

令和 5 年版
観光白書

お問い合わせ先

内容等についてお気づきの点がございましたら、下記までご連絡ください。

〒100-8918

東京都千代田区霞が関2丁目1番地2号

観光庁観光戦略課観光統計調査室

電話03-5253-8325（直通）

観光庁ホームページ <https://www.mlit.go.jp/kankocho/>

はじめに

新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年から2021年にかけて国内外の旅行需要は激減し、観光産業は極めて厳しい状況が続いた。一方、2022年3月のまん延防止等重点措置の全面解除、同年10月の全国旅行支援の開始や水際措置の大幅緩和により観光需要が大幅に増加するなど、観光は着実に回復しつつある。

本年の白書では、ポストコロナの観光の鍵として、観光の「稼ぐ力」に着目し、観光の付加価値を示す観光GDPの国際比較や、観光地の再生・高付加価値化など観光地の「稼ぐ力」を強化し、地域活性化の好循環に取り組む地域事例の分析を試みた。分析を踏まえ、観光地や観光産業の「稼ぐ力」の好循環により、持続可能な観光地域づくりを目指す政策の方向性についても報告している。

ポストコロナの今、観光は転換期にある。今後の観光においては、より多くの旅行者を呼び込むだけでなく、旅行者のニーズの変化や多様化を的確に捉え、持続可能な観光や消費額の拡大、地方誘客の促進といった「質」の高い観光を実現していく必要がある。また、国内外の旅行者にとって、地域に根付いた日常の「暮らし」に関わるコンテンツこそ、魅力的な非日常体験として価値が高まりつつあり、この好機を生かすことも重要である。

地域住民の世代を超えた参画や幅広い産業との連携により、地域に根付いたコンテンツを磨き上げ、地域での滞在が魅力的なものとなるよう取組を強化し、実現した利益を住民の雇用や所得を通じて地域に還元する。このような好循環をもたらす観光は、少子高齢化に直面する地域社会の存続や持続的な発展に不可欠であり、地域活性化の大きな原動力にもなり得る。

本白書の分析が、一人一人が観光の意義を再認識し、地元・観光地の魅力を再発見するきっかけや、魅力的な観光地づくりに向けて様々な主体が協働し取組を強化していく上での一助となれば大変幸いである。

目次

令和4年度 観光の状況

第1部 令和4年 観光の動向

第1章 世界の観光の動向	3
第1節 世界の経済の概況	3
第2節 2021年(令和3年)の世界の観光の状況	4
第3節 2022年(令和4年)の世界の観光の状況	7
第2章 日本の観光の動向	9
第1節 訪日旅行の状況	9
第2節 日本人の海外旅行の状況	15
第3節 国内観光の状況	17
第4節 観光関連産業の状況	22
第5節 地域における観光の状況	26
第3章 持続可能な観光地域づくり	
—観光地や観光産業における「稼ぐ力」の好循環の実現—	28
第1節 新型コロナウイルス感染症からの観光の回復に向けた動きと、 稼げる地域・稼げる産業への変革の必要性	28
第2節 観光分野における「稼ぐ力」の現状と課題	35
第3節 観光地の「稼ぐ力」による地域活性化の好循環	45

第Ⅱ部 令和4年度に講じた施策

第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活	69
第1節 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓	69
第2節 観光産業の変革	69
第3節 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現	70
第4節 国際交流の回復・質的な変革	71
第2章 観光立国の実現に向けた観光施策	75
第1節 ポストコロナに向けた環境整備	75
第2節 地域の観光コンテンツの造成・磨き上げ	91
第3節 地域支援と戦略的訪日プロモーション	110
第4節 観光インフラの整備	121
第5節 更なる観光振興を図るための主要施策	129

令和 5 年度 観光施策

第Ⅲ部 令和 5 年度に講じようとする施策

第 1 章 持続可能な形での観光立国の復活	137
第 1 節 持続可能な観光地域づくり	137
第 2 節 インバウンド回復	137
第 3 節 国内交流拡大	138
第 2 章 観光立国の実現に向けた観光施策	139
第 1 節 持続可能な観光地域づくり戦略	139
第 2 節 インバウンド回復戦略	151
第 3 節 国内交流拡大戦略	183

資料編

資料 1	地域別の外国人旅行者受入数及び国際観光収入	191
資料 2	国際観光収支の状況(2021 年(令和 3 年))	191
資料 3	日本の国際観光収支の推移	192
資料 4	訪日外国人旅行者数の国籍・地域別推移	193
資料 5	日本人海外旅行者の国・地域別訪問者数の推移(受入国(地域)統計)	194
資料 6	都道府県別の延べ宿泊者数・宿泊施設の客室稼働率(2022 年(令和 4 年))	196
資料 7	都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率(2022 年(令和 4 年))	197
資料 8	日本人旅行者の 1 人 1 回当たり旅行消費額の推移	198
資料 9	日本国内における旅行消費額の経済波及効果(2021 年(令和 3 年))	198
資料 10	旅行消費が日本国内にもたらす経済波及効果(2021 年(令和 3 年))	199
資料 11	旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済波及効果(2021 年(令和 3 年))	199

図表の目次

図表Ⅰ-1	主要国・地域の実質経済成長率の推移	3
図表Ⅰ-2	外国人旅行者受入数ランキング(2021年)	4
図表Ⅰ-3	国際観光収入ランキング(2021年)	5
図表Ⅰ-4	国際観光支出ランキング(2021年)	6
図表Ⅰ-5	国際観光客数の推移	7
図表Ⅰ-6	国際観光客数と世界の実質 GDP の推移	7
図表Ⅰ-7	地域別国際観光客数(2022年)	8
図表Ⅰ-8	訪日外国人旅行者の推移	9
図表Ⅰ-9	訪日外国人旅行者の内訳(2022年)	11
図表Ⅰ-10	地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移	11
図表Ⅰ-11	訪日外国人旅行者による消費額の推移	12
図表Ⅰ-12	国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比	13
図表Ⅰ-13	費目別にみる訪日外国人旅行消費額	13
図表Ⅰ-14	訪日外国人旅行者の一人当たり旅行支出の推移	14
図表Ⅰ-15	世界及び地域別の国際会議開催件数の推移	14
図表Ⅰ-16	2022年アジア大洋州における国際会議開催件数	15
図表Ⅰ-17	出国日本人数の推移	15
図表Ⅰ-18	旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移	16
図表Ⅰ-19	日本人一人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移	17
図表Ⅰ-20	日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移	17
図表Ⅰ-21	日本人国内旅行消費額の推移	18
図表Ⅰ-22	日本国内における旅行消費額	18
図表Ⅰ-23	日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移	19
図表Ⅰ-24	延べ宿泊者数 2019年同月比の推移	19
図表Ⅰ-25	宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移	20
図表Ⅰ-26	全国の主要ホテル客室稼働率の推移	20
図表Ⅰ-27	三大都市圏及び地方部の日本人延べ宿泊者数の推移	21
図表Ⅰ-28	三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移	21
図表Ⅰ-29	観光関連産業の売上高の動向(2019年～2022年)	22
図表Ⅰ-30	観光関連産業の営業利益の動向(2019年～2022年)	22
図表Ⅰ-31	観光関連産業の経常利益の動向(2019年～2022年)	23
図表Ⅰ-32	年間倒産件数の推移(宿泊業、旅行業)	23
図表Ⅰ-33	企業の雇用人員判断 D.I. の推移	24
図表Ⅰ-34	雇用者数の推移(前年同期比)	24
図表Ⅰ-35	賃金の推移(前年同月比)	25
図表Ⅰ-36	地方ブロック別延べ旅行者数	26
図表Ⅰ-37	地方ブロック別旅行消費額	26
図表Ⅰ-38	地方ブロック別延べ宿泊者数(全体及び日本人)	27
図表Ⅰ-39	地方ブロック別延べ宿泊者数(外国人)	27
図表Ⅰ-40	国際観光客数(2019年同月比、地域別)	29

図表 I-41	2023 年における国際観光客数の回復シナリオ	29
図表 I-42	国際観光客数の回復見通し(地域別)	30
図表 I-43	国際観光収入の動向(2019 年と比較した 2021 年(年間)及び 2022 年(四半期毎)の割合、上位 15 か国・地域)	31
図表 I-44	賃金(年間賃金総支給額)の推移(全産業、宿泊業)	31
図表 I-45	宿泊業の雇用状況	32
図表 I-46	産業別入職率・離職率(2021 年)	32
図表 I-47	宿泊業の月別雇用者数(日本・米国)	33
図表 I-48	労働生産性の推移(全産業、宿泊業)	34
図表 I-49	TSA の公表様式と推計資料一覧	35
図表 I-50	日本の観光 GDP の産業別構成(2019 年)	36
図表 I-51	日本の GDP 及び観光 GDP の推移	37
図表 I-52	日本の観光 GDP 比率の推移	37
図表 I-53	観光 GDP 額の国際比較(2019 年)	38
図表 I-54	観光 GDP 比率の国際比較	38
図表 I-55	日本の観光経済の循環構造	39
図表 I-56	付加価値率の国際比較(2019 年)	40
図表 I-57	就業者一人当たり付加価値額の国際比較(2019 年)	40
図表 I-58	労働分配率の国際比較(2019 年)(付加価値額に占める雇用者報酬額の割合)	41
図表 I-59	一人当たり雇用者報酬の国際比較(2019 年)	41
図表 I-60	観光の付加価値等の好循環による持続可能な観光への寄与	43
図表 I-61	観光地を核とした地域活性化の好循環	44
図表 I-62	観光の「稼ぐ力」の分析対象地域と特色ある取組	46
図表 I-63	分析対象地域の労働生産性	46
図表 I-64	分析対象地域の雇用者一人当たり所得	47
図表 I-65	渋川市の経済循環(全体及び宿泊・飲食サービス業、2018 年)	47
図表 I-66	渋川市の労働生産性の推移(全体及び宿泊・飲食サービス業)	48
図表 I-67	渋川市の雇用者一人当たり所得の推移(全体及び宿泊・飲食サービス業)	48
図表 I-68	伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組	49
図表 I-69	代表的な宿泊事業者の宿泊単価、宿泊人数の変化	50
図表 I-70	飲食事業者等の新規開業件数	50
図表 I-71	豊岡市の経済循環(全体及び宿泊・飲食サービス業、2018 年)	52
図表 I-72	豊岡市の労働生産性の推移(全体及び宿泊・飲食サービス業)	52
図表 I-73	豊岡市の雇用者一人当たり所得の推移(全体及び宿泊・飲食サービス業)	52
図表 I-74	城崎温泉の観光の「稼ぐ力」と地域経済への好影響	53
図表 I-75	宿泊単価(一人当たり)及び宿泊数の推移	54
図表 I-76	代表的な宿泊事業者の経営状況	54
図表 I-77	新型コロナウイルス感染拡大期間における開業・閉業件数	55
図表 I-78	気仙沼市の経済循環(全体及び宿泊・飲食サービス業、2018 年)	57
図表 I-79	気仙沼市の労働生産性の推移(全体及び宿泊・飲食サービス業)	57
図表 I-80	気仙沼市の雇用者一人当たり所得の推移(全体及び宿泊・飲食サービス業)	57
図表 I-81	気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組(概要)	58

図表Ⅰ-82	気仙沼市の産業政策と観光地域づくり法人の役割	59
図表Ⅰ-83	マーケティングデータの分類と主な活用方法	59
図表Ⅰ-84	気仙沼延べ宿泊者数の月別推移(2019年同月比)	60
図表Ⅰ-85	体験型コンテンツのターゲット別ランク付けと商品数	60
図表Ⅰ-86	ブリュワーズテーブルの利用者数	61
図表Ⅰ-87	観光立国推進基本計画(取り組む3つの戦略・目指す2025年の姿)	66

(参考) 本白書における地方ブロックの区分は基本的に以下のとおり。

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



第Ⅰ部

令和4年 観光の動向

第Ⅰ部 令和4年 観光の動向

第1章 世界の観光の動向

第1節 世界の経済の概況

世界経済は、新型コロナウイルス感染拡大の影響のあった2020年（令和2年）は大きく減少したが、2021年（令和3年）に大幅に回復し、2022年（令和4年）も伸びは緩やかになったものの引き続き回復した。

IMF¹（国際通貨基金）によると、世界全体の実質経済成長率は3.4%となった（図表I-1）。

図表I-1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

（単位：％）

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
世界全体	-0.1	5.4	4.3	3.5	3.4	3.5	3.4	3.3	3.8	3.6	2.8	-2.8	6.3	3.4
日本	-5.7	4.1	0.0	1.4	2.0	0.3	1.6	0.8	1.7	0.6	-0.4	-4.3	2.1	1.1
米国	-2.6	2.7	1.6	2.3	1.8	2.3	2.7	1.7	2.2	2.9	2.3	-2.8	5.9	2.1
EU(欧州連合)	-4.2	2.1	2.0	-0.6	-0.1	1.7	2.5	2.0	3.0	2.3	2.0	-5.6	5.6	3.7
中国	9.4	10.6	9.6	7.8	7.8	7.4	7.0	6.9	6.9	6.8	6.0	2.2	8.5	3.0
ASEAN(5カ国)	2.0	7.6	4.8	6.2	5.0	4.5	4.6	4.8	5.2	5.0	4.3	-4.4	4.0	5.5
中南米カリブ海諸国	-1.9	6.1	4.6	3.0	2.9	1.4	0.4	-0.6	1.4	1.2	0.2	-6.8	7.0	4.0
中東・中央アジア	1.2	5.0	4.7	5.1	3.0	3.4	3.0	4.3	2.2	2.8	1.6	-2.7	4.6	5.3
サハラ以南アフリカ	3.6	6.9	5.0	4.8	4.9	5.0	3.2	1.5	2.9	3.2	3.3	-1.7	4.8	3.9

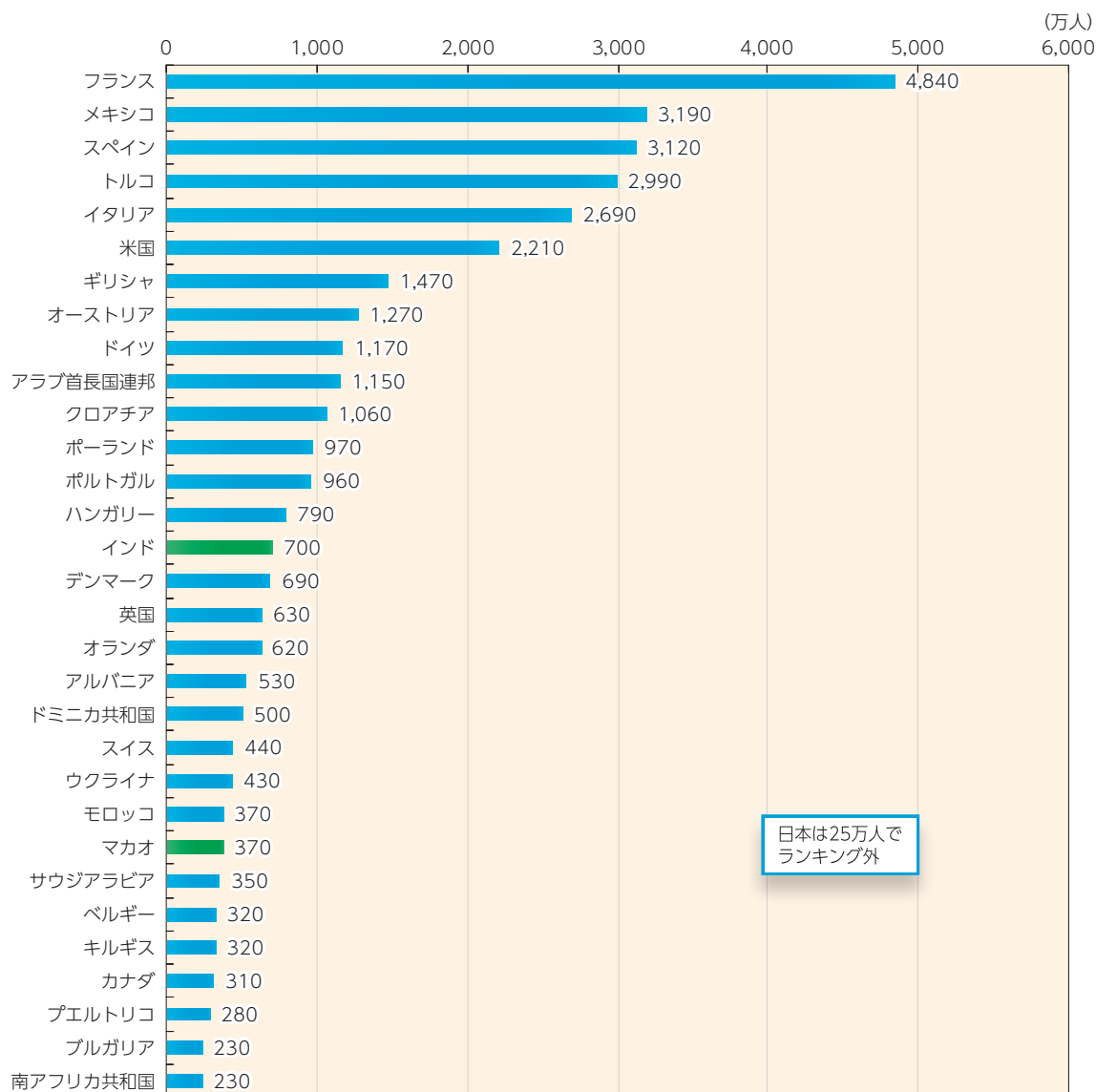
資料：IMF（国際通貨基金）「World Economic Outlook Database, April 2023」に基づき観光庁作成。

1 International Monetary Fund の略。

第2節 2021年(令和3年)の世界の観光の状況

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

図表I-2 外国人旅行者受入数ランキング(2021年)



資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成。

注1：外国人旅行者数は、国・地域ごとに異なる統計基準から算出・公表されているため、これを比較する際には注意を要する。(例：外国籍乗員数(クルー数))について、フランス、イタリア等の統計には含まれている。)

注2：本表の数値は2023年(令和5年)1月時点の暫定値である。

注3：中国、ロシア、チェコ、エジプト、アイルランド、スウェーデン及びチュニジアは、2021年(令和3年)の数値が未発表であるが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2019年(令和元年)以前の数値と大きく異なることが想定されるため、過去の数値を採用しないこととする。

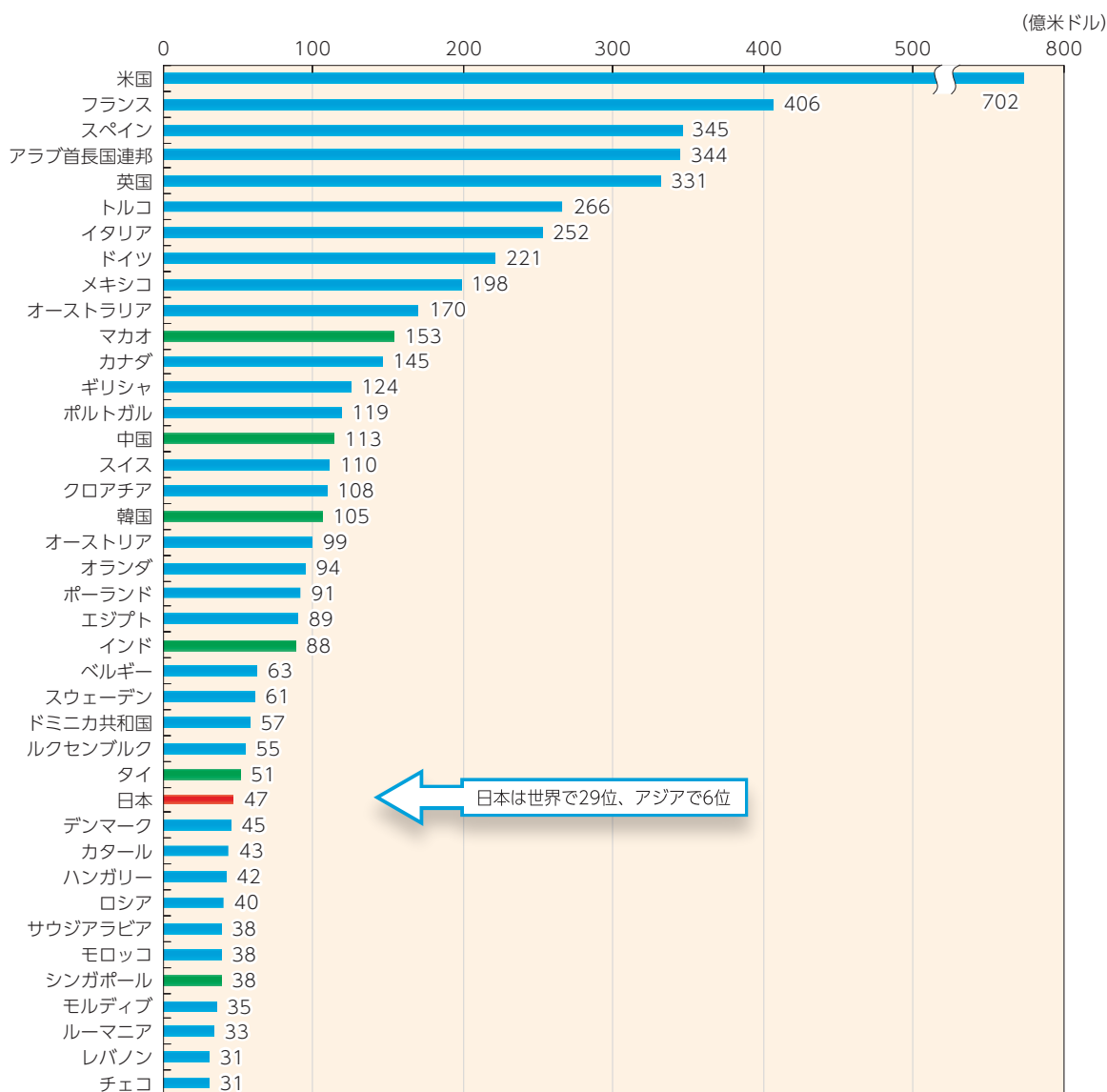
注4：本表で採用した値は、日本及びウクライナを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

注5：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

注6：外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

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

図表I-3 国際観光収入ランキング(2021年)



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき観光庁作成。

注1：本表の数値は2023年(令和5年)1月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがある。

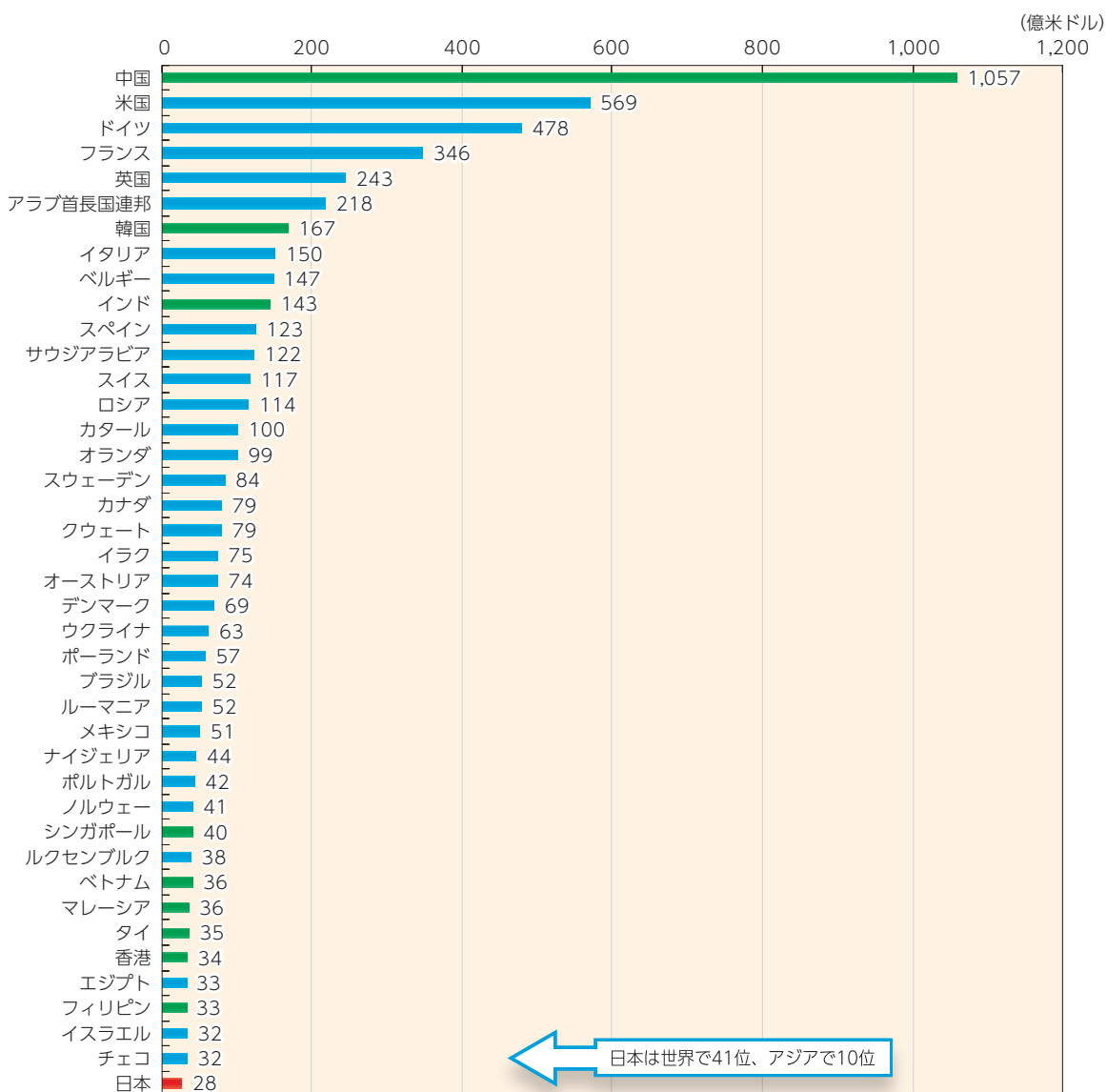
また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

注4：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

2021年(令和3年)の各国・地域の国際観光支出は、中国が1,057億ドルで1位となり、米国が569億ドルで2位、ドイツが478億ドルで3位となった。日本は28億ドルで41位(アジアで10位)と、2020年(令和2年)の25位(アジアで6位)から順位を下げた(図表I-4)。

図表I-4 国際観光支出ランキング(2021年)



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき観光庁作成。

注1：本表の数値は2023年(令和5年)1月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3：国際観光支出は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがある。

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

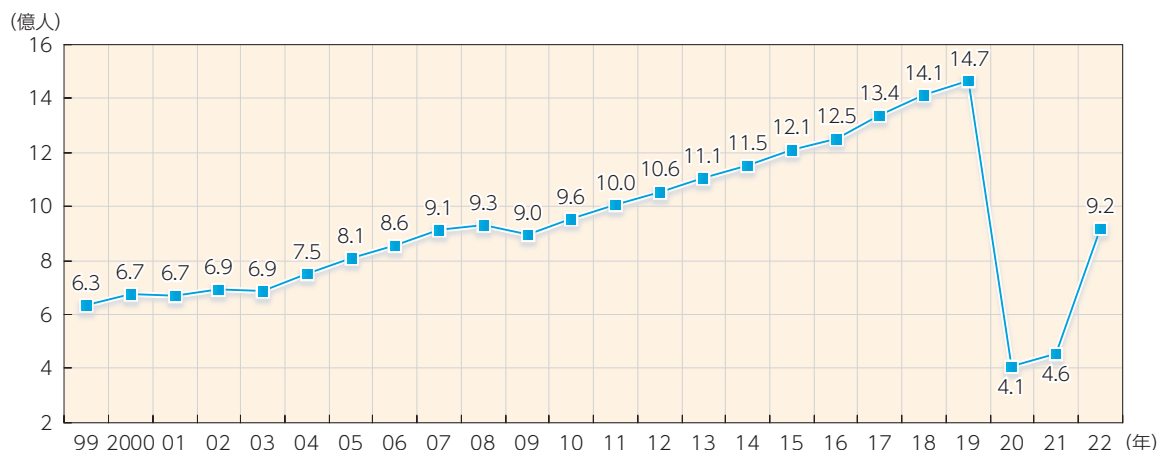
そのため、数値の採用時期によって、そのつと順位が変わり得る。

注4：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

第3節 2022年(令和4年)の世界の観光の状況

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

図表I-5 国際観光客数の推移

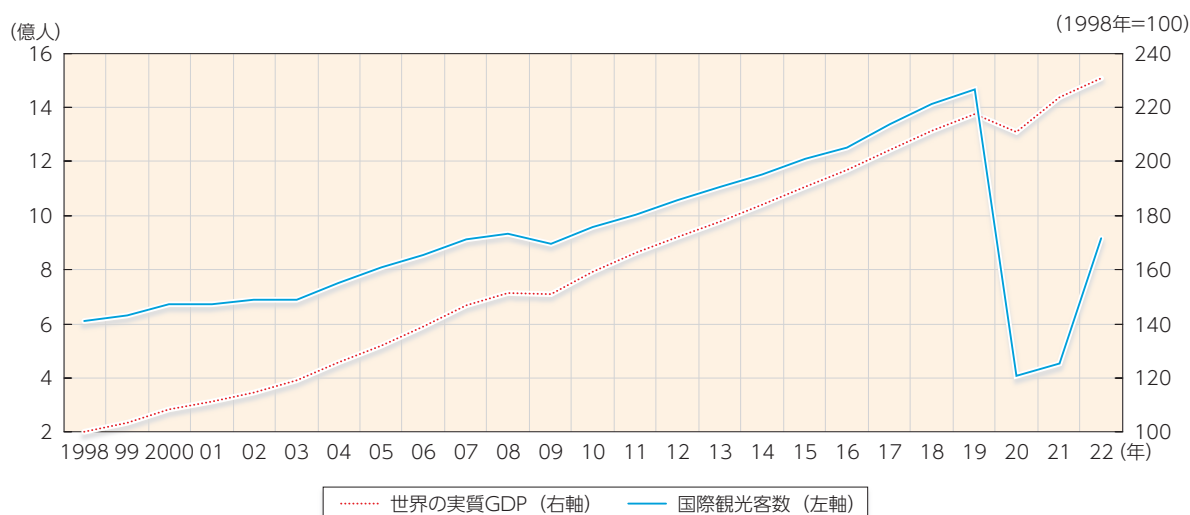


資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成。

これまで国際観光客数と世界の実質GDPの間には強い相関がみられていたが、2020年(令和2年)に、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、国際観光客数が実質GDPに比べて大きく減少した。

2022年(令和4年)は、実質GDPの緩やかな伸びに対して、国際観光客数は大きく回復した(図表I-6)。

図表I-6 国際観光客数と世界の実質GDPの推移



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、IMF(国際通貨基金)資料に基づき観光庁作成。

注1：世界の実質GDPは、1998年(平成10年)を100として指数化。

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

図表I-7 地域別国際観光客数（2022年）

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

資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成。

2020年(令和2年)からインバウンド需要はほぼ蒸発し、度重なる緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による行動制限に伴い国内旅行も大きく減少となるなど、新型コロナウイルス感染拡大は、観光関連産業に甚大な影響を与えた。このため、深刻な影響が続く観光関連産業の事業継続と雇用維持を図るため、関係省庁が連携し、支援を図ってきた。

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

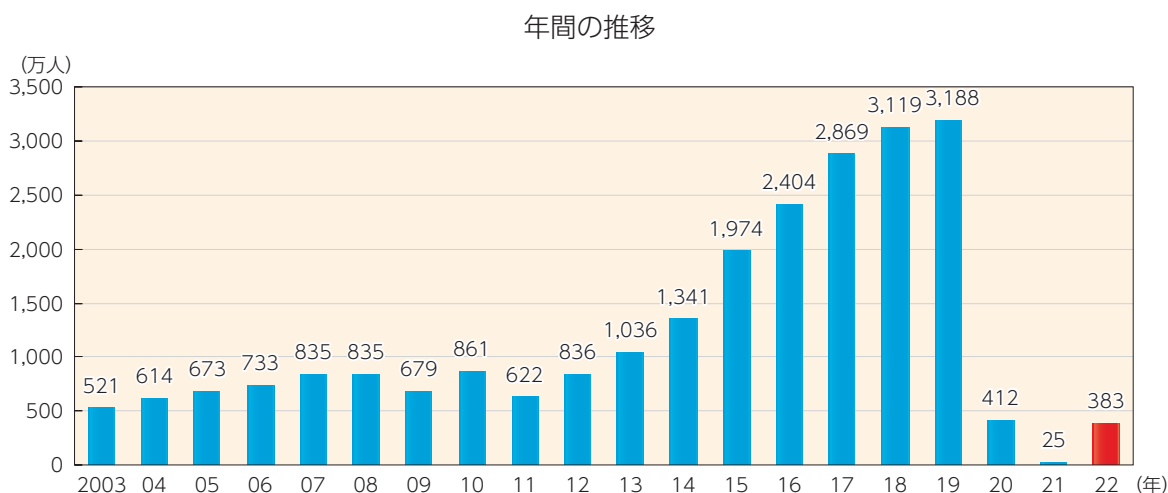
観光については、2022年(令和4年)3月には、まん延防止等重点措置が全面解除され、同年10月には全国旅行支援の開始に加え、水際措置の大幅緩和により観光需要が大幅に増加するなど、回復の傾向がみとれる。

第1節 訪日旅行の状況

1 訪日旅行の状況

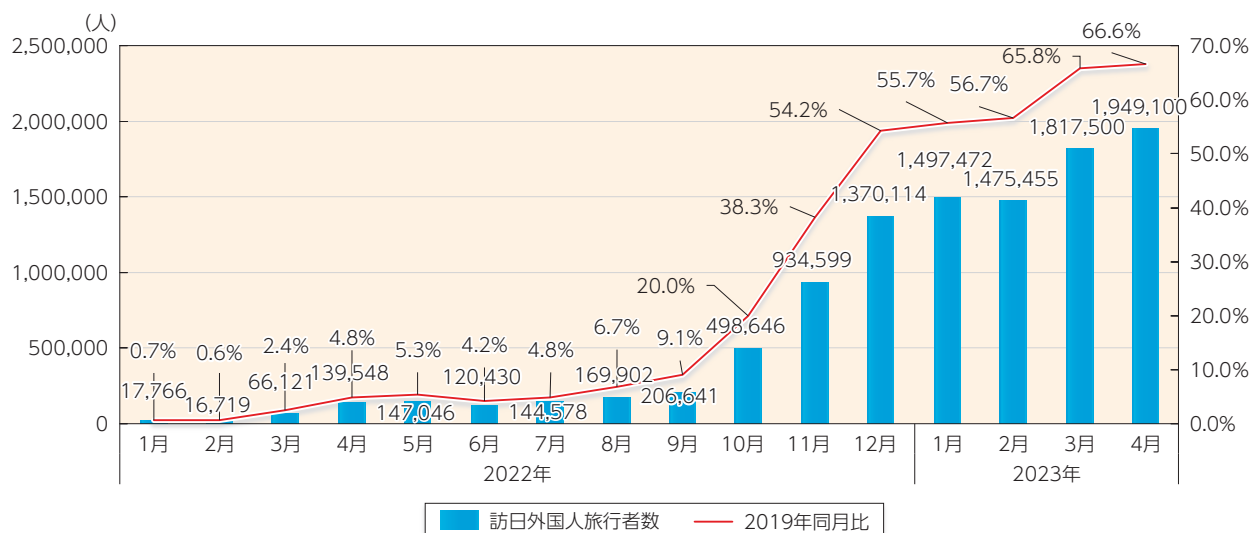
訪日外国人旅行者数は、2019年(令和元年)までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ³体制の充実といった施策を進めるとともに、航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツの造成、日本政府観光局等による対外プロモーション等により、過去最高を更新していたが、2020年(令和2年)及び2021年(令和3年)の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、水際措置の強化の継続などにより、年間を通じて大きく減少した。2022年(令和4年)の訪日外国人旅行者数は、6月の外国人観光客の受入再開後、10月の入国者数の上限撤廃、個人旅行の解禁、ビザなし渡航の解禁等の水際措置の大幅緩和等により大きく増加し、同年12月には2019年同月比で54.2%まで回復、年間では約383万人(2019年比88.0%減)となった。2023年(令和5年)も回復傾向が続き、4月は、2022年(令和4年)10月以降単月では最多の194.9万人となり、2019年同月比で66.6%まで回復した(図表I-8)。

図表I-8 訪日外国人旅行者の推移



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

直近の訪日外国人旅行者の推移 (月別)



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

2022年(令和4年)の訪日外国人旅行者数を国・地域別にみると、アジア主要市場⁴からの訪日外国人旅行者数が279.1万人となり、全体の72.8%を占めた。

東アジアでは、韓国が101.3万人と主要22市場⁵のうちで最も多く、台湾(33.1万人)、香港(26.9万人)と続き、全体の47.0%を占めた。

東南アジアは、ASEAN(東南アジア諸国連合)の主要6市場⁶からの訪日外国人旅行者数が93.5万人となった。

北米主要市場⁷からの訪日外国人旅行者数は37.9万人となり、このうち米国は32.4万人となった。

欧州主要5市場⁸からの訪日外国人旅行者数は19.6万人となった。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は8.9万人となった。

その他の地域では、南米が1.8万人、アフリカが1.5万人であった(図表I-9、図表I-10)。

⁴ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム及びインドのことを指す(2023年(令和5年)5月時点)。

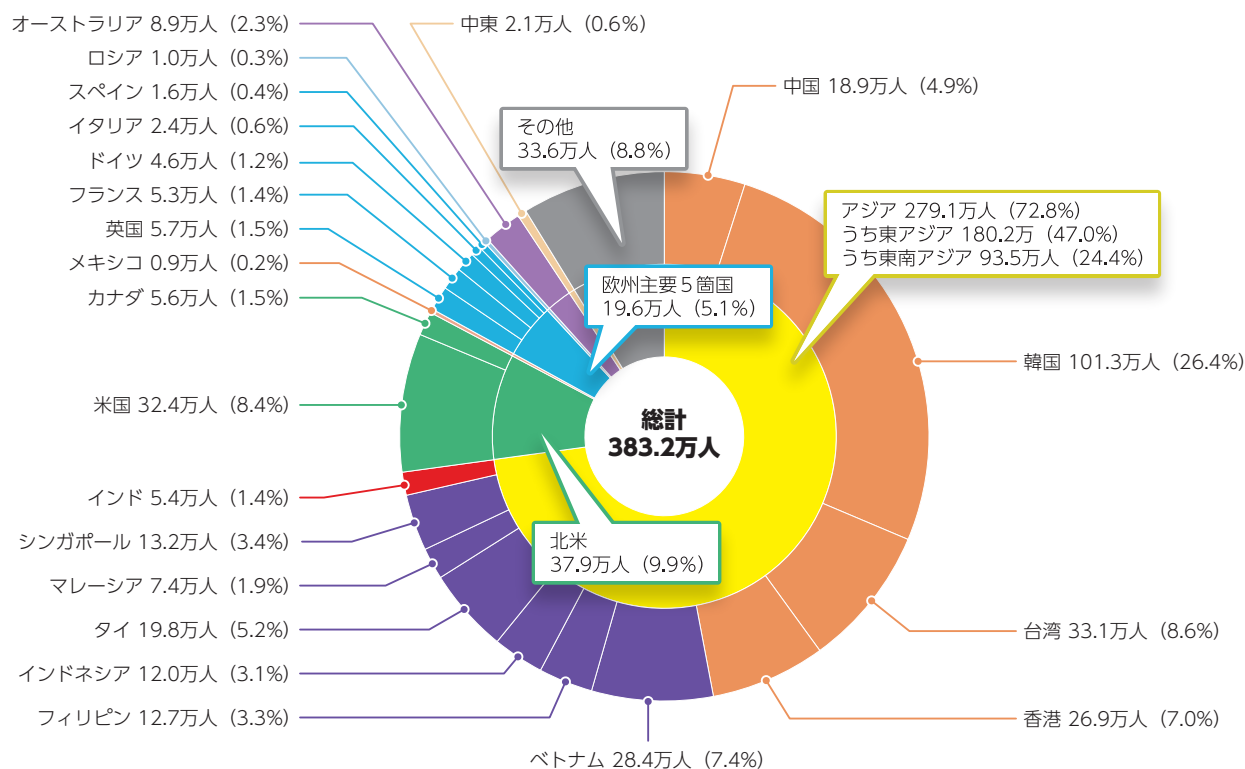
⁵ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、メキシコ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン及び中東地域の計22か国・地域のことを指す(2023年(令和5年)5月時点)。

⁶ タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン及びベトナムのことを指す(2023年(令和5年)5月時点)。

⁷ 米国及びカナダのことを指す(2023年(令和5年)5月時点)。

⁸ 英国、フランス、ドイツ、イタリア及びスペインのことを指す(2023年(令和5年)5月時点)。

図表I-9 訪日外国人旅行者の内訳 (2022年)



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

注1：()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

図表I-10 地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移

国・地域	2021年		2022年	
	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア
アジア	11.9万人	48.5%	279.1万人	72.8%
東アジア	6.7万人	27.4%	180.2万人	47.0%
東南アジア	4.3万人	17.4%	93.5万人	24.4%
欧米豪	5.7万人	23.0%	67.4万人	17.6%
その他	7.0万人	28.5%	36.7万人	9.6%

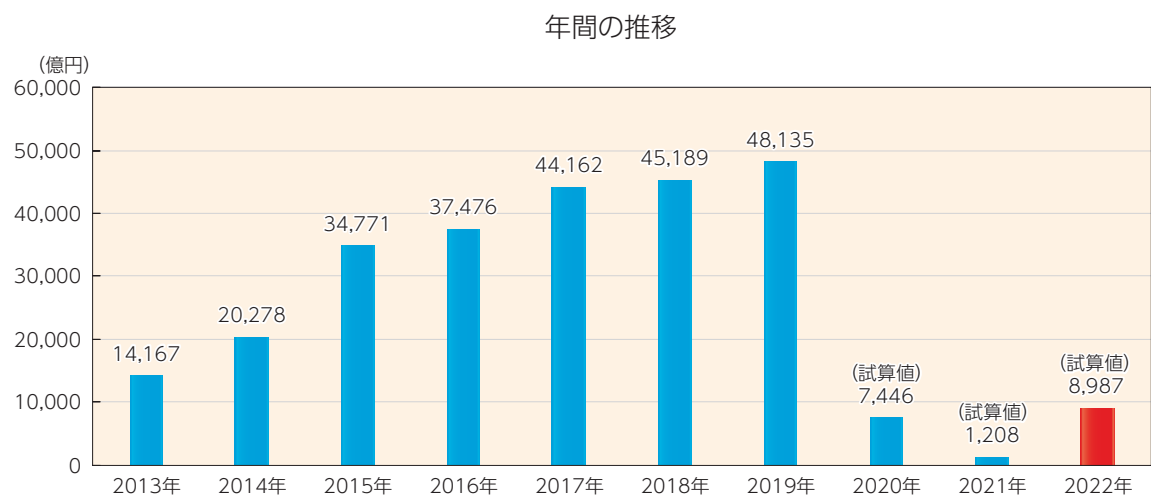
資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

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

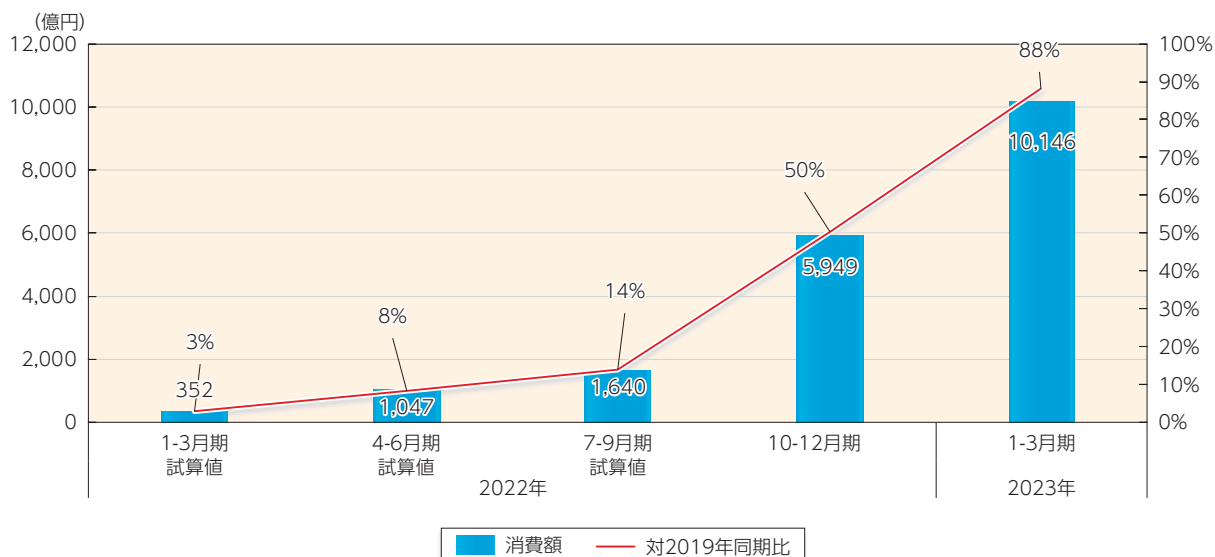
注2：その他には、主要22市場以外の国・地域が含まれる。

2022年(令和4年)における訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、試算によると、8,987億円(2019年比81.3%減)となった。特に2022年(令和4年)以降の四半期毎の消費額の推移をみると、2022年(令和4年)10月の水際措置の大幅緩和以降、同年10-12月期においては2019年同期比で約5割まで回復、2023年(令和5年)1-3月期においては2019年同期比で約9割まで回復した。(図表I-11、図表I-12)。

図表I-11 訪日外国人旅行者による消費額の推移



直近の訪日外国人旅行者による消費額の推移(四半期毎)

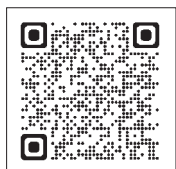


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：2017年(平成29年)までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年(平成30年)からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年(平成30年)以降と2017年(平成29年)以前の数値との比較には留意が必要である。

注2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年(令和2年)においては4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査を中止し、1-3月期の調査結果を用いて、2020年(令和2年)年間値を試算した。また2021年(令和3年)については、1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査を中止し、10-12月期の調査結果等を用いて、2021年(令和3年)年間値を試算した。そのため、2019年(令和元年)以前の数値との比較には留意が必要である。

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

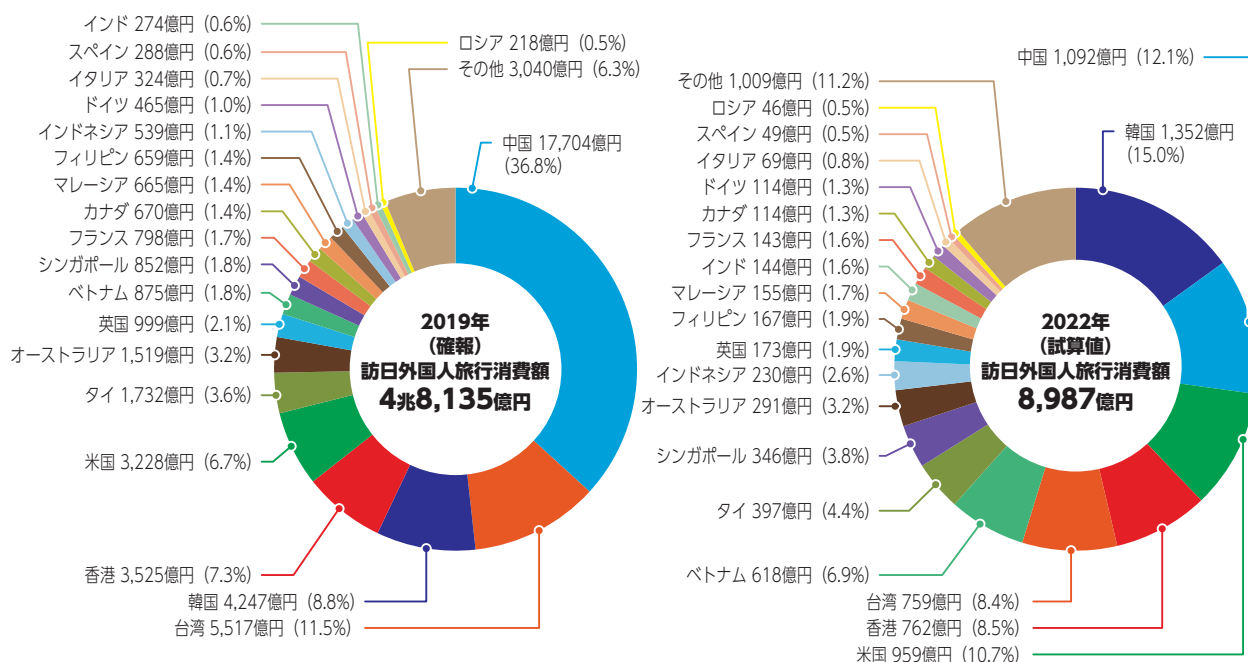


訪日外国人消費動向調査

(図表I-11～I-14)

URL：<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

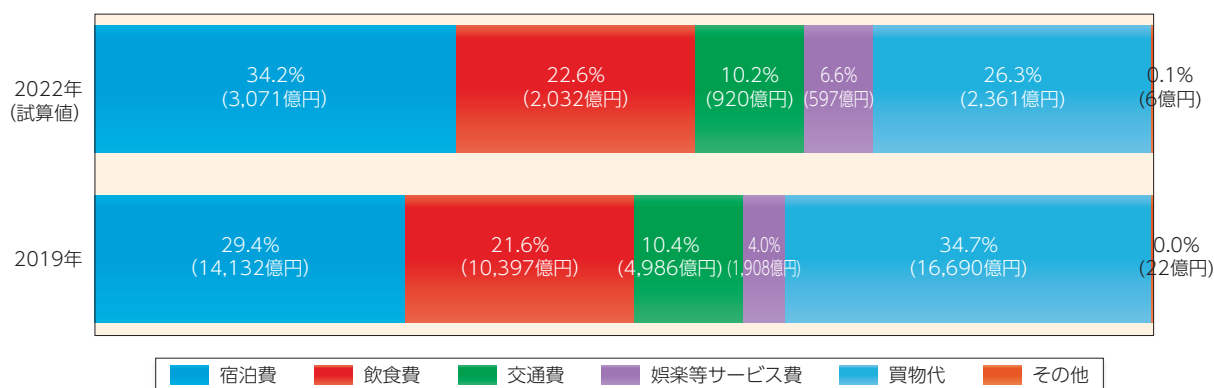
図表I-12 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

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

図表I-13 費目別にみる訪日外国人旅行消費額

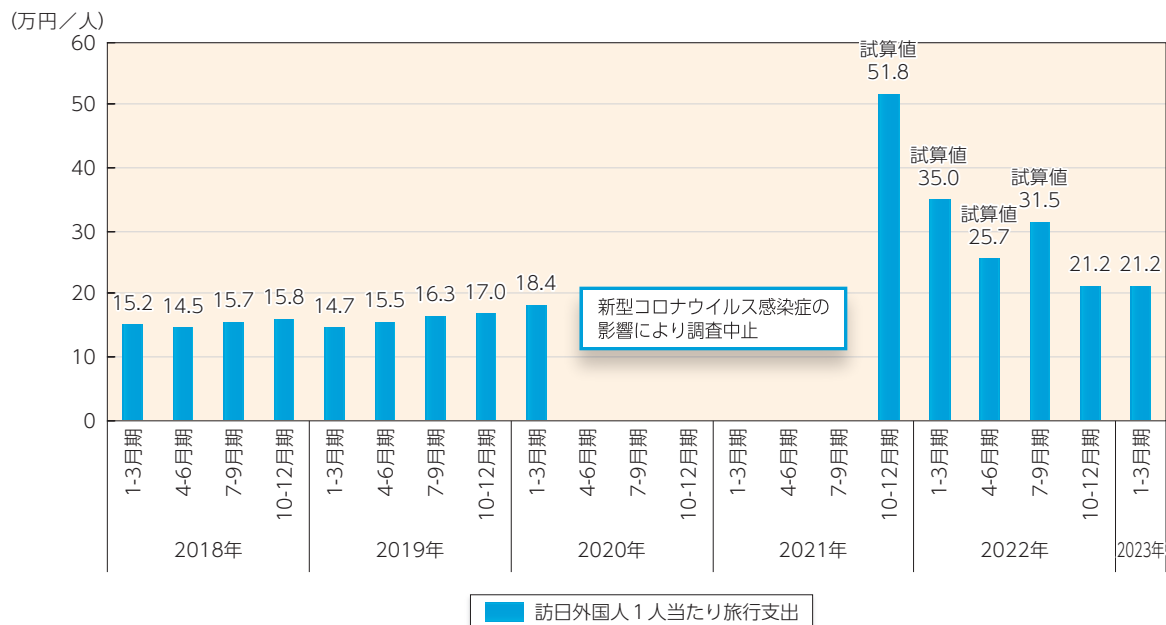


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：（ ）内は費目別旅行消費額。

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

図表I-14 訪日外国人旅行者の一人当たり旅行支出の推移

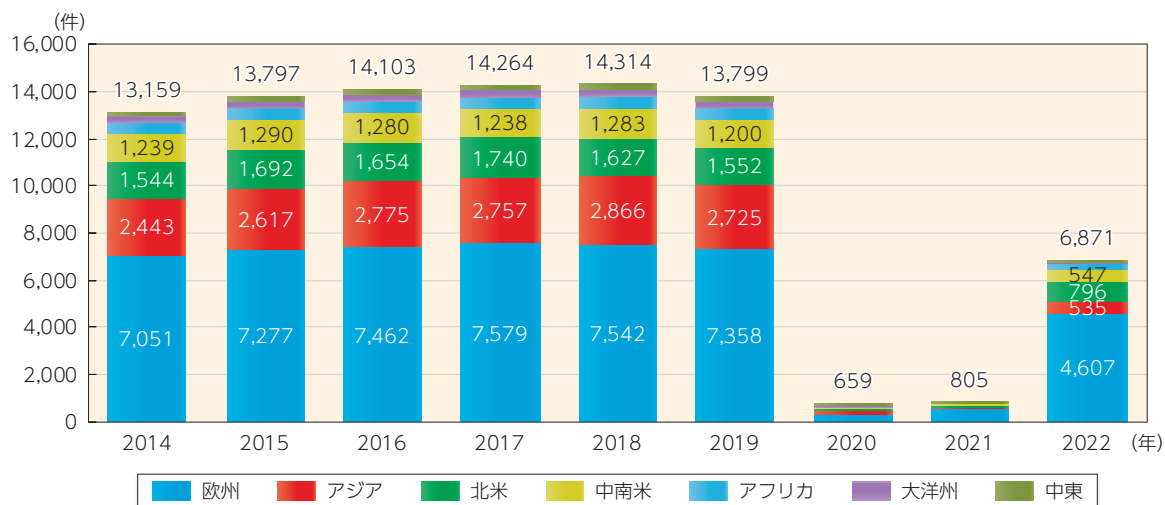


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2 国際会議の開催状況

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

図表I-15 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA（国際会議協会）資料に基づき観光庁作成。

注1：本表の各地域は、ICCAの区分に基づく。

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

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

図表I-16 2022年アジア大洋州における国際会議開催件数

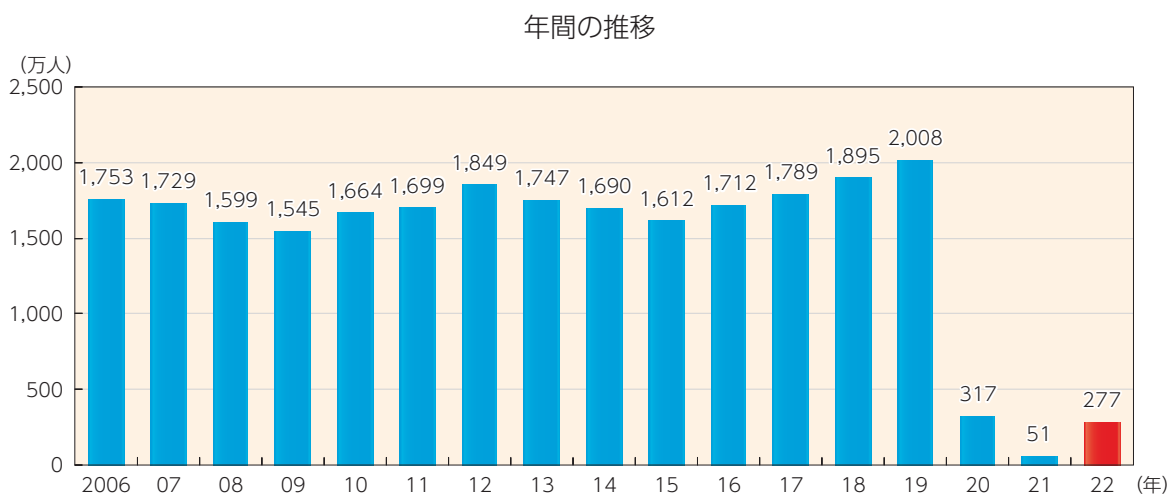
順位	国・地域	2022年			(参考) 2019年
		対面開催	ハイブリッド	合計	
1	日本	81	147	228	530
2	韓国	77	85	162	253
3	オーストラリア	76	42	118	275
4	中国	29	80	109	545
5	シンガポール	70	31	101	152
6	台湾	19	71	90	163
7	タイ	54	27	81	171
8	マレーシア	42	27	69	142
9	インド	47	21	68	163
10	インドネシア	30	13	43	104

資料：ICCA(国際会議協会) 資料に基づき観光庁作成。

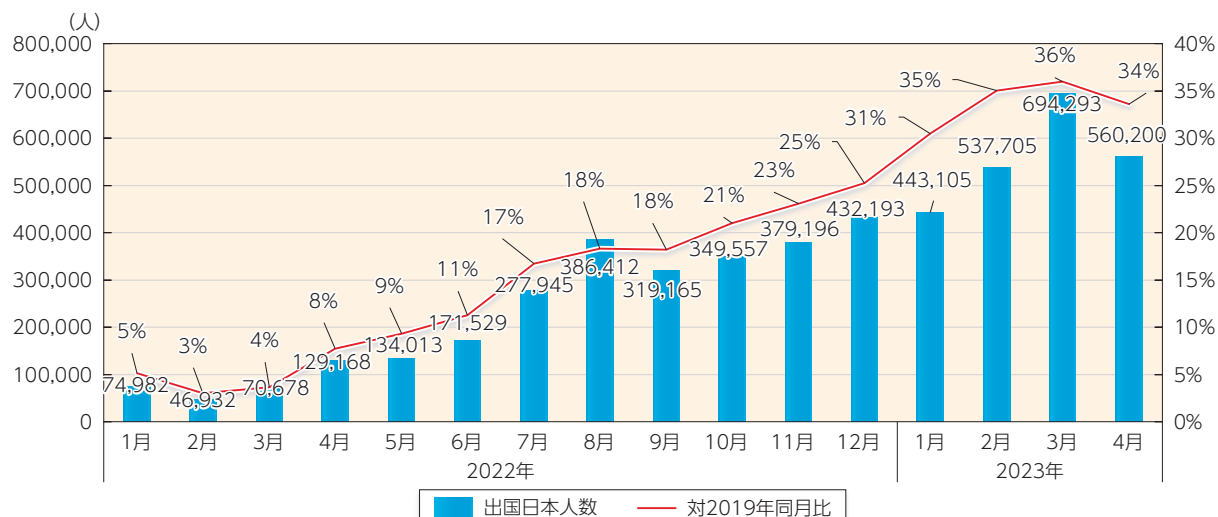
第2節 日本人の海外旅行の状況

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

図表I-17 出国日本人数の推移



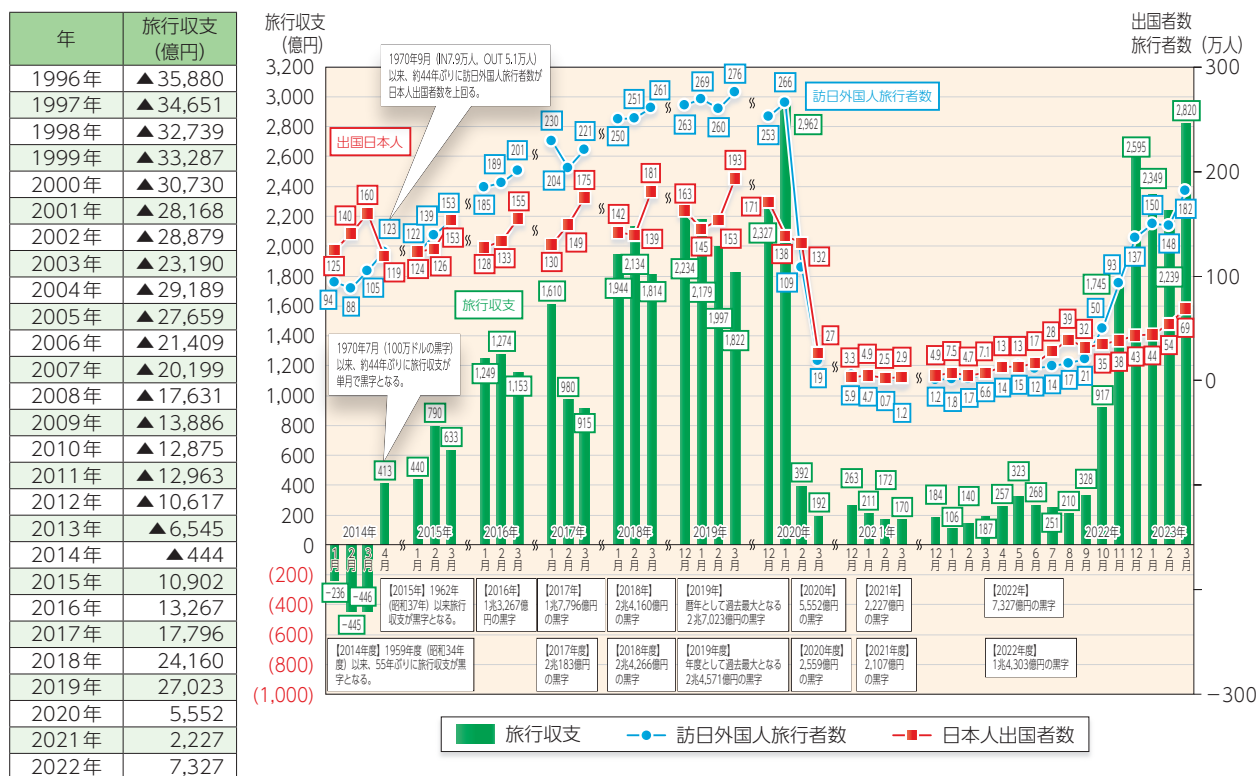
直近の出国日本人数の推移 (月別)



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

旅行収支は2015年(平成27年)に53年ぶりに黒字に転化した後、新型コロナウイルス感染症の影響等により、2021年(令和3年)は2,227億円と黒字幅は大幅に縮小したが、2022年(令和4年)は7,327億円となった(図表I-18)。

図表I-18 旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移



資料：旅行収支は財務省「国際収支統計」、訪日外国人旅行者数は日本政府観光局「訪日外客統計」、日本人出国者数は出入国在留管理庁「出入国管理統計」に基づき観光庁作成。

注1：旅行収支における2023年(令和5年)1月から3月までの値は速報値、2022年(令和4年)10月から12月までの値は第2次速報値、2022年(令和4年)9月までの値は年次改訂値である。

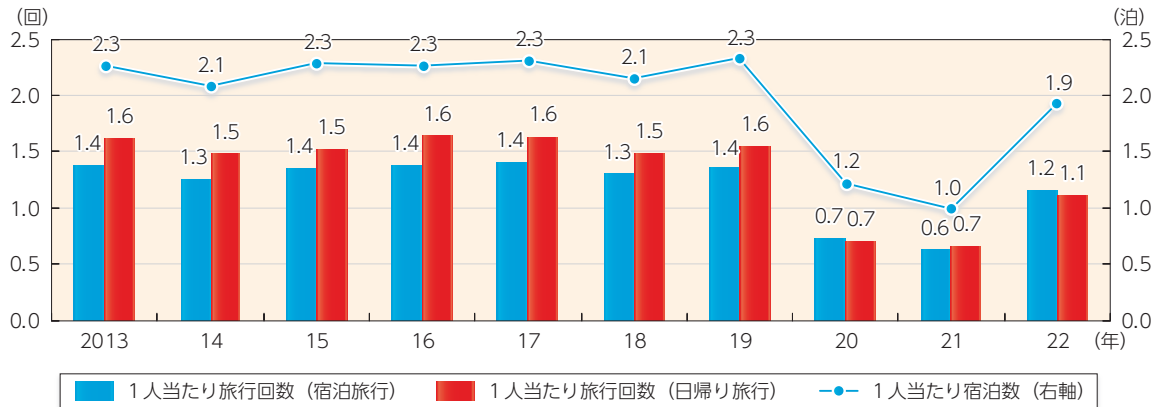
注2：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

第3節 国内観光の状況

1 日本人国内旅行の状況

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

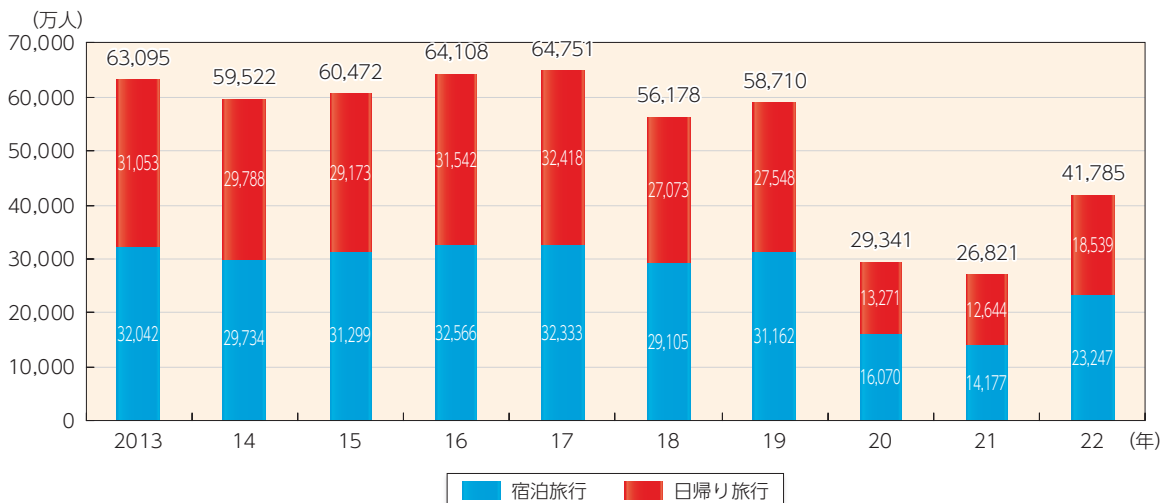
図表I-19 日本人一人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的

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

図表I-20 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」



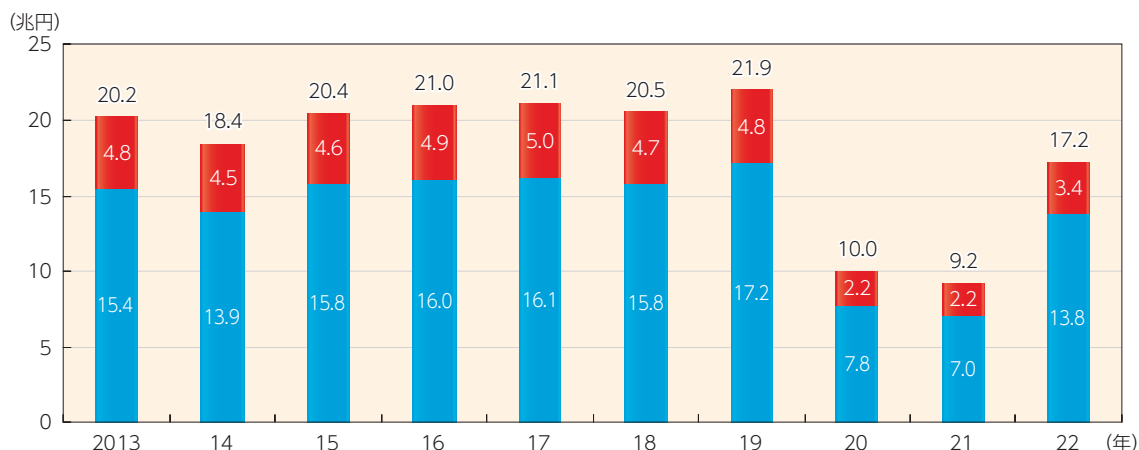
旅行・観光消費動向調査

（図表I-19～I-22）

URL：<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shouhidoukou.html>

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

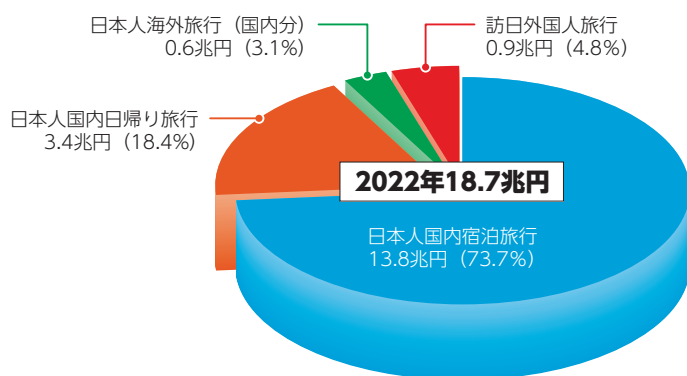
図表I-21 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

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

図表I-22 日本国内における旅行消費額



(単位：兆円)

