

第Ⅰ部

令和元年 観光の動向

第1章 世界の観光の動向

第1節 世界のマクロ経済の概況

2019年（令和元年）の世界経済は、前半は2018年（平成30年）に引き続き緩やかに回復したが、後半は米中貿易摩擦の継続等の影響により減速した。

IMF¹（国際通貨基金）によると、実質経済成長率は、世界全体では、2018年（平成30年）は3.6%、2019年（令和元年）は2.9%となった。

米国では、2018年（平成30年）は2.9%、2019年（令和元年）は2.3%で緩やかな景気回復が続いた。

EU²（欧州連合）では、2014年（平成26年）以降、2%前後で推移していたが、2019年（令和元年）は1.7%となった。

中国では、2010年（平成22年）に10.6%であったが、2019年（令和元年）では6.1%となり、他の国・地域と比べれば、依然高い成長率であるものの、伸びは鈍化している。

ASEAN³（東南アジア諸国連合）の主要5箇国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ及びベトナム）では、2013年（平成25年）以降は5%前後で推移しており、2019年（令和元年）は4.8%となった。

その他の新興国では、中南米カリブ海諸国は2016年（平成28年）に-0.6%となったが、2017年（平成29年）にはプラスに転じ、2019年（令和元年）は0.1%となった。

中東・中央アジアでは、2009年（平成21年）に1.1%まで落ち込み、その後は2.3%～5.0%の間で推移していたが、2018年（平成30年）に1.8%へと低下した後、2019年（令和元年）も1.2%となった。

サハラ以南アフリカは、2010年（平成22年）の7.1%以降、徐々に鈍化し、2016年（平成28年）には1.4%まで低下したが、2017年（平成29年）には3.0%と持ち直し、2019年（令和元年）も3.1%と伸びを維持している（図表I-1）。

図表 I - 1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

| | 2009年 | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 世界全体 | -0.1 | 5.4 | 4.3 | 3.5 | 3.5 | 3.6 | 3.5 | 3.4 | 3.9 | 3.6 | 2.9 |
| 日本 | -5.4 | 4.2 | -0.1 | 1.5 | 2.0 | 0.4 | 1.2 | 0.5 | 2.2 | 0.3 | 0.7 |
| 米国 | -2.5 | 2.6 | 1.6 | 2.2 | 1.8 | 2.5 | 2.9 | 1.6 | 2.4 | 2.9 | 2.3 |
| EU(欧州連合) | -4.2 | 2.1 | 1.9 | -0.7 | 0.0 | 1.7 | 2.5 | 2.2 | 2.9 | 2.3 | 1.7 |
| 中国 | 9.4 | 10.6 | 9.5 | 7.9 | 7.8 | 7.3 | 6.9 | 6.8 | 6.9 | 6.8 | 6.1 |
| ASEAN(5カ国) | 2.5 | 6.9 | 4.8 | 6.2 | 5.1 | 4.7 | 5.0 | 5.1 | 5.4 | 5.3 | 4.8 |
| 中南米カリブ海諸国 | -2.0 | 6.2 | 4.6 | 2.9 | 2.9 | 1.3 | 0.3 | -0.6 | 1.3 | 1.1 | 0.1 |
| 中東・中央アジア | 1.1 | 4.9 | 4.6 | 4.9 | 3.0 | 3.1 | 2.6 | 5.0 | 2.3 | 1.8 | 1.2 |
| サハラ以南アフリカ | 3.9 | 7.1 | 5.1 | 4.7 | 5.2 | 5.1 | 3.2 | 1.4 | 3.0 | 3.3 | 3.1 |

資料：IMF「World Economic Outlook Database, April 2020」に基づき観光庁作成

注1：2019年(令和元年)10月より中東・北アフリカから中東・中央アジアへ変更。

1 International Monetary Fundの略

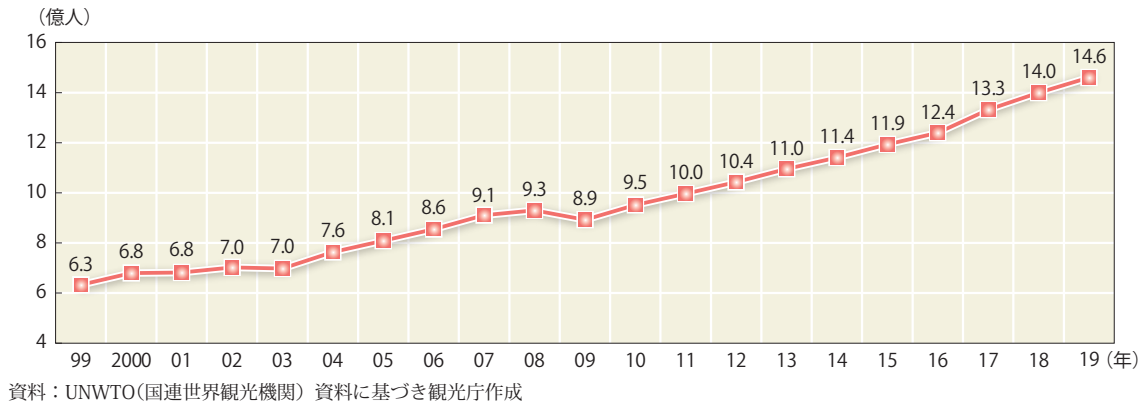
2 European Unionの略

3 Association of South-East Asian Nationsの略

第2節 2019年（令和元年）の世界の観光の状況

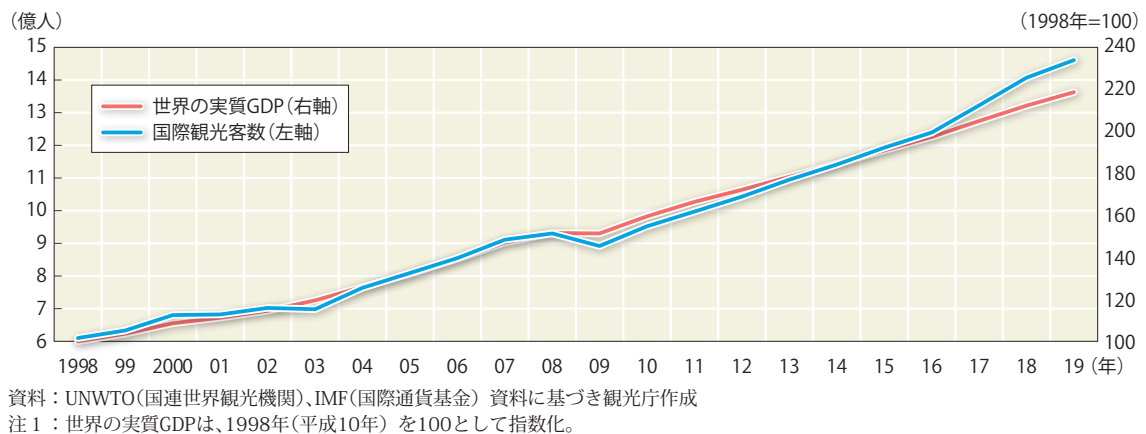
UNWTO⁴（国連世界観光機関）の2020年（令和2年）1月の発表では、2019年（令和元年）の世界全体の国際観光客数は前年より約5,400万人増（前年比3.8%増）の14億6,100万人となった。2009年（平成21年）はリーマンショックの影響から減少したが、それ以降は10年連続での増加となった（図表I-2）。

図表 I - 2 国際観光客数の推移



国際観光客数と世界の実質GDPは強い相関がみられるが、近年では国際観光客数の伸びが上回っている（図表I-3）。

図表 I - 3 国際観光客数と世界の実質GDPの推移



4 World Tourism Organizationの略

UNWTO（国連世界観光機関）の2020年（令和2年）1月の発表によると、欧州を訪れた国際観光客数は、2019年（令和元年）では、前年から約2,620万人増加（前年比3.7%増）し、約7億4,230万人となった。

アジア太平洋を訪れた国際観光客数は、2019年（令和元年）では、前年から約1,590万人増加（前年比4.6%増）し、約3億6,360万人となった。

米州を訪れた国際観光客数は、2019年（令和元年）では、前年から約440万人増加（前年比2.0%増）し、約2億2,010万人となった（**図表 I - 4**）。

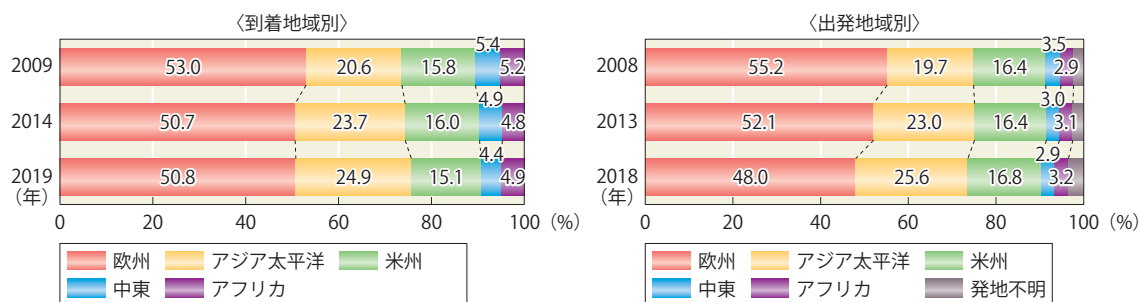
図表 I - 4 地域別国際観光客数(2019年(令和元年))

| | 国際観光受入数(単位:万人) | 対前年増減数(単位:万人) | 対前年伸び率 |
|--------|----------------|---------------|--------|
| 世界全体 | 146,100 | 5,400 | 3.8% |
| 欧州 | 74,230 | 2,620 | 3.7% |
| アジア太平洋 | 36,360 | 1,590 | 4.6% |
| 米州 | 22,010 | 440 | 2.0% |
| アフリカ | 7,120 | 280 | 4.1% |
| 中東 | 6,390 | 450 | 7.6% |

資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

国際観光客数の地域別シェアは、到着地域別及び出発地域別ともに欧州が約半数を占めている。過去10年で見ると、アジア太平洋のシェア拡大に伴い、欧州のシェアは減少傾向にあるが、到着地域別では2014年から横ばいである。（**図表 I - 5**）。

図表 I - 5 国際観光客数の地域別シェア

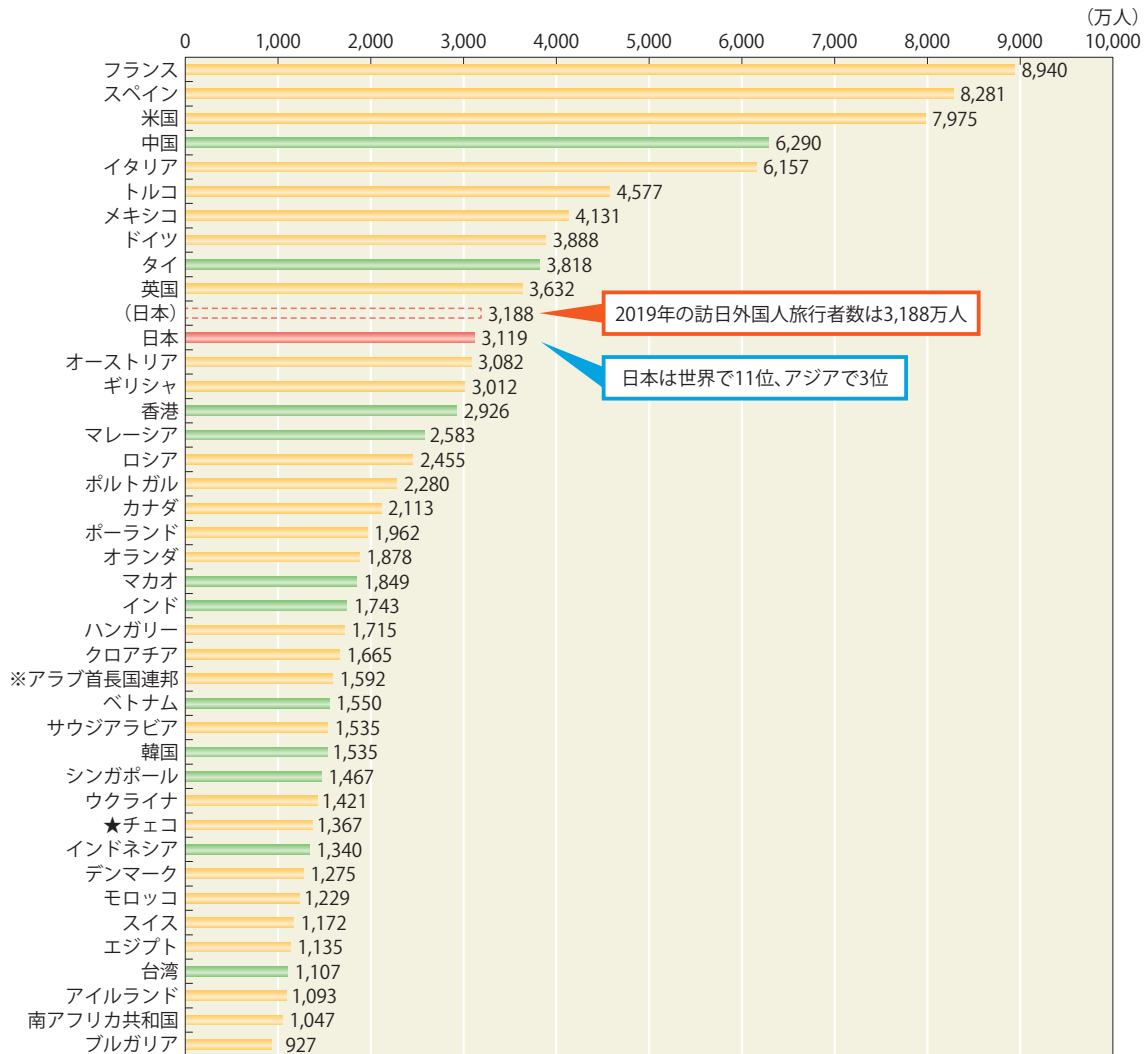


資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

外国人旅行者受入数については、国・地域ごとに異なる統計基準により算出されているため、比較する際には、統計基準の違いに注意する必要があるが、2018年（平成30年）の外国人旅行者受入数は、フランスが8,940万人で前年に引き続き1位となり、スペインが8,281万人で2位、米国が7,975万人で3位であった。日本は2017年（平成29年）の2,869万人（12位（アジアで3位））から3,119万人（11位（アジアで3位））となり、順位を上げた。

なお、2019年（令和元年）の訪日外国人旅行者数は、前年比2.2%増の3,188万人であり、2018年（平成30年）の外国人旅行者受入数ランキングでは11位に相当する（図表I-6）。

図表 I - 6 外国人旅行者受入数ランキング（2018年（平成30年））



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

注1：本表の数値は2020年（令和2年）5月時点の暫定値である。

注2：★印を付した国は、2018年（平成30年）の数値が未発表であるため、2017年（平成29年）の数値を採用した。

注3：アラブ首長国連邦は、ドバイのみの数値である。

注4：本表で採用した数値は、日本、ロシア、韓国、ベトナム、台湾を除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

注5：外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されることや、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

注6：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。（例：外国籍乗員数（クルー数）について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている。）

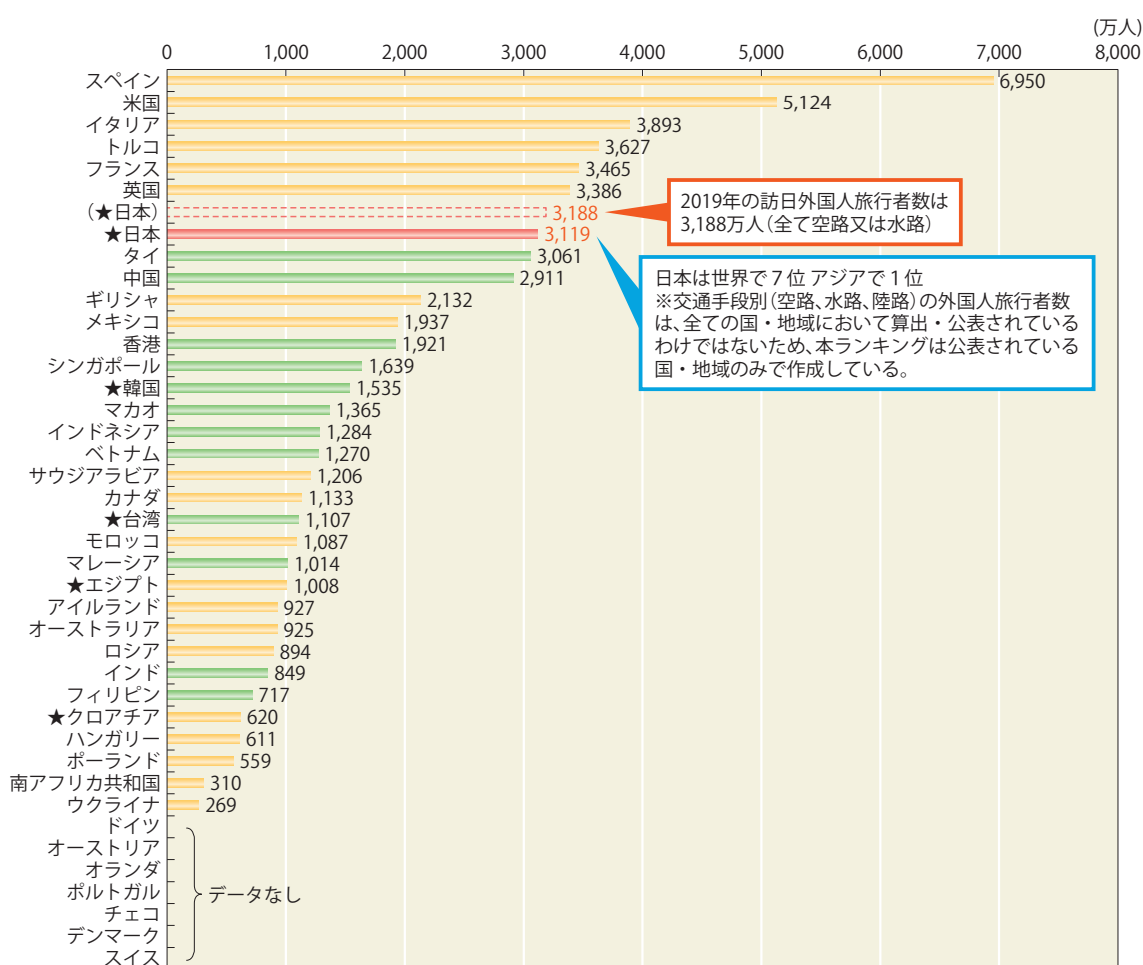
日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる。一方、欧州等多くの国が隣国と陸続きで鉄道、自動車等の陸路による入国も多いことから、我が国と同様の条件となるように空路又は水路による外国人旅行者受入数を比較したのが図表 I - 7 である。

2018年（平成30年）は、スペインが6,950万人で1位となり、米国が5,124万人で2位、イタリアが3,893万人で3位であった。日本は3,119万人（7位（アジアで1位））であり、2017年（平成29年）の2,869万人（8位（アジアで2位））から順位を上げた。

なお、2019年（令和元年）の訪日外国人旅行者数3,188万人は、2018年（平成30年）の空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキングでは7位に相当する。

また、このランキングは、空路又は水路による外国人旅行者数が把握できない国・地域は含まれていない点に注意する必要がある。

図表 I - 7 空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング（2018年（平成30年））



資料：UNWTO(国連世界観光機関) 資料に基づき観光庁作成

注1：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較するには統計基準の違いに注意することが必要。

注2：本表の数値は2020年(令和2年)1月時点の値である。

注3：本表で採用した数値は、★印を付した国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。

注4：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

注5：2018年(平成30年)の数値が未発表又は不明である国・地域については、統計発表のある直近年の数値を採用した。

注6：本表で採用した数値は、空路、水路、陸路の交通手段のうち、陸路(自動車等による入国)を除いた外国人旅行者数である。

注7：ドイツ、オーストリア、オランダ、ポルトガル、チェコ、デンマーク、スイスは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。

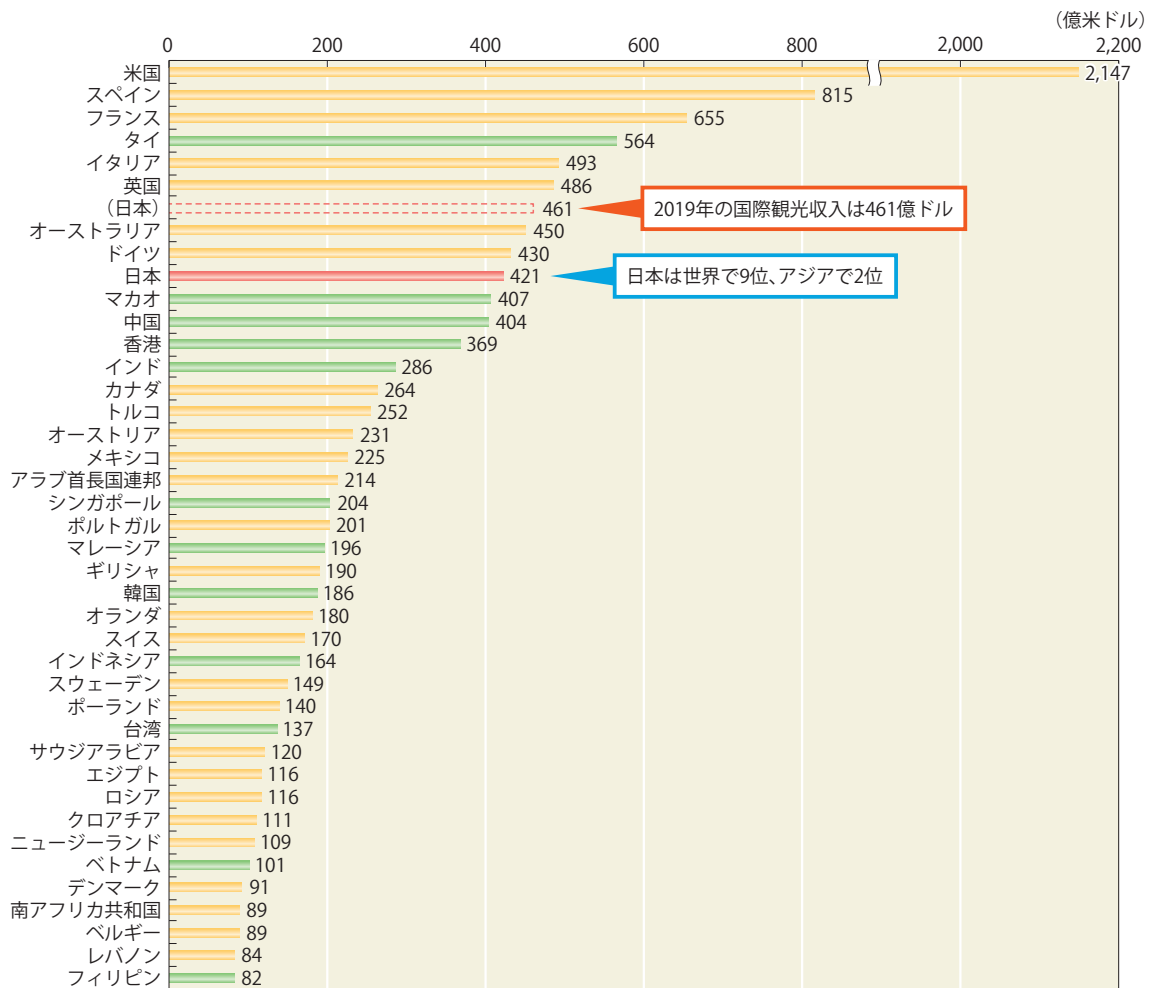
注8：外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されることや、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2018年（平成30年）の各国・地域の国際観光収入については、米国が2,147億ドルで1位となり、スペインが815億ドルで2位、フランスが655億ドルで3位となった。

