令和3年版

観 光 白 書

完全版

目次

第Ⅰ部　観光の動向 1
第１章　世界の観光の動向..... 1
第１節　世界の経済の概況..... 1
第２節　2019 年（令和元年）の世界の観光の状況 1
第３節　2020 年（令和２年）の世界の観光の状況 7
第２章　日本の観光の動向..... 9
第１節　訪日旅行の状況..... 9
コラムⅠ－１　新型コロナウイルス感染症を踏まえた MICE 開催
～ハイブリッド型国際会議の勃興～..... 15
第２節　日本人の海外旅行の状況..... 17
第３節　国内旅行の状況..... 18
第４節　東日本大震災からの復興の状況..... 22
コラムⅠ－２　「東北観光復興対策交付金」を活用した観光復興..... 24
コラムⅠ－３　令和２年７月豪雨について..... 25
第５節　地域における観光の状況..... 27

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..... 32
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..... 32
第１節　新型コロナウイルス感染症による影響と対策..... 32
コラムⅡ－１　雇用調整助成金（教育訓練）の活用..... 37
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. 38
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..... 42
コラムⅡ－４　PCR 検査を取り入れた旅の新たな展開 43
コラムⅡ－５　地域における旅行振興策..... 46
コラムⅡ－６　海外の主な需要喚起策..... 50
コラムⅡ－７　モバイルデータを活用した観光動向分析..... 53
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..... 54
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..... 68
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..... 69
コラムⅡ－９　2019 年（令和元年）の訪日ビジネス客の動向 71
第２章　観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組..... 74
第１節　我が国の観光の特性と課題..... 74
第２節　観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組..... 79
コラムⅡ-10　長崎市・出島におけるナイトタイムコンテンツの造成..... 89
コラムⅡ-11　スポーツツーリズム..... 90
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..... 93
コラムⅡ-13　宿泊施設と農家の連携..... 94
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..... 97
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..... 98
コラムⅡ-16　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.. 101
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..... 105

第Ⅲ部　令和２年度に講じた施策..... 107
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..... 107
第１節　観光関連産業の雇用の維持と事業の継続..... 107
第２節　反転攻勢に転じるための基盤の整備..... 108

第３節　インバウンドの回復..... 109
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..... 111
第１節　外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備..... 111
第２節　地域の新しい観光コンテンツの開発..... 129
第３節　日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の
適切な役割分担と連携強化..... 148
第４節　観光インフラの整備..... 160
第５節　更なる観光振興を図るための主要施策..... 167

第Ⅳ部　令和３年度に講じようとする施策..... 172
第１章　新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活..... 172
第２章　観光立国の実現に向けた観光施策..... 174
第１節　外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備..... 174
第２節　地域の新しい観光コンテンツの開発..... 189
第３節　日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の
適切な役割分担と連携強化..... 205
第４節　観光インフラの整備..... 215
第５節　更なる観光振興を図るための主要施策..... 221

（参考）本白書における地方ブロックの区分は基本的に以下のとおり。

北海道	北海道
東北	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県
北陸信越	新潟県、富山県、石川県、長野県
中部	福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近畿	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
沖縄	沖縄県

第Ⅰ部　観光の動向

第１章　世界の観光の動向

第１節　世界の経済の概況

2020 年（令和２年）の世界経済は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響と、感染拡大を防止するために経済活動を人為的に抑制したことから、大幅に悪化した。

IMF[1]（国際通貨基金）によると、世界全体の実質経済成長率は-3.3%と、世界金融危機の影響を受けた 2009 年（平成 21 年）以来のマイナス成長となった。（図表Ⅰ－１）。

図表Ⅰ-１　主要国・地域の実質経済成長率の推移

（単位:%）

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
世界全体	-0.1	5.4	4.3	3.5	3.5	3.6	3.5	3.3	3.8	3.6	2.8	-3.3
日本	-5.7	4.1	0.0	1.4	2.0	0.3	1.6	0.8	1.7	0.6	0.3	-4.8
米国	-2.5	2.6	1.6	2.2	1.8	2.5	3.1	1.7	2.3	3.0	2.2	-3.5
EU(欧州連合)	-4.2	2.1	1.9	-0.7	0.0	1.7	2.5	2.1	3.0	2.3	1.7	-6.1
中国	9.3	10.8	9.5	7.9	7.8	7.4	7.0	6.9	6.9	6.7	5.8	2.3
ASEAN(5カ国)	2.5	6.9	4.8	6.2	5.0	4.7	5.0	5.1	5.5	5.3	4.8	-3.4
中南米カリブ海諸国	-2.0	6.1	4.6	2.9	2.9	1.3	0.4	-0.6	1.3	1.2	0.2	-7.0
中東・中央アジア	1.2	4.9	4.6	5.1	3.1	3.3	2.8	4.7	2.5	2.0	1.4	-2.9
サハラ以南アフリカ	3.8	7.0	5.1	4.8	5.1	5.1	3.2	1.5	3.1	3.2	3.2	-1.9

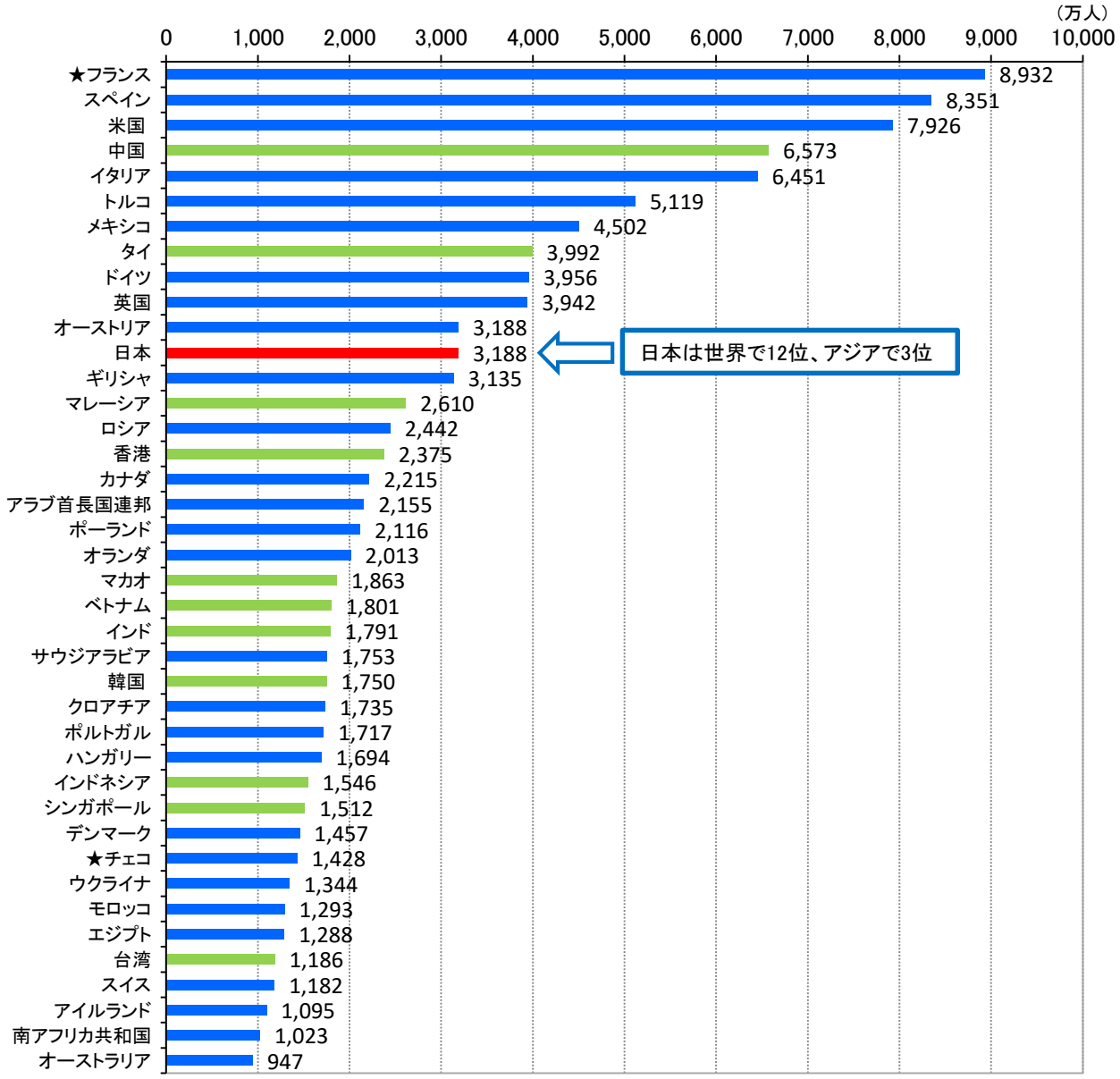
資料：IMF「World Economic Outlook Database, April 2021」に基づき観光庁作成

第２節　2019 年（令和元年）の世界の観光の状況

UNWTO[2]（国連世界観光機関）によると、新型コロナウイルス感染症拡大前の 2019 年（令和元年）の外国人旅行者受入数は、日本は 3,188 万人で 12 位（アジアで３位）となった。（図表Ⅰ－２）。

[1] International Monetary Fund の略
[2] World Tourism Organization の略

図表Ⅰ-２　外国人旅行者受入数ランキング（2019 年（令和元年））



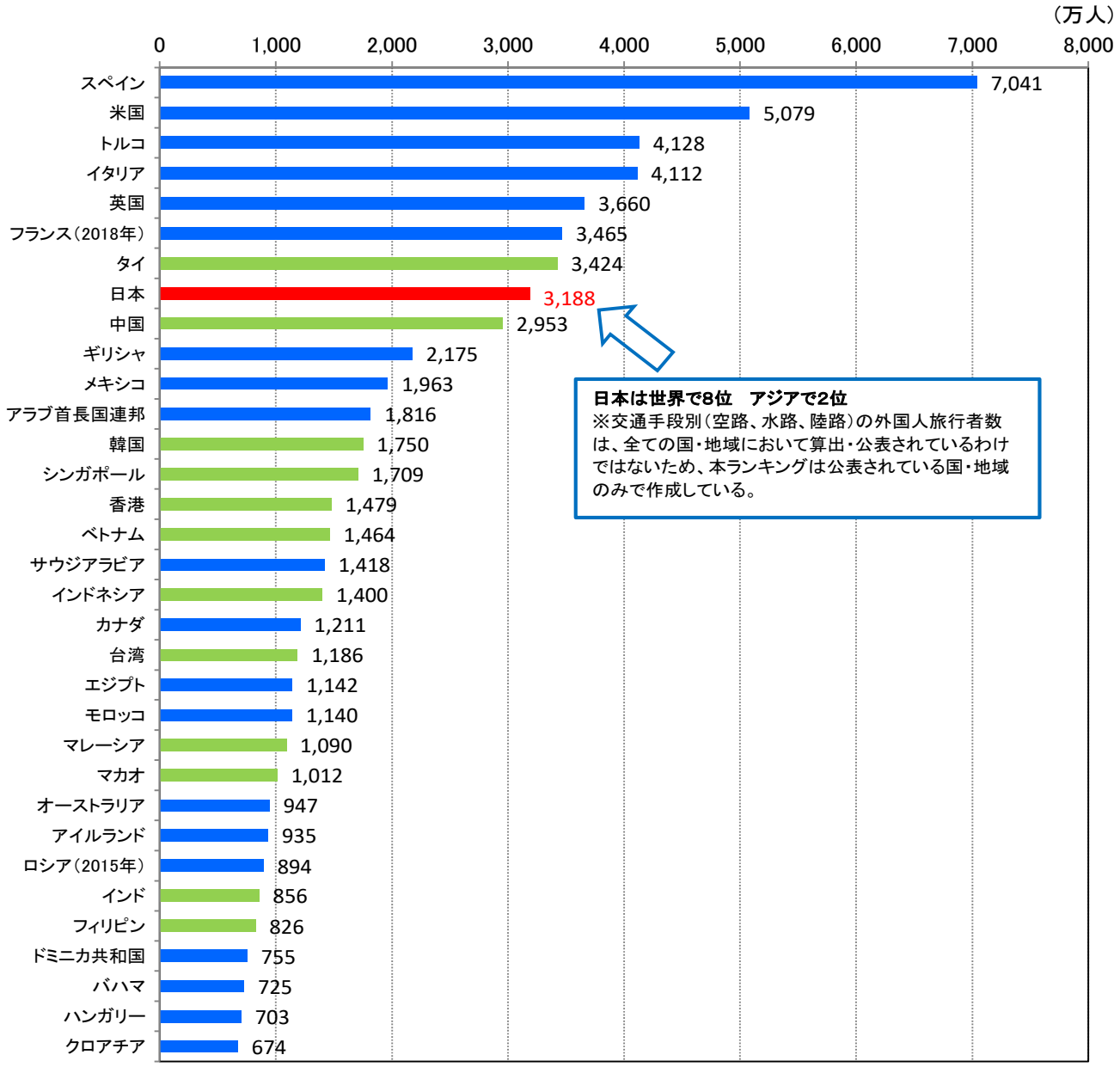
資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成
注１：外国人旅行者数は、国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを比較する際には注意を要する。（例：外国籍乗員数（クルー数）について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている。）
注２：本表の数値は 2021 年（令和３年）５月時点の暫定値である。
注３：★印を付した国は、2019 年（令和元年）の数値が未発表であるため、2018 年（平成 30 年）の数値を採用した。
注４：本表で採用した数値は、日本、ロシア、ベトナム、韓国、台湾、オーストラリアを除き、原則的に１泊以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。

日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる一方、欧州等多くの国は隣国と陸続きで鉄道、自動車等の陸路による入国も多いことから、我が国と同じ条件となるように空路又は水路による外国人旅行者受入数を比較したのが図表Ⅰ－３である。

2019 年（令和元年）は、スペインが 7,041 万人で１位、米国が 5,079 万人で２位、トルコが 4,128 万人で３位となり、日本は８位（アジアで２位）であった。

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

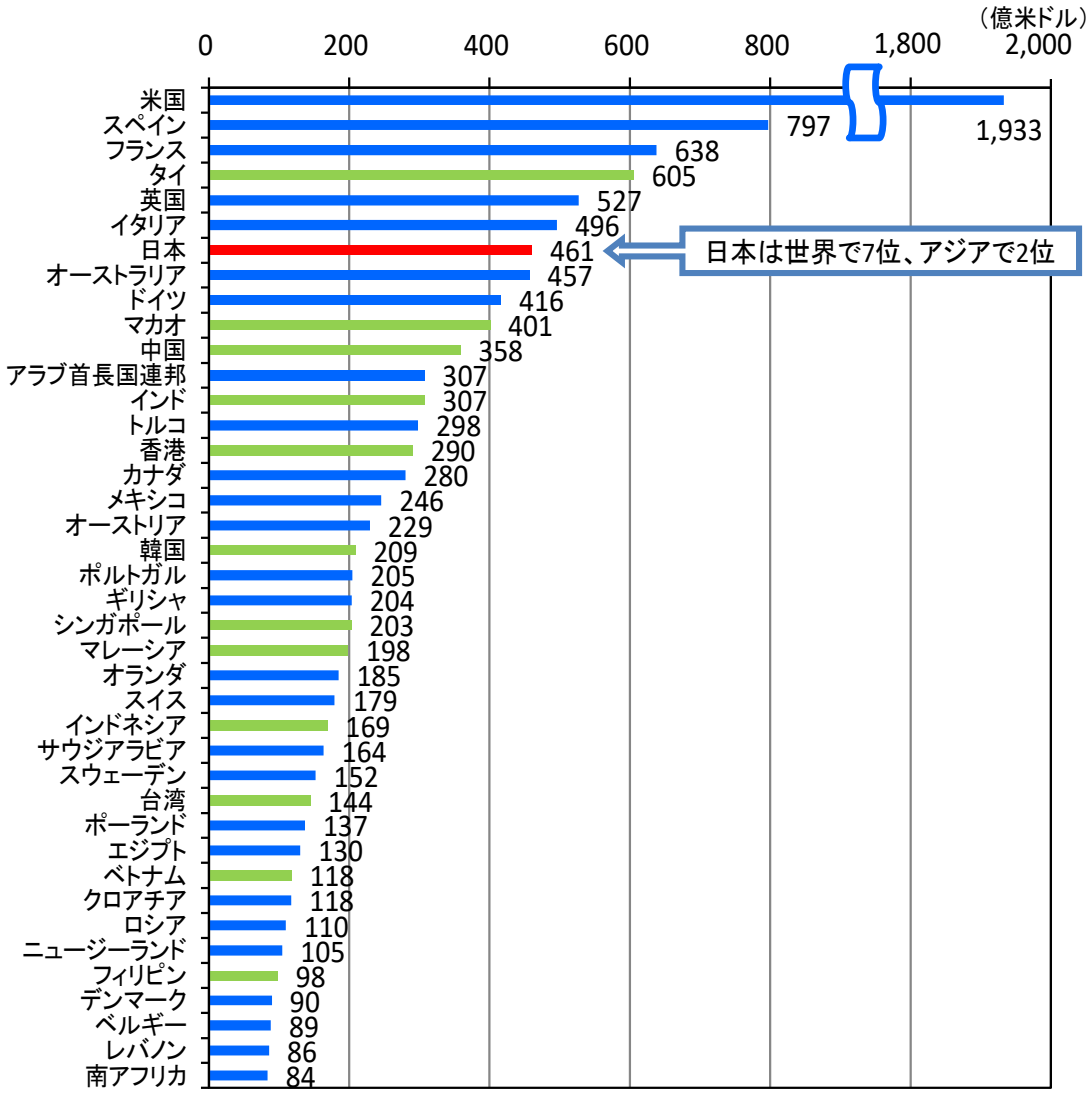
図表Ⅰ-３　空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング（2019 年（令和元年））



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。
注２：本表の数値は 2021 年（令和３年）５月時点の値である。
注３：本表で採用した数値は、日本、韓国、ベトナム、台湾、オーストラリア、ロシアを除き、原則的に１泊以上した外国人旅行者数である。
注４：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。
注５：2019 年（令和元年）の数値が未発表又は不明である国・地域については、統計発表のある直近年の数値を採用した。
注６：本表で採用した数値は、空路、水路、陸路の交通手段のうち、陸路（自動車等による入国）を除いた外国人旅行者数である。
注７：ドイツは交通手段別のデータが公表されているが、ドイツ国民も含むデータであるため、本表では除いた。
注８：オーストリア、オランダ、ポルトガル、チェコ、デンマーク、スイスは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。
注９：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。

2019 年（令和元年）の各国・地域の国際観光収入は、米国が 1,933 億ドルで１位となり、スペインが 797 億ドルで２位、フランスが 638 億ドルで３位となった。日本は 461 億ドルで７位（アジアで２位）となり、2018 年（平成 30 年）の９位（アジアで２位）から順位を上げた。（図表Ⅰ－４）。

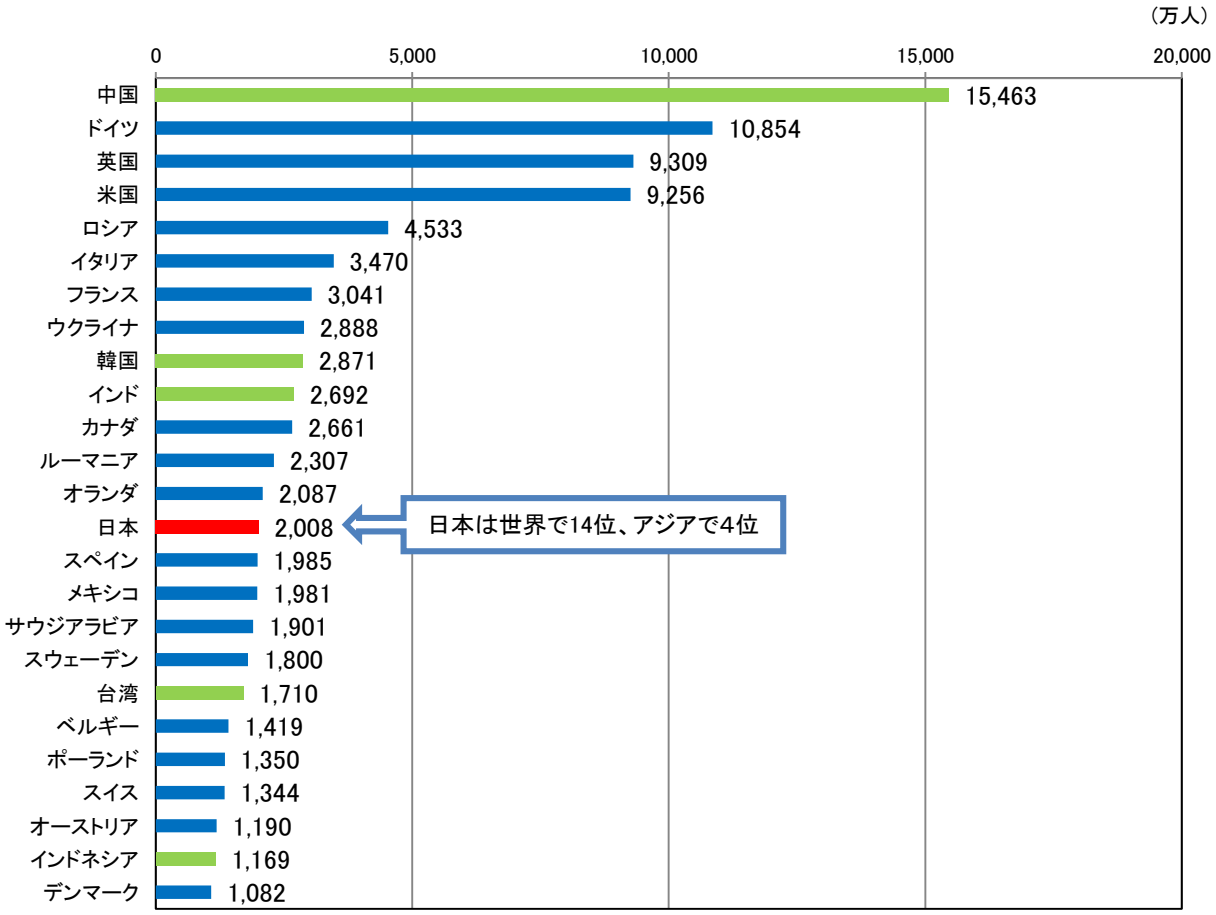
図表Ⅰ-４　国際観光収入ランキング（2019 年（令和元年））



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。

2019 年（令和元年）の海外旅行者数は、中国が１億 5,463 万人で１位となり、ドイツが１億 854 万人で２位、英国が 9,309 万人で３位となった。日本は 2,008 万人で 14 位（アジアで４位）と、2018 年（平成 30 年）の 18 位（アジアで４位）から順位を上げた。（図表Ｉ－５）。

図表Ｉ-５　海外旅行者数ランキング（2019 年（令和元年））



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。

2019 年（令和元年）の日本人海外旅行者の訪問先は、１位が米国、２位が韓国、３位が中国であった。（図表Ｉ－６）。

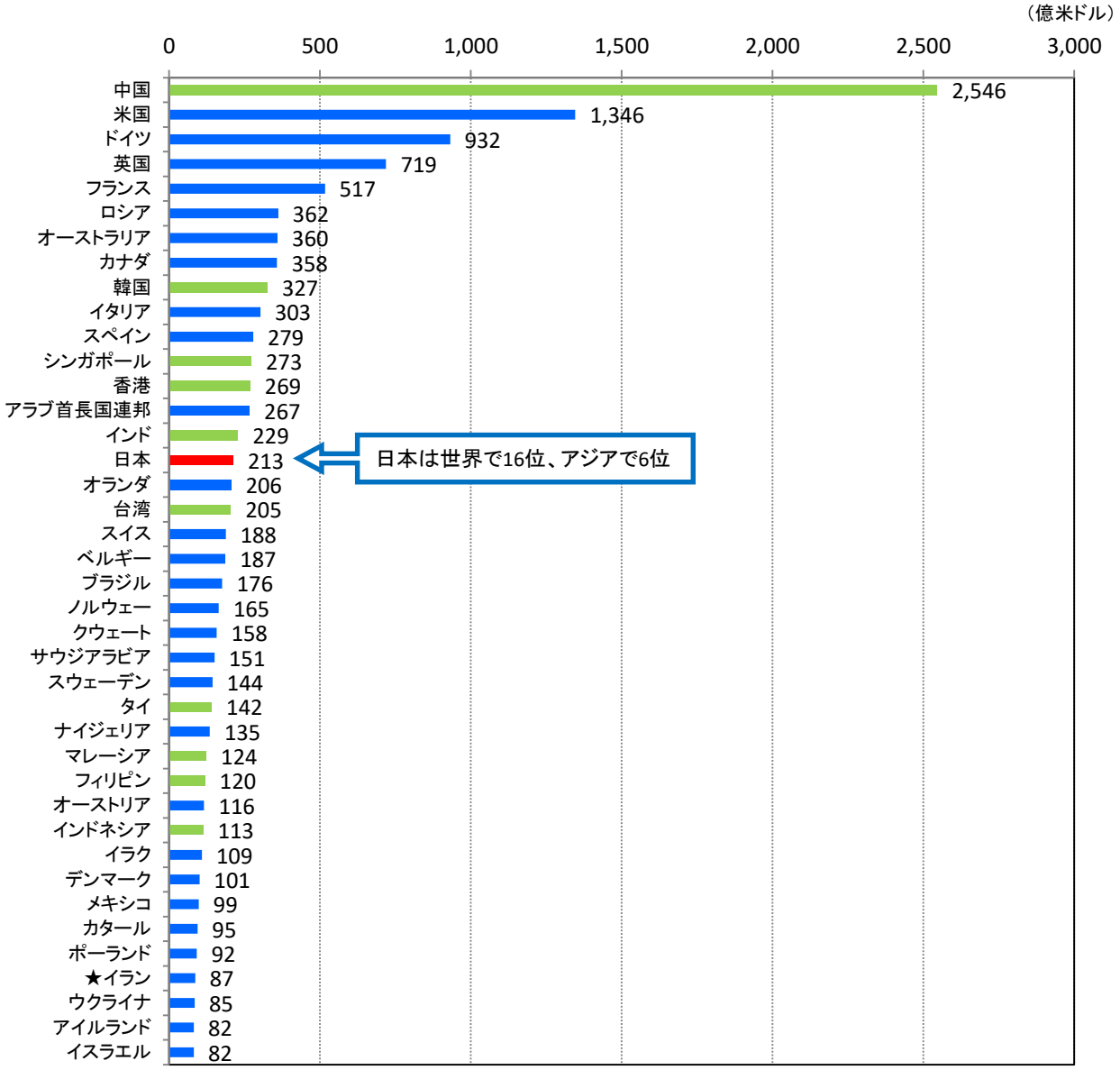
図表Ｉ-６　国・地域別　日本人訪問先（上位５箇国・地域）

順位	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年	
	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）
1	米国	3,792,997	米国	3,603,786	米国	3,595,607	米国	3,493,313	米国	3,752,980
2	中国	2,497,657	中国	2,587,440	中国	2,680,033	韓国	2,948,527	韓国	3,271,706
3	韓国	1,837,782	韓国	2,297,893	韓国	2,311,447	中国	2,689,662	中国(※)	2,689,662
4	台湾	1,627,229	台湾	1,895,702	台湾	1,898,854	台湾	1,969,151	台湾	2,167,952
5	タイ	1,381,702	タイ	1,439,510	タイ	1,544,442	タイ	1,655,996	タイ(※)	1,655,996

資料：日本政府観光局「2014 年～2019 年　各国・地域別　日本人訪問者数」に基づき観光庁作成
注１：米国の数値には、米国本国（全米 50 州とコロンビア特別区）への入国者の他、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島等の地域への入域者が含まれる。
注２：各国・地域の数値は、統計基準の変更、数値の非整合性などの理由により、そのつど、過去にさかのぼって変更されることがある。
本表の数値は、2021 年（令和３年）２月現在のものである。
注３：（※）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。

2019 年（令和元年）の各国・地域の国際観光支出は、中国が 2,546 億ドルで１位となり、米国が 1,346 億ドルで２位、ドイツが 932 億ドルで３位となった。日本は 213 億ドルで 16 位（アジアで６位）と、2018 年（平成 30 年）の 16 位（アジアで６位）から順位に変動はなかった。（図表Ｉ－７）。

図表Ｉ-７　国際観光支出ランキング（2019 年（令和元年））

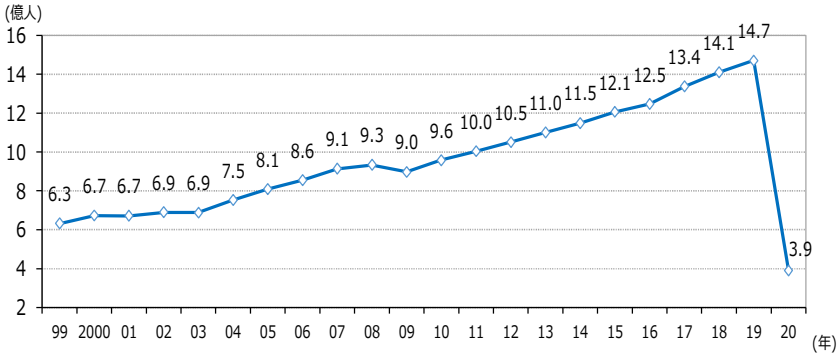


資料：UNWTO（国連世界観光機関）、各国政府観光局資料に基づき観光庁作成
注１：本表の数値は 2021 年（令和３年）５月時点の暫定値である。
注２：★印を付した国は、2019 年（令和元年）の数値が未発表であるため、2018 年（平成 30 年）の数値を採用した。
注３：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。
注４：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。
注５：国際観光支出は、数値が追って新たに発表されることや、さかのぼって更新されることがある。
　　また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。
　　そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

第３節　2020 年（令和２年）の世界の観光の状況

UNWTO（国連世界観光機関）の 2021 年（令和３年）３月の発表によると、2020 年（令和２年）の世界全体の国際観光客数は、前年より約 10 億 7,200 万人減（前年比 73.1%減）の３億 9,400 万人となった。2010 年（平成 22 年）以降、10 年連続で増加していた国際観光客数は、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、大きく減少した。（図表Ⅰ－８）。

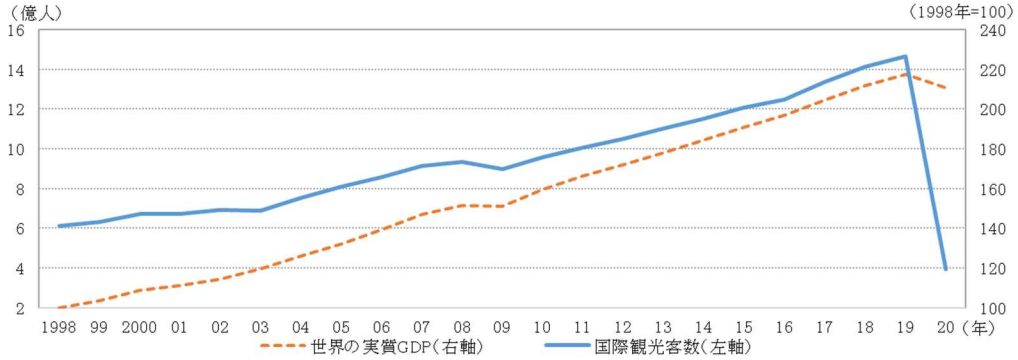
図表Ⅰ-８　国際観光客数の推移



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

これまで国際観光客数と世界の実質 GDP の間には強い相関がみられていたが、2020 年（令和２年）には、国際観光客数が世界の実質 GDP よりも大幅な減少をみせた。（図表Ⅰ－９）。

図表Ⅰ-９　国際観光客数と世界の実質 GDP の推移



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、IMF（国際通貨基金）資料に基づき観光庁作成
注１：世界の実質 GDP は、1998 年（平成 10 年）を 100 として指数化。

UNWTO（国連世界観光機関）によると、2020 年（令和２年）における国際旅行市場の損失は、2009 年（平成 21 年）の世界金融危機の際の損失の約 11 倍の規模の約 1.3 兆ドル（約 139 兆円）[3]にのぼったとされている。

また、WTTC[4]（世界旅行ツーリズム協議会）によると、2020 年（令和２年）には、旅行･観光業が世界の GDP に占めるシェアが 2019 年（令和元年）の約 10.4%から約 5.5%へと半減し、世界の観光関連産業従事者数については、2019 年（令和元年）の約３億 3,400 万人から、2020 年（令和２年）には約２億 7,200 万人へと、6,200 万人近く（約 18.5%減）の雇用が減少したとされている。

国際観光客数を地域別にみると、欧州を訪れた国際観光客数は約２億 3,180 万人（前年比 68.9%減）、アジア太平洋を訪れた国際観光客数は約 5,710 万人（前年比 84.2%減）、米州を訪れた国際観光客数は約 6,830 万人（前年比 68.9%減）となった。（図表Ⅰ-10）。より厳しい渡航制限措置をとったアジア太平洋における減少率が大きい結果となった。

3　為替レートは、106.77 円/ドル（2020 年（令和２年）平均）。
4　World Travel & Tourism Council の略

図表Ⅰ-10　地域別国際観光客数（2020 年（令和２年））

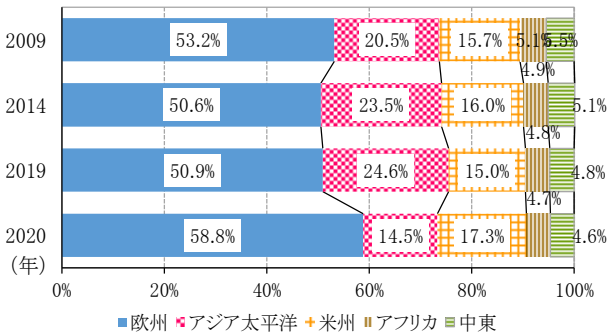
	国際観光客数（単位：万人）	前年差（単位：万人）	前年比
世界全体	39,400	−107,200	−73.1%
欧州	23,180	−51,450	−68.9%
アジア太平洋	5,710	−30,330	−84.2%
米州	6,830	−15,100	−68.9%
アフリカ	1,840	−5,160	−73.7%
中東	1,820	−5,180	−74.0%

資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

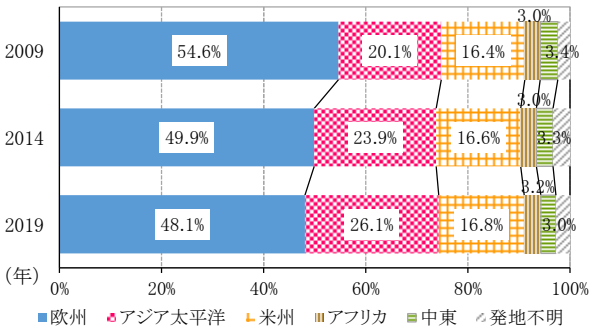
国際観光客数の地域別シェア[5]をみると、到着地域別及び出発地域別ともに、欧州が約半数を占めている。（図表Ⅰ−11）。

図表Ⅰ-11　国際観光客数の地域別シェア

＜到着地域別＞



＜出発地域別＞



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

5 2020 年（令和２年）の出発地域別のシェアは未公表。

第２章　日本の観光の動向

2020 年（令和２年）１月以降、新型コロナウイルス感染者数の増加を受け、政府は水際対策の強化、イベント中止等の要請を行ったのに加え、４月には緊急事態宣言を発出し、外出自粛や休業要請等、感染拡大防止に向けた取組を進めた。５月末に緊急事態宣言を解除して以降、感染拡大防止を図りながら社会経済活動の水準を引き上げる取組を進める中で、政策支援によって需要の下支えを図っている。

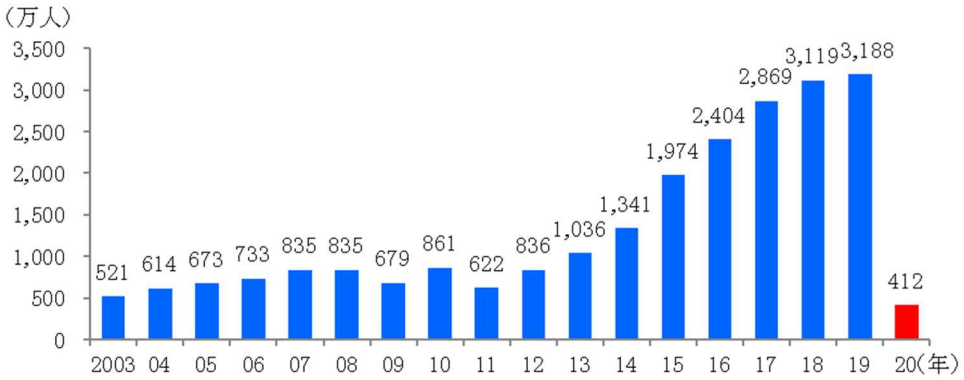
観光については、水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えの動きが生じたことなどにより、需要が大幅に減少するなど、非常に厳しい状況が続いている。

第１節　訪日旅行の状況

１　訪日旅行の状況

訪日外国人旅行者数は、2019 年（令和元年）までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ[6]体制の充実といった改革を進めるとともに、航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツの造成、日本政府観光局等による対外プロモーション等により、７年連続で過去最高を更新したが、2020 年（令和２年）は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い各国・地域において水際対策等が強化された影響等により、２月以降大きく減少し、前年比 87.1%減の 412 万人となった。（図表Ⅰ-12）。

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

国・地域別にみると、アジアからの訪日外国人旅行者数が 332 万人となり、全体の 80.6%を占めた。

東アジアでは、中国が 107 万人と主要 22 市場[7]のうちで最も多く、台湾（69 万人）、韓国（49 万人）と続き、全体の 63%を占めた。

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要６箇国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）からの訪日外国人旅行者数が 69 万人となった。

北米からの訪日外国人旅行者数は 27 万人となり、このうち米国は 22 万人となった。

欧州からの訪日外国人旅行者数は 24 万人となり、このうち主要５箇国（英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン）では 15 万人となった。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は 14 万人となった。

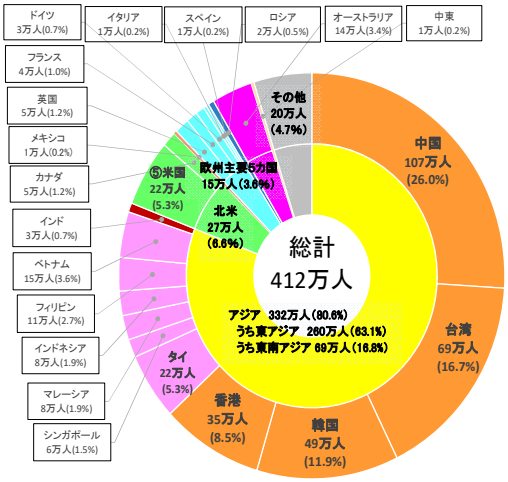
その他の地域では、南米が 1.8 万人、アフリカが 0.7 万人であった。（図表Ⅰ-13、14）。

---

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

7 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、メキシコ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン、中東地域の計 22 箇国･地域のことを指す（2021 年（令和３年）５月現在）。

図表Ⅰ-13　訪日外国人旅行者の内訳（2020 年（令和２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。

図表Ⅰ-14　地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移

国・地域	2018年		2019年		2020年	
	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア
アジア	2,637万人	84.5%	2,637万人	82.7%	332万人	80.6%
東アジア	2,288万人	73.4%	2,236万人	70.1%	260万人	63.1%
東南アジア	333万人	10.7%	383万人	12.0%	69万人	16.8%
欧米豪	363万人	11.7%	357万人	11.2%	59万人	14.3%
その他	120万人	3.8%	194万人	6.1%	21万人	5.2%

資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

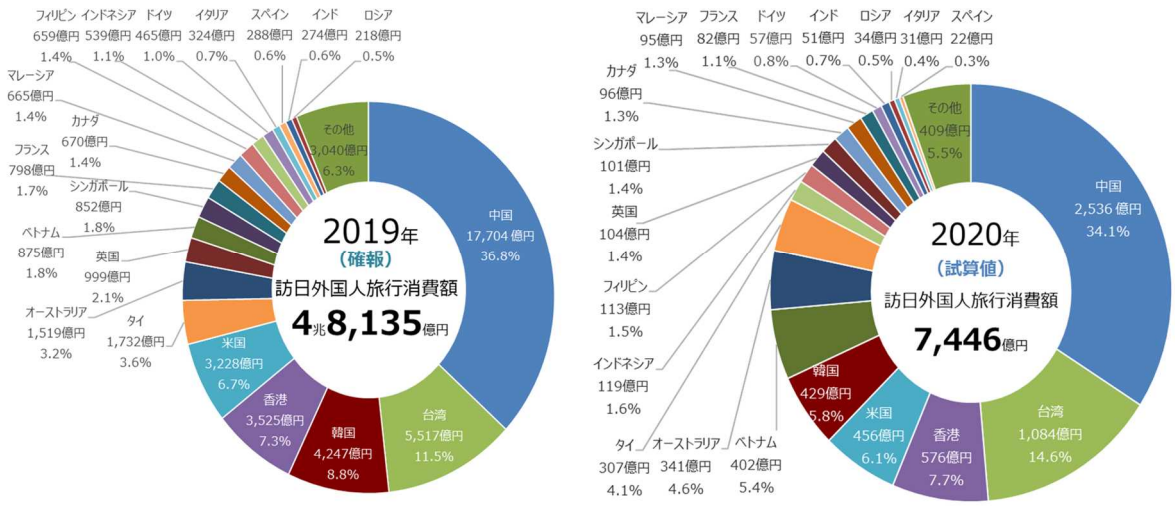
2020 年（令和２年）における訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、試算によると、7,446 億円となった。（図表Ⅰ-15、16、17）。

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**

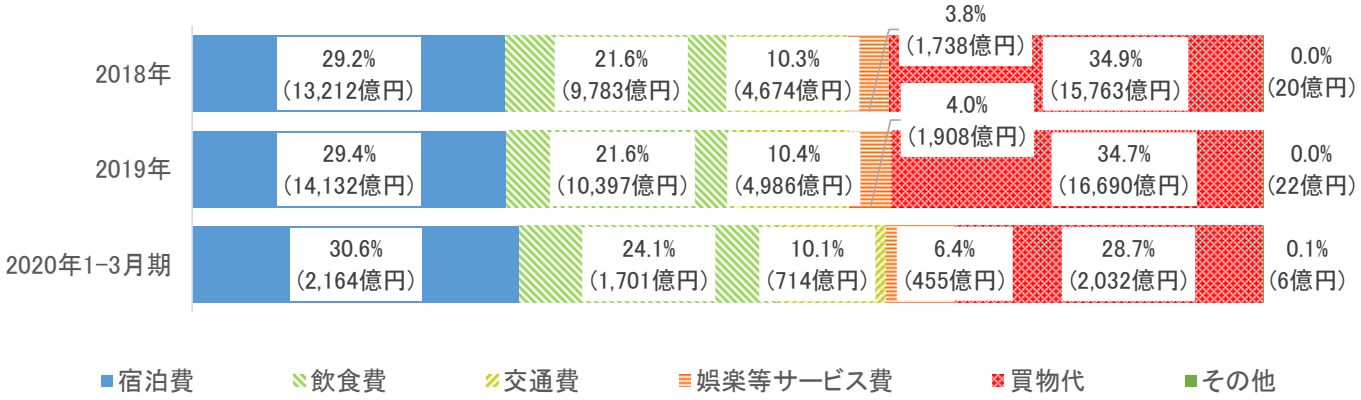
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
注１：2017 年（平成 29 年）までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向がある クルーズ客の急増を踏まえ、2018 年（平成 30 年）からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018 年（平成 30 年）以降と 2017 年（平成 29 年）以前の数値との比較には留意が必要である。
注２：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年（令和２年） 4－6 月期、 7－9 月期、10-12 月期の調査は中止となった。2020 年（令和２年） 1－3 月期の調査結果を用いて 2020 年（令和２年）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

図表Ⅰ-16　国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図表Ⅰ-17　費目別にみる訪日外国人旅行消費額



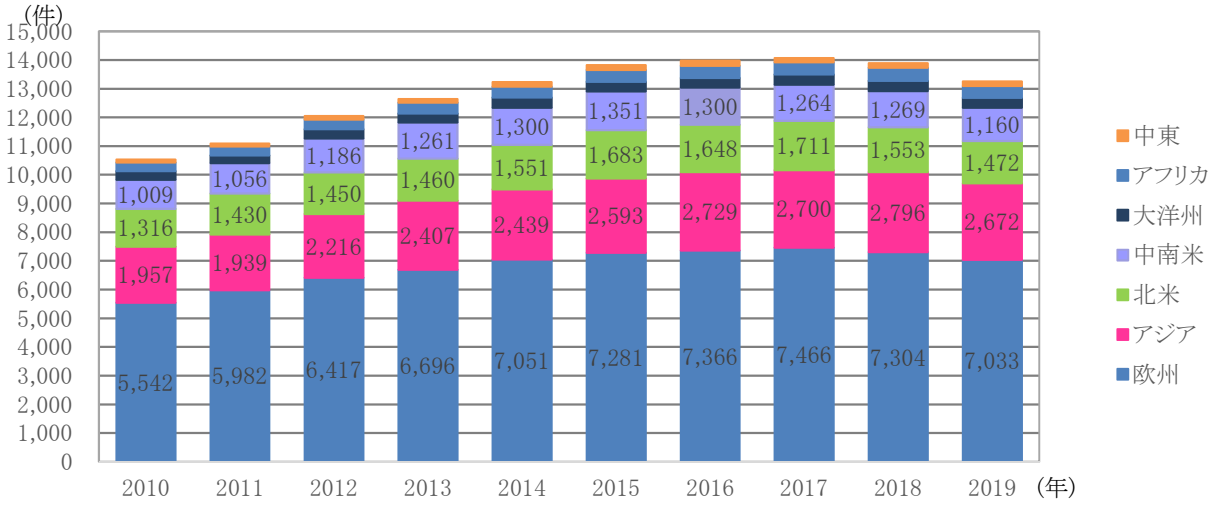
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
注１：（　）内は費目別旅行消費額。
注２：2020年（令和２年）は４-６月期、７-９月期、10-12月期の調査を中止したため、１-３月期のデータを用いている。

２　国際会議の開催状況

2019 年（令和元年）までの世界の国際会議開催件数に関する統計データは、国際会議関連団体及び事業者を会員とする ICCA（国際会議協会）により集計、公表されてきた。2020 年（令和２年）は各国における新型コロナウイルス感染症拡大防止策としての移動や集会の制限のため国際会議市場が大きな影響を受けたことから、ICCA は従来の統計方法での開催件数の集計を取りやめ、代わりに国際会議への新型コロナウイルス感染症の影響に関する調査結果を公表した。

2019 年（令和元年）までの世界全体の国際会議の開催件数は、過去 10 年間で比較すると増加傾向であった。地域別の開催件数については、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めている。（図表Ⅰ-18）。

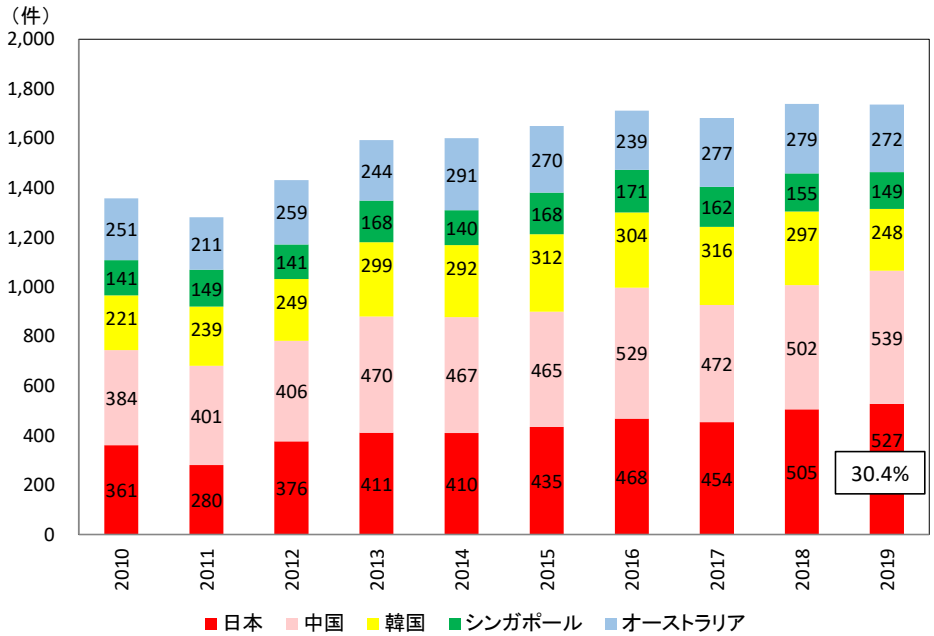
図表Ⅰ-18　世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2019」（2020 年（令和２年）５月）に基づき観光庁作成
注１：本表の各地域は、国際会議協会（ICCA）の区分に基づく。

アジア大洋州地域における国際会議開催件数は、2019 年（令和元年）までの 10 年間、我が国を含む主要５箇国（日本、中国、韓国、シンガポール及びオーストラリア）の開催件数は増加傾向にあった。日本と中国が開催件数を伸ばし、主要５箇国の総開催件数に占める我が国のシェアは 30.4%であった。（図表Ⅰ-19）。

図表Ⅰ-19　アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数



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

一方、2020 年（令和２年）に入り、国際会議市場は新型コロナウイルス感染症の影響により、その多くが延期となった一方で、オンラインや、オンラインと実地開催を組み合わせたハイブリッドといった人の移動や集会を回避する開催方法による会議が増加した。

ICCA が今回の影響調査により把握した、2020 年（令和２年）に開催が予定されていた国際会議の件数は世界全体で 8,410 件であり、このうち影響なしは９％、オンラインは 30％、ハイブリッドは２％、延期は 44％、開催地変更は１％、中止は 14％であった。

我が国においては、影響なしは 10％、オンラインは 31％、ハイブリッドは４％、延期は 41％、開催地変更は２％、中止は 13％となった。（図表Ⅰ-20）。

図表Ⅰ-20　2020 年に開催が予定されていた国際会議の件数と開催状況（地域別）

（件）

地域	影響なし	オンライン	ハイブリッド	延期	開催地変更	中止	合計
欧州	344 (7%)	1,423 (30%)	48 (1%)	2231 (47%)	30 (1%)	630 (13%)	4,706(56%)
アジア	187 (12%)	378 (25%)	80 (5%)	628 (42%)	29 (2%)	199 (13%)	1,501(18%)
（うち、日本）	30 (10%)	97 (31%)	12 (4%)	126 (41%)	5 (2%)	39 (13%)	309 (4%)
北米	93 (9%)	380 (39%)	6 (1%)	318 (32%)	3 (0%)	180 (18%)	980 (12%)
中南米	69 (11%)	165 (27%)	―	275 (44%)	4 (1%)	108 (17%)	621 (7%)
大洋州	26 (10%)	69 (27%)	4 (2%)	103 (40%)	5 (2%)	52 (20%)	259 (3%)
アフリカ	26 (11%)	63 (26%)	4 (2%)	122 (50%)	―	31 (13%)	246 (3%)
中近東	18 (19%)	28 (29%)	1 (1%)	37 (38%)	2 (2%)	11 (11%)	97 (1%)
合計	763 (9%)	2,506 (30%)	143 (2%)	3,714 (44%)	73 (1%)	1,211 (14%)	8,410 (100%)

資料： ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2020」（2021 年（令和３年）５月時点）に基づき、観光庁作成
注１：本表の各地域は、ICCA（国際会議協会）の区分に基づく。
注２：構成比は小数点第一位を四捨五入して計算しているため、各構成比の合計は必ずしも 100 にならない。

2020 年（令和２年）に開催が予定されていた国際会議の件数と開催状況を月別でみると、新型コロナウイルス感染症の拡大が顕著となった３月にはオンラインや延期、中止が急激に増加し、何らかの影響を受けた会議が 71％にのぼった。

開催状況別の傾向としては、オンラインでの開催割合が増加を続け、12 月には過半を占めている。また、ハイブリッドでの開催割合については、ツールの普及やノウハウの蓄積等に伴い８月から目立って増加している。オンラインとハイブリッドでの開催割合が増加したことで、中止の割合については３月をピークに、延期の割合は８月をピークに減少している。（図表Ⅰ-21）。

図表Ⅰ-21　2020 年に開催が予定されていた国際会議の件数と開催状況（月別）

（件）

月	影響なし	オンライン	ハイブリッド	延期	開催地変更	中止	合計
1 月	143 (97%)	―	―	4 (3%)	―	1 (1%)	148 (2%)
2 月	227 (92%)	4 (2%)	4 (2%)	2 (1%)	―	9 (4%)	246 (3%)
3 月	123 (29%)	67 (16%)	3 (1%)	108 (25%)	2 (0%)	121 (29%)	424 (5%)
4 月	41 (9%)	109 (24%)	1 (0%)	168 (38%)	8 (2%)	121 (27%)	448 (6%)
5 月	63 (8%)	184 (24%)	―	341 (44%)	11 (1%)	168 (22%)	767 (10%)
6 月	66 (6%)	302 (26%)	1 (0%)	572 (49%)	13 (1%)	224 (19%)	1,178 (15%)
7 月	21 (3%)	237 (33%)	3 (0%)	346 (49%)	8 (1%)	95 (13%)	710 (9%)
8 月	15 (3%)	162 (27%)	12 (2%)	342 (57%)	―	69 (12%)	600 (8%)
9 月	20 (2%)	396 (33%)	34 (3%)	622 (52%)	6 (1%)	115 (10%)	1,193 (15%)
10 月	11 (1%)	431 (42%)	29 (3%)	447 (43%)	10 (1%)	101 (10%)	1,029 (13%)
11 月	14 (2%)	358 (46%)	34 (4%)	289 (37%)	3 (0%)	75 (10%)	776 (10%)
12 月	5 (2%)	151 (52%)	22 (8%)	85 (30%)	3 (1%)	22 (8%)	288 (4%)
合計	749 (10%)	2,401(31%)	143 (2%)	3,326 (43%)	67 (1%)	1,121 (14%)	7,807 (100%)

資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2020」（2021 年（令和３年）５月時点）に基づき、観光庁作成
注１：構成比は小数点第一位を四捨五入して計算しているため、各構成比の合計は必ずしも 100 にならない。
注２：利用可能なデータのみ集計しているため、図表Ⅰ-20 とは総数が異なっている。

また、2020 年（令和２年）に開催が予定されていた国際会議の件数と開催状況を開催規模別でみると、規模が小さい会議は影響なしや延期の割合が比較的高い一方、大規模会議ではオンラインの割合が大きい傾向にある。（図表Ⅰ−22）。

図表Ⅰ-22　2020 年に開催が予定されていた国際会議の件数と開催状況（規模別）

（件）

規模	影響なし	オンライン	ハイブリッド	延期	開催地変更	中止	合計
50 人～149 人	313 (12%)	823 (30%)	51 (2%)	1,128 (42%)	14 (1%)	383 (14%)	2,712 (32%)
150 人～249 人	138 (8%)	488 (28%)	40 (2%)	796 (46%)	8 (0%)	243 (14%)	1,713 (20%)
250 人～499 人	161 (8%)	555 (27%)	29 (1%)	957 (47%)	20 (1%)	308 (15%)	2,030 (24%)
500 人～999 人	103 (9%)	310 (27%)	19 (2%)	528(47%)	12 (1%)	156 (14%)	1,128 (13%)
1000 人～1999 人	29 (6%)	191 (37%)	3 (1%)	206 (40%)	16 (3%)	75(14%)	520 (6%)
2000 人～2999 人	9 (7%)	57 (42%)	―	46 (34%)	―	24 (18%)	136 (2%)
3000 人以上	10 (6%)	81 (48%)	1 (1%)	53 (31%)	3 (2%)	22 (13%)	170 (2%)
合計	763 (9%)	2,505 (30%)	143 (2%)	3,714 (44%)	73 (1%)	1,211 (14%)	8,409 (100%)

資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2020」（2021 年（令和３年）５月時点）に基づき、観光庁作成
注１：構成比は小数点第一位を四捨五入して計算しているため、各構成比の合計は必ずしも 100 にならない。
注２：開催規模が不明の案件があるため、図表Ⅰ-20 とは総数が異なっている。

我が国は、2013 年（平成 25 年）に閣議決定された「日本再興戦略」の中で、「2030 年にはアジア No.1 の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標を設定している。2019 年（令和元年）の国際会議の規模別割合では 499 人以下の中小規模の会議がおよそ８割を占めており、厳しさを増す市場の中での目標達成に向け、中小規模の国際会議を長期的に誘致していくことに加え、引き続き件数は少ないが経済波及効果が大きい大型の会議も着実に誘致していく必要がある。また、新型コロナウイルス感染症の収束後もハイブリッドでの開催形態の継続が予想され、現在延期となっている国際会議の開催形態が今後どうなっていくかについても注目される。

コラムⅠ－１　新型コロナウイルス感染症を踏まえたMICE開催～ハイブリッド型国際会議の勃興～

MICEはこれまで、多くの参加者が長距離移動を伴って会場施設に集合し、主催者・参加者等による様々な消費から生み出される経済波及効果のみならず、ビジネスやイノベーションの機会を開催地にもたらしてきた。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、多くのMICEが中止や延期に追い込まれたり、オンラインによる開催となった。

オンラインでの開催はMICE参加に係る時間的・地理的・空間的制約を取り払い、それまで参加できなかった人々に多くの参加機会を生みだした。その反面、時差を考慮する必要が生じるほか、参加者の集中力が持続しづらい、対面と同様の深い信頼関係の構築や雑談等を通じた柔軟なコミュニケーションが難しいといった課題が浮き彫りになった。また、対面参加者の減少に伴い、開催地へのMICE開催効果の減少も懸念されている。

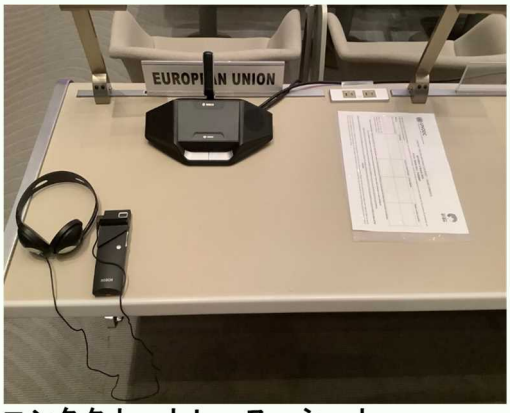
こうしたなか、オンラインによる参加者を募りつつ、実際の会場においても参加者を伴う形で会議の運営・進行を行うハイブリッド型の開催形態が登場している。感染症の流行下でも国際会議を開催し、社会経済に価値をもたらそうとする新たなMICEについて、国内で開催されたハイブリッド型国際会議を中心に紹介する。

○徹底した感染対策（国立京都国際会館の事例）

感染症拡大以降初の大規模なハイブリッド型国際会議として、2021年（令和３年）３月７日～12日、「第14回国連犯罪防止刑事司法会議」（以下、「京都コングレス」という。）が国立京都国際会館で開催された。「国連犯罪防止刑事司法会議」（通称：コングレス）は、５年に一度開催される犯罪防止・刑事司法分野における国連最大の国際会議であり、各国の司法大臣、検事総長等を含む世界中の犯罪防止・刑事司法関係者が同分野における各国の取組や国際協力のあり方について議論を行いつつ知見を共有するなどして、より安全な世界を目指して協働することを目的とするものである。

京都コングレスは当初、2020年（令和２年）４月に８日間の日程で開催予定であったが、新型コロナウイルス感染症の世界的流行に伴い約１年延期となった。新たな日程では６日間に会期を短縮し、会場である国立京都国際会館とオンラインMICEプラットフォームから参加できるハイブリッドで実施された。各国の閣僚級を含む代表団や国連職員が来日して会場入りしたほか、オンラインも含め世界152箇国から約5,600人の参加登録を得て開催された。

開催にあたっては、「来場参加者向けCOVID-19 ガイドライン」が策定されるなど、主催者である国連の求める安全の水準を満たす十分な感染症対策が実施された。



コンタクト・トレース・シート

・バッジを用いた滞在人数の管理

会場に入るためには、事前登録参加者個人用のバッジに加え、代表団ごとに個数の決められたフローティングバッジの着用が求められた。これにより、同じ時間・同じ会議のために会場内に滞在することができる代表団の人数を制限した。

・コンタクト・トレース・シートによる行動の記録

各会議の冒頭もしくは着座時に、座席に設置された「コンタクト・トレース・シート」への記入を求め、着席した座席や出入りした会場に紐付けて行動を記録した。

・感染症発生を想定した医療連携体制

会場内に正式な認可を得て診療所を開設し、常駐する医療チームが来場者に対しPCR検査を含む医療提供を行った。体調不良者が発生した場合、動線が最低限に抑えられるよう、会場内に複数の医療テントを設置した。

感染症予防のための看板設置

また、開催地の医療機関、保健当局と連携を図りながら医療体制を整え、感染者が発生した際に可及的速やかに必要な措置を講じることができる体制を整備した。

そのほか、入口ではサーモグラフィー検温や手指消毒が実施され、会場内では国連基準の２ｍのソーシャル・ディスタンスが確保されるよう運営された。また、来場者にはEU 域内における統一規格である EN 規格を満たす高性能マスク（FFP2 マスク）が提供された。さらに、物品の受け渡しは極力、非接触形式にて実施し、取り切り・渡し切りとする工夫がなされた。会場内にはアクリル板が設置され、定期的に清掃が行われた。

会場入口　サーモグラフィーと手指消毒液

○オンライン参加者への工夫と訴求（パシフィコ横浜ノースの事例）

この京都コングレスに先がけ、2020 年（令和２年）12 月、第２回 ICCA アジア・パシフィック部会サミット 2020 がパシフィコ横浜ノースで開催された。海外からの参加者を会場に迎えることはかなわなかったが、ハイブリッド開催を行ったことで、アジア・太平洋地域を中心とした 15 の国・地域から 294 名の MICE 関係者が参加することができた。本会議ではアジア・太平洋の各国・地域における新型コロナウイルス感染症拡大の影響や、各国の対策の工夫、今後の MICE 産業のあり方について、セミナーやパネルディスカッションが行われた。

このハイブリッド会議では、横浜市内の会場に集まる国内参加者だけでなく、アジアを中心とした世界中のオンライン参加者に対しても、様々なオンラインコンテンツが用意された。会場で行われた各セッションは、バーチャルイベントプラットフォームを通じて、オンライン参加者にリアルタイムで配信されるとともに、後日オンデマンド配信も行われた。またオンライン参加者同士の交流の場として、Zoom をツールとして活用したバーチャルラウンジがオンライン上に設置された。国内参加者は化粧品メーカーの地元研究施設訪問などのツアーに参加する一方、オンライン参加者には開催地横浜の名勝・三溪園の英語ガイド付きツアー動画や、みなとみらい地区をセグウェイで周遊するツアーを体験できる動画が提供された。

○国内における試行錯誤：官民の連携、感染症対策の可視化、認定制度取得の促進

我が国では新型コロナウイルス感染症拡大防止ガイドラインが、MICE に関連する各業界団体や各地方公共団体によって策定・公表されている。また、2020 年（令和２年）７月以降、日本各地で官民が連携し、ガイドラインを踏まえた感染症対策のもと、オンライン配信などを取り入れながら MICE の実施事例が重ねられた。さらに、日本政府観光局はこれら国内の開催事例を、国内外の主催者向けにウェブサイトで紹介している。

観光庁では、2020 年（令和２年）12 月より MICE 関連施設における感染症対策に関する国際的な認定制度の調査と取得支援を国内４施設において実施した。国内の MICE 関連施設における認定取得を促進することで、我が国で開催される MICE における感染症対策を国際的にアピールするとともに、国内外の MICE 主催者の開催意欲に呼応し、本格的な MICE の回復を目指している。

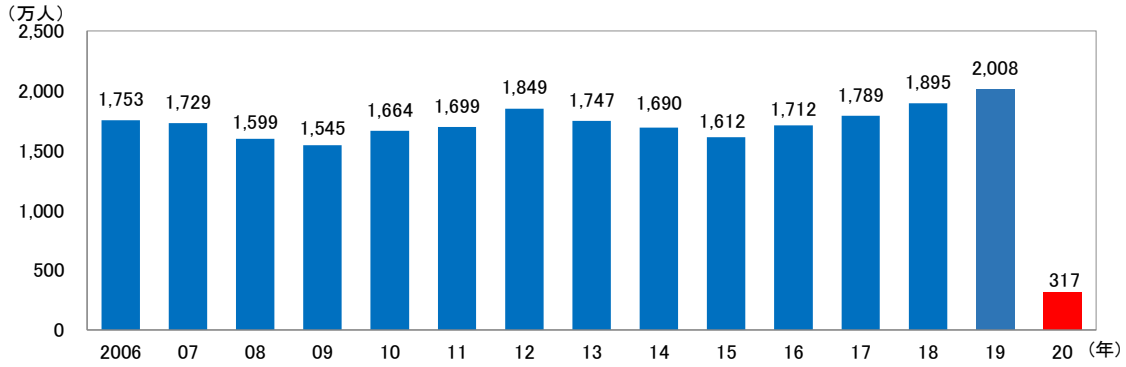
○MICE の未来

新型コロナウイルス感染症が収束し、国際的な人の往来が再開しても、オンラインやハイブリッドでの国際会議開催は残ると考えられる。しかし、オンラインのみの開催では、国際会議がもたらす国際交流や開催地への経済波及効果といった MICE の開催意義が失われてしまう。まずは、国際的な認証制度の認知を広めて取得を促進するなど、主催者側の感染症対策・危機対応能力を向上させるとともに、ハイブリッド開催で必要となる MICE 関係者の IT リテラシー・スキルの向上を図ることが重要である。デジタル化の加速などにより、新型コロナウイルス感染症による危機を乗り越え、新たな時代の「新たな MICE」を創造するべく、官民挙げて前向きに取り組んでいくことが肝要である。

第２節　日本人の海外旅行の状況

2020 年（令和２年）の出国日本人数は、前年比 84.2%減の 317.4 万人と、過去最大の下げ幅を記録した。（図表Ⅰ-23）。

図表Ⅰ-23　出国日本人数の推移

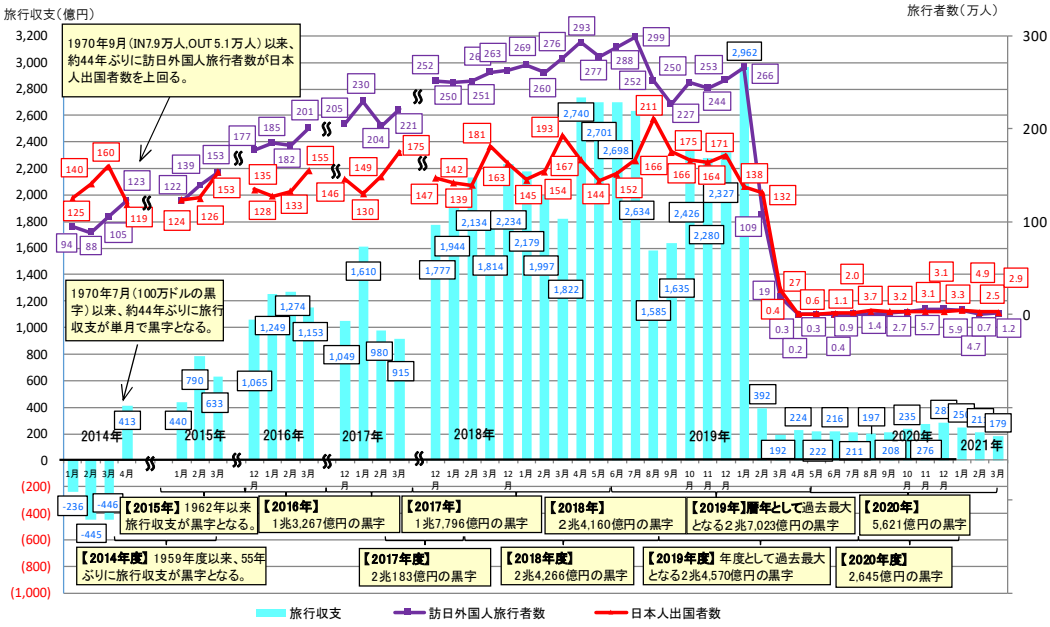


資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

旅行収支は 2015 年（平成 27 年）に 53 年ぶりに黒字に転化した後、2019 年（令和元年）は過去最大となる２兆 7,023 億円の黒字となったが、2020 年（令和２年）の黒字幅は 5,621 億円と、大幅に縮小した。（図表Ⅰ-24）。

図表Ⅰ-24　旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移

年	旅行収支（億円）
1996年	▲ 35, 880
1997年	▲ 34, 651
1998年	▲ 32, 739
1999年	▲ 33, 287
2000年	▲ 30, 730
2001年	▲ 28, 168
2002年	▲ 28, 879
2003年	▲ 23, 190
2004年	▲ 29, 189
2005年	▲ 27, 659
2006年	▲ 21, 409
2007年	▲ 20, 199
2008年	▲ 17, 631
2009年	▲ 13, 886
2010年	▲ 12, 875
2011年	▲ 12, 963
2012年	▲ 10, 617
2013年	▲ 6, 545
2014年	▲ 444
2015年	10, 902
2016年	13, 267
2017年	17, 796
2018年	24, 160
2019年	27, 023
2020年	5, 621



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

注１：旅行収支における 2021 年（令和３年）１月～３月の値は速報値、2018 年（平成 30 年）10 月～2020 年（令和２年）12 月の値は第２次速報値、2014 年（平成 26 年）１月～2018 年（平成 30 年）９月の値は年次改訂値である。

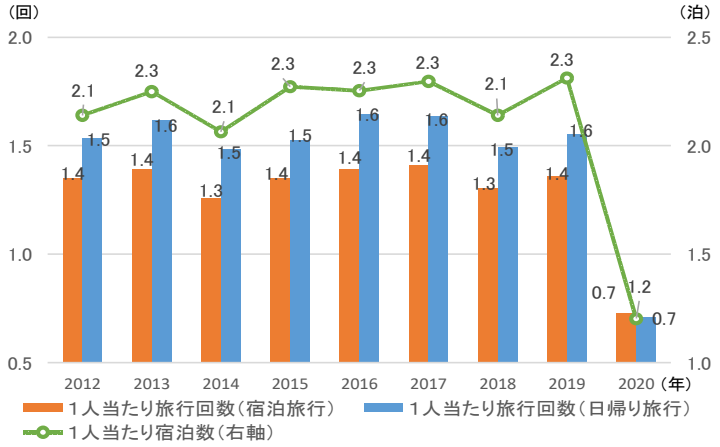
注２：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

第３節　国内旅行の状況

１　日本人国内旅行の状況

2020 年（令和２年）の日本人１人当たりの国内宿泊旅行の回数は 0.7 回、日帰り旅行回数は 0.7 回、１人当たり宿泊数は 1.2 泊と、前年を大きく下回った。（図表Ⅰ-25）。

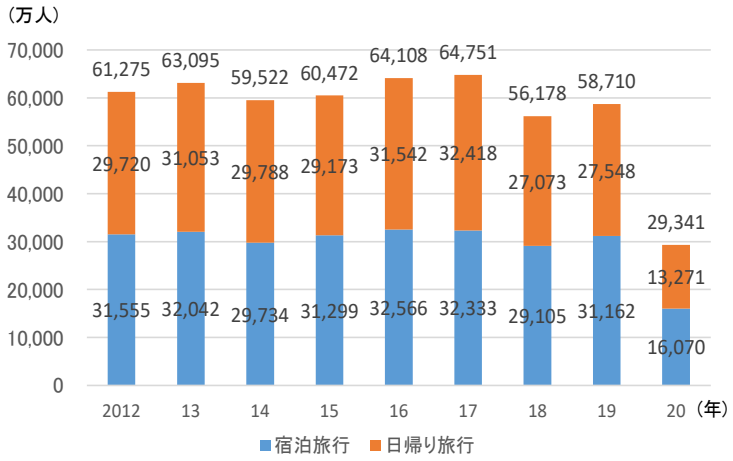
図表Ⅰ-25　日本人１人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2020 年（令和２年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ１億 6,070 万人（前年比 48.4%減）、国内日帰り旅行者数は延べ１億 3,271 万人（前年比 51.8%減）と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに大きく減少した。（図表Ⅰ-26）。

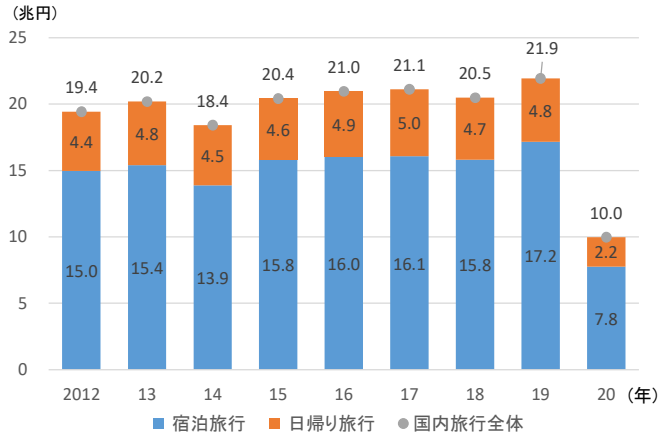
図表Ⅰ-26　日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2020 年（令和２年）の日本人国内旅行消費額は 10.0 兆円（前年比 54.5%減）となった。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は 7.8 兆円（前年比 54.7%減）、日帰り旅行の国内旅行消費額は 2.2 兆円（前年比 53.9%減）となった。（図表Ⅰ-27）。

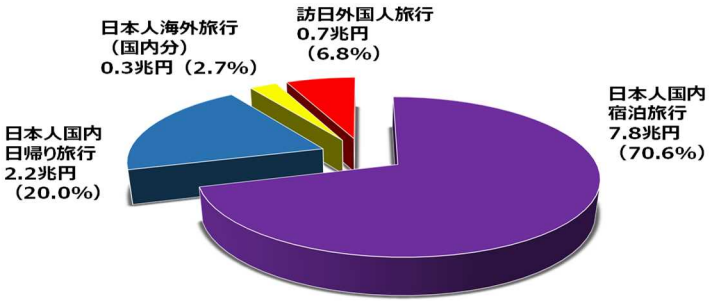
図表Ⅰ-27　日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2020 年（令和２年）の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、11.0 兆円（前年比 60.6%減）となった。このうち、日本人による旅行消費額は 10.3 兆円（前年比 55.6%減）、訪日外国人旅行者による旅行消費額は 0.7 兆円（前年比 85.4%減）であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の割合は 6.8%と、６年ぶりに 10%を下回った。（図表Ⅰ-28）。

図表Ⅰ-28　日本国内における旅行消費額

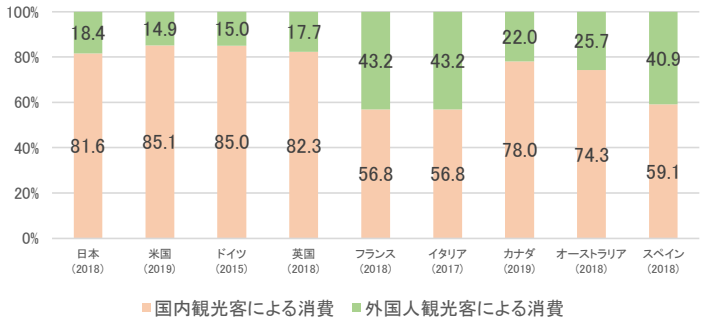


	2012年	13	14	15	16	17	18	19	20
日本人国内宿泊旅行	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8
日本人国内日帰り旅行	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2
日本人海外旅行（国内分）	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3
訪日外国人旅行	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7
合計	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0

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

なお、2019 年（令和元年）までの OECD のデータを元に、各国の国内観光消費額について、国内観光客による消費額と外国人観光客による消費額の比率をみたところ、日本は、米国、ドイツ及び英国同様、国内観光客による消費額が占める比率が 80%を超えていた一方で、フランスやイタリア及びスペインにおいては、同比率は 60%を下回っていた。（図表Ⅰ-29）。

図表Ⅰ-29　OECD 主要国の国内観光消費の内訳

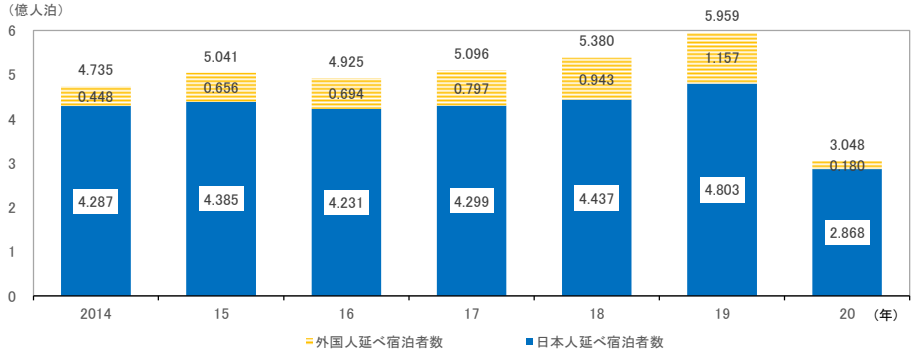


資料：OECD.Stat に基づき観光庁作成
注１：（）内は基準年を表している。

２　宿泊旅行の状況

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、2020 年（令和２年）は３億 480 万人泊（前年比 48.9%減）であった。このうち、日本人延べ宿泊者数は２億 8,677 万人泊（前年比 40.3%減）、外国人延べ宿泊者数は 1,803 万人泊（前年比 84.4%減）となった。また、延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合は 5.9%であった。（図表Ⅰ-30）。

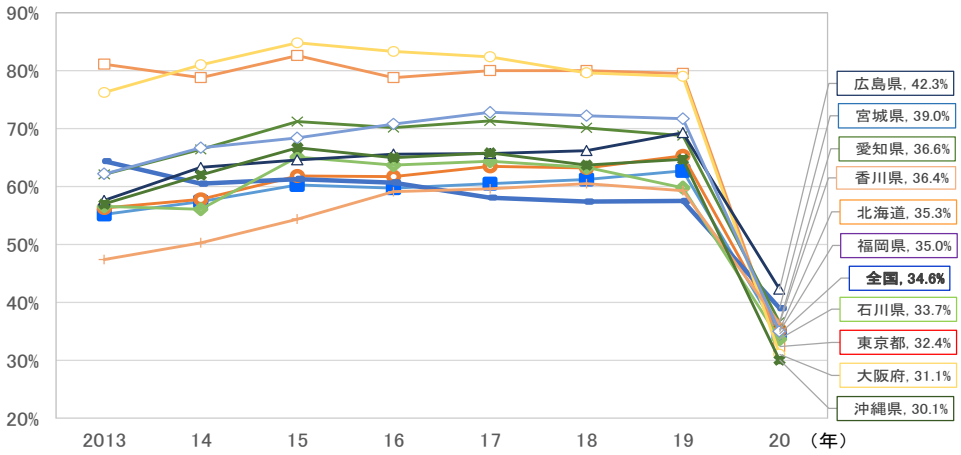
図表Ⅰ-30　日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2020 年（令和２年）は速報値。
注２：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

2020 年（令和２年）の客室稼働率は 34.6%となり、2010 年（平成 22 年）の調査対象拡充[8]以降、最低となった。また、客室稼働率は全国で落ち込んだ。（図表Ⅰ-31）。

図表Ⅰ-31　客室稼働率の推移

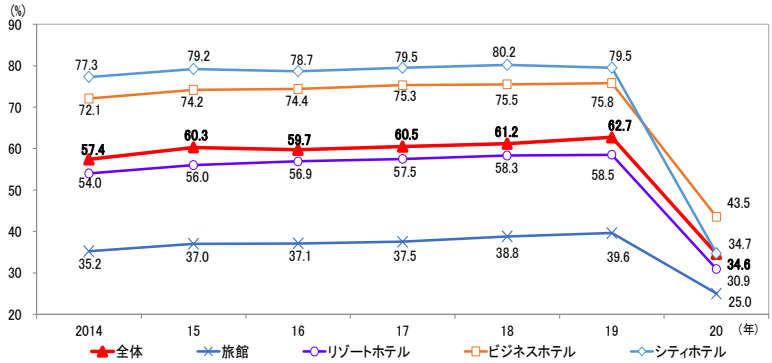


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2020 年（令和２年）の数値は速報値。

8 2007 年（平成 19 年）の調査開始当初は、従業員数 10 人以上の宿泊施設のみを調査対象としていたが、2010 年（平成 22 年）第２四半期調査から調査対象を従業者数 10 人未満の宿泊施設にも拡充している。

宿泊施設タイプ別にみると、2020 年（令和２年）の客室稼働率は、シティホテル、ビジネスホテルが相対的に高い水準となったものの、前年からの減少幅は旅館やリゾートホテルを上回った。（図表Ⅰ-32）。

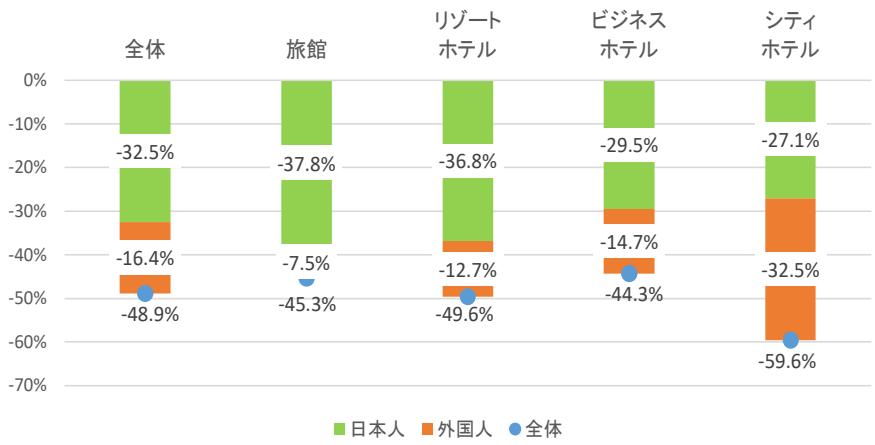
図表Ⅰ-32　宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



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

宿泊施設タイプ別に、延べ宿泊者数の減少について、日本人と外国人に分けて要因分析をしたところ、シティホテルでは、外国人宿泊者数の落ち込みが、全体の落ち込みに大きく寄与した。（図表Ⅰ-33）。

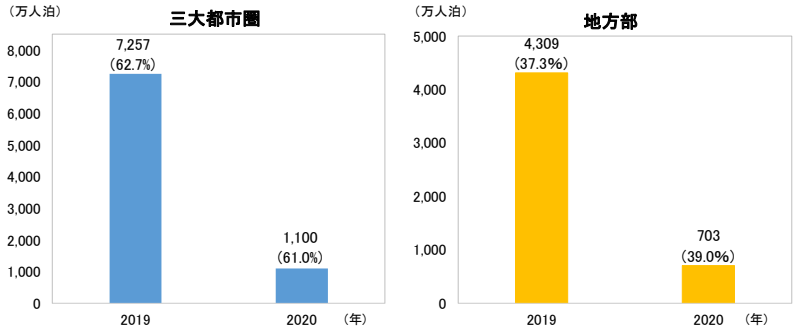
図表Ⅰ-33　宿泊施設タイプ別延べ宿泊者数（日本人･外国人別前年比寄与度）



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。

外国人延べ宿泊者数について三大都市圏と地方部で比較すると、2020 年（令和２年）は三大都市圏では 1,100 万人泊、地方部では 703 万人泊となった。（図表Ⅰ-34）。

