

# 令和3年版観光白書について(概要版)

---

観光庁

令和3年6月

# 令和3年版観光白書の構成

観光白書は観光立国推進基本法第8条に基づき毎年国会に提出。以下の4部で構成。

## 第Ⅰ部 観光の動向

第1章 世界の観光の動向

第2章 日本の観光の動向

## 第Ⅱ部（テーマ章） 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2章 観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組

## 第Ⅲ部 令和2年度に講じた施策

第1章 観光分野における新型コロナウイルス感染症対策

第2章 新型コロナウイルス感染症終息後を見据えた観光施策

## 第Ⅳ部 令和3年度に講じようとする施策

第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活

第2章 観光立国の実現に向けた観光施策

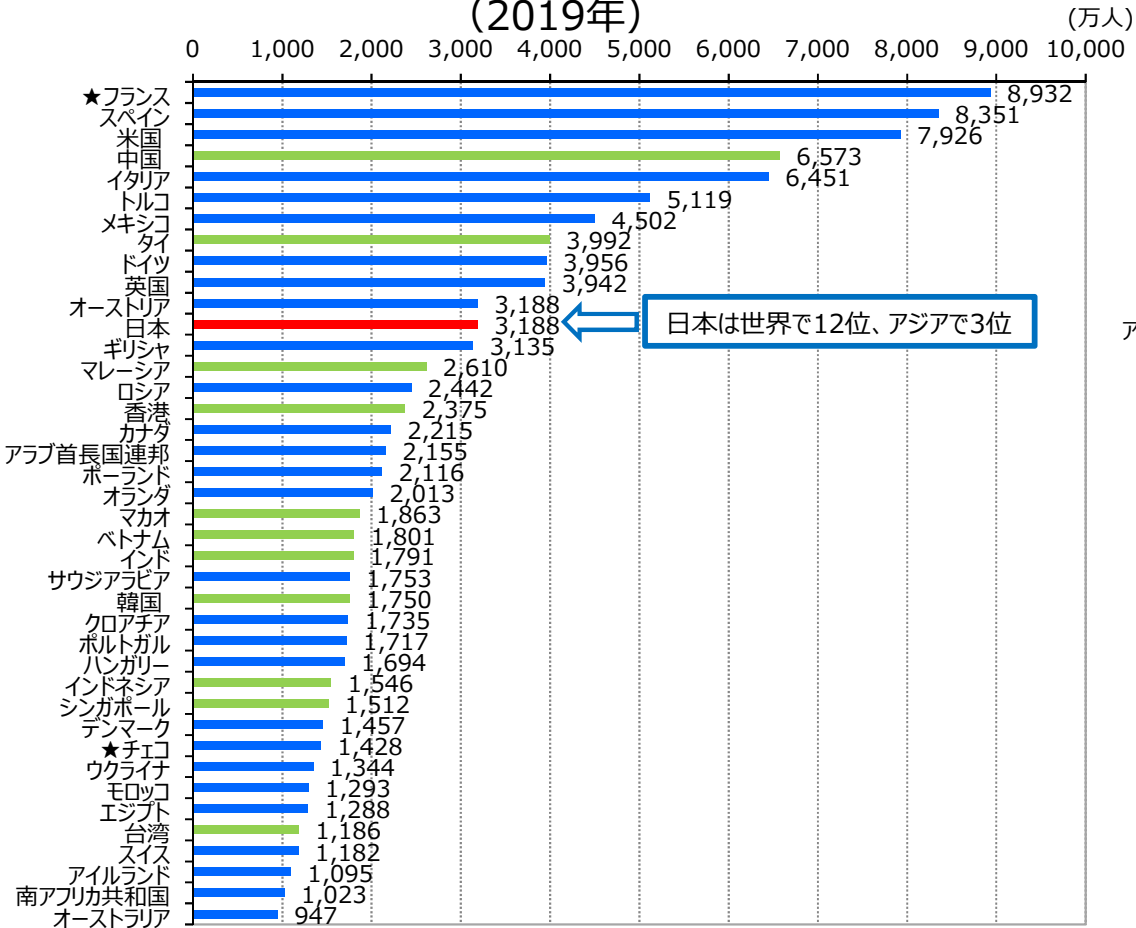
# 【第Ⅰ部】観光の動向

○ 世界の観光の動向	.....	4
○ 日本の観光の動向(訪日外国人旅行)	.....	7
○ 日本の観光の動向(日本人国内旅行)	.....	9
○ 日本の観光の動向(海外旅行、国内における旅行消費額)	.....	10
○ 日本の観光の動向(宿泊旅行)	.....	11

# 【第I部】世界の観光の動向（2019年のインバウンド）

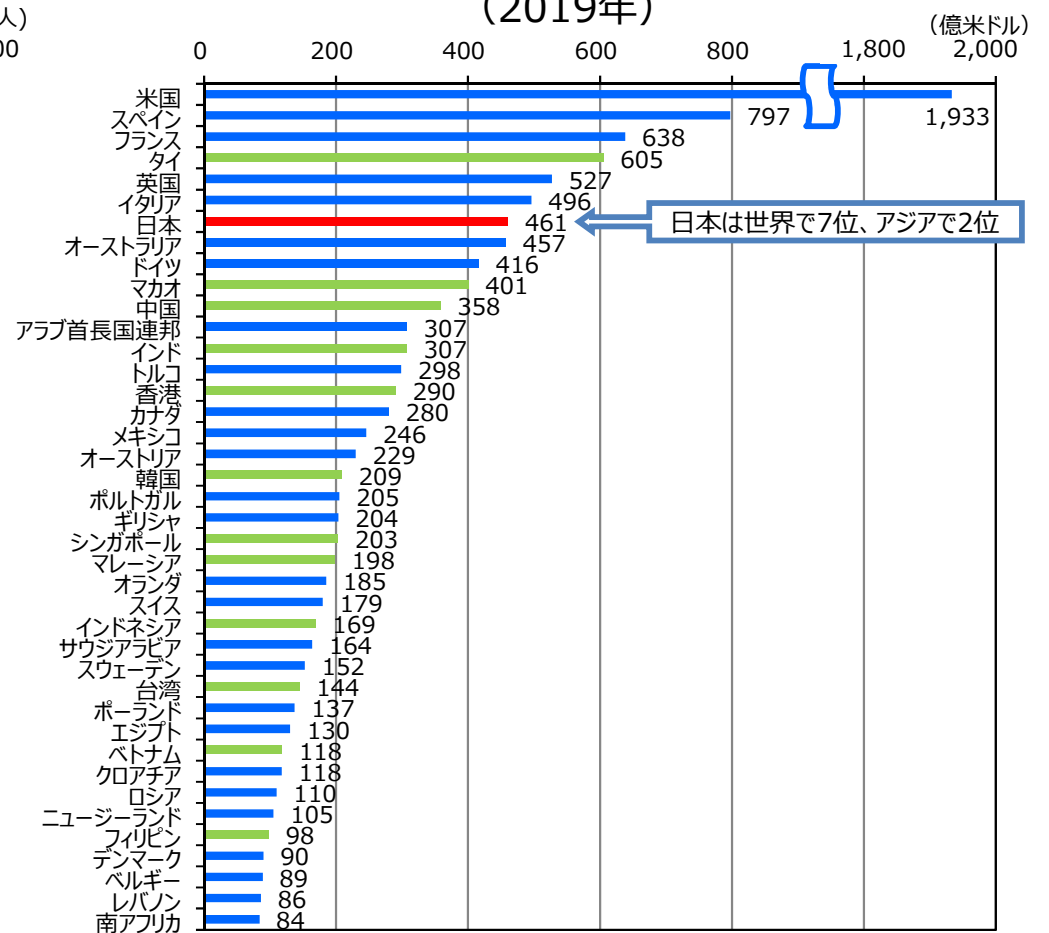
- 2019年の「外国人旅行者受入数ランキング」において、日本（3,188万人）は**12位（アジアで3位）**。  
※2018年（3,119万人）は11位（アジアで3位）。
- 2019年の「国際観光収入ランキング」において、日本（461億ドル）は**7位（アジアで2位）**。  
※2018年（421億ドル）は9位（アジアで2位）。

（図表 I -2）外国人旅行者受入数ランキング（2019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、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。）  
 注2：本表の数値は2021年（令和3年）5月時点の暫定値である。  
 注3：★印を付した国は、2019年（令和元年）の数値が未発表であるため、2018年（平成30年）の数値を採用した。  
 注4：本表で採用した数値は、日本、ロシア、ベトナム、韓国、オーストラリアを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。  
 注5：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6：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。

（図表 I -4）国際観光収入ランキング（2019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2021年（令和3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：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4：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。

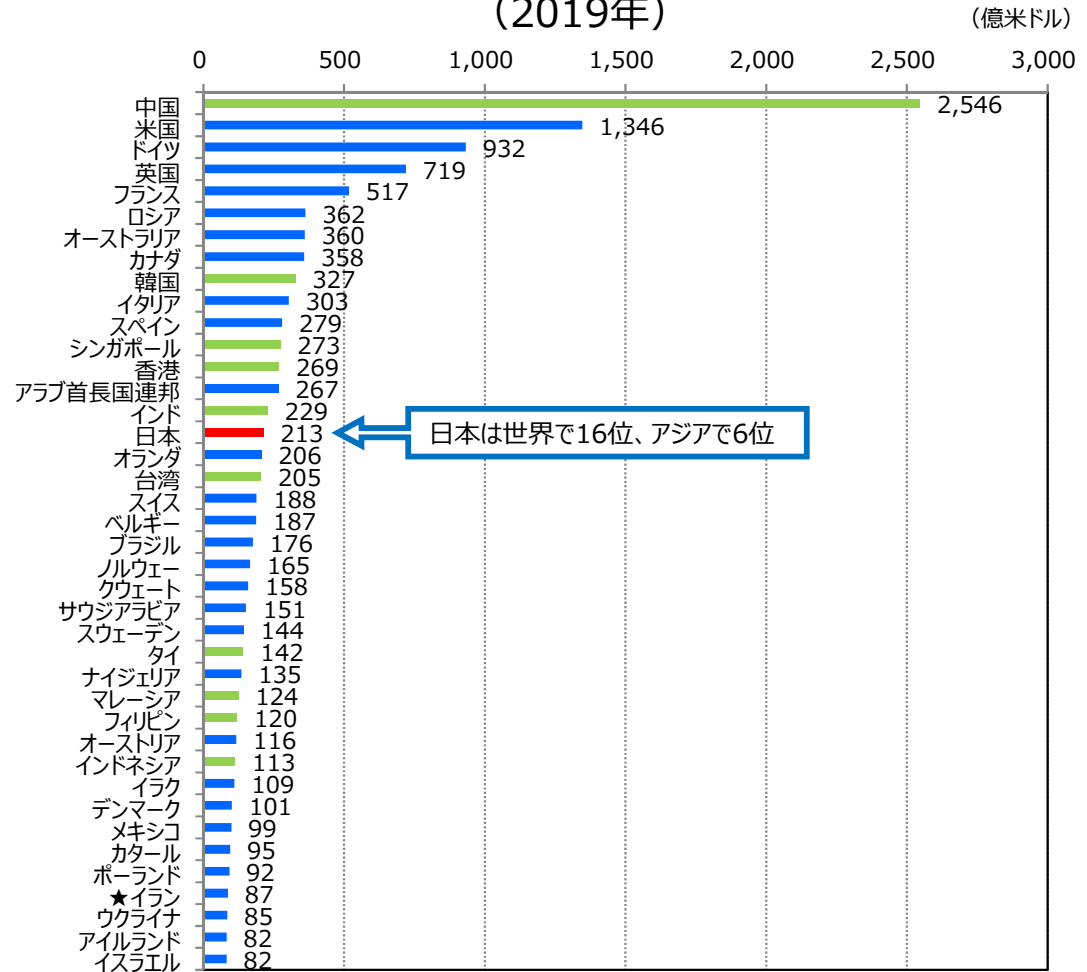
# 【第 I 部】世界の観光の動向（2019年のアウトバウンド）

- 2019年の「海外旅行者数ランキング」において、日本（2,008万人）は**14位（アジアで4位）**。  
※2018年（1,895万人）は18位（アジアで4位）。
- 2019年の「国際観光支出ランキング」において、日本（213億ドル）は**16位（アジアで6位）**。  
※2018年（202億ドル）は16位（アジアで6位）。

（図表 I - 5）海外旅行者数ランキング（2019年）



（図表 I - 7）国際観光支出ランキング（2019年）



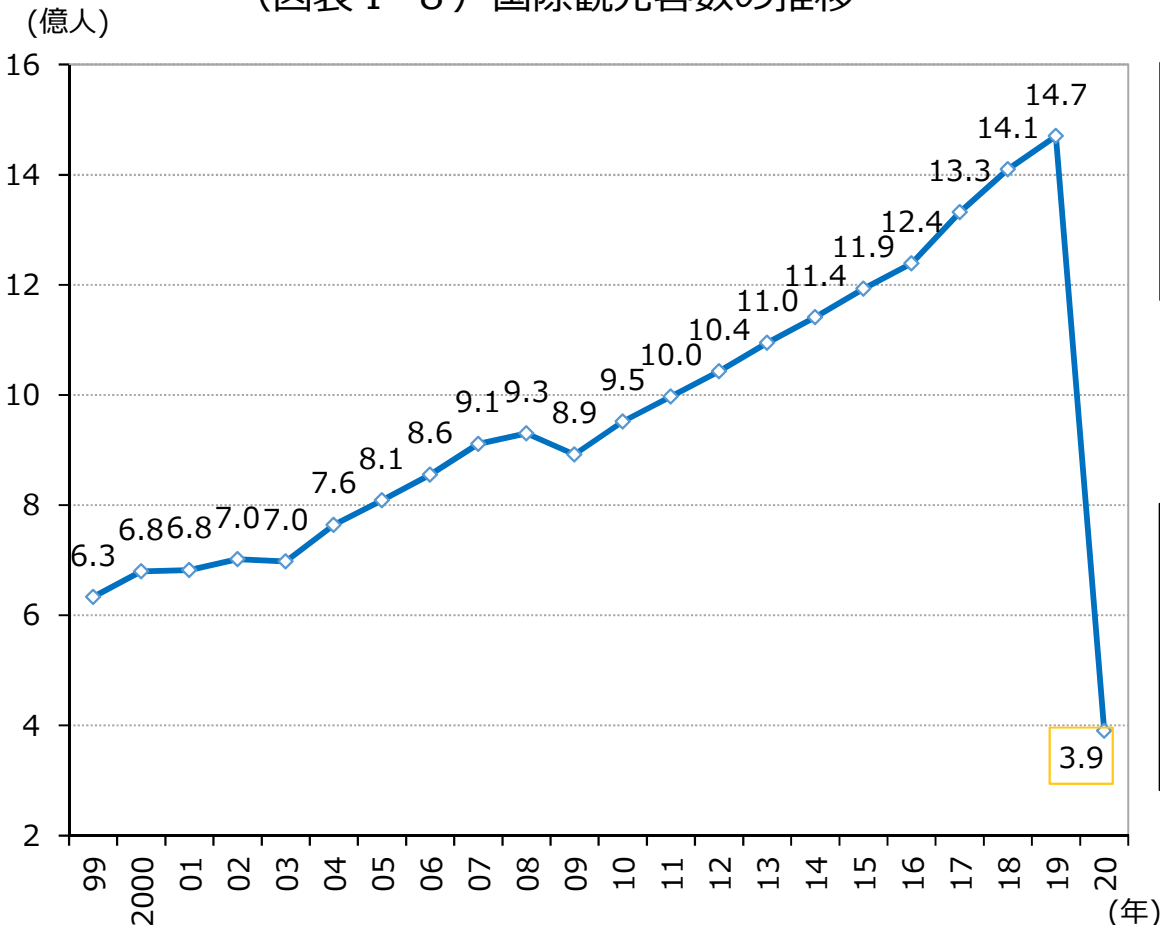
資料：UNWTO（国連世界観光機関）「Compendium of Tourism Statistics Data 2015-2019 2021 Edition」、国連人口基金「世界人口白書2019」、日本政府観光局「訪日旅行データハンドブック2020」に基づき観光庁作成  
注1：ドイツ、米国、オランダは、2019年（令和元年）の数値が不明であるため、2018年（平成30年）の数値を利用した。  
注2：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

