

# 文化行政主管部課長會議 観光庁説明資料

---

令和4年2月21日

観光庁 観光地域振興部 観光資源課  
地域資源活用推進室長 横田 愛

# 観光立国の意義

## 成長戦略の柱

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

## 地域の発展の鍵

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

## 国際社会での日本のパワー

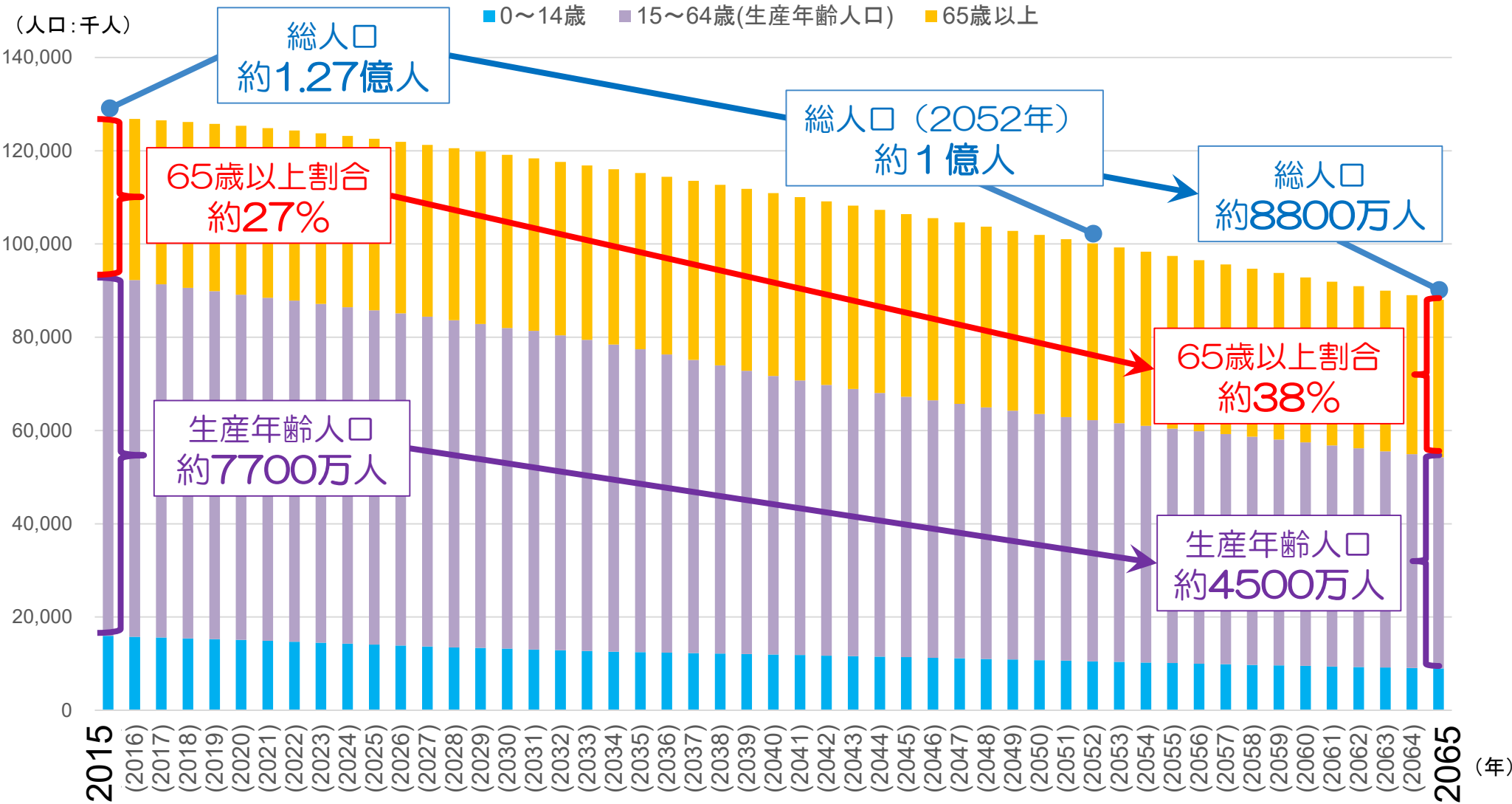
諸外国との双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化する。日本のソフトパワーの向上によって、国際社会での日本の地位を確固たるものとするために、極めて重要。

## 自らの文化・地域への誇り

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

# 人口減少・少子高齢化の推移・予測

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



(国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(中位推計))