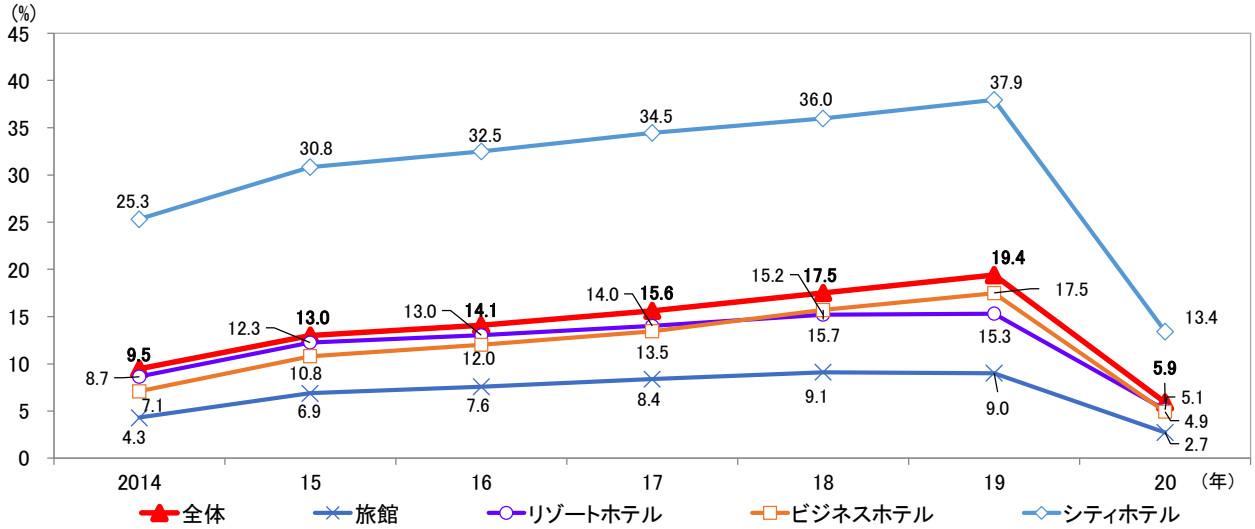
図表Ⅰ-34　三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2020 年（令和２年）は速報値。
注２：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の８都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。
注３：（）内は構成比を表している。

宿泊施設タイプ別に、宿泊者に占める外国人の割合をみると、シティホテルにおける割合が最も高く、2020 年（令和２年）は 13.4%であった。（図表Ⅰ-35）。

図表Ⅰ-35　宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊者数の割合の推移



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

第４節　東日本大震災からの復興の状況

政府は 2020 年（令和２年）に東北６県の外国人延べ宿泊者数を 150 万人泊とする目標を掲げていたが、2019 年（令和元年）の外国人延べ宿泊者数は 168.0 万人泊[9]となり、目標を１年前倒しで達成した。

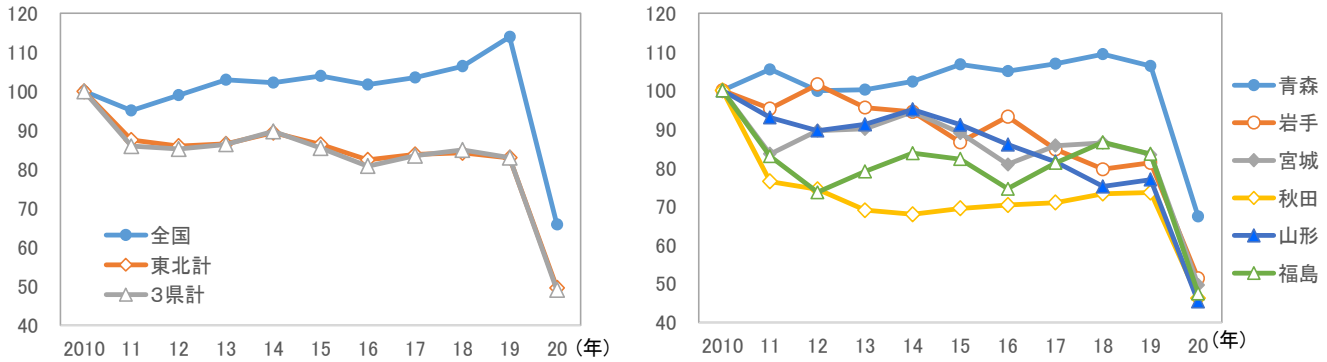
以下では、全国、東北６県計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県及び福島県）、そのうち被災の激しかった３県計（岩手県、宮城県及び福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の 2010 年（平成 22 年）を 100 として指数化したうえで、2020 年（令和２年）の状況を分析する。

１　観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における日本人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった 2011 年（平成 23 年）には 95.1 に低下したが、2012 年（平成 24 年）には 99.0 にまで回復し、2019 年（令和元年）まで震災前の 2010 年（平成 22 年）の水準を上回って推移した。これに対し、東北計、３県計は、2011 年（平成 23 年）に 80 台にまで低下して以降、80 台前半で推移した。

2020 年（令和２年）には、全国、東北計、３県計の指数は、それぞれ 65.9、49.6、49.1 となった。（図表Ⅰ-36）。

図表Ⅰ-36　観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数
（2010 年（平成 22 年）を 100 とした指数の推移）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：従業者 10 人以上で観光目的の宿泊者が 50%以上の宿泊施設の実績を使用。
注２：2020 年（令和２年）の数値は速報値。

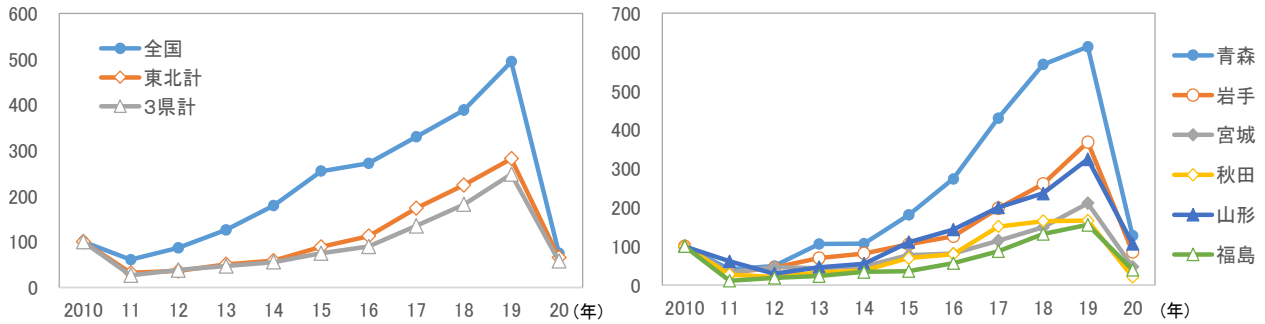
9 本節において、「東北６県の外国人延べ宿泊者数」は、従業者数 10 人以上の宿泊施設の数値。

２　観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における外国人延べ宿泊者数については、全国では、2011 年（平成 23 年）に 60.5 に低下したが、2012 年（平成 24 年）から回復の兆しをみせ、2013 年（平成 25 年）に震災前の水準を超え、2019 年（令和元年）は 494.8 となった。これに対し、東北計、３県計では、2011 年（平成 23 年）にそれぞれ 32.0、26.4 にまで大きく低下した後、東北計では 2016 年（平成 28 年）に、３県計では 2017 年（平成 29 年）に、震災前の水準を上回った。

2020 年（令和２年）には、全国、東北計、３県計の指数は、それぞれ 74.5、65.3、57.8 となった。（図表Ⅰ-37）。

図表Ⅰ-37　観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数
（2010 年（平成 22 年）を 100 とした指数の推移）



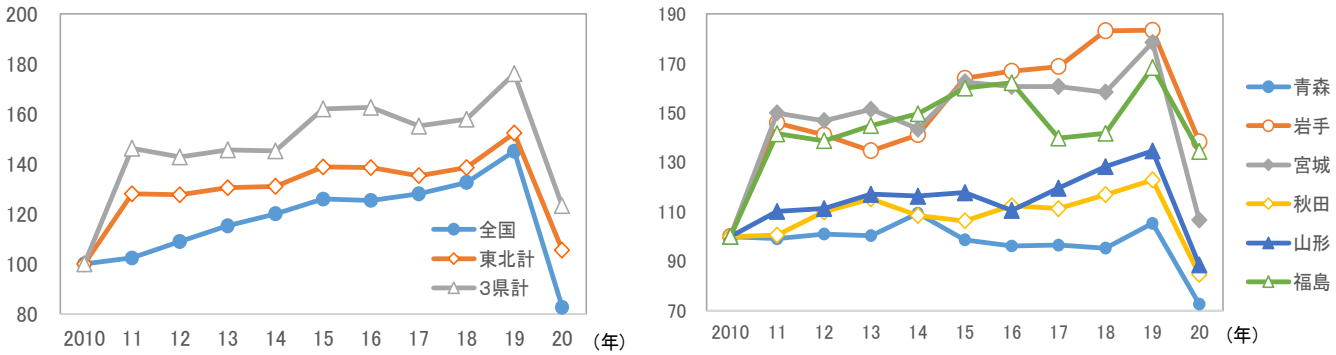
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：従業者 10 人以上で観光目的の宿泊者が 50%以上の宿泊施設の実績を使用。
注２：2020 年（令和２年）の数値は速報値。

３　ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数

ビジネス客中心の宿泊施設における延べ宿泊者数については、全国では、2011 年（平成 23 年）以降、2019 年（令和元年）までは緩やかに上昇した。これに対し、東北計、３県計は、2011 年（平成 23 年）に大きく上昇し、2019 年（令和元年）までは高い水準で推移した。これは、被災の激しかった３県における復興関連需要の影響と考えられる。

2020 年（令和２年）には、全国、東北計、３県計の指数は、それぞれ 82.7、105.4、123.2 となった。（図表Ⅰ-38）。

図表Ⅰ-38　ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数
（2010 年（平成 22 年）を 100 とした指数の推移）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：従業者 10 人以上で観光目的の宿泊者が 50%未満の宿泊施設の実績を使用。
注２：2020 年（令和２年）の数値は速報値。

コラムⅠ－２　「東北観光復興対策交付金」を活用した観光復興

東北地方におけるインバウンド観光については、東日本大震災から 10 年という節目の年をむかえ、2020 年度（令和２年度）において、新型コロナウイルス感染症収束後の誘客に向けて訪日外国人向け事業を継続的に実施した。具体的には、課題であった滞在日数や観光消費額の拡大を促進するために、東北に行く価値があると訪日富裕層に思わせるためのキラーコンテンツの造成に向けたワークショップの開催、造成した体験プログラムを欧米富裕層を扱う旅行会社に視察してもらう FAM トリップの実施等により、富裕層向け旅行商品造成につなげた。なお、各コンテンツを造成するにあたっては、新しい生活様式に対応した体験プログラムとするため、感染症対策を意識した磨き上げを図った。

また、東北観光復興対策交付金最終年度の総仕上げとして、前年度から同交付金で造成してきた旅行商品の海外 OTA サイトへの掲載支援及び販促支援を実施した。さらに、ビッグデータを活用したウェブプロモーションを行うことにより、更なる東北への誘客の促進を図った。

白石城での甲ちゅう体験

出羽三山における山頂までの山伏ガイド付散策の様子

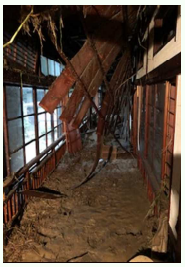
コラムⅠ－３　令和２年７月豪雨について

○令和２年７月豪雨による被災

令和２年７月豪雨災害では、全国各地でこれまでにない降水量を記録し、河川の氾濫や土砂災害等により、多数の死者・行方不明者、住宅の全半壊等、道路や鉄道、公共施設の損壊など、九州、中部、東北地方等において甚大な被害が発生した。

各地の観光地では、新型コロナウイルス感染症の影響で観光需要が落ち込む中、豪雨災害により、宿泊施設をはじめとする観光業に大きな被害が生じた。

特に熊本県においては、2016 年（平成 28 年）に発生した熊本地震からの復興途上での被災となり、球磨川沿いの人吉温泉では、温泉旅館・ホテル等を含む温泉街全体が軒並み浸水するとともに、球磨川くだりやラフティングなどの観光資源も被災した。



人吉旅館及びその周辺の被害状況

また、大分県の天ヶ瀬温泉街では、旅館が被災するだけでなく、温泉の泉源の水温が 10 度ほど低下するなどの被害が発生した。

○政府の支援パッケージ及び観光の復興に向けた取組

政府は、「被災者の生活と生業の再建に向けたパッケージ」を 2020 年（令和２年） 7 月 30 日に決定し、生活再建のための住まいの確保や被災者生活再建支給金の支給等に加え「なりわい再建補助金」を創設し、被災事業者に対して手厚い支援（補助率最大３/４、上限 15 億円）を行った。さらに、河川・道路等の復旧を実施している。

観光庁では、被災観光地が元の姿を取り戻すだけでなく、地域の強みを活かしつつ、ウィズコロナ時代にも対応した新たな観光スタイルを確立できるよう、宿泊施設や観光施設の復旧・復興に合わせて、地域の観光戦略の立て直しや宿泊施設の高付加価値化を行い、施設復旧にとどまらない観光地全体の復興・リブランディングを強力に支援している。

例えば、特に被害の大きかった熊本県人吉球磨地域については、面的再生につながる新たなビジョンを策定するため、観光まちづくりに関する専門家を派遣し、観光関連団体、商工関係団体、物産関係団体、市町村等との検討会議を開催し、観光戦略の策定を支援した。その上で、個々の宿泊施設の新たな経営戦略や、なりわい再建補助金を活用した施設リノベーションの計画策定を支援するとともに、土産物開発の支援を行った。観光庁・九州運輸局では、現地訪問等も行い、これらの戦略等の策定を支援した。さらに、宿泊施設等の再開を見据え、青井阿蘇神社の社殿やご神木のライトアップなど、球磨の風景・文化等を活かした新たな観光イベントの開催を通じた地域の魅力発信支援を実施した。

開発した土産物

「ひかりと球磨川」をテーマにした観光イベントの開催

さらに、球磨ブランドを再強化するため、球磨焼酎の蔵元のモニターツアーやオンラインオープンファクトリーイベントの開催等を支援した。具体的には、感染拡大防止策を徹底した上で、球磨焼酎ならではの多様な飲み方（常圧・減圧・樽貯蔵）を体感するコンテンツを造成し、オンラインツアーでは蔵元が直接、製法等の説明を行うことで、参加者からは「紹介された銘柄を入手したい」「蔵を実際に訪問したい」等、消費意欲及び訪問意欲を向上させることができた。現在、人吉市を中心として、地域の施設等の復旧に合わせた観光地としてのエリア全体の創造的復興が計画されており、観光庁としても必要な支援を実施していく。

他にも、大分県において被災した温泉街の将来像を見据えた観光復興プランの策定支援を行うとともに、岐阜県、長野県及び山形県において、ご当地グルメ開発や周辺地域を周遊するモニターツアー造成、地域資源を活かしたコンテンツ開発等の支援を行った。

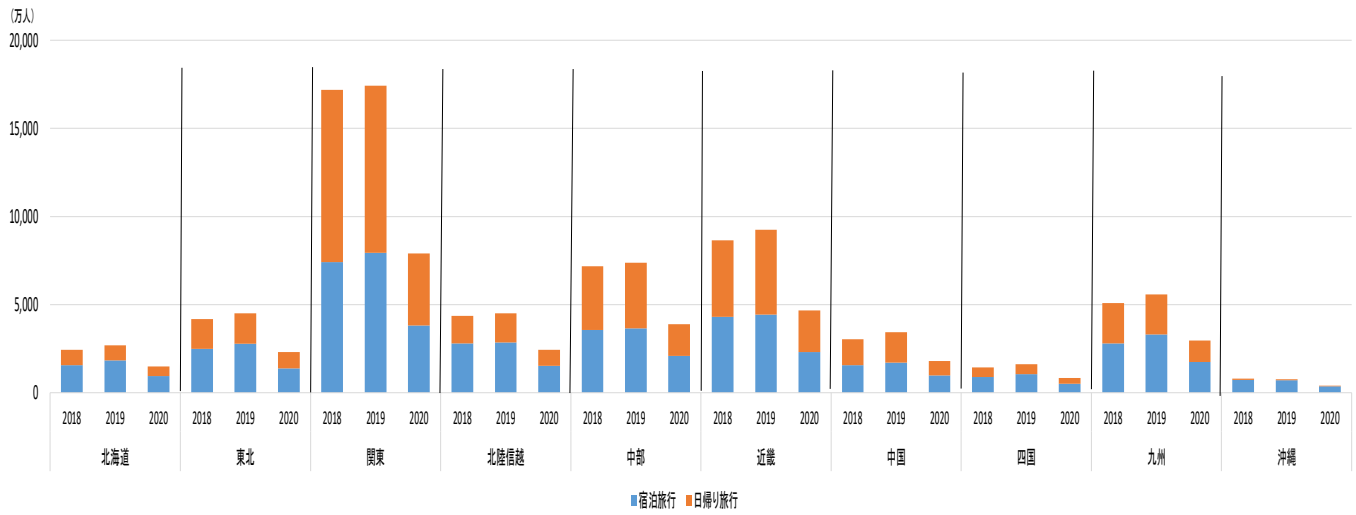
フェイスシールドを使用した試飲

オンラインツアーでの蔵元との交流

第５節　地域における観光の状況

2020 年（令和２年）の日本人の国内旅行延べ旅行者数を地方ブロック別にみると、関東が 7,906 万人（全体の 26.9%）、近畿が 4,670 万人（同 15.9%）、中部が 3,894 万人（同 13.3%）となり、当該３地域で全国の延べ旅行者数の 56.1%を占めた。（図表Ⅰ-39）。

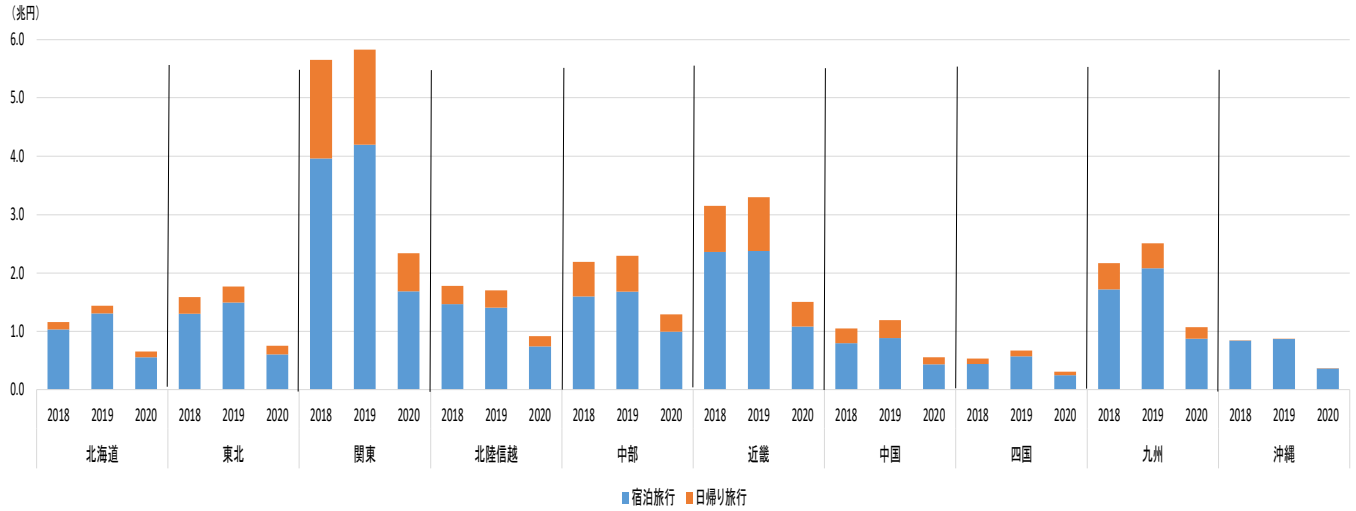
図表Ⅰ-39　地方ブロック別延べ旅行者数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2020 年（令和２年）の日本人の国内旅行消費額を地方ブロック別にみると、関東が 2.3 兆円（全体の 23.5%）、近畿が 1.5 兆円（同 15.1%）、中部が 1.3 兆円（同 13.0%）となり、当該３地域で全国の旅行消費額の 51.6%を占めた。（図表Ⅰ-40）。

図表Ⅰ-40　地方ブロック別旅行消費額

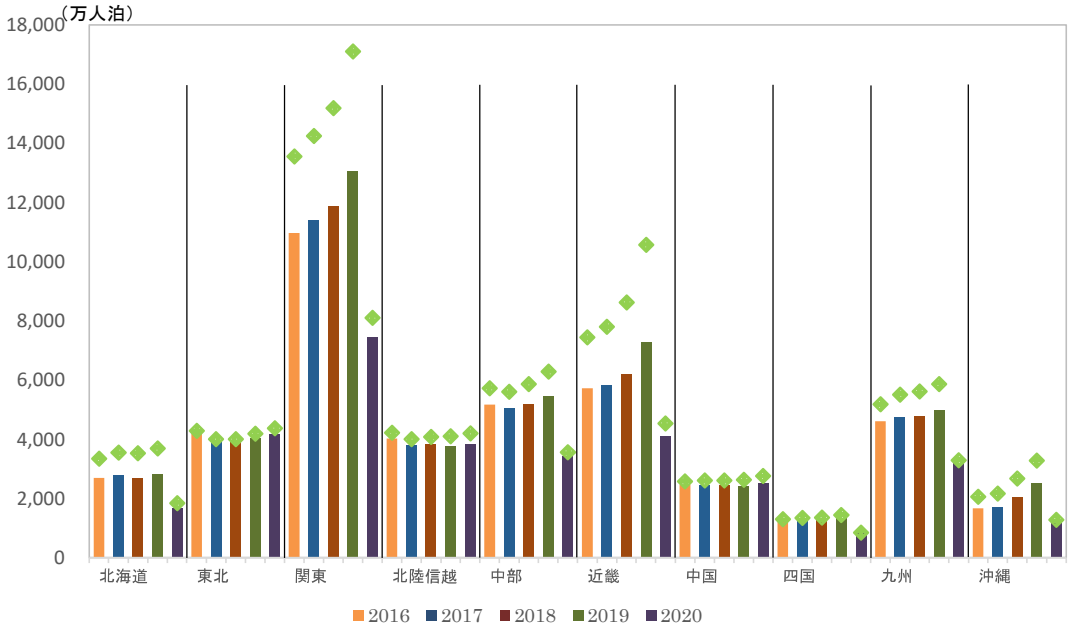


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2020 年（令和２年）の延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が 8,102 万人泊（全体の 26.6%）、近畿が 4,541 万人泊（同 14.9%）、中部が 3, 563 万人泊（同 11.7%）となり、当該３地域で全国の延べ宿泊者数の 53.2%を占めた。

日本人延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が 7,450 万人泊（全体の 26.0%）、近畿が 4,096 万人泊（同 14.3%）、中部が 3,442 万人泊（同 12.0%）となり、当該３地域で全国の日本人延べ宿泊者数の 52.3%を占めた。（図表Ⅰ-41）。

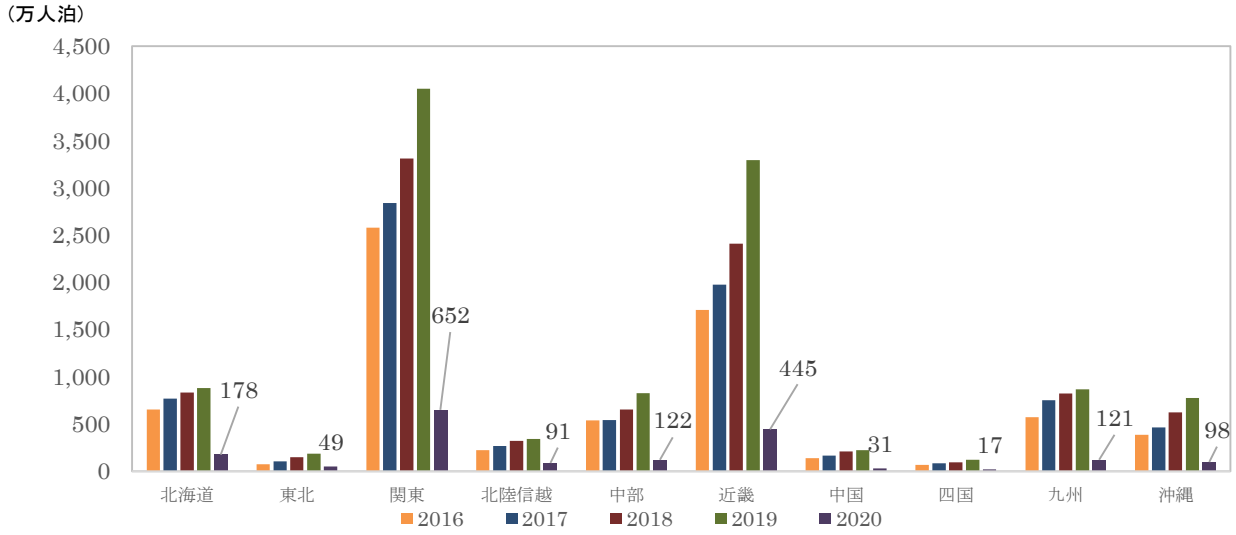
図表Ⅰ-41　地方ブロック別延べ宿泊者数（全体及び日本人）



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。
注２：棒グラフは日本人延べ宿泊者数を、マーカーは全体の延べ宿泊者数を示している。

外国人延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が 652 万人泊（全体の 36.2%）、近畿が 445 万人泊（同 24.7%）、北海道が 178 万人泊（同 9.9%）となり、当該３地域で全国の外国人延べ宿泊者数の 70.8%を占めた。（図表Ⅰ-42）。

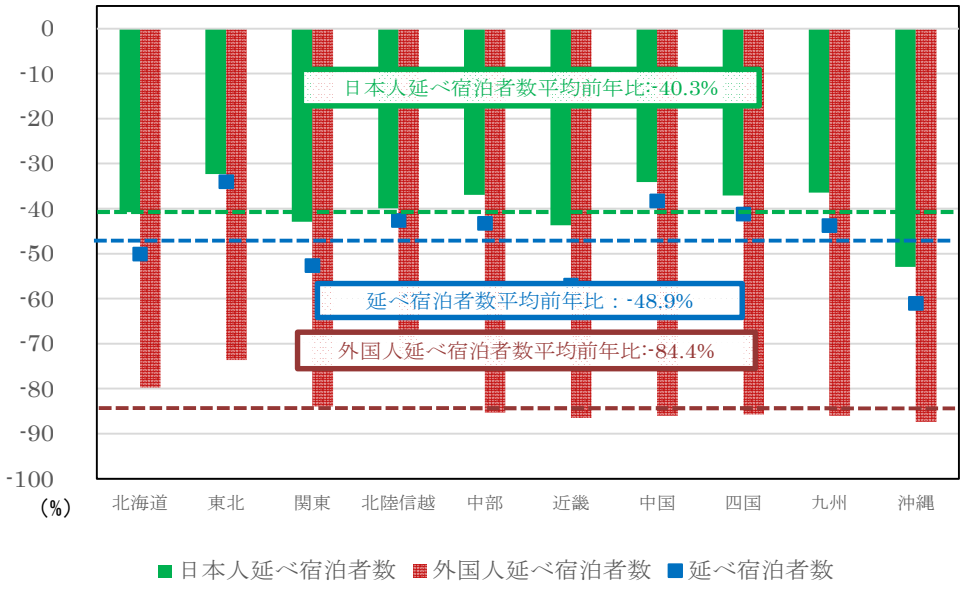
図表Ⅰ-42　地方ブロック別延べ宿泊者数（外国人）



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。

2020 年（令和２年）の延べ宿泊者数の前年比をみると、日本人延べ宿泊者数は、関東、近畿、沖縄で全国平均より減少幅が大きかった。また、外国人延べ宿泊者数は、中部、近畿、中国、四国、九州及び沖縄で全国平均より減少幅が大きかった。（図表Ⅰ-43）。

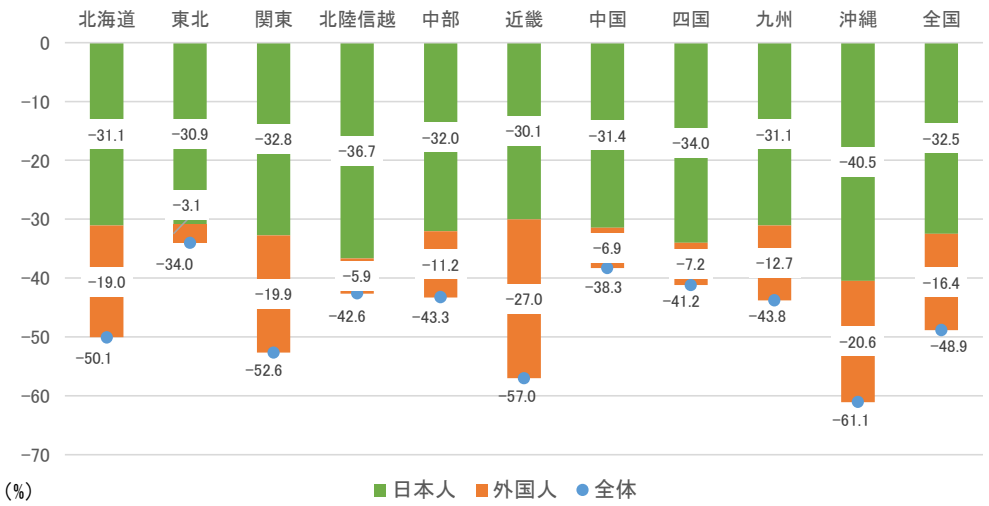
図表Ⅰ-43　日本人延べ宿泊者数及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別前年比
（2020 年（令和２年））



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2019 年（令和元年）の確定値と 2020 年（令和２年）の速報値を比較した。

延べ宿泊者数の減少について、日本人と外国人に分けて要因分析をしたところ、近畿や沖縄は外国人延べ宿泊者数の落ち込みが大きかったこともあり、他の地域と比べ、落ち込みが大きかった。（図表Ⅰ-44）。

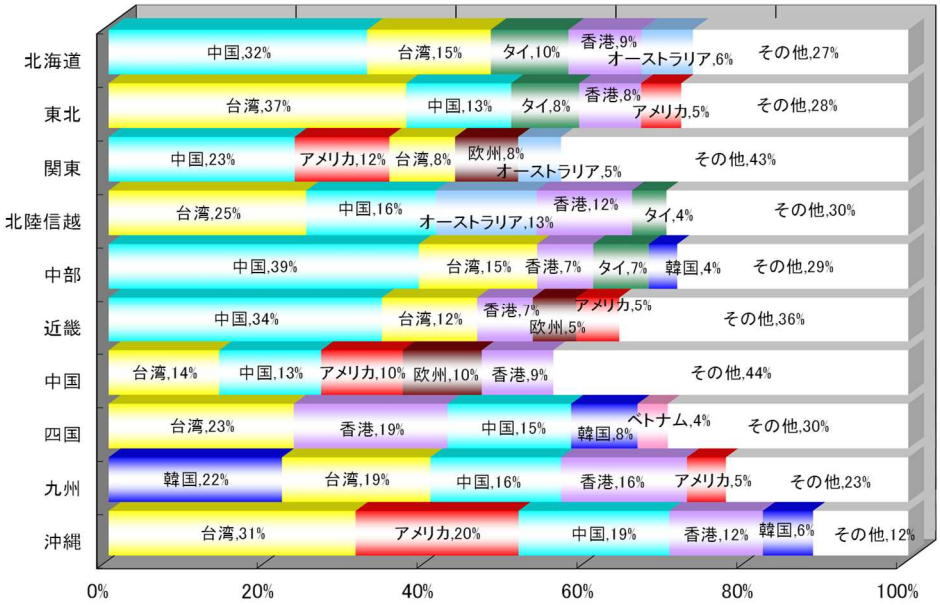
図表Ⅰ-44　地方ブロック別延べ宿泊者数（日本人･外国人別前年比寄与度）
（2020 年（令和２年））



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。

2020 年（令和２年）における地方ブロック別外国人延べ宿泊者について、国籍・地域別にみると、中国からの宿泊者が北海道・関東・中部・近畿の４地域で、韓国からの宿泊者が九州で、台湾からの宿泊者が東北・北陸信越・中国・四国・沖縄の５地域で最も高い比率を占めた。（図表Ⅰ-45）。

図表Ⅰ-45　地方ブロック別外国人延べ宿泊者の国籍・地域別構成比
（2020 年（令和２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。
注２：欧州はドイツ・英国・フランス・ロシア・イタリア・スペインの６箇国。

地域ごとの動向は以下のとおりである。

１　北海道

北海道では全国に先駆けて新型コロナウイルス感染症が拡大し、2020 年（令和２年）２月 28 日には北海道独自の緊急事態宣言が出され、同年３月の延べ宿泊者数全体は前年の 30%、５月には同 15%程度と大きく減少した。

その後、７月１日の北海道民を対象とした宿泊割引支援である「どうみん割」の開始や、７月 22 日の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。）の開始もあり宿泊者数は回復に向かい、10 月には Go To トラベル事業の完全実施に秋の行楽シーズンが重なり、宿泊者数は大きく回復した。

しかし、10 月末から感染者数が再度増加傾向となり、11 月７日には北海道の集中対策期間が始まり、同月 24 日には札幌市が Go To トラベル事業の除外地域になるなど、感染再拡大とその影響を受けて宿泊者数は再び減少に転じ、2020 年（令和２年）の延べ宿泊者数は前年の５割にまで落ち込んだ。

２　東北

2020 年（令和２年）の東北６県の外国人延べ宿泊者数は 40.5 万人泊と大きく減少に転じた。

日本人宿泊者数については、新型コロナウイルス感染症の感染者数が総じて少ない状況と Go To トラベル事業並びに各県及び市町村が実施する独自の宿泊割引等の効果により５月を底に徐々に回復傾向を示したが、2020 年（令和２年）の東北６県の日本人延べ宿泊者数は 2,190 万人泊と、前年に比べ 34%減少した。

３　関東

新型コロナウイルス感染症の影響により、関東管内における 2020 年（令和２年）の延べ宿泊者数は前年比 52.6%減となった。また、山梨県で「やまなしグリーン・ゾーン認証」を受けた宿泊施設を対象に「やまなしグリーン・ゾーン宿泊割り」を行う等、各都県において県民割等を実施し誘客の支援に取り組んだ。

４　北陸信越

2020 年（令和２年）は、新型コロナウイルス感染症の大きな影響が３月から出始め、延べ宿泊者数は５月に最大の落ち込みをみせた。その後は各県の県民向けを中心とした宿泊支援キャンペーンや Go To トラベル事業により回復傾向にあったものの、年間では前年比 43%減の 2,409 万人泊となった。

近年の中国における新潟県や長野県のスノーリゾートへの関心の高まり等により、2020 年（令和２年）１月の外国人延べ宿泊者数は前年を上回るスタートであったが、４月以降はほぼ消失した状況となった。

５　中部

2020 年（令和２年）の延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、前年比 43.3%減の 3,563 万人泊となり、３年ぶりに大幅減少に転じた。岐阜県においては、令和２年７月豪雨及びそれに伴う JR 高山線、国道 41 号線の一時不通の影響も受けた。

外国人延べ宿泊者数は、前年比 85.3%減の 122 万人泊となり、2007 年（平成 19 年）に開始された宿泊旅行統計調査開始以降、最も少ない値となった。

６　近畿

新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊者数が全体的に落ち込み、とりわけ外国人旅行者が占める割合が大きい関西では、2020 年（令和２年）の外国人延べ宿泊者数は前年比 86.5%減と大きく減少に転じた。特に関西国際空港での出入国規制は、関西の外国人宿泊者数に多大な影響を与える結果となった。

Go To トラベル事業や地方公共団体が実施した需要喚起策により日本人延べ宿泊者数の減少幅は抑えられたが、感染再拡大により需要喚起策が中止となった影響から、足元でも低調に推移している。

７　中国

2020 年（令和２年）の延べ宿泊者数は前年比 38.3%減の約 1,702 万人泊となり、２年連続の減少となったものの、全国と比べて減少幅は小さかった。月毎の動向をみると、緊急事態宣言が出された同年４月から５月は大幅に減少したが、Go To トラベル事業や地方公共団体の宿泊割引支援事業等により日本人延べ宿泊者数が徐々に増え、11 月には前年同月と比較して９割程度にまで回復した。特に山口県では、９月から 12 月の間、日本人延べ宿泊者数は前年同月を上回った。

８　四国

2020 年（令和２年）の外国人延べ宿泊者数は前年比 85.8%減となったが、日本人及び外国人をあわせた延べ宿泊者数は同 41.2%減と、大きな打撃を受けながらも全国平均を上回る水準であった。Go To トラベル事業に加え、多くの地方公共団体において宿泊代金の割引等失われた旅行需要を喚起する施策が打ち出され、例えば県内宿泊に伴う交通費の助成（高知県）といった特色ある施策も展開された。また、新たな観光施設による集客効果もあった。

９　九州

2020 年（令和２年）の延べ宿泊者数は大幅に減少した。また、九州地方で記録的な大雨となった令和２年７月豪雨による災害も影響したと考えられる。

外国人延べ宿泊者数については、韓国の前年比減少率が最も大きく、訪日外国人旅行者の多くを韓国が占める九州に大きく影響した。

10　沖縄

2020 年（令和２年）３月からの海外航空路線運休等で訪日外国人旅行者が急減、４月以降は皆減となり、外国人延べ宿泊者数は急減した。

県民向け宿泊割引「おきなわ彩発見キャンペーン」による需要喚起や、東京・関西方面の航空路線の提供座席数の増加、新規路線の開設はあったものの、８月１日から９月５日までの２度目の沖縄県緊急事態宣言の発出等を受けた旅行自粛や航空路線の減便規模が大きかったこと等から、日本人延べ宿泊者数は全国平均を上回る減少となった。

これにより、沖縄県における 2020 年（令和２年）の入域観光客数は対前年比 63.2%減となった。

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

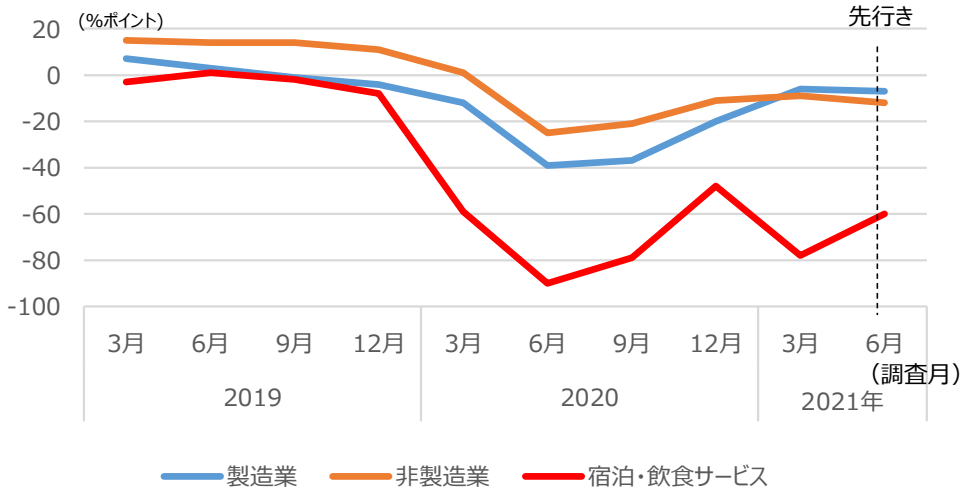
新型コロナウイルス感染症は全ての産業に深刻な影響をもたらしたが、今般の特徴のひとつとして、製造業に比べて、非製造業（サービス業）の落ち込みが顕著だったことが挙げられる。本節では概況に加え、消費、企業業績、雇用といった視点から、新型コロナウイルス感染症の観光関連産業への影響を取り上げる。その上で、事業継続や雇用維持に向けた施策や、感染拡大防止策を徹底しつつ旅行需要を喚起するために取り組んでいるサービス産業消費喚起事業（Go To トラベル事業）（以下、「Go To トラベル事業」という。）について紹介する。

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。

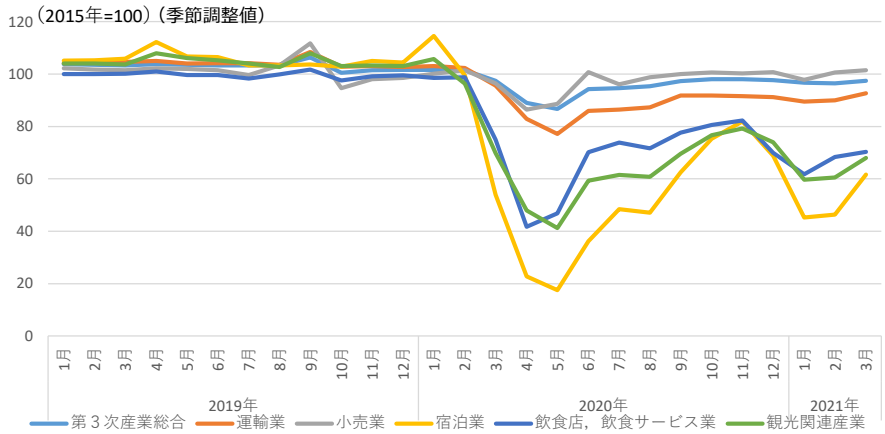
経済産業省「第３次産業活動指数」により非製造業の活動指数の推移をみると、運輸業や小売業、飲食業に比べ、宿泊業の落ち込みが大きい[1]。（図表Ⅱ－２）。

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）。

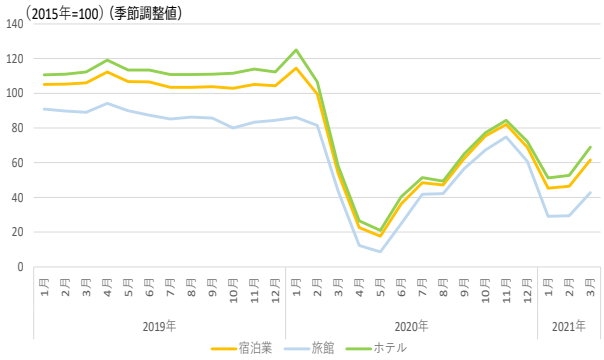
旅行業については、2020年（令和２年）４、５月にはほぼ皆減となった。国内旅行は、その後2020年（令和２年）後半にかけて持ち直しをみせたが、再度の緊急事態宣言の発出等を受けて再び大きく落ち込んだ。足元では2015年（平成27年）の約６割の水準となっている。海外旅行、外国人旅行は、弱い動きが続いている。（図表Ⅱ－４）。

[1] 「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。

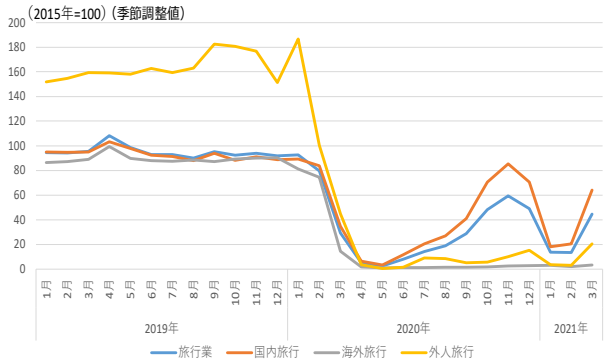
図表Ⅱ-２　第３次産業活動指数の推移



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）



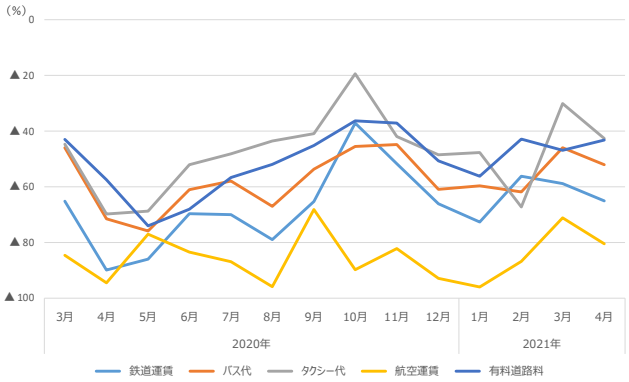
資料：経済産業省「第３次産業活動指数」

（消費）

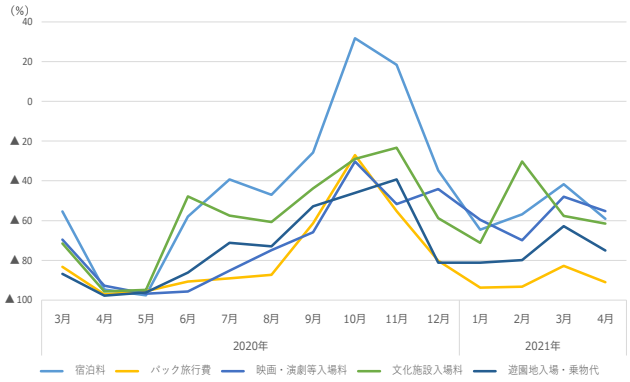
総務省「家計調査」により、観光に関連の深い交通関連消費と教養娯楽サービス関連消費について、対 2019 年同月実質増減率をみる。交通関連消費については、2020 年（令和２年）３月以降、2019 年（令和元年）の水準を下回って推移しており、下落幅は航空運賃が最も大きい結果となった。

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）



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）

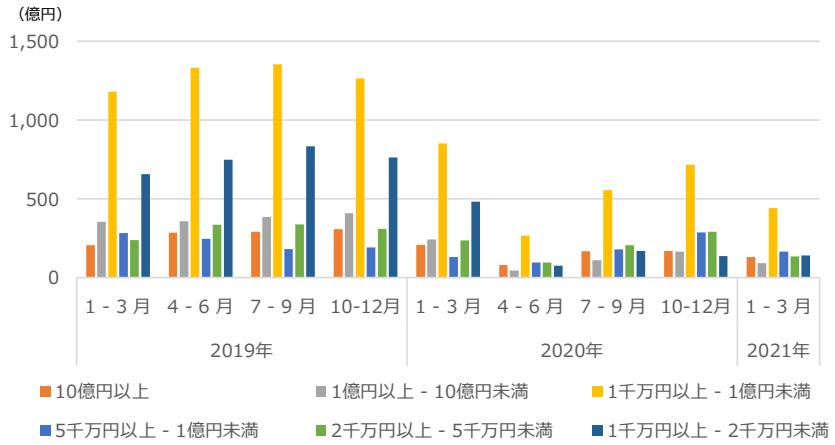


資料：総務省「家計調査」（２人以上の世帯）

（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）。

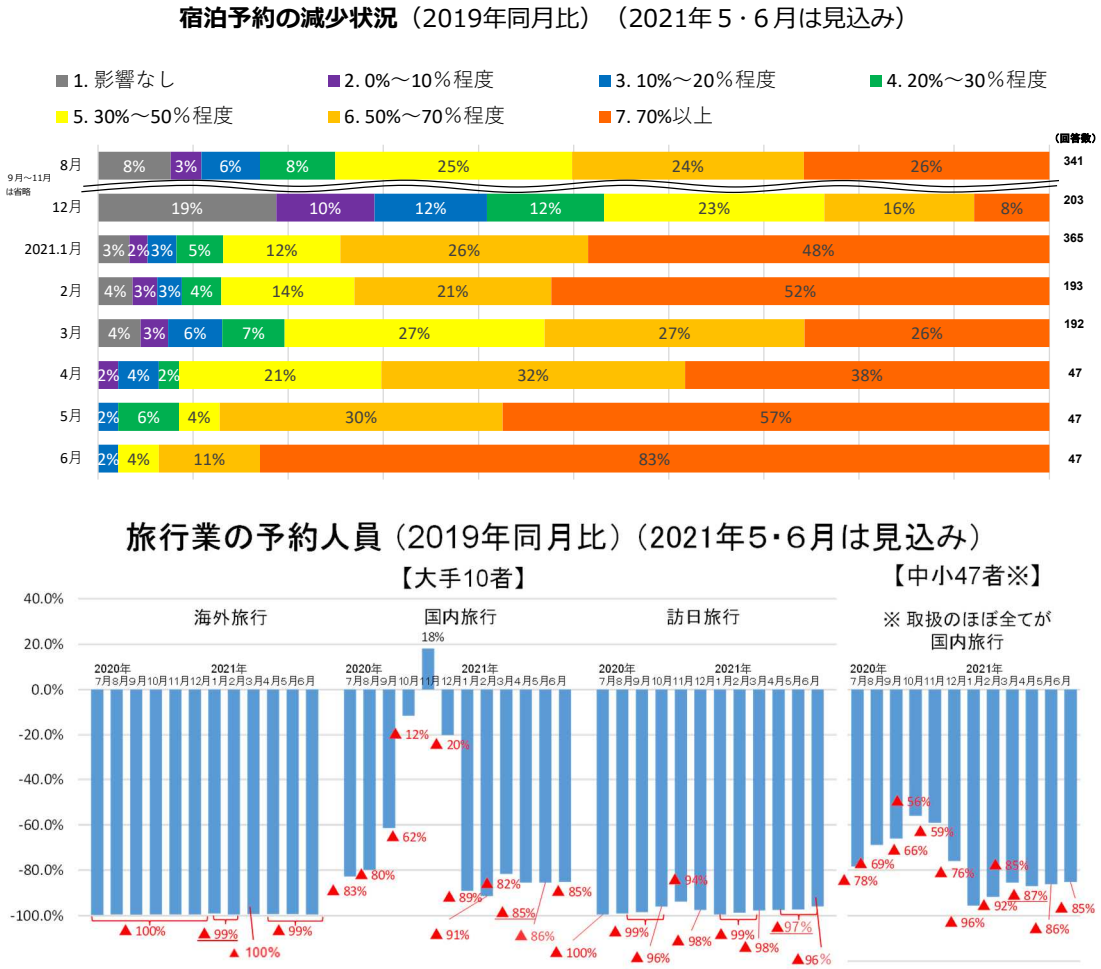
図表Ⅱ-7　宿泊業　売上高の推移（規模別）



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[2]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。

[2] 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。

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[3]、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[4]。

（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）。

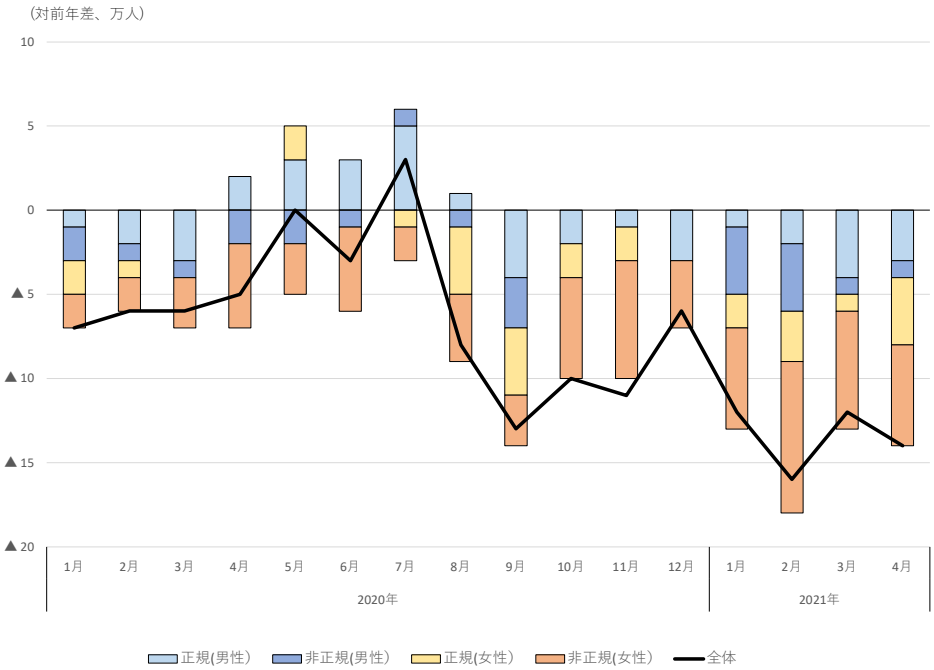
図表Ⅱ－９　宿泊業　雇用の状況

	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。[5,6]（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」

[3] 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。

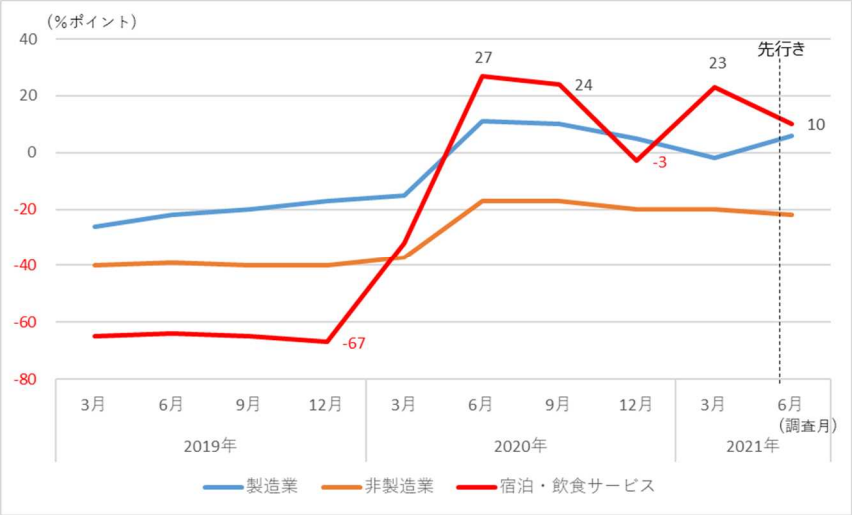
[4] このうち休廃業とは資産が負債を上回る状態での事業停止、解散とは事業を停止し企業の法人格を消滅させるために必要な清算手続きに移行している状態を指す。

[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

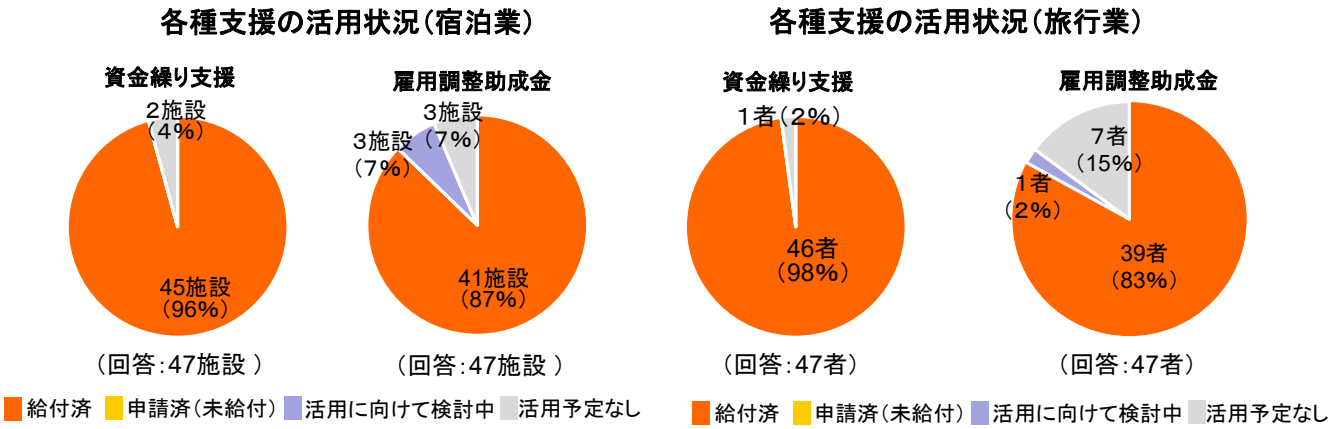
（事業継続、雇用維持に向けた取組）

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、従業員の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[7] 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を静かに過ご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	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

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。

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%を割り引くとともに、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業者・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[8]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トング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。

[8]「密閉」「密集」「密接」。

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

「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。

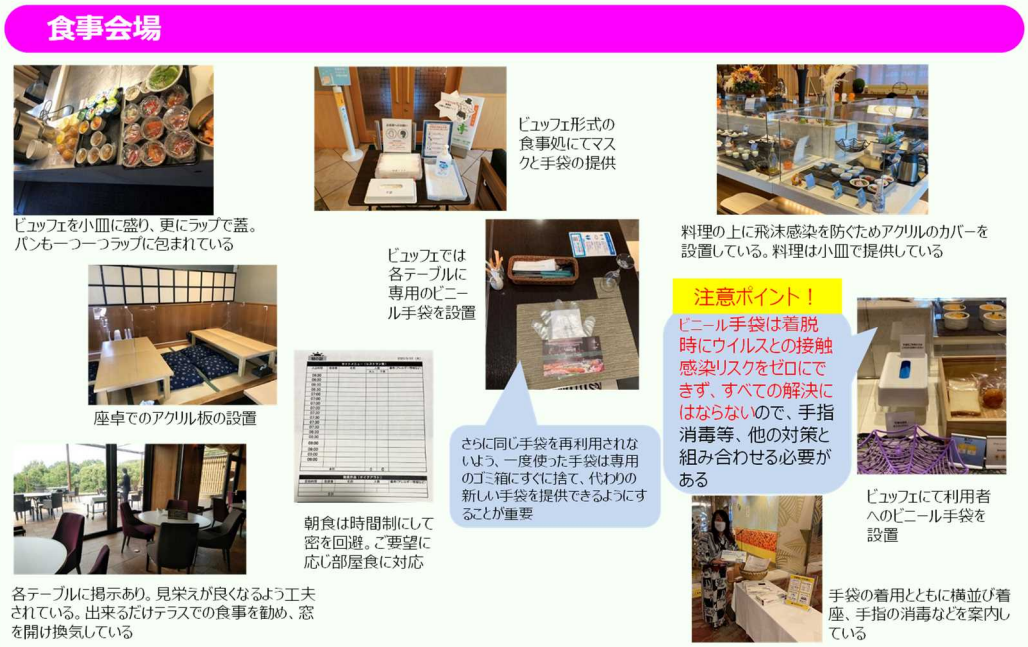
Go Toトラベル事業のこれまでの利用人泊数は、少なくとも約8,781万人泊であるが、５月末時点で観光庁が報告を受けているところでは、Go Toトラベル事業の利用者で新型コロナウイルス感染症の陽性が判明した方は411名[9]となっている。

[9]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。



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、定員の半分以下とするなど、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。

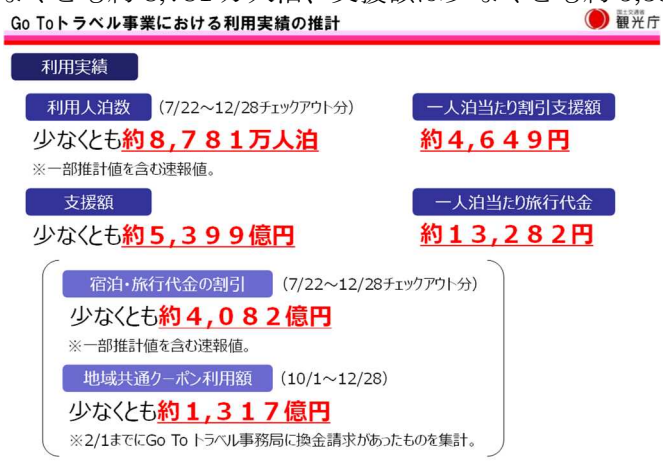
本モニターツアーの結果は日本旅行業協会に集められ、「旅行業のガイドライン」「新しい旅のエチケット」など旅行会社と旅行者の双方を対象とした一連の感染対策に反映していくこととしている。

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

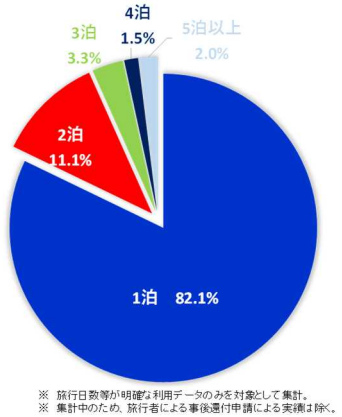
Go To トラベル事業は、2020 年（令和２年）12 月 28 日以降、一時停止措置がとられているが、これまでの利用人泊数は、少なくとも約 8,781 万人泊、支援額は少なくとも約 5,399 億円にのぼっている。



資料：観光庁資料

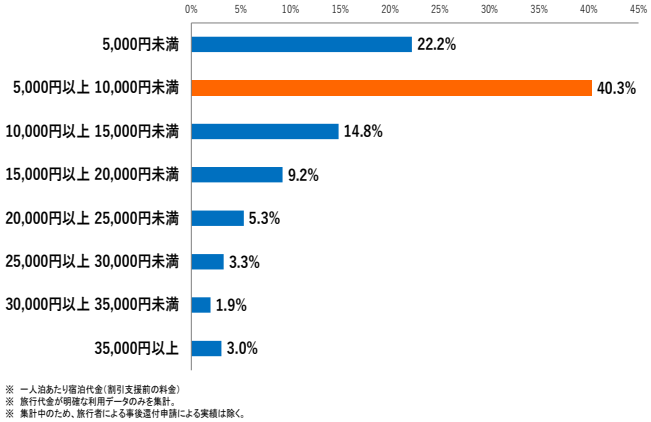
７月から 12 月までの宿泊旅行における利用状況についてみていくと、まず、７月 22 日から 12 月 27 日までに Go To トラベル事業を利用した宿泊旅行の平均泊数は約 1.35 泊であった。１泊での利用が最も多く、約 82%を占めた。宿泊１泊当たりの利用価格については「5,000 円以上 10,000 円未満」の利用者が最も多く、「5,000 円未満」が次に多いことから、比較的低価格帯の利用が中心となっている。（図表Ⅱ-15、16）。

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）



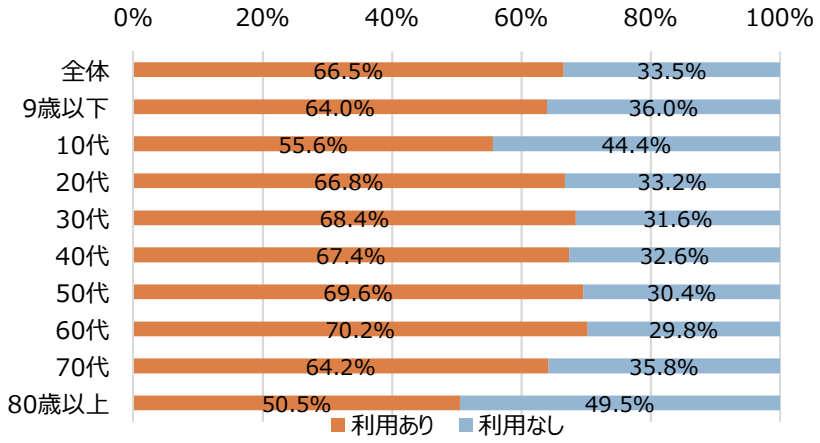
資料：観光庁資料

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）



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[10]。（図表Ⅱ-17）。

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）

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

[10] 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、実質的な利用比率は約 67%よりも高い可能性がある。

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）

（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

コラムⅡ－５　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 トラベル事業の開始前、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	・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） ・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） ・1人1泊当たり 5,500 円割引 ・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 ・Go To トラベル事業との併用可
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	・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 ・Go To トラベル事業との併用可
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	・「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 【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） 【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） ・Go To トラベル事業との併用可
実績等 特記事項	・予算額　約 5.5 億円 ・販売実績 【全国版】24, 692 人泊、【県民版】17, 359 人泊　合計 42,051 人泊 ・「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）。

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 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 ※島根県と合同で「#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）「龍馬パスポート」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 ・「龍馬パスポート」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	・「おんせん県お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 ・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 ・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 ・Go To トラベル事業との併用不可
実績等 特記事項	・予算額　約 6,100 万円（延べ利用人数約 12,000 人） ・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） ・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）
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	・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 ・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 ・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 ・Go To トラベル事業との併用可
実績等 特記事項	・予算額　約 4,524 万円 ・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

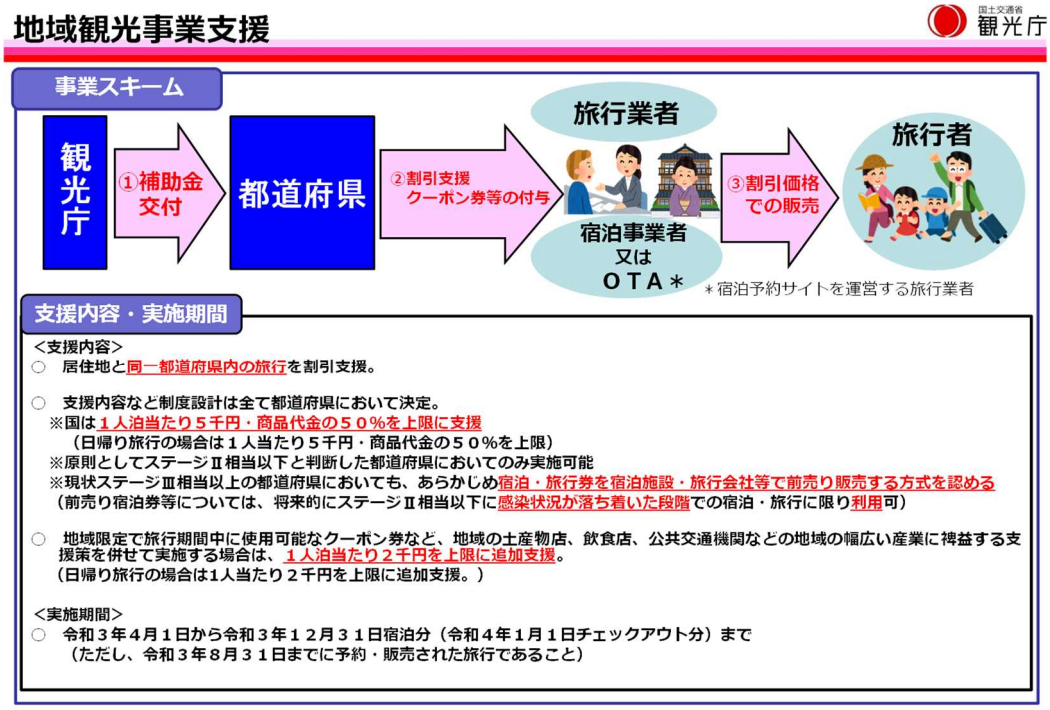
４　地域観光事業支援

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[11]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。



[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。

コラムⅡ－６　海外の主な需要喚起策

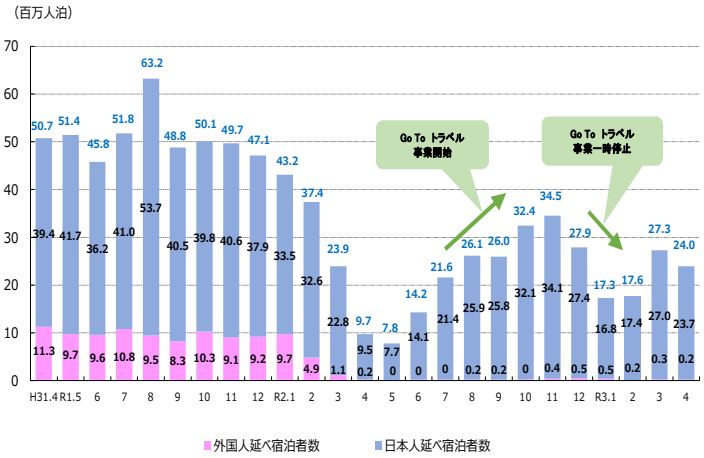
海外においても、観光関連産業を支援するために各種の対策が実施されているが、ここでは、Go To トラベル事業と同様に、国内旅行促進のために割引やバウチャーの配布を行った事例として、台湾、タイ、イタリアの事例を紹介する。

国・地域	事業名称	内　容	対象期間
台湾	**「振興三倍券」**	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、商圏、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 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	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」	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 • 団体旅行：1人1日当たりNT$700（同2,800円） • 個人旅行：1部屋当たりNT$1,000（同4,000円） ※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 ※「振興三倍券」との併用が可能	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）**	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 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 ● 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 ● 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 ● 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	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**	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） 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&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 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 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	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

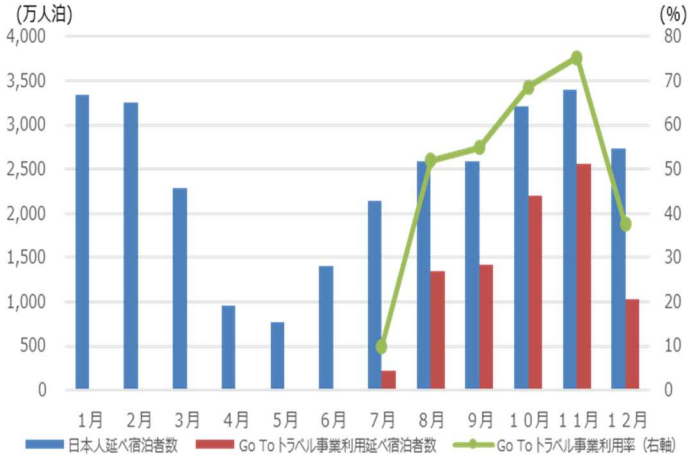
5　足元の国内観光の動向

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



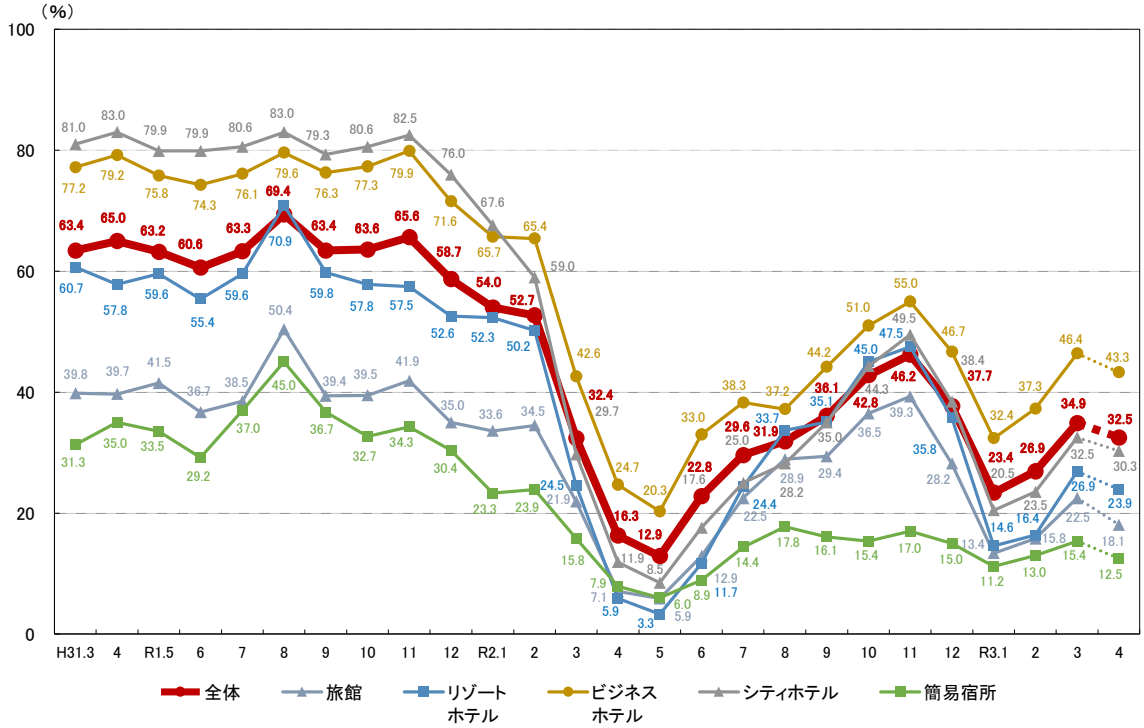
図表Ⅱ-20　日本人延べ宿泊者数と Go To トラベル事業延べ宿泊者数の推移（2020 年）



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。

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）。

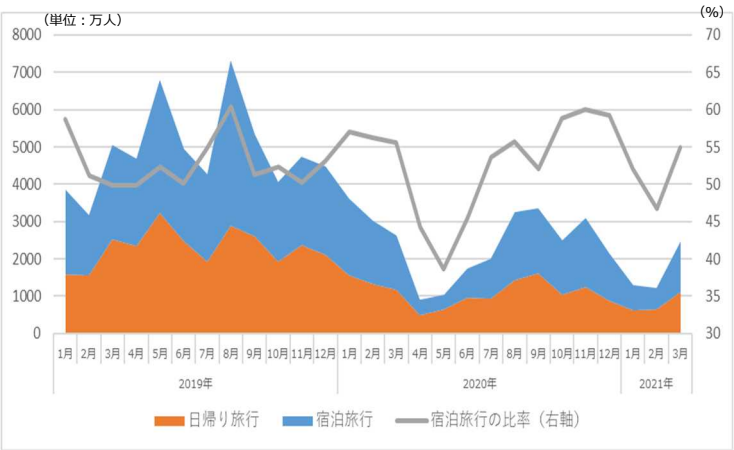
図表Ⅱ-21　施設タイプ別客室稼働率の推移



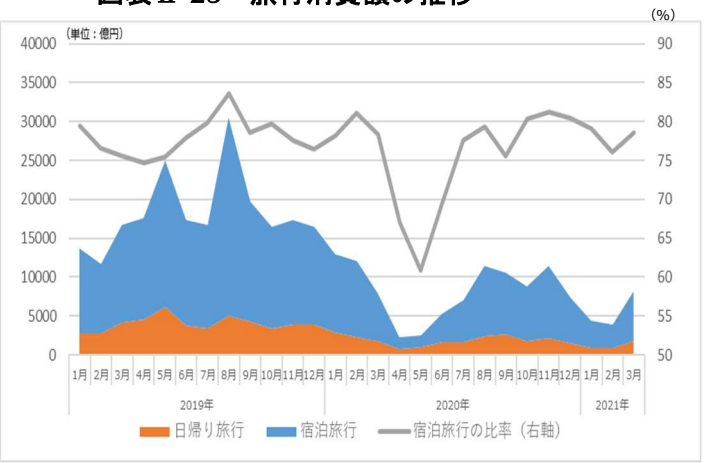
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2020 年（令和２年）１月～2021 年（令和３年）４月は速報値。

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

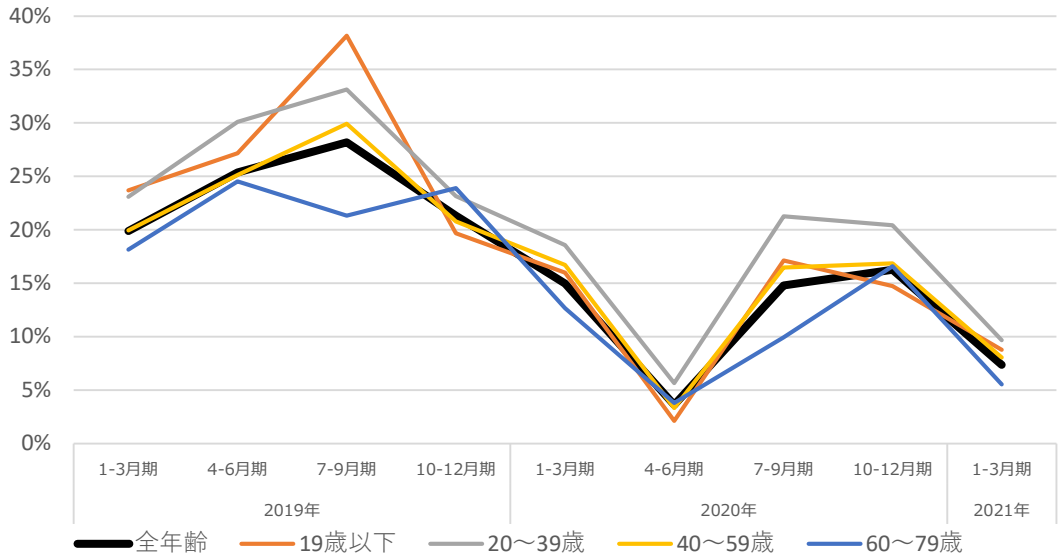


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
注１：2021 年（令和３年）１-３月期は速報値。

旅行経験率[12]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



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
注１：2021 年（令和３年）１-３月期は速報値。

[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

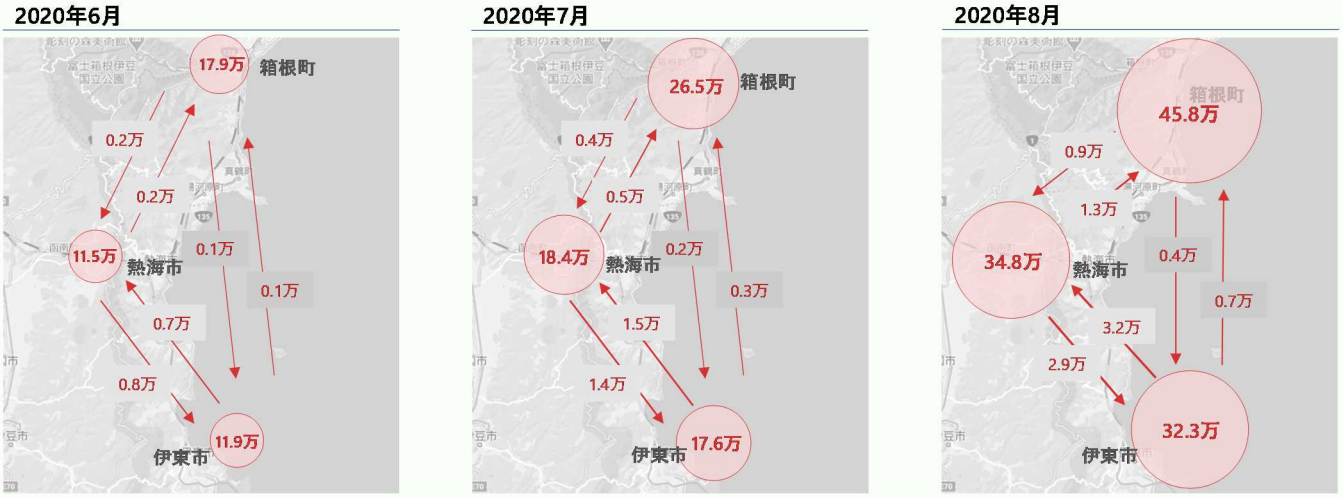
近年、携帯端末の位置情報を活用したモバイルデータによる人流計測が進んでいる。モバイルデータ分析が持つ優位性としては、ゴールデンウィークやお盆といった短い期間や特定の観光地に限定した分析に加え、時間帯別分析、性別・年代別分析、居住地別分析、滞在日数（宿泊・日帰り）別分析、周遊エリア分析も可能であることが挙げられる。

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。

首都圏近辺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。

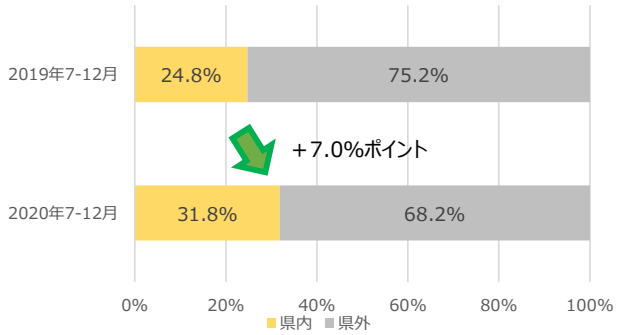
１　旅行形態の変化

（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）。

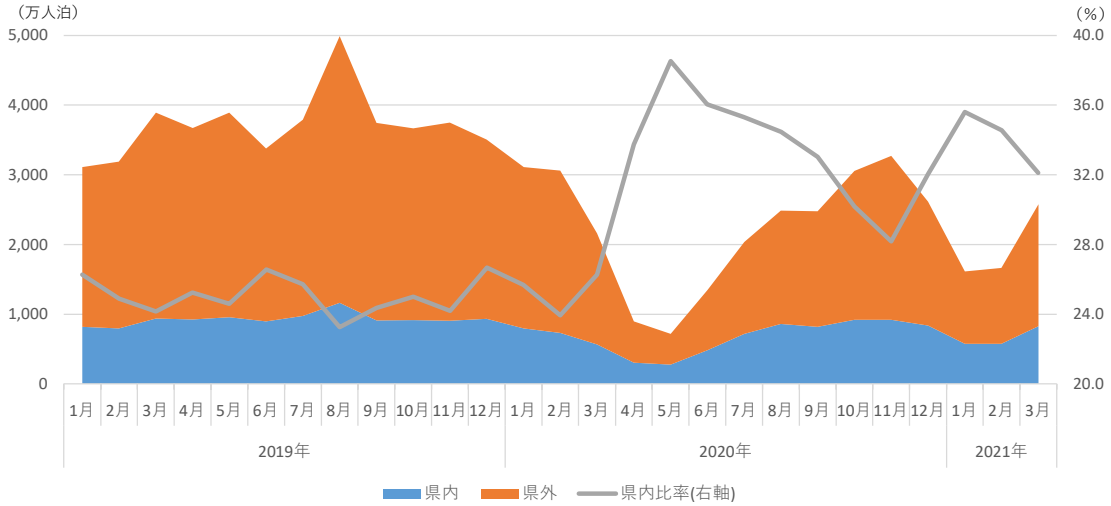
図表Ⅱ-25　県内宿泊旅行者と県外宿泊旅行者の割合【全国】



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みると、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）。

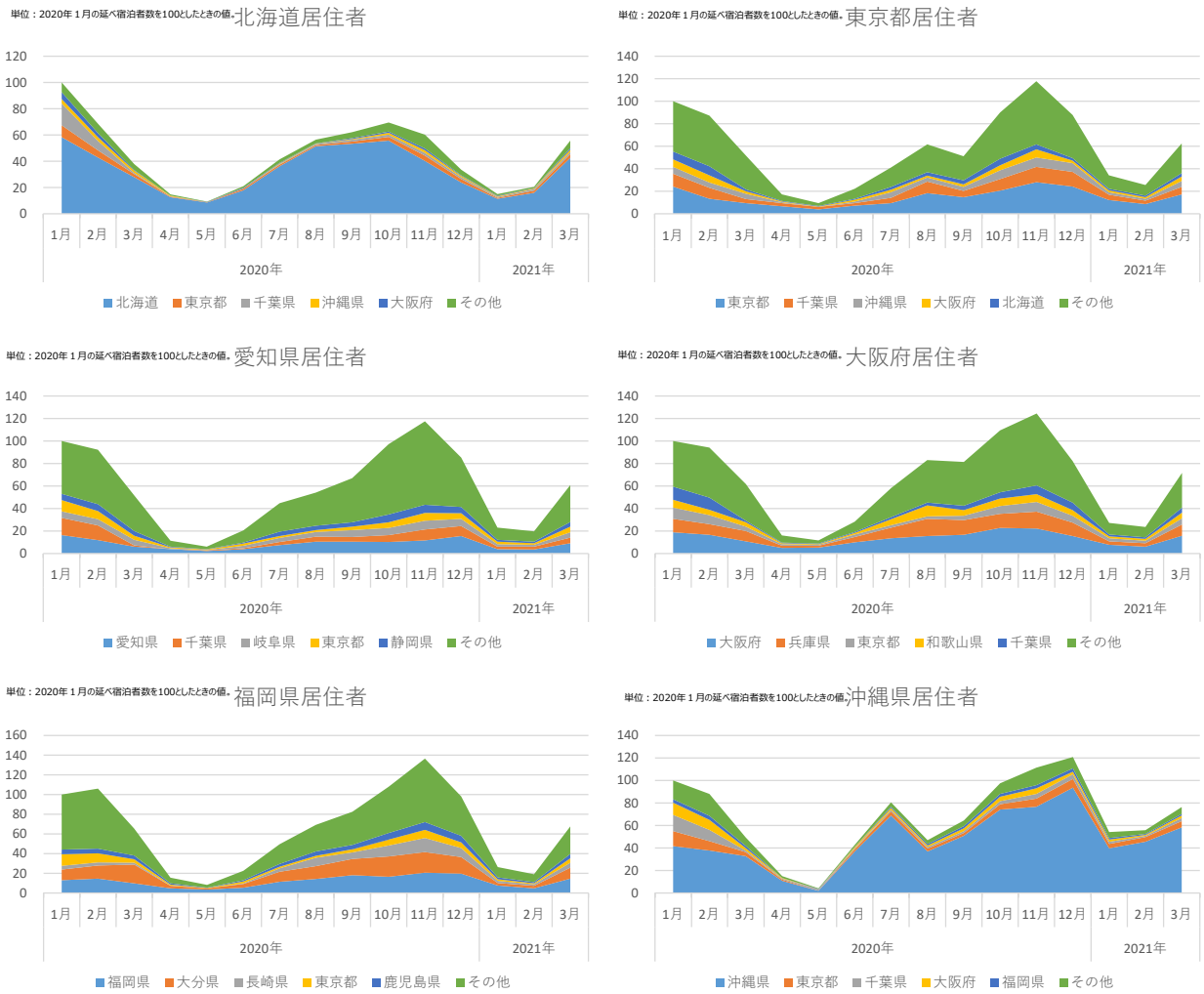
図表Ⅱ-26　県内県外宿泊旅行者の推移



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みられたことが分かる。

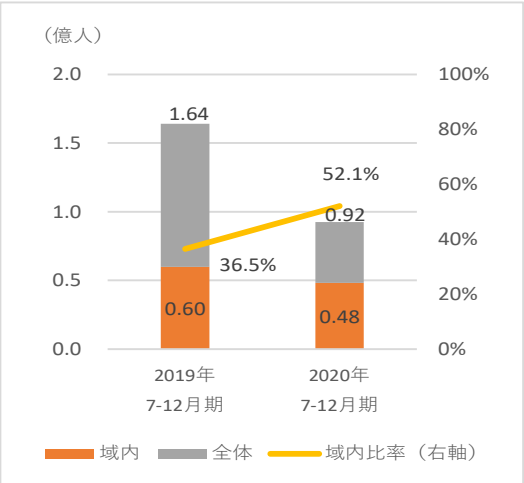
図表Ⅱ-27　居住地別　目的地別の延べ宿泊者数の推移



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。

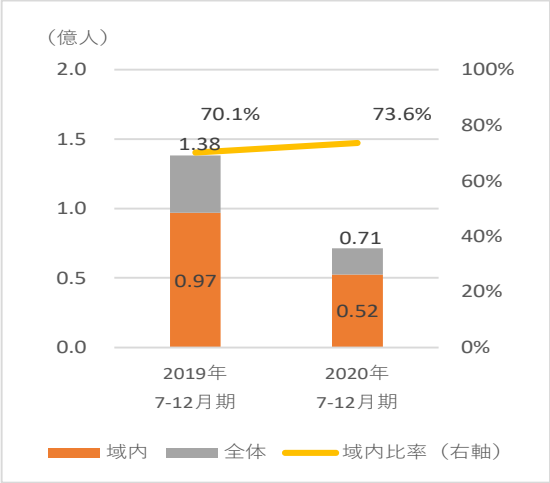
観光庁「旅行・観光消費動向調査」により、宿泊旅行、日帰り旅行における域内比率[13]をみたところ、延べ旅行者数及び観光消費額が大きく減少する中で、宿泊旅行において、延べ旅行者数、消費額ともに域内比率が大きく高まったことが分かる。（図表Ⅱ-28、29、30、31）。

