

令和5年(2024年)版 観光白書(完全版) の 最終確認！

- (1)観光白書は、全国通訳案内士試験第1次筆記試験〈一般常識〉に毎年出題されています。
- (2)本書では、2024年度第1次筆記試験〈一般常識〉に出題が予想される箇所をハイライト(マーキング)しましたので、受験者は、その箇所を重点的に最終確認してください。
- (3)本年度第1次筆記試験が目前に迫ってきましたが、受験者は、浮足立つことなく、**〈一般常識の傾向と対策〉(資料と動画)と本書に集中して**、最後の1分1秒まで全力を尽くしてください。
- (4)「人事を尽くして天命を待つ」が理想の境地です！
- (5)ハローの資料、動画があなたのお役に立ったと思われる方は、後進のため、**第1次筆記試験終了後、受験なさった問題用紙をお送りいただきたくお願い申し上げます。**

ハロー通訳アカデミー

植山源一郎

令和6年(2024年)版
観光白書(完全版)

(内容)

令和5年度 観光の状況
令和6年度 観光施策

目次

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	1
第2節 2022年の世界の観光の状況	2
第3節 2023年の世界の観光の状況	5
第2章 日本の観光の動向	
第1節 訪日旅行の状況	6
第2節 日本人の海外旅行の状況	10
第3節 国内観光の状況	11
コラムⅠ－1 地域における休暇取得の分散化の取組事例	15
第4節 観光関連産業の状況	16
第5節 地域における観光の状況	19
第3章 インバウンドの地方誘客と消費拡大に向けて	
第1節 インバウンド観光の現状と課題	21
コラムⅠ－2 スキー・スノーボードによる経済効果の試算	34
コラムⅠ－3 オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた取組	35
第2節 地方部におけるインバウンド観光の動向と地域の取組事例	36
第3節 訪日外国人旅行者の地方誘客と消費拡大に向けて	61

第Ⅱ部 令和5年度に講じた施策

第1章 持続可能な形での観光立国の復活	
第1節 持続可能な観光地域づくり	64
第2節 インバウンド回復	65
第3節 国内交流拡大	67
第2章 観光立国の実現に向けた観光施策	
第1節 持続可能な観光地域づくり戦略	68
第2節 インバウンド回復戦略	78
第3節 国内交流拡大戦略	106

第Ⅲ部 令和6年度に講じようとする施策

第1章 持続可能な観光地域づくり	
第1節 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化	110
第2節 観光DXの推進	110
第3節 観光産業の革新	110
第4節 観光人材の育成・確保	111
第5節 観光地域づくり法人(DMO)を司令塔とした観光地域づくりの推進	112
第6節 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進	112
第7節 良好な景観の形成・保全・活用	113
第8節 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組	115
第9節 国家戦略特区制度等の活用	116
第10節 旅行者の安全の確保等	116
第11節 東日本大震災からの観光復興	119
第12節 観光に関する統計等の整備・利活用の推進	119
第13節 令和6年能登半島地震への対応	120

第Ⅲ部 令和6年度に講じようとする施策（続き）

第2章 地方を中心としたインバウンド誘客

第1節 インバウンドの回復に向けた集中的取組	121
第2節 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備	121
第3節 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備	124
第4節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進	130
第5節 戦略的な訪日プロモーションの実施	130
第6節 MICEの推進	133
第7節 IR整備の推進	135
第8節 インバウンド受入環境の整備	135
第9節 アウトバウンド・国際相互交流の促進	144
第10節 国際観光旅客税の活用	145

第3章 国内交流拡大

第1節 国内旅行需要の喚起	146
第2節 新たな交流市場の開拓	146
第3節 国内旅行需要の平準化の促進	148

（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

世界経済は、新型コロナウイルス感染拡大により 2020 年は大きく減退したが、2021 年以降は回復傾向にある。国際通貨基金（IMF¹）によると、2023 年の世界全体の実質経済成長率は 3.2% 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:%)

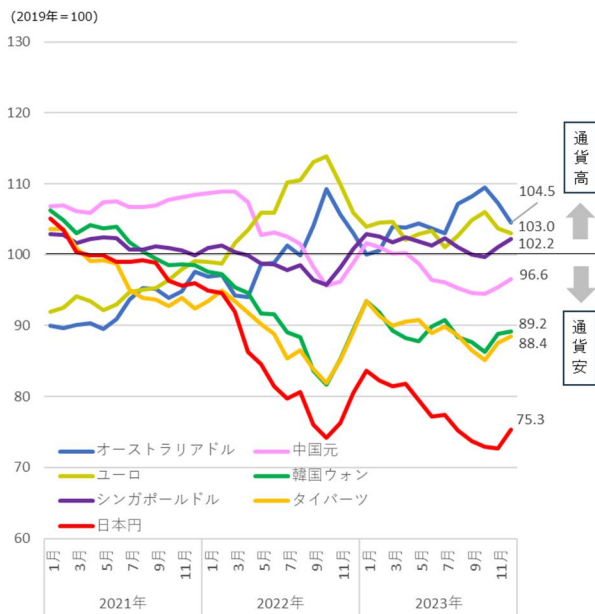
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
世界全体	5.4	4.2	3.5	3.4	3.6	3.5	3.3	3.8	3.6	2.8	-2.7	6.5	3.5	3.2
日本	4.1	0.0	1.4	2.0	0.3	1.6	0.8	1.7	0.6	-0.4	-4.1	2.6	1.0	1.9
米国	2.7	1.6	2.3	2.1	2.5	2.9	1.8	2.5	3.0	2.5	-2.2	5.8	1.9	2.5
EU(欧州連合)	2.1	2.0	-0.7	-0.1	1.7	2.5	2.0	3.0	2.3	2.0	-5.5	6.1	3.6	0.6
中国	10.6	9.6	7.8	7.8	7.4	7.0	6.9	6.9	6.8	6.0	2.2	8.5	3.0	5.2
ASEAN(5か国)	7.6	4.8	6.2	5.0	4.5	4.6	4.8	5.2	5.0	4.3	-4.4	4.1	5.5	4.1
中南米カリブ海諸国	6.1	4.5	3.0	2.8	1.3	0.2	-0.8	1.4	1.1	0.2	-7.0	7.3	4.2	2.3
中東・中央アジア	5.3	4.7	4.7	2.9	3.3	2.9	4.2	2.6	2.8	1.7	-2.4	4.5	5.3	2.0
サハラ以南アフリカ	6.9	5.0	4.8	4.9	5.0	3.2	1.5	2.9	3.3	3.2	-1.6	4.7	4.0	3.4

資料：国際通貨基金（IMF）「World Economic Outlook Database, April 2024」に基づき観光庁作成。

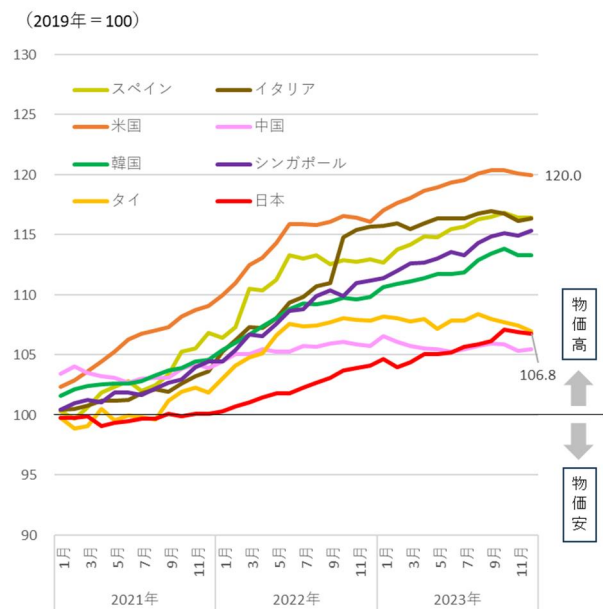
各国通貨の対米ドル為替レートの推移をみると、2022 年から 2023 年にかけて日本円、韓国ウォン、タイバーツは通貨安の傾向にあったが、ユーロやオーストラリアドルは通貨高の傾向であった。また、各国の消費者物価指数の動向をみると、消費者物価は総じて上昇傾向にあり、2023 年末時点で 2019 年と比べて約 5～20% 上昇した（図表 I-2）。

図表 I-2 為替・物価の推移

各国通貨の対米ドル為替レートの推移



各国の消費者物価指数の推移



資料：国際通貨基金（IMF）資料に基づき観光庁作成。

注1：為替については、各国通貨の対米ドル為替レート日次データより月平均を算出。2019年平均を100とした。

注2：物価については、各国消費者物価指数（CPI）の総合指数を用い2019年平均を100とした。

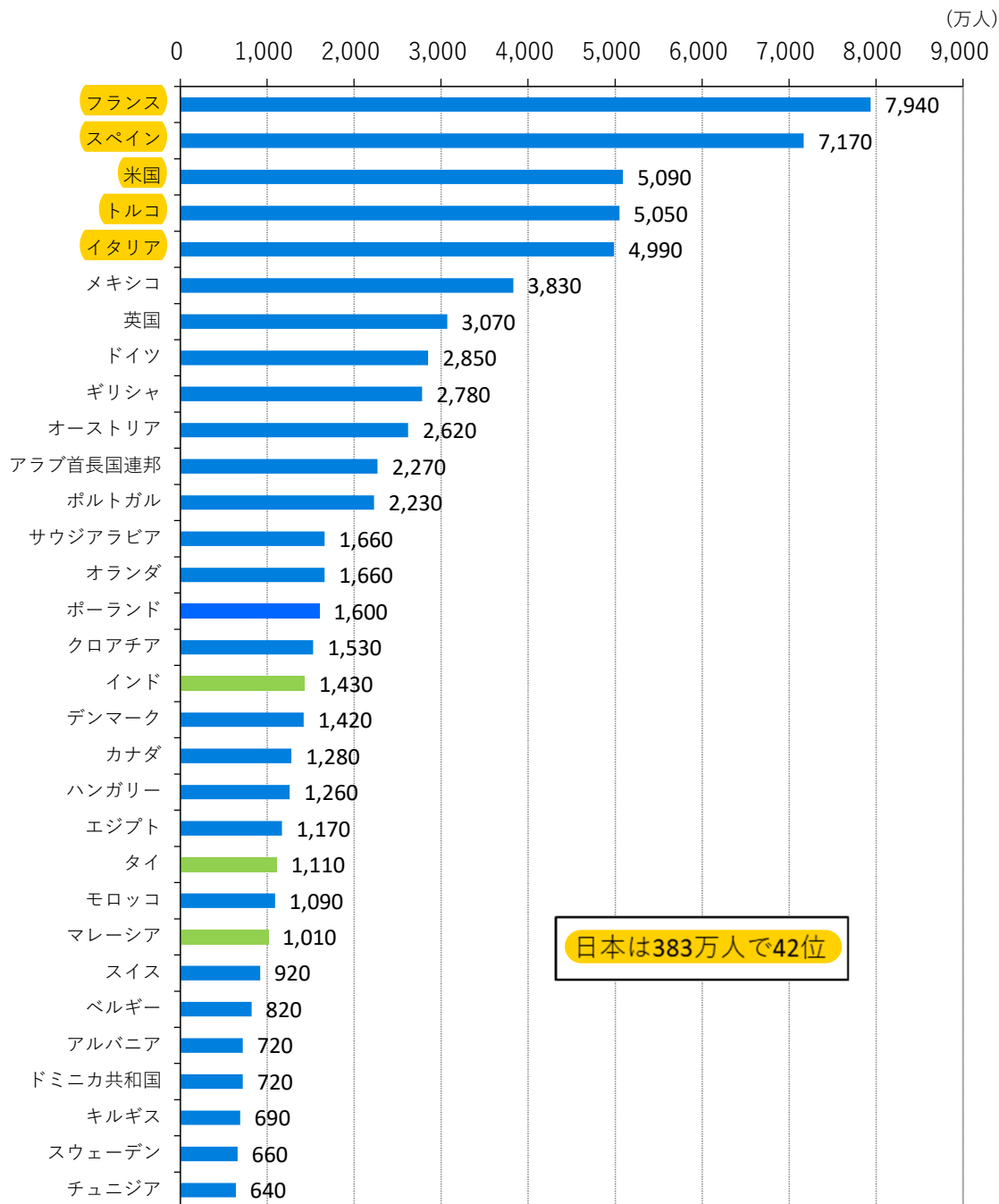
注3：本表の数値は2024年4月時点の暫定値である。

¹ International Monetary Fund の略。

第2節 2022年の世界の観光の状況

世界観光機関（UN Tourism²）によると、2022年の外国人旅行者受入数は、日本は383万人で世界42位（アジアで5位）となった（図表I-3）。

図表I-3 外国人旅行者受入数ランキング（2022年）



資料：世界観光機関（UN Tourism）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から算出・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、フランス、米国等の統計には含まれている。）

注2：本表の数値は2024年1月時点の暫定値である。

注3：ロシア、チェコ、中国、アイルランド及びインドネシアは、2022年の数値が未発表であるが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2019年以前の数値と大きく異なることが想定されるため、過去の数値を採用しないこととする。

注4：本表で採用した値は、日本及びキルギスを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

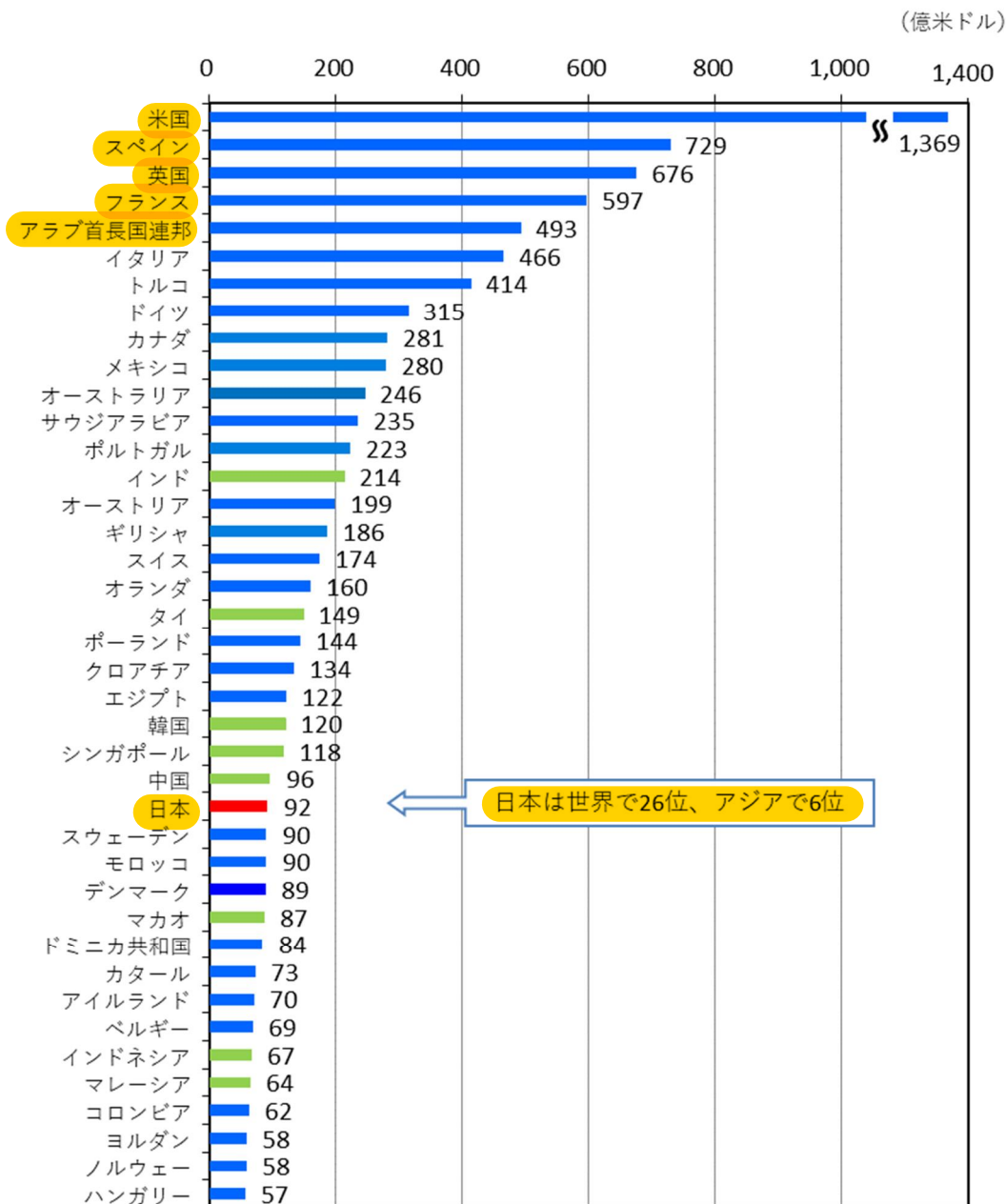
注5：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

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、遡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。

² 正式名称はWorld Tourism Organization。2024年1月に略称をUNWTOからUN Tourismに変更。

2022年の各国・地域の国際観光収入は、米国が1,369億ドルで1位となり、スペインが729億ドルで2位、英国が676億ドルで3位となった。日本は92億ドルで26位（アジアで6位）となった（図表I-4）。

図表 I - 4 国際観光収入ランキング（2022年）



資料：世界観光機関（UN Tourism）、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2024年1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：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがある。

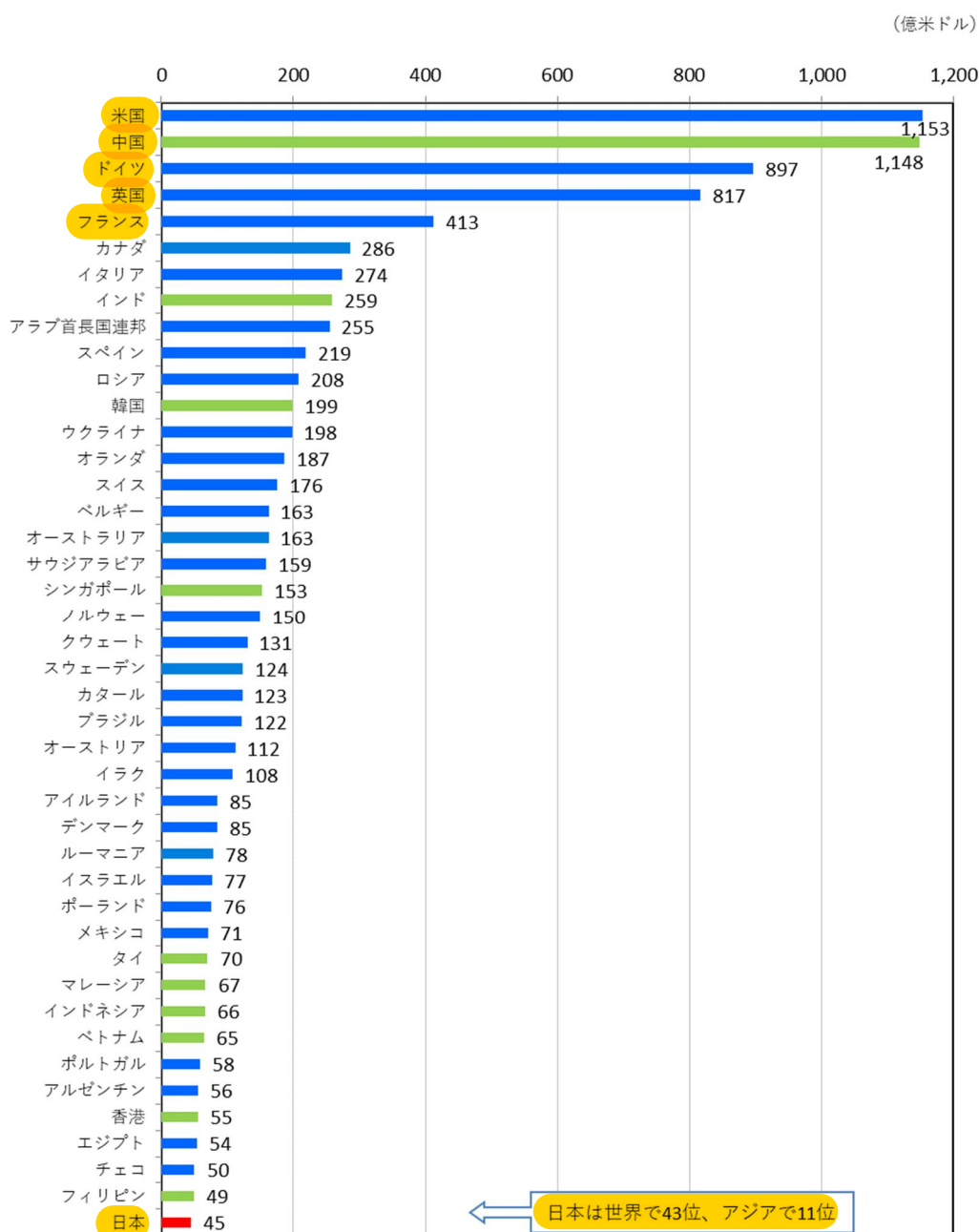
また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

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。

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。

2022年の各国・地域の国際観光支出は、米国が1,153億ドルで1位となり、中国が1,148億ドルで2位、ドイツが897億ドルで3位となった。日本は45億ドルで43位（アジアで11位）となった（図表I-5）。

図表 I - 5 国際観光支出ランキング（2022年）



資料：世界観光機関（UN Tourism）、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2024年1月時点の暫定値である。

注2：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3：国際観光支出は、数値が追って新たに発表されることや、遡って更新されることがある。

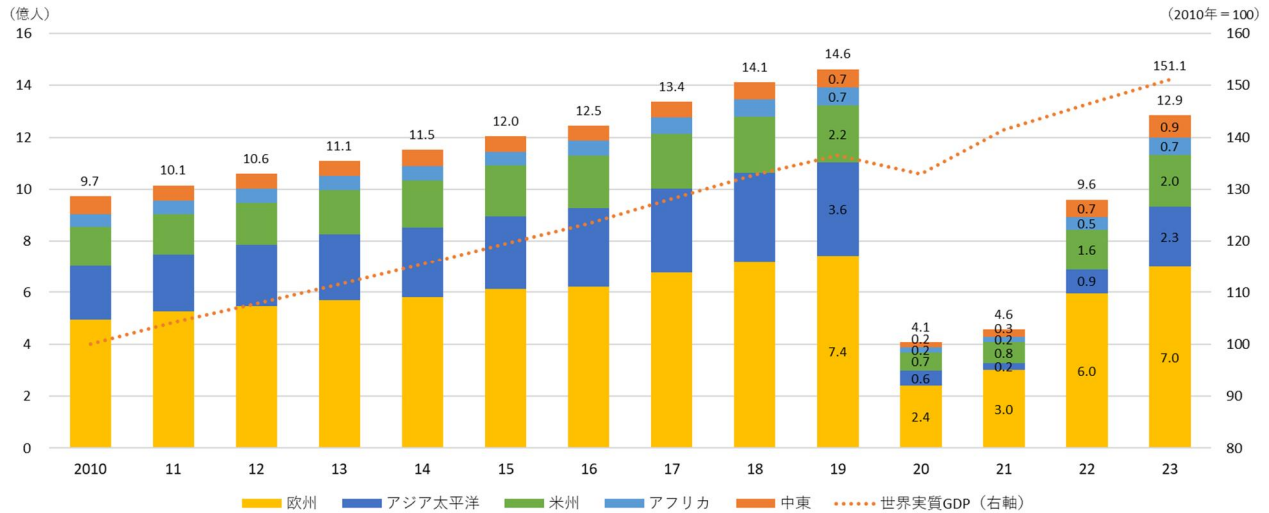
また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

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。

第3節 2023年の世界の観光の状況

UN Tourism の2024年1月の発表によると、2023年の世界全体の国際観光客数は12億8,600万人（前年比33.9%増）となり、新型コロナウイルス感染症の影響による減少からの回復がみられた。地域別にみると、欧州を訪れた国際観光客数は7億400万人（前年比155.1%増）、アジア太平洋を訪れた国際観光客数は2億3,340万人（前年比155.1%増）、米州を訪れた国際観光客数は1億9,830万人（前年比26.6%増）となった。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年に国際観光客数が実質GDPに比べて大きく減少した。2022年に引き続き、2023年は、実質GDPの伸びに対して国際観光客数が大きく回復した（図表I-6）。

図表 I-6 国際観光客数と世界の実質GDPの推移



資料：世界観光機関（UN Tourism）、国際通貨基金（IMF）資料に基づき観光庁作成。

注1：国際観光客数はUN Tourism「Tourism Dashboard」（2024年1月時点）のInternational Tourist Arrivalsの数値。

注2：世界の実質GDPは、2010年を100として指数化。

第2章 日本の観光の動向（2021年①／2022年②／2023年①関連問題）

2020年以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、国内外の観光需要は大きく落ち込み、全国の観光地・産業は厳しい状況に置かれたが、2022年10月の水際措置の大幅緩和や全国旅行支援の開始以降、需要は急速に回復し、全国各地の多くの観光地が賑わいを取り戻している。

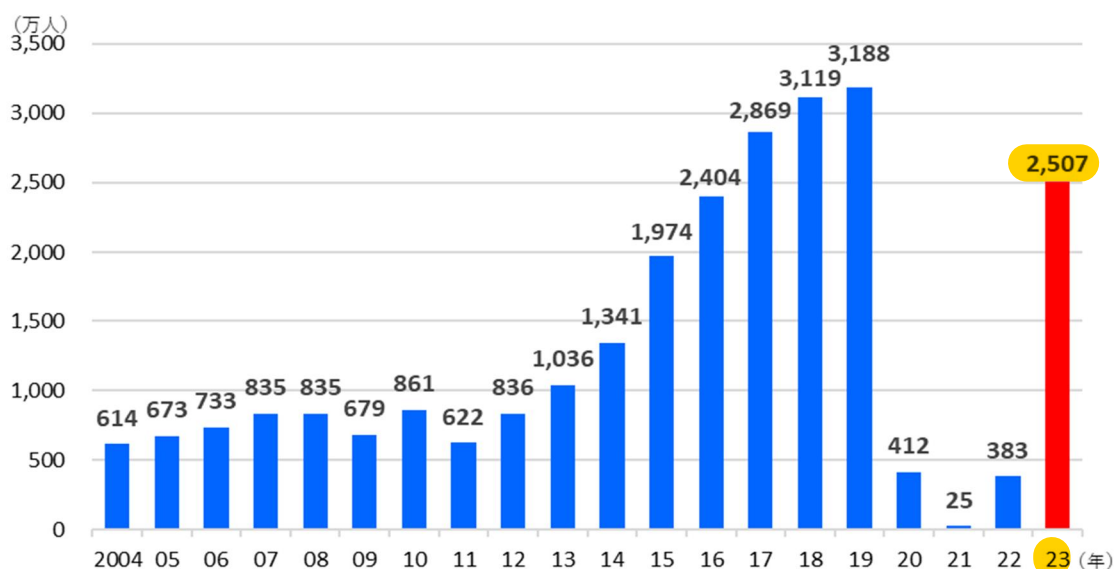
第1節 訪日旅行の状況（2021年①／2022年③／2023年①関連問題）

1 訪日旅行の状況

訪日外国人旅行者数は、2019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、CIQ³体制の充実といった施策を進めるとともに、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（JNTO）等による訪日プロモーション等により、過去最高を更新していたが、2020年から2022年までの訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、年間を通じて大きく減少した。

訪日外国人旅行者数は、2022年6月の外国人観光客の受入再開、同年10月の水際措置の大幅緩和等により徐々に回復しはじめ、2023年に入ってからは東アジアを中心に大きく増加し、同年10月には2019年同月を超え、年間では2,507万人（2019年比21.4%減）となった（図表I-7）。

図表 I-7 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。

³ 税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫（Quarantine）の総称。

2023年の訪日外国人旅行者数を国・地域別にみると、アジア主要市場⁴からの訪日外国人旅行者数が1,949.5万人となり、全体の77.8%を占めた。

東アジアでは、韓国が695.8万人と主要23市場⁵のうちで最も多く、台湾（420.2万人）、中国（242.5万人）と続き、全体の62.6%を占めた。

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要6市場⁶からの訪日外国人旅行者数が362.8万人となり、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナムからの旅行者数は過去最高を記録した。

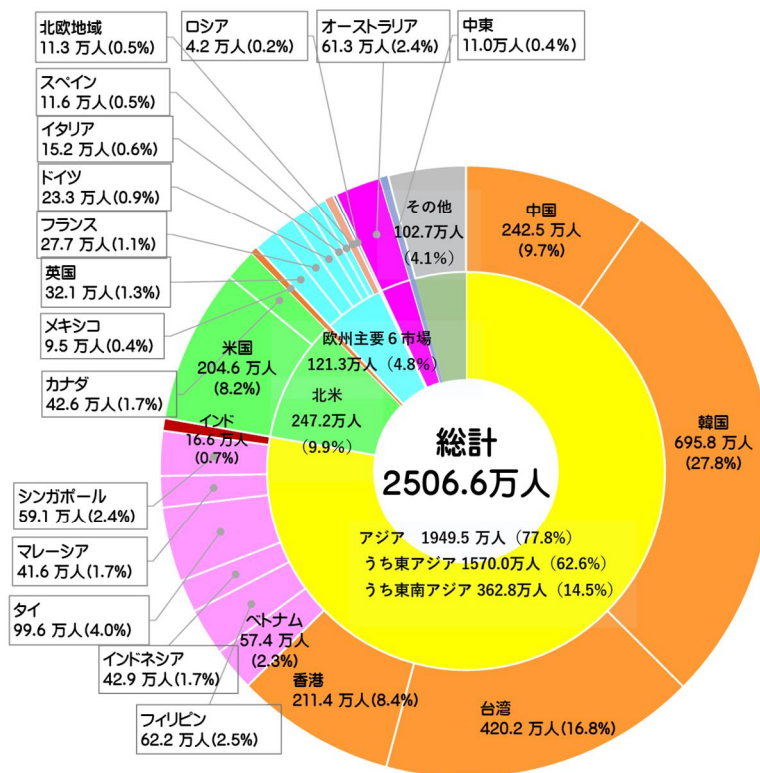
北米主要市場⁷からの訪日外国人旅行者数は247.2万人となり、米国、カナダからの旅行者数は過去最高を記録した。

欧州主要6市場⁸からの訪日外国人旅行者数は121.3万人となった。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は61.3万人となった。

その他の地域では、南米が9.9万人、アフリカが3.8万人であった（図表I-8）。

図表 I - 8 訪日外国人旅行者の内訳（2023年）



資料：日本政府観光局（JNTO）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3：四捨五入した値を表示しているため、個々の数値の合計は必ずしも総数と一致しない。

⁴ 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、ベトナム及びインドのことを指す（2024年5月時点）。

⁵ 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、北欧地域及び中東地域の計23か国・地域のことを指す（2024年5月時点）。

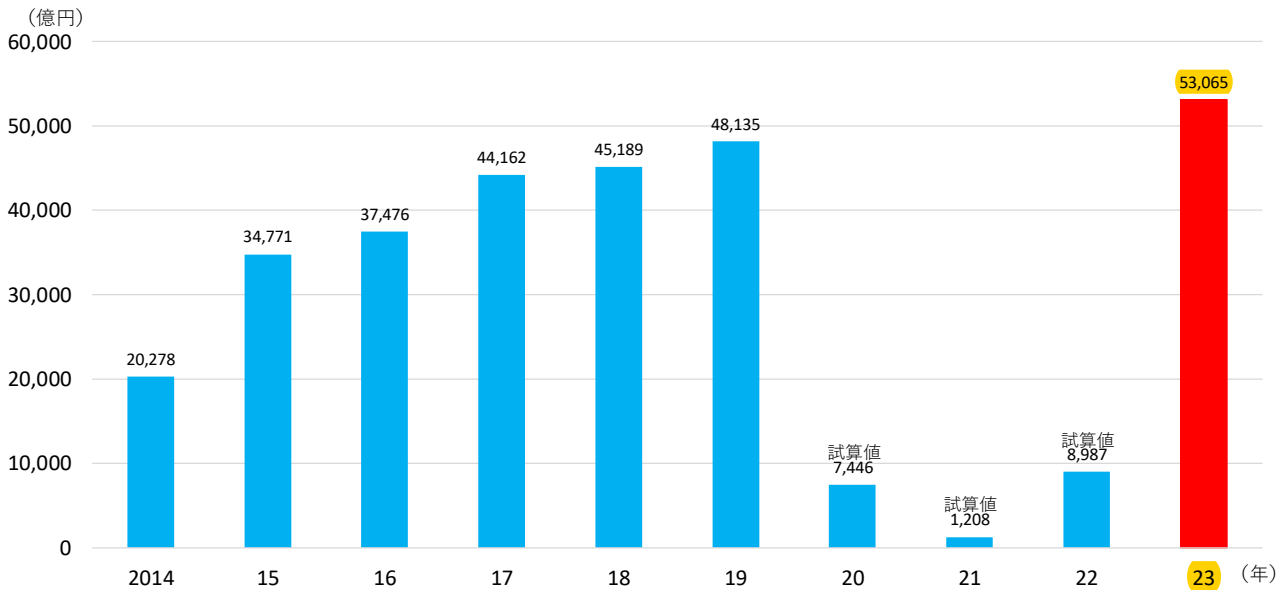
⁶ タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン及びベトナムのことを指す（2024年5月時点）。

⁷ 米国及びカナダのことを指す（2024年5月時点）。

⁸ 英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン及び北欧地域のことを指す（2024年5月時点）。

2023年の訪日外国人旅行消費額は、5兆3,065億円（2019年比10.2%増）と過去最高となった。国籍・地域別にみると、台湾が最も大きく、次いで中国、韓国、米国、香港の順であった。2019年と比較すると、中国の構成比が低下した一方、韓国や米国等の構成比が上昇した（図表I-9、図表I-10）。

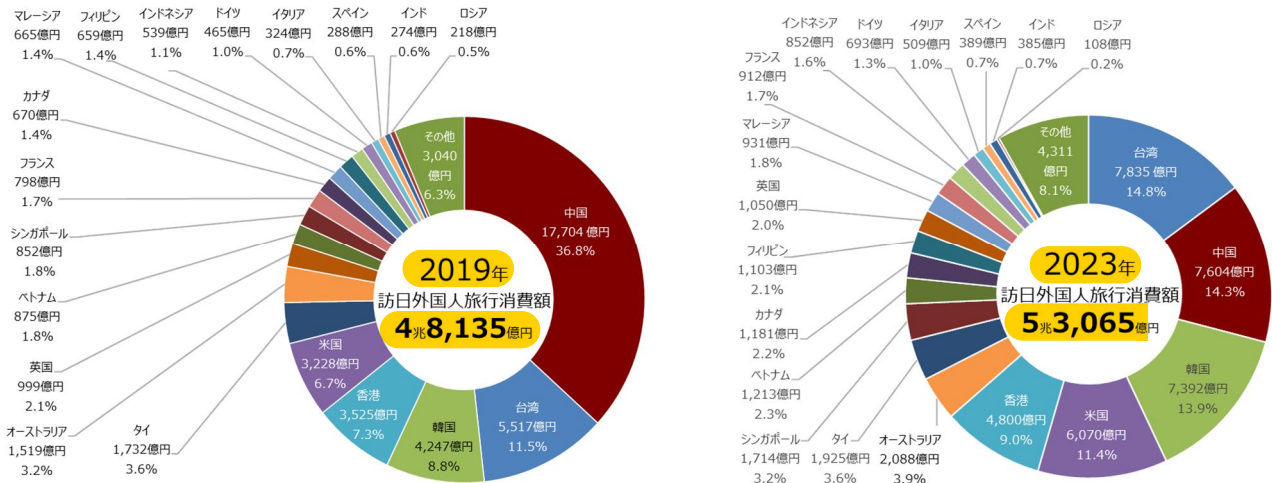
図表I-9 訪日外国人旅行者による消費額の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- 注1：2017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年からクルーズ客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年以降と2017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年においては4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査を中止し、1-3月期の調査結果を用いて、2020年年間値を試算した。また2021年については、1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査を中止し、10-12月期の調査結果等を用いて、2021年年間値を試算した。そのため、2019年以前の数値との比較には留意が必要である。
- 注3：新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年は1-3月期、4-6月期、7-9月期を試算値として公表した。そのため、年間の値についても試算値であることに留意が必要である。

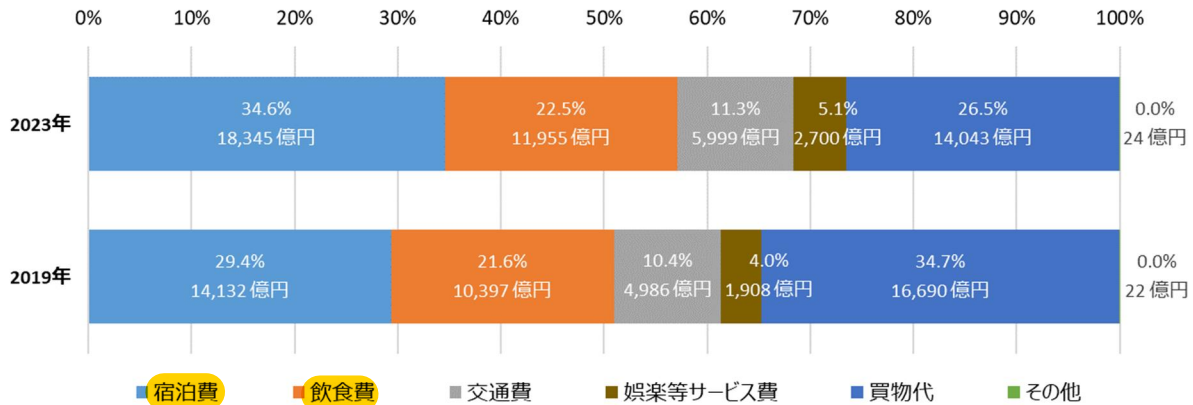
図表I-10 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2023年の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、宿泊費が34.6%と最も高かった（図表I-11）。

図表 I-11 費目別にみる訪日外国人旅行消費額

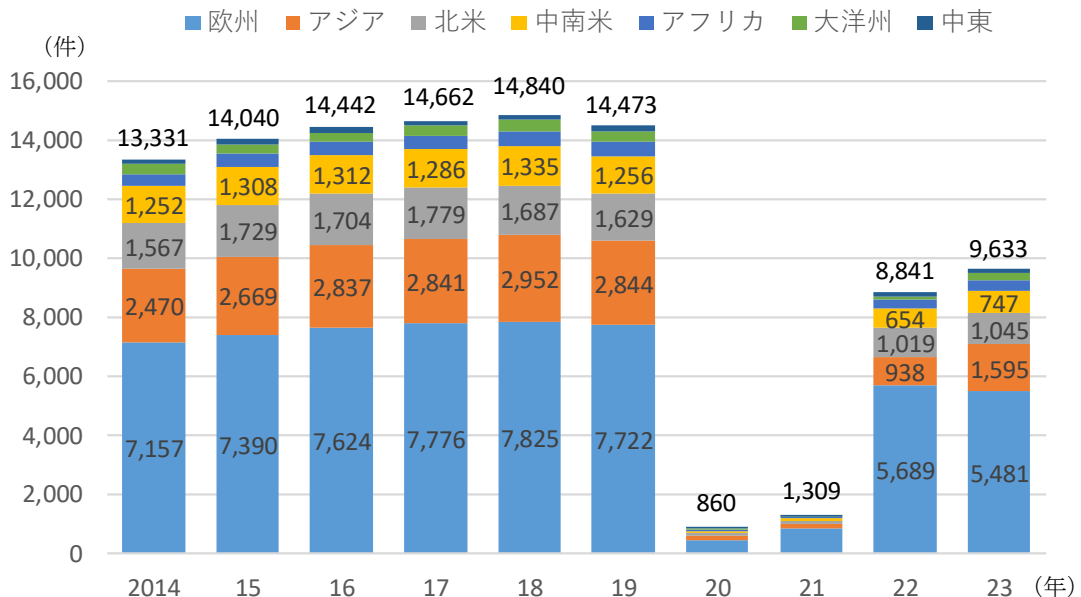


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
 注1：上段は旅行消費額の費目別割合。
 下段は費目別旅行消費額。

2 国際会議の開催状況

世界の国際会議開催状況を見ると、2020年以降は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、開催件数が大幅に減少したが、2023年には新型コロナウイルス感染拡大前の2019年の約65%まで回復した。地域別にみると、欧州では2019年比で約70%、北米では同年比約65%まで回復している一方、アジアでは同年比約55%にとどまっておられ、国際会議の再開は、2023年時点では、欧米と比べるとアジアでは回復が遅れている様子がみられる（図表I-12）。

図表 I-12 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：国際会議協会（ICCA）資料に基づき観光庁作成。
 注1：本表の各地域は、ICCAの区分に基づく。
 注2：本表における開催件数は、新型コロナウイルス感染拡大前と同様の対面開催の件数のみを示している。

アジア大洋州における国・地域別の国際会議開催件数をみると、2023年は日本が1位となった。ただし、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年比での開催件数をみると、日本は、約65%の回復にとどまっており、新型コロナウイルス感染拡大前の水準に戻った韓国、シンガポール等と比べて回復が遅れていることがわかる（図表I-13）。

図表 I -13 2023 年アジア大洋州における国際会議開催件数

(単位：件)

順位	国・地域	2023年	(参考)2019年
1	日本	363	548
2	韓国	252	262
3	オーストラリア	219	285
4	中国	170	572
5	シンガポール	152	156
6	タイ	143	180
7	インド	123	172
8	台湾	106	170
9	マレーシア	104	152
10	インドネシア	68	105

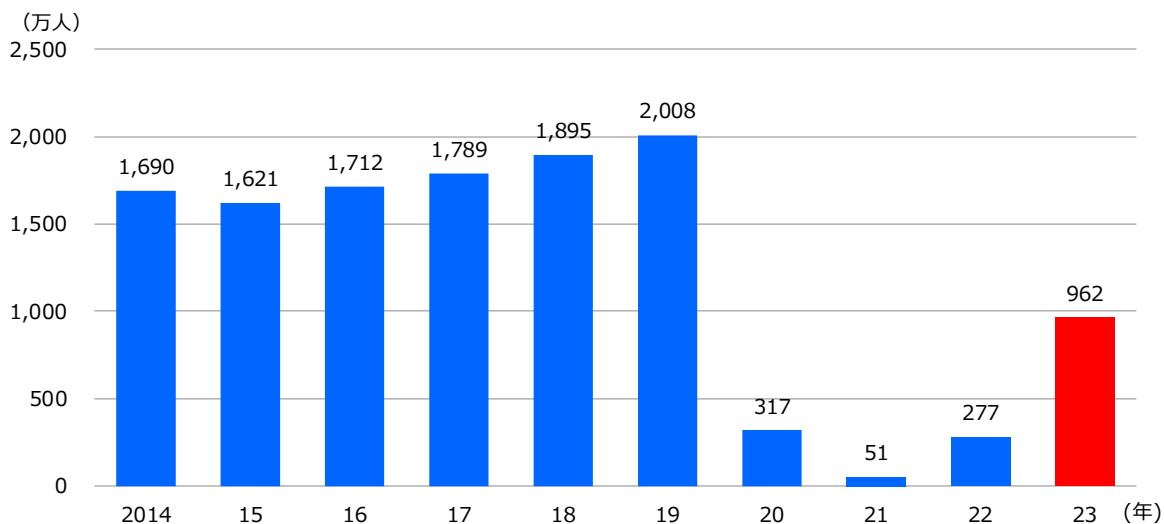
資料：国際会議協会（ICCA）資料に基づき観光庁作成。

注1：本表における2023年の開催件数は対面及びハイブリット開催の合計件数。

第2節 日本人の海外旅行の状況

2023年の出国日本人数は、前年から大幅に増加し962.4万人（2019年比52.1%減）となった（図表I-14）。

図表 I -14 出国日本人数の推移



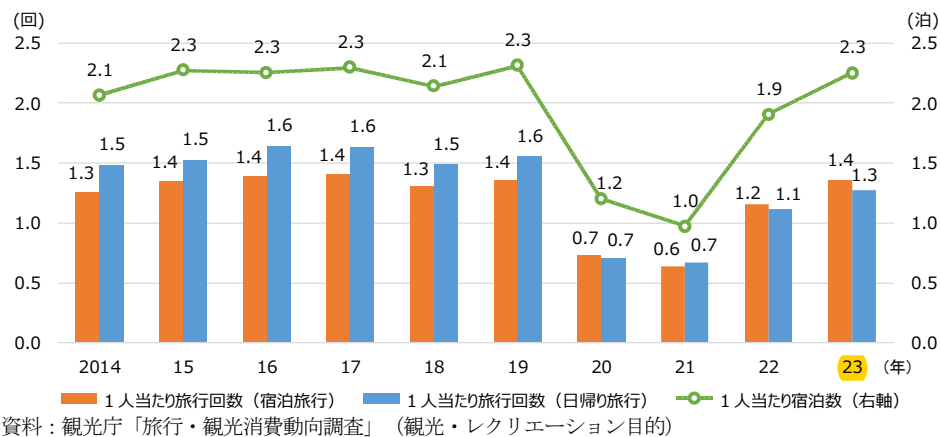
資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。

第3節 国内観光の状況

1 日本人国内旅行の状況

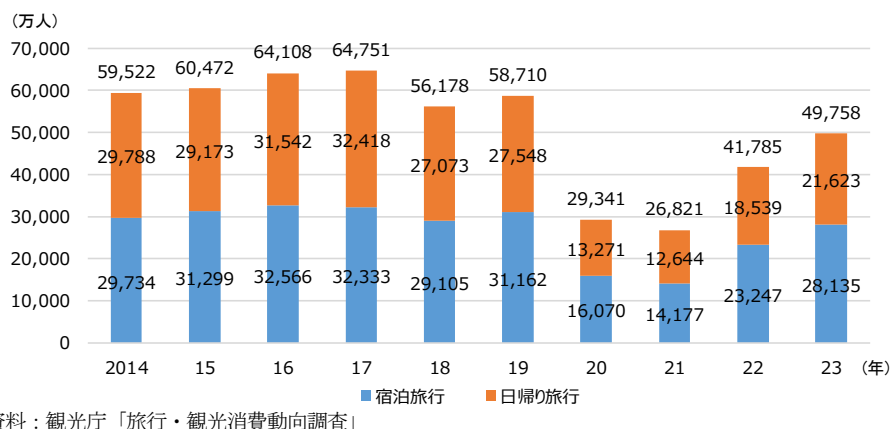
2023年の日本人一人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.4回、日帰り旅行回数は1.3回、一人当たり宿泊数は2.3泊と、いずれも前年を上回った（図表I-15）。

図表I-15 日本人一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



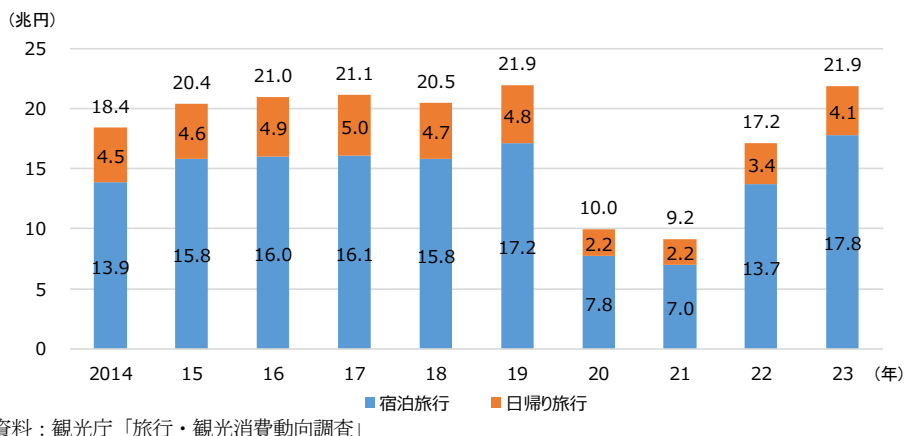
2023年の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ2億8,135万人（2019年比9.7%減）、国内日帰り旅行者数は延べ2億1,623万人（2019年比21.5%減）となった（図表I-16）。

図表I-16 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



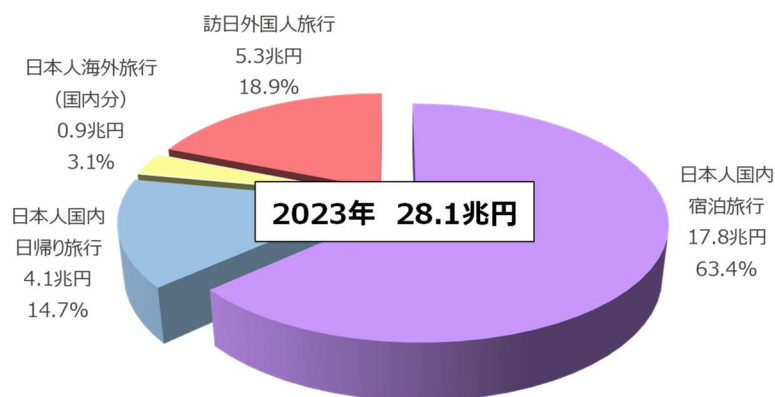
2023年の日本人国内旅行消費額は21.9兆円（2019年比0.1%減）となった。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は17.8兆円（2019年比3.7%増）、日帰り旅行の国内旅行消費額は4.1兆円（2019年比13.8%減）となった（図表I-17）。

図表I-17 日本人国内旅行消費額の推移



2023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、28.1兆円（2019年比0.5%増）となった。このうち、日本人による旅行消費額は22.8兆円（2019年比1.5%減）、訪日外国人旅行者による旅行消費額は5.3兆円（2019年比10.2%増）であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の割合は18.9%となった（図表I-18）。

図表 I -18 日本国内における旅行消費額



(単位：兆円)

	2014年	15	16	17	18	19	20	21	22	23
日本人国内宿泊旅行	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0	13.7	17.8
日本人国内日帰り旅行	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2	3.4	4.1
日本人海外旅行 (国内分)	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1	0.6	0.9
訪日外国人旅行	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1	0.9	5.3
合計	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4	18.7	28.1

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」に基づき作成。

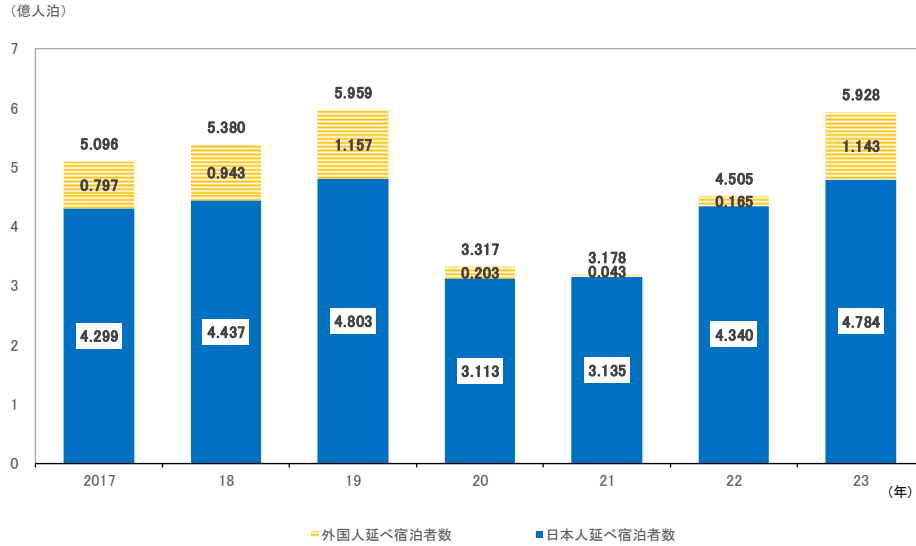
注1：2020年から2022年までの「日本人海外旅行（国内分）」及び「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。

注2：四捨五入した値を表示しているため、個々の数値の合計は必ずしも総数と一致しない。

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、2023年は5億9,275万人泊（2019年比0.5%減）であった。このうち、日本人延べ宿泊者数は4億7,842万人泊（2019年比0.4%減）、外国人延べ宿泊者数は1億1,434万人泊（2019年比1.1%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19.3%であった（図表I-19）。

図表 I - 19 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



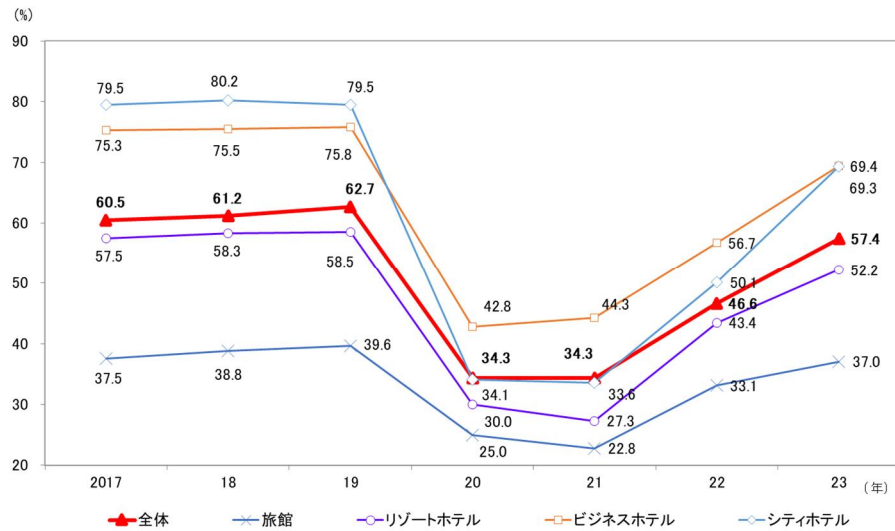
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2023年は速報値。

注2：本表の各年グラフの上の数値は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

2023年の客室稼働率は57.4%となり、回復傾向となっている（図表I-20）。

図表 I - 20 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移

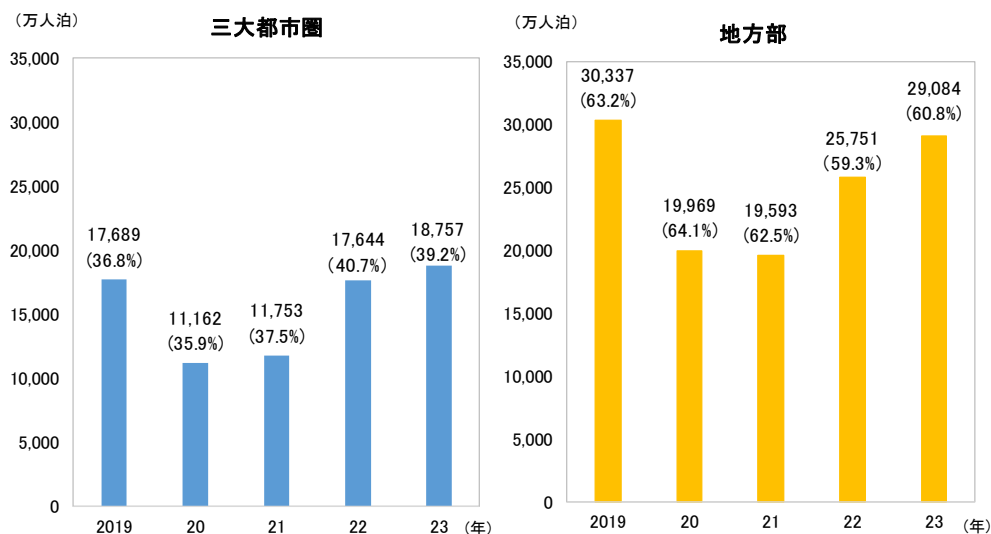


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2023年は速報値。

日本人延べ宿泊者数について三大都市圏⁹と地方部で比較すると、2023年は三大都市圏では1億8,757万人泊、地方部では2億9,084万人泊となった（図表I-21）。

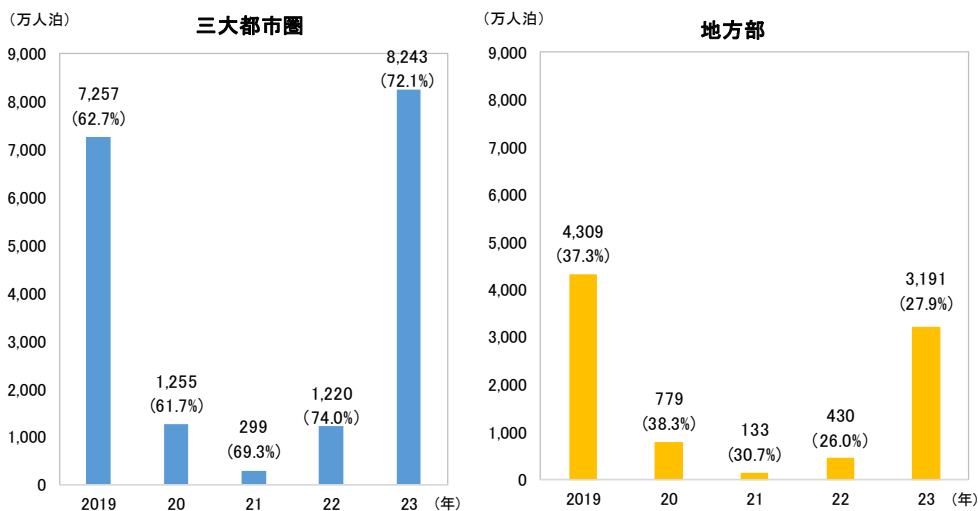
図表I-21 三大都市圏及び地方部の日本人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注1：2023年は速報値。
 注2：（ ）内は構成比を表している。

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、2023年は三大都市圏では8,243万人泊、地方部では3,191万人泊となった（図表I-22）。

図表I-22 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1：2023年は速報値。
 注2：（ ）内は構成比を表している。

⁹ 本節において、三大都市圏は、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府及び兵庫県等の8都府県、地方部は、三大都市圏以外の道県とする。

コラム I - 1 地域における休暇取得の分散化の取組事例

日本人の国内旅行消費額は、国内における旅行消費額全体の約8割を占めており、国内旅行需要の喚起による交流人口の拡大は地域の活性化に欠かせない視点である。日本の年次有給休暇の取得率は他国・地域と比べて低位である¹⁰とともに、日本の国内旅行需要はゴールデンウィークやお盆等の特定の時期に集中していることから、休暇取得に加えて休暇取得の分散化を促進することで、国内旅行需要を創出・平準化していくことが重要である。

政府は、学校の夏休み等の長期休業日の一部を学期中の平日に移すなどして学校休業日の分散化を図るとともに、学校休業日に合わせた年次有給休暇の取得促進を図る「キッズウィーク」の取組を推進しており、ここでは、地方公共団体が実施している休暇取得の分散化の取組事例を紹介する。

○「あいち県民の日」・「あいちウィーク」・「県民の日学校ホリデー」

愛知県では、2022年に11月27日を「あいち県民の日」とする条例を定め、11月21日から27日までを「あいちウィーク」とし、県の施設等を割引や無料で利用可能にするとともに、愛知県の魅力を発信するイベント等を実施している。「あいちウィーク」は愛知県「休み方改革」プロジェクトの一環でもあり、県内の学校では、期間中の平日一日を体験的な学習活動等のための休業日（「県民の日学校ホリデー」）とし、保護者の年次有給休暇の取得を促しながら、家族と子供と一緒に過ごせる環境づくりに取り組んでいる。