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

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」に基づき作成。

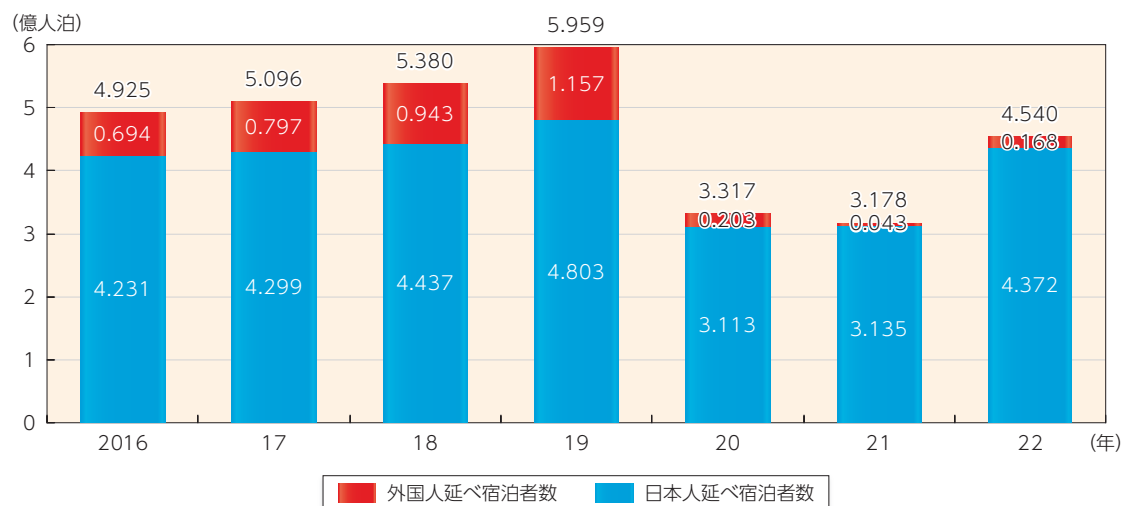
注1：2020年（令和2年）から2022年（令和4年）の「日本人海外旅行 (国内分)」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。

注2：2020年（令和2年）から2022年（令和4年）の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。

2 宿泊旅行の状況

日本国内のホテル、旅館等における延べ宿泊者数は、2022年（令和4年）は4億5,397万人泊（2019年比23.8%減）であった。このうち、日本人延べ宿泊者数は4億3,721万人泊（2019年比9.0%減）、外国人延べ宿泊者数は1,676万人泊（2019年比85.5%減）となった。また、延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合は3.7%であった（図表I-23）。

図表I-23 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



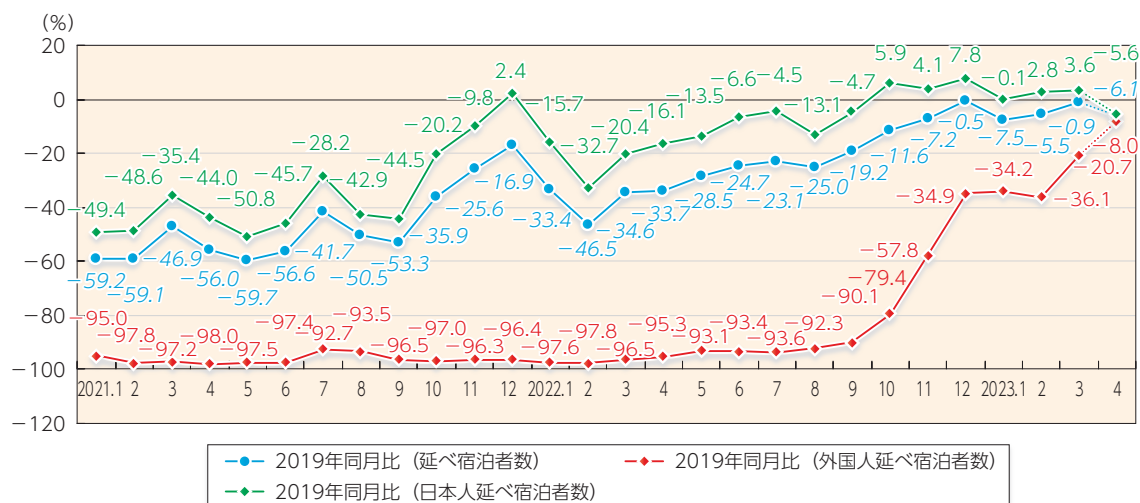
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年（令和4年）は速報値。

注2：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

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

図表I-24 延べ宿泊者数2019年同月比の推移

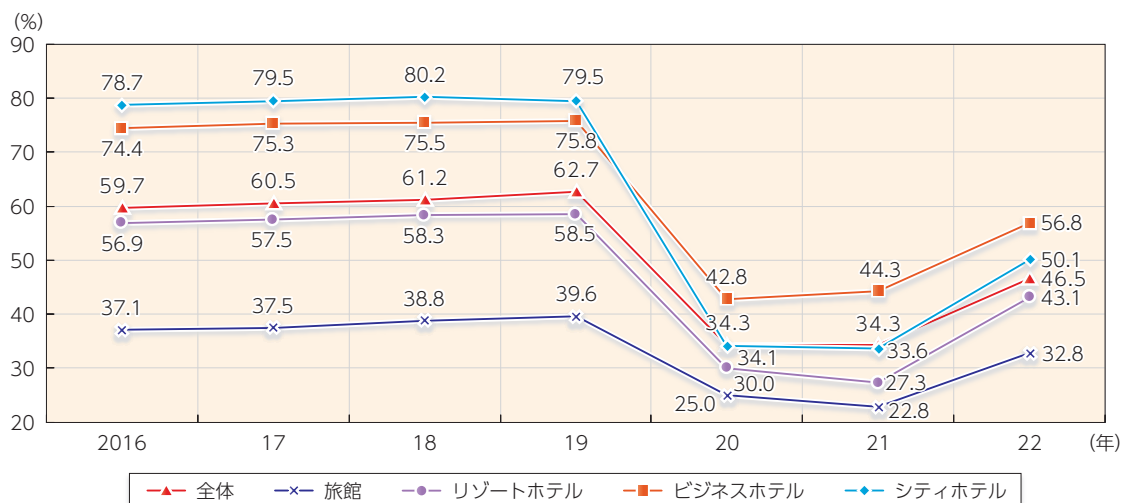


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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

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

図表I-25 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年（令和4年）は速報値。



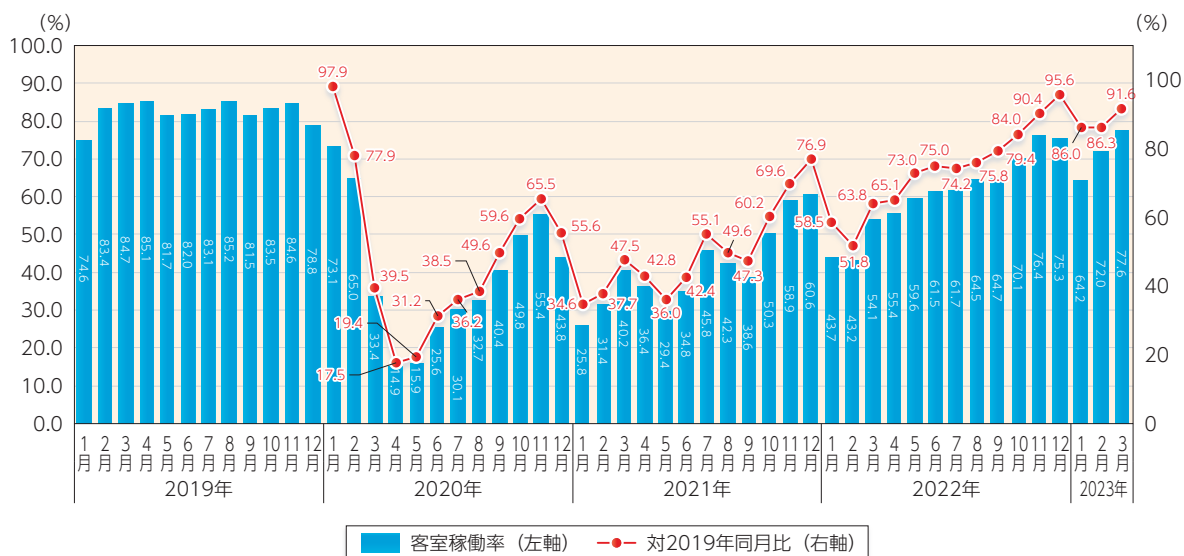
宿泊旅行統計調査

（図表I-23～I-25、図表I-27、図表I-28）

URL：<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>

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

図表I-26 全国の主要ホテル客室稼働率の推移

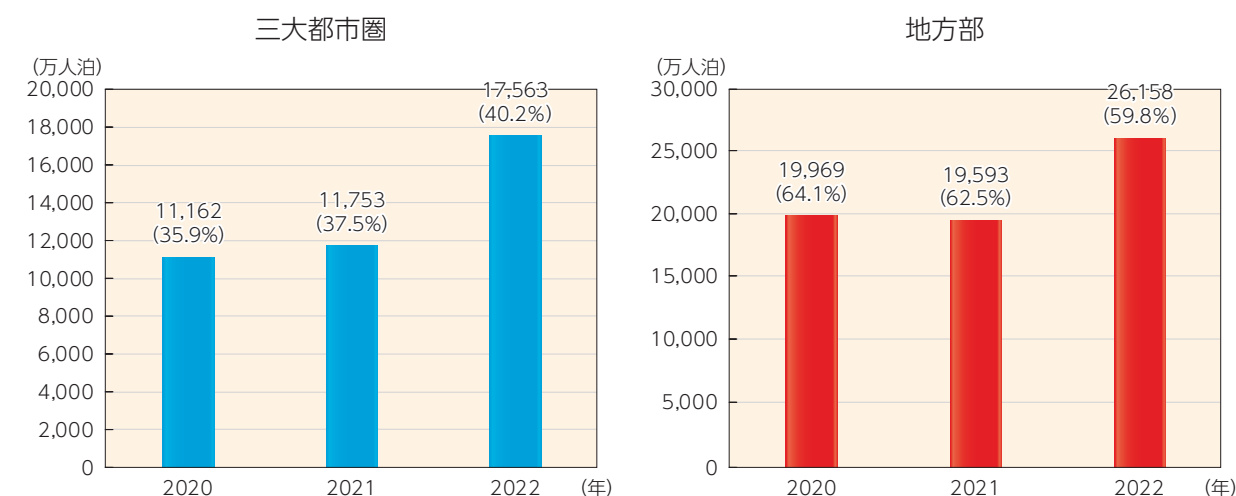


資料：世界の宿泊市場動向分析を行う民間調査会社「STR」

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

日本人延べ宿泊者数について三大都市圏と地方部で比較すると、2022年（令和4年）は三大都市圏では1億7,563万人泊、地方部では2億6,158万人泊となった（図表I-27）。

図表I-27 三大都市圏及び地方部の日本人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

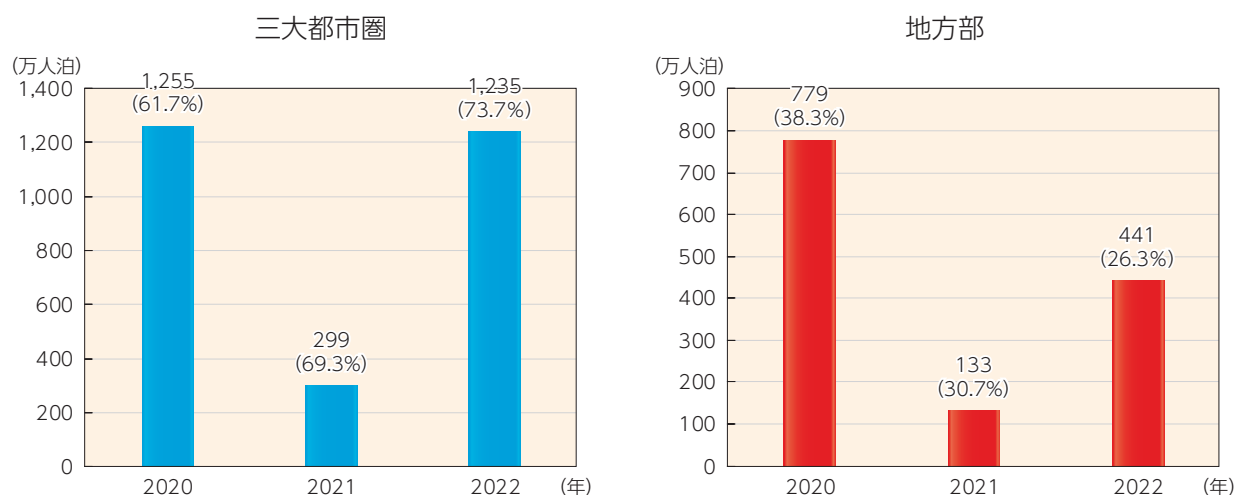
注1：2022年（令和4年）は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県」の8都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

注3：（ ）内は構成比を表している。

外国人延べ宿泊者数について三大都市圏と地方部で比較すると、2022年（令和4年）は三大都市圏では1,235万人泊、地方部では441万人泊となった（図表I-28）。

図表I-28 三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年（令和4年）は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県」の8都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

注3：（ ）内は構成比を表している。

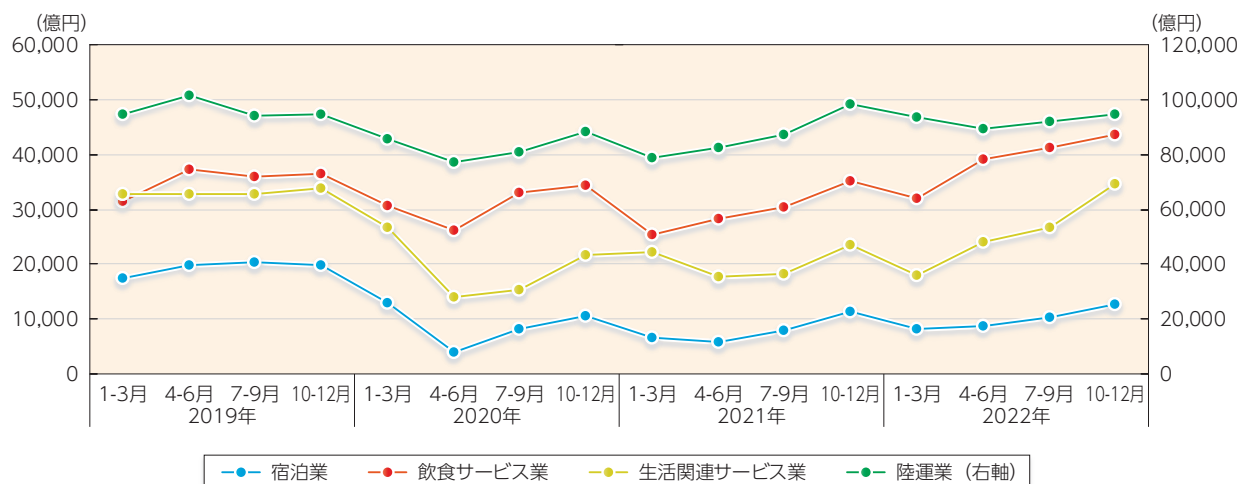
第4節 観光関連産業の状況

1 企業の状況

(1) 売上高

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

図表I-29 観光関連産業の売上高の動向（2019年～2022年）

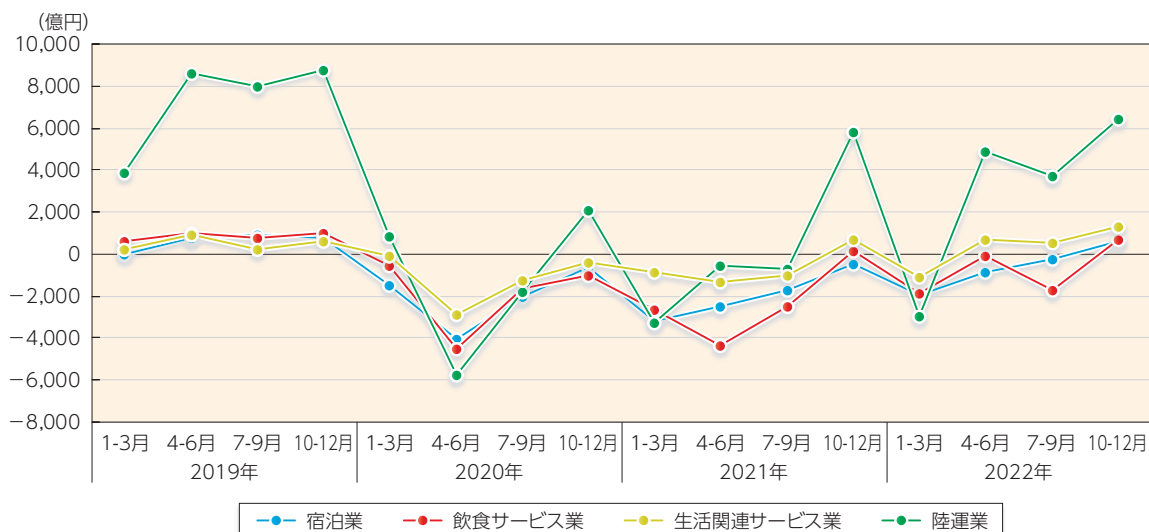


資料：財務省「法人企業統計調査」

(2) 営業利益

次に、本業で得たもうけである営業利益について、宿泊業をみると、2022年（令和4年）10-12月期には新型コロナウイルス感染拡大以降、初めて黒字に転換した（図表I-30）。

図表I-30 観光関連産業の営業利益の動向（2019年～2022年）



資料：財務省「法人企業統計調査」

⁹ 陸運業の内訳として、鉄道業、道路旅客運送業、道路貨物運送業が含まれる。

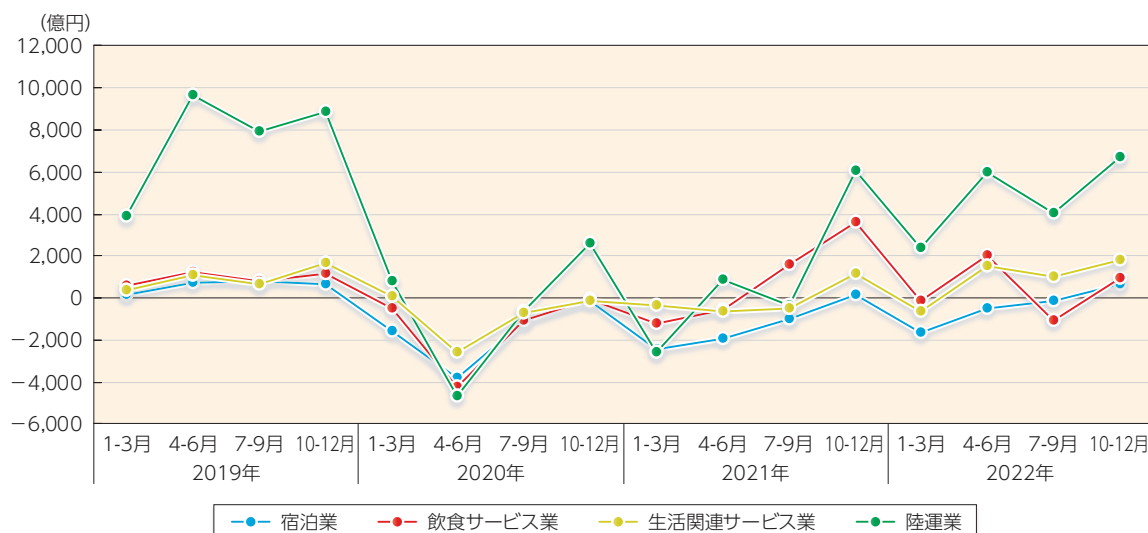
¹⁰ 生活関連サービス業の内訳として、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の生活関連サービス業（旅行業等）が含まれる。

(3) 経常利益

次に、各年の経営状況を表す最も一般的な指標である経常利益の動向をみる。

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

図表I-31 観光関連産業の経常利益の動向(2019年～2022年)



資料：財務省「法人企業統計調査」

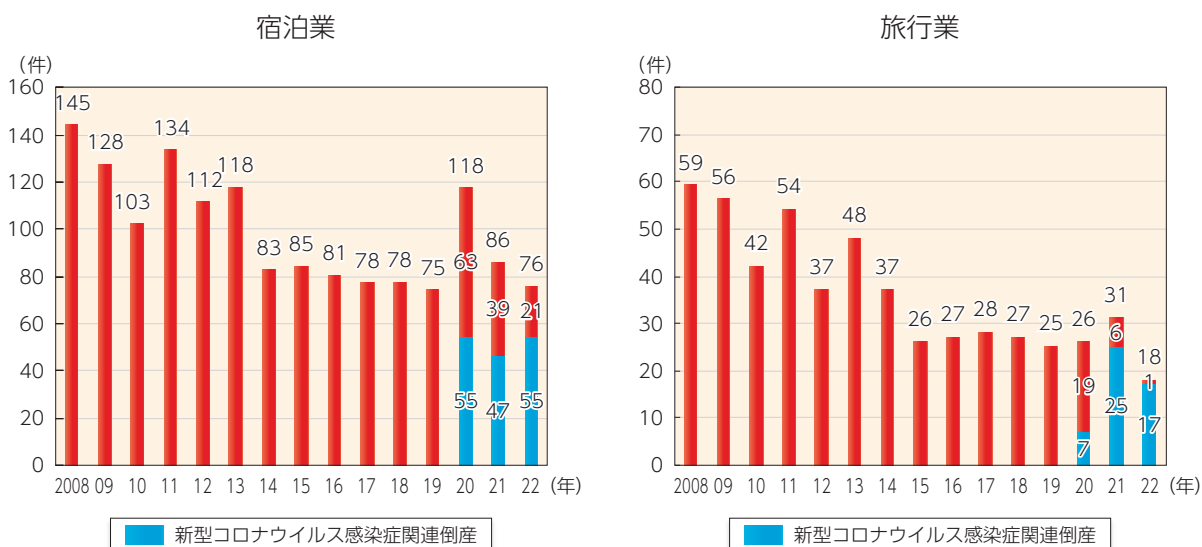
(4) 倒産・休廃業・解散の動向

民間調査会社によると、2022年(令和4年)の宿泊業(負債1,000万円以上)の倒産件数は76件(前年比11.6%減)となり、前年より件数は減少したものの、新型コロナウイルス感染症関連の倒産は55件と約7割を占めている。

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

これまでの分析でみたように、行動制限の緩和等により経済活動が回復するなか、観光関連産業の経営は回復に向かってはいるが、引き続き事業継続と雇用確保へのきめ細かな支援が必要である。

図表I-32 年間倒産件数の推移(宿泊業、旅行業)



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

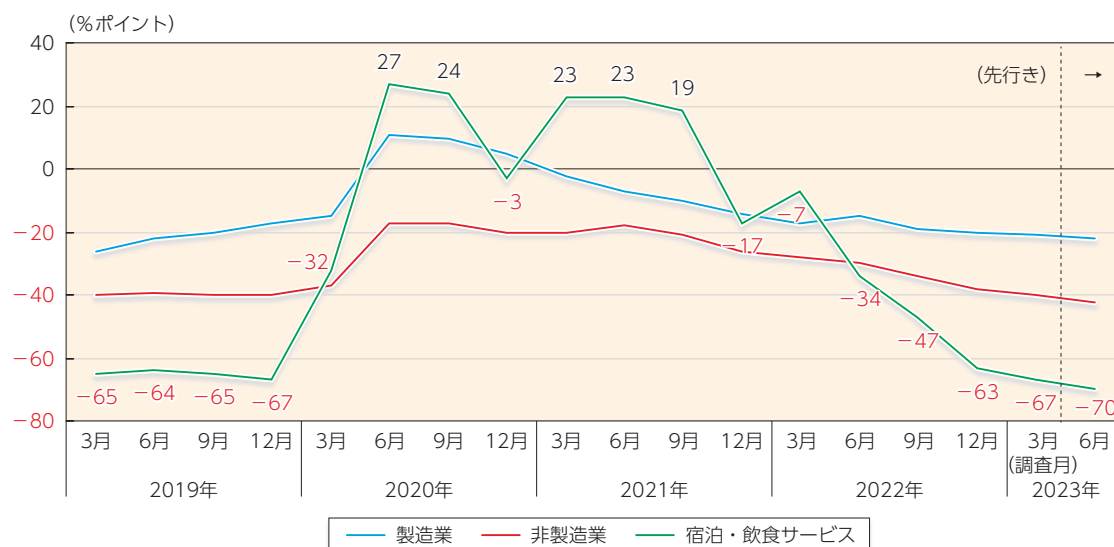
2 雇用の状況

(1) 労働需要

労働需要の推移をみるため、雇用人員判断D.I.の推移をみる。雇用人員判断D.I.はプラスにおいては、人員が過剰と考えている企業の割合の方が高く、マイナスにおいては、人員が不足していると考えている企業の割合の方が高いことを示している。

宿泊・飲食サービスについてみると、2023年（令和5年）3月調査では、まん延防止等重点措置の全面解除や全国旅行支援の開始、水際措置の大幅緩和等により、人員不足感が高まっている（[図表I-33](#)）。

図表I-33 企業の雇用人員判断D.I.の推移



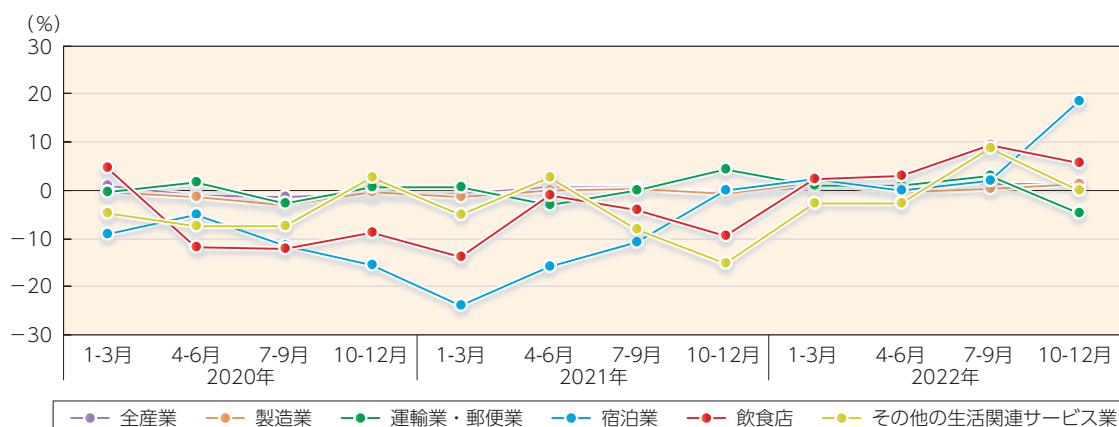
資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

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

(2) 雇用者数

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

図表I-34 雇用者数の推移（前年同期比）

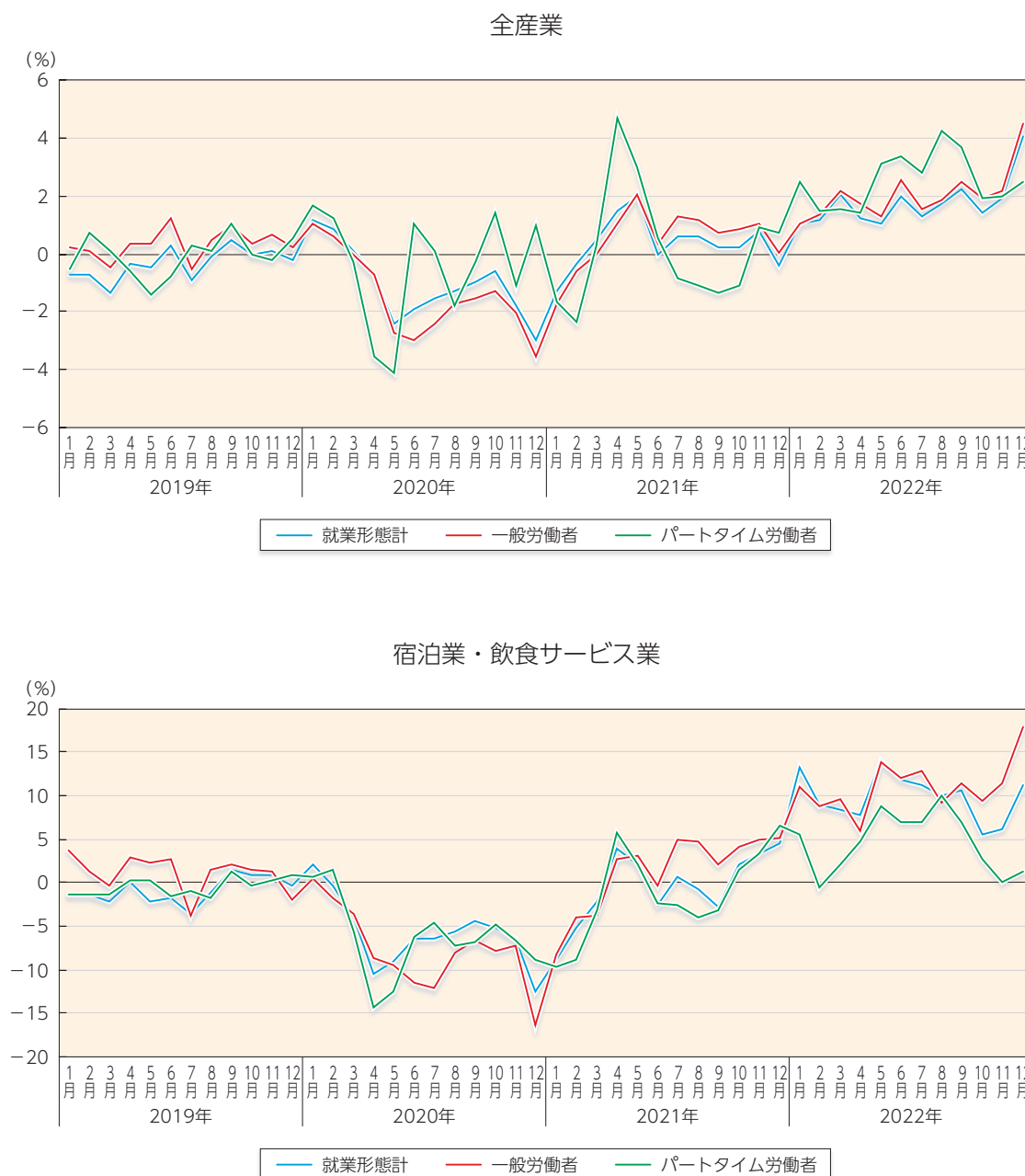


資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成。

(3) 賃金

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

図表I-35 賃金の推移（前年同月比）



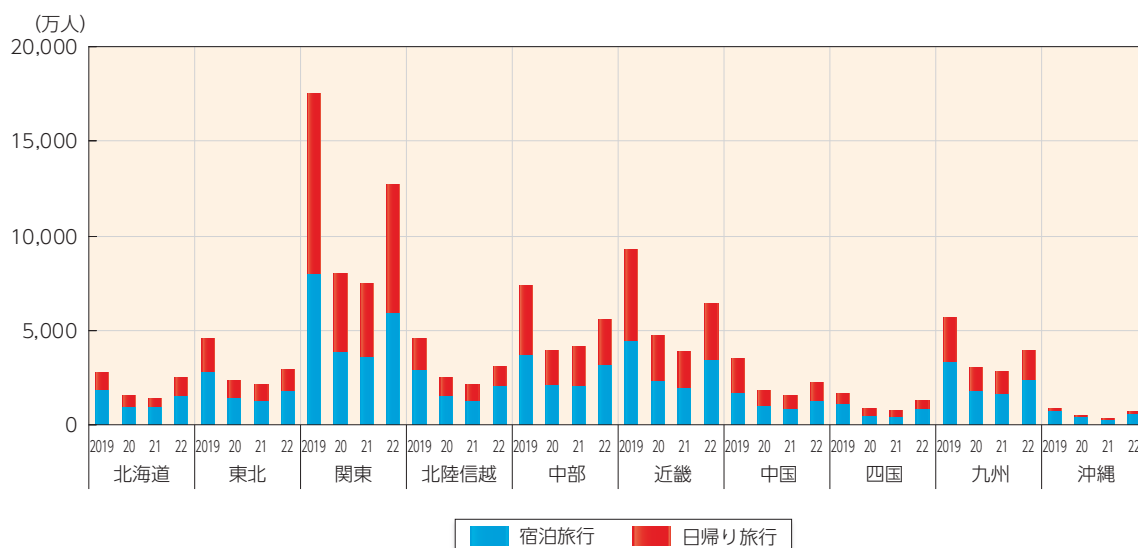
資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：現金給与総額は、きまって支給する給与と特別に支払われた給与の合計額。賃金、給与、手当、賞与その他の名称の如何を問わず、労働の対償として使用者が労働者に通貨で支払うもので、所得税、社会保険料、組合費、購買代金等を差し引く前の金額。

第5節 地域における観光の状況

2022年（令和4年）の日本人の国内延べ旅行者数を地方ブロック別にみると、関東が1億2,675万人（全体の30.3%）、近畿が6,420万人（同15.4%）、中部が5,553万人（同13.3%）となり、同3地域で全国の延べ旅行者数の59.0%を占めた（図表I-36）。

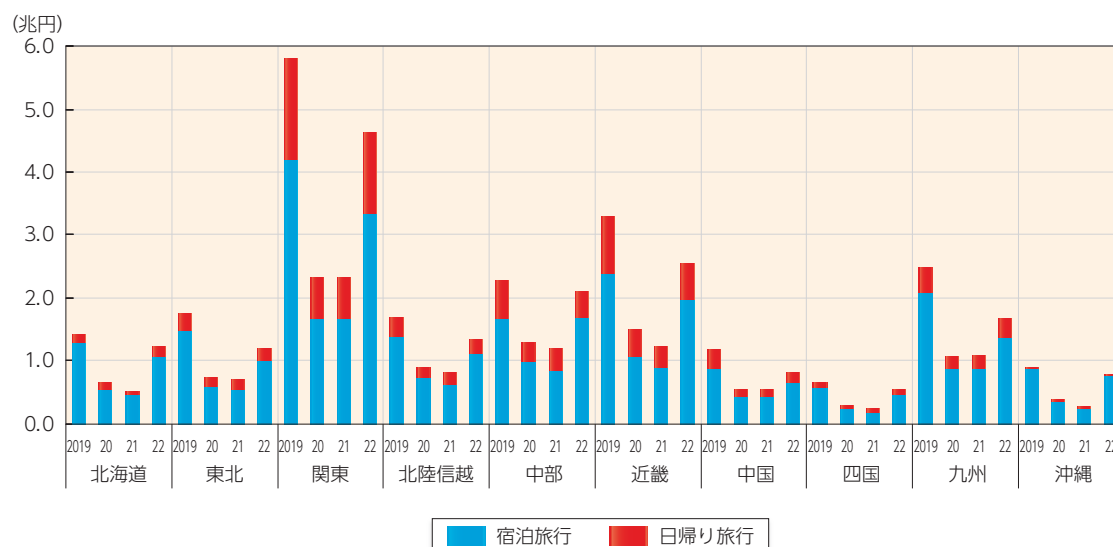
図表I-36 地方ブロック別延べ旅行者数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2022年（令和4年）の日本人の国内旅行消費額を地方ブロック別にみると、関東が4.6兆円（全体の27.0%）、近畿が2.6兆円（同14.9%）、中部が2.1兆円（同12.3%）となり、同3地域で全国の旅行消費額の54.1%を占めた（図表I-37）。

図表I-37 地方ブロック別旅行消費額

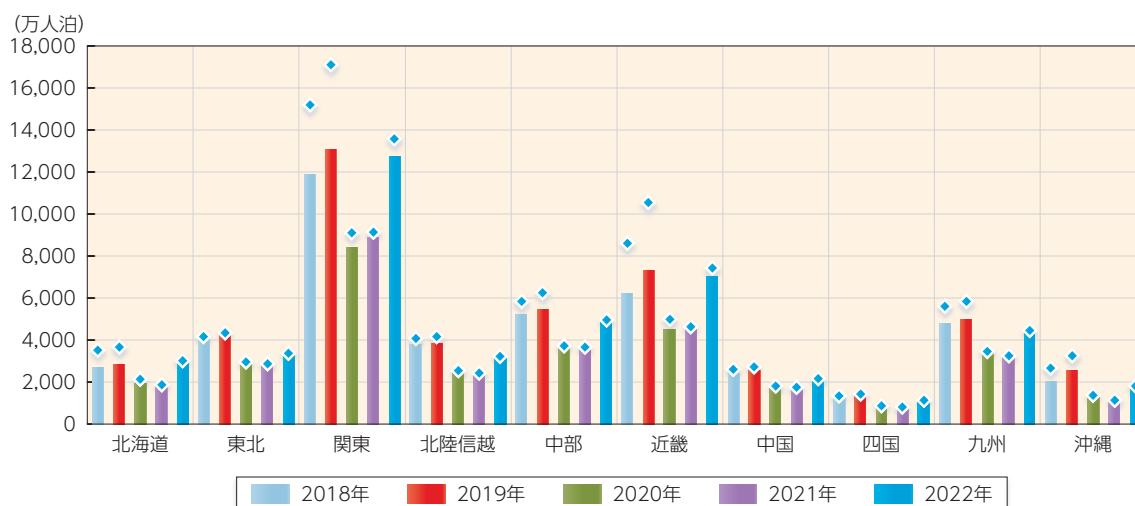


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2022年(令和4年)の延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が13,593万人泊(全体の29.9%)、近畿が7,448万人泊(同16.4%)、中部が4,985万人泊(同11.0%)となり、同3地域で全国の延べ宿泊者数の57.3%を占めた。

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

図表I-38 地方ブロック別延べ宿泊者数(全体及び日本人)



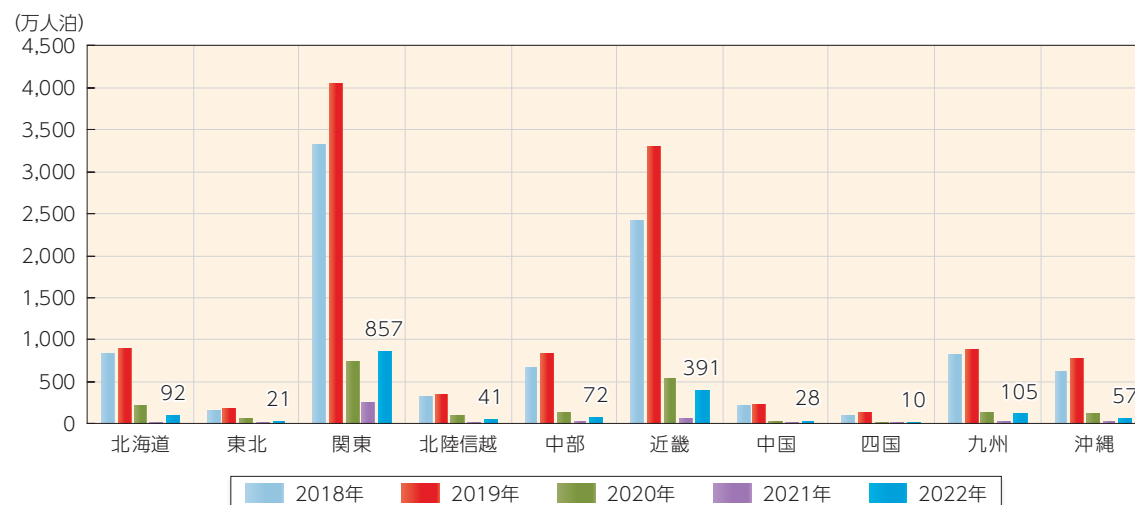
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年(令和4年)は速報値。

注2：棒グラフは日本人延べ宿泊者数を、マーカーは全体の延べ宿泊者数を示している。

外国人延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が857万人泊(全体の51.1%)、近畿が391万人泊(同23.3%)、九州が105万人泊(同6.3%)となり、同3地域で全国の外国人延べ宿泊者数の80.8%を占めた(図表I-39)。

図表I-39 地方ブロック別延べ宿泊者数(外国人)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2022年(令和4年)は速報値。

第3章

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

昨年の観光白書では、新型コロナウイルス感染拡大の影響が長期化する状況の中、感染拡大前から観光産業が抱える構造的な課題について分析を行った。

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

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

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

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

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

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

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

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

第1節

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

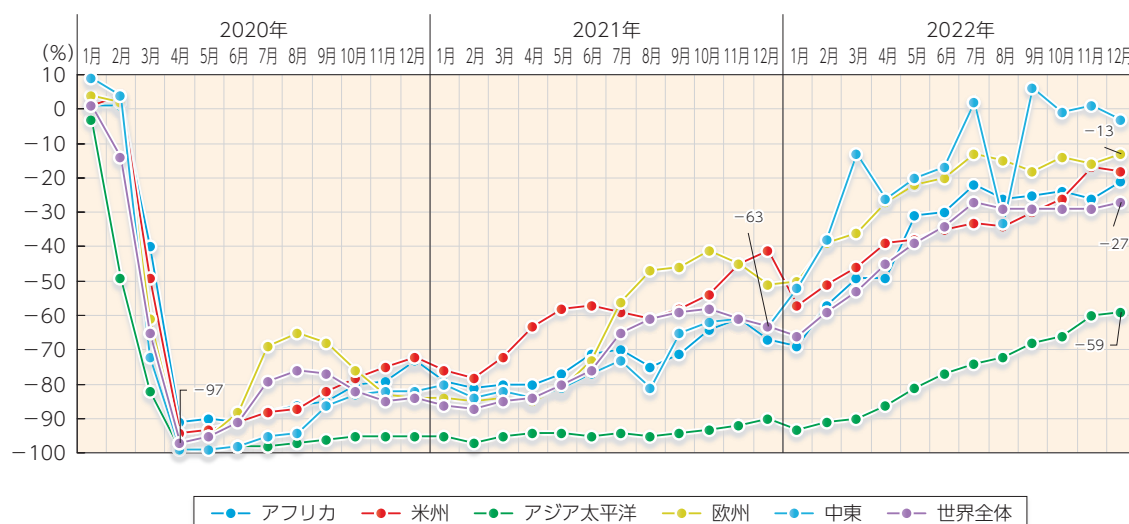
1 回復に向かう観光需要(国際観光客数・国際観光収入)

国際観光客数について、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年(令和元年)と比較すると、世界全体では2020年(令和2年)4月に2019年同月との比較で97%減と底を打って以降は、徐々に回復傾向にある。2021年(令和3年)末の段階で2019年同月に比べて63%減であった国際観光客数は、2022年(令和4年)末の段階において27%減まで回復した。

地域別にみると、欧州は、2021年(令和3年)5月以降回復傾向にあり、2022年(令和4年)末には13%減まで回復している。米州は2022年(令和4年)1月に観光客数が大きく減少したものの、

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

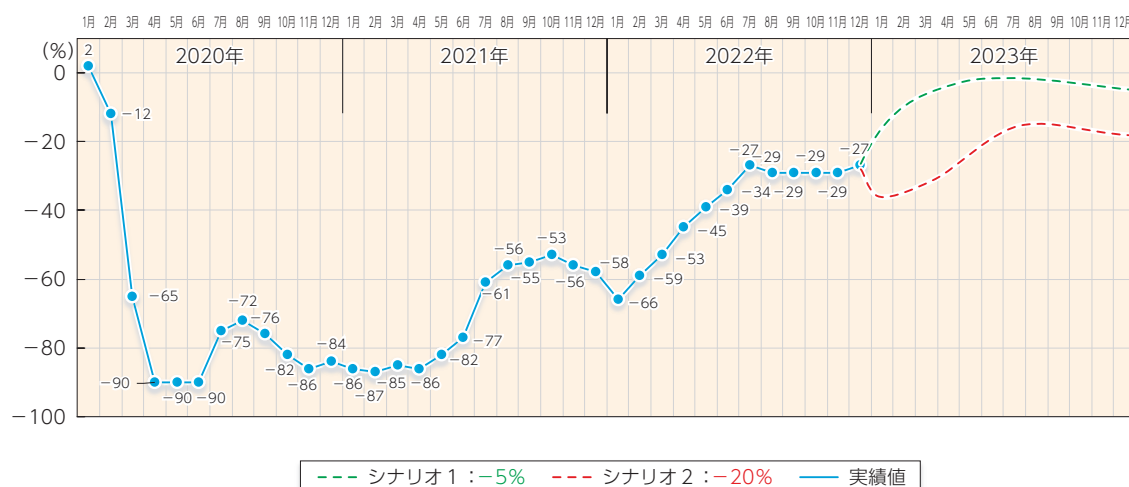
図表I-40 国際観光客数(2019年同月比、地域別)



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

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

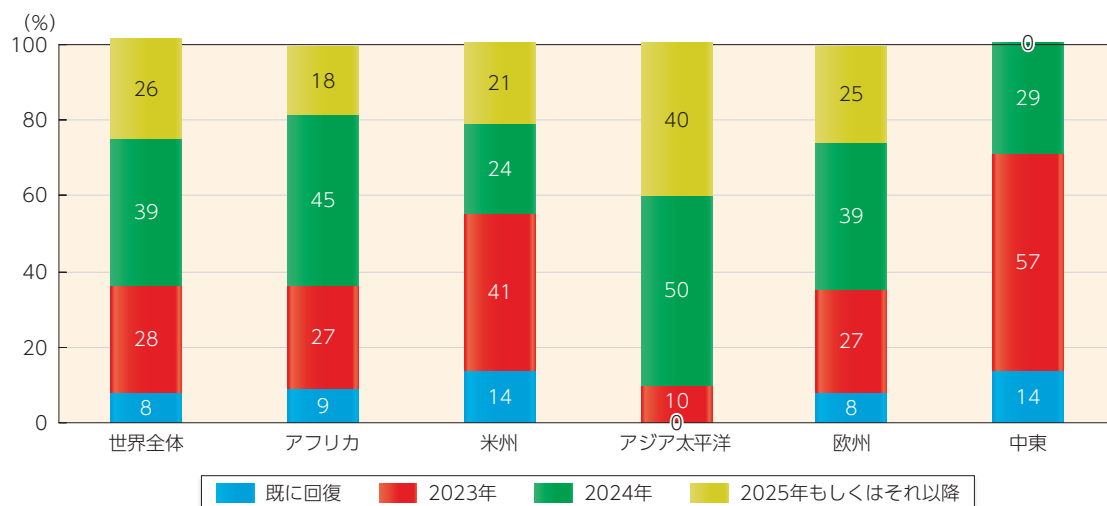
図表I-41 2023年における国際観光客数の回復シナリオ



資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料(2023年(令和5年)1月時点)に基づき観光庁作成。

UNWTO(国連世界観光機関)の専門委員会によると、国際観光客数の地域別の回復見通しについて、アフリカ、米州、欧州では、2024年(令和6年)までに回復するとの見通しが全体の7割から8割を占める。中東では、2024年(令和6年)までに回復するとの見通しで専門家の意見が一致している。一方で、アジア太平洋は、2024年(令和6年)までに回復するとの見通しが6割にとどまっており、引き続き世界の観光市場の中で回復が遅れる地域として捉えられている(図表I-42)。

図表I-42 国際観光客数の回復見通し(地域別)



資料：UNWTO(国連世界観光機関) 資料(2023年(令和5年)1月時点)に基づき観光庁作成。

注1：小数点以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。

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

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

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

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

資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料(2023年(令和5年)1月時点)に基づき観光庁作成。

注1：2019年(令和元年)の国際観光収入の上位15か国・地域を記載。アラブ首長国連邦の2022年(令和4年)第1四半期から第3四半期まで及びインドの2022年(令和4年)第3四半期についてはデータなし。

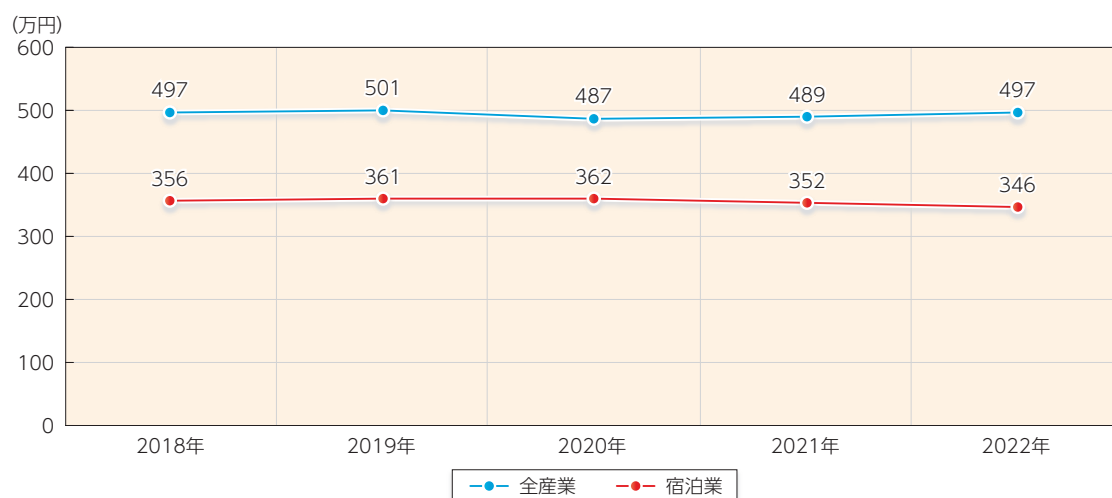
2 顕在化する観光産業の構造的課題 - 「稼げる地域・稼げる産業」への変革の必要性 -

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

(1) 賃金・人員不足

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

図表I-44 賃金(年間賃金総支給額)の推移(全産業、宿泊業)



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：賃金＝一般労働者のきまって支給する現金給与額×12＋年間賞与その他特別給与額から算出。

注2：2020年(令和2年)から有効回答率を考慮した推計方法に変更。

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

図表I-45 宿泊業の雇用状況

（単位：万人）

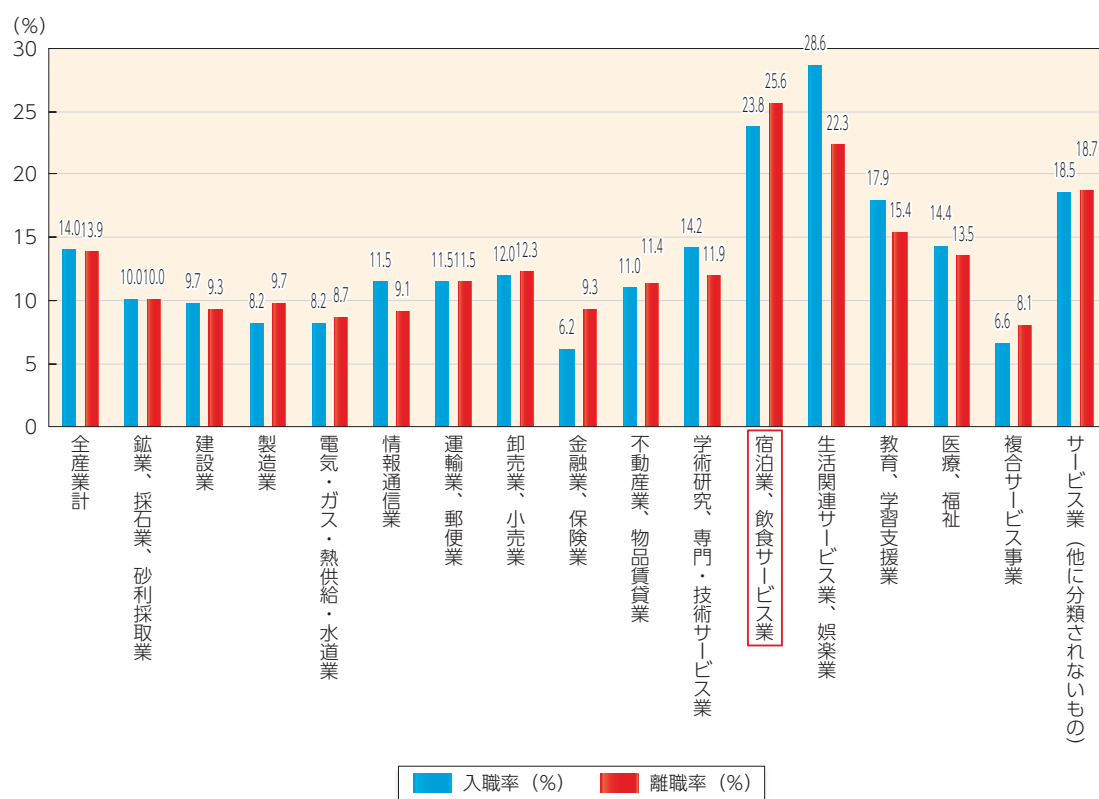
2022年	雇用者数（役員を除く）	うち正規雇用者数	うち非正規雇用者数
全産業	5,699	3,597 (63%)	2,101 (37%)
宿泊業	48	22 (46%)	26 (54%)

資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成。

注1：（ ）内は割合。

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

図表I-46 産業別入職率・離職率（2021年）



資料：厚生労働省「雇用動向調査」に基づき観光庁作成。

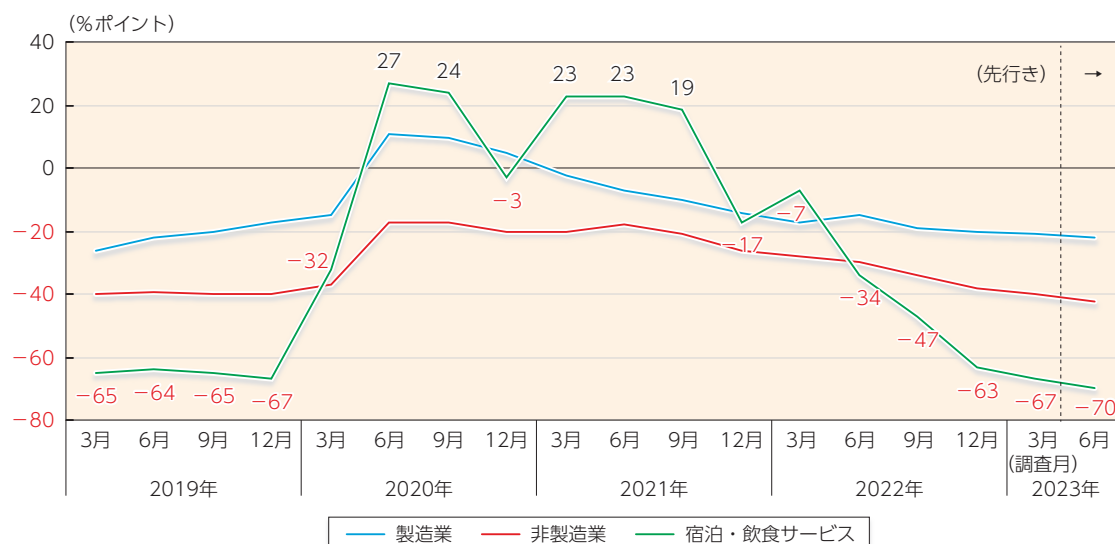
注1：入職者：常用労働者のうち期間中に新たに採用した者（出向者を含み企業内の他事業所からの転入者を除く。）

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

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

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

【再掲】図表I-33 企業の雇用人員判断D.I.の推移



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」に基づき観光庁作成。

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

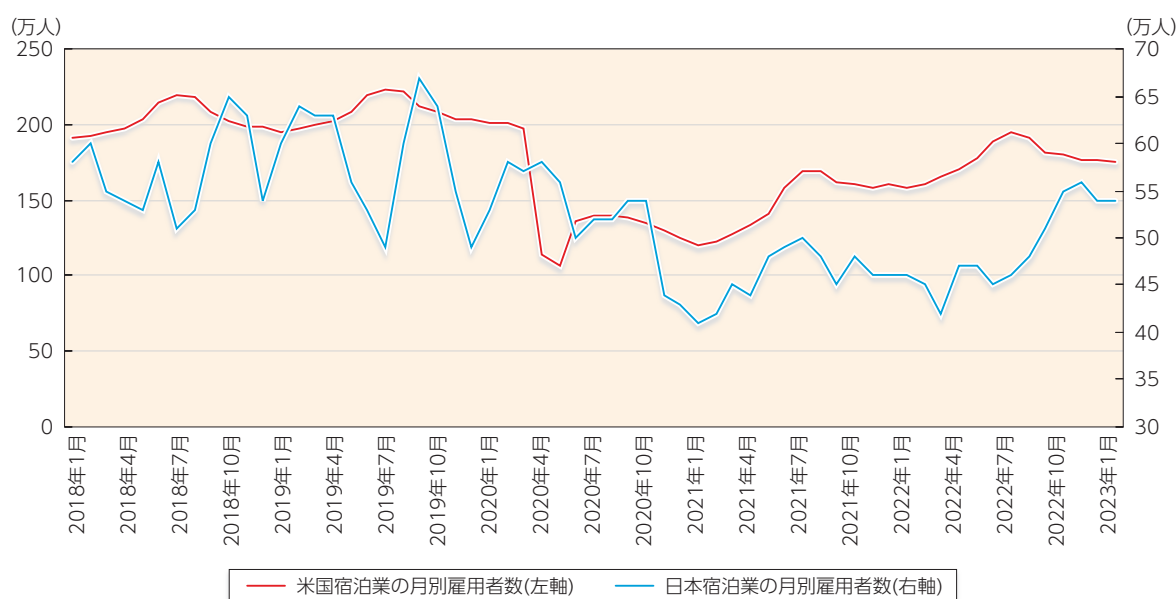
（2）雇用の波動性

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

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

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

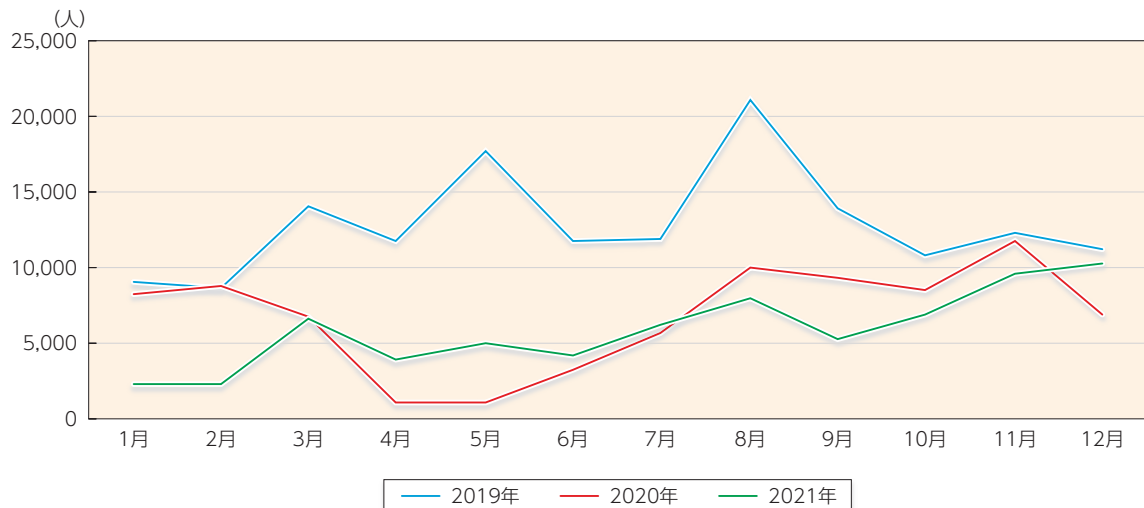
図表I-47 宿泊業の月別雇用者数（日本・米国）



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

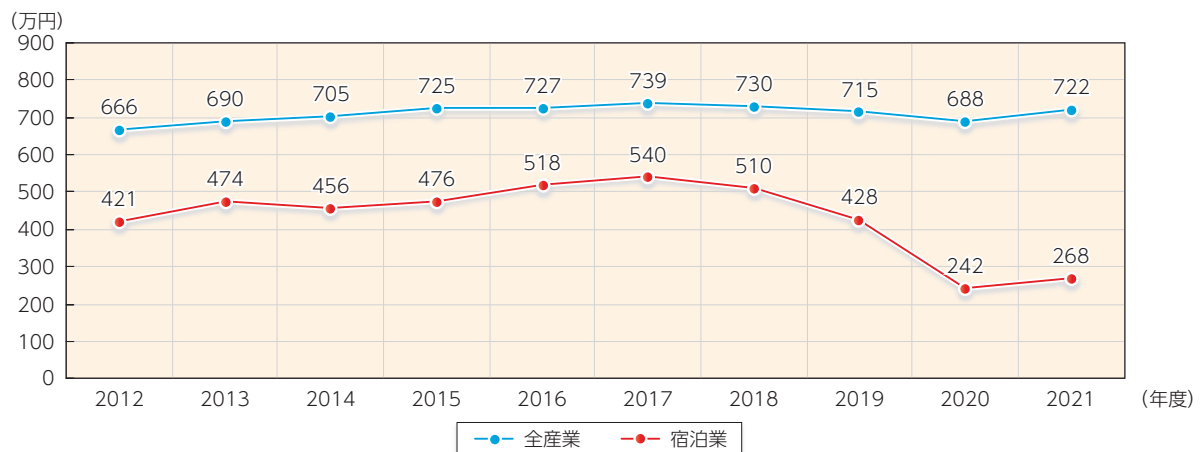
注1：米国については、産業分類のうち Accommodation の月別全雇用者数を集計。日本については、総務省「労働力調査」から、宿泊業の月別の「役員を除く雇用者数」を集計。

(参考) 月別実旅行者数 (令和4年版観光白書 図表Ⅱ-28)



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

図表I-48 労働生産性の推移 (全産業、宿泊業)



資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：労働生産性は付加価値÷期中平均従業員数から算出。全産業は、金融保険業を除く値。

第2節 観光分野における「稼ぐ力」の現状と課題

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

1 観光GDP(付加価値額)の国際比較

(1) 観光GDPとは(TSAの紹介)

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

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

図表I-49 TSAの公表様式と推計資料一覧

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

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

11 カナダ、フランス、ドイツ、イタリア、日本、英国及び米国の7か国。

(2) 日本の観光GDP及び観光GDPに関する指標の現状

a) 日本の観光GDPの現状

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

図表I-50 日本の観光GDPの産業別構成（2019年）

（単位：10億円）

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

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

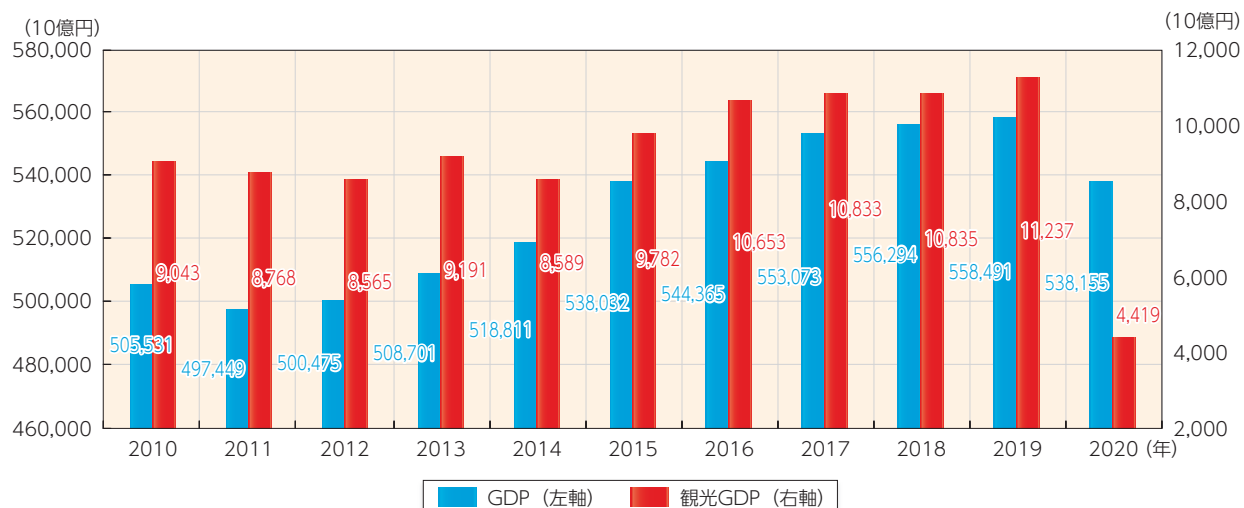
b) 観光GDPに関する指標の時系列推移

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

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

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

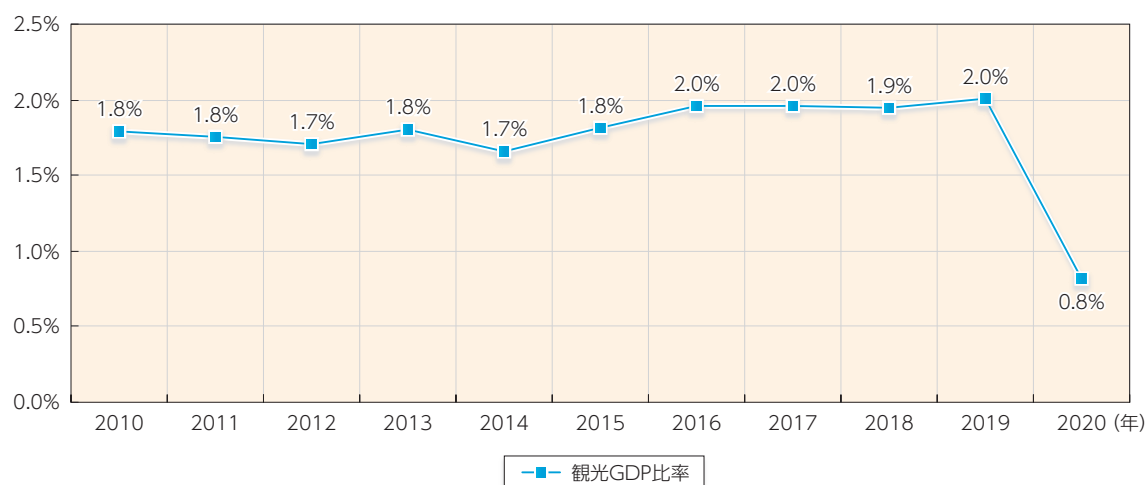
図表I-51 日本のGDP及び観光GDPの推移



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

注1：GDP、観光GDPはいずれも名目値。

図表I-52 日本の観光GDP比率の推移



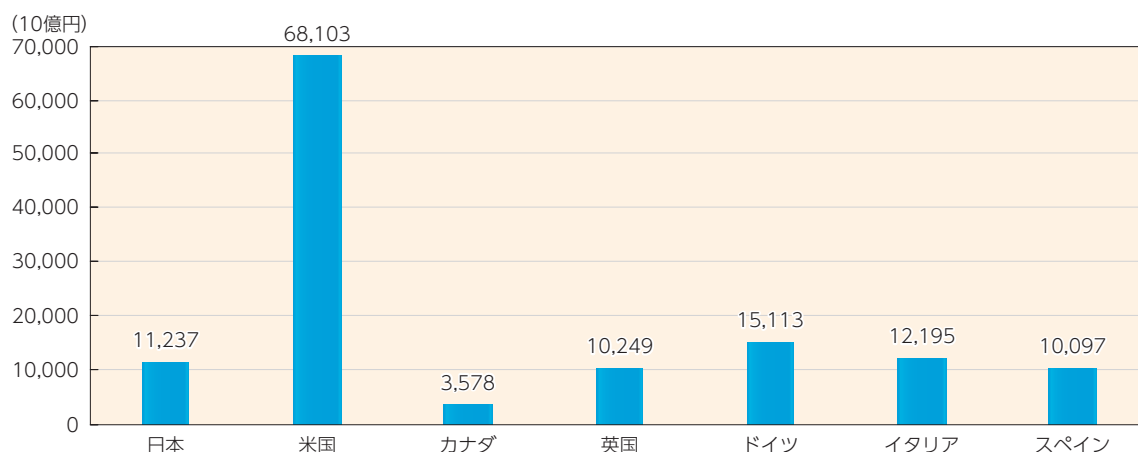
資料：内閣府「2020年度（令和2年度）国民経済計算年次推計」、観光庁「旅行・観光サテライト勘定」（TSA：Tourism Satellite Account）に基づき観光庁作成。ただし、2010年（平成22年）から2017年（平成29年）の観光GDPは観光庁推計。

