

我が国観光産業の現状と今後の展望

令和6年10月10日

観光庁観光地域振興課

課長補佐 内山 景介

1. 観光の意義

2. 観光を取り巻く現状について

3. 今後の取組

(1) 持続可能な観光地域づくり

(2) 地方を中心としたインバウンド誘客

(3) 国内交流拡大

1. 観光の意義

成長戦略の柱 地域活性化の切り札

人口減少・少子高齢化が進む中、**交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠。**

我が国には、国内外の観光旅行者を魅了する素晴らしい「自然、気候、文化、食」が揃っており、コロナによってもこれらの魅力は失われていない。

観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札。

豊かな国民生活

旅のもたらす感動と満足感は、誰もが**豊かな人生を生きるための活力**を生み出す。

観光は学習・社会貢献・地域交流の機会でもあり、観光により地域の魅力を発見し、楽しみ、家族の絆を育むことは、**ワーク・ライフ・バランスの充実**にもつながる。

自らの文化・地域への誇り

観光を通じて住民が**自らの地域に誇りと愛着**を感じることは、**活力に満ちた地域社会**の持続可能な発展を可能にする。

国際相互理解の増進

観光を通じて**異文化を尊重**し、世界の人々と絆を深めることは、草の根から外交や安全保障を支え、**国際社会の自由、平和、繁栄の基盤を築く国際相互理解を増進**する。

観光交流人口増大の経済効果(2023年)

- 定住人口1人当たりの年間消費額 (135万円) は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者6人分、国内旅行者(宿泊)21人分、国内旅行者(日帰り)71人分にあたる。

定住人口 = 1億2,435万人
1人当たり年間消費額 = 135万円

旅行消費額

訪日外国人旅行 5.3兆円

国内旅行(海外分除く) 21.9兆円

うち宿泊旅行 17.8兆円
うち日帰り旅行 4.1兆円

訪日外国人旅行者

2,507万人

1人1回当たり旅行支出
21万2,764円

+

国内旅行者(宿泊+日帰り)

4億9,758万人 <延べ人数>

うち宿泊 2億8,135万人
うち日帰り 2億1,623万人

1人1回当たり消費額
宿泊 6万3,253円
日帰り 1万9,027円

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者6人分

又は

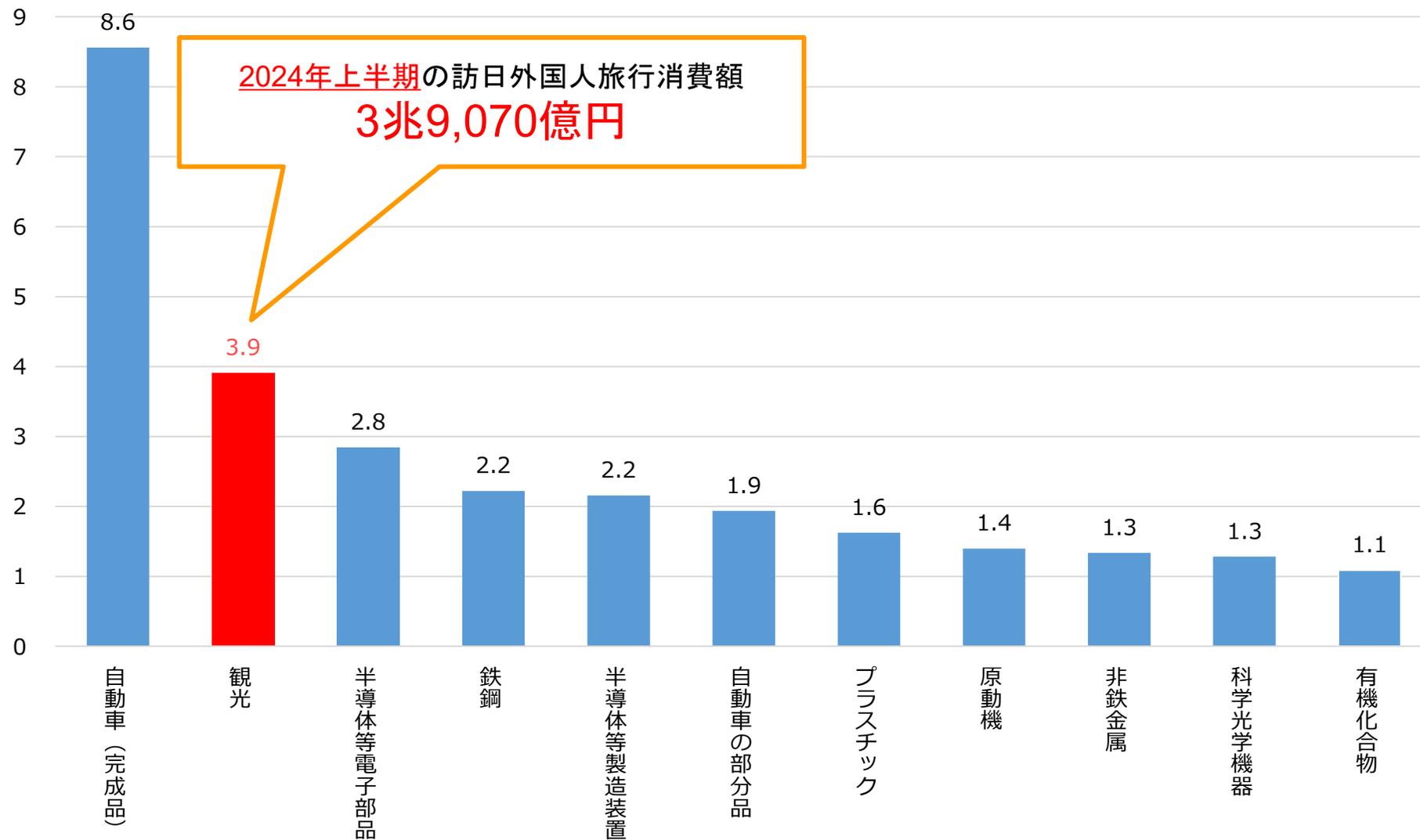
国内旅行者(宿泊)21人分

又は

国内旅行者(日帰り)71人分

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較(2024年上半期)

(単位：兆円)



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査(旧訪日外国人消費動向調査)」、財務省「貿易統計」に基づき観光庁作成
注：訪日外国人旅行消費額について、1-3月は2次速報値、4-6月は1次速報値