2023年度の『「あいちウィーク」の観光面における効果に関するアンケート調査結果¹¹』によれば、愛知県及び隣接県における宿泊施設の約2割が愛知県民の宿泊者数が普段より多かったと回答し、同地域における観光施設の約半数が愛知県民の入場者数が普段より多かったと回答した。

○ 別府市の「たびスタ」休暇

別府市では、旅の経験を通じて子供の成長を促す「旅育」の推進や、平日や閑散期への観光需要のシフトによる地域経済の活性化を目指す取組として、2023年に「たびスタ」休暇を開始した。「たびスタ」休暇とは、「旅」と「学習（study）」を組み合わせた新しい学び方・休み方であり、市立の小中学校に通う児童・生徒が保護者等と市内外を問わず旅行する場合に、年度内に4日間まで休暇を取得できる。地域や家庭との教育活動の一環であり、校外活動として欠席扱いにはならない。

○「ちょこっとスタバケ日光」

日光市では、家族での学びやふれあいの機会を増やすため、市内の小中学校に通う児童・生徒を対象に「ちょこっとスタバケ日光」制度を2024年度から導入している。スタバケとは、スタディ（学習）とバケーション（休暇）を組み合わせた言葉で、平日に保護者等と一緒に「体験や学びの活動」を行う場合に、年度内に3日間まで休暇が取得可能であり、取得した日は欠席扱いにはならない。

¹⁰ エクスペディア「世界16地域 有給休暇・国際比較調査2022」によると、日本の年次有給休暇の取得率は60%であり、アジア太平洋地域、北米・中南米及びヨーロッパにおける16か国・地域の中で米国の次に低い。

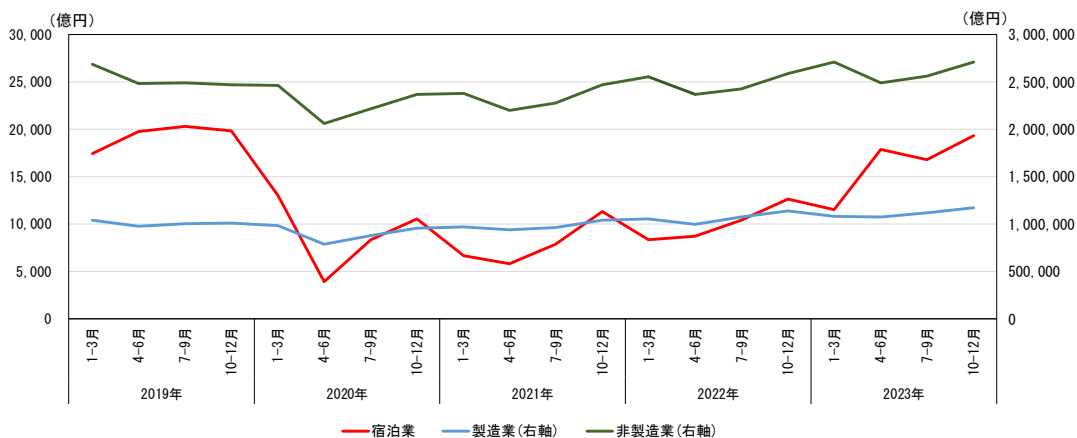
¹¹ 愛知県、岐阜県、三重県、静岡県及び長野県の宿泊施設及び観光施設を対象に2024年1月から2月までにインターネットアンケートを実施。宿泊施設は277施設、観光施設は44施設が回答。

第4節 観光関連産業の状況

1 企業の売上高の状況

宿泊業の売上高の推移についてみると、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年4-6月に製造業や非製造業と比べて大きく落ち込んだものの、以降は緩やかではあるが増加傾向にある（図表 I-23）。

図表 I-23 売上高の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」

注1：本調査における「四半期別調査」は、資本金、出資金又は基金1,000万円以上の営利法人等を調査対象としており、本表は資本金等1,000万円以上の全ての企業規模（大企業及び中小企業）の数値。

注2：業種分類は、日本標準産業分類に準拠している。

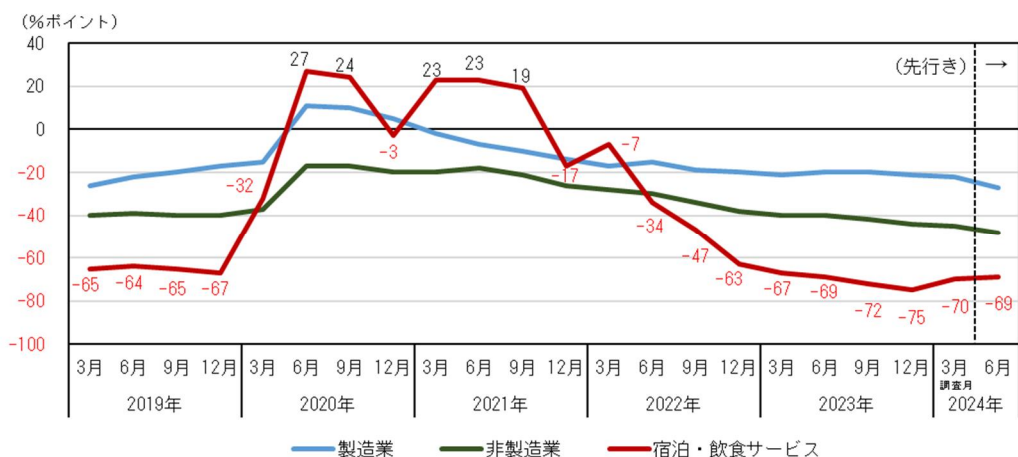
2 雇用の状況

(1) 労働需要

労働需要の推移をみるため、雇用人員判断D.I.の推移をみる。雇用人員判断D.I.はプラスにおいては、人員が過剰と考えている企業の割合の方が高く、マイナスにおいては、人員が不足していると考えている企業の割合の方が高いことを示している。

宿泊・飲食サービスについてみると、2022年後半以降、人員不足を感じている企業割合が高い状態が続いている（図表 I-24）。

図表 I-24 企業の雇用人員判断D.I.の推移



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

注1：本調査は、全国の資本金2,000万円以上の民間企業を調査対象としており、

本表は全規模合計（大企業、中堅企業及び中小企業）の数値。

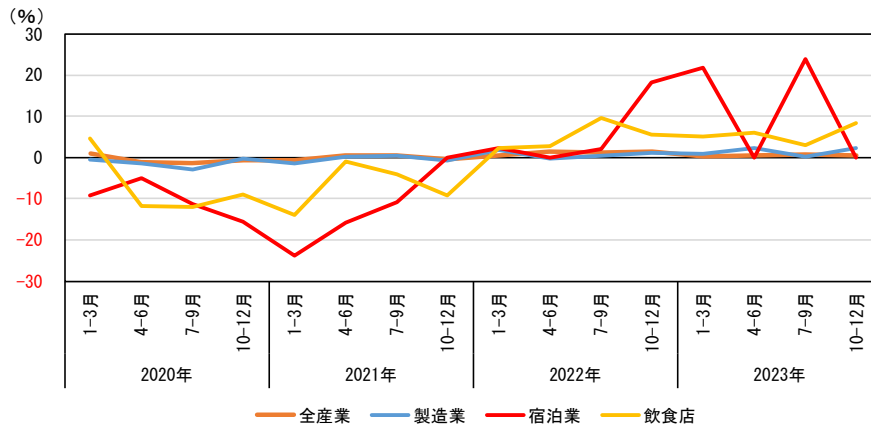
注2：業種区分は、日本標準産業分類をベースに製造業を17業種、非製造業を14業種に区分。

注3：雇用人員判断D.I.（「過剰」・「不足」）。全国ベース。2024年6月の先行きは同年3月時点の回答。

(2) 雇用者数

産業別の雇用者数の動向をみる。宿泊業については、全産業や製造業と比較して、2020年から2021年にかけて前年同期比で大きく減少したが、2022年後半から回復傾向で推移している（図表 I-25）。

図表 I-25 雇用者数の推移（前年同期比）



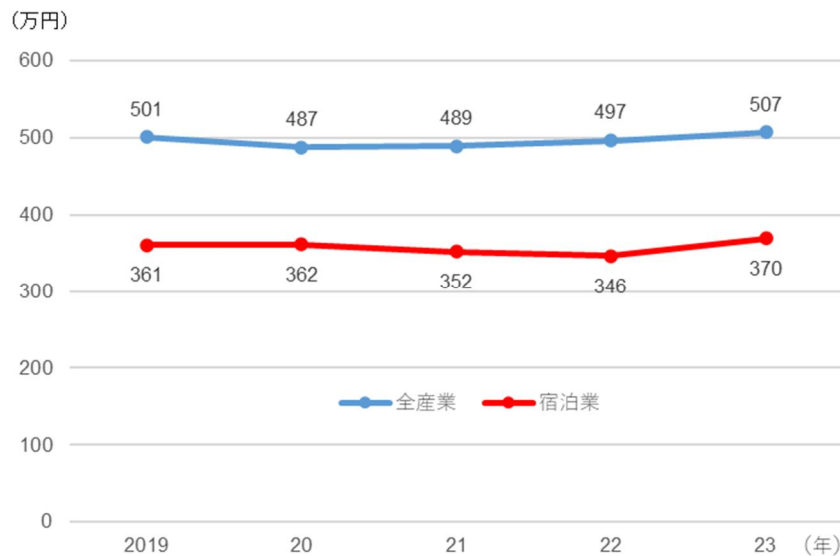
資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成。

注1：全国の産業別雇用者数を掲載。産業分類は、日本標準産業分類に準拠している。

(3) 賃金

宿泊業の賃金（年間賃金総支給額）についてみると、2019年から2023年にかけてほぼ横ばいで推移しており、全産業の水準を一貫して下回っている（図表 I-26）。

図表 I-26 賃金（年間賃金総支給額）の推移



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：本調査は、5人以上の常用労働者（期間を定めずに雇われている労働者又は1か月以上の期間を定めて雇われている労働者）を雇用する民営事業所（5～9人の事業所については企業規模が5～9人の事業所に限る。）及び10人以上の常用労働者を雇用する公営事業所を調査対象としており、本表は企業規模合計（常用労働者10人以上）の数値。

注2：産業分類は、日本標準産業分類に準拠している。

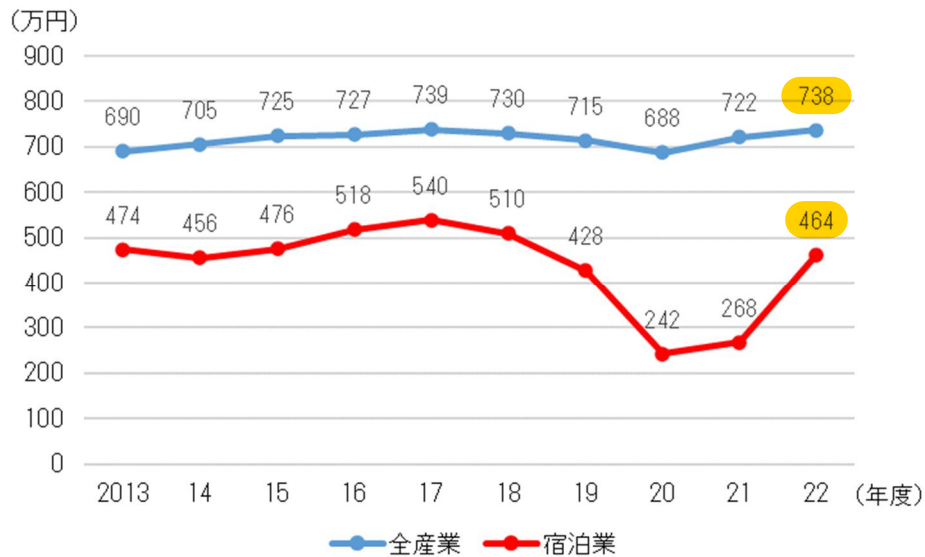
注3：賃金＝一般労働者の決まって支給する現金給与額×12＋年間賞与その他特別給与額より算出。

注4：2020年から有効回答率を考慮した推計方法に変更。

(4) 労働生産性

労働生産性の推移をみると、宿泊業は、全産業よりも新型コロナウイルス感染症の影響を強く受け、2020年度に大きく落ち込んだ。以降は回復傾向にあるが、2022年度においても、宿泊業の労働生産性は全産業の水準を依然下回っている（図表 I-27）。

図表 I-27 労働生産性の推移



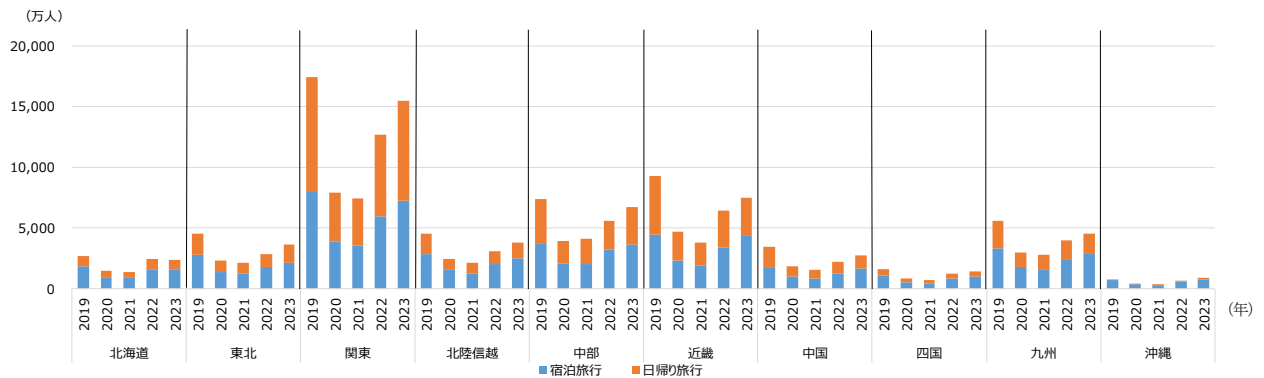
資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。
注1：本調査における「年次別調査」は、営利法人等を調査対象としており、本表は全ての企業規模（大企業及び中小企業）の数値。
注2：業種分類は、日本標準産業分類に準拠している。
注3：労働生産性は付加価値額÷期中平均従業員数から算出。全産業は金融業、保険業を除く値。

これまでの分析でみたように、観光需要が回復する一方、観光地や観光産業における人材不足や生産性の低さ等、供給面の課題が顕在化している。

第5節 地域における観光の状況

2023年の日本人の国内延べ旅行者数を目的地別にみると、関東が1億5,440万人（全体の31.0%）、近畿が7,497万人（同15.1%）、中部が6,699万人（同13.5%）となり、同3地域で全国の延べ旅行者数の59.6%を占めた（図表I-28）。

図表 I-28 地方ブロック別延べ旅行者数（日本人）

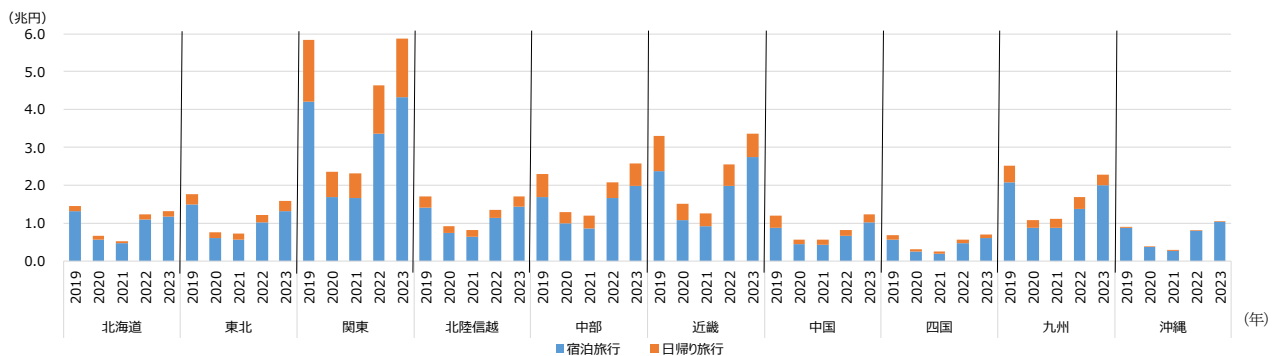


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：主目的地別の延べ旅行者数。主目的地とは、目的地のうち最も消費額が大きい都道府県をいう。

2023年の日本人の国内旅行消費額を目的地別にみると、関東が5.9兆円（全体の26.8%）、近畿が3.4兆円（同15.3%）、中部が2.6兆円（同11.7%）となり、同3地域で全国の旅行消費額の53.8%を占めた（図表I-29）。

図表 I-29 地方ブロック別旅行消費額（日本人旅行者）



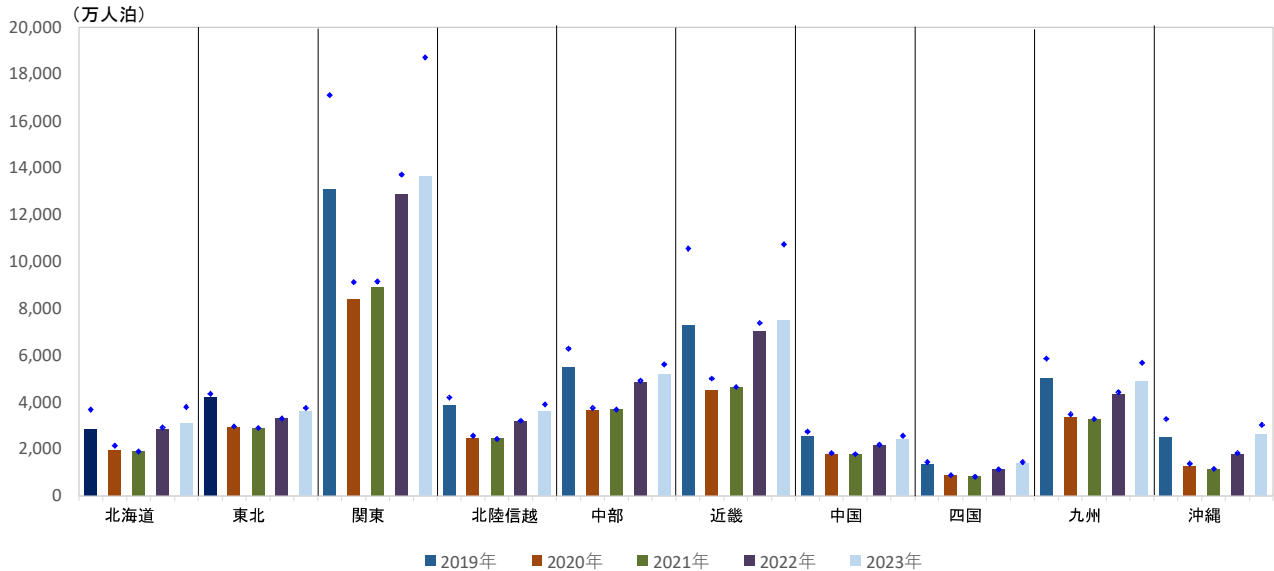
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：主目的地別の旅行消費額。主目的地とは、目的地のうち最も消費額が大きい都道府県をいう。

2023年の延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が1億8,721万人泊（全体の31.6%）、近畿が1億746万人泊（同18.1%）、九州が5,687万人泊（同9.6%）となり、同3地域で全国の延べ宿泊者数の59.3%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1億3,619万人泊（全体の28.5%）、近畿が7,479万人泊（同15.6%）、中部が5,180万人泊（同10.8%）となり、同3地域で全国の日本人延べ宿泊者数の54.9%を占めた（図表I-30）。

図表 I-30 地方ブロック別延べ宿泊者数（全体及び日本人）



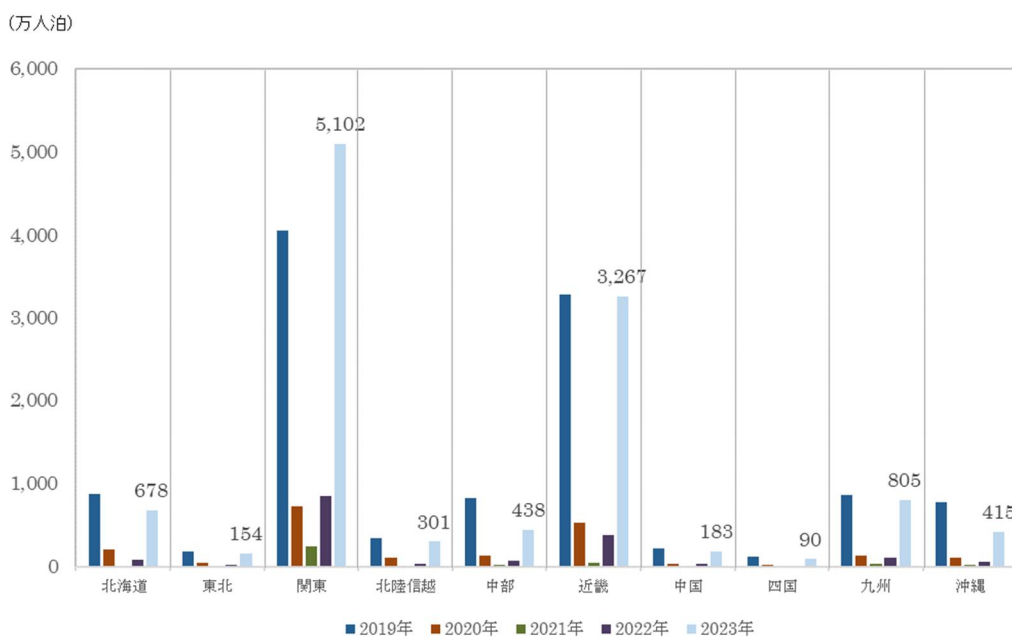
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2023年は速報値。

注2：本表の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5,102万人泊（全体の44.6%）、近畿が3,267万人泊（同28.6%）、九州が805万人泊（同7.0%）となり、同3地域で全国の外国人延べ宿泊者数の80.2%を占めた（図表I-31）。

図表 I-31 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1：2023年は速報値。

第3章 インバウンドの地方誘客と消費拡大に向けて

観光は、日本の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野である。特にインバウンド需要は、人口減少や少子高齢化が進む中で、日本経済の成長や地域の持続的な発展に欠かせない要素である。

2022年10月の水際措置の大幅緩和以降、訪日外国人旅行者数や訪日外国人旅行消費額は堅調に回復しているが、インバウンド需要の回復は東京をはじめとする三大都市圏¹²に集中しており、地域によって偏在傾向がみられる。好調なインバウンド需要をいかに地方部へ波及させ、地方部における消費を拡大できるかが、持続可能な観光を実現する上で喫緊の課題である。

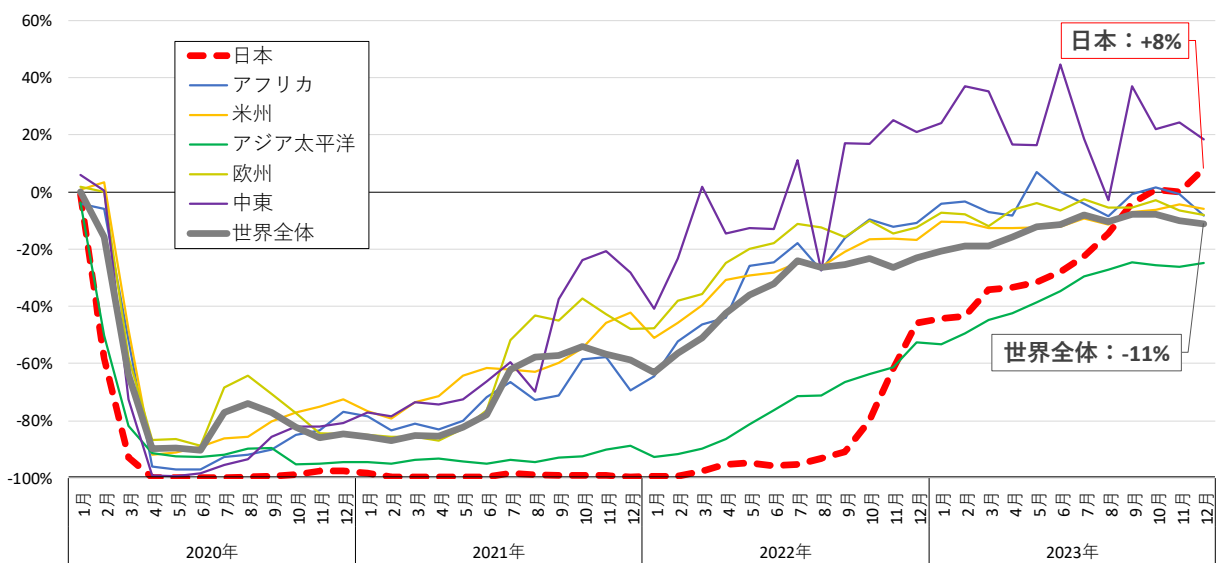
本章では、世界及び日本のインバウンドの回復状況を概観し、訪日観光の課題を明らかにした上で、今後の地方部への誘客や消費拡大に向けた政策の方向性について検討する。

第1節 インバウンド観光の現状と課題

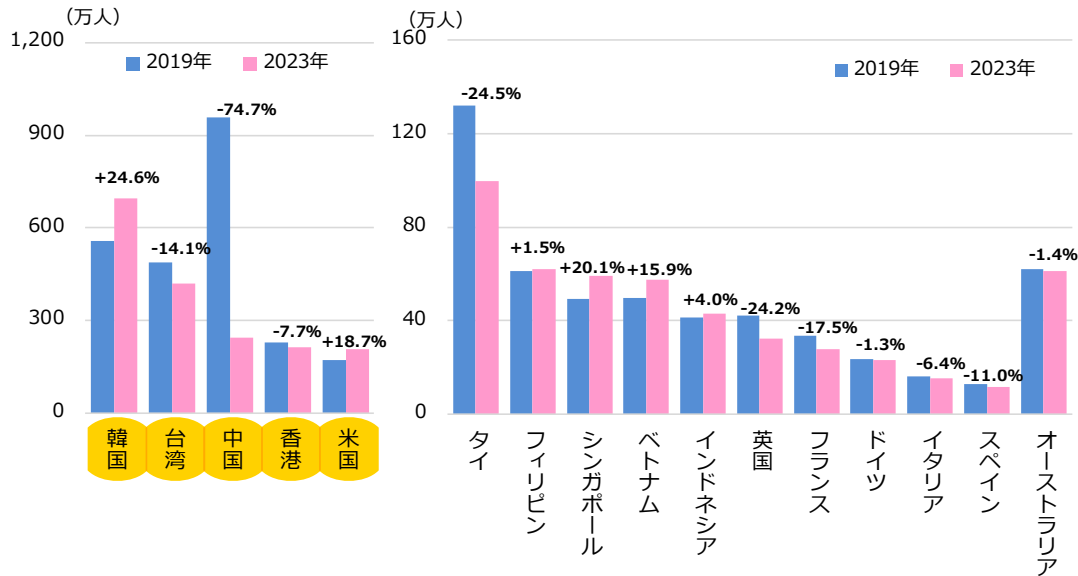
1 ポストコロナにおける日本及び主要国の海外旅行需要の回復

新型コロナウイルス感染拡大によって減少していた国際観光客数は、世界的に回復傾向にあり、2023年12月には2019年同月比で11%減まで回復している。国際観光客数の推移を地域別にみると、欧州、米州及びアフリカは、2020年半ば以降回復傾向にあり、2023年末にはおおむね新型コロナウイルス感染拡大前の水準まで回復している。中東についても2020年半ばに回復に転じて以降、月ごとの変動はあるものの大きく回復し、2023年12月には2019年同月比18%増と2019年同月の水準を上回っている。一方、アジア太平洋は欧米等と比べ回復の開始時期が遅れたものの、2022年に入ってから徐々に回復し、2023年12月には2019年比25%減まで回復した。日本は、アジア太平洋全体と比べても回復の開始が遅かったが、2022年10月の水際措置の大幅緩和以降急速に回復し、2023年10月には新型コロナウイルス感染拡大前の水準を上回り、同年12月の段階では2019年同月比8%増となった（図表I-32）。

図表 I-32 国際観光客数の推移（2019年同月比、地域別）



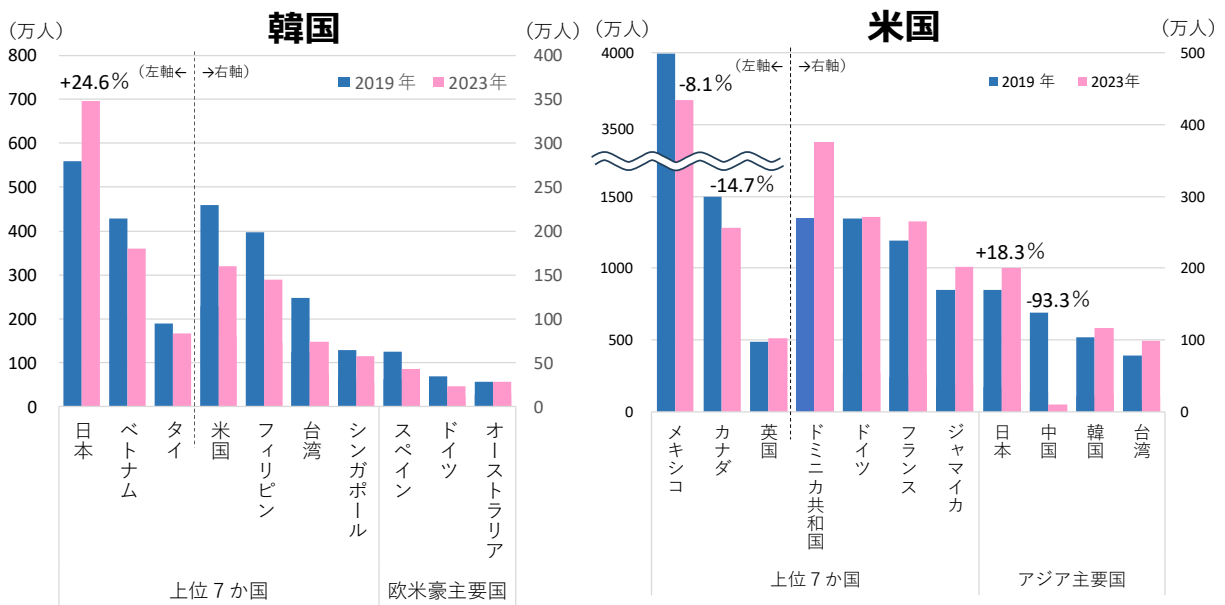
図表 I -33 国籍・地域別訪日外国人旅行者数



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」に基づき観光庁作成。
注1：本表のグラフ中の数値は2023年の2019年比。

次に、訪日外国人旅行者数が大きく増加している韓国及び米国の旅行者の主な海外旅行先について確認する。韓国の2023年の行き先別アウトバウンド客数をみると、ベトナム、タイ、米国等への旅行者数は新型コロナウイルス感染拡大前の2019年水準を下回っているが、日本への旅行者数は2019年比で24.6%増と大きく増加している。前述のとおり、2019年後半の日韓関係悪化の影響が回復率を押し上げた要因として考えられるが、2019年及び2023年ともに日本への旅行者数は最も多く、韓国における訪日旅行需要が一貫して高いことが確認できる。米国の行き先別アウトバウンド客数をみると、隣国のメキシコ、カナダを除いて全体的にアウトバウンド客数が増加傾向にある。2023年の米国の日本への旅行者数は2019年比18.3%増と高い伸びを示しており、アジアの中ではトップの行き先となっている。また、主要な欧州の行き先であるドイツやフランスと同程度の水準まで近づいている。さらに、韓国や台湾へのアウトバウンド客数も増加しており、米国において日本をはじめ東アジアへの旅行意欲が増していると考えられる（図表 I -34）。

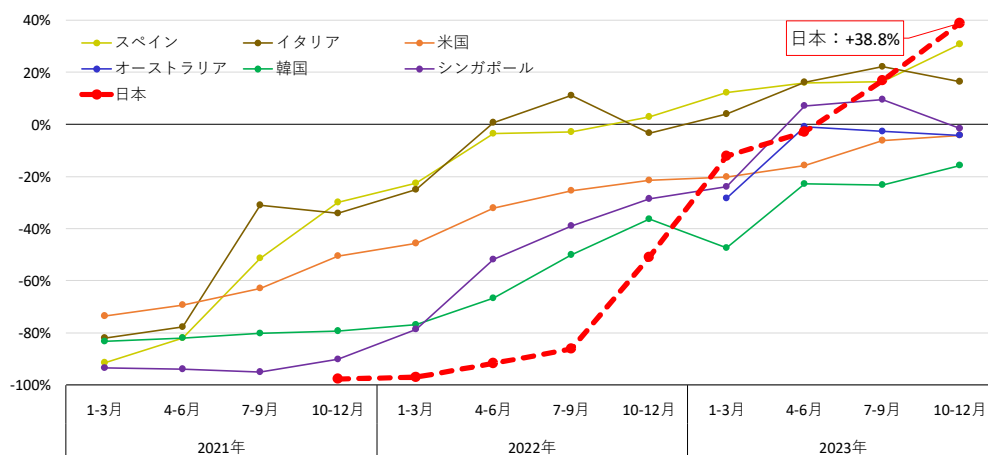
図表 I -34 韓国及び米国の行き先別アウトバウンド客数



資料：韓国観光公社、米国国際貿易局資料に基づき観光庁作成。
注1：韓国については中国のデータを公表していない。
注2：本表のグラフ中の数値は2023年の2019年比。

続いて主要国のインバウンド消費額に着目する。現地通貨建てのインバウンド消費額の推移をみると、国際観光客数と同様、欧米諸国では回復が開始した時期が早く、アジア諸国では、1年以上遅れ2022年に入ってからの回復の動きがみられた。日本は、他のアジア諸国と比較しても回復の開始時期が遅かったが、2022年10-12月期以降急速に回復し、2023年7-9月期には2019年水準を上回り、同年10-12月期には2019年同期比で38.8%増となった。2023年末の段階で、日本のほかスペイン、イタリアも2019年を上回る水準まで回復している（図表I-35）。

図表 I-35 主要国のインバウンド消費額の推移（2019年同期比）



資料：各国統計資料に基づき観光庁作成。

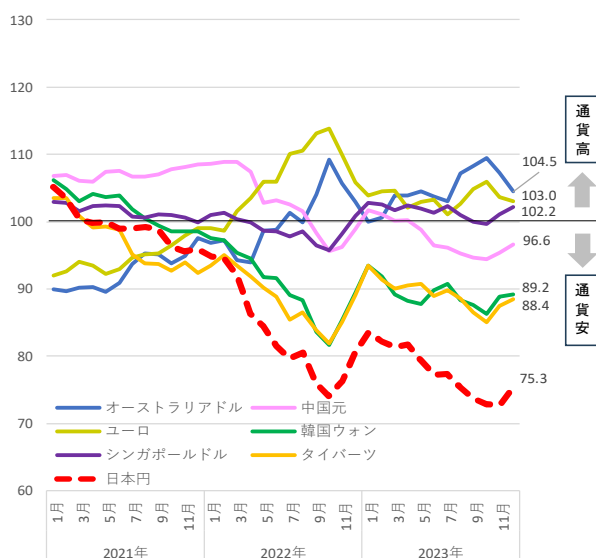
注1：現地通貨建てインバウンド消費額の増加率。

注2：日本では、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年4-6月期から2021年7-9月期までは「訪日外国人消費動向調査」を中止したため、当該期間のデータはない。オーストラリアの2022年10-12月期までのデータはない。

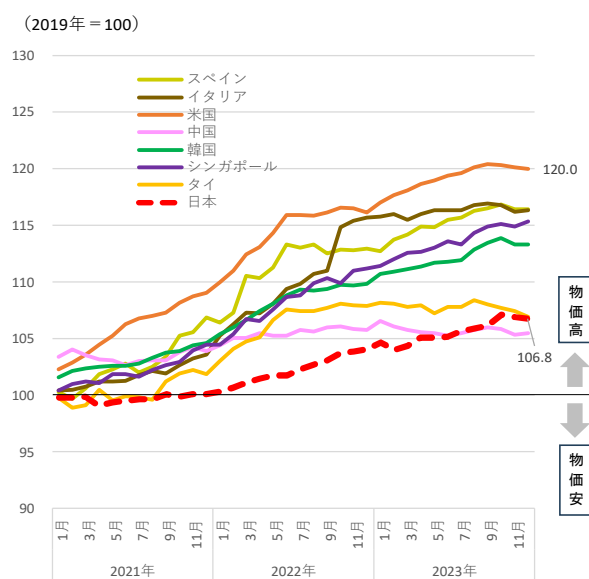
各国通貨の対米ドル為替レートの推移をみると、アジアでは通貨安の傾向にあるが、なかでも日本円は2023年末には2019年比で約25%下落しており、円安傾向にある。また、日本の消費者物価指数（総合）は、2023年末には2019年比約7%の上昇であり、欧米諸国と比較すると緩やかな上昇にとどまっている。日本の財・サービスの相対的な割安感が訪日外国人の消費を促した可能性が考えられる（図表I-2）。

【再掲】図表 I-2 為替・物価の推移

各国通貨の対米ドル為替レートの推移



各国の消費者物価指数の推移



資料：国際通貨基金（IMF）資料に基づき観光庁作成。

注1：為替については、各国通貨の対米ドル為替レート日次データより月平均を算出。2019年平均を100とした。

注2：物価については、各国消費者物価指数（CPI）の総合指数を用い2019年平均を100とした。

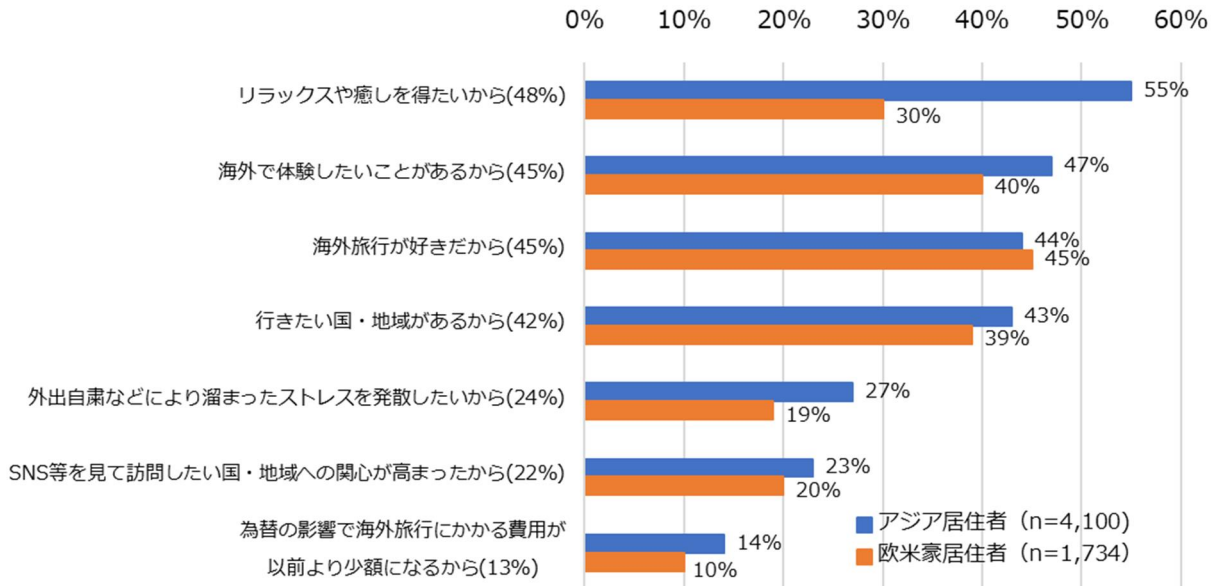
注3：本表の数値は2024年4月時点の暫定値である。

2 旅行者の旅行志向の変化

世界の旅行者の旅行志向を把握するため、各種調査結果をみると、旅行目的やニーズの多様化、持続可能な観光への意識の高まり、隠れた名所・新たな目的地や地方への訪問意向等の傾向が確認できる。

日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2023 年度版」によると、「海外旅行を予定・検討している理由」として、アジアでは「リラックスや癒しを得たいから」、欧米豪では「海外旅行が好きだから」が最も多い。「為替の影響で海外旅行費用が少額になるから」は、アジア、欧米豪ともに低位にある（図表 I-36）。

図表 I-36 海外旅行を予定・検討している理由



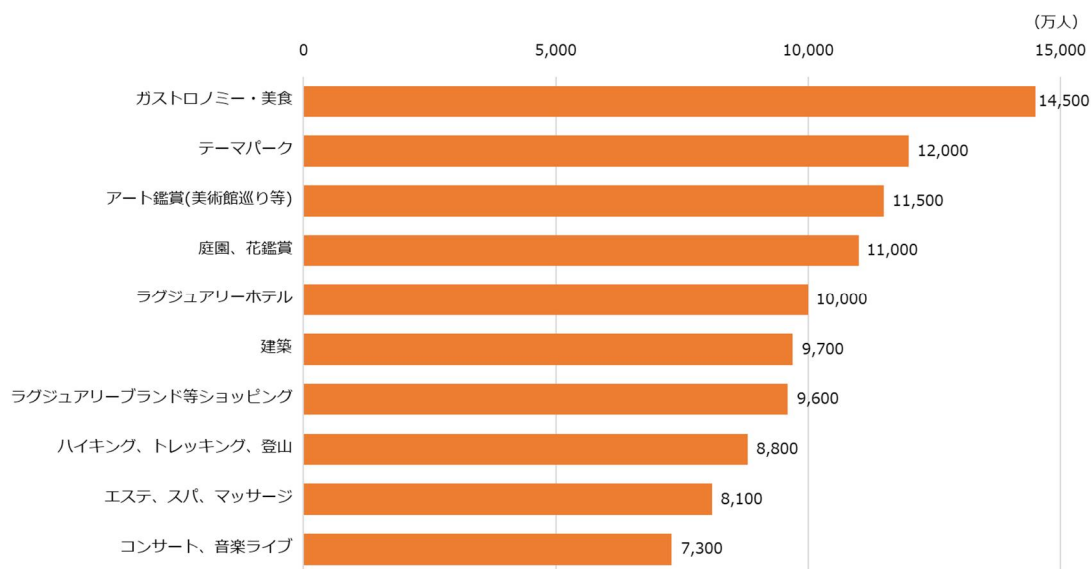
資料：日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2023 年度版」に基づき観光庁作成。

注1：アジア・欧米豪 12 개국・地域（欧米豪は 2016 年より調査対象に追加）の海外旅行経験者を対象に、2023 年 7 月にインターネットによるアンケート調査を実施。有効回答者数は 7,414 人。このうち、本設問は、向こう 1 年の間に「海外旅行を既に予定している」又は「海外旅行を検討している」と回答した者に尋ねたもの。

注2：各項目における括弧内の値は全体（アジア居住者+欧米豪居住者）。

また、JNTO が実施した世界 22 市場（東・東南アジア、欧米豪、中東ほか）の国外旅行経験者を対象とした「VJ 重点市場基礎調査」によると、国外旅行の主な目的として、最も多く挙げられたものは「ガストロノミー・美食」であり、当該目的での国外旅行者の市場推計規模は 1.45 億人としている。次いで「テーマパーク」、「アート鑑賞」、「庭園、花鑑賞」、「ラグジュアリーホテル」の順となっており、世界の旅行者は様々な目的で国外旅行を実施していることが確認できる（図表 I-37）。

図表 I-37 国外旅行の主な目的となるもの（目的別の市場規模：推計・22 市場合計）



資料：日本政府観光局（JNTO）「VJ 重点市場基礎調査」（2024 年 1 月 25 日）に基づき観光庁作成。

注 1：2017 年（メキシコ及び中東地域は 2015 年）から 2023 年までの調査における国外旅行実施者ベースの推計。

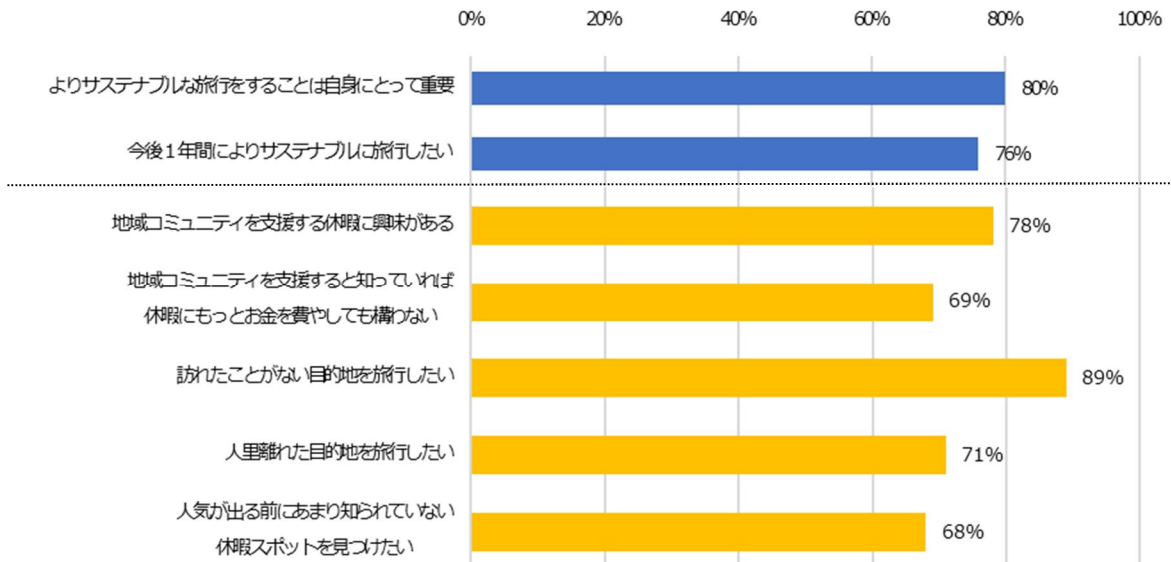
注 2：選択肢が細分化されているスポーツやアウトドアアクティビティでは、個別の項目の選択率は相対的に低くなることに留意が必要。

注 3：調査対象は、東アジア・東南アジア地域は 2017 年から 2023 年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の国外旅行経験者、欧米豪・インド・中東地域は 2017 年（メキシコ及び中東地域は 2015 年）から 2023 年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の中長距離国外旅行経験者。上位 10 項目のみ抜粋。

ブッキング・ドットコム「サステナブル・トラベルレポート 2023」によると、世界の旅行者のうち「よりサステナブルな旅行をすることは自身にとって重要」と回答した割合が 80%、「今後 1 年間によりサステナブルに旅行したい」が 76%となっており、旅行者の持続可能な観光への意識が高いことがわかる。また、日本を含む世界 7 개국¹³の旅行者を対象とした意識調査結果を示したアメリカン・エキスプレスの「2023 年グローバル旅行トレンド・レポート」によると、「地域コミュニティを支援する休暇に興味がある」と回答した割合が 78%、「地域コミュニティを支援すると知っていれば休暇にもっとお金を費やしても構わない」が 69%となっており、旅行を通じた地域貢献に対する関心が高い。「訪れたことがない目的地を旅行したい」は 89%、「人里離れた目的地を旅行したい」は 71%、「人気が出る前にあまり知られていない休暇スポットを見つけたい」は 68%であり、知られていない地域の訪問ニーズも高いことがわかる。このように、世界の旅行者は持続可能な観光の実現や地域貢献を志向しており、有名な観光地のみならず、新たな目的地として地方部に対する関心も高まりつつあるものと推測される（図表 I-38）。

¹³ 日本、米国、カナダ、メキシコ、オーストラリア、インド及び英国の 7 개국。

図表 I-38 世界の旅行者の旅行志向に関するアンケート結果



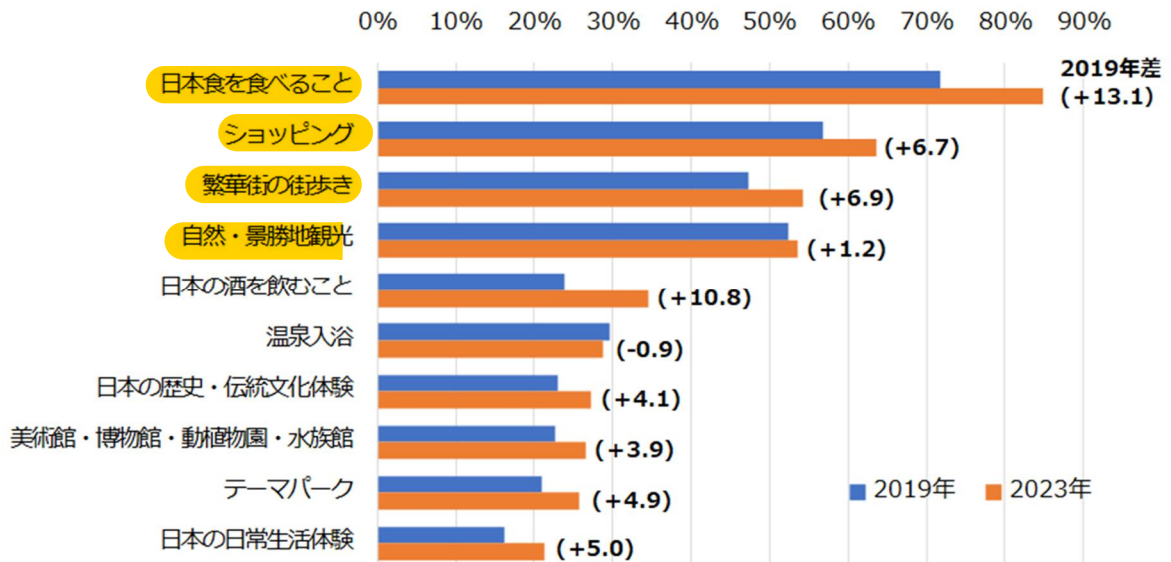
資料：上図は Booking.com 「Sustainable Travel Report 2023」、下図は American Express Travel 「2023 Global Travel Trends Report」に基づき観光庁作成。

注1：「Sustainable Travel Report 2023」は世界の35か国・地域の33,228人を対象として2023年2月に調査実施。

注2：「2023 Global Travel Trends Report」は日米豪等7か国の年1回以上飛行機を利用して旅行をする人を対象として2023年2月に調査実施。

続いて訪日旅行における旅行志向等に注目する。観光庁「訪日外国人消費動向調査」における「訪日前に期待していたこと」をみると、2023年は「日本食を食べること」や「ショッピング」、「繁華街の街歩き」等の割合が高く、特に「日本食を食べること」については2019年から大きく増加している。また、「日本の歴史・伝統文化体験」や「日本の日常生活体験」への関心についても高まっている。日本食、日常の暮らしや文化等は重要な観光資源であり、訪日外国人旅行者にとって魅力的なコンテンツとなる可能性が高いことがうかがえる（図表 I-39）。

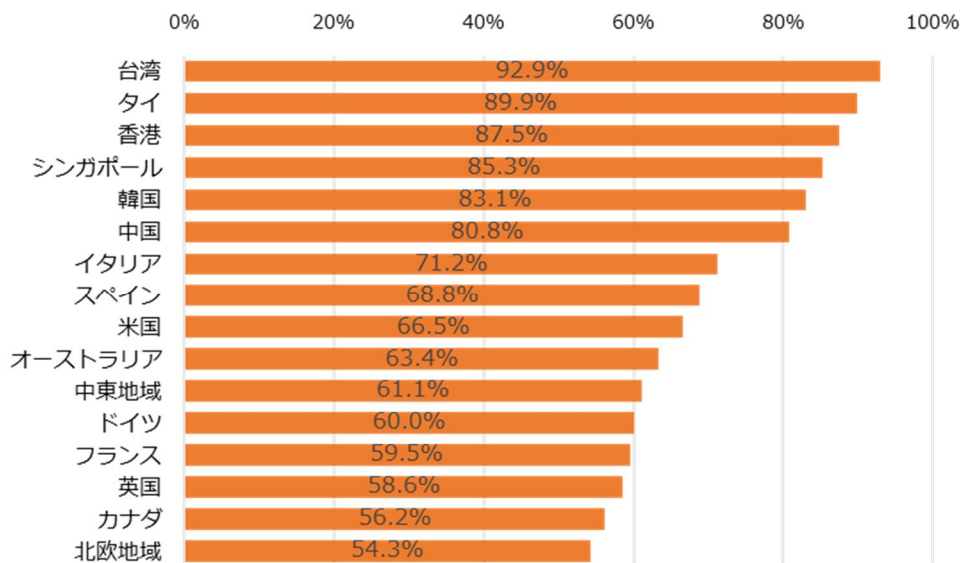
図表 I-39 訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたこと



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2019年及び2023年）により作成。

JNTO「VJ 重点市場基礎調査」において、対象国・地域別の大都市（東京都、大阪府・京都府）以外の地方エリア訪問意向をみると、東アジア及び東南アジア地域では、地方エリア訪問希望率は8割以上と高く、欧米豪地域では、5～7割程度となっている（図表 I-40）。

図表 I-40 地方エリアへの訪問希望率



資料：日本政府観光局（JNTO）「VJ 重点市場基礎調査」（2024年1月25日）に基づき観光庁作成。

注1：今後の訪日旅行で訪問したいエリア（日本全国を11エリアに分け、複数回答で調査）として、大都市（東京都、大阪府・京都府）以外のエリアを選択した国外旅行実施者の割合。

注2：調査対象は、東アジア・東南アジア地域は2017年から2023年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の国外旅行経験者、欧米豪・インド・中東地域は2017年（メキシコ及び中東地域は2015年）から2023年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の中長距離国外旅行経験者。なお、本調査は、訪日旅行時の具体的な体験内容等を把握するため、回答者の3分の1程度以上を訪日旅行経験者が占める割合で実施しており、訪日旅行経験者の割合は、各市場の実際の「国外旅行経験者における訪日旅行経験者の割合」と一致しない点に留意。

JNTO「VJ 重点市場基礎調査」における「今後の地方エリアへの訪問意向を高めるもの」のうち観光コンテンツについてみる。順番の前後はあるものの、「その土地ならではの飲食が楽しめる」、「その土地ならではの文化が体験できる」、「花見や紅葉、雪景色を楽しめる」は総じて選択率が高く、これらは地方エリア訪問への意向を高める重要なポイントとなり得ることが確認された。また、「温泉を楽しめる」は特に香港、韓国及び台湾で選択率が高かった（図表 I-41）。

図表 I-41 今後の地方エリアへの訪問意向を高めるもの（観光コンテンツ）

	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	英国	フランス	米国	オーストラリア
その土地ならではの飲食	41%	55%	43%	36%	39%	45%	33%	32%	32%	39%
その土地ならではの文化	32%	49%	37%	34%	40%	31%	34%	43%	33%	38%
花見や紅葉、雪景色	21%	46%	43%	37%	42%	38%	34%	26%	27%	47%
温泉	44%	43%	46%	30%	32%	35%	18%	16%	18%	27%
混雑がなくリラックスした時間が過ごせる	37%	44%	33%	26%	34%	31%	28%	16%	24%	34%
世界遺産等の有名な観光資源	14%	38%	26%	20%	30%	24%	26%	24%	21%	30%
地方部らしさのある宿泊施設	25%	27%	20%	21%	25%	17%	13%	21%	13%	18%
美しいビーチ	20%	17%	19%	18%	20%	16%	24%	15%	22%	15%

資料：日本政府観光局（JNTO）「VJ 重点市場基礎調査」（2024年1月25日）に基づき観光庁作成。

注1：調査対象は、東アジア・東南アジア地域は2017年から2023年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の国外旅行経験者、欧米豪・インド・中東地域は2017年（メキシコ及び中東地域は2015年）から2023年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の中長距離国外旅行経験者。

注2：「地方エリア」は、大都市（東京都、大阪府・京都府）以外のエリアを指す。

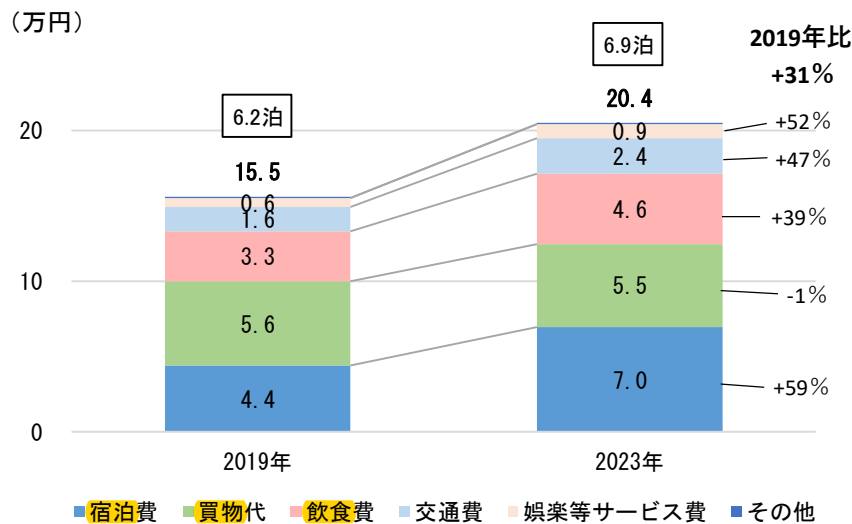
3 訪日外国人旅行者の消費動向

観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者の消費動向について、2023年と新型コロナウイルス感染拡大前の2019年の比較を行う。

2023年における訪日外国人旅行者の一人当たり旅行支出（消費単価）は20.4万円であり、2019年の15.5万円から約3割増加している。費目別にみると、2019年と比べ宿泊費、娯楽等サービス費¹⁴、交通費¹⁵等が大きく増加している。娯楽等サービス費は他の費目と比較して消費水準は低いものの、2019年の0.6万円から2023年の0.9万円へと約50%増加しており、体験消費を含む「コト消費」の成長の兆しがみられる。

消費単価が増加した背景としては、円高・物価上昇等の影響に加え、訪日外国人旅行者の滞在の長期化が考えられる。2023年の訪日外国人旅行者の平均泊数は6.9泊であり、2019年から増加している（図表I-42）。

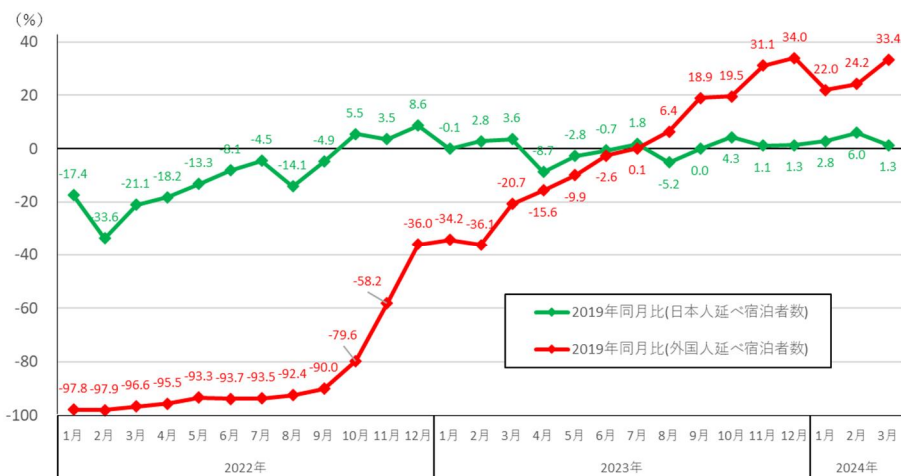
図表 I-42 消費単価及び平均泊数



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2019年及び2023年）により作成。
 注1：枠内の数値は平均泊数を示す。
 注2：消費単価は千の位、平均泊数は小数点第2位で四捨五入した値を表示している。