図表Ⅱ-28　宿泊旅行・延べ旅行者数



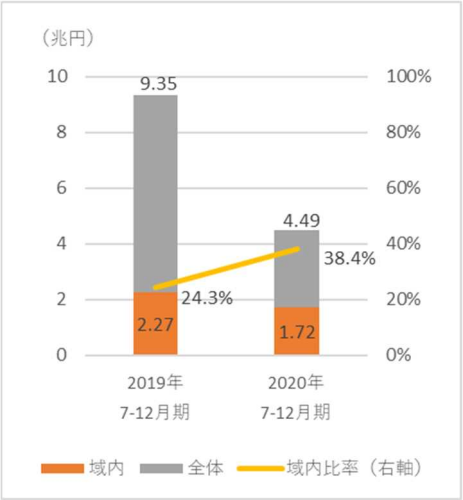
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表Ⅱ-29　日帰り旅行・延べ旅行者数

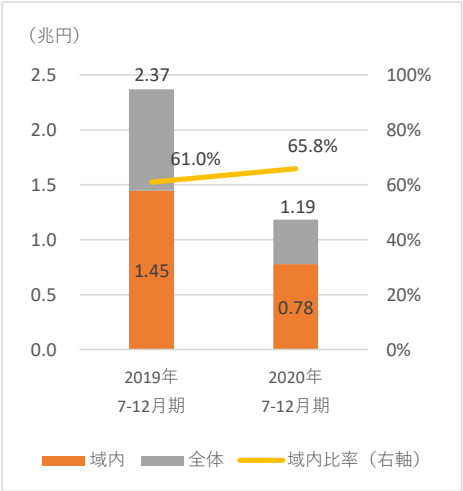


[13]各地方ブロック内への旅行が占める割合。

図表Ⅱ-30　宿泊旅行・消費額



図表Ⅱ-31　日帰り旅行・消費額

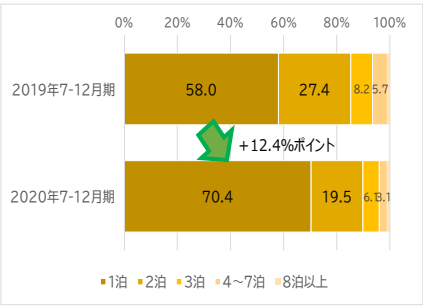


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

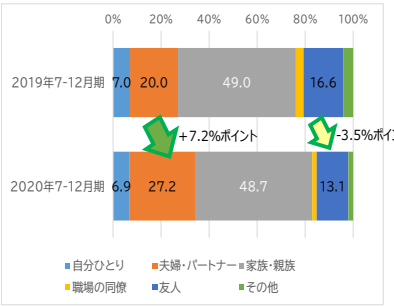
（宿泊数、同行者、旅行の種類）

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）。

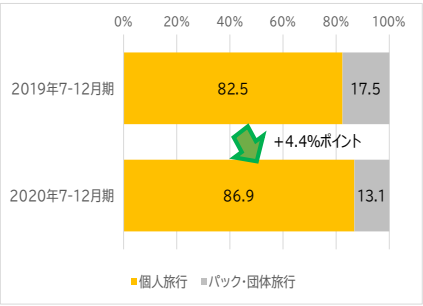
図表Ⅱ-32　宿泊数



図表Ⅱ-33　同行者



図表Ⅱ-34　旅行の種類

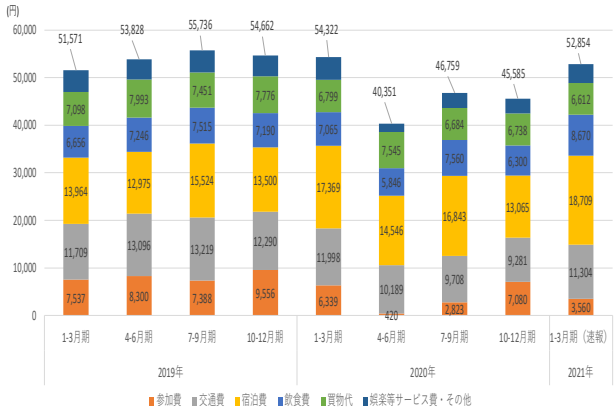


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

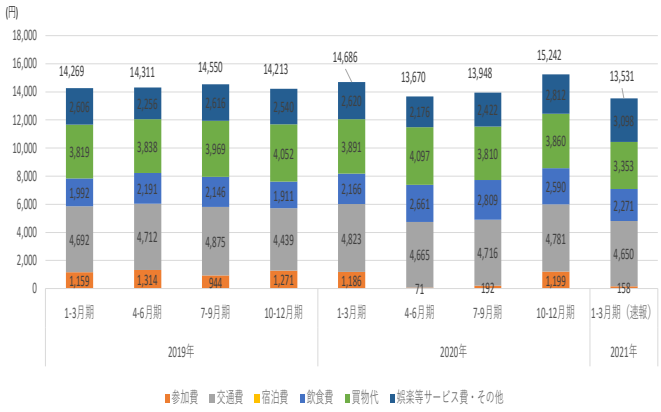
（旅行支出）

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）[14]の推移をみると、宿泊旅行においては参加費[15]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）



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]旅行会社のパックツアー利用や、職場や学校等の団体旅行への参加に係る費用。

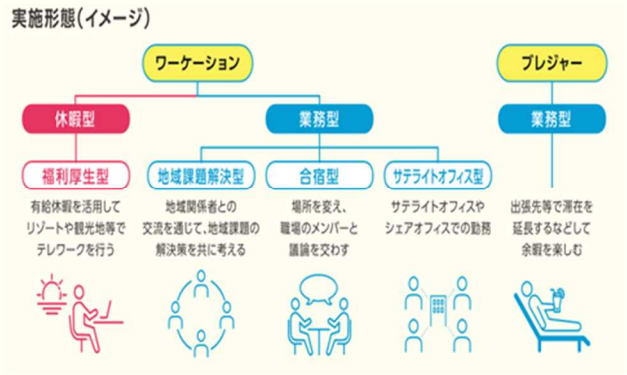
２　ワーケーション等やアウトドア等の自然体験へのニーズの高まり

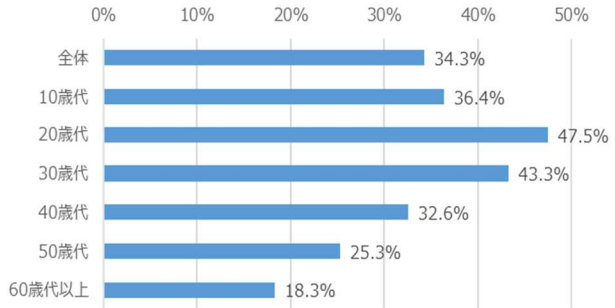
（ワーケーション等）

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、ワーケーションやブレジャー[16]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、ワーケーション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」

ワーケーションやブレ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[17]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が期待されている。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、ワーケーションの効果検証では、ワーケーションが生産性・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、ワーケーション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。

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が期待される。

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。

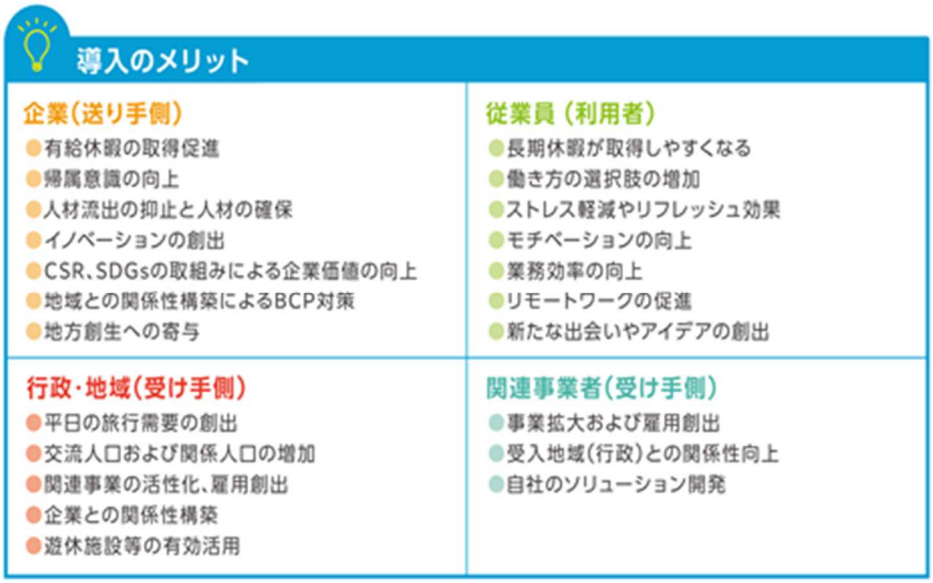
地域においても、新たな旅行需要の取り込みや将来的な関係人口の拡大を期待して、受入環境の整備が進められている。特に、家族連れでワーケーションを行うにあたっては、仕事中の子供や配偶者の過ごし方が課題となるが、長崎県五島市が 2020 年（令和２年）に実施したワーケーション実証事業では、子連れでのワーケーションを楽しめるよう、市や関係者と調整し、小学校の体験入学を利用可能とした

[16]ワーケーション：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、普段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。

[17]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。

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、子供と一緒になって楽しめる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

企業（送り手側）
- 有給休暇の取得促進
- 帰属意識の向上
- 人材流出の抑止と人材の確保
- イノベーションの創出
- CSR、SDGsの取組みによる企業価値の向上
- 地域との関係性構築によるBCP対策
- 地方創生への寄与

従業員（利用者）
- 長期休暇が取得しやすくなる
- 働き方の選択肢の増加
- ストレス軽減やリフレッシュ効果
- モチベーションの向上
- 業務効率の向上
- リモートワークの促進
- 新たな出会いやアイデアの創出

行政・地域（受け手側）
- 平日の旅行需要の創出
- 交流人口および関係人口の増加
- 関連事業の活性化、雇用創出
- 企業との関係性構築
- 遊休施設等の有効活用

関連事業者（受け手側）
- 事業拡大および雇用創出
- 受入地域（行政）との関係性向上
- 自社のソリューション開発

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。

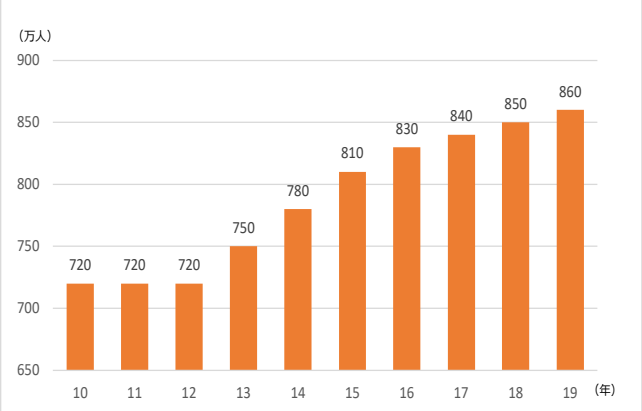
また、ワーケーション等の旅費等に関する税務処理については、2020年（令和２年）12月に、事例別の考え方をQ&A形式で整理して公表し、企業でのワーケーション等の制度化を促進した。なお、企業によっては、ワーケーションの内容に応じて旅費を企業側が負担するケースもみられる。

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）

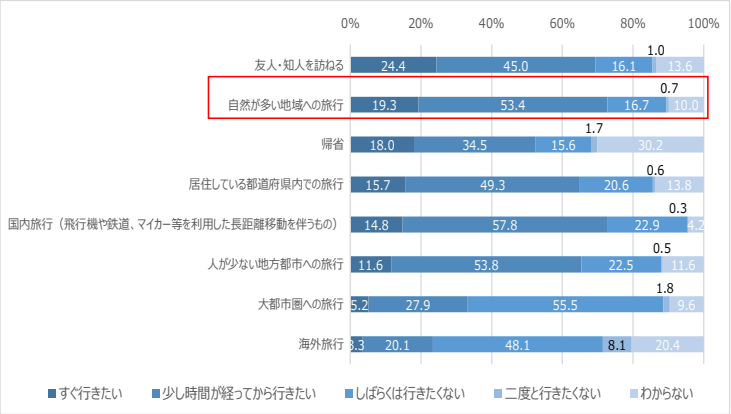
新型コロナウイルス感染症が拡大する以前より、キャンプ等のアウトドア需要は高まっており、オートキャンプ参加人数は、過去６年間で約100万人増加しているが、さらに新型コロナウイルス感染症による旅行者の変化として、３密の回避につながる、自然が多い地域への訪問意向が高まっているとの調査結果がある。（図表Ⅱ-38、39）。

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」

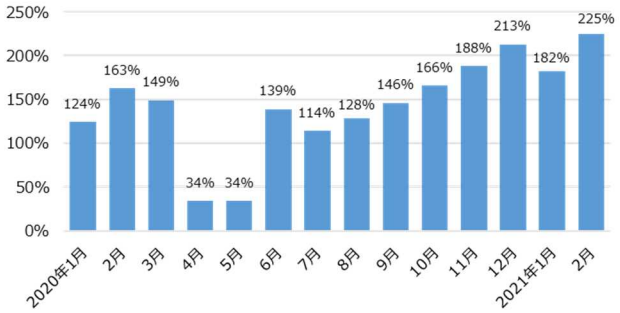
図表Ⅱ-39　意識調査　渡航や外出自粛が緩和された場合、どんな旅行にいつ頃行きたいか（単一回答）



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。

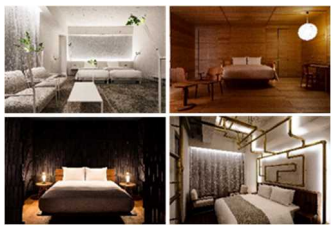
施設の設計を著名な建築家が担い、既存建物を改築したコンクリート剥き出しの、緑あふれる４層吹き抜けが印象的なヘリテージタワーと、利根川の支流にあった土手を模した特徴的なデザインのグリーンタワーの２棟で構成されている。

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、特定の時期に一斉に休暇取得する、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。

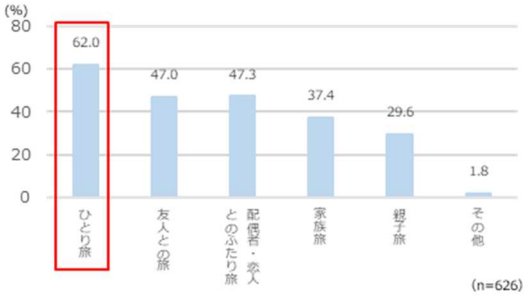
分散型旅行のロゴ

JR 北海道では、流氷だけではない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」「あたらしい旅のカタチ」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）

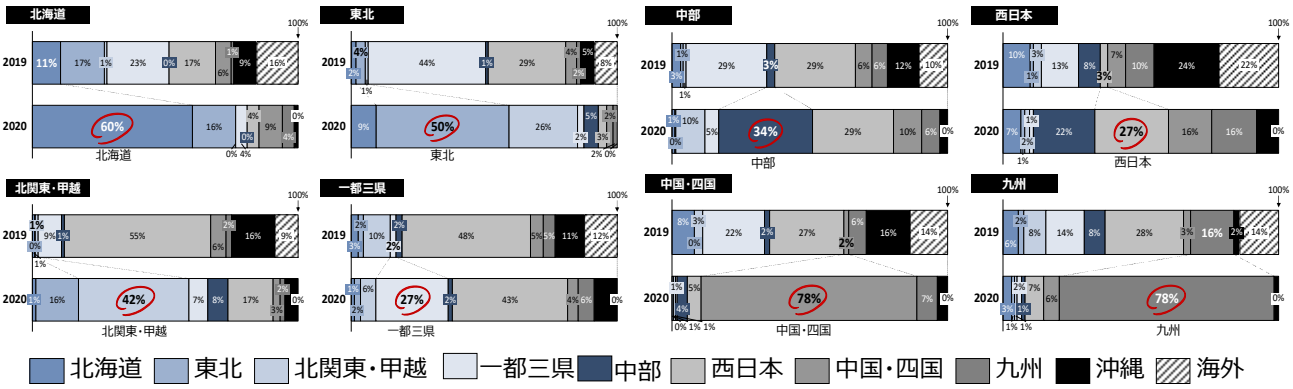
修学旅行は、子供たちにとって学校生活の思い出に残るだけでなく、見聞を広め、自然や文化などに親しむ有意義な教育活動として各学校において計画・実施されている。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、修学旅行が中止や変更となるケースが生じた。

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

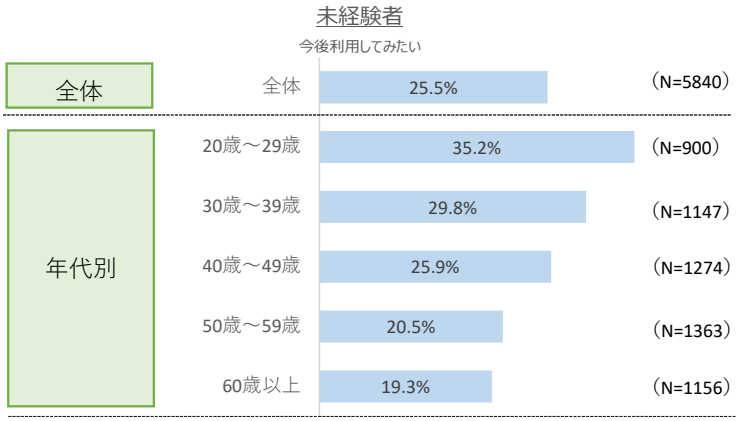
「ひじまち歩きガイドの会」の皆さん

【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 JTB 総合研究所　「新型コロナウィルス（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。

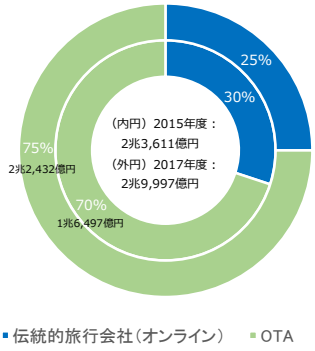
オンラインツアーの様子

参加者宅に届く香川の特産品

4　オンライン予約の増加

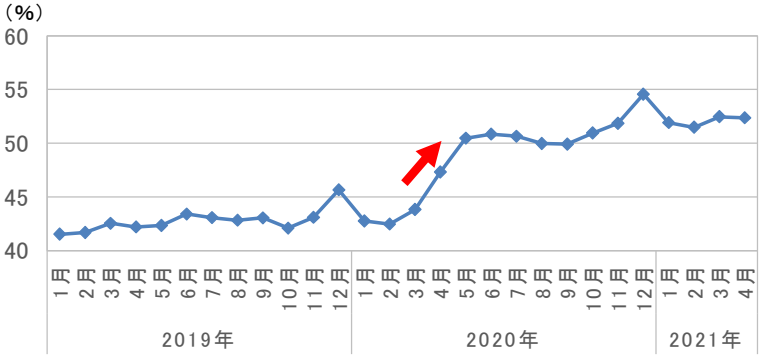
日本の旅行会社によるオンラインでの取扱高は、2015 年度（平成 27 年度）から 2017 年度（平成 29 年度）にかけて約 6,400 億円増加したところであるが、総務省「家計消費状況調査」にみられるように、ネットショッピング利用世帯の割合が増加していることを踏まえれば、今後対面や接触を避けることができるオンライン予約が増加すると見込まれる。（図表Ⅱ-44、45）。

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

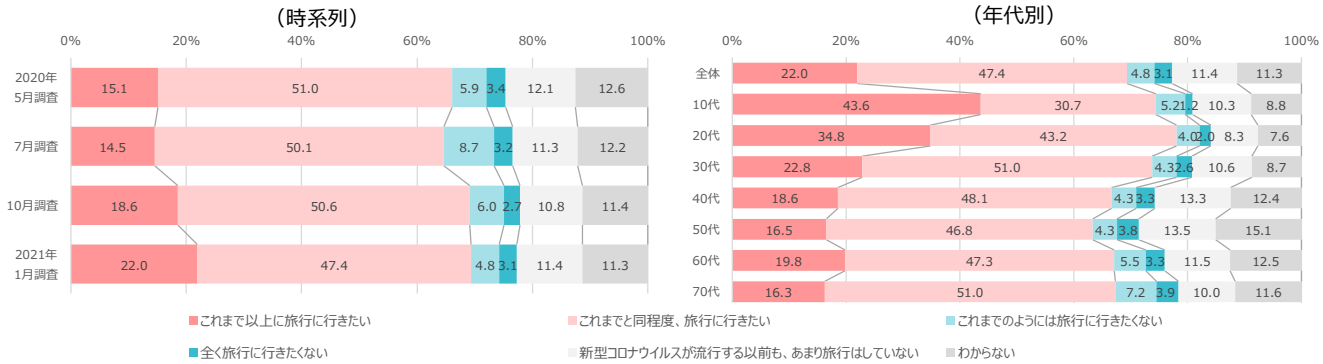


資料：総務省「家計消費状況調査」

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）。

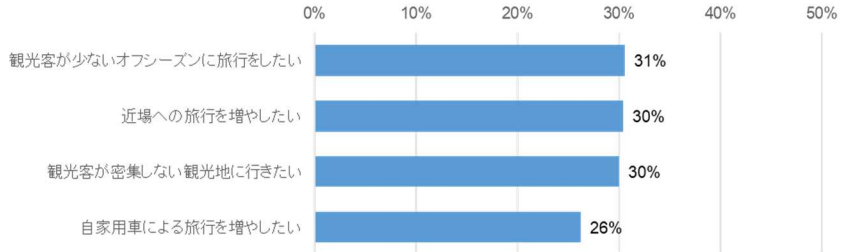
図表Ⅱ-46　新型コロナウイルス収束後の旅行意向



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



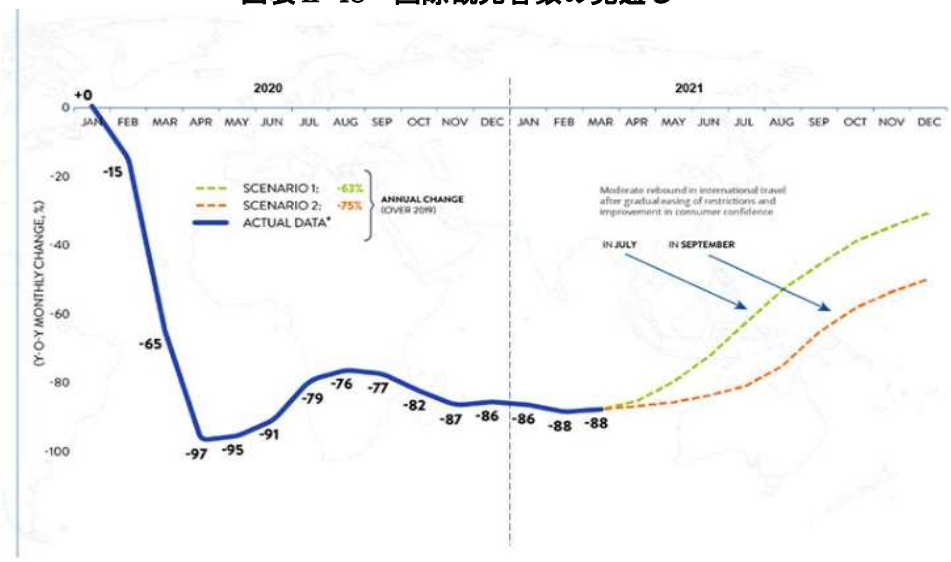
資料：JTBF「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査（2020 年 12 月）」

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）。

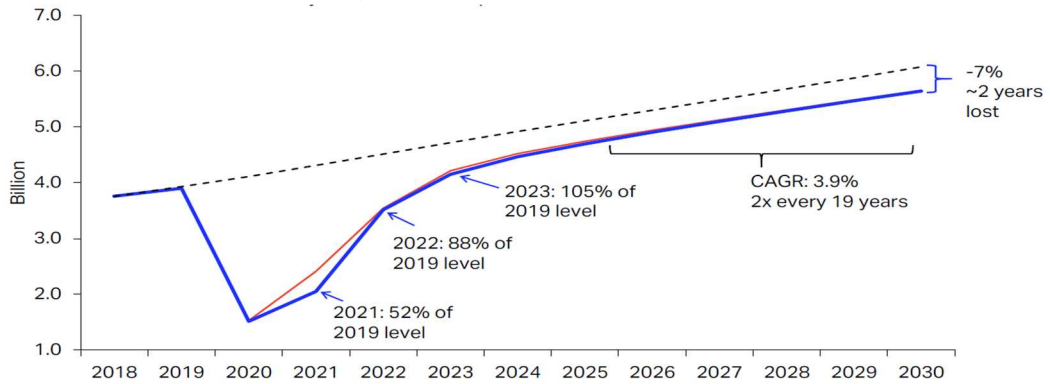
図表Ⅱ-48　国際観光客数の見通し



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

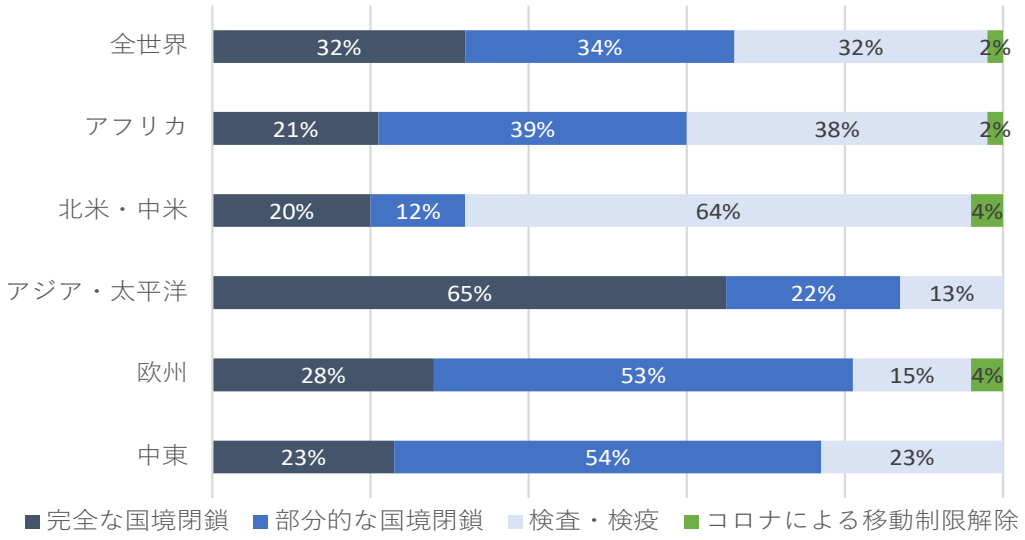


資料：IATA（国際航空運送協会）

（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[18]となっている。（図表Ⅱ-50）。

図表Ⅱ-50　世界の入国規制の状況



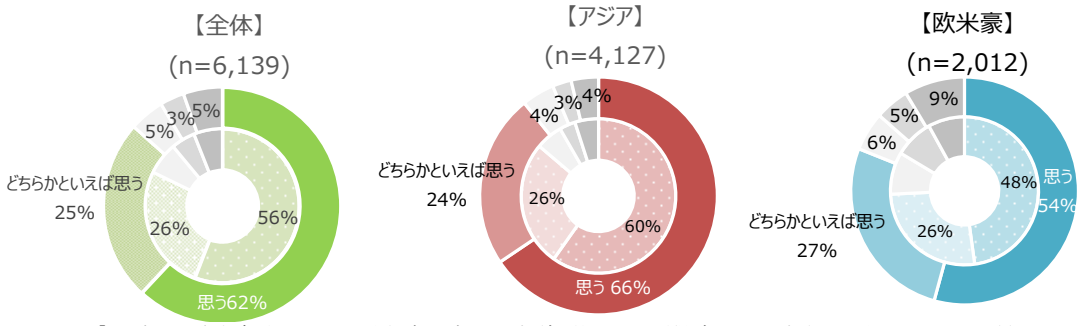
資料：UNWTO（国連世界観光機関）

（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）。

[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。

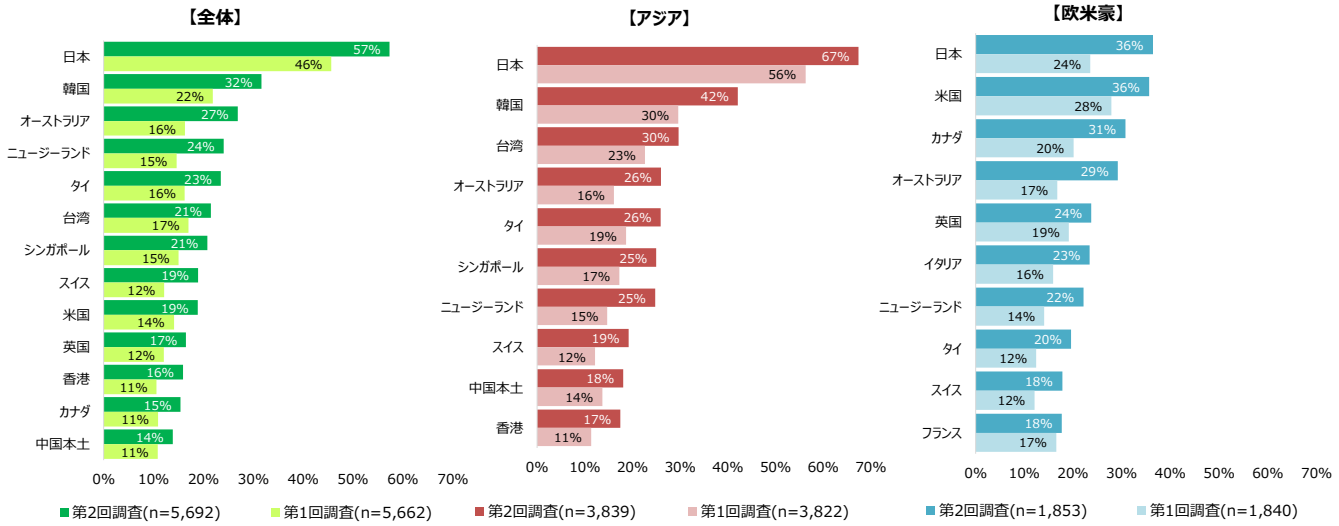
図表Ⅱ-51　新型コロナウイルス感染症収束後の海外旅行の意向
（新型コロナの流行が収束し、平常状態に戻ったとき、また海外旅行をしたいと思うか）（単一回答）



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（ドット柄）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。

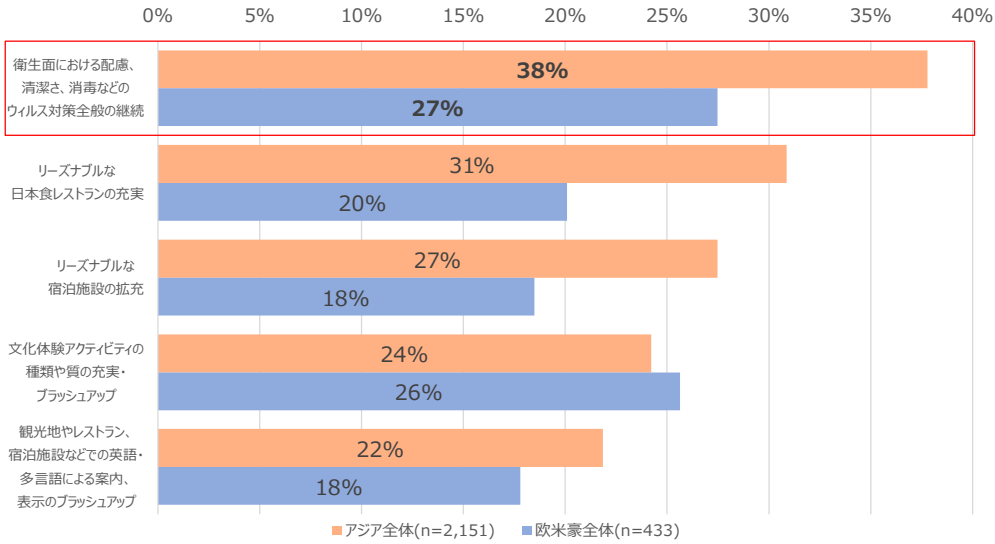
また、次に海外旅行したい国・地域を尋ねたところ、日本は高い評価を受けており、特に我が国の清潔さへの期待が寄せられていることが分かった。(図表Ⅱ-52、53)。

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）」

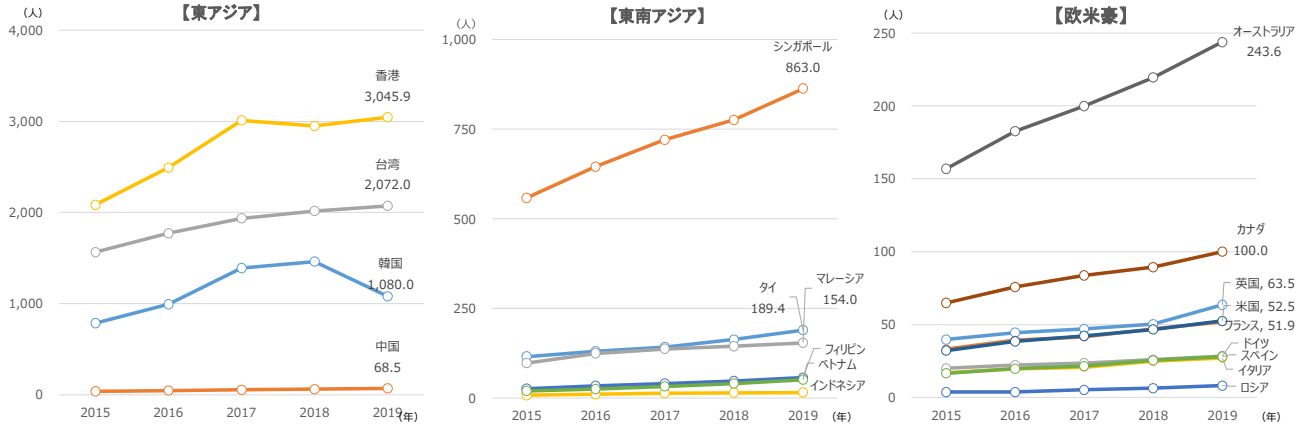
第３節　来るべきインバウンド復活に向けた我が国の状況

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）。

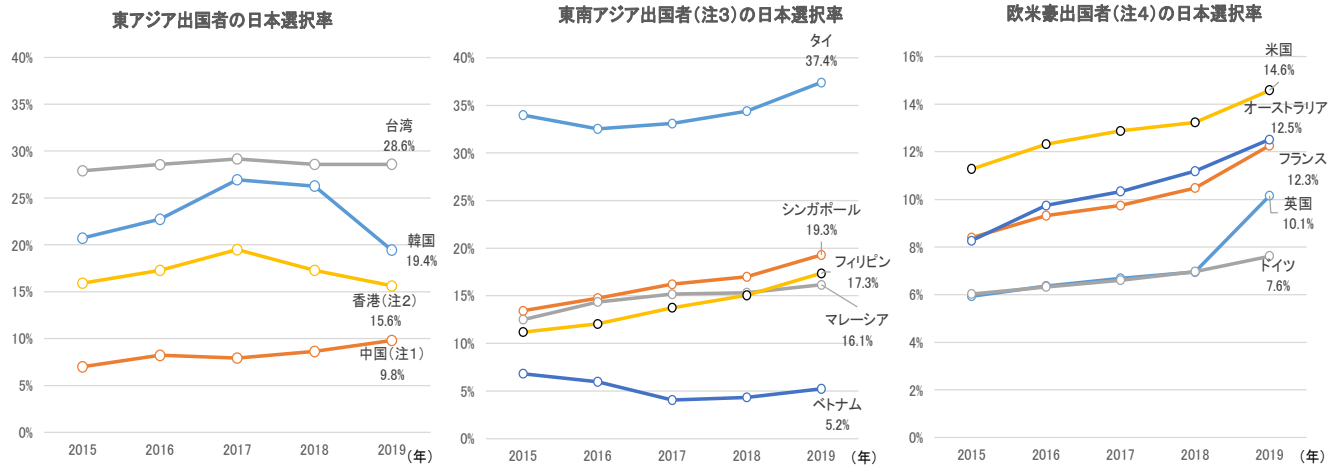
図表Ⅱ-54　人口１万人当たりの訪日客数の推移（2015～2019 年）



資料：United Nations「World Population Prospects 2019」、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。

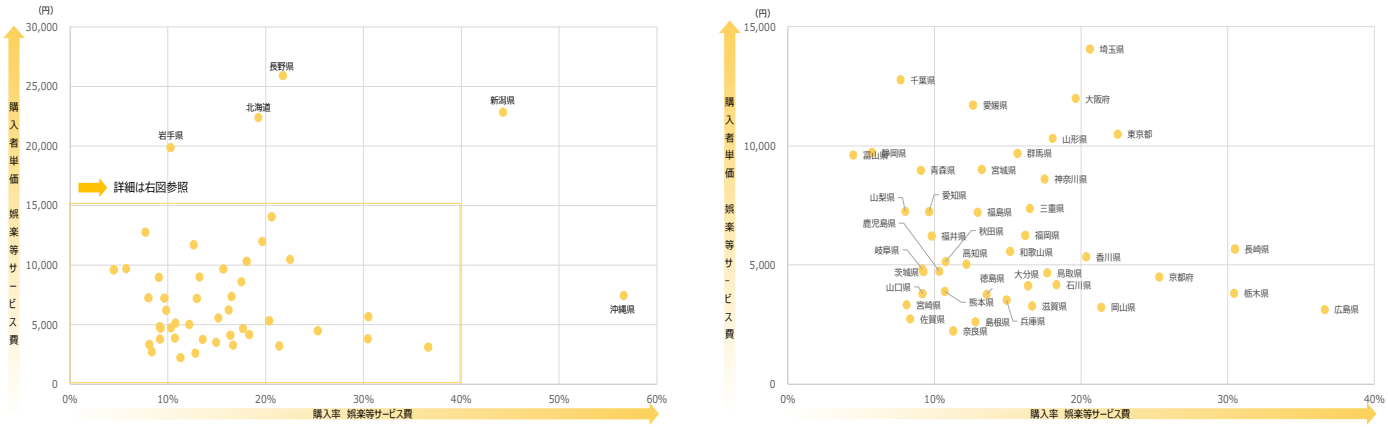
注４：アジア・オーストラリア（日本、韓国、台湾、香港、マカオ、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、フィリピン、ベトナム、オーストラリア）への出国者の日本選択率。

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[19]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[20]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）[21]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てとれた。（図表Ⅱ-56）。

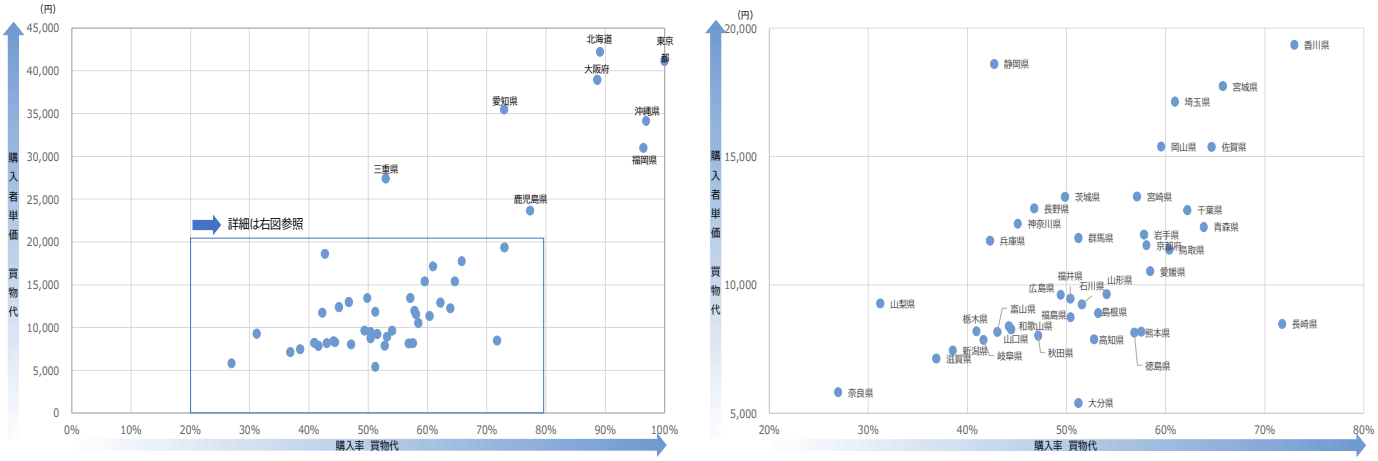
図表Ⅱ-56　都道府県別　訪日外国人の娯楽等サービス費支出（2019 年）



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

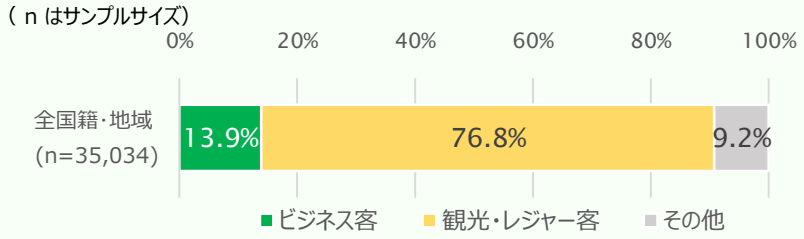
[19]ここではいわゆる「クルーズ客」（船舶観光上陸客）を除いた一般客を対象としている。
[20]団体・パック参加費、宿泊費、飲食費、交通費。
[21]購入率とは、ある商品やサービスを購入した人の割合。購入者単価とは、ある品目を購入する際に支払った支出金額の平均値。

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。

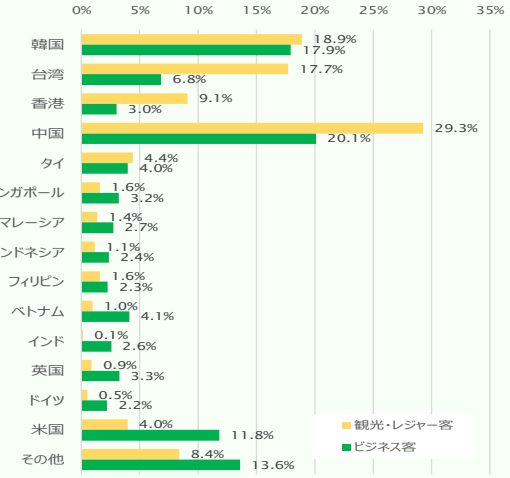
まず、訪日外国人旅行者に占めるビジネス客の割合は 13.9%であった。（コラム図表Ⅱ－９－１）。

コラム図表Ⅱ-９-１　日本への来訪者の内訳

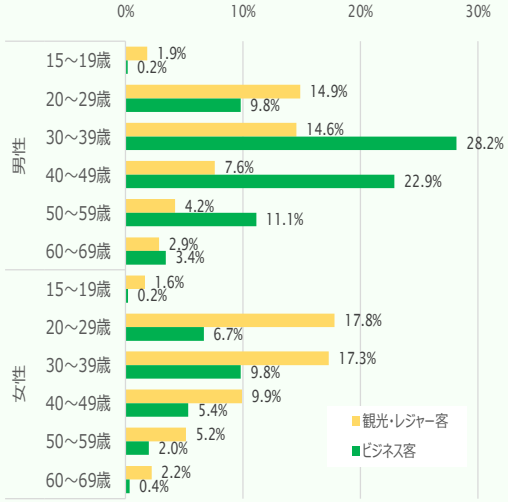


ビジネス客の居住国・地域をみると、中国、韓国、米国の順に多かった。観光・レジャー客と比較すると、東アジアの割合が低く、東南アジア（タイを除く）やインド、英国、ドイツ、米国などの割合が高いのが特徴と言える。性年代別でみると、男性 30～40 代の比率が高い。（コラム図表Ⅱ－９－２、３）。

コラム図表Ⅱ-９-２　居住国・地域別

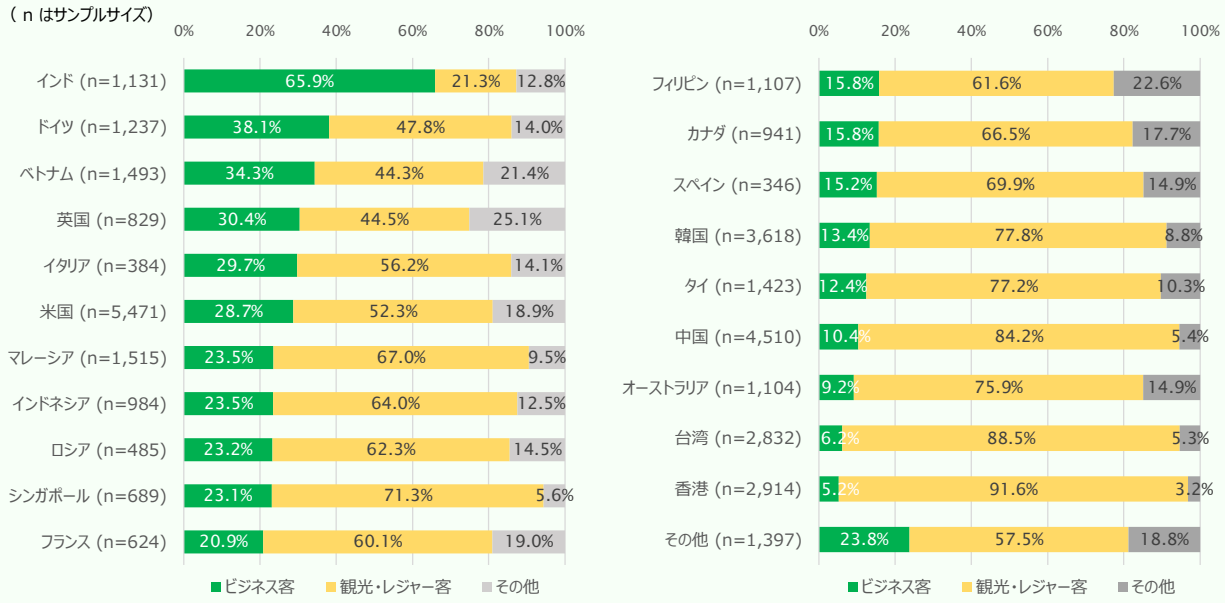


コラム図表Ⅱ-９-３　性年代別



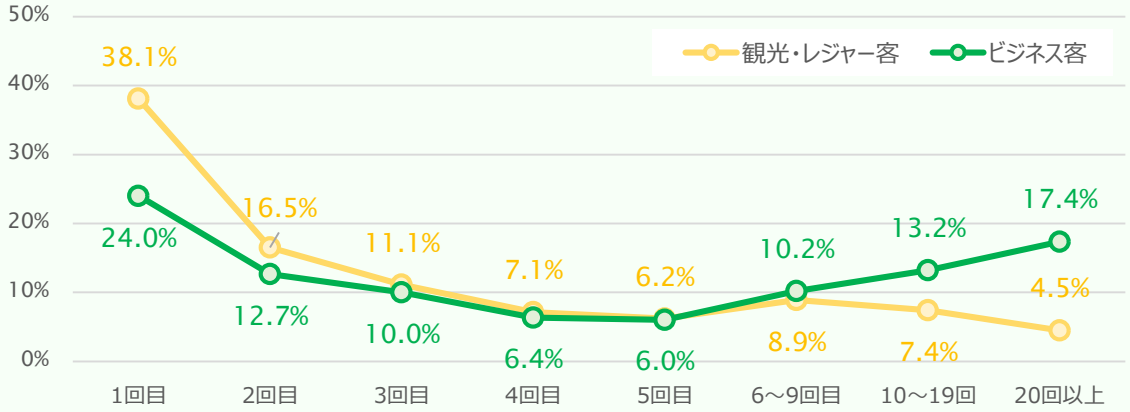
国籍・地域別にみると、ビジネス客の比率が最も高いのはインドであり、同国の訪日客の過半数を占めた。次いでドイツ、ベトナム、英国の順で高く、それぞれ３割を超えた。（コラム図表Ⅱ－９－４）。

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 回以上の人が 17.4%を占めた。（コラム図表Ⅱ－９－５）。

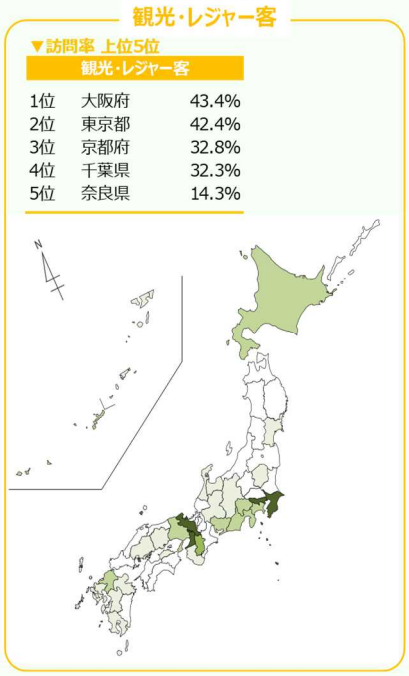
コラム図表Ⅱ-９-５　訪日経験回数

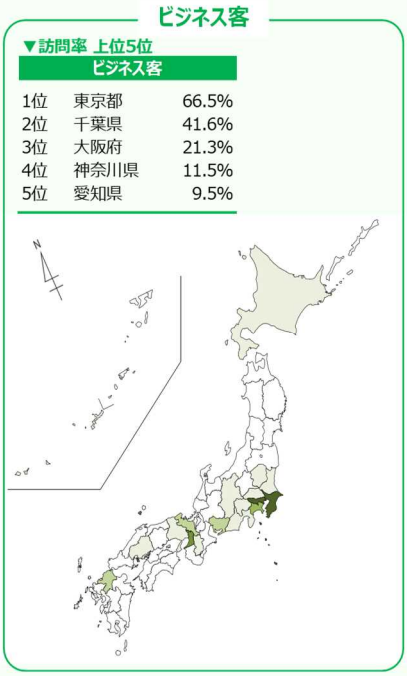


ビジネス客の訪問地を地域ブロック別にみると、関東に集中しており、関東と近畿に二極化している観光・レジャー客とは異なる傾向となった。（コラム図表Ⅱ－９－６、７）。

コラム図表Ⅱ-９-６　訪問地
【地域ブロック別】（複数選択）

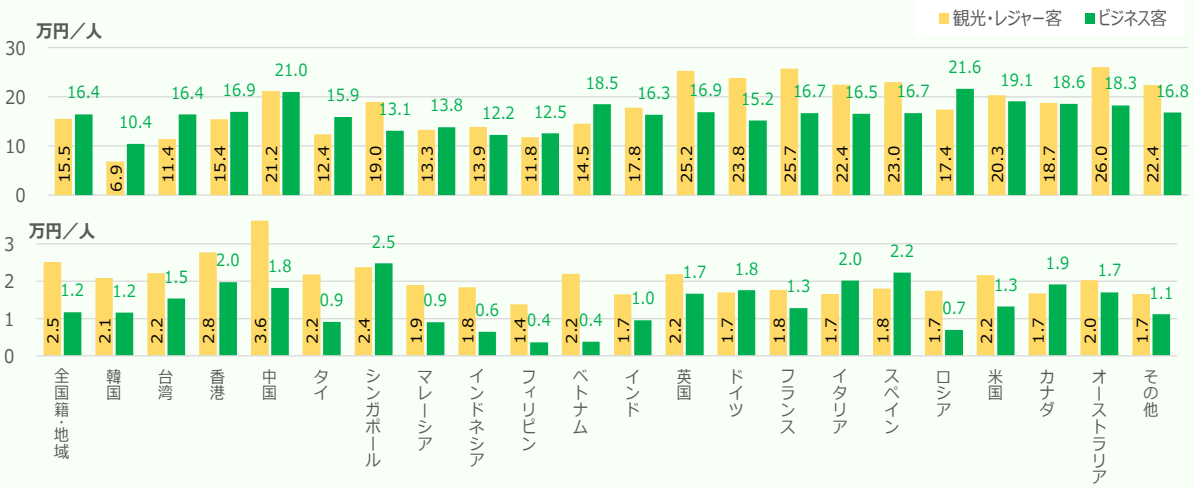
コラム図表Ⅱ-９-７　訪問地
【都道府県別】（複数選択）





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）。

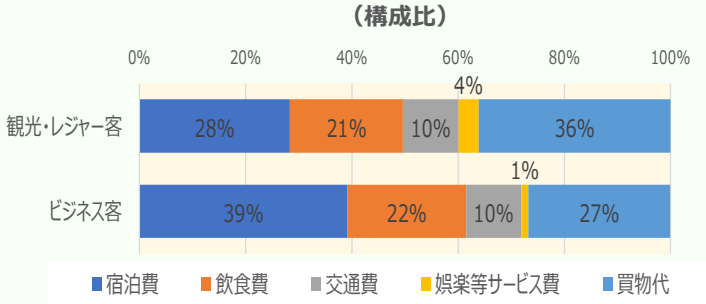
コラム図表Ⅱ-９-８　１人当たり旅行支出（上段）１人１泊当たり旅行支出（下段）



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。[22]（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）	観光・レジャー客	ビジネス客
宿泊費	4.4 万円／人	6.4 万円／人
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 万円／人	16.4 万円／人



[22]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

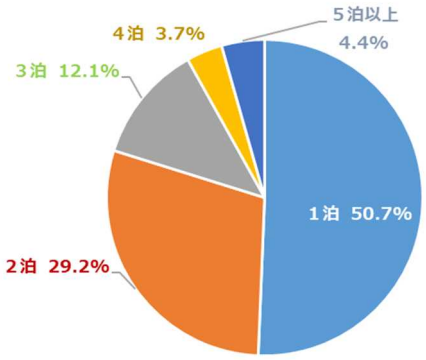
本節では需要面、生産性、収益性、雇用から我が国の観光の特性をみていく。

（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。

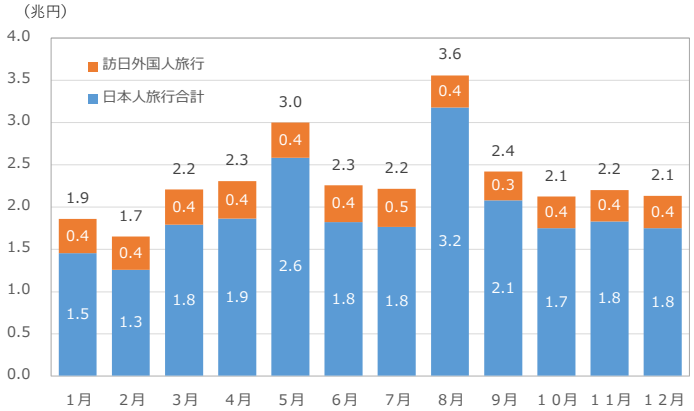
また、月別の旅行消費額をみると、年間を通じてほぼコンスタントに旅行消費がなされている訪日外国人とは対照的に、日本人の旅行消費額はゴールデンウィークのある５月とお盆休み等長期休暇がとれる８月への偏りがみられる。（図表Ⅱ-58、59）。

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）

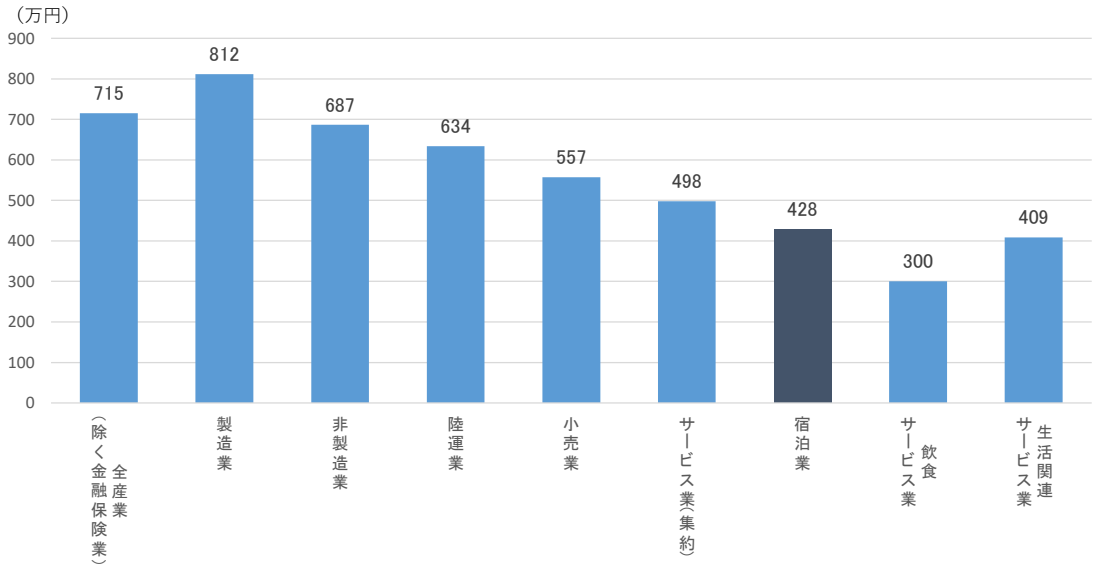


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数・出国日本人数」

（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）

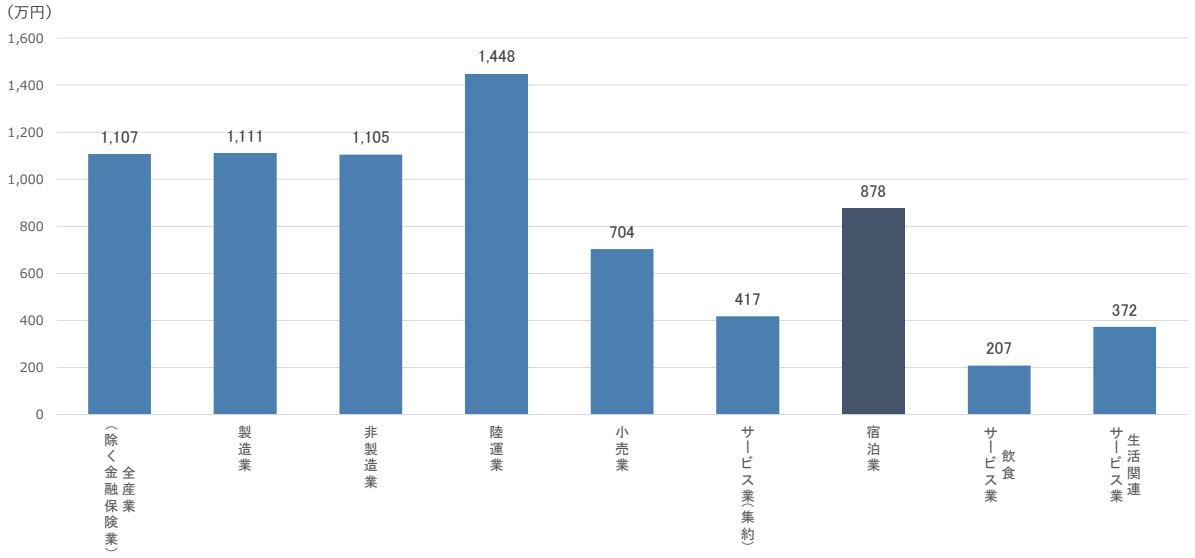


資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

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[23]／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）。

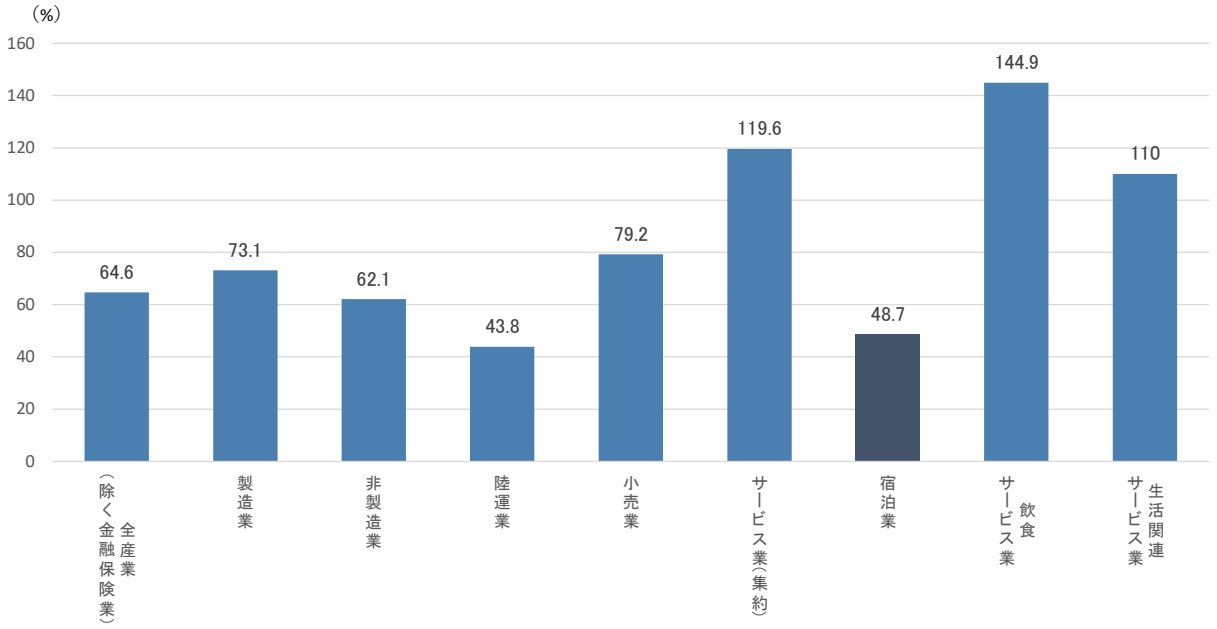
図表Ⅱ-61　産業別　労働装備率（2019 年度）



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）



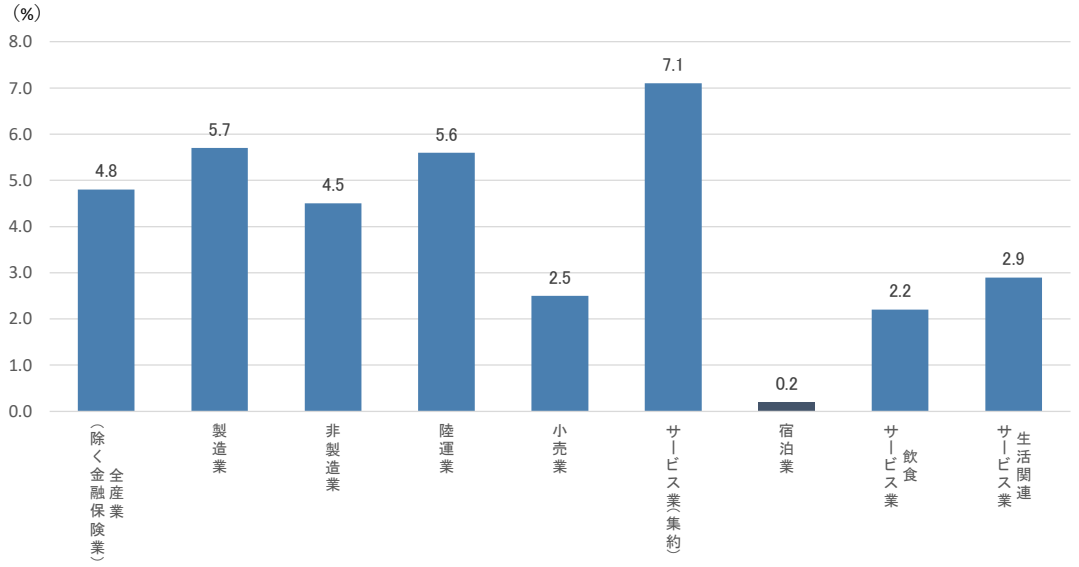
資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

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。

[23]建設仮勘定を除く。

（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）。

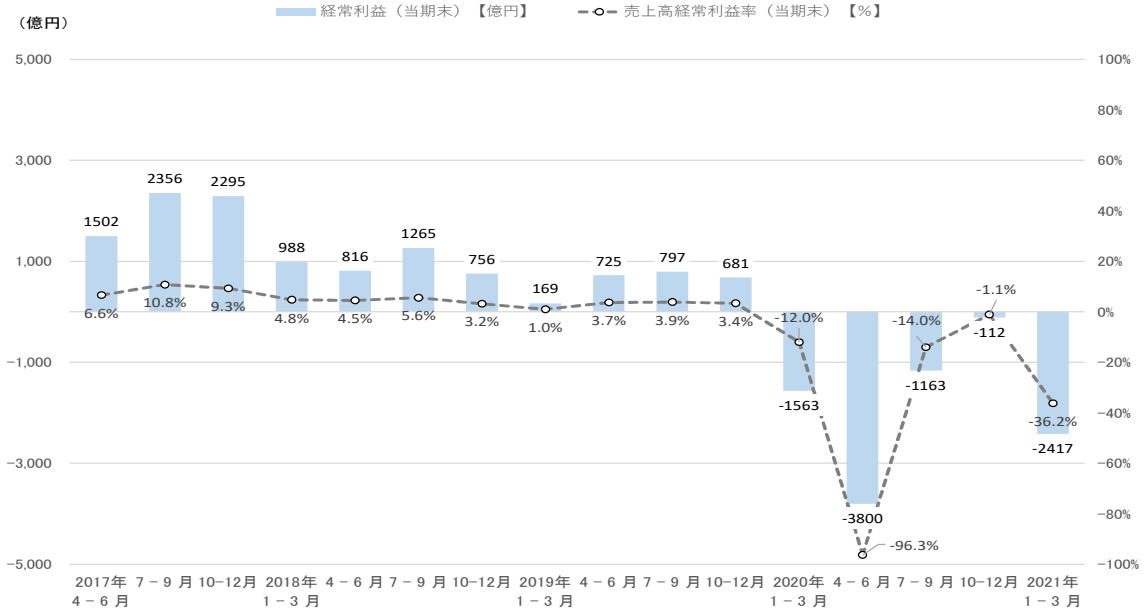
図表Ⅱ-63　産業別　売上高経常利益率（2019 年度）



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）。

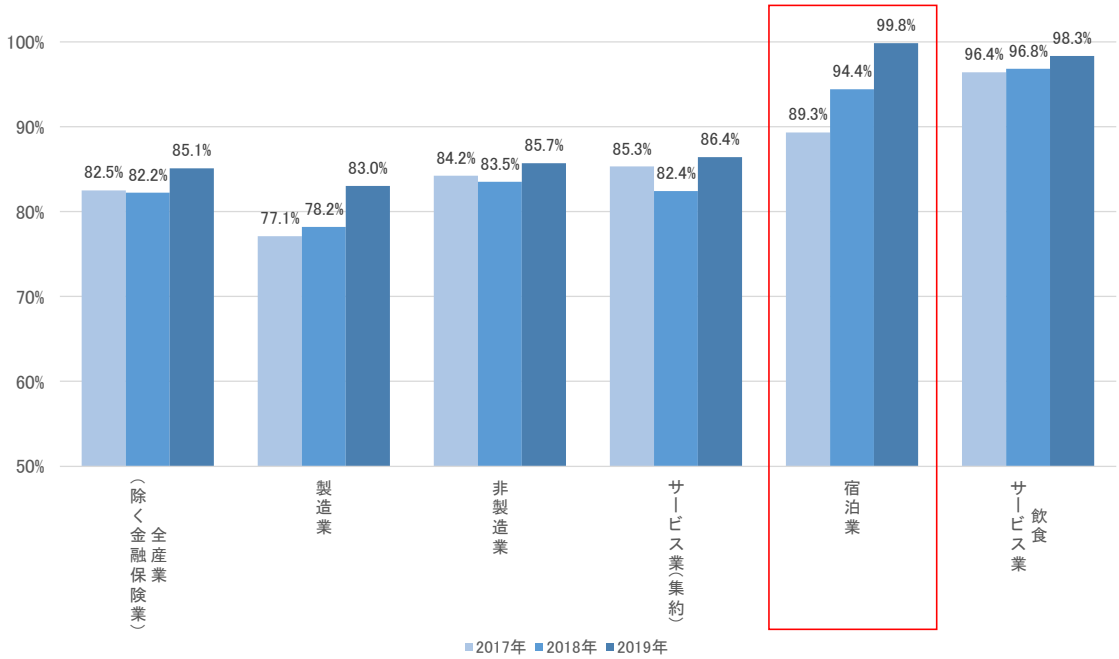
図表Ⅱ-64　宿泊業における経常利益、売上高経常利益率の推移



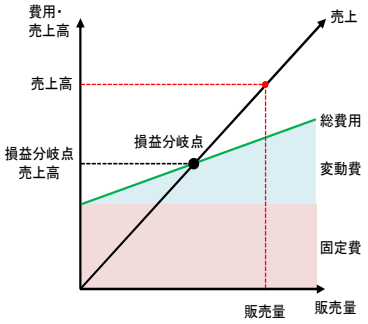
資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成
注１：経常利益は営業利益に財務活動における損益を加えたもの。
注２：売上高経常利益率が高い場合、資産の売却損益などを除いた通常の経営活動における企業の収益力が高いと言える。

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%近くにまで上昇している。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。

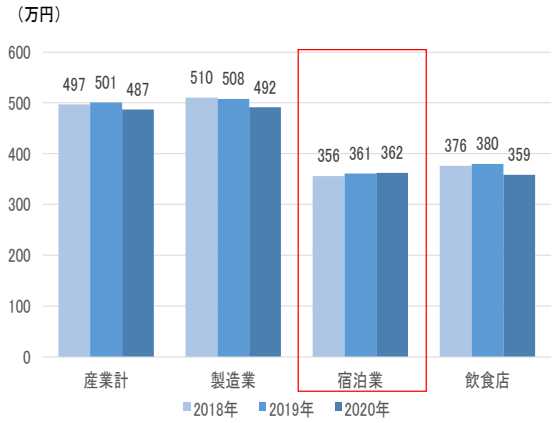
計算式は次の通り。

・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）

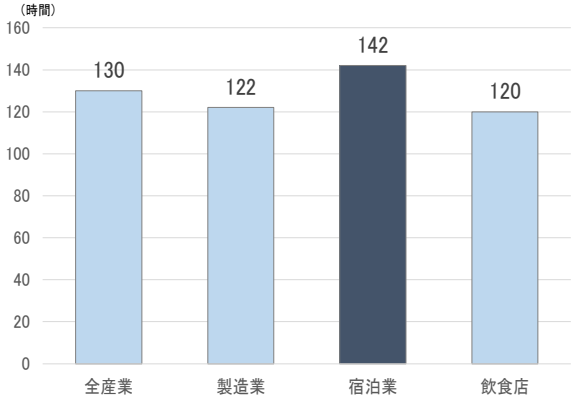
宿泊業の 2020 年（令和２年）の年間賃金[24]は、362 万円と、全産業平均よりも２割以上低い水準にとどまっている。宿泊業の月間労働時間は 142 時間であり、全産業平均と比較して長い。（図表Ⅱ-66、67）。

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）

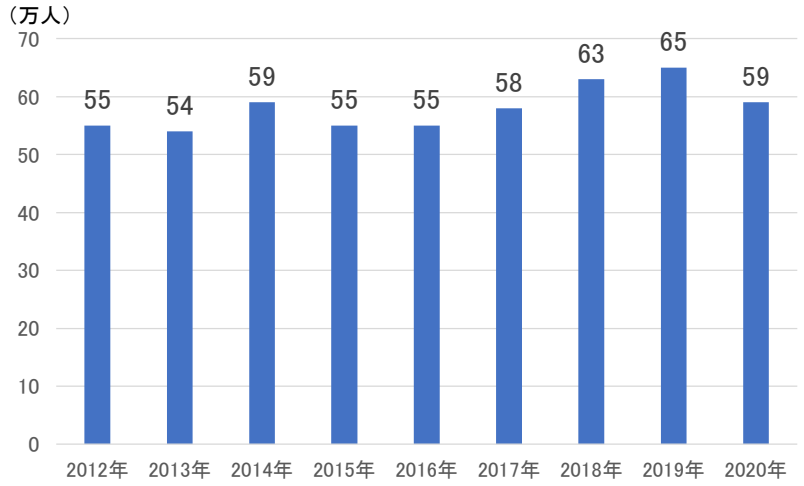


資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

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）。

[24]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。

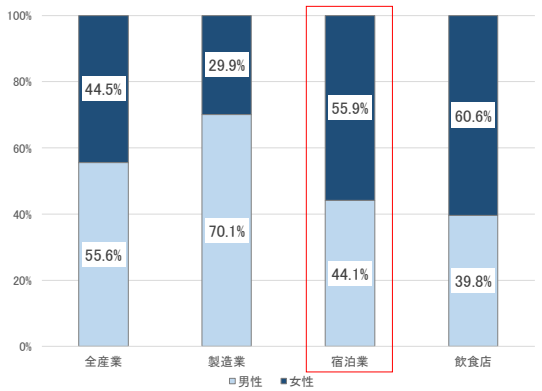
図表Ⅱ-68　宿泊業における就業者数の推移



資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

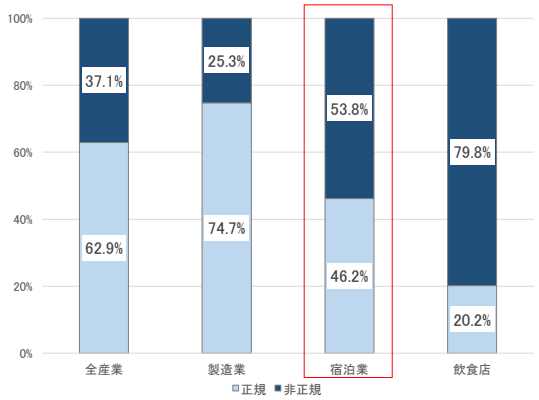
宿泊業就業者における男女比については、全産業平均に比べ女性比率が高い傾向にあり、約 56%である。また、正規・非正規比率については、全産業平均に比べ非正規率が大幅に高い傾向にあり、約 54%となっている。（図表Ⅱ-69、70）。

図表Ⅱ-69　産業別　就業者男女比率（2020 年）



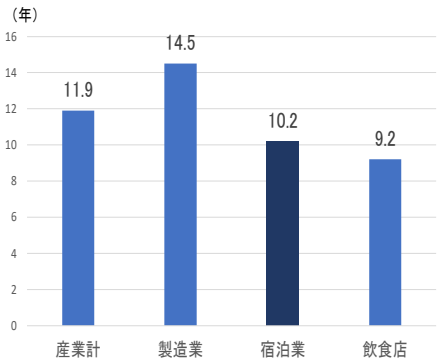
資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

図表Ⅱ-70　産業別　正規・非正規比率（2020 年）



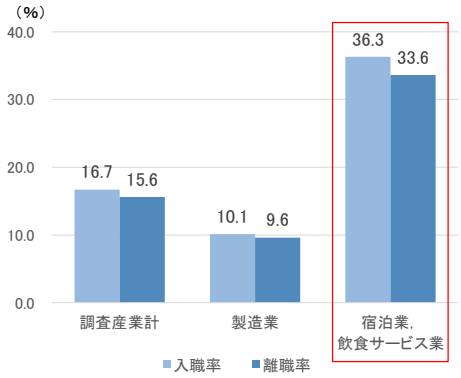
宿泊業における平均勤続年数は 10.2 年と、全産業平均よりも低い。また、宿泊業、飲食サービス業の入職率は 36.3%、離職率は 33.6%と、ともに全産業を上回っている。（図表Ⅱ-71、72）。

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[25]の活用により、２室を１室に統合しゆったり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。

【改修前】

【改修後】

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）

瀬戸内リトリート青凪（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

[25] 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。

「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マー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[26]」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

[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。

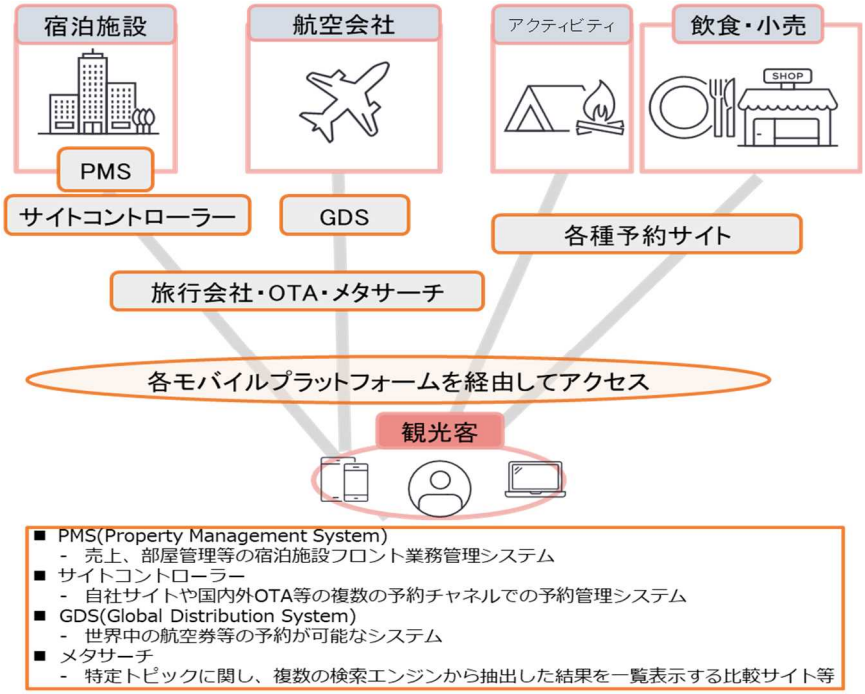
立ったサービスなど、旅行業ならではの付加価値を発揮できる分野の磨き上げや旅行会社のノウハウを生かした各地域のデスティネーションマネジメント支援、ノウハウや人材の活用により自らアクティビティ事業を実施するなど、着地型観光に取り組む事業者も生まれている。

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、旅行業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。

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。

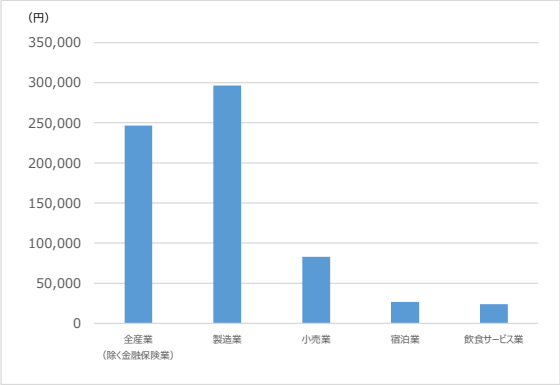
ここでは、いくつかの場面ごとに DX 導入の目的とツールを取り上げる。

【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。

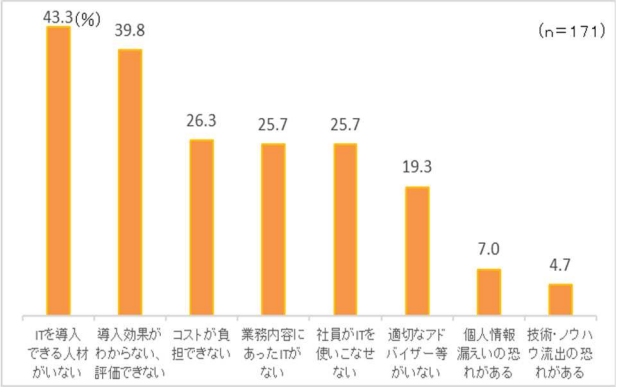
こうした ICT 投資が進んでいない理由としては、中小企業庁の調査によれば、業種横断的ではあるが、IT を導入できる人材がいないこと、導入効果が分からないこと、評価できないこと等が指摘されている。（図表Ⅱ-73、74）。

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

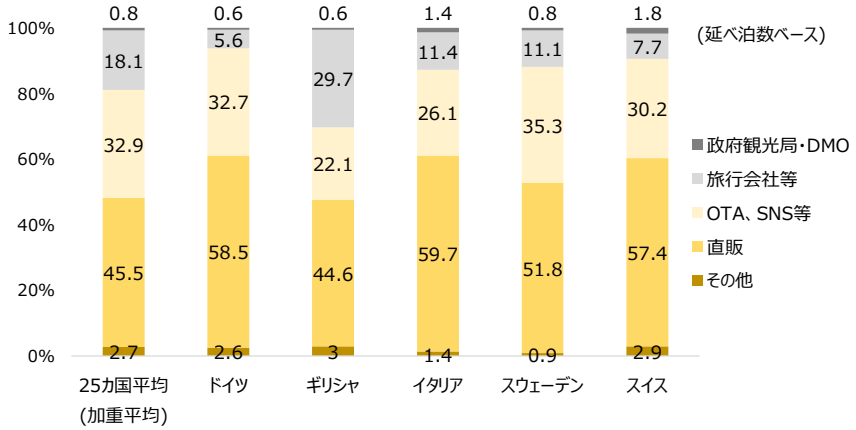
図表Ⅱ-74　IT 投資を行わない理由



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）

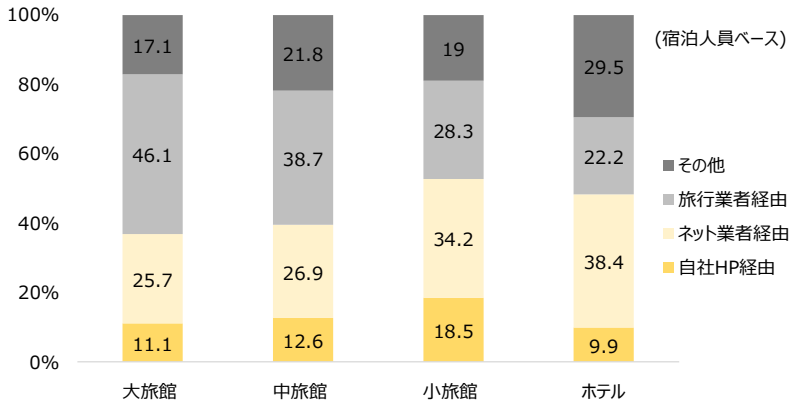
例えば、我が国の旅館では、欧州の国々と比較して直販の比率が低くなっている。これは、今後我が国の旅館が直販サイトを構築して消費者と直接つながり、デジタルチャネルを通じた各種のプロモーションで集客能力を高める余地があることを示している。（図表Ⅱ-75、76）。

