

# 観光立国に向けて

－ インバウンド需要の拡大、課題と今後の取組 －

---

令和6年6月20日

観光庁長官

高橋 一郎

# 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

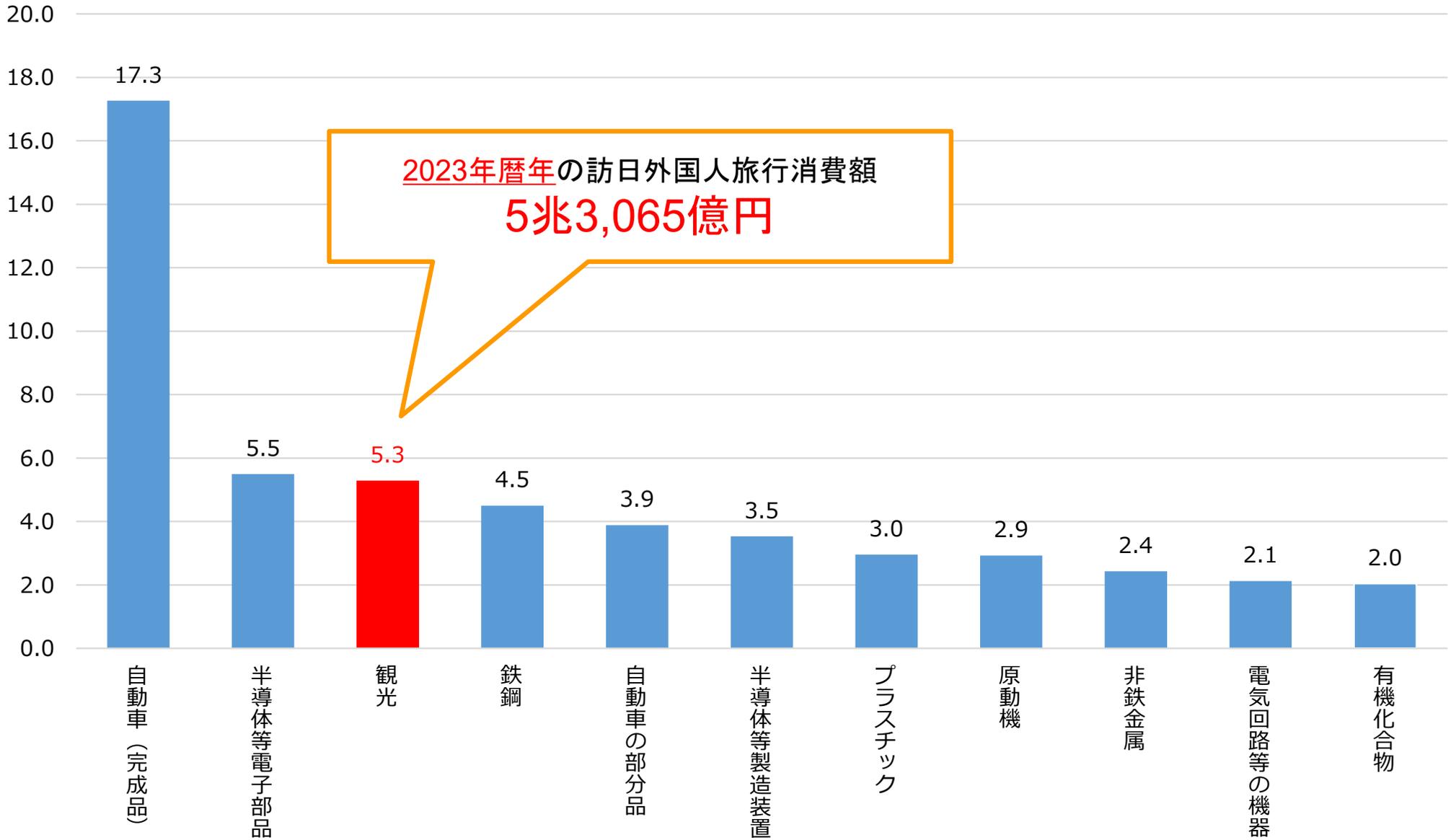
諸外国との双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化する。日本のソフトパワーの向上によって、国際社会での日本の地位を確固たるものとするために、極めて重要。

## 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。

# 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)



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。

日本人1人当たり  
年間消費額  
**135万円**

定住人口が  
**1人減ると**

**消費額**  
**135万円減**

交流人口に  
置き換えると

...



