

# 第Ⅱ部

---

新型コロナウイルス感染症を  
踏まえた観光の新たな展開

第Ⅰ部で示したとおり、2020年（令和2年）1月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、観光需要は大きく減少した。

第1章では、新型コロナウイルス感染症による観光への影響について整理した上で、政府や地方公共団体による対策を振り返る。次に、感染拡大によってもたらされた、或いは加速した観光のトレンドの変化について、多面的に分析する。最後に、来るべきインバウンド復活を見据え、我が国のコロナ前のインバウンドの状況を分析する。

第2章では、我が国の観光の特性について、他の産業との比較も交えて分析する。その上で、観光業の体質強化や観光地の再生に向けた取組について、具体的な事例をもとに展望する。

## 第1章

## 新型コロナウイルス感染症が観光業にもたらした影響

## 第1節 新型コロナウイルス感染症による影響と対策

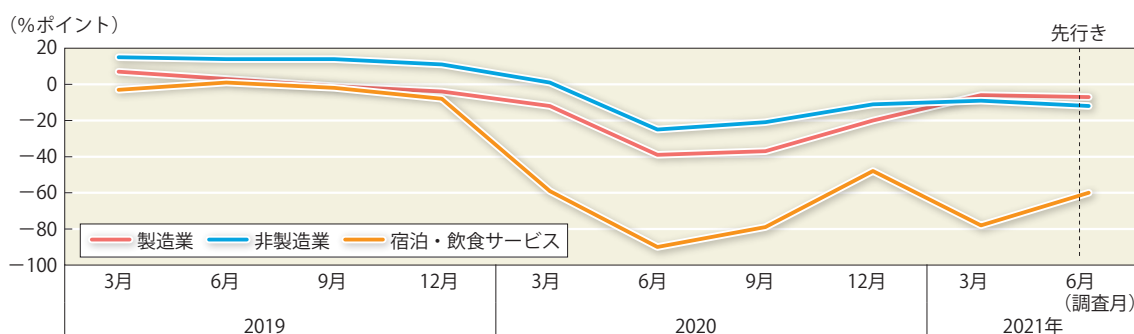
新型コロナウイルス感染症は全ての産業に深刻な影響をもたらしたが、今般の特徴のひとつとして、製造業に比べて、非製造業（サービス業）の落ち込みが顕著だったことが挙げられる。本節では概況に加え、消費、企業業績、雇用といった視点から、新型コロナウイルス感染症の観光関連産業への影響を取り上げる。その上で、事業継続や雇用維持に向けた施策や、感染拡大防止策を徹底しつつ旅行需要を喚起するために取り組んでいるサービス産業消費喚起事業（Go To トラベル事業）（以下、「Go To トラベル事業」という。）について紹介する。

## 1 観光業における深刻な影響

## (概況)

日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」業況判断DIによると、宿泊・飲食サービスの景況感は2020年（令和2年）6月まで大きく落ち込んだのち、12月にかけて持ち直しをみせたが、2021年（令和3年）に入り、再び悪化している。（図表Ⅱ-1）。

図表Ⅱ-1 企業の景況感



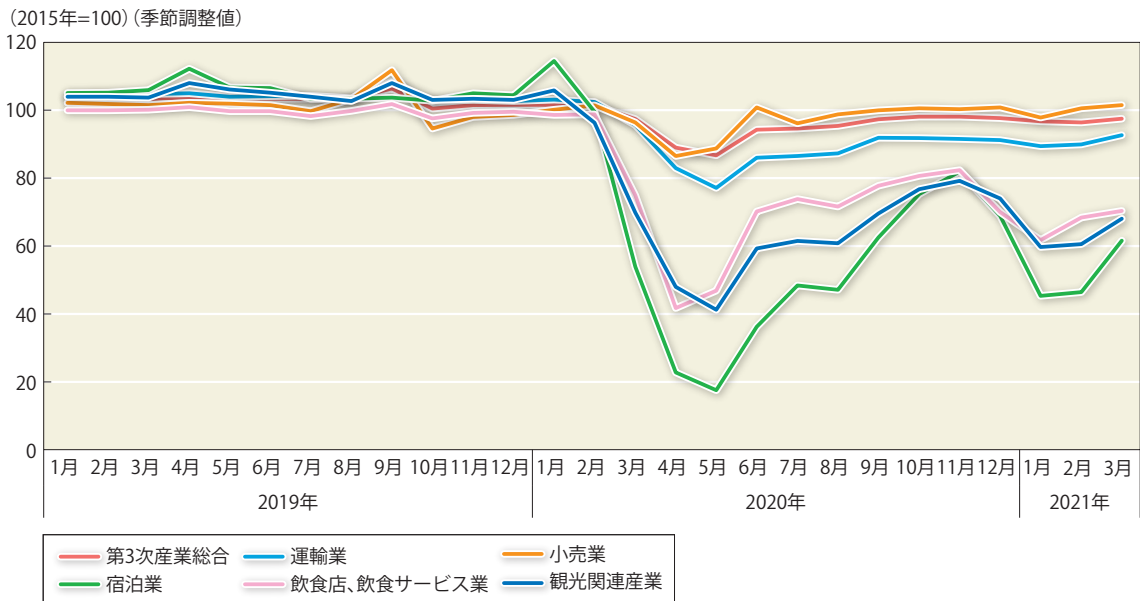
資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」業況判断DI（「良い」-「悪い」）。全規模ベース。  
2021年（令和3年）6月の先行きは、2021年（令和3年）3月時点の回答。

経済産業省「第3次産業活動指数」により非製造業の活動指数の推移をみると、運輸業や小売業、飲食業に比べ、宿泊業の落ち込みが大きい<sup>1</sup>。(図表Ⅱ-2)。

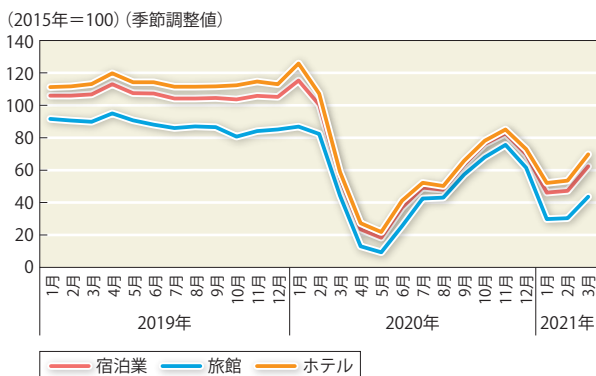
宿泊業については、2020年(令和2年)4、5月を底に11月にかけて持ち直しをみせたが、12月以降は弱い動きが続いている。特に旅館は、足元では2015年(平成27年)の約4割の水準となっている。(図表Ⅱ-3)。

旅行業については、2020年(令和2年)4、5月にはほぼ皆減となった。国内旅行は、その後2020年(令和2年)後半にかけて持ち直しをみせたが、再度の緊急事態宣言の発出等を受けて再び大きく落ち込んだ。足元では2015年(平成27年)の約6割の水準となっている。海外旅行、外国人旅行は、弱い動きが続いている。(図表Ⅱ-4)。

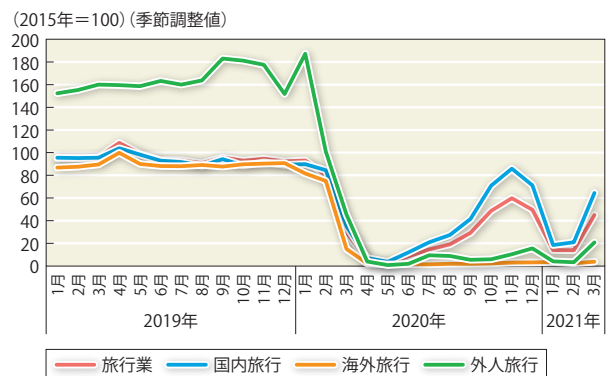
図表Ⅱ-2 第3次産業活動指数の推移



図表Ⅱ-3 第3次産業活動指数(宿泊業)



図表Ⅱ-4 第3次産業活動指数(旅行業)



資料：経済産業省「第3次産業活動指数」

<sup>1</sup> 「観光関連産業」は、鉄道旅客運送業、バス業、タクシー業、水運旅客運送業、国際航空旅客運送業、国内航空旅客運送業、道路施設提供業、自動車レンタル業(法人及び個人向け)、旅館、ホテル、国内旅行、海外旅行、外人旅行、音楽・芸術等興行、遊園地・テーマパークから構成されている。

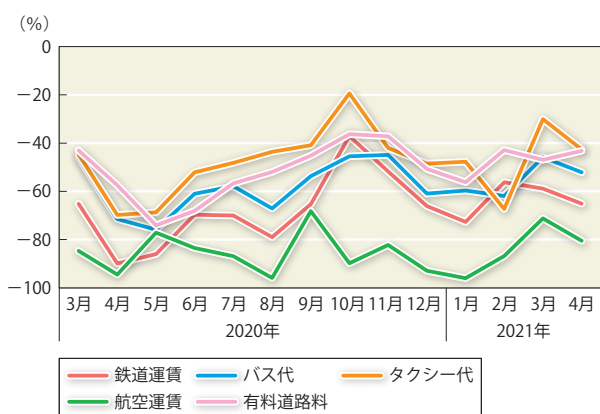
(消費)

総務省「家計調査」により、観光に関連の深い交通関連消費と教養娯楽サービス関連消費について、対2019年同月実質増減率をみる。交通関連消費については、2020年（令和2年）3月以降、2019年（令和元年）の水準を下回って推移しており、下落幅は航空運賃が最も大きい結果となった。

教養娯楽サービス関連消費も全体として2019年（令和元年）の水準を下回って推移している。宿泊料については、2020年（令和2年）10月、11月にかけて、2019年（令和元年）の水準を上回るまでに増加したが、その後は再び落ち込んでいる。（図表II-5、6）。

図表II-5

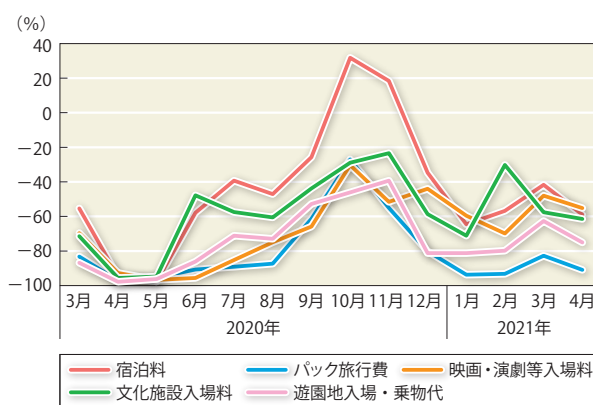
交通関連消費  
(対2019年同月実質増減率)



資料：総務省「家計調査」（2人以上の世帯）

図表II-6

教養娯楽サービス関連消費  
(対2019年同月実質増減率)

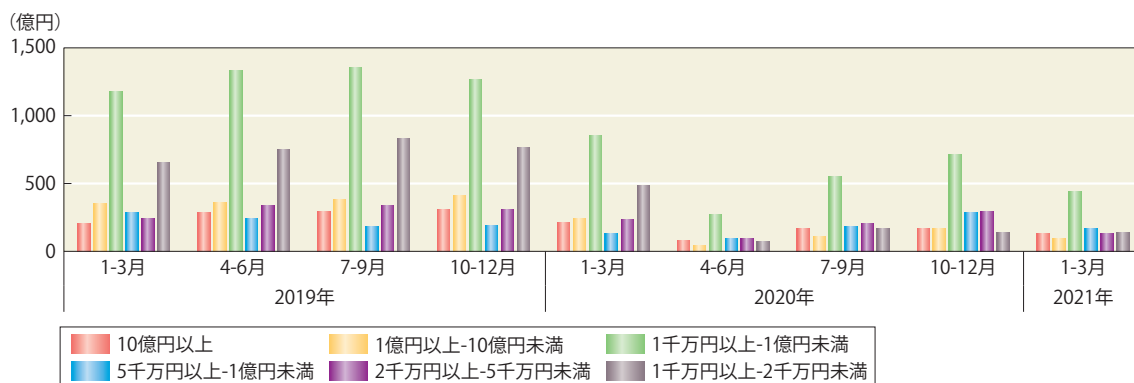


(企業業績)

財務省「法人企業統計調査」により宿泊業の売上高をみると、規模を問わず、2020年（令和2年）4-6月期に大きく落ち込み、その後も2019年（令和元年）の水準には回復していない。（図表II-7）。

図表II-7

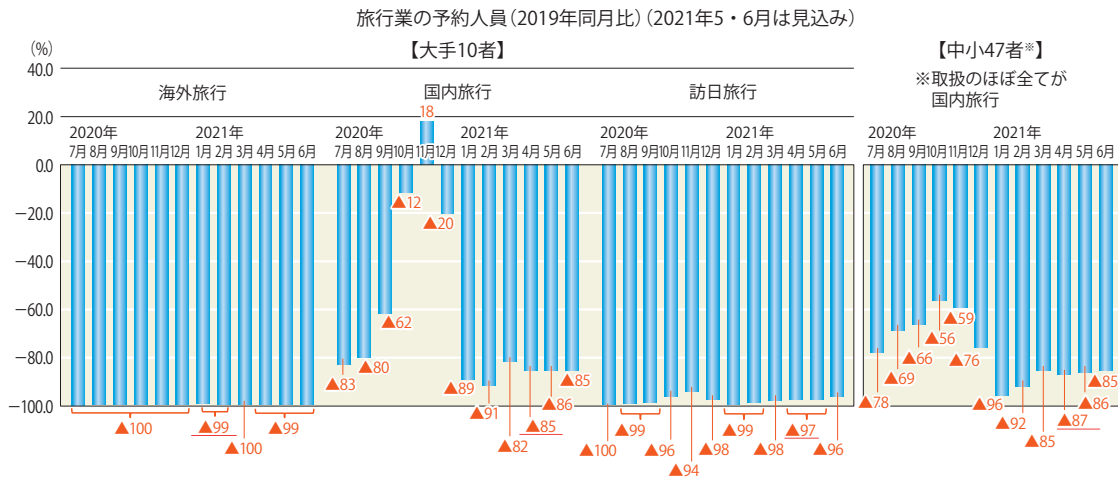
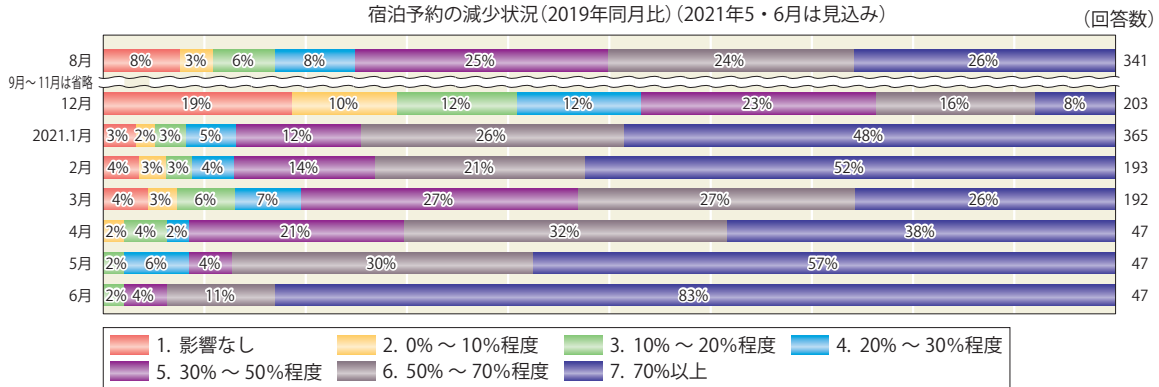
宿泊業 売上高の推移（規模別）



資料：財務省「法人企業統計調査」

また、国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」によると、宿泊や旅行の予約状況は、2020年（令和2年）11月まで回復傾向にあったものの、足元では弱い動きとなっている。（図表Ⅱ－8）。

図表Ⅱ－8 宿泊業及び旅行業への影響



資料：国土交通省調査(2021年(令和3年)4月30日時点)より観光庁作成

民間信用調査会社の東京商工リサーチによると、2020年（令和2年）の宿泊業の倒産<sup>2</sup>件数は、118件（前年比57.3%増）となった。このうち新型コロナウイルス関連倒産は55件（全体の46.6%）と、他業種よりも高い割合であった。旅行業の倒産は26件（前年比4.0%増）、うち新型コロナウイルス関連倒産は7件（全体の26.9%）であった。

宿泊業及び旅行業の倒産件数は世界金融危機（2008年（平成20年）、2009年（平成21年））や東日本大震災（2011年（平成23年））の時より少なく<sup>3</sup>、政府による資金繰り支援や雇用調整助成金等の支援策等により倒産が抑制されたと考えられるが、先行きが見通せないとの声もあり、引き続き状況を注視する必要がある。

なお、2020年（令和2年）には、観光業を含む全業種において、倒産以外により事業活動を停止した状態である休廃業・解散の件数が大きく増加した<sup>4</sup>。

<sup>2</sup> 倒産とは、企業が債務の支払不能に陥ったり経済活動を続けることが困難になった状態を指す。

<sup>3</sup> 東京商工リサーチによると、2008年（平成20年）、2009年（平成21年）及び2011年（平成23年）の倒産件数は、宿泊業がそれぞれ145件、128件、134件、旅行業がそれぞれ59件、56件、54件であった。

<sup>4</sup> このうち休廃業とは資産が負債を上回る状態での事業停止、解散とは事業を停止し企業の法人格を消滅させるために必要な清算手続きに移行している状態を指す。

(雇用)

総務省「労働力調査」により宿泊業の雇用者数についてみると、2020年（令和2年）には雇用者数が前年比で約12%減少した。このうち正規雇用者数が約8%の減少であったのに対し、非正規雇用者数は約15%の減少となった。（図表II-9）。

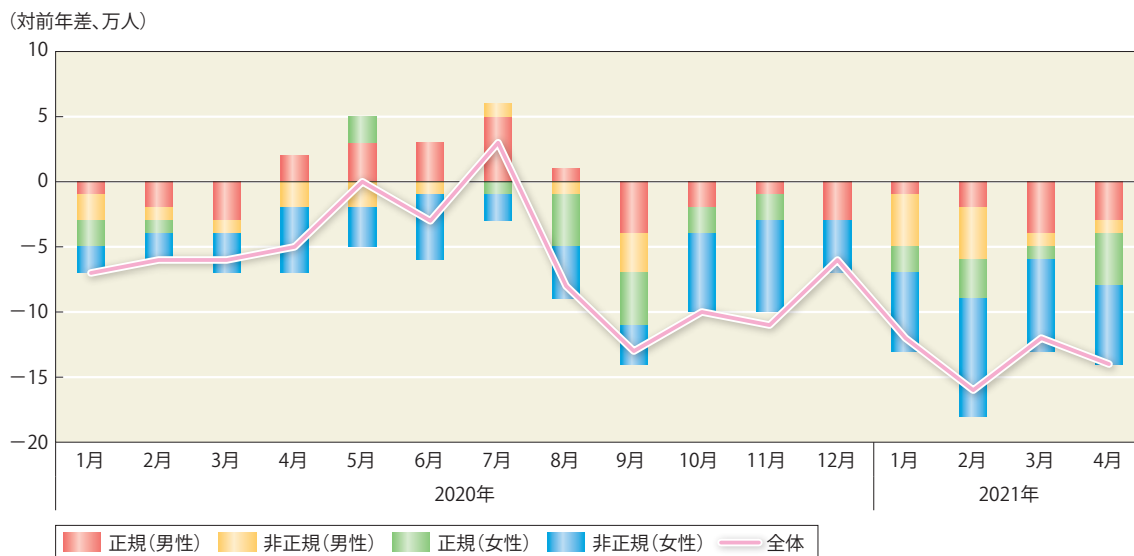
図表II-9 宿泊業 雇用の状況

	雇用者数 (役員を除く)	うち 正規雇用者数	うち 非正規雇用者数
2019年平均	約59万人	約26万人	約33万人
	↓ 約12%減少	↓ 約8%減少	↓ 約15%減少
2020年平均	約52万人	約24万人	約28万人

資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

男女別、雇用形態別に、前年差の推移をみると、2020年（令和2年）前半は男性正規雇用者数の増加もあり減少幅が縮小傾向にあったが、年後半以降足元に至るまで、女性非正規雇用者を中心に、全てのカテゴリーで前年に比べ雇用者数が減少している状況が続いている。<sup>5,6</sup>（図表II-10）。

図表II-10 宿泊業 男女別・雇用形態別雇用者数の推移



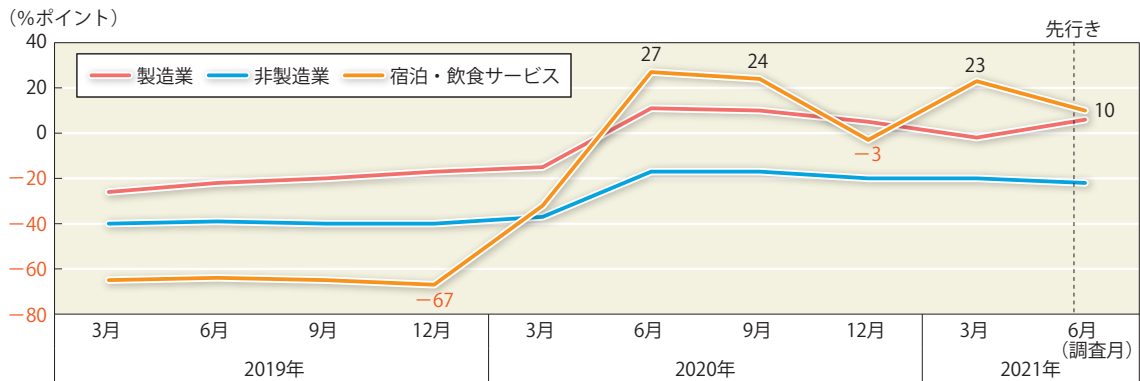
資料：総務省「労働力調査」

5 四捨五入の関係で、各カテゴリーの前年差の合計が全体の前年差には一致しない月もある。

6 宿泊業、飲食サービス業を合わせた休業者数は、2020年（令和2年）4月に105万人（前年同月比95万人増）、同年5月に79万人（同71万人増）となったが、2021年（令和3年）以降、20万人台で推移している。

日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」雇用人員判断DIによると、宿泊・飲食サービスでは2019年（令和元年）までは大幅なマイナス（不足超）であったが、2020年（令和2年）6月にはプラスに転じた。2020年（令和2年）12月にかけて雇用過剰感は低下をみせたが、2021年（令和3年）3月調査では23%ポイントと、再び雇用過剰感が高まっている。（図表Ⅱ－11）。

図表Ⅱ－11 企業の雇用人員判断



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」雇用人員判断DI（「過剰」－「不足」）。全規模ベース。2021年（令和3年）6月の先行きは、2021年（令和3年）3月時点の回答。

## 2 各種対策の実施状況

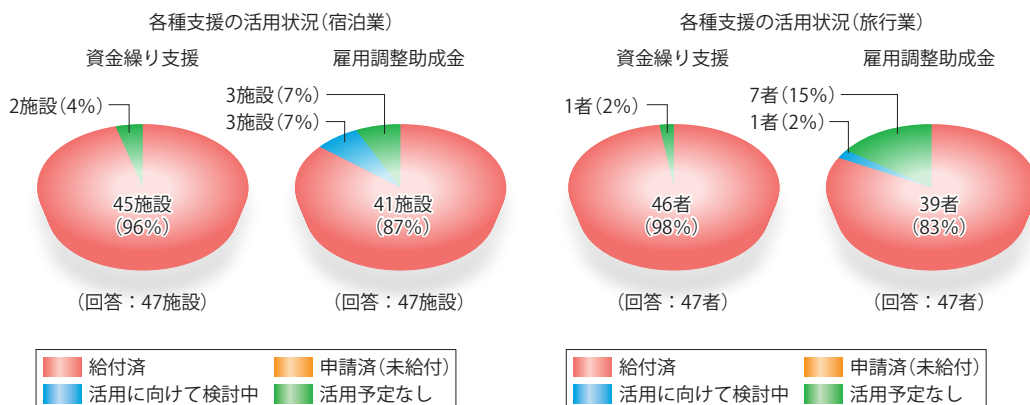
### （事業継続、雇用維持に向けた取組）

以上みてきたように、新型コロナウイルス感染症により、全国で約900万人の雇用を抱える観光関連事業者は深刻な影響を被っているが、そうした事業者の事業継続、雇用維持に向け、政府や地方公共団体は様々な支援策を講じてきた。

売上減少に伴い資金繰りが厳しい事業者に対しては、実質無利子・無担保融資（当初3年間実質無利子・最長5年間元本据置）や持続化給付金の交付、租税公課等の支払猶予等を実施するとともに、従業員を雇用を維持する事業者に対しては、雇用調整助成金による休業手当等の助成や在籍型出向による雇用の維持に対する産業雇用安定助成金等の助成を行っている。

国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」によると、宿泊業、旅行業の多くの事業者が資金繰り支援や雇用調整助成金を活用している。（図表Ⅱ－12）。

図表Ⅱ－12 各種支援の活用状況



資料：国土交通省調査(2021年(令和3年)4月30日時点)より観光庁作成

## コラム

## II-1

## 雇用調整助成金（教育訓練）の活用

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、政府が各種支援策を講じる中で、雇用調整助成金の内容が拡充され、教育訓練についても特例措置が設けられた。観光庁としても、教育訓練を含めた雇用調整助成金の活用方法を動画で分かりやすく発信するとともに、教育訓練として認められる研修カリキュラムの作成・提供に加え、インバウンド対応のプロである全国通訳案内士を講師として派遣する取組を行った。

教育訓練として認められる研修カリキュラムは、訪日外国人観光客への接遇能力を向上すべく、英語でのトラブル対応や、様々な要望・質問に臨機応変に対応できるコミュニケーション能力、アレルギーや宗教等の違いにも配慮した対応などについて学べる内容となっている。



この研修は171の事業者等が活用し、「異文化コミュニケーションに関する説明はとても参考になった」等の評価を得た。この他にも、職員のサービス能力向上のため、ワインのソムリエに関する教育訓練や、外国人職員の知見を増やすための日本の歴史に関する教育訓練などが旅館等において実施された。

観光庁としては、引き続き、様々なニーズに合わせた教育訓練プログラムを充実させていく。



## コラム

## II-2

新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針と  
ワクチン接種

政府は、2020年（令和2年）3月26日、新型インフルエンザ等対策特別措置法（平成24年法律第31号。以下「法」という）に基づき、新型コロナウイルス感染症対策本部を設置し、新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針を決定した。同基本的対処方針の全般的な方針（2021年（令和3年）5月時点）は以下の通りとなっている。

- ①これまでの感染拡大期の経験や国内外の様々な研究等の知見を踏まえ、より効果的な感染防止策等を講じていく
- ②緊急事態措置区域においては、感染拡大の主な起点となっている飲食の場面に対する対策の強化を図るとともに、英国で最初に検出された変異株に置き換わったと推定されること等を踏まえ、人と人との接触機会を減らすために、人の流れを抑制するための取組を行う、積極的な検査戦略を実施するなど、徹底した感染防止策に取り組む
- ③重点措置区域においては、都道府県が定める期間、区域等において、飲食を伴うものなど感染リスクが高く感染拡大の主な起点となっている場面等に効果的な対策を徹底する
- ④その他の感染の再拡大が認められる地域では、政府と都道府県が密接に連携しながら、重点的・集中的なPCR検査や営業時間短縮要請等を実施するとともに、まん延防止等重点措置を機動的に活用するなど、速やかに効果的で強い感染対策等を講じる
- ⑤感染拡大を予防する「新しい生活様式」の定着や「感染リスクが高まる『5つの場面』」を回避すること等を促すとともに、事業者及び関係団体に対して、業種別ガイドライン等の実践と科学的知見等に基づく進化を促していく
- ⑥的確な感染防止策及び経済・雇用対策により、感染拡大の防止と社会経済活動の維持との両立を持続的に可能としていく
- ⑦新型コロナウイルス感染症の発症を予防し、死亡者や重症者の発生をできる限り減らすため、迅速なワクチンの接種を進める
- ⑧緊急事態措置区域、重点措置区域においては、医療提供体制等の確保に全力をあげて取り組む。その他の地域も併せ、「相談・受診・検査」～「療養先調整・移送」～「転退院・解除」まで、一連の患者対応が目詰まりなく行われ、病床・宿泊療養施設が最大限活用されるよう留意しつつ、感染拡大時に確実に機能する医療提供体制を整備する。また、積極的な検査戦略を実施する

上記のうち、⑦にある通り、政府においては、新型コロナウイルス感染症の発症を予防し、死亡者や重症者の発生をできる限り減らすため、迅速なワクチンの接種を進めている。政府は、ファイザー社、モデルナ社、アストラゼネカ社から合計で3億1,400万回分の供給を受けることについて合意をしており、これは1人に2回接種を行うとした場合1億5,700万人分となる。2021年（令和3年）2月17日に医療従事者向けの先行接種を開始し、高齢者への接種は、一部の市区町村で4月12日から開始され、5月以降は全国の市区町村で接種が進められている。接種を希望する高齢者に対し、7月末を念頭に各地方公共団体が2回の接種を終えることができるよう、政府を挙げて取り組んでいる。

### 3 感染拡大防止策の徹底とGo To トラベル事業の推進

#### (感染拡大防止策)

2020年（令和2年）5月、旅行、宿泊など各関係団体等は、業種や施設の種別ごとの「新型コロナウイルス対応ガイドライン」を作成した。ガイドラインでは、顧客と従業員の感染予防を図るため、事業活動の中で講ずべき感染予防策をまとめたほか、従業員の健康管理や通勤・勤務時などの対策を示している。

さらに、交通機関や宿泊・観光施設などの業界団体で構成される旅行連絡会は、国土交通省、観光庁の協力のもとに、旅行者視点での旅行時における感染拡大防止のための基本的な留意事項と、旅行の各場面（移動、食事、宿泊、観光施設、ショッピング）における留意事項を「新しい旅のエチケット」として分かりやすくまとめた。

観光庁では、宿泊施設や観光地での感染拡大防止策の導入を支援するとともに、「新しい旅のエチケット」の周知に取り組んでいるところである。



新しい旅のエチケット



自動検温器と掲示物

#### (Go To トラベル事業)

政府は、感染拡大防止策の徹底を図りつつ、失われた旅行需要の回復や旅行中における地域の観光関連消費の喚起を図るとともに、ウィズコロナの時代における「安全で安心な旅のスタイル」を普及・定着させることを目的として、Go To トラベル事業を推進している。

Go To トラベル事業は、感染状況の変化によっては事業の一時停止や事業の仕組みの変更などがあり得る前提で事業を実施している。事業の運用に関する判断を政府が行うに際しては、新型コロナウイルス感染症対策分科会の提言を踏まえ、対応してきた。

具体的には、分科会からの提言を踏まえ、東京都を除外した形で7月22日から事業を開始した。10月1日には、東京発着の旅行を支援対象に加えるとともに、地域共通クーポンの運用を開始した。

その後、分科会からの「ある都道府県が、ステージⅢ<sup>7</sup>相当と判断された場合には、Go To トラベル事業に係る感染リスクを総合的に考慮して、当該都道府県を除外することも検討して頂きたい」との提言を受け、本提言に沿って、ステージⅢ相当と知事が判断した地域については、各知事の意見も踏まえながら政府として判断し、当該地域を目的地とする旅行の一時適用停止措置等を講じてきた。

さらに、年末年始は人の移動や人の集まりなどが集中しがちで、医療体制も脆弱となる年末年始

7 ステージⅢとは、感染者の急増及び医療提供体制における大きな支障の発生を避けるための対応が必要な段階を指す。

を静かに経過していただくことが大事であるとの分科会からの提言を受け、最大限の予防措置として、全国一律の一時適用停止等の措置を講じた。

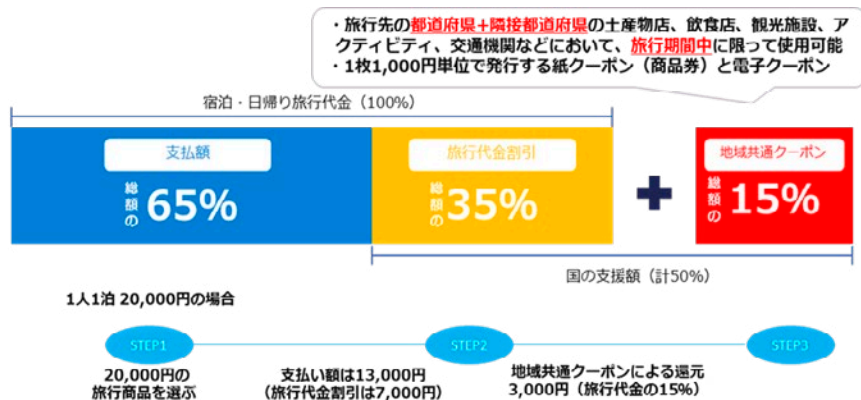
2021年（令和3年）5月末時点で、Go To トラベル事業は一時停止されている。（図表Ⅱ－13）。

図表Ⅱ－13 Go To トラベル事業の経緯

2020年7月22日	GoToトラベル事業開始
2020年10月1日	事業全面開始 (地域共通クーポン開始、東京発着の旅行を支援対象に)
2020年11月24日	札幌市・大阪市に係る旅行について一時停止措置を講じる旨発表 以降、順次、東京都・名古屋市・広島市について一時停止措置等を発表
2020年12月14日	年末年始(12月28日～1月11日)において全国一律の一時停止措置を講じる旨発表
2021年1月7日	全国一律の一時停止措置を2月7日まで継続する旨発表
2021年2月2日	全国一律の一時停止措置を3月7日まで継続する旨発表
2021年3月5日	全国一律の一時停止措置を3月8日以降も継続する旨発表

Go To トラベル事業では、国内旅行を対象に、宿泊・日帰り旅行代金の35%を割引くとともに、宿泊・日帰り旅行代金の15%相当分の、旅行先で使える地域共通クーポンを付与している。国の支援額（旅行代金割引＋地域共通クーポン）は1人1泊当たり上限20,000円、日帰り旅行の上限は10,000円となっている。（図表Ⅱ－14）。

図表Ⅱ－14 Go To トラベル事業の概要



資料：観光庁資料

Go To トラベル事業では、感染拡大防止にあたっての「参加条件」の遵守や、感染拡大予防ガイドラインの実施の徹底、「新しい旅のエチケット」の利用者への周知等を参加事業者に求めている。

このうち「参加条件」の遵守については、本事業に参加する旅行者・宿泊業者に対し、以下の7つの条件を要求している。登録を受けた事業者が「参加条件」を満たしていない場合、登録を取り消すこととしている。

- ①チェックインに際しては、直接の対面を避けるなど、感染予防策を講じた上で旅行者全員に検温と本人確認を実施すること
- ②旅行者に検温等の体調チェックを実施し、発熱がある場合や風邪症状がみられる場合には、週末も含め最寄りの保健所又は帰国者・接触者相談センターの指示を仰ぎ、適切な対応をとること