日本は421億ドル（9位（アジアで2位））となり、2017年（平成29年）の341億ドル（11位（アジアで4位））に比べ順位を上げた。アジアについて見ると、タイが564億ドルで1位となった。

なお、2019年（令和元年）の日本の国際観光収入は461億ドルであり、2018年（平成30年）のランキングでは7位に相当する（**図表 I - 8**）。

図表 I - 8 国際観光収入ランキング（2018年（平成30年））



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、各国政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：本表の数値は2020年（令和2年）5月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

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

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

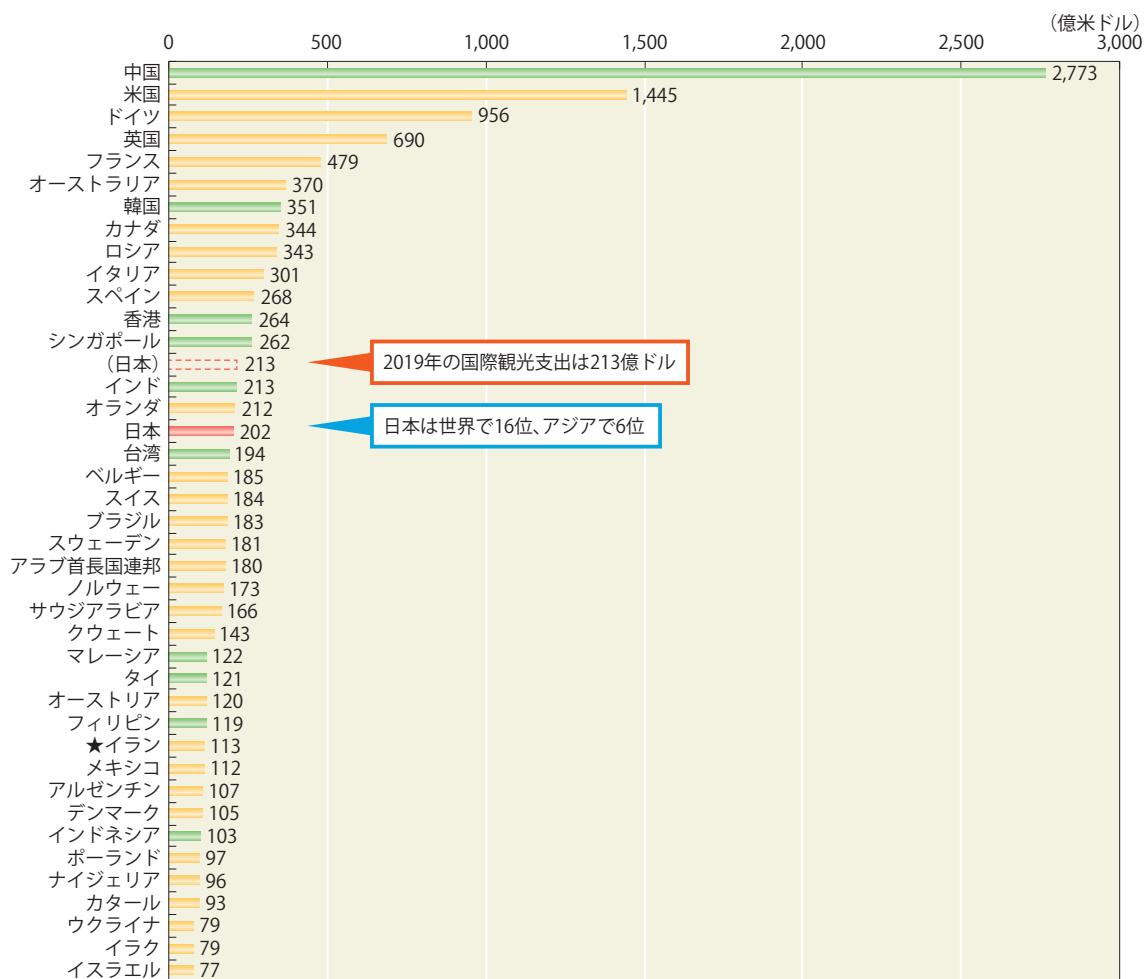
そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2018年（平成30年）の各国・地域の国際観光支出については、中国が2,773億ドルで1位となり、米国が1,445億ドルで2位、ドイツが956億ドルで3位と、2017年（平成29年）と同順位となった。

日本は202億ドル（16位（アジアで6位））となり、2017年（平成29年）の182億ドル（17位（アジアで6位））から金額、順位ともに上げた。

なお、2019年（令和元年）の日本の国際観光支出は213億ドルとなり、2018年（平成30年）のランキングでは14位に相当する（図表I-9）。

図表 I - 9 国際観光支出ランキング（2018年（平成30年））



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：本表の数値は2020年(令和2年)5月時点の暫定値である。

注2：★印を付した国は、2018年(平成30年)の数値が未発表であるため、2017年(平成29年)の数値を採用した。

注3：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注4：国際観光支出は、数値が追って新たに発表されることや、さかのぼって更新されることがある。

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

そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

第2章

日本の観光の動向

2019年（令和元年）の日本経済は、内閣府「日本経済2019-2020」（2020年（令和2年）2月）によると、海外経済の減速等を背景に外需が弱いものの、外需の影響を受けにくい非製造業の堅調さが企業収益や雇用・所得環境を支えた。そうしたもとの、個人消費、設備投資等の内需を中心に緩やかな回復が続いた。

2019年（令和元年）は、2016年（平成28年）3月に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において掲げた目標の達成に向け、2019年（令和元年）6月に観光立国推進閣僚会議の第11回会合において、「観光ビジョン実現プログラム2019」を決定し、多言語対応やWi-Fi、キャッシュレス対応など、訪日外国人旅行者にとって「当たり前」の環境整備、美術館・博物館の夜間開放や外国人が楽しめるカフェの設置など、地域の新たな観光コンテンツの開発、日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化等に取り組んだ。

訪日旅行については、韓国からの訪日旅行控え等があった一方、中国等からの旅行者数の増加やラグビーワールドカップ2019日本大会が開催されたこと等により、旅行者数及び旅行消費額がともに前年を上回った。また、日本人の旅行については、台風の影響等による減少があったものの、ゴールデンウィークが10連休であったこと等により、旅行者数及び旅行消費額ともに前年から増加した。

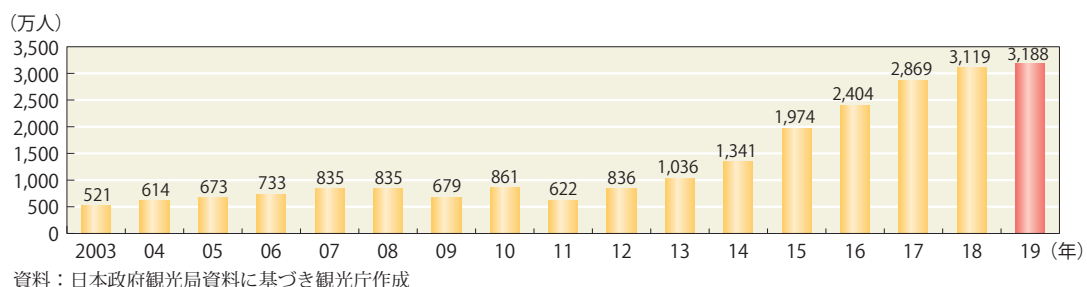
第1節 訪日旅行の状況

1 訪日旅行の状況

2019年（令和元年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,188万人（前年比2.2%増）となり、2年続けて3,000万人を突破し、7年連続で過去最高を更新した（**図表 I - 10**）。

このように、訪日外国人旅行者数が堅調に増加している要因としては、近隣アジア諸国を中心とした諸外国のアウトバウンドが増加する中、観光を地方創生の切り札、我が国の成長戦略の柱と位置付け、ビザ緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充等、これまでにない大胆な取組を国をあげて実行するとともに、CIQ⁵体制の充実や航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備等への関係者の協力、日本政府観光局をはじめとしたインバウンド関係者が連携して取り組んだプロモーション等の成果によるものと考えられる。

図表 I - 10 訪日外国人旅行者数の推移



5 税関（customs）、出入国審査（immigration）、検疫（quarantine）の総称。

国・地域別にみると、主要20市場⁶のうち韓国を除く19市場において年間での過去最高を記録した。

アジアからの訪日外国人旅行者数は、2,637万人で前年と同数になっており、訪日外国人旅行者数全体に占める割合は82.7%となった。年間を通じて、中国や東南アジア等との間の航空便数の増加等が訪日需要を喚起したと考えられる。

東アジアでは、中国で14.5%と2桁を超える伸び率となり950万人を超えた一方で、韓国では前年比25.9%減となり、東アジア全体として前年比2.3%減の2,236万人となった。

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要6箇国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）の訪日外国人旅行者数の合計が383万人となり、初めて380万人を超えた。

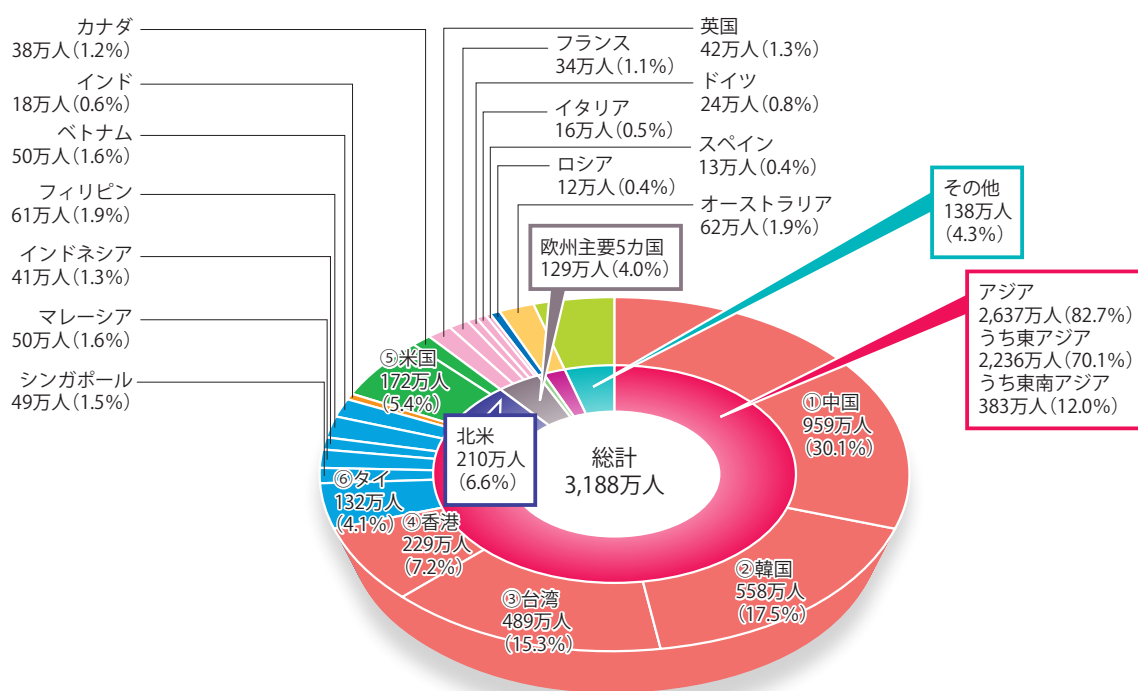
欧州からの訪日外国人旅行者数は199万人となり、このうち主要5箇国（英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン）では129万人となった。

北米からの訪日外国人旅行者数は210万人となり、初めて200万人を超え、このうち米国は172万人となった。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は62万人となった。

その他の地域では、南米が11.1万人、アフリカが5.5万人であった（図表I-11）。

図表 I - 11 訪日外国人旅行者の内訳（2019年（令和元年））



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：（）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

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

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

⁶ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペインの計20箇国・地域のことを指す（2020年（令和2年）3月現在）。

地域別の訪日外国人旅行者数のシェアの推移をみると、2019年（令和元年）は、東アジアは、韓国からの訪日旅行控え等の影響により8月以降の訪日外国人旅行者数の伸び率がマイナスとなり、シェアが前年より3.3%縮小した。一方、航空便の便数増加等により訪日外国人旅行者数が堅調に推移した東南アジアや、2018年（平成30年）2月より旅行先としての日本の認知を広げるための「グローバルキャンペーン」を展開してきた欧米豪については、ラグビーワールドカップ2019日本大会もあり、前年よりシェアが拡大した（**図表 I - 12**）。

図表 I - 12 地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移

| 国・地域 | 2018年 | | 2019年 | |
|-------|---------|-------|---------|-------|
| | 訪日者数 | シェア | 訪日者数 | シェア |
| アジア | 2,637万人 | 84.5% | 2,637万人 | 82.7% |
| 東アジア | 2,288万人 | 73.4% | 2,236万人 | 70.1% |
| 東南アジア | 333万人 | 10.7% | 383万人 | 12.0% |
| 欧米豪 | 363万人 | 11.7% | 413万人 | 13.0% |
| その他 | 120万人 | 3.8% | 138万人 | 4.3% |

資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：2019年(令和元年)の数値は暫定値。

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012年（平成24年）以降急速に拡大し、2019年（令和元年）は4兆8,135億円（前年比6.5%増）となった（**図表 I - 13**）。また、訪日外国人旅行者1人当たりの旅行支出は、2019年（令和元年）は158,531円（前年比3.6%増）となった。

この背景としては、1人当たり旅行支出が比較的高い傾向にある中国や欧米豪の訪日外国人旅行者数が堅調に伸びたことがあげられる。特に、欧米豪を中心としたラグビーワールドカップ2019日本大会を観戦した訪日外国人旅行者の平均泊数が他の旅行者よりも長く、また、宿泊費や飲食費を中心に1人1泊当たりの単価が高かったことから、全体の単価を押し上げた。

図表 I - 13 訪日外国人旅行者による消費の推移

| 年 | 訪日外国人旅行消費額 |
|--------------|------------------|
| 2012年(平成24年) | 1兆846億円 |
| 2013年(平成25年) | 1兆4,167億円 |
| 2014年(平成26年) | 2兆278億円 |
| 2015年(平成27年) | 3兆4,771億円 |
| 2016年(平成28年) | 3兆7,476億円 |
| 2017年(平成29年) | 4兆4,162億円 |
| 2018年(平成30年) | 4兆5,189億円 |
| 2019年(令和元年) | 4兆8,135億円 |

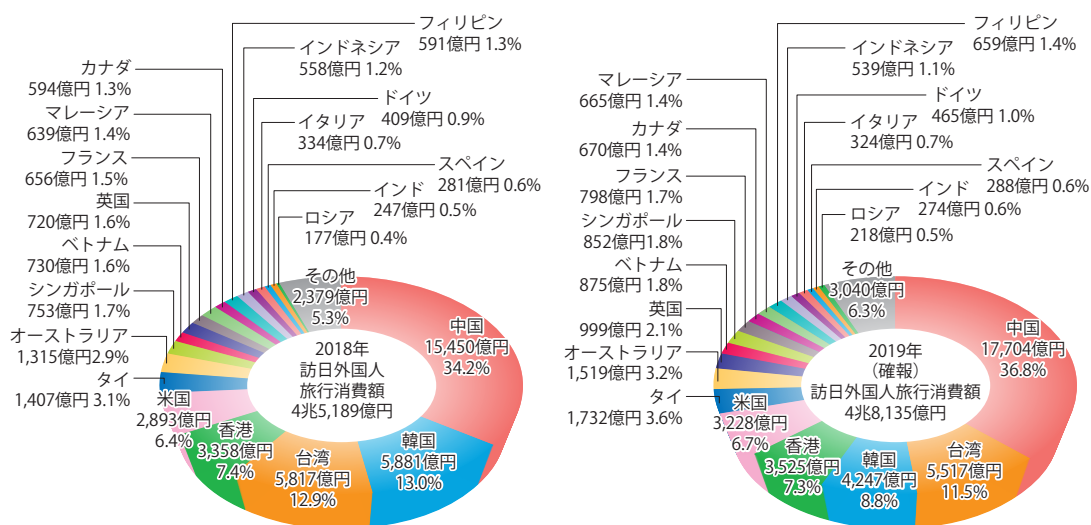
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

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

2019年（令和元年）の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、中国が1兆7,704億円となり、総額の36.8%を占めた。次いで、台湾5,517億円（11.5%）、韓国4,247億円（8.8%）、香港3,525億円（7.3%）、米国3,228億円（6.7%）の順となっており、これら上位5箇国・地域で総額の71.1%を占めた（図表I-14）。

2018年（平成30年）と比較すると、中国のシェアが34.2%から36.8%に増加している。これは、日中間の航空路線拡大やビザ緩和の効果等により、中国からの訪日外国人旅行者数が、前年を大きく上回ったことを主な要因とするものである。他方、韓国については、訪日旅行控えや日韓航空路線の運休及び減便により前年よりシェアが縮小している。

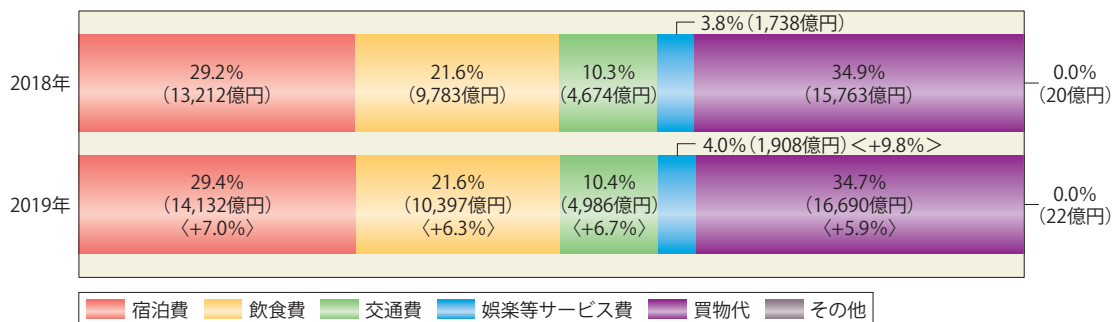
図表 I - 14 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2019年（令和元年）の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、買物代が34.7%と最も高かった。各費目の構成比は前年とほぼ同じで、前年比はすべての費目でプラスとなった（図表I-15）。

図表 I - 15 費目別にみる訪日外国人旅行消費額



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：() 内は費目別旅行消費額。

注2：< > 内は前年比の伸び率。

また、国籍・地域別に費目別旅行消費額をみると、買物代では、中国が依然として9,365億円と高い。次いで台湾、香港、韓国となっており、それぞれ1,000億円を超えている（図表I-16）。

図表 I - 16 国籍・地域別にみる費目別旅行消費額（2019年（令和元年））

| 国籍・地域 | 総額 | | 訪日外国人旅行消費額(億円) | | | | | |
|---------|--------|--------|----------------|--------|-------|--------------|--------|-----|
| | 前年比 | | 宿泊費 | 飲食費 | 交通費 | 娯楽等 サービス費 | 買物代 | その他 |
| 全国籍・地域 | 48,135 | +6.5% | 14,132 | 10,397 | 4,986 | 1,908 | 16,690 | 22 |
| 韓国 | 4,247 | -27.8% | 1,415 | 1,177 | 436 | 208 | 1,006 | 5 |
| 台湾 | 5,517 | -5.2% | 1,512 | 1,215 | 624 | 198 | 1,966 | 1 |
| 香港 | 3,525 | +5.0% | 1,040 | 831 | 365 | 100 | 1,186 | 2 |
| 中国 | 17,704 | +14.6% | 3,615 | 2,947 | 1,220 | 554 | 9,365 | 2 |
| タイ | 1,732 | +23.1% | 507 | 400 | 200 | 60 | 561 | 5 |
| シンガポール | 852 | +13.2% | 311 | 212 | 94 | 26 | 209 | 1 |
| マレーシア | 665 | +4.0% | 223 | 158 | 87 | 27 | 168 | 1 |
| インドネシア | 539 | -3.4% | 185 | 111 | 82 | 19 | 142 | 0 |
| フィリピン | 659 | +11.5% | 187 | 164 | 73 | 33 | 203 | 0 |
| ベトナム | 875 | +19.9% | 241 | 229 | 89 | 25 | 291 | 0 |
| インド | 274 | +11.0% | 128 | 57 | 38 | 8 | 42 | 0 |
| 英国 | 999 | +38.7% | 425 | 256 | 139 | 91 | 87 | 0 |
| ドイツ | 465 | +13.8% | 206 | 113 | 72 | 18 | 57 | 0 |
| フランス | 798 | +21.6% | 336 | 200 | 120 | 37 | 104 | 0 |
| イタリア | 324 | -3.1% | 136 | 85 | 53 | 10 | 40 | 0 |
| スペイン | 288 | +2.4% | 118 | 75 | 49 | 13 | 33 | 0 |
| ロシア | 218 | +23.3% | 78 | 54 | 23 | 10 | 53 | 0 |
| 米国 | 3,228 | +11.6% | 1,414 | 821 | 443 | 148 | 400 | 1 |
| カナダ | 670 | +12.9% | 277 | 168 | 106 | 32 | 87 | 0 |
| オーストラリア | 1,519 | +15.5% | 608 | 380 | 220 | 113 | 198 | 0 |
| その他 | 3,040 | +27.7% | 1,170 | 744 | 454 | 178 | 492 | 2 |