(3) 観光GDPの国際比較

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

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

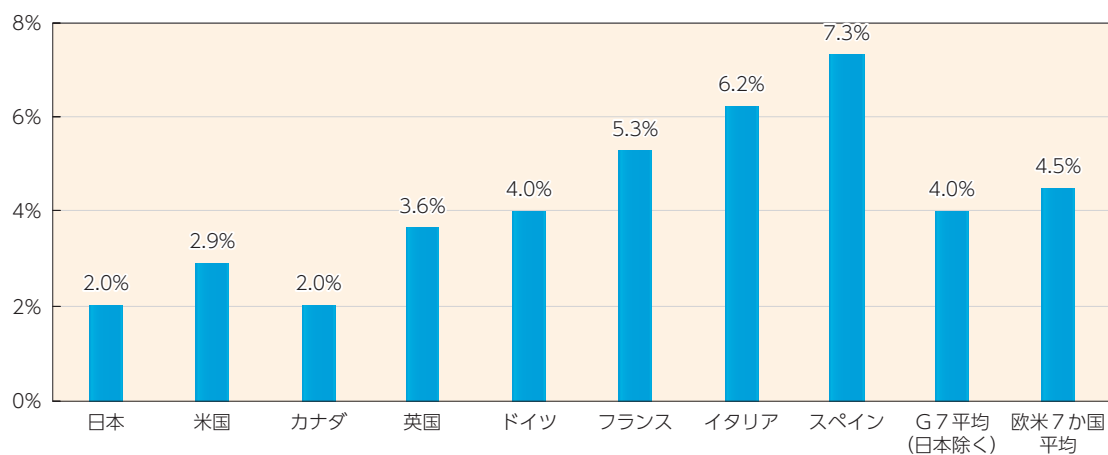
図表I-53 観光GDP額の国際比較（2019年）



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

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

図表I-54 観光GDP比率の国際比較



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

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

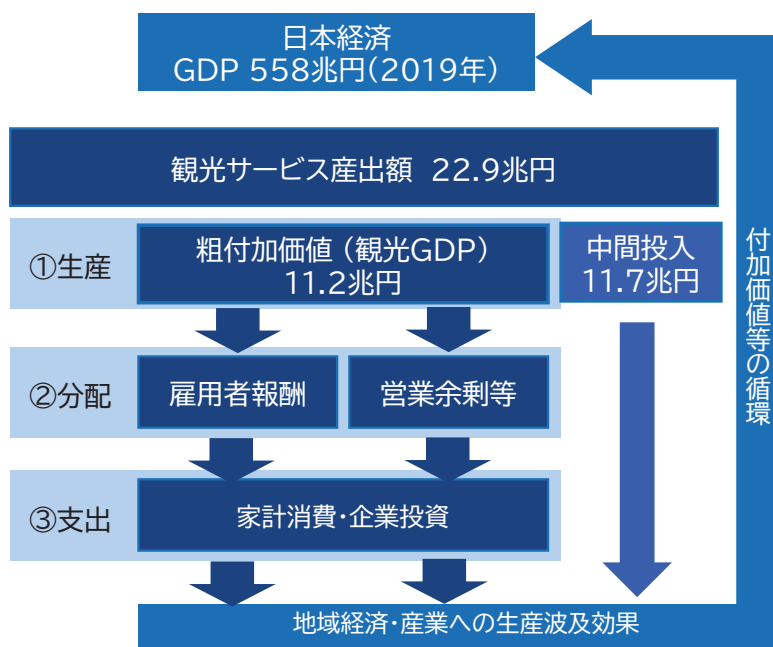
注2：G7はカナダ、フランス、ドイツ、イタリア、日本、英国及び米国の7か国。

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

(1) 分析手法

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

図表I-55 日本の観光経済の循環構造



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

注1：GDP、観光GDPはいずれも名目値。

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

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

分析対象は、全産業、観光産業及びその他の産業¹²、宿泊業の3つに区分した。

(2) 付加価値の分析

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

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

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

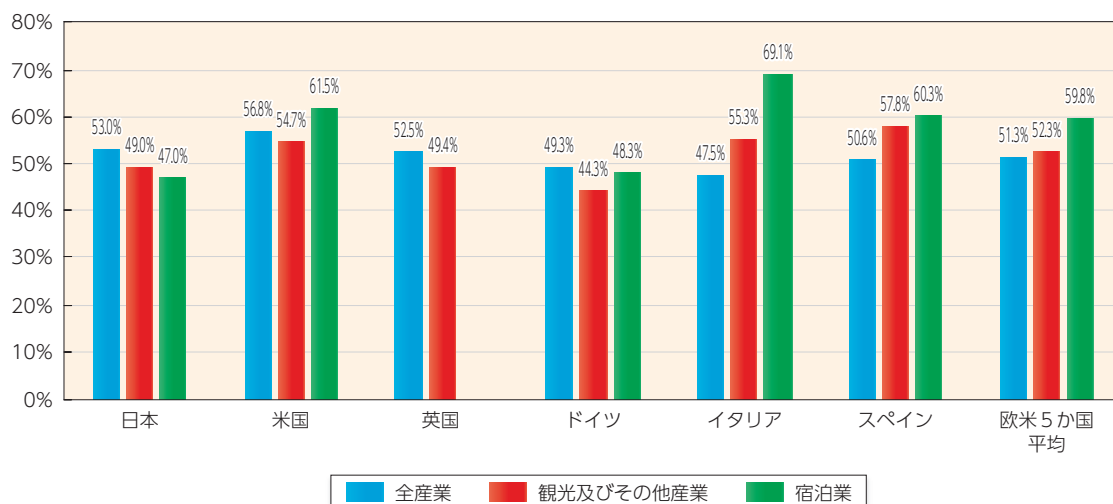
米国、イタリア及びスペインでは、宿泊業の付加価値率が全産業より顕著に高くなっており、イ

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

タリア及びスペインでは、観光及びその他産業の付加価値率も全産業より高い(図表I-56)。

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

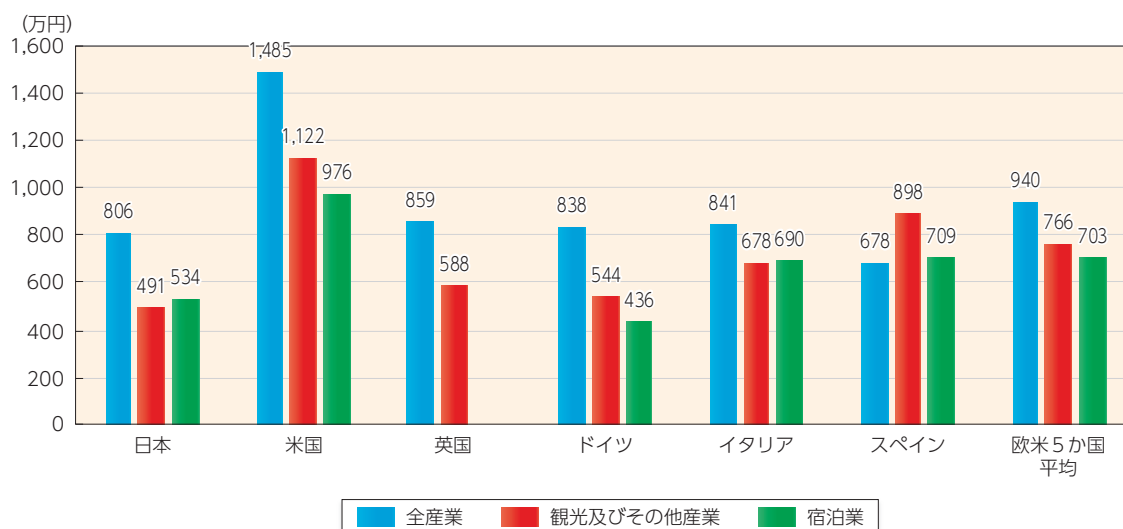
図表I-56 付加価値率の国際比較(2019年)



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

注1：英国は観光GDPの産業別数値が非公表。

図表I-57 就業者一人当たり付加価値額の国際比較(2019年)



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

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

注2：英国は観光GDPの産業別数値が非公表。

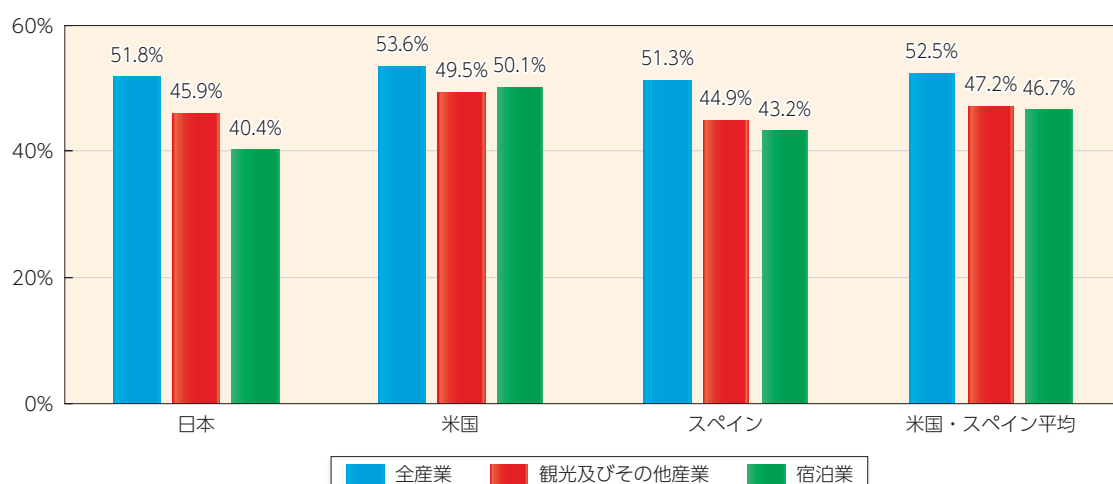
さらに、観光の「稼ぐ力」である付加価値（観光GDP）を源泉に観光従事者へ分配される雇用者報酬について、付加価値額に占める雇用者報酬額の割合（労働分配率）と一人当たり雇用者報酬額を国際比較指標として設定して分析した。

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

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

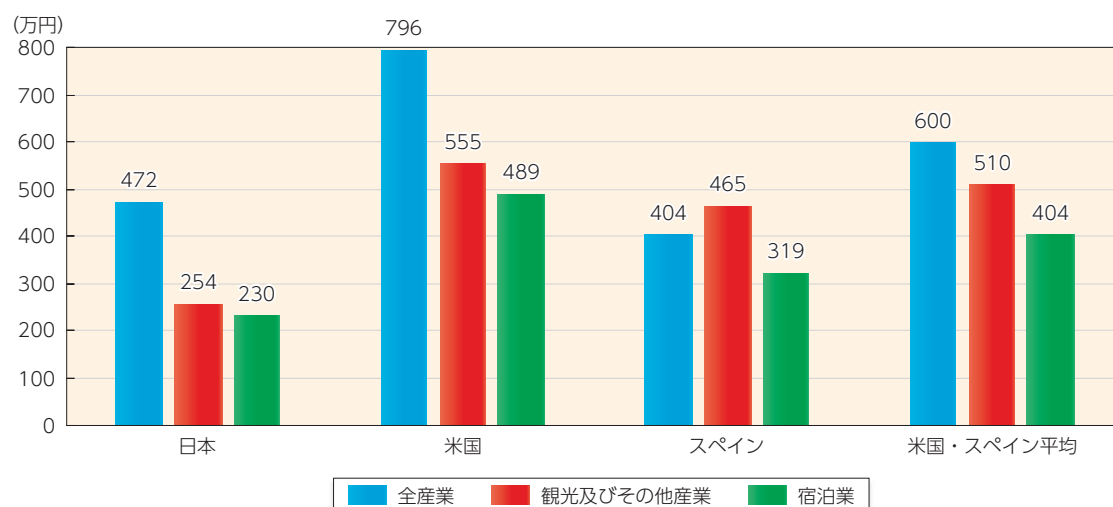
一方で、一人当たり雇用者報酬をみると、日本は、全産業（472万円）に対し観光及びその他産業（254万円）、宿泊業（230万円）と相対的に低くなっている。国際比較では、米国がいずれの産業でも高い。スペインは、全産業については日本より低い、観光及びその他産業（465万円）と宿泊業（319万円）については日本より高水準にある（図表I-59）。

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



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

図表I-59 一人当たり雇用者報酬の国際比較（2019年）



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

3 観光GDPの国際比較による日本の課題－観光の付加価値の強化－

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

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

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

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

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

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

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

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

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

観光地の再生・高付加価値化の効果（宿泊施設の客室単価向上）

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

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

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

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

これら特色ある観光地の「稼ぐ力」は、需要平準化への展開も期待される。

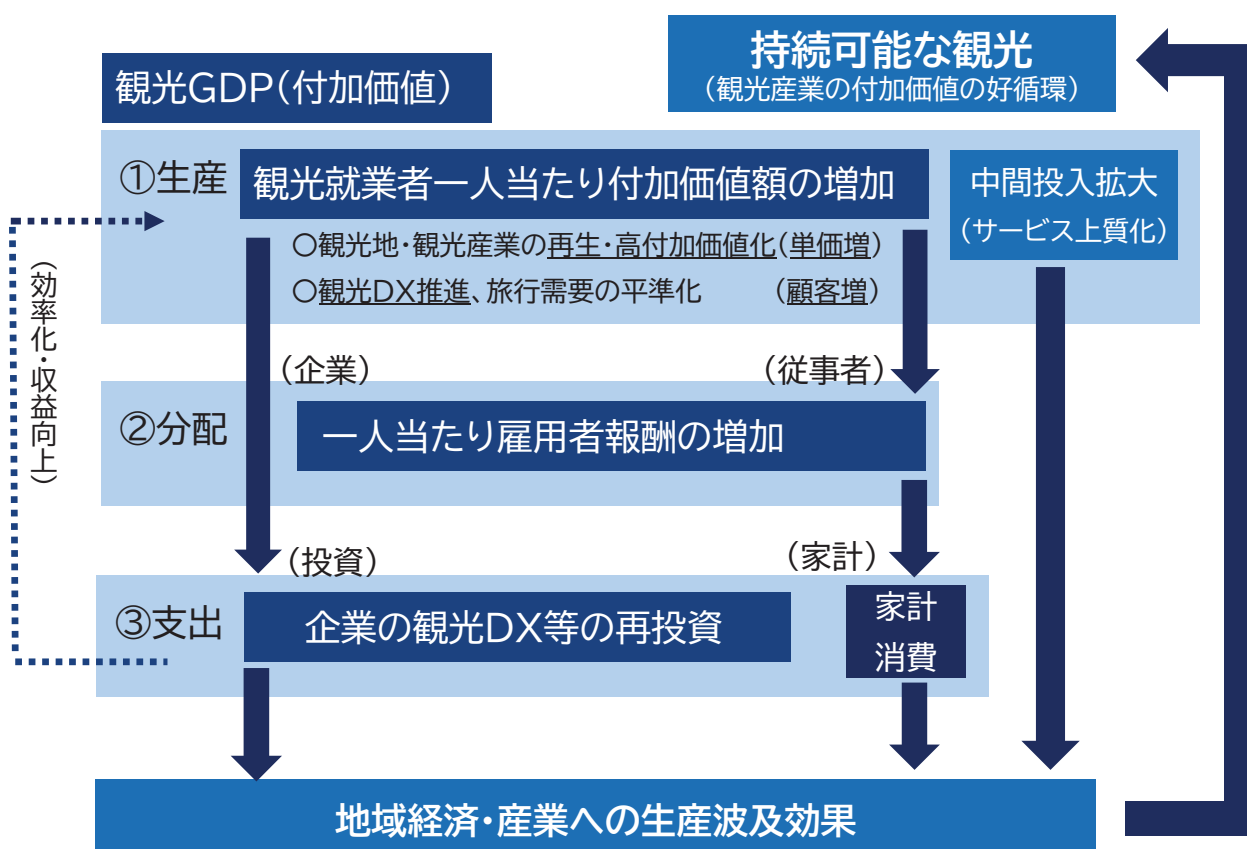
4 観光分野の「稼ぐ力」（付加価値）の好循環による持続可能な観光

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

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

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

図表I-60 観光の付加価値等の好循環による持続可能な観光への寄与



図表I-61 観光地を核とした地域活性化の好循環



第3節 観光地の「稼ぐ力」による地域活性化の好循環

観光産業は、生産性の低さ、デジタル化の遅れ等の構造的な課題を抱えており、これらを解決するため、DXを推進するとともに、観光産業の従事者の待遇改善も併せて推進することが必要である。

観光庁では、観光地の顔となる宿泊施設を中心とした、地域一体となった面的な観光地再生・高付加価値化について、地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO)等による観光地再生に向けた地域計画の作成や同計画に基づく改修事業等を強力に支援している。

また、地域経済を支える観光の本格的な復興の実現に向けて、地域の稼げる看板商品の創出を図るため、自然、食、歴史・文化・芸術、生業、交通等の地域ならではの観光資源を活用したコンテンツの造成から販路開拓まで一貫した支援を実施している。

さらに、観光分野のデジタル実装を進め、消費拡大、再来訪促進等を図るとともに、これを支える人材を育成し、稼ぐ地域の創出に取り組んでいる。

ポストコロナに向けた観光庁の主な施策

地域と一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化

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



観光施設改修

- 土産物店や飲食店等の改修支援



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



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



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

施策イメージ

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

- 地域に根づく文化・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

観光分野におけるデジタル実装

観光産業の生産性向上

- 顧客予約管理システム(PMS)による、情報管理の高度化、人員配置の効率化

旅行者の利便性向上・周遊促進

- デジタルサイネージ等による、リアルタイム性の高い情報発信
- 観光アプリを活用した、混雑回避・人流分散による消費拡大

観光地経営の高度化

- 旅行者のキャッシュレス決済データ等を用いたマーケティング(CRM)による、再来訪促進、消費拡大

観光デジタル人材の育成・活用

- 観光地域づくり法人(DMO)を中核に、デジタル人材を登用・育成
- デジタル人材が、観光地域のデジタル化やマーケティング、観光産業経営におけるデータ活用等を主導

資料：観光庁作成

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

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

観光庁では、これら観光の「稼げる地域・稼げる産業」への変革に向けた各種支援措置を講じており、採択地域では、観光地域づくり法人等を中心に取組を着実に進め、新型コロナウイルス感染

症下からの回復期における宿泊単価向上などの効果を収めている。

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

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

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

1 事例の概要

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

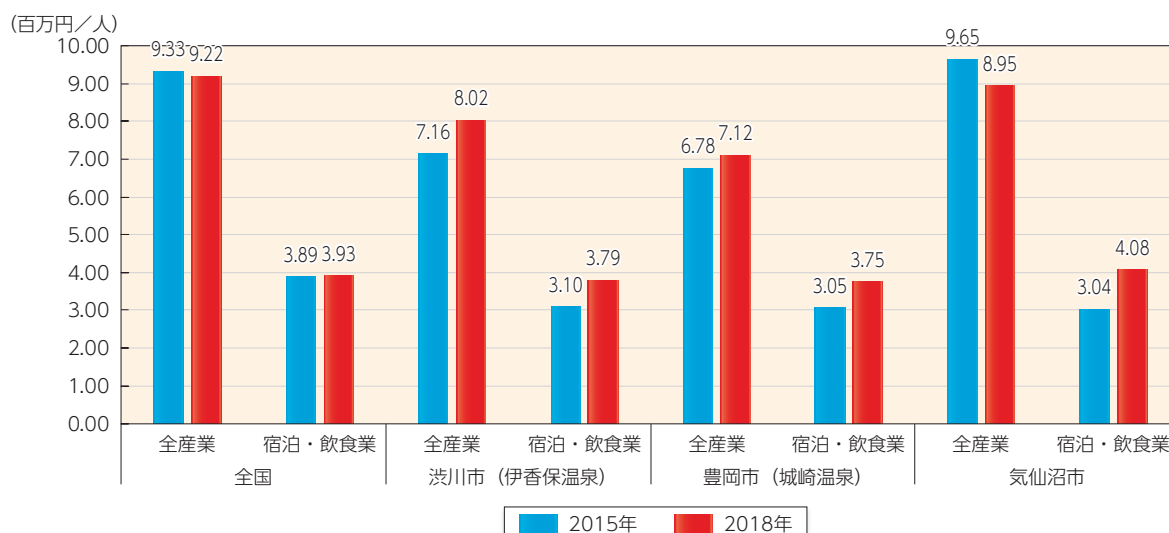
伊香保温泉は、観光地の景観再生及び宿泊施設等の高付加価値化等に取り組むことで収益改善、単価向上を実現している。城崎温泉は、観光DX推進により各宿泊施設の予約等に関するデータを集約・可視化する基盤を構築し、宿泊施設におけるレベニューマネジメントに活用するほか、地元の専門職大学、市及び観光地域づくり法人によって体験プログラムを開発するためのプラットフォームを設立し、収益力向上につなげている。気仙沼市は、気仙沼クルーカードによる地域マーケティングデータを蓄積し顧客管理の深度化を進め、新型コロナウイルス感染症の影響からの宿泊者数の早期回復に寄与するとともに、食を生かした高付加価値な体験商品の新規開発を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

図表I-62 観光の「稼ぐ力」の分析対象地域と特色ある取組

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

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

図表I-63 分析対象地域の労働生産性

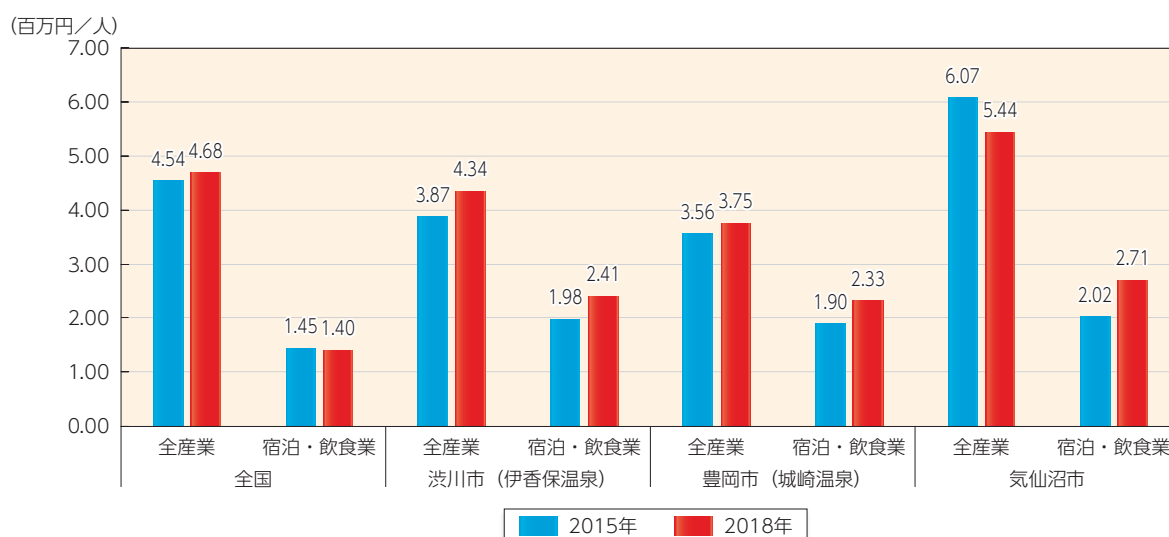


資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム (RESAS)-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

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

注2：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

図表I-64 分析対象地域の雇用者一人当たり所得



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

2 観光地の「稼ぐ力」による地域活性化の好循環の取組事例

(1) 伊香保温泉

a) 地域経済における観光の「稼ぐ力」の現状

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

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

22.6%)は高い伸びを示している(図表I-65、図表I-66)。

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

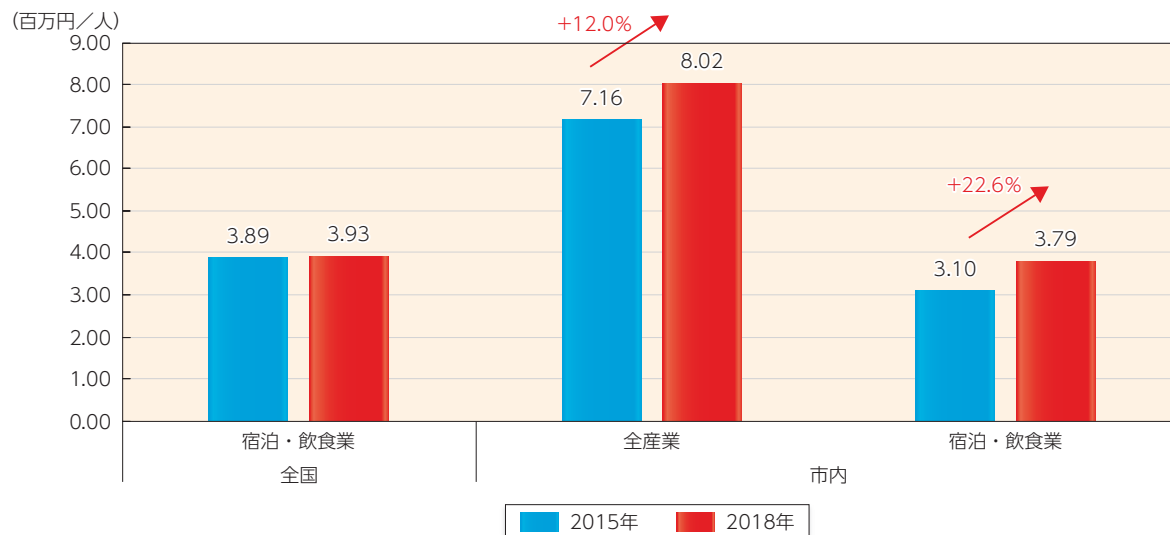
図表I-65 渋川市の経済循環(全体及び宿泊・飲食サービス業、2018年)

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

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

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

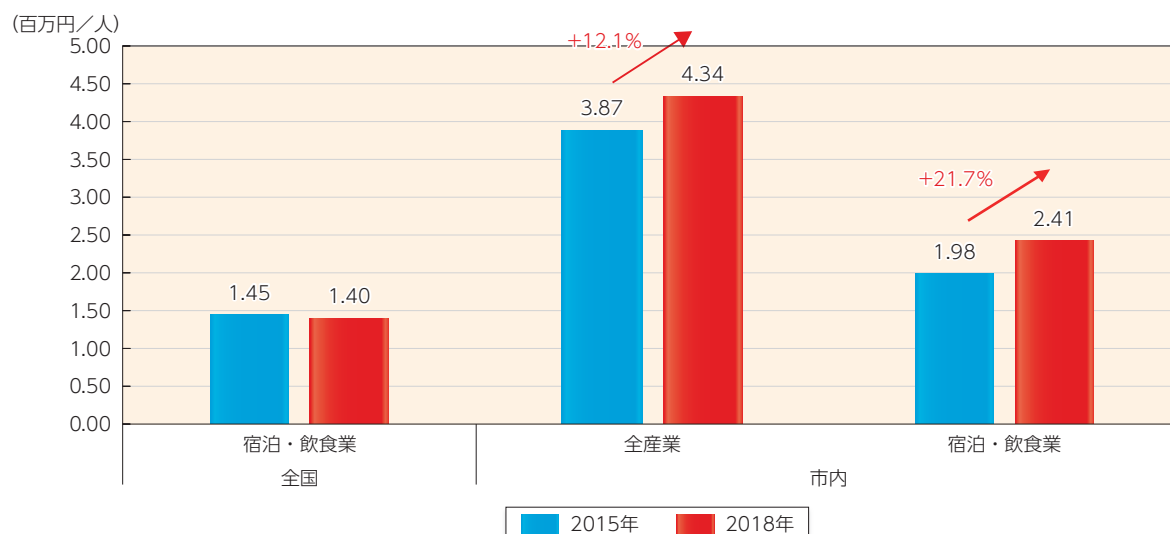
図表I-66 渋川市の労働生産性の推移(全体及び宿泊・飲食サービス業)



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

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

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



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

b) 伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組 (概要)

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

図表I-68 伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組

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

c) 伊香保温泉の観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果データ

① 地域のシンボルの再生を契機とした宿泊施設等の高付加価値化

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

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

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

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

図表I-69 代表的な宿泊事業者の宿泊単価、宿泊人数の変化

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

資料：一般社団法人渋川伊香保温泉観光協会ヒアリングに基づき観光庁作成。

温泉付き客室の導入や遊休スペースを貸切露天風呂に改修するなど
高付加価値化



火災のあった廃屋を撤去し、跡地に観光施設を整備



- ・イベントスペースの活用
- ・手湯の設置
- ・ポケットパークの設置
- ・貸切風呂の設置

宿泊施設の再生・廃屋の撤去のイメージ

② 飲食事業者等の新規開業

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

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

図表I-70 飲食事業者等の新規開業件数

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

資料：群馬県渋川市資料に基づき観光庁作成。

③ “量”から“質”への意識改革

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

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

伊香保温泉では、景観再生・整備を起点とした高付加価値化の取組により宿泊単価の向上を実

現するとともに、顧客志向の上質化投資や人材確保のための賃金向上など質を重視した価格設定への宿泊経営者の意識改革が進んだ。今後、個人客をターゲットとした価格設定が進展することで、市内産業の中で低い宿泊・飲食サービス業の労働生産性や一人当たり雇用者所得の向上が期待される。

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

さらに、二次交通の利便性向上策として、伊香保温泉周辺の美術館や農業体験までの広域での回遊パス等について、群馬県渋川市全体で導入が進められている地域通貨「渋Pay」によるポイントサービスの提供を行う等の取組を行っている。

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



舞踊や諸芸の上演・体験



「温泉文化」の創出・シンボルである石段

資料：一般社団法人渋川伊香保温泉観光協会提供

(2) 城崎温泉

a) 地域経済における観光の「稼ぐ力」の現状

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

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

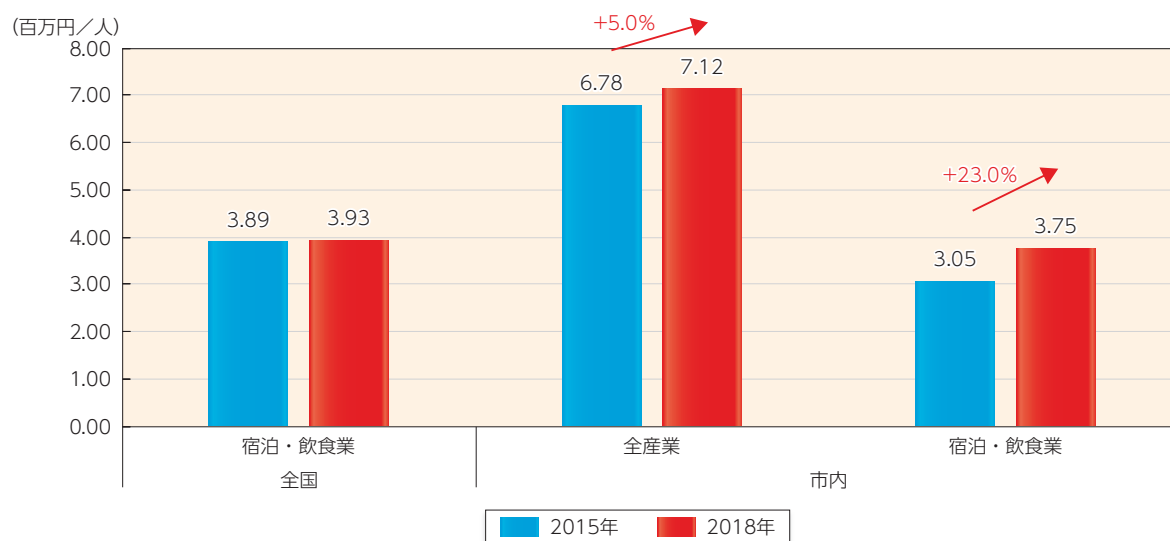
また、雇用者一人当たり所得は2.33百万円／人と市全体の約6割にとどまっているが、対2015年（平成27年）比では市内産業全体（+5.3%）に対して宿泊・飲食サービス業（+22.6%）は高い伸びを示している（図表I-71、図表I-73）。

図表I-71 豊岡市の経済循環（全体及び宿泊・飲食サービス業、2018年）

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

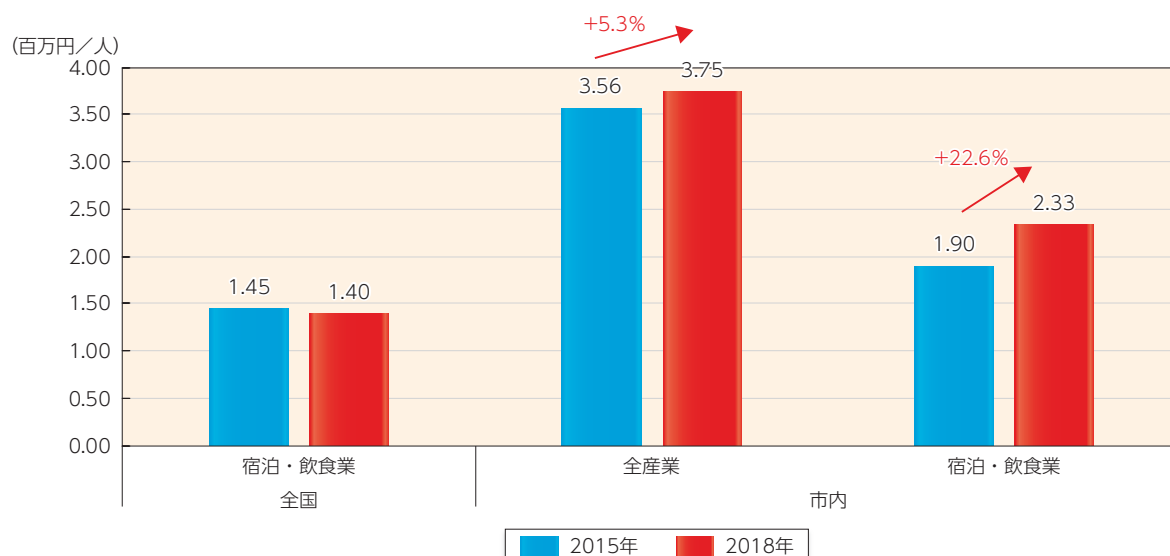
資料：内閣府「国民経済計算」、内閣官房・経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）-地域経済循環マップ-」に基づき観光庁作成。

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

図表I-72 豊岡市の労働生産性の推移（全体及び宿泊・飲食サービス業）


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

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

図表I-73 豊岡市の雇用者一人当たり所得の推移（全体及び宿泊・飲食サービス業）


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

b) 城崎温泉の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組 (概要)

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

図表I-74 城崎温泉の観光の「稼ぐ力」と地域経済への好影響

項 目	内 容
観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組経緯	城崎温泉は、伝統的温泉地として「統一感ある景観、個性ある温泉街の形成」を理念に観光振興に取り組んできた。 2021年(令和3年)には宿泊施設間の宿泊者情報等を月単位で集約する地域独自の観光DX基盤を整備し、予約サイト「Visit Kinosaki」の運営等と連携するなど宿泊事業の改革を進めており、代表的な宿泊事業者においては、宿泊単価や賃金の上昇を実現している。 兵庫県豊岡市特有の取組として、地元の芸術文化観光専門職大学高橋伸佳研究室、同市と観光地域づくり法人が連携し、観光、健康、文化等を含む体験観光プラットフォームを設立した。
観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果	(「稼ぐ力」の強化を示す主な効果データ) ○回復期における宿泊単価の向上 ○代表的な宿泊事業者における賃金上昇 ○地元専門職大学と連携した体験観光プラットフォーム
観光地の「稼ぐ力」の今後の展望と期待される地域活性化の好循環	宿泊施設間のデータ共有を中心とする地域観光DX基盤を深度化し、高付加価値化を図り、生産額の拡大や雇用者所得の増加への取組が期待される。 また、兵庫県豊岡市の特有の取組として、地元の芸術文化観光専門職大学高橋伸佳研究室と観光地域づくり法人等が設立した体験プログラムのプラットフォームによる商品販売、全国へ集客力を持つ「豊岡演劇祭」との連携、訪日外国人旅行者向けの良質な自然文化コンテンツの発信等に取組中。 兵庫県豊岡市独自の「芸術文化観光連携」により滞在期間延長を図り、観光地の「稼ぐ力」の地域内循環や、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待。

c) 城崎温泉の観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果データ

① 新型コロナウイルス感染症からの回復期における宿泊単価の向上

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

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

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

図表I-75 宿泊単価（一人当たり）及び宿泊数の推移

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

資料：豊岡市観光政策課ヒアリングに基づき観光庁作成。

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

② 代表的な宿泊事業者における賃金上昇

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

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

図表I-76 代表的な宿泊事業者の経営状況

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

資料：事業者アンケート調査結果を基に観光庁作成。

③ 新規開業の増加

観光DX基盤以外でも、2019年（令和元年）より携帯電話の位置情報を活用した国内・訪日外国人旅行者双方の人流データ活用をはじめており、新型コロナウイルス感染症からの回復期において宿泊情報、人流情報、アプリ等による顧客情報、Webサイト等のデジタルマーケティング情報等の複合的な分析を可能としている。こうした分析結果に基づき、関西圏中心から全国からの誘客への拡大、また、来訪頻度や滞在時間の延長を目指す「もう1泊、もう1回、次の豊岡」の取組への一層の寄与が期待されている。

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

図表I-77 新型コロナウイルス感染拡大期間における開業・閉業件数

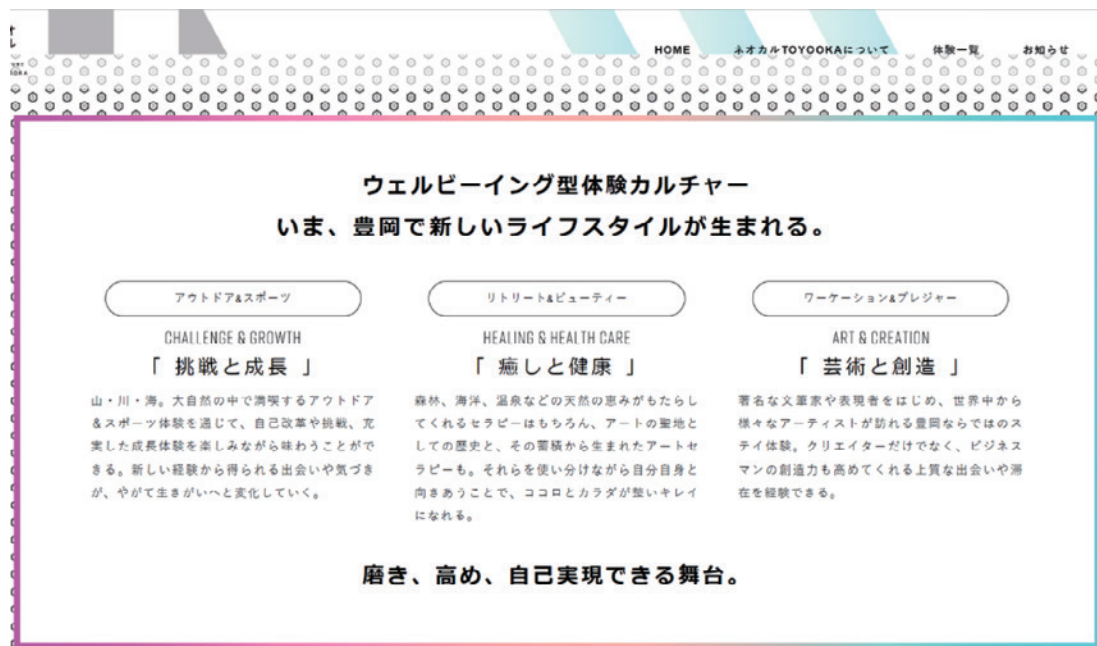
(開業)	2020～2022年
宿泊業	+2件
飲食業	+14件
小売業(物産販売)	+4件
体験型コンテンツ提供	+2件
(閉業)	2020～2022年
宿泊業	-1件
飲食業	-9件
小売業(物産販売)	-5件

資料：兵庫県豊岡市観光政策課資料に基づき観光庁作成。

④ 地元専門職大学と連携した体験観光プラットフォーム

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

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



ネオカルTOYOOKA(ホームページ)

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

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

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

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

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



竹野海岸（山陰海岸国立公園）



城崎温泉（夜景）

資料：豊岡市観光政策課提供

(3) 気仙沼市

a) 地域経済における観光の「稼ぐ力」の現状

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

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

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

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

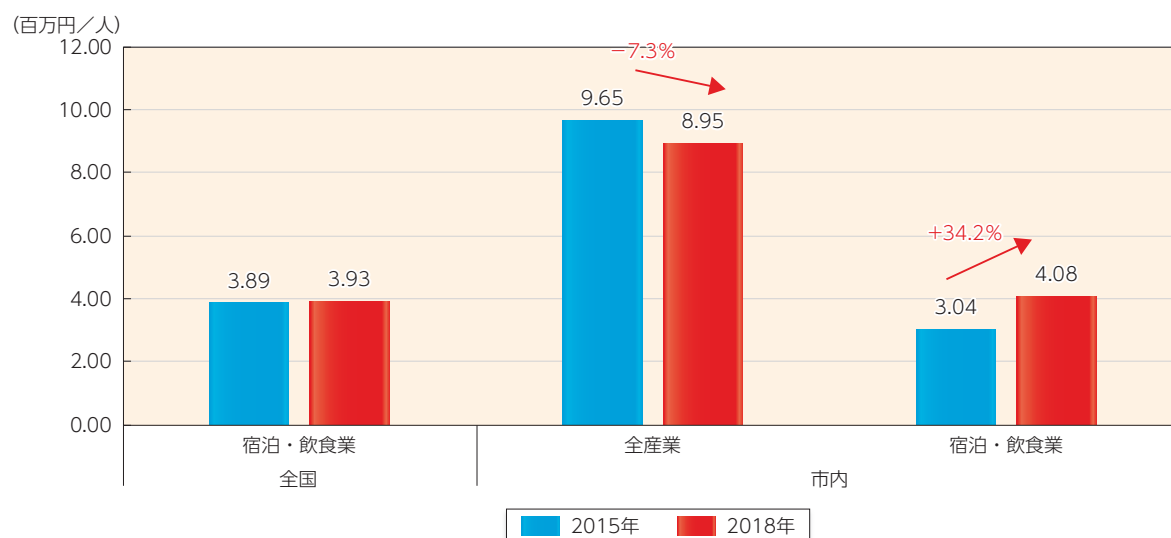
図表I-78 気仙沼市の経済循環（全体及び宿泊・飲食サービス業、2018年）

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

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

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

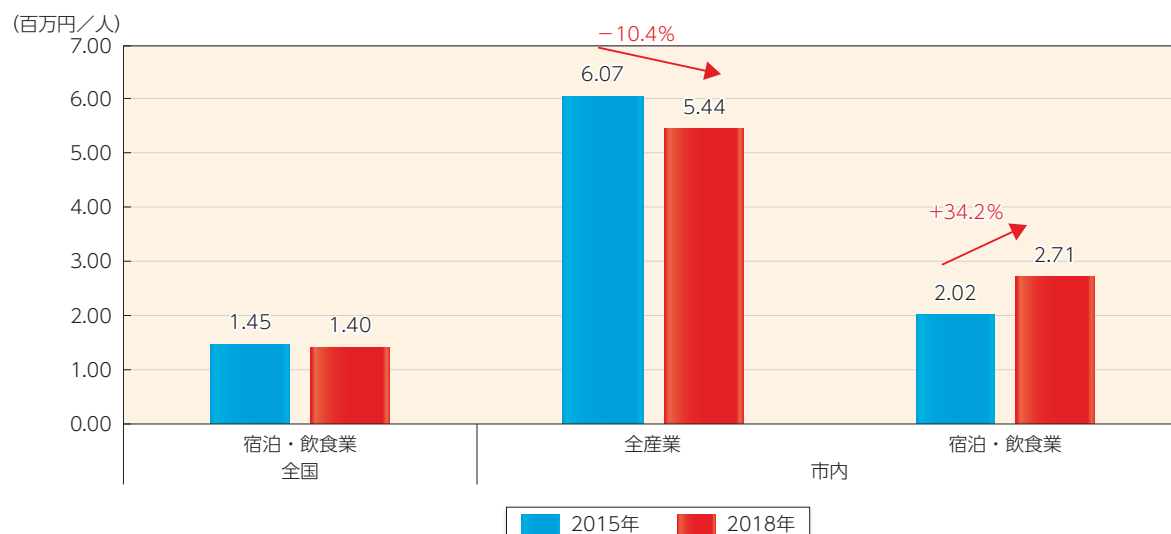
図表I-79 気仙沼市の労働生産性の推移（全体及び宿泊・飲食サービス業）



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

注1：労働生産性は雇用者一人当たり付加価値額。

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



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

b) 気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組 (概要)

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

図表I-81 気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の特色と強化の取組 (概要)

項 目	内 容
観光地の「稼ぐ力」の特色と強化の取組経緯	震災復興における地域経営の重要な柱として観光を位置付け。水産業等の食を前面に出した気仙沼市観光の「稼ぐ力」の手段・ツールとして、観光地域づくり法人を中心に、地域マーケティングデータ(気仙沼クルーカード)を蓄積。 新型コロナウイルス感染拡大に直面する観光の危機管理として、マイクロツーリズムに着目。クルーカード会員データ分析によりニーズを絞った宣伝を行い、宿泊者数の早期回復に寄与。 厳しい局面下でも体験型観光コンテンツの課題検討を進め、約40商品のターゲット分析に基づき、価格帯を3つにレベル分けし、高付加価値な食体験の新商品を開発。
観光地の「稼ぐ力」の強化を示す効果	(「稼ぐ力」の強化を示す主な効果データ) ○宿泊客の早期回復 ○体験型観光コンテンツの高付加価値化と利用者数
観光地の「稼ぐ力」の今後の展望と、期待される地域活性化の好循環	観光の「稼ぐ力」の手段・ツールである「気仙沼クルーカード」による地域マーケティングデータにより、マイクロツーリズムや遠方客(首都圏や訪日外国人旅行者)への顧客管理(CRM)を深度化し、観光消費額の向上、宿泊・飲食サービス業の労働生産性や雇用者所得の向上が期待される。 さらに、暮らしを感じられる高付加価値な食体験コンテンツの開発・販売を通じて、水産業等他産業へ観光の「稼ぐ力」を地域内に循環させ、他産業の付加価値額の拡大、生産のために必要な原材料等の中間投入の拡大・上質化、雇用創出など、持続可能な観光地域づくりへの寄与が期待。

c) 気仙沼市の観光の「稼ぐ力」の強化を示す効果データ

① 震災復興における地域経営の重要な柱として観光を位置づけ

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

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

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

気仙沼市の産業政策（平成30年2月 第2次気仙沼市総合計画より抜粋）

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

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略

② 地域マーケティングデータ（「気仙沼クルーカード」）の分析による早期回復

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

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

図表I-83 マーケティングデータの分類と主な活用方法

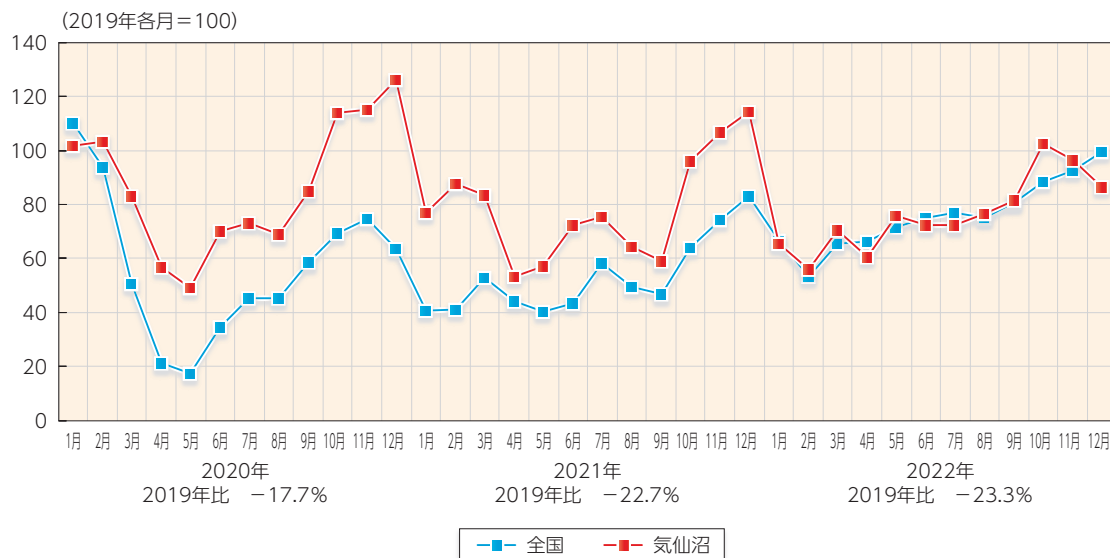
データ項目	格納データベース	主な活用方法
➢ 宿泊者データ ➢ 観光消費額データ ➢ 顧客満足度 ➢ リピート率	マネジメントデータベース	「把握する力」をつける ✓ 観光ボード会でのモニタリングを実施
➢ 顧客データ（性別、年齢、居住地、メールアドレス等）	顧客データベース	「稼ぐ力」をつける ➢ プロモーション ➢ ワンtoワンマーケティング ※地域ポイントサービスの活用を検討

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略資料から観光庁作成。

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

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

図表I-84 気仙沼延べ宿泊者数の月別推移 (2019年同月比)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」、一般社団法人気仙沼地域戦略

③ 体験型観光コンテンツの高付加価値化と利用者数

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

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

図表I-85 体験型コンテンツのターゲット別ランク付けと商品数

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

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略

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

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

一人12,000円の料金のうち、酒蔵には試飲や説明に掛かる経費として1,500円が収入となるが、お土産としての酒の購買需要や顧客との関係構築の点で有効な取組と考えられる。飲食事業者にとっては、新メニュー開発の過程で実施するお披露目会での有識者による指摘によって、従業員

のサービス手順や料理説明に関するスキルが向上するという副次的な効果も生じている。また、気仙沼ならではの料理を求めるニーズに対応し、地元のホヤをイタリア料理の食材とした高付加価値メニューも新規に開発している。

高価格であるが、若年層もアニバーサリーイベントなどで一定数利用している。仙台等、県内の気仙沼以外在住の人が宿泊込みで来訪するケースが多い。ブリュワーズテーブル自体のリピーターはまだ少ないが、それ以外の気仙沼での食体験を求めるリピーターが増加し、地域の食のファンの確保につながっている。新型コロナウイルス感染症の回復期となり、酒蔵見学や海中酒造体験を目的としたシンガポールや台湾からの来訪者が増えていることから、ブリュワーズテーブルを訪日外国人旅行者向けに磨き上げていくことで、来訪者増や消費増への相乗効果が上がっていくことが期待される。

図表I-86 ブリュワーズテーブルの利用者数

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

資料：一般社団法人気仙沼地域戦略

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



体験型コンテンツ「ブリュワーズテーブル」（プレミアムプラン）

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

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

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



水産業等の「暮らし」を感じられる高付加価値な体験観光

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

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

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

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

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

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

地域事例分析(要点)

地域事例	課題	取組	取組効果
伊香保温泉	・団体旅行による量の確保から、個人旅行者へ質の高い宿泊サービスに転換 ・シンボルとなる石段街の景観の改善	・客室改修等を通じた宿泊施設の高付加価値化 ・廃屋の撤去等による観光地の景観改善	・宿泊単価の向上 ・飲食事業者等の新規開業 ・“量”から“質”への意識改革
城崎温泉	・関西圏中心から、全国への誘客拡大 ・冬季の食観光から、来訪頻度や滞在時間の延長	・宿泊施設間のデータ共有を中心とする観光DX基盤の整備や予約サイトとの連携	・宿泊単価の向上 ・代表的な宿泊事業者における賃金上昇 ・地元専門職大学と連携した体験観光プラットフォーム創設
気仙沼市	・市震災復興の柱「交流促進」「地域経営」を担う観光地域づくり法人のマーケティング強化 ・体験型観光コンテンツの見直し	・地域マーケティングデータの蓄積(気仙沼クルーカード) ・データ分析に基づき、ニーズを絞ったプロモーション(マイクロツーリズム)	・宿泊客の早期回復 ・体験型観光コンテンツの高付加価値化

○「温泉文化」の看板商品化や交通機関と連携した周遊促進

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

○地元専門職大学など特色ある「芸術文化観光連携」

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

○水産業等の「暮らし」を感じられる高付加価値な体験型観光

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

（2）観光地や観光産業の「稼ぐ力」の好循環（テーマ章まとめ）

今回の観光白書では、新型コロナウイルス感染症による旅行需要の激減から国内外が回復に向かうなか、低い生産性や賃金、人員不足といった新型コロナウイルス感染拡大前から観光産業が抱える積年の構造的課題を解決し「稼げる」産業へ変革するとともに、観光地の「稼ぐ力」を高め地域活性化の好循環を実現するための課題と方向性をテーマに設定し（第1節）、統計やヒアリングによるデータを活用した分析を行ってきた。

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ここで、観光地の「稼ぐ力」の「質」とは、地域に根付いたコンテンツ、すなわち全国の地域が大切に守り承継してきた豊かな自然環境や風景、景観、文化や伝統・歴史、人々の生活や郷土料理、

農林水産業や伝統工芸等の生業とその空間など、地域の住民にとって身近な日常の「暮らし」を反映することで向上させることが可能である。また、国内外の旅行者にとっても、こうした地域に根付いたコンテンツは、魅力的な非日常体験として価値が高まりつつある。

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

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

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

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

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

この好機を生かし、地元で愛着を持つ住民の世代を超えた参画と、地域の様々な産業や企業の異業種連携を図り、地域の特色を生かした観光地の「稼ぐ力」すなわち滞在価値を高めるとともに、実現した利益を地域と住民へ還元する好循環が重要である。

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

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

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

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



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

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

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

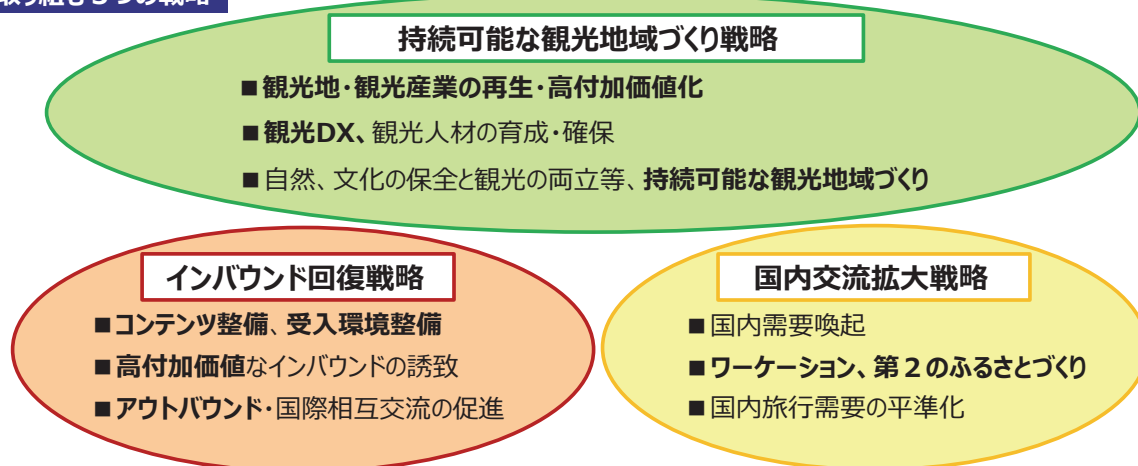
(4) 持続可能な観光地域づくりに向けた国の政策方向性（観光立国推進基本計画）

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

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

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

取り組む3つの戦略



目指す2025年の姿

- 活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の先進地としても注目されている

資料：「観光立国推進基本計画」（令和5年（2023年）3月31日閣議決定）



第Ⅱ部

令和4年度に
講じた施策

第Ⅱ部 令和4年度に講じた施策

第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活

第1節 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓

1 国内需要の喚起・感染拡大防止の徹底

広域旅行や平日旅行を促進するため、交通付旅行商品の上限額引上げや、平日におけるクーポン額の上乗せなど、支援内容を充実させた上で、2022年(令和4年)10月から「全国旅行支援」を実施し、旅行需要全体の底上げを行った。また、観光関連事業者と連携して、「全国旅行支援」の開始にあわせて「平日にもう1泊」キャンペーンを実施し、国内旅行の需要喚起と平日への旅行需要の平準化の促進に取り組んだ。さらに、宿泊施設、旅行業者、貸切バス等の観光・交通事業者に業種別の感染拡大予防ガイドラインの徹底を要請した。加えて、マスク着用や手洗い、健康チェック等の旅行者の基本的な感染防止対策をまとめた「新しい旅のエチケット」について、最新の状況を踏まえた改定を2022年(令和4年)7月、12月、2023年(令和5年)3月にそれぞれ行うとともに、観光・交通事業者等と連携して、周知を図った。

2 新たな交流市場の開拓

ワーケーション等に関する企業の制度導入と地域の受入体制整備を支援するために、企業と地域を各30件選定し、ワーケーション等のモデル実証を行った。また、テレワークとワーケーションについて、好事例の収集・横展開、推進企業や地域のネットワーク化、各主体の取組の見える化等を進めるため、2023年(令和5年)2月に、テレワークやワーケーションの推進に賛同する企業、地域、関連団体、関連府省庁が参加する官民推進協議会を立ち上げ、今後の活動方針について議論した。さらに、地域との関係を深化させることで、継続した来訪をする「第2のふるさとづくり」(何度も通う旅、帰る旅)の普及・定着のため、2022年度(令和4年度)に、地域との関わりの創出、宿泊施設等での柔軟な滞在環境づくり、移動の足の確保などの地域づくりに必要な取組について検証を行うためのモデル実証を19地域で実施した。加えて、機運醸成のための情報発信や地域づくりに取り組む関係者の情報交換の場として「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」を2022年(令和4年)12月に立ち上げた。

3 ユニバーサルツーリズムの推進

ユニバーサルツーリズムの推進に向けて、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認定施設のモニターツアーを実施する等、情報発信に取り組んだ。また、認定対象施設について、「博物館法(昭和26年法律第285号)」上の登録博物館等を追加することとした。本認定制度の認定施設数は2023年(令和5年)3月までに580件となった。

第2節 観光産業の変革

1 観光産業の経営高度化

財務諸表や経営指標の活用、適切な労働環境の整備、PMS¹等のITシステムの活用など、宿泊

¹ Property Management Systemの略。ホテル管理システムのこと。

業の高付加価値化に向けた経営を行うための指針を示すガイドラインを策定し、同ガイドラインを遵守する事業者について、滞在価値向上による消費額増加・再訪促進を図るための、生産性・収益力の向上、従業員の待遇改善に向けた経営（高付加価値経営）を行う宿泊施設として登録する制度を創設した。

2 観光産業の生産性向上

宿泊施設が核となり、地域の観光関連事業者等の連携を、DX²技術を活用することで実施し、地域全体で生産性・収益性向上を目指すための実証事業等を行った。また、宿泊業と異業種との連携等による新規サービス創出に係る実証事業を行った。さらに、新型コロナウイルス感染症による観光を取り巻く状況の変化により、観光人材育成の見直しが求められていること等を踏まえ、産学連携協議会を開催し、これからの時代に求められる観光人材の育成に向けて検討を行い、2023年（令和5年）3月に「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」を策定した。

第3節 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現

1 観光地・観光産業の再生・高付加価値化

観光地・観光産業の再生・高付加価値化に向けて、宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去などのハード面の取組に加え、キャッシュレス化や、シームレスな予約・決済が可能な地域サイトの構築などの観光地における面的DX化によるソフト面の取組に対し、複数年度にわたる計画的・継続的な支援が可能となるよう制度を拡充した。

2 魅力ある観光地域とコンテンツ形成

地域の幅広い関係者の連携による、自然、食、生業等の地域独自の観光資源を活用した稼げる観光コンテンツの造成から販路開拓まで一貫した取組について、全国で計1,300件を支援した。また、観光地における消費機会の拡大や消費単価の向上、再来訪の促進を図るため、XR³やライブコマース等のデジタル技術と地域の観光資源の融合による新たな観光コンテンツの創出に取り組んだ。さらに、「将来にわたって国内外からの旅行者を惹きつける地域・日本の新たなレガシー形成事業」では、14件の事業について、地域と連携しながらレガシー形成に関する実現可能性調査やプラン作成を実施した。

3 観光DXの推進

DXの推進により、消費機会の拡大や消費単価の向上等を通じた観光地経営の高度化を図るべく、デジタル技術を活用したリアルタイム性の高い情報発信による消費・周遊促進、旅行者の趣向・移動・消費データを用いたマーケティング等に関する実証実験（14件）を実施し、先進モデルの創出に取り組んだ。また、観光地におけるDX推進による課題解決に向けた検討を行うため、「観光DX推進のあり方に関する検討会」を2022年（令和4年）9月に設置し、課題解決の方向性、将来ビジョン、KPI、ロードマップ等を取りまとめた。

² Digital Transformation の略。

³ VR（仮想現実）、AR（拡張現実）等の総称。

4 観光地域づくり法人(DMO)の体制強化

観光地域づくり法人(DMO)の体制強化として、重点支援DMO(インバウンドの誘客を含む観光地域振興に積極的に取り組む先駆的で意欲やポテンシャルの高い観光地域づくり法人)のうち3団体に対して専門家チームによる伴走支援を行い、その取組成果について横展開を図るため事例報告会を開催した。また、観光地域づくり法人全体の底上げのため、「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」により、宿泊データ分析システムや顧客関係管理(CRM)アプリの活用等によるマーケティング能力向上、各種データを駆使した稼げる地域を実現する人材育成等を支援した。

5 持続可能な観光地域づくりの推進

全国22地域に対し、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D⁴)」に基づく地域の分析や地域の課題解決に資する実証事業等を通じたマネジメント体制の構築を行った。また、サステナブルツーリズムに取り組む地域関係者に向けたナレッジ集を作成・公表するとともに、50地域における観光コンテンツ等のモデル造成や、15地域における体験に必要な施設改修及び物品の購入等を支援した。

第4節 国際交流の回復・質的な変革

1 安心・安全な旅行環境の整備

日本政府観光局のウェブサイトにおいて、訪日観光再開前から、訪日観光に関する新型コロナウイルス感染症関連情報を多言語で発信しており、段階的に緩和された我が国の水際対策に合わせて更新を行った。同ウェブサイトを通じて、入国までの情報(入国の流れや必要事項のチェックリスト)、緊急時の対応、感染対策(旅のエチケット、海外旅行保険)等の情報をユーザーにわかりやすく発信した。

2 国立公園満喫プロジェクト

インバウンド促進に資する国立公園等の滞在環境の向上に向けて、「国立公園満喫プロジェクト」の取組を全34国立公園に全国展開し、2022年(令和4年)4月に改正法が施行された「自然公園法(昭和32年法律第161号)」等による自然体験の促進、廃屋撤去等の景観改善、脱炭素化等の持続可能性向上、民間活力導入、ワーケーション環境整備等を行った。新たに、民間提案による高付加価値な宿泊施設を中心とした国立公園の利用拠点の面的な魅力の向上の検討に着手した。

3 歴史的資源を活用した観光まちづくり

歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォースで設定された200地域での取組地域数を達成したため、新たに観光立国推進基本計画において、2025年(令和7年)までの目標として「50地域の面的取組展開地域」「300地域の取組展開地域」の創出を目標値として設定した。また、歴史的資源等の保存・活用による観光振興・地方創生モデル事例の創出に加え、更なる高付加価値化及び経済・社会波及効果拡大に向けたモデル事例の創出を目的として8地域に対し初動・伴走等の支援、さらに、城泊・寺泊・古民家泊の受入環境整備等の支援を13地域に対して行った。加えて、地域経済・社会・環境への影響を定量的に可視化するための指標及びその測定手法等を調査する有

⁴ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinationsの略。

識者会議を行い、マニュアルを作成したほか、文化財等歴史的資源の活用促進に向けて事例調査及びナレッジ集をとりまとめた。

4 インバウンドの多様なニーズに対応した観光コンテンツの造成

文化資源を中核とする観光拠点・地域を整備するため、文化観光拠点・地域の整備の促進、日本遺産等の文化資源の魅力向上や発信強化を行った。また、我が国がアートの拠点となるべく、2022年(令和4年)11月3日から6日にアートウィーク東京を開催し、海外からアート関係の要人やメディア関係者を招待するなど、国際的なプレゼンスを高める活動を行った。さらに、スポーツと旅行・観光を掛け合わせた「スポーツツーリズム」等を通じ交流人口の拡大による地方創生・まちづくりを推進するため、「日本らしいスポーツホスピタリティ」を取り入れた、高付加価値コンテンツの創出に向けた取組をモデル的に支援した。加えて、農山漁村の活性化や所得向上を図るため、農泊に取り組む地域を2022年度(令和4年度)までに621地域採択し、地域における推進体制の構築や観光コンテンツの磨き上げ、古民家等を活用した滞在施設の整備・改修等を一体的に支援した。また、UNWTO⁵(国連世界観光機関)駐日事務所と連携し、2022年(令和4年)12月にガストロノミーツーリズムに関する国際シンポジウムを開催した。さらに、日本産酒類海外展開支援事業により、酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組等を支援し、2023年(令和5年)3月末時点で105件の交付決定を行った。加えて、日本ならではのアドベンチャーツーリズムの更なる推進に向け、消費額増加、満足度向上とともに近年世界的に関心の高いサステナブルツーリズムにもつながる観光コンテンツの発掘・磨き上げ、コーディネーター・ガイド人材の育成・確保、ツアー・コンテンツ提供に必要な受入環境整備等を行った。また、10地域に対し、スノーリゾート形成に向けたアフタースキー、グリーンシーズンのコンテンツ造成等各種取組を支援した。

5 訪日外国人旅行者の誘致

日本政府観光局において、2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)に向けた今後の取組の検討を進めたほか、重点市場等においてデジタルマーケティングを活用したきめ細かなプロモーションや、広域連携DMOをはじめとする地域との連携、新興市場である中東地域・メキシコでの取組を強化した。また、国際航空路線商談会への出展を通じて国際線運航再開に向けた働きかけを行った。さらに、国土交通省が認定した「訪日誘客支援空港」等の地方空港に対して、それぞれの空港の状況に応じて、着陸料の割引や補助、グランドハンドリング経費の支援、CIQ⁶施設の整備の支援等を実施し、関係省庁が連携して、各地域における国際線就航を通じた訪日外国人旅行者誘致の取組を促進した。

6 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり検討委員会」を開催し、アクションプランをとりまとめた。アクションプランに基づき訪日旅行での消費単価が高い高付加価値旅行者の誘客を見込める地域について公募を行い、有識者の審査の下、モデル観光地を11地域選定した。また、プライベートジェット専用動線の整備等の利用環境の改善を行った。

⁵ World Tourism Organizationの略。

⁶ 税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、検疫(Quarantine)の総称。

7 MICEの推進

ハイブリッド形式での国際会議等の実証事業を大・中・小の規模別に各10件、計30件実施した。また、地方都市への国際会議の誘致力強化のトレーニングにおいて、ハイブリッド開催に関するノウハウも含め提供するとともに、インセンティブ旅行の誘致支援として、2都市にトレーニング・コンサルティングを行い、2都市にてファミトリップ⁷を実施した。

8 IR整備の推進

IRについては、「特定複合観光施設区域整備法（平成30年法律第80号）」に基づき、大阪府及び長崎県から、それぞれ、2022年（令和4年）4月27日に区域整備計画の認定申請がなされた。同申請以降、外部有識者から構成される審査委員会を20回開催し、審査を行った。また、IRに関する税制について、2023年度（令和5年度）税制改正項目として、カジノ所得の非課税措置等の法制化を行った。

9 訪日外国人旅行者の受入環境整備

訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、徒歩によるまちなか周遊を促すための賑わい拠点となる屋外広場の整備や、レンタカー等による広域周遊を促すためのグランピング環境の整備、観光施設等における多言語対応や無料Wi-Fi整備等を支援した。また、先端的なサービスを提供するインバウンドベンチャーと地域の観光関係者とのマッチングを支援し、16件成立した。さらに、税関における水際取締強化と迅速な通関の両立を図るため、税関職員68人の増員、X線検査装置等の取締・検査機器の配備を実施するとともに税関検査場電子申告ゲートの利用拡大に努めた。加えて、出入国審査業務の充実強化として、2022年度（令和4年度）において入国審査官55人を増員したほか、空港施設の供用開始に伴い、成田国際空港第3ターミナル増築部分及び熊本空港新国際線ターミナルにおいて、審査端末機器の増配備を行った。

10 航空ネットワークの維持・強化

観光需要の回復・拡大に向けて航空ネットワークを維持・強化するため、航空・空港会社の設備投資等への支援を実施するとともに、航空イノベーションの推進や、首都圏空港の発着容量の年間約100万回への拡大に向けた成田国際空港の滑走路新設、羽田空港アクセス鉄道の基盤施設整備等のための取組を実施したほか、関西国際空港における第1ターミナル改修等による機能強化、中部国際空港における搭乗関連手続の円滑化に向けた取組の実施、福岡空港における滑走路・誘導路等整備などの取組を進めた。

11 クルーズ再興に向けた取組

国内クルーズについては、関係業界団体による国内クルーズ用のガイドラインについて新しい知見や社会全体の感染症対策の進展等に応じた改訂の支援を行った。また、船内や旅客ターミナル等での感染予防対策を徹底した上でのクルーズの実施を促進した。国際クルーズについては、国内外の感染状況や水際対策の動向を踏まえつつ、関係者間で再開に向けた安全対策について検討を進め、2022年（令和4年）11月に国際クルーズ用のガイドラインが関係業界団体から公表された。その後、同年12月に日本船による国際クルーズの運航が再開し、2023年（令和5年）3月には外国船

⁷ 海外旅行会社等の訪日旅行責任者、海外メディアの旅行ライターなどを自らの地域に招へいする視察旅行のこと。なお、同事業では海外からのインセンティブ旅行企画に関わる国内関係者による支援地域への視察旅行を実施した。

による国際クルーズの運航が再開された。また、クルーズ再興に向け、感染防止対策を含む旅客ターミナル等における受入環境整備や、クルーズ船社と寄港地の相互理解促進に資する取組等、ハード・ソフト両面にわたり支援した。

12 アウトバウンドの促進

ポストコロナにおけるアウトバウンドを促進するため、官民連携体制により、安全・安心な海外旅行の環境整備として、旅行安全情報共有プラットフォームを活用するほか、海外教育旅行について、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた調査を行うとともに、普及・啓発活動として2023年（令和5年）2月にシンポジウムを行った。

第2章 観光立国の実現に向けた観光施策

第1節 ポストコロナに向けた環境整備

1 観光地・観光産業

(1) ポストコロナを見据えた観光地・観光産業の再生

財務諸表や経営指標の活用、適切な労働環境の整備、PMS等のITシステムの活用等、宿泊業の高付加価値化に向けた経営を行うための指針を示すガイドラインを策定し、滞在価値向上による消費額増加・再訪促進を図るための、生産性・収益力の向上、従業員の待遇改善に向けた経営（高付加価値経営）を行う宿泊施設として登録する制度を創設した。

また、宿泊業における事業承継、経営改善等の好事例について調査を行い、調査結果を「宿泊業における事業承継・経営改善事例集」としてとりまとめ、宿泊業界及び金融業界に周知を行った。

(2) 宿泊業を核とした観光産業の付加価値向上支援

地域全体で生産性・収益力向上を図るため、宿泊施設が核となり、地域の観光関係事業者等と連携して行うDX技術を活用した実証事業について、2023年（令和5年）3月までに11地域で実施した。