- ③浴場や飲食施設等の共用施設の利用について、人数制限や時間制限などを設け、3密<sup>8</sup>対策を徹底すること
- ④ビュッフェ方式において、食事の個別提供、従業員による取り分け、もしくは個別のお客様専用 tong や箸等を用意し共用を避けるなど料理の提供方法を工夫し、また、座席の間隔を離すなど、食事の際の3密対策を徹底すること
- ⑤客室、エレベーターなどの共用スペース等の消毒・換気を徹底すること
- ⑥「参加条件」を徹底・実施している旨をウェブサイトやフロントでの掲示等で対外的に公表すること
- ⑦旅行商品の予約・購入時や宿泊施設でのチェックインの際等に、旅行者が遵守すべき事項を周知徹底する。また、若者の団体旅行、重症化しやすい高齢者の団体旅行、大人数の宴会を伴う旅行は一般的にリスクが高いと考えられるため控えることが望ましい。ただし、それだけをもって一律に支援の対象外とするものではなく、実施する場合には、修学旅行・教育旅行などのように、着実な感染防止対策が講じられることを前提に、適切に旅行が実施されるべきことを周知徹底すること

Go To トラベル事業においては、登録された全ての宿泊施設を対象として、事業参加の条件となっている感染拡大防止策の実施状況について対面での現地調査を行った。その結果、調査を行った36,496施設に関して、旅行者への検温の実施や客室の清掃・消毒等の感染防止策、飲食施設等の3密対策は9割以上の施設において確実に実施されていたが、一部、実施状況が不十分な事例がみられたため、個別に指導を行った。

2020年（令和2年）11月16日には、感染防止策の強化として、①地域共通クーポンを利用した飲食及び団体ツアーに含まれる飲食はGo To Eat 事業の条件（原則として「4人以下の単位」での飲食とする）を満たすこと、②団体ツアーにおけるバス内での食事は禁止すること、を追加している。

Go To トラベル事業では、旅行者に対しては、以下を遵守することについて、旅行の申込時に同意をいただいている。

- ①旅行時は毎朝、検温等の体温チェックを実施し、発熱がある場合や風邪症状がみられる場合には、保健所の指導に従うこと。また、スマートフォン利用者は接触確認アプリを積極的に利用すること
- ②旅行中には、「新しい旅のエチケット」を実施すること。宿泊施設のみならず、旅先のあらゆる場面で3密が発生する場や施設等は回避し、大声を出すような行為も遠慮すること
- ③宿泊施設等では、チェックイン時の検温、旅行者の本人確認、浴場や飲食施設での3密対策の徹底、食事の際の3密の回避等を図ること。また、本人確認は、同行者も含め全ての参加者について実施するため、免許証などの書類を持参すること。忘れた場合には、後日送付するなど宿泊施設等の指示に従うこと
- ④検温の際、37.5度以上の発熱がある場合には、各施設が定める客室等に待機し、保健所の指示を仰ぐこと。これら宿泊施設等の従業員の指示には必ず従うこと
- ⑤若者の団体旅行、重症化しやすい高齢者の団体旅行、大人数の宴会を伴う旅行は一般にリスクが高いため、実施する場合には、着実な感染防止対策が講じられることを前提に、適切に旅行を行うこと

8 「密閉」「密集」「密接」。

「新しい旅のエチケット」やGo To トラベル事業利用者の「遵守事項」については、旅行会社・宿泊施設での申込時・チェックイン時における配布・掲示、各種ウェブサイトでの掲載等での周知や動画を配信しているほか、観光関連事業者及び交通事業者が、各社ウェブサイトへの掲載、公式SNSでの配信、空港・駅等のサイネージでの配信、機内・車内での配信を行っている。

Go To トラベル事業のこれまでの利用宿泊数は、少なくとも約8,781万人泊であるが、5月末時点で観光庁が報告を受けているところでは、Go To トラベル事業の利用者で新型コロナウイルス感染症の陽性が判明した方は411名<sup>9</sup>となっている。

---

<sup>9</sup> この411名に起因して、旅行先の旅館や観光施設の従業員に感染が広がったとの報告はない。新型コロナウイルス感染症対策分科会（2020年（令和2年）11月）では、「Go To トラベル事業が感染拡大の主要な要因であるとのエビデンスは現在のところ存在しない」とされている。

コラム

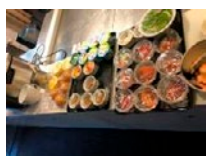
II-3

飲食施設や温泉施設における感染拡大防止策

新型コロナウイルス感染症の拡大を予防するため、旅行中は、飲食と入浴においてマスクを外す場面での対応が鍵となる。いずれの場面についても、関係団体が「感染拡大防止ガイドライン」を策定し、ソーシャルディスタンスの確保、消毒等について定めている。

例えば、宿泊施設における食事会場では、飛沫感染防止のためテーブルへのアクリル板の設置や横並びの着座推奨等や、密の回避のため時間制による朝食の提供や部屋食の提供、食事中以外のマスク着用の推奨、定期的な換気の実施等が行われている。

食事会場



ビュッフェを小皿に盛り、更にラップで蓋。バンも一つ一つラップに包まれている



ビュッフェ形式の食事処にてマスクと手袋の提供



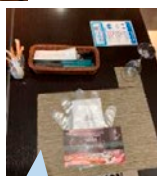
料理の上に飛沫感染を防ぐためアクリルのカバーを設置している。料理は小皿で提供している



座卓でのアクリル板の設置



ビュッフェでは各テーブルに専用のビニール手袋を設置



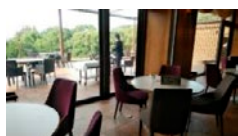
さらに同じ手袋を再利用されないよう、一度使った手袋は専用のゴミ箱にすぐに捨て、代わりの新しい手袋を提供できるようにすることが重要

注意ポイント！

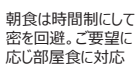
ビニール手袋は着脱時にウイルスとの接触感染リスクをゼロにできず、すべての解決にはならないので、手指消毒等、他の対策と組み合わせる必要がある



ビュッフェにて利用者へのビニール手袋を設置



各テーブルに掲示あり。見栄えが良くなるよう工夫されている。出来るだけテラスでの食事を勧め、窓を開け換気している



朝食は時間制にして密を回避。ご要望に応じ部屋食に対応



手袋の着用とともに横並び着座、手指の消毒などを案内している

各施設における取組事例(抜粋)

温泉施設においては、感染症の専門家のアドバイスを踏まえ、入浴前のかかり湯の徹底、浴場でのスリッパの履き間違い防止策、外湯めぐりのための混雑状況の「見える化」等を行っている城崎温泉のように、各地で、安全・安心の確保に向けた独自の取組が進められている。

また、浴場での飛沫対策として、水着素材でできた「温泉マスク」を着用することで感染拡大防止や不安の軽減を図る取組もみられる。

**感染拡大防止ガイドライン (温泉関係抜粋)**

① **入場制限**  
大浴場の密を回避するために、定員の半分以上とするなど、入場制限を行う。

② **ソーシャルディスタンスの確保**  
使用できるロッカーを間引き、脱衣所の混雑を回避する。

③ **消毒**  
脱衣所の共用物品やアメニティ、大浴場のシャワーや湯おけを定期的に消毒する。

**城崎温泉での取り組み**

城崎温泉では、**大阪市立大学の感染症の専門家からのアドバイス**を基に、温泉街を安全・安心に楽しめるためのガイドラインを作成。

① **入浴前のかかり湯の徹底**  
汚れだけでなく、新型コロナウイルスも洗い流す観点から、入浴前のかかり湯徹底をお願い。

② **スリッパ履き間違い防止**  
大浴場にて、スリッパの履き間違いを防ぐための対応(例:スリッパへの部屋番号貼り付け等)を実施。

③ **外湯の混雑見える化**  
城崎温泉滞在の楽しみである7つある外湯めぐり。混雑状況の見える化で、安心・安全を確保。

## コラム

## II-4

## PCR検査を取り入れた旅の新たな展開

新型コロナウイルス感染の陰性、陽性を判断するPCR検査については、低価格の検査キットが次々に開発されており、これを用いたPCR検査サービス付旅行商品が販売されている。今後も病院等との連携のもと、旅行前に気軽にPCR検査を受けることができる仕組みが増えてくると予想される。

そのような中、日本旅行業協会（JATA）は、会員企業と連携し、旅行者、観光関連事業者の両者に安心を提供し、新型コロナウイルス感染症拡大防止と旅行の両立を図ることにより、医療機関に負荷をかけない取組として、PCR検査付パック旅行を「新」感染対策モニターツアーとして実施している。

本モニターツアーは10～30名規模の宿泊を伴う国内旅行にて実施され、国からの助成金などの支援はなく、PCR検査費用はツアー代金に含まれている。旅行者には「陽性判明時に利用客自身による報告体制の確立」「接触確認アプリCOCOAの登録」「ツアー実施前のPCR検査」「健康チェックシートを活用した体調管理（旅行開始前1週間～旅行中～旅行終了後2週間）」などが求められる。

本モニターツアーの結果は日本旅行業協会に集められ、「旅行業のガイドライン」「新しい旅のエチケット」など旅行会社と旅行者の双方を対象とした一連の感染対策に反映していくこととしている。

検査体制としては、羽田空港では、第1ターミナルと第2ターミナルに「木下グループ 新型コロナPCR検査センター 羽田空港店」が開業している。本センターには厚生労働省より認可された衛生検査所が併設されているため、従来の唾液によるPCR検査では、最短2時間で検査結果を受け取れる。加えて、国内線の出発前の利用を想定して導入されたクイック検査（鼻腔拭い液による抗原検査）では、約15分で検査結果が判明し、検査結果書類もその場で発行される。

また、第3ターミナルにおいては、新型コロナウイルスPCR検査陰性証明書の提出が求められる海外渡航者に対し、唾液によるPCR検査の実施及び証明書の発行を行っている。



木下グループ 新型コロナPCR検査センター 羽田空港店

Go To トラベル事業は、2020年（令和2年）12月28日以降、一時停止措置がとられているが、これまでの利用宿泊数は、少なくとも約8,781万人泊、支援額は少なくとも約5,399億円にのぼっている。

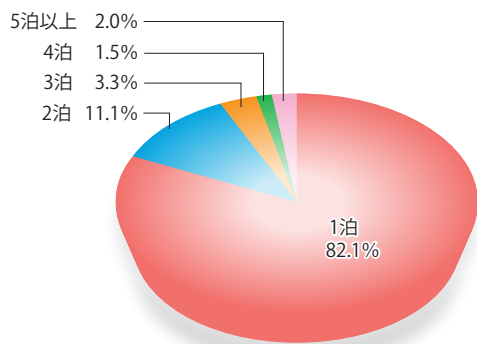


資料：観光庁資料

7月から12月までの宿泊旅行における利用状況についてみていくと、まず、7月22日から12月27日までにGo To トラベル事業を利用した宿泊旅行の平均泊数は約1.35泊であった。1泊での利用が最も多く、約82%を占めた。宿泊1泊当たりの利用価格については「5,000円以上10,000円未満」の利用者が最も多く、「5,000円未満」が次に多いことから、比較的低価格帯の利用が中心となっている。（図表II-15、16）。

図表II-15

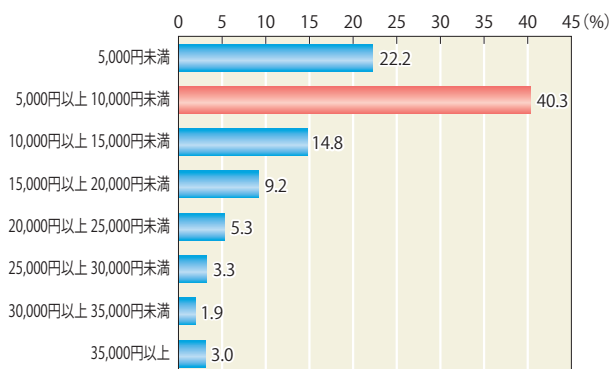
Go To トラベル事業における  
旅行日数（7~12月/宿泊旅行）



※ 旅行日数等が明確な利用データのみを対象として集計。  
※ 集計中のため、旅行者による事後還付申請による実績は除く。  
資料：観光庁資料

図表II-16

Go To トラベル事業における利用  
価格分布（7~12月/宿泊旅行）

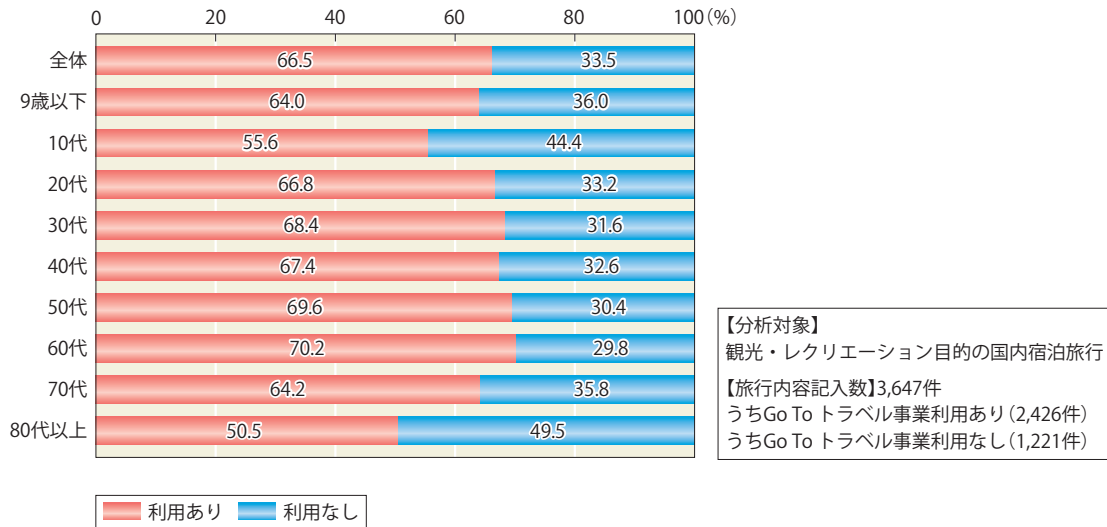


※ 一人泊当たり宿泊代金(割引支援前の料金)  
※ 旅行代金が明確な利用データのみを集計。  
※ 集計中のため、旅行者による事後還付申請による実績は除く。



観光庁「旅行・観光消費動向調査」によると、7月から12月に観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行をした者のうち約67%が、Go To トラベル事業を利用したと回答している<sup>10</sup>。（図表Ⅱ-17）。

図表Ⅱ-17 年代別Go To トラベル事業の利用有無



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2020年（令和2年）10月から12月までの地域共通クーポンの利用実績の上位10県は、図表Ⅱ-18のとおりとなっている。

図表Ⅱ-18 地域共通クーポンの都道府県別利用実績（2020年10月～12月：上位10県）

			(億円)		
1	東京都	69.6	6	神奈川県	44.8
2	北海道	68.2	7	長野県	39.4
3	沖縄県	55.9	8	兵庫県	38.0
4	京都府	51.5	9	大阪府	37.2
5	静岡県	49.5	10	千葉県	30.8

<sup>10</sup> Go To トラベル事業の開始は2020年（令和2年）7月22日であるため、実質的な利用率は約67%よりも高い可能性がある。

## 地域における旅行振興策

旅行需要の喚起に向けては、国のみならず、都道府県、市区町村等様々な主体が、感染や観光業の状況等それぞれの事情に応じ、旅行者の安全・安心を確保しながら積極的に様々な取組を行ってきており、Go To Travel事業の開始前、或いは一時停止中に実施された取組もある。

ここでは、後述する地域観光事業支援とは別のスキームで都道府県が実施した取組の中から、青森県、山梨県、鳥取県、高知県、大分県の事例について紹介する（2021年5月末時点の情報に基づく）。

青森県	
取組名	あおもり宿泊キャンペーン
時期・対象	2020年7月10日～2021年3月14日【県民が対象】（全4スキーム） 2020年10月11日～12月31日【北東北居住者が対象】
取組概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>各施設のセールスポイントや地域の魅力を生かした宿泊プランを企画・提出し、感染防止策の実施を誓約した宿泊施設が対象（延べ276施設）</li> <li>各宿泊施設からの販売希望人泊数に基づき販売人泊数を割当（地域や規模、販売状況に応じ調整）</li> <li>1人1泊当たり5,500円割引</li> <li>2021年2月1日～3月14日には、キャンペーン利用者（県民）を対象に1人1泊当たり3,300円（送料込み）相当の県産品カタログギフトをプレゼントするとともに、旅行会社36社が取り扱う商品も割引</li> <li>Go To Travel事業との併用可</li> </ul>
実績等特記事項	【県民版】設定泊数 計9万人泊、販売実績 計13万6,723人泊 ※2021年2月1日～3月14日は設定泊数2万人泊に対し、販売実績6万109人泊 【北東北版】設定泊数 5万人泊、販売実績 計5万952人泊
取組名	青森旅キャンペーン
時期・対象	2020年12月16日～12月27日 【全国からの宿泊者が対象】
取組概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行業者68社が造成する、県内への宿泊を含んだ旅行商品を対象に1人1泊当たり5,500円割引</li> <li>Go To Travel事業との併用可</li> </ul>
実績等特記事項	設定泊数 10万人泊、販売実績 3,637人泊
山梨県	
取組名	やまなしグリーン・ゾーン宿泊割り
時期・対象	2020年8月28日～12月27日【全国からの宿泊者が対象】 2020年12月28日～2021年1月11日、2021年2月16日～3月31日【県民が対象】
取組概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>「やまなしグリーン・ゾーン認証」を受けた県内の宿泊施設の宿泊料金を割引</li> <li>【全国版】1人1泊当たり割引 5,000円/2,500円（宿泊料金10,000円以上/5,000円以上）</li> <li>【県民版】1人1泊当たり割引 10,000円/5,000円/2,500円（宿泊料金20,000円以上/10,000円以上/5,000円以上）</li> <li>Go To Travel事業との併用可</li> </ul>
実績等特記事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>予算額 約5.5億円</li> <li>販売実績 【全国版】24,692人泊、【県民版】17,359人泊 合計42,051人泊</li> <li>「やまなしグリーン・ゾーン認証」とは、県が作成した「感染症予防対策に係る基準」に沿って感染予防策を作成し県に申請した宿泊施設や飲食施設に対し、県が委託する事業者が現地確認の上で、安全で信頼できる施設として認証する制度。対象は宿泊業、飲食業、清酒製造業（酒蔵）、果実酒製造業（ワイナリー）。</li> </ul>

鳥取県	
取組名	#WeLove鳥取キャンペーン
時期・対象	2020年5月16日～5月31日(以下、Part1と整理) 2020年6月6日～7月12日(Part2) 2020年12月7日～2021年1月11日(Part3) 【いずれも県民が対象】
取組概要	(Part1) 県内の観光地や飲食店2カ所以上の写真を撮影し、ハッシュタグ「#WeLove鳥取」と紹介文・応援メッセージなどをつけたTwitter又はInstagramに投稿すると抽選でプレゼント (Part2、3) 県内の宿泊施設、観光施設、体験型観光メニューの利用費を補助 Part2:補助率1/2(上限:1人1泊当たり3,000円) Part3:宿泊施設は補助率1/5(上限:1人1泊当たり3,000円) ※2020年12月28日～2021年1月11日は補助率1/2、上限5,000円に引上げ 観光施設は補助率1/2(上限:1人1泊当たり3,000円) ・Go To トラベル事業との併用不可
実績等特記事項	(Part1) 応募実績3,032件 (Part2) 対象施設237、利用者数 8万1,185人／補助金実績額 約5,620万円 (Part3) 対象施設254、利用者数11万7,535人／補助金見込額 約1億1,870万円 ※鳥根県と合同で「#WeLove山陰キャンペーン」を2021年3月1日から8月31日まで実施中(Go To トラベル事業が再開された場合は終了)
取組名	新型コロナ対策お楽しみ券応援事業
時期・対象	2021年2月10日～3月31日(販売期間)【県民が対象】
取組概要	・対象施設は85施設 ・宿泊券(額面12,000円／販売額10,000円)、旅行券(額面6,000円／販売額5,000円)、スキーリフト券(額面5,000円／販売額4,000円)、土産品購入券(額面6,000円／販売額5,000円)等 ・ホテル、旅館及び旅行会社では施設当たり購入上限額は1人当たり20,000円、観光施設や土産物店等では同10,000円(家族分など代表者がまとめて購入する場合の上限はそれぞれ100,000円、50,000円)
実績等特記事項	お楽しみ券の利用可能期間は最長の場合2022年3月31日まで
高知県	
取組名	「高知観光リカバリーキャンペーン」交通費用助成事業
時期・対象	2020年7月22日～2021年6月30日(2020年12月28日～2021年3月7日、5月25日以降は一時停止) 【各都道府県の新型コロナウイルス感染症への対応方針や感染拡大防止策を踏まえ、2021年3月8日以降、対象を変更(5月末時点で計8フェーズ)】
取組概要	・県内の宿泊を伴う旅行に対して、交通費を1人(台)当たり最大5,000円交付 ・Go To トラベル事業との併用可
実績等特記事項	・予算額 約12億4,898万円、利用想定は20万人(台) ※当初の約6億9,798万円から増額(当初の利用想定は11.2万人(台)) ・助成金支払額 約6億4,400万円、推計利用者約13.1万人(台)
取組名	高知でお泊まりキャンペーン
時期・対象	(プレゼント型)2021年3月8日～4月28日【県民が対象】 (クーポン型)2021年3月8日～3月21日(第1弾)【県民が対象】、2021年3月22日～4月6日(第2弾)【中国四国居住者が対象】、2021年4月7日～4月28日(第3弾)【県民、中国及び徳島県居住者が対象】
取組概要	(プレゼント型)「龍馬バスポート」参加宿泊施設で利用できる宿泊ギフト券5,000円分(1,000円×5枚)を抽選で5,000名にプレゼント。Go To トラベル事業との併用可 (クーポン型)OTA(楽天トラベル)を通じた県内宿泊施設の予約を対象に、宿泊代金に応じ1回当たり1部屋1名以上の場合3,000～15,000円(1回当たり1部屋2名以上の場合、最大30,000円)の割引クーポンを発行。Go To トラベル事業との併用不可 ※緊急事態宣言、まん延防止等重点措置の適用県、県独自の緊急事態宣言を発令中の県、県民に対する宿泊旅行割引等の施策を停止中の県の居住者にはクーポン利用自粛を要請
実績等特記事項	・予算額 (プレゼント型)3,000万円 (クーポン型)計約7,055万円 ・クーポン利用状況 第1弾603枚(完売) 第2弾1,894枚/2,412枚 第3弾2,198枚/3,015枚 ・「龍馬バスポート」とは、高知県内の主な観光施設などで提示すると特典が受けられる仕組み

大分県	
取組名	おんせん県宿泊施設感染症対策強化支援事業
時期・対象	2020年6月1日～8月2日【県民が対象】
取組概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「おんせん県おいた宿泊施設感染症対策チェックリスト」による感染症対策を実施した施設が対象</li> <li>・1回の予約につき1人5,000円(2名以上の場合、上限10,000円)を助成。利用は3回まで</li> <li>・OTA(じゃらんnet又は楽天トラベル)からクーポンを取得の上、利用</li> <li>・Go To トラベル事業との併用不可</li> </ul>
実績等特記事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予算額 約6,100万円(延べ利用人数約12,000人)</li> <li>・大分県旅館ホテル生活衛生同業組合と大分県が2020年3月に「大分県宿泊施設感染症対策強化委員会」を設置し、専門家の意見を取り入れながら感染症対策チェックリストを4月24日に公表(全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会などが5月14日にガイドラインを作成するのに先駆け公表。同連合会に参考事例として提供)</li> <li>・感染症拡大予防の取組が単なる「理解」にとどまらずに安心「感」につながるよう、宿泊者にアンケート調査を実施(回答数約6,000件。うち97%の方が安心を実感したと回答)</li> </ul>
取組名	おとなり割
時期・対象	2020年7月13日～12月31日【熊本・宮崎県民が対象】 2020年7月21日～2021年1月31日【愛媛県民が対象】
取組概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Go To トラベル事業に先駆け、感染が落ち着いている近隣県(宮崎県、熊本県、愛媛県)の地元旅行業者と連携して割引旅行商品を造成し、「相互誘客」を実施。熊本・宮崎・愛媛県内の中小旅行会社を通じて大分県への旅行を予約した場合、大分県が各県の中小旅行会社を支援</li> <li>・各県の感染防止策(県境をまたぐ移動規制)に応じ、利用中断など臨機応変に対応</li> <li>・10,000円以上の宿泊旅行の場合1人当たり5,000円割引、5,000円以上の日帰り旅行の場合1人当たり2,500円割引</li> <li>・Go To トラベル事業との併用可</li> </ul>
実績等特記事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予算額 約4,524万円</li> <li>・各県からの申込者 熊本県約3,000人、宮崎県約3,000人、愛媛県約600人</li> </ul>

#### 4 地域観光事業支援

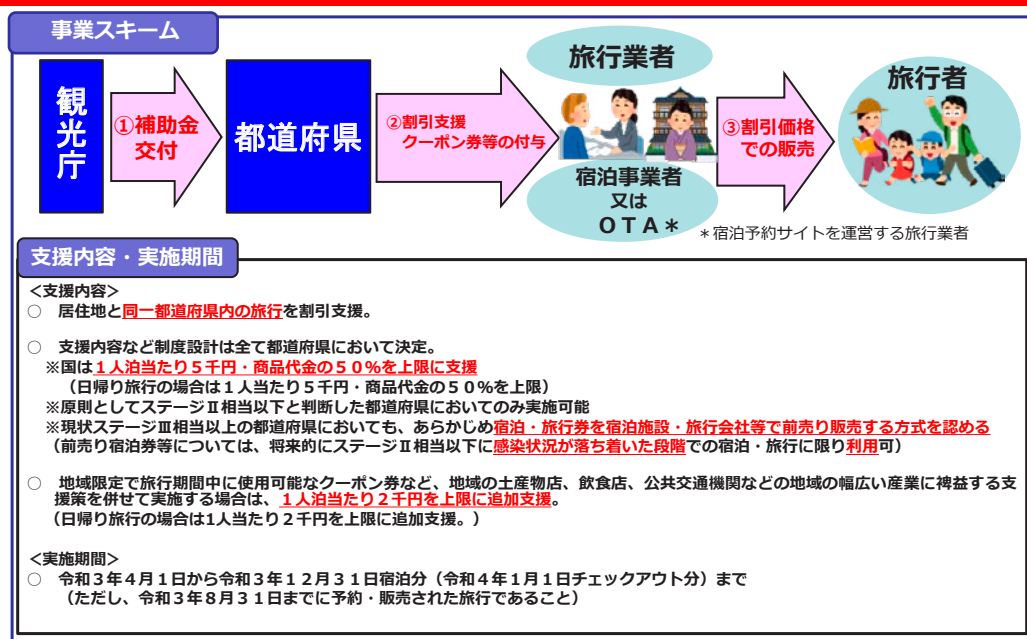
Go To トラベル事業は2020年（令和2年）末からの一時停止措置が継続している状況であるが、感染状況が落ちついている地域において、旅行需要の減少により観光関連産業が深刻な打撃を受けていることに鑑み、各県において、独自に宿泊割引等の旅行需要の喚起策が講じられている。

こうした県独自の取組に対して全国から支援が要請されたため、地域的な感染の拡がりを抑制しつつ、ステージⅡ<sup>11</sup>相当以下と判断した都道府県において、当該都道府県が実施する旅行商品や宿泊サービスに対する割引及び地域限定で旅行期間中に使用可能なクーポン券等の付与のために必要な費用を支援する事業（地域観光事業支援）を国が行っており、その期間については当初の2021年（令和3年）5月末までから同年12月末まで延長することとした。

さらに、緊急事態宣言の対象区域とされた都道府県を含め、県内旅行の割引事業を直ちに実施することが難しい環境にある地域において、将来的にステージⅡ相当以下に感染状況が落ち着いた後に利用できる前売り宿泊券や旅行券の発行に対する割引事業を行う場合についても本事業の対象とすることにより、人を動かすことなく、宿泊事業者等のキャッシュフローの改善を図ることとした。

また、各都道府県が行う、宿泊事業者が感染拡大防止策の強化等に取り組む際の費用について、地域観光事業支援の支援措置を追加する形で、財政的に支援している。本支援措置においては、業種別ガイドラインが策定された2020年（令和2年）5月14日以降に宿泊施設が支出した感染拡大防止策に必要となる機器・必需品を幅広く支援の対象としている。各施設への補助額は、各都道府県において施設の規模等に応じ段階的に設定できるものとし、大規模施設にあっては最大500万円までの支援を可能としている。

#### 地域観光事業支援



11 ステージⅡとは、感染者の漸増及び医療提供体制への負荷が蓄積する段階を指す。

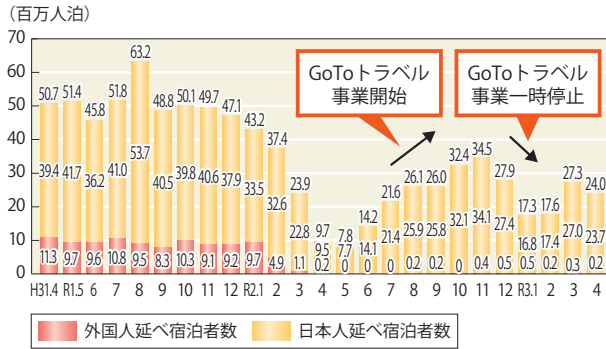
海外においても、観光関連産業を支援するために各種の対策が実施されているが、ここでは、Go To トラベル事業と同様に、国内旅行促進のために割引やバウチャーの配布を行った事例として、台湾、タイ、イタリアの事例を紹介する。

国・地域	事業名称	内容	対象期間
台湾	「振興三倍券」	<p>新型コロナウイルス感染症の影響で停滞した経済の活性化を図るため、政府は消費促進のための振興券「振興三倍券」を発行。実店舗、飲食店、ナイトマーケット、伝統市場、商圈、芸能・文化イベント、宿泊施設、台湾高速鉄道、台湾鉄道などで使用可能。原則としてインターネットショッピングでの利用は不可だが、購入するものが実体験を提供するものであれば使用可能で、旅行サイトで宿泊券を購入したり、オンラインで公演や展覧会、試合などの入場券を購入することは可能</p> <p>1人当たりNT\$1,000(日本円で約4,000円)を自己負担することで、その3倍のNT\$3,000(同12,000円)相当の振興券を入手可能。紙の振興券はNT\$200(同800円)のクーポン券5枚とNT\$500(同2,000円)のクーポン券4枚が1セット。このほか、モバイル決済や交通系ICカード、クレジットカード決済も利用可能</p>	2020年7月15日～ 同年12月31日
	国内旅行促進プロジェクト「安心旅遊」	<p>交通部観光局はNT\$39億(日本円で約156億円)を投じ、国内旅行促進プロジェクト「安心旅遊」を実施。平日・休日問わず国内の団体旅行取扱事業者、本国籍の個人旅行者、観光バス業者、遊園地、地方自治体などを対象に補助金を支給</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・団体旅行:1人1日当たりNT\$700(同2,800円)</li> <li>・個人旅行:1部屋当たりNT\$1,000(同4,000円)</li> </ul> <p>※金門、馬祖、澎湖など離島の場合、補助金をそれぞれNT\$1,200(同4,800円)とNT\$2,000(同8,000円)に引上げ</p> <p>※「振興三倍券」との併用が可能</p>	2020年7月1日～ 同年10月31日
タイ	「一緒に旅しよう」プロジェクト(เราเที่ยวด้วยกัน)	<p>政府観光局は国内旅行を通じて雇用の創出を支援しタイ経済を回復させるため、「เราเที่ยวด้วยกัน(ラオ・ティオ・ディウイ・ガン)」(一緒に旅しよう)という国内旅行を奨励するプロジェクトを展開</p> <p>タイ国民のみが参加可能で、事前の参加登録が必要。登録を済ませた国民は以下の3つの特典を享受</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1室1泊当たり宿泊料金の40%(上限3,000バーツ:約10,000円)を補助。最大15部屋または15泊まで適用</li> <li>・1室1泊当たり900バーツ(同3,000円。月～木曜)または600バーツ(同2,000円。金～日曜)相当の食事・旅行クーポンを発行。60%を自己負担し、残り40%に同クーポンを利用することが可能</li> <li>・予約した1室のホテルにつき2人分の航空運賃の40%を補助。ただし乗客1人当たり2,000バーツ(同6,600円)が上限。プーケットやチェンマイなど特定の地域に飛行機を利用して訪れる場合には、1人当たり3,000バーツ(同10,000円)が上限</li> </ul>	2020年7月15日～2021年4月30日 ※当初の期限の2020年10月末から延長  ※各カテゴリの補助金額の上限に達し次第終了
イタリア	「休暇ボーナス」 Bonus Vacanze	<p>経済財政省は「Bonus Vacanze」という旅行需要喚起策を実施。イタリア居住者向け、かつ低所得世帯向け(所得制限あり)</p> <p>同施策に参加しているイタリア国内の観光宿泊施設(ホテル、キャンプ場、休暇村、農家、B&amp;B)において、支払い時に最大80%を割引。残り20%は確定申告時に税額控除として還付</p> <p>対象はISEE(所得等の証明書)が40,000ユーロ(日本円で約488万円)以下の世帯で、期間中に1回のみ1施設のみにて使用可能。割引上限は3人以上の世帯が500ユーロ(同61,000円)、2人世帯が300ユーロ(同36,600円)、1人世帯が150ユーロ(同18,300円)と世帯人数によって異なり、利用人数には依存しない。1世帯につき1人のみ請求可能</p> <p>手続きはすべてデジタル化されており、デジタルIDまたは電子IDカードを所持する世帯員により、モバイルアプリケーションを通じて申請</p>	2020年7月1日～2021年12月31日 ※当初の期限の2020年12月31日から延長

### 5 足元の国内観光の動向

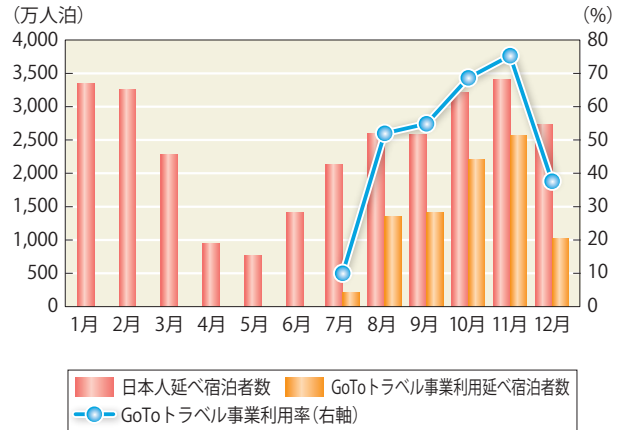
国内宿泊旅行者数については、特に東京発着の旅行がGo To トラベル事業の支援対象になった2020年（令和2年）10月以降、大きく伸びた。また、同時期において、日本人延べ宿泊者数に対するGo To トラベル事業の利用延べ宿泊者数の比率も高まった。（**図表II-19、20**）。