また、日本国内のホテル、旅館等における延べ宿泊者数（2019年同月比）の推移をみても、外国人延べ宿泊者数は2022年10月以降急速に回復し、2023年7月からは2019年水準を上回り好調に推移している（図表I-43）。

図表 I-43 延べ宿泊者数の推移（2019年同月比）

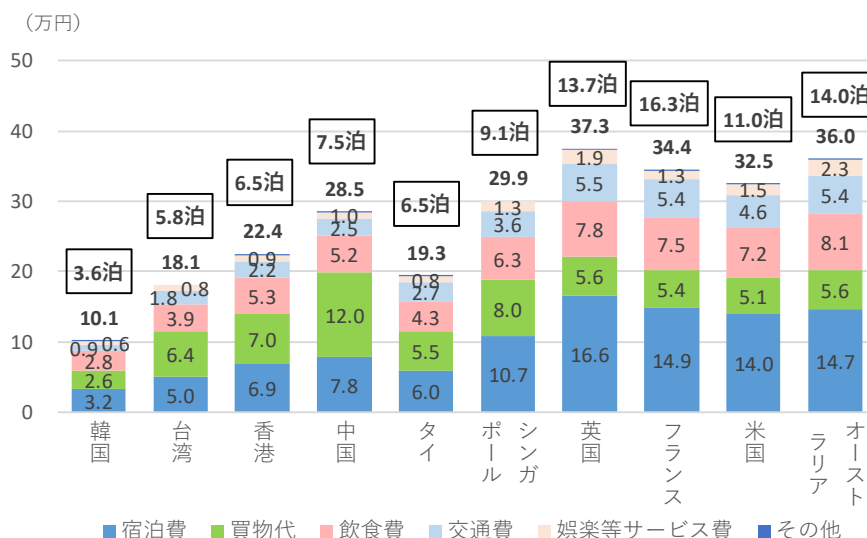


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注1：2023年1月から2024年3月までは速報値。

¹⁴ 国内での現地ツアー・ガイド代、テーマパークや美術館・博物館等の入場料、コンサート・演劇やスポーツ観戦のチケット代、スキーやスポーツ用品等のレンタル料等が含まれる。
¹⁵ 新幹線、鉄道、地下鉄やバス等の乗車券代やタクシー代、レンタカー代、飛行機代（国内移動のみ）等が含まれる。

国籍・地域別の消費単価をみると、日本に長く滞在する傾向がある欧米豪からの旅行者は宿泊費が高く、全体の消費単価も高い。中国をはじめとするアジアからの旅行者は、買物代の消費全体に占める割合が高い傾向にある（図表 I-44）。

図表 I-44 国籍・地域別消費単価及び平均泊数（2023年）

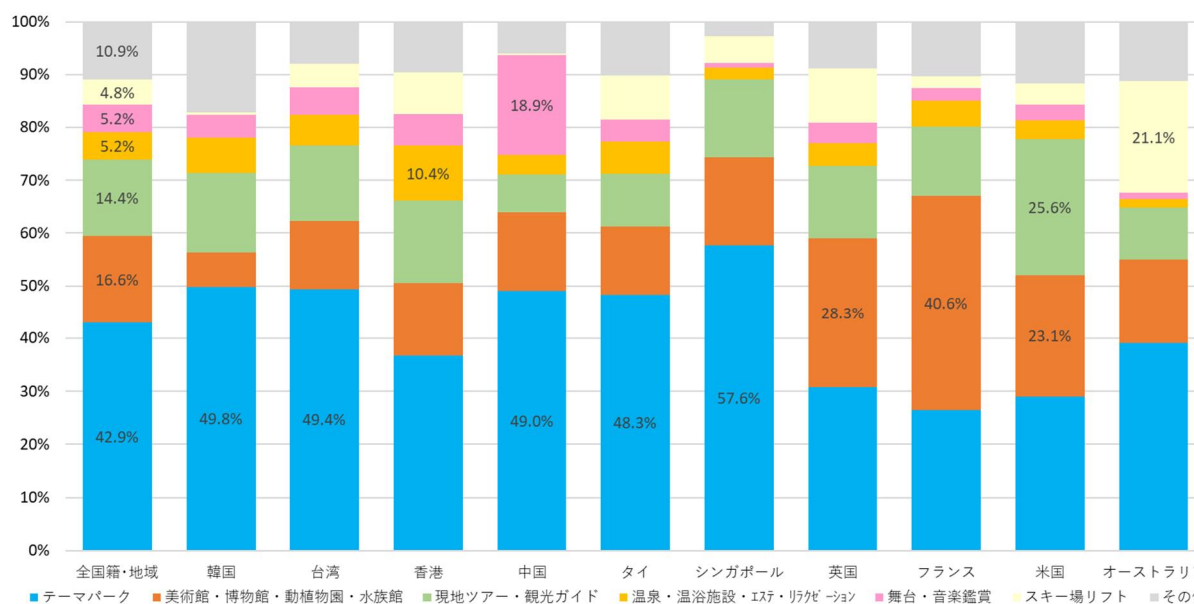


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2023年）により作成。
注1：枠内の数値は平均泊数を示す。

消費単価のうち娯楽等サービス費、交通費の詳細項目についてみると、国籍・地域により異なる傾向がみられる。

娯楽等サービス費の詳細項目のうち、アジアからの旅行者は「テーマパーク」の支出割合が高く、特にシンガポールは57.6%と高い。欧米からの旅行者は、「美術館・博物館・動植物園・水族館」の支出割合が高く、特にフランスでは40.6%となっている。地方部での消費に関連する項目としては、現地ツアー、温泉やスキー等が挙げられるが、米国は「現地ツアー・観光ガイド」、香港は「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」、オーストラリアは「スキー場リフト」といった項目の支出割合が高いという特徴がみられる。各地域においては、このような国籍・地域別の消費傾向を踏まえた体験コンテンツの作成やターゲット市場の設定が必要であると考えられる（図表 I-45）。

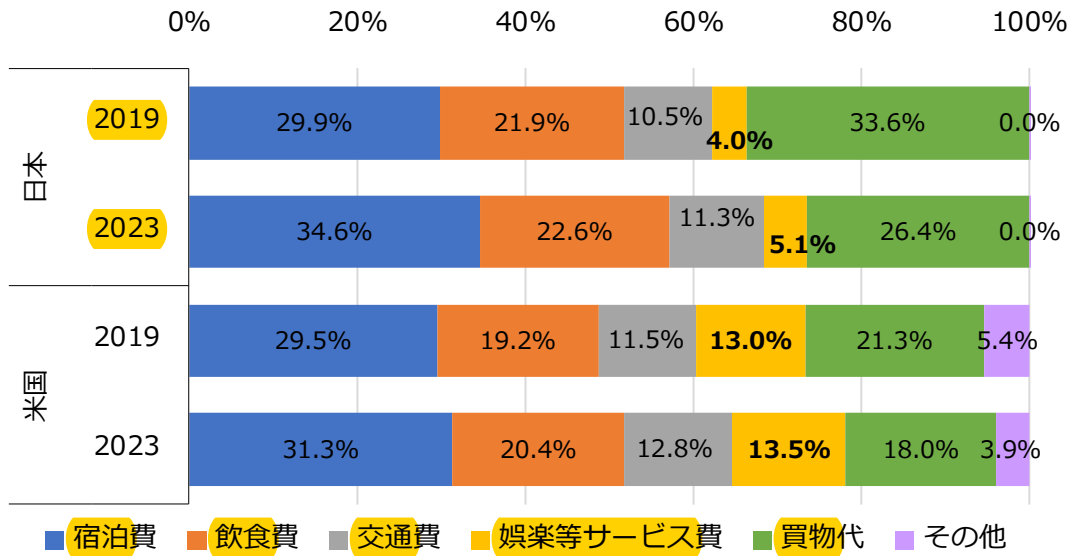
図表 I-45 国籍・地域別の娯楽等サービス費の構成比（2023年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2023年）により作成。
注1：その他は、「ゴルフ場・スポーツ施設利用料」、「スポーツ観戦」、「マッサージ・医療費」、「展示会・コンベンション参加費」、「レンタル料（レンタカーを除く）」、「その他娯楽等サービス費」を合計したもの。

日本の娯楽等サービス費の消費単価全体に占める割合は、2019年と比べて増加し、体験消費を含む「コト消費」の成長の兆しがみられるものの、米国と比較すると依然低い（図表 I-46）。

図表 I-46 日本・米国におけるインバウンド消費単価に占める費目別割合

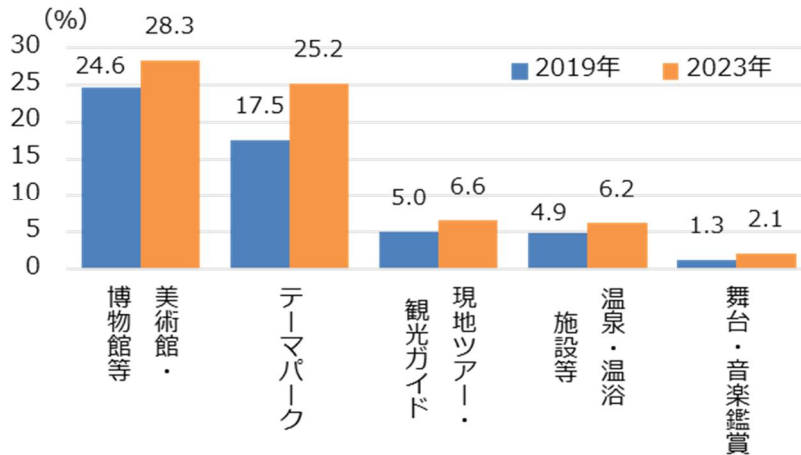


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、米国国際貿易局資料に基づき観光庁作成。

注1：米国は娯楽等サービス費として「Entertainment and Recreation」及び「Medical Services」の合計、交通費として「Additional Air Transportation」及び「Ground Transportation」の合計を使用。

また、観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者の「現地ツアー・観光ガイド」の購入率は1割未満である。訪日外国人旅行者の消費拡大に向けては、地域の魅力を生かした高付加価値な体験ツアーの造成や発信等による娯楽等サービス費の底上げが課題となっている（図表 I-47）。

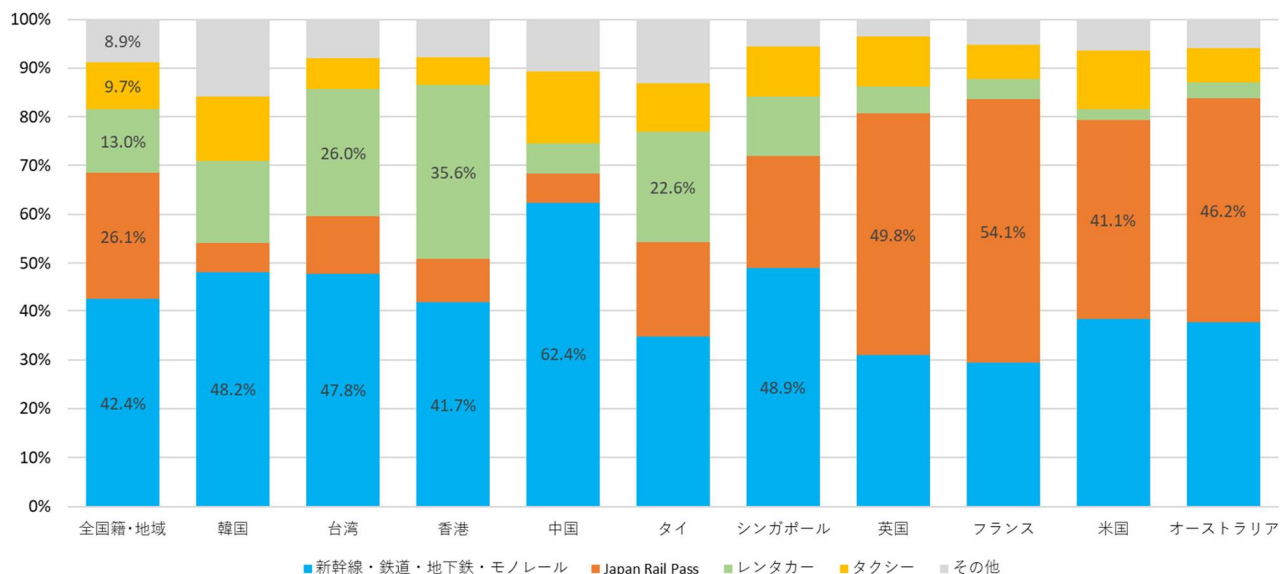
図表 I-47 訪日旅行の娯楽等サービス費項目の購入率（全国籍・地域、購入率上位5項目）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2019年及び2023年）により作成。

次に、交通費の詳細項目をみると、いずれの国籍・地域の旅行者も「新幹線・鉄道・地下鉄・モノレール」や「Japan Rail Pass¹⁶」への支出割合が高く、鉄道等を利用して国内を移動している割合が高いことがわかる。また、台湾や香港からの旅行者は、「レンタカー」の支出割合が高く、アジアでは一定数の利用がみられる（図表 I-48）。

図表 I-48 国籍・地域別の交通費の構成比（2023年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2023年）により作成。

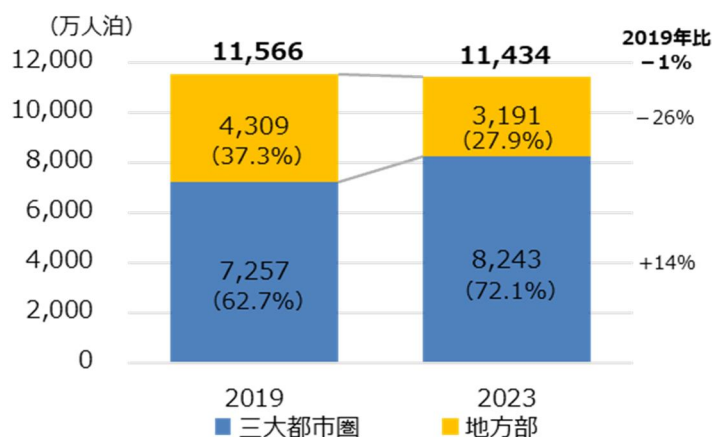
注1：その他は、「航空（日本国内移動のみ）」、「バス」、「船舶（日本国内移動のみ）」、「その他交通費」を合計したもの。

4 訪日外国人旅行者の地方誘客の状況

我が国のインバウンド需要が堅調に回復している一方で、訪日外国人旅行者の滞在と消費を三大都市圏と地方部で比較すると、いずれも三大都市圏に集中している。

2023年の三大都市圏における外国人延べ宿泊者数の割合は、全体の7割強を占め、2019年と比べて約1割増加している。これは、三大都市圏における外国人延べ宿泊者数は2019年比14%増であったのに対し、地方部では同26%減であり、地方部でのインバウンド需要の回復が遅れていることによる。また、2023年の観光・レジャー目的の訪日外国人旅行消費額を都道府県別にみると、東京都、大阪府及び京都府が顕著に高く、三大都市圏に偏っていることがわかる（図表 I-49、図表 I-50）。

図表 I-49 外国人延べ宿泊者数の三大都市圏・地方部別割合

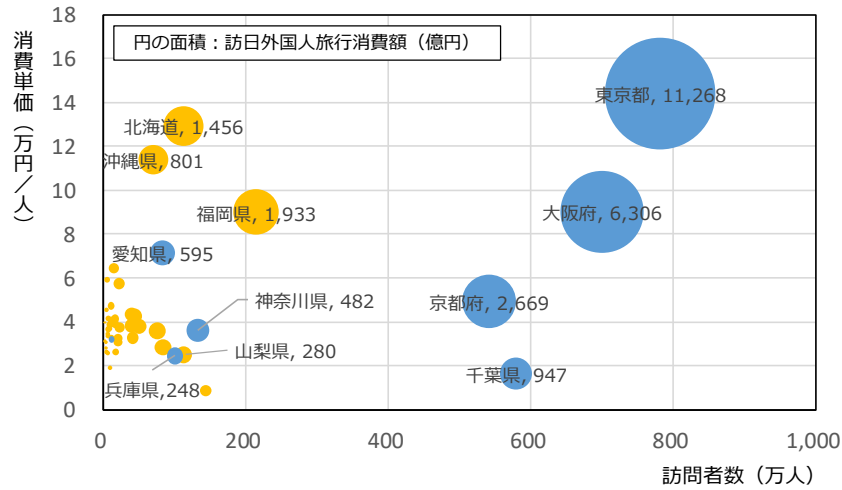


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年、2023年）

注1：2023年は速報値。

¹⁶ 観光目的の短期滞在で訪日する外国人等、利用資格を満たす旅行者を対象に、JRグループ6社が共同して提供するJR各社の鉄道及び路線バス等が乗り降り自由で利用できる特別企画乗車券。

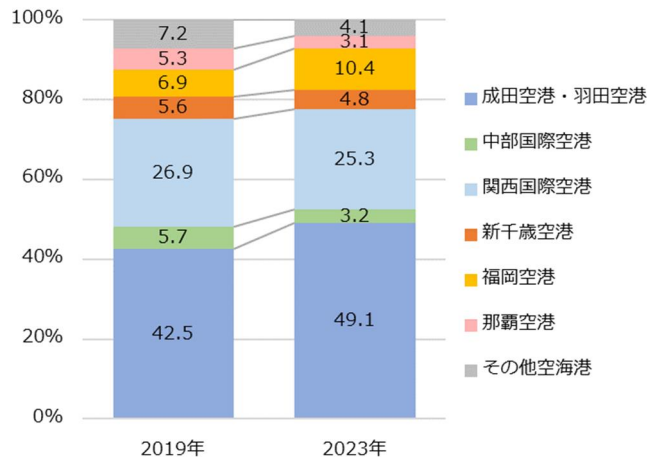
図表 I -50 訪日外国人旅行者の都道府県別訪問者数、消費単価及び旅行消費額



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査（観光・レジャー目的、2023年4-12月期（参考値））により作成。
 注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。
 注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。
 注3：「訪問者数」は、各都道府県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。「消費単価」は、各都道府県への訪問者（日帰りでの訪問を含む。）の各都道府県における一人当たり旅行支出。

訪日外国人旅行者の滞在と消費のいずれも三大都市圏に集中している背景には、三大都市圏からの入国者割合が上昇したことが一因として考えられる。2023年は、2019年と比べ、三大都市圏にある空港のうち成田国際空港及び東京国際空港（羽田空港）からの入国者割合が増加した。他方、福岡空港を除き、地方空港は回復が遅れており、2019年と比べ入国者割合が減少している。この背景には、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年には215万人であった訪日クルーズ旅客の回復の遅れも影響している（図表 I -51）。

図表 I -51 入国者の入国空海港別割合



資料：出入国在留管理庁「出入国管理統計」（2019年、2023年）
 注1：本グラフでの「その他空海港」は「出入国管理統計」の入国空港・海港における、成田空港、東京国際空港（羽田空港）、中部国際空港、関西国際空港、新千歳空港、福岡空港及び那覇空港以外の空港・港湾。

インバウンドの地方誘客に必要な取組の方向性について把握するため、JNTO「VJ 重点市場基礎調査」における「今後の地方エリアへの訪問意向を高めるもの」のうち「アクセシビリティ・受入体制」についてみてみる。いずれの国籍・地域も「地方部への・地方部におけるアクセスに不安がないこと」や「言葉の心配がない」といった項目が上位に入っている。また、アジアにおいては「自国から日本の地方空港への直行便」が地方エリアへの訪問意向を高める重要な要素となっている。本調査結果から、交通の確保・充実や多言語対応等の受入面の環境整備が、地方部への訪問意欲の向上に欠かせないことがわかる（図表 I-52）。

図表 I-52 今後の地方エリアへの訪問意向を高めるもの（アクセシビリティ・受入体制）

	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	英国	フランス	米国	オーストラリア
自国から日本の地方空港への直行便	28%	35%	25%	23%	28%	34%	-	-	-	-
地方部への・地方部におけるアクセス	24%	41%	31%	16%	24%	25%	25%	19%	24%	32%
言葉の心配がない	15%	25%	20%	17%	24%	25%	24%	17%	22%	30%
情報が母国語や英語で得られる	14%	22%	19%	16%	21%	24%	23%	15%	21%	26%
子どもにやさしい、家族全員が楽しめる	10%	30%	23%	17%	25%	17%	15%	8%	15%	13%
利用施設やサービスのオンライン予約	18%	20%	19%	18%	26%	13%	13%	12%	12%	15%
多くの人を訪れていない	8%	17%	19%	11%	18%	11%	15%	23%	17%	16%
キャッシュレス決済	11%	21%	13%	16%	20%	17%	15%	9%	15%	20%
現地ガイドがアテンドしてくれるサービス	10%	15%	12%	13%	21%	12%	12%	16%	13%	16%

資料：日本政府観光局（JNTO）「VJ 重点市場基礎調査」（2024年1月25日）に基づき観光庁作成。

注1：調査対象は、2017年から2023年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の中長距離国外旅行経験者。

注2：「地方エリア」は、大都市（東京都、大阪府・京都府）以外のエリアを指す。

5 インバウンド観光の現状と課題に係るまとめ

世界のインバウンド需要が回復する中で、訪日旅行についても、回復の開始時期は遅かったものの堅調に回復している。2023年の訪日外国人旅行消費額は過去最高となり、その背景としては滞在の長期化や円安・物価上昇等が挙げられる。

世界の旅行者の傾向として、旅行目的や旅行ニーズの多様化がみられ、持続可能な観光や地域貢献といったサステナブルな機運が高まっている。加えて、あまり知られていない魅力ある地域への訪問ニーズがあり、その地域ならではの体験に対する関心が高いこともわかった。

他方、訪日外国人旅行者の滞在と消費は三大都市圏に集中しており、地方誘客、地方部の消費拡大のより一層の推進が必要である。そのためには、地域ならではの魅力を生かし、高付加価値な体験ツアーの造成等の取組を強化するとともに、交通サービスの確保・充実や多言語対応等、受入面の環境整備も一層推進していく必要がある。

コラム I - 2 スキー・スノーボードによる経済効果の試算

本節でも確認したとおり、2023年の訪日外国人旅行者の消費動向をみると、体験消費を含む「コト消費」の成長の兆しがみられる。地方部における消費拡大に向けては、地域の観光資源を生かした「コト消費」の拡大が重要な要素であると考えられることから、「コト消費」の中で訪日外国人旅行消費額の押し上げ効果が高い項目を探り、押し上げ効果の試算を試みた。

○「コト消費」の体験の有無別の消費単価

観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2023年）における「今回の日本滞在中にしたこと」及び消費額の結果を用いて、訪日旅行における体験の有無別に一人当たり旅行支出（消費単価）を算出したところ、「治療・検診（48.9万円）」、「スポーツ観戦（34.2万円）」、「スキー・スノーボード（32.8万円）」の順に、体験した旅行者の消費単価が高かった。これら上位3項目のうち、体験した旅行者数が最も多いのは「スキー・スノーボード」であった。

「今回の日本滞在中にしたこと」体験の有無別の消費単価（2023年）

	体験あり (円)	体験なし (円)	(参考) 体験した旅行者数 (万人)
治療・検診	489,471	210,392	17.5
スポーツ観戦	341,633	209,853	47.3
スキー・スノーボード	327,581	209,774	54.6

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2023年）、JNTO「訪日外客数」に基づき観光庁作成。

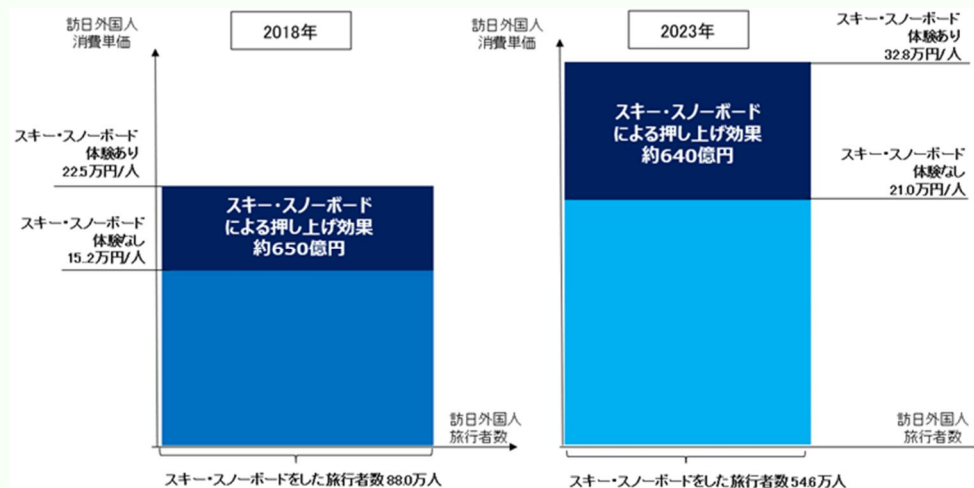
注1：体験別（体験あり）の消費単価の上位3位を掲載。

注2：体験した旅行者数は、「一般客数」（JNTO「訪日外客数」から「クルーズ客数（法務省の船舶観光上陸許可数）」を除いた人数）に、「訪日外国人消費動向調査」（2023年）の「今回の日本滞在中にしたこと」の選択率をそれぞれ掛けて算出。

注3：訪日外国人の消費単価（2023年）は21.3万円。

○ スキー・スノーボードによる経済効果の試算

そこで、2023年のスキー・スノーボードによる訪日外国人旅行消費額全体の押し上げ効果について、体験の有無別の消費単価の差額と体験した旅行者数を掛け合わせて簡易的に試算してみると、643億円となった。令和元年版観光白書において試算した2018年と比較すると、スキー等を体験した旅行者数は減少したものの、全体として消費単価が増加したため、押し上げ効果は2018年と同程度であった。



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018年、2023年）、JNTO「訪日外客数」に基づき観光庁作成。

注1：「今回の日本滞在中にしたこと」において「スキー・スノーボード」を体験した割合及び体験有無別の消費単価を用いて試算した値。体験有無別の消費額の差分を「押し上げ効果」とした。

スキー・スノーボードを中心としたスノーリゾートは、訪日外国人旅行者の地方部での長期滞在や消費拡大を図る上で鍵となるコンテンツであることから、観光庁では、国際競争力の高いスノーリゾート形成に向けて、索道施設の新設や高機能な降雪機の導入、受入環境整備、各種プロモーション等の戦略的な実施を促進している。

コラム I-3 オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた取組

○「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」の策定

国内外の観光需要は急速に回復し、全国各地の多くの観光地が賑わいを取り戻している。他方、本節で示したとおり、訪日外国人旅行者の宿泊先は、三大都市圏に集中しており、新型コロナウイルス感染拡大前より三大都市圏への偏在傾向が強まっている。

こうした中で、観光客が集中する一部の地域や時間帯等によっては、公共交通機関の混雑や交通渋滞、写真撮影のための私有地への立入り、ごみの投棄といった過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響、旅行者の満足度の低下への懸念も生じており、適切な対処が必要となっている。

これらの課題に対処するため、2023年10月に開催された第21回観光立国推進閣僚会議において、①観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応、②地方部への誘客の推進、③地域住民と協働した観光振興の取組を柱とする「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」が決定された。この対策パッケージに基づき、地方部への誘客をより一層強力に推進するとともに、観光客の受入と住民の生活の質の確保を両立するために地域自身があるべき姿を描いて、実情に応じた具体策を講じることに對し、国として総合的な支援を行うこととしている。

オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ:概要

令和5年10月18日 観光立国推進閣僚会議決定

1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応	2. 地方部への誘客の推進
<ul style="list-style-type: none"> ■ 受入環境の整備・増強 <ul style="list-style-type: none"> 観光客向け乗合タクシーの運行 ■ 需要の適切な管理 <ul style="list-style-type: none"> 景勝地へのマイカー規制 ■ 需要の分散化・平準化 <ul style="list-style-type: none"> 博物館における夜間特別イベント ■ マナー違反行為の防止・抑制 <ul style="list-style-type: none"> マナー啓発看板 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 11モデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくり ■ 全国各地で特別な体験や期間限定の取組等を自然、文化、食、スポーツ等の様々な分野で創出し全世界に発信 ■ 中部山岳国立公園、やんばる国立公園など4国立公園における魅力向上とブランド化
3. 地域住民と協働した観光振興	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の関係者によるオーバーツーリズムの未然防止・抑制のための取組計画の策定、実践 ・ 計画に基づく実証や取組の本格実施への包括的な支援を全国約20地域で実施し、先駆モデルを創出 	

○ 先駆モデル地域の選定

「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」(令和5年度補正予算)において、地域の関係者による協議の場の立ち上げや、課題分析に基づく具体的な対策計画の策定、取組の実施について支援していくこととしており、2024年3月に「先駆モデル地域」として全国20地域を選定している。

先駆モデル地域一覧(2024年3月)

【採択地域及び主な取組構想】※順不同

公共交通等の混雑対策


- ① 京都：「観光特急バス」の新設、地下鉄等への誘導、手ぶら観光の拡充
- ② ニセコエリア：タクシー不足対策「ニセコモデル」の拡大
- ③ 蔵王：ロープウェイの変動価格導入、混雑状況可視化
- ④ 川越：パーク&ライドの強化、駐車場等の混雑情報発信
- ⑤ 箱根：「箱根観光デジタルマップ」を活用した分散・平準化
- ⑥ 出雲大社：駐車場料金変動制の導入

マナー違反対策

- ⑦ 美瑛：AIカメラを活用した、農地など私有地への無断立入行為の抑制
- ⑧ 鎌倉・藤沢：カメラ設置による写真撮影時のマナー違反行為の抑制
- ⑨ 白川郷：発地団・地域の分析に基づく旅マエを含むマナー啓発の強化
- ⑩ 奈良公園・山の辺の道：景観保護活動への観光客の参画

自然環境保護

- ⑪ 西表島：エコツーリズム推進法に基づく立入制限の導入
- ⑫ 奥入瀬：車両乗入規制の実施、利用者負担導入の検討
- ⑬ 富士山吉田口：登山者数の条件設定及び通行料の導入
- ⑭ 富士山富士宮口、御殿場口、須走口：登山計画等を事前登録する入山管理システムの導入
- ⑮ 阿蘇：EV・自転車活用による環境負荷の低減



必要の分散・周遊促進等

- ⑯ 宮島・宮島口：宮島側ターミナルの改良、混雑状況可視化
- ⑰ 浅草：浅草寺周辺の混雑対策、道路空間の活用
- ⑱ 佐渡：島内二次交通の強化、周遊の促進
- ⑲ 高野山：データを活用した参拝観光客の分散・平準化
- ⑳ 仁淀川流域：新たな観光スポットの受入環境整備、周遊コンテンツの充実

第2節 地方部におけるインバウンド観光の動向と地域の取組事例

2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、「持続可能な観光」、「消費額拡大」に加え、「地方誘客促進」をキーワードに、観光の質の向上を目指すことを掲げている。世界の観光需要の回復を背景に、2023年の訪日外国人旅行消費額は5.3兆円と過去最高水準となったものの、前節で示したとおり、インバウンド需要は三大都市圏¹⁷に集中しており、訪日外国人旅行者の地方誘客の一層の促進や地方部での消費拡大が課題となっている。

本節では、訪日外国人旅行者の訪問地の傾向や消費動向の実態を把握するため、訪日外国人旅行者関連の統計データを用い、三大都市圏・地方部別や地方部の道県別分析を行う。また、インバウンド需要が堅調に回復している地方部の道県のうち、豊かな自然や文化等の地域独自の観光資源を活用し、消費拡大等に向け特筆すべき取組を行う地域を事例として取り上げ、今後のインバウンド施策の方向性を探ることとしたい。

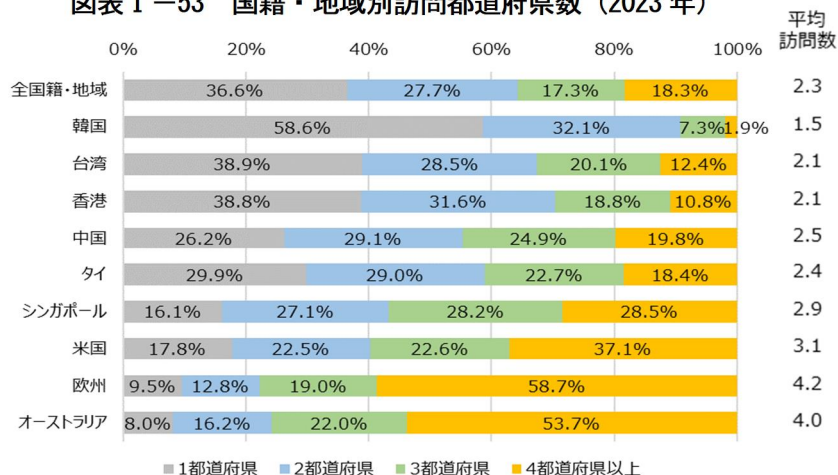
1 地方部におけるインバウンド観光の動向

(1) 三大都市圏及び地方部におけるインバウンド観光の動向

a) 訪日外国人旅行者の訪問・滞在動向

はじめに、観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者が1回の訪日旅行において訪れた都道府県数（訪問都道府県数）をみると、平均泊数が長い国籍・地域の旅行者ほど多くの都道府県を訪問していることがわかる。平均泊数が比較的短い韓国からの旅行者をみると、約9割が1又は2都道府県しか訪問していないのに対し、比較的長く滞在する傾向のある欧州やオーストラリアからの旅行者では、5～6割程度の旅行者が4都道府県以上訪問している（図表I-53）。

図表 I-53 国籍・地域別訪問都道府県数（2023年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」個票データ（観光・レジャー目的、2023年）により作成。

注1：「訪問都道府県」は、各都道府県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。

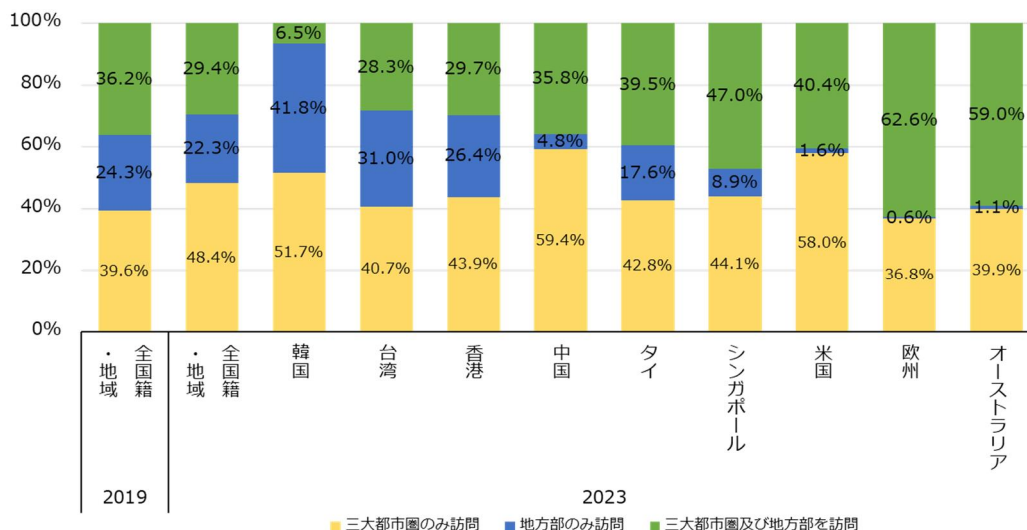
注2：欧州は英国、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア及びスペインの合計。

続いて、訪日外国人旅行者の地方部の訪問や滞在の状況を把握するため、旅行者の三大都市圏及び地方部の訪問パターン別構成割合に着目する。2023年の地方部訪問者（地方部のみ訪問者並びに三大都市圏及び地方部の両方を訪問した者の合計）は、訪日外国人旅行者全体の約52%であり、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（約61%）から減少している。旅行者の国籍・地域別にみると、地方訪問者のうち、韓国、台湾及び香港からの旅行者は、地方部のみ訪問した旅行者の割合が高い。他方、欧米豪からの旅行者¹⁸は、三大都市圏及び地方部の両方を訪問した旅行者が大半を占める（図表I-54）。

¹⁷ 本節において、三大都市圏は、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府及び兵庫県¹⁸の8都府県、地方部は、三大都市圏以外の道県とする。

¹⁸ 欧米豪からの旅行者は、地方空港への直行便が利用可能な東アジアからの旅行者とは異なり、訪日旅行の目的地が地方部である場合でも、入国・出国前後は三大都市圏に一時的に宿泊する必要があると考えられる。このため、三大都市圏及び地方部の両方を訪問した旅行者には、地方部に長期間滞在し、入国・出国前後のみ三大都市圏に宿泊した旅行者も含まれる。

図表 I -54 三大都市圏及び地方部の訪問パターン別構成割合



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2019年4-12月期及び2023年4-12月期（参考値））により作成。

注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。

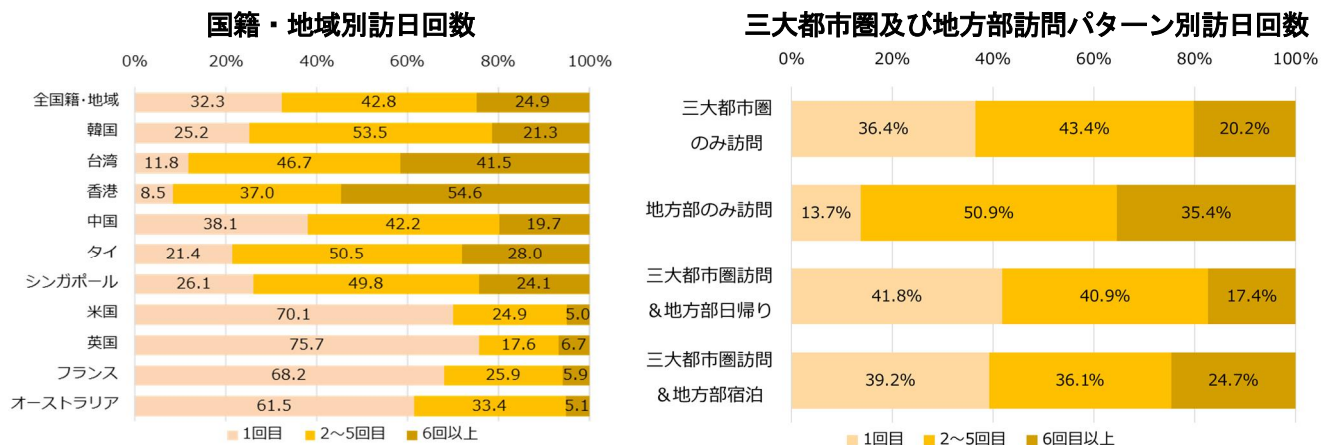
注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

注3：「訪問」は、三大都市圏や地方部に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。

注4：欧州は英国、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア及びスペインの合計。

地方部への訪問は日本への来訪回数とも関係すると考えられるため、訪日外国人旅行者の国籍・地域別や訪問パターン別の訪日回数に着目する。国籍・地域別にみると、訪日リピーター客（2回以上訪日）の割合は全国籍・地域では約68%に対し、アジアにおいて高く、特に香港と台湾では9割前後となっている。両国・地域の旅行者のうち4～5割前後は6回以上も日本を訪れている。また、三大都市圏及び地方部の訪問パターン別にみると、地方部のみ訪問者の9割弱が訪日リピーター客である。これらを踏まえると、日本を何度も訪れる東アジアのリピーター客が地方を中心に訪問している可能性がうかがえる。他方、三大都市圏及び地方部の両方を訪問した旅行者をみると、初めての訪日旅行であっても一定数の旅行者が三大都市圏のみならず地方部にも足を運んでいることがうかがえる（図表 I -55）。

図表 I -55 国籍・地域別及び訪問パターン別訪日回数（2023年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」により作成。左図は観光・レジャー目的の2023年値。右図は地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2023年4-12月期（参考値））により作成。

注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。

注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

注3：「訪問」は、三大都市圏や地方部に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。

b) 訪日外国人旅行者の三大都市圏及び地方部における消費動向

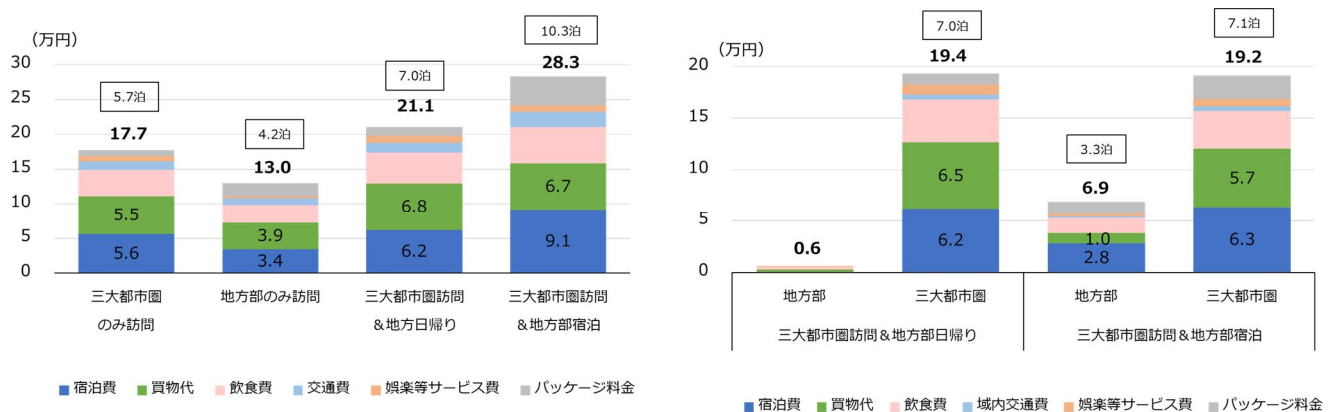
次に、観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者のうち、地方部訪問者の消費の特徴や三大都市圏、地方部それぞれにおける消費動向を明らかにしたい。

三大都市圏及び地方部の訪問パターン別の一人当たり旅行支出（消費単価）等を見ると、地方部のみ訪問した旅行者の消費単価は13.0万円、平均泊数は4.2泊であり、三大都市圏のみ訪問した旅行者と比べると、平均泊数が短く消費単価も低い。消費単価の費目別内訳をみると、地方部のみ訪問した旅行者は、三大都市圏のみ訪問した旅行者と比べ宿泊費や買物代等の消費単価が低いことがわかる。

また、三大都市圏及び地方部の両方を訪問した旅行者は、三大都市圏のみ又は地方部のみ訪問した旅行者と比べ、平均泊数が長く消費単価も高い。両方訪問者の三大都市圏、地方部それぞれの地域における消費単価をみると、地方部宿泊旅行者の地方部での消費単価は6.9万円であり、地方部日帰り旅行者（0.6万円）の約11倍である。地方部に滞在することで、宿泊費以外にも、飲食費や買物代等の消費単価が地方部日帰り旅行者の消費単価を大きく上回っている。

これらの結果を踏まえると、地方部での消費拡大に向けては、地方部において日帰り客の誘客のみならず、消費誘発効果が大きい「滞在」を促進することが極めて重要である。また、主に東アジアからの旅行者でありリピーターが多い地方部のみ訪問者の消費は、地方経済に与える影響が大きい。このため、地方部のみ訪問者の再訪促進や長期滞在を促す取組も重要である（図表I-56）。

図表 I-56 訪問パターン別消費単価及び平均泊数（2023年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2023年4-12月期（参考値））により作成。

注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。

注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

注3：「訪問」は、三大都市圏や地方部に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。なお、2023年4-12月の訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）全体に占める日帰り旅行者の割合は0.1%。

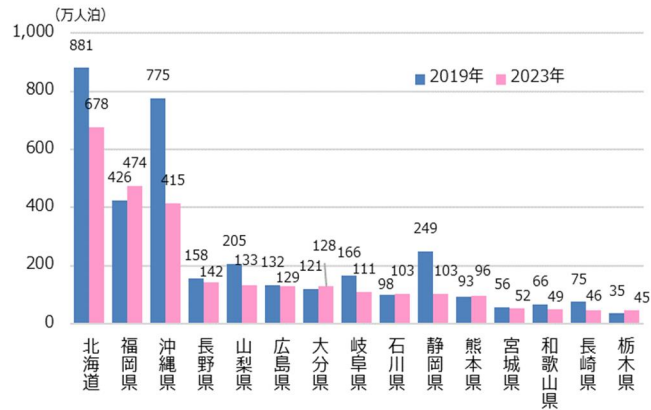
(2) 地方部におけるインバウンド観光の道県別動向

a) 道県別にみた宿泊の動向

地方部での消費拡大に向けては、地方部での「滞在」が重要な要素であることから、道県別の宿泊の状況や新型コロナウイルス感染拡大前の2019年からの変化をみている。

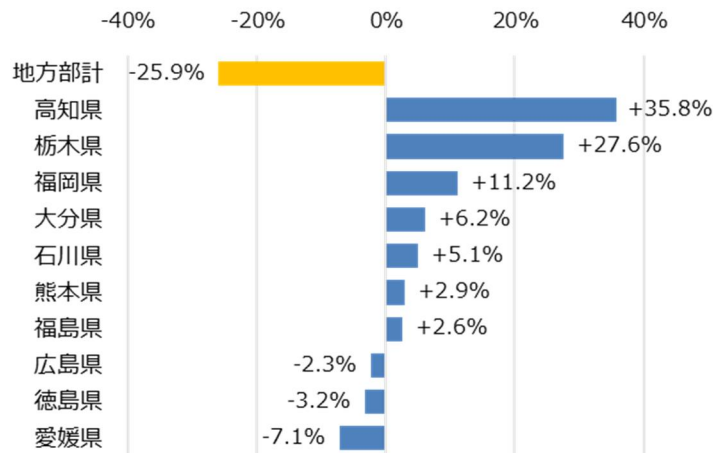
2023年の外国人延べ宿泊者数を地方部上位15道県についてみると、北海道、福岡県及び沖縄県の延べ宿泊者数が突出して大きく、地方部の宿泊はこれら3道県に集中していることがわかる。このうち福岡県では2019年と比べ延べ宿泊者数が増加しているが、北海道及び沖縄県は回復が遅れている。その他の県について、多くの県では2019年水準まで回復していないものの、高知県、栃木県、大分県、石川県、熊本県等では2019年と比べ宿泊者数の増加がみられる（図表I-57、図表I-58）。

図表 I-57 地方部における道県別外国人延べ宿泊者数（2023年における上位15道県）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年、2023年）
注1：2023年は速報値。

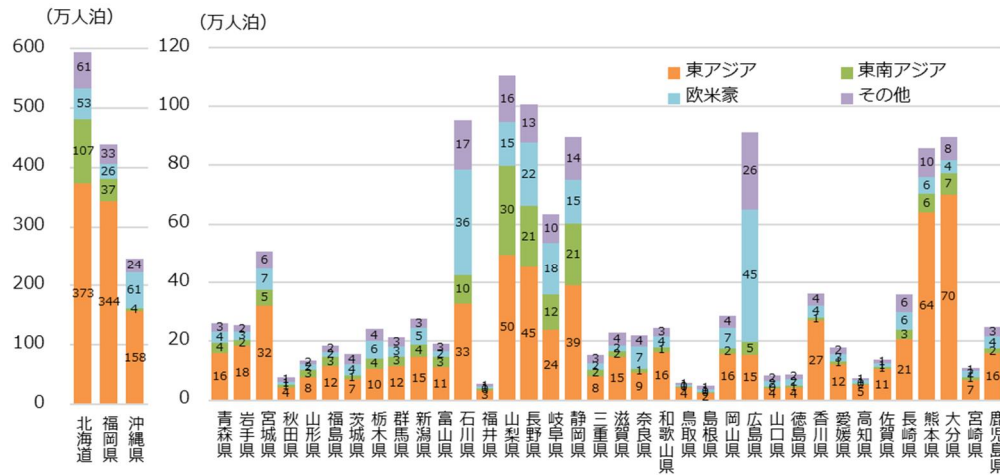
図表 I-58 地方部における道県別外国人延べ宿泊者数の2019年比（2023年、上位10県）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年、2023年）
注1：2023年は速報値。

次に、地方部における国籍・地域別にみた宿泊の現状を把握する。地方部において外国人延べ宿泊者数が集中している北海道、福岡県及び沖縄県では、東アジアからの宿泊者が多い。その他、大分県、熊本県等の九州各県では東アジア、山梨県、静岡県、長野県といった中部各県では東南アジアからの宿泊者が比較的多い傾向がみられる。また、欧米豪の宿泊者数は広島県や石川県で多くなっている（図表I-59）。

図表 I -59 地方部における国籍・地域別にみた道県別外国人延べ宿泊者数（2023 年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2023 年）

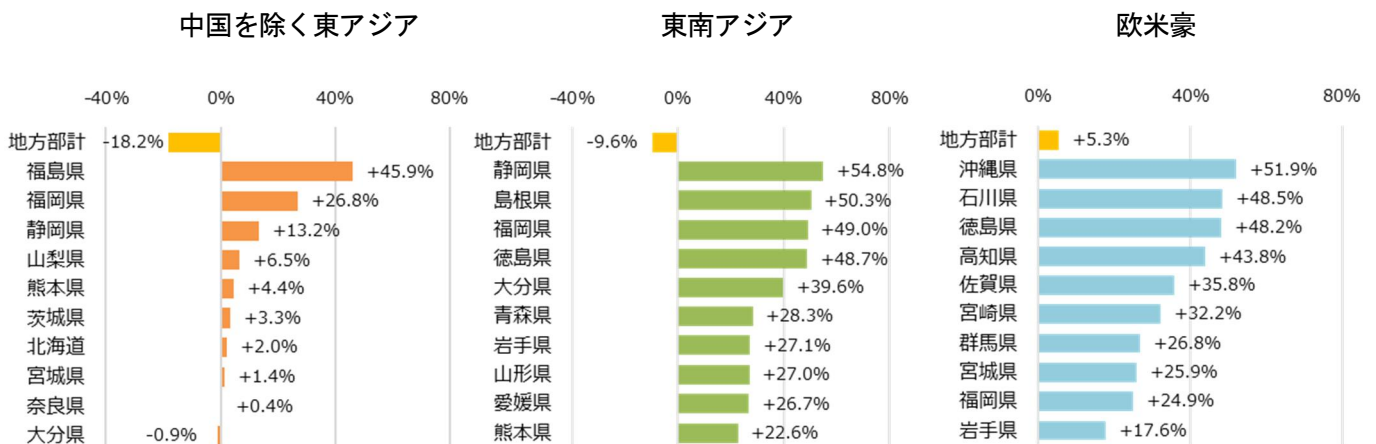
注 1：従業者数 10 人以上の施設を対象とした数値。東アジアは韓国、中国、香港及び台湾の合計、東南アジアはシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム及びフィリピンの合計、欧米豪は米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、ロシア、オーストラリア、イタリア及びスペインの合計。その他は、上記の東アジア、東南アジア及び欧米豪以外の国籍・地域の宿泊者であり、国籍不詳を含む。

注 2：2023 年は速報値。

新型コロナウイルス感染拡大前の 2019 年からの変化をみると、全体の宿泊者数が増加した福岡県では、中国を除く東アジア、東南アジア、欧米豪からの旅行者がいずれも大きく増加している。なかでも 2019 年に日韓関係悪化により落ち込んでいた韓国からの旅行者の延べ宿泊者数の増加の寄与が大きい。北海道及び沖縄県では、ともに中国からの旅行者が 2019 年から大きく減少したこと等から、全体の延べ宿泊者数は 2019 年を下回っている。

北海道、福岡県、沖縄県以外の県についてみると、中国を除く東アジアからの旅行者の延べ宿泊者数は、福島県、静岡県、山梨県、熊本県等において 2019 年より増加しており、東南アジアからの旅行者については、静岡県、島根県、徳島県等で増加が大きい。欧米豪からの旅行者は、地方部全体として 2019 年より増加しており、特に石川県、四国や九州各県で顕著に増加している（図表 I -60）。

図表 I -60 地方部における国籍・地域別にみた道県別外国人延べ宿泊者数の 2019 年比（2023 年、上位 10 道県）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019 年、2023 年）

注 1：従業者数 10 人以上の施設を対象とした数値。東アジアは韓国、中国、香港及び台湾の合計、東南アジアはシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム及びフィリピンの合計、欧米豪は米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、ロシア、オーストラリア、イタリア及びスペインの合計。その他は、上記の東アジア、東南アジア及び欧米豪以外の国籍・地域の宿泊者であり、国籍不詳を含む。

注 2：2023 年は速報値。

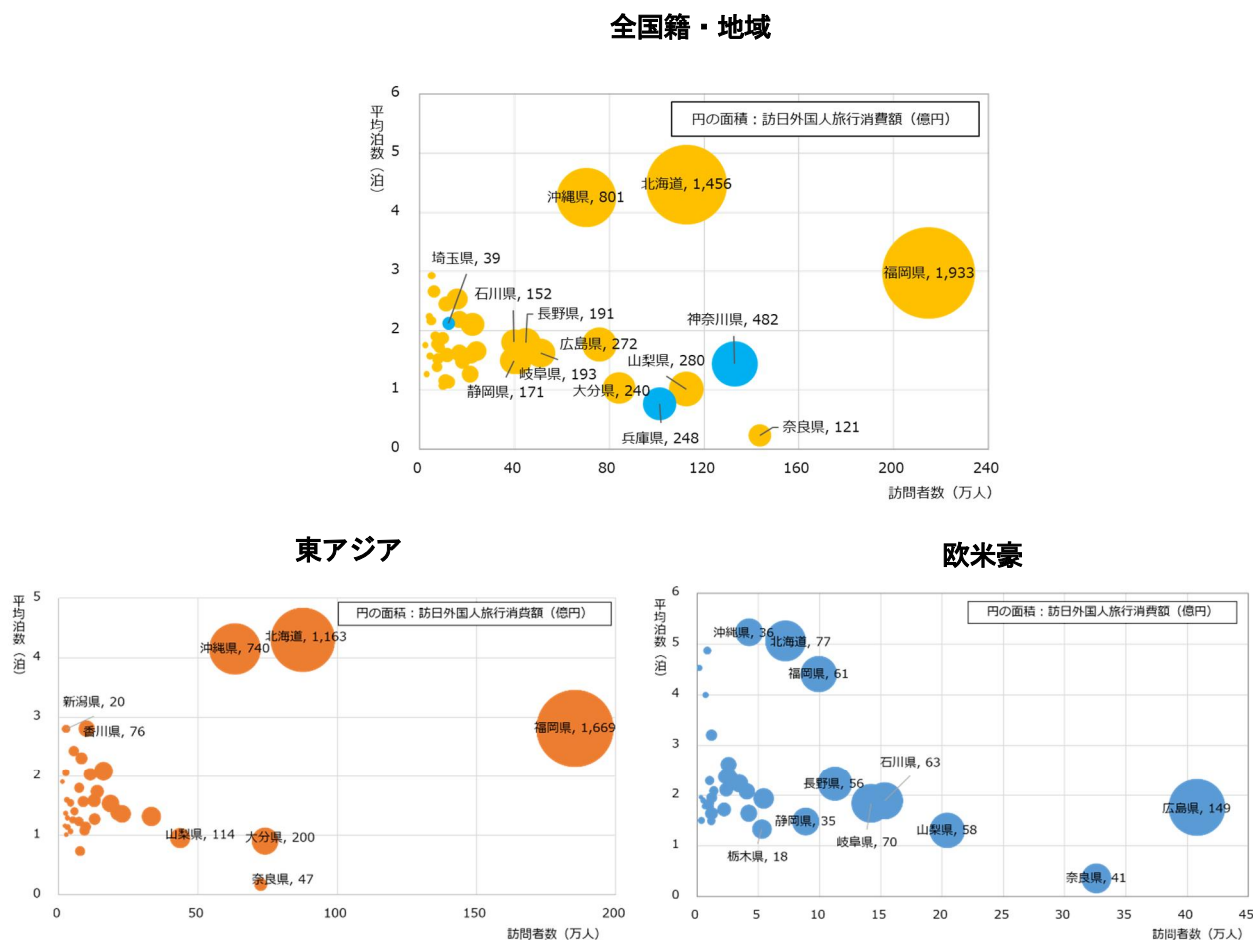
b) 道県別にみた訪日外国人旅行消費額等の動向

地域活性化の観点からは、訪日外国人旅行者の地方部への誘客のみならず、消費拡大を図り、インバウンド需要を地方経済に確実に取り込んでいくことが重要である。このため、観光・レジャー目的の訪日外国人旅行消費額（旅行消費額）のうち、地方部の道県別旅行消費額を概観する。地域における旅行消費額は、地域における「一人当たり旅行支出」×「訪問者数（日帰り客を含む）」であり、「一人当たり旅行支出」は滞在期間の影響が大きいことから、平均泊数と訪問者数の指標についても併せてみていく。

全国籍・地域の旅行者の道県別旅行消費額をみると、外国人延べ宿泊者数が多い福岡県、北海道及び沖縄県では突出して大きい。福岡県は、訪問者数が地方部の道県の中で最も多く、旅行消費額を押し上げている。北海道と沖縄県は訪問者数が多いとともに、平均泊数が他県と比べて長いことが押上げの要因となっている。

東アジアからの旅行者に絞ると、旅行消費額は、福岡県、北海道及び沖縄県に顕著に集中しており、訪問者数が比較的多い大分県や山梨県でも大きい。他方、欧米豪からの旅行者に絞ると、訪問者数が最も多い広島県の旅行消費額が最も大きい。また、平均泊数が長い北海道や福岡県のほか、岐阜県や石川県、山梨県等、東京都と大阪府・京都府の間にあるいわゆるゴールデンルート上やゴールデンルートからアクセスしやすい県の旅行消費額が比較的大きいことが確認できる（図表 I-61）。

図表 I-61 地方部における道県別訪問者数、平均泊数及び旅行消費額（2023年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2023年4-12月期（参考値））により作成。

注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。「地域調査」は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

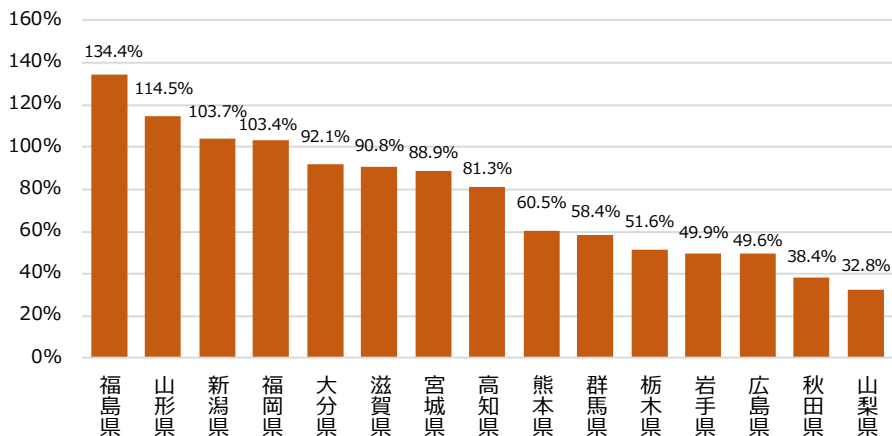
注2：「訪問者数」は、各道県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰り訪問する場合を含む。「平均泊数」は、各道県への訪問者（日帰りでの訪問を含む。）の各道県における平均泊数。日帰りでの訪問者は0泊としている。