また、宿泊事業者が核となって提供する新サービスの開発等に係る実証事業を行い、8件を支援した。

さらに、観光産業の即戦力となる実務人材の確保・育成を図るため、女性・就職氷河期世代等多様な人材が働きやすい環境づくりや、新たな働き方の提案、地域や事業経営の改善に向けたスキル向上に関する取組等、人材確保・育成の推進に取り組む4地域においてモデル事業を実施し、これらの取組で得られた知見を全国に展開した。

加えて、中小・小規模事業者自身がデジタル化の進捗度合いをスマホやPCで確認できる「みらデジ経営チェック」やその後の専門家による無料オンライン相談「みらデジリモート相談窓口」等、デジタル化を通じた中小・小規模事業者の課題解決を支援するための豊富なコンテンツを提供した。加えて、中小企業119専門家派遣事業等により、専門家を活用してその解決を支援した。

(3) DXの推進による観光サービスの変革と観光需要の創出

観光地経営の高度化を図るべく、デジタル技術を活用したリアルタイム性の高い情報発信による消費・周遊促進、旅行者の趣向・移動・消費データを用いたマーケティング等に関する実証実験（14件）を実施し、先進モデルの創出に取り組んだ。また、観光地におけるDX推進による課題解決に向けた検討を行うため、「観光DX推進のあり方に関する検討会」を2022年（令和4年）9月に設置し、課題解決の方向性、将来ビジョン、KPI、ロードマップ等を取りまとめた。

(4) 産業界ニーズを踏まえた観光人材の育成・強化

a) トップレベルの経営人材の育成

産学連携による継続的な経営人材の育成に向けて、2022年度（令和4年度）も引き続き、トップレベルの経営人材育成に関する産学官連携の協議会を1回開催し、これからの観光産業における人材（スキル等）の課題、リカレント教育等について意見交換を実施した。また、その結果を観光庁ウェブサイトに掲載した。

b) 観光の中核を担う人材育成の強化

「ポストコロナ時代を支える観光人材育成に向けた産学連携協議会」を4回開催し、これまでの観光庁人材育成事業の効果検証も含め、トップレベルの経営人材のあり方や、これからの時代に求められる観光人材の育成に向けて検討を行い、観光人材育成のガイドラインを策定した。

観光分野を扱う専門職大学及び専門職短期大学が開学しており、専門職大学制度が更に広く社会において認知されるよう、2022年度(令和4年度)は、高校教員等が参加する会議等においてパンフレットを8回配付したほか、制度の説明を4回行った。また、3月にパンフレットを改定し、各都道府県の教育委員会等に配付した。

c) 即戦力となる実務人材確保・育成

観光産業の即戦力となる実務人材の確保・育成を図るため、女性・就職氷河期世代等多様な人材が働きやすい環境づくりや、新たな働き方の提案、地域や事業経営の改善に向けたスキルの向上に関する取組等、人材確保・育成の促進に取り組む4地域においてモデル事業を実施し、得られた知見を全国に展開した。

また、宿泊業における外国人材の受入が円滑に進むよう、宿泊施設、外国人材を対象とした制度周知セミナー及びマッチング会を10回実施した。

d) 国家戦略特別区域制度を活用したクールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進

国家戦略特区において、関係地方公共団体からの提案に基づき、一定の要件を満たす場合に、クールジャパン・インバウンド分野の外国人材の受入を可能とする特例について、提案の受付を継続して行った。

e) 通訳ガイド制度の充実・強化

接遇力及び語学力に優れた全国通訳案内士を講師として各地域へ派遣し、地域の宿泊事業者、交通事業者等に対して研修を実施することで、地域のインバウンド対応能力の強化に取り組んだ。

また、訪日外国人旅行者の回復を見据え、美術・建築等の専門分野のガイド育成や高付加価値な観光体験サービス等の多様化・深度化する訪日外国人旅行者のニーズに対応するため、全国通訳案内士に対して研修実施等を行い、通訳ガイドの更なる質の向上に取り組んだ。

f) 観光に関する教育の充実に向けた取組

成長早期の段階から、日本及び地域への愛着と誇りを醸成し、観光の意義に対する理解を深めることを目的とし、2地域・3校の高等学校で観光教育のモデル事業を実施した。

高等学校学習指導要領の必修科目「地理総合」において、「観光の現状や動向に関する諸事象を、様々な主題図などを基に取り上げ、地図や地理情報システムの適切な活用の仕方が身に付くよう工夫すること」が明記されたことなどを踏まえ、年に2回開催した各教育委員会の指導主事等を対象とした会議等の場を通じて、学習指導要領の趣旨の周知徹底を図った。

(5) 観光地の面的な再生・高付加価値化及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供等**a) 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、地方公共団体や観光地域づくり法人(DMO)等による観光地再生に向けた地域計画の

作成、同計画に基づく改修事業等について、2022年度(令和4年度)に138地域の支援を行った。

b) 旅館等のインバウンド対応の支援

旅館、ホテル等宿泊施設における訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上に関する取組への支援を2023年(令和5年)3月までに26件行った(費用の3分の1を補助(上限150万円))。

c) 宿泊施設等のバリアフリー化促進

高齢者・障害者等を含めた訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を図るため、旅館・ホテル等の宿泊施設におけるバリアフリー化への支援を2023年(令和5年)3月までに64件行った(費用の2分の1を補助(上限500万円))。

d) 海外の観光関連企業の日本進出・事業拡大支援

日本貿易振興機構(JETRO)において、海外の及び既に日本に進出している外資系の有望な観光関連企業並びに関連ソリューションを有するデジタル等企業の誘致、協業・連携促進活動を実施した。また、特にポテンシャルを有する地域への進出に向け、外国・外資系企業との協業・連携に意欲のある自治体、アカデミアや、その他地域のエコシステムを構成する民間企業等のプレーヤーと連携し、43件の商談を行った。

(6) ユニバーサルデザインの推進

a) ユニバーサルツーリズム促進事業

心のバリアフリーについての理解を深めるため、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の紹介動画や研修動画の作成・公表を行うとともに、モニターツアーを実施する等、情報発信に取り組んだ。また、認定対象施設について、「博物館法(昭和26年法律第285号)」上の登録博物館等を追加することについて結論を得た。

b) ユニバーサルデザインの街づくり

① ユニバーサルデザインの街づくりの推進

基本構想の生活関連施設に位置づけられた平均利用者数が2,000人/日以上鉄軌道駅等について、原則全てバリアフリー化等の2025年度(令和7年度)末までのバリアフリー整備目標の達成に向け、マスタープラン・基本構想の策定促進や、移動等円滑化に関する国民の理解と協力の一層の推進等、ハード・ソフト両面からのバリアフリー化を推進した。

② 宿泊施設等のバリアフリー化促進

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1(5)c)

③ 観光スポットのバリアフリー化促進

高齢者、障害者等である訪日外国人旅行者が我が国を安心して旅行できる環境を整備するため、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光スポットにおける段差の解消のために、エレベーターやスロープの設置等バリアフリー化を引き続き推進した。

④ 観光施設における心のバリアフリー認定制度

「観光施設における心のバリアフリー認定制度」について、2023年(令和5年)3月までに580施設を認定した。

⑤ 観光地のバリアフリー情報提供の促進

バリアフリーを進める観光地において、バリアフリーの情報が適切に提供されるよう、国土

交通省のウェブサイト等において「観光地におけるバリアフリー情報提供のためのマニュアル」の普及を促進した。

⑥ 道路におけるバリアフリー化の推進

「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成18年法律第91号）」（バリアフリー法）に基づき指定された特定道路について、全ての人が円滑に移動できるよう、バリアフリー化を推進した。また、バリアフリー法に基づき、指定された特定道路等で鉄道との結節点における自由通路等の歩行空間のユニバーサルデザイン化を図る事業について、重点支援を行った。

⑦ ユニバーサルデザインの街づくりに向けた道路標識改善

各都道府県の標識適正化委員会で策定した標識改善の取組方針や英語表記規定に基づき、道路標識の改善を推進した。

⑧ 高齢者障害者等用施設等の適正な利用の推進

高齢者障害者等用施設等の適正な利用の推進に向けた広報活動及び啓発活動の一環として、バリアフリースイレ、車椅子使用者用駐車施設等、旅客施設等のエレベーター、及び車両等の優先席の適正な利用の推進に向けて、キャンペーン等を実施し、真に必要な方が利用しやすい環境の整備を推進した。

⑨ 鉄道駅におけるバリアフリー化の推進

鉄道駅について、バリアフリー法に基づき、エレベーター、ホームドアをはじめとするバリアフリー化に向けた取組を推進するため、113件の事業を採択した。

⑩ 鉄道における車椅子利用環境改善

2020年（令和2年）8月に公表した「新幹線の新たなバリアフリー対策について」に基づき、車椅子対応座席等のウェブ予約の導入など車椅子利用環境改善に向けた取組を推進した。

⑪ バリアフリー化したタクシー車両の普及促進

バリアフリー法に基づく2025年度（令和7年度）末までの整備目標の達成に向けて、バリアフリー化したタクシー車両の普及を促進した。特に、UD（ユニバーサルデザイン）タクシーについて車両の導入に係る費用の補助や、取得に係る減税措置といった支援を行った。

⑫ バス・タクシー車両のバリアフリー化促進

ノンステップバス、空港アクセスバス（リフト付きバス等）やUD（ユニバーサルデザイン）タクシーについて車両の導入に係る費用の補助や、取得に係る減税措置といった支援を行った。

⑬ 空港におけるバリアフリー化の推進

空港ビル等公共交通事業者に対し、2022年（令和4年）10月の空港施設UD（ユニバーサルデザイン）セミナーを通じて、各空港ビルディングでのバリアフリー化の取組優良事例の周知を行った。

c) 高齢者、障害者等を対象とした交通事業者による接遇研修の実施促進

認知症の人に対する対応の際の留意点や新型コロナウイルス感染症のまん延を受けた「新しい生活様式」を踏まえた、交通事業者による接遇や研修の在り方の見直しを反映した「接遇研修モデルプログラム」の改訂版を2022年（令和4年）に策定し、国土交通省のウェブサイト等において公表・周知を行った。

d) 歩行空間における移動支援サービスの普及・高度化に向けた取組の推進

高齢者や障害者等も含め、誰もが屋内外をストレスなく自由に活動できるユニバーサル社会の構築に向け、「ICTを活用した歩行者移動支援の普及促進検討委員会」において新たに提言をとり

まとめた。また、バリアフリー情報等の利活用拡大に向けて、自動走行ロボットとの親和性を確認するとともに、アイデアコンテストやシンポジウムを通じた移動支援サービスの普及を促進した。

e) 障害者による文化芸術活動の推進に関する取組

障害の有無等にかかわらず、全ての人が文化芸術に親しみ、才能や個性を生かして活躍することのできる共生社会の実現を目指し、障害者等による鑑賞、創造、発表等の文化芸術活動を推進する先導的・試行的な取組を支援するとともに、これまで蓄積された成果を全国に普及・展開するためのプログラム開発・実施、支援人材育成に取り組んだ。

(7) キャッシュレス環境の改善

a) 海外発行カード対応ATM設置の取組

銀行（地方銀行含む）に対し、ATM設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を促した。

また、海外発行カード対応ATM設置の進捗に合わせて、最新の設置場所等の情報を、日本政府観光局ウェブサイト・アプリで引き続き提供した。

b) 安全・安心なクレジットカード利用環境の整備

2021年（令和3年）4月に改正法が施行された「割賦販売法（昭和36年法律第159号）」に規定するセキュリティ対策義務の実務上の指針である「クレジットカード・セキュリティガイドライン」に基づき、決済代行業者をはじめとする、関係事業者の取組を促進するとともに、昨今のセキュリティ情勢を踏まえて、2023年（令和5年）3月に、同ガイドラインを改訂した。

(8) 通信環境の向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

a) 通信環境の向上

① 共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いた無料Wi-Fiスポットの情報発信

訪日外国人旅行者に対し、わかりやすい共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いたウェブサイトやステッカーの掲出を通じて、観光案内所、公共交通機関、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地における無料Wi-Fiスポットの情報発信を行った。

② 通信環境全体の改善

日本政府観光局のウェブサイトを活用して、引き続き訪日外国人旅行者に対するプリペイドSIMの最新の販売拠点の周知を図った。

また、訪日外国人旅行者の旅行中における情報の円滑な収集・発信ニーズが高まっていることを踏まえ、引き続き、観光案内所、宿泊施設、公共交通機関等の観光地施設等において無料Wi-Fi等のインターネット利用環境の整備を促進した。

b) 多言語翻訳技術の高度化等の推進と多言語音声翻訳システムの更なる普及拡大

ビジネスや国際会議における議論の場面にも対応したAIによる多言語同時通訳の実現及び重点対応言語の拡大等のための研究開発に引き続き取り組んだ。また、訪日外国人旅行者の周遊の促進を図るべく、観光案内所、宿泊施設、公共交通機関等に加えて、観光地の飲食店、小売店等における多言語音声翻訳システムの活用を含めた受入環境の面的整備を進めた。

c) 訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るための受入環境整備

訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、徒歩によるまちなか周遊を促すための賑わい拠点となる屋外広場の整備や、レンタカー等による広域周遊を促すためのグランピング環境の整備、観光施設等における多言語対応や無料Wi-Fi整備等を支援した。また、先端的なサービスを提供するインバウンドベンチャーと地域の観光関係者とのマッチングを支援し、16件成立した。

d) 観光案内拠点の充実

訪日外国人を含む旅行者が全国津々浦々を快適に旅行できるよう、日本政府観光局認定外国人観光案内所の案内機能の質の向上を目指し、「JNTO 認定外国人観光案内所の機能強化方策検討会」を4回開催した。また、その検討結果を踏まえ、日本政府観光局の外国人観光案内所の認定制度における基準を含む「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針」の改定を行った。さらに、観光案内所の情報発信機能の強化による訪日外国人旅行者の利便性の向上のため、AIチャットボットや多言語音声ガイド等の先進機能の整備やオンラインコンテンツ作成を支援した。

加えて、「道の駅」第3ステージとして、キャッシュレスの導入や外国人観光案内所の日本政府観光局認定取得の取組を着実に推進した。

e) 公衆トイレの洋式便器の整備及び機能向上

訪日外国人旅行者の快適な旅行環境整備のため、訪日外国人旅行者が利用しやすいよう、観光地周辺に地方公共団体や交通事業者等が設置する公衆トイレの洋式便器の整備、清潔等機能の向上を促進した。

f) 多様な宗教・食習慣を有する訪日外国人旅行者への対応

多様な宗教・食習慣を有する訪日外国人旅行者への情報発信を引き続き実施した。また、飲食・宿泊事業者や地方公共団体等に対しセミナーを2023年（令和5年）1月に開催し、訪日外国人旅行者が安心して食事ができる環境の受入対応を促進した。

g) シェアサイクルの導入

第13回全国シェアサイクル会議を2022年（令和4年）12月に開催し、地方公共団体や事業者の情報発信を行うことにより、シェアサイクルの導入促進に努めた。

h) 「道の駅」の観光・防災拠点化等に向けた整備

観光や防災等の地域の拠点としての役割を発揮するため、「道の駅」の電気自動車（EV）の充電施設やトイレの洋式化等の整備を促進した。また、災害時には地域外の利用者や地域住民に被災状況や支援活動の情報提供を行った。

i) 受入環境向上に向けた調査の実施

訪日外国人旅行者（3,546人）を対象として、受入環境に関する不満・要望等について、対面式の調査・分析を行った。

j) 地域課題解決のためのスマートシティの推進

「地域課題解決のためのスマートシティ推進事業」について、2022年（令和4年）6月に合同審

査会を実施した上で地方公共団体等12団体に交付決定を行い、各地域における都市OS(データ連携基盤)⁸を活用したスマートシティサービスの実装を推進した。また、各種講演等を通じて成果の情報発信及び水平展開を促した。

(9)「道の駅」を核とした地域振興

a) 重点「道の駅」における支援

社会資本整備総合交付金での重点配分対象とするなど、重点「道の駅」の支援を実施した。

b) 「道の駅」の6次産業化の促進

「道の駅」が「地方創生・観光を加速する拠点」となるよう、周辺の農林漁業者等と連携しながら地域の特産品を活用して行う商品の開発・販売等、「道の駅」における6次産業化の取組を促進した。

c) 「道の駅」の通信環境等の整備

「道の駅」が旅行者となり着地型旅行商品の販売を自ら行うとともに、民間企業や観光地域づくり法人(DMO)、「日本風景街道」等と連携する取組を促進することにより、第3ステージ「地方創生・観光を加速する拠点」としての機能強化を図った。

d) 地域における「道の駅」のインバウンド受入拠点機能の強化

「道の駅」における地域の観光拠点機能の充実及び消費拡大を図るべく、引き続き、訪日外国人旅行者の来訪が多い又は今後の増加が見込まれる「道の駅」を中心に、多言語対応やキャッシュレス決済環境、外国人観光案内所の整備等のインバウンド対応に係る取組を支援した。

(10) 日本の良好な治安等を体感できる環境整備

a) 防犯・防災等に資する情報のインバウンド対応の強化

電話通訳センターを介して通信指令員や救急隊員等と外国人との会話を交互に通訳するための三者間同時通訳について、全国の消防本部において円滑な運用を図った。緊急時に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるよう訓練等を継続的に実施し、三者通話に対応可能な通訳人の拡充を図った。

訪日外国人旅行者等と警察職員とのコミュニケーションを支援するため、都道府県警察宛の通達等により、多言語翻訳機能を有する装備資機材の積極活用及び操作の習熟を図るよう指示し、取組の更なる促進を図ったほか、訪日外国人旅行者等の対応の機会が多い警察署、交番等への外国語による対応が可能な警察職員の配置、語学研修や外国人への適切な対応に関する教養等の指導を実施した。

訪日外国人旅行者等が各種手続を円滑に行い、容易に必要な情報等を入手できる環境整備を図るため、遺失届・拾得物の受理時等に用いる届出関係書類への外国語併記等、外国語による対応の促進、防災・防犯等に資する情報の外国語による提供を実施した。

警察庁ウェブサイト(英語版)に掲載する我が国の警察に係る制度、活動等に関するコンテンツを拡充したほか、より伝わりやすい外国語表現の使用に努めるなど、外国語による情報発信の

⁸ 都市に関わる様々なデータについて、センサー等の端末からアプリケーションまでデータを流通させる機能を持ったプラットフォームのこと。

強化を図った。

また、近年、激甚化・頻発化する自然災害等を踏まえ、平時から海外や国内に対し適切な情報発信を行うことが重要であることから、国土交通省及び関係機関がウェブサイト等で提供している防災情報が一元化されてスマートフォン対応等により容易に防災情報等を入手できる「防災ポータル/Disaster Prevention Portal」について、2022年度（令和4年度）も引き続き新たな防災情報を追加するなどの充実を図った。

さらに、国土交通省ウェブサイトにおいて、雨の状況や川の水位、カメラ映像等のリアルタイムな情報を英語表記で提供している「川の防災情報 英語版」について、訪日外国人旅行者が避難に必要な情報をいち早く入手し、主体的な避難につながるよう運用した。

b) 救急活動時における多言語音声翻訳アプリの活用の促進

救急現場で救急隊員が外国人傷病者に対して円滑なコミュニケーションを図れるよう、救急隊向けに開発した「救急ボイストラ⁹」等の多言語音声翻訳アプリの普及促進を行った。¹⁰

c) 熱中症対策も含めた、救急車利用ガイド（多言語版）の提供

「訪日外国人のための救急車利用ガイド（多言語版）¹¹」について、対応可能な言語が増え、活用の方がより一層広がったことから、各都道府県及び消防本部に対し積極的に広報を行うよう依頼するとともに、関係省庁等が連携し効果的な広報を実施した。

d) 外国人に対する災害情報の発信に関する取組

これまで関係省庁が進めてきた一連の取組について、外国人を雇用している企業、外国人が通う語学学校、国際交流関連団体、地方公共団体等において外国人向けに防災訓練、研修等を行う際に活用可能な資料を作成し、2022年（令和4年）5月に地方公共団体、一般財団法人自治体国際化協会、指定公共機関、出入国在留管理庁ウェブサイト等を通じて周知した。

e) 非常時における訪日外国人旅行者の安全・安心の確保に向けた取組強化

2020年度（令和2年度）に作成した観光・宿泊施設等が非常時の訪日外国人旅行者対応に活用できる用語集や、2021年度（令和3年度）に作成した観光危機管理計画・危機対応マニュアルを策定する実務者向け「観光危機管理計画等作成の「手引き」」について、地方公共団体や事業者等に対し、観光庁ウェブサイト等を通じて周知した。

f) 災害時における旅行者の避難受入等に対する協力要請

「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」において、今後取り組むべき施策として、自然災害や感染症が発生した際の被災者等の受入先を確保するため、平時における事前準備として、宿泊業界団体とも連携した、各地の宿泊業界団体と自治体との協定締結の促進についてとりまとめた。

⁹ 外国人傷病者への救急対応を迅速に行うための多言語音声翻訳アプリ。

¹⁰ 2023年（令和5年）1月1日時点において、全国723消防本部中683本部導入（94.5%）。

¹¹ 2023年（令和5年）3月現在で、合計16言語への対応が可能となっている。

g) 訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制及び情報提供の強化

「地方消費者行政強化交付金」の活用等により、外国人等の消費の安全確保のため、地域における消費生活相談に係る体制の充実を図った。

国民生活センター「訪日観光客消費者ホットライン」において、訪日外国人旅行者の消費者トラブルへの相談対応を行い、2021年(令和3年)7月開設の専用ウェブサイト・チャットボットで情報提供を引き続き行った。

h) 外国人運転者にもわかりやすい道路標識の整備

2017年度(平成29年度)に英語を併記した規制標識の整備が可能となったことから、これらの道路標識を更新等に併せて順次整備した。2022年度(令和4年度)末時点で、約202,000枚の規制標識「一時停止」に英語が併記されている。

i) スマートフォンを活用したプッシュ型の洪水情報提供

水災害時の円滑かつ迅速な避難を可能とするため、国内旅行者が避難に必要な情報をいち早く入手し、主体的な避難につながるよう、スマートフォンを活用したプッシュ型の洪水情報提供について、迅速かつ適切に配信できるよう運用を図った。

(11) 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

a) 景観計画等の策定促進及び無電柱化の推進

① 景観計画策定や建築物等の改修・除却支援による魅力ある観光地づくりの推進

主要な観光地において景観計画策定が促進されるよう、景観改善推進事業の活用及び全国の地方公共団体を対象としたセミナーを都道府県単位で開催した。また、「景観計画策定の手引き」や「歴史的風致維持向上計画作成マニュアル」等の周知・徹底を図った結果、2022年度(令和4年度)は新たに9市区町村で景観計画が、3都市で歴史的風致維持向上計画が策定された。

歴史的風致維持向上計画認定都市(90都市)のうち観光庁が指定する特定観光地を対象に、歴史的なまちなみを阻害する建築物等の美装化・除却及び伝統的な意匠形態を有する新築建造物の外観修景に対して支援し、歴史的なまちなみ全体の質の向上を推進した。

② 「居心地が良く歩きたくなる」まちなかでの景観形成の促進

景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上を図るため、まちなかウォークブル推進事業等を活用した「居心地が良く歩きたくなる」空間の創出により、良好な景観形成を推進した。

③ 歴史まちづくり法の重点区域等での無電柱化の推進

観光地等における良好な景観の形成や観光振興のため、2021年(令和3年)5月に策定した無電柱化推進計画に基づき、「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律(平成20年法律第40号)」「(歴史まちづくり法)に基づく重点区域や「文化財保護法(昭和25年法律第214号)」に基づく重要伝統的建造物群保存地区等で無電柱化を推進した。

b) 国営公園の魅力的な景観等を活用した観光地の魅力向上

国営公園における魅力的な景観等の観光資源を活用するため、案内サインや券売機の多言語化等の環境整備を行った。また、周辺観光資源と連携し、海外向けの情報発信等を行った。首里城の復元については、関係閣僚会議で決定された「首里城正殿等の復元に向けた工程表」に基づき、2022年(令和4年)11月に正殿の本体工事に着工し、2026年(令和8年)の復元に向けた取組を推

進した。

c) 美しい自然・景観等の観光への活用

① 森林景観を生かした観光資源の整備

国有林野にある「レクリエーションの森」のうち、御池ブナ平風致探勝林等における案内看板の多言語化、操山自然休養林等における歩道整備等の重点的な環境整備に取り組んだほか、奥久慈自然休養林等において誘導標識を整備し安全対策にも取り組んだ。また、「日本美しの森 お薦め国有林」の魅力をわかりやすく伝えるため、白金自然休養林等の見どころ等を林野庁ウェブサイトやYouTubeでの動画配信を通じて発信した。さらに、林野庁と国立公園を所管する環境省の連携事業により、フィールド整備やプロモーションを共同で実施するなど、保護と利用の促進を図った。

② 「日本風景街道」の取組等の推進

「日本風景街道」の取組を通じ、道路管理者と市民団体等が協働して、沿道景観を美しくする活動や、地域情報の発信等を行う「道の駅」等の地域の拠点との連携による相互の魅力及び価値の向上に取り組んだ。また、その魅力を伝える内容を関係省庁が連携してウェブサイトで発信し、認知度向上を図った。

③ 次世代自動車等の導入促進

分散した観光資源間を周遊する際の移動円滑化を推進するため、環境性能に優れた次世代自動車等の導入を引き続き促進した。

④ 離島・半島の地域資源を活用した新たな観光振興

離島地域にある資源を活用し、未来を担う子供・若者や旅行者らが離島へ向かう流れを活性化するため、「離島活性化交付金」によりウェブサイト、SNS等を活用した離島の情報を発信する取組を実施する地方公共団体を継続的に支援した。また、半島地域については、地方公共団体やNPO等の多様な主体が連携した、地域資源や特性を生かした交流事業の実施等、地域間の交流促進等に向けた取組を支援するとともに、半島製品の発掘、販路拡大等のため、官民連携体制構築に必要な実証調査を行った。

d) 奄美群島及び小笠原諸島における観光産業等の振興及び交通アクセスの改善

奄美群島では、世界自然遺産登録を踏まえた観光振興のため、航路・航空路線の旅行者を対象とした誘客・周遊促進事業及び奄美－沖縄間の航路・航空路の特別運賃割引への支援を実施した。また、小笠原諸島では、父島二見港の岸壁改良等の港湾の整備、自然公園の施設整備・改修、自然ガイドの育成、旅行者の実態・ニーズの調査等への支援を実施した。

e) 河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

「河川敷地占用許可準則の特例」や「かわまちづくり支援制度」等により、河川区域における民間事業者によるオープンカフェや川床の設置を制度面から支援し、河川空間及びまち空間の融合による良好な水辺空間の形成を推進した。

f) 明治記念大磯邸園の整備の推進

「明治150年」関連施策の一環として、明治期の立憲政治の確立等の歴史や意義を後世に伝えるため、国と地方公共団体が連携し、明治記念大磯邸園の整備を推進した。2025年度（令和7年度）中の整備完了に向け、2022年度（令和4年度）は建物改修等を実施した。

(12) 民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進

a) 文化観光を推進するための受入環境整備

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、多言語対応、Wi-Fi・キャッシュレス環境整備、バリアフリー化等の受入環境整備に係る取組を支援した。

b) インバウンドを支える観光バス受入体制の強化

全国駐車場政策担当者会議(2023年(令和5年)3月)にて、観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組事例を紹介するとともに、社会資本整備総合交付金等による支援について周知した。

c) 都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築

公募設置管理制度(Park-PFI)¹²等の普及啓発等を通じ、民間資金を活用した地域の観光拠点等となる都市公園の整備等を推進した。

d) 都市公園内への観光案内所等の設置促進

観光案内所等を都市公園内に設置できる占用特例制度の活用を図り、地域の魅力や回遊性の向上を促進した。

e) グローバル企業のビジネス活動を支える国際競争力強化に資する取組への支援

国際競争力の強化に向け、イノベーション創出に資するイベントの実施等に対し、2023年(令和5年)3月末時点で5件支援した。

f) 拠点駅及び周辺における統一的な案内サインの整備や市街地再開発等による都市空間形成への支援

地方公共団体、交通事業者及び都市開発事業者等に対し、統一的な案内サインの整備等に係る事例や支援制度について周知し、わかりやすく使いやすい歩行空間ネットワーク等の構築を促進した。

また、駅周辺をはじめとした中心市街地等において、市街地再開発事業等により、地域の観光の拠点となる商業施設等の整備や公共施設の整備による都市機能の更新を支援し、魅力ある都市空間の形成を促進した。

g) 地域の魅力の海外発信等

海外を含めたクリエイティブな人材や民間投資を惹きつけるため、東京都と地域のまちづくり団体の共同事業による、イノベーションの創出を目的とした情報発信の取組等に係る経費への一部補助を行った。

h) 道路空間と観光の連携の推進

民間の創意工夫を活用し、地域の賑わいを創出するため、「歩行者利便増進道路(ほこみち)」制

¹² 飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置と、同施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度のこと。

度の普及を促進した。また、道路における賑わい創出と維持管理の一層の充実を図るため、道路協力団体制度の地方道への展開を促進した。

(13) 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大

a) 地方における消費税免税店の拡大

2023年(令和5年)4月の免税購入対象者の明確化等に向け、各地方運輸局と連携した説明会の開催及びDMの送付を実施するとともに、関係省庁のウェブサイトや業界団体を通じて、事業者等への必要な情報の周知広報に取り組んだ。

b) 伝統的工芸品等のインバウンド需要の獲得

経済産業省が一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会を通じて行う伝統的工芸品産業振興事業において、訪日外国人旅行者に向けた情報発信として、伝統的工芸品の映像を12本制作し、YouTube等を活用した海外に向けた産地プロモーションや産地情報の多言語化を支援した。

c) 保税売店の市中展開による買い物の魅力の向上

関税、酒税、たばこ税及び消費税の免税を受けることができる保税売店について、これまで東京国際空港(羽田空港)及び成田国際空港内のカウンターで商品引渡しが行われる店舗が営業されてきたが、引き続き保税売店の市中展開の拡大に向け、保税売店で販売した商品の引渡しが可能な空港内カウンターの利便性の向上を図った。

2 交通機関

(1) 公共交通利用環境の革新

a) 訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現

公共交通事業者等が実施する交通利用環境(訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料Wi-Fiサービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応、新型コロナウイルス感染症予防対策等)の整備を推進した。

また、「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律(平成9年法律第91号)」(国際観光振興法)に基づき、観光庁長官が指定した899区間において公共交通事業者等の計画的なインバウンド対応を引き続き促進した。

b) 訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けた取組

① 鉄道におけるインターネット予約・チケットレス化の推進等

インターネット予約環境の一層の充実やスマートフォン等を使用した乗車決済環境の整備を促進し、東海道・山陽新幹線区間のインターネット予約環境が九州新幹線区間まで拡大された。

② 日本版MaaS¹³の推進

「日本版MaaS推進・支援事業」において公募を行い、6事業を選定し社会実装に向けた支援を実施したほか、公共交通機関のデータ化については14事業者、キャッシュレス化については14事業者、AIオンデマンド交通やシェアサイクル等、新型輸送サービスの導入については21事業者に対し支援を実施し、公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備した。

¹³ あらゆる乗り物を、ITを用いて結びつけ効率よく便利に移動できるようにするシステム。

③ バス系統ナンバリングの導入・改善促進

「乗合バスの運行系統のナンバリング等に関するガイドライン」について、事業者や地方公共団体等の関係者に周知を図った。

④ 世界水準のタクシーサービスの充実

訪日外国人旅行者が母国と同じようにタクシーを利用できるよう、多言語タブレットやキャッシュレス決済機器等の導入に対する支援を行った。また、言語・決済に不安なく利用できるタクシーの車体表示や外国対応タクシー乗り場・入港レーンの設置等、空港・主要駅での利用環境の向上を図った。

⑤ バリアフリー化したタクシー車両の普及促進

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1(6)b)⑪

c) 手ぶら観光の推進

日本政府観光局と連携して手ぶら観光のウェブサイトをリニューアルすることで認知度向上を図るとともに、手ぶら観光カウンターを2件新たに認定した。

d) 新幹線の大型荷物置場等の整備促進

訪日外国人旅行者のニーズが高い、移動時の大きな荷物の保管場所となる鉄道車両内の大型荷物置場について、訪日外国人旅行者の多い東海道・山陽新幹線におけるサービス提供の拡充を促進した。

e) 訪日外国人旅行者の移動に関するデータ (FF-Data) の整備

新型コロナウイルス感染症の影響により、2021年(令和3年)データの作成に必要な調査が実施できなかったが、今後のデータ作成に向けて利用者ニーズの把握を行った。

f) 安全対策を前提とした貸切バスの利用促進

多様化する訪日外国人旅行者の貸切バスによる移動ニーズに対応するため、臨時営業区域の特例措置について、同制度の利用状況や事故状況等の実態把握を行った上で、2024年(令和6年)3月末まで延長することとした。

また、貸切バスの安全・安心を確保するため、2016年(平成28年)の軽井沢スキーバス事故後に制定した85項目に及ぶ総合的な安全対策をフォローアップするとともに、2022年(令和4年)10月に発生した貸切バスの横転事故を踏まえ、下り坂における運転方法の指導を事業者に確実に行わせる等の対策を講じた。

g) トンネル施設における電波遮へい対策

携帯電話が利用できない鉄道トンネル等を解消するための「電波遮へい対策事業」について、新幹線トンネル2事業(北陸新幹線(延伸区間))及び在来線トンネル7事業(東海道本線、中央本線、呉線及び北陸本線)に交付を決定し、事業を開始した。また、九州新幹線西九州ルートでは、2022年(令和4年)9月23日の開業までに、全31トンネルにおける対策が完了し、携帯電話サービスの利用が可能となった。

(2)「地方創生回廊」の完備

a) 新幹線・高速道路等の高速交通網の活用

① 「ジャパン・レールパス」の購入環境整備

訪日外国人旅行者の国内での移動を円滑化するため、「ジャパン・レールパス」等、訪日外国人旅行者向けの共通企画乗車券について、利便性向上に向けた調査を行った。

② 日本版MaaSの推進

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節2(1)b)②

③ バスタプロジェクトの推進

バスタプロジェクトの全国展開を推進した。その際、民間ノウハウを活用しつつ効率的に整備・運営するため、官民連携での整備・運営管理を可能とするコンセッション制度等を活用しつつ、多様な交通モード間の接続を強化し、MaaS等の新たなモビリティサービスにも対応可能な施設とするよう、検討を進めた。

④ 道路案内標識における英語表記改善・看板の集約及びスマホとの連携

歩道に設置された道路案内標識について、鉄道駅やバスターミナル等の交通結節点においてほかの機関が設置する案内看板と連携した設置や、英語表記の改善・充実を図った。また、交通結節点や観光地等でのわかりやすい道案内の実現に向けて、看板及び歩行者案内標識の集約、二次元バーコードの貼付等による周辺施設案内の充実を図った。

道路案内標識と国土地理院が公開した英語版地図(2.5万分の1等)における道路関連施設や山等の自然地名の英語表記の整合を図るため、各都道府県の道路標識適正化委員会において、英語表記の原案を作成するとともに、国土地理院と地図について調整した。

⑤ 交差点名標識への観光地名称の表示

観光地に隣接する交差点又は観光地へのアクセス道路の入口となる交差点の交差点名標識に観光地名称を表示することにより、旅行者にとって観光地へのわかりやすい案内となるよう、道路標識適正化委員会にて調整し、標識が改善されるよう全国的に推進した。

⑥ 規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現

国家戦略特区内において、過疎地域等での観光客を中心とした移動ニーズに対応するため、「自家用有償観光旅客等運送事業」の周知・活用を図った。

b) 訪日外国人旅行者向け周遊定額パス

訪日外国人旅行者向け周遊パスについては、2020年(令和2年)4月より高速道路会社等において新規の申込受付を停止していたところ、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、2022年(令和4年)11月以降、順次再開した。

c) 高速道路の周遊定額パス

高速道路会社等において、地方公共団体や観光施設・宿泊施設等と連携した周遊パスの利用促進を図った。また、2022年(令和4年)11月から、周遊パスの平日のみの利用について、従来が平均約3割お得であるところ、合計で約4割お得となる拡充措置を実施した。

d) 中山間地域における「道の駅」等を拠点とした自動運転サービス

中山間地域における「道の駅」等を拠点とした自動運転サービスについて、社会実装を実現した4か所の継続した運行を踏まえ、横展開に向けた事業のとりまとめを実施した。

e) 道路交通の安全対策等の推進

訪日外国人旅行者のレンタカー利用等による交通事故を削減するため、ETC2.0データ¹⁴等のビッグデータを活用した事故対策に関する参考資料作成に向けた取組等を推進した。

f) レンタカー利用時における安全性及び利便性の向上

外国人運転者が利用する翻訳文作成業者に対して働きかけを行い、同社ウェブページに安全運転啓発動画を掲載した。

また、訪日外国人旅行者のレンタカー利用を促進するため、補助を行うことで事業者の多言語化対応等への取組を支援した(2022年度(令和4年度)補助実績1,137万円)。

g) 北海道での観光列車の充実

前年に引き続き、2022年(令和4年)8月から9月にかけて、東急電鉄株式会社等の協力の下「THE ROYAL EXPRESS」が道内を運行した。

h) 地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

公共交通機関において、訪日外国人旅行者がストレスフリー・快適に旅行を満喫できる環境及び災害等の非常時においても安全・安心な旅行環境の整備を図るため、多言語での情報案内の強化、無料Wi-Fiサービスの整備、キャッシュレス決済の普及、バリアフリー化の推進、感染症対策の充実等に関する取組に対し、公共交通事業者等への支援を実施した。

i) 自家用有償旅客運送の活用

観光需要に対して自家用有償旅客運送による輸送が必要とされる地域において適正に活用されるよう、引き続き、ウェブサイト等において制度の周知を図った。

j) 北方領土隣接地域への新たな日常における旅行者誘客調査

OTA¹⁵のウェブサイトにも根室地域の観光情報や二次交通の情報を掲載した特集ページを作成し、情報発信を実施するとともにアウトドアのインフルエンサーを招請し、SNS等においても情報発信を実施し、効果を検証した。

また、同地域を訪問した観光客を対象としたアンケート調査やGPSデータ分析を行い、訪問意向や移動経路、利用交通機関等を把握し、誘客効果について検証した。

k) 北海道ドライブ観光促進プラットフォームの取組

「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」(2023年(令和5年)3月末においては107機関が登録)において、スマートフォンアプリケーション(GPS機能)を活用し、2021年(令和3年)の北海道における道内居住者及び道外居住者の周遊・滞在状況を把握し、2019年(令和元年)及び2020年(令和2年)の状況と比較するなど、データの把握・共有・活用を実施することにより、国内旅行とインバウンドの受入環境整備・改善を推進した。

¹⁴ 車両の走行履歴データ及び挙動履歴データ。ETC2.0車載器に蓄積され、車両が路側機の下を通過するときに吸い上げられる。

¹⁵ Online Travel Agentの略。インターネット上で取引を行う旅行会社。

(3) 新幹線・空港における非常時の訪日外国人旅行者向けの情報提供の充実

新幹線における非常時の訪日外国人旅行者向けの情報提供については、駅頭掲示、駅構内放送、車内放送、ウェブサイト等で、多言語（英語、中国語及び韓国語）により実施した。また、特に災害発生時には、その都度対応指針に沿った情報提供がなされるよう指導を行った。

さらに、空港については、「滞留者対応計画」を含む空港BCP¹⁶に基づき、空港関係者やアクセス事業者と連携し、多言語やSNS等による情報提供を含む災害時の対応を行った。加えて、空港BCPを実効性のあるものとするため、全国の95空港において、各種訓練等を2022年（令和4年）8月までに実施し、訓練や点検の実施状況等を確認、関係機関等で共有することで、空港BCPや訓練の見直しを推進した。

(4) 最新技術の導入等による防災気象情報の高度化

2022年（令和4年）6月に広域を対象とした線状降水帯による大雨の約半日前からの呼びかけを開始した。また、予測精度向上に向け、新たな水蒸気観測機器の整備や気象庁スーパーコンピュータシステムの機能強化等を行った。さらに、2023年（令和5年）2月に長周期地震動階級を緊急地震速報の発表基準に追加する等、防災気象情報を高度化した。

(5) 空港アクセスバス事業の実施地区の拡大

空港アクセスバスについては、2021年度（令和3年度）に実施した運賃設定の弾力化や、運行計画（ダイヤ）の提出期間の短縮等による手続簡素化により、引き続き空港アクセスの利便性向上を図った。

(6) 旅客施設・車両等のバリアフリー化推進

a) ユニバーサルデザインの街づくりの推進

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1（6）b）①

b) バス・タクシー車両のバリアフリー化促進

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1（6）b）⑫

c) 空港におけるバリアフリー化の推進

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1（6）b）⑬

3 文化財・国立公園

(1) 文化財等におけるわかりやすい多言語解説等の充実

文化資源の磨き上げ、多言語化・Wi-Fi・キャッシュレス環境整備等の利便性向上、学芸員等の専門人材の確保等の取組を支援した。また、東京国立博物館において、高精細複製品やデジタル技術・映像等を用いた体験型展示「未来の博物館」を開設するなど、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解促進に寄与する展示に取り組むとともに、多言語対応等のインバウンド受入に資する環境整備等の充実に取り組み、横展開に努めた。

¹⁶ 空港全体としての機能保持及び早期復旧に向けた目標時間や関係機関の役割分担等を明確化した空港の事業継続計画（A2（Advanced/Airport）-BCP）。

(2) 国立公園等多言語解説等整備事業

訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度を向上させるため、全34国立公園に加え国定公園及び長距離自然歩道等を対象に、国立公園等に関連する英語解説文を整備しつつ、ICT等の先進的技術を活用して展示パネルや既存看板の多言語化、多言語対応の展示映像の制作等の媒体化により一体的な整備や魅力発信を行った。

4 農泊地域の拡大に向けた取組

農山漁村の活性化や所得向上を図るため、農泊に取り組む地域を2022年度(令和4年度)までに621地域採択し、地域における推進体制の構築や観光コンテンツの磨き上げ、古民家等を活用した滞在施設の整備・改修等を一体的に支援した。

また、OTAのウェブサイトで農泊特設ページによる情報発信や農泊ガイドブックの制作、ツーリズムEXPO等への出展、旅行会社との商談会やモニターツアー等、国内外へのプロモーションを戦略的に実施した。

さらに、経営能力を高度化するための高付加価値、地域食材の利活用等のテーマ別研修や地域への専門家派遣を実施した。

第2節 地域の観光コンテンツの造成・磨き上げ

1 観光地・交通機関

(1) 観光コンテンツの開拓

a) 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取組について、全国で計1,300件を支援した。

b) サステナブルな観光コンテンツ強化事業

サステナブルツーリズムに取り組む地域関係者に向けたナレッジ集を作成し、2023年(令和5年)3月に公表するとともに、地域の観光コンテンツ等のモデル造成(50件)、体験に必要な施設改修及び物品等の購入補助(15件)を実施した。

c) アドベンチャーツーリズム推進事業

日本ならではのアドベンチャーツーリズムの更なる推進に向け、消費額増加、満足度向上とともに近年世界的に関心の高いサステナブルツーリズムにもつながる観光コンテンツの発掘・磨き上げ、コーディネーター・ガイド人材の育成・確保、ツアー・コンテンツ提供に必要な受入環境整備等を行った。

d) 国際競争力の高いスノーリゾートの形成

観光地域づくり法人(DMO)等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」に位置づけられたアフタースキーのコンテンツ造成、ICゲートシステムの導入、レストハウス等の改修・撤去等の事業について、10地域を支援した。また、有識者による委員会を3回実施し、支援の考え方の見直し等を行った。

e)DXの推進による観光サービスの変革と観光需要の創出

観光地における消費機会の拡大や消費単価の向上、再来訪の促進を図るため、XRやライブコマース等のデジタル技術と地域の観光資源の融合による新たな観光コンテンツの創出に取り組んだ。

f) 地域観光資源の多言語解説整備支援事業

国宝(建造物)等が所在する15地域、国立公園6か所を含む21地域において、訪日外国人旅行者にとってわかりやすく魅力的な解説文を作成した。また、同事業を通じて蓄積された解説文作成に係るノウハウを横展開するため、多言語解説整備に携わる専門人材向け動画コンテンツを作成した。さらに、同事業で作成した英語解説文を元にした中国語解説文作成の支援も実施した。

g) はまツーリズム推進プロジェクトの推進

砂浜を含む水辺空間における民間事業者等を含めた多様な地域の推進主体による砂浜利用や環境保全の取組を支援するために作成・公表しているナレッジ集(事例集)について、海岸利用に必要な手続の概要説明とワーケーションや海岸利用のルール等の先進事例を反映する等の充実を図った。

h) 官民連携した国内外・訪日旅行に関する情報発信及び旅行商品造成の取組

地域における魅力的な旅行商品造成を促進するため、観光庁、文化庁、スポーツ庁及び環境省の4省庁共催によるセミナーを2023年(令和5年)2月に開催した。同セミナーには、旅行業界及び観光資源を有する地域等の関係者も参加し、これからの観光のあり方について議論するとともに、「文化」、「スポーツ」、「自然」を掛け合わせた各地の先進的な取組について情報共有を行った。

i) インバウンド需要喚起のための株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)によるリスクマネー供給支援

大阪城公園内における劇場業種型の文化施設を整備し、伝統芸能からポップカルチャーまで幅広く日本のエンターテインメントを発信する事業に対して支援した。

j) 「海事観光」の推進

① マリンアクティビティ等の利用活性化に向けた取組

マリンレジャーの拠点である「海の駅」やボート関連イベント等において、クルージングの魅力やマリンチック街道の周知をするとともに、関係団体と連携して、クルージング等の体験機会提供の取組を推進した。

② 「海事観光」における情報発信の強化

全国の様々な海事観光資源について、ポータルサイト「海ココ」を活用し、地域別及びカテゴリ別に情報を集約するとともに、船旅と海の絶景を組み合わせる楽しむ海事観光のモデルプランを策定した。

また、「C to Seaプロジェクト」のSNS及び「海ココ」を活用し、海の絶景や船旅等の情報を発信した。

③ 船旅の魅力向上や新しい海事観光コンテンツの創出に向けた取組の推進

観光資源としての魅力を有するフェリー、旅客船、遊覧船、クルーズ船等が、観光旅行者に幅

広く活用され、インバウンドの早期回復につながるよう、海事観光コンテンツの磨き上げや受入環境整備の一体的な実施等、船旅の更なる魅力向上や地域経済効果の最大化に資する取組を行う民間事業者等を支援した。

④ インターネット等の経路検索におけるフェリー・旅客船の航路情報拡充

「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」の更なる普及促進を図るため、「フォーマット」及び「簡易作成ツール」を改修するとともに、事業者がより簡便にフォーマットを作成できるよう「マニュアル」及び「仕様書」を改訂した。また、地方運輸局、業界団体等を通じてフェリー・旅客船事業者に周知を行い、「MaaS関連データの連携に関するガイドライン Ver.2.0」(2021年(令和3年)4月改訂)に則り、事業者へのデータ整備支援を通じて、航路情報のオープンデータ化を推進した。

⑤ 新たなクルーズ様式に沿った安心できるクルーズ船の運航等を通じた地方創生

クルーズ船の安全・安心な運航を確保するため、業界団体が作成した国内クルーズ用のガイドラインについて、新しい知見や社会全体の感染症対策の進展等に応じて二度の改訂支援等を行い、ウェブサイトに掲載したほか、地域産品を活用した新たな観光資源開発に向けたクルーズの商品造成を支援した。

k) 地域の医療・観光資源の活用

観光庁は厚生労働省と連携し、これまで造成した医療資源と地域の観光資源を組み合わせた滞在プラン等の販売に向けた支援を2地域にて実施した。また、地域の小規模な医療機関等への拡大可能性調査等、事業性を高め発展させるためのデスクトップ調査やヒアリングを実施した。

l) プロモーション等における民間事業者との連携強化

民間プラットフォーム事業者との連携を強化し、訪日外国人旅行者のみならず国内旅行者にとっても魅力ある観光地域づくりを一層推進するための方策等を検討するため、多様な観光関連事業者(宿泊施設・観光地域づくり法人(DMO)、DX関連事業者)や有識者へのヒアリングを実施した。

m) 訪日外国人旅行者のニーズに対応した売れる商品・サービスづくりの推進

訪日外国人旅行者のニーズに対応した売れる商品・サービスづくりについては、広域周遊事業の専門家派遣事業を通じて、観光地域づくり法人(DMO)等と観光ベンチャーとのマッチングを支援した。

(2) スポーツツーリズムの推進、スポーツによる地域活性化・まちづくり担い手育成総合支援事業

日本政府観光局において、アウトドアスポーツ特設ページへ誘引するためのオンライン広告を実施した。また、2023年(令和5年)3月に宮崎にて、ゴルフツーリズムに特化した商談会への出展を行った。

「日本らしいスポーツホスピタリティ」を取り入れたスポーツによる地方創生・まちづくり推進のため、スポーツツーリズムを中心にスポーツを活用したまちづくりを推進する「地域スポーツコミッション」の「質の向上」に向け、新たな事業展開へのチャレンジ等を18件モデル的に支援するとともに、基盤となる人材の育成・確保の取組を推進した。

(3) スポーツによる地域活性化・まちづくりコンテンツ創出等総合推進事業

スポーツと旅行・観光を掛け合わせたスポーツツーリズム等を通じ交流人口の拡大による地方創生・まちづくりを推進するため、「日本らしいスポーツホスピタリティ」を取り入れた、高付加価値コンテンツの創出に向けた取組7件をモデル的に支援したほか、ポストコロナを見据えスポーツツーリズム・ムーブメントの創出を積極的に推進した。

(4) クルーズ船受入の更なる拡充

2022年(令和4年)の訪日クルーズ旅客数はゼロ、我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は、前年比71.4%増の720回となった(速報値)。クルーズを安心して楽しめる環境整備等、以下の取組を推進した。

a) クルーズ船寄港の「お断りゼロ」の実現

国際クルーズ旅客受入機能高度化事業の公募を計5回行い、横浜港や神戸港等の計13港で屋根付き通路の設置や旅客上屋の改修、隔離施設の整備(感染防止対策)等を行う事業を採択した。

また、高松港におけるクルーズ船の安全な受入検討を行う取組を支援した。

b) 世界に誇る国際クルーズの拠点形成

下関港や那覇港等の「国際旅客船拠点形成港湾」において、岸壁等の整備を推進した。また、2022年(令和4年)6月に、国際旅客船拠点形成港湾を含む129港で衛生主管部局も参画する水際・防災対策連絡会議を開催し、ガイドライン等の周知徹底を図るなど、クルーズ船を安全・安心に受け入れられる体制の構築を図った。

c) 国内クルーズ周遊ルートの開拓

観光資源としての魅力を有するフェリー、旅客船、遊覧船、クルーズ船等が、観光旅行者に幅広く活用され、インバウンドの早期回復につながるよう、海事観光コンテンツの磨き上げや受入環境整備の一体的な実施等、船旅の更なる魅力向上や地域経済効果の最大化に資する取組を行う民間事業者等を支援した。

瀬戸内海クルーズ推進会議や鹿児島・沖縄等のクルーズセミナーにおいて、寄港地となる地域の関係者等に対し、ツアー造成等に係る課題や今後の取組における取組の方向性の共有等を図った。また、2023年(令和5年)3月に世界最大規模のクルーズ国際見本市へ出展し、ラグジュアリークルーズを運航するクルーズ船社等に対し、瀬戸内海や南西諸島等の魅力をPRした。

d) クルーズを安心して楽しめる環境づくり

国内クルーズについては、関係業界団体による国内クルーズ用のガイドラインについて最新の知見に応じた改訂の支援を行った。また、船内や旅客ターミナル等での感染予防対策を徹底した上でクルーズの実施を促進した。

国際クルーズについては、関係者間で再開に向けた安全対策について検討を進め、2022年(令和4年)11月に国際クルーズ用のガイドラインが関係業界団体から公表された。その後、同年12月に日本船による国際クルーズ、2023年(令和5年)3月には外国船による国際クルーズの運航が再開された。

さらに、クルーズ再興に向け、旅客ターミナル等における感染防止対策を含む受入環境整備や、クルーズ船社と寄港地の相互理解促進に資する取組等、ハード・ソフト両面にわたり支援した。

e) 新たなクルーズビジネスの確立

クルーズを安心して楽しめる環境をつくるための事業の公募を計5回行い、クルーズ船旅客と受入側の相互理解を深めるためのセミナーや特産品を主軸とした観光ツアーの造成等、18事業を採択した。

また、2022年度(令和4年度)は、みなとオアシスとして新たに3か所(伏木富山港、舞鶴港、佐世保港)の登録を実施した(2023年(令和5年)3月31日時点で157か所登録)。

f) クルーズ船受入の更なる拡充

日本政府観光局は、クルーズ関係者向けウェビナーを2022年(令和4年)6月に開催した。本ウェビナーでは、外航クルーズ再開に向けた機運醸成とパートナーシップ強化を図るための国内外の取組や、海外クルーズ市場の最新動向を情報発信した。また、オーストラリアにおいてクルーズ船社との共同セミナーを同年11月に、北米においてクルーズ船社と連携したセミナーを同年9月から2023年(令和5年)2月に11回、それぞれ開催した。

さらに、全国クルーズ活性化会議等と連携した商談会及びクルーズ船誘致のためのプロモーションを実施した。2022年(令和4年)9月にクルーズ国際見本市を視察、同年11月に北米最大級の国際見本市・商談会へ、2023年(令和5年)3月に世界最大規模のクルーズ国際見本市へ、それぞれ出展したほか、同年2月にはクルーズ船社及び船社と提携している旅行会社を寄港地プロモーションのため国内に招請した。

g) 大型のプレジャーボートの受入拡大に向けた検討

港湾管理者に対して我が国に寄港する大型のプレジャーボートの寄港状況を調査するとともに、寄港地における提供可能な港湾サービスの実態について有識者にヒアリングを行った。

h) 海洋周辺地域における訪日観光の魅力向上

海洋周辺地域における訪日観光の魅力向上のための事業の公募を計5回行い、小型船による周遊ツアーの開催や多言語案内看板の設置等、12事業採択した。

(5) 観光関連ファンド等の活用

株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)が地域金融機関等と連携して組成した「観光遺産産業化ファンド」や、株式会社日本政策投資銀行(DBJ)等が組成した観光関連ファンド等により、旅館等の宿泊施設を含む観光地の再生・活性化を図った。

また、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光まちづくり等に関する投資ノウハウ・人材支援等に関する機能を安定的・継続的に提供し、観光地の再生・活性化を推進した。

(6) 国際的な芸術祭等の実施

芸術祭等について、国際的な認知度を向上させる取組を充実・発展させることで、我が国を代表する国際文化芸術発信拠点を形成し、インバウンドの回復に資する総合的な取組を支援した。また、海外のフェスティバルへの参加・出展、海外の芸術団体との共同制作公演等計24事業を支援した。

(7) 地方版図柄入りナンバープレートの導入による地域の魅力の発信

2022年度(令和4年度)に、地方版図柄入りナンバープレートは約12万件、全国版図柄入りナンバープレートは約32万件の申込みがあり、前者の寄付金は、6地域8事業で地域・観光振興等の

推進に活用された。

また、地方版図柄入りナンバープレートの追加募集に対し、全国10地域から導入申込みがあった。

(8) 地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節2(2)h)

(9) サイクルツーリズムの推進

走行環境の整備やサイクルトレインの拡大等によるサイクリストの受入環境の整備等を官民が連携して行うことにより、ナショナルサイクルルートをはじめとする世界に誇るサイクリング環境を創出するとともに、国内外へのPR等を行い、サイクルツーリズムを推進した。

(10) 通訳案内士・ランドオペレーター等の質の向上等の推進

a) 通訳ガイド制度の充実・強化

通訳案内士の担い手確保と質の向上を図るため、語学や観光系の専門学校、大学等において全国通訳案内士による講演活動を実施し、業務や試験について情報発信した。また、通訳案内士の雇用機会の創出・拡大を図るため、「通訳案内士登録情報検索サービス」のシステムを改修し、通訳案内士と旅行事業者等とのマッチングの容易化に取り組んだ。

b) ランドオペレーター業務の適正化を図る制度の推進

2022年(令和4年)4月1日時点で、旅行サービス手配業者として1,800社の登録がなされている。旅行サービス手配業の登録制度の周知等を引き続き実施し、制度の適切な運用を図った。

c) 地域限定旅行業務取扱管理者

2018年度(平成30年度)から開始された地域限定旅行業務取扱管理者試験は、2022年(令和4年)9月に5回目を実施し、これまでに588名が合格した。

(11) サイクルトレイン・観光列車等の普及促進

a) 自転車旅行者に使いやすい鉄道サービスの提供

日本政府観光局ポータルサイトにおいて、観光列車の魅力を情報発信するとともに、サイクルトレインの運行実施例を鉄道事業者に展開し導入を促進した。

b) 移動そのものを楽しむ取組や新たな観光ニーズへの対応

移動そのものを楽しむオープントップバス等について、訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業により支援することで導入を促進した。

(12) 外国人患者の受入環境整備

a) 「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施

2022年度(令和4年度)も観光庁と厚生労働省が連携し、都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を含めた「外国人患者を受け入れる医療機関の情報」とりまとめたリスト」の選定を実施した(2022年(令和4年)12月末時点で全国で2,135か所、うち都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」が1,623か所)。

また、厚生労働省の「医療通訳者、外国人患者受入れ医療コーディネーター配置等支援事業」による医療通訳者等の配置支援を20医療機関に実施するとともに、「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」に対して、拠点機能の強化に必要な取組等の周知・教育等を行った。さらに、「外国人患者受入れ医療コーディネーター養成研修事業」を2023年（令和5年）2月にオンラインで開催し、274人養成するなど外国人患者受入環境の整備を進めた。

加えて、地域の課題の協議を行う分野横断的な関係者による協議会や医療機関からの外国人患者の対応に関する相談に対応するワンストップ窓口の設置・運営を支援するとともに、「外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル」の内容を充実化し、2023年（令和5年）2月に改訂第4.0版を厚生労働省ウェブサイトにおいて公表した。さらに、医療機関が活用できるよう、2022年（令和4年）4月にウクライナ語無料電話医療通訳サービスを開始するなど、多言語対応への支援を更に進めた。

また、訪日外国人旅行者等の医療に関する情報をまとめたウェブサイトへの好事例インタビューの掲載等内容の充実と、受入環境の整備に有用な取組の周知を図った。さらに、3つの団体に対し団体契約を通じた電話医療通訳の利用支援を行うなど、医療機関の多言語コミュニケーション対応を支援した。

b) 訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化

日本政府観光局ウェブサイトやアプリ等で「外国人患者を受け入れる医療機関」について情報提供を実施した。

c) 訪日外国人旅行者の保険加入促進

訪日外国人旅行者に日本政府観光局ウェブサイトや発地国のメディア等を通じて旅マエから保険加入の必要性を周知するとともに、入国時においても Visit Japan Web や空港でのポスター掲示等によって、関係省庁が連携し、海外旅行保険の加入促進を図った。

(13) 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

a) 沖縄観光の強化

各港のクルーズ船対応岸壁の整備を継続し、ポストコロナを見据えクルーズ船の受入再開に向けた環境整備を図った。また、「沖縄振興特別推進交付金」により、「外国人観光客受入体制強化事業」、「沖縄観光コンテンツ開発支援事業」等を引き続き実施したほか、「沖縄振興特定事業推進費」により、「沖縄こどもの国拡充事業」等を実施した。さらに、「沖縄北部連携促進特別振興事業」により、観光客周遊拠点施設として「名護博物館」の整備を完了したほか、7事業に対し予算交付を決定した。

b) 河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1(11)e)

c) 特定有人国境離島地域における滞在型観光の促進

特定有人国境離島地域社会維持推進交付金を通じて、1県及び21市町村に対し、旅行者の滞在を延ばす効果が期待される滞在型プランの造成等を支援した。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、一部地域では企画・造成したモニターツアーや旅行商品で未実施や規模縮小となったものもあるが、2023年度（令和5年度）以降への実施に

向け協議を行った。

(14) 日本映画の海外発信

訪日外国人旅行者の増加に寄与するため、日本の魅力あるロケ地情報の多言語化や日本映画の多言語字幕制作支援、欧米等で開催されている国際映画祭への出品支援、海外における日本映画の特集上映の実施(2022年(令和4年)9月、同年12月、2023年(令和5年)2月に米国で開催)等を通じ、多様な作品の魅力を発信した。

2 国立公園

(1) 国立公園満喫プロジェクト

「国立公園満喫プロジェクト」において、「ステップアッププログラム2025」等に基づく取組を実施するとともに、34国立公園全体や国定公園への水平展開・底上げを図った。また、新たに2公園でステップアッププログラム2025を策定し、1公園で地域協議会を発足した。さらに、2022年(令和4年)4月に改正法が施行された「自然公園法(昭和32年法律第161号)」により新たに創設された自然体験活動促進計画・利用拠点整備改善計画制度について地方公共団体や関係団体等に周知や支援を行った。

加えて、民間提案による高付加価値な宿泊施設を中心とした国立公園利用拠点の面的な魅力向上に取り組むこととし、「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上検討会」を設置し、2023年(令和5年)1月から3月にかけて検討会を3回開催した。

a) 自然満喫メニューの充実・支援

国立公園等における自然体験コンテンツの充実、野生動物の保全活動を組み込んだツアーの造成、人材の育成、ビジターセンターへのカフェの設置をはじめとした公共施設の民間開放、自然環境保全コストの一部を利用者負担とする仕組みの導入に向けた実証実験等について、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等の多様な主体と連携して実施した。

b) 海外への情報発信強化

日本政府観光局グローバルサイト内に構築した国立公園ウェブサイトを活用して、デジタルマーケティング手法による分析結果を踏まえ、サイトの改善やコンテンツの更なる充実等を進め、戦略的に日本の国立公園の魅力を海外に情報発信した。

c) 観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組

関係省庁、関係地方公共団体、関係団体等からなる地域協議会を中心に連携を図り、「ステップアッププログラム2025」等に基づき、観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組を推進した。また、環境省と国有林を所管する林野庁の連携事業により、フィールド整備やプロモーションを共同で実施するなど、保護と利用の促進を図った。さらに、多言語化の充実やコンテンツの造成等について国定公園に展開を図った。

(2) 国立公園等におけるワーケーションの推進

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により減退した公園利用の反転攻勢と地域経済の再活性化を図るため、国立・国定公園の利用拠点において、自然体験プログラム推進や、ワーケーション受

入や自然との調和が図られた滞在環境の整備に係る事業について、162件を採択し、支援を行った。

(3) 美しい自然資源の観光資源としての利用促進

a) 快適な利用の促進

国立公園において、美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光の実現に向け、魅力的な自然体験コンテンツの造成や上質な利用のための受入環境整備を推進するとともに、日本政府観光局グローバルサイト内に設置した国立公園ウェブサイトやSNS、2022年度(令和4年度)に開催された旅行博等を活用しながら、国立公園の魅力やコンテンツ等について情報発信を行った。

b) 地域の自然観光資源を活用したエコツーリズムの推進

エコツーリズム推進全体構想の認定地域等に係る広報や、認定地域間の情報交換等の支援を行うとともに、自然資源を活用した地域のガイドやコーディネーター等を対象とした人材育成研修やアドバイザー派遣等による支援を行った。また、地域が実施するエコツーリズム推進体制の整備、自然観光資源を活用したプログラム開発等の取組に対して交付金による支援を行った。

c) 自然公園等事業等

国立公園の優れた自然風景地の保護と利用を図るため、安全で快適な自然とのふれあいの場の提供等を進めた。ビジターセンター等においては自然情報に加えて周辺のアクティビティ情報や観光情報等を提供し、情報発信機能を強化するとともに、カフェ等の導入により滞在環境の向上を行った。また、管理運営における民間事業者による質の高いサービスを導入することで機能強化を行った。

(4) 新宿御苑における国立公園の情報発信強化

2020年(令和2年)7月に供用を開始した新宿御苑併設の国立公園情報発信拠点「National Parks Discovery Center」において、大画面の映像設備や展示ギャラリー、国立公園案内カウンター、物販設備等を活用して、新宿御苑の来園者に日本の国立公園の魅力を発信した。

(5) 利用拠点の滞在環境の上質化

国立公園の利用拠点において、国・地方公共団体・民間事業者等地域の関係者が連携してインバウンド増加に資する利用拠点計画を策定するとともに、同計画に基づき、跡地の民間活用を前提とした廃屋の撤去、インバウンド対応機能向上、地域文化が体感できるまちなみ改善等を同時一体的に実施することにより、利用拠点の景観改善、上質化を図り、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度向上を図った。

(6) ビジターセンターのインバウンド対応機能強化とVR等を活用した展示の充実

国立公園の自然の魅力やアクティビティ情報等を訪日外国人旅行者にわかりやすく伝えることにより、滞在時間の延長や満足度の向上、リピーターの増加につなげるため、国立公園のビジターセンター等において、新たに4か所にデジタル技術を活用した展示を導入した。

3 古民家や城泊・寺泊等

(1) 歴史的資源を活用した観光まちづくり

地域に残る古民家等の歴史的資源を上質な宿泊施設やレストランに改修し、観光まちづくりの核として面的に再生・活用する取組について、関係省庁による支援等を通じて、地域の担い手の発掘や磨き上げ、古民家や城、社寺等の歴史的資源の活用の更なる全国展開、滞在の多様化・高質化等を推進するために、以下の取組を実施した。

a) 人材支援・育成

① 歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームにおける取組

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームにおいて、関係省庁が連携した情報共有、会議等での全国の地方公共団体、観光地域づくり法人(DMO)、農泊地域等による情報共有を広く行った。歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームで運営するワンストップ窓口では、地域からの相談や要望に対応・ヒアリングを行い、専門家による現地視察やオンライン打合せ等の支援を行い、2023年(令和5年)3月までに、170件を超える案件の相談に応じた。また、地域の具体的な課題に合わせた情報提供や専門家からのアドバイス等によって地域ごとの熟度に応じた支援等を実施することで、新規地域の掘り起こしや、更なる面的な展開及び磨き上げを行った。さらに、地域への横展開を図るために既存事例は進捗を確認するなど、「歴史的資源を活用した観光まちづくり成功事例集」を作成した。

② 歴史的資源を活用した観光まちづくり

歴史的資源を活用した観光まちづくりに関連する専門人材・企業リストを更新し、相談へのよりきめ細やかな対応を進めた。また、課題を持つ農泊地域への専門家等の派遣事業について、2地域へ派遣し、地域人材の育成等を行った。

b) 地方公共団体等への情報提供や継続的支援の実施等

① 地方公共団体等への情報発信

地方公共団体、地域金融機関等を対象としたセミナーや会議等を活用し、古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進、資源の保存・活用の重要性・有用性について周知した。

② 歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地域が抱える障害の把握や解決策の検討

古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地方公共団体(日本遺産認定地域、観光地域づくり法人(DMO)、農泊地域等)に対し、各省庁を通じて収集した情報により、活用する際の課題や障害を把握して、解決策の検討・情報提供を行うことで、地方公共団体における歴史的資源の活用の更なる活発化を図った。

③ 歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む地域間による相互の取組内容の共有

重要伝統的建造物群保存地区や日本遺産認定地域、観光地域づくり法人(DMO)、農泊地域等観光まちづくりに取り組む地域に対して、歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チームのウェブサイトに掲載されている兵庫県丹波篠山市や愛媛県大洲市等の14事例を成功事例として情報提供を活用することで、取組への意識が高い地域間による関連情報や相互の取組内容の横展開を図った。

c) 古民家等の歴史的資源を活用した観光情報の発信

古民家等の歴史的資源を活用した宿泊施設等に関する情報について、日本政府観光局のウェブ

サイトや動画配信等による情報発信を行った。

d) 金融・公的支援等の促進

① 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

地域金融機関との深度ある対話や金融機関に対する累次の要請等を通じて、金融機関による地域企業の真の経営課題の解決に資する方策の策定・実行に必要なアドバイスや資金使途に応じた適切なファイナンスの提供等の企業支援を更に促進した。また、全国地方銀行協会においても、地方銀行による古民家等の歴史的資源の活用支援事例46事例を紹介した(2023年(令和5年)1月時点)。

② 地域おこし協力隊

地方公共団体職員や地域おこし協力隊員向けの研修を16回開催し、古民家等の活用による観光まちづくりを促すための応援制度の活用事例等について、周知を図った。

③ 地域のまちづくりに資するクラウドファンディングを活用した不動産特定共同事業の普及促進

不動産特定共同事業におけるクラウドファンディングを活用したモデル事業を2件支援するなど、民間の資金・アイデアを活用した老朽・遊休不動産の再生の推進に向けた取組を実施した。

④ ローカル10,000プロジェクトによる支援

産学金官の連携により、地域の資源と資金を活用し、雇用吸収力の大きい地域密着型事業の立ち上げを支援する「地域経済循環創造事業交付金(ローカル10,000プロジェクト)」において、新規性・モデル性の高い古民家等活用事業の立ち上げを支援し、歴史的資源を活用した観光まちづくりを推進した。

⑤ 重要伝統的建造物群保存地区における建造物の利活用に向けた整備等への支援

重要伝統的建造物群保存地区の建造物を次世代へ継承するため、2022年度(令和4年度)は126地区中106地区において適時適切な保存修理、防災施設整備、耐震対策、公開活用整備等に係る所有者等を支援した。また、修理等の機会を捉え、耐震対策の効率化や観光まちづくりに資する公開活用の充実にも取り組んだ。

⑥ 制度及び支援方策の改善・充実

歴史的資源を活用した連携推進チームによるワンストップ窓口において、2022年(令和4年)は金融・公的支援に関する相談が9件であり、必要な情報は専門家とともに整理・分析し、各関係省庁とも連携を図り対応・支援した。あわせて、各省庁と連携し、支援メニューの充実・更新を図った。

e) 既存の規制・制度の改革

① 用途変更許可運用の弾力化

開発許可制度における地域の実情に応じた用途変更の弾力化に係る技術的助言やその活用事例について、国・地方公共団体が参画する担当者会議等において周知した。

② 消防用設備等の合理的な運用に関する考え方の周知

消防本部の担当者や事業者が集まる会議(オンライン開催含む)等の機会を活用して、古民家等に関する消防用設備等の合理的な運用が図られている事例やその考え方等について周知した。