# 観光交流人口増大の経済効果(2019年)

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

定住人口 = 1億2,617万人  
1人当たり年間消費額 = 130万円

## 旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円

国内旅行(海外分除く) 21.9兆円

うち宿泊旅行 17.2兆円  
うち日帰り旅行 4.8兆円

訪日外国人旅行者

3,188万人

1人1回当たり旅行支出  
15万8,531円

+

国内旅行者(宿泊+日帰り)

5億8,710万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億1,162万人  
うち日帰り 2億7,548万人

1人1回当たり消費額  
宿泊 5万5,054円  
日帰り 1万7,334円

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

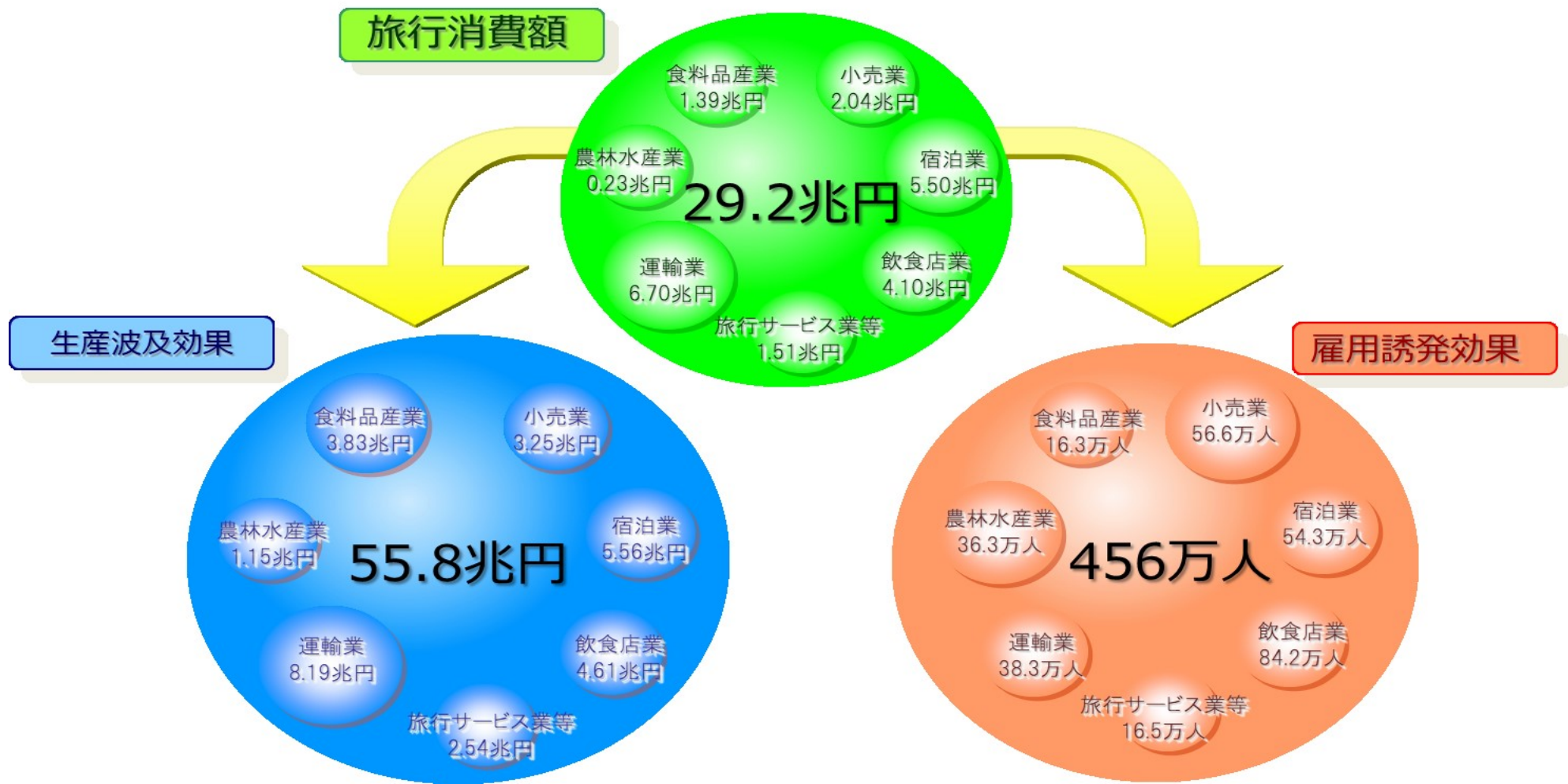
国内旅行者(宿泊)23人分

又は

国内旅行者(日帰り)75人分

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

# 旅行・観光消費の生産波及効果(2019年)



◆生産波及効果

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

※旅行消費額については、

- ・ 日本人国内旅行(宿泊旅行および日帰り旅行)、日本人海外旅行の国内消費分および、訪日外国人の旅行等による消費額の合計。
- ・ 国際基準(UNWTO)に則り算出。P4の額に、別荘の帰属家賃等を追加計上。