訪日外国人旅行者  
消費額: 21.3万円/人

**約6人分**



国内旅行者(宿泊)  
消費額: 6.3万円/人

**約21人分**

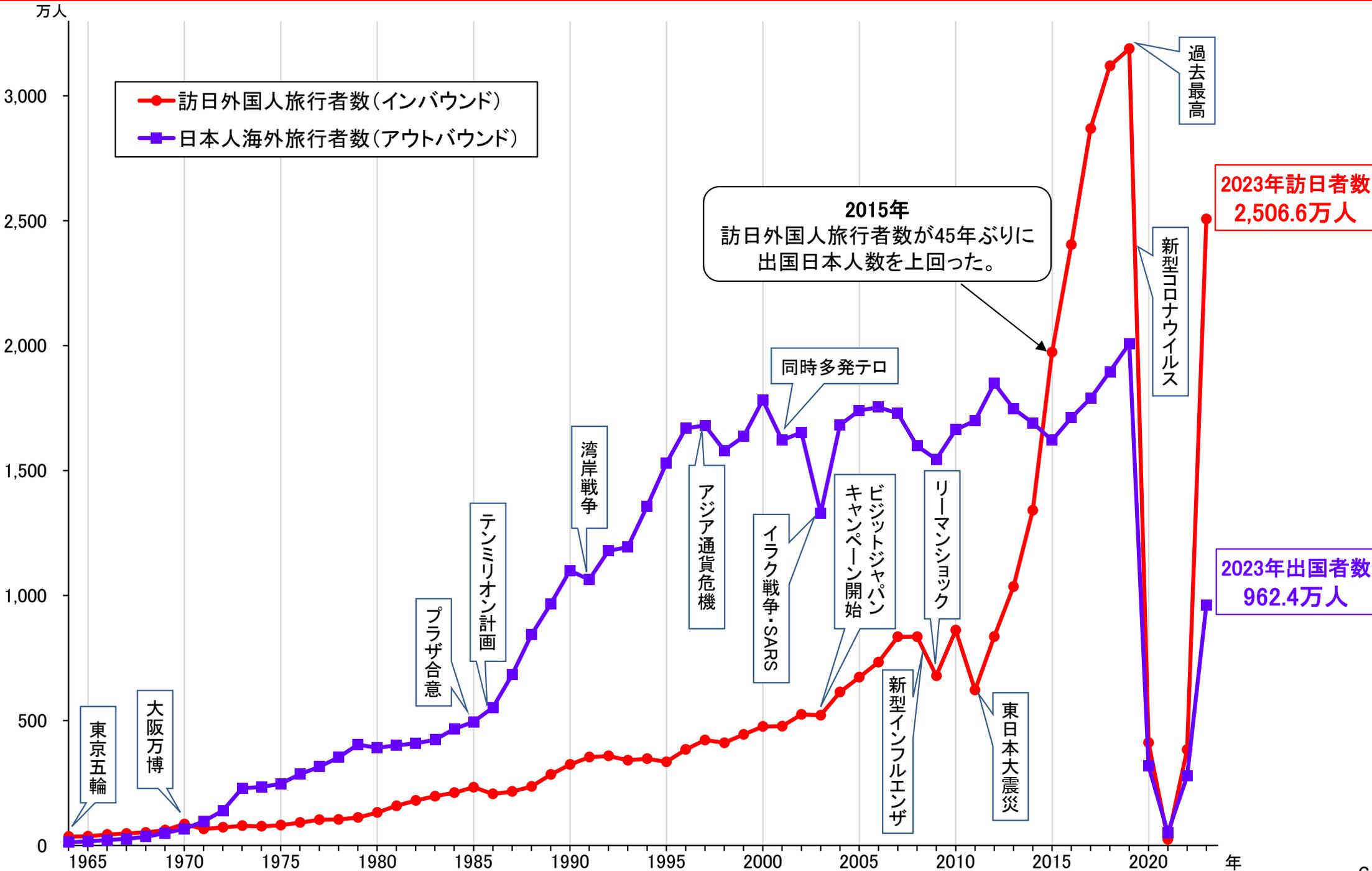


国内旅行者(日帰り)  
消費額: 1.9万円/人

**約71人分**

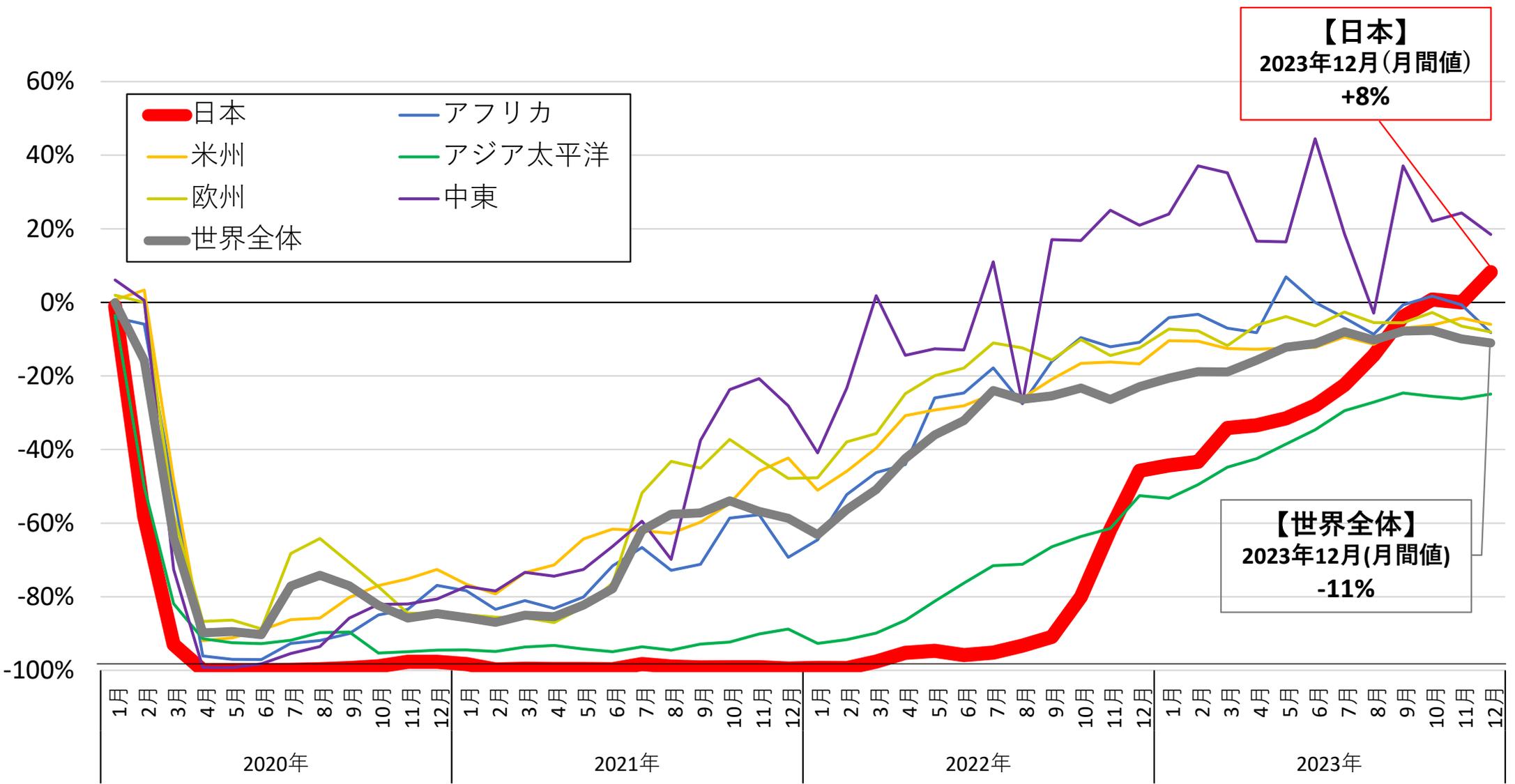
# インバウンドの現状

# 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移(1964年～2023年)



# 世界の国際観光客数の推移(2019年同月比)

- 主要国・地域の国際観光客数はコロナ前の水準まで概ね回復。
- **訪日旅行**は特に**2022年後半以降に急速に回復**。

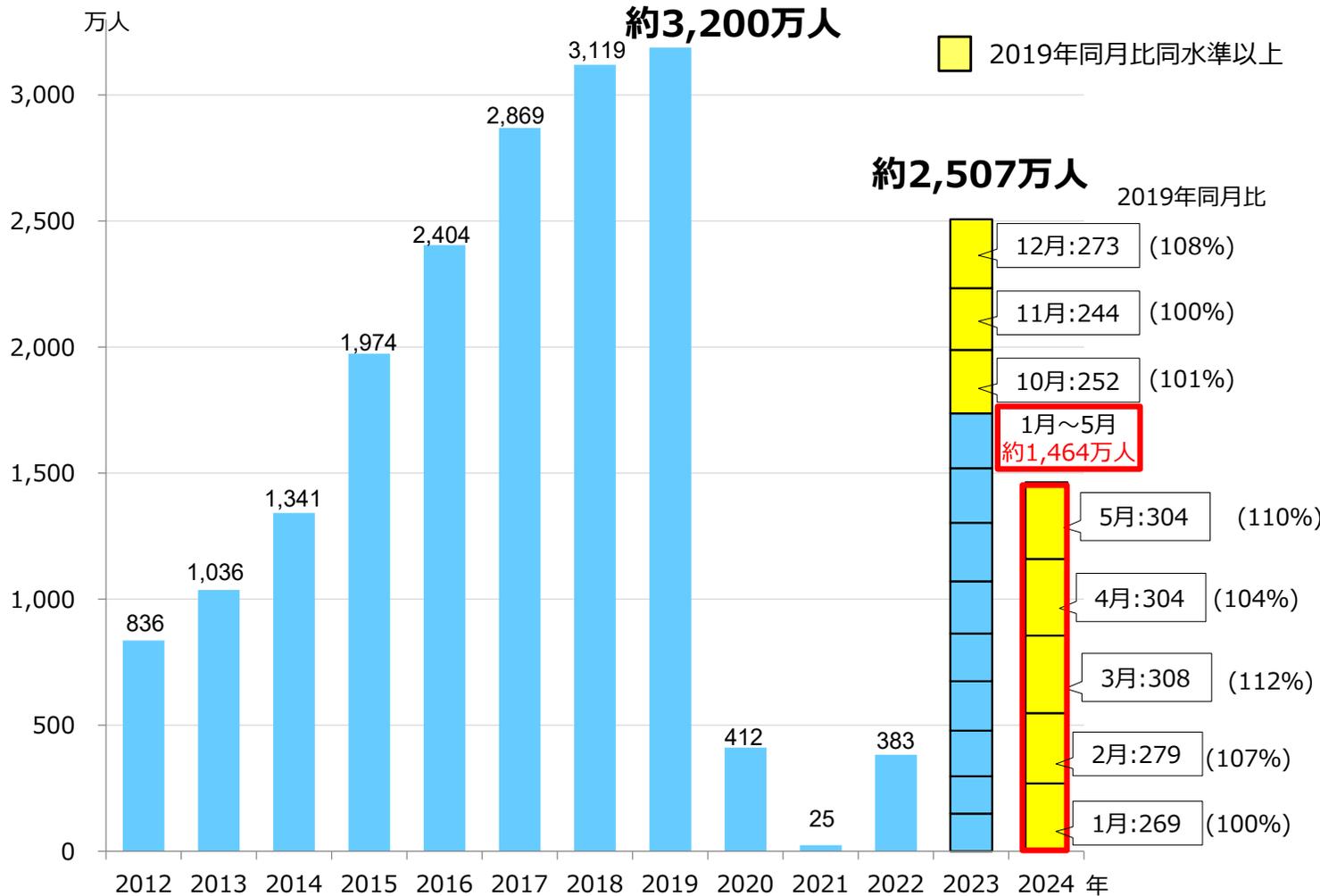


資料：世界観光機関（UN Tourism）資料（2024年3月時点）及び日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」に基づき観光庁作成。

# 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。**
- **5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**110%の回復**となり、**昨年10月より8ヶ月連続で単月ではコロナ前の水準を回復した。**
- **1月～5月の累計**では約1,464万人。

訪日外国人旅行者数の推移



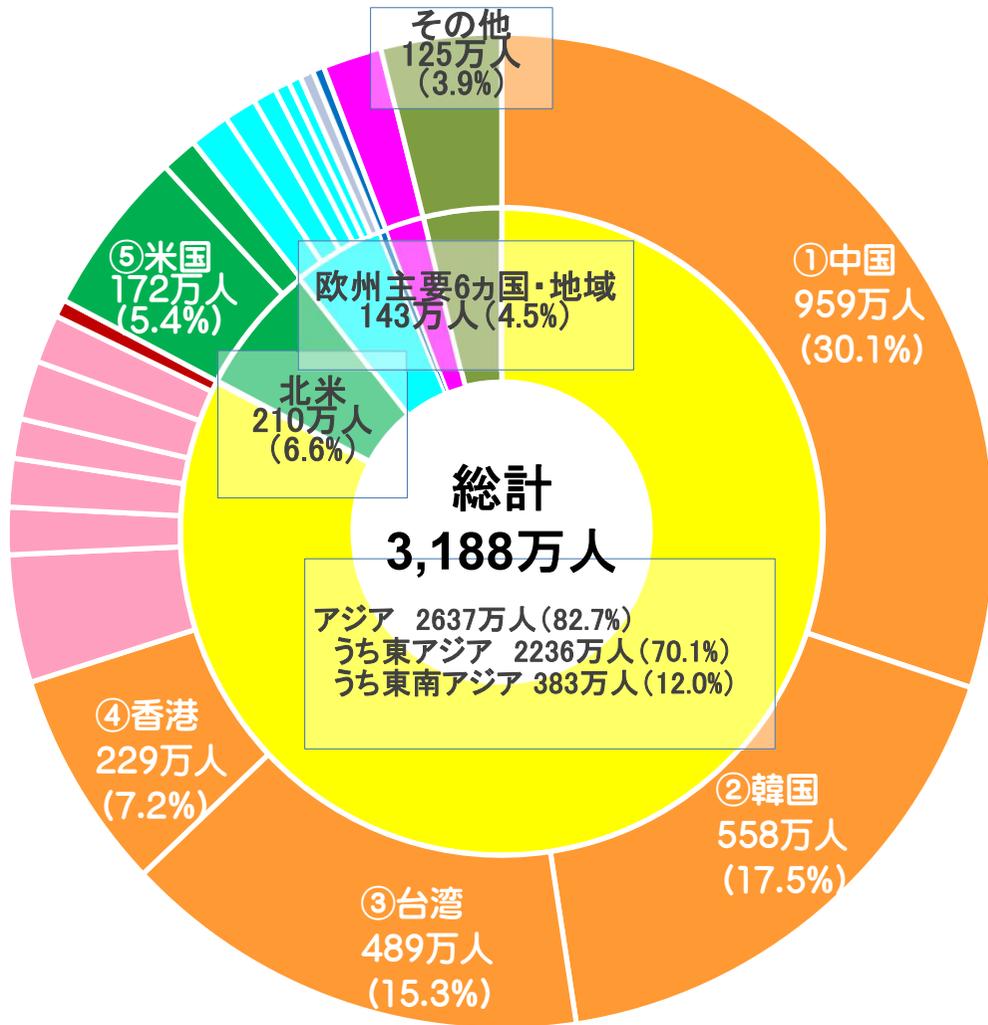
国・地域別訪日者数上位

国・地域	2024年5月 (2019年同月比)
①韓国	74万人 (122%)
②中国	55万人 (72%)
③台湾	47万人 (109%)
④米国	25万人 (157%)
⑤香港	22万人 (115%)

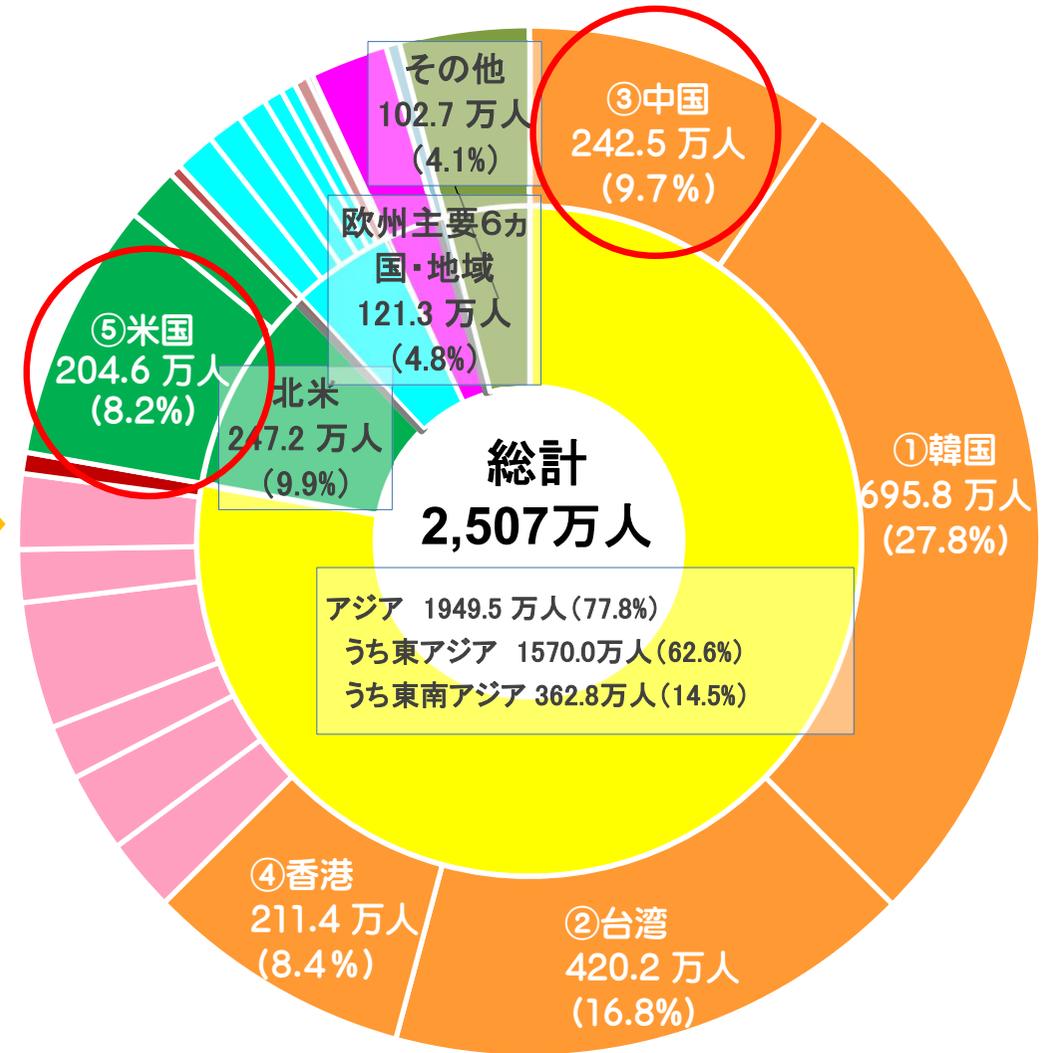
出典：日本政府観光局 (JNTO)  
※ 2022年以前は確定値、2023年の値は暫定値、2024年は推計値