2. 観光を取り巻く現状について

国内全体の旅行消費

2019年（令和元年）：27.9兆円

2021年（令和3年）：9.4兆円

2023年（令和5年）：28.1兆円

インバウンド旅行
4.8兆円

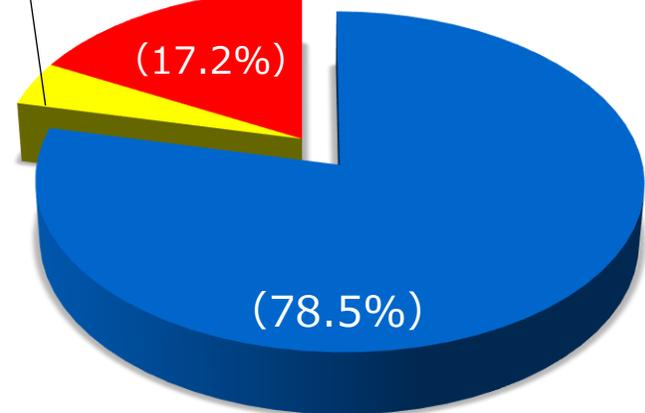
▲約5兆円

インバウンド旅行
0.1兆円

+5兆円超

インバウンド旅行
5.3兆円

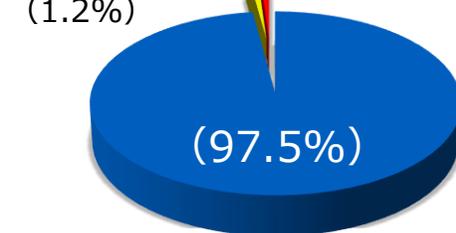
その他
1.2兆円（4.3%）



日本人国内旅行
21.9兆円

▲10兆円超

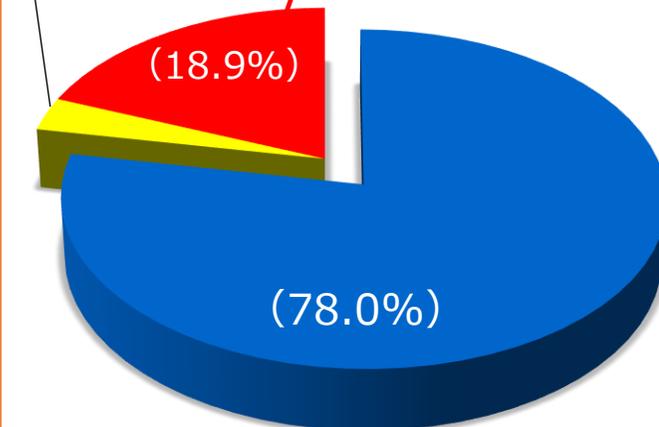
その他
0.1兆円（1.2%）



日本人国内旅行
9.2兆円

+10兆円超

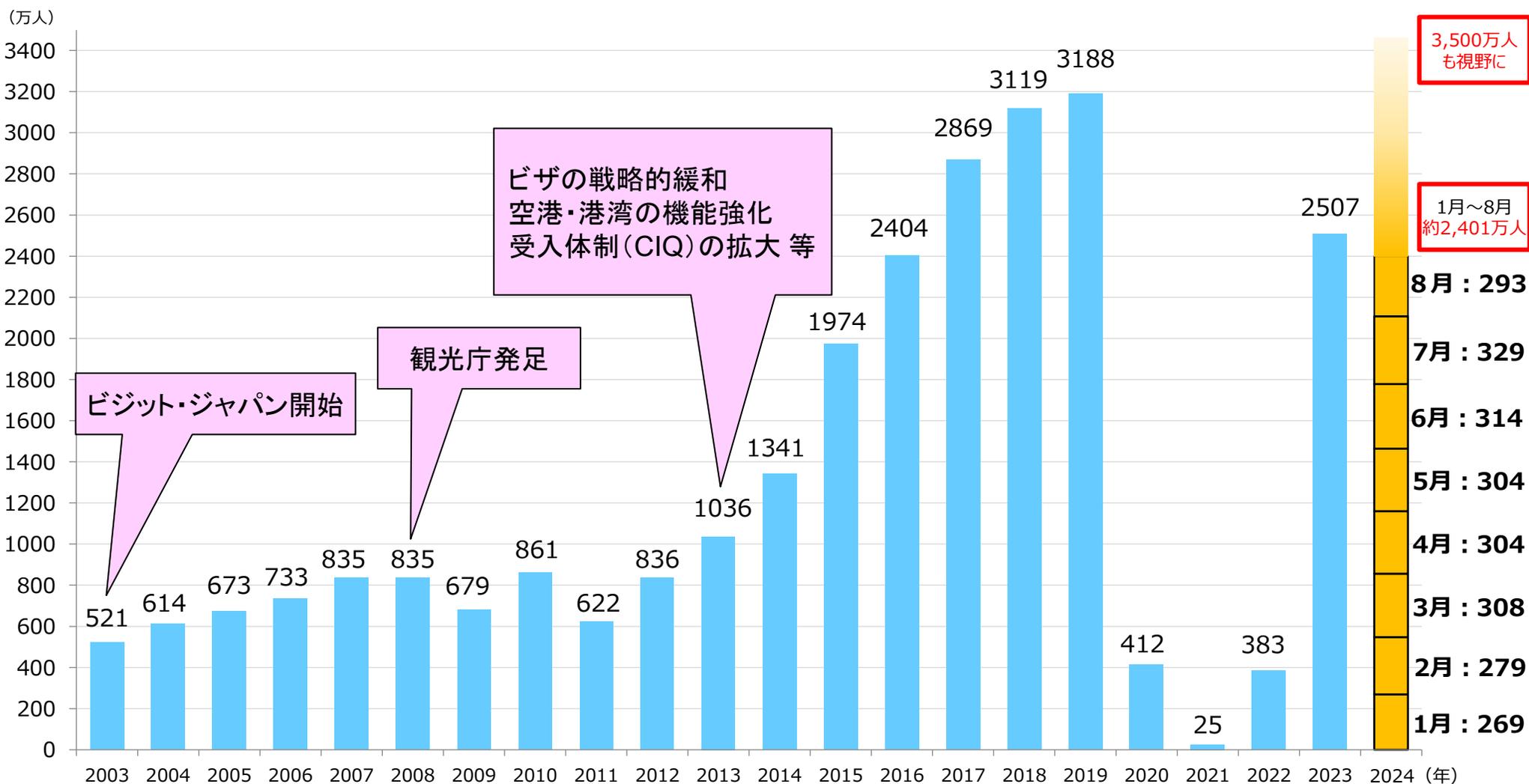
その他
0.9兆円（3.1%）



日本人国内旅行
21.9兆円

訪日外国人旅行者数の推移

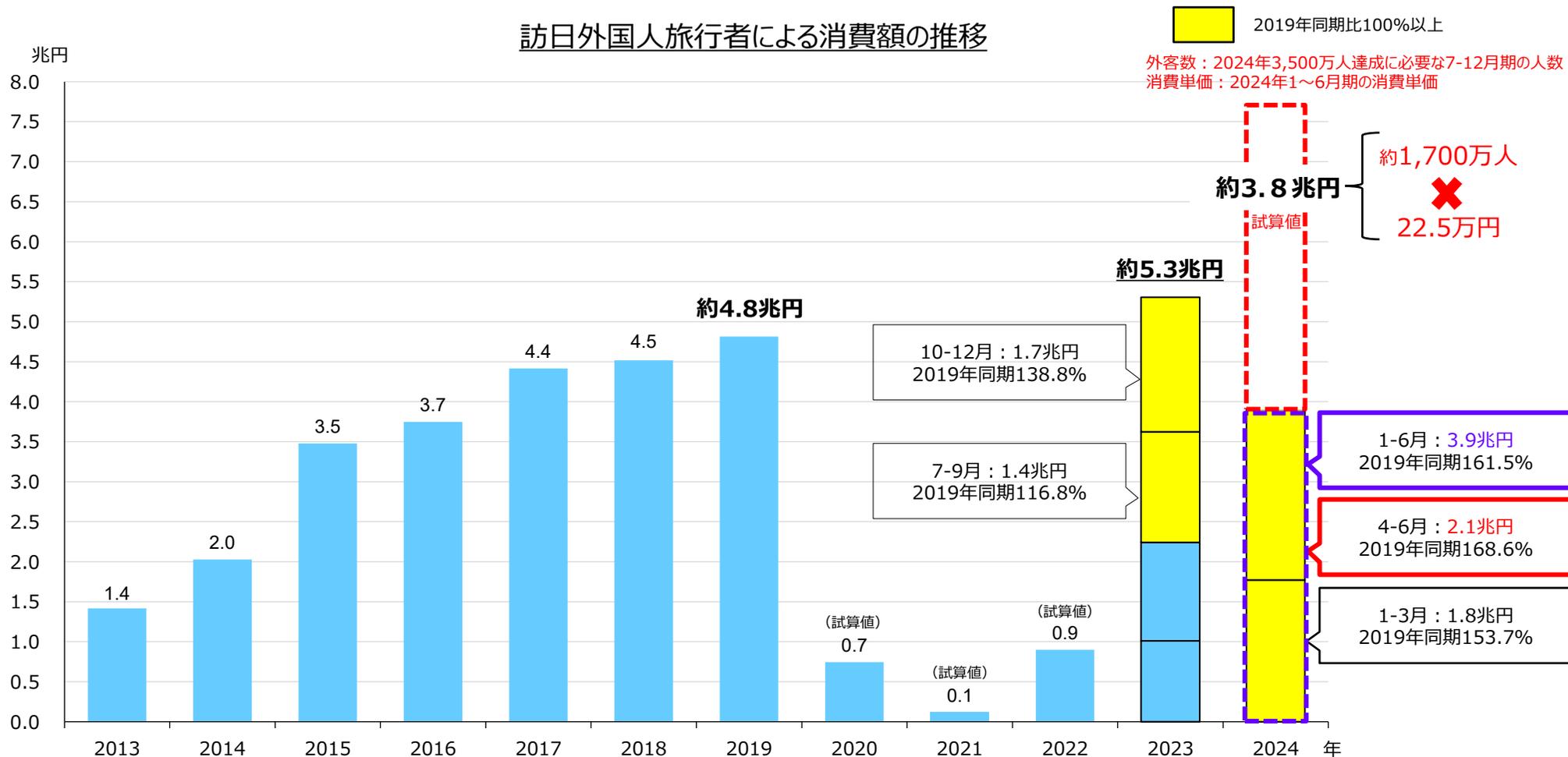
○ 2024年の訪日外国人旅行者数は1～8月の間、各月でコロナ前2019年の水準を回復しており、このペースが続けば、2024年は3,400～3,500万人も視野に入る。



出典：日本政府観光局 (JNTO) ※2023年以前の値は確定値、2024年1月～6月の値は暫定値、2024年7月～8月の値は推計値

インバウンドの状況(消費額)

- **2024年4-6月期**の訪日外国人消費額は、**約2.1兆円**と四半期として過去最高。
1人当たりの旅行支出は23万9千円。
- **2024年上半期のペースが下半期も続けば、2024年は8兆円**も視野に入る。