**図表II-19** 延べ宿泊者数の推移



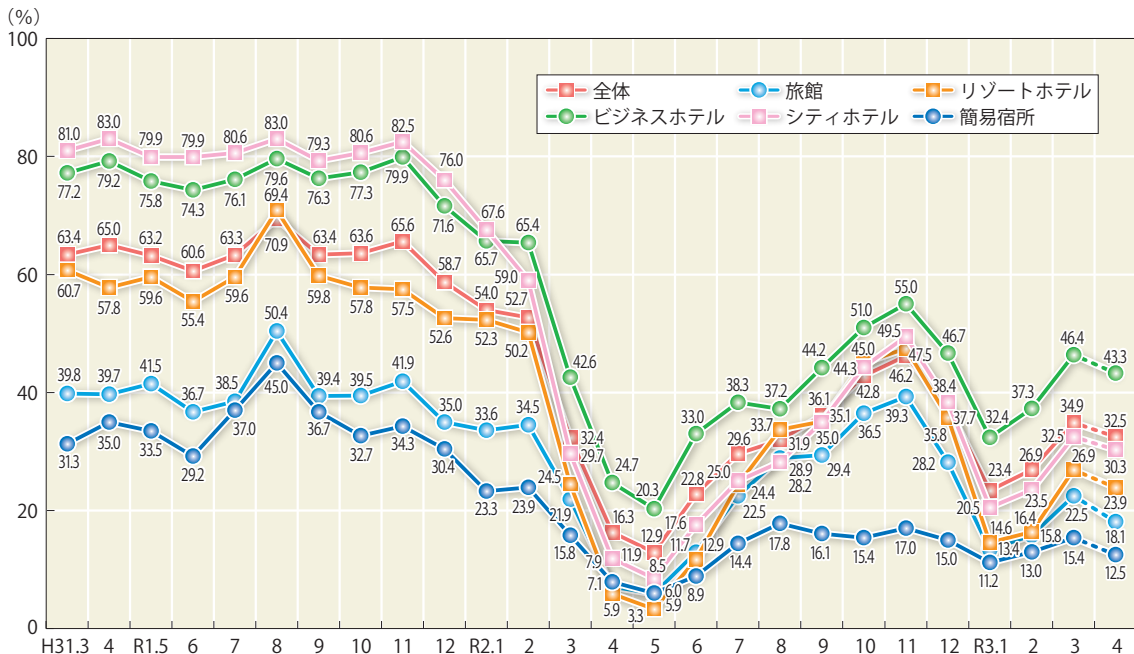
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2020年（令和2年）1月～2021年（令和3年）4月は速報値。

**図表II-20** 日本人延べ宿泊者数とGo Toトラベル事業延べ宿泊者数の推移（2020年）



客室稼働率は、簡易宿所を除き、2020年（令和2年）11月にかけて持ち直しをみせた。（**図表II-21**）。

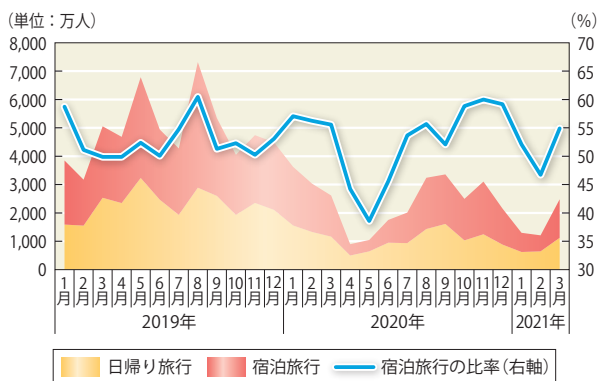
**図表II-21** 施設タイプ別客室稼働率の推移



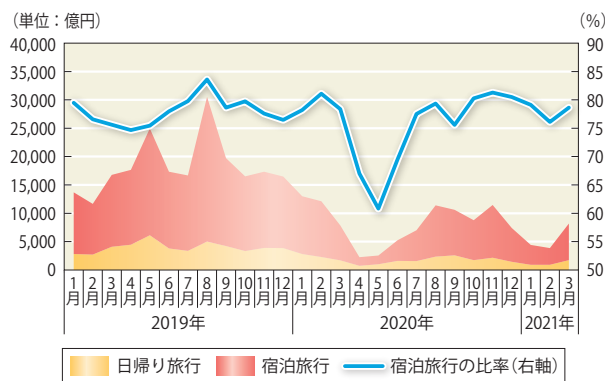
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2020年（令和2年）1月～2021年（令和3年）4月は速報値。

国内旅行の延べ旅行者数と旅行消費額について月次の推移をみると、2020年（令和2年）4、5月を底に11月まで増加傾向を示したが、その後、再度の感染拡大や緊急事態宣言の再発出等を受け、低下傾向にある。また、延べ旅行者数、旅行消費額に占める宿泊旅行の比率は、2020年（令和2年）4、5月に落ち込みをみせた後、2019年（令和元年）と同程度の水準にまで戻している。（**図表Ⅱ－22、23**）。

**図表Ⅱ－22** 延べ旅行者数の推移



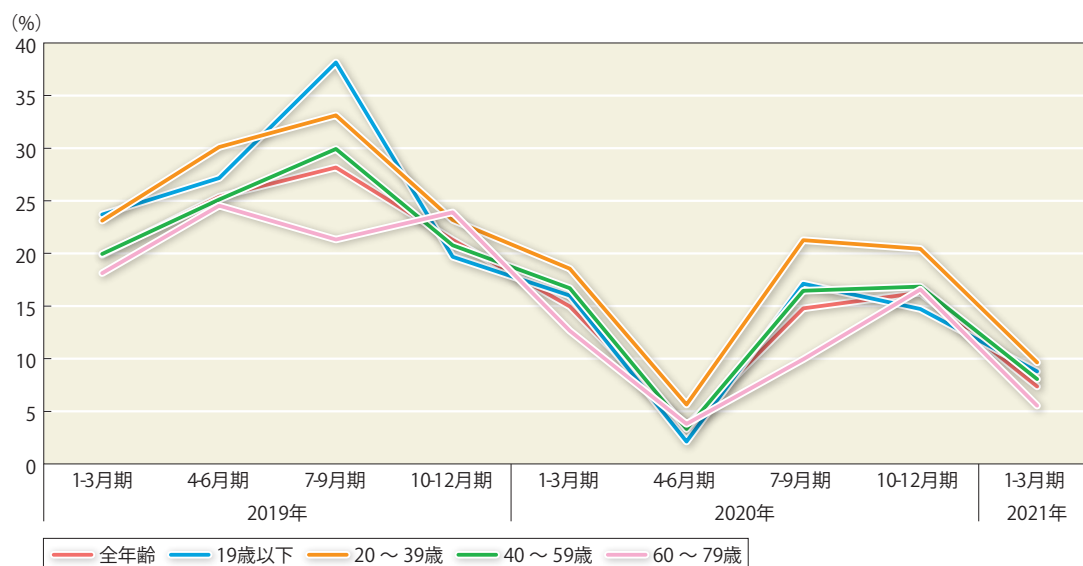
**図表Ⅱ－23** 旅行消費額の推移



旅行経験率<sup>12</sup>は2020年（令和2年）4－6月期に大きく落ち込んだ後、持ち直しをみせていたが、2021年（令和3年）に入って再び低下している。

年代別にみると、20～39歳の旅行経験率が高く、60～79歳の旅行経験率は低い。（**図表Ⅱ－24**）。

**図表Ⅱ－24** 年代別 旅行経験率の推移



12 旅行を1回以上した人の、人口に占める割合。



コラム

II-7

モバイルデータを活用した観光動向分析

近年、携帯端末の位置情報を活用したモバイルデータによる人流計測が進んでいる。モバイルデータ分析が持つ優位性としては、ゴールデンウィークやお盆といった短い期間や特定の観光地に限定した分析に加え、時間帯別分析、性別・年代別分析、居住地別分析、滞在日数（宿泊・日帰り）別分析、周遊エリア分析も可能であることが挙げられる。

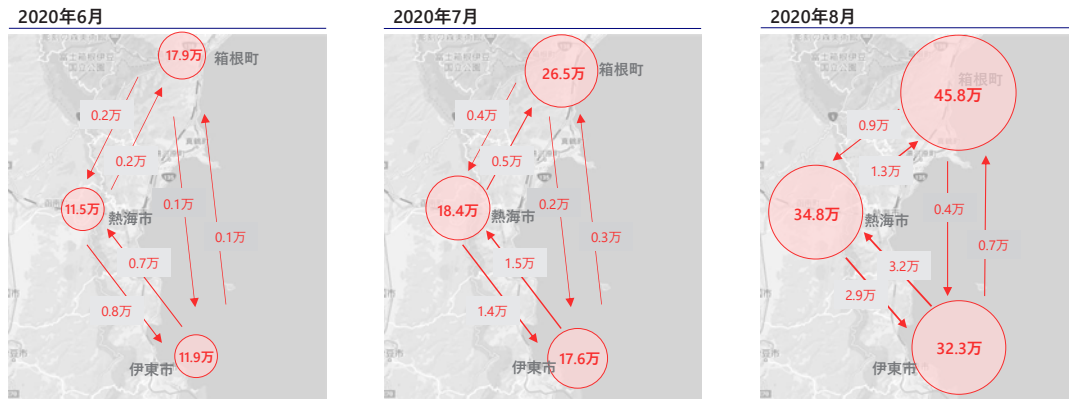
ここでは、モバイルデータを用いた3地点間の流動変化について紹介する。

首都圏近郊の観光地である神奈川県箱根町、静岡県伊東市、静岡県熱海市における観光客の周遊状況について、2020年（令和2年）6月から8月までを対象として分析を行ったところ、3地点とも、旅行者総数や地域間往来者数が8月にかけて増加した。

3地点間の往来については、鉄道や道路によるアクセスが整備されている伊東～熱海間の往来が伊東～箱根間、箱根～熱海間よりも多いことや、伊東から熱海・箱根に向かう旅行者が、熱海・箱根から伊東に向かう旅行者を上回って増加したことが分かった。（コラム図表II-7）。

コラム図表II-7

箱根・伊東・熱海の旅行者総数と3地点間の流動の変化



	目的地						
	神奈川県 箱根町		静岡県 伊東市		静岡県 熱海市		
	7月/6月	8月/7月	7月/6月	8月/7月	7月/6月	8月/7月	
旅行者総数	148	173	153	183	155	189	
出発地	神奈川県 箱根町	-	-	176	211	190	207
	静岡県 伊東市	277	232	-	-	207	207
	静岡県 熱海市	191	273	177	203	-	-

6月、7月の旅行者の水準を100とした場合の、7月、8月の水準を示している。

## 第2節 新型コロナウイルス感染症がもたらした観光のトレンドの変化

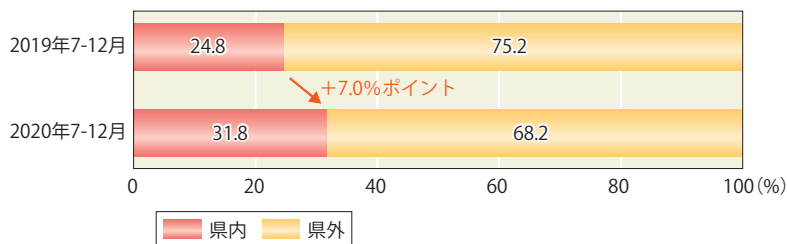
本節では、新型コロナウイルス感染症がもたらした観光のトレンドの変化について、様々な角度から分析し、具体的な事例も紹介する。なお、こうした変化がコロナ収束後も継続するか、更に変化を続けるか、注視していく。

### 1 旅行形態の変化 (近隣地域内での観光)

まず、県内等、近隣地域内での観光（いわゆるマイクロツーリズム）の動向についてみる。

観光庁「宿泊旅行統計調査」により、2019年（令和元年）7－12月と2020年（令和2年）の7－12月の宿泊者を県内客と県外客に分けてみると、県内比率（宿泊者が県内客である割合）は2020年（令和2年）に増加した。（図表Ⅱ－25）。

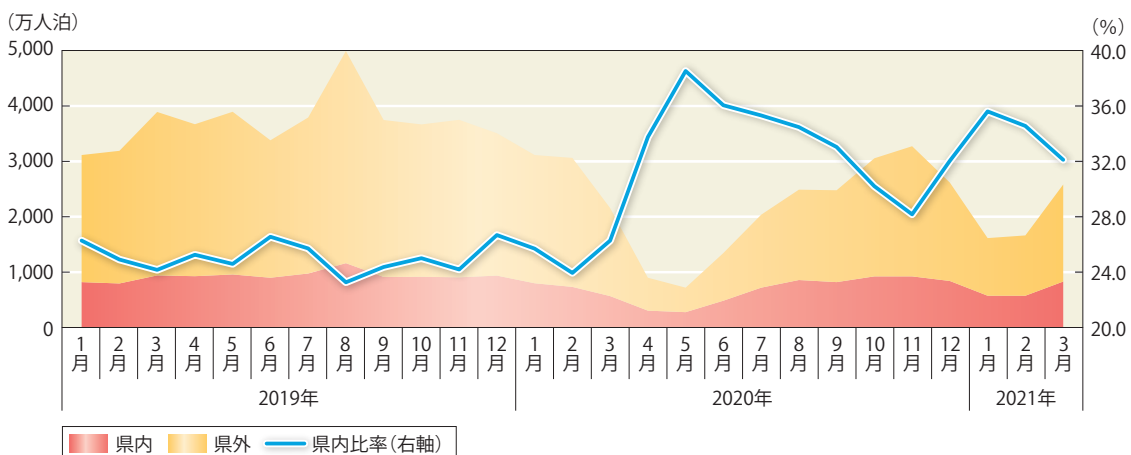
図表Ⅱ－25 県内宿泊旅行者と県外宿泊旅行者の割合【全国】



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2020年(令和2年)は速報値。

これを月ごとの推移で見ると、2020年（令和2年）4月から5月にかけては、県内客、県外客がともに落ち込む中で県内比率が高まりをみせた。その後、県をまたぐ移動の解禁やGo To トラベル事業等により宿泊者数が回復をみせる中で、県内比率は低下傾向をみせた。Go To トラベル事業の一時停止後は、県内比率は再び上昇している。（図表Ⅱ－26）。

図表Ⅱ－26 県内県外宿泊旅行者の推移



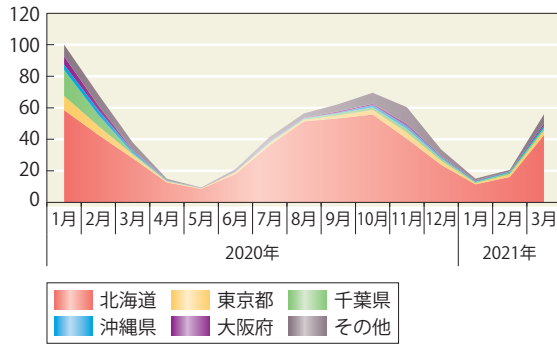
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2020年(令和2年)1月～2021年(令和3年)3月は速報値。

他方で、一部の都道府県の居住者について、宿泊旅行の目的地をみたのが図表Ⅱ-27である。これによると、北海道と沖縄県を除き、2020年（令和2年）6月以降12月にかけて、目的地上位6位以下の都道府県のシェアの上昇、すなわち宿泊旅行の目的地に広がりが見られたことが分かる。

図表Ⅱ-27 居住地別 目的地別の延べ宿泊者数の推移

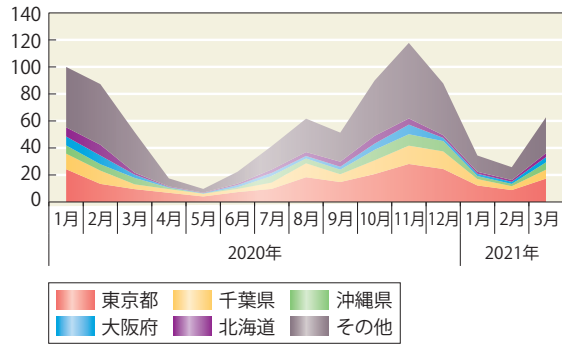
単位：2020年1月の延べ宿泊者数を100としたときの値。

北海道居住者



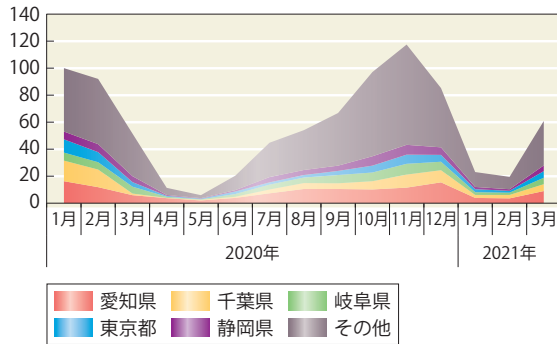
単位：2020年1月の延べ宿泊者数を100としたときの値。

東京都居住者



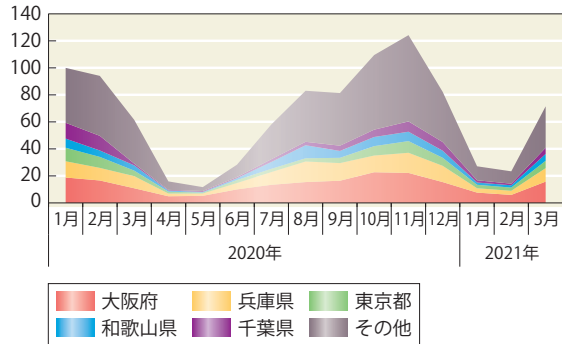
単位：2020年1月の延べ宿泊者数を100としたときの値。

愛知県居住者



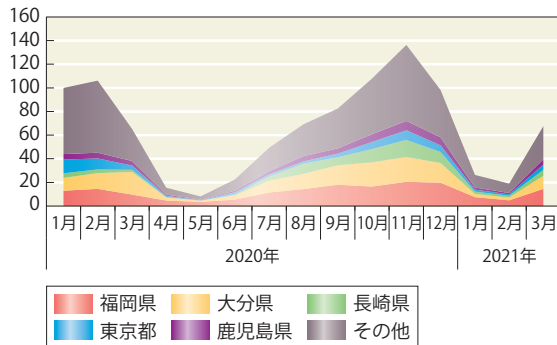
単位：2020年1月の延べ宿泊者数を100としたときの値。

大阪府居住者



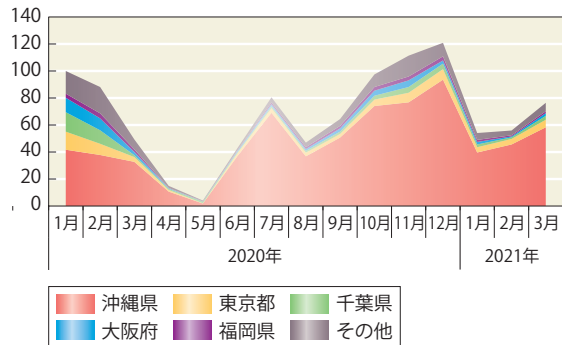
単位：2020年1月の延べ宿泊者数を100としたときの値。

福岡県居住者



単位：2020年1月の延べ宿泊者数を100としたときの値。

沖縄県居住者



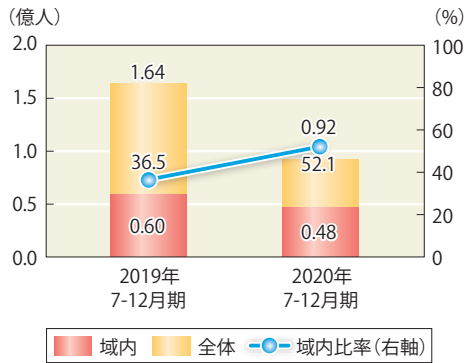
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2020年（令和2年）1月～2021年（令和3年）3月は速報値。

注2：2020年（令和2年）1月～2021年（令和3年）3月における目的地別延べ宿泊者数の合計を元に上位5都道府県を算出。

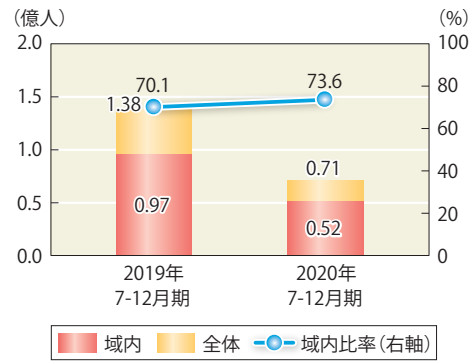
観光庁「旅行・観光消費動向調査」により、宿泊旅行、日帰り旅行における域内比率<sup>13</sup>をみたところ、延べ旅行者数及び観光消費額が大きく減少する中で、宿泊旅行において、延べ旅行者数、消費額ともに域内比率が大きく高まったことが分かる。(図表II-28、29、30、31)。

図表II-28 宿泊旅行・延べ旅行者数

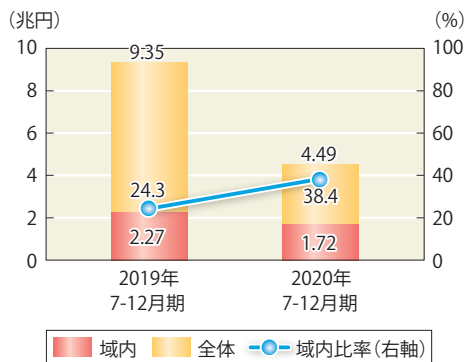


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表II-29 日帰り旅行・延べ旅行者数

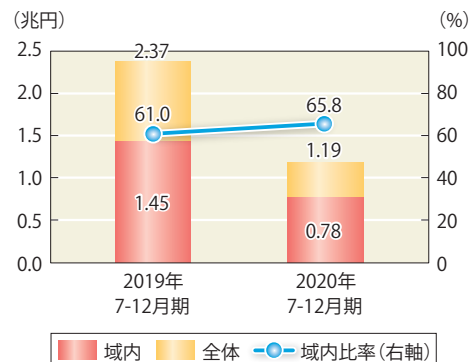


図表II-30 宿泊旅行・消費額



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

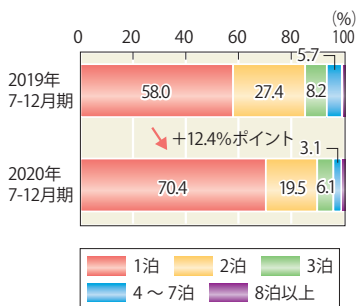
図表II-31 日帰り旅行・消費額



(宿泊数、同行者、旅行の種類)

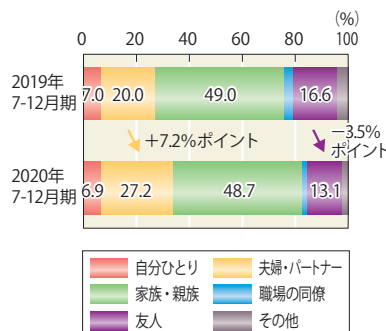
観光庁「旅行・観光消費動向調査」によると、宿泊数別構成比では、前年同期と比べて1泊の割合が増加した。同行者については、職場の同僚や友人等の割合が減少した。また、個人旅行の割合が増加し、パック・団体旅行の割合が減少した。(図表II-32、33、34)。

図表II-32 宿泊数

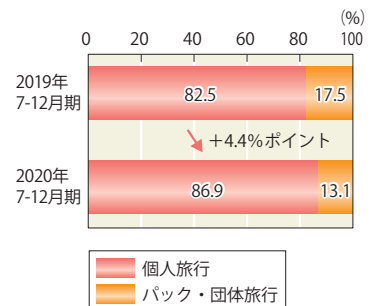


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表II-33 同行者



図表II-34 旅行の種類

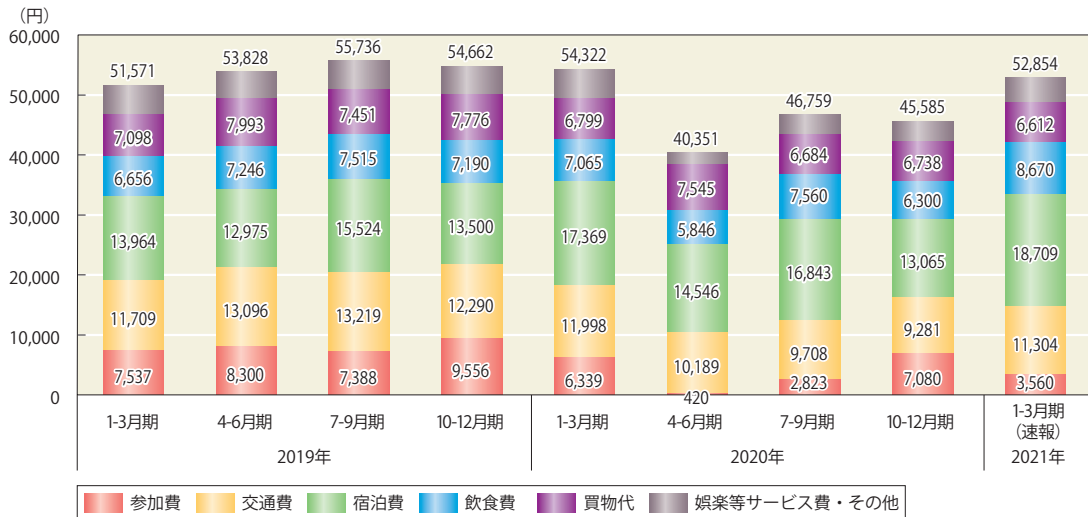


13 各地方ブロック内への旅行が占める割合。

(旅行支出)

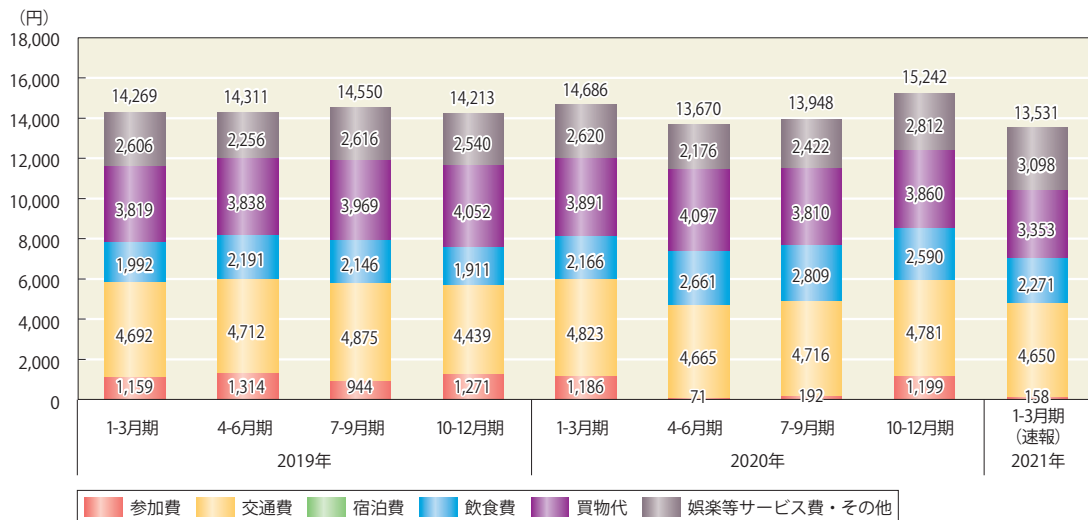
観光・レクリエーション目的の旅行中の1人1回当たり旅行支出(旅行単価)<sup>14</sup>の推移をみると、宿泊旅行においては参加費<sup>15</sup>と交通費、娯楽等サービス費が減少傾向にあり、日帰り旅行においては飲食費が増加傾向にあることが分かった。(図表Ⅱ-35、36)。

図表Ⅱ-35 旅行単価の推移(宿泊旅行、旅行中)



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的  
注1：2021年(令和3年)1-3月期は速報値。

図表Ⅱ-36 旅行単価の推移(日帰り旅行、旅行中)



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的  
注1：2021年(令和3年)1-3月期は速報値。

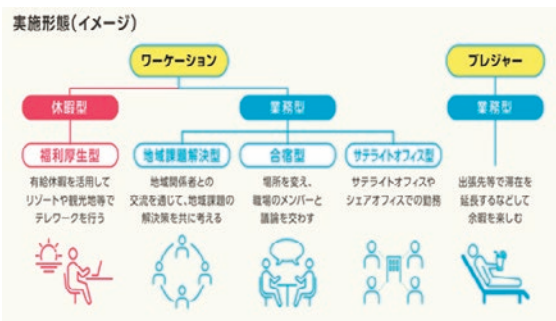
14 本旅行支出には、Go To トラベル事業等による補助額は含まれないことに留意が必要。  
15 旅行会社のバックツアー利用や、職場や学校等の団体旅行への参加に係る費用。

## 2 ワークेशन等やアウトドア等の自然体験へのニーズの高まり

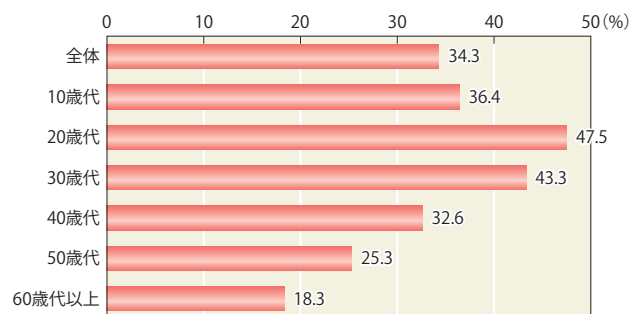
### (ワークेशन等)

観光庁では、テレワークが普及し、働き方が多様化していることも踏まえ、ワークेशनやブレッジャー<sup>16</sup>等の仕事と休暇を組み合わせた旅行を、働き方改革とも合致した「新たな旅のスタイル」と位置付け、企業（送り手側）、地域（受け手側）等と連携しながら、より多くの旅行機会の創出と旅行需要の平準化に向けて普及を促進している。

まず、ワークेशनに関する調査によると、特に20歳代、30歳代の実施希望率が高い結果となっている。（**図表Ⅱ－37**）。



**図表Ⅱ－37** 年代別のワークेशनの実施希望



資料：内閣府「第2回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

ワークेशनやブレッジャー等の導入により、従業員を送り出す企業側としては、社員満足度の向上、人材確保、イノベーションの創出やBCP対策<sup>17</sup>など、柔軟な働き方のニーズへの対応を含めた経営課題の解決につながることを期待されている。また、従業員にとっては、働き方の選択肢が増えるとともに、職場や自宅とは異なる環境で過ごすことにより、リフレッシュやモチベーション向上などのメリットがあると考えられている。観光庁が2020年（令和2年）にモデル事業として企業を対象に実施した、ワークेशनの効果検証では、ワークेशनが生産性・心身の健康にポジティブな効果があることが示された。効果を客観的に測定するために行った生体情報の分析では、ワークेशनの滞在日数を重ねるほど「集中・覚醒」の割合が高まる傾向がみられた。また、アンケート調査においても、実施前と比べて、特に集中力やモチベーション、創造性が高まる傾向がみられた。

<sup>16</sup> ワークेशन：Work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普通の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。休暇主体と仕事主体のパターンがある。ブレッジャー（ブリージャー）：Business（ビジネス）とLeisure（レジャー）を組み合わせた造語。出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと。

<sup>17</sup> BCP（Business Continuity Plan：事業継続計画）対策：企業が、地震、津波、大雨、大雪などの自然災害や事故、停電など、予測不可能な緊急事態に見舞われた際にとるための施策で、重要業務の被害を最小限に抑え、企業運営を滞らせないための行動指針。

さらに、地域にとっても、関係人口の拡大や企業との関係性の構築による地域の課題解決、遊休施設等の活用などのメリットが挙げられることから、ワーケーションやブレジャー等の普及は、企業、従業員、地域にとって「三方よし」の持続可能なモデル形成につながることを期待される。

例えば、2016年(平成28年)から働く場所や時間を社員が自由に選べる新しい働き方「WAA(Work from Anywhere and Anytime)」を導入したユニリーバ・ジャパンでは、働く場所や時間の選択肢を広げたことで、会社に対する愛着心や貢献意欲、仕事へのモチベーション向上につながるといった点で社員からも高い評価を得ている。また、同社では2019年(令和元年)から8つの地方公共団体と連携し(2021年(令和3年)2月現在)、提携する地方公共団体にある施設をコワーキングスペースとして社員が無料で利用できるほか、地方公共団体が指定した地域課題の解決に貢献する活動を行うと提携宿泊施設の宿泊費が無料または割引となる「地域de WAA」という取組を行っており、「様々な地方公共団体と連携し、地域の枠を超えて人材交流を図ることで、新しいビジネスにつながるアイデアが生まれたり、参加した社員が普段はなかなかできない体験や交流をすることで、人としても大きく成長すると感じている」といった声が挙がったように、企業、従業員、地域それぞれのメリットにつながっている。

地域においても、新たな旅行需要の取り込みや将来的な関係人口の拡大を期待して、受入環境の整備が進められている。特に、家族連れでワーケーションを行うにあたっては、仕事中的子供や配偶者の過ごし方が課題となるが、長崎県五島市が2020年(令和2年)に実施したワーケーション実証事業では、子連れでのワーケーションを楽しめるよう、市や関係者と調整し、小学校の体験入学を利用可能としたほか、未就学児は保育園の一時保育を利用可能とした。また、子供と一緒に楽しくイベントを企画するなど、子連れでも気兼ねなく参加できるような工夫を行っている。



五島市主催:島ぐらしワーケーションin GOTO(GWC2021)

導入のメリット	
<p><b>企業(送り手側)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●有給休暇の取得促進</li> <li>●帰属意識の向上</li> <li>●人材流出の抑止と人材の確保</li> <li>●イノベーションの創出</li> <li>●CSR、SDGsの取組みによる企業価値の向上</li> <li>●地域との関係性構築によるBCP対策</li> <li>●地方創生への寄与</li> </ul>	<p><b>従業員(利用者)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●長期休暇が取得しやすくなる</li> <li>●働き方の選択肢の増加</li> <li>●ストレス軽減やリフレッシュ効果</li> <li>●モチベーションの向上</li> <li>●業務効率の向上</li> <li>●リモートワークの促進</li> <li>●新たな出会いやアイデアの創出</li> </ul>
<p><b>行政・地域(受け手側)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●平日の旅行需要の創出</li> <li>●交流人口および関係人口の増加</li> <li>●関連事業の活性化、雇用創出</li> <li>●企業との関係性構築</li> <li>●遊休施設等の有効活用</li> </ul>	<p><b>関連事業者(受け手側)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業拡大および雇用創出</li> <li>●受入地域(行政)との関係性向上</li> <li>●自社のソリューション開発</li> </ul>