# 国・地域別の訪日外国人旅行者数及び割合

【2019年確定値】



【2023年暫定値】

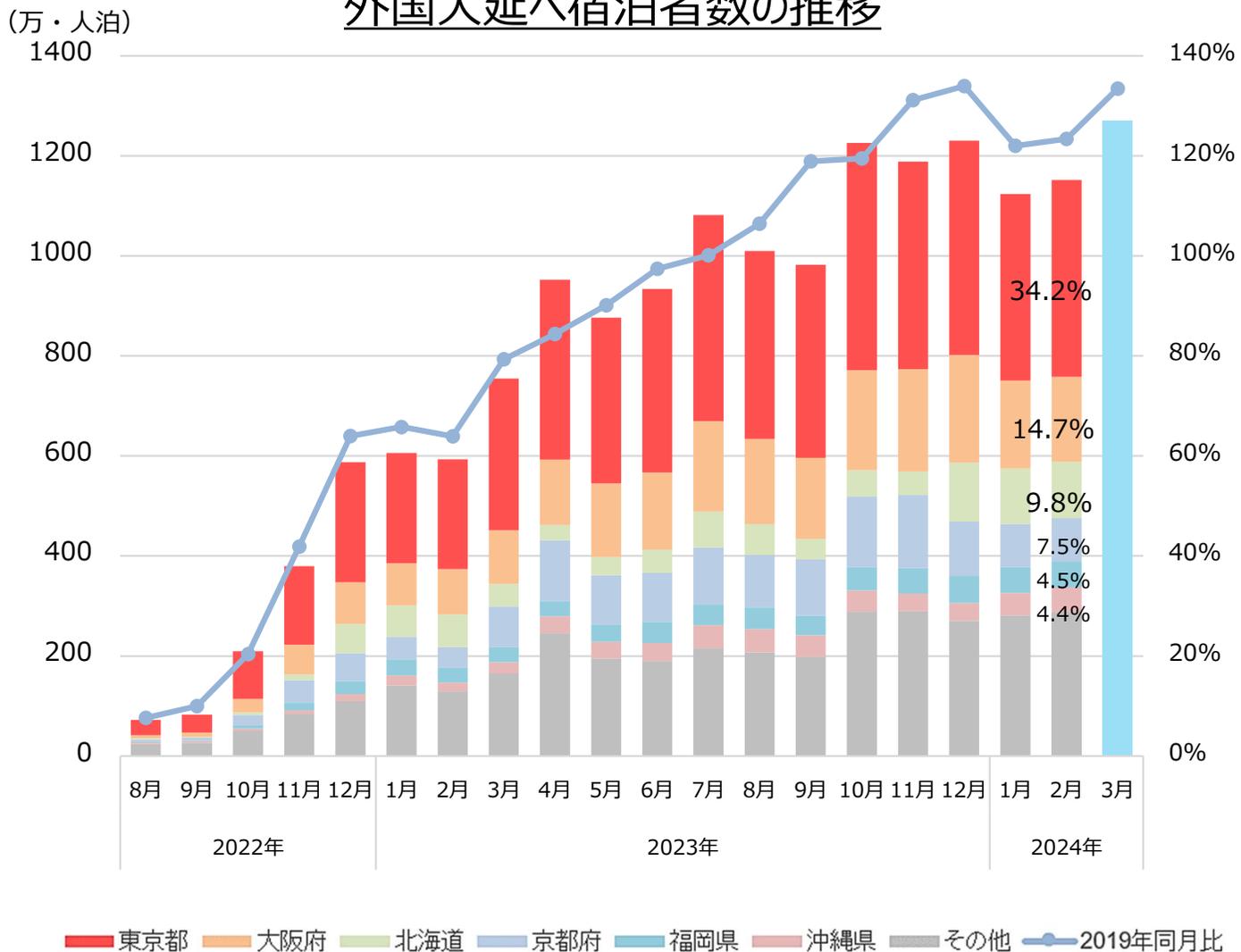


※ ①~⑤は訪日重点市場(上記23市場)のうち訪日外国人旅行者数上位5位の国・地域※ ( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。  
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

# インバウンドの状況(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)

## 外国人延べ宿泊者数の推移



## 都道府県別外国人延べ宿泊者数 (2023年)

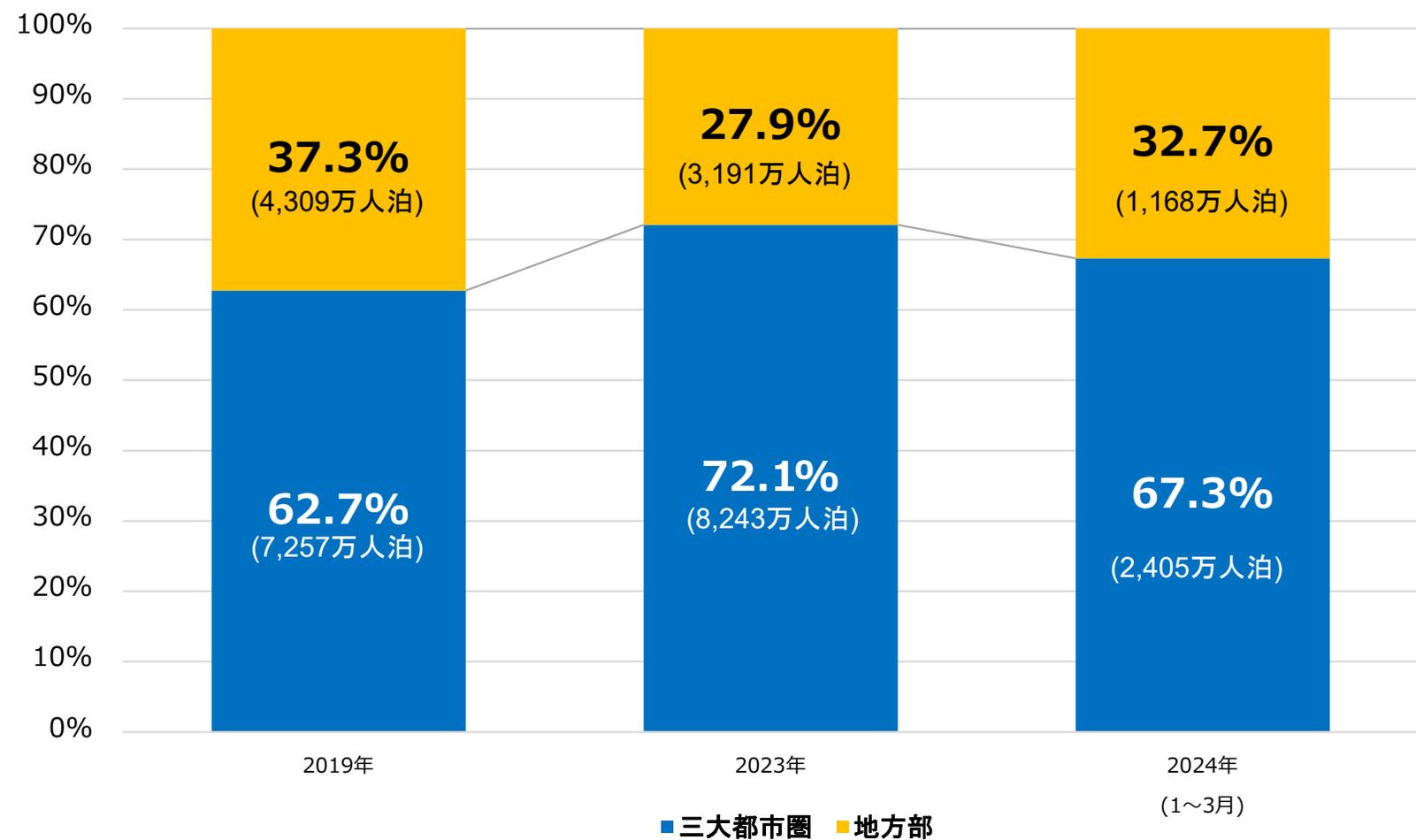
三大都市圏※ トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
東京都	37.4%	4273 万人泊
大阪府	16.2%	1848 万人泊
京都府	10.6%	1212 万人泊
千葉県	2.8%	324 万人泊
神奈川県	2.3%	267 万人泊

