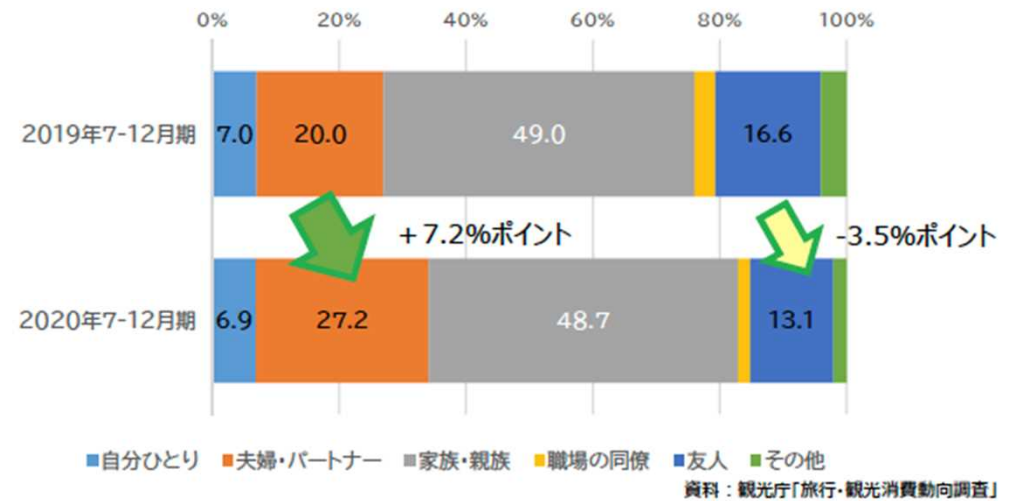
コロナ禍による新たな旅行市場③（マイクロツーリズム）

- 国内旅行においては、県内等、近隣地域内での観光（いわゆるマイクロツーリズム）の割合が増加。宿泊数別構成比では「1泊」の割合が増加。
- 同行者については「夫婦・パートナー」の割合が増加する一方、「友人」の割合が減少。旅行形態では「個人旅行」の割合が増加。

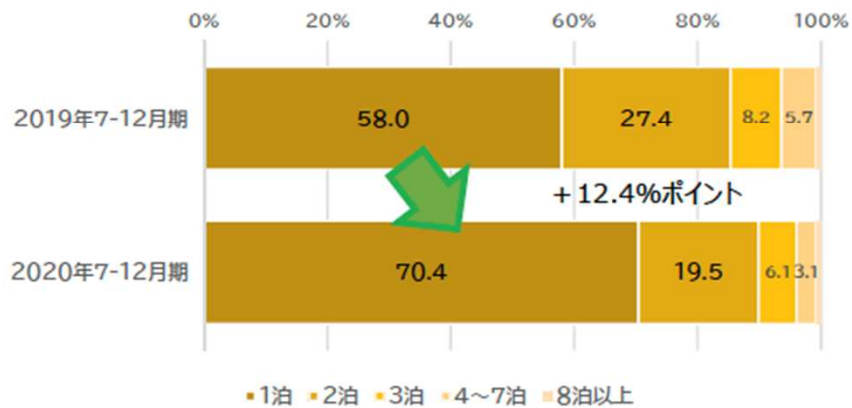
県内宿泊旅行者と県外宿泊旅行者の割合【全国】



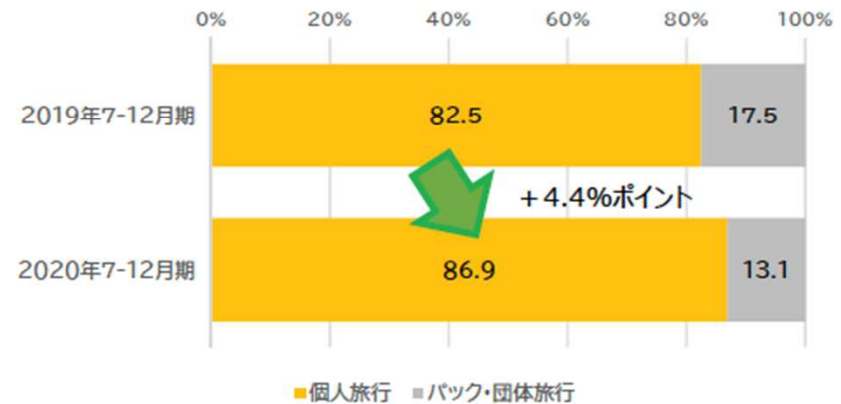
同行者



宿泊数



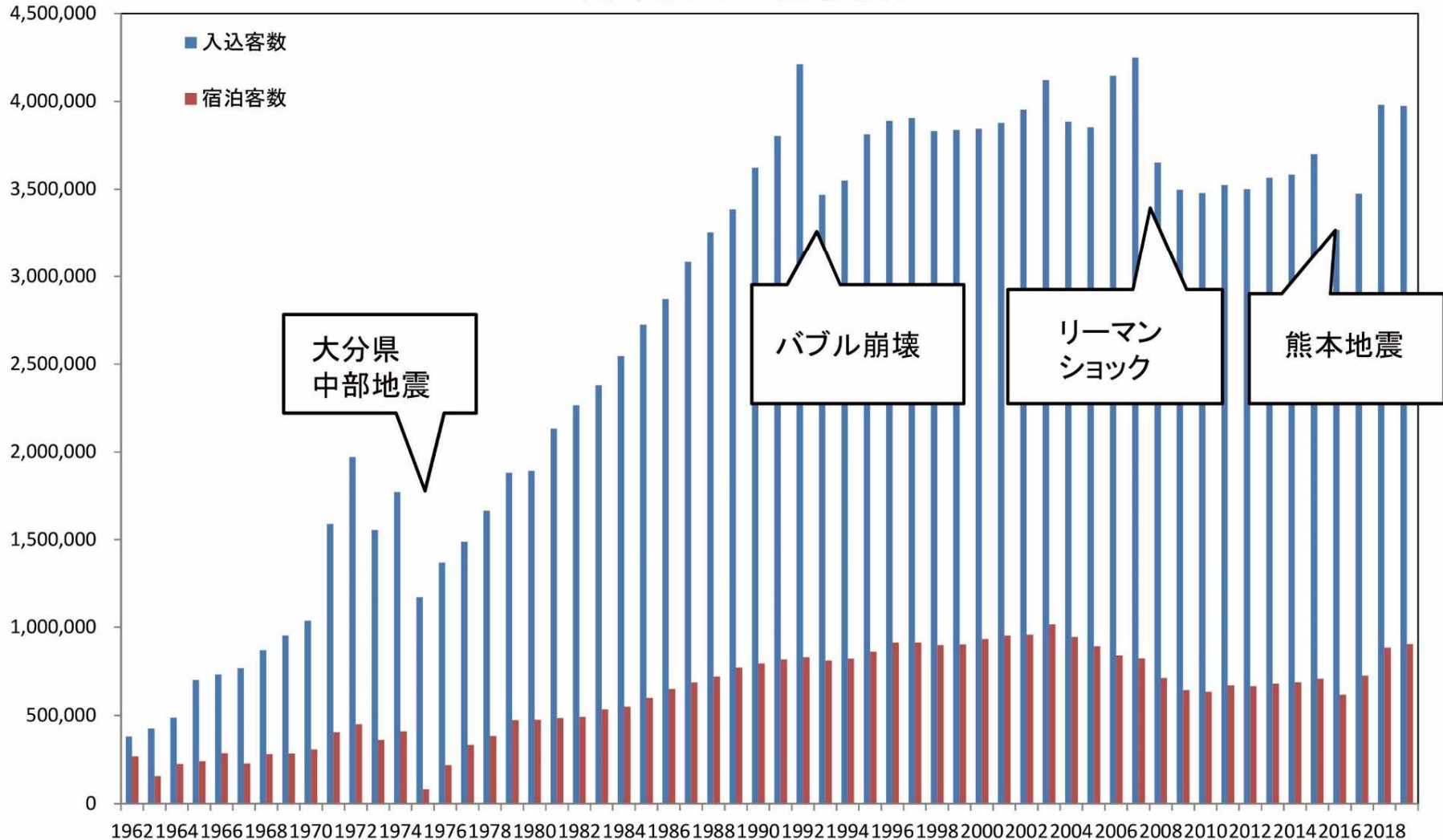
旅行の種類



外的要因による旅行需要の落ち込み

○ 旅行需要は景気動向や災害の発生など外的な要因に強く影響を受け、落ち込んだ需要回復に長期間を要するケースも見られる。

湯布院町 観光動態



出典：財団JTB 2020年度 観光地経営講座 講義録
大分県・由布市まちづくり観光局

旅行分野でのノウハウ・リソースを活用した新事業領域への展開

- コロナ禍においては旅行需要の減少・消失を受け、旅行業で培った経営リソースやノウハウを活用した事業多角化の取り組みも見られた。

旅行業者における事業再構築補助金（令和2年度補正予算事業）の活用事例

Eコマース・輸入販売		
事業者	事業計画名	事業計画の概要
A社	地場の食材・料理・陶芸などの魅力を届けるネット通販事業の展開	地場の珍しい食材、陶芸など、地域の魅力を詰め合わせた自社ECサイトによる小売販売。地域の名産品を通じて旅行気分が味わえる宅配事業を、中期的には海外に日本の地域の魅力を販売する事業展開を目指す。
B社	旅行業×小売業：オンライン・クラフトツーリズム+越境EC工芸品販売	旅行業と工芸品EC販売の融合を目指し、自社の強みである欧米富裕層顧客へのオンライン観光を通じた工芸品の越境EC販売及に取組むと共に、コロナ後のリバウンド観光需要の取組みも図り、観光業一本の収益構造から脱却を図る
C社	島の魅力を伝えるECサイトを構築し観光客を誘致する	離島専門のECサイトを構築する。現物を直接見る事が出来ないデメリットをオンラインツアーと併用する事で解消し、離島に興味を持ってもらい、離島誘致に繋げる。
D社	移動式果樹園を活用したECサイト事業への参入	新型コロナの影響で既存事業のバスツアーが軒並み中止となり売上が激減した。そこで幼稚園・保育園で移動果樹園イベントを行い、園児の保護者を新たに立ち上げる自社ECサイトへの会員登録を促し、登録会員を対象に産地直送の果物のEC販売を行う。
E社	在日ベトナム人向け御用聞きサービスの展開で、事業再構築を図る	旅行業で培ったベトナム企業とのコネクションを活かし、在日ベトナム人向けに彼らが望むベトナム食材や雑貨を輸入し、販売する「御用聞きサービス」を開始する。大手企業にできない小回りの効くサービスで事業再構築を図る。
F社	「旅行販売カウンター店舗」から「輸入品および県特産品販売店舗」への転換	従来の旅行商品のみを販売するカウンター店舗から、新分野展開である輸入品の販売を行う店舗へと改装。旅行社としての知識とネットワークを活用し、東欧を中心とした地域からワイン・チーズなど地域の良品を輸入販売する。経営の新たな柱とすると同時に、本業である旅行への動機付けを図る。

旅行分野でのノウハウ・リソースを活用した新事業領域への展開

観光関連施設運営		
事業者	事業計画名	事業計画の概要
G社	一棟貸切コンテナ型グランピング施設運営の新分野事業化展開	弊社強みの主要顧客法人顧客への新規需要はもとより、新たな個人顧客をターゲットとし三密を回避するために需要が高まっているグランピング事業（施設自体の運営業）へ参入し、新たな収益事業の構築を目指します。
H社	富士五湖コテージ村（仮称）の建設と運営	インバウンド旅行業を営む当社は、コロナ禍で業績が急落した。そこで富士五湖畔で三密を避けた旅行やワーケーションが可能なコテージを建設、宿泊業を開始し、既存の旅行業との相乗効果を狙う事業再構築を計画した。
I社	旅行やリモートワークにも適した“空き家”の画期的な運用システムの構築	新事業は、既存事業で培った旅行代理店のノウハウと空き家の有効活用を融合した事業である。独自のシステムによる各地の空き物件の有効活用を行い、地域活性化と業容拡大による雇用促進を図る。
J社	旅行プランのプロが届ける北欧文化に触れる多目的スペース運営計画	北欧エリアに特化した旅行プランを提案してきた当社が、日本にいながら北欧文化に触れる体感できる多目的スペースを運営。北欧文化の魅力を発信することによって、長引く自粛生活で委縮した海外旅行への意欲を引き出し、アフターコロナの集客拡大に繋げる。
K社	風通しの良いフィッシングクルーザーでの上質な旅事業	長引く渡航自粛で海外旅行はゼロ。3密に触れるイメージの旅行自体が販売困難となる中、釣りブームと密回避の観点から遊漁船事業を実施する。差別化を図るためにフィッシングクルーザーをリースし、高い利益率を目指す。旅行社として培ったホスピタリティで女性層や家族連れももてなす。
L社	観光及びビジネスニーズに対応するレンタカー事業	旅行代理店における補助事業としてキャンピングカーのレンタル事業の開始。軽自動車のキャンピングカーの市場は市内にはなく、未開拓事業となる。
M社	旅行会社が行うサブスクリプション（レンタル）キャンプによる新分野展開	コロナ禍におけるアウトドアブームの中、キャンプデビューを目指す初心者をメインターゲットにした、キャンプ道具のレンタル専用キャンプ場の運営。

旅行分野でのノウハウ・リソースを活用した新事業領域への展開

オンラインツアー

事業者	事業計画名	事業計画の概要
N社	地域プロモーションおよびオンラインツアー等制作事業	国内の移動および出入国が制限される中、旅行会社として培った人脈やノウハウを生かし、「国内海外問わず観光や産業等の地域プロモーションの企画制作」「オンラインツアーの企画制作や販売サポート」等の地域プロモーションを中心とした広告業への転換を行います。
O社	世界各地の旅行会社と連携したオンラインコンテンツ配信サービス事業	法人向け団体旅行への売上依存脱却とコロナ禍で新たなニーズ獲得のため、オンラインコンテンツ配信事業を立ち上げる。現地旅行会社とのつながりや顧客ネットワークを生かし、オンライン海外研修と下見ツアーを提供する。