ワーケーション導入のメリット

観光庁では、2020年度（令和2年度）に、①企業を対象としたモデル事業によるトライアルと効果検証、②国内企業を対象とした実態調査、③企業及び地域向けの普及啓発パンフレットの制作、④企業の経営者、人事担当者を対象としたオンラインセミナー、⑤ウェブサイトの制作や各種メディアを活用した情報発信・プロモーションなどを通じて「新たな旅のスタイル」の普及を図るとともに、有識者や関係省庁、地方公共団体、経済団体、観光関連団体等の関係者による「『新たな旅のスタイル』に関する検討委員会」を開催し、今後の普及に向けた協議を行った。検討委員会は、2021年度（令和3年度）も継続して開催することとしている。なお、2020年（令和2年）10月には、北海道洞爺湖町において観光庁職員数名がワーケーション体験を行い、地元関係者との意見交換や周辺のアクティビティ視察を行うとともに、滞在先においてテレワークを実施した。

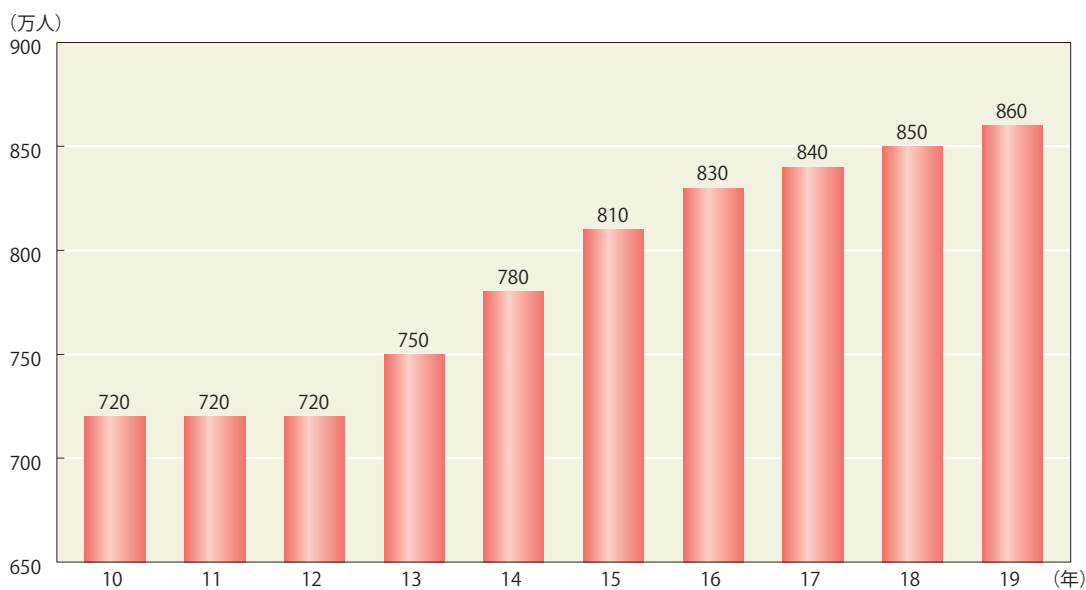
また、ワーケーション等の旅費等に関する税務処理については、2020年（令和2年）12月に、事例別の考え方をQ&A形式で整理して公表し、企業でのワーケーション等の制度化を促進した。なお、企業によっては、ワーケーションの内容に応じて旅費を企業側が負担するケースもみられる。

あわせて、受入側の環境整備のため、宿泊施設におけるWi-Fiやコワーキングスペースの設置に対しても補助を行っている。佐賀県嬉野市の嬉野温泉和多屋別荘では、一部の客室をサテライトオフィスに改装して企業を誘致しており、2020年（令和2年）4月から東京に本社を置く企業の職員数名が常駐している。

### （アウトドア等の自然体験）

新型コロナウイルス感染症が拡大する以前より、キャンプ等のアウトドア需要は高まっており、オートキャンプ参加人数は、過去6年間で約100万人増加しているが、さらに新型コロナウイルス感染症による旅行者の変化として、3密の回避につながる、自然が多い地域への訪問意向が高まっているとの調査結果がある。（**図表II-38、39**）。

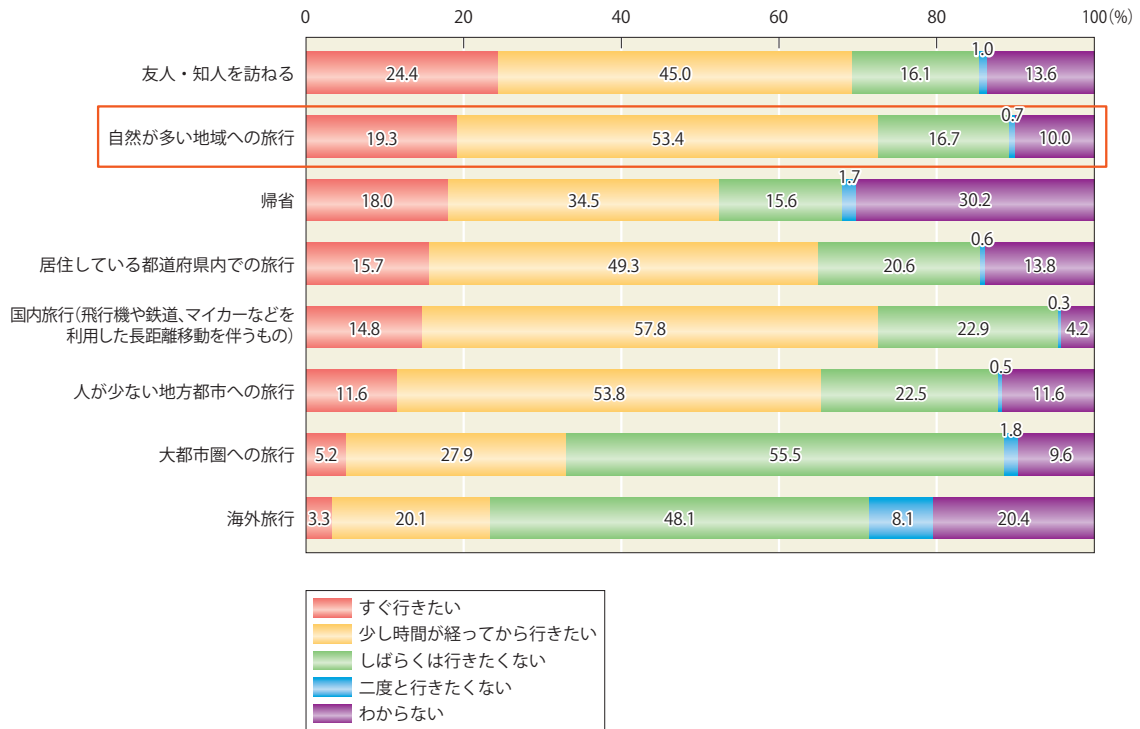
**図表II-38** オートキャンプ参加人数の推移（推定値）



資料：（一社）日本オートキャンプ協会「オートキャンプ白書2020」



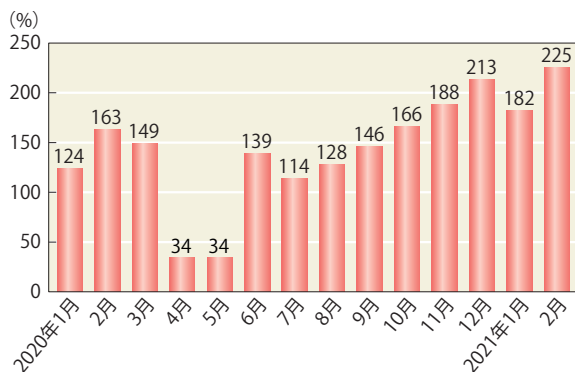
図表Ⅱ-39 意識調査 渡航や外出自粛が緩和された場合、どんな旅行にいつ頃行きたいか(単一回答)



資料：JTB・JTB総合研究所「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化及び旅行再開に向けての意識調査2020」(2020年5月)

キャンプ場検索・予約サイトを運営する企業によれば、通常は需要が落ち着く秋冬についても2020年(令和2年)は需要が高く、2021年(令和3年)2月時点での予約状況は、グランピングやコテージ等で前年同月比1.4倍、テントサイトでは同3.5倍となった。最近では、テント設営が不要で食事も完備されたグランピングが、アウトドア未経験者の需要を取り込んでいる。(図表Ⅱ-40)。

図表Ⅱ-40 キャンプ場1施設当たりの平均予約件数(前年同月比)



資料：キャンプ場検索・予約サイト「なっぷ」データ



グランピングイメージ

資料：Snow Peak FIELD SUITE HAKUBA KITAONE KOGEN

琵琶湖畔にあるオートキャンプ場「ASOBIWA」では、感染症拡大を受けての需要や価値観の変化にも柔軟に対応し、湖畔で焚き火がゆったり楽しめるキャンプ施設の整備や水上アクティビティ等とセットにしたプランで高単価を実現している。そのほか、通常オフシーズンとなる冬には、地方公共団体や観光協会等とも連携して、3密対策にも対応したドライブインシアターを初めて実施した。これは琵琶湖の大自然という非日常空間に浸りながら映画鑑賞ができる、ニューノーマルにも対応した魅力的なコンテンツの造成にもつながった例である。



湖畔での焚き火とキャンプ



ドライブインシアター

### 3 滞在型観光、分散型旅行、近場での修学旅行、オンラインツアーなどの新たな旅行スタイルの登場（滞在型観光）

有名観光地や大型テーマパークなどに短期で一斉に訪れるような物見遊山型ではなく、1つの地域に滞在し、その土地の文化や暮らしを体感じじっくり楽しむ滞在型観光も、3密を避けられる旅行スタイルの1つとして注目を集めている。

以下、滞在型観光について、2つの事例を紹介する。

#### 【ryugon（新潟県南魚沼市）】

新潟県南魚沼市にある「ryugon」は、約1,500坪の広大な敷地に、元庄屋や元豪農の築約200年の古民家を活用した古民家ホテルである。宿泊客を迎え入れる母屋は、中門とよばれる突出部をもつ「中門造」で造られた、雪の中でも出入りしやすい、豪雪地帯にみられる建築様式である。国の登録有形文化財にも指定されており、民俗建築としても非常に価値が高く、宿泊客に特別感を与える上質な空間となっている。

その他、四季を感じる庭園や地元食材をふんだんに活用した食、宿のために特別に作られた無垢材削り出しのデザイン性の高い家具など、上質な空間に囲まれながら、日本一の豪雪地帯として知られる地域の文化を味わうことができる。

ここでは、地域文化をより深く体験できるよう、宿と地域が連携して、農村集落をトレッキングした後に、田んぼのあぜ道でランチをする「田んぼランチ」や、雪原の中を歩き雪の上でシャンパンを乾杯する「スノーピクニック」、竈でご飯を炊き地場の食材で郷土料理を作る「土間クッキング」など、様々な過ごし方を提案している。



「ryugon」外観と登録有形文化財のロビー



田んぼランチ



土間クッキング

### 【白井屋ホテル（群馬県前橋市）】

群馬県前橋市の「白井屋ホテル」は、地域活性化を目的に、一旦廃業した創業300年の「白井屋旅館」の歴史を承継しつつ、様々な人が交流し新たな食文化やアートを発信する拠点として2020年（令和2年）12月に開業した。

施設の設計を著名な建築家が担い、既存建物を改築したコンクリート剥き出しの、緑あふれる4層吹き抜けが印象的なヘリテージタワーと、利根川の支流にあった土手を模した特徴的なデザインのグリーンタワーの2棟で構成されている。

アートの発信拠点として、宿全体がアートを体感できる施設となっており、国内外の著名クリエイター4人がそれぞれ手掛けた4つのスペシャルルームが用意されているほか、全客室や施設内の至るところに地元前橋出身の作家を含む国内外のアーティストの作品が展示されており、宿自体が美術館のような空間となっている。

食事も、東京のミシュランガイド二つ星フレンチの名店オーナーシェフが監修し、群馬出身のシェフが地元の食材や郷土料理を活かした料理をレストランやアートに囲まれたラウンジなどで、五感を刺激しながら楽しむことができる。



ヘリテージタワー  
©Shinya Kigure



グリーンタワー



4つのスペシャルルーム



地元食材を活かした料理

### （分散型旅行）

従来、日本の旅のスタイルは、特定の時期に一齐に休暇取得する、宿泊日数が短い、といった特徴があり、旅行需要が特定の時期や場所に集中することが指摘されてきた。他方で、新型コロナウイルス感染症の拡大によって、いわゆる3密を避けた行動をとることが求められ、混雑を回避することが必要となっている。

このため、旅行需要を分散すべく、官民一体となって「人数・時期・時間帯・場所」が分散する旅行の促進キャンペーンを実施している。観光庁が主体となり分散型旅行を呼び掛けたほか、旅行・交通系企業等も、平日の利用を促進する商品を開発している。これにより、3密の回避に加え、繁閑差の解消が期待される。



分散型旅行のロゴ

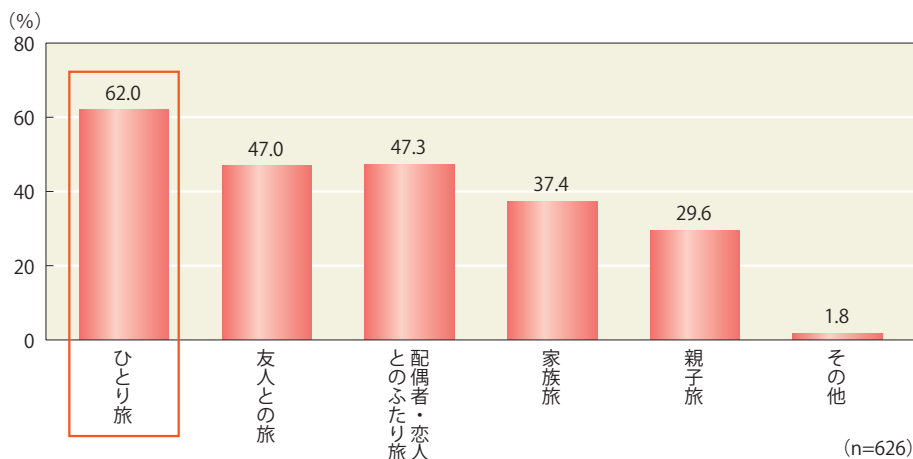
JR北海道では、流氷だけではなく道東エリアへの訪問を促進するため、SL冬の湿原号を運転している。北海道の魅力を代表する流氷にスポットが当たる冬の道東エリアにおいて穴場のような存在である釧路湿原は、国の天然記念物に指定されているタンチョウやオオワシ、オジロワシが飛来するほか、エゾシカやキタキツネも姿を現す、野生動物の宝庫とも呼べる魅力あふれるスポットであり、SLを利用して多くの観光客が訪れている。



冬の釧路湿原を走るSL

また、民間調査によると、62%がこれからの旅はひとり旅を選ぶと回答している。(図表II-41)。そのような中で、多様な事業者によるひとり旅向け商品の販売が増加している。例えばクラブツーリズムでは、ひとり旅の流行に伴い、観光列車を貸し切って食事を楽しむ商品や、4日間で30万円以上の贅沢な旅が人気で、追加日程を組むほどとなっている。

図表II-41 インターネット調査 これからの旅は主に誰と行きたいですか？



資料：旅メディア「ことりっぷ」「あたらしい旅のカたち」をテーマにしたインターネット読者調査より  
(調査期間：2020年12月8日～12月22日)

### (近場での修学旅行)

修学旅行は、子供たちにとって学校生活の思い出に残るだけでなく、見聞を広め、自然や文化などに親しむ有意義な教育活動として各学校において計画・実施されている。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、修学旅行が中止や変更となるケースが生じた。

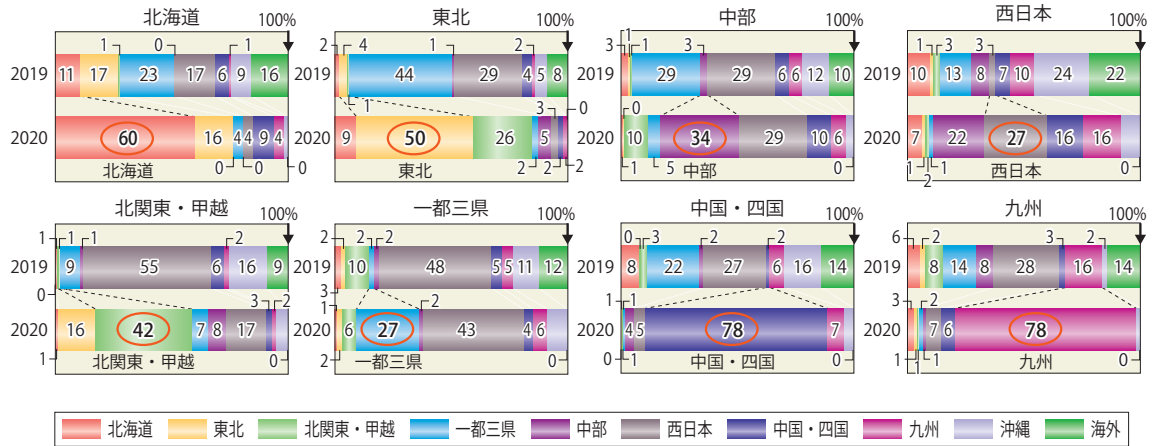
このため、文部科学省と観光庁では、感染状況等を踏まえ、感染防止策の確実な実施や保護者などの理解・協力を前提に、仮に当初の計画どおりの実施が難しい場合であっても、近距離での実施や旅行日程の短縮など実施方法の適切な変更・工夫について検討するよう、各学校設置者等に対して依頼を行った。また、保護者の経済的負担軽減等を図るため、Go To トラベル事業や地域観光事

業支援についても活用を検討するよう依頼した。

その結果、学校と地域が連携するなど様々な工夫を凝らした修学旅行が実施されている。

特に大きな変化としては、目的地を近隣県として実施するケースが大きく増加した点が挙げられる。2019年（令和元年）と2020年（令和2年）に実施された修学旅行について目的地の構成割合をみたところ、全ての地域で域内での割合が増加している。（図表Ⅱ－42）。

図表Ⅱ－42 発地別・修学旅行目的地の割合の変化



資料：2019年度・2020年度の(株) JTBの修学旅行取扱件数をもとに(株) JTB総合研究所分析作成  
 注1：2020年度のみ2020年4月～2021年1月のデータ(2021年1月末時点の数値のため、その後の中止や目的地変更は未反映)  
 沖縄発の修学旅行は含まない

以下、新たな修学旅行のスタイルについて、2つの事例を紹介する。

【大分県日出町】

新型コロナウイルス感染症によって、修学旅行先を近場に変更する学校が増え、地域の歴史が改めて注目されている。その一例として、大分県日出町の「人間魚雷回天の訓練基地跡・回天神社（住吉神社）」が挙げられる。

同訓練基地は、太平洋戦争末期に考案された人間魚雷「回天」の乗員のための特攻訓練基地として建設された。現在は回天神社（住吉神社）に全国の「回天」搭乗員や整備員など1,073名もの戦没者が祀られており、神社周辺には、回天実物大模型も設置された「回天大神訓練基地記念公園」が整備されている。

日出町では、2020年（令和2年）に初めて県内の宇佐市や津久見市等から5校の修学旅行を受け入れた。修学旅行では「ひじまち歩きガイドの会」による説明や、訓練基地跡地の保存や隊員の慰霊を続ける「大神回天会」による説明のほか、普段は公開されていない回天実物大模型内側にある操縦席の特別見学を実施するなど、児童が戦争の悲惨さと平和の尊さを近場で学ぶ貴重な機会となった。



回天神社で説明を聞く様子



「ひじまち歩きガイドの会」の皆さん

【広島県尾道市】

広島県尾道市の小学校では、新型コロナウイルス感染症の影響により、例年実施していた関西への修学旅行を中止し、代案として地元漁協と協力した漁師体験を企画した。これには、地元なら万が一の際にも対応しやすく、児童にとっても普段は馴染みの少ない漁師という仕事に触れることで地元の良さを再認識できることが決め手となった。

実際の体験では、底引き網や定置網といった漁師の仕事を肌で体験することに加え、網にかかった大量のプラスチックゴミから、海洋プラスチック問題について深い学びを得ることができた。児童からは漁師体験から非常に良い経験と感動を得たという声があり、学校関係者にとっても、子供たちにとっても、本当に必要な修学旅行とは何かを再考する機会になった。

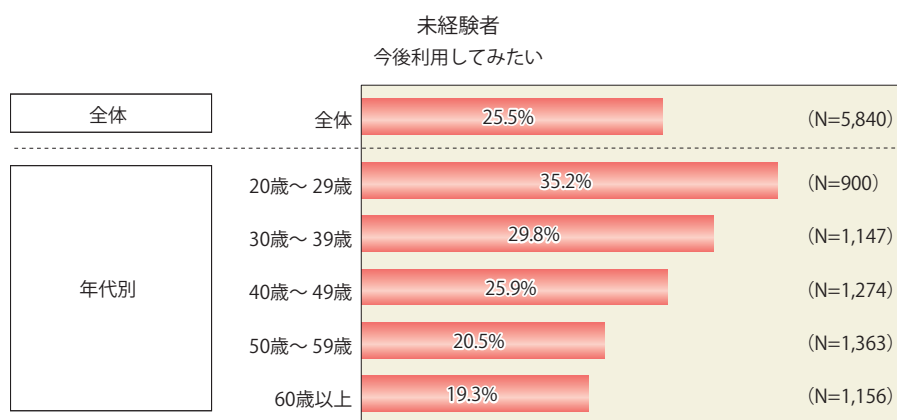


船上での収穫体験

(オンラインツアー)

新型コロナウイルス感染症の拡大によって旅行に行けない日々が続く中、観光事業者も、新たな旅のあり方を模索している。その一例として、オンラインツアーが増えており、新型コロナウイルス感染症収束後に実際に現地を訪れてもらうためのプロモーションとしての効果が期待されている。民間調査では、オンラインツアー未経験者のうち25.5%がオンラインツアーを今後利用してみたいと回答しており、特に若年者の意向が高い結果となっている。(図表II-43)。

図表II-43 オンラインツアーに対する意向



株式会社JT総合研究所 「新型コロナウイルス(COVID-19)に関連したアンケート調査」(2020年9月)

オンラインツアーの特徴として、介護のために家を離れられない人や仕事で長期休暇が取れない人など、普段は旅行に行けない人も気軽に参加できるという点が挙げられる。また、オンラインツアーでは、説明を聞きながら商品に対する理解を深められるため、特産品のインターネット販売を増やすことにもつながっている。

例えば、熊野古道や那智の滝でも有名な和歌山県那智勝浦町は、毎年約1,000トンの生まぐろが水揚げされることから、地元産の生まぐろを満喫するオンラインツアーを造成・催行した。参加者には事前に生まぐろのブロックと地元産のしょうゆ・塩が届き、ツアー当日はオンライン上で地元の仲卸業者がまぐろの特徴やおいしい刺身の切り方などを伝授するという内容となっており、当初予定していた募集枠はすぐに満員となり追加開催を行うほどの人気ツアーとなった。参加者の中にはオンラインツアーのリピーターになる人や、現地へ足を運び、実際に体験を楽しんだりツアー案内人と交流を深めたりする参加者もいた。



オンラインツアー撮影の様子



参加者に届くまぐろの切り身

琴平バス株式会社では、貸切バスの需要が減少したため、オンラインバスツアーを企画・販売した。ツアーではオンラインミーティングソフトを1台のバスのように見立てて観光地巡りを楽しむことができ、途中、添乗員によるガイドや参加者同士の自己紹介といったイベントも盛り込まれている。さらに、参加者には事前に琴平の特産品であるうどんや甘酒などが届き、食事を楽しみながら参加することができた。ツアー参加者の5割以上が首都圏からの参加者であったことに加え、インドネシアや英国など、海外からも多数の参加があった。



オンラインツアーの様子



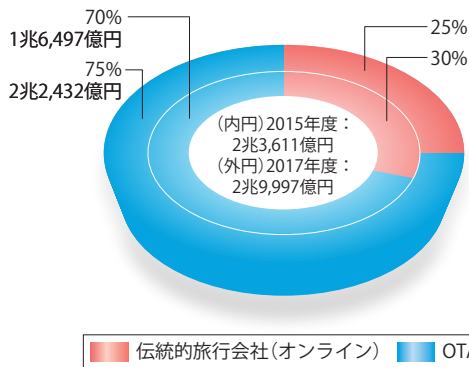
参加者宅に届く香川の特産品

#### 4 オンライン予約の増加

日本の旅行会社によるオンラインでの取扱高は、2015年度（平成27年度）から2017年度（平成29年度）にかけて約6,400億円増加したところであるが、総務省「家計消費状況調査」にみられるように、ネットショッピング利用世帯の割合が増加していることを踏まえれば、今後対面や接触を避けることができるオンライン予約が増加すると見込まれる。（図表Ⅱ－44、45）。

図表Ⅱ－44

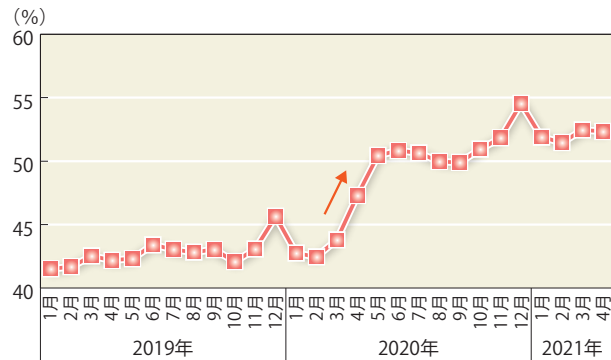
日本企業のオンラインでの旅行取扱高



資料：フォーカスライトJapan「日本のオンライン旅行市場調査 第4版」より、みずほ銀行産業調査部作成資料

図表Ⅱ－45

ネットショッピング利用世帯の割合の推移



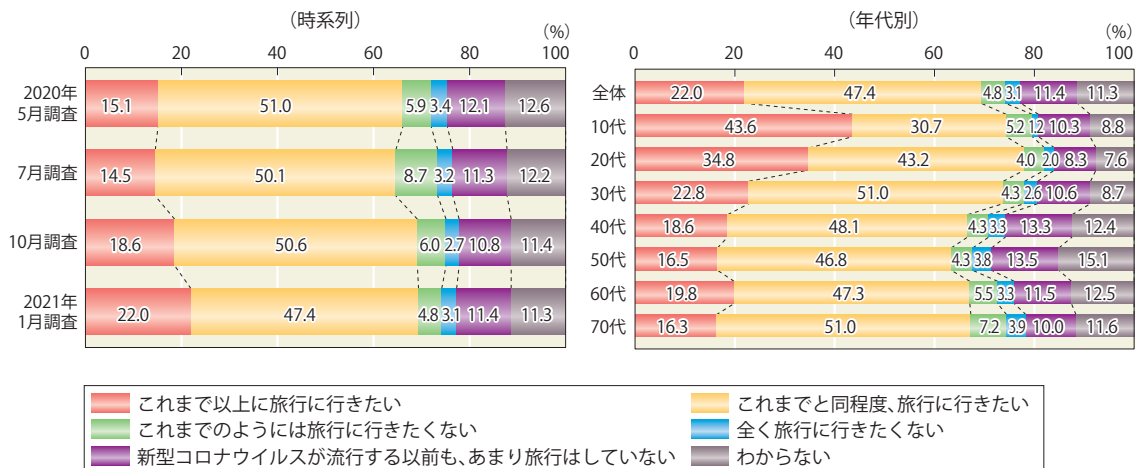
資料：総務省「家計消費状況調査」

#### 5 コロナ収束後の旅行意向

公益財団法人日本交通公社（JTBF）の調査によると、コロナ収束後の旅行意向として、2020年（令和2年）7月以降、「これまで以上に旅行に行きたい」との割合が増加している。また、年代別にみると、10代から30代の若者の旅行意向が強い傾向となった。（図表Ⅱ－46）。

図表Ⅱ－46

新型コロナウイルス収束後の旅行意向



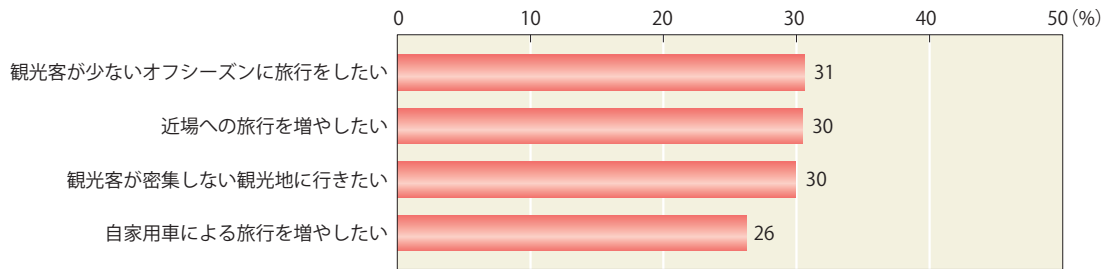
資料：JTBF「旅行実態調査(2020年5月、7月、10月、2021年1月)」

資料：JTBF「旅行実態調査(2021年1月)」



今後の国内旅行の意向としては、「オフシーズン」「近場」「密集しない観光地」「自家用車利用」等の、新型コロナウイルスの感染予防を重視した傾向が伺える。(図表Ⅱ-47)。

図表Ⅱ-47 今後の国内旅行についての考え



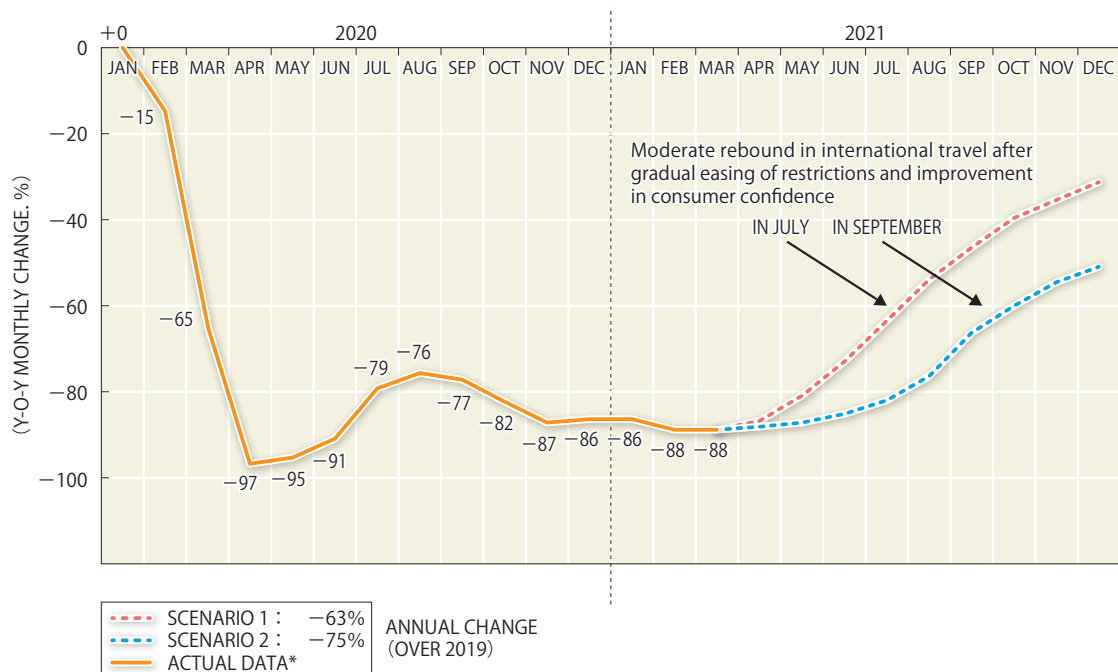
資料：JTBF「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査(2020年12月)」

## 6 国際観光動向

### (国際旅行需要)

UNWTO (国連世界観光機関) の2021年(令和3年)5月時点の見通しでは、2021年(令和3年)の国際観光客数について、2019年(令和元年)比でそれぞれ63%減、75%減となる2つのシナリオを提示している。ただしこれらのシナリオは、感染状況やワクチンの普及状況、渡航制限の緩和等、様々な要因に左右されることに留意が必要である。(図表Ⅱ-48)。

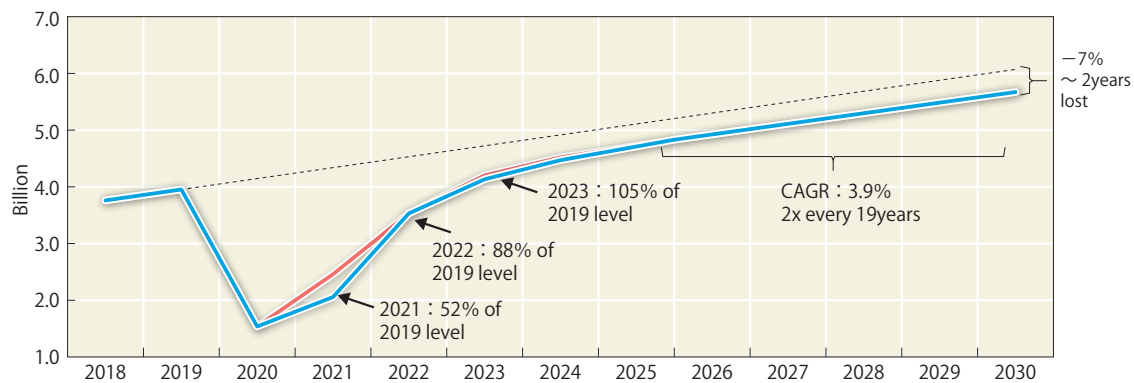
図表Ⅱ-48 国際観光客数の見通し



資料：UNWTO(国連世界観光機関)

一方で、IATA（国際航空運送協会）は、世界の航空旅客輸送が、2021年（令和3年）及び2022年（令和4年）には、2019年（令和元年）比でそれぞれ52%、88%の水準にまで回復し、2023年（令和5年）には2019年（令和元年）の水準を5%上回るとしている。（図表II-49）。