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2019年（令和元年）の訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出を費目別にみると、買物代が5万3,331円と最も高く、次いで宿泊費（4万7,336円）、飲食費（3万4,740円）の順となっている。

国籍・地域別にみると、宿泊費は、英国、フランス、オーストラリア、スペイン、ドイツ、イタリア、米国等の欧米豪の国々が上位を占めている。買物代では中国が10万8,788円となり、前年に引き続き最も高かった（図表I-17）。

図表 I - 17 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行者1人当たり費目別旅行支出（2019年（令和元年））

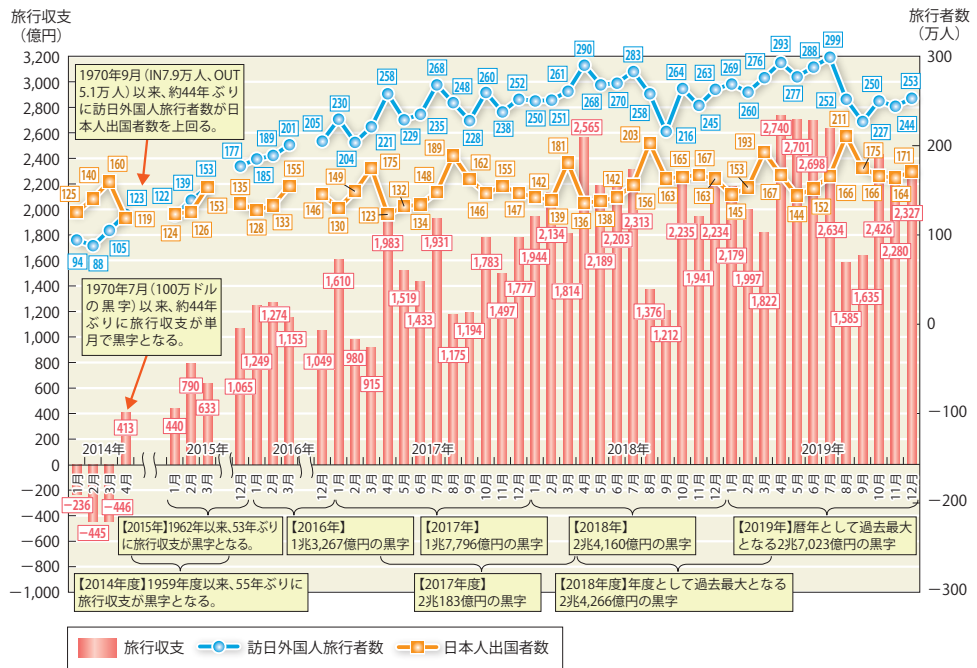
| 国籍・地域 | 総額 | | 訪日外国人1人当たり旅行支出(円/人) | | | | | | 平均泊数 |
|---------|---------|--------|---------------------|--------|--------|--------------|---------|-----|------|
| | 前年比 | | 宿泊費 | 飲食費 | 交通費 | 娯楽等 サービス費 | 買物代 | その他 | |
| 全国籍・地域 | 158,531 | +3.6% | 47,336 | 34,740 | 16,669 | 6,383 | 53,331 | 73 | 8.8 |
| 韓国 | 76,138 | -2.5% | 25,412 | 21,132 | 7,823 | 3,742 | 17,939 | 89 | 5.1 |
| 台湾 | 118,288 | -7.3% | 32,814 | 26,258 | 13,419 | 4,267 | 41,502 | 27 | 6.1 |
| 香港 | 155,951 | +0.9% | 46,183 | 36,886 | 16,208 | 4,419 | 52,176 | 80 | 6.1 |
| 中国 | 212,810 | -5.4% | 45,217 | 36,631 | 15,233 | 6,914 | 108,788 | 26 | 7.5 |
| タイ | 131,457 | +5.7% | 38,477 | 30,340 | 15,184 | 4,526 | 42,550 | 380 | 8.8 |
| シンガポール | 173,669 | +0.5% | 63,463 | 43,167 | 19,176 | 5,256 | 42,402 | 204 | 7.5 |
| マレーシア | 133,259 | -3.2% | 44,865 | 31,777 | 17,539 | 5,458 | 33,510 | 110 | 9.5 |
| インドネシア | 131,087 | -7.3% | 45,112 | 26,955 | 19,879 | 4,690 | 34,387 | 63 | 12.3 |
| フィリピン | 107,915 | -11.5% | 30,622 | 26,921 | 11,917 | 5,335 | 33,070 | 50 | 20.9 |
| ベトナム | 177,066 | -6.0% | 48,861 | 46,241 | 18,076 | 5,081 | 58,780 | 27 | 36.1 |
| インド | 157,244 | -2.6% | 73,588 | 33,073 | 21,826 | 4,756 | 23,988 | 12 | 16.5 |
| 英国 | 241,264 | +9.2% | 102,944 | 62,101 | 33,557 | 22,091 | 20,506 | 64 | 12.0 |
| ドイツ | 201,483 | +5.1% | 89,748 | 49,104 | 31,357 | 7,783 | 23,464 | 27 | 14.1 |
| フランス | 237,420 | +10.0% | 100,136 | 59,608 | 35,846 | 11,029 | 30,801 | 0 | 17.1 |
| イタリア | 199,450 | -10.8% | 83,623 | 52,253 | 32,424 | 6,291 | 24,804 | 55 | 12.7 |
| スペイン | 221,331 | -6.7% | 90,552 | 58,116 | 37,432 | 9,911 | 25,288 | 32 | 13.3 |
| ロシア | 183,015 | -2.8% | 65,491 | 45,586 | 19,627 | 8,491 | 43,778 | 43 | 18.8 |
| 米国 | 189,411 | -1.1% | 83,125 | 48,279 | 26,014 | 8,692 | 23,218 | 83 | 12.4 |
| カナダ | 181,795 | -0.8% | 75,569 | 45,664 | 28,809 | 8,744 | 22,970 | 40 | 12.0 |
| オーストラリア | 247,868 | +2.4% | 99,537 | 62,130 | 35,997 | 18,540 | 31,663 | 0 | 12.9 |
| その他 | 221,514 | +10.9% | 85,386 | 54,252 | 33,096 | 13,013 | 35,596 | 171 | 16.3 |
| クルーズ客 | 39,710 | -10.2% | 0 | 1,258 | 440 | 111 | 37,899 | 2 | 0.6 |

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

こうした訪日旅行の好調な状況を背景に、国際収支における旅行収支は改善し、2015年（平成27年）に暦年としては1962年（昭和37年）以来53年ぶりに黒字（1兆902億円）に転化した。2019年（令和元年）は過去最大であった前年（2兆4,160億円）からさらに黒字幅を拡大し、2年続けて2兆円を超える2兆7,023億円の黒字となった（図表I-18）。

図表 I - 18 旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移

| 年 | 旅行収支 (億円) |
|-------|--------------|
| 1996年 | ▲ 35,880 |
| 1997年 | ▲ 34,651 |
| 1998年 | ▲ 32,739 |
| 1999年 | ▲ 33,287 |
| 2000年 | ▲ 30,730 |
| 2001年 | ▲ 28,168 |
| 2002年 | ▲ 28,879 |
| 2003年 | ▲ 23,190 |
| 2004年 | ▲ 29,189 |
| 2005年 | ▲ 27,659 |
| 2006年 | ▲ 21,409 |
| 2007年 | ▲ 20,199 |
| 2008年 | ▲ 17,631 |
| 2009年 | ▲ 13,886 |
| 2010年 | ▲ 12,875 |
| 2011年 | ▲ 12,963 |
| 2012年 | ▲ 10,617 |
| 2013年 | ▲ 6,545 |
| 2014年 | ▲ 444 |
| 2015年 | 10,902 |
| 2016年 | 13,267 |
| 2017年 | 17,796 |
| 2018年 | 24,160 |
| 2019年 | 27,023 |



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

注1：旅行収支における2014年(平成26年)1月～2018年(平成30年)9月の値は年次改訂値、2018年(平成30年)10月～2019年(令和元年)9月の値は第2次速報値、2019年(令和元年)10月～12月の値は速報値である。

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

コラム

I-1

観光による地域活性化

訪日外国人旅行者の来訪がその地域の活性化につながっている。

○京都を歩き、海に出会う（海の京都）

「海の京都」をコンセプトに、「天橋立」や「山陰海岸ジオパーク」等の観光資源が数多く点在する京都府北部地域⁷では、滞在交流型観光に取り組んでいる。

京都府伊根町では、230軒あまりの舟屋⁸という建物が5 kmに渡って立ち並んでいる。これを活用した滞在交流型観光として、ガイドが伊根町の町並みを案内し、観光客が舟屋の暮らしを味わう体験ツアーを行っている。このガイドツアーの人気の秘密は“もんどり見学”。軒先から海底に続くロープを引き上げると大きなかごが現れ、中で魚がピチピチ跳ねている。住民が、魚のあらを餌に晩ご飯を調達する「もんどり」という仕掛けであり、伊根の舟屋文化の魅力がまるごと詰まったツアーである。料金は1,800円程度で、訪日外国人旅行者向けの取組として英語でのガイドも可としており、2019年（令和元年）の外国人参加者数は224名と過去3年間で約3倍と増えた。

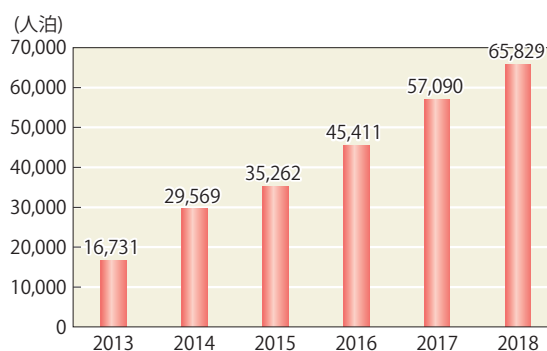
こうした取組の結果、2018年（平成30年）の海の京都エリアを訪れた外国人宿泊者数は6万5,829人泊となり、6年連続で過去最高値を記録した。



舟屋ガイドツアーの様子(出典:海の京都DMO)

コラム図表 I-1-1

海の京都エリアにおける訪日外国人の宿泊者数



資料：海の京都DMO

○国指定史跡を活用したプレミアムコンテンツ

熊本県熊本市の立田自然公園内に存在する肥後藩主・細川家の菩提寺の泰勝寺（たいしょうじ）跡には、細川家初代藤孝（ふじたか）夫妻と二代目忠興（ただおき）とガラシャ夫人の墓「四つ御廟（ごびょう）」や、武人でありながら茶道にかけては国内随一といわれた細川忠興の原図に基づいて復元された茶室「仰松軒（こうしょうけん）」等があり、国指定史跡に指定されている。

泰勝寺跡を活用した取組として、地域連携DMOの株式会社くまもとDMCが開発・販売するプレミアムコンテンツがある。国指定史跡「熊本藩主細川家墓所」内の通常入ることができない細川家別邸において、「能」、「茶道」等の日本文化の体験ができるプログラムを2018年（平成30年）9月より提供しており、日本国内外から好評を得ている。同年12月には、ロシアの富裕層が熊本を訪問し、半日かけて旧熊本藩主細川家第18代当主より「能」、「茶道」の説明を受け、実際に茶道体験をするなど日本文化を楽しむことができ（総額70万円程度）、高付加価値な体験コンテンツを提供している。

7 福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町の計7市町（通称：海の京都エリア）

8 一階部分が海（舟置き場）、二階が居住スペースとなっている独特な建造物



茶室「仰松軒」



泰勝寺跡



「能」の様子



「茶道」の様子

出典：(株)くまもとDMC

○昔ながらの田舎を体験できるサイクリングツアーによる地域活性化

岐阜県飛騨市古川では、地域においては当たり前の生活風景が異なるライフスタイルを持つ人にとっては魅力的に映るという点に着目し、飛騨地域の自然や伝統、生活文化に触れることができる様々な着地型商品を提供している。

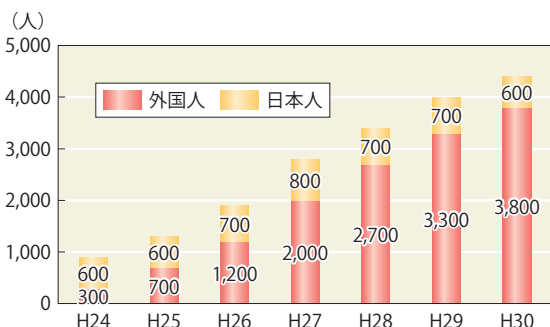
その一つであるサイクリングツアーは、年間約3,800人の訪日外国人旅行者に利用されており、その約9割を滞在日数が長く消費単価の高い傾向のある欧米豪の旅行者が占めていることから、地域経済の活性化に大きく寄与していると言える。

旅行口コミサイトにおいて、飛騨古川の着地型商品ブランドは、地方部アクティビティ領域で日本一となる1千件を超えるレビューを獲得し、その9割以上で最高評価を獲得している（2020年（令和2年）2月現在）。また同サイトの口コミで一貫して高く評価されている施設に与えられる賞「エクセレンス認証」を9年連続獲得しており、訪日外国人旅行者から高い支持を受けていることが伺える。

また、スタッフの大半が都市部などからの移住者であり、その家族等も含め30～40人が飛騨地域に移り住んでおり、雇用創出・定住人口の確保にも貢献している。

コラム図表 I-1-2

年間ツアー参加人数



資料：サイクリングツアー実施事業者集計データより観光庁作成

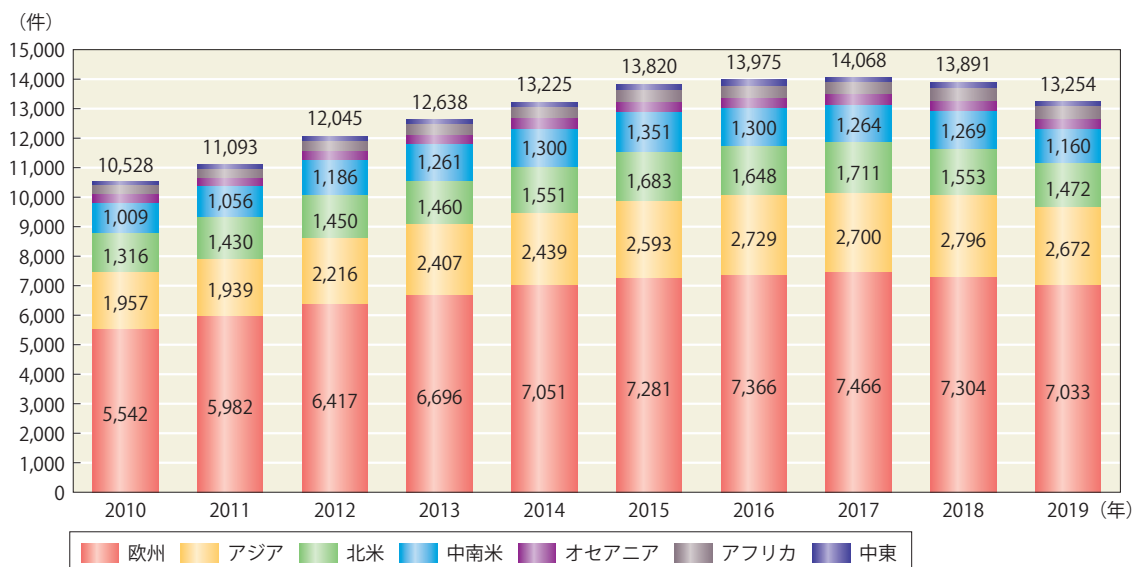


飛騨里山サイクリングの様子

2 国際会議及び国際展示会の開催状況

国際会議関連団体及び事業者を会員とするICCA⁹（国際会議協会）の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は近年横ばいであるが、この10年間で比較すると増加傾向にある。地域別の開催件数については、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めている（**図表 I - 19**）。

図表 I - 19 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA(国際会議協会)

「ICCA Statistics Report 2019」(2020年(令和2年)5月時点)に基づき観光庁作成

注1：2019年の数値は速報値であり、随時追加修正されることがある。

注2：本表の各地域は、国際会議協会(ICCA)の区分に基づく。

我が国の国際会議開催件数は、ICCA（国際会議協会）の統計によると、2019年（令和元年）は527件で世界第8位となっている（**図表 I - 20**）。

図表 I - 20 国別国際会議開催件数（2019年（令和元年））

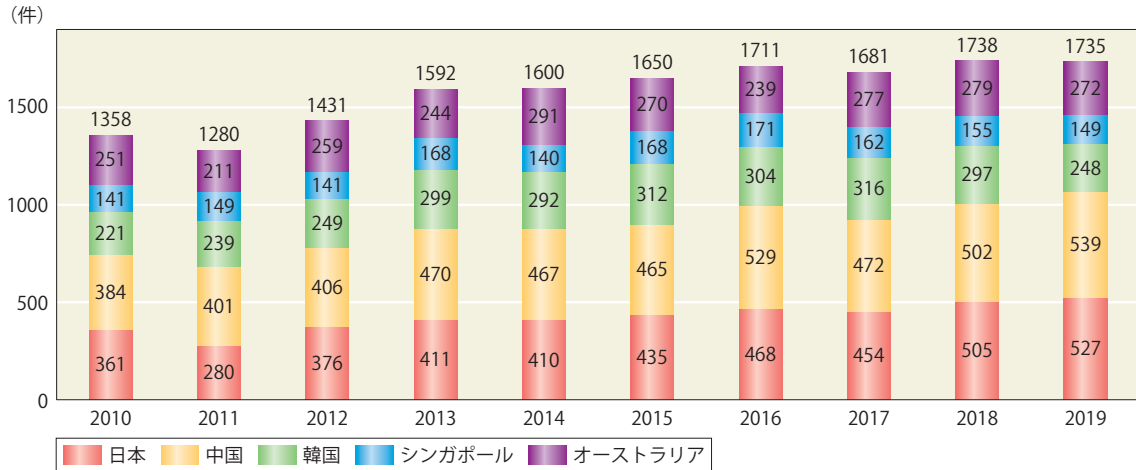
| 順位 | 国名 | 件数 |
|----|---------|-----|
| 1 | 米国 | 934 |
| 2 | ドイツ | 714 |
| 3 | フランス | 595 |
| 4 | スペイン | 578 |
| 5 | 英国 | 567 |
| 6 | イタリア | 550 |
| 7 | 中国 | 539 |
| 8 | 日本 | 527 |
| 9 | オランダ | 356 |
| 10 | ポルトガル | 342 |
| 11 | カナダ | 336 |
| 12 | オーストラリア | 272 |
| 13 | 韓国 | 248 |
| 14 | スウェーデン | 237 |
| 14 | ベルギー | 237 |

資料：ICCA(国際会議協会)「ICCA Statistics Report 2019」(2020年(令和2年)5月時点)に基づき観光庁作成

9 International Congress and Convention Associationの略

アジア大洋州地域における国際会議開催件数を国別にみると、この10年間、我が国を含む主要5箇国（日本、中国、韓国、シンガポール及びオーストラリア）の開催件数は増加傾向にある。2019年（令和元年）は、日本と中国が大きく開催件数を伸ばし（図表I-21）、主要5箇国の総開催件数に占める我が国のシェアは30.4%となった（図表I-23）。

図表 I - 21 アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数（2010年（平成22年）－2019年（令和元年））



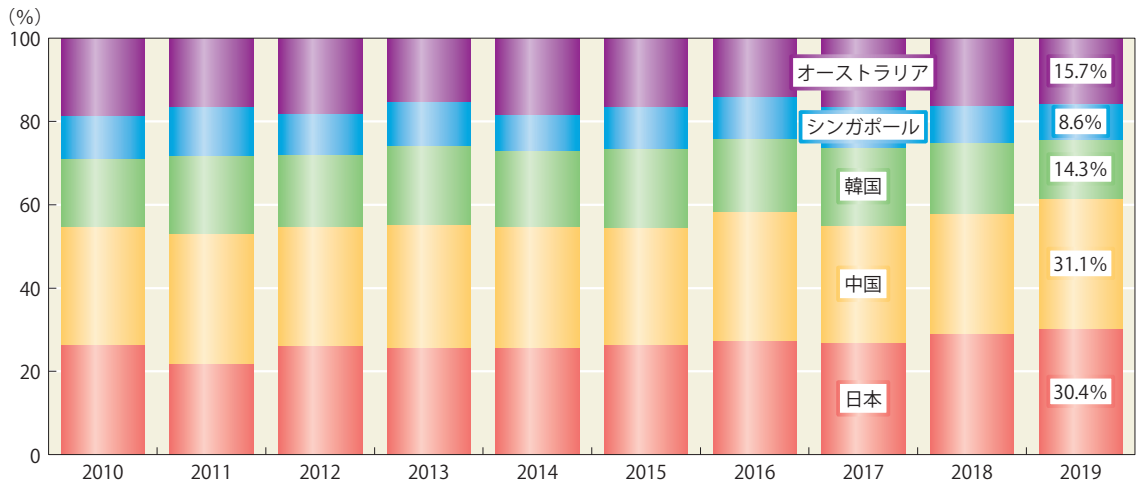
資料：ICCA(国際会議協会)「ICCA Statistics Report 2019」(2020年(令和2年)5月時点)に基づき観光庁作成
注1：2019年の数値は速報値であり、随時追加修正されることがある。

