

行政事業レビュー公開プロセス 説明資料

【事業名】 国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業
(国際観光旅客税財源)

○スノーリゾートへのインバウンド需要をタイムリーかつ的確に取り込むため、その意欲やポテンシャルの高いエリアにおける国際競争力の高いスノーリゾート形成のための取組を推進

○関係者を巻き込んで各エリアの形成計画を策定し、自主事業も含めた事業を実施することにより、

- ・訪日外国人旅行者の地方誘客や長期滞在が促進され、地方活性化に貢献
- ・グリーンシーズン活用による通年化により、エリアに新たな雇用や産業を創出
- ・索道の老朽化、少雪化、スキー場とベースタウンの一体的整備等大きな課題に対応し、持続可能な観光地域づくりに貢献

○我が国のスキー場は、良質の雪等訴求力は高いが、バラバラの経営体制や質の低い施設、少雪化、多言語未対応等多くの問題に直面。エリアとしての持続可能性に課題。

○スキー・スノーボード実施者の地方訪問率(※)は、訪日外国人旅行者全体の約1.6倍

※三大都市圏(東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫)以外の都道府県を訪問した人の割合 【出典】訪日外国人消費動向調査2018年

○八幡平エリアの調査では、スノーリゾート形成による直接効果に対して**経済波及効果が1.35倍**。

【出典】国際競争力の高いスノーリゾート形成業務実績報告書 R5年度

○間接補助対象者:観光地域づくり法人(DMO)、民間事業者等【補助率:1/2以内】

○事業実施の前提となるエリア全体形成計画は、エリア関係者を巻き込み作成され、スノーエリアのみならず、ベースタウンや受入環境等幅広い対策を求めている。

○形成計画に基づく索道の高度化や、インバウンド対応したコンテンツ造成や受入環境整備を行うことにより、

- ・スキー場全体の高付加価値化や魅力向上が図られ、来場者数増やリフト券価格の引上げなどに寄与。
- ・また、ベースタウンの宿泊や飲食、交通等の利用が拡大し、経営多角化や新規事業への投資等エリア全体の経済に裨益。
- ・さらに、国全体のインバウンド目標の達成にも寄与。

【想定される論点】

- 短期アウトカムを、採択エリアにおける施設の利用者数等、長期とは別に設定すべきではないか。
- 本事業の採択エリアにおけるスキー等の来場者数や消費額をアウトカムとすべきではないか。
- 経営の多角化や新規事業への投資などエリア内の経済への波及効果は発現しているのか。

国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業(国際観光旅客税財源)の概要

事業目的・背景・課題

○スノーリゾートは地方での長期滞在や消費拡大に向けての有力なコンテンツ。スキー・スノーボードを楽しむ訪日外国人旅行者が増加する中、スノーリゾートへのインバウンド需要をタイムリーかつ的確に取り込み、地方への誘客を促進するため、インバウンド需要を取り込む意欲・ポテンシャルの高い地域における国際競争力の高いスノーリゾート形成のための取組を促進する。

事業内容

○地域の関係者が一体となって策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」の実現に向けた以下の取組を補助。

- ・スキー場インフラの整備
 - 索道施設（ゴンドラ・リフト）の撤去・新設※
 - 搬器の更新（機能向上分）
 - スノーエスカレーターの導入
 - 高機能な降雪機の導入
 - ICゲートシステムの導入
 - レストハウス等の改修・撤去
 - ・スノーコンテンツやアフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツの造成
 - ・受入環境整備（多言語対応、Wi-F整備、キャッシュレス対応、スキーヤー向け設備、DX対応等）
 - ・外国人対応可能なインストラクターの確保
 - ・二次交通の確保（スキー場間の周遊のためのバス運行等の実証実験）
 - ・情報発信（プロモーション資材の作成等）
- 等

※既存ゲレンデ内にあつては、高付加価値化に資するものに限る。

事業スキーム

- ・事業形態：間接補助事業（補助率 1/2）
（※補助上限：スキー場インフラの整備について、個別事業1件につき3億円。ただし、ICゲートシステムの導入については、スキー場1か所につき1,200万円。）
- ・補助対象：国→民間事業者→DMO、民間事業者等
- ・事業期間：令和2年度～

事業イメージ



索道の更新に併せ、設置位置や滑走コースの構成を見直し、利便性・快適性を向上



スノーエスカレーターの導入により、スキーをしない訪日観光客の利便性・快適性を向上



パウダースノーを活かしたガイドツアーの造成等により、消費額や滞在満足度の向上



レストハウス改修やバギーコースの整備により、グリーンシーズンでの消費額や滞在満足度を向上



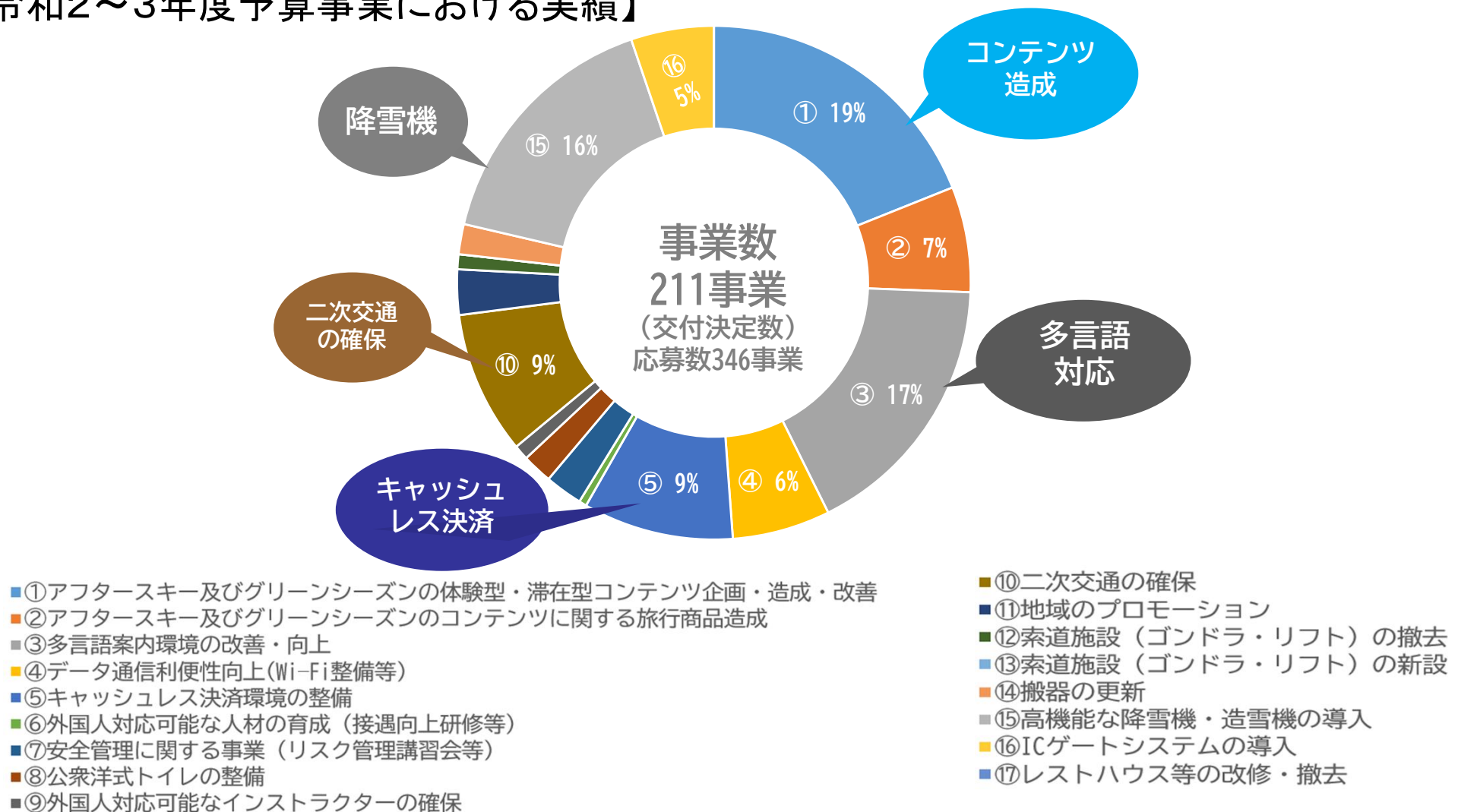
リフト運行情報、ゲレンデの混雑、二次交通の位置などのリアルタイム情報を提供するアプリやデジタルサイネージの導入などDX推進による利便性向上