図表II-49 世界の航空旅客輸送の見通し

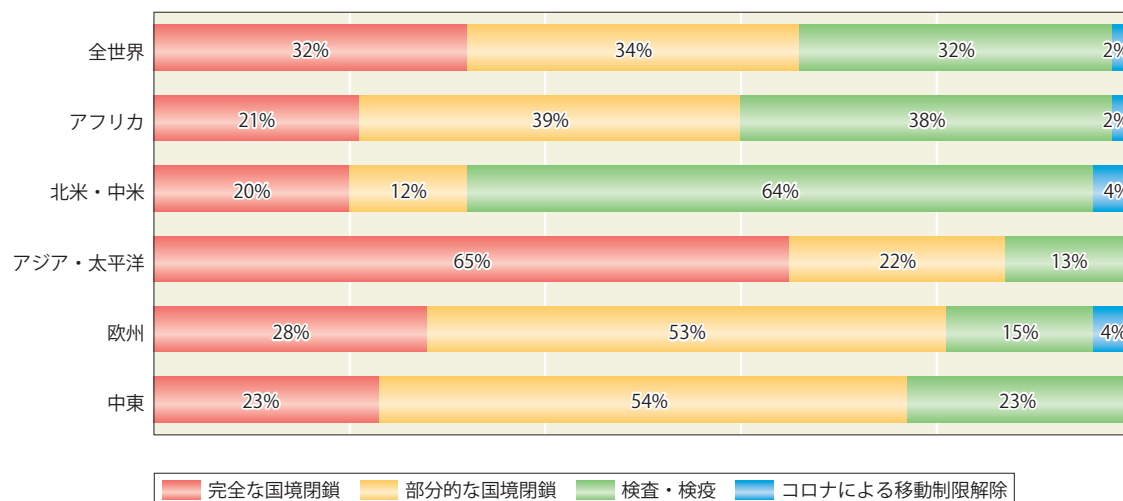


資料: IATA(国際航空運送協会)

(入国規制)

UNWTO（国連世界観光機関）によると、2021年（令和3年）2月時点で、世界217箇国・地域のうち、32%にあたる69箇国・地域で完全な国境閉鎖を行っており、到着時におけるPCR検査結果等の提示を要件に外国人の入国を認めているのは69箇国・地域にのぼっている。他方で、コロナによる全ての移動制限を解除している国・地域は5箇国・地域<sup>18</sup>となっている。（図表II-50）。

図表II-50 世界の入国規制の状況



資料: UNWTO(国連世界観光機関)

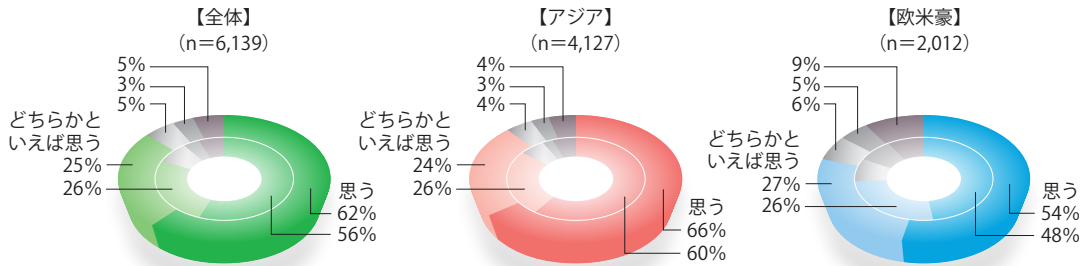
18 アルバニア、コスタリカ、ドミニカ共和国、北マケドニア、タンザニア。

(新型コロナウイルス感染症収束後の外国人の旅行意向・訪問先)

DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」によると、新型コロナウイルス感染症収束後における海外旅行の意向は、2020年（令和2年）12月調査ではアジアで89%、欧米豪で81%となり、6月調査よりも上昇した。（図表Ⅱ－51）。

図表Ⅱ－51

新型コロナウイルス感染症収束後の海外旅行の意向（新型コロナの流行が収束し、平常状態に戻ったとき、また海外旅行をしたいと思うか）（単一回答）

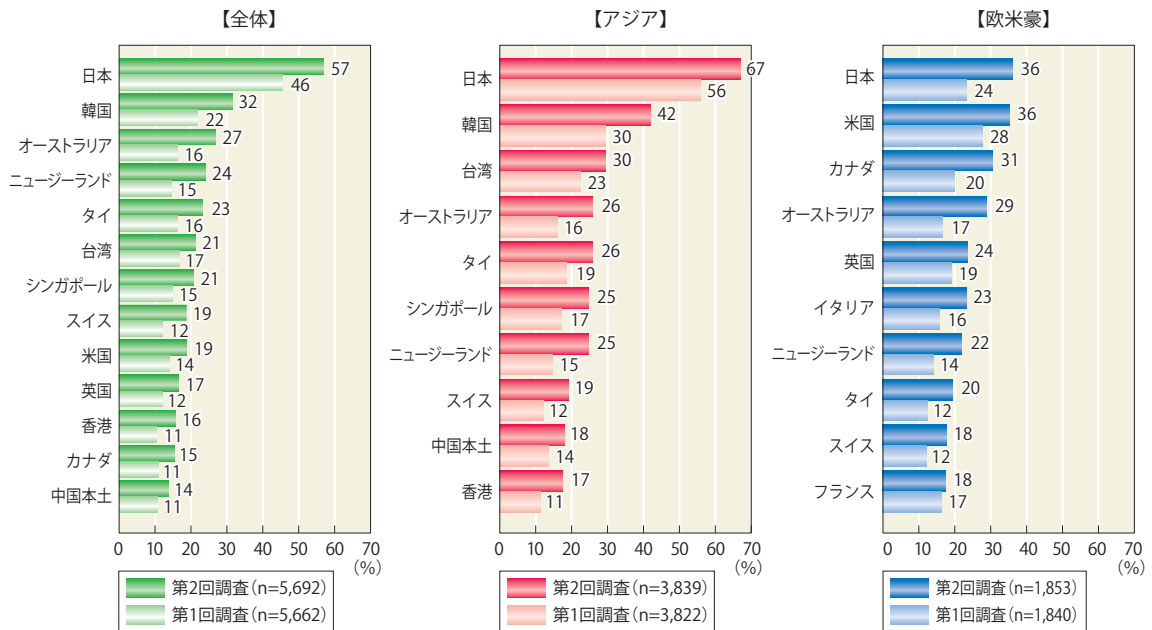


資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(新型コロナ影響度特別調査(2020年6月、12月))」より作成  
注1：内側の円が第1回調査(2020年6月)、外側の円が第2回調査(2020年12月調査)。nはサンプルサイズ。

また、次に海外旅行したい国・地域を尋ねたところ、日本は高い評価を受けており、特に我が国の清潔さへの期待が寄せられていることが分かった。（図表Ⅱ－52、53）。

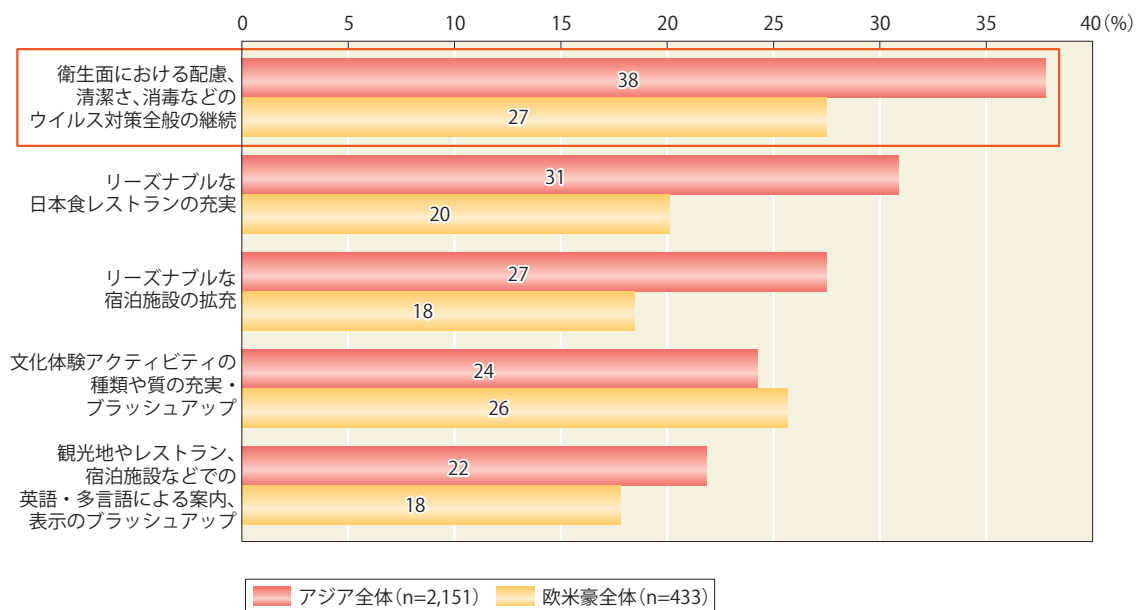
図表Ⅱ－52

次に海外旅行したい国・地域（上位10箇国・地域）



資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(新型コロナ影響度特別調査(2020年6月、12月))」より作成  
注1：第1回調査、第2回調査はそれぞれ2020年6月、2020年12月に実施。nはサンプルサイズ。  
注2：「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢からは、回答者の国・地域及び近隣の国・地域(中国-香港-マカオ、マレーシア-シンガポール、タイ-マレーシア、米国-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア-ニュージーランド、英国・フランス-欧州各国)を除いている。

図表Ⅱ-53 新型コロナウイルス感染症終息後の訪日旅行全般に期待したいこと



資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(新型コロナ影響度特別調査(2020年6月))」

## コラム

II-8

新型コロナウイルス感染症拡大状況下における  
「関西広域プロモーション動画」の制作

新型コロナウイルス感染症の収束を見据え、関西における訪日最大ボリューム層を占める東アジアからの観光客回復につなげるため、近畿運輸局は関西広域連合（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市）と連携し、関西の安心・安全対策とあわせた広域観光プロモーション動画「カンサイジーン（IMPRESSIVE KANSAI）」を4言語（中国語（繁体字・簡体字）・英語・韓国語）で制作した。

動画のコンセプトは、SNSのフォロワー数が伸びない主人公が、突如関西にタイムスリップし各地を瞬間移動で巡り、そこで出会う関西の人々との交流を通じ、「心が『ジーン』となる」旅の短編映画とした。

各府県市の新たな観光地の紹介では、メジャーな観光地にも見劣りがしないスケール感やダイナミックさを意識することにより、最後まで視聴される工夫を行った。

また、安心・安全の紹介としては、「手を洗う」「離れて挨拶をする（抱擁しない）」「靴を脱ぐ」など日本の習慣や慣習で日常的に行っている場面を盛り込み、さらに、水がきれいで自然豊かな場面等を盛り込むことにより、コロナ後におけるトレンドの変化を踏まえた訪日旅行のイメージを訴求した。

制作した動画は、東アジア向け各種イベント及び関西広域連合ウェブサイト・Facebook・公式YouTubeチャンネル等にて放映するとともに、海外旅行会社約1,500社にメールマガジンにて案内した。なお、YouTubeでは香港・台湾向け（繁体字）動画が1箇月で約50万回再生を記録し、また、「第三回 日本国際観光映画祭」の旅ムービー部門で最優秀作品賞を受賞するなど、国内外のより多くの方々の目に触れる機会も得て、感染症拡大下における観光振興の取組につながった事例と言える。

今後も、アフターコロナにおける訪日機運醸成のために、定期的なプロモーション活動及び入国制限解除や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（「東京2020大会」）、2025年日本国際博覧会開催時などトピックとなる機会を捉え、関西の広域プロモーション活動に生かしていく。



関西広域プロモーション動画「カンサイジーン (IMPRESSIVE KANSAI)」

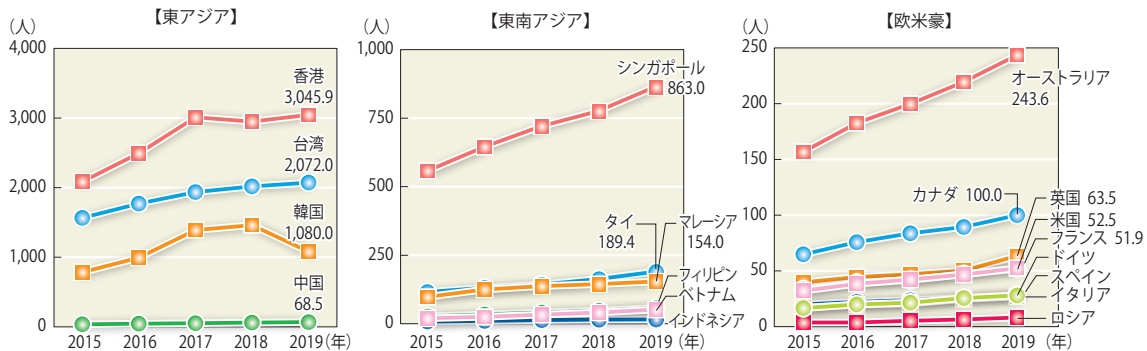
## 第3節 来るべきインバウンド復活に向けた我が国の状況

第I部でみたように、新型コロナウイルス感染症の影響によりインバウンドは世界的に大きく減少しているが、本節では、来るべきインバウンド復活を前に、我が国のインバウンドの状況についてみていく。

### 1 主要国・地域からの渡航先としての日本選択率

2019年（令和元年）までの主要国・地域の人口1万人当たりの訪日客数の推移をみると、東アジアでは、香港と台湾において継続して上昇し、韓国については2018年（平成30年）まで上昇傾向にあったが2019年（令和元年）は訪日旅行控えの影響により減少した。中国や東南アジア、欧米豪では、今後さらに上昇する余地がある。（図表II-54）。

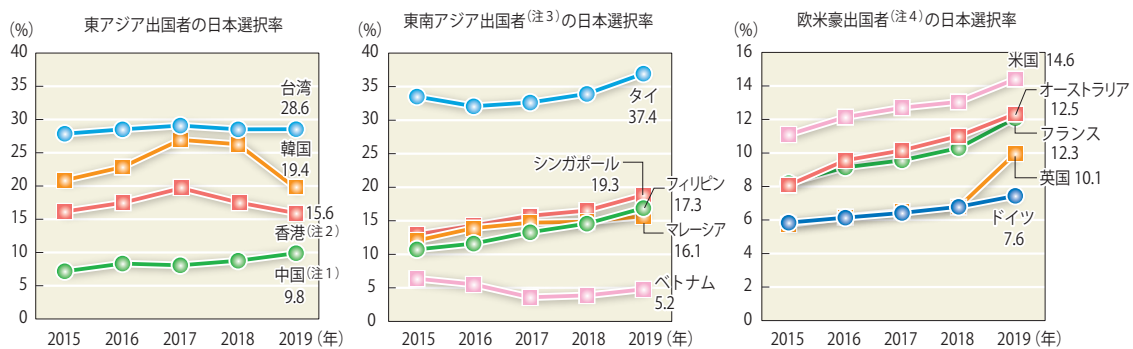
図表II-54 人口1万人当たりの訪日客数の推移（2015～2019年）



資料：IMF「World Economic Outlook Database, October 2020」、日本政府観光局「訪日外客統計」

次に各国・地域の出国者における日本選択率をみると、東アジアでは台湾が30%弱で推移し、韓国や香港では15%を超え、中国においては上昇傾向にある。東南アジアでは全体的に上昇傾向にあり、特にタイでは40%弱に達している。欧米豪では上昇傾向にあるものの、10%程度にとどまっている。（図表II-55）。

図表II-55 日本選択率の推移（2015～2019年）



資料：UNWTO(国連世界観光機関)「Compendium of Tourism Statistics Data 2015-2019, 2021 Edition」 「Tourism Statistics」 「World Tourism Organization (2020), Yearbook of Tourism Statistics dataset」より観光庁作成

注1：香港、マカオ旅行者を除く出国者の日本選択率。

注2：中国本土、マカオ旅行者を除く出国者の日本選択率。

注3：東アジア(日本、韓国、台湾、香港、マカオ、中国)への出国者の日本選択率。

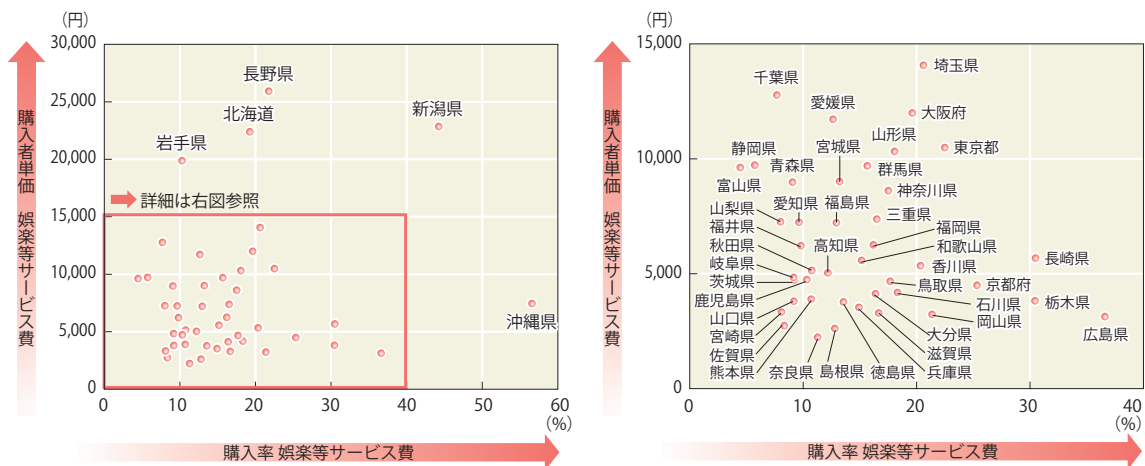
注4：アジア・オーストラリア(日本、韓国、台湾、香港、マカオ、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、フィリピン、ベトナム、オーストラリア)への出国者の日本選択率。

## 2 2019年（令和元年）のデータにみる訪日外国人消費の特徴

では、観光・レジャー目的で日本を訪れる外国人<sup>19</sup>の消費の動向にはどんな特徴があるのだろうか。ここでは、他の費目<sup>20</sup>に比べて選択的消費の性格が強い娯楽等サービス費と買物代について、都道府県別の購入率と購入者単価（1人1回当たり）<sup>21</sup>に着目して分析する。

娯楽等サービス費について、購入率は多くの都府県で10%～20%程度となっている中で、海洋レジャーが盛んな沖縄県では60%弱と高い値となった。購入者単価（1人1回当たり）は多くの都府県で15,000円以下であったが、長野県、新潟県、北海道、岩手県といった、スノーアクティビティが充実している県では高い傾向がみとれた。（図表Ⅱ－56）。

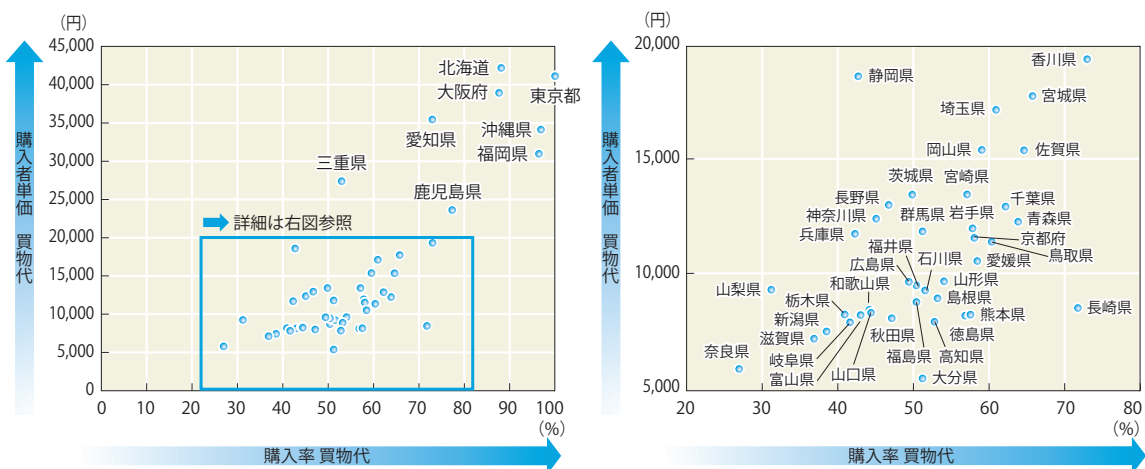
図表Ⅱ－56 都道府県別 訪日外国人の娯楽等サービス費支出（2019年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2019年(令和元年) 観光・レジャー目的

買物代については、購入率が高い都府県は購入者単価（1人1回当たり）も高くなっており、三大都市圏、福岡県等、都市を有する都府県に加え、北海道、沖縄県等がこれに該当する結果となった。（図表Ⅱ－57）。

図表Ⅱ－57 都道府県別 訪日外国人の買物代支出（2019年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2019年(令和元年) 観光・レジャー目的

19 ここではいわゆる「クルーズ客」（船舶観光上陸客）を除いた一般客を対象としている。

20 団体・バック参加費、宿泊費、飲食費、交通費。

21 購入率とは、ある商品やサービスを購入した人の割合。購入者単価とは、ある品目を購入する際に支払った支出金額の平均値。

コラム

II-9

2019年（令和元年）の訪日ビジネス客の動向

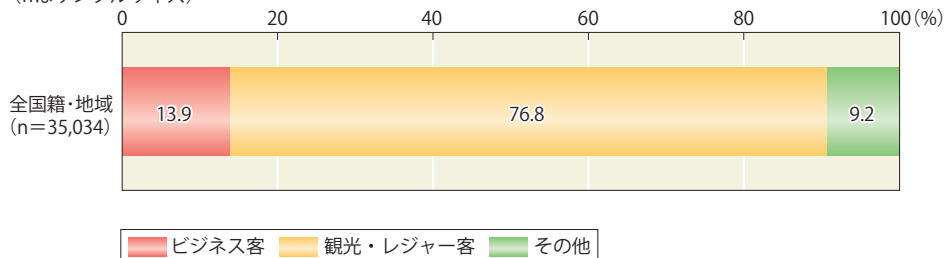
2019年（令和元年）の訪日ビジネス客の動向について、観光庁「訪日外国人消費動向調査」を用いて分析を行った。

まず、訪日外国人旅行者に占めるビジネス客の割合は13.9%であった。（コラム図表II-9-1）。

コラム図表II-9-1

日本への来訪者の内訳

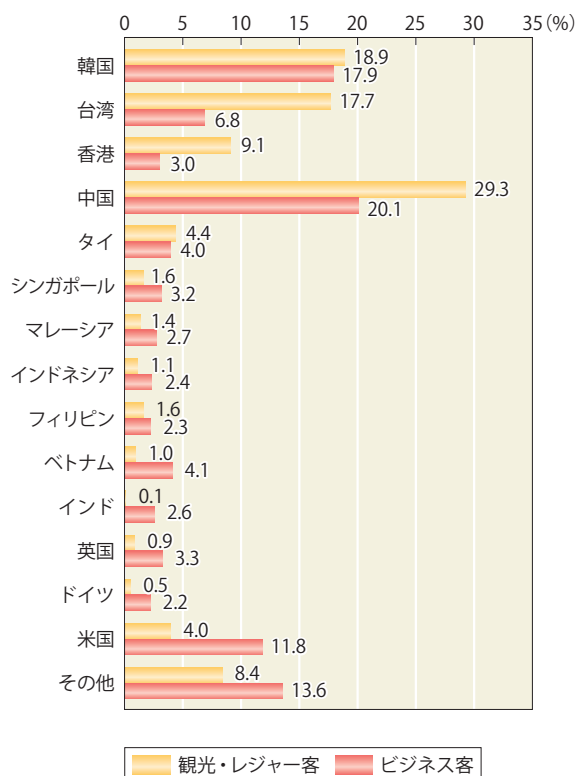
(nはサンプルサイズ)



ビジネス客の居住国・地域をみると、中国、韓国、米国の順に多かった。観光・レジャー客と比較すると、東アジアの割合が低く、東南アジア（タイを除く）やインド、英国、ドイツ、米国などの割合が高いのが特徴と言える。性年代別でみると、男性30～40代の比率が高い。（コラム図表II-9-2、3）。

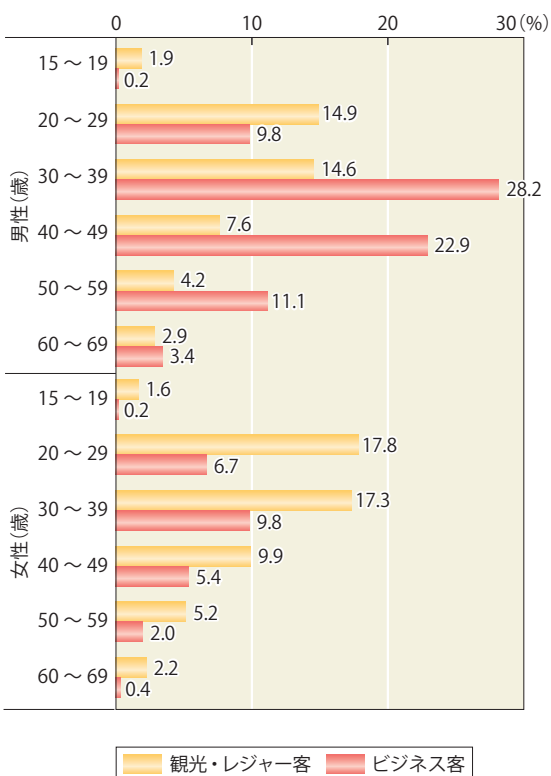
コラム図表II-9-2

居住国・地域別



コラム図表II-9-3

性年代別

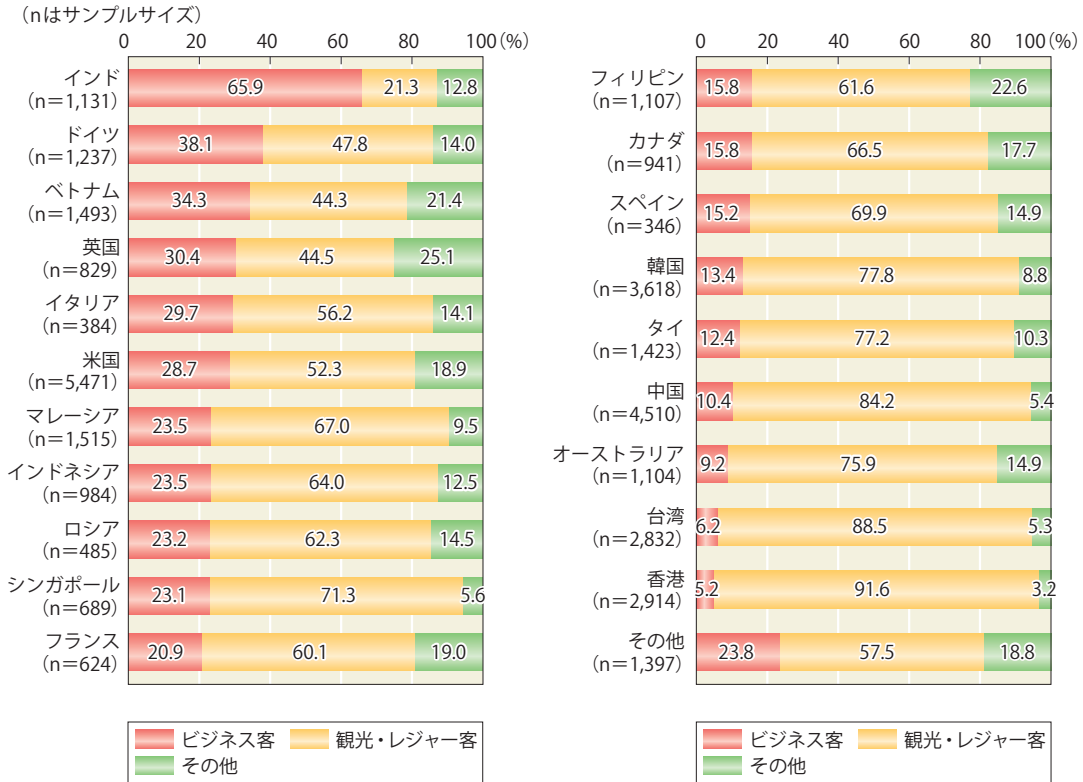




国籍・地域別にみると、ビジネス客の比率が最も高いのはインドであり、同国の訪日客の過半数を占めた。次いでドイツ、ベトナム、英国の順で高く、それぞれ3割を超えた。(コラム図表Ⅱ-9-4)。

コラム図表Ⅱ-9-4

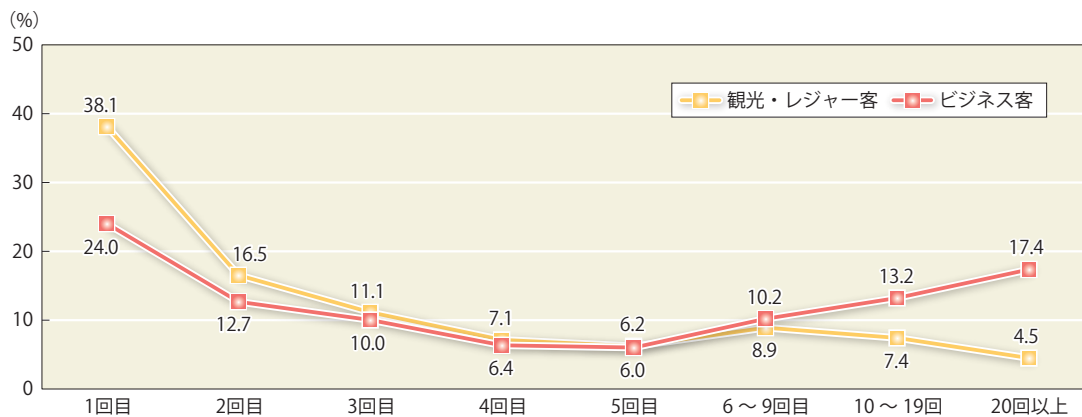
国籍・地域別 日本への来訪者の内訳



ビジネス客は観光・レジャー客に比べ訪日経験の豊富な人が多く、訪日経験回数が20回以上の人17.4%を占めた。(コラム図表Ⅱ-9-5)。

コラム図表Ⅱ-9-5

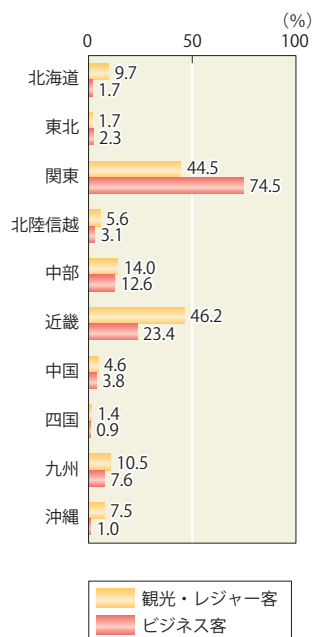
訪日経験回数



ビジネス客の訪問地を地域ブロック別にみると、関東に集中しており、関東と近畿に二極化している観光・レジャー客とは異なる傾向となった。(コラム図表Ⅱ-9-6、7)。

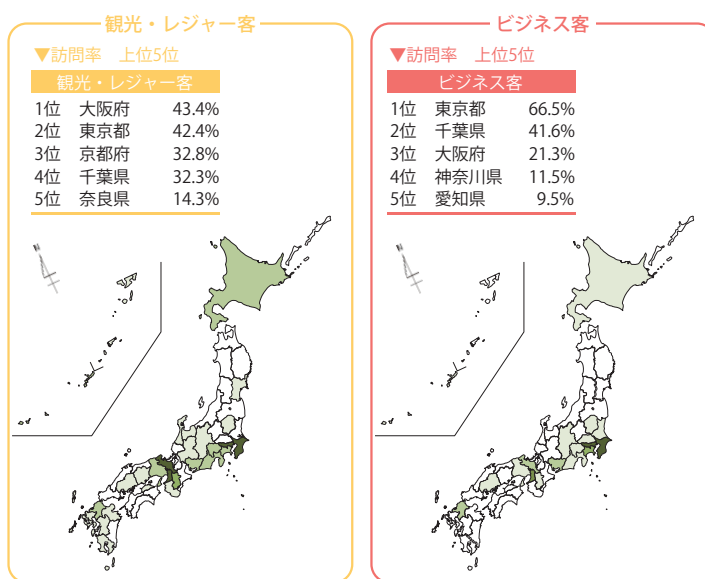
コラム図表Ⅱ-9-6

訪問地 【地域ブロック別】(複数選択)



コラム図表Ⅱ-9-7

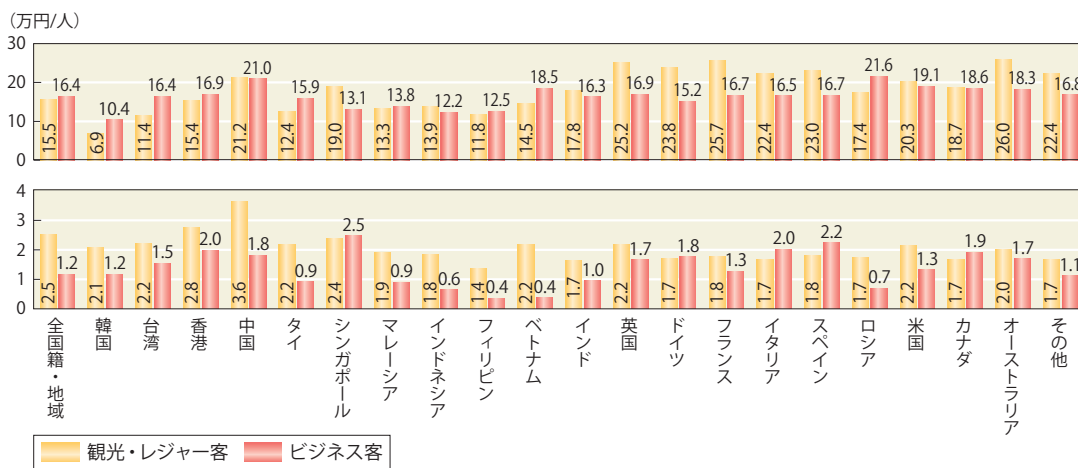
訪問地 【都道府県別】(複数選択)



1人当たり旅行支出は観光・レジャー客に比べ高かったが、国籍・地域別にみると、アジアではビジネス客の方が高く、欧米豪では観光・レジャー客の方が高い傾向がみられた。1人1泊当たり旅行支出では、観光・レジャー客に比べ低い傾向があり、特に研修目的で長期滞在をする人の多いフィリピンやベトナムで低い傾向がみられた。(コラム図表Ⅱ-9-8)。

コラム図表Ⅱ-9-8

1人当たり旅行支出 (上段) 1人1泊当たり旅行支出 (下段)

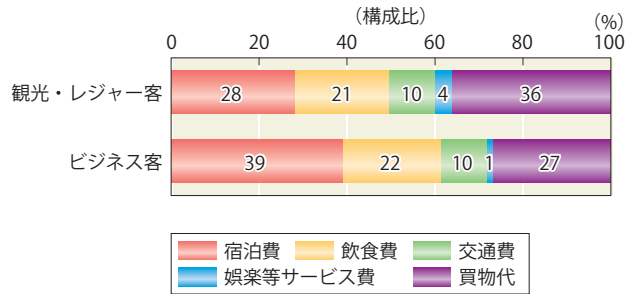


費目別の支出をみると、観光・レジャー客に比べ宿泊費が高く、買物代が低い点が特徴と言える。<sup>22</sup>（コラム図表Ⅱ-9-9）。

コラム図表Ⅱ-9-9

費目別 1人当たり旅行支出

(費目)	(万円/人)	
	観光・レジャー客	ビジネス客
宿泊費	4.4	6.4
飲食費	3.3	3.7
交通費	1.6	1.7
娯楽等サービス費	0.6	0.2
買物代	5.6	4.4
合計	15.5	16.4