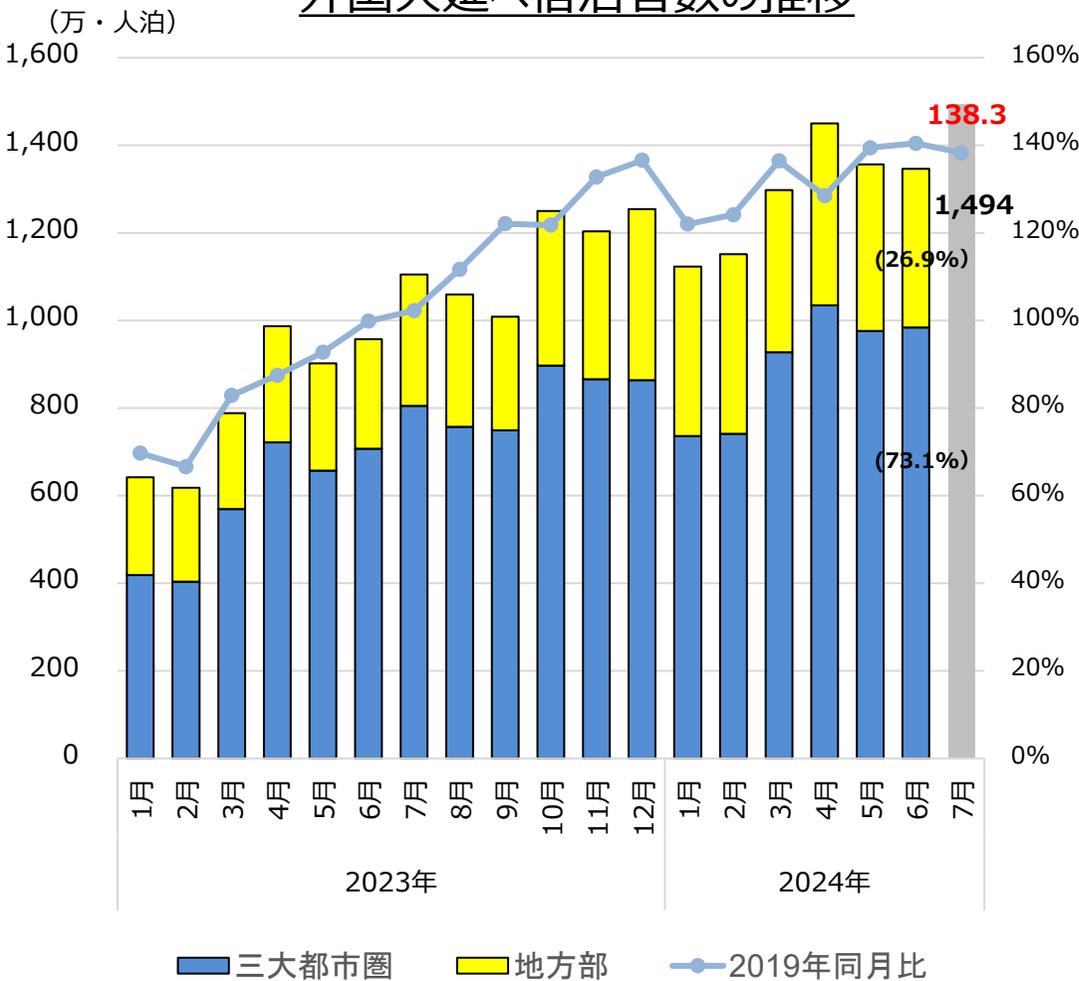


出典：「訪日外国人消費動向調査」および「インバウンド消費動向調査」より算出

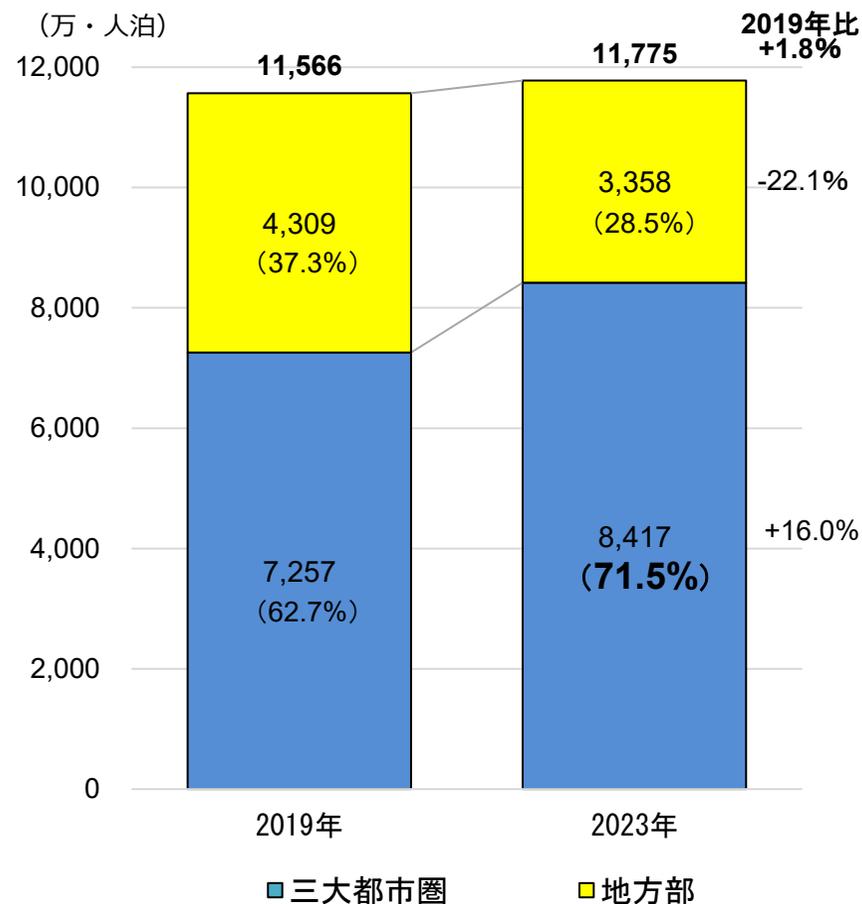
インバウンドの回復状況(延べ宿泊者数)

- 2024年7月の外国人延べ宿泊者数は**1,494万人泊**で、**コロナ前以上に回復**。(2019年同月比138.3%)
- 観光需要の回復は**宿泊先地域によって偏在傾向**が見られ、23年は**三大都市圏(※)のみで71.5%**。

外国人延べ宿泊者数の推移



外国人延べ宿泊者数の19-23年比較



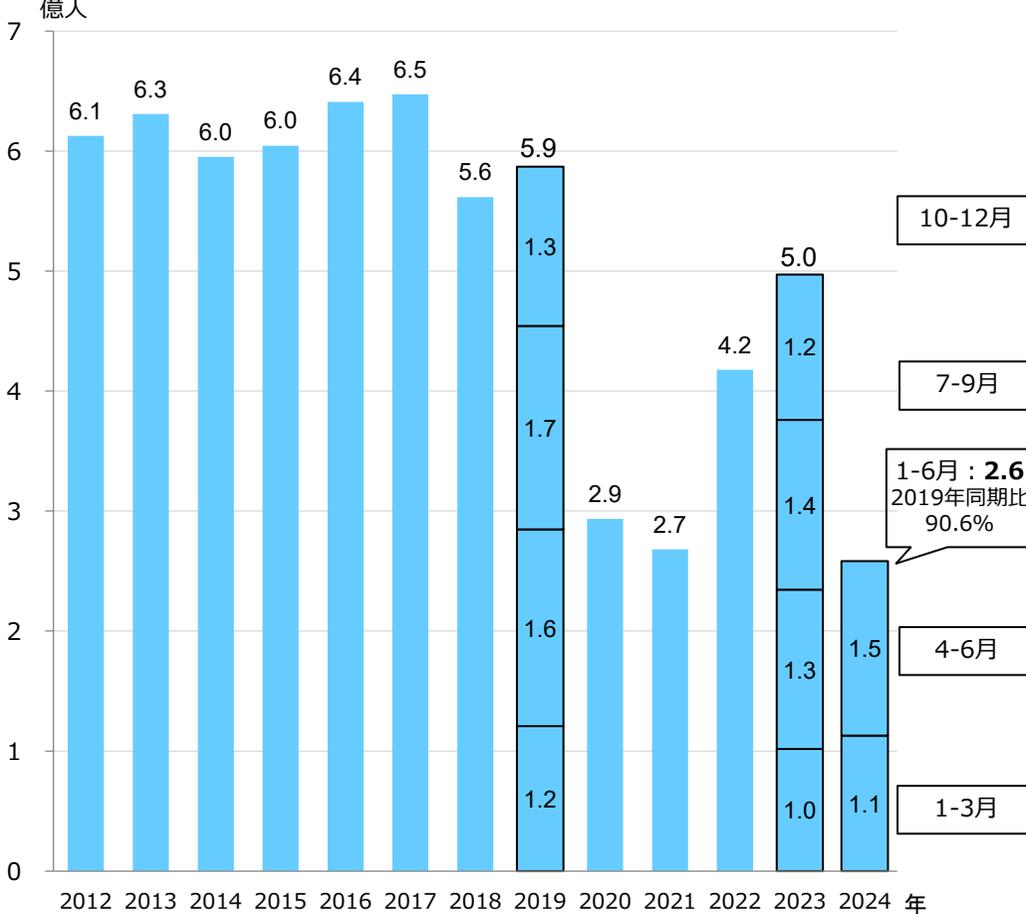
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」
2024年1～6月は第2次速報値、2024年7月は第1次速報値