【参考】国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業(国際観光旅客税財源)の実績

○令和2年度～令和3年度において、形成計画に基づき申請された事業のうち、総計211事業（補助総額30億円）を執行したところである。

○事業内容としては、ツアー造成等のコンテンツ造成、受入環境整備としての多言語対応・キャッシュレス化、施設の高付加価値化として新式の降雪機の導入、ベースタウンからスキー場へのアクセス向上に資する二次交通確保等が挙げられる。

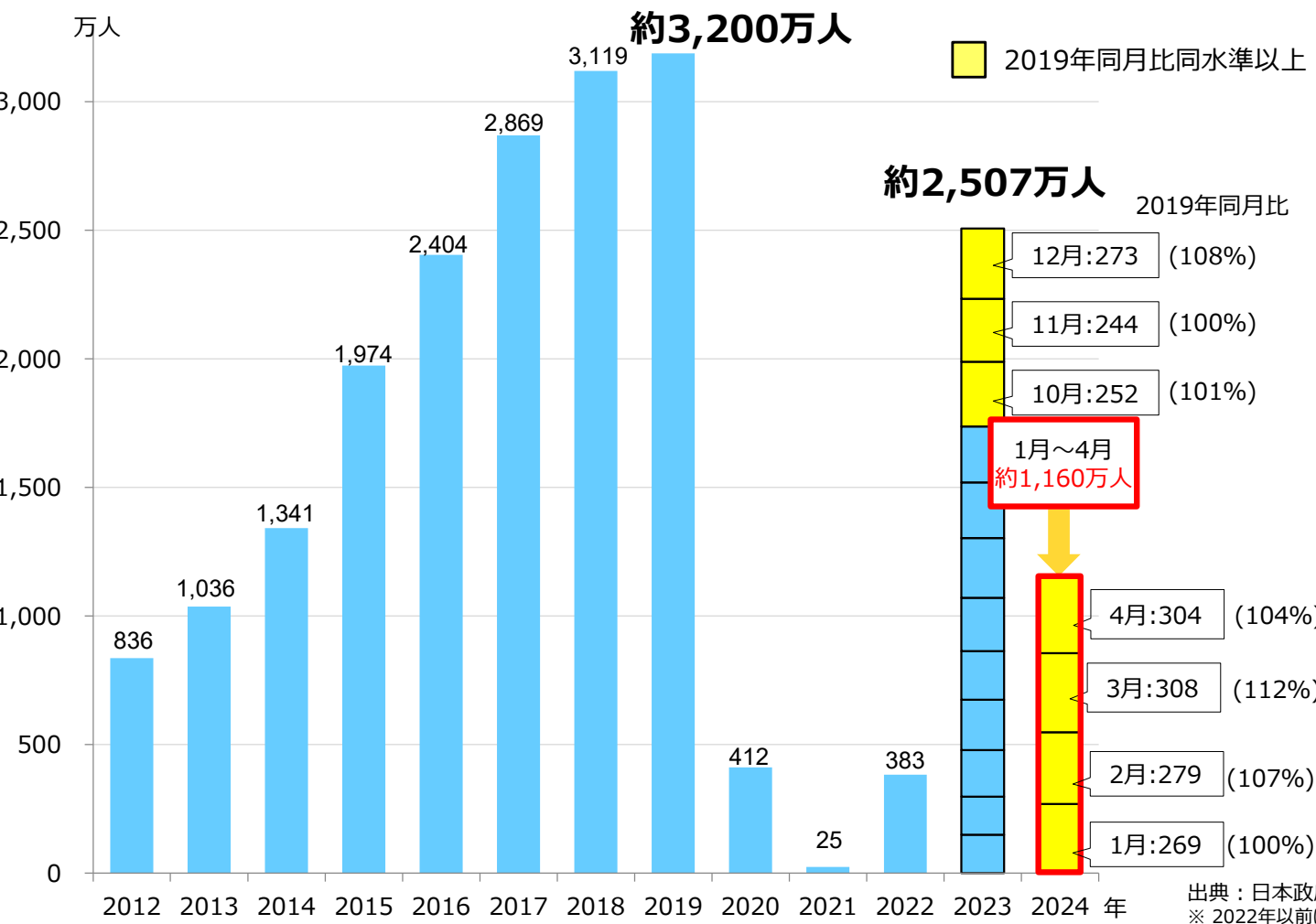
【令和2～3年度予算事業における実績】



インバウンドの状況(旅行者数)

- 2022年10月の水際措置の緩和以降、訪日外国人旅行者数は堅調に回復し、**2023年は2,500万人を超えた。**
- **4月の訪日外国人旅行者数**は約304万人とコロナ前2019年と比較すると**104%の回復**(中国からの訪日を除くと**114%の回復**) となり、**昨年10月より7ヶ月連続で単月ではコロナ前の水準を回復した。**
- **1月～4月の累計**では約1,160万人と**1,000万人を超えた。**