<sup>22</sup> ここでは団体・パック参加費を他の費目に按分している。

第2章

観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組

第2章では、まず、我が国の観光の特性と、他の産業との比較を通じた観光関連産業の課題を明らかにする。その上で、観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組について、事業者や地域、観光地域づくり法人（DMO）の取組を交えながら紹介する。

第1節 我が国の観光の特性と課題

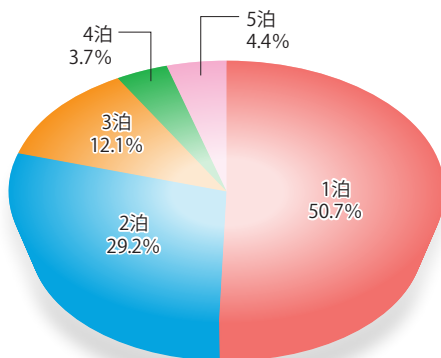
本節では需要面、生産性、収益性、雇用から我が国の観光の特性をみていく。

（需要面）

我が国の国内旅行の特徴のひとつとして、1泊または2泊の旅行が全体の約8割を占めるなど、宿泊日数の短さが挙げられる。

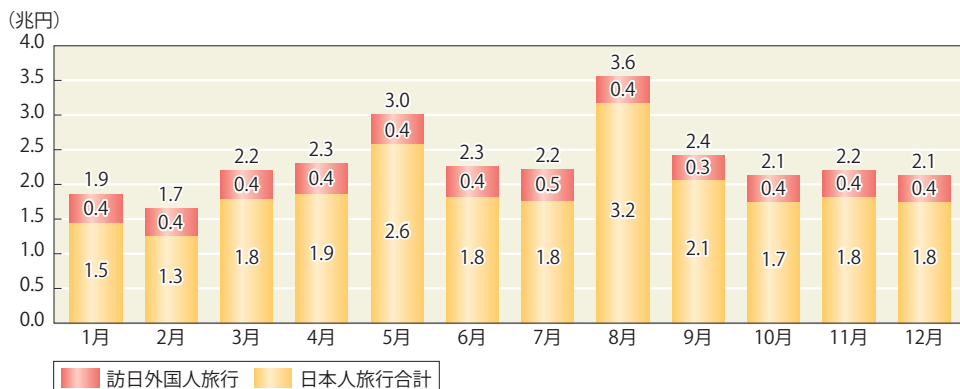
また、月別の旅行消費額をみると、年間を通じてほぼコンスタントに旅行消費がなされている訪日外国人とは対照的に、日本人の旅行消費額はゴールデンウィークのある5月とお盆休み等長期休暇がとれる8月への偏りがみられる。（図表II-58、59）。

図表II-58 旅行先での宿泊数（2019年）



資料：JTBF「旅行年報2020」

図表II-59 月別の日本国内における旅行消費額（2019年）

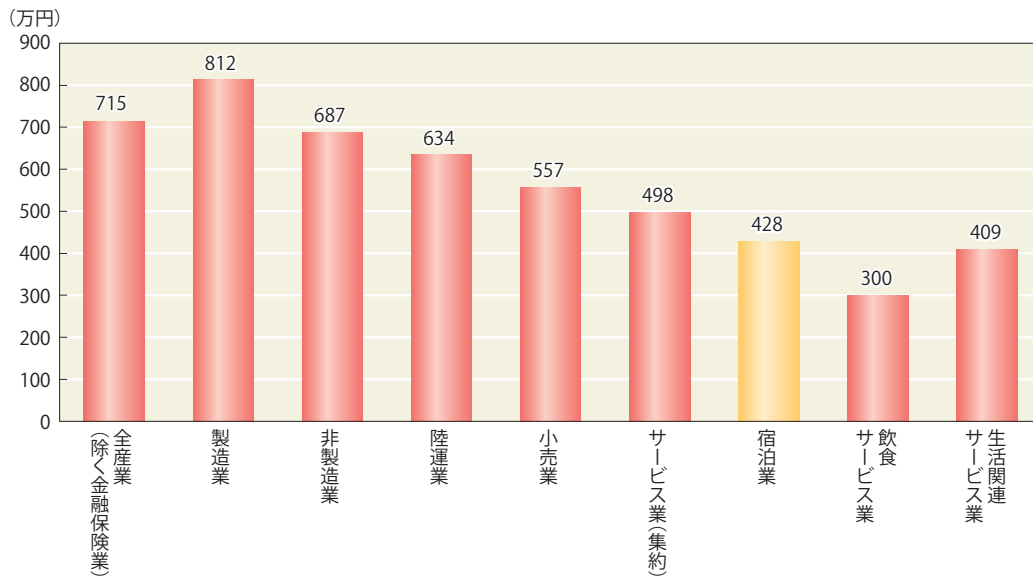


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数・出国日本人数」

## (生産性)

財務省「法人企業統計調査」によると、宿泊業の労働生産性（従業員1人当たり付加価値額）は428万円と、全産業平均（715万円）、非製造業平均（687万円）、サービス業平均（498万円）に比べると低い水準にある。（[図表II-60](#)）。

**図表II-60** 産業別 労働生産性（従業員1人当たり付加価値額）（2019年度）



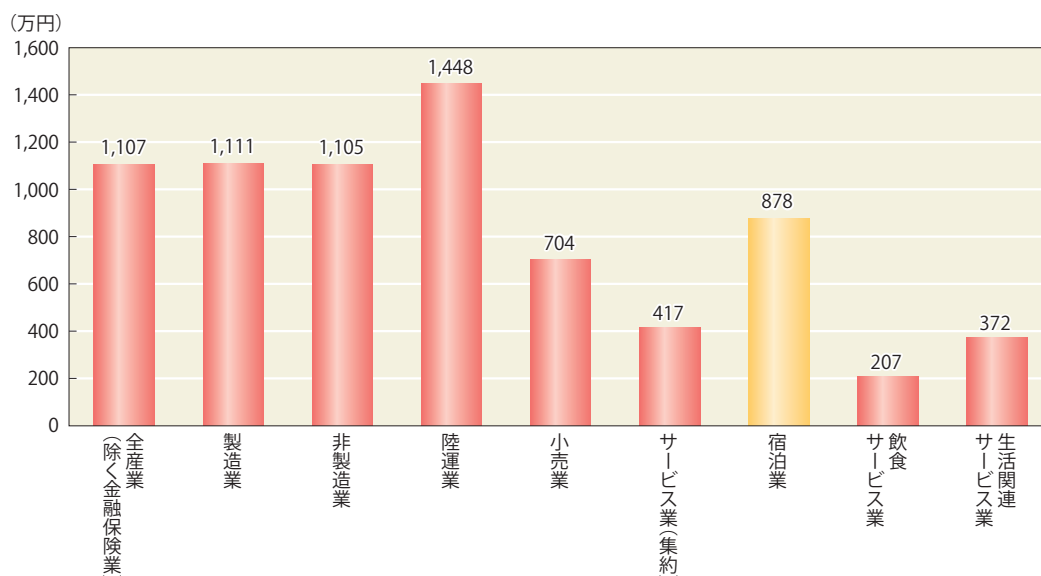
資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

労働生産性（付加価値額/従業員数）は労働装備率（有形固定資産額<sup>23</sup>/従業員数）と設備投資効率（付加価値額/有形固定資産額）の積に分解できるため、以下、労働装備率と設備投資効率に焦点をあてて分析を試みる。

まず、労働装備率についてみると、宿泊業は全産業に比べると低いものの、サービス業の中では高い水準となっている。（[図表II-61](#)）。

<sup>23</sup> 建設仮勘定を除く。

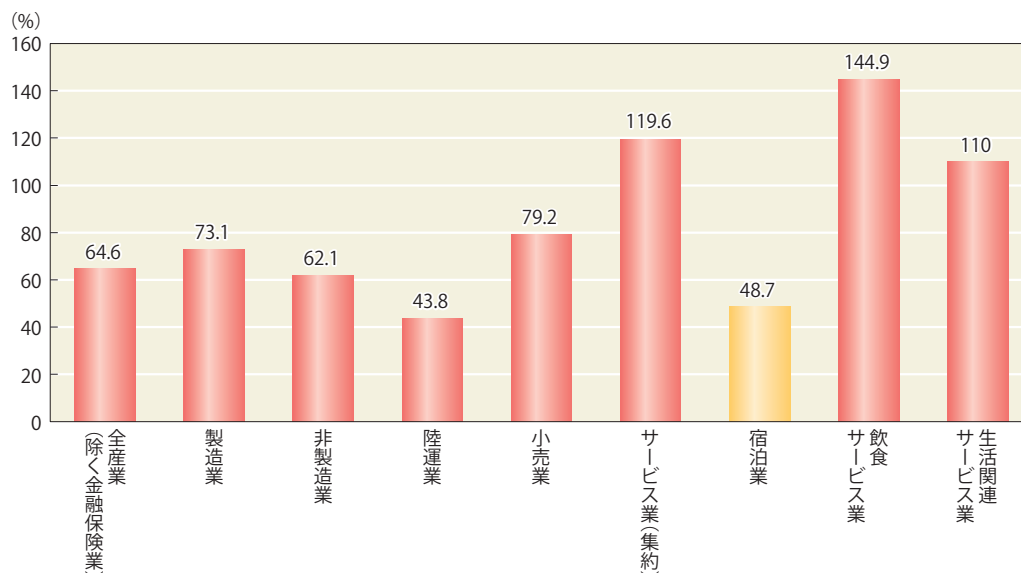
図表Ⅱ－61 産業別 労働装備率（2019年度）



資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

設備投資効率とは、企業が保有する生産設備がどのくらいの付加価値を生み出しているかを示す指標であるが、宿泊業ではおよそ50%前後と、他の産業に比べて低い水準にある。(図表Ⅱ－62)。

図表Ⅱ－62 産業別 設備投資効率（2019年度）



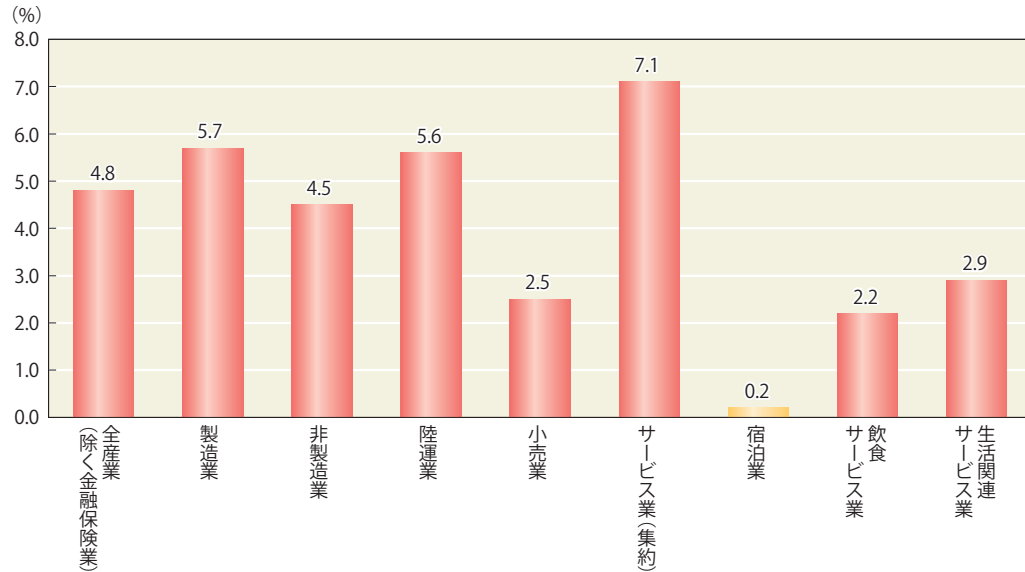
資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

以上をまとめると、宿泊業の課題として挙げられる労働生産性の低さに関して、宿泊業は建物、客室、浴場、食堂、調理場等、リニューアルや維持管理に多額の投資が必要であり、労働装備率は他のサービス産業に比べ高い水準にある一方で、設備投資効率が低く、生産設備が効率的に活用されず付加価値の向上につながっていないと考えられる。

(収益性)

売上高経常利益率をみると、宿泊業は他の産業に比べて大きく見劣りしている。(図表Ⅱ-63)。

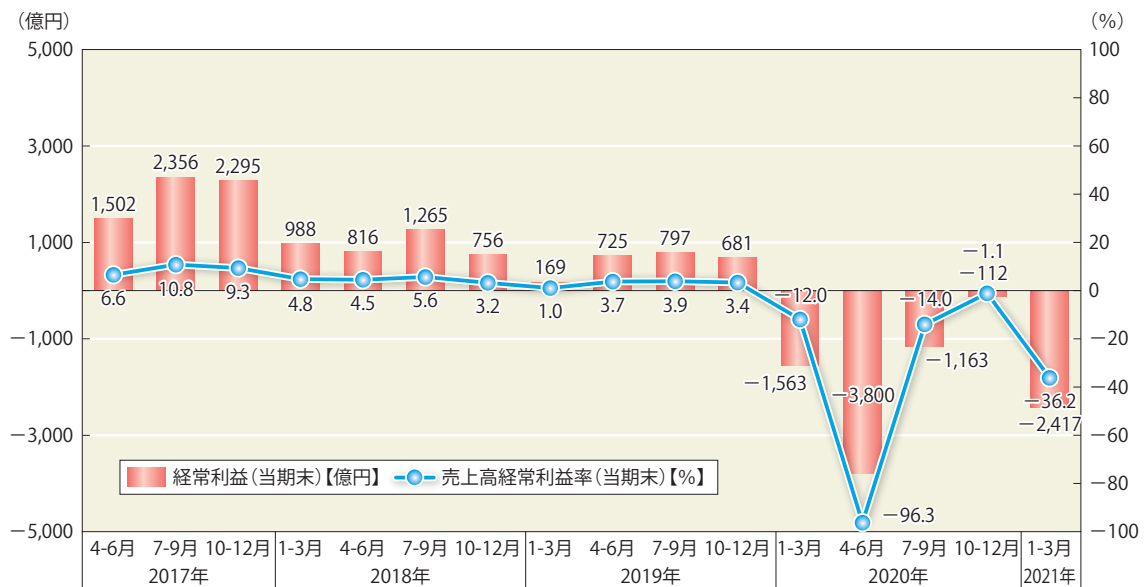
図表Ⅱ-63 産業別 売上高経常利益率 (2019年度)



資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

次に、宿泊業の経常利益（当期末）の推移をみると、新型コロナウイルス感染症等による影響により、2020年（令和2年）以降はマイナスに転じている。(図表Ⅱ-64)。

図表Ⅱ-64 宿泊業における経常利益、売上高経常利益率の推移



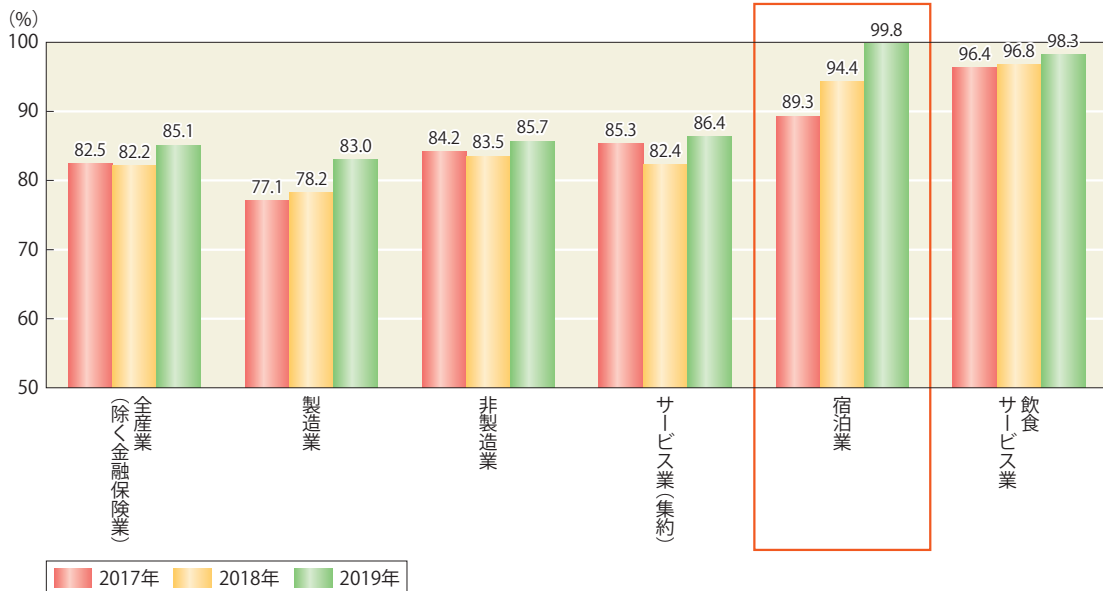
資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

注1：経常利益は営業利益に財務活動における損益を加えたもの。

注2：売上高経常利益率が高い場合、資産の売却損益などを除いた通常の経営活動における企業の収益力が高いと言える。

また、各産業の損益分岐点比率を比較すると、従前から他産業よりも高い水準にあった宿泊業の損益分岐点比率は、2019年度（令和元年度）には100%近くまで上昇している。足元、売上の低迷が続いている宿泊業は、非常に厳しい状況に置かれていると言える。（図表II-65）。

図表II-65 産業別 損益分岐点比率の推移

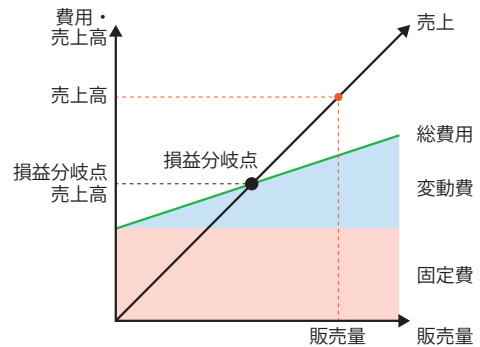


資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

損益分岐点売上高とは費用と売上高が等しくなり損益がゼロとなる時の売上高を、損益分岐点比率とは、売上高に占める損益分岐点売上高の比率を指す。一般的に損益分岐点比率が高いほど経営が苦しいとされ、損益分岐点比率が100%を超えた企業は赤字企業とされる。

計算式は次の通り。

- ・ 損益分岐点比率 = 損益分岐点売上高 / 売上高
- ・ 損益分岐点売上高 = 固定費 / 限界利益率
- ・ 固定費 = 人件費 + 支払い利息 + 割引料 + 減価償却費
- ・ 限界利益率 = (売上高 - 変動費) / 売上高 = (固定費 + 経常利益) / 売上高

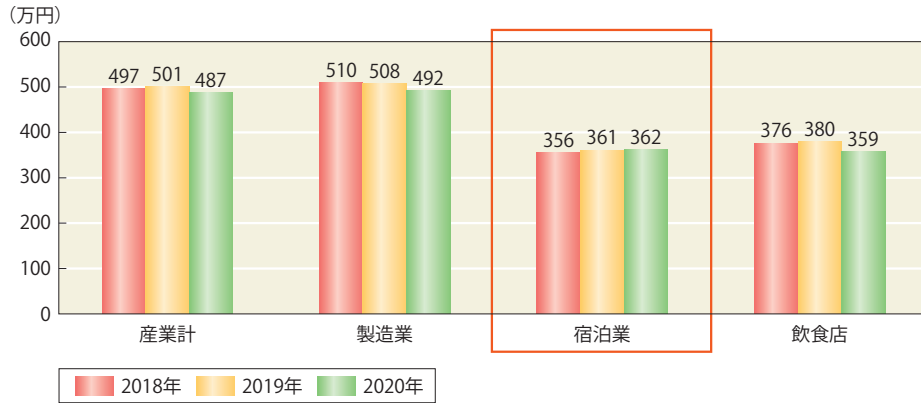




(雇用)

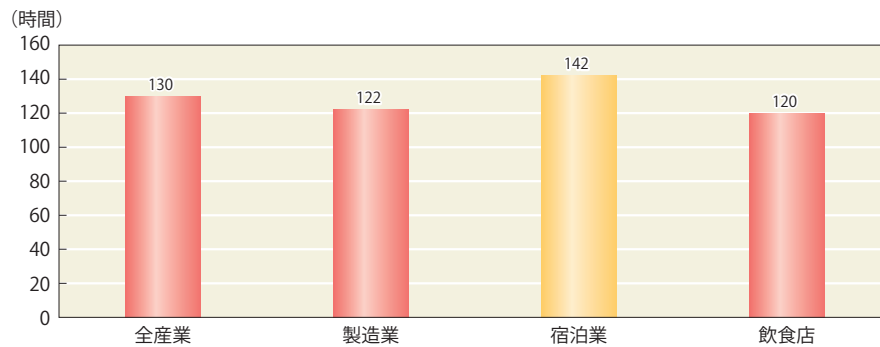
宿泊業の2020年（令和2年）の年間賃金<sup>24</sup>は、362万円と、全産業平均よりも2割以上低い水準にとどまっている。宿泊業の月間労働時間は142時間であり、全産業平均と比較して長い。（**図表Ⅱ－66、67**）。

**図表Ⅱ－66** 産業別 年間賃金の推移



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」より観光庁作成

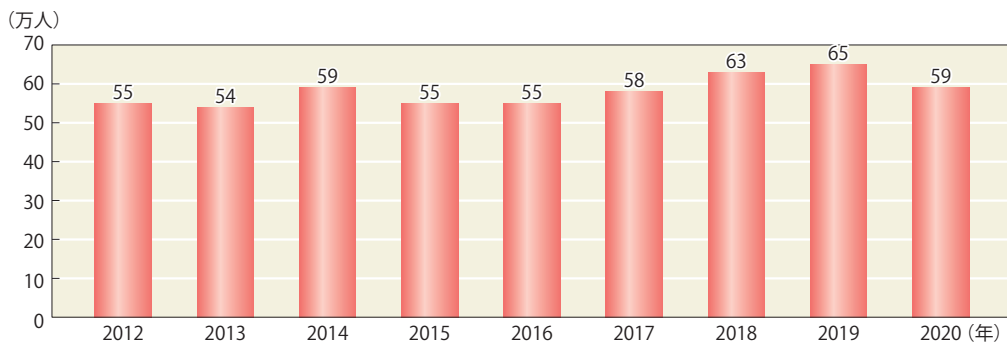
**図表Ⅱ－67** 産業別 サービス職業従事者月間平均就業時間（2020年）



資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

宿泊業の就業者数は2019年（令和元年）にかけて増加したが、2020年（令和2年）には59万人と、減少に転じている。（**図表Ⅱ－68**）。

**図表Ⅱ－68** 宿泊業における就業者数の推移

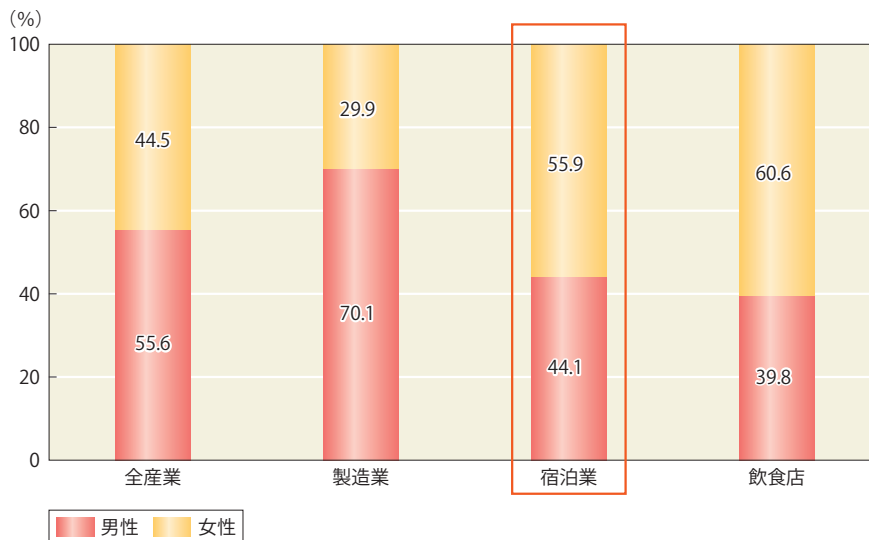


資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

<sup>24</sup> きまって支給する現金給与額（月額）×12+年間賞与その他特別給与額。

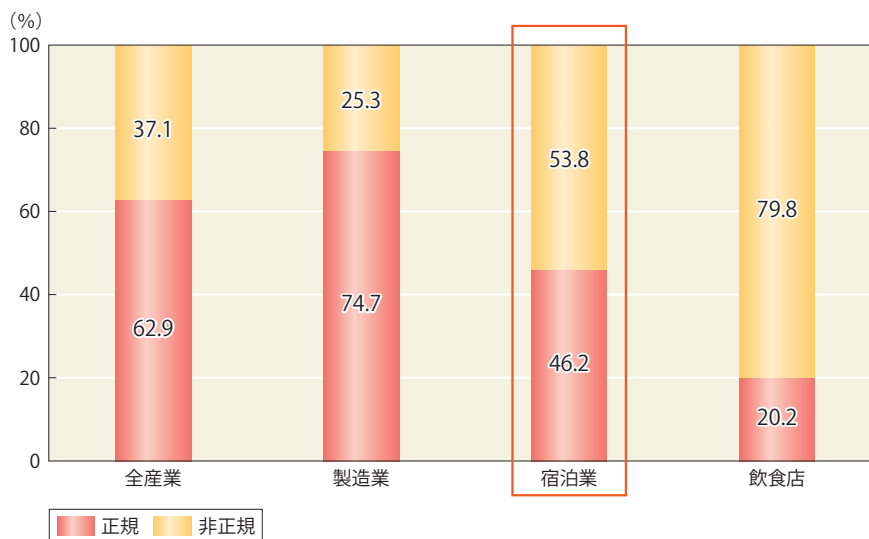
宿泊業就業者における男女比については、全産業平均に比べ女性比率が高い傾向にあり、約56%である。また、正規・非正規比率については、全産業平均に比べ非正規率が大幅に高い傾向にあり、約54%となっている。(図表II-69、70)。

図表II-69 産業別 就業者男女比率 (2020年)



資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

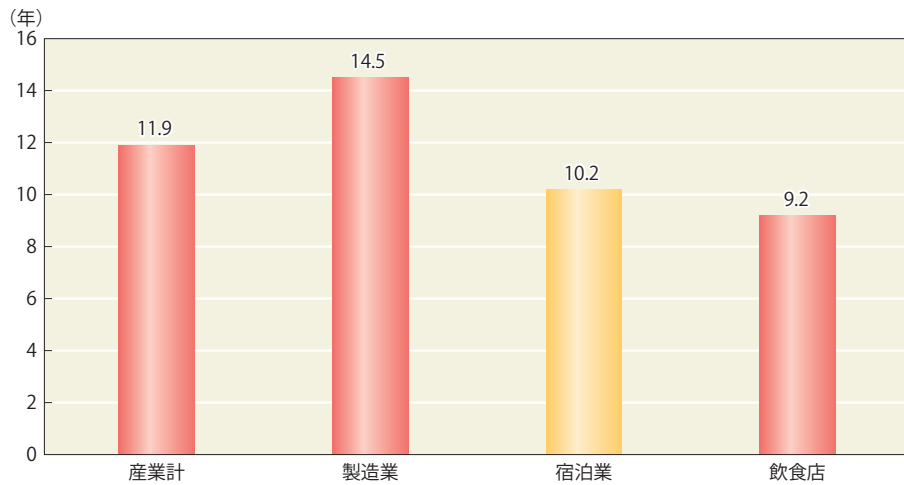
図表II-70 産業別 正規・非正規比率 (2020年)



資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

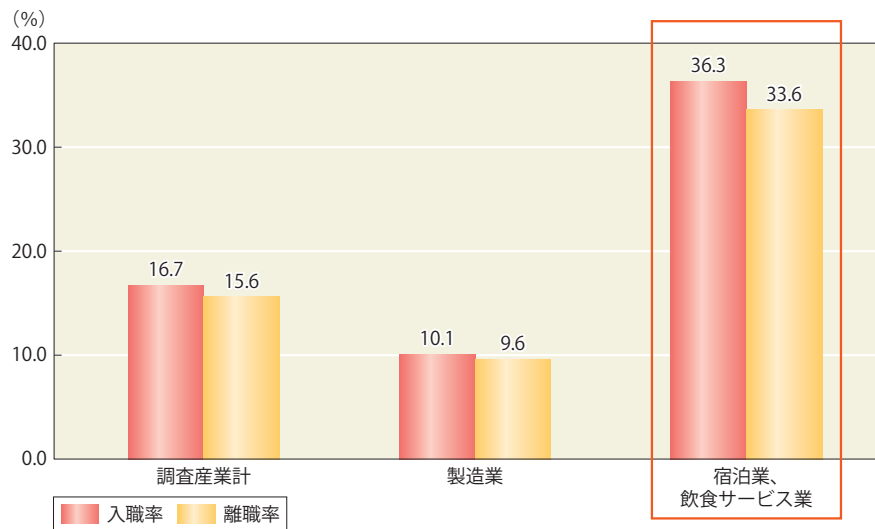
宿泊業における平均勤続年数は10.2年と、全産業平均よりも低い。また、宿泊業、飲食サービス業の入職率は36.3%、離職率は33.6%と、ともに全産業を上回っている。(図表Ⅱ-71、72)。

図表Ⅱ-71 産業別 平均勤続年数 (2020年)



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」より観光庁作成

図表Ⅱ-72 産業別 入職率・離職率 (2019年)



資料：厚生労働省「雇用動向調査」より観光庁作成

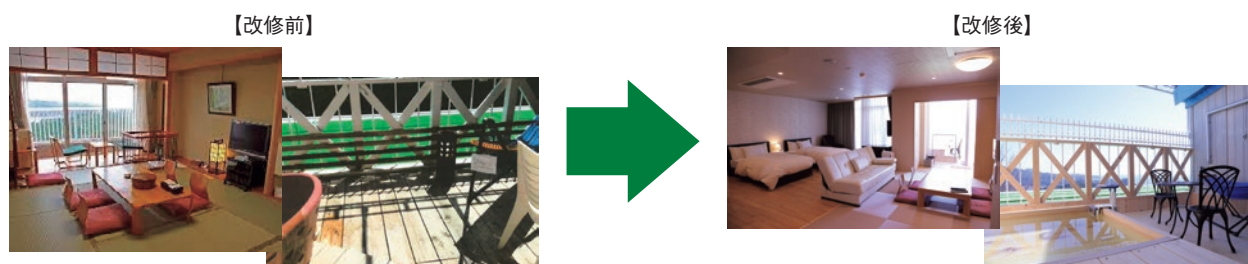
## 第2節 観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組

ここでは、前節で整理した課題を踏まえ、観光業の体質強化や観光地の再生に向けた取組について紹介する。新型コロナウイルス感染症拡大を受けても我が国の「自然」「気候」「文化」「食」といった魅力は何ら失われておらず、2030年6,000万人の訪日外国人観光客の目標達成に向け、官民一体となって観光業の体質強化や観光地の再生に取り組む。

### 1 宿泊施設等を含めた観光地の面的再生

観光業は、感染拡大前からの団体旅行の減少や後継者不足、感染拡大下での事業継続等が課題となっているが、観光庁では、観光施設を再生し、さらには地域全体で魅力と収益力を高めるべく、令和2年度第3次補正予算において、新たな補助制度の創設や融資制度の大幅拡充を行い、観光地域全体の再生に資する施設改修や廃屋の撤去等を短期集中で強力に支援している。

施設改修補助により上質な滞在環境を実現した例として、ホテル ベルヴェデーレ（和歌山県すさみ町）においては、2020年度（令和2年度）の宿泊施設バリアフリー化促進事業<sup>25</sup>の活用により、2室を1室に統合しゆったりとした空間を実現するとともに、各部屋にある、太平洋を見下ろすウッドデッキと源泉掛け流し露天風呂をリニューアルした。その結果、改修後の客室は他の部屋に比べ高い稼働率となっている。



また、新たなビジネス展開の促進や収益力の向上に向け、例えば、鶴雅ホールディングスでは、宿泊サービスだけでなく体験型コンテンツをあわせて提供することで消費単価を向上している。具体的には、ホテル内にツアーデスクを設けるだけでなく、コンテンツのオンライン予約サイトも構築し、滞在する地域の自然や暮らしを体験する「滞在型観光」の促進に取り組んでいる。



サロマ湖 鶴雅リゾートに設置されたアクティビティカウンター

経営改善ノウハウを持つオペレーター企業（複数の宿を一括運営する企業）の活用も、宿泊業の収益力向上のために有効な手段の一つであり、従来の家族経営による単体旅館からの転換や、廃業リスクがある旅館の引受けにも有効である。例えば、株式会社温故知新では、運営に特化した手法

<sup>25</sup> 高齢者・障がい者等、あらゆる方に客室をより快適にご利用いただくためのバリアフリー化に伴う改修等を支援。

で、自らの経営改善ノウハウを活かし、離島や交通アクセスが厳しい立地でも人を呼び込める宿づくりに取り組んでいる。具体的な事例としては、後継者不在施設の事業を承継し、元の看板、雇用を維持した上で、地域（島）と連携し、魚市場での競りを体験するアクティビティを開発している。

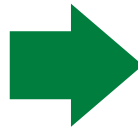


海里村上(長崎県壱岐市)



瀬戸内リゾート青風(愛媛県松山市)

地域全体の魅力を高めるため、廃屋の撤去も重要である。観光庁では、令和2年度3次補正予算に「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業（予算額550億円）」を計上し、同事業により地域の観光まちづくりの取組と連携した廃屋の撤去等について支援している。また、環境省では、阿寒摩周国立公園内にある北海道川湯温泉において廃旅館撤去を実施しており、跡地について新たな活用を検討している。



廃屋の撤去

地域の宿泊業と飲食業が連携して泊食分離を進めることは、地域で様々な料理を食べる楽しみの増大や訪日外国人旅行者や長期滞在客の誘客につながるのみならず、宿泊業と飲食業双方にとって収益性の向上にもなる。観光庁は、泊食分離の取組を支援しており、熱海市では、通常、朝・夜の営業を行っていない飲食店も多い中で試験的に朝・夜の営業を行い、あわせて地元食材を使ったメニュー開発も行っている。



魚市場の方の説明を聞きながらの食事

さらに、観光目的に活用が見込まれる公共施設への民間活力導入を促進すべく、観光庁では先述の「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」により民間活力の導入を伴う施設改修を支援し、これらの施設の魅力と収益力の向上も進めている。なお、川湯エコミュージアムセンターの2階に設置したカフェスペースについては、環境省の公募により選定した民間事業者が2019年(令和元年)8月より営業を開始した結果、利用者が大幅に増加している。