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

# 外国人延べ宿泊者数の三大都市圏・地方部別割合

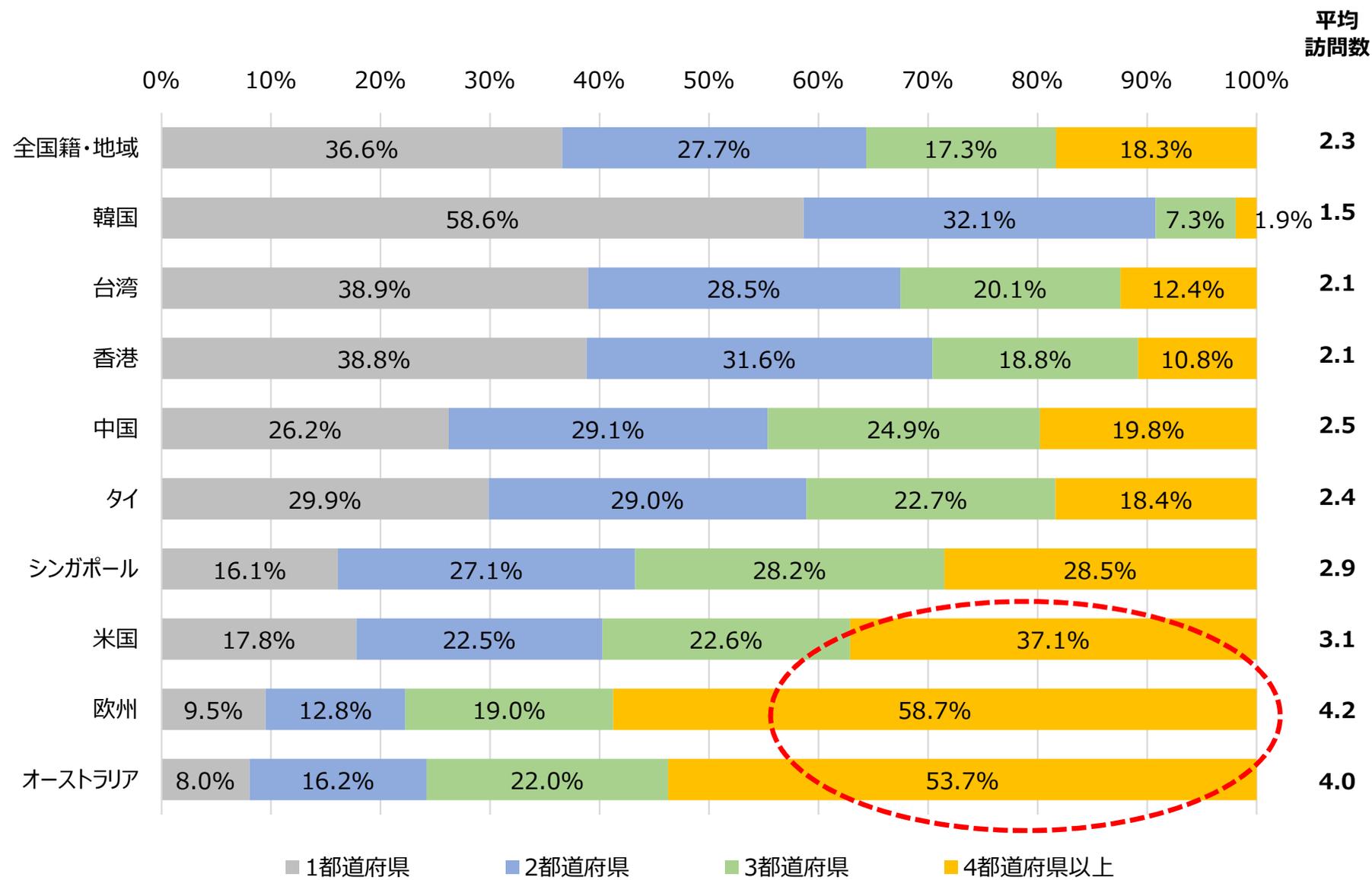
- 2023年の外国人延べ宿泊者数の約7割が三大都市圏に集中しており、コロナ前と比べてインバウンド需要は地域によって偏在傾向。(2019年：62.7%→2023年72.1%)
- 直近の2024年1-3月期の三大都市圏割合は67.3%。



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
 注1：2023年は速報値。  
 注2：三大都市圏は、「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、地方部は、三大都市圏以外の道県

# 国籍・地域別訪問都道府県数（2023年）

○ 日本での滞在期間が長い欧米豪客ほど、多くの都道府県を訪問。

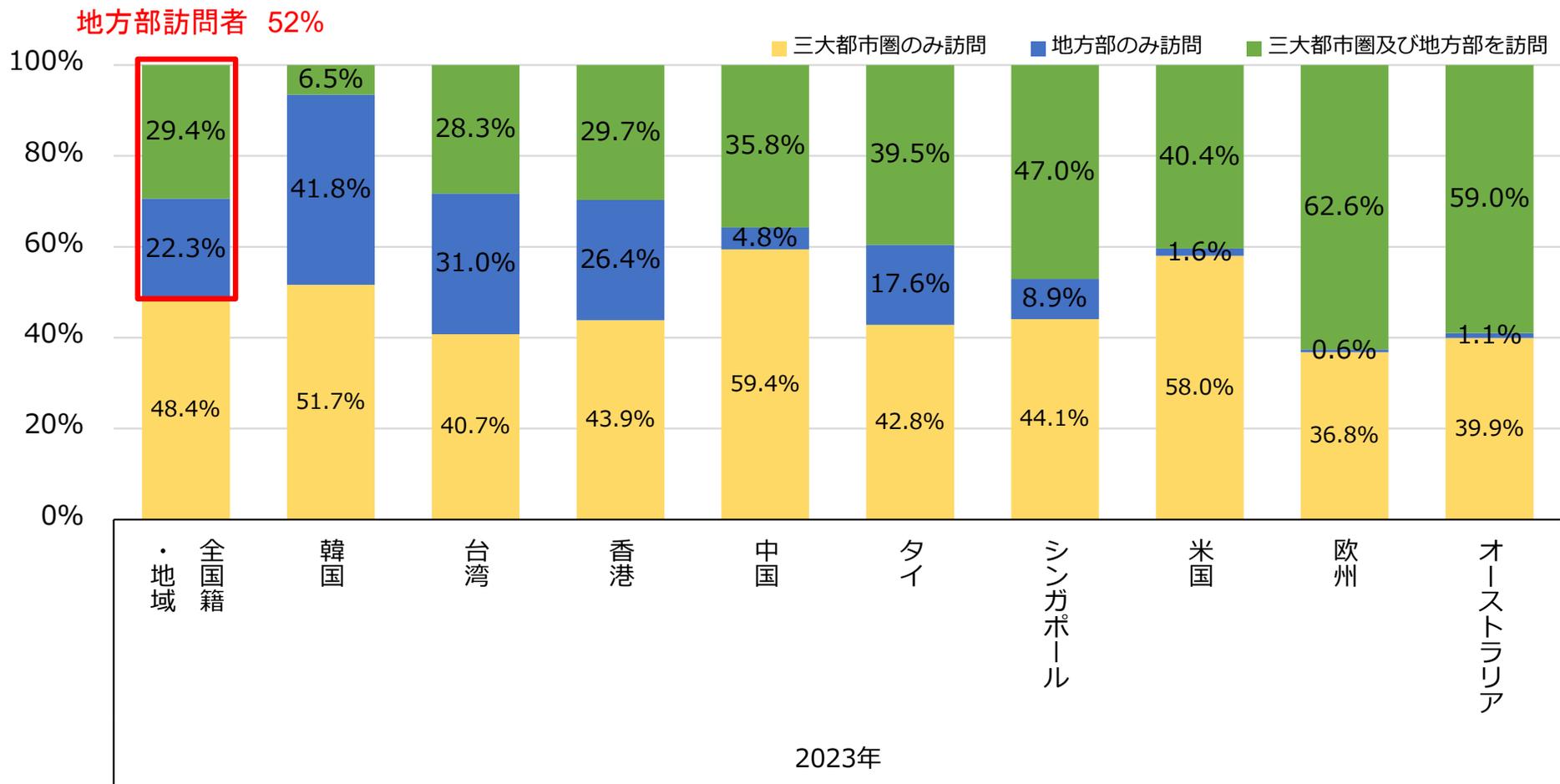


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」個票データ（観光・レジャー目的、2023年）により作成。  
 注：「訪問都道府県」は、各都道府県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。

# 三大都市圏及び地方部訪問パターン

- **地方部訪問者**（地方部に日帰りで訪問する場合を含む）は、訪日外国人旅行者全体の約5割。
- **アジア主要国の旅行者**は、欧米豪に比べ地方部のみ訪問する割合が高い。
- 他方、**欧州や豪等の旅行者**は、三大都市圏及び地方部の両方を訪問する割合が高い※。

※欧米豪客は、地方部への直行便の制約から、訪日旅行の目的地が地方部の場合でも入国・出国前後は三大都市圏を訪問する必要がある点に留意。



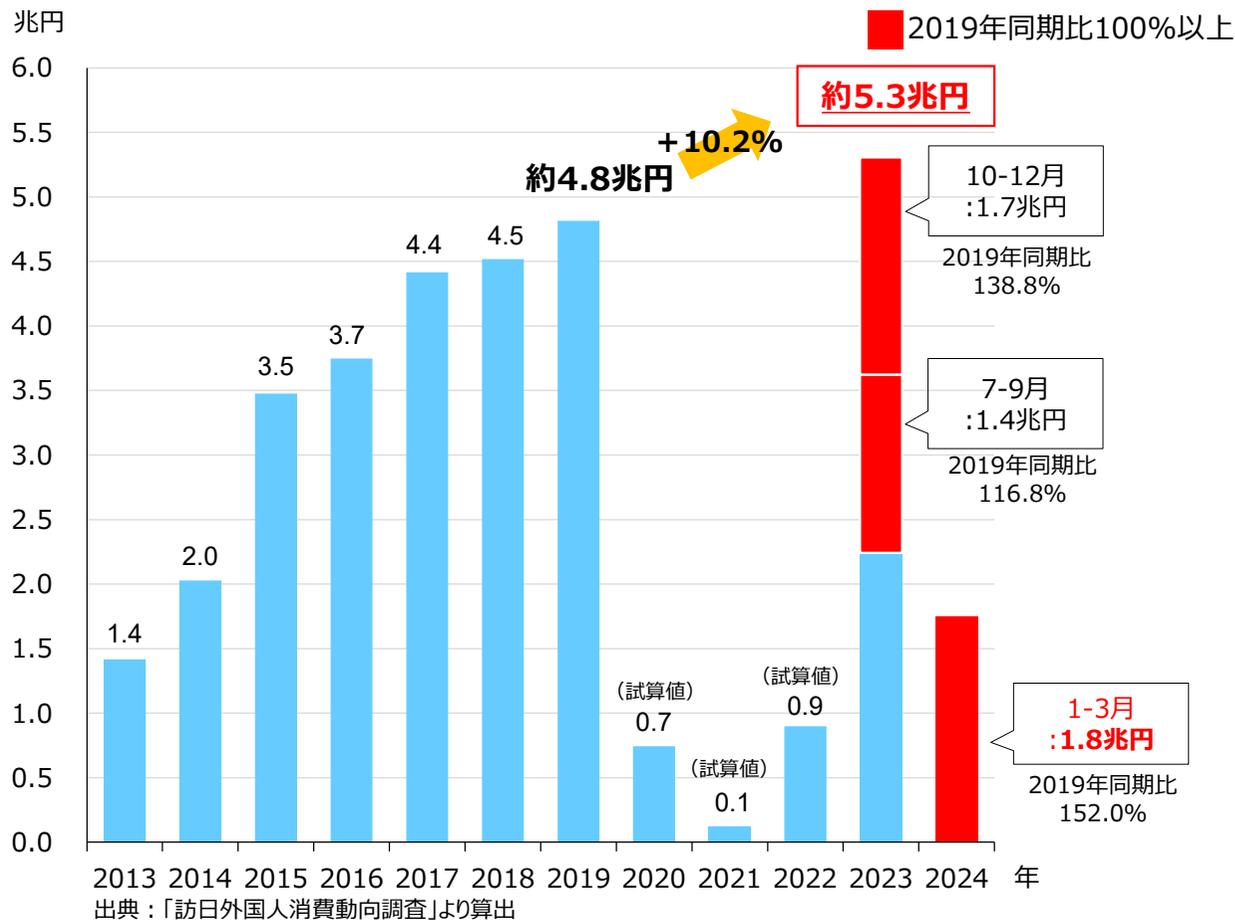
※三大都市圏：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2019年4-12月期及び2023年4-12月期（参考値））により作成。  
 注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。  
 注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。  
 注3：「訪問」は、三大都市圏や地方部に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。