③ 規制及び制度の改善

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのワンストップ窓口にて、過去の規制・制度に関する相談に基づく弾力的運用事例をウェブサイト公表した。

(2) 歴史的資源を活用した観光まちづくり事業

歴史的資源を活用した観光まちづくりは2020年(令和2年)までに200の取組展開を達成したが、更なる高付加価値化及び経済・社会波及効果拡大に向けたモデル事例の創出を目的として8地域に対し初動・伴走等の支援、また城泊・寺泊・古民家泊の受入環境整備等の支援を13地域に対して行った。

(3) 良質で健全な民泊サービスの普及等の促進

a) 健全な民泊サービスの普及

仲介業者の扱う住宅宿泊事業者の営業日数に関する自動集計システムを継続して運用し、違法民泊対策を進めることで、公正な市場の形成を図った。また、民泊サービスを通じた地域の活性化への寄与に向け、民泊の特性を活用した事例集をとりまとめ、民泊制度ポータルサイトにおいて広く周知を行うことにより、更なる健全な民泊サービスの普及を促進した。

b) 外国人滞在施設経営事業(特区民泊)の実施地域の拡大

国家戦略特区における民泊、いわゆる特区民泊において、2023年(令和5年)3月で8自治体(東京都大田区ほか)が3,404施設(10,182居室)を認定しており、認定数は、2022年(令和4年)3月時点と比較して、75施設(673居室)増加した。

(4) 宿泊施設整備の促進

a) 宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の推進

容積率緩和制度を活用した宿泊施設の整備に取り組む自治体の相談等(6件)に対応した。

b) まちづくりファンド支援事業等

民間事業者による宿泊施設整備に対する支援として、民間都市開発推進機構において、2023年(令和5年)3月末時点で地域金融機関等とともに5件のまちづくりファンドを組成するとともに、共同型都市再構築業務により1件の金融支援を行った。

4 文化財

(1) 地域の文化財の一体的整備・支援

a) 地域の文化財の一体的な保存・活用の促進

文化資源を中核とする観光拠点・地域を整備するため、文化観光拠点・地域の整備の促進、日本遺産等の文化資源の魅力向上や発信強化を行った。また、地域における文化財の総合的な保存・活用の取組を支援した。

b) 適切な修理周期による修理・整備

国宝・重要文化財等(建造物・美術工芸品)の適時適切な保存修理への支援とともに、防災施設整備や耐震対策を支援した。

また、文化財建造物については、文化財の解説板・情報機器の設置や展示、便益・管理のための施設・設備の整備等の特色ある活用の取組を支援し、観光資源としての充実及び地域の活性化を図った。

さらに、修理現場・施設等の公開について、文化庁ウェブサイト等において広く情報を発信した。

c) 国指定等文化財等の公開のための施設設備の充実等

国宝・重要文化財建造物7件、登録有形文化財建造物18件、史跡名勝天然記念物1件において、公開のための施設整備の充実や美観向上を図る事業を支援した。また、重要文化財建造物等14件に対して、文化財の特性に応じた施設のバリアフリー化及び設備の充実等を支援した。

d) 学芸員等に対する文化財を活用した観光振興に関する講座の実施

全国各地の学芸員や館長等を対象とした文化をつなぐミュージアム研修、ミュージアムPR研修、ミュージアムトップマネジメント研修について、観光との連携に関するプログラムを取り入れて実施すること等により、文化財の適切な保存・活用とともに、文化財の魅力の促進・発信ができる人材を育成した。また、国立文化施設における、学芸員等を対象とした研修・講座について、国立文化財機構では博物館・美術館等保存担当学芸員研修を実施し、国立美術館ではキュレーター研修を2021年(令和3年)よりも受入人数を増やして実施するとともに、全国の小・中・高等学校等の教員等を対象に「美術館を活用した鑑賞教育の充実のための指導者研修」を実施するなど、研修や講座の拡充に努め、各地の博物館関係者の人材養成や、観光を含めた多様な分野との連携等に資する取組を行った。

e) 「文化情報プラットフォーム」の活用による文化情報の発信

全国で取り組まれる文化イベントや文化施設等に関する情報を一元的に集約し、試行的に国内外に向けて情報発信するため構築に取り組んでいる「文化情報プラットフォーム」について、活用しやすいオープンデータの整備や通信社をはじめとしたメディア等との連携強化によるオープンデータの更なる活用を実証するとともに、文化情報の集約から活用までの民間自走化の可能性を探るための取組を実施し、国内外への持続的な発信力の強化を図った。

f) 美術館や博物館における参加・体験型教育プログラム等への支援、ニーズを踏まえた開館時間の延長

国内外の来館者に博物館・美術館が有する多様な文化資源の魅力を発信するため、障害者、子供、高齢者、外国人等を対象とした鑑賞支援やハンズオン展示、参加・体験型プログラム、講座やワークショップといった教育普及事業のオンライン配信等を推進した。国立新美術館では、「メトロポリタン美術館展」等で障がいのある方のための特別鑑賞会を実施したほか、ガイドスタッフによる対話鑑賞と工作で構成されるオンライン・ワークショップ「夏休み！こども美術館オンライン」を開催するなど、オンラインを利用したプログラムも実施した。東京国立博物館では、聴覚障害者、多言語、世代間コミュニケーションツールとしてのUDトークを講演会・オンライン配信を伴うワークショップで運用した。視覚障害者に対しては、引き続き「盲学校のためのスクールプログラム」の実施と、それに伴うボランティア研修や、本館19室において、「触知図」を使った対応、点字パンフレットの作成を行った。また、新たに感覚過敏の方たちのための取組を開始し、感覚刺激をマップ上に示す「センサリーマップ」を作成し、トーハクなび上に「休息コース」を設け、多様な来館者を対象とする教育普及事業のあり方について検討した。

さらに、国立博物館や国立劇場等において、ニーズを踏まえた開館時間の柔軟な設定、SNS等を活用した国内外への積極的な情報発信に取り組み、国立科学博物館ではInstagramでのライブ配信を10回開催したほか、ICTを活用した新たな生活様式を踏まえた取組として、自宅にしながら博物館を楽しむことができる「かはくVR」の更新や開催した企画展や巡回展コンテンツの追加、学校現場の利用に即したVR活用方法の提示等、より快適な鑑賞環境の充実等に取り組み、

その成果について必要に応じて助言した。加えて、国立工芸館では、高精細画像をもとにガイドスタッフと参加者の対話によって鑑賞を進める「工芸トークオンライン」を一般並びに未就学児を含む児童を対象として実施した。

また、地方館でも文化資源の魅力を伝えるため、国立博物館等において、地方館への収蔵品貸与の促進事業や文化財の保存・活用に関する助言・協力に取り組み、国立文化財機構では国内の博物館等6機関に113件の文化財を貸与した(2022年(令和4年)12月末時点)。さらに、文化財情報資源のデジタル資源化や情報データベースの構築・充実等を促進することにより、文化財が持つ魅力や価値を引き出すとともに、博物館に来訪できない人も含め、人々が場所や時間にとらわれず文化に触れる機会を提供し、文化への社会的な理解を促進した。

g) 文化プログラムをはじめとする文化芸術活動との連携等

国立劇場各館では、2022年(令和4年)6月から12月にかけて、外国人のための歌舞伎等の鑑賞教室であるDiscover公演を計6回上演した。特に、同年10月に国立能楽堂で開催された「Discover NOH & KYOGEN」公演においては、6言語対応(日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語)による字幕表示を行い、外国人来館者等がより快適に日本文化の魅力を体験する機会の充実に取り組んだ。また、東京国立近代美術館では、英語ファシリテータによる対話鑑賞・異文化交流プログラム「Let's Talk Art!」をオンラインで開催した(2023年(令和5年)1月末までの実績:28回、66名)。

(2) アートの国際拠点化

我が国のアートの発展につながる基盤整備として、「アートプラットフォーム事業」において、日本の現代アートに係る論文の翻訳・公開及び2冊の本を海外の大学出版社より刊行した。また、国内の美術館の収蔵品情報の可視化に向けた、全国美術館横断検索システムの整備において、商業ギャラリーの情報や過去の展覧会の情報を追加した。さらに、国内外の現代アートの専門家のワークショップを開催し、ネットワーク化の推進を図った。

我が国がアートの拠点となるべく、2022年(令和4年)11月3日から6日に国際的なアートカレンダーに載るイベントを目指したアートウィーク東京を開催し、海外からアート関係の要人やメディア関係者を招待するなど、国際的なプレゼンスを高める活動を行った。また、補助事業として、「優れた現代美術の国際発信促進事業」において、海外アートフェアに出展するギャラリーへの支援や海外で開催する国内作家の個展への支援等を実施した。

(3) 「日本博」の推進

「日本博」において、自国文化の魅力等の発見・再認識、外国人の訪日・再訪日・地方への誘客を促進するため、様々な文化資源を活用し、全国各地で年間を通じた体験プログラムの創出や多言語での展示等を推進するとともに、多くの人々が自宅等でも日本文化の魅力を体感することができるよう、「バーチャル日本博」をはじめとするデジタルコンテンツを活用した発信の強化や戦略的プロモーションにより、インバウンド需要回復や国内観光需要の一層の喚起、文化芸術立国の基盤強化、文化による国家ブランディングの強化等を図った。

(4) 地域の文化資源を活用した観光振興・地方創生の拡充に向けた対応の強化

2019年(平成31年)4月に改正法が施行された「文化財保護法(昭和25年法律第214号)」に基づき、文化財保存活用地域計画の作成を145件支援(2022年度(令和4年度)末時点:認定件数96件)

するとともに、文化財保存活用地域計画等に基づいた観光拠点の形成への支援も79件行った。

(5) 国際的な芸術祭等の実施・我が国の文化の国際発信力の向上

芸術祭等について、訪日外国人旅行者も楽しめるコンテンツの充実や国際的集客力のあるアーティストの招へい等国際的な認知度を向上させる取組を充実・発展させることで、我が国を代表する国際文化芸術発信拠点を形成し、インバウンドの回復に資する総合的な取組を支援した。また、地域文化創生本部において、戦略的な国際交流・海外発信を含めた文化行政に求められる新たな政策ニーズに対応するため、新たな政策課題の実態把握・分析等を行い、我が国の文化の世界への発信・交流への対応を強化した。

(6) 文化芸術資源を活用した地域活性化

博物館や劇場・音楽堂等が行う文化芸術活動への支援を通じて、子供、高齢者、障害者、訪日外国人旅行者等が実演芸術に気軽に触れることができるよう、バリアフリー・多言語対応、学校や地域との連携を促すとともに、新型コロナウイルス感染症の影響下における「新たな活動」に向けた文化施設の配信等の環境整備も支援した。また、芸術系大学等の資源を活用した文化芸術活動を担う人材の育成について、23大学の事業を採択した。

(7) 地域におけるインバウンドに対応した新たな文化観光拠点・地域の整備等

文化観光の推進に関する好事例を収集・分析し、関係者に広く周知すること等により、事業の支援・充実を図った。また、上質な観光サービスに相応の対価を支払う旅行者の長期滞在・消費拡大に向け、適正な収益を生む持続可能な文化観光コンテンツの造成について22件を採択し、文化施設や文化資源の高付加価値化を促進した。

(8) 「地域ゆかりの文化資産」の地方展開促進による地域活性化

文化庁、国立博物館、三の丸尚蔵館等有する「地域ゆかりの文化資産」を活用するとともに、訪日外国人観光客にもわかりやすい、多言語解説の作成や、製作したレプリカ等を使用した体験型展示等を通じ、各地域の歴史・文化・風土等の魅力を展示・発信する地方博物館等の取組に対し、事業費の一部を補助した(2022年度(令和4年度)は27件を採択)。

また、補助事業者の文化観光分野における更なる取組推進のため、2022年度(令和4年度)より成果報告会を実施した。成果報告会へは次年度以降同事業に関心のある事業者を招き、好事例を共有することで、次年度以降の事業成果の向上を図った。

(9) メディア芸術の創造・発信の強化

「第25回文化庁メディア芸術祭」受賞作品展を2022年(令和4年)9月に開催し、特設ウェブサイトやSNSも活用し、日本が誇るメディアアート、マンガ、アニメーション等のメディア芸術の魅力を国内外に発信した。また、同年6月の「アヌシー国際アニメーション映画祭」等海外のメディア芸術関連フェスティバルへの出展等を通じ、関連団体との連携を強化した。

(10) 文化庁の京都への移転

文化庁の京都移転について、2023年(令和5年)3月より京都において業務を開始した。

5 農林水産関係の地域資源

(1) 日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産への登録

伝統的な酒造り技術の次世代への継承・発展や、ユネスコ無形文化遺産登録への機運醸成を目的に、国内各地でシンポジウムを開催（2022年（令和4年）5月から2023年（令和5年）3月に計5回）した。また、海外においても、2023年（令和5年）2月に、ユネスコ本部のあるフランス・パリで「伝統的酒造り」の認知度向上に向けた広報事業を実施した。

(2) 酒蔵ツーリズム推進

日本産酒類海外展開支援事業により、酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組等を支援し、2023年（令和5年）3月末時点で105件の交付決定を行った。

(3) 「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の実施

「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」第9回選定については、2022年（令和4年）11月に選定地区等を決定・公表し、同年12月に選定地区33地区の代表者及び選定個人4名を総理大臣官邸に招いて選定証授与式及び交流会を開催した。また、ウェブサイトやSNS等において、選定した優良事例の取組について全国に情報発信を行った。

(4) SAVOR JAPAN¹⁷ ブランドの魅力発信

2022年（令和4年）12月に4地域（北海道網走市、愛知県田原市、広島県呉市及び熊本県阿蘇市）を「SAVOR JAPAN」認定地域として追加した。また、認定地域における食体験コンテンツの磨き上げを支援するとともに、食体験の高付加価値化や人材育成のためのセミナーを同年9月に、SAVOR JAPAN全国大会を2023年（令和5年）1月に開催した。さらに、地域の食・食文化を中心とした農山漁村の魅力をバーチャルトリップ等で海外に発信した。

(5) 農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節4

(6) 「日本産食材サポーター店」を通じた日本食・日本産食材の需要喚起

2022年度（令和4年度）は、日本貿易振興機構（JETRO）による日本産食材サポーター店等と連携した日本産食材等の需要喚起のためのプロモーションを実施した。また、2023年（令和5年）3月末までに海外で日本産食材を積極的に使用する飲食・小売店を「日本産食材サポーター店」として約8,000店舗認定した。

(7) 世界農業遺産・日本農業遺産及び世界かんがい施設遺産を活用した農山漁村地域の振興

世界農業遺産・日本農業遺産について、2022年（令和4年）9月に食関連イベント「FOOD STYLE Japan 2022」へ出展し、認定地域のブランド化を推進するとともに、農業遺産地域や関連する食品事業者を対象に地域資源の活用に向けた研修会を開催した。また、農業遺産地域の観光地としての魅力発信のため、観光素材をとりまとめるとともに、リーフレットを作成し、情報発信を

¹⁷ 農泊地域において、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定し、官民で連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する取組。SAVORに、日本の農山漁村の食や食文化を深く味わう・楽しむという意味が込められている。

行った。

(8) 地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信の促進

処理加工施設でのOJTによる人材育成、ジビエ未利用地域における処理加工施設の整備等を支援するとともに、ジビエプロモーション動画等の情報発信、ジビエフェアの開催(2022年(令和4年)11月から2023年(令和5年)2月、全国で約1,900店舗が参加)、ジビエ料理コンテスト(2022年(令和4年)12月表彰)の開催を通じて、ジビエの需要開拓及び拡大、食事メニューの開発等を促進した。

(9) 「食文化ストーリー」創出・発信モデル事業等

特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等による、文化財登録等に向けた調査研究や地域での保護継承、文化的価値をわかりやすく伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を行うモデル事例の形成について、13事業を採択し、食文化の魅力発信等の推進を図った。

(10) 歴史的資源を活用した観光まちづくり

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節3(1)a)②

6 公的施設・インフラ

(1) 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

a) 迎賓館赤坂離宮(東京都港区)

ウェブサイトやSNS等を活用した広報を実施するとともに、天井絵画解説会や東衛舎の参観を含む前庭ガイドツアー等新たな特別企画や大学と連携したトークイベント、地域と連携したイベントを実施し、一般公開の更なる魅力向上に取り組んだ。また、迎賓館をユニークベニュー¹⁸として活用する「特別開館」を実施し、迎賓館の魅力を内外に発信した。さらに、東衛舎における迎賓館赤坂離宮に関する資料の展示に向けた準備を行った。

b) 京都迎賓館(京都府京都市)

PR動画やポスター等を活用した広報を実施するとともに、新たに供用を開始した清和院休憩所を活用して参観者の利便性を高めつつ通年で一般公開を実施した。また、通常は参観エリアとはしていない区域を公開するプレミアムガイドツアーや文化体験も盛り込みつつ貸切で行う特別ガイドツアー、夜間の公開を実施するなど、引き続き一般公開の更なる魅力向上に取り組んだ。

c) 総理大臣官邸(東京都千代田区)

「児童又は生徒を対象とする特別見学」を、官邸ウェブサイトにて募集、抽選により参加校を決定し、総理大臣官邸における執務に影響の生じない範囲において実施することとしていたが、2022年度(令和4年度)においても引き続き、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を考慮して実施しないこととした。

¹⁸ 「ユニークベニュー(Unique Venue:特別な場所)」とは、「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間(庭園・公園、商店街、公道等)」などで、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

d) 皇居(東京都千代田区)

1 回当たりの参観定員を500人から120人に縮小し、感染拡大防止策を講じた上で、土曜日の参観、事前予約及び当日受付を行い、訪日外国人旅行者向けに英語ガイド及び中国語ガイドの参観を実施した。

また、6言語対応(日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語)の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの周知・活用を行った。

皇居乾通り一般公開については、春季は新型コロナウイルス感染症の影響により実施を取りやめたが、秋季は感染症対策を講じて、2022年(令和4年)11月26日から12月4日の9日間(参入者数110,100人)実施した。

e) 皇居東御苑(東京都千代田区)

感染症対策を講じて、富士見多聞の公開、富士見櫓前の開放、江戸城天守復元模型の展示を実施した。また、英語での対応が可能な職員の配置や6言語対応(日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語)の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの周知・活用を行い、訪日外国人旅行者等の利便性向上を図った。

さらに、皇居東御苑来訪者のアメニティ向上等を図るため、大手休憩所(仮称)の整備に向けて、設計業務に取りかかった。

f) 三の丸尚蔵館(東京都千代田区)

展示面積の拡大等を図るため、三の丸尚蔵館の整備・建替を引き続き行った。また、国民文化祭の開催県である沖縄県を含む計5か所で特別展を開催するとともに、17か所の美術館・博物館に作品貸与を行うなど、収蔵品の公開拡充に努めた。

g) 京都御所(京都府京都市)

感染症対策を講じて、通年で参観者数制限のない一般公開を実施するとともに、多言語音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施した。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、京都御所清涼殿襖絵の復元模写を行い、2023年(令和5年)3月に完成させるとともに、公開に向けた準備を実施した。

h) 京都仙洞御所・桂離宮・修学院離宮(京都府京都市)

感染症対策を講じて、通年で参観を実施するとともに、訪日外国人旅行者向けに多言語音声ガイド機器及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施した。特に、桂離宮においては、皇室の伝統や文化への理解をより一層深めることを趣旨として「桂離宮観月会」を2022年(令和4年)10月8日に実施した。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、引き続き桂離宮御殿の柿(こけら)葺屋根葺替等を実施した。

i) 御料牧場(栃木県塩谷郡高根沢町)

新型コロナウイルス感染症の影響により、地域住民以外が参加できる見学会は実施の見通しがたたず、未実施となったが、2023年度(令和5年度)以降への実施に向け検討を行った。

j) 埼玉鴨場・新浜鴨場(埼玉県越谷市・千葉県市川市)

新型コロナウイルス感染症の影響により、前期(2022年(令和4年)6月及び9月)は見学会の

実施を見合わせたが、後期(2023年(令和5年)2月及び3月)は感染症対策を講じて、鴨場所在地である埼玉県(埼玉鴨場)及び千葉県(新浜鴨場)と協力し、地域住民以外が参加できる見学会をそれぞれ6回ずつ、合計12回実施した。

また、申込みの利便性向上のため、新たにメールによる受付を開始し、埼玉鴨場及び新浜鴨場の2か所とも応募できるよう規定を変更し、応募を受け付けた。

k) 信任状捧呈に係る馬車列

新型コロナウイルス感染症の影響により、馬車列ではなく自動車列により実施していたが、2023年(令和5年)3月8日から馬車列を再開したので、宮内庁及び日本政府観光局のウェブサイト等により周知した。

l) 造幣局本局(大阪府大阪市)

本局において、新たな見学コースの試行を2023年(令和5年)3月に実施した。また、造幣博物館及びさいたま博物館の休日開館(年末年始や展示品入替日等を除く。)を引き続き実施した。

m) 首都圏外郭放水路(埼玉県春日部市)

有料見学会(民間運営)について、引き続き、土日祝日を含めて毎日開催した。また、施設の認知度向上とインバウンド見学者の増加を図るため、施設での撮影やイベント開催を目的とした有料の貸出(民間運営)を引き続き実施した。

n) 大本営地下壕跡(東京都新宿区)

市ヶ谷記念館・大本営地下壕跡の見学は事前予約制とし、見学者の満足度を高めるため防衛省のガイドが案内を実施した。また、施設の認知度を図るため防衛省ウェブサイトやSNSによる情報発信等を実施した。

o) 日本銀行(東京都中央区)

2022年度(令和4年度)においては、一時削減していた見学の定員を復元しつつ、新型コロナウイルス感染症対策(見学コース内の体験展示、日本銀行の政策や業務に関するレクチャー、予約不要の当日見学の中止等)を講じた見学を開催した。

(2) 灯台を活用した観光振興支援及びインフラツーリズムの推進

灯台記念日(11月1日)に合わせ、民間団体等と連携した灯台の一般公開等を行い、灯台が持つ歴史的・文化的価値を発信した。また、灯台の重要文化財への指定に向けた取組を推進し、2022年度(令和4年度)には、新たに5基が指定され、合計13基となった。

また、インフラツーリズムの拡大に向け、インフラツーリズム有識者懇談会を2回開催し、モデル地区における運営体制構築やガイド育成方策等の受入環境整備の検討を実施した。さらに、モデル地区での検証や全国の取組事例を踏まえ、「インフラツーリズム拡大の手引き」の改訂に向けた検討を実施した。

(3) 一般公開・開放された公的施設を活用した訪日プロモーション

日本政府観光局のウェブサイトにて2022年(令和4年)9月23日に開通した西九州新幹線とその沿線の情報、海外から好反応のある日本のデザインマンホールの情報を追加した。また、これらの情

報については、日本政府観光局の公式スマホアプリやSNSを通じて発信した。

(4) 国民公園の魅力向上

国民公園の一層の魅力向上に向け、新宿御苑については、開園時間の延長や入園料のキャッシュレス化、民間イベントでの活用等を実施し、最新技術を活用した皇室庭園としての歴史・文化を発信する展示施設を開館した。また、来園者のビジネスユース需要に対応するためのワーケーション環境整備に取り組んだ。皇居外苑については、駐日英国大使館の敷地だった半蔵門園地を皇居外苑の一部として活用するため整備を行った。また、濠水浄化を確実に実施し、豊かな自然と景観を創出した。京都御苑については、新たな利用拠点として、京都御苑情報館、近衛邸跡休憩所、清和院休憩所等が整備され、来訪者の利便性が高まった。さらに、京都御苑に関連する観光資源の詳細情報を整備し、アーカイブ構築に向けた取組を進めた。

第3節 地域支援と戦略的訪日プロモーション

(1) 観光地域づくり法人(DMO)を核とする観光地域づくりの推進

a) 世界に誇る観光地形成に向けた観光地域づくり法人(DMO)の育成・支援

観光地域づくり法人(DMO)の形成・育成のため、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づく登録及び更新を計100件行うとともに、観光地域づくり法人が行う着地整備等の取組に対し、「DMO ネット」を通じた関係府省庁による各種情報提供や「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」による支援など、関係府省庁が連携して総合的な支援を実施した。

また、重点支援DMO(インバウンドの誘客を含む観光地域振興に積極的に取り組む先駆的で意欲やポテンシャルの高い観光地域づくり法人)が行う着地整備等の取組について伴走支援等の支援を実施した。

b) 観光地域づくり法人(DMO)の財務体制強化

運営収支や安定的な運営資金の確保に関する財務責任者(CFO)の設置を要件とする「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、計100件の観光地域づくり法人(DMO)の登録及び更新登録を行うとともに、2023年(令和5年)3月には持続可能な財源の確保等をテーマとした「DMO全国会議」を開催し、全国の観光地域づくり法人に対して優良事例の横展開を行った。

c) 観光地域づくり法人(DMO)におけるDX推進

観光地域づくり法人(DMO)が地域の観光事業者等との連携の下で宿泊施設等における観光客のデータを収集・分析し、戦略を策定することで、データに基づいた有効な取組を行うことが可能となる仕組みを、2020年度(令和2年度)及び2021年度(令和3年度)にモデル地域において構築した。その仕組みについて横展開を図るため、全国の観光地域づくり法人に対し顧客関係管理(CRM)アプリの普及啓発を行った。また、観光地域づくり法人が中心となり地域が一体となっていく、データマネジメントプラットフォーム(DMP)等を活用した分析や戦略策定を4件支援するとともに、「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」による観光デジタル人材を含む51名の外部専門人材の登用の支援やOJTによる人材育成の支援等、ITに加えマーケティング等のスキルを有する人材の登用・育成を支援した。さらに、ウェブサイト・SNSを活用

した情報発信や旅行商品のOTAのウェブサイトへの掲載による流通環境整備の取組を44件支援した。

d) 人的支援

観光地域づくり法人(DMO)への情報共有のための「DMO ネット」を活用し、全国の観光地域づくり法人に対して、持続可能な財源の確保等をテーマとした「DMO 全国会議」や、専門家チームによる伴走支援の取組成果について横展開を図る事例報告会、「観光地域づくり法人(DMO)による観光地域マーケティングガイドブック」を活用したセミナー等の情報提供を実施するとともに、「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」において、中核人材の育成に資する研修等の受講支援を行った。また、観光地域づくり法人と専門的知見や外国人目線を有する専門人材とのマッチングを実施するとともに、人材登用の費用支援を実施した。

e) 官民ファンド等による支援

株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)を通じ、瀬戸内7県の広域連携DMOと連携して、地銀7行と株式会社日本政策投資銀行(DBJ)が運営する「せとうち観光活性化ファンド」に対して支援した。

「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律(平成19年法律第40号)」に基づき、都道府県が承認する地域の特性を生かした地域経済牽引事業計画について、2023年(令和5年)3月までに累計3,743計画が承認されており、観光資源を生かして地域経済を牽引する事業についても、地域未来投資促進税制等により後押しした。

(2) 地域(地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO))と日本政府観光局の適切な役割分担

a) 地域(地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO))と日本政府観光局の役割分担

「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」において、51名の外部専門人材の登用を支援し、観光地域づくり法人(DMO)が行う観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備、多言語表記等の受入環境の整備等の取組を支援した。

また、日本政府観光局のウェブサイト等で、地域が作成したデジタルコンテンツを発信した。

b) 地域の観光戦略推進の核となる観光地域づくり法人(DMO)の改革

全国各地で世界的な競争力を有する魅力ある観光地域づくりを推進するため、観光地域づくり法人(DMO)と外部専門人材のマッチングを支援する相談窓口を2022年(令和4年)6月に設置し、観光地域づくり法人に対し、積極的に活用するよう周知した。また、JETプログラムを含む、観光地域づくり法人が活用できる関係府省庁の施策をまとめた「観光地域づくりに対する支援メニュー集」を年間で3回更新し、広く周知した。

c) 地方公共団体のインバウンド誘致活動に対する日本政府観光局の支援体制強化

日本政府観光局のウェブサイト「地域インバウンド促進サイト」を通じ、最新の市場動向や国内のインバウンドの取組等を紹介するとともに、セミナー等により観光地域づくり法人(DMO)・地方公共団体に対する情報発信も行い、コンサルティングを実施した。

(3) 地域(地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO))への支援と地域間の連携強化

a) 観光地域づくり法人(DMO)間の適切な役割分担に基づく広域的な連携の強化

「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、各地方運輸局を通じて観光地域づくり法人(DMO)を対象とした意見交換会を実施し、役割分担と連携を促進した。また、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」により、観光地域づくり法人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を121件支援した。

b) 観光産業事業者に対する政府系金融機関による資金供給等の支援

新たに観光産業を行う者及び既存の観光産業事業者の取組を後押しするため、日本政策金融公庫等による事業者への資金の融資や、株式会社日本政策投資銀行(DBJ)による「登録DMO」の設立や観光関連事業への資金、経営及びナレッジ面での支援を実施した。

また、「登録DMO」と連携し、観光関連事業者へのリスクマネー供給を行うため、せとうち観光サステナブルファンドへの出資を決定した。

c) 全国的な研修の実施等による地域間の連携強化

重点支援DMO(インバウンドの誘客を含む観光地域振興に積極的に取り組む先駆的で意欲やポテンシャルの高い観光地域づくり法人)のうち3団体に対して、専門家チームによる伴走支援を行い、その取組成果について横展開を図るため事例報告会を開催するとともに、2023年(令和5年)3月には持続可能な財源の確保等をテーマとした「DMO全国会議」を開催した。これにより観光地域づくり法人間の連携を強めるとともに、観光地域づくり法人が抱える課題やこれに対する取組等の共有を図った。

(4) 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

観光地域づくり法人(DMO)が中心となって行う、マーケティングを含めた調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、ウェブサイトの多言語化、旅行商品のOTAのウェブサイトへの掲載、地域のプロモーション等といった広域周遊観光促進のための取組に対して121件を支援した。

a) 広域周遊観光促進のための専門家派遣

国内外の旅行者の誘客促進に取り組む75団体の観光地域づくり法人(DMO)や地方公共団体に対し、59名の専門家を延べ533日派遣し、観光資源の魅力向上をはじめ、ニーズに対応した助言・指導を実施することにより、国内外の旅行者の地方部への誘客を含む取組を促進した。

b) テーマ別観光による地方誘客事業

これまで蓄積してきたモデルケースの事例成果・ノウハウの横展開のために、地方誘客に向けた取組をウェブサイトで公表した。

c) 広域周遊に関する情報のビジネス関係者への発信

日本貿易振興機構(JETRO)は、日本各地域の輸出産品及び産地の魅力を世界に発信するため、海外バイヤーとのオンライン商談会(30バイヤー以上)、海外インフルエンサーによるSNSやイベントでの発信(国内9府県の産品を対象に実施)等のオンライン型事業を実施した。また、産品紹介映像の制作、海外でのデジタルマーケティング、ポップアップストア試験販売、SNS等を

活用した発信等を行った。

d)「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の活用

全国10の地方ブロックで「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」が開催され、現状の課題等を共有するとともに、地方運輸局・地方整備局・地方公共団体・民間企業等の構成員による受入環境整備等の取組及び成果についてとりまとめ、ウェブサイトを活用して公表し、横展開を行った。

e) ガーデンツーリズムの推進

2022年(令和4年)4月に新たに「わかやま庭園文化と歴史回遊」、「みやぎ蔵王ハーモニー花回廊」、「花と暮らす恵庭の花めぐり」の3つのガーデンツーリズム計画の登録を行った。また、同年6月の全国都市緑化北海道フェア期間中にガーデンツーリズム全国会議を開催したほか、同年9月に登録団体を対象としたインバウンド誘致に関するセミナーを実施した。

(5) JAPANブランド育成支援等事業

地域中小企業者等の域外需要の獲得や地域経済の活性化を目的とし、中小企業者等が実施する海外展開やそれを見据えた全国展開のための新商品・サービスの開発・改良、ブランディングや、新規販路開拓等の取組を支援した。2022年度(令和4年度)は74件の採択を行い、同事業を通じて中小企業者等の新たな市場の獲得を後押しした。

(6) 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大

日本貿易振興機構(JETRO)において、異業種連携による地域資源を活用した地域産品の輸出やインバウンド促進支援の一環として、地域産品の海外展開を通じた産地のアピールを行った。

また、海外での地域産品の認知度を高めるため、これらの魅力が一層伝わるよう、バーチャルを含めた製造現場の視察や産品に触れる機会を設定した。

(7) 旅行業務取扱管理者確保事業

国家戦略特区区内において、地域の実情に即した旅行業務取扱管理者試験を実施する「旅行業務取扱管理者確保事業」を活用し、農家民宿等の宿泊事業者による「着地型旅行商品」の企画・販売の取組を推進した。同事業による特例を活用している秋田県仙北市において、引き続き、一般社団法人仙北市農山村体験推進協議会が中心となり「着地型旅行商品」の企画・販売が実施された。

(8) 歴史的資源を活用した観光まちづくり

古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりについて、関係省庁を通じて得た情報を収集し、歴史的資源を活用する際の課題や障害を把握した。また、その解決策については、取り組む意欲のある地域(日本遺産認定地域、観光地域づくり法人(DMO)、農泊地域等)の地方公共団体に情報提供することで、地方公共団体における歴史的資源の活用の更なる活発化を図った。

また、歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チームのウェブサイトにおいて歴史的資源を活用する際の課題に対する解決策や観光まちづくり成功事例集を掲載することで、取組への意識が高い地域間による関連情報や相互の取組内容の横展開を図った。

(9) 地域おこし協力隊

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節3(1)d)②

(10) 訪日プロモーションの戦略的高度化

a) 戦略的な訪日プロモーションの取組

① 観光ブランドイメージの確立に向けたグローバルキャンペーンの展開

日本政府観光局は、2022年(令和4年)8月から12月にかけて、「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層」をターゲットとしたグローバルキャンペーンについて、欧米豪地域向けオンライン広告を実施した。その結果、延べ約1.8億回の完全視聴¹⁹があり、キャンペーンサイトに約110万回のアクセスがあった。また、海外メディアを活用した番組を制作し、同年12月から2023年(令和5年)3月にかけて、放映・発信した。

② 現地PR会社等を活用した効果的なプロモーション事業の実施

日本政府観光局は、現地で影響力のあるメディアとのネットワークを拡充し、現地メディアでの番組放映及び記事掲載を行った。また、2022年(令和4年)5月31日から2023年(令和5年)3月10日にかけて、在日海外メディアに対する観光情報ニュースレターの発信及び国内視察ツアーを実施した。さらに、外国人有識者を活用し、関心の高いコンテンツを選定することで、現地目線のプロモーションを行った。

③ Japan Online Media Centerの利活用の促進・強化

訪日需要喚起に資する情報提供及び情報発信を行うため、海外メディア、旅行会社、官公庁等向けのプラットフォームである「Japan Online Media Center」において、新たに画像・映像の掲載を行った。また、当サイトの利用促進のため、定期的にSNS(LinkedIn)からの誘導を図った。

④ メディア芸術の創造・発信の強化

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節4(9)

⑤ スポーツを含む着地・体験型プログラム情報の発信

日本政府観光局において、2022年(令和4年)2月に公開したアウトドアスポーツ特設ページへ誘引するためのオンライン広告を実施した。また、2023年(令和5年)3月に宮崎にて、ゴルフツーリズムに特化した商談会へ出展した。

⑥ ビジット・イースト・アジア・キャンペーン

「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」の一環として、KTO(韓国観光公社)と連携して、オーストラリア市場から日本・韓国への需要回復に向けた旅行商品の造成・販売促進事業を支援した。2022年(令和4年)10月から同年11月の期間中両国を訪れるツアーについて、50組以上の予約が成立した。また、2022年度(令和4年度)に日本で開催予定であった日中韓観光大臣会合は、新型コロナウイルス感染症の影響により2023年度(令和5年度)以降に延期することとした。

⑦ アジアにおける大規模キャンペーンの推進

アジア10市場(韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)からの地方誘客を促進するため、日本全国の体験型コンテンツを集めた特設ウェブサイト¹⁹を拡充し、同サイトへの誘引広告を行った。また、2022年(令和4年)11月以降、オンライン旅行会社と連携した販売促進プロモーションやインフルエンサーの招請等を実施した。

¹⁹ 動画を完全に視聴すること。

b) 大規模国際競技大会等の開催を活用した観光客誘致の支援

各大会組織委員会及び関係府省庁と連携し、大規模国際競技大会の招致や開催準備に向けた支援に取り組んだ。

2022年(令和4年)4月には、第5回アジアパラ競技大会の愛知・名古屋での開催が決定した。また、同年7月には2025年世界陸上競技選手権大会、9月には第25回夏季デフリンピック競技大会の東京での開催が決定した。

c) 日本政府観光局と日本貿易振興機構(JETRO)等との連携の促進

日本貿易振興機構(JETRO)及び日本政府観光局等が連携し、業界団体等と幅広く協力し、オンラインも活用してクールジャパン及びビジット・ジャパンのプロモーションを実施した。また、更なる連携のため、2022年(令和4年)12月に、日本政府観光局、日本貿易振興機構(JETRO)及び日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)が、インバウンド観光と農林水産物・食品の輸出を相乗的に拡大するための覚書を締結した。

d) 今後の訪日観光再開に向けた実証事業の実施

訪日観光の再開に向けて、2022年(令和4年)5月に感染防止策、緊急時の対応等を検証するための実証事業を実施した。

また、日本政府観光局のウェブサイトにおいて、訪日観光に関する新型コロナウイルス感染症関連情報を多言語で発信した。

e) スノープロモーション事業

日本政府観光局は、スキー及びスノーボードの特設サイトに誘引するため、2022年(令和4年)9月12日から2023年(令和5年)2月28日にかけて、米豪市場においてオンライン広告を実施した。また、オーストラリア市場では、スノーツーリズムに特化した一般消費者向け旅行博「Snow Travel Expo」に出展(2022年(令和4年)5月15日メルボルン、22日シドニー)した。同旅行博には、日本政府観光局のほか多くの自治体等も出展し、一体感あるプロモーションを行った。

さらに、中国市場においては、北京冬季五輪を契機に今後もウィンタースポーツ市場の拡大が期待されることから、2022年(令和4年)9月に北京で開催された「WORLD WINTER SPORTS (BEIJING) EXPO 2022」に日本政府観光局が出展し、日本政府観光局を含む日本ブースには約25,000人が来場した。

f) 日本政府観光局における市場調査

日本政府観光局において2021年(令和3年)に実施した重点市場を対象とした基礎調査や重点的にプロモーションを行うターゲット層の深掘り調査の結果分析を行い、観光庁・日本政府観光局で訪日マーケティング戦略の検討を進めたほか、基礎調査の分析概要を2022年(令和4年)4月にウェブサイト等で公表した。

g) 日本政府観光局におけるプロモーション実施体制の強化

日本政府観光局において、高付加価値旅行者獲得のための戦略立案・事業実施・人材育成等に関して実践的な助言を得るべく、国内外の有識者をアドバイザーとして登用するとともに、2022年度(令和4年度)に新たに成都事務所を開設するなど、プロモーションの推進強化に向けた基盤整備を進めた。

h) eラーニングの実施

日本政府観光局は、海外の旅行代理店販売員の人材育成を進めるため、訪日旅行に関する知識を習得するためのeラーニングウェブサイトの運営を、11か国1地域(米国・オーストラリア・カナダ・英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン・インド・インドネシア・オランダ・北欧地域)において実施した。

i) 訪日外国人旅行者の意見分析や調査の実施等による満足度向上

2022年(令和4年)4月よりウェブサイト上で中国語(簡体字・繁体字)、韓国語の「訪日観光意見箱」を運用したが、新型コロナウイルス感染症の影響による訪日外国人旅行者数激減のため、意見は投稿されず、十分な意見収集や分析ができなかった。

j) 重点市場からの誘客促進に向けたプロモーション事業等の実施

重点市場において、新型コロナウイルス感染症の影響下における旅行需要の変化や出入国規制の状況等を踏まえ、機動的にプロモーションを展開した。特に水際措置の緩和を受け、訪日外国人旅行者の個人旅行の解禁やビザ免除措置の再開等の情報発信を強化したほか、誘客のための航空会社・旅行会社との共同プロモーションを展開した。また、準重点市場(ブラジル、ニュージーランド、オランダ、スイス等)において、市場動向の把握に努めるとともに、ウェブサイトやSNSを中心に訪日観光情報を発信した。さらに、2022年(令和4年)12月に中国内陸部へのプロモーション拠点となる日本政府観光局成都事務所を開設した。

k) ICT・ビッグデータ等の分析・活用による個人の関心に合わせた情報の発信(デジタルマーケティングの強化)

ユーザー個別の興味・嗜好や閲覧動向、現在閲覧しているページをもとに、おすすめのコンテンツをランダムに表示するレコメンドエンジンを活用し、訪日意欲が促進されるようサイトの回遊性を図った。

また、ウェブサイトの閲覧や検索の動向、SNSでの反応、スマートフォン向けアプリの利用履歴、外部ビッグデータを活用した分析や、分析データを活用できる環境整備を実施した。

l) SNS等を活用したプロモーションの高度化

タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、インド、オーストラリア、カナダ、メキシコ、英国、トルコ市場等において、在日インフルエンサーを含め、インフルエンサーを招請し、日本の魅力や訪日観光情報を戦略的に発信する招請事業を実施した。

また、在外公館において、運用している574のSNSアカウントを活用して、外務本省、日本政府観光局、地方公共団体、現地メディア等が発信した日本情報(観光・文化・歴史・トレンド等)のコンテンツを再発信するとともに、任国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信し、日本への関心・理解の拡大を図った。この結果、2022年度(令和4年度)には、在外公館において運用しているSNSアカウント・フォロワー総数は対前年比8.8%増加した。

(11) アドベンチャーツーリズムの推進

日本政府観光局において、アドベンチャーツーリズム(AT)ウェブサイトの情報拡充、AT業界のネットワーキングイベントへの参加に加え、動画制作やBtoC向け情報発信を行い、日本のATの魅力を発信するための総合的なプロモーションを実施した。また、欧米豪市場のAT旅行会社や

旅行者に関する調査事業を実施し、販路開拓のためのターゲットを明確化した。

(12) インバウンド観光促進のための多様な魅力の对外発信強化

a) 上質な観光サービスを求める訪日外国人旅行者の誘致促進

今後のインバウンドの本格的な回復を見据え、消費額増加、地方への誘客をより重視するという観点から、訪日旅行における消費単価が高い高付加価値旅行者の地方への誘客を促進するため、モデル観光地を11地域選定した。

b) 高付加価値旅行者層向けのインバウンド観光促進のための多様な魅力の对外発信強化

日本政府観光局は、高付加価値旅行の国内事業者同士の連携を深めるため、同事業者に対するコンサルティングを行った。また、2022年（令和4年）10月に高付加価値旅行者向けコンテンツを対象にした商談会をオンラインで実施した。

c) 戦略的对外発信拠点「ジャパン・ハウス」事業

ジャパン・ハウス3拠点（サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス）で、地域の魅力を発信する展示やイベント等を実施した。例えばロンドンでは、伝統工芸品や木工職人の技術を通じて飛騨を紹介する「飛騨の匠」展を、また、ロサンゼルスとサンパウロでは、ラーメンの器をテーマに「The Art of the Ramen Bowl」展を開催し、陶磁器の産地である美濃を紹介した。

d) 在外公館等における海外への地域の魅力発信

① 地方の魅力発信セミナー・地方視察ツアー

2022年（令和4年）10月、外務省と4つの地方公共団体との共催で、駐日外交団等に対して各地方の施策、地場産品・観光資源等を紹介するセミナーを都内で実施し、約60名の参加を得た。また、外務省と地方公共団体との共催で実施する駐日外交団による地方視察ツアーについて、神奈川県横浜市（同年4月）、熊本県熊本市（同年9月）、新潟県・長岡市・小千谷市（同年11月）、滋賀県（同月）、福島県（同月）で計5件実施し、参加外交団は各地方が誇る豊かな自然や文化施設、産業施設等を訪れた。

② 地域の魅力海外発信支援事業

新型コロナウイルス感染症の影響により、人的往来が限定的な中でも日本の地域の魅力を体感できるよう、2022年（令和4年）7月から2023年（令和5年）3月にかけてSNSを活用し、中国及び香港にて日本の地域の魅力に関する情報発信を実施した。具体的には、中国において日中国交正常化50周年に関連したイベントへのインフルエンサーの派遣、日本の自治体のPR動画の作成・配信、香港では、ブックフェアにて東北の復興PRを行った。

③ 地方創生支援・飯倉公館活用对外発信事業

2022年（令和4年）7月、外務大臣と福島県知事の共催で八芳園²⁰において、また、2023年（令和5年）3月、外務大臣と栃木県知事の共催で外務省飯倉公館において、駐日外交団等を対象としたレセプションを実施した。同レセプションにはそれぞれ約140名、約190名が参加し、各県が誇る食をはじめとする特産品、伝統芸能、伝統工芸、観光地等多様な魅力を発信した。

④ 文化事業等を通じた訪日需要の喚起

在外公館では、2022年度（令和4年度）に「大阪城における四季～大阪・ミラノ姉妹都市40周

²⁰ 飯倉公館が工事期間中であつたため都内の八芳園で開催。

年「日伊友好写真展〜」(10月、イタリア)、「アジアンビートFUKUOKA祭り IN ベトナム」(11月、ベトナム)等の地方の魅力発信に特化した事業を計14件実施した。

また、国際交流基金(JF)を通じて、新型コロナウイルス感染症への十分な安全対策を講じた上で、日本文化紹介事業や巡回展等を実施し、広く日本の美術や文化を国内外へ紹介するオリジナル・ビデオのポータルサイト「Doors to Arts of Japan」等や地域社会と深く結びつきながら多様な日本映画の秀作を上映している地方都市の「ミニシアター」に焦点を当てた特集配信事業「JFF + INDEPENDENT CINEMA」等、オンラインを活用した日本文化や日本各地の多様な魅力紹介にも努めた。

2022年(令和4年)もJFと日本政府観光局が連携して様々な事業を実施した。具体的には、上述の「JFF + INDEPENDENT CINEMA」において、映画を通じて舞台となった地域の魅力を発信したほか、JF事業「日本映画祭」について日本政府観光局のマレーシア・オーストラリア・韓国等の海外事務所のFacebookより事前広報、並びにオープニングにおいて日本政府観光局の観光プロモーション動画の上映を行った。また、スペイン・マドリードの国際旅行博「FITUR2023」にて協働して文化イベントを開催するとともに、鉄道開業150周年の機を捉えたJF事業のオンラインレクチャー「“EKIBEN” RAILWAY BENTO : JOURNEY TO LOCAL TASTE」にて、日本政府観光局が鉄道情報や水際対策等を含む最新の日本旅行情報等一部の情報を発信した。さらに、今後の更なる連携促進について、組織間での意見交換を行った。

さらに、2022年度(令和4年度)は、オンラインによる講演に加え、「日本ブランド」を体現する専門家の海外派遣を実施した。瀬戸焼、尾張七宝、金継ぎ、短編映画、日本酒の専門家による事業を計5件実施し、日本の多様な魅力を発信することで親日層の拡大と将来的な訪日客誘致につなげるイベントとした。

e) テレビ国際放送の実施

「放送法(昭和25年法律第132号)」に基づき、NHKにテレビ国際放送の実施を要請し、NHKにおいてテレビ国際放送と一体として放送を実施することにより、2023年(令和5年)1月時点で約160の国・地域で約4.2億世帯が視聴可能となった。また、NHKにおいて、利便性の向上及び視聴機会拡大に向けたインターネット配信の強化等の取組を推進した。

f) コンテンツ等の海外展開の促進を通じたプロモーション

関係省庁・機関が連携し、地域の放送事業者や地方公共団体等に向けたコンテンツ海外展開セミナーを2023年(令和5年)2月から3月にかけてオンラインで配信を行った。また、総務省では、放送事業者等と地方公共団体や観光産業、農林水産業、地場産業等の関係者が連携し、日本各地の魅力を伝えるコンテンツを制作して海外で発信する取組を支援しており、2022年度(令和4年度)は、欧州・アジア等の10か国・地域における計56件の事業を支援対象として採択した。

さらに、国際交流基金(JF)を通じて、商業ベースでは日本のコンテンツの視聴が限定的な国・地域を中心に、日本のアニメ、ドラマ、ドキュメンタリー等の無償提供を実施し、2022年度(令和4年度)中に、93か国・地域において地方放送局が制作した番組を含む714番組を放送した。

g) 日本観光振興協会の国内観光情報サイトの多言語化

公益社団法人日本観光振興協会では、国内観光情報ウェブサイト「全国観るなび」の掲載情報について、訪日外国人旅行者向けに魅力のある季節情報や行事・祭事情報をはじめとした、精度・鮮度の高い観光情報の提供体制を強化し、手動翻訳による正確な英語で発信した。また、将

来的にはAI翻訳の導入等により多言語での情報提供体制が整うよう、関連企業と実証を進めた。

h) 海外における日本語事業 (国際交流基金事業)

国際交流基金 (JF) を通じて、新型コロナウイルス感染症で需要が高まった日本語教育・学習ツールとして、eラーニングやウェブ教材を充実させ、日本語教師・学習者の利用促進、海外における日本語教育の普及・拡大を図った。また、従来からJFを通じて実施してきた日本語専門家による支援、日本語教師研修等の取組を継続し、対面事業や訪日研修を再開して、海外における日本語教育の質の向上と安定的実施に寄与した。

i) 日本の庭園文化の情報発信

修復支援の一環としてハワイ州ヒロ市の日本庭園等の修復の実施や、2022年 (令和4年) 6月の欧州日本庭園協会の設立に合わせた情報発信により、日本の造園文化の魅力を発信した。

j) 2027年国際園芸博覧会事業

アルメーレ国際園芸博覧会において、日本国政府出展の実施にあわせて、我が国の花きや、いけばな、盆栽、日本庭園等の伝統的な文化・技術を情報発信するとともに、2027年国際園芸博覧会に向けたPR活動を実施した。

k) 風評被害を最小限に抑える情報発信の実施

訪日外国人旅行者に対する安心安全に係る情報発信の一環として、日本政府観光局のウェブサイト及びSNSを活用し、災害情報や主要交通機関における障害情報、新型コロナウイルス感染症に関連する水際対策の緩和に関する情報を多言語でタイムリーに発信した。

l) 観光分野における多国間枠組みへの貢献

UNWTO (国連世界観光機関) 駐日事務所と連携し、2022年 (令和4年) 12月にガストロノミーツーリズムに関する国際シンポジウム、2023年 (令和5年) 2月に地球環境に配慮した観光 (グリーンな観光) に関する国際シンポジウムを開催し、持続可能な観光の実現に関して国内外の取組事例を共有した。

m) 二国間関係の強化による双方向交流の拡大

2022年 (令和4年) 11月にはベトナムで第9回日越観光協力委員会を、同年12月には韓国で第36回日韓観光振興協議会をそれぞれ実施した。また、同年9月のツーリズムEXPOジャパン2022開催期間中に、観光庁とスペイン産業・商業・観光省との間で、観光分野における協力文書に署名した。

n) 先住民族としてのアイヌ文化等の発信

民族共生象徴空間 (ウポポイ) では、2022年度 (令和4年度) に約37万人が来場し、また、同年11月3日 (文化の日) に新たな取組として「無料開放DAY」を実施し、アイヌの歌や舞踊を取り入れたアーティストによる特別公演等を行い、1日当たりの来場者数としては最多となる6,490人が来場した。また、国立アイヌ民族博物館における国指定文化財等の貴重なアイヌ資料を展示した特別展等を4回実施した。

さらに、誘客促進に向けた広報活動として、SNSや旅行雑誌等多様な媒体を活用した情報発信

を行い、同年7月には、ウポポイとアイヌ文化に関する政府広報番組を放送した。

o) 外国メディア招へいや在京外国メディア記者向けプレスツアーを活用した情報発信

2022年度(令和4年度)は、各国で発信力を有する外国メディア関係者を15名日本に招へいし、オンライン取材を7件実施した。また、在京外国メディア関係者向けプレスツアー6件を実施し、その中で日本の魅力を伝えるべく取材機会を提供することによって、海外からの誘客につながった。

(13) デジタルツール等を活用した海外需要拡大事業

優れたコンセプトや魅力的な地域資源を保有しているものの、輸出販路が弱く十分に海外需要を取り込めていない中小企業者等が、新型コロナウイルス感染症によって変化する海外需要を取り込んでいくための、越境EC²¹に適したブランディング、プロモーション等の取組について、171件の事業を採択し、支援した。

(14) 日本文化の魅力の旅前・旅後におけるオンラインでの発信

日本政府観光局と連携し、日本文化の魅力を旅前・旅後にオンライン発信することで、上質なコンテンツを求める層の誘客・周遊・リピートを促進した。

(15) 「日本博」の推進

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節4(3)

(16) 海外への情報発信強化

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節2(1)b)

(17) SAVOR JAPAN ブランドの魅力発信

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節5(4)

(18) 農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節4

(19) 訪日教育旅行の活性化

a) 訪日教育旅行の受入体制整備

日本政府観光局のウェブサイトにおいて、学校交流事例を紹介するなど訪日教育旅行を実現するための情報を発信した。また、教育関係者向けの協議会において、同ウェブサイトを紹介し、各自治体の観光部局と教育部局の間の連携強化を図った。

b) 相談窓口によるマッチング支援

日本政府観光局に設置されている訪日教育旅行に関する相談窓口において、海外からの問合せに対応するとともに、訪日教育受入申請があった際にはニーズに合った地域を紹介した。

²¹ インターネットを活用して日本国内から海外に向けて商品を販売するEC(電子商取引)のこと。

c) 訪日教育旅行の活性化

2022年(令和4年)10月に開催した国際理解教育担当指導主事等連絡協議会において、訪日教育旅行の教育的意義に関する理解を促進するため、訪日教育旅行の受入促進に係る日本政府観光局の取組について周知を行った。

(20) 観光列車の情報発信強化

全国の観光列車が持つ魅力を紹介する日本政府観光局ポータルサイトについて、多言語化を図る等、掲載内容の更なる充実を図った。

(21) 観光の中核を担う人材育成の強化

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1(4)b)

第4節 観光インフラの整備

1 MICE・IR

(1) MICE誘致の促進

a) MICE誘致促進等

我が国の国際会議等のMICE誘致開催件数の更なる底上げを図るため、MICEの誘致には積極的だがノウハウが不足している地方都市に対し、コンサルタントによるトレーニングプログラムを実施した。その中で、サステナビリティ等MICEの最新のトレンドへの取組や国際会議のハイブリッド開催に関するノウハウ等を提供した。

また、日本政府観光局とともに、MICE誘致環境の変化も踏まえた新たなMICEマーケティング戦略を策定し、各主体のニーズやポストコロナ時代のトレンドを踏まえた今後のMICE誘致への取組の方向性を提示した。

b) ハイブリッド国際会議の開催促進

会場等における感染症対策を徹底しつつ、実地及びオンライン参加者双方の満足度を高めるとともに、オンライン参加者の訪日意欲向上に資するハイブリッド開催の国際会議について、30件の実証案件を採択し、安心・安全な国際会議の開催を促すとともに更なる誘致競争力の向上を図った。

c) インセンティブ旅行支援

日本政府観光局において、新型コロナウイルス感染症の影響により変容した企業ニーズに対応可能なM&I旅行(ミーティング及びインセンティブ旅行)コンテンツを国内各地域から収集し、選定した。選定した情報は多言語化し、海外事務所からニュースリリース等でBtoB向けに情報発信した。

また、収集した情報を活用し、2023年(令和5年)3月までに、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、シンガポール、ベトナム、台湾、韓国及びインドにおいて現地旅行会社等の有力バイヤーを集めたインセンティブオンライン商談会を行った。

d) 関係省庁間の連携

関係省庁も参加した「安全なMICEの再開と発展に向けた関係者協議会」での議論をとりまと

め、2022年（令和4年）4月に観光庁ウェブサイトで公表した。

また、国際会議等の積極的な誘致を進める主催者に支援を行うべく、観光庁から関係省庁に対して招請レターの発出を促した。

e) レセプションでの公的施設の利用促進

国際会議等のレセプションを積極的に受け入れている施設について、会議主催者や全国のコンベンションビューロー等に対し、日本政府観光局ウェブサイト等を通じて情報を発信することにより、公的施設のユニークベニューとしての活用促進に努めた。

f) プレ・ポストMICEプログラムの推進

プレ・ポストMICEプログラム（テクニカルビジット・エクスカーション等）について、MICE誘致の重要性やその提案に係るノウハウを各地域へのコンサルティング等を通じて共有するとともに、エクスカーションの重要性についても言及した「安全なMICEの再開と発展に向けた関係者協議会」での検討結果のとりまとめを公表し、各地域による参加者の滞在長期化に関する企画・提案を促進した。

g) 学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催促進

共同主催国際会議の募集に関する周知等で構築してきた日本学術会議及び日本政府観光局との協力体制をより一層深め、学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催に向けた取組を促進した。

h) 官民横断組織の構築等によるオールジャパン体制での支援

「安全なMICEの再開と発展に向けた関係者協議会」での検討結果をとりまとめ、2022年（令和4年）4月に観光庁ウェブサイトで公表し、ポストコロナを見据えたMICEの安全な再開と誘致競争力強化に向けた官民連携の更なる強化を図った。

また、日本政府観光局とともに、MICE誘致環境の変化も踏まえた新たなMICEマーケティング戦略を策定するとともに、コンベンションビューローの機能高度化支援を引き続き行うなど、関係者との連携を深めながらMICEの誘致活動の強化を図った。

i) MICE総消費額の算出

ハイブリッドやオンライン等開催形態の多様化やサステナビリティといった新たな課題への対応が、MICE総消費額及び経済波及効果に与える影響等について調査し、今後の総消費額及び経済波及効果算出方法についての方針の検討を進めた。

j) MICE人材育成

ハイブリッド・オンラインといったMICEの開催形態の変化を踏まえ、自治体・コンベンションビューロー及び関連事業者向けに、MICE人材のデジタルリテラシーの向上に向けた取組を行った。

k) MICEブランドを活用した日本の認知度向上

日本政府観光局において、MICEの早期需要回復に向けて、オンライン広告やウェブサイト、SNS、その他のプロモーション活動を展開し、MICEデスティネーションとしての日本の魅力、

ケーススタディー、サステナビリティの取組等の情報発信を行った。

l) MICE 関連国際団体との連携によるプロモーションの強化

日本政府観光局において、IAPCO(国際PCO協会)のネットワークを活用した情報発信や、MICE誘致・開催経験者を対象とした人材育成研修に対する講師の派遣等、連携を更に強化した。また、ICCA(国際会議協会)、MPI(MICE専門家が加盟する国際非営利団体)等、MICE国際団体のネットワークを活用し、情報発信を行った。

m) 大学教員・研究者等の国際会議誘致活動に対する支援、潜在的な国際会議主催者に対する意義の普及・啓発

日本政府観光局において、海外事務所も活用しつつ、IAPCO等の国際本部との情報交換や国内外の学協会へのセールスアプローチを積極的に実施し、活動の認知度向上、誘致件数の拡大に努めた。

国内では、MICEアンバサダーやSNSを活用した広報強化に取り組み、東北大学や名古屋大学等地域の大学・研究機関等の潜在的な国際会議主催者や学協会事務局との連携を強化した。

n) MICE 関連人材の育成、コンベンションビューローに対するコンサルティングの実施

日本政府観光局において、MICE実務人材育成に向けて、「体系的人材プログラム(初級・中級・上級)」の内容を充実させた。

また、コンベンションビューローの国際会議誘致活動等に対し、国際競争力の強化に必要な助言を行った。

o) データ連携システムを活用したMICE誘致力の強化

日本政府観光局では、データ連携システムを活用し、オンライン及びオフラインのMICE活動によって収集・蓄積した各種データの組織内共有やウェブサイトでの公開を行った。

p) MICE 施設のコンセッション方式活用推進の加速化

MICE施設の運営方式を検討中の3つの地方公共団体へ複数回専門家を派遣し、混合型コンセッション等を含むコンセッション方式導入に向け、課題等の調査を実施した。あわせて、MICE施設運営に関わる民間サウンディングを容易にするプラットフォームに関するスキームを検討した。

q) スポーツMICEの招致・開催支援に向けた検討

今後国内で開催予定の国際競技大会について調査・とりまとめを行い、2022年度(令和4年度)内に調査結果について公表した。

r) 戦略的輸出拡大サポート事業

日本の農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、2022年度(令和4年度)は、日本貿易振興機構(JETRO)による海外見本市への出展を13回、国内外の商談会を24回、サンプルショールームの設置等によるリアルとオンライン双方のビジネスマッチング支援を17か所で実施等、輸出促進に取り組む国内事業者への総合的な支援を講じた。

s) 国際仲裁の活性化

国際商取引の紛争解決の拠点としての我が国の魅力をアピールするため、仲裁専用施設を活用した海外向けウェビナーや、国連及び世界銀行の要職者等が複数来日し登壇する国際フォーラムをハイブリッド方式で実施した。

(2) IR区域の整備の推進

IRについては、「特定複合観光施設区域整備法（平成30年法律第80号）」に基づき、大阪府及び長崎県から、それぞれ、2022年（令和4年）4月27日に区域整備計画の認定申請がなされた。同申請以降、国土交通省に設けられた外部有識者から構成される審査委員会を20回開催し、審査を行った。また、IRに関する税制について、2023年度（令和5年度）税制改正項目として、カジノ所得の非課税措置等の法制化を行った。

2 出入国の円滑化

(1) 最先端技術を活用した革新的な出入国審査の実現

a) CIQ体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国審査体制の整備・強化

世界初の出入国審査パッケージの導入や世界最高水準の技術を活用し、空港での入国審査待ち時間20分以内の目標を目指すこと²²等を踏まえ、革新的な出入国審査を実現するため、適切な運用体制について検討しつつ、以下の取組を実施した。

① バイオカートの導入

訪日外国人旅行者数の増加を見据え、小規模空港におけるバイオカートをはじめとする審査機器の運用について検討を行った。

② プレクリアランスの早期実現

台湾におけるプレクリアランス（事前確認）について、2023年（令和5年）1月18日から31日までの台湾春節を含む期間において試行的に実施した。

③ 自動化ゲートの対象拡大

航空機の乗員を自動化ゲートの利用対象とすることについて、事前登録なく自動化ゲートを利用可能とする方策について検討を行った。

④ 顔認証ゲートの効率的な活用

新型コロナウイルス感染症の影響により出入（帰）国者数が低調であったが、今後の出入（帰）国者数の回復に備え、顔認証ゲートのより円滑な運用ができるよう機能改修等について検討を行った。

⑤ 出入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間の公開

成田国際空港においては、入国の待ち時間の公開に向けた関係者との調整を引き続き行った。関西国際空港においては、入国の待ち時間の公開に向けた検討を引き続き進めた。

b) FAST TRAVELの推進

自動チェックイン機・自動手荷物預け機等の先端機器の導入や新たな出入国手続に対応するための環境整備により、搭乗関連手続の円滑化を図るとともに、複数航空会社間でのチェックイン

²² 新型コロナウイルス感染症の影響により、入国審査待ち時間の計測対象者が大幅に減少したこと等から、2020年（令和2年）4月以降は、入国審査待ち時間の計測を見合わせている。

カウンターを共用化するシステム（CUTEシステム²³）等の導入による旅客動線の合理化・高度化、旅客手続の非接触・非対面化による接触リスクを低減した旅客動線の横断的な効率化や高度化を図った。

また、福岡空港では、旅客の利便性向上に資する取組を推進するため、FAST TRAVEL推進ワーキンググループを立ち上げ、官民連携体制の構築を図った。

さらに、関西国際空港については、運営権者において、民間の創意工夫を生かした機能強化が図られており、2022年（令和4年）10月には新国内線エリアがオープンするなど、国際線キャパシティーを向上させるため第1ターミナルにおける国際線及び国内線エリアの配置の見直しによる施設配置の再編や旅客体験の向上のための商業エリアの充実等を含む第1ターミナル改修等の同空港の機能強化を促進した。

c) ボディスキャナー等の先進的な保安検査機器の導入

国際テロの脅威が高まる中で、日本国内で予定されている国際的なイベントや訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、出発時の航空保安検査の円滑化を図りつつ厳格化を実現するため、主要空港に導入を進めてきたボディスキャナーに加え、爆発物自動検知機器等の先進的な保安検査機器の導入推進を図った。

また、2020年（令和2年）6月から開催している有識者会議において、保安検査等の実施主体や費用負担の在り方について、諸外国の状況調査を踏まえた比較を行いつつ検討を進めた。

d) CIQ体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国手続の実施

2022年度（令和4年度）において、検疫所職員の131名増員、地方も含めた空港及び港における検査機器等の物的体制の整備を行い、検疫体制の強化を図った。

税関における水際取締強化と迅速な通関の両立を図るため、税関職員68人を増員するとともに、X線検査装置等の取締・検査機器の配備を実施した。

また、出入国審査業務の充実強化として、2022年度（令和4年度）において入国審査官55人を増員した。

さらに、空港施設の供用開始に伴い、成田国際空港第3ターミナル増築部分及び熊本空港新国際線ターミナルにおいて、審査端末機器の増配備を行った。

加えて、動物検疫所及び植物防疫所においては、水際検疫体制の強化として、2022年度（令和4年度）において家畜防疫官21名及び植物防疫官11名を増員するとともに、140頭体制とした動植物検疫探知犬を活用し、的確な携帯品検査等を実施した。

e) CIQ手続のデジタル化

Visit Japan Webについて、更なる利便性の向上を図る観点から、検疫機能を統合するとともに（2022年（令和4年）11月）、旅券のOCR読み取りやJAPAN eVISAとの連携に係る機能も拡充した（2023年（令和5年）3月）。

f) 先進的で世界最高水準の技術を活用した個人識別情報システムの導入

新型コロナウイルス感染症の影響により入国者数が低調であったが、出入（帰）国者数の回復に備え、バイオメトリクス読取装置の円滑な運用ができるよう、今後の整備・運用について検討

²³ Common use terminal equipmentの略。航空会社が世界主要空港で共同使用できる端末システム。

を行った。

g) 税関検査場電子申告ゲート等の導入による入国旅客の迅速な通関と厳格な水際取締の両立の実現

水際対策緩和により急増した海外からの旅客に対応するため、税関検査場電子申告ゲートを東京国際空港（羽田空港）等7空港で積極的に運用するとともに、さらなる旅客の利便性向上のため、デジタル庁等と連携し、税関検査場電子申告ゲートの利用拡大に努めた。

h) ファーストレーンの整備促進

重要ビジネス旅客や国際会議参加者、国際会議主催者等へのファーストレーンの利用促進の実施については、旅行者の回復状況に鑑みて、2023年度（令和5年度）以降に見送った。

i) 乗客予約記録の分析・活用の高度化等

税関において、乗客予約記録（PNR²⁴）を24時間体制で分析・活用し、旅客の効率的かつ効果的な検査を実施した。また、従前より取り組んでいる全ての航空会社からの電子的なPNR取得の推進、国内関係機関との連携の推進、外国税関当局等とのPNRの分析手法に関する意見交換、AIの積極的活用等による情報収集・分析の強化を継続して行った。

出入国在留管理庁では、ニュージーランド当局と情報共有に関する協力覚書に合意するなど国内外の関係機関との情報連携を推進し、収集した情報を活用することにより、新型コロナウイルス感染症に関する水際対策の緩和により増加する入国者に対し、円滑かつ厳格な入国審査を実施した。

j) 出発国における事前スクリーニングによる渡航防止のための仕組みの導入

出発空港での渡航者に係るチェックイン時の情報等を活用して渡航前のスクリーニングを行う相互事前旅客情報システムの構築を開始した。また、将来的なスクリーニング制度の充実に向け、他国の事例収集を実施した。

k) 上陸審査等の合理化（EDカード及び在留資格認定証明書の電子化）

2022年度（令和4年度）に在留資格認定証明書の電子化を実現するとともに、小規模出入国拠点においても国際線の復便に合わせてEDカード（外国人入国記録）の電子化を行った。

（2）地方の農林水産物・食品の輸出支援

動植物検疫制度に関する、多言語（日本語、英語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、タイ語、ロシア語、ベトナム語、韓国語等）でのリーフレット等を空港の輸出検疫カウンター等で配布、ウェブサイトへ掲載した。

また、成田国際空港等の輸出検疫カウンターにおいて、農畜産物の輸出検査を実施した。

（3）プライベートジェットの受入環境の改善

首都圏空港におけるビジネスジェットの発着枠拡大に向けた検討を進めた。また、地方空港においては、富山空港にビジネスジェット専用動線を整備し、ビジネスジェットの利用環境の改善を進

²⁴ Passenger Name Recordの略。航空会社が保有する旅客の予約、搭乗手続等に関する情報。

めた。

3 空港

(1) 首都圏空港の容量拡大

訪日外国人旅行者の受入拡大、我が国の国際競争力の強化の観点から、首都圏空港の発着容量について年間約100万回への拡大を目指した取組を進めた。東京国際空港(羽田空港)においては、2020年(令和2年)3月に運用を開始した新飛行経路について、引き続き、騒音・落下物対策や地域への丁寧な情報提供を実施した。成田国際空港においては、年間発着容量50万回の拡大に向けた既存のB滑走路延伸やC滑走路新設等の更なる機能強化事業について、地域との共生・共栄の考え方の下、準備工事等の取組を進めた。

(2) 地域の拠点空港等の機能強化

福岡空港において、滑走路処理能力の向上を図るため、滑走路・誘導路等整備を実施し、2024年度(令和6年度)の供用予定に向けて滑走路増設事業を実施した。また、空港の利便性向上を図るため、那覇空港において国際線ターミナル地域再編事業、新千歳空港において誘導路複線化等を引き続き実施した。

