

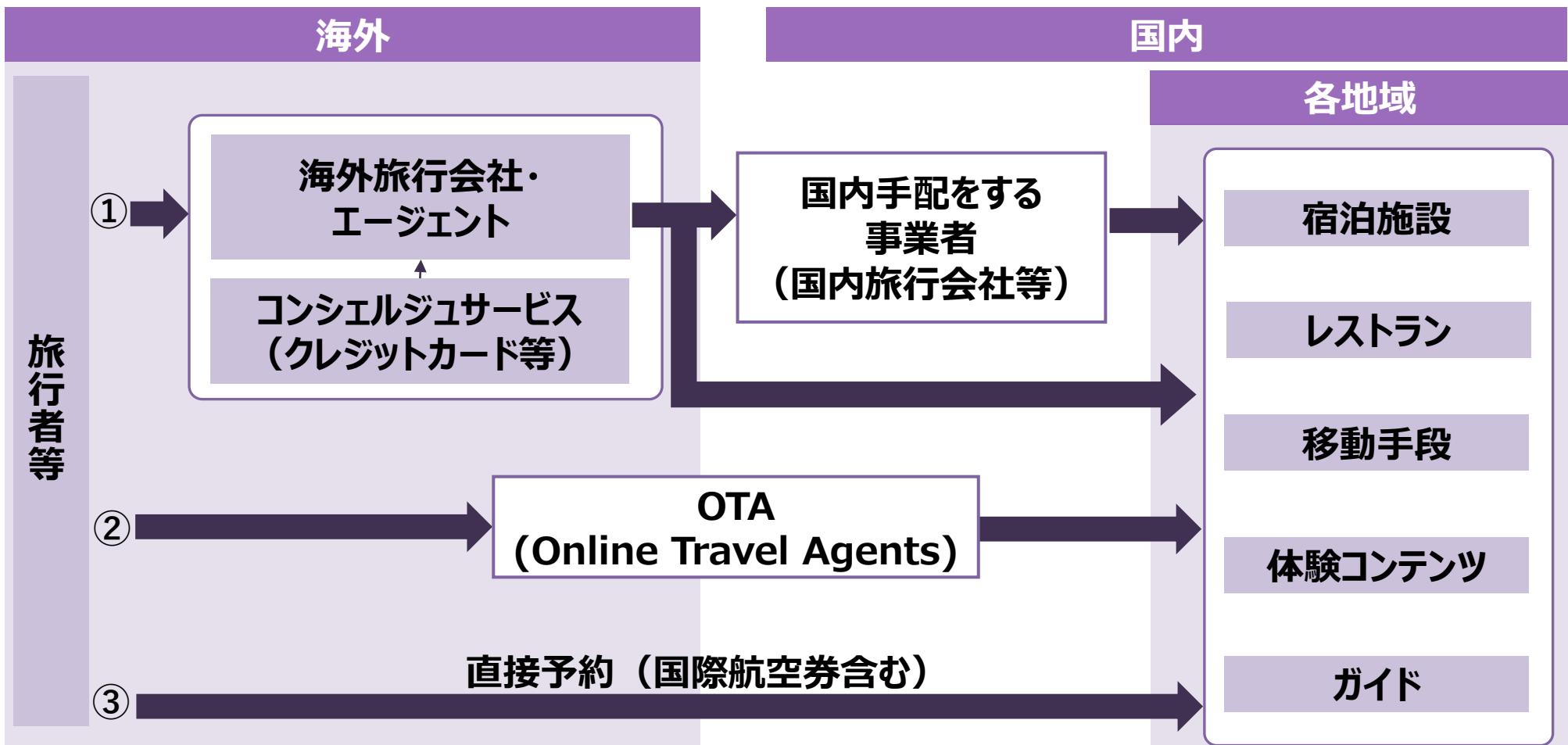
観光を取り巻く現状と 今後の観光振興について ～宮崎県えびの市～

令和6年5月24日
観光庁観光地域振興課長
安部 勝也



一般的な訪日外国人旅行者の送客の流れ

- ①旅行者等が海外旅行会社にパッケージツアー・航空券・宿泊等の手配依頼し、海外旅行会社が日本の旅行会社等にランドオペレーションを依頼
- ②旅行者がOTAを利用し、航空券・宿泊等を手配
- ③旅行者が航空券・宿泊等を直接予約



1. 観光の意義

気候

自然

食

文化

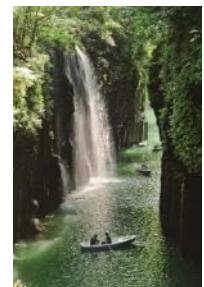
我が国は、観光振興に必要な4要素、すなわち、「気候」「自然」「食事」「文化」が全て備わっている、フランスと並んで世界でも稀な存在である。

「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」 スキー・ビーチリゾートを楽しめる風土



「自然」 手つかずの自然、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



成長戦略の柱 地域活性化の切り札

人口減少・少子高齢化が進む中、**交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠。**

我が国には、国内外の観光旅行者を魅了する素晴らしい「自然、気候、文化、食」が揃っており、コロナによってもこれらの魅力は失われていない。

観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札。

豊かな国民生活

旅のもたらす感動と満足感は、誰もが**豊かな人生を生きるための活力**を生み出す。

観光は学習・社会貢献・地域交流の機会でもあり、観光により地域の魅力を発見し、楽しみ、家族の絆を育むことは、**ワーク・ライフ・バランスの充実**にもつながる。

自らの文化・地域への誇り

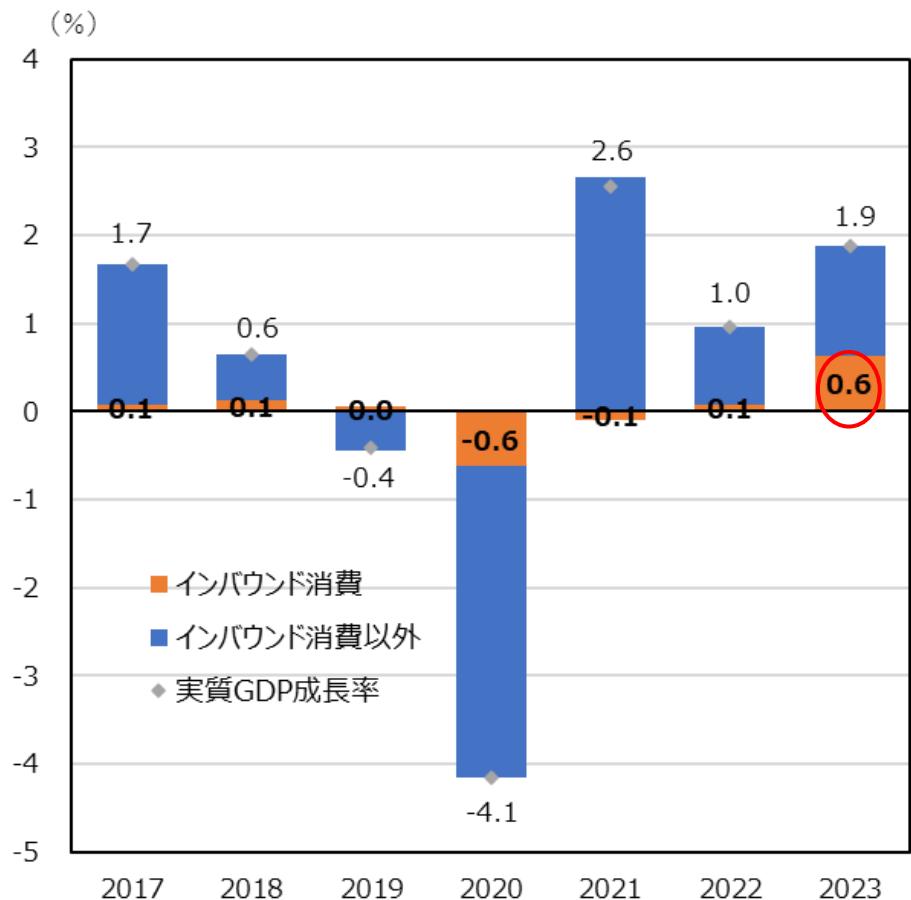
観光を通じて住民が**自らの地域に誇りと愛着**を感じることは、**活力に満ちた地域社会**の持続可能な発展を可能にする。

国際相互理解の増進

観光を通じて**異文化を尊重**し、世界の人々と絆を深めることは、草の根から外交や安全保障を支え、**国際社会の自由、平和、繁栄の基盤**を築く**国際相互理解を増進**する。

実質GDP成長率へのインバウンド消費寄与度（暦年）

実質GDP成長率（前年比）とインバウンド消費寄与度



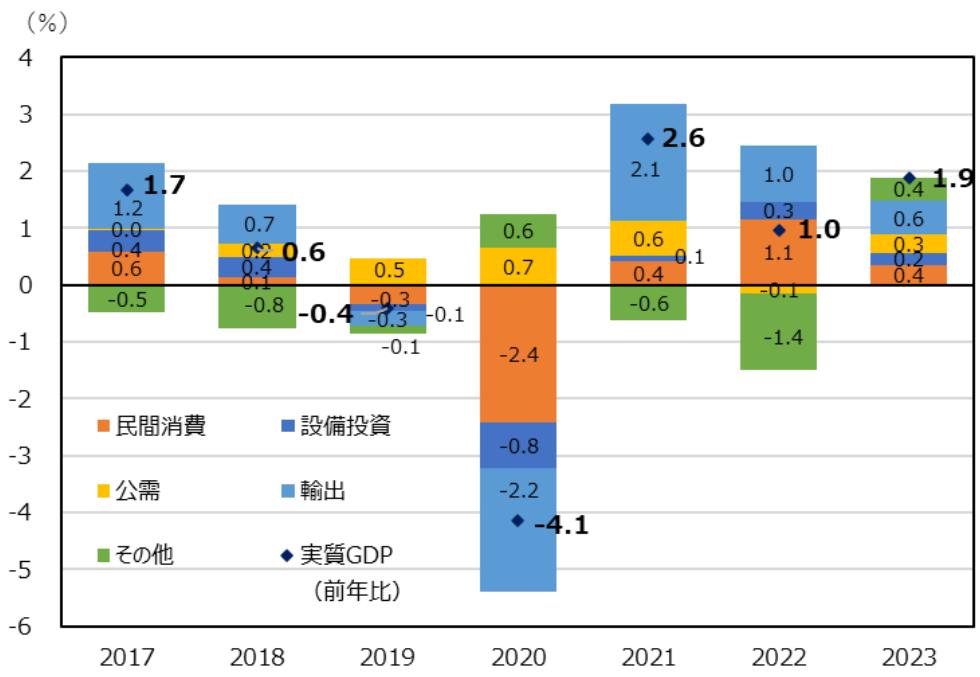
（出典）内閣府「四半期別GDP速報（2023年10-12月期1次速報）」

（注1）「非居住者家計の国内での直接購入」（「輸出」に計上）が一般的に「インバウンド消費」を示す系列。（日本銀行「国際収支統計」の「旅行」から推計）

（注2）需要項目のうち「その他」は民間住宅、在庫変動及び輸入の合算値。

（注3）サービス輸出は、旅行（インバウンド消費）の他、輸送、その他サービス（産業財産権等使用料（特許権、商標権や技術情報使用料）等）を含む。

実質GDP成長率（前年比）の需要項目別寄与度



国内総生産、インバウンド消費等の名目実額

（単位：10億円）

	国内 総生産	うち輸出			
		財貨	サービス	非居住者家計の国 内での直接購入 (インバウンド消費)	国内総生産に 占める割合 (%)
2019年	557,911	75,775	21,656	4,572	0.8%
2020年	539,808	67,263	16,561	1,039	0.2%
2021年	552,571	82,353	17,804	497	0.1%
2022年	559,710	98,769	21,802	958	0.2%
2023年	591,482	100,274	28,386	4,758	0.8%

明日の日本を支える 観光ビジョン		観光立国推進基本計画		2023年実績
2030年目標	2025年目標	早期達成目標		
持続可能な観光地域づくり に取り組む地域数		100地域		31地域 (2023/11/29時点)
訪日外国人旅行者数	6000万人	2019年水準超え (3188万人)		2506.6万人
訪日外国人旅行消費額	15兆円	5兆円	5.3兆円	
訪日外国人旅行消費単価	(25万円)	20万円	21.3万円	
訪日外国人旅行者 1人当たり地方部宿泊数		2泊	1.27泊	
訪日外国人旅行者の 地方部延べ宿泊者数	1億3000万人泊			3190.9万人泊
日本人の海外旅行者数		2019年水準超え (2008万人)	962.4万人	
日本人国内旅行消費額	22兆円	22兆円	20兆円	21.9兆円

日時：令和6年4月17日（水）

場所：官邸4階大会議室

○岸田内閣総理大臣より発言

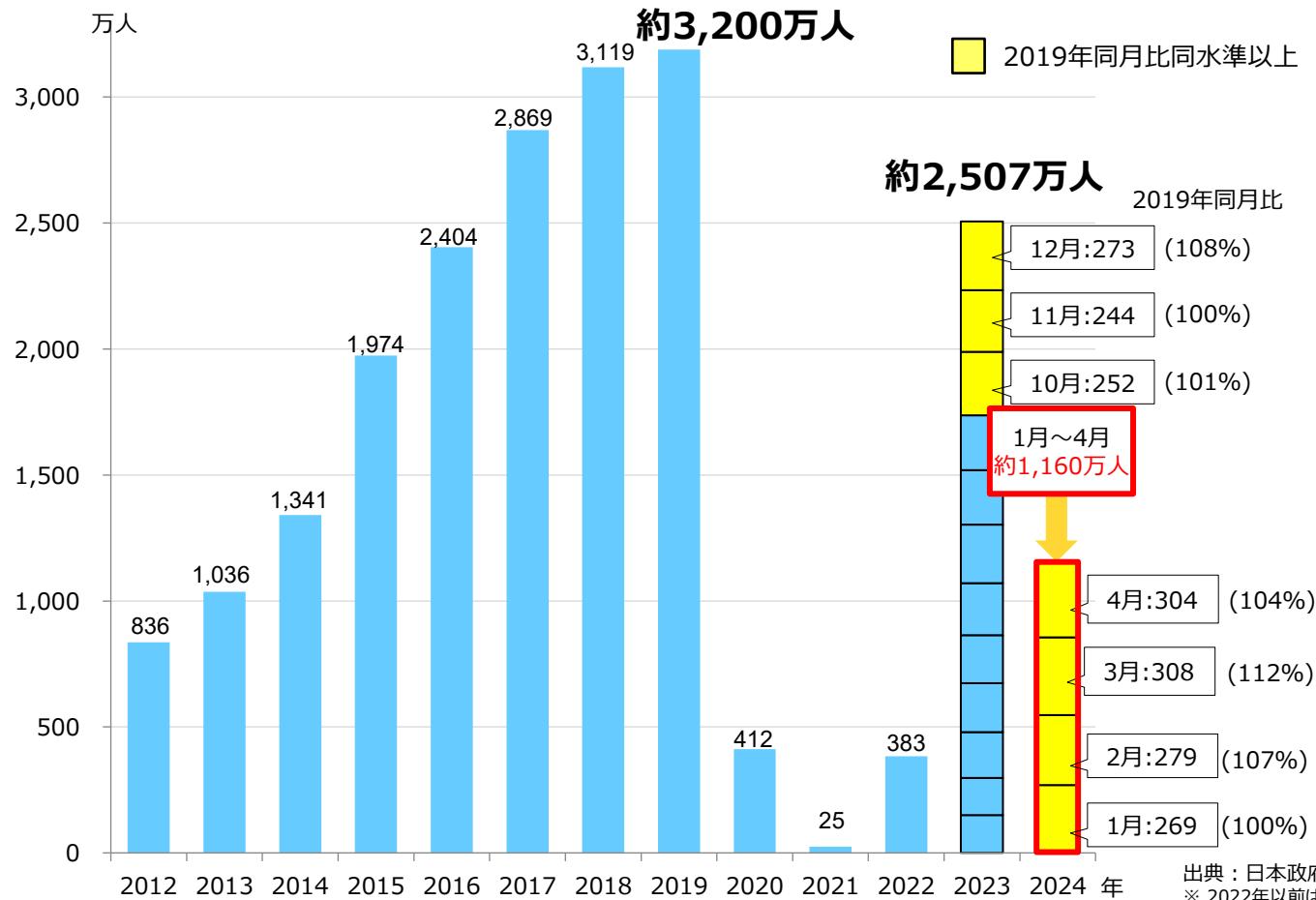
- ・コロナ後、インバウンドは急速に回復し、本日公表の統計によると、3月は過去最高の308万人、消費額も3四半期連続でコロナ前を超えた。このペースで進めば、2024年は、2025年目標を前倒しし、訪日客数・消費額ともに過去最高を達成できる見通しである。
- ・ただし、実績を仔細にみると、三大都市圏に偏在している外国人宿泊を地方に分散し、持続可能な観光地域づくりを加速していくことが喫緊の課題と考える。また、足元でコロナ前の水準に至っていない国内旅行やアウトバウンドの拡大を図ることも重要である。これらの課題解決と観光業の発展に向けて、関係省庁が連携して、次の3点に重点的に取り組んでいただきたい。
- ・第一に、地方誘客の柱として、「地方の11のモデル観光地への重点的な支援」を実施する。このため、11のモデル観光地において、国内旅行の増加も視野に、高付加価値化等による持続可能な観光地域づくりの支援や二次交通の確保とともに、最大4割引となる高速道路周遊バスの導入・拡充に取り組んでいただきたい。同時に、国立公園の滞在体験魅力向上拠点の拡充、文化財の積極的活用、デジタルの徹底活用を促進していただきたい。
- ・第二に、「オーバーツーリズムの未然防止と抑制対策」の強化である。選定した20の先駆モデル地域を中心に、公共交通等の混雑対策、マナー違反対策、自然環境保護対策、需要分散・周遊促進等の対策を講じ、持続可能な観光地域づくりを強力に推進していただきたい。
- ・第三に、あらゆる機会を捉えたインバウンド需要の開拓である。本年2024年は「日米観光交流年」、2025年は大阪・関西万博、2027年は横浜国際園芸博の年である。さらに、東京2025世界陸上、アジア競技大会愛知・名古屋2026、ワールドマスターズゲーム2027関西等、国際大会も控える。足元での伸びが著しい北米、東南アジアや中米、中東等の新たな市場を意識しながら、ビジネス、学術研究も含め、あらゆる機を捉えて、インバウンド需要を拡大していただきたい。
- ・こうした対策により、2030年インバウンド6,000万人、消費額15兆円を目指し、新しいインバウンド戦略を推進していく。

2. 2023年の概況

インバウンドの状況(旅行者数)

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

訪日外国人旅行者数の推移



国・地域別訪日者数上位

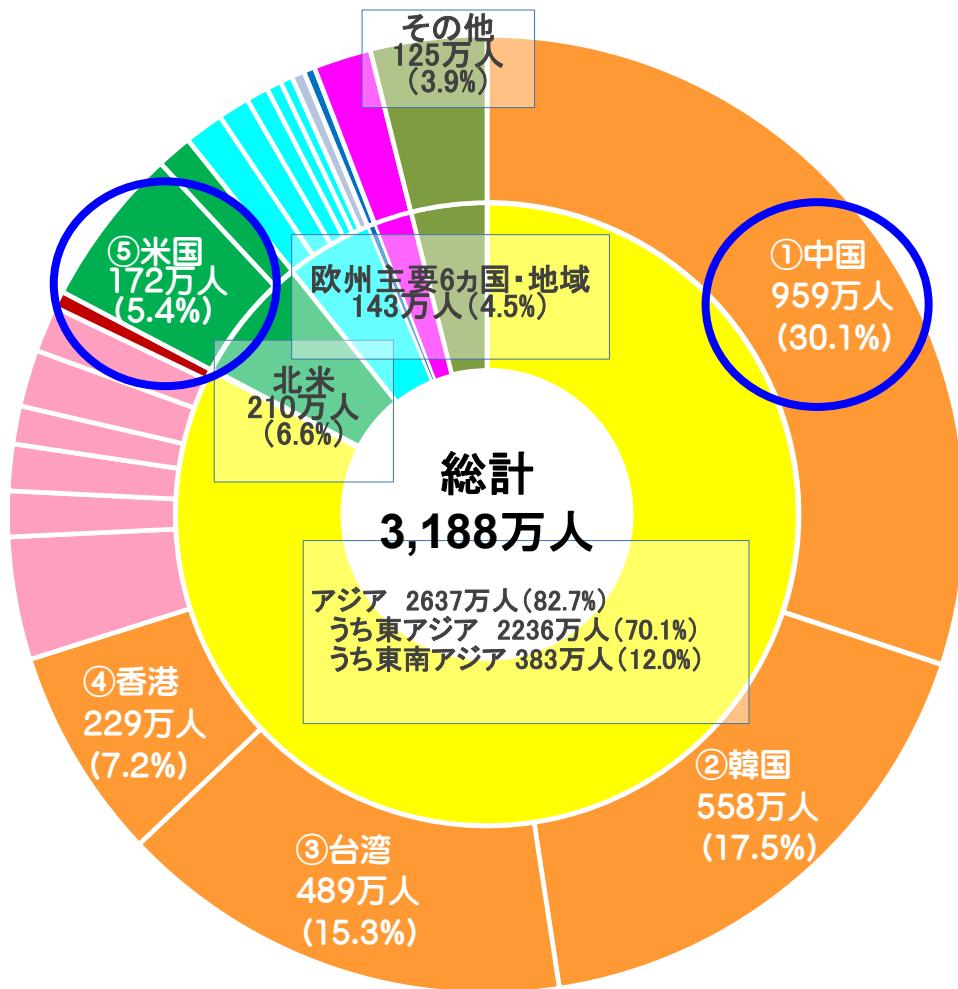
	2024年4月 (2019年同月比)
①韓国	66万人 (117%)
②中国	53万人 (73%)
③台湾	46万人 (114%)
④米国	23万人 (134%)
⑤香港	18万人 (95%)