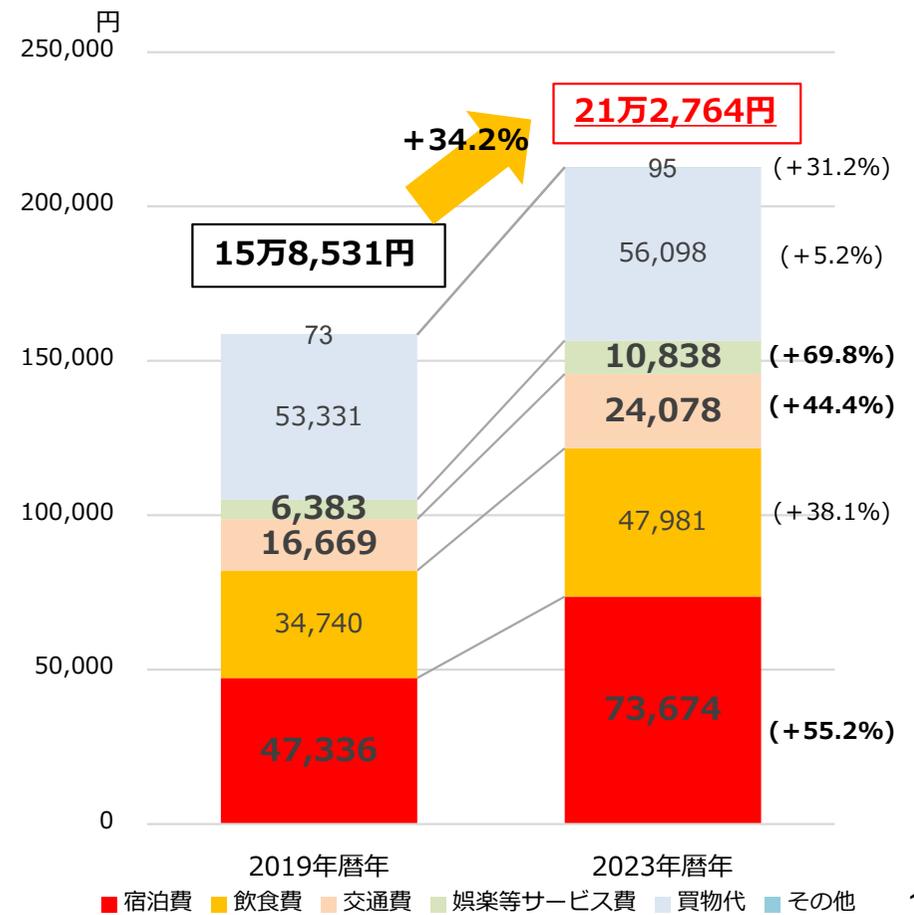
# インバウンドの状況(消費額)

- 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、**21万3千円**（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**20万9千円**

訪日外国人旅行者による消費額の推移



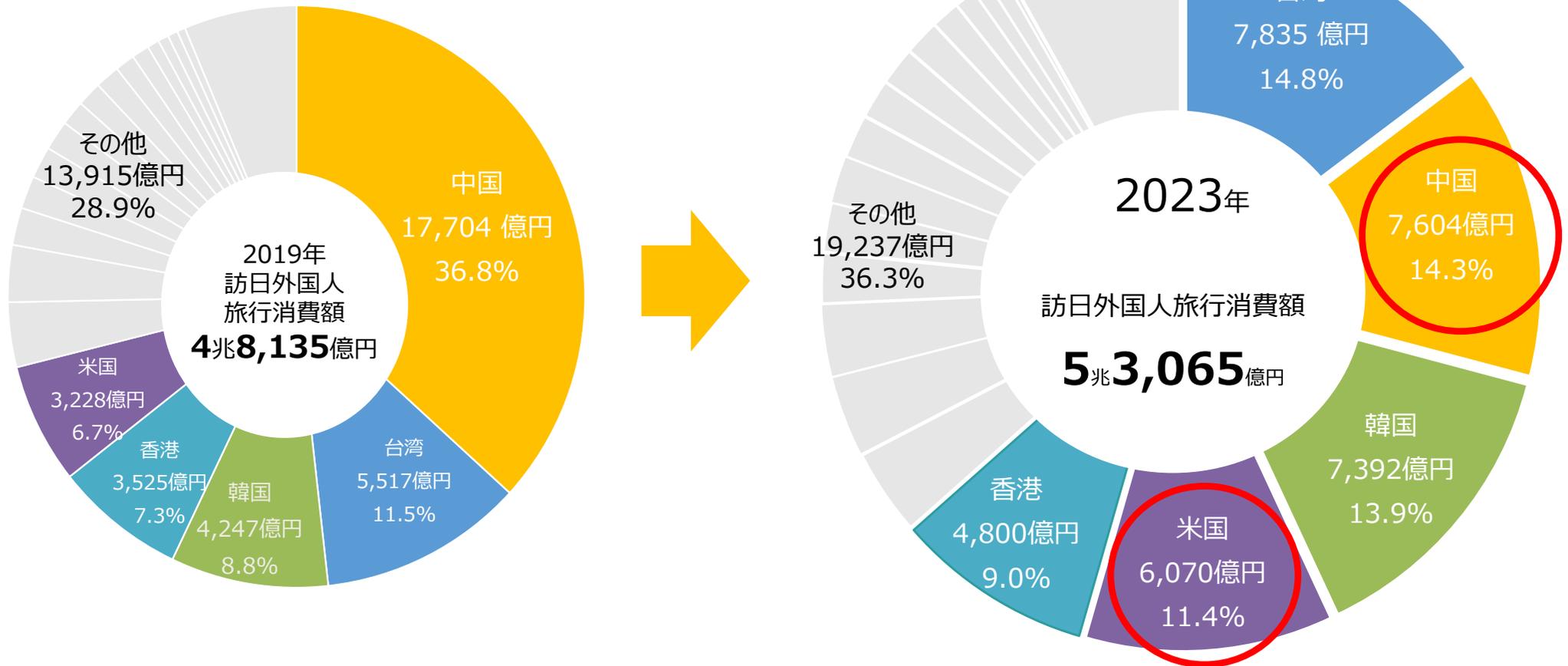
費目別 1人1回当たり旅行消費単価



# 2019年・2023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。

## 国籍・地域別訪日外国人消費額



# インバウンド市場のトレンドと地方への関心の高まり

## (全体)

- ✓ 団体旅行の割合が減り、個人旅行の割合が増加
- ✓ モノ消費からコト消費へ

(中国) ※訪日中国人旅行者(観光レジャー目的)のうち、40歳代以下が占める割合 2023年:71.2%

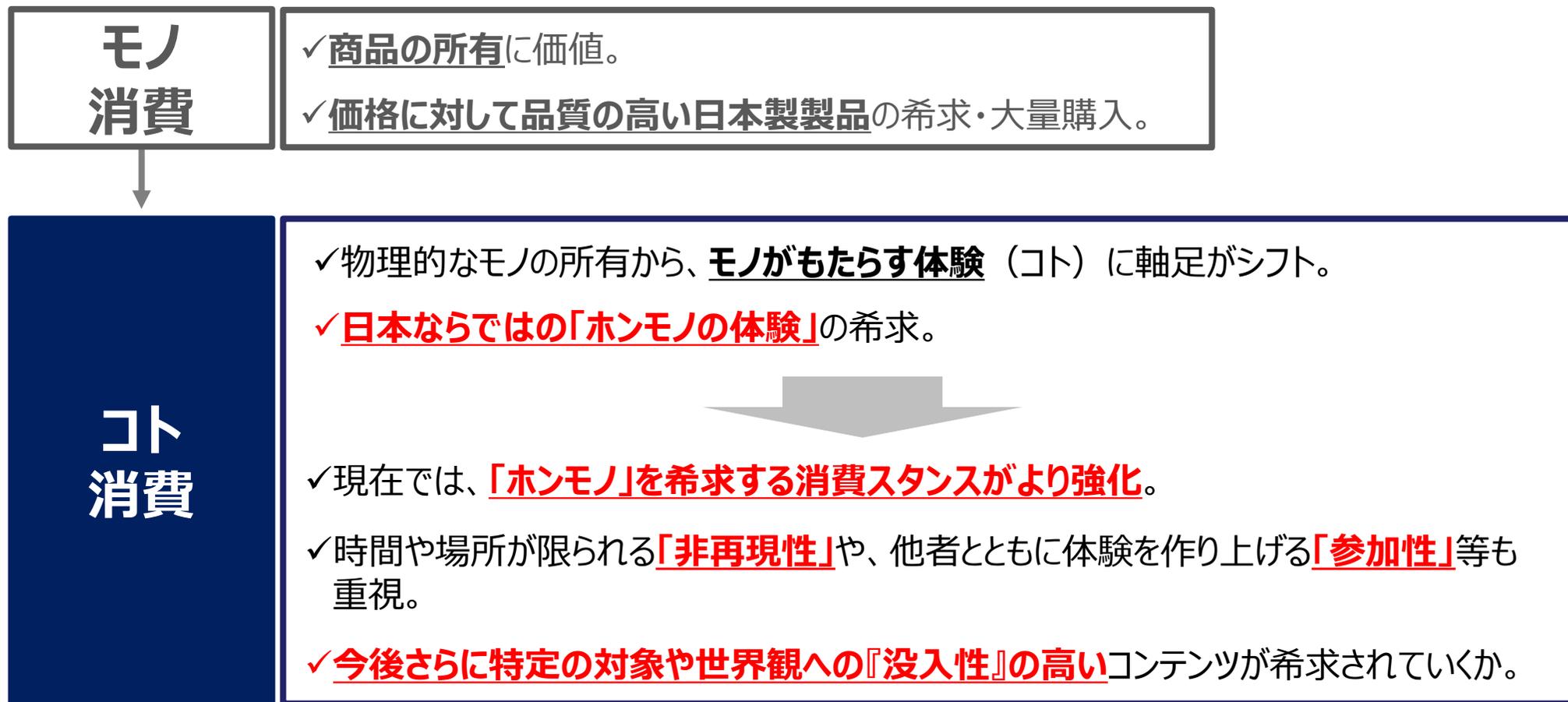
- ✓ 「ショッピング」への関心は微減し、  
「食文化」、「自然」への関心は引き続き堅調、  
「ポップカルチャー」、「美術館・博物館」への興味・関心が上昇
- ✓ 「体験型旅行」がトレンド
- ✓ リピーターの割合が増加