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2021年（令和3年）5月時点の暫定値である。  
注2：★印を付した国は、2019年（令和元年）の数値が未発表であるため、2018年（平成30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：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：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 I 部】世界の観光の動向（2020年）

- 国連世界観光機関（UNWTO）によると、2020年の**国際観光客**は前年比10億7,200万人減の**3億9,400万人（前年比73.1%減）**。新型コロナウイルス感染症拡大防止のための渡航制限等により、**大きく減少**。
- 世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）によると、2020年には、旅行・観光業が**世界のGDPに占めるシェアが約10.4%から約5.5%に半減**、**観光関連産業従事者は6,200万人近く（約18.5%減）の雇用が減少**。

（図表 I - 8）国際観光客数の推移



○市場の損失額:  
1兆3,000億ドル(約139兆円)  
2009年に記録した損失額の11倍となる、過去最大の下落を記録。

資料：UNWTO（国連世界観光機関）

○旅行・観光業が世界のGDPに占めるシェア:  
2019年：10.4%⇒2020年：5.5%

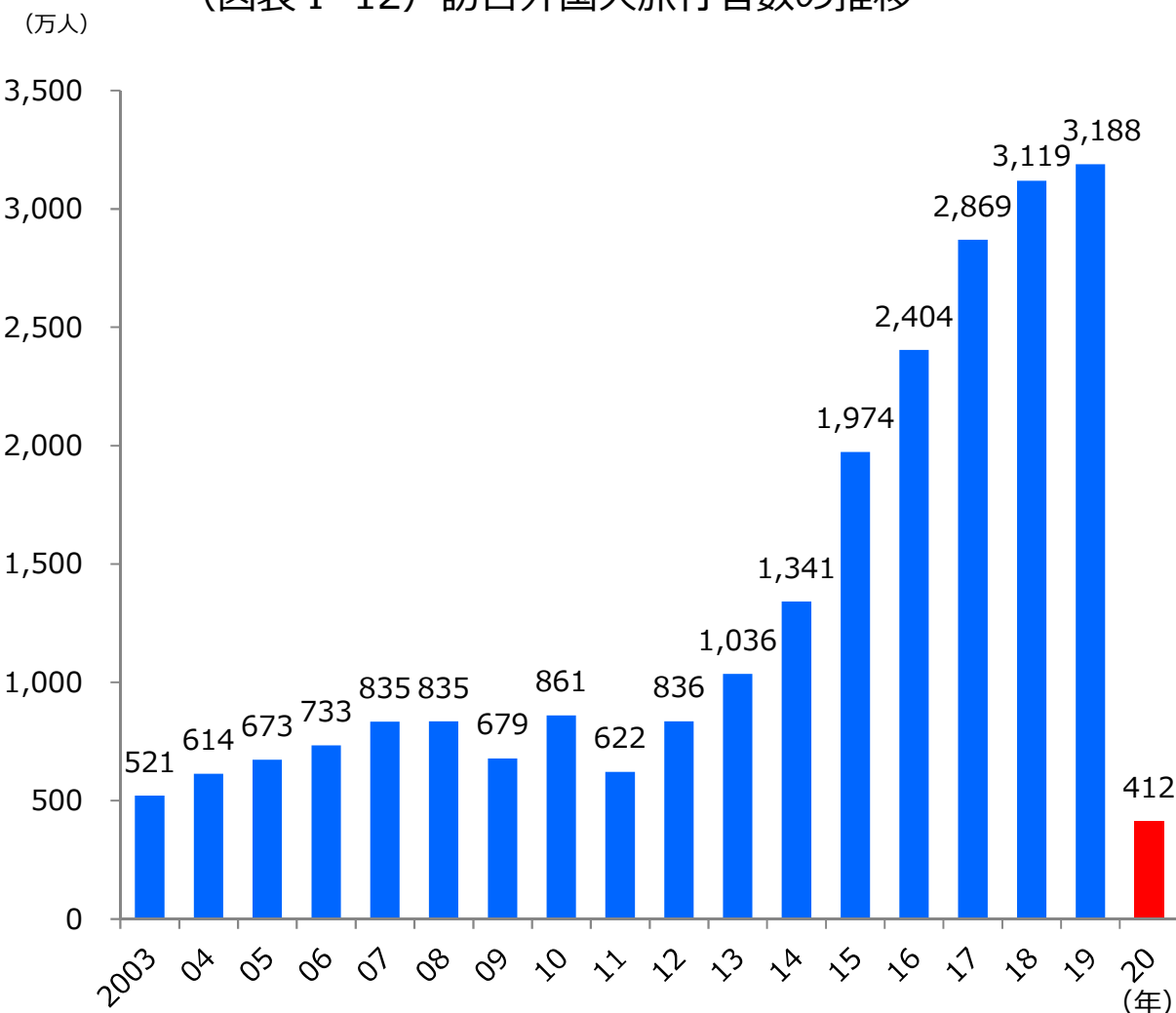
○観光関連産業従事者:  
2019年：3億3,400万人⇒2020年：2億7,200万人

資料：WTTC（世界旅行ツーリズム協議会）

# 【第I部】日本の観光の動向（訪日外国人旅行：旅行者数）

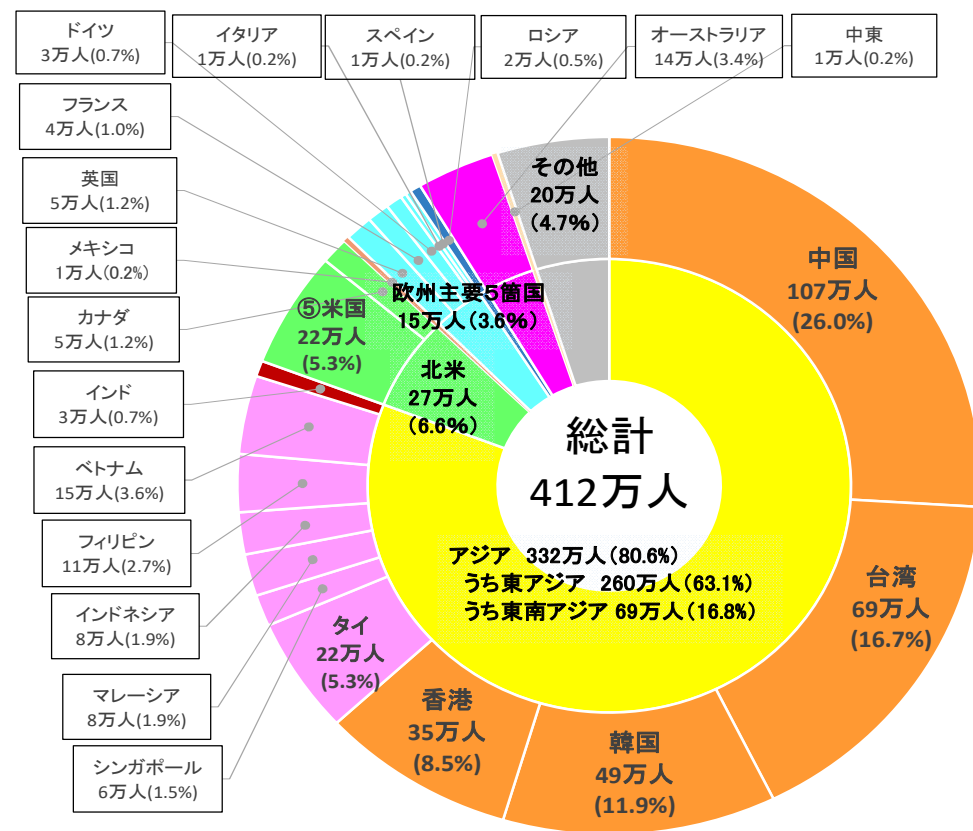
- 2020年の訪日外国人旅行者数は412万人（前年比87.1%減）。
- 内訳は、アジア332万人（構成比80.6%）、東アジア260万人（同63.1%）、東南アジア69万人（同16.8%）、北米27万人（同6.6%）、欧州主要5箇国（英・仏・独・伊・西）15万人（同3.6%）、北米27万人（同6.6%）、欧州主要5箇国（英・仏・独・伊・西）15万人（同3.6%）。

（図表 I -12） 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

（図表 I -13） 訪日外国人旅行者の内訳（2020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。

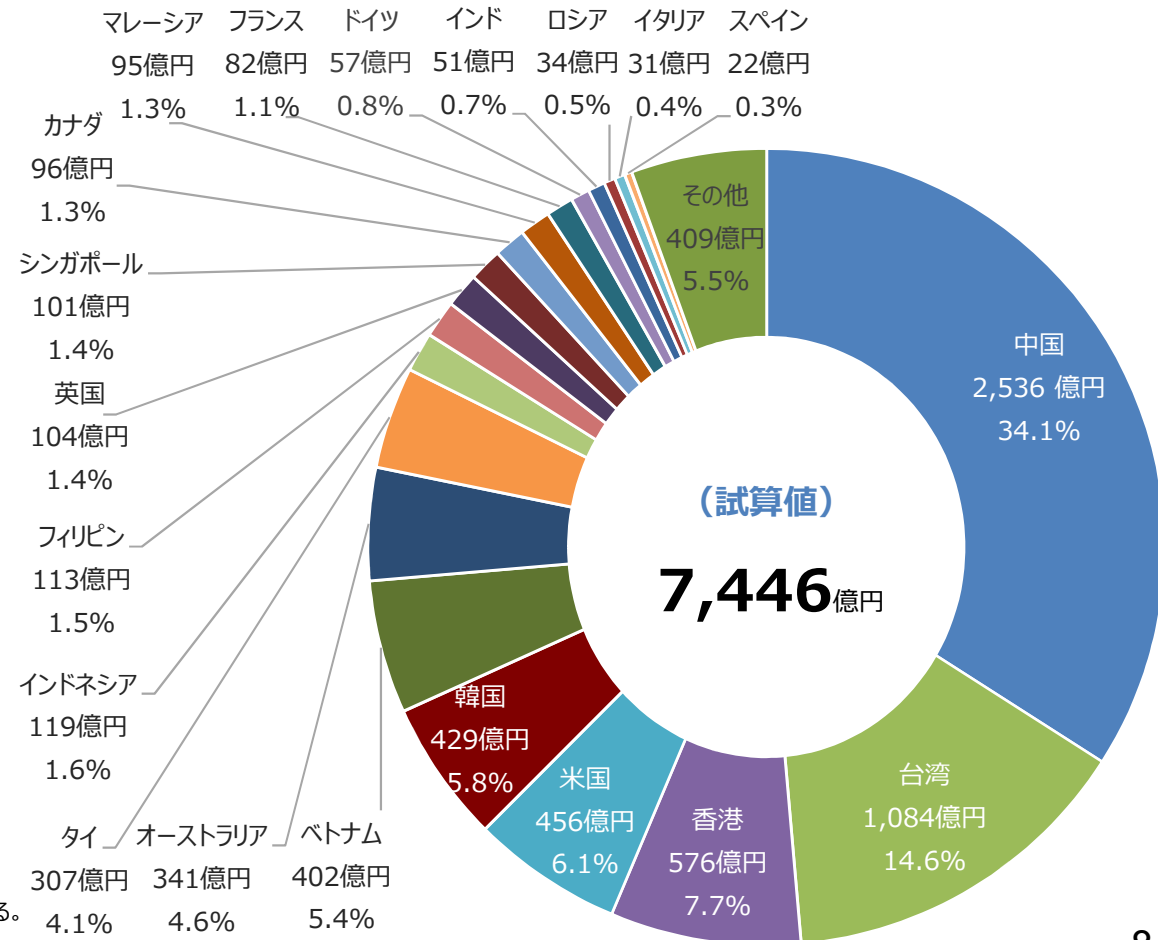
# 【第I部】日本の観光の動向（訪日外国人旅行：旅行消費額）

- 2020年の訪日外国人旅行消費額（試算値）は7,446億円（前年比84.5%減）。
- 内訳は、中国2,536億円（構成比34.1%）、台湾1,084億円（同14.6%）、香港576億円（同7.7%）、米国456億円（同6.1%）、韓国429億円（同5.8%）。