川湯エコミュージアムセンターの2階  
カフェスペース

旅行業においても、感染拡大前からの団体旅行の減少や後継者不足、感染拡大下での事業継続等が課題となる中、近年では、従来からのOTAに加えて、GoogleやAmazonといったプラットフォームが旅行予約に参入しており、例えば「Googleトラベル」では、世界中のホテル及び旅行会社向けに、より多くの宿泊施設がGoogleに施設情報を提供するよう呼びかけている。またAmazonでは、オンラインツアーへの注目を受け、2020年(令和2年)9月に、地元ガイドによるオンラインツアーや料理教室などのツアーオペレーターと消費者をつなぐプラットフォーム「Amazon Explorer<sup>26</sup>」を開始している。

こうした中、旅行業においては、障がい者の方や上質なサービスを求める訪日外国人旅行者の視点に立ったサービスなど、旅行業ならではの付加価値を発揮できる分野の磨き上げや旅行会社のノウハウを生かした各地域のデスティネーションマネジメント支援、ノウハウや人材の活用により自らアクティビティ事業を実施するなど、着地型観光に取り組む事業者も生まれている。

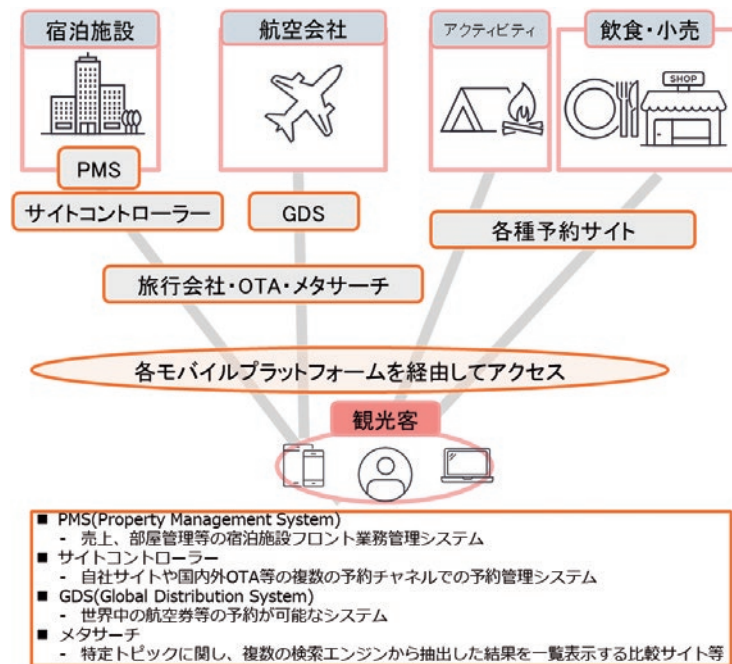
観光庁では、観光地域づくり法人(DMO)へ旅行会社等の職員を専門家として派遣するとともに、令和2年度第1次補正予算「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成(102億円)」や同年度3次補正予算「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業(50億円)」により、旅行者等による地域に眠る観光資源の磨き上げや新たな旅行商品造成等の意欲的な取組を支援している。

26 2021年(令和3年)4月時点で米国人のみが利用可能なベータ版。

## 2 DXと観光

Digital Transformation (DX) は様々な文脈で語られているが、広く捉えれば、デジタルツールの導入による効率化及び生産性の向上から、単なる業務デジタル化にとどまらない、分析可能なデータの蓄積・分析やデジタル技術による従来の商材の磨き上げ等による、ビジネスの再構築までを指す。

観光分野では、オンラインでの旅行予約の普及に伴い、宿泊施設・航空会社等と旅行会社・OTAを結ぶシステムが構築され、これにあわせたICTが各事業者において活用されてきた。



感染拡大下において、対面や接触を避ける観点からオンライン予約が進展し、かつ、宿泊施設等においてICTを活用したセルフサービス化が進んだ。また、5GやIoT、高精度位置認識に加え、中長期的には3Dホログラム等が普及すると考えられ、観光分野もこうした先進的な技術を取り込んでいく必要がある。

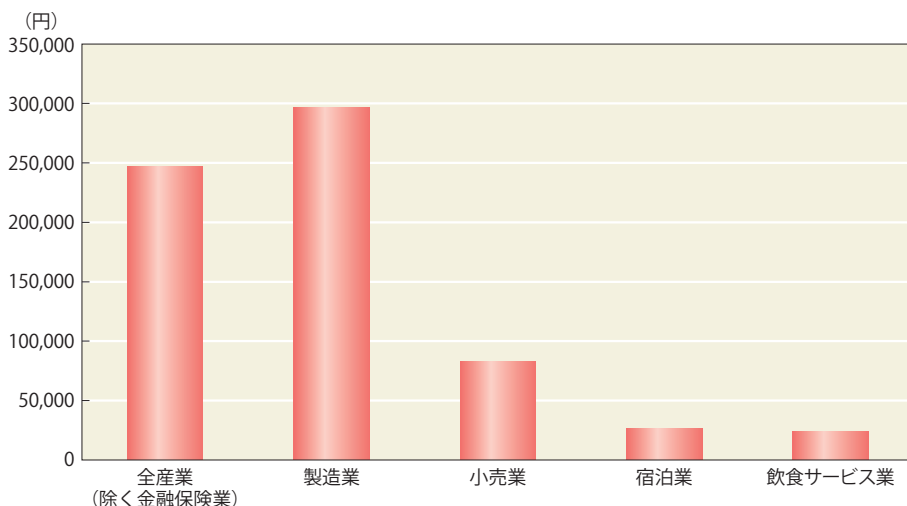
ここでは、いくつかの場面ごとにDX導入の目的とツールを取り上げる。

【観光関連産業】

観光関連産業には中小企業が多いことから、デジタルツールの導入やデータ活用が遅れていると指摘されている。例を挙げれば、宿泊業における従業員1人当たりソフトウェア装備額は、他の産業と比較して少なくなっている。

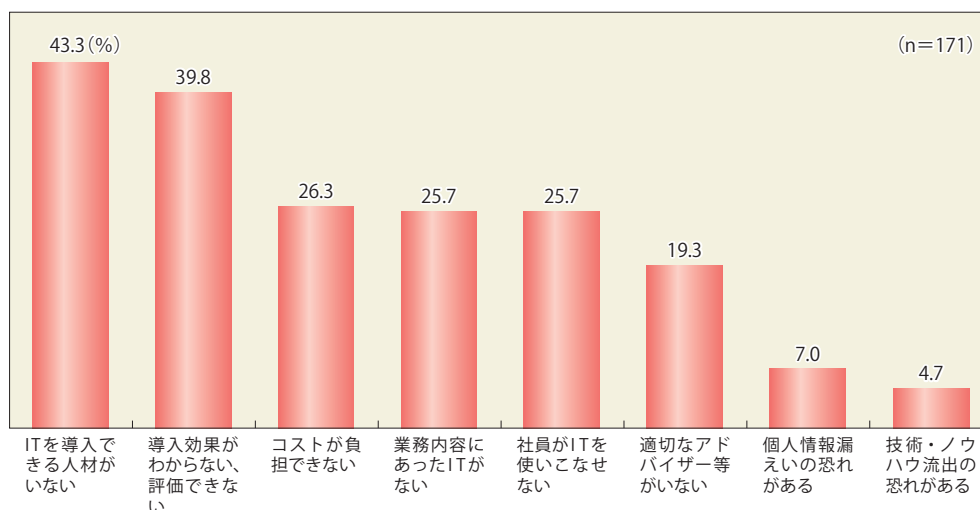
こうしたICT投資が進んでいない理由としては、中小企業庁の調査によれば、業種横断的ではあるが、ITを導入できる人材がないこと、導入効果が分からないこと、評価できないこと等が指摘されている。(図表Ⅱ-73、74)。

図表Ⅱ-73 従業員1人当たりソフトウェア装備額



資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

図表Ⅱ-74 IT投資を行わない理由

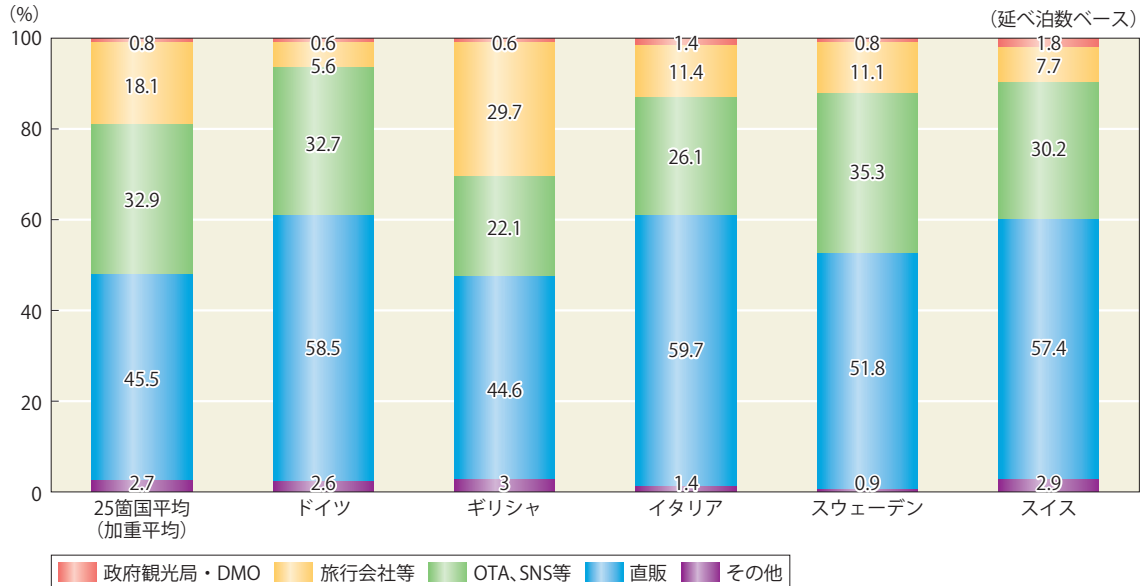


資料：中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、(株) 帝国データバンク)



例えば、我が国の旅館では、欧州の国々と比較して直販の比率が低くなっている。これは、今後我が国の旅館が直販サイトを構築して消費者と直接つながり、デジタルチャネルを通じた各種のプロモーションで集客能力を高める余地があることを示している。(図表Ⅱ-75、76)。

図表Ⅱ-75 チャンネル別ホテル予約シェア (欧州・2019年)

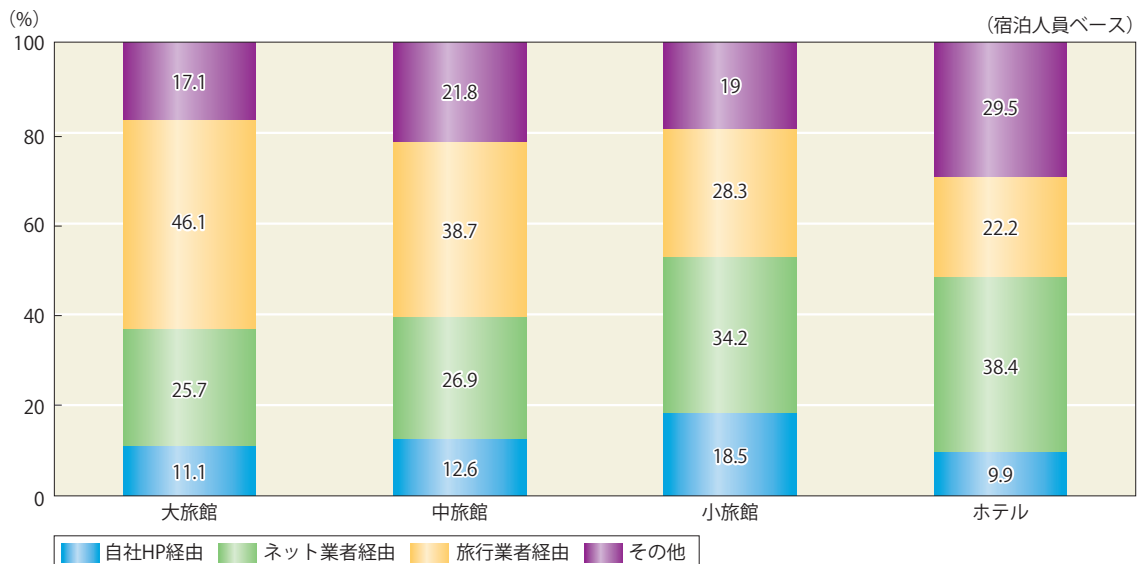


資料：Hotrec "European Hotel Distribution Study 2020"。欧州25箇国でアンケートを実施

注1：「OTA, SNS等」：OTA, GDS(アマデウス等)、ソーシャルメディアチャネル

「旅行会社等」：旅行会社/代理店、ホテルチェーン向け予約管理システム(CRS)、Transhotel(グローバル予約システム)、イベント・会議オーガナイザー

図表Ⅱ-76 チャンネル別ホテル予約シェア (日本・2018年度)



資料：(一社) 日本旅館協会「令和元年度版 営業状況等統計調査」

注1：大旅館：100室以上、中旅館：31室以上99室以下、小旅館：30室以下

販売だけでなく、業務の省力化等に資する各種ツールも登場している。例えば、24時間、多言語で各種の問合せに自動対応することができるチャットボットを導入することにより、従業員の電話対応等の負担が削減できる可能性がある。

また、スマートチェックイン、スマートキーの導入により、フロント周りの業務や鍵の管理等の業務を削減することが可能となる。例えば、JRホテルメンバーズでは、個人情報と紐づき決済機能も保有するSuicaを活用し、①Suicaで電車に乗り、②Suicaで宿にセルフチェックイン、③入室は専用アプリをダウンロードしたスマートフォンをルームキーとして利用する旅行体験を実現している。



スマートフォンをホテルのルームキーとして使える「モバイルキー」機能  
出典:JRホテルメンバーズ

さらに、神奈川県の旅館「陣屋」のように、従来のFAXや紙での予約・顧客管理・売上管理等を廃止する代わりにシステムを構築し、業務効率の改善やデータを活用した経営状況のリアルタイム管理を実現している旅館もある。



出典:旅館陣屋

### 【観光コンテンツ】

さらには、業務の効率化のみならず、XR、高精度位置認識技術等を活用することにより、観光資源を深く体験・体感することが可能となるだけでなく、これまでにない新たな観光体験を提供することが可能となる。

例えば、大分県豊後高田市には、危険なため修行僧以外の立入が原則禁止されている「天念寺無明橋」がある。ここではVRを活用し、橋を渡る修行体験コンテンツを提供しており、橋からの眺めなどが体験できる。参加者からは、その再現度に「以前に体験した記憶がよみがえった」などの声が挙がった。

さらに、VR等により、これまで障がい・病気等を理由に旅行自体が難しかった方々にも旅行体験を提供することが可能となっている。



天念寺無明橋



VRを活用し僧侶と無明橋を渡る体験

その他、プラハ美術館では、触覚を再現する専用装置（手袋）を活用し、「ネフェルティティの胸像」など、触れることのできない文化財に「触れる」機会を提供している。視覚障害者の方々も美術品に「触れる」ことで、作品をより理解することが可能となっている。

今後、力感覚や皮膚感覚を再現する技術の研究開発が進み、専用スーツに実装されれば、その専用スーツを着ることで、通常人間が立ち入れない雪山や噴火口等を体験できる観光コンテンツが実現する可能性がある。



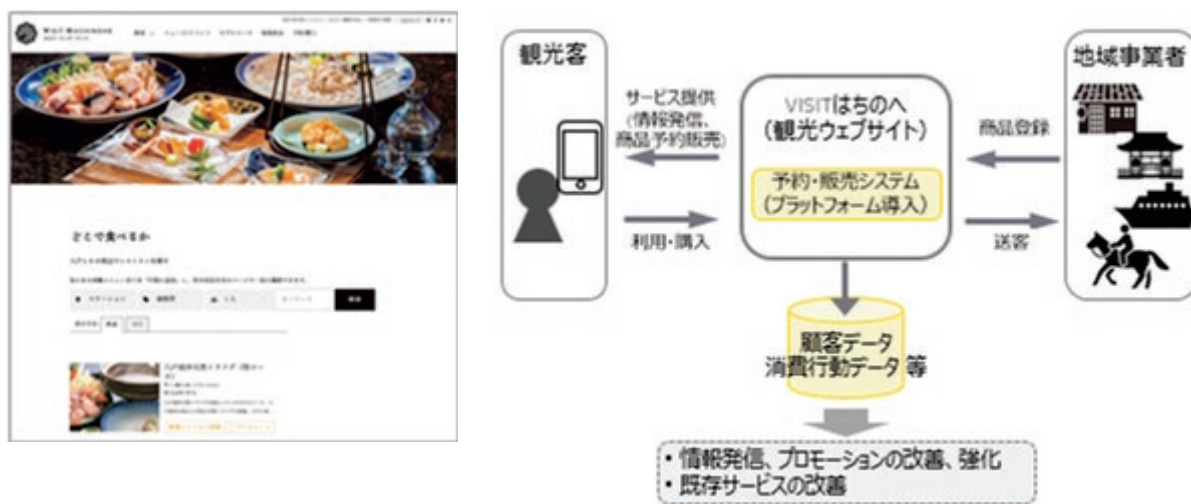
専用スーツのイメージ

【観光地域づくり】

観光地域づくり法人（DMO）等では、観光客に関する属性や購買などのデータ、位置情報等を分析することで、リピート率を高めるためのCRM（顧客管理）や、「誰がどこでどの程度の時間滞在したのか」等を把握することができ、これにより新たな旅行商品の開発や収益率の向上、観光地での密の回避等が可能となる。

例えば「VISITはちのへ（DMO）」は、宿泊、体験メニュー、飲食、特産品をオンラインで予約・購入できるシステムを構築した。これにより国内外の旅行者や旅行会社が八戸圏域の商品を購入しやすくなった一方、観光地域づくり法人（DMO）としては購入データをもとにリピーター獲得のためのマーケティングを実施することが可能になった。

特に体験コンテンツには、オンラインでの情報が不足していたり、電話での空き状況の確認や紙での申込などアナログな手続が残っているところ、オンラインでの情報発信や予約を促進することで、消費の拡大に加え、利用者データを活用したマーケティングが実現できる。



資料：一般財団法人VISITはちのへウェブサイトから観光庁作成

京都市では、スマートフォンの位置情報等のビッグデータを活用して、市内のエリアごとの観光快適度予測を「京都観光快適度マップ」として提供し、混雑の少ない時間帯や密を避けやすいスポット・モデルコースの提案などを行っている。



京都観光快適度マップのイメージ  
出典：京都市広報資料

観光地においては、新たな技術の活用により一層ストレスフリーな旅行環境を実現できる。例えば案内標識・看板をデジタル化することで、多言語での情報配信、交通情報や災害情報の伝達が可能となる。また、サイネージのモニター上部にカメラを設置し、利用者の視線を追うことにより、視認率や利用者の属性を解析することが可能である。さらに空港では、出発便や到着便と連動した到着先の観光地、ホテル、空港に接続する交通機関、地方公共団体に関するコンテンツなどの情報を発信し、誘客することが可能となる。

和歌山県南紀白浜などでは、事前に登録した決済情報をもとに、ビーチなど財布を持ち歩かない場所で顔決済を行う実証実験も行われている。



資料: AnyMind、全日空商事、日本空港ビルディング株式会社



資料: NEC

### 3 新たな観光コンテンツの創出

#### (需要の変化を踏まえたコンテンツ)

新型コロナウイルス感染拡大下においては、観光地における感染防止策は当然のこと、需要の変化を踏まえた新たな観光コンテンツの創出が重要である。観光庁では、こうした観点を取り入れ、新しい体験コンテンツの造成等に取り組む地域を支援している。

#### 【八丈スローツーリズム推進協議会（東京都八丈町）】

東京都八丈町は、温暖な気候に加え海・山の雄大な自然に囲まれ、黄八丈織等の伝統的産業もあることから、人気の高い観光地である。感染拡大をきっかけに、団体型の格安ツアーへの依存を打破できるのではないかと考え、少人数型で高品質なアクティビティプログラムの提供体制構築に取り組んでいる。具体的には、サイクリングやヨガ愛好者向けに満足度の高いプログラムを提供すべく、首都圏からプロの講師を招聘し、高いレクチャー技術の獲得とインストラクターの育成を行った。また、八丈島の風景の中で行うヨガプログラムのオンライン中継も実施している。



ツアーの様子

### 【おおたオープンファクトリー実行委員会（東京都大田区）】

東京都大田区には3,000を超える町工場があり、職人や製造技術に加え、複数の町工場が協力して1つの製品を作り上げる「仲間まわし」といったモノづくり文化も存在している。こうしたモノづくり文化を体感できるコンテンツとして磨き上げるため、製造業と観光協会、商店街、学生等が連携して「おおたクリエイティブタウンプロジェクト」に取り組んでいる。具体的には、オンラインでの工場見学ツアーを通年で体験できるプラットフォームを構築し、普段は見ることのできない職人同士の打合せを覗けるコンテンツや、羽田イノベーションシティと連携し、アバターロボットを操作して町工場を見学するプログラムを造成するなど、リアルとオンラインを効果的に活用したハイブリッド工場見学により、年間を通じて、これまでよりも広い層を対象に町工場の魅力を発信する体制を構築している。

このように、地場産業と連携し、産業観光コンテンツを造成することは、今後ますます重要になってくると考えられる。



工場見学の様子



職人による仕事の様子

### 【南魚沼雲海ハント（新潟県南魚沼市）】

新潟県南魚沼市は、魚沼盆地を囲む多くの低山があるため、気軽に雲海を楽しめるスポットである。5年前から、地元旅館の営業者等が高確率で雲海出現を予想する「雲海マスター」となり、「南魚沼雲海ハント」というボランティアグループを形成し無料でガイドを行っていた。しかし、地域の雲海の知名度は低く、宿泊客が少ないという課題を抱えていたため、2020年度（令和2年度）に「雲海」と「日本一の米どころ」という地域資源を組み合わせ、鑑賞スポットに誘客する有料ツアーへとアップデートし、事業化に取り組んだ。

雲海鑑賞においては、“南魚沼らしさ”を引き出し他地域との差別化を図るべく、山頂で魚沼産コシヒカリのおにぎりを食べる体験と組み合わせた「GO HUNT UNKAI - ごはんと雲海ツアー -」（1人当たり2,500円〜）を造成した。雲海ツアーは、密になりにくい早朝に行われたため、昼間以外の時間帯の消費活性化にも貢献した。なお、ツアー実施に当たっては、山頂へ向かうバスの乗車に際して検温を実施するなど、感染拡大防止にも配慮している。



山頂から見える雲海



山頂では地元産の米で作ったおにぎりを食べる

他にも、感染拡大防止策を徹底した観光地でのまちあるきの事例として山形県の銀山温泉がある。近年、ノスタルジックな町並みを感じられる温泉地として注目されている銀山温泉は、新型コロナウイルス感染症拡大により、2020年（令和2年）4月には営業自粛に追い込まれたものの、同年6月には感染防止対策を徹底した上で営業を再開した。具体的には、来場者に対して感染症対策を呼びかけるだけでなく、日帰り客に対して入場チケット販売による完全事前予約制・人数制限付の温泉街入境を試行した。温泉街の入口で検温や体調確認、接触確認アプリCOCOAのインストール確認を行い、問題がないことが確認された人のみが入境できるようにすることで、温泉街での感染拡大防止に努めた。また、来場者へ提灯を配布することで、光の演出のみならず、相手の位置が把握しやすくなり、来場者同士の適切な距離の確保も促すことができた。

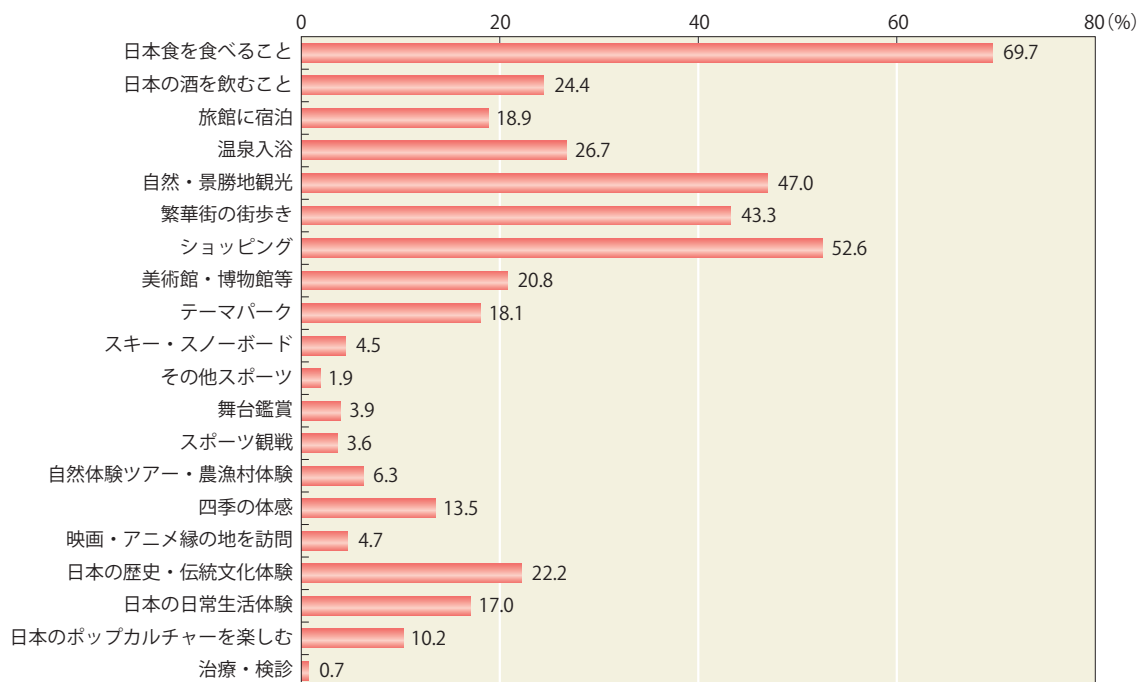


温泉街の様子

### （文化観光）

我が国の文化・芸術は海外からの関心も高く、訪日外国人旅行者の20.8%が、訪日前に期待していたこととして「美術館・博物館等」を挙げるなど、文化・芸術は訪日旅行の目的のひとつとして注目されている。（[図表Ⅱ－77](#)）。

**図表Ⅱ－77** 訪日前に期待していたこと（全国籍・地域、複数回答）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2019年（令和元年）

文化・観光の振興、地域の活性化の好循環を全国各地で創出するためには、文化についての理解を深める機会の拡大及びこれによる国内外からの観光客の来訪促進が重要である。

2020年（令和2年）5月には「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和2年法律第18号）」が施行され、文化の振興が観光の振興と地域の活性化につながることを期待されている。文化関係者と旅行事業者や観光地域づくり法人（DMO）等の観光関係者の連携により、文化財を歴史的・文化的背景やストーリー性を考慮して解説することで旅行者に学びを提供することや、博物館、美術館等の文化施設だけでなく、周辺の文化財も含めた周遊観光を実現することが可能である。このため、文化観光の推進にあたっては、博物館等の「文化観光拠点施設」を核として、観光事業者や観光地域づくり法人（DMO）といった地域の事業者等も含めた地域一体の取組が必要となる。政府は、文化観光拠点施設における文化資源の魅力向上や、ショップ・カフェの充実等を支援するとともに、地域における複数の文化資源の連携や、利便性の向上などを支援することとしている。同法に基づき、2020年度（令和2年度）、2021年度（令和3年度）には、それぞれ、25件、15件の拠点計画及び地域計画が認定され、これらの計画に基づくVR・ARを活用した解説の充実、博物館等の夜間開放、富裕層向けの特別解説ツアーの造成等の取組に対して、「博物館等を中核とした文化クラスター推進事業」等による支援が行われている。

### 文化観光推進法に基づく認定計画（2021年（令和3年）5月時点）

認定年度	番号	計画の実施地域	計画	主な申請者	文化観光拠点施設
令和2年度	1	秋田県横手市	地域	横手市	横手市増田まんが美術館
	2	群馬県高崎市	拠点	群馬県	群馬県立歴史博物館
	3	東京都品川区	拠点	(株)寺田倉庫	WHAT
	4	山梨県	地域	山梨県	山梨県立美術館、平山郁夫シルクロード美術館、中村キース・ヘリング美術館、清春芸術村
	5	愛知県名古屋市	拠点	(公財)徳川黎明会徳川美術館	徳川美術館
	6	福井県福井市	地域	福井県	福井県立一乗朝倉氏遺跡資料館、特別史跡一乗朝倉氏遺跡
	7	奈良県	地域	奈良県	奈良国立博物館、奈良県立美術館、奈良県立民俗博物館、奈良県立橿原考古学研究所附属博物館、奈良県立万葉文化館、なら歴史芸術文化村
	8	大阪府堺市	地域	堺市	堺市博物館、さかい利品の杜、堺伝統産業会館
	9	岡山県倉敷市	拠点	(公財)大原美術館	大原美術館
	10	熊本県阿蘇市	地域	阿蘇市	阿蘇火山博物館
	11	青森県十和田市	拠点	十和田市	十和田市現代美術館
	12	山形県酒田市	拠点	(公財)本間美術館	本間美術館
	13	福島県会津若松市	拠点	福島県	福島県立博物館
	14	埼玉県所沢市	拠点	(公財)角川文化振興財団	角川武蔵野ミュージアム
	15	神奈川県横浜市	拠点	横浜市	横浜美術館
	16	新潟県十日町	地域	十日町市	十日町市博物館、越後妻有交流館キナーレ、まつだい雪国農耕文化村センター、越後松之山「森の学校」キョロロ、十日町市清津峡溪谷歩道トンネル
	17	石川県七尾市	拠点	七尾市	和倉温泉お祭り会館
	18	長野県御代田町	拠点	(株)アマナ	MMoP   御代田写真美術館(仮称)
	19	静岡県熱海市	拠点	(公財)岡田茂吉美術文化財団	MOA美術館
	20	京都府京都市	拠点	京都市上下水道局	琵琶湖疏水記念館
	21	奈良県明日香村	地域	明日香村	飛鳥宮跡、飛鳥京跡苑池、飛鳥水落遺跡、酒船石遺跡、石舞台古墳、牽牛子塚古墳、中尾山古墳、キトラ古墳、高松塚古墳
	22	徳島県	地域	徳島県	徳島県立博物館、徳島県立阿波十郎兵衛屋敷、阿波おどり会館、藍住町歴史館藍の館、徳島県立大鳴門橋架橋記念館(渦の道)
	23	徳島県美波町	拠点	美波町	日和佐うみがめ博物館カレッタ
	24	福岡県北九州市	地域	北九州市	北九州市立自然史・歴史博物館、北九州市立新科学館(仮称)
	25	長崎県長崎市	拠点	(株)ユニバーサルワーカーズ	軍艦島デジタルミュージアム



認定年度	番号	計画の実施地域	計画	主な申請者	文化観光拠点施設
令和3年度	26	北海道小樽市	拠点	(公財)似鳥文化財団	小樽芸術村
	27	神奈川県横浜市	拠点	横浜市	横浜開港資料館
	28	石川県金沢市	地域	石川県	石川県立美術館、石川県立歴史博物館、金沢21世紀美術館、金沢能楽美術館、国立工芸館
	29	長野県長野市	拠点	長野県	長野県立美術館
	30	滋賀県彦根市	地域	彦根市	彦根城、彦根城博物館
	31	滋賀県長浜市	地域	長浜市	長浜城歴史博物館、長浜市曳山博物館、長浜鉄道スクエア
	32	大阪府大阪市	拠点	地方独立行政法人 大阪市博物館機構	大阪中之島美術館
	33	兵庫県姫路市	拠点	姫路市	姫路市立美術館
	34	兵庫県豊岡市	地域	豊岡市	城崎国際アートセンター
	35	和歌山県高野町	拠点	宗教法人金剛峯寺	総本山金剛峯寺
	36	鳥取県境港市	拠点	境港市	水木しげる記念館
	37	岡山県瀬戸内市	拠点	瀬戸内市	備前おさふね刀剣の里(備前長船刀剣博物館)
	38	福岡県宗像市・福津市	地域	福岡県	海の道むなかた館、福津市複合文化センター歴史資料館、宗像大社神宝館
	39	長崎県	地域	長崎県	長崎歴史文化博物館、大浦天主堂キリシタン博物館、平戸市生月町博物館島の館、五島観光歴史資料館、有馬キリシタン遺産記念館、長崎県美術館
	40	大分県大分市	拠点	大分県	大分県立美術館

文化の振興を観光の振興と地域の活性化につなげている事例は各地で見られている。

例えば、豊かな自然が広がる福島県北塩原村には美術館をはじめとしたアートコンテンツが点在しているが、このうち諸橋近代美術館では、ライトアップと専門家による作品解説トークショーを組み合わせたコンテンツを造成したり、夜間にダリのコレクションを展示すること等により特別感を演出するなどの取組を行っている。



諸橋近代美術館のライトアップ  
撮影: Tokyo Lighting Design

## 長崎市・出島におけるナイトタイムコンテンツの造成

長崎市は、2つの世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の構成資産をはじめ、風光明媚な港町の風景や卓袱（しっぽく）料理に代表される独自の郷土料理等、歴史・文化、地理的環境に由来する様々な観光資源を有している日本有数の観光都市である。しかし、旅行者数に占める宿泊者数及び観光消費額は伸び悩んでいる状況であった。

これには、夜のコンテンツ不足が要因のひとつとして考えられることから、九州運輸局では、観光地域づくり法人（DMO）、長崎県、長崎市、宿泊事業者、交通事業者等と連携し、夜間の楽しみ方の拡充に向け、ナイトタイムコンテンツ造成事業を実施した。

本事業では、出島を舞台に、プロジェクションマッピング、地元劇団による完全オリジナルの演劇及びガイドを兼ねるストーリーテラーによるナビゲート等、楽しみながら歴史・文化に触れることができるナイトタイムコンテンツを造成した。これにより旅行者の滞在時間を延ばし、宿泊者数及び観光消費額の増加が期待される。



出島の石畳を照らすプロジェクションマッピング



地元劇団による演劇

## コラム

II-11

## スポーツツーリズム

スポーツツーリズムとは、スポーツを「観る（観戦）」「する（楽しむ）」ことに加え、周辺の観光要素や、スポーツを「支える」人々との交流や地域連携も付加した旅行スタイルのことをいう。これには、周辺観光や飲食宿泊などの経済効果、人々との交流を通じた交流人口拡大、アスリート・旅行者へのスポーツ施設・プログラムや宿泊環境整備などによるまちづくり、スポーツイベント招致による地域発信など、様々な効果が期待できる。

## （コンテンツ造成支援）

スポーツ庁は、武道等を体験するコンテンツ造成を支援している。例えば、剣道を伝統文化（SAMURAI文化）と捉え、日本の各地域に継承されている文化と融合し、地域に現存する武家屋敷や古民家を宿泊場所として有効活用しながら、武家文化体験を行うコンテンツ造成が行われた。地域に現存する日本文化を継承している地方都市での本物の体験は、非日常を感じさせる貴重なコンテンツとなる。