※埼玉県、千葉県、神奈川県、東京都、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

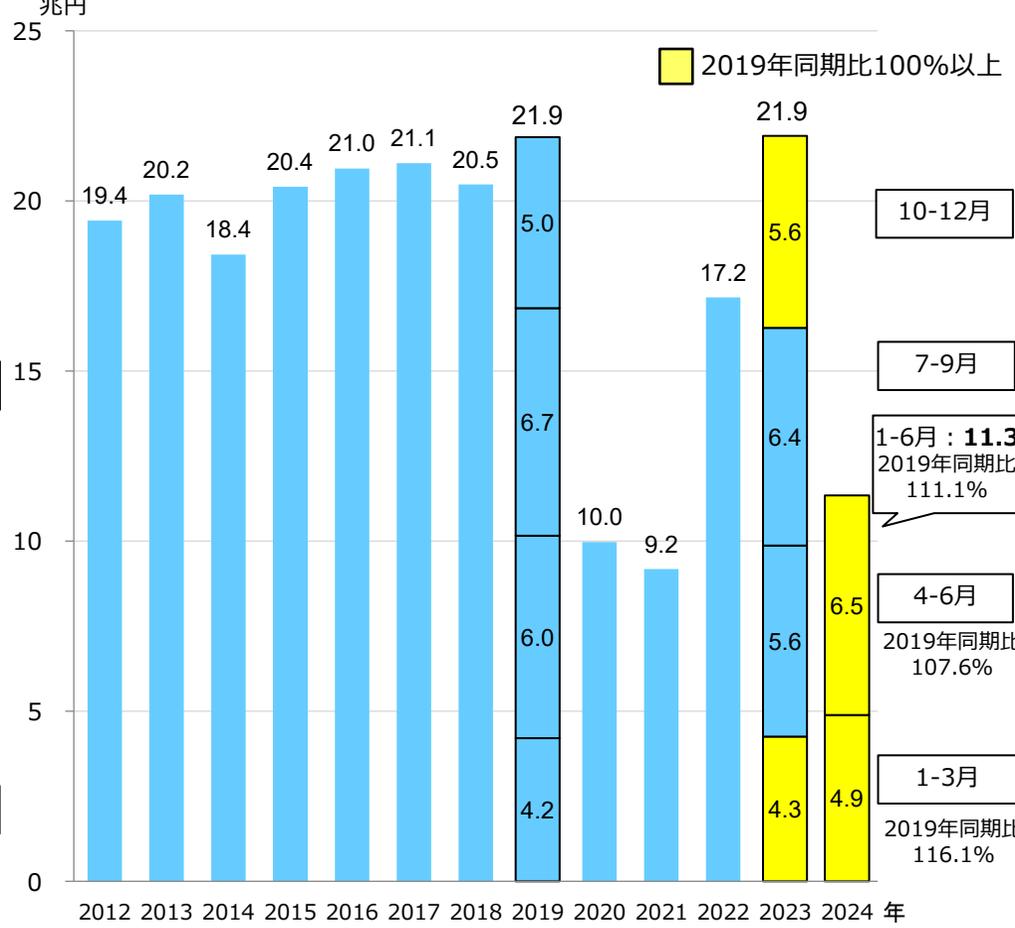
国内旅行の状況

- 2024年4-6月期の延べ旅行者数は、**約1.5億人**と2019年同期比88.6%まで回復。
- 2024年4-6月期の国内旅行消費額は、**約6.5兆円**と第2四半期（4-6月期）の消費額として過去最高。
- 国内旅行者一人当たりの旅行支出は、2019年同期比で21.5%増(2019年4-6月：約3.7万円、今期：約4.4万円)

日本人国内延べ旅行者数の推移



日本人国内旅行消費額の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」※2024年4-6月期は速報値

3. 今後の取組

観光立国推進基本計画(第4次)について(基本的な方針)

計画期間：令和5～7年度
(2023～2025年度)

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

取り組む3つの戦略

持続可能な観光地域づくり戦略

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

インバウンド回復戦略

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

国内交流拡大戦略

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

目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活気に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

令和7年度 観光庁予算概算要求主要事項

○ 観光は我が国の成長戦略の柱であり、地域活性化の切り札。持続可能なあり方で全国あまなくその効果を広めるべく、「**持続可能な観光地域づくり**」「**地方を中心としたインバウンド誘客**」「**国内交流拡大**」に戦略的に取り組む。

一般財源（概算要求額150億円（前年度予算額100億円））

1. 持続可能な観光地域づくり

【受入環境整備】
○混雑緩和・マナー違反の防止等による
オーバーツーリズムの未然防止・抑制 等

【稼げる地域・稼げる産業の実現】
○地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化
○全国の観光地・観光産業における観光DXの推進 等

【人材不足対応】
○宿泊業の魅力発信イベントの実施
○人材活用の高度化に向けた設備投資支援 等



マナー啓発、パークアンドライド



宿泊施設の高付加価値化

2. 地方を中心としたインバウンド誘客

【地方誘客・消費額増加】
○地域周遊・長期滞在の促進を目的とした
滞在コンテンツの充実・旅行商品流通等の
取組促進 等

【プロモーション・国際交流促進】
○万博を契機とした戦略的な訪日プロモーション
○海外教育旅行等の若者の国際交流促進 等



ウェブサイト・SNS等による情報発信

3. 国内交流拡大

【新たな交流市場の開拓】
○観光地・観光産業におけるユニバーサルツーリズムの創出
○反復継続した来訪を創出する「第2のふるさとづくり」 等



ユニバーサルツーリズムのモデルツアー

旅客税財源（概算要求額470億円（前年度予算額440億円））

国際観光旅客税を活用したより高次元な観光施策の展開

（以下は令和6年度事業の例示）

1. ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備

○最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現等
○ICT等を活用した多言語対応、AIチャットボットの導入等 等