訪日外国人旅行者数の推移

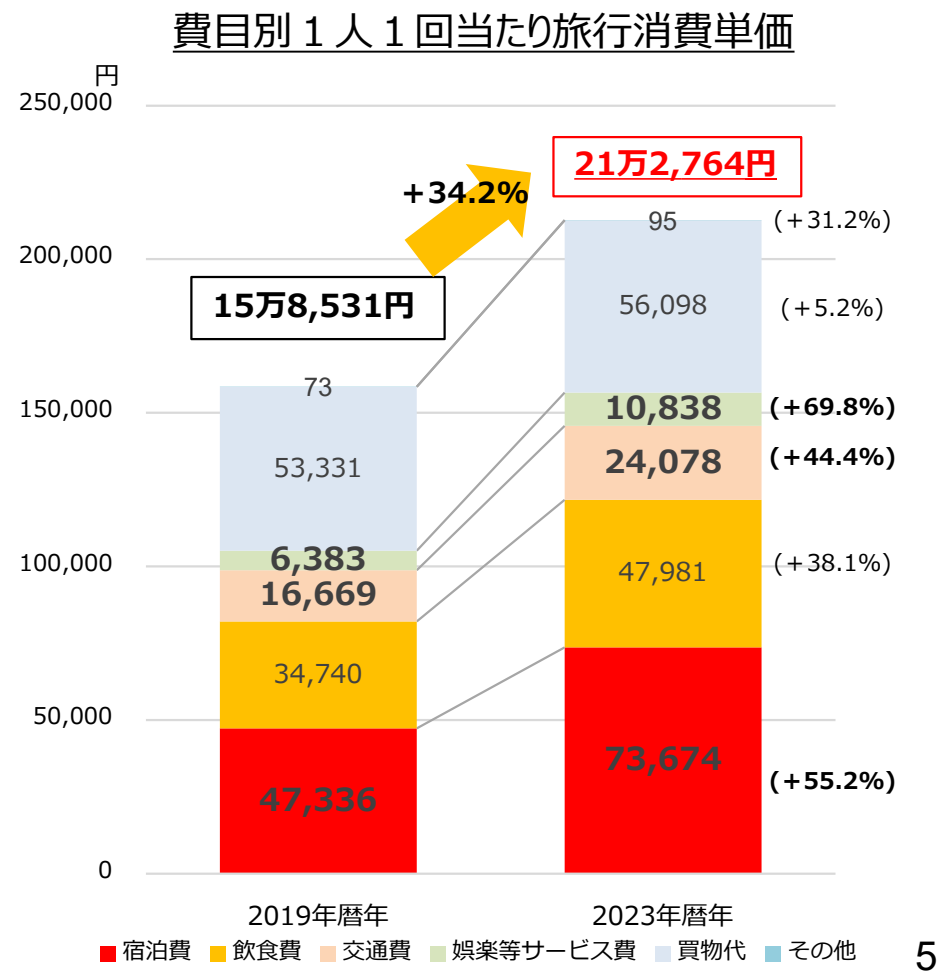
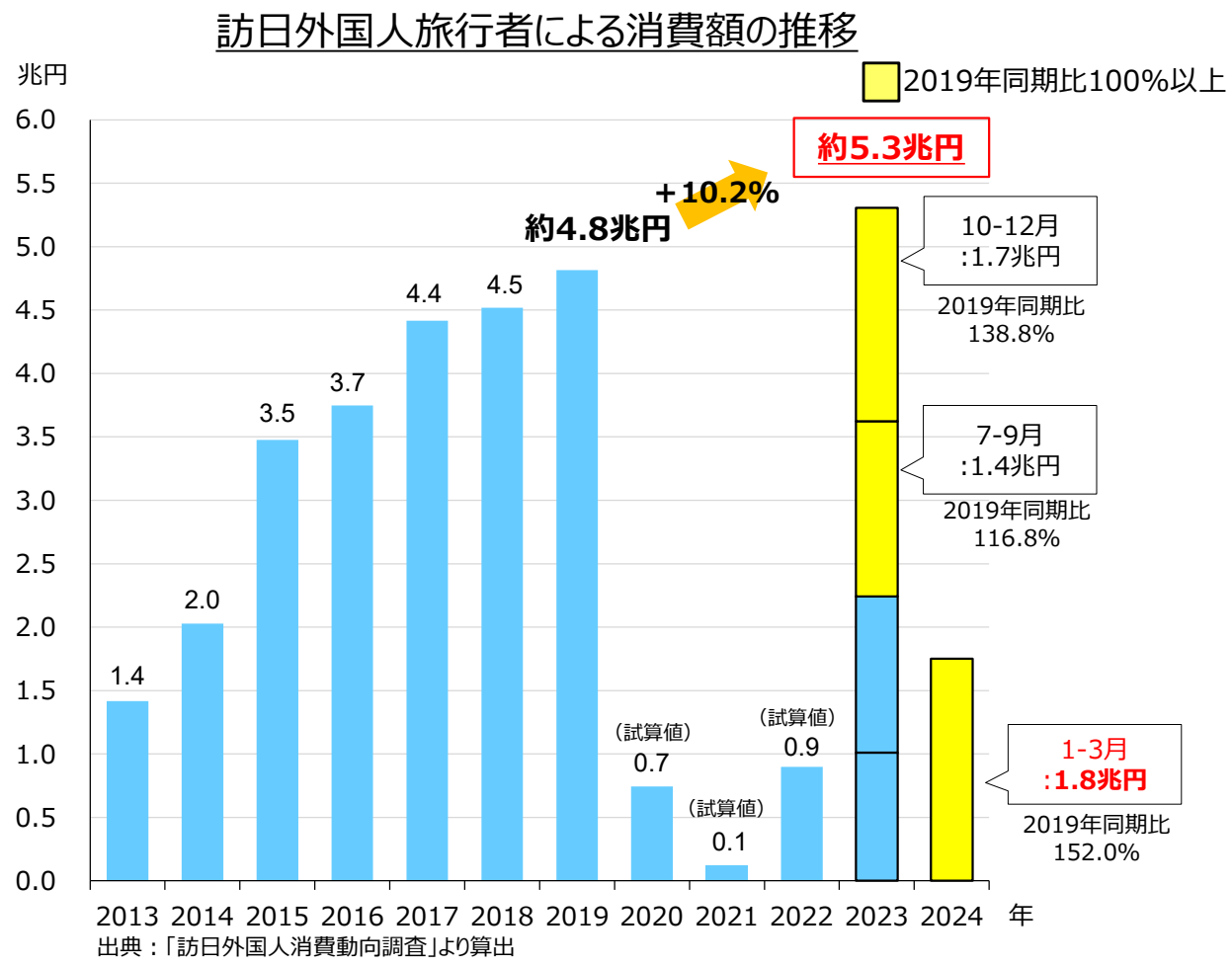


国・地域別訪日者数上位

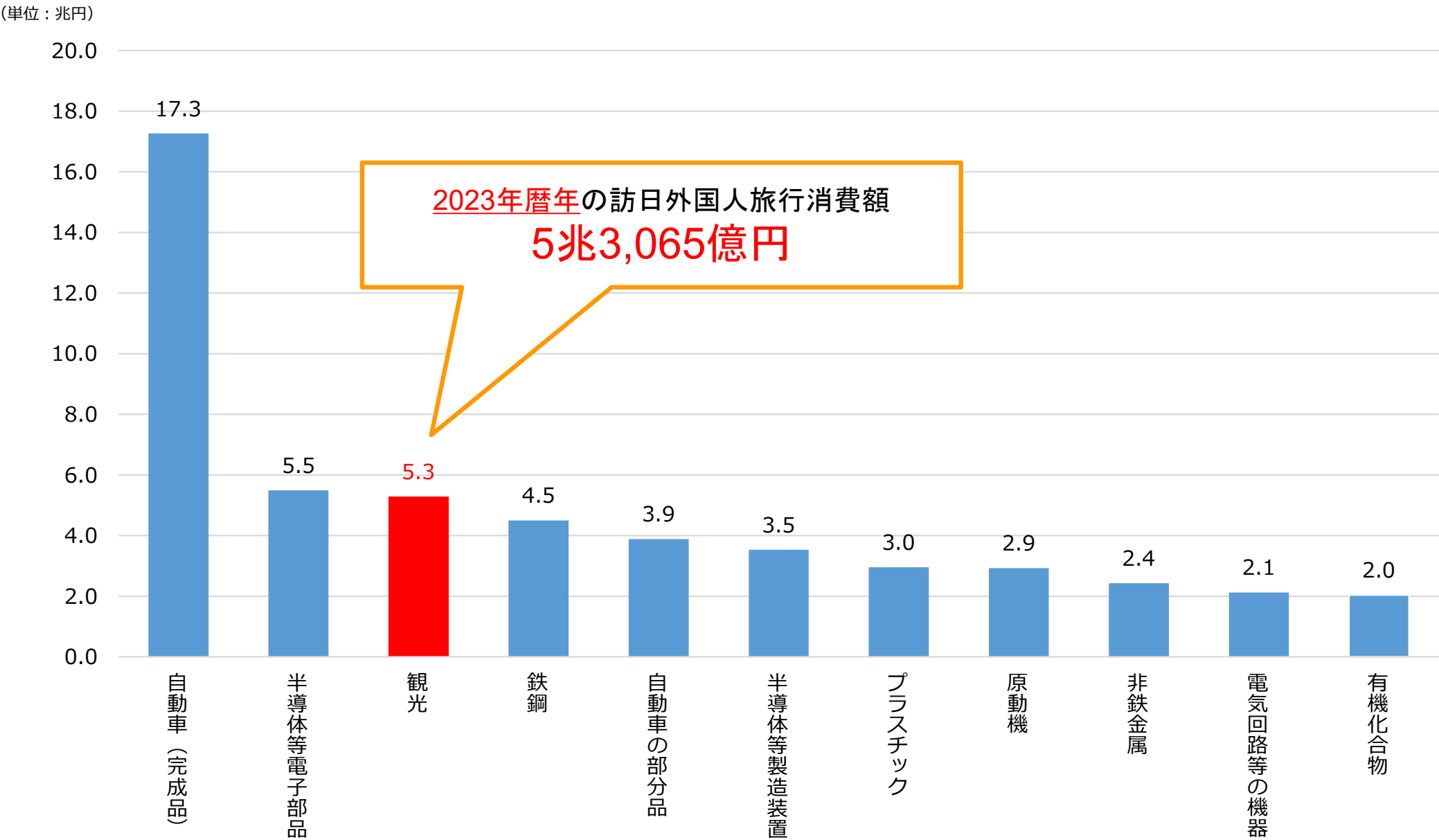
	2024年4月 (2019年同月比)
①韓国	66万人 (117%)
②中国	53万人 (73%)
③台湾	46万人 (114%)
④米国	23万人 (134%)
⑤香港	18万人 (95%)

インバウンドの状況(消費額)

- 2023年の訪日外国人消費額は、5.3兆円と過去最高**（2019年は4.8兆円。2019年比10.2%増）。
- 訪日外国人（一般客）**一人当たりの旅行支出は、約21万円**（2019年比34.2%増）。
- 費目別にみると、宿泊費、娯楽等サービス費、交通費等が上昇。
 - ※**平均泊数が伸びたこと**（8.8泊→10.1泊）や**円安・物価上昇の影響**等が考えられる。
- 2024年1－3月期**の訪日外国人消費額は、**約1.8兆円**と四半期として過去最高。
一人当たりの旅行支出は**約21万円**。

