

令和3年版

観光白書

要旨

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
第2節 日本人の海外旅行の状況.....	15
第3節 国内旅行の状況.....	16
第4節 東日本大震災からの復興の状況.....	20
第5節 地域における観光の状況.....	22
 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.....	27
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.....	27
第1節 新型コロナウイルス感染症による影響と対策.....	27
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.....	40
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.....	54
第2章 観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組.....	56
第1節 我が国の観光の特性と課題.....	56
第2節 観光業の体質強化・観光地の再生に向けた取組.....	61
 第Ⅲ部 令和2年度に講じた施策.....	80
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.....	80
第1節 観光関連産業の雇用の維持と事業の継続.....	80
第2節 反転攻勢に転じるための基盤の整備.....	80
第3節 インバウンドの回復.....	80
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.....	80
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.....	80
第2節 地域の新しい観光コンテンツの開発.....	80
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.....	80
第4節 観光インフラの整備.....	80
第5節 更なる観光振興を図るための主要施策.....	80
 第Ⅳ部 令和3年度に講じようとする施策.....	81
第1章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活.....	81
第2章 観光立国の実現に向けた観光施策.....	81
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.....	81
第2節 地域の新しい観光コンテンツの開発.....	81
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.....	81
第4節 観光インフラの整備.....	81
第5節 更なる観光振興を図るための主要施策.....	81

(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。

IMF¹（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

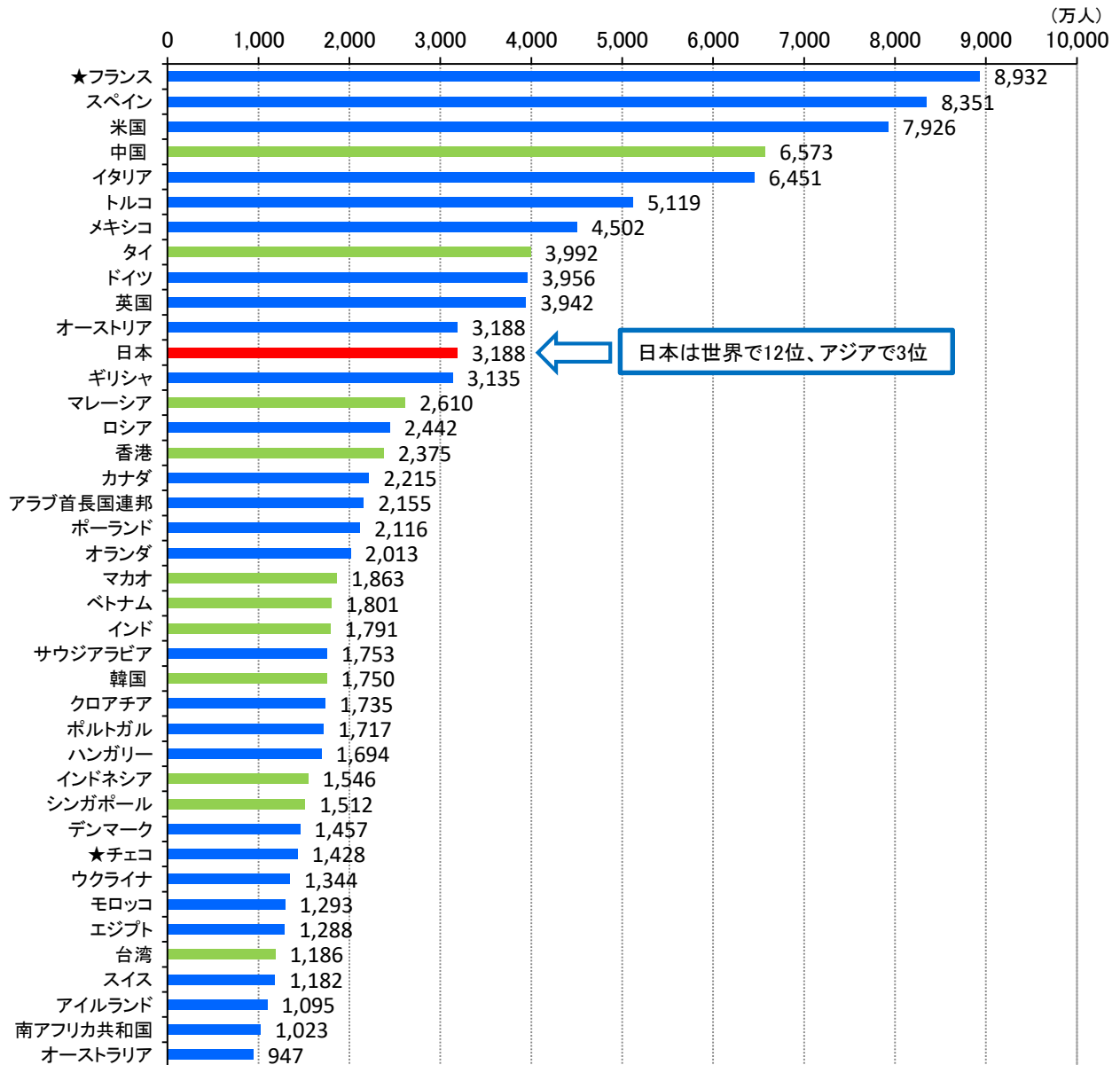
第2節 2019年（令和元年）の世界の観光の状況

UNWTO²（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。

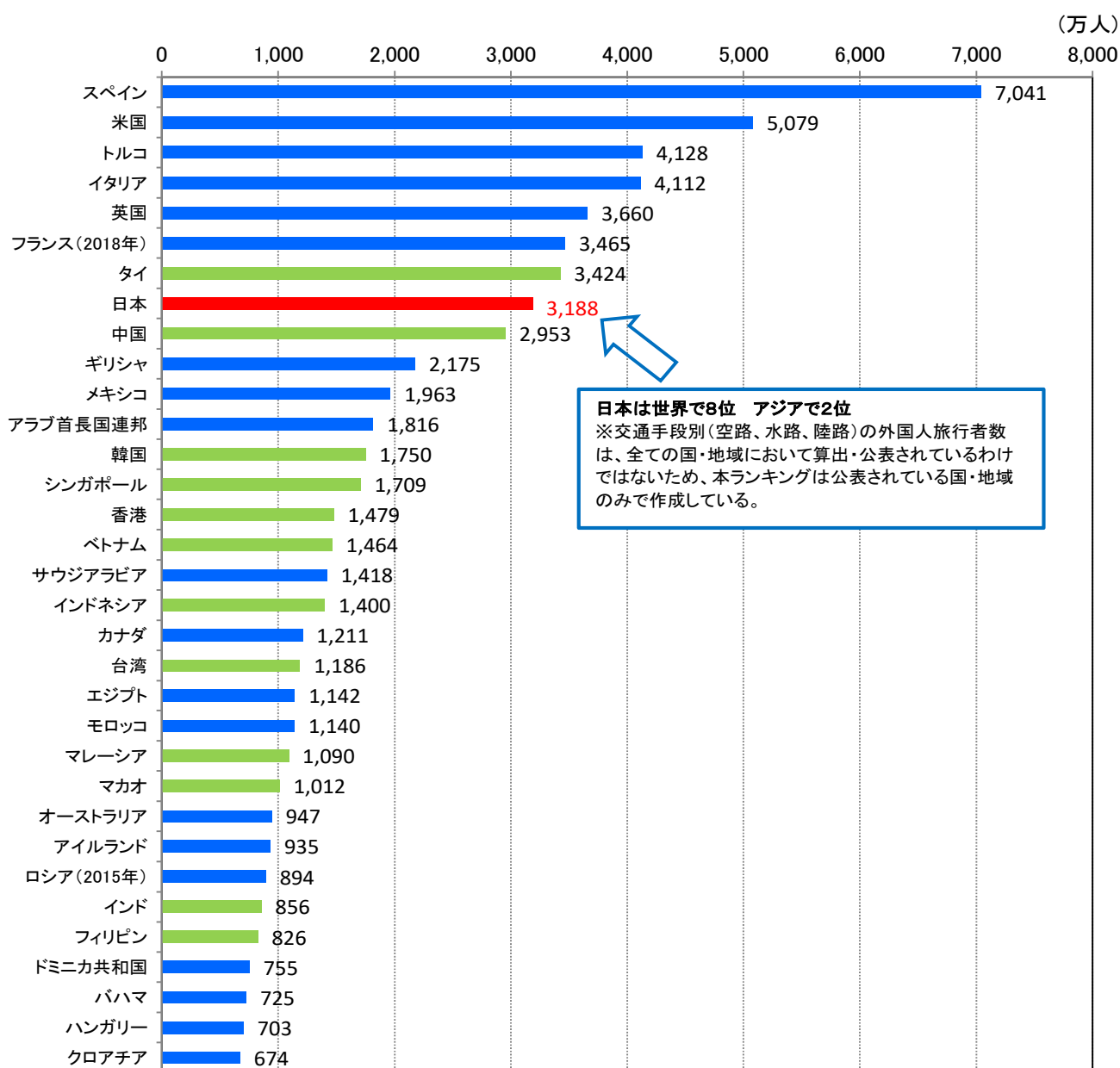
注6：外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されることや、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

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。

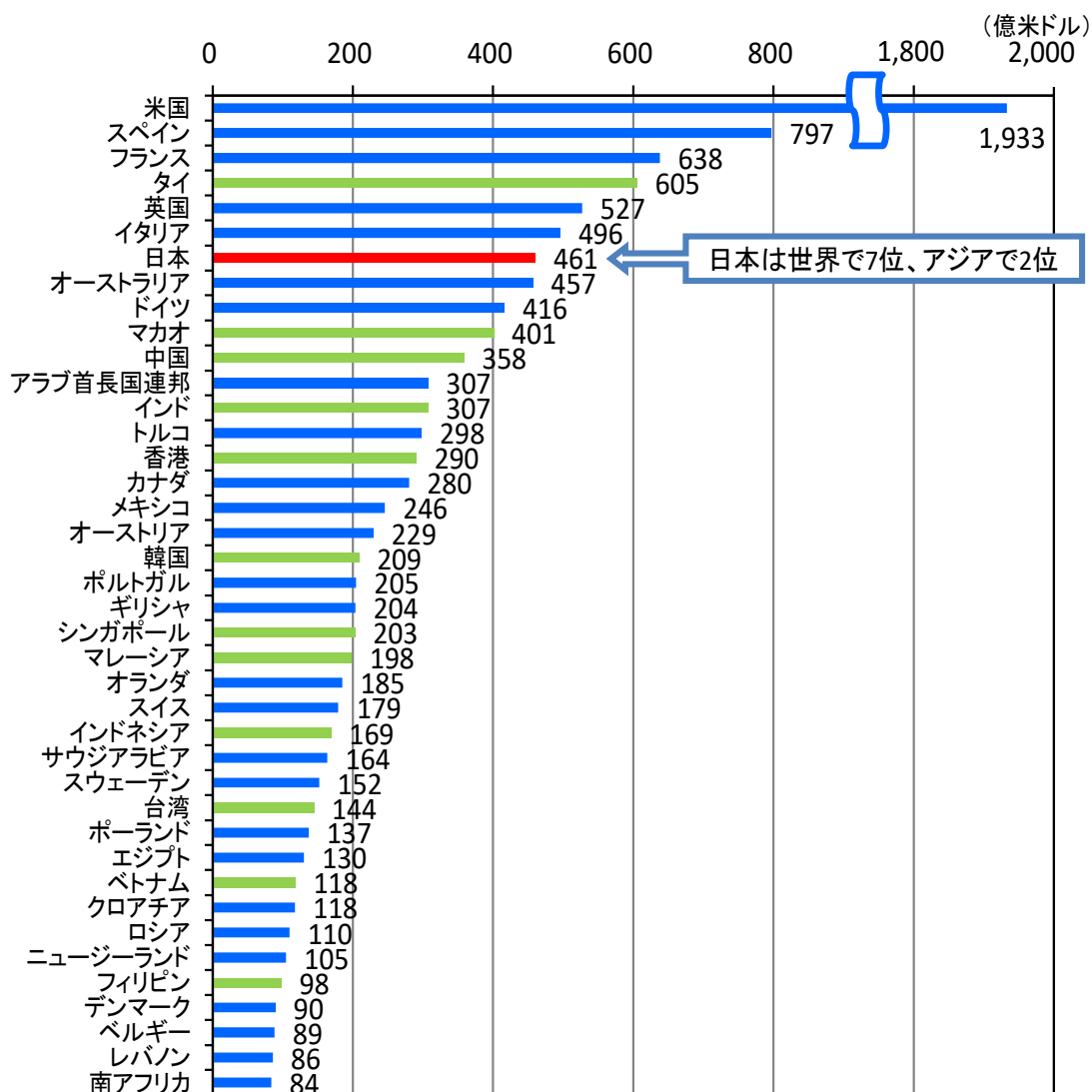
注 7：ドイツは交通手段別のデータが公表されているが、ドイツ国民も含むデータであるため、本表では除いた。

注 8：オーストラリア、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。

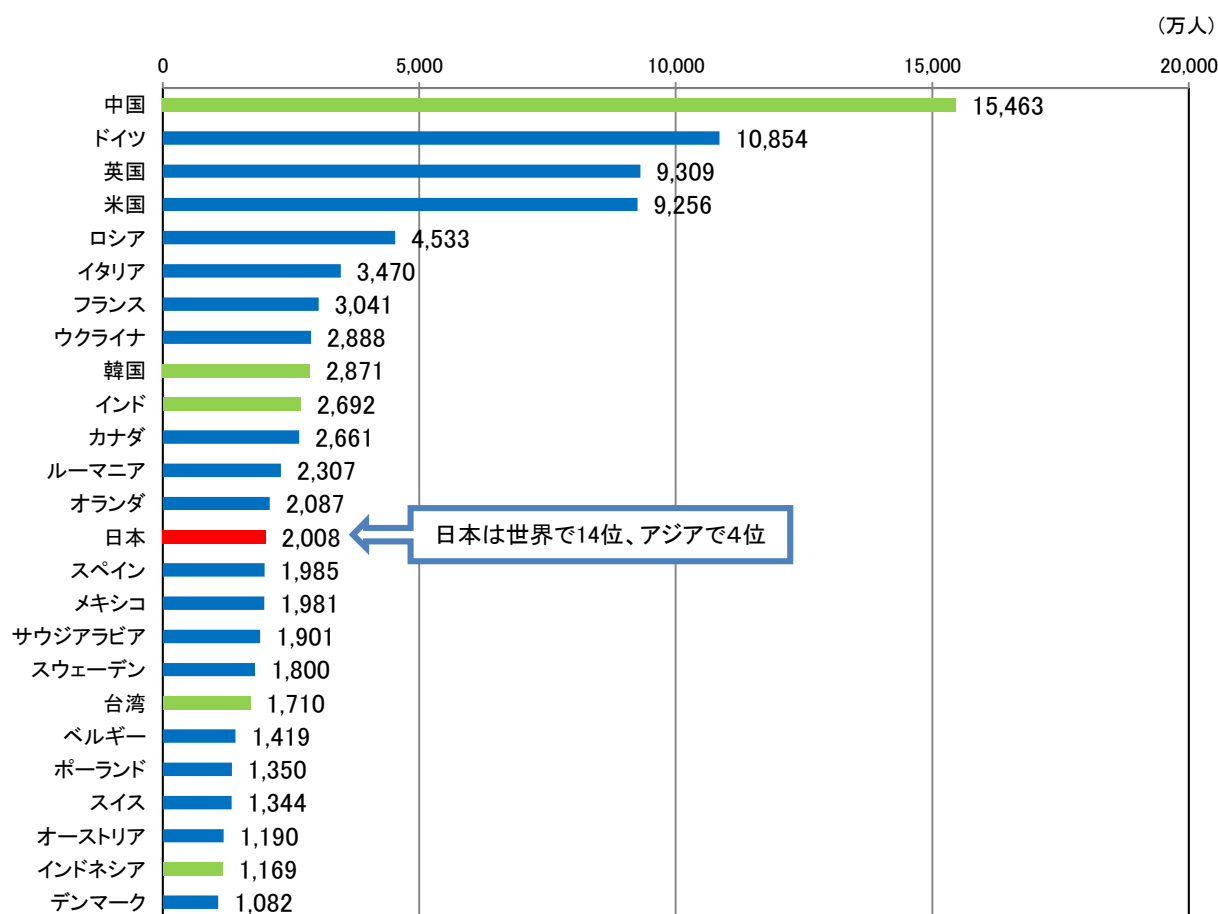
注4：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されることや、さかのぼって更新されることがある。

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。

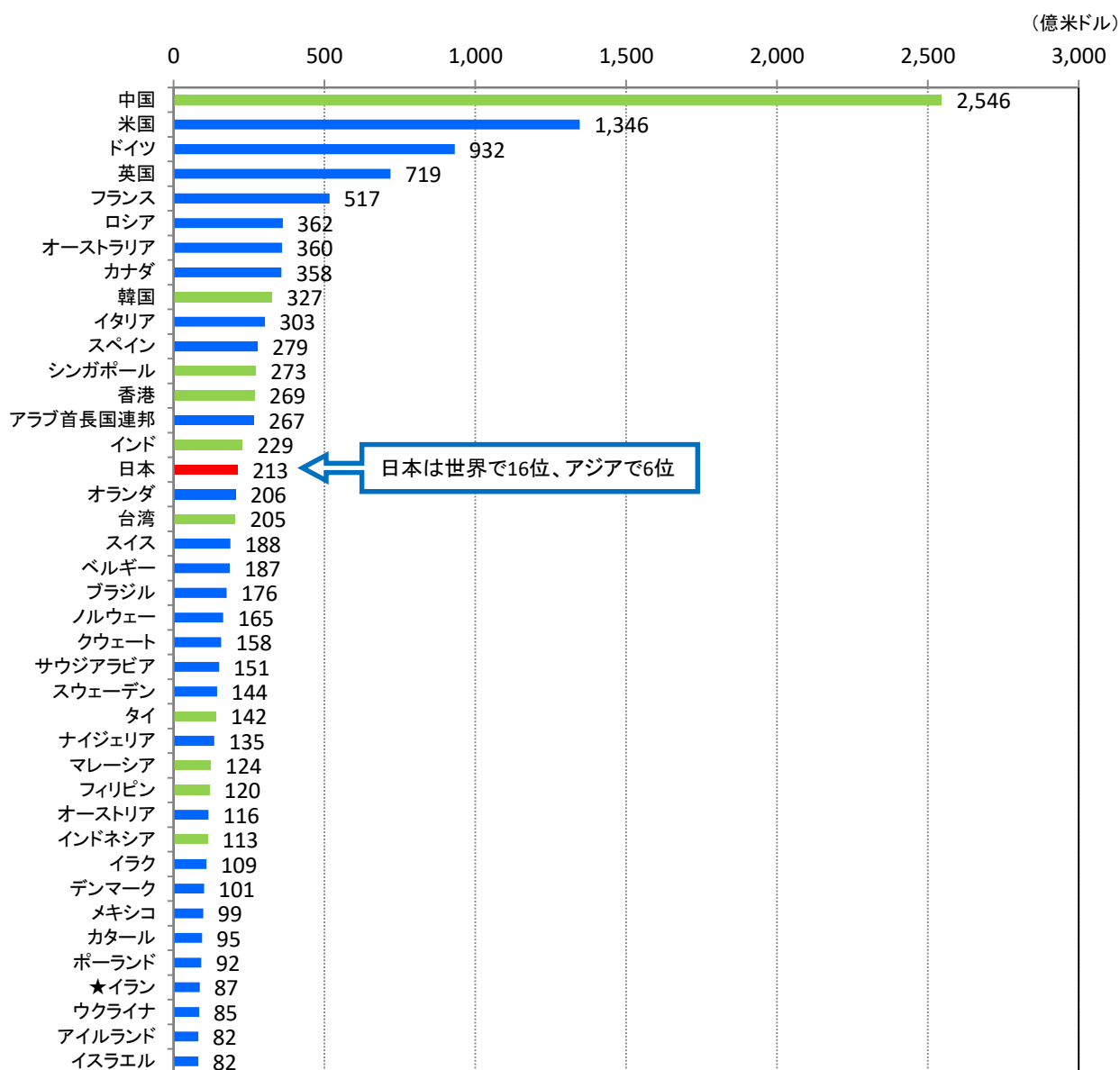
注 2：各国・地域の数値は、統計基準の変更、数値の非整合性などの理由により、そのつど、過去にさかのぼって変更されることがある。

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、数値が迫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。

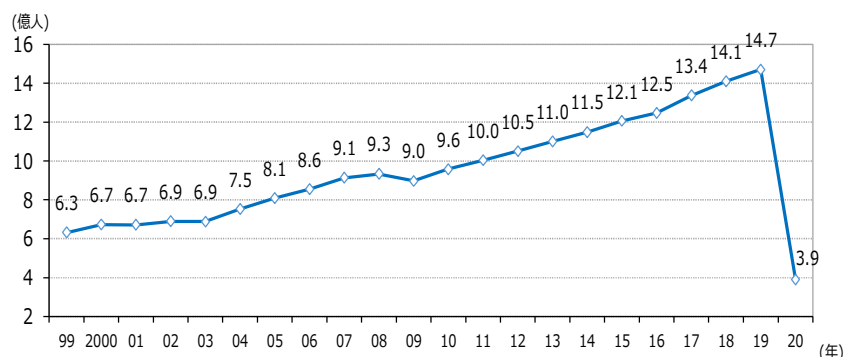
また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

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）。

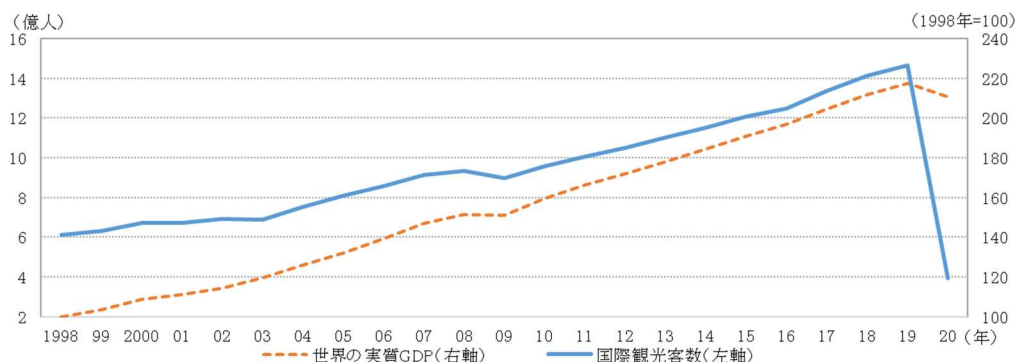
図表 I-8 国際観光客数の推移



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にのぼっているとされている。

また、WTTC⁴（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））

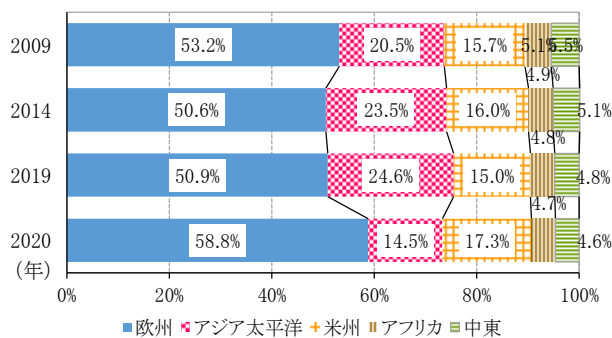
	国際観光客数 (単位: 万人)	前年差 (単位: 万人)	前年比
世界全体	39,400	-107,200	-73.1%
欧州	23,180	-51,450	-68.9%
アジア太平洋	5,710	-30,330	-84.2%
米州	6,830	-15,100	-68.9%
アフリカ	1,840	-5,160	-73.7%
中東	1,820	-5,180	-74.0%