注3：全国籍・地域は地方部の道県に加え、三大都市圏の一部の県（神奈川県、兵庫県及び埼玉県）についても参考に掲載。

注4：東アジアは韓国、中国、香港及び台湾の合計、欧米豪は英国、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア、スペイン、米国及びオーストラリアの合計。

次に、観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者の地方部における道県別旅行消費額、訪問者数及び平均泊数の2019年からの変化をみる。旅行消費額については、福島県、山形県、新潟県、福岡県等、東北や九州各県で2019年からの伸び率が高い。福岡県、熊本県、岩手県及び滋賀県では訪問者数と平均泊数がいずれも2019年より増加しており、これらが旅行消費額の伸びにつながっていると考えられる(図表I-62、図表I-63)。

図表 I-62 地方部における道県別旅行消費額の2019年比(2023年、上位15県)

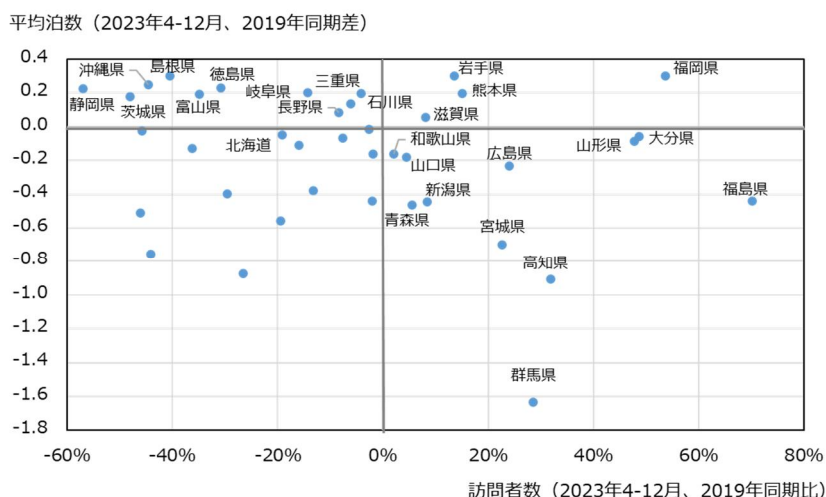


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ(観光・レジャー目的、2019年4-12月期及び2023年4-12月期(参考値))により作成。

注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。

注2：「地域調査」については、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

図表 I-63 地方部における道県別訪問者数及び平均泊数の2019年比(2023年)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ(観光・レジャー目的、2019年4-12月期及び2023年4-12月期(参考値))により作成。

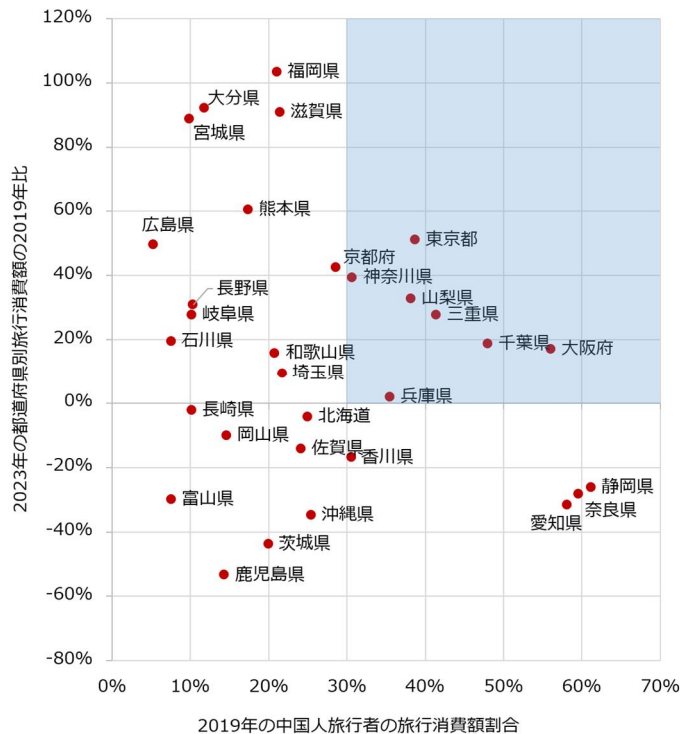
注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。

注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

注3：「訪問者数」は、各道県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。「平均泊数」は、各道県への訪問者(日帰りでの訪問を含む。)の各道県における平均泊数。日帰りでの訪問者は0泊としている。

また、各地における旅行消費額の回復については、2019年に旅行消費額が最も高かった中国の影響も大きいと考えられるため、都道府県別旅行消費額の変化と中国人旅行者の旅行消費額割合の関係を確認した。両者に有意な相関はみられなかったものの、東京都と大阪府・京都府の間にあるいわゆるゴールデンルート上の都道府県では、中国人旅行者の旅行消費額割合が高く、旅行消費額の増加率も高い傾向がみられた（図表 I -64）。

図表 I -64 都道府県別旅行消費額の変化と中国人旅行者の旅行消費額割合の関係



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2019年4-12月期及び2023年4-12月期（参考値））により作成。

注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。

注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期までは調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

注3：一部の県については2019年の中国のサンプル数が小さいため除外した。

2 先進的な地域事例のとりまとめ

地方部における訪日外国人旅行者の滞在傾向や消費動向の分析を踏まえ、訪日外国人旅行者の滞在促進や消費拡大に向けた地域における具体的な取組事例について紹介する。

観光庁では、地方誘客や地方部での消費拡大に向け、訪日旅行における消費単価が高い傾向にある高付加価値旅行者の地方誘客を促進するため、2023年3月に、高付加価値なインバウンド観光地づくりに取り組む11のモデル地域を選定した。モデル地域では、他の事業とも連携の上、ウリ、ヤド、ヒト、コネ、アンの観点から総合的な施策を集中的に講じている。

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり（11モデル地域）



これらの地域から、地域ならではの特別な体験の提供や周遊・長期滞在の促進等、消費拡大に向けた様々な取組により、道県別のインバウンド観光指標が堅調に回復している3地域（岩手県（東北エリア）、石川県及び熊本県）を事例として取り上げる。

岩手県は、欧米や東南アジアの延べ宿泊者数の回復率が高く、日帰り客を含む訪問者数と一人当たり平均泊数がいずれも新型コロナウイルス感染拡大前よりも増加している。石川県及び熊本県は全国籍・地域別でみた外国人延べ宿泊者数の回復率が高い地域であり、石川県では特に欧米豪、熊本県では東南アジアや米国の延べ宿泊者数の増加が大きい。また、3県はいずれも新型コロナウイルス感染拡大前よりも旅行消費額が増加している。なお、岩手県については、東北地域が一体となった周遊・滞在促進等の取組が成果につながっていると考えられることから、東北エリア全体の取組等についても紹介する。

本項では、3地域におけるインバウンド観光の状況を概観した上で、戦略的なプロモーション、地域独自の観光資源を生かした特別な体験の提供、周遊・長期滞在の促進、滞在拠点としての魅力向上、持続可能な観光地づくりの観点から、特筆すべき取組を紹介する。さらに各地域の特徴や共通点を見出し、地方部における訪日外国人旅行者の誘客や消費拡大に向けて重要な取組や施策の方向性について検討する。

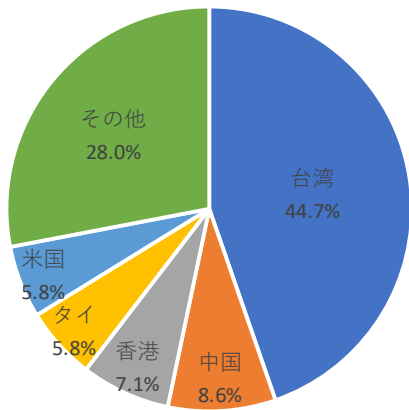
(1) 岩手県（東北地方）

a) インバウンド観光の状況

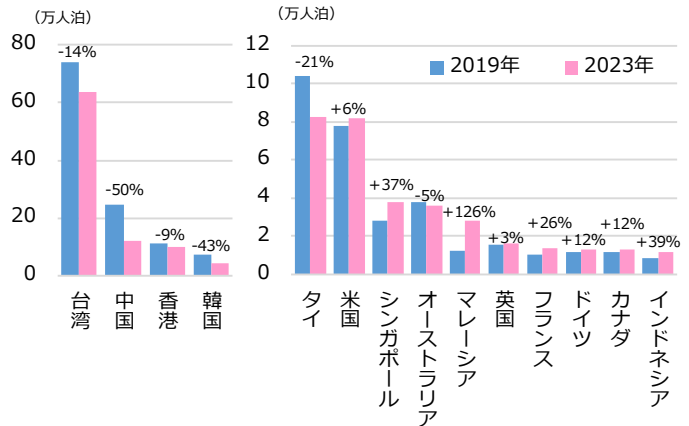
東北地方全体の訪日外国人旅行者の観光について確認する。2023年の外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合をみると、台湾からの旅行者が全体の約45%を占め、次いで中国、香港からの旅行者が多い。2019年と2023年を比較すると東アジアの宿泊者は減少がみられるものの、欧米の宿泊者は増加している（図表I-65）。

図表 I-65 東北地方における外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合（2023年）
及び国籍・地域別外国人延べ宿泊者数

外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合
(2023年)



主な国籍・地域別延べ宿泊者数

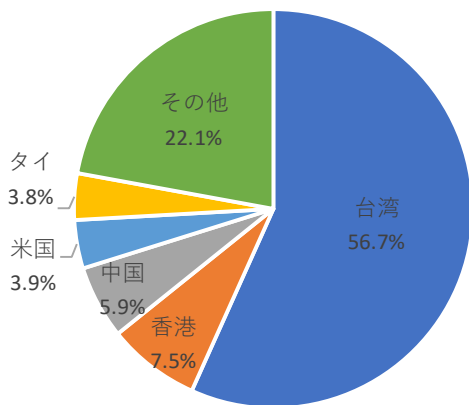


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年、2023年）
注1：従業者数10人以上の施設を対象とした数値。
注2：本表の右のグラフ中の数値は2023年の2019年比。
注3：2023年は速報値。

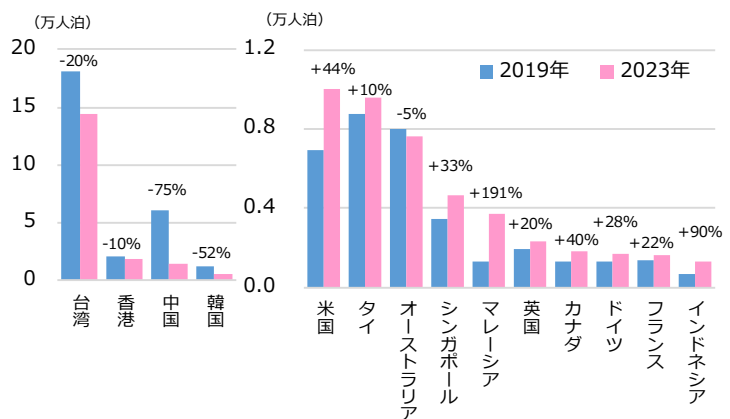
岩手県に着目すると、台湾からの宿泊者が過半数を占め、次いで香港、中国が多い。2019年と2023年のデータを比較すると、台湾をはじめとする東アジアからの旅行者は減少しているものの、米国や東南アジア各国等は増加している。米国に着目すると2019年比で44%増と大きく増加しており、盛岡市が米国ニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき52か所」に選ばれる¹⁹など、海外メディアに取り上げられた影響が表れていると推察される（図表I-66）。

図表 I-66 岩手県における外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合（2023年）
及び国籍・地域別外国人延べ宿泊者数

外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合
(2023年)



主な国籍・地域別延べ宿泊者数



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年、2023年）
注1：従業者数10人以上の施設を対象とした数値。
注2：本表の右のグラフ中の数値は2023年の2019年比。
注3：2023年は速報値。

¹⁹ 米国ニューヨーク・タイムズ紙（電子版）の2023年1月の記事において、「2023年に行くべき52か所」として、英国のロンドンの次に日本の盛岡市が紹介された。盛岡市は、中心市街地に歴史的な建物や自然があり、まちを歩いて楽しむところや、コーヒー店、わんこそばのほか、書店、ジャズ喫茶等の文化が根付くまちであることが高く評価された。

b) ターゲットを明確にした戦略的なプロモーション

東北地方では台湾からの旅行者の割合が高いが、それは東北全体として台湾をターゲット市場として、各県の知事が台湾へトップセールスを実施したことや、観光地域づくり法人 (DMO)²⁰である一般社団法人東北観光推進機構が、東北6県等と連携して作り上げた旅行博「日本東北遊楽日」を台北市で開催し、積極的なPR活動を行ったこと等が成果に結びついていると考えられる。また、東南アジア市場に向けては、マレーシアやインドネシアのムスリム系の方に発信力を持つインフルエンサーやタイの旅行会社を招請し、東北地方における周遊ルートの視察等を実施している。欧米豪に向けても、欧米メディア等の招請及び周遊ルートの視察や、シドニーで開催された「スノー・トラベル・エキスポ (Snow Travel Expo) 2023」²¹への出展、旅行会社及び一般消費者向けに冬の東北についてプロモーションを行うなど、取組を強化している。

岩手県では、「みちのく岩手観光立県第4期基本計画」²²において、県内宿泊者数が最も多い台湾を最重点市場、中国、香港及び韓国を重点市場、冬季のスキー客が期待できるオーストラリア、タイやシンガポールをはじめとする東南アジア、米国を開拓市場として明確に位置づけている。最重点市場である台湾については、現地メディアや旅行会社の招請、現地旅行博やイベントへの出展、SNSを活用した情報発信等を行ってきた。欧米豪についても、観光庁「観光再始動事業」²³を活用した誘客イベントの開催や民間事業者の海外プロモーション活動への支援、各種情報発信等に取り組んでいる。

盛岡市でも、世界の各市場に対応したプロモーション (台湾やタイにおける旅行博等への出展・参加、ニューヨークで開催されたイベントでのさんさ踊りとわんこそばの紹介等) を展開することで、岩手県の魅力を発信し誘客を促進している。

c) 広域連携による周遊・長期滞在の促進と各地域での特別な体験の提供

東北地方は雄大な自然、四季折々で変わる景色や歴史・信仰・食等、訪日外国人旅行者にとって魅力的な資源を多数有している。そのような資源を生かし、様々な地域を周遊してもらうことが、東北地方全体における滞在日数の増加、ひいては旅行消費額の増加にもつながる。

一般社団法人東北観光推進機構は東北地方内における周遊を促進するため、「TOHOKU Drive Route」という、車で移動するモデルルートを旅行者に提示している (5か国語に対応)。モデルルートのうち、岩手県については、中尊寺に訪れた後に太平洋沿いのリアス式海岸を巡り、マリンアクティビティ (ボートクルーズ、漁船乗船、清流探検等) を楽しめるルート、山形県については、出羽三山や山寺を通るルート等を提案している。

また、東北地方は長距離自然歩道が2本整備されている。一つは東北自然歩道 (東北6県、全長4,369km)、もう一つが東北太平洋岸自然歩道 (青森県、岩手県、宮城県、福島県29市町村、全長1,031km) である。東北太平洋岸自然歩道は、「みちのく潮風トレイル」と呼ばれており、環境省の「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興プロジェクト」²⁴の一つとして、三陸復興国立公園を縦断しながら、青森県八戸市から福島県相馬市までの太平洋沿岸をつなぐ長距離自然歩道として設定された。地域との協働により路線の設定を進め、2013年から区間ごとに順次開通し、2019年に全ルートが開通した。「みちのく潮風トレイル」は、世界的なアドベンチャーツーリズムの人気の高まり等から北米・欧州・オーストラリアを中心に世界中で注目が高まっており、2023年9月に北海道で開催された「アドベンチャー・ワールドサミット北海道・日本 (ATWS2023)」²⁵では、エクスカッション²⁶である「プレ・サミット・アドベンチャー (PSA)」のコースとして取り上げられるとともに、米国ウォール・ストリート・ジャーナル紙でも紹介記事が掲載された²⁷。

²⁰ Destination Management/Marketing Organization の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔となる法人のこと。

²¹ 一般の方を対象にスノースポーツ (スキーやスノーボード) や雪に関連した観光案内を行う大規模な展示会。

²² 県、市町村、県民、観光関連団体、観光事業者等が相互理解と協力の下、観光振興に関する施策を総合的、計画的に推進するための基本的な計画として2024年3月に策定。計画期間は2024年度から2028年度までの5年間。

²³ インバウンドの本格的な回復を図るため、地方公共団体、観光地域づくり法人 (DMO)、民間事業者等が実施する、特別な体験コンテンツ・イベント等の創出等を支援する事業。

²⁴ 環境省では、自然とともに歩む復興を進めるとともに、持続可能な地域を作り、豊かな自然と地域の暮らしを未来に引き継ぐため「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興プロジェクトのビジョン」 (2012年5月策定) に基づく取組を推進。具体的な取組として、三陸復興国立公園の創設、長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」の設定、復興エコツーリズムの推進等を含む7つのプロジェクトを実施。

²⁵ 国際的なアドベンチャートラベル業界団体 (ATTA) が主催する世界最大のアドベンチャートラベルイベント。世界各国・地域のバイヤーやメディア等が参加し、期間中にツアー体験や講演会等が行われた。

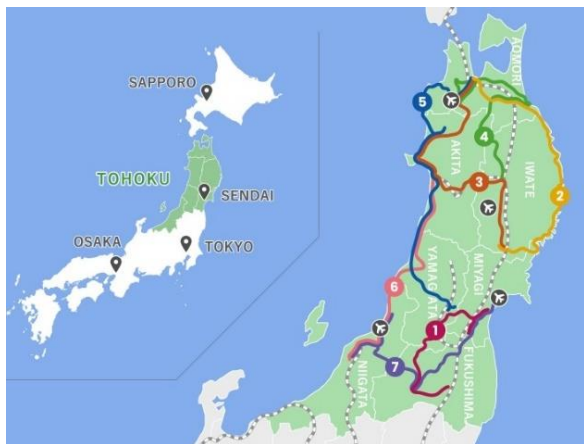
²⁶ 国際会議等の開催中や開催前後に企画される視察旅行。

²⁷ 米国ウォール・ストリート・ジャーナル紙 (電子版) の2024年3月の記事において「みちのく潮風トレイル」が紹介され、沿岸の美しさと東日本大震災からのめざましい復興を浮き彫りにするなど高く評価された。

さらに、観光庁の「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」にも選定されている。断崖やリアス式海岸ならではの風景や恵み豊かな世界三大漁場等、見どころ満載のトレイルコースを歩くことそのものが特別な体験となり得るが、加えて伝統芸能である神楽の鑑賞や、ジオパーク内でのウォータースポーツ、新鮮な地元の食材を用いた料理等を体験してもらうことで、訪日外国人旅行者の消費拡大や旅行者の満足度向上を図っている。

広域周遊を促すための取組

TOHOKU Drive Route



「みちのく潮風トレイル」ルートでの特別体験



資料：一般社団法人東北観光推進機構ウェブサイト

こうした取組もあり、訪日外国人旅行者の東北域内における移動が増加・広域化している。一般社団法人東北観光推進機構による海外動態データ分析によると、2023年1月から9月までに東北6県及び新潟県のいずれかの観光スポットを訪れた訪日外国人旅行者が、域内で同スポットのほかにも訪れた観光スポット数（他地域訪問数）は140スポットであり、2019年の同期間（125スポット）よりも増加した。域内のいずれかの観光スポットを訪れ、かつ域内のほかの観光スポットも訪れた旅行者数（実訪問数）は216.1万人であり、2019年同期比で42.8%増と大幅に増加した。2019年と2023年の訪問上位20の観光スポットを比較すると、山形県銀山温泉の訪問が大きく増加したほか、福島県の大内宿、岩手県一関市の狛鼻溪、秋田県角館町の観光地が新たに加わるなど、東北域内で広域周遊が促進されていることがうかがえる。

東北観光 DMP 海外動態データによる訪問者の他地域訪問数

2019年	スポット名 (訪問上位20)	実訪問数
	総合計	1,512,855
1	宮城県 仙台市青葉区中央 (仙台駅前西側)	230,751
2	宮城県 仙台市青葉区国分町 (歓楽街)	98,680
3	宮城県 仙台市青葉区五橋 (仙台駅前南西側)	89,258
4	宮城県 松島町 松島 (松島海岸周辺)	72,612
5	青森県 青森市篠田 (青森駅前西側)	56,895
6	宮城県 仙台市宮城野区 仙台港北 (ST-ビル)	48,075
7	山形県 山形市 蔵王温泉(樹木高原周辺)	47,866
8	山形県 尾花沢市 銀山新畑 (銀山温泉)	47,620
9	青森県 青森市安方 (青森駅前東北側)	46,179
10	宮城県 名取市 下増田 (仙台空港)	43,898
11	山形県 山形市 香澄町 (山形駅東口)	36,406
12	山形県 山形市 蔵王温泉(0-プウェイ・宿街)	32,090
13	山形県 山形市 蔵王温泉 (パ「スターミル〜ケレンテ」)	31,024
14	宮城県 千年希望の丘 (仙台空港含む)	28,229
15	岩手県 花巻市 湯本 (花巻温泉)	26,890
16	岩手県 八幡平市 安比高原 (宿街)	24,020
17	青森県 弘前市 大字下白銀町 (弘前城)	23,900
18	岩手県 盛岡市 新田町 (盛岡駅北西)	23,761
19	青森県 弘前市 若党町 (弘前城北部17)	22,155
20	山形県 山形市 上町 (山形駅南西17)	21,691

2023年	スポット名 (訪問上位20)	実訪問数
	総合計	2,161,059
1	宮城県 仙台市青葉区中央 (仙台駅前西側)	290,746
2	宮城県 仙台市青葉区国分町 (歓楽街)	111,610
3	宮城県 仙台市青葉区五橋 (仙台駅前南西側)	106,890
4	山形県 尾花沢市 銀山新畑 (銀山温泉)	102,867
5	宮城県 松島町 松島 (松島海岸周辺)	90,563
6	青森県 青森市篠田 (青森駅前西側)	79,293
7	福島県 下郷町 大内 (宿)	59,283
8	山形県 山形市 香澄町 (山形駅東口)	58,015
9	山形県 山形市 蔵王温泉(樹木高原周辺)	55,723
10	宮城県 仙台市宮城野区 仙台港北 (ST-ビル)	54,375
11	秋田県 仙北市 角館町小勝田 (角館北側)	46,508
12	岩手県 盛岡市 新田町 (盛岡駅北西)	44,945
13	宮城県 杜せきのした (イトー・名取)	43,928
14	青森県 青森市安方 (青森駅前東北側)	43,489
15	岩手県 盛岡市 中央通 (盛岡中心街)	40,369
16	青森県 弘前市 大字下白銀町 (弘前城)	40,041
17	岩手県 一関市 東山町長坂 (狛鼻溪など)	35,642
18	岩手県 花巻市 湯本 (花巻温泉)	34,658
19	青森県 弘前市 若党町 (弘前城北部17)	32,634
20	山形県 山形市 蔵王温泉(0-プウェイ・宿街)	32,472

資料：一般社団法人東北観光推進機構「旅東北NEWS」2月号 Vol.65

d) 滞在拠点としての魅力向上

観光庁は、訪日旅行における消費単価が高い傾向にある高付加価値旅行者の地方誘客の促進を目

的に、高付加価値なインバウンド観光地づくりに取り組む 11 のモデル地域を選定しているが、その一つに八幡平エリアがある。同エリアは、十和田八幡平国立公園が含まれ、環境省の「国立公園における滞在体験の魅力向上のための先端モデル事業」²⁸にも選定されており、観光庁、環境省及び地域の関係者が連携し、利用拠点の再生による滞在型・高付加価値観光に向けて取組を進めている。また、同国立公園内で観光庁の「観光再始動事業」も採択され、冬の自然を満喫できる訪日外国人旅行者向け限定ツアーを造成している。これまで青森県民も立ち入りできなかったエリアを、地域のネイチャーガイドと一緒に散策するもので、厳冬期の集客につなげている。

十和田八幡平国立公園内での取組事例

十和田八幡平国立公園の拠点再生



観光再始動事業（奥入瀬）



観光庁の「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」に選定されている八幡平では、観光地域づくり法人（DMO）である株式会社八幡平 DMO が中心となり、パウダースノーやアスピリンスノーと呼ばれる良質な雪を観光資源として最大限生かすために、我が国らしい多様な体験コンテンツの造成による長期滞在できる環境の整備等を進めている。また、長期滞在旅行者の多様な食への要望に応えるために、泊食分離の取組も進められている。ホテル内の飲食店とは別に、旧施設をリノベーションしたベーカリーレストラン、ハンバーガー等を提供するファーストフード店やクラフトビールを提供するビアバーから、ミシュランスターシェフが提供する世界レベルのコース料理まで幅広い選択肢を準備し、長期滞在旅行者を飽きさせない仕掛けも順次整備している。

さらに、同地域では高付加価値旅行者を取り込むために、「ANA インターコンチネンタルホテル」の誘致を行うとともに、既存ホテルの改修や高付加価値化も並行して行ってきた。加えて、「観光」面だけでなく、「教育」、「健康」面からの誘客や定住の促進にも力を入れている。2022 年に英国の名門校である「ハロウスクール」を誘致し、「ハロウインターナショナルスクール安比ジャパン」が開校しており、今後は商業施設や健康関連施設の誘致の計画も進められている。

八幡平での取組事例

宿泊施設の高付加価値化（八幡平）



安比高原スキー場（八幡平）



泊食分離の取組（八幡平）



花巻市でも訪日外国人旅行者の滞在拠点となることを目指す取組を進めており、観光庁の「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」を活用し、花巻温泉郷を中心とした市内の宿泊施設において高付加価値化の改修が行われている。花巻温泉においては、訪日外国人旅行者に対応できるよう一部の客室を和室から洋室に改修したほか、滞在を促すナイトコンテンツとして、広大な敷地を活用して夜間に行われるライティングショー「花巻温泉 HIKARI ストリート」の通年開催や、食事処でのアコーディオンやバイオリン等の生演奏の提供等により宿泊客の満足度向上に取り組んでいる。

²⁸ 環境省「宿泊事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」（2023 年 6 月公表）に基づき、有識者等を含む専門委員会の意見も踏まえつつ、将来的な他地域への展開も見据え、環境省が 2023 年 8 月に選定。

花巻温泉での取組事例

宿泊施設の高付加価値化（花巻温泉）



HIKARI ストリート（花巻温泉）



食事処での生演奏（花巻温泉）



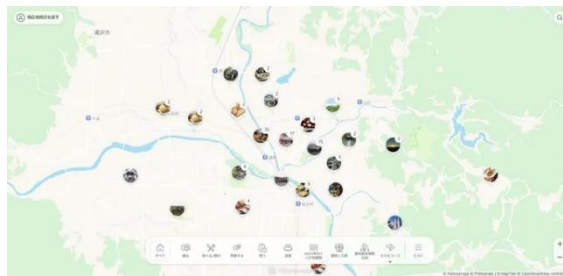
資料：花巻温泉株式会社ウェブサイト

e) 持続可能な観光地域づくり

増大するインバウンド需要に対応するため、受入環境の整備・強化や人材不足等の対応にも取り組んでいる。

盛岡市では、前述のとおり米国メディアで紹介されたことを契機に、全ての旅行者が快適に、レトロな街並みを散策できるよう受入環境の整備・強化を進めてきた。例えば公衆 Wi-Fi の増設や多言語対応のデジタル MAP（11 か国語）の拡充が挙げられる。また、市内の事業者が自主的に散策マップ（英語）を作成し無料配布するなどの動きもみられた。

多言語対応デジタルマップ（盛岡市）



資料：盛岡市ウェブサイト

人材不足への対応として、岩手県では、事業者向けにアンケートを実施し人員不足の実態把握を行っている。盛岡市は、人材採用を行った交通事業者に補助金を出し、運転手確保を促進する取組を進めている。

事業者の対策としては、繁忙期や日が長い夏は労働時間を長く、逆に閑散期や日が短い冬は労働時間を短くするといった変形労働時間制の採用や、観光関連産業以外のグループ企業からの人材流動等の工夫によって宿泊業の人材を確保している事業者もある。また、花巻温泉株式会社では台湾からのインターン生の受入、八幡平リゾートでは冬に作業ができない地域の農業従事者等のスポットワーカーの雇用等により繁忙期の対応を行っている。

東北地方では、農業・林業・漁業等の1次産業を観光資源として活用した取組（農泊、林業体験、漁船クルーズ等）も行われており、そこからの収入を1次産業従事者や地域に還元する好循環を構築している地域もある。

例えば、岩手県釜石市で体験できる「漁船クルーズ」は、漁師の空き時間と漁船という既存資源を有効活用し、地域の魅力を味わうことができる体験型コンテンツである。旅行者にとっては船からでしか見ることができない景観等を楽しむことができ、漁師にとっては通常の仕事の妨げになることなく、新たな収入獲得の手段となっている。観光地域づくり法人（DMO）である株式会社にまいし DMC では、漁船クルーズ以外に漁業・林業体験ツアーも提供している。このような地元の資源を有効に活用した取組は、「訪問客、産業、環境、受入地域のニーズに適合しながら、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光」という持続可能な観光の考え方に合致しており、釜石市はグリーン・デスティ

ネーションズの「世界の持続可能な観光地 100 選」²⁹に 2018 年から 6 年連続で選ばれている。

また、釜石市では同社が実施主体となり、企業、地方公共団体向けに防災教育、復興まちづくり、持続可能な観光地づくり等に関する研修が行われており、国内各地からだけでなく海外からも受講に訪れる。その際には、周辺の観光地や体験型コンテンツの紹介も行っている。さらに、ラグビーのまちとしても知られている釜石市では、観光庁の「観光再始動事業」の採択を受け、スポーツ観光の推進事業として、2023 年 11 月にシニアラグビーの世界大会である「ワールドマスターズラグビー大会」を開催し、国内外から約 100 人が同市を訪れた。ラグビー大会と観光を結びつけたことで、「スポーツ」、「宿泊」、「食」、「観光」、「ショッピング」等の幅広い分野における地元での消費につなげている。

釜石市における体験型コンテンツ

漁船クルーズ



漁業体験



資料：株式会社かまいし DMC ウェブサイト、釜石オープン・フィールド・ミュージアムウェブサイト

(2) 石川県

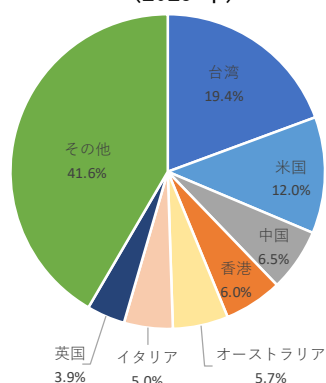
a) インバウンド観光の状況

石川県は、伝統文化や伝統工芸、四季折々の自然環境等の豊富な観光資源を有しており、図表 I-59 でみたとおり、地方部の中でも欧米豪からの訪日外国人旅行者が特に多い点に特徴がある。

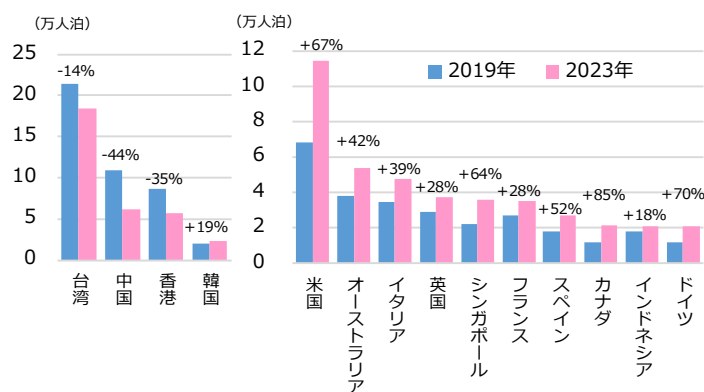
石川県における 2023 年の外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合をみると、最も多いのが台湾の 19% であるが、特定の国・地域からの旅行者が集中するのではなく、多様な国・地域から訪れている。その中でも、米国、オーストラリア、イタリア、英国といった欧米豪からの旅行者が多く訪問しており、2019 年比で大きく増加している（図表 I-67）。

図表 I-67 石川県における外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合（2023 年）
及び国籍・地域別外国人延べ宿泊者数

外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合
(2023 年)



主な国籍・地域別延べ宿泊者数



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」(2023 年)

注 1：従業者数 10 人以上の施設を対象とした数値。

注 2：本表の右のグラフ中の数値は 2023 年の 2019 年比。

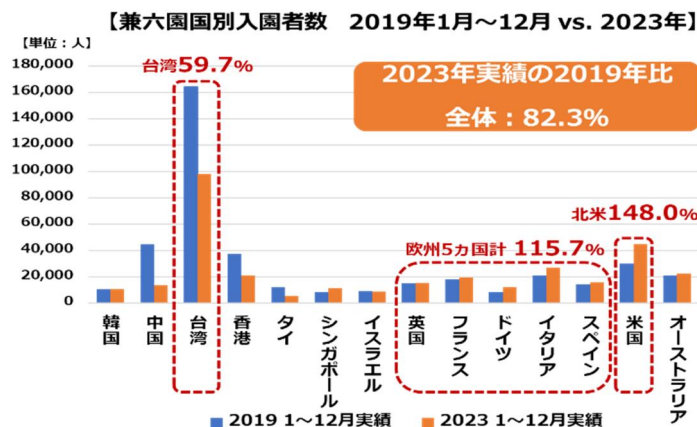
注 3：2023 年は速報値。

²⁹ 世界中の各地域における持続可能な観光の取組を促進するため、国際的な認証団体であるグリーン・DESTINATIONS が年に 1 回表彰する制度。持続可能な観光に関する国際基準の項目を満たすとともに、各地域が提出する持続可能な観光の取組に関するグッド・プラクティス・ストーリー（優良事例）について高評価を得た 100 地域を選出。

石川県における訪日外国人旅行者に人気の兼六園、ひがし茶屋街、近江町市場、金沢 21 世紀美術館等の観光地は金沢市に数多く存在する。金沢市としても伝統文化を生かした体験型コンテンツの造成やターゲットである欧米豪の高付加価値旅行者への戦略的なプロモーション等により、訪日外国人旅行者の誘致を積極的に行っている。

金沢市を訪問する旅行者のほとんどが兼六園を訪れるため、金沢市の外国人旅行者数は「兼六園外国人入園者数状況」によって概数を把握することができる。2023 年の兼六園外国人入園者数は、全国籍・地域で見れば 2019 年水準までは回復していないものの、欧州 5 か国からの観光客は 2019 年比で約 16%増、米国からの観光客は同 48%増と増加している（図表 I -68）。

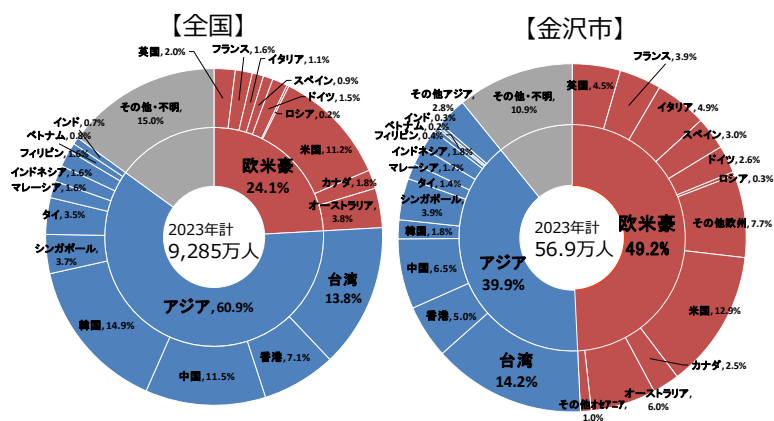
図表 I -68 兼六園外国人入園者数（金沢市における外国人訪問者数）



出典：石川県提供資料より一般社団法人金沢市観光協会作成

日本全国における欧米豪からの外国人延べ宿泊者数の割合は約 2 割であるが、金沢市では約 5 割と極めて高く、欧米豪からの観光客を惹きつけている観光地であるといえる（図表 I -69）。

図表 I -69 金沢市における外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合（2023 年）



資料：【全国】については観光庁「宿泊旅行統計調査」（従業者数 10 人以上の施設）、【金沢市】については金沢市提供資料
 注 1：【全国】について、2023 年は速報値であり、「その他・不明」には欧米豪やアジアであっても記載のない国籍・地域及び国籍が不明である者が含まれる。

b) ターゲットを明確にした戦略的なプロモーション

金沢市では、地域の魅力である伝統文化等の観光資源と親和性の高い欧米豪の高付加価値旅行者と台湾からの旅行者を主なターゲットに設定し、金沢市や観光地域づくり法人（DMO）である一般社団法人金沢市観光協会が積極的な海外プロモーションを行っている。

欧米豪向けのプロモーションとしては、現地メディアや現地旅行事業者に向けて地方公共団体の代理として観光プロモーションを行う機能の設置が挙げられる。2012 年に全国に先駆けてフランスに設置し、米国には石川県と連携して 2023 年に設置した。また、イタリア、スペイン向けには現地旅行会社と、英国向けには現地マーケティング会社とプロモーション事業を連携している。

台湾向けのプロモーションとしては、現地マーケティング会社とのプロモーション事業の連携や、現地旅行会社と金沢市の事業者との商談会等を行っている。

また、旅行博（イタリアの TTG Travel Experience、スペインの FITUR、英国の World Travel Market 等）への出展、金沢市長によるトップセールスも積極的に実施している。

このようなターゲットを明確にした積極的なプロモーションが、図表 I-69 でみたように多様な国・地域から訪日外国人旅行者が金沢市を訪れているという結果につながっているものと考えられる。

c) 地域独自の観光資源を生かした高付加価値な体験の提供

金沢市では主に欧米豪の高付加価値旅行者向けに金沢でしか体験できない高付加価値コンテンツを開発し、提供している。

その代表例が伝統工芸の体験プログラムであり、加賀友禅や金箔貼り、蒔絵等を実際に体験できるプログラムが多数提供されている。例えば「金沢一期一会」というコンテンツは、市内にいる加賀友禅、金沢漆器・加賀蒔絵、加賀繡、大樋焼等の作家を訪ね、非公開の工房の中に入り、作家から話を聞き実際の製作現場を見学できるといった、職人の技に直接触れることができるプログラムである。「金沢一期一会」の体験者は、単に伝統工芸に興味がある観光客にとどまらず、自身がアーティスト（デザイナーや工芸作家等）である訪日外国人旅行者も多く、訪問中に活発な質疑応答が行われることも多い。また、オプションとして工芸品の制作を行うことが可能であり、店舗案内を通じて伝統工芸品の購入機会を作るなど、特別な体験に紐づけた消費機会を作る工夫もなされている。加賀友禅の場合、着物は高額であるが、スカーフや名刺入れは比較的安価であるため、店舗案内の際に紹介し、購買を促している。

そのほかの体験プログラムとしては、弓道・剣道体験、金沢芸妓等がある。いずれのプログラムでも金沢市がターゲットとしている欧米豪の高付加価値旅行者の参加が多く、訪日外国人旅行者を惹きつける有力なコンテンツとなっている。

金沢市における高付加価値コンテンツ（「金沢一期一会」における加賀友禅染め体験）



資料：一般社団法人金沢市観光協会資料

d) 広域連携による周遊・長期滞在の促進

金沢市は、鉄道、空港、港、高速道路のそれぞれの交通拠点へのアクセスが容易であるとともに、北陸新幹線金沢駅開業によって首都圏からのアクセスが飛躍的に向上したことから、広域周遊、県内周遊のハブとして絶好の立地にあるといえる。このような地理的利点を生かし、金沢や周辺地域での長期滞在を促すために、金沢をハブとした北陸エリアでの滞在日数延長のための取組を行っている。

広域連携強化による周遊性向上の取組として、「北陸・飛騨・信州3つ星街道（金沢・五箇山・白川郷・高山・松本）」のプロモーションが挙げられる。金沢市、富山県南砺市、岐阜県白川村、岐阜県高山市及び長野県松本市が連携し、各エリアが有する自然や、伝統、季節等の魅力をテーマに応じて結ぶ6つの

モデルルートを提示しており、金沢市としても情報発信や営業、プロモーションに取り組んでいる。

具体的には、2022年11月にロンドンで開催された世界最大規模の旅行商談会「World Travel Market (WTM)」に出展し旅行会社やメディアと商談を行い、3つ星街道のPRや送客の促進等を行った。2023年には英国最大手のマーケティング企業 Black Diamond 社と連携して現地旅行会社へのニュースレター配信、ウェビナー開催、WTMでのPR等、3つ星街道のプロモーション活動を実施した。2024年3月にはそれらの活動により関心を持った英国旅行会社のファムトリップ³⁰を開催した。これらの取組もあり、金沢市の多言語観光公式サイトである"Visit Kanazawa"における海外からのページ閲覧数の上位には、金沢から白川郷・五箇山・高山を巡るバスツアーが常にランクインしている。

また、金沢市は富山市と連携して「金沢・富山食文化ツーリズム推進協議会」を立ち上げ、金沢及び富山における地元の食や日本酒を堪能することで、両地域の歴史・文化が体感できる高付加価値旅行者向けの「金沢・富山ガストロノミーツーリズム」を造成している。これは、有識者のアドバイスを踏まえて開発されたものであり、富山でガラス工房体験や寿司・日本酒等の食文化に触れた後、金沢市ではワイナリー探訪や懐石料理等を楽しむことができるコースとなっている。現在、コンテンツの磨き上げを実施しており、2024年2月から3月にかけて、高付加価値旅行者を主な顧客に持つ米国の旅行会社向けのファムトリップを実施し誘客を推進している。

このように、金沢市では周辺地域と連携し、それぞれの地域で宿泊してもらうことで北陸エリア全体の長期滞在につなげる取組を進めている。

広域周遊を促すための取組

北陸・飛騨・信州3つ星街道ルート



金沢・富山ガストロノミーツーリズム



資料：北陸・飛騨・信州3つ星街道観光協議会ウェブサイト、一般社団法人金沢市観光協会「KANAZAWA TOUR PLAN」

また、石川県内の周遊ルートとして、金沢で兼六園散策、加賀友禅見学をした後、能登へ移動してサイクリングやウォーキング、和紙作りや里山体験等を行う「金沢・能登アドベンチャーツーリズム」や、持続可能な観光地づくりの視点から金沢と能登を回る「金沢・能登サステナブルツーリズム」等の取組も行っている。

³⁰ 観光地の誘致促進のため、ターゲットとする国の旅行事業者等に現地を視察してもらうツアー。

加えて、北陸新幹線の延伸により、金沢からの交通の便が向上した加賀温泉地域の地方公共団体では、観光庁の「観光再始動事業」をはじめとしたコンテンツ造成による長期滞在を促す施策を講じるとともに、加賀温泉を構成する「山代温泉」、「片山津温泉」及び「山中温泉」の3エリアにおいて「より良く巡る、加賀温泉郷」をコンセプトに宿泊施設及び観光施設の改修、統一景観の整備により高付加価値化の取組を進めている。具体的には、観光庁の「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」を活用し、客室露天風呂の設置を含む客室の高付加価値化や外壁修復による地域全体の景観との調和等を行っており、北陸新幹線延伸を契機とした県内周遊の増加が期待される。

宿泊施設等の高付加価値化（加賀温泉エリア）及び加賀地域における伝統文化体験



e) 持続可能な観光地域づくり

金沢市と一般社団法人金沢市観光協会では、金沢版 DMO マーケティング会議を開催している。宿泊、小売、交通、飲食、アクティビティ、旅行、商業施設、コンサルタント等の事業者約 30 社が毎月集まり、事業者間の情報共有を行い、インバウンド観光の課題解決につなげていくことが主な目的である。

また、ガイド人材の育成にも注力している。新型コロナウイルス感染拡大の影響によりガイドの人数が減少したことを受け、十分なガイドの担い手を確保するため、金沢市を中心にガイド基礎研修を実施している。さらに、高付加価値コンテンツを利用する訪日外国人旅行者への対応を視野に入れた中級研修や、金沢市だけでなく広域を案内できる広域ガイド実地研修（3つ星街道連携）も行っている。

加えて、金沢市が 2021 年に策定した「持続可能な観光振興推進計画 2021」では、持続可能な観光を推進するためには、観光事業者だけでなく金沢市民自身が旅行者を快く受け入れる「観光受容力」を高めることが期待され、観光が地域にもたらす効果や観光施策について市民に対して情報発信するとしている。そのための具体的な推進事業として、「金沢の観光に関する市民意識調査の実施」、「市民が楽しめるマイクロツーリズムの推進」、「市民と旅行者がともに楽しめるイベントの開催」、「プロスポーツチームとの交流促進」、「金沢市の事業や施策に関する情報の積極的発信」が挙げられている。

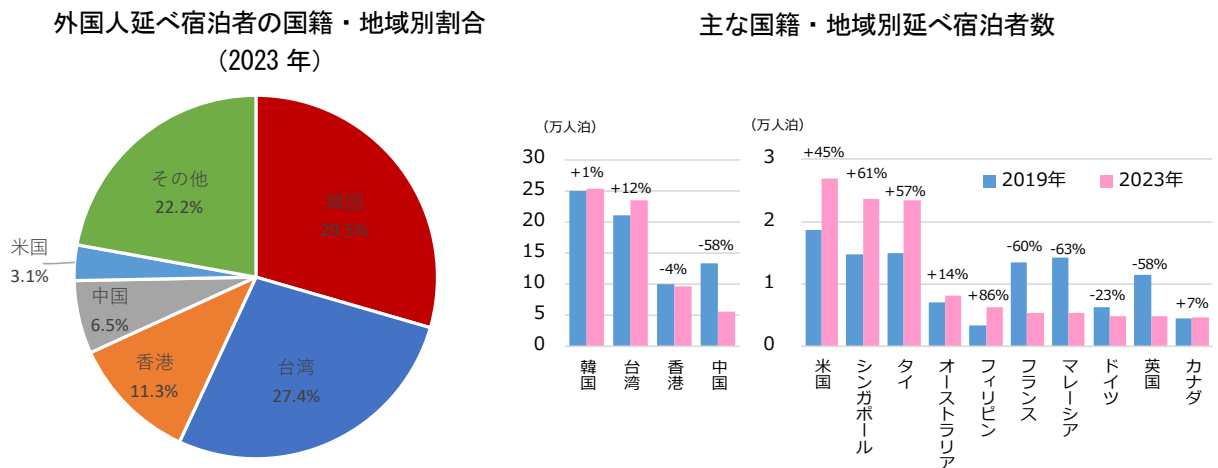
(3) 熊本県

a) インバウンド観光の状況

熊本県は、地理的な要因もあり、従来から東アジアからの旅行者が多く訪れている。2023年の熊本県の国籍・地域別外国人延べ宿泊者数をみると、韓国が最も多く、次いで台湾、香港、中国の順であり、これら東アジアの4つの国・地域で全体の7割超を占める。

図表 I-58 で示したとおり、熊本県の2023年の外国人延べ宿泊者数は、2019年比2.9%増と新型コロナウイルス感染拡大前を上回っている。これは中国からの旅行者が2019年比で4割の回復にとどまったのに対し、台湾からの旅行者が2019年比12%増と増加し、韓国及び香港からの旅行者も2019年水準までおおむね回復したことによる。また、2023年の特徴として、2019年と比べ米国、シンガポールやタイ等からの宿泊者数が大きく増加している（図表 I-70）。

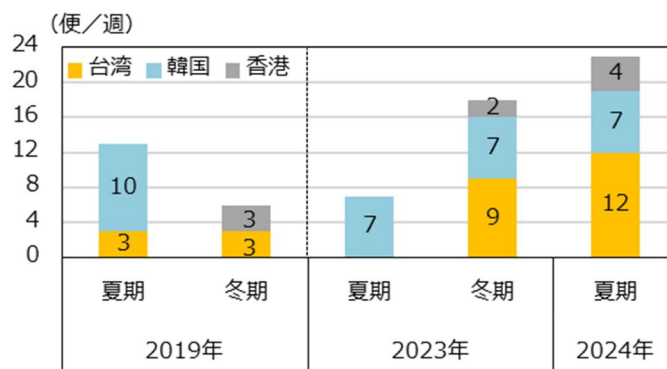
図表 I-70 熊本県における外国人延べ宿泊者の国籍・地域別割合（2023年）及び国籍・地域別外国人延べ宿泊者数



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2023年）
 注1：従業者数10人以上の施設を対象とした数値。
 注2：本表の右のグラフ中の数値は2023年の2019年比。
 注3：2023年は速報値。

台湾からの旅行者の増加については、世界の主要半導体メーカーであるTSMC（台湾積体回路製造）が熊本県菊陽町に工場を建設し、2024年2月の開所に向け関係者の来訪が増加したことや、2023年9月の台北・熊本間の国際定期便（直行便）の新規就航の影響等が考えられる。熊本空港における直行便の就航状況をみると、2019年には台湾（高雄）・熊本間は週3便の運航であったが、2023年冬期には台湾（台北）・熊本間は週9便の運航となり、2024年夏期には週12便に増便された（図表 I-71）。

図表 I-71 熊本空港における国際定期便（直行便）就航状況



資料：国土交通省「各期の国際定期航空便の主な動向」により作成。
 注1：各年の夏期又は冬期の事業計画認可データ。出発及び到着を1便としてカウントし、貨物便（旅客機を使用して貨物のみの運送を行う便を含む。）を除く旅客便のみ集計したもの。

台湾のみならず、日本全体でも増加している米国や東南アジア等からの旅行者の誘客が進んだ背景には、熊本ならではの観光資源を生かし、魅力的な滞在拠点となることを目指し、様々な取組が進められてきたことがある。

例えば熊本市では、地域に根付く文化を生かした特別な体験コンテンツの造成や熊本県の玄関口としてハード面、ソフト面双方の受入環境の整備等に取り組んできた。阿蘇地域では、阿蘇ならではの自然資源を活用し、地域一体となって持続可能な観光地域づくりを推進している。熊本県「熊本県宿泊旅行統計調査」によると、熊本市、阿蘇地域の2023年1－9月期の外国人延べ宿泊者数はそれぞれ25万人泊であり、2地域合計で県内全体の8割超を占める。こうした現状を踏まえ、熊本県の取組や成果について、特に熊本市や阿蘇地域に焦点をあてて紹介する。

b) ターゲットを明確にした戦略的なプロモーション

熊本県では、主に台湾からの旅行者をメインターゲットとして様々なプロモーションを行っている。台湾からの旅行者は、リピーターとして熊本に繰り返し訪れる傾向があるため、市場として重要視されているとともに、台北・熊本間の国際定期便の新規就航や増便、TSMC熊本工場の本格稼働に伴い、来訪者数の更なる増加が期待されている。具体的な取組として、現地メディア等に向けて熊本県の観光プロモーションを行う機能の設置、現地の企業向けセミナーや県知事・市長によるトップセールスの実施、台湾の旅行会社に対し熊本県に2泊以上滞在する旅行商品の販売促進等に取り組んでいる。観光地域づくり法人(DMO)である阿蘇地域振興デザインセンターにおいても、台湾の現地企業との連携による誘客促進やSNSを通じた阿蘇地域の情報の定期的な発信等の取組を行っている。

また、従来からの課題である高付加価値旅行者や欧米豪からの旅行者の誘客促進に向けて、広域地域の連携強化が進んでいる。阿蘇市は、観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」のモデル地域として、高付加価値旅行者の誘客に向け、鹿児島や雲仙地域と連携し、世界有数の火山と、火山とともに培われてきた生活や文化をテーマとした特別感のある高付加価値なコンテンツの造成等に取り組んでいる。

熊本市は、西日本・九州の地方公共団体等による広域連携により欧米豪からの旅行者等の誘客を目指す「西のゴールデンルートアライアンス」に参画している。今後は、西日本・九州が一体となってそれぞれの地域の魅力の発信や広域周遊ルートの形成等に取り組むことで、高付加価値旅行者や欧米豪等、新たな市場の旅行者の誘客を推進していく。

c) 地域独自の観光資源を維持・再生するための特別な体験の提供

熊本県では、独自の文化、自然、産業等の地域資源を観光に利活用することで、各資源の保全や再生につなげる好循環の仕組みを構築している。

熊本市においては、観光地域づくりの機能を担う観光地域づくり法人（DMO）である株式会社くまもと DMC が民間企業と連携し、訪日外国人旅行者に人気の高い宮本武蔵や細川家のゆかりの地として、熊本の侍文化に関する体験や熊本城を活用したツアー等、熊本ならではの体験コンテンツを造成している。熊本侍文化体験は、居合道体験等を通じて侍の剣術や武士道の精神を学ぶことができる。また、平成 28 年熊本地震の被害を受けた熊本城において、復旧中の今しか体験できないコンテンツとして、復旧の作業現場を職人や専門家の案内によって巡る石垣修復ガイドツアーの造成を行った。このほか閉館後の熊本城の天守閣を貸し切り、「殿様御膳」という当時のレシピに基づいたメニュー等の特別な「食」と「演武」を楽しむ高付加価値な体験プランを造成した。

熊本市における特別な体験ツアー

熊本侍文化体験



熊本城における石垣修復ガイドツアー



熊本城の天守閣でのディナー体験



資料：株式会社くまもと DMC 提供資料

阿蘇市においても、阿蘇の魅力である豊かな自然やダイナミックな景観を生かした体験型ツアーの造成に取り組んでいる。日本一の広さを誇る阿蘇カルデラの草原は、長年にわたり地域の牧野組合等により維持・管理されてきたが、畜産業の衰退等により草原面積は減少を続けている。千年以上の年月をかけて守り抜いてきた「千年の草原」の保全という地域課題に取り組むため、旅行者が特別な草原での体験を楽しみながら、旅行者自身も草原の保全活動に参加する持続可能な観光を実現する商品を販売している。例えば、普段は立ち入ることができない草原において、専門ガイドとともに歩く「草原トレイルウォーク」やサイクリングで巡る「草原ライド」のほか、草原での乗馬体験、BBQ 体験等があり、参加者が支払うツアー代金の一部は草原保全料として地域に還元される仕組みとなっている。

南小国町においても、観光地域づくり法人（DMO）である株式会社 SMO 南小国が中心となって地域住民と連携し、少人数の訪日外国人旅行者を対象に農泊・農業体験や林業体験を行うコンテンツを提供している。二次交通等の課題があるからこそ、コンテンツの磨き上げに注力しており、里山の魅力である「ないものを新たに創る」（共作）を伝えるため、地域のどのような魅力を紹介したいかについて地域住民と議論を重ね、ツアー商品の造成を行っている。地理的に不便であっても地域の魅力に共感し、交通手段を駆使して自力で来訪できる旅行者をターゲットとして捉え、南小国での滞在や体験に満足した旅行者に再び訪れてもらうことを目指している。

内容としては、阿蘇の火口等の観光地を巡るツアーのほか、農業体験を行った後に地域住民と共に日常的な食事を作り、共に食事を楽しみ、小さな集落を自転車で巡るなどのツアーがある。ローカルな体験を高単価で提供し利益は地域住民に還元している。東アジアのみならず、東南アジアや欧米といった幅広い国籍・地域の旅行者がオンライン旅行会社（OTA³¹）サイトや自社ウェブサイトを通じて予約し参加している。

³¹ Online Travel Agent の略。インターネット上で取引を行う旅行会社。

阿蘇市及び南小国町における特別な体験ツアー

草原でのアクティビティツアー（阿蘇）



農業・食体験（南小国）



資料：阿蘇市、株式会社 SMO 南小国提供資料

d) 滞在拠点としての魅力向上

熊本県は、福岡や別府等の有名な滞在拠点からのアクセスが良好であることも影響し、日帰りで訪れる訪日外国人旅行者が多く、いかに熊本県内の滞在を増やすかが課題であった。

そこで、滞在拠点として選ばれるため、宿泊施設の高付加価値化に取り組んできた。阿蘇市は、観光庁の「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」を活用し、宿泊施設の高付加価値化改修を実施した。高付加価値旅行者の利用を見据え、当時宴会場だった広間を、80㎡を超えるスイートルームに改修した宿泊施設もある。こうした施設では、改修後に宿泊費を大幅に引き上げたものの、これまで阿蘇に来て宿泊しなかった高付加価値旅行者が徐々に宿泊するようになってきている。引き続き、阿蘇市では観光庁の「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」を活用し、高付加価値旅行者が好むような宿泊施設の高付加価値化改修を行っている。このような取組は、訪日外国人旅行者の滞在促進や消費拡大につながるのみならず、宿泊費の引上げによる収益の増加により、従業員の賃金上昇の効果をもたらしている。

また、滞在拠点としての魅力を高めるため、ナイトタイムコンテンツや早朝コンテンツの充実にも取り組んでいる。阿蘇市では、阿蘇の草原における星空鑑賞ツアーや早朝のヨガ体験の造成等を行っている。熊本市でも前述の熊本城での特別なディナー体験等のほか、熊本城の長堀へのプロジェクションマッピングを開催するなど、新しい取組が広がりつつある。

阿蘇地域における滞在拠点としての魅力向上の取組

宿泊施設の高付加価値化



草原での早朝ヨガ体験



資料：阿蘇市提供資料

e) 持続可能な観光地域づくり

熊本市では、新型コロナウイルス感染拡大期にはハード面の受入整備や拡充に重点を置き、2020年から観光庁の「観光地の『まちあるき』の満足度向上整備支援事業」を活用し、熊本市内の観光案内所の整備・機能向上と多言語案内看板の整備を実施した。案内看板にはAR機能を追加し、観光地への誘導のみならず、モバイル端末と連動した観光施設に関する情報提供も行っている。また、観光施設において、多言語解説文（英語、中国語及び韓国語）を整備するとともに、熊本市観光ガイドのウェブサイト上の情報からよくある質問（FAQ）を設定し、多言語（8言語）対応のAIチャットボットを導入するなど受入環境の整備・強化に取り組んでいる。

ソフト面の取組としては、「熊本市地域通訳案内士等育成計画」（2023年3月）に基づき、新たな人材

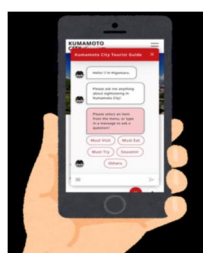
の確保や研修の開催等により、英語や中国語の地域通訳案内士等の育成に取り組んでいる。また、増加する台湾からの旅行者のニーズを踏まえ、飲食店における商品開発の支援等により、飲食店でのベジタリアン対応の推進も行っている。

熊本市における受入環境の整備等の取組

デジタルサイネージ



AI チャットボット



ガイド育成実地研修



資料：熊本市提供資料

阿蘇地域でも、阿蘇市や阿蘇ジオパークガイド協会において、牧野ガイド研修や阿蘇ジオパークガイド研修を実施するなどガイド育成に積極的に取り組んでいる。また、同地域では、「阿蘇地域通訳案内士育成等計画」（2019年6月）に基づき、2019年度からの3年間で、31人の英語ができる地域通訳案内士を育成した。

オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた取組としては、小国町の鍋ヶ滝公園における需要抑制の取組が挙げられる。鍋ヶ滝はカーテンのように美しく流れ落ちる滝が有名になり、訪日外国人旅行者を含め多くの観光客が訪れるようになったため、周辺地域の渋滞や混雑が問題となっていたが、ウェブサイト上における事前予約システムの導入により渋滞等の緩和に成功した。行政、町民及び事業者が一体となった取組は世界的にも評価され、国際的な認証団体グリーン・デスティネーションズの「世界の持続可能な観光地100選」2022年のうち、「観光地のガバナンス体制の構築、観光地の再生」部門において表彰された。

前述のとおり、阿蘇市では、旅行者が阿蘇でしかできない様々なアクティビティを楽しみながら、地域住民が長年にわたり守ってきた草原の保全活動にも参加する持続可能な観光を推進している。地域資源である草原を観光に利用することで、草原の保全・再生につなげる好循環を構築した取組が評価され、阿蘇市は、2021年、2022年と2年連続で国際認証団体グリーン・デスティネーションズによる「世界の持続可能な観光地100選」に選出された。

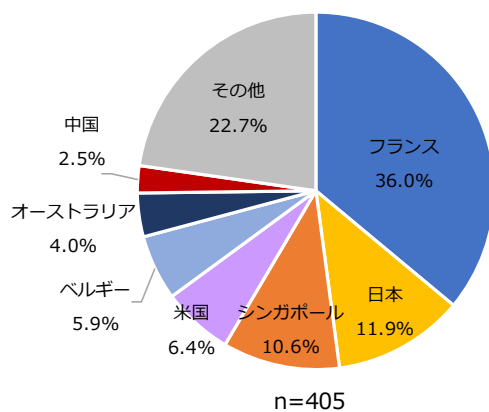
また、阿蘇温泉観光旅館協同組合が提供する、専門ガイドとともに草原の絶景ポイントをE-MTB（電動自転車）で巡る商品は、旅行者は人数が制限された牧野をゆっくりと楽しみ、地元には新しい収入源が生まれ、牧野の環境も保全されるという「三方良し」の好循環を実現するモデルとして、2023年に観光庁「サステナブルな旅AWARD」³²大賞を受賞した。

上記のE-MTBで草原を巡るツアーのほか、草原での乗馬体験やBBQ体験等の商品を含む「阿蘇サステナブルツアー」の2023年参加者405人のうち約9割が外国人であり、フランスをはじめ欧米豪からの旅行者の参加が多かった（図表I-72）。参加費合計が約410万円であり、このうち約36万円が草原保全料として地域に還元されている。

さらに、特別な体験と地元産品購入や地元の飲食の結びつきによる消費促進の取組も始まっている。例えば、阿蘇の草原での体験ツアー終了後に、草原の価値を理解した旅行者が草原由来の産品を適正価格で購入できる場の提供や、熊本ならではの「あか牛」の発信強化に取り組んでいる。熊本市においても、熊本侍文化体験等のツアー終了後に、講師が地元の飲食店に案内・同行することが旅行者に好評を得ており、観光による収益を地域の様々な主体に還元していくことを目指している。

³² 観光庁において、持続可能な観光に対する意識醸成やサステナブルな旅行商品の造成の促進等を目的に、日本国内の旅行業者からサステナブルな旅行商品を募集した。有識者による審査の結果、優秀な商品として大賞1点、準大賞2点及び特別賞4点を選定した。

図表 I-72 「阿蘇サステナブルツアー」参加者の国籍・地域別割合（2023年）



資料：阿蘇市提供資料に基づき観光庁作成。

第3節 訪日外国人旅行者の地方誘客と消費拡大に向けて

1 テーマ章における分析のまとめ

今回の観光白書では、訪日外国人旅行者の地方誘客と地方部での消費拡大に焦点をあてた分析を行った。

第1節では、インバウンド観光の現状と課題について分析した。世界の観光需要が回復する中で訪日旅行も堅調に回復していることや、2023年の訪日外国人旅行消費額が過去最高水準となり、この背景として滞在の長期化や円安・物価上昇等の影響が挙げられること、世界の旅行者は隠れた魅力ある地域への訪問や地域ならではのローカルな文化等に高い関心を持っていること等を示した。他方、訪日外国人旅行者の滞在と消費はいずれも三大都市圏に集中しており、地方誘客の一層の推進が重要な課題である。また、体験消費を含むコト消費については、成長の兆しがみられるものの未だ他国と比べて低く、地域ならではの魅力を生かした高付加価値な体験ツアーの造成等の取組が必要であることも示した。

第2節では、訪日外国人旅行者関連の統計データを用いて、地方部におけるインバウンドの誘客や消費の動向に関する分析を行った。地方部の中でみても訪日外国人旅行者の滞在と消費は一部の道県に集中しており地域によって偏在傾向にあることや、地方部での消費拡大に向けては地方部での「滞在」を促進する取組が不可欠であることを確認した。また、地方部において高付加価値なインバウンド観光地づくりに取り組み、インバウンド関連指標が堅調に回復している3地域（岩手県（東北エリア）、石川県、熊本県）を事例として取り上げ、各地域における特色ある取組や成果を紹介した。いずれの地域においても、自然や文化等、地域ならではの観光資源を生かした体験コンテンツの磨き上げや周遊・滞在促進の取組等により、訪日外国人旅行者の一層の誘客や地域での消費拡大を図っている。

地域事例分析（要点）

	主な取組	主な成果	今後の展望
岩手県 (東北エリア)	<ul style="list-style-type: none"> ・東北の豊かな自然資源を活用した観光ルートや各地での特別な体験の発信等による広域周遊の促進 ・国立公園と連携した滞在体験の魅力向上や宿泊施設の高付加価値化等による滞在の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米や東南アジアからの旅行者の来訪・宿泊が増加 ・旅行消費額が増加 ・東北地域内での訪問が広域化 	<ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値な体験コンテンツの造成、これを担う専門ガイドの育成、欧米豪を含む幅広い客層への発信強化等が課題
石川県	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の伝統文化を生かした高付加価値な体験コンテンツの造成・提供 ・周辺地域との連携による周遊・滞在の促進 ・ターゲットの明確化と戦略的なプロモーションの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット層である欧米豪からの旅行者の来訪・宿泊が大幅に増加 ・旅行消費額が増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・持続可能な観光の観点から、受入体制の拡充を図るとともに、住民が旅行者を快く受け入れる「観光受容力」を向上
熊本県	<ul style="list-style-type: none"> ・自然、文化、産業等の地域資源を維持・再生するための体験コンテンツの提供等による持続可能な観光地域づくり ・宿泊施設の高付加価値化や滞在コンテンツの充実等による滞在の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾をはじめとする幅広い国籍・地域の旅行者の来訪・宿泊が増加 ・旅行消費額が増加 ・「世界の持続可能な観光地100選」選定（阿蘇） 	<ul style="list-style-type: none"> ・持続可能な観光地域づくりを一層推進、西日本・九州の広域連携により欧米豪を含む幅広い客層への発信を強化

2 訪日外国人旅行者の地方部における消費拡大に向けて

観光は、成長戦略の柱であり地方創生の切り札である。特に、少子高齢化が進み人口減少に直面する地方部においては、成長するインバウンド需要を戦略的に取り込んでいくことが地方経済・社会の持続的な発展に不可欠と考えられる。また、国内外の観光需要が急速に回復する中、一部の地域や時間帯によっては過度の混雑等による地域住民の生活への影響や旅行者の満足度の低下への懸念が生じている。オーバーツーリズムの未然防止・抑制の観点からも、地方誘客の一層の促進により、地域による偏在傾向の解消を図っていくことが重要である。加えて、週末や連休に旅行需要が集中する日本人と異なり、平日を含め比較的長く日本に滞在する傾向がある訪日外国人旅行者を誘客することは、地域における旅行需要の平準化、ひいては地域の観光産業における雇用や収入の安定、生産性の向上にもつながることが期待される。

以下では、これまでの分析結果を踏まえ、訪日外国人旅行者の地方部での消費拡大に向けて、必要な取組の方向性を整理することとしたい。

第一に、地方部の豊かな自然、地域独自の文化や食等、地域ならではの観光資源を生かした特別な体験等、訪日外国人旅行者を惹きつける質の高いコンテンツの造成・磨き上げが極めて重要である。世界の旅行者はその土地ならではのローカルな文化等への関心が高く、日本人にとっては見慣れた景観や日常の暮らしの中にある文化であっても、外国人旅行者にとっては魅力的かつ感動を与える唯一無二の体験になり得る。地域に根差した資源を活用し、地域住民とのつながりを重視した少人数での体験ツアー等、地方部の特色を生かした質の高いコンテンツとして磨き上げ、体験価値に見合う価格で提供することは、旅行者の満足度の向上や地域における消費拡大に有効である。

第二に、周辺地域の行政機関、観光地域づくり法人（DMO）、民間企業等、様々な主体が連携し各地の特別な体験コンテンツ同士をテーマごとに結びつけ、魅力的な広域周遊ルートとして戦略的に発信していくことが必要である。団体ツアー客のみならず、新幹線や電車等の公共交通機関やレンタカーを利用して周遊する個人客も意識し、推奨する交通手段の案内とあわせた発信が求められる。こうした取組により地域間の周遊が促進され、広域エリア内での滞在の長期化や消費拡大が見込まれる。

第三に、地域に滞在することによる消費誘発効果が大いことから、日帰り観光拠点としてだけではなく、訪日外国人旅行者の滞在拠点としての魅力を向上させる取組が必要である。宿泊施設等の高付加価値化や滞在体験の魅力化、ナイトコンテンツを含む滞在コンテンツの充実等が有効と考えられる。

第四に、持続可能な観光地域づくりの取組が一層重要になっている。前述の質の高い体験コンテンツや広域周遊、滞在の魅力向上を実現するには、専門ガイドをはじめとする観光人材と交通手段の確保が欠かせないことから、受入環境の整備・拡充に注力する必要がある。他方、高齢化や人口減少に直面する地方部の地域によっては、人材確保等の供給面の拡充が困難であることも考えられる。このため、地域における実情を勘案し、需要の分散・抑制や泊食分離の促進、高付加価値化の取組等により、各地域にとって持続可能な数の訪問者や宿泊者を受け入れ、一人当たりの消費単価を上げていく方向性が重要である。

また、持続可能な観光の観点から、地域に根差した観光資源をインバウンド観光に戦略的に活用することで、自然資源の保全や伝統文化の継承、産業の維持・発展につなげるとともに、旅行者の満足度の向上、観光による収益性の向上を実現していくことが求められている。観光による収益が宿泊施設の従業者や地域住民に確実に還元される仕組みが確立されれば、観光の担い手として参画することの魅力が高まり、中長期的には地域における観光人材の増加にもつながるものと期待される。

3 訪日外国人旅行者の地方部における消費拡大に向けた国の施策の方向性

観光庁では、2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」で掲げられた「持続可能な観光地域づくり」、「地方を中心としたインバウンド誘客」、「国内交流拡大」の3つの戦略に基づき、関係省庁と連携し各種施策を推進している。

特に訪日外国人旅行者の地方誘客や持続可能な観光地域づくりを加速していくことが喫緊の課題であることから、全国各地での特別な体験の創出と発信、11のモデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくりのほか、オーバーツーリズムの未然防止・抑制や観光地のマネジメント体制構築等による持続可能な観光地域づくりを強力に推進していくこととしている。

特別な体験については、我が国の観光資源を早朝・夜間、未公開エリア等の活用と組み合わせ期間限定の特別な体験として提供するものである。地方の自然や伝統文化の活用や食の地産地消等を奨励し、付加価値が高く、地域の目玉となる資源を集約した「地方プレミアム体験コンテンツ」を創出し、世界の旅行者への情報発信に取り組んでいく。

また、高付加価値なインバウンド観光地づくりに取り組む11のモデル地域において、高付加価値化等による持続可能な観光地域づくり支援や二次交通の確保、国立公園における滞在体験の魅力向上の取組、文化財の積極的活用等を促進していく。

持続可能な観光地域づくりの推進に向けては、持続可能な観光地域づくりに取り組む地域を全国100地域とすべく、引き続き地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等に対して支援等を実施するほか、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた取組として、約20の先駆モデル地域を中心に公共交通等の混雑対策や需要分散・周遊促進等の対策を講じていく。

さらに、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）をはじめ、国際的なスポーツ大会や大規模イベントの開催が予定されていることから、この好機を生かし、地方部の魅力の発信強化等により、あらゆる機会を捉えたインバウンド需要の拡大と地方部への誘客促進に取り組んでいく。

持続可能な観光地域づくり

観光産業の収益力・生産性を向上させ、地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進

■観光地・観光産業の再生・高付加価値化
(宿泊施設等の改修、廃屋撤去、面的DX)

■オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進
(受入環境の整備・増強、マナー違反行為の防止・抑制等)

■観光地・観光産業における人材不足対策
(観光人材の育成、人材活用の高度化に向けた設備投資支援)



宿泊施設の大規模改修



地域一体となったキャッシュレス化



スマートゴミ箱
(受入環境の整備・増強の例)



観光マナー啓発看板
(マナー違反行為の防止・抑制の例)



観光人材育成



接客ロボット
(設備投資支援の例)

地方を中心としたインバウンド誘客

消費額拡大・地方誘客促進を重視

- コンテンツ等の整備（特別な体験の提供等）
- 高付加価値旅行者の誘致（全国11モデル地域）
- MICEの推進（海外ビジネス客の訪日・消費拡大）
- アウトバウンド・国際相互交流の促進



厳島神社夜間特別拝観
(特別な体験の提供の例)

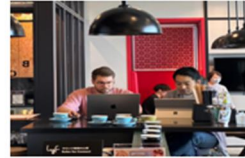


高付加価値旅行者を惹きつける
コンテンツの創出

国内交流拡大

人口減でも国内旅行の実施率向上、滞在長期化を図る

- ワーケーションの普及促進
(ノマドワーカー・子育て世代に対応したモデル実証)
- 継続的かつ多頻度での来訪の促進
- ユニバーサルツーリズムの普及・定着
- 国内旅行需要の平準化の促進



ワーケーションの普及促進



継続的かつ多頻度での来訪の促進

特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上の推進
及び持続可能な観光地域づくりの取組

特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上の推進

●我が国が誇る観光資源（自然、文化、食、スポーツ等）を、**早朝夜間や未公開・非混雑エリア等の十全な活用と組み合わせ**、これまでないインバウンド需要を創出、**期間限定の特別な体験として提供**。

●特に、**地方における体験コンテンツ等の消費を一層拡大・質の向上を図るため**、地方の自然・伝統文化活用、食の地産地消、地域人材の活用等を奨励し、**極めて付加価値が高く、地域の目玉となる様々な資源を集約した「地方プレミアム体験コンテンツ」の創出を促進**。

期間限定の特別な体験



地方プレミアム体験コンテンツ



鎌倉・奥日光におけるユニークベニューでの演奏会

持続可能な観光地域づくり

●世界観光機関（UN Tourism）とともに策定した「**日本版持続可能な観光ガイドライン**」に基づき、**持続可能な観光地域づくりに取り組み地域を全国100地域とすべく**、自治体やDMO等に対し支援を実施

●「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」の一次公募において、「**先駆モデル地域**」20地域を採択

●採択後、**地域の関係者による協議の場を立ち上げ**、課題分析に基づき**具体的な対策に係る計画を策定し取組を実施**

【採択地域及び主な取組概要】※隣不同

公共交通等の整備対策

- 1 京都：「観光特急バス」の創設、地下鉄への誘導、すざり観光の拡充
- 2 札幌：「観光バス専用待合」の創設、観光バス専用乗降場の整備
- 3 鎌倉：ロープウェイの自動販売機導入、乗降状況可視化
- 4 川越：パークウェイの強化、駐車場等の整備・拡充
- 5 福島：「無償観光デジタルマップ」の活用、分岐・平準化
- 6 出雲大社：観光客向け専用通道の導入

マナー違反対策

- 7 富良野：AIカメラによる、農地など私権地帯への無断立ち入り行為の抑制
- 8 鎌倉・鎌倉：歩行者による歩道歩道のマナー違反行為の抑制
- 9 白川郷：歩道・地蔵の分析に基づく歩行者マナー啓発の強化
- 10 奈良公園・山の辺の道：景観保護活動への観光客の参画

自然環境保護

- 11 西表島：エコツーリズム推進法に基づく立ち入り制限の導入
- 12 湯入湯：自然歩道の整備、利用者負担導入の検討
- 13 富士山五合目：登山客の歩行速度及び通行料の導入
- 14 富士山登山口、御殿場口、御来目口
- 15 富士山登山口、御殿場口、御来目口
- 16 富士山登山口、御殿場口、御来目口
- 17 阿蘇：EV-自転車活用による環境負荷の削減

地域における取り組み事例



ガイド付きツアー「OZU STORIES大洲城下町再生の物語」

需要の分散・再遊促進等

- 18 宮島・宮島口：宮島側ターミナルの改修、乗降状況可視化
- 19 彦根：浅井寺周辺の道路対策、道路空間の活用
- 20 松本：観光二次交通の強化、道路の整備
- 21 長野山：子育て世代に向けた体験観光の分岐・平準化
- 22 仁徳川流域：新たな観光バス停の導入、乗降環境の改善、道路コンクリートの完成

第II部 令和5年度に講じた施策

第1章 持続可能な形での観光立国の復活

第1節 持続可能な観光地域づくり

1 観光地・観光産業の再生・高付加価値化と担い手の確保

- ① 「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」において、2023年度に計170地域の採択を行い、観光地の面的な再生・高付加価値化を支援した。また、観光デジタルトランスフォーメーション（DX¹）の推進に向けて、旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上・観光地経営の高度化につながる7つの先進モデル（実証事業）の構築、普及に向けた情報発信、顧客予約管理システム（PMS²）等で扱うデータ仕様の標準化に取り組んだ。
- ② 観光地域づくり等を担う観光人材に求められる知識・技能等を効果的に修得するための教育プログラムの開発支援等を実施した。

2 観光地域づくり法人（DMO）の体制強化

地域での観光地マネジメントの確立に向けて、「持続可能な観光推進モデル事業」により、持続可能な観光地経営の検討会議や地域住民・観光関係事業者向けのシンポジウム開催等、10地域のマネジメント体制構築を支援した。また、「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」による延べ55人の外部専門人材の登用、観光地経営のためのスキルアップセミナーや実地研修を通じた人材確保・育成を支援するとともに、観光地域づくり法人（DMO³）が行う安定的な財源の確保のための計画策定を支援した。さらに、観光地経営に関する基礎知識や観光地経営戦略策定等の具体的手法に対するDMOの理解促進を目的として、「観光地域づくり法人（DMO）による観光地経営ガイドブック」を作成し、全国のDMOに展開した。

3 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

- ① 「観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）」に基づき、地方公共団体やDMO等に対し取組の促進や支援を行うことにより、2025年までに持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数を全国100地域とすることとしており、2023年12月末時点で31地域となった。
- ② 「サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業」により、観光利用と地域資源の保全を両立するため、コンテンツ料金に地域還元や資源保全費用を組み込むなどにより、地域の自然・文化・歴史・産業等の保全につなげる好循環の仕組みづくりを支援した。また、「持続可能な観光の促進に向けた受入環境整備事業」により、マナー啓発のためのコンテンツ制作と設備整備、パークアンドライド駐車場の整備、混雑状況の可視化に資するシステムの整備等について支援した。さらに、国内外の観光需要が回復し多くの観光地が賑わいを取り戻している一方で、観光客が集中する一部の地域や時間帯等によっては、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や旅行者の満足度の低下への懸念が生じていることを受けて、「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ（令和5年10月18日観光立国推進閣僚会議決定）」をとりまとめた。加えて、2024年3月にオーバーツーリズム対策の先駆モデル地域を全国で20地域選定した。

4 旅行者の安全の確保等

- ① 優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上のため、景観行政に取り組む団体（景観行政団体）数及び景観計画の策定団体数の増加促進に取り組んだ。また、「エコツーリズム地域活性化支援事業」により、2024年1月までにエコツーリズム推進全体構想の認定地域は26地域となった。
- ② 訪日外国人旅行者の安全確保のための取組については、緊急地震速報等を多言語で提供するアプリ「Safety tips」の普及促進のほか、日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトやSNSを通じて訪日外国人旅行者向けに緊急時の対応に係る情報を多言語で発信するとともに、24時間365日多言語対応が可能な訪日外国人旅行者向けコールセンターを運営し、問い合わせへの対応を行った。また、観光施設等

¹ デジタル技術の活用による新たな商品・サービスの提供、新たなビジネスモデルの開発を通じて、社会制度や組織文化等も変革していくような取組を指す概念のこと。

² Property Management System の略。ホテル管理システムのこと。

³ Destination Management/Marketing Organization の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔となる法人のこと。

における危機管理対応能力強化等の訪日外国人旅行者が安心して旅行できる環境整備を支援した。さらに、令和6年能登半島地震を受けて、二次避難先の確保に向け、北陸4県や隣接する岐阜県、滋賀県、長野県、三大都市圏の宿泊施設情報を集約し、石川県へ提供するといった支援を行った。加えて、2024年1月25日にとりまとめられた「被災者の生活と生業（なりわい）支援のためのパッケージ」に基づき、被災地の風評被害を防止し観光復興を図るため、観光庁やJNTOのウェブサイト等で正確な情報を発信するとともに、被災地の復旧状況を踏まえつつ、北陸新幹線金沢～敦賀間開業の機会も捉え、北陸地域の誘客に資する訪日プロモーションを集中的に実施した。また、今般の令和6年能登半島地震による風評被害を早期に払拭するため、キャンセルにより失われた旅行需要を新たに喚起することを目的に、北陸4県において、国内旅行者や訪日外国人旅行者を対象に旅行代金の割引を支援する「北陸応援割」を実施し、観光需要を喚起した。

第2節 インバウンド回復

1 インバウンドの回復に向けた集中的取組

インバウンドの本格的な回復を図るため、地方公共団体や民間企業等のこれまでにない特別な観光コンテンツ造成を支援する「観光再始動事業」⁴にて、国保有施設の夜間特別開園等、全国で385件を採択した。また、米国等の海外5市場で訪日観光促進のイベントを開催し、全国各地での取組について情報発信を行った。さらに、「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」においても、2023年度に公募を開始し、一次公募にて全国で113件の特別な体験コンテンツ・イベント等の創出等を支援する事業を採択した。

2 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

- ① 自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズムの世界最大の商談会・イベントであるアドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本(ATWS2023)が、2023年9月に北海道札幌市で開催され、世界64の国と地域からバイヤーやメディア等、773人が参加した。
- ② アート・文化芸術コンテンツの整備支援については、2023年11月に開催したアートウィーク東京2023では、新たな取組として、展示作品の購入が可能な「買える展覧会」を実施し、世界最高峰のアートフェアであるアートバーゼル⁵の日本における活動を定着させた。また、メディア芸術分野においては産学館(官)が連携し、作品及び資料の収集・保存・活用に向け、横断的なネットワークの構築によってノウハウの共有等を推進した。
- ③ 地域の食材を活用したコンテンツ造成については、専門家の助言の下地産地消のためのメニュー・食体験等のコンテンツ造成の支援及び宿泊業における食の提供に係る現状・課題を分析し、モデル実証を3地域で実施するとともに、食を強みとして滞在価値を高め、付加価値向上を実現する取組を行う宿泊施設の事例調査を行い、得られた実証結果と調査結果をとりまとめ、2024年3月にウェブサイトに掲載し、共有した。また、地域の郷土料理や伝統文化等の魅力によりインバウンド誘致を図る農泊地域等を「農泊 食文化海外発信地域(SAVOR JAPAN⁵)」として認定しており、認定地域における食体験コンテンツの磨き上げ等を支援した。
- ④ 皇居三の丸尚蔵館については、2023年10月1日付で宮内庁から独立行政法人国立文化財機構に管理・運営を移管、名称を「皇居三の丸尚蔵館」とした上で、同年11月3日に開館した。
- ⑤ 訪日外国人旅行者の消費額増加を図るため、消費税免税店の拡大を促進し、全国の消費税免税店数は2023年9月末時点で56,577店となり、過去最大となった。
- ⑥ 新宿御苑の旧大木戸御殿復元整備は、遺構発掘調査を継続している。

3 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

- ① 2023年度「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」において、全

⁴ インバウンドの本格的な回復を図るため、地方公共団体、観光地域づくり法人(DMO)、民間事業者等が実施する、特別な体験コンテンツ・イベント等の創出等を支援する事業。

⁵ 多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する農泊地域等を農林水産大臣が認定し、官民で連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する取組。SAVORに、日本の農山漁村の食や食文化を深く味わう・楽しむという意味が込められている。

国で1,406件の事業を採択し、地域に根差した観光資源を活用したコンテンツの造成・磨き上げを支援した。また、国立公園の魅力向上に向けて、2023年6月に、「宿舍事業を中心とした国立公園利用拠点の魅力向上検討会」において、宿舍事業を中心とした国立公園利用拠点の魅力向上に関する取組方針をとりまとめた。同方針を踏まえ、同年8月に先端モデル事業の対象とする4つの国立公園を選定し、各公園において基本構想の検討を進めている。2024年3月には、集中的に取り組む利用拠点の第一弾として十和田八幡平国立公園の休屋・休平地区を選定した。

- ② 「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」により、14地域に対し、DMO等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」の実現に向けた、スキー場のインフラ整備やアフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツ造成、受入環境の整備等を支援した。
- ③ 歴史的資源を活用した観光まちづくりについては、歴史的資源を活用した宿泊施設等の環境整備や滞在拠点の高付加価値化、施設改修等への補助、歴史的資源を活用した観光まちづくりの更なる推進のための計画策定等に対し伴走支援した。
- ④ 文化観光拠点の整備については、「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）」（文化観光推進法）に基づき、2023年9月に新たに6件の計画を認定するとともに、認定計画に基づく事業の補助を実施した。また、日本遺産⁶については、日本遺産全体の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、地域の文化資源としての磨き上げを促進するための支援の充実等、日本遺産を活用した継続的な取組を推進した。
- ⑤ スポーツと地域資源を融合させた「スポーツツーリズム」等を通じて、交流人口の拡大、地域・経済の活性化を推進するため、高付加価値コンテンツの創出に向けた取組をモデル的に支援するほか、インバウンドの回復を踏まえたスポーツツーリズム・ムーブメント創出を積極的に推進しており、武道等6件のモデル事業を実施した。
- ⑥ 農泊については、これからの農泊推進の方向性について検討するため、有識者から構成される「農泊推進のあり方検討会」で議論が重ねられ、2023年6月に「農泊推進実行計画」が策定された。また、2023年度における国の支援として、新たに農泊に取り組む35地域に対し、地域における推進体制の構築、コンテンツ開発、古民家等を活用した滞在施設の整備・改修等を一体的に支援するとともに、商談会やモニターツアー等、戦略的なプロモーション活動の実施による需要喚起を行った。
- ⑦ サイクルツーリズムについては、訪日外国人旅行者に対応した質の高いサイクリング環境の創出を図るため、官民が連携した走行環境・受入環境整備、情報発信等を支援した。

4 高付加価値旅行者の誘致促進と MICE・IR 整備の推進

- ① 消費額の増加、地方への誘客をより重視するという観点から、訪日旅行における消費単価が高い高付加価値旅行者の地方への誘客を促進するため、2023年3月に選定した全国11地域のモデル観光地に対して、事業推進体制の構築、マスタープランの策定、ハイエンドコンテンツの造成、人材育成等の取組について総合的に支援した。また、JNTOは、2023年4月に高付加価値旅行を推進する専門部署を立ち上げたほか、同年6月に新たに策定した「訪日マーケティング戦略」に基づき、高付加価値旅行市場に対する海外セールス・情報発信の強化等、きめ細かなプロモーションを実施した。
- ② MICE 誘致・開催支援については、「新時代のインバウンド拡大アクションプラン（令和5年5月30日観光立国推進閣僚会議決定）」において、関係省庁が推進すべき MICE 関連施策が多く盛り込まれた。また、5都市を対象としたコンベンションビューロー⁷の誘致力強化のための研修等や、ユニークベニュー⁸の活用等による MICE 開催地としての魅力向上を目的とした実証事業（47件）等を実施した。さらに、IR 整備については、「特定複合観光施設区域整備法（平成30年法律第80号）」に基づき、2023年4月に大阪の区域整備計画の認定を行い、同年9月には実施協定を認可した。

⁶ 地域の歴史的の魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」に認定するとともに、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域活性化・観光振興を図るもの。

⁷ 国際会議をはじめとした MICE の誘致を支援する組織のこと。

⁸ 「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間（庭園・公園、商店街、公道等）」において、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のこと。

5 インバウンド受入環境の整備

- ① インバウンドの受入環境整備を一層推進するため、空港業務の省力化・自動化や業務効率化等に資する取組に対する補助や、世界最高水準の空港旅客サービスの実現に向け、自動チェックイン機・自動手荷物預入機・スマートレーン⁹等の先端機器の導入や複数航空会社間でのチェックインカウンターを共有化するシステム（CUTE¹⁰システム）の導入を推進した。また、空港の機能強化の取組として、成田国際空港のB滑走路延伸及びC滑走路新設等の準備工事等の取組を進めるとともに、空港の機能拡充として、東京国際空港（羽田空港）へのアクセス利便性向上を図るための各路線の鉄道基盤施設（トンネル躯体等）整備等の取組を進めた。
- ② クルーズについては、訪日クルーズ本格回復に向けて、安心してクルーズを楽しめる環境づくりを進めるとともに、ハード・ソフト両面からのクルーズ船の受入環境整備や、クルーズ船寄港の地域経済効果を最大化させることを目的としたツアー造成等を支援した。
- ③ 訪日外国人旅行者のニーズが特に高い、公共交通機関や観光地での多言語対応やキャッシュレス決済等の導入に対し支援した。
- ④ 国際的なリモートワーカー（いわゆる「デジタルノマド」）のための新たな在留制度を2024年3月に創設した。また、入国手続での関係機関の連携強化、最先端技術を活用した機器の導入等を着実に進めた。
- ⑤ 訪日外国人旅行者の快適な旅行環境を整備するため、AIチャットボット等の先進機能の整備等により、観光案内所の情報発信機能を強化するなど受入環境の面的整備を支援した。

第3節 国内交流拡大

1 国内旅行需要の喚起

全国を対象とした観光需要喚起策として「全国旅行支援」を、2022年10月から2023年12月まで実施した。同支援による需要喚起の効果もあり、国内延べ宿泊者数が新型コロナウイルス感染症流行前と比較して同水準程度となるなど、全国的に旅行需要が回復した。また、平日旅行需要喚起キャンペーンの実施等による国内旅行需要の平準化については、平日旅行の促進を目的として、2022年10月より継続的に、観光関連事業者と連携して「平日にもう一泊」キャンペーンを実施し、2023年には情報発信の更なる充実を図った。

2 新たな交流市場の開拓

- ① ワークেশョン、ブレジャー¹¹等の普及・定着を進めるため、モデル実証事業を10件、セミナー・経営層向け体験会を計11回、テレワーク・ワークেশョン官民推進協議会と連携した情報発信を、2023年6月から2024年3月にかけて実施した。また、第2のふるさとづくり等の定着に向け、反復継続した来訪促進のためのモデル実証事業（18件）、ネットワーク会員を対象としたイベント（年3回）や、SNSを活用した情報発信を実施した。
- ② 「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の研修動画の作成・公表を行うとともに、認定施設に対し、モニターツアーを実施し、情報発信を行った。また、旅行会社が商品造成時に観光施設に求めるバリアフリー情報の検証を実施するとともに、障害の種別等に応じた旅行商品造成に資するノウハウ集を作成した。さらに、公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化を着実に推進した。

⁹ 自動で手荷物の仕分けや搬送が可能なレーンのこと。

¹⁰ Common Use Terminal Equipment の略。航空会社が世界主要空港で共同使用できる端末システムのこと。

¹¹ 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。

第2章 観光立国の実現に向けた観光施策

第1節 持続可能な観光地域づくり戦略

1 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

- ① 観光地の顔となる宿泊施設を中心とした、地域一体となった面的な観光地再生・高付加価値化について、地方公共団体・DMO等による観光地再生に向けた地域計画の作成や同計画に基づく改修事業等を強力に支援するため、2023年12月までに170地域を採択し、支援した。
- ② 財務諸表や経営指標の活用、適切な労働環境の整備、PMS等のITシステムの活用等による宿泊業の生産性・収益力の向上や従業員の待遇改善等、高付加価値化に向けた経営を行うための指針を示すガイドラインに係る登録制度に基づく登録事業者を補助事業等で積極的に支援し、2024年3月31日時点で1,556件の登録がなされており、宿泊業の高付加価値化に向けた経営への転換を促進し、「持続可能な稼げる産業」への変革を促した。
- ③ 観光産業の生産性向上等を図るため、地域内の事業者間連携による宿泊業の付加価値向上及び地域全体の滞在価値向上を検証し、その結果を2024年3月にウェブサイトに掲載し、共有した。また、デジタル化支援ポータルサイト「みらデジ」の運用を通じて、デジタル化による事業環境変化に伴う経営課題の解決を目指す中小企業・小規模事業者と、同事業者の取組を支援する各種機関の双方へ支援した。

2 観光DXの推進

- ① 観光DXの推進により、旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上等を図り、稼げる地域を創出すべく、DMO等におけるシームレスな情報発信・予約・決済が可能な地域サイトの構築、その時・その場所・その人に適した情報のレコメンド等に関する実証実験（7件）の実施、PMS等で扱うデータ仕様の標準化に取り組んだ。また、2024年2月に「観光DX推進のあり方に関する検討会」を開催し、KPIのフォローアップを行った。
- ② DMOが中心となり、地域が一体となって行うデータマネジメントプラットフォーム（DMP）等を活用した分析や戦略策定の実証実験を4件実施した。また、ウェブサイトを活用した情報発信や旅行商品のOTA¹²への掲載による流通環境の整備の取組の実証実験を17件実施した。さらに、「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」により、観光デジタル人材を含む延べ55人の外部専門人材の登用の支援やOJTによる人材育成の支援等、ITに加えマーケティング等のスキルを有する人材の登用・育成を支援した。
- ③ 地域が抱える様々な課題（防災、防犯・見守り、観光対策等）をデジタル技術やデータの活用によって解決するスマートシティを推進するため、「地域課題解決のためのスマートシティ推進事業」により、地方公共団体等の都市OS（データ連携基盤¹³）及びサービス実装を支援した（2023年度8事業）。また、セミナーや講演を通じた情報共有により地方公共団体への共有を促した。

3 観光産業の革新

（1）多様なニーズに対応した旅行業への転換と高付加価値な商品造成

持続可能な観光に係る旅行商品のアワードの開催及び研修等の実施等により、高付加価値な旅行商品・サービスを造成し、旅行業におけるビジネスモデルの転換を促すとともに、地域独自の魅力を生かした地域密着型の旅行商品の造成を促進した。

（2）観光産業の再生支援

新たに観光産業を行う者及び既存の観光関連事業者の取組を後押しするため、日本政策金融公庫等による事業者への資金の融資や、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）による「登録DMO」の設立や観光関連事業への資金、経営及びナレッジ面での支援を実施した。また、登録DMOと連携し、民間事業化支援を促進した。さらに、商工組合中央金庫は、全国の旅館組合に対して、プッシュ型で一層寄り添っ

¹² Online Travel Agent の略。インターネット上で取引を行う旅行会社。

¹³ 都市に関わる様々なデータについて、センサー等の端末からアプリケーションまでデータを流通させる機能を持ったプラットフォームのこと。

た支援を進め、地域経済の面的活性化に努めた。

(3) 宿泊施設の整備促進

- ① 国際競争力強化に資する施設に対して、一般財団法人民間都市開発推進機構による金融支援制度の活用を推進した。
- ② 旅館、ホテル等宿泊施設における訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上に関する取組に対し、「宿泊施設インバウンド対応支援事業」を通じて支援した。
- ③ 2023年度においては、まちの活力や利便性の向上等を目指す地方都市を中心に、民間事業者による古民家・空き店舗を活用した観光関連施設等の整備に対し、「まちづくりファンド支援事業」3件、「共同型都市再構築事業」3件の金融支援を行った。

(4) 官民ファンドによる事業再生支援等の強化

- ① 株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）の支援体制の強化、同機構による地域金融機関の事業再生人材の育成（地域金融機関による事業再生支援に資する手引きの作成や、地域金融機関の役職員を対象とした実践力を身に付けるための研修等）、ファンド出資を通じた事業再生の担い手の拡充等を図り、温泉街等の観光地の再生・活性化や宿泊業等における事業再生支援等を推進した。また、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光まちづくり等に関する投資ノウハウ・人材支援等に関する機能を安定的・継続的に提供し、観光地の再生・活性化を推進した。
- ② 地域金融機関との深度ある対話や金融機関に対する要請等を通じて、金融機関による地域企業の真の経営課題の解決に資する方策の策定・実行に必要なアドバイスや資金使途に応じたファイナンスの提供等を促した。

(5) スタートアップ・ベンチャー企業のサービスの利活用促進

訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、滞在時間の延長を促進するための賑わい拠点となる屋外広場の整備、環境に配慮しながら点在する観光スポットへの周遊を促進するための多様な移動手段の整備、観光施設等における多言語対応や無料 Wi-Fi の整備等を支援した。また、ベンチャー企業の有する AI・ICT 等のノウハウを活用し地域課題を解決する実証事業を 15 件実施するとともに、ベンチャー企業のサービスの利活用について先進事例を紹介するセミナーを開催することで、次世代の観光の担い手の育成を図った。

(6) 海外の有望な観光関連企業の誘致

日本貿易振興機構（JETRO）において、海外の及び既に日本に進出している外資系の有望な観光関連企業並びに関連ソリューションを有するデジタル等企業の誘致、協業・連携促進活動を実施した。また、地域への進出に関心を有する場合は、外国・外資系企業との協業・連携に意欲のある地方公共団体、アカデミア、その他地域のエコシステムを構成する民間企業等の関係者と連携し、誘致活動を実施した。

4 観光人材の育成・確保

(1) 観光地域及び観光産業の担い手の確保

- ① 2023年3月に、持続可能な観光地域づくり等を担う観光人材の育成のためのガイドラインを作成し、2023年度は6機関を採択、本ガイドラインで明示した知識・技能等を効果的に修得するための教育プログラムを開発した。また、宿泊業における外国人材の活用を推進するため、国内外で、我が国宿泊業の魅力を発信するジョブフェアを6回、海外の人材送り出し機関・国内の人材斡旋機関等を対象としたマッチングイベントを14回、特定技能試験を14回実施した。
- ② JNTO は、海外の旅行代理店販売員の人材育成を進めるため、訪日旅行に関する知識を習得するためのeラーニングウェブサイトの運営を、米国、フランス、ドイツ、イタリア及びスペインの5か国において実施した。

(2) 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進等

高等学校の必修科目「地理総合」について、学習指導要領において「観光の現状や動向に関する諸事象を、様々な主題図などを基に取り上げ、地図や地理情報システムの適切な活用の仕方が身に付くよう工夫すること」としていることを踏まえ、年に2回開催する各教育委員会の指導主事等を対象とした会議等の場を通じて、学習指導要領の趣旨の周知徹底を図った。

(3) 通訳ガイドの質・量の充実

訪日外国人旅行者からの需要が見込まれる分野の研修により、旅行商品の付加価値向上に資する通訳ガイドの育成を図った。また、通訳案内士の担い手確保と質の向上を図るため、語学や観光系の専門学校、大学等における全国通訳案内士による講演活動の実施により、通訳案内士の業務や試験について情報発信を行った。さらに、通訳案内士の就業機会の確保を図るため、通訳案内士と旅行事業者等とのマッチング促進に引き続き取り組んだ。

5 観光地域づくり法人（DMO）を司令塔とした観光地域づくりの推進

(1) 世界に誇る観光地形成に向けた観光地域づくり法人（DMO）の形成

- ① DMO の形成・育成のため、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づく登録及び更新登録を計 87 件行うとともに、「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」により、「世界的な DMO」を目指して課題解決を図ろうとする意欲のある DMO 等に対し、課題に対応した取組を支援した。また、2022 年度に選定された「先駆的 DMO」3 法人による「世界的な DMO」を目指した取組に対して「先進的な広域周遊観光促進支援事業」等による戦略的な伴走支援を行った。さらに、2024 年 1 月に「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を設置し、DMO が観光地域づくりの司令塔としての役割を果たすために、DMO に求められる機能や役割について検討した。
- ② 「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」により、DMO が行う安定的な財源の確保のための計画策定を支援した。
- ③ 2024 年 2 月に開催した「DMO 全国会議」や複数の DMO が集まる実地研修等の支援を通じて、DMO 間の連携を強めるとともに、「先駆的 DMO」の取組をはじめとした DMO が抱える課題やこれに対する取組等を共有した。また、観光地経営に関する基礎知識や観光地経営戦略策定等の具体の手法に対する DMO の理解促進を目的として、「観光地域づくり法人（DMO）による観光地経営ガイドブック」を作成した。

(2) 観光地域づくり法人（DMO）等に対する支援

- ① 各層の DMO（広域連携 DMO・地域連携 DMO・地域 DMO）における役割分担と連携を促進するために、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、各地方運輸局を通じて、エリアごとに各層の DMO を対象とした意見交換会を 10 回実施した。また、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」により、DMO が中心となり、地域が一体となっていく、調査戦略策定等の取組を 93 件支援した。
- ② 「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」による外部専門人材の登用を通じて、DMO が行う観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備に係る調整、多言語表記等の受入環境の整備等の取組を 34 件支援した。また、JNTO のウェブサイト等で地域の観光コンテンツを発信するとともに、地域から募集した観光コンテンツに係る有識者の評価等についてフィードバックする説明会を開催した。さらに、全ての広域連携 DMO と連携した情報発信事業に取り組んだほか、広域連携 DMO に対し JNTO による招請事業予定や最新の市場動向等を提供した。
- ③ 地方公共団体・DMO に対するコンサルティングをオンライン・現地等で実施するとともに、研修会の地域での開催、オンラインセミナー、JNTO ウェブサイト「地域インバウンド促進ページ」等を通じて、最新の市場動向や国内のインバウンドの取組等を紹介した。
- ④ DMO への情報共有のための「DMO ネット」を活用し、全国の DMO に対して、各種研修・セミナー・シンポジウム等の情報提供を実施するとともに、「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制

整備事業」において、中核人材の育成に資する研修等の受講を支援した。また、DMO と専門的知見や外国人目線を有する専門人材とのマッチングを実施するとともに、人材登用の費用を支援した。

- ⑤ 国内外の旅行者の誘客促進に取り組む 80 団体の DMO や地方公共団体に対し、60 人の専門家を延べ 477 日派遣し、観光資源の魅力向上をはじめ、ニーズに対応した助言・指導を実施することにより、国内外の旅行者の地方部への誘客を含む取組を促進した。
- ⑥ 全国 10 の地方ブロックで「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」が開催され、現状の課題等を共有するとともに、地方運輸局・地方整備局・地方公共団体・民間企業等の構成員による受入環境整備等の取組及び成果についてとりまとめ、ウェブサイトを活用して公表し、共有した。

6 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

- ① 持続可能な観光地マネジメント体制の構築を図るため、「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D¹⁴)」を活用し、持続可能な観光地経営の検討会議や地域住民・観光関係事業者向けのシンポジウムの開催等、10 地域・団体にモデル事業を実施するとともに、地域における JSTS-D に基づく取組を促進するため、JSTS-D の研修動画を作成・公表して研修の機会を拡大した。また、持続可能な観光の促進に向けた受入環境整備においては、公共交通への乗換えを促進するパークアンドライドに必要な駐車場の整備、観光旅行者のマナー啓発等に必要な備品・施設等の整備、混雑の平準化・解消のためのシステム整備等、7 地域・団体の計画を認定し、持続可能な観光の促進に資する整備を支援した。
- ② 自然・文化・歴史・産業等の本質を味わいながら地域への貢献を実感でき、観光利用と地域資源の保全が両立する体験等のコンテンツ造成及び地域の経済・社会・環境の持続可能性の向上の好循環の仕組みづくりに取り組む 27 地域でモデル実証を行った。また、2024 年 3 月にサステナブルツーリズムに取り組む地域関係者に向けた事例集を作成・公表した。さらに、サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりと連動した施設改修・整備及び設備導入・物品購入について 11 地域を支援した。
- ③ 移動時の CO₂ 排出抑制を図る取組として、オーバーツーリズムによる環境負荷等の課題を抱えている美瑛町を対象に、新たなゼロカーボンモビリティを活用した環境負荷の少ない観光地アクセスの方策等の調査・検討を行うこととした。このため、2023 年度は基礎調査を行うとともに、検討会を 3 回開催し、実証実験の箇所選定、実施時期、モビリティの仕様、安全対策、移動ルート等について、地元関係者等と意見交換等を行い、実証実験の実施計画案を策定した。

7 良好な景観の形成・保全・活用

(1) 良好な景観の形成

- ① 主要な観光地において景観計画策定が促進されるよう、「景観改善推進事業」の活用及び全国の地方公共団体を対象としたセミナーを都道府県単位で開催した。また、「景観計画策定の手引き」や「歴史的風致維持向上計画作成マニュアル」等の周知・徹底を図った結果、2023 年度は 668 市区町村で景観計画が、95 都市で歴史的風致維持向上計画が策定された。さらに、歴史的風致維持向上計画認定都市 (95 都市) のうち観光庁が指定する特定観光地を対象に、歴史的なまちなみを阻害する建築物等の美装化・除却及び伝統的な意匠形態を有する新築建造物の外観修景に対して支援し、歴史的なまちなみ全体の質の向上を推進した。
- ② 景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上を図るため、「まちなかウォークアブル推進事業」やウォークアブル推進税制等の支援制度を活用した「居心地が良く歩きたくなる」空間の創出による良好な景観形成を推進し、102 市町村 (2023 年 12 月末時点) が制度の対象となる滞在快適性等向上区域¹⁵を設定した。

(2) 庭園・公園等を活用した花や緑豊かな都市・地域の魅力発信

- ① 国営公園における魅力的な景観等の観光資源を活用するため、案内サインの多言語化等の環境整備を行った。また、周辺観光資源と連携し、情報発信等を行った。さらに、首里城の復元については、正殿

¹⁴ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

¹⁵ 多様な人々が集い、交流する「居心地が良く歩きたくなる」まちなかの創出を図る区域として、市町村が都市再生整備計画に位置づけるもの。

の本体工事を実施し、復元過程の公開等の取組を推進した。

- ② 「明治 150 年」関連施策の一環として、明治期の立憲政治確立等の歴史や意義を後世に伝えるため、国と地方公共団体が連携し、神奈川県中郡大磯町にある旧滄浪閣等を明治記念大磯邸園として整備した。また、2025 年度中の整備完了に向け、2023 年度は建物改修等を実施した。
- ③ 2023 年 6 月の全国都市緑化仙台フェア期間中に、登録証交付式及びシンポジウムを開催したほか、2024 年 3 月に新たに 2 つの「庭園間交流連携促進計画（ガーデンツーリズム計画）」を登録した。

（3）優れた自然の風景地を生かした地域づくりの推進

- ① 国有林野にある「レクリエーションの森」のうち、宮崎自然休養林等における案内看板の多言語化、洞爺湖風景林等における歩道整備等の重点的な環境整備に取り組んだほか、闇菫風致探勝林において Wi-Fi を整備し利便性向上にも取り組んだ。また、「日本美しい森 お薦め国有林」の魅力をわかりやすく伝えるため、野反自然休養林等の見どころ等の動画や写真を、SNS 等を通じて発信した。
- ② 道路管理者と市民団体等が協働して地域活性化や観光振興に寄与する「日本風景街道」と、地域情報の発信等を行う「道の駅」等の地域拠点との連携による相互の魅力及び価値の向上に取り組む。また「日本風景街道」の魅力を伝える動画等をウェブサイトや SNS により発信し、ブランド化や認知度向上を図った。
- ③ 2023 年 7 月より「秀逸な道」の起終点を示し 12 区間を巡る楽しみを持たせた現地看板の設置を開始した。同年 8 月にはエスコンフィールド HOKKAIDO、10 月には札幌駅前通地下歩行空間（チ・カ・ホ）で、全道各地の魅力的な景観等を有する「秀逸な道」を紹介するパネル展示を行うなどの情報発信を行った。また、魅力ある道路景観を維持・形成するため、道路管理者と地域が協働し沿道の除草、除雪、清掃活動等に取り組んだ。

（4）観光振興等に資する地域づくり・街並み整備

公募設置管理制度（Park-PFI¹⁶）等の活用促進を通じて、民間資金を活用した地域の観光拠点等となる都市公園の整備等を推進した。

（5）駅周辺等における「観光・まち一体再生」の推進

- ① 拠点駅及びその周辺における案内サイン等について、地方公共団体、交通事業者及び都市開発事業者等が連携しながら整備を行う協議会等を支援し、わかりやすく使いやすい歩行空間のネットワーク等の構築を促進した。また、駅周辺をはじめとした中心市街地等において、市街地再開発事業等により地域の観光の拠点となる商業施設等の建築物や、道路、広場等の公共施設の整備に対し支援することで、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を促進した。
- ② 2023 年 12 月に開催した全国駐車場政策担当者会議にて、観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組事例を紹介するとともに、社会資本整備総合交付金等による支援について周知した。
- ③ 地域の魅力や回遊性の向上に資するよう、観光案内所等を都市公園内に設置できる占用特例制度の周知を行い、活用促進を図った。

（6）歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発

重要伝統的建造物群保存地区内における建造物の修理・修景、耐震対策、3次元測量等の先端技術活用による防災環境等の整備、防災設備の設置に対する支援に加え、観光振興等のニーズに対応して、公開活用整備について積極的に支援することにより、地区内の伝統的建造物等の活用を図り、観光まちづくりの一層の促進に努めた。

¹⁶ 飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公演施設の設置と、同施設から生ずる利益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度のこと。

(7) 景観等に配慮した道路整備の推進

観光地等における良好な景観の形成や観光振興等のため、2021年5月に策定した「無電柱化推進計画」に基づき、個別補助制度による地方公共団体への支援等により、沖縄県那覇市での世界文化遺産首里城跡を含めた周遊観光ルートのオーバーツーリズム対策や、「文化財保護法（昭和25年法律第214号）」に基づく重要伝統的建造物群保存地区等において無電柱化を推進した。

(8) 道路空間の観光振興への有効活用

民間の創意工夫を活用し、地域の賑わいを創出するため、「歩行者利便増進道路（ほこみち）」制度の普及を促進した。また、道路における賑わい創出と維持管理の一層の充実を図るため、道路協力団体制度の地方道への展開を促進した。

(9) 国立・国定公園の保護と利用の推進

「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興プロジェクト」の1つである「みちのく潮風トレイル」について、名取トレイルセンター等を活用した情報発信や、「みちのく潮風トレイル数珠つなぎハイキング」、「みちのく潮風トレイル5周年イベント」等のイベントを年間を通じて行った。また、2023年6月に関係市町村によるみちのく潮風トレイル関係自治体協議会が発足しており、これらを含めた関係地方公共団体や民間団体と連携して、利用環境の更なる充実を図った。

(10) 世界自然遺産地域の適正な保全管理

奄美群島では、奄美及び沖縄の世界自然遺産登録を踏まえ、奄美と沖縄で連携して行うプロモーションや両地域間の運賃割引のほか、群島全体への誘客・周遊を促進する事業を支援した。また、小笠原諸島では、父島二見港の岸壁改良等の港湾の整備、自然公園の施設整備・改修等を支援した。

(11) 観光振興及び賑わい創出に資する港湾空間の利活用

- ① 官民連携による港湾緑地等のリニューアルと賑わい空間を創出するため、2022年12月にみなと緑地PPP¹⁷を創設した。神戸港の新港第2突堤の緑地において、みなと緑地PPPの活用により、年間約300万人の来場を見込む賑わい空間の創出に資する計画を、2024年2月に第1号案件として認定した。また、大阪港の常吉西臨港緑地においてもBBQやオートキャンプ場の整備、イベントの開催を通じて、大阪湾の魅力を経験できる接点を生み出し、賑わい空間の創出に資する計画を、2024年3月に認定した。
- ② 「はまツーリズム（Beach Tourism & Resort）推進プロジェクト」を通じて、「海岸環境整備事業」や公共海岸の占用制度等により、砂浜を含む水辺空間における民間事業者等を含めた多様な地域の推進主体による砂浜利用や環境保全の取組を支援するとともに、海岸の持つ価値をPRすることにより地域の活性化等につなげている地方公共団体の海岸利活用事例をナレッジ集としてとりまとめ、海岸の利活用の推進を図った。

(12) 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

- ① 東京湾、伊勢湾、瀬戸内海、有明・八代海等の閉鎖性海域において、漂流ごみ等の回収・処理を実施した。また、宮崎県細島港、香川県高松港、徳島県橘港、広島県厳島港において緑地の整備を行った。
- ② 汚濁が著しい河川の水質改善、多自然川づくりの推進等により、良好な河川環境を保全・創出した。

(13) 河川空間を活用した賑わい創出の推進

「河川敷地占用許可準則の特例」や「かわまちづくり支援制度」等により、河川区域における民間事業者によるオープンカフェや川床等の設置を制度面から支援し、河川空間及びまち空間の融合による良好な水辺空間の形成を推進した。

(14) 次世代環境対応車の普及促進

観光地域の環境保全と魅力向上のため、環境性能に優れた次世代自動車等の導入を促進した。

¹⁷ 港湾環境整備計画制度。

(15) 社会資本整備等における観光振興への配慮

各地方の「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」において、地方整備局等が地方運輸局と共同で事務局となり会議を開催し、各地域の関係者との連携・調整を行った。

8 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組

(1) エコツーリズムの推進

エコツーリズム推進全体構想の認定地域等に係る広報や、認定地域間の情報交換等を支援するとともに、自然資源を活用した地域のガイドやコーディネーター等を対象とした人材育成研修やアドバイザー派遣等により支援した。また、地域が実施するエコツーリズム推進体制の整備、自然観光資源を活用したプログラム開発等の取組を支援した。

(2) 地域ブランドの振興

- ① 農林水産省は観光庁と連携しつつ、地理的表示（GI）製品の観光資源のコンテンツとしての活用を推進するため、GI生産者団体、DMO、商工会等の関係者向けのシンポジウムを2023年度に計2回開催し、GIの観光分野での活用について啓発を実施した。
- ② 地域の「顔」として、地域ブランドの発信拠点となる商店街等の面的地域価値を高めていくことで、地域ブランドの振興と持続可能な地域づくりにつなげるため、商店街等が自らの魅力・地域資源等を生かした、新たな滞留・交流空間の整備や消費創出事業等を支援した。2023年度は60件の採択を行い、同事業を通じて商店街等の新たな需要の取り込みと地域内経済循環の向上を後押しした。

(3) 観光の意義についての国民理解の増進

- ① 訪日外国人旅行者等にとって魅力ある持続可能な観光地域づくり及び観光コンテンツ造成を一層推進するための方策等を検討するため、80以上の事業者との意見交換を実施し、観光現場の最前線で顕在・潜在化している可能性や課題、さらには新たな需要を取り込むための兆しを把握した。
- ② 成長早期の段階から、日本及び地域への愛着と誇りを醸成し、観光の意義に対する理解を深めるための観光教育を推進してきた。2023年度は北海道ニセコ町・岩手県釜石市・静岡県島田市の3地域において産官学で連携し、地域一体となった観光教育のモデル事業を実施することで、地域活性化に資する観光教育の充実・普及を促進した。

(4) 地域特性やニーズに応じた民泊サービスの普及促進

- ① 「住宅宿泊事業（民泊サービス）」について、「住宅宿泊事業法（平成29年法律第65号）」で定める営業可能な年間180日を超えて営業をしている違法な届出住宅が仲介されることを防止するため、自動集計システムを継続運用し、違法民泊対策を進めることで、公正な市場の形成を図った。
- ② 国家戦略特区における民泊、いわゆる特区民泊について、2023年11月時点で8地方公共団体（東京都大田区ほか）が4,101施設（12,080居室）を認定した。認定数は、2022年11月時点と比較して、805施設（2,465居室）増加した。

9 国家戦略特区制度等の活用

- ① 国家戦略特区において、関係地方公共団体からの提案に基づき、一定の要件を満たす場合に、クールジャパン・インバウンド分野の外国人材の受入を可能とする特例について、提案の受付を継続して行った。
- ② 国家戦略特区内において、過疎地域等での観光客を中心とした移動ニーズに対応するため、「自家用有償観光旅客等運送事業」の周知・活用を図った。

10 旅行者の安全の確保等

(1) 防災情報の提供

- ① 二重偏波気象レーダーや地震・火山観測施設等の更新整備等を実施するとともに次期静止気象衛星の整備を進め、2024年3月には新しいスーパーコンピュータシステムの運用を開始した。また、2023年

5月から予測技術を活用し、線状降水帯の発生情報を、最大で約 30 分前倒して発表する運用を開始した。

- ② これまで作成したポスターやリーフレット等について、出入国在留管理庁、地方公共団体の防災部局・多文化共生部局及び指定公共機関等、引き続き様々なチャネルを活用した周知・普及促進を図った。また、JNTOにおいて、大規模地震等の自然災害が発生した、あるいはそのおそれがある際、ウェブサイトや SNS を通じて、訪日外国人旅行者向けに緊急時の対応に係る情報を多言語で発信するとともに、24 時間 365 日多言語対応が可能な訪日外国人旅行者向けコールセンターにおいて問い合わせへの対応を行った。さらに、令和 6 年能登半島地震の発生直後より観光庁及び JNTO の SNS 等を通じた訪日外国人旅行者への交通機関の運休・復旧状況を含む情報発信を行った。加えて、緊急地震速報や大雨・洪水等の気象警報、熱中症情報等を多言語で提供するアプリ「Safety tips」の普及促進のため、デジタル庁と連携し、訪日外国人旅行者向け入国手続オンラインサービス「Visit Japan Web」の上位階層に、同アプリに係る情報・リンクを表示した。また、駐日外国公館に対し「Safety tips」の周知に係る働きかけを行うほか、JNTO が海外で実施する旅行フェア等において、同アプリの利用をより積極的に周知した。

(2) 避難体制の強化

災害時における道路状況の迅速な把握と道路利用者への災害情報の提供のため、通行実績情報等の集約の強化や SNS 等を通じた幅広い周知等を推進した。また、令和 6 年能登半島地震をはじめとする災害発生時には、都道府県公安委員会が提供する交通情報に民間事業者が保有するプローブ情報¹⁸を加えた通行実績情報を、日本道路交通情報センターを通じて一般に提供した。