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

	(2012年)	(2019年)
・訪日外国人旅行者数は、約3.8倍増の <u>3,188万人</u> に	836万人	⇒ 3,188万人
・訪日外国人旅行消費額は、約4.4倍増の <u>4.8兆円</u> に	1兆846億円	⇒ 4兆8,135億円

## 観光ビジョンで掲げた目標の達成に向けては施策の一層の推進が不可欠

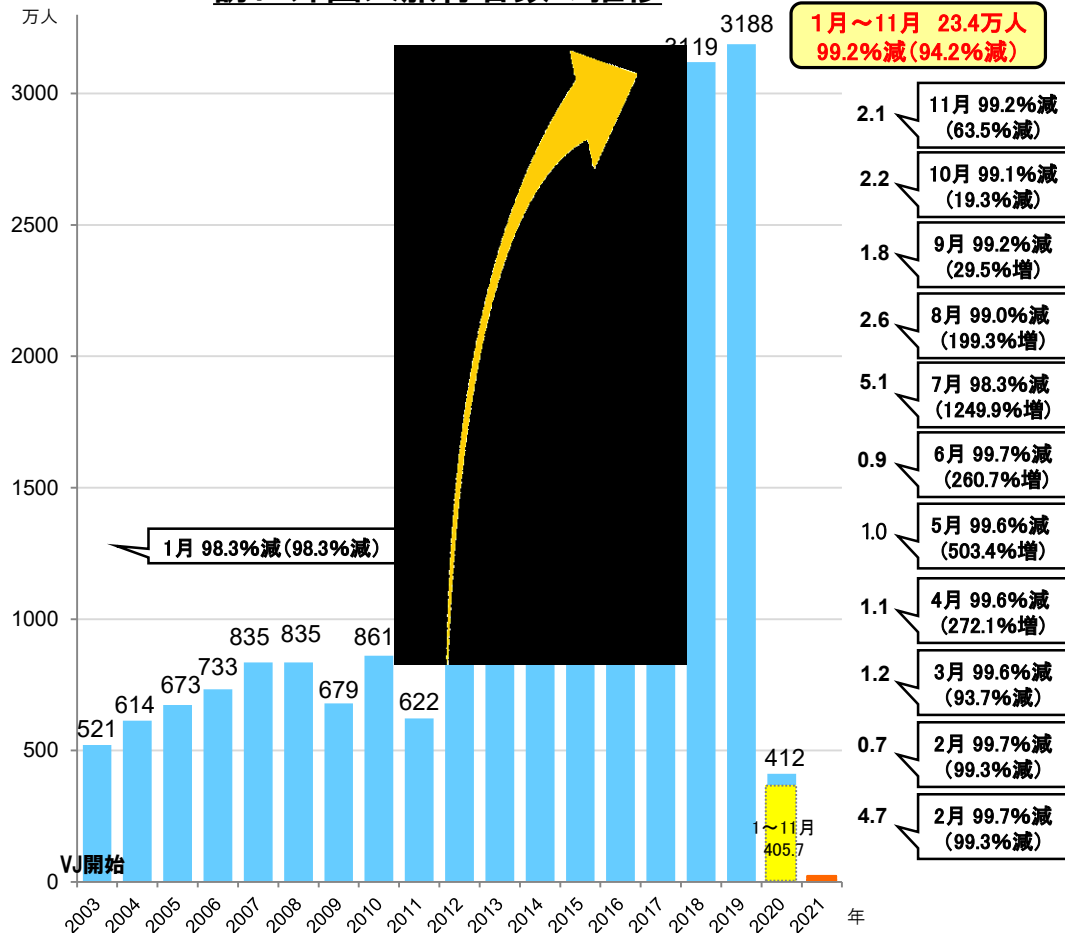
	(実績)	(目標)	参考	(目標)
訪日外国人旅行者数	2019年: <u>3,188万人</u>	2020年: <u>4,000万人</u> (達成率: <u>79%</u> )	2030年:	<u>6,000万人</u> (達成率: 53%)※
訪日外国人旅行消費額	2019年: <u>4.8兆円</u>	2020年: <u>8兆円</u> (達成率: <u>60%</u> )	2030年:	<u>15兆円</u> (達成率: 32%)※
地方部での外国人延べ宿泊者数	2019年: <u>4,309 万人泊</u>	2020年: <u>7,000万人泊</u> (達成率: <u>61%</u> )	2030年:	<u>1億3,000万人泊</u> (達成率: 33%)※
外国人リピーター数	2019年: <u>2,047万人</u>	2020年: <u>2,400万人</u> (達成率: <u>85%</u> )	2030年:	<u>3,600万人</u> (達成率: 56%)※
日本人国内旅行消費額	2019年: <u>21.9兆円</u>	2020年: <u>21兆円</u> (達成率: <u>104%</u> )	2030年:	<u>22兆円</u> (達成率: 99%)※