資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

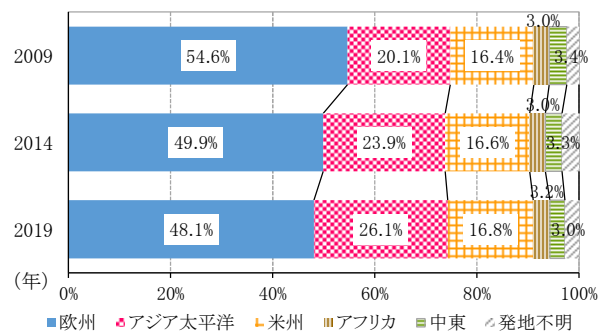
国際観光客数の地域別シェア⁵をみると、到着地域別及び出発地域別ともに、欧州が約半数を占めている。（図表 I -11）。

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。

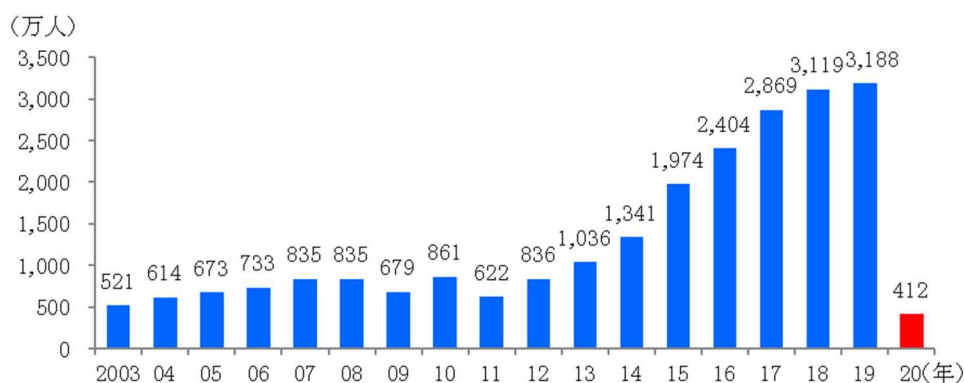
観光については、水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えの動きが生じたことなどにより、需要が大幅に減少するなど、非常に厳しい状況が続いている。

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、CIQ⁶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。

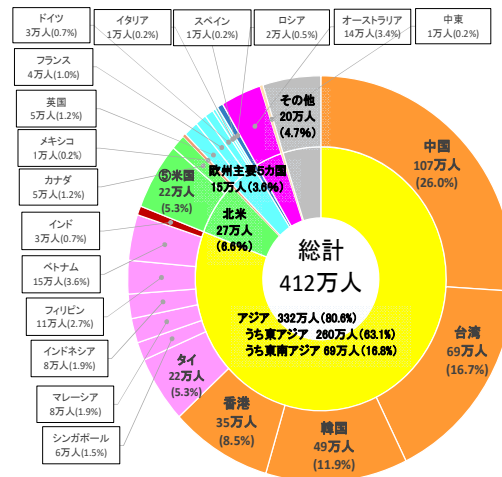
オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は14万人となった。

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

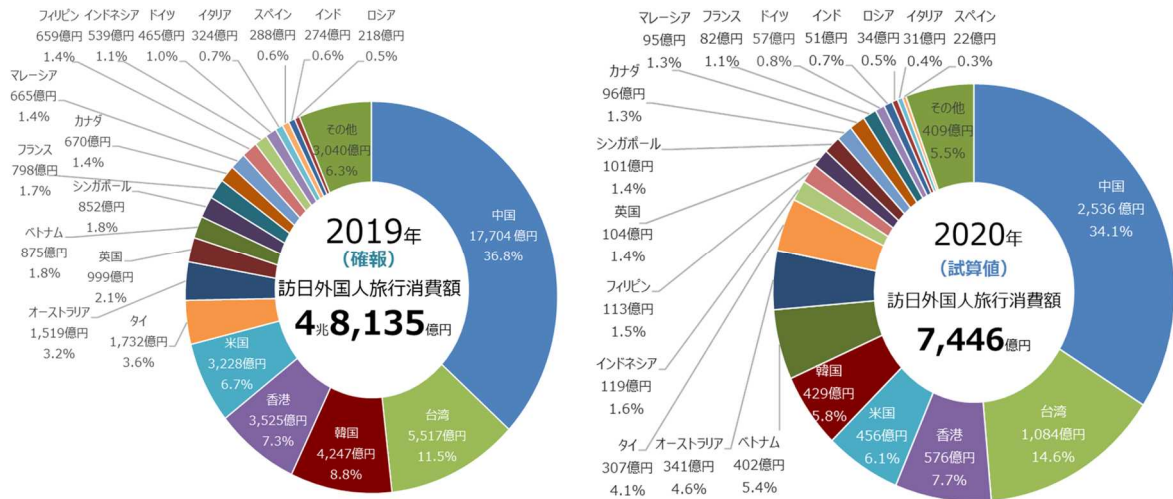
年	訪日外国人旅行消費額
2012年 (平成24年)	1兆846億円
2013年 (平成25年)	1兆4,167億円
2014年 (平成26年)	2兆278億円
2015年 (平成27年)	3兆4,771億円
2016年 (平成28年)	3兆7,476億円
2017年 (平成29年)	4兆4,162億円
2018年 (平成30年)	4兆5,189億円
2019年 (令和元年)	4兆8,135億円
2020年 (令和2年)	7,446億円

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。

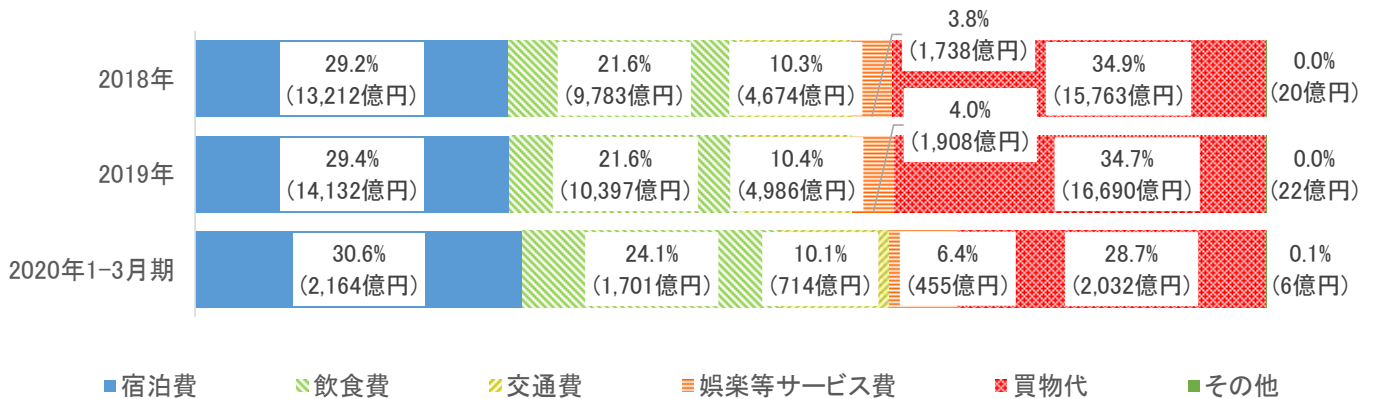
注 2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年（令和 2 年）4-6 月期、7-9 月期、10-12 月期の調査は中止となった。2020 年（令和 2 年）1-3 月期の調査結果を用いて 2020 年（令和 2 年）年間値を試算したため、2020 年（令和 2 年）と 2019 年（令和元年）以前の数値との比較には留意が必要である。

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。

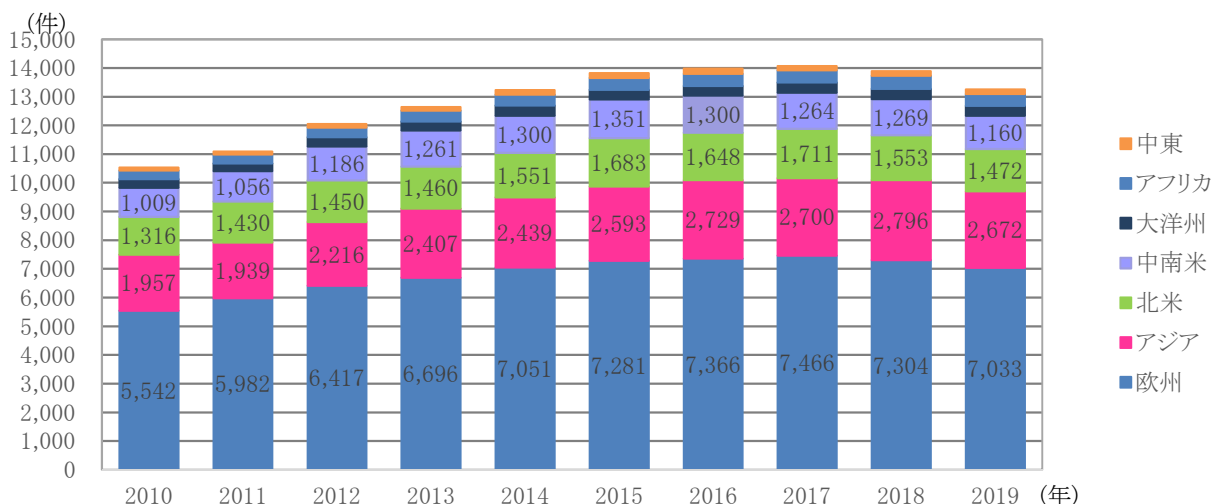
注2：2020年(令和2年)は4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査を中止したため、1-3月期のデータを用いている。

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

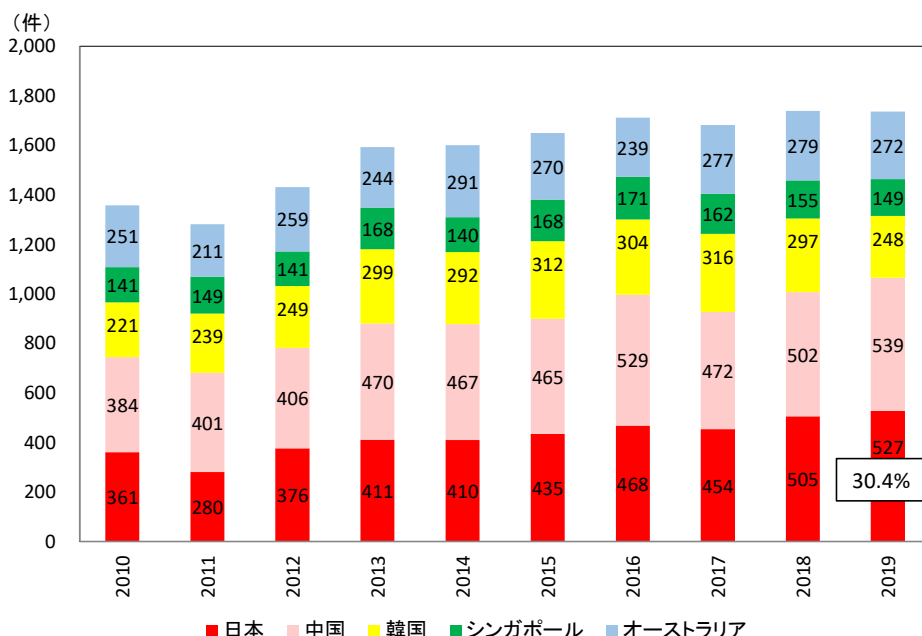


資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2019」（2020 年（令和 2 年）5 月）に基づき観光庁作成

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%)	2,231 (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。

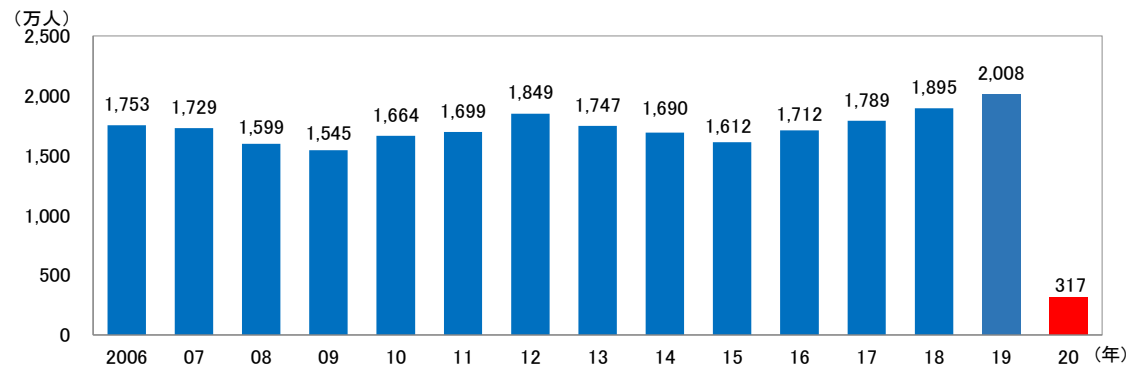
注 2：開催規模が不明の案件があるため、図表 I -20 とは総数が異なっている。

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。

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）。

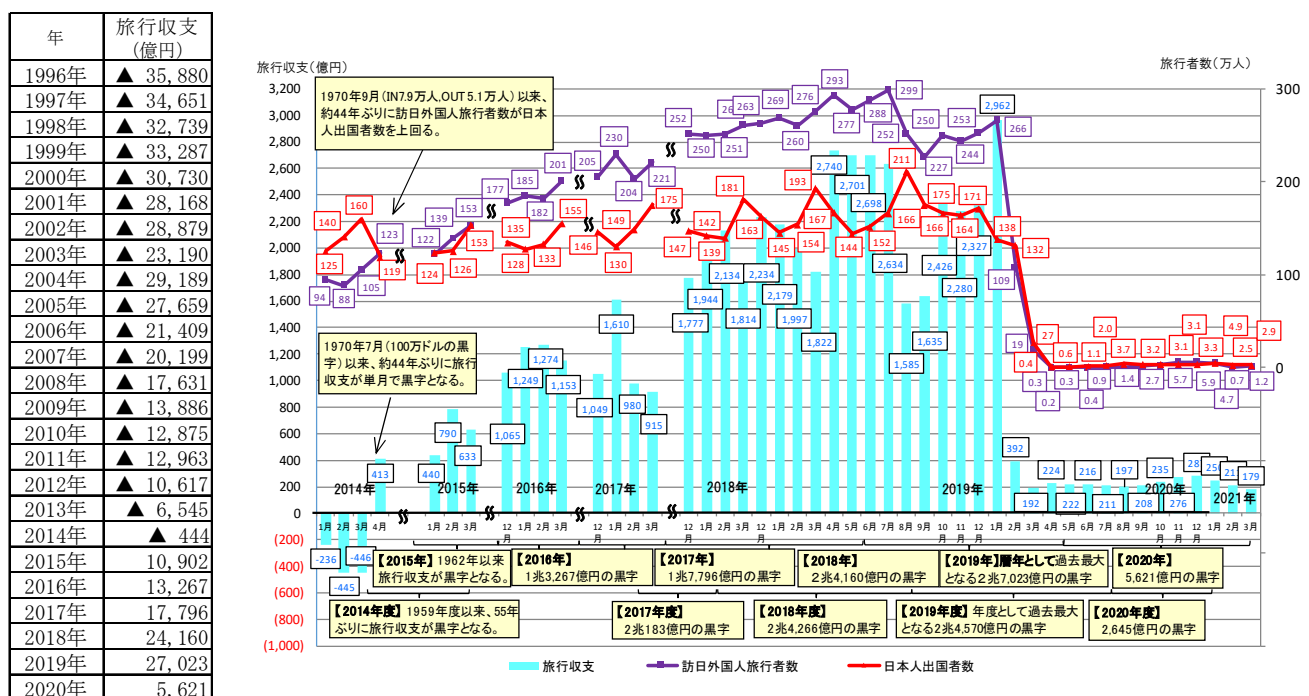
図表I-23 出国日本人数の推移



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



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。

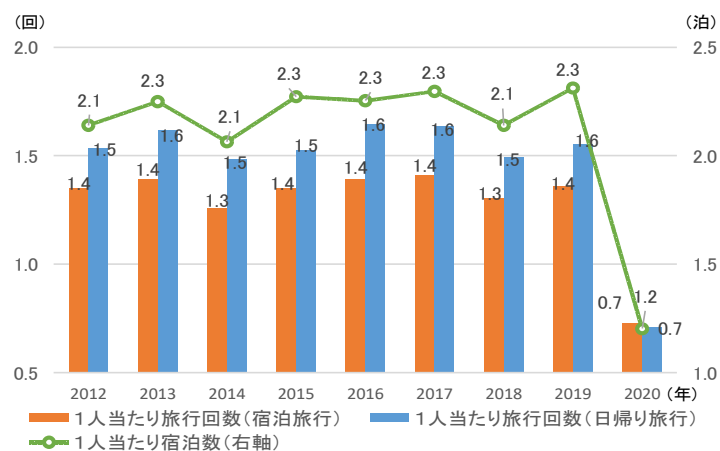
注2：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

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）。

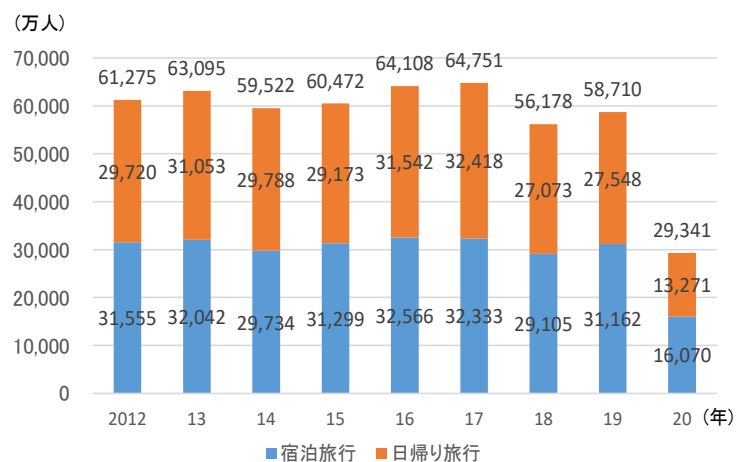
図表I-25 日本人1人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



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）。

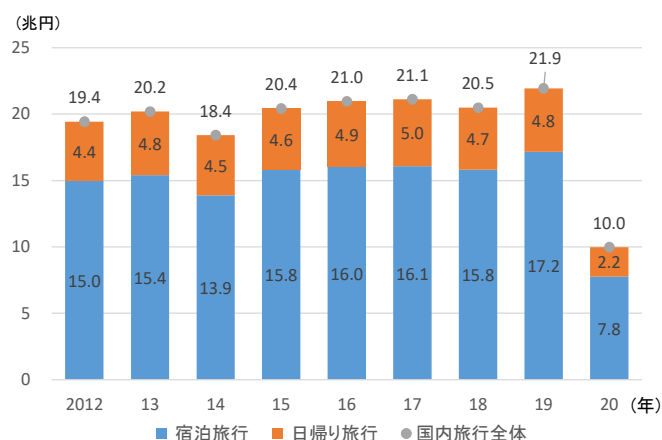
図表I-26 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



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）。

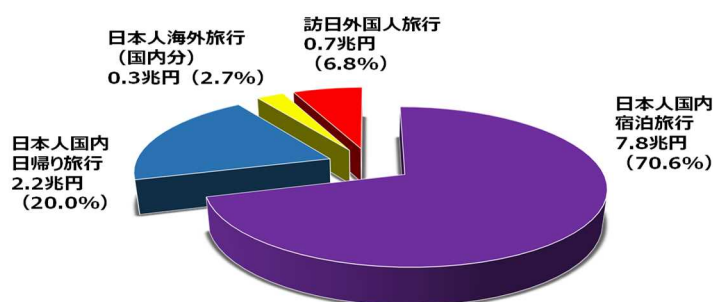
図表 I-27 日本人国内旅行消費額の推移



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

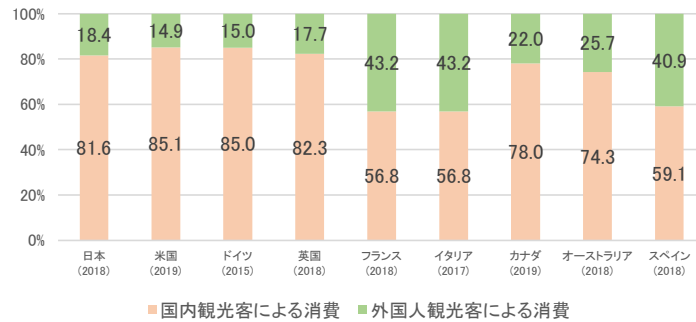


	2012年	13	14	15	16	17	18	19	20
日本人国内宿泊旅行	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8
日本人国内日帰り旅行	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2
日本人海外旅行 (国内分)	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3
訪日外国人旅行	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7
合計	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0

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

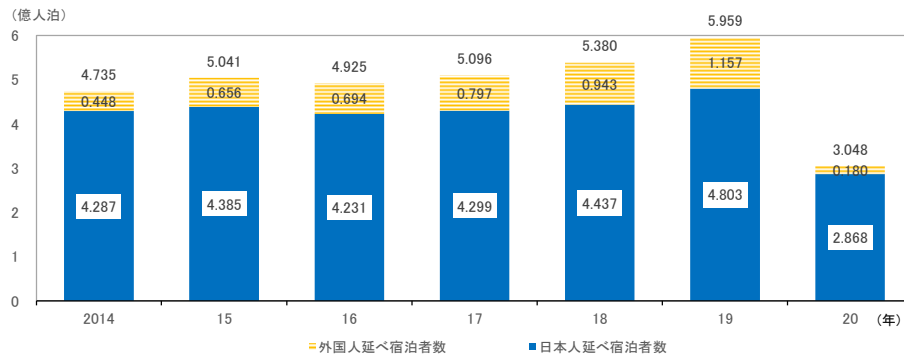


資料：OECD.Stat に基づき観光庁作成
注1：() 内は基準年を表している。

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）。

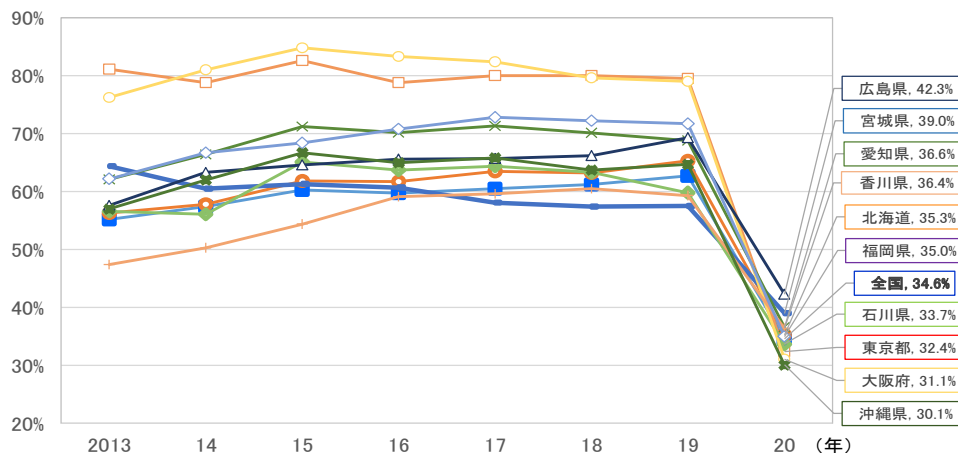
図表 I -30 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



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

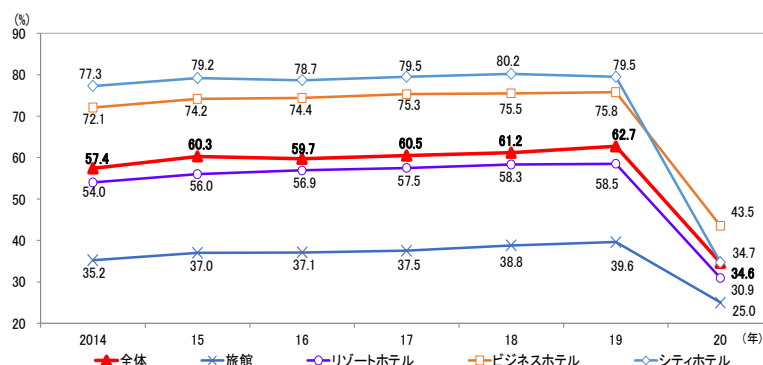


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2020 年（令和 2 年）の数値は速報値。

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員数 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