(3) 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減

- ① 近年、激甚化・頻発化する自然災害等を踏まえ、平時から海外や国内に対し適切な情報発信を行うことが重要であるため、国土交通省を含む各行政機関及びインフラ事業者等がウェブサイト等で提供している防災情報が一元化され、スマートフォン対応等により容易に防災情報等を入手できる「防災ポータル/Disaster Prevention Portal」について、2023 年度も引き続き新たな防災情報を追加するなどの充実を図った。また、国土交通省ウェブサイトにおいて、降雨状況や川の水位、カメラ映像等のリアルタイム情報を英語表記で提供している「川の防災情報 英語版」について、訪日外国人旅行者が避難に必要な情報をいち早く入手し、主体的な避難につながるよう引き続き運用した。
- ② 観光・宿泊施設等が非常時の訪日外国人旅行者対応に活用できる用語集及び、観光危機管理計画策定のポイント等をまとめた「観光危機管理計画等作成の『手引き』」について、地方運輸局等を通じて、観光・宿泊事業者等に対して周知した。また、災害時の外国人旅行者対応のための事前準備や具体的な対応行動を示す「観光危機管理計画」の策定を 3 地域で支援したほか、2024 年 3 月には「観光危機管理計画」等の策定促進に向けて、地方公共団体や民間事業者等を対象としたシンポジウムを開催した。
- ③ 新幹線における非常時の訪日外国人旅行者向けの情報提供については、駅頭掲示、駅構内放送、車内放送、ウェブサイト等で、多言語（英語、中国語及び韓国語）により実施した。また、特に災害発生時には、対応指針に沿った情報提供がなされるよう指導した。さらに、空港については、「滞留者対応計画」を含む空港 BCP¹⁹に基づき、空港関係者やアクセス事業者と連携し、多言語や SNS 等による情報提供を含む災害時の対応を行った。加えて、空港 BCP を実効性のあるものとするため、全国の 95 空港において、各種訓練等を 2023 年 8 月までに実施し、訓練や点検の実施状況等を確認、災害対策本部構成員をはじめとする関係機関等で共有することで、空港 BCP や訓練の見直しを推進した。
- ④ 訪日外国人旅行者が安全・安心に旅行できる環境を整備するため、観光施設等における危機管理対応能力強化及び医療機関における訪日外国人患者受入機能強化を 71 件支援した。
- ⑤ JNTO のウェブサイト及び SNS を活用し、新型コロナウイルス感染症に関連する水際措置が 2023 年

¹⁸ カーナビゲーションシステムに蓄積された走行履歴情報のこと。

¹⁹ 空港全体としての機能保持及び早期復旧に向けた目標時間や関係機関の役割分担等を明確化した空港の事業継続計画のこと（A2(Advanced/Airport)-BCP）。

4月29日より終了する旨を情報発信したほか、2024年1月に発生した令和6年能登半島地震の際に公共交通機関に関する情報を繰り返し発信するなど、正確かつ迅速な情報発信を行った。

(4) 次の感染症危機への対応

- ① 感染症危機対応の司令塔機能を担う組織として、2023年9月1日に内閣官房に内閣感染症危機管理統括庁を設置した。
- ② 国内の感染症の発生動向については、「感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律（平成10年法律第114号）」に基づき継続的に監視・分析し、国及び地方公共団体において国民や医療関係者等に情報提供を行った。また、海外の感染症の発生動向についても関係機関との連携の下情報収集を行い、適切に情報提供を行った。

(5) 公共交通機関の安全対策の推進

訪日外国人旅行者の貸切バス需要に対応するための臨時営業区域の特例措置について、同制度の利用状況や事故状況等の実態把握を行ったところ、前年よりも利用件数が増加していたこと及び事故状況も特段問題がなかったことから、引き続き特例措置を講じることとした。また、「軽井沢スキーバス事故対策フォローアップ会議」において、85項目に及ぶ「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」の実施状況についてフォローアップするとともに、2022年10月に静岡県で発生した観光バスの横転事故を踏まえ、2023年10月に貸切バスの安全性向上に関する関係法令等の改正を行った。

(6) 旅客船の総合的な安全・安心対策

2023年4月に「海上運送法等の一部を改正する法律（令和5年法律第24号）」が成立したことを踏まえ、同法の施行に向けて関係する政省令等の整備を行うとともに、抜き打ち・リモートによる監査の実施、通報窓口の設置といった監査体制の強化をはじめ、実施可能な施策から速やかに実行に移した。

(7) 道路交通の安全対策等の推進

- ① 訪日外国人旅行者のレンタカー利用等による交通事故を削減するため、「訪日外国人旅行者を対象とした交通安全対策に関する参考資料集（案）」を作成した。
- ② 全国レンタカー協会に対して働きかけを行い、同協会ウェブサイトにも言語化した交通安全啓発動画を掲載したほか、同協会の定例会で「国際運転免許証制度の現状等」について交通安全講話を行い、訪日外国人旅行者等への交通事故防止の呼びかけを依頼した。
- ③ 観光地周辺で広域的に発生する渋滞を解消し、回遊性が高く、円滑な移動が可能な魅力ある観光地を創造するため、関係者が連携し、AI・ICT等の革新的な技術を活用した交通需要制御等のエリア観光渋滞対策について、その実装に向けた取組を推進・支援した。
- ④ 観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド観光需要に対応するため、地域や公共交通機関と連携し、観光拠点までのラストマイルにおいて、駐車場の予約専用化等の渋滞対策を推進した。

(8) 宿泊施設の防火安全対策の推進

消防本部の担当者や事業者が集まる会議（オンライン開催を含む。）等の機会を活用して、古民家等に関する消防用設備等の合理的な運用が図られている事例やその考え方等について周知した。

(9) 旅行業務に関する取引の公正の維持等

「旅行業法（昭和27年法律第239号）」に基づき、旅行取引に係る規制の遵守状況に関する立入検査を適時適切に実施することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び観光旅行者の利便の増進を図った。また、旅行者による公務受託事業費の不正請求等の不適切事案が相次いだことを受け、一般社団法人日本旅行業協会に対し、外部有識者も含めた委員会を設置の上で、コンプライアンスの徹底に必要な方策の検討の指示を行った。同有識者委員会の提言を踏まえ、2024年3月27日に同協会において、コンプライアンスに関わる事案について再発防止に向けての旅行業界及び同協

会が講ずべき取組が策定された。さらに、貸切バスを使用した旅行については、貸切バス運賃の下限割れ防止対策や旅行業関係団体とバス関係団体により設置された「貸切バスツアー適正取引推進委員会」の仕組みの活用により、安全確保を図った。

(10) 外国人の急訴・相談等への対応環境の整備

- ① 緊急時に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるよう、警察職員に対する教養訓練を継続的に実施するとともに、三者通話に対応可能な通訳人の拡充、多言語コールセンターの活用等を推進した。また、電話通訳センターを介して通信指令員や救急隊員等と外国人との会話を交互に通訳するための三者間同時通訳について、未導入団体に対して導入を促し、全国の消防本部において円滑な運用を推進した。
- ② 訪日外国人旅行者等に適切に対応するため、外国人対応の機会の多い警察署等に外国語対応可能な職員を優先配置したほか、多言語翻訳機能を有する資機材の活用を含めた各種対応訓練、世界各国・地域の文化・宗教等の理解促進等の教養や語学研修を継続的に推進した。
- ③ 訪日外国人旅行者等が各種手続を円滑に行える環境整備を図るため、各種届出関係書類への外国語併記等、外国語による対応の促進、防災・防犯等に資する情報の外国語による提供を継続的に推進した。また、警察庁ウェブサイト（英語版）に掲載する我が国警察に係る制度、活動等に関するコンテンツを拡充するとともに、掲載資料の見直しを行うなど、よりわかりやすく効果的な情報発信の強化を図った。
- ④ 救急現場で救急隊員が外国人傷病者に対して円滑なコミュニケーションを図ることができるよう、救急隊向けに開発した多言語音声翻訳アプリ「救急ボイストラ²⁰」の導入支援等を行った。
- ⑤ 「訪日外国人のための救急車利用ガイド（多言語版）」について、対応可能な言語が増え、活用の方がより一層広がったことから、各都道府県及び消防本部に対し周知を依頼した。
- ⑥ 「地方消費者行政強化交付金」の活用等により、訪日外国人旅行者等の消費の安全の確保のため、地域における消費生活相談に係る体制の充実を図った。また、国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」において、訪日外国人旅行者の消費者トラブルへの相談対応を行うとともに、「訪日観光客消費者ホットライン」専用ウェブサイト及び多言語チャットボットにて、定期的に FAQ 等のコンテンツを増やし、訪日外国人旅行者への情報提供を行った。さらに、観光庁・JNTO、大使館等の関係機関と意見交換を行い、SNS や全国のツーリストインフォメーションセンターでの窓口周知の協力を得た。

1.1 東日本大震災からの観光復興

- ① 海外にいながらでも日本の地域の魅力を体感できるよう、2023年7月から2024年3月にかけて SNS 等を活用し、情報発信を実施した。具体的には、中国において日本の魅力を PR するイベントへのキーオピニオンリーダー（KOL）の派遣、日本の地方公共団体の PR 動画の作成・配信、香港ブックフェアにおいて東北地方をはじめとする各地域の魅力の PR を行った。
- ② 福島県における観光復興を促進するため、ホープツーリズム²¹による誘客の取組として、教育旅行関係者を対象に「東日本大震災・原子力災害伝承館」や「震災遺構浪江町立請戸小学校」等を訪問するモニターツアーの実施（参加者数 84 人）を支援した。また、個人旅行客を対象にワーケーションとホープツーリズムの観光素材を組み合わせた取組として、浜通りワーケーションプログラムの造成や、ワーケーション施設等の受入環境の整備を支援した。さらに、海外向けのプロモーションとして、インスタグラムにより台湾の旅行者向けに鶴ヶ城や福島県いわき市の三崎公園潮見台等の写真映える観光コンテンツの情報発信、台湾やタイ等におけるイベントや旅行博への出展、鶴ヶ城エリアをメタバースで再現することにより仮想体験や交流を通じた歴史・文化資源の魅力伝達や情報発信を通じた誘客を支援した。
- ③ 【再掲】第Ⅱ部第2章第1節7（9）

²⁰ 外国人傷病者への緊急対応を迅速に行うための多言語音声翻訳アプリ。

²¹ 震災・原発事故の被災地域をフィールドとした福島県が推進する学びの旅のこと。

- ④ 国及び福島県で2022年5月末にとりまとめた「福島浜通り地域等15市町村の交流人口拡大に向けたアクションプラン」に基づき、「酒・グルメ（食）」や「スポーツ（サイクル）」を含む6つのテーマごとに広域コンテンツを開発するワークショップを年3回開催した。また、15市町村職員向けデジタルセミナーを2023年11月から12月にかけて計5回実施したほか、「誘客コンテンツ開発事業」では事業者支援を継続案件含め12件、来訪者向けポイント還元キャンペーンを年2回開催し、交流人口拡大と消費喚起を後押しした。
- ⑤ ALPS処理水の海洋放出による風評への対策として、海の魅力を高めるブルーツーリズム²²の推進のため、岩手県、宮城県、福島県及び茨城県沿岸部における14の地方公共団体等の取組に対して支援した。具体的には、海岸駐車場を活用した車中泊のコンテンツの造成、天然トラフグのブランド化及び安全性PRのための宿泊プロモーションの実施、海水浴場のバリアフリー化や国際認証取得等に取り組んだ。

1 2 観光に関する統計等の整備・利活用の推進

- ① 携帯電話の位置情報データを活用した旅客流動分析の検討を行うとともに、訪日外国人旅行者の移動の実態（利用交通機関や周遊ルート等）を把握し周遊ルートの分析や戦略的なプロモーション施策の企画立案・見直しに活用できる訪日外国人流動データ（FF-Data）を作成した。
- ② 我が国の観光の実態の的確な把握や調査の利活用拡大に向けて、訪日外国人消費動向調査については、調査体系の見直しを検討した。また、宿泊旅行統計調査について、回答方法の多様化及び利便性向上の観点から、政府統計オンライン調査システムによる回答方法の拡充を行った。
- ③ 地方公共団体や観光関連事業者が誘客や周遊ルートの検討に活用できるよう、鉄道、駅別乗降客数、公的集会施設、バス停留所及びバスルートについて、観光施策の推進に資する交通インフラ関連のGIS²³データとして、国土数値情報ダウンロードサイトに2023年6月に公開した。

第2節 インバウンド回復戦略

1 インバウンドの回復に向けた集中的取組

- ① 観光回復の起爆剤とするため、地方公共団体や民間企業等のこれまでにない特別な観光コンテンツ造成を支援する「観光再始動事業」にて、国保有施設の夜間特別開園等、全国で385件を採択した。また、米国等の海外5市場で訪日観光促進のイベントを開催し、全国各地での取組の情報を発信した。
- ② 国際的な人的交流を伴う取組の深化と掘り起しにより、インバウンドの着実な拡大を図るため「新時代のインバウンド拡大アクションプラン(令和5年5月30日観光立国推進閣僚会議決定)」を策定した。また、2023年8月には新時代のインバウンド拡大アクションプラン推進会合を開催し、実行に向けた進捗の確認を行った。

2 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

(1) アドベンチャーツーリズムの推進

自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズムの推進のため、2023年9月に北海道札幌市において開催された、世界最大の商談会・イベントであるATWS2023を支援し、世界64の国と地域から参加したバイヤーやメディア等773人に対し、豊富な地域資源を有する我が国の魅力を発信した。その結果、80のバイヤーによる、2024年から2026年の日本での新たな旅行支出は3年間で合計約7,720万ドルに上ると試算された。また、コンテンツの磨き上げやガイドの確保・育成等、アドベンチャーツーリズム関連の取組を支援した。さらに、JNTOにおいて、アドベンチャートラベルウェブサイトの情報拡充、アドベンチャーツーリズム業界のネットワークイベントへの参加に加え、動画制作やBtoC向け情報発信を行い、日本のアドベンチャーツーリズムの魅力を発信するための総合的なプロモーションを実施した。加えて、ATWS2023後の更なる販路拡大をめざし、Adventure Travel Trade Associationと連携したAdventure Weekの日本開催を目指

²² 海の魅力を体験する海洋レジャー等を目的とする旅行のこと。

²³ Geographic Information Systemの略。地理情報システムのこと。

して取り組んだ。

(2) アート・文化芸術コンテンツの整備

a) 日本博2.0の推進

2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)に向けて、全国各地で最高峰の文化芸術を発信するための文化資源を活用した観光コンテンツの磨き上げや創出を行った。また、日本の文化芸術の多様性を世界に示す取組を展開し、文化芸術振興をより一層充実させ、訪日外国人旅行者の地方誘客を図った。2023年度は、委託型・補助型で48件の事業を採択し、参画型で262件の事業を認証した(2024年3月1日時点)。

b) アートの国際拠点化

我が国が文化芸術の国際的な発信拠点となることを目指し、アートウィーク東京を2021年から毎年開催しており、2023年度には、2023年11月に開催したアートウィーク東京2023において、新たにアートバーゼルと連携した「買える展覧会(展示作品の購入が可能)」を実施し、アートバーゼルの日本における活動を定着させた。また、2022年度から「国際的なアートフェア等誘致に係る関係省庁等連絡会議」を開催し、2023年度は外務省等との連携に取り組んだ。

c) 国際的な芸術祭の活用

海外のフェスティバルへの参加・出展、海外の芸術団体との共同制作公演等への支援について、2023年度は30件採択した。

d) 舞台芸術の振興、情報発信等

歌舞伎や文楽、能楽等の伝統的な芸能及び国際的に比肩し得る高い水準のオペラ、バレエ、演劇、オーケストラ等の現代舞台芸術を観光資源として広く提供するため、国立劇場、新国立劇場や地域の劇場・音楽堂等及びトップレベルの芸術団体に取り組む創造発信等への支援について、2023年度は214件採択した。

e) メディア芸術の振興

- ① 訪日外国人旅行者の増加に寄与するため、日本映画の多言語字幕制作支援、欧米等で開催されている国際映画祭への出品支援及び海外における日本映画の特集上映の実施(2023年9月、2024年2月に米国で開催)等を通じて、多様な作品の魅力を発信した。
- ② マンガ、アニメーション、ゲーム、メディアアート等のメディア芸術を国内外へ発信するため、メディア芸術に関する年度ごとの動向を整理した冊子等を英語と日本語で発信した。また、「メディア芸術人材育成事業」において65人の育成を行った。

f) ロケツーリズムの推進

映画やアニメ等のロケ誘致による経済・社会的効果を効果的に実現するため、地域内の関係機関の連携強化による情報発信や許認可の円滑化、海外制作事業者による実写映像作品の国内ロケ誘致等に係るインセンティブ付与等を図るとともに、観光促進のためのコンテンツを「聖地巡礼」の促進に活用するなど、ロケツーリズムの推進に官民一体で取組を進めるため、2024年3月までに「ロケ撮影の環境改善に関する実務者懇談会」を計3回開催した。

g) 地域の伝統芸能等の支援

地域の伝統行事や民俗芸能等の用具修理等、基盤整備に係る取組や観光振興等に活用するための普及啓発等の取組への支援について、2023年度は367件の採択を行った。

h) 地域の文化芸術の振興

2023年5月より京都移転部署職員の大半が京都で業務を開始し、京都において文化庁の業務が本格的に稼働した。また、文部科学省本省や文化庁東京部署との打合せでは、専用のテレビ会議システムを

導入し、デジタル技術を駆使した新しい働き方により、京都移転前と同等の機能を確保するよう努めた。

i) 芸術の観光への活用を推進する人材の育成

我が国の芸術界の将来を担う新進芸術家等が技術を磨いていくために必要な舞台公演・展覧会等の実践の機会や、広い視野、見聞、知識を身につける場を芸術団体が提供する事業への支援について、2023年度は55件採択した。

(3) 地域の食材を活用したコンテンツの整備

a) ガストロノミーツーリズムの推進

- ① 特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等について、文化財登録等に向けた調査研究や地域での保護継承、文化的価値をわかりやすく伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を行うモデル事例の形成に係る13事業を採択し、食文化の魅力発信等の推進を図った。
- ② 宿泊業における食の提供に係る現状・課題を分析した上で、モデル実証を3地域で実施するとともに、食を強みとして滞在価値を高め、付加価値向上を実現する取組を行う宿泊施設の事例調査を行い、得られた実証結果と調査結果をとりまとめ、2024年3月にウェブサイトに掲載し、共有した。

b) 酒蔵ツーリズムの推進

- ① 「日本産酒類海外展開支援事業」により103件の事業を採択し、酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組等を支援した。
- ② 伝統的な酒造り技術の次世代への継承・発展や、ユネスコ無形文化遺産登録への機運醸成を目的に、国内外の各地（金沢、英国、スペイン等）においてシンポジウムを開催し日本の伝統的酒造りの魅力を発信した。

(4) 魅力ある公的施設の公開・開放

- ① ウェブサイトやSNS等を活用した広報を実施するとともに、通常的一般公開に加え、非公開エリアを案内する本館ガイドツアーや、東衛舎にて迎賓館赤坂離宮の歴史等に関する資料の展示、それに関連したトークイベントを実施するなど、一般公開の更なる魅力向上に取り組んだ。また、迎賓館をユニークベニューとして活用する「特別開館」を実施し、迎賓館の魅力を内外に発信した。
- ② 京都迎賓館について、PR動画やポスター等を活用した広報を実施するとともに、通常は参観エリアとはしていない区域を公開するプレミアムガイドツアーや文化体験を盛り込みつつ貸切で行う特別ガイドツアー、夜間公開等の特別企画を実施するなど、引き続き一般公開の更なる魅力向上に取り組んだ。
- ③ 「児童又は生徒を対象とする総理大臣官邸及び総理大臣公邸特別見学」を、官邸ウェブサイトにて募集、抽選により参加校を決定し、総理大臣官邸における執務に影響の生じない範囲において実施することとしていたが、2023年度においても引き続き、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響等を考慮して実施しないこととした。
- ④ 皇居について、1回当たりの参観定員を2023年5月からは120人から240人、2024年1月からは240人から500人に順次拡大し、土曜日の参観、事前予約及び当日予約を行い、訪日外国人旅行者向けに英語ガイド及び中国語ガイドの参観を実施した。また、宮内庁ウェブサイトには皇居イラストマップ（日本語版、英語版）を掲載したほか、6言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリの周知・活用を行った。さらに、皇居乾通り一般公開については、春季は2023年3月25日から4月2日までの9日間（参入者数180,490人）実施、秋季は2023年11月25日から12月3日までの9日間（参入者数156,060人）実施した。
- ⑤ 皇居東御苑について、富士見多聞の公開、富士見櫓前の開放、江戸城天守復元模型の展示を実施した。また、宮内庁ウェブサイトには皇居イラストマップ（日本語版、英語版）を掲載したほか、英語での対応が可能な職員の配置や6言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）の音声ガイドアプリの周知・活用を行い、訪日外国人旅行者等の利便性向上を図った。さらに、皇居東御苑

来訪者のアメニティ向上等を図るため、大手休憩所（仮称）の整備に向けて、設計業務をとりまとめた。

- ⑥ 皇居三の丸尚蔵館について、ほかの美術館・博物館等と連携しつつ、全国各地で年4か所以上の展覧会を実施するなど、皇居三の丸尚蔵館収蔵品の地方展開や公開の拡充を図るとともに、2023年11月3日に新施設（Ⅰ期棟）を開館し、開館記念展を開催した。また、引き続き展示面積の拡大等を図るため、館の整備・建替（Ⅱ期工事）を進めた。
- ⑦ 京都御所について、通年で参観者数制限のない一般公開を実施するとともに、訪日外国人旅行者向けに多言語音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施し、英語及び中国語ガイド案内を再開した。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、京都御所清涼殿襖絵の復元模写を行い、2024年3月に完成し、公開した。
- ⑧ 京都仙洞御所・桂離宮・修学院離宮について、通年で参観を実施するとともに、訪日外国人旅行者向けに多言語音声ガイド機器及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施した。特に、桂離宮においては、皇室の伝統や文化への理解をより一層深めることを趣旨として「桂離宮観月会」を2023年10月27日に実施した。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、桂離宮御殿ほか整備工事を実施し、2023年11月に完成し、公開した。
- ⑨ 御料牧場について、家畜伝染病に対する防疫強化に取り組みつつ、2023年10月12日・13日の2日間で各2回、合計4回地域住民以外が参加できる見学会を実施した。その際、見学者の満足度を向上させるため、厩舎の見学では馬をなでたり、写真撮影をして、ふれあい体験を行った。また、新たにバスでの見学コースの途中、羊の放牧エリア近くで下車し、範囲を限定して見学や写真撮影を行った。
- ⑩ 埼玉鴨場・新浜鴨場について、鴨場所在地である埼玉県と千葉県と協力し、地域住民以外が参加できる見学会を12回ずつ、合計24回実施した。
- ⑪ 信任状捧呈式の馬車列の実施に際しては、宮内庁及びJNTOのウェブサイト、観光庁SNS等を活用するとともに、新たな写真を提供するなど情報提供先と連携し周知した。
- ⑫ 2022年度から実施している造幣局本局の見学コースについて、見せ方を工夫し充実を図った。また、2024年度の実施に向けて、新たな見学コースの検討を進めた。
- ⑬ 首都圏外郭放水路の民間企業が運営する有料見学会について、引き続き、土日祝日を含めて毎日開催（施設点検日及び年末年始を除く）した。また、施設の認知度向上とインバウンド見学者の増加を図るため、施設での撮影やイベント開催を目的とした民間企業の運営による有料の施設貸出を引き続き実施した。さらに、地域振興の一環として、観光協会及び地元商店・飲食店と協力し、龍Q館での首都圏外郭放水路のロゴ入りの地元物産の販売や、各飲食店における「首都圏外郭放水路おもてなし特別メニュー」の販売を行った。
- ⑭ 市ヶ谷記念館・大本営地下壕跡の見学は事前予約制とし、防衛省のガイドが案内した。また、見学者の満足度を高めるため、大本営地下壕跡の見学範囲を拡大するための改修工事を実施するとともに、2023年7月から新たな大本営地下壕跡の見学を開始し、魅力向上を図った。
- ⑮ 日本銀行本店本館について、2023年度においては、政府の新型コロナウイルス感染症対策の見直しを踏まえ、見学案内の実施回数の引き上げ、英語見学枠の新設、広報コンテンツの拡充等の対応を実施したほか、従前のオンライン見学「おうちで、にちぎん」（本館の3D映像）や、オンライン学習プログラム「教室で、にちぎん」についても継続実施した。

(5) 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大等によるショッピングツーリズムの推進

- ① 外国人旅行者向け消費税免税制度については、免税品の海外への直送制度をウェブサイトで周知するとともに、免税販売手続を行うことができる機能を有する自動販売機について新規に3件の指定を行った。

- ② 関税、酒税、たばこ税及び消費税の免税を受けることができる保税売店について、これまで東京国際空港（羽田空港）及び成田国際空港内のカウンターで商品引渡しが行われる店舗が営業されてきたが、引き続き保税売店の市中展開の拡大に向け、保税売店で販売した商品の引渡しが可能な空港内カウンターの利便性の向上を図った。

（6）大都市観光の推進

国民公園の一層の魅力向上に向け、新宿御苑については、開園時間の延長、入園料のキャッシュレス化、民間イベントでの活用、最新技術を活用した皇室庭園としての歴史・文化の発信、園内ガイドツアー（菊・温室）の造成、ワーケーション施設の整備等を実施した。皇居外苑については、都心における貴重な自然や景観、由緒ある歴史等が残る苑内を周辺地域や民間と連携して活用し、観光資源としての価値を高めた。京都御苑については、文化資源アーカイブ構築に向けた取組を進めた。

3 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

（1）国立公園の魅力向上とブランド化

- ① 「国立公園満喫プロジェクト」において、「ステップアッププログラム 2025」等に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、国立公園に国内外の利用者を呼び込み、保護と利用の好循環を形成するための取組を 13 国立公園で実施した。2023 年 12 月には三陸復興国立公園において新たにステップアッププログラム 2025 が作成された。また、2022 年 4 月に創設された「自然公園法（昭和 32 年法律第 161 号）」の「自然体験活動促進計画・利用拠点整備改善計画制度」について周知し、地方公共団体、観光関係者をはじめとする企業、団体等、幅広い関係者との協働による計画作成を支援した。その結果、質の高い自然体験活動の促進や利用拠点の景観改善を図ることを目的として、阿蘇くじゅう国立公園において両計画が策定された。
- ② 国立公園の多言語解説を外国人利用者目線で魅力あるものとして充実させ、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度を向上させるため、環境省において、観光庁と連携し、全 34 国立公園に加え国定公園及び長距離自然歩道等を対象に、国立公園等に関連する多言語解説を整備した。また、利用者ニーズを踏まえ、ICT 等の先進的技術を活用して展示パネルや既存看板の多言語化、多言語対応の展示映像の制作等の媒体化により一体的な整備や魅力発信を行った。
- ③ 我が国の傑出した自然景観を有する国立公園において、美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光を実現するため、魅力的な自然体験コンテンツ等の充実や質の向上等を通じて受入環境を整備するとともに、ウェブサイト・SNS 等や、旅行博等の機会を活用し、国立公園の魅力やコンテンツ等を紹介するなど、国立公園の利用を促進した。また、国立公園制度が 100 周年を迎える 2031 年にかけて、国立公園制度 100 周年に向けた記念事業の一環として、各国立公園をデザインした記念貨幣をシリーズで発行することとしており、2024 年 1 月に、シリーズ第 1 弾として、西表石垣、慶良間諸島、やんばるの 3 国立公園の千円銀貨幣のデザインを公表した。
- ④ 国立公園等の優れた自然風景地等の保護と利用を図り、安全で快適な自然とのふれあいの場を提供するため、国立公園、国民公園等における施設整備や自然再生等、長寿命化対策等の事業を実施した。また、国立・国定公園等において地方公共団体が行う施設整備等の事業について支援した。ビジターセンター等においては、自然情報に加えて、周辺のアクティビティ情報や観光情報等を提供し、情報発信機能を強化するとともに、省エネ改修等により、脱炭素の取組を推進した。さらに、2023 年度は、国立公園等において登山道や木道の改修により利用環境の向上を図るとともに、利用者の安全確保のための防災・減災対策を実施した。
- ⑤ 国立公園等における自然環境保全コストの一部を利用者負担とする仕組みの導入に向けた実証実験等を行った（中部山岳国立公園南部地域（岐阜県側）等）。その際、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等の多様な主体と連携して実施した。
- ⑥ JNTO グローバルサイト内に構築した国立公園ウェブサイトを活用して、デジタルマーケティング手

法等によるサイト利用傾向等の分析結果を踏まえた掲載コンテンツの表示仕様の変更、自然体験コンテンツや OTA ページまでのサイト内導線の改善、訪日外国人旅行者に対して訴求力の高いトピックスの特集記事等の充実を進めた。

- ⑦ 関係省庁、関係地方公共団体、関係団体等からなる地域協議会を中心に連携を図り、「ステップアッププログラム 2025」等に基づき、観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組を推進した。また、環境省と国有林を所管する林野庁の連携事業により、フィールド整備やプロモーションを共同で実施するなど、保護と利用の促進を図った。
- ⑧ 2020 年 7 月に供用を開始した新宿御苑併設の国立公園情報発信拠点「National Parks Discovery Center」において、日本の国立公園の魅力伝える大画面映像やデジタルを活用した体験型展示に加え、国立公園案内カウンターでの案内・物販、ギャラリースペースでの企画展示等により、来園者に国立公園の魅力を発信した。
- ⑨ 国立公園の利用拠点において、国・地方公共団体・民間事業者等地域の関係者が連携してインバウンド増加に資する利用拠点計画を策定するとともに、同計画に基づき、跡地の民間活用を前提とした廃屋の撤去、インバウンド対応機能向上、地域文化が体感できるまちなみ改善等を同時一体的に実施した。これにより、利用拠点の景観改善、上質化を図り、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度向上を図った。
- ⑩ 国立公園を訪れる訪日外国人旅行者に対して、デジタルによる情報提供を強化したことで、より深い自然体験を提供した。2023 年度は、国立公園のビジターセンター等において、新たに 3 か所にデジタル技術を活用した多言語展示を導入した。
- ⑪ 2023 年 6 月までに「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上検討会」を計 6 回開催し、「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」を同年 6 月に公表した。これを踏まえ、同年 8 月に、「国立公園における滞在体験の魅力向上のための先端モデル事業」²⁴の対象とする国立公園として、十和田八幡平国立公園十和田湖地域、中部山岳国立公園南部地域、大山隠岐国立公園大山嶽山地域、やんばる国立公園の 4 か所を選定した。各公園において地方公共団体等と連携し、国立公園の利用の高付加価値化に向けた基本構想の検討に取り組んでおり、2024 年 3 月には、集中的に取り組む利用拠点の第一弾として十和田八幡平国立公園の休屋・休平地区を選定した。また、山岳地域における質の高いサービスの提供のため、山小屋のインバウンドに対応した上質化（内装・外装・設備の改修等）への支援を創設した。

(2) 国際競争力の高いスノーリゾートの形成

- ① 「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」により、14 地域に対し、DMO 等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」の実現に向けた、スキー場のインフラの整備やアフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツ造成、受入環境の整備等の取組を支援した。
- ② JNTO では、豪州市場において、スノーツーリズムに特化した一般消費者向け旅行博「スノー・トラベル・エキスポ (Snow Travel Expo)」²⁵に出展 (2023 年 5 月 21 日メルボルン、28 日シドニー) した。同旅行博への来場者は 1 万 2,000 人と前年比 1.5 倍に増え、JNTO のほか日本から参加の地方公共団体等からも、積極的な情報提供が行われた。

(3) 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

- ① 地域に残る古民家等を上質な宿泊施設やレストランに改修するなど、歴史的資源を中核として、地域資源の潜在価値を一体的に活用する観光地経営の実現を目指すため、面的に再生・活用する取組について、地域の担い手の発掘や育成、古民家や城、社寺等の歴史的資源の活用の更なる全国展開、滞在の多様化・高質化等を推進した。

²⁴ 環境省「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」(2023 年 6 月公表)に基づき、有識者等を含む専門委員会の意見も踏まえつつ、将来的な他地域への展開も見据え、環境省が 2023 年 8 月に選定。

²⁵ 一般の方を対象にスノースポーツ (スキーやスノーボード) や雪に関連した観光案内を行う大規模な展示会。

- ② 「観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）」に基づき、2025年までに質・量両面での取組を推進するため、「50地域の面的取組展開地域」を創出するとともに、「300地域の取組展開地域」を目指すべく、面的に再生させる取組を支援した。また、城や社寺、古民家等における宿泊・滞在型コンテンツを軸に、地域資源をフル活用した面的な高付加価値化を推進しつつ、歴史的建築物等の再建築、情緒ある景観や賑わいの再現等に対して支援した。
- ③ 歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームでは、支援メニュー集、歴史的資源の再生・活用成功事例集及び取組事例を更新するとともに、様々な案件に対応できるような内容の充実等を行い、会議等での全国の地方公共団体、DMO、農泊地域等に対する情報共有等を行った。また、ワンストップ窓口において、地域からの相談や要望に対応するとともに、新規相談地域の掘り起こし、既存相談地域の継続的なフォロー及び観光まちづくりへの支援等を行った。加えて、地域への共有を図るために事例集等をウェブサイト公開した。
- ④ 地方公共団体職員や地域おこし協力隊員向けの研修を計24回開催し、古民家等の活用による観光まちづくりを促すための応援制度の活用事例等について周知した。
- ⑤ 2024年1月に地域の不動産利活用に関する関係者等が参画する全国対象のWEBセミナーを開催し、不動産証券化への理解促進を図るとともに、4都市（新潟県新潟市、茨城県水戸市、広島県広島市、鹿児島県鹿児島市）において遊休不動産の利活用の検討を行っている事業者等に対する相談会を開催し、関係者間の連携体制の構築を促進した。
- ⑥ 地域の活性化を加速化し、地域から全国へのボトムアップの成長に向け、事業立ち上げの各段階に応じて支援するため、2023年度に創設された「ローカルスタートアップ支援制度」を通じて、古民家等を活用した事業の立ち上げを5件支援し、歴史的資源を活用した観光まちづくりを推進した。
- ⑦ 開発許可制度における地域の実情に応じた既存建築物の用途変更の弾力化に係る技術的助言やその活用事例について、国や地方公共団体が参画する担当者会議等の場やウェブサイト等において周知した。

（4）文化観光の推進

a）博物館・美術館等の文化施設の充実

- ① 文化資源の磨き上げ、多言語化・Wi-Fi・キャッシュレス環境整備等の利便性向上、国内外への宣伝、学芸員等の専門人材の確保等の取組を支援した。また、観光資源としても極めて有効な文化財について、デジタル技術等を活用した多言語解説を観光施策と連携させつつ整備した。これらの取組を通じて、訪日外国人旅行者が文化財への理解を深め、満足度を向上できるような環境整備を着実に進めた。さらに、東京国立博物館では、高精細複製品やデジタルコンテンツ・映像等を用いた体験型展示「日本美術のとびら」及び「デジタル法隆寺宝物館」を継続公開するなど、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解促進に寄与する展示に取り組んだ。加えて、国立博物館やそのほかの博物館等において、外国人目線に立った多言語対応等のインバウンド受入に資する環境整備等の充実に取り組み、それらの成果の共有に努めた。また、キャッシュレス環境整備等の利便性向上に努めた。
- ② 国内外の来館者に博物館・美術館が有する多様な文化資源の魅力を発信するため、障害者、子供、高齢者、外国人等を対象とした鑑賞支援やハンズオン、参加・体験型プログラム、講座やワークショップといった教育普及事業のオンライン配信等を推進した。国立美術館では子供向け鑑賞用ツールの配布やワークショップ等を実施し、障害者向けの特別鑑賞会や美術鑑賞ワークショップ等も開催した。国立博物館では、盲学校のためのスクールプログラム、触察ツールの制作や点字冊子の制作と配布、触知図での案内や、障害者向け内覧会を開催するなど、様々な障害を持つ来館者に対応した。また、国立博物館や国立劇場等において、ニーズを踏まえた開館時間の柔軟な設定、SNS等を活用した国内外への積極的な情報発信等、より快適な鑑賞環境の充実等に取り組み、その成果に助言等の求めがあれば応じた。さらに、各地のミュージアムが持つ文化資源の魅力を伝えるため、国立博物館等において、地方館への収蔵品貸与の促進事業や文化財の保存・活用に関する助言・協力に取り組み、国立文化財機構では作品輸送費を支出する貸与促進事業として、国内の博物館等7機関に74件の文化財を貸与した。加えて、文化財情報資源のデジタル資源化や情報データベースの構築等を促進することにより、文化財が持つ魅力

や価値を引き出すとともに、博物館に来訪できない人も含め、人々が場所や時間にとらわれず文化に触れる機会を提供し、文化への社会的な理解を促進した。

- ③ 我が国の文化拠点である博物館や劇場・音楽堂等が行う文化芸術活動への支援を通じて、子供、高齢者、障害者、訪日外国人旅行者等が実演芸術に気軽に触れることができるよう、バリアフリー・多言語対応、学校や地域との連携を促した。また、芸術系大学等の資源を活用した文化芸術活動を担う人材の育成について、15大学の事業を採択した。
- ④ 国や国立博物館等が有する地域ゆかりの文化資産を活用し、訪日外国人旅行者にもわかりやすく魅力的に地域の歴史・文化等を発信する各地域の博物館等の取組を支援し、訪日外国人旅行者の地方への誘客や満足度の向上等地域活性化を図り、2023年度は18件採択した。

b) 文化観光拠点等の整備

- ① 文化についての理解を深めることを目的とした観光を推進するとともに、訪日外国人旅行者がストレスフリーで快適に旅行を満喫できる環境を整備するため、文化観光推進法に基づき認定された観光地や拠点を含む地域における、多言語対応、Wi-Fi環境整備等の受入環境整備に係る取組を20件支援した。
- ② 文化資源を中核とする観光拠点・地域を整備するため、文化観光拠点・地域の整備の促進、日本遺産等の文化資源の魅力向上や発信強化を行った。また、地域における文化財の総合的な保存・活用の取組を支援した。
- ③ 文化観光の推進に関する好事例を収集・分析し、関係者に広く周知すること等により、事業の支援・充実を図った。

c) 文化資源の観光資源としての魅力の向上

- ① 観光旅行者が我が国の「たから」である文化財の魅力を十分に感じられるよう、文化財の適切な周期による修理・整備や健全で美しい状態に回復するための美装化等に対し支援した。また、文化財に新たな付加価値を付与し、より魅力的なものとするための取組(Living History)を支援するとともに、訪日外国人旅行者を含め、全ての人がわかりやすい文化資源の解説作成や多言語化への支援にも取り組んだ。さらに、美術館・博物館等の文化施設において、夜間開館をはじめ、観光活用を促進する取組に対し支援した。加えて、歴史的資源を活用したまちづくりへの支援として、文化財の宿泊施設やユニークベンチャー等への活用を推進した。このほか、文化財を活用した観光の充実を図るため、文化財の活用への支援に際して観光旅行者数を考慮するとともに、修理現場の公開や修理機会を捉えた解説整備への支援にも引き続き取り組んだ。日本遺産については、日本遺産全体の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、地域の文化資源としての磨き上げを促進するための支援の充実等、日本遺産を活用した継続的な取組を推進した。
- ② 博物館等に勤務する管理職を対象とした「トップマネジメント研修」、学芸職を対象とした「パブリック・リレーションズ研修」、行政の博物館担当職員や初任者を対象とした「文化をつなぐ研修」を実施し、文化観光、インバウンド拡大、地域連携、デジタル化といった、博物館における今日的課題への対応と発信に取り組む人材を育成した。また、国立文化施設における、学芸員等を対象とした研修・講座について、国立文化財機構で博物館・美術館等保存担当学芸員研修を実施し、国立美術館ではキュレーター研修を実施するとともに、全国の小・中・高等学校等の教員等を対象に「美術館を活用した鑑賞教育の充実のための指導者研修」を実施し、国立科学博物館では学芸員専門研修アドバンスト・コース及びオンライン学芸員専門研修を実施するなど、研修や講座の拡充に努め、各地の博物館関係者の人材養成や、観光を含めた多様な分野との連携等に資する取組を行った。

d) 文化財の保存・継承

- ① 国宝・重要文化財(建造物、美術工芸品)、史跡名勝天然記念物について、適正な修理周期で修理するために必要な事業規模の確保を図った上で適切な保存修理等を実施した。また、防災施設整備や耐震対策を充実させることで、その価値を損なうことなく次世代に継承するとともに、観光資源としての活用も図った。さらに、修理現場の公開や解説設備の設置、来訪者の便益施設の充実等を促進した。加えて、

文化財の保存・活用における多様な資金調達を活用を促進した。

- ② 国宝・重要文化財（建造物）、登録有形文化財建造物、史跡名勝天然記念物及び重要伝統的建造物群保存地区等の有形文化財において、公開のための施設整備の充実、活用的前提となる防火・耐震対策や修理・整備を推進し、安全な公開・活用を図った。また、文化財の特性に応じてバリアフリー化を行うなど、快適性や安全性の向上を促進した。
- ③ 「文化財保存活用地域計画」等の作成及び計画に基づく事業の推進を支援することで、地域の多様な豊かな文化資源を活用した経済活性化、人材育成、まちづくり等に資する取組や観光拠点の整備を促進し、観光振興・地方創生等に向けた対応を強化した。
- ④ 【再掲】第Ⅱ部第2章第1節7（6）

e) 世界遺産の推薦及び保存・活用

- ① 現在、我が国では、「屋久島」、「白神山地」、「知床」、「小笠原諸島」及び「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の5地域が条約に基づき自然遺産として世界遺産一覧表に記載されている。これらの地域において、科学的知見に基づき、地域関係者との合意形成を図りながら、遺産価値を維持するための保全管理の充実に取り組んだ。また、持続可能な観光利用を推進するための拠点施設を整備するため、徳之島及び沖縄島北部において世界遺産センターの設計・整備等を進めた。
- ② 世界に誇る我が国の文化財について、引き続き世界遺産への登録に向けた取組を行った。また、登録された文化遺産については、観光旅行者の急増に対応した適切な保存の取組だけでなく、世界遺産のブランド力等を活用した地域活性化の取組に対しても支援した。

f) アイヌ文化の魅力の発信

民族共生象徴空間（ウポポイ）には、2023年度に約33万人が来場した。2023年11月3日（文化の日）の「無料開放DAY」には、アイヌアート・工芸に携わるアーティストを招いた展示販売やトークイベント等を実施し、1日当たりの来場者数としては最多となる6,692人が来場した。また、国立アイヌ民族博物館では体験型デジタルコンテンツを用いた展覧会等計4回の特別展等を実施した。さらに、広報活動として、ツーリズム EXPO ジャパン等の旅行見本市への出展や、JNTO と連携した海外への情報発信を行った。加えて、2024年3月には、戦略的・効果的な施策を展開するため、「ウポポイ誘客促進戦略」を策定した。

g) ナショナル・トラスト運動等の民間取組の推進

ナショナル・トラスト活動については、税制措置等を継続するとともに、非課税措置に係る申請時の留意事項等を追記した改訂版の「ナショナル・トラストの手引き」の配布等を行った。また、自然環境に係るナショナル・トラスト活動の促進のため、「地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律（平成26年法律第85号）」の運用を進め、2024年3月時点で、沖縄県竹富町と新潟県妙高市において入域料の収受等の取組が実施されている。さらに、「文化財保護法（昭和25年法律第214号）」に基づく文化財保存活用支援団体の指定を促し、民間団体による地域の文化財の保存・活用のための取組を推進した。

(5) スポーツツーリズムの推進

- ① スポーツによる地方創生・まちづくりを推進していくため、スポーツツーリズムを中心にスポーツを活用したまちづくりを推進する「地域スポーツコミッション」（地域SC）の「質の向上」に向け、新たな事業展開へのチャレンジ等をモデル的に支援するとともに、基盤となる人材の育成・確保の取組を推進した。
- ② 日本発祥・特有の武道や、日本の特色ある自然資源を活用したアウトドアスポーツ等の地域スポーツ資源を活用した優良なスポーツツーリズムコンテンツを創出するため、実証モデルの選定、実施と効果検証を行った。また、デジタル技術を活用したプロモーションを実施し、セミナー等を通じて、収集・分析したデータの利活用を促進し、スポーツツーリズム・ムーブメントの創出を推進した。

- ③ JNTO のウェブサイトにおいて、アドベンチャートラベル、サイクリング、ハイキング・トレッキング、ゴルフを中心に特設ページへのコンテンツ拡充を行った。また、アドベンチャートラベルについては、サイト誘引を目的とした動画広告と記事広告を実施した。さらに、ゴルフについては 2023 年 11 月から 12 月にかけて欧米豪からゴルフツーリズムを取り扱う旅行会社を招請し、7 社 7 人が参加した。
- ④ 2023 年 7 月に開催された世界水泳選手権 2023 福岡大会及び同年 8 月に開催された世界マスターズ水泳選手権 2023 九州大会について、大会の準備・運営に必要な経費の補助や、選手等大会関係者の円滑な入国について支援するなど、大会の開催に向けて必要な支援・協力を行った。

(6) 農泊の推進

a) 滞在型農山漁村の確立・形成

- ① 農山漁村の活性化や所得向上を図るため、農泊に取り組む地域を 2023 年度までに 656 地域採択し、地域における推進体制の構築や観光コンテンツの磨き上げ、古民家等を活用した滞在施設の整備・改修等を一体的に支援した。また、OTA のウェブサイトや農泊特設ページによる情報発信や農山漁村の魅力を PR する動画の作成、ツーリズム EXPO ジャパン等への出展、旅行会社との商談会やモニターツアー等、国内外へのプロモーションを戦略的に実施した。さらに、経営能力を高度化するためのテーマ別セミナーや実地研修会、地域への専門家派遣を実施した。
- ② 2023 年 10 月に 2 地域（静岡県富士山麓・伊豆半島地域、福岡県八女市）を「SAVOR JAPAN」認定地域として追加した（同年 10 月時点で、計 42 地域）。また、認定地域における食体験コンテンツの磨き上げを支援するとともに、海外（米国）の旅行市場及び食等に関するセミナーを同年 5 月に、SAVOR JAPAN 全国大会を 2024 年 1 月に開催した。さらに、JNTO と連携し、地域の食・食文化の魅力を SNS 等で海外に情報発信した。

b) 農山漁村の地域資源の活用支援

- ① 「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」第 10 回選定については、2023 年 11 月に選定地区等を決定・公表し、同年 12 月に、選定地区 29 件及び第 10 回記念賞 1 件を招いて選定証授与式を開催したほか、総理大臣官邸において交流会を開催した。また、ウェブサイトや SNS 等において、選定した優良事例の取組について全国に情報発信した。
- ② 世界農業遺産・日本農業遺産について、2023 年 10 月に旅行関連イベント「ツーリズム EXPO ジャパン 2023」へ出展し、観光面での情報発信を行うとともに、2024 年 2 月に、農業遺産地域を対象に情報発信手法に関する研修会を開催した。また、農林水産省ウェブマガジンにて、農業遺産地域の魅力や観光情報を紹介するコラムを隔月で連載した。
- ③ 農泊等と連携した農村地域でのジビエ利用拡大を図るため、処理加工現場での OJT、プロモーションによる情報発信・需要開拓、ジビエを取り入れた食事メニューや商品の開発、加工製造設備の導入等について支援した。また、ジビエ料理・商品を活用した旅行商品の造成に官民連携で取り組んだ。

(7) 地方誘客に資する各種のコンテンツ整備

a) 地域に根差した観光資源の磨き上げの推進

本格的な再開が見込まれるインバウンドの地方誘客や観光消費の拡大を促進するため、観光事業者が連携してインバウンド向けに地域に根差した観光資源を磨き上げる取組について、全国で計 1,406 件を支援した。

b) コンテンツ連携による広域的な周遊観光の促進

「地域のコンテンツの連携促進（ロングストーリー造成）事業」により、旅全体を通じて一貫したストーリーを有する長期滞在ツアー（以下、ロングストーリーツアーとする。）の造成を 10 件実施するとともに、ロングストーリーツアーの造成に係る手引きを作成し、観光関連事業者等に共有した。

c) 医療や健康増進と連携した観光の推進

厚生労働省と連携し、陽子線治療や健診等の医療と地域の観光資源を組み合わせたプラン造成、医療機関の受入体制構築等について国内4地域を採択し、モデル実証事業を通じて支援した。

d) サイクルツーリズムの推進

- ① 走行環境の整備やサイクルトレイン・サイクルバスの拡大等によるサイクリストの受入環境の整備等を官民が連携して行うことにより、ナショナルサイクルルートをはじめとする世界に誇るサイクリング環境を創出するとともに、サイクルショーへの出展を通じた国内外へのPR等を行い、サイクルツーリズムを推進した。
- ② 観光列車の魅力をJNTOポータルサイトにおいて情報発信するとともに、サイクルトレインの運行実施例を鉄道事業者に展開し導入を促進した。

e) インフラツーリズムの推進

- ① インフラツーリズムの拡大に向け、インフラツーリズム有識者懇談会を3回開催し、社会実験を行うモデル地区として選定されている6地区において、有識者の助言等を受けつつ、インフラツアーの運営体制構築や受入環境の検討等を実施した。また、これまでのモデル地区での検証を踏まえ、「インフラツーリズム拡大の手引き」を改訂した。
- ② 北陸新幹線延伸の機会を捉えて、JNTOのウェブサイトでの特集記事、SNS投稿、海外メディア向けのニュースレターやプレスリリースにより、延伸エリアにフォーカスした新幹線での旅の魅力を発信した。

f) 離島地域等における観光振興

- ① 離島地域にある資源を活用し、未来を担う子供・若者や旅行者らが離島へ向かう流れを活性化するため、「離島活性化交付金」によりウェブサイト・SNS等を活用した離島の情報を発信する取組、デジタル等の新技術を活用する取組、関係人口の創出に向けた取組及び小規模離島等の生活環境を改善する取組を実施する地方公共団体を継続的に支援した。また、半島地域においては、地方公共団体やNPO等の多様な主体が連携した、地域資源や特性を生かした交流事業の実施等、地域間の交流促進等に向けた取組について支援するとともに、半島製品の発掘、販路拡大等のための官民連携体制構築に必要な実証調査を行った。
- ② 観光資源としての魅力を有するフェリー、旅客船、遊覧船、クルーズ船等が、観光旅行者に幅広く活用され、インバウンドの早期回復につながるよう、海事観光コンテンツの磨き上げや受入環境整備の一体的な実施等、船旅の更なる魅力向上や地域経済効果の最大化に資する取組を行う民間事業者等を支援した。
- ③ 「海洋周辺地域における訪日観光の魅力向上事業」について、海洋周辺地域におけるイベントへの訪日外国人旅行者の誘客促進や、Wi-Fi整備等、8事業を採択した。
- ④ クルーズ船受入のため石垣港において係留施設に係る整備、旅客ターミナルビルの整備を図った。また、「沖縄振興特別推進交付金」により、「外国人観光客受入体制強化事業」、「沖縄観光コンテンツ開発支援事業」等を引き続き実施したほか、「沖縄振興特定事業推進費」により、「沖縄こどもの国拡充事業」等を実施した。さらに、「沖縄北部連携促進特別振興事業」により、恩納村・前兼久漁港に、観光関連施設を整備し、観光利用の利便性等を図るとともに、北部地域の観光地経営の高度化・ブランディング強化等を図るために地域連携DMOの立ち上げを目的とする「やんばる観光地域づくり戦略策定事業」を実施した。
- ⑤ 滞在型観光を促進するため、「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」を通じて、1県及び21市町村に対し、旅行者の滞在を延ばす効果が期待される滞在型プランの造成や企画乗船券・航空券又は旅行商品の企画・開発及び普及等を支援するとともに、観光産業の維持を図った。一部地域では、新型コ

新型コロナウイルス感染症流行前の 2019 年度を上回る集客実績を残した。

- ⑥ 北方領土隣接地域において、地域の資源・特性を生かした観光地域づくりのセミナーの開催やポストコロナの交流・関係人口の創出・拡大に向けた観光施設の改修事業を支援した。また、北方領土に関する情報を SNS で発信したほか、同地域への修学旅行誘致促進のため、北方領土教育を取り入れた学習プログラムに係る経費等の補助等を実施した。

g) 旅客航路の観光利用促進

フェリー・旅客船事業者と経路検索事業者間のデータ共有環境整備に向けて「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」及び「簡易作成ツール」について、国土交通省のウェブサイトを通じて周知を行い、事業者による航路情報のデータ整備の支援・推進を行った。

4 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」により、全国 11 地域のモデル観光地に対し、事業推進体制の構築、マスタープランの策定、ハイエンドコンテンツの造成、人材育成等の取組の支援を総合的に講じるとともに、JNTO に専門組織を設置し、高付加価値旅行市場に対する海外セールス・情報発信の強化等に取り組んだ。

5 戦略的な訪日プロモーションの実施

(1) 我が国の観光の魅力の戦略的な発信

a) オールジャパンによる訪日プロモーションの実施

- ① JNTO は、現地で影響力のあるメディアとのネットワークを拡充し、現地メディアでの番組放映及び記事掲載により、日本観光の魅力発信を行った。また、2023 年 5 月下旬から 2024 年 3 月上旬にかけて、在日海外メディアに対する観光情報ニュースレターの発信及び国内視察ツアーを実施した。さらに、外国人有識者を活用し、関心の高いコンテンツを選定することで、現地目線のプロモーションを行った。
- ② 観光庁・JNTO では、「観光立国推進基本計画（令和 5 年 3 月 31 日閣議決定）」で掲げられている持続可能な観光・消費額拡大・地方誘客促進の実現のため、市場調査や海外事務所等の知見をもとに、2023 年 6 月に訪日マーケティング戦略を策定・公表した。
- ③ JNTO のウェブサイトにおいて、ユーザー個別の閲覧動向等を分析したデータをもとに、おすすめのコンテンツを表示するレコメンドエンジンを継続運用することでサイト内の回遊性向上を図った。また、得られた分析データを蓄積し、より効果的なプロモーションを実施する環境を整えた。
- ④ アジア太平洋地域の航空会社・LCC が多く集う Routes Asia 及び欧米豪市場を対象にした Routes World に JNTO が出展し、復便や新規就航の促進を図った。また、海外の旅行会社や航空会社と連携し、地方路線を利用した旅行商品の販売促進等のプロモーションを実施した。
- ⑤ 2022 年度に締結した「日本の農林水産物・食品の輸出とインバウンド観光の促進に向けた相互連携に関する覚書」に基づき、JNTO は、JETRO の「JAPAN MALL 事業」と連携し、SNS でイベント情報と日本の食の魅力を発信した。また、中国では JETRO が出展する「2023 年中国国際輸入博覧会」において、JETRO による EC 販売と合わせて JNTO より訪日観光に関する情報を提供した。

b) 新規訪日層の開拓

- ① JNTO は、2023 年 10 月から 12 月にかけて、「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層」をターゲットとして、欧米豪等 21 か国において海外旅行のきっかけとなる興味・関心（パッション）に応じたオンライン広告を実施した。その結果、約 5,384 万人にリーチ²⁶し、動画は延べ約 4,581 万回完全視聴され、キャンペーンサイトへの約 246 万回のアクセスにつながった。
- ② JNTO は、2023 年 4 月に新たに北欧地域（スウェーデン、デンマーク、ノルウェー、フィンランド）を重点市場化し、ロシアを除く 22 の重点市場できめ細かなプロモーションを展開した。また、ストッ

²⁶ デジタルマーケティングにおいて、Web 広告が表示されたユーザー数。

クホルムにおいて、JNTO の活動拠点となる現地事務所を 2024 年 3 月に開設した。

c) アジアのリピーター層の再訪日意欲喚起

- ① 日本及び韓国の旅行先としての想起率向上を図るため、米国市場及び豪州市場において、韓国観光公社 (KTO) と連携した旅行関係者向け共同セミナーを実施した。その際、米国市場においては、航空会社と連携した日韓路線に関する情報発信、豪州市場においては、福岡・釜山間のフェリー情報に関する情報発信を行い、両国間の移動の利便性を PR した。
- ② アジア 10 市場 (中国、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン及びベトナム) を対象に、OTA と連携し、地方誘客を促進するための特設ページを 2023 年 12 月から開設するとともに、台湾及び香港からメディア 2 社、タイ及び韓国からインフルエンサー 2 人を招請した。また、被招請メディアの記事やインフルエンサーの SNS 投稿から OTA への誘引や、OTA で訪日旅行の口コミ投稿促進キャンペーン等を実施し、予約促進及び地方の観光スポットや宿泊施設等の口コミ情報を拡散させる取組を行った。
- ③ 旅行者の国際的な往来再開に伴い、2023 年度も引き続き「訪日観光意見箱」を運用した。中国語 (簡体字・繁体字) 及び韓国語に対応したウェブサイトを活用し、特にリピーターの多い東アジア地域 (韓国、中国、台湾及び香港) からの旅行者の訪日観光に関する意見の収集・分析をするとともに、それらの意見への対応に併せて関係機関に通達することで、旅行者の更なる利便性向上を図った。

d) 地域の魅力の海外発信

- ① 海外を含めたクリエイティブな人材や民間投資を惹きつけるため、イノベーションの創出等を目的とした情報発信の取組等に係る経費へ一部補助した。
- ② 関係省庁・機関が連携し、地域の放送事業者や地方公共団体等に向けたコンテンツ海外展開セミナーを 2024 年 2 月から 3 月にかけてオンラインで配信した。また、放送事業者等と地方公共団体や観光産業、農林水産業、地場産業等が連携し、日本各地の魅力を伝えるコンテンツを制作して海外で発信する取組を支援した。2023 年度は、計 53 件の事業を採択し、インバウンドの本格的な再開を見据え、欧州・アジア等の 9 개국・地域において番組等を放送するとともに、インターネットを活用した情報発信を行った。さらに、国際交流基金 (JF) は、日本のコンテンツへのアクセスが少なく、視聴機会が限られる国・地域を中心に、日本のアニメ、ドラマ、ドキュメンタリー等の番組を無償提供し、2024 年 3 月末までに 134 개국・地域で延べ 4,384 番組の放送を実現するなど、海外の一般市民に向けて、地方を含む日本の魅力を発信した。2022 年度をもって新規提供を終了し、提供先国・地域での確実な放送実現にむけて、フォローアップを行った。

(2) 大規模イベントを活用した情報発信

a) 2025 年日本国際博覧会 (大阪・関西万博) を契機とした対外発信

- ① 大阪・関西万博を契機とした全国への誘客を促進するため、全国の万博テーマに親和性がある観光コンテンツ等を紹介するストーリーブックを作成した。また、JNTO と連携して大阪・関西万博のテーマに関連した日本各地の観光を組み込んだ旅行商品造成を促進するため、4 개국以上の旅行会社の企画担当者を招請し、大阪・関西万博会場の周辺観光地と併せて日本各地を視察してもらう機会を設けた。さらに、中国、韓国等の旅行博では来場者へ直接に PR するとともに、JNTO において大阪・関西万博特設ウェブページを開設し、多言語にて万博情報や日本各地の魅力を発信した。
- ② 全国を対象に交付している全国版図柄入りナンバープレートは、2023 年度は約 39 万件の申し込みがあった。また、地方版図柄入りナンバープレートは、2023 年 10 月より新たに 10 地域で交付を開始し、全 73 地域で約 17 万件の申し込みがあり、うち 10 地域で寄付金が地域・観光振興等に活用された。さらに、大阪・関西万博特別仕様ナンバープレートについては約 6 万件の申し込みがあり、普及促進活動を通じて大阪・関西万博開催の機運の醸成等に寄与した。

b) 2027 年国際園芸博覧会に向けた対外発信

- ① 2023 年 10 月から 2024 年 3 月にかけてドーハで開催された国際園芸博覧会における日本国政府出展

の実施及び 2027 年国際園芸博覧会に向けた各国への参加招請活動において、我が国の花きや、いけばな、盆栽、日本庭園等の伝統的な文化・技術を情報発信した。

- ② トルコのイスタンブール市で日本庭園の修復等を実施するとともに、ドーハ国際園芸博覧会において、日本の造園文化の魅力を発信し、訪日需要の喚起につなげた。

c) 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会のレガシー活用

2024 年 3 月、外務大臣と徳島県知事の共催で、外務省飯倉公館において、駐日外交団等を対象としたレセプションを実施した。同レセプションには約 230 人が参加し、同県内のホストタウン交流を紹介するブースを設置した。