出典：日本政府観光局 (JNTO)

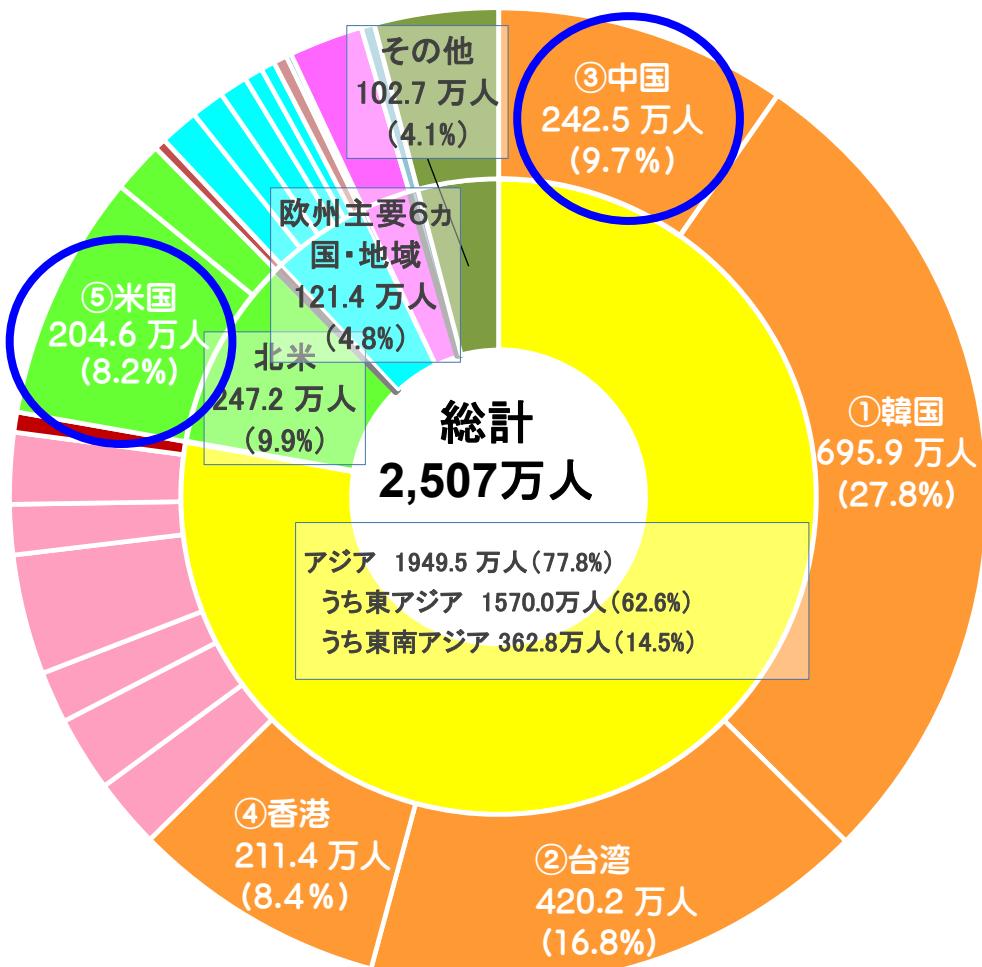
※ 2022年以前は確定値、2023年、2024年1月及び2月の値は暫定値、2024年3月及び4月は推計値

国・地域別の訪日外国人旅行者数及び割合

【2019年確定値】



【2023年推計値】

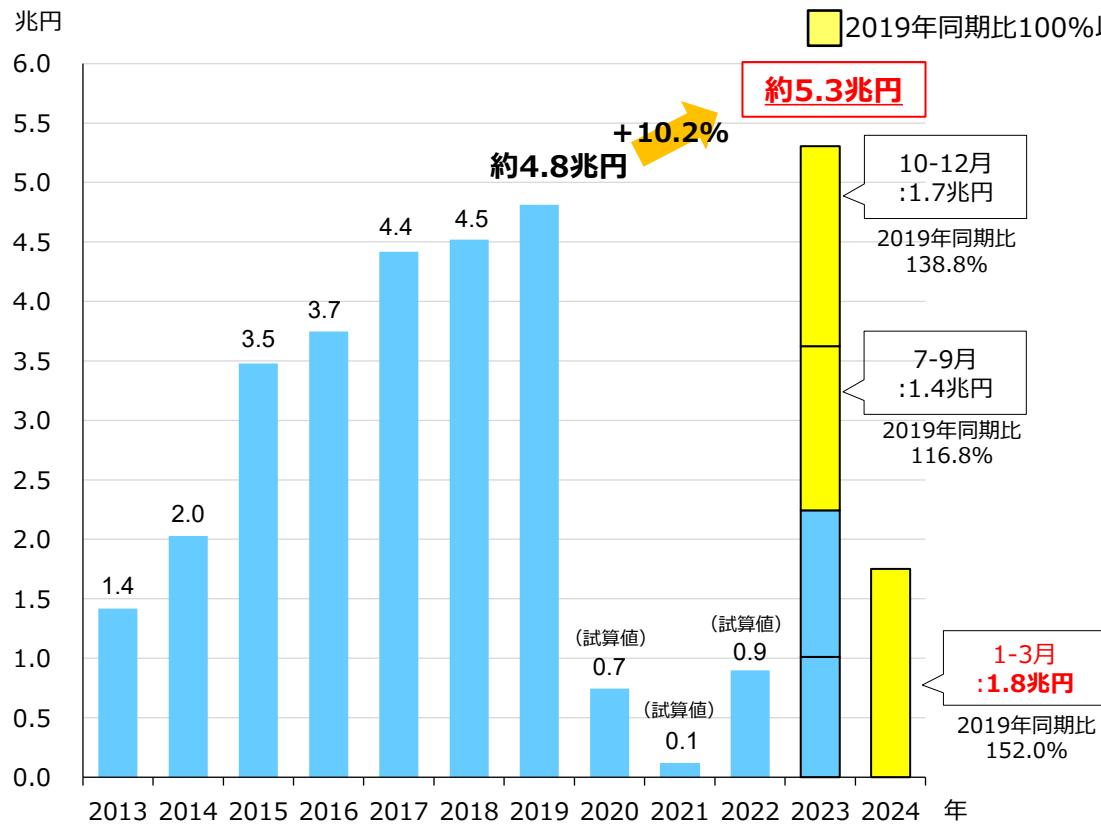


※ ①～⑤は訪日重点市場(上記23市場)のうち訪日外国人旅行者数上位5位の国・地域※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

インバウンドの状況(消費額)

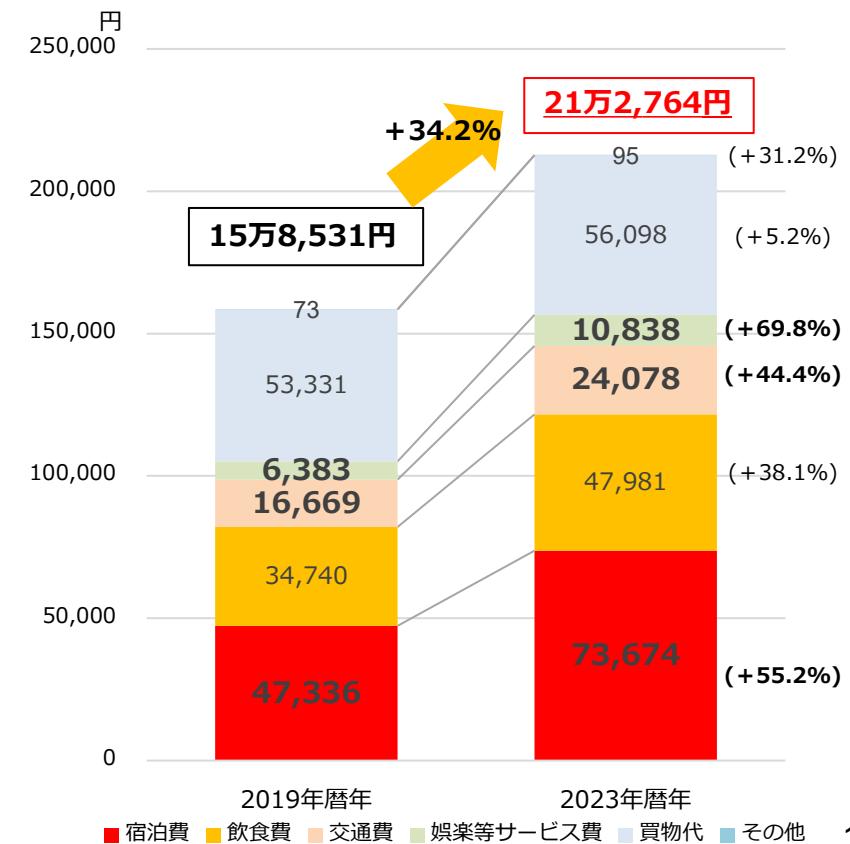
- 2023年の訪日外国人消費額は、5.3兆円と過去最高 (2019年は4.8兆円。2019年比10.2%増)
- 訪日外国人（一般客）一人当たりの旅行支出は、約21万円 (2019年比34.2%増)
- 費目別にみると、宿泊費、娯楽等サービス費、交通費等が上昇
※平均泊数が伸びたこと（8.8泊→10.1泊）や円安・物価上昇の影響等が考えられる
- 2024年1－3月期の訪日外国人消費額は、約1.8兆円と四半期として過去最高。
一人当たりの旅行支出は約21万円。

訪日外国人旅行者による消費額の推移



出典：「訪日外国人消費動向調査」より算出

費目別 1人1回当たり旅行消費単価



訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較

(単位:兆円)

20.0

17.3

16.0

2023年暦年の訪日外国人旅行消費額
5兆3,065億円

14.0

12.0

10.0

8.0

6.0

5.5

5.3

4.0

4.5

3.9

3.5

3.0

2.9

2.4

2.1

2.0

2.0

1.0

0.0

自動車(完成品)

半導体等電子部品

観光

鉄鋼

自動車の部分品

半導体等製造装置

プラスチック

原動機

非鉄金属

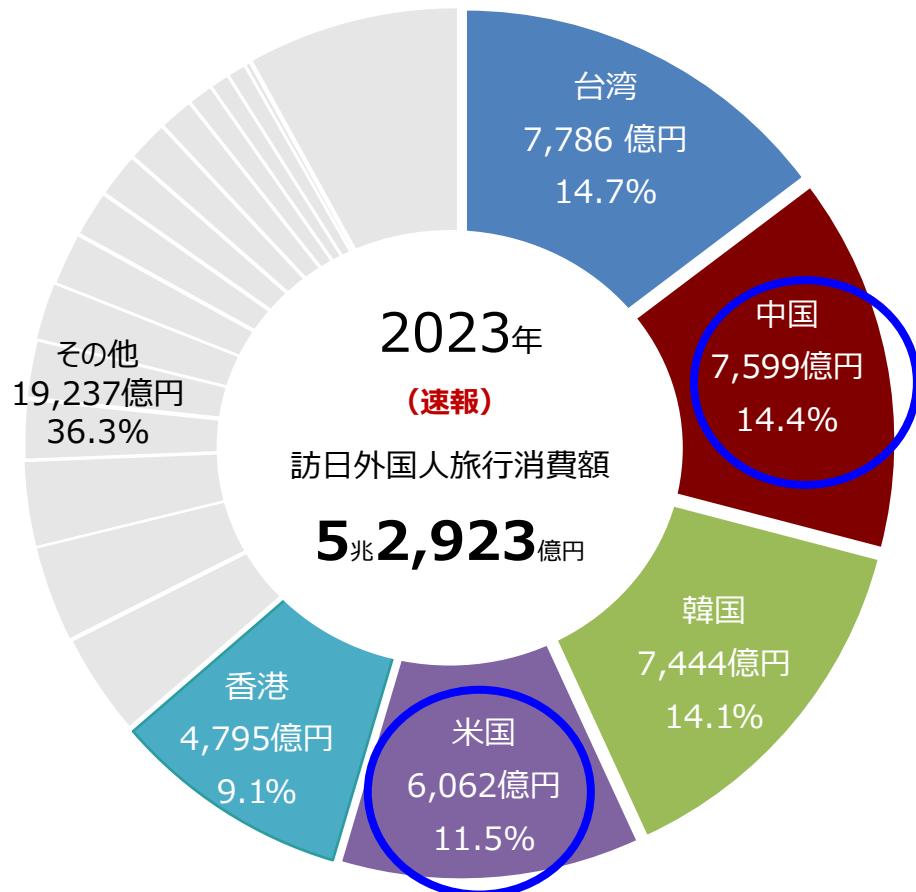
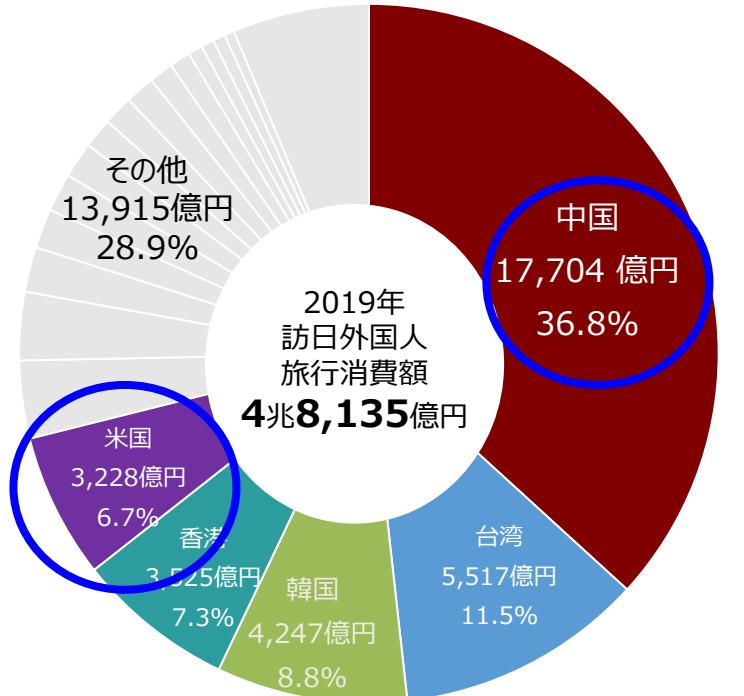
電気回路等の機器

有機化合物

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

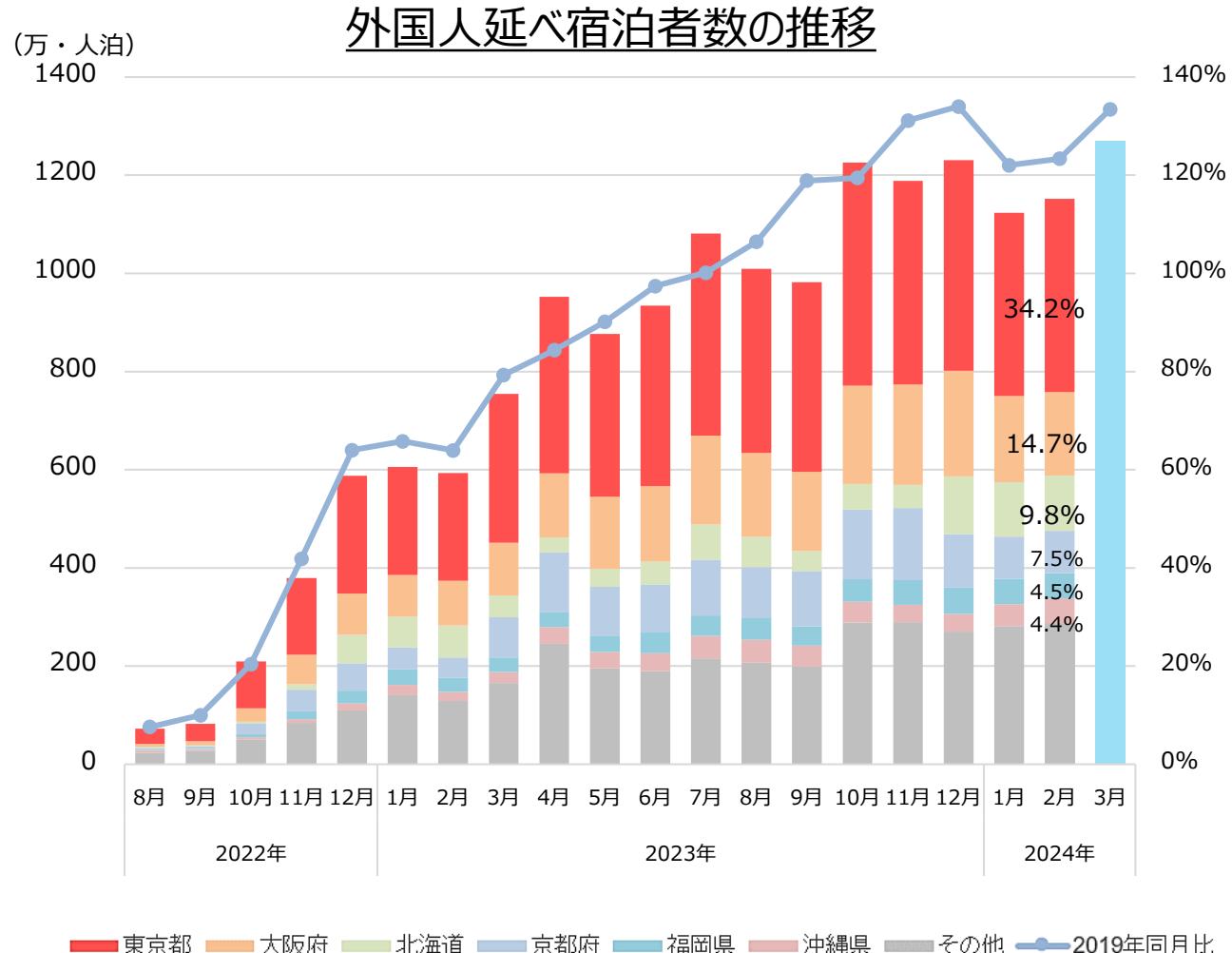
2019年・2023年暦年の国籍別訪日外国人消費額

○消費額上位5か国・地域の構成比をみると、中国は、2019年は全体の約40%であったのに対し、2023年には約15%まで減少。米国は、2019年は全体の約7%であったが、2023年は約2倍（約12%）に増加。



インバウンドの状況(延べ宿泊者数)

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



都道府県別外国人延べ宿泊者数（2023年）

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

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

インバウンドの状況(都道府県別延べ宿泊者数)