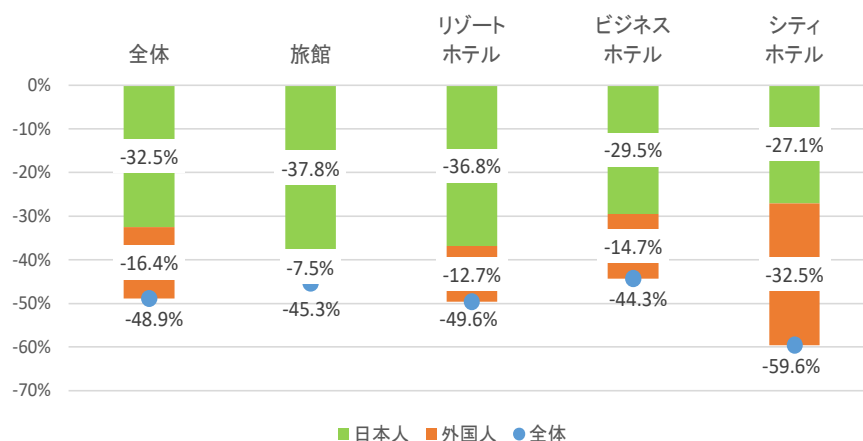


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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）

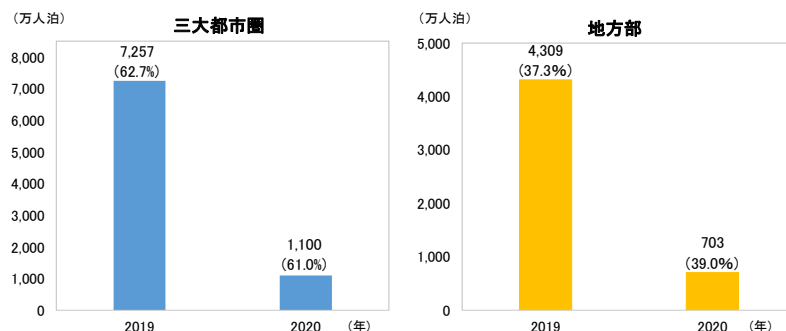


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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」

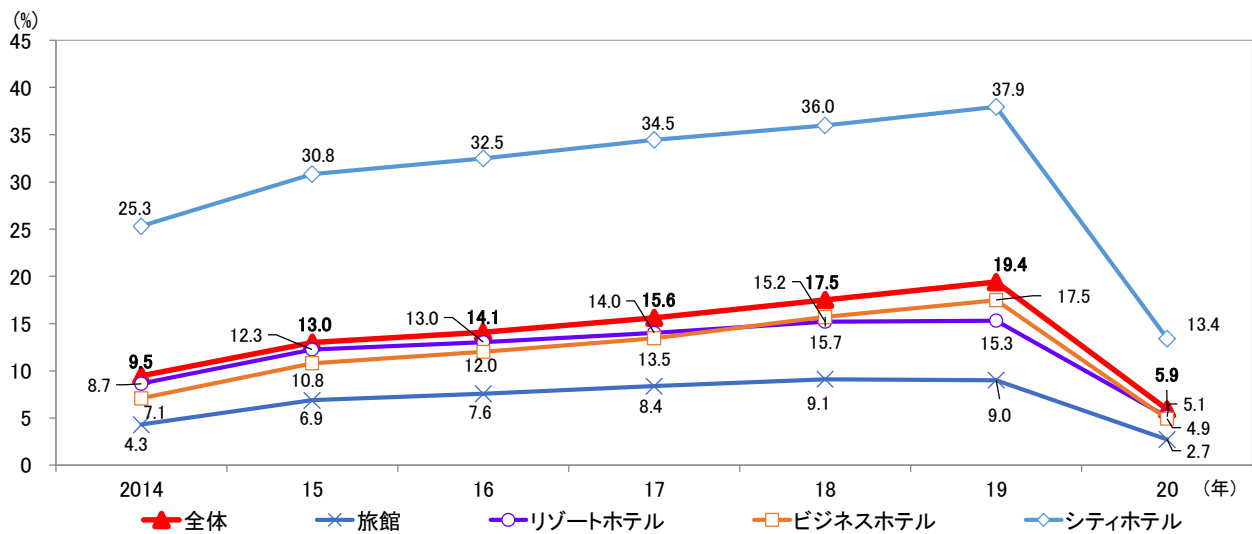
注1：2020年（令和2年）は速報値。

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。

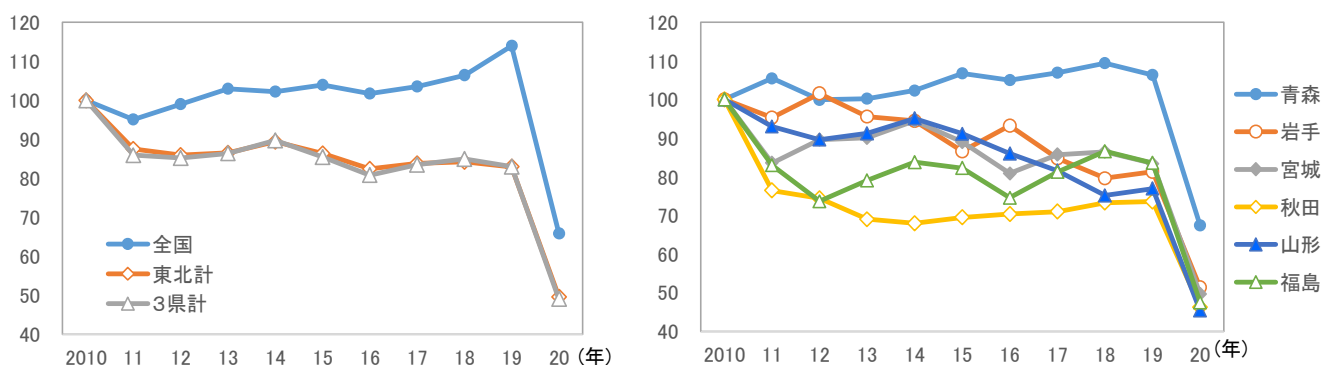
以下では、全国、東北 6 県計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県及び福島県）、そのうち被災の激しかった 3 県計（岩手県、宮城県及び福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の 2010 年（平成 22 年）を 100 として指数化したうえで、2020 年（令和 2 年）の状況を分析する。

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。

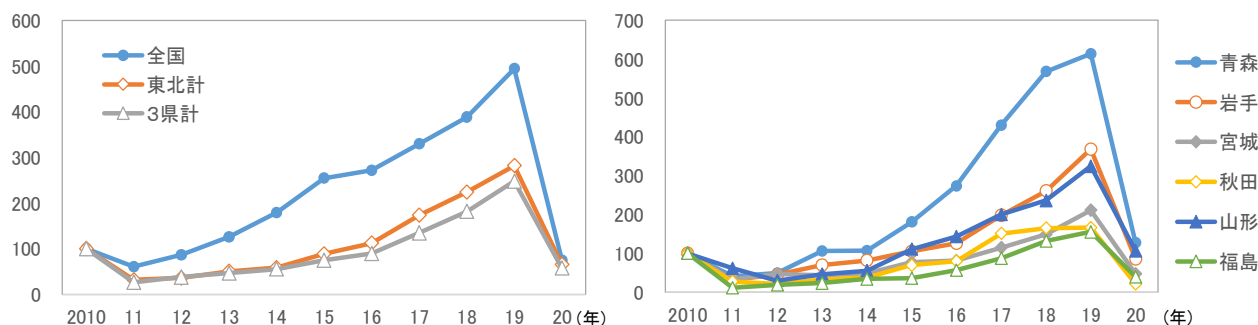
9 本節において、「東北 6 県の外国人延べ宿泊者数」は、従業者数 10 人以上の宿泊施設の数値。

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：従業員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。

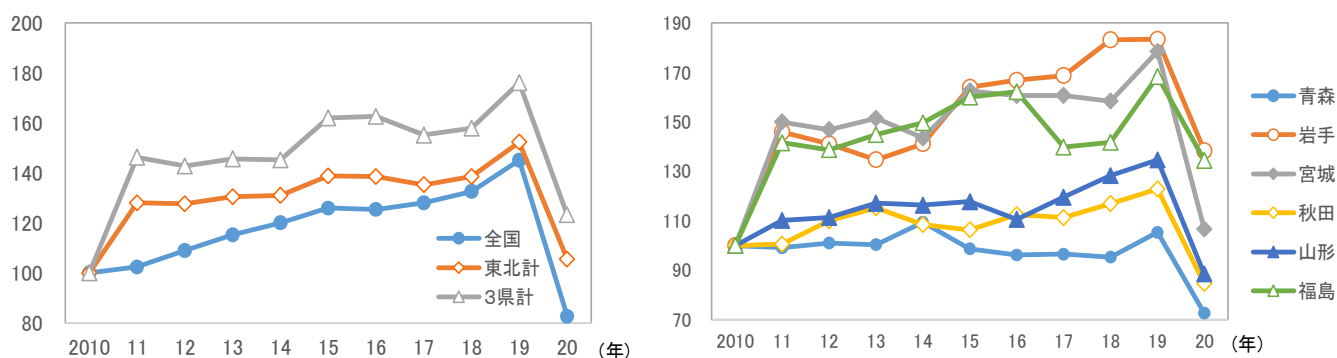
注2：2020年（令和2年）の数値は速報値。

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」

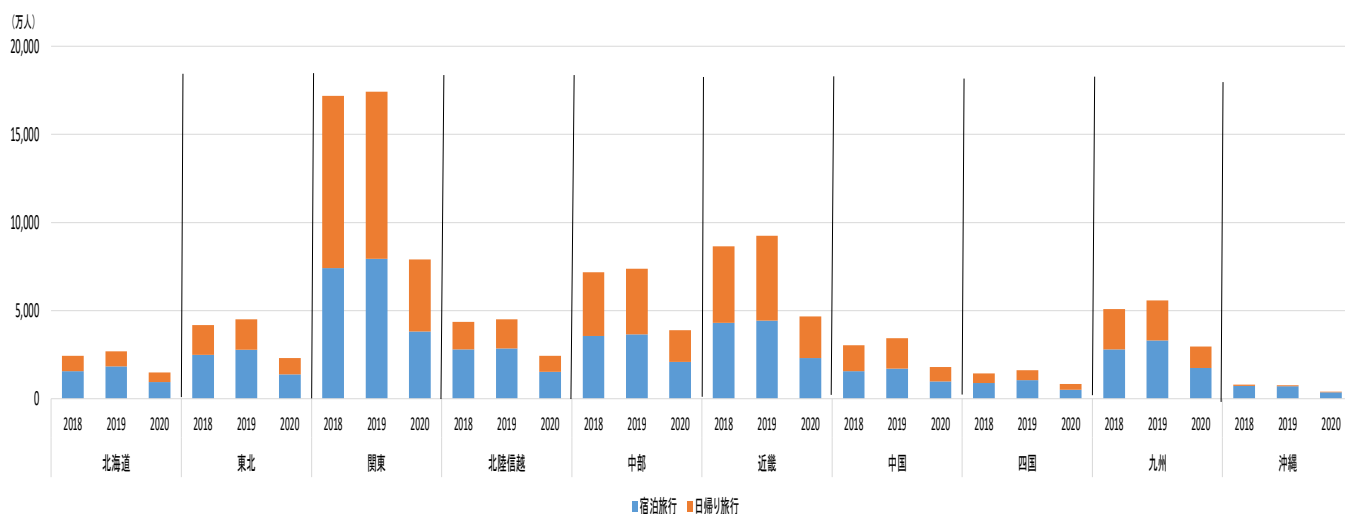
注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%未満の宿泊施設の実績を使用。

注2：2020年（令和2年）の数値は速報値。

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）。

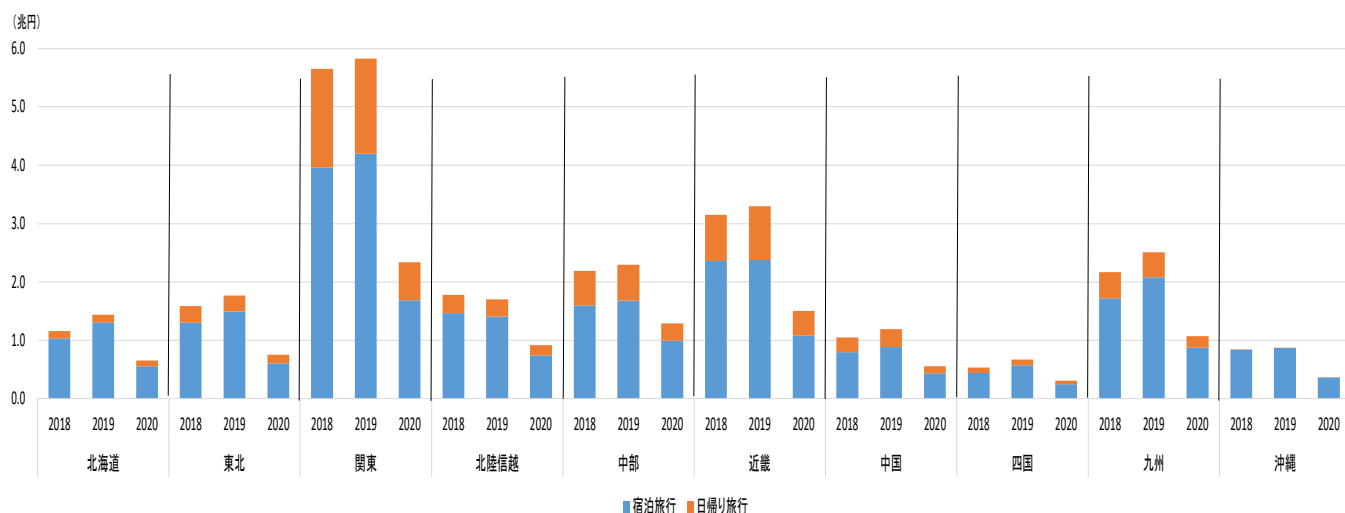
図表 I -39 地方ブロック別延べ旅行者数



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

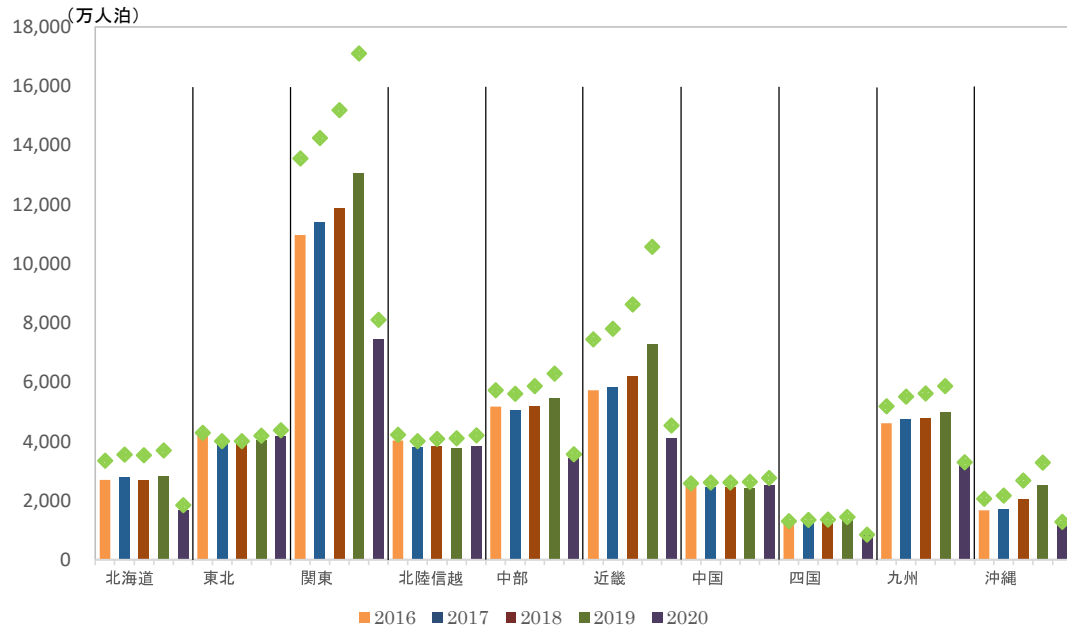


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

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）



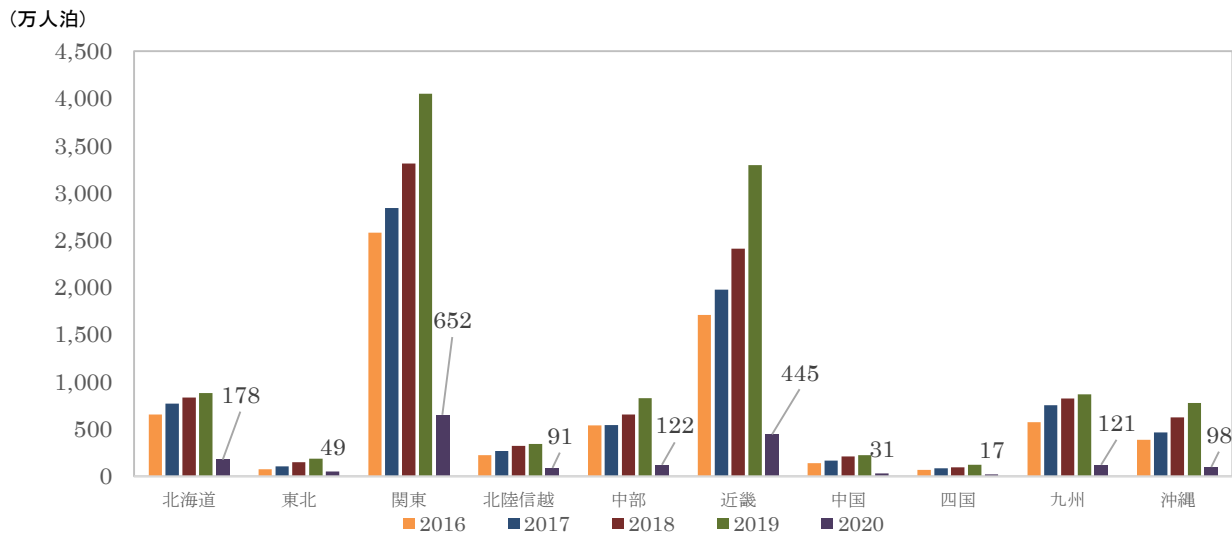
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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）

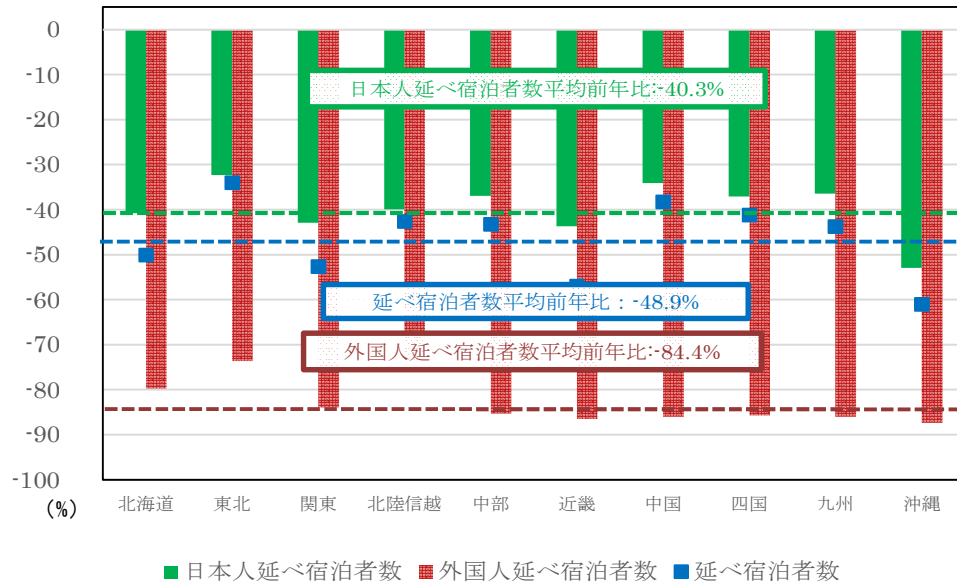


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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))

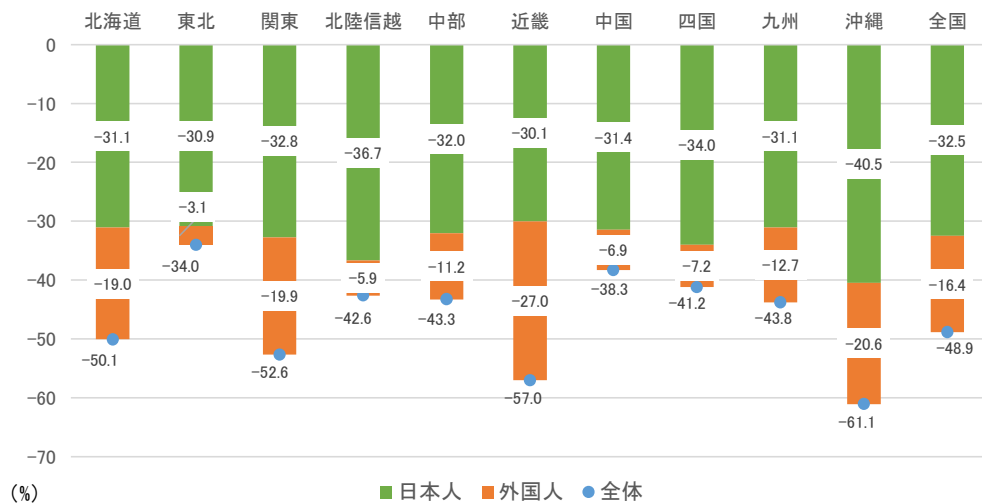


資料: 観光庁「宿泊旅行統計調査」

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

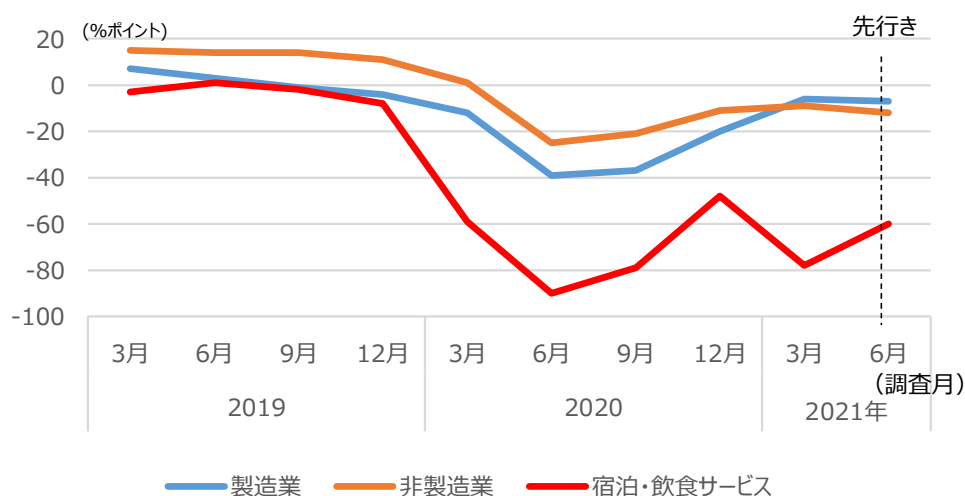
新型コロナウイルス感染症は全ての産業に深刻な影響をもたらしたが、今般の特徴のひとつとして、製造業に比べて、非製造業（サービス業）の落ち込みが顕著だったことが挙げられる。本節では概況に加え、消費、企業業績、雇用といった視点から、新型コロナウイルス感染症の観光関連産業への影響を取り上げる。その上で、事業継続や雇用維持に向けた施策や、感染拡大防止策を徹底しつつ旅行需要を喚起するために取り組んでいるサービス産業消費喚起事業（Go To トラベル事業）（以下、「Go To トラベル事業」という。）について紹介する。