図表 I - 22 アジア大洋州地域における国別国際会議開催件数（2019年（令和元年））

| 順位 | 国・地域名 | 件数 |
|----|---------|-----|
| 1 | 中国 | 539 |
| 2 | 日本 | 527 |
| 3 | オーストラリア | 272 |
| 4 | 韓国 | 248 |
| 5 | 台湾 | 163 |

資料：ICCA(国際会議協会)「ICCA Statistics Report 2019」(2020年(令和2年)5月時点)に基づき観光庁作成

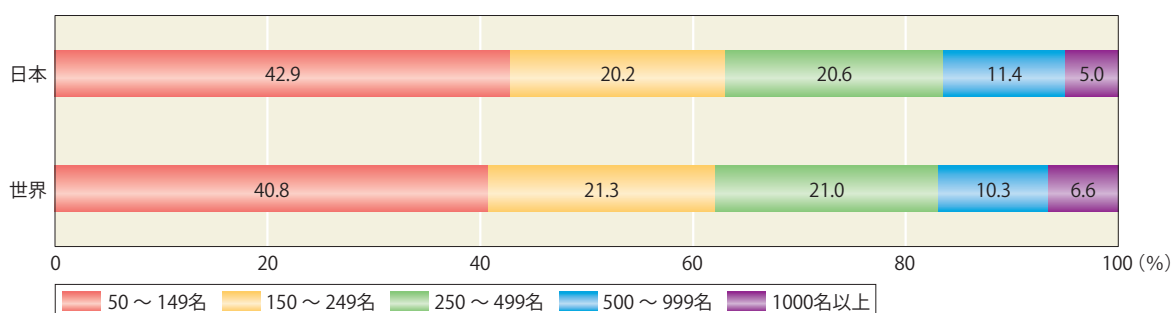
図表 I - 23 アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移（2010年（平成22年）-2019年（令和元年））



資料：ICCA(国際会議協会)「ICCA Statistics Report 2019」(2020年(令和2年)5月時点)に基づき観光庁作成
注1：構成比は小数点第2位を四捨五入して計算しているため、各構成比の合計は必ずしも100にならない。

我が国は、2013年（平成25年）に閣議決定された「日本再興戦略」の中で、「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標を設定しており、厳しさを増す市場の中で、国際会議の誘致力を強化していくことが求められている。2019年（令和元年）の国際会議の規模別割合については、499人以下の中小規模の会議開催件数がおよそ8割を占めている。競争の激しいアジア市場で我が国の目標を達成するためには、中小規模の国際会議を着実に誘致していくことがより一層必要となる。また、1,000人を超える大型国際会議は、世界全体でも開催件数は多くないが、経済波及効果が大きいため、引き続き確実に誘致していくことが求められる（図表I-24）。

図表 I - 24 開催された国際会議の規模別割合（2019年（令和元年））



資料：ICCA(国際会議協会) 統計に基づき観光庁作成

注1：2020年(令和2年)5月時点

注2：開催規模不明は除く。

注3：構成比は小数点第2位を四捨五入しているため、各構成比の合計は必ずしも100にならない。

コラム

I-2

ブレジャーの活性化に向けて

ブレジャーとは、出張行程の前後に休暇を追加するなどし、余暇目的のプライベート旅行を実施することをいい、「ビジネス (business)」と「レジャー (leisure)」を合わせた造語である。観光庁では、MICE 関連で訪日する外国人及び国内での日本人によるブレジャーの両面の活性化について取組を行っている。

○MICE 関連訪日外国人へのブレジャー促進

ブレジャーの促進は、我が国での滞在日数の長期化と消費単価の増加につながるため、我が国で開催される MICE の機会を最大限活用する観点から、MICE 関連で訪日する外国人によるブレジャーを促進することが重要である。

しかしながら、我が国ではそもそも後述のとおりブレジャーの概念自体が普及していないこともあり、MICE 関連で訪日する外国人に対しブレジャーを促す取組が十分に進んでいないのが現状である。

○国内企業へのブレジャー促進

海外で 5 箇国を対象に実施した調査では、6 割が過去 1 年以内にブレジャーを実施したことがあるという調査結果もあることから、海外ではブレジャーという概念は認知されており、また実際に活用もされている。

一方で、我が国の企業においては、依然としてその認知及び活用の程度が低い状況となっている。

国内企業の社員が出張時においてブレジャーを実施することは、社員の士気向上や啓発の機会として積極的に評価するとの意見があることに加え、国内旅行需要の喚起にも資することから、MICE 関連で訪日する外国人への取組と併せて非常に重要である。

○2019 年度（令和元年度）の取組について

観光庁にて、MICE 関連で訪日する外国人や国内企業へのブレジャー活用実態について調査を行ったところ、今回の MICE 関連で訪日する外国人のブレジャー実施率は約 27.7%であったなど、今後のブレジャー活用促進にあたり実態を把握することができた。

また、上記調査結果を踏まえ、ブレジャー促進に向けた課題及び解決策の検討を行うため、MICE 関連の有識者、産業界及び自治体・コンベンションビューロー等からなる「MICE 参加者のブレジャー促進連絡会」を 2 回にわたり開催した。

その結果、MICE 関連で訪日する外国人向けには観光業界と産業界の連携促進を行うこと、国内企業向けには労災関係や経理処理関係の考え方を示すことなどが、必要な取組として意見があがった。

今後は、MICE 関連で訪日する外国人及び国内企業のそれぞれに対して上記取組を中心に実施し、ブレジャーの活用促進を図っていく。


●MICE 参加者におけるブレジャー活用促進 

背景・目的

○MICE（注 1）の更なる国際競争力強化を図るために設置された、MICE 誘致主体（都市・コンベンションビューロー）、MICE 関連事業者、有識者から成る MICE 国際競争力強化委員会が、平成 30 年 7 月に策定した「MICE 国際競争力強化委員会提言」において、「2030 年までに MICE 関連訪日外国人消費相当額 8,000 億円」を目指すとの目標が掲げられたところ。

○本提言において我が国開催の魅力向上施策として「プレ・ポスト MICE の促進」を掲げており、その取組のひとつとして MICE 関連訪日外国人が出張の前後に休暇を追加し余暇目的の旅行を行うブレジャー（注 2）の推進を行うことで、滞在日数や消費単価の向上をはかることが重要である。

※ 1：MICE：企業会議（Meeting）、企業の報奨・研修旅行（Incentive）、国際会議（Convention）、展示会・イベント（Exhibition/Event）の総称
※ 2：ブレジャー：「ビジネス（business）」と「レジャー（leisure）」を合わせた造語



【ビジネス出張】 → 延泊 → 【レジャー】 → 滞在日数・消費単価の向上

今年度事業内容

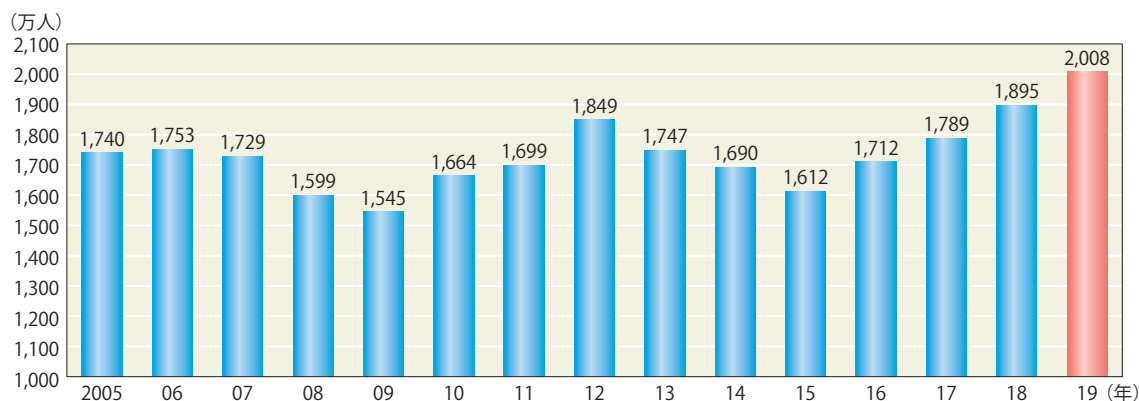
| <ul style="list-style-type: none"> (1) MICE 関連訪日外国人へのブレジャー活用実態調査 (2) 国内の MICE 主催企業・団体及び MICE 施設における周辺観光地等との連携実態調査 (3) 国内企業へのブレジャー導入状況調査 | ➡ | <p>MICE 参加者のブレジャー促進連絡会</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>委員氏名</th> <th>所属</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>大橋 泰弘</td> <td>一般社団法人日本経済団体連合会</td> </tr> <tr> <td>東原 祥匡</td> <td>日本航空株式会社</td> </tr> <tr> <td>藤村 博徳</td> <td>公益財団法人東京観光財団</td> </tr> <tr> <td>守屋 邦彦</td> <td>公益財団法人日本交通公社</td> </tr> <tr> <td>柳原 貴人</td> <td>名古屋市</td> </tr> <tr> <td>山本 敦子</td> <td>MPI Japan Chapter</td> </tr> <tr> <td>吉橋 誠和</td> <td>株式会社 JTBグローバルマーケティング&トラベル</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right; font-size: 0.8em;">(50音順、敬称略)</p> | 委員氏名 | 所属 | 大橋 泰弘 | 一般社団法人日本経済団体連合会 | 東原 祥匡 | 日本航空株式会社 | 藤村 博徳 | 公益財団法人東京観光財団 | 守屋 邦彦 | 公益財団法人日本交通公社 | 柳原 貴人 | 名古屋市 | 山本 敦子 | MPI Japan Chapter | 吉橋 誠和 | 株式会社 JTBグローバルマーケティング&トラベル |
|--|---------------------------|---|------|----|-------|-----------------|-------|----------|-------|--------------|-------|--------------|-------|------|-------|-------------------|-------|---------------------------|
| 委員氏名 | 所属 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 大橋 泰弘 | 一般社団法人日本経済団体連合会 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 東原 祥匡 | 日本航空株式会社 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 藤村 博徳 | 公益財団法人東京観光財団 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 守屋 邦彦 | 公益財団法人日本交通公社 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 柳原 貴人 | 名古屋市 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 山本 敦子 | MPI Japan Chapter | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 吉橋 誠和 | 株式会社 JTBグローバルマーケティング&トラベル | | | | | | | | | | | | | | | | | |

MICE 参加者におけるブレジャー活用促進業務

第2節 出国日本人数の状況

2019年（令和元年）の出国日本人数は、過去最高の2,008万人（前年比5.9%増）となり、1990年（平成2年）に1,000万人に到達して以降約30年を経て、初めて2,000万人を突破し、政府目標を1年前倒しで達成した（**図表 I - 25**）。

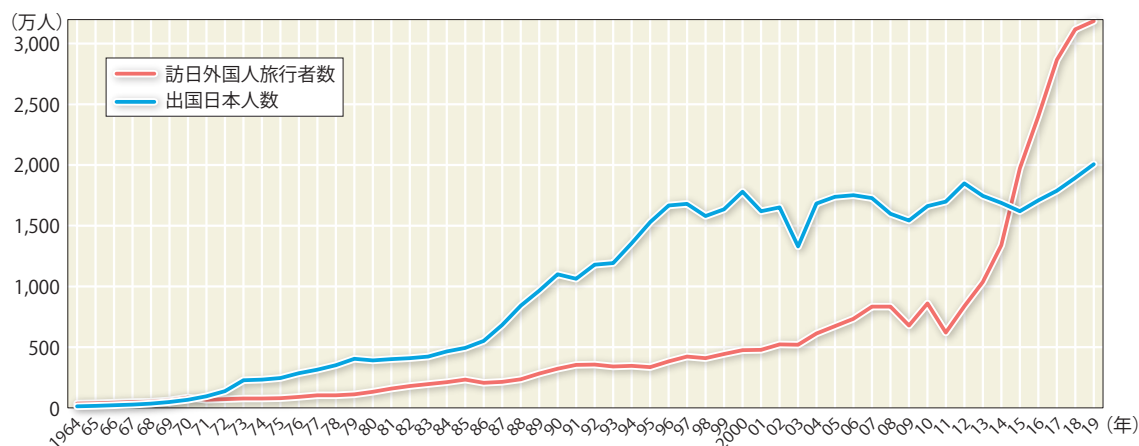
図表 I - 25 出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

2019年（令和元年）は出国日本人数が2,008万人、訪日外国人旅行者数は3,188万人となり、5年連続で訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回った（**図表 I - 26**）。

図表 I - 26 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

日本人出国者の訪問先については、2018年（平成30年）は1位が米国、2位が韓国、3位が中国であった（**図表 I - 27**）。

図表 I - 27 国・地域別日本人訪問者数（上位5位）

| 順位 | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018年 | |
|----|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | 訪問先 | 訪問者数(人) | 訪問先 | 訪問者数(人) | 訪問先 | 訪問者数(人) | 訪問先 | 訪問者数(人) | 訪問先 | 訪問者数(人) |
| 1 | 米国 | 3,653,454 | 米国 | 3,792,997 | 米国 | 3,603,786 | 米国 | 3,595,607 | 米国 | 3,493,313 |
| 2 | 中国 | 2,717,600 | 中国 | 2,497,657 | 中国 | 2,587,440 | 中国 | 2,680,033 | 韓国 | 2,948,527 |
| 3 | 韓国 | 2,280,434 | 韓国 | 1,837,782 | 韓国 | 2,297,893 | 韓国 | 2,311,447 | 中国 | 2,689,662 |
| 4 | 台湾 | 1,634,790 | 台湾 | 1,627,229 | 台湾 | 1,895,702 | 台湾 | 1,898,854 | 台湾 | 1,969,151 |
| 5 | タイ | 1,267,886 | タイ | 1,381,702 | タイ | 1,439,510 | タイ | 1,544,442 | タイ | 1,655,996 |

資料：日本政府観光局「各国・地域別 日本人訪問者数[日本から各国・地域への到着者数]（2014年～2018年）」に基づき観光庁作成

注1：米国の数値には、米国本国(全米50州とコロンビア特別区)への入国者の他、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島等の地域への入域者が含まれる。

注2：各国の数値は、統計基準の変更、数値の非整合性などの理由により、その都度、過去にさかのぼって変更されることがある。数値は、2020年(令和2年)1月現在のものである。

コラム

1-3

アウトバウンド2,000万人突破

～（アウトバウンド活性化に向けた取組等）～

「観光立国推進基本計画」（2017年（平成29年）3月閣議決定）では、2020年（令和2年）までに日本人の海外旅行者（アウトバウンド）数を2,000万人とする政府目標を掲げている。この目標達成に向け、観光分野における二国間の協力関係の強化や、航空路線の拡大、新たなデスティネーションの開発といった官民一体の取組を着実に推進した結果、2019年（令和元年）には日本人のアウトバウンド数が2,008万人を記録し、政府目標を1年前倒しで達成した。

日本人のアウトバウンド数は、1990年（平成2年）に1,000万人に到達し、その後右肩上がりに上昇していたが、2000年（平成12年）ごろから、世界的な金融危機やそれに伴う為替の影響、また、世界各国での感染症やテロ等の影響を受け、概ね1,300万人台から1,800万人台の間で推移していた。その後、2015年（平成27年）以降は再び上昇局面に転じ、2019年（令和元年）には、史上初の2,000万人を突破した。

アウトバウンドの促進は、国際感覚の向上のみならず、国際相互理解の増進により、互いの理解を深め、友好関係を強めるとともに、航空路線の維持・拡大につながるなど、訪日外国人旅行者の増加にも貢献し得るものであり、重要な意義を有している。

我が国においては、特に若者のアウトバウンド促進が喫緊の課題であることから、2018年（平成30年）7月に「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」の取りまとめを公表した。当該取りまとめに基づき、若者の海外体験を広げていくための国民的ムーブメントを醸成しつつ、若者の「海外体験」応援プログラムを策定し、広く国民へ周知する広報戦略を推進するため、2019年（平成31年）1月には、観光庁をはじめとする関係省庁、経済界、観光関連業界、教育界等の様々な関係者から成る「若者のアウトバウンド推進実行会議」を設置した。

本会議における若者の「海外旅行体験」応援プログラムの取組として、2019年（令和元年）に官民連携による「ハタチの一步～20歳 初めての海外体験プロジェクト～」を実施した。本プロジェクトでは、海外経験がない20歳の若者約200名を募集し、アジアをはじめとする各国・地域へ派遣し、文化・スポーツ体験、社会貢献・ボランティア、現地若者との交流といった海外体験を無料で提供した。

プロジェクトへ参加する若者は、出発前、旅行中、そして帰国後まで、自身の初めての海外体験の様子や感想をSNSで発信することとしている。若者による初めての海外体験にかかる投稿は同世代にとって親近感があり、海外旅行未経験の若年層への訴求力が高いため、SNSでの発信により、多くの若者が改めて海外旅行に興味を持ち、若者の海外旅行促進の一助となることが期待される。また、参加者からのアンケートを基に、若者の海外への趣向を分析し、本プロジェクトに携わった関係者と共有することで、今後の若者向けのマーケティング等への活用も期待されている。

アウトバウンド2,000万人達成は、「観光先進国」の実現に向けた新しい時代を切り開くための新たな出発点とも言える。2020年（令和2年）は、新型コロナウイルス感染症の収束時期を見極めつつ、アウトバウンド活性化に向けた様々な取組を、官民一体となって展開していく。



〈ハタチの一步～20歳初めての海外体験プロジェクト～HP〉
(URL:<https://mottokaigai.jp/event/hatachi/>)

〈プロジェクト概要〉

主 催：「若者のアウトバウンド推進実行会議」

方 面：マカオ、ベトナム、タイ、マレーシア、
フィリピン、グアム、中国、韓国、台湾

実施期間：2019年11月～12月

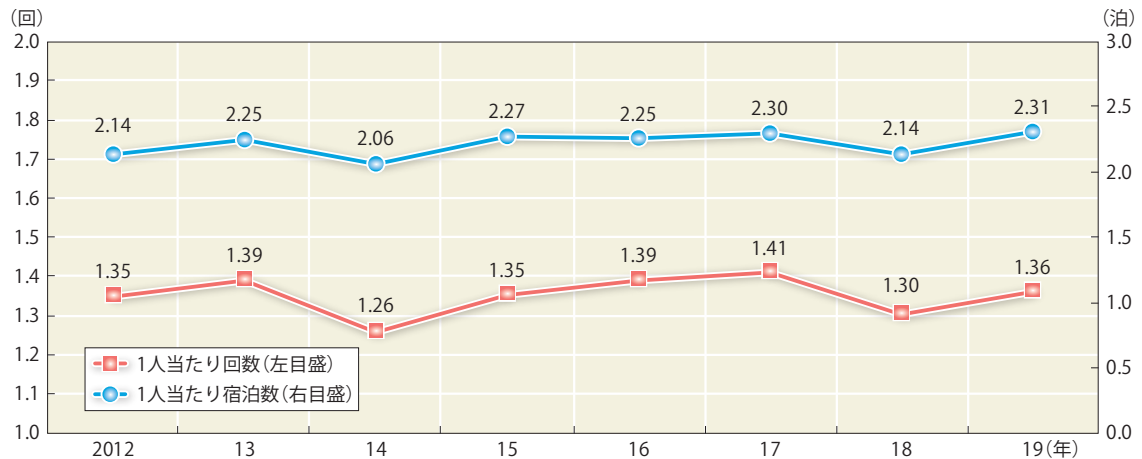
参加費用：無料（諸税、国内移動費用、自由行動日の食事代等を除く）

資 格：2019年4月2日時点で満20歳、且つこれまで海外渡航経験が無く、日本国籍を有していること。

第3節 国内旅行の状況

2019年（令和元年）については、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.36回、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.31泊であった（**図表 I - 28**）。

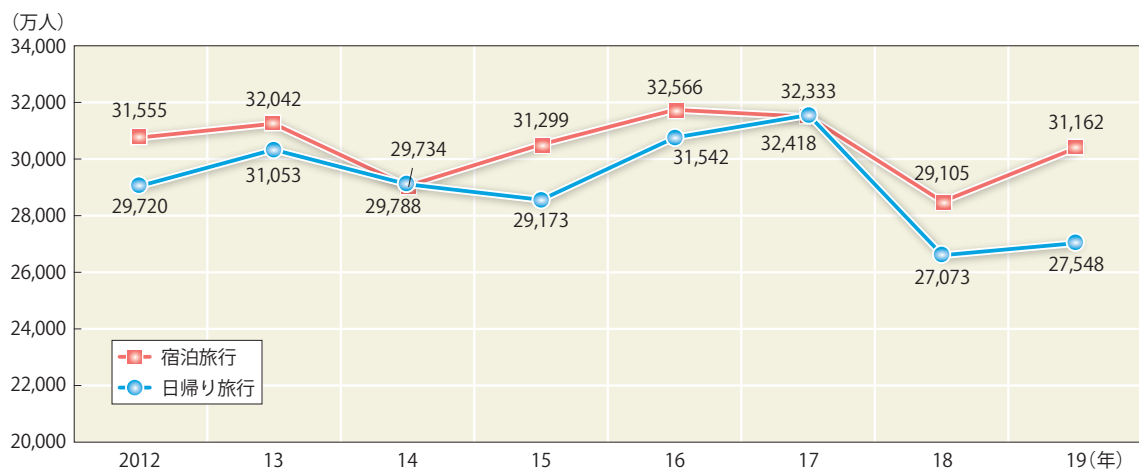
図表 I - 28 日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2019年（令和元年）に日本人の国内宿泊旅行者数は延べ3億1,162万人（前年比7.1%増）、国内日帰り旅行者数は延べ2億7,548万人（前年比1.8%増）となった（**図表 I - 29**）。改元に伴いゴールデンウィークが10連休であったこと、5月の日照時間が記録的に長かった地方が多く、旅行環境に恵まれていたこと等により、宿泊旅行及び日帰り旅行がともに増加した。特に宿泊旅行の増加が大きかった。（**図表 I - 29**）。一方、2019年（令和元年）9月の令和元年房総半島台風、同年10月の令和元年東日本台風による災害の影響もあった。