※ ( )内は2019年実績における2020年、2030年の各目標に対する達成率

# 訪日外国人旅行者数の推移

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

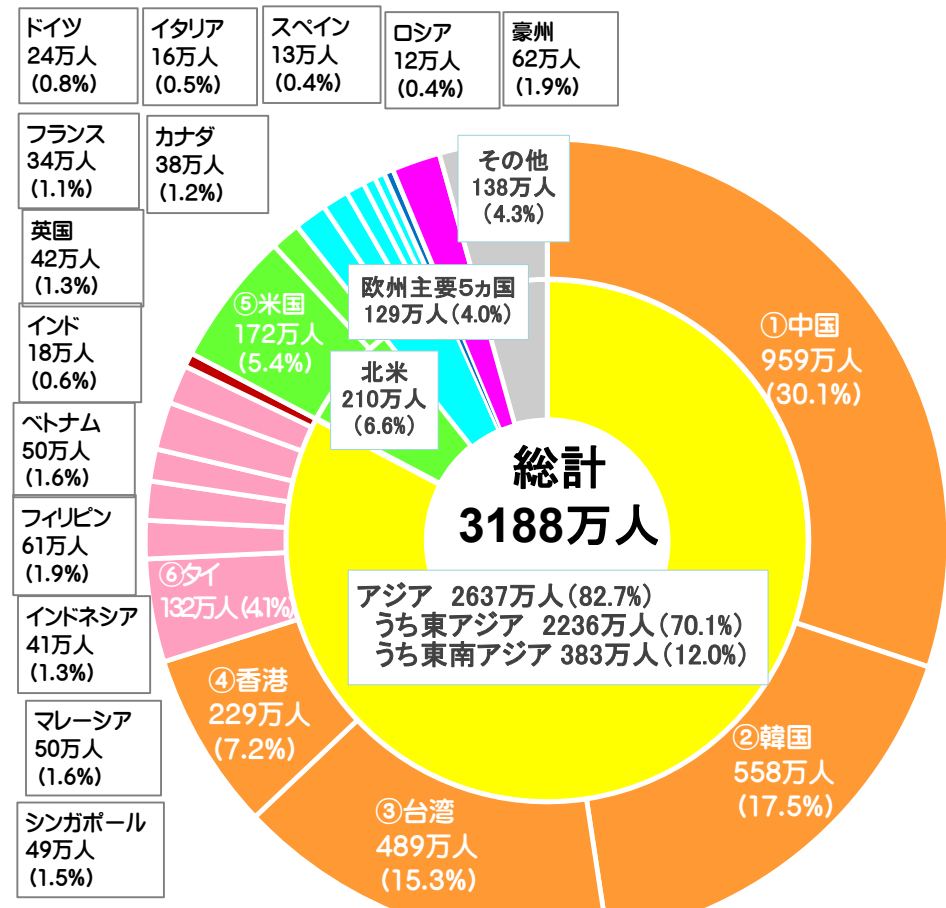
訪日外国人旅行者数の推移



1月～11月 23.4万人  
99.2%減 (94.2%減)

- 2.1 11月 99.2%減 (63.5%減)
- 2.2 10月 99.1%減 (19.3%減)
- 1.8 9月 99.2%減 (29.5%増)
- 2.6 8月 99.0%減 (199.3%増)
- 5.1 7月 98.3%減 (1249.9%増)
- 0.9 6月 99.7%減 (260.7%増)
- 1.0 5月 99.6%減 (503.4%増)
- 1.1 4月 99.6%減 (272.1%増)
- 1.2 3月 99.6%減 (93.7%減)
- 0.7 2月 99.7%減 (99.3%減)
- 4.7 2月 99.7%減 (99.3%減)

訪日外国人旅行者数の内訳（2019年）



注) 2020年以前の値は確定値、2021年1月～7月の値は暫定値、2021年8月～9月の値は推計値  
 注) 2019年は、新型コロナウイルスの影響により、出入国数が激減する等、特殊な状況となったことに鑑み、2021年の訪日外国人旅行者数は2019年を基準として比較した数字を記載。  
 %は対2019年同月比、( )内は対前年同月比  
 出典：日本政府観光局(JNTO)