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では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。

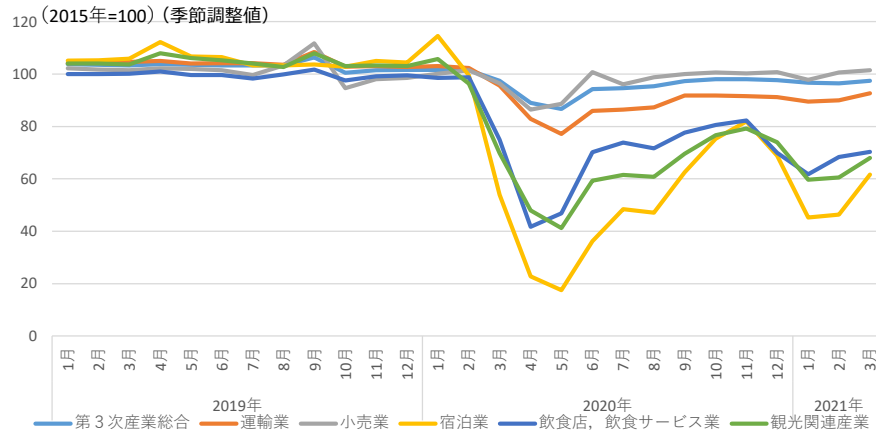
経済産業省「第3次産業活動指数」により非製造業の活動指数の推移をみると、運輸業や小売業、飲食業に比べ、宿泊業の落ち込みが大きい¹。（図表II-2）。

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）。

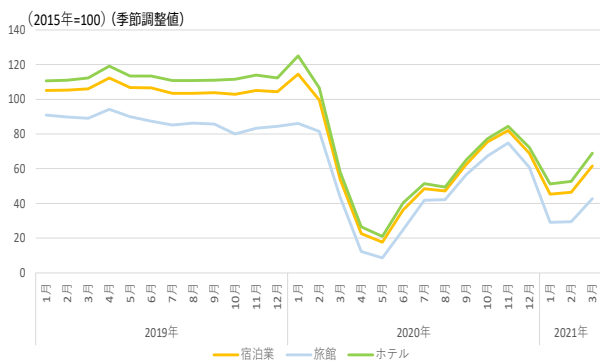
旅行業については、2020年（令和2年）4、5月にはほぼ皆減となった。国内旅行は、その後2020年（令和2年）後半にかけて持ち直しをみせたが、再度の緊急事態宣言の発出等を受けて再び大きく落ち込んだ。足元では2015年（平成27年）の約6割の水準となっている。海外旅行、外国人旅行は、弱い動きが続いている。（図表II-4）。

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。

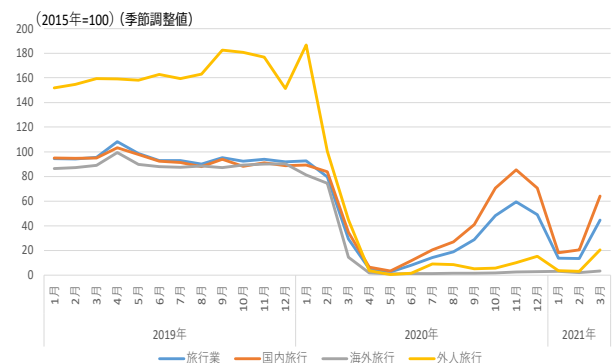
図表Ⅱ-2 第3次産業活動指数の推移



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）



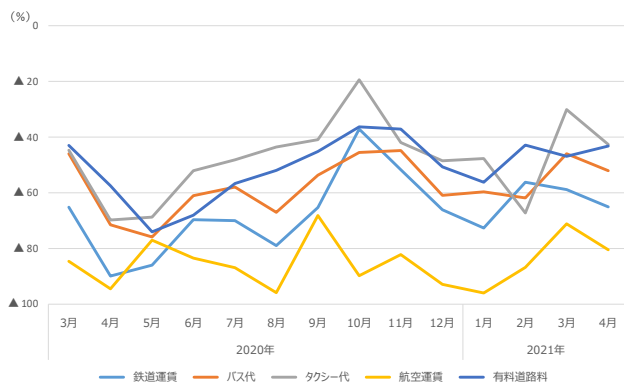
資料：経済産業省「第3次産業活動指数」

(消費)

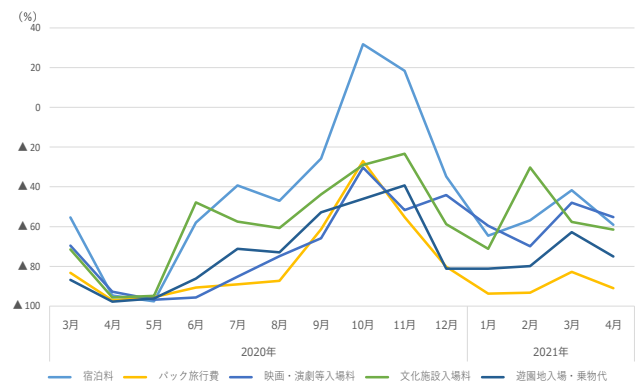
総務省「家計調査」により、観光に関連の深い交通関連消費と教養娯楽サービス関連消費について、対2019年同月実質増減率をみる。交通関連消費については、2020年（令和2年）3月以降、2019年（令和元年）の水準を下回って推移しており、下落幅は航空運賃が最も大きい結果となった。

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)

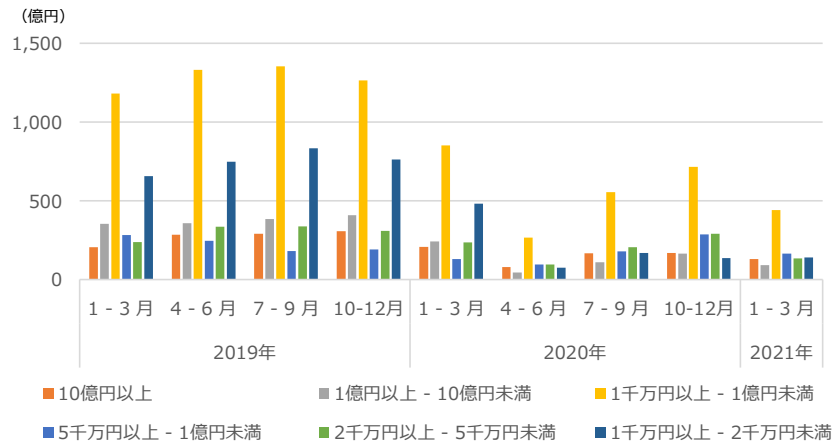


資料：総務省「家計調査」（2人以上の世帯）

(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）

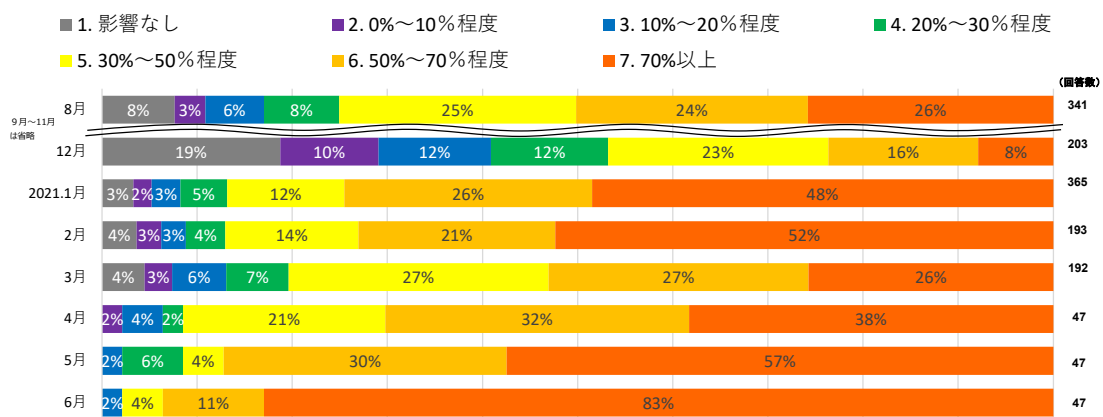


資料：財務省「法人企業統計調査」

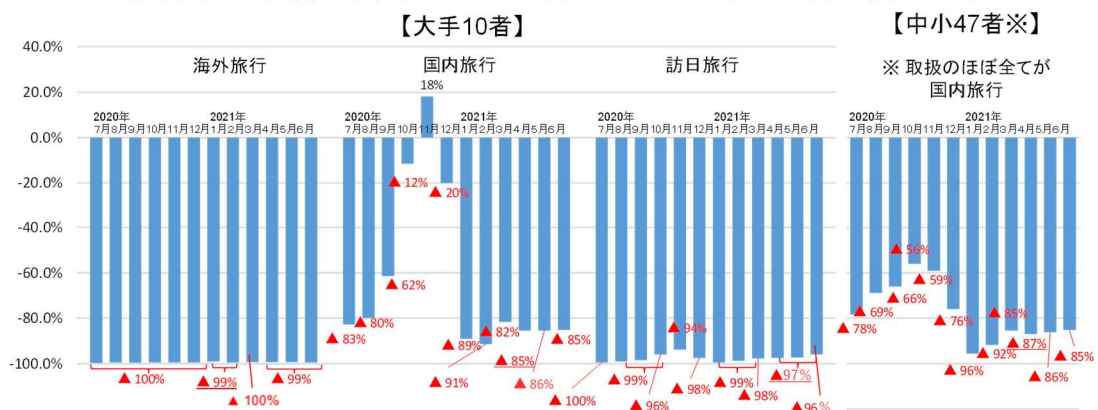
また、国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」によると、宿泊や旅行の予約状況は、2020年（令和2年）11月まで回復傾向にあったものの、足元では弱い動きとなっている。（図表Ⅱ-8）。

図表Ⅱ-8 宿泊業及び旅行業への影響

宿泊予約の減少状況（2019年同月比）（2021年5・6月は見込み）



旅行業の予約人員（2019年同月比）（2021年5・6月は見込み）



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）。

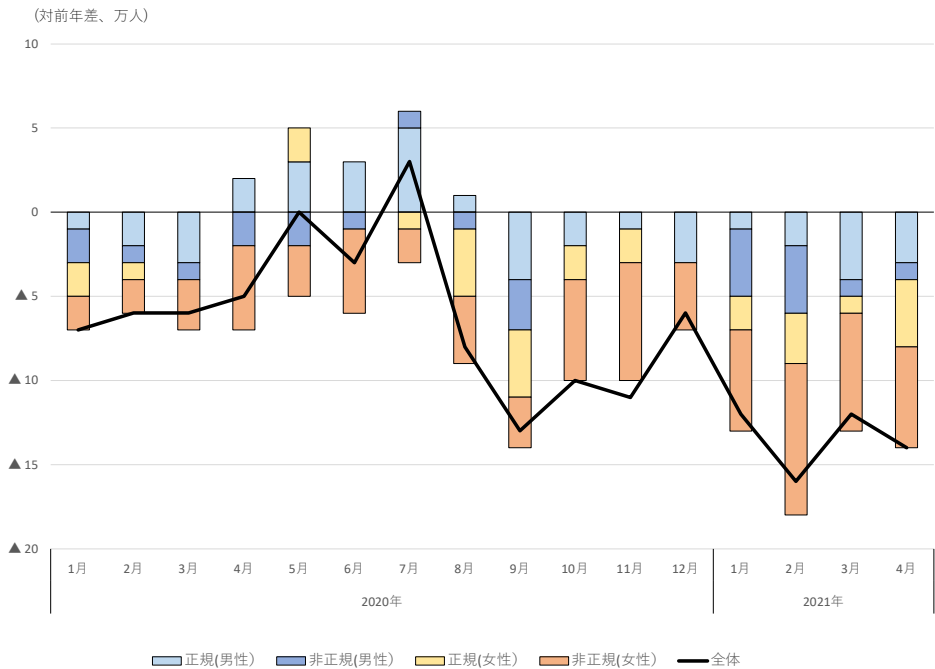
図表Ⅱ-9 宿泊業 雇用の状況

	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。

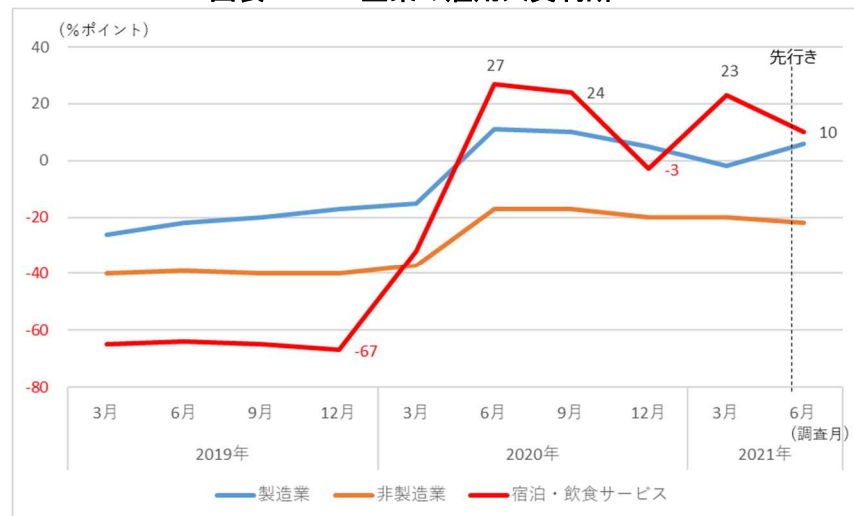
⁴ このうち休業とは資産が負債を上回る状態での事業停止、解散とは事業を停止し企業の法人格を消滅させるために必要な清算手続きに移行している状態を指す。

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

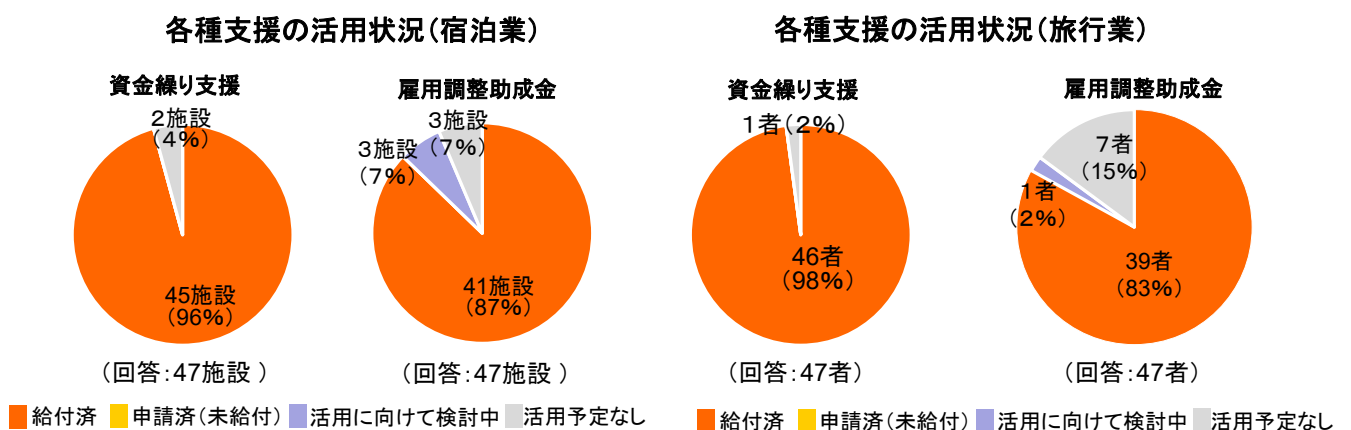
（事業継続、雇用維持に向けた取組）

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

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Ⅲ⁷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% を割引くとともに、宿泊・日帰り旅行代金の 15% 相当分の、旅行先で使える地域共通クーポンを付与している。国の支援額（旅行代金割引＋地域共通クーポン）は 1 人 1 泊当たり上限 20,000 円、日帰り旅行の上限は 10,000 円となっている。（図表Ⅱ-14）。

図表Ⅱ-14 Go To トラベル事業の概要



資料：観光庁資料

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

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

- ① チェックインに際しては、直接の対面を避けるなど、感染予防策を講じた上で旅行者全員に検温と本人確認を実施すること
- ② 旅行者に検温等の体調チェックを実施し、発熱がある場合や風邪症状がみられる場合には、週末も含め最寄りの保健所又は帰国者・接触者相談センターの指示を仰ぎ、適切な対応をとること
- ③ 浴場や飲食施設等の共用施設の利用について、人数制限や時間制限などを設け、3密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宿泊数は、少なくとも約 8,781 万人泊であるが、5 月末時点で観光庁が報告を受けているところでは、Go To トラベル事業の利用者で新型コロナウイルス感染症の陽性が判明した方は 411 名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。

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。

Go To トラベル事業における利用実績の推計



利用実績

利用人泊数 (7/22～12/28チェックアウト分)

少なくとも**約 8,781 万人泊**

※一部推計値を含む速報値。

一人泊当たり割引支援額

約 4,649 円

支援額

少なくとも**約 5,399 億円**

一人泊当たり旅行代金

約 13,282 円

宿泊・旅行代金の割引 (7/22～12/28チェックアウト分)

少なくとも**約 4,082 億円**

※一部推計値を含む速報値。

地域共通クーポン利用額 (10/1～12/28)

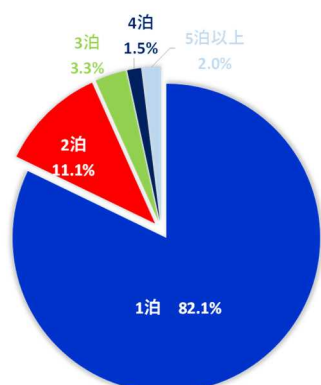
少なくとも**約 1,317 億円**

※2/1までにGo To トラベル事務局に換金請求があったものを集計。

資料：観光庁資料

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

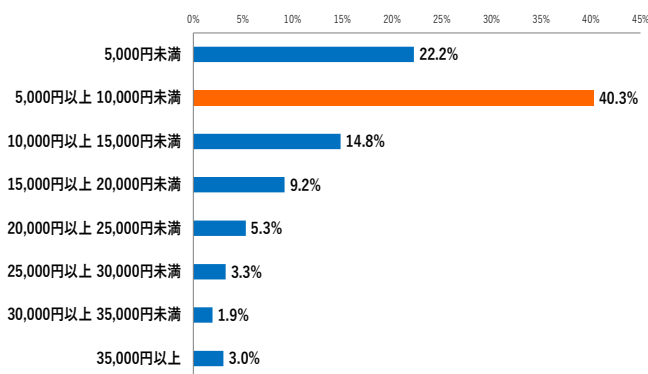
図表 II-15 Go To トラベル事業における
旅行日数（7～12 月／宿泊旅行）



※ 旅行日数等が明確な利用データのみを対象として集計。
※ 集計中のため、旅行者による事後追行申請による実績は除く。

資料：観光庁資料

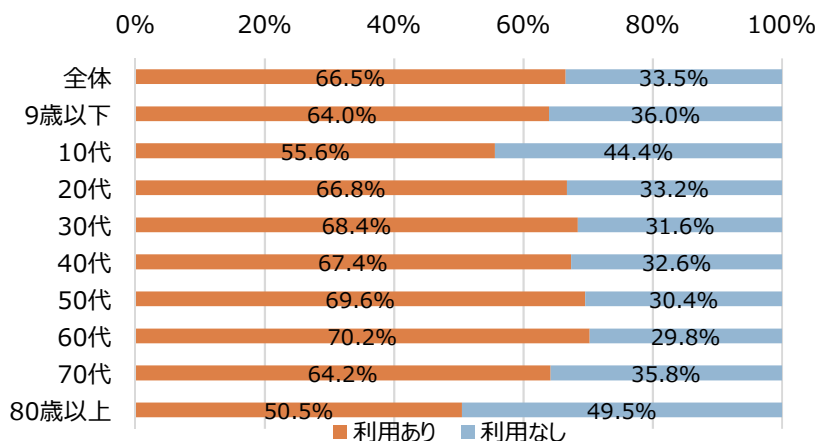
図表 II-16 Go To トラベル事業における
利用価格分布（7～12 月／宿泊旅行）



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

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

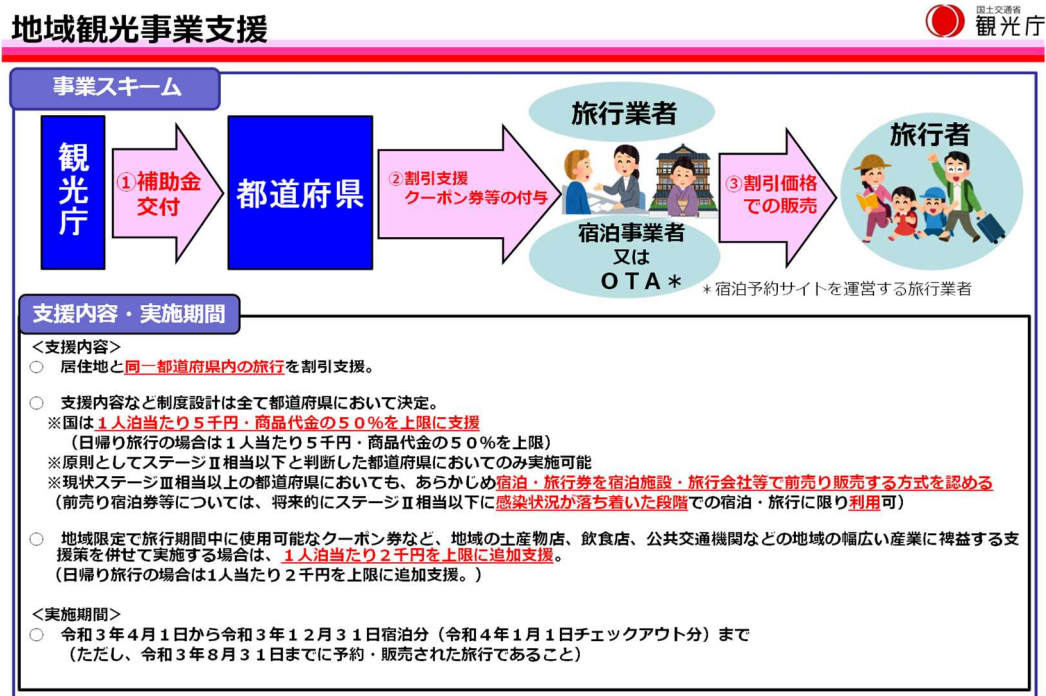
4 地域観光事業支援

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、地域的な感染の拡大を抑制しつつ、ステージⅡ¹¹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な機器・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。