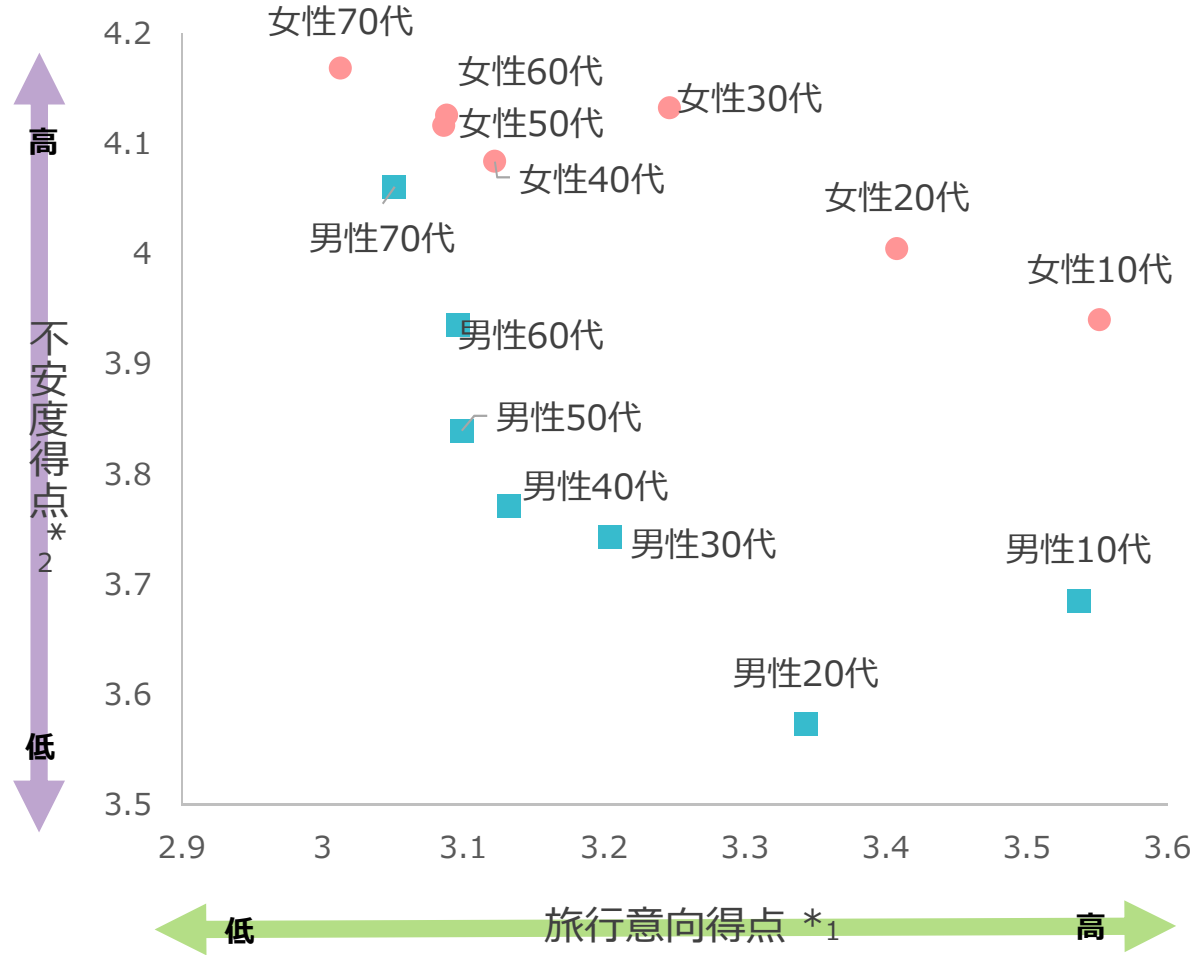
人材マッチング

事業者	事業計画名	事業計画の概要
P社	アジアの技能人材と国内企業のマッチング及びコワーキングスペース事業	主業の旅行サービス業はコロナ禍により売上が80%も減少。当社の強みであるアジアと日本の人材基盤を生かしたアジアの技能人材と国内企業のマッチング及び国内就業応援のコワーキングスペース事業を新規展開する。
Q社	ネパールに特化した外国人特定技能労働者の育成及び紹介管理業務	観光業で培った国際的ネットワークを生かし、優秀な特定技能労働者育成のための研修施設をネパールに開設し、日本では登録支援機関となって特定技能労働者のサポート事業と受入機関への紹介管理事業を実施します。

新型コロナウイルス収束後の旅行意向と不安①

- 新型コロナウイルス感染症の収束後の旅行についても消費者の間に依然不安がみられる。
- 旅行消費額が大きく、旅行会社を利用する割合も高い高齢者層において特に不安が高い傾向。

新型コロナウイルス収束後の旅行意向コロナ禍に対する不安度
(2021年10月)



*1 旅行意向得点
*2 不安度得点

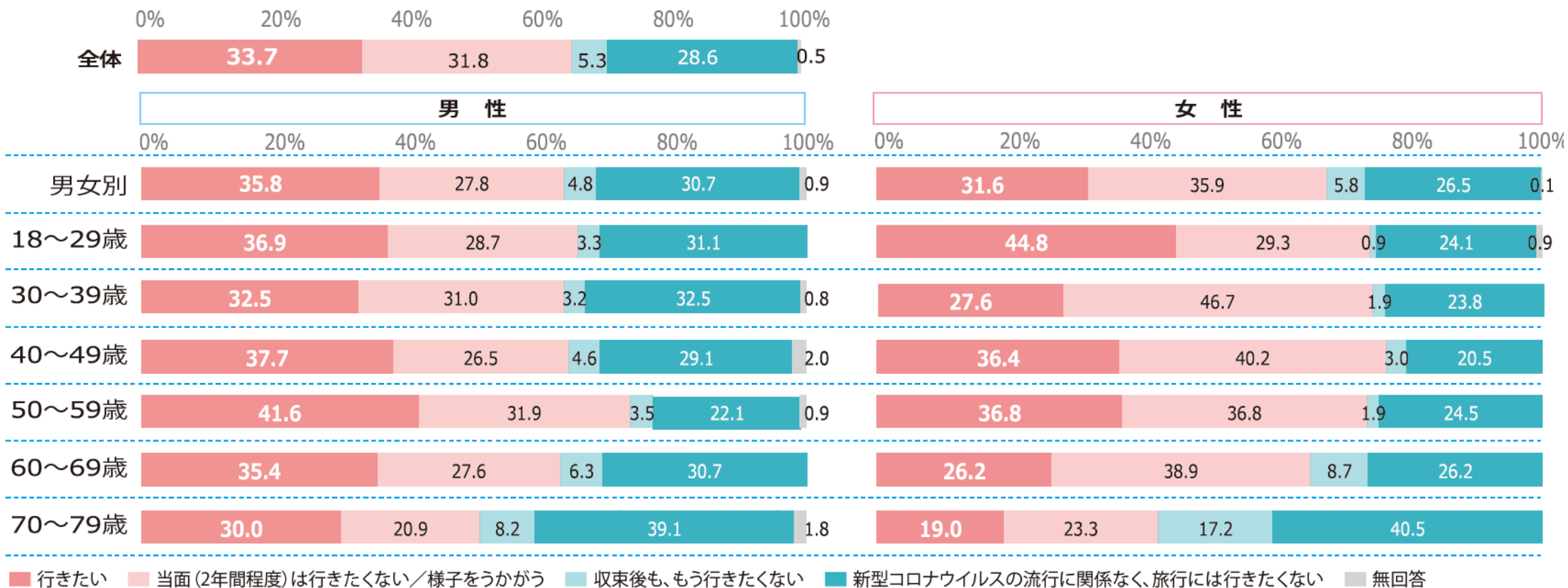
4：これまで以上に行きたい、3：これまでと同程度いきたい、2：これまでのようには行きたくない、1：全く行きたくない（コロナ以前もあまり旅行をしていない）「わからない」を除く
5：とても不安を感じている、4：やや不安を感じている、3：どちらでもない、2：あまり不安を感じていない、1：全く不安を感じていない

出典：公益財団法人日本交通公社「第31回旅行動向シンポジウム：コロナ禍における日本人旅行者の動向・意識」

新型コロナウイルス収束後の旅行意向と不安②

○ 特に海外旅行について、新型コロナウイルス感染症の収束後についても全世代において当面の旅行控えや旅行そのものを敬遠する意向がみられる。

Q. 新型コロナ収束後、海外の観光レクリエーション旅行へ行きたいと思いませんか。



出典:新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その15) 公益財団法人日本交通公社

I .観光に期待される役割・意義

1 .観光の役割・意義

2 .観光産業の役割・意義

(1) 宿泊業の役割・意義

(2) 旅行業の役割・意義

II .観光を取り巻く現状と課題

1 .観光地を取り巻く現状と課題

2 .観光産業の現状と課題

(1) 宿泊業の現状と課題

(2) 旅行業の現状と課題

III .国の既存施策



既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業

- 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、**新たな補助制度を創設**して、**観光施設全体が再生できるような施設改修や廃屋の撤去等を短期集中で強力に支援**。

観光拠点の再生

(地域等が策定する、以下を含む内容の観光拠点の再生計画に基づき支援)

補助率 補助事業：1/2等
専門家派遣・実証事業等：定額

観光施設全体の上質な滞在環境実現

宿泊施設、飲食店、土産物店等の**地域の観光施設全体が上質な滞在環境等を実現できるよう、施設改修補助(負担割合:1/2)を創設**するとともに、宿泊施設の経営革新等についての**専門家の支援を受けられる支援制度、融資制度を大幅に拡充**。



廃屋の撤去等による観光地としての景観改善

地域全体の魅力を高めるため、地域の観光まちづくりの取組と連携した**廃屋の撤去等について新たに支援**し、一挙に観光地としての景観を改善。



宿泊事業者を核とした連携・協業等の促進

宿の事業承継や統合、複数宿が一つのホテルとして運営する取組や、**飲食施設の共有といった複数の宿等が連携した取組、他の事業者と連携した新たなビジネス創出**を支援。



小規模宿泊事業者の協業
(分散型ホテル)

公共施設への民間活力の導入促進

公共施設(国立公園内の施設、文化施設等)へ民間のノウハウ導入を促進すべく、**民間活力を導入する場合の施設改修を支援**。



公共施設への
カフェ等の併設

感染拡大防止策

観光施設への**感染拡大防止策**を支援



換気設備の導入

地域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

- 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、自治体・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。
- 観光地全体が裨益する大規模な改修への支援を可能とするため、予算額1,000億円を確保するほか、宿泊施設改修について、補助上限を1億円とするとともに経営体力の低い事業者に対する補助率を2/3に引き上げるといった措置を講じる。

参考：令和2年度3次補正で措置された「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」の予算額は550億円、補助上限は2,000万円、補助率は1/2

※ 計画に参加する事業者において従業員の賃上げに取り組む地域を優先的に採択

① 地域計画の作成支援

※ 自治体・DMO等の地域を代表する団体が取りまとめて作成

中長期的な観光地の再生・高付加価値化プラン（地域計画）の作成に向け、
・地域の合意形成、・地域再生のコンセプトづくり、・個別施設の改修計画の磨き上げ、・資金調達などの点について、地域の取組を国が支援（専門家派遣等の実施）

② 地域計画に基づく事業支援

地域計画に基づく、面的な観光地再生に資する事業を強力に支援

宿泊施設の高付加価値化

観光地の面的再生に資する
宿泊施設の大規模改修支援

補助上限1億円（補助率原則1/2（※））
※ 投資余力に乏しい事業者について、一定の条件を満たしたものについては補助率2/3



観光地魅力向上のための廃屋撤去

観光地の景観改善等に資する
廃屋の撤去支援

補助上限1億円（補助率1/2）



観光施設改修

土産物店や飲食店等の
改修支援

補助上限500万円（補助率1/2）



公的施設への観光目的での改修

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

補助上限2000万円（補助率1/2）
※ 民間への運営委託等、民間活力導入が条件



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

○ 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する。

施策イメージ

(ツアー、旅行商品等の企画・開発費、モデルツアー実施費、プロモーション費等を支援)

自然

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



食

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



歴史・文化・芸術

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



地場産業（生業）

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



交通

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



<補助率・補助上限額>

補助率：500万円まで定額（10/10）+ 500万円を超える部分については1/2

補助上限額：1,000万円

新たなビジネス手法の導入による宿泊業を核とした観光産業の付加価値向上支援

観光庁(観光産業課) : 550百万円

- 地域の観光産業・旅行消費の核となる宿泊業について、既存のモデルとは異なる「新たなビジネス手法」の導入による付加価値向上策の方向性を検討する。
- 具体的には、2つの観点（①複数業種等の連携による新規サービスの導入、②地域に波及する生産性向上・高付加価値化）での各種の取組について調査・検証を行い、宿泊業の付加価値向上につながる「新たなビジネス手法」の展開を進める。

事業概要

単純な「宿泊」に止まらない付加価値を生み出す、「新たなビジネス手法」を調査・検証する



【具体的な「新たなビジネス手法」のイメージ】

① 複数業種等の連携による新規サービスの導入

- 宿泊事業者 + 旅行事業者 + サブカル
特定ターゲットに対するハンドメイドな旅行サービスの提供
- 宿泊事業者 + 旅行事業者 + 体験型施設
体験価値を高める地域内の周遊、学び体験
- 宿 + サービス業
他分野のサービスノウハウを宿に導入、新機軸の提示

② 地域に波及する生産性向上・高付加価値化

- 泊食分離による魅力の向上
セントラルダイニング導入等による食の魅力向上、参加する飲食店の活性化
- バックオフィス部門などのDX化などに係る技術支援
PMS※の導入による運営の効率化、得られたデータの活用による地域マーケティングの活性化

※ Property Management System: ホテル・旅館が宿泊予約や客室等の管理を行う際に利用するシステム

- 観光産業においては新たなビジネス、稼ぐモデルを創出して、高付加価値化を実現できる人材が不足している。また、恒常的な人手不足、訪日旅行者に対応できる人材やDX化に対応できる人材等の不足も課題である。
- このため、リカレント教育等を通じて地域の観光産業をリードする人材の育成・強化を行うとともに、新たな雇用体系を取り入れた人材の確保・活用等を推進し、観光産業の収益力向上、人手不足の解消を推進する。

事業概要

➤ ポストコロナ時代をリードする人材の育成・強化

- ・ 海外ホスピタリティ大学と連携した経営戦略プログラム等を開発し、観光関連産業に従事する社会人を対象に経営力強化、生産性向上に関するリカレント教育を実施する。

➤ ポストコロナ時代を支える人材の確保・活用

- ・ 人手不足の背景となっている地域課題等の解決に向けて、女性や高齢者等の雇用促進による人手不足の解消の他、都市部のIT人材を活用したりモートワークによる副業・兼業等、新たな雇用体系を取り入れた人材活用を推進することにより、地域におけるDX対応やダイバーシティ推進を支援し、生産性向上にも取り組む。

