

とりまとめ骨子（案）

はじめに

I. 観光に期待される役割・意義

1. 観光の役割・意義
2. 観光産業の役割・意義

II. 観光を取り巻く現状と課題

1. 観光地を取り巻く現状と課題
2. 宿泊業の現状と課題
 - ①家業的な経営形態
 - ②事業承継や事業譲渡の停滞
 - ③低生産性・担い手不足の深刻化
 - ④災害の頻発・激甚化や感染症等への非常時への備え
3. 旅行業の現状と課題
 - ①従来型商品・サービスの低迷
 - ②将来的な国内旅行市場の縮小への対応
 - ③旅行業分野以外への事業展開
 - ④コロナ後の旅行に対する不安の解消、旅行の安全・安心の確保

III. 今後の取組の方向性

1. 観光地の再生・高付加価値化の推進、持続的な観光地経営の確立
 - ①観光地の面的再生・高付加価値化の推進
 - ②持続的な観光地経営の確立
2. その中核を担う観光産業の構造的課題の解決
 - (1) 宿泊業
 - ①企業的経営への転換
 - ②健全な事業承継・事業譲渡の促進
 - ③宿泊サービスの高付加価値化
 - ④生産性向上の推進と担い手確保
 - ⑤地域全体での計画的な安全・安心の備えの確保
 - (2) 旅行業
 - ①価値創造型ビジネスへの転換
 - ②送客型から誘客型へのシフト
 - ③人口減少・少子高齢化時代における新たな旅行市場の開拓
 - ④独自の強みを活かした事業の多角化の推進
 - ⑤アフターコロナにおける旅行需要の円滑な回復等

IV. 考えられる国の主な施策

1
2 **はじめに**

3 ※本検討会の設置趣旨等について記載
4
5

6 **I. 観光に期待される役割・意義**

7 **1. 観光の役割・意義**

- 8 ○ 観光は我が国の成長戦略の柱であり、地方創生の鍵。さらには、
9 諸外国との双方向の交流を通じた国際社会での日本の地位向上や
10 日本国民が自らの文化・地域への誇りを持つことにも貢献。
11 ○ とりわけ、人口減少・少子高齢化が進む我が国において、観光に
12 よって生み出される国内外からの交流人口の増大とそれに伴う旅
13 行・観光消費は経済に大きな効果をもたらすことが期待される。
14 ○ また、こうした旅行・観光消費は、直接的な消費額だけにとどま
15 らず様々な産業への生産波及効果、雇用誘発効果を有している。
16

17 **2. 観光産業の役割・意義**

- 18 ○ 観光産業は、観光地における宿泊業、旅行業や交通・飲食・物販・
19 伝統工芸・農林水産など多岐にわたる総合的な産業分野であり、我
20 が国地域経済の重要な担い手。
21 ○ なかでも宿泊業は、旅行・観光消費に占める割合が大きく、地域
22 への経済分配や雇用の担い手となるほか、滞在時間の増加を通じた
23 地域全体での観光消費の押上等、観光地の経済的な活性化に大きな
24 役割を果たしている。
25 ○ また、長年にわたり地域で観光客を受け入れてきた旅館等の施設
26 はそれ自体が日本固有の文化を体験できる観光資源であるとともに、
27 代々培ってきた地縁・人脈を生かし、多様な観光関係者との連
28 携や持続的な観光地づくりをはじめとする地域一体となった取組
29 の中心的役割を果たすことが期待される。
30 ○ さらに、近年の自然災害の頻発・激甚化や新型コロナウイルス感
31 染症の拡大を受け、有事の際の避難所・療養所としての宿泊施設の
32 活用もなされており、地域のセーフティネットの一翼として新たな
33 社会的役割を担うことも期待されている。
34 ○ 旅行者と観光地との橋渡しを担う旅行業は、多様な消費者ニーズ
35 に対応した旅行手配を行うほか、地域の観光資源を見出し、魅力あ
36 る旅行商品を提供することで旅行需要の創出・拡大に大きな役割を
37 担っている。
38 ○ また、観光を通じた地方への交流人口・関係人口の創出が今後こ