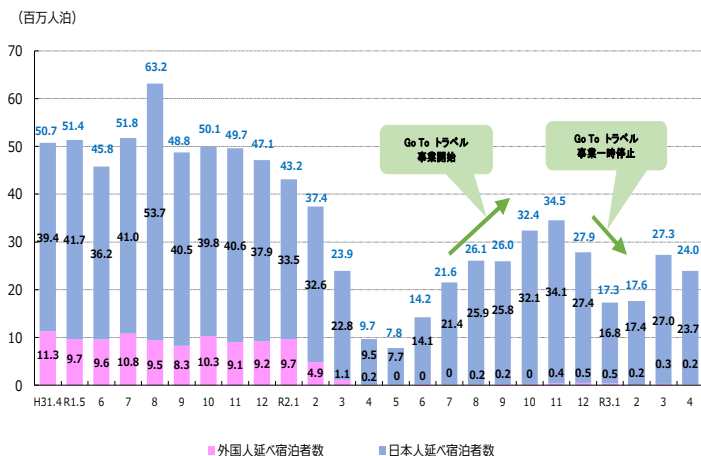


¹¹ステージⅡとは、感染者の漸増及び医療提供体制への負荷が蓄積する段階を指す。

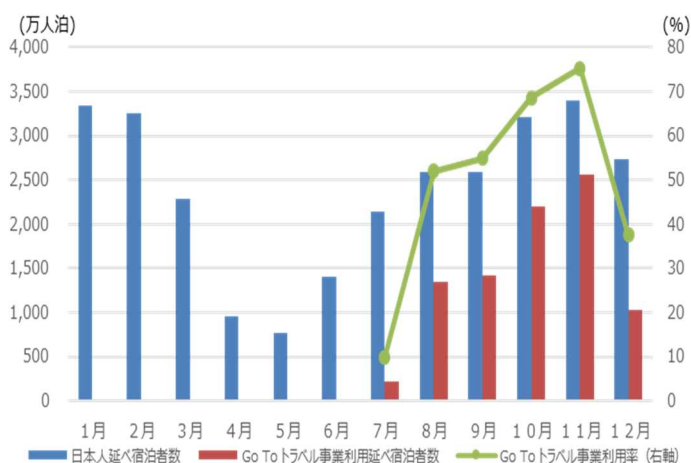
5 足元の国内観光の動向

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）

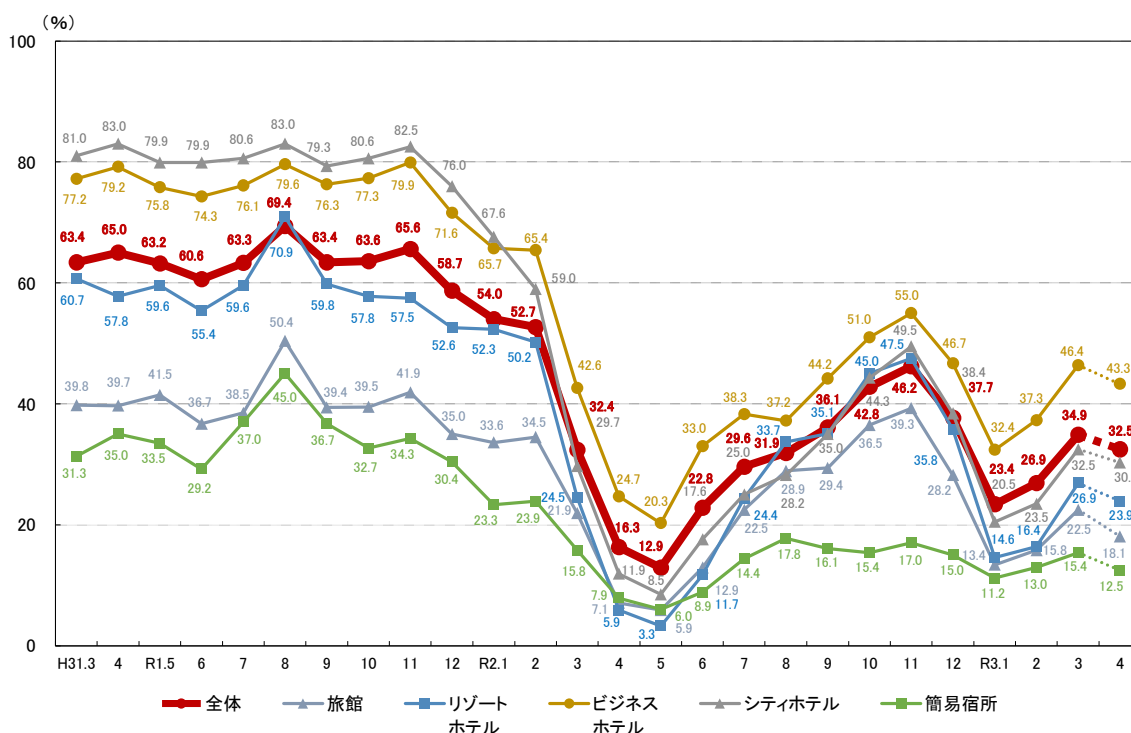


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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

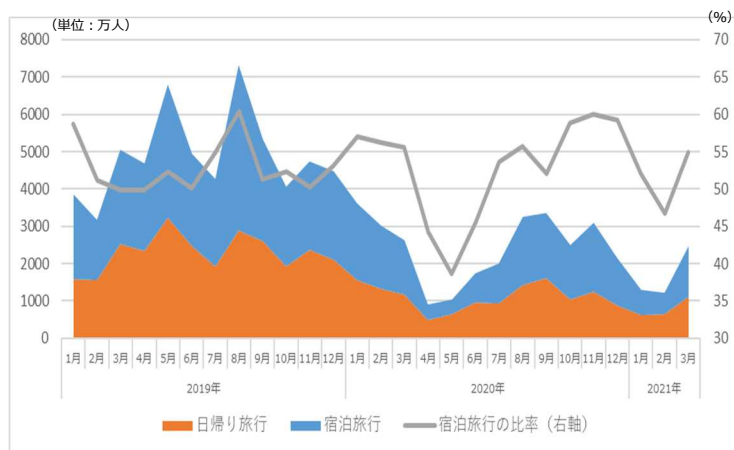


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

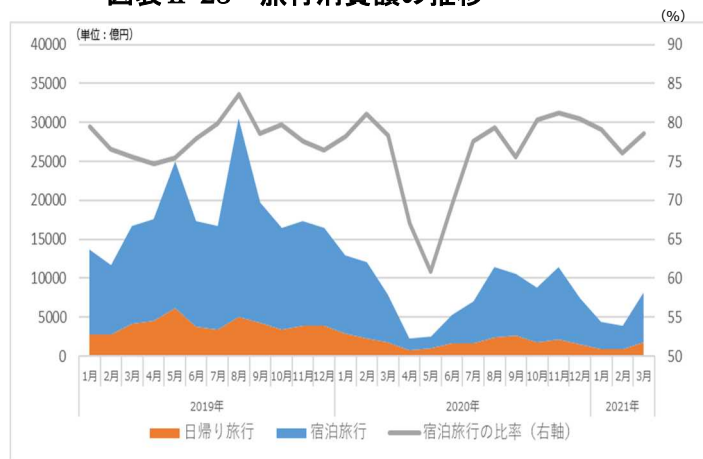
注 1：2020 年（令和 2 年）1 月～2021 年（令和 3 年）4 月は速報値。

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



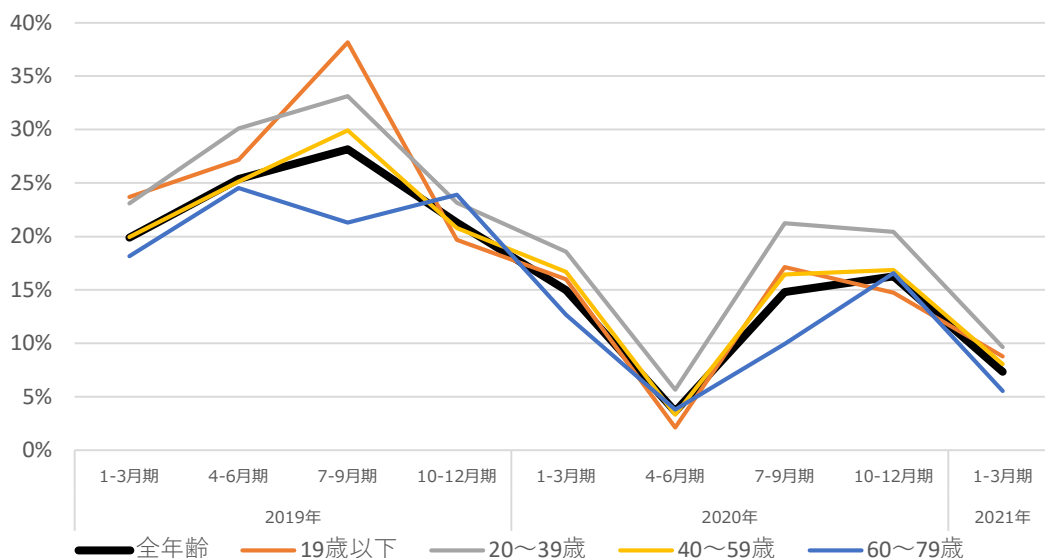
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

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。

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。

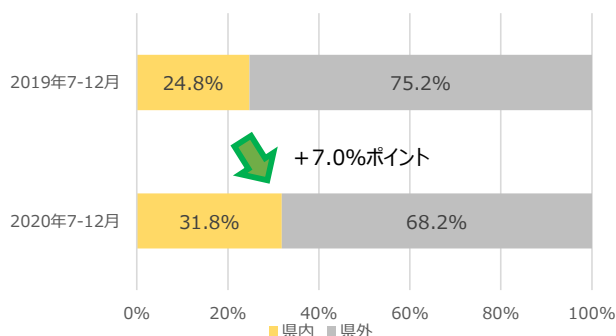
1 旅行形態の変化

(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】

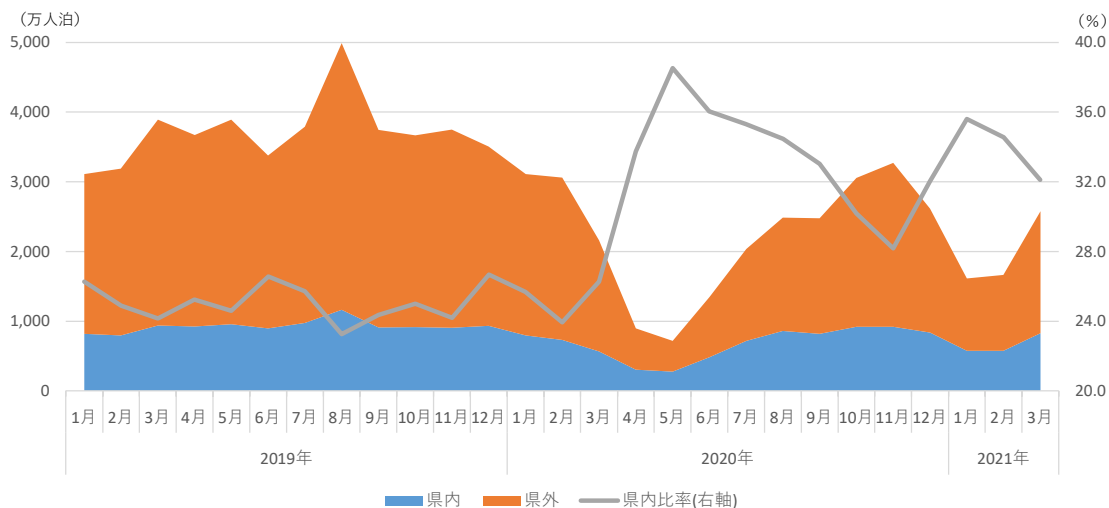


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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

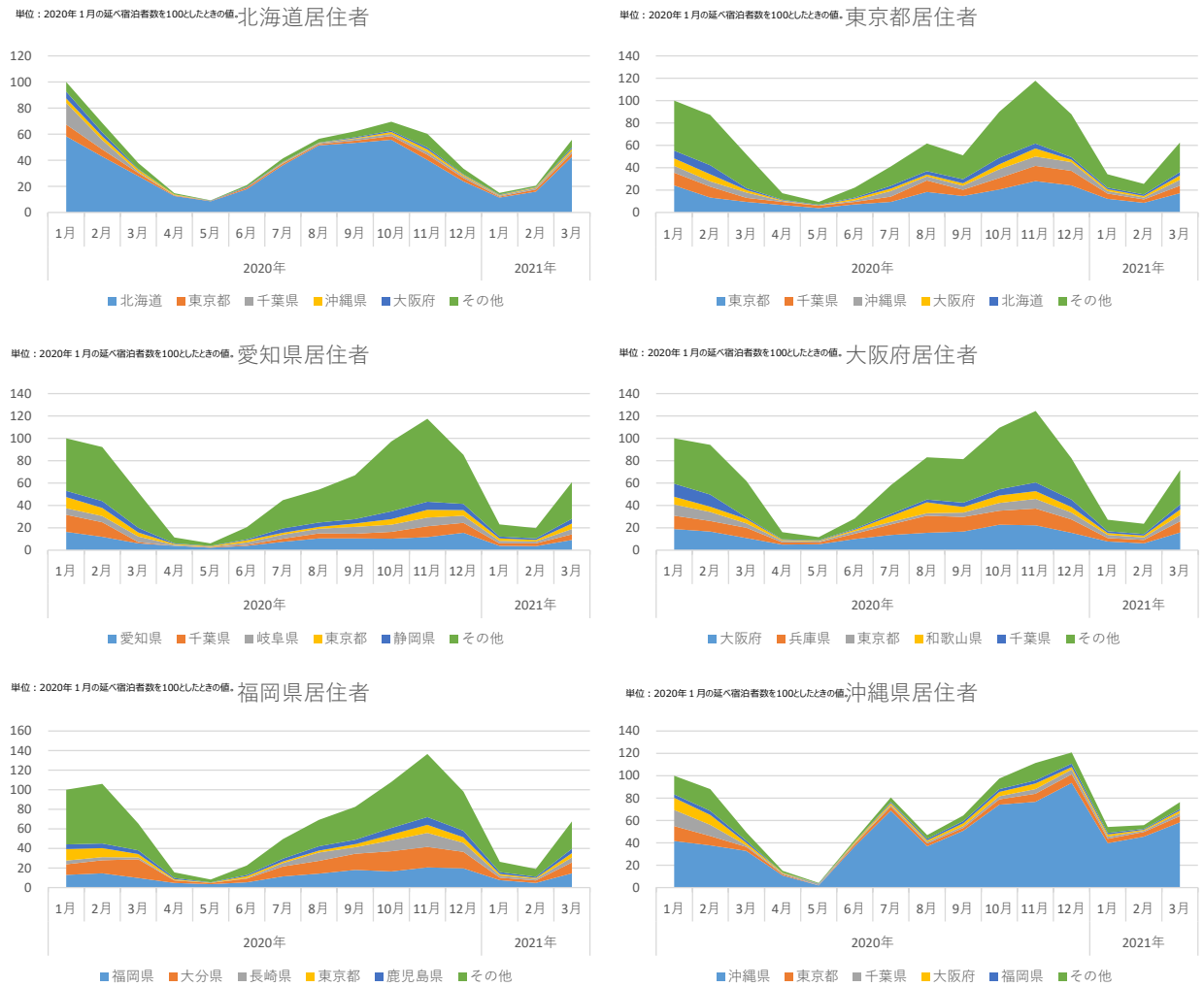


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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見られたことが分かる。

図表Ⅱ-27 居住地別 目的地別の延べ宿泊者数の推移



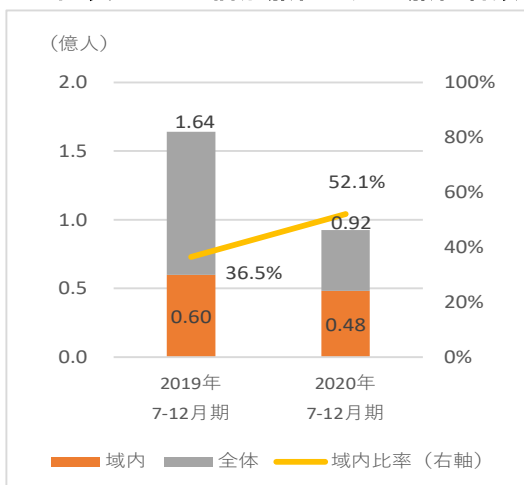
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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。

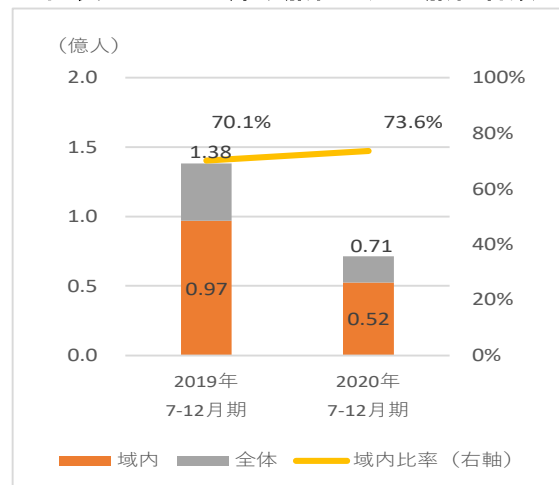
観光庁「旅行・観光消費動向調査」により、宿泊旅行、日帰り旅行における域内比率¹³をみたところ、延べ旅行者数及び観光消費額が大きく減少する中で、宿泊旅行において、延べ旅行者数、消費額ともに域内比率が大きく高まったことが分かる。（図表Ⅱ-28、29、30、31）。

図表Ⅱ-28 宿泊旅行・延べ旅行者数



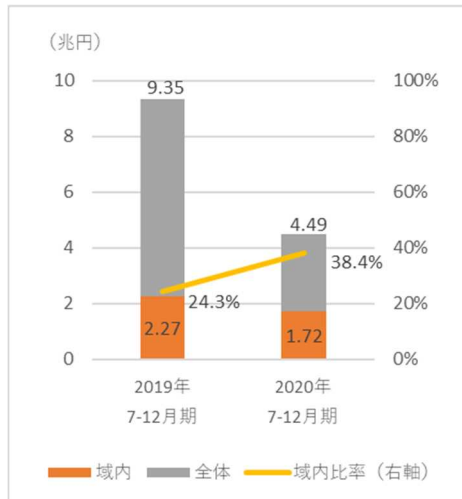
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表Ⅱ-29 日帰り旅行・延べ旅行者数



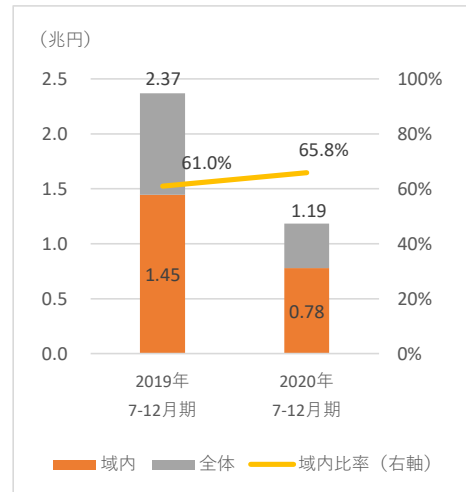
¹³各地方ブロック内への旅行が占める割合。

図表Ⅱ-30 宿泊旅行・消費額



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

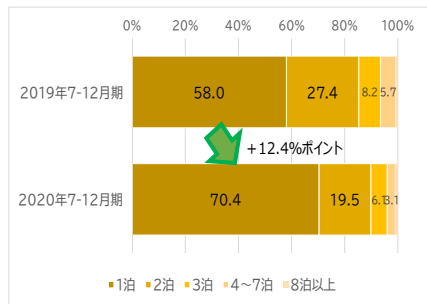
図表Ⅱ-31 日帰り旅行・消費額



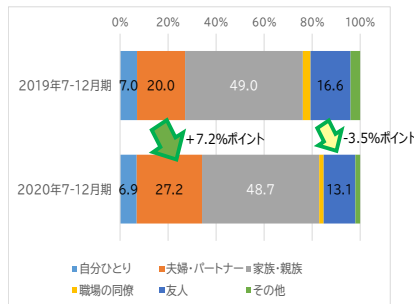
(宿泊数、同行者、旅行の種類)

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

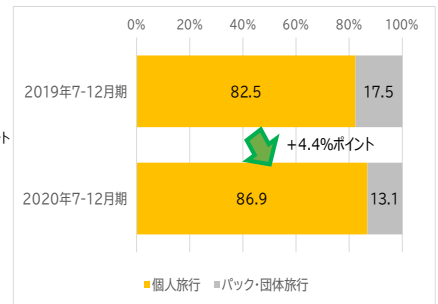
図表Ⅱ-32 宿泊数



図表Ⅱ-33 同行者



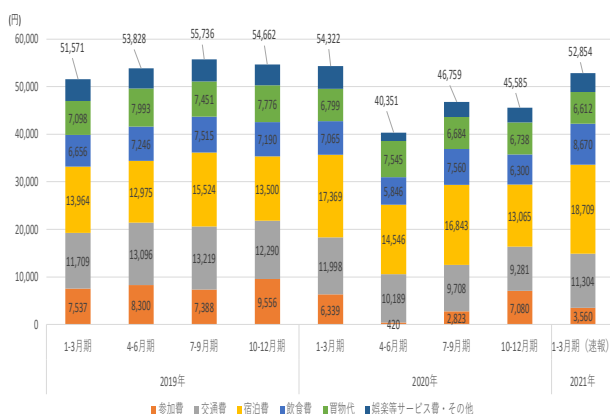
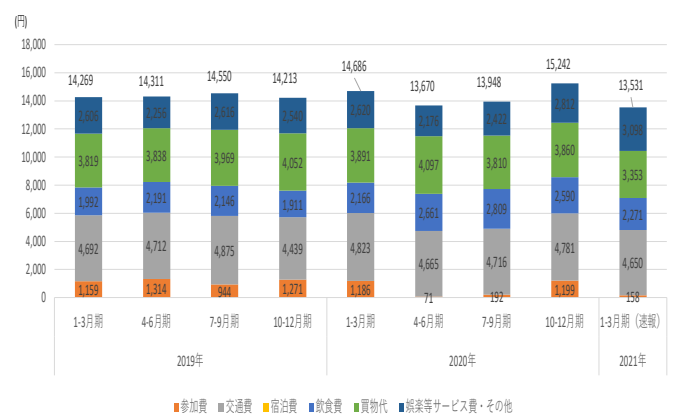
図表Ⅱ-34 旅行の種類



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旅行会社のバックツアー利用や、職場や学校等の団体旅行への参加に係る費用。

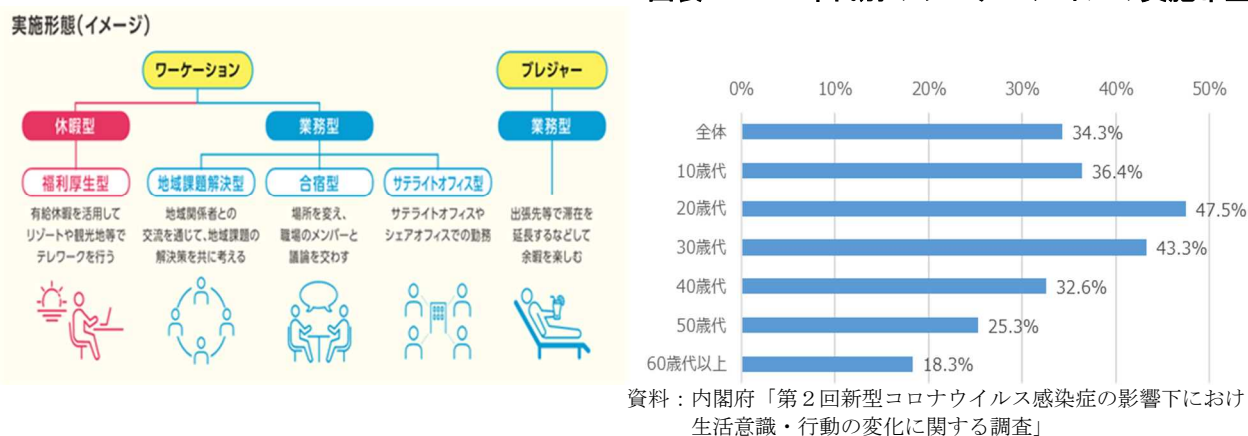
2 ワークेशन等やアウトドア等の自然体験へのニーズの高まり

(ワークेशन等)

観光庁では、テレワークが普及し、働き方が多様化していることも踏まえ、ワークेशनやブレイジャー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、ワークेशनに関する調査によると、特に20歳代、30歳代の実施希望率が高い結果となっている。（図表Ⅱ-37）。

