

前回分科会での主なご意見

前回分科会で挙げられたご意見(項目)

1. 観光産業における人手不足・生産性向上
2. 旅客運送事業における人手不足
3. 空港機能の強化・地方空港拡大
4. オーバーツーリズム対策
5. DMOの機能強化
6. インバウンド・アウトバウンドの強化
7. MICEの誘致・開催の促進
8. ユニバーサルツーリズムの推進
9. 休暇分散化

分科会でのご意見①

観光産業における人手不足・生産性向上

前回(第49回分科会)でのご意見

観光業の人手不足への対応をしていかなければならない。目標値の設定に対して、まずは受入体制づくりが急務であるが、そこで働く人の維持・増加に向け、他業種と比べて低い賃金となっている労働条件を向上させる必要がある。そのためには、さまざまな場面で価格転嫁をし、旅行料金の適正化を進めることで、生産性を向上していくことが求められる。

ライドシェアや様々な交通問題が取り上げられている中で、交通をはじめ、宿泊・ケータリング・技術者などMICE開催でも担い手不足が叫ばれており、大変重要である。

宿泊業に関する労働生産性について、賃金が低いことが当然問題だが、その背景には非正規の方、アルバイト等の方の割合が高くなっているという、雇用形態の構造的な問題もあると思うので、そうした情報も出した方が良いと思う。

今後の対応

観光業の人手不足の現状を踏まえ、観光庁においても取組を進めているところ（次頁参照）。生産性の向上に向けた取組や労働条件向上に向けた取組について、ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。

なお、宿泊業界における人手不足と客室稼働率の相関性については4頁のとおり。

観光業における正規・非正規雇用の状況については5～6頁のとおり。

観光地・観光産業における人材不足対策事業

- ・宿泊業ではインバウンドをはじめとする観光需要の急速な回復に伴い人手不足が顕著となっている。今後更なる増加が見込まれる観光需要を着実に取り込み、地方への旅行者数・旅行消費額等の増加といったインバウンドによる経済効果を最大限にするためにも、受け皿となる宿泊業の人手不足の解消が急務。
- ・人手不足の解消に向け、採用活動等の足下の対策、機械化・DX化推進のための設備投資支援等の短期的な対策、外国人材の活用等の中長期的な対策など、あらゆるフェーズの人手不足対策を総合的に実施。

①人材確保の促進

- 大型の合同企業説明会等における宿泊業の魅力発信イベントの実施等、事業者の採用活動を全面的に促進

(現役女将による転職イベントでの魅力発信・相談対応)



②外国人材の確保

- 特定技能試験の受験者を増やすためのジョブフェア等のPR活動、試験合格者の雇用のためのマッチングイベントの実施、観光地における外国語対応人材の確保等

(特定技能外国人材(宿泊業)のイメージ)



③人材活用の高度化に向けた設備投資支援

- 人手をかけるべき業務に人材を集中投下し、サービス水準向上・賃上げを実現するため、スマートチェックイン・アウト、配膳・清掃等ロボット、チャットボット、予約等管理システム(PMS)等の設備投資を支援

(スマートチェックイン・アウト)



(配膳ロボット)



④経営の高度化

- 「観光人材育成ガイドライン」に準拠した教育プログラムの充実等、経営の高度化を促進

(受講の様子)

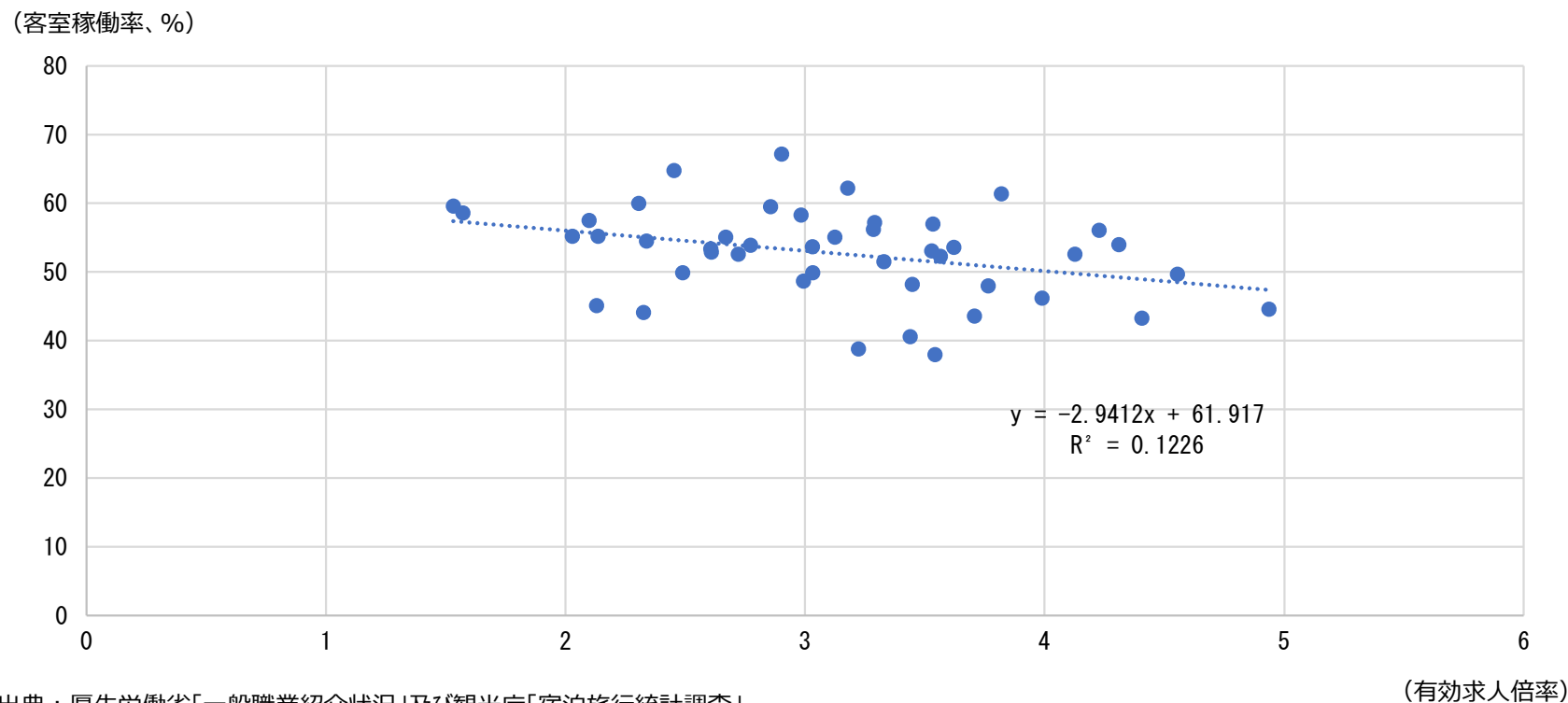


(R6年度九州産業大学実施プログラム)



- 求人倍率が特に高い東京及び石川を除くと、有効求人倍率（人手不足の指標）と客室稼働率に負の相関がある。人手不足が客室稼働率の上昇に歯止めをかけている可能性。

人手不足と客室稼働率（2023年）



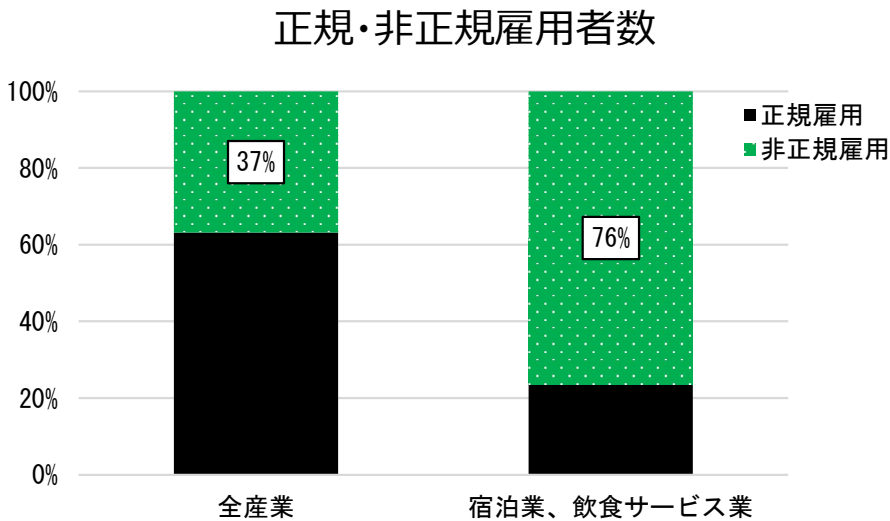
出典：厚生労働省「一般職業紹介状況」及び観光庁「宿泊旅行統計調査」。

注1：有効求人倍率は接客・給仕職業従事者。

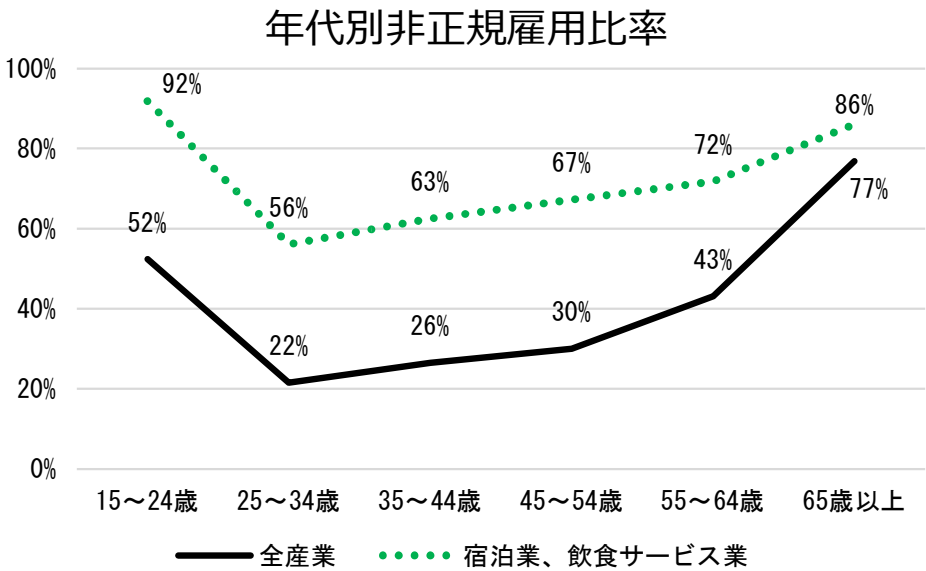
注2：求人倍率が6近辺にあった東京都と石川県を除いた。

正規・非正規雇用①

- 宿泊業、飲食サービス業の非正規雇用の割合は産業計に比べ、全年代を通じて高い。



出典：厚生労働省「労働力調査」
注1：役員を除く雇用者の正規・非正規雇用比率。

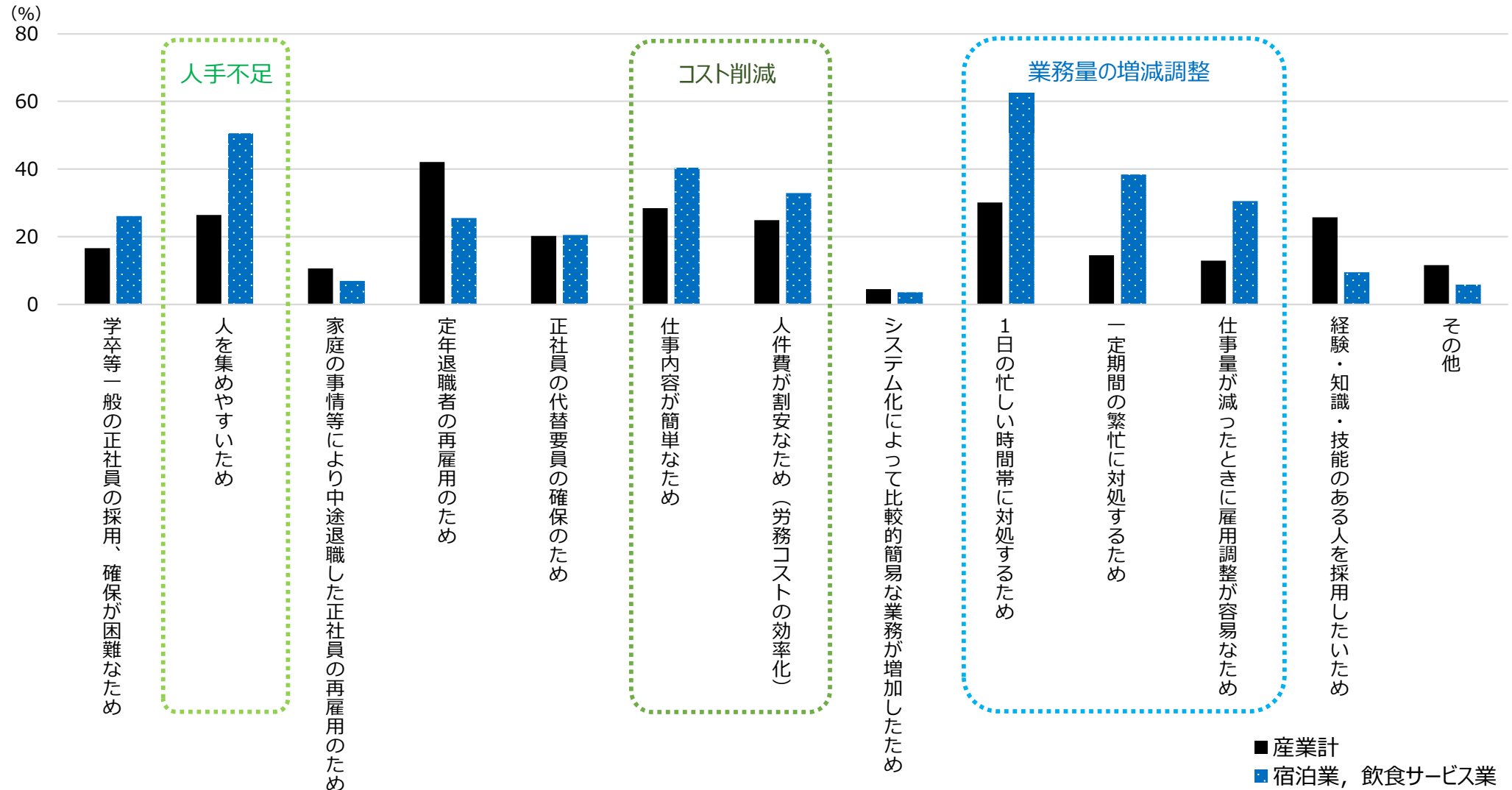


出典：厚生労働省「労働力調査」
注1：役員を除く雇用者に占める非正規雇用の割合。

正規・非正規雇用②

- 観光業（宿泊業、飲食サービス業）が非正規雇用者を雇う理由は業務量の増減調整が多く、繁閑の差が大きいという業界特性を反映している。
- その他、コスト削減や人手不足の理由も産業計に比べると多い。