（図表 I - 15） 訪日外国人旅行者による消費額の推移

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
2020年 (令和2年)	7,446億円

（図表 I - 16） 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比（2020年、試算値）



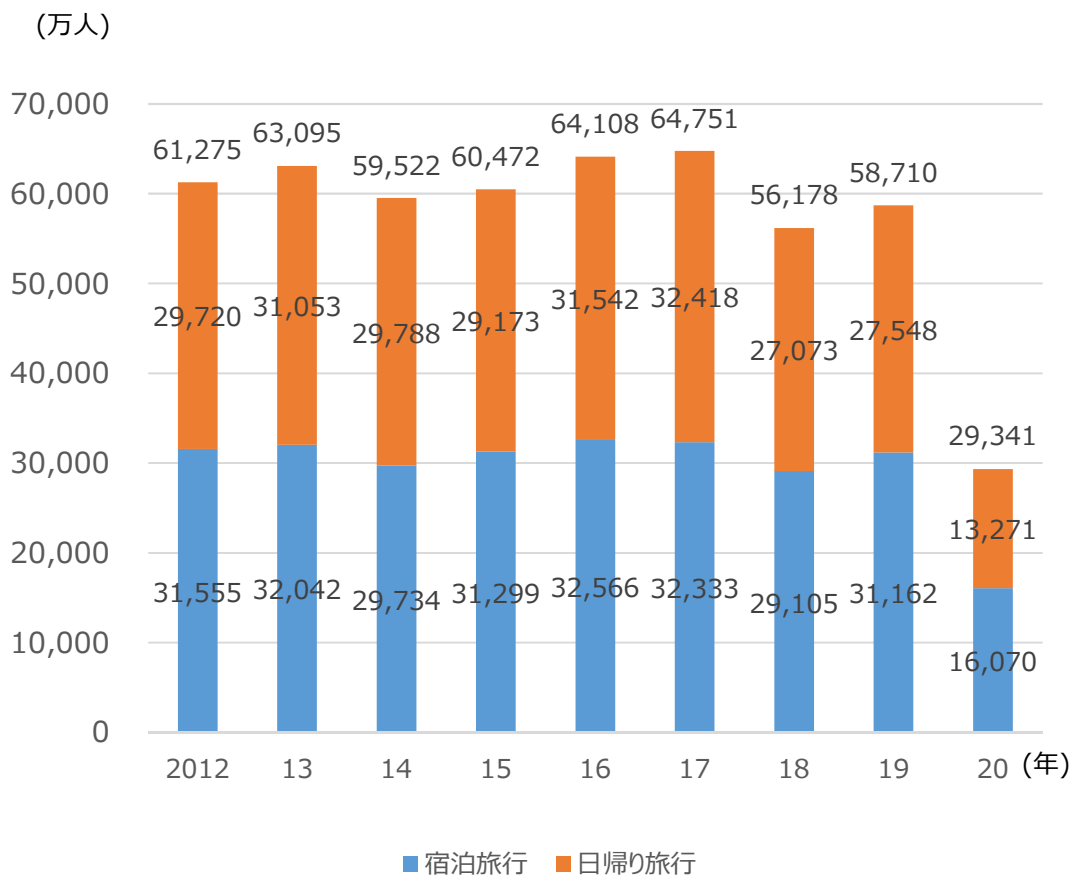
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」  
 注1：2017年（平成29年）までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年（平成30年）からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年（平成30年）以降と2017年（平成29年）以前の数値との比較には留意が必要である。  
 注2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年（令和2年）4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査は中止となった。2020年（令和2年）1-3月期の調査結果を用いて2020年（令和2年）年間値を試算したため、2020年（令和2年）と2019年（令和元年）以前の数値との比較には留意が必要である。



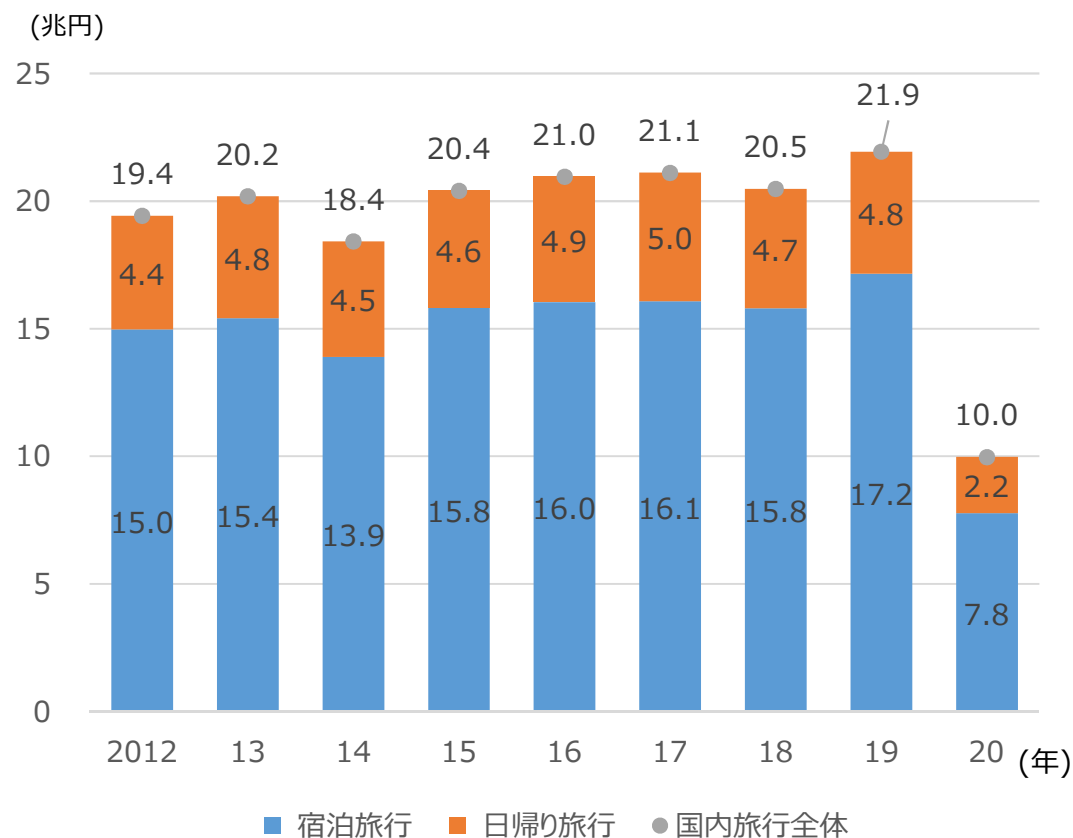
# 【第I部】日本の観光の動向（日本人国内旅行）

- 2020年の日本人の国内宿泊旅行延べ人数は1億6,070万人（前年比48.4%減）、日帰り旅行延べ人数は1億3,271万人（前年比51.8%減）。
- 2020年の日本人国内旅行消費額は10.0兆円（前年比54.5%減）。このうち宿泊旅行は7.8兆円（前年比54.7%減）、日帰り旅行は2.2兆円（前年比53.9%減）。

（図表 I -26）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



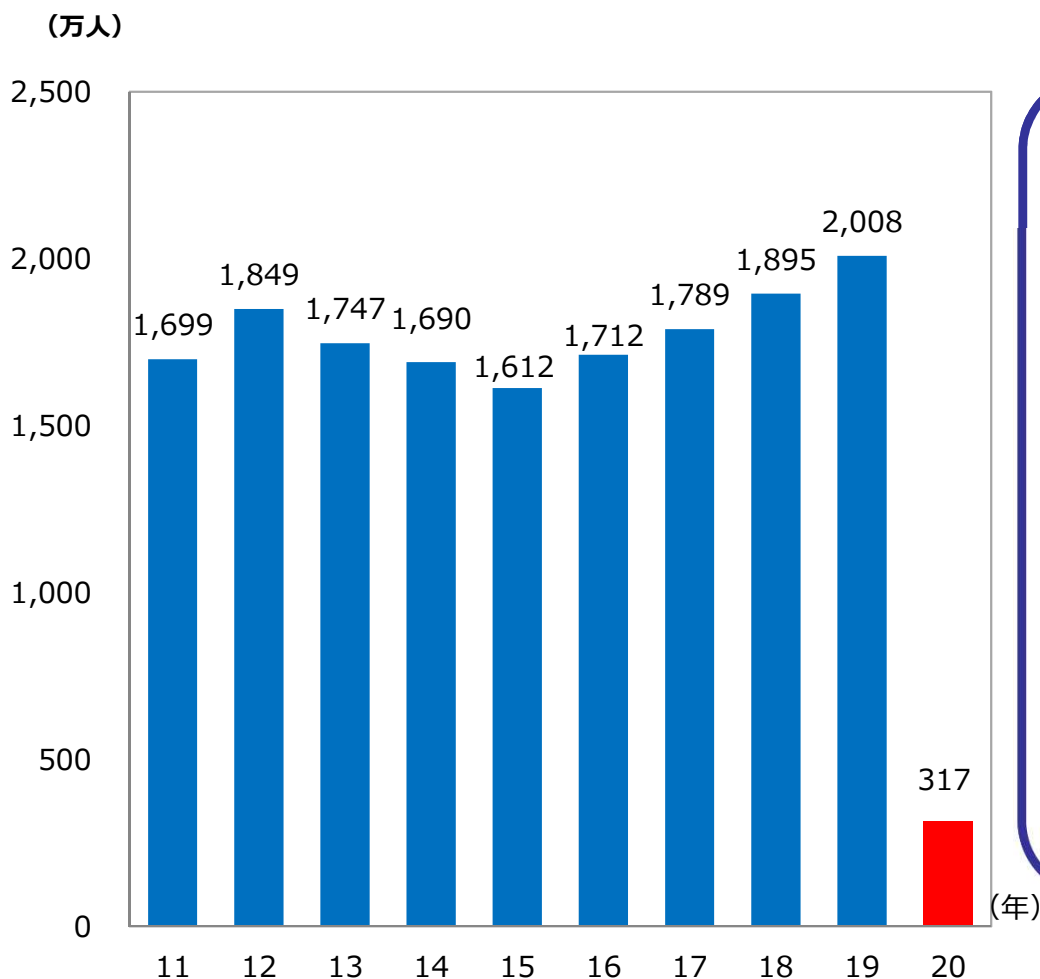
（図表 I -27）日本人国内旅行消費額の推移



# 【第I部】日本の観光の動向（海外旅行、国内における旅行消費額）

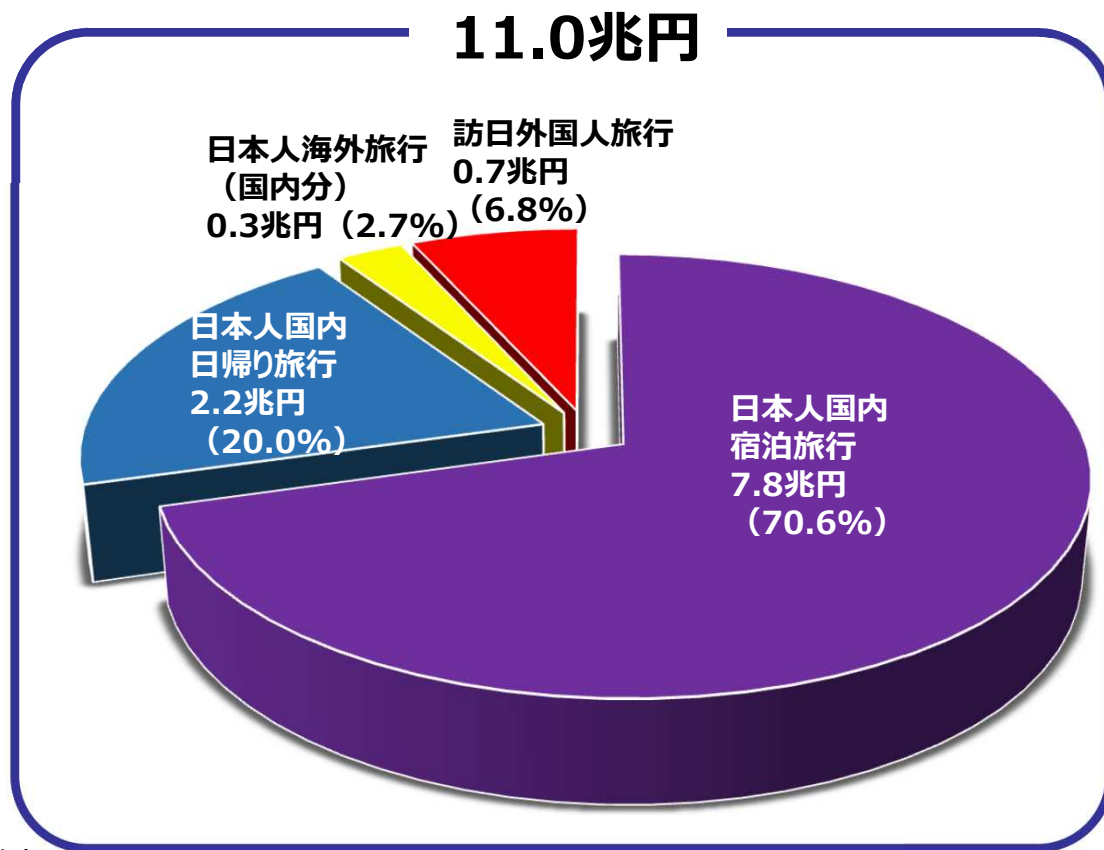
- 2019年に過去最多となる2,008万人に上った**出国日本人**数は、2020年には**317.4万人（前年比84.2%減）**に減少。
- 日本国内における**旅行消費額**は、2019年に27.9兆円であったが、2020年には**11.0兆円（前年比60.6%減）**に減少。

（図表 I -23） 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

（図表 I -28） 日本国内における旅行消費額



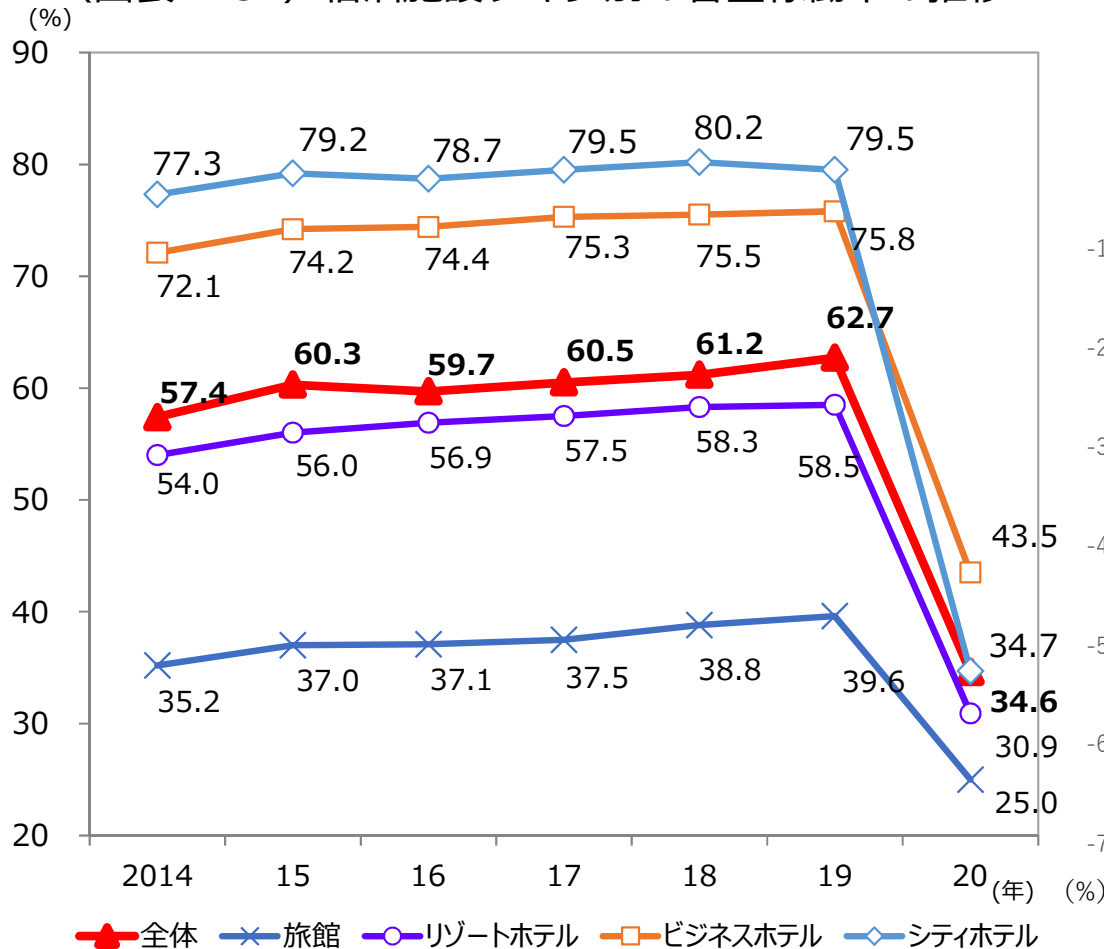
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成