資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成  
 注1：( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
 6

# 我が国のポテンシャル

気候

自然

食

文化

我が国は、観光振興に必要な4要素、すなわち、「気候」「自然」「食事」「文化」が全て備わっている、フランスと並んで世界でも稀な存在である。

「新・観光立国論」デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社代表取締役社長）

「気候」 南北に長い国土、明確な四季



「自然」 広大な海、山岳、豊富な動植物



「食」 世界文化遺産の「和食」、質の高い洋食



「文化」 和の伝統文化、現代文化





# 我が国の文化のポテンシャル

- 我が国は、和服、和食、旅館、さらにはアイヌ文化など独特の文化を持ち、世界文化遺産も20件、ユネスコ無形文化遺産も22件が存在。
- また、近年では、アニメ・漫画・ゲームなど世界的に有名なポップカルチャーやアートも存在。



# 観光資源の磨き上げ(「文化」)①

## 伝統文化を「体験できる」コンテンツ

- 我が国の独特な伝統文化は、強力なコンテンツ。これまで特に注力してきた文化財などの「見せる」コンテンツだけでなく、**職人とともに我が国の文化を体験**できる、「体験」コンテンツの造成を促進していく必要。



- 岐阜県羽島市にある「浅野鍛冶屋」では、職人と一緒に小刀を作る鍛冶体験コンテンツを提供。
- 作った小刀は持ち帰ることができる。
- 参加費は38,000円／人。

- 佐賀県有田町では、陶器の文化的背景の解説や陶芸工房体験を外国語で提供する体験型コンテンツを提供。
- 顧客は欧米客を中心であり、参加費は約50,000円／人。

# 観光資源の磨き上げ(「文化」)②

## ポップカルチャーの磨き上げ

- 我が国のポップカルチャー（アニメ・ゲーム・漫画等）は世界的なキラーコンテンツであるが、地域での消費を更に喚起する余地がある。
- また、我が国はアートや産業技術など幅広い意味での文化資源を有しており、これらを隅々まで磨き上げる必要がある。



- 台湾でも人気の漫画・アニメ「スラムダンク」。
- 有名なシーンで登場する江ノ電「鎌倉高校駅前」付近には写真を撮りに来る台湾人観光客が絶えない。
- 写真撮影にとどまり、地域での消費喚起に結び付いていない。
- 更なる消費喚起策として、アニメ等のロケーションを活かしたツアー造成なども有効。



- 金沢21世紀美術館の現代アートや香川県の直島など、地域に様々なアートが存在。
- 「文化観光推進法」に基づき、各地で文化と観光の振興、地域活性化の好循環の実現を促進。



- 我が国各地に優れた産業技術があり、海外からの視察ニーズは高い。
- 一方で、受け入れ企業が少ないため、視察受け入れのメリットを企業側へPRしていく必要。

- コロナ禍により甚大な影響を受けている観光の復興に向けて、「新たな Go To トラベル事業」等を実施し、観光需要の喚起を図るとともに、ワーケーションや「第2のふるさとづくり」などにより、新たな国内交流需要の掘り起こしを行う。
- 併せて、デジタル化等による生産性向上、宿泊施設を核とした観光地の再生・高付加価値化など、観光産業や地域を多面的に支援する。
- さらに、国際交流の回復に向けた準備を進める。

## 1 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓

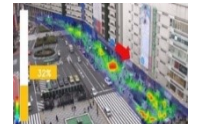
- 観光需要の喚起（「ワクチン・検査パッケージ」を活用し、「新たなGo To トラベル事業」の実施等）
- 新たな交流市場の開拓（ワーケーション、「第2のふるさとづくり」（何度も地域に通う旅、帰る旅）の推進等）



等

## 2 観光産業の変革

- デジタル技術を活用した観光サービスの変革（顧客管理システムや非接触型チェックインシステム等の導入促進、新コンテンツの創出、観光地の混雑回避や再来訪の促進等）
- 観光産業の高付加価値化（新たなビジネス手法の導入支援等）
- 安全・安心の確保（宿泊施設のバリアフリー改修支援等）



等

## 3 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現

- 宿泊施設を核とした観光地の再生・高付加価値化（宿泊施設の改修、廃屋撤去等に対する支援の強化）
- 高付加価値なコンテンツ創出（地域の幅広い関係者との連携による地域の稼げる「看板商品」の創出促進）
- 持続可能な観光に関する取組強化（地域住民の理解促進・オーバーツーリズムの防止等）