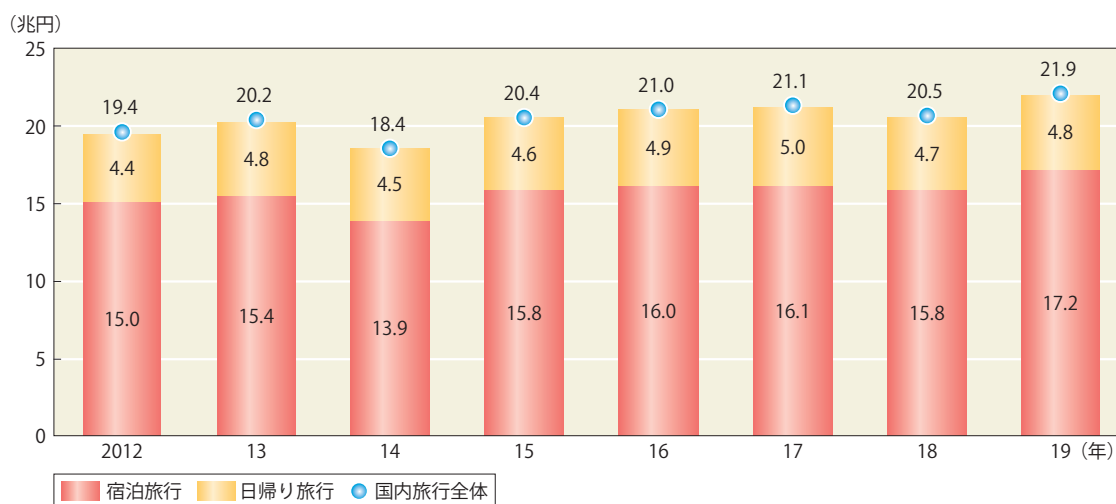
図表 I - 29 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

国内旅行者数が増加したことにより、2019年（令和元年）の日本人国内旅行消費額は、宿泊旅行及び日帰り旅行ともに増加し、21.9兆円（前年比7.1%増）であった（図表I-30）。

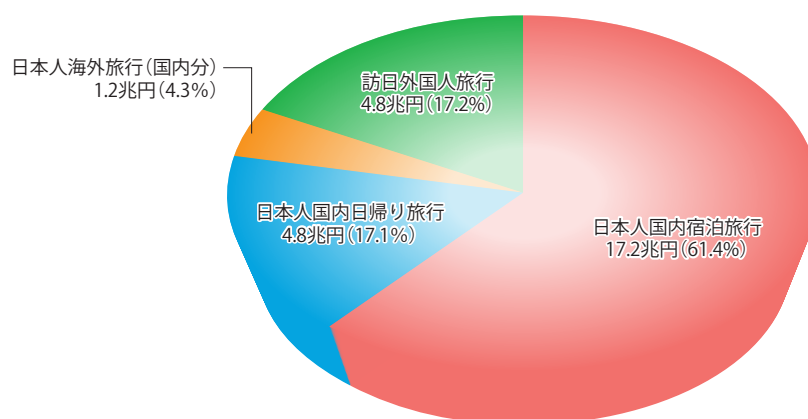
図表 I - 30 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2019年（令和元年）の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、27.9兆円（前年比7.1%増）となった。このうち、日本人による旅行消費額は23.1兆円（前年比7.2%増）、訪日外国人旅行者による旅行消費額は4.8兆円（前年比6.5%増）であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額は3年連続で全体の15%を超えた（図表I-31）。

図表 I - 31 日本国内における旅行消費額



(兆円)

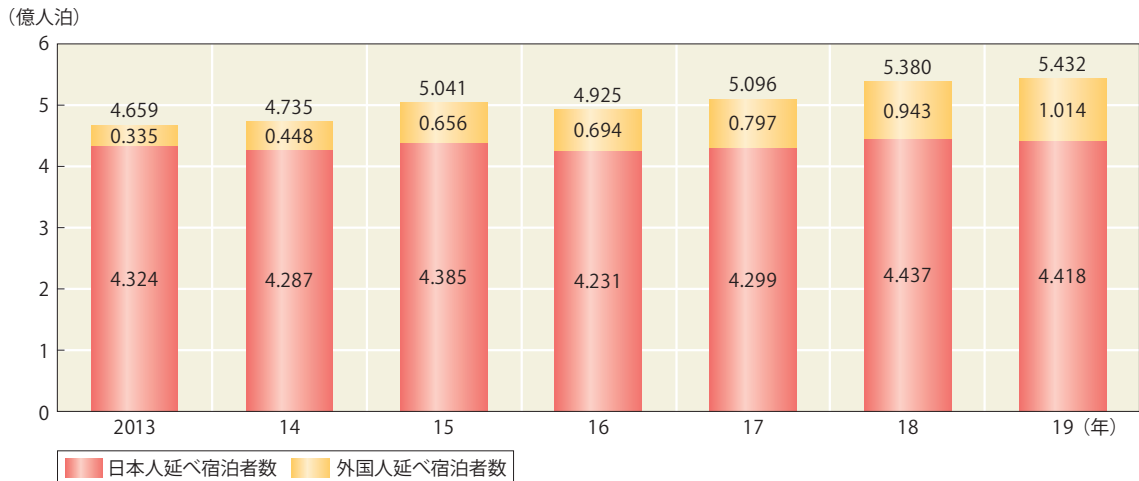
| | 2012年 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
|--------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|
| 日本人国内宿泊旅行 | 15.0 | 15.4 | 13.9 | 15.8 | 16.0 | 16.1 | 15.8 | 17.2 |
| 日本人国内日帰り旅行 | 4.4 | 4.8 | 4.5 | 4.6 | 4.9 | 5.0 | 4.7 | 4.8 |
| 日本人海外旅行(国内分) | 1.3 | 1.2 | 1.1 | 1.0 | 1.1 | 1.2 | 1.1 | 1.2 |
| 訪日外国人旅行 | 1.1 | 1.4 | 2.0 | 3.5 | 3.7 | 4.4 | 4.5 | 4.8 |
| 合計 | 21.8 | 22.8 | 21.6 | 24.8 | 25.8 | 26.7 | 26.1 | 27.9 |

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成

第4節 宿泊旅行の状況

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、2019年（令和元年）は5億4,324万人泊（前年比1.0%増）であった。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億4,180万人泊（前年比0.4%減）、外国人延べ宿泊者数は1億143万人泊（前年比7.6%増）となった。外国人延べ宿泊者数は調査開始以降初めて1億人泊を突破した（**図表 I - 32**）。

図表 I - 32 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



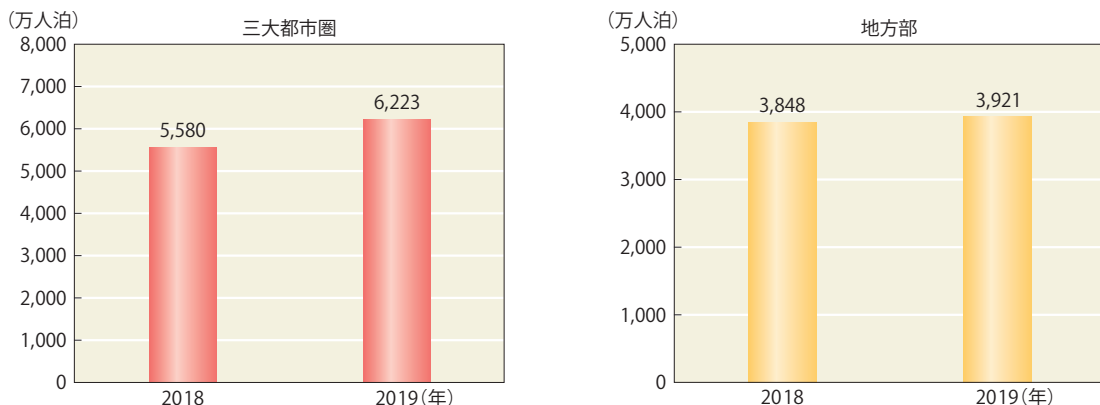
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2019年（令和元年）は速報値。

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

外国人延べ宿泊者数を三大都市圏と地方部で比較すると、2019年（令和元年）は三大都市圏では6,223万人泊、地方部では3,921万人泊となった（**図表 I - 33**）。

図表 I - 33 三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移



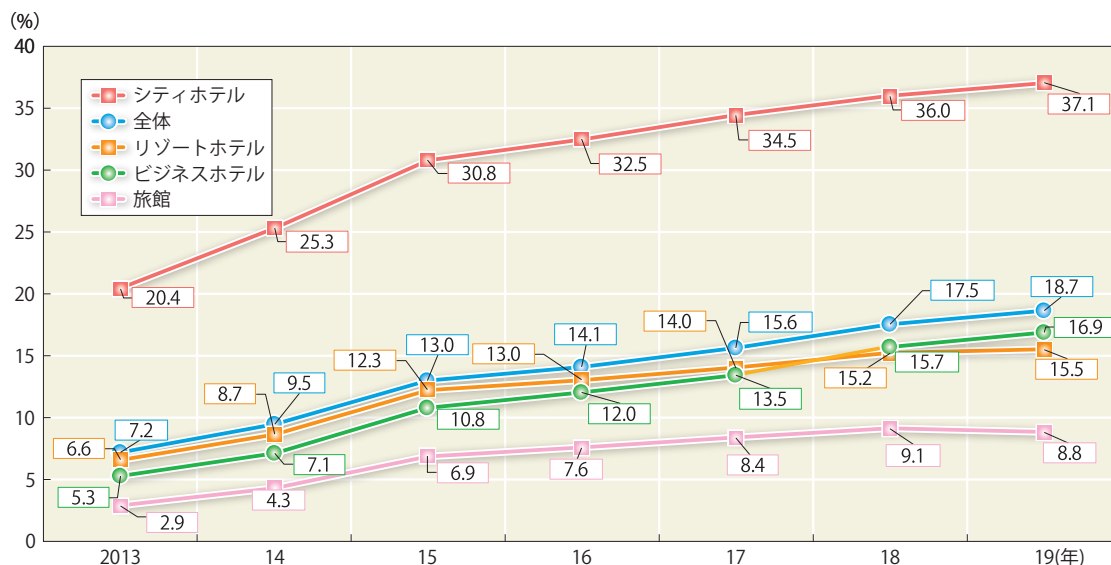
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2019年（令和元年）は速報値。

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

延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合をみると2019年（令和元年）は18.7%であった。宿泊施設タイプ別では、特にシティホテルにおける外国人の割合が高く、2013年（平成25年）は20.4%であったが2019年（令和元年）には37.1%にまで上昇した（**図表 I - 34**）。

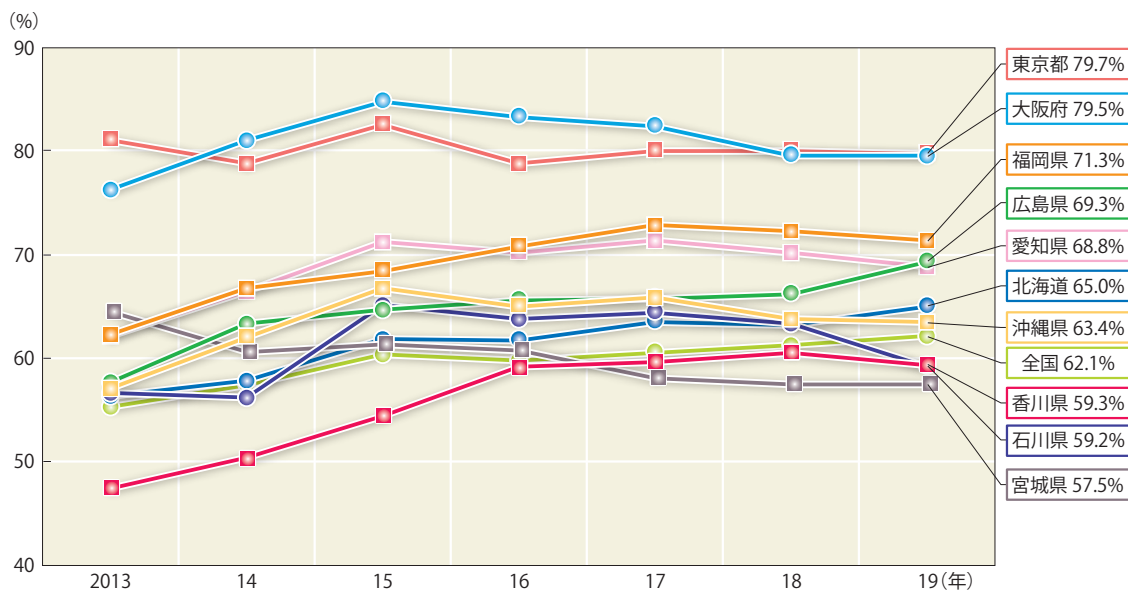
図表 I - 34 宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊者数の割合の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2019年(令和元年)は速報値。

客室稼働率(全国)は2015年(平成27年)の60.3%から2016年(平成28年)は59.7%に減少したが、2017年(平成29年)以降は増加傾向にあり、2019年(令和元年)は62.1%となった。また、東京都と大阪府の客室稼働率は引き続き高い水準にあり、2019年(令和元年)はそれぞれ79.7%、79.5%となっている(図表 I - 35)。

図表 I - 35 客室稼働率の推移

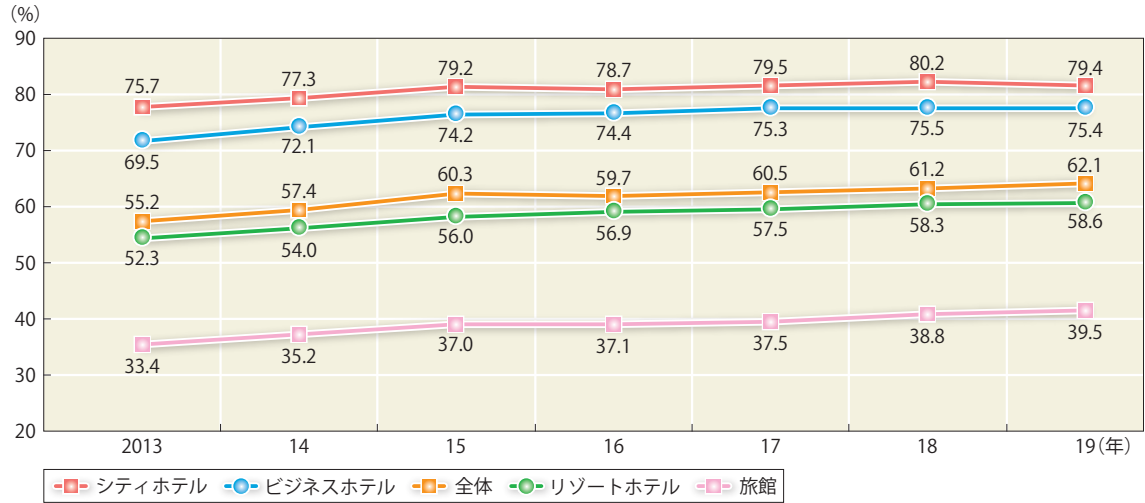


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2019年(令和元年)の数値は速報値。

宿泊施設タイプ別の客室稼働率は、特に、シティホテル、ビジネスホテルが高い水準にあり、2019(令和元年)はそれぞれ79.4%、75.4%となっている。

旅館は比較的低い水準ではあるが、上昇傾向にある(図表 I - 36)。

図表 I - 36 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2019年(令和元年)の数値は速報値。

客室稼働率が80%を超えた都道府県は、シティホテル8箇所（2018年（平成30年）：10箇所）、ビジネスホテル4箇所（同：6箇所）、リゾートホテルは2箇所（同：2箇所）であった（図表 I - 37）。

図表 I - 37

都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率 2019年（令和元年）

(%)

| | 宿泊施設タイプ | | | | | |
|------|---------|------|---------|---------|--------|------|
| | 全体 | 旅館 | リゾートホテル | ビジネスホテル | シティホテル | 簡易宿所 |
| 全国 | 62.1 | 39.5 | 58.6 | 75.4 | 79.4 | 30.1 |
| 北海道 | 65.0 | 50.2 | 51.7 | 75.8 | 77.6 | 35.0 |
| 青森県 | 56.3 | 35.7 | 46.9 | 69.2 | 62.3 | 34.9 |
| 岩手県 | 55.4 | 39.3 | 52.8 | 72.9 | 73.1 | 23.7 |
| 宮城県 | 57.5 | 41.5 | 51.1 | 65.3 | 62.1 | 29.6 |
| 秋田県 | 52.1 | 36.8 | 43.3 | 67.8 | 71.8 | 18.9 |
| 山形県 | 51.7 | 39.2 | 31.4 | 69.3 | 68.9 | 11.6 |
| 福島県 | 51.0 | 42.6 | 52.1 | 66.5 | 68.7 | 15.4 |
| 茨城県 | 58.3 | 33.9 | 36.6 | 72.1 | 65.2 | 30.1 |
| 栃木県 | 50.8 | 42.7 | 51.9 | 68.2 | 66.0 | 14.4 |
| 群馬県 | 53.7 | 47.4 | 45.3 | 75.7 | 67.0 | 12.5 |
| 埼玉県 | 69.9 | 44.7 | 41.5 | 75.3 | 75.7 | 35.7 |
| 千葉県 | 71.2 | 40.5 | 85.4 | 73.9 | 82.0 | 23.1 |
| 東京都 | 79.7 | 44.9 | 65.9 | 84.2 | 84.2 | 50.8 |
| 神奈川県 | 70.7 | 51.4 | 67.1 | 83.4 | 84.6 | 52.7 |
| 新潟県 | 45.2 | 26.6 | 37.3 | 67.0 | 68.1 | 13.4 |
| 富山県 | 51.5 | 29.4 | 40.8 | 63.3 | 66.9 | 21.2 |
| 石川県 | 59.2 | 46.5 | 51.5 | 69.2 | 71.5 | 25.6 |
| 福井県 | 51.5 | 36.8 | 48.4 | 77.0 | 60.9 | 14.6 |
| 山梨県 | 46.7 | 42.5 | 59.3 | 73.0 | 65.6 | 21.4 |
| 長野県 | 38.5 | 28.1 | 41.6 | 71.0 | 75.0 | 13.1 |
| 岐阜県 | 55.5 | 43.3 | 49.0 | 77.3 | 75.2 | 28.6 |
| 静岡県 | 58.5 | 47.0 | 54.5 | 74.1 | 75.4 | 22.1 |
| 愛知県 | 68.8 | 30.3 | 49.6 | 75.6 | 76.9 | 37.9 |
| 三重県 | 54.2 | 39.5 | 49.8 | 72.1 | 72.0 | 10.6 |
| 滋賀県 | 53.2 | 38.7 | 57.4 | 66.0 | 75.0 | 16.7 |
| 京都府 | 67.2 | 43.9 | 56.2 | 80.5 | 82.2 | 41.7 |
| 大阪府 | 79.5 | 36.2 | 91.0 | 79.9 | 85.2 | 66.1 |
| 兵庫県 | 56.5 | 37.2 | 57.6 | 75.5 | 75.8 | 13.2 |
| 奈良県 | 42.4 | 28.3 | 64.4 | 57.8 | 70.5 | 24.7 |
| 和歌山県 | 48.7 | 36.8 | 56.5 | 72.4 | 73.2 | 21.9 |
| 鳥取県 | 50.5 | 45.4 | 45.1 | 69.0 | 76.6 | 13.9 |
| 島根県 | 56.3 | 46.5 | 41.0 | 73.5 | 72.2 | 12.3 |
| 岡山県 | 59.9 | 30.4 | 36.1 | 83.0 | 65.7 | 18.2 |
| 広島県 | 69.3 | 45.0 | 61.7 | 79.3 | 85.9 | 34.0 |
| 山口県 | 52.7 | 33.4 | 49.0 | 66.9 | 67.4 | 13.2 |
| 徳島県 | 50.4 | 25.2 | 47.3 | 69.4 | 63.7 | 21.6 |
| 香川県 | 59.3 | 47.2 | 68.0 | 68.4 | 65.7 | 30.2 |
| 愛媛県 | 55.9 | 49.4 | 61.3 | 65.8 | 72.8 | 14.9 |
| 高知県 | 50.9 | 37.9 | 48.5 | 68.4 | 71.0 | 12.9 |
| 福岡県 | 71.3 | 29.5 | 41.8 | 79.0 | 80.5 | 41.5 |
| 佐賀県 | 59.3 | 45.3 | 68.0 | 78.1 | 66.7 | 24.6 |
| 長崎県 | 55.3 | 39.9 | 57.7 | 74.4 | 72.3 | 14.6 |
| 熊本県 | 60.9 | 44.2 | 48.7 | 79.3 | 78.2 | 28.5 |
| 大分県 | 54.9 | 46.5 | 62.6 | 67.6 | 68.6 | 21.2 |
| 宮崎県 | 54.8 | 35.8 | 45.2 | 66.7 | 70.2 | 14.2 |
| 鹿児島県 | 56.1 | 38.1 | 48.0 | 74.3 | 71.5 | 23.4 |
| 沖縄県 | 63.4 | 22.3 | 69.6 | 74.4 | 80.0 | 30.0 |

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2019年(令和元年)の数値は速報値。

注2：宿泊施設タイプ別にみたとき、客室稼働率が最も大きかった都道府県を朱書きで示している。

また、客室稼働率が90%を超えている都道府県は黄色、80%を超えている都道府県は青色で示している。

第5節 東日本大震災からの復興の状況

2019年（令和元年）の東北6県の外国人延べ宿泊者数は155.8万人泊¹⁰となり、2020年（令和2年）に東北6県の外国人延べ宿泊者数を150万人泊とする政府目標を1年前倒しで達成した。