注1：2020年の訪日外国人旅行消費額は試算値であることに留意が必要である

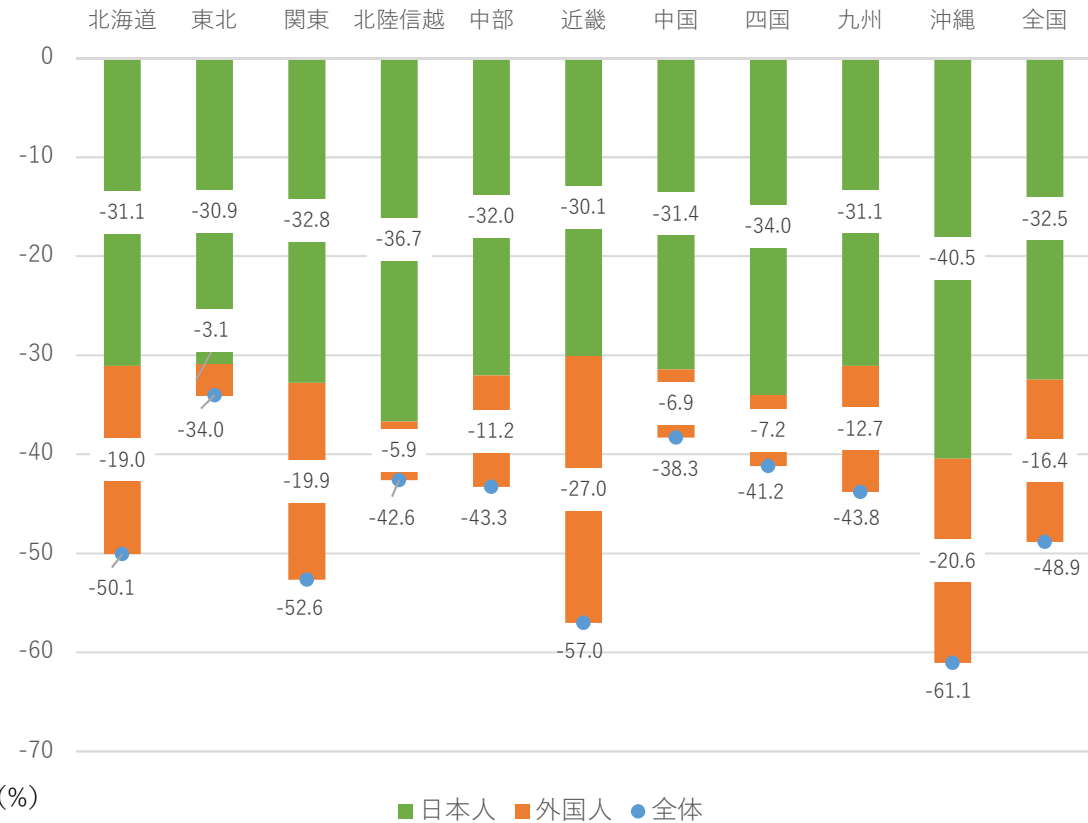
# 【第I部】日本の観光の動向（宿泊旅行）

- 2020年の客室稼働率は34.6%と、2019年の62.7%から落ち込んだ。
- タイプ別にみると、シティホテル、ビジネスホテルの客室稼働率は相対的に高い水準となったが、旅館やリゾートホテルよりも前年比の落ち込み幅が大きかった。
- 延べ宿泊者数は、全地域で日本人、外国人ともに落ち込んだが、地域別にみると、近畿、沖縄の落ち込みが目立った。

（図表 I -32） 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



（図表 I -44） 地方ブロック別延べ宿泊者数（日本人・外国人別前年比寄与度）（2020年）



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

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

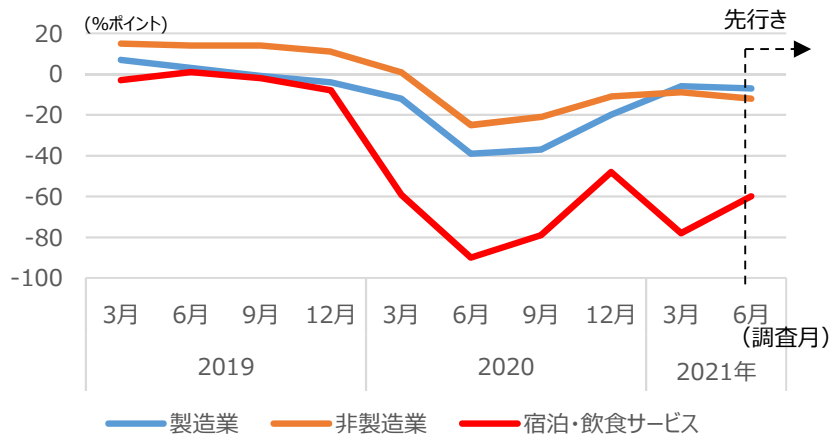
# 【第II部】 新型コロナウイルス感染症を踏まえた 観光の新たな展開

○ 観光業における新型コロナウイルス感染症の深刻な影響	13
○ 政府による各種支援	14
○ GoToトラベル事業の状況	15
○ 観光のトレンドの変化	17
○ 我が国の観光の特性と課題	22
○ 観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組	24

# 【第Ⅱ部】観光業における新型コロナウイルス感染症の深刻な影響

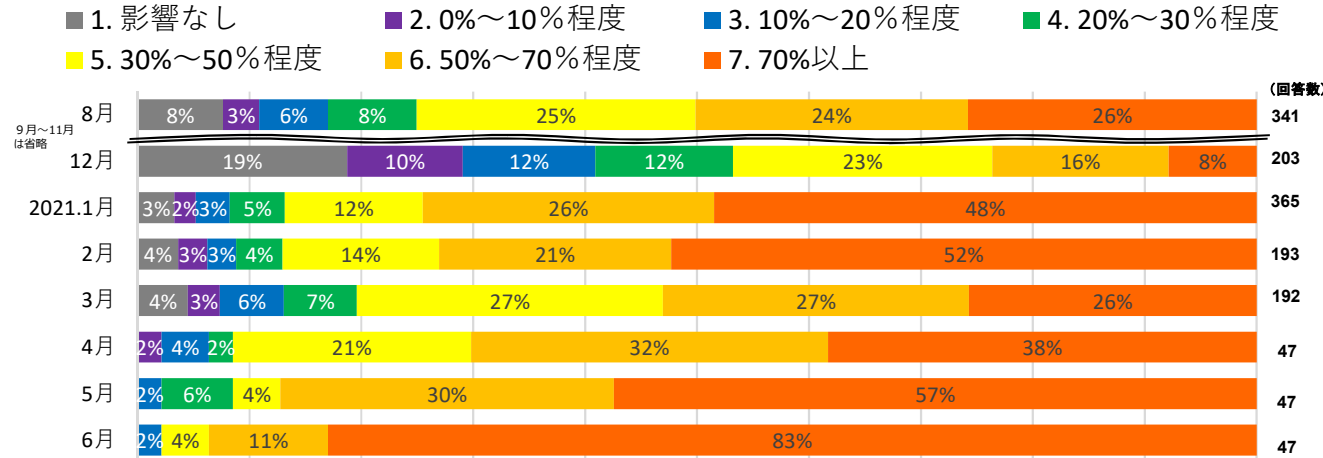
- 産業別にコロナ後の景況感の推移をみると、「宿泊・飲食サービス」の落ち込みが顕著。宿泊業では、正規雇用者数が約8%減少したのに対し、非正規雇用者数は約15%減少。
- 感染拡大防止策の徹底を図りつつ、GoToトラベル事業等の需要喚起策の推進によって、2020年11月にかけて国内旅行需要が回復するも、再度の感染拡大と緊急事態宣言発出等により再び減少。

(図表Ⅱ-1) 企業の景況感

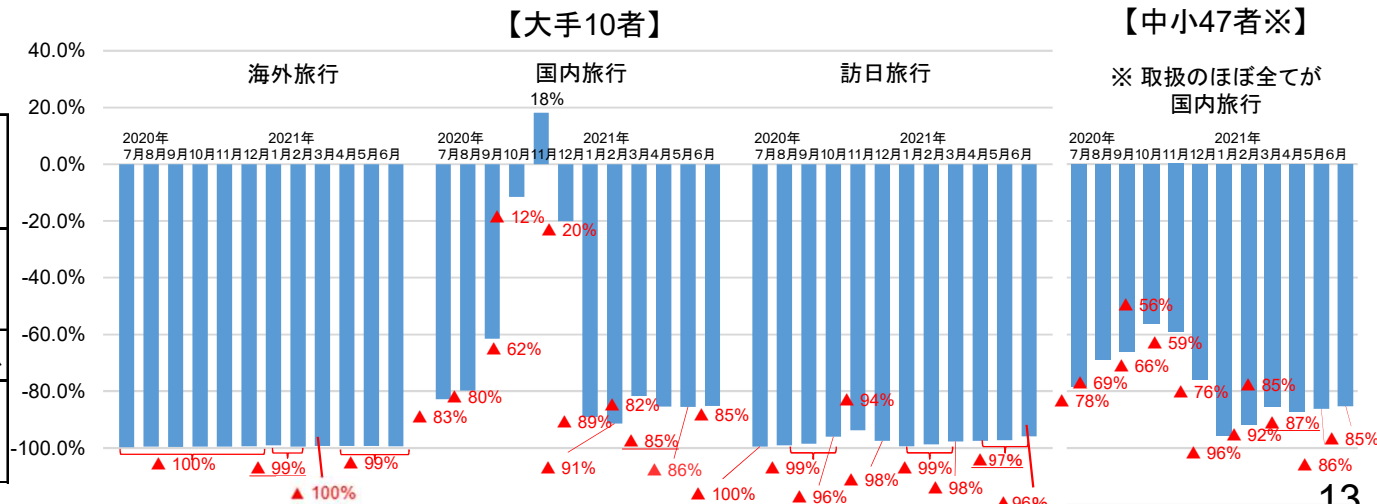


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」現状判断DI（「良い」-「悪い」）。全規模ベース。2021年（令和3年）6月の先行きは、2021年3月時点の回答。

(図表Ⅱ-8) 宿泊予約の減少状況（2019年同月比）



(図表Ⅱ-8) 旅行業の予約人員（2019年同月比）



資料：国土交通省調査（2021年4月30日時点）より観光庁作成

(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

(5月・6月は見込み)

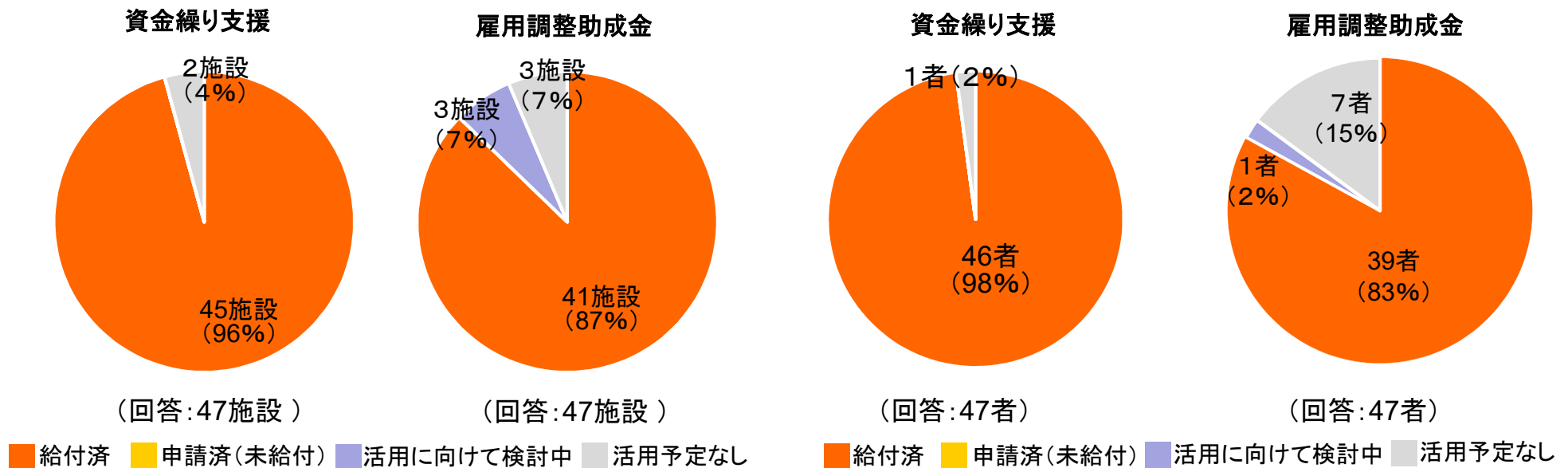
# 【第Ⅱ部】政府による各種支援

- 約900万人の雇用を抱える観光関連事業者の**事業継続**や**雇用維持**のため、政府を挙げて支援。
  - 売上減少に伴い資金繰りが厳しい事業者に対し、**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）などの支援や**一時支援金**の支給等を実施。
  - 従業員の雇用を維持する事業者に対し、**雇用調整助成金**による休業手当等の助成等を実施。
- 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。

(図表Ⅱ-12) 各種支援の活用状況

## (宿泊業)

## (旅行業)



(回答月：4月)

(回答月：4月)

# 【第Ⅱ部】Go To トラベル事業の状況①

- 国内旅行需要を喚起するため、**感染拡大防止策の徹底を図りつつ、2020年7月よりGo To トラベル事業を推進。**
- 国内需要は**同年11月にかけて回復**するも、同年12月には、同事業を全国一律で一時停止。
- これまでの**利用人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。**