等

## 4 国際交流の回復に向けた準備・質的な変革

- 国際交流の回復に備えた受入環境の整備（観光施設等での多言語化、WIFI、キャッシュレス決済導入促進等）
- 高付加価値なインバウンド観光地づくり（地域と民間のマッチングによる宿泊施設誘致、スキル向上等のための人材研修等）
- 「コト消費」の深化（体験型観光コンテンツの造成促進等）
- コロナの需要変化を踏まえたプロモーション等



11  
等

## 1. 「新たなGo To トラベル事業」

【約1兆3,239億円（※約2,685億円）】

我が国の地域経済を支える観光関連産業の維持を図るため、ワクチン接種証明や検査の活用による安全・安心の確保を前提とした仕組みに見直すとともに、平日への旅行需要の分散化策等を講じつつ、「新たなGo To トラベル事業」を実施する。



## 2. 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 【約1,000億円】

地域一体となった観光地再生・高付加価値化に向けて、観光地の中核となる宿泊施設の改修や廃屋の撤去等を重点的・集中的に支援する。



## 3. 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 【約101億円】

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



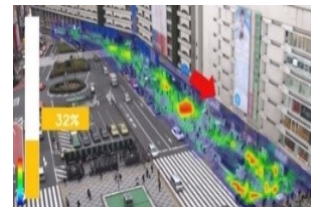
## 4. 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業 【約100億円（※約100億円）】

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



## 5. 観光DX推進緊急対策事業 【約2億円（※約2億円）】

地方公共団体・DMO、地域の観光事業者、先進技術を保有する企業等が一体となって、デジタル技術を活用し、観光地の混雑回避や移動円滑化、観光客の周遊の促進、再来訪の促進など、観光地経営の改善を図るための実証事業を行う。



- 観光地の顔となる宿泊施設を中心とした、地域一体となった面的な観光地再生・高付加価値化について、自治体・DMO等による観光地再生に向けた地域計画の作成や同計画に基づく改修事業等を強力に支援。
- 観光地全体が裨益する大規模な改修への支援を可能とするため、予算額1,000億円を確保するほか、宿泊施設改修について、補助上限を1億円とするとともに経営体力の低い事業者に対する補助率を2/3に引き上げるといった措置を講じる。

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

※ 計画に参加する事業者において従業員の賃上げに取り組む地域を優先的に採択

## ① 地域計画の作成支援

※ 自治体・DMO等の地域を代表する団体が取りまとめて作成

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

## ② 地域計画に基づく事業支援

地域計画に基づく、面的な観光地再生に資する事業を強力に支援

### 宿泊施設の高付加価値化

観光地の面的再生に資する  
 宿泊施設の大規模改修支援

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



### 観光地魅力向上のための廃屋撤去

観光地の景観改善等に資する  
 廃屋の撤去支援

補助上限1億円（補助率1/2）



### 観光施設改修

土産物店や飲食店等の  
 改修支援

補助上限500万円（補助率1/2）



### 公的施設への観光目的での改修

立地の良い公共施設への  
 カフェ等の併設などの改修支援

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



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

## 施策イメージ

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

### 自然

地域ならではの自然を活用した体験型アクティビティの造成



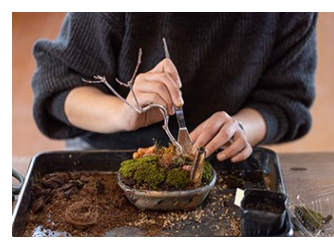
### 食

地域の名物食体験や地域特性を活かした新メニューの開発



### 歴史・文化・芸術

地域に根付く文化・芸術を観光客が体験できるプログラムの造成



### 地場産業（生業）

地域で営まれてきた生業を題材とした体験・学習プログラムの造成



### 交通

地域のシンボルである交通を活かした、地域ならではのコンテンツの造成



### <補助率・補助上限額>

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

補助上限額：1,000万円

- 2030年訪日外国人旅行消費額15兆円の目標の達成及び新たな体験型観光コンテンツの造成による地方を含む全国各地での消費機会拡大に向け、**新たなインバウンド層への訴求力が高い体験型観光コンテンツ等を造成する。**

## 【事業内容】

- ポストコロナを見据え、世界的に関心が高まっているサステナブルツーリズムに資する体験型コンテンツの造成や施設改修等・物品等導入への補助（補助率:1/2）、高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けた宿泊施設誘致促進及び同地域における人材研修等を実施する。

## 地域観光資源のサステナブルな活用推進

- 近年、コロナ禍等を経て、サステナブルツーリズムへの世界的関心が急速に高まっていることを踏まえ、各地域に引き継がれてきた生活（生業）・自然環境・文化等について、それらの持続可能性の向上に資するような維持・活用の仕組みを上質な観光サービス等として実装（体験型コンテンツの造成、受入環境整備等を推進）する。