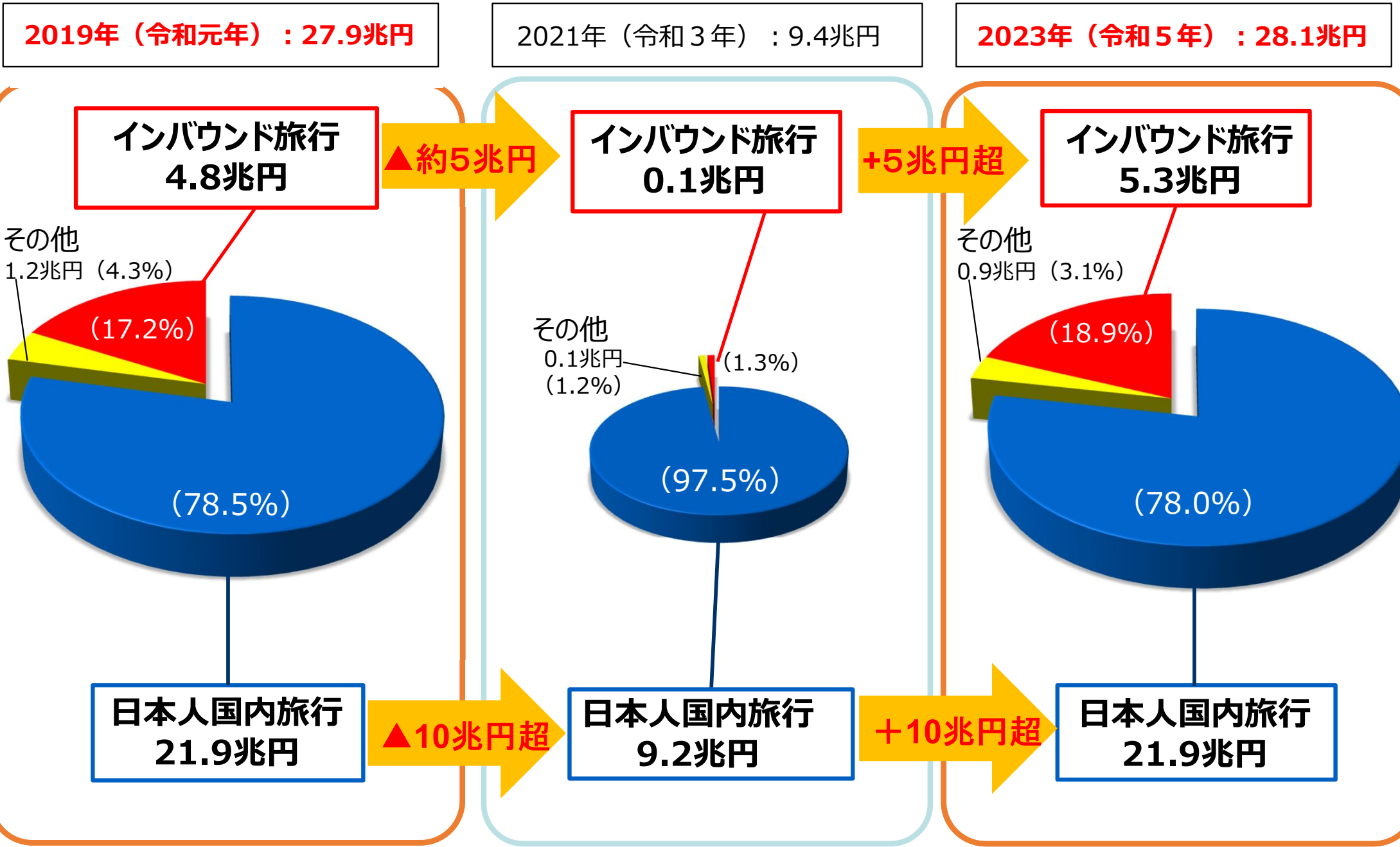


訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、財務省「貿易統計」に基づき観光庁作成
注：製品別輸出額は速報値であることに留意。

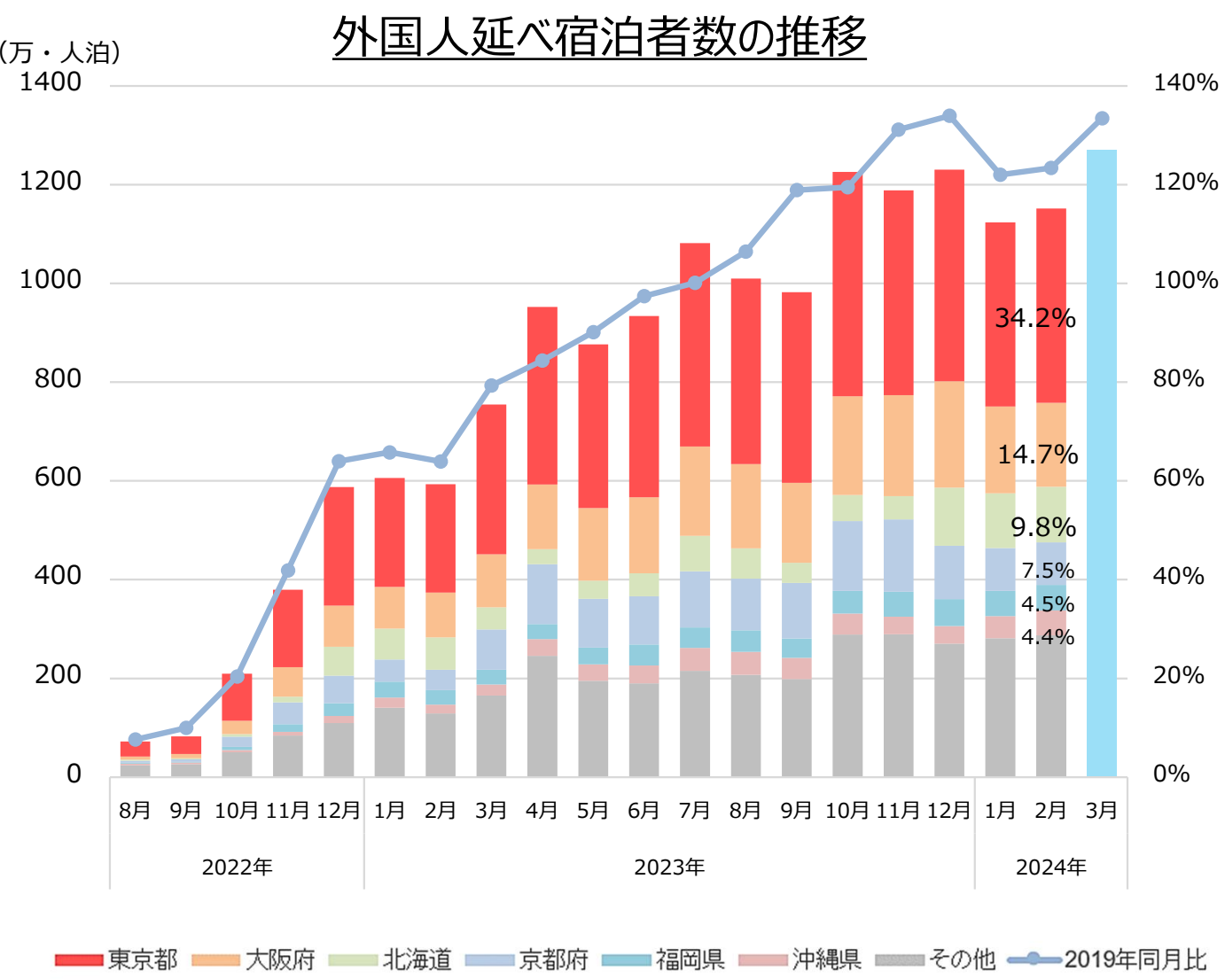
国内全体の旅行消費



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」

インバウンドの状況(延べ宿泊者数)

○2023年の外国人延べ宿泊者数は約**1.14億人泊**で、**コロナ前の約99%まで回復**(2019年：約1.16億人泊)
○宿泊先は、**三大都市圏のみで約7割**を占め、コロナ前と比べて**偏在傾向**が強まっている
(2019年：62.7%→2023年72.1%)