パート・有期雇用労働者を雇う理由（複数回答）



出典：厚生労働省「雇用の構造に関する実態調査」（令和3年）に基づき、観光庁作成

分科会でのご意見②

旅客運送事業における人手不足

前回(第49回分科会)でのご意見

日帰り旅行はかなり激減している。今は募集型のツアーが日帰り旅行でウェイトを占めているが、ドライバーの改善基準告示の対応などがあり、こうした募集型のツアーが激減している。それに対してどういった対応ができるかは提起していく必要がある。

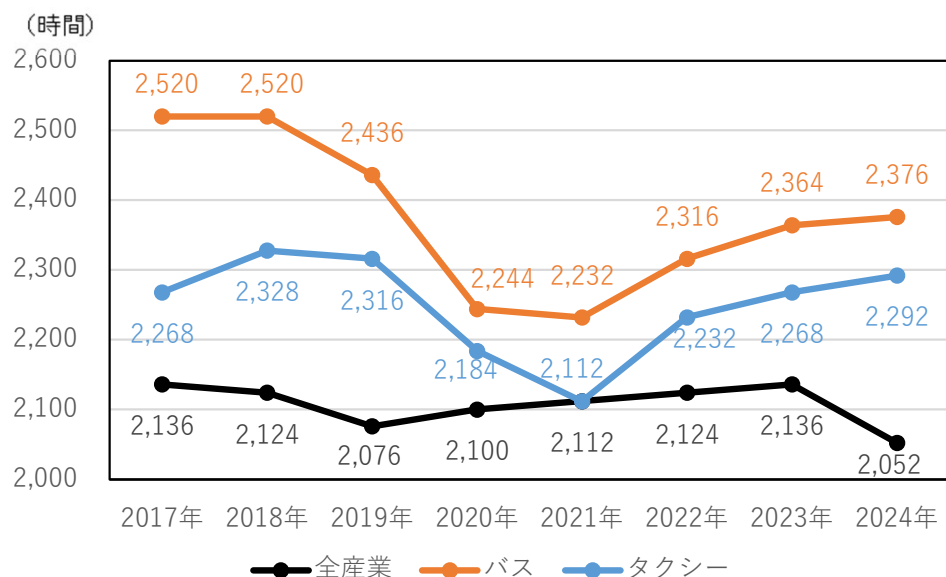
今後の対応

交通分野の人手不足（バス・タクシー等の旅客運送事業等）や「交通空白」の解消への対応について、国交省でも取組を進めているところ（次頁以降参照）。ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。

旅客自動車(バス・タクシー)運送事業の働き方をめぐる現状

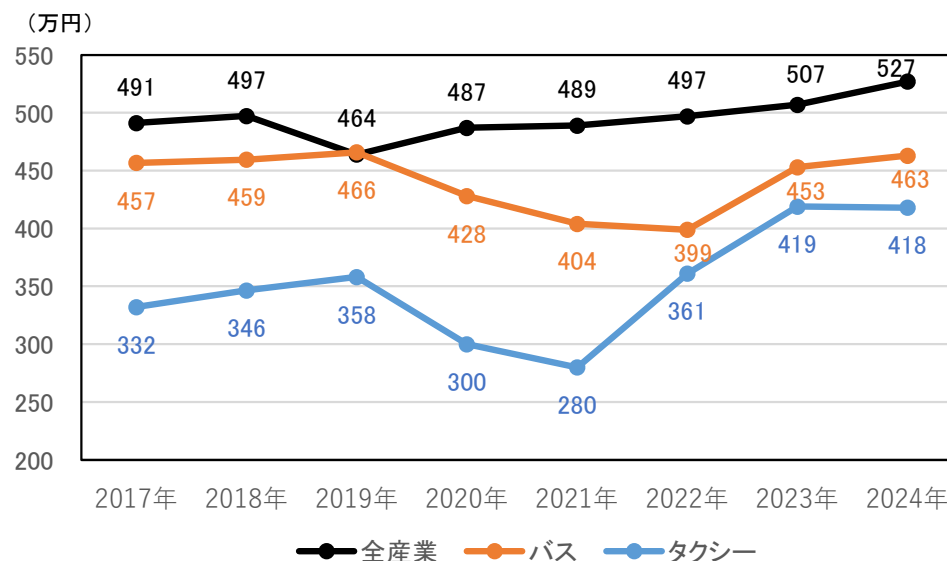
①年間労働時間

全職業平均より労働時間が長い。



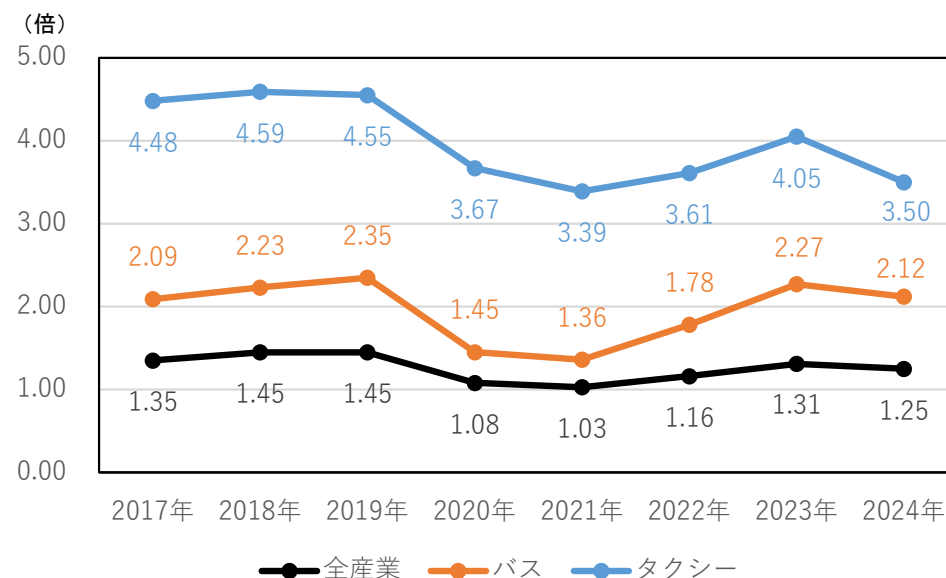
②年間賃金

全産業平均より年間賃金が低い。



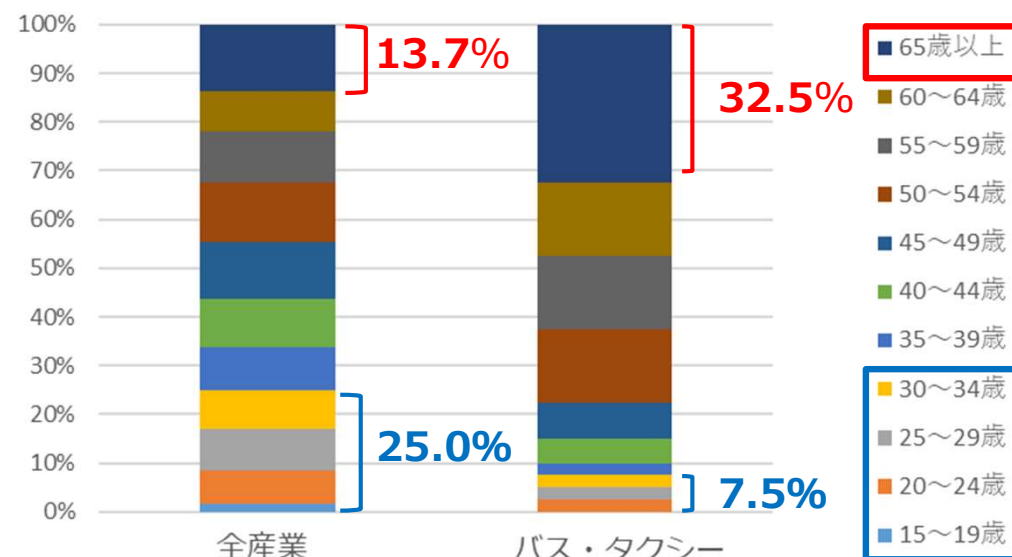
③人手不足

全職業平均より有効求人倍率が高い。



④年齢構成

全産業平均より若年層の割合が低く、高齢層の割合が高い。



バス分野における総合的な運転者不足対策

1. 早期の賃上げの促進

- バス運転者等の物価高騰水準を上回る賃上げを目指して、運賃改定を促進
- ・20年～30年、運賃改定ができていない事業者が多数。運賃改定の迅速化・簡素化などにより、運賃改定を促進
- ・運行費補助について、賃上げに資する運賃改定を行った事業者への支援を強化
- 貸切バスについて、令和5年8月に実勢約25%の値上げとなる新運賃を公示

2. 職場環境の改善

- 交通DX・GXの推進による業務効率化・省力化
 - ・運行管理支援システムの導入
 - ・キャッシュレスの加速化 等
- 職場環境の改善等に取り組む認証事業者に対する二種免許取得支援（補助金）の重点化
- 営業所等におけるロッカー設置や休憩スペースのリノベーション等、女性にも配慮した環境整備を推進

3. 二種免許取得支援の実施

- 旅客運送事業者等が人材確保のために行う、
 - ①CMなどの映像コンテンツ・HP作成などの広報活動
 - ②二種免許取得などの人材育成を後押し

4. 外国人ドライバーの活用

自動車運送業分野が、特定技能制度の対象分野として追加されたことを受け、外国人ドライバーの早期受入れに向けた準備を進めているところ。

- 乗務員等が安心して働くための環境整備や旅客に対する適切な情報提供等の観点から、氏名の掲示義務を廃止

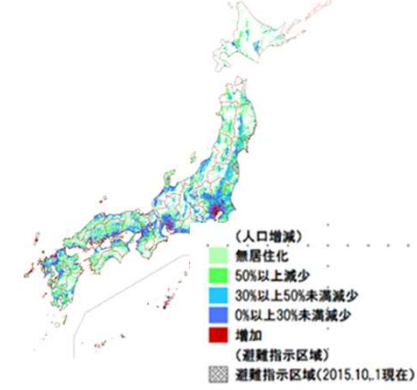


「交通空白」解消の取組について

地域交通を取り巻く現状

将来の人口増減

- 2050年には全国の約半数の地域で人口が50%以上減少（2015年対比）

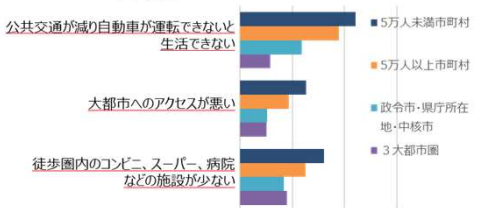


ドライバー数（2019年度→2022年度）

- 乗合バス：約12%減少
- タクシー：約18%減少

居住地域に対する不安(地域別)

- 公共交通が減り自動車が運転できないと生活できない：約40%
- 徒歩圏内のコンビニ、スーパー、病院などの施設が少くない：約30%



出典：地域の公共交通デザイン実証会議りまとめ

国土交通省における取組

国土交通省「交通空白」解消本部

地方運輸局・運輸支局による自治体、交通事業者への伴走支援

603 の首長への訪問



鳥取県米子市

26 の都道府県との連携



奈良県主催の勉強会

1318 の交通事業者への働きかけ



山口県タクシー協会

「交通空白」解消・官民連携プラットフォーム

お困りごとを抱える自治体、交通事業者と、幅広い分野の企業・団体群の連携・協働体制

★プラットフォーム会員（R7.5.20時点） 計1166者

- ① 745市町村・47都道府県、② 交通関係104団体
- ③ 70団体、④ パートナー企業200
- 今後も随時募集



R6/11/25 第1回会合（約500名が参加）

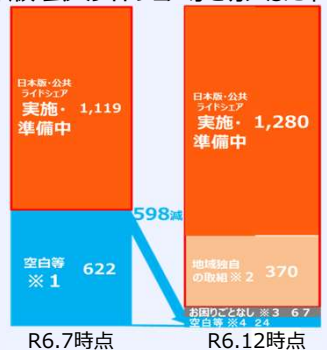
「交通空白」解消に向けたツールの着実な浸透

「地域の足」「観光の足」確保に向け日本版・公共ライドシェア等の仕組みの導入が全国で進展。

- ※1 令和6年5月調査時点で日本版・公共RS未着手の自治体（未回答含む）
- ※2 乗合タクシー、AIオンデマンド、コミュニティバス等
- ※3 既に乗用タクシーが充足している認識であり、現状新たな取り組みを行う予定なし
- ※4 今後の方針決定に向けて鋭意相談中

出典：第3回 国土交通省「交通空白」解消本部

日本版・公共ライドシェア等を導入した市町村



「交通空白」解消に向けたパイロットプロジェクトの展開

令和7年度は5分野を重点テーマに計20件程度の実証事業を展開(順次公表)



「集中対策期間(令和7～9年度)」の対応

全国の個々の「交通空白」※解消に向けた道筋を定める（※全1741自治体を対象に調査を実施中）

「交通空白」解消に向けた取組方針

- 1) 目の前の「交通空白」への対応
- 2) 「交通空白」解消に向けた持続可能な体制づくり など

国による総合的な後押し

- 運輸局等による 伴走支援
- 民間の技術・サービスの導入
- ガイダンス等 支援ツールの提供
- 共同化・協業化等 実装に向けた 枠組み構築
- 十分な財政支援