➤ 宿泊業における外国人材受入れ環境整備事業

- ・ 宿泊業における外国人材受入れに関する優良事例や情報等をセミナーやHPで発信するほか、特定技能外国人のキャリアパスを描くモデル事業を実施する。さらに、特定技能外国人の雇用状況等の把握や受入施設に対する情報発信に資するシステムを整備する。

➤ 未来の観光人材育成事業

- ・ 産学連携のノウハウを持つ事業者等をアドバイザーとして地域に派遣し、観光教育に取り組みたい学校・教員と、地域の商工会、観光関連事業者等を巻き込み連携を強化し、観光人材育成を実施する。



宿泊分野における特定技能外国人の業務内容
フロント 企画・広報



接客



レストランサービス



広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

観光庁(観光地域振興課) : 763百万円

事業概要

旅行者の混雑や密を低減させつつ、国内外の旅行者の各地域への周遊を促進するため、観光地域づくり法人(DMO※)が中心となり、地域が一体となって行う、調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、旅行商品流通環境整備、情報発信といった取組に対して総合的な支援を行う。

※DMO (Destination Management/Marketing Organization) の呼称

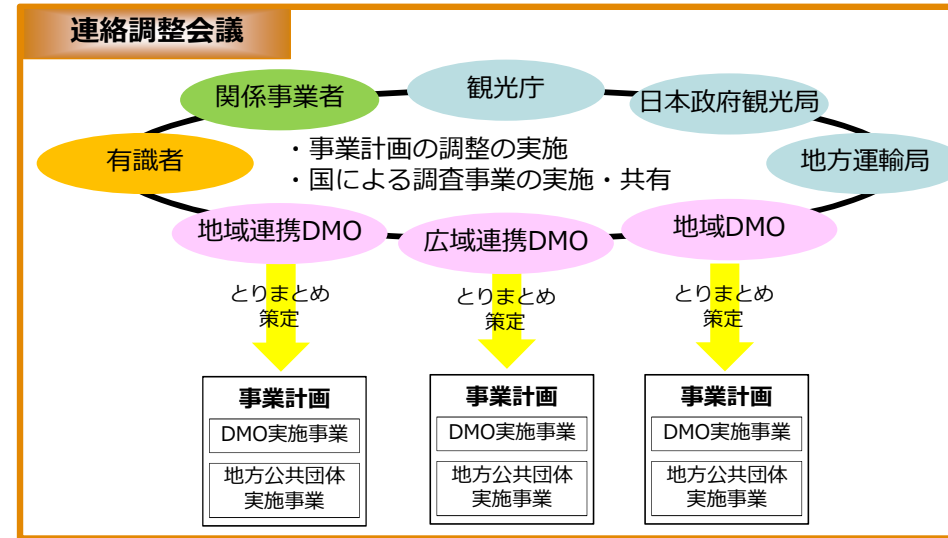
支援制度

補助対象事業 :

登録DMOが定めた事業計画に位置づけられた、国内外の旅行者の各地域への誘客を目的とした以下の取組

(ただし、地方ブロック毎に開催される連絡調整会議における調整を行ったものに限る)

- ①調査・戦略策定
- ②滞在コンテンツの充実
- ③受入環境整備
- ④旅行商品流通環境整備
- ⑤情報発信・プロモーション



具体的な支援イメージ

①調査・戦略策定

データに基づき、旅行者に対し訴求力のある取組を実施するための調査・戦略策定を支援。



マーケティング調査

②滞在コンテンツの充実

地方部への誘客や繁閑差の解消、三密回避にもつながる地域独自の観光資源を活用した滞在コンテンツの造成を支援。



集落の散策

③受入環境整備

HP等で混雑状況の情報を提供するシステムや、観光地の情報発信機能及びCRM機能を兼ね備えたアプリの整備等を支援。



混雑状況の情報提供 アプリの整備

④旅行商品流通環境整備

旅行商品の国内外OTAへの掲載、旅行会社との商談会などを支援。



商談会への参加

⑤情報発信・プロモーション

WEB・SNSを活用したエリア内のコンテンツの魅力等に関する効果的な情報発信を支援。



WEBを活用したエリア内の魅力発信

補助対象者 :

登録DMOが定めた事業計画に位置づけられた事業の実施主体 (登録DMO、地方公共団体)

補助率 :

定額 (①調査・戦略策定)
事業費の1/2 (②滞在コンテンツの充実、③受入環境整備、④旅行商品流通環境整備、⑤情報発信・プロモーション) ※継続事業については2年目:2/5、3年目:1/3

持続可能な観光推進モデル事業

観光庁(参事官(外客受入担当)) : 150百万円

世界的に「持続可能な観光(サステナブルツーリズム) (※)」への関心が高まる中、我が国が世界の旅行者から選ばれる観光地となるよう、モデル形成を通じた地域におけるマネジメント体制の構築等を通じて、オーバーツーリズムやカーボンニュートラルにも対応した持続可能な観光の推進を図る。

(※) 国際観光機関(UNWTO)における「持続可能な観光(サステナブルツーリズム)」の定義：
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

① 持続可能な観光地経営のモデル形成

「日本版持続可能なガイドライン(JSTS-D)」の実践を通じて、持続可能な観光地経営のモデルを形成し、その取組の全国展開を図る。

各地域における課題

<混雑>



観光地の混雑



観光地の渋滞

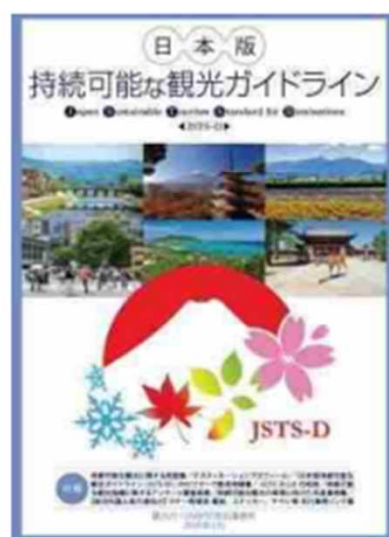
<マナー違反>



観光客のゴミを拾う住民



観光地での通行妨害



日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)

「日本版持続可能な観光ガイドライン」の役割

① 自己分析ツール

観光政策の決定、観光計画の策定に資するガイドラインとして活用

② コミュニケーションツール

地域が一体となって持続可能な地域/観光地づくりに取り組む契機に

③ プロモーションツール

観光地としてのブランド化、国際競争力の向上

② 持続可能な観光を実践する地域人材の育成・創出

③ 観光サービスを提供する地域の事業者群の取組の促進

事業目的・概要

- 長引く新型コロナウイルス感染症拡大の苦境に立つ宿泊事業者の経営改善や、今後の観光需要回復を見据えた収益力向上を支援。
- 具体的には、プログラム推進コーチによる経営診断や課題解決のための実践的なアドバイスや、事業者が関心を持つ分野を強化するための研修・訓練を「無料」で提供。

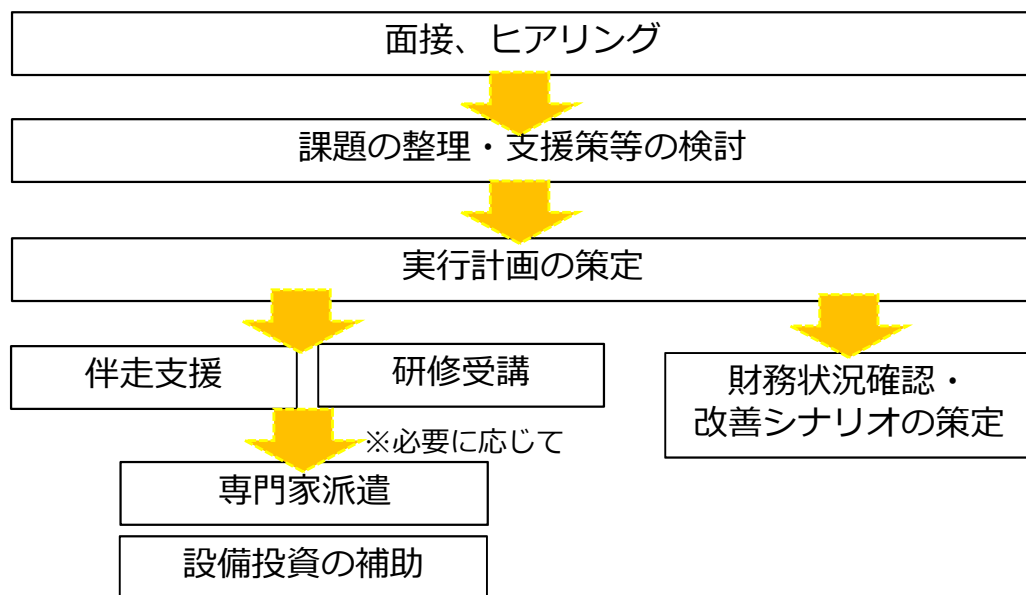
支援対象

以下の要件を満たす宿泊事業者

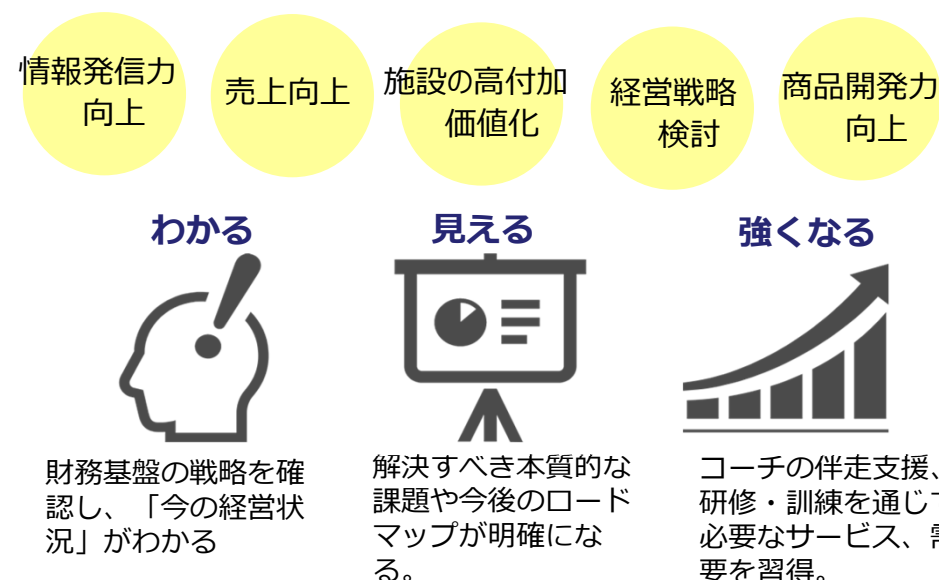
- 旅館業法（昭和23年法律第138号）第3条第1項に規定する許可を取得している者（風営法に該当する者を除く）。
- 資本金5,000万円以下または常勤の従業員が200人以下の会社、または個人事業主であること。
- 直近3期のうち1期以上が赤字見込みであること。
- 法人の場合は営業利益または経常利益がマイナスであること。
- 2020年以降金融機関から新規融資、もしくは借り替えを受けていること。



採択後の流れ



研修・訓練メニュー例



より高付加価値なサービス提供が可能な骨太の企業体質へ改善 102

事業承継の支援策①（中小企業庁HPより抜粋）

事業承継の相談・伴走

[事業承継・引き継ぎ支援センター](#) 親族内 従業員 M&A

全国47都道府県で、事業承継全般に関する相談対応や事業承継計画の策定、M&Aのマッチング支援などを原則無料で実施しています。

補助金

[事業承継・引継ぎ補助金](#) 親族内 従業員 M&A

[（令和2年度3次補正予算、令和3年度当初予算）](#)

M&A時の専門家活用費用や事業承継・引継ぎ後の設備投資や販路開拓、設備廃棄費用等を支援します。

[M&A支援機関登録制度](#) M&A

事業承継・引継ぎ補助金で仲介手数料やフィナンシャルアドバイザー費用が補助対象となる、登録支援機関を検索できます。

税制

[法人版事業承継税制（特例措置）](#) 親族内 従業員

非上場の株式等の承継に伴う贈与税・相続税の負担を実質ゼロとする特例措置です。2023年3月までに特例事業承継計画を提出し、2027年までに事業承継を実施する必要があります。

[法人版事業承継税制（一般措置）](#) 親族内 従業員

非上場の株式等の承継に伴う贈与税・相続税の負担軽減措置です。

[個人版事業承継税制](#) 親族内 従業員

個人事業主の特定事業用資産の承継に伴う贈与税・相続税の負担を実質ゼロとする特例措置です。2024年3月までに個人事業承継計画を提出し、2028年までに事業承継を実施する必要があります。

[経営資源集約化税制](#) M&A

設備投資減税、雇用確保を促す税制、準備金の積立の3つの措置を活用できます。

[登録免許税・不動産取得税の特例](#) M&A

M&A時の不動産の権利移転にかかる登録免許税・不動産取得税を軽減するものです。

金融支援（融資、信用保証）

[日本政策金融公庫等の融資、信用保証等](#) 親族内 従業員 M&A

株式の買い取りや相続税の支払いなど承継時に必要となる各種の資金に対して融資や信用保証を受けることができます。

経営者保証解除支援

[事業承継時の経営者保証解除支援](#) 親族内 従業員

経営者保証の解除に向け、「経営者保証に関するガイドライン」の充足状況の確認や金融機関との目線合わせをサポートします。

株式の集約

[遺留分に関する民法の特例](#) 親族内 従業員

後継者が先代経営者の推定相続人との間で遺留分に関する各種の合意をすることができます。

[所在不明株主に関する会社法の特例](#) 親族内 従業員 M&A

所在不明株主の株式の取得に要する手続の時間を5年から1年に短縮する特例です。

ファンド

[中小企業基盤整備機構ファンド事業](#) 従業員 M&A

ファンドを活用し、MBO（Management Buyout）を含む事業承継が可能です。

後継者育成・支援

[中小企業大学校](#) 親族内 従業員

経営後継者研修では、座学、演習、実習による知識や現場の知恵の習得及び自社の分析を通じて、経営者に必要なマインドやスキルの向上を図ります。

[アトツギ甲子園](#) 親族内

新規事業等に挑戦する後継者候補を応援するピッチコンテストです。

事業承継の支援策②（中小企業庁HPより抜粋）

ガイドライン・マニュアル

[事業承継ガイドライン](#)

親族内

従業員

M&A

事業承継の取組み方等をまとめています。

[事業承継マニュアル](#)

親族内

従業員

M&A

事業承継の取組み方等について、経営者の方向けにわかりやすくまとめています。

[中小M&Aガイドライン](#)