(3) 空港アクセスの利便性向上

東京国際空港(羽田空港)において、空港の運用状況を踏まえた深夜早朝アクセスバスの運行再開に向けての調整を行った。また、空港アクセス鉄道の基盤施設整備事業として、京急空港線引上線の鉄道基盤施設(トンネル躯体等)整備の着工に必要な歩行者通路の切回し工事に着手したほか、JR東日本羽田空港アクセス線についても準備工事に着手した。

さらに、成田国際空港においては、空港アクセス関係者との意見交換を重ね、更なる機能強化に伴う空港利用者の増加等に対応するため、空港アクセスの強化等の検討を行った。

加えて、那覇空港においては、空港アクセスの利便性向上に向け、国内線ターミナルビル前面の高架道路を国際線ターミナルビル前面まで延伸することで混雑解消等を図るため、引き続き実施した。

(4) 空港コンセッションの推進

地方公共団体や地元経済団体を対象とした講演会等において空港コンセッションについて説明を行い、地方空港のコンセッションの推進に向けた機運醸成に努めた。

(5) 地方空港国際線の就航促進

国土交通省が認定した「訪日誘客支援空港」等の地方空港に対して、それぞれの空港の状況に応じて、着陸料の割引や補助、グランドハンドリング経費の支援、CIQ施設の整備の支援等を実施し、各地域における国際線就航を通じた訪日外国人旅行者誘致の取組を促進した。

また、今後の訪日外国人旅行者の本格的な受入再開を見据え、空港における感染リスクを最小化しつつ、航空需要に対応するため受入環境整備を推進した。

(6) プライベートジェットの受入環境の改善

【再掲】第Ⅱ部第2章第4節2(3)

(7) 操縦士・整備士の養成・確保

効率的な操縦士養成手法の導入に向けた調査及び航空大学校における操縦士の養成を着実に進めた。

また、新たな在留資格(特定技能)による航空機整備の外国人材の受入に向けて2022年(令和4年)9月に試験を実施するなど取組を進めた。

さらに、整備士裾野拡大の取組として女性航空教室及び全国の工業高校に対する航空整備分野の講座を15講座開催した。

(8) CIQ体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国手続の実施

【再掲】第Ⅱ部第2章第4節2(1)d)

(9) 空港地上支援業務の省力化・自動化・人材確保等

自動運転レベル4相当(特定条件下における完全自動運転)の導入に向けた実証実験を実施し、課題の抽出及び必要となるインフラの設置や運用ルール等の検討を行い、特に共通インフラについて対応策の具体化を進めた。また、旅客の手荷物輸送等の円滑化を促進した。

2020年(令和2年)1月に策定した「グランドハンドリング アクションプラン」に基づき、外国人材の受入を含む人材の確保等の取組を引き続き実施した。また、2022年度(令和4年度)は、外国人材の活用を希望する企業からの要望に対応するため、特定技能試験実施機関は、国内で5回・海外で1回の試験を実施し、約700名の受験があった。

加えて、新規に国土交通省内ウェブサイトにおいてグランドハンドリングに関する各地の取組等各種情報を公表した。

2022年(令和4年)10月からの入国者上限撤廃等の水際対策の更なる緩和に対し、航空・空港人材確保に向けた緊急対策として、令和4年度補正事業「地方空港等受入環境整備事業費補助金」において、新たにグランドハンドリング等の人材確保に資する事業の補助を実施した。

(10) 地方への新規就航に合わせた共同プロモーション

日本政府観光局において、アジアのLCCが多く参加する航空商談会「Routes Asia」や欧米豪の航空会社が多く参加する航空商談会「Routes World」への出展を行った。また、新規就航及び復便に伴い、ウェブサイト等を活用した広告事業をはじめとするプロモーション等を実施した。

(11) 中部国際空港第1旅客ターミナルリノベーション事業

旅客需要の回復を見据えて、中部国際空港の第1旅客ターミナルにおいて、一部商業店舗の設計、改修等を実施するとともに、FAST TRAVEL関係の推進を行った。

(12) コンセッション方式等の活用の推進

2022年(令和4年)6月にスタジアム・アリーナ、空港等を重点分野とする「PPP²⁵/PFI²⁶ 推進アクションプラン」を大幅に改定し、新たな目標を設定した。

²⁵ Public Private Partnershipの略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を行政と民間が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を活用し、財政資金の効率的使用や行政の効率化等を図るもの。

²⁶ Private Finance Initiativeの略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法。

(13) 国内管制空域の抜本的再編による管制処理容量の向上

2023年(令和5年)4月から開始する東京航空交通管制部の一部の管轄区域を上下分離し、高高度を福岡管制部へ、低高度を神戸管制部へ移行するために必要な管制機器、システム整備等を行った。

(14) 訪日外国人旅行者数目標達成に向けた航空・空港支援

航空ネットワークの維持・確保、需要回復後の成長投資を下支えする観点から、航空会社や空港会社等に対して、令和4年度予算において700億円規模の空港使用料・航空機燃料税の減免や、無利子貸付等の支援を講じた。

(15) 国内外ハブ空港におけるプロモーション

成田国際空港において、デジタルサイネージを活用し国内の観光地を紹介する動画の放映を行った。

4 ビザの戦略的緩和

2022年(令和4年)10月11日の水際措置の更なる緩和も踏まえ、同年11月から、アラブ首長国連邦に対し、事前登録を必要としないビザ免除措置を導入するなどのビザ緩和を実施した。

また、カタールに対する事前登録制のビザ免除措置の早期導入を2023年(令和5年)4月2日から開始することについて、同国政府と合意した。

さらに、在外公館におけるビザ発給業務を円滑に行うためのビザ審査に係る体制の整備及び領事業務の合理化に取り組んだ。

ビザ緩和実施国においては、国内外の感染状況を踏まえつつ、訪日旅行の再開に向けた日本政府観光局のウェブサイトやSNSを活用した情報発信等のオンラインと、一般消費者向け旅行イベントへの出展や旅行業界関係者向け訪日観光セミナーの開催等のオフライン事業を組み合わせた積極的なプロモーションを展開した。

第5節 更なる観光振興を図るための主要施策

1 観光需要の喚起・創出

(1) 観光需要喚起策の実施

新型コロナウイルス感染症により深刻な影響を受けた我が国の観光関係産業を支えるため、「全国旅行支援」等の実施により、観光需要の喚起を図った。

また、観光関連事業者と連携して、「全国旅行支援」の開始に合わせて「平日にもう1泊」キャンペーンを実施し、国内旅行の需要喚起と平日への旅行需要の平準化の促進に取り組んだ。

(2) 感染拡大防止に向けた取組

宿泊施設、旅行業者、貸切バス等の観光・交通事業者には業種別の感染拡大予防ガイドライン徹底を要請するとともに、「新しい旅のエチケット」について、観光・交通事業者等と連携して、周知の徹底を図った。

(3) ワークেশョン・ブレジャーの促進

ワークেশョン等について、旅行機会の創出や旅行需要の平準化のみならず、働き方改革や企業

の経営課題への対応、地方創生等にも資することを踏まえ、その普及促進を図るべく、送り手である企業と受け手である地域の参画によるモデル実証や経営者層を対象とした体験会を山梨県及び和歌山県で開催するなど、情報発信等を行った。

また、テレワークとワーケーションについて、好事例の収集・横展開、推進企業や地域のネットワーク化、各主体の取組の見える化等を進めるため、2023年(令和5年)2月に、テレワークやワーケーションの推進に賛同する企業、地域、関連団体、関連府省庁が参加する官民推進協議会を立ち上げた。

(4) 第2のふるさとづくりプロジェクト

近年の働き方や住まいのニーズの多様化等を踏まえ、地域との関係を深化させることで、継続した来訪を促進する「第2のふるさとづくり」(何度も通う旅、帰る旅)の普及・定着のため、2022年度(令和4年度)に、地域との関わりの創出、宿泊施設等での柔軟な滞在環境づくり、移動の足の確保等の地域づくりに必要な取組について検証を行うためのモデル実証を19地域で実施した。また、機運醸成のための情報発信や地域づくりに取り組む関係者の情報交換の場として「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」を2022年(令和4年)12月に立ち上げた。

(5) 将来にわたって旅行者を惹きつける地域・日本の新たなレガシー形成

「将来にわたって国内外からの旅行者を惹きつける、地域・日本の新たなレガシー形成事業」では、14件の事業について、地域と連携しながらレガシー形成に関する実現可能性調査やプラン作成を実施した。

2 持続可能な観光の推進

(1) 持続可能な観光地域づくり

持続可能な観光地域づくりを推進するため、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」を活用しながら、地域における持続可能な観光地マネジメントの導入を支援するとともに、その取組を横展開するため、地域同士の連携促進を図った。

(2) 安全・安心な旅行環境の整備

訪日外国人旅行者が安全・安心に旅行できる環境を整備するため、訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業(インバウンド安全・安心対策推進事業)により、感染症対策機器の導入、避難所機能の強化、災害時・急病時の多言語対応の強化等に関する取組を支援した。

(3) ICT・AIを活用したエリア観光渋滞対策

観光地周辺で広域的に発生する渋滞を解消し、回遊性が高く、円滑な移動が可能な魅力ある観光地を創造するため、関係者が連携し、ICT・AI等の革新的な技術を活用した交通需要制御等のエリア観光渋滞対策について、その実装に向けた取組を推進・支援した。

(4) 観光地周辺における渋滞対策

観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド観光需要に対応するため、地域や公共交通機関と連携し、観光拠点までのラストマイルにおいて、駐車場予約専用化等の実施に向けて渋滞対策を推進した。

(5) 観光分野における多国間枠組みへの貢献

【再掲】第Ⅱ部第2章第3節(12)l)

(6) 旅客船の総合的な安全・安心対策

2022年(令和4年)4月に北海道知床で発生した旅客船事故を受け、旅客輸送における安全対策を総合的に検討するため、有識者からなる「知床遊覧船事故対策検討委員会」を設置し、検討を行った。事故防止対策に万全を期すべく、同年12月22日に「旅客船の総合的な安全・安心対策」がとりまとめられ、これを公表した。

利用者の信頼を取り戻し、安心して旅客船を利用できるよう、実施可能なものから順次速やかに実施し、安全対策に必要な法律改正事項を盛り込んだ「海上運送法等の一部を改正する法律案」を国会に提出した。また、利用者への安全情報の提供については、同年8月には安全関連法令違反に対する行政指導を国による公表対象に追加するとともに、行政処分等の公表期間を2年から5年に延長した。

3 若者をはじめとした海外旅行促進

(1) アウトバウンドの段階的復活、安全安心な教育旅行環境の整備

アウトバウンドを促進するため、新型コロナウイルス感染症の影響により回復が遅れている海外教育旅行について、広く有識者や関係団体と連携し、ポストコロナにおける海外教育旅行の実施形態等を調査した。また、感染防止対策を含む安心・安全な旅行の実施に向けたシンポジウム(2023年(令和5年)2月)を実施した。

(2) 教育旅行を通じた若者の国際交流の促進

海外教育旅行を促進するため、広く有識者や関係団体と連携しながら、ポストコロナにおける実施形態等について調査を行うとともに、2023年(令和5年)2月にシンポジウムを開催し、普及・啓発活動を行った。また、2021年度(令和3年度)事業で構築したウェブサイト「海外教育旅行のすすめ」に事例集を掲載して情報の充実を図った。

(3) 二国間関係の強化による双方向交流の拡大

【再掲】第Ⅱ部第2章第3節(12)m)

(4) 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

旅行安全情報共有プラットフォームについて、引き続き、観光庁は外務省の「たびレジ」と連携して現地の安全情報の配信を行ったほか、旅行会社へ参加を働きかけるため、同プラットフォームの知名度向上、利用促進のため広報周知を行った。

(5) 若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

若者に旅の意義や素晴らしさを伝え、若者の旅行を促進するとともに、インバウンド対応や観光資源の魅力を自ら発信することができる観光人材の育成を図るため、2022年度(令和4年度)は16校で「若旅★授業」を実施した。

4 休暇改革

(1) 年次有給休暇の取得推進

2019年(平成31年)4月に改正法が施行された「労働基準法(昭和22年法律第49号)」に基づき、労働者が年間で少なくとも5日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者が義務付けられたこと等について、都道府県労働局、労働基準監督署及び働き方改革推進支援センター等で開催する説明会やウェブサイト等を活用した周知及び履行確保を図った。10月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成、駅貼り広告(705か所)、新聞広告、インターネット広告等により、年次有給休暇取得の集中的な広報を行った。

(2) 「キッズウィーク」の推進

新型コロナウイルス感染症の影響に留意のうえキッズウィークの推進に向けた取組を順次再開し、キッズウィークを実施した地方公共団体に対して年次有給休暇取得のためのポスター等の作成を支援した(2022年度(令和4年度)1回、累計8回)。また、キッズウィーク取組事例(2022年度(令和4年度)2事例、累計10事例)をポータルサイトに掲載し、水平展開を図った。

国家公務員については、「令和4年度における人事管理運営方針」(2022年(令和4年)3月内閣総理大臣決定)において、職員が家族の記念日や子供の学校行事等のプライベートの予定等に合わせ年次休暇を取得しやすい環境を整備するよう記載し、2022年度(令和4年度)は同方針に基づき、各府省において年次休暇等の取得を促進した。

5 国際観光旅客税の活用

国際観光旅客税収(旅客税財源)については、「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律(平成9年法律第91号)」及び「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」(基本方針等)において、使途を3つの分野に限るとともに、受益と負担の関係の明確化等の基本的な考え方に沿った施策に財源を充当すると定めている。

2022年度(令和4年度)の旅客税財源については、基本方針等に基づき、出入国手続の高度化、世界水準の受入環境整備、地域資源を活用した新たな観光コンテンツの拡充等に充当した。

2023年度(令和5年度)の旅客税財源については、観光戦略実行推進会議における民間有識者の意見を踏まえつつ、基本方針等に基づき、観光先進国の実現に向けた新規性・緊急性の高い施策・事業に充てることとした。

6 東日本大震災からの復興

(1) 福島における観光復興

福島県における観光復興を促進するため、ホープツーリズム²⁷による誘客の取組として、教育旅行関係者を対象に「東日本大震災・原子力災害伝承館」や「震災遺構浪江町立請戸小学校」等を訪問するモニターツアーの実施(参加者数約130名)を支援した。また、個人旅行者を対象にサイクリングとホープツーリズムの観光素材を組み合わせた新たな取組として、サイクルコースの設計、ホープツーリズム及びサイクリングに関する知識を兼ね備えたサイクルガイドの養成を支援した。

さらに、海外向けのプロモーションとして、インスタグラムにより台湾の旅行者向けに第一只見川橋梁や福島県双葉郡浪江町のラッキー公園等の写真映えする観光コンテンツの情報発信、台湾に

²⁷ 震災・原発事故の被災地域をフィールドとした福島県が推進する学びの旅のこと。

おけるイベントや旅行博への出展を支援した。

(2) ブルートーリズムの推進

ALPS処理水の海洋放出による風評への対策として、海の魅力を高めるブルートーリズム²⁸の推進のため、岩手県、宮城県、福島県及び茨城県沿岸部における14の自治体等の取組に対して支援した。

具体的には、波の浸食により減少した砂浜の整備による利用スペースの拡張、牡蛎の養殖が見学可能な観光いかだの制作や旅館の女将が教える海鮮料理教室等のコンテンツ造成、海外の旅行博への出展によるプロモーション等に取り組んだ。

(3) グリーン復興プロジェクトの推進

「グリーン復興プロジェクト」の1つである「みちのく潮風トレイル」について、名取トレイルセンターを活用した情報発信や沿線住民への普及啓発イベントを引き続き実施した。また、沿線事業者や関係する地方公共団体等を巻き込んだ管理運営体制の強化を行い、利用環境の充実を図った。

(4) 福島浜通りの産業復興に向けた消費喚起のための交流人口拡大施策

2022年(令和4年)5月に国及び福島県でとりまとめた交流人口拡大アクションプランに基づき同年9月から、「酒・グルメ(食)」や「スポーツ(サイクル)」等テーマごとのワーキンググループを開催し、市町村間の連携による取組の具体化を進めた。また、誘客コンテンツ開発事業では事業者支援を6件、来訪者向けポイント還元キャンペーンを年4回開催し、交流人口拡大と消費喚起を後押しした。

7 観光統計

(1) 地域単位の統計の充実

地域への旅行者の誘客の状況を把握し施策に反映できるよう、宿泊旅行統計調査について、精度を確保しつつ、都道府県より詳細な地域単位での公表を行った。

(2) 訪日外国人旅行者の移動に関するデータ(FF-Data)の整備

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節2(1)e)

²⁸ 海の魅力を体験する海洋レジャー等を目的とする旅行のこと。

第Ⅲ部

令和5年度に
講じようとする施策

第Ⅲ部 令和5年度に講じようとする施策

第1章 持続可能な形での観光立国の復活

第1節 持続可能な観光地域づくり

- ① 「観光立国推進基本計画」(2023年(令和5年)3月31日閣議決定)の「持続可能な観光地域づくり戦略」に従い、地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化のため、宿泊施設等の改修、廃屋撤去等のハード面の取組に加え、キャッシュレス化等の観光地における面的なDX¹化によるソフト面の取組を、複数年度にわたる計画的・継続的な支援策を活用して支援する。また、観光DXや観光産業の革新、観光人材の育成・確保等の取組も支援する。
- ② 観光地域づくり法人(DMO)を核として、適切な観光地マネジメント体制の構築や一過性の補助金に頼らない持続的な観光戦略の策定・実施の促進のため、地域での観光地マネジメントを確立するための取組を支援するとともに、観光地域づくり法人の形成を進め、外部専門人材の登用や中核人材の確保・育成、宿泊税、入湯税等の持続可能な財源の確保等の観光地域づくり法人の体制強化等を支援する。
- ③ 地域独自の観光資源(自然、文化・歴史、地場産業等)を保全・活用したコンテンツ造成や、観光旅行者から入域料を徴収し地域づくりに還元するためのシステム・設備整備等を支援する。また、地球環境に配慮した旅行の普及啓発等を行う。
- ④ 優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上のため、良好な景観の形成・保全・活用等を進めるとともに、エコツーリズム等の取組や旅行者の安全の確保等の取組の支援等を行う。

第2節 インバウンド回復

- ① 「観光立国推進基本計画」の「インバウンド回復戦略」に従い、早期の訪日外国人旅行消費額5兆円の達成等の目標達成のため、文化、自然、食、スポーツ等の多岐にわたる分野を対象とし、伝統芸能等の特別な体験や期間限定の取組の創出等の支援や、海外における日本への誘客イベントの開催等を集中的に行う。
- ② 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備のため、アドベンチャーツーリズムや、アート・文化芸術コンテンツの整備、地域の食材を活用したコンテンツの整備等を支援するとともに、皇居三の丸尚蔵館等の整備を含め魅力ある公的施設の公開・開放を行う。また、外国人旅行者向け消費税免税店の拡大、新宿御苑の整備等を行う。
- ③ 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備のため、民間提案による国立公園の魅力向上、国際競争力の高いスノーリゾートの形成、歴史的資源を活用した観光まちづくりを進める。また、文化観光の推進のため、文化施設の夜間活用や日本遺産の活用、文化観光拠点の整備等を支援するとともに、スポーツツーリズム、農泊、サイクルツーリズム等多種多様なコンテンツ整備を行う。
- ④ 高付加価値旅行者の誘客支援を集中的に行うとともに、戦略的な訪日プロモーションを行う。あわせて、MICE誘致・開催支援や厳格なカジノ規制を実施した上でのIR整備を着実に

¹ Digital Transformation の略。

進める。

- ⑤ インバウンドの受入環境を一層整備するため、空港業務の省力化・自動化や業務効率化等による航空ネットワークの回復と強化、国際拠点空港の整備、クルーズ再興に向けた訪日クルーズ本格回復への取組、国際交通機関へのアクセス向上、公共交通機関や観光地でのキャッシュレス決済の導入等を支援する。また、ビザ緩和、入国手続での関係機関の連携強化、最先端技術を活用した革新的な出入国審査の導入等の受入体制の確保や、観光案内拠点の整備等観光地等での外国人対応の充実を着実に進める。

第3節 国内交流拡大

- ① 「観光立国推進基本計画」の「国内交流拡大戦略」に従い、措置された予算を活用して全国旅行支援を着実に実施するとともに、平日旅行需要喚起キャンペーンの実施等による国内旅行需要の平準化を着実に進める。
- ② 新たな交流市場の開拓として、ワーケーション、ブレジジャー等の普及・定着を一層進めるとともに、第2のふるさとづくりやユニバーサルツーリズム等の定着に向けた環境整備を行う。あわせて、公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化等を着実に進める。

第1節 持続可能な観光地域づくり戦略

1 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

- ① 観光地・観光産業の再生・高付加価値化に向けて、宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去等のハード面の取組に加え、キャッシュレス化や、シームレスな予約・決済が可能な地域サイトの構築等の観光地における面的なDX化によるソフト面の取組を、複数年度にわたる計画的・継続的な支援策を活用して推進する。
- ② 財務諸表や経営指標の活用、適切な労働環境の整備、顧客予約管理システム(PMS²)等のITシステムの活用等による宿泊業の生産性・収益力の向上や従業員の待遇改善等、高付加価値化に向けた経営を行うための指針を示すガイドラインに係る登録制度に基づく登録事業者を補助事業等で積極的に支援することで、宿泊業の高付加価値化に向けた経営への転換を促進し、「持続可能な稼げる産業」への変革を促していく。
- ③ 観光産業の生産性向上等を図るため、DXや事業者間連携等の取組について調査・検証する。また、デジタル化支援ポータルサイト「みらデジ」の運用を通じて、デジタル化による事業環境変化に伴う経営課題の解決を目指す中小企業・小規模事業者と、同事業者の取組を支援する各種機関の双方への支援体制を強化する。

2 観光DXの推進

- ① 旅行者の消費拡大・再来訪促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化等に向けて、2022年(令和4年)9月に設置した「観光DX推進のあり方に関する検討会」での討議結果を踏まえ、観光分野のDXを推進する。具体的には、宿泊、体験等に係る情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供する地域サイトの構築、その時・その場所・その人に適した情報のレコメンド、宿泊事業者における顧客予約管理システム(PMS)の導入やPMS等で扱うデータ仕様の統一化等による業務効率化及びサービスの高付加価値化、観光地域づくり法人(DMO)等における旅行者の移動・宿泊・購買データ等を用いたマーケティング等の取組を推進する。また、事業者間・地域間でのデータ連携を強化し、広域で収益を最大化させ、地域の参考となるような先進モデルを創出する。
- ② 旅行者の利便性向上や周遊促進を図るため、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データマネジメントプラットフォーム(DMP)や顧客関係管理(CRM)を活用した分析や戦略策定を支援するとともに、観光地域づくり法人における地域全体を包括する情報発信・予約・決済をシームレスに提供する地域サイトの構築を推進する。また、ITに加えマーケティング等のスキルも有する観光デジタル人材の観光地域づくり法人における登用・育成を支援する。
- ③ 地域が抱える様々な課題(防災、セキュリティ・見守り、観光等)をデジタル技術やデータの活用によって解決し、地域活性化につなげるため、地方公共団体等による「都市OS(データ連携基盤)³」の整備・改修や、それにつながる各種サービスの実装等を支援する。

² Property Management System の略。

³ 都市に関わる様々なデータについて、センサー等の端末からアプリケーションまでデータを流通させる機能を持った

3 観光産業の革新

(1) 多様なニーズに対応した旅行業への転換と高付加価値な商品造成

旅行業については、ワーケーションやブレジャー等の多様な旅行ニーズ、災害や感染症の発生リスク、SDGs⁴やDX等に適切に対応できるよう、高付加価値な旅行商品・サービスを造成し適正な対価を得て消費者に販売・提供することを中心とするビジネスモデルへの転換に向けた取組を推進する。また、地域の自然、生活文化、地元の人々とのふれあい等の地域独自の魅力を生かした地域密着型の旅行商品が充実するよう、地域に密着した事業者による旅行商品の造成を促進する。

(2) 観光産業の再生支援

新たに観光産業を行う者及び既存の観光関連事業者の取組を後押しするため、日本政策金融公庫等による事業者への資金の融資や、株式会社日本政策投資銀行(DBJ)による「登録DMO」の設立や観光関連事業への資金、経営及びナレッジ面での支援を実施する。また、登録DMOと連携し、民間事業化支援を促進していく。さらに、商工組合中央金庫は、全国の旅館組合に対して、プッシュ型で一層寄り添った支援を進め、地域経済の面的活性化に努めていく。

(3) 宿泊施設の整備促進

- ① 国際競争力強化に資する施設に対する一般財団法人民間都市開発推進機構による金融支援制度の活用を推進する。
- ② 旅館、ホテル等宿泊施設におけるインバウンド対応を支援することにより、訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を通じて、多様なニーズに対応する宿泊施設の提供を促進する。
- ③ まちの活力や利便性の向上等を目指す地方都市を中心とした、古民家や空き家・空き店舗のリノベーション等による観光関連施設等の整備について、まちづくりファンド支援事業、共同型都市再構築業務を通じて、金融支援を行う。

(4) 官民ファンドによる事業再生支援等の強化

- ① 株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)の支援体制の強化、同機構による地域金融機関の事業再生人材の育成、LP出資を通じた事業再生の担い手の拡充等を図り、温泉街等の観光地の再生・活性化や宿泊業等における事業再生支援等を推進する。また、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援に関する機能を安定的・継続的に提供できる体制を整備する。
- ② 地域金融機関に対し、地域企業の真の経営課題を的確に把握し、その解決に資する方策の策定及び実行に必要なアドバイスや資金使途に応じた適切なファイナンスを提供するといった支援を行うよう促す。

(5) スタートアップ・ベンチャー企業のサービスの利活用促進

訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、滞在時間の延長を促進するための賑わい拠点となる屋外広場の整備や近距離移動支援モビリティの整備、環境に配慮しながら点在する観光スポットへの周遊を促進するための多様な移動手段の整備、観光施設等における多言語対応や無料Wi-Fi整備等を支援する。さらに、ベンチャー企業の有するAI、ICT等のノウハウを活用し地域

プラットフォームのこと。

4 Sustainable Development Goalsの略。持続可能な開発目標。

課題を解決する実証事業の実施や、ベンチャー企業のサービスの利活用について先進事例を紹介するセミナー開催を通じて、次世代の観光の担い手の育成を図る。

(6) 海外の有望な観光関連企業の誘致

日本貿易振興機構(JETRO)において、海外の及び既に日本に進出している外資系の有望な観光関連企業並びに関連ソリューションを有するデジタル等企業に対する、市場情報や日本企業とのビジネス機会等の提供、地域の情報発信や企業招へい等の誘致活動を通じて、日本への進出・事業拡大を支援する。特に、ポテンシャルを有する地域への進出に向け、外国企業の誘致や、外資系企業との協業・連携に意欲のある地域や、その他地域のエコシステムを構成する民間企業等のプレーヤーとの連携による誘致活動を実施する。

4 観光人材の育成・確保

(1) 観光地域及び観光産業の担い手の確保

- ① 新型コロナウイルス感染症の世界的流行を経て社会情勢が大きく変化する中、観光地・観光産業の高付加価値化を進め、持続可能な観光地域づくりを実現するため、これからの時代に求められる新たな観光人材の育成に向けて、2022年度(令和4年度)に「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」を策定した。本ガイドラインは、持続可能な観光地域づくりを牽引する「観光地経営人材」、及び個々の事業経営を担う「観光産業人材」に整理し、それぞれに求められる知識・技能、及びそのための教育内容を明らかにするとともに、これら人材の育成に向けた地域、国、教育機関等の役割も示したものである。2023年度(令和5年度)は、本ガイドラインの周知、活用を働きかけるとともに、求められる知識・技能を修得できる教育プログラムの提供・受講を促進するため、本ガイドラインに準拠した教育プログラムの開発支援等に取り組む。また、海外での特定技能試験を実施するほか、我が国の宿泊業での就労意欲を喚起するため、業界団体とも連携し、宿泊業の魅力、雇用環境等を外国人に向けて積極的に周知・発信するなど、外国人材の活用を推進するための必要な環境整備に取り組む。
- ② 日本政府観光局において、海外の旅行代理店の販売員の訪日旅行に関する知識の習得促進を図るため、eラーニングウェブサイトを運営する。

(2) 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進等

高等学校学習指導要領の必修科目「地理総合」において、「観光の現状や動向に関する諸事象を、様々な主題図等を基に取り上げ、地図や地理情報システムの適切な活用の仕方が身に付くよう工夫すること」が明記されたことを踏まえ、年に2回開催する各教育委員会の指導主事等を対象とした会議等の場を通じて、学習指導要領の趣旨の周知徹底を図る。

(3) 通訳ガイドの質・量の充実

訪日外国人旅行者からの需要が見込まれる分野の研修等により、旅行商品の付加価値向上に資する通訳ガイドの育成を図るとともに、旅行会社等が一括して全国の通訳案内士を検索できるデータベース(通訳案内士登録情報検索サービス)の運営を通じて、有資格者の就業機会確保に取り組む。

5 観光地域づくり法人(DMO)を司令塔とした観光地域づくりの推進

(1) 世界に誇る観光地形成に向けた観光地域づくり法人(DMO)の形成

- ① 世界に誇る観光地形成に向けて、その司令塔となる観光地域づくり法人(DMO)の形成を促

進するとともに、意欲のある観光地域づくり法人が自立的・継続的に活動できるよう、課題に対応した支援を行う。また、「観光による受益が広く地域にいきわたり、地域全体の活性化を図っていること」及び「誘客／観光消費戦略が持続的に策定される組織体であること」について高水準で満たす観光地域づくり法人を「世界的なDMO」と位置づけ、モデル形成を目指す。このため「世界的なDMO」の候補となる「先駆的DMO」を選定し、戦略的な支援を行う。

- ② 「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、観光地域づくり法人(DMO)が行う持続可能な財源の確保のための計画策定等の取組を支援する。
- ③ 全国の観光地域づくり法人(DMO)に対する優良事例等の横展開により、観光地域づくり法人間の連携を強めるとともに、観光地域づくり法人が抱える課題やこれに対する取組等の共有を実施する。

(2) 観光地域づくり法人(DMO)等に対する支援

- ① 「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、エリアごとに各層の観光地域づくり法人(DMO)を対象とした意見交換会等を実施し、役割分担と連携を促進する。また、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」により、観光地域づくり法人が中心となり、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。
- ② 地域(地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO))は、観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備に係る調整、多言語表記等の受入環境の整備等の着地整備を最優先に実施する。日本政府観光局は、着地整備が行われた地域の観光コンテンツをオウンドメディアにて発信し、市場の反応等を地域に還元することで、次の観光資源の磨き上げ等に活用される好循環の創出を目指すとともに、広域連携DMOと連携した情報発信に取り組むほか、広域連携DMOに対し日本政府観光局の海外ネットワーク等から得られる最新の市場動向等を提供する。
- ③ 日本政府観光局は、地域のインバウンドマーケティングを支援するため、研修会の開催や地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO)に対する細かなコンサルティングを実施する。また、インバウンド関係者向けのオンラインセミナーや「地域インバウンド促進サイト」を通じて、最新の市場動向や国内のインバウンドの取組等を地域に紹介・共有する。
- ④ 観光地域づくり法人(DMO)への情報共有のための「DMO ネット」を活用し、観光地域づくり法人の体制の強化に資する各種研修・セミナー・シンポジウム等の情報提供を実施するとともに、中核人材の確保のための採用活動等や育成に資する研修等の受講に関する支援を行う。また、観光地域づくり法人と専門的知見や外国人目線を有する専門人材とのマッチングを実施するとともに、人材登用の費用支援を行う。
- ⑤ 広域周遊観光促進に取り組む地域に対し、各地域の魅力の発掘、課題解決に向けた戦略の策定、商品・サービスづくりの推進等の施策展開、地域関係者のスキル向上等のために、地域での実務実績等を有する専門家を派遣し、助言・指導を実施することによって、国内外の旅行者の地方誘客に向けた取組を促進させる。
- ⑥ 全国10の地方ブロックで開催される観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議において、受入環境整備等の課題を共有するとともに、地方運輸局・地方整備局・地方公共団体・民間企業等の構成員による同課題に対する取組、成果についてとりまとめ、地方運輸局等のウェブサイトを活用して公表し、横展開を行う。

6 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

- ① 持続可能な観光への関心が高まる中で、我が国が世界の観光旅行者から選ばれるよう、持続可能なマネジメント・社会経済・文化・環境の4分野から構成された「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D⁵)を活用し、地域・旅行者の双方がメリットを享受できる地域づくりを推進する地方公共団体や観光地域づくり法人(DMO)等のマネジメント体制の構築を図るとともに、地域におけるJSTS-Dに基づく取組を促進するため、関連する研修を拡充する。持続可能な観光の促進に向けた受入環境整備においては、観光旅行者から入域料を徴収し、地域づくりに還元するためのシステム・設備整備、公共交通への乗換えを促進するパークアンドライドに必要な駐車場の整備、観光旅行者のマナー啓発等に必要な備品・施設等の整備、混雑の平準化・解消のためのシステム整備等を支援する。
- ② 世界的に持続可能な観光への関心が高まる中、観光旅行者の知的好奇心の高まりを踏まえ、自然・文化・歴史・産業等の本質を味わいながら地域への貢献を実感でき、観光利用と地域資源の保全が両立する体験等のコンテンツ造成及び地域の経済・社会・環境の持続可能性の向上の好循環の仕組みづくりに取り組む地域を支援する。
- ③ 北海道は観光資源が広域に分散しており移動時のCO2排出が課題であるため、環境に配慮した多様な移動手段の活用方策等を検討し、サステナブルツーリズムの推進を図る。

7 良好な景観の形成・保全・活用

(1) 良好な景観の形成

- ① 市区町村による景観計画の策定・改定等を支援する「景観改善推進事業」の実施等を通じ、主要な観光地における景観計画、歴史的風致維持向上計画の策定や景観計画の改定等を踏まえた重点的な景観形成の取組を促進し、国内外の観光客にとって魅力ある観光地づくりを推進する。これらに加え、屋外広告物の安全対策や違反広告物の是正対策を推進するため、各地方会議等を通じて地方公共団体と関係団体等の連携強化を促す。また、重要な観光資源である古都をはじめとする歴史的風土の消失・質的低下を防止し、適切な保存・活用を図るほか、都市公園の整備に当たっては、史跡や名勝、豊かな自然環境等地域の魅力ある観光資源を生かす取組を推進する。さらに、観光の核となる歴史的建造物を含めた歴史的なまちなみ全体の質を向上させるため、歴史的なまちなみを阻害する建築物・空地等の美装化・緑化、除却及び伝統的な意匠形態を有する新築建築物の外観修景に対して支援を行い、訪日外国人旅行者の満足度の向上を図る。
- ② まちなかウォークブル推進事業やウォークブル推進税制等を活用し、滞在の快適性の向上を目的とした道路・公園・広場等の整備や修復・利活用、滞在環境の向上に資する取組や民間用地を活用した公共空間整備等を重点的・一体的に支援することで、「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくりを推進するとともに、景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上を図る。

(2) 庭園・公園等を活用した花や緑豊かな都市・地域の魅力発信

- ① 国営公園における魅力的な景観等の観光資源を活用するため、案内サインの多言語化等の環境整備を行う。また、周辺観光資源と連携し、情報発信等も強化する。首里城の復元に向け、引き続き、正殿の本体工事を実施し、復元過程の公開等の取組を推進する。

⁵ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinationsの略。

- ② 「明治150年」関連施策の一環として、明治期の立憲政治の確立等の歴史や意義を後世に伝えるため、国と地方公共団体が連携し、神奈川県中郡大磯町にある旧滄浪閣等を明治記念大磯邸園として整備する。2025年度(令和7年度)中の整備完了に向け、2023年度(令和5年度)は建物改修等を実施する。
- ③ ガーデンツーリズム登録制度を通じて、各地の庭園間の連携構築や、地域の風土や歴史を反映したテーマに基づく取組をPRするほか、「ガーデン」を核とした観光ルートの形成を図り、地域の活性化につなげる。また、第6回ガーデンツーリズム登録審査会を行うとともに、全国都市緑化フェア期間中に普及啓発イベントを実施する。

(3) 優れた自然の風景地を生かした地域づくりの推進

- ① 国有林野に設定している「レクリエーションの森」のうち、特に観光資源としての活用の推進が期待される「日本美しい森 お薦め国有林」を対象に、訪日外国人旅行者を含む利用者の増加を図るため、ウェブサイトやSNS等による魅力の発信を行うほか、案内看板の多言語化、歩道整備等の重点的な環境整備や既存施設のレベルアップ整備等、利用者の利便性の向上と安全確保のための整備に取り組む。また、これまで森林に興味のなかった無関心層や訪日外国人旅行者に関心を持ってもらうため、周辺地域を含めた国有林野の魅力を伝える動画やガイドブックを通じ、国内外に向けて情報を発信する。さらに、国立公園を所管する環境省と林野庁の連携事業を引き続き実施する。
- ② 道路管理者と市民団体等が協働して地域活性化や観光振興に寄与する「日本風景街道」と、地域情報の発信等を行う「道の駅」等の地域拠点との連携による相互の魅力及び価値の向上に取り組む。また「日本風景街道」の魅力を伝える動画等をウェブサイトやSNSにより発信し、ブランド化や認知度向上を図る。
- ③ 「秀逸な道」として2021年度(令和3年度)に指定した12区間において、地域の活動団体や多様な関係主体と連携し、魅力ある道路景観を守り育てる取組や周辺観光資源と合わせた周遊を促進するための情報発信を行い、北海道のドライブ観光の推進を図る。

(4) 観光振興等に資する地域づくり・街並み整備

公募設置管理制度(Park-PFI)⁶等の活用促進を通じ、民間資金を活用した地域の観光拠点等となる都市公園の整備等を推進する。

(5) 駅周辺等における「観光・まち一体再生」の推進

- ① 拠点駅及びその周辺における案内サイン等について、地方公共団体、交通事業者及び都市開発事業者等が連携しながら整備を行う協議会等を支援し、わかりやすく使いやすい歩行空間のネットワーク等の構築を促進する。また、駅周辺をはじめとした中心市街地等において、市街地再開発事業等により地域の観光の拠点となる商業施設等の建築物や、道路、広場等の公共施設の整備を行うことで、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を図る。
- ② 地方公共団体や地域の関係者等により作成された観光バス受入計画に基づく観光バス駐車場の整備等を支援する。

⁶ 飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置と、同施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度のこと。

- ③ 地域の魅力や回遊性の向上に資するよう、観光案内所等を都市公園内に設置できる占用特例制度の周知を行い、活用促進を図る。

(6) 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発

重要伝統的建造物群保存地区内における建造物の修理・修景、耐震対策、3次元測量等の先端技術活用による防災環境等の整備、防災設備の設置に対する支援に加え、観光振興等のニーズに対応して、公開活用整備について積極的に支援することにより、地区内の伝統的建造物等の活用を図り、観光まちづくりの一層の促進に努める。

(7) 景観等に配慮した道路整備の推進

観光地等における良好な景観の形成や観光振興等のため、2021年(令和3年)5月に策定した無電柱化推進計画に基づき、個別補助制度による地方公共団体への支援等により、「文化財保護法(昭和25年法律第214号)」に基づく重要伝統的建造物群保存地区等で無電柱化を推進する。

(8) 道路空間の観光振興への有効活用

民間の創意工夫を活用し、地域の賑わいを創出するため、「歩行者利便増進道路(ほこみち)」制度の普及を促進する。また、道路における賑わい創出と維持管理の一層の充実を図るため、道路協力団体制度の地方道への展開を促進する。

(9) 国立・国定公園の保護と利用の推進

「グリーン復興プロジェクト」の1つである「みちのく潮風トレイル」について、拠点である名取トレイルセンターを活用した情報発信を引き続き行うほか、沿線住民への普及啓発イベントを実施し、地域参画を推進する。また、沿線事業者や関係する地方公共団体等を巻き込んだ管理運営体制の強化を行い、利用環境の充実を図る。

(10) 世界自然遺産地域の適正な保全管理

奄美群島及び小笠原諸島の特性を最大限に生かした観光の振興を図るため、地域の主体的な取組を支援する。奄美群島においては、奄美及び沖縄の世界自然遺産登録を踏まえ、沖縄からの誘客を促進するための奄美群島・沖縄間の特別運賃割引や、交通アクセスの良い奄美大島に加えて奄美群島全体に観光客を誘致するためのプロモーション等への支援を行う。また、小笠原諸島においては、本土と小笠原諸島を結ぶ唯一の定期船が停泊する父島二見港の整備や自然公園の施設整備・改修等、観光客の安全確保をはじめとした各種施策への支援を行う。

(11) 観光振興及び賑わい創出に資する港湾空間の利活用

- ① 港湾緑地等の再整備と魅力向上とを効果的に推進するため、2022年(令和4年)12月に改正法が施行された「港湾法(昭和25年法律第218号)」により新たに創設されたみなと緑地PPP制度(港湾環境整備計画制度)を活用し、民間活力導入による水際線を生かした質の高い賑わい空間の創出を図る。
- ② 「はまツーリズム(Beach Tourism & Resort)推進プロジェクト」を通じて、海岸環境整備事業や公共海岸の占用制度等により、砂浜を含む水辺空間における民間事業者等を含めた多様な地域の推進主体による砂浜利用や環境保全の取組を支援するとともに、海岸や砂浜の有する価値を見える化し、その魅力を情報発信することで、海岸地域づくりによる良好な水辺空間の形

成を推進する。

(12) 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

- ① 港湾における漂流ごみ等の回収・処理の実施、藻場・干潟等の再生・創出等により良好な港湾環境・景観を創造する。
- ② 汚濁が著しい河川の水質改善、多自然川づくりの推進等により、良好な河川環境を保全・創出する。

(13) 河川空間を活用した賑わい創出の推進

「河川敷地占用許可準則の特例」や「かわまちづくり支援制度」等により、河川区域における民間事業者によるオープンカフェや川床等の設置を制度面から支援し、河川空間及びまち空間の融合による良好な水辺空間の形成を推進する。

(14) 次世代環境対応車の普及促進

分散した観光資源間を周遊する際の移動円滑化を推進するため、引き続き環境性能に優れた次世代自動車等の導入を促進する。

(15) 社会資本整備等における観光振興への配慮

観光振興や観光交流に資する地域づくり・街並み整備、道路整備、河川空間等の保全・活用等の社会資本整備等において、その効果を有効に発現させるため、これらの事業担当部局と観光関係部局との連携を強化する。

8 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組

(1) エコツーリズムの推進

エコツーリズムを普及・推進するため、エコツーリズム推進全体構想の認定地域等に係る広報や、認定地域間の情報交換等の支援を行うとともに、自然資源を活用した地域のガイドやコーディネーター等を対象として、人材育成研修やアドバイザー派遣等による支援を行う。また、エコツーリズム推進体制の整備、自然観光資源を活用したプログラム開発等、地域が実施するエコツーリズムを推進する取組に対して支援を行い、エコツーリズム推進全体構想の認定地域の増加に取り組む。

(2) 地域ブランドの振興

- ① その地域ならではの自然環境、文化、風習等に由来する品質、伝統、ものがたりを有する地理的表示 (GI) 産品を、その地にしかないご当地のコンテンツとして、その地を訪れる呼び水とするなど、観光資源として活用する取組を推進する。
- ② 地域の「顔」として、地域ブランドの発信拠点となる商店街等の面的地域価値を高めていくことで、地域ブランドの振興と持続可能な地域づくりにつなげる。

(3) 観光の意義についての国民理解の増進

- ① 中長期的な視点で、先駆性・新規性・創造性ある民間事業者等との連携を強化し、訪日外国人旅行者等にとって魅力ある持続可能な観光地域づくり及び観光コンテンツ造成を一層推進するための方策等を検討する。

- ② 成長早期の段階から、日本及び地域への愛着と誇りを醸成し、観光の意義に対する理解を深めるため、地域における産学官連携を強化し、地域が一体となった観光教育の取組を支援することにより、地域活性化に資する観光教育の充実・普及を促進する。

(4) 地域特性やニーズに応じた民泊サービスの普及促進

- ① 住宅宿泊事業（民泊サービス）について、違法民泊を排除し、公正な市場を確保することで健全な民泊サービスを普及させつつ、デジタルを活用したより効率的な市場の形成を図る。
- ② 国家戦略特区における民泊、いわゆる特区民泊について、引き続き、実施地域の拡大等、制度のより一層の利用の促進を図る。

9 国家戦略特区制度等の活用

- ① 国家戦略特区において、関係地方公共団体からの提案に基づき、一定の要件を満たす場合には、クールジャパン・インバウンド分野の外国人材の受入を可能とする特例の活用を図るなど、訪日外国人旅行者等を含む消費者向けサービス分野におけるクールジャパン外国人材の受入を促進する。
- ② 国家戦略特区において、過疎地域等における訪日外国人旅行者をはじめとする観光旅行者を中心とした運送需要に対応するため、自家用有償観光旅客運送事業の活用を図る。

10 旅行者の安全の確保等

(1) 防災情報の提供

- ① 線状降水帯や台風等による大雨、大規模地震・津波、火山噴火が発生した際にも訪日外国人旅行者が適時・的確に命を守る行動が取れるよう、二重偏波気象レーダーや地震・火山観測施設の更新整備等によって監視体制を強化するとともに、次世代スーパーコンピュータシステムの導入や最新技術を取り入れた次期静止気象衛星の整備の着手等によって、気象庁から訪日外国人旅行者等に提供する防災気象情報の高度化や精度向上を推進する。特に、線状降水帯については、これまでは実況の雨量に基づく情報提供にとどまっていた「顕著な大雨に関する気象情報」を、防災対応のための時間を少しでも長く確保できるよう、2023年度（令和5年度）から、予測技術を活用し、これまでより最大約30分早く発表する。
- ② これまで作成したポスターやリーフレット等について、出入国在留管理官署・地方公共団体の防災部局・多文化共生部局及び指定公共機関等、引き続き様々なチャネルを活用した周知・普及促進を図る。また、日本政府観光局において、交通機関の運休、遅延等が発生した、あるいはそのおそれがある際、ウェブサイトやSNSを通じて、訪日外国人旅行者向けに多言語で発信するとともに、24時間365日多言語対応が可能な訪日外国人旅行者向けコールセンターを運営する。

(2) 避難体制の強化

災害時における道路状況の迅速な把握と道路利用者への災害情報の提供のため、通行可否情報等の集約の強化やSNS等を通じた幅広い周知等を推進する。また、災害時における効果的な交通規制、避難路の確保等を行うため、都道府県公安委員会が提供する交通情報に民間事業者が保有するプローブ情報を加え、その提供を推進する。

(3) 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減

- ① 近年、激甚化・頻発化する自然災害等を踏まえ、平時から海外や国内に対し適切な情報発信を行うことが重要であることから、国土交通省及び関係機関がウェブサイト等で提供している防災情報が一元化されてスマートフォン対応等により容易に防災情報等を入手できる「防災ポータル/Disaster Prevention Portal」について、2023年度(令和5年度)も引き続き新たな防災情報を追加するなどの充実を図る。また、訪日外国人旅行者の主体的な避難につながるよう、降雨や川の水位、カメラ映像等のリアルタイム情報を提供している国土交通省ウェブサイト「川の防災情報 英語版」について、引き続き運用する。
- ② 観光・宿泊施設等が非常時の訪日外国人旅行者対応に活用できる用語集及び、観光危機管理計画策定のポイント等をまとめた「観光危機管理計画等作成の「手引き」」について、観光・宿泊事業者や地方公共団体に対して周知を図る。また、地方公共団体等の観光危機管理計画策定等の支援をし、策定促進を図る。
- ③ 新幹線における非常時の訪日外国人旅行者向けの情報提供について、駅頭掲示、駅構内放送、車内放送、ウェブサイト等で、利用者の行動判断に資する情報を多言語(英語、中国語及び韓国語)で十分な水準で実施できているか、不断の検証を実施する。また、空港については、全国の95空港において策定された空港BCP⁷により、空港利用者が適切に情報を収集し、安全に避難し、全ての滞留者が一定期間、安全・安心に空港内に滞在できるよう、非常時の空港における情報提供(滞留者等に対し必要に応じて行う、多言語による空港アクセスの被害や復旧状況等についてのウェブサイトやSNSによる配信等)を実施する。さらに、自然災害時を想定した空港関係者やアクセス事業者と連携した対応訓練の実施等により、情報発信を含む空港BCPの実効性強化を図る。
- ④ 訪日外国人旅行者が安全・安心に旅行できる環境を整備するため、観光施設等における危機管理対応能力強化、医療機関における訪日外国人患者受入機能強化並びに地方公共団体における災害時等の観光危機管理計画の策定及び訓練の実施について支援する。
- ⑤ 日本政府観光局のウェブサイト及びSNSを活用し、新型コロナウイルス感染症に関連する水際対策等の情報発信に引き続き取り組むとともに、災害が発生した際の公共交通機関に関する正確かつ迅速な情報発信を行う。

(4) 次の感染症危機への対応

- ① 感染症危機対応の司令塔機能を担う組織として、2023年(令和5年)秋に内閣官房に内閣感染症危機管理統括庁を設置することを目指し、次の感染症危機への備えが万全なものとなるよう取り組む。
- ② 国内外において安心して旅行できるよう、新型コロナウイルス感染症や麻しん・風しん等既存の感染症のみならず、新たな感染症が発生する可能性も念頭に、国内外での感染症の発生動向を継続的に監視・分析し、それにより得られた情報や感染症の予防方法等の情報について、国及び地方公共団体において人々に幅広く情報提供を行う。

(5) 公共交通機関の安全対策の推進

訪日外国人旅行者の貸切バス需要に対応するため、臨時営業区域の特例措置について、同制度の

⁷ 空港全体としての機能保持及び早期復旧に向けた目標時間や関係機関の役割分担等を明確化した空港の事業継続計画(A2(Advanced/Airport)-BCP)。

利用状況や事故状況等の実態把握を行い、必要に応じた制度の見直しを検討する。また、「軽井沢スキーバス事故対策フォローアップ会議」において、85項目に及ぶ「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」の実施状況についてフォローアップするとともに、2022年（令和4年）10月に静岡県で発生した観光バスの横転事故を踏まえ、再発防止のための対策を講じていく。

（6）旅客船の総合的な安全・安心対策

2023年（令和5年）4月に「海上運送法等の一部を改正する法律」が成立したことを踏まえ、同法の施行に向けて政省令等の整備を進めていくとともに、監査等の強化を徹底し、旅客船事業者の安全性の評価・認定制度創設に向けた検討を進めるなど、利用者が安心して旅客船を利用できるよう、「旅客船の総合的な安全・安心対策」の内容を着実に実行していく。

（7）道路交通の安全対策等の推進

- ① 訪日外国人旅行者のレンタカー利用等による交通事故を削減するため、ETC2.0⁸データ等のビッグデータを活用した事故対策に関する参考資料作成に向けた取組等を推進する。
- ② 訪日外国人旅行者等のレンタカー等利用時における交通事故防止を推進するため、関係機関・団体と連携し、安全運転啓発動画やリーフレット等を活用した日本の交通ルール、安全運転等に関する広報啓発活動に取り組む。
- ③ 観光地周辺で広域的に発生する渋滞を解消し、回遊性が高く、円滑な移動が可能な魅力ある観光地を創造するため、関係者が連携し、ICT・AI等の革新的な技術を活用した交通需要制御等のエリア観光渋滞対策について、その実装に向けた取組を推進・支援する。
- ④ 観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド観光需要に対応するため、地域や公共交通機関と連携し、観光拠点までのラストマイルにおいて、駐車場予約専用化等の渋滞対策を推進する。

（8）宿泊施設の防火安全対策の推進

建物特性や用途特性に応じて、消防用設備等の合理的な運用が図られている事例やその考え方について整理した資料を、消防本部、事業者等に継続的に周知し、必要に応じて内容を更新していく。

（9）旅行業務に関する取引の公正の維持等

旅行業法に基づき、旅行取引に係る規制の遵守状況に関する立入検査を適時適切に実施することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び観光旅行者の利便の増進を図る。特に貸切バスツアーについては、運賃の下限割れ防止対策や旅行業関係団体とバス関係団体により設置された「貸切バスツアー適正取引推進委員会」の仕組みの活用により、旅行における安全確保を図る。

（10）外国人の急訴・相談等への対応環境の整備

- ① 全都道府県において、日本語を解さない外国人からの110番通報の際に警察本部の通信指令室と通訳人を交えて三者で通話を行う三者通話システムの運用が行われているところ、緊急時

⁸ 車両の走行履歴データ及び挙動履歴データ。ETC2.0車載器に蓄積され、車両が路側機の下を通過するときに吸い上げられる。

に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるよう、現場対応を想定した訓練等を継続的に行い、三者通話に対応可能な通訳人の拡充に努めるなどして、通報受理体制のより一層の強化を図る。また、電話通訳センターを介して通信指令員や救急隊員等と外国人との会話を交互に通訳するための三者間同時通訳について、全国の消防本部において円滑な運用を図る。

- ② 警察では、訪日外国人旅行者等とのコミュニケーションの一層の円滑化を図るため、多言語翻訳機能を有する資機材等の操作の習熟を図るための教養や、訪日外国人旅行者等が遭遇するトラブルを想定した対応訓練等を通じて、同機能の積極的な活用を図る。また、有名な観光地や繁華街・歓楽街等を管轄するなど、訪日外国人旅行者等対応の機会が多い警察署、交番等への外国語による対応が可能な警察職員の配置、語学研修や世界各国・地域の文化・宗教に係る理解の促進等をはじめとした国内における外国人への適切な対応に関する各種教養の実施に努める。
- ③ 遺失届・拾得物の受理をはじめ、各種届出関係書類への外国語併記等、各種手続に係る外国語による対応の促進及び防災・防犯等に資する情報の外国語による提供に努め、訪日外国人旅行者等が容易に必要な情報等を入手できる環境整備を強化する。また、訪日外国人旅行者等が容易に我が国警察に係る制度、活動等に関する最新の情報を入手できるようにするため、ウェブサイトに掲載するコンテンツの見直しを継続的に行い、防犯・交通安全に関する情報や警察が所管する各種規制に関する情報等について、外国語による掲載の拡充を図るなど、より効果的な情報伝達に努める。
- ④ 救急現場で救急隊員が外国人傷病者に対して円滑なコミュニケーションを図れるよう、救急隊向けに開発した「救急ボイストラ⁹」等の多言語音声翻訳アプリの普及促進を行う。2023年度(令和5年度)も引き続き、未導入消防本部におけるアプリ導入に係る課題を抽出し、地域の実情を踏まえた上で、消防本部への導入促進を図る。
- ⑤ 「訪日外国人のための救急車利用ガイド(多言語版)¹⁰」について、対応可能な言語が増え、活用の方がより一層広がったことから、活用状況の調査を行い、その結果も踏まえた上で各都道府県及び消防本部に対し積極的に広報を行うよう依頼するとともに、2023年度(令和5年度)も引き続き、関係省庁等が連携し効果的な広報を実施する。
- ⑥ 引き続き、「地方消費者行政強化交付金」の活用等により、外国人等の消費の安全の確保のため、地域における消費生活相談に係る体制の充実を図っていく。また、国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」において、訪日外国人旅行者の消費者トラブルへの相談対応を行うとともに、訪日外国人旅行者が遭いやすい消費者トラブルについて、観光庁・日本政府観光局等の関係機関の協力を得るほか、2021年(令和3年)に開設した「訪日観光客消費者ホットライン」専用ウェブサイト及び多言語チャットボットにて、訪日外国人旅行者への情報提供を行う。また、窓口周知活動を行い、安全で安心な観光の環境を整備する。

11 東日本大震災からの観光復興

- ① 東日本大震災後の国際的な風評被害対策として、食品輸入規制の撤廃・緩和の働きかけと合わせ、地方創生の一環として日本の地域の魅力発信、日本各地の商品の輸出促進、観光促進等を支援する総合的なPR事業を2023年度(令和5年度)内に実施する。
- ② 福島における観光復興に向けて、国内外のメディア、インフルエンサーの招請、ウェブサイ

⁹ 外国人傷病者への救急対応を迅速に行なうための多言語音声翻訳アプリ。

¹⁰ 2023年(令和5年)3月現在で、合計16言語への対応が可能となっている。

トやSNSを通じた福島県の魅力の情報発信を行うとともに、訪日旅行再開の動きを踏まえた旅行商品の造成等の取組を支援する。また、世界で類を見ない複合災害を経験した唯一の場所である福島でのホープツーリズム¹¹を推進するため、教育旅行や企業等の研修旅行といった団体旅行やサイクリング・ワーケーションといった個人旅行を対象とした取組に加え、インバウンドを対象に受入体制を強化する取組を支援する。

- ③ 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節7(9)
- ④ 国及び福島県で2022年(令和4年)5月末にとりまとめた「福島浜通り地域等15市町村の交流人口拡大に向けたアクションプラン」に基づき、「酒・グルメ(食)」や「スポーツ(サイクル)」を含む6つのテーマにおいて、福島浜通り地域等15市町村のヨコ連携による、この地ならではの広域コンテンツの創出を後押しする。また、個々の市町村の独自の魅力の磨き上げや地域一体的なデジタル化に向けた支援も実施する。さらに、誘客コンテンツ開発事業による民間事業者等への支援や来訪者向けポイント還元キャンペーン等による、本地域への更なる交流人口拡大と消費喚起を図る。
- ⑤ ALPS処理水の海洋放出による風評への対策として、岩手県、宮城県、福島県及び茨城県沿岸部の自治体等に対して、海の魅力を高めるブルーツーリズム¹²を推進し、国内外からの誘客と観光客の定着を図るために行う、海水浴場等の受入環境整備、海の魅力を体験できるコンテンツの充実、海にフォーカスしたプロモーション、ビーチ等の国際認証の取得に向けた取組等を総合的に支援する。

12 観光に関する統計等の整備・利活用の推進

- ① 訪日外国人旅行者の国内訪問地間の流動量や利用交通機関等の実態が把握できる訪日外国人流動データ(FF-Data)の整備、携帯電話の位置情報データを活用した旅客流動分析の検討を行い、戦略的なプロモーション施策の基礎データとしての活用を促進する。
- ② 我が国の観光産業の実態を的確に把握するため、精度の向上や安定的なデータの確保に向けて、訪日外国人消費動向調査については高付加価値旅行者等の消費額の推計方法を検討する。また、宿泊旅行統計調査について、回答方法の多様化及び利便性向上の観点から、オンライン調査の拡充を図る。
- ③ 2023年度(令和5年度)に観光に関するGIS¹³データの設計及び整備を行いオープンデータとして公開し、地方公共団体や観光関連産業等における地域観光資源への誘客や周遊ルート作成、施策立案への活用を推進する。

第2節 インバウンド回復戦略

1 インバウンドの回復に向けた集中的取組

- ① 2025年(令和7年)に向けてインバウンドの本格的な回復を図るため、全国各地で観光回復の起爆剤となる取組を集中的に実施する。文化、自然、食、スポーツ等の多岐にわたる分野で、特別な体験や期間限定の取組の創出、イベントを契機とした誘客の促進、体験コンテンツの高付加価値化等を支援するとともに、全世界に発信する。

¹¹ 震災・原発事故の被災地域をフィールドとした福島県が推進する学びの旅のこと。

¹² 海の魅力を体験する海洋レジャー等を目的とする旅行のこと。

¹³ Geographic Information Systemの略。地理情報システムのこと。

- ② ビジネスや学術分野等、広い分野でインバウンド拡大の取組を深化させる、新時代にふさわしいアクションプランを策定し、関係府省庁が連携しながら着実に実行する。

2 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

(1) アドベンチャーツーリズムの推進

自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズムやアウトドアアクティビティを推進し、国内外の観光旅行者の消費額拡大や満足度向上、安心・安全で楽しめる旅行環境の整備を図る。特に、アドベンチャートラベルワールドサミット2023の北海道開催を契機に、世界の観光旅行者の来訪・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つなげる。また、アドベンチャートラベルワールドサミット2023の北海道開催を契機に、参加者とのさらなる関係構築を行い、本イベントの開催等を通じて得られたアドベンチャーツーリズムに関する知見を国内関係事業者へ共有し、情報発信の強化、販路拡大を図るとともに更なるコンテンツの発掘を促進する。

(2) アート・文化芸術コンテンツの整備

a) 日本博2.0の推進

2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)に向けて、全国各地で最高峰の文化芸術を発信するための文化資源を活用した観光コンテンツの磨き上げや創出を行う。日本の文化芸術の多様性を世界に示す取組を展開し、文化芸術振興をより一層充実させる。これらを通じて、日本文化の魅力について、デジタルコンテンツ等も活用し、国内外に効果的に発信する。

b) アートの国際拠点化

我が国を文化芸術の国際的な発信拠点とし、国内発の国際的な文脈づくりを担う「場」となることを目指し、我が国のアートシーンの発信、国際的なイベントにおけるアートの発信等を実施する。

c) 国際的な芸術祭の活用

海外のフェスティバルへの参加・出展、海外の芸術団体との共同制作公演等を支援する。

d) 舞台芸術の振興、情報発信等

歌舞伎や文楽、能楽等の伝統的な芸能及び国際的に比肩し得る高い水準のオペラ、バレエ、演劇、オーケストラ等の現代舞台芸術を観光資源として広く提供するため、国立劇場、新国立劇場や地域の劇場・音楽ホール及びトップレベルの芸術団体が行きと組む創造発信等を支援する。

e) メディア芸術の振興

- ① 日本映画の多言語字幕制作支援、欧米等で開催されている国際映画祭への出品支援、海外映画祭見本市における展示施設(ジャパン・ブース)の設置・運営、海外における日本映画の特集上映の実施等を通じて、多様な作品の魅力を発信し、訪日外国人旅行者の増加に寄与する。
- ② マンガ、アニメーション、メディアアート等のメディア芸術を国内外へ発信するとともに、メディア芸術を担う人材の育成を推進する。

f) ロケツーリズムの推進

映画やアニメ等のロケ地や舞台は、国内外の観光需要を喚起する重要な拠点であることから、ロケ誘致による経済・社会的効果を効果的に実現するため、地域内の関係機関の連携強化による情報発信や許認可円滑化、インセンティブ付与等を図るとともに、観光促進のためのコンテンツを「聖地巡礼」の促進に活用するなど、ロケツーリズムの推進に官民一体となって取り組む。

g) 地域の伝統芸能等の支援

無形の文化財を活用した観光による地域活性化も重要であるとの認識の下、伝統芸能や、地域の伝統行事、民俗芸能等の保存・活用を推進する。

h) 地域の文化芸術の振興

文化庁の京都移転について、2023年（令和5年）3月より京都において業務を開始したところ、京都、東京の分離組織における業務の試行・改善等を進めるとともに、同年5月に大半の職員が移転することを目指す。

i) 芸術の観光への活用を推進する人材の育成

我が国の芸術界の将来を担う新進芸術家等が技術を磨いていくために必要な舞台公演・展覧会等の実践の機会や、広い視野、見聞、知識を身につける場を提供する事業に対して支援を行う。

(3) 地域の食材を活用したコンテンツの整備

a) ガストロノミーツーリズムの推進

- ① 特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等に対して、文化財登録等に向けた調査研究や地域での保護継承、文化的価値をわかりやすく伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を行うモデル事例の形成を支援し、食文化の魅力発信等の推進を図る。
- ② 地域の食材の積極活用等により食の価値を高め、宿泊業の付加価値の向上を進める取組について、調査・検証する。

b) 酒蔵ツーリズムの推進

- ① インバウンドによる海外需要の開拓・日本産酒類の認知度向上等を図るため、酒蔵自体の観光化や、ツーリズムプランの策定等を行う酒類業者の取組・他産業と連携した取組を引き続き支援し、国内における酒蔵、ワイナリー、ブルワリー等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」を推進する。
- ② 「伝統的酒造り」を2022年（令和4年）にユネスコ無形文化遺産へ提案後、2023年（令和5年）3月に再提案しており、2024年（令和6年）11月頃に審議が見込まれている。登録に向け、「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等と連携しながら、引き続き国内外で地域の特性に応じたシンポジウムの開催等、様々な広報活動に取り組む。

(4) 魅力ある公的施設の公開・開放

- ① 迎賓館赤坂離宮について、国賓等の接遇等に支障のない範囲で、通年で一般公開を実施する。6か国語対応のウェブサイトを知周・活用するほか、Twitter等のSNSを活用した一般公開の広報を実施し、新たな参観者層の取り込みを図るとともに、通常は参観エリアとはしていない区域を公開するガイドツアーや館内での演奏会等を伴った参観等の特別企画を計画的に実施す

る。また、新たに東衛舎を活用した迎賓館赤坂離宮に関する資料等の展示を行うとともに、関連したトークイベント等を実施し迎賓館の更なる理解向上を図る。さらに、迎賓館赤坂離宮の魅力の内外への発信や国有財産の有効活用の観点から、迎賓館をユニークベニュー¹⁴として活用する「特別開館」を実施し、観光の呼び水とする。

- ② 京都迎賓館について、国賓等の接遇等に支障のない範囲で、通年で一般公開を実施する。6か国語対応の参観アプリを周知・活用するほか、認知度向上に向け、Twitter等のSNSの活用や、京都迎賓館PR動画(日本語及び英語)等を発信するなど、効果的な一般公開の広報を実施するとともに、夜間の公開や通常の参観にはない文化体験等を盛り込んだガイドツアー等の特別企画を計画的に実施する。また、京都迎賓館の魅力の内外への発信や国有財産の有効活用の観点から、迎賓館をユニークベニューとして活用する「特別開館」について、情報提供の改善を行い、実施事例の積み重ねに努める。
- ③ 「児童又は生徒を対象とする総理大臣官邸及び総理大臣公邸特別見学」について、総理大臣官邸における執務に影響の生じない範囲において実施する。また、多くの学校に参加してもらうために、ウェブサイト、SNS等を活用した積極的な情報発信に取り組む。
- ④ 皇居について、土曜日の参観、事前予約のほか当日受付を行うとともに、訪日外国人旅行者向けに英語ガイド及び中国語ガイド付きの参観の実施、質疑応答や、多言語音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施する。また、乾通りの一般公開(春季及び秋季)については、規模、内容等に鑑みた感染拡大防止策を講じた上で実施する。
- ⑤ 皇居東御苑について、富士見多聞の公開、富士見櫓前の開放、江戸城天守復元模型の展示を実施し、訪日外国人旅行者向けに、英語での質疑応答可能な職員の配置や、多言語音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施する。また、皇居東御苑来訪者のアメニティ向上等を図るため、大手休憩所(仮称)の整備に向けた取組を進める。
- ⑥ 三の丸尚蔵館について、ほかの美術館・博物館等と連携しつつ、日本博事業への協力や全国各地で年4か所以上の展覧会を実施するなど三の丸尚蔵館収蔵品の地方展開や公開の拡充を図るとともに、2023年(令和5年)秋に新施設(Ⅰ期棟)を開館する。また、引き続き展示面積の拡大等を図るため、館の整備・建替(Ⅱ期工事)を行う。
- ⑦ 京都御所について、通年で参観者数制限のない一般公開を実施するとともに、訪日外国人旅行者向けに多言語音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施する。英語及び中国語ガイド案内については、再開に向けた取組を進める。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、京都御所清涼殿襖絵の復元模写を行い、完成後に逐次公開する。
- ⑧ 京都仙洞御所・桂離宮・修学院離宮について、通年で参観を実施するとともに、訪日外国人旅行者向けに多言語音声ガイド機器及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施する。特に、桂離宮においては、皇室の伝統や文化への理解をより一層深めることを趣旨として「桂離宮観月会」を2023年(令和5年)秋に実施する。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、桂離宮御殿ほか整備工事(2023年(令和5年)11月完了予定)において、柿(こけら)葺屋根葺替等を引き続き実施する。
- ⑨ 御料牧場について、家畜伝染病に対する防疫強化に取り組みつつ、地元の地方公共団体と協力し、秋に2日間で各2回、合計4回地元外からの見学会の実施に向けて取り組む。その際、

¹⁴ 「ユニークベニュー(Unique Venue: 特別な場所)」とは、「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間(庭園・公園、商店街、公道等)」等において、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

展示物や御料牧場紹介動画を活用するとともに、見学会に体験型イベント等を行うなど内容の充実を図る。

- ⑩ 埼玉鴨場・新浜鴨場について、年12回の地元外からの見学会を実施する。あわせて、団体申込みも受け付ける。また、パンフレットの更新を進め、見学者の満足度向上を図る。
- ⑪ 信任状捧呈式の馬車列の実施に際しては、宮内庁及び日本政府観光局ウェブサイト等の広報媒体の活用や情報提供先と連携し周知を図る。
- ⑫ 造幣局本局の工場見学において、新たな見学コースを検討する。
- ⑬ 首都圏外郭放水路の有料見学会(民間運営)について、引き続き、土日祝日を含めて毎日開催(施設点検日及び年末年始を除く)する。また、施設の認知度向上とインバウンド見学者の増加を図るため、施設での撮影やイベント開催を目的とした有料の貸出(民間運営)を引き続き実施する。さらに、地域振興の一環として、観光協会及び地元商店・飲食店と協力し、龍Q館での首都圏外郭放水路のロゴ入りの地元物産の販売や、各飲食店における「首都圏外郭放水路おもてなし特別メニュー」の販売を行う。
- ⑭ 市ヶ谷記念館・大本営地下壕跡の見学は事前予約制とし、防衛省のガイドが案内を実施する。また、見学者の満足度を高めるため、パンフレットの充実等を進め、更なる魅力向上を図る。
- ⑮ 日本銀行本店本館について、2016年(平成28年)6月に従来の英語にも対応した見学に加え、中国語のパンフレットを作成して多言語案内の充実を図った。また、2019年(令和元年)6月に見学のウェブ予約を開始したほか、2020年(令和2年)6月に見学エリアの拡張や展示リニューアルを行った。このほか、2020年(令和2年)6月にオンライン見学「おうちで、にちぎん」(本館の3D映像)を日本語・英語で公開したほか、2021年(令和3年)5月からオンライン見学講座「教室で、にちぎん」を開始し、国内外の学校に対して実施した。これら施策を継続し、その定着を図る。