観光客の移動手段の確保・改善の必要性

- インバウンド6,000万人時代を見据え、個人旅行客が全国津々浦々の魅力ある観光地を訪れられるよう、移動手段を確保することが必要。
- 国土交通省「交通空白」解消本部において、改善を要する主要交通結節点をリストアップし、それぞれの地域に適した解決方策を推進しているところ。
- 今後、こうした取組の全国展開を図っていく。

一次交通



新幹線・特急等



飛行機



クルーズ船等

二次交通



鉄道



観光バス



乗合バス



タクシー



公共/日本版
ライドシェア



乗合タクシー

目的地



(三大都市圏・ゴールデンルート)



(地方主要観光地)



(知る人ぞ知る観光地)

新たな輸送サービスの導入 + 情報プラットフォームとの連携による「見える化」

地域の実情・ニーズに応じた移動手段の例

エリア毎の特性

移動手段

観光客が集中する
地域において、既存
路線バスの混雑が激化

①観光客向け
特急バス等



例：京都府京都市
観光客向けに京都駅から清水寺など
主要観光スポットへ直行する観光特急
バスを運行

既存のタクシーでは
多くの移動需要を
さばききれない

②乗合タクシー



例：長野県白馬村
宿泊施設周辺で夕食を取る訪日客の
移動需要に応えるため、AIオンデマンドタ
クシーの夜間運行を実施

紅葉や冬季等、需要
の季節変動が大きく、
多客期の輸送が課題

③タクシー等の
利用環境改善



例：北海道倶知安町・ニセコ町
スノーシーズンの移動需要への対応として、
域外の事業者から車両と乗務員の応援
派遣を実施

交通サービスがない、
またはほとんどない

④公共/日本版
ライドシェア



例：山形県尾花沢市（銀山温泉）
インバウンドの急増を受け、山形新幹線・
大石田駅からの移動手段不足に対応す
べく日本版ライドシェアを導入

空港機能の強化・地方空港拡大

前回(第49回分科会)でのご意見

インバウンド6,000万人の目標に向けて、エアーの問題や空港をどう整備していくかといった要素を盛り込んだ上で、このような対策を行っているため6,000万人が来ても問題ない、と言えるような姿を見せていく必要がある。

地方空港の便数が不足していると感じている。地方の空港を拡大することも誘客の鍵となるのではないか。そういった意味ではこの辺のデータ整備や分析があっても良いだろう。

今後の対応

国内主要空港での受入機能の強化や地方空港の拡大、グランドハンドリング、航空燃料の確保等、6,000万人の受入れに向けた取組を国交省としても進めているところ（次頁以降参照）。ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。

空港の受入機能強化に向けた取組状況

- 増加する航空需要に対応するため、本年3月、**福岡空港の2本目の滑走路と新たな国際線旅客ターミナル（増改築）の供用を開始**するとともに、**関西空域における新飛行経路の運用を開始**するなど機能強化を進めているところ。

福岡空港

第2滑走路供用開始（本年3月20日）

現状 17.6万回/年（38回/時）
供用後 18.8万回/年（40回/時）
～21.1万回/年（45回/時）※

※ 今後の需要動向を踏まえ、更なる処理能力の向上を目指す。具体的には、地元の理解を得た上で、進入方式の高度化による増枠を検討。



供用式典（本年3月2日）

新たな国際線旅客ターミナル供用開始（本年3月28日）

保安検査場、出国審査場、免税店等の機能を備えた増築部がグランドオープン。



第2滑走路

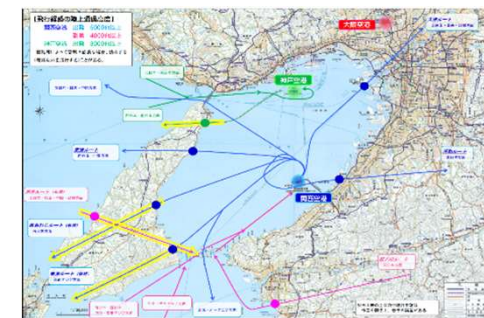


新たな保安検査場（国際線旅客ターミナル内）

関西国際空港・神戸空港

関西空域における新飛行経路の導入（本年3月20日）

本年3月20日から運用開始を予定している新飛行経路の導入により、発着容量の拡大を実現し、2030年前後に関西3空港全体で年間50万回の容量を確保する。



北風時の飛行経路（見直し後）

【関西国際空港】

- ・第1ターミナル（リノベーション）グランドオープン（本年3月27日）
- 保安検査場の拡張や新たな国際線ラウンジの開設等

【神戸空港】

- ・新たに国際チャーター便（週40便）を新規就航（本年4月18日～）
- ・第2ターミナル供用開始（本年4月18日）



関西国際空港 新保安検査場



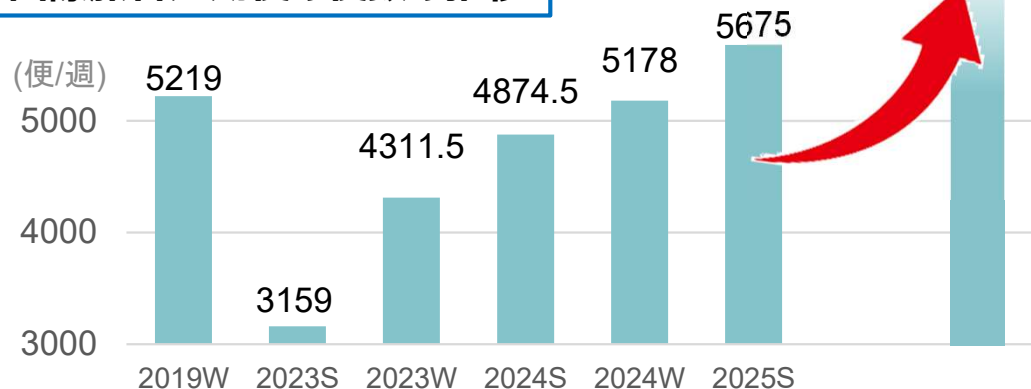
神戸空港第2ターミナル

グランドハンドリング・保安検査体制、航空燃料の確保

- 今後、訪日外国人旅行者数6,000万人を受入れ、地方への誘客を進めていくため、ゲートウェイとなる空港がボトルネックにならないように、**グランドハンドリング・保安検査体制、航空燃料の確保**など、さらなる空港の**受入機能強化に向けた取組を官民一体となつて着実に進めていく**。

- ✓ ハード・ソフトの両面から、さらなる航空需要を受け入れるための対策を強化することが必要。

国際旅客定期便の便数の推移



【出典】国土交通省公表資料（各期の国際定期航空便の主な動向）
(https://www.mlit.go.jp/koku/koku_tk1_000013.html)

航空燃料の確保

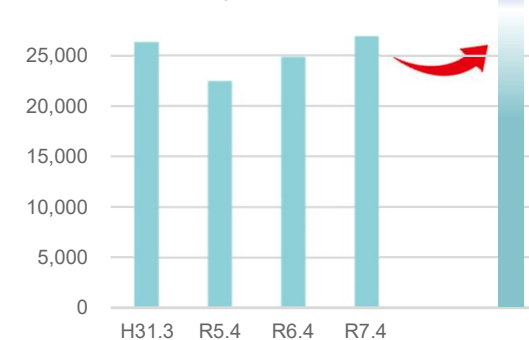
- ✓ 「航空燃料供給不足に対する行動計画」に基づき、以下の取組を官民一体で推進。
- ・ 航空燃料の需要量把握
 - ・ 供給力の確保
 - ・ 輸送体制の強化
 - ・ 定期的なフォローアップ

グランドハンドリング・保安検査体制の確保

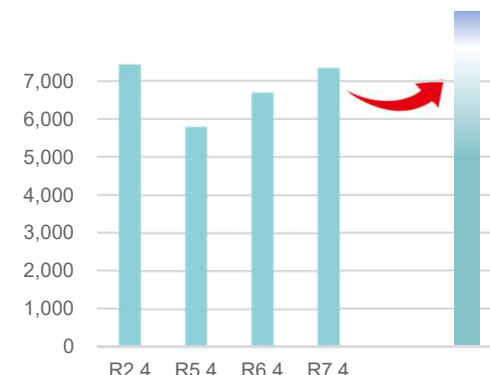
- ✓ 航空需要に対応するため、スマートレーンの導入等による生産性向上とあわせて、さらなる人材確保・育成に取り組む

グランドハンドリング従業員数

※主要各社の従業員数



保安検査員数



【出典】国土交通省航空局調査



スマートレーン

- **処理速度は従来型の2倍**
- 主要7空港の国際線保安検査場への導入が完了

屋久島空港滑走路延長事業

○屋久島空港において、首都圏からの直行便の就航を可能とし、交流人口の更なる拡大等を図るため、設置管理者である鹿児島県が令和6年度に着手した滑走路延長事業を引き続き実施する（補助事業）。

● 事業概要

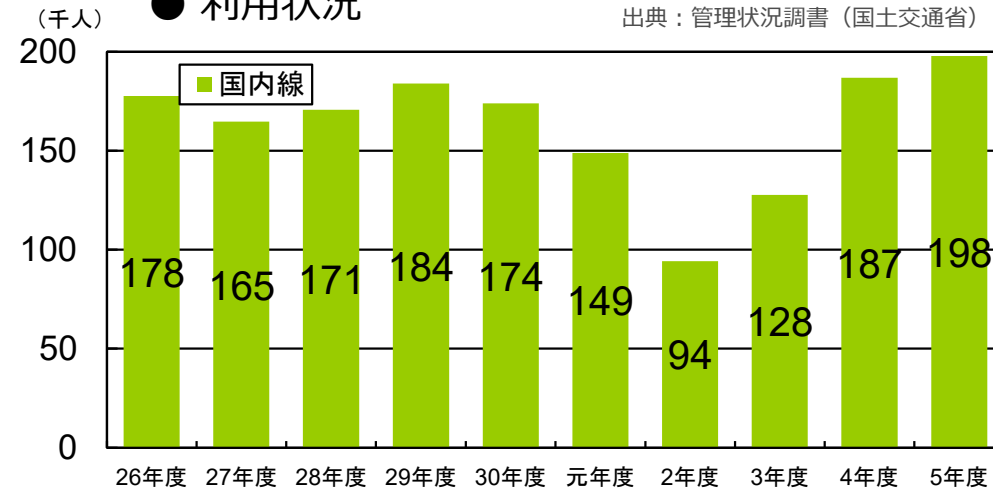
供用開始予定日 : 令和16年3月末※1
※1 航空法第40条に基づく告示

総事業費 : 約165億円※2
※2 直轄（無線・気象）・補助事業のみ
 旅客ビル拡張等の民間事業等除く

事業期間 : 令和6年度～令和15年度（予定）

● 利用状況

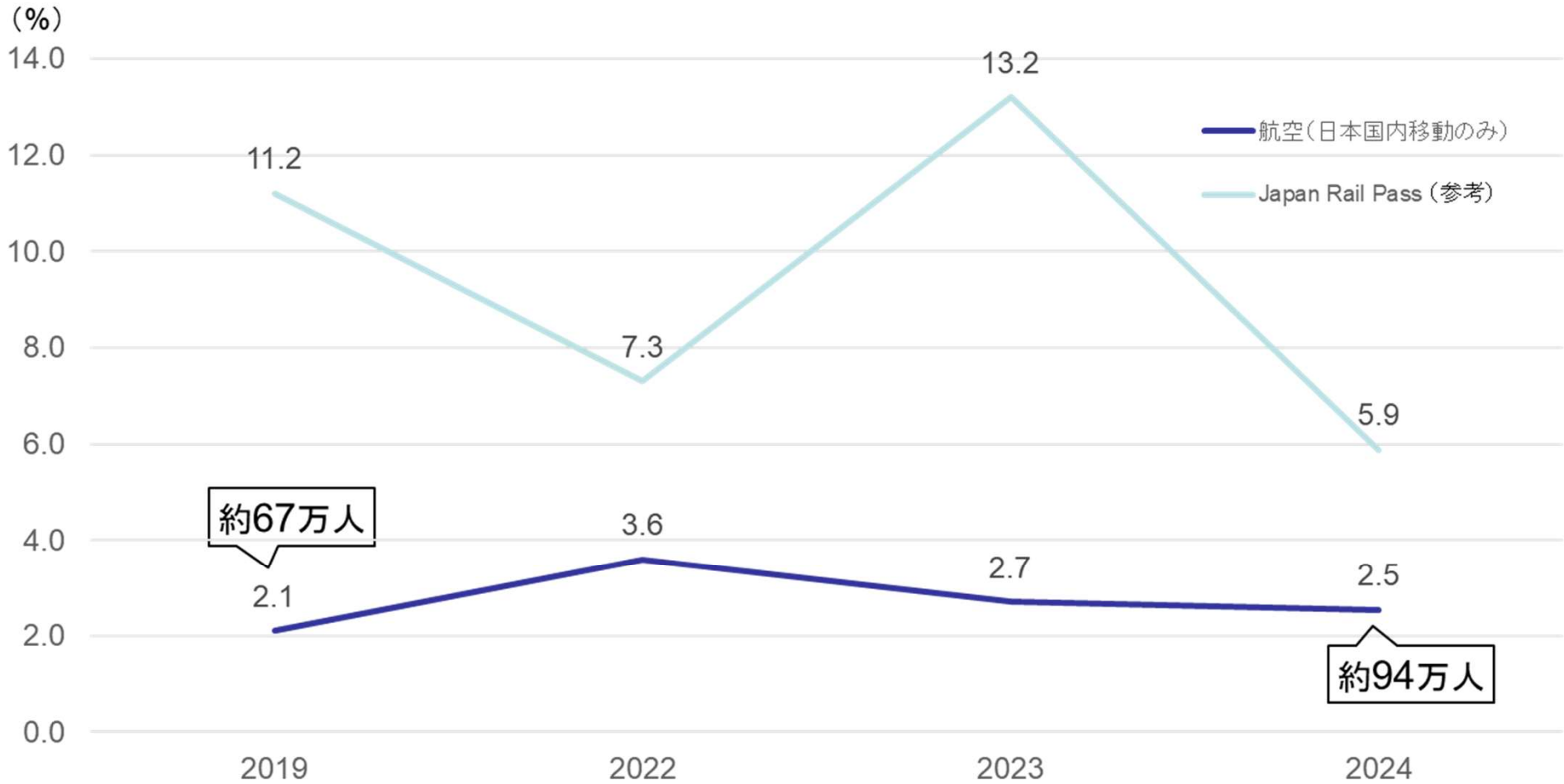
出典：管理状況調査（国土交通省）



航空（国内移動）を利用したインバウンド旅客の割合

- インバウンド旅客のうち、日本滞在中に「航空（国内移動）」を利用したのは、概ね 2 ～ 4 % 程度。
- 国内線旅客数（約 1 億人）のうち、インバウンド旅客が占める割合は数%にとどまると推計される。