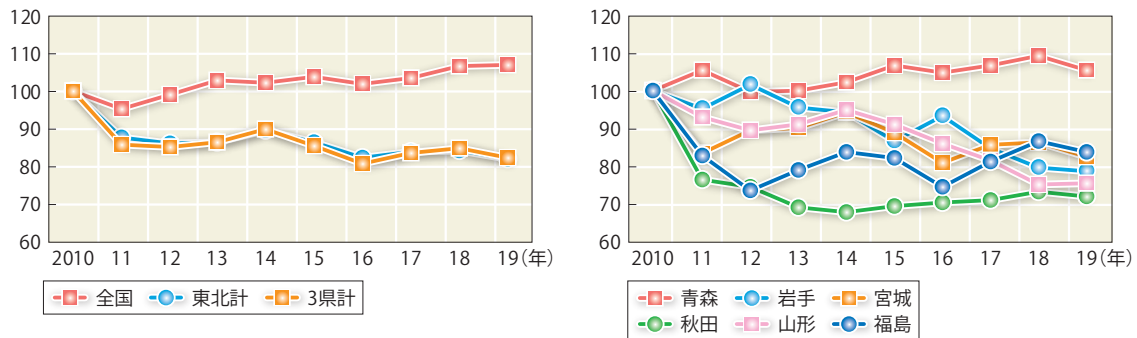
以下では、全国、東北6県計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県及び福島県）、そのうち被災の激しかった3県計（岩手県、宮城県及び福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の2010年（平成22年）を100として指数化して、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況を把握する。

1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における日本人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった2011年（平成23年）には95.1まで低下したが、翌年の2012年（平成24年）は99.0にまで回復し、それ以降は震災前の2010年（平成22年）の水準を上回っている。

これに対し、東北計、3県計は、2011年（平成23年）に80台にまで低下し、2019年（令和元年）では、それぞれ82.0、82.2と80台前半で推移している（**図表 I - 38**）。

図表 I - 38 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数（2010年（平成22年）を100とした指数の推移）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2019年（令和元年）の数値は速報値。

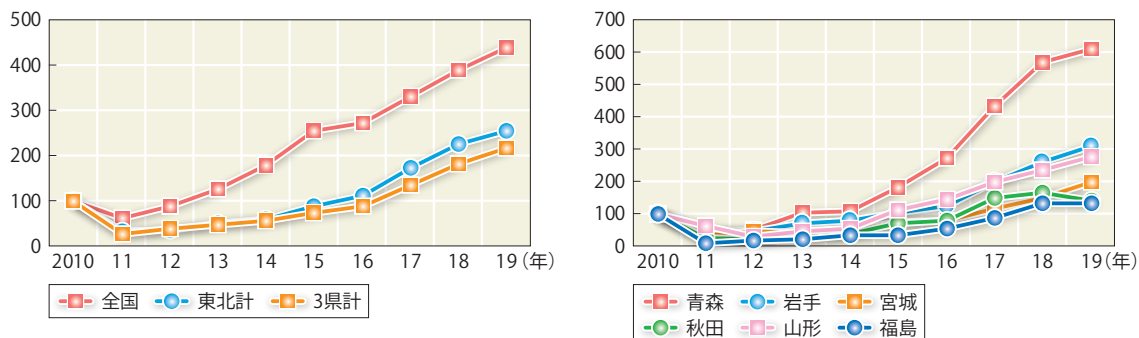
2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における外国人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった2011年（平成23年）に60.5まで低下したが、翌年から回復の兆しをみせ、2013年（平成25年）に震災前の水準を超え、それ以降も上昇が続き、2019年（令和元年）は436.5となった。

これに対し、東北計、3県計では、2011年（平成23年）にそれぞれ32.0、26.4にまで大きく低下した。その後、東北計では2016年（平成28年）に、3県計では2017年（平成29年）に、震災前の水準を上回った。2019年（令和元年）にはそれぞれ252.9、217.2と更に上昇している。東北計では、外国人延べ宿泊者数は、震災前の2倍を超える水準となった（**図表 I - 39**）。

¹⁰ 本章において、「東北6県の外国人延べ宿泊者数」は、従業員数10人以上の宿泊施設の数値。

図表 I - 39 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数 (2010年 (平成22年) を100とした指数の推移)

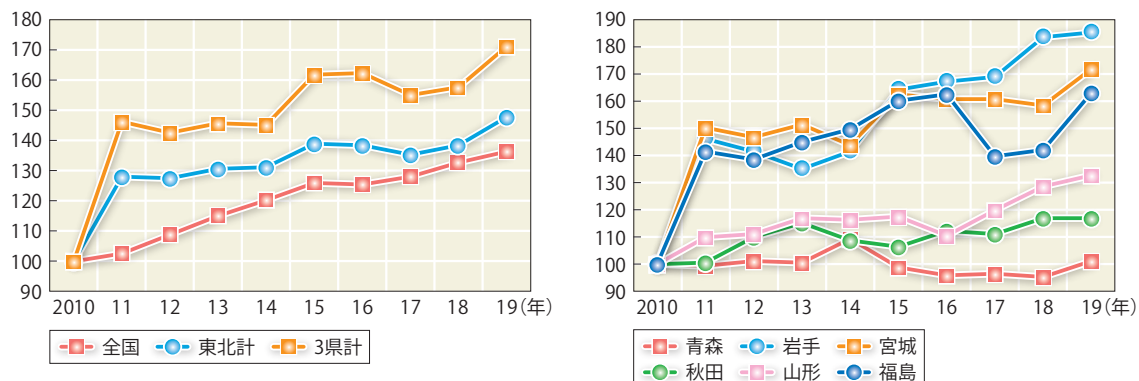


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注1：従業者10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。
 注2：2019年(令和元年)の数値は速報値。

3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数

ビジネス客中心の宿泊施設における延べ宿泊者数について、全国では、震災のあった2011年（平成23年）も前年を上回り、上昇傾向は2015年（平成27年）まで継続、その後横ばいで推移している。東北計、3県計は、2011年（平成23年）に大きく上昇し、その後も高い水準で推移した。これは、被災の激しかった3県における復興関連の需要の影響と考えられる。2015年（平成27年）には、それぞれ138.8、161.9まで上昇、2016年（平成28年）はほぼ同水準で、2017年（平成29年）は減少したが、2018年（平成30年）以降は上昇傾向にある（図表 I - 40）。

図表 I - 40 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数 (2010年 (平成22年) を100とした指数の推移)

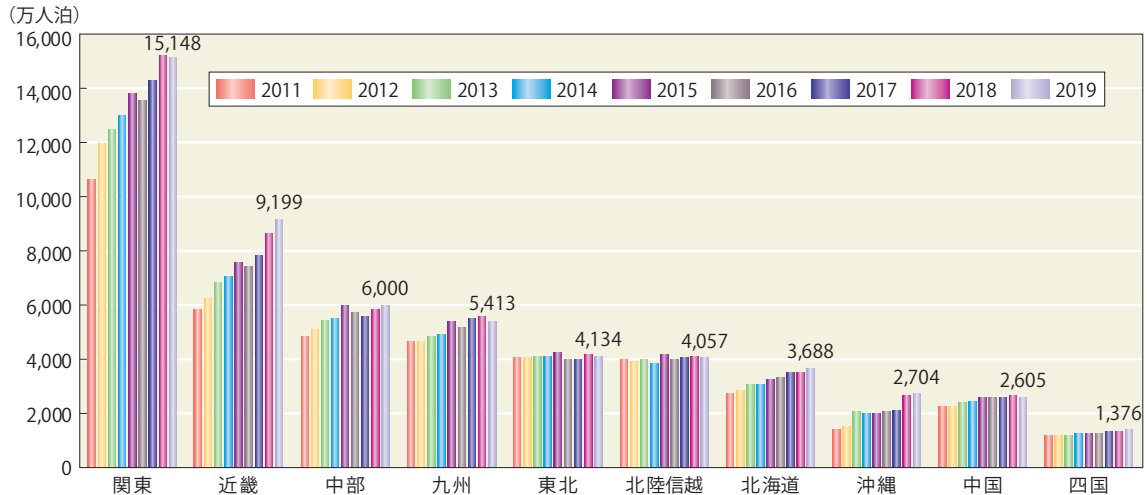


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注1：従業者10人以上で観光目的の宿泊者が50%未満の宿泊施設の実績を使用。
 注2：2019年(令和元年)の数値は速報値。

第6節 地域における観光の状況

2019年（令和元年）の全国の延べ宿泊者数は、5億4,324万人泊（前年比1.0%増）となった。地方ブロック別では、関東地方が1億5,148万人泊（全体の27.9%）、近畿地方が9,199万人泊（全体の16.9%）、中部地方が6,000万人泊（全体の11.0%）となり、当該3地方で全国の延べ宿泊者数の5割以上を占めた（図表I-41）。

図表 I - 41 地方ブロック別延べ宿泊者数

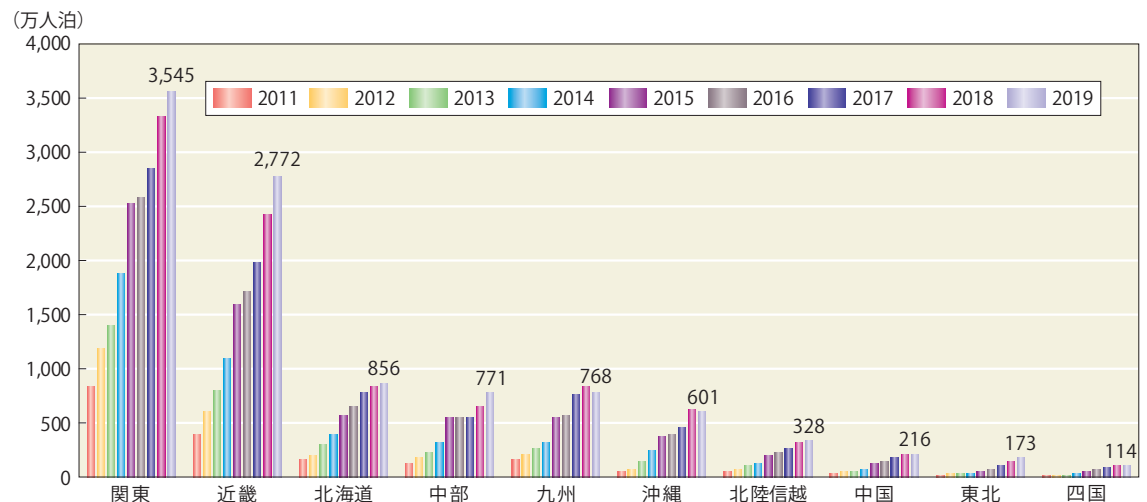


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2019年(令和元年)の数値は速報値。

このうち外国人延べ宿泊者数は、1億1,433万人泊（前年比7.6%増）となり、調査開始以降初めて1億人泊を超えた。地方ブロック別では、関東地方が3,545万人泊（全体の34.9%）で最も多く、次いで近畿地方が2,772万人泊（全体の27.3%）であり、当該2地方で、全国の外国人延べ宿泊者数の62.3%を占めた。

また、10地方のうち6地方において、2011年（平成23年）以降増加を続けている（図表I-42）。

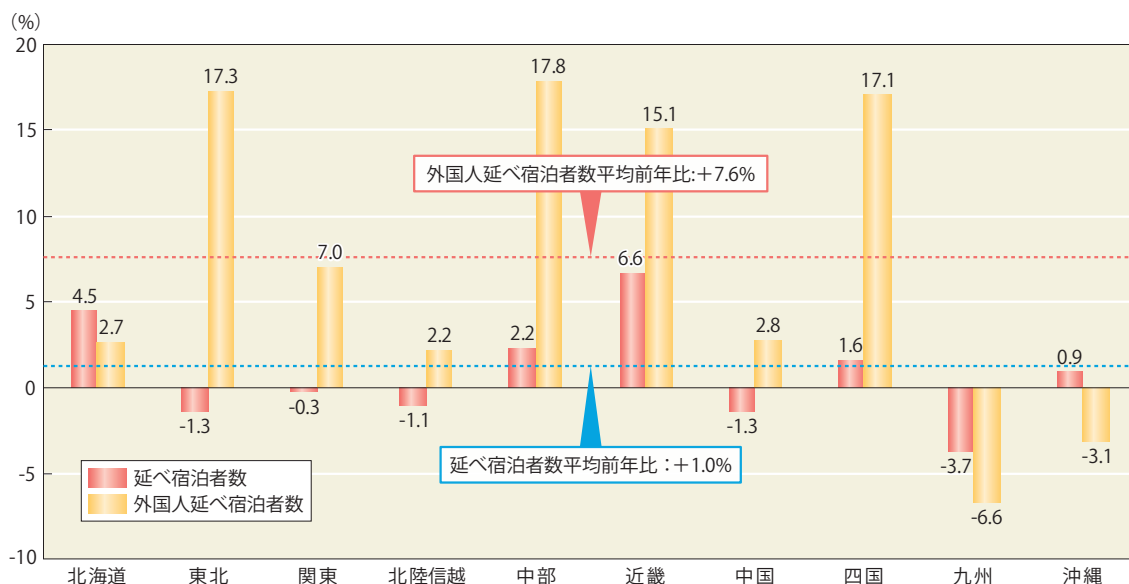
図表 I - 42 地方ブロック別外国人延べ宿泊者数



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2019年(令和元年)の数値は速報値。

2019年（令和元年）の延べ宿泊者数について、前年比でみると、北海道、中部、近畿、四国及び沖縄地方では増加となった。また、外国人延べ宿泊者数は、10地方のうち8地方で伸びており、特に東北、中部、近畿及び四国地方の伸び率が高かった。一方、九州及び沖縄は、韓国からの訪日旅行控え等の影響でマイナスとなった（図表 I - 43）。

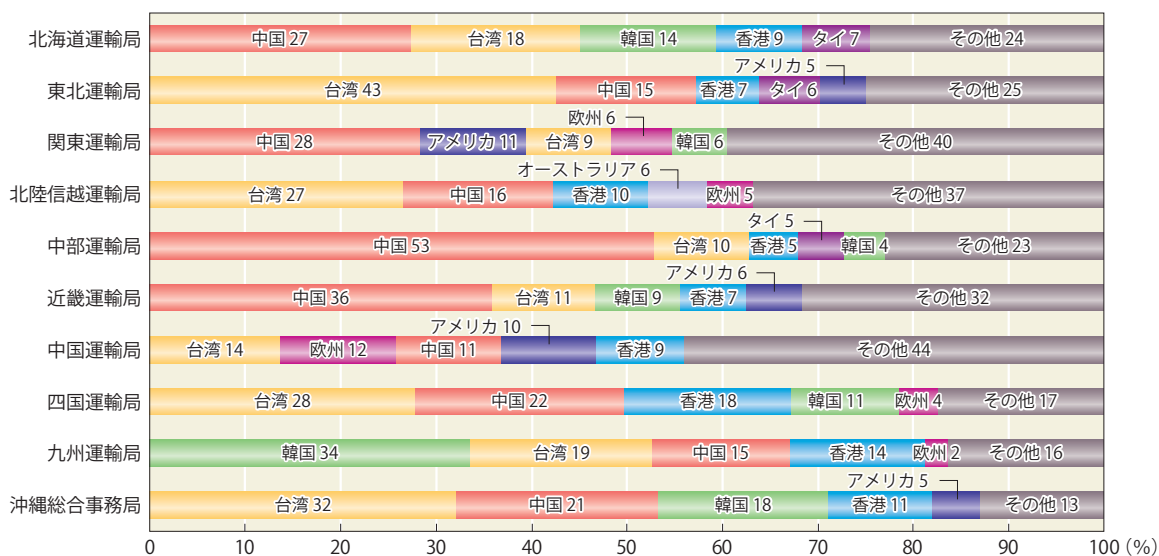
図表 I - 43 延べ宿泊者数（全体）及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別前年比2019年（令和元年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2018年（平成30年）の確定値と2019年（令和元年）の速報値を比較した。

2019年（令和元年）における地方ブロック別外国人延べ宿泊者について、国籍・地域別にみると、中国からの宿泊者が北海道・関東・中部・近畿の4地方で、韓国からの宿泊者が九州で、台湾からの宿泊者が東北・北陸信越・中国・四国・沖縄の5地方で最も高い比率を占めた（図表 I - 44）。

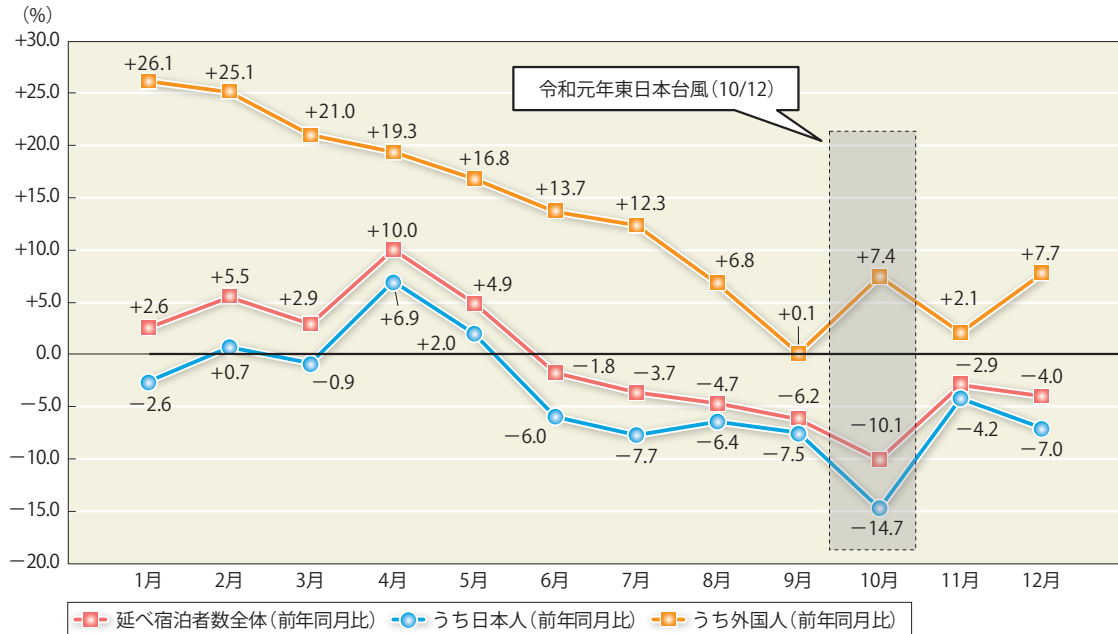
図表 I - 44 地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国籍・地域別構成比2019年（令和元年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2019年（令和元年）の数値は速報値。
注2：欧州はドイツ・英国・フランス・ロシア・イタリア・スペインの6箇国

2019年（令和元年）10月に発生した令和元年東日本台風の影響について、被災地域14都県¹¹における観光客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数についてみると、日本人延べ宿泊者数は、前年同月比14.7%減と落ち込み、年内は前年同月比マイナスの伸びが続いた。一方、外国人延べ宿泊者数は、一部都県でラグビーワールドカップ2019日本大会の試合が開催され、多くの外国人旅行者が観戦した影響もあり、同年10月は前年同月比7.4%増となった（図表I-45）。

図表 I - 45 災害発生前後の被災地域14都県における延べ宿泊者数（令和元年東日本台風）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：観光目的50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2019年(令和元年)の数値は速報値。

また、地方ごとの動向の分析は以下のとおりである。

1 北海道

10連休となったゴールデンウィークの集客が好調であったことに加え、2019年（令和元年）9月に札幌で2試合開催されたラグビーワールドカップ2019日本大会等、大型イベントの集客が好調だったことにより延べ宿泊者数全体は増加した。

また、韓国からの訪日旅行控えや台湾の航空会社のストライキ、香港でのデモ本格化等による減少要因が下半期に連続して発生したが、上半期の韓国からのLCCによる航空便数の増加、中国における北海道人気の定着及びFITの増加、2018年（平成30年）9月に発生した北海道胆振東部地震の反動等の要因により、外国人延べ宿泊者数についても増加した。

2 東北

2020年（令和2年）に東北6県の外国人延べ宿泊者数を150万人泊とする目標を掲げ、地方公共団体、観光関係機関等と連携し東北一体のプロモーション等の取組を推進してきたことや、各空港への台北、上海等からの国際航空便の新規就航や増便もあり、東北6県の外国人延べ宿泊者数は155.8万人泊となり目標を1年前倒しで達成した。東北の宿泊者数のうち約4割を占める台湾は前

¹¹ 令和元年東日本台風に伴う災害にかかる災害救助法の適用自治体が存在する岩手県、宮城県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県を指す。

年に引き続き好調であり、前年比ではタイ及びシンガポールの伸び率が大きく、特に直行便が再開したタイの増加率が高い一方で、韓国は訪日旅行控えの影響等により減少に転じた。

3 関東

首都圏空港（羽田・成田）、茨城空港における国際航空便の新規就航や増便の効果、また、ラグビーワールドカップ2019日本大会の開催等もあり、関東全体の外国人延べ宿泊者数は増加した。一方、2019年（令和元年）に多く発生した自然災害により延べ宿泊者数全体については減少した。

4 北陸信越

10連休となったゴールデンウィーク、秋の「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」による増加があったが、2019年（令和元年）10月に発生した令和元年東日本台風による被害のあった長野県及び新潟県や北陸新幹線の一時不通による影響を受けた地域もあり、延べ宿泊者数全体は微減となった。

韓国の減少や台湾の伸び悩みがあったものの、管内空港や中部国際空港における国際航空便の増加による中国の伸びが顕著であり、また、ラグビーワールドカップ2019日本大会期間に石川県を中心とした管内でオーストラリア、英国等の増加があり、外国人延べ宿泊者数は過去最高となった。

5 中部

中部国際空港における主に中国や台湾からの国際航空便の新規就航や増便による効果により、外国人延べ宿泊者数が増加した。特に中国からの伸び率は前年比27.8%の増加と伸びが顕著であった。

また、ラグビーワールドカップ2019日本大会の影響により前年比では英国が50.0%増、カナダが25.0%増と欧米豪からの宿泊者数が増加した。

6 近畿

韓国からの訪日旅行控えの影響があったが、関西国際空港において、中国路線をはじめ近距離アジア路線が大きく増加するなど、2019年（令和元年）冬季スケジュールの国際線定期便数が過去最高の1,417.5便/週（12月ピーク時点）となったこと、また、ラグビーワールドカップ2019日本大会の効果もあり、外国人延べ宿泊者数が増加した。更に、10連休となったゴールデンウィークの効果もあり、日本人延べ宿泊者数も増加した。