(5) 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大等によるショッピングツーリズムの推進

- ① 外国人旅行者向け消費税免税制度については、インバウンドの本格的な回復に向けて利用促進に取り組むとともに、免税品の海外への直送制度や、免税販売を行うことができる機能を有する自動販売機等に関して普及促進を図る。
- ② 関税、酒税、たばこ税及び消費税の免税を受けることができる保税売店について、これまで東京国際空港(羽田空港)及び成田国際空港内のカウンターで商品引渡しが行われる店舗が営業されてきたが、引き続き保税売店の市中展開の拡大に向け、保税売店で販売した商品の引渡しが可能な空港内カウンターの利便性の向上を図る。

(6) 大都市観光の推進

国民公園の一層の魅力向上に向け、新宿御苑については、開園時間の延長やライトアップ、入園料のキャッシュレス化、民間イベントでの活用、最新技術を活用した武家屋敷・皇室庭園としての歴史・文化の発信、来園者のビジネスユース需要に対応するためのワーケーション環境整備のほか、園内のガイドツアー造成に取り組む。皇居外苑については、都心における貴重な自然や景観、由緒ある歴史等が残る苑内を周辺地域や民間と連携して活用し、観光資源としての価値を高める。京都御苑については、文化資源アーカイブ構築に向けた取組を進める。

3 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

(1) 国立公園の魅力向上とブランド化

- ① 「国立公園満喫プロジェクト」において、「ステップアッププログラム2025」等に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、国立公園に国内外の利用者を呼び込み、保護と利用の好循環を形成するための取組を実施するとともに、34国立公園全体や国定公園にも取組の展開を図る。また、2022年(令和4年)4月から施行された「自然公園法(昭和32年法律第161号)」の自然体験活動促進計画・利用拠点整備改善計画制度を活用し、関係省庁や地方公共団体、観光関係者をはじめとする企業、団体等、幅広い関係者との協働の下、全公園への取組の展開を図る。
- ② 国立公園の多言語解説を外国人利用者目線で魅力あるものとして充実させ、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度を向上させるため、環境省において、観光庁事業と連携し、全34国立公園に加え国定公園及び長距離自然歩道等を対象に、国立公園等に関連する英語解説文を整備する。また、利用者ニーズを踏まえ、ICT等の先進的技術を活用して展示パネルや既存看板の多言語化、多言語対応の展示映像の制作等の媒体化により一体的な整備や魅力発信を行う。
- ③ 我が国の傑出した自然景観を有する国立公園において、美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光を実現するため、魅力的な自然体験コンテンツ等の充実や質の向上等を通じて受入環境を整備するとともに、ウェブサイト・SNS等や、旅行博等の機会を活用し、国立公園の魅力やコンテンツ等を紹介するなど、国立公園の利用を促進する。
- ④ 国立公園等の優れた自然風景地等の保護と利用を図り、安全で快適な自然とのふれあいの場を提供するため、国立公園、国民公園等における施設整備や自然再生等、長寿命化対策等の事業を実施する。また、国立・国定公園等において地方公共団体が行う施設整備等の事業について支援する。ビジターセンター等においては自然情報に加えて、周辺のアクティビティ情報や観光情報等を提供し、情報発信機能を強化するとともに、カフェ等の導入により滞在環境の向上を図る。また直轄野営場においてもPPP¹⁵/PFI¹⁶により、民間事業者による質の高いサービスを導入することで機能強化を図る。
- ⑤ 国立公園等における自然体験コンテンツの充実、野生生物の保全活動を組み込んだツアーの造成、人材の育成、ビジターセンターへのカフェの設置をはじめとした公共施設の民間開放、自然環境保全コストの一部を利用者負担とする仕組みの導入に向けた実証実験等を行う。その際、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等の多様な主体と連携して実施する。
- ⑥ 日本政府観光局グローバルサイト内に構築した国立公園ウェブサイトを活用して、デジタルマーケティング手法等による分析を踏まえ、サイトの改善やコンテンツの更なる充実を進め、戦略的に日本の国立公園の魅力を海外に情報発信する。
- ⑦ 関係省庁、関係地方公共団体、関係団体等からなる地域協議会を中心に連携を図り、「ステップアッププログラム2025」等に基づき、観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組を推進する。また、国有林を所管する林野庁との連携事業を実施する。さらに、多言語化の充実やコンテンツの造成等について国定公園に展開を図る。
- ⑧ 2020年(令和2年)7月に供用を開始した新宿御苑併設の国立公園情報発信拠点「National Parks Discovery Center」において、日本の国立公園の魅力を大画面で訴求する映像設備やデ

¹⁵ Public Private Partnershipの略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を行政と民間が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を活用し、財政資金の効率的使用や行政の効率化等を図るもの。

¹⁶ Private Finance Initiativeの略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法。

デジタルを活用した体験型展示、国立公園案内カウンターやギャラリースペース、物販設備等を活用し、来園者に国立公園の魅力を発信する。

- ⑨ 国立公園の利用拠点において、国・地方公共団体・民間事業者等地域の関係者が連携してインバウンド増加に資する利用拠点計画を策定するとともに、同計画に基づき、跡地の民間活用を前提とした廃屋の撤去、インバウンド対応機能向上、地域文化が体感できるまちなみ改善等を同時一体的に実施する。これにより、利用拠点の景観改善、上質化を図り、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度向上を図る。
- ⑩ 国立公園を訪れる訪日外国人旅行者へのデジタルによる情報提供の強化により、より深い自然体験に誘うとともに、我が国の自然景観や生態系へ関心を深めることで、国立公園での滞在時間の延長や満足度の向上、同地のリピート利用を促す。2023年度(令和5年度)は、国立公園のビジターセンター等において、新たに2か所にデジタル技術を活用した多言語展示を導入する。
- ⑪ 民間提案による宿舎事業を中心とした国立公園の利用拠点の面的な魅力の向上に取り組むこととし、検討会での議論やサウンディング調査を踏まえ、事業を実施する地域・取組の強化を目指す。また、山岳地域における利用拠点である山小屋の高付加価値化に取り組んでいく。

(2) 国際競争力の高いスノーリゾートの形成

- ① 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、国際競争力の高いスノーリゾートの形成を促進し、インバウンド需要を取り込む必要がある。このため、スノーリゾートとしての中長期展望や利用者ニーズを踏まえ、スキー場の魅力が向上し、事業効果が地域に広く波及する投資を進めようとするスノーリゾートの取組を支援する。
- ② 日本政府観光局は、スキー人口が急増中の中国及び日本のパウダースノーへの興味・関心の高いオーストラリアにおいて、現地旅行会社との連携強化を図るとともに、旅行博への出展やオウンドメディアでの発信等を通じて、スノーアクティビティ及びウィンタースポーツに関する情報発信を継続的に行う。

(3) 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

- ① 地域に残る古民家等を上質な宿泊施設やレストランに改修する等、歴史的資源を中核として、地域資源の潜在価値を一体的に活用する観光地経営の実現を目指すため、面的に再生・活用する取組について、関係省庁による支援等を通じて、地域の担い手の発掘や磨き上げ、古民家や城、社寺等の歴史的資源の活用の更なる全国展開、滞在の多様化・高質化等を推進する。
- ② 2025年(令和7年)までに、質・量両面での取組を推進するため、「50地域の面的取組展開地域」を創出するとともに、「300地域の取組展開地域」を目指すべく、面的に再生させる取組を支援するとともに、城や社寺、古民家等における宿泊・滞在型コンテンツを軸に、地域資源をフル活用した面的な高付加価値化を推進しつつ、歴史的建築物等の再建築、情緒ある景観や賑わいの再現等に対して支援する。
- ③ 歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのウェブサイトで公表している支援メニュー集、歴史的資源の再生・活用成功事例集及び取組事例を更新するとともに、様々な案件に対応できるような内容の充実等を行い、関係省庁と連携した情報共有、会議等での全国の地方公共団体、観光地域づくり法人(DMO)、農泊地域等による情報共有を広く行う。また、歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームで運営するワンストップ窓口において、地域からの相談や要望に対応するとともに、専門家による現地視察や相談者へのヒアリン

グ等の支援を展開する。地域ごとの熟度に応じ、新規相談地域の掘り起こし、既存相談地域の継続的なフォロー及び磨き上げや観光まちづくりへと裨益するような支援等を行う。さらに、地域への横展開を図るために連携推進チームのウェブサイトで公開している成功事例集を充実させる。

- ④ 古民家等の活用による観光まちづくりを促すための応援制度の活用事例等について、地方公共団体職員や地域おこし協力隊員向けの研修等において周知を図り、受入自治体・協力隊員双方へのサポートの充実等を図る。
- ⑤ 空き家、空き店舗、公的不動産(PRE)等の遊休不動産を地域資源として再生・活用するため、地域の関係者等が参画する会議を通じ、関係者間の連携体制を構築することで、地方における不動産証券化に精通した人材の育成と、質の高い不動産ストックの形成促進を図る。
- ⑥ 地域の活性化を加速化し、地域から全国へのボトムアップの成長に向け、事業立ち上げの各段階に応じて支援するため、2023年度(令和5年度)に創設された「ローカルスタートアップ支援制度」を通じて、古民家等を活用した事業の立ち上げを支援し、歴史的資源を活用した観光まちづくりを推進する。
- ⑦ 開発許可制度における地域の実情に応じた既存建築物の用途変更の弾力化に係る技術的助言やその活用事例について、国や地方公共団体が参画する担当者会議等の場やウェブサイト等において周知していく。

(4) 文化観光の推進

a) 博物館・美術館等の文化施設の充実

- ① 文化資源の磨き上げ、多言語化・Wi-Fi・キャッシュレス環境整備等の利便性向上、国内外への宣伝、学芸員等の専門人材の確保等の取組を支援する。また、観光資源としても極めて有効な文化財について、デジタル技術を活用した多言語解説を観光施策と連携させつつ整備する。これらの取組を通じて、訪日外国人旅行者が文化財への理解を深め、満足度を向上できるような環境整備を着実に進める。さらに、東京国立博物館では、高精細複製品やデジタル技術・映像等を用いた体験型展示を行うなど、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解促進に寄与する展示に取り組むとともに、国立博物館やその他の博物館等において、外国人目線に立った多言語対応等のインバウンド受入に資する環境整備等の充実に取り組み、それらの成果の横展開に努める。加えて、キャッシュレス環境整備等の利便性向上に努める。
- ② 国内外の来館者に博物館・美術館が有する多様な文化資源の魅力を発信するため、障害者、子供、高齢者、外国人等を対象とした鑑賞支援やハンズオン、参加・体験型プログラム、講座やワークショップといった教育普及事業のオンライン配信等を推進する。また、国立博物館や国立劇場等において、ニーズを踏まえた開館時間の柔軟な設定、SNS等を活用した国内外への積極的な情報発信等、より快適な鑑賞環境の充実等に取り組み、その成果に助言等の求めがあれば応じる。さらに、各地のミュージアムが持つ文化資源の魅力を伝えるため、国立博物館等において、地方館への収藏品貸与の促進事業や文化財の保存・活用に関する助言・協力に取り組み。加えて、文化財情報資源のデジタル資源化や情報データベースの構築等を促進することにより、文化財が持つ魅力や価値を引き出すとともに、博物館に来訪できない人も含め、人々が場所や時間にとらわれず文化に触れる機会を提供し、文化への社会的な理解を促進する。
- ③ 我が国の文化拠点である博物館や劇場・音楽堂等が行う文化芸術活動への支援を通じて、子供、高齢者、障害者、訪日外国人旅行者等が実演芸術に気軽に触れることができるよう、バリアフリー・多言語対応、学校や地域との連携を促す。また、芸術系大学等の資源を活用して文

化芸術活動を担う人材の育成を図る。

- ④ 国や国立博物館等が有する地域ゆかりの文化資産を活用し、訪日外国人旅行者にもわかりやすく魅力的に地域の歴史・文化等を発信する各地域の博物館等の取組を支援し、訪日外国人旅行者の地方への誘客や満足度の向上等地域活性化を図る。

b) 文化観光拠点等の整備

- ① 文化についての理解を深めることを目的とする観光を推進するとともに、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、「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律(令和2年法律第18号)」に基づき認定された観光地や拠点を含む地域における、多言語対応、Wi-Fi・キャッシュレス環境整備、バリアフリー化等の受入環境整備に係る取組を支援する。
- ② 文化資源を中核とする観光拠点・地域を整備するため、文化観光拠点・地域の整備の促進、日本遺産等の文化資源の魅力向上や発信強化を行う。また、地域における文化財の総合的な保存・活用の取組を支援する。
- ③ 文化観光の推進に関する好事例を収集・分析し、関係者に広く周知すること等により、事業の支援・充実を図る。

c) 文化資源の観光資源としての魅力の向上

- ① 観光旅行者が我が国の「たから」である文化財の魅力をもっと感じられるよう、文化財の適切な周期による修理・整備や健全で美しい状態に回復するための美装化等への支援を行う。また、文化財に新たな付加価値を付与し、より魅力的なものとするための取組(Living History)を支援するとともに、訪日外国人旅行者を含め、全ての人がわかりやすい文化資源の解説作成や多言語化への支援にも取り組む。さらに、美術館・博物館等の文化施設において、夜間開館をはじめ、観光活用を促進する取組に対し支援する。加えて、歴史的資源を活用したまちづくりへの支援として、文化財の宿泊施設やユニークメニュー等への活用を推進する。このほか、文化財を活用した観光の充実を図るため、文化財の活用への支援に際して観光旅行者数を考慮するとともに、修理現場の公開や修理機会を捉えた解説整備への支援にも引き続き取り組む。日本遺産については、日本遺産全体の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、地域の文化資源としての磨き上げを促進するための支援の充実等、日本遺産を活用した継続的な取組を推進する。
- ② 博物館等に勤務する管理職を対象とした「トップマネジメント研修」、学芸職を対象とした「パブリック・リレーションズ研修」、行政の博物館担当職員や初任者を対象とした「文化をつなぐ研修」を実施し、文化観光、インバウンド拡大、地域連携、デジタル化といった、博物館における今日的課題への対応と発信に取り組む人材を育成する。また、国立文化施設においても、学芸員等を対象とした研修・講座を開催し、国立文化財機構では博物館・美術館等保存担当学芸員研修(基礎コース・上級コース)等を実施、国立美術館ではキュレーター研修を実施するなど、研修や講座の拡充に努め、各地の博物館関係者の人材養成や、観光含む多様な分野との連携等に資する取組を行う。

d) 文化財の保存・継承

- ① 国宝・重要文化財(建造物、美術工芸品)、史跡名勝天然記念物について、適正な修理周期で修理するために必要な事業規模の確保を図った上で適切な保存修理等を実施する。また、防

災施設整備や耐震対策を充実させることで、その価値を損なうことなく次世代に継承するとともに、観光資源としての活用も図る。さらに、修理現場の公開や解説設備の設置、来訪者の便益施設の充実等を促進する。加えて、文化財の保存・活用における多様な資金調達の活用を促進する。

- ② 国宝・重要文化財(建造物)、登録有形文化財建造物、史跡名勝天然記念物及び重要伝統的建造物群保存地区等の有形文化財において公開のための施設整備の充実や耐震対策、修理・整備を促進し、安全な公開・活用を図る。また、文化財の特性に応じてバリアフリー化を促進し、快適性や安全性を高める。
- ③ 文化財保存活用地域計画等の作成及び計画に基づく事業の推進を支援することで、地域の多様で豊かな文化資源を活用した経済活性化、人材育成、まちづくり等に資する取組や観光拠点の整備を促進し、観光振興・地方創生等に向けた対応を強化する。
- ④ 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節7(6)

e) 世界遺産の推薦及び保存・活用

- ① 世界自然遺産の候補地として推薦していた「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」が、2021年(令和3年)7月の世界遺産委員会にて世界遺産一覧表へ記載することが決定し、我が国では、「屋久島」、「白神山地」、「知床」、「小笠原諸島」及び「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の5地域が自然遺産として世界遺産一覧表に記載された。これらの地域では、科学的知見に基づき、地域関係者との合意形成を図りながら、遺産価値を維持するための保全管理の充実に取り組む。また、各遺産地域に持続可能な観光利用を推進するための拠点施設を整備し、引き続き関係機関と連携して必要な取組を進める。
- ② 世界に誇る我が国の文化財について、引き続き世界遺産への登録に向けた推薦を行う。また、登録された文化遺産については、観光旅行者の急増に対応した適切な保存の取組だけでなく、世界遺産のブランド力等を活用した地域活性化の取組に対しても支援を行う。

f) アイヌ文化の魅力の発信

アイヌ文化の復興・創造等の拠点である民族共生象徴空間(ウポポイ)について、国内外から多くの人々が訪れ、アイヌ文化の素晴らしさを体感し、民族共生の理念に共感してもらえるよう、年間来場者数100万人を目指し、更なるコンテンツの充実、誘客促進に向けた広報活動等に取り組む。

g) ナショナル・トラスト運動等の民間取組の推進

国民的財産として後世に継承すべき産業・文化遺産や自然等の観光資源を保存・活用するナショナル・トラスト運動について、公開や利用に力点を置いた活動を奨励する。また、自然環境に係るナショナル・トラスト活動の一層の促進のため、関連する情報の発信や、「地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律(平成26年法律第85号)」の運用を図る。さらに、文化財保護法(昭和25年法律第214号)に基づく文化財保存活用支援団体の指定を促し、民間団体による地域の文化財の保存・活用のための取組を推進する。

(5) スポーツツーリズムの推進

- ① スポーツによるまちづくりを推進していくため、スポーツツーリズムを中心にスポーツを活用したまちづくりを推進する「地域スポーツコミッション」の「質の向上」に向け、新たな事業

展開へのチャレンジ等をモデル的に支援するとともに、基盤となる人材の育成・確保の取組を推進する。

- ② 日本発祥・特有の武道や、日本の特色ある自然資源を活用したアウトドアスポーツ等の地域スポーツ資源を活用した優良なスポーツツーリズムコンテンツを創出するため、実証モデルの選定、実施と効果検証を行う。また、デジタル技術を活用したプロモーションを実施し、セミナー等を通じて、収集・分析したデータの利活用を促進することでスポーツツーリズム・ムーブメントを創出する。
- ③ 日本政府観光局のウェブサイトにおいて、スノー、ダイビング、ハイキング・トレッキング、サイクリング及びゴルフの各テーマによるアウトドアスポーツ特設ページの情報拡充や特設ページ誘引のためのオンライン広告等を実施する。なおアウトドアスポーツは、アドベンチャータラベルのコンテンツと親和性が高いため、よりアドベンチャータラベル関心層への訴求効果を高めるべく、専門媒体等を活用した情報発信を行う。また、日本政府観光局は、アウトドアスポーツツーリズムに特化したメディアやインフルエンサー、旅行会社等の招請事業を行い、日本のアウトドアスポーツツーリズムを総合的に発信する。
- ④ 世界水泳選手権2023福岡大会・世界マスターズ水泳選手権2023九州大会や第20回アジア競技大会・第5回アジアパラ競技大会、ワールドマスターズゲームズ2027関西等、今後日本で開催される大規模国際競技大会の円滑な開催に向けて必要な支援・協力を行う。

(6) 農泊の推進

a) 滞在型農山漁村の確立・形成

- ① 農山漁村の活性化と所得向上を図るため、地域における実施体制の整備、食や景観を活用した観光コンテンツの磨き上げ、ワーケーション対応等の利便性向上、国内外へのプロモーション等を支援するとともに、古民家等を活用した滞在施設、体験施設の整備等を一体的に支援する。
- ② 農泊（農山漁村滞在型旅行）を推進する地域において、多様な地域の食とそれを支える農林水産業や特徴のある風土、伝統文化等の魅力で訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が「SAVOR JAPAN¹⁷」に認定し、官民が連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する。また、認定地域関係者の知識習得や地域間のネットワーク化を目的とした研修会や情報交換会等の開催及び食体験コンテンツのOTA¹⁸への掲載等の支援に加え、日本政府観光局等と連携した海外発信を効果的かつ一元的に行うとともに、和食のユネスコ無形文化遺産登録10周年といった機会の活用や動画作成等情報発信に取り組むことで訪日外国人旅行者の誘客を強化する。

b) 農山漁村の地域資源の活用支援

- ① 「強い農林水産業」、「美しく活力ある農山漁村」の実現のため、農山漁村が潜在的に有する地域資源を引き出すことにより地域の活性化や所得向上に取り組んでいる優良な事例を「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」として選定する。また、全国レベルでの情報発信に加え、交流会等を開催し、これまでの選定地区の取組の更なる発展や拡大とともに、農山漁村の地域住民の

¹⁷ 農泊地域において、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定し、官民で連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する取組。SAVORに、日本の農山漁村の食や食文化を深く味わう・楽しむという意味が込められている。

¹⁸ Online Travel Agentの略。インターネット上で取引を行う旅行会社。

意欲及び機運向上を図る。

- ② 世界農業遺産・日本農業遺産、世界かんがい施設遺産の観光地としての魅力発信について、ウェブサイト及びSNS等を活用した認知度向上や、環境や教育に関心の高い層が集まるイベントへの出展、交通広告を通じた農業遺産のブランド価値向上を推進するとともに、情報発信手法に関する研修会の開催等を通じて認定地域の観光振興等を促進し、農山漁村地域の振興を図る。
- ③ 農泊等と連携した農村地域でのジビエ利用拡大を図るため、処理加工現場でのOJT、プロモーションによる情報発信・需要開拓、ジビエを取り入れた食事メニューや商品の開発、加工製造設備の導入等の支援を行う。また、ジビエ料理・商品を活用した旅行商品の造成に官民が連携して取り組む。

(7) 地方誘客に資する各種のコンテンツ整備

a) 地域に根差した観光資源の磨き上げの推進

訪日外国人旅行者の地方誘客や観光消費の拡大を促進するため、地方公共団体や観光地域づくり法人(DMO)、地域の民間事業者等を対象に、地域に根差した観光資源磨き上げの取組を支援する。

b) コンテンツ連携による広域的な周遊観光の促進

訪日外国人旅行者の消費額の増加及び滞在の長期化を促進させるため、「旅全体を通じて一貫したストーリーを有する長期滞在ツアー」の造成等により、ストーリーに沿ったコンテンツの連携促進の手法を検証し、その結果を観光関連事業者等に横展開する。

c) 医療や健康増進と連携した観光の推進

観光庁は厚生労働省と連携し、地域の医療と観光資源を活用した外国人受入¹⁹を推進するため、モデル実証を通じて、プラン造成、医療機関の受入体制構築、プロモーションや海外販路拡大等の取組を支援する。

d) サイクルツーリズムの推進

- ① 走行環境の整備やサイクルトレイン・サイクルバスの拡大等によるサイクリストの受入環境の整備等を官民が連携して行うことにより、ナショナルサイクルルートをはじめとする世界に誇るサイクリング環境を創出するとともに、国内外へのPR等を行い、サイクルツーリズムを推進する。
- ② 移動そのものを楽しむ観光列車の魅力を海外に情報発信し、訪日外国人旅行者の来訪促進をするとともに、新たな観光ニーズに対応するサイクルトレインの導入を促進する。

e) インフラツーリズムの推進

- ① ダム、橋、港、砂防、歴史的な施設等、世界に誇る土木技術等を周辺自然環境と合わせて観光資源として活用し、地域振興を図るインフラツーリズムを推進する。地域観光資源と連携した旅行商品の造成、持続可能な運営体制の検討及び受入環境整備を実施するとともに、インバ

¹⁹ 粒子線治療によるがん治療等の国際競争力の高い分野において、国内患者の診療に影響を及ぼさない範囲での外国人がん患者の受入を含む。

ウンドに対応するため、インバウンド向けツアーのプロモーションや海外に向けた情報発信等を実施する。

- ② 日本の魅力を発信するため、日本政府観光局のウェブサイトやSNS等を活用し、一般に公開・開放されている公的施設やインフラの情報について、海外への情報発信を継続する。

f) 離島地域等における観光振興

- ① 離島地域にある資源を活用し、未来を担う子供・若者や旅行者らが離島へ向かう流れを活性化するため、ウェブサイト、SNS等で離島の情報を発信する取組やデジタル等の新技術を活用する取組、関係人口の創出に向けた取組、小規模離島等の生活環境を改善する取組を実施する地方公共団体を「離島活性化交付金」により継続的に支援する。また、半島地域においては、地方公共団体やNPO等の多様な主体が連携し、地域資源や特性を生かして交流事業を実施するなど、地域間の交流促進等に向けた取組について支援するとともに、半島製品の発掘、販路拡大等のための官民連携体制構築に必要な実証調査を行う。
- ② 観光資源としての魅力を有するフェリー、旅客船、遊覧船、クルーズ船等が、観光旅行者に幅広く活用され、インバウンドの早期回復につながるよう、海事観光コンテンツの磨き上げや受入環境整備の一体的な実施等、船旅の更なる魅力向上や地域経済効果の最大化に資する取組を行う民間事業者等を支援する。
- ③ 訪日観光のポテンシャルを有している海洋周辺地域への訪日観光を促進し、魅力向上を図るため、地方公共団体等が行う旅行者のニーズの変化を捉えたツアーやイベント等の観光コンテンツの磨き上げや関連する受入環境整備を支援する。
- ④ ポストコロナを見据え、引き続きクルーズ船受入のための係留施設等の整備を推進する。また、沖縄の美しい自然及び文化を生かし、訪日外国人旅行者の受入体制強化や独自の観光メニューの提供への支援等、「沖縄振興特別推進交付金」や「新たな沖縄観光サービス創出支援事業」等を通じた沖縄観光の強化を図る。
- ⑤ 特定有人国境離島地域における滞在型観光を促進するため、「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」により、旅行者の滞在を延ばす効果が期待される魅力的な滞在プラン、企画乗船券・航空券又は旅行商品の企画、開発及び普及、旅行商品等に組み入れられる着地型観光サービスの質の向上及びその提供を担う人材の確保育成や地域連携等を図る取組への支援を強化する。
- ⑥ 北方領土隣接地域において、豊かな地域資源を生かした体験型・滞在型観光及び広域観光の推進を図るとともに、ウィズコロナ・ポストコロナを見据えた交流・関係人口の創出・拡大に取り組む。また、北方領土の情報及び北方領土隣接地域の魅力をSNS等の各種媒体を通じて発信することで、北方領土隣接地域への訪問者の拡大を図るとともに、特に若い世代の関心を喚起する観点から教育旅行の誘致を促進する。

g) 旅客航路の観光利用促進

「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」の更なる普及促進を図るため、フェリー・旅客船事業者に対し、「フォーマット」及び「簡易作成ツール」について、地方運輸局、業界団体等を通じて周知を行い、「MaaS²⁰ 関連データの連携に関するガイドライン Ver.3.0」(2023年(令和5年)3月改訂)に則り、事業者へのデータ整備支援を通じて、航路情報のオープンデータ化を

²⁰ あらゆる乗り物を、ITを用いて結びつけ効率よく便利に移動できるようにするシステム。

推進する。

4 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

消費額の増加、地方への誘客をより重視するという観点から、訪日旅行における消費単価が高い高付加価値旅行者の地方誘客を促進するため、全国11地域のモデル観光地に対し、地域経営主体の構築、マスタープランの策定、ハイエンドコンテンツの造成、人材育成等の取組の支援を総合的に講じていくとともに、日本政府観光局に専門組織を設置し、高付加価値旅行市場に対する海外セールス強化、デジタルマーケティングの活用等に取り組む。

5 戦略的な訪日プロモーションの実施

(1) 我が国の観光の魅力の戦略的な発信

a) オールジャパンによる訪日プロモーションの実施

- ① 日本政府観光局は、各市場の動向分析、外国人アドバイザーや現地PR会社の活用等により各市場のニーズを把握し、外国人に人気の高いコンテンツの発信をはじめ、現地目線でのプロモーション展開を市場ごとに行う。また、現地メディア及び同メディアの駐日事務所等とのネットワークを活用し、日本の観光の魅力を発信する。
- ② 日本政府観光局において重点市場を対象に実施した2021年度(令和3年度)と2022年度(令和4年度)の定量調査結果の比較分析を行い、新型コロナウイルス感染症の影響による各市場の海外旅行・訪日旅行動向の変化を把握することで、きめ細やかなプロモーションを展開する。
- ③ 訪日外国人旅行者に対して、訪日意欲を促進するため、日本政府観光局はデジタルマーケティングを活用し、個別の興味・嗜好等に合致する観光情報を発信することで、効果的なプロモーションにつなげる。
- ④ 日本政府観光局が中心となり地方の空港関係者等と連携しながら国際商談会に参加するなど、復便や新規就航を働きかける。また、新規就航・復便を行う航空会社と日本政府観光局の共同プロモーション等を行う。
- ⑤ 日本政府観光局、日本貿易振興機構(JETRO)、日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)が、それぞれの有する知見や業界関係者とのネットワーク、海外の消費者への訴求力等の強みを生かして相互に連携し、訪日旅行の魅力発信を行う。

b) 新規訪日層の開拓

- ① 日本政府観光局は、欧米豪市場を中心に存在する「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認識していない層」に対して、海外旅行のきっかけとなる興味・関心(パッション)に応じた広告を展開し、旅行先としての日本の認知度を高め、新規訪日層の開拓を図る。認知促進にあたっては、市場別により効果的な手法でオンライン広告を配信し、同キャンペーンサイトへの流入を促すことで、デスティネーションとしての日本の認知度向上を目指す。
- ② 日本政府観光局は、新重点市場(北欧地域)を含む重点市場において、早期のインバウンド回復に向けて機動的にプロモーションを展開する。また、準重点市場(ブラジル、ニュージーランド、オランダ、スイス等)において、レップオフィスを通じた市場動向の把握に努めるとともに、引き続き試行的プロモーションを行う。さらに、拠点となる日本政府観光局現地事務所の設置準備を北欧地域(ストックホルム)において進める。

c) アジアのリピーター層の再訪日意欲喚起

- ① 日中韓で連携したプロモーションの実施等により、ウィズコロナ・ポストコロナにおける東アジア域外からの旅行者を日中韓に誘致する。
- ② 2022年度(令和4年度)までにアジア10市場(韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)向けに制作した動画等を活用して、旅行先としての日本の更なる認知拡大を図る。あわせて、新型コロナウイルス感染症で落ち込んだ訪日需要を速やかに回復させるため、OTAと連携した販売促進プロモーション、メディアやインフルエンサーの招請に加え、SNS上で訪日旅行に関する口コミを拡散させるためのキャンペーン等を行う。
- ③ 旅行者の国際的な往来再開に伴い、2023年度(令和5年度)も引き続き「訪日観光意見箱」を運用する。中国語(簡体字・繁体字)及び韓国語に対応したウェブサイトを活用し、特にリピーターの多い東アジア地域(韓国、中国、台湾及び香港)からの旅行者の訪日観光に関する意見の収集・分析をするとともにそれらの意見に対応することで、旅行者の更なる満足度向上を図る。

d) 地域の魅力の海外発信

- ① 海外を含めたクリエイティブな人材や民間投資を惹きつけるため、官民の様々な人材が集積するエリアプラットフォームに対し、地域のシティプロモーションを支援することで、日本の都市の魅力発信を推進する。
- ② 総務省、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁、国際交流基金(JF)、日本政府観光局等の関係省庁・機関が連携して、地方公共団体、国内外の事業者等の関係者とも幅広く協力し、新型コロナウイルス感染症による影響・変化も踏まえつつ、地域の魅力を伝えるコンテンツの海外展開を強化する取組への支援をオンライン等も活用して行う。これらの取組により、コンテンツの海外展開を通じ、世界に向けて日本の自然、文化、地場産品・農産品等をはじめとする日本各地の魅力を効果的に発信し、我が国に対する関心・需要の喚起を図る。

(2) 大規模イベントを活用した情報発信

a) 2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)を契機とした対外発信

- ① 2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)は、日本が観光立国としての魅力を世界に発信していく上で極めて重要な機会であり、大阪・関西のみならず日本全国で連携して施策を進めていく必要がある。大阪・関西万博を機に、日本全国に足を運び、各地で食や文化等の体験や滞在をしてもらうことで、日本のそれぞれの地域の魅力を認知してもらい、インバウンドの拡大や地域振興を実現する。具体的には、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会や観光地域づくり法人(DMO)、地方公共団体等と連携した、広域周遊を含むモデルコース・特別な体験の創出や、観光コンテンツの充実化等を集中的に実施するとともに、日本政府観光局等と連携した、海外旅行会社の招請による大阪・関西万博をテーマとする旅行商品造成の促進等、海外への訪日プロモーションを推進する。
- ② 全国58地域で交付している地方版図柄入りナンバープレート及び、全国を対象に交付している全国版図柄入りナンバープレートの普及を図るとともに、これらのナンバープレートの寄付金を活用した地域・観光振興、交通サービスの改善等を推進する。また、2023年(令和5年)10月より新たに10地域で交付開始予定の地方版図柄入りナンバープレートの準備を進める。さらに、2022年(令和4年)10月より交付を開始している、大阪・関西万博特別仕様ナンバー

プレートについて、引き続きの普及促進活動を通じて2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)開催の機運の醸成等へ寄与する。

b) 2027年国際園芸博覧会に向けた対外発信

- ① 2027年国際園芸博覧会に向けて、我が国の高品質な花きや、いけばな、盆栽及び日本庭園等の伝統的な文化・技術を、各国への参加招請活動及び他国での国際園芸博覧会等の機会を通じて情報発信する。
- ② 日本の伝統的な造園技術を活用した海外での庭園の整備等を通じ、日本の有する造園文化や魅力を発信することで、訪日需要の喚起につなげる。

c) 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会のレガシー活用

ホストタウン交流等で培ってきた地方公共団体と相手国との間での良好な関係を支援し中長期的に発展させ、地方公共団体の相手国への情報発信力を高め、インバウンド誘致や地方製品のプロモーションを支援する。

(3) 各分野と連携した情報発信

a) 大使・総領事の公邸等を活用した観光プロモーション等の推進

- ① 在日インフルエンサーを含め、重点市場におけるインフルエンサーを招請し、日本の魅力や訪日観光情報を戦略的に発信する招請事業を実施する。また、在外公館等において運用しているSNSアカウントを活用して、外務省、日本政府観光局、地方公共団体、現地メディア等が発信した日本情報(観光・文化・歴史・トレンド等)のコンテンツを再発信するとともに、任国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信し、日本への関心・理解の促進を図る。
- ② サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルスという世界3都市に設置されたジャパン・ハウス各拠点において、日本の多様な魅力や政策・取組をこれまで日本に関心のなかった人々を含む幅広い層に対して発信し、インバウンドの観光需要を促進する。そのために、リアル、バーチャル、ハイブリッドの展示・イベントを活用しつつ、引き続き日本の地方公共団体、地元の企業やアーティスト等とも連携して企画・実施していく。
- ③ 外務省と地方公共団体等との共催で、駐日外交団、外国商工会議所等に対し、各地方公共団体がそれぞれの特色・施策(産業、観光等)に関する情報を発信するセミナーを2023年度(令和5年度)内に1回実施する。また、外務省と地方公共団体等との共催で、文化・産業・観光施設等の視察や自治体首長との意見交換等を通じ多様な魅力を直接体験し、海外に発信してもらうことを目的とした駐日外交団による地方視察ツアーを同年度内に約4回実施する。
- ④ 外務大臣と地方公共団体の首長との共催で、駐日外交団等を外務省飯倉公館に招き、地方の多様な魅力を内外に発信する事業を2023年度(令和5年度)内に2回実施する。

b) クールジャパンの海外展開

- ① 日本貿易振興機構(JETRO)は異業種連携による地域資源を活用した地域産品の輸出やインバウンド促進支援の一環として、地域産品の海外展開を通じた産地のアピールを行う。また、海外での地域産品の認知度を高めるため、これらの魅力が一層伝わるよう、バーチャルを含めた製造現場の視察や産品に触れる機会を海外バイヤー等の有識者に提供する。
- ② 伝統的工芸品の産地の風景や工房で職人が制作する様子を撮影した動画を英語字幕付きで作

成し、YouTubeや展示会等で配信すること等を通じて産地をPRし、伝統的工芸品の需要と産地の活性化につなげる。

- ③ 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節3(6)
- ④ 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節9①
- ⑤ 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)の出資を通じ、大阪城公園内における劇場業種型の文化施設において多彩な日本のエンターテインメントを発信する事業に対して支援を行う。
- ⑥ 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)の出資を通じ、瀬戸内7県の広域連携DMOと連携して、インバウンド需要を取り込む事業に対して支援を行う。また、「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律(平成19年法律第40号)」に基づき、観光資源を生かして地域経済を牽引する事業についても、地域未来投資促進税制等により設備投資等を後押しする。

c) 日本文化に関する情報の総合発信

- ① 城、社寺、古民家等の歴史的資源を活用したユニークな宿泊施設(城泊や寺泊等)や街並み、地域に関する情報について、日本政府観光局のウェブサイトや動画コンテンツ等を通じて、海外への情報発信を行う。
- ② スポーツ庁、文化庁及び観光庁が連携し、スポーツや文化芸術資源の融合により、新たに生まれる地域の魅力を国内外に発信し、訪日外国人旅行者の増加や国内観光の活性化を図るための取組として「スポーツ文化ツーリズムアワード」を実施する。また、環境省及び旅行業界等とも連携し、各分野の有識者を交えたセミナーの開催等による情報発信を行うことで、スポーツや日本遺産、国立公園等の資源を複合的に活用し、魅力的な旅行商品の造成を促進する。
- ③ 【再掲】第Ⅲ部第2章第2節2(2)e)①
- ④ 在外公館及び国際交流基金(JF)が、各国において伝統文化、ポップカルチャー、地方の魅力や和食等、様々な分野に関する事業を行うことにより、日本の多様な魅力を海外に積極的に発信し、諸外国の日本に対する興味・関心を高める。また、各国で本格化しつつある観光客誘致に向けた取組において有利な環境の創出に資する事業を効果的に実施し、訪日需要を喚起する。さらに、日本政府観光局とJFは連絡会議を定期的に開催することで更なる連携拡大の可能性を協議するとともに、日本政府観光局が実施する訪日プロモーション事業に、JFの文化芸術交流・日本語教育・国際対話事業等の機会やJFの持つコンテンツやネットワークを活用するなどして連携事業を実施する。こうした取組を通じ、市場ごとのターゲットに合わせた情報発信を行うことで、訪日需要の喚起及び消費の拡大を促進する。加えて、文化、伝統、科学、技術等様々な分野で「日本ブランド」を体現する専門家による講演、実演及びワークショップ等を海外において実施することで、地方の観光資源を含む日本の多様な魅力を発信し、親日層の拡大と訪日客誘致につなげる。

d) 日本食・日本食材等の海外への情報発信

- ① インバウンドの回復に向けて、訪日外国人旅行者が帰国後も日本食・日本産食材を消費・購入できるように、海外で日本産食材を積極的に使用する飲食・小売店を「日本産食材サポーター店」として認定する取組を推進するとともに、日本産食材サポーター店等と連携した日本産食材等の需要喚起のためのプロモーションを支援する。
- ② 日本の農林水産物・食品の輸出拡大に向けた商談会、サンプル展示ショールームの設置、見

本市等への海外バイヤーの参加促進によるビジネス機会の更なる創出を行う。

e) 国際放送による情報発信の強化

「放送法（昭和25年法律第132号）」に基づきNHKにテレビ国際放送の実施を要請することにより日本の文化・産業等の情報や魅力を世界に発信するとともに、国内外における周知広報や受信環境の整備・改善、放送番組の充実等の取組を推進する。

f) 外国報道関係者の招へい等を通じた対外発信

首都圏及び地方取材のための外国メディア関係者の招へいや、在京外国メディア向けプレスツアーを実施し、海外メディアによる日本の魅力発信を支援する。また、地方創生の取組も紹介し、海外への地方の魅力発信を促進する。新型コロナウイルス感染症の影響により実際の招へいが困難な時期に導入したオンラインでの取材も引き続き活用する。

g) 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

- ① 公益社団法人日本観光振興協会において、国内観光情報ウェブサイト「全国観るなび」を「JAPAN 47 GO」として全面的に刷新し、国内旅行者に加えて、訪日外国人旅行者に対しても、魅力ある季節情報及び行事・祭事情報をはじめとした、精度・鮮度の高い観光情報の提供を強化するとともに、手動翻訳による正確な英語での発信を図る。また、将来的には、AI翻訳の精度を踏まえ、多言語（英語、中国語及び韓国語）での正確な情報提供に向けて検討を進める。
- ② 全国各地の文化財とその地域の魅力について、外国人目線で作成する多言語解説や高精細画像・動画等のデジタルコンテンツを拡充し、日本政府観光局のウェブサイトから訪日外国人旅行者誘客に資する一元的な情報発信を行う。また、高付加価値旅行を意識したウェブサイトの更なる磨き上げとデジタルマーケティングの強化を推進する。

6 MICEの推進

(1) 新型コロナウイルス感染症による変化を踏まえたMICE誘致・開催の意義の発信

新型コロナウイルス感染症の影響で、MICE、特に国際会議の開催形態や外部環境が大きく変化したことを踏まえ、MICE開催による総消費額及び経済波及効果を測定する「MICE簡易測定モデル」の改訂に向けたMICEに係る消費相当額の再算出調査を行う。また、経済効果以外のMICE開催の意義についても、新型コロナウイルス感染症による状況変化も踏まえ順次改めて整理しつつ、国内関係者に発信する。

(2) 政府一体となったMICE誘致・開催

- ① 政府として各種国際会議を積極的に再開・開催するとともに、様々な分野でMICE誘致・開催への働きかけや支援を行うなど関係省庁が連携し政府一体となったMICEの誘致・開催への支援を進める。
- ② MICE推進関係府省庁連絡会議において、MICE推進関係府省庁における施策の連携強化等を図る。また、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）会期中に開催されるMICEと大阪・関西万博との連携を図るとともに大阪・関西万博を契機としたMICE誘致のあり方について、官民関係者で意見交換等を行う。

(3) MICE開催地としての地域の魅力向上・発信

- ① 国際会議等のレセプションやインセンティブ旅行を積極的に受け入れている施設について、会議主催者や全国のコンベンションビューロー等に情報発信することで公的施設等のユニークベニューとしての活用を促進する。また、開催地のコンベンションビューロー等と会議主催者の連携によるユニークベニューの活用支援や、インセンティブ旅行向けのユニークベニューの新たな活用等への支援を行い、新規施設の掘り起こし及び既存施設の活用事例の蓄積により、MICE開催地としての各地域の魅力向上を図る。
- ② 国際会議については、開催地における実地参加者数の増加や開催効果の拡大、広域連携による魅力向上に資するエクスカージョンやテクニカルビジット等への先進的な取組に支援を行うとともに、インセンティブ旅行については、魅力的なコンテンツの開発のための支援やPR動画等の作成を行い、それらの成果を横展開すること等により、MICE開催地としての各地域の魅力向上を図る。

(4) 日本政府観光局等によるMICE誘致活動の強化

- ① 日本政府観光局において、2024年(令和6年)3月までに、東アジア・東南アジア市場において現地のインセンティブ旅行を取り扱う有力な旅行会社等と日本側コンベンションビューロー、ホテル等を集めたインセンティブ商談会を3年ぶりに実地開催する。
- ② 日本政府観光局において、ポストコロナのMICE需要回復に向けて、オンライン広告やウェブサイト、SNS等を活用し、日本のサステナビリティの取組や付加価値のあるインセンティブ旅行コンテンツ、2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)関連情報等を継続的に発信する。
- ③ 日本政府観光局において、国際的に有力なMICE主催者との関係を強化し、MICEデステーションとしての日本のプレゼンスを向上させる観点から、2023年(令和5年)4月にIAPCO(国際PCO協会)とデステーション・パートナーシップ協定を更新し、IAPCOのネットワークを活用した情報発信や、人材育成プログラムにおける連携を引き続き行う。また、ICCA(国際会議協会)、MPI(MICE専門家が加盟する国際非営利団体)、SITE(インセンティブ旅行業界の世界的な発展をめざす国際団体)等、MICE国際団体のネットワークを活用し、情報発信や情報収集を行う。
- ④ 日本政府観光局において、引き続きデータ連携システムを活用し、オンライン及びオフラインのマーケティング活動により収集・蓄積した各種データを組織内に適時共有するとともにウェブサイトとの連携を行い、新たな国際会議やインセンティブ旅行のセールス情報の獲得等、MICE誘致力の強化を図る。
- ⑤ MICE誘致のノウハウが不足しているが、誘致には積極的な都市に対し、コンサルタントによるトレーニングプログラムを実施し、ポストコロナにおける国際会議等のMICE開催件数の早期回復を図る。

(5) MICE誘致の国際競争力の向上のための基盤整備

- ① 日本政府観光局において、学協会へのセールスアプローチを積極的に実施し、日本政府観光局及びコンベンションビューローの支援スキームの情報発信を行うとともに、日本政府観光局の活動の認知度向上を図る。また、MICEアンバサダーを活用した広報・広告を行うとともに、地域の拠点大学・研究機関等の潜在的な国際会議主催者及び学協会事務局との連携を強化する。これらの取組により、国際会議誘致件数の拡大を図る。
- ② 共同主催国際会議の募集に関する周知等で構築してきた日本学術会議及び日本政府観光局と

の協力体制をより一層深め、学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催に向けた取組を促進する。

- ③ MICE開催地におけるサステナビリティへの取組について世界的に関心が高まっていることを受け、国内のMICE推進都市における取組を促進し、国内のMICE誘致競争力の向上を図るため、MICEにおけるサステナビリティの国際的評価指標及び認証制度等について調査や取得を通じた実証等を実施する。また、MICE開催地のCO2排出量算定モデルの開発に取り組む。
- ④ 日本政府観光局において、体系的人材プログラム（初級・中級・上級セミナー）の内容の充実を図り、新型コロナウイルス感染症を契機としたデジタルリテラシーやサステナビリティ等、新たなニーズにも対応する専門人材の育成に取り組む。また、国際会議主催者やコンベンションビューローの国際会議誘致活動等に対し、効果的な提案書の作成やプレゼンテーションに係るコンサルティング等の支援を強化する。
- ⑤ MICE施設へのコンセッション方式導入を促進するため、地方公共団体に専門家を派遣し同方式導入に向けた課題の調査を実施する。また、MICE施設運営に関わる民間サウンディングを容易にするプラットフォームを作成する。

（6）国際仲裁の活用による訪日促進

国際セミナー・シンポジウムの積極的開催、海外への広報活動等を通じて、クロスボーダー取引をめぐる紛争解決の拠点としての日本の魅力を海外に対して広報することにより、海外から多くの仲裁人・仲裁代理人等の関係者を日本に呼び込む。

7 IR整備の推進

2022年度（令和4年度）から行われてきた外部有識者からなる審査委員会での十分かつ丁寧な審査の結果、大阪の区域整備計画について「認定し得る計画」と評価されたことを踏まえ、2023年（令和5年）4月に同計画について認定がなされたところ、「特定複合観光施設区域整備法（平成30年法律第80号）」に基づき、計画の実施状況の評価や事業者からカジノ事業の免許の申請がなされた場合における厳正な審査等、大阪IRの開業に向けて必要となる手続を実施する。また、長崎の区域整備計画については、引き続き、外部有識者からなる審査委員会での審査を行う。

8 インバウンド受入環境の整備

（1）交通機関の整備・外国人対応

a) 快適な旅を実現する環境の整備

- ① 新幹線、高規格道路、国内航空等の高速交通網を活用し、三大都市圏をはじめとする大都市圏と地方、また、地方と地方をつなぎ、快適な旅を実現する環境を整備し、訪日外国人旅行者も含め地方への流れを創出する。
- ② バスタプロジェクトの全国展開を推進する。その際、民間ノウハウを活用しつつ効率的に整備・運営するため、官民連携での整備・運営管理を可能とするコンセッション制度等を活用しつつ、多様な交通モード間の接続を強化し、MaaS等の新たなモビリティサービスにも対応可能な施設とする。
- ③ 英字を併記した規制標識「一時停止」等、国民及び訪日外国人旅行者の双方にとってわかりやすい道路標識を更新等に合わせて順次整備していく。
- ④ 移動そのものを楽しむオープントップバス等の導入を促進する。
- ⑤ 全国の観光列車が持つ魅力を紹介する日本政府観光局ウェブサイトの掲載内容の充実によ

り、地方への訪日外国人旅行者の流れの創出を図る。

- ⑥ 北海道において、JR北海道と道外の事業者が連携して、例年観光のピークを迎える夏季に観光列車の運行を実施する取組を継続する。

b) 航空ネットワークの回復と強化

- ① 新型コロナウイルス感染症が航空業界に甚大な影響を与えていることを踏まえ、観光立国の復活、インバウンドの回復や地方創生に不可欠な航空ネットワークの維持・確保に向けて、需要回復後の成長投資を下支えする観点から、引き続き空港使用料や航空機燃料税の軽減、空港会社等への無利子貸付等の必要な支援を行う。また、航空ネットワークの維持・発展やサステナブルツーリズムへの関心の高まりに対応するため、持続可能な航空燃料(SAF)の導入や空港の再エネ拠点化を含む航空の脱炭素化を推進する。
- ② 空港地上支援業務について、労働力不足により訪日外国人旅行者の利便性が損なわれないように、官民が連携して先端技術の活用についての検討・検証を行い、省力化・自動化を推進する。空港制限区域内における無人自動運転の2025年(令和7年)までの導入を目指し、自動運転レベル4相当(特定条件下における完全自動運転)の導入に向けた実証実験を実施し、必要となるインフラの設置や運用ルール等の検討を進める。また、旅客の手荷物輸送等の円滑化を図る。さらに、インバウンド需要の回復・増加に的確に対応するため、グランドハンドリングや保安検査等の空港業務を対象とした初の有識者会議を設置し、その人材確保や業務効率化等の体制強化の取組を一層強化する方策の検討を推進する。
- ③ ビジネスジェットの利用環境を改善するため、諸手続の改善、ビジネスジェット専用動線整備の拡大による空港利用環境等の整備を進める。また、首都圏空港において、ビジネスジェットの発着枠の拡大を検討する。

c) 国際拠点空港等の整備

- ① 訪日外国人旅行者の受入拡大、我が国の国際競争力の強化の観点から、首都圏空港の発着容量について年間約100万回への拡大を目指し、必要な取組を進める。具体的には、東京国際空港(羽田空港)においては、2020年(令和2年)3月に運用を開始した新飛行経路について、引き続き、騒音・落下物対策や地域への丁寧な情報提供等、新飛行経路の着実な運用に向けた取組を進める。また、空港アクセス鉄道の基盤施設整備、国内線・国際線間の乗り継ぎ利便性向上のための人工地盤の整備、旧整備場地区の再編整備等を実施する。成田国際空港においては、地域との共生・共栄の考え方の下、C滑走路新設等の年間発着容量50万回の拡大に向けた取組を進める。
- ② 国土交通省が認定した「訪日誘客支援空港」等の地方空港に対して、それぞれの空港の状況に応じて、着陸料の割引や補助、グランドハンドリング経費の支援、ボーディングブリッジやCIQ²¹施設の整備等の旅客の受入環境高度化の支援等を実施し、関係省庁が連携して、各地域における国際線就航を通じた訪日外国人旅行者誘致の取組を促進する。また、今後の訪日外国人旅行者の本格的な受入再開を見据え、空港における感染リスク最小化のための受入環境整備を推進するとともに、地方空港の国際線運航再開便への支援を実施することにより、地方空港国際線の回復・充実にに向けた取組を推進していく。
- ③ 国際的な人の往来再開を見据えて、開業後18年が経過した中部国際空港の第1旅客ターミ

21 税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、検疫(Quarantine)の総称。

ナルにおいて、国際線保安検査場の処理能力向上による混雑緩和を引き続き行うとともに、完全24時間運用の実現等の機能強化に向けた取組を推進する。

- ④ 福岡空港においては、滑走路処理能力の向上を図るため、引き続き2024年度(令和6年度)の供用開始に向けて滑走路増設事業を推進するとともに、北九州空港においては、国際貨物輸送の拠点機能向上を図るため、2023年度(令和5年度)から滑走路延長事業を推進する。また、空港の利便性向上を図るため、那覇空港においては国際線ターミナル地域再編事業、新千歳空港においては誘導路複線化等を引き続き推進する。
- ⑤ 地方空港のゲートウェイ機能強化を図るため、引き続き、地方空港のコンセッションの推進を通じて、内外交流人口拡大等による地域活性化を促進する。
- ⑥ 引き続き、航空交通量の増加に対応するため、国内管制空域の抜本的再編(上下分離)を2025年(令和7年)までに段階的に実施する。2023年度(令和5年度)は、東日本空域における上下分離を継続する。
- ⑦ 今後予想される航空需要の回復・増加に対応するため、効率的な操縦士養成手法の導入に向けた調査の実施、国家資格についてのより合理的で利便性の高い試験方式の導入及び航空大学校における操縦士の着実な養成、外国人材の活用等による整備士の養成の促進、航空業界を志望する若年者の裾野拡大に向けたイベントの開催等、操縦士・整備士の養成・確保に向けた対策を行う。

d) クルーズ再興に向けた訪日クルーズ本格回復への取組

- ① クルーズの安全な運航再開を通じた地域活性化の観点から、訪日外国人旅行者による国内クルーズの利用を促進するため、船内の受入環境整備を進めるほか、海外でのプロモーション活動や乗船後も快適にクルーズを楽しめる船内コンテンツの充実に向けた調査、商品開発、実証実験等を支援する。
- ② 日本におけるクルーズ再興に向け、安心してクルーズを楽しめる環境づくりを進め、2025年(令和7年)に訪日クルーズ旅客を新型コロナウイルス感染症前ピーク水準の250万人まで回復させるとともに、外国クルーズ船の寄港回数が新型コロナウイルス感染症前ピーク水準の2,000回を超えることを目指した取組を推進する。また、地方誘客を進めるため外国クルーズ船が寄港する港湾数について、2025年(令和7年)に新型コロナウイルス感染症前ピーク水準の67港を上回る100港とすることを目指して取り組む。
- ③ 関係業界団体等が作成した感染防止対策ガイドライン等を各クルーズ船社が順守して船内の感染防止対策を徹底し、また、寄港地においても、港湾での感染防止対策を進めることにより、日本全体で安心してクルーズを楽しめる環境づくりを進める。
- ④ 既存ストックを活用したクルーズ船の受入環境整備や寄港地を探すクルーズ船社と港湾管理者のマッチングを図るサービスの提供、クルーズ旅客の受入機能の高度化等により、クルーズ船寄港の「お断りゼロ」を実現する。
- ⑤ 旅客施設等への船社の投資に併せ、国・港湾管理者による港湾施設の整備や利用調整等のハード・ソフト両面からの支援を行うことによるクルーズ船の長期的かつ安定的な寄港の確保や、民間事業者による旅客施設の整備に対する支援により、世界に誇る国際クルーズ拠点の形成を図る。
- ⑥ クルーズ船寄港の地域経済効果を最大化させるため、寄港地の地方公共団体とクルーズ船社が連携し、寄港地での消費を船内等で喚起するスキームを構築するとともに、内陸部を含めた広域に及ぶ上質な寄港地観光造成に向けた取組を進める。また、港湾協力団体の活用及び「み

などオアシス」の登録を促進し、クルーズ旅客の受入環境の向上を図る。

- ⑦ 全国の港湾管理者等で構成する全国クルーズ活性化会議と連携して瀬戸内海や南西諸島等の新たなクルーズ周遊ルートの開拓を進める。
- ⑧ 我が国に寄港する大型のプレジャーボートの寄港状況や寄港地における提供可能な港湾サービスの実態把握を進める。
- ⑨ インバウンドの拡大等による大幅な需要拡大が期待される空港、クルーズ船向け旅客ターミナル施設、MICE施設等の分野においては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により多大な影響を受けているが、将来の需要回復を見据えた取組を推進する。
- ⑩ 全国の港湾管理者等で構成する全国クルーズ活性化会議と連携して多様化する訪日クルーズニーズに対応したプロモーションや海外の国際展示会への出展等、訪日クルーズ寄港促進の取組を進める。

e) 国際交通機関へのアクセス向上

東京国際空港（羽田空港）においては、空港の運用状況を踏まえた深夜早朝アクセスバスの運行再開に向けての調整を行う。また、空港整備事業として、JR東日本羽田空港アクセス線の鉄道基盤施設（トンネル躯体等）整備に本格着工するとともに、引き続き、京急空港線引上線の鉄道基盤施設整備に必要な歩行者通路の切回し工事を実施する。さらに、成田国際空港においては、空港アクセス関係者との意見交換を重ね、引き続き、空港アクセスの更なる利便性向上等に向けた検討を進める。加えて、那覇空港においては、空港アクセスの利便性向上に向け、混雑解消等を図るため、2023年度（令和5年度）も引き続き、国内線ターミナルビル前面の高架道路を国際線ターミナルビル前面まで延伸する工事を実施する。

f) 地域交通を活用した観光地の魅力向上・高付加価値化とMaaSの実装推進

- ① 交通事業者が、地域の観光資源とタイアップし、観光イベントの実施、車両等の観光資源化・関連施設の高品質化等により、地域の集客力とアクセス性の向上を両立しつつ、地域観光の高付加価値化を目指す事業の取組について支援を行うことで、観光地の魅力向上と交通事業者の高品質化の両立を図る。
- ② 公共交通事業者等が実施する、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料Wi-Fiサービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に進める取組や、災害等非常時においても安全・安心な旅行環境の整備を図るためにスマートフォン等の充電環境を確保する取組に対し、支援を推進する。
- ③ エリアを跨いだ広域連携や交通事業者間だけではなく幅広い事業者間の連携を可能とするMaaSの取組を支援するほか、公共交通機関のデータ化、キャッシュレス化、AIオンデマンド交通、グリーンスローモビリティ、シェアサイクルや電動キックボード等のパーソナルな移動環境の整備等により、観光地の移動手段の確保・充実等を通じた観光周遊や観光消費の増加を促進する。
- ④ 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節9②
- ⑤ 自家用有償旅客運送の輸送対象として観光客を明確化したことを踏まえ、引き続き、既存の交通事業者では対応しきれない地域の観光資源へのアクセスに活用されるよう制度の適切な運用を図る。

g) MaaS等の新たなモビリティサービスの基盤整備の支援

- ① 観光地内の周遊性等を高めることによりストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備を図るため、訪日外国人旅行者等に対して手軽な移動手段を面的に提供するシェアサイクルの導入を促進する。
- ② 日本の配車アプリの多言語化を進め、訪日外国人旅行者等が母国と同じようにタクシーを利用できる環境を整備する。また、外国語対応ドライバーの採用・育成や、多言語タブレット等の活用促進、キャッシュレス決済への対応の推進等により、訪日外国人旅行者等が快適に国内を移動できるよう、言語・決済に不安なくタクシーを利用できる環境を整備する。さらに、言語・決済に不安なく利用できるタクシーの車体表示等の見える化を促進するとともに、空港・主要駅における訪日外国人旅行者対応タクシー乗り場・入構レーンの設置等により、空港・主要駅での利用環境の向上を図る。
- ③ 【再掲】第Ⅲ部第2章第2節8(1)f)③

h) 公共交通事業者等による利便増進措置

- ① 「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律(平成9年法律第91号)」(国際観光振興法)に基づき、観光庁長官が指定した区間において、公共交通事業者等による訪日外国人旅行者の利便を増進するための実施計画の作成や同計画に基づく措置を通じて、我が国の訪日外国人旅行者向けサービスの更なる向上を引き続き促進する。
- ② 旅行者目線での快適な鉄道乗車サービスを実現するため、インターネット予約環境の一層の充実やスマートフォン等を使用した新たな乗車決済環境の整備を促進する。

i) 新幹線等を利用する訪日外国人旅行者の国内移動の活性化

訪日外国人旅行者の国内での移動を円滑化するため、「ジャパン・レール・パス」等の企画乗車券の利用促進を図る。

j) 観光地へのアクセスの利便性向上

観光地へのアクセス利便性を向上させるため、観光旅行者のニーズに合った観光地周辺での交通の充実及び共通乗車船券等の造成・改善を図る。

k) わかりやすい道案内等の充実

- ① 道路案内標識の英語表記の改善・充実、道路案内標識と観光案内ガイドブックやパンフレット等の連携、交差点名標識への観光地名称表示、国土地理院作成の英語版地図との英語表記の整合の確保等により、訪日外国人旅行者を含む全ての道路利用者にわかりやすい道案内を推進する。
- ② 訪日外国人旅行者のドライブ観光を促進するため、官民一体(観光・交通関係団体、行政等)となって組織する「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」において、来道外国人旅行者のGPSデータを把握・共有・活用等することにより、インバウンドの受入環境整備・改善を推進する。

l) 幹線鉄道の整備

- ① 整備新幹線については、現在建設中の北陸新幹線(金沢・敦賀間)及び北海道新幹線(新函館北斗・札幌間)について、引き続き着実に整備を進める。また、未着工区間である北陸新幹線(敦

賀・新大阪間)については、従来、工事实施計画の認可後に行っていた調査も含め、施工上の課題を解決するための調査を、先行的・集中的に行っていく。九州新幹線(西九州ルート)については、今後も関係者との協議を引き続き進める。

- ② リニア中央新幹線については、「経済財政運営と改革の基本方針2022」(2022年(令和4年)6月閣議決定)において、「水資源、環境保全等の課題解決に向けた取組を進めることにより品川・名古屋間の早期整備を促進するとともに、全線開業の前倒し²²を図るため、建設主体が2023年(令和5年)から名古屋・大阪間の環境影響評価に着手できるよう、沿線自治体と連携して、必要な指導、支援を行う。」ことが盛り込まれており、有識者会議において環境保全に関する各論点について具体の議論を行うなど、水資源や環境保全等の課題解決に向けた取組を着実に進めるとともに、2023年(令和5年)から建設主体が環境影響評価に着手できるよう、必要な指導・支援を行う。また、リニア中央新幹線の開業を見据え、リニア開業後の東海道新幹線の輸送力の余裕を活用した利便性向上・経済波及効果等の可能性に関して、2023年(令和5年)夏頃に向けて、引き続き調査分析を進める。
- ③ 訪日外国人旅行者のニーズが高く、移動時の大きな荷物の保管場所の鉄道車両内の大型荷物置場について、訪日外国人旅行者の多い東海道・山陽・九州新幹線におけるサービス提供の拡充を促進する。

m) 都市鉄道の整備

既存ストックを有効活用した連絡線整備や相互直通化、地下鉄の延伸、鉄道駅の交通結節機能の高度化等による都市鉄道の機能強化を通じて、まちづくりと連携した公共交通のネットワークの充実度を高める。

n) 高速道路の整備等

観光振興のため、高速道路会社等が、地方公共団体や観光施設・宿泊施設等と連携して、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる周遊パスについて、利用促進を図るとともに、平日への観光需要の平準化に取り組む。また、訪日外国人旅行者の地方部への誘客のため、高速道路会社等が、レンタカー事業者等と連携して、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる周遊パスについて、利用促進を図る。

o) 地域内の道路・「道の駅」の整備

- ① 観光や防災等の地域の拠点としての役割を発揮するため、「道の駅」の電気自動車(EV)の充電施設やトイレの洋式化等の整備を促進するとともに、災害時には地域外の利用者や地域住民に被災状況や支援活動の情報提供を行う。
- ② 「道の駅」第3ステージとして、キャッシュレスの導入推進や外国人観光案内所の日本政府観光局認定取得を促進するなどのインバウンド対応を強化する。
- ③ 「道の駅」が民間企業や観光地域づくり法人(DMO)、「日本風景街道」等と連携した取組を促進することにより、第3ステージ「地方創生・観光を加速する拠点」としての機能強化を図る。
- ④ 「道の駅」における地域の観光拠点機能の充実及び消費拡大を図るべく、引き続き、訪日外

²² リニア中央新幹線については、2016年(平成28年)、建設主体の当時の2045年(令和27年)の東京・大阪間の全線開業計画について全線開業までの期間の最大8年間前倒し(最速2037年(令和19年))を図るため、財政投融资を活用して2016年(平成28年)、2017年(平成29年)の2年間で3兆円の長期、固定、低利の貸付けを行った。

国人旅行者の来訪が多い又は今後の増加が見込まれる「道の駅」を中心に、多言語対応やキャッシュレス決済環境、外国人観光案内所の整備等のインバウンド対応に係る取組を支援する。

⑤ 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節7(3)②

p) 道路交通の円滑化

① 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節10(7)③

② 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節10(7)④

q) 旅客船ターミナル・旅客船の整備

離島をはじめとする各地域の玄関に相当する旅客船ターミナル及び旅客船のバリアフリー化や無料Wi-Fiの整備・多言語表示の充実等の訪日外国人旅行者の受入環境整備等を図ることにより、サービスの多様化・高度化を加速させる。さらに、キャッシュレス決済システムの整備等、快適で安心・安全な旅行ができる環境整備を図る。

r) マリンレジャーを活用した地域観光の振興等

「海の駅」を活用し、地域の特性を生かしたイベントやクルージング等のマリンレジャーの体験機会の提供の取組を地方公共団体や関係団体等と連携して実施する。

s) 港湾空間・みなとオアシスの整備等

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節8(1)d)⑥

(2) 出入国に関する措置等の受入体制の確保

a) ビザ緩和及びビザ発給手続の迅速化・円滑化

訪日外国人旅行者が我が国へのビザ申請を円滑に行えるよう、在外公館のビザ審査に係る必要な物的・人的体制の整備及び領事業務の合理化に取り組む。また、観光立国の実現及び二国間の人的交流の促進のため、政府全体の受入環境の整備や日本政府観光局の訪日プロモーション等と連携し、ビザ緩和を進める。

b) 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

- ① 成田国際空港においては、出入国の待ち時間の公開に向け表示方法等の調整を進める。関西国際空港においては、出国の待ち時間を公開しているところ、関係省庁等が協議し、入国の待ち時間の公開に向け引き続き検討する。また、観光立国の実現を目標とし、ポストコロナの状況に柔軟に対応し、空港での入国審査待ち時間20分以内を達成²³するために、世界初の出入国審査パッケージの導入及び世界最高水準の技術を活用し、革新的な出入国審査を実現するため、適切な運用体制を計画しつつ、引き続き以下の取組を実施する。
- ② 新型コロナウイルス感染症流行前の水準への訪日外国人旅行者数の回復及び今後の増加を見据え、小規模空港におけるバイオカートをはじめとした審査機器の活用について引き続き検討する。
- ③ 台湾とのプレクリアランス(事前確認)について、2023年度(令和5年度)以降の可能な限り

²³ 新型コロナウイルス感染症の影響により、入国審査待ち時間の計測対象者が大幅に減少したこと等から、2020年(令和2年)4月以降は、入国審査待ち時間の計測を見合わせている。

早期における実現を目指す。

- ④ 航空機の乗員を自動化ゲートの利用対象とすることについて所要の検討を行う。
- ⑤ 顔認証ゲートは、日本人の出帰国や観光目的等で入国した外国人の出国手続において活用されており、2023年（令和5年）3月時点で全国7空港に導入されているところ、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した出入国者数の回復と今後の増加を見据え、顔認証ゲートのより円滑な運用のための機能改修等を検討する。
- ⑥ 今後の訪日外国人旅行者数の回復を見据え、観光が持つ経済社会への波及効果を損なうことなく、訪日外国人旅行者が我が国への出入国を円滑かつ快適に行えるよう、地方空港・港湾も含めた出入国審査等の状況を十分考慮して、審査ブースの増設、施設の拡張等やCIQ体制の整備を図る。訪日外国人旅行者数の実績も踏まえ、関係省庁が連携して物的・人的体制の効果的な整備を進める。
- ⑦ Visit Japan Webについては、日本滞在中、訪日外国人旅行者が免税購入で活用できるよう必要な機能拡充を行う（2023年（令和5年）4月）。利用者の利便性向上等のため、安定的な運用を行うとともに、必要な機能拡充等を検討していく。
- ⑧ 2022年（令和4年）10月の新型コロナウイルス感染症に係る水際対策の緩和以降、訪日外国人旅行者数は急増しており、今後も更なる増加が見込まれるところ、訪日外国人の円滑な入国と国の安全を確保するための厳格な水際対策を両立させるため、出入国在留管理庁及び税関において、国内外の関係機関との更なる情報連携の推進及び、出入国旅客の事前旅客情報（API²⁴）や乗客予約記録（PNR²⁵）といった情報の電子的な収集を強化するとともに、更なる情報分析・活用の高度化を図り、より一層効率的・効果的な審査・検査の実施を推進する。
- ⑨ 厳格な出入国管理と円滑な入国審査を高次元で両立させるため、出発空港での渡航者に係るチェックイン時の情報等を活用して渡航前のスクリーニングを行い、結果を航空会社に通知することで、同航空会社が渡航者の搭乗の可否を判断できる仕組みの導入に向けた所要の準備を継続する。また、渡航前において将来的なリスク評価を含めた幅広いスクリーニングができる仕組みの導入を検討する。
- ⑩ 国際テロの脅威が高まる中で、日本国内で予定されている国際的なイベントや訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、出発時の航空保安検査の円滑化を図りつつ厳格化を実現するため、主要空港に導入を進めてきたボディスキャナーに加え、爆発物自動検知機器等の先進的な保安検査機器の導入推進を図る。また、保安検査における国、地方公共団体、空港会社、航空会社、保安検査会社等の役割分担や保安検査の適正な費用負担の在り方等の中長期的な課題について、保安検査に関する有識者会議等において引き続き検討していく。
- ⑪ 空港における旅客手続の各段階（保安検査・チェックイン等）や各動線に、顔認証技術による旅客搭乗手続の一元化（One ID化）や、自動チェックイン機、自動手荷物預け機、スマートレーン、CUTE²⁶システム、インラインスクリーニングシステム等、最先端の技術・システムを導入し、利用者目線で世界最高水準の旅客サービスを実現するため、旅客動線の横断的な効率化や高度化を追求する。関西国際空港については、運営権者において、民間の創意工夫を生かした機能強化が図られており、引き続き、国際線キャパシティを向上させるため第1ターミナルにおける国際線及び国内線エリアの配置の見直しによる施設配置の再編や旅客体験