道場での剣道体験



寺での禅体験

## （施設整備支援）

スポーツ施設は、地域住民がスポーツを親しむ場であり、スポーツイベント等を通じて地域経済にも貢献することが可能である。そうした価値に鑑み、スポーツ庁ではスポーツ施設整備支援に取り組んでおり、2020年度（令和2年度）は、滋賀県野洲市の希望が丘文化公園の球技場において、天然芝から人工芝への施設改修を支援した。高性能・高耐久な人工芝を導入し、幅広い年齢層の利用者がラグビー・サッカーなどの球技を安全に楽しめるグラウンドとしたことで、稼働率の向上を見込んでいる。

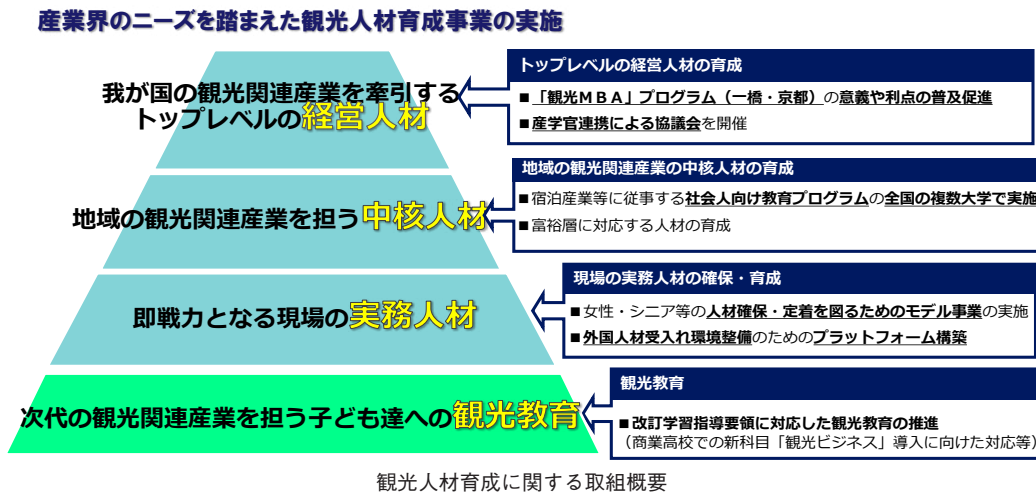


整備後の球技場全景

## 4 人材育成

我が国が観光立国として生きていくためには、新型コロナウイルス感染拡大から回復するまでの期間を活用して人材育成を加速し、来るべき旅行需要回復期に備える必要がある。

観光庁ではこれまでも、観光関連産業を牽引する経営人材や新たなビジネスを創出できるトップレベルの人材、地域の観光関連産業の中核を担うミドルマネジメント層の人材不足（質の不足）、インバウンドをはじめとする増加する観光客に対応する現場人材の不足（量の不足）に対し、経営人材、中核人材、実務人材の育成と次代の観光関連産業を担う子ども達への観光教育の4層を対象を分け、人材育成に取り組んできた。



#### （我が国の観光関連産業を牽引するトップレベルの経営人材に関する取組）

国際的な競争が激化している観光関連産業において、データに基づく経営やマーケティングを活用した生産性向上・経営力強化を行っていく必要があるとの認識から、2018年（平成30年）に経営人材育成拠点として、一橋大学及び京都大学に観光MBAが設置された。2019年度（令和元年度）には初の卒業生を輩出し、各方面での活躍が期待されているところである。

2021年（令和3年）2月には、観光人材の国際対応力及び経営力等の強化に向けた取組に関する意見交換の場として、産官学連携による協議会がオンラインで開催された。2021年度（令和3年度）には、今後の観光関連産業を担う意欲の高い若手から中堅の観光関連産業従事者に対し、海外でホスピタリティマネジメントを学習する支援としてフロリダ州立セントラル・フロリダ大学への留学支援を行う。

今後も、観光MBA人材育成の意義や利点の普及促進を行い、経営人材の増強を図っていく。

#### （地域の観光関連産業を担う中核人材に関する取組）

観光関連産業は経営手法を長年の「勘」や「経験」に頼る傾向があり、科学的な経営による生産性の向上及び経営力強化が課題となっている。また、それらのノウハウを有する人材が不足している。このため、地域の観光関連産業の中核を担う社会人の学び直しの場の整備が必要との認識のもと、「産学連携による観光関連産業の中核人材育成・強化事業」では、全国14の大学と連携し、学び直しの場を提供している。卒業生は、講座におけるビジネスプラン実習を元に起業したり、観光地域づくり法人（DMO）立上げの一員となるなど、各方面で活躍している。

今後は、産学連携のもと、コンソーシアムの構築やノウハウの共有等を通じて、継続して人材を育成するための仕組みづくり等に取り組んでいく。

**(即戦力となる現場の実務人材の確保・育成に関する取組)**

新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンドをはじめとする旅行需要が低迷する中、来るべきインバウンド復活に向けて地域の観光人材のインバウンド対応能力を強化させ、地域へのインバウンドの誘客・長期滞在・消費拡大を図ることが重要である。このため、従来から行っている「地域における観光関連産業の実務人材確保・育成事業」に加え、令和2年度補正予算を活用し、「地域の観光人材のインバウンド対応能力の強化に向けた講師派遣業務」を実施した。具体的には、語学力だけでなくコミュニケーション・ホスピタリティ・接客能力などに優れた全国通訳案内士を講師として全国272箇所に派遣し、地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO）・宿泊業等向けに研修をハイブリッド形式で行った。

観光関連事業者からは「講師の先生の経験を踏まえて紹介していただき、とても分かりやすく参考になった。初級の研修では、簡単な英語でOK、指差し用資料を使ってOKという、海外のお客様が来ても大丈夫と思える、勇気を持てる研修をしていただけた」等の声が聞かれた。



研修の様子

## コラム

## II-12

## 上質なサービスを求める訪日旅行客を迎えるための取組

ILTM<sup>27</sup>の調査によれば、富裕層は渡航制限が緩和されれば海外旅行を検討する可能性が非常に高いと見込まれている。ポストコロナ時代には、上質なサービスを求める旅行者層を受け入れ、そうした旅行者が頻繁に海外旅行をする友人や知人に自身の滞在経験を語ることで、新たな来訪者を増やすことが期待できる。そのためには上質なサービスの提供、良質なガイドが不可欠であるという認識のもと、観光庁は、海外の格付け会社を活用した世界水準の宿泊サービス研修や、本物の文化体験、トラベルデザイナー等を客に見立てたガイドの実地研修及びコミュニティの立上げなどを行っている。



富裕旅行者の接遇イメージ

27 International Luxury Travel Marketの略

## コラム

## II-13

## 宿泊施設と農家の連携

山形県天童市では、毎年、さくらんぼが旬を迎える期間限定で、宿泊者を対象とした朝摘みさくらんぼツアーが開催されている。これは朝が一番美味しいというさくらんぼの特徴を生かし、宿泊するからこそ参加できるプログラムとなっている。このプログラムでは、休館により仕事がなくなった宿泊施設の職員がスタッフとして働いており、雇用の維持だけでなく、コロナ収束後においても宿泊施設とさくらんぼ農家の連携につながることを期待される。



朝摘みさくらんぼツアーの様子

## 5 観光地域づくり法人（DMO）の取組

新型コロナウイルス感染症への対策が必要とされる中、観光地域づくり法人（DMO）には、地域観光の舵取りが求められている。それぞれの観光地域づくり法人（DMO）が、ガイドライン・認証制度の策定等の感染拡大防止策や受入環境整備、コンテンツの充実といった、収束後を見据えた着地整備等を実施しており、ここでは4つの事例を紹介する。

### 【京都】

公益社団法人京都市観光協会は、観光に携わる23の業界団体と共に新型コロナウイルス感染症対策ガイドラインを作成した。対応する店舗・施設等2万軒にステッカーを配布して感染症対策を「見える化」とするとともに、事業者向けにオンラインで研修を行った。また、京都市と連携して事業者向けの助成金制度を創設し、地域の産業の持続化にも取り組んでいる。観光客向けには、オンラインで楽しめる座禅解説講座をはじめ外出自粛期間中にも自宅から京都を感じることができる体験コンテンツ配信等を行うなど、コロナ収束後の誘客につながるような取組を積極的に行っている。



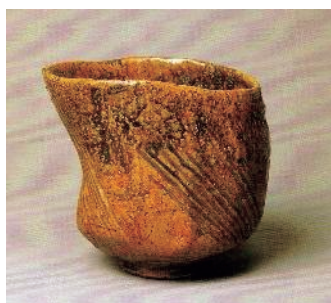
ガイドライン推進宣言事業ステッカー



自宅で行える座禅体験を紹介する動画

### 【金沢】

一般社団法人金沢市観光協会は、観光に携わる団体・事業者が連携し、安全・安心と金沢らしいおもてなしが調和する観光が実現するよう、「業種別ガイドライン」及び石川県の「新型コロナ対策取組宣言」を踏まえ、感染予防対策に取り組んでいる。個人旅行を対象とした旅行商品の販売拡大の一環として、伝統工芸に関心の高い旅行者向けに、1グループ33万円で金沢の伝統工芸である大樋焼の工房見学・絵付体験等を行う高付加価値なツアーを実施している。実施にあたっては、少人数制のプライベートツアーにするとともに、検温やマスク着用などの感染症対策を徹底している。



金沢の伝統工芸品である大樋焼



ツアー特別案内がある大樋美術館



## 【八ヶ岳】

一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメントは、感染防止ハンドブックを作成し、ワークショップでその内容を解説して配布している。また、旅行者向けに、最高1,450m地点まで登る自然豊かな八ヶ岳のコースをEバイクで軽快に走るガイドツアーを実施した。このツアーではサイクリング中にビデオカメラで撮った映像を持ち帰ることもでき、人気を集めている。実施にあたっては、スタッフ健康管理チェックリストの作成等、感染症対策を行うとともに、感染疑い・発生時の対応をマニュアル化することにより、安心・安全につなげている。



感染防止ワークショップ



八ヶ岳山麓サイクリング

## 【妙高】

新潟県妙高市では、一般社団法人妙高ツーリズムマネジメントを中心に、行政と地域医療との連携を組み込んだ観光戦略を策定した。感染対策としては、接触確認アプリCOCOAの全市民への導入、免疫力を高める食と運動の推進、感染者への誹謗中傷の防止に力を入れ、市民の感染防止意識を高めている。また、観光地域づくり法人（DMO）と医療機関が連携し、独自のガイドラインの作成や観光事業者への現地視察、合格施設の認定公表等、受入側における感染対策を進めている。その取組を「妙高モデル」として発信し、国内旅行市場、そして将来のインバウンド市場で選ばれる観光地を目指している。



妙高モデル合格証

## コラム

II-14

地域内の回遊性向上と渋滞解消のためのモビリティを  
活用したパーク&ライド事業

四国では、高松空港を起点にレンタカーを利用する訪日客が増加している。特に「日本のウユニ塩湖」と呼ばれる香川県三豊市の「父母ヶ浜」では、レンタカーでの来訪が集中して交通渋滞が深刻化していることに加え、父母ヶ浜以外の周辺観光地に足を向けずに他の観光地に移動してしまう傾向があり、地域の回遊性向上が課題となっている。

このため、父母ヶ浜を起点として、広域的（三豊市北部エリア）にはAIバスの実証運行を、狭域的（父母ヶ浜周辺）にはシェアバイクレンタルの実証実験を、日本在住の外国人モニターを対象に行った。AIバスの実証運行では、モニターの74%が「満足」と回答、父母ヶ浜周辺以外の広域での回遊が確認された。シェアバイクレンタルの実証実験では、モニターの70%が「満足」と回答、父母ヶ浜のみならず、これまで訪問されることなかった周辺の寺院、和菓子店、アンティークショップ等も訪問していたことが確認された。また、中国、韓国、ベトナム等のアジア圏出身者は寺院への関心が高いことが分かった。

これらの施策が渋滞解消に与える効果については確認できなかったが、今後、事業実施結果を踏まえ、地域の回遊性向上が渋滞解消や消費拡大などにつながるよう検討を進め、訪日外国人旅行者の利便性向上を図っていく。



父母ヶ浜の夕日



AIシステム搭載バス



シェアバイクレンタル

コラム

II-15

## 「観光遺産産業化ファンド」を活用した 伊勢神宮周辺エリア（伊勢鳥羽志摩）の活性化

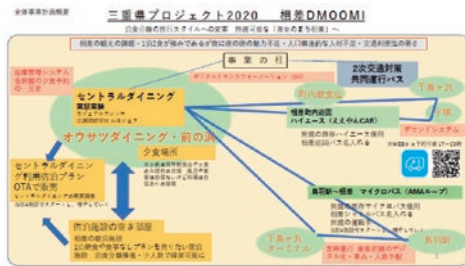
三重県は、観光による地域活性化を推進するため、株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）<sup>28</sup>及び地域金融機関3者と連携協定を締結し、鳥羽市の相差地域を対象地域として、「観光遺産産業化ファンド」の活用による旅館経営の効率化や地域の魅力づくりに向けた取組を実証事業として実施した。

相差地域には宿泊施設が多くあるものの、基本的には小規模な旅館が多いため経営資源に乏しく、他方で経営者の高齢化や事業承継の問題から空き旅館が増えており、営業している旅館においても人手不足の問題から需要があるにも関わらず受入人数を縮小して営業せざるを得ないケースが発生していた。

また、鳥羽駅等の主要交通拠点から離れており、路線バス等も本数が少なく二次交通に課題があるため、各宿泊施設がそれぞれ送迎を行う必要があった。

これらの地域課題を解決するため、鳥羽商工会議所及び観光地域づくり法人（DMO）である一般社団法人相差海女文化運営協議会<sup>29</sup>を中心として、複数の宿泊事業者が共同で泊食分離を推進していくための夕食提供施設として「セントラルダイニングの構築・運営」、労働力の削減及び生産性の向上のための「地域共同交通の構築・運営」、宿泊・食事・交通の予約マッチングを含めた「DX環境の整備」に向け意見交換及び実証事業を実施した。

今後は、本事業の検証結果に基づき、2021年度（令和3年度）以降に本格実施するための取組を進める。



全体事業計画概要



相差共同バスMAP



「AMAふれんち」体験クーポン

<sup>28</sup> 株式会社地域経済活性化支援機構 Regional Economy Vitalization Corporation of Japan の略。

<sup>29</sup> 2019年（平成31年）3月29日、地域DMOに登録。

## 6 ユニバーサルツーリズムの推進

急速な高齢化が進む我が国では、65歳以上の高齢者人口が約3,630万人、障がい者人口が約965万人、3歳児未満人口が約293万人にのぼっており、ユニバーサルツーリズムの主な対象者は、日本の人口全体のおよそ3分の1に達している。また、高齢化は世界的にも進展しており、国連の推計によると、2030年（令和12年）には65歳以上の高齢者が約10億人に達すると見込まれている。

このため、引き続きユニバーサルツーリズムへの対応を着実に進める必要がある。

### （バリアフリー支援）

観光庁は、これまで宿泊施設や観光地でのバリアフリー改修支援に取り組んでおり、ハード面では、宿泊施設における段差の解消や手すりの設置、観光地でのエレベーター設置やトイレのバリアフリー化などを実施してきた。

その一方で、ソフト面では、バリアフリーに関する情報不足が指摘されてきた。高齢者や障がい者の方々は、その身体の状態により飲食施設を利用できる条件や必要となる支援・サービスが異なり、事前にどの施設が利用可能か判断するための情報が必要不可欠であるにも関わらず、施設のバリアフリー情報は必ずしも充実しているとは言えない状況であり、高齢者や障がい者の方々が飲食施設を安心して選択することが困難な場面も見受けられている。このため観光庁は、障がい者・高齢者の方々が利用可能な飲食施設ガイドを作成した。

本ガイドにおいては、「東京2020大会」の競技会場やターミナル駅周辺の飲食施設を中心に、バリアフリー対応に取り組んでいる飲食施設を紹介している。作成にあたっては、実際に障がい者が訪問・調査を行っており、高齢者や障がい者の方の目線を重視したものとなっている。

飲食施設のバリアフリー状況



飲食施設まで車椅子で移動可能な経路の表示



車椅子使用者用サイトと連動し、QRコードを読み込むことにより、より詳細な情報の入手が可能



施設のバリアフリー・インバウンド対応状況

2020年（令和2年）6月には「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律の一部を改正する法律（令和2年法律第28号）」が施行された。同法に基づき、国が認定する観光施設（宿泊施設・飲食店等）における障がい者等へのサービスに関する情報の提供を促進すべく、バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む観光施設を対象とした「観光施設における心のバリアフリー認定制度」を創設し、観光施設のさらなるバリアフリー対応とその情報発信を支援している。

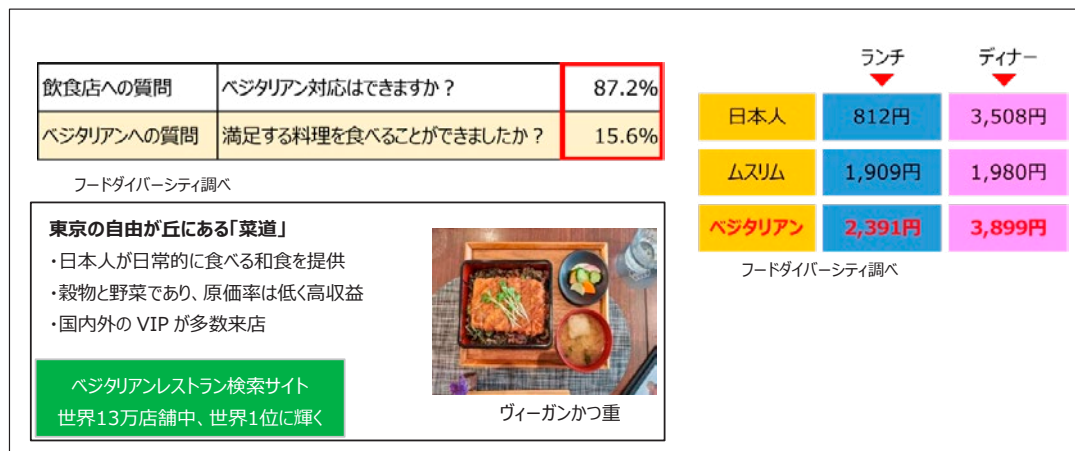
観光施設  
心のバリアフリー認定

認定マーク

## (外国人のニーズへのきめこまやかな対応)

食の分野でのユニバーサルツーリズムも非常に重要である。感染拡大前において、日本を訪れたベジタリアン・ヴィーガンの外国人旅行者は年間約145～190万人、その飲食費は450～600億円<sup>30</sup>にのぼったとされている。

民間調査によると、飲食店の認識としては消費者のニーズに対応していると考える一方で、消費者は料理に必ずしも満足していないという意識のズレが指摘されている。これには、例えば、飲食店側はサラダなどの対応メニューを提供すれば良いと考える傾向があるのに対し、ベジタリアン等の方々は、日本食（例えばカツ丼）を彼らの希望に対応した形で食べたいというニーズがあることが背景として考えられる。こうしたニーズにきめこまやかに対応することで、さらなる消費拡大につながることを期待される。



観光庁では、「飲食店等における外国人ベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」（2020年）を作成し、飲食店等での活用を通じて多様な食習慣を持つ外国人旅行者の受入環境整備を推進している。本ガイドでは、ベジタリアン・ヴィーガンの基礎知識、国外旅行における行動特性、ベジタリアン・ヴィーガン対応の方向性、先進事例集が紹介されている。

30 2018年（平成30年）推計値。富裕層にはベジタリアン・ヴィーガンが多いことから、単価は高い傾向にある。

## 観光地における多様な食の提供による集客・滞在促進策の検証

多様な食習慣を有する訪日外国人の受入環境に関しては、更なる整備・改善の取組が地域単位で求められている。

関東運輸局では、群馬県渋川伊香保温泉地区（渋川市、榛東村、吉岡町）をモデル地区として、ウィズコロナ・アフターコロナにおける旅行需要の回復を見据え、多様な食習慣を有する訪日外国人旅行者等に安心して旅行していただける滞在促進型の受入環境を実現するため、「観光地における多様な食の提供による集客・滞在促進策の検証」を行った。

主な内容は「ベジタリアン対応おもてなしセミナー&体験会（宿泊事業者・飲食店向け）」や「モニターツアー」などであり、モニターツアーでは、在日外国人ヴィーガンを含めた様々な方々に各施設で対応メニューを体験していただいたところ、食材や調理方法だけでなく、羽毛布団や皮のソファに座れないなど、「食」の対応以外についての意見なども頂き、課題をあぶり出すという意味において、当ツアーは非常に有益であった。

今後、受入施設の拡充・メニューの更なる充実を図ることにより、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。



モニターツアー時の食事メニュー

## 7 持続可能な観光（サステナブルツーリズム）の推進

我が国の観光の魅力を一層高めていくためには、各地域が多様なステークホルダー間の合意形成を進めながら、長期的な視点に立って持続可能な観光（サステナブルツーリズム）を実現していく必要がある。サステナブルツーリズムの取組を進めることにより、地域住民と旅行者間でのトラブルや、ゴミや交通量の増加等に伴う環境負荷の増大といった課題にも対処が可能となる。

新型コロナウイルス感染症拡大前からサステナブルツーリズムへの関心は高まっていたが、感染拡大下における旅行の制約が旅行の意義をみつめ直すきっかけとなった方もおり、世界の旅行者の半数以上（53%）が「新型コロナウイルス感染症の影響で、よりサステイナブルな旅行を望むようになった」と回答している民間調査が示すように、今後、サステナブルツーリズムへの関心がより高まる可能性がある。

観光庁は、持続可能な観光地マネジメントや温室効果ガス排出量管理等の指標も含めた「日本版持続可能な観光ガイドライン（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations 略称、JSTS-D）」を開発したが、JSTS-Dは世界サステナブルツーリズム協議会（GSTC）から、正式に国際基準であるGSTS-Dに準拠した指標として公認されている。



このJSTS-Dを普及促進するため、2020年度（令和2年度）には、全国5つの地区（北海道ニセコ町、三浦半島観光連絡協議会（鎌倉市、逗子市、横須賀市、三浦市、葉山町）、岐阜県白川村、京都府京都市、沖縄県）においてモデル事業を実施し、トレーニングプログラムの実施や有識者の派遣等を通じて、各地域の持続可能な観光に関する取組を支援した。

以下、モデル事業における取組事例を紹介する。

### 【北海道ニセコ町】

住民意識調査によると、物価上昇・ゴミ投棄による景観破壊・開発による自然減少等、観光客の増加や観光地化による生活環境の変化に住民が多くのマイナス面を感じていることから、観光客に対して好意的に捉えている住民が少なかった。

一方で、観光事業者へのアンケート調査によると、事業者と旅行客が、マナーの遵守や清掃活動など地域のために多くの取組を行っていることが判明した。このためニセコ町では、事業者による「持続可能な観光」への取組を住民に伝えるリーフレットを作成・配布し、地域住民と観光事業者が互いを知るきっかけ作りを行った。

### ニセコ町内の観光事業者が利用客と一緒にいる取組

利用客に呼びかけている取組はさまざま。各場面の取組を紹介します。

#### 旅行中のあらゆる場面で

- 地域の自然・景観・歴史・文化等への理解や敬意を持つこと
- ゴミの持ち帰りや分別
- マイバックの持参

#### 宿泊の場面で

- 節電
- 節水
- 連泊の際の清掃やリネン交換不要の意思表示
- アメニティー類の持参

## NO!

#### 野外でのアクティビティの場面で

- 環境保護のマナーの順守(野生植物を採取したり、野生動物に餌を与えたりしない等)

#### 飲食の場面で

- フードロスの削減(残り物のテイクアウト等)
- マイ箸・マイカップ等の持参

#### 移動の場面で

- エコドライブ
- 公共交通機関の利用
- レンタサイクルの利用

### ニセコ町内の観光事業者が地域や住民と一緒にいる取組

ニセコ町が持続可能な観光地であるために、観光事業に関わる方々は、地域への貢献としてさまざまな活動を行っています。

- 清掃活動(クリーンアップ)
- 街角の花植え活動
- 町民に自社の事業を知ってもらうための活動
- 地域支援のための募金
- 学校等への出張授業

## 【三浦半島観光連絡協議会】

三浦半島では、夏季海水浴シーズン中、域内のビーチを利用する海水浴客が出すゴミが帰路や地域住民向けのゴミステーションに投棄されることや、公共交通機関が混雑するといった課題があった。

このため、モデル事業では、観光客を対象として、有料ゴミ箱の設置やその金額の妥当性等について調査を行った。



モデル事業での取組

モデル事業で支援した全国5つの地区の持続可能な観光に関する取組が評価され、持続可能な観光の国際的な認証機関であるグリーン・デスティネーションズ(GD)が実施する表彰制度「TOP100選」に全地区が選出された。今後は、持続可能な観光地としての国際的な認知度向上や、サステナブルツーリズムに関心の高い観光客の誘客が期待される。



表彰式において発表された様子  
(左上からニセコ町、三浦半島、白川村、京都市、沖縄県、釜石市)



GDのウェブサイトに掲載された各地域の紹介  
(左上から釜石市、京都市、ニセコ町、沖縄県、白川村、三浦半島。それぞれの写真をクリックすると各地域の専用ページに遷移。)

また、我が国は、2050年カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指しているが、観光地においても、地産地消の推進によるフードマイレージの削減や、温泉熱を利用した暖房や発電などの取組を進めることで、カーボンニュートラルの実現に貢献することが可能である。



## 8 アドベンチャーツーリズムの推進

アドベンチャーツーリズム（以下「AT」という。）とは、「自然」「アクティビティ」「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行であり、世界の市場規模が約72兆円とする調査結果もある。AT旅行者は、旅行を通じて自分自身の変化や視野の拡大、学び等を得ることを目的としており、個々のコンテンツの質の高さは当然として、旅行者それぞれの興味・関心に応じたテーマ・ストーリー性のある滞在プランなど、その地域ならではの体験を求めている。自然・文化といった我が国の豊富な地域資源を活用し、日本の本質を深く体験・体感できるATを推進することは、国内外の観光客の消費額増加や満足度向上につながることを期待されている。

日本国内で、ATにいち早く取り組み始めた地域は北海道である。

北海道はパウダースノーをはじめとする自然環境や野生動物等の「自然との関わり」、北海道独自のアイヌ文化をはじめとする「歴史文化」、豊富な種類の「アクティビティ」といったATに必要な3要素が十分に揃っているが、ATへの取組は、北海道新幹線の開業を控え、有名旅行雑誌のカメラマン等を招請し観光資源を取材してもらった際、「アドベンチャートラベルという旅行形態があるのを知っているか」と被招請者から示唆されたことがきっかけである。

ATは単に経済波及効果が高いだけでなく、旅行消費の大部分が地域に還元されると言われており、地域経済の活性化につながることを期待される。また、観光が「量」から「質」へシフトすることにより環境への負荷を低減させられるなど、持続的な旅行形態の推進につながることから、特に北海道においてATの推進に向けた取組に関する機運が高まることとなった。

その後、北海道運輸局が地域関係者と連携し、2016年（平成28年）10月にアラスカで開催されたATの世界大会であるアドベンチャートラベルワールドサミット<sup>31</sup>（以下「ATWS」という。）に日本の関係者として初めて出展したのを皮切りに、ATWSに継続して出展を行った。これにより世界のAT関係者とのネットワークを構築し、その結果、アドベンチャートラベルトレードアソシエーション<sup>32</sup>（以下「ATTA」という。）による人材育成プログラム「Adventure EDU」の実施、ATコンテンツ・ツアーの造成及び磨き上げ、メディアや旅行会社招請によるプロモーション等を行うに至った。また、2017年（平成29年）に北海道アドベンチャートラベル協議会を設立し、北海道内のATに関わる広範な関係者とのネットワークを構築している。

このような取組を続けていく中で、ATにおける北海道の認知度を飛躍的に高めるため、2018年（平成30年）10月から、北海道運輸局、北海道経済産業局、北海道及び北海道観光振興機構の4者により、ATWSを北海道に誘致する取組が始まった。2019年（令和元年）5月には、鈴木北海道知事からATTAシャノンCEOへ、正式に立候補を表明した。同年10月にはATTAの公式視察で訪れていたシャノンCEOがG20観光大臣会合のため来道していた赤羽国土交通大臣と会談し、鈴木知事と再会するなど、ATTAと良好な関係を構築した。その結果、「Adventure Travel World Summit 2021 Hokkaido, Japan」が2021年（令和3年）9月20日～23日の日程で開催されることが決定した。その後、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響に鑑み、開催方法はオンラインに変更になったところであるが、さらに充実した内容となるよう関係者一丸となって取り組んでいく。

北海道から始まったATの取組を日本全国に広げていくために、観光庁では、日本全体でのAT推

<sup>31</sup> ATWS (Adventure Travel World Summit) : 2021年（令和3年）で17回目の開催（2020年大会は新型コロナウイルス感染症の影響により中止）。2019年スウェーデン大会では、旅行会社、宿泊事業者、アウトドアメーカー、観光局・観光協会、メディア、ガイドなど、72箇国から773名の関係者が参加した。

<sup>32</sup> ATTA (Adventure Travel Trade Association) : 1990年（平成2年）に設立された世界最大のアドベンチャーツーリズム組織団体（本部：米国）。各国・地域のメディア、政府観光局、観光協会、観光地域づくり法人（DMO）、ツアーオペレーター、アウトドアメーカー等で構成され、およそ100箇国において1,300会員を擁する、ATWSの主催団体。

進に向けた戦略策定、地域における取組体制の構築、コーディネーター・ガイド人材等の確保・育成、観光資源の発掘・磨き上げを通じた魅力的な滞在プランの造成等について2021年度（令和3年度）に一体的・本格的に取り組むこととしている。



石狩川ラフティング



大雪山登山

## コラム

II-17

## 各地におけるアドベンチャーツーリズムの取組

## ○AT関係者のネットワーク形成の推進（北海道）

AT旅行者を満足させるためには、観光関係者やガイドだけでなく、第一次産業に関わる人や博物館、史料館といった文化施設など、多様な業種間のネットワーク形成を促進し、地域の受入環境を整える必要がある。

そのため、北海道運輸局は北海道アドベンチャートラベル協議会との共催により、ネットワーキングイベントを道内5箇所で開催し、地域の特色を活かしたATツアーの検討を通じて、漁業などの第一次産業関係者や観光ガイド未経験者を活用する可能性を模索した。

地域ごとのネットワーキングイベントでは、北海道内で実際にATを提供し活躍をしている方からATの基礎知識及び実践例について講演いただいた後、参加者によるATモデルプラン造成ワークショップを実施した。さらに、このワークショップで考案されたアイデアの中から冬のモニターツアーを開催し、各地域への更なるAT機運の醸成及びネットワーク形成を推進した。



地域ごとのネットワーキングイベント



糠平湖での冬のモニターツアー

加えて、この5箇所のネットワーキングイベントをさらに広い範囲での機運醸成につなげるため、「アドベンチャートラベル北海道ミーティング」を札幌市で開催し、全道規模での関係者間の連携強化、実践的な知識習得を行った。「アドベンチャートラベル北海道ミーティング」は2日間開催され、初日は札幌発着の日帰りATツアーを4コース設定し参加者がATの実体験をした。2日目はセミナーを中心に7つのプログラムを実施し、基調講演では、駐日ヨルダン・ハシェミット王国大使リーナ・アンナーブ閣下より、自ら造成に関わり海外のATにおける成功事例として知られる「ヨルダントレイル」の概要、実現までの計画、経済的な変化及び多方面からの評価等を講演いただいた。このほか各専門家より、どのようなPR写真が世界の旅行者の目に留まるのか、ガイドの現場で使える英会話術、旅程すべてに同行し臨機応変に行程を調整するスルーガイドの役割、アクティビティ提供者が法的視点で準備しておくべきこと、及びATWS2021を契機とした持続可能な観光の実現について講演いただいた。



旭川嵐山での日帰りAT



ツアーヨルダントレイルについての講演

全ての取組で参加者の満足度が高い結果となったことを踏まえ、2021年度（令和3年度）以降も継続してネットワーク形成に係る取組を推進していく。

### ○ATコンテンツの造成（北陸信越）

長野県及び新潟県のスノーリゾート（妙高、白馬、志賀高原等）には、台湾とオーストラリアから高い比率（全国比約2倍）の旅行者が訪れているが、スノーシーズンの来訪は多いものの、グリーンシーズンには来訪者数が減少してしまうことや、国籍の偏りが課題となっている。

そこで、北陸信越運輸局では2020年度（令和2年度）に、ATによる長期滞在型コンテンツを造成した。具体的には、地域連携DMOである一般社団法人長野県観光機構、一般社団法人長野伊那谷観光局、一般社団法人妙高ツーリズムマネジメントと連携し、地域ならではの自然・文化・アクティビティを深掘りし、訴求力のあるコンテンツに磨き上げるとともに、ガイド育成やモニターツアーを通して、さらなる高付加価値化を図った。その結果、「パラグライダー体験」「藁細工体験」「トレッキング」「スゲ細工体験」等、長期滞在・消費拡大につながる多くのコンテンツを造成することができた。これにより、今後、長野・新潟山岳エリアへの誘客が期待される。



風の谷「伊那谷」のパラグライダー



稲の谷「藁の匠」直伝のしめ縄づくり体験



霊峰「妙高山」トレッキング

### ○世界自然遺産登録に向けた受入環境整備に係る実証調査事業（沖縄）

沖縄では、琉球料理、泡盛、芸能が2019年（令和元年）に日本遺産に認定され、沖縄島北部（やんばる）及び西表島が世界自然遺産登録（令和3年7月見込）候補予定地となっており、ATのポテンシャルが高いと考えられる。

ATは沖縄観光に資すると考えられるが、沖縄では、英語でのコミュニケーションが可能で、安全性を担保することができ、かつ地域の自然・文化に精通し、AT顧客の個別ニーズにも的確に対応できるガイドが不足している。

このため、沖縄総合事務局では世界最大のAT組織団体であるATTA等と協力しつつ、受入環境の現状を調査し、現状での受入方策についてタブレットや翻訳機等を用いて実証・検討を行うとともに、中長期的なガイド人材確保・人材育成方策について、大学生・高校生向けのマッチングセミナーや動画コンテンツを盛り込んだテキストの作成、モニターツアーによる実証及び検討を行った。

今後も、本事業の成果・課題を踏まえ、特に国内顧客の閑散期に長期滞在・高単価のインバウンド顧客を呼び込むため、ガイド及びコーディネーターの増加・質の向上や、連携強化に取り組んでいく。



野鳥やマングローブの説明を聞きながらの早朝カヌー体験



サイクリングの途中、地元の海にまつわる歴史をガイドがフリップで説明