都道府県別外国人延べ宿泊者数 (2023年)

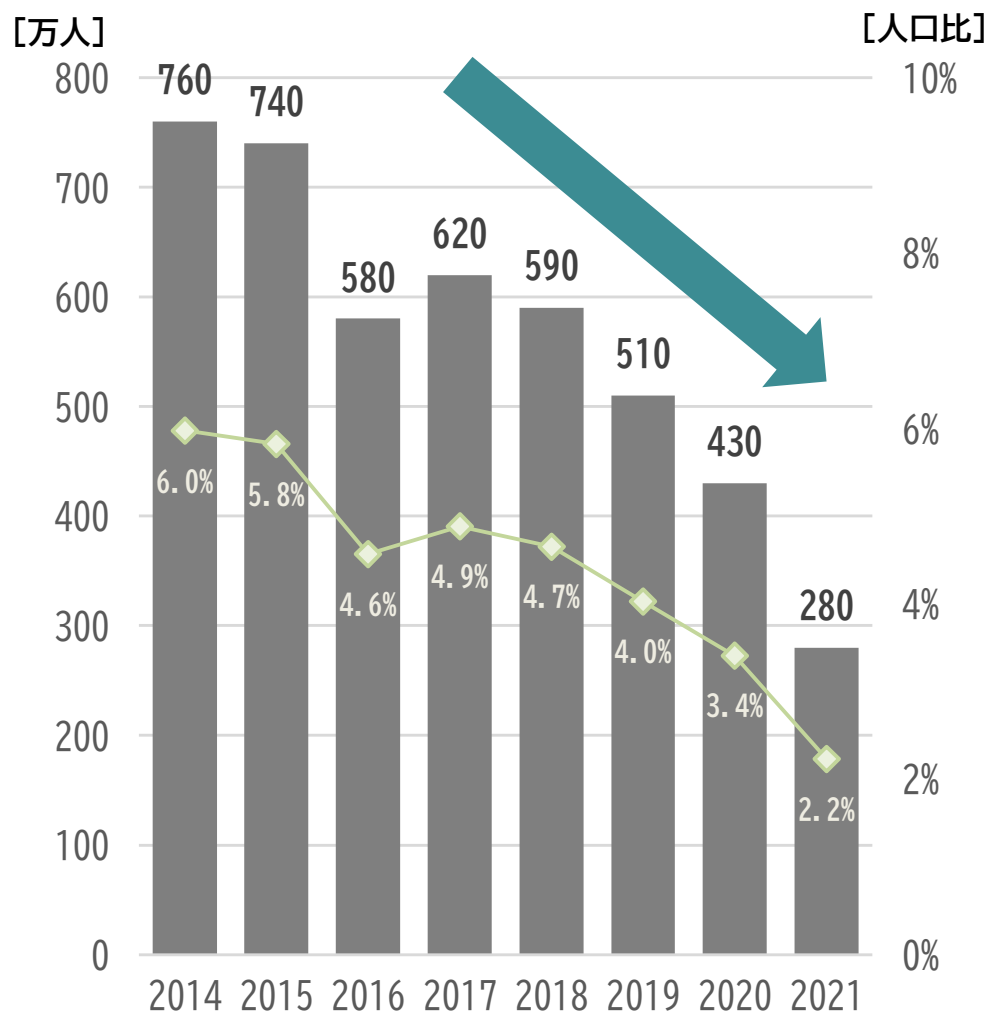
三大都市圏※ トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
東京都	37.4%	4273 万人泊
大阪府	16.2%	1848 万人泊
京都府	10.6%	1212 万人泊
千葉県	2.8%	324 万人泊
神奈川県	2.3%	267 万人泊

地方部 トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
北海道	5.9%	678 万人泊
福岡県	4.1%	474 万人泊
沖縄県	3.6%	415 万人泊
長野県	1.24%	142 万人泊
山梨県	1.16%	133 万人泊

スキー・スノーボード人口と訪日外国人旅行者数

○ 国内需要が減少する中、スノーリゾートを訪れるインバウンドが大きく増加。

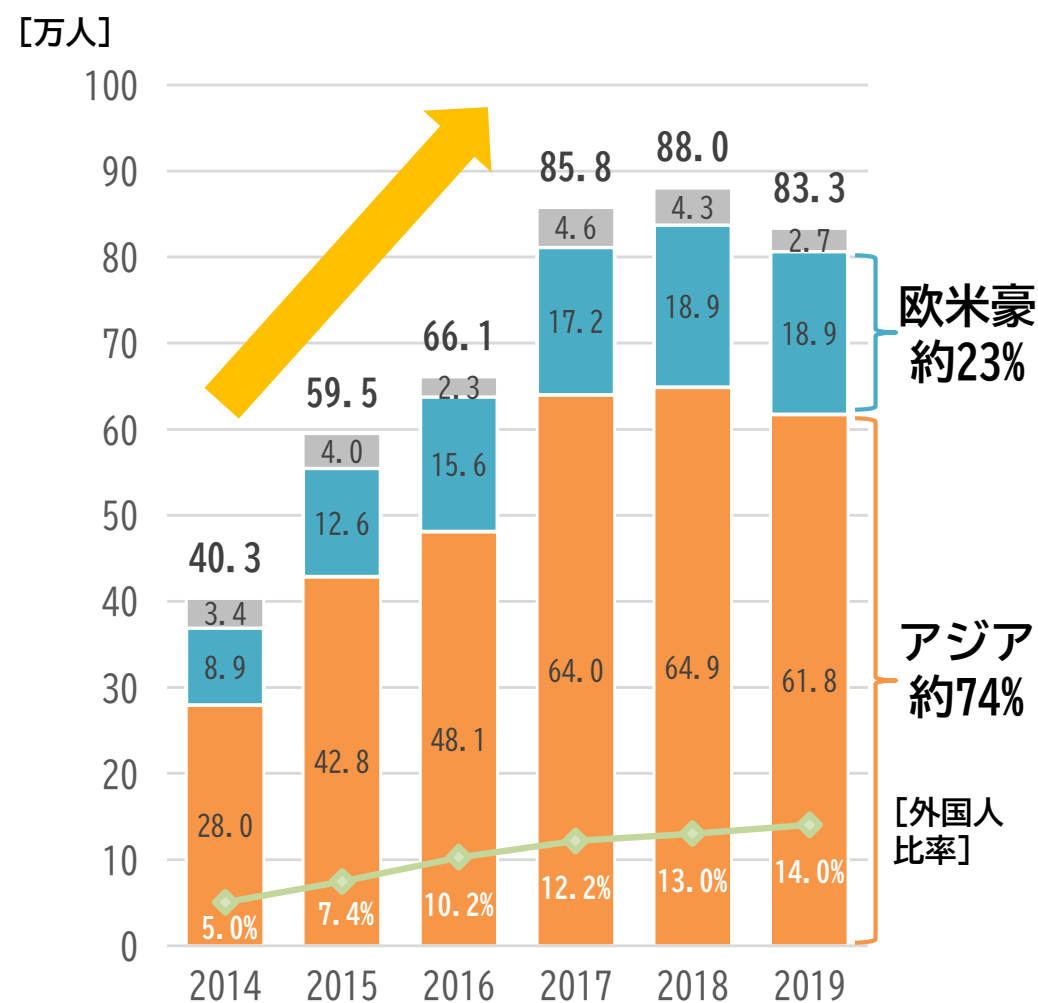
□ 国内スキー・スノーボード人口



(出典)公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書」

※1998年は1,800万人

□ 訪日外国人スノーリゾート地域訪問者数（推計値）



(出典)観光庁「訪日外国人消費動向調査」各年版(全目的)から推計

注: 推計値は、訪日外国人旅行者数に対し、訪日外国人消費動向調査の「スキー・スノーボードを実施」の割合を乗じて算出。

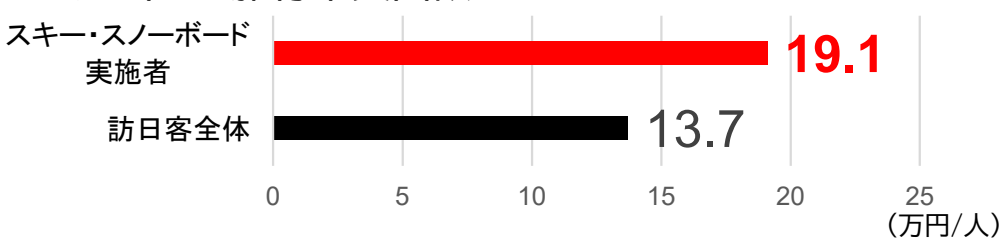
右図のパーセンテージは「国内スキー・スノーボード人口」と「訪日外国人スノーリゾート地域訪問者数」の合計値に対する外国人比率を表している。