²⁴ Advance Passenger Informationの略。船長又は機長が入出港前に報告する旅客及び乗組員の氏名、国籍等に関する情報。

²⁵ Passenger Name Recordの略。航空会社が保有する旅客の予約、搭乗手続等に関する情報。

²⁶ Common use terminal equipmentの略。航空会社が世界主要空港で共同使用できる端末システム。

の向上のための商業エリアの充実等を含む第1ターミナル改修等の同空港の機能強化を推進し、関西3空港における年間発着容量50万回の実現を目指す。

- ⑫ 円滑かつ厳格な出入国審査等を高次元で実現し、ストレスフリーで快適な旅行環境を実現するため、ディープラーニング技術を活用して不鮮明な指紋画像を鮮明化する画像補正エンジンを搭載したバイオメトリクス読取装置を導入しているところ、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した入国者数の回復と今後の増加を見据え、同機器に係る今後の整備・運用について検討するとともに、更なる機能強化・迅速化に向けた調査・研究を実施する。
- ⑬ 税関において、迅速な通関による利便性の向上と、厳格な水際取締りによる安全・安心の確保の両立を実現するため、空港等における入国旅客の受入環境を整備する。具体的には、税関検査場電子申告ゲート等を旅客の利便性向上のため適正に運用するとともに、その利用拡大に努める。
- ⑭ 重要ビジネス旅客や国際会議参加者等のファーストレーン利用促進を図るため、成田国際空港及び関西国際空港においては、空港の運用状況を踏まえ、利用促進のPRや利用時間の柔軟な運用を行う。国際会議主催者に対しても、国際会議の誘致時に利用促進のPRを行う。
- ⑮ 厳格な出入国管理と円滑な入国審査を高次元で両立させるため、小規模出入国拠点や海港におけるEDカードの電子化について引き続き検討する。
- ⑯ 農畜産物を輸出するには、相手国の求める条件に応じて輸出検査を受ける必要があること等を周知するため、動植物検疫制度に関する多言語のリーフレット等を作成し、空港の輸出検疫カウンター等での配布やウェブサイトへの掲載を行う。また、6空港7か所（新千歳空港、成田国際空港（第1ターミナルビル及び第2ターミナルビル）、東京国際空港（羽田空港）、中部国際空港、関西国際空港及び福岡空港）の旅客ターミナルに設置した輸出検疫カウンターを引き続き活用することにより、円滑な輸出検査手続を行う。

（3）観光地等の訪日外国人旅行者対応の推進

a) 観光地のインバウンド対応の支援

- ① 【再掲】第Ⅲ部第2章第1節3（5）
- ② 日本政府観光局のウェブサイト等を活用して、引き続き訪日外国人旅行者に対するプリペイドSIM等の提供情報の周知を図る。また、訪日外国人旅行者の旅行中における情報の円滑な収集・発信ニーズが高まっていることを踏まえ、引き続き、観光案内所、鉄道駅やバスターミナル、車両、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地における無料Wi-Fi等インターネット利用環境の整備を進める。さらに、携帯電話の通じない地域の解消等、通信環境の整備を促進する。
- ③ 訪日外国人旅行者に対し、わかりやすい共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いたウェブサイトやステッカーの掲出を通じて、観光案内所、公共交通機関、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地における無料Wi-Fiスポットの情報発信を引き続き行う。
- ④ 訪日外国人旅行者の快適な旅行環境整備のため、観光地周辺に地方公共団体や交通事業者等が設置する洋式便器の整備や公衆トイレの高機能化を促進する。

b) 通訳ガイドの質・量の充実

【再掲】第Ⅲ部第2章第1節4（3）

c) 観光案内拠点の充実

訪日外国人を含む旅行者が全国津々浦々を快適に旅行できるよう、日本政府観光局認定外国人

観光案内所について改定した認定基準に基づき更なる機能強化を目指すとともに、とりまとめた機能強化に係る取組事例の周知を図る。また、観光案内所の情報発信機能の強化による訪日外国人旅行者の利便性向上のため、AIチャットボットや多言語音声ガイド等の先進機能の整備やオンラインコンテンツ作成を支援する。

d) 観光地域における案内表示等の充実

観光庁は文化庁や環境省と連携し、文化財や国立公園等のインバウンド誘客に効果が高い観光資源について、わかりやすく魅力的な多言語解説文を作成できる英語のネイティブライター等の専門人材を地域に派遣し、英語解説文作成を支援する。また、同事業で作成した英語解説文を元に、中国語及び韓国語解説文作成支援を実施する。

e) 通信環境の整備促進

北陸新幹線の延伸区間に設置される全トンネルについて、2024年（令和6年）春の開業までに携帯電話サービスの利用が可能となるよう、引き続き対策を講じる。

f) 誰もが一人歩きできる環境の実現

- ① 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）も見据え、ビジネスや国際会議における議論の場面にも対応したAIによる多言語同時通訳の実現及び重点対応言語の拡大等のための研究開発に取り組む。
- ② 訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、手ぶら観光カウンターの機能向上に対する支援を引き続き行い、認定手ぶら観光カウンター（免税品の海外直送サービスが可能な手ぶら観光カウンターも含む）の設置を促進するとともに、認定手ぶら観光カウンターに関する情報を広く発信し、認知度の向上を図る。

g) 外国人患者受入体制の充実

- ① 外国人患者が円滑に医療機関を受診できるよう、厚生労働省と観光庁が連携し、都道府県によって選定された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を含め、多言語対応が可能な外国人患者を受け入れる医療機関を質・量ともに更に充実したリストとして整備する。また、都道府県が選定する「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を中心に、医療通訳等の配置支援等を実施するとともに、外国人患者受入れ医療コーディネーターの養成や拠点機能の強化に必要な取組等の周知・教育等を行うなど、機能強化に資する取組を通じて、外国人患者受入環境の整備を進める。さらに、各地域で外国人患者の受入環境を整備するため、地方公共団体における協議の場や医療機関からの相談にワンストップで対応する窓口の整備等を支援するとともに、医療機関に対する「外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル」の内容の充実や多言語対応への支援等を行う。加えて、訪日外国人旅行者等への医療提供体制に関する情報をまとめたウェブサイトでは、好事例インタビューの掲載、未収医療費対策に資する情報の掲載等の内容充実を更に進め、受入環境の整備に有用な情報を発信する。
- ② 訪日外国人旅行者が不慮のケガ・病気になった際に、スムーズに「外国人患者を受け入れる医療機関」にアクセスできるよう、日本政府観光局ウェブサイト・アプリ・SNS、チラシ等を活用した情報発信を行う。また、観光庁は厚生労働省、外務省、デジタル庁等の関係省庁等と連携を図り、訪日外国人旅行者に対する情報提供を実施する。さらに、観光案内所、宿泊施設及び旅行会社等に対して、「外国人患者を受け入れる医療機関」に関する情報を周知する。

- ③ 訪日外国人旅行者が医療費の不安なく治療を受けられるよう、観光庁は厚生労働省、出入国在留管理庁、外務省及びデジタル庁等関連省庁や日本政府観光局と連携し、訪日前等の様々な機会を捉え、訪日旅行の際の保険や日本入国後でも加入可能なインバウンド旅行保険の加入促進に資する取組を強化する。

h) キャッシュレス環境等の改善

引き続き、訪日外国人旅行者のニーズに合致する整備水準が維持されるよう、銀行（地方銀行含む）に対し海外発行カード対応ATM設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を促していく。また、訪日外国人旅行者の周遊の促進を図るべく、観光案内所、宿泊施設、公共交通機関等に加えて、観光地の飲食店、小売店等における多言語音声翻訳システムの活用を含めた受入環境の面的整備を進める。

i) 多様な宗教的、文化的習慣を有する旅行者の受入環境の充実

ムスリムやベジタリアン・ヴィーガン旅行者等、多様な宗教的、文化的習慣を有する訪日外国人旅行者がストレスなく安心して観光を満喫できる環境整備を図るため、観光庁が作成した「ムスリムおもてなしガイドブック」や「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」の周知等により、食事や礼拝等、様々な生活習慣に配慮した受入環境の整備充実を図る。

j) 伝統芸能等における外国人対応の推進

- ① 国立劇場をはじめとする国立文化施設において、外国人向けの公演、鑑賞教室等の開催や外国人来館者の集客を見込んだ取組について、新たなプログラムも加えつつ開催するとともに、多言語ガイドや字幕等の整備等にも取り組み、外国人来館者等がより快適に日本文化の魅力を体験し理解を深める機会の充実を図る。
- ② 【再掲】第Ⅲ部第2章第2節8(3)d)

k) 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に向けた受入環境整備

大阪・関西万博に会場する訪日外国人旅行者の受入に向け、CIQ体制の人的・物的な強化、会場内外における多言語対応の強化やピクトグラム等外国人にわかりやすい表示の整備、無料公衆無線LAN等の社会全体のICT化を推進する。また、大阪・関西万博関連イベントの全国各地での開催や、日本文化の魅力を発信する訪日プロモーションを推進することで、外国人来訪者を会場のみならず関西地域、更には日本全国に誘客し、大阪・関西万博の開催効果を日本全体に波及させる。さらに、医療機関への外国人患者受入体制の整備、外国人来訪者への救急・防災対応、熱中症等の関連情報に関する多言語発信、海外発行クレジットカード等の決済環境の整備等を推進する。加えて、大阪・関西万博に関心を持つ外国人の多言語コミュニケーションを可能とする技術も活用しながら、来訪前から、もしくは来訪せずとも、オンライン上で大阪・関西万博にバーチャル参加・共創できるような仕組みや、日本の魅力的なコンテンツにアクセスできるような環境整備も推進する。

l) 2027年国際園芸博覧会に向けた受入環境整備

花の名所、産地及び庭園をはじめとする様々な観光資源との全国的な連携により、2027年国際園芸博覧会への来場を全国的な周遊の契機とするなど、開催効果を全国へ波及させるとともに、会場内外における多言語対応の強化等、必要な受入環境の整備を推進する。

m) ランドオペレーター登録制度の適切な運用

利益優先による質の低い旅行商品の提供やダンピング契約による旅行の安全性の低下を防ぐために導入された旅行サービス手配業（ランドオペレーター）の登録制度について、制度の周知や立入検査等、制度の適切な運用を図る。

9 アウトバウンド・国際相互交流の促進

(1) アウトバウンドの促進

- ① アウトバウンドの本格的な回復を見据えて、イン・アウトを両輪として双方向の交流拡大を図り、2025年（令和7年）までに出国日本人数の2019年（令和元年）水準（約2,000万人）超えを目指す。このため、2023年（令和5年）3月に策定した「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」を着実に実施するとともに、この目標の達成に向けて、まずは、アジア、欧米豪等の各方面においてイン・アウト双方の観点から「当面の重点デスティネーション」を設定し、民間企業や各国・地域の政府観光局等とも連携して、一層強力な取組を推進する。
- ② アウトバウンドの本格的な回復に向け関係省庁・観光業界が広く連携し、有識者の知見も得ながら、各国の現地情報等に係る正確な情報発信や、旅行安全情報共有プラットフォームの活用により、若者だけでなくシニア世代の海外旅行への不安を取り除き、安全・安心な海外旅行のための環境を整備する。
- ③ 若者に旅の意義や素晴らしさを伝え、若者の旅行を促進するとともにインバウンド対応や観光資源の魅力を自ら発信することができる観光人材の育成を図るため、「若旅★授業」を継続実施する。また、「道の駅」第3ステージとして、大学等と連携し、特産品を生かした商品開発等、学生の課外活動やインターンシップの場として「道の駅」を活用することを促進するなど、「地方創生・観光を加速する拠点」となるための取組を推進する。

(2) 日本人海外旅行者の安全対策

日本人海外旅行者の安全性を向上させるため、関係省庁が連携しながら、旅行業者、海外安全ホームページ、たびレジ等を通じ、海外における危機管理や安全対策に関する知識の増進を図る。また、テロや自然災害等の発生時には、旅行安全情報共有プラットフォーム等の活用により、旅行者に対して迅速な安否確認を実施するとともに、災害情報や避難経路情報等を幅広く提供することで、アウトバウンドにおける安全対策の促進を図る。

(3) 姉妹・友好都市提携等の活用

姉妹・友好都市提携等に基づく国際交流は、住民が参加できる機会も多いことから、パブリック・ディプロマシーの一助となるだけでなく、住民自らが地域の魅力を見つめ直す機会を与えてくれるものである。また、文化、スポーツ、観光等の様々な分野における交流事業の契機ともなるものである。これらを踏まえ、姉妹・友好都市提携等を生かした観光プロモーション等による交流の拡大を支援する。

(4) 留学生の増加と活用

日本への質の高い外国人留学生の受入及び海外への日本人留学生の派遣は、我が国の教育のグローバル化、訪日外国人旅行者の誘致及び国際相互理解の増進に資するものである。また、留学生は日本観光の魅力についての発信力を有するとともに、日本への外国人留学生はリピーターとしての訪日を期待できる。このため、外国大学との単位相互認定等の拡大、外国人教職員・外国人留学

生の受入の促進、外国人留学生の就職支援等を進めるとともに、日本人学生等の海外経験を増やすため、留学・研修支援等の取組を行う。さらに、関係省庁が連携して、外国人留学生の誘致、外国人留学生に関する各情報発信ツールやネットワークを活用した日本観光の魅力の発信等を継続し、優秀な外国人留学生を呼び込む。

(5) 訪日教育旅行の促進

- ① 日本政府観光局のウェブサイトにおいて、訪日教育旅行の受入側及び訪問側がそれぞれ留意すべき事項や取組事例を発信するほか、海外からの問い合わせに対応する。また、日本政府観光局を通じて海外の教育関係者を対象としたセミナー等を実施し、日本の体験プログラムや見学スポットを紹介するとともに、日本の受入自治体との交流の機会を設け、訪日教育旅行の促進を図る。
- ② 文部科学省は観光庁及び日本政府観光局と連携し、訪日教育旅行の教育的意義について、国際理解教育担当指導主事等連絡協議会等を通じ、教育部局・学校に対し周知を行う。
- ③ 海外教育旅行の再開・拡大に向けて、学校関係者等と旅行事業者がSDGs等の国際的な潮流を盛り込んで協力しながら企画・開発した海外教育旅行プログラムの中から国が優れた企画の公募・採択を行い、視察費用の補助等を通じて高付加価値なプログラムの開発を支援する。また、継続的な教職員向けセミナーを通じた普及・啓発の取組の着実な実施を図る。

(6) ワーキング・ホリデー制度の導入促進

インバウンドのV字回復を意識しつつ、国内外の需要等を適宜に把握することにより、人的交流の拡大と青少年の相互理解の促進を目的とするワーキング・ホリデー制度の新規導入国の拡大を検討する。

(7) 海外の青少年等との交流促進

親日派・知日派の発掘・育成を目的に、将来を担う青年の招へい等を行い、対日理解の促進、日本の魅力等の対外発信強化を推進していく。

(8) 地域レベルの国際交流・国際協力の推進

地域レベルの国際交流等を一層推進することを目的として、国際交流に携わる地方公共団体の職員等を参加対象とした説明会を開催する。

(9) 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

新型コロナウイルス感染症の影響により延期してきた「第10回日中韓観光大臣会合」を日本で開催し、日中韓三国の観光分野における連携協力について協議するとともに、域内及び域外との観光交流の一層の拡大や質の向上、旅行者の安全確保等に取り組む。

(10) 二国間の観光交流の取組の推進

観光当局間の協議等を通じて、諸外国との観光交流促進を図る。

(11) 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進

日ASEAN友好協力50周年の機会を捉え、「日ASEAN観光大臣特別対話」を日本で開催し、観光分野におけるASEANとの協力強化や観光交流復活の機運を醸成するとともに、アジア太平洋地域

における日本のプレゼンス強化を図る。

(12) 開発途上国等の観光振興に対する協力

開発途上国等に対し、独立行政法人国際協力機構（JICA）等の取組を通じて、観光振興に必要な情報の提供や提言等の協力を行う。また、ASEAN諸国に対し、日本アセアンセンターによる取組を通じて、観光振興、人材育成事業等の協力を行う。

(13) 海外における日本語教育

国際交流基金（JF）による日本語専門家派遣事業、日本語教材の開発・提供及び情報収集ネットワークづくり、日本語教師・学習者訪日研修等のこれまでの取組を継続するとともに、オンラインも活用し、一層、海外における日本語教育の普及・拡大、質の向上、安定的実施等を図る。

10 国際観光旅客税の活用

高次元で観光施策を実行するため、国際観光旅客税収（旅客税財源）を「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律（平成9年法律第91号）」や「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」において明示されている3つの分野に充当するとともに、旅客税財源を充当する施策は既存施策の財源の単なる穴埋めをするのではないなどの考え方を基本とする。また、無駄遣いを防止し、使途の透明性を確保する仕組みとして、行政事業レビューを最大限活用し、第三者の視点から適切なPDCAサイクルの循環を図る。さらに、旅客税財源を充当する具体的な施策・事業については、硬直的な予算配分とならず、毎年度洗い替えが行えるよう、民間有識者の意見も踏まえつつ検討を行い、予算を編成する。

第3節 国内交流拡大戦略

1 国内旅行需要の喚起

(1) 全国旅行支援の着実な実施

新型コロナウイルス感染症の影響を強く受けている宿泊業、旅行業、貸切バス等の交通機関や幅広い地域の関連産業を支援するため、措置された予算を活用して全国旅行支援を着実に実施し、全国的な旅行需要の喚起を図る。

(2) 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

【再掲】第Ⅲ部第2章第1節1

(3) 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節2

(4) 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節3

(5) 交通機関の整備

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節8（1）

(6) 2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)を契機とした国内観光振興

公益社団法人2025年日本国際博覧会協会や観光地域づくり法人(DMO)等と連携し、全国的な誘客を促進するため、観光資源の磨き上げやコンテンツの充実化等を実施し、地域のブランド化を図る。

(7) 国内旅行の促進のための関係者が協力した取組の推進

個人旅行・団体旅行問わず、国民の国内旅行を促進するため、関係省庁・関係業界が連携・協力し、旅行需要の平準化につながるキャンペーンの実施、旅行博をはじめとするイベントにおける国内外の観光地の魅力発信や展示商談会を通じた旅行商品の造成につながる取組を引き続き推進する。

(8) 「新・湯治」等の推進

現代のライフスタイルに合った温泉地の過ごし方である「新・湯治」を推進し温泉地の活性化を図るため、必要な考え方や方策をまとめた「新・湯治推進プラン」に基づき、「新・湯治」の考えを共有する地域、自治体、団体等をネットワークでつなぐ「チーム新・湯治」の活動の展開や、温泉地全体で得られる療養効果を把握・情報発信するための「全国『新・湯治』効果測定調査プロジェクト」等の取組を実施する。また、拡大する温泉利用による資源枯渇や可燃性天然ガスによる災害等のおそれがあることを踏まえ、温泉の保護及び災害の防止対策の充実を図るための調査研究等を推進する。

(9) 「海事観光」の情報発信の強化

船旅、海の絶景、マリニアクティビティ、海鮮グルメ等全国の様々な海事観光資源について、ポータルサイト「海ココ」を活用し、地域やカテゴリごとに情報をまとめて掲載するとともに、多方面の最新情報を提供できるよう、官民の取組と関係者間の連携を強化する。また、「海ココ」の活用に加え、「C to Seaプロジェクト」の公式SNSや全国各地で行われる海、旅行関連のイベントを活用し、積極的に情報発信することにより、海事観光の認知度向上及び需要創出を強化する。

(10) 水辺における環境学習・自然体験活動等の推進

「子どもの水辺」再発見プロジェクト等により、安全で近づきやすい河川空間の整備を進める。また、市民団体等と連携した環境学習・自然体験活動を推進する。さらに、自然体験プログラムの開催の場ともなる緑地・干潟等の整備、既存ストックの利活用の促進を図る。

2 新たな交流市場の開拓

(1) ワークेशन、ブレッジャー等の普及・定着

ワークेशनやブレッジャーについて、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるテレワークの普及や働き方の多様化を踏まえて、旅行需要の平準化につながる取組と捉えるとともに、働く場所や時間の自由度を高める観点から、働き方改革や企業の経営課題への対応、地域活性化等にも資する取組として、普及・定着に向けた取組を推進する。具体的には、企業ニーズに即した働き方改革、地域貢献、新規事業開拓等に資するプログラム造成を行うモデル実証を約10件実施するほか、「テレワーク・ワークेशन官民推進協議会」の活動等を通じて、優れた取組手法等の情報提供やワークेशनの導入に向けた環境整備等に係る支援を実施する。

(2) 第2のふるさとづくり等の推進

- ① 自然環境に触れる旅へのニーズの高まりや田舎にアコガレを持って関わりを求める動き、働き方・暮らし方の変化等を踏まえ、「第2のふるさと」をつくり、「何度も地域に通う旅、帰る旅」を推進し、交流人口・関係人口の創出を図る。2022年度(令和4年度)に実施した「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業を踏まえ、地域との継続的な交流の拡大、滞在環境・移動環境の整備に向けた取組に対して15～20地域でのモデル実証を行い、成功事例の創出を目指す。また、地域づくりに取り組む関係者の情報交換の場として設立した「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」を活用するなど、機運醸成を図る。
- ② 将来にわたって国内外からの旅行者を惹きつける、地域・日本のレガシーとなる新たな観光資源の形成を促進し、継続的な来訪等の新たな交流市場の開拓や地域の活性化を図る。これに向け、地域と連携しながらレガシー形成に関する実現可能性調査やプラン作成を行う。

(3) ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 今後増加が見込まれる高齢者等の旅行需要を喚起するため、そのニーズを的確に把握し、誰もが気兼ねなく参加できる旅行(ユニバーサルツーリズム)の普及、定着を目指す。このため、観光施設における心のバリアフリー認定制度の認定数の増加に向けて、制度周知、認定施設に係る情報発信の強化等を推進するとともに、ユニバーサルツーリズムの商品造成に資するモデルツアーの実施による商品組成手法の確立等を進める。
- ② 高齢者、障害者等を含めた訪日外国人旅行者が我が国を安心して旅行できる環境を整備するため、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光スポット等におけるバリアフリー化を引き続き推進する。
- ③ 高齢者、障害者等を含めた訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を図るため、宿泊施設等のバリアフリー化支援を進めるとともに、バリアフリーに関する情報発信等、多様なニーズに対応する宿泊施設等の提供を促進する。
- ④ 航空旅客ターミナル施設について、2021年(令和3年)4月に改正法が施行された「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律(平成18年法律第91号)」(バリアフリー法)を踏まえ、引き続きユニバーサルデザイン化に向けた取組を推進する。
- ⑤ 鉄道駅について「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律(平成18年法律第91号)」(バリアフリー法)に基づき、エレベーター、ホームドア、バリアフリースイレ等の整備により、引き続きバリアフリー化に向けた取組を推進する。また、都市部における鉄道駅バリアフリー料金制度の活用、地方部における支援措置の重点化等により、引き続き全国の鉄道駅バリアフリー化を加速していく。
- ⑥ 「新幹線の新たなバリアフリー対策について」(2020年(令和2年)8月公表)、「特急車両における新たなバリアフリー対策について」(2022年(令和4年)1月公表)を受け、引き続き鉄道における車椅子利用の環境改善に向けた取組を促進する。

(4) 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化

- ① 「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律(平成18年法律第91号)」(バリアフリー法)に基づき指定された特定道路について、全ての人が円滑に移動できるよう、バリアフリー化を推進する。また、同法に基づき指定された特定道路等で、鉄道との結節点における自由通路等の歩行空間のユニバーサルデザイン化を図る事業について、重点支援を行う。
- ② 高齢者や障害者等も含め、誰もがストレス無く自由に活動できるユニバーサル社会の構築に

向け、歩行空間における移動支援サービスの普及・高度化を図る。民間事業者等が多様な移動支援サービスを提供できる環境を整備するため、データプラットフォームを構築し、施設や経路のバリアフリー情報等の移動に必要なデータの整備・更新や利活用の促進を図る。

- ③ バス・タクシー車両のバリアフリー化を促進する。特に、空港アクセスバス（リフト付きバス等）やUD（ユニバーサルデザイン）タクシーについて必要な支援を行う。
- ④ 「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成18年法律第91号）」（バリアフリー法）に基づく2025年度（令和7年度）末までの整備目標の達成に向けて、バリアフリー化したタクシー車両の普及を促進する。特に、UD（ユニバーサルデザイン）タクシーについて必要な支援を行う。
- ⑤ 高齢者障害者等用施設等の適正な利用の推進に向けた広報活動及び啓発活動の一環として、バリアフリースイレ、車椅子使用者用駐車施設等、旅客施設等のエレベーター、車両等の優先席の適正な利用の推進に向けて、引き続きキャンペーン等を実施し、真に必要な方が利用しやすい環境の整備を推進する。
- ⑥ 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」の認定件数の増加と制度の周知促進を図るとともに、観光施設の更なるバリアフリー対応とその情報発信を支援し、高齢者や障害者がより安全で快適な旅行をするための環境整備を推進する。
- ⑦ バリアフリー化を進める観光地において、バリアフリーの情報が適切に提供されるよう、国土交通省のウェブサイトにおいて「観光地におけるバリアフリー情報提供のためのマニュアル」の普及を促進する。
- ⑧ 1日当たりの平均利用者数が3,000人以上及び基本構想の生活関連施設に位置づけられた1日当たりの平均利用者数が2,000人以上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こととするなどの2025年度（令和7年度）末までのバリアフリー整備目標の達成に向け、マスタープラン・基本構想の策定促進や、バリアフリー教室の実施による心のバリアフリーの推進等、引き続きハード・ソフト両面からのバリアフリー化を推進する。

（5）共生社会の実現に向けたユニバーサルデザインの推進

交通事業者による研修の充実及び適切な接遇の実施を推進するため、「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」及び「接遇研修モデルプログラム」を策定し、交通事業者等に周知を行っているところ、可視化されにくい交通モードの職員の接遇対応や接遇研修等人的支援の実態、事例等に関する調査等を行い、更なる接遇レベル向上に向けた取組の検討等を行う。

（6）身体障害者等の運賃割引の促進

身体障害者手帳、療育手帳又は精神障害者保健福祉手帳の交付を受けた利用者に対して鉄道等の公共交通機関が実施している運賃割引について、更なる導入促進に向け、引き続き公共交通事業者等に理解と協力を求めていく。

3 国内旅行需要の平準化の促進

（1）平日旅行需要喚起キャンペーンの実施

観光需要の特定時期への集中が旅行者の満足度低下や観光産業の低い生産性等の要因となっていることを踏まえ、週末や連休以外の旅行需要を喚起し、混雑の回避や観光産業従事者の通年雇用化等を促進するため、観光関連事業者と連携し、平日への旅行需要の平準化につながるキャンペーン

を実施する。

(2) 休暇を取得しやすい職場環境の整備

2021年(令和3年)の年次有給休暇取得率は58.3%となった。年次有給休暇取得率の向上を目指し、2019年(平成31年)4月に改正法が施行された「労働基準法(昭和22年法律第49号)」に基づき、労働者が年間で少なくとも5日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者が義務付けられたこと等について、引き続き、都道府県労働局、労働基準監督署及び働き方改革推進支援センターで開催する説明会やウェブサイト等を活用した周知及び履行確保を図る。また、10月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成、駅貼り広告、インターネット広告等により、年次有給休暇取得の集中的な周知広報を行う。

(3) 休暇取得の分散化の促進

地域ごとの個別の事情を踏まえつつ、可能な地域において、学校の夏休み等の長期休業日の一部を学期中の平日に移すなどして学校休業日の分散化を図るとともに、学校休業日に合わせた年次有給休暇の取得促進を図る「キッズウィーク」の取組を推進するため、取組事例の周知や普及啓発等を行う。さらに、国家公務員について、家族の記念日や子供の学校行事等の職員のプライベートの予定等に合わせた年次休暇取得を引き続き促進する。

(4) ワークেশョン、ブレジャー等の普及・定着

【再掲】第Ⅲ部第2章第3節2(1)

(5) 第2のふるさとづくり等の推進

【再掲】第Ⅲ部第2章第3節2(2)

The background is a solid brown color. A large, white circle is positioned on the right side, partially overlapping a brown circular area on the left. The brown circular area contains a white grid pattern. The top and bottom edges of the page are decorated with a repeating pattern of hexagons, each containing a different geometric or floral design in shades of brown and white.

資料編

資料1 地域別の外国人旅行者受入数及び国際観光収入

	国際観光客到着数					国際観光収入			
	2020年 (万人)	前年比 (伸び率) (%)	2021年 (万人)	前年比 (伸び率) (%)	構成比 (%)	2020年 (100万米ドル)	2021年 (100万米ドル)	前年比 (伸び率) (%)	構成比 (%)
欧州	23,963	-67.9	30,488	27.2	66.9	249,262	327,381	31.3	51.3
アジア太平洋	5,912	-83.6	2,485	-58.0	5.5	126,174	90,627	-28.2	14.2
米州	6,961	-68.3	8,149	17.1	17.9	125,365	140,340	11.9	22.0
アフリカ	1,871	-72.6	1,965	5.0	4.3	14,931	17,546	17.5	2.7
中東	1,982	-72.9	2,491	25.7	5.5	43,538	62,465	43.5	9.8
世界全体	40,689		45,577	12.0	100.0	559,270	638,359	14.1	100.0

資料：UNWTO(国連世界観光機関) 資料に基づき観光庁作成

注1：2021年(令和3年)の数値は暫定値。

資料2 国際観光収支の状況(2021年(令和3年))

(百万米ドル)

	収入	支出	収支
トルコ	26,600	1,700	24,900
スペイン	34,500	12,300	22,200
メキシコ	19,800	5,100	14,700
米国	70,200	56,900	13,300
アラブ首長国連邦	34,400	21,800	12,600
イタリア	25,200	15,000	10,200
英国	33,100	24,300	8,800
ポルトガル	11,900	4,200	7,700
カナダ	14,500	7,900	6,600
フランス	40,600	34,600	6,000
エジプト	8,900	3,300	5,600
ポーランド	9,100	5,700	3,400
ハンガリー	4,200	1,500	2,700
オーストリア	9,900	7,400	2,500
日本	4,700	2,800	1,900
ルクセンブルク	5,500	3,800	1,700
タイ	5,100	3,500	1,600
レバノン	3,100	1,800	1,300
コロンビア	2,700	2,600	100
アイルランド	2,700	2,600	100
チェコ	3,100	3,200	-100
シンガポール	3,800	4,000	-200
オランダ	9,400	9,900	-500
スイス	11,000	11,700	-700
イスラエル	2,200	3,200	-1,000
ルーマニア	3,300	5,200	-1,900
スウェーデン	6,100	8,400	-2,300
ブラジル	2,900	5,200	-2,300
デンマーク	4,500	6,900	-2,400
インド	8,800	14,300	-5,500
カタール	4,300	10,000	-5,700
韓国	10,500	16,700	-6,200
ロシア	4,000	11,400	-7,400
ベルギー	6,300	14,700	-8,400
サウジアラビア	3,800	12,200	-8,400
ドイツ	22,100	47,800	-25,700
中国	11,300	105,700	-94,400

資料：UNWTO(国連世界観光機関) 資料に基づき観光庁作成

資料3 日本の国際観光収支の推移

(億円)

区分		年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
国際観光収支 (旅客輸送を 含まない)	受取		8,752	11,631	14,766	19,975	30,240	33,377	38,197	46,484	50,204	11,425	5,336	12,147
	支払		21,716	22,248	21,311	20,419	19,338	20,110	20,401	22,324	23,181	5,873	3,108	4,820
	収支		-12,963	-10,617	-6,545	-444	10,902	13,267	17,796	24,160	27,023	5,552	2,227	7,327
国際観光収支 (旅客輸送を含む)	受取		9,976	12,920	16,498	22,067	33,046	36,318	41,465	49,995	53,643	12,287	5,878	14,450
	支払		31,673	32,661	31,452	30,233	28,148	28,126	28,908	31,046	31,755	7,299	3,609	6,754
	収支		-21,697	-19,741	-14,954	-8,166	4,898	8,192	12,556	18,949	21,889	4,988	2,269	7,696
貿易収支	受取		629,653	619,568	678,290	740,747	752,742	690,927	772,535	812,263	757,753	672,629	823,526	987,688
	支払		632,955	662,287	766,024	845,400	761,604	635,751	723,422	800,998	756,250	644,851	805,903	1,145,124
	収支		-3,302	-42,719	-87,734	-104,653	-8,862	55,176	49,113	11,265	1,503	27,779	17,623	-157,436

資料：財務省資料に基づき観光庁作成

注1：「国際観光収支」は、以下の定義に基づき観光庁で集計した。

「国際観光収支（旅客輸送を含まない）」は国際収支統計の旅行収支をいい、「国際観光収支（旅客輸送含む）」は上記の旅行収支に輸送収支のうち旅客輸送に係るサービスの収支を合算したもの。

資料4 訪日外国人旅行者数の国籍・地域別推移

	国籍・地域	2016			2017			2018			2019			2020			2021			2022		
		人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)
北米	米国	1,242,719	5.2	139.4	1,374,964	4.8	110.6	1,526,407	4.9	111.0	1,723,861	5.4	112.9	219,307	5.3	12.7	20,026	8.1	9.1	323,513	8.4	1,615.5
	カナダ	273,213	1.1	149.4	305,591	1.1	111.9	330,600	1.1	108.2	375,262	1.2	113.5	53,365	1.3	14.2	3,536	1.4	6.6	55,877	1.5	1,580.2
	メキシコ	43,509	0.2	143.0	63,440	0.2	145.8	68,448	0.2	107.9	71,745	0.2	104.8	9,528	0.2	13.3	1,124	0.5	11.8	9,152	0.2	814.2
	その他	10,979	0.0	149.4	12,737	0.0	116.0	14,264	0.0	112.0	16,689	0.1	117.0	2,629	0.1	15.8	1,552	0.6	59.0	3,467	0.1	223.4
	小計	1,570,420	6.5	141.2	1,756,732	6.1	111.9	1,939,719	6.2	110.4	2,187,557	6.9	112.8	284,829	6.9	13.0	26,238	10.7	9.2	392,009	10.2	1,494.1
南米	ブラジル	36,888	0.2	114.2	42,207	0.1	114.4	44,201	0.1	104.7	47,575	0.1	107.6	6,888	0.2	14.5	2,731	1.1	39.6	9,436	0.2	345.5
	その他	41,070	0.2	167.2	49,899	0.2	121.5	60,603	0.2	121.5	63,625	0.2	105.0	11,334	0.3	17.8	2,473	1.0	21.8	8,216	0.2	332.2
	小計	77,958	0.3	137.1	92,106	0.3	118.1	104,804	0.3	113.8	111,200	0.3	106.1	18,222	0.4	16.4	5,204	2.1	28.6	17,652	0.5	339.2
欧州	英国	292,458	1.2	132.9	310,499	1.1	106.2	333,979	1.1	107.6	424,279	1.3	127.0	51,024	1.2	12.0	7,294	3.0	14.3	57,496	1.5	788.3
	フランス	253,449	1.1	141.9	268,605	0.9	106.0	304,896	1.0	113.5	336,333	1.1	110.3	43,102	1.0	12.8	7,024	2.9	16.3	52,782	1.4	751.5
	ドイツ	183,288	0.8	130.7	195,606	0.7	106.7	215,336	0.7	110.1	236,544	0.7	109.8	29,785	0.7	12.6	5,197	2.1	17.4	45,748	1.2	880.3
	イタリア	119,251	0.5	148.1	125,864	0.4	105.5	150,060	0.5	119.2	162,769	0.5	108.5	13,691	0.3	8.4	3,527	1.4	25.8	23,683	0.6	671.5
	ロシア	54,839	0.2	85.6	77,251	0.3	140.9	94,810	0.3	122.7	120,043	0.4	126.6	22,260	0.5	18.5	3,723	1.5	16.7	10,324	0.3	277.3
	スペイン	91,849	0.4	151.7	99,814	0.3	108.7	118,901	0.4	119.1	130,243	0.4	109.5	11,741	0.3	9.0	3,053	1.2	26.0	15,926	0.4	521.7
	オランダ	58,249	0.2	146.1	63,041	0.2	108.2	72,069	0.2	114.3	79,479	0.2	110.3	8,481	0.2	10.7	1,860	0.8	21.9	12,064	0.3	648.6
	スウェーデン	49,624	0.2	123.7	50,805	0.2	102.4	53,822	0.2	105.9	53,836	0.2	100.0	7,622	0.2	14.2	1,112	0.5	14.6	7,900	0.2	710.4
	スイス	44,232	0.2	133.4	47,154	0.2	106.6	52,099	0.2	110.5	53,908	0.2	103.5	6,036	0.1	11.2	1,387	0.6	23.0	8,917	0.2	642.9
	ベルギー	30,182	0.1	159.4	32,054	0.1	106.2	34,387	0.1	107.3	39,245	0.1	114.1	4,074	0.1	10.4	1,122	0.5	27.5	6,611	0.2	589.2
	デンマーク	23,830	0.1	133.1	25,235	0.1	105.9	29,163	0.1	115.6	32,893	0.1	112.8	4,780	0.1	14.5	794	0.3	16.6	5,403	0.1	680.5
	アイルランド	16,377	0.1	130.0	18,591	0.1	113.5	20,319	0.1	109.3	39,387	0.1	193.8	3,270	0.1	8.3	820	0.3	25.1	4,458	0.1	543.7
	その他	204,306	0.8	143.8	211,143	0.7	103.3	240,223	0.8	113.8	277,570	0.9	115.5	35,031	0.9	12.6	15,325	6.2	43.7	53,193	1.4	347.1
	小計	1,421,934	5.9	135.6	1,525,662	5.3	107.3	1,720,064	5.5	112.7	1,986,529	6.2	115.5	240,897	5.9	12.1	52,238	21.2	21.7	304,505	7.9	582.9
	アフリカ	33,762	0.1	119.1	34,803	0.1	103.1	38,151	0.1	109.6	55,039	0.2	144.3	7,840	0.2	14.2	6,769	2.8	86.3	14,613	0.4	215.9
アジア	韓国	5,090,302	21.2	184.7	7,140,438	24.9	140.3	7,538,952	24.2	105.6	5,584,597	17.5	74.1	487,939	11.9	8.7	18,947	7.7	3.9	1,012,751	26.4	5,345.2
	中国	6,373,564	26.5	264.6	7,355,818	25.6	115.4	8,380,034	26.9	113.9	9,594,394	30.1	114.5	1,069,256	26.0	11.1	42,239	17.2	4.0	189,125	4.9	447.7
	台湾	4,167,512	17.3	147.3	4,564,053	15.9	109.5	4,757,258	15.3	104.2	4,890,602	15.3	102.8	694,476	16.9	14.2	5,016	2.0	0.7	331,097	8.6	6,600.8
	香港	1,839,193	7.7	198.6	2,231,568	7.8	121.3	2,207,804	7.1	98.9	2,290,792	7.2	103.8	346,020	8.4	15.1	1,252	0.5	0.4	269,285	7.0	21,508.4
	タイ	901,525	3.8	137.1	987,211	3.4	109.5	1,132,160	3.6	114.7	1,318,977	4.1	116.5	219,830	5.3	16.7	2,758	1.1	1.3	198,037	5.2	7,180.5
	シンガポール	361,807	1.5	158.7	404,132	1.4	111.7	437,280	1.4	108.2	492,252	1.5	112.6	55,273	1.3	11.2	857	0.3	1.6	131,969	3.4	15,398.9
	マレーシア	394,268	1.6	158.0	439,548	1.5	111.5	468,360	1.5	106.6	501,592	1.6	107.1	76,573	1.9	15.3	1,831	0.7	2.4	74,095	1.9	4,046.7
	インドネシア	271,014	1.1	170.7	352,330	1.2	130.0	396,852	1.3	112.6	412,779	1.3	104.0	77,724	1.9	18.8	5,209	2.1	6.7	119,723	3.1	2,298.4
	フィリピン	347,861	1.4	188.8	424,121	1.5	121.9	503,976	1.6	118.8	613,114	1.9	121.7	109,110	2.7	17.8	5,625	2.3	5.2	126,842	3.3	2,255.0
	ベトナム	233,763	1.0	188.1	308,898	1.1	132.1	389,005	1.2	125.9	495,051	1.6	127.3	152,559	3.7	30.8	26,586	10.8	17.4	284,113	7.4	1,068.7
	インド	122,939	0.5	139.8	134,371	0.5	109.3	154,029	0.5	114.6	175,896	0.6	114.2	26,931	0.7	15.3	8,831	3.6	32.8	54,314	1.4	615.0
	その他	325,118	1.4	155.8	373,908	1.3	115.0	392,208	1.3	104.9	449,232	1.4	114.5	87,856	2.1	19.6	31,276	12.7	35.6	209,941	5.5	671.3
	小計	20,428,866	85.0	188.8	24,716,396	86.1	121.0	26,757,918	85.8	108.3	26,819,278	84.1	100.2	3,403,547	82.7	12.7	150,427	61.2	4.4	3,001,292	78.3	1,995.2
オセアニア	オーストラリア	445,332	1.9	147.1	495,054	1.7	111.2	552,440	1.8	111.6	621,771	2.0	112.5	143,508	3.5	23.1	3,265	1.3	2.3	88,648	2.3	2,715.1
	ニュージーランド	56,323	0.2	135.3	64,873	0.2	115.2	73,208	0.2	112.8	94,115	0.3	128.6	16,070	0.4	17.1	1,404	0.6	8.7	12,107	0.3	862.3
	その他	3,983	0.0	130.1	4,600	0.0	115.5	4,879	0.0	106.1	5,832	0.0	119.5	808	0.0	13.9	284	0.1	35.1	1,166	0.0	410.6
	小計	505,638	2.1	145.6	564,527	2.0	111.6	630,527	2.0	111.7	721,718	2.3	114.5	160,386	3.9	22.2	4,953	2.0	3.1	101,921	2.7	2,057.8
無国籍		1,122	0.0	170.0	847	0.0	75.5	673	0.0	79.5	728	0.0	108.2	107	0.0	14.7	33	0.0	30.8	118	0.0	357.6
合計		24,039,700	100.0	179.2	28,691,073	100.0	119.3	31,191,856	100.0	108.7	31,882,049	100.0	102.2	4,115,828	100.0	12.9	245,862	100.0	6.0	3,832,110	100.0	1,558.6

資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：2022年（令和4年）の数値は暫定値。

資料5 日本人海外旅行者の国・地域別訪問者数の推移(受入国(地域)統計)

	訪問先	基準	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
			人	前年比(%)	人	前年比(%)	人	前年比(%)	人	前年比(%)	人	前年比(%)
アジア	中国	VFN	2,587,440	3.6	2,680,033	3.6	2,689,662	0.4	2,676,334	-0.5		
	韓国	VFN	2,297,893	25.0	2,311,447	0.6	2,948,527	27.6	3,271,706	11.0	430,742	-86.8
	台湾	VFR	1,895,702	16.5	1,898,854	0.2	1,969,151	3.7	2,167,952	10.1	269,659	-87.6
	タイ	TFN	1,439,510	4.2	1,544,442	7.3	1,655,996	7.2	1,806,438	9.1	320,331	-82.3
	シンガポール	VFR	783,862	-0.7	792,873	1.1	829,676	4.6	884,308	6.6	125,879	-85.8
	ベトナム	VFR	740,592	10.3	798,119	7.8	826,674	3.6	951,962	15.2	200,346	-79.0
	香港	TFR	692,529	9.4	813,207	17.4	852,192	4.8	660,883	-22.4	23,341	-96.5
	インドネシア	VFN	545,392	-0.8	573,310	5.1	530,573	-7.5	519,623	-2.1	92,228	-82.3
	フィリピン	TFR	535,238	8.0	584,180	9.1	631,821	8.2	682,788	8.1	136,664	-80.0
	マレーシア	TFN	413,768	-14.4	392,777	-5.1	394,540	0.4	424,694	7.6	74,383	-82.5
	マカオ	THSR	184,778	14.1	190,267	3.0	188,917	-0.7	192,156	1.7	15,201	-92.1
	インド	TFN	208,847	0.7	222,527	6.6	236,236	6.2	238,903	1.1	48,191	-79.8
	カンボジア	TFR	191,577	-0.9	203,373	6.2	210,471	3.5	207,636	-1.3	41,257	-80.1
	ミャンマー	TFN	100,784	11.6	101,484	0.7	104,376	2.8	125,706	20.4	26,100	-79.2
	ラオス	VFN	49,191	12.2	32,064	-34.8	38,985	21.6	41,736	7.1	11,085	-73.4
	スリランカ	TFN	44,649	-1.7	47,308	6.0	49,038	3.7	31,441	-35.9	7,610	-75.8
	モルジブ	TFN	39,894	1.7	41,133	3.1	42,304	2.8	44,251	4.6	8,479	-80.8
	ネパール	TFN	22,979	30.5	27,326	18.9	29,768	8.9	30,534	2.6	5,599	-81.7
	モンゴル	TFN	19,985	3.7	22,519	12.7	20,990	-6.8	24,419	16.3	1,131	-95.4
	ブルネイ	TFN	4,474	3.2	5,191	16.0	5,360	3.3	10,680	99.3	2,135	-80.0
	トルコ	VFN	44,695	-57.4	49,323	10.4	81,931	66.1	103,320	26.1	19,122	-81.5
	サウジアラビア	TFN	16,958	0.6	13,621	-19.7	22,497	65.2	38,357	70.5	1,901	-95.0
	イスラエル	TFR	11,891	19.1	17,067	43.5	19,568	14.7	26,063	33.2	3,538	-86.4
	イラン	VFN	10,395	23.9	13,370	28.6	7,631	-42.9	5,736	-24.8	232	-96.0
	ヨルダン	TFN	6,832	-8.5	7,509	9.9	9,770	30.1	11,794	20.7	2,138	-81.9
	クウェート	VFN	5,438	3.8	5,601	3.0	5,500	-1.8	5,207	-5.3	865	-83.4
オセアニア	グアム	TFR	745,680	-3.5	620,376	-16.8	566,588	-8.7	687,566	21.4	144,291	-79.0
	豪州	VFR	417,880	22.2	434,500	4.0	469,230	8.0	498,640	6.3	91,701	-81.6
	ニュージーランド	VFR	100,736	15.4	102,048	1.3	99,784	-2.2	97,682	-2.1	25,784	-73.6
	北マリアナ諸島	VFN	61,026	-24.5	50,944	-16.5	27,291	-46.4	17,121	-37.3	9,870	-42.4
	パラオ	TFN	29,237	-5.8	26,031	-11.0	22,416	-13.9	19,742	-11.9	5,762	-70.8
	ニューカレドニア	TFR	21,151	5.5	21,839	3.3	21,472	-1.7	21,670	0.9	5,050	-76.7
	仏領ポリネシア	TFR	12,174	6.4	12,808	5.2	9,912	-22.6	8,176	-17.5	1,071	-86.9
アフリカ	フィジー	TFR	6,274	3.0	6,350	1.2	11,903	87.4	14,868	24.9	2,252	-84.9
	エジプト	VFN	18,643	15.1	32,743	75.6	41,807	27.7	52,409	25.4	13,936	-73.4
	モロッコ	TFN	23,459	29.8	32,498	38.5	35,450	9.1	39,445	11.3	9,635	-75.6
	南アフリカ共和国	TFR	25,802	27.7	27,410	6.2	27,541	0.5	28,388	3.1	5,236	-81.6
	ジンバブエ	VFR	22,566	77.5	34,214	51.6	32,014	-6.4	20,766	-35.1	2,381	-88.5
	ニジェール	TFN	7,644	13.2	8,253	8.0	7,887	-4.4	9,648	22.3	4,290	-55.5
	ザンビア	TFR	7,420	-15.1	7,944	7.1	8,390	5.6	8,231	-1.9	1,235	-85.0
	タンザニア	VFR	5,633	26.2	6,888	22.3	7,393	7.3	6,257	-15.4	2,378	-62.0
	チュニジア	TFN	1,379	-33.4	1,875	36.0	5,454	190.9	8,061	47.8	1,800	-77.7
	エチオピア	TFR	5,006	-6.1	5,713	14.1	5,024	-12.1	4,800	-4.5	438	-90.9
欧州	ナイジェリア	VFN	11,662	-19.0								
	ドイツ	TCER	545,013	-15.8	584,871	7.3	613,248	4.9	614,638	0.2	95,782	-84.4
	スペイン	TFR	463,420	-23.7	444,518	-4.1	547,182	23.1	677,659	23.8	112,916	-83.3
	フランス	TFR	411,199	-39.7	484,580	17.8	540,169	11.5				
	イタリア	TFN	403,879	-4.3	385,971	-4.4	384,004	-0.5	372,979	-2.9	83,839	-77.5
	英国	VFR	367,501	13.8	433,196	17.9	428,952	-1.0	388,839	-9.4		
	オーストリア	TCER	208,710	-11.8	208,248	-0.2	220,198	5.7	256,355	16.4	36,849	-85.6
	スイス	THSR	197,567	-12.7	227,010	14.9	211,945	-6.6	212,617	0.3	17,138	-91.9
	クロアチア	TCER	120,971	-24.3	142,043	17.4	159,574	12.3	150,217	-5.9	7,360	-95.1

	訪問先	基準	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
			人	前年比 (%)	人	前年比 (%)	人	前年比 (%)	人	前年比 (%)	人	前年比 (%)
欧州	フィンランド	TCER	114,463	5.9	124,548	8.8	113,000	-9.3	119,104	5.4	26,201	-78.0
	ポルトガル	TCER	115,794	21.3	143,912	24.3	141,532	-1.7	145,033	2.5	31,188	-78.5
	オランダ	THSR	106,000	-22.1	117,000	10.4	119,000	1.7	131,000	10.1	22,000	-83.2
	チェコ	TCEN	105,771	-14.6	114,955	8.7	129,119	12.3	147,760	14.4	25,301	-82.9
	ポーランド	TCER	67,040	27.4	68,370	2.0	63,690	-6.8	67,632	6.2	10,254	-84.8
	ロシア	VFN	84,631	-3.0	101,827	20.3	105,251	3.4	112,286	6.7	12,822	-88.6
	ノルウェー	TCER	78,046	14.7	79,243	1.5	58,623	-26.0	55,092	-6.0	3,951	-92.8
	ハンガリー	TCEN	55,100	-14.8	66,234	20.2	66,239	0.0	67,131	1.3	11,369	-83.1
	ベルギー	TCER	50,253	-47.9	68,253	35.8	84,508	23.8	92,207	9.1	14,428	-84.4
	スウェーデン	TCER	46,432	8.9	47,536	2.4	46,004	-3.2	46,559	1.2	5,598	-88.0
	スロベニア	TCEN	33,543	-20.8	33,250	-0.9	36,138	8.7	33,916	-6.1	2,549	-92.5
	エストニア	TCER	23,953	4.8	28,831	20.4	31,786	10.2	30,256	-4.8	2,816	-90.7
	ラトビア	TCER	23,191	7.5	24,576	6.0	29,534	20.2	20,416	-30.9	2,358	-88.5
	リトアニア	TCER	22,674	7.4	23,028	1.6	28,158	22.3	27,318	-3.0	2,066	-92.4
	アイスランド	TFN	22,371	35.2	22,397	0.1	19,137	-14.6	18,512	-3.3	5,578	-69.9
	デンマーク	TCER	21,624	9.8	37,325	72.6	39,279	5.2	43,667	11.2	5,522	-87.4
	ブルガリア	VFR	15,012	21.4	14,898	-0.8	12,250	-17.8	12,024	-1.8	1,897	-84.2
	ルーマニア	VFR	14,057	-11.1	15,296	8.8	15,939	4.2	15,631	-1.9	2,668	-82.9
	サンマリノ	VFN	7,796	72.8	6,761	-13.3	7,087	4.8	9,804	38.3	699	-92.9
	ルクセンブルク	TCER	7,373	-21.1	6,673	-9.5	6,541	-2.0	7,574	15.8	2,166	-71.4
	スロバキア	TCEN	7,271	13.4	7,555	3.9	7,474	-1.1	9,691	29.7	1,651	-83.0
	ウクライナ	TFR	6,598	30.2	7,435	12.7	10,318	38.8	9,784	-5.2	4,629	-52.7
	ボスニア・ヘルツェゴビナ	TCER	6,137	-9.2	6,652	8.4	7,884	18.5	10,610	34.6	447	-95.8
	ジョージア	VFR	5,329	0.1	5,969	12.0	8,236	38.0	9,413	14.3	1,101	-88.3
	セルビア	TCEN	5,245	0.9	5,769	10.0	6,486	12.4	7,110	9.6	975	-86.3
	アルバニア	VFN	3,385	-21.0	5,483	62.0	6,405	16.8	6,543	2.2	512	-92.2
	カザフスタン	VFR	5,892	-8.7	8,682	47.4	8,257	-4.9	9,721	17.7	723	-92.6
	ギリシャ	TCER	51,380	-28.7	62,877	22.4	93,324	48.4	110,368	18.3	11,016	-90.0
北米	米国	TFR	3,603,786	-5.0	3,595,607	-0.2	3,493,313	-2.8	3,752,980	7.4	696,727	-81.4
	(ハワイ州)	TFR	1,487,979	0.4	1,525,343	2.5	1,489,778	-2.3	1,576,205	5.8	289,137	-81.7
	カナダ	VFR	322,220	9.3	311,324	-3.4	260,755	-16.2	260,374	-0.1	31,626	-87.9
	メキシコ	TFN	132,976	12.0	151,043	13.6	156,471	3.6	153,894	-1.6	41,349	-73.1
中南米	ブラジル	TFR	79,754	13.8	60,342	-24.3	63,708	5.6	78,914	23.9	20,476	-74.1
	ペルー	TFR	47,090	-14.9	48,171	2.3	47,605	-1.2	40,734	-14.4	9,666	-76.3
	キューバ	VFR	22,150	60.6	22,020	-0.6	19,311	-12.3	15,545	-19.5	3,799	-75.6
	ボリビア	TFN	16,212	-6.2	14,487	-10.6	13,638	-5.9	12,980	-4.8	5,586	-57.0
	チリ	TFN	15,863	5.0	16,998	7.2	16,511	-2.9	16,691	1.1	4,258	-74.5
	コロンビア	TFR	7,400	2.2	7,581	2.4	8,138	7.3	7,506	-7.8	1,694	-77.4
	パナマ	VFR	4,642	-14.4	5,396	16.2	6,153	14.0	4,633	-24.7	1,100	-76.3
	コスタリカ	TFN	5,401	-1.1	5,955	10.3	6,460	8.5	6,692	3.6	1,743	-74.0
	エクアドル	VFN	4,790	-10.0	5,855	22.2	5,553	-5.2	5,826	4.9	1,257	-78.4
	パラグアイ	TFN	4,657	7.7	3,761	-19.2	3,198	-15.0	3,349	4.7	837	-75.0

資料：日本政府観光局 資料(出典：国連世界観光機関 (UNWTO)「Yearbook of Tourism Statistics, Data 2016-2020, 2022 Edition」、各国政府観光局、各国統計局)に基づき観光庁作成

◆備考：基準

N：国籍別統計 R：居住地別統計 F：国境到着者数 CE：登録観光施設到着者数

V：日帰りを含む旅行者数 T：宿泊を伴った旅行者数 HS：ホテル到着者数

注1：本表には国境到着者数、ホテル到着者数などの統計が混在しており、集計基準が異なるため、同一指標としての比較はできない。
特にヨーロッパの比較においては注意を要する。

注2：米国の数値には、米国本国(全米50州とコロンビア特別区)への入国者の他、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島などの地域への入域者が含まれる。

注3：ハワイ州の数値は米国の内数である。

注4：サイパンは北マリアナ諸島に属する。

注5：各国の数値は、統計基準の変更、数値の非整合性などの理由により、その都度、過去にさかのぼって変更されることがある。

注6：数値は、2022年(令和4年)6月現在のものである。

資料6 都道府県別の延べ宿泊者数・宿泊施設の客室稼働率（2022年（令和4年））

	全体延べ宿泊者数 (万人泊)	日本人延べ宿泊者数 (万人泊)	外国人延べ宿泊者数 (万人泊)	客室稼働率
全国	45,046	43,396	1,650	46.6%
北海道	2,917	2,831	86	46.9%
青森県	408	405	3	53.7%
岩手県	504	501	3	49.4%
宮城県	838	832	7	51.2%
秋田県	277	276	2	44.8%
山形県	404	401	3	43.0%
福島県	879	876	4	40.2%
茨城県	527	522	6	49.5%
栃木県	932	925	7	51.5%
群馬県	710	705	5	43.6%
埼玉県	464	458	6	54.5%
千葉県	2,280	2,195	85	52.7%
東京都	5,904	5,226	678	52.8%
神奈川県	2,209	2,158	51	50.8%
新潟県	840	831	9	40.5%
富山県	307	303	4	45.5%
石川県	655	646	9	42.7%
福井県	271	270	1	42.5%
山梨県	687	670	17	36.5%
長野県	1,417	1,399	18	34.0%
岐阜県	549	537	12	40.8%
静岡県	1,831	1,814	17	45.2%
愛知県	1,581	1,547	34	49.6%
三重県	688	683	5	49.9%
滋賀県	356	351	4	46.0%
京都府	2,111	1,970	141	41.1%
大阪府	3,052	2,839	213	44.2%
兵庫県	1,263	1,251	13	48.0%
奈良県	207	204	3	34.5%
和歌山県	403	395	7	40.0%
鳥取県	188	187	1	36.2%
島根県	287	286	1	53.1%
岡山県	458	452	6	48.6%
広島県	853	839	14	50.9%
山口県	392	388	5	56.5%
徳島県	184	182	2	43.9%
香川県	324	321	3	46.3%
愛媛県	376	373	3	47.3%
高知県	256	255	1	47.1%
福岡県	1,399	1,339	61	46.8%
佐賀県	199	197	2	43.4%
長崎県	634	625	10	47.5%
熊本県	630	620	10	48.5%
大分県	630	613	17	45.9%
宮崎県	330	328	2	50.1%
鹿児島県	609	605	4	43.7%
沖縄県	1,823	1,765	58	42.2%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。「外国人」には国・地域（出身地）不詳を含む。

注2：客室稼働率とは、総客室数に対する利用客室数の割合を計算したものであり、例えば、総客室数2室のうち1室を利用した場合、客室稼働率は50%となる。

資料7 都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率(2022年(令和4年))

(%)

	全体	宿泊施設タイプ				
		旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所
全国	46.6	33.1	43.4	56.7	50.1	21.2
北海道	46.9	36.7	30.0	60.6	53.3	16.2
青森県	53.7	30.7	32.6	68.0	54.1	17.8
岩手県	49.4	32.9	38.0	62.8	65.3	22.2
宮城県	51.2	40.0	38.7	58.8	54.1	37.2
秋田県	44.8	37.3	43.9	58.3	51.6	13.5
山形県	43.0	30.9	36.1	56.7	60.0	14.3
福島県	40.2	27.3	42.4	54.4	59.6	14.7
茨城県	49.5	28.1	38.9	55.4	57.4	13.0
栃木県	51.5	41.1	48.6	66.2	55.0	14.1
群馬県	43.6	40.2	41.7	58.9	37.3	14.3
埼玉県	54.5	23.3	34.6	59.2	66.6	23.3
千葉県	52.7	35.4	63.9	58.0	51.9	18.8
東京都	52.8	38.3	31.4	58.6	48.2	39.9
神奈川県	50.8	40.4	55.3	65.9	60.2	27.4
新潟県	40.5	28.7	25.6	58.2	54.8	16.2
富山県	45.5	32.1	36.9	52.7	57.9	13.9
石川県	42.7	33.4	40.8	49.2	54.2	18.0
福井県	42.5	27.9	53.2	65.3	46.2	18.5
山梨県	36.5	26.3	47.0	56.1	43.4	18.2
長野県	34.0	25.5	30.3	63.7	58.5	11.8
岐阜県	40.8	33.0	35.0	56.5	39.1	13.3
静岡県	45.2	39.9	38.4	61.0	52.8	20.3
愛知県	49.6	23.7	34.2	59.8	38.2	27.6
三重県	49.9	36.0	45.3	62.1	66.4	21.8
滋賀県	46.0	31.4	45.4	60.0	43.1	18.8
京都府	41.1	31.5	38.7	49.6	44.1	21.5
大阪府	44.2	27.4	52.3	44.8	45.1	34.2
兵庫県	48.0	32.9	48.9	58.9	61.5	14.3
奈良県	34.5	25.4	62.0	34.0	52.9	24.6
和歌山県	40.0	26.7	45.0	64.4	64.5	22.2
鳥取県	36.2	37.8	34.9	41.4	68.7	10.7
島根県	53.1	41.6	45.2	67.5	59.9	10.8
岡山県	48.6	24.5	33.8	59.8	52.9	18.9
広島県	50.9	32.8	47.7	57.7	56.5	17.6
山口県	56.5	36.2	45.3	64.7	60.7	15.3
徳島県	43.9	32.4	56.3	53.9	49.8	18.9
香川県	46.3	44.9	48.9	51.8	51.3	16.6
愛媛県	47.3	37.2	56.8	57.8	54.6	11.7
高知県	47.1	34.8	42.5	60.7	58.1	14.6
福岡県	46.8	25.1	28.4	50.4	58.0	22.5
佐賀県	43.4	41.5	40.7	50.8	61.8	12.6
長崎県	47.5	33.7	46.8	61.9	56.0	10.0
熊本県	48.5	37.0	35.2	61.4	52.6	19.4
大分県	45.9	38.6	46.2	55.2	76.8	19.4
宮崎県	50.1	41.0	30.1	62.6	61.8	10.2
鹿児島県	43.7	34.6	35.6	53.7	55.5	24.1
沖縄県	42.2	23.8	48.2	50.1	44.3	23.9

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：客室稼働率が最も大きかった都道府県を朱書きで示している。

資料8 日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額の推移

(円/人回)

	2018	2019	2020	2021	2022
国内旅行	36,462	37,355	33,993	34,240	41,146
宿泊旅行	54,300	55,054	48,365	49,323	59,174
観光・レクリエーション	60,645	60,995	54,209	56,240	64,023
帰省・知人訪問等	42,458	42,390	35,895	35,762	43,401
出張・業務	52,091	56,253	49,975	50,839	66,012
日帰り旅行	17,285	17,334	16,589	17,328	18,540
観光・レクリエーション	16,712	16,870	17,009	17,251	18,420
帰省・知人訪問等	18,177	18,262	15,615	18,689	19,296
出張・業務	19,017	18,723	15,852	16,386	18,367
海外旅行	225,590	241,698	—	—	—
観光・レクリエーション	219,757	259,847	—	—	—
帰省・知人訪問等	197,553	186,458	—	—	—
出張・業務	251,138	200,996	—	—	—

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：海外旅行については、旅行中の海外での消費額のほか、国内における消費額も含む。

注2：2020年（令和2年）以降の海外旅行については、新型コロナウイルス感染症の影響により、十分な回答が得られなかったため、「—」で表章している。

資料9 日本国内における旅行消費額の経済波及効果（2021年（令和3年））

(兆円) (兆円) (万人)

	旅行消費額 (最終需要)	生産波及効果			付加価値効果			雇用効果		
		直接効果	波及効果 (直接 + 1次効果)	波及効果 (直接+1次 + 2次効果)	直接効果	波及効果 (直接 + 1次効果)	波及効果 (直接+1次 + 2次効果)	直接効果	波及効果 (直接 + 1次効果)	波及効果 (直接+1次 + 2次効果)
2021年 日本国内における 旅行・観光消費の経済波及効果	10.3	9.8	15.9	18.8	5.2	8.2	9.9	91.6	133.8	155.9
産業全体に占めるシェア※		1.0%	1.5%	1.8%	0.9%	1.5%	1.8%	1.3%	2.0%	2.3%
乗数(波及効果/直接効果)			1.6	1.9		1.6	1.9		1.5	1.7
2020年 推計値	11.9	11.4	18.6	22.1	6.0	9.5	11.5	107.6	157.6	183.3
対前年増加率(2021年/2020年)	-13.7%	-14.0%	-14.9%	-14.8%	-12.7%	-14.0%	-14.0%	-14.8%	-15.1%	-15.0%

※産業全体に相当する数値

2021年産出額

1,031.6 兆円

2021年GDP(名目)

549.4 兆円

2021年就業者数

6,821 万人

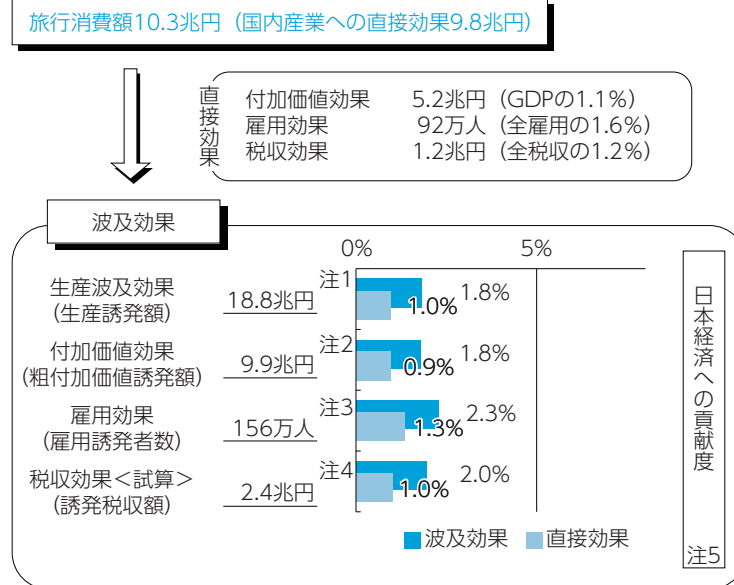
(10億円)

	実効税率	直接効果	波及効果	
			直接 + 1次効果	直接+1次 + 2次効果
間接税	6.9%	359	566	681
直接税				
個人	16.6%	386	624	738
法人	45.3%	491	775	975
合計		1,236	1,965	2,394
2021年度税収(122.0兆円)に占める割合		1.0%	1.6%	2.0%

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

注1：2021年度（令和3年度）税収は、国税収入（決算額）と地方税収入（決算額）を足し合わせたもの。

資料10 旅行消費が日本国内にもたらす経済波及効果 (2021年(令和3年))



資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

注1：国民経済計算における産出額1,031.6兆円に対応 (2021年(令和3年))。

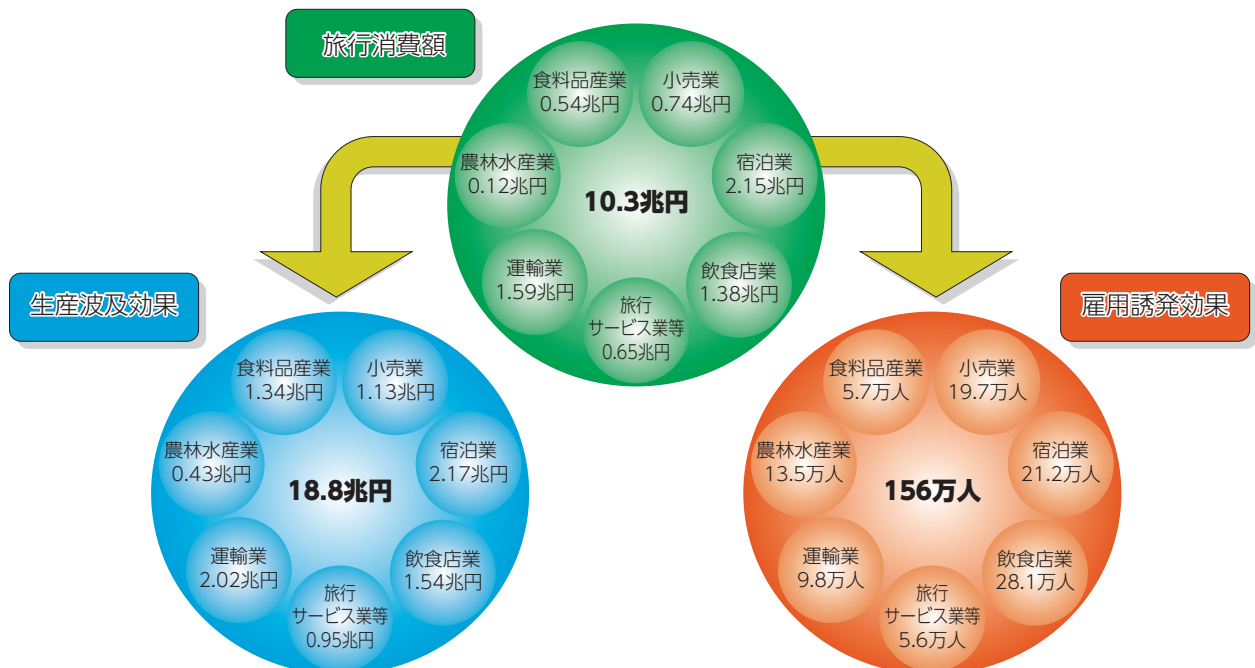
注2：国民経済計算における名目GDP549.4兆円に対応 (2021年(令和3年))。

注3：国民経済計算における就業者数6,821万人に対応 (2021年(令和3年))。

注4：国税+地方税122.0兆円に対応 (2021年(令和3年))。

注5：ここでいう貢献度とは全産業に占める比率。

資料11 旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済波及効果 (2021年(令和3年))



資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

注1：生産波及効果とは、新たな需要が生じた際に、結果として産業全体に生じた効果を示したものの(例えば、旅行・観光消費が発生し、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事者の給与の増加によりもたらされた産業全体の新たな生産を反映したもの)。