1 れまで以上に重要となるなか、旅行業はこうした取組の牽引役とな
2 るとともに、観光地の持続可能性を支えるため、地域の観光関係者
3 と連携した誘客の取組や、旅行需要の地理的・時期的な平準化に貢
4 献することが期待される。

- 5 ○ さらに、新型コロナウイルス感染症の影響からの円滑な観光需要
6 の回復を図るため、安全・安心な旅行サービスの提供を通じた消費
7 者不安の払拭を図るほか、災害時における地域住民や観光客の避難
8 支援など観光地の安全・安心確保にも積極的な役割を果たすことが
9 期待される。

12 II. 観光を取り巻く現状と課題

13 1. 観光地を取り巻く現状と課題

- 14 ○ 我が国においては、観光が明日の日本を支える産業であるとの認
15 識のもと、戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の
16 充実、航空ネットワークの拡大などを通じて訪日外国人旅行市場の
17 急速な拡大を実現。
- 18 ○ 2012年に約836万人であった訪日外国人旅行者数は2019年に約
19 3188万人へと増加。これに伴いインバウンド消費額も約4倍に増大
20 するなど、観光は自動車や化学製品分野に次ぐ「輸出産業」として
21 成長。また、インバウンド消費に牽引されて観光消費全体も増進し
22 てきた。
- 23 ○ 一方、訪日外国人旅行者の訪問先は依然として東京・大阪等を巡
24 るルートに集中し、オーバーツーリズムの問題が生じる事案も見ら
25 れるほか、有名観光地以外の地方部への観光客の伸びは相対的に小
26 さく、地方の宿泊施設の客室稼働率は都市部の半分程度にとどまる
27 など、増加する観光客が必ずしも隅々の地方にまで流れていない状
28 況。
- 29 ○ また、全国の温泉・観光地では1980年代から90年代にかけて旺
30 盛な団体旅行需要に対応する形で宿泊施設の大型化等が進んだが、
31 国内旅行市場が団体旅行を中心とした旅行形態から個人旅行中心
32 へとシフトするなか、消費者ニーズの変化への対応が遅れた観光地
33 では、入込客数の減少に伴い、投資の停滞や施設の陳腐化、廃屋等
34 の放置が生じるなど、地域全体としての活力低下や疲弊も見られる。
- 35 ○ こうした状況から脱却し、観光地を再活性化させるための取組を
36 行うに当たっても、地域の関係者の連携が十分にとれていないほか、
37 地域の観光戦略推進の牽引役となるべきDMOを含め、財源、人材等
38 のリソースが不足していること等により、観光地の持続的発展に向

1 けた基盤が充実していない。

- 2 ○ 観光を取り巻くこうした状況のなか、一昨年からの新型コロナウイルス
3 イルス感染症の影響により、訪日外国人旅行者を中心に旅行需要が
4 消失。観光地・観光産業ともに依然として厳しい状況が続いており、
5 観光関連事業者の事業継続や雇用維持、需要喚起のための支援が政
6 府によって行われている。

7 8 **2. 宿泊業の現状と課題**

9 **①家業的な経営形態**

- 10 ○ 宿泊事業者の6割以上は資本金1千万円未満の小規模事業者。
11 家業として経営を受け継ぐ旅館が多く、経営手法を長年の経験や
12 勘に依存しているなど企業的な経営視点が不足しており、低収益
13 な事業体質の改善が図られていない。
14 ○ 加えて、必要な投資等を行うための資金余力に乏しく、設備更
15 新が遅れるとともに、従業員の賃金等の労働環境の改善も進みづ
16 らいことから、宿泊サービスの低下が生じている。

17 **②事業承継や事業譲渡の停滞**

- 18 ○ 装置産業であることにも起因し、特に小規模事業者において借
19 入金への依存度が高く、過剰な債務を背負っているため事業承継
20 や事業譲渡が進みづらい。