スキー・スノーボード実施者の支出・滞在の傾向

○ スノーリゾートは地方での長期滞在や消費拡大に向けての有力なコンテンツ。

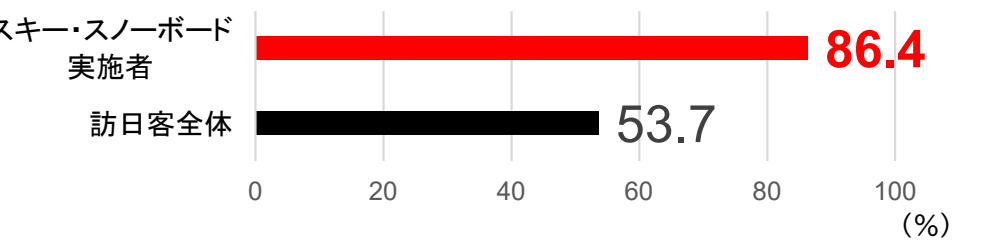
スキー・スノーボード実施者の
一人当たり旅行中支出額は、訪日客全体の約1.4倍

□ 一人当たり旅行中支出額(出典:訪日外国人消費動向調査 2018年)



スキー・スノーボード実施者の
地方訪問率(※)は、訪日客全体の約1.6倍

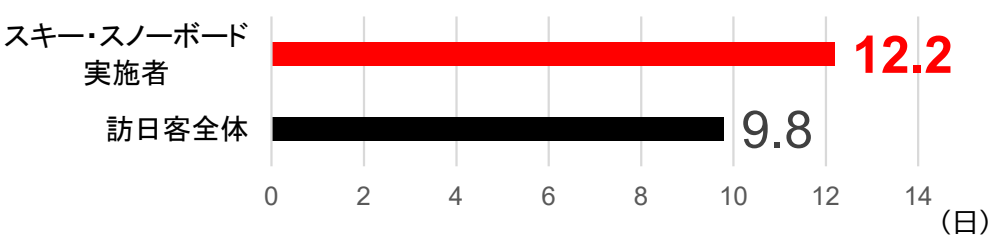
□ 地方訪問率 (出典:訪日外国人消費動向調査 2018年)



※三大都市圏(東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫)以外の都道府県を訪問した人の割合。

スキー・スノーボード実施者の
平均滞在日数は、訪日客全体の約1.2倍

□ 滞在日数 (出典:訪日外国人消費動向調査 2018年)



施策対象の現状を示すデータ(1/2)

○本事業は、今後EBPMを取り入れていくため、今は施策対象の現状を示すデータを集めている段階(B)である。

○指標の見直しに向け、今年度において必要なデータ等を収集し、分析・検討を行う。

○指標の見直し案

(赤字)新たに追加

・アウトプット: 採択したエリア数

・短期のアウトカム: 採択したエリアにおける訪日外国人の延べ宿泊者数
採択したエリアにおける1人あたり消費額

・長期のアウトカム: 採択したエリアの非採択エリアに対する訪日外国人の平均満足度(評定尺度法)の差分
採択したエリアにおける直接効果に対する経済波及効果の平均倍率
全国における訪日外国人のスキー・スノーボード客数

施策対象の現状を示すデータ(2/2)

○検討に必要なデータ

1. 採択したエリアにおける訪日外国人の延べ宿泊者数

(課題)

- ・目標値を設定するにあたり、コロナの影響を受けない期間の複数年度の実績の把握が必要。

2. 採択したエリアの1人あたり消費額

(課題)

- ・目標値を設定するにあたり、コロナの影響を受けない期間の複数年度の実績の把握が必要。

3. 採択したエリアの非採択エリアに対する訪日外国人の平均満足度(評定尺度法)の差分

(課題)

- ・目標値を設定するにあたり、複数年度にわたる満足度のデータ把握が必要。

4. 採択したエリアにおける直接効果に対する経済波及効果の平均倍率

(課題)

- ・目標値を検討するにあたり、コロナの影響を受けない期間の複数年度の実績の把握が必要。
- ・直接効果を把握するために、ヒアリングおよびデータ取得の拡大といった各方面の協力体制や統一的な算出方法の開発が不可欠であり、一定程度の期間を要する。

○With/Withoutの違いについては、採択エリアと非採択エリアの訪日外国人旅行者の満足度を比較することで評価することとする。この比較値は、長期アウトカムに位置づける。

○アンケート調査による訪日外国人旅行者の満足度の把握

- ・今年度、既にアンケートを実施している地域の結果等を踏まえ、調査項目、分析手法、実施体制等を検討の上、デジタル技術を最大限活用したアンケート調査の手引きを作成する。
- ・来年度より、採択エリアにおいて手引きを踏まえたアンケートを実施。並行して、非採択エリアにおいても、数力所を抽出して同様に実施する方針。

【参考】令和5年度事業における採択エリアと非採択エリアにおける短期アウトカムの伸率の比較結果

- ・ハード対策で最も申請の多い人工降雪機を対象に、With/Withoutの比較を実施。数字上は違いが見られるものの、コロナの影響やスキー場の規模等にも影響を受けるものと考えられる。

【人工降雪機の導入】

採択エリア: 志賀高原

・訪日外国人の延べ宿泊者数	R4: 2,500人 → R5: 4,847人	1.9倍
・1人あたり消費額	R4: 3,816円/人 → R5: 4,360円/人	1.1倍

非採択エリア: サホロ

・訪日外国人の延べ宿泊者数	R4: 8,818人 → R5: 43,219人	4.9倍
・1人あたり消費額	R4: 3,499円/人 → R5: 3,575円/人	1.0倍

論点①:短期アウトカムを、長期とは別に設定すべきではないか。

○ 短期と長期のアウトカムが同じ指標のため、短期アウトカムを、採択したエリアにおける施設の利用者数等、長期とは別に設定すべきではないか。

【現状】

- 現在、短期長期共通アウトカムとして訪日外国人スキー・スノーボード客数を算出している。
- 短期的に効果の発現するアウトカムは、各エリアにより力を入れている分野が違うため、エリアが独自で目標を設定しており、共通したアウトカムはない。

【事例1】グリーンシーズンのスキー場魅力向上事業(大雪)における評価の事例

- ・グリーンシーズンイベントにおいて、ゴンドラ山頂駅からトレッキングコースの目的地になる神居山山頂に展望台を設置。「360度圏域を一望できるスポット」を売りとして観光の目的地を新設。
- ・グリーンシーズンイベントに合わせ、多言語のチラシ・ポスターを作成し、住民及び観光客へPRを行い機運を高めるとともに、SNS広告などを用いて、広く取組を周知。

・成果①:山頂の高付加価値化の実現

展望台の設置により、これまで活用されてこなかった山頂に新たな観光スポットを作り出し、高付加価値化を図った。

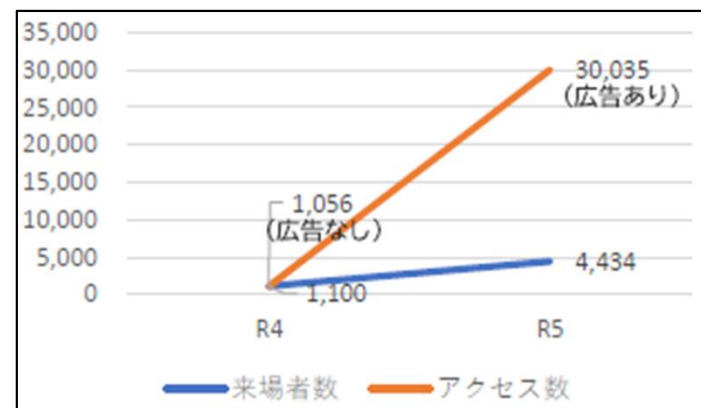
・成果②:グリーンシーズンイベントの来場客増

旭川市及び周辺観光施設へのチラシ掲示や、ターゲットを絞りSNS広告を実施した結果、アクセス数は30,035件(目標:1,200件)、来場者数も4,434人(目標:1,500人)に増加。