(アメリカ) ※訪日米国人旅行者(観光レジャー目的)のうち、40歳代以下が占める割合 2023年:81.8%

- ✓ 地方部への注目度の高まり(大手旅行雑誌やニューヨークタイムズ等で日本の地方都市を紹介)
- ✓ 「歴史・伝統文化体験」への関心が大きく上昇
- ✓ 好調なクルーズ需要

# インバウンドの消費傾向の変化

- インバウンドの消費の関心は、商品の所有に価値を見出す「モノ消費」から、**体験に価値を見出す「コト消費」**へ変化。観光庁においても、この消費傾向の変化に対応するため、**体験型コンテンツ**の造成を支援。
- 現在では、SNSの普及等に伴い、他者の体験を容易に追体験できるようになったことで、**より他者が体験していない特別な体験を求める傾向**。特定の対象や世界観への『没入性』の高いコンテンツへの希求が一層高まると予想。



# アメリカメディアでの日本、地方都市への高い評価

米国の大手旅行雑誌「コンデナスト・トラベラー」の「世界で最も魅力的な国ランキング」で**第1位**に選出  
(2023年10月)

- |             |          |
|-------------|----------|
| 1位：日本       | 6位：スペイン  |
| 2位：イタリア     | 7位：ポルトガル |
| 3位：ギリシャ     | 8位：イスラエル |
| 4位：アイルランド   | 9位：ノルウェー |
| 5位：ニュージーランド | 10位：スイス  |

(出典) JNTO

米国のワシントン・ポスト紙で「**人混みを避けて、2024年に旅すべき場所**」として12カ所を選んだ特集  
の中で、**福井県**を紹介 (2024年1月)

ワシントン・ポスト紙は「日本の**最もスピリチュアルな地域**の一つを見るため、福井に行こう。**3月に（北陸）新幹線の新路線（金沢—敦賀延伸）が開業予定で、東京から約3時間で行けるようになる**」と紹介。東京拠点の旅行業者のおすすめとして、曹洞宗の大本山・永平寺を挙げた。

出典：毎日新聞



午後5:14 · 2024年2月2日 · 4,762 件の表示

# ニューヨークタイムズでの2年連続の地方都市への高い評価

- The New York Times(ニューヨーク・タイムズ)が「52 Places to Go in 2023 (2023年に行くべき52か所)」を公表し、**ロンドンに続く2番目に盛岡市**を紹介(2023年1月12日)

盛岡市の「岩手銀行赤レンガ館」の来訪者が22年の約6万人から、報道後の23年は約18万人と3倍増。また、**多くの外国人観光客が街で見られるようになった**との市広報担当者の声も。

- 同紙が2024年1月に発表した「2024年に行くべき52カ所」では、**山口市**が選出

北米の皆既日食帯、パリに続き、3番目に取り上げ、「よく『西の京都』と呼ばれるが、もっと面白い」と絶賛。



盛岡市、山口市ともニューヨーク・タイムズ編集者の推薦依頼に基づき、**日本在住の米国人記者が魅力的な街を推薦**。オーバーツーリズムが少なく、コンパクトな都市として評価。

地方都市においては、受入環境の一層の整備や**地元での消費額拡大のための仕組み作りも課題**。

- 外資系ホテルが、様々なスタイルで、日本への進出
- 2020年「JWマリオット・ホテル奈良」、2023年「ザ・リッツ・カールトン福岡」など、高級ホテルが開業
- 道の駅で積水ハウスとマリオットが連携したtrip baseプロジェクト
- 2024年4月にアコーグループが旧ロイヤルホテル(ダイワハウス)を中心にリブランド
- 今後も、長崎に「ホテルインディゴ長崎グラバーストリート」が開業するなど、地方で、さらに外資系ホテルが開業予定



JWマリオット・ホテル奈良



ホテルインディゴ長崎グラバーストリート

# 観光庁の取り組み

# 特別な体験の創出に向けた観光資源の磨き上げ①

- **特別な体験**を創出するためには、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。

## 歴史・文化

### (東京都台東区) 上野東照宮境内で和楽器演奏会

- ✓ 重要文化財である**上野東照宮**を**夜間特別開放**し、境内にて**和楽器鑑賞**や**和太鼓演奏体験**等の日本文化を体験できるイベントを実施
- ✓ **通訳ガイド**による**上野東照宮の案内**や**和楽器演奏の解説**を実施



## 歴史・文化

### (東京都足立区) 歴史ある足立の桜と地元商店街とが 連携した和文化体験の提供

- ✓ **慈眼寺**（じがんじ徳川家にたちあおい立葵の紋の使用を許された足立区で特別な寺院）を貸し切り、**町会・商店街と協働**し、縁日体験、地口行灯、人力車周遊等の**和文化体験**を提供する等



# 特別な体験の創出に向けた観光資源の磨き上げ②

## 歴史・文化

(富山県富山市八尾地区)  
おわら風の盆・たてもん祭り等  
県内祭りへの特別参加・特別観覧プログラム

- ✓ 地元の食材や酒を楽しみながら祭りの観覧ができる特別観覧席
- ✓ 地域住民と交流できる参加体験ツアー等を提供



## 歴史・文化

<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

- ✓ 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
- ✓ 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



## 歴史・文化

<東京都中央区>  
お坊さんと体験する“築地本願寺流”朝活体験

- ✓ 浄土真宗本願寺派築地本願寺にて、オリジナル制作の作務衣さむえを着用し、晨朝勤行じんじょうごんぎょうへの参加、仏教・浄土真宗にちなんだ朝食提供など、日本の伝統文化や僧侶の生活の一部を体験
- ✓ 通常立ち入ることのできない内陣ないじん・講堂にて見学・朝食提供することで特別感を創出

# 特別な体験の創出に向けた観光資源の磨き上げ③

## 歴史・文化

### (佐賀県有田町) 陶器の解説、職人との陶芸工房体験

- ✓ 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
- ✓ 顧客は欧米客を中心



## 歴史・文化

### (岐阜県羽島市「浅野鍛冶屋」) 職人とともに鍛冶体験コンテンツ

- ✓ 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



## 歴史・文化

## 自然

### (高知県いの町) 自然体験と紙漉き体験

- ✓ 「土佐和紙」の歴史と「仁淀ブルー」<sup>によど</sup>流域のアドベンチャーツアー
- ✓ 土佐和紙の歴史と文化を学び、伝統的な紙漉きを体験



# 特別な体験の創出に向けた観光資源の磨き上げ④

## 食文化

### <香川県高松市>

#### 国指定・特別名勝「栗林公園」全体を活用した 和菓子とお茶の周遊型茶道体験イベント

- ✓ <sup>りつりん</sup>栗林公園の中に点在する「茶空間」を周遊しながら、**栗林公園発祥**とも伝わる**「和三盆糖」**を食材にした**和菓子とお茶**を味わう
- ✓ 少人数グループに絞り、武者小路千家が選定する国内有数の茶人を茶亭主に迎え、**閉園後の時間帯に「特別茶席」**を開催



## 食文化

### <石川県加賀市>

#### 「日本一の富豪村」初のナイトツアー & 至高の味覚豪華体験ツアー

- ✓ **国内有数のプレミアムな地元産食材**(ルビーロマン、加能ガニ「輝」)を活用した特別メニューを**加賀橋立重要伝統的建造物群保存地区**にて満喫
- ✓ 北前船主の子孫、農家・漁師との**交流、収穫体験**等を実施



## 食文化

### <長野県松本市>

#### 国宝松本城プレミアムディナーの スペシャルナイトイベント

- ✓ 国宝松本城の**本丸庭園**にて、ルレ・エ・シャートトップシェフによる**地元の特別食材を活用した貸切のプレミアムディナー**を実施
- ✓ **夜間通常非公開**の国宝松本城天守を**限定公開**



# 特別な体験の創出に向けた観光資源の磨き上げ⑤

## 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
- ✓ 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開催



## 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

## 自然

### <北海道斜里町>

カムイワッカ湯の滝アドベンチャーツアー

- ✓ 落石のおそれがあるため立入禁止となっていた温泉が流れ込むカムイワッカ湯の滝（知床国立公園）を特別公開
- ✓ 少数限定・ガイド付きでの滝つぼで野湯に浸かる特別ツアー
- ✓ 参加者数約6千人(主に台湾、フランス、アメリカから参加)

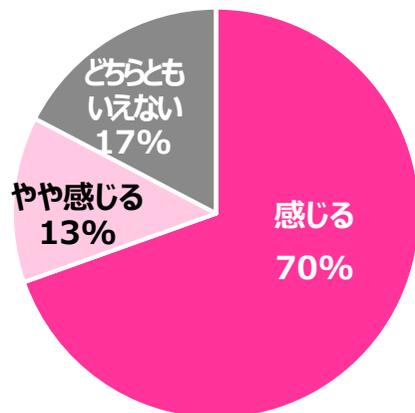


# コト消費におけるローカルガイドの重要性

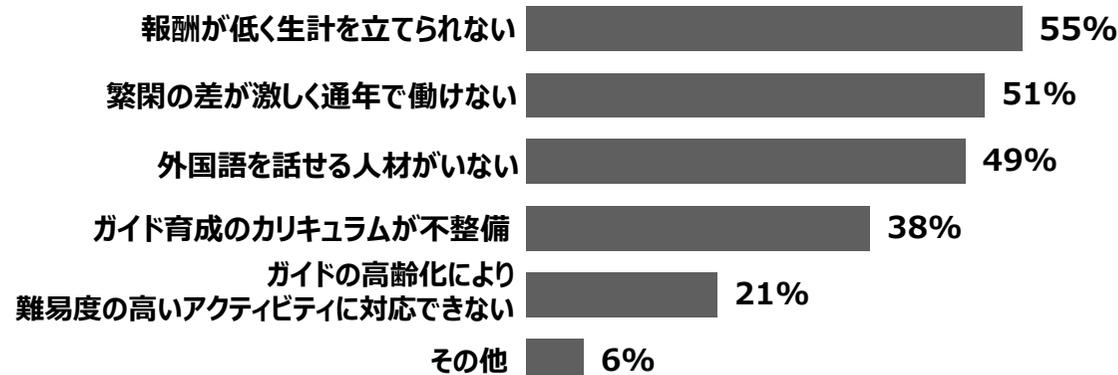
- 体験の内容を重視する「コト消費」において、体験の満足度をより高めていくためには、**当日の会話や空気感などの不確定的要素も含めた質の向上**が不可欠。
- ローカルガイドは旅行者に最も近くで長時間接する「**地域の顔**」。地域での体験の満足度を左右する演出家兼パフォーマーとして、**インタープリテーションやホスピタリティの質がこれまで以上に求められていく**と推察。
- 他方、特に地方部においては、**ローカルガイド人材の確保が課題**。  
観光庁では、令和6年5月8日、**ローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議**を設置。  
(今夏に中間とりまとめを予定)