7 中国

2019年（令和元年）の延べ宿泊者数全体は、前年比1.3%減の約2,605万人泊となり、7年ぶりに減少を記録した一方で、外国人延べ宿泊者数は前年比2.8%増の約216万人泊を記録し、過去最高を更新した。夏以降の韓国からの訪日旅行控えの影響を受けて、韓国からの宿泊者数の減少が顕著となったが、ラグビーワールドカップ2019日本大会の効果として、参加国等欧米豪からの宿泊者数が大幅に増加したこと等が原因と考えられる。

8 四国

外国人延べ宿泊者数は、第4回目となる瀬戸内国際芸術祭の開催により、香川県において大幅に増加した影響により四国全体についても大きく増加し、初めて100万人泊を突破した。また、延べ宿泊者数全体についても増加した。

9 九州

2019年（令和元年）8月の大雨等の影響により日本人延べ宿泊者数が減少したことに加え、韓国からの訪日旅行控えの影響により、延べ宿泊者数全体が減少した。

一方、韓国以外からの外国人延べ宿泊者数は好調に推移した。国際定期航空便が増加しているASEAN諸国やラグビーワールドカップ2019日本大会の影響による欧米豪からの宿泊者数が増加し、前年比でマレーシア174.0%増、タイ24.5%増、英国147.4%増、フランス87.5%増、オーストラリア58.4%増と顕著な伸びを示した。

10 沖縄

日本人延べ宿泊者数については、台風の影響があったものの、ゴールデンウィークが10連休となったことや、成田～下地島（宮古）便新規就航等の航空便の拡充があったことなどから、前年より増加した。

また、外国人延べ宿泊者数については、香港からの航空便の増便等があったものの、韓国からの訪日旅行控えや航空便の減便等の影響により、前年を下回った。延べ宿泊者数全体としては、前年を上回った。

非常時の訪日外国人旅行者の安全・安心確保に向けた取組

観光庁では、2018年（平成30年）の平成30年7月豪雨や9月の台風第21号上陸、北海道胆振東部地震等の一連の大規模な災害を受け、近年増加傾向にある訪日外国人旅行者に対して、旅行中の非常時における安全・安心確保に向けた取組を強化してきた。具体的には、2018年（平成30年）9月28日の観光戦略実行推進会議において決定された「非常時の外国人旅行者の安全・安心確保のための緊急対策」に基づき、日本政府観光局コールセンターの365日24時間の多言語対応体制の確立、日本政府観光局の公式SNSやウェブサイト等による情報発信の強化等により、様々な場面における外国人旅行者の情報入手手段の多重化を図ってきたところである。

○令和元年東日本台風における対応

昨年甚大な被害をもたらした令和元年東日本台風への対応にあたっては、日本政府観光局の公式SNS(Twitter、Weibo)やウェブサイトで気象情報や交通機関の運行情報等を多言語できめ細かく発信した。さらに、報道関係者や数多くのフォロワーを持つ外国人有識者の協力等も得て、これらの情報がより多くの外国人旅行者に届くよう取り組んだところ、Twitterのフォロワー数が令和元年東日本台風の上陸前時点の約3倍に増加し、閲覧数は延べ約719万回になった。また、日本政府観光局のコールセンターに寄せられた問い合わせの件数は、同台風上陸前後の10月10日から10月17日の7日間で約1,100件となり、同年9月に発生した令和元年房総半島台風の際の19件と比較して大幅に増加するなど、非常時の外国人旅行者への情報提供について一定の成果があった。

台風19号における訪日外国人旅行者への対応 2019年10月

日本政府観光局 (JNTO) のウェブサイト及び公式SNSでの情報発信

ウェブサイト (2018年10月～ 災害用ページを開設)

- 公式SNSやアプリ、コールセンター等の紹介及び各交通機関等の情報を発信
※10月9日から14日にかけて平均アクセスの10倍のアクセスあり

安全情報専用SNS (Twitter) (2018年10月～ 専用公式アカウント開設)

- 台風への注意喚起を促す情報や交通機関の運行情報等をタイムリーに発信
- NHK WORLD JAPANのウェブサイトにてTwitterを紹介し、情報を周知、拡散
※ 台風前時点と比較し、フォロワー数が約3倍 (約7千→約2万2千) に増加、閲覧数は延べ約719万回

安全情報専用SNS (Weibo:中国版Twitter) (2019年10月～ 専用公式アカウント開設)

- 中華圏で広く利用されている微博 (Weibo) において、台風情報や運行情報等をタイムリーに発信
- 在中國日本大使館の微博 (Weibo) や数多くのフォロワーを持つ外国人有識者等の協力を得て情報を周知・拡散
※ 閲覧数は延べ約35.5万回

日本政府観光局 (JNTO) コールセンターの対応について (2018年10月～)

- JNTOのコールセンターについて、365日24時間、英語、中国語、韓国語できめ細かい相談ができて体制を確立
- ※10月10日(木) から10月16日(水)までの問合せ件数は合計1,084件 (参考:台風15号の際は、19件)
- <主な問い合わせ内容>
 - ・現在いる場所に避難指示等はでているのか ・避難場所はどこか
 - ・交通案内 (鉄道の運行情況、車の行き方) ・宿泊等施設への予約の変更等のやり方 ・変更の状況

令和元年東日本台風(台風第19号)における訪日外国人旅行者への対応

日本政府観光局 (JNTO) の公式SNS及びウェブサイトでの情報発信

JNTO発信情報

大使館・外国人有識者等が拡散した情報

The image shows four panels of information: 1. Twitter: A tweet from JNTO (@JapanSafeTravel) with a warning alert for Typhoon Hagibis. 2. Website: A screenshot of the JNTO website showing the warning alert. 3. Weibo: A screenshot of the JNTO Weibo account showing the warning alert. 4. Ambassador/Influencer: A screenshot of a tweet from the Japanese Embassy in Tokyo, retweeting the JNTO warning.

日本政府観光局 (JNTO) の公式SNS及びウェブサイトでの情報発信

○非常時の外国人旅行者の安全・安心の確保に向けた検討会

災害時に必要な情報をより多くの外国人旅行者に確実に届けるための手法や周知等については、不断の見直しが必要であることから、2019年（令和元年）10月29日に、有識者、交通事業者、観光関係者、地方自治体、関係省庁等に広く参画いただき「非常時の外国人旅行者の安全・安心の確保に向けた検討会」を立ち上げた。

検討会においては、外国人旅行者への対応について自治体や交通事業者・観光・宿泊施設にアンケートを実施。全4回にわたり、非常時における外国人旅行者への対応について各主体における課題の整理、関係者間の連携の強化、好事例の共有等を通じ、災害等の非常時における外国人旅行者への対応力の強化に向けた検討を行った。

観光庁としては、検討会での議論を踏まえ、2020年度（令和2年度）中に、外国人旅行者への情報提供の強化のため、災害、地名等の予備知識がないことを前提に、「正確な情報」を「伝わる表現」に言い換えて発信するためのテンプレートとなる用語集を作成する。また、自治体対応等における非常時の外国人旅行者対応の準備を促すため、自治体等で作成するマニュアルに、災害ごと対象者ごとに盛り込むべき項目等を定めた指針を示す。



第1回検討会で挨拶する赤羽国土交通大臣

検討会全体の流れについて



第1回検討会 2019年10月29日

<メインテーマ> 外国人旅行者に対する取組みの共有及検討会の進捗整理

- ・外国人旅行者向け情報発信の取組み紹介 (NHK国際放送局・日本政府観光局・観光庁)
- ・外国人旅行者の多言語対応ニーズについて (季委員)
- ・自治体における災害対応の取組み紹介 (大蔵府・札幌市)
- ・本検討会における論点 (情報発信・現地初動対応) について、整理・議論

◎自治体、交通事業者、観光・宿泊施設、外国人観光客アンケート調査 (2019年11月中旬～12月)

第2回検討会 2019年12月19日

<メインテーマ> 交通事業者・観光・宿泊施設による情報発信

- 【実施内容】
- ・外国人観光客、交通、観光・宿泊施設へのアンケート結果共有
 - ・事業者における多言語での情報発信について具体事例共有
 - ・日本政府観光局の取組み紹介
 - ・非常時における外国人旅行者の安全・安心の確保における自治体の役割 (高松委員)

第3回検討会 2020年1月21日

<メインテーマ> 自治体対応・現地対応

- 【実施内容】
- ・情報発信に関するとりまとめ案の提示
 - ・外国人旅行者の選好行動と要因分析 (崔委員)
 - ・自治体へのアンケート結果共有
 - ・自治体・現地対応における具体事例共有

第4回検討会 2020年2月28日

<メインテーマ> 検討会のまとめと当面の取組方針について

- 【実施内容 (予定)】
- ・新型コロナウイルス対応について
 - ・地方自治体マニュアルの具体事例等について
 - ・当面の取組方針 (案) について

検討会全体の流れ

第7節 地域における観光振興の取組

日本の各地域において、国内外からの観光客誘致や観光振興の取組が進められている。以下では、各地方ブロックにおける取組を紹介する。

1 北海道

○国際的な観光指標の導入を踏まえた持続可能な観光の推進

観光地が長きにわたって旅行者を受け入れていくためには、経済・社会・文化・環境等の様々な観点から十分配慮された持続可能な観光となっていることが重要とされており、G20観光大臣会合をはじめとした国際会議においても主要なテーマとなっている。また、世界の旅行者の間では持続可能な観光への関心が高まっており、そうした観光地や宿泊先が選ばれるようになってきている。

このため、北海道運輸局では、持続可能な観光に関心のあるニセコ町と釧路市阿寒湖温泉において、地域の観光関係者を対象に、国際基準であるグローバルサスティナブルツーリズム協議会(GSTC)¹²の観光指標を包括的に学ぶトレーニングプログラムを実施し、持続可能な観光に対する地域の機運を高めている。また、国際認証を取得するためには環境リスクに対する取組が必要であるため、実践的な取組として、釧路市阿寒湖温泉でペットボトルごみを削減する実証事業を行っている。具体的には、①釧路市水道局で販売している水道水の「くしろ阿寒百年水」のブランド化、②給水スポットの設置(阿寒湖まりむ館、阿寒湖アイヌシアター「イコロ」、阿寒湖バスセンター)、③コンビニエンスストアへのポスター掲示とマップアプリ(My Mizu)による告知、④猛禽類医学研究所と民間企業がコラボレーションしたマイボトルの販売(売上費の一部が猛禽類の保全・保護活動費に充てられる)、⑤事業結果を全道的に広く周知するためのセミナー(持続可能な観光地域づくりin札幌)の開催を行った。北海道運輸局が実施したアンケートによると、訪日外国人旅行者の約8割がマイボトルを利用し、約7割が「くしろ阿寒百年水」の美味しさを認識し、給水スポットの利用意向を示している。既存の設備を活用した成果として他地域においても取り組むことが十分に可能である。今後は、持続可能な観光に向けた全道的な取組に生かしていく。



トレーニングプログラム実施状況



給水スポットに貼り付けた掲示物



給水スポット告知ポスター



My Mizuアプリによる告知

○人工知能(AI)による配車機能を備えたバスの運行に関する実証事業

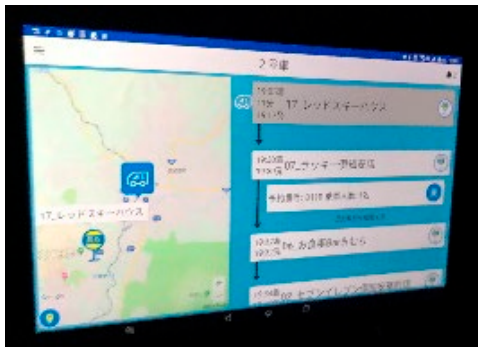
豊富な自然や質の高い雪を求め、倶知安町には世界中から多くの観光客が来訪している。訪日外国人旅行者の多くは市街地から離れたリゾートエリア(花園エリア、ひらふエリア)に滞在し、ローカルフードを食べたい場合などには市街地に移動しているが、リゾートエリアと市街地を結ぶ公共交通は、時間帯によっては不十分な状況にある。

このため、北海道運輸局では、人工知能(AI)による配車機能を備えた車両により、オンデマ

¹² グローバルサスティナブルツーリズム協議会(Global Sustainable Tourism Council)は、官民の関係者を対象に持続可能な観光における理解と活動を促進するために持続可能な観光の国際基準を策定・運営している協議会。創設は2008年。

ドで効率的な運行を提供することで訪日外国人旅行者の利便性が向上するかを検証した。これは乗車の新規予約や予約キャンセルが入るたびにAIがリアルタイムで次の停留所と到着・出発時刻を必要に応じて更新し、車両に搭載した運転手用タブレット画面を基に、運転手が運行を行うものである。また、本事業では利用者が事前にオンラインで決済し、乗降時はスマートフォン上に表示させた予約番号の提示のみとすることにより、キャッシュレスでスムーズな手続きを可能とした。

今後は事業実施の結果を踏まえ、自走化に向けた検討を進め、訪日外国人旅行者の利便性向上を図る。



運転手用タブレット画面



乗車の様子



予約サイト画面

2 東北

○訪日外国人旅行者受入環境向上に向けたインバウンドおもてなし心得研修の実施

訪日外国人旅行者の受入環境向上に資するため、街中における訪日外国人旅行者に対するおもてなし力向上を目的とした「外国人観光客受入マニュアル」の更新やポケット版の作成とともに、2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会¹³（以下「東京2020大会」という。）開催地である宮城県利府町、福島県福島市で地域が取り組むべき内容を盛り込んだ「インバウンドおもてなし心得研修」を開催した。

研修では、異文化理解ワークショップ、Voicetra実技演習などを通じてインバウンド受入に対する不安の払拭やコミュニケーション力の向上を図り、観光案内、宿泊、交通、ボランティア等業種を超えた地域全体での受入体制の強化を推進した。

外国人観光客受入マニュアル
(ポケット版)

○東北ファンの獲得に向けた四季の魅力の発信

2019年（令和元年）10月30日の仙台バンコク国際定期便の約5年半ぶりの路線再開に併せて、タイの旅行会社、航空会社及びメディアを招請し、東北の秋・冬の観光の魅力を知ってもらった他、2020年（令和2年）1月にはタイ旅行業協会が主催する旅行博覧会「Thai International Travel Fair #26」に出展し、春・夏を中心に東北の観光の魅力を発信した。

欧米市場に対しては、東北の認知度向上を図るため、市場の嗜好に合致する東北の手つかずの雄

¹³ 2020年（令和2年）3月30日に、東京オリンピックは2021年（令和3年）7月23日から8月8日に、東京パラリンピックは同年8月24日から9月5日に開催されることが決定された。

町観光交通総合対策協議会」を設置し、来訪者に対し箱根エリアの目的地別に混雑時を避けた観光交通ルート案内する『箱根町観光交通マップ』を取りまとめ、ホームページ等を活用して広く周知した。

○ラグビーワールドカップ2019日本大会出場国からの訪日誘客促進事業

ラグビーワールドカップ2019日本大会に際して、試合観戦者だけでなく多くの欧米豪ラグビーファン層を対象とした、試合開催地及び同地域内の観光紹介等を行う特設ウェブサイトを構築し、インターネット広告等によるPRを行った。内容としては、東京都浅草の伝統文化や神奈川県・横浜三溪園における庭園文化、埼玉県秩父長瀨ライン下りのアクティビティ等を紹介し、ラグビー観戦者の関東地域内での周遊促進を図った。

また、出場国である米国、イギリス及びオーストラリアのインフルエンサーを招請し、関東5自治体（埼玉県、熊谷市、東京都、神奈川県、横浜市）の観光スポット等をインフルエンサーが取材撮影・情報発信することによって、当該地域内への誘客を図った。



特設ページへ誘導するための動画広告



観光スポット視察(大宮盆栽美術館)

4 北陸信越

○北陸新幹線沿線官民広域連携による誘客プロモーション

北陸新幹線沿線は、多くの世界遺産、国立公園、日本海、歴史的な街並み、各地の温泉、食、伝統文化等の豊富な観光資源に恵まれている。

2015年（平成27年）3月の北陸新幹線金沢延伸開業を機に、北陸新幹線を活用し東京大阪間を北陸経由で結ぶ旅行ルートが訪日外国人旅行者に定着し、新たなゴールデンルートとなることを目指し、沿線の自治体とJR各社及び北陸信越運輸局が連携して、沿線地域の観光資源の情報発信や当該エリアを対象とした訪日外国人旅行者向けフリーパスを使った周遊観光の提案等の誘客プロモーションを推進している。2019年度（令和元年度）には、将来の北陸新幹線の大阪延伸を見据えて、官民連携に京都府と大阪府が新たに参画し、東京都、埼玉県、群馬県、長野県、新潟県、富山県、岐阜県、石川県、福井県、滋賀県、京都府、大阪府の12都府県及び東日本旅客鉄道(株)、西日本旅客鉄道(株)並びに北陸信越運輸局の15団体となった。

今後、上記フリーパスを利用して訪れる滞在期間の長い欧米豪や東南アジアのFIT層をターゲットに、プロモーションを強化していく。



新たなゴールデンルートのイメージ図

○キャッシュレス決済の浸透に向けた受入環境整備分科会の開催

昇龍道プロジェクト推進協議会は、2019年（令和元年）8月に金沢市において、訪日外国人旅行者の受入環境整備を推進するための課題とその解決策について研究する「受入環境整備分科会」を開催し、観光関連事業者及び自治体の担当者等を対象に「キャッシュレス決済の浸透に向けて」をテーマに、キャッシュレス決済の普及促進に係る国の取組紹介や、銀行及びキャッシュレス決済事業者による決済システムやその導入の好事例の説明を行った。その後、参加者相互間で情報交換や意見交換を自由に行う「ビジネス交流会」を行い、キャッシュレス決済事業者と参加者による個別相談も実施した。

終了後のアンケートでは、参加者の約9割が「参考になった」と回答。普及促進に向けて期待の持てる結果が得られた。

次年度以降も関係省庁及び自治体等と連携し、キャッシュレス決済環境の普及率を高め、北陸信越地域の訪日外国人旅行者の利便性向上を図っていく。



分科会の様子



交流会の様子

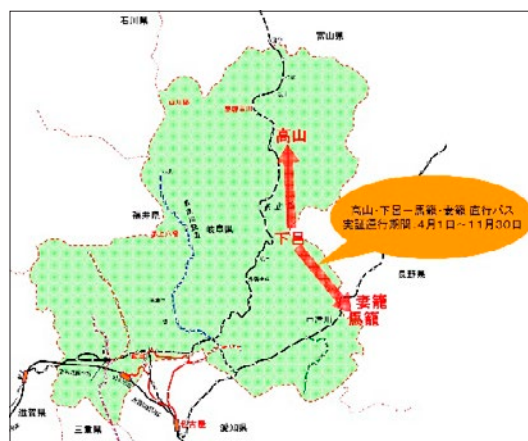
5 中部

○「高山・下呂－馬籠・妻籠」直行バス実証運行

飛騨地域（高山・下呂・白川）を訪れる欧米豪や中国等の訪日外国人旅行者には、旧中山道馬籠宿・妻籠宿の人気の高いが、両地域をダイレクトに結ぶ移動手段がなく、公共交通を利用する場合、長時間（特急利用で約3時間半）をかけて移動していた。そのため、高山・下呂から馬籠・妻籠方面への移動手段に関する問い合わせが増えていた。

このような状況の中、訪日外国人旅行者の移動利便性・周遊性の向上を図るため、高山市を拠点とするバス運行事業者は、高山・下呂～馬籠・妻籠を短時間かつ乗換え無しで結ぶ乗合バスの実証運行を行った。その結果、高山からの利用者は99%が訪日外国人旅行者であり、乗合バスへの需要があることが確認されたことから、2020年（令和2年）4月から本格運行が開始された。

訪日外国人旅行者の地域内の周遊促進により、観光客の定着や滞在時間の延長、消費の拡大などにつながることを期待される。



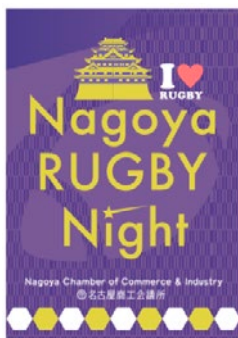
岐阜県の鉄道の状況

○「ナイトコンシェルジュデスク」を開設

中部運輸局では、ラグビーワールドカップ2019日本大会の観戦及びその前後に訪れる欧州からの訪日外国人旅行者に対し、試合開催地及び中部地域の観光資源を訴求するプロモーション事業を実施した。具体的には、フィンランド航空の機内誌に、予選会場となる愛知県豊田市及び静岡県袋井市をはじめとした中部地域の観光資源の魅力を紹介するとともに、機内誌と連動したウェブキャンペーンページを構築し、情報発信を行った。

また、名古屋市において、ラグビーワールドカップ2019日本大会開催を契機に、名古屋商工会議所、愛知県、名古屋市、名古屋市交通局、名古屋鉄道(株)の5者が連携し、名古屋における訪日外国人旅行者の満足度向上及びナイトタイムエコノミーの振興を目的に、愛知県・名古屋市を訪れる訪日外国人旅行者に向けた無料案内所である「ナイトコンシェルジュデスク」を期間限定で開設した。「Nagoya RUGBY Night」と称し、英語対応スタッフによる各種問合せ対応、「NAGOYA FUSHIMI NIGHT MAP」の配布、伏見駅周辺で深夜まで営業している飲食店の紹介、無料Wi-Fiの提供、名古屋の観光案内等、地元飲食店・行政・商工会議所が一体となって、地域全体を盛り上げた。

今後は東京2020大会や2026年アジア競技大会等を見据え、地域や行政等との連携をより一層強化し、取組の充実や拡大に向けた検討をしていく。



店舗掲出ポスター



NAGOYA FUSHIMI NIGHT MAP(名古屋市作成)