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。

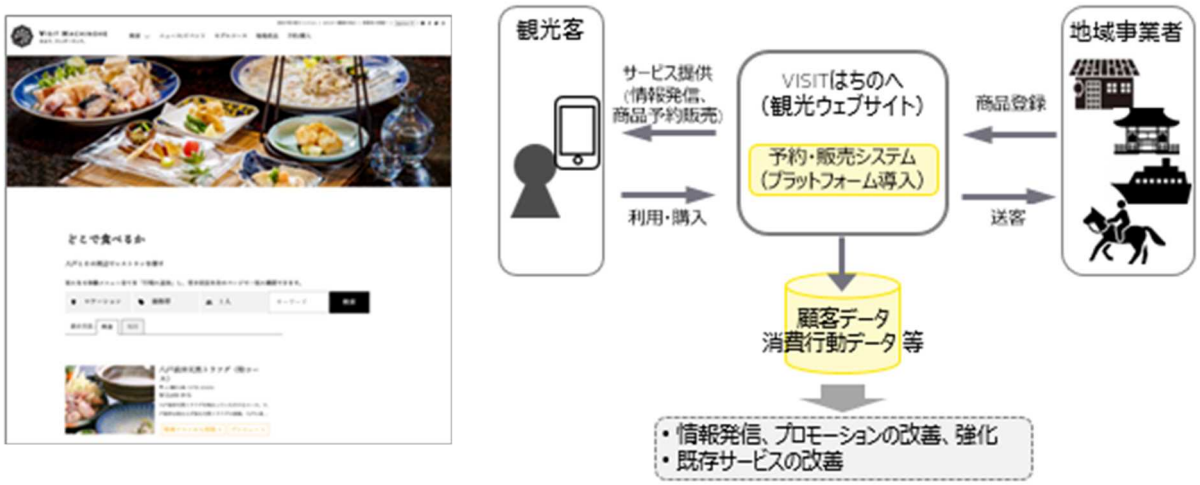
専用スーツのイメージ

【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 はちのへホームページから観光庁作成

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、利用者の目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て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

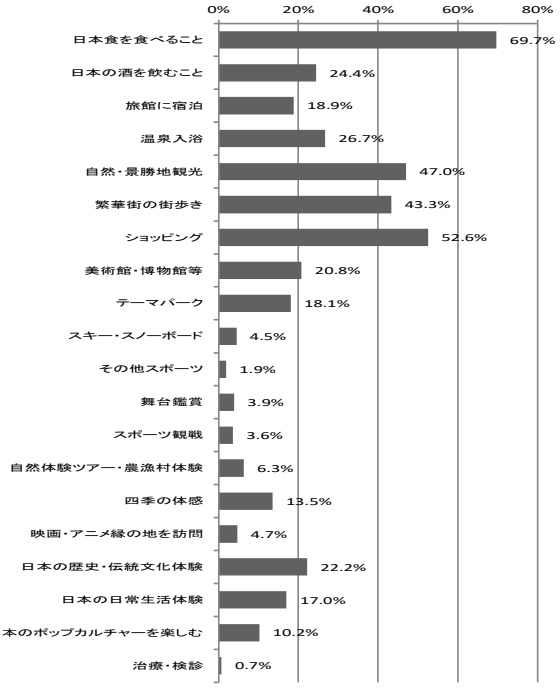
他にも、感染拡大防止策を徹底した観光地でのまちあるきの事例として山形県の銀山温泉がある。近年、ノスタルジックな町並みを感じられる温泉地として注目されている銀山温泉は、新型コロナウイルス感染症拡大により、2020 年（令和２年）４月には営業自粛に追い込まれたものの、同年６月には感染防止対策を徹底した上で営業を再開した。具体的には、来場者に対して感染症対策を呼びかけるだけでなく、日帰り客に対して入場チケット販売による完全事前予約制・人数制限付の温泉街入境を試行した。温泉街の入口で検温や体調確認、接触確認アプリ COCOA のインストール確認を行い、問題がないことが確認された人のみが入境できるように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

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	福井県立一乗谷朝倉氏遺跡資料館、特別史跡一乗谷朝倉氏遺跡
	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、さかい利晶の杜、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、十日町市清津峡渓谷歩道トンネル
	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

文化観光推進法に基づく認定計画（2021 年（令和３年）５月時点）

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みられている。

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

コラムⅡ-10　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）

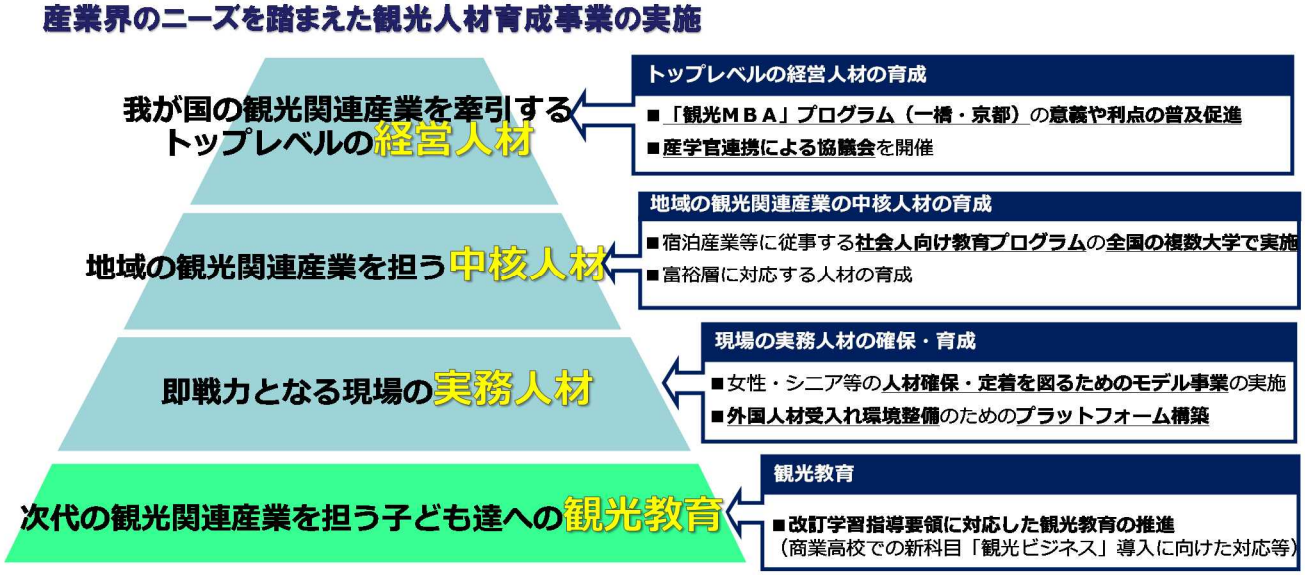
スポーツ施設は、地域住民がスポーツを親しむ場であり、スポーツイベント等を通じて地域経済にも貢献することが可能である。そうした価値に鑑み、スポーツ庁ではスポーツ施設整備支援に取り組んでおり、2020 年度（令和２年度）は、滋賀県野洲市の希望が丘文化公園の球技場において、天然芝から人工芝への施設改修を支援した。高性能・高耐久な人工芝を導入し、幅広い年齢層の利用者がラグビー・サッカーなどの球技を安全に楽しめるグラウンドとしたことで、稼働率の向上を見込んでいる。

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層に対象を分け、人材育成に取り組んできた。



観光人材育成に関する取組概要

（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・接遇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[27]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が期待される。

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」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

自宅ででき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の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

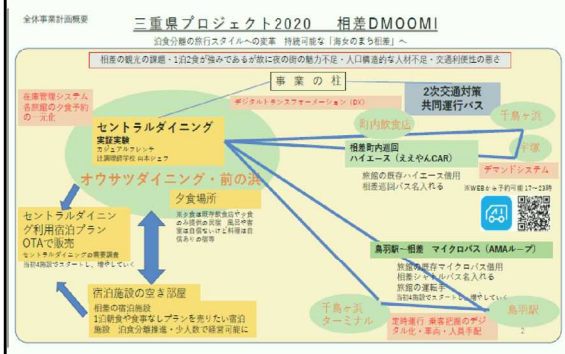
三重県は、観光による地域活性化を推進するため、株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）[28]及び地域金融機関３者と連携協定を締結し、鳥羽市の相差地域を対象地域として、「観光遺産産業化ファンド」の活用による旅館経営の効率化や地域の魅力づくりに向けた取組を実証事業として実施した。

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。

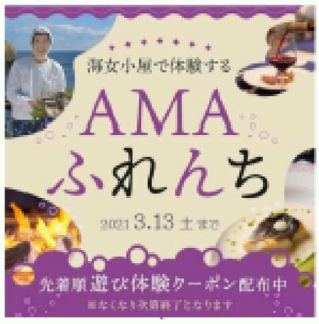
これらの地域課題を解決するため、鳥羽商工会議所及び観光地域づくり法人（DMO）である一般社団法人相差海女文化運営協議会[29]を中心として、複数の宿泊事業者が共同で泊食分離を推進していくための夕食提供施設として「セントラルダイニングの構築・運営」、労働力の削減及び生産性の向上のための「地域共同交通の構築・運営」、宿泊・食事・交通の予約マッチングを含めた「DX 環境の整備」に向け意見交換及び実証事業を実施した。

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

---

[28]株式会社地域経済活性化支援機構 Regional Economy Vitalization Corporation of Japan の略。
[29]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）

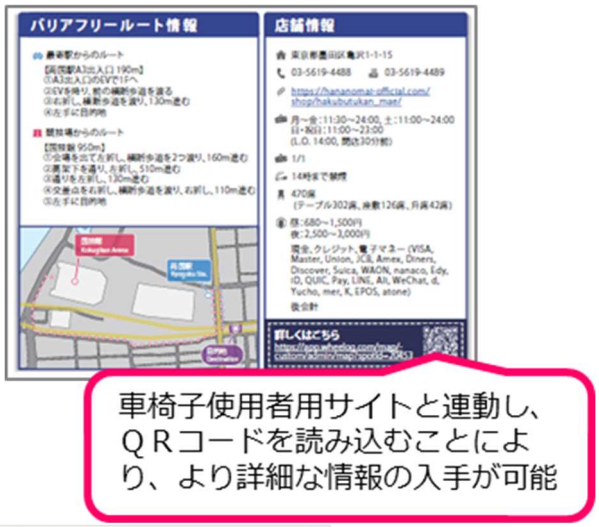
観光庁は、これまで宿泊施設や観光地でのバリアフリー改修支援に取り組んでおり、ハード面では、宿泊施設における段差の解消や手すりの設置、観光地でのエレベーター設置やトイレのバリアフリー化などを実施してきた。

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



施設内のバリアフリー・インバウンド情報

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[30]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が期待される。

飲食店への質問	ベジタリアン対応はできますか？	87.2%
ベジタリアンへの質問	満足する料理を食べることができましたか？	15.6%

フードダイバーシティ調べ

	ランチ	ディナー
日本人	812円	3,508円
ムスリム	1,909円	1,980円
ベジタリアン	2,391円	3,899円

フードダイバーシティ調べ

東京の自由が丘にある「菜道」

・日本人が日常的に食べる和食を提供
・穀物と野菜であり、原価率は低く高収益
・国内外の VIP が多数来店

ベジタリアンレストラン検索サイト
世界13万店舗中、世界1位に輝く

ヴィーガンかつ重

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。

コラムⅡ-16　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ーに座れないなど、「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が期待される。

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。

JSTS-D

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。

チラシ抜粋

【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のホームページ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が期待されている。

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が期待される。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[31]（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[32]（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

[31]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。

[32]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。

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箇所のネットワーク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

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

新型コロナウイルス感染症の拡大により、様々な産業が大きな影響を受けており、政府一丸となって雇用の維持と事業の継続の支援を行っている。観光庁でも、下記の支援策をプッシュ型で事業者に届けるべく、地方運輸局等に特別相談窓口を開設している。

第１節　観光関連産業の雇用の維持と事業の継続

１　持続化給付金と家賃支援給付金の支給

政府は、新型コロナウイルス感染症拡大により特に大きな影響を受ける事業者の事業継続を下支えするため、ひと月の売上が前年同月比で50%以上減少している中堅・中小企業、小規模事業者、フリーランスを含む個人事業者等に対して、中小法人等は上限200万円、個人事業者等は上限100万円の現金給付を行う持続化給付金を創設。

また、2020年（令和２年）５月の緊急事態宣言の延長等により、売上の減少に直面する事業者の事業継続を下支えするため、地代・家賃の負担を軽減することを目的として、法人は最大600万円、個人事業者は最大300万円の現金を一括で給付する家賃支援給付金を創設。2021年（令和３年）３月末までに、約104万件、9,000億円の給付を行った。

２　雇用調整助成金の支給

雇用調整助成金について、第２次補正予算において、解雇等を行っていない中小企業事業主の助成率を10/10、日額上限を１万５千円に引き上げ等の更なる特例措置の拡充を講じた。

また、2020年（令和２年）９月末を期限として実施してきた特例措置については、同年12月末まで延長することとし、その旨を同年８月23日に公表した。

さらに、2021年（令和３年）１月に、緊急事態宣言対象地域の知事の要請を受けて営業時間の短縮等に協力する飲食店等や、生産指標が一定以上減少した全国の大企業の助成率を最大10/10に引き上げ等の特例措置の拡充を行う旨公表した。

加えて、特に業況が厳しい企業や感染が拡大している地域については、助成率最大10/10、日額上限１万５千円の特例措置が2021年（令和３年）６月30日まで延長されることとなった。

また、観光庁においては、雇用調整助成金の制度概要や申請のノウハウを分かりやすく説明するビデオ動画を作成し、2020年（令和２年）５月にウェブサイトを通じて公開した。

３　実質無利子・無担保融資の実施

さらに、政府は、地域経済や雇用を維持するため、2020年（令和２年）３月には、政府系金融機関を通じた実質無利子・無担保融資（据置最大５年）を開始し、同年５月には民間金融機関を通じた実質無利子・無担保融資も開始した。

また、同年６～７月には、緊急事態宣言の再延長や新型コロナウイルス感染症の影響の長期化による資金需要の増加等を踏まえ、さらに、2021年（令和３年）１～２月には、緊急事態宣言の再発令等を踏まえ、新型コロナウイルス感染症に係る政府系・民間金融機関による融資のうち、実質無利子等となる上限額を引き上げた。具体的には、日本政策金融公庫国民生活事業等、民間金融機関については、実質無利子等となる上限額を2020年（令和２年）６月から７月にかけて3,000万円から4,000万円に、2021年（令和３年）１月から２月にかけて4,000万円から6,000万円に、日本政策金融公庫中小企業事業等については、2020年（令和２年）７月に１億円から２億円、2021年（令和３年）１月から２月にかけて実質無利子等となる上限額を２億円から３億円に引き上げた。

４　公租公課やＮＨＫ受信料の猶予・減免

国税、地方税について、2020年（令和２年）２月１日以後における一定の期間（１箇月以上）において、収入が概ね前年同期比20%以上減少した方を対象に、無担保かつ延滞税なしで、１年間、納税を猶予する特例を設けた（同年２月１日から2021年（令和３年）２月１日までに納期限が到来する国税・地方税が対象）。

また、総務省においては、観光庁からの受信料の免除等に関する働きかけ等を踏まえ、ＮＨＫに対し、旅館・ホテルをはじめとする中小事業者の受信料負担の軽減について検討することを要請した。当該要請を踏まえ、ＮＨＫにおいて、同年５月から、受信料及び延滞利息の免除に係る特例措置を実施した。

第２節　反転攻勢に転じるための基盤の整備

１　旅行者が安全・安心に旅行できる観光整備

観光庁では、安全・安心な旅行環境実現のため、事業者と観光客双方による感染拡大防止策の取組を支援した。

また、事業者については、2020 年（令和２年）５月に、観光庁の助言等を受けつつ、旅行・宿泊・バスの業界団体により感染拡大予防ガイドラインが整備された。観光庁は、同ガイドラインの実施を徹底するよう事業者に周知するとともに、宿泊事業者に対してはストレスフリー環境整備事業において、サーモグラフィー等の導入に係る支援を行った。

さらに、旅行者については、交通機関や宿泊・観光施設等の業界団体で構成される旅行連絡会において、国土交通省・観光庁の協力の下、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、観光庁でも周知・徹底を図った。

加えて、大型貸切バス車内の換気状況を調査するために独立行政法人自動車技術総合機構交通安全研究所が実施し、優れた換気能力が確認された実験結果について、国土交通省ウェブサイト[1]において公開し、周知を行った。

（１）Go To トラベル事業

サービス産業消費喚起事業（Go To トラベル事業）においては、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」の普及・定着を図った。2020 年（令和２年）７月 22 日の事業開始以降、旅行会社経由のみならず、地域のホテル、旅館が直接商品の販売を行う場合等多様な販売形態を支援の対象とし、大手・中小を問わず、幅広い事業者が参加できる機会を作り、宿泊・日帰り、個人・団体問わず、修学旅行での利用も可能とするなど、多様な旅行を支援の対象とした。

また、2020 年（令和２年）10 月１日より、地域共通クーポンの利用を開始し、新型コロナウイルス感染症対策分科会の議論を踏まえ対象外としていた東京発着の旅行を支援対象に含め、これまでに少なくとも延べ約 8,781 万人泊の利用実績があった。

さらに、Go To トラベル事業の実施に当たっては、「感染拡大防止」を大前提として、事業に参加する観光関連事業者及び旅行者の双方において、互いに着実に感染拡大防止策を講じることを求めた。具体的には、宿泊事業者に対し、本事業への参加にあたりチェックイン時の検温や保健所との連絡体制の構築等の確実な実施を条件とし、旅行者に対しても、旅行時は毎朝検温を実施し、発熱や風邪症状がみられる場合には保健所の指示に従うほか、旅行者視点での感染防止の留意点等をまとめた「新しい旅のエチケット」を実施すること等の遵守事項について、旅行商品の申込時に同意を求めた。

加えて、登録された全ての宿泊施設を対象として、感染症拡大防止策の実施状況について実地調査を行い、感染防止に係る参加条件を満たしていない場合には、必要な指導・助言を実施した。

なお、新型コロナウイルス感染症対策分科会の提言等を踏まえ、一部地域における本事業の一時停止等の措置を講じた。具体的には、2020 年（令和２年）11 月 24 日に札幌市、大阪市を目的とする旅行について、同年 12 月 15 日まで本事業の適用を一時停止する旨を発表した。また、同年 12 月 14 日には、札幌市、大阪市、名古屋市、東京都を目的地とする旅行について、同年 12 月 27 日まで本事業の適用を一時停止し、年末年始における旅行について、特定の地域に関わらず、2021 年（令和３年）１月 11 日まで本事業の適用を一時停止する旨を発表した。さらに、2020 年（令和２年）12 月 16 日には広島市を目的地とする旅行について、同年 12 月 27 日まで本事業の適用を一時停止する旨を発表した。その後も一時停止を延長し、2021 年（令和３年）５月末時点においても、Go To トラベル事業は一時停止されている。

（２）観光業の体質強化

事業継続や、感染症ガイドラインを踏まえた感染拡大防止の取組、新たなビジネスモデル構築等に意欲

[1] https://www.mlit.go.jp/kikikanri/kikikanri_tk_000018.html

のある宿泊施設に対し、個々の課題解決に向けたアドバイザーを派遣し、事業計画作成、金融機関との調整、活用可能な補助金の助言・申請支援等を行い、個別状況に応じた高付加価値化・生産性向上に向けた取組を支援した。

また、地域旅館の再生、活性化に資する対策を図るため、金融的支援等の専門的見地から検討を加えるべく、「旅館への投資の活性化による『負のスパイラルの解消』に向けた支援のあり方に関する分科会」を開催し、融資制度の拡充、観光遺産産業化ファンドの活用促進等の支援制度を含め、具体的な仕組みを打ち出した。さらに、関係機関や地域と連携・調整を図りながら、リーディングプロジェクトを実践した。

加えて、外国人材の活用を促進するため、宿泊事業者向けセミナーの開催、制度周知等に向けたコンテンツの作成、優良事例の発信、制度の効率的な運用に向けたシステムの構築・運営のほか、観光産業における全般的な人材確保・育成事業についても検討を進めた。

また、宿泊施設等の従業員のインバウンド対応力の向上のため、通訳案内士等の専門家を実際に地域の宿泊施設等に派遣し、観光産業に携わる人材の訪日外国人旅行者に対する接遇能力、誘客並びに滞在、リピートの促進に資するマーケティングやブランディングに係るノウハウの蓄積等を図った。

（３）滞在型コンテンツへの磨き上げ

訪日外国人観光客６千万人時代を見据え、反転攻勢に転じるため、集客力の高い観光イベント、地域の観光資源の磨き上げにより多様な魅力ある滞在型コンテンツを造成すること等により、観光地等の高付加価値化や誘客の多角化を推進し、支援を行った。

また、日本博では、様々な文化資源を活用し、新たな環境を見据え、多言語展示、映像発信等を行い、国内観光・インバウンド需要の喚起を図った。

さらに、ワーケーション等実施のためのツアーや Wi-Fi 等の環境整備に係る補助事業の公募を行い、関連事業を含む 271 件（約９億円）の案件を採択し、ワーケーションの推進を図った。

（４）受入環境の整備

観光地の「まちあるき」の満足度向上整備支援事業等において地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO）等が実施する観光地の訪日外国人旅行者受入環境（免税手続カウンター、Wi-Fi 環境、キャッシュレス端末、多言語案内表示、観光案内所等）の整備を 2020 年度（令和２年度）も引き続き推進し、2021 年（令和３年）３月末時点で、累計 140 件の旅行環境まるごと整備計画を認定した。

また、公共交通利用環境の革新等事業等において公共交通事業者等が実施する交通利用環境（多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等）の整備を推進し、2021 年（令和３年）３月末時点で、180 線区の公共交通利用環境刷新計画を認定した。

さらに、訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業（感染症対策事業）により、観光施設における感染症対策機器の導入支援を行い、感染症対策を推進した。

加えて、感染症ガイドラインを踏まえた感染拡大防止の取組等に意欲のある宿泊施設に対し、課題解決に向けたアドバイザーを派遣し、事業計画作成、金融機関との調整、活用可能な補助金の申請支援等を支援するとともに、ストレスフリー環境整備事業において、サーモグラフィー等の導入に係る支援を行い感染症対策を推進した。

２　新たな旅のスタイル

新型コロナウイルス感染症の状況下においてテレワーク等が普及し、働き方が多様化していることを踏まえ、休暇取得の促進・分散化にも資するワーケーションやブレジャー等の「新たな旅のスタイル」の普及を促進するため、企業、受入地域、観光業界等と連携しながら、環境の整備や情報発信等を行った。

また、ワーケーションやブレジャー等の「新たな旅のスタイル」の普及に向けて、関係府省庁、経済団体、旅行団体、地方公共団体、有識者等による検討委員会を開催し、取組の共有や具体的な実施内容等の検討を行うとともに、モデル事業や実態調査を行い、そこで得られた結果を踏まえて情報発信等を行った。さらに、旅行会社や交通事業者と連携して、時と場所が分散されるいわゆる「分散型旅行」を促進するキャンペーンを行い、年末年始等の旅行需要の平準化につながる新しい旅のスタイルの提案を行った。

第３節　インバウンドの回復

日本政府観光局による海外プロモーション

2021 年（令和３年）３月末時点で観光客の入国が可能となった国等がないため、誘客に直結するプロモ

ーションは実施していない。また、各地域において航空会社等と連携した広告宣伝が実施できるよう、準備を進めた。

将来的な訪日を呼びかけるため、日本政府観光局のウェブサイト・SNS 及び各種メディア等で継続的に情報発信。SNS では高画質動画、VR 動画による疑似動画体験、消費者参加型の発信等を行った。さらに、情報提供や取材対応等により日本の観光地のメディア露出を確保した。なお、2021 年（令和３年）３月末時点で海外からの誘客が不可能なため、インフルエンサーの招請事業は未実施となった。

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１節　外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

１　観光地

（１）キャッシュレス環境の飛躍的改善

ａ）海外発行カード対応 ATM 設置の取組

四半期ごとに３メガバンクの海外発行カード対応 ATM 設置台数のフォローアップを実施し、2021 年（令和３年）３月末時点では 3,027 台（対前年同期比+26 台）と整備水準が維持されている。また、３メガバンクに対し ATM 設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を促した。

さらに地方銀行にも、３メガバンクと同様に、ニーズの高い場所での優先的な設置のために有用なデータを提供し、四半期ごとに海外発行カード対応 ATM 設置台数のフォローアップを実施した。その結果、地方銀行の海外発行カード対応 ATM 設置台数が増加した。

加えて、３メガバンクの海外発行カード対応 ATM（2020 年（令和２年）12 月末時点、3,017 台）の所在地等の情報を、引き続き日本政府観光局ウェブサイトで公開した。また、日本政府観光局のアプリでは位置情報を活用した海外発行カード対応 ATM の検索サービスを提供した。

ｂ）面的キャッシュレス・インフラの構築支援及び地方公共団体・公共施設のキャッシュレス化

（DMO）及び商店街振興組合といった団体が行う地域への面的なキャッシュレス決済導入の取組に対する支援を通じて、地域全体のキャッシュレス化を推進した。

また、地方公共団体・公共施設のキャッシュレス化については「キャッシュレス決済導入手順書」に基づき、取組を後押しするとともに、29 のモニター地方公共団体をはじめとする地方公共団体の取組事例から生じたノウハウや課題をとりまとめながら、同手順書の充実に向けた改定を進めた。

ｃ）安全・安心なクレジットカード利用環境の整備

第 201 回通常国会に提出した「割賦販売法の一部を改正する法律（令和２年法律第 64 号）」が成立し、クレジットカード番号等の適切な管理等の対象事業者が拡大した（同法は 2021 年（令和３年）４月から施行）。「クレジットカード・セキュリティガイドライン」に基づく事業者のセキュリティ対策（IC 化対応等）と併せて、安全・安心なクレジットカード利用環境整備のための取組を推進した。

（２）通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

ａ）通信環境の飛躍的向上

①主要な観光・防災拠点における無料 Wi-Fi 環境の整備

2020 年度（令和２年度）の「防災等に資する Wi-Fi 環境の整備計画」の各地方公共団体への調査では、2020 年（令和２年）10 月１日時点で防災拠点等約 2.75 万箇所に Wi-Fi 環境を整備済となった。

また、2021 年（令和３年）２月に２回、地方公共団体等を対象としたオンラインセミナーを開催した。

②災害用統一 SSID[2]の周知・広報

一般社団法人無線 LAN ビジネス推進連絡会と連携して災害用統一 SSID（00000JAPAN)の周知等を行った結果、2021 年（令和３年）２月１日現在、提供事業者として、56 団体（通信キャリア７団体、地方公共団体 31 団体、メーカー等 18 団体）を認定した。

③共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いた無料 Wi-Fi スポットの情報発信

観光案内所、宿泊施設、公共交通機関、観光地、「道の駅」等における無料エリア Wi-Fi 環境の整備を支援した。また、本支援で整備したものを含め、訪日外国人旅行者も利用できる無料 Wi-Fi スポットについて、情報発信の強化を図るべく、地方公共団体、事業者等に対し、共通シンボルマーク

[2] Service Set Identifier の略、無線 LAN（Wi-Fi）におけるアクセスポイントの識別名

「Japan.Free Wi-Fi」を用いたウェブサイト[3]への登録やステッカーの掲出の働きかけを引き続き実施した（ウェブサイトへの登録スポット数：2021 年（令和３年）３月末時点、約 14 万２千件）。

④プリペイド SIM の販売促進等による通信環境全体の改善

プリペイド SIM の販売拠点に関し、複数国からの国際便が乗り入れる空港や、訪日外国人が訪問する地域への展開を推進した。2020 年（令和２年）３月末と比較して、プリペイド SIM の販売拠点がある空港の数は 16 箇所から 19 箇所に増えた。なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、空港 19 箇所のうち９箇所では、販売を一時停止した。

また、シンガポール共和国との間で、2017 年（平成 29 年）11 月～2019 年（令和元年）11 月に国際ローミング料金の低廉化に係る協力覚書を締結し、取組状況をフォローアップした。

ｂ）誰もが一人歩きできる観光の実現等に向けた取組

①多言語音声翻訳システムの更なる普及拡大

2025 年（令和７年）に向けて、2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）も見据え、NICT[4]の多言語翻訳技術の更なる高度化により、AI[5]により会話の文脈や話者の意図を補完した実用レベルの「同時通訳」を実現するための研究開発に着手した。

また、2018 年度（平成 30 年度）に実施した全国規模での多言語音声翻訳システムの効果検証事業の結果を踏まえ、多言語音声翻訳システムの有効性を各地方運輸局における補助制度説明会等において地方公共団体等に周知するとともに、各種補助制度の活用を促し、2021 年（令和３年）３月末時点で 10 件の交付決定を行った。

②観光分野におけるオープンデータ・ビッグデータ利活用のモデルケース構築

地方公共団体職員に対するオープンデータ研修を 2020 年（令和２年）７月から 2021 年（令和３年）２月にかけて 35 回実施した。

③おもてなし規格認証

サービスの品質を見える化する仕組みとして創設した「おもてなし規格認証」について、規格認証の普及に努め、2020 年（令和２年）12 月末時点で認証事業所数は約 149,000 件に至った。

また、2021 年（令和３年）に開催される 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」）やそれ以後のインバウンド対応に向け、特約として追加した「トラベラー・フレンドリー認証」について、2020 年（令和２年）12 月末時点で、約 850 件の登録に至った。

ｃ）観光地の「まちあるき」満足度の飛躍的向上

「観光地の『まちあるき』の満足度向上整備支援事業」により、全国の主要な観光地において、外国人旅行者のニーズを踏まえた、まちなかにおける面的な受入環境を整備し、2020 年度（令和２年度）も引き続き支援を行い、2021 年（令和３年）３月末時点で、累計 140 件の旅行環境まるごと整備計画を認定した。

ｄ）観光案内拠点の充実

日本政府観光局の外国人観光案内所認定の取得を促進し、2021 年（令和３年）３月末時点で認定案内所数は 1,558 箇所となった。

また、「観光地の『まちあるき』の満足度向上整備支援事業」及び「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」により、観光案内所に整備する非常用電源装置や観光拠点情報・交流施設の整備等について、2020 年度（令和２年度）も引き続き支援を行い、2021 年（令和３年）３月末時点で累計 116 件の交付決定を行った。

さらに、「道の駅」1,187 駅のうち、2020 年度（令和２年度）に免税店は６駅、日本政府観光局認定を受けた外国人観光案内所は 46 駅増え、2021 年（令和３年）３月末時点で設置数は、免税店は 44 駅、日本政府観光局認定を受けた外国人観光案内所は 236 駅となった。

---

[3] http://japanfreewifi.jnto.go.jp/
[4] National Institute of Information and Communications Technology の略「国立研究開発法人情報通信研究機構」
[5] Artificial Intelligence の略、人工知能

ｅ）公衆トイレの洋式便器の整備及び機能向上

「観光地の『まちあるき』の満足度向上整備支援事業」及び「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」により、公衆トイレの洋式化及び清潔等機能向上を支援し、2021 年（令和３年）３月末時点で、両事業併せて累計で 223 件の交付決定を行った。

ｆ）ムスリム対応の更なる強化

ムスリム旅行者をはじめ、生活習慣への配慮が必要な訪日外国人旅行者の対応力の強化を図るため、飲食店等における店内表示及びメニューの多言語化、ウェブサイト作成等を支援できるよう「観光地の『まちあるき』の満足度向上整備支援事業」の拡充を図った。

ｇ）訪日ベジタリアン・ヴィーガンの受入環境整備

2019 年度（令和元年度）に作成した「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」について、セミナーを開催するとともに周知を行った。また、ベジタリアン・ヴィーガンの旅行者が、一元的に食に関する情報を入手することができるポータルページを制作・公開した。

ｈ）シェアサイクルの導入

「シェアサイクル導入促進事業」により、多言語化の案内看板、システム整備等を実施し、全国３箇所の観光地におけるインバウンド対応のシェアサイクル導入の支援を実施した。

ｉ）「道の駅」の通信環境等の整備

「道の駅」1,187 駅のうち、2020 年度（令和２年度）に電気自動車（EV）充電施設は 31 駅、Wi-Fi 設置は 32 駅増え、2021 年（令和３年）３月末時点で電気自動車（EV）充電施設は 865 駅、Wi-Fi 設置は 1,007 駅となった。

ｊ）受入環境向上に向けた調査の実施

2020 年度（令和２年度）は訪日外国人の利用が多い５空港において、タブレットを活用したアンケート式による対面調査の実施を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響等を含む最新の旅行動向に鑑み 2021 年度（令和３年度）以降に実施を見送った。

ｋ）ICT を活用したスマートシティの推進

「データ利活用型スマートシティ推進事業」において地方公共団体等５団体に交付決定を行った。また、各種講演において成果の情報発信及び水平展開を促した。

さらに「令和２年度の政府スマートシティ関連事業における共通方針について」を踏まえ、総務省ではスマートシティの推進を希望する地域が、地域特性に合ったスマートシティを設計していくにあたり参考とすることを目的とした「スマートシティリファレンスアーキテクチャ　ホワイトペーパー」を参照したデータ連携基盤の整備を推進した。

ｌ）地域における IoT[6]/ICT を活用した観光クラウドシステムの普及展開

地域 IoT 実装推進事業により、旅行者が自ら観光地等を見つけるシステム及び付加価値の高いツーリズムを販売等するシステムを整備する事業について 2021 年（令和３年）３月末時点で１件の交付決定を行った。

（３）チケット購入環境の整備等による体験型観光の充実

訪日外国人旅行者のチケット購入環境を整備するために、コンテンツを提供する事業者等に対して様々なチケット購入経路を提案した。あわせて、チケット購入の容易化の方向性をとりまとめたものを、劇場、音楽堂、美術館、博物館等の関係事業者に周知した。

[6] Internet of Things の略、コンピュータなどの情報・通信機器だけでなく、世の中に存在する様々な物体（モノ）に通信機能を持たせ、インターネットに接続したり相互に通信することにより、自動認識や自動制御、遠隔計測などを行うこと。

（４）「道の駅」を核とした地域振興

ａ）重点「道の駅」における支援

新型コロナウイルス感染症の影響等により、2020 年度（令和２年度）の重点「道の駅」の選定は見送りとなった。

ｂ）農林漁業者と観光事業者等との連携による６次産業化の推進

2021 年（令和３年）３月末時点で「道の駅」1,187 駅のうち、６次産業化商品に寄与する物産・農水産物加工場を有する「道の駅」が 341 駅であった。

ｃ）着地型旅行商品の販売

2020 年度（令和２年度）は「道の駅」1,187 駅のうち、総合観光窓口の役割を担う「道の駅」の整備を進め、着地型旅行商品の販売を行うため、新たに５駅が旅行業の資格を取得し、2021 年（令和３年）３月末時点で 45 駅となった。

ｄ）地域における「道の駅」のインバウンド受入拠点機能の強化

2020 年度（令和２年度）より開始した「道の駅」インバウンド対応拠点化整備事業にて、訪日外国人の利用が多い、又は今後の増加が見込まれる「道の駅」を中心に、多言語対応及び観光案内所の整備等の取組を支援し、８駅の事業について、補助金の交付を決定した。

（５）日本の良好な治安等を体感できる環境整備

ａ）防犯・防災等に資する情報のインバウンド対応の強化

警察では、訪日外国人旅行者等と警察職員とのコミュニケーションを支援するため、コミュニケーション支援ボード、基本会話集、翻訳タブレット等の活用のほか、外国語による対応が可能な警察職員の配置及び語学研修をはじめとする各種教養を実施した。また、容易に各種情報等を入手できる環境整備を図るため、遺失届・拾得物の受理時に用いる各種様式の外国語併記等、外国語による対応の促進及び防災・防犯等に資する情報の外国語による提供を実施した。さらに、情報発信の強化を図るため、警察庁ウェブサイト[7]（英語版）について、写真・イラストの挿入やページの階層化により、デザイン性・利便性の両面でレイアウトを改善するとともに、警察庁・都道府県警察のウェブサイトに警察制度・警察活動に関する情報を外国語により掲載した。加えて、三者通話に対応可能な通訳人の拡充を図るため、緊急時に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるよう訓練を継続的に実施した。

また、「防災ポータル」について、説明文・表示順序の改善による閲覧利便性の更なる向上を図った。

さらに、「地域の情報」カテゴリの追加、火山噴火等の情報を追加するなど災害情報の充実を図った上、母国の支援情報及び外国人向け相談窓口といった在留外国人のための防災情報の拡充を行った。

加えて、国土交通省ウェブサイトにおいて、英語により雨の状況・川の水位、カメラ映像等をリアルタイムで提供している「川の防災情報 英語版」について、外国人観光客が避難に必要な情報をいち早く入手し、主体的な避難につながるよう引き続き運用した。

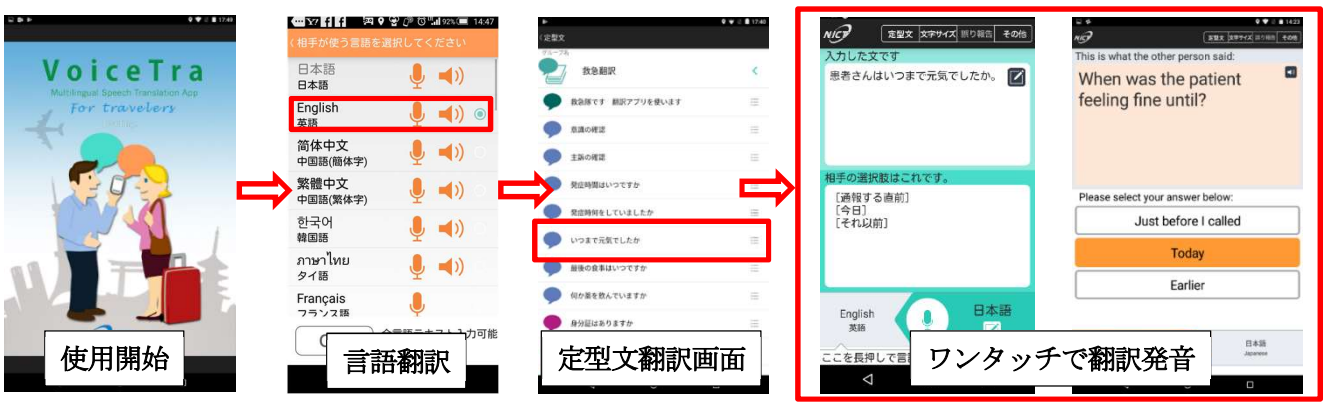
また、あらゆる機会を通じて実際の導入事例等を紹介するとともに、調査により都道府県の取組や各消防本部における導入実態を把握し、その結果を見える化し公表するなどして、導入の促進を図った。

なお、三者間同時通訳は、2021 年（令和３年）１月１日時点で、726 消防本部中 635 本部（87.5%）で導入された。

ｂ）救急活動時における多言語音声翻訳アプリの活用促進

あらゆる機会を通じて実際の導入事例等を紹介するとともに、救急ボイストラの活用状況の調査を実施するとともに、各消防本部における導入実態を把握し、その結果を都道府県別に導入率を見える化し、導入の促進を図った。また、救急ボイストラは、2021 年（令和３年）１月１日時点で、726 消防本部中 631 本部（86.9%）で導入された。

[7] https://www.npa.go.jp/english/index.html



救急現場において、救急隊が活用する多言語音声翻訳アプリ

ｃ）熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供

2020 年（令和２年）８月、「訪日外国人のための救急車利用ガイド（多言語版）」について、活用状況調査を実施した。

また、都道府県及び消防本部に対し、各種媒体を通じて積極的に周知を図るよう依頼するほか、訪日外国人旅行者向け災害時情報提供アプリ「Safety tips」及び出入国在留管理庁監修の「生活・就労ガイドブック」へ掲載しており、引き続き、関係省庁等と連携し、より効果的な広報活動を実施した。

さらに、救急車利用ガイドの更なる多言語化に向け検討を進め、2021 年（令和３年）３月、新たに９言語版を作成し、合計 16 言語への対応を可能とした。

加えて、日本の暑さに慣れていない外国人等が熱中症の予防や対処を適切に行えるよう、訪日外国人向けのアプリ「Safety tips」について、環境省と気象庁が関東甲信地方の１都８県に対して先行実施している「熱中症警戒アラート（試行）」に 2020 年（令和２年）８月より対応した。

ｄ）防災・気象情報の多言語化

14 箇国語に対応した防災・気象情報に関する多言語辞書を 2020 年（令和２年）４月に気象庁ウェブサイト[8]に反映した。

また、これらの情報について、各省庁のウェブサイトに掲載するとともに、14 箇国語に対応した「Safety tips」や気象庁ウェブサイト等の情報について、14 箇国語のリーフレットを作成し、消防庁及び出入国在留管理庁を通じ、地方公共団体に周知・普及を依頼した。

ｅ）非常時における訪日外国人旅行者の安全・安心の確保に向けた取組強化

2019 年度（令和元年度）から 2020 年度（令和２年度）にかけて実施した「非常時における外国人旅行者の安全・安心の確保に向けた検討会」の議論を踏まえ観光・宿泊施設等が非常時の訪日外国人旅行者対応時に活用できる用語集や、地方公共団体等が作成する非常時の訪日外国人旅行者対応マニュアル等に盛り込むべき項目等を定めた指針を作成し、2021 年（令和３年）３月に公表した。

ｆ）多言語による情報伝達の優れた事例等の全国での共有

「東京 2020 大会」の開催に向け、2020 年（令和２年）12 月に「第 10 回多言語協議会及びフォーラム」を開催し、取組状況の確認や最新技術動向等の共有を図った。

ｇ）災害時における旅行者の避難受入等に対する協力要請

2020 年（令和２年）４月に宿泊団体に対して災害時の避難所としての宿泊施設の活用に向けた準備について協力を依頼した。観光庁にて条件が合えば災害時の避難所としての活用に協力する用意がある宿泊施設をリスト化し、地方公共団体に共有した。地方運輸局からも協定を未締結の地方公共団体に対して締結に向けた働きかけ、災害時の宿泊施設の積極的な活用の働きかけを実施した。

ｈ）訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制の強化

2020 年度（令和２年度）も地方消費者行政強化交付金の活用等により、消費生活センター等への通

[8] https://www.jma.go.jp/jma/index.html

訳派遣等、訪日外国人等がどこに住んでいても質の高い相談・救済が受けられるよう地域における消費生活相談体制の充実を図った。

また、独立行政法人国民生活センターにおいて、訪日観光客消費者ホットライン（2018 年（平成 30 年）12 月開設）を運営し、訪日外国人の相談対応を実施している。2020 年（令和２年）４月には対応言語にフランス語を追加した（2021 年（令和３年）２月時点で計７箇国語対応）。さらに、同年８月に「2019 年度訪日観光客消費者ホットラインに寄せられた相談のまとめ」[9]を公表、同年 11 月に「訪日観光客消費者ホットラインに寄せられた新型コロナウイルス関連の相談まとめ」[10]を公表等ウェブサイトのサービス拡充を図った。

ｉ）外国人運転者にも分かりやすい道路標識の整備

2017 年度（平成 29 年度）に英語を併記した規制標識の整備が可能となったことから、これらの道路標識を更新等に合わせて順次整備しており、2020 年度（令和２年度）末現在、約 145,000 枚の規制標識「一時停止」について英字が併記されている。

英字を併記した様式「一時停止」

ｊ）プッシュ型の洪水情報の配信の推進

洪水情報（河川氾濫のおそれがある情報及び氾濫が発生した情報）のプッシュ型配信について、2020 年（令和２年）３月にとりまとめた「河川・気象情報の改善に関する検証報告書」を踏まえ、市町村の意向を再確認して配信対象市町村を変更するとともに、情報を絞り込み、短い文章で危機感が的確に伝わるよう文章の見直しを行った。2020 年度（令和２年度）はプッシュ型配信を計 51 回実施した。

（６）景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

ａ）景観計画等の策定促進及び無電柱化の推進

①景観計画策定や建築物等の改修・除却支援による魅力ある観光地づくりの推進

主要な観光地において景観計画策定が促進されるよう、景観改善推進事業の活用及び全国の地方公共団体を対象としたセミナーを都道府県単位で開催した。また、「景観計画策定の手引き」や「歴史的風致維持向上計画作成マニュアル」等の周知・徹底を図った結果、2020 年度（令和２年度）は新たに 24 市区町村で景観計画が５都市で歴史的風致維持向上計画が策定された。

さらに、観光庁が指定する特定観光地である歴史的風致維持向上計画認定都市 59 都市において、歴史的なまちなみを阻害する建築物等の美装化・除却に対して支援を行っており、歴史的なまちなみ全体の質の向上を推進した。

②「居心地が良く歩きたくなる」まちなかでの景観形成を促進

景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上を図るため、まちなかウォーカブル推進事業を活用し、「居心地が良く歩きたくなる」空間の創出と併せて景観整備を実施し、良好な景観形成を推進した。

③無電柱化の推進

2020 年度（令和２年度）は「無電柱化推進のあり方検討委員会」を４回開催し、次期無電柱化推進計画について検討を重ねたほか、地方公共団体への個別補助制度を創設し、重点支援を行いつつ、低コスト手法の普及拡大を図り、無電柱化を推進した。

ｂ）国営公園の魅力的な景観等の活用

各国営公園において、案内サインや券売機等の多言語化（主に英語、中国語、韓国語）等の環境整備、海外への情報発信等を行った。また、「首里城正殿等の復元に向けた工程表」に基づき、首里城復元に向けた調査・設計等の技術的検討等を実施した。

[9] http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20200806_3.html
[10] http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20201105_1.html

ｃ）美しい自然・景観等の観光への活用

①森林景観を生かした観光資源の整備

国有林において、戸隠自然休養林等における案内看板の多言語化や大和三山風景林等における歩道整備等の重点的な環境整備のほか、千本山風景林等におけるトイレの洋式化等の既存施設のレベルアップに取り組んだ。また、2021 年（令和３年）２月に然別自然休養林をはじめとした「日本美しの森お薦め国有林」の魅力を動画及び写真により SNS を通じて発信した。

②「日本風景街道」の取組等の推進

2021 年（令和３年）３月末現在、144 ルートが「日本風景街道」として登録されており、道路空間を活用した地域の方々による植樹・植栽、清掃活動等、道路を活用した美しい景観形成、地域の魅力向上に資する活動を実施した。また、「道の駅」において日本風景街道の取組を紹介するなど「道の駅」との連携を実施した。

③超小型モビリティの導入促進

超小型モビリティの導入を促進するため、地域の計画と連携して、環境に優しい超小型モビリティの集中的導入を図る事業を対象として、地方公共団体や協議会等が超小型モビリティを導入する際に、車両・充電設備等の費用の３分の１の補助制度を実施した。

④離島・半島の地域資源を活用した新たな観光振興

離島活性化交付金の交流促進事業のうち、地域情報の発信や交流の実施において、ウェブサイトや SNS 等を活用して離島の情報を発信、体験学習・離島体験ツアーを実施するなど、島外からの来島者を呼び込む地方公共団体の取組を継続的に支援した。また、2020 年度（令和２年度）に半島振興広域連携促進事業費補助金にて 15 地方公共団体に交付決定を行った。半島において、地方公共団体や民間企業等の多様な主体が連携し、地域資源や特性を生かした交流事業を実施するなど、地域間の交流促進等に向けた取組について支援した。

ｄ）奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興

奄美群島においては、世界自然遺産登録に向けた観光振興のため、航路・航空路線の旅行者を対象とした観光 PR・モニター事業及び沖縄等からの航路・航空路の特別運賃割引への支援を実施した。また、小笠原諸島においては、二見港の岸壁改良等の港湾整備のほか、自然公園について 2019 年度（令和元年度）からの５箇年計画６園地のうち２園地に着手。その他自然ガイドの育成、訪日外国人旅行者の実態やニーズの調査等への支援を実施した。

ｅ）河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

東京都の北十間川等において、公園やコミュニティ道路、親水護岸の整備に加え、東武鉄道による「東京ミズマチ」、「すみだリバーウォーク」の整備等、官民が地元の思いを共有し一体的な空間づくりを進めており、河川敷地占用許可準則の緩和措置等により、民間事業者による商業活動等と一体となった良好な水辺空間の形成を図った。2020 年度（令和２年度）のかわまちづくり登録数は９箇所、累計 238 箇所となった。

鉄道高架下施設「東京ミズマチ」
（北十間川/墨田区）

ｆ）明治記念大磯邸園の整備の推進

新型コロナウイルス感染症等の影響により 2020 年（令和２年）秋以降に延期された旧大隈別邸及び陸奥別邸跡の庭園等の一部区域について、同年 11 月３日に第一期開園した。

（７）民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進

ａ）観光バスの駐停車対策

全国駐車場政策担当者会議（2021 年（令和３年）２月）にて、観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組事例を紹介するとともに、社会資本整備総合交付金等による支援について周知した。

また、容積率緩和制度を活用したバス乗降場等の整備に取り組む地方公共団体の相談等に対応した。

（１～２件程度）

ｂ）都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築

公募設置管理制度[11]（Park-PFI）の普及啓発や社会資本整備総合交付金による支援を実施し、2020 年（令和２年）７月１日時点で全国の 48 箇所において、公募設置等指針を公示した。また、同年６月の「都市再生特別措置法等の一部を改正する法律（令和２年法律第 43 号）」の成立に伴い、公園施設設置管理協定制度を創設するとともに、同年９月には本制度のガイドライン[12]を公表した。

ｃ）都市公園内への観光案内所等の設置促進

官民連携まちづくりポータルサイトでの制度紹介等、観光案内所を都市公園内に設置できる占用特例制度等に関する普及啓発を実施した。

ｄ）会議施設等の整備への支援

2020 年度（令和２年度）末時点で４件の国際競争力強化施設を整備する民間事業者に補助を実施した。

ｅ）拠点駅及びその周辺における統一的な案内サインの整備等の支援

2020 年度（令和２年度）は複数事業者が乗り入れる新宿駅内において、新宿ターミナル協議会が実施する統一的な案内サインの整備等に対し、支援を実施。また、分かりやすく使いやすい歩行空間のネットワーク等の構築を促進した。

ｆ）日本の都市の魅力を海外に発信する取組の推進

「東京 2020 大会」期間中に、東京都が主体となって行う都市づくりに関する情報発信に係る経費への一部補助を予定していたが、大会延期に伴って、事業計画を 2021 年度（令和３年度）に実施するよう見直しを行った。

ｇ）道路空間と観光の連携の推進

「道路法等の一部を改正する法律（令和２年法律第 31 号）」の施行により、賑わいのある道路空間を構築するための道路の指定制度として歩行者利便増進道路（ほこみち）制度を創設した。

道路協力団体については、2021 年（令和３年）３月末時点で、直轄国道において 37 団体を指定しており、道路空間を利活用する団体との連携を推進している。

ｈ）文化観光を推進するための受入環境整備

「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）」に基づき認定された拠点計画又は地域計画の対象とする拠点又は地域における多言語案内、Wi-Fi 環境、キャッシュレス化、バリアフリー化等の整備を促進した。

（８）宿泊業の生産性向上推進

宿泊施設におけるマルチタスク導入等をテーマにしたシンポジウム（全５回）を全国で実施したほか、生産性向上の取組・手順をまとめたガイドラインを作成した。

（９）中小企業の多言語化を中心とした IT 化の推進

中小企業生産性革命推進事業のうち、サービス等生産性向上 IT 導入支援事業により、バックオフィス業務[13]の効率化や新たな顧客獲得等の付加価値向上に繋がる IT ツールの導入を支援し、6,659 件の採択を行った。（2021 年（令和３年）１月 27 日時点）

---

[11] 飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置 と、当該施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度のこと。

[12] https://www.mlit.go.jp/toshi/park/content/001367112.pdf

[13] 営業やマーケティングなどの直接利益を生み出す部署を支える業務のこと

（10）産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

ａ）観光経営を担う人材育成

一橋大学及び京都大学の観光 MBA の取組や、観光人材の国際対応力、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を 2021 年（令和３年）２月にオンラインで開催した。

ｂ）観光の中核を担う人材育成の強化

2020 年度（令和２年度）は新たに山口大学を「産学連携による観光産業の中核人材育成・強化事業」に採択し、2019 年度（令和元年度）に採択した北陸先端科学技術大学院大学、滋賀大学、愛媛大学含む計４大学にて社会人向けプログラムを開講した（累計 14 大学）。2020 年（令和２年）６月及び 2021 年（令和３年）３月に全体会議を実施し、自立的かつ持続的なプログラムの共有、過去の受講生に対する本事業の効果に関する調査結果及び、2021 年度（令和３年度）以降の取組内容について議論した。

また、観光分野における専門職大学・専門職短期大学として、芸術文化観光専門職大学及びせとうち観光専門職短期大学が 2020 年（令和２年）10 月に認可され、2021 年（令和３年）４月に開設されることとなった。文部科学省において、専門職大学制度の認知度向上に向け、各種媒体を用いた広報活動を積極的に展開したほか、専門職大学・専門職短期大学の開設に向けた相談等に丁寧に対応した。

ｃ）即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化

観光産業における即戦力となる実務人材を確保するため、乳頭温泉組合、一関温泉郷協議会、湯田川温泉観光協会、蓼科観光事業者向け「女性活躍」支援策事業化協議会及び黒川温泉観光旅館協同組合の全国５地域において、共同採用説明会、旅館体験プログラム及びキャリアアップ研修等を実施した。また、2020 年（令和２年）11 月には事業の中間報告会、2021 年（令和３年）２月には取組の横展開のためにセミナーをそれぞれオンラインで開催した。外国人材の受入のためのプラットフォーム構築として、宿泊事業者向けセミナーを 10 回開催したほか、制度周知等に向けたコンテンツの作成、優良事例の発信、制度の効率的な運用に向けたポータルサイトを開設した。

さらに、ビッグデータを活用した地域経済活性化のための取組を企画・実行できるマーケティング人材を養成するための教育プログラムの開発に係る取組（カリキュラムやシラバス、教材等の準備）を推進した。

ｄ）国家戦略特別区域制度を活用したクールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進

これまでに日本の美容製品の輸出による産業競争力の強化や、ブランド向上を含むクールジャパンの推進やインバウンド対応のために日本の美容師免許を有する外国人材を受け入れる制度に関し、関係府省庁と協議・検討を行ってきており、2020 年度（令和２年度）も引き続き、国家戦略特別区域における消費者向けサービス分野のクールジャパン外国人材の活用に関し、関係地方公共団体からの提案を受け付ける体制を維持した。

（11）宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供

ａ）旅館等に対するインバウンド対応促進支援

2021 年（令和３年）３月末時点において、宿泊施設のインバウンド対応促進支援（Wi-Fi 環境整備、多言語化対応等に係る整備等）を 212 件行った。

ｂ）多様な宿泊サービスの提供促進

2021 年（令和３年）３月末時点において、宿泊施設のインバウンド対応促進支援（Wi-Fi 環境整備、多言語化対応等に係る整備等）を 212 件行った。

また、2018 年度（平成 30 年度）に構築した「旅館」に関する FAQ サイトのバナーを引き続き観光庁ウェブサイト[14]に掲載し周知を図った。

ｃ）海外ホテル事業者等の日本進出支援

2020 年度（令和２年度）末までに３件（ホテルのオープン、ホテル運営会社の法人設立、新たな宿泊施設の開業）の観光分野の案件に対し、ビザに関するコンサルテーション、市場情報の提供等を実施し

[14] https://www.mlit.go.jp/kankocho/ryokan/index_ja.html

た。

ｄ）宿泊施設のバリアフリー化推進

2021 年（令和３年）３月末時点において、旅館・ホテル等の宿泊施設におけるバリアフリー化への支援を 351 件行っており、訪日外国人旅行者等が安全・安心に利用可能な宿泊施設の提供を促進した。また、補助を行った事業者に対し、2018 年（平成 30 年）８月に作成・公表した「宿泊施設におけるバリアフリー情報発信のためのマニュアル」[15]を利用し、施設のバリアフリー情報を発信するよう働きかけを行った。

ｅ）日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデル構築

地域旅館の再生･活性化に資する対策を図るため、金融的支援等の専門的見地から検討を加えるべく、2020 年（令和２年）５月から３回にわたり「旅館への投資の活性化による『負のスパイラルの解消』に向けた支援のあり方に関する分科会」を開催し、融資制度の拡充、観光遺産産業化ファンドの活用促進等の支援制度を含め、具体的な仕組みを報告書として打ち出した。

ｆ）地域への誘客力を備えた世界レベルの宿泊施設整備の促進及び富裕層対応人材の育成

世界レベルの宿泊施設等における富裕層対応人材の確保・育成に向け、2020 年（令和２年）11 月より世界のラグジュアリーホスピタリティ業界において経験を持つ機関との連携による研修を全国８施設において実施した。

(12)「東京 2020 大会」に向けたユニバーサルデザインの推進

ａ）「ユニバーサルデザイン 2020 行動計画」に基づく施策の展開

国、東京都、特別区等と連携してアクセシブルルートを含む競技会場、観光施設及び周辺の駅を結ぶ道路（重点整備区間）について、バリアフリー化を推進した。

また、「東京 2020 大会」関連駅におけるバリアフリー化を支援しており、青山一丁目駅におけるエレベーターの増設、千駄ヶ谷駅及び信濃町駅におけるホームドアの整備が完了した。

公共交通事業者における認知症の人に対応するための「公共交通事業者向け接遇ガイドライン」の別冊（認知症の人編）の策定に向けて、有識者、障害当事者団体等が参画する「公共交通事業者等における認知症の人への接遇ガイドライン作成のための検討会」を立ち上げ、2020 年度（令和２年度）は検討会を２回（８月、11 月）実施し、2021 年（令和３年）２月 24 日に「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン（認知症の人編）」を公表した。同年度内に当該ガイドラインの作成及び周知を行い、事業者による研修の充実及び適切な接遇の実施を推進した。

さらに、構成員の過半を障害当事者又はその支援団体が占める「ユニバーサルデザイン 2020 評価会議」を 2021 年（令和３年）３月に開催し、関係省庁の取組の報告や構成員からの意見をいただき、「ユニバーサル 2020 行動計画」の加速化を図った。

ｂ）ユニバーサルデザインの街づくり

①ユニバーサルデザインの街づくりの推進

ハード対策に加え、移動等円滑化に係る「心のバリアフリー」の観点からの施策の充実等ソフトの対策を強化する「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 2020 年（令和２年）５月に成立した。

また、2020 年度（令和２年度）末が期限のバリアフリー法に基づく基本方針におけるバリアフリー整備目標について、学識経験者、高齢者・障害者等団体及び事業者団体が参画する「バリアフリー法及び関連施策のあり方に関する検討会」を 2019 年度（令和元年度）より４回開催（2020 年度（令和２年度）は２回）し、各施設等について地方部を含めたバリアフリー化や「心のバリアフリー」の一層の推進等、ハード及びソフト両面でのバリアフリー化をより一層推進していくこと等を盛り込み、2020 年（令和２年）11 月に最終とりまとめを公表し、2021 年度（令和３年度）から５年間を目標期間とする新しいバリアフリー整備目標等を定めた基本方針を改正した。

[15] https://www.mlit.go.jp/common/001250845.pdf

②道路におけるバリアフリー化の推進

全国の主要鉄道駅、観光地周辺等の道路のバリアフリー化を推進した。

また、神奈川県横浜市大船駅において、鉄道との結節点である駅前広場の整備に併せて、待ち合わせ空間等の整備を実施するなど、利用しやすい道路空間の整備を促進した。

さらに、高速道路のサービスエリア、「道の駅」における子育て応援施設の整備を引き続き推進し、2021 年（令和３年）３月末時点で高速道路のサービスエリア 220 箇所、2020 年（令和２年）７月末時点で国が整備した「道の駅」93 箇所にベビーコーナーが設置された。

加えて、鉄道との結節点における駅前広場等において、幅の広い歩道の整備、歩道の段差・傾斜・勾配の改善、視覚障害者誘導用ブロックの整備等に対して重点的に支援を実施した。

③共生社会における車両の優先席、車椅子用駐車施設、障害者用トイレ等の利用マナー啓発活動の推進

2020 年（令和２年）11 月～12 月にトイレ利用マナー啓発のためキャンペーンを実施し、公共交通事業者等の協力の下、ポスターの掲示、チラシの配布、SNS を活用した声かけを行うとともに、「バリアフリー教室」において講義を行うことにより、マナー啓発を行った。

また、2021 年（令和３年）２月～３月にはエレベーター利用の円滑化に向けた普及啓発活動を実施。

さらに、公共交通事業者等の協力の下、ポスターの掲示や SNS を活用した声かけを行った。

④観光スポットのバリアフリー化促進

観光地の「まちあるき」の満足度向上整備支援事業及び訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業により観光スポットの段差の解消を促進した。

また、様々な場面でのバリアフリー化の取組を推進すべく、宿泊・飲食・小売分野を中心に、各事業者が取り組みやすく、かつ効果が高い事例や、障害を有する外国人旅行者における要望等の調査を実施し、その結果をウェブサイトへ掲載した。

⑤観光施設におけるバリアフリー情報提供の促進

2020 年（令和２年）５月に「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（平成 18 年法律第 91 号）」に基づき、高齢者、障害者等が旅行中に利用する宿泊施設、飲食施設、観光案内所においてバリアフリー対応と情報発信に積極的に取り組む施設を認定する「観光施設における心のバリアフリー認定制度」を 2020 年（令和２年）12 月に開始した。

⑥観光地のバリアフリー情報提供の促進

「観光地におけるバリアフリー情報の提供のためのマニュアル」[16]（2019 年（平成 31 年）４月公表）をウェブサイトにおいて掲載の上、地方公共団体に周知するなどマニュアルの普及を促進した。

⑦鉄道におけるバリアフリー化の推進

2020 年（令和２年）８月に「新幹線の新たなバリアフリー対策について」をとりまとめ、座席数に応じて１編成に３～６席の車椅子が利用可能とするとともに、ウェブサイト上で予約、購入が完結するシステムの導入等を図ることとした。

⑧図柄入りナンバープレート制度の活用

2017 年（平成 29 年）10 月から交付開始した、「東京 2020 大会」特別仕様ナンバープレートについて、関係告示の改正を行い、大会延期に合わせて交付期間を 2021 年（令和３年）11 月 30 日まで延長するとともに、ポスター、チラシ及びサンプルプレートを活用して PR を行った。

また、寄付金については、UD（ユニバーサルデザイン）タクシー、ノンステップバスの整備促進に活用された。

⑨道路案内標識改善の推進

北海道、宮城県、福島県、茨城県、東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県及び静岡県の各道路標識適正化委員会において策定した「2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた道路標識

[16] https://www.mlit.go.jp/common/001284749.pdf

改善の取組方針」等に基づき、「東京 2020 大会」施設周辺エリア、主要な観光地、これらを結ぶ直轄国道等において、2020 年（令和２年）７月に道路案内標識の改善が完了した。

ｃ）ユニバーサルツーリズムの促進

誰もが安心して旅行を楽しむことができる環境を整備するため、2020 年（令和２年）10 月から全国５地域において、「バリアフリー旅行サポート体制の強化に係る実証事業」を実施し、2021 年（令和３年）３月に成果報告及びユニバーサルツーリズムの普及を図るためのシンポジウムを開催した。

ｄ）ICT を活用した歩行者移動支援の普及促進

民間事業者等が多様な歩行者移動支援サービスを提供できる環境を整備するため、施設や経路のバリアフリー情報等の移動に必要なデータを多方面で活用する手法等を検討するとともに、屋内空間における高精度測位環境を整備しており、2020 年（令和２年）10 月には新宿駅周辺屋内電子地図、2021 年（令和３年）１月には東京駅周辺屋内電子地図、2021 年（令和３年）３月には成田国際空港屋内電子地図を最新版に更新した。

また、高齢者・障害者等、誰もがストレスを感じることなく円滑に移動・活動できる社会を実現するため、産学官連携により、主要交通ターミナルにおけるナビゲーションサービス等の創出・普及に向けた環境づくりを促進した。

ｅ）障害者の芸術・文化活動支援

2018 年（平成 30 年）６月に施行された「障害者による文化芸術活動の推進に関する法律（平成 30 年法律第 47 号）」を踏まえ、芸術文化活動（美術、演劇、音楽等）を通した障害者の社会参加を一層推進するため、障害福祉施設や障害当事者等からの相談対応や支援人材の育成研修等、地域における障害者の芸術文化活動への支援を強化し、全国に展開している。なお、2020 年度（令和２年度）宮崎県で開催を予定していた全国障害者芸術・文化祭は新型コロナウイルス感染症の影響により 2021 年度（令和３年度）に延期となった。

また、「障害者による文化芸術活動の推進に関する基本的な計画」に基づき、障害者による文化芸術の観賞や創造、発表の機会の拡充及び作品等の評価を向上する取組等、共生社会を推進する取組（39 件）等を採択した。

（13）地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大

ａ）地方における消費税免税店数の増加

インバウンド需要の回復を見据えた免税店の拡大、2021 年（令和３年）10 月の免税販売手続の完全電子化に向けた事業者の対応を更に促進する観点から、事業者団体等とも緊密に連携の上、「免税販売手続の電子化 特設サイト[17]」にて必要な情報の周知広報を行うとともに、支援策として免税店向けの動画の作成・公開等に取り組んだ。

ｂ）商店街等に対する支援

商店街等においては、地域と連携し、専門家の派遣を受けて実施する Wi-Fi 環境設備、ゲストハウスの整備、店舗の多言語化及び外国人観光客等の消費需要の喚起につながる取組（50 件）を採択した。

ｃ）優れた地方産品等の活用による地方への誘客

民間企業が自立化して実施している、優れた地方産品を 514 品目選定している「The Wonder 500」事業の実施及び販路拡大に協力した。

ｄ）伝統的工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入促進

経済産業省が一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会を通じて行う伝統的工芸品産業振興事業の中で、将来の外国人旅行者に向けた情報発信として YouTube（TEWAZA）を活用した海外に向けた情報発信（産地プロモーション）や産地情報の多言語化（パンフレット等の翻訳）を支援した。

[17] https://www.mlit.go.jp/kankocho/tax-free/denshika.html

ｅ）保税売店の市中展開による買い物魅力の向上

羽田空港においては、2020 年（令和２年）３月に、第２ターミナル国際線施設供用開始に合わせ、羽田空港内のカウンターを１箇所増設したものの、新型コロナウイルス感染症による減便の影響で、不定期での営業を強いられた。

インバウンド及びアウトバウンドの回復に向け、引き続き、リーフレットの配布による空港内カウンター・市中免税店の周知等を促進するとともに、市中展開を図ろうとする事業者のニーズに応じて空港内カウンターの利便性の向上を図った。

ｆ）消費や投資を促進する観光地高度化計画の推進

2019 年度（令和元年度）ローカルクールジャパン推進事業において、デジタル技術を活用した持続的に成長できる地域づくりのための計画「スマートリゾート計画」を策定し、計画実現に向けたハンドブックや動画をとりまとめ、2020 年（令和２年）５月、経済産業省のウェブサイト[18]に公開し、国内ほか地域への展開を図った。

２　交通機関

（１）「地方創生回廊」の完備

ａ）新幹線・高速道路等の高速交通網の活用

①「ジャパン・レールパス」の購入環境整備

「ジャパン・レールパス」のインターネット予約及び磁気券化を開始した。

②日本版 MaaS の推進及び企画乗車券の造成・販売の促進

2020 年度（令和２年度）は、「日本版 MaaS 推進・支援事業」において公募を行い、全国 36 地域を選定し実証実験の支援を実施したほか、公共交通機関のデータ化については 10 事業者、キャッシュレス化については 21 事業者、AI オンデマンド交通等、新型輸送サービスの導入については 7 事業者に対し支援を実施し、公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備した。

また、当初予定していた「TOKYO SUPPORTERS PASS」及び「JR EAST Welcome Rail Pass 2020」については、「東京 2020 大会」延期により、企画乗車券の発売を延期することとなった。「JR EAST Welcome Rail Pass 2020」については、日本在住の外国人を対象に、2020 年（令和２年）10 月～2021 年（令和３年）２月までに発売時期を変更して発売した。

③新幹線全駅の観光拠点としての機能強化

日本政府観光局が認定している外国人観光案内所の推進、手ぶら観光カウンターの設置等促進について、新幹線駅における観光拠点としての機能強化のため、関係事業者への働きかけを推進した。

④バスタプロジェクト（集約公共交通ターミナル）の全国展開

バスタプロジェクト（集約型公共交通ターミナル）を展開しており、2019 年（令和元年）の品川に加え、2020 年（令和２年）は神戸三宮・新潟で事業化した。また、同年９月に第１回のバスタプロジェクト推進検討会を開催し、2021 年（令和３年）３月までに計５回の検討会を開催し、交通拠点の機能強化に向けて検討を重ねた。

⑤「高速道路ナンバリング」の整備推進

訪日外国人旅行者をはじめ、全ての利用者に分かりやすい道案内を実現するため、高速道路の路線名に合わせて路線番号を用いて案内する「高速道路ナンバリング」を 2016 年度（平成 28 年度）に導入した。高速道路ナンバリングに対応する道路案内標識を、2020 年（令和２年）概成に向け、全国で整備した。（高速道路及び一般道の優先整備区間において、2021 年（令和３年）３月末時点で約 95%（約 24,100 枚／約 25,000 枚）整備完了）

⑥道路案内標識における英語表記改善

道路案内標識について、鉄道駅、バスターミナル等の交通結節点において他機関が設置する案内看板と連携した案内標識の設置、歩道に設置された道路案内標識を中心に英語表記の改善・充実、観光

[18] https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/downloadfiles/fy31/fy31_research_report.html

案内ガイドブック・パンフレット等と連携した分かりやすい道案内の取組を一層推進した。

また、道路案内標識及び国土地理院が公開した英語版地図（2.5 万分の１等）[19]における「道路関連施設」、「山等の自然地名」の英語表記の整合を図るため、各都道府県の道路標識適正化委員会及び国土地理院において調整を実施した。

⑦交差点名標識への観光地名称の表示

観光地に隣接する、又は観光地へのアクセス道路の入口となる交差点の交差点名標識に観光地名称を表示することにより、旅行者にとって観光地への分かりやすい案内となるよう、標識の改善を推進実施し、2021 年（令和３年）３月末時点で約 250 箇所で改善した。

⑧規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現

訪日外国人旅行者をはじめとする観光需要が見込まれ、周辺の旅客船事業者に悪影響を及ぼさないと認められる航路において承認される、「インバウンド船旅振興制度」において、2020 年度（令和２年度）は、２件の新規案件のほか、３件の継続案件の承認等を行った。

なお、2016 年（平成 28 年）に「道路運送法（昭和 26 年法律第 183 号）」の特例措置として、運送対象を訪日外国人をはじめとする観光客に拡大した自家用有償観光旅客等運送が開始されていたが、2020 年度（令和２年度）においては新型コロナウイルス感染症の影響により兵庫県養父市では観光客の利用が減少し、愛知県南知多町日間賀島では運行を中止した。

ｂ）訪日外国人旅行者向け周遊ドライブパスの充実

新型コロナウイルス感染症の拡大等に伴い、訪日外国人旅行者向け周遊定額パスについては、2020 年（令和２年）４月より高速道路会社等において新規の申込受付を一時停止した。

ｃ）中山間地域における「道の駅」等を拠点とした自動運転サービスの実証実験

秋田県の道の駅「かみこあに」では、社会実装後、約１年間にわたる安全な運行管理、延べ 5,000km を超える安全な運行を継続中、また、島根県飯南町において道の駅「赤来高原」を拠点とした自動運転サービスの長期実証実験を 2020 年（令和２年）９月１日～同年 10 月 10 日の期間で実施した。

ｄ）訪日外国人レンタカーピンポイント事故対策

急増する訪日外国人のレンタカー利用による事故を防止するため、ETC2.0 等の急ブレーキデータを活用して事故危険箇所を特定し、ピンポイント事故対策を検討・実施した。

ｅ）訪日外国人旅行者のレンタカー利用時における安全性及び利便性の向上

レンタカー等を運転する訪日外国人向けに、2020 年（令和２年）に作成した安全運転啓発動画（ルールを守って Enjoy Japan)を関係機関・団体のウェブサイト[20]に掲載した。

また、外国運転免許証に添付する日本語翻訳文の入手の利便性向上については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施の見通しが立たず、未実施となった。

さらに、2020 年（令和２年）７月に全国レンタカー協会が公表した「訪日外国人向けドライブ支援ツール」の作成を支援した。

加えて、観光庁主催の「訪日外国人旅行者のレンタカー利用促進に向けた検討会」において、同年８月に「レンタカーを活用した二次交通が不便な地方部への訪日外国人旅行者誘致に向けたガイドライン」をとりまとめた。

ｆ）道外事業者との連携による北海道での観光列車の充実

2020 年（令和２年）８月から９月にかけて、東急電鉄等の協力の下「THE ROYAL EXPRESS」が道内を運行した。

また、同年 10 月には観光列車やイベント列車等として活用可能な「はまなす編成」の運転も開始された。

[19] https://www.gsi.go.jp/kihonjohochousa/multilingual.html
[20] https://www.npa.go.jp/english/bureau/traffic/index.html

ｇ）訪日外国人旅行者を対象とした地方部における鉄道利用促進

日本政府観光局ウェブサイトへの地方鉄道コンテンツの掲載に引き続き取り組んだ。また、2020 年度（令和２年度）は各種補助事業を通じて多言語対応をはじめとする受入環境整備を 111 件実施し、観光列車の導入等への支援を６件実施した。

ｈ）地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

2019 年度（令和元年度）より、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に進める取組に対し、公共交通事業者等に支援を実施した。

また、2020 年度（令和２年度）より、二次交通について多様な移動ニーズにきめ細やかに対応する新たな交通サービスの創出等のための取組に対し、公共交通利用環境の革新等事業において公共交通事業者等が実施する交通利用環境(訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等）の整備を推進し、2021 年（令和３年）３月末時点で、180 線区の公共交通利用環境刷新計画を認定した。

ｉ）自家用有償旅客運送の実施の円滑化

2020 年（令和２年）11 月 27 日に施行された「持続可能な運送サービスの提供の確保に資する取組を推進するための地域公共交通の活性化及び再生に関する法律等の一部を改正する法律（令和２年法律第 36 号)」により、自家用有償旅客運送について、インバウンドも含む観光ニーズへも対応するため、地域住民のみならず、観光客を含む来訪者も輸送対象として明確化した。

ｊ）北方領土隣接地域への訪日外国人旅行者の周遊促進

北方領土隣接地域の観光振興を図るため、観光地・食・文化等の観光情報及び安全・安心なドライブに役立つ情報をスマホアプリ等により多言語（英語、中国語（繁体字)、韓国語）で一元的に発信を行った。

また、2020 年（令和２年）８月に連携する関係団体（地域の行政・観光協会等）の拡大（14 団体から 21 団体）を図り、同年 10 月から沿線の観光スポットを織り交ぜたドライブルート等を新たに盛り込んだ情報発信を行うなど内容の強化を行った。

ｋ）北海道ドライブ観光促進プラットフォームの取組

外国人ドライブ観光客の移動経路等の GPS データを官民一体（観光・交通関係団体、行政等）となった「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」(2018 年（平成 30 年）６月設立当初は 11 機関の登録であったが、2021 年（令和３年）１月末においては 105 機関が登録。）で共有・活用し、道内地方部への誘客等に向けた取組を推進した。

また、当該データ（2019 年（令和元年）通年分析）のより一層の有効活用及び構成員相互の情報共有を通じてインバウンド回復後のドライブ観光の促進を図るため、「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム会合」を 2020 年（令和２年）11 月に開催した。

（２）公共交通利用環境の革新

ａ）訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けた取組

①主要な公共交通機関の海外インターネット予約の促進

インターネット予約環境の一層の充実及びキャッシュレス化について、2021 年（令和３年）３月に「スマート EX」の訪日外国人向けサービスにおいて、スマートフォン上に表示された QR コードによる乗車サービスを開始した。

②日本版 MaaS の推進

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節２（１）a）②

③都市交通ナンバリングの充実

JR 西日本の広島エリア（５路線 79 駅)、岡山・福山エリア（８路線 82 駅）において、2020 年（令和２年）９月以降、順次駅ナンバリングを実施した。

また、2018 年（平成 30 年）10 月に策定した「乗合バスの運行系統のナンバリング等に関するガイ

ドライン」を業界団体及び地方運輸局を通じて事業者等の関係者に対して周知を図った。

④世界水準のタクシーサービスの充実

配車アプリの多言語対応及び海外配車アプリとの連携の強化については、海外の配車アプリが国内タクシー会社との連携を進め、多言語対応タブレット及びキャッシュレス端末の導入支援を行った。

また、東京タクシーセンターにて、訪日外国人旅行者に対応するための接遇研修及び「外国人旅客接遇英語検定」を引き続き実施しており、接遇研修修了者には発光式入構表示板等を交付し、それを車体に表示することで見える化を図った。

さらに、外国人対応乗り場については、乗り場の新設や改善の参考とするため、既存の乗り場において利用状況の調査を行った。

⑤ユニバーサルデザインタクシー等の導入促進

タクシーのバリアフリー車両について、車両の購入に係る財政・税制上の支援制度を活用して導入を促進するとともに、2025 年度（令和７年度）までのバリアフリー車両の整備目標について、福祉タクシーを約 90,000 台とし、また、各都道府県における総車両数の約 25%について UD（ユニバーサルデザイン）タクシーとするなどの見直し等を実施した。

⑥プライベートリムジンの導入環境整備

訪日外国人旅行者等にも認識しやすい案の作成に加え、プライベートリムジンサービスに係る認定基準について業界団体等と調整を行いつつ、普及促進に向けた取組を行った。

ｂ）手ぶら観光の普及・促進

新型コロナウイルス感染症の影響による訪日外国人旅行者を含む旅行者の減少により、認定手ぶら観光カウンターが取り扱った訪日外国人旅行者の荷物の個数は約 1,500 個/月となり、昨年の約 14 万個/月から減少した。また、認定手ぶら観光カウンターについては、2020 年度（令和２年度）で 10 箇所の新規認定を実施したものの、566 箇所（2020 年（令和２年）３月 31 日現在）から 539 箇所（2021 年（令和３年）３月 31 日現在）となった。

ｃ）新幹線の無料 Wi-Fi 環境等の整備促進

無料 Wi-Fi 環境について、2019 年度（令和元年度）中にほぼ全ての新幹線車両で整備を完了し、残る車両についても整備を進めた。

また、JR 北海道の「快速エアポート」について、2020 年（令和２年）７月に無料 Wi-Fi 環境の整備が完了した。

さらに、同年５月、東海道・山陽・九州新幹線において、特大荷物置場付き座席の予約サービスを開始した。

ｄ）訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現

2020 年（令和２年）２月に観光庁において指定区間（多数の外国人観光旅客の利用が見込まれる区間等）の見直しを行い、計 585 区間を指定するとともに、同年６月に公共交通事業者等において実施計画の見直し・作成を行った。

また、2019 年度（令和元年度）より、公共交通利用環境の革新等事業において公共交通事業者等が実施する交通利用環境（訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等）の整備を推進し、2021 年（令和３年）３月末時点で、180 線区の公共交通利用環境刷新計画を認定した。

ｅ）訪日外国人旅行者の移動に関するデータ（FF-Data）の整備

2021 年（令和３年）３月に、国内訪問地情報の細分化として、これまで１つの区分としていた「北海道」を４分割（「道北」、「道東」、「道央」、「道南」）した 2018 年（平成 30 年）データおよび最新の 2019 年（令和元年）データを国土交通省ウェブサイト[21]を通じて公表した。

[21] https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/soukou/sogoseisaku_soukou_fr_000022.html

ｆ）安全対策を前提とした貸切バスの利用促進

多様化する訪日外国人旅行者の貸切バスによる移動ニーズに対応するため、貸切バスの臨時営業区域の特例措置について、本制度の利用状況や事故状況等の実態把握を行い、2022 年（令和４年）３月末まで延長した。

また、85 項目に及ぶ「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」を着実に実施し、実施状況については検討委員会（2020 年（令和２年）８月開催）でフォローアップを行った。

ｇ）チケットレスで乗車が可能となる環境の整備の促進

2020 年（令和２年）９月に新宿駅及び高輪ゲートウェイ駅において、QR コードによる改札通過の実証実験を実施した。

ｈ）新幹線トンネル内等における携帯電話利用環境整備の推進

携帯電話が利用できない鉄道トンネル等を解消するため、「電波遮へい対策事業」を実施した。2020 年度（令和２年度）は、新幹線トンネル６事業（九州新幹線（延伸区間））、在来線トンネル 12 事業（中央本線、東海道本線及び湖西線）について交付決定し、事業を開始した。

また、開業区間の新幹線トンネルは、2020 年（令和２年）12 月をもって全区間で対策が完了した。

（３）非常時における訪日外国人旅行者への情報提供の充実

2019 年（平成 31 年）１月 30 日に策定・通知された「異常時における訪日外国人旅客への情報提供（新幹線）に係る対応指針」に基づき、令和２年７月豪雨や令和２年台風第９号、第 10 号が発生した際に、多言語による計画運休等の情報提供を実施した。

また、非常時の空港における情報提供の充実については、「『A2-BCP[22]』ガイドライン～自然災害に強い空港を目指して～」において位置づけた。（「空港における自然災害対策に関する検討委員会」においてとりまとめ、2019 年（令和元年）11 月 15 日、公表。）

さらに、A2-BCP は、同年 10 月 30 日開催の「空港に関する情報共有会議」において、主要・海上 16 空港に加え、地方空港においても策定することとなっており、2020 年（令和２年）３月末に策定を行い、外国語を話せるスタッフの確保をはじめとする情報提供の充実を進めた。

加えて、2020 年度（令和２年度）より毎年５月を「『A2-BCP』推進月間」とし、空港利用者が安全に避難できるようにするための訓練の実施や、連絡体制、備蓄品等の確認を定期的に実施するなど、対応力を強化するための取組を実施した。

（４）空港アクセスバス事業の実施地区の拡大

2017 年（平成 29 年）４月より福岡空港、2018 年（平成 30 年）１月より北九州空港で空港アクセスバスを実施しており、2020 年（令和２年）においても継続運用した。

（５）旅客施設・車両等のバリアフリー化推進

ａ）ユニバーサルデザインの街づくりの推進

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節１（12）b）①

ｂ）ユニバーサルデザインタクシー等の導入促進

バス・タクシーのバリアフリー車両について、車両の購入に係る財政・税制上の支援制度を活用して導入を促進するとともに、2025 年度（令和７年度）までのバリアフリー車両の整備目標について、ノンステップバスの割合を約 80%、貸切バスを約 2,100 台、福祉タクシーを約 90,000 台とするなどの見直し等を実施した。

ｃ）空港におけるバリアフリー化の推進

航空旅客ターミナル施設のバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の一層の推進のため、「第 201 回国会に提出した「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（バリアフリー法）の一部を改正する法律（令和２年法律 28 号）」」、バリアフリー整備ガイドライン等の制度・基準について、空

[22] 災害時の空港機能の保持及び早期復旧に向けた目標時間、関係機関の役割分担等を明確化した計画のこと。A2 は、「Airport」と「Advanced」の意。BCP は、Business Continuity Plan の略

港ビル等公共交通事業者に対し、2020 年（令和２年）10 月の空港施設 UD（ユニバーサルデザイン）セミナーを通じた周知等を行った。

３　文化財・国立公園

（１）文化財等における分かりやすい多言語解説等の充実

「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）」に基づき、25 件の拠点計画及び地域計画を認定し、これらの計画に基づく VR[23]・AR[24]を活用した解説の充実、富裕層向けの特別解説ツアーの造成等の取組について、「博物館等を中核とした文化クラスター推進事業」等により支援した。

また、東京国立博物館をはじめとする国立博物館において、展示解説及び作品解説の多言語化を継続的に行った。京都国立博物館においては、展示解説の多言語化に加え、背景となる日本文化をより分かりやすく解説した鑑賞ガイド及び文化財修理を紹介する動画の多言語化を行い、ウェブサイトを通じて公開した。