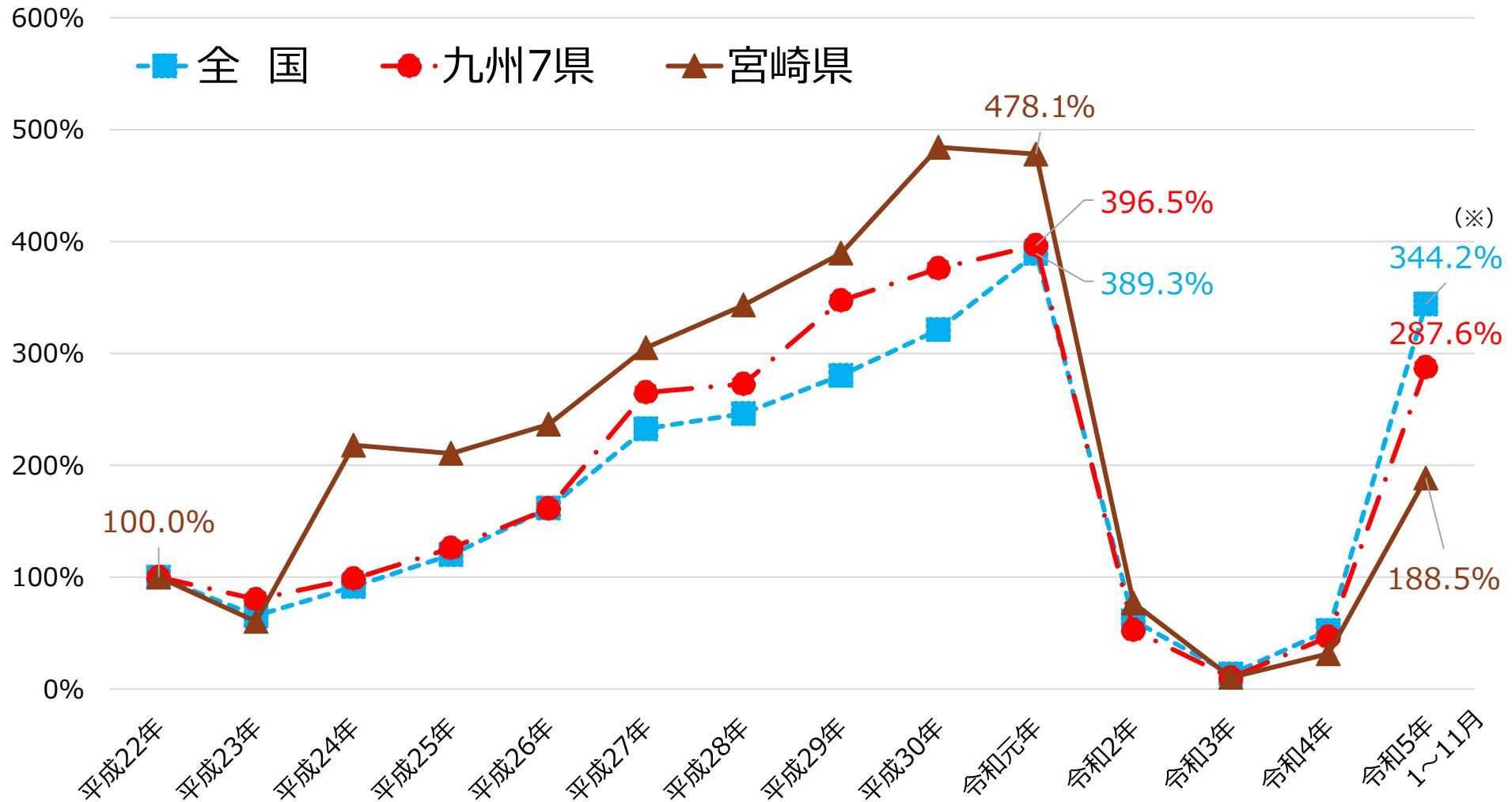
- 延べ宿泊者数の回復状況を都道府県別にみると、**東京の他、高知県、栃木県、福岡県などで回復率が高い。**

都道府県別外国人延べ宿泊者数の増減率ランキング
(2023年1月～12月)

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

回復率 トップ10			
	回復率	延べ宿泊者数	
		2019年1～12月	2023年1～12月
東京都	145.58%	2,935万人泊	4,273万人泊
高知県	135.77%	10万人泊	13万人泊
栃木県	127.60%	35万人泊	45万人泊
福岡県	111.17%	426万人泊	474万人泊
大分県	106.15%	121万人泊	128万人泊
石川県	105.06%	98万人泊	103万人泊
大阪府	103.09%	1,793万人泊	1,848万人泊
熊本県	102.88%	93万人泊	96万人泊
福島県	102.59%	21万人泊	22万人泊
京都府	100.79%	1,203万人泊	1,212万人泊
(参考) 宮崎県	35.19%	31万人泊	11万人泊

外国人延べ宿泊者数の伸び率の推移(平成22年比)



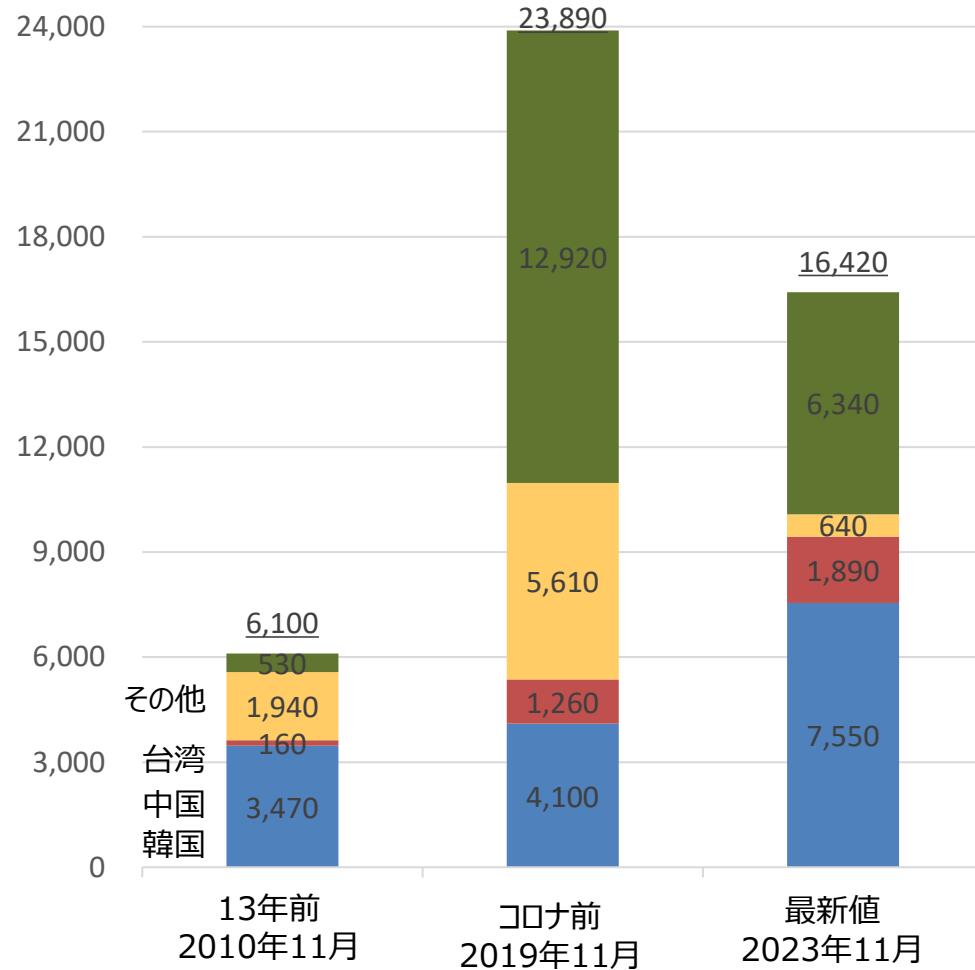
注)・従業員数10人以上の宿泊施設を対象。

(※) 令和5年は、平成22年の同期間(1~11月)との比較値。なお、令和5年のみ速報値。

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

宮崎県の国・地域別の外国人延べ宿泊者数（11月時点のデータ比較）

(人泊)



(東日本大震災2011年3月11日)
(コロナ発症のWHOへの報告2020年1月)

※従業員数10人以上の宿泊施設を対象。

※国籍不詳を含む。

※韓国、中国、台湾以外の以下の国・地域はその他に計上。

香港、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン、インド、オーストラリア、アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア、スペイン

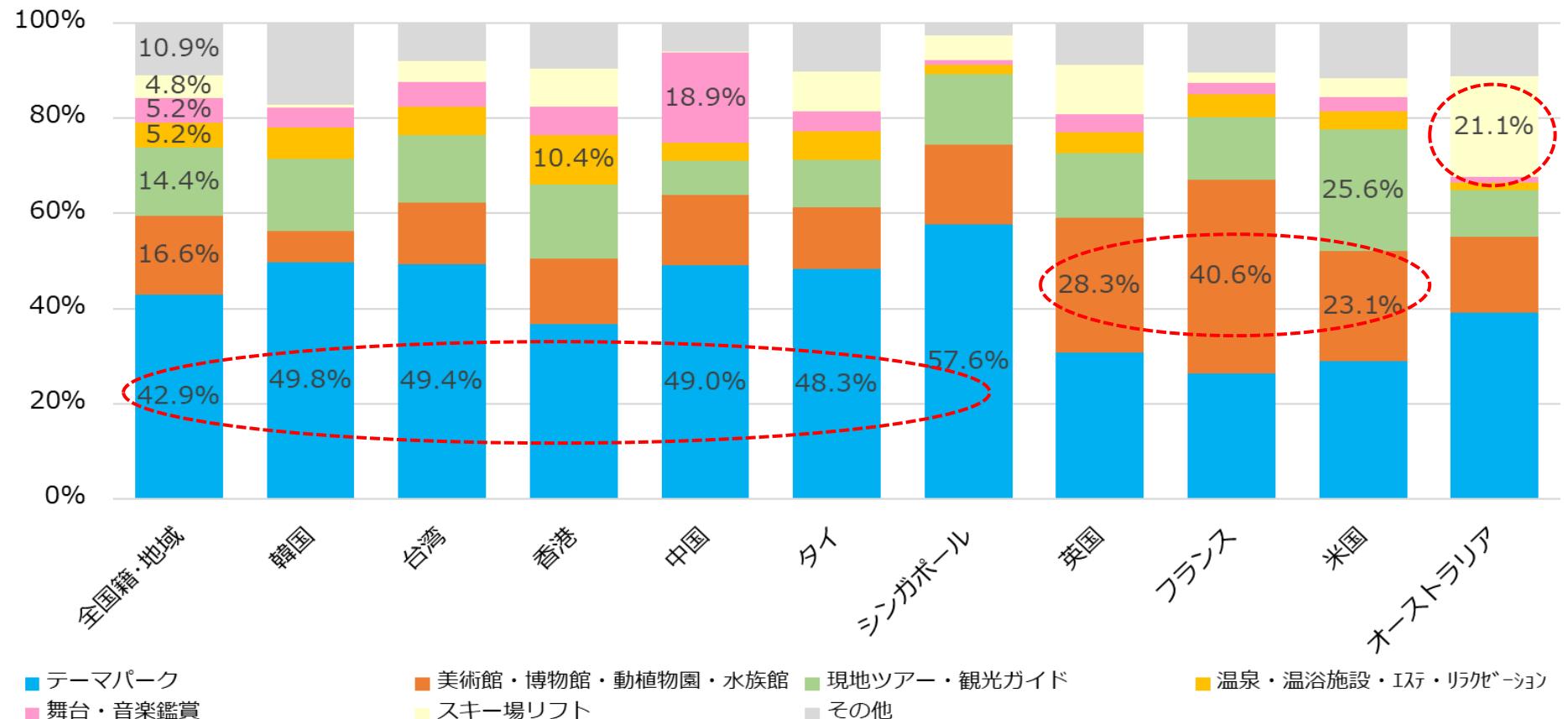
(人泊/月)

	13年前 2010年11月 (A)	コロナ前 2019年11月 (B)	最新値 2023年11月 (C)	13年前比 (C/A)	コロナ前比 (C/B)
韓国	3,470	4,100	7,550	2.2倍↑	1.8倍↑
中国	160	1,260	1,890	11.8倍↑	1.5倍↑
台湾	1,940	5,610	640	67%↓	89%↓
その他	530	12,920	6,340	12.0倍↑	51%↓
合計	6,100	23,890	16,420	2.7倍↑	31%↓

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

※各月における内訳の合計と合計欄の数値は端数の処理上一致しない場合がある。

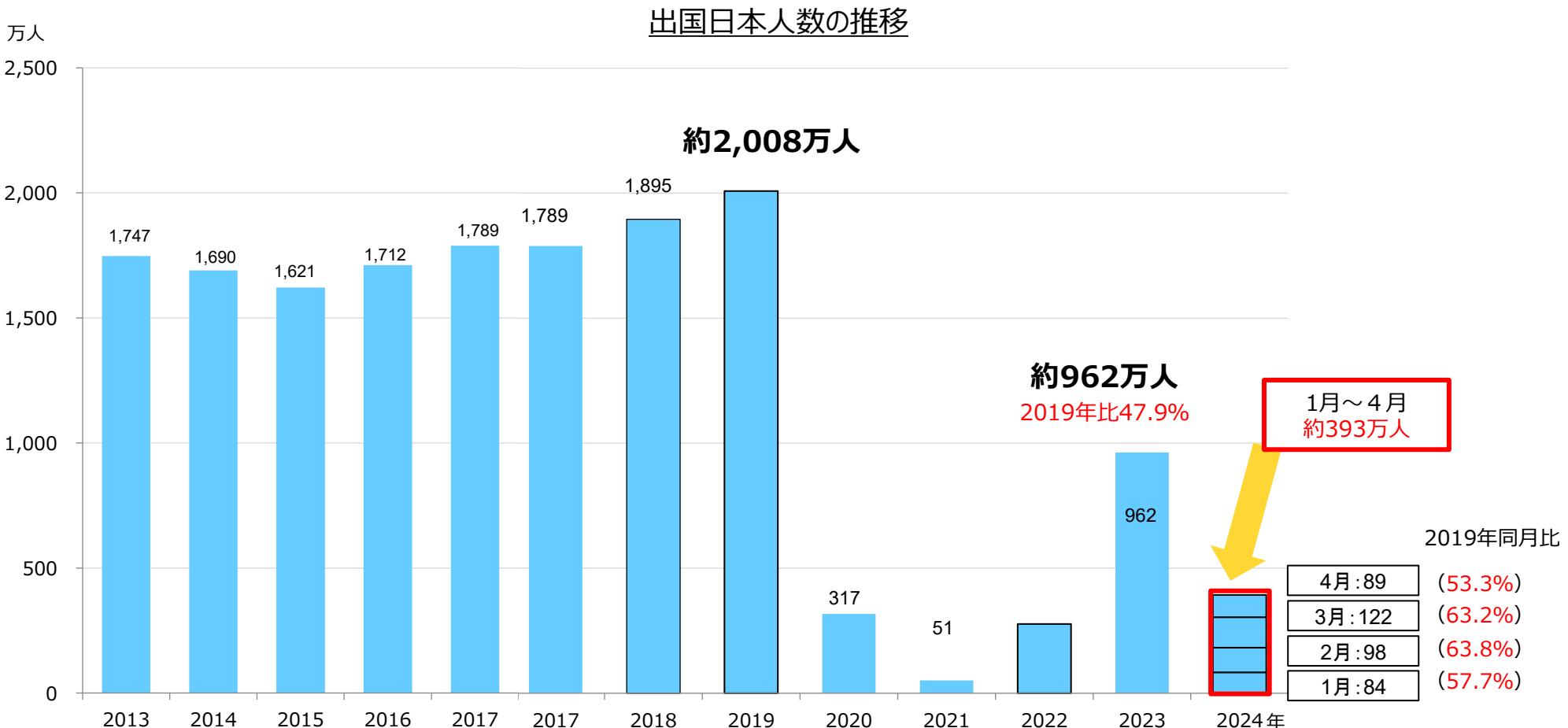
国籍・地域別の娯楽等サービス費の構成比 (2023年)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2023年）により作成。
注1：その他は、「ゴルフ場・スポーツ施設利用料」、「舞台・音楽鑑賞」、「マッサージ・医療費」、「展示会・コンベンション参加費」、「レンタル料（レンタカーを除く）」、「その他娯楽等サービス費」を合計したもの。

アウトバウンドの状況

- 2019年に過去最高2,000万人超を記録するも、新型コロナの影響により2020年以降大幅な落ち込み
- 円安や海外の物価高が進行する中、2023年の累計では962万人(2019年比47.9%)にとどまっている
- 2024年4月の出国日本人数は約89万人と、コロナ前2019年同月比で53.3%

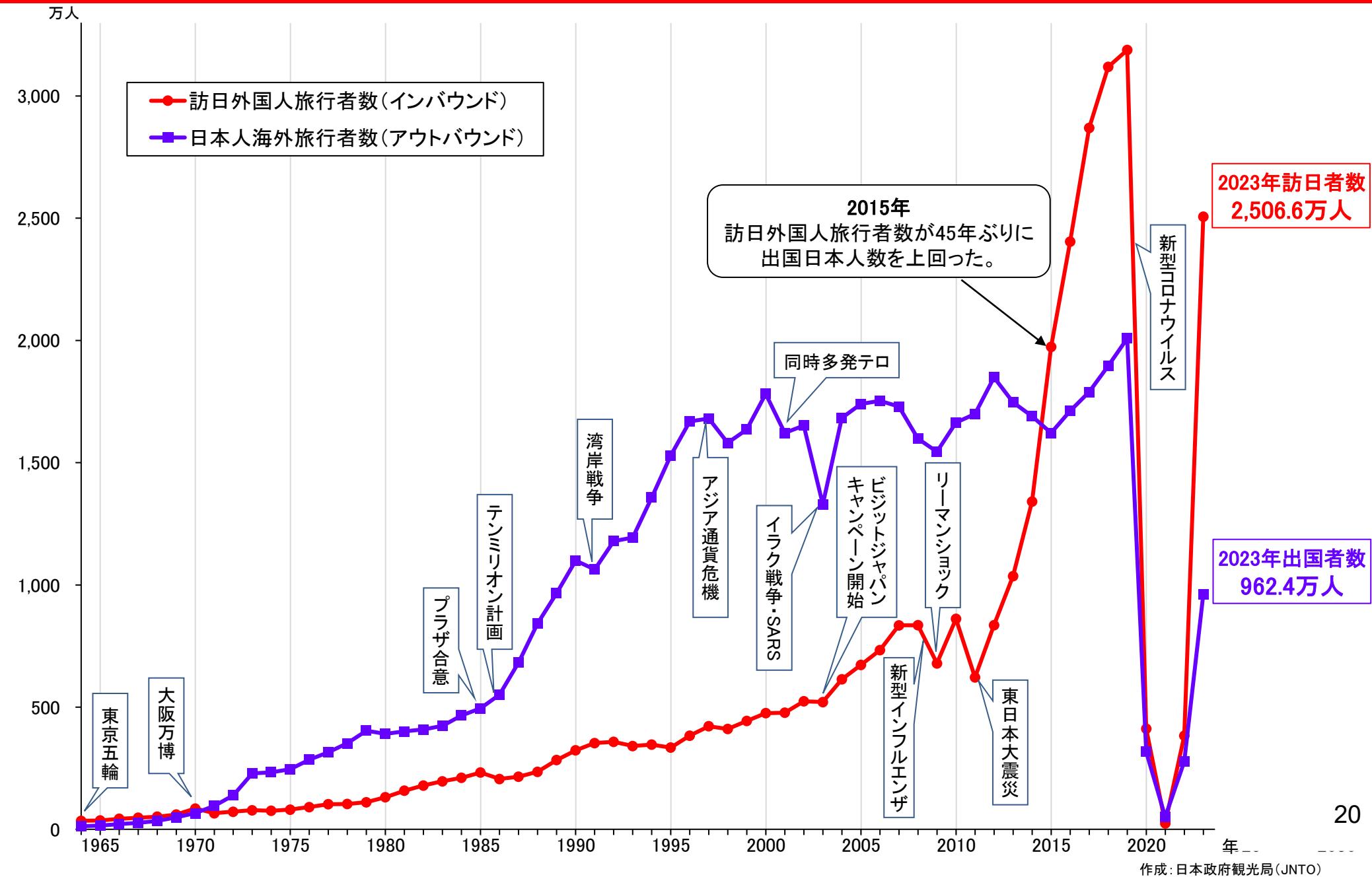


出典：日本政府観光局（JNTO）

※ 2022年以前は確定値、2023年および2024年1～3月の値は暫定値、2024年4月の値は推計値

訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移 (1964年~2023年)