(図表Ⅱ-13) Go To トラベル事業の経緯

2020年 7月 22日	Go To 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

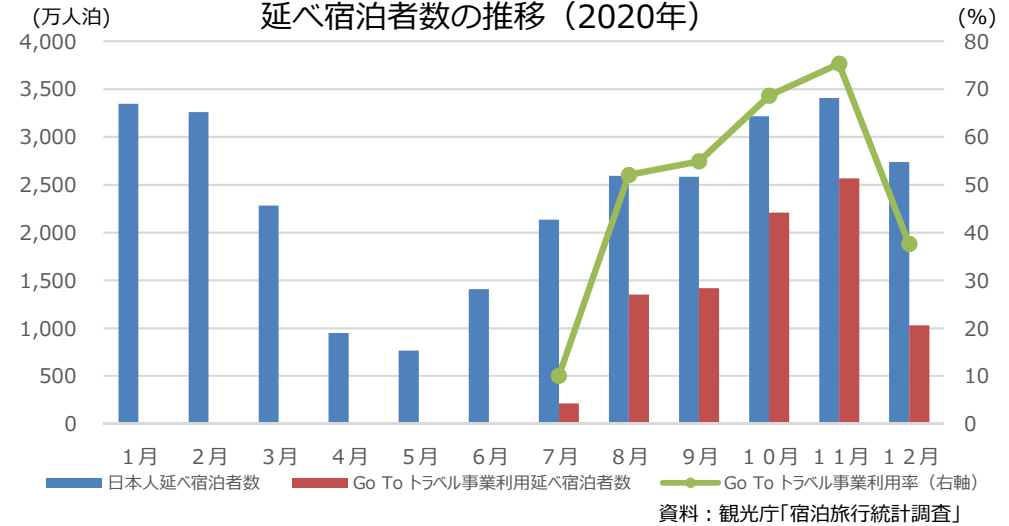
「安全で安心な新しい旅のスタイル」の普及・定着

- ・感染拡大防止に当たっての「参加条件」の遵守
- ・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
- ・平日への旅行需要の分散化策

## 「新しい旅のエチケット」



(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)



## Go To トラベル事業における利用実績の推計

### 利用実績

利用人泊数 (7/22～12/28チェックアウト分)  
**少なくとも約8,781万人泊**

※一部推計値を含む速報値。

### 支援額

少なくとも**約5,399億円**

一人泊当たり割引支援額  
**約4,649円**

一人泊当たり旅行代金  
**約13,282円**

宿泊・旅行代金の割引 (7/22～12/28チェックアウト分)  
**少なくとも約4,082億円**

※一部推計値を含む速報値。

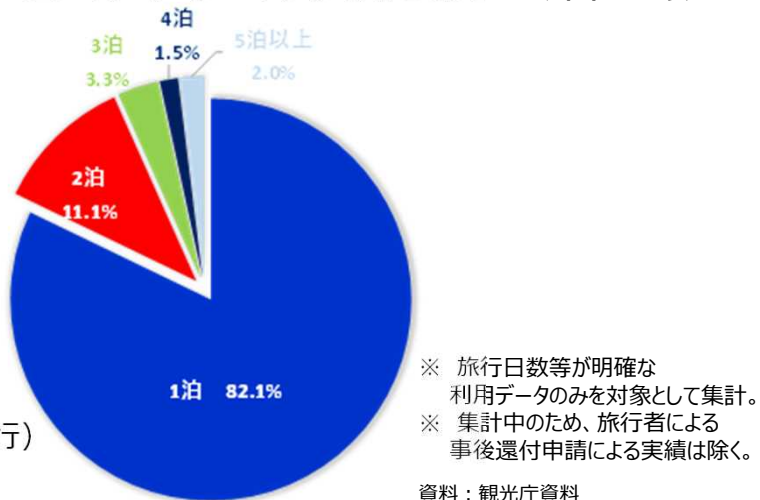
地域共通クーポン利用額 (10/1～12/28)  
**少なくとも約1,317億円**

※2/1までにGo To トラベル事務局に換金請求があったものを集計。

# 【第Ⅱ部】Go To トラベル事業の状況②

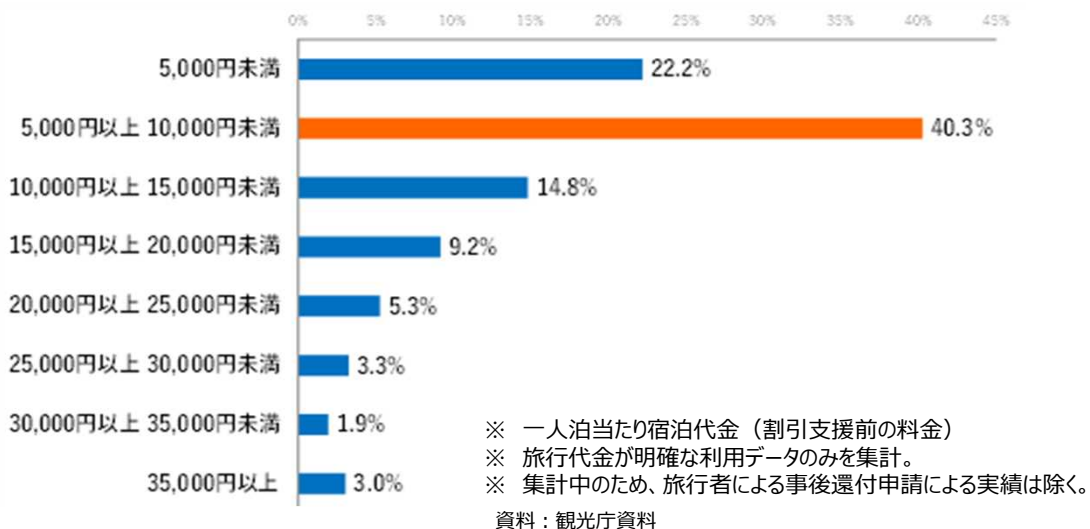
- Go To トラベル事業を利用した宿泊旅行の平均泊数は1件当たり約1.35泊。1泊での利用が最も多く、約82%。
- Go To トラベル事業における宿泊1泊当たりの利用価格は「5,000円以上10,000円未満」の利用者が最も多く、「5,000円未満」が次に多いことから、比較的低価格帯の利用が中心。
- 国内旅行者の約67%が、GoToトラベル事業を利用したと回答。
- 地域共通クーポンの利用実績が多かった都道府県は東京都、北海道、沖縄県、京都府、静岡県。

(図表Ⅱ-15) Go To トラベル事業における旅行日数

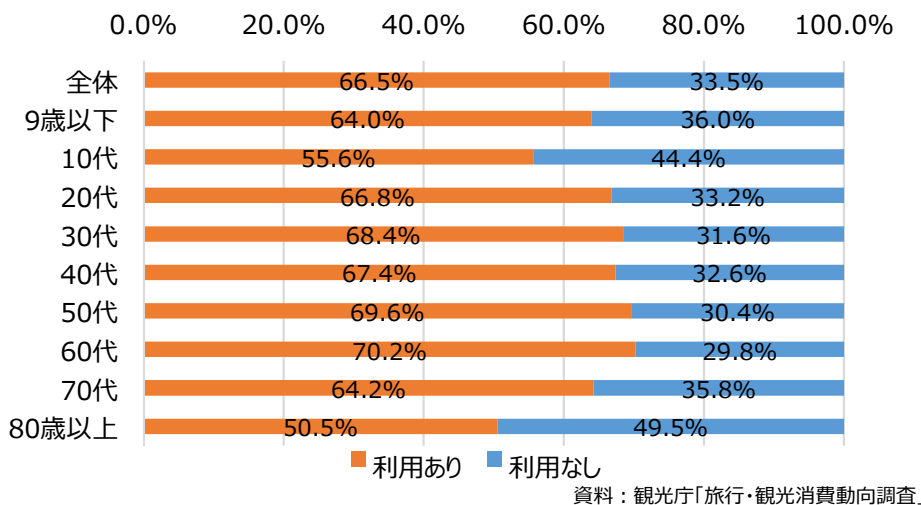


(7~12月/宿泊旅行)

(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)



(図表Ⅱ-17) 年代別 Go To トラベル事業の利用有無



【分析対象】  
観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

【旅行内容記入数】3,647件  
うちGo To トラベル事業利用あり(2,426件)  
うちGo To トラベル事業利用なし(1,221件)

(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)

単位：億円

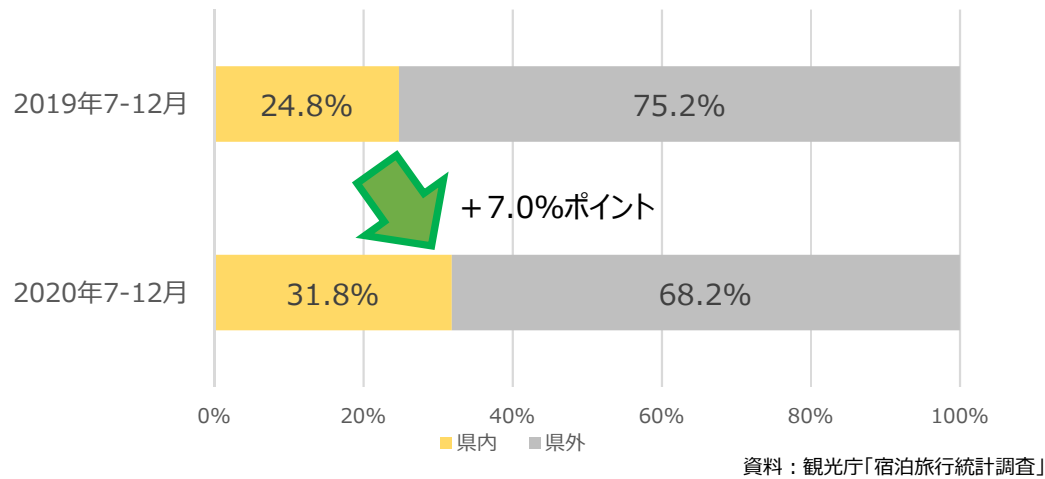
1 東京都	69.6	6 神奈川県	44.8
2 北海道	68.2	7 長野県	39.4
3 沖縄県	55.9	8 兵庫県	38.0
4 京都府	51.5	9 大阪府	37.2
5 静岡県	49.5	10 千葉県	30.8



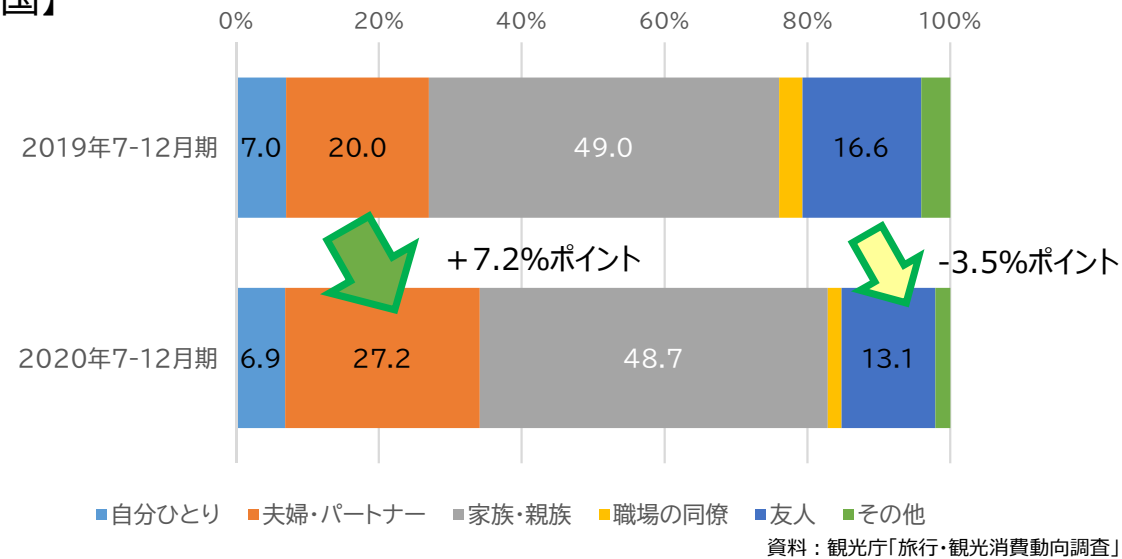
# 【第Ⅱ部】観光のトレンドの変化（旅行形態の変化）

- 国内旅行においては、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）の割合が増加。宿泊数別構成比では「1泊」の割合が増加。
- 同行者については「夫婦・パートナー」の割合が増加する一方、「友人」の割合が減少。旅行形態では「個人旅行」の割合が増加。