▼R6「ローカルガイドに関するアンケート調査」 ※インバウンド向けに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

## 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



## 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）



人材に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、体験型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、有識者会議を立ち上げ検討

# 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

○ 宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去、面的DX化などの取組の支援について、**複数年度**にわたり計画的・継続的に支援できるよう制度を拡充

⇒ **観光需要の拡大、収益・生産性向上等の実現**を図り、**地域・産業の「稼ぐ力」**を回復・強化

## ① 地域計画の作成支援

## ② 地域計画に基づく主な事業支援

### 宿泊施設の高付加価値化改修

観光地の面的再生に資する宿泊施設の改修支援



### 廃屋撤去

観光地の景観改善等に資する廃屋の撤去支援



### 観光施設の改修等

- 観光地の面的再生に資する土産物店や飲食店等の改修支援
- 公的施設への観光目的での改修支援



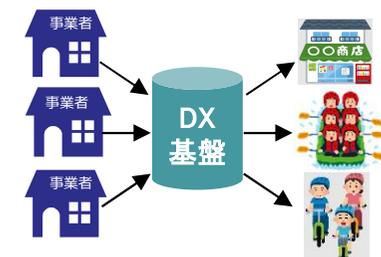
### 面的DX化

観光地の面的再生に資する面的DX化支援

地域一体となった  
キャッシュレス化



観光地の情報の一元管理等



# 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

## 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

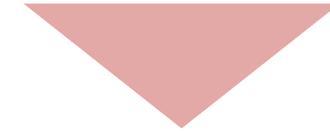
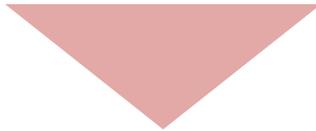
## 天童市（山形県）

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



# 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり(11モデル地域)

○ 高付加価値旅行者※の地方誘客強化のため、11モデル地域において、高付加価値旅行者のための観光地づくり事業を加速化。  
※着地消費 100 万円以上/人の訪日外国人旅行者

➔ 令和5年度は、各種事業により**宿泊施設やコンテンツ等の高付加価値化**を総合的に支援するとともに、今後の取組指針(マスタープラン)を各地域で策定。  
令和6年度は、外部目線による**コンテンツ等の磨き上げ及び販路の形成**により早期誘客の実現を目指す。

## コアバリュー

高付加価値旅行者にも訴求できる魅力的なコンテンツの造成

## 宿泊

高付加価値旅行者のニーズに対応する宿泊施設の高付加価値化

## 人材

地方への送客・ガイド・ホスピタリティ人材の育成

## 移動

高付加価値旅行者のニーズを踏まえた移動のシームレス化

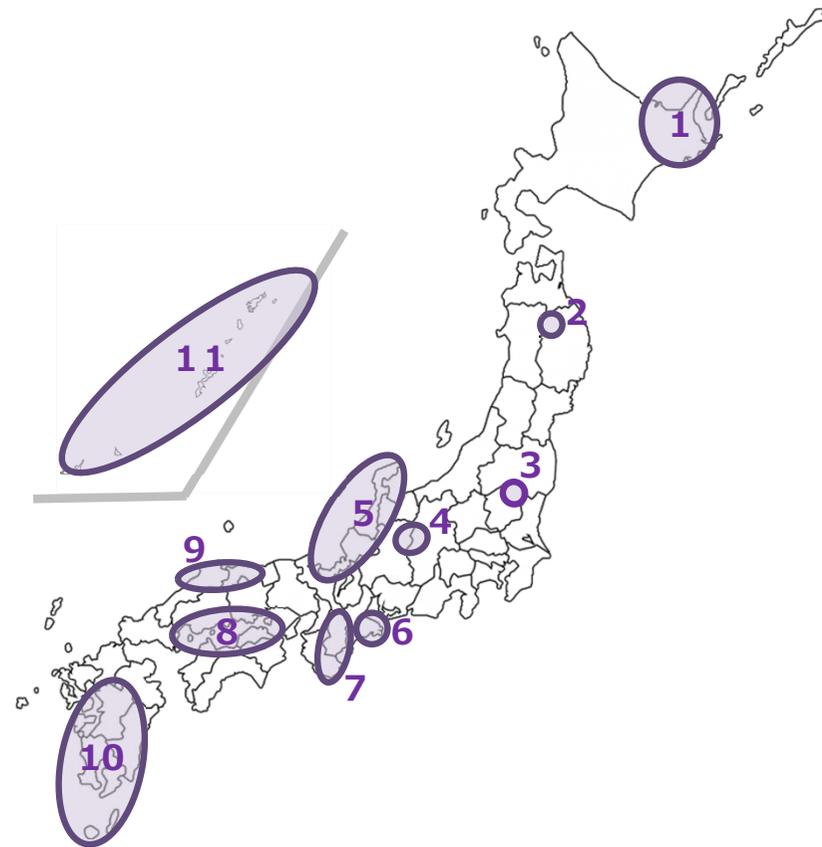
## モデル観光地

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

旅程の造成・検証・磨き上げによる  
モデル地域の質向上の加速化



成果・ノウハウを他地域へも伝播



【エリアテーマ】<sup>しれとこ</sup>世界に認められた知床等手つかずの大自然～希少動物と人間の共生～

【令和6年度】特別な体験の提供に加え、アドベンチャーツーリズムの取組などを支援

<sup>しゃり</sup>  
【斜里】観光資源を活かす  
宿泊施設の高付加価値化



<sup>しれとこ</sup>  
北こぶし知床 ホテル&リゾート

・100平米を超えるラグジュアリーな客室を新設

海外旅行会社の招請



<sup>くつしやるこ</sup>  
屈斜路湖

アイヌガイド

・香港・台湾・上海から富裕層を顧客に持つ海外旅行会社を招請し、宿泊、アクティビティ、食等を体験（2023年11月 実施）



<sup>しゃり しれとこ</sup>  
【斜里】「知床国立公園カムイワッカ湯の滝」における体験アクティビティ

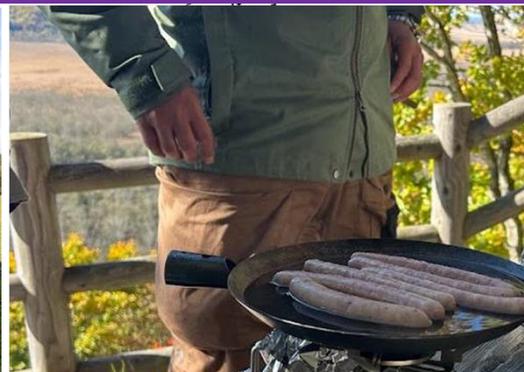


・温泉が流れ込む川、通称「カムイワッカ湯の滝」におけるトレッキング・入湯体験（2023年7～11月 実施）

<sup>くしろ</sup>  
【釧路】釧路湿原国立公園の雄大な自然体験



・国立公園内のキャンプ場の貸切宿泊による自然の恵みを満喫する体験



<sup>てしかがちょう</sup>  
【弟子屈町】国立公園内アドベンチャーツアー



<sup>ひほろとうげ</sup>  
美幌峠

・世界最大級カルデラ周遊サイクリング、屈斜路湖でのカヤック体験（2024年夏 販売開始予定）



<sup>くつしやるこ</sup>  
屈斜路湖

# 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

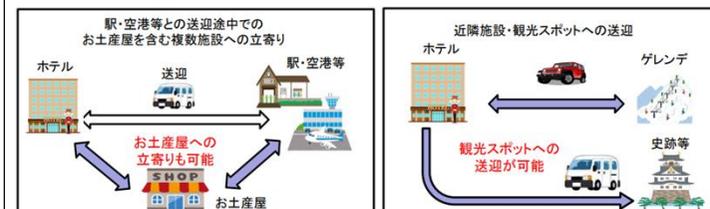
**許可・登録を要しない運送についての考え方を整理**し、本年3月に「道路運送法の許可又は登録を要しない運送に関するガイドライン」を作成。

### ○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**ツアー利用者の送迎**
- ✓ 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

# オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ:概要

## 1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応

### ■ 受入環境の整備・増強



観光客向け乗合タクシーの運行

### ■ 需要の適切な管理



景勝地へのマイカー規制

### ■ 需要の分散化・平準化



博物館における夜間特別イベント



### ■ マナー違反行為の防止・抑制



マナー啓発看板

等

## 2. 地方部への誘客の推進

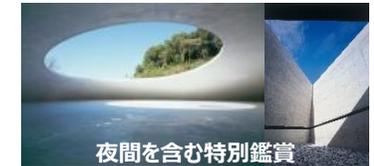
### ■ 11モデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくり



### ■ 全国各地で特別な体験や期間限定の取組等を自然、文化、食、スポーツ等の様々な分野で創出し全世界に発信



合掌造りを特別賞



夜間を含む特別鑑賞

### ■ 中部山岳国立公園、やんばる国立公園など4国立公園における魅力向上とブランド化

等

## 3. 地域住民と協働した観光振興

### ■ 住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施

- ・ 地域の関係者によるオーバーツーリズムの未然防止・抑制のための取組計画の策定、実践
- ・ 計画に基づく実証や取組の本格実施への包括的な支援を全国約20地域で実施し、先駆モデルを創出

等

# オーバーツーリズム対策「先駆モデル地域」採択一覧

- 「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

- ① **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
- ② **ニセコエリア**：タクシー不足対策「ニセコモデル」の拡大
- ③ **蔵王**：ロープウェイの変動価格導入、混雑状況可視化
- ④ **川越**：パーク＆ライドの強化、駐車場等の混雑情報発信
- ⑤ **箱根**：「箱根観光デジタルマップ」を活用した分散・平準化
- ⑥ **出雲大社**：駐車場料金変動制の導入

## マナー違反对策

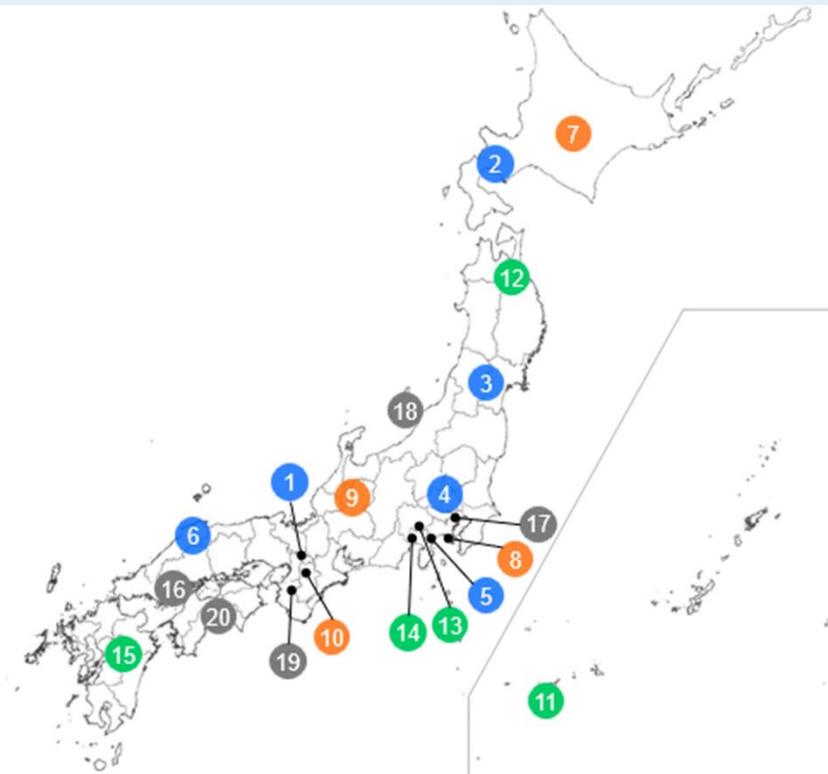
- ⑦ **美瑛**：AIカメラを活用した、農地など私有地への無断立入行為の抑制
- ⑧ **鎌倉・藤沢**：カメラ設置による写真撮影時のマナー違反行為の抑制
- ⑨ **白川郷**：発地国・地域の分析に基づく旅マエを含むマナー啓発の強化
- ⑩ **奈良公園・山の辺の道**：景観保護活動への観光客の参画