図表Ⅱ-37 年代別のワークेशनの実施希望



ワークेशनやブレイ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を期待されている。また、従業員にとっては、働き方の選択肢が増えるとともに、職場や自宅とは異なる環境で過ごすことにより、リフレッシュやモチベーション向上などのメリットがあると考えられている。観光庁が2020年（令和2年）にモデル事業として企業を対象に実施した、ワークेशनの効果検証では、ワークेशनが生産性・心身の健康にポジティブな効果があることが示された。効果を客観的に測定するために行った生体情報の分析では、ワークेशनの滞在日数を重ねるほど「集中・覚醒」の割合が高まる傾向がみられた。また、アンケート調査においても、実施前と比べて、特に集中力やモチベーション、創造性が高まる傾向がみられた。

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、ワークेशनやブレイジャー等の普及は、企業、従業員、地域にとって「三方よし」の持続可能なモデル形成につながることを期待される。

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

地域においても、新たな旅行需要の取り込みや将来的な関係人口の拡大を期待して、受入環境の整備が進められている。特に、家族連れでワークेशनを行うにあたっては、仕事中的子供や配偶者の過ごし方が課題となるが、長崎県五島市が2020年（令和2年）に実施したワークेशन実証事業では、子連れでのワークेशन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ワークेशन：Work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普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。

ブレイジャー（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。

¹⁷BCP（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。

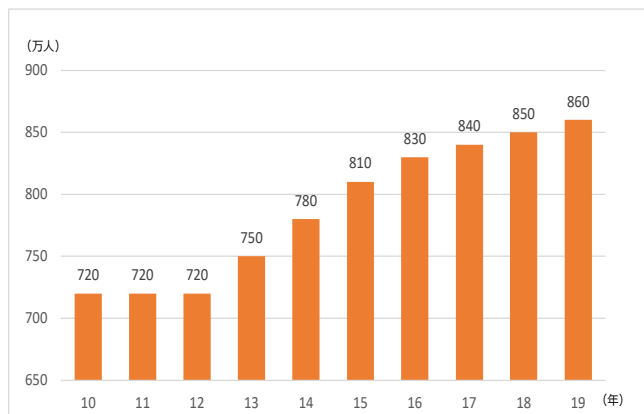
また、ワーケーション等の旅費等に関する税務処理については、2020年(令和2年)12月に、事例別の考え方をQ&A形式で整理して公表し、企業でのワーケーション等の制度化を促進した。なお、企業によっては、ワーケーションの内容に応じて旅費を企業側が負担するケースもみられる。

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)

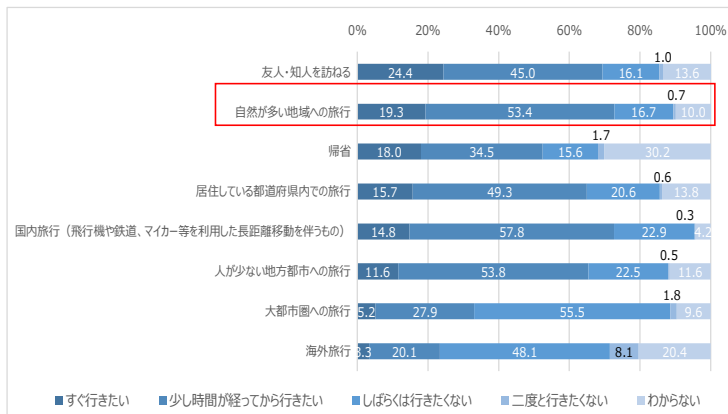
新型コロナウイルス感染症が拡大する以前より、キャンプ等のアウトドア需要は高まっており、オートキャンプ参加人数は、過去6年間で約100万人増加しているが、さらに新型コロナウイルス感染症による旅行者の変化として、3密の回避につながる、自然が多い地域への訪問意向が高まっているとの調査結果がある。(図表Ⅱ-38、39)。

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」

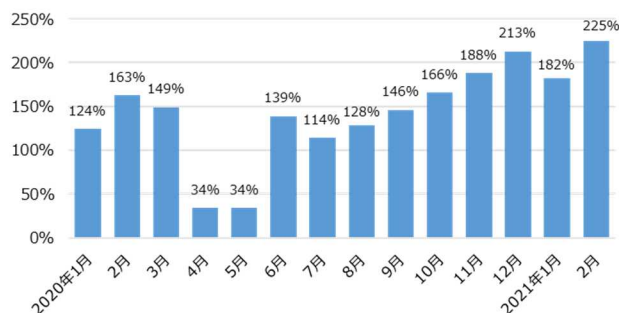
図表Ⅱ-39 意識調査 渡航や外出自粛が緩和された
場合、どんな旅行にいつ頃行きたいか(単一回答)



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トワーの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



グリーントワー



4つのスペシャルルーム



地元食材を活かした料理

©Shinya Kigure

(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

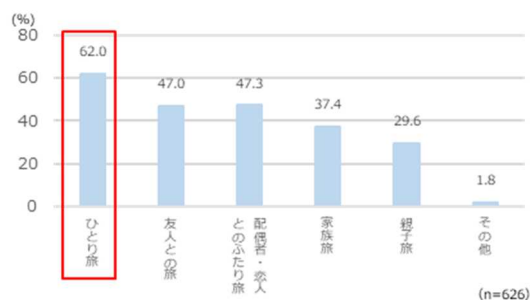
JR 北海道では、流氷だけではなく道東エリアへの訪問を促進するため、SL 冬の湿原号を運転している。北海道の魅力を代表する流氷にスポットが当たる冬の道東エリアにおいて穴場のような存在である釧路湿原は、国の天然記念物に指定されているタンチョウやオオワシ、オジロワシが飛来するほか、エゾシカやキタキツネも姿を現す、野生動物の宝庫とも呼べる魅力あふれるスポットであり、SL を利用して多くの観光客が訪れている。



冬の釧路湿原を走る SL

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

図表Ⅱ-41 インターネット調査 これからの旅は主に誰と行きたいですか？



資料：旅メディア「ことりっぷ」「あたらしい旅のカタチ」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）

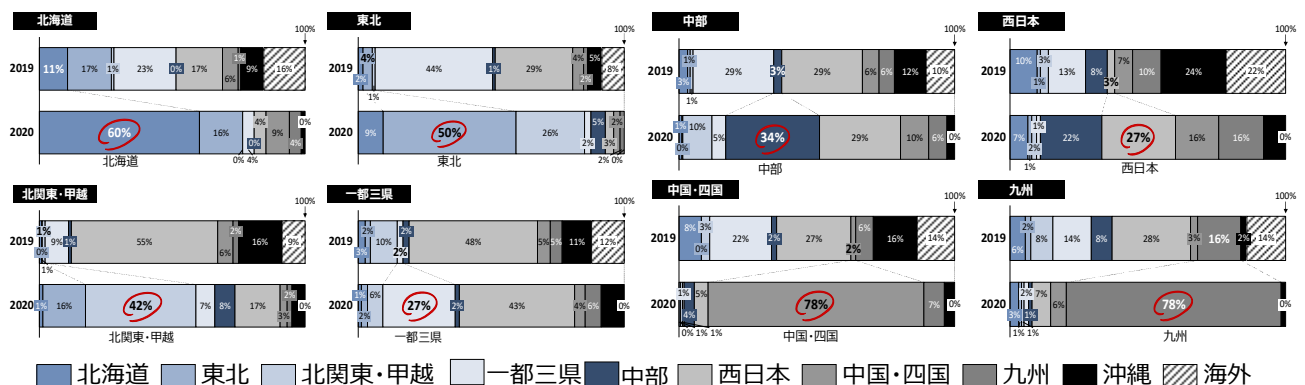
修学旅行は、子供たちにとって学校生活の思い出に残るだけでなく、見聞を広め、自然や文化などに親しむ有意義な教育活動として各学校において計画・実施されている。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、修学旅行が中止や変更となるケースが生じた。

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。

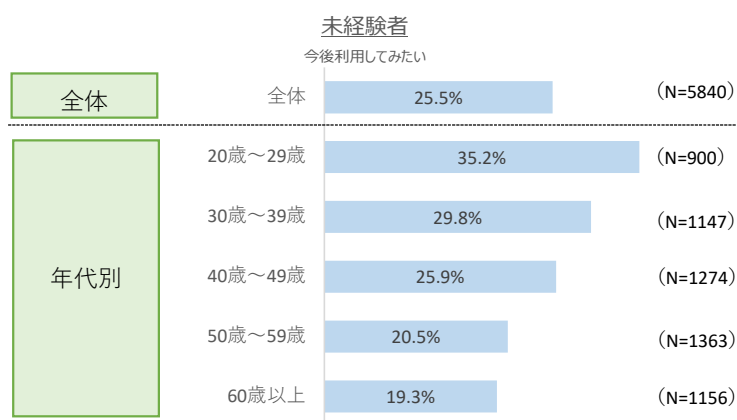


船上での収穫体験

（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 「新型コロナウイルス（COVID-19）に関連したアンケート調査」（2020 年 9 月）

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

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

リピーターになる人や、現地へ足を運び、実際に体験を楽しんだりツアー案内人と交流を深めたりする参加者もいた。



オンラインツアー撮影の様子



参加者に届くまぐろの切り身

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



オンラインツアーの様子

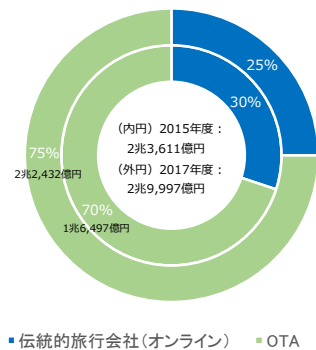


参加者宅に届く香川の特産品

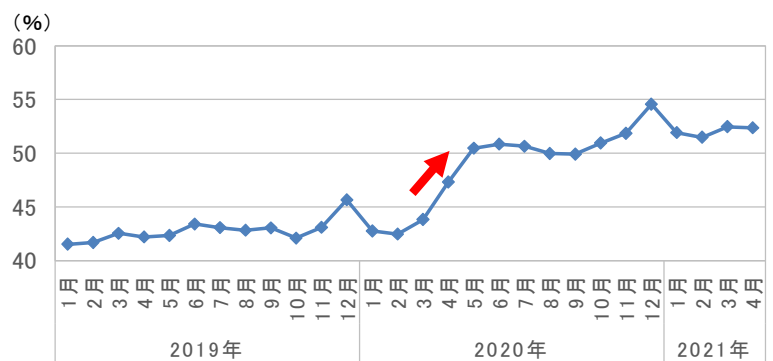
4 オンライン予約の増加

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

図表Ⅱ-44 日本企業のオンラインでの旅行取扱高



図表Ⅱ-45 ネットショッピング利用世帯の割合の推移



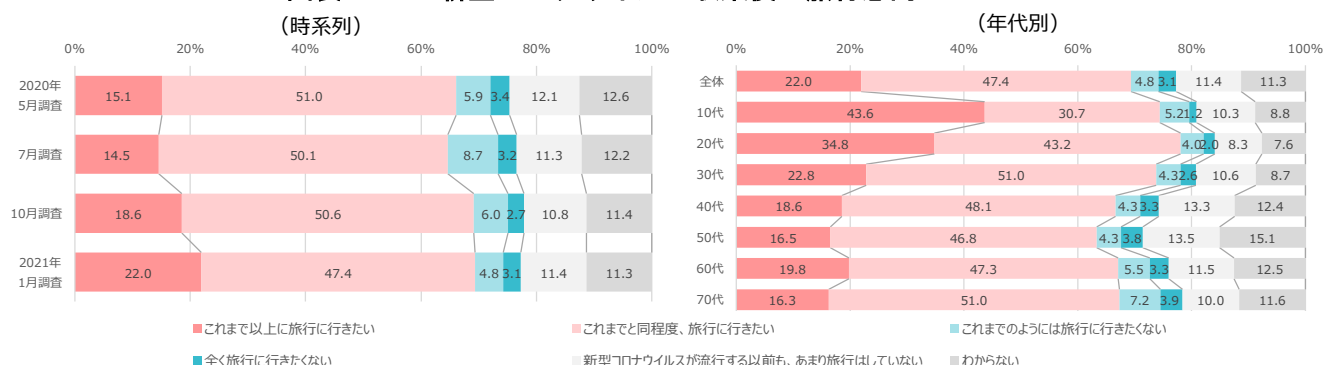
資料：フォーカスライト Japan「日本のオンライン旅行市場調査 第4版」
より、みずほ銀行産業調査部作成資料

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

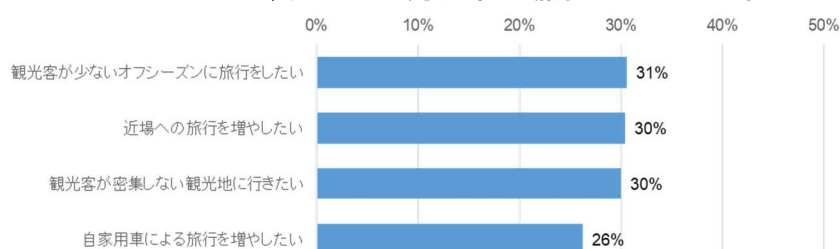


資料：JTBF「旅行実態調査（2020年5月、7月、10月、2021年1月）」

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



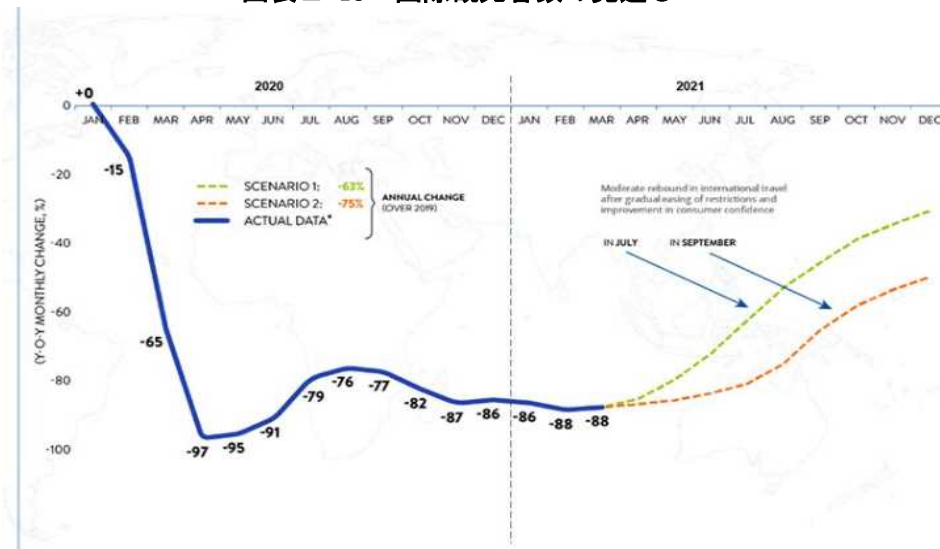
資料：JTBF「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査（2020年12月）」

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）。

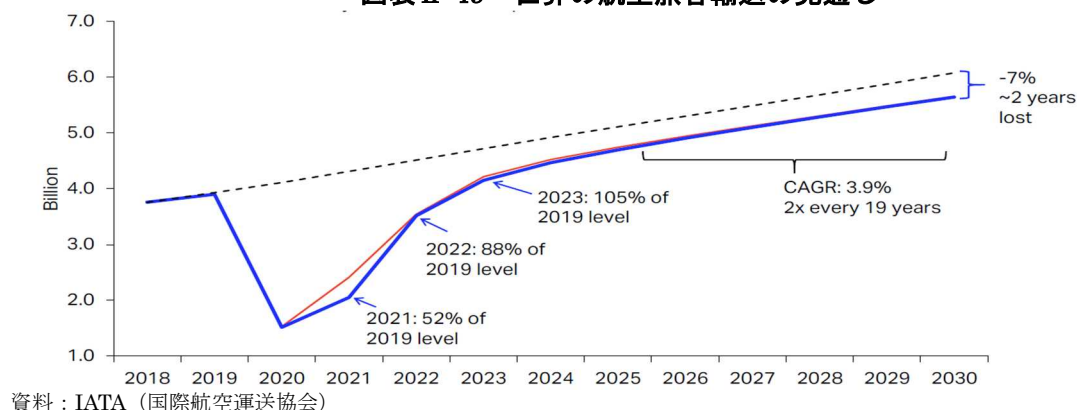
図表Ⅱ-48 国際観光客数の見通し



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）。

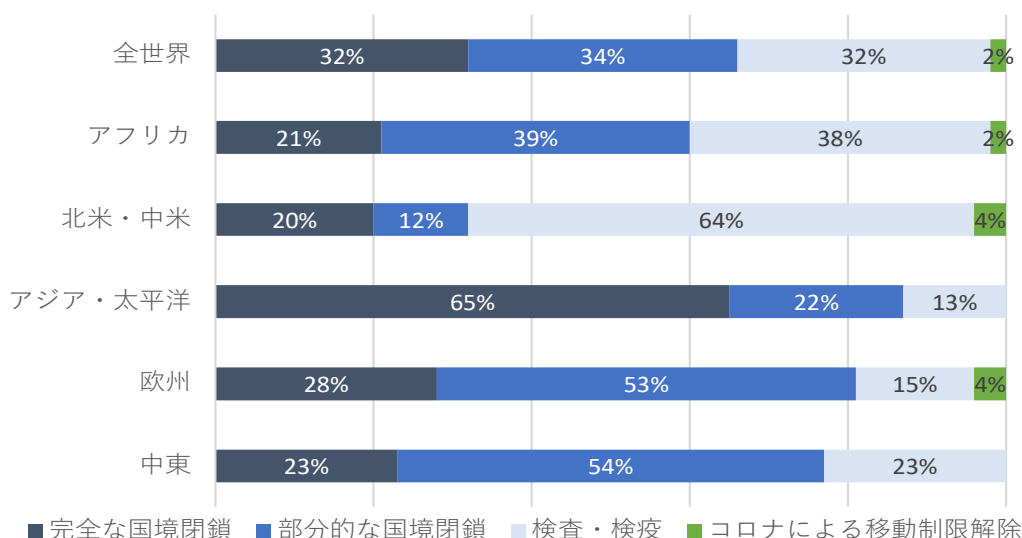
図表Ⅱ-49 世界の航空旅客輸送の見通し



（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

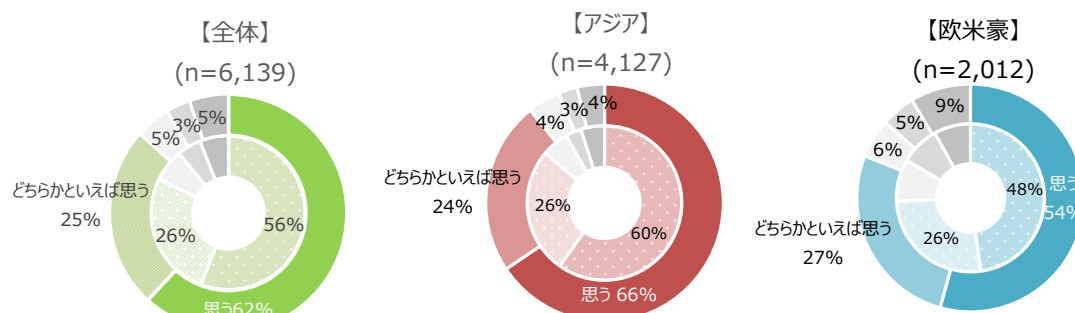


（新型コロナウイルス感染症収束後の外国人の旅行意向・訪問先）

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。

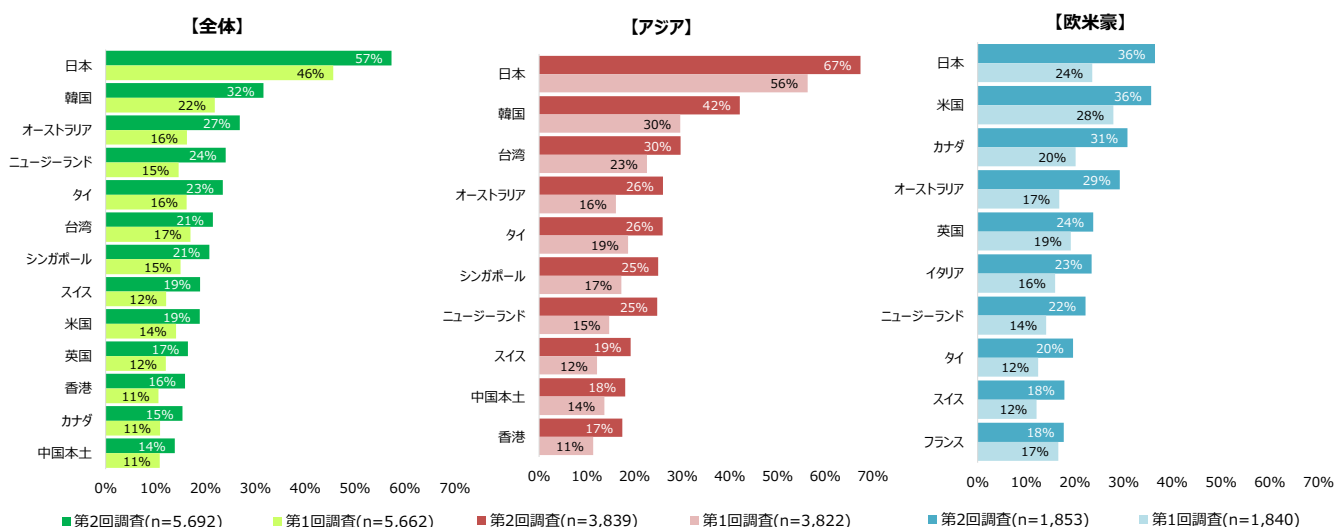
図表Ⅱ-51 新型コロナウイルス感染症収束後の海外旅行の意向
(新型コロナの流行が収束し、平常状態に戻ったとき、また海外旅行をしたいと思うか) (単一回答)



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)

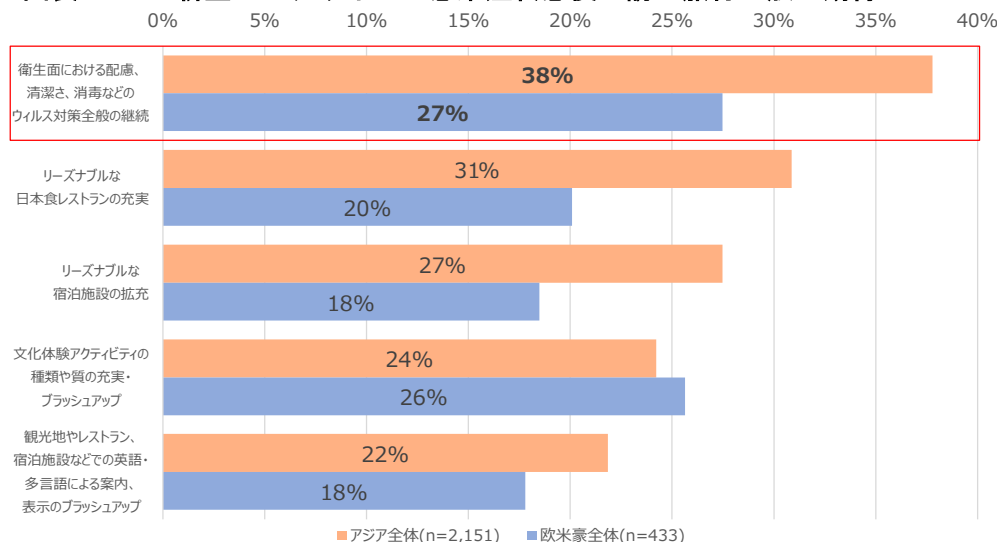


資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(新型コロナ影響度特別調査(2020年6月、12月))」より作成