【航空（国内移動）を利用したインバウンド旅客の割合】



約67万人

約94万人

(出典) 『観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データ』
(注) 人数 = 割合 × 訪日外客数 で算出

分科会でのご意見④

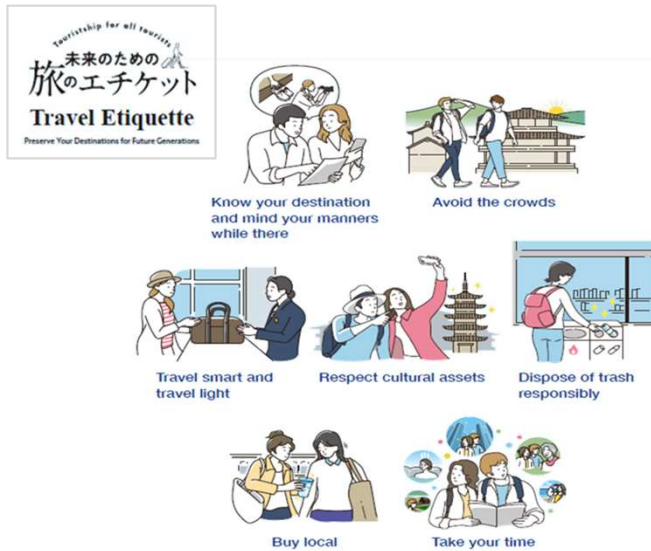
オーバーツーリズム対策

前回(第49回分科会)でのご意見	今後の対応
地域によっては<u>オーバーツーリズムによるマナーが問題になっている</u>例もある。<u>訪日観光客のマナーをよくするための施策をどう行っていくかが重要。</u>	観光客が集中する地域等における過度な混雑やマナー違反行為への対策として、観光客に対するマナー啓発や手ぶら観光サービスの展開を含む地域の実情に応じた取組を総合的に支援している（次頁以降参照）。ご指摘を踏まえ、今後も取組を進めるとともに、基本計画への記載を検討したい。
インバウンド観光客が移動する際、大きな荷物があるため一般の通勤・通学客が乗れなくなるという事例も多々ある。<u>手ぶら観光</u>できるような取組を実施して、<u>インバウンド観光客も地域住民も</u>双方が交通機関に乗れるような施策を観光庁として示していく必要がある。	
<u>ビジネスホテルも含めて宿泊費が高い。</u>価格が上がる要素はインバウンドの増加だけではないが、インバウンド観光客の増加の影響で価格が釣り上がっているのではという声もあり、<u>広い意味ではオーバーツーリズムではないか</u>という人もいる。<u>日本人が国内旅行をする場合の宿泊の問題も含めて</u>考えていく必要がある。	
サービスに応じた価格転嫁と、<u>二重価格の検討が必要。</u>ターゲットによる価格政策を考えていく時期である。	また、外国人宿泊者数の増加及び物価上昇に伴い国内宿泊旅行の宿泊費、飲食費の単価は上昇している（21頁参照） 地域住民とそれ以外での価格設定など、海外・国内の二重価格に関する事例は22～23頁のとおり。

マナー啓発コンテンツの策定や地域における取組例

- 訪日外国人旅行者を含めた観光客のマナー啓発に向けて、様々なコンテンツを作成している
- 各地域での活用を促しながら、引き続き観光客のマナー啓発活動に取り組んでいく

未来のための旅のエチケット (令和6年11月 作成)



マナー啓発用ピクトグラム (令和6年11月 作成)

(例)



ここから先は私有地です
立ち入らないで
Private Property:
Do not enter



荷物を預けて手ぶらで観光しよう
Store your bags here for
hands-free sightseeing

【ごみのポイ捨て対策】

収集したごみの圧縮、搭載率のモニタリングが可能なスマートごみ箱の整備が各地で進んでいる
(観光庁補助金を活用する例もあり)



奈良県での設置例

＜地域での活用事例：北海道小樽市＞

【課題】

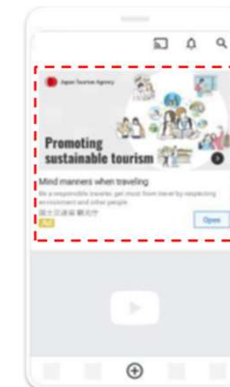
- ・ 私有地への立入りや車道にはみ出での写真撮影など、マナー違反行為が発生

【主な取組内容】

- ✓ 観光案内所におけるポスター掲示や、ウェブバナー広告で「旅のエチケット」を周知
- ✓ 駅や民家周辺といったマナー違反行為が見られるエリアに観光ピクトグラムを掲出



ポスターの掲載



※広告イメージ



Be aware of your surroundings
when taking photos
拍照摄影时请注意周围环境
拍照摄影時請注意周圍環境
촬영 시 주변에 주의

掲出したピクトグラムの例 19

手ぶら観光

空港 → 宿泊施設

実施主体：ヤマト運輸株式会社

○課題

- 羽田空港に到着した旅客の手荷物を宿泊先に直送することで、**移動途中にスムーズに観光できる**

○取組

- 羽田空港第三ターミナルにおいて、**多言語対応かつ非対面自動受付機**を本年10月に導入
- 連携する宿泊施設の拡大や小売業等の参画、他空港での展開も予定

※ 令和6年度補正予算事業で支援

空港内の受付カウンター
(イメージ)



非対面自動受付機

駅 → 宿泊施設・空港

実施主体：南海電気鉄道株式会社

○課題

- 関西空港に到着した旅客が大型手荷物を携行して移動すると、**トラブルや安全面の懸念**も
- 特に本年は、大阪・関西万博の開催に伴い、サービスの充実が喫緊の課題

○取組

- 関西空港駅と難波駅における**手荷物一時預かりと宿泊施設への配送サービス**を実施
(昨年度実績：約200個/月)
- SNSにおける発信や空港内でのイベント等で訪日客向けに周知を図る

※ 令和6年度補正予算事業で支援



手荷物の一時預かりの受付カウンター

宿泊施設 → 宿泊施設

実施主体：訪日外国人向け大型荷物輸送事業化に向けた推進協議会

○課題

- 国内各地を周遊する訪日客向けに、大型手荷物の別送サービスが有効と考えられる

○取組

- 山陽新幹線を活用した**九州方面への大型手荷物の即日輸送サービス**を2023年10月より開始
- 今年度、提携宿泊施設の拡大や、福岡発配送サービス導入を実施
- 訪日客がよく利用する旅行サイトにおける周知などを通じて、利用促進を図る

※ 令和6年度補正予算事業で支援



新幹線に荷物を積み込む様子

駐車場整備

駐車場の改修

実施主体：北海道美瑛町

○課題

- 町内の「セブンスターの木」は、大型観光バスの駐車スペースが不足。
- バスが集中する時間帯に路上駐車が発生し、近隣農家の作業車両の通行に支障。



観光大型バスの路上駐車

○取組

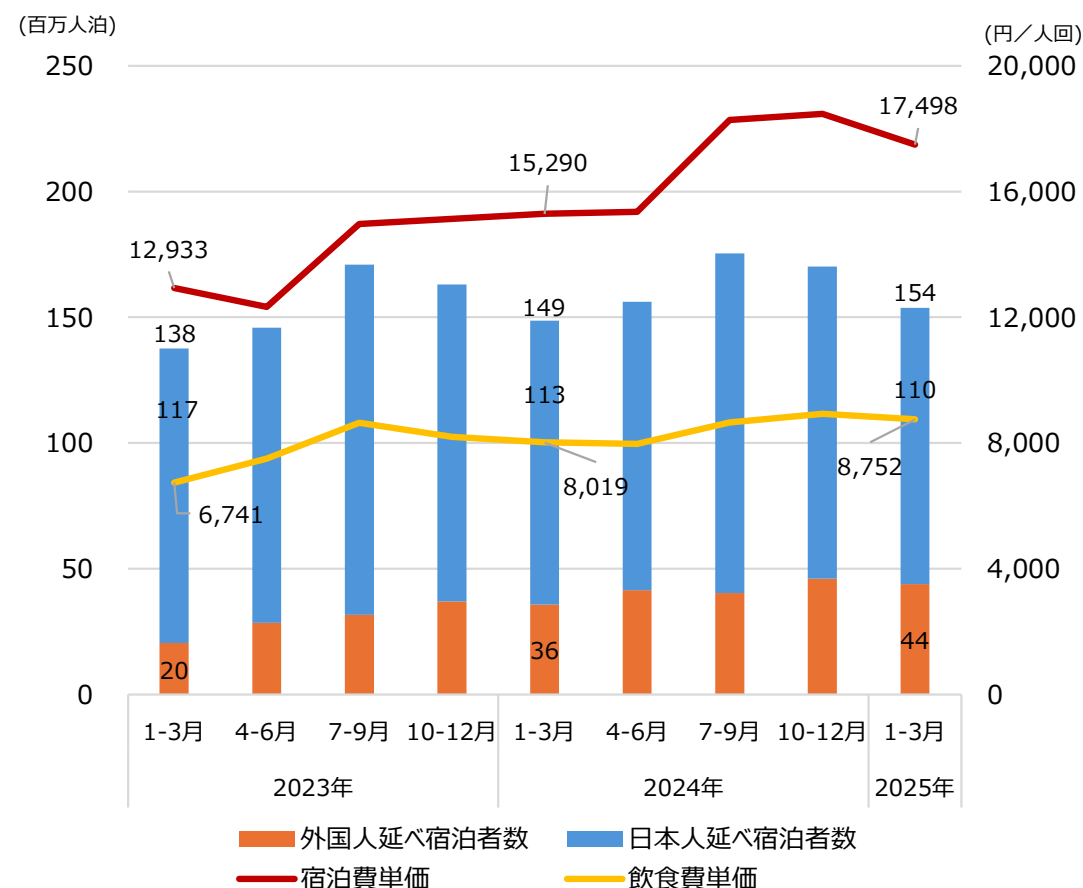
- 駐車場の改修により、バス収容台数が増加**(4台→10台)。
- 北海道警察と連携し、周辺の町道を**駐車禁止にする規制**や警察による定期巡回を実施。
- この結果、整備後には**路上駐車はほぼ見られなかった**

※ 令和5年度補正予算事業で支援

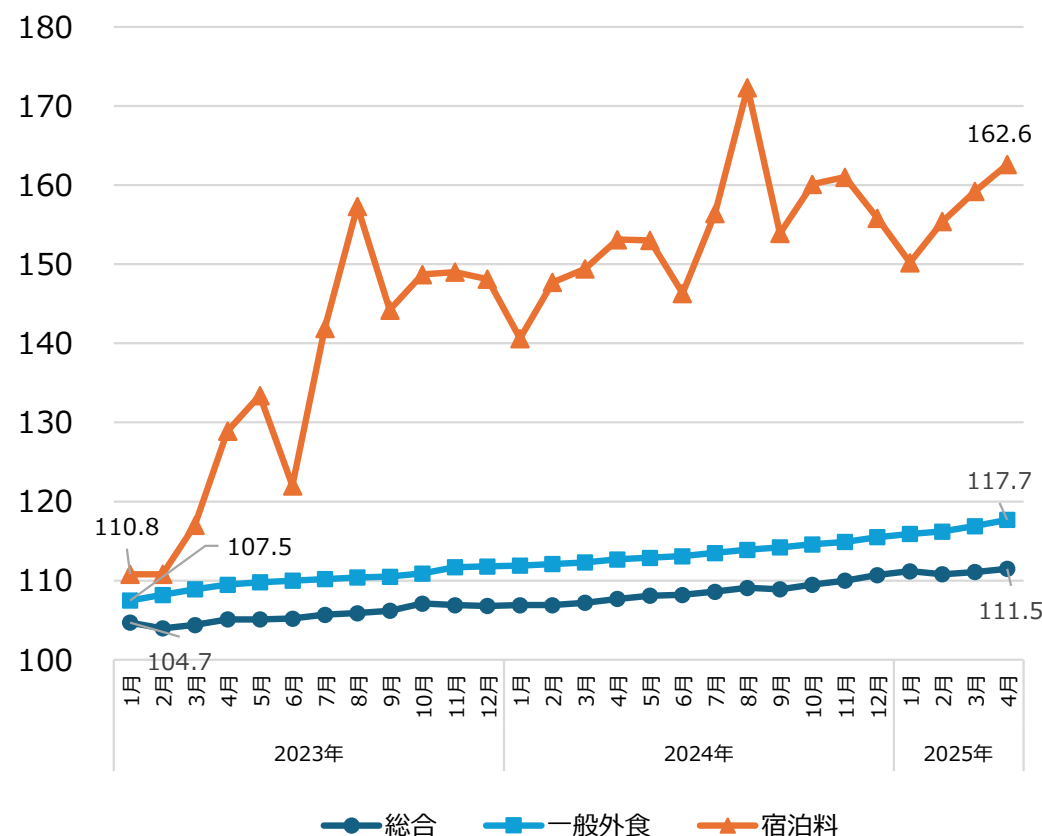
国内宿泊旅行における宿泊費等単価の推移

- 2025年1-3月の国内宿泊旅行における品目別単価：宿泊費 約1.7万円（前年同期比 14.4%増）
飲食費 約0.9万円（前年同期比 9.5%増）
- 2025年1-3月の延べ宿泊者数：約1.54億人泊（前年同月比 3.5%増）
- 外国人宿泊者数の増加及び物価上昇に伴い国内宿泊旅行の宿泊費、飲食費の単価は上昇している