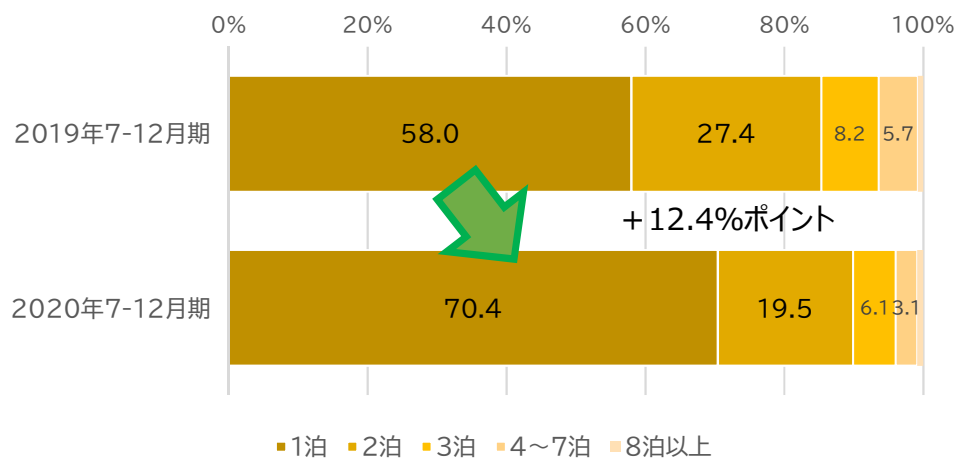
（図表Ⅱ-25） 県内宿泊旅行者と県外宿泊旅行者の割合【全国】



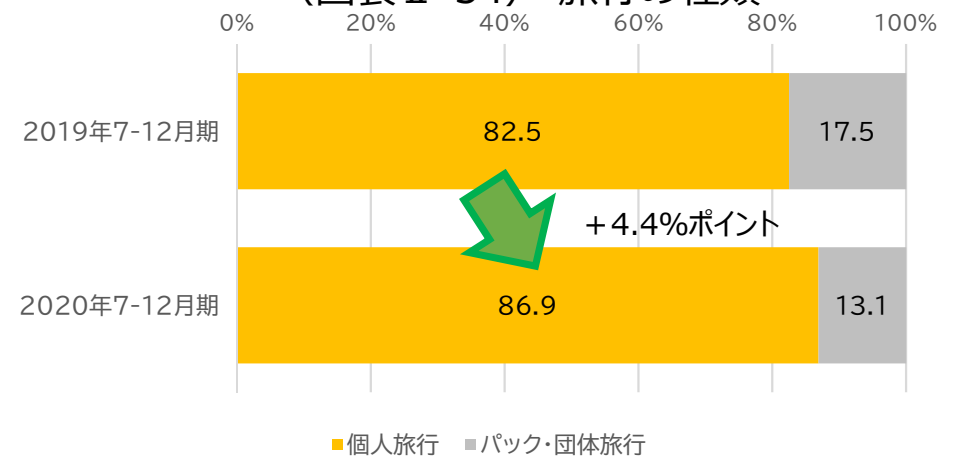
（図表Ⅱ-33） 同行者



（図表Ⅱ-32） 宿泊数



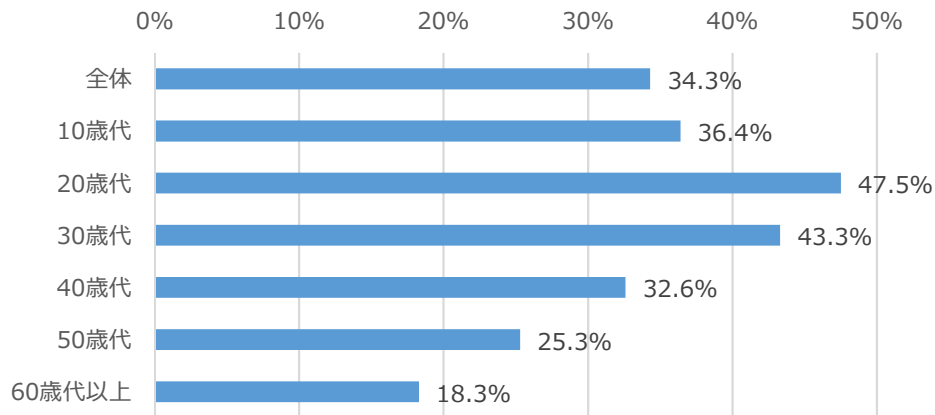
（図表Ⅱ-34） 旅行の種類



# 【第Ⅱ部】観光のトレンドの変化（ワーケーション、アウトドア等）

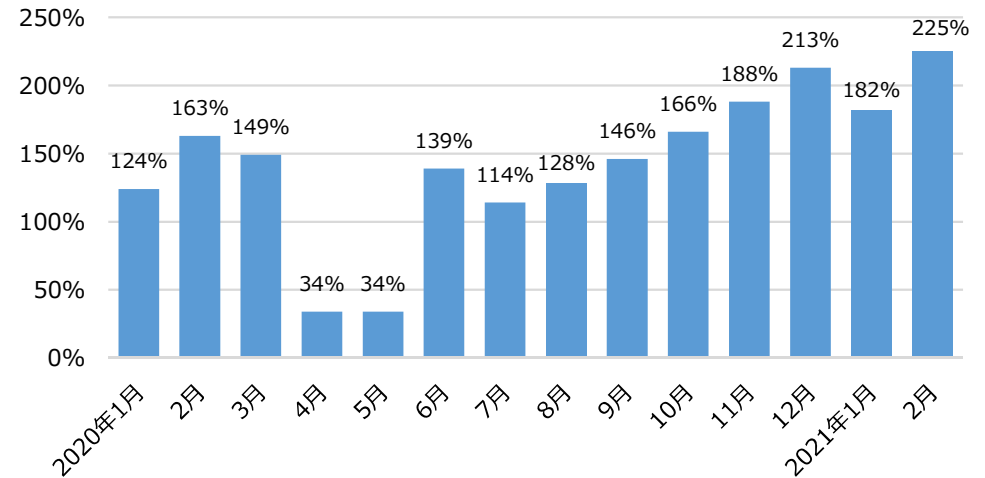
- コロナの状況下でワーケーションの前提となるテレワークが普及。特に**20歳代、30歳代の実施希望率が高い**。
- 地方部においては、**子連れワーケーションに対応すべく、行政と連携して保育園の枠を確保する等の取組もある**。
- コロナ前からの**コト消費の伸びに加えて、3密回避が求められる状況下、キャンプなどのアウトドアへの需要が高まっている**。**施設の整備やコンテンツの造成を組み合わせ、高い消費単価を実現しているキャンプ場もある**。

(図表Ⅱ-37) 年代別のワーケーションの実施希望



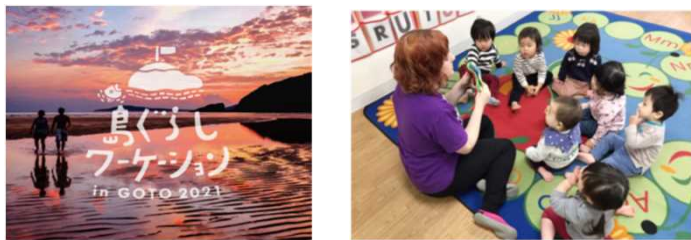
資料：内閣府「第2回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

(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

## ワーケーションの事例【長崎県五島市】



<五島市主催：島ぐらしワーケーション in GOTO (GWC2021)>

- 地方公共団体と連携し、保育園の枠確保、小学校への体験入学を実現。また、ふるさと納税によりワーケーション費用の一部を支払うことが可能。
- 子ども見守りサービスや地域・ワーケーション客同士の交流機会などにより、満足度を向上。

## 自然体験での消費単価向上



<湖畔での焚き火とキャンプ>

<ドライブインシアター>

- 琵琶湖畔にあるオートキャンプ場では、感染症拡大を受けてのニーズの高まりを受け、湖畔で焚き火がゆったり楽しめる施設の整備や、水上アクティビティ等のコンテンツを開発し、高単価を実現。
- 通常オフシーズンとなる冬に、3密対策にも対応したドライブインシアターを初開催。



# 【第Ⅱ部】観光のトレンドの変化（滞在型観光、分散型旅行、修学旅行、オンライン）

- 有名観光地への物見遊山ではなく、**1つの地域に滞在し、文化や暮らしを体感し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**。例えば、新潟県南魚沼市の旅館では、**地域の暮らしの中の素朴な資源をコンテンツとして活用**。
- 時間と場所を分散する分散型旅行**を、感染リスクを低減させるウィズコロナ時代における**新しい旅のスタイル**として、旅行会社や交通事業者と連携して促進。
- 修学旅行**は、行き先が**県内など近場**に変更され、新たな修学旅行向けコンテンツを造成。
- リアルでの訪問が難しいため、**オンラインツアーも普及**。訪問意欲向上に加え、**地域物産品の販売促進**にも貢献。

## 滞在型観光



<田んぼランチ>



<土間クッキング>

- ・新潟県南魚沼市の旅館「ryugon」では、一年を通じて地域の**素朴な自然や文化・暮らしを体験・体感**できるコンテンツを提供。
- ・「**田んぼランチ**」「**スノーピクニック**」「**土間クッキング**」など様々な過ごし方を提案。宿も消費単価向上を実現。

## 修学旅行



<回天神社で説明を聞く様子>

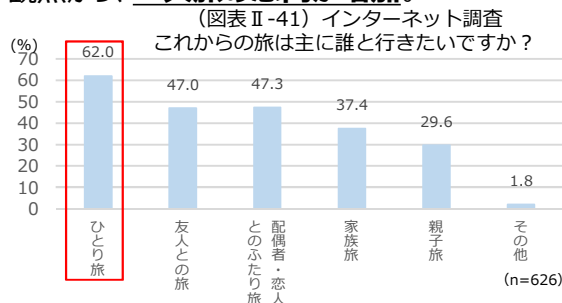


<船上での収穫体験>

- ・大分県日出町では、「**人間魚雷回天の訓練基地**」で初めて**修学旅行を受け入れ**。
- ・広島県尾道市の小学校では、**地元での漁師体験**を企画。定置網漁等を体験し、海洋プラスチック問題等も学習。

## 分散型旅行

- ・**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実施**。
- ・旅行・交通系企業等も、平日の利用を促進する商品を開発。
- ・コロナの状況下では、感染予防等の観点から、**一人旅の志向が増加**。



資料：旅メディア「ことりっふ」「あたらしい旅のかたち」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)

## オンライン



<オンラインツアー撮影の様子>



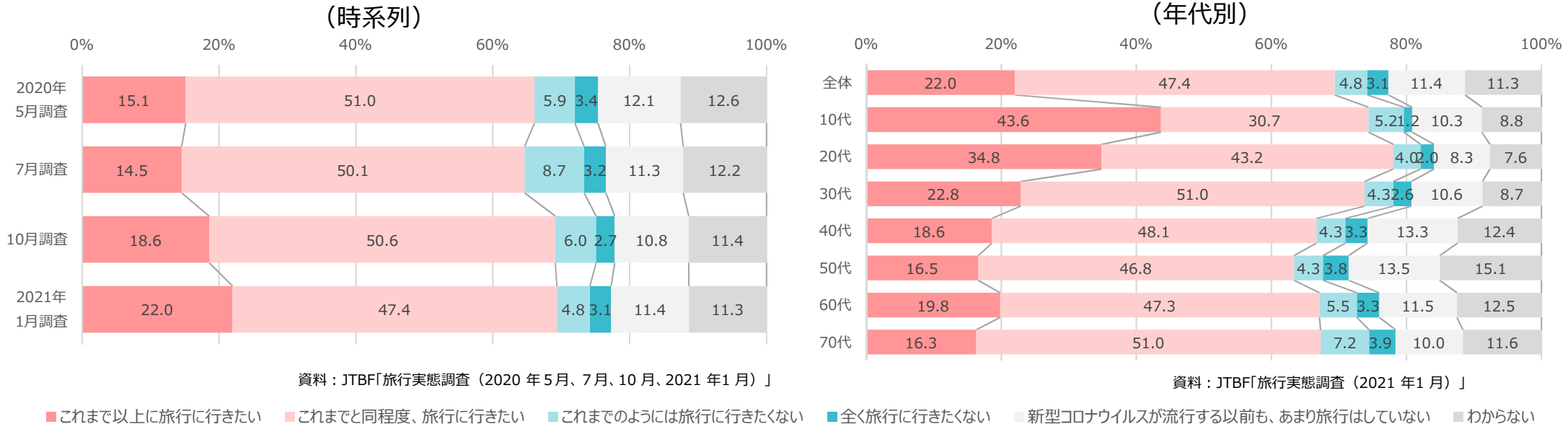
<参加者に届くまぐろの切り身>

- ・那智勝浦町による**生まぐろを満喫するオンラインツアー**。事前に参加者に生まぐろのブロックと地元産のしょうゆ・塩を届けた上で、パソコンなどを通じて専門家が勝浦のまぐろの特徴やおいしい刺身の切り方などを伝授。

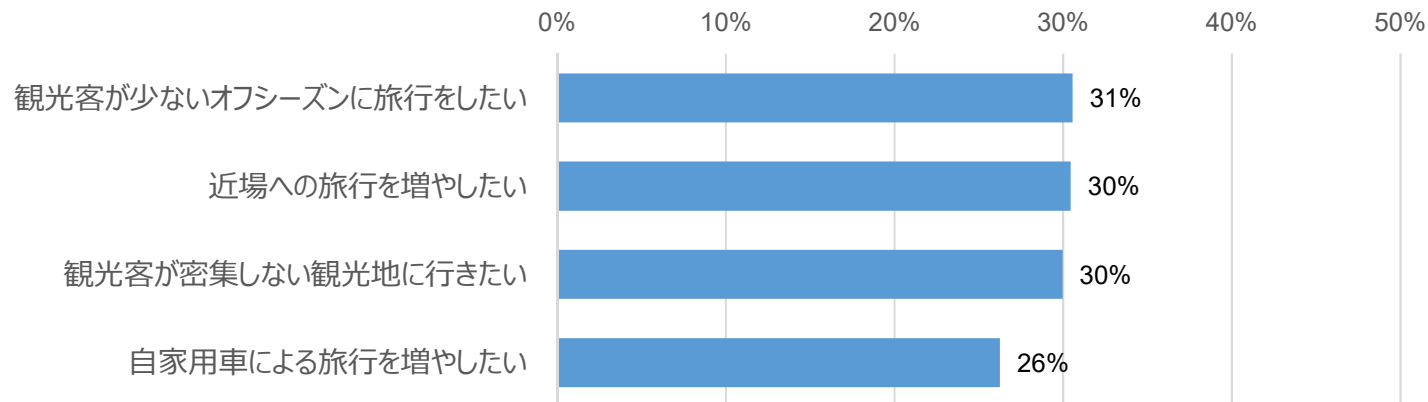
# 【第Ⅱ部】観光のトレンドの変化（コロナ収束後の旅行意向）

- コロナ収束後の旅行意向として、2020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。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。
- 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。

(図表Ⅱ-46) 新型コロナウイルス収束後の旅行意向



(図表Ⅱ-47) 今後の国内旅行についての考え

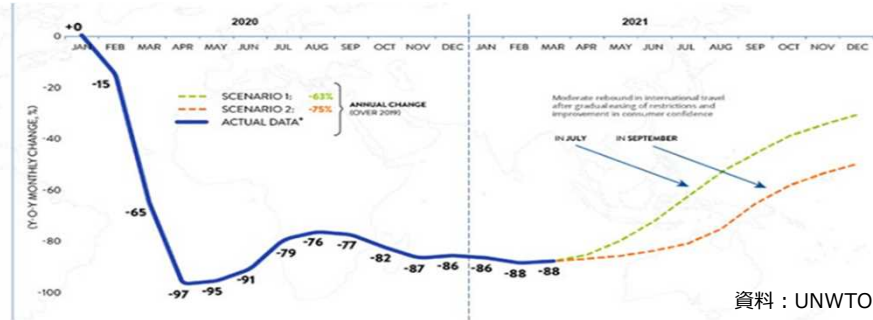


資料：JTBF「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査（2020年12月）」

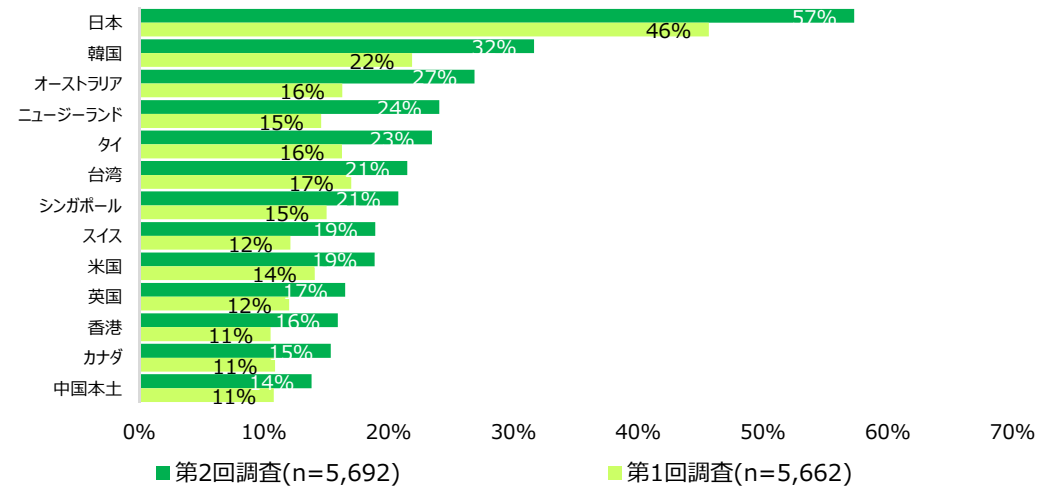
# 【第Ⅱ部】観光のトレンドの変化（国際観光動向）

- 国連世界観光機関（UNWTO）の最新の見通しによれば、2021年の国際観光は、ワクチンの普及等により、国際観光客数の回復が見込まれる。
- 国際航空運送協会（IATA）によると、世界の航空旅客輸送が、2021年及び2022年には、2019年比でそれぞれ52%、88%の水準にまで回復すると見込まれる。
- 世界217箇国・地域のうち、32%（69箇国・地域）で依然として完全な国境閉鎖が行われており、34%（70箇国・地域）では到着時におけるPCR検査等の提示を要件に上陸が認められている。他方で、2%（5箇国・地域）がコロナによる全ての移動制限を解除。
- コロナ後の海外旅行先として、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ところ。