入管・税関手続における共同キオスクの導入



保安検査におけるスマートレーンの導入促進

2. 我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化

○戦略的な訪日プロモーションの実施
○MICE誘致のためのコンベンションビューロー機能高度化支援



SNS等を活用したきめ細やかなプロモーション



海外MICE見本市における日本ブース

3. 地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上

○新たなインバウンド層の誘致のためのコンテンツ強化等
○文化財や国立公園等を活用したインバウンドのための環境整備 等



文化資源の活用



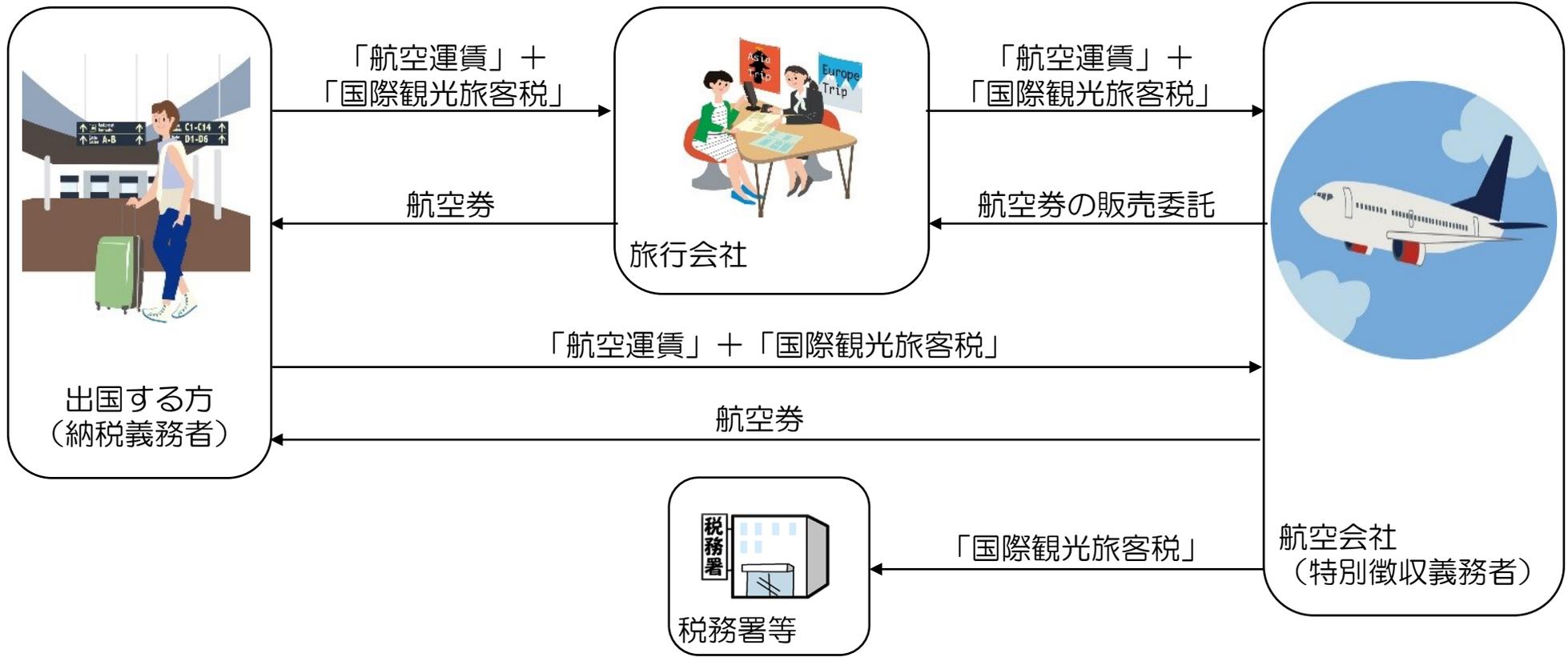
国立公園の環境整備

※令和6年度税制改正（外国人旅行者向け免税制度の見直し）を踏まえた補助事業も要望

国際観光旅客税の概要

- 税率 : 日本からの**出国1回**につき**1,000円**（2歳未満の乳児又は幼児等は課税されない）
- 納付方法 : 原則として、船舶会社又は航空会社（特別徴収義務者）が、チケット代金に上乗せする等の方法で、日本から出国する方（納税義務者）から「国際観光旅客税」を徴収し、国に納付。
- 使途 : ①**ストレスフリーで快適に旅行**できる環境の整備、②**日本の多様な魅力に関する情報**の入手の容易化、③**地域固有の文化、自然**等を活用した観光資源の整備等 の3つの分野に活用。
- 適用時期 : 平成31年1月7日（月）以後の出国に適用
（平成31年1月7日より前に発券された航空券により、平成31年1月7日以後に出国される方」等は除く）

～ 航空機を利用する場合のイメージ図 ～



(1) 持続可能な観光地域づくり

持続可能な観光地域づくり

- 地域が、観光地としての**自らの価値を磨きながら成長**を続け、次世代に受け継がれていくためには、**環境、文化、社会・経済面の持続可能性が必要**。
- 観光地・観光産業が、**収益性の向上を通じて必要な投資・人材育成を進め、持続可能なあり方で発展していくことが重要**。
- 観光庁においては、国連世界観光機関（UN Tourism）とともに策定した「**日本版持続可能な観光ガイドライン**」に基づき、**持続可能な観光地域づくりに取り組む地域を全国100地域**とすべく、自治体やDMO等に対し支援を実施。

【地域における取組例】

岩手県釜石市（株式会社かまいしDMC）

- **地元大学と連携して海洋保全**について考えるSDG s 学びプログラムを企画・実施。
- また、体験プログラムを含む**企業研修や企業版ワークショップの受入れ**を進めることで、地元事業者の**収入拡大や関係人口の創出**に貢献。



「海洋保全を考えるSDG s 学びプログラム」



企業版ワークショップ

愛媛県大洲市（一般社団法人キタ・マネジメント）

- 観光客と**住民や事業者との交流**や、再生した**歴史的建造物**やまちなみの見学を行う**ガイド付きツアー**を造成。
- また、**ツアー体験料金の5%**をまちの保全活動等を行う地域団体や観光事業者に**寄付**するとともに、余剰利益をガイドの**人材育成に充当**するなど、地域における**好循環**を創出。



ガイド付きツアー「OZU STORIES大洲城下町再生の物語」



持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数(第4次基本計画目標)

- 第4次観光立国推進基本計画において、「日本版持続可能な観光ガイドライン」に沿って取り組む地域数を指標とする目標を設定。
- 地方自治体やDMO等に対し、**地域における持続可能な観光の推進に係る取組への支援**を実施。

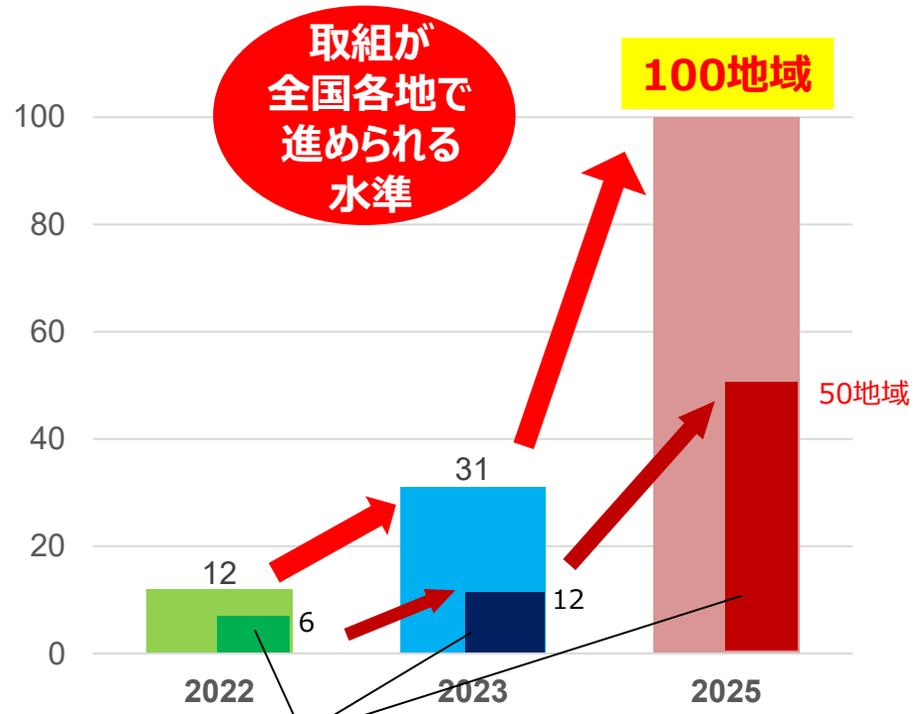
2025年目標 100地域 (うち国際認証・表彰地域 50)

「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)

- 地方自治体やDMO等が、**持続可能な観光地マネジメント**を行うための観光指標 (2020年観光庁)
 - ・「持続可能な観光」の**国際基準に準拠**しつつ、日本の特性を反映したもの
 - ・指標項目の中では、住民意識、旅行者満足度、人材育成、ICT活用といった要素もカバー
- JSTS-Dに沿って持続可能な観光地域づくりに**取り組む地域は、ロゴマークを取得**できる
 - (取得要件)
 - ・JSTS-Dに基づく観光計画
 - ・職員のトレーニング
 - ・観光庁への申請・承諾



持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 (JSTS-Dロゴマーク取得地域数)



うち、国際的な認証・表彰(*)を受けた地域
 (*) Green Destinations (GD)、UN Tourism Best Tourism Villages (BTV) 18