延べ宿泊者数及び
国内宿泊旅行の品目別旅行単価の推移



消費者物価指数



出典：延べ宿泊者数は、観光庁「宿泊旅行統計調査」※2024、2025年は速報値
品目別旅行単価は、観光庁「旅行・観光消費動向調査」宿泊旅行（全目的）※2025年1-3月期は速報値

出典：総務省「消費者物価指数」に基づき、観光庁作成
2019年平均を100として指数化

二重価格の事例(海外)

世界各国で導入されている二重価格の例

国	施設	現地住民価格 (現地通貨・約円換算)	外国人観光客価格 (現地通貨・約円換算)	価格差の目安
インド	タージ・マハル	50ルピー (約90円)	1,100ルピー (約2,000円)	約22倍
カンボジア	アンコール・ワット	無料	37ドル (約5,500円)	- (現地住民無料)
エジプト	ギザのピラミッド	60エジプトポンド (約180円)	700エジプトポンド (約2,100円)	約11倍
シンガポール	ガーデンズ・バイ・ザ・ベイ	20シンガポールドル (約2,300円)	32シンガポールドル (約3,700円)	約1.6倍
アメリカ	メトロポリタン美術館	NY州居住者等 任意額 (最低0.01ドル)	30ドル (約4,500円)	- (居住地による)
フランス	ルーブル美術館	EU圏在住18-25歳 無料	22ユーロ (約3,500円)	- (年齢・居住地による)

出典：各施設HPの情報を参考に記載（2025年5月末現在）

二重価格の事例(国内)

日本国内における二重価格、住民割の事例



二重価格

- 施設名：JUNGLIA OKINAWA (2025年7月25日開業予定)
- 民間事業者名：株式会社ジャパンエンターテイメント
- 国内在住者：大人6,930円(税込)
訪日外国人；大人8,800円(税込)
国内在住者は購入の際に、日本在住の住所、電話番号の登録が必要



住民割 (くっちゃんローカル割・住民優待)

- 民間事業者名：ニセコ東急グラン・ヒラフ、ニセコHANAZONOリゾート
- 倶知安町に住所登録している方：リフト1日券5,700円(税込)
上記以外の方：リフト1日券9,500円(税込)



住民割 (2026年3月から導入予定)

- 施設名：姫路城
- 姫路市民：入城料1,000円
市民以外：入城料2,500円
市民かどうかはマイナンバーカードで確認する方針。18歳未満は市民・市民以外を問わず全員無料にする。

出典：各施設HPの情報を参考に記載 (2025年5月末現在)

分科会でのご意見⑤

DMOの機能強化

前回(第49回分科会)でのご意見

宿泊税の正当性は負担以上の投資効果が得られるかという一点に限られてくる。負担以上の効果を出すには、その税をどう使うか。使うところはDMOが果たすことになるが、日本中にたくさんできているDMOが本当にちゃんと機能する必要がある。

補助金を出した施設・団体に対して何をしたかとか、どんな好循環を生んだのかというようなレポートを出していただくというようなことをさせてもいいのではないかと思う。

旅行消費額33.4兆円の中身に対して目標を持った方が良い。その内のどの程度が本当に地域にお金が落ちているかという視点が大事。

今後の対応

令和7年3月にDMOの登録に関するガイドラインを改正するなど、DMOの機能強化に向けて、観光庁でも取組を進めているところ（次頁以降参照）。ご指摘を踏まえた基本計画への記載を検討したい。

例えば、DMOの体制強化を図るため、外部専門人材の登用及び中核人材の確保・育成、安定的な財源確保に向けた計画策定等の取組を支援している。このような成果の事例は、今後共有してまいりたい。（姫路コンベンションビューローの事例：30頁参照）

経済波及効果をはじめとするKGI・KPIの設定と計測を、登録DMOの要件としている。各DMOがKGI・KPIを収集、分析、評価できるよう技術的支援等行いたい（下呂温泉観光協会の事例：31頁参照）。

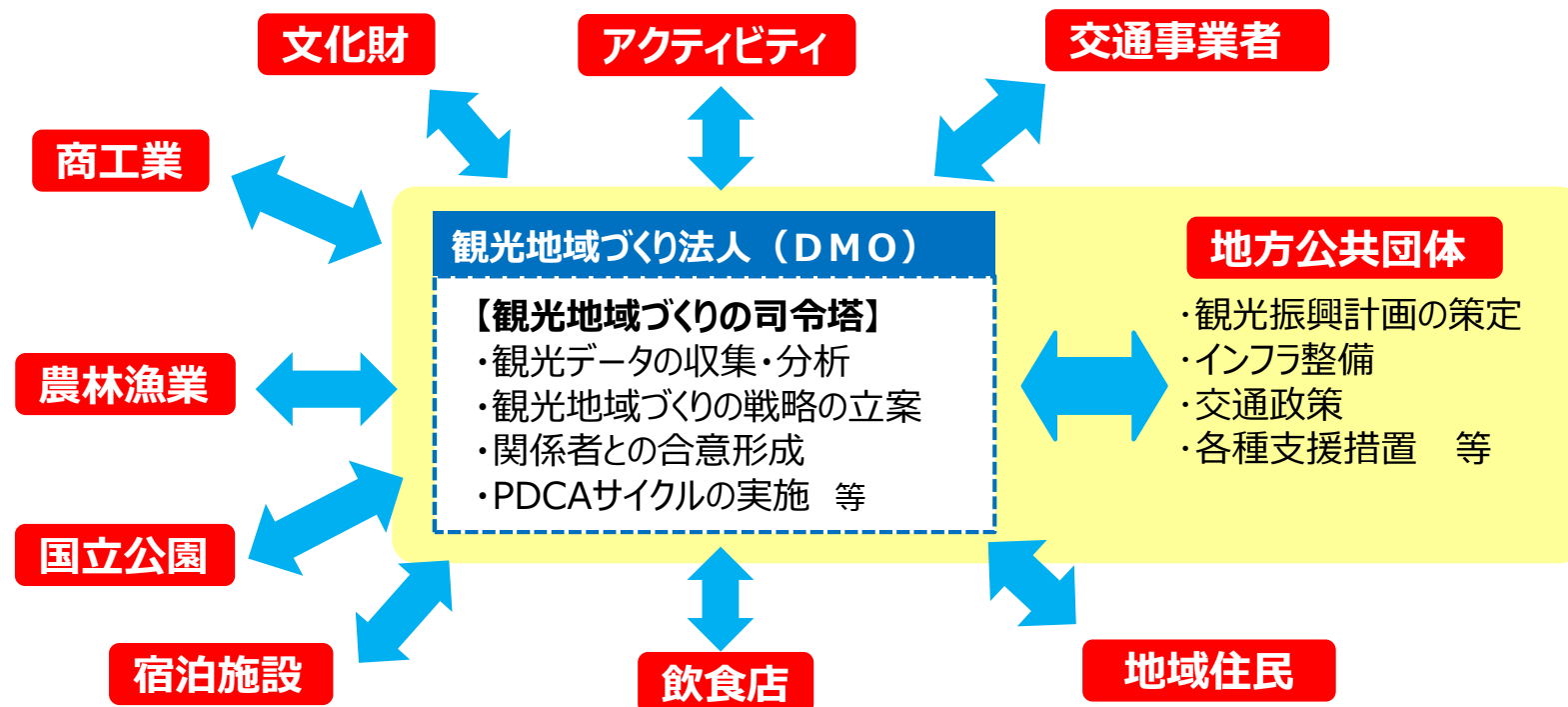
観光地域づくり法人（DMO）を生かした地方誘客の促進

- 地方の観光地をより魅力的にし、地方誘客を促進していくうえで、DMOがその役割を発揮することが重要。
- 全国に353法人あるDMOを活かして地方誘客を促進するため、以下の取組を実施。
 - ✓ DMOの機能強化に向けた先駆的DMOへの支援や、登録要件の強化、観光地経営人材の育成
 - ✓ DMOを中心とした高付加価値な観光地域づくりの取組への支援

観光地域づくり法人（DMO: Destination Management/Marketing Organization）

地域の多様な関係者を巻き込み、科学的アプローチを取り入れた**観光地域づくりの司令塔**となる法人

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



ターゲティング
等の戦略策定

観光コンテンツ
の造成

受入環境の
整備

地方誘客
旅行消費拡大

DMOの使命・観光地域づくりを成功に導くDMO

- 観光地域づくりを成功に導くためには、以下の5つの要素が重要。
- この実現に向けて、「地域の司令塔」として活動する組織「観光地域づくり法人（DMO）」が必要。
〔 DMO : Destination Management/Marketing Organization 〕

DMOの使命

持続可能な観光地域づくり

(○：重要な要素、×：誤った認識)

消費を促す工夫

- 地域資源をフル活用した体験消費・コト消費の創出
- 民間視点の積極的活用
- ×自治体から委託されたイベント事業など収益性の低い事業のみに特化

関係者の合意形成

- 地域住民の理解
- 多様な関係者の参画
- 戦略の策定
- ×一部の関係者のみでの合意形成

旅行者目線

- デジタル技術を活用
- データに基づく市場目線の発想
- ×長年の勘に頼った経営判断
- ×地域側の押し売り・思い込み

DMOを中心とした
観光地域づくり

適切な価格設定

- 価値に見合った値付け→マネタイズ（収益化）
- 付加価値の向上→新たな投資・人材育成の促進
- ×薄利多売の手法

メリットの地域還流

- 地域住民のメリット享受、地域産品等の仕入れ
- 地域内周遊
- ×特定事業者に過度に利益が集中する構造

- 広域連携DMO：地方ブロックレベルの区域を一体として、観光地域づくりを行う組織
- 都道府県DMO：単一都道府県の区域を一体として、観光地域づくりを行う組織
- 地域DMO：単一市区町村並びに複数市区町村にまたがる区域を一体として、観光地域づくりを行う組織

※ この3区分（広域連携DMO、都道府県DMO、地域DMO）は2025年10月より登録申請にあたって適用される区分であり、9月までは旧区分（広域連携DMO、地域連携DMO、地域DMO）での申請区分である。

「DMO登録制度」として353団体(※)が登録（2025年3月末時点） ※「登録DMO」登録数：323団体、「候補DMO」登録数：30団体

広域連携DMO

10団体

都道府県DMO

37団体

地域DMO
(旧地域連携DMO)

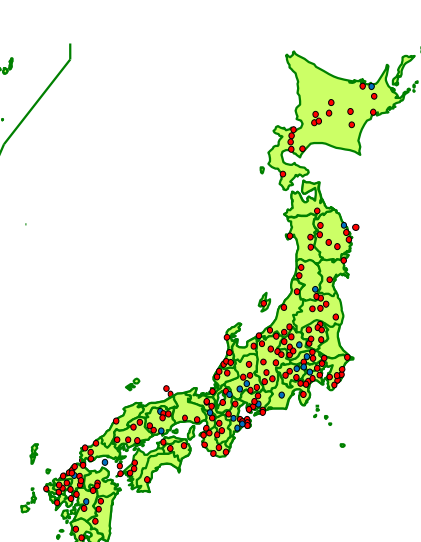
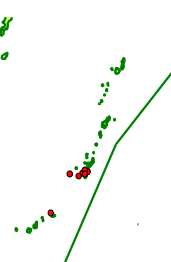
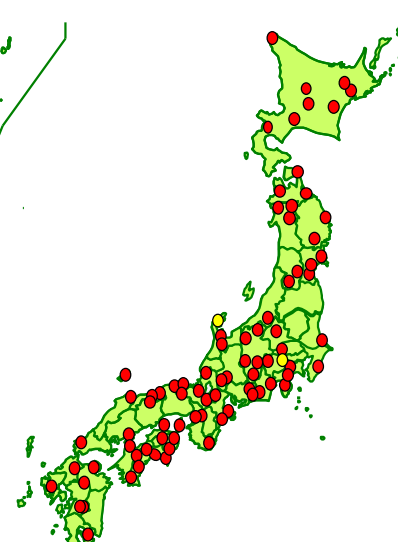
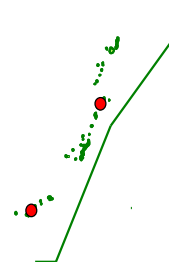
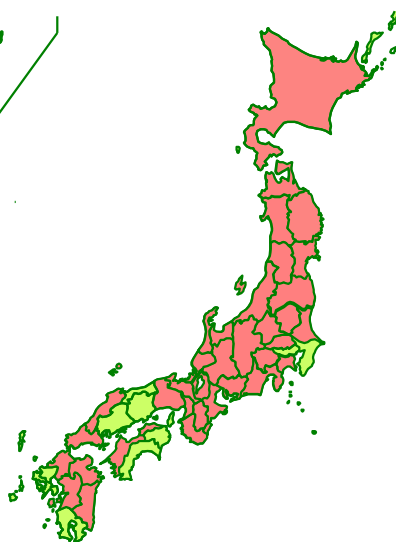
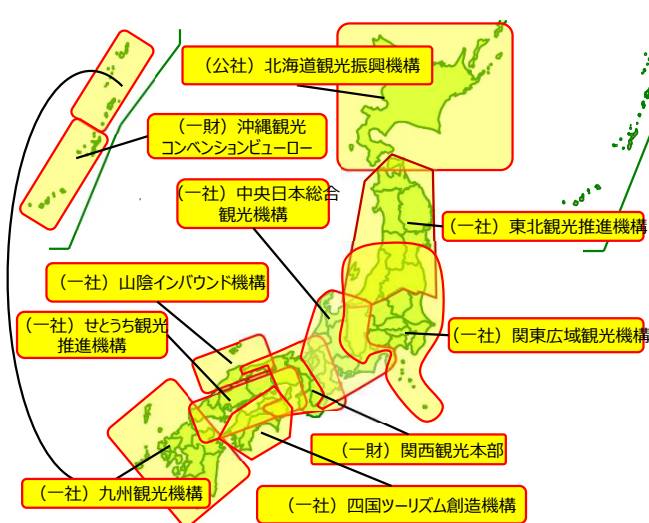
85団体