さらに AR 技術や音声ガイド等を駆使した先進的・高次元な多言語解説の取組を新たに 52 件採択し支援を行った。

（２）国立公園における多言語解説の整備、充実

観光庁の「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」と連携して、2020 年度（令和２年度）は 16 国立公園の 17 地域協議会で英文解説文を作成し、環境省直轄及び地方公共団体所有の国立公園案内板、ビジターセンターの展示及び地方公共団体やビジターセンター等のウェブサイトについて、Uni-voice[25]コード等の ICT を活用して外国人目線で分かりやすい内容の多言語解説を整備した。

（３）地域観光資源における訪日外国人旅行者にとって分かりやすく魅力的な多言語解説の整備促進

2020 年（令和２年）４月から 2021 年（令和３年）２月までに各部会を含め計５回、分かりやすい多言語解説整備推進委員会を開催した。

また、世界文化遺産 14 地域、国立公園 17 公園を含む 65 地域を選定し、英語解説文を作成し、ノウハウをとりまとめた。

さらに、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年度（令和２年度）末に予定していた全国約 10 地域でのセミナー開催を中止し、代わりに、本事業で培ったノウハウや実施地域の実例等を組み込み、地域が多言語整備を行う際に考慮・配慮すべきポイントを分かりやすく解説した動画コンテンツを作成し、観光庁の YouTube チャンネルにて配信した。

加えて、52 地域で中国語解説文を作成した。

４　農泊

農山漁村地域の所得向上と活性化のため、農泊に取り組む 47 地域を採択（2020 年度（令和２年度）までに 554 地域採択）し、地域による実施体制の整備や観光コンテンツの磨き上げ、古民家等を活用した滞在施設等の整備等を一体的に支援した。

また、農泊の利用層等のターゲットに応じた PR 動画を発信したほか、日本政府観光局とも連携して食や農泊に関する海外への情報発信を行うなど、国内外へのプロモーションを戦略的に実施した。

さらに、農泊のビジネス化に向けた経営人材育成の研修会を全国 15 会場で実施したほか、課題を持つ全国 25 箇所の農泊地域への専門家等の派遣や商談会を実施するなど、農泊地域の取組を支援した。

加えて、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、農泊地域における新型コロナウイルス感染症対応の業種別ガイドラインの周知徹底を図ったほか、需要喚起の取組として、ワーケーション、マイクロツーリズム等の新たな観点の農泊地域の魅力発信等を実施した。

---

[23] Virtual Reality の略。コンピュータによって作られた仮想的な世界を、あたかも現実世界のように体感できる技術。

[24] Augmented Reality の略。実際の景色、地形、感覚などに、コンピュータを使ってさらに情報を加える技術。

[25] JAVIS(日本視覚障がい情報普及支援協会）が開発した、携帯電話やスマートフォン（アプリ）に対応した音声コード。音声コードを読み込むと画面に文字情報を掲載することが可能。

第２節　地域の新しい観光コンテンツの開発

１　文化財

（１）地域の文化財の一体的整備・支援

ａ）地域の文化財の一体的な保存・活用の促進

日本遺産については、2020 年度（令和２年度）の認定をもって 104 件を認定し、認定地域における人材育成等の取組について、「日本遺産活性化推進事業」等により支援したとともに、地域の課題解決及び先進事例の発掘・共有について、専門家派遣により支援したほか、官民連携プラットフォームの運用を開始した。

また、2020 年（令和２年）10 月に開催した「日本遺産フェスティバル」や、2021 年（令和３年）２月に開催した「日本遺産の日　記念シンポジウム」により日本遺産の魅力を発信した。

さらに、地域の文化財を一体とした面的整備等を 405 件（2020 年度（令和２年度）末時点：累計 1,253 件）実施し、文化財を中心とする観光拠点を全国に 41 拠点（同年度末時点：累計 234 拠点）整備し、当初の目標数値に達した。

加えて、「文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の一部を改正する法律（平成 30 年法律第 42 号）」に基づき、文化財保存活用地域計画作成等を 99 件支援（2020 年（令和２年）度末時点：認定件数 23 件）するとともに、文化財保存活用地域計画等に基づいた観光拠点の形成への支援（12 件）も行った。

また、2020 年度（令和２年度）は文化財への先進的・高次元な多言語解説として新たに 52 件を採択し支援を行った。

さらに、Living History 促進事業について、同年度は 24 件を採択した。補助団体へは事業実施のノウハウをまとめた手引書を配布したほか、情報交換会を行い、歴史的背景に基づいて往時を体験・体感できるような復元行事、展示・体験事業等の取組を支援した。

加えて、説明会を全国３箇所で開催し、日本博ウェブサイト[26]にて同年度採択事業の実施成果を順次公開し、好事例の周知を図った。

また、文化財の磨き上げ事業については、同年度 90 件の支援を決定した。

さらに、重要文化財・登録有形文化財である建造物・美術工芸品等の活用整備・美観向上等、インバウンド需要を意識した創意工夫に基づいた特色ある取組に対する支援を行った。

ｂ）適時適切な修理・整備等の促進

国宝・重要文化財等（建造物・美術工芸品）の適時適切な保存修理への支援とともに、防災施設整備や耐震対策への支援も行った。

また、文化財建造物については、文化財の解説板、情報機器の設置や展示、便益・管理のための施設・設備の整備等の特色ある活用の取組に対して支援し、観光資源としての充実及び地域の活性化が図られるよう努めた。

さらに、修理現場・施設等の公開について、文化庁ウェブサイト等において広く情報を発信した。

ｃ）文化財等の美観向上及び公開のための施設設備の充実

国宝・重要文化財建造物 34 件、登録有形文化財建造物 38 件、登録記念物１件及び重要伝統的建造物群保存地区５市町において、公開のための施設整備の充実や美観向上を図る事業に支援を行った。また、重要伝統的建造物群保存地区７市町に対し、宿泊、ユニークベニュー[27]等の観光目的での利活用に資する事業に支援を行った。さらに、同７市町及び重要文化財建造物等 14 件に対して、文化財の特性に応じて施設のバリアフリー化及び設備の充実等を支援した。

ｄ）学芸員等に対する文化財を活用した観光振興に関する講座の実施

学芸員等専門講座（毎年１回３日間を 12 月に実施）では、観光振興に関する内容を含めた学芸員等を対象とした専門的・実践的な知識・技術に関する研修を実施した。

また、国立科学博物館において「科博オンライン・セミナー～サイエンスコミュニケーション編～」（2020 年（令和２年）９月～11 月、全 10 回）及び「科博オンライン・セミナー～サイエンスコミュニ

[26] https://japanculturalexpo.bunka.go.jp/

[27]「ユニークベニュー（Unique Venue:特別な場所）」とは、「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間（庭園・公園、商店街、公道等）」などで、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

ケーション初級編～」（2021 年（令和３年）２月～３月、全３回）を実施した。

さらに、国立美術館においては、2020 年（令和２年）７月から 2021 年（令和３年）２月にかけてキュレーター研修を４回実施し、同年２月に「美術館を活用した鑑賞教育の充実のための指導者研修」15 周年記念シンポジウムをオンライン開催するなど、各国立博物館においてオンライン研修・講座、会議等を行った。

ｅ）全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの充実

全国各地の文化イベント情報及び文化施設の情報を集約し、国内外に発信する「文化情報プラットフォーム」では、情報の拡充及び発信力強化に向け、当該情報ポータルサイト「Culture NIPPON」[28]の検索機能強化や各文化プログラムに関する情報項目の追加等を実施したほか、新たに特集記事を掲載した。

ｆ）美術館及び博物館における参加・体験型教育プログラム等への支援並びにニーズを踏まえた鑑賞環境の充実

各国立博物館において事前予約制の導入、柔軟な開館時間の設定に取り組み、快適で安心な観覧環境の実現に努めた。

また、国立科学博物館において、来館者が自身のスマートフォンを用いて多言語でのフロア案内や展示解説を読むことができる「かはく HANDY GUIDE」（日本語・英語・中国語・韓国語の４箇国語対応）の運用を開始したほか、東京国立近代美術館において 2020 年（令和２年）10 月から、所蔵作品ガイドの代替プログラムとして、Zoom を活用した「オンライン対話観賞」を実施するなど、新型コロナウイルス感染症対策及び鑑賞環境の充実に向けて取り組んだ。

さらに、親と子のギャラリー「トーハク×びじゅチューン！なりきり日本美術館リターンズ」（東京国立博物館、同年 10 月 27 日～12 月６日）等、高精細複製品や VR 等の高度な技術を用いた文化財活用を進め、なりきり美術館シリーズを千葉市美術館及び大分県立美術館に巡回した。

加えて、文化財活用センターは東京国立博物館とともに「国立博物館収蔵品貸与促進事業」（５機関 116 件）を実施し、地方館の支援に努めた。この事業を含めて国立博物館４館で 133 機関 874 件の収蔵品貸与を実施した。

また、e 国宝[29]のリニューアル・データの拡充及び ColBase[30]のデータの拡充をはじめとする、文化財情報のデジタル資源化や情報データベースの構築等にも取り組み、広く公開した。

ｇ）日本文化の魅力発信及び文化財による地域活性化

VR・AR 等の先端技術を駆使して空港等８箇所、文化財７箇所、文化財多言語解説整備事業における採択先 52 箇所において、日本固有の文化資源に関する効果的な発信を実施した。

ｈ）訪日外国人旅行者が日本の伝統芸能の魅力を体験する機会の充実

京都国立博物館において、2020 年（令和２年）12 月より名品ギャラリー音声ガイドにジュニア版（日本語・英語・中国語・韓国語）を追加し、提供を開始した。

また、能楽、文楽等について外国人向けの入門公演である Discover 公演を同年９月～12 月にかけて、国立劇場等で計 19 回上演した。特に、同年 10 月に国立能楽堂で開催された「Discover NOH & KYOGEN」公演においては、日本語・英語・中国語・韓国語・スペイン語・フランス語の６箇国語による字幕表示を行った。

（２）文化庁の組織改革等の実施

文化庁の京都への本格移転を見据え、2019 年度（令和元年度）に引き続き、2020 年度（令和２年度）は対象者を拡大して、臨時国会期間中に京都で執務を行うなど、業務のシミュレーションを行った。

（３）地域の文化資源を活用した観光振興・地方創生の拡充に向けた対応の強化

文化財保存活用地域計画等に基づいた観光拠点の形成への支援を 12 件行った。また、優良な観光拠点形成のモデル事例創出に向け、関係省庁と連携し、３地域（弘前市、丹波篠山市及び長崎市）において国指定等文化財の修理・整備等の支援を行った。

---

[28] https://culture-nippon.go.jp/ja
[29] https://emuseum.nich.go.jp/
[30] https://colbase.nich.go.jp/?locale=ja

（４）我が国の文化の国際発信力の向上

戦略的な国際交流・海外発信を含めた文化行政に求められる新たな政策ニーズに対応することを目指して、地域文化創生本部において、九州大学等の４大学と共同研究事業を実施した。これらの共同研究を通じて研究者ネットワークを構築するとともに、新たな政策課題の実態把握・分析等を行った。

また、芸術文化・産学官連携により地域の文化芸術資源を活用して行う芸術祭等９件に対して支援を行った。

さらに、我が国の芸術文化を世界にアピールする機会につなげるため、芸術団体の水準向上及び国際発信力の強化を図る国際的な公演活動に対する支援（音楽２件、舞踊５件、演劇９件、伝統芸能３件、大衆芸能１件及び多分野１件）を実施した。

（５）世界文化遺産の観光への活用

世界文化遺産の所在する地域において、各遺産を紹介する映像コンテンツの作成、ガイダンス施設のウェブサイト作成等、世界文化遺産を活用した観光振興及び地域活性化を図る取組（３件）を採択した。

（６）文化芸術資源を活用した地域活性化

地域の実演芸術の振興を牽引する劇場･音楽堂等が行う地域の多彩な文化を発信･体験できる取組を 223 件支援した。

また、劇場・音楽堂等が行うバリアフリー・多言語対応等の取組を 60 件支援した。

さらに、専門家を中心に事業に対する事後評価も実施し、検証結果を今後の事業の改善に生かした。

（７）「日本博」をはじめとする文化プログラムの推進

日本博では、全国各地の様々な文化資源を活用し、多言語での展示や、新型コロナウイルス感染症の状況下においても映像コンテンツの制作・発信、戦略的プロモーション等を積極的に行った。新たな環境を見据え、国内観光需要・インバウンド需要の喚起を目指した。(2020 年度（令和２年度）は、主催・共催型 61 件、公募助成型 101 件を採択したほか、参画プロジェクト 135 件を認証した（同年度３月末時点)。

多言語による映像コンテンツ発信

VR などの最先端技術を活用した映像コンテンツ発信

インフルエンサーによる花火の YouTube 配信

（８）地域におけるインバウンドに対応した新たな文化観光拠点の整備等

「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)」に基づき、25 件の拠点計画及び地域計画を認定し、これらの計画に基づく文化資源の磨き上げ等の取組について、「博物館等を中核とした文化クラスター推進事業」等により支援した。

また、博物館等におけるインバウンド受入に資する環境整備については、「博物館等の文化施設インバウンド強化事業」において２件採択し、支援した。文化資源を活用した夜間コンテンツの造成等の取組については、「博物館・文化財等におけるナイトタイム充実支援事業」において 20 件採択し、支援した。

（９）「地域ゆかりの文化資産」の地方展開促進による地域活性化

文化庁、国立博物館、三の丸尚蔵館等が有する「地域ゆかりの文化資産」を活用するとともに、訪日外国人観光客にも分かりやすい多言語解説の作成や製作したレプリカ等を使用した体験型展示等を通じ、各地域の歴史・文化・風土等の魅力を展示・発信する地方博物館等の取組に対して、事業費の一部を補助した。(2020 年度（令和２年度）は 18 件を採択)。

(10) メディア芸術に関する発信の強化

2020年（令和２年）９月に第23回文化庁メディア芸術祭受賞作品展を開催した。受賞作品の展示に加え、特設サイトを開設し、我が国が誇る優れたメディア芸術作品を国内外に発信した。

また、クリエイターの創作活動の活性化を図るため、同年７月～９月に第 24 回コンテストの作品募集を実施し、世界103箇国・地域から3,693作品の応募があった。

２　国立公園

（１）　美しい自然資源の観光資源としての利用促進

ａ）国立公園の受入環境整備推進

先行８国立公園を含む23国立公園において294件のアクティビティを含む自然体験コンテンツの充実に取り組むとともに、2020年（令和２年）10～11月開催のツーリズムEXPOジャパンへの出展等による情報発信に取り組んだ。

また、同年４月に、２箇所の国立公園（大雪山及び上信越高原）において、現地管理体制を強化するため、既存事務所を再編し、国立公園管理事務所を設置した。さらに、民間出身の国立公園利用企画官を順次採用し、体制を強化した。

ｂ）エコツーリズムの推進

自然資源を活用した地域のガイド、コーディネーター等を対象とした、オンラインでの集合研修（2020年度（令和２年度）は１回実施）やアドバイザー派遣等により支援するとともに、エコツーリズム（ジオツーリズム含む）に取り組む地域が実施する自然観光資源を活用したプログラム開発や推進体制の強化等の活動の支援を行った。

また、2020年（令和２年）10～11月開催のツーリズムEXPOジャパンへの出展を行い、旅行業界や地方公共団体等幅広い関係者に周知を図った。

さらに、エコツーリズム推進全体構想認定地域の増加に取り組み、同年度末時点での認定地域数は18件となった。

ｃ）統一性のある情報提供等の推進及び効率的な利用環境改善

全国各地の国立公園において、展示施設の整備、多言語化等による情報提供、トイレ等のユニバーサルデザイン化、施設の長寿命化等を直轄事業及び地方公共団体への交付金により支援し、安全で快適な利用環境の提供を進めた。

また、日光国立公園においてPPP/PFI（DBO方式[31]）による直轄野営場の再整備に向けた調整を行ったほか、ビジターセンター内のカフェ等の導入によるサービス向上を進めた。

（２）「国立公園満喫プロジェクト」の推進

「ステップアッププログラム2020」に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、以下の各種取組を実施するとともに、先行８国立公園を含む10公園において、2021年（令和３年）以降の取組計画である「ステップアッププログラム2025」等を策定した。

なお、2020年（令和２年）の訪日外国人利用者を対象とした満足度、消費額等の「質」の指標を図るためのアンケート調査については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施できなかった。

ａ）自然満喫メニューの充実・支援

先行８国立公園を含む 23 国立公園における自然体験コンテンツの充実や、地域の取組の自走化に向けたガイド等の人材育成研修（インバウンド研修及び集合研修各１回）等を実施した。

また、公共施設の民間開放については、これまでの累計で７箇所目となる、阿寒摩周国立公園におけるキャンプ場の民間運営が2020年（令和２年）４月に開始された。

さらに、８箇所目として、慶良間諸島国立公園において、カフェ・物販部分を含めた民間による一体的な管理運営を行う座間味ビジターセンターの整備を行った。

加えて、利用者負担の仕組みについては、妙高山・火打山で同年７月から入域料収受を開始した。利用者負担の事例及び入域料の導入拡大を目指し、目標である18事例で導入が完了している。

---

[31] DBO方式：行政が国の交付金や公債等により施設建設の資金を市中金利と比較して低金利で調達し、民間事業者に施設の設計・建設と運営・維持管理を一括で担わせる方式。

ｂ）上質感のある滞在環境の創出

全国の国立公園における 11 件のグランピング等の事業立ち上げやトライアル実施等を支援した。

また、上質な宿泊、自然体験アクティビティ、地域の特色を生かした食事等を組み合わせた国立公園らしいグランピング等を展開することで、国立公園ならではの特別な宿泊体験の促進を図った。

ｃ）海外への情報発信強化

日本政府観光局ウェブサイト、Facebook アカウントから国立公園ウェブサイトへの誘引強化（リンク設置個所の拡大等）を行った。

また、日本政府観光局ウェブサイトを通じ、国立公園の魅力に加えて、アクセス、国立公園で体験できるアクティビティ、モデルコース等の情報を発信するとともに、ウェブサイト閲覧状況等を分析し、関係者間で情報共有を行った。

加えて、2019 年（平成 31 年）２月に日本政府観光局グローバルサイト内に設置した国立公園ウェブサイトについて、ユーザビリティの向上やコンテンツの更なる拡充、繁体字サイトの開設をした。

ｄ）観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組

先行８国立公園において、地域協議会を開催し、「ステップアッププログラム 2020」に基づき連携を図るとともに、関係省庁等の交付金等も活用しつつ、多言語解説、コンテンツの充実、プロモーションの実施等、観光資源の有効活用に向けた一体的な取組を推進した。

また、他の公園への展開に向け、これまでの先行的な取組を事例集のとりまとめを進めた。

さらに、国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム（2020 年度（令和２年度）末時点計で 105 社と締結）について、マッチング支援及び情報交換会を行い、連携の取組を推進するとともに、パートナーシップ企業の有する媒体等を活用した情報発信等を進めた。

（３）新宿御苑における国立公園の情報発信強化

2020 年（令和２年）７月に国立公園の興味関心を喚起する情報発信拠点「National Parks Discovery Center」を併設した新宿御苑インフォメーションセンターをリニューアルオープンし、日本の国立公園の魅力を大画面で訴求する映像設備やデジタルを活用した体験型展示、国立公園案内カウンターや物販設備等を活用し、新宿御苑の来園者に、国立公園の魅力を発信した。

（４）野生動物観光のコンテンツづくり推進

野生生物保護センターの傷病個体を収容している施設（３箇所）について、遭遇が困難な希少種を見学できるよう改修し、効果的な利用の仕組みの構築を行った。

また、野生動物を観光資源としたツアーの開発やプロモーション活動の支援を８件行った。

（５）利用拠点の滞在環境の上質化

地域の関係者による利用拠点計画の策定に向けた検討を３箇所で進めるとともに、既に面的に計画が検討されている利用拠点において、跡地の民間活用を前提とした廃屋撤去を８箇所、Wi-Fi 環境整備等のインバウンド対応機能向上を３箇所、施設の外観修景等の文化的まちなみ改善を７箇所、既存施設の観光資源化（リノベーション）を３箇所実施した。

（６）ビジターセンターのインバウンド対応機能強化と VR 等を活用した展示の充実

新たに８国立公園のビジターセンターにおいて、アクティビティ等の紹介コンテンツを作成し、それらを多言語で提供する機器を設置した。また、最新のデジタル技術を活用した展示を６公園に導入した。

３　公的施設・インフラ

（１）我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設の公開・開放

ａ）迎賓館赤坂離宮（東京都港区）

迎賓館赤坂離宮は、新型コロナウイルス感染症対策に留意しながら、一般公開を通年で実施した。なお、2020 年（令和２年）３月 27 日から５月 28 日まで及び同年 12 月 26 日から 2021 年（令和３年）３月 21 日までは、新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言の発令等のため休館した。

また、特別企画として、迎賓館所蔵の古楽器であるエラールピアノの演奏会付参観を 2020 年（令和２年）９月及び 11 月に計８日間実施したほか、新たな特別企画として、和風別館内の池の鯉に餌やりを行う特別ツアー（同年８月、10 月及び 11 月に計 36 日間）、迎賓館職員がガイドを行う本館プレミアムガイドツアー（同年８月及び 10 月に計 12 日間）、夜間公開時に前庭でバイオリン・チェロの生演奏（同年９月、12 月に計５日間）等を実施した。

さらに、同年６月から迎賓館に隣接したカフェ、休憩機能、多目的トイレ等を有する施設の運用を開始し、新たに作成した迎賓館 PR 動画を施設内で放送した。

ｂ）京都迎賓館（京都府京都市）

京都迎賓館は、新型コロナウイルス感染症対策に留意しながら、一般公開を通年で実施した。なお、2020 年（令和２年）４月９日から５月 27 日まで及び 2021 年（令和３年）１月 14 日から３月７日までは、新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言の発令等のため休館した。

また、特別企画として、「京都迎賓館文化サロン」（2020 年（令和２年）９月 24 日）、通常非公開の部屋の公開を含む特別ガイドツアー（同年８月に計８日間）、迎賓館を貸し切って行う特別ガイドツアー（同年９～12 月に計 10 日間）、夜間公開（同年 11 月 21、22 日）を実施した。

さらに、新たに制作した SNS 向けショート版京都迎賓館 PR 動画（日本語及び英語）を活用し、Twitter 等を用いて一般公開に係る広報を実施した。

加えて、６箇国語[32]対応の参観アプリをウェブサイト[33]や館内で紹介・周知することで、積極的な活用促進を図った。

迎賓館赤坂離宮及び京都迎賓館の一般公開の状況

ｃ）総理大臣官邸（東京都千代田区）

「児童又は生徒を対象とする特別見学」は、総理大臣官邸における執務に影響の生じない範囲で、毎月２日間（土曜日・日曜日）実施することとしていたが、2020 年度（令和２年度）は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を考慮して実施しないこととした。

ｄ）皇居（東京都千代田区）

１回当たりの参観定員は、引き続き 500 人とし、また、６言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリの更新版を、2021 年（令和３年）２月に配信した。

また、皇居一般参観は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、2020 年（令和２年）３月 21 日から休止し、同年６月２日より再開した。感染の再拡大に伴い、同年 12 月 26 日から休止した。さらに、皇居乾通り一般公開は、春季及び秋季とも、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、実施をとりやめた。

ｅ）皇居東御苑（東京都千代田区）

苑内本丸地区において、2020 年（令和２年）９月 29 日より江戸城天守復元模型を公開するとともに、６言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリの更新版を、2021 年（令和３年）２月に配信した。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、2020 年（令和２年）３月 28 日から休園し、同年６月２日より再開した。感染の再拡大に伴い、同年 12 月 26 日から休園した。

[32] 日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語
[33] https://www.geihinkan.go.jp/kyoto/visit/#app

ｆ）三の丸尚蔵館（東京都千代田区）

「三の丸尚蔵館収蔵品の保存・公開の在り方に関する有識者懇談会」においてとりまとめられた提言を基に、文化庁の地方展覧会や地方の美術館・博物館への作品貸出を 11 件行うとともに、建替工事を進めた。

また、地方ゆかりの作品のリスト化、宮内庁ウェブサイト上での公開や収蔵品のデジタルアーカイブ化を進めた。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、2020 年（令和２年）２月 29 日から休館、同年６月２日より再開した。感染の再拡大による皇居東御苑の休園に伴い、同年 12 月 26 日から休館した。

ｇ）京都御所（京都府京都市）

通年で参観者数制限のない一般公開を実施するとともに、６言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリの更新版を、2021 年（令和３年）２月に配信した。

2020 年（令和２年）７月 18 日から８月 27 日までの期間、「高御座等の一般参観」を実施し、期間中 25,374 人が参観した。

また、京都御所清涼殿整備工事を、文化的建造物の修繕、美観への配慮といった観点に留意しつつ進め、劣化している襖絵の復元模写も引き続き実施した。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、2020 年（令和２年）４月８日から休止、同年５月 23 日から再開した。

ｈ）京都仙洞御所・桂離宮・修学院離宮（京都府京都市）

通年で参観を実施するとともに、桂離宮においては、「桂離宮観月会」を、2020 年（令和２年）10 月１日に実施した。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、同年４月８日から休止、同年５月 23 日から再開した。

ｉ）御料牧場（栃木県塩谷郡高根沢町）

2020 年（令和２年）10 月中旬の２日間で各２回、合計４回の地域住民以外の方が参加できる見学会を実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止及び家畜伝染病に対する防疫強化の観点から、見学会の実施をとりやめた。

ｊ）埼玉鴨場・新浜鴨場（埼玉県越谷市・千葉県市川市）

施設に展示している写真パネル及び写真アルバムを 2020 年（令和２年）８月に更新した。

また、鴨場所在地である埼玉県（埼玉鴨場）と千葉県（新浜鴨場）の協力の下、地域住民以外の方が参加できる見学会をそれぞれ 12 回ずつ、合計 24 回実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、見学会の実施をとりやめた。

ｋ）信任状捧呈に係る馬車列

2020 年（令和２年）４月以降は新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、馬車列ではなく自動車列により実施した。

ｌ）造幣局本局（大阪府大阪市）

工場見学（新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、2020 年（令和２年）３月２日から当面の間、休止）の当日受付・事前予約制の併用、造幣博物館及び造幣さいたま博物館の休日開館（年末年始や展示品入替日等を除く。）を実施した。また、貨幣製造工程をより分かりやすく見ていただけるよう、見学用カメラの更新・増設（14 台→23 台）、モニターの大型化（19 インチ→43 インチ）及び多言語化の充実を図った。

ｍ）首都圏外郭放水路（埼玉県春日部市）

新型コロナウイルス感染対策を行い 2020 年（令和２年）７月から段階的に見学会を再開した。地方公共団体による見学会再開記念プレゼント・見学会参加者向けプレミアム付き商品券の販売、事業者による Go To トラベル支援事業適応対象ツアーの造成等、地域活性化の取組と合わせ集客を図り、同年７月の再開から 2021 年（令和３年）１月末までに約 19,000 人が参加した。

ｎ）大本営地下壕跡（東京都新宿区）

2020 年（令和２年）８月３日より、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、人数制限を設けたうえで、大本営地下壕跡（東京都新宿区市谷）の有料公開を開始した。また、大本営地下壕跡の公開に当たっては、防衛省ウェブサイト[34]や SNS を活用して情報発信を行った。

ｏ）日本銀行（東京都中央区）

本店本館については、2019 年（令和元年）に免震化工事が終了。新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、2020 年（令和２年）３月以降、見学を一時中止していたが、同年 10 月より、感染症対策（見学コース内の体験展示、レクチャー、予約不要の当日見学の中止等）を講じつつ、見学を再開した。

（２）地域振興に資する観光を通じたインフラの活用

灯台記念日（11 月１日）にちなみ「海と灯台ウィーク（11 月１日～８日）」を民間団体と連携して実施し、同ウィークや地元主催のイベント等に合わせて灯台の公開等（約 80 箇所）を行い、灯台が持つ歴史的・文化的価値の発信を通じて灯台を訪問する機会を創出した。また、民間団体が実施する灯台を起点とするサイクリングコース開発等にも協力した。

さらに、インフラツーリズムの拡大に向け、2019 年（令和元年）７月に社会実験を行うモデル地区として選定した５地区（鳴子ダム・八ッ場ダム・天ヶ瀬ダム・来島海峡大橋・鶴田ダム）に加え、2020 年（令和２年）８月に新たに２地区（白鳥大橋・日下川新規放水路）を追加で選定した。合計７地区において、ツアー等を行い、有識者の助言等を受けつつ、インフラツアーの運営体制やガイド育成方策等の受入環境の検討等を実施した。

（３）一般公開・開放された公的施設を活用した訪日プロモーション

日本政府観光局ウェブサイト及び SNS 等を通じ、赤坂迎賓館、京都迎賓館、皇居、皇居東御苑、京都御所、京都仙洞御所、桂離宮、修学院離宮、造幣博物館、首都圏外郭放水路、日本銀行等の公的施設に係る観光情報を発信した。

また、日本銀行が新たに開始したオンラインツアー情報を同ウェブサイトで発信した。

（４）国民公園の魅力向上

新宿御苑では、閉園時間の延長のほか、2020 年（令和２年）８月から早朝開園を開始、同年 11 月に菊花壇のライトアップを実施するとともに、閉園している時間帯を活用した事業の公募を行った結果、民間イベントが実施された。また、歴史・文化の発信等に向けて取組を進めた。

皇居外苑では、有識者会議の議論を経て、2021 年（令和３年）１月に「皇居外苑の利用の在り方に関する懇談会　報告書」[35]をとりまとめ、ウェブサイトに公開した。

京都御苑では、歴史的遺構の活用のために拾翠亭の保存改修や情報発信のサテライト拠点となる休憩所３箇所の調査設計・工事を進めた。

４　古民家や城泊・寺泊等

（１）古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

地域に残る古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの取組を、重要伝統的建造物群保存地区や歴史的風致維持向上計画認定都市、農山漁村地域を中心に 2020 年（令和２年）には新たに 40 地域を追加し、同年 12 月までに目標としていた、全国 200 地域での取組を達成した。

また、ウェブサイトを用いた情報共有や相談案件に対する支援等を実施した。

ａ）人材支援・育成

①歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームにおける取組

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのウェブサイト[36]で公表している支援メニュー集及び歴史的資源の再生・活用成功事例集の進捗を 2021 年（令和３年）３月に更新、事例の追加等内容の充実を行った。あわせて、各省庁と連携し、全国の地方公共団体、観光地域づくり法人

[34] https://www.mod.go.jp/j/publication/ichigaya/index.html

[35] http://www.env.go.jp/garden/kokyogaien/topics/hokokusho.pdf

[36] https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kominkasupport//

（DMO）、農泊地域等の会議・打合せ等の場で各１回ずつ紹介することで、広く情報共有を行った。

また、歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームで運営するワンストップ窓口において、地域からの相談や要望に対応、専門家による現地視察や相談者へのヒアリング等の支援を展開し、2021 年（令和３年）３月までに、150 件を超える案件の相談に対応した。地域の具体的な課題に合わせた情報提供や専門家からのアドバイス等によって地域ごとの熟度に応じた支援等を実施することで、新規地域の掘り起こし、既存地域の継続的なフォロー及び磨き上げを行った。さらに、地域への横展開を図るために連携推進チームのウェブサイトで公開している事例集に事例を追加し、既存事例は進捗を確認し更新するなど、内容を充実させた。

②歴史的資源を活用した観光まちづくりに係る人材育成

歴史的資源を活用した観光まちづくりに関連する専門人材・企業リストの更新を行い、専門性の高い支援体制を構築することで相談へのよりきめ細やかな対応を進めた。また、過去に「歴史的資源を活用した観光まちづくりの担い手育成プログラム研修」の対象となった石川県加賀市、岡山県美作市、岩手県奥州市等の受講者・地域６箇所への専門家派遣を行い、観光まちづくりの更なる推進及び取組におけるノウハウの蓄積のためのフォローアップを行うと同時に、研修の内容を公開することにより広く周知を行った。その他、課題を持つ全国 25 箇所の農泊地域への専門家等の派遣、農泊のビジネス化に向けた経営人材育成の研修を全国 15 会場で行った。

ｂ）地方公共団体等への情報提供や継続的支援の実施等

①地方公共団体等への情報提供

2021 年（令和３年）１月に総務省・金融庁・中小企業庁が共催で実施した地域経済好循環拡大推進会議について、地方公共団体や地域金融機関、商工会議所・商工会等関係機関へ開催を周知し、参加を募集するとともに、会場の場で地方公共団体、参加機関へ歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進に関する取組や、重要性・有用性について説明・周知を行った。

②歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む地域が抱える障害の把握や解決策の検討

古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地方公共団体（日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等）に対し、各省庁から歴史的資源を活用した取組について情報を収集し、活用する際の課題や障害を把握、解決策の検討・情報提供を行うことで、地方公共団体における歴史的資源の活用の活発化と横展開を図った。

③歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む地域間による相互の取組内容の共有

重要伝統的建造物群保存地区や日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等観光まちづくりに取り組む地域に対して、歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チームのウェブサイトに掲載されている丹波篠山市や大洲市等の 14 事例を成功事例として情報提供を活用することで、取組への意識が高い地域間による関連情報や相互の取組内容の横展開を図った。

ｃ）日本政府観光局による情報発信

観光コンテンツ収集事業で 2020 年度（令和２年度）に新たに選定した 15 件の古民家コンテンツを観光コンテンツ多言語ウェブサイト[37]へ掲載した。

ｄ）金融・公的支援等の促進

①地域金融機関による金融支援等の促進

地域金融機関との企業アンケート調査結果に基づいた分析等を踏まえた深度ある対話の実施等を通じて、金融機関による地域企業の真の経営課題の解決に資する方策の策定・実行に必要なアドバイスや資金使途に応じた適切なファイナンスの提供等の企業支援を更に促進した。また、全国地方銀行協会においても、地方銀行による古民家等の歴史的資源の活用支援事例 39 事例を掲載した（2021 年（令和３年）３月時点）。

[37] https://www.japan.travel/experiences-in-japan/en/

②人的支援等の促進

古民家等活用による観光まちづくりを促すための応援制度及びその具体的な活用事例について、地方公共団体職員や地域おこし協力隊員向けの研修等において周知徹底を図った。

③小規模不動産特定共同事業の普及・啓発

公的不動産（PRE[38]）の利活用を検討する地方公共団体と地方における不動産証券化案件の事業化を目指す事業者間のマッチング支援を 2020 年度（令和２年度）に２件行うとともに、FTK[39]等の証券化手法を用いた事業を検討する FTK 事業者に対し、法務面の専門家を派遣する支援を 2020 年度（令和２年度）に１件行った。

また、小規模不動産特定共同事業の実務経験が無い業務管理者に対し、相談窓口を設置することで実務面からの支援を実施した。

④地域密着型企業の起業支援

「地域経済循環創造事業交付金（ローカル 10,000 プロジェクト）」により、古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進に関連し、新規性・モデル性の高い事業の支援を１件実施した（長野県佐久市）。

⑤重要伝統的建造物群保存地区における建造物の利活用に向けた整備等への支援

重要伝統的建造物群保存地区の建造物を次世代へ継承するため、予算の充実を図り、2020 年度（令和２年度）は 120 地区中 111 地区において適時適切な保存修理、防災施設整備、耐震対策、公開活用整備等に係る所有者等への支援を行った。また、修理等の機会を捉え、耐震対策の効率化や観光まちづくりに資する公開活用の充実にも取り組んだ。

⑥制度及び支援方策の改善・充実

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームによるワンストップ窓口において、2020 年（令和２年）は金融・公的支援に関する相談が３件であり、必要な情報は専門家とともに整理・分析し、各関係省庁とも連携を図り対応・支援を行った。あわせて、各省庁と連携し、支援メニュー集の充実・更新を図った。

ｅ）既存の規制・制度の改革

①都市計画法

2020 年度（令和２年度）の地方公共団体の開発許可担当者等に対する研修において、地域の実情に応じ、用途変更の弾力化が図れるよう、2016 年（平成 28 年）12 月 27 日に開発許可権者（地方公共団体）に対し発出した技術的助言について、周知を図った。また、2019 年度（令和元年度）における本制度等の施行状況の調査を実施しており、2021 年（令和３年）３月に集計し、地方公共団体に対して周知した。

②消防法

消防本部の担当者や事業者が集まる会議等の機会を活用して、古民家等に関する消防用設備等の合理的な運用が図られている事例やその考え方等について継続的に周知することとしていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、会議等の多くが開催できなかった（計９回実施）。また、2021 年度（令和３年度）はオンライン開催も含め、例年と同様の実施（年間約数十回を予定）に向け協議を行った。

③規制及び制度の改善

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのワンストップ窓口にて、過去の規制・制度に関する相談に基づく弾力的運用事例をウェブサイトに公表した。

（２）城泊、寺社仏閣泊などの地域の新しい宿泊コンテンツの開拓の推進

城、社寺をインバウンド向け宿泊施設として利活用することに意欲がある広島県福山市、大分県臼杵市、

[38] Public Real Estate の略

[39] 速度・安定性・使いやすさを実現するために構築されたデジタルデータを調査するためのプラットフォームのこと。

山梨県美延市等の 20 件の実施主体に向けて、専門家を地域の実情・相談内容に合わせ１～３回派遣し、地方公共団体・地域住民への理解の促進及び宿泊施設化を進めるコンサルティングを行った。

さらに、全国の国立公園における 11 件のグランピング等の事業立上げ、トライアル実施等を支援した。上質な宿泊、自然体験アクティビティ、地域の特色を生かした食事等を組み合わせた国立公園らしいグランピング等を展開することで、国立公園ならではの特別な宿泊体験の促進を図った。

（３）良質で健全な民泊サービスの普及等の促進

ａ）住宅宿泊事業法に基づく民泊サービスへの対応

住宅宿泊事業の届出等に係るシステムの利用を促進し、住宅宿泊事業の届出住宅数は 2021 年（令和３年）３月９日時点で 19,520 件となった。また、健全な民泊サービスの更なる普及に向けて、営業日数を効率的に集約するシステムを構築すること等により、違法民泊対策の実効性を向上させた。

ｂ）外国人滞在施設経営事業（特区民泊）の実施地域の拡大

国家戦略特別区域における民泊、いわゆる特区民泊について、2021 年（令和３年）３月末時点で５区域（東京都大田区ほか）3,406 施設（9,842 居室）を認定した。2020 年（令和２年）３月末時点と比較して、認定数は 286 施設（2,193 居室）減少した。

（４）宿泊施設整備の促進

ａ）宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の推進

制度の活用に取り組む地方公共団体の相談等に対応するとともに、担当者会議等（2020 年（令和２年）９月に 60 地方公共団体、同年 11 月に 110 地方公共団体）において各地方公共団体に制度の定期的な周知を行った。

ｂ）古民家の宿泊施設へのリノベーションに対する金融支援

2020 年度（令和２年度）、地域金融機関等とともに 2021 年（令和３年）３月末時点で７件のまちづくりファンドを組成し、協議を実施した。

５　農泊

（１）「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の実施

「強い農林水産業」及び「美しく活力ある農山漁村」の実現のため、農山漁村の有するポテンシャルを引き出すことにより地域の活性化や所得向上に取り組んでいる優良な事例を「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」第７回選定として 2020 年（令和２年）11 月に決定・公表し、ウェブサイト[40]や SNS により全国に情報発信を行った。また、「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」で選定された優良事例の横展開に資するウェブセミナーを 2021 年（令和３年）３月に開催した。

（２）「SAVOR JAPAN」ブランドの魅力発信

2020 年（令和２年）12 月に４地域（大田原市、大井川地域、大紀町、国東半島地域）を認定地域として追加した（計 31 地域）。「SAVOR JAPAN」[41]認定地域の食・食文化を中心とした農山漁村の魅力をバーチャルトリップ等で海外に発信した。また、地域の食文化を体験できる食体験コンテンツの開発を支援するとともに、日本政府観光局と連携し、SAVOR JAPAN 地域の食文化の情報を「TASTE TOUR JAPAN」ウェブサイトへ掲載するなど、海外発信を実施した。

（３）農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節４

（４）インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進

訪日外国人が帰国後も日本食・食材を購入できる商流構築に向け、農林水産物・食品の輸出に取り組む事業者が、訪日外国人に関する情報を海外のバイヤーとの商談等に活用した上で、成約につなげるこ

---

[40] https://www.discovermuranotakara.com/

[41] 農泊地域において、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定し、官民で連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する取組。SAVOR に、日本の農山漁村の食や食文化を深く味わう・楽しむという意味が込められている。

とができるよう、日本貿易振興機構（JETRO）ウェブサイト内の農林水産物・食品専用ポータルにおいて、観光庁等の情報ウェブサイトを紹介した。

（５）世界農業遺産・日本農業遺産の情報発信

世界農業遺産・日本農業遺産の更なる認知度向上や理解醸成を図るため、2020 年（令和２年）11 月に JR 渋谷駅・大宮駅・横浜駅・京都駅の駅構内及び小田急線電車内において農業遺産の動画放映等を行い、世界農業遺産・日本農業遺産への認知・関心を高め認定地域の観光振興や都市住民との交流促進に資するとともに、2021 年（令和３年）１月 14 日に農業遺産認定地域担当者に対し、教育旅行誘致に係る情報発信等に関する研修会をオンラインにより実施した。また、世界農業遺産・日本農業遺産及び世界かんがい施設遺産を観光資源として活用するため、リーフレットやウェブサイトを作成した。

京都駅橋上マルチビジョン
農業遺産の動画放映の様子

（６）地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信の促進

捕獲から処理加工段階までの情報を共有できるネットワークシステムの構築・実証、処理加工施設での OJT による人材育成を実施。また、ジビエ特設 EC ウェブサイトを 2020 年（令和２年）７月に開設し、ジビエプロモーション・ジビエフェアの開催等によるジビエの需要開拓及び需要拡大に取り組むとともに、ジビエ料理コンテストの開催（2021 年（令和３年）１月表彰）、全国各地の飲食店等でジビエメニューを提供するジビエフェアの開催（2020 年（令和２年）11 月～2021 年（令和３年）３月、全国で 1,100 店舗以上が参加）を通じてジビエを取り入れた食事メニューの開発等を促進した。さらに、ジビエモデル地区の取組を全国の観光地域づくり法人（DMO）へ周知し、旅行商品造成を促した。

令和２年度 全国ジビエフェアポスター

（７）「森林サービス産業」緊急対策事業

森林空間活用の意向等に関するオンライン調査を実施するとともに、ウェブサイト、SNS 等により、森林空間の魅力や楽しみ方等に関する情報発信、2020 年（令和２年）11 月に全国の森林サービス産業関係者等を対象としたウェビナーの開催等を実施した。

また、全国５地域（北海道弟子屈町、新潟県村上市、長野県茅野市、滋賀県栗東市及び愛媛県内子町）にてプロモーション戦略計画作成の支援を実施した。

（８）歴史的資源を活用した観光まちづくりに係る人材育成

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節４（１）a）②

６　観光地・交通機関

（１）新たな観光資源の開拓

歴史、文化だけにとどまらない新たな観光資源の開拓として、2020 年度（令和２年度）は、夜間・早朝の活用による新たな時間市場の創出事業及び地域観光資源の多言語解説整備支援事業等を実施した。

ａ）「楽しい国　日本」の実現に向けた最先端観光コンテンツの育成

2018 年度（平成 30 年度）及び 2019 年度（令和元年度）の事業における取組・成果を踏まえ、更なる訴求・拡大のため、ナレッジ集等を観光庁ウェブサイト[42]に掲載し、他地域や他観光事業者への横展開を行った。また、ウェブサイト、文献等の調査を実施し、ICT を活用した新しい観光コンテンツ等を掘り起こした。

ｂ）我が国の生活・文化に触れる体験機会の提供

各地域に対し、地域通訳案内士制度の案内を行いながら地域通訳案内士の導入を推進した。2020 年（令和２年）７月現在で 38 地域が導入し、全国で合計 3,259 名（同年４月１日時点）の地域通訳案内

[42] https://www.mlit.go.jp/kankocho/page05_000119.html

士が登録されており、訪日外国人のニーズ多様化等への対応を図った。
2020 年（令和２年）４月から 2021 年（令和３年）２月までに各部会を含め計５回、分かりやすい多言語解説整備推進委員会を開催した。
また、世界文化遺産 14 地域、国立公園 17 公園を含む 65 地域を選定し、英語解説文を作成し、ノウハウをとりまとめた。
さらに、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年度（令和２年度）末に予定していた全国約 10 地域でのセミナー開催を中止し、代わりに、本事業で培ったノウハウや実施地域の実例等を組み込み、地域が多言語整備を行う際に考慮・配慮すべきポイントを分かりやすく解説した動画コンテンツを作成し、観光庁の YouTube チャンネルにて配信した。
加えて、52 地域で中国語解説文を作成した。また、既存商品の改善と新たな旅行商品開発を推進するために旅行会社にヒアリングを実施し、新たな旅行商品造成支援として、同年３月に旅行会社と日本遺産認定地域とのマッチング相談会を開催した。

ｃ）ナイトタイム等の活用による新たな時間市場の創出

夜間・早朝の活用による新たな時間市場の創出事業として、美術館・博物館、文化財等の文化資源、国立公園、温泉等の自然資源を含めた地域の観光資源の夜間・早朝活用に向け、31 件の事業を選定し、多様なコンテンツ造成等を 2021 年（令和３年）２月まで実施した。同年３月までに事業成果、コーチング支援による事業過程等をとりまとめ、成果報告会、ウェブサイトへの掲載を通し各地域・事業者へ展開した。

ｄ）「はまツーリズム推進プロジェクト」の推進

2020 年（令和２年）７月の海岸愛護月間を含め、新型コロナウイルス感染症の状況下において、感染症対策を施しながら地域の住民や団体が主体となった海岸の清掃活動や海岸利用を推進した。具体的には、茨城県大洗海岸で観光協会等と連携した津波避難施設を活用した天体観測会を実施するなど海岸利用を推進した。また、地域の実情や砂浜利用の柔軟な運用に向け利用者のニーズも把握しながら、地域づくりに資する砂浜の利用向上のための支援策の検討を進めた。

ｅ）チケット購入の容易化・エンターテインメントコンテンツの鑑賞機会の拡大

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節１（３）

ｆ）官民連携した国内外・訪日旅行に関する旅行商品造成

観光庁、文化庁、スポーツ庁、環境省、旅行業界及び観光資源を有する地域が連携したセミナーを、2021 年（令和３年）２月開催の「第５回スポーツ文化ツーリズムシンポジウム」において実施することを予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、中止することとした。

ｇ）大阪城公園内における日本エンターテインメントの発信拠点での支援

2019 年（平成 31 年）２月に設立した大阪城公園内における劇場業種型の文化施設を活用し、新型コロナウイルス感染症の影響により一部の興行が中止になったものの、インバウンド消費拡大と日本のエンターテインメントの効果的な発信に取り組んだ。

ｈ）海事観光の推進

①マリンチック街道、マリンアクティビティ等の利用活性化に向けた取組

新たに株式会社マップル・オン提供の航海支援アプリ「new pec smart」と連携し、マリンチック街道の全 23 ルート（2021 年（令和３年）３月現在）について、電子地図にルートを表示させるためのデータ（GPX データ）を作成し、マリンチック街道の認知度向上を図った。
また、UMI 協議会、海の駅ネットワーク等の関係団体と連携し、イベント等の開催を通じて、マリンレジャーの活性化を図る予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響によりほぼ全てのイベントが中止となった。

②魅力的な観光コンテンツの発信

近年、新たな情報発信メデイアとして重要度が高まっている SNS（YouTube・Twitter・Instagram）を積極的に活用し、海事観光に関連した動画配信やフォトキャンペーン等、ターゲット層にダイレク

トに繋がる広報活動を継続的に実施した。

また、C to Sea プロジェクト公式ウェブサイト「海ココ」に「海事観光特設サイト」[43]を新設し、旅客船事業者、海事観光関連団体等と連携して、全国の旅客船航路や船旅や島旅の楽しさを伝える体験動画等、海事観光の需要創出につながる多様なコンテンツを掲載するとともに、旅客船における新型コロナウイルス感染症対策を紹介し、船旅に対する安心感の向上を図った。

③船旅の魅力向上や新しい海事観光コンテンツの創出に向けた取組の推進

「海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上事業」において、新造クルーズ船の投入を契機に、旅行会社、鉄道会社等と連携した旅客船事業者が実施する新たな海事観光商品の企画販売、ツアー実施等の取組を支援した。

④インターネット等の経路検索におけるフェリー・旅客船の航路情報拡充

航路情報のオープンデータ推進について、2020 年（令和２年）７月公開の「海事レポート 2020」の特集記事に掲載し、「航路情報フォーマット」、「簡易作成ツール」の更なる周知を図った。

⑤地方を拠点としたフライ＆クルーズの推進に向けた調査・検証

有識者の意見を伺い、関係省庁との調整を進めながら、クルーズ船と受入港の安全・安心を確保するための検討を行い、2020 年（令和２年）９月に中間とりまとめ[44]を公表した。

ｉ）地域の医療・観光資源の活用

厚生労働省と観光庁とが連携し、医療サービス及び観光資源を組み合わせた滞在プラン造成を７箇所（指宿市、那須塩原市、和歌山県、長野県、沖縄市、七尾市及び東京都品川区）、長期滞在型のプラン造成を１箇所（岐阜県）にて実施した。

また、造成したプランについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、体験型のモニターツアーやファムトリップの実証が困難な地域もあったが、オンラインを活用した対象顧客層、専門代理店へのインタビュー等を組み合わせ、事業性の評価を 2021 年（令和３年）１月～３月の期間に実施した。

ｊ）スノーリゾート地域の活性化

増加する初心者・初級者の外国人スキー客に対する外国語による指導が可能なスキーインストラクターを新たに受け入れるため、2020 年（令和２年）９月に、「出入国管理及び難民認定法第七条第一項第二号の規定に基づき同法別表第一の五の表の下欄に掲げる活動を定める件」（平成２年法務省告示第 131 号）の一部を改正し、在留資格「特定活動」による入国・在留を可能とした。

ｋ）国際競争力の高いスノーリゾートの形成

「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」を開始し、観光地域づくり法人（DMO）等を中心に地域の関係者が「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」を作成して行うアフタースキーのコンテンツ造成等の着地整備や IC ゲートシステムの導入等の取組への財政支援（18 地域）等を実施した。

ｌ）ICT を活用した観光資源の発掘・活用

国内の隠れた観光資源を活用した旅行商品の造成・販売を促進するため、旅行業界や地方公共団体等に対して、SNS データ等の活用・分析を行う上で参考になる手法や、当該手法を実施する上での留意点等について周知を図った。

ｍ）プロモーション等における民間事業者との連携強化

民間プラットフォーム事業者との連携を強化し、訪日外国人旅行者にとって魅力ある観光地域づくりを一層推進するための方策等を検討するため、多様な観光関連事業者（旅行会社、宿泊・飲食・アクティビティ・DX 関連事業者）や有識者へのヒアリングを実施した。

---

[43] https://c2sea.jp/tourism/
[44] https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001363788.pdf

ｎ）観光地における新規市場の開拓・多角化支援

「観光地における新規市場の開拓・多角化に向けた実証事業」について、2020年（令和２年）４月に長崎県対馬市等、９地域の事業を選定し、外国人有識者の派遣等を実施した。各地域の取組をフォローし、戦略策定や観光資源の磨き上げ等の支援を通じて、観光地における新規市場の開拓・多角化に向けた取組について検証を行った。

ｏ）アドベンチャーツーリズムの推進

「訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業」にて、関東、北陸信越及び九州の３地域で、アドベンチャーツーリズムを推進するためのコンテンツ造成、ガイド・コーディネーターの育成等を実施した。

また、「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」にて、北海道及び沖縄の２地域で、ガイドを質・量的に改善するためのネットワーキングイベントの実施、地域での持続的な受入体制構築等、アドベンチャーツーリズムを推進するための実証事業を実施した。

ｐ）訪日外国人旅行者のニーズに対応した売れる商品・サービスづくりの推進

観光地域づくり法人（DMO）等と事業者のマッチングを19件支援した。事前ヒアリング等による現状、課題等の整理、両者へ情報共有、オンライン会議・打合せの同席及び定期的な進捗確認を実施した。2021年（令和３年）１月より当該事業に参画した観光地域づくり法人（DMO）等にマッチング内容のヒアリングを実施し、2021年度（令和３年度）以降への実施に向けて調整を図った。

（２）政府系金融機関による観光地の再生及び活性化

2019年（令和元年）６月に株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）が設立した「観光遺産産業化ファンド」、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）等が組成した観光関連ファンド等により、旅館等の宿泊施設を含む観光地の再生・活性化を図った。

（３）株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）の有する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の活用

2019年（令和元年）６月に設立した「観光遺産産業化ファンド」を通じて、観光まちづくり事案への投資実行やハンズオン支援を実施した。

また、同ファンドによる地域活性化モデルを各地に展開するために、地域金融機関等に対して同ファンドで得た知見やノウハウの移転を図った。

さらに、関係機関等と必要な連携を行い、株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）の有する観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援等に関する機能を安定的・継続的に提供し、観光地の面的再生・活性化を推進した。

（４）我が国の文化の国際発信力の向上

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節１（４）

（５）地方版図柄入りナンバープレートの導入による地域の魅力の発信

新たな17地域の地方版図柄入りナンバープレートについて、関係法令の改正等を経て、2020年（令和２年）５月より交付を開始し、ポスター・チラシ・サンプルプレート等を活用し、第１弾とあわせて全国58地域で交付している当該ナンバープレートのPRを行った。

また、寄付金については、各地域の交通サービスの改善及び観光振興等の推進に充てられており、2020年度（令和２年度）は、観光誘致ポスターの制作等に活用された。

さらに、2020年（令和２年）３月から「新たな図柄入りナンバープレートの導入に関する検討会」を開催し、更なる地方版図柄入りナンバープレートの導入に向け、図柄変更を認めるような制度の必要性等、制度のあり方について検討を進めた。

（６）地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

2020年度（令和２年度）も引き続き、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料Wi-Fiサービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に進める取組に対し、公共交通事業者等に支援を実施した。

また、同年度より、二次交通について多様な移動ニーズにきめ細やかに対応する新たな交通サービスの

創出等のための取組に対し、支援を実施した。

さらに、同年度より、二次交通について多様な移動ニーズにきめ細やかに対応する新たな交通サービスの創出等のための取組に対し、観光振興事業（公共交通利用環境の革新等事業）等において公共交通事業者等が実施する交通利用環境（訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等）の整備を推進し、2021 年（令和３年）３月末時点で、180 線区の公共交通利用環境刷新計画を認定した。

（７）サイクルツーリズムの推進

官民が連携して、走行環境及び受入環境の整備、情報発信等を行うモデルルート（2020 年（令和２年）３月末時点 56 ルート）の取組を支援するとともに、ナショナルサイクルルートについて、日本政府観光局と連携してウェブサイト等による情報発信を行った。

また、ナショナルサイクルルートの新たな候補ルートとして、2021 年（令和３年）１月にトカプチ 400、太平洋岸自転車道及び富山湾岸サイクリングコースを選定した。

（８）通訳案内士・ランドオペレーター等の質の向上等の推進

ａ）通訳案内士

通訳ガイドサービスの充実を図り、訪日外国人旅行者の満足度向上及び旅行消費額の拡大につなげるため、体験型アクティビティにおける通訳ガイドのニーズ・優良事例に関する調査を行い、「インバウンド向け体験型観光ガイドサービス実践ナビブック」を作成、公表[45]し周知した。

また、全国通訳案内士及び地域通訳案内士の登録情報を一元的に管理するデータベースを確実に管理・運用するとともに、全国通訳案内士、地域通訳案内士、旅行会社等に対して当該データベースの活用を促すことにより、通訳案内士の就業機会の確保・情報発信に取り組んだ。

ｂ）ランドオペレーター

2018 年（平成 30 年）１月に施行された「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律（平成 29 年法律第 50 号）」に基づき、旅行サービス手配業者（ランドオペレーター）の登録制度の周知を図ってきたところ、2021 年（令和３年）４月１日時点で旅行サービス手配業者は 1,714 社の登録があった。また、旅行サービス手配業者（ランドオペレーター）に対する立入検査の実施や、登録研修機関である旅行業協会等において実施された研修等（2020 年度（令和２年度）は６機関で実施）を通じ、制度の適切な運用を図った。

ｃ）地域限定旅行業務取扱管理者

地域限定旅行業については、旅行業協会、観光庁ウェブサイト等を通じて制度の周知を図った。2018 年度（平成 30 年度）から開始された地域限定旅行業務取扱管理者試験は、2020 年（令和２年）９月に３回目が実施され、107 名が合格し、累計の有資格者は 296 名となった。

（９）サイクルトレイン・観光列車等の普及促進

ａ）自転車旅行者に使いやすい鉄道サービスの提供

2020 年度（令和２年度）においては、58 の鉄道事業者がサイクルトレインを運行した。サイクルトレインの普及・促進に向け、補助事業を活用し、鉄道事業者による整備を支援したほか、鉄道事業者にサイクルトレインの実施例を展開した。

ｂ）移動そのものを楽しむ取組や新たな観光ニーズへの対応

オープントップバス等の移動そのものを楽しむ観光バスについては、車両導入・改造費用の一部に対して、計 17 台の支援を実施した。

2020 年度（令和２年度）においては、58 の鉄道事業者がサイクルトレインを運行した。サイクルトレインの普及・促進に向け、補助事業を活用し、鉄道事業者による整備を支援したほか、鉄道事業者にサイクルトレインの実施例を展開した。

[45] https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/tsuyaku.html

ｃ）訪日外国人旅行者の受入環境改善に向けた新たなサービス等の検討

受入環境整備の主要項目である「多言語対応」「公共交通の利用」「無料公衆無線 LAN 環境」「キャッシュレス対応」に関して、訪日外国人旅行者がストレスを感じやすい日本到着後の空港・アクセス交通等について、受入環境改善につながる新たな製品・サービスの開発・提供について実証を行うことを予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響等を含む最新の旅行動向に鑑み次年度以降に実施を見送った。

(10) 外国人患者の受入環境整備

ａ）「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施

2020 年度（令和２年度）も厚生労働省と観光庁が連携し、都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を含めた「外国人患者を受け入れる医療機関の情報を取りまとめたリスト」の選定を実施した。リストは多言語化を行い、同年 12 月４日に更新し日本政府観光局ウェブサイトにて公開した。（同年 11 月末時点で全国で約 1,920 箇所、うち都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」が約 1,450 箇所）2020 年度（令和２年度）の選定においては、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえた医療機関の状況を考慮して選定した。

また、2020 年度（令和２年度）は、厚生労働省の「医療通訳者、外国人患者受入れ医療コーディネーター配置等支援事業」による医療通訳者等の配置支援を 21 医療機関に実施するとともに、「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」に対して、拠点機能の強化に必要な取組等の周知・教育等を行った。さらに、「外国人患者受入れ医療コーディネーター養成研修事業」を 2021 年（令和３年）２月から３月にかけて、オンラインで開催し、約 300 人を養成するなど外国人患者受入環境の整備を進めた。

加えて、「外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル」の内容を充実化し、2020 年（令和２年）５月に改訂第 2.0 版を公表した。また、訪日外国人旅行者等の医療に関する情報をまとめたウェブサイトへの好事例インタビューの掲載等内容の充実と周知を図った。さらに、５つの団体に対し団体契約を通じた電話医療通訳の利用支援を行うなど、医療機関の多言語コミュニケーション対応への支援を進めた。

ｂ）訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化

日本政府観光局ウェブサイトやアプリ、チラシ等で「外国人患者を受け入れる医療機関」について情報提供を実施した。また、ビジット・ジャパン通信を活用し観光案内所へ、各団体協会を通じて宿泊施設及び旅行会社へ「外国人患者を受け入れる医療機関」について情報提供を実施した。

ｃ）訪日外国人旅行者の保険加入促進

関係省庁と連携し、保険加入勧奨チラシを日本政府観光局海外事務所、在外公館、入国審査場等に配置し加入勧奨を継続実施した。また、今後のインバウンド受入再開後に備えて、訪日客数の多い国、レジデンス・トラック対象国等を対象に発地国にてヒアリングを実施し、保険加入促進に効果的なプロモーション方法につき検討を行った。ヒアリング内容としては、ユーザー、旅行会社、保険会社等に対して､既存旅行者の旅行商品購入までの導線及び購入される旅行保険の特徴･金額等の項目を取り入れた。

ｄ）急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実

地方公共団体に対して「地域における外国人患者受入れ体制整備等を協議する場の設置・運営事業」、「医療機関における外国人対応に資するワンストップ窓口設置・運営事業」による体制整備支援を行った。また､「地方自治体のための外国人患者受入れ環境整備に関するマニュアル」を 2020 年（令和２年）５月に厚生労働省ウェブサイトに掲載し、地域における外国人患者受入体制実現のステップを示すことで、地方公共団体における受入環境整備の促進を図った。

(11) クルーズ船受入の更なる拡充

新型コロナウイルス感染症の流行・拡大に伴い、クルーズ船の運航が休止されたことにより、2020 年（令和２年）の訪日クルーズ旅客数は前年比 94.1%減の 12.6 万人、我が国港湾への総寄港回数は 2019 年（令和元年）比 87.7%減の 353 回となった（速報値）。再び安心してクルーズを楽しめる環境整備等、以下の取組を実施した。

ａ）クルーズを安心して楽しめる環境の整備

感染症・危機管理等の専門家を含む多様な有識者からの意見を踏まえ、2020 年（令和２年）９月に「クルーズの安全・安心の確保に係る検討・中間とりまとめ」を公表した。同時に、関係業界団体から、中間とりまとめを踏まえた国内クルーズを対象としたガイドラインが公表され、国内クルーズについては邦船社による商業運航が順次開始された。また、クルーズ船の寄港が予定されている港湾においては、都道府県等の衛生主管部局を含む協議会等における合意を得た上で受け入れることとしたほか、地方整備局等が事務局となって「水際・防災対策連絡会議」を開催し、初動対応を迅速かつ適切に実施するための情報共有体制を構築した。

さらに、クルーズ旅客の利便性、安全性の向上及び物流機能の効率化を図るため、屋根付き通路や大型テント設置等の支援及び既存岸壁の改良等を実施するとともに、再びクルーズを安心して楽しめる環境整備を推進するため、旅客ターミナル等における感染防止対策等を優先的に支援した。

加えて、旅客ターミナル等における多言語対応、トイレの洋式化等を推進した。

ｂ）世界に誇る国際クルーズ拠点の形成

「国際旅客船拠点形成港湾」の整備等を推進するとともに、2020 年（令和２年）９月に公表した「クルーズの安全・安心の確保に係る検討・中間とりまとめ」及び関係業界団体が策定したクルーズ船受入港の感染症対策に関するガイドラインに基づき、クルーズ船の発着港等においてクルーズ船を安全安心に受け入れられるよう、「水際・防災対策連絡会議」等の体制の構築を推進した。

ｃ）国内クルーズ周遊ルートの開拓

「海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上事業」において、新造クルーズ船の投入を契機に、旅行会社、鉄道会社等と連携した旅客船事業者が実施する新たな海事観光商品の企画販売、ツアー実施等の取組を支援した。

また、クルーズ船の安全安心を確保し、瀬戸内海の更なる振興を図るため、瀬戸内海クルーズ推進会議において、2020 年（令和２年）10 月にクルーズ船社等を広島に招いた誘致活動（商談会）を開催した。

ｄ）新たなクルーズビジネスの確立

再びクルーズを安心して受け入れる環境を整えるため、景勝地の海岸線を走るオープンエアのサイクリングツアー等、感染拡大防止に寄与する上質かつ多様なツアーメニューの造成等を促進した。また、2020 年度（令和２年度）は、港湾協力団体として新たに３団体の指定がなされ、みなとオアシスとして新たに９箇所の登録を実施した。

ｅ）クルーズに関するプロモーションの実施

クルーズ船社招請事業については、2020 年度（令和２年度）は新型コロナウイルス感染症の影響により実施できなかった。

景勝地の海岸線を走るオープンエアのサイクリングツアー等、感染拡大防止に寄与する上質かつ多様なツアーメニューの造成等を促進するとともに、瀬戸内海クルーズ推進会議において、クルーズ船の安全安心を確保し瀬戸内海の振興を目指した商談会を開催した。

また、2020 年（令和２年）９月に各国のクルーズ関係データ（利用者数、寄港回数等）、各国クルーズ政策を収集し、AJTP ウェブサイトの更新を行った。

ｆ）スーパーヨットの受入拡大

我が国におけるスーパーヨットの受入拡大に向け、利用者にとって必要となる入出港手続や港湾・観光等の情報を一元的に提供するポータルサイトの開設に向けた準備を進めた。

ｇ）海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上

2020 年４月～５月と同年 10 月に「海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上事業」の公募を行い、同事業の有識者委員会を経て、2020 年度（令和２年度）事業として多言語対応、無料 Wi-Fi サービス等 16 事業を採択した。

(12) 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

ａ）沖縄観光の強化

2020 年（令和２年）の沖縄へのクルーズ船寄港回数は新型コロナウイルス感染症の影響により 34 回（速報値）に留まった。安全な寄港地観光・水際対策等の取組を進めるとともに各港のクルーズ船対応岸壁の整備を継続し、アフターコロナを見据えクルーズ再開に向けた環境整備を図った。

また、沖縄観光の交通モード多様化に資する那覇港･沖縄本島北部間の高速船が 2019 年（平成 31 年）４月に運航開始、2020 年（令和２年）６月には直行化された。

さらに、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の世界自然遺産登録に向けた手続も進められており、沖縄の美しい自然及び文化を生かし、訪日外国人旅行者の受入体制強化、独自の観光メニューの提供、北部地域の地域資源を生かした観光客周遊拠点施設の整備への支援等、「沖縄振興特別推進交付金」、「沖縄北部連携促進特別振興事業費」等を通じた沖縄観光の強化を図った。具体的には「沖縄振興特別推進交付金」により、引き続き、外国人観光客受入体制強化事業（2015 年度（平成 27 年度）～）、沖縄観光コンテンツ開発支援事業（2018 年度（平成 30 年度）～）等を実施した。加えて、「沖縄北部連携促進特別振興事業」により、観光客周遊拠点施設等の整備を実施した。例えば、沖縄北部地域の観光客周遊拠点施設として支援した「北部東海岸いちご狩り体験観光施設」（宜野座村 : 2020 年（令和２年）11 月運用開始）の整備を完了した。2020 年度（令和２年度）は４事業に対し予算交付を決定した。

ｂ）河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節１（６）e）

ｃ）特定有人国境離島地域における滞在型観光の促進

２県及び 21 市町村に対して、特定有人国境離島地域における滞在型観光を促進するため、旅行者の滞在を延ばす効果が期待される滞在プラン等の造成、現地観光サービスの担い手確保・育成等支援を「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」により実施した。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンド向け施策は未実施となったが、2021 年度（令和３年度）以降への実施に向け協議を行った。

(13) 日本映画の海外発信

ロケ地情報データベースの多言語化や、フィルムコミッションの体制強化に向けたエリアマネージャーの複数地域への配置とともに、海外映画祭への出品に係る字幕制作費等の支援、海外における日本映画の特集上映会の実施等を行った。

(14) スポーツツーリズムの推進

アーバンスポーツ等のテーマ別検討会を 2020 年（令和２年）10 月に立ち上げ、2021 年（令和３年）２月までにアーバンスポーツツーリズム研究会等を計６回開催し、同年３月に提言や論点整理等を公表した。

また、武道ツーリズムに関するニーズ調査を実施し、得られた情報をスポーツ庁ウェブサイトに掲載した。

さらに、文化庁及び観光庁と連携し、「スポーツ文化ツーリズムアワード」を実施し、計 13 の取組を表彰した。なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、表彰式を含めた「スポーツ文化ツーリズムシンポジウム」は 2021 年度（令和３年度）に延期することとした。

加えて、地域スポーツコミッションへの設立支援については、新規設立を目指す地方公共団体の合意形成や計画策定等に取り組む 11 団体からの応募があり、その全てを採択して支援した。

また、活動支援については、10 団体からの応募があり、アウトドアスポーツツーリズム等に取り組む５団体を採択して支援した。

さらに、地域スポーツコミッションの設立の加速、活動の充実を目指し、各地域の取組事例をスポーツ庁ウェブサイトに随時追加掲載するとともに、各種講演、セミナー等でこれらの取組を広く発信した。

日本政府観光局のスノー[46]とダイビング[47]の特設サイトを通じて、日本各地のスノーとダイビングの体験型コンテンツについて情報発信を行った。

加えて、2020 年（令和２年）10 月～2021 年（令和３年）１月にかけて、日本政府観光局で日本でのダ

[46] https://www.japan.travel/snow/en/
[47] https://www.japan.travel/diving/en/

イビングの魅力発信を目的に水中フォトコンテストを実施した。
また、スノーサイトの多言語化（スペイン語・イタリア語・ロシア語）を実施した。なお、ゴルフについては、2020 年（令和２年）10 月に開催された International Golf travel market Links2020 オンライン商談会に参加して情報発信を行った。
さらに、2021 年（令和３年）３月末に完成予定であった動画制作は、緊急事態宣言のため撮影が中断した。

(15)「スポーツ資源」を活用したインバウンド拡大のための環境整備

モデル事業については、23 団体からの応募があり、スノースポーツ、サイクリング及び武道を活用した観光コンテンツ造成を図る６団体に委託して実施した。また、武道ツーリズムを推進するため、全国の武道関係施設約 2,400 にアンケート調査を実施し、得られた情報及び利活用事例をスポーツ庁ウェブサイトに掲載した。さらに、360 度カメラを用いて武道ツーリズムコンテンツ動画を作成するとともに、2021 年（令和３年）１月から３月にかけて欧米中をターゲットとしたデジタルプロモーションを実施した。

第３節　日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化

１　「世界水準の DMO」の形成に向けた取組

（１）　観光地域づくり法人を核とする観光地域づくりの推進

ａ）ガイドラインに基づく観光地域づくり法人の育成・支援

2020 年（令和２年）４月に登録基準の厳格化や更新登録制の導入等を内容とする「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を作成した。また、同ガイドラインに基づき、観光地域づくり法人（DMO）全般の底上げを図るとともに、重点支援 DMO を同年８月に 32 法人選定し、これらが行う着地整備等の取組についてハンズオン支援を行うなど、重点的に支援した。

ｂ）情報支援・ビッグデータの活用促進

「DMO ネット」を活用して、観光地域マーケティングに資する研修・セミナーやｅラーニング教材を情報提供した。宿泊施設、観光施設等における観光客のデータを継続的に収集・分析し、データに基づいた戦略を地域の観光関連事業者へ提供する実証を北海道ニセコ地域、福島県福島地域、埼玉県秩父地域及び岐阜県下呂地域の４地域で行った。
また、観光地域づくり法人（DMO）策定の事業計画に位置づけられた訪日外国人旅行者の地方誘客を目的とするビッグデータの収集･分析に基づいた観光戦略策定等に対して支援を行った。
さらに､ICT を活用した訪日外国人観光動態調査に関する手引きを新規観光地域づくり法人（DMO）に配布し、周知を行った。

ｃ）人的支援

観光地域づくり法人（DMO）的手法で観光地経営するための人材を育成する基礎・応用プログラムを「DMO ネット」に再掲・周知し、観光地域づくり法人（DMO）で働く人材が自主的に学ぶことができる環境を促進した。
また、中核人材の育成に資する研修受講等を支援した。
さらに、観光地域づくり法人（DMO）の体制強化に資する人材マッチング事業において、専門的知見や外国人目線を有する専門人材とのマッチングを実施（専門人材 19 名がマッチング）するとともに、人材登用に要する費用を支援した。

ｄ）関係府省庁の連携による総合的な支援

観光地域づくり法人（DMO）に対する体制強化や着地整備等に加え、地方創生推進交付金による地方公共団体の自主的･主体的で先導的な取組の支援等、関係府省庁と連携して総合的な支援を実施した。

ｅ）官民ファンド等による支援

クールジャパン機構を通し、瀬戸内７県の広域連携 DMO と連携して、地銀７行と株式会社日本政策投資銀行（DBJ）が運営する「せとうち観光活性化ファンド」に対して支援した。
「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律（平成 19 年法律第 40 号）」について、地域企業の成長等を促進する措置を盛り込み、2020 年（令和２年）10 月１日に改正した。

同法に基づき、観光資源等の地域の特性を生かして地域経済を牽引する事業に対し、税制・金融・規制緩和・予算等による支援を行った。例えば、地域未来投資促進税制については、適用期限を２年間延長するとともに、地域のサプライチェーンの強靭化に資する事業を新たに支援することとした。（2021 年（令和３年）３月 31 日時点で、地域未来投資促進法[48]に基づき地方公共団体が策定する基本計画について 250 計画に同意した。また、基本計画に基づき都道府県が承認する地域経済牽引事業計画について 2,764 計画が承認された。）

ｆ）観光地域づくり法人間の適切な役割分担に基づく広域的な連携の強化

2020 年（令和２年）４月に作成したガイドラインにおいて、各層の観光地域づくり法人（DMO）の役割分担と連携について明示するとともに、同年５月 28 日以降に実施した説明会を通じて関係者に周知した。

また、体験型・滞在型コンテンツの造成や広域周遊観光促進のための環境整備等の取組に対して支援を行った。

（２）地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）と日本政府観光局の適切な役割分担

ａ）地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）と日本政府観光局の役割

2020 年（令和２年）４月に、観光地域づくり法人（DMO）の役割や取組内容を具体的に解説するガイドラインを作成し、観光地域づくり法人（DMO）の役割として、受入環境整備・地域の新たな観光コンテンツの開発等の着地整備を優先的に取り組むことが重要である旨を明示し、同年５月 28 日以降に実施した説明会を通じて関係者に周知した。

また、日本政府観光局において、地域から募集した観光コンテンツの精査・選定を実施し、欧米豪市場向け 100 件、中国市場、韓国市場、香港市場、台湾市場向け各 75 件及びタイ市場向け 100 件、合計 500 件を多言語ウェブサイト「Experiences in Japan」[49]に掲載した。さらに、地域が作成した記事・動画等のデジタルコンテンツを募集し、日本政府観光局のオウンドメディア[50]にて計 408 件の情報発信を行った。

ｂ）地域の観光戦略推進の核となる観光地域づくり法人の改革

コンテンツの開発強化や受入環境整備等に関する外部専門人材を観光地域づくり法人（DMO）に登用するための費用を支援するとともに、地方運輸局が主体となり、観光地域づくり法人（DMO）等が連携した新たな滞在コンテンツの造成や磨き上げを全国で約 200 件行った。

ｃ）地方公共団体のインバウンド誘致活動に対する日本政府観光局の支援体制強化

各地域において、2020 年度（令和２年度）に出張相談会 116 件（近畿 41 件、中国 50 件、東北 25 件）及び個別訪問コンサルティング 71 件（近畿 25 件、中国 20 件、東北 12 件、中部 14 件）（オンライン含む）を実施した。

また、2020 年（令和２年）９月～12 月に全国を 10 ブロックに分けて、オンラインにてマーケティング研修会を実施し、964 人が参加した。

さらに、地域インバウンド促進ウェブサイト「日本の魅力を、日本のチカラに」[51]上にて、2020 年度（令和２年度）に日本政府観光局から 30 本のインバウンド情報を発信した。

ｄ）訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成

地方運輸局が主体となり、観光地域づくり法人（DMO）等が連携し、勝浦、屋久島、八ヶ岳地域等において、訪日グローバルキャンペーンに活用できる漁業体験や歴史・精神文化体験といった新たな滞在型コンテンツの造成や、磨き上げを全国で約 200 件行った。

（３）地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）への支援と地域間の連携強化

ａ）観光産業事業者に対する政府系金融機関による資金供給等の支援

政府は、地域経済や雇用を維持するため、2020 年（令和２年）３月には、政府系金融機関を通じた実

[48] 地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律（平成 19 年法律第 40 号）
[49] https://www.japan.travel/experiences-in-japan/en/
[50] 「自社で保有するメディア」の総称を指す。
[51] https://action.jnto.go.jp/

質無利子・無担保融資（据置最大５年）を開始し、同年５月には民間金融機関を通じた実質無利子・無担保融資も開始した。

また、同年６～７月には、緊急事態宣言の再延長や新型コロナウイルス感染症の影響の長期化による資金需要の増加等を踏まえ、さらに、2021 年（令和３年）１～２月には、緊急事態宣言の再発令等を踏まえ、新型コロナウイルス感染症に係る政府系・民間金融機関による融資のうち、実質無利子等となる上限額を引き上げた。具体的には、日本政策金融公庫国民生活事業等、民間金融機関については、実質無利子等となる上限額を 2020 年（令和２年）６月から７月にかけて 3,000 万円から 4,000 万円に、2021 年（令和３年）１月から２月にかけて 4,000 万円から 6,000 万円に、日本政策金融公庫中小企業事業等については、2020 年（令和２年）７月に１億円から２億円、2021 年（令和３年）１月から２月にかけて実質無利子等となる上限額を２億円から３億円に引き上げた。

ｂ）観光地域づくり法人の財務体制強化

観光地域づくり法人（DMO）において、多様な財源確保の検討を行う財務責任者（CFO）の設置が必要である旨を 2020 年（令和２年）４月に作成したガイドラインに盛り込み、同年５月 28 日以降に実施した説明会を通じて関係者に周知した。

ｃ）全国的な研修の実施等による地域間の連携強化

観光地域づくり法人（DMO）の課題整理に資する内容について、有識者による講演を実施するとともに、ウェビナーやシンポジウムを開催し、観光地域づくり法人（DMO）の体制強化に関わる情報提供や優良事例の横展開等を図った。また、観光地域づくり法人（DMO）の取組事例等を「DMO ネット」等で関係者に周知し、課題の共有・優良事例の水平展開を図った。

（４）広域周遊観光の促進

マーケティングを含めた調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、ウェブサイトの多言語化といった広域周遊観光促進のための環境整備等の取組に対して支援を行った。

ａ）広域周遊観光の促進に取り組む地域への専門家の派遣

観光地域づくり法人（DMO）や地方公共団体へ、地域の需要にあった 46 名の専門家を派遣し、観光資源の魅力向上等に関する助言・指導を全国 56 団体で実施した。また、派遣先での助言・指導内容について、専用のウェブサイトで展開した。

ｂ）テーマ別観光による地方誘客

2020 年度（令和２年度）は産業訪問、フードツーリズム、ONSEN・ガストロノミーツーリズム及び宙（そら）ツーリズムの４テーマを選定し、各テーマにおいて、ネットワーク構築やマーケティング調査、受入環境整備、ネットワーク間でのノウハウ共有、情報発信強化等の地方誘客に向けた取組が実施されるよう、有識者ヒアリングや意見交換会、現地調査等を実施することで各テーマの取組におけるコーチング等を行った。また、これまで蓄積してきたモデルケースの事例成果・ノウハウの横展開をウェブサイトでの公表や報告会の実施を通して行った。さらに、取組の中でイベントやツアーの実施ではオンライン手法を取り入れることで、新たな消費機会を創出した。

ｃ）広域周遊に関する情報のビジネス関係者への発信

日本貿易振興機構（JETRO）は産地の魅力を発信する「海外からの招聘型」事業を「オンライン型」へ転換。地域の輸出産品を対象に、海外バイヤーとのオンライン商談会、海外インフルエンサー発信等を実施した。また、既存ウェブサイトでの発信に加え、日本産品並びに産地に関する映像コンテンツを制作し、新規で立ち上げた SNS チャンネルにて発信した。

ｄ）「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の活用

全国 10 の地方ブロックで観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議が開催され、現状の課題等を共有するとともに、運輸局・整備局・地方公共団体・民間企業等の構成員による受入環境整備等の取組、成果についてとりまとめ、ウェブサイト[52]等を活用して公表し、横展開を行った。

[52] https://wwwtb.mlit.go.jp/kanto/kankou/kankou/date/vision/index.html

ｅ）ガーデンツーリズムの推進

2019 年（平成 31 年）４月に創設された「庭園間交流連携促進計画登録制度（通称：ガーデンツーリズム登録制度）」に基づき、2020 年度（令和２年度）に新たに２計画が登録され、合計 10 計画となった。制度普及に向けて、公式ウェブサイト[53]、パンフレットの作成等を行った。また、登録団体を対象とした全国会議や、ガーデンツーリズムの登録を目指す地方公共団体等を対象とした説明会をオンラインで実施した。

（５）各地の魅力ある地域資源の活用

中小企業等が海外展開や全国展開、新たな観光需要の獲得を目的として行う新商品・サービスの開発やブランディング、プロモーション等を支援した。また、民間支援事業者や地域の支援機関等が行う複数の中小企業を対象とした海外展開や全国展開、新たな観光需要の獲得等を後押しする取組を支援した。特に、クラウドファンディングや電子商取引（EC）を活用した海外展開の取組や、新型コロナウイルス感染症による社会変化を捉えた新事業の取組を重点的に支援した。

（６）優れた地域産品等の活用による地方への誘客

新型コロナウイルス感染症の影響による海外からの渡航制限により、日本貿易振興機構（JETRO）と日本政府観光局が連携したメディア・旅行会社の招聘事業の実施見通しは立たなかった。

（７）旅行業務取扱管理者確保事業による旅行商品の企画・提供の解禁

国家戦略特別区域旅行業務取扱管理者確保事業の認定を踏まえ、2018 年（平成 30 年）に地域限定旅行業の登録を行った秋田県仙北市の一般社団法人仙北市農山村体験推進協議会は、国内外の旅行者の受入環境整備や教育旅行の受入推進に取り組み、2020 年度（令和２年度）に着地型旅行商品の販売を開始した。

（８）地方公共団体等への情報提供や継続的支援の実施等

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節４（１）b）①

（９）人的支援等の促進

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節４（１）d）②

(10) 訪日プロモーションの戦略的高度化

ａ）「東京 2020 大会」後も見据えた訪日プロモーションの取組

①グローバルキャンペーンの拡大

グローバルキャンペーンについては、特定のテーマに焦点を当てた動画や画像を制作するため、素材動画の撮影・編集を実施した。さらに、これらを使用した広告をきっかけとして日本に触れた人を対象に、訪日に関する情報を提供し、日本への関心度を高めることを目的としたウェブサイト[54]を制作中であり、制作した動画や画像と併せて、2021 年（令和３年）５月に完成、６月に公開予定。

また、広告については、より効果的に旅行先として日本を認知してもらうため、「東京 2020 大会」直後に集中的に発信予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により大会が延期されたため、広告実施は全て 2021 年度（令和３年度）へ延期した。

さらに、各パッションに関連したインフルエンサー等の招請、民間事業等との共同プロモーションについても「東京 2020 大会」直後に集中的に実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により 2020 年度（令和２年度）実施予定の事業は全て中止となった。

[53] https://japangardentourism.net/
[54] https://www.enjoymyjapan.jp/en/

グローバルキャンペーンイメージ

②現地の知見等を活用した欧米豪に対する戦略的プロモーション

欧米豪市場における PR 会社活用によるプロモーションの強化について、米国、オーストラリア、カナダ、英国、フランス、ドイツ、スペイン、イタリア及びロシアの９箇国において事業者と契約を行った。

また、アドバイザリーボード活用によるプロモーションの強化については、各市場において、サステナブル・ツーリズムに係る観光コンテンツや、アフターコロナの旅行トレンド・訪日旅行の回復見通し等についてヒアリングを実施した。

グローバルキャンペーン、欧米豪市場におけるメディア・旅行会社招請、インフルエンサー招請については、新型コロナウイルス感染症収束の見通しが立たず、2020 年度（令和２年度）の事業は全て中止となった。

③東北を PR するデスティネーション・キャンペーンの実施

OTA 等と連携した送客促進事業を 2020 年（令和２年）７月から実施予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施できなかった。東南アジア市場の旅行会社招請として、タイ市場で同年９月頃に旅行会社招請を実施予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施をとりやめた。「東京 2020 大会」を契機とした観光魅力の情報発信については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を踏まえながら、「東京 2020 大会」開催予定期間の前後等、注目が高まる時期にメディア・インフルエンサー招請を実施する予定で準備を進めた。