21 **③低生産性・担い手不足の深刻化**

- 22 ○ 宿泊業においては、旅行会社からの送客への過度な依存や、紙
23 台帳による予約の管理等のアナログな経営が行われ、IT化に対応
24 できていないケースが多いこと等により、主体的なレベニューマ
25 ネジメントを適切に行うことができていないことなどに起因し、
26 他産業と比較して収益性や生産性が低い傾向。
27 ○ これに連動する形で賃金も低水準にとどまるとともに、従業員
28 の1日当たりの拘束時間が長い、休暇をとりづらい等の労働環境
29 が一因となり、産業全体における人手不足が深刻化。

30 **④災害の頻発・激甚化や感染症等への非常時への備え**

- 31 ○ 近年、我が国においても自然災害の頻発・激甚化の傾向が顕著
32 であり、観光地が被災するケースも発生。また、今般の新型コロ
33 ナウイルス感染症の発生時を含め、宿泊施設が非常時の際に被災
34 者、療養者等の受入先として活用される事例が増加。
35 ○ 一方、旧耐震基準により建築されたホテル・旅館には耐震性が
36 不明又は耐震性がないと診断されるものが多くみられ、安全面で
37 課題があるほか、災害時要配慮者の受入れに適したバリアフリー
38 化は十分進んでいない。

- また、危機・災害への備えを表すBCP（事業継続計画）の策定率も他産業と比較して低い。
- 加えて、非常時において避難所・療養所となる宿泊施設について、地域全体としての事前の合意・計画が十分に形成されていないことにより、発災時における被災者等の受入開始までに時間を要する事例もみられる。

3. 旅行業の現状と課題

①従来型商品・サービスの低迷

- 従来典型的だったパッケージ型旅行商品は商品内容の差別化が難しく、他社による類似商品の造成や旅行者による自己手配も可能であることから価格面での競争に陥りやすい構造にある。
- 結果として旅行業の営業利益率は他産業比較して極めて低い水準にあるほか、旅行素材の仕入れ元となる地域のサプライヤーの収益向上にも十分つながっていない。
- また、薄利多売構造のため大量送客が可能な人気観光地に旅行商品の行き先が偏重する傾向も見られる。地域と連携した魅力的な商品の造成が必ずしも充実しておらず、消費者の多様な旅行需要の喚起に十分つながっていない。

②将来的な国内旅行市場の縮小への対応

- 我が国旅行市場の約8割を占める国内宿泊旅行・日帰り旅行市場は人口減少に伴い今後長期的に縮小傾向にあることが見込まれ、従来の国内旅行需要に替わる新たな旅行需要の開拓が不可欠。
- こうしたなか、新型コロナウイルス感染症の収束後に回復・成長が見込まれるインバウンド市場に関しては、日本の旅行会社における外国人旅行の取扱額はコロナ以前から著しく少ない。
- また、我が国人口に占める高齢世代の割合が今後これまで以上に増加することを踏まえれば、健康上の理由により旅行することが困難な者向けの旅行環境を整えることで、国内外からの旅行需要を拡大できる可能性があるが、現状では後期高齢者や身体障がい者等に向けた旅行サービスの提供は限定的である。
- 加えて、今般のコロナ禍を契機として、ワーケーション、オンラインツアー、マイクロツーリズムといった新たな旅行形態に対する注目も高まっており、需要の平準化、オンラインではない旅行需要の創出への寄与、旅行初心者を中心とした旅行需要の裾野の拡大といった効果も見込まれるところだが、これらの普及はまだ十分ではなく、今後市場拡大の余地がある。