地域DMO

223団体

● …「登録DMO」
● …「候補DMO」

● …「登録DMO」
● …「候補DMO」



（公社）北海道観光振興機構及び（一財）沖縄観光コンベンションビューローは、広域連携DMO都道府県DMOを兼ねる予定。

DMOの登録制度に関するガイドライン改正

- 2030年までにインバウンド旅行者数6千万人、消費額15兆円の目標達成のため、各地域においては、地方誘客及び旅行消費拡大を持続可能な形で推進。
- **DMOによる観光地経営の高度化**のため、有識者会議の意見を踏まえ、2025年3月に「**観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン**」を改正。

ガイドライン改正の背景

- DMO制度設立以来約10年。登録DMO数は353法人（2025年3月末現在）
- オーバーツーリズムの未然防止・抑制をしつつ、地方への誘客を進めるために、**地域での体制構築が必要な状況**
- DMOは、**観光地域づくりの司令塔**として、これまで以上に**果たすべき役割が増大**



観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議（令和7年6月終了）

登録（更新含む）要件見直しのポイント

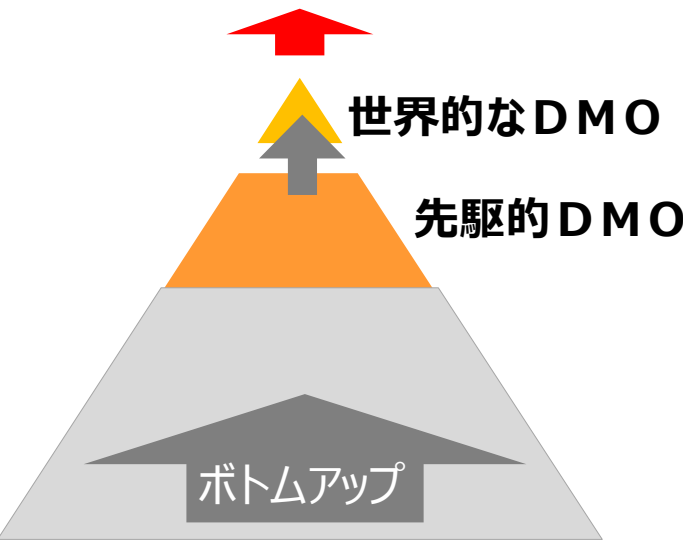
ポイント	主な内容
観光地経営戦略の策定を義務化	○ 観光地経営戦略に基づくPDCAの実施 ○ 科学的アプローチの徹底（10の必須KPIを設定し、観光地経営を管理）
組織体制の更なる強化	○ ガバナンス強化のための意思決定機関設置 ○ 常勤職員3名以上の配置 ○ 研修の受講を義務化
安定財源確保の強化	○ KPIとして安定財源確保率を設定し、補助金等に頼らない観光地経営を推進 ○ 実施計画に必要な予算と調達の見通しを示す財源計画の策定

先駆的DMOに対する支援

- 世界に誇る持続可能な観光地域を形成するためには、**DMOの活動の質を向上させることが重要**。
- 現在、先駆的DMOをモデル的に選定し、活動への支援を通じて、**先駆的DMOが更に質を高めるための支援のあり方**を検討し、その他DMOに展開する方針。

<令和5～6年度に支援した活動>

世界に誇る持続可能な観光地域づくり



DMO	観光地に対するマネジメント	旅行市場に対するマーケティング
田辺 DMO	○ 中長期の人材、財源に関する戦略・計画の策定	○ 市街地での滞在時間延長のためのコンテンツ整備・モニターツアーの実施 ○ 閑散期対策として、国内需要を取り込むための企業研修プログラムの策定
京都 DMO	○ 地域事業者に向けた対応力診断、改善支援サービスの実施	○ ブランディングの調査 ○ エリア内の事業者を対象とした、インバウンド向け観光コンテンツ造成の支援
下呂 DMO	○ データに基づく観光地経営戦略、KPIツリーの策定 ○ 地域住民の観光への理解促進に向けた素材の作成	

- 現在選定している4先駆的DMO
- (一社) 田辺市熊野ツーリズムビューロー
 - (公社) 京都市観光協会
 - (一社) 下呂温泉観光協会
 - (一社) 白馬村観光局 (R6.10選定)

※白馬DMOは先駆的DMOに選定され半年強しか経過していないので記載していない29

DMOの体制強化に係る支援

- DMOの体制強化を図るため、外部専門人材の登用及び中核人材の確保・育成、安定的な財源確保に向けた計画策定等の取組を支援。

制度概要（外部専門人材の登用）

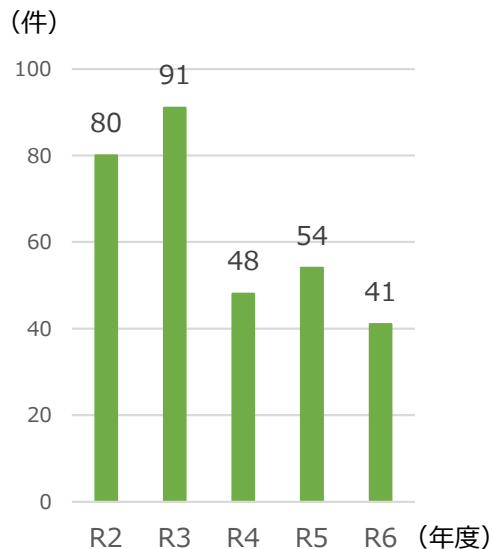
以下の専門的知見や外国人目線を有する外部専門人材の登用に係る費用を支援。

- ・ インバウンドデータの分析とそれに基づく誘客・観光消費戦略の策定
- ・ 外国人旅行者が快適かつ安全に周遊・滞在できる受入環境の整備
- ・ 外国人旅行者にとって魅力的なコンテンツの開発・強化
- ・ 国外向けの戦略的な情報発信・プロモーション

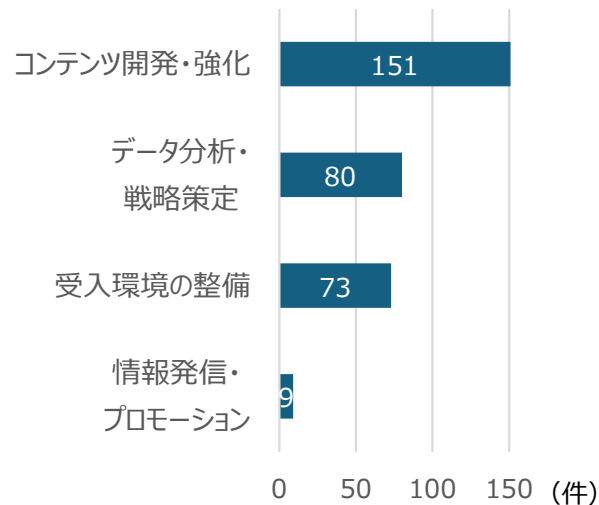
【定額補助／上限1,500万円】

登用実績

● 外部専門人材の登用件数



● 外部専門人材の分野ごとの登用件数 (R2～6年度)



活用事例

(地域DMO「姫路コンベンションビューロー」)

【戦略策定、職員のスキル向上】

- 専門人材を中心に、インバウンド誘客に向けた地域のありたい姿、DMOとして必要な機能、ロードマップ等を検討。
- インバウンドデータの収集・分析、個別施策の検討を行い、マスタープランとしてとりまとめる。
- 職員のスキルが向上したことで、取得したデータを活用したインバウンド情報等を、地域の事業者提供する仕組みを構築。



外部専門人材による事業者向けの勉強会

<成 果>

主要な観光資源である姫路城の外国人入場者数

R6年度 約55万人

(外国人割合 35.8%)

※過去最高を記録

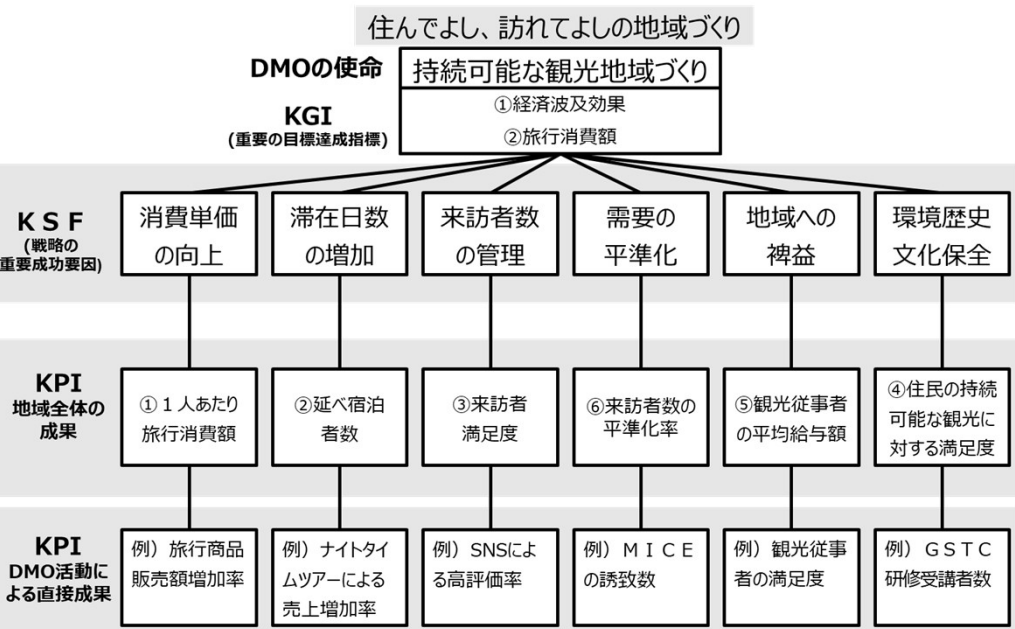
DMOにおける科学的アプローチに基づく観光地経営の強化

- ガイドライン改正においては、**科学的アプローチによる観光地経営の強化**を図ることとしている。
- 外部マネジメントに係る**10のKGI、KPIを導入**し、目標設定や管理等を行い、結果を公表しながら経営。
- ご指摘の観光消費の地域への裨益については、経済波及評価の取得により地域調達率等の把握が可能。

科学的アプローチによる観光地経営の強化

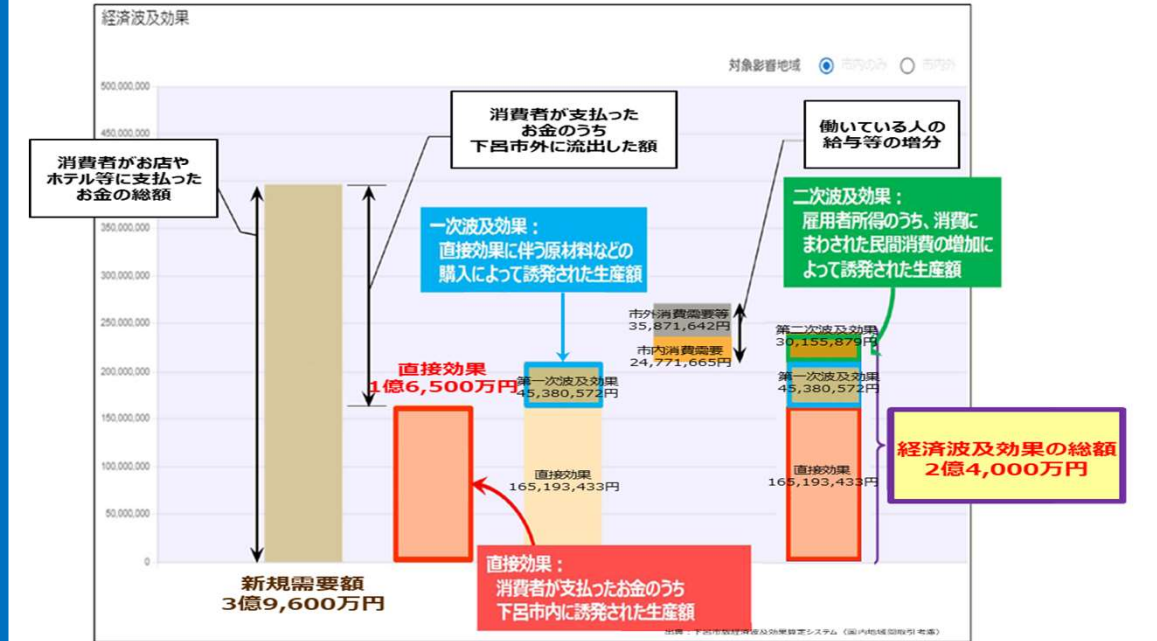
- ・ 取組の効果検証及び経年変化を適正に評価するため、KPIを設定。
- ・ 目標の達成状況を踏まえ、戦略の見直し等に活用する。

KPIツリー



取組事例 (地域DMO「下呂温泉観光協会」)

- 【観光の稼ぐ力を導きだす科学的アプローチ】
- 産業連関表及び宿泊データ分析システムを用いて、市内の経済波及効果を計測。観光による裨益を見える化し、観光消費がどれだけ地域に還元・波及しているのかを計測。