④「東京 2020 大会」を契機とした訪日プロモーション

2021 年（令和３年）３月の聖火リレー開始に向けて、広告掲載等のメディアミックスや海外メディア向けの情報提供等を準備した。「東京 2020 大会」特設ウェブサイト[55]に掲載する地方競技場周辺観光情報やアクセシブルツーリズムのコンテンツの拡充に向けて新たに準備を開始した。また、開催都市が設置する東京都メディアセンターへの PR ブース出展等の準備も開始した。

さらに、地域の観光産業支援の一環として、海外メディアや旅行会社向け情報発信プラットフォーム「Japan Online Media Center」について、地域の観光資源を撮影した画像・映像の流通を強化するための検索機能やナビゲーションの改善等を含めた改修を引き続き進めた。加えて、メディアからの取材依頼や、画像・映像の提供依頼等の問合せに対応した。また、「東京 2020 大会」を契機としたメディアリレーションに活用するコンテンツやツールを制作・掲載した。

⑤メディア芸術に関する発信の強化

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節１（10）

⑥「beyond2020 プログラム」の推進

「beyond2020 プログラム」は、バリアフリー対応又は多言語対応を必須要件とした、文化を通じた国際化の促進や共生社会の実現につながる取組で、関係府省庁、地方公共団体等の 69 の認証組織により、2021 年（令和３年）３月末時点で累計 17,970 件を認証した。

⑦スポーツツーリズムの推進

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節６（14）

[55] https://www.japan.travel/tokyo-and-beyond-2020/en/

⑧日中韓３箇国の連携によるビジット・イースト・アジア・キャンペーンの実施

ロシアでの BtoB 旅行商談会（アジアワークショップ）は 2020 年（令和２年）５月に開催予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により開催を延期し、同年８～９月にオンライン、同年９月にモスクワで開催され、韓国と連携して出展し、旅行商品の造成・販売促進を行った。

米国での旅行博は 2021 年（令和３年）２月に開催予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により 2021 年度（令和３年度）へ開催を延期した。また、日中韓３箇国の協力について協議を行う、日本で開催予定だった日中韓観光大臣会合は新型コロナウイルス感染症の影響により 2021 年度（令和３年度）へ延期となった。

⑨アジアにおける大規模キャンペーンの推進

アジア市場のリピーター層に訴求し、訪日意欲喚起を図るためのクリエイティブ（動画・静止画）及び特設ウェブサイトの制作を実施中。

2020 年度（令和２年度）夏頃にローンチイベントを予定していたが、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ 2021 年度（令和３年度）以降に延期した。

また、オンライン広告についても夏頃からの出稿を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の状況等を踏まえ、2020 年度（令和２年度）は実施せず、2021 年度（令和３年度）以降に実施することとした。

ｂ）大規模国際競技大会等の開催を活用した観光客誘致の支援

国内で開催される大規模国際競技大会に向けて、各組織委員会及び関係府省庁と連携し、開催準備・支援に取り組んだ。ワールドマスターズゲームズ 2021 関西については、当初 2021 年（令和３年）５月開催予定だったが、2022 年（令和４年）５月に開催を延期した。

ｃ）４者連携による情報発信

経済産業省、観光庁、日本貿易振興機構（JETRO）及び日本政府観光局は、2020 年（令和２年）８月に第１回４者連携担当者会議を実施。新型コロナウイルス感染症の影響によりイベントや展示会が相次いで中止・延期していることから、オンライン上での情報発信による連携等、今後の連携方法について検討を実施した。

また、同年 10 月に日本政府観光局が日本貿易振興機構（JETRO）にてインフルエンサー発信事業を担当する本部・地方職員を対象に「SNS 等を活用した情報発信について」をテーマにオンライン研修会を実施した。さらに、同年 10～11 月に JETRO 事業の「TAKUMI　NEXT 2020」において、シンガポールで出展した海外ポップアップストア内で、日本政府観光局の訪日プロモーション動画を放映した。

新型コロナウイルス感染症拡大によりイベントや展示会が相次いで中止・延期していることから、オンライン上での情報発信等、国内消費額の向上を見据えたプロモーションについて、４者連携ができる取組を検討した。

ｄ）地域の観光資源を活用したプロモーションの実施

日本政府観光局が有するプロモーションノウハウやデジタルマーケティングによる分析結果等を活用して実施する「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」を、各地方運輸局及び沖縄総合事務局にて、計 60 プロジェクト、212 件の個別事業を実施した。

ｅ）スノープロモーションの実施

オンライン広告を実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を延期した。ウェブサイト[56]の多言語化事業については、新たにスペイン語・イタリア語・ロシア語を追加した。また、2020 年（令和２年）９月に開催された「2020 国際冬季運動（北京）博覧会（WWSE）」に出展した。オーストラリアのスノー旅行博「Snow Travel Expo」について、当初同年５月に実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響によりオンライン開催に変更の上、現状等に鑑み、2020 年度（令和２年度）の出展は見送ることとした。英国の「Telegraph Ski & Snowboard Festival」については、当初同年 10 月に開催予定であったが、中止となった。中国市場において、旅行会社との商談会や共同広告、旅行会社招請、メディア招請等を実施する予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止

[56] https://www.japan.travel/snow/en/

した。オーストラリア市場において、実施した旅行会社向けウェビナーにて、スノーをテーマとした内容を配信した。

ｆ）日本政府観光局における市場調査

新型コロナウイルス感染症拡大の影響に鑑みた今後の旅行市場に係る調査を 2020 年（令和２年）９月上旬から実施し、同年 10 月末に事業者によるオンライン定量調査及びデスク調査の報告書が完成した。同年 11～12 月に調査結果の重要な部分の分析及び得られる示唆について内容を掘り下げ、調査結果概要資料として、同年 12 月末に日本政府観光局ウェブサイトに公開した。

ｇ）日本政府観光局におけるプロモーション実施体制の強化

地域に対するきめ細やかなコンサルティングや地域の魅力の一元的な発信、データ分析の高度化や分析データのプロモーションへの活用等に対応するため、中途採用による専門人材の確保等を通じ、各種課題への対応に必要な組織体制の強化を図った。

ｈ）海外の旅行代理店販売員の人材育成支援

日本政府観光局は、海外の旅行代理店販売員の人材育成を進めるため、訪日旅行に関する知識を習得するためのｅラーニングサイトの運営を、米国・オーストラリア・カナダ・英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン・ロシア・インド・中国・インドネシアにて、コンテンツを拡充しながら実施した。

ｉ）訪日外国人旅行者の意見分析による満足度向上

新型コロナウイルス感染症の拡大により、訪日外国人旅行者の意見投稿数が激減したため、十分な意見収集や分析ができなかった。

ｊ）新たな市場からの誘客促進に向けた先行試行的プロモーション

2020 年（令和２年）４月に中東地域及びメキシコを重点市場化、北欧地域及びブラジルを準重点市場化し、当該４市場においてセールスレップ[57]を設置し、新型コロナウイルス感染症の流行下においても市場情報の収集等を行った。

また、日本政府観光局現地事務所の新規開設については、ドバイ事務所、メキシコシティ事務所等の開設に向けて準備した。

ｋ）ICT・ビッグデータ等の分析・活用による個人の関心にあわせた情報の発信（デジタルマーケティングの強化）

日本政府観光局ウェブサイトの機能改善等を継続的に実施するとともに、新型コロナウイルス感染症収束後の需要回復期を見据えつつ、ウェブサイト閲覧状況分析等を踏まえたコンテンツ拡充を通じ継続的に情報発信を実施した。

また、個別の興味・関心に応じた情報発信を目指し、英語グローバルウェブサイトのアンケート機能を強化した。

さらに、日本政府観光局内におけるデータ共有を目的とする「ダッシュボード[58]」について、新たに Instagram の分析を可能とする新機能を追加した。

加えて、DMP[59]（データマネジメントプラットフォーム）活用のためのガイドラインを整備した。

ｌ）SNS 等を活用したプロモーションの高度化

インフルエンサー事業は 2020 年度（令和２年度）上半期に 13 市場[60]で実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止、延期となった。

また、台湾については招請事業が不可となったため、将来的な訪日需要につなげるため、日本政府観光局において、日本国内で撮影した観光資源の動画に台湾で撮影した動画を合成するなど、「リモート旅行」として動画を制作した。

さらに、在外公館等において、運用している SNS アカウントを活用して、外務省、日本政府観光局、

---

[57] 営業・販売業務を代理で行う者または企業。
[58] 様々なデータをグラフや表にまとめ、ひと目で把握できるよう可視化するソフトウエアなどのツールの総称。
[59] 主に EC サイトやインターネット広告の分野で、匿名化された各種パーソナルデータを分析し目的に応じて利活用するための基盤となるシステム
[60] 中国、香港、シンガポール、タイ、インド、フィリピン、米国、カナダ、英国、ドイツ、イタリア、スペイン、ロシア

地方公共団体、現地メディア等が発信した日本情報（観光・文化・歴史・トレンド等）のコンテンツを再発信するとともに、各国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信し、日本への関心・理解の拡大を図った。結果、2020 年度（令和２年度）の SNS アカウント・フォロワー総数は 2019 年度（令和元年度）に比べ増加した。

加えて、同省においては、在外公館がコンテンツを作成する際に使用可能な画像素材等を共有した。在外公館が広報活動で使用する画像をダウンロード可能とするため、同省で契約している広報用画像素材提供業務では、2020 年度（令和２年度）は 3,085 枚の画像がダウンロードされ、広報活動として活用された。

（11）インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

ａ）欧米豪を中心とした富裕層に向けた取組

2020 年（令和２年）６月から７月にかけて実施予定であった商談会「Japan Luxury Showcase」の開催、国内関係者向けセミナー、欧米豪富裕旅行会社の招請、2020 年（令和２年）５月に出展を予定していた「ILTM Asia Pacific」、及び同年 11 月に出展を予定していた「Further East」は、新型コロナウイルス感染症の影響により開催を中止した。

また、「ILTM Cannes」は、「ILTM World Tour」として 2020 年（令和２年）11 月から 12 月にかけてオンラインで開催され、出展した。2021 年（令和３年）３月に出展を予定していた「The Essence of Luxury Travel」は延期され、同年５月 31 日～６月４日のオンライン開催に変更となったが、同開催に参加予定。

さらに、2021 年（令和３年）１月以降、海外の富裕旅行業界コンソーシアムを通じた BtoB のダイレクトメール等による情報発信を実施した。

加えて、富裕旅行向けのパンフレットやウェブサイトの内容拡充を実施したほか、それらのツールを活用して通年に渡って情報発信を実施した。

ｂ）戦略的対外発信拠点「ジャパン・ハウス」事業

新型コロナウイルス感染症の影響により、世界３都市のジャパン・ハウスも長期の休館を余儀なくされたが、47 都道府県の絶景写真、東北のこけし、金継ぎ技術、着物、蒔絵、飛騨の木工技術等について、リアルな展示だけではなく、オンラインも活用して、地方の魅力の発信に取り組んだ。

ｃ）在外公館等における海外への地域の魅力発信

①地方の魅力発信セミナー・地方視察ツアー

2020 年（令和２年）は新型コロナウイルス感染症の影響により、外務省が年に１回程度、都内ホテル等にて複数の地方公共団体との共催で、駐日外交団等に対して、地方公共団体等による海外展開の施策、地場産品・観光資源等を紹介するセミナーの実施を見送った。一方、外務省と地方公共団体との共催で、駐日外交団が地方を訪問・視察するツアーについては、同年 11 月に奈良県田原本町との共催で実施した。しかし、同感染症の影響により、このほか 2020 年度（令和２年度）内に予定していたツアー３件については実施を見送った。

②地域の魅力の海外発信

2020 年（令和２年）12 月１日～31 日において「地域の魅力海外発信支援事業」を実施し、新型コロナウイルス感染症の影響により、日中間の人的往来が限定的な中、中国にいながら日本の地域の魅力を体感できるよう情報発信を実施した。在中国日本国大使館の Weibo を活用し 50 地方公共団体が参加する各地の PR 動画の配信を行った。また、北京では生中継イベントを開催し、日本各地の魅力を発信するライブ配信を行い、約 170 万人の視聴者が参加した。

③地方創生支援　飯倉公館活用対外発信

これまで外務省の飯倉公館を活用した地方創生支援として、外務大臣が地方公共団体首長等と共催で、駐日外交団等を対象に、地方の特産品、地場産業、伝統芸能、伝統工芸、観光地、文化遺産等の魅力及び「東京 2020 大会」・ホストタウン交流の取組の様子を PR するレセプションを実施してきたが、2020 年度（令和２年度）は新型コロナウイルス感染症の影響により、予定していた２件の実施を見送った。

④文化事業等を通じた訪日需要の喚起

新型コロナウイルス感染症拡大の状況下においても、十分な安全対策を講じた上で、実施可能な国においては、日本文化紹介事業や巡回展等を実施し、20 箇国においてオンライン映画祭を実施した。

また、2020 年（令和２年）10 月に在インドネシア日本大使館が実施した大型オンライン・フェスティバルでの多様な文化事業の実施[61]を通じて日本の文化・芸術の魅力を幅広く海外に向けて発信した。

日本政府観光局デリー事務所が国際交流基金（JF）ニューデリー事務所と連携し、新型コロナウイルス感染症の影響によるロックダウン期間中（2020 年（令和２年）４～６月）に日本のアニメキャラクターを用いた Stay Home 記事を双方の SNS で投稿するなどの連携を図った。

2020 年（令和２年）７月に日本政府観光局ハノイ事務所が文化関連イベントのひとつとして、「アニメから見る日本の観光情報」としてセミナーを実施し、参加者アンケートの結果、非常に高い満足度を得た。

2020 年（令和２年）11 月にタイにおいて開催した国際交流基金（JF）主催の日本映画祭において、作品上映前に日本政府観光局の訪日プロモーション動画を放映した。

2020 年（令和２年）11 月中旬以降に 20 箇国で開催された国際交流基金（JF）主催のオンライン日本映画祭（Japanese Film Festival Plus:Online Festival）について、日本政府観光局本部グローバルサイト上での広報、海外事務所 SNS 上での同映画祭 PR 動画の放映等の情報発信を通じた広報協力を実施した。また、ラオスにおける同映画祭では、日本政府観光局の訪日 PR パンフレット「100 Experiences」を来場者へ配布し、日本の観光コンテンツ PR を実施した。

2020 年（令和２年）12 月に国際交流基金（JF）及び日本政府観光局による連携促進会議を開催し、2019 年度（令和元年度）及び 2020 年度（令和２年度）連携実績・予定の確認、両法人による新型コロナウイルス感染症拡大の状況下での事業紹介、今後の訪日プロモーションに関する意見交換等を実施した。

新型コロナウイルス感染症拡大の状況下においても、日本政府観光局による訪日プロモーション事業と国際交流基金（JF）の文化芸術交流、日本語教育、日本研究・知的交流事業の機会を活用した連携事業を実施し、互いに保有するコンテンツ等を活用し連携しながら、多面的に日本の魅力を発信し、訪日旅行及び国際文化交流の促進を強化した。

2020 年度（令和２年度）の日本ブランド発信事業は、新型コロナウイルス感染症の影響により、予定されていた専門家 12 名の海外派遣や集客・対面型イベントの開催が困難な状況であったため、実施を見合わせた。

d）放送コンテンツの活用による日本の魅力発信

①関係省庁等の連携による日本の魅力発信

日本政府観光局と国際交流基金（JF）との連携の下、国際交流基金（JF）が無償提供した日本の番組が海外テレビ局で放送される際、日本政府観光局が制作した訪日プロモーション動画をテレビ CM として放映した。2021 年（令和３年）３月末時点では、53 箇国・661 番組での放映実績があり、現在も引き続き日本政府観光局と国際交流基金（JF）で連携している。

2021 年（令和３年）３月末までに、商業ベースでは日本のテレビ番組が放送されない国・地域を中心に、日本のアニメ、ドラマ、ドキュメンタリー等の無償提供を実施し、約 120 の国・地域において、延べ約 2,900 番組を放送した。現地の要望や環境も踏まえ、配信も含めて番組の無償提供を継続した。

②株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構（JICT）による支援

2020 年度（令和２年度）も引き続き、株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構（JICT）等から出資された現地事業会社を通じて日本関係のコンテンツを現地において放送した。

現地情勢や新型コロナウイルス感染症の拡大等、外的要因によるテレビ広告市場の縮小等の事業環境の変化があったことから、2020 年（令和２年）９月に新たに着任した CFO の下、経営陣を現地人材に交代させるなど、同社の経営改善に向けて、コスト削減・営業体制の強化等に取り組んだ。

[61] 公邸料理人による和食紹介、サムライアーティストによる剣術公演及び地方の魅力の紹介事業等、在外公館及び JF によるレクデモ、公演、展示、映画上映等。

③ＮＨＫワールド JAPAN による発信

「放送法（昭和 25 年法律第 132 号）」に基づき、ＮＨＫにテレビ国際放送の実施を要請し、ＮＨＫにおいてテレビ国際放送と一体として放送を実施した。2021 年（令和３年）３月末時点で約 160 の国・地域で約 3.8 億世帯が視聴可能。また、ＮＨＫにおいて、北米やアジアを中心とした認知度向上・視聴機会の拡大や国内のホテル・旅館に対する客室テレビへの国際放送の導入の勧奨等の取組を推進した。

ｅ）関係省庁等の連携による日本各地域の魅力の発信

2020 年（令和２年）12 月に総務省主催の「コンテンツ海外展開関係府省庁等連絡会議」において、観光庁及び日本政府観光局による「放送コンテンツ等と連動した訪日プロモーション事業」の状況を報告するとともに、日本政府観光局が制作中の「コロナ禍における訪日旅行の不安払拭動画」についての紹介を行った。

また、同月に総務省と協議し、今後の訪日プロモーションにおける連携について検討した。ATF[62]及び香港フィルマートはオンライン開催となったため、進行や時間枠の問題により総務省との連携はできなかった。

さらに、総務省では、ローカル放送局等と、地方公共団体、地場産業等の関係者が協力し、日本の魅力を伝える放送コンテンツを海外の放送事業者等と共同制作し、海外で発信等する事業を支援し、2020 年度（令和２年度）においては 58 件の事業を支援対象として採択した。

加えて、関係省庁等と連携し、地方の放送局等の関係者向けの施策説明会として、コンテンツ海外展開セミナーを 2021 年（令和３年）２月から３月にかけてオンライン配信にて実施した。

また、2021 年（令和３年）３月末までに、商業ベースでは日本のテレビ番組が放送されない国・地域を中心に、日本のアニメ、ドラマ、ドキュメンタリー等の無償提供を実施し、約 120 の国・地域において、延べ約 2,900 番組を放送した。現地の要望や環境も踏まえ、配信も含めて番組の無償提供を継続した。

ｆ）国内観光情報サイトの多言語化への検討

日本観光振興協会の国内観光情報ウェブサイト「全国観るなび」[63]に掲載されるイベント情報及び季節観光情報について、2019 年度（令和元年度）に続いて、2020 年度（令和２年度）も、基本となる英語において AI 翻訳化の効果検証を実施したが、訳質やシステム負荷の観点から導入を見送った。当面の間、手動翻訳によるイベント情報及び季節観光情報の英語による正確な情報提供を図ることとした。

ｇ）日本語教育の拡充による親日層の育成

国際交流基金（JF）を通じて、新型コロナウイルス感染症の流行以前から e ラーニング及びウェブ教材を準備・運用し、新型コロナウイルス感染症流行下の行動制約の中でも活用できる学習方法として利用を推進した。このような取組とともに、従来から JF を通じて実施してきた日本語専門家による支援、日本語教師・学習者に対する研修等の取組を継続し、海外における日本語教育の質の向上と安定的実施に寄与した。

ｈ）海外日本庭園の再生

2020 年度（令和２年度）修復予定であった海外日本庭園について、現地庭園管理者等とのオンラインでの調整による修復計画の作成等を行うとともに、英語・日本語対応の共通庭園管理マニュアルの作成等を実施した。

ｉ）風評被害を最小限に抑えるプロモーション

日本政府観光局のウェブサイト[64]及び Twitter 等の SNS を活用し、新型コロナウイルス感染症に関連する情報発信を実施した。

[62] ASEAN ツーリズムフォーラムの略
[63] https://www.nihon-kankou.or.jp/
[64] https://www.jnto.go.jp

ｊ）観光分野における多国間枠組みへの貢献

2019 年（令和元年）に我が国が主催した G20 観光大臣会合における合意事項を着実に実施すべく、国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所及び一般財団法人運輸総合研究所とともに、「持続可能な観光地域経営の推進に関するシンポジウム」を 2020 年（令和２年）12 月に開催した。新型コロナウイルス感染症による影響からの回復等も踏まえた持続可能な観光地域経営の世界的潮流及び観光庁・国内先進地域の取組事例（岩手県釜石市及び京都府京都市）について紹介した。

ｋ）２国間関係の強化による双方向交流の拡大

日中観光代表者フォーラム及び日中観光当局間協議を 2020 年（令和２年）内に開催予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により延期した。

また、日越観光協力委員会を同年内に開催予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により 2021 年（令和３年）に延期した。

さらに、第 10 回日中韓観光大臣会合を 2020 年（令和２年）10 月に開催予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により 2021 年度（令和３年度）へ延期した。

ｌ）先住民族としてのアイヌ文化等の発信

2020 年（令和２年）６月に白老町民向け内覧会を実施し、地元機運を醸成した。同年７月 12 日にウポポイを開業し、同年８月に海外向けのウポポイ PR 動画を発信した。

ｍ）海外メディア招へいや在京海外メディア記者向けプレスツアーを活用した情報発信

2020 年度（令和２年度）はオンライン取材も活用しつつ、首都圏及び地方が取り組んでいる観光促進関連事業等に関心を持ってもらい、海外からの誘客にも資するよう、在京特派員のいない外国メディア関係者による首都圏及び地方取材を８件、在京外国メディア関係者向けプレスツアーを５件実施するなど、外国メディアを通じた日本の魅力発信を支援した。

ｎ）旅客船・フェリー等の観光利用促進のための効果的な情報発信

訪日外国人旅行者向け英語版ウェブサイト[65]「Scenic Japan from the Water（船で見る日本の絶景検索サイト）」にて、旅客船・フェリーターミナルまでのアクセスを含めた利用方法等を提供するなど、業界団体と連携して情報発信を行った。また、C to Sea プロジェクトの YouTube チャンネルにて海事観光に資する動画を６本公開した。

（12）全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの構築

日本政府観光局ウェブサイト（JNTO Global Home）から日本文化の魅力を一元的に発信しており、全国各地の文化財について外国人目線で作成する多言語解説や高精細画像・動画等の掲載デジタルコンテンツの拡充を図った。

（13）広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

有識者、運輸局等が参加する連絡調整会議にて、提出された事業計画案と地域方針等との整合性の確認等の調整を行い、地域内の文化財等を活用した体験型・滞在型コンテンツの造成、多言語でのパンフレット・ポスターの作成及び観光コンテンツを紹介する多言語ウェブサイトの整備取組について支援を行った。

（14）「日本博」をはじめとする文化プログラムの推進

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節１（７）

（15）海外への国立公園の魅力発信

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節２（２）c）

（16）広域周遊観光促進のための観光地域支援

阿蘇くじゅう国立公園における域内 Wi-Fi マップの作成及び国内在住の外国人を招請したモニターツア

[65] https://scenic-japan.jp/guest/index.php

ーの実施といった国立公園を活用した訪日外国人旅行者周遊促進の取組に対して支援を行った。
ほかにも十和田八幡平国立公園等を周遊させるために台湾人及び欧米人向けに交通情報に関する SNS の発信や交通情報提供ページの構築を行った。

(17)「SAVOR JAPAN」ブランドの魅力発信

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節５（２）

(18) 農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節４

(19) 訪日教育旅行の活性化

ａ）訪日教育旅行の受入体制整備

日台教育旅行交流会（台湾教育関係者の日本国内招請セミナー）は 2020 年（令和２年）10 月に実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止し、日本政府観光局ウェブサイトにて、同交流会・国内視察中止のお知らせについて情報発信を行った。

また、2020 年（令和２年）５月に地方公共団体の「2019 学校交流窓口アンケート」を実施し、台湾と中国からが訪問市場の８割を占めた等、集計結果を配信した。

さらに、日本政府観光局ロサンゼルス事務所が、北米で日本語教育に携わる教員及び教育関係者を対象に訪日最新情報やネットワーキングの機会を提供するため同年 12 月に主催した、「訪日教育旅行オンラインセミナー」の実施報告をウェブサイトにて発信した。

ｂ）地域における相談窓口の設置

日本政府観光局が設置した一元的相談窓口を通した海外と地域のマッチング支援は、新型コロナウイルス感染症の影響により受入及び訪日が困難なため、実施を見合わせた。

また、マッチング支援による学校交流を 2020 年（令和２年）４月 10 日に英国と予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響で新学期のスケジュールの見通しが立たないため中止した。

ｃ）訪日教育旅行に対する理解の促進

各都道府県の指導担当課長等が集まる会議等において、文部科学省で実施した高等学校における教育旅行受入等に係る調査の結果を示し、その教育的意義を説明した。

また、スーパーグローバルハイスクール[66]指定校において、帰国・外国人生徒（留学生）の受入を実施した。

さらに、2020 年（令和２年）12 月３日（米国現地時間）に日本政府観光局ロサンゼルス事務所が「訪日教育旅行オンラインセミナー」を主催し、北米で日本語教育に携わる教員及び教育関係者約 70 名に日本の最新情報や安全対策等を紹介した。加えて、東京観光財団をはじめ長野、大阪、京都、兵庫、奈良、和歌山の地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO）らを講演者として招き、新型コロナウイルス感染症収束後の「ニューノーマル」における取組、訪日教育旅行に係る各種支援制度や受入事例について紹介した。

加えて、中国市場向けの教育旅行パンフレットについて、既存の写真や情報を最新のものに差し替え、デザインのリニューアルと共に全体的に文書を見直しバージョンアップを実施した。

一方、中国、台湾、オーストラリアでのセミナーや教育関係者招請は、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった。

ｄ）訪日教育旅行の地方への誘致

【再掲】第Ⅲ部第２章第３節１（19）c）

(20) 鉄道の観光資源としての魅力発信

全国の観光列車が持つ魅力を紹介するためのポータルサイトについて、掲載内容の更なる充実のため、鉄道事業者の観光列車の情報発信強化、掲載数増加等、充実化を図った。

[66] 国際的に活躍できる人材育成を重点的に行う高等学校を文部科学省が指定する制度。

(21) 訪日外国人旅行者を対象とした地方部における鉄道利用促進

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節２（１）g)

(22) 観光の中核を担う人材育成の強化

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節１（10）b)

(23) 即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節１（10）c)

(24)「ホストタウン」の推進

2020 年度（令和２年度）末までにホストタウン登録数 453 件、地方公共団体数 525、相手国・地域数 184 まで拡大した。

また、2020 年（令和２年）７月からホストタウン情報を国内外に発信する専用ウェブサイトを開設し、国内・海外アスリートからのメッセージ動画、ホストタウン地方公共団体による相手国・地域への応援動画等を掲載した。さらに、「復興ありがとうホストタウン」概要動画の公開及び Instagram の投稿を通じ、復興状況及び復興支援への感謝を国内外に発信した。

さらに、2021 年（令和３年）１月に「復興ありがとうホストタウンサミット in 仙台」及び「共生社会ホストタウンサミット in 多摩川」を開催し、新型コロナウイルス感染症の流行下における情報発信等の取組及び共生社会の実現に向けた取組の共有・発信を行った。

加えて、2021 年（令和３年）２月にホストタウンサミットを開催し、食に関する交流及び共通の相手国・地域を持つホストタウンの連携等、好事例及びホストタウンの意義を全国に広めた。

第４節　観光インフラの整備

１　出入国の円滑化

（１）　最先端技術を活用した革新的な出入国審査の実現

ａ）世界初の出入国審査パッケージの導入、世界最高水準の技術の活用等の取組

新型コロナウイルス感染症の影響により入国審査待ち時間の計測対象者が大幅に減少したこと等から、2020 年（令和２年）４月以降、入国審査待ち時間の計測を見合わせている。

①バイオカートの導入

2020 年度（令和２年度）中に新たにバイオカート[67]の導入を予定していた６空港（仙台空港、青森空港、新潟空港、茨城空港、富山空港及び岡山空港）について、新型コロナウイルス感染症の影響による入国者数の減少を受けて、導入の見直しを行うこととなった。

②プレクリアランスの早期実現

2022 年度（令和４年度）以降早期の台湾とのプレクリアランス[68]の再開を目指し、台湾側との調整等実施に向けた準備を進めた。

③自動化ゲートの対象者の拡大の検討

航空機の乗員を自動化ゲートの対象とすることについて、継続して所要の検討を行った。

④日本人出帰国手続における顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入

国際旅客便の運航再開に合わせて運用を開始できるように、2020 年（令和２年）８月、那覇空港の出国・上陸審査場に顔認証ゲートを配備した。また、同年 12 月、成田空港の出国審査場に、2021 年（令和３年）２月、関西空港の上陸審査場に増配備を行った。

⑤個人識別情報を活用した外国人の出国時の自動化ゲート利用拡大

国際旅客便の運航再開に合わせて運用を開始できるように、2020 年（令和２年）８月、那覇空港の

[67] 上陸審査待ち時間を活用して個人識別情報を上陸審査前に取得するための機器。
[68] 出入国管理において、入国手続きの円滑化等のために、相手国の空港内で自国の係員が入国審査を行う制度。

出国審査場に顔認証ゲートを配備した。また、同年 12 月、成田空港の出国審査場に増配備を行った。

⑥入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間の公開

成田空港においては、出入国諸手続時間計測のための機器整備を 2020 年（令和２年）６月に実施し、待ち時間の公開に向け関係者と調整を行った。

また、関西空港においては、入国の待ち時間の公開に向けた関係者間での検討を引き続き進めた。

ｂ）FAST TRAVEL の推進

新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日旅客数の大幅な落ち込みを受け、関係者の連携体制を新たに構築した空港はなかったが、これまで設置した FAST TRAVEL ワーキンググループにおいて取組を推進するとともに、更なる連携体制の構築に向けて協議を行った。

また、首都圏空港において、「東京 2020 大会」開催までの導入に向けて顔認証技術による旅客手続の一元化（One ID 化）の取組を進めた。

さらに、旅客の手荷物輸送等の円滑化に向けた手荷物搭降載補助機材等は、新型コロナウイルス感染症の影響により導入に至らなかったが、チェックインカウンターの共用化等、国内空港において関連設備を導入した。

加えて、関西空港では、運営権者において、民間の創意工夫を生かした機能強化が図られ、FAST TRAVEL の推進や国際線キャパシティーを向上させるため第１ターミナルにおける国際線/国内線エリアの配置の見直しによる施設配置の再編等を含む第１ターミナル改修の実施に向け、調整を進めた。

ｃ）先進的な保安検査機器の導入

先進的なボディスキャナー、高性能な爆発物自動検知機器その他の先進的な保安検査機器について、計画どおり導入に取り組んだ。

ｄ）CIQ 体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国手続

2020 年度（令和２年度）末までに新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、検疫所職員の 51 名増員、主要空港及び港における検査機器等の物的体制の整備を行い、検疫体制の強化を図った。

出入国審査業務の充実強化として、同年度において入国審査官 216 人を増員した。また、空海港施設の供用開始に伴い、東京国際クルーズターミナル及び平良港ターミナルにおいて、審査端末機器の増配備を行った。

訪日外国人の急増等に対応するため、2020 年度（令和２年度）において、税関職員 307 人を増員するとともに、X 線検査装置等の取締・検査機器の配備等を実施。人員の再配置、地方空港・港への出張検査対応等による業務の効率化を図りつつ、動物検疫所で家畜防疫官 16 名及び植物防疫所で植物防疫官 23 名の新規増員、動植物検疫探知犬の増頭による水際での携帯品等、検査の体制強化、改正家畜伝染病予防法を含む検疫制度に関して説明する多言語ポスター及びリーフレット、ウェブサイトの多言語化等による広報強化を実施した。

ｅ）先進的で最高水準の技術を活用した個人識別情報システムの導入

2021 年（令和３年）２月、成田空港、羽田空港、中部空港及び関西空港をはじめとする出入国審査等を行う全国の空海港に、先進的で最高水準の技術を活用した個人識別情報システムを導入した。

ｆ）税関検査場電子申告ゲート等の導入による入国旅客の迅速通関と厳格な水際取締りの両立の実現

2020 年度（令和２年度）においては、税関検査場電子申告ゲートを羽田空港等６空港で運用を開始するとともに、那覇空港を含めた７空港で更なる配備・拡充を進めており、デジタルサイネージについても整備を進めた。

ｇ）ファーストレーンの整備促進

成田空港においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、ファーストレーンを一時的に閉鎖していることから、利用促進の PR 等は未実施となった。関西空港においても、同様に一時的に利用を停止した。

ｈ）乗客予約記録の分析・活用の高度化等

税関では、乗客予約記録（PNR）[69]情報を 24 時間体制で分析、活用し、旅客の効率的・効果的な検査を実施している。今後とも全ての航空会社からの電子的な PNR 取得を推進するとともに、国内外関係機関との連携の推進、AI 等先端技術の積極的活用により情報収集・分析の強化を図る。

また、出入国在留管理庁では、航空会社から報告を受けた PNR と同庁が保有するその他の情報を合わせて分析して出入国管理上の要注意人物を発見し、関係機関とも連携して厳格な上陸審査を実施するなどして、情報の収集・分析等の強化を進め、厳格な水際対策を推進した。

ｉ）CIQ 体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国審査体制の実施（審査ブース端末の増設等）

訪日外国人旅行者が我が国への出入国を円滑・快適に行えるよう、地方空港・港湾も含めた出入国審査等の状況を十分考慮して、鹿児島空港をはじめ、全国の空海港施設等に計 190 台の空海港施設の拡張に伴う審査端末機器の配備を行った。また、主要空港の審査場にデジタルサイネージを計 52 台設置し、観光情報等の情報発信を行った。

ｊ）出発国における事前スクリーニングによる渡航防止のための仕組みの導入

渡航前スクリーニングの仕組みについて、2020 年度（令和２年度）に実施した諸外国における導入状況の調査結果を踏まえた所要の検討を行った。

ｋ）上陸審査等の合理化（ED カード及び在留資格認定証明書の電子化）

ED カード[70]の電子化については、事前にスマートフォンのアプリ上で ED カード情報を入力し、上陸申請時に電子的に提出できる仕組みを導入するために必要となるシステム開発・改修等について、所要の検討を行った。

（２）農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備

動植物検疫制度及び持ち出し可能な農畜産物に関する多言語（農産物：日本語、英語、スペイン語、中国語、韓国語、タイ語、ベトナム語、ロシア語、マレー語／畜産物：日本語、英語、中国語、韓国語）パンフレット及びポスターを作成（検疫条件が変更されるなど情報更新の都度作成）し、空港の輸出検疫カウンター等での配布やウェブサイトへの掲載を実施した。

さらに、輸出先国の規制・条件に合致した農産物の携帯品（おみやげ）としての持ち帰りに取り組む産地等に対して、植物検疫、防除等の専門家による、病害虫防除や残留農薬等の課題解決に向けた助言等の技術的なサポートを 119 件実施した。（2021 年（令和３年）３月 17 日現在）。

（３）首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善

開催が延期となった「東京 2020 大会」に向けて関係者間で首都圏空港を含めた期間中の発着調整方針について調整を続けた。同大会関連の需要については、首都圏空港に加え、ほかの地方空港も活用した受入方針案を策定しており、受入環境及び空港ごとの運用方法について関係者で協議を実施した。

（４）高速バスの利用促進

訪日外国人旅行者等向け高速バス情報ウェブサイト「Japan Bus-Gateway」について、観光関係団体を通じた PR 等を実施した。

２　ビザの戦略的緩和

新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により国際的な人の往来が一時停止される中で、新たなビザ緩和に向けた検討は進められなかった。他方、厳格なビザ審査（水際対策）を維持しつつ、円滑なビザ発給を行うため、ビザ業務の合理化（次世代査証システムの導入に向けた準備等）及び体制強化（在外公館の査証官増員等）を図った。

また、これまでビザ緩和を実施した国（特に、2019 年（平成 31 年）１月１日から実施したインド・中国）については、新型コロナウイルス感染症により、旅行博出展や商談会等は中止もしくは一部中止となったが、日本政府観光局公式ウェブサイト、SNS 等を利用した訪日観光情報や日本文化についての情報発

[69] PNR は Passenger Name Record の略。航空券の予約をした者の身分事項、座席の番号といった予約の内容、携帯品や搭乗手続に関する事項を記載した記録のこと。
[70] 外国人入国記録。外国人が上陸申請を行う際、入国審査官に対し提出する書類。

信等を実施した。

３　空港

（１）空港コンセッションの推進

北海道内７空港においては、2020 年（令和２年）６月に新千歳空港、同年 10 月に旭川空港、2021 年（令和３年）３月に稚内・釧路・函館・帯広・女満別空港の運営委託を開始した。

また、広島空港においても、2021 年（令和３年）７月からの運営委託の開始に向けて、2020 年（令和２年）９月に優先交渉権者を選定し、同年 12 月に実施契約を締結した。

（２）地方空港の着陸料軽減等の支援

2017 年度（平成 29 年度）より、国土交通省が認定した「訪日誘客支援空港」等に対して、それぞれの空港の状況に応じて、着陸料の割引や補助、グランドハンドリング[71]経費の支援等による国際線就航や、ボーディングブリッジ[72]の設置・CIQ 施設の整備等の旅客受入環境の高度化を推進した。

（３）首都圏空港の容量拡大

成田空港における B 滑走路延伸、C 滑走路新設等に向けて、成田国際空港株式会社に対して、4,000 億円の財政融資や 300 億円の出資等を実施した。成田国際空港株式会社と連携し、更なる機能強化を進めることによって、首都圏空港の発着容量の拡大を推進した。

（４）首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善

【再掲】第Ⅲ部第２章第４節１（３）

（５）操縦士・整備士の養成・確保

操縦士の訓練内容の高度化等の調査実施、2018 年度（平成 30 年度）から開始した無利子貸与型奨学金事業及び航空大学校の養成規模拡大による若手操縦士の養成能力拡大とともに、2019 年度（令和元年度）から開始した防衛省出身操縦士の民間活躍に必要な資格取得の負担軽減により即戦力となる操縦士の確保促進を着実に進めた。

また、在留資格（特定技能）による航空機整備の外国人材の受入に向けて、特定技能評価試験を 2019 年（令和元年）10 月に実施し、2021 年（令和３年）２月に受入候補者が在留資格の認定を受けるなど、受入に向けた手続が進められた。

さらに、ウェブサイト「skyworks」[73] において、航空に関する業務の紹介や魅力、キャリアパス等の情報を発信し、航空を志望する若年者の裾野拡大を行った。

（６）出入国審査ブース・CIQ 体制の充実

【再掲】第Ⅲ部第２章第４節１（１）d）

（７）空港地上支援業務の省力化・自動

空港制限区域内において自動運転の実証実験を実施するとともに、技術の導入に必要となるインフラ、運用ルール等の検討・整備を進め、2020 年度（令和２年度）に自動運転レベル３相当の導入を開始した。

（８）航空便の新規就航等に併せた日本政府観光局による協働プロモーションの実施

2020 年度（令和２年度）参加予定であった国際航空見本市が、新型コロナウイルス感染症の影響により 2021 年（令和３年）に開催延期となった。

国内の空港関係者等の現状把握、新規路線就航に係る航空会社の意向についての調査及び連絡会事業は、新型コロナウイルス感染症の影響で航空会社各社も厳しい状況下、有益な調査は見込めないため 2020 年度（令和２年度）はとりやめとした。

航空会社との共同広告は、新型コロナウイルス感染症の影響で新規就航及び共同広告実施の目途がたたず、実施に至らなかった。

---

[71] 航空機が到着してから出発するまでの限られた時間内で行われる、航空機の航行に欠かせない航空機の誘導や旅客の案内等の作業のこと。

[72] ターミナルビルから旅客機や客船に乗客や乗員を乗降させるための設備のこと。

[73] https://www.skyworks.info/

（９）地方空港のゲートウェイ機能強化

福岡空港の滑走路増設事業については、2020 年度（令和２年度）は用地造成等を実施し、2024 年度（令和６年度）の供用予定に向け事業を推進した。那覇空港については、CIQ 施設の拡張整備を 2020 年（令和２年）11 月に完了するとともに、高架道路延伸工事に着手するなどターミナル地域再編事業等を推進した。

(10) 空港アクセスの利便性向上

羽田空港においては、空港及び都心を結ぶ深夜早朝アクセスバスの運行を通じた空港アクセスの改善を図っていたところであるが、新型コロナウイルス感染症の影響による減便で深夜早朝時間帯のアクセスバスは一時的に運行を停止している。その中でもアクセスバス再開に向け、引き続きウェブサイト等を活用した広報活動に取り組んだ。

また、2016 年（平成 28 年）４月の交通政策審議会答申を踏まえ、空港アクセス鉄道（「京急空港線羽田空港第１・第２ターミナル駅引上線」及び「羽田空港アクセス線」）について、羽田空港内においては、空港整備事業として空港アクセス鉄道の基盤施設整備事業に新規着手した。

さらに、成田空港においては、空港鉄道駅における改札口の拡充や案内サインの改良について話し合いを行った。今後の需要を確認しながら深夜早朝のアクセスの強化に向けて検討を行う。

加えて、那覇空港においては、空港アクセスの利便性向上のため、2020 年度（令和２年度）から高架道路延伸工事に着手し、事業を実施した。

(11) コンセッション方式等の活用の推進

2020 年度（令和２年度）に新たに熊本空港、北海道内７空港及び横浜みなとみらい国際コンベンションセンター（MICE 施設）でコンセッション事業が開始した。

また、コンセッション事業の重点分野、目標等を定めた「PPP/PFI 推進アクションプラン」を 2020 年（令和２年）７月に改定した。

(12) 国内管制空域の抜本的再編による管制処理容量の向上

2020 年（令和２年）11 月５日、福岡航空交通管制部の管轄空域を高度 33,500 フィート（約１万メートル）で上下に分離した。2021 年（令和３年）１月 28 日及び２月 25 日、福岡航空交通管制部の低高度空域を神戸航空交通管制部へ移行した。

(13) 国内外ハブ空港におけるプロモーション

日本政府観光局の保有する既存動画を提供し、国内空港（成田・羽田）のデジタルサイネージ等で放映した。

(14) 文化プログラムをはじめとする文化芸術活動との連携

【再掲】第Ⅲ部第２章第２節１（１）g)

４ MICE・IR

（１）MICE 誘致の促進

ａ）「MICE 推進関係府省連絡会議」の開催

2020 年（令和２年）12 月末に「MICE 推進関係府省連絡会議」を開催し、新たに加わった法務省も含めて関係府省 MICE 支援アクションプランの進捗状況を確認した。また、法務省が 2021 年（令和３年）１月に開催した「国際仲裁の活性化に向けた関係府省連絡会議幹事会」に参加し、意見交換を行うことで、我が国を仲裁地・審問地とする仲裁事件の拡大に向け、法務省との連携強化を図った。

ｂ）ユニークベニューの利用促進

新型コロナウイルス感染症の影響で、予定されていた講演・セミナーは全て中止となったが、観光庁にて設置している MICE 相談窓口に寄せられた地方公共団体、民間企業からの問い合わせ等に対応し、ユニークベニューの活用促進に努めた。また、迎賓館のユニークベニューとしての利用促進に向け、日本政府観光局のウェブサイトのリニューアルに合わせて赤坂離宮の紹介ページの更新を行い、京都迎賓館を新規で掲載した。

ｃ）プレ・ポストMICE プログラムの推進

ブレジャー・ワーケーション等の「新たな旅のスタイル」の普及・促進のため、オンラインセミナーの開催、ウェブサイトでの動画配信、パンフレット作成等を通じた普及啓発、情報共有・普及に向けた検討、モデル事業の実施を通じた効果検証及び実態調査を実施した。2020 年度（令和２年度）実施中の「海外のインセンティブ旅行に関わるニーズ調査およびコンベンションビューロー等の機能高度化事業」において、２都市（広島市及び静岡県東部地域コンベンションビューロー）を支援都市として選定し、アドバイザーによるトレーニングを通じて、誘致スキルの底上げを図るとともに、地域資源を活用したコンテンツの開発等によりブレジャーの活用促進に向けた支援を行った。

ｄ）学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催促進

日本学術会議と日本政府観光局で今後の協力体制の検討を目的とした会議を行った。また、学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催も推進した。

ｅ）官民横断組織の構築等によるオールジャパン体制での支援

新型コロナウイルス感染症の状況下における MICE の開催実現に向け、「新型コロナウイルス収束後の MICE のあり方に関する調査」を実施し、国内外の事例収集及び有識者の意見の集約を行った。

また、全国の MICE 関係者と連携した新型コロナウイルス感染症の状況下における実証実験イベント開催、インセンティブ誘致に関する海外企業の開催地ニーズ調査及び国内都市に対するコンサルティング支援を実施した。

さらに、東京観光財団より、分かりやすくまとめられた「すぐ役にたつ！ミーティング・インセンティブツアー実務ガイドブック」のデータ提供を受け、「ミーティング・インセンティブ推進会議」を通じたメンバーへ情報共有等により、普及啓発を図った。

加えて、2020 年度（令和２年度）実施中の「海外のインセンティブ旅行に関わるニーズ調査およびコンベンションビューロー等の機能高度化事業」において、競合国（中国、韓国、タイ）のインセンティブ誘致支援策やインセンティブ目的での訪日ニーズ等の調査を実施した上で今後のインセンティブ誘致にあたっての戦略を検討した。公募により選定した支援都市（広島市及び静岡県東部地域コンベンションビューロー）に対して、地域資源の優位性を生かした誘致戦略立案のトレーニングを実施した。

ｆ）MICE 経済波及効果等算出の実施

2019 年度（令和元年度）に国内で開催された国際 MICE の消費額を調査する「MICE 総消費額等調査事業」を実施。目標達成度を測るとともに、報告書を観光庁ウェブサイト[74]で公開し、MICE 開催の意義について周知した。

ｇ）人材育成協議会の開催

MICE 人材育成協議会を 2021 年（令和３年）３月に開催し、関係団体の「人材育成アクションプラン」について情報共有した。

また、大学等での講義でも利用可能な MICE に関する書籍の一部を執筆した。

ｈ）コンベンションビューローの機能高度化

地方都市の MICE 誘致力の向上を目的とした「コンベンションビューロー支援事業」を実施した。岡山市及び松山市を支援対象都市として選定し、各都市の現状や問題点を分析し、最適なトレーニングプログラムを構築。計６回のトレーニングを通し、各都市の自立化を支援した。

ｉ）インセンティブ旅行の誘致拡大

インセンティブ旅行向けセールスツールは 2021 年（令和３年）２月に完成し、同年３月に海外事務所に共有を行い、セールスツールの活用及び情報発信を推進した。また、ベストプラクティスの表彰「Japan Best Incentive Travel Awards」を実施し、2020 年（令和２年）12 月に MICE ウェブサイトで受賞者を発表し、受賞案件をベストプラクティスとして PR を行った。

2021 年（令和３年）３月までに、マレーシア、タイ、台湾、ベトナム、インドネシア、フィリピン、中国及び韓国において現地旅行会社等の有力バイヤーを集めたインセンティブセミナー・商談会、ポテ

[74] https://www.mlit.go.jp/kankocho/page03_000050.html

ンシャルの高いバイヤーを対象とした招請は新型コロナウイルス感染症の影響により 2021 年度（令和３年度）に延期とした。一方で、オンラインでの商談機会として 2021 年（令和３年）２月に開催された日本政府観光局と一般社団法人日本コングレス・コンベンション・ビューロー（JCCB）が主催する IME のオンライン商談会には中国、台湾、ベトナム、香港、韓国、タイ、シンガポール、インドネシア、マレーシア及び米国の有力バイヤーが参加した。

ｊ）MICE ブランドを活用した日本の認知度向上

海外向けプロモーションとして、ニュース・MICE 専門誌等への記事掲載、SNS による英語での情報発信を行うとともに、国内の主催者への情報発信強化のため、日本語の SNS 運用を 2020 年（令和２年）７月に開始し、国内外における MICE ブランドコンセプトの理解・浸透を図った。

また、日本政府観光局 MICE ウェブサイト[75]の拡充を行い、コンテンツの更新・追加や同ウェブサイトの構成の変更に加えて、2021 年（令和３年）３月に同 MICE ウェブサイトから来訪者情報を取得する仕組みを構築した。

ｋ）MICE 関連国際団体との連携によるプロモーションの強化

2020 年（令和２年）11 月の国際会議協会（ICCA）総会にオンライン参加し、同年 12 月には「ICCA Asia Pacific Summit」に現地（横浜）で参加し、ICCA Asia Pacific Summit のパネルディスカッションにおいて、我が国の国際会議の現状について発信した。また、2020 年（令和２年）７月に IAPCO[76] とのアドバイザリーボード（国際会議誘致に関する有識者会議）を開催したほか、IAPCO の専門家による人材育成プログラムの上級セミナーを 2021 年（令和３年）３月に実施するなど、総合的に国際団体との連携を強化した。

ｌ）大学教員・研究者等の国際会議誘致活動に対する支援、潜在的な国際会議主催者に対する意義の普及・啓発

日本政府観光局が設置する海外事務所のうち、ロンドン、ニューヨーク、パリ、ソウル及びシンガポールの５事務所において国際本部との情報交換、学協会へのセールスアプローチを実施した。国内学協会向けに学会誌に日本政府観光局の誘致開催支援を紹介する広告を掲載したほか、各学会のオンライン開催への変更に対応し、各学会のウェブサイトに日本政府観光局のバナー広告を掲載した。MICE アンバサダーの集いを 2020 年（令和２年）９月に開催し、日本政府観光局の行う支援制度等を周知するとともに、MICE ウェブサイトや日本語 SNS を通じて情報発信を行い、日本政府観光局の活動の認知度向上を図った。

また、国際会議誘致・開催貢献賞を実施し、2021 年（令和３年）１月に MICE ウェブサイトで受賞会議を発表し、受賞案件をベストプラクティスとして PR した。

ｍ）MICE 関連人材の育成、コンベンションビューローに対するコンサルティングの実施

初級・中級・上級の体系的な人材育成のため、2020 年（令和２年）８月に初級セミナーをオンライン形式で実施した。2021 年（令和３年）３月に中級・上級セミナーもオンライン形式で実施した。中級は国際会議、インセンティブについて広範な内容の研修を行い、上級については国際会議のリスク管理、海外 PCO[77]動向等の内容で効果的な誘致開催方法の研修を行った。

ｎ）データを活用した MICE 誘致力の強化

2021 年（令和３年）３月に CRM システム[78]の改修・再構築が完了した。日本政府観光局 MICE ウェブサイトの来訪者の情報、オンライン上での行動履歴等のデータ、見本市、インセンティブセミナー等のオフラインによる活動による接触履歴を集約することで、効果的なマーケティング及び MICE 誘致・プロモーション活動の高度化を図る仕組みを整備した。

---

[75] https://mice.jnto.go.jp/

[76] International Association of Professional Congress Organisers の略。2019 年（令和元年）８月現在、39 箇国 134 の会議運営会社（PCO）が加盟している、コンベンション関係企業・団体の世界的組織のこと。

[77] Professional Congress Organizer の略。コンベンションの企画・運営専門企業のこと。

[78] Customer Relationship Management の略。顧客管理システムであり、顧客との長期的な良好な関係を構築し継続していくための手法のこと。

ｏ）MICE 施設のコンセッション方式活用推進の加速化

MICE 施設の運営方式を検討中の３地方公共団体へ複数回専門家を派遣し、混合型コンセッション等を含むコンセッション方式の導入に向け、課題等の調査を実施した。さらに、地方公共団体 MICE 担当者向けの官民連携セミナーを計３回実施し、同方式の意義とともに、同方式を含む官民連携手法の事例を周知した。（2020 年（令和２年）10 月東京、同年 12 月大阪及び 2021 年（令和３年）１月福岡）

ｐ）スポーツ MICE の招致・開催支援に向けた検討

2020 年度（令和２年度）に実施している国際競技大会等の招致・開催のあり方についての調査研究を行い、国際競技大会や国際会議等のスポーツ MICE を招致・開催する際に必要な準備等をまとめた事例集等を作成した。

ｑ）農産品輸出促進に向けた MICE 活用強化

日本国内で開催される農林水産物・食品の商談会や見本市に海外のバイヤーが参加できる条件が整うことを前提として、多くのバイヤー・ブローカー等に参加してもらえるように関係省庁と連携の上、PR 活動等の方策について検討・実施した。あわせて、デジタルツールを活用した商談会、バーチャル見本市等を開催し、ビジネスマッチングを促進させるとともに、日本の食材の魅力を世界に発信した。

ｒ）国際仲裁の活性化

法務省の委託調査事業を通じて、日本らしい風景の写真を盛り込んだ国際仲裁について説明する小冊子（日本語・英語）を作成・配布した。また、2020 年（令和２年）３月に東京都心に最先端の ICT 設備を備えた仲裁専用施設（日本国際紛争解決センター・東京）を開業し、各種セミナー等を通じて国内外に日本における国際仲裁の魅力をアピールした。このほか、同施設のオープニングイベントをオンラインで開催し、国内外の関係者に日本において安心・安全に国際仲裁を実施できることをアピールするとともに、在京大使館大使等を対象とした同施設の内覧会を実施し、本国における周知啓発を依頼するなどした。

（２）IR に係る法制上の措置の検討

2020 年（令和２年）12 月、「特定複合観光施設区域整備法（平成 30 年法律第 80 号）」に基づき、区域整備計画を認定する際の審査基準等を盛り込んだ基本方針を策定した。

また、区域整備計画の認定申請期間について、新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、誘致を検討している各地方公共団体における準備状況を確認したうえで、2021 年（令和３年）１月から７月までであった申請期間の案を変更し、2021 年（令和３年）10 月から 2022 年（令和４年）４月までとする政令を決定した。

第５節　更なる観光振興を図るための主要施策

１　休暇改革

（１）年次有給休暇の取得推進

「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律（平成 30 年法律第 71 号）」の施行により、2019 年（平成 31 年）４月から、労働者が年間で少なくとも５日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者への義務付けが行われた。この点について都道府県労働局、労働基準監督署及び働き方改革推進支援センターで開催する説明会やインターネット広告等を活用した周知広報等を通じて引き続き周知と履行確保を図った。

また、毎年 10 月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成、駅貼り広告（946 箇所）、インターネット広告等により、年次有給休暇取得の集中的な広報を行った。

さらに、青森県弘前市及び新潟県新潟市２地域において、関係労使、地方公共団体等が協議会を設置し、地域の特性を生かした計画的な年次有給休暇取得を企業、住民等に働きかけ、地域の休暇取得促進の機運の醸成を図った。

（２）休暇取得の分散化等による観光需要の平準化

新型コロナウイルス感染症の影響により学校が全国的に臨時休校となり、また学校再開後も、各学校

において学びの保障に取り組んだところであり、旅行商品の造成支援や普及啓発活動の実施、キッズウィーク取組事例をポータルサイトに掲載し横展開を図ることは困難であった。一方で、テレワークの普及により高まった多様な働き方に対するニーズを生かし、休暇の分散化に資するワーケーション等の促進事業を実施した。

また、全国９箇所の「キッズウィーク」に先行的に取り組む地域において、「地域における休み方協議会（仮称）」の設立過程、協議会における議論、地域特性や地域における意思決定プロセスを調査するとともに、休みとなる子どもの受け皿になるイベント等の試行事業をサポートし、その調査結果及び試行結果をまとめた事例集をウェブサイトに掲載するとともに、それを産業界等へ周知し、水平展開の促進に繋げた。

さらに、「令和２年度における人事管理運営方針」（2020 年（令和２年）３月内閣総理大臣決定）において、職員がキッズウィーク等に合わせた年次休暇を取得しやすい環境整備に努めるよう記載し、2020 年度（令和２年度）も当該方針に基づき、各府省において年次休暇等の取得を促進した。

（３）働き方・休み方改革の推進

国民の休暇取得の促進・分散化にも資するワーケーション・ブレジャー等の「新たな旅のスタイル」の普及・促進のため、オンラインセミナーの開催、ウェブサイトでの動画配信、パンフレット作成等を通じた普及啓発、情報共有・普及に向けた検討、モデル事業の実施を通じた効果検証及び実態調査を実施した。

また、2020 年（令和２年）12 月に政府広報室の「全国政府重要政策広報展開事業」においてワーケーションをテーマとしたオンラインセミナーを開催するとともに、政府広報ウェブサイトでの動画配信を通じて普及啓発を行った。

（４）「海の日」等の国民の祝日を活用した観光需要拡大

ワーケーション、ブレジャー等の「新たな旅のスタイル」の普及に向けて、「『休み方改革』推進チーム」での議論を踏まえ、関係府省庁、経済団体、旅行団体、地方公共団体、有識者等による「『新たな旅のスタイル』に関する検討委員会」を 2020 年（令和２年）10 月、2021 年（令和３年）２月及び３月の３回開催し、情報共有と普及に向けた検討を行った。

２　持続可能な観光地域づくり

（１）持続可能な観光地域づくりに向けた対策の強化

2020 年（令和２年）６月に開発した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」について、国際機関（Global Sustainable Tourism Council）[79]からの公認を取得した。また、全国５つのモデル地区（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、京都府京都市及び沖縄県）を選定し、専門家の派遣等を通じて観光地におけるごみ問題等の個別課題への対応を進めつつ、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に則したバランスの取れた観光地マネジメントの実践を支援し、５地区とも国際機関（GREEN DESTINATIONS）[80]から表彰されるに至った。

（２）観光需要回復に向けた攻めの訪日外国人旅行者受入環境整備

2020 年度（令和２年度）において、観光需要の回復に向けて反転攻勢のための基盤を整備するため、観光施設におけるサーモグラフィー導入等の感染症対策を推進するとともに、インバウンドの誘客・長期滞在・消費拡大を図るため、地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO）・宿泊業等に対して、語学力だけでなくコミュニケーション・ホスピタリティ等の専門家である通訳案内士を、講師として派遣して行う研修業務（2020 年（令和２年）12 月末時点で 10 件実施）のほか、研修で使用するテキストのコンテンツ等作成業務を実施し（11 件実施）、観光地や公共交通機関における感染症対策の推進や訪日外国人旅行者の受入環境整備の取組の支援を行った（観光施設 12 件交付決定、公共交通機関 219 件交付決定）。

[79] 持続可能な観光の推進と持続可能な観光の国際基準を作ることを目的に、2007 年（平成 19 年）に発足した国際非営利団体名
[80] https://greendestinations.org/

（３）ICT・AI を活用したエリア観光渋滞対策

警察及び観光部局と連携したエリア観光渋滞対策の実施のための現地での実験に着手する地域として選定した鎌倉市において、2020 年（令和２年）１月に開催された第３回特別委員会を経て国への技術的な支援が要請され、技術検討会の実施を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により未実施となったため、2021 年度（令和３年度）以降への実施に向け検討を行った。

また、国、東京都、特別区等と連携してアクセシブルルートを含む競技会場や観光施設と周辺の駅を結ぶ道路（重点整備区間）について、バリアフリー化を推進した。

（４）観光地周辺における渋滞対策

カシマスタジアムやひたちなか海浜公園において、ETC2.0 のデータを活用してピンポイント渋滞の発生要因や、駐車場予約専用化の改善点等について検討を実施した。

３　若者をはじめとした海外旅行促進

（１）若者のアウトバウンド活性化

各国・地域における感染症対策や、これまでに海外教育旅行を実施した学校へのアンケート調査や事例収集を行うなど、海外教育旅行促進のために必要な情報の収集及び分析を行った。

また、関係業界と連携し、将来のグローバル人材の育成を目指すことを目的に、「2020 年海外教育旅行オンラインセミナー」を 2020 年（令和２年）11 月に計５回開催した。

（２）観光分野における多国間枠組みへの貢献

【再掲】第Ⅲ部第２章第３節１（11）j）

（３）２国間関係の強化による双方向交流の拡大

【再掲】第Ⅲ部第２章第３節１（11）k）

（４）旅行安全情報等に関する情報プラットフォームの構築

旅行安全情報共有プラットフォームについては、外務省と連携した「たびレジ」情報の配信、現地でテロや災害等が発生した場合の迅速な旅行者の安否確認、新型コロナウイルス感染症の拡大により大きな影響を受けたアウトバウンドの段階的な回復及び医療機関の感染症対応情報等について、関係業界とも連携し、情報の整理・検討等を行った。

（５）観光に関する教育の充実に向けた取組

「初等中等教育における観光教育の推進に関する協議会」を 2020 年（令和２年）10 月、2021 年（令和３年）２月に実施し、産学官で観光教育の意義を再確認するとともに、今後の普及施策について検討した。

また、分科会を同時に開催し、小中学校、高校（普通科）及び高校（専門学科）に分かれ、具体的な取組や現場の課題について議論を行った。

さらに、2022 年度（令和４年度）から年次進行で実施する新高等学校学習指導要領の必履修科目「地理総合」について、高等学校の担当指導主事連絡協議会等の場を通じて、周知を図った。

（６）若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

新型コロナウイルス感染症防止の観点からオンラインを導入し、計７回「若旅★授業」を実施した。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年度（令和２年度）の「道の駅」を活用した大学連携企画については見送りとし、2021 年度（令和３年度）の開催に向け、関係者と調整を行った。

４　国際観光旅客税の活用

国際観光旅客税の税収（以下、「観光財源」という。）については、「外国人観光旅客の旅行の容易化等の促進による国際観光の振興に関する法律の一部を改正する法律（平成 30 年法律第 15 号）」並びに「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について（平成 29 年 12 月 22 日観光立国推進閣僚会議決定、平成 30 年 12 月 21 日一部変更、令和元年 12 月 20 日一部変更、令和２年 12 月 21 日廃止）」（以下「旧基本方針等」という。）及び「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について（令和２年 12 月 21 日観光戦略実行推進会議決定）」（以下「新基本方針等」という。）において、使途を三つの分野に限るとともに、受

益と負担の関係の明確化などの基本的な考え方に沿った施策に財源を充当すると定めている。

2020 年度（令和２年度）の観光財源については、旧基本方針等に基づき、出入国手続の高度化、世界水準の受入環境整備、地域資源を活用した新たな観光コンテンツの拡充等に充当した。2021 年度（令和３年度）の観光財源については、観光戦略実行推進会議等における民間有識者の意見を踏まえつつ、新基本方針等に基づき、観光先進国の実現に向けた新規性・緊急性の高い施策・事業に充てることとし、予算額 300 億円を計上した。

５　東北の観光復興

（１）東北６県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組

東北の観光復興の加速化に向けて、地域からの発案に基づき実施される訪日外国人旅行者を呼び込む取組を支援した。具体的には、山伏修行等の「精神文化」をテーマとしたコンテンツ造成と二次交通案内機能の強化等を支援した。

（２）復興観光拠点都市圏への重点的な支援

「仙台・松島復興観光拠点都市圏推進計画」に基づき地域が行う、東京からの誘客を目的とした商品の造成、東北トラベルコンシェルジュ人材育成事業、宮城酒蔵ツーリズム振興基盤強化等に対して支援した。

（３）全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンの実施

東北の知名度向上のためのプロモーションを 2020 年（令和２年）７月から実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施をとりやめた。

（４）「東北６県見るもの・食べもの・買いもの 100 選」の発信

観光庁や日本政府観光局のウェブサイトにおいて国内外に発信するとともに、東北の観光情報を発信するようなイベント等において、関係機関と連携して強力に発信した。

（５）東北観光復興対策交付金による重点的な支援

東北地方での長期滞在促進に向けて各県が連携して実施する樹氷等の雪を生かしたコンテンツや、食文化・伝統工芸体験等の滞在プログラム造成等、東北地方ならではの地域の観光資源の磨き上げに係る取組やコンテンツを活用した旅行商品の造成の取組等について、「東北観光復興対策交付金」により支援した。

（６）「ホストタウン」の推進

【再掲】第Ⅲ部第２章第３節１（24）

（７）防災学習も含めた教育旅行の再興

新型コロナウイルス感染症の影響により、首都圏の学校及び PTA に対するモニターツアーは未実施となったが、オンラインによる誘致キャラバンの実施やホープツーリズムのプログラム支援を行うなど、旅行会社等への教育旅行の誘致の働きかけを行う取組を支援した。

また、福島県の国内観光については、福島県の行う県内酒蔵や温泉を巡るルート推進の取組等を支援した。

さらに、新型コロナウイルス感染症の影響により、海外の教育旅行関係者の招へい等による震災復興等のスタディツアーは未実施となったが、2020 年度（令和２年度）11 月から２月までオンラインによる商談会（36 回実施）を通じて情報発信を行った。

加えて、教育旅行商品を PR するためパンフレットの作成し、青森県等地方公共団体による教育旅行生向けグリーンツーリズムに係る体験メニューの開発を支援した。

（８）東北の空港への国際定期便等の新規就航・増便にあわせたプロモーションの実施

香港については 2020 年（令和２年）11 月～2021 年（令和３年）１月に、米国については同年１月～３月に旅行会社等との共同広告を実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施をとりやめた。

（９）「グリーン復興プロジェクト」の推進

みちのく潮風トレイル路線設定は完了し、必要な施設の整備についてもほとんどが完了している。名取トレイルセンター等を活用した情報発信及び普及啓発を実施したほか、必要な施設の維持管理を行った。

(10)「新しい東北」交流拡大モデル

民間企業の提案の中から、東北の外国人の交流人口の拡大につながる７つの提案をモデル事業として選定し、官民連携でインバウンド向けの商品造成・販売のノウハウの地域への更なる定着・展開と、東北内の事業者が自走する体制作りを見据えたビジネスモデルの立上げに取り組んだ。

６　「観光立国ショーケース」の形成の推進

旅行消費額増加に向けて、「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業等」において、観光立国ショーケース３都市（釧路市、金沢市及び長崎市）を支援した。2021 年（令和３年）１月８日に地方公共団体向けのシンポジウムを開催し、３都市の取組を横展開する予定であったが、緊急事態宣言により延期した。

また、観光庁ウェブサイト[81]において取組内容や事例等の情報発信を行った。

７　観光統計

（１）地域単位の統計の充実

宿泊旅行統計調査について、都道府県単位より詳細な地域単位での延べ宿泊者数等の表章に向け、その推計手法の検討を開始し、2021 年（令和３年）３月に方向性をとりまとめた。

（２）訪日外国人旅行者の移動に関するデータ（FF-Data）の整備

【再掲】第Ⅲ部第２章第１節２（２）e）

[81] https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/kankouchiiki.html

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

観光関連産業には全国で約 900 万人の方が従事し、地方経済を支える重要な役割を果たしている。新型コロナウイルス感染症の拡大以降、国内外の観光需要は大幅に減少し、観光産業は深刻な影響を受けており、雇用の維持と事業の継続が極めて重要となっているため、まずは、金融支援や雇用調整助成金等の支援策を実施していく。この際、地方運輸局等により、事業者へプッシュ型で支援策を届けていく。

Go To トラベル事業は、今後の感染状況等を踏まえて、取扱いを判断することとし、まずは宿泊施設・観光地等での感染拡大防止策を徹底した上で、地域観光事業支援を実施する。また、ワーケーション等の普及により旅行需要の平準化を図り、混雑や密を低減させる。

観光需要の回復に備えて、観光産業の体質強化が急務であり、短期集中で、宿泊施設・観光地を再生し、地域全体で魅力と収益力の向上に取り組む。

新型コロナウイルス感染症の拡大以降も、我が国の「自然」「気候」「文化」「食」といった魅力は何ら失われていない。これらの観光資源をフル活用し、国内観光客による地域の魅力の再発見や単価向上・長期滞在を実現する。さらに、観光地等の受入環境整備を着実に実施し、国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活に向けた取組を推進する。観光は成長戦略の柱、地方創生の切り札であり、2030 年 6,000 万人等の目標達成に取り組み、官民一丸となって観光立国を実現する。

１　感染拡大防止の徹底、国内需要の回復、観光産業の再生

・宿泊施設、旅行業者、貸切バス等の観光・交通事業者に業種別ガイドラインの徹底を要請しつつ、感染拡大防止策の導入を支援するとともに、旅行者への「新しい旅のエチケット」の周知徹底等により、安全で安心な旅のスタイルの定着を図る。

・Go To トラベル事業は、今後の感染状況等を踏まえて、取扱いを判断することとし、まずは地域観光事業支援を実施する。

・宿泊施設・観光地の再生のため、宿泊施設、飲食店、土産物店等の地域の観光施設全体が上質な滞在環境等を実現できるよう、施設の高付加価値化や街中に残る廃屋の撤去に係る国による補助を中心に、日本公庫等の融資も活用し、全国 100 程度の地域で支援する。

・宿泊施設・旅行業の飲食・交通等との連携等の新たなビジネス展開による収益多角化、DX の推進、泊食分離、事業統合、所有と経営の分離等による生産性向上や、インバウンド対応等を、専門家の派遣等を通じて支援する。この際、中核・実務人材の育成に取り組むとともに、副業・兼業人材の活用を進め、都心部の IT 人材等の異業種人材と観光産業のマッチングを行う。

・旅行需要の平準化のため、経済団体とも連携し、積極的な休暇取得を促進する。ワーケーション、ブレジャー及びサテライトオフィスの活用を促進すべく、企業と地域の双方の環境整備を行うモデル事業を実施する。特に子ども連れに対応した環境を整備するため、地方公共団体と観光事業者の連携を支援する。さらに、時と場所が分散される「分散型旅行」を促進するキャンペーンを官民連携で実施し、旅行需要を平準化する。

・近隣観光（いわゆるマイクロツーリズム）を促進するため、地域の観光資源を磨き上げ、地域の魅力の再発見につながるような取組を支援する。また、官民一体となって安心・安全な修学旅行等のための環境づくりを支援するとともに、学びの意義があるコンテンツ創出を支援すること等により、修学旅行等の着実な実施を実現する。

２　魅力ある観光地域とコンテンツ造成

・地域内の縦割りを打破し、地域に根ざした様々な観光関連事業者等が連携し、地域に眠る観光資源を発掘し、磨き上げる取組を支援する。

・アドベンチャーツーリズム推進のため、ガイド等の人材育成・確保と併せて発掘・磨き上げを行った観光コンテンツを、海外に売り込む。

・我が国ならではのスノーリゾートを形成するため、スキー場のインフラ整備等とベースタウンの磨き上げ、アフターコンテンツの充実等、地域全体を磨き上げる。

・国立公園満喫プロジェクトの取組を全国の国立公園へ展開し、「自然公園法の一部を改正する法律（令和３年法律第 29 号）」（改正自然公園法）等による自然体験活動の促進、廃屋撤去等の景観改善、民間

活力の導入等を進め、滞在環境を上質化する。

・全国約 400 箇所の文化観光拠点・地域の整備に向け、「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)」（文化観光推進法）に基づく取組や日本遺産全体の底上げ等の支援を実施するとともに、文化施設・文化資源の高付加価値化を促進する。三の丸尚蔵館に収蔵されている皇室ゆかりの美術品等の積極的な貸出しや地方の博物館等での展覧会開催等による地方展開を実施し収蔵品の公開拡充を進めるほか、「日本博」の全国展開及び国内外への発信、博物館等の観光活用を促進する。

・古民家・社寺・城等の歴史的資源の宿泊施設等へのコンバージョン等を促進するため、保有する地方公共団体等へ専門家を派遣し、宿泊施設への改修等を支援しつつ、地域の担い手の発掘・支援、地域へのノウハウの提供を行い、周辺の古民家・社寺等の面的な活用も進める。また、農泊を起点にした農山漁村体験等を満喫できるコンテンツや、アウトドア、武道、アーバン等のスポーツを活かしたコンテンツも造成する。

・地方公共団体等が保有する観光施設等について、民間活力導入等による収益力や魅力向上等を図る場合の施設改修や、これらを活用した観光コンテンツの造成を支援する。

・地域ならではの食材活用や料理のより魅力的な提供、ベジタリアン・ヴィーガン対応、土産物の磨き上げ等を進めるとともに、食・食文化、日本産酒類を活用したインバウンド向けのコンテンツ造成や情報発信に取り組む。

・先端技術による観光資源の磨き上げや観光コンテンツの造成、観光客の行動に関するデータ等を活用した観光地経営の高度化等、観光サービスの DX に資する取組を推進する。

・観光地や国立公園、文化財、文化施設、公共交通機関・空港等における多言語対応、無料 Wi-Fi の整備、キャッシュレス化、バリアフリー化、CIQ の体制整備、空港地上支援業務・保安の体制強化等、快適に旅行できる受入環境を整備する。

・観光地域づくり法人（DMO）等による観光客のデータ収集・分析を支援し、地域のマーケティング能力、リピーター獲得能力を向上させる。また、観光コンテンツを旅行商品として流通させるため、オンラインでの旅行商品の流通環境整備の取組を支援する。

・上質なサービスを求める観光客を取り込むべく、人材育成、コンテンツ造成、ビジネスジェットの利用改善、訪日プロモーション等に取り組むとともに、上質な宿泊施設の開発促進のため、デベロッパーやホテル運営会社等と地方公共団体のマッチング等を行う。

・航空・空港の支援施策パッケージ等により、2030 年の訪日外国人旅行者数 6,000 万人の目標達成に不可欠な航空会社・空港会社等の設備投資等を支援するとともに、航空イノベーションの推進や空港等の機能強化を図る。

・感染拡大防止策を徹底しつつ、クルーズ船の安全運航支援や寄港地観光の充実等、クルーズを安心して楽しめる環境整備を推進する。

３　インバウンド等の段階的復活

・日本政府観光局等を通じて我が国の安心・安全への取組に関する情報を発信するとともに、国内外の感染状況等を見極めながら、小規模分散型パッケージツアーを試行的に実施することで、訪日観光客と受入地域の双方にとって安心・安全な旅行環境の整備を目指す。

・日本政府観光局のデジタルマーケティングの活用等により、当面はリピーター等の訪日意欲の高い層の確実な取り込みや、我が国の多様な魅力の発信や地域との連携等を通じた地方への誘客を強化する。

・アウトバウンドの段階的復活に向けては、学校が安全に海外修学旅行を実施できるようガイドラインを作成するなど、官民が連携して安心・安全なアウトバウンドのための環境整備に必要な取組を検討する。

第２章　観光立国の実現に向けた観光施策

第１節　外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

１　観光地

（１）　キャッシュレス環境の飛躍的改善

ａ）海外発行カード対応 ATM 設置の取組

引き続き、インバウンド観光客のニーズに合致する整備水準が維持されるよう、銀行に対し海外発行カード対応 ATM 設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を促していく。

また、地方銀行にも、引き続き海外発行カード対応 ATM 設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的取組を促していく。

さらに、海外発行カード対応 ATM 設置の進捗に合わせて最新の設置場所等の情報を、日本政府観光局ウェブサイト・アプリ等で引き続き提供し、掲載する ATM データの充実を進める。

ｂ）キャッシュレスによる店舗等運営変革促進事業

キャッシュレス決済の更なる普及促進に向けて、キャッシュレス決済のメリットを定量的に評価すること等を目的として、プロジェクト単位で調査実証等を行う。検証結果については、各プレイヤーと連携して周知広報を行い、各事業者・店舗に最適なキャッシュレス決済の導入事例の創出、横展開を図る。さらに、得られたデータ等については、キャッシュレス決済手数料の更なる適性化に向けた環境整備に活用する。

ｃ）安全・安心なクレジットカード利用環境の整備

安全・安心なクレジットカードの利用環境の整備を目的に、2021 年（令和３年）４月に施行された「割賦販売法の一部を改正する法律（令和２年法律第 64 号）」に基づき適切な執行を行う。改正法では、クレジットカード番号等の適切管理義務者の範囲の拡大等を措置しており、新たに割賦販売法の規制の対象となる事業者に対しても適切に執行を行う。

セキュリティ対策については、「クレジット取引セキュリティ対策協議会」において同年３月に改訂された「クレジットカード・セキュリティガイドライン」に基づき、関係事業者のセキュリティ対策の取組を推進する。

（２）　通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

ａ）通信環境の飛躍的向上

①Wi-Fi 環境の整備による災害時の情報伝達手段の確保

地域住民や訪日外国人等の旅行者を含め、災害時の必要な情報伝達手段を確保する観点から、耐災害性の高い Wi-Fi 環境について、2021 年度（令和３年度）までに約３万箇所（2020 年（令和２年）10 月１日時点：約 2.75 万箇所）の防災拠点等における整備を加速化させていく。

②共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いた無料 Wi-Fi スポットの情報発信

引き続き、訪日外国人旅行者に対し、分かりやすい共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いたウェブサイトやステッカー等の掲出を通して、観光案内所、公共交通機関、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地のまちなか、インバウンド対応拠点化を進める「道の駅」等に整備された無料 Wi-Fi スポットの情報発信を強化する。

③プリペイド SIM の販売促進等による通信環境全体の改善

日本政府観光局のウェブサイトを活用して、引き続き訪日外国人旅行者に対する最新の販売拠点の周知強化を図る。

また、訪日外国人旅行者の観光地散策中における情報の円滑な収集・発信ニーズが高まっていることを踏まえ、引き続き、観光案内所、宿泊施設、鉄道駅やバスターミナル、車両、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地のまちなか、インバウンド対応拠点化を進める「道の駅」等における無料エリア

Wi-Fi 環境の整備を進めるとともに、モバイル Wi-Fi ルーターの利用を促進する。さらに、2020 年度（令和２年度）までに、複数国からの国際便が乗り入れる空港 21 箇所及び訪日外国人が訪問する拠点の店舗 1,894 箇所にプリペイド SIM 販売拠点が設置されたことが確認された。今後は「スイッチング円滑化タスクフォース」報告書を踏まえ、本年夏頃までに eSIM サービスの促進に関するガイドラインの策定等を行い、国内通信事業者のスマートフォンへの eSIM 導入に係る取組を促進することを通じ、通信環境の改善を図る。

ｂ）多言語翻訳技術の高度化等の推進

2020 年度（令和２年度）より、2025 年（令和７年）に向け、2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）も見据え、ビジネスや国際会議における議論の場面にも対応した AI による多言語同時通訳の実現及び重点対応言語の拡大等のための研究開発を開始しており、引き続き同研究開発に取り組む。また、観光案内所、宿泊施設、公共交通機関等に加えて、観光地の「まちあるき」の満足度向上を図るべく地域の飲食店、小売店等における多言語音声翻訳システムの活用を含めたまちなかにおける受入環境の面的整備を進める。

ｃ）観光地の「まちあるき」満足度の飛躍的向上

訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等において、多言語表示の充実・改善や無料エリア Wi-Fi の整備、域内の小売・飲食店等も含めたキャッシュレス決済、ワーケーション環境の整備、スマートごみ箱の整備、混雑対策の推進等のまちなかにおける面的な取組や、これらと一体的に行う観光地のゲートウェイとしての外国人観光案内所等の整備を集中的に支援し、「まちあるき」の満足度向上を目指す。また、観光地における災害等非常時の情報発信能力の強化を図る。さらに、訪日外国人旅行者の旅行環境を刷新するため、インバウンドに係る先進的かつ即応性の高い ICT サービス等を提供するベンチャー企業等について、引き続き、ウェブサイトを通じて観光関係者に対し広く発信する。

ｄ）観光案内拠点の充実

訪日外国人を含む旅行者が全国津々浦々を快適に旅行できるよう、日本政府観光局認定外国人観光案内所の案内機能の質の向上を目指す。また、観光案内所の情報発信機能の強化による訪日外国人旅行者の利便性の向上のため、AI チャットボットや多言語音声ガイド等の先進機能の整備やオンラインコンテンツ作成を支援する。あわせて、平成 30 年北海道胆振東部地震等における経験を踏まえ、観光案内所における非常用電源等の導入を促進する。さらに、観光拠点の魅力を発信し地域との交流を図る観光拠点情報・交流施設についてもオンラインコンテンツ作成を支援メニューに加え、整備の支援を強化する。

加えて、「道の駅」第３ステージとして、キャッシュレスの導入推進や外国人観光案内所の日本政府観光局認定取得等のインバウンド対応を強化するとともに、「道の駅」の世界ブランドに向け、海外へのプロモーションを推進する。

ｅ）公衆トイレの洋式便器の整備及び機能向上

訪日外国人旅行者の快適な旅行環境整備のため、訪日外国人旅行者が利用しやすいよう、観光地周辺に地方公共団体や交通事業者等が設置する公衆トイレの洋式便器の整備及び清潔等機能の向上を促進する。

ｆ）ムスリム対応等の更なる強化

引き続き、ムスリム旅行者が安心して地方部も含めて滞在・周遊するため、食や礼拝等における受入環境の整備・改善を説明会等を通じて促進するとともに、飲食店等における、店内表示及びメニューの多言語化やオンライン化、ウェブサイト作成等について支援する。また、東南アジア市場における現地メディアや旅行会社等の招請事業やオンラインでの情報発信、中東市場における現地旅行博・イベントへの出展等を通じて、訪日プロモーションを強化する。

ｇ）訪日ベジタリアン・ヴィーガンの受入環境整備

2019 年度（令和元年度）に策定した「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」及び、2020 年度（令和２年度）に作成した外国人のベジタリアン・ヴィーガン旅行者向けのポータルウェブサイトの飲食・宿泊事業者や地方公共団体等への周知を継続して実施し、ベジタリアン・ヴィーガンの旅行者が安心して食事ができる環境の整備を促進する。

ｈ）シェアサイクルの導入

観光地内の周遊性等を高めることによりストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備を図るため、訪日外国人旅行者等に対して手軽な移動手段を面的に提供するシェアサイクルの導入を促進する。

ｉ）「道の駅」の通信環境等の整備

周遊観光の交通拠点としての役割を発揮するため、「道の駅」の電気自動車（EV）の充電施設及び Wi-Fi の整備を促進するとともに、災害時には訪日外国人を含む利用者や地域住民に被災状況や支援活動の情報提供を行う。

ｊ）受入環境向上に向けた調査の実施

受入環境に関する訪日外国人旅行者の不満・要望等について、インバウンドの回復状況に留意しつつ、新型コロナウイルス感染症による旅行者の嗜好の変化を踏まえ調査項目や手法の改善を図った上でアンケート調査を実施し、現状及び課題を明らかにするとともに具体的な解決策の検討を行う。

ｋ）データ連携促進型スマートシティの推進

分野横断的な連携を可能とする相互運用性・拡張性、セキュリティが確保された都市 OS（データ連携基盤）を活用した多様なサービスが提供されるスマートシティの実現を関係府省と一体となって推進する。また、データ連携促進型スマートシティの推進を通じて、観光客の動態情報や購買情報等データの収集・分析及びその利用により、訪日外国人旅行者の消費額の拡大や誘客、新規観光資源の発見等に貢献するため、新規事例の構築に加え、様々な機会を通じて先進事例の情報発信を行い、先進事例の水平展開を推進する。

（３）「道の駅」を核とした地域振興

ａ）重点「道の駅」における支援

重点「道の駅」において、次世代観光拠点の形成の取組等を関係機関が連携して重点的に支援するため、複数の関係機関の制度の活用等について、協議会等を通じ、ワンストップで相談対応等を行う。

ｂ）農林漁業者と観光事業者等との連携による６次産業化の推進

「地方創生・観光を加速する拠点」となるため、「道の駅」において、周辺の農林漁業者等と連携しながら地域の特産品を活用した商品の開発・販売等、６次産業化を促進するとともに、あらゆる世代が利用できる地域センターとしての機能を強化する。

ｃ）「道の駅」と観光関係団体の連携

「道の駅」が旅行業者となり着地型旅行商品の販売を自ら行うとともに、民間企業や観光地域づくり法人（DMO）、風景街道等と連携した取組を進めることにより、第３ステージ「地方創生・地域の観光を加速する拠点」としての機能強化を図る。

ｄ）地域における「道の駅」のインバウンド受入拠点機能の強化

訪日外国人旅行者の FIT（個人旅行）化が進み、レンタカーの利用率も増加傾向にある中、「道の駅」における地域の観光拠点機能の充実及び消費拡大を図るべく、引き続き、訪日外国人利用者の利用が多い又は今後の増加が見込まれる「道の駅」を中心に、多言語対応やキャッシュレス決済環境、外国人観光案内所の整備等のインバウンド対応に係る取組を支援する。また、補助対象事業者自らによる事業の実施状況の確認を行い、当該自己評価の結果を完了実績報告の提出と同時に地方運輸局等に報告し、地方運輸局等は自己評価等を基に二次評価を行うことで、後続事業又は地域の取組等に反映させる。