「いいね!」 コメントする

SNS広告



来場者数及びSNSアクセス数の推移

【出典】令和5年度 最終報告会(令和6年2月21日(水))より

論点①:短期アウトカムを、長期とは別に設定すべきではないか。

○ 短期と長期のアウトカムが同じ指標のため、短期アウトカムを、採択したエリアにおける施設の利用者数等、長期とは別に設定すべきではないか。

【事例2】チケット流通プラットフォームの構築(志賀高原)による評価の事例

- ・非対面でのチケット授受が可能な自動受取機(SKIOSK)を増強。
- ・「SHIGA KOGEN MOUNTAIN RESORT」と海外OTAを結ぶプラットフォームを構築しオンライン販売を強化。
- ・エリア全体でSKIOSKを導入し、WEB購入のICチケットをSKIOSKでQRコードの読み込みにて受取できる体制を整備。

成果:チケット流通プラットフォームの構築

プラットフォーム利用旅行社:
15社(目標:10社)

オンライン販売数(2022-2023比):
3,748件→7,147件(目標: +30%、実績: +90%)

OTA購入サイト



SKIOSK

【出典】令和5年度 最終報告会(令和6年2月21日(水))より

【事例3】造成した観光商品の海外販路拡大事業(志賀高原)による評価の事例

- ・豪州現地での企画した旅行商品・コンテンツの販売を目的とした旅行会社との商談会を実施。
- ・成果:商談件数19社(目標:10社)
うち成約数5社(目標:2社)

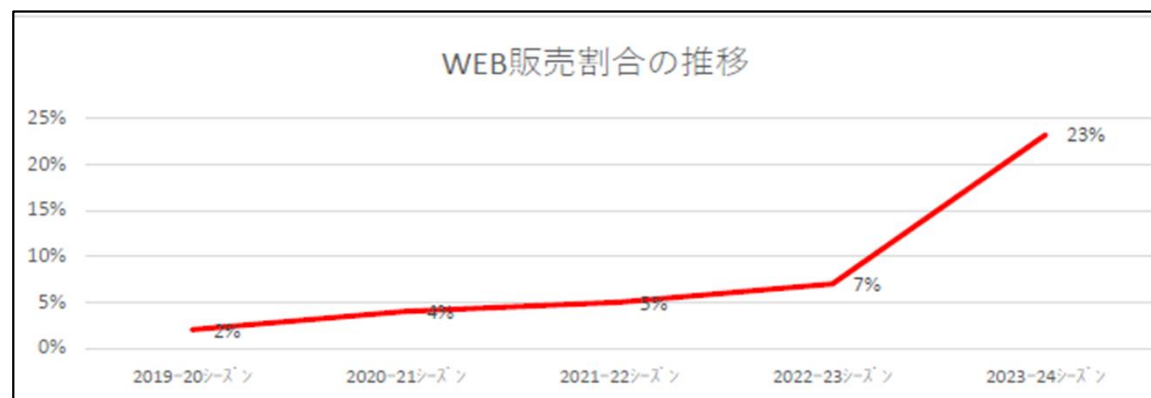
【出典】令和5年度 最終報告会(令和6年2月21日(水))より

論点①:短期アウトカムを、長期とは別に設定すべきではないか。

○ 短期と長期のアウトカムが同じ指標のため、短期アウトカムを、採択したエリアにおける施設の利用者数等、長期とは別に設定すべきではないか。

【事例4】リフト券発行プロセスの高付加価値化事業(大雪)の評価の事例

- ・市内の宿泊施設などに発券機を設置し、WEBで事前にチケット購入した来場者がシームレスにリフト券を受け取ることができる環境を整えるとともに、WEB購入の利便性を周知し、券売の混雑の緩和につなげる。
- ・成果:チケットのWEB購入割合の増加
一昨年のシーズンではWEB購入者の割合は売上全体の7%程度であったが、昨シーズンではR6.1月末時点で23%(KPI:20%)と増加。来場者がスムーズにリフト券を受け取ることができるようになり、来場者満足度向上と券売窓口の混雑の緩和に寄与。



【出典】令和5年度 最終報告会(令和6年2月21日(水))より

【事例5】安定したキャッシュレス環境の整備(志賀高原)の評価の事例

- ・Wi-Fi環境および携帯キャリアの通信環境でも使用できるワイヤレスクレジット端末を導入。
- ・電子マネーおよびQRコード決済の対応力を強化するため、キャッシュレス機能の拡充を実施。また、決済時の通信環境の安定化を図る整備を実施。
- ・成果①:キャッシュレス機能の拡充
非接触クレジットカード対応のQRコード決済一体型端末導入。(端末導入数:44台)。
- ・成果②:キャッシュレス決済通信環境の整備
サービス提供可能エリアの拡大および通信障害時のバックアップ確保により通信障害がR6.2月時点でゼロ。また、キャッシュレス決済利用者の利便性が向上。
キャッシュレス比率(2022-2023比)が50%から67.1%(R6.1月末時点)に。



クレジット端末画面

【出典】令和5年度 最終報告会(令和6年2月21日(水))より

論点①:短期アウトカムを、長期とは別に設定すべきではないか。

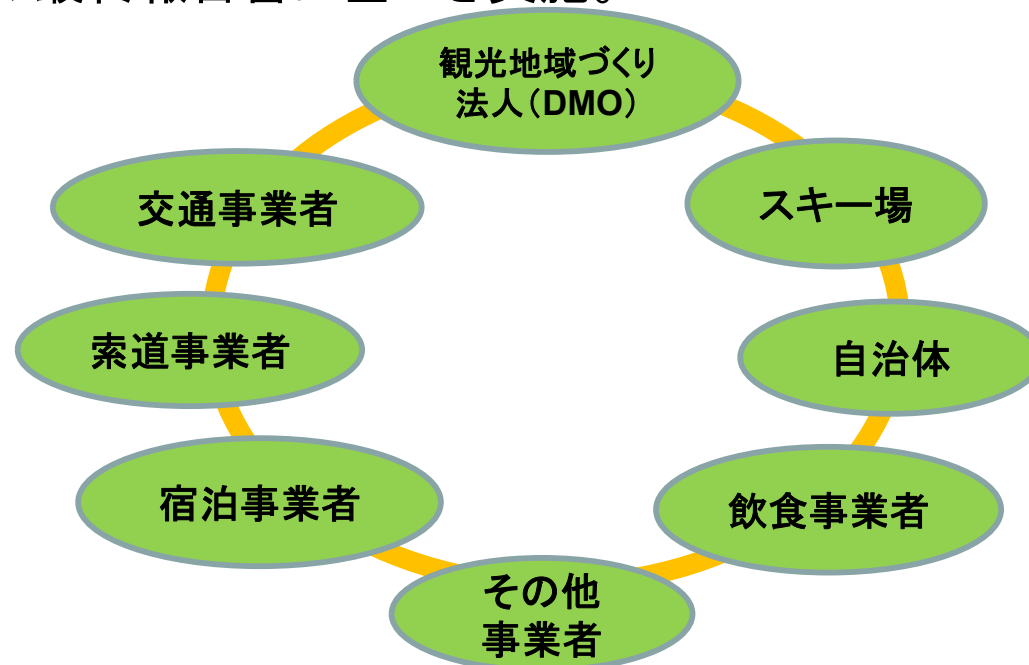
○ 短期と長期のアウトカムが同じ指標のため、短期アウトカムを、採択したエリアにおける施設の利用者数等、長期とは別に設定すべきではないか。

【参考:支援対象エリアの選定について】

○事業の応募にあたっては、補助対象者を含むエリアの関係者が一体となって、国際競争力の高いスノーリゾートとして目指す姿及びその実現に向けて必要な取組を定める「形成計画」を策定・提出することを求めている。

○支援対象エリアの選定においては、上記形成計画において、外部有識者等による4つの視点から総合的な評価を踏まえている。定量的評価は各エリアで独自で行われており、それも評価にあたっては参考にしている。これは、いずれも令和4年度に実施された国際競争力の高いスノーリゾート形成の促進に向けた検討委員会の最終報告書に基づき実施。