【経済波及効果倍率】
 経済波及効果の総額/直接効果 = 240百万円/165百万円 = **約1.45倍**

【域内自給率】
 直接効果額/新規需要額 = 165百万円/396百万円 = **約42%**

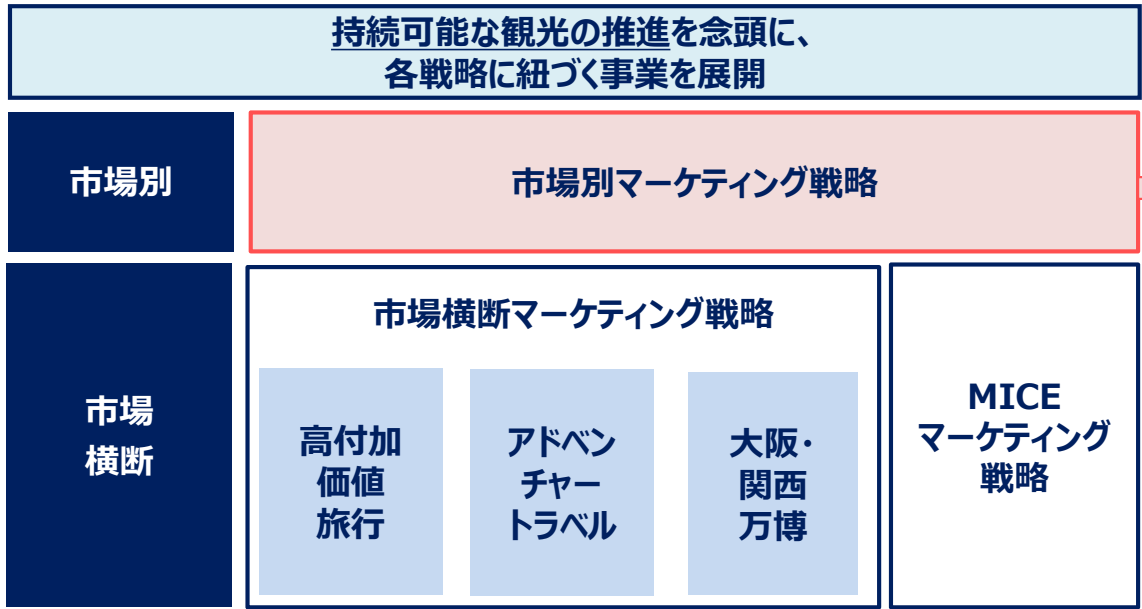
分科会でのご意見⑥

インバウンド・アウトバウンドの強化

前回(第49回分科会)でのご意見	今後の対応
インバウンドの地方誘客について、<u>世代ごとに傾向がある</u>ので、<u>ターゲットを明確にしてい</u>きながら、<u>地方への誘客を</u>やっていくのも必要。	訪日プロモーションの強化のため、JNTOにおいて、綿密なリサーチ等を踏まえた各市場別/市場横断でのプロモーション戦略を策定しているところ（次頁参照）。ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。
6千万人を維持していくためには、<u>リピーター確保は非常に重要</u>であり、<u>増加から維持に</u>考え方の転換を図っていくべき。スキー場など、<u>リピートしやすい観光地をさらに強く</u>していくようなサポート、<u>戦略的なアプローチ</u>があると、6千万人達成した後にもつながると思う。	昨年の訪日旅客数3,687万人のうち、リピーターの数、消費額の動向に関する分析は34頁ご参照。ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。
アウトバウンドは、コロナ前に比べて6割程度の回復にとどまっている。インバウンドとアウトバウンドのシナジー効果をどうつくるか。<u>JNTOの機能がインバウンドに集中しているため、両方を手がけることができる状況にすることが大事。</u>	JNTOが訪日客数6,000万人に向けてインバウンド施策を進める中で、例えば他国の政府観光局との連携、教育旅行の促進、周年事業の相互交流イベント等の取組を通じ、相互交流の促進にも貢献していく。

- 観光庁とJNTO（日本政府観光局）にて、持続可能な観光・消費額拡大・地方誘客促進の実現に向けて、きめ細やかに**プロモーションを展開するための戦略を策定**。（直近では2023年6月に策定、計画年度は2023年～2025年）
- 特に市場別マーケティング戦略においては、各重点市場（観光庁およびJNTOが選定する訪日者数の多い国・地域）に対し、**綿密なリサーチを行うことで、各市場の具体的なターゲットとそのターゲットへの施策**を示している。

現行の訪日マーケティング戦略の概要



主に市場別戦略、市場横断戦略、MICE戦略に分けられ、市場横断戦略は高付加価値旅行、アドベンチャートラベル、大阪・関西万博のそれぞれで戦略を策定している。

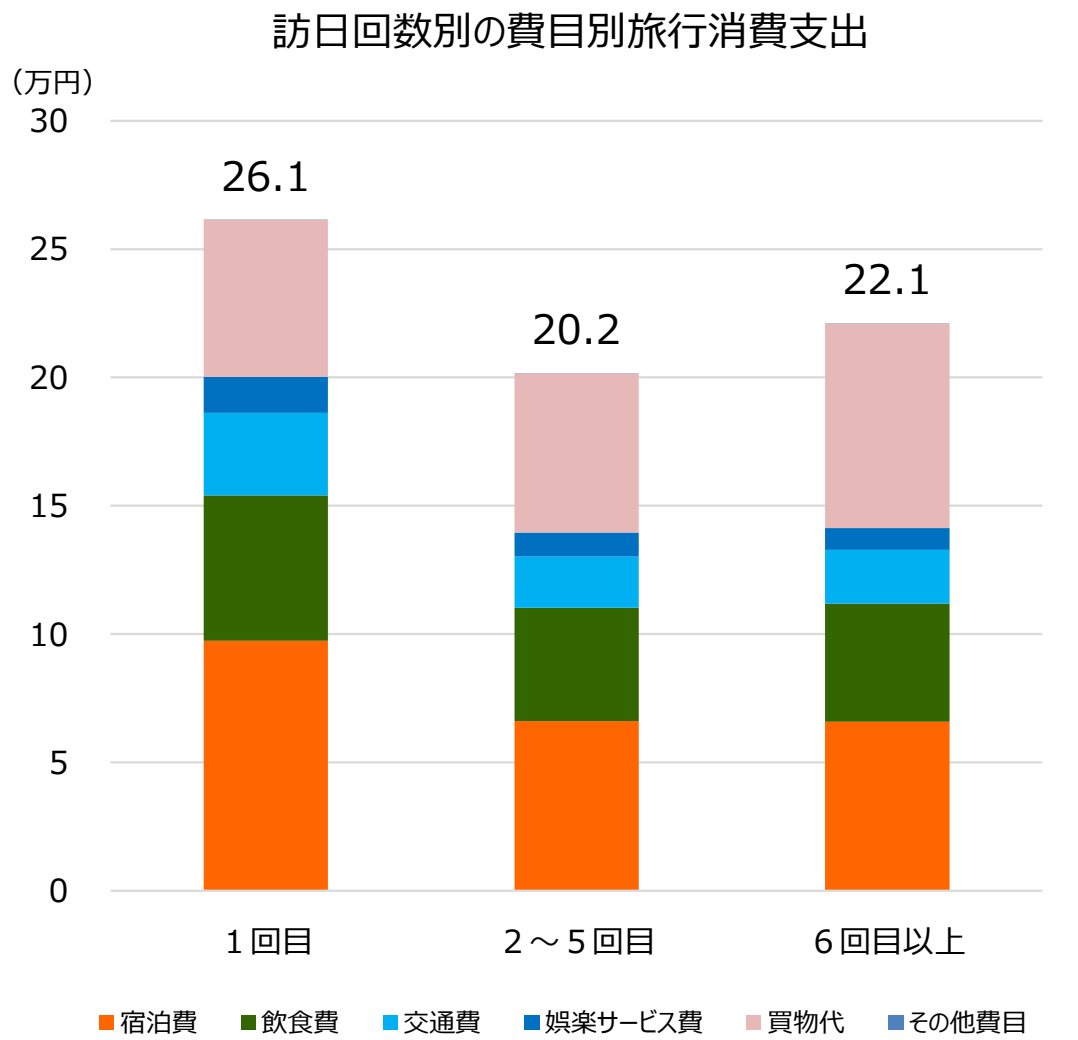
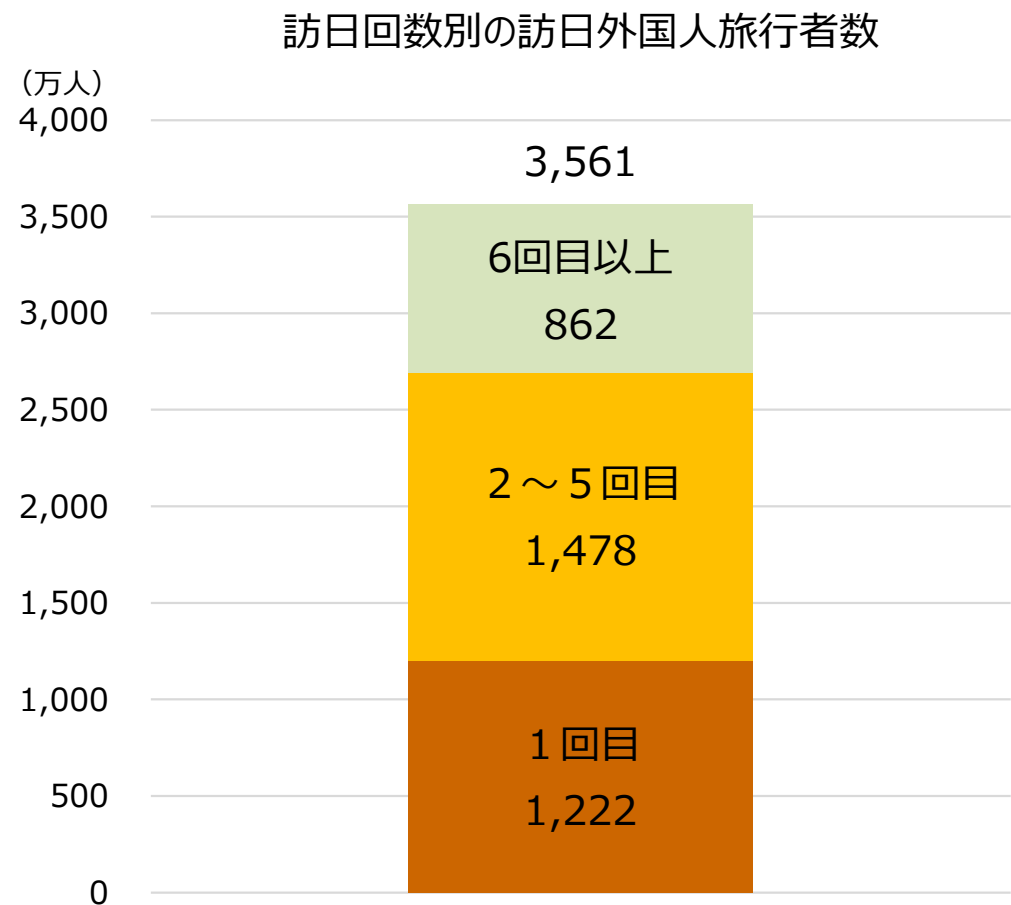
ターゲットのイメージ

ターゲット	主な訴求パッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット取組の ための留意事項	BtoBの取組	BtoC／BtoBtoC の取組
A 訪日経験者 （訪日経験2回以上） 40代以上 夫婦・パートナー、家族・ 親族	食・お酒 ・ローカルフード ・酒蔵訪問 スパ・温泉・ヨガ ・温泉・湯治 ・歴史的な宿 豊かな自然 ・エコツアー	・旅行会社を通じた予約率 が高いため、旅行会社を 活用した共同広告などの プロモーションが効果的。 ・ほとんどのコンテンツにおい て地方訪問希望率が高 いため、地方分散の促進 の中心ターゲットに設定。	③旅行会社招請 ④旅行博・商談会 ⑦セミナー・ネットワー キングイベント （旅行関係者） ⑨その他 （ニュースレター）	①共同広告 ②広告 ⑤インフルエンサー招 請 ⑥メディア招請 ⑧インターネット （WEB・SNS）
B 訪日経験者 （訪日経験2回以上） 20～30代 夫婦・パートナー、家族・ 親族	食・お酒 ・ローカルフード ・ミシュラン店 リゾート ・テーマパーク ・ビーチリゾート ・ウィンターリゾート スパ・温泉・ヨガ ・温泉・湯治 ・歴史的な宿	・上質なコンテンツ、特に食 への関心が高いため、消 費単価の向上の中心ター ゲットに設定。 ・リピート率の向上のため、 日本に対する友好的な感 情を醸成するBtoCの取 組を実施。	⑥旅行会社招請 ⑦旅行博・商談会 ⑧セミナー・ネットワー キングイベント （旅行関係者） ⑨その他 （ニュースレター）	①インターネット （WEB・SNS） ②広告 ③共同広告 ④インフルエンサー招 請 ⑤メディア招請

各種統計や調査などを通じ、訪日経験数、年齢、可処分所得などのデータからターゲットを定め、関心事項やそれに基づくプロモーション手法を示していく。
上記は韓国市場のターゲットの例。

訪日外国人旅行者のリピーター分析(2024年)

- 訪日外国人旅行者数を訪日回数別にみると、2 / 3 程度がリピーターとなっている。(左図)
- 支出動向を項目別にみると 1 回目の消費支出が一番高い。2 ～ 5 回目は全体的に減少し、6 回目以降は買物代を中心に増加傾向となる。(右図)



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」（全目的）
 注：本集計の「訪日外国人旅行者数」には、クルーズ客数は含まれない。

JNTOによる相互交流の促進への貢献事例

他国の政府観光局との連携



他国の政府観光局と連携したセミナー実施に向け調整中
※画像は開催イメージ

教育旅行の促進



WEBサイトを通じた交流マッチングの促進

周年事業等の相互交流イベント



日米観光交流年の事例
(Japan Parade & Street Fair 2024)

航空会社への情報提供



Routes Asia 2025における商談会の事例

分科会でのご意見⑦

MICEの誘致・開催の促進

前回(第49回分科会)でのご意見	今後の対応
MICEの<u>誘致</u>について、地域にとってどのような誘致策があるかを掘り下げる必要があり、そのような活動には<u>DMO</u>の力が非常に大事。	コンベンションビューローやDMO等が行う誘致の取組について、観光庁でも支援を進めているところ（次頁以降参照）。ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。
2023年に策定した新時代のインバウンド拡大アクションプランを、より実効性を持たせて拡大していくというのがMICE分野で非常に大事だと思う。	ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。

補助事業の目的

- ✓ 他事業による各開催地・MICE施設の魅力向上のための取組を実際の誘致案件獲得に活かすため、コンベンションビューロー・DMO・MICE誘致に取り組む地域協議体主導による海外リード開発等を支援するもの。