（４）日本の良好な治安等を体感できる環境整備

ａ）防犯・防災等に資する情報のインバウンド対応の強化

警察では、訪日外国人旅行者等とのコミュニケーションの一層の円滑化を図るため、多言語翻訳機能を有する装備資機材等を積極的に活用するとともに、当該資機材の操作の習熟を図るための教養や、訪日外国人等が遭遇するトラブルを想定した対応訓練等を通じて、当該機能の浸透を図る。また、外国語による対応が可能な警察職員の配置、語学研修や国内の外国人社会への対応に関する教養の実施に努める。また、遺失届・拾得物の受理時等の各種手続に係る外国語による対応の促進、防災・防犯等に資す

る情報の外国語による提供に努め、訪日外国人旅行者等が容易に各種情報等を入手できる環境整備を強化する。さらに、訪日外国人旅行者等が容易に我が国警察に係る制度、活動等に関する最新の情報を入手できるようにするため、防犯・交通安全に関する情報や警察が所管する各種規制に関する情報等について、外国語による掲載情報の拡充を図るなど、ウェブサイトに掲載するコンテンツの見直しを継続的に行い、情報発信を強化する。加えて、全都道府県において、日本語を解さない外国人からの 110 番通報の際に警察本部の通信指令室と通訳人を交えて三者で通話を行う三者通話システムの運用が行われているところ、緊急時に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるよう、ロールプレイング形式の訓練等を継続的に行い、三者通話に対応可能な通訳人の拡充に努める。

また、近年、激甚化・頻発化する自然災害等を踏まえ、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」）開催前や開催中に首都直下地震や水害等の大規模災害が発生することも想定し、大会の開催を支えるためにも、平時より海外や国内に対し、適切な情報発信を行うことが重要であることから、国土交通省及び関係機関の防災情報提供ツールを一元化し、多言語化やスマートフォン対応により、容易に防災情報等を入手できる「防災ポータル／Disaster Prevention Portal」について、2021 年度（令和３年度）も引き続き新たな防災情報を追加するなどコンテンツの充実を図る。

さらに、国土交通省ウェブサイトにおいて、英語により雨の状況や川の水位、カメラ映像等をリアルタイムで提供している「川の防災情報 英語版」について、外国人観光客が避難に必要な情報をいち早く入手し、主体的な避難につながるよう引き続き運用する。

加えて、電話通訳センターを介して通信指令員や救急隊員等と外国人との会話を交互に通訳するための三者間同時通訳について、早期に全国の消防本部に導入されるよう促進を図る。

※2021 年（令和３年）１月１日時点において、全国 726 消防本部中 635 本部導入（87.5%）

ｂ）救急活動時における多言語音声翻訳アプリの活用の促進

救急現場で救急隊員が外国人傷病者に対して円滑なコミュニケーションを取れるよう、救急隊向けに開発した「救急ボイストラ」等の多言語音声翻訳アプリの普及促進を行う。具体的な取組としては、全国の消防本部での導入状況調査や活用実績調査を実施するとともに、未導入消防本部におけるアプリ導入に係る課題を抽出し個別対応を図り、早期に全国の消防本部に導入されるよう促進を図る。

※2021 年（令和３年）１月１日時点において、全国 726 消防本部中 631 本部導入（86.9%）

ｃ）熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供

「訪日外国人のための救急車利用ガイド（多言語版）[1]」について、都道府県及び消防本部に対し積極的に広報いただくよう依頼するとともに、引き続き、関係省庁と連携し効果的な広報を実施する。

ｄ）防災・気象情報の多言語化

14 箇国語で作成した防災・気象情報に関する多言語辞書について、民間事業者のウェブサイトやアプリ等における活用を促す。14 箇国語に拡充した「Safety tips」や気象庁ウェブサイトを含めた多言語で防災・気象情報を発信できるウェブサイトやアプリ等について、出入国在留管理庁ウェブサイトや多言語及びやさしい日本語に対応したポスター等を活用し、また、地方出入国在留管理官署等を通じて周知を図り、外国人が安心して観光できる環境を整備する。さらに、「避難情報に関するガイドライン」の改定に併せて多言語辞書の改定を行い、外国人に対しても正確な情報が伝わる環境を整備する。

ｅ）非常時における訪日外国人旅行者の安全・安心の確保に向けた取組強化

2020 年度（令和２年度）に作成した、観光・宿泊施設等が非常時の訪日外国人旅行者対応時に活用できる用語集や、地方公共団体等が作成する非常時の訪日外国人旅行者対応マニュアル等に盛り込むべき項目等を定めた指針を関係団体に対し周知を図る。

ｆ）「東京 2020 大会」に向けた多言語対応の推進

「東京 2020 大会」の開催に向け、「小売業の多言語+対応ガイドライン」の現場における認知・活用の促進をはじめとする「2020 年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」を通じた取組を推進することにより、大会後も見据えた更なる多言語対応を推進する。

[1] 2021 年（令和３年）３月、新たに９言語を追加し、合計 16 言語への対応を可能とした。

ｇ）災害時における旅行者の避難受入等に対する協力要請

災害時に宿泊施設を避難所として迅速に活用することができるよう、宿泊関係団体及び地方公共団体の避難者受入に関する協定の締結を促すとともに、協定締結等に向けた協議や避難者受入の連携体制構築の依頼があった場合は積極的に応じるよう要請する。

ｈ）訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制の強化

2020 年度（令和２年度）に引き続き、2021 年度（令和３年度）も「地方消費者行政強化交付金」の活用等により、訪日外国人等の消費の安全の確保のため、地域における消費生活相談に係る体制の充実を図っていく。

また、国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」において、訪日外国人旅行者の消費者トラブルへの相談対応を行うとともに、訪日外国人旅行者が遭いやすい消費者トラブルについて、観光庁・日本政府観光局等の関係機関の協力を得るほか、相談専用ウェブサイト及び多言語チャットボットを開設して、訪日観光客への情報提供を行う。

ｉ）外国人運転者にも分かりやすい道路標識の整備

英字を併記した規制標識「一時停止」等、国民及び訪日外国人の双方にとって分かりやすい道路標識を更新等に合わせて順次整備する。

ｊ）緊急速報メールを活用した洪水情報のプッシュ型配信

水災害時の円滑かつ迅速な避難を可能とするため、国内旅行者が避難に必要な情報をいち早く入手し、主体的な避難につながるよう、スマートフォンを活用したプッシュ型の洪水情報提供について、迅速かつ適切に配信できるよう運用を図る。

（５）景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

ａ）景観計画等の策定促進及び無電柱化の推進

①景観計画策定や建築物等の改修・除却支援による魅力ある観光地づくりの推進

市区町村による景観計画の策定・改定等を支援する「景観改善推進事業」の実施等を通じ、主要な観光地における景観計画、歴史的風致維持向上計画の策定や景観計画に基づく重点的な景観形成の取組を促進し、国内外の観光客にとって魅力ある観光地づくりを推進する。

観光の核となる歴史的建造物を含めた歴史的なまちなみ全体の質を向上させるため、歴史的なまちなみを阻害する建築物・空地等の美装化・緑化、除却に対して支援を行い、訪日外国人旅行者の満足度の向上を図る。

②「居心地が良く歩きたくなる」まちなかでの景観形成を促進

「まちなかウォーカブル推進事業」等を活用し、歩行空間の拡大や公共空間の芝生化、民間用地を活用した公共空間の整備等を重点的・一体的に支援等することで、「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくりを推進するとともに、景観の優れた観光資源の保全･活用による観光地の魅力向上を図る。

③歴史まちづくり法の重点区域等で無電柱化を推進

観光地等における良好な景観の形成や観光振興のため、「新設電柱を増やさない」、「徹底したコスト縮減の推進」、「事業の更なるスピードアップ」を基本方針とし、2021 年（令和３年）５月に策定した新たな無電柱化推進計画に基づき、個別補助制度による地方公共団体への支援、緊急輸送道路や幅員が著しく狭い歩道等の新設電柱の占用禁止、低コスト手法の普及拡大、事業のスピードアップ等を図ることにより、歴史まちづくり法（「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（平成 20 年法律第 40 号）」）の重点区域等で無電柱化を推進する。

ｂ）国営公園の魅力的な景観等を活用した観光地の魅力向上

国営公園における魅力的な景観等の観光資源を活用するため、案内サインや発券機の多言語化等の環境整備、周辺観光資源と連携した訪日外国人旅行者向けガイドツアーの開催、SNS の多言語化等の海外への情報発信等の強化を実施する。また、国営公園事業である首里城の復元に向けた取組を進める。

ｃ）美しい自然・景観等の観光への活用

①森林景観を生かした観光資源の整備

国有林野の「レクリエーションの森」のうち、特に観光資源としての活用の推進が期待される「日本美しの森 お薦め国有林」について、訪日外国人観光客を含む利用者の増加のため、引き続き、ウェブサイト等による魅力発信のほか、案内看板の多言語化、歩道整備等の重点的な環境整備や既存施設のレベルアップ整備に取り組む。あわせて、利用者の安全確保のための整備やワーケーション環境の整備に取り組むほか、更に多くの人に関心を持ってもらうため、その魅力を伝える動画を国内外に向けて発信する。また、国立公園を所管する環境省との連携事業を実施する。

②「日本風景街道」の取組等の推進

「日本風景街道」の取組を通じ、道路管理者及び市民団体等が協働して、沿道の植樹・植栽、清掃活動やビューポイント整備等の沿道景観を美しくする活動や、地域情報の発信等を行う「道の駅」等の地域の拠点との連携による相互の魅力及び価値の向上に取り組む。また、SNS 等による地域資源や地域活動等の情報を発信し、ブランド化や認知度向上を図る。

③次世代自動車等の導入促進

分散した観光資源間を周遊する際の移動円滑化を推進するため、引き続き環境性能に優れた次世代自動車等の導入を促進する。

④離島・半島の地域資源を活用した新たな観光振興

離島・半島地域にある資源を活用した新たな観光振興を図る。特に、離島では離島地域にある資源を活用し、未来を担う子ども・若者や訪日外国人旅行者らが離島へ向かう流れをつくる「島風構想」を推進する。そのため、ウェブサイト、SNS 等を活用して離島の情報を発信するなどの来島者を呼び込む取組を実施する地方公共団体を継続的に支援する。また、半島地域の強みを生かした新しい観光の速やかな実現を目指し、新しい生活様式に対応した半島地域創生モデルの構築、ガイドライン作成及び人材育成を実施する。

ｄ）奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興及び交通アクセスの改善

奄美群島及び小笠原諸島の特性を最大限に生かした観光の振興に関する地域の主体的な取組を支援する。奄美群島においては、奄美及び沖縄の世界自然遺産登録を見据えた観光振興のため、旅行者へのPR・モニター事業、沖縄等からの航路・航空路の特別運賃割引への支援等、関係地方公共団体が実施する各種施策に対して支援を行う。また、小笠原諸島においては、港湾の整備、自然公園の施設整備・改修、自然ガイドの育成、訪日外国人旅行者の実態・ニーズの調査等、関係地方公共団体が実施する各種施策に対して支援を行う。

ｅ）河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

「河川敷地占用許可準則の特例」や「かわまちづくり支援制度」等により、河川区域における民間事業者によるオープンカフェや川床の設置を制度面から支援し、河川空間及びまち空間の融合による良好な水辺空間の形成を推進する。

ｆ）明治記念大磯邸園の整備の推進

「明治 150 年」関連施策の一環として、神奈川県大磯町において明治記念大磯邸園の整備を推進する。旧滄浪閣を中心とする建物群及び緑地の保存・活用を図るため、「明治記念大磯邸園有識者委員会」において本邸園の設計等について議論頂き、段階的な整備に向けた検討を行い、2023 年度（令和５年度）中の整備完了を目指す。

（６）民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進

ａ）観光バスの駐停車対策

地域が行う道路外における「空き空間」を有効活用した観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組について、引き続き支援する。

また、容積率緩和制度も活用し民間都市開発におけるバス乗降場の一体的整備を推進する。

ｂ）都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築

公募設置管理制度（Park-PFI）等の普及啓発等を通じ、民間資金を活用した地域の観光拠点等となる都市公園の整備等を推進する。

ｃ）都市公園内への観光案内所等の設置促進

観光案内所等を都市公園内に設置できる占用特例制度の活用の促進を図り、地域の魅力や回遊性の向上を促進する。

ｄ）グローバル企業のビジネス活動を支える会議施設等の整備への支援

グローバル企業のビジネス活動を支える国際競争力強化施設の整備に対する補助制度や、これらの施設に対する民間都市開発推進機構による金融支援制度をより一層活用し、我が国の大都市の国際競争力の強化を図る。

ｅ）拠点駅及びその周辺における統一的な案内サインの整備等の支援

拠点駅及びその周辺を対象に、関連する地方公共団体、交通事業者及び都市開発事業者からなる協議会に対し、統一的な案内サインの整備等を支援し、分かりやすく使いやすい歩行空間のネットワーク等の構築を促進する。

ｆ）日本の都市の魅力を海外に発信する取組の推進

海外を含めたクリエイティブな人材や民間投資を惹きつけるため、日本の都市の魅力の発信を推進する。

ｇ）道路空間と観光の連携の推進

新型コロナウイルス感染症拡大対策として各地方公共団体等で実施された道路占用許可基準の緩和措置により顕在化した、道路空間の利活用のニーズを踏まえ、地域の賑わいを創出するため歩行者利便増進道路（ほこみち）制度の普及を促進する。また、道路における賑わい創出と維持管理の一層の充実を図るため、道路協力団体制度の地方道への展開を促進し、道路協力団体による歩行者利便増進道路での活動を推進する。

ｈ）文化観光を推進するための受入環境整備

文化についての理解を深めることを目的とする観光を推進し、観光需要の回復に向けて反転攻勢のための基盤を整備するため、「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）」に基づき認定された観光地や拠点を含む地域における、多言語対応、Wi-Fi・キャッシュレス環境整備、バリアフリー化、感染症対策等の受入環境整備に係る取組を、2021 年度（令和３年度）を通して支援していく。

（７）宿泊業の生産性向上推進

デジタル化等の取組により生産性向上を実現した宿泊施設の優良事例を横展開するため、各地の宿泊施設に専門家を派遣し、優良事例を基とした生産性向上のノウハウを伝えることにより、生産性向上を推進する。また、地域の観光産業に従事する人材のスキルアップを図ることにより、生産性向上につなげる。

また、宿泊施設に対し専門人材を派遣するなどにより、顧客管理等におけるデジタル・トランスフォーメーションの取組や、マーケティング能力等の強化を促進する。

（８）産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

ａ）トップレベルの経営人材の育成

国際的な競争が激化していく観光産業において、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 年度（平成 30 年度）に一橋大学及び京都大学に観光 MBA を設置し、2019 年度（令和元年度）に初の卒業生を輩出した。2021 年度（令和３年度）も引き続き、産官学連携による協議会を１～２回実施し、観光 MBA 取得者の卒業後のキャリアプランや派遣元での取組、成果に関して意見交換をし、観光 MBA 取得を目指す人材の企業派遣を促進する。結果はとりまとめて観光庁ウェブサイトへ掲載をする。

ｂ）観光の中核を担う人材育成の強化

地域観光の中核を担う人材育成の強化を図るため、2020 年度（令和２年度）までに実施してきた社会人の学び直しのための教育プログラムをブラッシュアップし継続提供する。また、持続的なプログラム実施体制の支援や、これまでの支援校同士が強みを生かして連携、協働する新たなプログラム開発にも着手する。さらに、本事業の 2019 年度（令和元年度）以前の採択校に対し、受講生の受講後の効果を測る調査を行い、結果をとりまとめて、観光庁ウェブサイトへ掲載する。

加えて、2021 年（令和３年）４月に観光分野を扱う専門職大学及び専門職短期大学が開学することを踏まえ、これらの新設大学を含む専門職大学等（専門職短期大学・専門職学科を含む。）に対し、必要に応じ助言等を行い、教育水準の維持・向上等を図る。また、進学を志望する生徒や保護者、高校教員をはじめ広く社会において専門職大学制度が認知されるよう、ウェブサイト、パンフレット、動画配信等による広報活動を引き続き行う。

ｃ）即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化

需要増加が見込まれる観光産業の即戦力となる実務人材について、採択した全国４地域において、地域一体での共同採用活動や、従来型の勤務態勢の見直し等による女性・シニア・就職氷河期世代等の人材確保・定着に向けた取組を支援する。また、副業人材（半観半 X)、移住者等、多様な人材の確保に向けた取組を実施する。さらに、2019 年（平成 31 年）４月１日に施行された「出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法の一部を改正する法律（平成 30 年法律第 102 号)」に基づき、宿泊業における外国人材の採用、活用、維持等が円滑に進むよう、外国人材受入環境整備の促進を図る。

加えて、観光客数が増加傾向にある沖縄県において、「観光の質向上」及び「観光業の生産性向上」の実現のために、専修学校と産業界が連携し、観光業従事者を対象としたビッグデータに対応した観光人材育成プログラムの開発を行う。

ｄ）国家戦略特別区域制度を活用したクールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進

国家戦略特区において、関係地方公共団体からの提案に基づき、一定の要件を満たす場合には、クールジャパン・インバウンド分野の外国人材の受入を可能とする特例の活用を図るなど、訪日外国人旅行者等を含む消費者向けサービス分野におけるクールジャパン外国人材の受入を促進する。

ｅ）通訳ガイド制度の充実・強化

全国通訳案内士を活用して地域の観光人材のリカレント教育を行い、語学力や接遇能力等のインバウンド対応能力の向上に取り組む。

また、観光コンテンツの体験価値を高めるため、ワークショップの開催等や情報発信等を通じて質の高いガイダンスや外国人対応が可能な人材の確保・育成を行う。

（９）宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供

ａ）旅館等のインバウンド対応を支援

旅館、ホテル等宿泊施設におけるインバウンド対応を支援（費用の 1/3 を補助（上限 150 万円））することにより、訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上に加え、新型コロナウイルス感染症対策に関する取組を通じて、多様なニーズに対応する宿泊施設の提供を促進する。

ｂ）海外の観光関連企業の日本進出・事業拡大支援

日本貿易振興機構（JETRO）において、海外及び既に日本に進出している外資系の有望な観光関連企業に対する、市場情報や日本企業とのビジネス機会等の提供、地域の情報発信や企業招へい等、地方公共団体との連携による誘致活動を通じて、日本への進出・事業拡大を支援する。特に、ポテンシャルを有する地域への進出に向け、外資系企業との連携・協業に意欲のある地方公共団体との連携による誘致活動を強化する。

ｃ）宿泊施設等のバリアフリー化促進

高齢者・障害者等を含めた訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を図るため、３密回避にも対応した宿泊施設等のバリアフリー化支援を進めるとともに、バリアフリーに関する情報発信等、多様なニーズに対応する宿泊施設等の提供を促進する。

ｄ）既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業

観光施設を再生し、さらに地域全体で魅力と収益力を高めるため、新たな補助制度を創設して、観光施設全体が再生できるような施設改修や廃屋の撤去、観光目的に資する公的施設について新たな民間活力を導入する場合の改修、宿泊施設における感染拡大防止策を支援するなどを短期集中で強力に支援する。

ｅ）上質な観光サービスを求める訪日外国人旅行者の誘致促進

上質な観光サービスを求める訪日外国人旅行者誘致促進のため、観光産業従事者に対するグローバルスタンダードや日本の文化等の研修等による人材の育成を行う。また、上質な宿泊施設整備に向けた地域とホテル開発関係者等とのマッチング等の環境整備を推進する。

(10)「東京 2020 大会」に向けたユニバーサルデザインの推進

ａ）「ユニバーサルデザイン 2020 行動計画」に基づく施策の展開

アクセシブルルートに係る鉄軌道駅をはじめとする「東京 2020 大会」関連駅について、国際パラリンピック委員会（IPC）が承認した「Tokyo2020 アクセシビリティ・ガイドライン」を踏まえ、エレベーターの増設・大型化やホームドアの整備等のバリアフリー化を重点支援する。

また、交通事業者による研修の充実及び適切な接遇の実施を推進するため、接遇研修モデルプログラムについて、有識者・障害当事者・交通事業者等参画の下改訂のための検討会を開催し、「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン（認知症の人編）」を反映した改訂版を作成・公表する。

さらに、構成員の過半を障害当事者又はその支援団体が占める「ユニバーサルデザイン 2020 評価会議」等を通して、「ユニバーサル 2020 行動計画」の加速化を図るとともに、大会後にその成果をとりまとめる。

ｂ）ユニバーサルデザインの街づくり

①ユニバーサルデザインの街づくりの推進

基本構想の生活関連施設に位置づけられた 1 日当たり平均利用者数が 2,000 人以上の鉄軌道駅等について、原則として全てバリアフリー化することとするなどの 2025 年度（令和 7 年度）末までの新しいバリアフリー整備目標の達成に向け、マスタープラン・基本構想の策定促進や、移動等円滑化に関する国民の理解と協力の一層の推進等、ハード・ソフト両面からのバリアフリー化を推進する。

②道路におけるバリアフリー化の推進

道路の新設又は改築を行う際に道路移動等円滑化基準に適合させなければならない特定道路について全ての人がスムーズに移動できる面的なバリアフリー化を推進する。

また、交通結節点整備に併せて、待ち合わせ空間等、利用しやすい道路空間の整備を促進する。さらに、高速道路のサービスエリア及び国が整備した「道の駅」において、2021 年度（令和 3 年度）を目途に子育て支援施設の整備を完了させる。

加えて、鉄軌道駅における自由通路や駅前広場の整備及び乗継のための歩行空間のユニバーサルデザイン化を図るもので、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成 18 年法律第 91 号）」（バリアフリー法）に基づく移動等円滑化促進方針又は基本構想に位置付けられた地区若しくは国土交通大臣が指定する特定道路を対象に重点支援する。

③共生社会における車両等の優先席、車椅子使用者用駐車施設等、バリアフリートイレ等の利用マナー啓発活動の推進

2020 年（令和 2 年）のバリアフリー法改正により、障害者用トイレ等の高齢者障害者等用施設等の利用について、施設設置管理者等に広報活動及び啓発活動を行う努力義務が課されることを踏まえ、車両等の優先席、旅客施設のエレベーター、車椅子使用者用駐車施設等、高齢者障害者等用便房（バリアフリートイレ）等の利用マナー啓発キャンペーン等を実施し、真に必要な方が利用しやすい環境の整備を推進する。

④観光スポットのバリアフリー化促進

高齢者、障害者等である訪日外国人旅行者が我が国を安心して旅行できる環境を整備するため、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地等において、当該観光地等を代表する観光スポットにおけるバリ

アフリー化を引き続き推進する。また、様々な場面でのバリアフリー化の取組及び施設選択に資する客観的な情報発信を推進すべく、各事業者が取り込みやすくかつ効果が高い事例や代表的なピクトグラム等について引き続き、ウェブサイトを通じて、宿泊・飲食・小売分野を中心に観光関係事業者に対し広く発信する。

⑤観光施設における心のバリアフリー認定制度

バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む姿勢のある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」により、観光施設の更なるバリアフリー対応とその情報発信を支援し、高齢者や障害者がより安全で快適な旅行をするための環境整備を推進する。

⑥観光地のバリアフリー情報提供の促進

バリアフリー化を進める観光地において、バリアフリーの内容が適切に提供されるよう、「観光地におけるバリアフリー情報提供のためのマニュアル」の普及を促進していく。

⑦鉄道における車椅子利用環境改善

2020 年（令和２年）８月に公表した「新幹線の新たなバリアフリー対策について」を受け、車椅子利用環境改善に向けた取組を推進する。

⑧「東京 2020 大会」特別仕様ナンバープレートの寄付金の活用

「東京 2020 大会」特別仕様ナンバープレートの普及を促進するとともに、同ナンバープレートの寄付金を活用した UD（ユニバーサルデザイン）タクシー等の整備促進・利便性向上を推進する。

⑨ユニバーサルデザインの街づくりに向けた道路標識改善

ユニバーサルデザインの街づくりに向けて実施してきた道路標識の改善を全国にも波及させるため、各都道府県の標識適正化委員会で策定した標識改善の取組方針や英語表記規定に基づき、道路標識の改善を引き続き推進する。

ｃ）ユニバーサルツーリズム促進事業

観光庁が行う「観光施設における心のバリアフリー認定制度」において認定された、宿泊施設・飲食店等を活用したモニターツアー実証事業を通じて、認定制度に着目したユニバーサルツーリズムの商品造成手法を整理するなど、ユニバーサルツーリズムの促進を図る。

ｄ）ICT を活用した歩行者移動支援の普及促進に向けた取組の推進

ユニバーサル社会の構築に向け、屋内外シームレスな電子地図や屋内測位環境等の空間情報インフラの整備・活用及び移動に資するデータのオープンデータ化等を推進し、民間事業者等が ICT を活用した多様な歩行者移動支援サービスを提供できる環境整備を推進する。特に、施設や経路のバリアフリー情報等の移動に必要なデータについて、他分野と連携した継続的な整備・更新手法等を検討するほか、大規模イベント時において、高齢者、障害者等を含む人々を対象としたナビゲーションサービス提供等の活用検証を行うとともに、民間事業者との連携を強化し、移動支援サービスの普及を促進する。

ｅ）障害者等による文化芸術活動推進事業

「障害者による文化芸術活動の推進に関する法律（平成 30 年法律第 47 号）」に基づき 2019 年（平成 31 年）３月に策定した「障害者による文化芸術活動の推進に関する基本的な計画」の下、文化芸術を鑑賞、創造及び発表する機会を確保するとともに、障害者芸術文化活動支援センター等の設置や全国障害者芸術・文化祭の開催等を行い、障害者の文化芸術活動の充実に向けた支援に取り組み、障害の有無にかかわらず、全ての人が文化芸術に親しみ、才能や個性を生かして活躍することのできる社会を築いていく。

（11）地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大

ａ）地方における消費税免税店の拡大

外国人旅行者向け消費税免税制度については引き続き、事業者等への免税店化の働きかけ等の取組を進め、免税店の拡大に取り組むとともに、2020 年（令和２年）４月より電子化が開始された免税販売

手続について、完全電子化される 2021 年（令和３年）10 月までに円滑な移行ができるよう、事業者等へ必要な情報の周知や支援を行う。

また、2020 年度（令和２年度）税制改正において、一定の機能を有する自動販売機（国税庁長官が観光庁長官と協議して指定するものに限る。）については免税販売を行うことが可能となる措置が講じられており、2021 年（令和３年）10 月１日からの施行に向け、必要な取組を行う。

ｂ）伝統的工芸品等のインバウンド需要の獲得

経済産業省が一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会を通じて行う伝統的工芸品産業振興事業の中で、将来の訪日外国人旅行者に向けた情報発信として YouTube（TEWAZA）を活用した海外に向けた情報発信（産地プロモーション）や産地情報の多言語化（パンフレット等の翻訳）を支援する。（外国人の受入可能な伝統的工芸品産地は 2021 年（令和３年）４月末現在で 57 箇所）

ｃ）保税売店の市中展開による買い物の魅力の向上

関税、酒税、たばこ税及び消費税の免税を受けることができる保税売店について、これまで羽田空港及び成田空港内のカウンターで商品引渡しが行われる店舗が営業されてきたが、引き続き保税売店の市中展開の拡大に向け、保税売店で販売した商品の引渡しが可能な空港内カウンターの利便性の向上を図る。

２　交通機関

（１）「地方創生回廊」の完備

ａ）新幹線・高速道路等の高速交通網の活用

①「ジャパン・レールパス」の購入環境整備ジャパン・レールパスの認知度向上及び購入しやすい環境の整備の促進

訪日外国人旅行者の国内での移動を円滑化するため、「ジャパン・レールパス」等、訪日外国人旅行者向けの共通企画乗車券について、そのニーズ等の調査を実施する。

ジャパン・レールパスについては、利用者利便の向上・販売利用手続改善の観点から、2017 年（平成 29 年）３月より日本到着後の購入が可能となるほか、2020 年（令和２年）６月からは、磁気券化されることで自動改札機を利用できるようになるとともに、インターネットを通じた購入及び指定席特急券の予約が可能になるほか、駅の指定席券売機での受取等が可能になるなど、大幅な改良がなされているところ、インバウンド需要の回復後に向け、これらの改善点について積極的な周知・PR 活動を実施する。

②日本版 MaaS の推進及び企画乗車券の造成・販売の促進

ウィズコロナ、アフターコロナにおける混雑回避等の新たなニーズに対応した、観光地での周遊・観光消費の増加を促す仕組み（MaaS）の構築推進に加え、公共交通機関のデータ化、キャッシュレス化、パーソナルな移動環境の整備のほか、法改正で新設された計画認定・協議会制度の活用等への支援により、観光地の移動手段の確保・充実等を通じた観光周遊や観光消費の増加を促進する。

また、訪日外国人旅行者の国内での移動を円滑化するためなど、訪日外国人旅行者向けの共通企画乗車券について、そのニーズ等の調査を実施拡充に向けた検討を行う。

③新幹線全駅の観光拠点としての機能強化

新幹線全駅（108 駅）の観光拠点としての機能強化を図るため、地方運輸局と連携し、地方公共団体、観光協会、関係鉄道事業者等の調整等により、日本政府観光局が実施している外国人観光案内所としての上位の認定の取得、コインロッカーの整備、主要新幹線駅を中心とした手ぶら観光カウンターの設置等を促進する。

④バスタプロジェクト（集約公共交通ターミナル）の全国展開

バスタ新宿や品川駅、神戸三宮等をはじめとするバスタプロジェクトの全国展開を推進する。その際、官民連携での整備・運営管理を可能とする事業スキームを活用しつつ、MaaS 等の新たなモビリティサービスにも対応可能な施設とする。

⑤道路案内標識における英語表記改善

歩道に設置された道路案内標識について、鉄道駅やバスターミナル等の交通結節点において他の機関が設置する案内看板と連携した設置や、英語表記の改善・充実を図る。また、交通結節点や観光地等での分かりやすい道案内の実現に向けて、看板及び歩行者案内標識の集約、QR コードの貼付等による周辺施設案内の充実を図る。

さらに、道路案内標識と国土地理院が公開した英語版地図（2.5 万分の１等）における道路関連施設や山等の自然地名の英語表記の整合を図るため、各都道府県の道路標識適正化委員会において観光関係者を含む関係機関と調整しつつ英語表記の原案を作成するとともに、国土地理院と地図について調整を実施する。

⑥交差点名標識への観光地名称の表示

広域的な観光周遊を支援するため、観光地に隣接する交差点又は観光地へのアクセス道路の入口となる交差点の交差点名標識に観光地名称を表示することにより、旅行者にとって観光地への分かりやすい案内となるよう、道路標識適正化委員会にて調整し、標識が改善されるよう全国的に推進する。

⑦規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現

インバウンドをはじめとする観光需要が見込まれ、周辺の旅客船事業者に悪影響を及ぼさないと認められる航路において、旅客船事業の制度運用を弾力化する「インバウンド船旅振興制度」により、旅客船による新たな観光航路開設や、観光資源を巡る周遊運航等の旅客船事業における新サービス創出の支援を行う（2020 年度（令和２年度）承認等実績５件）。

また、国家戦略特区内において自家用有償観光旅客等運送事業を適切に活用し、過疎地域等での観光客を中心とした移動ニーズに対応する取組を進める。

ｂ）訪日外国人旅行者向け周遊定額パス

訪日外国人旅行者の地方部への誘客のため、高速道路会社等が、国、地方公共団体、レンタカー事業者等と連携して、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる訪日外国人旅行者向け周遊定額パス等の企画割引について、新型コロナウイルス感染症の状況等を踏まえつつ、利用促進を図る。

ｃ）高速道路の周遊定額パス

地域振興や観光振興のため、高速道路会社等が、地方公共団体や観光施設・宿泊施設等と連携して、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる周遊定額パス等の企画割引について、新型コロナウイルス感染症の状況等を踏まえつつ、利用促進を図る。

ｄ）中山間地域における「道の駅」等を拠点とした自動運転サービスの実証実験

中山間地域における「道の駅」等を拠点とした自動運転サービスについて、実証実験結果を踏まえ 2019 年（令和元年）11 月から秋田県の道の駅「かみこあに」、2021 年（令和３年）４月から滋賀県の道の駅「奥永源寺渓流の里」を拠点としたサービスの社会実装を実施している。引き続き、長期（約１～２箇月）の実証実験を実施するとともに、準備の整った箇所から順次、社会実装を実現していく。

ｅ）訪日外国人レンタカーピンポイント事故対策

訪日外国人のレンタカー利用による事故の減少に向け、国際空港周辺から出発する訪日外国人等が運転するレンタカーの ETC2.0 データ等のビッグデータを活用したピンポイント事故対策に関するガイドラインを作成する。

ｆ）レンタカーの多言語コミュニケーション

訪日外国人に対し、日本の交通ルール等の更なる理解を図り、レンタカー等利用時における交通事故防止を推進するため、関係機関・団体と連携し、日本の交通ルール、安全運転等に関する広報啓発活動を実施する。

また、「訪日外国人旅行者のレンタカー利用促進に向けた検討会」の検討結果を踏まえ、訪日外国人観光客がストレスなく快適にレンタカーを利用できる環境づくりのため、業界の多言語化対応への取組を支援する。

ｇ）北海道での観光列車の充実

北海道において、JR 北海道と道外の事業者が連携して、例年観光のピークを迎える夏に観光列車の運行を実施する取組を継続するとともに、国と道が協力して、北海道の第三セクターを活用した観光列車の導入を進める。

ｈ）地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

地域の多様な主体の連携により、地域の新しい観光コンテンツの開拓や情報発信の強化を実施するとともに、新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた反転攻勢に転じつつ、地方部への訪日外国人旅行者誘致の加速化に向け、二次交通について、感染症拡大防止策を講じた上で、多様な移動ニーズにきめ細やかに対応する新たな交通サービスの創出等を促進し、訪日外国人旅行者の移動手段の選択肢を充実させる。

ｉ）自家用有償旅客運送の実施の円滑化

自家用有償旅客運送の輸送対象として観光客を明確化したことを踏まえ、引き続き、地域の観光資源へのアクセスの充実を図る。

ｊ）北方領土隣接地域への新たな日常における旅行者誘客調査

北方領土隣接地域の観光振興を図るため、ドライブやサイクリング等を含めたモビリティ・ミックスによる移動の円滑化、自然や第一次産業体験メニューの造成によるエリアツーリズムの形成等により、新たな日常における誘客を促進する。

ｋ）北海道ドライブ観光促進プラットフォームの取組

官民一体（観光・交通関係団体、行政等）となって組織する「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」において、来道外国人ドライブ観光客の移動経路等の GPS データを継続的に把握・共有・活用すること等により、ポストコロナを見据え、オール北海道で来道外国人ドライブ観光を促進する。

（２）公共交通利用環境の革新

ａ）訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けた取組

①鉄道におけるインターネット予約・チケットレス化の推進等

旅行者目線での快適な鉄道乗車サービスを実現するため、東海道・山陽新幹線における車いす対応座席の一部をインターネットで予約可能にするなどインターネット予約環境の一層の充実やスマートフォン等を使用した新たな乗車決済環境の整備を促進する。

②経路検索に必要な情報整備の促進

ウィズコロナ、アフターコロナにおける混雑回避等の新たなニーズに対応した、観光地での周遊・観光消費の増加を促す仕組み（MaaS）の構築推進に加え、公共交通機関のデータ化、キャッシュレス化、パーソナルな移動環境の整備のほか、法改正で新設された計画認定・協議会制度の活用等への支援により、観光地の移動手段の確保・充実等を通じた観光周遊や観光消費の増加を促進する。

③バス系統ナンバリングの導入・改善促進

全ての利用者に分かりやすいバス系統案内を実現する観点から、「乗合バスの運行系統のナンバリング等に関するガイドライン」について、事業者や地方公共団体等の関係者へ周知を図る。

④世界水準のタクシーサービスの充実

日本の配車アプリの多言語化を進めるとともに、日本のタクシー・配車アプリと海外配車アプリの連携を強化し、訪日外国人が母国と同じようにタクシーを利用できる環境を整備する。

また、外国語対応ドライバーの採用・育成や多言語タブレット等の活用を促進するとともに、キャッシュレス決済への対応を推進することで、言語・決済に不安なくタクシーを利用できる環境を整備する。

さらに、言語・決済に不安なく利用できるタクシーの車体表示等の見える化を検討するとともに、空港・主要駅における訪日外国人対応タクシー乗り場・入構レーンの設置等により、空港・主要駅での利用環境の向上を図る。

⑤ユニバーサルデザインタクシー等の導入促進

2025 年度（令和７年度）までのバリアフリー法に基づく新たな整備目標の達成に向けて、バリアフリー化したタクシー車両の普及を促進する。特に、UD（ユニバーサルデザイン）タクシーについて必要な支援を行う。

⑥プライベートリムジンの全都道府県への導入

訪日外国人等をターゲットにした「プライベートリムジン」を全国で実施するために、認定制度を導入し、普及促進を図る。

ｂ）手ぶら観光の普及・促進

訪日外国人旅行者の利便性向上による地方誘客及び消費喚起を促進するため、手ぶら観光カウンターの機能向上に対する支援も活用することで、観光地の「まちあるき」の満足度向上や、多様な移動ニーズへのきめ細やかな対応に資する認定手ぶら観光カウンター（免税品の海外直送サービスが可能な手ぶら観光カウンターも含む。）を増加させる。

ｃ）新幹線の無料 Wi-Fi 環境等の整備促進

訪日外国人旅行者のニーズが高く、移動時間中の情報収集に有意義な鉄道車両の無料 Wi-Fi サービスについて、訪日外国人旅行者の利用が多い在来線特急でもサービスの提供を拡充する。また、新幹線車両等のトイレの洋式化や大型荷物置き場の設置を促進する。

ｄ）訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現

新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた反転攻勢に転じつつ、地方部への訪日外国人旅行者の誘致の加速化に向け、我が国へのゲートウェイとなる空港・港湾から訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等に至るまでの既存の公共交通機関等について、感染症拡大防止策を講じた上で、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に推進するほか、二次交通について、多様な移動ニーズにきめ細やかに対応する新たな交通サービスの創出等を促進し、訪日外国人旅行者の移動手段の選択肢を充実させるなどにより、シームレスで一貫した世界水準の交通サービスを実現する。また、引き続き、地域鉄道等の公共交通機関の利用環境について、全国 300 線区を抜本的に改善する。

さらに、「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律（平成９年法律第 91 号）」（国際観光振興法）に基づき、観光庁長官が指定した区間において事業を経営する公共交通事業者等による外国人観光旅客利便増進計画をとりまとめ、公共交通事業者等の計画的なインバウンド対応を促進する。加えて、2021 年度（令和３年度）末には利用動態等を踏まえた指定区間や計画の見直しを実施することで、2022 年度（令和４年度）以降の継続的な対応を促す。

ｅ）訪日外国人旅行者の移動に関するデータ（FF-Data）の整備

訪日外国人旅行者の国内訪問地間の移動や利用交通機関等の実態が把握可能なデータ（FF-Data）を整備し、地方公共団体等に提供する。また、利用者ニーズに応じて提供データ内容の拡充を図り、更なる交通環境等の整備を促進する。

ｆ）安全対策を前提とした貸切バスの利用促進

訪日外国人旅行者の貸切バス需要に対応するため、貸切バスの臨時営業区域の特例措置について、本制度の利用状況や事故状況等の実態把握を行い、必要に応じた制度の見直しを検討する。

また、85 項目に及ぶ「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」を着実に実施するとともに、実施状況については検討委員会でフォローアップを行う。

ｇ）トンネル施設における電波遮へい対策

延伸予定区間の新幹線トンネルについて、開業までに携帯電話が利用できるよう対策を講じる。また、在来線トンネルについては、１日の平均通過人員２万人以上８万人未満の路線区間のトンネルにおいて携帯電話を利用できる環境の整備を行う。

（３）非常時における訪日外国人旅行者への情報提供の充実

新幹線における非常時の訪日外国人旅行者向けの情報提供について、多言語（英語、中国語及び韓国語）による駅構内・車内放送及びウェブサイトの充実、QR コードの活用等により、各事業者共通かつ十分な水準での実施を確保する。

また、「空港における自然災害対策に関する検討委員会」でとりまとめられた「『A2-BCP（災害時の空港機能の保持及び早期復旧に向けた目標時間、関係機関の役割分担等を明確化した計画）』ガイドライン」に基づき、各空港において策定された「A2-BCP」により、災害発生時等の非常時においても、空港利用者が適切に情報を収集し、安全に避難し、場合によっては安心して空港内に滞在できるよう、非常時の空港における情報提供（滞留者等に対し空港アクセスの被害や復旧状況の発信等）の充実を図る。さらに、自然災害発生時の空港アクセスの確保について、関係機関との連携を図り、統括的なアクセス交通マネジメントの体制の構築に向けて検討を進める。

（４）最新技術の導入等による防災気象情報の高度化

災害時に訪日外国人へ迅速・的確に危機感を伝え、的確な防災対応に資するため、線状降水帯に伴う豪雨や台風等の監視・予測技術の精度向上に必要な技術動向調査や学官連携による高度な技術開発に取り組むとともに、一日先の面的な危険度予測の提供、大雨特別警報を改善するなど、防災気象情報を高度化する。

（５）空港アクセスバス事業の実施地区の拡大

運賃の柔軟な設定、運行計画変更の提出期間の短縮が可能となる国家戦略特区内の空港を発着地とする空港アクセスバス事業の導入により、今後更なる増加が予想される観光・ビジネス需要に対応した空港アクセスの利便性の向上を図る。

（６）旅客施設・車両等のバリアフリー化推進

ａ）ユニバーサルデザインの街づくりの推進

【再掲】第Ⅳ部第２章第１節１（10）b）①

ｂ）バス・タクシーのバリアフリー車両の導入促進

バス・タクシー車両のバリアフリー化を促進する。特に、空港アクセスバス（リフト付きバス等）やUD（ユニバーサルデザイン）タクシーについて必要な支援を行う。

ｃ）空港におけるバリアフリー化の推進

航空旅客ターミナル施設について、「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）」を踏まえ、引き続きユニバーサルデザイン化に向けた取組を推進する。

３　文化財・国立公園

（１）文化財等における分かりやすい多言語解説等の充実

「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）」に基づき、文化資源の磨き上げ、多言語化・Wi-Fi・キャッシュレス環境整備等の利便性向上、学芸員等の専門人材の確保等の取組を支援する。また、特に、東京国立博物館をはじめとする国立博物館においては、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解促進に寄与する展示を行うとともに、国立博物館やその他の博物館等において、外国人目線に立った多言語対応等のインバウンド受入に資する環境整備等の充実に取り組み、それらの成果の横展開に努める。

さらに、観光資源としても極めて有効な文化財について、先進的・高次元な多言語解説を観光施策と連携させつつ整備する。これらの取組を通じて、訪日外国人旅行者が文化財への理解を深め、魅力を十分に感じることのできるような環境整備を着実に進める。

（２）国立公園における多言語解説の整備、充実

国立公園の多言語解説を外国人利用者目線で魅力あるものとして充実させ、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度を向上させるため、全 34 国立公園に加え国定公園及び長距離自然歩道を対象に、観光庁事業と連携して国立公園に関連する英語解説文を整備しつつ、利用者ニーズを踏まえ、ICT 等の先進的技術を

活用した多言語対応の媒体化により一体的な整備や魅力発信を行う。

４　農泊

農山漁村において、農林水産業及び地域振興による所得向上及び活性化を図るため、農泊を持続的なビジネスとして実施できる体制を持つ地域を創出し、意欲のある地域を対象に、実施体制の構築、多言語案内や無料 Wi-Fi 環境の整備、古民家等を活用した魅力的な滞在施設の整備、農山漁村ならではの多様な地域資源を活用した農泊コンテンツの充実と高付加価値化等への支援を行う。また、日本政府観光局等との連携による国内外へのプロモーションや、農泊に取り組む地域が抱える課題解決のための専門家派遣等への支援を行う。

第２節　地域の新しい観光コンテンツの開発

１　文化財

（１）地域の文化財の一体的整備・支援

ａ）地域の文化財の一体的な保存・活用の促進

文化資源を中核とする観光拠点・地域を約 400 箇所整備するため、2020 年（令和２年）５月に施行された「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）」に基づく文化観光拠点・地域の整備の促進、日本遺産等の文化資源の魅力向上や発信強化、文化財保存活用地域計画等の認定、作成支援等の取組を加速する。また、文化財について先進的・高次元な多言語解説の整備、観光資源としての価値を高める美装化への支援や「Living History（生きた歴史体感プログラム）事業」（文化財を活用した復元行事・歴史体験事業）の充実促進を図る。

2018 年（平成 30 年）に改正された文化財保護法（「文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の一部を改正する法律（平成 30 年法律第 42 号）」）に基づき、地域の文化財について、指定・未指定を問わず、その周辺環境も含めて一体的に保存・活用を図るため、地域の文化財の総合的な保存活用に係る計画の策定を支援する。さらに、日本遺産については、日本遺産全体の底上げを図り、ブランドを維持・強化していくため、地域の不断の努力を促すメカニズムの構築や地域の磨き上げを促進するための支援の充実等、日本遺産を活用した継続的な取組を推進する。加えて、文化財について観光資源としての価値を高める美装化への支援や「Living History（生きた歴史体感プログラム）事業」（文化財を活用した復元行事・歴史体験事業）の充実促進を図る。

ｂ）適切な修理周期による修理・整備

国宝、重要文化財建造物、美術工芸品、登録有形文化財建造物、史跡名勝天然記念物及び重要伝統的建造物群保存地区の建造物について、適時適切な保存修理等を実施するとともに、防災施設整備や耐震対策の充実を図ることで、その価値を損なうことなく次世代へ継承するとともに、観光資源としての活用も図る。また、修理現場の公開や解説設備の設置、来訪者の便益施設の充実等を促進する。

ｃ）国指定等文化財の美観向上、公開のための施設設備の充実等

国宝、重要文化財、登録有形文化財、史跡名勝天然記念物及び重要伝統的建造物群保存地区において公開のための施設整備の充実や美観向上を進め、観光利用促進を図る。加えて、訪日外国人旅行者を含め、全ての人たちが文化資源を中核とした観光を楽しめるよう、分かりやすい解説や多言語化の一体的な整備を支援する。また、文化財の特性に応じてバリアフリー化を促進し、快適性や安全性を高める。

ｄ）学芸員等に対する文化財を活用した観光振興に関する講座の実施

全国各地の学芸員や館長等を対象とした博物館学芸員専門講座や博物館長研修、ミュージアム・エデュケーション研修やミュージアム・マネジメント研修等の研修を実施し、観光との連携に関するプログラムを取り入れるなど、文化財の適切な保存・活用とともに、文化財の魅力を促進・発信できる人材を育成する。また、国立文化施設においても、学芸員等を対象とした研修・講座を開催し、国立美術館におけるキュレーター研修を 2020 年（令和２年）よりも回数を増やし実施するなど、研修や講座の拡充に努め、各地の博物館関係者の人材養成や、観光を含めた多様な分野との連携等に資する取組を行う。

ｅ）全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの構築

試行的に取り組んでいる「文化情報プラットフォーム」について、関係省庁、地方公共団体、民間企

業等との連携を積極的に進め、全国各地の文化プログラムや文化施設に関する情報の拡充を図るとともに、民間事業者等が当該情報を活用できる仕組みづくりの検討を進め、また、外部サイトとの連携等を推進し、国内外への発信力を一層強化する。

ｆ）美術館や博物館における参加・体験型教育プログラム等への支援、ニーズを踏まえた開館時間の延長

国内外の来館者に博物館・美術館が有する多様な文化資源の魅力を発信するため、障害者、子ども、高齢者、外国人等を対象とした鑑賞支援や参加・体験型プログラム、教育普及事業のオンライン配信等の推進に取り組む。また、国立博物館や国立劇場等において、ニーズを踏まえた開館時間の柔軟な設定、SNS 等を活用した積極的な情報発信に取り組むほか、ICT を活用した新たな生活様式を踏まえた取組等、より快適な鑑賞環境の充実等に取り組み、その成果について助言等の求めがあれば応じる。

さらに、地方館でも文化資源の魅力を伝えるため、国立博物館等において、地方館への収蔵品貸与の促進事業や文化財の保存・活用に関する指導・助言に取り組む。加えて文化財情報資源のデジタル資源化や情報データベースの構築等を促進することにより、文化財が持つ魅力や価値を引き出すとともに、博物館に来訪できない方も含め、人々が場所や時間にとらわれず文化に触れる機会を提供し、文化への社会的な理解を促進する。

ｇ）日本文化の魅力発信及び文化財による地域活性化

訪日外国人利用者数の多い空港等の効果的な公共空間で VR・AR 等の先端技術を駆使し、訪日外国人旅行者に幅広い日本文化の魅力を発信することにより、インバウンド回復とともに、文化資源による地域活性化や観光拠点形成等を目指す（2021 年度（令和３年度）: 約９件）。また、訪日外国人旅行者が文化財への理解を深め、魅力を十分に感じることのできるように「文化財の観光活用に向けた VR 等の制作・運用ガイドライン」を踏まえた文化財 VR 等のコンテンツ制作を促進し、文化財による地域活性化や観光拠点形成等を目指す。

ｈ）訪日外国人旅行者が日本の伝統芸能の魅力を体験する機会の充実

国立劇場をはじめとする国立文化施設において、外国人向けの公演、鑑賞教室等の開催や外国人来館者の集客を見込んだ取組について、新たなプログラムも加えつつ開催するとともに、多言語ガイドや字幕等の整備等にも取り組むことにより、外国人来館者等がより快適に日本文化の魅力を体験する機会の充実を図る。

（２）文化庁の移転と機能強化

「文部科学省設置法（平成 11 年法律第 96 号）」改正の際の附帯決議において、「文化庁が京都への本格移転に向け、予定しているその効果及び影響の検証結果について、文化庁の京都移転が、政府関係機関の地方への移転の先行事例であることを踏まえ、適宜国会へ報告すること」とされており、本格移転前に、集中的なシミュレーションを行うことを通じて、課題等を洗い出し整理する。

（３）地域の文化資源を活用した観光振興・地方創生の拡充に向けた対応の強化

地域の多様で豊かな文化資源を活用した経済活性化、人材育成、まちづくり等に資する取組への支援を推進することで、観光振興・地方創生等に向けた対応を強化するとともに、文化財を活用した観光拠点の好事例を収集し、文化財保存活用地域計画等に基づく観光拠点の整備を進める。

（４）我が国の文化の国際発信力の向上

地域文化創生本部において、戦略的な国際交流・海外発信を含めた文化行政に求められる新たな政策ニーズに対応するため、新たな政策課題の実態把握・分析等を行い、我が国の文化の世界への発信・交流への対応を強化する。2021 年度（令和３年度）は、大学等との共同研究事業を継続展開し、大学研究者間のネットワーク構築を推進する。

また、日本全国で開催されている芸術祭等について、新型コロナウイルス感染症の状況下においても国際的な認知度の向上に資する取組を充実・発展させることで、コロナ収束後のインバウンドの回復につながる我が国を代表する国際文化芸術発信拠点形成を支援するとともに、地域の文化芸術資源を活用した計画的な取組を支援する。さらに、海外のフェスティバルへの参加・出展、海外の芸術団体との共同制作公演等に対し支援するとともに、海外の芸術団体が参加し、我が国で開催される国際的な舞台芸術イベント

等に支援することにより、日本文化の魅力を国内外に発信する。

（５）世界文化遺産の観光への活用

「地域文化財総合活用推進事業」により、引き続き、世界文化遺産の魅力を幅広い人々に発信するため、総合的な情報を発信するためのウェブサイト、パンフレット等のコンテンツの制作や多言語化、VR・QRコード資料等を活用した情報発信、ガイダンス機能の強化等に資する取組を積極的に支援し、世界文化遺産の所在する地域の活性化・誘客を図る。

（６）文化芸術資源を活用した地域活性

我が国の文化拠点である博物館や劇場・音楽堂等が行う文化芸術活動への支援を通じて、子ども、高齢者、障害者、訪日外国人旅行者等が実演芸術に気軽に触れることができるよう、バリアフリー・多言語対応、学校や地域との連携を促すとともに、大学等を活用して文化芸術活動を担う人材の育成を図る。

（７）「日本博」をはじめとする文化プログラムの推進

関係機関と連携して、「日本博」をはじめとする文化プログラムを全国津々浦々で展開する。特に、中核的事業である「日本博」では、自国文化の魅力等の発見・再認識、外国人の訪日・再訪日・地方への誘客を促進するため、様々な文化資源を活用し、全国各地で年間通じて体験プログラムの創出や多言語での展示等を推進するとともに、国内外への戦略的プロモーションを積極的に行い、インバウンド需要回復や国内観光需要の一層の喚起、文化芸術立国の基盤強化、文化による国家ブランディングの強化等を図る。

（８）地域におけるインバウンドに対応した新たな文化観光拠点・地域の整備等

美術館や博物館等の文化施設について、観光活用や国際交流を促進する。このため、インバウンド受入に資する環境整備や持続的な国際交流モデルの構築等に対する支援を充実するほか、博物館のあり方について中長期的に検討を行う。

また、「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)」に基づく拠点計画及び地域計画の策定を支援するとともに、同法の認定を受けた計画に基づく事業の実施について重点的に支援する。さらに、文化観光の推進に関する好事例を収集・分析し、関係者に広く周知すること等により、事業の充実促進を図る。

さらに、上質なサービスを求める旅行者に対応したコンテンツづくり等を戦略的に進めるため、文化施設や文化資源について、高付加価値化を促進する。

（９）「地域ゆかりの文化資産」の地方展開促進による地域活性化

国や国立博物館等が有する地域ゆかりの文化資産を活用し、訪日外国人観光客にも分かりやすく魅力的に地域の歴史・文化等を発信する各地域の博物館等の取組を支援し、訪日外国人観光客の地方への誘客や満足度の向上等地域活性化を図る（2021 年度（令和３年度）：約 30 件～40 件)。

（10）三の丸尚蔵館収蔵品の公開拡充

三の丸尚蔵館に収蔵されている皇室ゆかりの貴重な美術品等の公開拡充に向けて、収蔵品の検索・照会がインターネット上で簡便に行うことができるようなデジタルアーカイブを構築等することで地方貸出し要望への対応を強化し、地方の博物館、美術館等において展覧会を毎年４館以上で開催するなど、積極的な地方展開を進める。

（11）メディア芸術の創造・発信の強化

優れたメディア芸術作品の顕彰とそれらの作品を展示・上映する「文化庁メディア芸術祭」を開催し、日本が誇るメディアアート、マンガ、アニメーション等のメディア芸術の魅力を国内外に発信する。国内外のメディア芸術関連フェスティバルや団体との連携を強化し、国際的な総合フェスティバルを目指す。

２　国立公園

（１）美しい自然資源の観光資源としての利用促進

ａ）国立公園の受入環境整備推進

世界に通用する美しい自然資源を有する国立公園において、訪日外国人旅行者等を含むあらゆる人にとっての快適な利用を促進するため、対象公園の拡充等による体験型コンテンツ等の充実や質の向上等

を通して受入環境を整備するとともに、ウェブサイト・SNS 等のほか、旅行博等の機会も活用し、体験型コンテンツやモデルコースを紹介するなどして、国立公園の利用に関する情報発信を行う。

ｂ）地域の自然観光資源を活用したエコツーリズムの推進

エコツーリズムを普及・推進するためエコツーリズム推進全体構想の認定地域等に係る広報や認定地域への情報発信等の支援を行うとともに、国立公園等における自然観光資源の魅力向上や多様な利用の促進を図るため、自然資源を活用した地域のガイドやコーディネーター等を対象とした人材育成研修やアドバイザー派遣等により支援するほか、エコツーリズム推進体制の整備、自然観光資源を活用したプログラム開発等、地域が実施するエコツーリズムを推進する取組に対して支援を行い、エコツーリズム推進全体構想の認定地域の増加に取り組む。

ｃ）統一性のある情報提供等の推進及び効率的な利用環境改善

国立公園の優れた自然風景地の保護と利用を図るため、ユニバーサルデザインや長寿命化対策による安全で快適な自然とのふれあいの場の提供に加え、脱炭素化に向けて受入施設のカーボンニュートラル化を進める。ビジターセンター等においては自然情報に加えて、周辺のアクティビティ情報や観光情報等を提供し、情報発信機能を強化するとともに、カフェ等の導入により滞在環境の向上を図る。また直轄野営場においても PPP/PFI により、民間事業者による質の高いサービスを導入することで機能強化を図る。

（２）「国立公園満喫プロジェクト」の推進

「国立公園満喫プロジェクト」において、10 の公園において新たに策定された「ステップアッププログラム 2025」等に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、国立公園に国内外の利用者を呼び込むための以下の取組を実施するとともに、これらの個々の取組について、国立公園全体を対象として展開を図る。また、国立公園満喫プロジェクトの成果を踏まえ、自然体験アクティビティの促進や利用拠点での魅力的な滞在環境の整備等を国立・国定公園全体で推進するため、「自然公園法（昭和 32 年法律第 161 号）」の改正を行う。

ａ）自然満喫メニューの充実・支援

マリモツアー等自然や温泉を生かした体験型コンテンツの充実、自然を満喫できるグランピングの拡大、野生動物の保全活動を組み込んだツアーの造成、質の高いガイドの育成、ビジターセンターへのカフェの設置をはじめとした公共施設の民間開放、自然保全コストの一部を利用者に負担を求める仕組みの導入に向けた実証実験等の取組の拡大を、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等多様な主体と連携しつつ実施する。

ｂ）海外への情報発信強化

環境省や OTA 等と連携し、日本政府観光局グローバルサイト内に構築された、情報発信から予約成立まで一気通貫の動線の確保ができる国立公園ウェブサイトを活用して、より高度なデジタルマーケティング手法による分析を行うとともに、その結果を踏まえた見直しを行いつつ、戦略的に日本の国立公園の魅力を海外に情報発信する。

ｃ）観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組

関係省庁、関係地方公共団体、関係団体等からなる地域協議会を中心に連携を図り、2020 年度（令和２年度）に策定した「ステップアッププログラム 2025」等に基づき、観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組を推進する。また、国有林を所管する林野庁との連携事業を実施する。さらに、多言語化の充実やコンテンツの造成等について国定公園に展開を図る。

（３）新宿御苑における国立公園の情報発信強化

2020 年（令和２年）７月にオープンした国立公園の興味関心を喚起する情報発信拠点「National Parks Discovery Center」において、日本の国立公園の魅力を大画面で訴求する映像設備やデジタルを活用した体験型展示、国立公園案内カウンターや物販設備等を活用し、新宿御苑の来園者に、国立公園の魅力を発信する。

（４）利用拠点の滞在環境の上質化

再生、活性化を図る国立公園の利用拠点において、国・地方公共団体・民間事業者等地域の関係者が連携してインバウンド増加に資する利用拠点計画を策定するとともに、同計画に基づき、跡地の民間活用を前提とした廃屋の撤去、インバウンド対応機能向上、地域文化が体感できるまちなみ改善等を同時一体的に実施することにより、利用拠点の景観改善、上質化を図り、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度向上を図る。

（５）ビジターセンターのインバウンド対応機能強化と VR 等を活用した展示の充実

国立公園の自然の魅力やアクティビティ情報等を訪日外国人旅行者に分かりやすく伝えることにより、滞在時間の延長や満足度の向上、リピーターの増加につなげるため、国立公園のビジターセンターにおいてアクティビティ等の情報を多言語で提供するデジタルサイネージ機器については設置された 18 公園を対象にコンテンツの拡充等を行い、デジタル技術を活用した展示については新たに３公園に導入する。

（６）国立公園等におけるワーケーションの推進

国立・国定公園及び国民保養温泉地において、新型コロナウイルス感染症拡大により減退した公園利用の反転攻勢と地域経済の再活性化を図るため、自然体験型ツアーやワーケーションの企画・実施・準備・受入環境整備・感染症対策・脱炭素化等の地域一体となった取組を支援する。

３　公的施設・インフラ

（１）魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

ａ）迎賓館赤坂離宮（東京都港区）

2020 年度（令和２年度）に引き続き、国賓等の接遇等に支障のない範囲で、新型コロナウイルス感染症への対策を徹底しつつ通年で一般公開を実施する。

６箇国語対応（日本語、英語、中国語、韓国語、フランス語及びスペイン語）となったウェブサイトを周知・活用するほか、Twitter 等の SNS を活用した一般公開の広報を行い、新たな参観者層の取り込みを図るとともに、修学旅行生向けコンテンツ等を作成し、その周知を図る。

また、同年度に引き続き、ガイドツアーや館内での演奏会を伴った参観等の特別企画を計画的に実施する。

さらに、同年６月に開設した休憩所の活用により、参観者の利便性を向上させる。

加えて、迎賓館赤坂離宮の魅力の内外への発信や国有財産の有効活用の観点から、ユニークベニューとして迎賓館を活用する「特別開館」について、情報提供の改善を行い、実施事例の積み重ねに努める。

ｂ）京都迎賓館（京都府京都市）

2020 年度（令和２年度）に引き続き、国賓等の接遇等に支障のない範囲で、新型コロナウイルス感染症への対策を徹底しつつ通年で一般公開を実施する。

６箇国語対応（日本語、英語、中国語、韓国語、フランス語及びスペイン語）となった参観アプリを周知・活用するほか、認知度向上に向け、Twitter や Instagram を活用し、迎賓館 PR 動画（日本語及び英語）等を発信するなど、効果的な一般公開の広報を実施するとともに、学生の視点で伝統的技能及び京都迎賓館の魅力を捉えた PR 動画により、若い世代の関心を引く広報を実施する。

また、通常参観とは異なる体験を含む特別ガイドツアーや京都迎賓館文化サロン等、季節等に応じた特別企画を計画的に実施する。

さらに、京都迎賓館の魅力の内外への発信や国有財産の有効活用の観点から、ユニークベニューとして迎賓館を活用する「特別開館」について、情報提供の改善を行い、実施事例の積み重ねに努める。

ｃ）総理大臣官邸（東京都千代田区）

「児童又は生徒を対象とする総理大臣官邸及び総理大臣公邸特別見学」について、総理大臣官邸における執務に影響の生じない範囲において実施する。

ｄ）皇居（東京都千代田区）

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策（参観者への周知（マスク着用、手指の消毒）、施設消毒等）に取り組む。

引き続き、土曜日の参観、事前予約のほか当日受付を行い、訪日外国人向けに英語ガイド及び中国語

ガイドの参観を実施するとともに、新たにスペイン語ガイドを開始する。１回当たりの参観定員は引き続き 500 人とする。

また、2020 年度（令和２年度）に更新した６言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトを周知・活用するなど、ガイダンスの強化・広報の拡充に取り組む。

さらに、乾通りの一般公開（春季及び秋季）については、規模、内容等に鑑みた新型コロナウイルス感染症対策を講じた上で実施する。

ｅ）皇居東御苑（東京都千代田区）

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策（入園者への周知（マスク着用、手指の消毒）、施設消毒等）に取り組む。

引き続き、富士見多聞の公開、富士見櫓前の開放、江戸城天守復元模型の展示を実施する。

また、近年、訪日外国人の入園者が急増していることから、英語で対応可能な職員を配置する。

さらに、2020 年度（令和２年度）に更新した６言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトを周知・活用するなど、ガイダンスの強化・広報の拡充に取り組む。

ｆ）三の丸尚蔵館（東京都千代田区）

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策（入館者への周知（マスク着用、手指の消毒）、施設消毒等）に取り組む。

引き続き、他の美術館・博物館等と連携しつつ、日本博事業への協力や全国各地で年４箇所以上の展覧会を実施するなど三の丸尚蔵館収蔵品の地方展開や公開の拡充を図るとともに、展示面積の拡大等を図るため、三の丸尚蔵館の整備・建替を行う。

ｇ）京都御所（京都府京都市）

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策（参観者への周知（マスク着用、手指の消毒）、施設消毒等）に取り組む。

引き続き、通年で参観者数制限のない一般公開を実施するとともに、日本語、英語及び中国語ガイド案内を行う。

また、2020 年度（令和２年度）に更新した６言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトを周知･活用するなどガイダンスの強化･広報の拡充を行う。

引き続き、文化的建造物の修繕、美観への配慮といった観点に留意しつつ、京都御所清涼殿の桧皮葺屋根葺替及びその他整備工事（2022 年（令和４年）３月完了）を実施する。さらに清涼殿襖絵の復元模写も行い、工事完了後には公開を行う。

ｈ）京都仙洞御所・桂離宮・修学院離宮（京都府京都市）

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策（参観者への周知（マスク着用、手指の消毒）、施設消毒等）に取り組む。

引き続き、通年で参観を実施し、６言語対応（日本語・英語・フランス語・中国語・韓国語及びスペイン語）の宮内庁ウェブサイトや音声ガイドの周知・活用を行う。

また、京都仙洞御所の音声ガイド機器（５言語対応〈英語・フランス語・中国語・韓国語及びスペイン語〉）を増やし、説明内容の見直しを行うことで、より充実したものとする。

引き続き、桂離宮については、１日当たり 24 回（総定員 480 人）のガイド参観（外国人専用の英語ガイド参観を含む。）及び有料（18 歳以上 1,000 円）での参観を行うとともに、皇室の伝統や文化への理解をより一層深めることを趣旨として「桂離宮観月会」を 2021 年（令和３年）秋に実施する。

ｉ）御料牧場（栃木県塩谷郡高根沢町）

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策（見学者への周知（マスク着用、手指の消毒）、施設消毒等）及び家畜伝染病に対する防疫強化に取り組みつつ、引き続き、地元の地方公共団体と協力し、年４回地元外からの見学会を実施する。

また、展示物や御料牧場紹介 DVD を活用するとともに、見学会に体験型イベント等を行うなど内容

の充実を図る。

ｊ）埼玉鴨場・新浜鴨場（埼玉県越谷市・千葉県市川市）

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策（見学者への周知（マスク着用、手指の消毒）、施設消毒等）に取り組む。

引き続き、年 12 回の地元外からの見学会を実施する。団体申込みについても引き続き受け入れることとする。

また、これまで、年２回春季及び秋季に実施する募集期間中の申込みについて、それぞれ１箇所の鴨場のみ応募可能だったところを、２箇所とも応募できることとし、申込みの利便性の向上を図る。（宮内庁が所管する鴨場は、埼玉鴨場及び新浜鴨場の全２箇所）

ｋ）信任状捧呈に係る馬車列

信任状捧呈式の実施に係る閣議決定の期日を捧呈式の１週間前までに行うことを原則とし、手続上可能な場合には１週間前よりも更に閣議を前倒して実施することにより、可能な限り広報時期を更に前倒す（原則として、国会会期中を除くこととするが、国会会期中であっても手続上可能な範囲で前倒して実施する。）とともに、宮内庁及び日本政府観光局ウェブサイト等の広報媒体の活用や情報提供先との連携を図ることにより、周知を強化する。

ｌ）造幣局本局（大阪府大阪市）

工場見学における当日受付・事前予約制の併用を引き続き実施する。

また、本局の工場見学の充実（プルーフ貨幣の製造工場の見学コースの追加、撮影スポットとしてトリックアートの設置、通り抜けの桜の紹介コーナーにおける桜の映像の映写）を図る。

さらに、造幣博物館及び造幣さいたま博物館の休日開館（年末年始や展示品入替日等を除く。）を引き続き実施する。

加えて、展示内容が外国人にも分かりやすいよう、ポケット学芸員（展示品紹介スマホアプリ）を用いた多言語化の充実（導入済の英語に加えて、中国語及び韓国語の追加導入）を図る。

ｍ）首都圏外郭放水路（埼玉県春日部市）

2018 年（平成 30 年）に開始し、2019 年（平成 31 年）３月から新たに３つのコースを用意して質的向上を図った有料見学会（民間運営）について、引き続き、土日祝日を含めて毎日開催する。また、2021 年度（令和３年度）からは施設の認知度向上とインバウンド見学者の増加を図るため、施設での撮影やイベント開催を目的とした有料の貸出（民間運営）を新たに行う。

ｎ）大本営地下壕跡（東京都新宿区）

2020 年（令和２年）８月より公開を開始した大本営地下壕跡（東京都新宿区市谷）について、見学者の満足度を更に高めるため、パンフレットの充実や非公開箇所をバーチャル上で見学できるシステムの導入の検討等を進め、魅力向上を図る。

ｏ）日本銀行（東京都中央区）

本店本館について、当日立ち寄った外国人・日本人旅行者の見学を可能とするため、2016 年（平成 28 年）６月に事前予約不要かつ英語にも対応した見学を開始したほか、日本語、英語に加え、中国語のパンフレットを作成して多言語案内の充実を図った。また、2019 年（令和元年）６月に見学の事前予約についてインターネット受付を開始した。2021 年度（令和３年度）においても、これら施策を継続し、その定着を図る。

（２）地域振興に資する観光を通じたインフラの活用

歴史的・文化的価値を有し、周辺の風景と調和して美しい景観を生み出している灯台について、地域の観光資源としての活用を図るため、灯台に関する国際的行事の招致や地域が行う灯台を活用したイベントへの協力、灯台が持つ歴史的・文化的価値の発信等、地域連携及び情報発信を行う。

また、ダム、橋、港、砂防、歴史的な施設等、世界に誇る土木技術等を周辺自然環境と併せて観光資源として活用し、地域振興を図るインフラツーリズムを推進する。地域観光資源と連携した旅行商品の造成、持続可能な運営体制の検討及び受入環境整備を実施するとともに、インバウンドに対応するため、インバ

ウンド向けツアーのプロモーションや海外に向けた情報発信等を実施する。

（３）一般公開・開放された公的施設を活用した訪日プロモーション

関係府省庁と連携し、日本政府観光局ウェブサイトやスマホアプリ、SNS 等において、一般に公開・開放されている公的施設・インフラの情報を海外に向けて発信する。

（４）国民公園の魅力向上

国民公園の一層の魅力向上に向け、新宿御苑については、開園時間の延長やライトアップ、民間イベントでの活用、最新技術を活用した武家屋敷・皇室庭園としての歴史・文化の発信のほか、来園者のビジネスユース需要に対応するためのワーケーション環境整備に取り組む。皇居外苑については、民間と連携した施設や苑内の活用を図るとともに、濠水浄化やライトアップ等による豊かな自然と景観を創出する。京都御苑については、引き続き歴史遺構解説、由緒ある建築物のリノベーション等の整備を進めるともに文化資源アーカイブ構築に向けた取組を進める。

４　古民家や城泊・寺泊等

（１）古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

地域に残る古民家等の歴史的資源を上質な宿泊施設やレストランに改修し、観光まちづくりの核として面的に再生・活用する取組を、関係省庁による支援等を通じて、地域の担い手の発掘や磨き上げ、古民家や城、社寺等の歴史的資源の活用の更なる全国展開、滞在の多様化・高質化等を推進するために、以下の取組を実施する。

ａ）人材支援・育成

①歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームにおける取組

歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームのウェブサイトで公表している支援メニュー集及び歴史的資源の再生・活用成功事例集の更新、内容の充実等を行い、各省庁と連携し、会議等で全国の地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等により広く情報共有を行う。

また、歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームで運営するワンストップ窓口において、地域からの相談や要望に対応、専門家による現地視察や相談者へのヒアリング等の支援を展開する。地域ごとの熟度に応じた支援等を実施することで、新規相談地域の掘り起こし、既存相談地域の継続的なフォロー及び磨き上げを行う。さらに、地域への横展開を図るために連携推進チームのウェブサイトで公開している成功事例集を充実させる。

②歴史的資源を活用した観光まちづくりに係る人材育成

歴史的資源を活用した観光まちづくりに関連する専門人材・企業リストの更新を行い、相談へのよりきめ細やかな対応を進める。そのほか、課題を持つ農泊地域に、専門家等を派遣するなどにより、地域人材の育成等を行う。

ｂ）地方公共団体等への情報提供や継続的支援の実施等

①地方公共団体等への情報発信

各省庁が行う地方公共団体を対象としたセミナーや会議等を活用し、古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進の重要性・有用性について周知を行う。また、総務省が実施する地域経済好循環拡大推進会議等の機会を通じて、地方公共団体、地域金融機関や、商工会議所・商工会等関係機関への周知等も行う。

②歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地域が抱える障害の把握や解決策の検討

古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地方公共団体（日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等）に対し、各省庁を通して得た情報を収集し、歴史的資源を活用する際の課題や障害を把握し、解決策の検討・情報提供を行うことで、地方公共団体における歴史的資源の活用の更なる活発化を図る。

③歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む地域間による相互の取組内容の共有

重要伝統的建造物群保存地区や日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等観光まちづくりに取り組む地域に対して、歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チームのウェブサイトで歴史的資源を活用する際の課題等を把握し、解決策の検討や情報提供を行ったり、歴史的資源を活用した観光まちづくり成功事例集を掲載したりすることで、取組への意識が高い地域間による関連情報や相互の取組内容の横展開を図る。

ｃ）古民家等の歴史的資源を活用した観光情報の発信

城泊、寺泊、古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりや地域に関する情報について、日本政府観光局のウェブサイト、SNS 等を通じた海外への発信を強化することにより、地方誘客を図る。

ｄ）金融・公的支援等の促進

①古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

地域金融機関が地域企業の真の経営課題を的確に把握し、その解決に資する方策の策定及び実行に必要なアドバイスや資金使途に応じた適切なファイナンスを提供するといった支援を行うよう促す。

②支援プロジェクトを特定したふるさと納税

古民家等活用による観光まちづくりを促すため、３大都市圏の民間企業等の社員を地方公共団体に一定期間派遣する「地域活性化起業人（企業人材派遣制度）」や、ふるさと納税を通じたクラウドファンディングによる地域おこし協力隊員等の起業支援といった応援制度及びその具体的な活用事例について、地方公共団体職員や地域おこし協力隊員向けの研修等において周知徹底を図る。

③不動産特定共同事業等の不動産証券化手法を活用した古民家等の再生を推進

不動産特定共同事業等の不動産証券化手法を用いて、空き家、空き店舗、公的不動産（PRE）等の遊休不動産を地域資源として再生・活用するため、事業者、地方公共団体、地域金融機関等の関係者間の情報について、相互に情報を把握しやすくするマッチングサービスを構築するとともに、不動産証券化手法を活用した新しい生活様式に適応するための改修事業の実施支援や、土地・建物を賃借する不動産特定共同事業に係るモデル約款の作成を行う。

④地域経済循環創造事業交付金による支援

地域の資源及び資金を活用して雇用を生み出す事業の立ち上げを支援する「地域経済循環創造事業交付金（ローカル 10,000 プロジェクト）」において、新規性・モデル性の高い古民家等活用事業の立ち上げを支援し、歴史的資源を活用した観光まちづくりを推進する。

⑤重要伝統的建造物群保存地区における建造物の利活用に向けた整備等への支援

重要伝統的建造物群保存地区について、修理・修景、耐震対策、防災対策等に対する支援に加え、観光振興等のニーズに対応して、公開活用整備や美観向上も支援する。また、伝統的建造物等の外観の修理・修景に併せた内部の宿泊施設や交流施設等への一体的整備、解説整備及びこれに併せた多言語化について積極的に支援することにより、地区内の伝統的建造物等の活用を図り、インバウンドの拡大や観光まちづくりの一層の促進に努める。

⑥制度及び支援方策の改善・充実

連携推進チームに寄せられる地域からの相談･要望の具体的な内容を専門家とともに整理･分析し、金融・公的支援に係る支援を進める。幅広い相談に対応できるよう、各省庁とも連携し、情報を収集することで、支援メニュー集の充実を図る。また、支援メニュー集を歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チームのウェブサイトに掲載することで、補助金等の支援内容を周知し、古民家の活用やまちづくりの取組の拡大を図る。

ｅ）既存の規制・制度の改革

①用途変更許可運用の弾力化

地域の実情に応じ、用途変更の弾力化が図れるよう、2016 年（平成 28 年）12 月 27 日に開発許可権者（地方公共団体）に対し、技術的助言を発出したことから国・地方公共団体が参画する担当者会

議等において事例を紹介するなど施策を推進していく。

②消防用設備等の合理的な運用に関する考え方の周知

建物特性や用途特性に応じて、消防用設備等の合理的な運用が図られている事例やその考え方について整理した資料を、消防本部、事業者等に継続的に周知し、必要に応じて内容を更新していく。

③規制及び制度の改善

「建築基準法（昭和25年法律第201号）」、「消防法（昭和23年法律第186号）」、「旅館業法（昭和23年法律第138号）」、「文化財保護法（昭和25年法律第214号）」等について、連携推進チームに寄せられる地域からの相談・要望の具体的な内容を随時整理・分析することで、問題点を洗い出し、適時適切に規制・制度の改善を進める。あわせて、各省庁と連携・情報共有することで、弾力的な運用ができるように更なる関係強化を進める。

（２）城泊、寺社仏閣泊等の地域の新しい宿泊コンテンツの開拓の推進

城泊や寺泊をはじめ、地域の創意工夫による新たな宿泊コンテンツの開拓を進める。また、城や社寺を日本ならではの文化が体験できる宿泊施設として活用することを目的に、専門家によるアドバイス、宿泊コンテンツ造成の支援等を行う。

さらに、マリモツアー等自然や温泉を生かした体験型コンテンツの充実、自然を満喫できるグランピングの拡大、野生動物の保全活動を組み込んだツアーの造成、質の高いガイドの育成、ビジターセンターへのカフェの設置をはじめとした公共施設の民間開放、自然保全コストの一部を利用者に負担を求める仕組みの導入に向けた実証実験等の取組の拡大を、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等多様な主体と連携しつつ実施する。

（３）良質で健全な民泊サービスの普及等の促進

ａ）健全な民泊サービスの普及

住宅宿泊事業について、違法民泊を排除し、公正な市場を確保することにより、健全な民泊サービスを普及させるとともに、地域住民との交流による観光需要を創出することで、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による国内観光需要の回復に取り組む。また、違法民泊対策等を進める中で、デジタルを活用したより効率的な市場の健全化を図る。

ｂ）外国人滞在施設経営事業（特区民泊）の実施地域の拡大

国家戦略特区における民泊、いわゆる特区民泊について、実施地域の拡大等、制度のより一層の利用促進を図る。

（４）宿泊施設整備の促進

ａ）宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の推進

宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の活用を推進する。

ｂ）まちづくりファンド支援事業

まちの活力や利便性の向上等を目指す地方都市を中心として、地域金融機関等と民間都市開発推進機構が連携して設立するまちづくりファンドが、古民家や空き家・空き店舗等をリノベーションして行う観光関連施設等の整備について民間企業等からの寄付も活用しつつ出資等により支援し、外国人等の観光客需要へ対応する。

５　農林水産関係の地域資源

（１）「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の実施

「強い農林水産業」、「美しく活力ある農山漁村」の実現のため、農山漁村の有するポテンシャルを引き出すことにより地域の活性化、所得向上に取り組んでいる優良な事例を「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」として選定し、新たな取組を行っている者が参画したセミナーの開催やSNS等を通じて全国に発信することで、これまでの選定地区・選定者の取組の更なる発展や拡大とともに、農山漁村の地域住民の意欲・機運を向上させる。

（２）「SAVOR JAPAN」ブランドの魅力発信

農泊（農山漁村滞在型旅行）を推進する地域において、多様な地域の食とそれを支える農林水産業や特徴のある風土、伝統文化等の魅力で訪日外国人を誘客する重点地域を農林水産大臣が「SAVOR JAPAN」に認定し、官民が連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する。また、美味しい日本食に加え、地域の食文化を体験できる食体験コンテンツの商品化・提供に関するセミナーの開催及び OTA ウェブサイトへの掲載等を支援するとともに、日本政府観光局と連携した海外発信を行うことで訪日外国人旅行者の誘客を強化する。

（３）農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】第Ⅳ部第２章第１節４

（４）戦略的輸出拡大サポート事業

訪日外国人が帰国後も日本食・食材を消費・購入できるように、訪日外国人に対する観光庁による各種調査結果等の情報を集約し、輸出に取り組む事業者等による海外でのプロモーション、商談会等に活用する。

（５）世界農業遺産・日本農業遺産、世界かんがい施設遺産を活用した農山漁村地域の振興

世界農業遺産・日本農業遺産、世界かんがい施設遺産の観光地としての魅力を、国際会議の場やウェブサイト等を活用した情報発信により PR し、認知度向上を図るとともに、認定地域が取り組む農林水産物のブランド化、商品開発、旅行商品企画等に対して、食品マーケティング及び旅行商品の企画支援を実施し、地域横断的に農業遺産ならではの市場価値を高める手法を開発することで、認定を農林水産物のブランド化や観光振興等へ活用し、農山漁村地域の振興を図る。

（６）地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信の促進

農泊等と連携した農村地域でのジビエ利用拡大を図るため、捕獲から処理加工の情報管理システムの導入、ジビエ処理加工現場での OJT、ジビエの需要開拓、ジビエの安定供給体制構築、未利用地区におけるジビエ利用推進、ジビエを取り入れた食事メニュー開発等の支援を行う。また、ジビエ料理・商品を活用した旅行商品の造成に官民が連携して取り組む。

（７）「食文化あふれる国・日本」プロジェクト

特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等に対し、調査研究による文化的価値の明確化や文化的背景を分かりやすく伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を支援し、モデル事例を形成する。また、食文化を活用したインバウンド受入の促進に資する実証実験等の取組を実施する。

（８）日本酒、焼酎・泡盛等の文化資源のユネスコ無形文化遺産への登録

日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術を保護・継承するため、日本酒、焼酎・泡盛等の文化資源について、ユネスコ無形文化遺産への登録を目指す。そのために、酒造り技術等に関する全国調査や、ポスター、リーフレット等の作成、「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等とも連携した効果的な事業等登録に向けた機運を醸成するための活動を実施する。ユネスコ無形文化遺産登録により、次世代への技術伝承とともに、その技術に関する世界的な認知度を向上させる。

（９）酒蔵ツーリズム推進

酒類事業者、観光事業者、交通機関、地方公共団体等が連携して、国内における酒蔵やワイナリー、ブルワリー等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」を推進し、訪日・在日外国人による酒蔵見学や地元料理と地酒とのペアリング体験等を通じた日本産酒類の認知度向上等を図る取組を支援する（「日本産酒類海外展開支援事業費補助金」）。

（10）歴史的資源を活用した観光まちづくりに係る人材育成

【再掲】第Ⅳ部第２章第２節４（１）a）②

６　観光地・交通機関

（１）新たな観光資源の開拓

歴史、文化だけにとどまらない、以下の新たな観光資源の開拓の取組を促進する。

ａ）地域観光資源の多言語解説整備支援事業

国宝（建造物）が所在する 11 地域、国立公園８箇所を含む約 32 地域において、訪日外国人旅行者にとって分かりやすく魅力的な解説文を作成する。あわせて、全国約 10 地域でセミナーを開催することで、解説文作成に係る蓄積したノウハウを横展開していく。また、本事業で作成している英語解説文を元にした中国語解説文作成の支援を行う。

ｂ）「はまツーリズム推進プロジェクト」の推進

「はまツーリズム（Beach Tourism & Resort）推進プロジェクト」を通じて、海岸環境整備事業や公共海岸の占用制度等により、砂浜を含む水辺空間における民間事業等を含めた多様な地域の推進主体による砂浜利用や環境保全の取組について、具体的な合意形成手法やナレッジ集を関係者と共有することで支援し、海岸地域づくりによる良好な水辺空間の形成を引き続き推進する。

ｃ）官民連携した国内外・訪日旅行に関する旅行商品造成の取組

観光庁、文化庁、スポーツ庁、環境省、旅行業界及び観光資源を有する地域等が連携し、新型コロナウイルス感染症による旅行需要の変化を踏まえた旅行商品造成に向けた素材研究等を行うとともに、各分野の有識者を交えたセミナーの開催等による情報発信を行うことで、スポーツや日本遺産、国立公園等の資源を複合的に活用し、魅力的な旅行商品の造成を促進する。