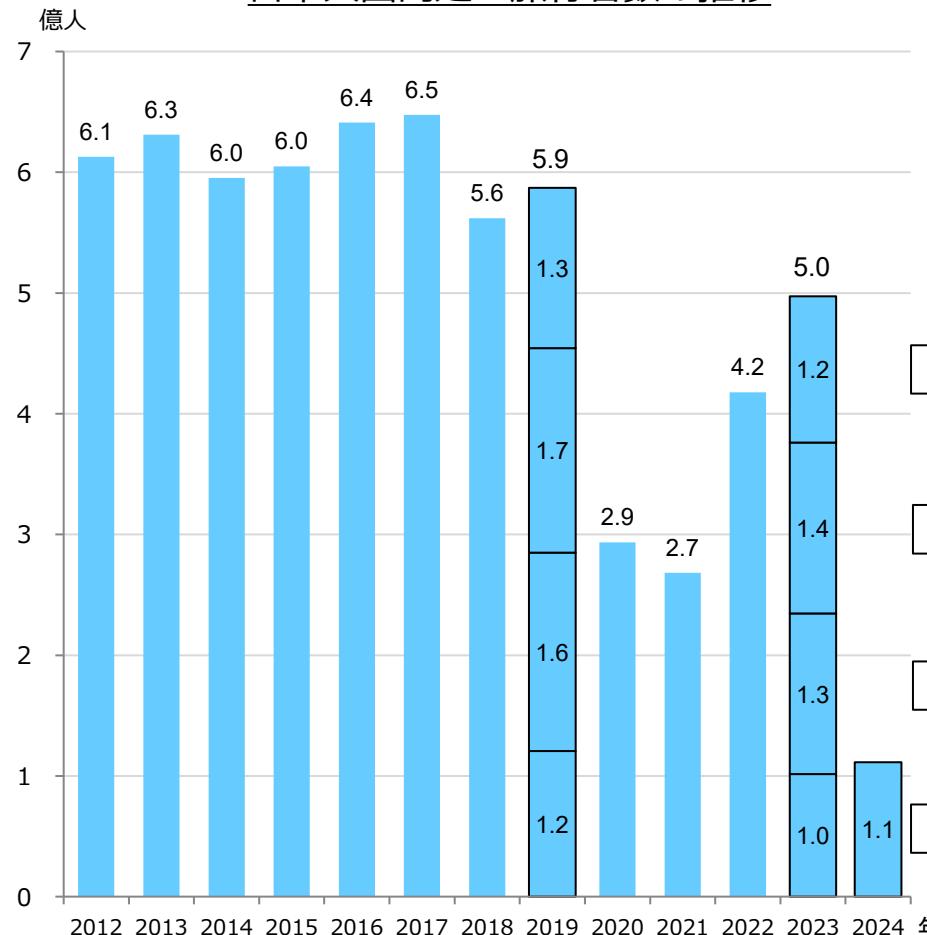
国土交通省
観光庁



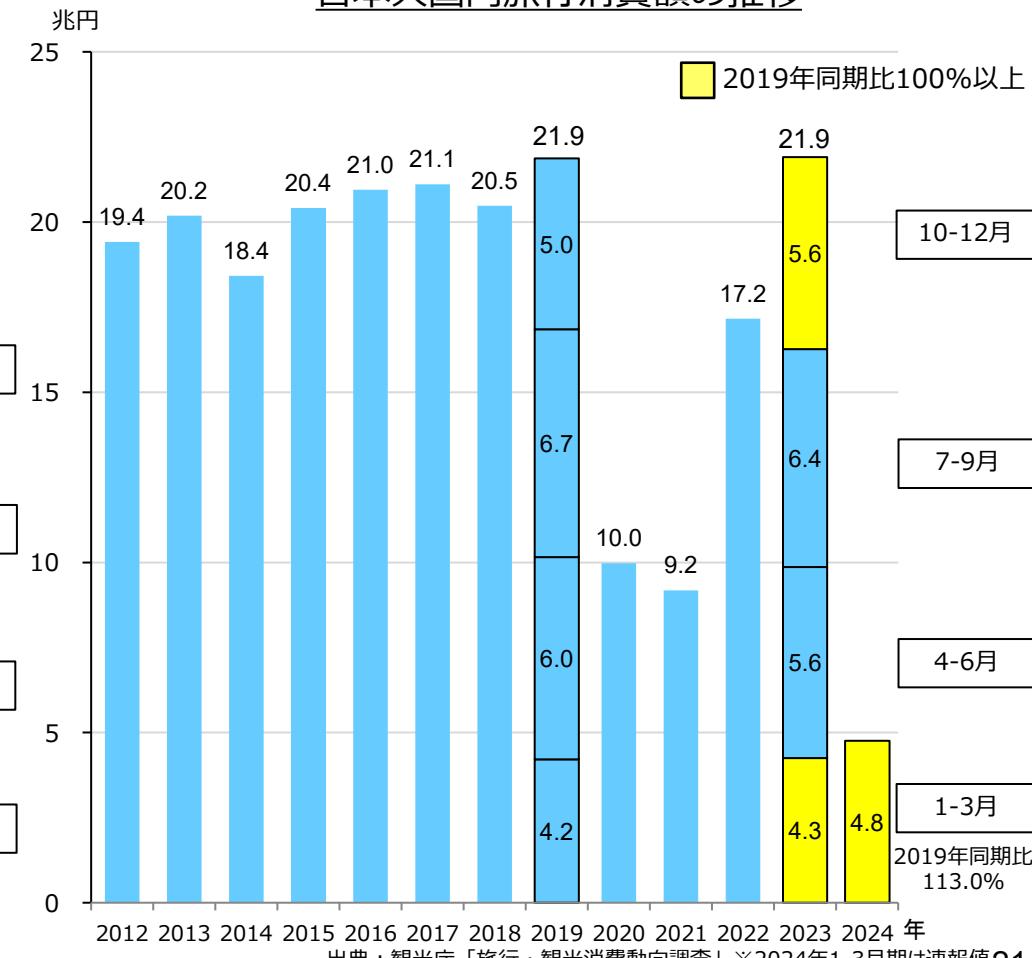
国内旅行の状況

- 2019年までの国内の旅行者数・消費額は概ね横ばいで推移
- 2023年の**国内旅行消費額**は、**コロナ前と同水準まで回復**（2019年比99.9%）
- 2023年の**国内旅行者一人当たりの旅行支出**は、2019年比で**17.9%増**（2019年：約3.7万円 2023年：約4.4万円）
- 2024年1-3月期の国内旅行消費額は、**約4.8兆円**と第1四半期（1-3月期）の消費額として過去最高。

日本人国内延べ旅行者数の推移



日本人国内旅行消費額の推移



国内全体の旅行消費

2019年（令和元年）：27.9兆円

2021年（令和3年）：9.4兆円

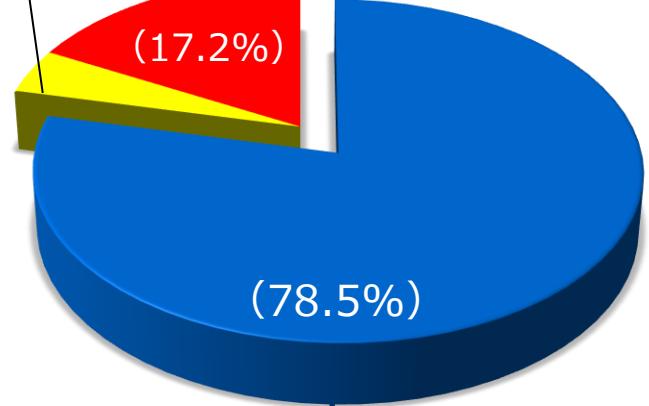
2023年（令和5年）：28.1兆円

**インバウンド旅行
4.8兆円**

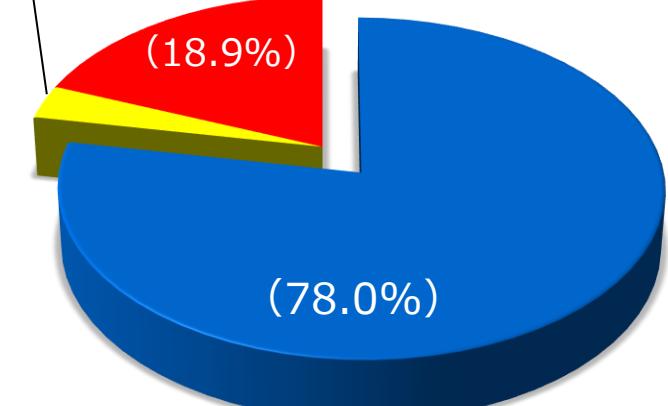
▲約5兆円

**インバウンド旅行
0.1兆円**

+5兆円超

**インバウンド旅行
5.3兆円**その他
1.2兆円 (4.3%)**日本人国内旅行
21.9兆円**

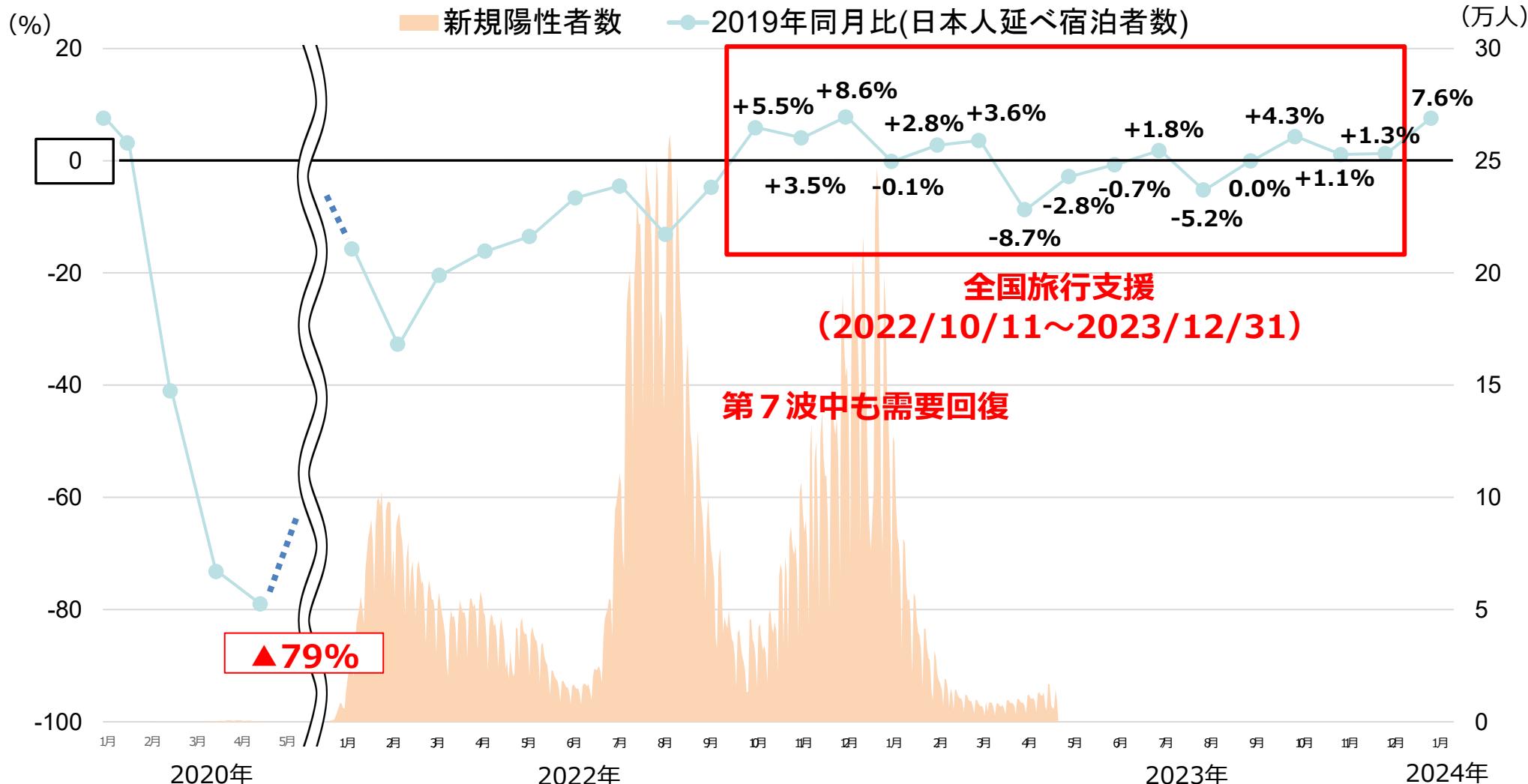
▲10兆円超

その他
0.1兆円 (1.2%)**日本人国内旅行
9.2兆円**その他
0.9兆円 (3.1%)**日本人国内旅行
21.9兆円**

+10兆円超

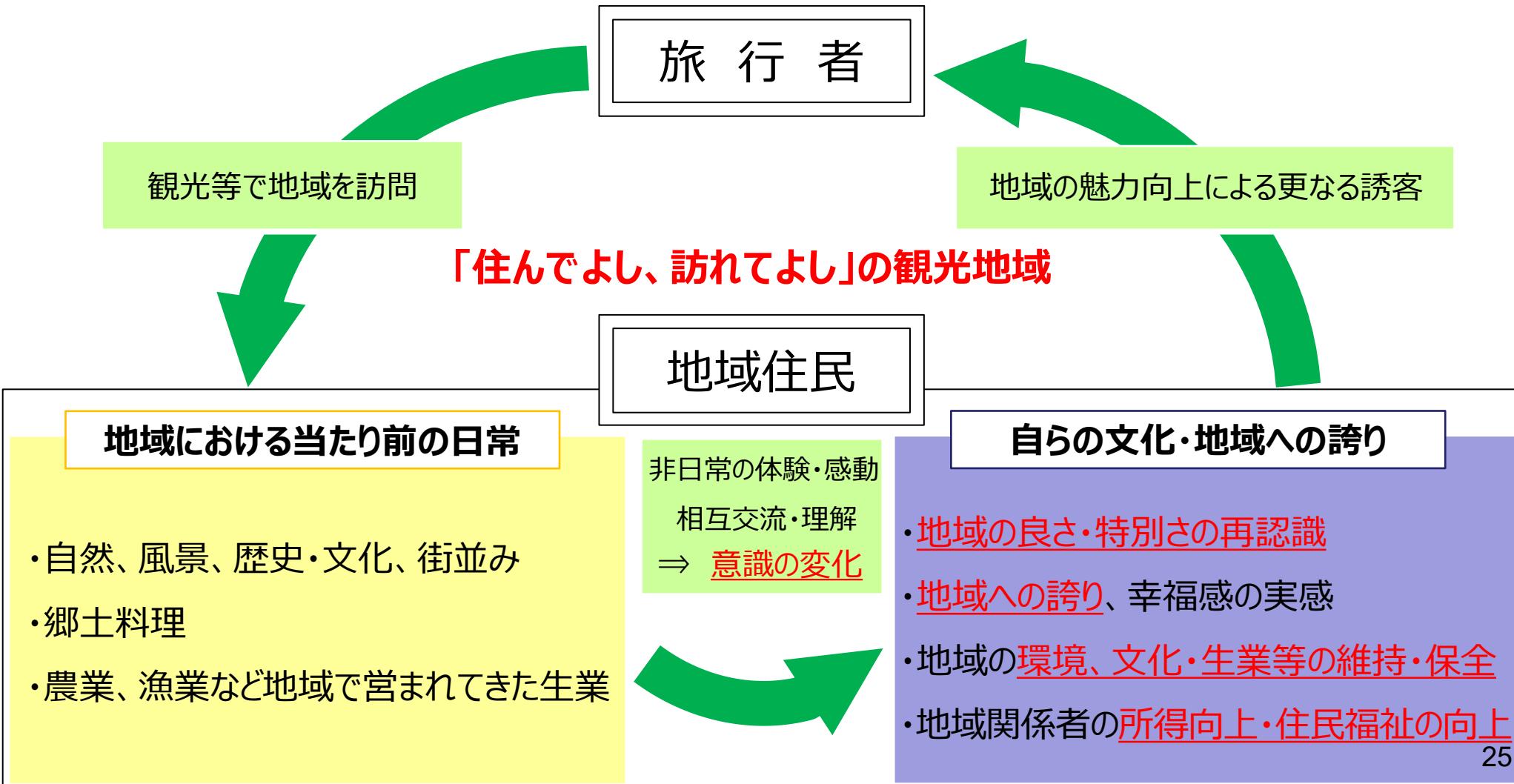
国内旅行の状況(日本人宿泊者数)

- 全国旅行支援等の需要喚起策の効果もあり、コロナ禍前と同水準まで回復。



3. 魅力ある観光地づくりにむけて

旅行者に、地域の文化や生業等に触れてもらうことで、地域住民も、その価値を再認識し、自らの地域等を誇りに感じる
 → 地域の更なる魅力向上を通じて、旅行者・地域住民の双方の好循環を実現



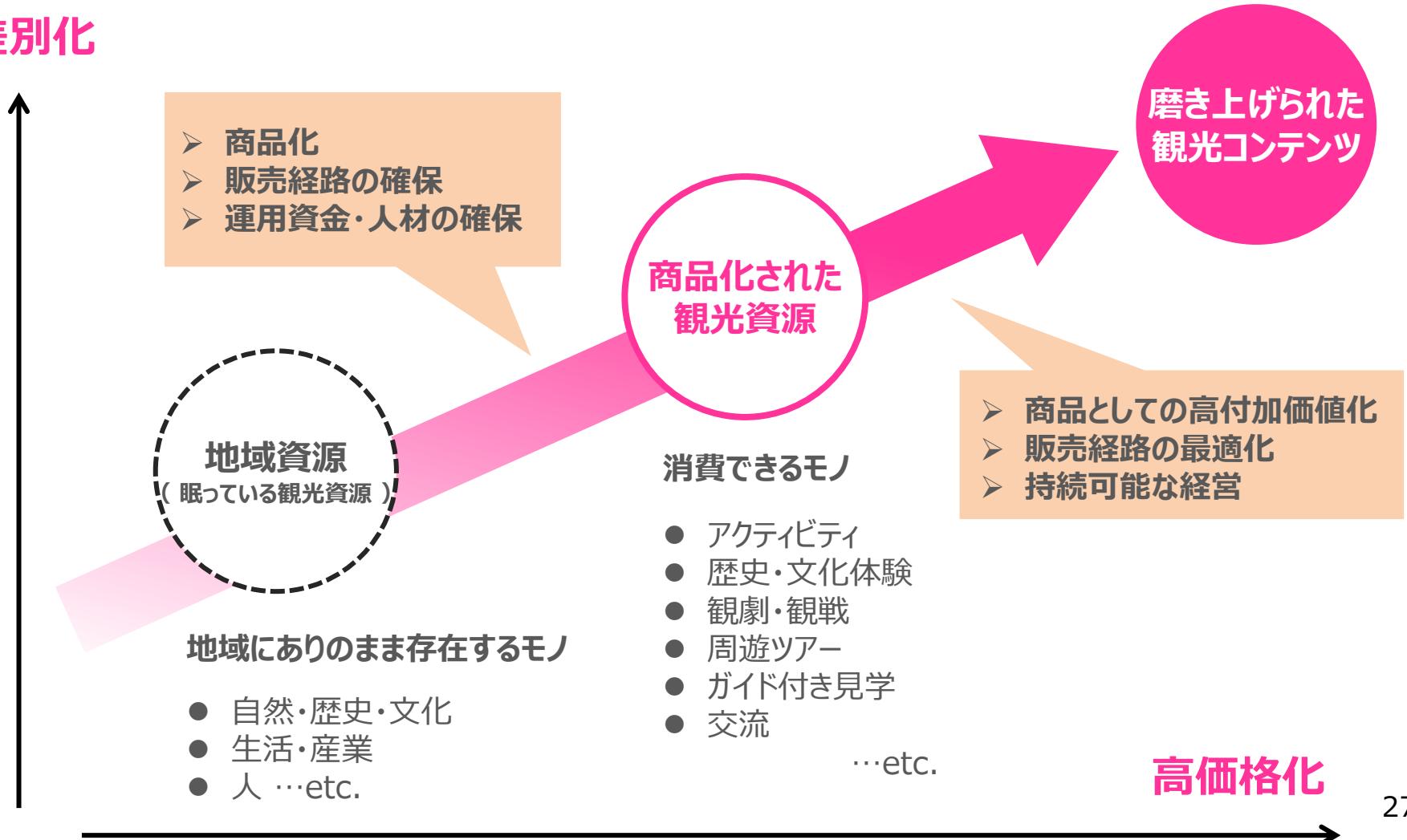
『観光資源』とは？

- 日本全体や地域で育まれてきた歴史・自然・文化・産業等の中に眠っている地域素材



- 商品化し、さらにコンテンツとしての磨き上げることで、他の地域との差別化が図られ、消費単価の向上につながる。

差別化



観光資源の磨き上げ

- 特に訴求力の高いコンテンツは、その地域が持つストーリー性を含めた「本物の体験」を提供するもの。
- そのためには、体験価値の向上を重視したマーケットインの発想で、地域固有の文化・歴史・自然・食等を生かした地域の魅力の精査・磨き上げ、高付加価値な解説・ガイドの整備等を行うことが重要。
- また、サステナブルツーリズム等、インバウンドの嗜好トレンドも踏まえたコンテンツ造成が必要。

自然

<北海道>

ATWS*を契機としたアドベンチャーツーリズムにおける有望な旅行先としての地位の確立

- ✓ アドベンチャーツーリズムの世界機関による監修のもと、ハイキング、サイクリング、ラフティングなどのアクティビティと、アイヌ文化を組み合わせたストーリー性のあるコンテンツを造成。
- ✓ 海外旅行会社の有力バイヤー等による視察では、アドベンチャーツーリズムの有望な旅行先として評価。

※ATWS：アドベンチャートラベル・ワールドサミット。
ATに関する世界最大の商談会で、R5.9.11～14に北海道札幌市で開催



食文化

<神奈川県三浦市>

地元農水産品や三浦半島の絶景を活用した特別な食の体験の提供

- ✓ ミシュラン三ツ星レストラン経営者による監修のもと、三浦市の豊かな農水産物を活かした消費単価の高い新メニューを開発中。
- ✓ 併せて、海岸沿いの立入禁止エリアを活用し、三浦海岸の絶景と富士山の夕日を堪能できる野外レストランを今年度開催予定。