### 例：島食を学ぶツアー

魅力ある“島暮らし”の持続可能性の向上に資するような体験型コンテンツの造成、受入環境整備等を推進



### 例：舟屋の生活文化体験

特色ある舟屋の景観や漁業・海とともにある暮らしの持続可能性の向上に資するような体験型コンテンツの造成、受入環境整備等を推進



## 高付加価値なインバウンド観光地づくり

- 高付加価値な宿泊施設の誘致を目指す自治体等とホテル運営会社等とのマッチングの場を提供
- 上記地域においてインバウンド対応スキル向上等のための人材研修プログラム等を提供



宿泊施設候補地における視察風景  
（イメージ）



地域における研修プログラム開催  
（イメージ）

その他、地域資源（城寺・古民家・伝統文化等の歴史的資源、海の魅力、インフラ等）を活用した観光コンテンツ造成や歴史的資源の宿泊環境整備等への補助（補助率:1/2）等を実施。



# サステナブルな観光コンテンツ強化事業

R3補正予算 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業(約100億円)の内数

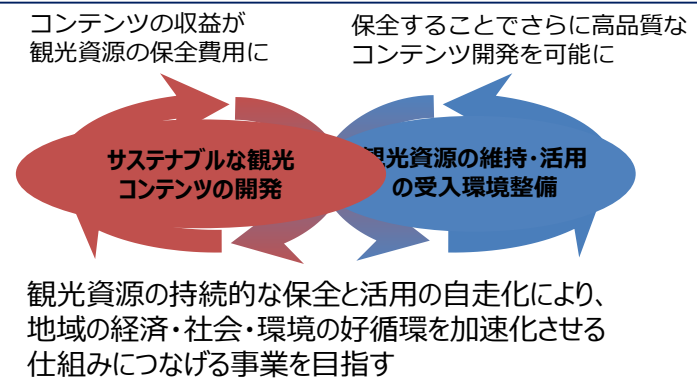
- 目下、世界的に「持続可能な観光（サステナブルツーリズム）」への関心が高まっているところ。
- 各地域に引き継がれた**自然環境、文化・歴史、伝統産業等を観光資源としてフル活用**し、同時に、**経済・社会・環境の正の循環によりそれらの持続可能性や価値を更に高める仕組みを、観光サービス・地域づくりに実装**する必要。
- 地域の魅力を深く味わい、かつその持続可能性に来訪者も貢献できるような工夫を織り込んだ**コンテンツ造成**や**環境整備**を支援。更に、現場から必要な知見を得て、**取組を加速する上での課題を整理。必要な方策や支援のあり方等を検討**。  
 ※ 国立・国定公園に係る内容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

## 事業概要

**対象者** 持続可能な観光の取組を実施する地方公共団体・DMO・民間事業者等

## 支援メニュー

- **サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業（調査事業）**  
 外部有識者のコーチングの下、優良なモデル事例を試行実証。得られたノウハウや課題など整理の上、必要な方策や支援のあり方など検討。  
 ・地域の資源やその持続可能性を支える環境・社会循環等に深く触れる体験を、ガイド等活用し、本物の希少性の高い体験として提供。併せて、得られた観光収益を保全に回す、ふるさと納税を活用するなど、幅広い受益と負担の仕組みを構築。
- **サステナブルツーリズム推進のための受入環境整備（補助事業）** 補助率 1 / 2  
 下記の施設改修・整備、設備・物品購入を支援
  - ・サステナブルな観光コンテンツの造成等に必要となるもの
  - ・地域の観光資源を適切に維持・活用し環境負荷を低減させるもの 等
 （施設等の改修・整備に対する支援）  
 例：分散型・環境負荷を抑えたツアー実施のための施設整備、地域ルール案内看板の設置 等  
 （設備・備品の購入等に対する支援）  
 例：地域の魅力を深く体験するツアー造成や、利用者の動線誘導のための設備・物品