M&A

中小M&Aの取組み方等をまとめています。

[中小M&Aハンドブック](#)

M&A

初めてM&Aを検討する経営者の皆様へ、中小M&Aについてイラストを交えながらわかりやすく紹介しています。

[中小M&Aガイドライン広報パンフレット](#)

M&A

中小M&Aガイドラインのポイントをまとめたパンフレットです。

承継時の課題や経営状況の分析

[事業承継診断](#)

親族内

従業員

M&A

事業承継に関する課題の抽出を行うことができる簡単なチェックシートです。商工会や金融機関なども、企業の皆様との関わりの中で実施しています。

[ローカルベンチマーク](#)

親族内

従業員

M&A

企業の経営者と金融機関・支援機関等がコミュニケーション（対話）を行いながら、企業の経営状況を把握・分析するためのツールです。

[経営デザインシート](#)

親族内

従業員

M&A

知財が企業の価値創造メカニズムにおいて果たす役割を的確に評価して経営をデザインするためのツールです。

承継時の課題や経営状況の分析

[日本弁護士会連合会](#)

弁護士は、依頼者のために、親族内・従業員・第三者（M&A）承継が円滑に実現するよう、交渉や契約書作成に携わります

[日本税理士会連合会](#)

税理士は、株価の評価、生前贈与や種類株式の発行その他事業承継税制の活用など、相続税、贈与税に関する助言等を行っています。

[日本公認会計士協会](#)

公認会計士は、財務に関する調査や相談を通じ、企業価値評価、承継スキームの立案、M&Aの実施、PMI等をサポートします。

[日本司法書士会連合会](#)

司法書士は、商業登記、不動産登記等の相談を通して、事業承継における株式及び事業用不動産の承継、M&A、種類株式及び民事信託の活用についてサポートしています。

[日本行政書士会連合会](#)

行政書士は、事業承継時の許認可の承継等をサポートします。

[中小企業診断協会](#)

中小企業診断士は、事業承継診断や、事業承継計画の策定、後継者教育、ポスト承継等に関わる様々なサポートを行います。

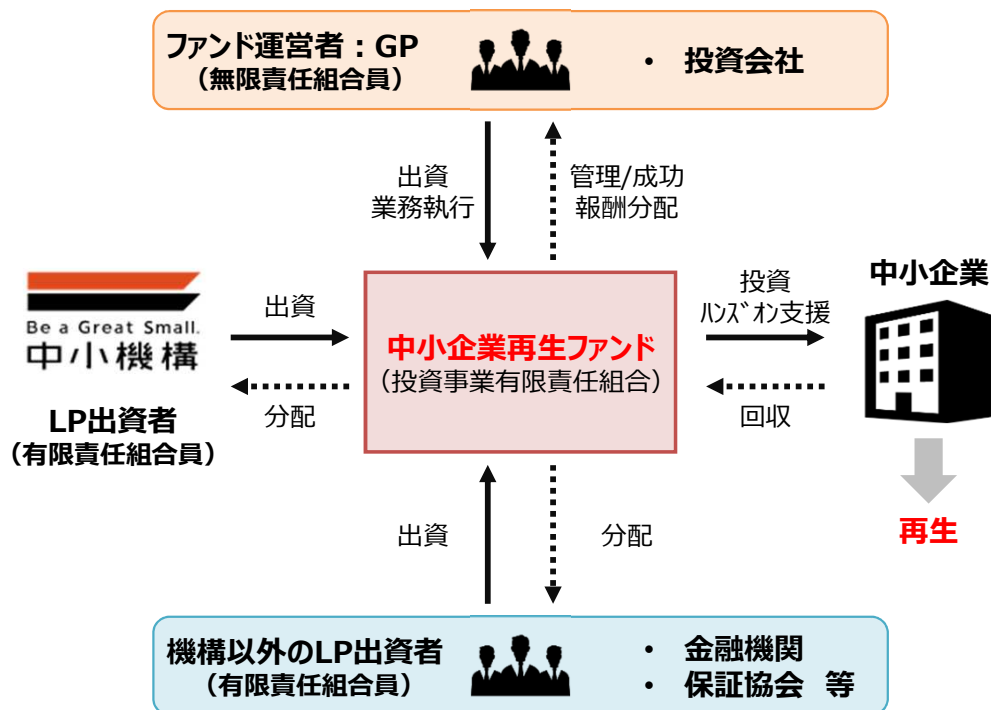
[事業承継・引継ぎ支援センター](#)

47都道府県に設置された公的支援機関で、親族内承継からM&Aまであらゆる事業承継をワンストップで支援します。

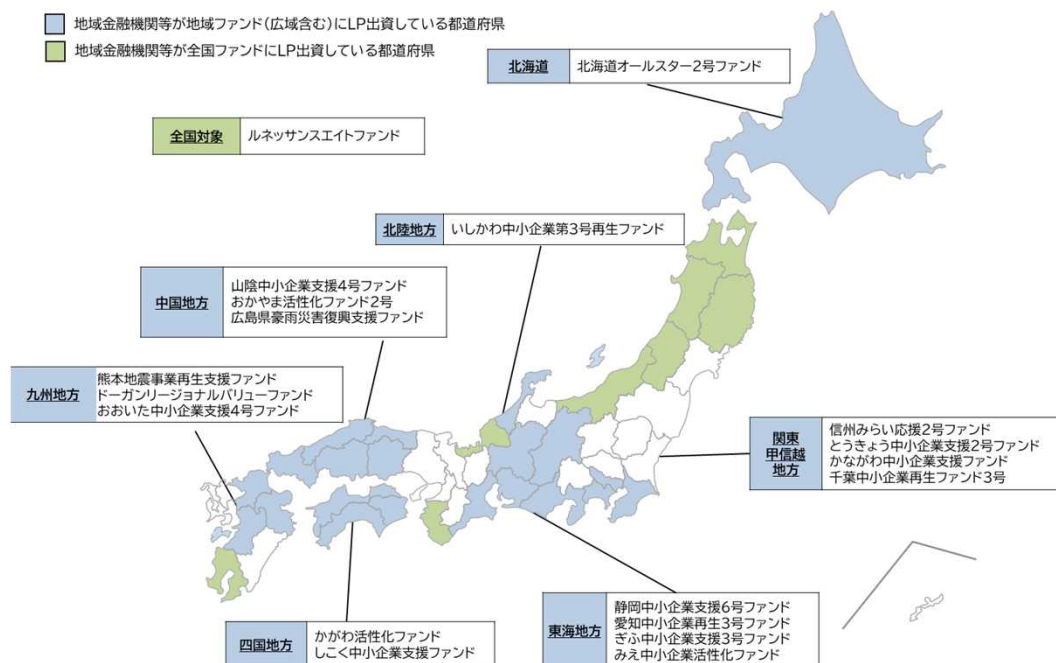
中小企業再生ファンドの拡充

- 中小企業再生ファンドは、債務超過に陥った企業の既往債務の買取、ハンズオン支援等の再生支援を実施するため、地域金融機関等とともに（独）中小企業基盤整備機構（中小機構）が出資して組成されるファンド。
- コロナ禍で行った中小機構の最大出資比率の引き上げ（50%→80%）に加え、補正予算（300億円）も活用し、**コロナの影響が大きい業種（宿泊、飲食等）を重点支援するファンドの組成やファンド空白地域の解消**を促進。

中小企業再生ファンドのスキーム



投資期間中の再生ファンド（2022年2月末時点）



次世代旅館・ホテル経営者育成プログラム

～ビジョンと知識と行動で、未来を切り拓く、観光経営イノベーション～

もっと経営者・後継者として成長したい！事業を変革していきたい！そんな方に向けたプログラムです。

コンセプトは、「自ら未来を切り拓き、イノベーションを実現する」

座学で知識を習得する受身的なスタイルでは行われません。プログラムを通して、自らのビジョンや知識を高めて、事業、現場に働きかけ、実際の経営に変革・イノベーションを生み出していくことを目指しています。そのため、自らの実践と探求、そして参加者の対話を通じた相互作用を通して、学習を深めていきます。



目的

地域と共に生きる経営者として、**基礎的な経営スキル**を身につけ、**強い意志とビジョン**に基づき、**知識と実際の行動を一致させ、事業を変革していくリーダー**を育成する

プログラムの特徴とゴールイメージ

① 地域と共に生きる経営者としての**事業ビジョン**、実現に向けた**意志と覚悟**が生み出される
 - 困難な状況に立ち向かい、成果が結実するまで取り組み続ける源泉「意志とビジョン」を明らかに

② 経営に必要な**実践的知識**を身につける
 - ホスピタリティ・マネジメント、人材管理・組織論、マーケティング、財務会計、旅行産業のトレンド、経営革新・組織変革の事例紹介等を予定

③ ビジョン実現の為の**事業計画**が生み出され、**実践**に移し、業績・価値の向上につながる
 - (戦略、コンセプト形成、財務、人事組織等の観点から) 事業・組織の課題を明らかにし、何に取り組むかのストーリーを描く

④ **実践学習** (アクション・ラーニング) により、成果に結びつける
 - 学習したこと (オフサイト) を、現場に持ち帰り実践すること (オンサイト) を繰り返す仕組みにより、更なる成果の実現と学習につなげる

⑤ **チーム学習**によるネットワーク形成
 - 参加者同士が仲間となり、互いに支えあう関係・ネットワークを築く

対象

**旅館・ホテルの
若手経営者・後継者
16名×2会場 = 32名程度**

観光産業等生産性向上資金

観光産業などの生産性向上および観光消費の底上げを通じた日本経済の活性化を図る中小企業者を支援します。

対象者

観光産業等の合理化、生産および販売能力の拡大を図る方

観光産業の振興に向けて

融資限度額

直接貸付
7億2千万円
(うち運転資金2億5千万円)

金利
長期固定

融資期間

設備資金
20年以内
(うち償還期間2年以内)
運転資金
7年以内
(うち償還期間2年以内)

日本政策金融公庫 中小企業事業の 観光産業等生産性向上資金

ご利用いただける方	ご利用いただける資金 ^(注1)	融資限度額	融資利率 ^(注2)	融資期間
卸売業、小売業、飲食サービス業、サービス業のいずれかにおいて、観光に関する事業を行う方またはこれらの方で構成された事業協同組合などであり、かつ、事業計画を策定し、生産性向上に向けた取組みを図る方	事業計画を実施するために必要な設備資金および長期運転資金	直接貸付 7億2千万円 (うち運転資金2億5千万円)	2億7千万円まで 特別利率① 2億7千万円超 基準利率	設備資金 20年以内 (うち償還期間2年以内) 運転資金 7年以内 (うち償還期間2年以内)

^(注1) 長期運転資金には、償還期の更新に伴い一時的に増設等を償還するために必要な資金を含まず。
^(注2) 信用リスク・融資規模などに応じて所定の利率が適用されます。

その他

■保証人 直接貸付において一定の要件を満たす場合は、保証責任者の個人保証が必須となります。

融資のお申し込み

●直接貸付 日本公庫中小企業事業の窓口にお申し込みください。

上記は本制度の概要です。詳しくは日本公庫 中小企業事業の窓口または事業資金相談ダイヤルにお問い合わせください。

JFC 日本政策金融公庫
中小企業事業

本店 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4
<https://www.jfc.go.jp/>

お問い合わせ窓口

事業資金相談ダイヤル

(株式会社公庫)
0120-154-505

宿泊施設の生産性向上推進事業

- 宿泊業においては、他産業と比較として相対的に生産性が低い状況であることに加え、深刻な人材不足が生じている。他方、訪日外国人旅行者の増大など経営環境が変化しており、宿泊施設は、従来の経営ノウハウから脱却する必要がある。
- このため、業務効率化や施設間連携による生産性向上の取組を支援することにより、宿泊施設の経営力向上や集客力向上を図る。

事業概要

①各宿泊施設の生産性向上

- ・組織内における業務量の平準化や、勤務時間の短縮のために有効なマルチタスク導入に向けたシンポジウムを全国各地で開催。



②宿泊施設等の連携による生産性向上

- ・時期によって閑散期が異なる地域内外の宿泊施設等で、労働力を融通させる仕組みの創出に向けたモデル事業を行う。



③宿泊施設が行うべき生産性向上の取組・手順に係るガイドラインの作成

- ・業務改善に取り組む宿泊施設を支援するため、生産性向上の取組・手順に係るガイドラインを作成する。



宿泊業の生産性向上支援

- 観光庁では、宿泊施設における生産性向上の優良事例を横展開するべく、事例集・ガイドラインの作成やセミナーの開催等を実施している。

事業概要

- 生産性向上の成功事例を収集した事例集を作成し、全国へ発信
- 生産性向上の取組や手順をまとめたガイドラインの作成



事業概要

- 先進的な取り組みを行っている宿泊施設の経営者等を講師に招き、セミナーおよびワークショップを開催
 - 【概要】宿泊業における生産性向上の取り組みを加速させるため、「旅館経営者によるモデル事例の体験発表」および「付加価値向上についてのワークショップ」を合わせたセミナーを開催
- 宿泊事業者の取組事例の横展開に向け、宿泊業の生産性向上シンポジウムを開催
 - 【テーマ】取り組みを進める施設の事例を紹介、業界内での横展開につなげるため、各施設による事例発表・講演やパネルディスカッションなどが行われるシンポジウムを開催

IT導入補助金

IT導入・DXを検討中の皆様へ

ITで業務効率化・データ活用をしたい
働き方改革・コロナ対策を進めたい
全社的なDX (デジタルトランスフォーメーション) を進めたい

IT導入による生産性向上を後押しします。
まずはIT導入補助金をチェック。

✓ IT導入補助金

(サービス等生産性向上IT導入支援事業)

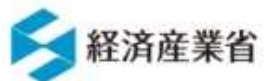
バックオフィス業務の効率化やデータを活用した顧客獲得など
生産性向上に繋がるITツールの導入を支援します

※飲食、宿泊、小売・卸、運輸、医療、介護、保育等のサービス業の他、製造業や建設業等の中小企業等が対象。

事業類型	通常枠		NEW 低感染リスク型ビジネス枠	
	A類型	B類型	C類型 (低感染リスク型ビジネス類型)	D類型 (テレワーク対応類型)
補助 下限額・ 上限額	30万～ 150万円 未満	150万～ 450万円	30万～ 450万円	30万～ 150万円
補助率	1/2		2/3	
補助対象 経費	ソフトウェア、クラウド利用費、 導入関連費		左記のものに加えPC・タブレット等のレンタル費用が対象	

※事業計画期間において、「給与支給総額が年率平均1.5%以上向上」、「事業場内最低賃金が地域別最低賃金+30円以上」を満たすこと等を加点要件（一部事業者等については申請要件）とします。