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))」

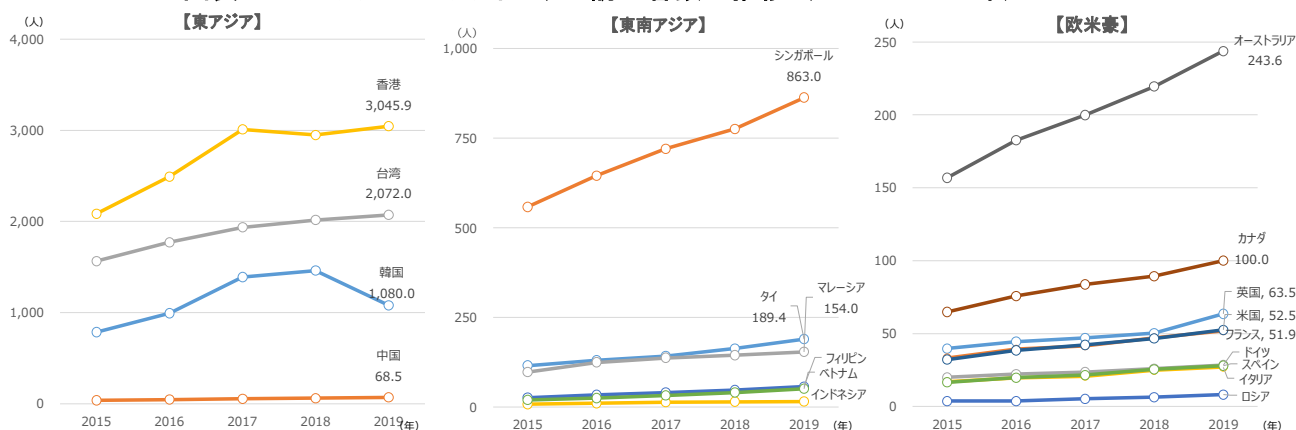
第3節 来るべきインバウンド復活に向けた我が国の状況

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）。

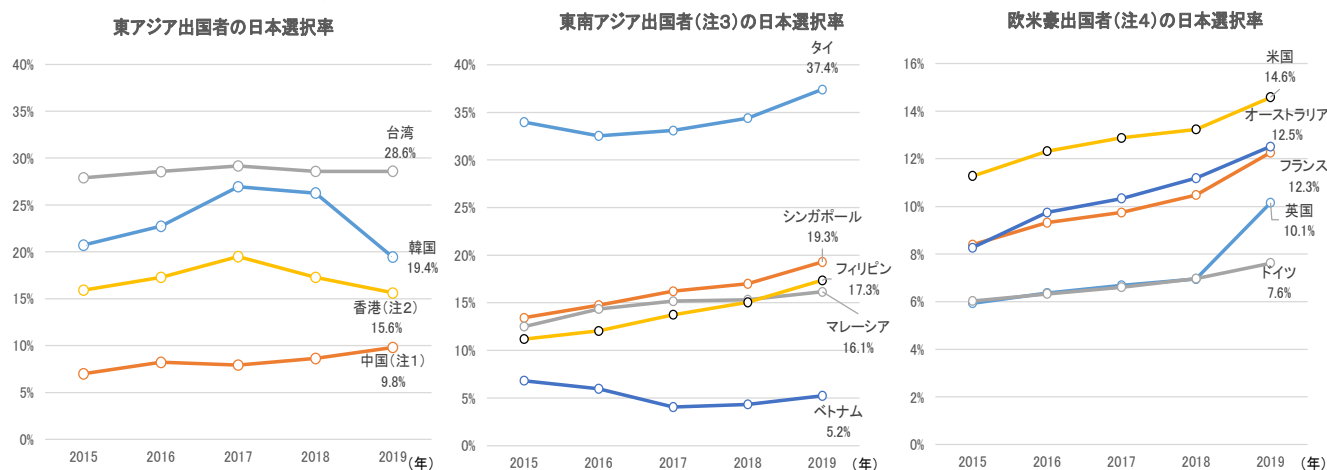
図表Ⅱ-54 人口1万人当たりの訪日客数の推移（2015～2019年）



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。

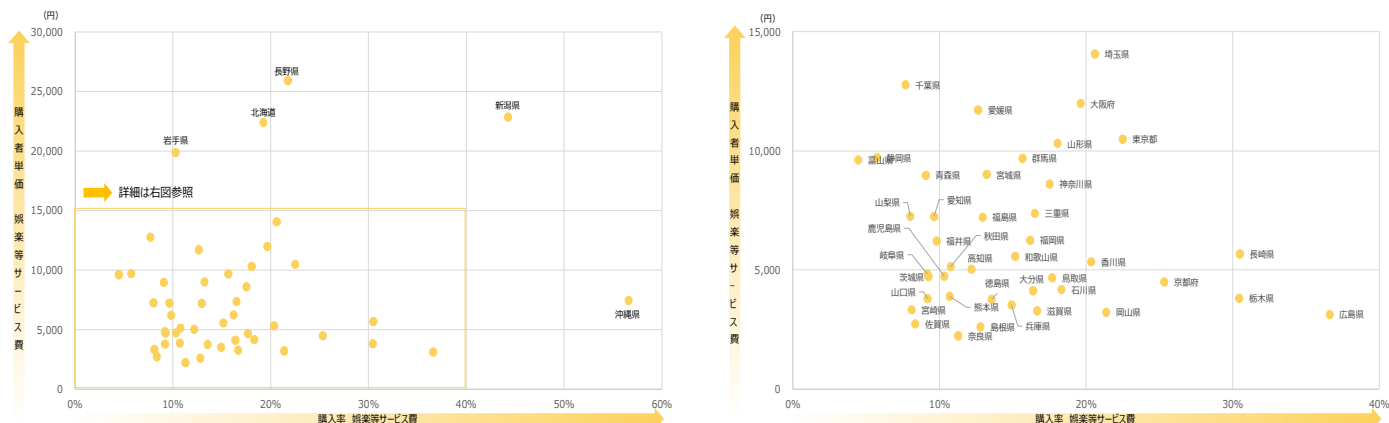
注4：アジア・オーストラリア（日本、韓国、台湾、香港、マカオ、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、フィリピン、ベトナム、オーストラリア）への出国者の日本選択率。

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）。

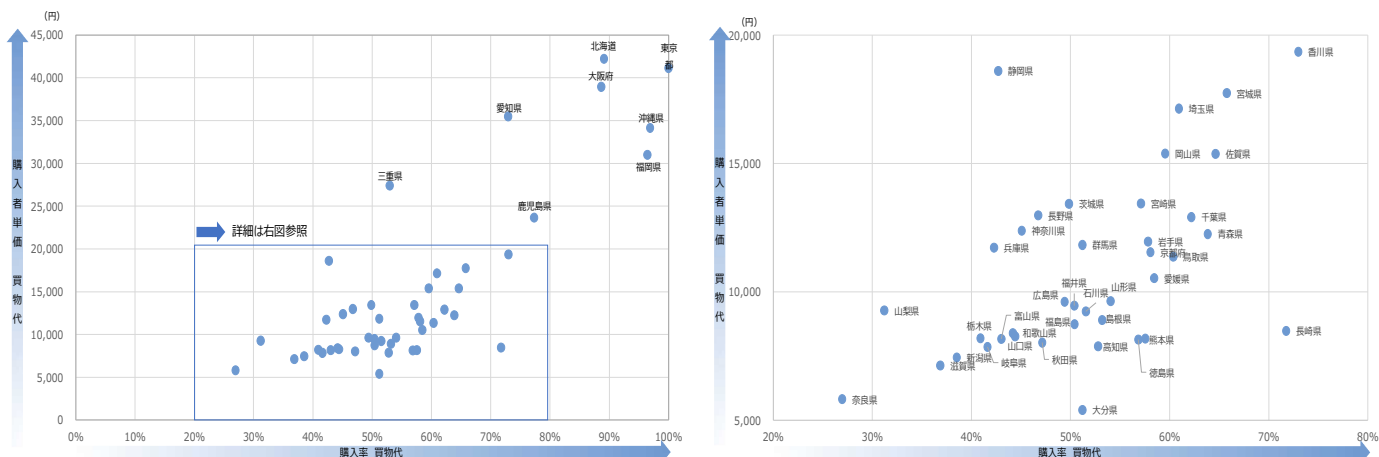
図表Ⅱ-56 都道府県別 訪日外国人の娯楽等サービス費支出（2019年）



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。

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

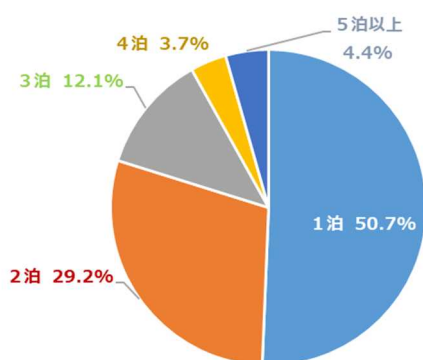
本節では需要面、生産性、収益性、雇用から我が国の観光の特性をみていく。

（需要面）

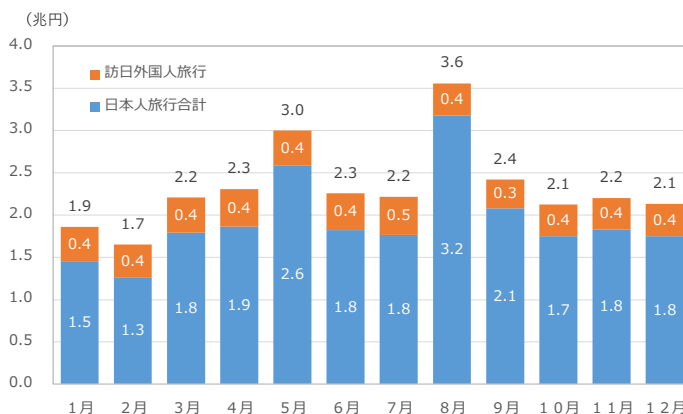
我が国の国内旅行の特徴のひとつとして、1泊または2泊の旅行が全体の約8割を占めるなど、宿泊日数の短さが挙げられる。

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） 図表Ⅱ-59 月別の日本国内における旅行消費額（2019年）



資料：JTBF「旅行年報2020」

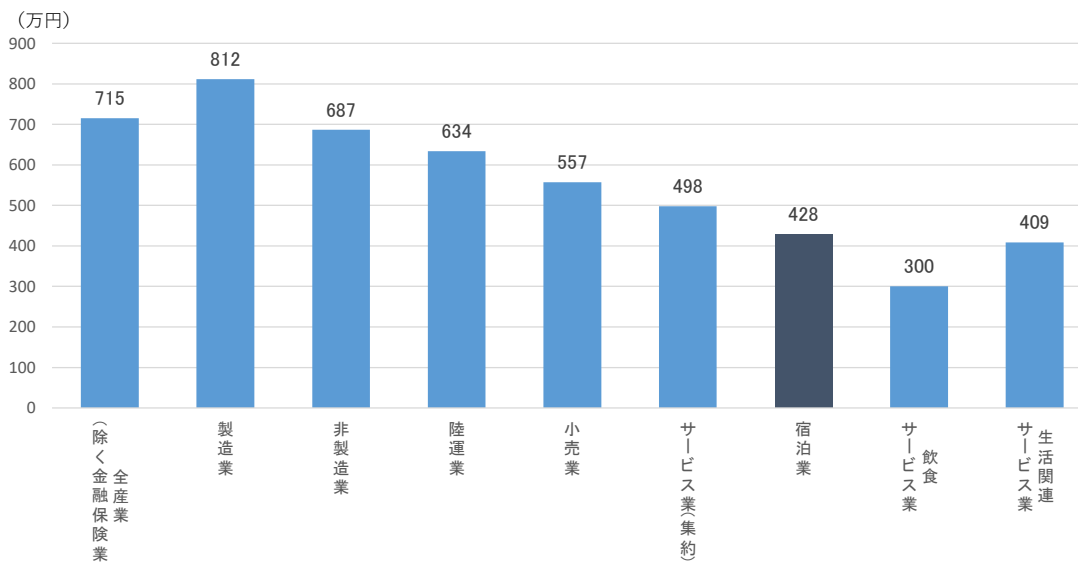


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数・出国日本人数」

（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）

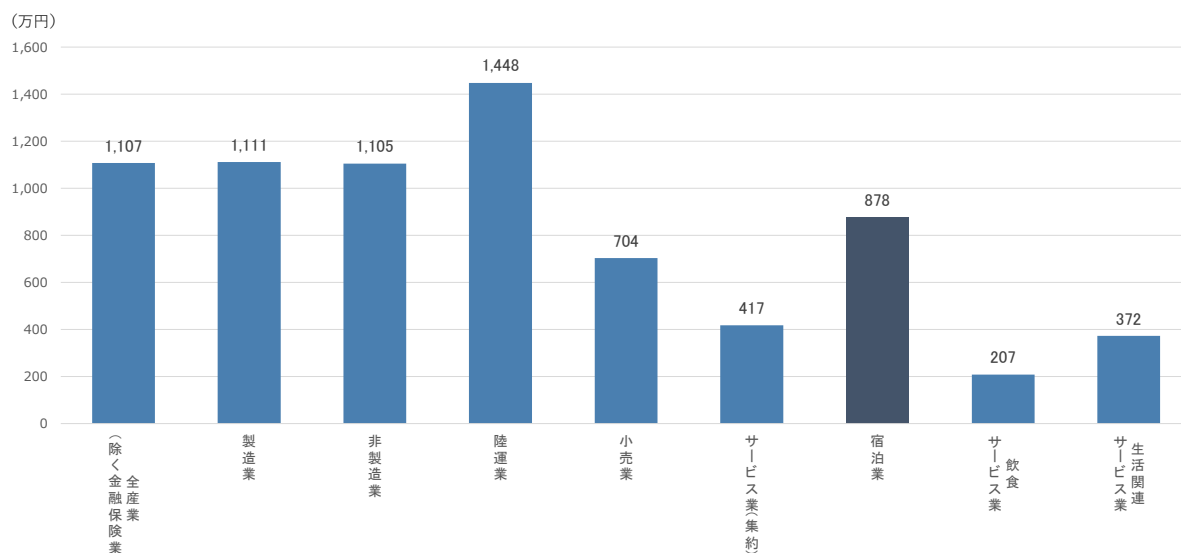


資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

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²²／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）。

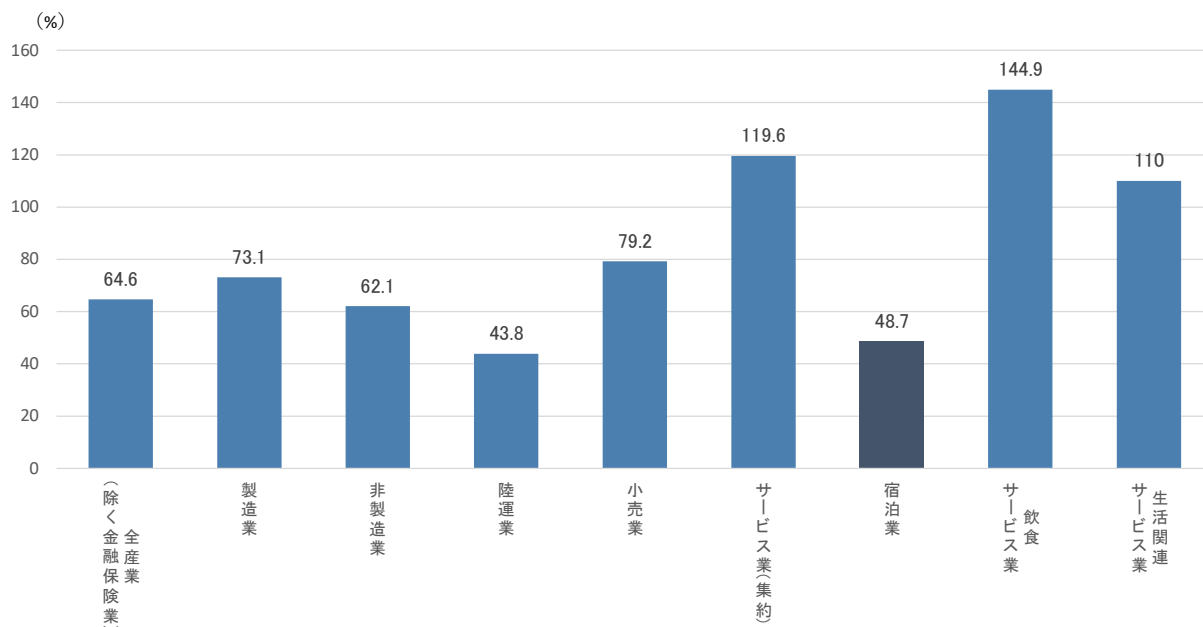
図表Ⅱ-61 産業別 労働装備率（2019年度）



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

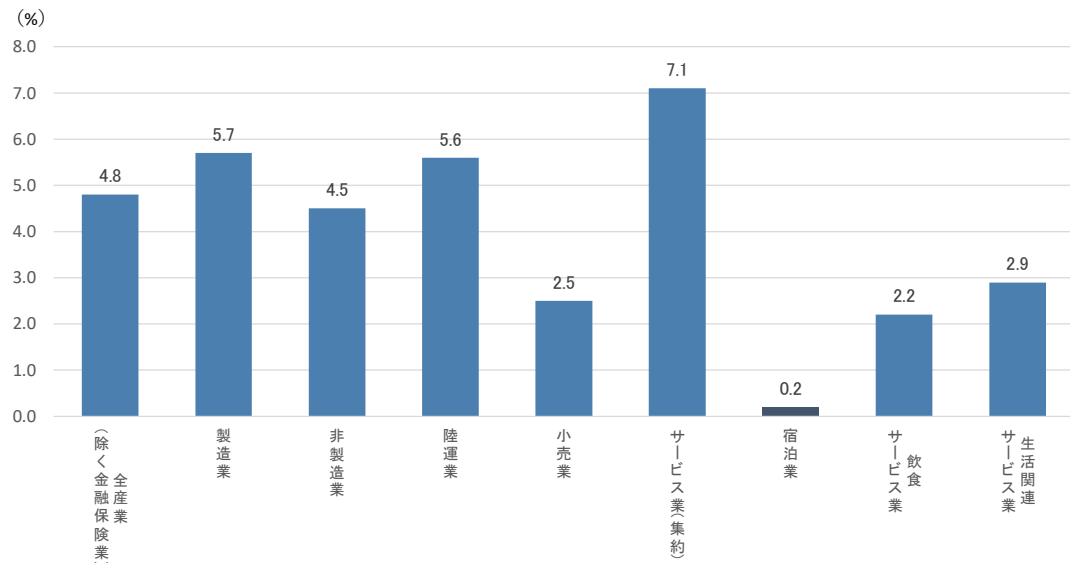
以上をまとめると、宿泊業の課題として挙げられる労働生産性の低さに関して、宿泊業は建物、客室、浴場、食堂、調理場等、リニューアルや維持管理に多額の投資が必要であり、労働装備率は他のサービス産業に比べ高い水準にある一方で、設備投資効率が低く、生産設備が効率的に活用されず付加価値の向上につながっていないと考えられる。

²²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)。

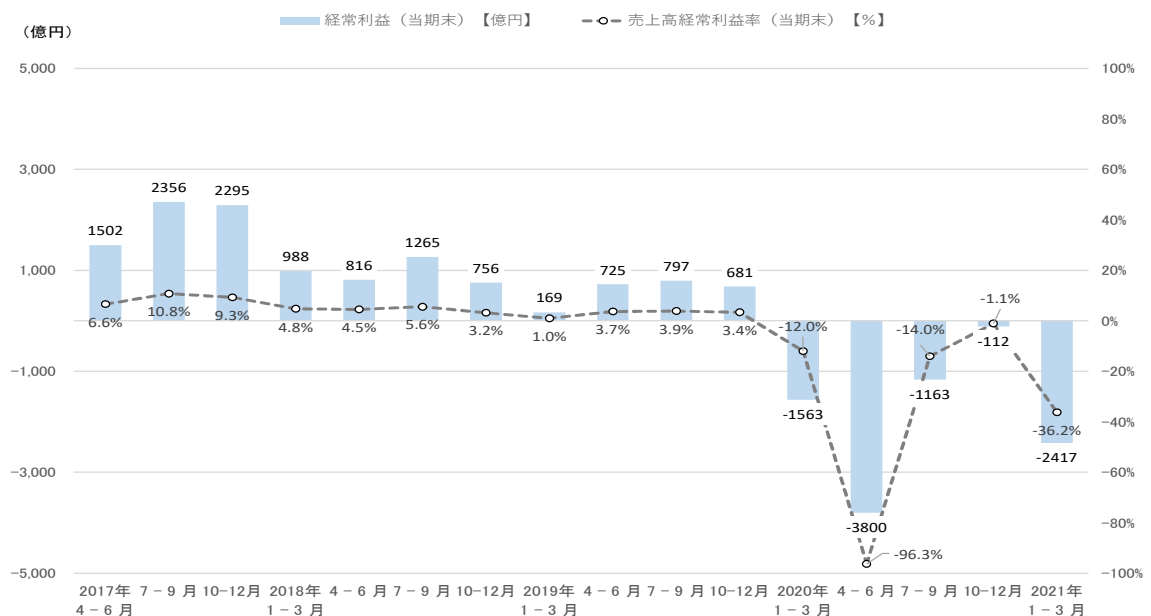
図表Ⅱ-63 産業別 売上高経常利益率 (2019 年度)



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



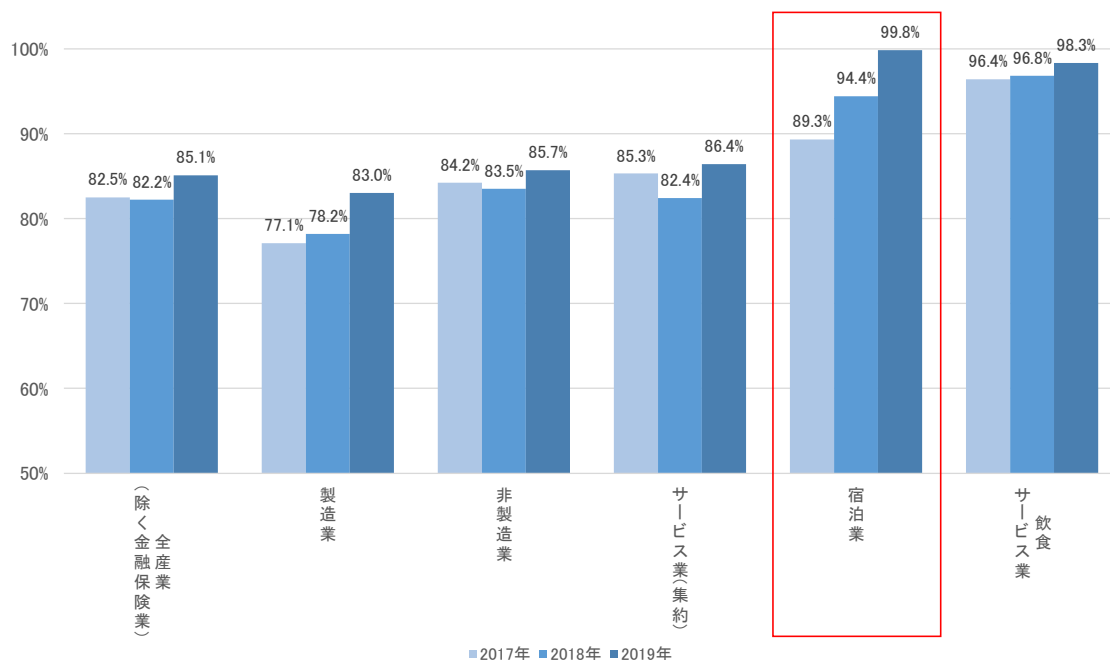
資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