## 取組事例イメージ

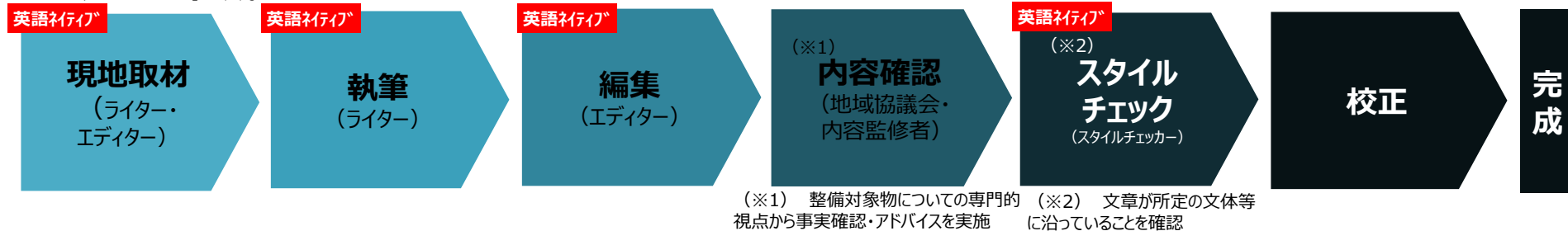
### 高架木道を活用した利用分散と受入環境整備（知床）

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

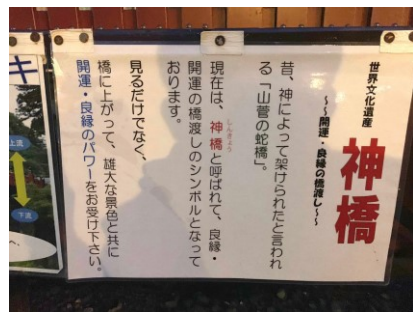


- 観光庁は、①文化庁・環境省と連携して、分かりやすく魅力的な多言語解説文を作成できる**英語のネイティブライター等の専門人材をリスト化**し、②**地域に派遣し解説文の作成**を支援。③解説文作成のノウハウを蓄積し、他地域へ横展開できるよう**ガイドライン等を作成**。
- 多くの訪日外国人旅行者が解説文を読んでいるが、「必要とする情報が載っていない」、「内容が難しすぎる」、「英語表現が不自然」と感じるといった課題が存在。よって、日本語原稿を単純に翻訳するのではなく**外国人目線での解説文作成を推進するため、ネイティブライター等の専門人材を活用**。
- また、本事業で作成している英語解説文を元にした**中国語解説文作成**も併せて実施。

## 英語解説文作成フロー



## 多言語解説文の活用事例



日光二荒山神社神橋 看板の改善



タッチパネル式解説板による案内（多言語字幕）



2次元コード（多言語音声・テキスト）

# 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

観光庁(観光地域振興課)：763百万円



## 事業概要

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

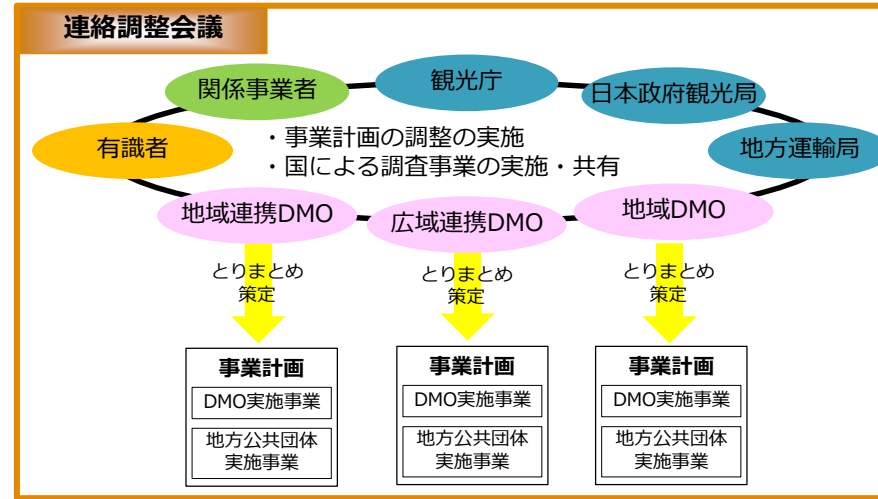
※DMO (Destination Management/Marketing Organization) の呼称

## 支援制度

### ・補助対象事業：

登録DMOが定めた事業計画に位置づけられた、国内外の旅行者の各地域への誘客を目的とした以下の取組  
(ただし、地方ブロック毎に開催される連絡調整会議における調整を行ったものに限る)

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



### 具体的な支援イメージ

#### ①調査・戦略策定

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



マーケティング調査

#### ②滞在コンテンツの充実

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



集落の散策

#### ③受入環境整備

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



混雑状況の情報提供 アプリの整備

#### ④旅行商品流通環境整備

旅行商品の国内外OTAへの掲載、旅行会社との商談会などを支援。



商談会への参加

#### ⑤情報発信・プロモーション

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



WEBを活用したエリア内の魅力発信

### ・補助対象者：

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

### ・補助率：

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