③旅行業分野以外への事業展開

- 1 ○ 旅行需要は世界的な景気動向や自然災害の発生等の外的要因に
2 影響を受けやすく、落ち込んだ需要回復に長期間を要するケース
3 も見られる。
- 4 ○ こうした旅行需要の落ち込みは過去不定期に起きており、旅行
5 業においてもイベントリスクに対する備えが必要であるが、旅行
6 業のノウハウ・リソースを活用した他分野への事業多角化の取組
7 は必ずしも十分浸透していない。
- 8 **④コロナ後の旅行に対する不安の解消、旅行の安全・安心の確保**
- 9 ○ 新型コロナウイルス感染症の収束後についても依然として消費
10 者の間に旅行に対する不安や旅行控えの意向が見られる。旅行消
11 費額が大きく、旅行会社を利用する割合も高い高齢者層において
12 特に不安感が強い傾向。
- 13 ○ また、観光地を含む日本各地で自然災害が頻発・激甚化するな
14 か、有事における旅行者等の安全・安心の確保のための事前の備
15 えがこれまで以上に重要となっている。

16 17 18 **Ⅲ. 今後の取組の方向性**

- 19 ○ 2年以上に及ぶコロナ禍を乗り越え、我が国経済を再び発展の軌道
20 に乗せていくためには、成長戦略の柱であり、地方創生の切り札であ
21 る観光の力が不可欠。
- 22 ○ コロナ禍からの観光の V 字回復を図るため、疲弊した観光地の再
23 生・高付加価値化を強力に推進するとともに、その中核を担う観光産
24 業について、コロナ禍で一層顕在化した積年の構造的課題の解決を図
25 る。
- 26 ○ これにより、地域・産業・住民のいずれもが観光による地域活性化
27 の果実を享受するとともに、それらを観光地の更なる磨き上げにつな
28 げていくことで持続的な地域活性化の好循環を創出する。

29 30 **1. 観光地の再生・高付加価値化の推進、持続的な観光地経営の確立**

31 **①観光地の面的再生・高付加価値化の推進**

- 32 ○ それぞれの観光地が持つ固有の観光資源や特性を活かしつつ、
33 地域の多様な関係者の連携の下、観光地全体としてその魅力や稼
34 ぐ力を高める取組を推進する。
- 35 ○ 具体的には、自治体・DMO、観光・交通事業者、金融機関など地
36 域の関係者が相互に連携し、宿泊施設・観光施設等の改修、景観を
37 損なう廃屋の撤去、DX 化投資、顧客の開拓、需要の平準化などの

1 取組を地域一体となつて行う、観光地の面的再生・高付加価値化を
2 推進する。

3 ②持続的な観光地経営の確立

- 4 ○ こうした地域一体での取組が一過性のものとなることなく、か
5 つ、自立・自走したものとして中長期的に発展していくことができる
6 よう、地域における財源、人材等の資源の安定的な確保を含めた
7 持続可能な観光地経営の確立を目指す。

8 9 2. その中核を担う観光産業の構造的課題の解決

10 (1) 宿泊業

11 ①企業の経営への転換

- 12 ○ 長年培った地縁・人脈といった家業としての強みは活かしつつ、
13 家業的な経営形態への依存体制から脱却し、経営の効率化を図る
14 ため、宿泊業の企業の経営の促進を図る。

15 ②健全な事業承継・事業譲渡の促進

- 16 ○ 多額の債務を抱え、前向き投資を行う余力がなく経営そのもの
17 も困難となっている旅館について、所有と経営の分離等の事業革
18 新を推進し、宿泊産業の健全な事業承継・事業譲渡を促す。
19 ○ 宿泊業の次の世代を担う後継者を中長期的なスパンで計画的に
20 育成し、円滑な事業承継を促す。

21 ③宿泊サービスの高付加価値化

- 22 ○ 地域の特性や多様な顧客層等を踏まえつつ、それぞれの宿泊施
23 設が自らの特長を活かす形で、利用者ニーズに応じたハード・ソ
24 フト両面での宿泊サービスの高付加価値化と適正な対価の收受を
25 図り、観光地全体の活性化を図る。