- ①エリアのポテンシャル・地域経営
(例 エリアの一体性)
- ②エリア内のスキー場の魅力向上に関する取組状況及び取組計画
(例 インバウンドの利用状況)
- ③ベースタウンの魅力向上に関する取組状況及び取組計画
(例 宿泊環境)
- ④受入環境整備の取組状況
(例 長期滞在に対応した交通利便性)



論点②:採択エリアのスキー等の来場者数等の指標にすべきではないか

○本事業の採択エリアにおけるスキー等の来場者数や消費額をアウトカムとすべきではないか。

【現状】

○行政事業レビューに記載している事業全体のアウトカムは、訪日外国人スキー・スノーボード客数としている。

○これは、観光立国の実現に関する基本計画である観光立国推進基本計画において、訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数や訪日外国人旅行者数等を目標に掲げているためである。

(参考)観光立国推進基本計画 計画期間:令和5～7年度(2023～2025年度)

目 標

■早期達成を目指す目標:インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円

■2025年目標(質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定)

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
	インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
		③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊
		④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え
		⑤ 日本人の海外旅行者数	
		⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上
	国内交流拡大	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊
		⑧ 国内旅行消費額	22兆円

論点②:採択エリアのスキー等の来場者数等の指標にすべきではないか

○本事業の採択エリアにおけるスキー等の来場者数や消費額をアウトカムとすべきではないか。

【現状】

○現在、形成計画策定時に共通して求めているエリア毎のアウトカムは次のとおり。

○例えば、エリアの延べ宿泊者数及びそのインバウンド人数や各スキー場の来場者数を求めている。一部エリア(例:郡上エリア)では独自に、訪日外国人入込客数を取得しているところもある。

＜共通しているアウトカム＞

- ①各スキー場の来場者数(チケット販売日数ベース)
- ②索道輸送人員
- ③各スキー場における1人あたり消費額
- ④長期滞在者向けリフト券(3日以上のリフト券・シーズン券)販売枚数
- ⑤エリアの延べ宿泊者数及びそのインバウンド人数

論点③: エリア内の経済への波及効果は発現しているのか。

○似たようなエリアでの投資結果を比較して、投資を行ったところと行っていないところで結果に差が出たのかどうかを検証すべき。

【現状】

○エリア内の投資効果の算出は行っていないが、昨年度、試行的に、八幡平エリアについて、スノーリゾートの活動による経済波及効果を分析・算出。

○エリア側に人的・財政的リソースの制約があるため、一律に実施することは困難。

○今後、代表的エリアにおいて、試行的に経済波及効果の分析を実施することも検討。

○経済波及効果把握のための一般的なアプローチ

①最終需要額の算出

経済活動の需要額を算出



②産業連関表を用いた波及効果の算出

産業連関表を用いて、経済波及効果を算出。



出典: 早稲田大学社会科学総合学術院

経済波及効果算出

総合波及効果
II

直接効果

+

一次波及効果

+

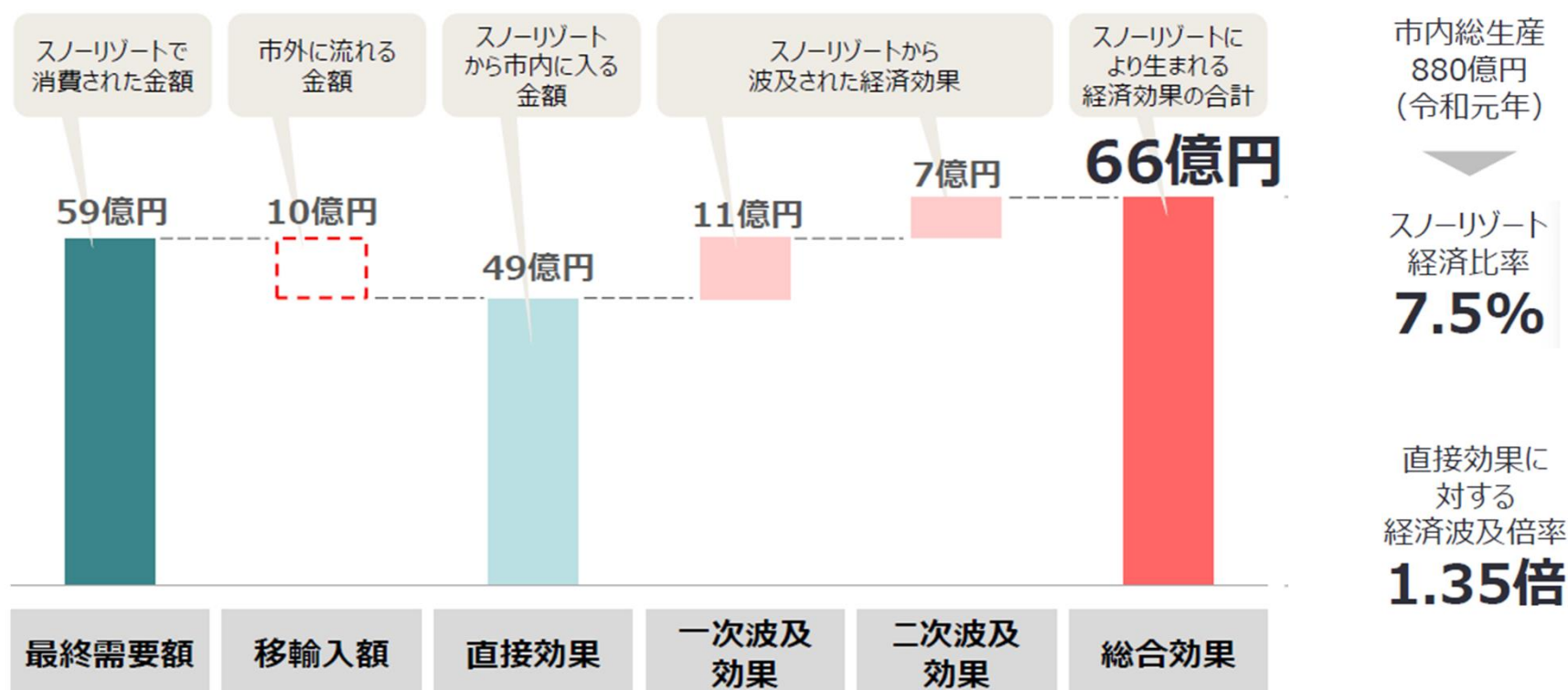
二次波及効果

論点③: エリア内の経済への波及効果は発現しているのか。

○似たようなエリアでの投資結果を比較して、投資を行ったところと行っていないところで結果に差が出たのかどうかを検証すべき。

○特定エリアにおけるスノーリゾートによる経済波及効果の試算結果

経済波及効果は、スノーリゾート自身の需要額も含めた全体の経済効果としては66億円、市内総生産の約7.5%と試算。



【国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業(国際観光旅客税財源)】

現状把握

スノーリゾートは地方での長期滞在や消費拡大に向けての有力なコンテンツである。一方で、索道をはじめとしたスキー場インフラの老朽化や地域経営力の向上、受入環境整備等の課題に直面している。



課題設定

スノーリゾートへのインバウンド需要をタイムリーかつ的確に取り込むため、スノーリゾートの高付加価値化・魅力向上を図り、来場者の増加やリフト券価格の引上げなどにより事業利益を向上させ、経営の多角化や新規事業への投資などエリア内の経済に波及させる必要がある。

インプット	アクティビティ	アウトプット	アウトカム		インパクト
予算: 180百万円 (令和5年度補正後) 1,750百万円 (令和6年度当初)	アフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツ造成、受入環境整備、二次交通の確保、情報発信、スキー場インフラ等への支援を行う。	国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業採択エリア数 (令和5年度) 見込:3エリア 実績:3エリア	【短期】 訪日外国人スキー・スノーボード客数(暦年) (令和5年度) 目標:— 実績:55万人 (目標年度令和7年度) 目標:84万人	【長期】 訪日外国人スキー・スノーボード客数(暦年) (令和5年度) 目標:— 実績:55万人 (目標年度令和12年度) 目標:157万人	国際競争力の高いスノーリゾートの形成