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

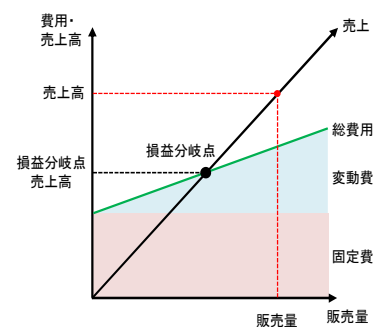


資料：財務省「法人企業統計調査」より観光庁作成

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。

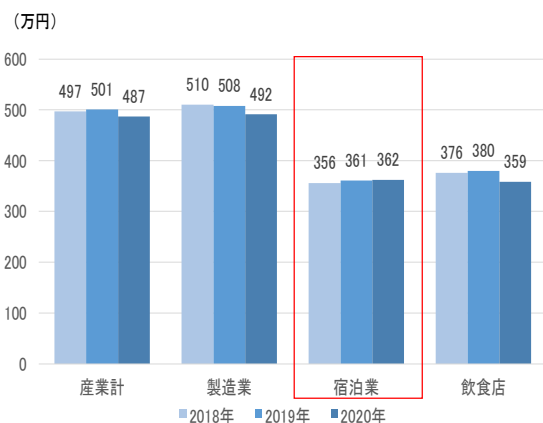
- ・損益分岐点比率＝損益分岐点売上高／売上高
- ・損益分岐点売上高＝固定費／限界利益率
- ・固定費＝人件費＋支払い利息・割引料＋減価償却費
- ・限界利益率＝(売上高－変動費)／売上高＝(固定費＋経常利益)／売上高



(雇用)

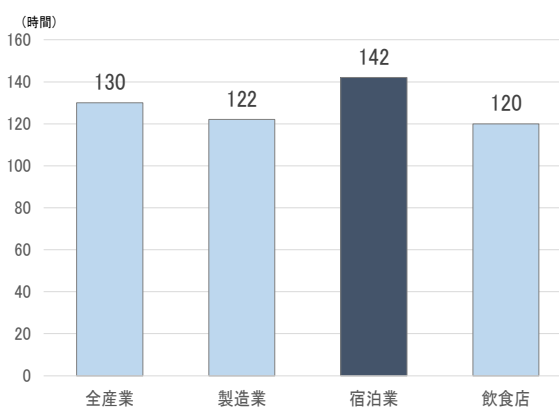
宿泊業の2020年(令和2年)の年間賃金²³は、362万円と、全産業平均よりも2割以上低い水準にとどまっている。宿泊業の月間労働時間は142時間であり、全産業平均と比較して長い。(図表Ⅱ-66、67)。

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)

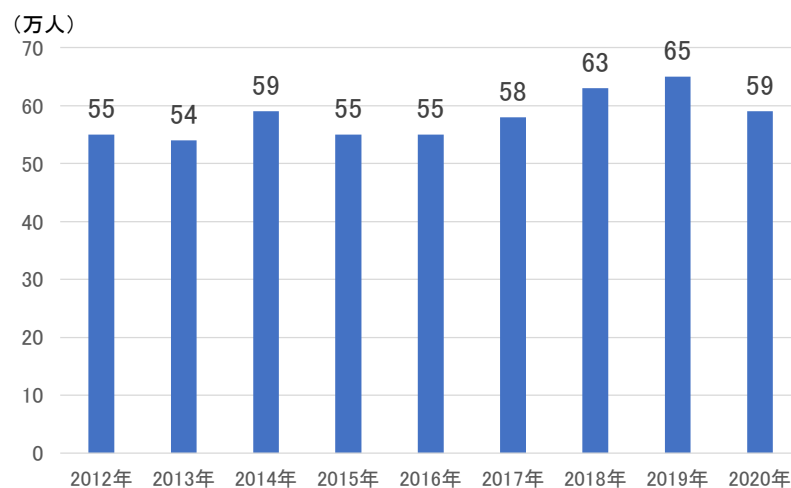


資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

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)。

²³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。

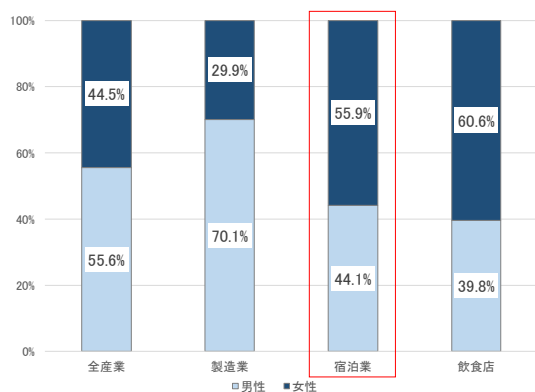
図表Ⅱ-68 宿泊業における就業者数の推移



資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

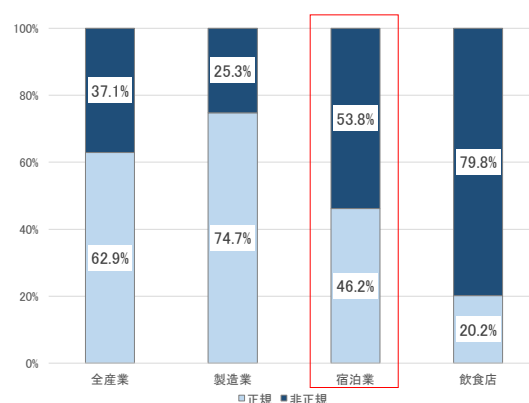
宿泊業就業者における男女比については、全産業平均に比べ女性比率が高い傾向にあり、約 56%である。また、正規・非正規比率については、全産業平均に比べ非正規率が大幅に高い傾向にあり、約 54%となっている。(図表Ⅱ-69、70)。

図表Ⅱ-69 産業別 就業者男女比率(2020年)



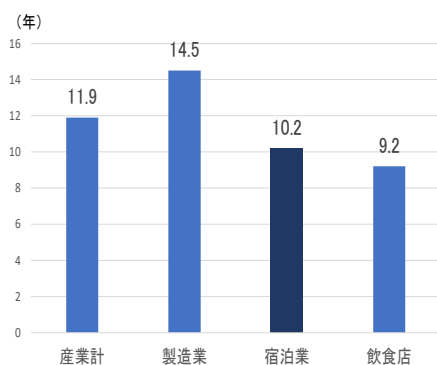
資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

図表Ⅱ-70 産業別 正規・非正規比率(2020年)



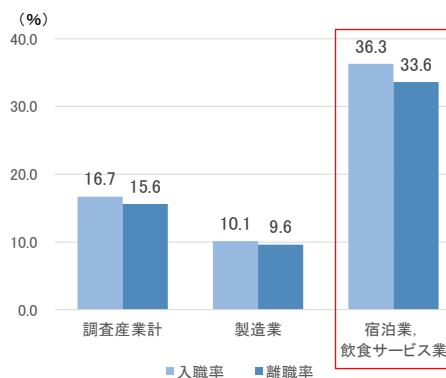
宿泊業における平均勤続年数は 10.2 年と、全産業平均よりも低い。また、宿泊業、飲食サービス業の入職率は 36.3%、離職率は 33.6%と、ともに全産業を上回っている。(図表Ⅱ-71、72)。

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²⁴の活用により、2室を1室に統合しゆったりとした空間を実現するとともに、各部屋にある、太平洋を見下ろすウッドデッキと源泉掛け流し露天風呂をリニューアルした。その結果、改修後の客室は他の部屋に比べ高い稼働率となっている。

【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）

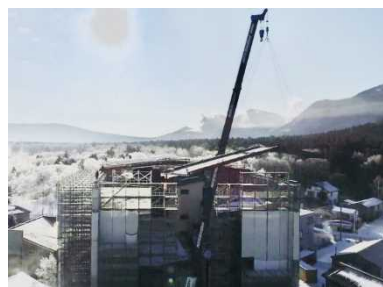


瀬戸内リゾート青風（愛媛県松山市）

地域全体の魅力を高めるため、廃屋の撤去も重要である。観光庁では、令和2年度第3次補正予算に

²⁴ 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 Explorer²⁵」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

²⁵ 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。

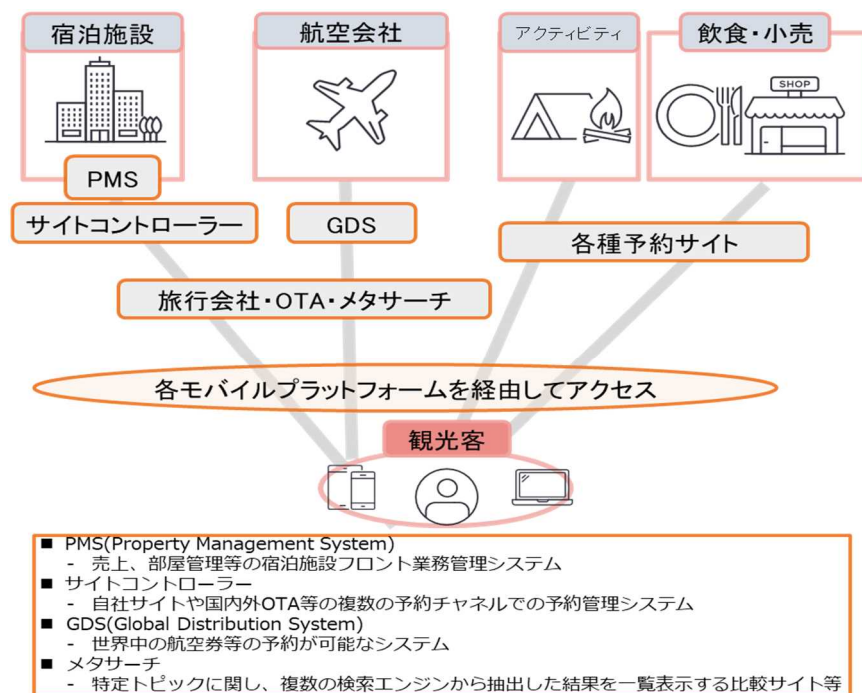
立ったサービスなど、旅行業ならではの付加価値を発揮できる分野の磨き上げや旅行会社のノウハウを生かした各地域のデスティネーションマネジメント支援、ノウハウや人材の活用により自らアクティビティ事業を実施するなど、着地型観光に取り組む事業者も生まれている。

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。

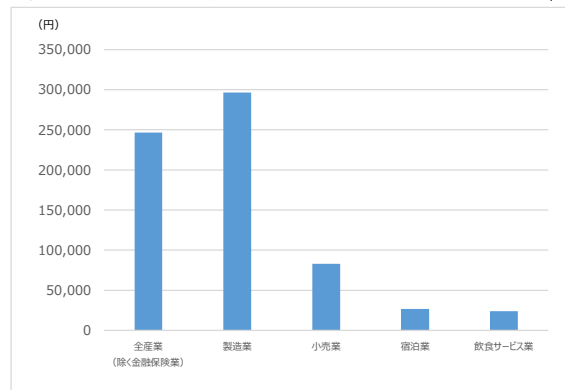
ここでは、いくつかの場面ごとに DX 導入の目的とツールを取り上げる。

【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。

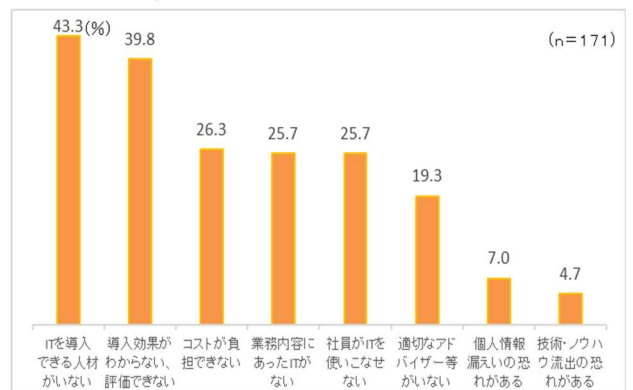
こうした ICT 投資が進んでいない理由としては、中小企業庁の調査によれば、業種横断的ではあるが、IT を導入できる人材がいないこと、導入効果が分からないこと、評価できないこと等が指摘されている。（図表Ⅱ-73、74）。

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

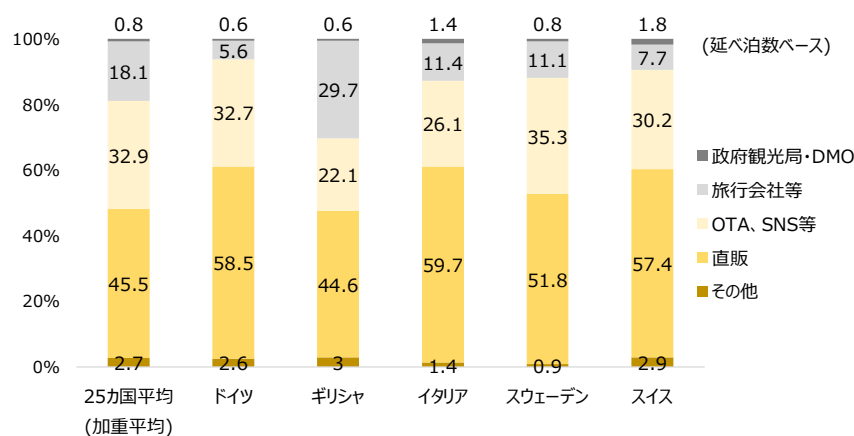
図表Ⅱ-74 IT投資を行わない理由



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）

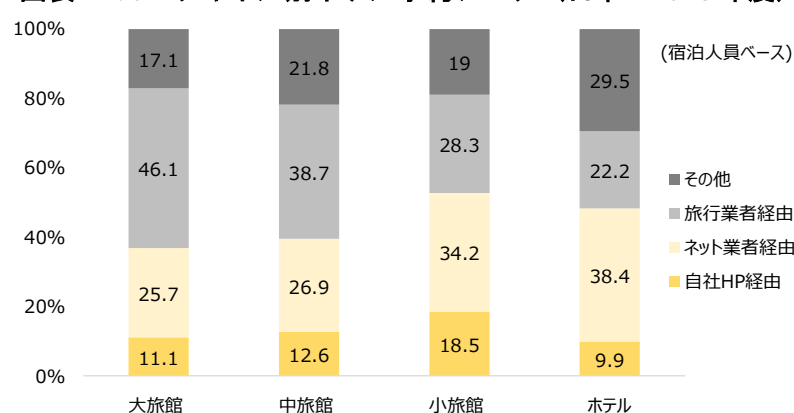


資料：Hotrec “European Hotel Distribution Study 2020”。欧州 25 箇国でアンケートを実施

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。



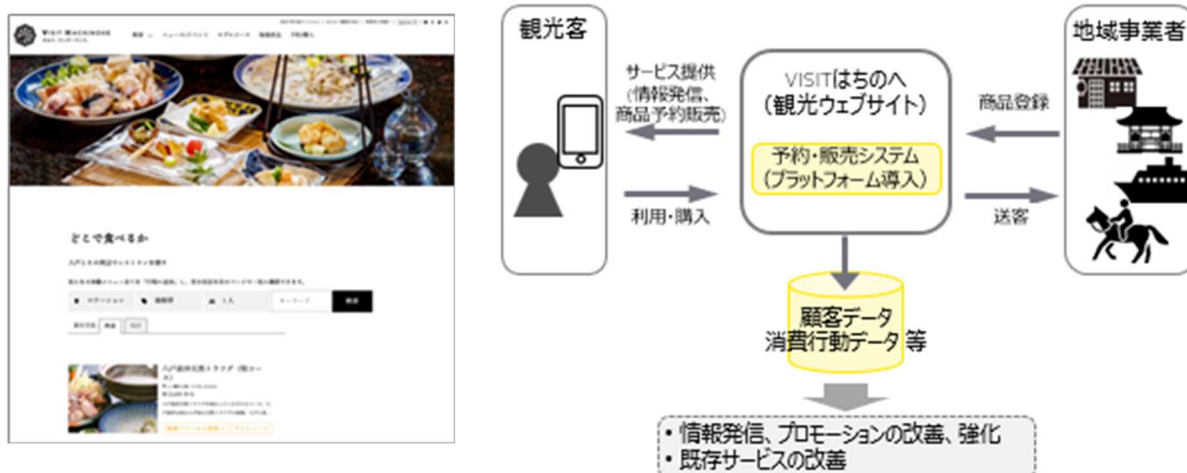
専用スーツのイメージ

【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、利用者の視線を追うことにより、視認率や利用者の属性を解析することが可能である。さらに空港では、出発便や到着便と連動した到着先の観光地、ホテル、空港に接続する交通機関、地方公共団体に関するコンテンツなどの情報を発信し、誘客することが可能となる。

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



資料：AnyMind、全日空商事、日本空港ビルデング株式会社



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る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。

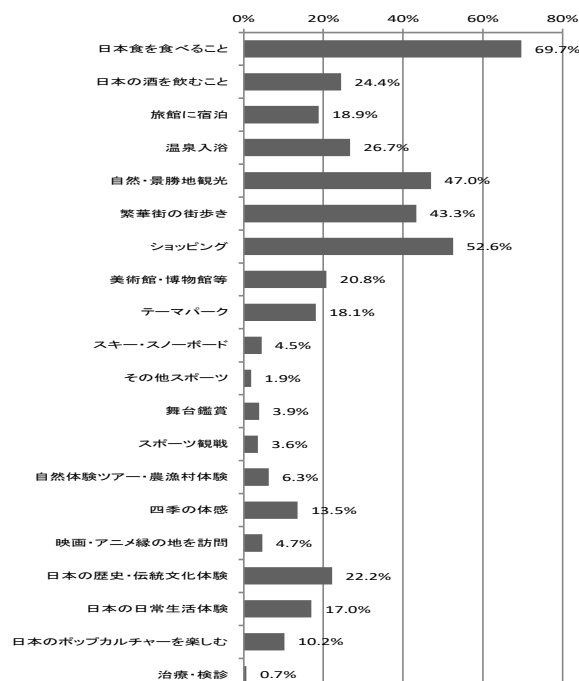


温泉街の様子

(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事が期待されている。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、清巻芸術村
	5	愛知県名古屋市中区	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、たかい利福の杜、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	神奈川県横浜市中区	拠点	横浜市	横浜美術館
	16	新潟県十日町市	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」キヨロロ、十日町市清津渡歩道トンネル
	17	石川県七尾市	拠点	七尾市	和倉温泉お祭り会館
	18	長野県駒代町	拠点	(株)アマネ	MMAP 駒代町写真美術館(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	琵琶湖疎水記念館
	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、藍住町歴史館の館、徳島県立大鳴門橋架橋記念館(浜の道)
	23	徳島県美波町	地域	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)ユニバーサルワークス	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)似島文化財団	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、大浦天主堂クリスチャン博物館、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。



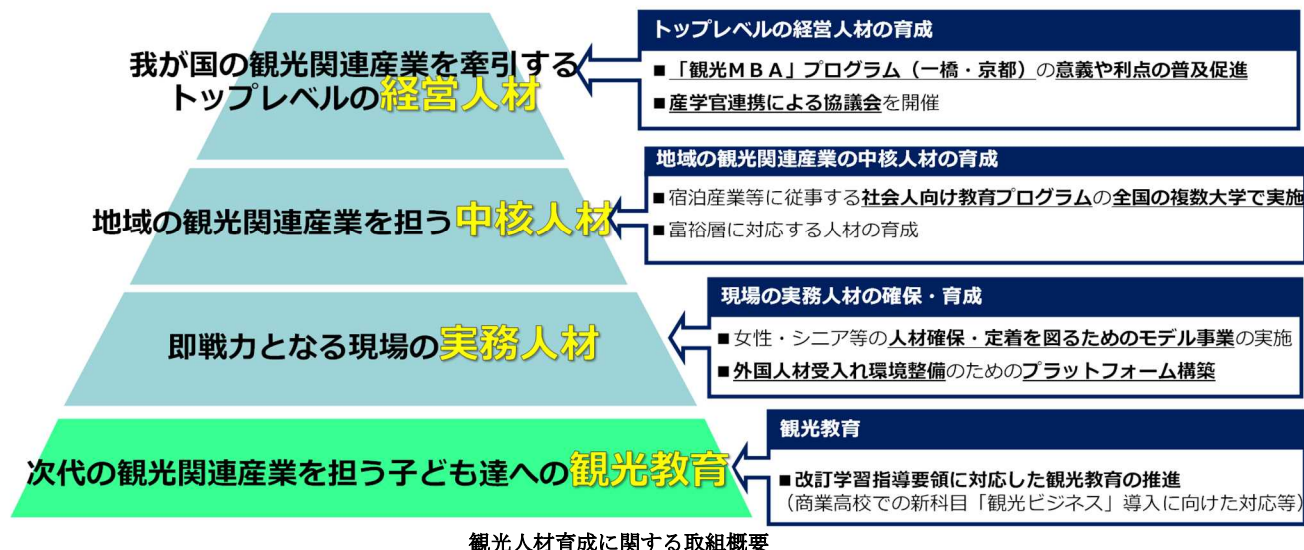
諸橋近代美術館のライトアップ
撮影：Tokyo Lighting Design

4 人材育成

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

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

産業界のニーズを踏まえた観光人材育成事業の実施



（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、産学官連携による協議会がオンラインで開催された。2021年度（令和3年度）には、今後の観光関連産業を担う意欲の高い若手から中堅の観光関連産業従事者に対し、海外でホスピタリティマネジメントを学習する支援としてフロリダ州立セントラル・フロリダ大学への留学支援を行う。

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

（地域の観光関連産業を担う中核人材に関する取組）

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

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

（即戦力となる現場の実務人材の確保・育成に関する取組）

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

5 観光地域づくり法人（DMO）の取組

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

【京都】

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



ガイドライン推進宣言事業ステッカー



自宅での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・絵付け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

6 ユニバーサルツーリズムの推進

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

このため、引き続きユニバーサルツーリズムへの対応を着実に進める必要がある。

（バリアフリー支援）

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

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

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

飲食施設のバリアフリー状況

飲食施設まで車椅子で移動可能な経路の表示



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



施設内のバリアフリー・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²⁶にのぼったとされている。

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



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

²⁶2018 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。

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、よりサステナブルな旅行を望むようになった」と回答している民間調査が示すように、今後、サステナブルツーリズムへの関心がより高まる可能性がある。

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



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

以下、モデル事業における取組事例を紹介する。

【北海道ニセコ町】

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

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

ニセコ町内の観光事業者が利用客と一緒に行っている取組

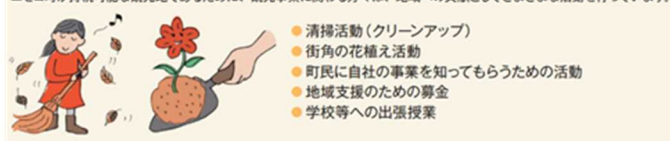
利用客に呼びかけている取組はさまざま。各場面での取組を紹介します。



チラシ抜粋

ニセコ町内の観光事業者が地域や住民と一緒に行っている取組

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



【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を期待されている。

日本国内で、AT にいち早く取り組み始めた地域は北海道である。

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

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

その後、北海道運輸局が地域関係者と連携し、2016 年（平成 28 年）10 月にアラスカで開催された AT の世界大会であるアドベンチャートラベルワールドサミット²⁷（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²⁸（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

²⁷ATWS (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。

²⁸ATTA (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。

第Ⅲ部 令和２年度に講じた施策

第１章 観光分野における新型コロナウイルス感染症対策

- 第１節 観光関連産業の雇用の維持と事業の継続
- 第２節 反転攻勢に転じるための基盤の整備
- 第３節 インバウンドの回復

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
- 第２節 地域の新しい観光コンテンツの開発
- 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
- 第４節 観光インフラの整備
- 第５節 更なる観光振興を図るための主要施策

第Ⅳ部 令和３年度に講じようとする施策

第１章 新型コロナウイルス感染症の対応と観光の復活

第２章 観光立国の実現に向けた観光施策

第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

第２節 地域の新しい観光コンテンツの開発

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

第４節 観光インフラの整備

第５節 更なる観光振興を図るための主要施策