歴史・文化 (ガイドツアー)

- ✓ 徹底した外国人目線での観光地の磨き上げを行い、特に歴史・文化に関する深い理解と分かりやすく伝える能力を持つ高度なガイド人材の育成に注力。育成されたガイドによる高品質な語り部ツアーを多数造成。
- ✓ 欧米豪の個人旅行者層を中心に高い人気を誇り、インバウンドによる地域消費・宿泊者数が継続的に増加。

＜和歌山県田辺市＞ 外国人目線で育成された高品質ガイドによる 熊野古道の歴史・文化を知る語り部ツアー



歴史・文化 (宿泊体験)

＜京都府京都市＞ 「世界遺産を独り占め」 真言宗御室派総本山での高付加価値宿坊体験

- ✓ 世界文化遺産・仁和寺の境内松林庵にて、高付加価値な宿坊体験を販売。1泊100万円以上で世界遺産を独り占めできる特別な一夜を提供。
- ✓ 僧侶のガイドで非公開エリアや寺宝も巡る特別ツアーや寺社ならではの食文化体験等の宿泊者向け体験プログラムも充実。



歴史・文化 (SDGs)

＜福岡県八女市＞ 地域に根付いた日常の文化・営みを後世に繋ぐため、 『学びのコンテンツ』として新たに再構築

- ✓ 高齢化や人口流出により、継承が危機的な状況にある地域の文化や里山暮らしを観光コンテンツとして活用。
- ✓ 「地元の食材を余すことなく使う」「丁寧なモノづくりとそれを大切に長く使う」といった日常の文化・営みを、SDGsやサステイナビリティの価値観で捉え直した『学び』のコンテンツを造成。



地域文化の活用に向けた事例紹介

土佐和紙

＜高知県いの町＞ 「土佐和紙」の歴史と 「仁淀ブルー」流域のアドベンチャーツアー造成事業

- ✓ 1000年以上の歴史を誇る土佐和紙の歴史と文化を学び、200年続く製紙会社にて伝統的な紙漉き体験。
- ✓ 土佐和紙の発展に大きな影響を与えた「土佐七色紙の伝説」や、仁淀川周辺の植生や水資源を学び、土佐和紙の歴史や魅力に触れる。



大償神楽

＜岩手県花巻市＞ ユネスコ無形文化遺産 「大償（おおつぐない）神楽」を通じて体験プランの造成

- ✓ 「大償神楽」の中で、初心者でも取り組みやすい演目の体験と花巻温泉での宿泊ができるプランを造成。
- ✓ 神楽体験をきっかけに地域や文化に興味を持ち、持続的に来訪する「通い神楽」モデルを構築し、存続危機である神楽の維持・文化の伝承及び地域活性化を図る。



白石踊

＜岡山県笠岡市＞ 「国指定名勝の白石島」における、ユネスコ無形文化遺産・国指定重要無形民俗文化財の「白石踊」体験

- ✓ 源平水島合戦の戦死した人を弔うために始められたといわれる、地域の伝統的踊り「白石踊」を観光資源として活用し、実際に地元住民と一緒に白石踊を踊り交流を深めるプログラムを造成。
- ✓ 具体的には、ガイドによる白石踊の歴史、地域の文化・歴史の解説、地元踊り手による踊り方講座、衣装着付けを体験するコンテンツを造成し、通常の白石踊の開催時期とずらして、観光客向けに特別開催。



食の活用に向けた事例紹介

ユニークベニュー型（北海道余市町）

- 国指定重要文化財のニッカ余市蒸留所内にある国登録有形文化財「竹鶴邸」を活用。
- 地元食材を活かした新たな高付加価値メニューを開発。
- 通常非公開エリアを開放し、ソムリエや醸造家、ブレンダーがガイドを務め、地域の食とアイヌ文化の繋がりなどを五感で感じる特別な体験を提供。



高付加価値化型（長野県野沢温泉村）

- 地域のマタギ文化を体感する高価格帯ツアーを造成。自然の恵みを狩猟・収穫する体験や地域文化に基づく調理体験、伝統的な食体験の3要素を提供し自然の生命循環を肌で感じるコンテンツ。
- 熊肉や鹿肉、猪肉などのジビエ食材と野沢菜漬けを代表とする地域の伝統的な食材、クラフト飲料を融合させた新たなメニューを開発。



ナイトタイム型（神戸市）

- ラグジュアリーナイトマーケット「イムヤック」を開催し、全国の有名な料理店を誘致して、シェフとの交流等により地元食材を活かした新たな食の体験を提供するとともに、音楽演奏等を行い食を中心としたナイトタイムエコノミーの充実を図るコンテンツを造成。



国際認証型（山梨県巨摩地域）

- 世界人口の4分の1弱を占めるイスラムやユダヤ系観光客など、多様なバックグラウンドを持つゲストが、分け隔てなく一緒に楽しめる滞在体験ができるよう、宗教上の戒律による食事制限を考慮したメニューを開発（地元食材を使用したハラル/コーチャ対応メニュー等）。併せて、受け入れ可能な店舗の増加を図る取組を実施。



JNTOと連携したプロモーション

・Japan's Local Treasures事業

全国の自治体やDMOがおすすめする観光情報記事を、**JNTOグローバルサイトに掲載**するとともにJNTO海外事務所のSNSで発信



・Experiences in Japan事業

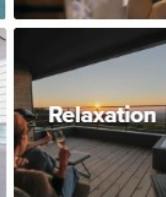
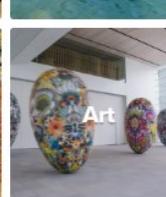
全国各地の**体験型観光コンテンツ**を、**JNTOグローバルサイトで紹介**するとともに、その他JNTOが作成するパンフレットなどにおいて幅広く活用



Explore the heart and soul of Japan
through curated experiences

Let us guide you deeper into the heart of Japan. Meet apprentice geisha, stay overnight in a temple, raft through an epic gorge, take a private cooking lesson, rock out at a music festival or just relax on a hidden beach; Japan is yours to discover.

Explore by Interest



中東のインフルエンサーを招請し動画作成（三重、奈良、京都、大阪）

必要な情報を入手したい

特定の国の市場動向を知りたい

訪日インバウンド市場別情報ページをご覧ください

訪日インバウンドに関する基礎情報等を公開しています。

jnto.go.jp/statistics/market-info/

取組の参考になる助言や情報がほしい

地域インバウンド促進ページをご覧ください

地域の取組事例、JNTOや有識者の知見やノウハウ、事業・セミナーの案内、デジタルマーケティングに関するガイドライン等を掲載しています

jnto.go.jp/projects/regional-support/

ご質問については、お問合せフォームよりご連絡ください

jnto.go.jp/site-info/inquiry/contact/

受入環境整備等観光地域づくりについて相談したい

観光庁観光地域振興課・地方運輸局観光部までご相談ください。

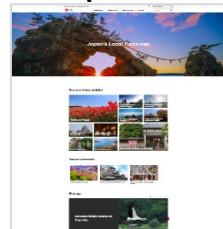
プロモーションを実施したい

JNTOのメディアで情報発信したい

地域コンテンツの情報発信

○Japan's Local Treasures/Experiences in Japan

japan.travel/en/japans-local-treasures/
japan.travel/en/experiences-in-japan/



地域の観光コンテンツを募集し、JNTOグローバルサイト等で発信します
※募集対象は自治体・DMOに限定

デジタルマーケティング支援（有償）

jnto.go.jp/projects/regional-support/digital.html

○ウェブマガジン記事広告

認知度向上につながる記事を作成し、多言語でウェブサイトから情報発信します

○デジタル広告

JNTOの蓄積データを活用したデジタル広告を展開します

海外で誘致活動を行いたい

海外での活動支援（有償）

jnto.go.jp/projects/regional-support/tariff.html

○海外旅行社社招請の支援

訪日ツアーを造成する可能性の高い有力旅行会社のキーパーソンを選定し、実施後にツアー造成の可否等をヒアリングします

○海外メディア招請者選定協力

現地の有力メディア関係者をご紹介します

○海外旅行社セールス活動の支援

的確な訪問相手の選定やアポイントの取得にご協力します

○海外のセミナー・商談会への集客支援

旅行会社の参加者選定や集客へのご協力、運営へのアドバイス、案内状発送等を実施します

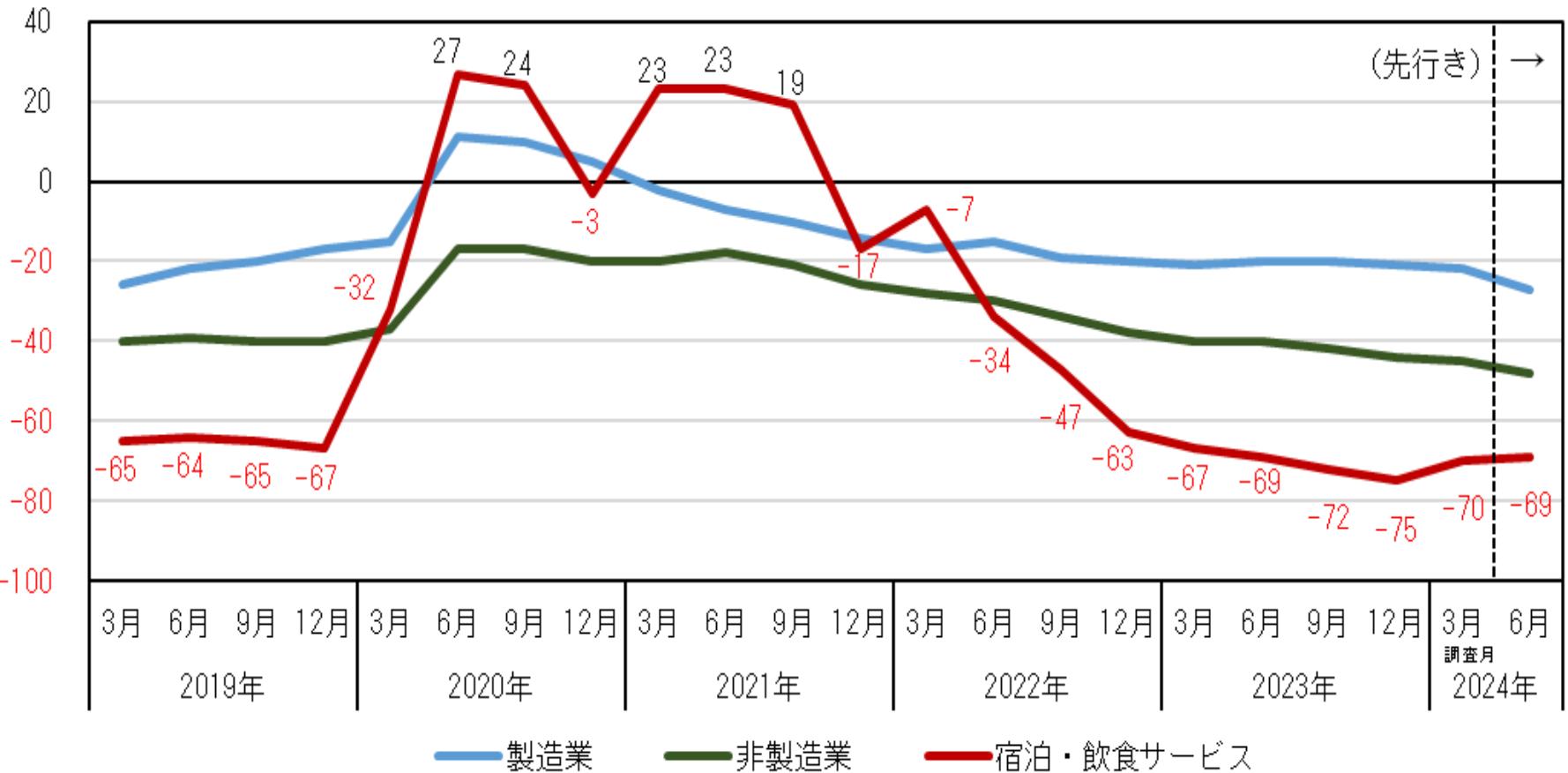
上記の他、JNTOでは地域のインバウンド事業を支援する会員サービスをご提供しております。世界主要都市にある海外事務所のネットワークを生かし、海外へのPRによる施設やサービスの認知度向上、海外セールスによるネットワーク構築、また、訪日旅行市場に関する情報提供などをサポートします。詳しくはこちら → jnto.go.jp/projects/members/



宿泊施設

企業の雇用人員判断D.I.の推移

(%ポイント)



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

注1：本調査は、全国の資本金2,000万円以上の民間企業を調査対象としており、グラフは全規模合計（大企業、中堅企業及び中小企業）の数値。

注2：業種区分は、日本標準産業分類をベースに製造業を17業種、非製造業を14業種に区分。

注3：雇用人員判断D.I.（「過剰」-「不足」）。全国ベース。2024年6月の先行きは同年3月時点の回答。

- ① **宿の高附加価値化**
- ② **夜間や早朝の体験などの創出**
- ③ **食やお酒などのコンテンツの充実**

(ハード)

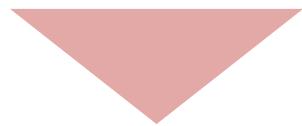
- **地域固有の価値観**：日本ならでは、地域ならではの価値観・美意識・和の文化が表現されている。旅館であれば日本固有のおもてなし文化が継承されている。（何百年も続くホテル文化を持つ欧米に対し同じ文脈で勝負しても見劣りする。日本ならではの独自性が必要。）
- **一貫したコンセプト**：ありきたりでは無く、一貫したコンセプトのもと建築様式・設え・ビューなどを整備し、お客様に非日常感、特別感を抱いて頂く。
- **プライバシーの確保**：客室の快適さを支える基礎とも言えるプライバシーの確保がなされている。（外部・従業員・宿泊客同士における施設の配置・構造・移動導線において、あらゆる観点で徹底されている。）

(ソフト)

- **押し付けがましくない接客**：お客様の“心地良さ”を最優先に考えた接客をする。
- **柔軟性**：注文がつくことは当たり前、むしろチャンスと心得て、日ごろから備え、期待を超えて応えようとする。
- **プレゼンテーション**：施設における設えやサービスメニューに現れる、地域固有の自然・文化の魅力や、(伝統的な旅館等で)継承してきたサービスの哲学・様式を深く理解し、適宜お客様に対して語ることが出来る。

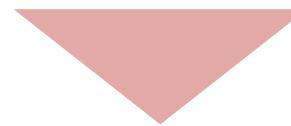
浅虫温泉（青森県）

浅虫ねぶた文化を味わえる施設改修



神津島（東京都）

星空が眺められる客室へと改修



地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

天童市（山形県）

バリアフリーな露天風呂付き客室に改修



舞鶴市（京都府）

ゲストハウスを高単価な一棟貸し施設に改修



約20件の古民家の保存・活用を含む町屋エリアの再開発等を、大洲市、DMO、運営事業者の官民連携体制で推進。町の象徴である大洲城の「城泊」と城下町のあらゆる歴史的資源の活用を組み合わせ、より深い文化的体験・滞在を実現。

○ 官民連携による城下町の面的再生

大洲市、DMO（（一社）キタ・マネジメント）、運営事業者が連携協定を締結。

DMOが、訪日外国人旅行者等の観光客をターゲットに、エリア再開発の基本計画を策定するなど地域マネジメントを主導。

これまでに旧大洲藩主の居宅であった旧加藤家住宅（登録文化財）など20軒を超える古民家を面的に活用。ホテル、レストラン、カフェ、工房などが立ち並ぶ、魅力的な城下町等の街並みを実現。



大洲城



町屋エリア



カフェ＆バー＆
ゲストハウス「高月邸」

○ 「城泊」を核とした深い文化的滞在の創出

大洲城（木造復元の天守・重要文化財の櫓）での城泊、臥龍山荘（重要文化財）での朝食体験、無形民族文化財「神楽」の鑑賞、古民家群を活用した分散型ホテル等の組み合わせより、滞在中のより深い文化的体験と面的な展開を実現。

キャッスル
ダイニング



概要

- 重要伝統的建造物群保存地区に選定されている千葉県香取市佐原地区において、地域経済活性化支援機構（REVIC）がハンズオン支援を行い、まちづくり会社であるNIPPONIA SAWARA(株)を設立。篠山の成功モデルを関東でも実現するべく、複数の古民家の改装を進めている。2018年3月開業。

取組内容のポイント

○古民家再生による町の魅力向上

佐原地区は都心部、成田空港からのアクセスの良さからインバウンド需要が期待されるが、宿泊施設、魅力的コンテンツが不足。そこでREVICが中心となりNIPPONIA SAWARA(株)を立上げ、古民家を宿泊施設に改装するとともに、コンテンツ開発を進める体制を構築。



施設内写真①



施設内写真②



佐原地区的町並み

○官民連携の取組

京葉銀行、佐原信用金庫及びREVICにて「千葉・江戸優り佐原 観光活性化ファンド」を設立し、NIPPONIA SAWARA(株)への支援を行っている。事業運営をバリューマネジメント(株)が担い、段階的に扱う古民家を増やし、町全体の活性化を進めている。



改装前の施設内写真



ユネスコ無形文化財登録 佐原の大祭

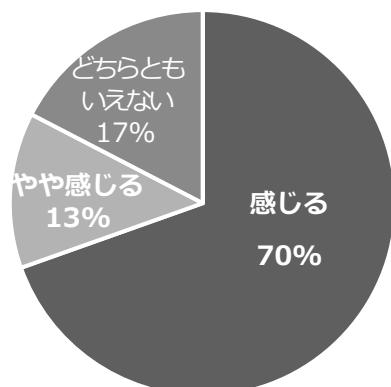
ガイド

○地域の歴史文化・自然・暮らし・伝統等を感じられる観光コンテンツについては、**地域の魅力を伝えるローカルガイドがいることで、より高付加価値が図られる**が、地方部においては、報酬の低さや繁閑差によって通年での就労が困難等の構造的な課題も相まって、総じて**ガイド人材の確保に苦慮**している状況。

○このため、人材が限られる**地方部において、ガイド人材を無理のない形で持続的に確保・育成**し、観光コンテンツの持続的な供給や地域消費の向上へ結びつけるために、**地域レベルでどのような取組やビジネスモデルが必要かを検討**することを目的として、有識者会議（※）を設置。

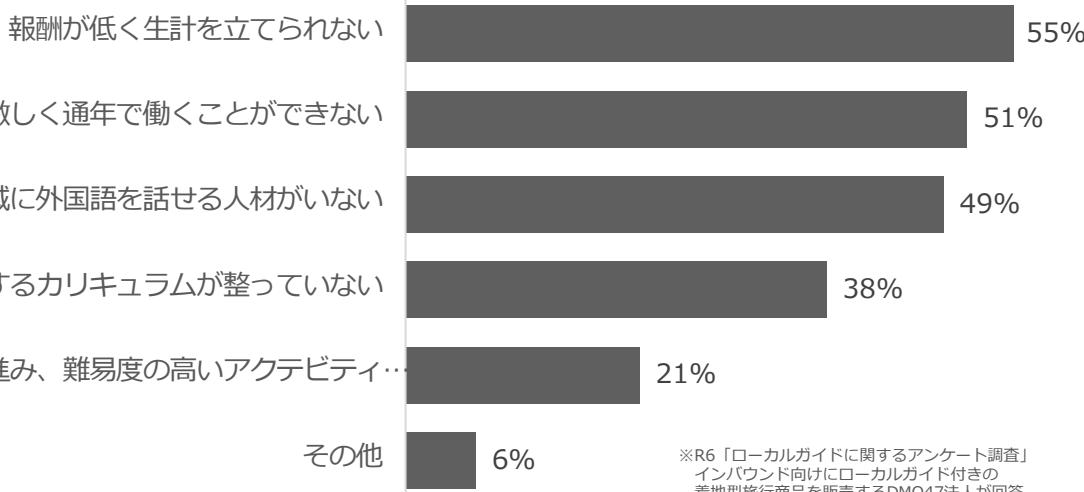
※本会議においては、スルーガイド／コンテンツガイド・アクティビティガイドを問わず、**特定の地域に専属してガイドを行う者**であって、**主にインバウンドに対して有償でガイドを行う者**について検討するが、国内旅行者向けのローカルガイド等についても議論を妨げるものではない。