観光地域づくり法人(DMO)の形成・確立

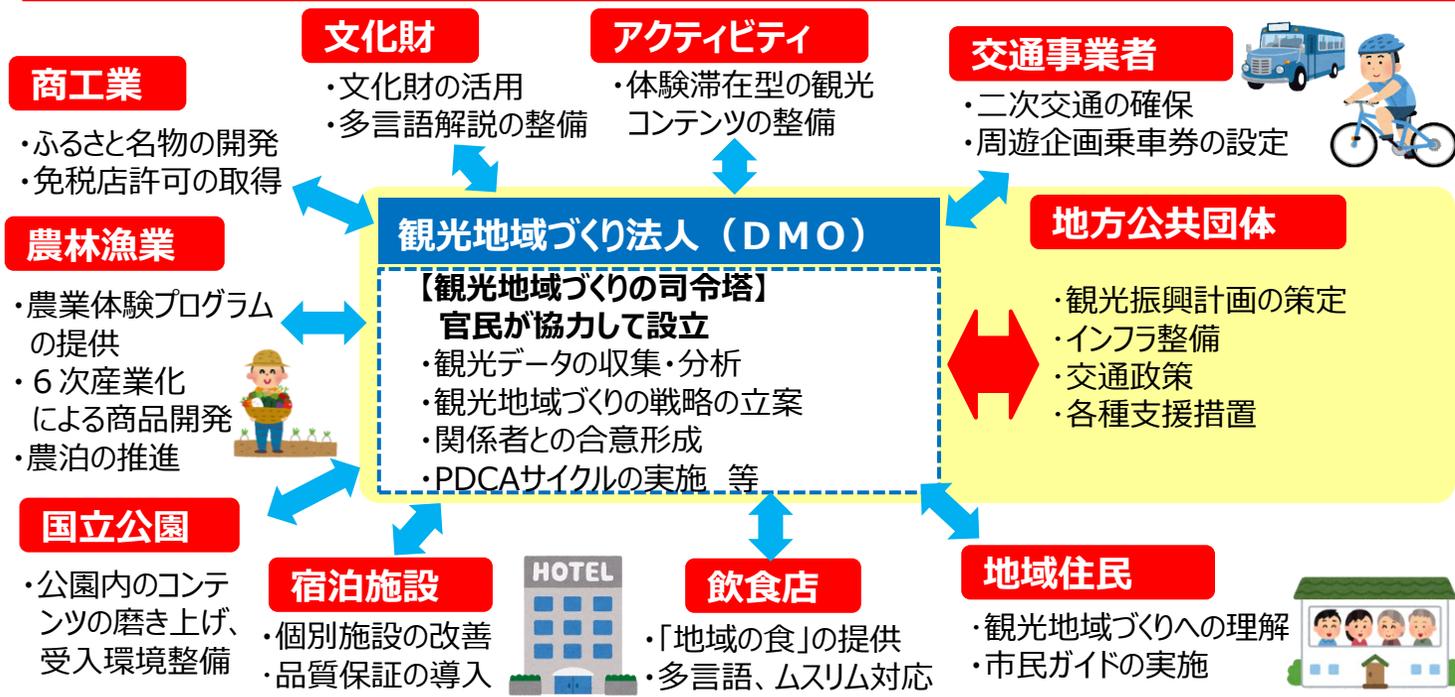
観光地域づくり法人(DMO)

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりの司令塔となる法人

DMO : Destination Management / Marketing Organization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



ターゲティング等の戦略策定

観光コンテンツの造成

受入環境の整備

地方誘客・旅行消費拡大

地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

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

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

① 地域計画の作成支援

※ 自治体・DMO等の地域を代表する団体等が作成

観光地の再生・高付加価値化プラン（地域計画）の作成に向け、

○再生・高付加価値化のコンセプトづくり、○地域の合意形成、○個別施設の改修等の事業の内容の磨き上げ、○資金調達などの点について、**地域の取組を国が支援**（専門家派遣等、伴走支援の実施）

② 地域計画に基づく主な事業支援

宿泊施設の高付加価値化改修

観光地の面的再生に資する
宿泊施設の改修支援

補助上限1億円（補助率原則1/2（※））
※投資余力の乏しい事業者について、一定の条件を満たしたものについては補助率2/3



廃屋撤去

観光地の景観改善等に
資する廃屋の撤去支援

補助上限1億円（補助率1/2）



観光施設の改修等

・観光地の面的再生に資する
土産物店や飲食店等の改修支援
補助上限最大2000万円（※）
（補助率1/2）



※面的DX化に参加する場合、
それ以外は補助上限1000万円

・公的施設への観光目的での改修支援
補助上限2000万円（補助率1/2）

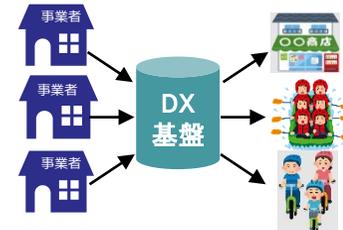
面的DX化

観光地の面的再生に資する
面的DX化支援

補助上限最大5000万円（※）
（補助率1/2）

※面的DX化の効果等が特に大きい場合、
それ以外は補助上限2000万円

（事業例）
地域一体となった
キャッシュレス化
観光地の情報の一元管理等



オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ(概要版)

- 国内外の**観光需要が急速に回復**する一方、**観光客が集中する一部の地域や時間帯等によっては、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や、旅行者の満足度の低下への懸念も生じている状況。**
- **地方部への誘客をより一層強力に推進**するとともに、**観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を両立しつつ、持続可能な観光地域づくりを実現**するため、**地域自身があるべき姿を描いて、地域の実情に応じた具体策を講じる**ことが有効であり、**国として**こうした取組に対し**総合的な支援**を行う。

1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応

■ 受入環境の整備・増強

- ・「タクシー不足に対応する緊急措置」
- ・交通手段や観光インフラの充実
- ・宿泊業の採用活動やDX化推進



京都駅～金閣寺間の乗合タクシー

■ 需要の適切な管理

- ・人気観光地の入域管理や混雑運賃の設定
- ・パークアンドライド駐車場の整備や代替

■ 需要の分散化・平準化

- ・混雑の可視化や空いている観光ルートの提案
- ・高速道路料金割引の見直し



捨てるな
Do not throw
rubbish

ピクトグラムの例

■ マナー違反行為の防止・抑制

- ・統一ピクトグラムの策定、周知
- ・看板・デジタルサイネージの設置

等

2. 地方部への誘客の推進

■ 11モデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくり

地域のコアバリューを磨き上げ、それを体感できるコンテンツや宿泊施設の充実等により滞在価値を向上させる、高付加価値な観光地づくりを促進



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



合掌造りを特別貸切



夜間を含む特別鑑賞

写真:森川昇

写真:松岡満男

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

等

3. 地域住民と協働した観光振興

■ 地域の実情に応じた1. 及び2. に掲げる対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施

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

等



地域の協議の様子 21

(2) 地方を中心としたインバウンド誘客

訪日プロモーション事業の概要

訪日プロモーション事業の概要

- ・国土交通省所管の独立行政法人国際観光振興機構（日本政府観光局/JNTO）を中心として、訪日プロモーション事業を展開。
- ・海外26事務所のネットワークを活かしつつ、Web広告を通じた情報発信、海外メディア招請、旅行博への出展等を実施。

重点・準重点市場

以下の市場を重点・準重点市場に定め、重点的に訪日プロモーション事業を実施。

○重点市場（23市場）

韓国・中国・台湾・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・フィリピン・ベトナム・インド・豪州・米国・カナダ・英国・フランス・ドイツ・イタリア・ロシア・スペイン・北欧地域・メキシコ・中東地域

○準重点市場（4市場）

ニュージーランド・オランダ・スイス・ブラジル

現地消費者向け事業

○海外広告宣伝



WEB、SNS、新聞、旅行雑誌、映像等を通じ、現地消費者向けに訪日観光の魅力を発信

○海外メディア招請



現地メディアを日本の観光地へ招請し、帰国後、外国人目線による記事掲載、番組放映等により訪日観光の魅力を発信

○旅行博出展・イベント開催 〈現地消費者向け〉



海外旅行に関心を持つ現地消費者へ訪日観光の魅力を旅行博等でPR、併せて訪日旅行商品の即売を支援

現地旅行会社向け事業

○海外旅行会社招請 〈現地旅行会社向け〉



現地旅行会社等が一堂に集まる旅行博への出展、商談会等の開催

○海外旅行会社招請



現地旅行会社を日本の観光地へ招請し、新たな訪日旅行商品の造成を働きかけ

○共同広告



日本政府観光局の訪日観光PRと旅行会社の訪日旅行商品広告を共同で実施し、販売を促進

○ 高付加価値旅行者※の地方誘客強化のため、14モデル地域において、高付加価値旅行者のための観光地づくり事業を加速化。
 ※着地消費 100 万円以上/人の訪日外国人旅行者