26 ④生産性向上の推進と担い手確保

- 27 ○ 適切なマーケティングや主体的なレベニューマネジメントを行
28 うことにより収益力向上を図るとともに、業務の棚卸・マルチタ
29 スク化や経営における IT システムの導入等により業務内容を効
30 率化することで、宿泊施設の生産性向上を促進する。
31 ○ また、生産性向上の推進と併せて、宿泊業の担い手となる従業
32 員の待遇・労働環境の改善を図るため、賃上げや閑散期における
33 休暇取得の促進等を推進するとともに、担い手の裾野の拡大のた
34 め、女性・高齢者・外国人労働者を含めた多様な人材の確保を図
35 る。

36 ⑤地域全体での計画的な安全・安心の備えの確保

- 37 ○ 非常時に避難所・療養所となる宿泊施設とその具体的役割につ
38 いて、その他の宿泊需要への対応も含めた役割分担についても考

1 慮しつつ、関係者の合意の元に地域で事前に明確化することによ
2 り、災害等に対する地域の強靱性を高める。

- 3 ○ また、避難所等となる一定の宿泊施設について、耐震化・バリ
4 アフリー化を進めるとともに、事業継続計画（BCP）の策定を促す
5 など、ハード・ソフト両面の整備を推進する。

7 (2) 旅行業

8 ①価値創造型ビジネスへの転換

- 9 ○ 手数料収益を中心とする従来のビジネスモデルから、旅行業者
10 でなければ提供できない高付加価値な旅行商品・サービスを適正
11 な対価を得て提供することを中心とするビジネスモデルへの転換
12 を図る。

13 ②送客型から誘客型へのシフト

- 14 ○ 観光地と消費者の双方にとっての利益を創出し、観光による地
15 域の経済的な持続可能性を支えるため、有名観光地への画一的な
16 送客型旅行商品への偏重からの脱却と、地域との連携強化等によ
17 る誘客・着地型旅行商品へのシフトを推進する。
18 ○ また、域外からの誘客増進のため、地域そのものの魅力を高め
19 るための取組を旅行業者と地域の関係者とが一体となって推進す
20 る。

21 ③人口減少・少子高齢化時代における新たな旅行市場の開拓

- 22 ○ 新型コロナウイルス感染症収束後の国際観光の回復・成長を捉
23 え、外国人観光客のニーズの的確な把握や海外旅行会社との連携
24 強化等を通じて、訪日外国人旅行の取扱い拡大を図る。
25 ○ また、高齢者・身体障がい者等が安全・安心かつ快適に旅行す
26 ることができる旅行商品・サービスの提供を促進し、少子高齢化
27 時代における国内外の旅行需要の開拓を図る。
28 ○ 加えて、ワーケーション、「第二のふるさとづくり」、オンライ
29 ンツアー、マイクロツーリズム等のコロナ禍を契機とした新たな
30 旅行形態を更に掘り起こし、アフターコロナ時代における旅行需
31 要の裾野の拡大と旅行先・旅行需要の平準化を図る。

32 ④独自の強みを活かした事業の多角化の推進

- 33 ○ 今般の新型コロナウイルス感染症の経験・教訓を生かし、今後
34 のイベントリスクに対する旅行業の耐性強化を図るため、国内外
35 の幅広いビジネスネットワークや様々なサービスの手配・管理を
36 行うスキルなど、旅行会社ならではの強みを活かす形での事業の
37 多角化を促進する。

38 ⑤アフターコロナにおける旅行需要の円滑な回復等

- 1 ○ 感染症や自然災害の発生時における安全・安心確保に関する取
2 組の可視化と消費者への発信の強化等により、旅行に対する不安
3 払拭を図る。
4 ○ また、災害時における旅行者や帰宅困難者の移動・宿泊手配等、
5 旅行業者が有するスキル・ノウハウを防災危機管理にも有効に活
6 用することができるよう地方自治体との連携強化を促進する。

7
8
9

IV. 考えられる国の主な施策 ※詳細は資料 2