ｄ）大阪城公園内における日本エンターテインメントの発信拠点での支援

株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）の出資により、2019 年（平成 31 年）２月に大阪城公園内にオープンした劇場「COOL JAPAN PARK OSAKA」において多彩な日本のエンターテインメントを発信する事業に対して支援を行う。

ｅ）海事観光の推進

①マリンチック街道、マリンアクティビティ等の利用活性化に向けた取組

プレジャーボート等によるクルーズ観光のモデルルートであるマリンチック街道の利活用を図るとともに、マリンレジャーの拠点である「海の駅」等において、特に若年層に向けたマリンアクティビティの体験機会を創出するなど、マリンレジャーの活性化を図るための取組を年間を通じて実施する。

②「海事観光」における情報発信の強化

「海事観光」分野の認知を高め、船旅や島旅をはじめとする海事観光需要を創出するため、国や関連業界が連携して情報発信に取り組めるよう、海事広報活性化セミナーを開催し、関係者間の連携関係や情報発信力を強化する。

また、海や船の楽しさを伝える「C to Sea プロジェクト」の公式 SNS（YouTube・Twitter・Instagram）及びポータルウェブサイト「海ココ」を活用し、海や船を利用した魅力的な観光コンテンツやイベントの情報を収集し、写真・動画・記事等で継続的に発信する。

③船旅の魅力向上や新しい海事観光コンテンツの創出に向けた取組の推進

訪日外国人旅行者を惹きつける大きなポテンシャルを有している海洋周辺地域において、観光コンテンツの磨き上げや受入環境整備の一体的な実施等、観光資源としての更なる魅力向上に資する取組を行う地方公共団体、民間事業者等に支援することにより、官民連携の下、船旅の魅力向上や新しい海事観光コンテンツの創出による、訪日外国人旅行者の観光需要取り込みに向けた取組を推進する。

④インターネット等の経路検索におけるフェリー・旅客船の航路情報拡充

「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」の更なる普及促進を図るべく、フェリー・旅客船事業者に対し、「フォーマット」及び「簡易作成ツール」について周知を行い、活用を促すとともに、「MaaS 関連データの連携に関するガイドライン Ver.2.0」（2021 年（令和３年）４月改訂国土交通省総合政策局）に則り、事業者へのデータ整備支援を通じて、航路情報のオープンデータ化を推進

する。

⑤新たなクルーズ様式に沿った安心できるクルーズ船の運航等を通じた地方創生

クルーズ旅客と受入側の安全・安心を確保し、発着地や寄港地における観光の安全・安心の確保の推進により、クルーズ船の継続運航を確保させ、消費拡大に資する新たなクルーズ様式を取り入れたクルーズの商品造成に向けた実証実験事業に対して支援を行う。

ｆ）地域の医療・観光資源の活用

厚生労働省及び観光庁が連携し、地方誘客及び旅行消費額の拡大の促進に向け、地方公共団体、医療機関、民間事業者等の連携による安全・安心な地域づくり、日本の優れた医療サービスと地域の特色を生かした観光資源とを組み合わせた滞在プランの造成、滞在プランの販売に向けた海外連携・販路確保の検討等、地域の取組状況に合わせた支援を実施する。

ｇ）国際競争力の高いスノーリゾートの形成

国際競争力の高いスノーリゾートを形成するため、スノーリゾート形成に関するマスタープランの作成や観光地域づくり法人（DMO）等を中心に地域の関係者が一体となって地域内外の投資を呼び込む環境づくりに取り組む地域に対して、財政支援等を行う。

ｈ）プロモーション等における民間事業者との連携強化

民間プラットフォーム事業者との連携を強化し、訪日外国人旅行者にとって魅力ある観光地域づくりを一層推進するための方策等を検討する。

ｉ）アドベンチャーツーリズムの推進

新たなインバウンド層に訴求力の高い体験型観光として、豊富な観光資源を有する日本ならではのアドベンチャーツーリズムを推進するために、広域地域における取組体制の構築、コーディネーター・ガイド人材の育成・確保、消費額増加や満足度向上につながる観光コンテンツの発掘・磨き上げ、戦略・ガイドラインの策定等を一体的に実施することで、安全・安心な目的地として世界の旅行者に来訪・滞在を促し、地方部を含めた全国各地における消費機会の拡大を図る。

ｊ）DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による観光サービスの変革と観光需要の創出

消費機会の拡大や消費単価の向上を目指し、これまでの態様に捉われない新たな観光コンテンツ・価値を生み出すのに必要なデジタル技術を開発するとともに、オンライン観光の普及を通じたリアルな観光への期待や観光体験、地場産品をはじめとしたお土産等の消費意欲の増進に対応することにより、観光サービスの変革及び新たな観光需要の創出を実現し、もって近い将来訪れる Society5.0 時代に向けて DX（デジタルトランスフォーメーション）を推進する。

ｋ）地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業

地域に残る縦割りを打破し、観光地の整備を進める体制を強化やマイクロツーリズムを促進するため、観光事業者や観光地域づくり法人（DMO）と、交通事業、漁業、農業、地場産業等の多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を磨き上げる取組を支援することで、観光需要の回復・地域経済の活性化につなげる。

ｌ）訪日外国人旅行者のニーズに対応した売れる商品・サービスづくりの推進

訪日外国人旅行者のニーズに対応した売れる商品・サービスづくりを推進するため、重点支援 DMO（全 32 法人）・広域連携 DMO（全 10 法人）を中心に、インバウンド誘客に関するサービスを提供している事業者（観光ベンチャー）等とのマッチングを支援する。

（２）観光関連ファンド等の活用

株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）や株式会社日本政策投資銀行（DBJ）等が組成した観光関連ファンド等により、宿泊施設を含む観光地の再生・活性化を図る。

（３）株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）の有する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の活用

株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）は、観光遺産（文化遺産、自然遺産）を活用し、観光による地域活性化モデルを創出するため、「観光遺産産業化ファンド」を通じて、引き続き観光まちづくり事案への支援等の取組を推進するとともに、各地において観光活性化に向けた取組が自律的に行われるよう地域金融機関等へのノウハウの移転を図る。

また、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光まちづくり等に関する投資ノウハウ・人材支援等に関する機能を安定的・継続的に提供し、宿泊施設を含む観光地の再生・活性化を推進する。

（４）国際的な芸術祭等の実施

日本全国で開催されている芸術祭等について、新型コロナウイルス感染症の状況下においても、国際的な認知度の向上に資する取組を充実・発展させることで、コロナ収束後のインバウンドの回復につながる我が国を代表する国際文化芸術発信拠点形成を支援するとともに、地域の文化芸術資源を活用した計画的な取組を支援する。また、海外のフェスティバルへの参加・出展、海外の芸術団体との共同制作公演等に対し支援するとともに、海外の芸術団体が参加し、我が国で開催される国際的な舞台芸術イベント等に支援することにより、日本文化の魅力を国内外に発信する。

（５）地方版図柄入りナンバープレートの導入による地域の魅力の発信

全国 58 地域で交付している地方版図柄入りナンバープレートについて、イベント等の機会を捉えて普及を促進する。さらに、同ナンバープレートの寄付金を活用した、対象地域の交通サービスの改善、観光振興等を推進する。

また、2022 年度（令和４年度）の地方版図柄入りナンバープレートの追加募集を目指し、「新たな図柄入りナンバープレートの導入に関する検討会」において検討を進める。

（６）地域の多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出の推進

【再掲】第Ⅳ部第２章第１節２（１）h）

（７）サイクルツーリズムの推進

官民が連携した走行環境の整備や、サイクルトレインの拡大等によるサイクリストの受入環境の整備等により、ナショナルサイクルルートをはじめとする世界に誇るサイクリング環境を創出するとともに、自転車活用推進本部や日本政府観光局のウェブサイトの活用等により国内外への PR 等を行い、サイクルツーリズムを推進する。

（８）通訳案内士・ランドオペレーター等の質の向上等の推進

ａ）通訳ガイド制度の充実・強化

大学生等、通訳ガイドの認知度が低い層等に対する SNS 等を用いた情報発信や、通訳ガイドの各層（全国通訳案内士・地域通訳案内士・外国語ガイド）を目指す者を対象にしたワークショップを開催し、認知度向上と資格取得・スキルアップを促進し、訪日外国人旅行者の満足度向上や旅行消費額の拡大を図る。また、全国通訳案内士及び地域通訳案内士の登録情報を一元的に管理するデータベースを確実に管理・運用するとともに、全国通訳案内士及び地域通訳案内士、旅行会社等に対して当該データベースの活用と、データベースを用いた発信を促すことにより、通訳案内士の就業機会の確保・情報発信に取り組む。

ｂ）ランドオペレーター業務の適性化を図る制度の推進

2018 年（平成 30 年）１月に施行された「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律（平成 29 年法律第 50 号）」に基づき、旅行サービス手配業の登録制度の周知を引き続き実施するとともに、旅行サービス手配業者に対する立入検査等を通じた指導・監督の強化等、制度の適切な運用のための措置を講ずる。

ｃ）地域限定旅行業務取扱管理者

2018 年（平成 30 年）１月に施行された「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律（平成 29 年法律第 50 号）」に基づき、引き続き地域限定旅行業務取扱管理者制度の周知や地域限定旅行業務取扱管理者試験の実施を通じ、地域限定旅行業務取扱管理者の増加を図る。

（９）サイクルトレイン・観光列車等の普及促進

ａ）自転車旅行者に使いやすい鉄道サービスの提供

移動そのものを楽しむ観光列車の魅力を海外に情報発信し、訪日外国人旅行者の来訪促進をするとともに、新たな観光ニーズに対応するサイクルトレインの導入を促進する。

ｂ）移動そのものを楽しむ取組や新たな観光ニーズへの対応

移動そのものを楽しむオープントップバス等の導入を促進する。

ｃ）訪日外国人旅行者の受入環境改善に向けた新たなサービス等の検討

受入環境整備の主要項目である多言語対応、公共交通の利用、無料公衆無線 LAN 環境及びキャッシュレス対応に関して、訪日外国人旅行者がストレスを感じやすい日本到着前後の空港・アクセス交通等において、受入環境改善につながる新たな製品・サービスの開発・提供や、既に実装されている製品・サービスの効果的な組み合わせ等について実証し、今後の我が国の受入環境整備の方向性を明らかにする。

(10) 外国人患者の受入環境整備

ａ）「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施

外国人患者が円滑に医療機関を受診できるよう、厚生労働省と観光庁が連携し、都道府県によって選定された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を含め、多言語対応が可能な外国人患者を受け入れる医療機関を質・量共に更に充実したリストとして整備する。

また、都道府県が選定する「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を中心に、医療通訳等の配置支援等を実施するとともに、外国人患者受入れ医療コーディネーターの養成や拠点機能の強化に必要な取組等の周知・教育等を行うなど、機能強化に資する取組を通じて、外国人患者受入環境の整備を進める。

さらに、各地域で外国人患者の受入環境を整備するため、地方公共団体における協議の場や医療機関からの相談にワンストップで対応する窓口の整備等を支援するとともに、医療機関に対する「外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル」の内容の充実や多言語対応への支援等を行う。また、訪日外国人旅行者等向けの医療に関する情報をまとめたウェブサイトに好事例インタビューの掲載等内容充実を図り、受入環境の整備に有用な取組の周知を進める。

ｂ）訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化

訪日外国人旅行者が不慮のケガ･病気になった際に、スムーズに「外国人患者を受け入れる医療機関」にアクセスできるよう、日本政府観光局ウェブサイト・アプリ・SNS、チラシ等を活用し、出入国在留管理庁等関係省庁等と連携を図りながら、訪日外国人旅行者に対する情報提供を強化する。さらに、観光案内所、宿泊施設及び旅行会社等に対して、「外国人患者を受け入れる医療機関」に関する情報を周知する。

ｃ）訪日外国人旅行者の保険加入促進

訪日外国人旅行者が医療費の不安なく治療を受けられるように、厚生労働省、出入国在留管理庁及び外務省等関連省庁と連携し、訪日前等の様々な機会を捉え、海外旅行保険や日本入国後でも加入可能なインバウンド旅行保険の PR を強化する。

(11) クルーズ船受入の更なる拡充

新型コロナウイルス感染症の流行・拡大に伴い、クルーズ船の運航が休止されたことにより、2020 年（令和２年）の訪日クルーズ旅客数は 12.6 万人、我が国港湾への総寄港回数は 353 回となった（速報値）。クルーズを安心して楽しめる環境を整備するとともに、その他取組を推進する。

ａ）クルーズを安心して楽しめる環境の整備

クルーズの再興に向けて、港湾におけるクルーズ旅客の利便性や安全性及び物流機能の効率化を図るため、地方公共団体等が行う屋根付き通路の設置や旅客上屋の改修等を促進するとともに、旅客ターミナルにおける感染防止対策等について優先的な支援を行う。また、旅客ターミナル等における多言語化対応やトイレの洋式化、Wi-Fi 環境の充実を図る。

ｂ）世界に誇る国際クルーズ拠点の形成

クルーズの再興に向けて、「国際旅客船拠点形成港湾」として指定している港湾において、官民連携による国際クルーズ拠点の形成に向けた港湾施設の整備を推進する。また、クルーズ船の発着港等において、衛生主管部局も参画する水際・防災対策連絡会議を開催し、情報共有体制の構築を進めるなど、クルーズ船を安全・安心に受け入れられる体制の構築を図る。

ｃ）国内クルーズ周遊ルートの開拓

訪日外国人旅行者を惹きつける大きなポテンシャルを有している海洋周辺地域において、観光コンテンツの磨き上げや受入環境整備の一体的な実施等、観光資源としての更なる魅力向上に資する取組を行う地方公共団体、民間事業者等に支援することにより、官民連携の下、船旅の魅力向上や新しい海事観光コンテンツの創出による、訪日外国人旅行者の観光需要取り込みに向けた取組を推進する。

また、クルーズの再興に向けて、ラグジュアリークルーズを運航するクルーズ船社や寄港地となる地域の関係者等と連携して、乗客のニーズを踏まえた地元食材や伝統文化等地域特有のストーリーを付加した寄港地ならではの特別な体験を盛り込んだツアー造成やその船内等におけるプロモーション等を促進する。

ｄ）クルーズを安心して楽しめる環境整備

国内クルーズを対象とした船舶及び港湾ガイドライン等を踏まえたクルーズ船や旅客ターミナル等における感染拡大防止策を徹底するとともに、都道府県等の衛生主管部局を含む地域の協議会等における合意を得た上でのクルーズ船受入、水際・防災対策連絡会議を通じた情報共有体制構築、クルーズ船受入訓練の実施、クルーズの安全運航の支援によるクルーズに対する信頼の回復、国内外の観光客を惹きつける寄港地観光コンテンツの充実等、クルーズを安心して楽しめる環境整備を推進する。

ｅ）新たなクルーズビジネスの確立

クルーズの再興に向けて、クルーズ旅客と受入側の相互理解促進や船内等で行う寄港地観光の消費喚起、クルーズ船の安全な寄港再開に向けた取組等を支援する。また、港湾協力団体の活用及び「みなとオアシス」の登録を促進し、クルーズ旅客の受入環境の向上を図る。

ｆ）クルーズに関するプロモーションの実施

「全国クルーズ活性化会議」と協力し、安全･安心かつ上質な寄港地観光プログラムを造成するため、クルーズ船社とネットワークの構築に努め、各港湾のクルーズ船誘致の機会を創出し、寄港地の魅力ある観光コンテンツを関係者と一体となり、プロモーション等を実施する。

また、クルーズの再興に向けて、クルーズ旅客と受入側の相互理解を促進するとともに、新型コロナウイルス感染症の国内外の感染状況等を踏まえ「全国クルーズ活性化会議」と連携し、感染拡大防止に寄与する上質かつ多様なツアーメニューの造成等を促進するためのクルーズ船社と港湾管理者等との商談会等の開催を検討する（実施環境が整えば実施）。

ｇ）スーパーヨットの受入拡大

インバウンドによる地方創生の観点から、寄港する地域等への経済効果が期待される海外富裕層が所有するスーパーヨットの受入拡大に向け、「スーパーヨットの受入拡大に関する関係省庁連絡調整会議」を通じた取組を推進する。

ｈ）安心して訪日観光ができる海洋周辺地域の観光魅力向上事業

訪日観光のポテンシャルを有している海洋周辺地域において、観光コンテンツの磨き上げの実施及び関連する訪日観光客の受入環境整備や、多言語避難誘導等の災害時の訪日観光客の安全確保のための取組を支援する。

（12）景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

ａ）沖縄観光の強化

沖縄の観光を更に磨き上げるためのアクションプランである「沖縄観光ステップアップ戦略 2017」に基づき、新型コロナウイルス感染症の収束を見通して、引き続きクルーズ船受入のための係留施設等の整備を推進するとともに、新たな体験型観光の開発や回遊性向上を図るため高速船運航の充実・強化

に向けた環境整備に取り組む。また、沖縄の美しい自然及び文化を生かし、訪日外国人旅行者の受入体制強化や独自の観光メニューの提供への支援等、「沖縄振興特別推進交付金」等を通じた沖縄観光の強化を図る。

ｂ）河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

【再掲】第Ⅳ部第２章第１節１（５）e)

ｃ）特定有人国境離島地域における滞在型観光の促進

特定有人国境離島地域における滞在型観光を促進するため、「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」により、旅行者の滞在を延ばす効果が期待される魅力的な滞在プラン、企画乗船券・航空券又は旅行商品の企画、開発及び普及、旅行商品等に組み入れられる着地型観光サービスの質の向上及びその提供を担う人材の確保育成等を図る取組への支援を強化する。

（13）日本映画の海外発信

日本の魅力あるロケ地情報の多言語化や日本映画の多言語字幕制作支援、欧米等で開催されている国際映画祭への出品支援、海外における日本映画の特集上映の実施等を通じ、多様な作品の魅力を発信し、訪日外国人旅行者の増加に寄与する。

（14）スポーツツーリズムの推進

スポーツによる交流人口の拡大や地域・経済の活性化を図るため、地方公共団体、スポーツ団体、民間企業（スポーツ産業、観光産業）等が一体となり、まちづくり・地域活性化に取り組む組織である「地域スポーツコミッション」の新規設立及び設立後の「スポーツ合宿・キャンプの誘致」や「スポーツアクティビティの創出」等のモデル的な活動を支援する。

また、日本のスポーツツーリズムを総合的に発信するほか、既存のスノーやダイビングに加えゴルフ等日本で体験できる各種スポーツや体験スポットとともに周辺の観光情報を日本政府観光局のウェブサイトに掲載し、出展事業とも連携させて、海外に向けて情報発信を行う。

（15）スポーツによる地域の価値向上プロジェクト

スポーツと地域資源を融合させたスポーツツーリズム等を通じて交流人口の拡大及び地域・経済の活性化を図るため、地域単位ではポストコロナを見据えた高付加価値コンテンツの創出に向けたモデル的な取組等を実施し、全国単位では武道ツーリズムに関するネットワークの構築・強化、社会課題解決のための新たな戦略の検討、国内外に向けたプロモーション等を実施する。

第３節　日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化

（１）観光地域づくり法人（DMO）を核とする観光地域づくりの推進

ａ）ガイドラインに基づく観光地域づくり法人（DMO）の育成・支援

2020 年（令和２年）４月に策定した「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、厳格化した登録要件に従って、登録制度や新設した更新制度を運用し、観光地域づくり法人（DMO）全般の底上げを図るとともに、インバウンドの誘客を含む観光地域振興に積極的に取り組む意欲やポテンシャルの高い観光地域づくり法人（DMO）に対して重点的に支援することで世界に誇る観光地の形成を促進する。

ｂ）情報支援・ビッグデータの活用促進

観光地域づくり法人（DMO）への情報共有のための「DMO ネット」により、組織体制の自立・強化に資する各種研修・セミナー・シンポジウムの情報等を引き続き観光地域づくり法人（DMO）に提供する。また、2020 年度（令和２年度）に構築したデータ収集プラットフォーム及び CRM アプリを、より容易に多くの施設でデータ収集が可能、より効果的なダイレクトマーケティングが可能等、利便性・汎用性が高まるよう再構築する。それを用い、宿泊施設、観光施設等における観光客のデータを継続的に収集・分析し、データに基づき戦略を策定し、地域の観光関連事業者へ提供するモデル事業を実施するとともに、取組の横展開を図る。さらに、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」による支援を通じ、観光地域づくり法人（DMO）等の地域観光関係者による観光客の宿泊・属性データ、GPS の

位置情報やSNS等のビックデータの収集・分析等の取組を引き続き促進する。

ｃ）人的支援

観光地域づくり法人（DMO）における人材の能力向上及び育成を図るため、全国的な研修・シンポジウム等を実施するとともに受講を支援する。また、DMOネット等を活用し、各種研修・セミナー・シンポジウム等の情報提供を実施する。

さらに、観光地域づくり法人（DMO）と専門的知見や外国人目線を有する専門人材とのマッチングを実施するとともに、人材の登用に要する費用を支援する。

ｄ）関係府省庁の連携による総合的な支援

関係府省庁が連携して、観光資源の磨き上げや受入環境の整備等の着地整備を最優先に取り組むことができるよう、KPIの適切な設定やPDCAサイクルの確立といった自律的な運営等を目指す取組について、観光地域づくり法人（DMO）に対する総合的な支援を実施する。

ｅ）官民ファンド等による支援

株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）の出資により、瀬戸内７県の「広域連携DMO」が実施するインバウンド需要を取り込む事業に対し支援を行う。

地域企業の成長等を促進する措置を盛り込んだ、「中小企業の事業承継の促進のための中小企業における経営の承継の円滑化に関する法律等の一部を改正する法律（令和２年法律第58号）」（2020年（令和２年）10月１日施行）により改正された、地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律に基づき、観光資源等の地域の特性を生かして地域経済を牽引する事業に対し、地域未来投資促進税制等により設備投資等を支援する。

ｆ）観光地域づくり法人（DMO）間の適切な役割分担に基づく広域的な連携の強化

「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、エリアごとに各層の観光地域づくり法人（DMO）を対象とした意見交換会等を実施し、役割分担と連携を促進する。また、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」により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、調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、旅行商品流通環境整備、情報発信といった取組に対して総合的な支援を行う。

（２）地域（地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO））と日本政府観光局の適切な役割分担

ａ）地域（地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO））と日本政府観光局の役割

地域（地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO））は、観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備、多言語表記等の受入環境の整備等の着地整備を最優先に実施する。着地整備を行った地域（地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO））が作成した、デジタルコンテンツ（写真・動画等）に関しては、日本政府観光局のオウンドメディアにて発信していくことで、地域に還元される分析データの精度が更に向上する好循環の創出を目指す。

また、関係省庁の連携強化により、観光地域づくり法人（DMO）の組織（意思決定の仕組み）に地域の多様な関係者（文化財、国立公園、農泊、アクティビティ、農林水産業、商工業の関係者等）の主体的な参画を促す。

ｂ）地域の観光戦略推進の核となる観光地域づくり法人（DMO）の改革

全国各地で世界的な競争力を有する魅力ある観光地域づくりを推進するため、人材マッチングやJETプログラムの活用周知を含めた観光地域づくり法人（DMO）の体制強化に関する支援や、地方運輸局と観光地域づくり法人が連携し「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」等に対応した高付加価値な滞在コンテンツ造成等、観光地域づくり法人に対する総合的な支援を実施する。

ｃ）地方公共団体のインバウンド誘致活動に対する日本政府観光局の支援体制強化

日本政府観光局の「地域プロモーション連携室」が、地域が行う訪日プロモーション事業を支援するために、各地域のインバウンド関係者を対象とした、最新のインバウンド状況等をテーマとしたオンラインセミナーを開催するとともに、インバウンド関係者向け「地域インバウンド促進サイト」を通じ、国内のインバウンド取組等を紹介・共有する。加えて、地域に対してきめ細やかなコンサルティングを

実施する。

ｄ）訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成

訪日外国人旅行者の更なる消費拡大を図るため、観光庁・日本政府観光局による情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」等に対応した高付加価値な滞在コンテンツを、地方運輸局と観光地域づくり法人（DMO）が連携し、全国各地域に創出する。

（３）地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）への支援と地域間の連携強化

ａ）観光産業事業者に対する政府系金融機関による資金供給等の支援

新たに観光産業を行う者及び既存の観光産業事業者の取組を後押しするため、日本政策金融公庫等による事業者への資金の融資や、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）による「登録 DMO」の設立や観光関連事業への資金、経営及びナレッジ面での支援を実施する。また、登録 DMO と連携し、民間事業化支援を促進していく。

ｂ）観光地域づくり法人の財務体制強化

「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、観光地域づくり法人（DMO）の持続的な運営のため、運営収支や安定的な運営資金の確保に関する財務責任者（CFO）の設置を促進するとともに、自主財源の確保等について、事例の横展開を実施する。

ｃ）全国的な研修の実施等による地域間の連携強化

全国的な研修・シンポジウム等の実施や受講の支援、先進事例集の作成及びその周知等により、観光地域づくり法人（DMO）間の横の連携を強めるとともに、観光地域づくり法人が抱える課題の共有・事例の横展開を実施する。

（４）広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

訪日外国人旅行者及び日本人国内旅行者の「新たな旅のスタイル」に対応するため、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、調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、旅行商品流通環境整備、情報発信等の取組に対して総合的な支援を行う。

ａ）広域周遊観光促進のための専門家派遣

訪日外国人旅行者等の広域周遊観光促進に取り組む地域に対して、各地域の魅力や課題の発掘、課題の解決に向けた計画の策定、地域関係者のスキル向上について、適切な助言を行える専門家をより多くの地域へ派遣し、訪日外国人旅行者等の地方誘客に向けた地域の取組を促進させる。

ｂ）テーマ別観光による地方誘客事業

これまで産業訪問、フードツーリズム、ONSEN・ガストロノミーツーリズム、酒蔵ツーリズム等の 17 テーマを選定し、各テーマにおいて、ネットワーク構築やマーケティング調査、受入環境整備、ネットワーク間でのノウハウ共有、情報発信強化等の地方誘客に向けた取組が実施されるよう、有識者ヒアリングや意見交換会、現地調査等を実施することで各テーマの取組におけるコーチング執行管理等を行ってきた。今後はこれまで蓄積してきたモデルケースの事例成果・ノウハウの横展開のためにウェブサイトでの公表を行っていく。

ｃ）広域周遊に関する情報のビジネス関係者への発信

日本貿易振興機構（JETRO）は、日本各地域の輸出産品を対象とした産地の魅力を発信するオンライン型事業を実施するため、海外バイヤーとのオンライン商談会、海外インフルエンサー発信等を実施する。また、各国バイヤー・消費者向けに、地域産品の生産現場等を紹介する映像の制作、海外での販売促進イベント、SNS 等を活用した発信等を行い、輸出産地と産品の魅力を世界へ発信する。

ｄ）「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の活用

様々な観光関連機関が集う「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の場を活用し、観光ビジョン実現プログラム掲載施策の取組の具体化を促進するとともに、地域における観光のワンストップ窓口として、各地域の課題に対する情報共有や施策の調整を行うことで、省庁横断的な取組を進め迅速な課題

解決を図る。また、各ブロックにおける取組及び成果をウェブサイト等で公表し、ブロック間で横展開することで、全国的な取組水準の底上げを図る。

ｅ）ガーデンツーリズムの推進

ガーデンツーリズム登録制度を通じて、各地の庭園間の連携構築や地域の風土や歴史を反映したテーマに基づく取組を支援し、「ガーデン」を核とした観光ルートの形成を図るほか、アフターコロナにおける新たなニーズへの対応等を検討し、地域の活性化につなげる。また、2021 年度（令和３年度）上半期までに第４回ガーデンツーリズム登録を行うとともに、下半期に登録団体等を対象とした全国イベントを開催するほか、実施登録計画に基づく事業展開の支援・幅広いニーズに応じた国内外への PR を実施する。

（５）JAPAN ブランド育成支援等事業

中小企業者等が海外展開や販路開拓の獲得を目的に民間事業者と連携して行う、新商品・サービスの開発やブランディング、プロモーション等を支援する。

（６）優れた地域産品等の活用による地方への誘客

日本貿易振興機構（JETRO）は農商工連携による地域資源を活用した地域産品の輸出やインバウンド促進支援の一環として、引き続き、日本政府観光局のメディア・旅行会社招へい事業と連携し、地域産品及び観光資源をアピールする。

また、海外では、まだ地域産品の認知度が低い状況を踏まえて、地域産品の魅力が一層伝わるよう、バーチャルを含めた製造現場の視察や産品に触れる機会を設ける。

（７）旅行業務取扱管理者確保事業による旅行商品の企画・提供の解禁

国家戦略特区内において、地域の実情に即した旅行業務取扱管理者試験を実施する旅行業務取扱管理者確保事業を活用し、農家民宿等の宿泊事業者による「着地型旅行商品」の企画・販売の取組を推進する。

（８）地方公共団体等への情報提供や継続的支援の実施等

古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む意欲のある地方公共団体（日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等）に対し、各省庁を通して得た情報を収集し、歴史的資源を活用する際の課題や障害を把握し、解決策の検討・情報提供を行うことで、地方公共団体における歴史的資源の活用の更なる活発化を図る。

また、重要伝統的建造物群保存地区や日本遺産認定地域、観光地域づくり法人（DMO）、農泊地域等観光まちづくりに取り組む地域に対して、歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チームのウェブサイトで歴史的資源を活用する際の課題等を把握し、解決策の検討や情報提供を行ったり、歴史的資源を活用した観光まちづくり成功事例集を掲載したりすることで、取組への意識が高い地域間による関連情報や相互の取組内容の横展開を図る。

（９）支援プロジェクトを特定したふるさと納税

【再掲】第Ⅳ部第２章第２節４（１）d）②

(10) 訪日プロモーションの戦略的高度化

ａ）「東京 2020 大会」後も見据えた訪日プロモーションの取組

①観光ブランドイメージの確立に向けたグローバルキャンペーンの展開

日本政府観光局において実施している、欧米豪を中心に存在する「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層」をターゲットとしたグローバルキャンペーンについて、ウィズコロナにおける観光スタイルの変化を踏まえた動画等へとリニューアルするとともに、特に欧米豪重点市場に対して集中的に情報発信を行い、より効果の高いキャンペーンを展開する。

②現地 PR 会社等を活用した効果的なプロモーション事業の実施

欧米豪市場等において、現地 PR 会社の専門的な知見を活用し、現地メディアとのネットワークを強化・拡充するとともに、現地メディアが求めるトレンドを把握し、メディア露出量の増加や効果的な情報発信を推進する。また、欧米豪市場の外国人有識者等で構成されるアドバイザリーボードも引

き続き活用し、各市場における現地目線のプロモーション事業を展開する。
さらに、欧米豪地域等で影響力のあるメディア等とのネットワークを活用し、日本の多様な魅力（歴史、伝統文化、自然、アウトドアアクティビティ等）を各種媒体を活用して発信する。加えて、有力雑誌等のメディアや旅行会社、海外の著名人を日本各地に招請し、日本を体験してもらい、その映像を強力に発信する。

③東北を PR するデスティネーション・キャンペーンの実施

地方誘客をより一層促進するため、東北６県の要望等を踏まえつつ、2020 年度（令和２年度）に引き続き東北をデスティネーションとする集中的なプロモーションを展開する。

④「東京 2020 大会」を契機とした訪日プロモーションの実施

「東京 2020 大会」が開催される機会を活用し、前広かつ能動的に海外メディアに向けて観光情報の提供を行うほか、大会関心層に向けて日本の多様な魅力を積極的に発信することで、日本各地の観光魅力の認知度向上を図る。
また、海外メディアや旅行会社向け情報発信プラットフォーム「Japan Online Media Center」について、掲載コンテンツの拡充を進め、広く活用されるよう SNS との連携を通じて海外メディア及び旅行会社への認知度向上を図る。

⑤メディア芸術の創造・発信の強化

【再掲】第Ⅳ部第２章第２節１（11）

⑥「beyond2020 プログラム」の推進

2020 年（令和２年）以降を見据え、日本の強みである地域性豊かで多様性に富んだ文化を生かし、成熟社会にふさわしい次世代に誇れるレガシー創出に資する文化プログラムを「beyond2020 プログラム」として推進し、日本全国での展開、盛り上げを図る。同プログラムを通じて、我が国の文化振興に取り組むとともに、全ての人の文化プログラムへの参画の機会を確保するため、バリアフリー対応や多言語対応の強化の促進を図り、企業等の行動に変革を促し、我が国での旅行に対する潜在需要も取り込んでいく。「東京 2020 大会」に向けて、更なる全国的な機運の醸成を図るため普及に取り組む。

⑦スポーツを含む着地・体験型プログラム情報の発信

日本のスポーツツーリズムを総合的に発信するほか、既存のスノーやダイビングに加えゴルフ等、日本で体験できる各種スポーツや体験スポットとともに周辺の観光情報を日本政府観光局のウェブサイトに掲載し、出展事業とも連携させて、海外に向けて情報発信を行う。

⑧ビジット・イースト・アジア・キャンペーン

東京や北京でのオリンピック・パラリンピック競技大会開催で東アジアへの注目度が一層高まる機会を捉え、「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」の共同プロモーションを継続的に実施する。また、日本で開催予定の日中韓観光大臣会合の場を活用し、観光再開後の東アジアへの旅行を促す取組について協議を行う。

⑨アジアにおける大規模キャンペーンの推進

アジア市場のリピーター層を対象とした、オンライン広告による的確な情報発信や、地方の体験型コンテンツ商品化等を通じた発信コンテンツの拡充等を通じ、体験型コンテンツの認知・関心向上から購入までの一気通貫したプロモーションを実施し、訪日旅行者数回復及び消費額増加を図る。

ｂ）大規模国際競技大会等の開催を活用した観光客誘致の支援

「東京 2020 大会」やワールドマスターズゲームズ 2021 関西等、日本で開催される大規模国際競技大会等の確実な開催に向けて準備を進めるとともに、大会成功に向けた機運醸成を図る。

ｃ）４者連携による情報発信

経済産業省、観光庁、日本貿易振興機構（JETRO）及び日本政府観光局は、政府関係機関や業界団体、

現地日系企業等と協力し、音楽、マンガ、ファッション、日本食、地域資源等のクールジャパン及びビジット・ジャパンの一体的なプロモーションを実施するほか、相互に情報交換等の連携を行う。

ｄ）地域の観光資源を活用したプロモーションの実施

地方部への訪日外国人旅行者の誘客の加速を目的とし、地域の観光資源について熟知している地方運輸局等が、地方公共団体や地域の公共交通事業者等の民間等と広域かつ機動的に連携し、政府として活用を推進していく。また、国立公園や文化財等の地域の魅力ある観光資源について、日本政府観光局のノウハウ等を活用し、戦略的なプロモーションを行う。

ｅ）インバウンドの段階的復活に向けた小規模分散型パッケージツアーの試行的実施

新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着いている国・地域から、主催者がビジネストラックに準じた防疫措置を徹底した形での管理された小規模分散型パッケージツアーを試行的に実施し、地域の受入環境の醸成や、「安全で安心な新しい旅のスタイル」の普及を図る。

ｆ）スノープロモーション事業

スキー人口が急増中の中国及びスキー目的での訪日が多いオーストラリアにおける博覧会出展等を通じた冬期の誘客促進や、日本のパウダースノーへの興味・関心の高い欧米豪市場を対象としたオンライン広告等を通じて、戦略的なスノープロモーションを実施する。

ｇ）日本政府観光局における市場調査

日本政府観光局において、訪日重点全市場を対象とした基礎調査の実施を通じて、データに基づく精緻な海外旅行に係る市場分析、競合国分析等を行い、重点的にプロモーションを行うターゲット層を特定・深掘りし、政府の 2030 年（令和 12 年）訪日外国人旅行者数目標達成に向け、中長期の訪日マーケティング戦略を策定する。

ｈ）日本政府観光局におけるプロモーション実施体制の強化

日本政府観光局において、マーケティングや ICT の専門人材の登用や職員の能力開発、さらには海外事務所の人員増強等を行い、プロモーションの実施体制を強化する。

ｉ）E-learning の実施

日本政府観光局において、海外の旅行代理店の販売員の人材育成を進めるため、訪日旅行に関する知識を習得するための E-learning ウェブサイトを運営するとともに、コンテンツの拡充や新規コースの導入を行う。

ｊ）訪日外国人旅行者の意見分析による満足度向上

ウェブサイト上で中国語（簡体字・繁体字）、韓国語の「訪日観光意見箱」を運用して、特にリピーターの多い東アジア地域（韓国、中国、台湾及び香港）からの旅行者の訪日観光に関する意見や苦情に対応し、内容を収集・分析することで、更なる満足度向上を図る。

ｋ）新たな市場からの誘客促進に向けた先行試行的プロモーション事業等の実施

既存重点 22 市場において、新型コロナウイルス感染症の影響により旅行需要の変化を見据えたプロモーションを実施するほか、訪日インバウンドの成長が見込まれる準重点市場（スイス、オランダ、北欧地域、ニュージーランド及びブラジル）において先行試行的プロモーション事業等を実施する。あわせて、拠点となる日本政府観光局現地事務所の設置準備を中東や中南米に加え、北欧地域等の市場において進める。

ｌ）ICT・ビッグデータ等の分析・活用による個人の関心にあわせた情報の発信（デジタルマーケティングの強化）

訪日しようとする外国人旅行者が求める我が国の情報を容易に入手できるようにすることを目的に、デジタルマーケティングを強化し、データ分析の高度化や分析データのプロモーションへの一層の活用等を行うことで、相手方の属性や関心を踏まえた的確な情報発信や効果的なプロモーションを実施する。

ｍ）SNS 等を活用したプロモーションの高度化

重点市場においてインフルエンサーを招請し、日本の魅力や訪日観光情報を戦略的に発信し、訪日需要を喚起する。

また、在外公館等において、運用している SNS アカウントを活用して、外務本省、日本政府観光局、地方公共団体、現地メディア等が発信した日本情報（観光・文化・歴史・トレンド等）のコンテンツを再発信するとともに、任国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信し、日本への関心・理解の拡大及び訪日需要の喚起を目指す。外務省においては、在外公館がコンテンツを作成する際に使用可能な画像素材等を共有する。

（11）インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

ａ）インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化（富裕層）

富裕層の旅行需要における特性等を踏まえ、訪日プロモーション事業において富裕層に向けた取組を新型コロナウイルスの感染状況等を見据えつつ、実施する。

富裕層をターゲットにした旅行業界団体、国際的な旅行商談会主催者等との連携を一層拡大し、訪日ツアーの造成数の増加につなげる。さらに、海外の有力メディアや富裕層向け旅行商品を扱う海外の旅行会社等を日本各地に招請し、ストーリー性のある日本の伝統・文化を発信するとともに、国内外の関係者が商談･意見交換等できる機会の拡大、国内関係者向けのセミナー等の開催を通した受入環境の整備を促進する。

加えて、デジタルマーケティング手法を活用したオンライン広告やテーマ別の情報発信等を強化することで更なる誘客を促進する。

また、欧米豪市場だけでなく、アジア市場や中東市場等も含め、幅広く富裕層の誘客拡大に取り組む。

ｂ）戦略的対外発信拠点「ジャパン・ハウス」事業

サンパウロ、ロンドン及びロサンゼルスの世界３都市に設置されたジャパン･ハウス各拠点において、日本の多様な魅力や取組をこれまで日本に関心のなかった人々を含む幅広い層に対して発信し、インバウンドの観光需要を促進する。そのために、地方公共団体や地元企業、アーティスト等とも連携して企画・実施していく。

ｃ）在外公館等における海外への地域の魅力発信

①地方の魅力発信セミナー・地方視察ツアー

外務省が複数の地方公共団体との共催で､駐日外交団等に対して､地方における海外展開の施策や、地場産品や観光資源等を紹介するセミナーを都内ホテル等において、新型コロナウイルス感染症の感染状況も踏まえつつ、2021 年度（令和３年度）内に１回開催する。また、外務省と地方公共団体との共催で、駐日外交団が地方を訪問し、地方の食文化、伝統工芸等の文化を体験したり、地方が誇る観光資源や産業等施設を視察するツアーを同年度内に、セミナー同様に新型コロナウイルス感染症の感染状況も踏まえた上で、約４回実施する。

②地域の魅力海外発信支援事業

被災地を含む複数の地方公共団体等と連携し、海外の主要都市において、地方創生の一環として日本の地域の魅力発信、日本各地の商品の輸出促進、観光促進等を支援する総合的な PR 事業を、新型コロナウイルス感染症の感染状況も踏まえつつ、2021 年度（令和３年度）内に１回実施する。大使館 SNS をはじめ、現地メディア等を活用して情報発信を行い、日本産品の輸出や訪日観光の促進につなげる。

③地方創生支援　飯倉公館活用対外発信事業

外務省の飯倉公館において、外務大臣が地方公共団体首長等と共催で駐日外交団等を対象に地方の特産品、地場産業、伝統芸能、伝統工芸、観光地、文化遺産等の魅力や「東京 2020 大会」ホストタウン交流の取組等を PR するレセプションを､新型コロナウイルス感染症の感染状況も踏まえつつ､2021 年度（令和３年度）内に約２回開催する。

④文化事業等を通じた訪日需要の喚起

在外公館及び独立行政法人国際交流基金（JF）が、世界各国において伝統文化からポップカルチャ

一、地方の魅力や和食等、幅広い分野に関する公演や展示等の文化事業を行うことにより、日本の多様な魅力を海外に積極的に発信し、諸外国の日本に対する興味・関心を高めるとともに、新型コロナウイルス感染症の収束を見極めつつ、各国で本格化する観光客誘致に向けた競争において有利な環境を創出することも見据えオンラインも活用しつつインバウンドの訪日需要を喚起する。

また、日本政府観光局と独立行政法人国際交流基金（JF）の本部及び海外事務所が連携し、日本政府観光局の訪日プロモーション事業と JF の文化芸術交流、日本語教育、日本研究・知的交流事業の機会を活用した連携事業を実施することで、新型コロナウイルス感染症の影響により旅行需要の変化を見据えた訪日旅行及び国際文化交流の取組を実施する。新型コロナウイルス感染症の収束を見極めつつ、JF のコンテンツ等を日本政府観光局の事業で活用することにより訪日旅行の回復時の交流を促進する。

さらに、文化、伝統、科学、技術等様々な分野で「日本ブランド」を体現する専門家を海外に派遣し、現地で講演、実演、ワークショップ等を実施することで、地方の観光資源を含む日本の多様な魅力を発信し、親日層の拡大と訪日客誘致につなげる。

ｄ）放送コンテンツの活用による日本の魅力発信

①放送コンテンツ海外展開支援事業（国際交流基金事業）

外務省、観光庁等の関係省庁等が連携して、商業ベースでは日本のテレビ番組が放送困難な国・地域を対象に、日本のドラマ、アニメ、ドキュメンタリー、映画、バラエティ等の放送コンテンツを無償提供する際に、日本の各地域の魅力を伝える新規の動画コンテンツ等も活用し、また新型コロナウイルス感染症による影響・変化を踏まえ、オンラインも含めて発信することで、今後の訪日意欲の喚起を図る。

②株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構（JICT）による放送事業の海外展開支援を通じた対外発信の強化

海外における日本のコンテンツの継続的な発信に向け、株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構（JICT）を活用し、我が国の事業者が海外で行う放送事業に対してハンズオン支援等を行う。

③テレビ国際放送の実施

「放送法（昭和 25 年法律第 132 号）」の規定に基づき、ＮＨＫにテレビ国際放送の実施を要請することにより、日本の文化・産業等の情報や魅力を世界に発信するとともに、国内外における周知広報や受信環境の整備・改善、放送番組の充実等の取組を一層推進する。

ｅ）コンテンツ等の海外展開の促進を通じたプロモーション

総務省、経済産業省、外務省、観光庁、農林水産省等の関係省庁等が連携するとともに、地方公共団体や国内外の事業者等の関係者と幅広く協力し、新型コロナウイルス感染症による影響･変化を踏まえ、オンライン等も活用して、放送コンテンツを海外と共同制作・発信する取組等への支援等を行い、日本の各地域の魅力を効果的に発信し、日本の農産品・地場産品、文化等に対する関心・需要を維持・喚起する。

ｆ）日本観光振興協会の国内観光情報サイトの多言語化

日本観光振興協会の国内観光情報ウェブサイト「全国観るなび」について、手動翻訳によるイベント情報及び季節観光情報の英語による正確な情報提供を図りつつ、将来的に AI 翻訳の導入により多言語（英語、中国語及び韓国語）で正確な情報提供ができるよう、検討を進める。

ｇ）海外における日本語事業（国際交流基金事業）

独立行政法人国際交流基金（JF）による日本語専門家派遣事業、日本語教材の制作及び情報収集ネットワークづくり、日本語教師・学習者訪日研修等のこれまでの取組を継続するとともに、オンラインも活用し、一層、海外における日本語教育の質の向上、安定的実施等を図る。

ｈ）海外日本庭園再生プロジェクト

修復が求められている海外日本庭園について、在外公館や地方公共団体と連携し、海外日本庭園再生プロジェクトにより日本側の造園技術者を派遣して修復支援を実施する。2021 年度（令和３年度）にお

いても引き続き、海外日本庭園の修復に向けて取り組む。

ｉ）風評被害を最小限に抑えるプロモーションの実施

災害発生から一定期間が経過し、当該地域の安全性が確保されるようになった後は、引き続き日本政府観光局のウェブサイトや SNS を活用して公共交通機関、観光地等に関する正確な情報を訪日外国人旅行者の出身国に応じて多言語できめ細かく発信するとともに、被災地域の地方公共団体等と連携し、必要に応じて、風評被害を最小限に抑えるべく、訪日プロモーションを集中的に実施する。

ｊ）観光分野における多国間枠組みへの貢献

新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けている国際観光交流の回復に向けて、UNWTO（国連世界観光機関）と連携した国際シンポジウムの開催等を通じて国内観光地の安全性を発信する。

ｋ）２国間関係の強化による双方向交流の拡大

観光当局間の協議等を行い、新型コロナウイルス感染症の感染拡大収束後の諸外国との観光交流回復・拡大を図る。

ｌ）先住民族としてのアイヌ文化等の発信

アイヌ文化復興・創造等の拠点である「民族共生象徴空間（ウポポイ）」について、アイヌ文化の素晴らしさを体験し、民族共生の理念に共感してもらえるよう、ウポポイにおける北海道各地のアイヌ文化を生かしたイベントの実施、屋外の空間を活用した体験プログラムの実施等、コンテンツの充実に取り組む。また、年間来場者数 100 万人の目標に向け、多くの人々にウポポイを訪れてもらえるよう、ウェブサイト上での PR 動画の充実、テレビ等による広告、SNS 等を活用したオンライン広告を実施するなどプロモーション活動を強化する。

ｍ）海外メディア招へいや在京海外メディア記者向けプレスツアーを活用した情報発信

2021 年度（令和３年度）を通じて、日本文化や首都圏及び地方が取り組んでいる観光促進関連事業等に関心を持ってもらい、海外からの誘客にも資するよう、新型コロナウイルス感染症の影響により実際の招へい実施が困難な期間にはオンライン形態も取り込む。また、海外から招へいした外国メディア関係者による首都圏及び地方取材や、年間５件の在京外国メディア関係者向けプレスツアー等の実施を通じ、外国メディアによる海外への日本の魅力発信を支援する。さらに、海外で必ずしも知名度の高くない地方各地の魅力やメディアの関心に合致する地方創生の取組も積極的に紹介し、海外への地方の魅力発信を強化する。

(12) 全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの構築

全国各地の文化財について、外国人目線で作成する多言語解説や高精細画像・動画等のデジタルコンテンツを拡充し、日本政府観光局のウェブサイトから訪日外国人旅行者誘客に資する一元的な情報発信を行う。また、新しい生活様式に対応したデジタルコンテンツの更なる拡充・富裕旅行を意識したウェブサイトの磨き上げとデジタルマーケティングの強化を推進する。

(13)「日本博」をはじめとする文化プログラムの推進

【再掲】第Ⅳ部第２章第２節１（７）

(14) 海外への国立公園の魅力発信

【再掲】第Ⅳ部第２章第２節２（２）b)

(15)「SAVOR JAPAN」ブランドの魅力発信

【再掲】第Ⅳ部第２章第２節５（２）

(16) 農泊地域の拡大に向けた取組

【再掲】第Ⅳ部第２章第１節４

(17) 訪日教育旅行の活性化

ａ）訪日教育旅行の受入体制整備

日本政府観光局のウェブサイトに訪日教育旅行の受入側が配慮すべき事項や海外のニーズ等を掲載し、地方公共団体に向けて情報発信を行う。また、観光庁及び文部科学省が連携して実施するセミナー等を通じ、地域観光部局及び教育部局の連携方針に関する情報を発信することにより、受入体制の整備促進を図る。

ｂ）相談窓口によるマッチング支援

日本政府観光局が設置した訪日教育旅行に関する相談窓口を通じて、海外からの問合せに対応する。また、訪日教育受入申請があった際、そのニーズに合った地域の窓口を紹介し、交流やマッチングの促進を図る。

ｃ）訪日教育旅行に対する理解の促進

訪日教育旅行に関する一元的な相談窓口の設置等を踏まえて、訪日教育旅行の教育的意義について、教育部局・学校に対し理解を促進するための周知を行う。

アジアを中心に訪日教育旅行の需要が高い市場において、訪日教育セミナーを開催する。また、海外学校関係者を日本の学校や観光地に招請することで、訪日教育旅行の更なる促進を図る。

ｄ）訪日教育旅行の地方への誘致

アジアを中心に訪日教育旅行の需要が高い市場において、訪日教育セミナーを開催する。また、海外学校関係者を日本の学校や観光地に招請することで、訪日教育旅行の更なる促進を図る。

(18) 鉄道の観光資源化

全国の観光列車が持つ魅力を紹介する日本政府観光局ポータルサイトについて、観光列車の対象の拡大等の掲載内容の充実により、地方への訪日外国人旅行者の流れの創出を図る。

(19) 観光分野も含む、専門職大学・専門職短期大学・専門職学科の振興に向けた取組

2021 年（令和３年）４月に観光分野を扱う専門職大学及び専門職短期大学が開学することを踏まえ、これらの新設大学を含む専門職大学等（専門職短期大学・専門職学科を含む。）に対し、必要に応じ助言等を行い、教育水準の維持・向上等を図る。また、進学を志望する生徒や保護者、高校教員をはじめ広く社会において専門職大学制度が認知されるよう、ウェブサイト、パンフレット、動画配信等による広報活動を引き続き行う。

(20) 生産性向上に資するビッグデータに対応した観光人材育成プログラム開発

観光客数が増加傾向にある沖縄県において、「観光の質向上」及び「観光業の生産性向上」の実現のために、専修学校と産業界が連携し、観光業従事者を対象としたビッグデータに対応した観光人材育成プログラムの開発を行う。

(21)「ホストタウン」の推進

「東京 2020 大会」の開催により、多くの選手・観客等が来訪することを契機に、海外への情報発信の強化や地域の活性化等を推進するため、大会参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図る「ホストタウン」を全国各地に広げるとともに、被災３県を対象とした「復興ありがとうホストタウン」を推進することで、復興した姿を世界に発信する。

また、パラリンピアンの受入を契機に、ユニバーサルデザインの街づくりや心のバリアフリーの実現に向け、「共生社会ホストタウン」の取組を推進する。

さらに、大会後にホストタウン取組が継続するよう、新型コロナウイルス感染症の世界的拡大下におけるモデルとなる取組を調査し、ほかのホストタウンに好事例の共有を図るほか、収集した好事例情報やホストタウンの意義を関係者や地域住民まで広げる。

第４節　観光インフラの整備

１　出入国の円滑化

（１）　最先端技術を活用した革新的な出入国審査の実現

ａ）世界初の出入国審査パッケージの導入、世界最高水準の技術の活用等の取組

世界初の出入国審査パッケージの導入や世界最高水準の技術を活用し、空港での入国審査待ち時間 20 分以内の目標を目指すこと等を踏まえ、革新的な出入国審査を実現するため、適切な運用体制について検討しつつ、引き続き以下の取組を実施する。

① バイオカートの導入

入国審査に要する時間の短縮のため、審査待ち時間を活用して指紋等の個人識別情報を前倒しで取得するバイオカートを成田空港等 20 港・空港で運用しているところ、新型コロナウイルス感染症の収束後の、訪日外国人旅行者数の増加を見据えた入国審査の円滑化のため、バイオカートの運用方法・活用について検討する。

② プレクリアランスの早期実現

台湾とのプレクリアランス（事前確認）の再開に向け、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した出入国者数の回復状況を見極めながら、2022 年度（令和４年度）以降の可能な限り早期の実現を目指す。

③ 自動化ゲートの対象者の拡大の検討

航空機の乗員について自動化ゲートの利用対象とするべく所要の検討を行う。

④ 日本人出帰国手続における顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入

顔認証ゲートについては、日本人の出帰国手続において活用されており、2020 年度（令和２年度）末現在、全国７空港において導入済であるところ、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した出帰国者数の回復状況を見極めながら、活用について検討を行う。

⑤ 個人識別情報を活用した外国人の出国時の自動化ゲート利用拡大

顔認証ゲートについては、短期滞在目的で在留する外国人の出国手続において活用されており、2020 年度（令和２年度）末現在、全国７空港において導入済であるところ、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した出入国者数の回復状況を見極めながら、活用について検討を行う。

⑥ 出入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間の公開

成田空港においては、出入国の待ち時間の公開に向け表示方法等の調整を進める。関西空港においては、出国の待ち時間を公開しているところ、関係省庁等と協議し、入国の待ち時間の公開に向け引き続き検討する。

ｂ）FAST TRAVEL の推進

空港における旅客手続の各段階（保安検査・チェックイン等）や各動線に最先端の技術・システムを導入し、利用者目線で世界最高水準の旅客サービスを実現するため、関係者の連携体制を新たに構築する空港を拡大し、旅客動線を横断的に効率化や高度化を追求する（FAST TRAVEL の推進）。具体的には、顔認証技術による旅客搭乗手続の一元化（One ID 化）や、自動チェックイン機、自動手荷物預け機、スマートレーン、CUTE システム、インラインスクリーニングシステム等の導入を促進する。

また、民間の関西国際空港において、国際線キャパシティ向上等のために、第１ターミナルの改修、FAST TRAVEL の推進や施設配置の再編等、運営権者の創意工夫を生かした機能強化を促進する。

ｃ）ボディスキャナー等の先進的な保安検査機器の導入

国際テロの脅威が高まる中で、日本国内で予定されている国際的なイベントや訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、出発時の航空保安検査の円滑化を図りつつ厳格化を図るため、主要空港に導入を進めてきたボディスキャナーに加え、爆発物自動検知機器等の先進的な保安検査機器の導入推進を図る。

また、保安検査員の人材確保・技能向上等に係る取組を推進し、保安検査の法律上の根拠の明確化、

国によるハイジャック・テロ等の防止に関する「基本方針」の策定、国による検査会社への指導・監督の強化等に係る制度的な見直しを行っていく。

ｄ）CIQ 体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国手続

今後の訪日外国人旅行者数の回復を見据え、観光が持つ経済社会への波及効果を損なうことなく、訪日外国人旅行者が我が国への出入国を円滑かつ快適に行えるよう、地方空港・港湾も含めた出入国審査等の状況を十分考慮して、審査ブースの増設、施設の拡張等やCIQに係る予算・定員の充実を図り、関係省庁が連携して必要な物的・人的体制の計画的な整備を進める。

ｅ）先進的で最高水準の技術を活用した個人識別情報システムの導入

円滑かつ厳格な出入国審査等を高度な次元で実現し、ストレスフリーで快適な旅行環境の実現を図るため、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した入国者数の回復状況を見極めながら、ディープラーニング技術を活用して不鮮明な指紋画像を鮮明化する画像補正エンジンを搭載したバイオメトリクス読取装置の整備について検討する。

ｆ）税関検査場電子申告ゲート等の導入による入国旅客の迅速通関と厳格な水際取締りの両立の実現

税関においては、迅速な通関による利便性の向上と、厳格な水際取締りによる安全・安心の確保の両立を実現するため、空港等における入国旅客の受入環境を整備する。具体的には、税関検査場電子申告ゲートの更なる拡大配備及びオンライン方式による電子申告を可能とすること等により利便性向上を図るとともに、利用拡充に努める。

ｇ）ファーストレーンの整備促進

重要ビジネス旅客や国際会議参加者等のファーストレーン利用促進を図るため、成田・関西空港においては、空港の運用状況を踏まえ、利用促進の PR や利用時間の柔軟な運用を行い、国際会議主催者に対しても国際会議の誘致時に利用促進の PR を行う。

加えて、羽田空港においては、今後の需要を見据えながら、ファーストレーンの新規設置に向けて検討を進める。

ｈ）乗客予約記録の分析・活用の高度化等

訪日外国人の円滑な入国と国の安全を確保するための水際対策を両立させるため、出入国在留管理庁・税関において、関係機関との情報連携の推進及び、全ての航空機の入国旅客の乗客予約記録（PNR:Passenger Name Record）の電子的な取得等、情報収集をより一層進め、更なる情報分析・活用の高度化を図り、より一層効率的・効果的な審査・検査の実施を推進する。

ｉ）出発国における事前スクリーニングによる渡航防止のための仕組みの導入

2020 年度（令和２年度）に実施した調査研究を踏まえ、厳格な出入国管理と円滑な入国審査を高度な次元で両立させるため、出発港での渡航者に係るチェックイン時の情報等を活用して渡航前のスクリーニングを行い、結果を航空会社に通知することで、当該航空会社が渡航者の搭乗の可否を判断できる仕組みを導入すべく、所要の検討を引き続き進めていく。さらに、渡航前に将来的なリスク評価を含めた幅広いスクリーニングができる仕組みの導入に向けた検討を行う。

ｊ）上陸審査等の合理化（ED カード及び在留資格認定証明書の電子化）

厳格な出入国管理と円滑な入国審査を高度な次元で両立させるため、ED カードについては、統合型入国者健康情報等管理システムのスマホアプリ活用による電子化を実現するほか、在留資格認定証明書の電子化についても引き続き検討する。

（２）地方の農林水産物・食品の輸出支援

国・地域別に、動植物検疫上、持出しが可能となっている品目の周知を行うため、検疫条件が変更されるなどの情報更新の都度、該当する国の言語を用いてリーフレット等を作成するとともに、輸出検疫カウンターでの配布やウェブサイトへの掲載を行う。

また、６空港７箇所（新千歳空港、成田国際空港（第１ターミナルビル及び第２ターミナルビル）、羽田空港、中部国際空港、関西国際空港及び福岡空港）の旅客ターミナルに設置した輸出検疫カウンターを引

き続き活用することにより、円滑な輸出検査手続を行う。
　さらに、輸出先国の規制・条件に合致した農産物の携帯品（おみやげ）としての持ち帰りに取り組む産地等に対して、植物検疫、防除等の専門家による技術的なサポートを実施する。

（３）首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善

　首都圏空港において、ビジネスジェットの発着枠の拡大を検討するとともに、東京国際空港（羽田空港）で、空港の利用環境整備に向け、既存スポット運用の工夫による駐機可能数拡大に向けた検討、ビジネスジェット専用施設の整備及び駐機可能スポットの増設を進める。
　また、「東京 2020 大会」において、地方空港も活用した円滑なビジネスジェットの受入に向け、関係者間で連携して必要な調整を行う。

２　ビザの戦略的緩和

　新型コロナウイルス感染症の収束後、国内や諸外国の状況を踏まえ、観光立国の実現及び二国間の人的交流の促進のため、政府全体の受入環境の整備や日本政府観光局のプロモーション等と連携するとともに、将来的なビザ緩和を検討する。
　また、新型コロナウイルス感染症収束後の訪日旅行者数の回復に向けて、国内外の感染状況を踏まえつつ、戦略的にビザ緩和を実施した国においてプロモーションを集中的に実施する。
　さらに、国内外における新型コロナウイルスの感染状況を踏まえ、国際的な人の往来が再開する際に備え、我が国へのビザ申請を円滑に行えるよう、在外公館のビザ審査に係る必要な物的・人的体制の整備及び領事業務の合理化に取り組む。

３　空港

（１）空港コンセッションの推進

　地方空港のゲートウェイ機能強化を図るため、広島空港については、2020 年（令和２年）12 月に広島国際空港株式会社との間でコンセッションの実施契約を締結したところ、2021 年（令和３年）７月からの運営開始に向け、関係者と調整を行う。引き続き、地方空港のコンセッションの推進を通じて、内外交流人口拡大等による地域活性化、地域の振興・発展を促進する。

（２）地方空港国際線の就航促進

　国土交通省が認定した「訪日誘客支援空港」等の地方空港に対して、それぞれの空港の状況に応じて、着陸料の割引や補助、グランドハンドリング経費の支援、CIQ 施設の整備の支援等を実施し、関係省庁と連携して、各地域における国際線就航を通じた訪日客誘致の取組を促進する。
　また、今後の訪日客の受入再開を見据え、空港における感染リスク最小化のための受入環境整備を推進するとともに、地方空港における訪日客の受入再開後においては、必要な見直しを行った上で、国際線運航再開等に向けた支援を実施することにより、地方空港国際線の回復・充実に向けた取組を推進していく。

（３）首都圏空港の容量拡大

　訪日外国人旅行者の受入拡大、我が国の国際競争力の強化の観点から、首都圏空港の発着容量について年間約 100 万回への拡大を目指す。具体的には、羽田空港においては、2020 年（令和２年）３月に運用を開始した新飛行経路について、引き続き騒音、安全対策や地域への丁寧な情報提供を実施する。成田空港においては、既存の B 滑走路延伸や C 滑走路新設等の発着容量を年間 50 万回とする機能強化に係る事業を着実に進める。

（４）首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善

【再掲】第Ⅳ部第２章第４節１（３）

（５）操縦士・整備士の養成・確保

　新型コロナウイルスの感染拡大により航空需要は一時的に減退しているが、今後予想される航空需要の回復・増加に対応するため、産学官の関係者で連携しつつ、民間養成機関における操縦士・整備士の養成・確保の促進に係る調査の実施、航空大学校の養成規模拡大に対応した取組、外国人材の活用等による整備士の養成の促進、航空業界を志望する若年者の裾野拡大に向けたイベントの開催等、操縦士・整備士の養成・確保に向けた対策を行う。

（６）CIQ 体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国手続の実施

【再掲】第Ⅳ部第２章第４節１（１）d）

（７）空港地上支援業務の省力化・自動化・人材確保等

空港地上支援業務の労働力不足により訪日旅客の利便性が損なわれないように、官民が連携して先端技術の活用についての検討・検証を行い、省力化・自動化を推進する。2021 年度（令和３年度）からは、2025 年（令和７年）までに空港内における無人自動運転の導入を目指し、自動運転レベル４（特定条件下における完全自動運転）の導入に向けた実証実験を開始し、必要となるインフラの設置や運用ルール等の検討を進める。また、旅客の手荷物輸送等の円滑化を図る。

さらに、2030 年（令和 12 年）の訪日外国人旅行者数 6,000 万人の目標達成に向け、2020 年（令和２年）１月 31 日に策定した「グランドハンドリング　アクションプラン」に基づき、空港におけるグランドハンドリング体制の強化のため、外国人材の受入を含む人材の確保等に取り組む。

（８）地方への新規就航にあわせた共同プロモーション

日本政府観光局が地方の空港関係者等と連携しながら国際商談会等に参加することにより、海外の航空会社に対し新規就航・復便を積極的に働きかける。航空会社との連携を強化し、新規就航・復便を行う航空会社を対象とした共同プロモーション等を行う。

（９）地域の拠点空港等の機能強化

空港における感染リスクの最小化の対応も図りつつ、空港のゲートウェイ機能強化のため、福岡空港の滑走路増設事業、那覇空港の国際線ターミナル地域再編事業、新千歳空港の誘導路複線化等を引き続き実施する。

(10) 中部国際空港の機能強化

国際的な人の往来再開を見据えて、開業後 15 年が経過した中部国際空港の第１旅客ターミナルにおいて、国際線保安検査場の処理能力向上による混雑緩和や、新型コロナウイルス感染症対策としての過密化対策を盛り込んだ改修等を行い、機能強化を図る。

(11) 空港アクセスの利便性向上

羽田空港においては、空港の運用状況を踏まえた深夜早朝アクセスバスの運行再開に向けての調整を行うとともに、引き続き広報・PR に取り組む。また、空港アクセス鉄道について、今後の本格的な工事実施に向けて必要となる調査・設計を実施するとともに、準備工事等に着手する。

さらに、成田空港においては、空港アクセス関係者との意見交換を重ね、引き続き、空港アクセスの更なる利便性向上等に向けた検討を進める。

加えて、那覇空港においては、空港アクセスの利便性向上に向け、国内線ターミナルビル前面の高架道路を国際線ターミナルビル前面まで延伸することで混雑解消等を図る。

(12) コンセッション方式等の活用の推進

訪日外国人旅行者の増加等による大幅な需要拡大が期待される空港、港湾、観光等の成長分野において積極的にコンセッション方式を活用し、施設のポテンシャルを最大限生かすことにより、地域における成長の起爆剤とする。

(13) 国内管制空域の抜本的再編による管制処理容量の向上

2030 年（令和 12 年）の訪日外国人旅行者数 6,000 万人の目標達成に向け、航空交通量の増加に対応するため、国内管制空域の抜本的再編（上下分離）を 2025 年（令和７年）までに段階的に実施する。2021 年度（令和３年度）は、2020 年度（令和２年度）に引き続き、西日本空域における上下分離を実施する。

(14) 訪日外国人旅行者数目標達成に向けた航空・空港支援

新型コロナウイルス感染症が航空業界に甚大な影響を与えていることを踏まえ、2030 年（令和 12 年）の訪日外国人旅行者数 6,000 万人の目標達成に不可欠な航空ネットワークの維持・確保に向けて、空港使用料・航空機燃料税の減免、空港会社への空港整備に対する無利子貸付等を盛り込んだ「支援施策パッケージ」等による必要な支援を行う。

（15）国内外ハブ空港におけるプロモーション

国内空港のデジタルサイネージ等を活用して動画を放映し、プロモーションを実施する。

（16）日本文化の魅力発信及び文化財による地域活性化

【再掲】第Ⅳ部第２章第２節１（１）g）

４　MICE・IR

（１）MICE 誘致の促進

ａ）「MICE 推進関係府省連絡会議」の開催

2022 年（令和４年）３月末までに「MICE 推進関係府省連絡会議」を開催し、「関係府省 MICE 支援アクションプラン 2018」の進捗状況を確認し、関係府省の更なる連携体制強化を図る。

ｂ）レセプションでの公的施設の使用許可

国際会議等のレセプションを積極的に受け入れている施設について、会議主催者や全国のコンベンションビューロー等に情報を発信することにより、公的施設のユニークベニューとしての活用を促進する。

ｃ）プレ・ポスト MICE の推進

新たな旅行機会の創出と旅行需要の平準化を図る観点から、ワーケーションやブレジャー等の「新たな旅のスタイル」を普及するため、送り手である企業と受け手である地域の双方を対象としてマッチングを行うモデル事業や情報発信等を行う。

ｄ）学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催促進

共同主催国際会議の募集に関する周知等で構築してきた日本学術会議及び日本政府観光局との協力体制をより一層深め、学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催の促進に向けた取組を促進する。

ｅ）官民横断組織の構築等によるオールジャパン体制での支援

2018 年（平成 30 年）７月に策定した「MICE 国際競争力強化委員会　提言」に明記されている施策を官民協働したオールジャパン体制で取り組むため、「グローバル MICE 都市・都市力強化対策本部」のネットワークを通じた意見交換等を行い、既存体制の更なる強化と普及啓発活動を促進する。

また、日本政府観光局による情報発信・マーケティング展開とあわせて、コンベンションビューローの機能高度化支援の強化等を通じて、比較的短期間で訪日客数及び総消費額の増加が期待できるアジアを重点的に、インセンティブ旅行の誘致活動を強化する。

ｆ）MICE 総消費額等算出事業

ハイブリッド型を含む MICE による消費額等に関する調査を実施し、その結果を公表することによりその開催意義を普及・啓発し、対面を含む形での開催の促進を図る。

ｇ）MICE 人材育成

MICE 業界団体等における人材育成事業の取組を検討するため、2017 年（平成 29 年）より開催している「MICE 人材育成協議会」にて構築されたネットワークを通じて情報共有を行い、各組織における人材育成事業内容の充実を図る。

ｈ）MICE 誘致促進等

MICE の誘致・開催に積極的だがそのノウハウが不足している地方都市に対しコンサルタントによるトレーニングプログラムを実施し、我が国の国際会議等の MICE 開催件数について更なる底上げを図る。

また、新型コロナウイルス感染症の世界的流行を受け、感染症対策や対面とオンラインを組み合わせたハイブリッド型 MICE 開催に向けての新技術やノウハウ等の導入支援を実施し、安心・安全な MICE の開催を促進する。

ｉ）インセンティブ旅行支援

ポストコロナにより変容した企業グループ向けのニーズに対応可能な M&I 旅行（ミーティング及びインセンティブ旅行）コンテンツを国内各地域から収集し、選定する。選定した情報は多言語化し、海外事務所よりニュースリリース等で BtoB 向けに情報発信する。

また、収集した情報を活用し、2022 年（令和４年）３月までに、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、シンガポール、中国、韓国及び台湾において現地旅行会社等の有力バイヤーを集めたインセンティブセミナー・商談会を行う。

ｊ）MICE ブランドを活用した日本の認知度向上

MICE 需要の回復に向けて、日本での安心・安全な MICE 開催を促すため、オンライン広告やウェブサイト、SNS、その他のプロモーション活動により正確な情報発信を行う。

ｋ）MICE 関連国際団体との連携によるプロモーションの強化

国際的に有力な MICE 主催者との関係を強化し、MICE デスティネーションとしての日本のプレゼンスを向上する観点から、ICCA（国際会議協会）、IAPCO（国際 PCO 協会）、MPI（MICE 専門家が加盟する国際非営利団体）等、MICE 国際団体のネットワークを活用した情報発信強化を行うとともに、MICE 誘致・開催の経験がある人材を研修講師として派遣してもらうなど、人材育成に係る連携を更に強化する。

ｌ）大学教員・研究者等の国際会議誘致活動に対する支援、潜在的な国際会議主催者に対する意義の普及・啓発

海外事務所において、国際本部との情報交換や学協会へのセールスアプローチを積極的に実施し、日本政府観光局及びコンベンションビューローの支援スキームの情報発信を行うと同時に、本部において国内学協会へのセールスやブース出展を通じて日本政府観光局の活動の認知度を向上させ、誘致件数の拡大に努める。

また、国内の広報強化のために、MICE アンバサダーを活用した広報・広告及び日本語 SNS における情報発信を行う。

加えて、地域の大学・研究機関等の潜在的な国際会議主催者及び学協会事務局との連携を強化する。

ｍ）MICE 関連人材の育成、コンベンションビューローに対するコンサルティングの実施

2020 年度（令和２年度）にオンラインで実施した「体系的人材プログラム（初級・中級・上級）」の内容の充実化を図り、MICE 実務人材育成に向けて能力向上機会を提供する。また、コンベンションビューローの国際会議誘致活動等に対し、国際競争力の強化に必要な助言を行う。

ｎ）データ連携システムを活用した MICE 誘致力の強化

2020 年度（令和２年度）に再構築を行った MICE データ基盤の運用と海外事務所への展開を行い、データ連携システムの運用を開始することで国内外の MICE 活動に関するデータ集約を進める。効果的なセールス活動やプロモーション活動を行うため、オンライン・オフライン双方の MICE 活動から得られたデータの連携と各種データの組織内共有を行い、データを活用したマーケティングによる MICE 誘致力の強化を図る。

ｏ）MICE 施設のコンセッション方式活用推進の加速化

MICE 施設へのコンセッション方式導入の推進に向け、地方公共団体に専門家を派遣し同方式導入に向けた課題の調査を実施するとともに、コンセッション方式の事業開始済案件について新型コロナウイルス感染症による影響と官民連携手法によるメリット等を調査し、事業の具体化に向けた支援を行う。

ｐ）スポーツ MICE の招致・開催支援に向けた検討

2020 年（令和２年）に実施した国際競技大会の招致・開催のあり方についての調査研究の成果について、地方公共団体や競技団体等へ周知を図る。

ｑ）農産品輸出促進に向けた MICE 活用強化

農林水産物・食品の輸出額 2030 年（令和 12 年）５兆円の目標実現に向け、日本の農林水産物・食品

の輸出拡大に向けた商談会、見本市等への海外バイヤーの参加促進によるビジネス機会の更なる創出について、関係省庁と連携の上、PR 活動等の方策について検討・実施する。

ｒ）国際仲裁の活性化

日本における国際仲裁の魅力をアピールするため、最先端 ICT 設備を備えた仲裁専用施設（日本国際紛争解決センター・東京）を積極的に活用し、国際セミナー・シンポジウムの開催や国外への広報活動等を積極的に実施する。

（２）IR 区域の整備の推進

IR については、カジノに対する様々な懸念に万全の対策を講じつつ、日本の MICE ビジネスの国際競争力の向上、魅力ある滞在型観光の促進、国内各地の魅力発信や国内各地への送客に資する施設が整備されるよう、「特定複合観光施設区域整備法（平成 30 年法律第 80 号）」に基づき、区域整備計画の認定等に向けた所要の手続を進める。

第５節　更なる観光振興を図るための主要施策

１　休暇改革

2019 年（令和元年）の年次有給休暇取得率は 56.3%となった。引き続き、年次有給休暇取得率を向上させることを目指し、以下の取組を実施する。

（１）年次有給休暇の取得推進

労働者が年間で少なくとも 5 日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者に義務付けること等を内容とし、2019 年（平成 31 年）４月より順次施行されている「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律（平成 30 年法律第 71 号）」について、引き続き周知及び履行確保を図る。

また、10 月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成、駅貼り広告、インターネット広告等、年次有給休暇取得の集中的な周知広報を行う。

さらに、地域において、関係労使、地方公共団体等が協議会を設置し、地域の特性を踏まえ、年次有給休暇を取得しやすい時季を捉えて、企業、住民等に休暇の取得促進のための働きかけを行うなどにより、地域の休暇取得促進の機運を醸成する。

（２）休暇取得の分散化等による観光需要の平準化

地域ごとの個別の事情や新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえつつ、可能な地域においては、地域ごとに「キッズウィーク」を設定し、学校の夏休み等の長期休業日の一部を学期中の平日に移すなどして学校休業日の分散化を検討するとともに、学校休業日に合わせた年次有給休暇取得の促進、休日における多様な活動機会の確保を図る。

また、これらの取組を官民一体となって推進するため、取組事例の周知や普及啓発等の取組を進める。

さらに、国家公務員について、家族の記念日や子どもの学校行事等の職員のプライベートの予定等に合わせた年次休暇取得を促進する。

（３）Go To トラベル事業

Go To トラベル事業は、今後の感染状況等を踏まえて、取扱いを判断する。

（４）地域観光事業支援の実施

各都道府県が行う、県民による県内旅行の割引事業や、宿泊事業者による感染防止対策等を支援する事業に対して、支援する。

（５）安全・安心の旅のスタイル定着に向けた取組

宿泊施設、旅行業者、貸切バス等の観光・交通事業者に業種別ガイドラインの徹底を要請しつつ、旅行者への「新しい旅のエチケット」の周知徹底等により、安全・安心の旅のスタイルの定着を図る。

２　持続可能な観光地域づくり

（１）持続可能な観光の実現に向けた取組

2020 年（令和２年）６月に「持続可能な観光推進本部」において決定した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」について、各観光地における JSTS-D に基づく持続可能な観光地マネジメントの実施を促進するため、モデル事業により有識者の派遣や各地域への個別課題への対応を支援する。また、実証事業により入域制限を試行的に実施すること等により、持続可能な観光の実現に向けた取組を強化する。さらに、JSTS-D のロゴマークの付与を進めることで、観光地が JSTS-D に取り組むインセンティブとなるように取り組んでいく。

（２）観光需要回復に向けた攻めの訪日外国人旅行者受入環境整備

観光地及び公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備し、観光需要の回復に向けて反転攻勢のための基盤を整備するため、2021 年度（令和３年度）を通し、訪日外国人旅行者受入環境整備に積極的に取り組む地域において、感染症対策等の拡充メニューも活用して訪日外国人旅行者受入環境整備に関する個別の取組を支援する。

（３）ICT・AI を活用したエリア観光渋滞対策

観光地周辺で広域的に発生する渋滞を解消し、回遊性が高く、円滑な移動が可能な魅力ある観光地を創造するため、関係者と連携し、ICT・AI 等の革新的な技術を活用したエリアプライシングを含む交通需要制御等のエリア観光渋滞対策の実装に向けた取組を推進・支援する。

（４）観光地周辺における渋滞対策

観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド観光需要に対応するため、地域や公共交通機関と連携し、観光拠点までのラストマイルにおいて既存道路ストックの有効活用や駐車場予約専用化、パークアンドライドの導入等による交通分散及びビッグデータを活用した即効性のある渋滞対策を推進する。

３　若者をはじめとした海外旅行促進

（１）若者のアウトバウンド活性化

新型コロナウイルス感染症の拡大により大きな影響を受けた海外教育旅行の再開・回復に向け、感染防止対策を含む安全・安心な旅行を実施するための情報を整理し、情報ツールを作成するとともに、観光業界等と連携しながら国内における普及・啓発活動を展開する。

（２）観光分野における多国間枠組みへの貢献

【再掲】第Ⅳ部第２章第３節（11）j）

（３）２国間関係の強化による双方向交流の拡大

【再掲】第Ⅳ部第２章第３節（11）k）

（４）旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保

外務省と連携した「たびレジ」情報の配信や旅行者の安否確認を行う旅行安全情報共有プラットフォームについて、新たに、感染症情報の追加等掲載情報の充実を図るほか、医療機関や公共機関等について、GPS 機能によりマップ上で位置・経路情報を提供するなど、旅行者の安全確保に向けた利便性の向上を図る。

（５）観光に関する教育の充実に向けた取組

成長早期の段階から、日本及び地域への愛着と誇りを醸成し、観光の意義に対する理解を深めることを目的として、初等中等教育を対象とする主体的な学びを設計した探求学習型の教育プログラムを開発し、観光教育の充実を図る。また、その成果をワークショップ等を通じて、全国への横展開を図る。

さらに、高等学校学習指導要領の必履修科目「地理総合」において、「観光の現状や動向に関する諸事象を、様々な主題図等を基に取り上げ、地図や地理情報システムの適切な活用の仕方が身につくよう工夫すること」が明記されたことを踏まえ、各種会議等の場を通じて、その周知を行う。

（６）若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

若者に旅の意義や素晴らしさを伝える「若旅★授業」を通じて、若者の旅行を促進するとともにインバウンド対応や観光資源の魅力を自ら発信することができる観光人材の育成を図る。2020 年度（令和２年度）は新型コロナウイスル感染症の対策の観点から、首都圏内での実施に限定したが、2021 年度（令和３年度）はオンライン授業を導入し、地域を絞らず展開を図る。

さらに、「道の駅」第３ステージとして、大学等と連携し、特産品を生かした商品開発等学生の課外活動やインターンシップの場として「道の駅」を活用するとともに、地域づくりや「道の駅」の運営を担う人材育成の強化を行うなど「地方創生・観光を加速する拠点」となるための取組を推進する。

４　次世代の観光立国実現のための財源の活用

より高次元な観光施策を展開していくため、国際観光旅客税の税収（以下、「観光財源」という。）を「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律（平成９年法律第 91 号）」や「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」において明示されている３つの分野に充当するとともに、観光財源を充当する施策は、既存財源の単なる穴埋めをするのではないなどの考え方を基本とする。また、無駄遣いを防止し、使途の透明性を確保する仕組みとして、行政事業レビューを最大限活用し、第三者の視点から適切な PDCA サイクルの循環を図る。加えて、観光財源を充当する具体的な施策・事業については、硬直的な予算配分とならず、毎年度洗い替えが行えるよう、「観光戦略実行推進会議」において、民間有識者の意見も踏まえつつ検討を行い、予算を編成する。

５　東北の観光復興

（１）東北６県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組

東北６県への外国人観光客受入促進のため、地方公共団体や民間企業等が実施する特別なプログラムをとりまとめ、更なる東北の観光需要を喚起する取組を行う。

また、各地方公共団体が連携して実施する海外の旅行会社やメディア関係者等の招請、魅力的なコンテンツを含んだ旅行商品の造成、二次交通対策等を中心とした受入環境整備事業に対して重点支援する。

（２）復興観光拠点都市圏への重点的な支援

東北６県への外国人観光客受入促進のため、東北観光の拠点となる宮城県と仙台市及び周辺の計６市３町による「復興観光拠点都市圏」において、海外エージェントと商談会を通じて魅力的なコンテンツを含んだ旅行商品の造成に対して重点的に支援を行う。

（３）東北の知名度向上のためのプロモーションの実施

海外において観光地としての知名度が他地域と比べて低い傾向にある東北地方について、東北ディスティネーションキャンペーンウェブサイトにてメディアや東北訪問歴のあるインフルエンサー等を活用した情報発信を行うことで、東北の観光地としての知名度向上を図る。

（４）「東北６県見るもの・食べもの・買いもの 100 選」の発信

「東北６県見るもの・食べもの・買いもの・100 選」を観光庁や日本政府観光局のウェブサイトにおいて引き続き国内外に向け情報発信する。

（５）東北観光復興対策交付金による重点的な支援

東北地方での長期滞在促進に向けて各県が連携して実施する祭りを生かしたコンテンツや、農業体験や伝統工芸体験等の滞在プログラム造成等、東北地方ならではの観光資源の磨き上げに係る取組やコンテンツを活用した旅行商品の造成の取組等を支援する。

（６）「ホストタウン」の推進

【再掲】第Ⅳ部第２章第３節（21）

（７）防災学習も含めた教育旅行の再興

PTA 等に対するファムトリップの実施により福島県への教育旅行の再興を促進する。

また、学校等に対して、ホープツーリズムの魅力発信を通じて教育旅行誘致の働きかけを実施するとともに、旅行業界に対しても福島県の教育旅行の促進を働きかけるなど、福島県の国内観光関連事業へ

の支援等を行う。
　さらに、「福島県における観光関連復興支援事業」等により、地域において行う海外の教育旅行関係者の招へい等による震災復興等のスタディツアーの実施・磨き上げを図る取組や、教育旅行誘致に向けた情報発信等を支援する。

（８）東北の空港への国際定期便等の就航にあわせたプロモーションの実施
　日本政府観光局において、東北地方への誘客のため、旅行会社等と連携した情報発信等のプロモーションを実施する。

（９）「グリーン復興プロジェクト」の推進
　「グリーン復興プロジェクト」のひとつである「みちのく潮風トレイル」について、拠点である名取トレイルセンターを活用した情報発信を引き続き行うほか、沿線住民への普及啓発イベントを実施し地域参画を推進する。
　また、沿線事業者や関係する地方公共団体等を巻き込んだ管理運営体制の強化を行い、利用環境の充実を図る。

(10) 福島浜通りの産業復興に向けた消費喚起のための交流人口拡大施策
　福島県や浜通り地域等の 15 市町村、現地の声を踏まえて、交流人口・消費拡大に取り組む「アクションプラン」を策定するとともに、民間の具体プロジェクトを創出する場を立ち上げ、成功事例創出を後押しする。また、浜通り地域等へ行くきっかけとなる魅力的な誘客コンテンツの開発の支援や、域外からの来訪者を対象とした消費促進、福島相双復興官民合同チームによる教育旅行の誘致等を通じた交流人口・関係人口の拡大に取り組む。

６　「観光立国ショーケース」の形成の推進
　これまで３都市（釧路市、金沢市及び長崎市）において進められてきた取組を、全国各地における訪日外国人旅行者の地方誘客の取組に活用できるよう、本取組を通して得たノウハウ等を中心に、ウェブサイト等において広く発信する。

７　観光統計
（１）地域単位の統計の充実
　地方への旅行者の誘客の状況を把握し施策に反映するべく、宿泊旅行統計調査について、精度を確保しつつ、都道府県より詳細な地域単位での公表が可能となるような推計手法を検討する。

（２）訪日外国人旅行者の移動に関するデータ（FF-Data）の整備
　【再掲】第Ⅳ部第２章第１節２（２）e)