支援内容

海外MICEイベント出展支援

MICEイベントの例

- ICCA総会
- IMEX Frankfurt (5月フランクフルト)
- IMEX America (10月ラスベガス)
- IBTM World (12月バルセロナ)
- AIME (2月メルボルン)



海外MICEイベントに付随する下記についても令和7年度から対象。

- 海外のMICE事業者（コアPCO、旅行業者等）への営業活動
- 先進的な海外MICE地域への視察
- その他リード開発 等

■ **補助対象者**：コンベンションビューロー（以下CB）・DMO及び連携して取り組む地域関係者（施設・ホテル等）

✓ 令和7年度より、**CBのみならず地域関係者（施設・ホテル等）の取組も対象**

※申請主体はCB・DMO・MICEに取り組む地域協議体。

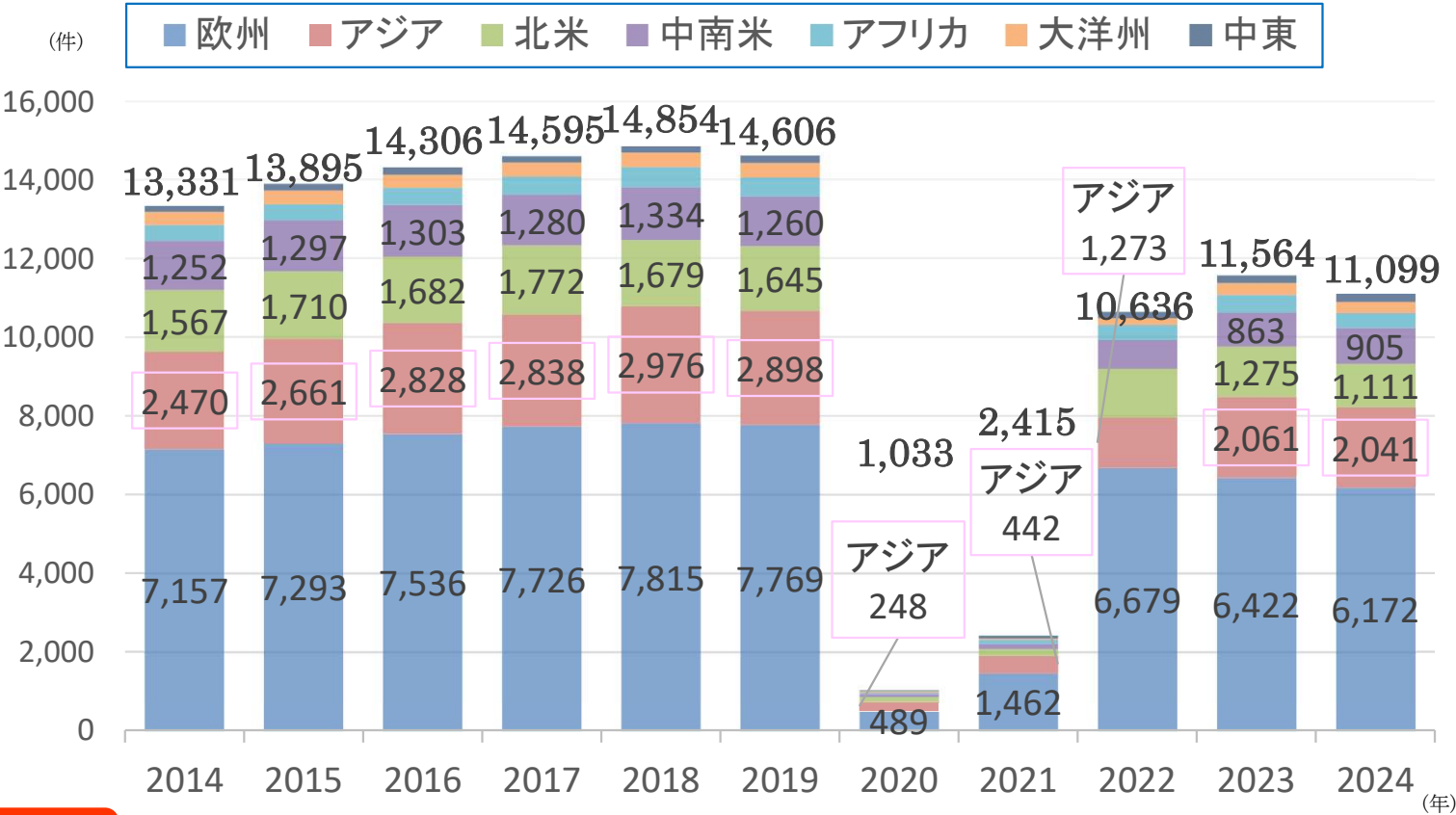
■ **補助率**：1/2（上限300万円）

※JNTOが主催または共同出展する際の**出展料は経費対象外**

JNTOが出展するイベントに**C Bが独自に出展する場合や各自治体が主催する商談会等は対象外**

世界の国際会議開催件数の推移

- ✓ 世界全体の国際会議の開催件数は、2019年までの近年は横ばいであった。2020年及び2021年は新型コロナウイルス感染症の影響で激減したが、直近では2019年比で約75%まで回復してきている。
- ✓ 地域別の開催件数については、中東の伸びが著しく、欧米に比べてアジアではやや回復が遅れている。
- ✓ 前年比で見ると、欧米やアジアは横ばいの一方で、中南米は前年を上回る結果となっている。



2019年/2023年との比

率	19年比	23年比
世界	75%	95%
欧州	79%	96%
アジア	70%	99%
北米	67%	87%
中南米	71%	104%
アフリカ	78%	78%
大洋州	77%	77%
中東	112%	112%

開催件数
(日本)

424	442	500	470	531	558	34	70	205	363	428
-----	-----	-----	-----	-----	-----	----	----	-----	-----	-----

資料：ICCA（国際会議協会）資料（2025年（令和7年）5月時点）に基づき観光庁作成
 注1：ICCA統計では、毎年の発表において、前年以前の年の開催件数も積み上がって発表される。2024年発表時における2023年の世界全体の開催件数は10,187件であり、今回の発表で1377件上積みとなっている。このため、2024年の開催件数が2023年から減少に至っているとまでは言い切れない。
 注2：本表の各地域は、国際会議協会（ICCA）の区分に基づく 注3：数値は会議の実地開催＋ハイブリッド開催の件数の和
 注4：2023年日本の開催件数は2024年（令和6年）5月時点の数値を適用

【ICCA基準】2024年 世界における国際会議開催件数

- ✓ 世界の上位10カ国について見ると、フランスが順位を落とした（4位→6位）ことに伴う順位の変動以外の変化はない。
- ✓ 日本は、世界上位10カ国の中で前年からの増加率が最も高くなっており、トップ5の国々との差が縮まるとともに、8位との差が拡大している。

順位	国・地域	2024年(件)	2023年(件)	2023年比	【参考】2019年比
1	米国	709	690（1位）	102%	67%
2	イタリア	635	553（2位）	114%	100%
3	スペイン	536	505（3位）	106%	83%
4	ドイツ	491	463（5位）	106%	61%
5	英国	481	425（6位）	113%	76%
6	フランス	432	472（4位）	91%	66%
7	日本	428	363（7位）	117%	76%
8	オランダ	295	304（8位）	97%	75%
9	ポルトガル	290	303（9位）	95%	80%
10	カナダ	252	259（10位）	97%	69%

資料：ICCA（国際会議協会）資料（2025年（令和7年）5月時点）に基づき観光庁作成

注1：本表の各地域は、国際会議協会（ICCA）の区分に基づく

注2：数値は会議の実地開催＋ハイブリッド開催の件数の和

注3：2023年開催件数は2024年（令和6年）5月時点の数値を適用



【ICCA基準】2024年 アジア大洋州における国際会議開催件数

- ✓ 2024年も引き続き、日本がアジア 1 位の国際会議開催国となった。
- ✓ 韓国とシンガポールは、他のアジア上位国と比較して、19年比の回復率は高くなっているが、23年比では減少している。
- ✓ コロナ前にアジア 1 位の開催国であった中国は、19年比の回復率は依然として低くなっているが、23年比では約46%増と、アジア上位国の中で最も開催件数を伸ばしている。

順位	都市	2024年(件)	2023年(件)	2023年比	【参考】2019年比
1	日本	428	363	117%	76%
2	中国	249	170	146%	43%
3	韓国	243	252	96%	89%
4	オーストラリア	227	219	103%	78%
5	タイ	158	143	110%	86%
6	シンガポール	144	152	94%	91%
7	インド	141	123	114%	81%
8	台湾	133	106	125%	75%
9	マレーシア	129	104	124%	82%
10	インドネシア	98	68	144%	89%

資料：ICCA（国際会議協会）資料（2025年（令和7年）5月時点）に基づき観光庁作成

注1：数値は会議の現地開催＋ハイブリッド開催の件数の和

注2：2023年開催件数は2024年（令和6年）5月時点の数値を適用

分科会でのご意見⑧

ユニバーサルツーリズムの推進

前回(第49回分科会)でのご意見

高齢者の旅行が戻っていないことについて、健康の理由が大きいと思うが、移動、食事、医療という問題もあると思う。各地で高齢者等にも配慮した取組が行われてると、安心して旅行にいけると思う。旅館でも、何かあった時に医療施設と連携できている等をアピールしていただくと良い。

今後の対応

ユニバーサルツーリズムの推進のため、観光庁でも取組を進めているところ（次頁以降参照）。ご指摘を踏まえ、基本計画改定の議論を行っていきたい。

観光地・観光産業におけるユニバーサルツーリズム促進事業

事業目的・背景・課題

- 人口減少が進む中で、国内における新たな交流市場を開拓する取組が求められているところ、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、ユニバーサルツーリズム（誰もが気兼ねなく参加できる旅行）の普及・定着を目指すことが期待されている。
- このため、観光施設や宿泊施設のバリアフリー化を一層推進してユニバーサルツーリズムを促進することにより、国内における新たな交流市場を開拓するとともに、観光地・観光産業の収益性の向上を図る必要がある。

事業内容

- 高齢者等が気兼ねなく旅行に参加できる環境を整備し、ユニバーサルツーリズムを促進するために、観光施設や宿泊施設のバリアフリー化に必要な施設整備や設備導入等を支援する。

事業イメージ

- ✓ 段差を解消して高齢者等が移動しやすくするために客室を改修する。

改修前

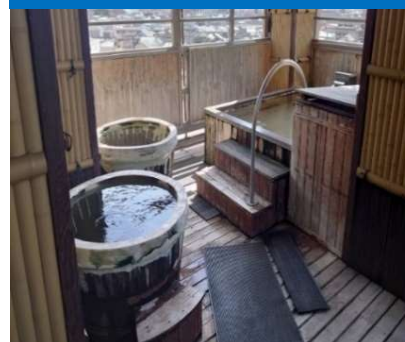


改修後



- ✓ 身体が不自由な方のために腰をかけられるように浴室を改修する。

改修前



改修後



ユニバーサルツーリズムの促進に向けた環境整備

事業目的・背景・課題

- 国内旅行市場は、人口減少が進む中で、コロナ前の約10年間、旅行者数・消費額とも横ばいで推移しており、国内における新たな交流市場を開拓する取組が求められている。
- 今後とも人口減少の影響は避けられない中、2025年には、団塊世代が75歳以上の後期高齢者となるなど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、ユニバーサルツーリズム（誰もが気兼ねなく参加できる旅行）の普及・定着を目指すことが期待されている。
- 高齢者等が安心して旅行ができる環境を整備するため、旅行商品の造成や「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の普及促進等を行い、ユニバーサルツーリズムを促進することにより、需要の平準化や新たな交流市場拡大を進める。

事業内容

- ① **ユニバーサルツーリズムの促進に向けた調査検討等**
旅行が困難な方の需要の掘り起こしのために調査を行うとともに、宿泊施設等と連携して、高齢者・障害者等に応じた旅行商品造成に資するモデルツアー等を実施することで、商品造成手法を確立し、ノウハウを共有する。
- ② **「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の普及促進等**
高齢者等が求めるバリアフリー情報の精度向上や旅行者への情報提供の充実に向け、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の見直し・改善を図るとともに制度の普及促進を行う。

事業イメージ



モデルツアー

～宿泊編～

客 室
☐ 施設内の導線のバリア（段差・階段等）の有無
☐ ベッドがある場合はお客様が移乗しやすい高さか（床から〇cm）
☐ お客様の身体を支えやすい手すりの位置か
☐ 車いす利用者の場合、室内を車いすで移動できるスペースが十分あるか

モデルツアー
チェックリスト（イメージ）



※「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の見直し・改善のための検討実施等

※ソフト面のバリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組んでいる観光施設を認定

休暇分散化

前回(第49回分科会)でのご意見

宿泊産業の生産性を上げるには休みの平準化が一番大事な政策である。フランスではA、B、Cの地域に分けて大型連休は1週間ずれて休みを取得する。フランス施策を日本でも検討した時期があるが、もう一度休みの平準化に強く踏み出してほしい。

今後の対応

休暇分散化に関するフランスでの事例を挙げさせていただく。

フランスにおける学校休業分散の取組(冬休み・春休み)

フランスでは、バカンス時期の分散化が国策の一つとなっており、その主たる政策手法として学校休業時期をゾーン別で分散させている。

ゾーンA	ブザンソン、ボルドー、クレルモン フェラン、ディジョン、グルノーブル、リモージュ、リヨン、ポワティエ
ゾーンB	エクス マルセイユ、アミアン、カーン、リール、ナンシー メッツ、ナント、ニース、オルレアン トウル、ランス、レンヌ、ルーアン、ストラスブール
ゾーンC	クレティユ、モンペリエ、パリ、トゥールーズ、ベルサイユ

2024年～2025年	ゾーンA	ゾーンB	ゾーンC
新学期開始	2024年 9月2日		
クリスマス休暇	2024年 12月21日～ 2025年 1月6日		
冬休み	2025年 2月22日～3月10日	2025年 2月8日～2月24日	2025年 2月15日～3月3日
春休み	2025年 4月19日～5月5日	2025年 4月5日～4月22日	2025年 4月12日～4月28日
夏休み開始	2025年 7月5日		