（図表Ⅱ-48）国際観光客数の見通し

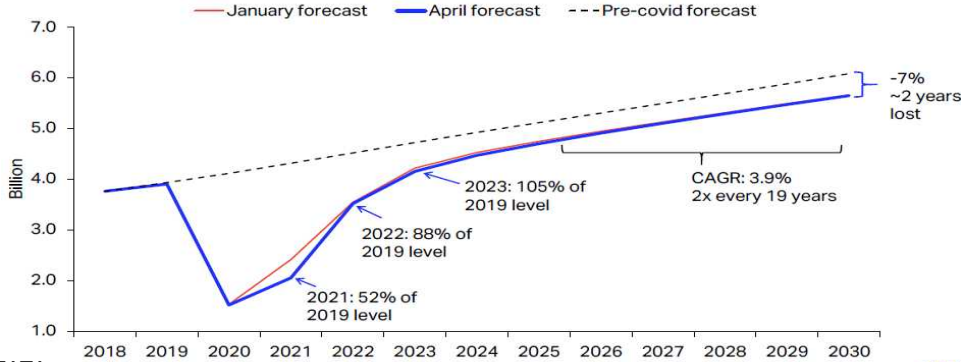


（図表Ⅱ-52）次に海外旅行したい国・地域

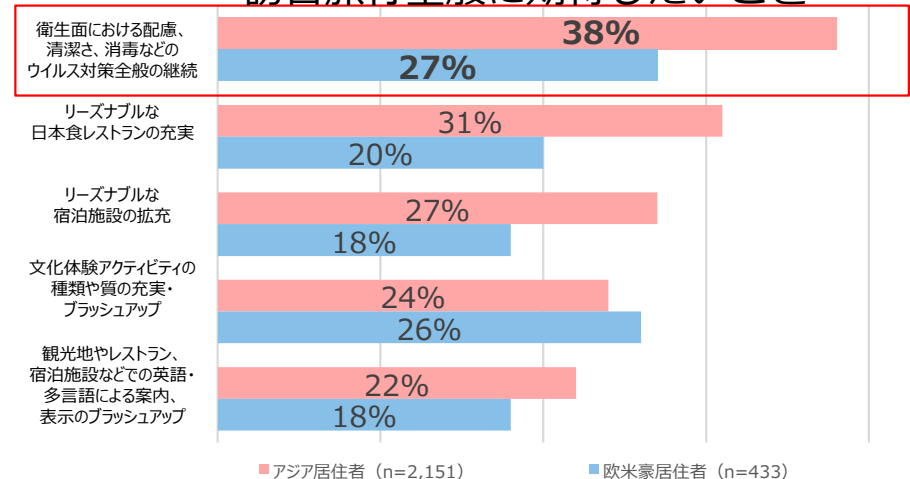


資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（新型コロナ影響度特別調査）（2020年6月、12月）」より作成

（図表Ⅱ-49）世界の航空旅客輸送の見通し



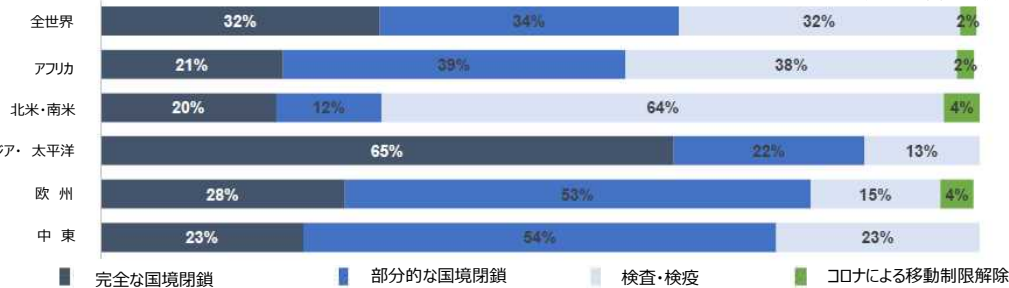
（図表Ⅱ-53）新型コロナウイルス感染症終息後の訪日旅行全般に期待したいこと



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）

（図表Ⅱ-50）世界の入国規制の状況

※各地域に占める国・地域数の割合

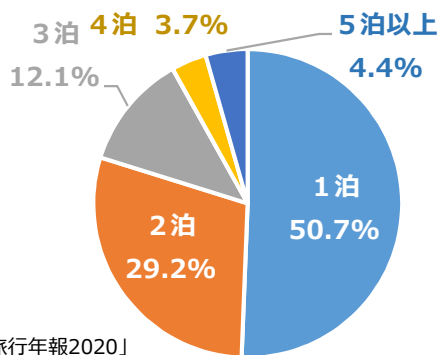


資料：UNWTO

# 【第Ⅱ部】我が国の観光の特性と課題①

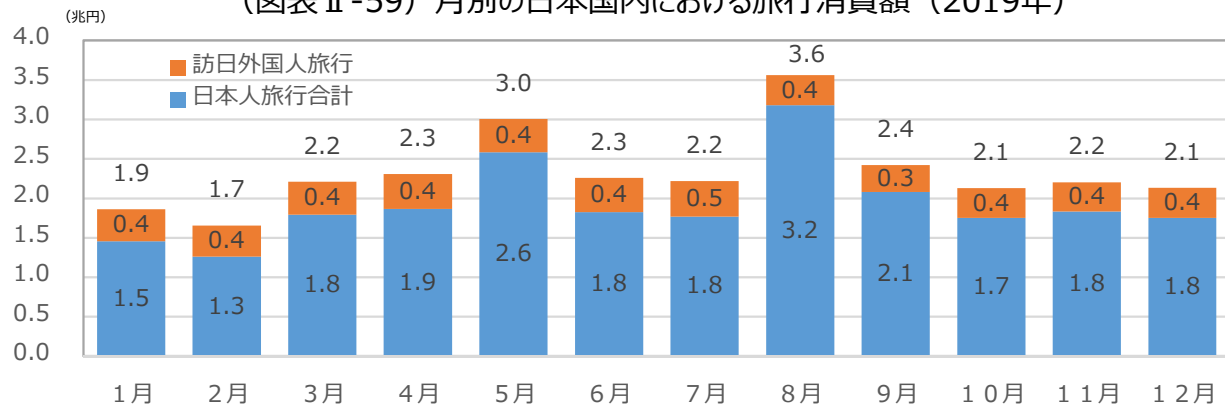
- 我が国の国内旅行の特徴のひとつとして、**宿泊日数の短さ**や**月別旅行消費額の偏り**がある。
- 宿泊業の労働生産性（従業員1人当たり付加価値額）**は、全産業平均に**比べ低い**。
- 宿泊業の売上高経常利益率**は、**2020年1-3月期以降**、新型コロナウイルス感染症による減収により、**マイナスに転じた**。

(図表Ⅱ-58) 旅行先での宿泊数（2019年）



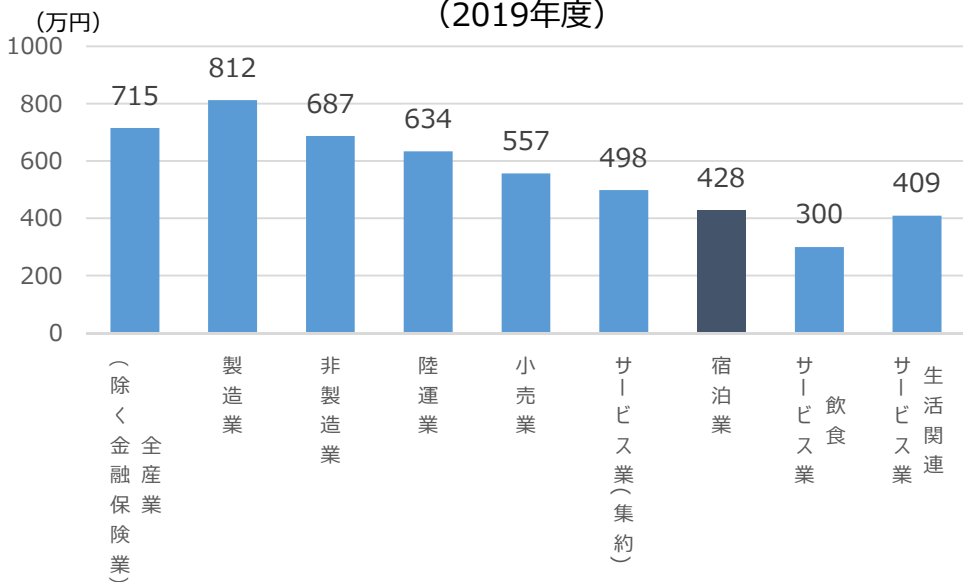
資料：JTBF「旅行年報2020」

(図表Ⅱ-59) 月別の日本国内における旅行消費額（2019年）



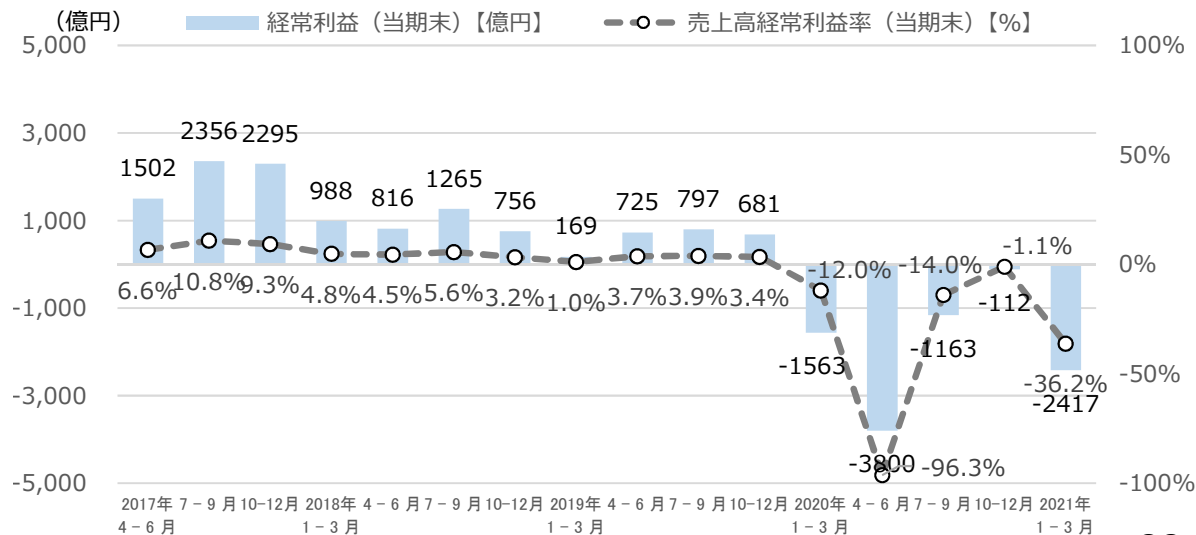
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数・出国日本人数」

(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」

(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

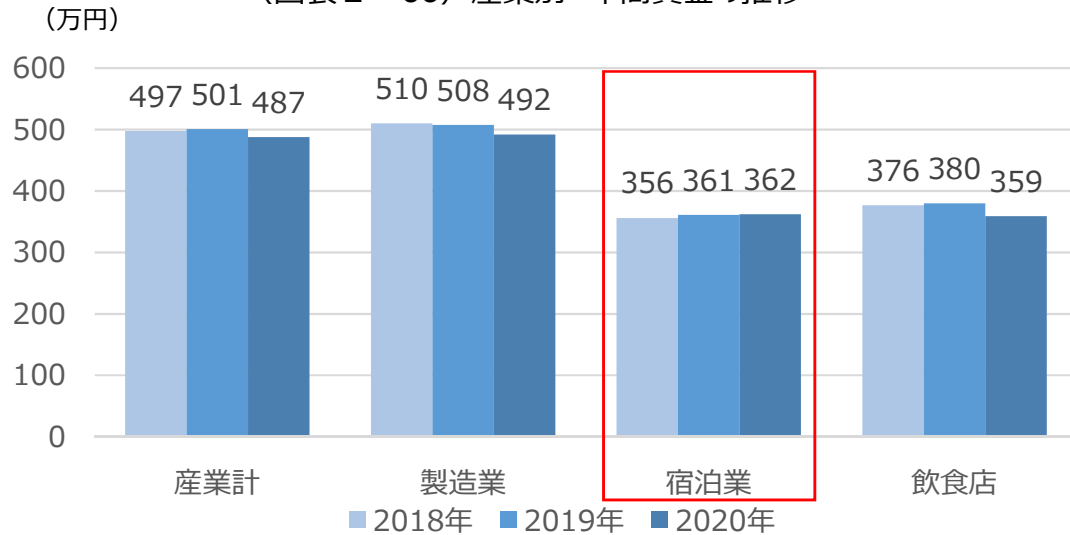


資料：財務省「法人企業統計調査」

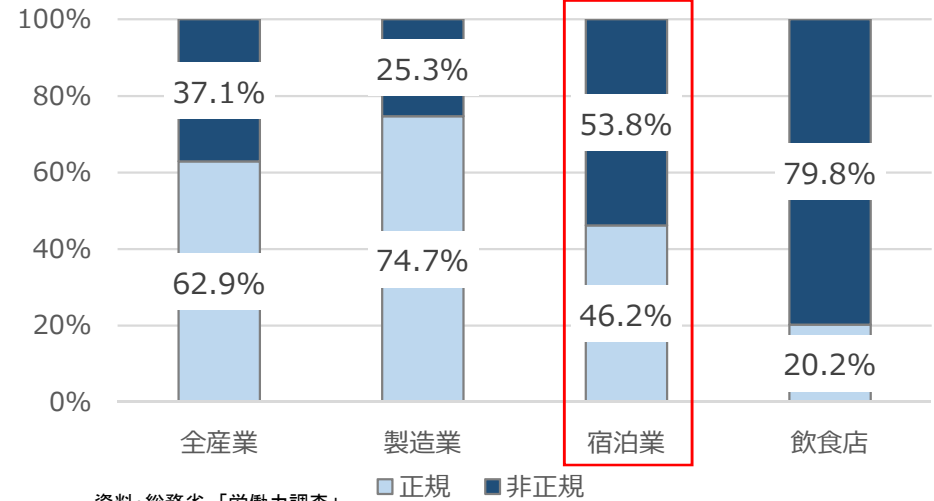
# 【第Ⅱ部】我が国の観光の特性と課題②

- **宿泊業の年間賃金**は全産業平均に比べると低い。
- **宿泊業の就業者数**は2019年にかけて増加したが、**2020年には減少**に転じている。
- **宿泊業の雇用者の非正規比率**は全産業平均よりも高い。
- **宿泊業、飲食サービス業の入職率、離職率**は他産業に比べて高い。