令和元年度補正予算及び令和2年度第3次補正予算で
中小機構に措置



低感染 リスク型 ビジネス枠

低感染リスク型ビジネス類型・テレワーク対応類型の創設

- ✓ 補助率は2/3です。
- ✓ 「低感染リスク型ビジネス類型」は、複数のプロセス（販売管理と労務など）を非対面化・連携し、一層の生産性向上を図るITツールの導入を支援します。
- ✓ 「テレワーク対応類型」は、生産性向上のために、テレワーク環境の整備に寄与するクラウド型のITツールの導入を支援します。

補助金 活用事例

事例①（通常枠）

担当者の交代や後継者問題など、“人”の課題が顕在化。『長年の勘』からの脱却をはかるため、販売管理システムを導入。売上の多い得意先の需要予測や仕入れ単価の推移の見える化を行い、売上が増加。

事例②（低感染リスク型ビジネス類型）

顧客対応や決済業務の対面実施による感染リスクが存在。「遠隔注文システム」、「キャッシュレス決済システム」、「会計管理システム」を同時導入することで、顧客と従業員間の業務の非対面化と効率化を実現。

事例③（テレワーク対応類型）

テレワークを実施するためにクラウド型の勤怠管理システムとweb会議システムを導入することで非対面化と効率化を実現。

<IT導入補助金2021の今後のスケジュール>

- 公募開始：令和3年4月7日（水）
- 5次締切：令和3年12月22日（水）17:00まで
- ※ 通常枠・低感染リスク型ビジネス枠ともに5次が最終締切予定ですのでご注意ください。（制度内容、予定は変更する場合がございます。）

応募方法等の詳細はこちらからご確認ください

サービス等生産性向上IT導入支援事業事務局ポータルサイト

- 訪日外国人旅行者がストレスフリーで快適に旅行を満喫できる環境を整備するため、**宿泊事業者が行うサービス提供体制の強化、交通事業者等が行うキャッシュレス決済対応、バリアフリー化、観光列車の導入等、観光人材のインバウンド対応能力の向上、ハイブリッドMICEの開催促進に向けた取組等**を支援する。

宿泊施設のデジタル技術を活用したサービス提供体制の強化

- ポストコロナを見据えたデジタル技術を活用した情報管理の高度化など、旅行者のニーズへの対応を図ることにより、宿泊事業者の生産性向上等に資する取組を支援



宿泊施設の顧客管理システム

補助率：1/3

事業主体：宿泊事業者

地域の観光人材インバウンド対応能力の強化

- 観光・交通事業者等における外国人接遇能力の向上を図るため、接遇能力に長けた「全国通訳案内士」等を講師として地域へ派遣、研修を実施



通訳案内士等の専門家の派遣

交通サービスインバウンド対応支援

- 感染対策にも資する非接触式キャッシュレス対応など、公共交通機関における受入環境整備を支援

〔支援例〕



キャッシュレス決済対応



魅力ある観光バス

補助率：1/3、1/2等

事業主体：交通事業者等

インバウンドの再開を見据えたハイブリッド形式のMICE開催

- ワクチン接種証明・PCR検査等を活用して感染症対策を徹底した、オンラインと対面によるハイブリッド形式のMICEの開催に関する実証を実施



ワクチン接種証明及び陰性証明の提示

- その他、空港における旅客手続き等の環境整備、スノーリゾートの整備など観光地の魅力向上、海洋周辺地域における訪日観光促進、クルーズの安全安心な再開促進、サステナブルな観光コンテンツ強化等を支援

災害時等における宿泊施設の提供等に関する協定（ひな形）

別添

(ひな形)

災害時等における宿泊施設の提供等に関する協定

〇〇市・町・村(以下「甲」という。)と〇〇〇県旅館ホテル生活衛生同業組合〇〇支部(又は個別の〇〇ホテル・旅館)(以下「乙」という。)は、地震・風水害その他の災害又は武力攻撃事態等(以下「災害等」という。)の発生時における宿泊施設、入浴及び食事の提供等(以下「宿泊施設の提供等」という。)に関する協定を次のとおり締結する。

(趣旨)

第1条 この協定は、災害等発生時又は水害に備えた早期避難時において、高齢者等特段の配慮が必要な方の避難を甲が速やかに実施するため、乙の甲に対する協力に関し、必要な事項を定めるものとする。

(要請)

第2条 甲は、災害等発生時において、特段の配慮が必要な方の避難所の確保及び速やかな避難について、乙に対し、協力を要請することができる。

2 甲の要請の方法は、乙に対し、次に掲げる事項を記載した協力要請書(様式1)をもって行うものとする。ただし、緊急を要する場合は、電話、FAX等により要請し、事後速やかに文書を送付するものとする。

- (1) 要請を行った者の職・氏名及び担当者の職・氏名
- (2) 要請理由
- (3) 要請内容
- (4) 履行の場所
- (5) 履行の期日又は期間
- (6) その他必要な事項

(要請する業務の範囲)

第3条 前条の規定による要請に基づき、乙が実施する業務の範囲は、概ね次に掲げるものとする。ただし、これにより難しい場合は、甲乙協議の上別途定めるものとする。

- (1) 乙の組合員(又は乙)が所有する宿泊施設への宿泊、入浴及び食事の提供
- (2) 前号の業務を実施するにあたっての空室等の状況の把握及び調整
- (3) その他必要とする事項

2 宿泊施設等への入所者に対する健康状態のモニタリング、体調管理、発熱や咳の症状が出た方への対応等は、甲が当該宿泊施設等へ職員等を派遣し実施するものとする。ただし、これにより難しい場合は甲乙協議の上別途定めるものとする。

(実施)

第4条 乙は、甲から第2条の規定による協力の要請を受けたときは、要請事項を実施するための措置を速やかにとるものとする。

2 乙は、前項の規定により業務を実施した場合は、甲に対し、その状況を次に掲げる事項を記載した業務実施報告書(様式2)により報告するものとする。ただし、緊急を要する場合は、電話、FAX等により報告し、事後速やかに文書を提出するものとする。

(ひな形)

- (1) 履行の場所
- (2) 受入人数、提供部屋数、食事その他の履行内容
- (3) 履行の期日及び期間
- (4) その他必要な事項

(受入対象期間)

第5条 宿泊施設等への受入対象期間は、原則として、甲による避難準備・高齢者等避難開始の指示を契機として、宿泊施設等へ受入対象者が入所した日から退所する日までの間とする。ただし、これにより難しい場合は甲乙協議の上別途定めるものとする。

(宿泊施設等への対象者の割振り)

第6条 宿泊施設等への対象者の割振りは甲が行うものとする。

2 甲は、前項の割振りを災害等発生後速やかに行えるよう、受入施設、受入可能人数、受入手順等について、事前に乙との連絡調整を行うものとする。

(経費)

第7条 甲は、第3条の規定により乙が実施した業務に係る経費(以下「経費」という。)を負担するものとする。

2 前項の規定により甲が負担する経費は、次のとおりとする。

- (1) 1泊3食の場合
1人あたり〇〇〇〇円(消費税・入湯税別)
- (2) 1泊〇食の場合
1人あたり〇〇〇〇円(消費税・入湯税別)

(受入実績の報告と経費の請求)

第8条 乙は、業務が完了したときは、速やかに次に掲げる事項を記載した受入実績報告書(様式3)を甲に提出するとともに、請求書により甲に対して経費を請求するものとする。

- (1) 氏名、性別及び年齢
- (2) 住所
- (3) 宿泊期間及び泊数
- (4) 金額
- (5) 対象者の要件(上記第5条)
- (6) 特記事項

(経費の支払い)

第9条 甲は、前条の規定により乙から経費の請求があった場合は、請求書を收受した日から〇日以内に支払うものとする。

(連絡調整体制の整備)

第10条 甲及び乙は、災害等発生時における円滑な協力体制が図られるよう、平時から受入に関する連絡調整体制の整備に努めるものとする。

(ひな形)

(その他)

第11条 この協定に定めのない事項又はこの協定に定める事項に関し疑義や変更が生じた場合は、甲乙協議の上決定するものとする。

(協定の有効期間・解除)

第12条 この協定の有効期間は、協定締結日から1年間とする。ただし、有効期間満了の日から1か月前までに、甲乙いずれからも文書による協定解除の意思表示がないときは、更新されたものとし、その後においても同様とする。

この協定の締結を証するため、本書を2部作成し、甲乙記名押印の上、各自その1部を保有する。

令和 年 月 日

甲：住所

〇〇市・町・村
〇〇市・町・村長 〇〇 〇〇 印

乙：住所

〇〇県旅館ホテル生活衛生同業組合〇〇支部
支部長 〇〇 〇〇 印

事業継続ガイドライン（内閣府防災情報のページより抜粋）

事業継続ガイドライン 第一版（平成17年10月）

企業における事業継続計画の普及、促進を進めるために中央防災会議「民間と市場の力を活かした防災力向上に関する専門調査会」においてガイドラインを作成しました

別添 事業継続ガイドライン 第一版 チェックリスト（平成17年10月）

事業継続ガイドライン 第二版（平成21年11月）

事業継続ガイドライン第一版をより活用しやすくするため、「事業継続計画策定促進方策に関する検討会」において第二版を作成しました。

事業継続ガイドライン 第三版（平成25年8月）

昨今のBCP普及の状況、東日本大震災やタイにおける水害の教訓、さらには国際動向を踏まえ、事業継続ガイドラインを改めて活用しやすくするため、「事業継続計画策定・運用促進方策に関する検討会」において、第三版を作成しました。

事業継続ガイドライン（令和3年4月）

令和元年台風第19号等を踏まえた水害・土砂災害からの避難のあり方について（報告）（令和2年3月 中央防災会議 防災対策実行会議 令和元年台風第19号等による災害からの避難に関するワーキンググループ）に基づき、災害時の従業員等の外出抑制策等が記載された企業の事業継続計画（BCP）の策定が進むよう改定しました。

事業継続ガイドライン
—あらゆる危機的事象を乗り越えるための戦略と対応—
（令和3年4月）



事業目的・概要

- 地方公共団体もしくは組合等との間で災害協定を締結している宿泊施設に対し、非常時に宿泊施設が避難先として近隣住民等の受け入れを行えるよう、客室トイレや浴室、出入口や共用廊下等のバリアフリー化等を支援。
- 災害対策環境の整備の加速化と底上げを図る。

支援対象

以下の要件を満たす宿泊施設

- 旅館業法（昭和23年法律第138号）第3条第1項に規定する許可を取得している者（風営法に該当する者を除く）。
- 地方公共団体との間で災害協定を結んでいること。
- 災害等発生時に率先して被災者を受け入れる意思を有していること。
- 災害発生時に、観光庁又は地方運輸局等の求めに応じて受入の可否・受入可能人数を報告し、正当な理由がある場合を除いて、受入可能である旨、観光庁又は地方運輸局等から地方自治体に対して情報提供することに同意すること。



支援内容

【補助対象メニュー】

- ① **高付加価値化・災害対策環境の整備の双方に資する施設改修**
 - ▶ 客室における改修（客室出入口、トイレ、浴室、洗面所等）
 - ▶ 共用部における改修（敷地内通路、階段、廊下、屋内通路等）
- ② **消防用設備及び災害対策環境の整備に伴う設備の購入等**
 - ▶ 消防用設備の補強等（スプリンクラーの耐震補強等）
 - ▶ 自家発電装置の購入等

【補助額】

1 申請あたりの補助上限額 2,000万円

※補助金申請額は最低1,000万円。

※①②を組み合わせる申請を行うことは可。

※②の補助上限額は600万円、申請金額の3割が上限。

優先採択

「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の取得者（取得見込み者）を優先的に採択。

観光施設
心のバリアフリー認定



■ エントランス



雰囲気になじんだスロープと手摺

■ 客室内通路

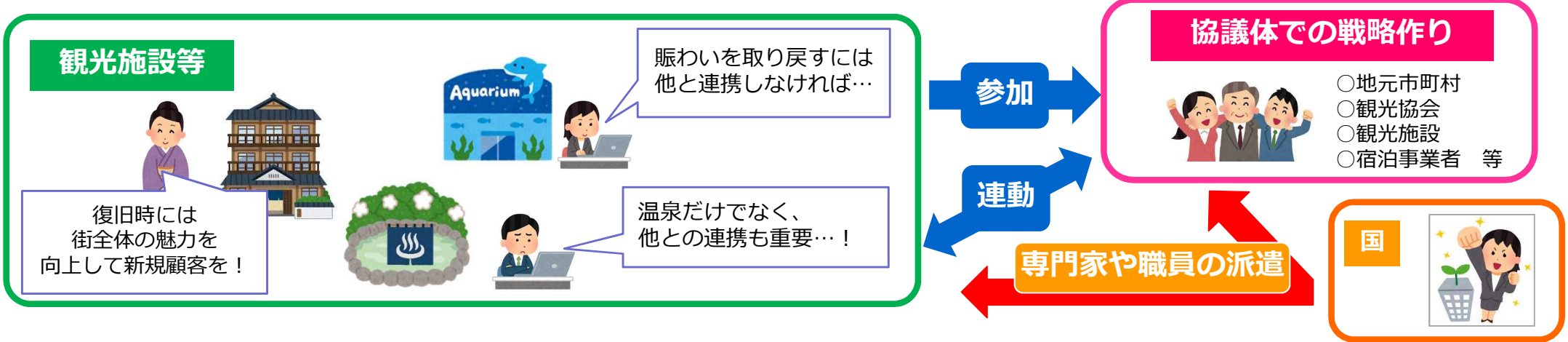


段差が無く広いスペースを確保

観光業等の中小・小規模事業者の支援（被災観光地の誘客多角化・収益力向上事業）

- 新型コロナウイルス感染症に加え、今般の豪雨で被害を受けた観光地全体の復興のためには、施設の復旧・事業継続等の措置に加え、**観光施設・宿泊施設等が一体となった観光戦略の再構築・地域の魅力向上**のための取組が必要。
- そこで、今回の災害からの復旧に当たって、**自治体、関係団体や個別事業者が一体となった復旧プラン**の作成、**誘客多角化や各事業者の収益力向上**を、専門家の派遣などを通じて支援。