インバウンド向けのローカルガイド人材の不足を感じるか



課題認識・論点案

インバウンド向けのローカルガイドが不足している要因は何か（複数回答）



※R6「ローカルガイドに関するアンケート調査」
インバウンド向けローカルガイド付きの
着地型旅行商品を販売するDMO47法人が回答

- ①就労しやすいガイド環境の整備
- ②ガイド付コンテンツの更なる消費単価の向上
- ③オペレーション環境の改善・効率化



コンテンツとしての価値の向上

田辺ツーリズムビューローによる先行的な取組

カナダ人スタッフを中心に外国人目線での観光地形成を徹底し、欧米豪の個人旅行者層を中心に高い人気。

インバウンドによる地域消費・宿泊者数が継続的に増加。

表現が難しい熊野古道の価値をネイティブ目線で言語化

- ✓ 熊野古道のような宗教性の高い世界遺産は、その文化的・歴史的価値を言語的に表現するのは難しいコンテンツ。コンテンツの背景にある日本人の精神性をそのまま英訳しても、外国人が持つイメージはさまざま。
- ✓ 伝えるべきことを整理し、用語・表現は海外の研究文献等にあたった上で、地域に根ざしたネイティブの外国人スタッフの書き下ろしにより、外国人向けの公式ガイドブックとして言語化。

熊野古道の価値を「深く」「分かりやすく」伝える高品質ガイドの育成

- ✓ 熊野古道の歴史・文化に関する造詣の深さと外国人にも分かりやすく伝えられる能力を持つ高度なガイド人材の育成にも注力。育成されたプロガイドによる高品質な語り部ツアーを多数造成。





コンテンツとしての価値の向上

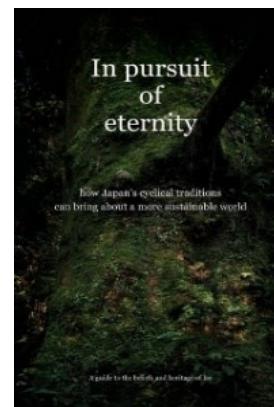
＜三重県伊勢市＞

伊勢神宮の歴史・文化的価値 インタープリテーションの確立

活用した観光庁事業

観光再始動事業（令和5年度）

- ✓ 1300年間に渡り繰り返されてきた式年遷宮に代表される伊勢神宮の本質を学び、伝える体験プログラムを造成するため、伊勢神宮職員の知見も借りつつ、伊勢神宮の歴史やその背後にある日本人の精神性など幅広い歴史文化的価値を語れるインターパリターを養成。
- ✓ 「伊勢神宮には川や森などの自然に加え、鳥居、神殿、橋などの“有形の価値”が存在するが、それは“無形の価値”によって支えられている。だからこそ、“有形の価値”に潜む“無形の価値”を読み解くことが重要」という考え方の元に媒体化。



2次交通などアシの確保

二次交通の確保に向けた取組

○日本版ライドシェアの創設

タクシー事業者の管理の下で、**地域の自家用車や一般ドライバー**によって有償で運送サービスを提供することを可能とする制度を**本年3月に創設**。

(大都市部)

第1弾： 東京、横浜、名古屋、京都
(4月より実施)

第2弾： 札幌、仙台、さいたま、千葉、大阪、神戸、広島、福岡
(順次実施予定)

(大都市部以外の地域)

タクシー事業者に実施意向がある場合は、**4月以降順次開始**。



○自家用有償旅客運送の制度改善

令和5年末に実施した**自家用有償旅客運送制度の運用改善**を踏まえて、**北陸新幹線の延伸を機に**、石川県加賀市、小松市をはじめとする各地域の市町村において、**本年3月より運行を開始**。



【令和5年末の制度改善①の概要】

- ✓ 「交通空白地」の目安を数値で提示するとともに、夜間など**時間帯による空白**の概念も取り込む
- ✓ 実施主体からの受託により株式会社が参画できることを明確化
- ✓ 観光地において宿泊施設が共同で車両を活用することを促進
- ✓ 「対価」の目安を**タクシー運賃の「約8割」**とする

【令和6年度予定の制度改善②の概要】

- ✓ **ダイナミックプライシング**の導入
- ✓ **タクシーとの共同運営**の仕組みの構築
- ✓ 地域公共交通会議の**運営手法の見直し**
- ✓ **運送区域の設定の柔軟化**

○許可・登録要しない運送の整理

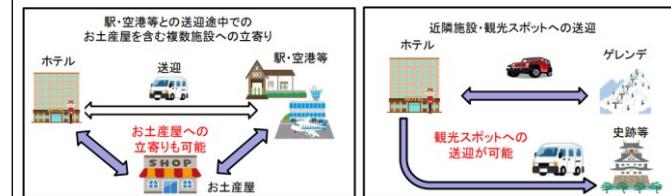
許可・登録を要しない運送についての考え方を整理し、本年3月に「道路運送法の許可又は登録を要しない運送に関するガイドライン」を作成。

○無償運送に伴って行える行為の整理

- ✓ 謝礼支払い（ボランティア・共助に対するお礼）
- ✓ 実費の請求・支払い（ガソリン代等の燃料費、有料道路使用料、駐車場代、移動サービス専用保険料、運送を行うために発生した車両借料）

○宿泊施設の付随送迎の整理（以下の運送が可能）

- ✓ 駅・空港等との送迎途中でのお土産屋を含む複数施設への立寄り
- ✓ ホテル・旅館組合による共同送迎
- ✓ 近隣施設・観光スポットへの送迎



○ガイド等の付随送迎の整理（以下の運送が可能）

- ✓ ツアー等のサービス提供者による、近隣の駅・バス停・宿泊施設等からツアー実施場所までのツアーユーザーの送迎
- ✓ 通訳案内士等の公的資格を有する観光ガイドによる、ガイドの為の利用者の送迎

○運送サービスの有無で施設の利用料金等に差を設ける場合の扱いの整理

- ✓ 運送サービスに要する実費の範囲内であれば、運送サービスの利用の有無によって利用料や宿泊料に差を設けることが可能

加賀市の自家用有償旅客運送の概要(3月12日から運行開始)

運送主体：一般社団法人加賀市観光交流機構

導入経緯：

- ・市民や観光客の移動手段を十分に確保できていない状況
- ・バス・タクシー事業者のドライバー不足が深刻、増車も見込めない
- ・令和6年3月16日の北陸新幹線の金沢以西開業により、多くの観光客が来訪することが想定

輸送エリア：

(午前7時～午後7時)

- ・加賀温泉駅と主要観光地等の輸送
- ・温泉地等の宿泊施設と繁華街、主要観光地との間

(午後7時～午後11時)

- ・加賀市全域

運賃：タクシー運賃の8割

事業者協力型：

- ・加賀第一交通が運行管理・車両整備を担当
- ・ドライバーの採用面接について加賀市に協力

改正内容の活用：

- ・「時間帯による空白」の概念の導入

留意点：

- ・配車手配はアプリ（Uber）のみで行う。
- ・市内には、乗合タクシー（3区域）が運行されている。
- ・ドライバーは、一般社団法人加賀市観光交流機構と契約



写真：日本経済新聞

開始式では新幹線の新駅となる加賀温泉駅から、山代温泉の旅館まで車を走らせた。



加賀百撰街 うつわ工房



加賀山中温泉



加賀山代温泉



加賀片山津温泉

写真：加賀市・加賀市観光交流機構

紀の川市の事例

- 外国人旅行者における紀の川市内周遊を促進するため、二次交通の解決に向けて**「事業者協力型自家用有償旅客運送」**を導入
- 事業者協力型自家用有償旅客運送を活用した紀の川モデル実証事業「外国人観光客のための『紀の川ぐるっと満喫』ツアー」を2023年10月に実施、課題整理後に本格運行を開始

自家用有償旅客運送の取組（紀の川フルーツ観光局）

○課題

鉄道等の公共交通機関を利用して紀の川市を訪れる訪日外国人旅行者が戻りつつある中、市内に点在する観光施設等を周遊するための交通手段（二次交通）が無く、また受入態勢も十分に整えられていない。

○「事業者協力型自家用有償旅客運送」の活用

紀の川フルーツ観光局が所有する車両を活用して運行主体となり、地元タクシー事業者が運行管理を担う**「事業者協力型自家用有償旅客運送」**を行い、市内周遊を促進する。

○実証事業の実施

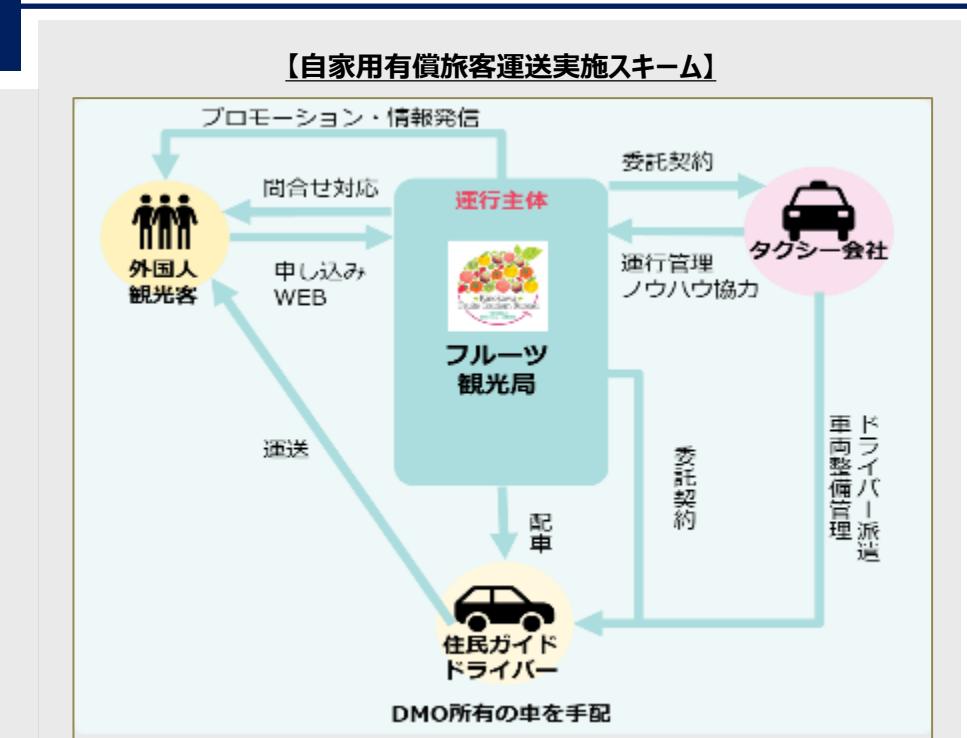
「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」（令和5年度観光庁支援事業）の採択に伴い、「外国人観光客のための『紀の川ぐるっと満喫』ツアー」を実施。**二次交通の確保や外国語が話せる住民による通訳ガイドの同乗、滞在時間延長による域内消費額の拡大**を図る。



【自家用有償車両のラッピング】



【実証事業でのフルーツ「柿」狩り】



【青洲の里「春林軒」見学】



【フルーツが堪能できるランチ】

九州への国際航空路線 就航回復状況 (2024年5月末)

佐賀空港 回復度 47.1%

合計	8便/週 (17)
韓国	3便/週 (11)
中国	3便/週 (4)
台湾	2便/週 (2)



北九州空港 回復度 21.2%

合計	7便/週 (33)
韓国	7便/週 (24)
中国	0便/週 (2)
台湾	0便/週 (7)

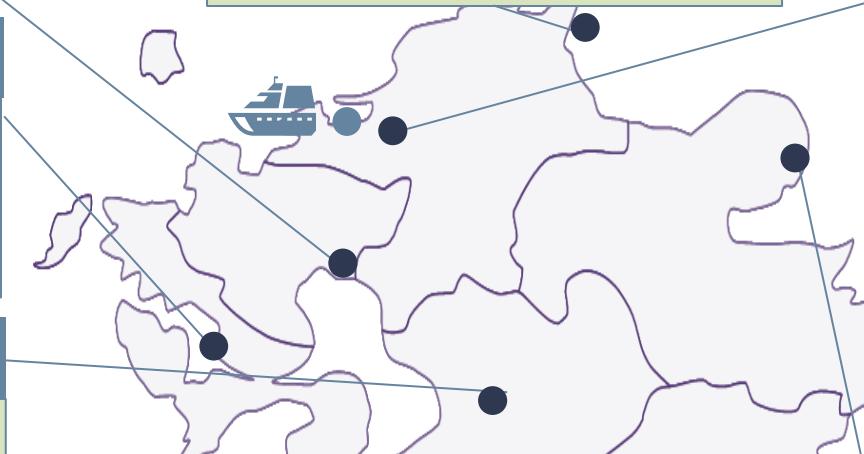
※回復度(%)は2019年1月末比。
() 内は2019年1月末時点の往復便数/週)

福岡空港 回復度 116.3%

合計	442便/週 (380)
韓国	247便/週 (208)
中国	42便/週 (45)
台湾	56便/週 (47)
香港	36便/週 (30)
タイ	21便/週 (7)
ベトナム	9便/週 (10)
フィリピン	14便/週 (14)
シンガポール	7便/週 (7)
米国グアム	7便/週 (7)
米国ホノルル	3便/週 (5)

長崎空港 回復度 25.0%

合計	2便/週 (8)
韓国	0便/週 (3)
中国	2便/週 (2)
香港	0便/週 (3)



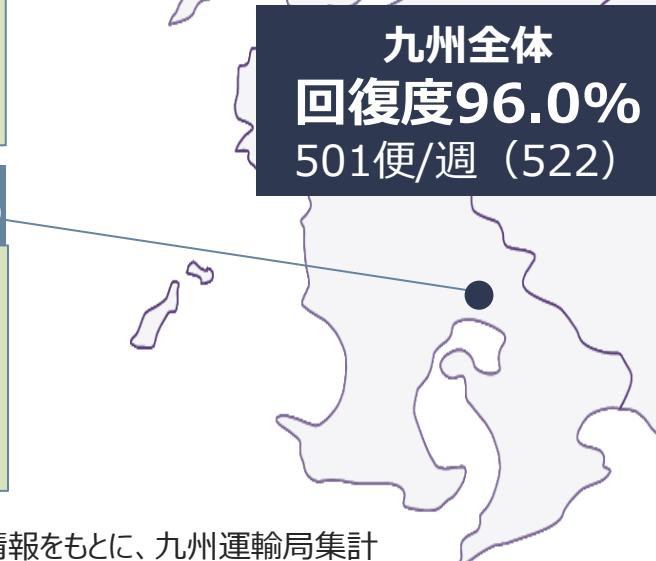
熊本空港 回復度 127.8%

合計	23便/週 (18)
韓国	7便/週 (13)
台湾	12便/週 (3)
香港	4便/週 (2)

九州全体
回復度96.0%
501便/週 (522)

鹿児島空港 回復度 28.9%

合計	11便/週 (38)
韓国	3便/週 (18)
中国	0便/週 (2)
香港	6便/週 (13)
台湾	2便/週 (5)



大分空港 回復度 31.3%

合計	5便/週 (16)
韓国	5便/週 (16)

宮崎空港 回復度 25.0%

合計	3便/週 (12)
韓国	3便/週 (9)
台湾	0便/週 (3)
香港	0便/週 (0)

※各社HP情報をもとに、九州運輸局集計

- **高速道路の周遊バス**は、高速道路会社が高速道路の利用促進や地域の観光振興を目的に販売
 - 利用の平準化と地方部における滞在日数増を図るため、**平日のみの利用**に対し、**平均約3割お得な割引率を約4割に拡充**（令和4年11月～）
 - 周遊バスの企画・販売において、**自治体等との連携を推進し、より魅力的な商品を造成**

平日利用の割引率拡充

- ・ 平日のみの利用に対し、割引率を約3割から約4割に拡充
 - ・ 割引率拡充により、平日拡充開始前の実績と比較して、平日のみの利用が約2.2倍に増加し、利用件数全体も増加
 - ・ 休日割引から置き換えつつ、平日休日のバランスの見直しを図る

利用例：信州めぐりフリー（2日間）



利用件数 全体	うち
	平日のみ 利用
525,107件	112,530件

拡充前
(H31.4.1~R2.2 29事績)

うち	
利用件数 全体	平日のみ 利用
781,495件 (1.49倍)	244,884件 (2.18倍)
拡充後 (R5.4.1~R6.2.29実績)	

地域イベントとタイアップした事例

石見旅ドライブパス

- ・「石見の神楽在月」（9～11月）の期間に合わせた「石見旅ドライブバス」を島根県等と連携して企画・販売

佐渡島ゴールデンパス

- 世界遺産登録手続きが進む「佐渡島の金山」をターゲットとした「佐渡島ゴールデンパス」を佐渡市と連携して企画・販売

協議会を組織して周遊バスを造成した事例

京都・若狭路・びわ湖・はりま路ぐるっとドライブ キャンペーン2023

- ・「京都・若狭・琵琶湖周回高速道路の活用協議会」で様々なイベント・キャンペーンを企画・発信し、周遊バスを中心とした観光振興に取り組んでいる

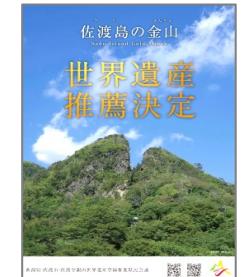
【活用協議会メンバー】

【併せて発信される各県のイベント事例】

- ・若狭高浜花火大会
 - ・長浜城歴史博物館築城450年記念特別展
 - ・京丹後フルーツトレイル
 - ・兵庫デスティネーションキャンペーン



出典：しまね観光ナビ



出典：佐渡島の金山 新潟県特設サイト



2日間プランの周遊エリア
(普通車5,100円、軽自動車等4,100円) 53

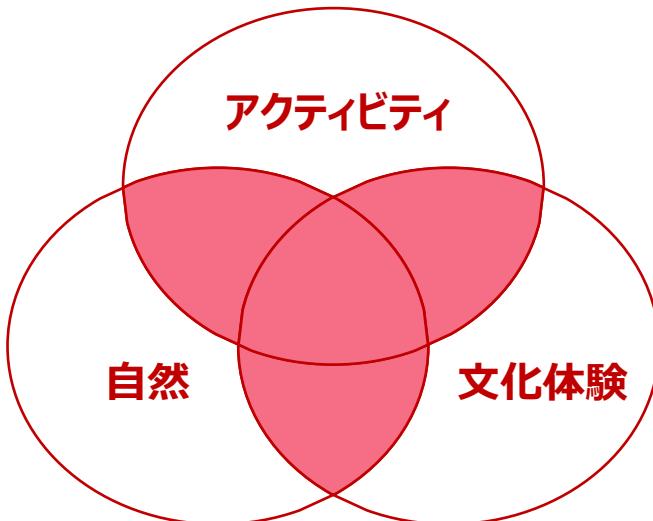
アドベンチャーリズムほか

アドベンチャーツーリズム（AT）とは

- アドベンチャーツーリズム（以下、AT）は、欧米圏で発達した体験型観光の一つであり、欧米を中心に**約62兆円の巨大なマーケット**がある
- ATを楽しむ旅行者の消費額は通常旅行者の**約2倍**
- 日本にはATを構成する豊かな自然・文化が揃っていることに加え、アウトドアガイド、アウトドア用品の購入やレンタル、保険など関連する分野への幅広い波及が期待される

アドベンチャーツーリズム（AT）とは

Adventure Travel Trade Association（以下、ATTA）によると、
「アクティビティ」、「自然」、「文化体験」の3要素の内、2つ以上で構成される旅行。



2021年 ATWS Hokkaido/Japan アジア初もコロナでバーチャル開催
2023年 北海道で再度実地開催

※ATWS : アドベンチャートラベルに関する世界最大の商談会



・会場：札幌コンベンションセンター

・期間：令和5年9月11日（月）～9月14日（木）

・参加者数：64の国と地域・773人

・主催：Adventure Travel Trade Association (ATTA)

・テーマ：『調和 - Harmony』

<https://events.adventuretravel.biz/summit/hokkaido-2023>



Day of Adventureの様子



会場内のネットワーキングの様子



オープニングセレモニーでの斎藤大臣のビデオメッセージ放映



大倉山ジャンプ競技場でのウェルカムレセプション

日程	内 容
～9月10日	<ul style="list-style-type: none"> ・プレサミットアドベンチャー (全国22コース) ※177名参加
9月11日 (月)	<ul style="list-style-type: none"> ・チェックイン ・約550名参加の Day of Adventure (札幌近郊日帰り31コース)
9月12日 (火)	<ul style="list-style-type: none"> ・オープニングセレモニー ・最新セミナー、ワークショップ等 ・ウェルカムレセプション(大倉山)
9月13日 (水)	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行商談会 ・最新セミナー、ワークショップ等
9月14日 (木)	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア商談会 ・最新セミナー、ワークショップ等 ・クロージングセレモニー ・クロージングディナー&パーティー
9月15～18日	<ul style="list-style-type: none"> ・ポストサミットアドベンチャー (北宗谷・上川・十勝・釧路)
9月20日	<ul style="list-style-type: none"> ・ATTAとATWS北海道実行委員会※ との共同ステートメントを公表 https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/166246.html

※ATWS北海道実行委員会構成員：北海道、札幌市、釧路市、北海道観光振興機構、北海道経済産業局、北海道運輸局 ほか（経済団体、交通事業者、旅行業団体等）

全般的的な満足度

4.5 / 5

参加した価値があった

97 %

80のバイヤーによる
2024～2026年の
日本での新たな旅行支出

7,720万ドル

115億円



- 「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」の**第1次公募**を実施した結果、「先駆モデル地域」として**20地域を採択**（3月26日公表済）。
- 採択後、**地域の関係者による協議の場を立ち上げ**（一部地域は設置済）、課題分析に基づく**具体的な対策に係る計画を策定し、取組を実施**。