(図表Ⅱ-66) 産業別 年間賃金の推移

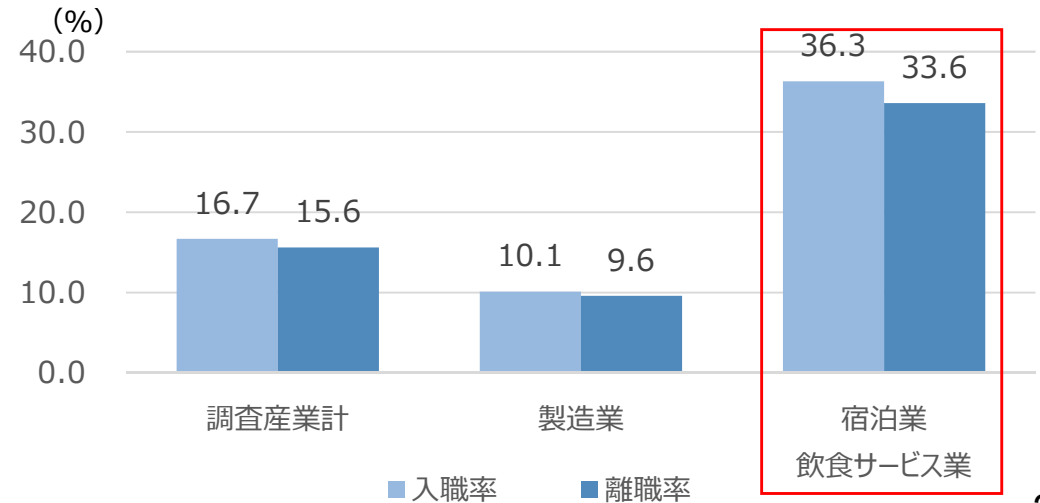


(図表Ⅱ-70) 産業別 正規・非正規比率 (2020年)



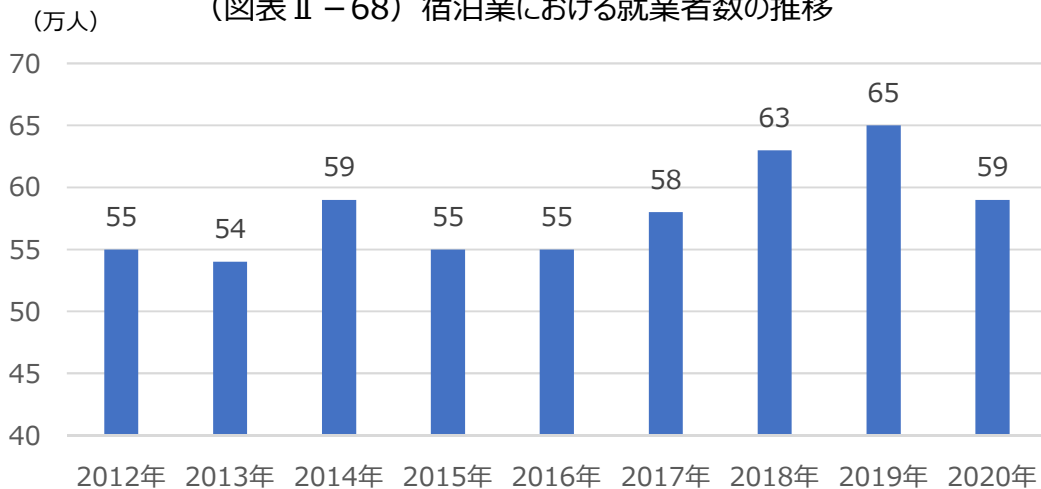
資料:総務省「労働力調査」

(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」

(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」

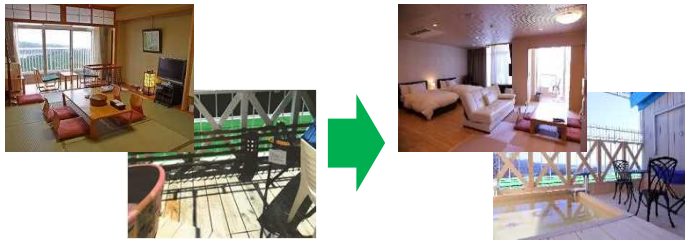
# 【第Ⅱ部】観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組（魅力向上）

- 従来の団体客から個人旅行志向など、経営環境が変化しており、大規模施設への設備投資に伴う経営負担や、顧客ニーズを捉えた経営へと変革が求められている。
- コロナの状況下で悪化した収益性を改善すべく、観光業の体質強化が必要。
- 宿泊施設の改修による**滞在環境上質化**や**経営の改善**、**観光地の面的再生**（廃屋の撤去や泊食分離等）、**収益の多角化**などを支援。

## 宿泊施設の改修等

### <宿泊施設の滞在環境の上質化>

- 宿の滞在環境等の上質化に資する改修（ゆったりとした空間の実現や露天風呂のリニューアルなど）を支援。



### <経営の改善>

- 経営は、運営ノウハウを持つオペレーターに委託することも有効。
- (株)温故知新では、後継者不在の施設の運営を承継し、元の看板、雇用を維持した上で、地域と連携し、体験アクティビティを開発。

海里村上  
(長崎県壱岐市)



## 観光地の面的再生

### <廃屋の撤去>

- 温泉街等の魅力を損なう廃屋・廃旅館の撤去を支援。
- 川湯温泉（北海道）では、廃旅館を撤去し、跡地の活用について検討。



### <泊食分離>

- 長期滞在者等が様々な料理を楽しめるよう、飲食店と連携して泊食分離を促進。
- 熱海では、試験的に朝・夜に飲食店が営業。地元食材を使ったメニューを開発。

魚市場の方の説明を  
聞きながらの食事



## 収益の多角化

### <宿泊施設>

- 宿泊客に体験型コンテンツ（素朴な自然や文化・暮らしなど）を提供し、消費単価を向上。
- 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。



### <旅行業>

- 障がい者の方等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デスティネーションマネジメント支援、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。



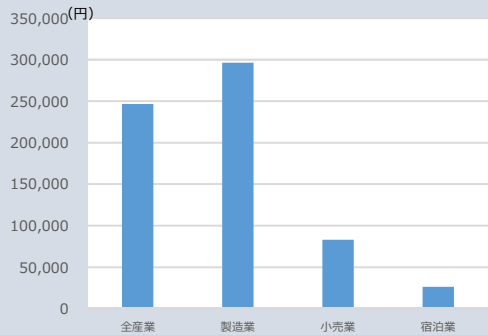
# 【第Ⅱ部】観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組 (DX)

○業務管理や接客、移動、コンテンツ、マーケティング、プロモーション等の様々な場面でIT化やDXの導入により、省力化や新たなビジネス展開等を実現し、収益力の向上と旅行者の利便性向上等を実現することが可能。

## 経営改善

- 紙媒体での顧客管理、対面・電話での顧客対応、FAXでの発注など、アナログな側面が残る。
- システム導入等により、省力化・経営革新等が可能。

(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（2019年度）」

## 【システム導入による業務管理】

- 従来のFAXや紙での予約・売上管理等を廃止する代わりにシステムを構築し、業務効率の改善や経営状況のリアルタイム管理を実現。



出典：旅館陣屋

## 観光コンテンツ

- ARやVR等の先端技術はコンテンツの付加価値向上にも貢献。

### 【AR・VRを活用した体験価値の向上】

- 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。
- VRを活用した修行体験コンテンツでは、橋からの眺めなどが体験できる。



天念寺無明橋



VRを活用し僧侶と無明橋を渡る体験

- 今後、力感覚や皮膚感覚を再現する技術の研究開発が進めば、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

- 位置情報や購買情報等を分析し、望ましい観光ルートの設定や商品開発が可能。
- データ分析による効果検証をしつつ、デジタルマーケティングを実施し、効率的なプロモーションを推進することが可能。

### 【デジタルマーケティング】

- 観光客の属性や購買データ、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）や滞在時間・場所の把握等による新たな旅行商品の開発や密の回避等が可能。



資料：(一財) VISITはちのホームページから観光庁作成

### 【位置情報を活用した混雑予測】

- 位置情報を活用し、混雑予測や代替ルートの提案などを実施。



京都観光快適度マップのイメージ  
出典：京都市広報資料

### 【案内標識・看板をデジタル化】

- 出発便や到着便と連動して到着先の交通機関、コンテンツなどの情報を発信し、誘導することが可能。



資料：AnyMind、全日空商事、日本空港ビルディング株式会社

# 【第Ⅱ部】観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組（地域の取組）

○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**。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。

## 八丈島（東京都）

- これまでの**団体型の格安ツアーへの依存から、密を避けられ付加価値の高い個人旅行の獲得を推進**。
- 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**を実施。



<ツアーの様子>

## 南魚沼（新潟県）

- 南魚沼市では、**密になりにくい早朝の時間帯を活かして**、これまではボランティアで行われていた「雲海ツアー」に魚沼産コシヒカリのおにぎりを**食べる体験を組み合わせたツアーを有料で実施**。



<山頂から見える雲海>



<山頂で地元産の米で作ったおにぎりを食べる様子>

## 裏磐梯（福島県）

- 文化観光の推進にあたり、博物館、美術館、寺社、城郭等の文化施設を「文化観光拠点施設」として、地域一体の取組を支援。
- 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**するなどの取組を実施。



<諸橋近代美術館のライトアップ>

# 【第Ⅱ部】観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組（DMOの取組）

- 観光地域づくり法人（DMO）では、**感染症対策**（ガイドライン・認証制度の策定）や、**コロナ収束後を見据えた着地整備**（受入環境整備、コンテンツの充実化など）**等を実施**。

## （公社）京都市観光協会

- 観光に携わる23の業界団体と共に**対策ガイドライン**を作成。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」。
- 事業者向けにオンラインでの研修を実施。
- 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**体験コンテンツの配信等**を実施。



ガイドライン推進宣言事業ステッカー



自宅でできる座禅体験を紹介する動画

## （一社）金沢市観光協会

- 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を実現するための取組**を作成・公表。
- 金沢の**伝統工芸**に関心の高い旅行者向けに、**高付加価値な少人数制のプライベートツアー**（1グループ33万円～）を実施。

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



## （一社）八ヶ岳ツアーズ「マネジメント」

- 感染防止ハンドブックを作成し、ワークショップで内容を解説して配布。
- 最高1,450m地点まで登る**自然豊かな八ヶ岳のコース**を**感染症対策**を実施した上で**Eバイクで軽快に走るガイドツアー**を実施。

感染防止ワークショップ



八ヶ岳山麓サイクリング



# 【第Ⅱ部】観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組（持続可能な観光）

- 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、長期的な視野に立って持続可能な観光（サステナブルツーリズム）を実現できるよう、観光庁は「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を開発。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。
- 2020年度に本指標の導入を行う5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）を支援。その結果、国際団体が発表する「2020 Sustainable Top 100 Destinations（世界の持続可能な観光地100選）」に全5地区が選ばれた。



## モデル事業における取組事例

### 北海道ニセコ町

- 住民調査によると、物価上昇・ゴミによる景観破壊・開発による自然減少等から、**観光客を好意的に捉えている住民は約50%**。
- **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。**

町内の観光事業者が利用者と一緒に行っている取組



### 三浦半島観光連絡協議会

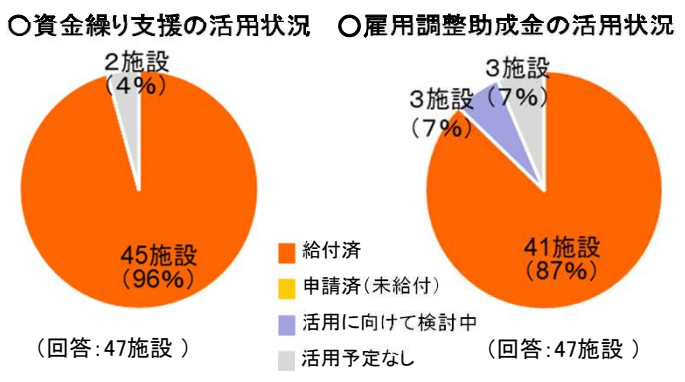
- 観光客のマナーや混雑が課題。
- これまでも**江ノ電の住民優先乗車**などを実施。
- ビーチでの海水浴客のゴミ対策として、**有料ゴミ箱の設置やその金額の妥当性等を調査、検討。**



モデル事業での取組

### 事業の継続・雇用の維持への支援

資金繰り支援・雇用調整助成金等の活用を支援  
 【宿泊業】(令和3年4月末時点)



### 感染拡大防止策の徹底

- ・業種別ガイドラインの徹底、感染拡大防止策の導入支援
- ・旅行者への旅のエチケットの啓発



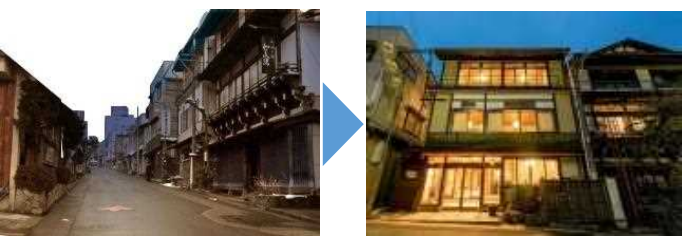
### 国内需要喚起

- ・GoToトラベル事業、地域観光事業支援
- ・分散型旅行の推進、ワーケーション等の普及



### 観光業・観光地の収益性向上

- ・宿・飲食店・土産物店等の施設改修、廃屋撤去
- ・新たなビジネス展開、経営力底上げやDX導入
- ・地方公共団体等が保有する観光施設への民間活力導入



### 地域の観光資源のフル活用

- ・地域内の観光業と異業種が連携したコンテンツ造成・流通、古民家等の既存資源の面的活用
- ・国立公園の滞在環境上質化
- ・文化観光 等



### 受入環境整備・インバウンドの段階的復活

- ・観光地のWi-Fi整備、多言語化等の受入環境整備
- ・インバウンドを対象とした小規模分散型パッケージツアーの実施



**実証事業イメージ**

感染防止対策を徹底しつつ、管理された小規模分散型パッケージツアー

- ・出国前検査証明の取得
- ・接触確認アプリのダウンロード等
- ・密を避けたポストコロナに相応しい観光メニューを優先的に選定
- ・出国前PCR検査