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

コアバリュー

高付加価値旅行者にも訴求できる魅力的なコンテンツの造成

宿泊

高付加価値旅行者のニーズに対応する宿泊施設の高付加価値化

人材

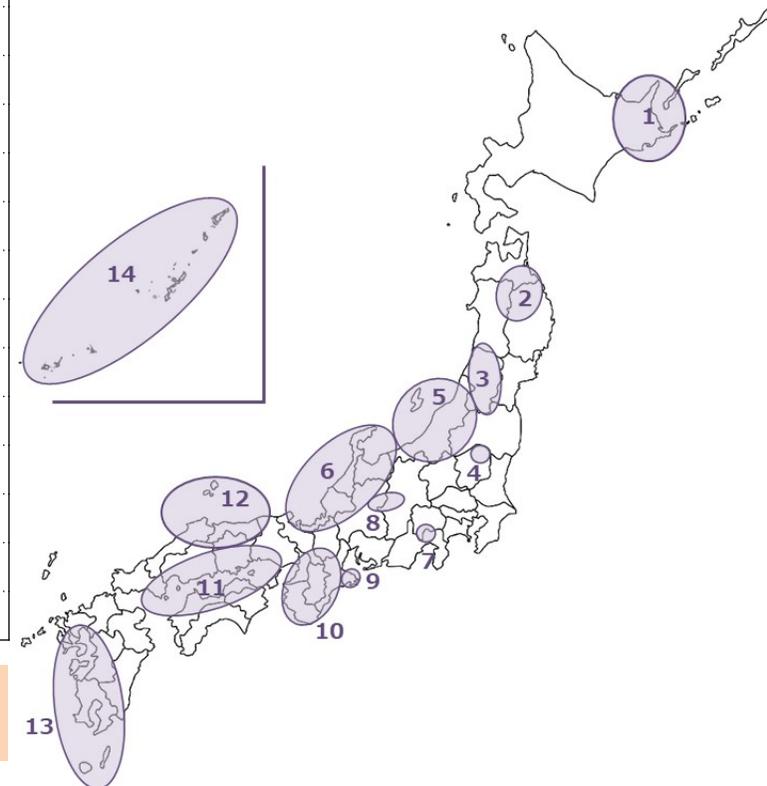
地方への送客・ガイド・ホスピタリティ人材の育成

移動

高付加価値旅行者のニーズを踏まえた移動のシームレス化

モデル観光地

1	東北海道
2	八幡平及び周辺地域
3	山形
4	那須及び周辺地域
5	佐渡・新潟
6	北陸
7	富士山麓
8	松本・高山
9	伊勢志摩及び周辺地域
10	紀伊山地及び周辺地域
11	せとうち
12	鳥取・島根
13	鹿児島・阿蘇・雲仙
14	沖縄・奄美



旅程の造成・検証・磨き上げによる
 モデル地域の質向上の加速化



成果・ノウハウを他地域へも伝播

特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業

全国各地の魅力を世界中に発信し、訪日誘客を促進するため、我が国が誇る観光資源（自然、文化、食、スポーツ等）を、早朝夜間や未公開・非混雑エリア等の十全な活用と組み合わせ、特別な体験として提供。

我が国文化の最大限の活用



非公開の日本家屋「応挙館」で
期間限定茶館
(東京国立博物館)



本殿、高舞台、社殿
の夜間特別拝観
(世界遺産厳島神社)

自然の魅力を活かした今までにない体験



一般公開されていなかった
エリアの特別ツアー
(知床国立公園)



普段立ち入ることのできない
エリアの特別ツアー
(やんばる国立公園)

特別な空間でのプレミアムな食提供



夜間特別公開の天守を眺め
プレミアムディナー
(国宝松本城)



地元食材を使用した
期間限特別ディナー
(廃学校をレストランとして活用)

世界的なイベント等との融合



国際的なラリー大会実施後のコースを実際に歩く
ピットウォークの初開催
(Rally Japan)

※個々の取組は、観光再始動事業のイメージ

地方部での滞在促進のための地域周遊観光促進事業

事業目的・背景・課題

- 観光立国推進基本計画（R5.3閣議決定）では、訪日外国人旅行者一人当たりの地方部における宿泊数を、令和7年までに2泊とすることを目標としている。（令和元年1.4泊）
- その達成に向けて、地方部での滞在時間や宿泊数の増加に資する取組をより一層推進していく必要があることから、2025年大阪・関西万博の開催も見据え、持続可能なあり方で旅行者の地域周遊・長期滞在を促進するため、観光地域づくり法人（DMO）が中心となり、地域が一体となって行う取組に対して、総合的な支援を行う。

事業内容

○旅行者の地域周遊・長期滞在の促進を目的とした次の取組を支援。

- ①調査・戦略策定
- ②滞在コンテンツの充実
- ③受入環境整備
- ④旅行商品流通環境整備
- ⑤情報発信・プロモーション

事業イメージ



<p>①調査・戦略策定</p> <p>データに基づき、旅行者に対し訴求力のある取組を実施するための調査・戦略策定を支援。</p>  <p>マーケティング調査</p>	<p>②滞在コンテンツの充実</p> <p>地域独自の観光資源を活用した滞在コンテンツの造成を支援。</p>  <p>滞在コンテンツの造成</p>	<p>③受入環境整備</p> <p>二次交通情報の検索システムや観光地の案内アプリの整備等を支援。</p>  <p>観光地の案内アプリの整備</p>	<p>④旅行商品流通環境整備</p> <p>旅行商品の国内外OTA※への掲載、旅行会社との商談会などを支援。</p>  <p>商談会への参加</p>	<p>⑤情報発信・プロモーション</p> <p>WEB・SNSを活用したエリア内のコンテンツの魅力等に関する効果的な情報発信を支援。</p>  <p>SNSを活用した魅力発信</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

事業スキーム

※OTA：Online Travel Agentの略で、インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

- ・事業形態：直接補助事業（補助率 ①：定額（上限1,000万円） ②～⑤：事業費の1/2等）
- ・補助対象：登録DMOが定めた事業計画に位置づけられた事業の実施主体（登録DMO、地方公共団体）
但し、①及び⑤は広域連携DMOが実施主体となることを基本とする。
- ・事業期間：平成30年度～

事例紹介(地方部での滞在促進のための地域周遊観光促進事業)

滞在コンテンツの充実・旅行商品流通環境整備

事業計画策定者：一般社団法人四国ツーリズム創造機構
実施主体：公益社団法人香川県観光協会

■タイ市場向け徳島・香川2県周遊旅行商品造成事業（令和5年度実施）

○訪日意欲が高く、リピーターも多いタイ市場における高所得者層を誘致するため、自然に加え、その地域に根付いた田舎体験や文化体験など、国内外で高く評価されている豊富な観光資源をブラッシュアップし、徳島・香川の2県を中心に周遊する旅行商品を造成した。

○造成した旅行商品についてはタイの海外旅行会社を通じて販売し、売上金額が目標値を大幅に上回る結果となった。

【造成したツアーの例】

4日目



金刀比羅宮(香川県)



うどん作り体験(香川県)



美観地区(岡山県)

3日目



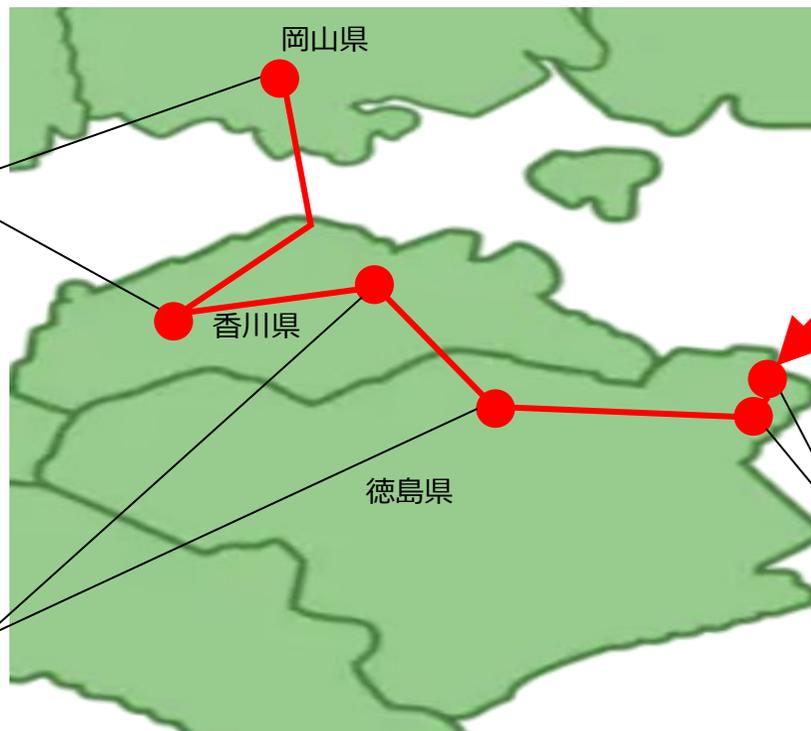
うだつの町並み(徳島県)



栗林公園(香川県)



藍染め体験(徳島県)