【採択地域及び主な取組構想】※順不同

公共交通等の混雑対策

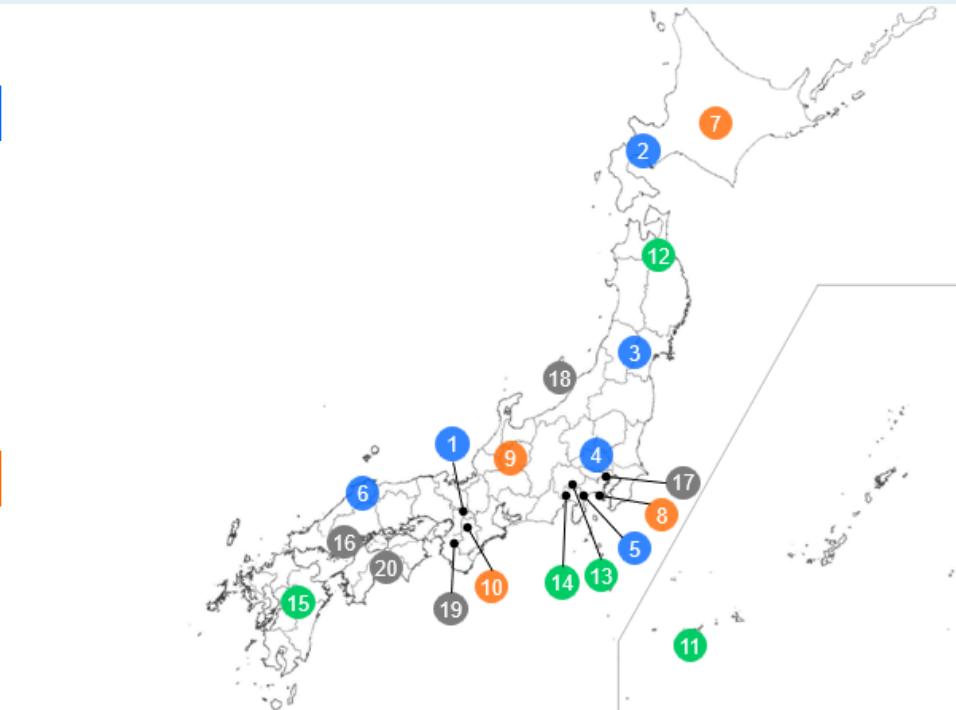
- 京都**：「観光特急バス」の新設、地下鉄等への誘導、手ぶら観光の拡充
- ニセコエリア**：タクシー不足対策「ニセコモデル」の拡大
- 蔵王**：ロープウェイの変動価格導入、混雑状況可視化
- 川越**：パーク＆ライドの強化、駐車場等の混雑情報発信
- 箱根**：「箱根観光デジタルマップ」を活用した分散・平準化
- 出雲大社**：駐車場料金変動制の導入

マナー違反対策

- 美瑛**：AIカメラを活用した、農地など私有地への無断立ち入り行為の抑制
- 鎌倉・藤沢**：カメラ設置による写真撮影時のマナー違反行為の抑制
- 白川郷**：発地国・地域の分析に基づく旅マエを含むマナー啓発の強化
- 奈良公園・山の辺の道**：景観保護活動への観光客の参画

自然環境保護

- 西表島**：エコツーリズム推進法に基づく立入制限の導入
- 奥入瀬**：車両乗入規制の実施、利用者負担導入の検討
- 富士山吉田口**：登山者数の条件設定及び通行料の導入
- 富士山富士宮口、御殿場口、須走口**：登山計画等を事前登録する入山管理システムの導入
- 阿蘇**：EV・自転車活用による環境負荷の低減



需要の分散・周遊促進等

- 宮島・宮島口**：宮島側ターミナルの改良、混雑状況可視化
- 浅草**：浅草寺周辺の混雑対策、道路空間の活用
- 佐渡**：島内二次交通の強化、周遊の促進
- 高野山**：データを活用した参拝観光客の分散・平準化
- 仁淀川流域**：新たな観光スポットの受入環境整備、周遊コンテンツの充実

西表島【自然環境保護】

課題

- **自然体験を求める観光客の増加に伴い、自然環境の劣化や利用快適度の低下が発生**
- 世界遺産委員会からも観光客の**訪問レベルの管理**に関する**要請**



踏圧による自然環境の劣化



多数のカヌーの無造作な係留

着手済の取組

- エコツーリズム推進法に基づく**全体構想**を策定
- **立入上限数の設定**等の保護措置を講じる対象となる**特定自然観光資源**を設定
- 地元自治体において観光ガイド事業者に対する**免許制**等を導入

凡例
自然体験ゾーン
■ 特定自然観光資源
■ 自然観光資源
■ 自然観光資源(海域)
保護ゾーン
■ 世界自然遺産推薦地
一般利用ゾーン
(無着色)



今後の取組の構想

- **特定自然観光資源エリアへの立入りに**関し、**上限人数規制**の導入、**ガイド同伴義務の導入・有料化**
- 行動ルール遵守のため**地元ガイドの養成**や、観光客向けの**マナー啓発プログラム**の作成

- インバウンド再開を見据え、国立公園の利用の高付加価値化に向けて、民間活用による国立公園利用拠点の面的な魅力向上に取り組み、美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光の推進を図る。
 - 昨年8月に選定した4つの国立公園において検討を進め、3月には、集中的に取組む利用拠点の第一弾として、十和田八幡平国立公園の休屋・休平地区を選定。今後、具体的な取組を加速。



- 令和6年2月に「農泊インバウンド受入促進重点地域」を21府県から**28地域**を選定し、今後追加公募し、計**40地域**を選定予定
- 重点地域に対し、令和6年度予算により、ソフト・ハード両面の優先的な環境整備、**日本政府観光局（JNTO）**と連携した海外プロモーションの展開、観光庁事業との連携を実施
- 令和7年度末までに、農泊地域の年間延べ宿泊者数**700万人泊**（令和2年度実績：391万人泊）とインバウンド延べ宿泊者数の割合**10%**（令和2年度実績：0.5%）を実現する

農泊インバウンド受入促進重点地域の選定状況 (R6.2時点)

- 東北**
 ①ころもがわ農泊地域協議会（岩手県奥州市）
 ②牡鹿半島浜泊推進協議会（宮城県石巻市）
 ③一般社団法人 仙北市農山村体験推進協議会（秋田県仙北市）
 ④大田原グリーン・ツーリズム推進協議会（栃木県大田原市）
 ⑤秩父地域農泊推進協議会（埼玉県秩父市・横瀬町・皆野町・長瀬町・小鹿野町）
 ⑥滑川町農泊推進協議会（埼玉県滑川町）
 ⑦鎌倉農泊協議会（神奈川県鎌倉市）
 ⑧みのぶ農泊地域連携協議会（山梨県身延町）
 ⑨南木曽「ウェルネス農泊」推進協議会（長野県南木曽町）
 ⑩SAKU酒蔵アグリツーリズム推進協議会（長野県佐久市）
 ⑪函南町農泊推進協議会（静岡県函南町）
 ⑫寺泊広域まちづくり協議会（新潟県長岡市）
 ⑬アルベルゴティフーゾ新湊を拓く会（富山県射水市）
 ⑭城端地区活性化協議会（富山県南砺市）
 ⑮白峰林泊推進協議会（石川県白山市）
 ⑯田原市農泊推進協議会（愛知県田原市）
中部
 ⑰一般社団法人大紀町地域活性化協議会（三重県大紀町）
 ⑱相差地域海女文化活性化協議会（三重県鳥羽市）
 ⑲Inaka Tourism推進協議会（三重県津市）
 ⑳南丹市美山工コツーリズム推進協議会（京都府南丹市）
近畿
 ㉑明日香交流人口促進協議会（奈良県明日香村）
 ㉒宇陀市古民家活用地域活性化協議会（奈良県宇陀市）
 ㉓金剛葛城山麓地区農泊事業推進協議会（奈良県御所市）
 ㉔太田川流域農泊振興協議会（和歌山県那智勝浦町）
四国
 ㉕にし阿波～剣山・吉野川観光圏協議会（徳島県美馬市・三好市・つるぎ町・東みよし町）
 ㉖てしま農泊推進協議会（香川県土庄町）
九州
 ㉗うきは中山間地区農泊推進協議会（福岡県うきは市）
 ㉘山都農泊協議会（熊本県山都町）

農泊インバウンド受入促進重点地域における誘客

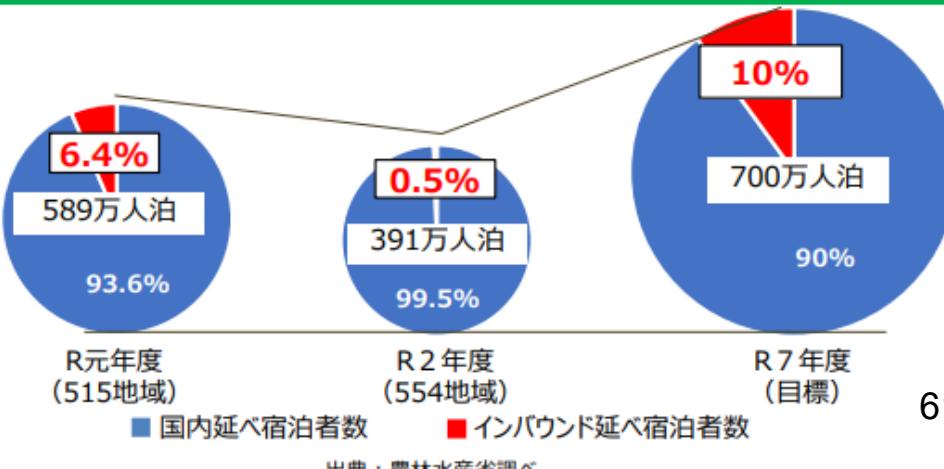


【（一社）仙北市農山村体験推進協議会】



【大田原グリーン・ツーリズム推進協議会】

農泊地域のインバウンド延べ宿泊者数の割合



- 意欲ある農泊地域に対して、古民家の改修、泊食分離、多言語表示、キヤッショレス対応や、農山漁村の観光資源の高付加価値化を進めて、インバウンドも含めた富裕層に訴求するホスピタリティを磨き上げていく
- このため、令和6年度予算により、**単価向上の取組**（宿泊施設の改修、食事の見直し等）、FAXや電話による予約からオンラインによる宿泊予約への改善、非接触チェックインの導入等の**DXなどによる経営改善**、体験コンテンツ開発などに必要な地域にいない分野の専門家を雇用する経費を支援

高付加価値な農泊モデルの創出



宿泊施設の改修によるインバウンドの誘客
【福井県小浜市の農泊地域の事例】



創作料理の提供
【山梨県小菅村の農泊地域の事例】



農泊地域と旅行事業者の
商談会の設定

延べ宿泊者数の増と単価の向上による 消費と所得の増加イメージ

R元年度

◇延べ宿泊者
589万人泊

宿泊者数1.2倍

R7年度
(目標年度)

700万人泊

◇関連消費
約892億円

(消費と所得の増加イメージ)

宿泊：約488億円
食事：約249億円
体験：約155億円

例えば、
単価1.5倍
を目指す

約1,590億円

宿泊：約870億円
食事：約445億円
体験：約275億円

観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに算出

◇所得創出

約357億円

付加価値をあげていく

※ 関連消費額×付加価値率
(0.4) として試算

約636億円以上

※ 関連消費額×付加価値率
(0.4) として試算

財務省「法人企業統計」をもとに算出

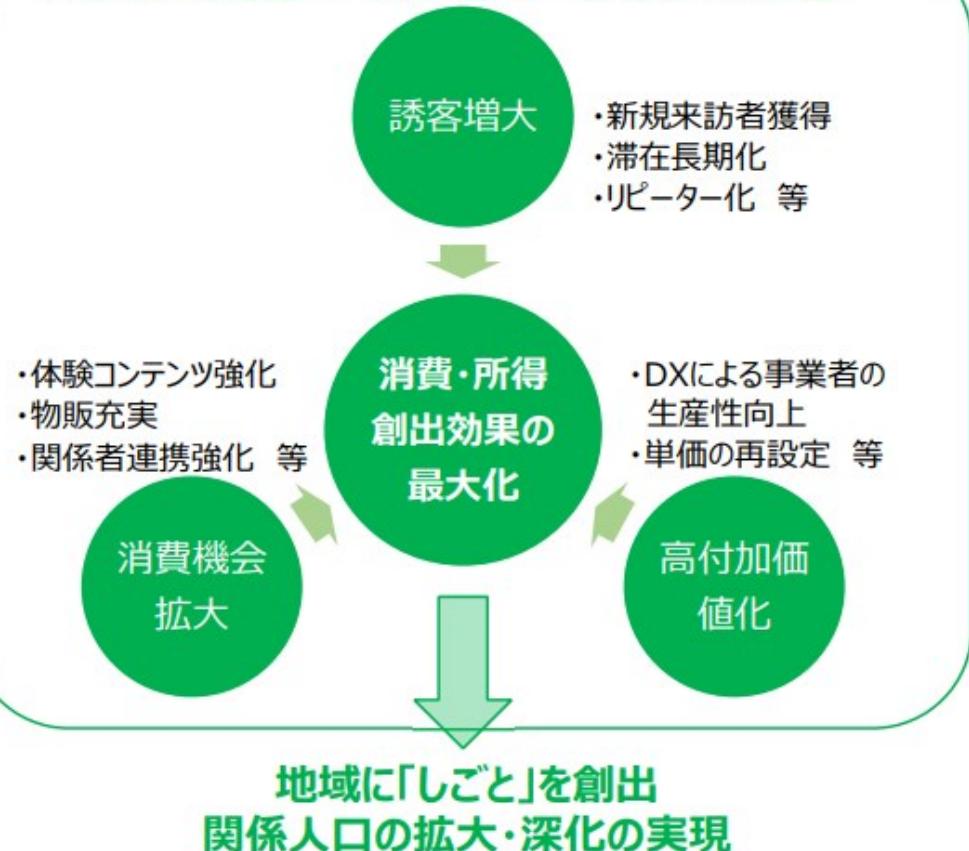
単価向上とコスト縮減で延べ宿泊者数以上に
関連消費額と所得創出の一層の増加を図る

地域の持続的発展に必要なビジネスとしての「農泊」を確立

- グリーン・ツーリズムや教育旅行の受入に取り組んできた農泊地域においても、**インバウンド誘客をきっかけとして新たな「しごと」を作り出し、持続的な収益を確保するとともに地域の雇用を創出していく**
- 訪問者にとって「いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村（むら）」を構築し、やがては訪問者が、住民と一緒に「農山漁村（ふるさと）」の課題解決や魅力創出に寄与するような関わりにつなげていく

目指すべき姿

「地域協議会」ベースの地域一体となった取組



特産のホップを使用したクラフト
ビールの宿泊者への提供
【遠野ふるさと体験
協議会（岩手県）】



棚田を活用した
「ヨガ道場」の開設
【上畠みろく農場協議会（岡山県）】



世界農業遺産認定地域での
ライフスタイル体験
【にし阿波～剣山・吉野川
観光圏協議会（徳島県）】



伝統文化を活用した
インバウンド誘客
【高千穂ムラたび協議会（宮崎県）】

4.多様な関係者との連携

観光地域づくり法人(DMO)の形成・確立

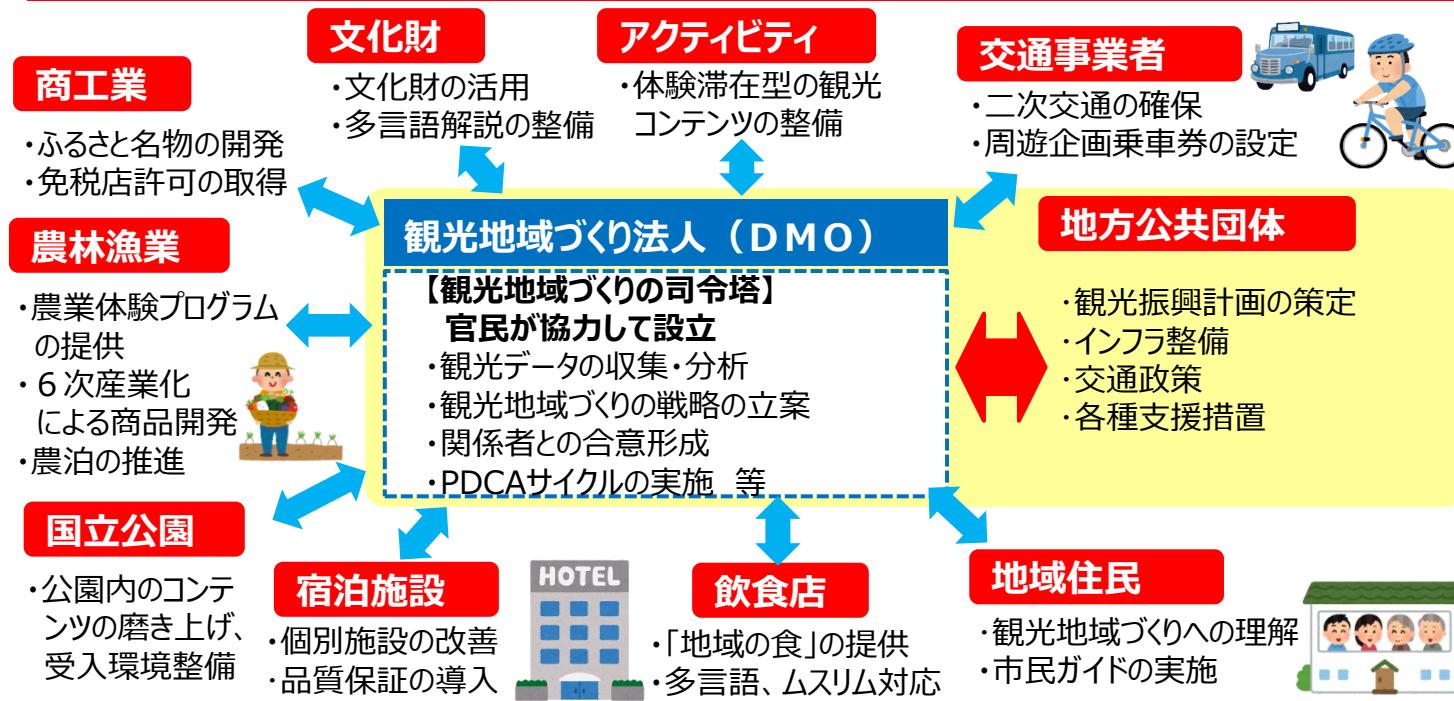
観光地域づくり法人 (DMO)

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、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

DMO : Destination Management/Marketing Organization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

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

■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]

(○:重要な要素、×:誤った認識)

消費を促す工夫

- ×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
- 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

旅行者目線

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

関係者の合意形成

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

適切な価格設定

- ×薄利多売の手法
- 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

メリットの地域還流

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

イタリアで少子高齢化による過疎対策、特に「空き家問題」を観光産業で解決しようという取組を指し、集落内の空き家等をホテルとして再生し、レセプション機能を持つ中核拠点を中心に、宿泊施設やレストラン等を水平的にネットワーク化(一体化)するというもの。