(3) 各分野と連携した情報発信

a) 大使・総領事の公邸等を活用した観光プロモーション等の推進

- ① カナダ、英国、スペイン、マレーシア、中国等の重点市場のほか、アイルランド、オランダ等の幅広い市場において、インフルエンサーを招請して日本の魅力や訪日観光情報を戦略的に発信する招請事業を実施し、訪日需要を喚起した。また、在外公館等において運用している SNS アカウントを活用して、外務省、JNTO、地方公共団体、現地メディア等が発信した日本情報（観光・文化・歴史・トレンド等）のコンテンツを再発信するとともに、任国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信し、日本への関心・理解の促進を図った。
- ② ジャパン・ハウス 3 拠点（サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス）で、地域の魅力を発信する様々なインバウンド関連事業を実施した。例えば、サンパウロでは鹿児島県の郷土料理の紹介イベント、ロサンゼルスでは瀬戸内海の犬島のアートプロジェクトの企画展、ロンドンではアイヌ文化の継承と発展をテーマにした企画展を開催した。
- ③ 2023 年 10 月、外務省と奈良県、静岡県、福島県郡山市及び茨城県石岡市との共催で、駐日外交団等に対して各地方の施策、地場産品、観光情報等を紹介するセミナーを都内で実施し、約 120 人が参加した。また、外務省と地方公共団体との共催で実施する駐日外交団による地方視察ツアーについて、福岡県北九州市（同年 7 月）、福島県（同年 8 月）、新潟県・佐渡市（同年 10 月）、静岡県（同年 11 月）、奈良県・大阪府堺市（2024 年 1 月）で計 5 件実施し、参加外交団は各地方が誇る豊かな自然や文化施設、産業施設等を視察した。
- ④ 2024 年 1 月、外務大臣と新潟県知事の共催で、また、同年 3 月、外務大臣と徳島県知事の共催で、外務省飯倉公館において、駐日外交団等を対象としたレセプションを実施した。同レセプションにはそれぞれ約 170 人、約 230 人が参加し、各県が誇る食をはじめとする特産品、観光情報、産業、伝統工芸、伝統芸能等多様な魅力を国内外に発信した。

b) クールジャパンの海外展開

- ① JETRO において、異業種連携による地域資源を活用した地域産品の輸出やインバウンド促進支援の一環として、地域産品の海外展開を通じた産地のアピールを行った。また、海外での地域産品の認知度を高めるため、これらの魅力が一層伝わるよう、海外バイヤーに留まらず、インフルエンサー等を招へいし現場視察の動画制作等による SNS の活用を通じて、地域産品の魅力に触れる機会を設定した。
- ② 伝統的工芸品の産地の風景や工房で職人が制作する様子を撮影した動画を英語字幕付きで 6 本作成し、YouTube や展示会等で配信すること等を通じて産地を PR し、伝統的工芸品の需要と産地の活性化につなげた。
- ③ 【再掲】第Ⅱ部第 2 章第 1 節 3（6）
- ④ 【再掲】第Ⅱ部第 2 章第 1 節 9 ①
- ⑤ 株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）を通じて、大阪の文化施設において伝統芸能

からポップカルチャーまで幅広く日本のエンターテインメントを発信する事業に対して支援を継続した。

- ⑥ クールジャパン機構を通じて、瀬戸内7県の広域連携 DMO と連携して、地銀7行と DBJ が運営する「せとうち観光活性化ファンド」に対して支援を継続した。また、「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律（平成19年法律第40号）」に基づき、都道府県が承認する「地域の特性を生かした地域経済牽引事業計画」について、2023年12月までに累計4,101計画が承認され、「観光資源を生かして地域経済を牽引する事業」についても、地域未来投資促進税制等で後押しした。

c) 日本文化に関する情報の総合発信

- ① 2023年度の「歴史的資源を活用した観光まちづくり事業」において取り組んだ城、社寺、古民家等の歴史的資源を活用したユニークな宿泊施設（城泊や寺泊等）や街並み、地域に関する情報について、JNTOのウェブサイトを通じて、海外への情報発信を実施した。
- ② 地域における魅力的な旅行商品造成を促進するため、「スポーツ文化ツーリズムアワード」並びに観光庁、文化庁、スポーツ庁及び環境省の4省庁共催によるセミナーを2024年2月に開催した。同セミナーには、旅行業界及び観光資源を有する地域等の関係者も参加し、これからの観光の在り方について議論するとともに、「文化」、「スポーツ」、「自然」を掛け合わせた各地の先進的な取組について情報共有した。
- ③ 【再掲】第Ⅱ部第2章第2節2（2）e）①

- ④ 新型コロナウイルス感染症に伴う移動制限が撤廃され、国境を越えた往来が再び活発になる中、多様なジャンルの公演や展覧会、映画祭等のリアル開催を通じて、日本文化に触れる機会を提供した。また、日本各地に点在するミニシアター10館と海外の映画人から推薦された12本の日本映画を3か月間無料配信し、併せてミニシアターと地域の“今”を動画で紹介する「JFF+ INDEPENDENT CINEMA 2023」、日本の優れた舞台作品を発信する「STAGE BEYOND BORDERS –Selection of Japanese Performances-」等、新型コロナウイルス感染症流行下に開始した全世界向けのオンラインによる取組も、コンテンツを更新・充実させながら継続した。さらに、JNTO及びJFは、両機構の本部及び海外拠点において、今後の更なる連携促進について協議するとともに、双方のコンテンツやネットワークを活用し、広報協力、共同イベントの開催や訪日プロモーション等、連携して様々な事業を実施した。具体的には、JFによる「ミニシアター特集配信事業」について、JNTOのウェブサイト及びFacebookで紹介するとともに、JNTO ウェブサイトに掲載している地域の観光情報を各ミニシアターの紹介ページに掲載し、ミニシアターと訪日の魅力を併せて情報発信した。海外における連携としては、ドイツのJFケルン日本文化会館で開催された夏祭りにおいて、JNTO フランクフルト事務所が観光情報の提供を目的にしたブースを出展し、1,000人以上の来場があった。加えて、カナダでは、トロントにある双方の海外事務所がオンラインセミナー「Japan Travel Tips」を共催し、JNTOは訪日旅行の基本情報、JFは旅行で使える簡単な日本語と、それぞれの強みを生かしたレクチャーを実施した。また、2023年度は、日本酒、小水力発電、日本製スニーカー、漆塗り、アニメの専門家を海外に派遣し、講演、実演及びワークショップ等を実施した。「日本ブランド」を体現する専門家を通じて、日本の多様な魅力を発信することで親日層の拡大と将来的な訪日外国人旅行者誘致につなげる事業とした。

d) 日本食・日本食材等の海外への情報発信

- ① 海外で日本産食材を積極的に使用する飲食・小売店を「日本産食材サポーター店」として約6,000店舗認定してきた。また、2023年度は、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）による日本産食材サポーター店等と連携した日本産食材等の需要喚起のためのプロモーションを実施した。
- ② 日本の農林水産物・食品の輸出拡大について、2023年度は、JETROによる海外見本市への出展（13回）、国内外の商談会（22回）、サンプル展示ショールームの設置（19か所）等、渡航制限の解除を踏まえ、リアルによる商談機会を拡充しつつ、引き続きニーズに応じたオンラインによる商談を行いながら、輸出促進に取り組む国内事業者へ総合的に支援した。

e) 国際放送による情報発信の強化

「放送法（昭和 25 年法律第 132 号）」に基づき、NHK にテレビ国際放送の実施を要請し、NHK においてテレビ国際放送と一体として放送を実施した。2024 年 1 月時点で約 160 の国・地域で約 4.2 億世帯が視聴可能となった。また、NHK において、利便性の向上及び視聴機会拡大に向けたインターネット配信の強化等の取組を推進した。

f) 外国報道関係者の招へい等を通じた対外発信

海外メディアによる日本の魅力発信を支援するため、2023 年には外国メディア関係者の招へいを計 20 件（うち、訪日を伴う招へいは 13 件、オンラインでの取材は 7 件）実施した。また、在京外国メディア向けプレスツアーを計 4 回実施した。

g) 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

- ① 公益社団法人日本観光振興協会において、観光情報ウェブサイト「JAPAN 47 GO」を介して、地域の魅力ある精度・鮮度の高い季節情報及び行事・祭事情報を提供し、月間平均 50 万 PV を記録した。また、訪日外国人旅行者に対して、正確な英語により発信を行うとともに、多言語については AI 翻訳による発信方法を検討した。
- ② JNTO と連携し、日本文化の魅力を旅マエ・旅アトにオンライン発信することで、上質なコンテンツを求める層の誘客・周遊・リピートを促進した。

6 MICE の推進

(1) 新型コロナウイルス感染症による変化を踏まえた MICE 誘致・開催の意義の発信

新型コロナウイルス感染症の影響で、MICE（特に国際会議）の開催形態や外部環境が大きく変化したことを踏まえ、MICE 開催による総消費額及び経済波及効果を測定する「MICE 簡易測定モデル」の改訂に向けた国際会議に係る消費相当額の再算出を行った。また、経済効果以外の MICE 開催の意義（レガシー効果）についての調査を行うとともに、国内関係者に発信した。

(2) 政府一体となった MICE 誘致・開催

- ① 「新時代のインバウンド拡大アクションプラン（令和 5 年 5 月 30 日観光立国推進閣僚会議決定）」において、関係省庁が推進すべき MICE 関連施策が多く盛り込まれた。
- ② 2023 年 4 月に MICE 推進関係府省庁会議を開催し、新型コロナウイルス感染症の影響により誘致・開催が一時滞っていた MICE について、大阪・関西万博等の開催の機会も捉えた関係府省庁の連携強化等を図った。

(3) MICE 開催地としての地域の魅力向上・発信

- ① 国際会議等のレセプションやインセンティブ旅行を積極的に受け入れている施設について、会議主催者や全国のコンベンションビューロー等に対し、JNTO 等のウェブサイトを通じて情報発信することで公的施設等のユニークベニューとしての活用を促進した。また、会議開催地のコンベンションビューロー等と会議主催者の連携によるユニークベニューの活用支援や、インセンティブ旅行向けの新規のユニークベニュー活用等への支援を計 20 件行い、新規施設の掘り起こし及び既存施設の活用事例の蓄積による MICE 開催地としての各地域の魅力向上を図った。
- ② 国際会議については、開催地における実地参加者数の増加や開催効果の拡大、広域連携による魅力向上に資するエクスカージョン²⁷、テクニカルビジット²⁸等への取組を 18 件支援した。また、インセンティブ旅行については、ユニークベニューの活用やインセンティブ旅行向けコンテンツ造成への支援を計 9 件実施するとともに、PR 動画等の作成を行うことで、MICE 関係者に対して、成果を共有した。これら取組を通じて MICE 開催地としての各地域の魅力向上を図った。

²⁷ 国際会議等の開催中や開催前後に企画される視察旅行。

²⁸ 地元企業等への実地視察及び受入企業等との交流プログラム。

(4) 日本政府観光局（JNTO）等による MICE 誘致活動の強化

- ① JNTO において、2023 年 8 月から 2024 年 1 月にかけて、ソウル（韓国）、シンガポール、マニラ（フィリピン）、クアラルンプール（マレーシア）、ハノイ（ベトナム）、台北（台湾）及びバンコク（タイ）の 7 都市において、インセンティブ旅行を取り扱う有力な旅行会社等と日本側コンベンションビューロー、ホテル等を集めたインセンティブ旅行商談会を開催した。
- ② JNTO のウェブサイトにおいて、MICE 分野における日本のサステナビリティの取組を紹介するページを新たに作成し、日本及び各都市の取組について情報発信をしたほか、オンライン広告や SNS 等で情報の拡散を行った。また、SNS や MICE 専門見本市において、大阪・関西万博関連情報等を継続的に発信・提供した。
- ③ JNTO において、国際的に有力な MICE 主催者との関係を強化し、MICE デスティネーションとしての日本のプレゼンスを向上させる観点から、2023 年 4 月に国際 PCO²⁹協会（IAPCO）とデスティネーション・パートナーシップ協定を更新した。また、IAPCO の人材育成プログラムを活用し、IAPCO から講師を招いた「MICE 上級者セミナー」を開催したほか、IAPCO のネットワークを活用して、有力な国際会議運営会社を欧州等から招請し、九州や西日本エリアの視察の実施及び IAPCO 総会において日本を PR するプレゼンテーションを行った。さらに、国際会議協会（ICCA）の総会に継続して参加し、国際会議の最新トレンド等について情報収集を行った。加えて、JNTO は 2023 年に ICCA 加盟 50 周年となり、長期にわたる連携を表彰された。
- ④ JNTO において、引き続きデータ連携システムを活用し、オンライン及びオフラインのマーケティング活動により収集・蓄積した各種データを組織内に適時共有するとともにウェブサイトとの連携を行い、新たな国際会議やインセンティブ旅行のセールス情報の獲得等、MICE 誘致力の強化を行った。
- ⑤ 我が国の MICE 開催件数の更なる底上げを図るため、MICE の誘致には積極的だがノウハウが不足している地方都市 5 都市に対し、コンサルタントによるトレーニングプログラムを実施した。

(5) MICE 誘致の国際競争力の向上のための基盤整備

- ① JNTO において、学協会に所属する研究者等へのセールスアプローチを積極的に実施し、JNTO 及びコンベンションビューローの支援スキーム等の情報発信を行った。また、MICE アンバサダーを活用して、潜在的な国際会議主催者を対象とした国際会議主催者セミナーを実施し、誘致・開催のノウハウ向上を図るとともに、開催意欲の醸成を図った。さらに、MICE アンバサダーと連携し、アンバサダーが所属する学会の国際会議の誘致を行った。
- ② 共同主催国際会議を 9 件開催するなど、日本学術会議及び JNTO との協力の下、学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催に向けた取組を行った。
- ③ MICE 開催地におけるサステナビリティへの取組について世界的に関心が高まっていることを受け、国内の MICE 推進都市における取組を促進し、国内の MICE 誘致競争力の向上を図るため、MICE におけるサステナビリティの国際的評価指標や認証制度等についての調査及び 2 都市をモデルとして評価指標の取得を支援した。また、国際会議開催による CO₂ 排出量算出モデルを制作した。
- ④ JNTO において、MICE 業界の専門人材育成のため、体系的な人材育成プログラムとして初級・中級・上級向けにそれぞれ MICE セミナーをオンライン及び実地で開催した。また、セミナーでは現場経験豊かな講師陣による実践的コミュニケーション手法や最新のサステナビリティへの取組事例等を紹介した。さらに、国際会議主催者やコンベンションビューローの国際会議誘致活動等に対し、効果的なプレゼンテーション指導のほか、国際本部からの視察への同行、開催候補地の提案、英文提案書作成におけるサポート等のコンサルティング活動を行い、複数の国際会議の日本開催決定に貢献した。
- ⑤ MICE 施設へのコンセッション方式導入を促進するため、地方公共団体に専門家を派遣し同方式導入に向けた課題の調査を実施した。また、MICE 施設運営に関わる民間サウンディングを容易にするプラ

²⁹ 「Professional Congress Organizer」の略。会議運営サービス会社のこと。

ットフォームを作成した。

(6) 国際仲裁の活用による訪日促進

国際商取引の紛争解決の拠点としての我が国の魅力を広報するため、海外の企業等向けのプロモーションを行ったほか、2023年7月には司法外交閣僚フォーラム開催記念特別イベントとして「国際仲裁・国際調停の未来と司法制度」を開催、2024年3月には国連機関、仲裁実務家等が参加する国際フォーラムを実施した。

7 IR 整備の推進

2022年度から行われてきた外部有識者からなる審査委員会での審査の結果、大阪の区域整備計画について「認定し得る計画」と評価されたことを踏まえ、「特定複合観光施設区域整備法（平成30年法律第80号）」に基づき、2023年4月に同計画について認定を行い、同年9月には実施協定を認可した。

8 インバウンド受入環境の整備

(1) 交通機関の整備・外国人対応

a) 快適な旅を実現する環境の整備

- ① 新幹線、高規格道路、国内航空等の高速交通ネットワークを活用し、三大都市圏をはじめとする大都市圏と地方、また、地方と地方をつなぎ、快適な旅を実現する環境を整備し、訪日外国人旅行者も含め地方への流れを創出した。
- ② バスタプロジェクト³⁰の全国展開を推進した。その際、民間ノウハウを活用しつつ効率的に整備・運営するため、官民連携での整備・運営管理を可能とするコンセッション制度等を活用しつつ、多様な交通モード間の接続を強化し、MaaS³¹等の新たなモビリティサービスにも対応可能な施設とするよう、検討を進めた。
- ③ 2017年度に英語を併記した規制標識の整備が可能となったことから、これらの道路標識を更新等に併せて順次整備した。2023年度末時点で、約228,000枚の規制標識「一時停止」に英字が併記されている。
- ④ 訪日外国人旅行者が移動そのものを楽しむことができるオープントップバス等の導入促進に向けて支援した。
- ⑤ JNTOポータルサイトにおいて、全国の観光列車が持つ魅力を紹介することで、地方への訪日外国人旅行者の流れの創出を図った。
- ⑥ 2022年に引き続き、2023年7月から9月にかけて、「THE ROYAL EXPRESS」が道内を、2024年1月から3月にかけて、四国・瀬戸内を運行し、いずれの行程においても販売した全組が完売になるなど、観光列車を運行する取組が促進された。

b) 航空ネットワークの回復と強化

- ① 航空ネットワークの維持・確保、需要回復後の成長投資を下支えする観点から、航空会社や空港会社等に対して、令和5年度予算において500億円規模の空港使用料・航空機燃料税の減免や、無利子貸付等を支援した。また、航空ネットワークの維持・発展やサステナブルツーリズムへの関心の高まりに対応するため、持続可能な航空燃料(SAF)の導入や空港の再エネ拠点化を含む航空の脱炭素化を講じた。
- ② 空港制限区域内における自動運転レベル4相当（特定条件下における完全自動運転）の導入に向けた交差点走行等の実証実験を実施し、課題の抽出及び必要となるインフラや運用ルール等を検討した。また、旅客の手荷物輸送等の円滑化を図る取組を実施した。さらに、インバウンド需要の回復・増加に的確に対応するため、2023年2月にグランドハンドリングや保安検査等の空港業務を対象とした初の有識者会議を設置し、同年6月には「空港業務の持続的な発展に向けたビジョン」の中間とりまとめを公

³⁰ 鉄道やバス、タクシー等、多様な交通モードがつながる集約型の公共交通ターミナルを、官民連携で整備するプロジェクト。

³¹ Mobility as a Service の略。あらゆる乗り物を、ITを用いて結びつけ効率よく便利に移動できるようにするシステム。

表した。これを踏まえ、令和5年度補正予算「地方空港等受入環境整備事業費補助金」において、空港業務の人材確保・育成、職場環境改善等の取組に対する補助等を実施した。

- ③ 観光目的の外国籍ビジネスジェットに係る運航許可に関する航空局への申請期限を緩和するとともに、ビジネスジェット専用動線を整備（新千歳空港及び下地島空港）、又は供用を開始（那覇空港）するなど、空港利用環境等の整備を進めた。

c) 国際拠点空港等の整備

- ① 訪日外国人旅行者の受入拡大、我が国の国際競争力の強化の観点から、首都圏空港の発着容量について年間約100万回への拡大を目指し、必要な取組を進めた。具体的には、東京国際空港（羽田空港）においては、2020年3月に運用を開始した新飛行経路について、引き続き、騒音・落下物対策や地域への丁寧な情報提供を実施した。また、空港アクセス鉄道の基盤施設整備、国内線・国際線間の乗り継ぎ利便性向上のための人工地盤の整備、旧整備場地区の再編整備等を実施した。成田国際空港においては、地域との共生・共栄の考え方の下、C滑走路新設等の年間発着容量50万回の拡大に向けた取組を進めるとともに、空港会社において、旅客ターミナルの再構築や航空物流機能の高度化等の検討を進めた。
- ② 国土交通省が認定した「訪日誘客支援空港」等の地方空港に対して、それぞれの空港の状況に応じて、着陸料の割引や補助、グランドハンドリング経費、ボーディングブリッジやCIQ³²施設の整備等の旅客の受入環境高度化を支援し、関係省庁が連携して、各地域における国際線就航を通じた訪日外国人旅行者誘致の取組を促進した。
- ③ 旅客需要の回復を見据え、引き続き中部国際空港の第1旅客ターミナルの処理能力向上を目的とした取組を行うとともに、現滑走路の大規模補修を速やかに実施するための「代替滑走路事業」に向けた取組を推進した。
- ④ 福岡空港においては、滑走路処理能力の向上を図るため、2024年度の供用開始に向けて「滑走路増設事業」を実施し、北九州空港においては、国際貨物輸送の拠点機能向上を図るため、2023年度から「滑走路延長事業」に着手した。また、那覇空港においては、空港の利便性向上を図るため、「国際線ターミナル地域再編事業」を、新千歳空港においては、航空機や除雪車両の地上走行における混雑緩和等を図るため、誘導路複線化等を実施した。
- ⑤ 関係地方公共団体や地元経済界を対象とした勉強会等を実施し、空港コンセッションを導入した場合の効果等について情報発信を行い、機運醸成に努めた。
- ⑥ 引き続き、航空交通量の増加に対応するため、国内管制空域の抜本的再編（上下分離）を2025年までに段階的に実施する。2023年度は、東日本空域における上下分離を一部完了した。
- ⑦ 今後予想される航空需要の回復・増加に対応するため、効率的な操縦士養成手法の導入に向けた調査の実施、国家資格についてのより合理的で利便性の高い試験方式の導入及び航空大学校における操縦士の着実な養成、外国人材の活用等による整備士の養成の促進、航空業界を志望する若年者の裾野拡大に向けたイベントの開催等、操縦士・整備士の養成・確保に向けた対策を行った。

d) クルーズ再興に向けた訪日クルーズ本格回復への取組

- ① 「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」について、クルーズ船内における公衆無線LAN環境整備を支援した。
- ② 2023年の訪日クルーズ旅客数は35.6万人、我が国港湾への総寄港回数は前年比約2.5倍の1,854回となった（速報値）。
- ③ 関係業界団体等による感染防止対策ガイドライン等を踏まえ、船内や旅客ターミナル等での感染予防対策を徹底した上でのクルーズの実施を促進した。また、2023年9月には、新型コロナウイルス感染症

³² 税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫（Quarantine）の総称。

へのこれまでの取組や今後の在り方を整理した「国土交通省におけるクルーズの安全・安心の確保に係る検討・最終とりまとめ」の公表等を行った。さらに、クルーズ再興に向け、感染防止対策を含む旅客ターミナル等における受入環境整備や、クルーズ船社と寄港地の相互理解促進に資する取組等、ハード・ソフト両面にわたり支援した。

- ④ 「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」について、横浜港や神戸港等の計 12 港でボーディングブリッジの設置や旅客上屋の改修、屋根付き通路の整備等を行う事業を採択した。また、クルーズコンタクト窓口を設け、クルーズ船社や港湾管理者及び地方公共団体等からのクルーズ船の寄港に関する問合せに対応した。
- ⑤ 下関港等の「国際旅客船拠点形成港湾」において、岸壁等の整備を推進した。また、「国際旅客船拠点形成港湾」の港湾管理者に対して説明会を実施し、クルーズ再興に向けた対応方針を共有した。さらに、酒田港や和歌山下津港等において、クルーズ船の安全な受入検討を行う取組を支援した。
- ⑥ 「クルーズの安全な運航再開を通じた地域活性化事業」について、地元製品の消費喚起を目的とした船内プロモーションや地域の魅力を生かしたクルーズ寄港促進に向けた商品造成、水上交通と組み合わせたツアー造成等、23 事業を採択した。また、2023 年度は、みなとオアシスとして新たに3か所（須崎港、和倉港、宇治山田港）の登録を実施した（2024 年 1 月 1 日時点で 160 か所登録）。
- ⑦ 上質な寄港地観光造成に向けた意見交換会を実施し、港湾管理者とクルーズ船社とのマッチングを行うことで、瀬戸内海や南西諸島等を含めた周遊ルートの開拓を進めた。
- ⑧ 全国の港湾において大型のプレジャーボートが係留可能なマリーナ・公共岸壁に関する実態調査を実施した。
- ⑨ 空港、クルーズ船向け旅客ターミナル施設、MICE 施設等を重点分野とする「PPP³³/PFI³⁴推進アクションプラン（令和 5 年改定版）」を 2023 年 6 月に決定し、各分野の事案件数について、原則として 2022 年度からの 5 年間で少なくとも具体化すべき目標に加えて、同年度からの 10 年間で具体化を狙う野心的なターゲットを設定した。
- ⑩ JNTO は、2023 年 4 月、11 月に北米最大規模のクルーズ専門見本市、商談会へそれぞれ出展し、船会社や旅行会社とのネットワーキングに努めたところ、前年度よりも具体的な予約、販売に関しての商談に至った。また、2024 年 2 月に米国クルーズ船社と連携して、旅行会社を日本へ招請し、寄港地コンテンツ等のプロモーションを実施した。

e) 国際交通機関へのアクセス向上

東京国際空港（羽田空港）において、空港の運用状況を踏まえた深夜早朝アクセスバスの運行再開に向けて調整を行った。また、空港整備事業として、JR 東日本羽田空港アクセス線の鉄道基盤施設（トンネル躯体等）整備に本格着工したほか、引き続き、京急空港線引上線の鉄道基盤施設整備に必要な歩行者通路の切回し工事を実施した。さらに、成田国際空港においては、空港アクセス関係者との意見交換を重ね、空港アクセスの更なる利便性向上等に向けて検討を進めた。加えて、那覇空港においては、空港アクセスの利便性向上を図るため、2023 年度も引き続き、国内線ターミナルビル前面の高架道路を国際線ターミナルビル前面まで延伸する工事を実施した。

f) 地域交通を活用した観光地の魅力向上・高付加価値化と M a a S の実装推進

- ① 交通事業者が地域の観光資源とタイアップし、観光イベントの実施、車両等の観光資源化・関連施設の高品質化等に取り組むことにより、地域の集客力とアクセス性の向上を両立しつつ、地域観光の高付加価値化を目指す事業の取組に支援することで、観光地の魅力向上と交通事業者の高品質化の両立を図った。

³³ Public Private Partnership の略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を行政と民間が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を活用し、財政資金の効率的使用や行政の効率化等を図るもの。

³⁴ Private Finance Initiative の略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法。

② 公共交通事業者等が実施する、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に進める取組や、災害等非常時においても安全・安心な旅行環境の整備を図るためにスマートフォン等の充電環境を確保する取組に対して支援を推進した。

③ 「日本版 MaaS 推進・支援事業」において公募を行い、全国 6 事業を選定し、観光分野含め幅広い事業者との連携を行う取組等について、社会実装に向けて支援した。また、MaaS の基盤整備として、公共交通機関のデータ化については 10 事業者、キャッシュレス化については 37 事業者、AI オンデマンド交通やシェアサイクル等、新型輸送サービスの導入については 44 事業者に対して支援し、公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備した。

④ 【再掲】第Ⅱ部第 2 章第 1 節 9 ②

⑤ 2020 年に自家用有償旅客運送の輸送対象として観光客を明確化したことを踏まえ、引き続き、既存の交通事業者では対応しきれない地域の観光資源へのアクセスに活用されるよう制度の適切な運用を図った。また、2024 年 3 月に許可・登録を要しない無償運送に関するガイドラインを策定した。

g) MaaS 等の新たなモビリティサービスの基盤整備の支援

① 第 14 回全国シェアサイクル会議を 2024 年 1 月に開催し、地方公共団体や事業者へ情報発信を行うことにより、シェアサイクルの導入促進に努めた。

② 日本の配車アプリの多言語化を進め、訪日外国人旅行者等が母国と同じようにタクシーを利用できる環境を整備した。また、外国語対応ドライバーの採用・育成や、多言語タブレット等の活用促進、キャッシュレス決済への対応の推進等により、訪日外国人旅行者等が快適に国内を移動できるよう、言語・決済に不安なくタクシーを利用できる環境を整備した。さらに、言語・決済に不安なく利用できるタクシーの車体表示等の見える化を促進するとともに、空港・主要駅における訪日外国人旅行者対応タクシー乗り場・入構レーンの設置等により、空港・主要駅での利用環境の向上を図った。主に訪日外国人旅行者を相手として行われる、「道路運送法（昭和 26 年法律第 183 号）」に違反する自家用車を使用したタクシー行為、いわゆる「白タク」行為については、関係府省庁と連携して対応してきた。2023 年度には、新型コロナウイルス感染症に起因する水際対策が緩和されて以降、訪日外国人旅行者が増加している状況を踏まえ、警察と連携して、成田国際空港・東京国際空港（羽田空港）をはじめ国内主要空港等において白タク防止を呼びかける啓発活動を実施するとともに、警察に対して、白タク行為と疑われる事案に関する情報を提供するなど、白タク対策を強化した。

③ 【再掲】第Ⅱ部第 2 章第 2 節 8 (1) f) ③

h) 公共交通事業者等による利便増進措置

① 「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律（平成 9 年法律第 91 号）」（国際観光振興法）に基づき、観光庁長官が指定した区間において、公共交通事業者等による訪日外国人旅行者の利便を増進するための実施計画の作成や同計画に基づく措置を通じて、我が国の訪日外国人旅行者向けサービスの更なる向上を図った。

② 旅行者目線での快適な鉄道乗車サービスを実現するため、QR コード付きデジタル乗車券の導入等、インターネット予約環境の一層の充実やスマートフォンを使用した新たな乗車決済環境の整備を促進した。

i) 新幹線等を利用する訪日外国人旅行者の国内移動の活性化

訪日外国人旅行者向け企画乗車券検索ウェブサイトの試行により、「Japan Rail Pass³⁵」等の訪日外国人旅行者向け企画乗車券の利用促進を行い、「Japan Rail Pass」について価格改定が行われ、利用者

³⁵ 観光目的の短期滞在で訪日する外国人等、利用資格を満たす旅行者を対象に、JR グループ 6 社が共同して提供する JR 各社の鉄道及び路線バス等が乗り降り自由で利用できる特別企画乗車券。

は追加料金を支払うことでのぞみ・みずほ号への乗車が可能になった。

j) 観光地へのアクセスの利便性向上

観光地へのアクセス利便性を向上させるため、観光旅行者のニーズに合った観光地周辺での交通の充実及び共通乗車船券等の造成・改善を図った。

k) わかりやすい道案内等の充実

- ① 道路案内標識の英語表記の改善・充実、道路案内標識と観光案内ガイドブックやパンフレット等の連携、交差点名標識への観光地名称表示、国土地理院作成の英語版地図との英語表記の整合の確保等により、訪日外国人旅行者を含む全ての道路利用者にわかりやすい道案内を推進した。
- ② 「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」(2024年3月末においては108機関が登録)において、スマートフォンアプリケーション(GPS機能)を活用し、2022年の来道外国人旅行者の周遊・滞在状況を把握し、2019年の状況と比較するなど、データの把握・共有・活用を実施することにより、インバウンドの受入環境整備・改善を推進した。また、取組を推進するため、2023年7月に北海道ドライブ観光促進プラットフォーム会合を開催し、データの活用方法等について意見交換した。

l) 幹線鉄道の整備

- ① 2024年3月に北陸新幹線(金沢・敦賀間)が開業した。また、北海道新幹線(新函館北斗・札幌間)については、工事延長(212km)のうち約8割を占めるトンネル区間や、高架橋・橋りょう等において、安全や環境に配慮し、関係者と協力をしつつ、工事を進めた。さらに、未着工区間である北陸新幹線(敦賀・新大阪間)については、従来、工事实施計画の認可後に行っていた調査も含め、施工上の課題を解決するための調査を先行的・集中的に実施した。加えて、九州新幹線(西九州ルート)については、関係者との協議を進めた。
- ② リニア中央新幹線品川・名古屋間については、生態系等の環境保全に関して、2022年6月に有識者会議を立ち上げ、2023年12月に報告書を取りまとめるなど、着実に取組を進めた。また、リニア中央新幹線開業に伴う東海道新幹線の利便性向上等のポテンシャルについて調査し、その結果を2023年10月に公表した。さらに、名古屋・大阪間については、同年12月にJR東海が計画段階配慮書の作成にあたって必要となる概略ルートの絞り込みと概略の駅位置の選定のためのボーリング調査を開始し、環境影響評価に着手した。
- ③ 東海道・山陽新幹線における「特大荷物コーナーつき座席」の導入等、訪日外国人旅行者のニーズが高い、移動時の大きな荷物の保管場所となる鉄道車両内の大型荷物置場の拡充を促進した。

m) 都市鉄道の整備

都市鉄道の機能強化を通じて、まちづくりと連携した公共交通のネットワークの充実度を高めるため、東京メトロ有楽町線と南北線の延伸や、なにわ筋線等の整備事業を着実に推進した。

n) 高速道路の整備等

観光振興のため、高速道路会社等が、地方公共団体や観光施設・宿泊施設等と連携して、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる周遊パスについて、利用促進を図るとともに、平日のみの利用についての割引拡充により、平日への観光需要の平準化に取り組んだ。また、訪日外国人旅行者の地方部への誘客のため、高速道路会社等が、レンタカー事業者等と連携して、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる周遊パスについて、利用促進を図った。

o) 地域内の道路・「道の駅」の整備

- ① 観光や防災等の地域拠点としての役割を發揮するため、「道の駅」の電気自動車(EV)の充電施設やトイレの洋式化等の整備を促進するとともに、災害時には地域外の利用者や地域住民に被災状況や支援活動の情報提供を実施した。
- ② 「道の駅」第3ステージとして、キャッシュレスの導入推進や外国人観光案内所のJNTO認定取得を

促進するなど、インバウンド対応を強化した。

- ③ 「道の駅」が民間企業やDMO、「日本風景街道」等と連携した取組を促進することにより、第3ステージ「地方創生・観光を加速する拠点」としての機能強化を図った。
- ④ 「道の駅」における地域の観光拠点機能の充実及び消費拡大を図るべく、引き続き、訪日外国人旅行者の来訪が多い又は今後の増加が見込まれる「道の駅」を中心に、多言語対応やキャッシュレス決済環境、外国人観光案内所の整備等のインバウンド対応に係る取組を6件支援した。
- ⑤ 【再掲】第Ⅱ部第2章第1節7（3）②

p) 道路交通の円滑化

- ① 【再掲】第Ⅱ部第2章第1節10（7）③
- ② 【再掲】第Ⅱ部第2章第1節10（7）④

q) 旅客船ターミナル・旅客船の整備

離島をはじめとする各地域の玄関に相当する旅客船ターミナル及び旅客船のバリアフリー化や無料Wi-Fiの整備・多言語表示の充実等の訪日外国人旅行者の受入環境整備等を図ることにより、サービスの多様化・高度化を加速させた。また、キャッシュレス決済システムの整備等、快適で安全・安心な旅行ができる環境整備を図った。

r) マリンレジャーを活用した地域観光の振興等

マリンレジャーの拠点である「海の駅」やボート関連イベント等において、クルージングの魅力やマリンチック街道を周知するとともに、地方公共団体や関係団体等と連携して、クルージング等のマリンレジャーの体験機会を提供する取組を年間計27回全国各地で実施した。

s) 港湾空間・みなとオアシスの整備等

- 【再掲】第Ⅱ部第2章第2節8（1）d）⑥

(2) 出入国に関する措置等の受入体制の確保

a) ビザ緩和及びビザ発給手続の迅速化・円滑化

訪日外国人旅行者が我が国へのビザ申請を円滑に行えるよう、在外公館のビザ審査に係る必要な物的・人的体制の整備及び領事業務の合理化に取り組んだ。また、観光立国の実現及び二国間の人的交流促進のため、政府全体の受入環境整備の進捗状況や諸外国の要望も踏まえつつ検討を重ねた結果、一連の査証発給要件の緩和を実現した。2023年11月末時点で、我が国は70の国・地域に対して一般旅券所持者に対する査証免除措置を実施するに至った。さらに、ビザ緩和国においては、訪日旅行を促進するため、JNTOを通じて、SNS等を活用した情報発信等の積極的なプロモーションを展開した。加えて、国際的なリモートワーカー（いわゆる「デジタルノマド」）のための新たな在留制度を2024年3月に創設した。

b) 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

- ① 成田国際空港においては、入国の待ち時間の公開に向けた関係者との調整を引き続き行った。関西国際空港においては、入国の待ち時間の公開に向けた検討を引き続き進めた。また、今後、訪日外国人旅行者数の大幅な増加が見込まれることから、出入国審査を更に円滑化する必要があるため、以下の取組を実施した。
- ② 訪日外国人旅行者数の回復及び今後の増加を見据え、バイオカードをはじめとした審査機器の今後の在り方について検討を進めた。
- ③ 2024年2月に台湾におけるプレクリアランス（事前確認）を実施した。

- ④ 航空機の乗員を自動化ゲートの利用対象とすることについて、実施上の問題点の洗い出し等を行った。
- ⑤ 出入国者数の今後の増加を見据え、顔認証ゲートのより円滑な運用のための機能改修等を検討した。
- ⑥ 出入国審査業務の充実強化として、2023年度において入国審査官 27 人を増員した。また、空海港施設の供用開始に伴い、松山空港ターミナル及び厳原港国際ターミナルにおいて、審査端末機器の増配備を行った。さらに、検疫所職員の 49 人増員や検査機器等の物的体制の整備を行い、検疫体制の強化を図った。加えて、税関における水際取締強化と迅速な通関の両立を図るため、税関職員を 21 人増員するとともに、X 線検査装置等の取締・検査機器の整備を実施した。
- ⑦ Visit Japan Web について、2023 年 4 月、訪日外国人旅行者が日本滞在中に免税購入で活用できるよう必要な機能拡充を行った。また、2024 年 1 月には、利用者の更なる利便性向上のため、入国審査用の二次元コードと税関申告用の二次元コードを統一した。
- ⑧ 急増する訪日外国人旅行者等の円滑な入国と国の安全を確保するための厳格な水際対策を両立させるため、税関では、事前旅客情報 (API³⁶) や乗客予約記録 (PNR³⁷) を 24 時間体制で分析・活用し、旅行者等の効率的かつ効果的な検査を実施した。また、従前より取り組んでいる全ての航空会社からの電子的な PNR 取得の推進、国内関係機関との連携の推進、外国税関当局等との PNR の分析手法に関する意見交換、AI の積極的活用等による情報収集・分析の強化を継続して行った。さらに、出入国在留管理庁においても、訪日外国人旅行者数が新型コロナウイルス感染症流行前の水準に戻りつつある中、航空会社からの PNR の電子的な報告の促進や、外国出入国在留管理当局との積極的な情報交換等国内外の関係機関との情報連携を推進するとともに、AI を活用して情報分析の精度の向上を図るなどして、円滑かつ厳格な入国審査を実施した。
- ⑨ 海外の空港で本邦に渡航予定の外国人に係るチェックイン時の情報等を活用して渡航前のスクリーニングを実施し、スクリーニング結果を航空会社に通知する仕組みにより、航空会社が出発空港において渡航者の搭乗の可否を判断することが可能となる相互事前旅客情報システム (iAPI) の開発を引き続き実施した。また、渡航前において将来的なリスク評価を含めた幅広いスクリーニングができる仕組みの導入を検討した。
- ⑩ 国際テロの脅威が高まる中で、航空需要の回復・増大を踏まえ、航空保安検査の効率化を図りつつ厳格化を実現するため、スマートレーン等の先進的な保安検査機器の導入推進を図った。また、航空保安検査の実施主体及び費用負担の在り方を有識者会議において検討し、実施主体を航空会社から空港管理者に移行し、費用については、透明性を確保した形での旅客からの負担とともに、関係者の一定の負担からなる仕組みを構築するという見直しの方向性について、2023 年 6 月にとりまとめた。
- ⑪ 世界最高水準の旅客サービスの実現に向け、自動チェックイン機・自動手荷物預け機等の先端機器の導入や新たな出入国手続に対応するための環境整備により、搭乗関連手続の円滑化を図るとともに、複数航空会社間でチェックインカウンターを共用化するシステム (CUTE システム) 等の導入により、旅客動線の合理化・高度化を図り、旅客手続の非接触・非対面化による接触リスクを低減し、旅客動線の横断的な効率化や高度化を図った。また、関西国際空港については、運営権者において、民間の創意工夫を生かした機能強化が図られており、2023 年 12 月には新国際線出発エリアがオープンするなど、国際線キャパシティを向上させるため第 1 ターミナルにおける国際線及び国内線エリアの配置の見直しによる施設配置の再編や旅客体験の向上のための商業エリアの充実等を含む第 1 ターミナル改修等の同空港の機能強化を推進した。
- ⑫ 入国者数の今後の増加を見据え、次期バイオメトリクス読取装置の仕様に係る検討等を行った。
- ⑬ 増加する訪日外国人旅行者に対応するため、税関検査場電子申告ゲートを適正に運用するとともに、税関検査場電子申告ゲートを配備していない空港についても二次元コード読取端末の増配備を行うこ

³⁶ Advanced Passenger Information の略。船長又は機長が入出港前に報告する旅客及び乗組員の氏名、国籍等に関する情報。

³⁷ Passenger Name Record の略。航空会社が保有する旅客の予約、搭乗手続等に関する情報。

とで、入国旅客の電子申告の環境を整備した。また、税関検査場電子申告ゲート等の利用拡大にデジタル庁等と連携して努めつつ、更なる旅客の利便性向上のため、二次元コードの読み取り・確認に係る操作の簡素化を実施した。

- ⑭ 重要ビジネス旅客や国際会議関係者等へのファーストレーンの利用促進について、訪日外国人旅行者の回復状況や日本における国際会議の開催状況を踏まえながら、空港関係者で課題整理等を進めた。
- ⑮ 小規模出入国拠点や海港で用いられる携帯型審査端末で電子 ED カード³⁸が利用できるようシステムテスト等を実施し、小規模空港に導入した。
- ⑯ 動植物検疫制度に関する多言語のリーフレット等の空港の輸出検疫カウンター等での配布、ウェブサイトへの掲載を行った。また、成田国際空港等の輸出検疫カウンターにおいて、農畜産物の輸出検査を実施した。さらに、二国間条件が定められている米国向けのお土産（個人消費用の携行品）である牛肉輸出について、スムーズな輸出検査に向けた体制を構築した。

(3) 観光地等の訪日外国人旅行者対応の推進

a) 観光地のインバウンド対応の支援

- ① 【再掲】第Ⅱ部第2章第1節3(5)
- ② JNTO のウェブサイト等を活用して、引き続き訪日外国人旅行者に対するプリペイド SIM 等の提供情報を周知した。また、訪日外国人旅行者の旅行中における情報の円滑な収集・発信ニーズが高まっていることを踏まえ、引き続き、観光案内所、ターミナル、車両、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地における無料 Wi-Fi 等インターネット利用環境の整備を進めた。さらに、2023 年度において、携帯電話が利用できない地域の解消等のため、「携帯電話等エリア整備事業」を実施し、通信環境の整備を促進するための対策を講じた。
- ③ 訪日外国人旅行者に対し、わかりやすい共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いたウェブサイトやステッカーの掲出を通じて、観光案内所、公共交通機関、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光地における無料 Wi-Fi スポットの情報発信を引き続き行った。
- ④ 訪日外国人旅行者の快適な旅行環境整備のため、観光地周辺に地方公共団体や交通事業者等が設置する洋式便器の整備や公衆トイレの高機能化を促進した。

b) 通訳ガイドの質・量の充実

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節4(3)

c) 観光案内拠点の充実

2023 年度に北海道地方や近畿地方等で計 5 回開催された JNTO 主催認定案内所地域セミナーにて、案内所関係者に対して、2023 年 3 月に改定した「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針」の改定箇所の説明及びとりまとめた機能強化に係る取組事例を周知した。また、観光案内所の情報発信機能の強化による訪日外国人旅行者の利便性向上のため、AI チャットボットや多言語音声ガイド等の先進機能の整備やオンラインコンテンツ作成を支援した。

d) 観光地域における案内表示等の充実

国宝（建造物）等が所在する 26 地域、国立公園 7 か所を含む 41 地域において、訪日外国人旅行者にとってわかりやすく魅力的な解説文を作成した。また、本事業で作成した英語解説文を元にした中国語及び韓国語解説文作成を支援した。

e) 通信環境の整備促進

2023 年度において、携帯電話が利用できない新幹線トンネル等を解消するため、「電波遮へい対策事

³⁸ 外国人入国記録に係る情報を、外国人が入管法施行規則第 5 条に定める電子的な方法により事前に登録アプリ（Visit Japan Web サービス）に登録することで作成される二次元コード（QR コード）のこと。（ED: Embarkation/Disembarkation の略）

業」を実施した。また、北陸新幹線の延伸区間のトンネル対策については、2022年度までに予算措置した事業を引き続き実施し、2023年度内に対策を完了した。

f) 誰しもう一人歩きできる環境の実現

- ① ビジネスや国際会議における議論の場面にも対応した AI による多言語同時通訳の実現及び重点対応言語の拡大等のための研究開発に引き続き取り組んだ。
- ② 手ぶら観光カウンター（免税品の海外直送サービスが可能な手ぶら観光カウンターを含む。）の機能向上に対する支援を2件行い、手ぶら観光カウンターの設置を促進するとともに、手ぶら観光カウンターに関する情報を広く発信し、認知度向上を図った結果、新たに24件の手ぶら観光カウンターを認定した。

g) 外国人患者受入体制の充実

- ① 外国人患者が円滑に医療機関を受診できるよう、厚生労働省と観光庁が連携し、都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を含めた「外国人患者を受け入れる医療機関の情報を取りまとめたリスト」について、全国で2,222か所の整備を実施した（うち都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」は1,703か所）。また、外国人患者受入環境整備を進めるため、外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関を中心とした医療通訳者等の配置支援、外国人患者受入れ医療コーディネーター養成等を実施するとともに、地方公共団体において地域の外国人患者受入体制等を協議する場や医療機関からの相談にワンストップで対応する窓口の整備を支援した。
- ② JNTO ウェブサイトやアプリ等で「外国人患者を受け入れる医療機関」について情報提供した。また、外務省や経済産業省と連携し、各国大使館や宿泊施設、旅行会社等に対し周知した。
- ③ 訪日外国人旅行者に対し、JNTO のウェブサイトや海外での誘客イベント、在京大使館を通じた旅マエから保険加入の必要性を周知するとともに、入国時においても Visit Japan Web や空港・港湾でのポスター掲示等によって、インバウンド旅行保険の加入促進を図った。また、厚生労働省と連携し、宿泊関係団体に対し、民間医療保険加入促進について周知及び協力を依頼した。

h) キャッシュレス環境等の改善

銀行（地方銀行含む。）に対し、ATM 設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を促した。また、訪日外国人旅行者の周遊の促進を図るべく、観光案内所、宿泊施設、公共交通機関等における多言語音声翻訳システムの活用に加えて、観光地の飲食店、小売店等における多言語対応、先進的決済の導入を含めた受入環境の面的整備を支援した。

i) 多様な宗教的、文化的習慣を有する旅行者の受入環境の充実

ムスリムやベジタリアン・ヴィーガン旅行者等、多様な宗教的、文化的習慣を有する訪日外国人旅行者がストレスなく安心して観光を満喫できる環境整備を図るため、観光庁が作成した「ムスリムおもてなしガイドブック」や「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」の改定や周知等により、食事や礼拝等、様々な生活習慣に配慮した受入環境の整備充実を図った。

j) 伝統芸能等における外国人対応の推進

- ① 国立劇場各館では、2023年5月から2024年3月にかけて、外国人のための歌舞伎等の鑑賞教室である Discover 公演を計7回上演した。国立能楽堂で開催された「Discover NOH & KYOGEN」公演において、6言語対応（日本語、英語、フランス語、中国語、韓国語及びスペイン語）による字幕表示を行うなど、外国人来館者等がより快適に日本文化の魅力を体験する機会の充実に取り組んだ。
- ② 【再掲】第Ⅱ部第2章第2節8（3）d

k) 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に向けた受入環境整備

公益社団法人2025年日本国際博覧会協会において、万博来場者を会場のみならず日本全国に誘客するための観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」の構築を進めるなど、

大阪・関西万博開催に向けた来場者の受入環境整備を進めた。

l) 2027年国際園芸博覧会に向けた受入環境整備

2023年8月に開催された「2027年国際園芸博覧会関係閣僚会議」において決定された「2027年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」に基づき、全国の国営公園との連携や、花き関連イベント等との連携等必要な取組を行った。

m) ランドオペレーターの登録制度の適切な運用

利益優先による質の低い旅行商品の提供やダмпिंग契約による旅行の安全性の低下を防ぐために導入された旅行サービス手配業の登録制度の周知等を実施し、制度の適切な運用を図った。旅行サービス手配業者については、2023年4月1日時点で、2,132社の登録がなされている。

9 アウトバウンド・国際相互交流の促進

(1) アウトバウンドの促進

- ① 2023年3月に策定した「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」の取組として、同年5月にイン・アウト双方の観点から「当面の重点デスティネーション」として24の国・地域を選定するとともに、関係業界や各国・地域の政府観光局等と連携し、「今こそ海外！宣言」の発出をはじめとする当該国・地域の魅力発信や海外旅行の機運醸成の取組を推進した。
- ② 関係業界や各国・地域の政府観光局等と連携し、観光庁のウェブサイトやSNSを活用して、現地の観光情報や海外旅行の魅力を発信した。また、2023年10月に日本人の海外旅行の動向に関するシンポジウムを行った。
- ③ 若者に旅の意義や素晴らしさを伝え、若者の旅行を促進するとともにインバウンド対応や観光資源の魅力を自ら発信することができる観光人材を育成するため、2023年度は19校で「若旅★授業」を実施した。また、「道の駅」第3ステージとして、大学等と連携し、特産品を生かした商品開発等、学生の課外活動やインターンシップの場として「道の駅」の活用を促進するなど、「地方創生・観光を加速する拠点」となる取組を推進した。

(2) 日本人海外旅行者の安全対策

日本人海外旅行者の安全性を向上させるため、旅行安全情報共有プラットフォームについて、外務省の「たびレジ³⁹」と連携して海外の現地危機情報を発信したほか、テロや自然災害等の発生時に安否確認を実施できる体制を保ち、都市別安全情報の更新も行った。また、それらの知名度向上・利用促進のため広報周知を行った。

(3) 姉妹・友好都市提携等の活用

姉妹・友好都市交流を行っている団体のうち、創意と工夫に富んだ取組を行っている団体について表彰（総務大臣賞）し、広く全国に同団体の取組を紹介した。

(4) 留学生の増加と活用

文部科学省は、G7教育大臣会合「富山・金沢宣言」⁴⁰等を踏まえ、日本人学生等の海外経験・留学支援に係る取組の促進、外国人留学生に対する奨学金等の経済的支援や国内就職支援等の受入環境整備、外国大学との単位相互認定等の拡大に係る取組を行った。また、外務省と連携し、優秀な外国人留学生獲得のための広報・情報発信を行った。

(5) 訪日教育旅行の促進

- ① JNTOのウェブサイトを通じて、訪日教育旅行の受入側・訪問側双方におけるメリットや事例等を発信したほか、海外からの問合せに対して日本の受入先へ取り次ぐなどの対応を取った。また、2023年10

³⁹ 「たびレジ」に登録すると現地の大使館・総領事館から、日本語で最新の安全情報がメールで届く、無料配信サービス。大規模な事件・事故、テロ、自然災害等緊急事態が発生した場合、被害の状況によっては、現地の大使館・総領事館から、緊急連絡のメールが届き、安否の確認や必要な支援等を受けることができる。

⁴⁰ 2023年5月に、富山県（富山市）と石川県（金沢市）において、G7富山・金沢教育大臣会合を開催。「コロナの影響を踏まえた今後の教育のあり方」をテーマとして議論を行い、会合の成果として「富山・金沢宣言」をとりまとめた。

月にオーストラリアにて教育関係者や旅行会社を対象としたセミナーを開催し、日本で体験できるプログラムのプレゼンテーション等を地方公共団体と協力して実施した。

② 文部科学省は観光庁及びJNTOと連携し、訪日教育旅行の教育的意義について、国際理解教育担当指導主事等連絡協議会等を通じて、教育部局・学校に対し周知した。

③ 学校関係者と旅行会社が連携して行う、教育的に付加価値の高い海外教育旅行のプログラム開発に対し支援した。また、2024年3月にシンポジウムを開催し、普及・啓発活動を行った。さらに、ウェブサイト「海外教育旅行のすすめ」に事例集を掲載し、情報の充実を図った。

(6) ワーキング・ホリデー制度の導入促進

インバウンドのV字回復を意識しつつ、国内外の需要等を適宜に把握することにより、人的交流の拡大と青少年の相互理解の促進を目的とするワーキング・ホリデー制度の新規導入国の拡大に向けた検討作業を行った結果、2023年にはウルグアイ、フィンランド及びラトビアとの間でワーキング・ホリデー制度を開始したほか、英国とは、ワーキング・ホリデーの人数枠を大幅に拡大することで一致した。

(7) 海外の青少年等との交流促進

日本への関心・理解・支持の拡大を目的に、将来を担う青年の招へい等を行い、対日理解の促進、日本の魅力等の対外発信強化を推進した。

(8) 地域レベルの国際交流・国際協力の推進

2024年1月、地方公共団体の国際的取組への支援を目的として地方公共団体の職員等を対象とした地方連携フォーラムをウェビナー形式で開催した。「経済外交と官民連携」、「地方公共団体の中古消防車・救急車等を通じた国際貢献・地方交流」、「新型コロナウイルス感染症下後のインバウンド観光の最新動向と地方における取組」のテーマの下、関連分野に知見を有する政府関係者等による講演及び参加者との意見交換を実施した。

(9) 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

新型コロナウイルス感染症の影響により2020年度より延期が続いている日中韓観光大臣会合について、新型コロナウイルス感染症流行後初となる実施に向けて日中韓で協議した。

(10) 二国間の観光交流の取組の推進

観光当局間の協議としては、2023年7月に第10回日豪観光交流促進協議を長野県で、同年12月に第37回日韓観光振興協議会を富山県で、2024年3月に日土観光交流促進協議会をイスタンブール（トルコ）でそれぞれ実施した。また、2023年11月には駐日米国大使館公邸にて、国土交通省と在日米国大使館との間で日米観光交流年2024における協力覚書に署名したほか、フィリピン観光省との間で「観光分野における協力覚書」を締結した。

(11) 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進

日ASEAN友好協力50周年の機会を捉え、「日ASEAN観光大臣特別対話」を2023年10月に東京で開催し、日ASEAN地域における持続可能な観光の実現や相互交流の促進に向けた取組について議論した。また、本対話での議論を踏まえ、「日ASEAN観光大臣特別対話共同声明」を発出した。

(12) 開発途上国等の観光振興に対する協力

開発途上国等に対し、独立行政法人国際協力機構（JICA）等の取組を通じて、観光振興に必要となる情報の提供や提言等の協力を行った。また、ASEAN諸国に対し、日本アセアンセンターによる取組を通じて、観光振興、人材育成事業等の協力を行った。

(13) 海外における日本語教育

新型コロナウイルス感染症に伴う制約が無くなり、日本語専門家の派遣、日本語教師の訪日研修等の人の移動を伴う事業が通常に戻った中、様々な形で海外における日本語教育の質の向上と安定的実施に寄与した。また、新型コロナウイルス感染症流行前から充実を図ってきたeラーニングコンテンツや日

本語教材を幅広く活用し、海外における日本語教育の普及・拡大を通じて対日理解の促進や日本への親近感の醸成を図った。

10 国際観光旅客税の活用

国際観光旅客税収（旅客税財源）については、国際観光振興法及び「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」（基本方針等）において、使途を3つの分野に限るとともに、受益と負担の関係の明確化等の基本的な考え方に沿った施策に財源を充当すると定めている。2023年度の旅客税財源については、基本方針等に基づき、出入国手続の高度化、世界水準の受入環境整備、地域資源を活用した新たな観光コンテンツの拡充等に充当した。また、2024年度の旅客税財源については、民間有識者の意見を踏まえつつ、基本方針等に基づき、観光先進国の実現に向けた新規性・緊急性の高い施策・事業に充てることとした。

第3節 国内交流拡大戦略

1 国内旅行需要の喚起

(1) 全国旅行支援の着実な実施

新型コロナウイルス感染症の影響を強く受けた宿泊業、旅行業、貸切バス等の交通機関や幅広い地域の関連産業を支援するため、全国旅行支援の実施により、旅行需要の喚起を図った。

(2) 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

【再掲】第Ⅱ部第2章第1節1

(3) 消費拡大の効果の高いコンテンツの整備

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節2

(4) 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節3

(5) 交通機関の整備

【再掲】第Ⅱ部第2章第2節8（1）

(6) 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）を契機とした国内観光振興

大阪・関西万博を契機とした全国的な誘客を促進するため、観光資源の磨き上げやコンテンツ充実への取組を支援するとともに、万博を契機に地域周遊を促進するための取組を支援した。また、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会において、万博来場者を会場のみならず日本全国に誘客するための観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」の構築を進めた。

(7) 国内旅行の促進のための関係者が協力した取組の推進

国内旅行の需要喚起と平日への旅行需要の平準化の促進のため、観光関連事業者と連携して、「平日にもう1泊」キャンペーンを実施した。また、旅行博をはじめとするイベントにおける国内外の観光地の魅力発信や展示商談会を通じた旅行商品の造成につながる取組を引き続き推進した。

(8) 「新・湯治」等の推進

温泉地の活性化を図るため、「チーム新・湯治」の活動を展開し、2023年10月の全国大会や3回のセミナーの開催等を通じた情報共有、交流機会の創出を行った。また、温泉地全体で得られる療養効果を把握・情報発信するための「全国『新・湯治』効果測定調査プロジェクト」を、各温泉地における自主的な取組として継続していくためのモデル事業を実施した。さらに、温泉の保護及び災害の防止対策の充実を図るため、都道府県等による温泉法の施行状況等について調査し、必要な助言等を行った。

(9) 「海事観光」の情報発信の強化

全国の様々な海事観光資源について、ポータルサイト「海ココ⁴¹」内の海事観光ページにおいて、地域別及びカテゴリ別に情報を集約し、複数の海事観光資源を組み合わせ楽しむ海事観光のモデルプラン

⁴¹ 海と船の情報ポータルサイト 海ココのこと。

を紹介した。また、「C to Sea プロジェクト⁴²」の SNS（フォロワー 1 万人以上）及び「海ココ」を活用し、官民の取組と関係者間の連携を図りながら、海の絶景や船旅等の情報を発信した。