事業のスキーム 被災自治体における観光戦略再構築のための協議会運営や、協議会・個別施設に対する専門家派遣などによる支援を実施



専門家派遣を行う復興支援の取組（例）



マーケティング調査、観光戦略の策定

- ・マーケティング調査の実施
- ・先進事例等を踏まえた観光戦略策定支援
- ・新規ツアーの造成支援 等



地域内の各種施設の連携強化

- ・各種施設が連携した共同プロモーションの実施
- ・宿泊施設と飲食施設の連携による、飲食の高付加価値化 等



個別施設の収益力向上支援

- ・高付加価値の改修プランの作成
- ・集客力の高いデザイン作成
- ・金融機関との調整や、各種補助金の活用・申請のサポート 等

誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成

- 訪日外国人観光客6千万人時代を見据え、反転攻勢に転じるため、集客力の高い観光イベント、地域の観光資源の磨き上げにより多様な魅力ある滞在コンテンツを造成すること等により、観光地等の高付加価値化や誘客の多角化を促進する。

観光イベント・観光資源の磨き上げ等

地域の観光イベント・観光資源を外部専門家との連携等により磨き上げる取組等を支援することで、観光地等の高付加価値化・誘客の多角化を促進する。

○地域の観光イベントの磨き上げ



○地域の観光資源の磨き上げ



地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業

- **地域に残る縦割りを打破し、観光地の整備を進める体制を強化するため、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、地場産業など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を支援することで、観光需要の回復・地域経済の活性化につなげる。**

施策イメージ

（コンテンツ造成に必要な諸経費（企画・開発費等）を支援（例）モデルツアー実施費用等）

交通×観光

通常は船が運航していない時間帯で、無人島の貸切ナイトツアーやサンライズツアーを実施



漁業×観光

観光客が立ち入りづらい漁業現場の体験ツアーを造成



農業×観光

地元野菜の植え付け・収穫体験を通じて田舎のスローライフを体験



製造業×観光

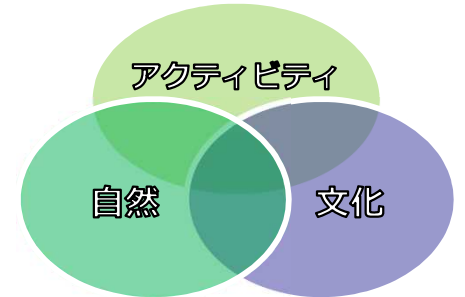
一般公開されていない工場見学や家具職人に直接教えてもらえるスクールを実施



新たなインバウンド層の誘致のためのコンテンツ強化・地域資源磨き上げ事業

- 旅行に対するニーズが変容する中、**自然・文化といった豊富な観光資源を活用し、日本の本質を体感**できるアドベンチャーツーリズムを推進。
- **富裕層等の新たなインバウンド層**に訴求力の高い体験型観光として、アドベンチャーツーリズム等を推進することにより、**安全・安心な目的地**として世界の旅行者に来訪・滞在を促し、**地方部を含めた全国各地における消費機会の拡大**に繋げる。

アドベンチャーツーリズム



各地域の観光資源を活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアーの造成と優良事例の展開

観光庁

連携

地方運輸局等

日本全体でのAT推進のための全体調査、戦略・ガイドラインの策定

- ATの取組に関する実態調査
- 販路拡大に向けた国内外調査
- 有識者検討会 等

地域の観光コンテンツを活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアーの造成

- 広域地域における取組体制の構築、コーディネーター・ガイド人材の育成・確保
- 自然資源・文化資源との連携を図った長期滞在プラン造成のための取組



自然資源・文化資源を活用した体験型コンテンツの例

アドベンチャーツーリズム等の充実に資する潜在的な観光コンテンツの発掘・磨き上げ

観光庁

観光コンテンツの発掘・磨き上げ、コーチング

- 消費額増加や満足度向上に繋がる観光コンテンツの発掘・磨き上げ
- 地域への専門家派遣によるコーチング（改善指導）の実施



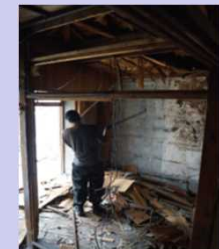
観光コンテンツの発掘
(山伏文化等の地域資源)

制作におけるディレクション
(演出方法)



改修・購入費の補助

- アドベンチャーツーリズムの充実に資する観光コンテンツの実施に必要な物件の改修費や設備・備品の購入費等の補助



物件改修



設備・備品

- 目下、世界的に「持続可能な観光（サステナブルツーリズム）」への関心が高まっているところ。
- 各地域に引き継がれた**自然環境、文化・歴史、伝統産業等を観光資源としてフル活用**し、同時に、**経済・社会・環境の正の循環によりそれらの持続可能性や価値を更に高める仕組みを、観光サービス・地域づくりに実装**する必要。
- 地域の魅力を深く味わい、かつその持続可能性に来訪者も貢献できるような工夫を織り込んだ**コンテンツ造成**や**環境整備**を支援。更に、現場から必要な知見を得て、**取組を加速する上での課題を整理。必要な方策や支援のあり方等を検討**。
※ 国立・国定公園に係る内容については国立公園等を所管する環境省の協力を得て実施

事業概要

対象者

持続可能な観光の取組を実施する地方公共団体・DMO・民間事業者等

支援メニュー

○サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業（調査事業）

外部有識者のコーチングの下、優良なモデル事例を試行実証。得られたノウハウや課題など整理の上、必要な方策や支援のあり方など検討。

・地域の資源やその持続可能性を支える環境・社会循環等に深く触れる体験を、ガイド等活用し、本物の希少性の高い体験として提供。併せて、得られた観光収益を保全に回す、ふるさと納税を活用するなど、幅広い受益と負担の仕組みを構築。

○サステナブルツーリズム推進のための受入環境整備（補助事業）補助率 1 / 2

下記の施設改修・整備、設備・物品購入を支援

- ・サステナブルな観光コンテンツの造成等に必要となるもの
- ・地域の観光資源を適切に維持・活用し環境負荷を低減させるもの 等

(施設等の改修・整備に対する支援)

例：分散型・環境負荷を抑えたツアー実施のための施設整備、地域ルール案内看板の設置 等

(設備・備品の購入等に対する支援)

例：地域の魅力を深く体験するツアー造成や、利用者の動線誘導のための設備・物品

コンテンツの収益が
観光資源の保全費用に
保全することでさらに高品質な
コンテンツ開発を可能に



観光資源の持続的な保全と活用の自走化により、地域の経済・社会・環境の好循環を加速化させる仕組みにつなげる事業を目指す

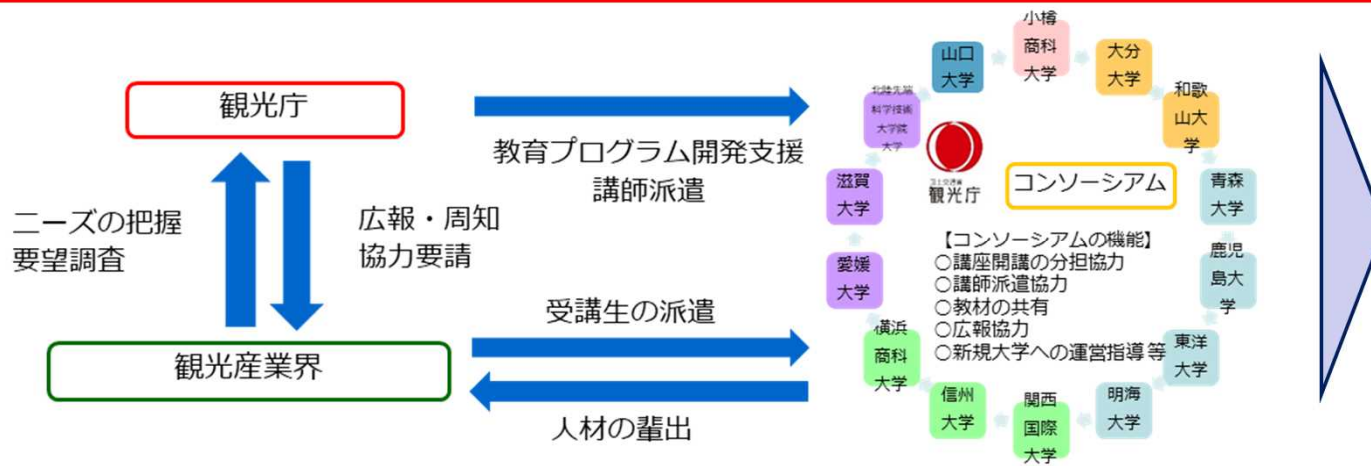
取組事例イメージ

高架木道を活用した利用分散と受入環境整備（知床）

安全確保とヒグマの生息する豊かな自然環境との共存、ガイド付き地上歩道ツアーと自由に行ける高架木道の利用分散、質の高い体験を提供

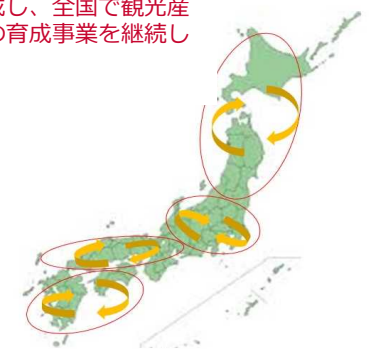


中核人材事業 各大学での取組み



目指すべき姿

コンソーシアムを形成し、全国で観光産業における経営人材の育成事業を継続して展開。



地方を中心とした旅館経営者及び大学研究者の全国的なネットワークを形成

○観光庁の事業終了後も各大学でプログラムを実施中。

大学名	講座テーマ	大学名	講座テーマ
小樽商科大学	観光産業の中核を担う経営人材育成	関西国際大学	ツーリズムプロデューサー養成
大分大学	宿泊業の伝統と経営革新	信州大学	ユニバーサルフィールド・コンシェルジュ養成
和歌山大学	観光・地域づくり	横濱商科大学	MICEビジネス中核人材育成
青森大学	実践から学ぶ自然環境資源を生かす体験型観光商品の開発手法	愛媛大学	愛媛県・四国の儲かる観光サービス業を担う中核人材育成
鹿児島大学	世界自然遺産によるエコツアーDMO形成のための中核人材育成	滋賀大学	ウェルネスツーリズムプロデューサー養成
東洋大学	ホスピタリティ産業における女性活躍と組織づくり	北陸先端科学技術大学院大学	観光コア人材育成
明海大学	地域の観光産業の強化を担う宿泊施設のための中核人材教育	山口大学	SDGsによる山口県のスポーツ観光



観光施設における心のバリアフリー認定制度（宿泊・飲食・観光案内所）

高齢者・障がい者の方の旅行への障壁を取り除くには、ハード的な整備に加えて、
 ① バリアフリー対応に関する情報の对外発信、② ソフト的な対応（筆談対応等）が不可欠。
 そこで、上記2点に係る取組を確認した施設を認定・観光庁HPにて情報発信することで、
 高齢者・障がい者の方々の旅行に対する障壁を取り除くことを目指す。

認定対象 観光客が訪れる以下の施設を対象



宿泊施設



飲食店




観光案内所

認定条件

- ① ソフト的なバリアフリー対応措置の実施
（例：筆談対応、移動式スロープの備置）
- ② 年1回以上の従業員教育実施
- ③ 施設のバリアフリー情報の積極的発信

→認定した施設は観光庁HPで情報発信するとともに、認定マークの使用を許可

観光施設
心のバリアフリー認定



制度の狙い

- ① バリアフリー情報の積極的な発信による、高齢者・障がい者の方への情報提供の促進
- ② ハードだけでは対応できないソフト的な「心のバリアフリー」の取組の促進
- ③ 観光庁HP・認定マークを活用した情報発信による、ユニバーサルツーリズムの推進

➡ バリアフリー情報の見える化・ソフト施策の推進によるユニバーサルツーリズムの促進

地域公共交通確保維持改善事業の概要

地域の多様な主体の連携・協働による、地域の暮らしや産業に不可欠な交通サービスの確保・充実に向けた取組を支援
 (上記取組を促進するため、地域公共交通活性化再生法の枠組みを強化(令和2年11月27日施行))

地域公共交通確保維持事業 (地域の実情に応じた生活交通の確保維持)

<支援の内容>

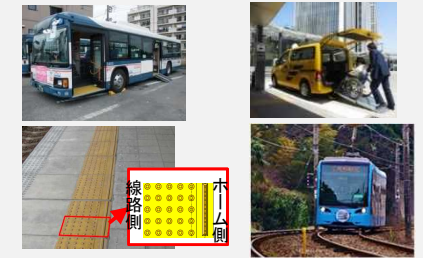
- 高齢化が進む過疎地域等の足を確保するための幹線バス交通や地域内交通の運行
 - ・地域間交通ネットワークを形成する幹線バス交通の運行や車両購入、貨客混載の導入を支援
 - ・過疎地域等において、コミュニティバス、デマンドタクシー、自家用有償旅客運送等の地域内交通の運行や車両購入、貨客混載の導入を支援
- 離島航路・航空路の運航
 - ・離島住民の日常生活に不可欠な交通手段である離島航路・航空路の運航等を支援



地域公共交通バリア解消促進等事業 (快適で安全な公共交通の実現)

<支援の内容>

- 高齢者等の移動円滑化のためのノンステップバス、福祉タクシーの導入、鉄道駅における内方線付点状ブロックの整備
- 地域鉄道の安全性向上に資する設備の更新等



地域公共交通調査等事業 (持続可能な地域公共交通の実現に向けた計画策定等の後押し)

<支援の内容>

- 地域における一層の連携・協働とイノベーションに向けた取組の促進を図るための「地域公共交通計画」の策定に資する調査等
- 地域におけるバリアフリー化の促進を図るための移動等円滑化促進方針・基本構想の策定に係る調査

※国の認定を受けた鉄道事業再構築実施計画、地域公共交通利便増進実施計画等に基づく事業(地域鉄道の上下分離、利便性向上・運行効率化等のためのバス路線の再編、旅客運送サービス継続のためのデマンド型等の多様なサービスの導入等)について、まちづくりとも連携し、特例措置により支援
 ※交通圏全体を見据えた持続可能な地域公共交通ネットワークの実現に向け、都道府県と複数市町村を含む協議会が主体となった協働による取組に対し、計画の策定やバス等の運行への支援の特例措置により後押し(地域公共交通協働トライアル推進事業)

被災地域地域間幹線系統確保維持事業／特定被災地域公共交通調査事業 (【東日本大震災対応】被災地のバス交通等に対する柔軟な支援)