歴史地区に残る町家等歴史的資源を一棟貸しの宿泊施設として活用。



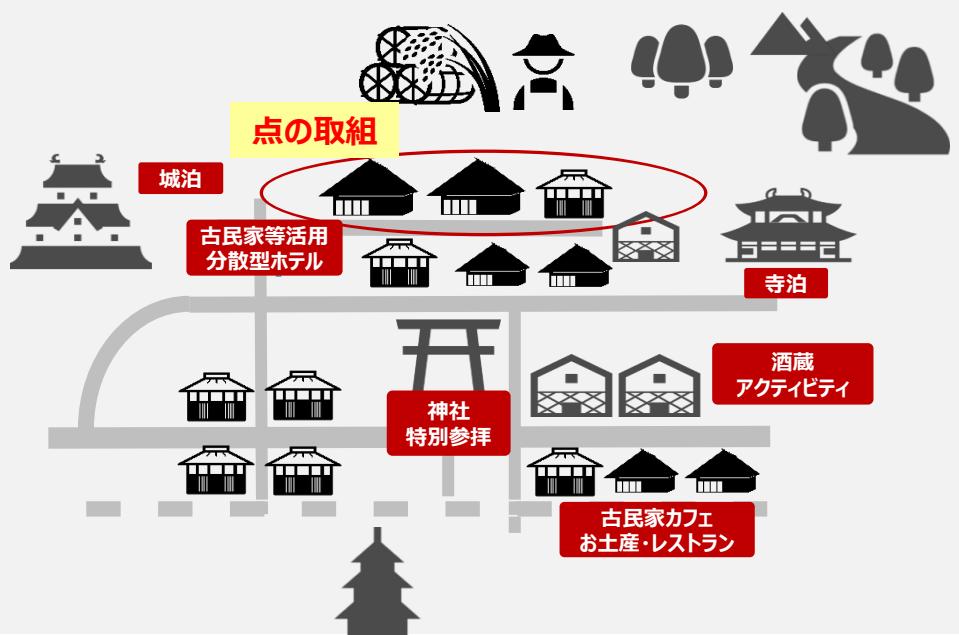
歴史的資源を活用した観光まちづくり

- 歴史的資源を活用した観光まちづくりとは、地域の核となる歴史的資源である城や社寺、古民家等における宿泊・滞在型コンテンツを軸として、周辺の伝統文化等を含めた歴史的資源を面的に活用した観光コンテンツの造成等を図り、魅力的な観光まちづくりを進める取組
- これまでに目標の200地域の取組展開を達成し、基本的な事業モデルは確立した一方で、歴史的資源を活用した面的な観光まちづくりや地域ステークホルダーの幅広い連携と参画による地域経営体制づくりは、未だ不十分な状況。また、歴史的資源を活用するポテンシャルを有する地域は農山漁村を含め地方に多く存在。
- 今後は、歴史的資源を中心とした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とともに、歴史的資源を活用した観光まちづくりの取組展開地域を更に拡大することで、質・量両面での取組推進を図る。

2020年まで

歴史的資源を活用した観光まちづくりの事業モデルの確立

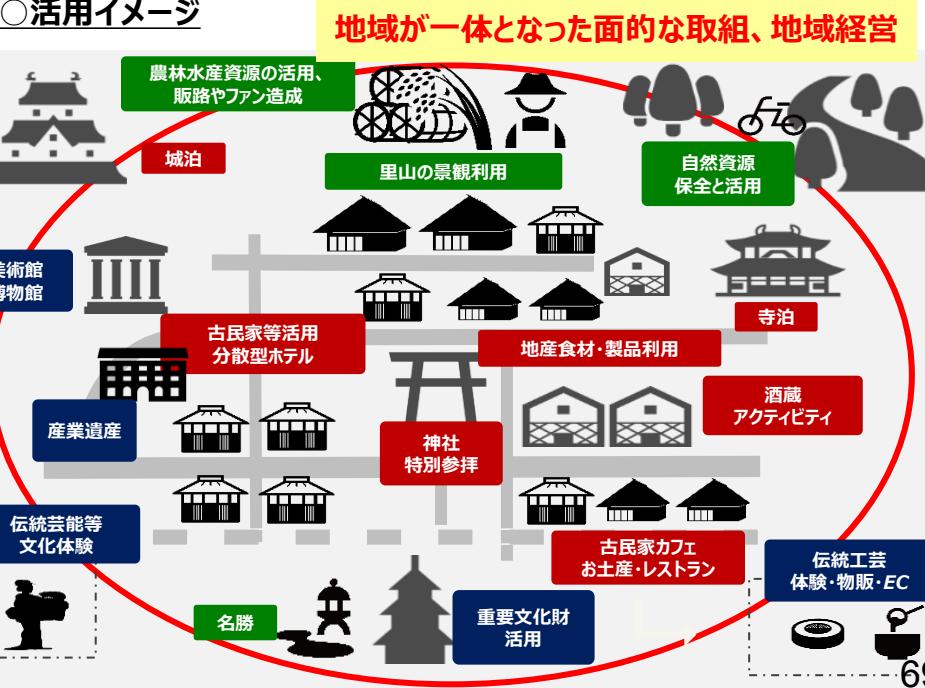
○活用イメージ



2022年から

歴史的資源を中心とした地域資源の潜在価値を一体で活かす 「観光・地域経営の実現」

○活用イメージ



明和町における取組「地域経営基盤の構築事業」

明和町が抱える課題

- 明和町は、伊勢神宮の天照大神に仕える斎王が居を構えた地域であり、斎宮跡が国史跡に指定されている。1979年に国指定史跡に認定されて以降、町全体で歴史的な資源の保全に取組んでいるが、交通の発達により街道の機能が失われた結果、住民の高齢化・空き家の増加が進み、貴重な歴史・文化資源の維持が困難となっている。



「歴史的資源を活用した観光まちづくり推進事業」を活用して以下の取組を実施

コンセプト設定

- 勉強会実施（現状把握、有識者を交えた意見交換、将来ビジョン検討）

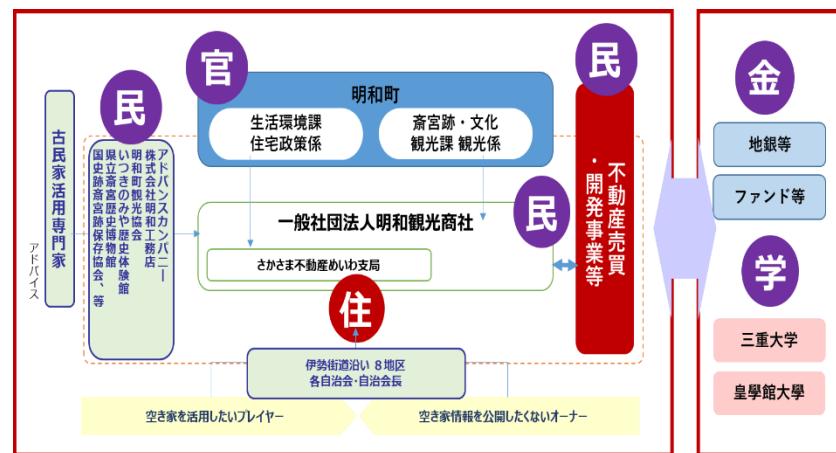
歴史的資源の活用可能性調査

- 空き家物件調査（間取図作成、活用イメージの検討）
- 収支計画策定（有識者の伴走による資金調達）

地域経営体制の構築

- 歴史的資源を活用した観光まちづくりに関するビーカル組成（自治体・一般社団法人明和観光商社・物件所有者・地域住民）
- 事業計画策定

＜事業実施スキーム（地域経営体制）＞



伊賀市が抱える課題

- 忍者や伊賀上野城で有名な観光地であるが、地域としてのブランディングが不十分であり、史跡上野城跡の利活用が課題。
- 日帰りの観光客が多く、消費単価が低迷。公民連携による高付加価値化及び持続可能な体制構築に取組む。

調査事業を活用した取り組み(調査費 2,000万円)

- ステークホルダー間の歴史的資源活用への理解と機運醸成
- 観光施設の民間活力導入可能性調査
- 「伊賀上野キャッスルステイ」実証実験（モニターツアー）実施
- 先進地視察及び歴史的資源活用のネットワーク構築



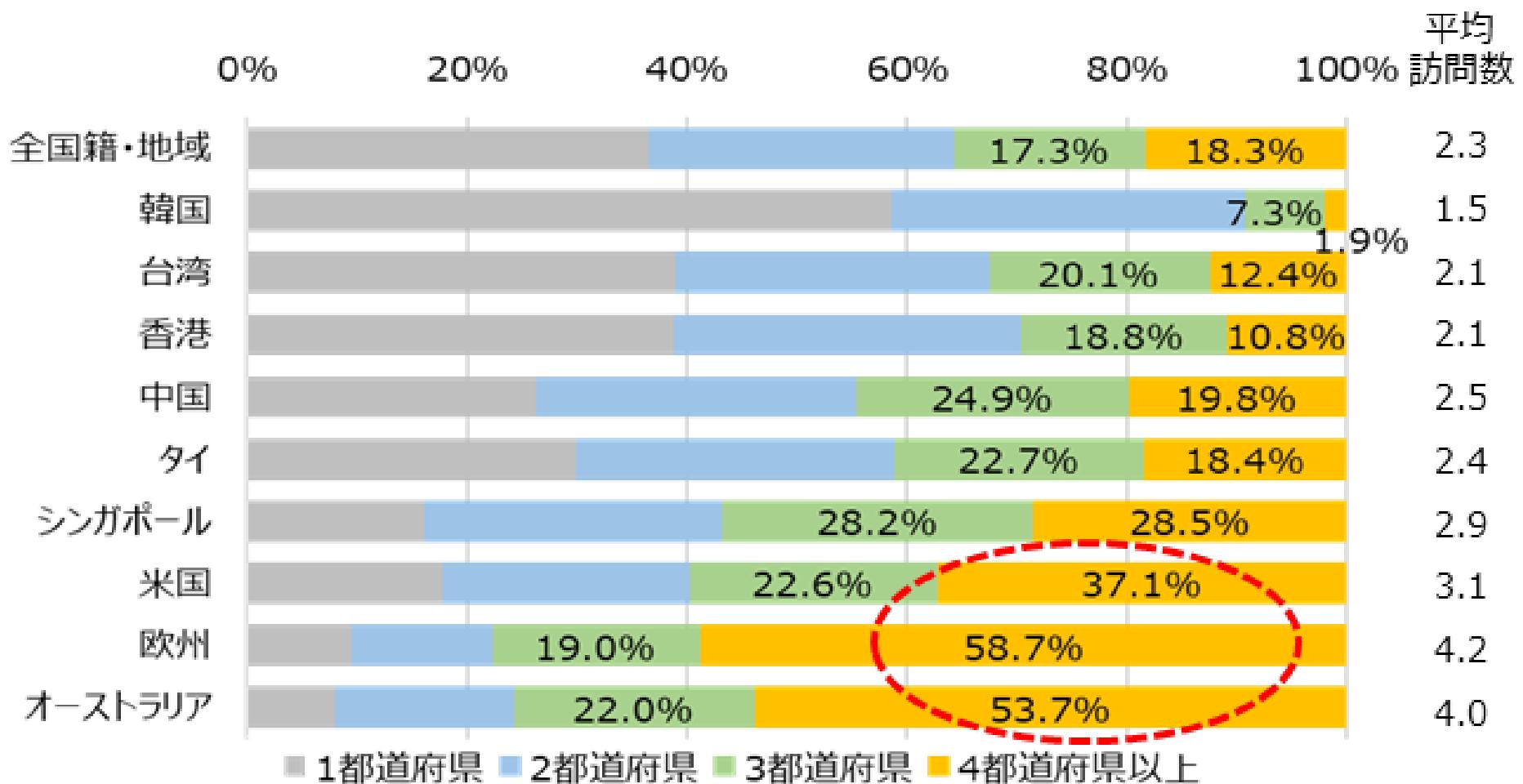
指定文化財を利用した天守BAR（実証実験）

補助事業を活用した取り組み(上限 5,000万円補助率1/2)

- 武家屋敷を富裕層向けの高級ホテルに改修
- 江戸時代の町割りが残る上野城下町を面的活用の取組
- 調査事業で取組んだ「キャッスルステイ」コンテンツと城下町の町並みを一体とした整備



町家を工芸品の工房とホテルに改修



震災からの学びを盛り込んだ高付加価値旅行

カナダの旅行会社「G Adventures」が、令和5年11月より、みちのく潮風トレイル等の東北の観光地を旅程に含む高付加価値旅行を販売開始。
(催行は令和6年5月より月1~2回程度、令和7年11月までを予定)



○地方部への誘客

- ・東京・京都から東北への誘客
- ・みちのく潮風トレイルの体験、津波と復興に関する学習

○長期滞在

- ・京都から東京までの11日間の旅行商品

○高付加価値化

- ・その地域ならではの体験、域内はハイヤーによる移動
- ・販売価格: 約110万円～

※東北観光推進機構（広域連携DMO）が田沢湖及び乳頭温泉郷での過ごし方について助言

高付加価値なインバウンド観光地域づくり

- 高付加価値旅行者は、有名な観光地に行くことより、各地に根付く人々の暮らしに触れ、学びを得ることを求めている。

高付加価値旅行業界コンソーシアム A社

観光地化されていない地域への訪問がトレンドの 1 つ（「Top Luxury Travel Trends of 2020」）

高付加価値旅行者向け海外旅行エージェント B社

文化や食に独自性、多様性や洗練されたコンテンツ要素がある他、旅行先としての安全性、親切で友好的な国民性も魅力となっている

高付加価値旅行者向け海外旅行エージェント C社

2回目以降、地方のローカル色の強い地域を訪れようと考える訪日客が多い

高付加価値旅行者向け海外旅行エージェント D社

高付加価値旅行者は、伝統的な本物の文化体験にお金をかけたいと思っている。

高付加価値旅行者向けDMC E社

人との交流を体験したいという方や、テーマ性を求めている方、少し人と違う旅をしたいと考えている方がマッチングしやすい。

欧州金融系資産管理会社 F社

観光地を巡るのでは無く、何か学び、気づきなどを感じる体験や訪問を望む。例えば星付き寿司屋で厨房に入り数日間学ぶことや茶道家元などに数日間泊まり日常生活や稽古の様子などライフスタイルを学ぶなど

京都寺院 G寺院

海外VIPに京都で何が楽しかったかと聞いたところ、「名所旧跡めぐりも良かったが、ボディーガードとお忍びで一緒に行った地元の焼き鳥屋で、お店の人と身振り手振りを交えてやっと注文出来たことやお店のお客さんとコミュニケーションを取りながら食事をしたこと」との回答であった。

○訪日外国人旅行者数は2019年に3千万人を超えていたが、消費額は4.8兆円（2020年目標8兆円）であり、取組の強化が不可欠。

○いわゆる高付加価値旅行層（着地消費額100万円以上／人）は、訪日旅行者全体の約1%（32万人）に過ぎないが、消費額は約14.0%（6,700億円）を占める。ただし、大都市圏での買物消費等が多く、地方での消費が少ない。

ウリ	ヤド	ヒト	コネ
			
→ 高付加価値旅行層にも訴求力のある魅力的コンテンツの発掘力・商品造成力の不足	→ 地方に上質なインバウンド宿泊施設が不足	→ 高付加価値旅行層のニーズを満たす人材（地方への送客、ガイド、ホスピタリティ等）が不足	→ 海外における有力な高付加価値旅行者誘客人脈へのコネクション力不足

主な取組の方向性（例）

＜ウリ・ヤド・ヒト共通＞

- 各地域の観光地経営体制の整備に向けた支援
- 地域のマスターープラン策定支援
- 専門性のある人材の派遣・ノウハウ共有
- 事業資金の確保に対する支援

＜ヒト＞

- スキルアップ支援
- 他業種人材の活用支援

＜コネ＞

- JNTOの体制強化（専門組織の設置等）による海外サービスの強化等

＜その他：アシ＞

- 高付加価値旅行層のニーズを踏まえた移動のシームレス化への対応等（プライベートジェット、スーパーヨットの運航に係る手続緩和等）

■今後の進め方

令和5年(2023年)3月

- ・全国11カ所のモデル観光地を選定



令和5年(2023年)度中

- ・各エリアにおけるコアバリューの特定
- ・地域経営主体の構築
- ・マスターープランの作成



令和6年(2024年)度以降

- ・マスターープランに基づき、「ウリ」「ヤド」「ヒト」「コネ」「アシ」に関する検討の具体化、取組の実施

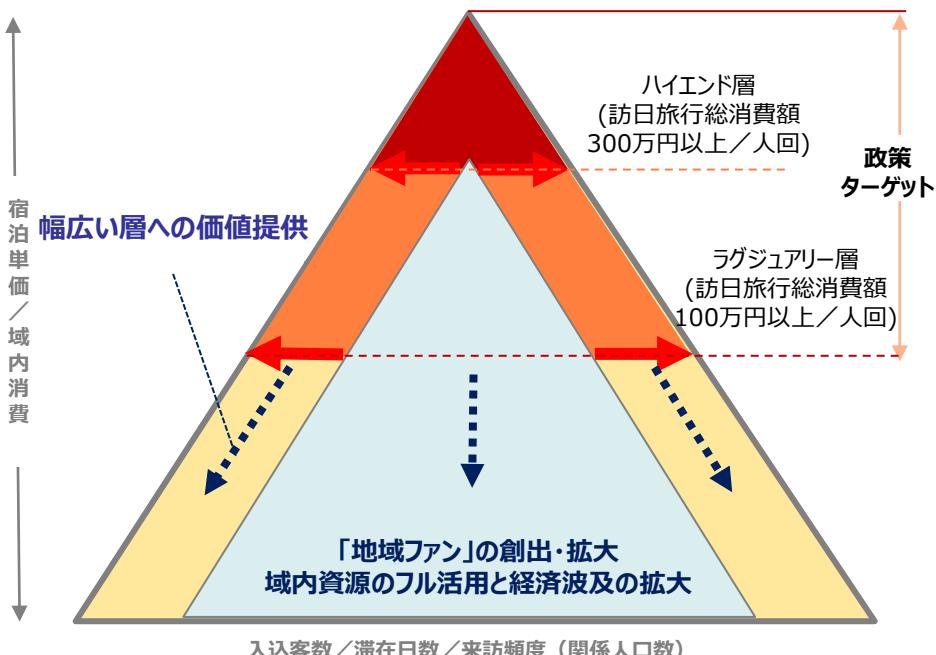
高付加価値旅行者誘致の意義について

高付加価値旅行者誘致の意義

これまで我が国が誘致しきれていない高付加価値旅行者を開拓することにより、以下のような効果が期待される。

- ・旺盛な旅行消費を通じ、地域の観光産業の成長のみならず、多様な産業にも経済効果が波及することで、地域経済の活性化に寄与する。
- ・旺盛な知的好奇心を伴う自然体験・文化消費等を通じ、地域の自然、文化・産業等の維持・発展に貢献することで、持続可能な地域の実現に寄与する。
- ・提供サービスの価値の向上を通じて、地域の雇用の確保・所得の増加に寄与する。
- ・観光地としての地域の滞在価値が向上し、「地域ファン」の創出・拡大に寄与する。
- ・「地域ファン」となった高付加価値旅行者による口コミ等の発信を通じて、国のソフトパワーの向上に寄与する。

最終的に目指すべき姿



高付加価値なインバウンド観光地づくり

- 将来的には、ハイエンド層（訪日旅行1回あたりの総消費額（※）300万円以上／人）も呼び込める地域を目指すことを念頭に、政策ターゲットとしては、まずはラグジュアリー層（訪日旅行1回あたりの総消費額100万円以上／人）以上の誘客拡大に向けて、ウリ、ヤド、ヒト、コネの4分野で総合的な施策を実施。
- このため、地方において、こうした取組を進める地域を、モデル観光地として11か所選定。

「地域ファン」の創出・拡大など量的な拡大にも貢献
(地域の滞在価値向上)

地域産業全体への経済波及効果の拡大・域内生産額の向上
文化、伝統、自然等の地域の価値を未来に継承

※訪日旅行1回あたりの消費額のうち、航空便等の代金を除く着地での消費額の合計を指す。

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり

- 「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地」について、11地域を選定。(R5.3.28)
- 今後、高付加価値旅行者の地方への誘客に必要な課題や取組を、ウリ・ヤド・ヒト・コネ+アシの5つ観点で集中的に実施。



モデル観光地	
1	東北海道
2	八幡平
3	那須及び周辺地域
4	松本・高山
5	北陸
6	伊勢志摩及び周辺地域
7	奈良南部・和歌山那智勝浦
8	せとうち
9	鳥取・島根
10	鹿児島・阿蘇・雲仙
11	沖縄・奄美

【エリアテーマ】阿蘇、雲仙、霧島・桜島等世界有数の火山と火山とともに培われた生活・文化

【令和6年度】特別な体験の提供に加え、**外国人目線での滞在価値の明確化や宿泊施設の高付加価値化などを支援**

【雲仙市】雲仙火山 空・海・大地特別体験ツアー



・平成新山をヘリコプターで空中遊覧する火山
体験と野外のプライベートレストランを満喫

【阿蘇】阿蘇くじゅう国立公園を舞台とした
サイクルサステナブルツーリズム



・阿蘇くじゅう国立公園を自転車で周遊する
サステナブルなアクティビティ・ガイドツアー

【阿蘇市】阿蘇カルデラの特別乗馬体験
・あか牛プレミアムダイニング



・決められたルートなしのカルデラ草原乗馬体験と
各回1組限定ミシュランシェフのあか牛創作ダイニング



海外旅行会社の招請

・海外旅行会社を招請し、
世界遺産や伝統工芸、
食などを体験



【雲仙市】宿泊施設の高付加価値化



雲仙福田屋

・長期間滞在型
観光地に対応す
るため、客室を
サウナ付き和洋
室などへ改修

【鹿児島】霧島錦江湾国立公園の活火山・桜島と
錦江湾を活かしたアドベンチャーツアー



・桜島沿岸でカヤックを
漕ぎ、海からのみ上陸
できる秘境のキヤニオ
ンをトレッキングで探
索するツアー

【屋久島】宿泊施設の高付加価値化



Sankara Hotel & SPA屋久島

・屋久島の自然を感じられる客室へ改修