## 自然環境保護

- ⑪ **西表島**：エコツーリズム推進法に基づく立入制限の導入
- ⑫ **奥入瀬**：車両乗入規制の実施、利用者負担導入の検討
- ⑬ **富士山吉田口**：登山者数の条件設定及び通行料の導入
- ⑭ **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
- ⑮ **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

- ⑯ **宮島・宮島口**：宮島側ターミナルの改良、混雑状況可視化
- ⑰ **浅草**：浅草寺周辺の混雑対策、道路空間の活用
- ⑱ **佐渡**：島内二次交通の強化、周遊の促進
- ⑲ **高野山**：データを活用した参拝観光客の分散・平準化
- ⑳ **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



# 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 〕

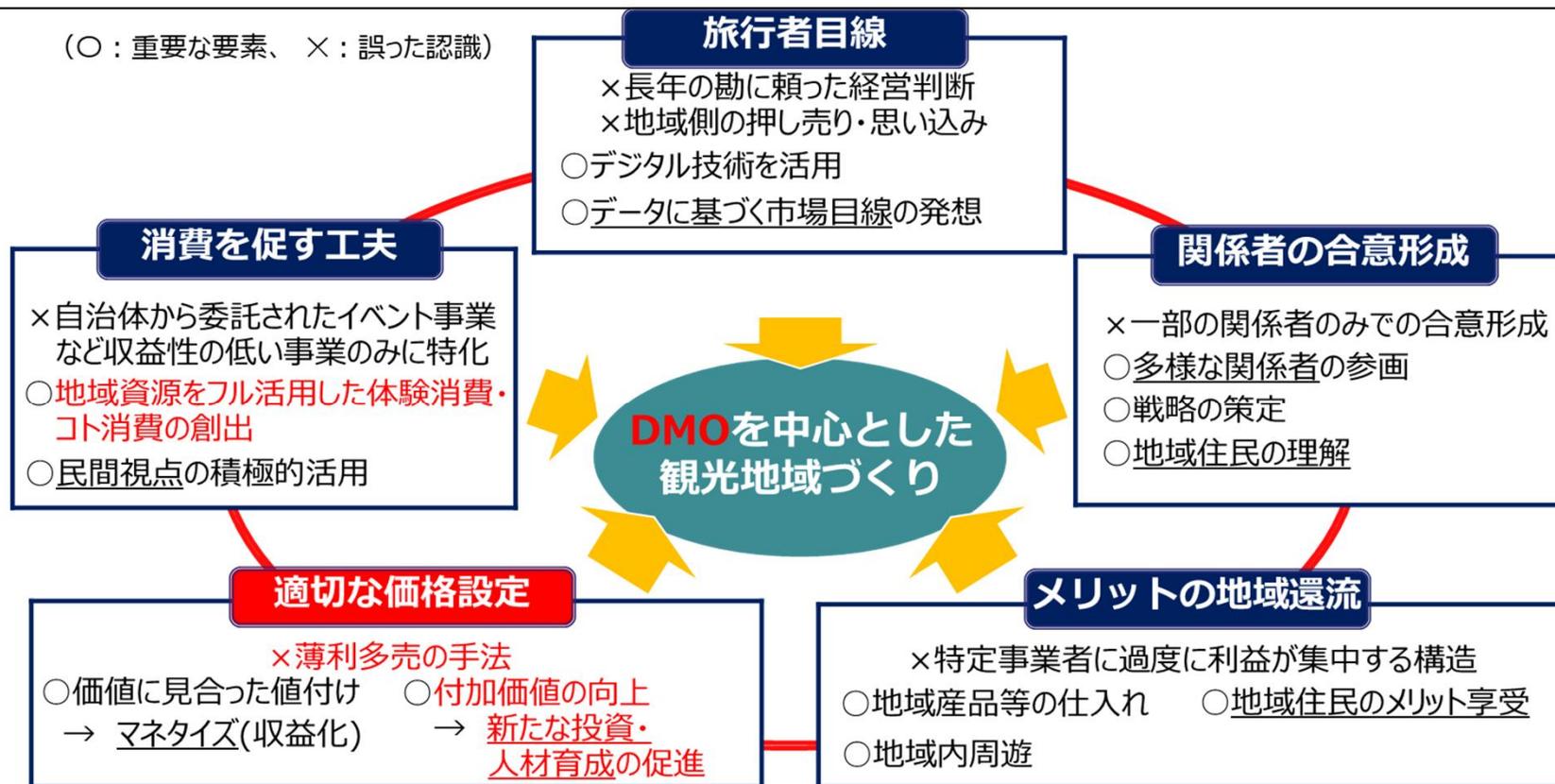
## DMOの使命

### ①地域の観光経済拡大※

### ②持続可能な観光地域づくり

※観光産業従事者の賃金向上を含めた労働環境の改善を含む

そのための多様な関係者間の調整・合意形成（地域の観光の意義の明確化を含む）



# DMOの取組事例①：外国人目線での商品造成

- 特に地域連携DMO、地域DMOの一部の優良なDMOでは、インバウンドの受入環境整備やコンテンツの充実化など、インバウンドの誘客に向けた観光地整備に積極的に取り組んでいる。
- 優良事例の一つである田辺市熊野ツーリズムビューローでは、以下の優れた取組により、ここ数年で外国人延べ宿泊者数が15倍に急増(H24:3,389人泊-H31:50,926人泊)。

## 取組事例

### ■ (一社)田辺市熊野ツーリズムビューロー (地域)

- 持続可能な質の高い観光地を目指して、欧米豪のFITをターゲットにした観光地域づくりを実施。
- 海外でガイド経験のあるブラッド・トウル氏を中心として、多言語案内看板の整備や英語版ガイドブックの作成等の外国人目線での環境整備を実施。
- 世界遺産・熊野古道を巡るガイド付プログラム等、FITに対応した体験型コンテンツプログラムを多数造成。DMO自ら予約決済システムを構築し、体験プログラムや宿泊施設の予約手配のワンストップ窓口となり、個人にカスタマイズ可能な着地型旅行商品を提供。

### 【統一化・多言語化された案内看板】

(改修前)



(改修後)



## 地域のキーマン

### ▶ ブラッド・トウル氏

DMO事業部長。母国カナダでのガイド経験を活かし、多言語案内看板の統一化、英語版ガイドブックの作成、体験滞在型コンテンツ造成等、外国人目線での環境整備を実施。



### 【FITに対応した体験型コンテンツの開発】

#### (例) 熊野本宮語り部ツアー

- ・語り部が熊野の歴史や文化・自然などを紹介しながら、熊野古道を案内するプログラムの一つ。
- ・発心門王子～熊野本宮大社 約7kmのコース  
英語ガイド 5.5時間 **27,900円~/グループ**



# DMOの取組事例②：地域一体となったまちづくり

- 空家・更地化が進む城下町エリアにおいて、**大洲市、DMO、金融機関、運営事業者の官民連携体制で再開発等を推進**することにより、31棟の古民家の保存・活用を達成。
- 町の象徴である**大洲城と城下町のあらゆる歴史的資源の活用**について、**地域住民、農林水産業、商工業等も含めた幅広い地域関係者と連携**して取り組むことにより、「城泊」等を核とした**より深い歴史・文化的滞在の創出**を実現。

## 取組事例

### ■ (一社)キタ・マネジメント (地域)

【マネジメントエリア：愛媛県大洲市】

#### ○ **官民連携による城下町の面的再生**

**大洲市、金融機関、民間事業者等が連携協定を締結し、地域の観光地経営の司令塔としてDMO (キタ・マネジメント) を設立。**

**DMOが町家活用を推進するとともに、市と連携し、訪日外国人旅行者等の観光客をターゲットに、観光まちづくり戦略ビジョンや町家活用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31棟の古民家を面的に活用。ホテル、レストラン、カフェ、工房などが立ち並び、魅力的な城下町等の町並みを実現。

#### ○ 「城泊」等を核とした深い**歴史・文化的滞在の創出**

**欧米豪等をターゲットに、大洲城（木造復元の天守・重要文化財の櫓）での城泊や古民家群を活用した分散型ホテルでの滞在にあわせて、臥龍山荘（重要文化財）での朝食体験、地域住民による無形民族文化財「神楽」等の披露、ガイド付きまち歩き等のコンテンツを提供することで、より深い歴史・文化的滞在の創出**を実現。

加えて、**地域の学生に対して、地元の歴史・文化等の魅力を伝えるとともに、観光地域づくりへの理解促進**を実施。

#### ○ **ガイド人材の配置等インバウンド対応の強化**

**台湾出身者・スペイン出身者等7カ国語に対応可能な専門人材を組織内に配置**するなど**組織体制の強化**を図り、FAMの受入やガイド対応・戦略的な情報発信・コンテンツ開発等、インバウンド誘客に向けた取組を実施。



空き家を活用した宿泊施設・カフェ



住民協力による大洲城での入城体験



臥龍山荘での地元食材を取り入れた朝食



FAM対応



ガイド対応

- 環境面のみならず、経済的・社会的な持続可能性が必要。
- 自らの価値を磨き、収益性を高めて、更なる成長に必要な投資と人材育成を進め、次世代に受け継げるような観光地・観光産業を目指す。
- このような取り組みを通して、地域の自然や文化を継承、発展させて行くことが重要。
- 持続可能な観光地域づくりにあたっては、観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を含め、観光地としてどのようなあり方を目指すのか、地域自身があるべき姿を描くことが肝要。

# 参考資料

# 観光立国推進基本計画(第4次)について(基本的な方針)

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱、地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、**2025年(万博開催)に向け、我が国の観光を持続可能な形で復活させる**。
- **「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」**をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

## 取り組む3つの戦略

### 持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**

### インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

### 国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- ワークেশョン、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

## 目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活気に満ちた**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

# 主な政府目標の達成状況

	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