○岐阜県大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会を設立し、ドラマをPR

2020年(令和2年)の大河ドラマ「麒麟がくる」では、岐阜県にゆかりの深い戦国武将・明智光秀が主人公として描かれていることから、岐阜県と関係8市町(岐阜市、大垣市、瑞浪市、恵那市、土岐市、可児市、山県市、御嵩町)の行政、観光関連団体が一体となり、岐阜県の魅力を全国に発信するとともに、観光をはじめとする産業及び地域の活性化を図ることを目的として「岐阜県大河ドラマ『麒麟がくる』推進協議会」を設立した。

岐阜市では、観光客の受入環境を整えたほか、大河ドラマ館のオープンや岐阜周遊クイズラリーといったイベントを実施したこともあり、2020年(令和2年)の1月の岐阜城の入場者数は約2万3,000人となった。これは2019年(令和元年)の平均月間入場者数の1万1,000人及び、月別統計を開始した平成元年以降過去最高の1万7,000人(平成4年1月)を大幅に超えた。

6 近畿

○関西トッププロモーション

近畿運輸局は、関西広域連合及び関西経済界等のトップとともに、ゴールデンスポーツイヤー

ズ¹⁴や大阪・関西万博などを通じて欧州市場における「KANSAI」ブランドの向上と誘客促進等を図るため、関西をPRするプロモーションを実施した。

関西における世界遺産を始めとする歴史遺産の多くは都市圏に所在しており、観光と住環境との調和、都市開発と景観保護のバランス、遺産の保全と公開の在り方など長期的な取組が必要なことから、同様の課題を抱えるパリ・ロンドンにおいて、現地の政府機関や旅行団体等との課題解決に向けた意見交換、観光団体及びメディア等に対する関西観光セミナーを行った。セミナーでは、関西各地域のPRプレゼンの他、芸舞妓による舞の披露によって関西文化の魅力を紹介した。

フランスでは、今後、国際スポーツイベントや国際博覧会の開催を控えており、同イベントが日仏両国の更なる観光交流の機会となることから、関西とイル・ド・フランス州において、定期的な情報交換、共同プロモーション活動の実施等、観光分野のイニシアティブにおいて協力することを約束する「観光分野における協力活動発展のための覚書」を締結した。



関西観光セミナー
(UNESCO本部:パリ)



芸舞妓による舞の披露
(大英博物館:ロンドン)



イル・ド・フランス州との意見交換及び覚書締結式
(パリ)

○「外国人観光客等への観光マナーの周知啓発事業」を実施

祇園町南側地区（京都市東山区）では、外国人観光客等の急増に伴い、文化や生活習慣の違いなどから、日常的に私有地への無断立入、犬矢来等への接触・破損、舞妓への無断撮影といった様々なマナー違反が発生するなど、市民生活にも影響が生じており、地域住民から早急な事態の改善を求められている。そこで、京都市、地域住民及び、関係団体の協力の下、秋の観光シーズンの間、同地区において観光マナーの周知・啓発を図る実証事業を実施した。

スマートフォン等へのマナー情報のプッシュ通知、多言語対応可能な巡視員による啓発・指導、防犯カメラ周知ポスターの掲示等を通じて観光マナーの周知・啓発を実施した結果、観光客のマナーに関する認知度を向上させることができ、それによって実施期間中、マナー違反による迷惑行為が3割程度減少した。また、観光客による迷惑行為が減ったことで、日常生活の中でマナー違反が気になるという地域住民も減少がみられるなど、一定の効果が得られた。

7 中国

○山陰エリアで訪日外国人に向けた「観光地型MaaS」の実証事業を実施

新たなモビリティサービスの推進を支援する国土交通省の「新モビリティサービス事業」において、全国19地域の「先行モデル事業」の一つとして選定された、山陰エリア（鳥取県及び島根県東部）では、2019年(令和元年)12月から2020年(令和2年)3月までの間「観光地型MaaS(Mobility as a Service)」の実証事業を実施した。

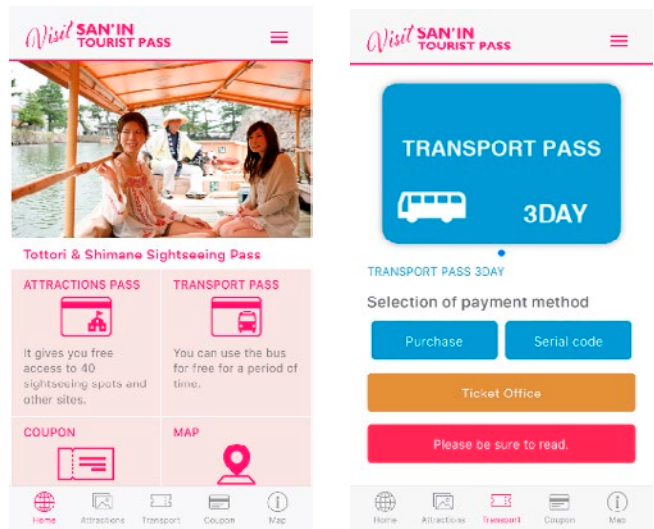
実証事業では、既存の訪日外国人向け周遊アプリ「Visit San'in Tourist Pass」に、鳥取県・島根県

¹⁴ ラグビーワールドカップ2019日本大会、東京2020大会、ワールドマスターズゲームズ2021関西と大規模な国際スポーツイベントが連続で開催され、国内外の多くのアスリートやスポーツファンなどから日本・関西が注目される3年間を指す。

それぞれで発行される交通フリーパス「鳥取藩乗放題手形」及び「縁結びパーフェクトチケット」の機能を電子化して付加した。

周遊アプリには元々、観光施設の入場パスや飲食店等の割引特典、目的地までの経路検索機能等があり、2017年（平成29年）7月の販売開始から2019年度（令和元年度）末までの総ダウンロード数は約1万件に及んでいる。今回の交通フリーパスと組み合わせることにより、山陰エリアでの訪日外国人旅行者のシームレスな周遊観光の実現が期待される。

今後は、実証事業で収集したアプリ利用者の行動データを基に、MaaSによる地域内移動の利便性向上や広域周遊促進への寄与を検証する。持続可能で最適な「観光地型MaaS」の実装を通じて、山陰エリアでの訪日外国人旅行者の滞在時間の延長や域内消費の拡大を目指す。



訪日外国人向け周遊アプリ「Visit San'in Tourist Pass」

○瀬戸内海で訪日外国人に向けた「海事観光」の実現へ

2019年（令和元年）5月、中国運輸局は、西日本旅客鉄道(株)、瀬戸内海汽船(株)とともに、瀬戸内エリアへの観光誘客拡大に向けて、魅力ある海事観光コンテンツの開発、受入環境の整備及び情報発信の機運の醸成、促進することを目的として、「せとうちエリアの海事観光の振興に向けた連携協定に関する協定」を締結した。「海事観光の振興」をテーマにした、官民による締結は全国で初めてとなる。

協定を踏まえて、西日本旅客鉄道(株)、瀬戸内海汽船(株)が観光型高速クルーザー「SEA SPICA（シースピカ）」を建造、2020年（令和2年）夏に導入する。同船は、独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構（JRTT）が創設した新たな制度（国内クルーズ船の共有建造制度）を活用した初めてのケースであり、鉄道と船舶を組み合わせた新たな観光周遊ルートの開発により瀬戸内エリアへの誘客が期待される。



「連携協力に関する協定」調印式



SEA SPICA(シースピカ)イメージ図

8 四国

○「第9回 VISIT JAPAN大使の集い2020in 四国」の開催

2020年（令和2年）2月7日、四国運輸局は、VISIT JAPAN大使の会、（一社）四国ツーリズム創造機構とともに、訪日外国人旅行者対応の先駆者として国が任命したVISIT JAPAN大使¹⁵（以下「VJ大使」）の実績を紹介するとともに、訪日外国人旅行者の誘客推進等について、開催地域の事業者等と意見交換を行う目的で、「第9回 VISIT JAPAN大使の集い2020in 四国」を開催した。全国から13名のVJ大使、自治体、観光関係者等約300名が参加した。VJ大使の集いの開催経緯や、VJ大使の活動や使命などを交えた開会宣言のあと、リレー講演では4名のVJ大使が登壇し、それぞれの立場における取組（民間の連携による地域ブランドの活用、訪日外国人旅行者向け案内所開設や歓迎イベントの推進、来訪を歓迎する観光教育や「おもてなし講座」による国際交流等への普及・啓発活動等）の紹介が行われた。また、パネルディスカッションでは、四国における滞在型観光の発展や旅行消費拡大に向けた議論が行われた。

最後に、四国固有の「お遍路文化」から根付いたスピリチュアルトラベルを土台に、四国を1つのまとまった観光エリアとして考える「ワンチーム四国」を宣言して終了した。



参加のVISIT JAPAN大使等

9 九州

○『祭りアイランド九州』の実施

祭りアイランド九州実行委員会（構成メンバー：九州地域戦略会議¹⁶）は、ラグビーワールドカップ2019日本大会の開催（九州では福岡県3試合、熊本県2試合、大分県5試合）に合わせ、熊本地震からの創造的復興と九州・山口地域の魅力を世界にPRし、欧米豪の訪日外国人旅行者の周遊促進とリピーター化を目的とする官民一体の取組として『祭りアイランド九州』を実施した。

2019年（令和元年）9月28、29日には、九州・山口地域の魅力をPRするため、博多祇園山笠、日田祇園などユネスコ無形文化遺産に登録されている5つの祭りを含む九州・山口各地の特色ある37の祭りが初めて一堂に集結する九州最大規模のイベント「九州の祭り集結」を開催（観光物産展：「九州・火の国元気まつり（九州商工会議所連合会主催）」を同時開催）した。来場者は想定の18万人を大きく上回り、22万人にのぼった。

また、ラグビーワールドカップ2019日本大会開催期間中（9月20日～11月2日）に九州・山口各地で開催される57の祭りへの旅行者の周遊促進を目的とした「九州・山口祭りめぐり」について、国内外約200社の旅行会社や国際機関を通じてPRするとともに、欧米豪向けにSNS等による情報発信を行った。各旅行会社が企画した国内外向けの旅行商品を公式ホームページで紹介するなどの取組も実施した。参画した57の祭り団体へのアンケート結果によると、祭りへの外国人来場者数は前年に比べ延べ約5,000人増加した。

「九州の祭り集結」と「九州・山口祭りめぐり」について、合わせて61の旅行・体験商品が国内外で販売され、日本人699人、外国人233人がそれらの商品を通して各祭りに来場した。

九州各地では、ラグビーワールドカップ2019日本大会を契機とした取組や調査結果等を活かし、観光案内板の多言語表記や宿泊施設の設備の充実など、受入環境の整備が進められている。

¹⁵ 外国人旅行者の受入体制に関する「仕組み」の構築や、外国人に対する日本の魅力の「発信」といった、他の関係者の「お手本」となる優れた取組を行った者を任命。

¹⁶ 「九州はひとつ」の理念のもと、官民一体となって九州独自の発展戦略の研究や具体的施策の推進に取り組んでいくために設立された、九州地方知事会と九州経済連合会、九州商工会議所連合会、九州経済同友会、九州経営者協会が構成される会議。



公式ホームページ



博多祇園山笠が熊本の街を疾走

○若者女性のアウトバウンド促進プロジェクトへの参画

昨今の韓国からの訪日旅行控えにより九州の観光分野に影響が出ている中、九州運輸局は、九州産業大学の学生と日韓航路を運航するJR九州高速船(株)が連携して取り組む「アウトバウンド促進プロジェクト」に、アドバイザーとして参画した。

本プロジェクトは、日本の若い女性をターゲットとした福岡・博多港と韓国・釜山港を結ぶ高速船を利用した旅行商品の造成を、大学生が企画し発表会を行うものである。大学生が、釜山観光公社へのヒアリングや観光地視察を行い、企画を取りまとめるにあたり、九州運輸局は、海外旅行初心者でも安心・安全に旅行できる商品を造成できるよう、学生に対して様々な視点から助言を行った。

2020年（令和2年）1月15日に行われた発表会には高い関心が寄せられ、多くのメディアから取り上げられた。また、船舶運航事業者により、大学生の企画を取り入れた旅行商品の販売が計画されている。

九州運輸局は、韓国からの訪日外国人旅行者回復に備えつつ、韓国へのアウトバウンド促進を図り、草の根レベルでの日韓相互交流の取組を推進していく。



発表会の様子

○九州インバウンドプロモーションの多角化

九州運輸局は、自治体や観光団体、交通事業者を含む民間等と広域に連携し、来訪者の多い東アジアだけではなく、航空便数が着実に増加しているASEAN諸国や、滞在期間が長く旅行消費単価が高い傾向にある欧米豪などの多様な国・地域に対し、魅力ある九州各地の観光資源を活かしたインバウンドプロモーションを行っている。

2019年（令和元年）度は、11月8日～11日に台湾・台北市で開催された台北国際旅展（ITF）に、西日本鉄道(株)、SUNQパス運営委員会¹⁷、九州6県と連携し日本最大級となるPRブースを出展した。イベントステージでは、連日、各県PRと台湾の有名ブロガー夫婦によるトークショーを行ったほか、台湾でも大人気の熊本県PRキャラクターの「くまモン」が登場し、多くの関心を集めた。その結果、九州ブースは、「最優秀人気賞」に選ばれた。

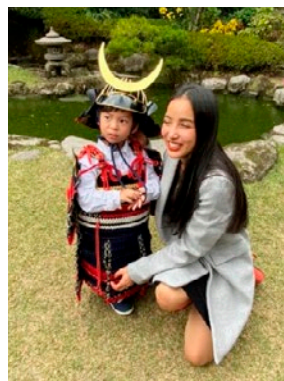
ASEAN向け事業では、SNSのフォロワー数が1,000万人を超えるタイの人気女優を招請し、親子で楽しめる九州旅行をテーマにSNSで情報発信を行ったほか、シンガポール、マレーシア、フィリピン、ベトナム各市場からメディアや旅行会社の招請などを実施した。

¹⁷ 九州各県・下関47社局で組織された「SUNQパス」を発行・運営するための組織。

欧米豪向け事業では、旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」内に九州特集ページを制作し、九州の認知度向上を図るなど、九州における訪日外国人旅行者の誘客の多角化に向けた取組を加速させている。



ITF九州ブースの様子(©2010熊本県くまモン)



タイの人気女優を招請

10 沖縄

○那覇空港におけるレンタカー貸渡満足度向上のための実証調査

沖縄の観光においては、訪日外国人旅行者を含め観光客の半数以上がレンタカーを利用しており、沖縄本島でレンタカーを利用する観光客の約9割が那覇空港周辺エリアにおいて借り受けている。そのため、那覇空港においては、レンタカー送迎車待ちによる混雑が発生し、満足度が低い状況にあった。

こうした中、レンタカー送迎車乗降場の増枠や、一般車用乗降場の廃止及び立体駐車場の30分無料化などの取組を行った。また、レンタカー利用者の満足度低下の要因について調査を行ったところ、那覇空港においては、レンタカー送迎車乗降場の位置の案内が不足していることが明らかとなった。そのため、空港到着からレンタカー送迎車乗降場までの観光客の動線に合わせて、各所で案内の充実を図る実証調査を実施したところ、国内観光客については「分かりにくかった」「やや分かりにくかった」の割合が減少し(27%→10%)、外国人観光客については「分かりやすかった」の割合が増加した(52%→60%)。



バゲッジクレーム出口の送迎車のりば



接車帯柱の番号及び会社名案内

コラム

I-5

持続可能な観光先進国に向けた取組

近年、急速な訪日外国人旅行者の増加も一因として、一部の地域では、地域住民や訪問する旅行者の間で、混雑やマナー違反などの課題への関心が高まっており、これに呼応していわゆるオーバーツーリズムに関連する報道もしばしば見受けられるようになっている。こうした課題に対して、各地域において、観光客の季節・時間・場所の分散や、観光客へのマナー啓発等の対策が講じられているとともに、観光庁においては、2019年（令和元年）6月に観光庁長官を本部長とする「持続可能な観光推進本部」において今後の取組の方向性取りまとめたところであり、これに基づき持続可能な観光の実現に向けた様々な取組を行っている。

○訪日外国人旅行者向けマナー啓発動画の作成・公開

文化や習慣の違いにより、日本人にとって「当たり前」のマナーは、外国人旅行者にとって「当たり前」のマナーとは限らない。マナー違反については、日本独自の文化や習慣を「知らなかった」ことに起因するものもあり、まずは、こうした日本独自のマナー・文化・風習への理解を促すことが重要となる。観光庁においては、2020年（令和2年）1月に、侍や忍者、空手家等の日本らしさを表すキャラクターを用いたマナー啓発動画を作成し、地域の要望に応じて、公共交通機関や観光案内所、観光施設等で自由に放映できる形で公開している。



寺社仏閣でのマナー啓発



「お通し」文化の紹介

○観光地域マネジメントに役立つ持続可能な観光指標（ガイドライン）の開発

観光客と地域住民の双方が満足できる持続可能な観光を実現するには、個別課題に対する応急処置的な対策のみでなく、各地域において中長期的な視点に立った適切な観光地域マネジメントの実施が不可欠である。観光庁においては、こうした持続可能な観光地域マネジメントの実施に役立つツールとして、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光指標（仮称）」を開発している（2020年（令和2年）夏頃決定予定）。

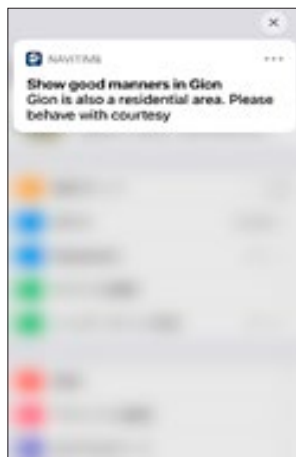
これは、地域や観光地の持続可能性を測定、監視、改善するためのツールであり、観光によるポジティブ・ネガティブ両面について多面的な実態把握を促すものである。具体的には、観光客の入込客数や消費額などの経済的な指標に加え、観光地の運営に地域住民の意見を反映しているか、地域の自然や文化的資源の保護計画が策定されているか、危機管理は的確になされているかなど、経済、文化、環境、住民の各分野に項目が設けられている。これらの項目に対し、客観的なデータ測定による現状把握、目標の設定、取組・対策の実施、達成状況のモニタリング及び検証結果に基づく改善という循環を繰り返すことにより、観光が地域に与える影響のプラス面を最大化し、マイナス面を最小化するための指針を示すものと位置付けられる。

○個別課題への対策に関する事例（京都市）

京都市においては、外国人観光客の約半数が訪れる人気の観光スポットである祇園地区において、犬矢来に腰掛けての飲食、道幅（車道）いっぱい広がっての通行などのマナー違反が問題となっている。そのため、改善に向けたマナー啓発の取組として、2019年（令和元年）9月から12月にかけて、対応するアプリをインストールしているスマートフォンや宿泊施設で無料貸出されているスマートフォン利用者等に対するマナー情報のプッシュ通知や、多言語対応可能な巡視員による啓発・指導、防犯カメラが設置されていることやマナー違反の内容を周知するためのポスターの掲示等の取組を実施した。その結果、観光客へのアンケートにおいて全てのマナー違反項目について認知度が向上するとともに、観光客のマナー違反による迷惑行為が3割程度減少したことが防犯カメラにより確認できるなど、一定の効果があったと考えられる。



祇園町南側地区におけるマナー啓発の取組全体図



スマートフォンへの
プッシュ通知画面



ポスター掲示

コラム

I-6

G20 北海道倶知安観光大臣会合の開催

我が国は、G20の議長国として、2019年（令和元年）10月25日、26日の両日、北海道倶知安町において、G20北海道倶知安観光大臣会合を開催した。赤羽国土交通大臣を議長とし、招待国、国際機関を含めて31の国と機関が参加した。

G20観光大臣会合は、同年6月のG20大阪首脳宣言において、観光を世界経済の牽引役と位置づけ、各国首脳が包摂的かつ持続可能な開発の実現に対する観光部門の貢献を最大化するために取り組むとしたことも踏まえ、今般初めてG20関係閣僚会合として開催されたものである。

本会合では、世界各国の共通課題である、「持続可能な開発目標（SDGs）に対する観光の貢献」をメインテーマに、「観光客と地域社会に貢献する観光マネジメント」及び「持続可能な観光を推進する技術革新」について議論を行った。また、同年10月に開催したピッチコンテストの入賞者によるプレゼンテーションや、民間企業の代表を招いた官民セッションを開催し、国内外の民間企業の優れた取組を共有するとともに、持続可能な観光の推進に向けた官民連携のあり方等について活発な議論を行った。

同年5月と10月の2回の高級実務者級会合での議論を含め、大臣会合において行った議論の成果として、「北海道倶知安宣言」、同宣言の附属書として「観光分野における女性活躍推進に向けた行動」及び「観光の強靱性向上に関する行動」を採択した。北海道倶知安宣言においては観光が17のSDGsのすべてに貢献できる分野であるとの共通認識のもと、持続可能な発展と観光を通じた経済成長のために各国で取り組んでいくこと、官民連携や住民参画を進め、観光客と地域住民の双方に配慮した持続可能な観光マネジメントを促進すること、観光産業の生産性向上や観光産業の質の向上の実現のため、イノベーションと起業を促進することなどが盛り込まれた。

また、会合は世界各国から代表団等が北海道に来訪する貴重な機会でもあることから、地元関係者と連携し、北海道及び倶知安町の魅力を世界に発信した。代表団はエクスカッションとして、倶知安町の酒蔵や地元食材を使ったレストラン、ウポポイ（民族共生象徴空間）の建設現場等の22コースの中から興味のあるコースを選んで参加し、開催地北海道及び倶知安町を満喫した。地元の高校生による各国代表団への提言発表や、町内の飲食店で地元ならではの夕食を味わうイベント「倶知安ナイト」を開催し、町全体でのおもてなしと交流を行うことができた。

今後も本会合で得られた知見を活用しながら、観光先進国の実現に向けた更なる取組を進めていく。



フォトセッション



議長として発言する赤羽国土交通大臣



会合の様子