<支援の内容>

- 被災地の幹線バスの運行
- 仮設住宅等を巡る地域内バス等の運行

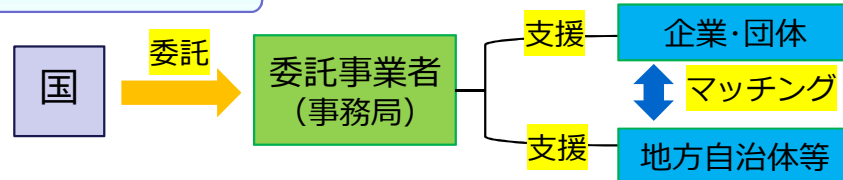
「新たな旅のスタイル」の普及

令和3年度の取組み

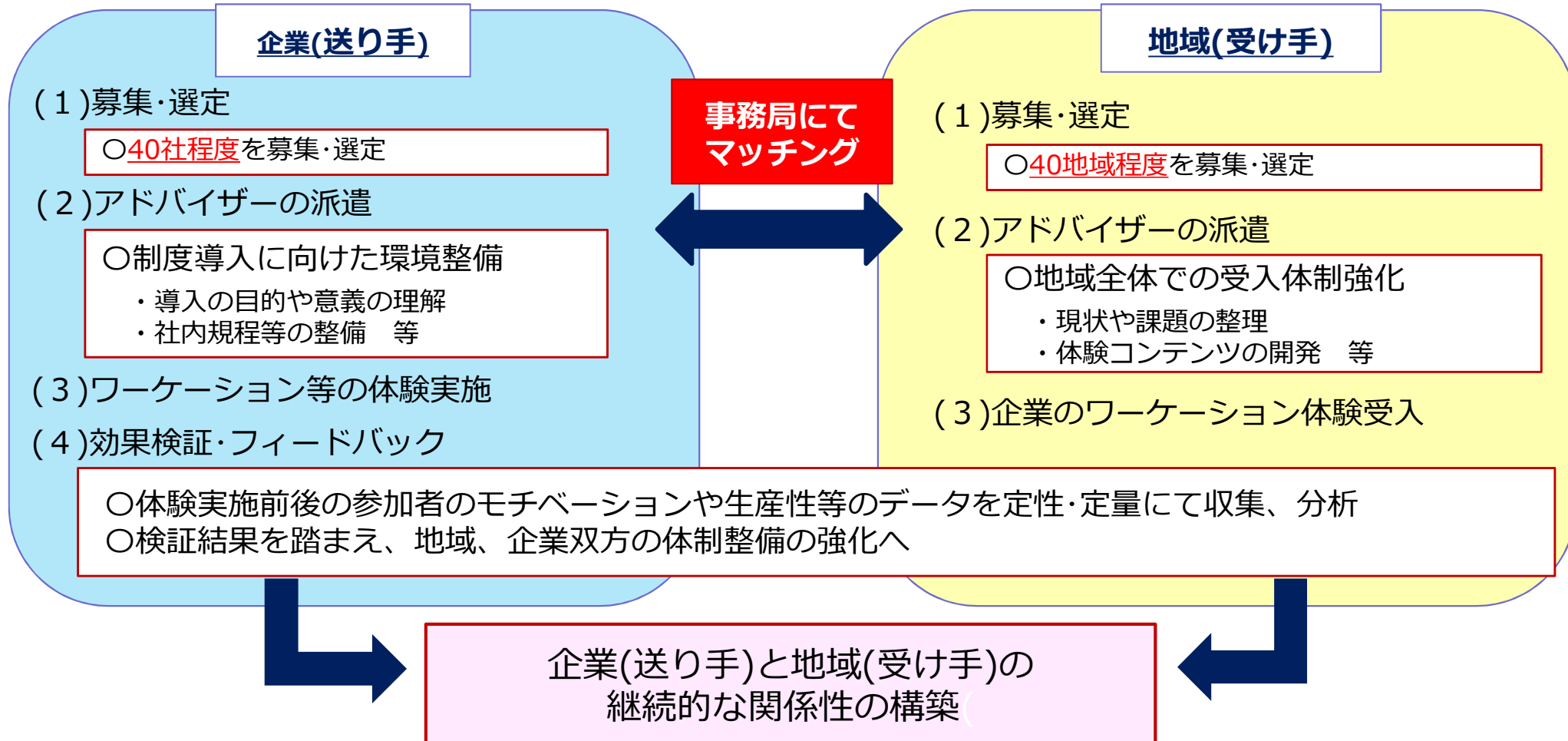
事業概要

〇ワーケーション等の普及に向けて、企業(送り手)と地域(受け手)を対象としたモデル事業及び情報発信等を実施する。

事業スキーム



企業(送り手)と地域(受け手)を対象としたモデル事業



「第2のふるさとづくりプロジェクト」中間取りまとめ（骨子概要）

～「何度も地域に通う旅、帰る旅」で新たな国内交流需要の掘り起こし、そして地域活性化に向けて～

- 国内旅行の現状と新たな市場創出の可能性（観光レジャーの伸び悩み、出張・知人訪問に余地があるのでは）。
- 旅行者側の潜在需要（地域資源に触れ、地域との関係性や参画が段階的に深まることで、自発的な来訪の高頻度化や滞在の長期化等を誘発する可能性を持っている）。また、それを裏付ける先進的な取組も存在。
- 新型コロナウイルス感染症の影響、リモートワーク等の進展、田舎に憧れを持つ若者の増加など、他者とのリアルな繋がりを求める動きがある中で、交流・関係人口の更なる創出の可能性は急激に高まっている。

⇒ **有識者や地域の関係者等から成る有識者会議を設置し、「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について、以下のように取りまとめ。**

■ 初来訪、再来訪を促す要素・仕組み

個人の発意による来訪

既に旅行している層、旅行をしたい層のほかに、旅行と認識せずに移動している層や、ボランティア・プロボノ層、バーチャルネットワークで組織された層

- ① 幅広い層の潜在的な志向に応える
- ② 来訪の間口が広く、ハードルが低い
- ③ 旅行者が自発性を発揮できる「余地・余白」や関係を徐々に深められる「隙間、奥行き」
- ④ デジタルツール（CRM:Customer Relationship Management）やコンシェルジュ活用による再来訪の動機付け

組織の意向による来訪

個人需要に加え、組織需要も取り込む。サテライトオフィス化やリモートワークの原則化、企業研修、教育旅行のほか、自治会活動などの組織層

- ① 最初の訪問のハードルが低い（他律的）
- ② 最初の訪問に、再訪を促す地域との「関係」を作る要素がある

■ 「何度も地域に通う旅、帰る旅」に求められる滞在・移動環境

滞在環境（ヤド・マチ）

- * 地域のゲートウェイ・ハブの役割を担う、地域の起点として、また地域を取り込んだ存在としてヤドを位置づけるべき。
- * 安心と居心地の良さがあり、「さりげなさ」や「緩やかさ」を帯びたヤド・マチとの触れ合いが必要
- * 地域と来訪者はフラットで「相思相愛」の関係により、来訪者のみならず、地域側もメリットを感じられる繋がりであるべき

<ヤド（宿ナカ）>

- ・ 訪問頻度や滞在スタイルに応じた快適で柔軟なサービス・施設（ライフラインとネットワーク環境が最低限のインフラ）。
- ・ 既存宿泊施設の改修や空き家の活用
- ・ 泊食分離による地域での食事 等



空き家群を面的に再生し活用（広島県尾道市）



スタッフや町民がくつろぐ交流の場（徳島県神山町）

<マチ（宿ソト）>

- ・ 来訪者と地域住民の双方で共有され、緩やかに交流を生む「第3の場」があるか
- ・ 再来訪する理由、地域への関わりしるが感じられるか

移動環境（アシ）

<滞在地域内>

- ・ 公共交通が発達していない滞在地域内の移動手段を確保することが必要
- ・ タクシーやレンタカー、新たなモビリティなどを柔軟に活用できる旅行商品やサブスク、MaaS連携等

月額5,000円でエリア内乗り放題のシェアリングモビリティサービス（京都府京丹後市）



<都会と滞在地域との間>

- ・ 高頻度往来や長期滞在に対応した割引や旅行商品等が必要
- ・ ポイントの活用や非現金化など、利便性の追求が必要

鉄道と宿泊施設が連携したサブスク



今後、これを裏付けるために、年度内に市場規模等の定量調査（①）や仮説の要素検証（②）を実施

① 新型コロナウイルス感染症の影響やリモートワーク等の普及を受けた「何度も地域に通う旅、帰る旅」へのニーズの大きさ（個人・組織別）、都会の若者の田舎への憧れの潜在ニーズの大きさ 等

② 個人・組織別の「何度も地域に通う旅、帰る旅」の来訪を促す要素・仕組みの検証 等

令和4年度、モデル実証を展開し、実践を通じ更に課題を見出す。実証を踏まえ、行政、観光・交通業界、地域がそれぞれ果たすべき役割を検討

令和3年10月～12月

有識者会議 第1～3回

令和3年12月

中間取りまとめ

～令和4年3月

市場調査・仮説検証

令和4年3月

最終取りまとめ

令和4年4月～

モデル実証

- 日本及び海外で**訪日旅行商談会を主催**。日本のインバウンド関係者と現地旅行会社をつなぐ**商談機会を提供**。
- また、ITBやWTMなどの**海外の主要な旅行見本市**に、日本のインバウンド関係者と連携して**日本パビリオンを出展、現地旅行業界とのネットワーキングの機会を提供**。
- 最新の商談会等の情報は、JNTOウェブサイトを確認が可能。
<https://www.jnto.go.jp/jpn/projects/promotion/vj/eventschedule2021.pdf>

	日本開催	海外開催
一般旅行	<JNTO主催> <ul style="list-style-type: none"> • VISIT JAPAN トラベルマート (VJTM) • 東アジア商談会 • 東南アジア商談会 	<JNTO主催> <ul style="list-style-type: none"> • Japan Showcase (米国) <第三者主催> <ul style="list-style-type: none"> • ITB Berlin (ドイツ) • World Travel Market (WTM) (英国)
高付加価値旅行 (ラグジュアリー旅行)	<JNTO主催> <ul style="list-style-type: none"> • Japan Luxury Showcase (JLS) ※欧米豪中東対象 	<第三者主催> <ul style="list-style-type: none"> • International Luxury Travel Market (ILTM)

教育旅行を通じた青少年の国際交流の促進

事業概要（フェーズ別）

青少年の国際交流の拡大に向けて、学校関係者が教育旅行を決定するための判断材料や、保護者等に説明する際の根拠資料とするための情報ツールの策定と普及・啓発を行うために、以下の取組みを産官学で連携しながら段階的に実施する。

令和2年度 ＜フェーズ1＞ 調査・実績構築

海外教育旅行実態調査

情報ツールの策定に向けて、各国の新型コロナウイルス感染症対策の実態を調査するとともに、これまでに実際に海外教育旅行を実施した学校（生徒・教職員）に対し調査を行う。

- ① **各国における新型コロナウイルス感染症対策の調査**
 - ・各国政府における感染症対策やガイドラインの策定状況
 - ・宿泊施設、交通機関、観光地等の感染症対策の実態
- ② **教育旅行における事例収集**
 - ・史跡等見学事例
 - ・現地青少年との交流事例
 - ・学校や企業訪問の事例
 - ・その他の各種体験等
- ③ **アンケート調査**
 - ・教育旅行実施後の生徒の感想・意見
 - ・実施校の校長や引率教職員の感想・意見

国内での普及・啓発活動

○海外教育旅行セミナーの開催
新型コロナウイルス収束後、JATAや文部科学省、政府観光局等と連携し、全国で教職員や旅行者を対象とした、海外教育の効果的な活用方法の紹介等を目的としたセミナーを開催する。

令和3年度 ＜フェーズ2＞ 発信基盤構築

1. 調査事業

保護者や学校関係者が安心して実施できる旅程を検討するため、相手国の政府観光関係者と連携しながら、令和2年度の調査を活用して以下の情報を整理する。

- ① **安全対策**
 - ・感染症対策にかかる各国の情報の取りまとめ。
 - ・日本人教育旅行の受入れ可能な宿泊先の整備状況の解説。
 - ・食を含めた安心・安全への懸念事案に対する対応状況の解説。
- ② **学習プログラム**
 - ・相手国での交流先学校や、企業訪問の受入環境について解説。
 - ・相手国の観光資源や歴史教材を活用した探求型学習プログラムについて解説。
- ③ **交流先選定・調整窓口**
 - ・交流先選定における相手国の相談窓口掲載。

令和3年度 ＜フェーズ3＞ 発信・促進

2. 情報ツールの作成

フェーズ1及び2で得られた調査データや情報を活用し、学校関係者や保護者向けの、渡航先での感染症対策や衛生管理、現地での体験プログラムや交流マッチング窓口等を分かりやすくまとめた情報ツールを作成する。

3. 国内での普及・啓発活動

- ①海外教育旅行セミナーの開催
JATAや文部科学省、政府観光局等と連携し、全国で教職員や旅行者を対象としたセミナーを開催し、マニュアルの活用について説明を行う。
- ②文部科学省と連携した情報発信
全国の教育委員会等へ通知を发出し、情報ツールの普及・啓発を行う。等

4. 協議体の設置・運営

関係府省庁、観光業界、政府観光局等による官民連携の協議会を設置する。海外教育旅行の拡大に向けた現状分析や課題整理、課題解決に向けた取組等、本事業の各要所で開催し、協議を行う。

事業再構築補助金

事業の再構築に挑戦する皆様へ

ポストコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化に対応するための

企業の思い切った事業再構築を支援 (令和2年度3次補正予算 中小企業等事業再構築促進事業)

対象

新分野展開、業態転換、事業・業種転換、事業再編又はこれらの取組を通じた規模の拡大等、思い切った事業再構築に意欲を有する、以下の要件をすべて満たす中小企業等の挑戦を支援します！

必須申請要件

- (a) 2020年4月以降の連続する6か月間のうち、任意の3か月の合計売上高が、コロナ以前（2019年又は2020年1～3月）の同3か月の合計売上高と比較して10%以上減少しており、(b) 2020年10月以降の連続する6か月間のうち、任意の3か月の合計売上高が、コロナ以前の同3か月の合計売上高と比較して5%以上減少していること。
※上記を満たさない場合には、次の項目を満たすことでも申請可能。
(a') 2020年4月以降の連続する6か月間のうち、任意の3か月の合計付加価値額が、コロナ以前の同3か月の合計付加価値額と比較して15%以上減少していること。
(b') 2020年10月以降の連続する6か月間のうち、任意の3か月の合計付加価値額が、コロナ以前の同3か月の合計付加価値額と比較して7.5%以上減少していること。
- 事業計画を認定経営革新等支援機関や金融機関と策定し、一体となって事業再構築に取り組む。
- 補助事業終了後3～5年で付加価値額の年率平均3.0%(一部5.0%)以上増加、従業員一人当たり付加価値額の年率平均3.0%(一部5.0%)以上増加の達成。