1日目

関西国際空港

2日目



大塚美術館



阿波おどりミュージアム



渦の道

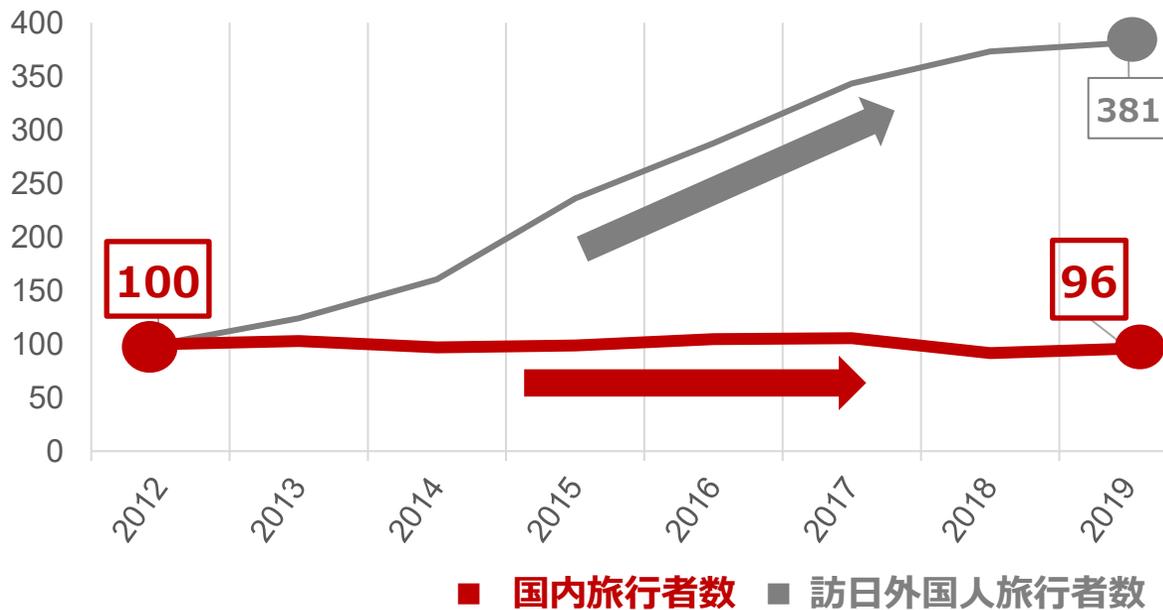
(3) 国内交流拡大

国内旅行市場を取り巻く環境

- 我が国の国内旅行市場は、拡大傾向にある訪日旅行需要に比べ、**横ばい傾向が長らく継続**。
- 国内宿泊旅行の需要を目的別にみると、「**観光・レクリエーション**」は**6割**に過ぎず、「**出張・業務**」「**帰省・知人訪問**」が**残りの4割**を占める。国内旅行市場を需要拡大に転じさせるためには、「**観光・レクリエーション**」目的以外の**需要も含め、新たな交流市場の創出に取り組む必要**。

<2012年～2019年> 2012年を起点とした場合の旅行需要の変動

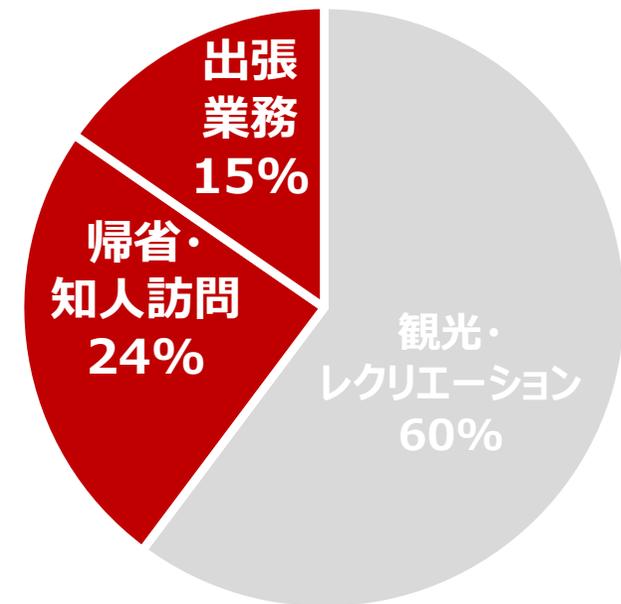
訪日旅行の拡大傾向に対して、国内旅行は横ばい傾向



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2022年）JNTO「年別 訪日外客数, 出国日本人数の推移」（2022年）

<国内宿泊旅行> 『旅行目的』の内訳（2023年）

『帰省・知人訪問』『出張・業務』
による旅行需要は少ない



令和6年度ワーケーション普及・定着の促進事業概要

1 ワーケーションの更なる普及・定着に向けて新たなモデルの構築

○ モデル実証事業（上限1000万円/8件程度）

✓ 令和6年度の事業については、これまでの取組から見えてきた課題と近年急速に増加している国際的なリモートワーカーへの対応として、「子育て世代も参加可能なワーケーション」※1と「新たな働き方に対応したワーケーション」※2の2つのモデル実証を行う。

※1 以後、親子ワーケーションと呼ぶ。 ※2 以後、ノマドワーケーションと呼ぶ

親子ワーケーション ▶ 平日の旅行需要の喚起や企業ニーズが高い子どもと共に参加可能な**業務型のモデルを構築**。

ノマドワーケーション ▶ 国際的なリモートワーカー受入れに向けて環境及び体制整備に関する**長期滞在型モデルを構築**。

○ 国際的なリモートワーカー（デジタルノマド）の誘客に向けた基礎調査

✓ デジタルノマド市場の状況に加え、デジタルノマドに訴求するコンテンツ・販売経路、デジタルノマドの受入れに必要な体制の構築や滞在環境の整備等について、海外の先進事例における最新の取組を整理。

2 ワーケーション商品の販売促進

○ 優良モデル商談会の開催

✓ 令和5年度のモデル実証事業で造成したワーケーションプログラムを中心に更に磨き上げ、ワーケーション実施を検討する企業や団体を対象に商談会を実施し、商品の販売機会を創出する。 [実施回数：2回程度]

○ WEBサイトを活用した商品プロモーション

✓ 観光庁WEBサイト(ワーケーション&ブレッジャー)を活用し、地域が提供するワーケーションプログラム等を掲載し、企業への情報提供及び商品の販売を促進する。

3 ワーケーションの実践者と取組地域の拡大

○ 各種団体と連携した情報発信の強化

✓ 官民推進協議会等と連携した情報発信により、企業にワーケーション導入の目的や効果を訴求することで、制度導入及び実践企業の拡大を図ると共に社会全体の機運醸成を高める。

○ 調査結果を基にした戦略的な情報発信

✓ 過年度の調査結果より経営者層や総務・人事担当者、従業員のワーケーションの実施効果や制度導入に向けた課題を抽出し、ターゲット別に訴求する情報、発信するメディアや手法・時期等について整理。

第2のふるさとづくりプロジェクト

『第2のふるさとづくりプロジェクト』とは？

- 『観光レジャー』目的の旅行の伸び悩み、**出張・知人訪問に余地**。
- 感染症拡大、リモートワーク等の進展、田舎にあこがれを持つ若者の増加などにより、**他者とのリアルな繋がりを求める動き**。
- 地域資源に触れ、**地域との関係性や参画が段階的に深まり、地域の関係人口化**することで、自発的な来訪の高頻度化や滞在の長期化等に期待。

地域との繋がりに着目した新たな旅のスタイルへの可能性

これまでの旅とは異なる「何度も地域に通う旅、帰る旅」
『第2のふるさとづくり』

これまでの旅とは異なる新たな旅のスタイル

- 観光スポットを巡る
- 非日常の体験
- 「地域のお客様」



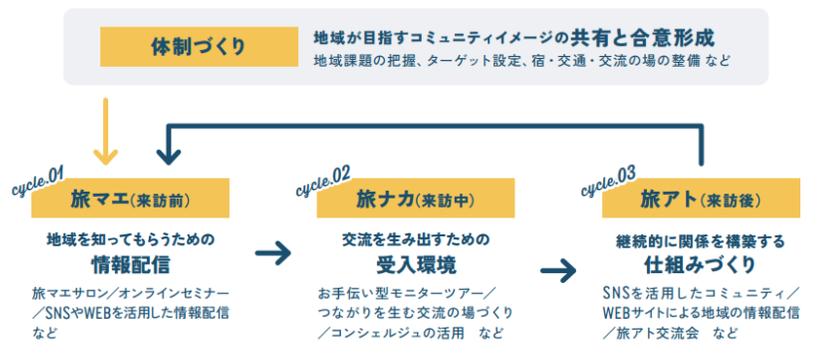
観光客が関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層に緩やかに移行するプロセス（仮説）

	根源的共同性	場の共同性	自覚された共同性	目的を持った共同性
生存／安全	観光			
愛／帰属		ロイヤルカスタマー		
承認			関係人口	
自己表現				二拠点・多地域居住人口

来訪の高頻度化・長期化
地域での個人消費額増

第2のふるさとづくりモデル実証事業（令和4年～）

再来訪を生み出すための循環型サイクル



- 旅マエ・旅ナカ・旅アトの3つの観点で、切れ目のない循環型サイクルを組成。
- これまで計36地域で実施。令和6年は12地域でモデル実証を実施。