中小企業

通常枠 補助額 100万円～従業員数に応じて8,000万円
補助率 2/3 (6,000万円超は1/2)

卒業枠* 補助額 6,000万円超～1億円 補助率 2/3

*卒業枠：400社限定。事業計画期間内に、①組織再編、②新規設備投資、③グローバル展開のいずれかにより、資本金又は従業員を増やし、中小企業者等から中堅・大企業等へ成長する事業者向けの特別枠。
※中小企業の範囲は、中小企業基本法と同様。

中堅企業

通常枠 補助額 100万円～従業員数に応じて8,000万円
補助率 1/2 (4,000万円超は1/3)

グローバルV字回復枠** 補助額 8,000万円超～1億円 補助率 1/2

**グローバルV字回復枠：100社限定。大きな成長を目指す中堅企業向けの特別枠。

緊急事態宣言特別枠

必須要件1.～3.を満たし、かつ緊急事態宣言に伴う飲食店の時短営業や不要不急の外出・移動の自粛等により影響を受けたことにより、令和3年1～9月のいずれかの月の売上高が対前年または前々年の同月比で30%以上減少していること(※)。

(※) 売上高の減少に代えて、付加価値額の45%の減少でも可。

補助額	従業員数 5人以下 : 100万円～500万円	補助率	中小企業 3/4
	従業員数 6～20人 : 100万円～1,000万円		中堅企業 2/3
	従業員数 21人以上 : 100万円～1,500万円		

最低賃金枠

必須要件1.～3.を満たし、かつ2020年10月から2021年6月までの間で、3月以上最低賃金+30円以内で雇用している従業員が全従業員の10%以上いること及び2020年4月以降のいずれかの月の売上高が対前年又は前々年の同月比で30%以上減少していること(※)。

(※) 売上高の減少に代えて、付加価値額の45%の減少でも可。

補助額	従業員数 5人以下 : 100万円～500万円	補助率	中小企業 3/4
	従業員数 6～20人 : 100万円～1,000万円		中堅企業 2/3
	従業員数 21人以上 : 100万円～1,500万円		

大規模賃金引上枠

必須要件1.～3.を満たし、かつ補助事業実施期間の終了時点を含む事業年度から3～5年の事業計画期間終了までの間、事業場内最低賃金を年額45円以上の水準で引き上げること及び補助事業実施期間の終了時点を含む事業年度から3～5年の事業計画期間終了までの間、従業員数を年率平均1.5%以上(初年度は1.0%以上)増員させること。

補助額	従業員数 101人以上 : 8,000万円～1億円	補助率	中小企業 2/3 (6,000万円超は1/2) 中堅企業 1/2 (4,000万円超は1/3)
-----	---------------------------	-----	--

中小企業等事業再構築促進事業の活用イメージ

飲食業

喫茶店経営

→ 飲食スペースを縮小し、新たにコーヒー豆や焼き菓子のテイクアウト販売を実施。

小売業

衣服販売業

→ 衣料品のネット販売やサブスクリプション形式のサービス事業に業態を転換。

製造業

航空機部品製造

→ ロボット関連部品・医療機器部品製造の事業を新規に立上げ。

補助対象経費の例

建物費(建物の建築・改修等)、機械装置・システム構築費、技術導入費(知的財産権導入に要する経費)、外注費(加工・設計等)、広告宣伝費・販売促進費(広告作成、媒体掲載、展示会出展等)、研修費(教育訓練費等)等

【注】補助対象企業従業員の人件費、従業員の旅費、不動産、汎用品の購入費は補助対象外です。

- 1月20日、第5回公募を開始しました(申請受付は2月中旬開始予定)。締切りは3月24日です。
- 申請後、審査委員が審査の上、予算の範囲内で採択します。公募要領に記載されている審査項目や注意事項を確認の上、事業計画を策定してください。

※ 詳細は事業再構築補助金事務局ホームページをご確認ください。

<https://jigyuu-saikouchiku.go.jp/>

お問い合わせ 事業再構築補助金事務局コールセンター【9:00～18:00(日祝日を除く)】
<ナビダイヤル> 0570-012-088 <IP電話用> 03-4216-4080

※ gBizIDプライムの発行には、数週間程度時間を要します。本補助金の申請をお考えの方は余裕を持ったID取得の申請をお勧めします。なお、申請が切りまでに取得が間に合わない方は「暫定ID」での申請も可能です(詳細は事務局HPもしくは公募要領をご覧ください)。

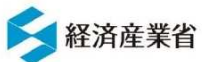
→ <https://www.jgrants-portal.go.jp/>

※ 認定経営革新等支援機関をお探しの際は、検索システムをご活用ください。

→ https://ninteishien.force.com/NSK_CertificationArea



事業再構築補助金事務局HP



旅行業界のための旅行安全マネジメントのすすめ



旅行会社が企画実施したツアーで重大事故が発生することがあります。また、旅行中に事件や災害に巻き込まれる事例も見受けられます。

このため、旅行者が安全安心して旅行を楽しむことが出来るよう、旅行会社には安全に対する意識の向上と具体的な取り組みが求められております。

これを踏まえ、観光庁では、旅行業界全体に安全マネジメントの導入が促進されるよう、「観光危機管理体制における組織的マネジメントのあり方」を紹介するパンフレットを作成いたしました。

事件・事故・災害はいつ発生するかわかりません。お客様に提供する旅行の安全を確保するとともに、事件・事故・災害が発生した場合には適切に対応できるよう、日頃から会社の安全を管理する体制を整備し、維持することが肝要です。

旅行会社のみなさまにおかれましては、本パンフレットを参考としつつ、安全マネジメントの導入を進めていただき、安全安心という付加価値のある旅行商品を提供いただきますようお願い申し上げます。

観光庁 観光産業課

(1. はじめに より抜粋)

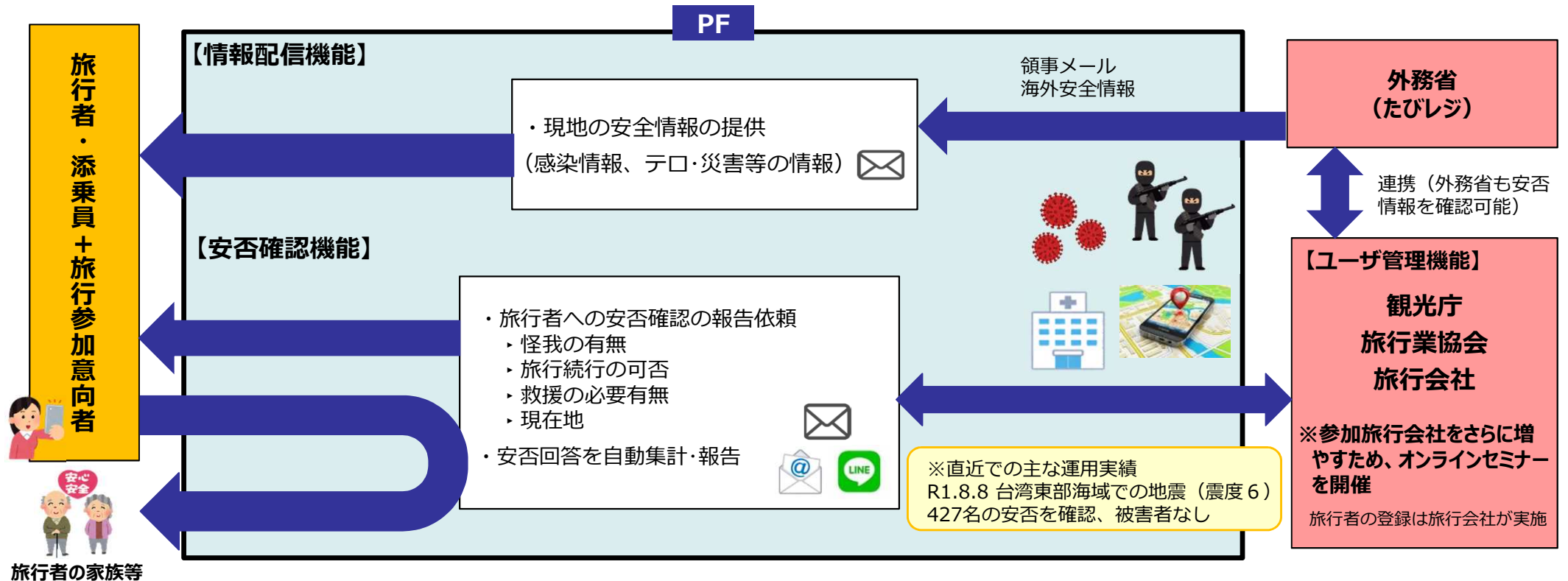
旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保

現状と課題

- 政府は、アウトバウンドの推進が、日本人の国際感覚の向上や国民の国際相互理解の増進に資するとともに、航空路線の維持・拡大につながるなど、更なるインバウンドの拡大等にも貢献するものであることから、観光立国推進基本計画等において、政府目標としてアウトバウンドの目標(2020年2000万人、2019年に2008万人を記録し、1年前倒しで達成。)を掲げているところである。
- 一方、アウトバウンド2000万人達成は新たな出発点であるとともに、今般の新型コロナウイルス感染症の影響も踏まえ、アウトバウンド推進にあたっては、未だ全世代の50%以上の阻害要因である「安全面での不安」の低減等が不可欠である。そのため、日本人海外旅行者の「安全・安心」の確保に向けた更なる体制の強化が必要。

事業内容

- 日本人旅行者が「安全・安心」に海外旅行ができるよう、旅行者の安否確認や外務省と連携した「たびレジ」情報の配信を行うツアーセーフティネットについて、令和3年度に引き続き、旅行会社へ参加を働きかけるとともに、さらなる利便性の向上等を図る。



東京大会を契機としたバリアフリー化の推進（「ユニバーサルデザイン2020行動計画」の推進状況）

○「ユニバーサルデザイン2020行動計画」（平成29年2月20日ユニバーサルデザイン2020関係閣僚会議決定）の考え方に基づき、東京大会開催を契機とした世界へのアピールや大会開催後のレガシー化に向けて、ハード・ソフト両面から様々な取組を実施。

- ・首都圏の空港から競技会場等に至る連続的・面的なバリアフリー化や、全国各地のバリアフリー水準底上げなど、「ユニバーサルデザインの街づくり」を推進
- ・「障害の社会モデル」を踏まえ、様々な心身の特性等を持つ全ての人々が相互に理解を深めようと意思疎通し、支え合う「心のバリアフリー」の取組を推進

□ … ユニバーサルデザインの街づくり / □ … 心のバリアフリー / □ … 共通

これまでの主な取組

○競技会場周辺エリア等の連続的・面的なバリアフリー化の推進

- ・アクセス道路のバリアフリー化を推進
- ・主要な都市公園等のバリアフリー化を推進 等



<バリアフリー化実施例>

○主要鉄道駅、ターミナル等におけるバリアフリー化の推進

- ・大会関連駅のエレベーター増設や、ホームドア整備等を重点支援 等



<エレベーター>

○成田空港、羽田空港国際線ターミナル等のバリアフリー化の推進

- ・世界トップレベルのユニバーサルデザイン化に向けた数値目標を設定 等



○リフト付きバス・UDタクシー車両等の導入促進

- ・バス・タクシーのバリアフリー車両の導入促進のために必要な支援を実施。空港アクセスバス・UDタクシー等の導入に向けて重点支援 等



<UDタクシー>

○交通・観光分野における接遇の向上と職員研修の充実

- ・東京大会に向けて交通事業者の接遇水準を確保するため、平成30年5月に「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」を作成
- ・さらに、交通事業者がガイドラインに則った適切な対応ができるよう、平成31年4月に「接遇研修モデルプログラム」をモードごとに作成



最近の主な取組

○ソフト対策等を強化するバリアフリー法改正/新たなバリアフリー整備目標（第3次目標）の策定

- ・車椅子使用者用駐車施設等の適正利用など、ソフト対策を強化するためバリアフリー法を改正（令和3年4月全面施行）
- ・令和3年度から5年間の新たなバリアフリー整備目標（第3次目標）を策定。基本構想に位置づけられた2,000人以上/日の鉄軌道駅等について、原則として全てバリアフリー化するなど、ハード・ソフト両面からのバリアフリー化を推進

○共生社会ホストタウンのレガシー化

- ・共生社会実現に向けた取組を実施する共生社会ホストタウンは105件。中でも他のモデルとなる先導的共生社会ホストタウンは15件に拡大。マスタープラン・基本構想の作成促進など、バリアフリーの取組について国土交通省にて支援。

○新幹線車椅子用フリースペースの義務化

- ・公共交通移動等円滑化基準省令を改正し、新幹線における車椅子用フリースペースの設置を令和3年7月から義務化（東海道新幹線では、6名の車椅子使用者がスペースを同時に利用可能）



車椅子用フリースペースのイメージ

○ホームドア整備など公共交通機関等のバリアフリー化

- ・新たなバリアフリー整備目標に基づき、ホームドアの整備ペースを2倍に加速化するなど、鉄道をはじめとする公共交通機関等のバリアフリー化を促進

○鉄道駅のホームと車両の段差・隙間の解消

- ・バリアフリー整備ガイドラインを改訂し、鉄道駅のホームと車両の段差・隙間の目安等を明確化



○建築設計標準の見直し

- ・「高齢者、障害者等の円滑な移動に配慮した建築設計標準」を令和3年3月に改正し、小規模店舗内部において、入口の段差解消、扉幅の確保、可動席の設置等のバリアフリー整備を進めるための考え方・留意点を追加

○バリアフリー基準・ガイドラインの改正

- ・令和3年3月、ソフト基準遵守義務創設を踏まえ、バリアフリーガイドライン（役務の提供編）を新たに策定
- ・バリアフリー整備ガイドラインに、視覚障害者の誘導案内方法や情報アクセシビリティに関する記載を充実

○高齢者障害者等用便房（バリアフリートイレ）の適正利用

- ・高齢者障害者等用便房（バリアフリートイレ）について、「多機能トイレ」、「多目的トイレ」等ではなく、機能分散を推進し、その効果が現れるような表記等による周知、広報啓発の充実等の取組方針をとりまとめ、適正な利用を推進



○コロナ禍における公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン策定

- ・令和3年7月、コロナ禍における適切な接遇内容を盛り込むため、「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」を見直し

○観光施設における心のバリアフリー認定制度の創設

- ・バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む姿勢のある観光施設を対象とした、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」を令和2年12月より開始

○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）策定

- ・令和3年2月、公共交通事業者向け「公共交通事業者等に向けた接遇ガイドライン（認知症の人編）」を策定