（10）水辺における環境学習・自然体験活動等の推進

「子どもの水辺」再発見プロジェクト等により、安全で近づきやすい河川空間の整備を進めた。また、市民団体等と連携した環境学習・自然体験活動を推進した。さらに、自然体験プログラムの開催の場ともなる緑地・干潟等の整備、既存ストックの利活用を促進した。

2 新たな交流市場の開拓

（1）ワーケーション、プレジャー等の普及・定着

企業のワーケーション実施率向上を目的とした、企業ニーズに即したプログラム造成を行うためのモデル実証を実施した（10 件）。また、企業及び地域のワーケーションに対する理解促進と併せて、企業と地域の交流機会の創出を目的としたセミナー及び経営層向け体験会をワーケーション推進地域で実施した（セミナー 8 回・経営層向け体験会 3 回）。さらに、ワーケーションの普及を集中的に促進するため、テレワーク・官民推進協議会と連携して、2023 年度より 11 月を「ワーケーション月間」とし、ワーケーション実践者の更なる拡大に向けて情報発信を行った。

（2）第 2 のふるさとづくり等の推進

- ① 反復継続した来訪の促進を目的とする第 2 のふるさとづくりプロジェクトにおいて、地域での学び・体験や地域住民との交流を通じた地域との深い関係性を構築するための仕組みづくりや、反復継続した来訪に適した滞在環境及び移動環境の整備を行うためのモデル実証を 18 地域で実施した。また、第 2 のふるさとづくりに取り組む関係者間の交流の場として、2022 年に立ち上げた「第 2 のふるさとづくり推進ネットワーク」を活用し、モデル実証地域における現地交流会、地方公共団体向けセミナーを開催した。
- ② 「将来にわたって旅行者を惹きつける地域・日本の新たなレガシー形成事業」により、14 地域に対し地域と連携しながら、レガシーとなる新たな観光資源の形成に関する実現可能性調査等を実施した。

（3）ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 誰もが気兼ねなく参加できる旅行（ユニバーサルツーリズム）の普及、定着を目指し、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の研修動画の作成・公表を行うとともに、認定施設のモニターツアーを実施し情報発信を行った。また、旅行会社が商品造成時に観光施設に求めるバリアフリー情報の検証を実施するとともに、障害の種別等に応じた旅行商品造成に資するノウハウ集を作成した。
- ② 高齢者、障害者等を含めた訪日外国人旅行者が我が国を安心して旅行できる環境を整備するため、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光スポット等におけるバリアフリー化を引き続き推進した。
- ③ 高齢者・障害者等を含めた訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を図るため、旅館・ホテル等の宿泊施設におけるバリアフリー化の取組に対し、「宿泊施設インバウンド対応支援事業」として措置された予算を活用し支援した。
- ④ 空港ビル等公共交通事業者に対し、2023 年 10 月の空港施設 UD（ユニバーサルデザイン）セミナーを通じて、各空港ビルディングでのバリアフリー化の取組優良事例を周知した。
- ⑤ 鉄道駅について「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成 18 年法律第 91 号）」（バリアフリー法）に基づき、エレベーター、ホームドア、バリアフリースイッチをはじめとするバリアフリー化に向けた取組を推進するため、94 件の事業を支援した。
- ⑥ 真の共生社会を実現することを目的として行われた「新幹線のバリアフリー検討会」及び「特急車両のバリアフリー対策に関する意見交換会」にて議論し、2020 年 8 月に公表した「新幹線の新たなバリア

⁴² 「海に行く」「船に乗る」「海を知る」につながる、様々な新しいアクションを実際に起こすことで、子供や若者をはじめとする多くの人々にとって、海や船が更に楽しく身近な存在になるような世の中を目指し、2017 年の「海の日」を機に開始したプロジェクト。

フリー対策について」及び 2022 年 1 月に公表した「特急車両における新たなバリアフリー対策について」を受け、新幹線・特急車両における車椅子対応座席のインターネット予約環境の充実を図るなど、鉄道における車椅子利用環境の改善に向けた取組を促進した。

(4) 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化

- ① バリアフリー法に基づき指定された特定道路について、全ての人が円滑に移動できるよう、バリアフリー化を推進した。また、同法に基づき指定された特定道路等で、鉄道との結節点における自由通路等の歩行空間のユニバーサルデザイン化を図る事業について重点支援した。
- ② 歩行空間における移動支援サービスの普及・高度化に向けて、2023 年 6 月に「人・ロボットの移動円滑化のための歩行空間 DX 研究会」と有識者を含めた 2 つのワーキンググループを立ち上げ、現地実証の結果等を踏まえたデータ整備プラットフォームのプロトタイプ構築やデータ整備仕様の改定について検討した。また、施策の普及・展開を目的とした研究会の活動として、2024 年 1 月にシンポジウムを開催した。
- ③ バス・タクシー車両のバリアフリー化を促進した。特に、空港アクセスバス（リフト付きバス等）や UD タクシーの普及に向け支援した。
- ④ バリアフリー法に基づく 2025 年度末までの整備目標の達成に向けて、バリアフリー化したタクシー車両の普及を促進した。特に、UD タクシーの普及に向け支援した。
- ⑤ 高齢者障害者等用施設等の適正な利用の推進に向けた広報活動及び啓発活動の一環として、バリアフリートイレ、車椅子利用者用駐車施設等、旅客施設等のエレベーター及び車両等の優先席の適正な利用の推進に向けて、キャンペーン等を実施し、真に必要な方が利用しやすい環境の整備を推進した。
- ⑥ 「観光施設における心のバリアフリー認定制度」について、2024 年 3 月末までに 1,694 施設を認定し、高齢者や障害者がより安全で快適な旅行をするための環境整備を推進した。
- ⑦ バリアフリー化を進める観光地において、バリアフリーの情報が適切に提供されるよう、国土交通省のウェブサイトにおいて「観光地におけるバリアフリー情報提供のためのマニュアル」の普及を促進した。
- ⑧ 1 日当たりの平均利用者数が 3,000 人以上及び基本構想の生活関連施設に位置づけられた 1 日当たりの平均利用者数が 2,000 人以上 3,000 人未満の旅客施設等について、原則として全てバリアフリー化することとするなどの 2025 年度末までのバリアフリー整備目標の達成に向け、マスタープラン・基本構想の策定促進や、バリアフリー教室の実施による心のバリアフリーの推進等、引き続きハード・ソフト両面からバリアフリー化を推進した。

(5) 共生社会の実現に向けたユニバーサルデザインの推進

交通事業者による研修の充実及び適切な接遇の実施を推進するための「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」及び「接遇研修モデルプログラム」を策定しており、交通事業者への継続的な周知や実態調査等を行うことで、更なる接遇レベル向上を図った。

(6) 身体障害者等の運賃割引の促進

公共交通事業者による身体障害者手帳、療育手帳又は精神障害者保健福祉手帳の交付を受けた障害者及びその介護者に対する運賃割引が実施されているところであるが、精神障害者に対する運賃割引導入事業者の更なる拡大に向け、公共交通事業者等に対し、引き続き理解と協力を求めた。

3 国内旅行需要の平準化の促進

(1) 平日旅行需要喚起キャンペーンの実施

観光関連事業者と連携して、「平日にもう 1 泊」キャンペーンを実施し、国内旅行の需要喚起と平日への旅行需要の平準化の促進に取り組んだ。

(2) 休暇を取得しやすい職場環境の整備

2019年4月に改正法が施行された「労働基準法（昭和22年法律第49号）」に基づき、労働者が年間で少なくとも5日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者が義務付けられたこと等について、都道府県労働局、労働基準監督署及び働き方改革推進支援センターで開催する説明会やウェブサイト等により、周知及び履行確保を図った。また、10月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成及び配布、ポータルサイトへの掲載、駅貼り広告（733か所）、インターネット広告により、年次有給休暇取得の集中的な広報を行った。

(3) 休暇取得の分散化の促進

キッズウィークを実施した地方公共団体に対して年次有給休暇取得のためのポスター等の作成を支援した（2023年度1回、累計9回）。また、キッズウィーク取組事例（2023年度2事例、累計10事例）をポータルサイトに掲載し、情報発信を行った。さらに、国家公務員については、「令和5年度における人事管理運営方針」（令和5年3月内閣総理大臣決定）において、職員が家族の記念日や子供の学校行事等のプライベートの予定等に合わせて年次休暇を取得しやすい環境を整備するよう記載し、2023年度は同方針に基づき、各府省において年次休暇等の取得を促進した。

(4) ワークেশョン・ブレッジャー等の普及・定着

【再掲】第Ⅱ部第2章第3節2（1）

(5) 第2のふるさとづくり等の推進

【再掲】第Ⅱ部第2章第3節2（2）

第III部 令和6年度に講じようとする施策

第1章 持続可能な観光地域づくり

第1節 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

- ① 観光地・観光産業の再生・高付加価値化に向けて、宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去等のハード面の取組に加え、キャッシュレス化や、シームレスな予約・決済が可能な地域サイトの構築等の観光地における面的なデジタルトランスフォーメーション（DX¹）化によるソフト面の取組を複数年度にわたる計画的・継続的な支援策を活用して引き続き推進する。
- ② 財務諸表や経営指標の活用、適切な労働環境の整備、顧客予約管理システム（PMS²）等のITシステムの活用等による宿泊業の生産性・収益力の向上や従業員の待遇改善等、高付加価値化に向けた経営を行うための指針を示すガイドラインに係る登録制度に基づく登録事業者を補助事業等で積極的に支援することで、宿泊業の高付加価値化に向けた経営への転換を促進し、「持続可能な稼げる産業」への変革を促していく。

第2節 観光DXの推進

- ① 旅行者の消費拡大・再来訪促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化等に向けて、2022年9月に設置した「観光DX推進のあり方に関する検討会」での討議結果を踏まえ、全国の観光地・観光産業の観光DXを推進する。具体的には、稼げる観光地の創出に向けたシームレスな地域サイト・データマネジメントプラットフォーム（DMP）・顧客関係管理（CRM）・チケットのデジタル化等の活用による地域特性に応じたマーケティング強化モデルの構築に取り組む。また、観光地域づくり法人（DMO³）等を対象に、デジタル化やDXを推進するための要素が盛り込まれた、データに基づいた経営戦略の策定やマーケティング強化に向けた研修の実施のほか、旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化等に一体的に取り組む、地域経済活性化につながる先進的な観光地の創出を支援する。さらに、デジタルツール間で連携する際の汎用性・互換性を高める標準仕様の策定等に取り組む。
- ② 旅行者の利便性向上や地域周遊・長期滞在促進を図るため、DMOが中心となり、地域が一体となつて行うデータマネジメントプラットフォーム（DMP）や顧客関係管理（CRM）を活用した分析や戦略策定を支援するとともに、DMOにおける地域全体を包括する情報発信・予約・決済をシームレスに提供する地域サイトの構築を推進する。また、デジタルマーケティング等のスキルも有する人材のDMOにおける登用・育成を支援する。
- ③ 地域が抱える様々な課題（防災、防犯・見守り、観光対策等）をデジタル技術やデータの活用によって解決するスマートシティを推進するため、「地域課題解決のためのスマートシティ推進事業」により、地方公共団体等の都市OS（データ連携基盤）及びサービスの実装を支援する。

第3節 観光産業の革新

1 多様なニーズに対応した旅行業への転換と高付加価値な商品造成

旅行業については、ワーケーションやブレイジャー等の多様な旅行ニーズ、災害や感染症等の発生リスク、SDGsやDX等に適切に対応できるよう、高付加価値な旅行商品・サービスを造成し適正な対価を得て消費者に販売・提供することを中心とするビジネスモデルへの転換に向けた取組を推進する。また、地域の自然、生活文化、地元の人々とのふれあい等の地域独自の魅力を生かした地域密着型の旅行商品が充実するよう、地域に密着した事業者による旅行商品の造成を促進する。

2 観光産業の再生支援

新たに観光産業を行う者及び既存の観光関連事業者の取組を後押しするため、日本政策金融公庫等に

¹ デジタル技術の活用による新たな商品・サービスの提供、新たなビジネスモデルの開発を通じて、社会制度や組織文化等も変革していくような取組を指す概念のこと。

² Property Management System の略。ホテル管理システムのこと。

³ Destination Management/Marketing Organization の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔となる法人のこと。

よる事業者への資金の融資や、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）による「登録 DMO」の設立や観光関連事業への資金、経営及びナレッジ面での支援を引き続き実施する。また、登録 DMO と連携し、民間事業化支援を促進していく。さらに、商工組合中央金庫は、全国の旅館組合に対して、プッシュ型で一層寄り添った支援を進め、地域経済の面的活性化に努めていく。

3 宿泊施設の整備促進

- ① 国際競争力強化に資する施設に対する一般財団法人民間都市開発推進機構による金融支援制度の活用を引き続き推進する。
- ② 旅館、ホテル等宿泊施設におけるインバウンド対応を支援することにより、訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を通じて、ストレスフリーな宿泊環境整備を促進する。
- ③ まちの活力や利便性の向上等を目指す地方都市を中心とした、古民家や空き家・空き店舗のリノベーション等による観光関連施設等の整備について、「まちづくりファンド支援事業」、共同型都市再構築業務を通じて、金融支援を引き続き行う。

4 官民ファンドによる事業再生支援等の強化

株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）による地域金融機関の事業再生人材の育成、ファンド出資を通じた事業再生の担い手の拡充等を図り、温泉街等の観光地の再生・活性化や宿泊業等における事業再生支援等を推進する。また、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援に関する機能を安定的・継続的に提供できる体制を整備する。

5 スタートアップ・ベンチャー企業のサービスの利活用促進

ベンチャー企業の有する AI、ICT 等のノウハウを活用し地域課題を解決する実証事業の実施や、ベンチャー企業のサービスの利活用について先進事例を紹介するセミナーの開催を通じて、引き続き次世代の観光の担い手の育成を図る。

6 海外の有望な観光関連企業の誘致

日本貿易振興機構（JETRO）において、海外の及び既に日本に進出している外資系の有望な観光関連企業並びに関連ソリューションを有するデジタル等企業に対する、市場情報や日本企業とのビジネス機会等の提供、地域の情報発信や企業招へい等の誘致活動を通じて、日本への進出・事業拡大を支援する。特に、ポテンシャルを有する地域への進出に向け、外国企業の誘致や、外資系企業との協業・連携に意欲のある地域や、その他地域のエコシステムを構成する民間企業等の関係者との連携による誘致活動を引き続き実施する。

第4節 観光人材の育成・確保

1 観光地域及び観光産業の担い手の確保

観光産業については、観光需要の回復に伴い人手不足が深刻化しているため、就職イベント等における宿泊業の魅力発信による事業者の採用活動の支援や、人手をかけるべき業務に人材を集中投下できるような業務の効率化に資する設備投資を支援する。また、2023年3月に策定した「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」に基づき開発した教育プログラムを活用し、地域関係者が連携協力して取り組む観光人材育成を支援する。さらに、国内外で特定技能試験を実施するなど、国内人材のみならず、外国人材の確保も積極的に進めていく。

2 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進等

高等学校の必修科目「地理総合」において、観光の現状や動向を取り上げるほか、生活圏の地理的な課題について考察、構想し、表現する取組を実施しており、年に2回開催する各教育委員会の指導主事等を対象とした会議等の場を通じて、その着実な実施に努める。

3 通訳ガイドの質・量の充実

訪日外国人旅行者からの需要が見込まれる分野の研修により、旅行商品の付加価値向上に資する通訳ガイドを育成、活用促進を図るとともに、通訳ガイドの認知度が低い層に対して、全国通訳案内士によ

る講演活動を行い、資格取得を促す。また、旅行会社等が直接全国の通訳案内士へ就業依頼可能なマッチングサービス（通訳案内士登録情報検索サービス）の活用を促進することにより、有資格者の就業機会の確保を図る。

第5節 観光地域づくり法人（DMO）を司令塔とした観光地域づくりの推進

1 世界に誇る観光地形成に向けた観光地域づくり法人（DMO）の形成

- ① 「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」における議論等を踏まえ、世界に誇る観光地形成に向けて、その司令塔となる DMO の形成を地方運輸局等と連携して促進する。また、「世界的な DMO」の候補となる「先駆的 DMO」に対する戦略的な支援・実証を通じて、観光による受益が地域事業者や住民等にいきわたる仕組みの構築を促進する。
- ② 「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」により、「世界的な DMO」を目指して課題解決を図ろうとする意欲のある DMO 等に対し、外部専門人材の登用、中核人材の確保・育成、宿泊税をはじめとする安定的な財源確保のための計画策定等の取組について支援する。
- ③ DMO 全国会議等を通じて、全国の DMO に対する優良事例等の共有や DMO 間の連携を強化する。また、DMO 向けのポータルサイトを活用し、DMO の体制の強化に資する各種研修・セミナー等の情報提供を実施する。

2 観光地域づくり法人（DMO）等に対する支援

- ① 「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、エリアごとに各層の DMO を対象とした意見交換会等を実施し、役割分担と連携を促進する。また、「地方部での滞在促進のための地域周遊観光促進事業」により、DMO が中心となり、地域が一体となって行う、調査、戦略策定、滞在コンテンツの充実、受入環境の整備、旅行商品の流通環境の整備、プロモーション等といった取組に対して総合的に支援する。
- ② 地域（地方公共団体・DMO）は、観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備に係る調整、多言語表記等の受入環境の整備等の着地整備を最優先に実施する。また、日本政府観光局（JNTO）は、地域の観光コンテンツをオウンドメディアにて発信し、市場の反応等を地域に還元することで、次の観光資源の磨き上げ等に活用される好循環の創出を目指すとともに、広域連携 DMO と連携した情報発信に取り組むほか、広域連携 DMO に対し JNTO の海外ネットワーク等から得られる最新の市場動向等を提供する。
- ③ JNTO は、地方公共団体や DMO が参加する各地域での研修会やコンサルティング等を実施し、地域のインバウンドマーケティングを支援する。また、インバウンド関係者向けのオンラインセミナーや「地域インバウンド促進ページ」を通じて、最新の市場動向や国内のインバウンドの取組等を地域に紹介・共有する。
- ④ 地域周遊・長期滞在促進に取り組む地域に対し、各地域の魅力の発掘、課題解決に向けた戦略の策定、施策展開、地域関係者のスキル向上等のために、地域での実務実績等を有する専門家を派遣し、助言を実施することによって、国内外の旅行者の地方誘客に向けた取組を促進させる。
- ⑤ 全国 10 の地方ブロックで開催される観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議において、受入環境整備等の課題を共有するとともに、地方運輸局・地方整備局・地方公共団体・民間企業等の構成員による同課題に対する取組、成果についてとりまとめ、地方運輸局等のウェブサイトを活用して公表し、共有を行う。

第6節 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

- ① 持続可能な観光への関心が高まる中で、我が国が世界の観光旅行者から選ばれるよう、地域における「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D⁴）の実践を通じた観光 GX や自然環境・地域資源の保全・活用等に関する取組を推進し、モデルケースの創出を図るとともに、持続可能な観光計画の策定を

⁴ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

支援する。また、受入環境整備においては、観光旅行者から入域料を徴収し、地域づくりに還元するためのシステム・設備整備、公共交通への乗換えを促進するパークアンドライドに必要な駐車場の整備、観光旅行者のマナー啓発等に必要な備品・施設等の整備、混雑の平準化・解消のためのシステム整備等を支援するとともに、持続可能な観光推進に係る国際認証等を受けた地域における面的な設備導入や施設改修等を支援する。

- ② 世界的に持続可能な観光への関心が高まる中、持続可能な観光コンテンツを通じて、観光利用を自然・文化・歴史・産業等の地域資源の保全に還元するための好循環の仕組みづくりを行い、総合的なサービス水準を向上させ、コンテンツの高度化を図る取組を支援する。
- ③ 北海道は観光資源が広域に分散しており移動時のCO₂排出が課題であるため、環境に配慮した多様な移動手段の活用方策等を検討し、サステナブルツーリズムの推進を図る。2024年度内に、ゼロカーボンモビリティを活用した環境負荷の少ない観光地アクセスについて実証実験を行い、北海道観光における移動分野のサステナブルツーリズムの実現方策について調査結果をとりまとめる。
- ④ 2023年10月にとりまとめた「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ（令和5年10月18日観光立国推進閣僚会議決定）」に基づき、観光客の受入と住民の生活の質の確保の両方が図られるよう、地域の実情に応じた取組に対して総合的に支援する。また、全国約20地域において、オーバーツーリズム対策の先駆モデルの創出に取り組む。

第7節 良好な景観の形成・保全・活用

1 良好な景観の形成

- ① 市区町村による景観計画の策定・改定等を支援する「景観改善推進事業」の実施等を通じ、主要な観光地における景観計画、歴史的風致維持向上計画の策定や景観計画の改定等を踏まえた重点的な景観形成の取組を促進し、国内外の観光客にとって魅力ある観光地づくりを推進する。また、屋外広告物の安全対策や違反広告物の是正対策を推進するため、各地方会議等を通じて地方公共団体と関係団体等の連携強化を促す。さらに、重要な観光資源である古都をはじめとする歴史的風土の消失・質的低下を防止し、適切な保存・活用を図るほか、都市公園の整備にあたっては、史跡や名勝、豊かな自然環境等地域の魅力ある観光資源を生かす取組を推進する。加えて、観光の核となる歴史的建造物を含めた歴史的なまちなみ全体の質を向上させるため、歴史的なまちなみを阻害する建築物・空地等の美化・緑化、除却及び伝統的な意匠形態を有する新築建築物の外観修景に対して支援を行い、訪日外国人旅行者の満足度の向上を図る。
- ② 「まちなかウォークアブル推進事業」やウォークアブル推進税制等を活用し、滞在の快適性の向上を目的とした道路・公園・広場等の整備や修復・利活用、滞在環境の向上に資する取組や民間用地を活用した公共空間整備等を重点的・一体的に支援することで、「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくりを推進するとともに、景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上を図る。

2 庭園・公園等を活用した花や緑豊かな都市・地域の魅力発信

- ① 国営公園における魅力的な景観等の観光資源を活用するため、案内サインの多言語化等の環境整備を行う。また、周辺観光資源と連携し、情報発信等も強化する。首里城の復元に向け、引き続き、正殿の本体工事を実施し、復元過程の公開等の取組を推進する。
- ② 「明治150年」関連施策の一環として、明治期の立憲政治の確立等の歴史や意義を後世に伝えるため、国と地方公共団体が連携し、神奈川県中郡大磯町にある旧滄浪閣等を明治記念大磯邸園として整備する。2025年度中の整備完了に向け、2024年度は建物改修等を実施する。
- ③ 「庭園間交流連携促進計画登録制度（ガーデンツーリズム登録制度）」を通じて、各地の庭園間の連携構築や、地域の風土や歴史を反映したテーマに基づく取組をPRするほか、「ガーデン」を核とした観光ルートの形成を図り、地域の活性化につなげる。また、第7回庭園間交流連携促進計画登録審査委員会（ガーデンツーリズム登録審査委員会）を行うとともに全国会議等の普及啓発イベントを実施する。

3 優れた自然の風景地を生かした地域づくりの推進

- ① 国有林野に設定している「レクリエーションの森」のうち、特に観光資源としての活用の推進が期待される「日本美しの森 お薦め国有林」を対象に、訪日外国人旅行者を含む利用者の増加を図るため、ウェブサイトや SNS 等による魅力の発信を行うほか、案内看板の多言語化、歩道整備等の重点的な環境整備や既存施設のレベルアップ整備等、利用者の利便性の向上と安全確保のための整備に取り組む。また、これまで森林に興味のなかった無関心層や訪日外国人旅行者に関心を持ってもらうため、周辺地域を含めた国有林野の魅力伝える動画やガイドブックを通じて、国内外に向けて情報を発信する。さらに、国立公園を所管する環境省と林野庁の連携事業を引き続き実施する。
- ② 道路管理者と市民団体等が協働して地域活性化や観光振興に寄与する「日本風景街道」と、地域情報の発信等を行う「道の駅」等の地域拠点との連携による相互の魅力及び価値の向上に引き続き取り組む。また「日本風景街道」の魅力伝える動画等をウェブサイトや SNS により発信し、ブランド化や認知度向上を図る。
- ③ 「秀逸な道」として 2021 年度に指定した 12 区間において、地域の活動団体や多様な関係主体と連携し、魅力ある道路景観を守り育てる取組や周辺観光資源と合わせた周遊を促進するための情報発信を行い、北海道のドライブ観光の推進を引き続き図る。

4 観光振興等に資する地域づくり・街並み整備

公募設置管理制度（Park-PFI⁵）等の活用促進を通じて、民間資金を活用した地域の観光拠点等となる都市公園の整備等を推進する。

5 駅周辺等における「観光・まち一体再生」の推進

- ① 拠点駅及びその周辺における案内サイン等について、地方公共団体、交通事業者及び都市開発事業者等が連携しながら整備を行う協議会等を支援し、わかりやすく使いやすい歩行空間のネットワーク等の構築を促進する。また、駅周辺をはじめとした中心市街地等において、市街地再開発事業等により地域の観光の拠点となる商業施設等の建築物や、道路、広場等の公共施設の整備に対し支援することで、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を図る。
- ② 地方公共団体や地域の関係者等により作成された観光バス受入計画に基づく観光バス駐車場の整備等を支援する。
- ③ 地域の魅力や回遊性の向上に資するよう、観光案内所等を都市公園内に設置できる占用特例制度の周知を行い、活用促進を図る。

6 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発

重要伝統的建造物群保存地区内における建造物の修理・修景、耐震対策、3次元測量等の先端技術活用による防災環境等の整備、防災設備の設置に対する支援に加え、観光振興等のニーズに対応して、付帯施設の新築を含む活用のための整備について積極的に支援することにより、地区内の伝統的建造物等の活用を図り、観光まちづくりの一層の促進に努める。

7 景観等に配慮した道路整備の推進

観光地等における良好な景観の形成や観光振興等のため、2021 年 5 月に策定した「無電柱化推進計画」に基づき、個別補助制度による地方公共団体への支援や「観光地域振興無電柱化推進事業」の拡充等により、世界文化遺産周辺等の観光地における無電柱化を推進する。

8 道路空間の観光振興への有効活用

民間の創意工夫を活用し、地域の賑わいを創出するため、「歩行者利便増進道路（ほこみち）」制度の普及を引き続き促進する。また、道路における賑わい創出と維持管理の一層の充実を図るため、道路協力団体制度の地方道への展開を促進する。

⁵ 飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置と、同施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度のこと。

9 国立・国定公園の保護と利用の推進

「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興プロジェクト」の一つである「みちのく潮風トレイル」について、拠点である名取トレイルセンターを活用した情報発信や、トレイル開通5周年を記念したイベント等を行い、関係地方公共団体や民間団体等との連携強化と利用の促進等を図る。また、沿線事業者等を巻き込んだ管理運営体制の強化を行い、利用環境の充実を図る。

10 世界自然遺産地域の適正な保全管理

奄美群島及び小笠原諸島の特性を最大限に生かした観光の振興を図るため、地域の主体的な取組を支援する。奄美群島においては、奄美及び沖縄の世界自然遺産登録を踏まえ、沖縄からの誘客を促進するための奄美群島・沖縄間の特別運賃割引や、交通アクセスの良い奄美大島に加えて奄美群島全体に観光客を誘致するためのプロモーション、高付加価値な観光プログラムの作成等を支援する。また、小笠原諸島においては、定期船が停泊する港湾の整備や公園の施設整備・改修等、観光客の安全確保をはじめとした各種施策を支援する。

11 観光振興及び賑わい創出に資する港湾空間の利活用

- ① 2022年12月に創設したみなと緑地PPP⁶を活用し、官民連携による港湾緑地等のリニューアルと賑わい空間を創出する。
- ② 「はまつーリズム（Beach Tourism & Resort）推進プロジェクト」を通じて、「海岸環境整備事業」や公共海岸の占用制度等により、砂浜を含む水辺空間における民間事業者等を含めた多様な地域の推進主体による砂浜利用や環境保全の取組を支援するとともに、海岸の持つ価値をPRすることにより地域の活性化等につなげている地方公共団体の海岸利活用事例をナレッジ集としてとりまとめ、海岸の利活用の推進を図る。

12 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

- ① 港湾における漂流ごみ等の回収・処理の実施、藻場・干潟等の再生・創出等により良好な港湾環境・景観を創造する。
- ② 汚濁が著しい河川の水質改善、多自然川づくりの推進等により、良好な河川環境を引き続き保全・創出する。

13 河川空間を活用した賑わい創出の推進

「河川敷地占用許可準則の特例」や「かわまちづくり支援制度」等により、河川区域における民間事業者によるオープンカフェや川床等の設置を制度面から支援し、河川空間及びまち空間の融合による良好な水辺空間の形成を引き続き推進する。

14 次世代環境対応車の普及促進

観光地域の環境保全と魅力向上のため、引き続き環境性能に優れた次世代自動車等の導入を促進する。

15 社会資本整備等における観光振興への配慮

観光振興や観光交流に資する地域づくり・街並み整備、道路整備、河川空間等の保全・活用等の社会資本整備等において、その効果を有効に発現させるため、これらの事業担当部局と観光関係部局との連携を引き続き強化する。

第8節 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組

1 エコツーリズムの推進

エコツーリズムを普及・推進するため、エコツーリズム推進全体構想の認定地域等に係る広報や、認定地域間の情報交換等の支援を行うとともに、自然資源を活用した地域のガイドやコーディネーター等を対象とした人材育成研修やアドバイザー派遣等による支援を行う。また、地域が実施するエコツーリズム推進体制の整備、自然観光資源を活用したプログラム開発等の取組を支援し、エコツーリズム推進

⁶ 港湾環境整備計画制度のこと。

全体構想の認定地域の増加に取り組む。

2 地域ブランドの振興

農林水産省はその地域ならではの自然環境、文化、風習等に由来する品質、伝統、ものがたりを有する地理的表示（GI）製品について、観光庁、地方公共団体及び観光関連事業者等と連携し、地域の観光資源の一つとして活用するとともに、広く周知する取組を引き続き推進する。

3 観光の意義についての国民理解の増進

- ① 中長期的な視点で、先駆性・新規性・創造性ある民間事業者等との連携を強化することで得られた知見をもとに、中長期的な観光戦略の検討に生かす。
- ② モデル事業の事例紹介等により観光教育の充実・普及を促進する。

4 地域特性やニーズに応じた民泊サービスの普及促進

- ① 「住宅宿泊事業（民泊サービス）」について、違法民泊を排除し、公正な市場を確保することで健全な民泊サービスを普及させつつ、「住宅宿泊事業法（平成 29 年法律第 65 号）」で定める営業可能な年間 180 日を超えて営業をしている違法な届出住宅が仲介されることを防止するため、自動集計システム等のデジタルを活用した違法民泊対策を進めることで、より効率的な市場の形成を図る。
- ② 国家戦略特区における民泊、いわゆる特区民泊について、引き続き、実施地域の拡大等、制度のより一層の利用の促進を図る。

第9節 国家戦略特区制度等の活用

- ① 国家戦略特区において、関係地方公共団体からの提案に基づき、一定の要件を満たす場合には、クールジャパン・インバウンド分野の外国人材の受入を可能とする特例の活用を図るなど、訪日外国人旅行者等を含む消費者向けサービス分野におけるクールジャパン外国人材の受入を促進する。
- ② 国家戦略特区において、過疎地域等における訪日外国人旅行者をはじめとする観光旅行者を中心とした運送需要に対応するため、「自家用有償観光旅客等運送事業」の活用を図る。

第10節 旅行者の安全の確保等

1 防災情報の提供

- ① 線状降水帯や台風等による大雨、大規模地震・津波、火山噴火が発生した際にも訪日外国人旅行者等が適時・的確に命を守る行動が取れるよう、二重偏波気象レーダーや地震・火山観測施設の更新整備等によって監視体制を強化するとともに、最新技術を取り入れた次期静止気象衛星の整備や強化した気象庁スーパーコンピュータシステム等を活用した予測技術の開発等によって、気象庁から訪日外国人旅行者等に提供する防災気象情報の高度化や精度向上を推進する。特に、線状降水帯による大雨となる可能性を約半日前から呼びかける情報について、これまで広域を対象にしていたところ 2024 年から府県単位で発表を実施する。
- ② これまで作成したポスターやリーフレット等について、出入国在留管理庁・地方公共団体の防災部局・多文化共生部局及び指定公共機関等、引き続き様々なチャネルを活用した周知・普及促進を図る。また、JNTO において、大規模地震等の自然災害が発生した、あるいはそのおそれがある際、ウェブサイトや SNS を通じて、訪日外国人旅行者向けに緊急時の対応に係る情報を多言語で発信するとともに、24 時間 365 日多言語対応が可能な訪日外国人旅行者向けコールセンターを運営する。あわせて、緊急地震速報や大雨・洪水等の気象警報、熱中症情報等を多言語で提供するアプリ「Safety tips」の普及促進のため、観光庁において、在外日本公館に対し周知に係る働きかけを行うなど、関係者と連携した取組を行う。

2 避難体制の強化

災害時における道路状況の迅速な把握と道路利用者への災害情報の提供のため、通行実績情報等の集約の強化や SNS 等を通じた幅広い周知等を推進する。また、災害時において通行可能な道路を一般に

公開することができるようにするため、都道府県公安委員会が保有する交通情報に民間事業者が保有するプローブ情報⁷を加えた情報について、公益財団法人日本道路交通情報センターを通じた提供を推進する。

3 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減

- ① 近年、激甚化・頻発化する自然災害等を踏まえ、平時から海外や国内に対し適切な情報発信を行うことが重要であることから、国土交通省を含む各行政機関及びインフラ事業者等がウェブサイト等で提供している防災情報が一元化されてスマートフォン対応等により容易に防災情報等を入手できる「防災ポータル/Disaster Prevention Portal」について、2024年度も引き続き新たな防災情報を追加するなどの充実を図る。
- ② 災害時の訪日外国人旅行者の安全確保及び観光関連事業者等の事業継続に備えるための「観光危機管理計画」について、地方公共団体等の実務者向けに「観光危機管理計画」策定ポイント等をまとめた「手引き」を活用した支援等を通じて、策定の促進を図る。また、地方公共団体の「観光危機管理計画」策定を支援する。
- ③ 新幹線における非常時の訪日外国人旅行者向けの情報提供について、駅頭掲示、駅構内放送、車内放送、ウェブサイト等で、利用者の行動判断に資する情報を多言語（英語、中国語及び韓国語）で実施できているか、不断の検証を実施する。また、空港については、全国の95空港において策定された空港BCP⁸により、空港利用者が適切に情報を収集し、安全に避難し、全ての滞留者が一定期間、安全・安心に空港内に滞在できるよう、非常時の空港における情報提供（滞留者等に対し必要に応じて行う、多言語による空港アクセスの被害や復旧状況等についてのウェブサイトやSNSによる配信等）を実施する。さらに、自然災害時を想定した空港関係者やアクセス事業者と連携した対応訓練の実施等により、情報発信を含む空港BCPの実効性強化を引き続き図る。
- ④ 訪日外国人旅行者が安全・安心に旅行できる環境を整備するため、観光施設等におけるトイレの新設や和式トイレの洋式化等の避難所機能の強化、災害時の多言語対応の強化に加え、医療機関におけるキャッシュレス決済環境の整備等を含む訪日外国人患者受入機能強化等について支援する。
- ⑤ JNTOのウェブサイト及びSNSを活用し、災害が発生した際の公共交通機関に関する正確かつ迅速な情報発信を行う。

4 次の感染症危機への対応

- ① 持続可能な観光立国を目指すため、新型コロナウイルス感染症の経験も踏まえ、感染症危機に適切に対応する。
- ② 国内外における感染症の発生動向を、「感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律（平成10年法律第114号）」に基づき継続的に監視・分析し、国及び地方公共団体において人々に幅広く情報提供を行い、感染症の流行の発生及び拡大を防ぐ。

5 公共交通機関の安全対策の推進

訪日外国人旅行者の貸切バス需要に対応するため、臨時営業区域の特例措置について、同制度の利用状況や事故状況等の実態把握を行い、必要に応じた制度の見直しを検討する。また、「軽井沢スキーバス事故対策フォローアップ会議」において、85項目に及ぶ「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」の実施状況についてフォローアップするとともに、2022年10月に静岡県で発生した観光バスの横転事故を踏まえ、2023年10月に貸切バスの安全性向上に関する関係法令等の改正を行ったところ、引き続き、事業者に対する指導や監査により法令遵守を改めて徹底するとともに、事故調査等を通じて明らかになる事実関係も踏まえ、必要な安全対策を講じていく。

⁷ カーナビゲーションシステムに蓄積された走行履歴情報のこと。

⁸ 空港全体としての機能保持及び早期復旧に向けた目標時間や関係機関の役割分担等を明確化した空港の事業継続計画のこと（A2(Advanced/Airport)-BCP）。

6 旅客船の総合的な安全・安心対策

2023年4月に「海上運送法等の一部を改正する法律（令和5年法律第24号）」が成立したことを踏まえ、同法の施行に向けて関係する政省令等の整備を行うとともに、監査等の強化を徹底し、旅客船事業者の安全性の評価・認定制度創設に向けた検討を進めるなど、利用者が安心して旅客船を利用できるよう、「旅客船の総合的な安全・安心対策」の内容を着実に実行し、その進捗に応じフォローアップを行っていくことにより、旅客船の安全・安心対策に万全を期していく。

7 道路交通の安全対策等の推進

- ① 訪日外国人旅行者等のレンタカー等利用時における交通事故防止を推進するため、関係機関・団体と連携し、安全運転啓発動画等を活用した日本の交通ルール、安全運転等に関する広報啓発活動に取り組む。
- ② 観光地周辺で広域的に発生する渋滞を解消し、回遊性が高く、円滑な移動が可能な魅力ある観光地を創造するため、国や地方公共団体等の関係者が連携し、AI・ICT等の革新的な技術を活用した交通需要制御等のエリア観光渋滞対策について、その実装に向けた取組を引き続き推進・支援する。
- ③ 観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド観光需要に対応するため、地域や公共交通機関と連携し、観光拠点までのラストマイルにおいて、駐車場予約専用化等の渋滞対策を引き続き推進する。

8 宿泊施設の防火安全対策の推進

建物特性や用途特性に応じて、消防用設備等の合理的な運用が図られている事例やその考え方について整理した資料を、消防本部、事業者等に継続的に周知し、必要に応じて内容を更新していく。

9 旅行業務に関する取引の公正の維持等

「旅行業法（昭和27年法律第239号）」に基づき、旅行取引に係る規制の遵守状況に関する立入検査を適時適切に実施することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び観光旅行者の利便の増進を図る。また、2024年3月27日に一般社団法人日本旅行業協会において、コンプライアンスに関わる事案について再発防止に向けての旅行業界及び同協会が講ずべき取組が策定されたことを踏まえ、今後、当該再発防止策の対応状況について「旅行業法」に基づく報告徴収や立入検査により、確実な実施を促す。さらに、特に貸切バスツアーについては、運賃の下限割れ防止対策や旅行業関係団体とバス関係団体により設置された「貸切バスツアー適正取引推進委員会」の仕組みの活用により、旅行における安全確保を図る。

10 外国人の急訴・相談等への対応環境の整備

- ① 警察において、日本語を解さない外国人からの110番通報の際に警察本部の通信指令室と通訳人を交えて三者で通話を行う三者通話システムの運用が行われているところ、緊急時に三者通話システムを迅速かつ適切に活用できるよう、対応マニュアルを作成し、現場対応を想定した訓練等を継続的に行い、三者通話に対応可能な通訳人の拡充に努めるなどして、通報受理体制のより一層の強化を図る。また、電話通訳センターを介して通信指令員や救急隊員等と外国人との会話を交互に通訳するための三者間同時通訳について、引き続き全国の消防本部において円滑な運用を図る。
- ② 訪日外国人旅行者等と警察職員とのコミュニケーションの一層の円滑化を図るため、多言語翻訳機能を有する資機材等の操作の習熟を図るための教養や、訪日外国人旅行者等が遭遇するトラブルを想定した対応訓練等を通じて、同機能の積極的な活用を図る。また、訪日外国人旅行者等からの急訴、各種届出等に適切に対応できるよう、有名な観光地や繁華街・歓楽街等を管轄するなど、訪日外国人旅行者等対応の機会が多い警察署、交番等への外国語による対応が可能な警察職員の配置を行うとともに、語学研修や世界各国・地域の文化・宗教に係る理解の促進等をはじめとした各種教養の実施に努める。
- ③ 遺失届・拾得物の受理をはじめとする、各種届出関係書類への外国語併記等、各種手続に係る外国語対応を促進するとともに、防災・防犯等に資する情報の外国語による提供やSNS等を通じた情報発信に努め、訪日外国人旅行者等が容易に必要な情報等を入手できる環境整備を強化する。また、訪日外国人旅行者等が我が国警察の制度、活動等に関する最新の情報を容易に入手できるようにするため、防犯・

交通安全に関する情報や警察が所管する各種規制に関する情報等について、警察のウェブサイトにおいて外国語による掲載の拡充を図るとともに、ウェブサイトへ掲載するコンテンツの見直しを継続的にを行い、より効果的な情報伝達に努める。

- ④ 救急現場で救急隊員が外国人傷病者に対して円滑なコミュニケーションを図れるよう、救急隊向けに開発した「救急ボイストラ」等の多言語音声翻訳アプリの普及促進を行う。2024年度も引き続き、未導入消防本部の実情を踏まえた上で、消防本部への導入促進を図る。
- ⑤ 「訪日外国人のための救急車利用ガイド（多言語版）」について、対応可能な言語が増え、活用の方がより一層広がったことから、各都道府県及び消防本部に対し周知するよう依頼するとともに、2024年度も引き続き、効果的な広報を実施する。
- ⑥ 「地方消費者行政強化交付金」の活用等により、訪日外国人旅行者等の消費の安全の確保のため、地域における消費生活相談に係る体制の充実を引き続き図っていく。また、国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」において、訪日外国人旅行者の消費者トラブルへの相談対応を行うとともに、訪日外国人旅行者が遭いやすい消費者トラブルについて、観光庁・JNTO等の関係機関の協力を得ながら、「訪日観光客消費者ホットライン」専用ウェブサイト等にて、訪日外国人旅行者への情報提供を行う。さらに、「訪日観光客消費者ホットライン」の窓口周知活動を行い、安全で安心な観光の環境を整備する。

第11節 東日本大震災からの観光復興

- ① 東日本大震災後の国際的な風評被害対策として、食品輸入規制の撤廃・緩和の働きかけと併せて、地方創生の一環として日本の地域の魅力発信、日本各地の商品の輸出促進、観光促進等を支援する総合的なPR事業を引き続き実施する。
- ② 福島における観光復興に向けて、国内外のメディア、インフルエンサーの招請、ウェブサイトやSNSを通じた福島県の魅力の情報発信やインバウンドのリピーター確保に向けた受入体制の整備、旅行商品の造成等の取組を支援する。また、世界で類を見ない複合災害を経験した唯一の場所である福島でのホープツーリズム¹⁰を推進するため、教育旅行や企業等の研修旅行といった団体旅行に加え、個人旅行の更なる促進に向け、サイクリング・キャンプとの組み合わせによる取組を支援する。
- ③ 【再掲】第Ⅲ部第1章第7節9
- ④ 国及び福島県で2022年5月末にとりまとめた「福島浜通り地域等15市町村の交流人口拡大に向けたアクションプラン」に基づき、「酒・グルメ（食）」や「スポーツ（サイクル）」を含む6つのテーマにおいて、福島浜通り地域等15市町村の横連携による、この地ならではの広域コンテンツの創出を引き続き後押しする。また、個々の市町村の独自の魅力の磨き上げや地域一体的なデジタル化に向けた支援も実施する。さらに、「誘客コンテンツ開発事業」による民間事業者等への支援や来訪者向けポイント還元キャンペーン等による、本地域への更なる交流人口拡大と消費喚起を図る。
- ⑤ ALPS処理水の海洋放出による風評への対策として、岩手県、宮城県、福島県及び茨城県沿岸部の地方公共団体等に対して、国内外からの誘客と観光客の定着を図るため、海の魅力を高めるブルーツーリズム¹¹を推進し、海水浴場等の受入環境整備、海の魅力を体験できるコンテンツの充実、海にフォーカスしたプロモーション、ビーチ等の国際認証の取得に向けた取組等を総合的に引き続き支援する。

第12節 観光に関する統計等の整備・利活用の推進

- ① 携帯電話の位置情報データを活用した旅客流動分析の検討を行うとともに、訪日外国人旅行者の国内訪問地間の流動量や利用交通機関等の実態が把握できる訪日外国人流動データ（FF-Data）を公表し、戦略的なプロモーション施策の基礎データとしての活用を促進する。

⁹ 外国人傷病者への救急対応を迅速に行なうための多言語音声翻訳アプリのこと。

¹⁰ 震災・原発事故の被災地域をフィールドとした福島県が推進する学びの旅のこと。

¹¹ 海の魅力を体験する海洋レジャー等を目的とする旅行のこと。

- ② 我が国の観光産業の実態を的確に把握するため、観光に関する統計においては、引き続き精度向上やデータの利活用の拡大に向けて取り組む。特にインバウンド消費動向調査については、あらゆる主体による調査票情報（個票データ）の利活用を可能とし、観光振興に資する分析を促進するとともに、調査対象や調査方法等の見直しに向けた検討を行う。
- ③ 地方公共団体や観光関連事業者が誘客や周遊ルートの検討に活用できるよう、鉄道、駅別乗降客数及び高速バス停留所について、観光施策の推進に資する交通インフラ関連の GIS¹²データとして、国土数値情報ダウンロードサイトに 2024 年 6 月頃に公開することを予定している。

第 13 節 令和 6 年能登半島地震への対応

- ① 令和 6 年能登半島地震の影響を受けた被災地の風評被害を防止し、観光復興を図るため、観光庁や JNTO のウェブサイト等で正確な情報を発信するとともに、被災地の復旧状況を踏まえつつ、北陸地域の誘客に資するプロモーションを引き続き実施する。
- ② 令和 6 年能登半島地震による風評被害を早期に払拭するため、キャンセルにより失われた旅行需要を新たに喚起することを目的に、北陸地域 4 県において、国内旅行者や訪日外国人旅行者を対象に旅行代金の割引を支援する「北陸応援割」を実施し、観光需要を喚起する。また、能登地域については、復興状況をみながら、より手厚い旅行需要喚起策を検討する。
- ③ ふるさと納税を活用した特産品販売、旅行等を促進する。
- ④ 被災した観光関連事業者に対して、中小・小規模事業者の施設等の復旧等を支援するほか、従業員の雇用維持に取り組む。また、地方運輸局に設置している特別相談窓口において、観光関連事業者の被害状況や要望を踏まえ、活用可能な支援策の紹介等を行う。

¹² Geographic Information System の略。地理情報システムのこと。

第2章 地方を中心としたインバウンド誘客

第1節 インバウンドの回復に向けた集中的取組

- ① インバウンド消費額の拡大を図るとともに、我が国の地方の魅力を世界中に発信・訪日誘客し、その果実を地方へ波及させるため、全国各地での特別な体験の提供等や地域の多様な観光コンテンツの造成を支援するほか、訪日イベント等の海外への情報発信を行う。
- ② 「新時代のインバウンド拡大アクションプラン（令和5年5月30日観光立国推進閣僚会議決定）」について、経済産業省、文部科学省等の関係省庁と連携しながら着実に実行し、ビジネス、教育・研究、文化芸術・スポーツ・自然の各分野において、インバウンド需要を根付かせるための取組の深化を図る。

第2節 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

1 アドベンチャーツーリズムの推進

自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズムを推進し、コンテンツの磨き上げやガイドの確保・育成等の取組を支援することで、国内外の観光旅行者の消費額拡大や満足度向上、安全・安心で楽しめる旅行環境の整備を図る。また、Adventure Travel Trade Association（ATTA）と連携し、日本全国のアドベンチャートラベルの魅力発信を行うとともに、アドベンチャートラベルコンテンツの磨き上げと販路拡大に向けた取組を実施する。さらに、国内関係者との連携強化を図り、国内受入・販売体制強化と更なるコンテンツの発掘を促進する。

2 アート・文化芸術コンテンツの整備

(1) 日本博2.0の推進

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に向けて、全国各地で最高峰の文化芸術を発信するための文化資源を活用した観光コンテンツの磨き上げや創出を行う。また、日本の文化芸術の多様性を世界に示す取組を展開し、文化芸術振興をより一層充実させる。これらを通じて、日本文化の魅力について、デジタルコンテンツ等も活用し、国内外に効果的に発信する。

(2) アートの国際拠点化

我が国を文化芸術の国際的な発信拠点とし、国内発の国際的な文脈づくりを担う「場」となることを目指し、引き続き我が国のアートシーンの発信、国際的なイベントにおけるアートの発信等を実施する。

(3) 国際的な芸術祭の活用

海外のフェスティバルへの参加、海外の芸術団体との共同制作公演等を引き続き支援する。

(4) 舞台芸術の振興、情報発信等

歌舞伎や文楽、能楽等の伝統的な芸能及び国際的に比肩し得る高い水準のオペラ、バレエ、演劇、オーケストラ等の現代舞台芸術を観光資源として広く提供するため、トップレベルの芸術団体が取り組む創造発信等を引き続き支援する。

(5) メディア芸術の振興

- ① 日本映画の多言語字幕制作支援、欧米等で開催されている国際映画祭への出品支援、海外映画祭見本市における展示施設（「ジャパン・ブース」）の設置・運営等を通じて、多様な作品の魅力を発信し、訪日外国人旅行者の増加に寄与する。
- ② 「メディア芸術クリエイター育成支援事業」や「アニメーション人材育成事業」により、メディア芸術を担う人材の育成を推進する。

(6) ロケツーリズムの推進

映画やアニメ等のロケ地や舞台は、国内外の観光需要を喚起する重要な拠点であることから、ロケ誘致による経済・社会的効果を効果的に実現するため、「ロケ撮影の環境改善に関する実務者懇談会」を開催し、地域内の関係機関の連携強化による情報発信や許認可の円滑化等を図るとともに、観光促進のた

めのコンテンツを「聖地巡礼」の促進に活用するなど、ロケツーリズムの推進に官民一体となって取り組む。

(7) 地域の伝統芸能等の支援

伝統芸能等の無形文化財や地域の礎である伝統行事、民俗芸能等の保存・活用を支援し、無形の文化遺産を核とした地域活性化を推進する。

(8) 芸術の観光への活用を推進する人材の育成

芸術団体による、我が国の芸術界の将来を担う新進芸術家等が技術を磨いていくために必要な舞台公演・展覧会等の実践の機会や、広い視野、見聞、知識を身に付ける場の提供を支援する。

3 地域の食材を活用したコンテンツの整備

(1) ガストロノミーツーリズムの推進

- ① 特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等に対して、文化財登録等に向けた調査研究や地域での保護継承、文化的価値をわかりやすく伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を行うモデル事例の形成を支援し、食文化の魅力発信等を推進する。
- ② 魅力的なガストロノミーツーリズムコンテンツを造成しインバウンド誘客を高めるとともに地方誘客を促進するため、先進的な観光地域創出に向けた食の専門家等による伴走支援やユニークベニュー¹³活用等のための環境整備等を支援する。

(2) 酒蔵ツーリズムの推進

インバウンドによる海外需要の拡大を目的とし、酒蔵自体の観光化や酒類事業者、観光事業者、交通機関、地方公共団体等が連携して、国内における酒蔵やワイナリー、ブルワリー等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」を推進し、日本産酒類の認知度向上等を図る。

(3) 日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産への登録

「伝統的酒造り」は2022年にユネスコ無形文化遺産へ提案後、2023年3月に再提案しており、2024年12月に審議が見込まれている。登録に向け、「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等と連携しながら、引き続き国内外で地域の特性に応じたシンポジウムの開催等、様々な広報活動に取り組む。

4 魅力ある公的施設の公開・開放

- ① 迎賓館赤坂離宮について、国賓等の接遇等に支障のない範囲で通年で一般公開を実施する。複数言語対応のウェブサイトや、X等のSNSを活用した一般公開の広報を充実するほか、迎賓館開設50周年を記念して、通常公開していない部屋及び美術品の公開や通年でパネル展示、屋外での催し、演奏会等の特別企画を計画的に実施し、新たな参観者層を取り込むとともに、迎賓施設としての意義や文化財としての価値の理解促進を図る。また、迎賓館赤坂離宮の魅力の内外への発信や国有財産の有効活用の観点から、迎賓館をユニークベニューとして活用する「特別開館」を実施し、観光の呼び水とする。
- ② 京都迎賓館について、国賓等の接遇等に支障のない範囲で通年で一般公開を実施する。複数言語対応の参観アプリを周知・活用するほか、認知度向上に向け、X等のSNSの活用や、ポスター・チラシの英語版の作成・頒布、京都迎賓館PR動画（日本語及び英語）等を発信するなど、効果的な一般公開の広報を実施するとともに、夜間の公開や通常の参観にはない文化体験等を盛り込んだガイドツアー等の特別企画を計画的に実施する。また、英語ガイドツアー等外国人観光客を対象としたガイドツアーも本格的に再開し、一般参観の更なる魅力向上を図る。さらに、京都迎賓館の魅力の内外への発信や国有財産の有効活用の観点から、迎賓館をユニークベニューとして活用する「特別開館」について、実施事例の積み重ねに努める。
- ③ 「児童又は生徒を対象とする総理大臣官邸及び総理大臣公邸特別見学」について、総理大臣官邸にお

¹³ 「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間（庭園・公園、商店街、公道等）」等において、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のこと。

ける執務に影響の生じない範囲において実施する。また、多くの学校に参加してもらうために、ウェブサイト、SNS等を活用した情報発信に取り組む。

- ④ 皇居について、土曜日を含め事前予約及び当日予約により一般参観の1回当たりの定員を500人で行うとともに、訪日外国人旅行者向けに英語ガイド及び中国語ガイド付きの参観の実施、質疑応答や、多言語ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施する。また、皇居乾通りの一般公開（春季及び秋季）を実施する。
- ⑤ 皇居東御苑について、富士見多聞の公開、富士見櫓前の開放、江戸城天守復元模型の展示を実施し、英語での質疑応答可能な職員の配置や、多言語音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施する。また、皇居東御苑来訪者のアメニティ向上等を図るため、大手休憩所（仮称）の整備を行う。
- ⑥ 皇居三の丸尚蔵館について、ほかの美術館・博物館等と連携しつつ、全国各地で年4か所以上の展覧会を実施するなど、皇居三の丸尚蔵館収蔵品の地方展開や公開の拡充を図るとともに、2023年11月3日に開館した新施設（I期棟）における取組を充実させる。また、引き続き展示面積の拡大等を図るため、館の整備・建替（II期工事）を進める。
- ⑦ 京都御所について、通年で参観者制限のない一般公開を実施するとともに、訪日外国人旅行者向けに多言語音声ガイドアプリ及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施し、再開した英語及び中国語ガイド案内を引き続き行う。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、京都御所清涼殿襖絵の復元模写を行い、完成後に逐次公開する。
- ⑧ 京都仙洞御所・桂離宮・修学院離宮について、通年で参観を実施するとともに、訪日外国人旅行者向けに多言語音声ガイド機器及び宮内庁ウェブサイトの運用等を実施する。特に桂離宮においては、皇室の伝統や文化への理解をより深めることを趣旨として「桂離宮観月会」を2024年秋に実施する。また、文化的建造物の修繕、美観等に配慮しつつ、修学院離宮窮遠亭ほか整備工事（2025年3月完了予定）を実施し、柿葺屋根葺替等を行う。
- ⑨ 御料牧場について、家畜伝染病に対する防疫強化に取り組みつつ、地元の地方公共団体と協力し、秋に2日間で各2回、合計4回地域住民以外が参加できる見学会を実施する。その際、展示物や御料牧場紹介動画を活用するとともに、見学会では体験型イベント等を行うなど内容の更なる充実を図る。
- ⑩ 埼玉鴨場・新浜鴨場について、埼玉県・千葉県とも協力をしながら、地域住民以外が参加できる見学会を年12回ずつ実施する。また、引き続き団体申込みも受け付ける。
- ⑪ 信任状捧呈式の馬車列の実施に際しては、宮内庁及びJNTOのウェブサイト、宮内庁及び観光庁SNS等を活用するとともに、情報提供先と連携し周知を図る。
- ⑫ 造幣局本局の工場見学において、新たな見学コースの追加を検討する。
- ⑬ 首都圏外郭放水路の民間企業が運営する有料見学会について、引き続き、土日祝日を含めて毎日開催（施設点検日及び年末年始を除く）する。また、施設の更なる認知度向上と訪日外国人旅行者の増加を図るため、施設での撮影やイベント開催を目的とした民間企業の運営による有料の施設貸出を幅広く実施する。さらに、地域振興の一環として、観光協会及び地元商店・飲食店と協力し、龍Q館での首都圏外郭放水路のロゴ入りの地元物産の販売や、各飲食店における「首都圏外郭放水路おもてなし特別メニュー」の販売を行う。
- ⑭ 市ヶ谷記念館・大本営地下壕跡の見学については事前予約制とし、防衛省のガイドが案内を実施する。また、見学者にパンフレットを配布し、引き続き、見学者の満足度を高めるための取組を維持する。
- ⑮ 日本銀行本店本館について、2016年6月に従来の英語にも対応した見学に加え、中国語のパンフレットを作成して多言語案内の充実を図った。また、2019年6月に見学のウェブ予約を開始したほか、2020

年6月に見学エリアの拡張や展示リニューアルを行った。さらに、2020年6月にオンライン見学「おうちで、にちぎん」（本館の3D映像）を日本語・英語で公開したほか、2021年5月からオンライン見学講座「教室で、にちぎん」を開始し、国内外の学校に対して実施した。加えて、2023年4月からは見学案内の実施回数を引き上げたほか、同年8月からは英語見学枠を新設した。これら施策を継続し、その定着を図る。

5 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大等によるショッピングツーリズムの推進

外国人旅行者向け消費税免税制度については、「令和6年度税制改正の大綱」（令和5年12月22日閣議決定）において、出国時に税関で免税購入物品の持ち出しが確認された場合に免税販売が成立する制度への見直しが決まったことを踏まえ、外国人旅行者の利便性の向上や免税店の事務負担の軽減に十分配慮しつつ、空港等での混雑防止の確保を前提として、新制度の詳細を検討する。

6 大都市観光の推進

国民公園の一層の魅力向上に向け、新宿御苑については、旧大木戸御殿復元整備、開園時間の延長、入園料のキャッシュレス化、民間イベントでの活用、最新技術を活用した武家屋敷・皇室庭園としての歴史・文化の発信等に取り組む。皇居外苑については、都心における貴重な自然や景観、由緒ある歴史等が残る苑内を周辺地域や民間と連携して活用し、観光資源としての価値を高める。京都御苑については、文化資源アーカイブ構築及び体験型コンテンツ整備に向けた取組を進める。

第3節 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

1 国立公園の魅力向上とブランド化

- ① 「国立公園満喫プロジェクト」において、「ステップアッププログラム2025」等に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、国立公園に国内外の利用者を呼び込み、保護と利用の好循環を形成するための取組を実施する。また、「自然公園法（昭和32年法律第161号）」に基づく「自然体験活動促進計画・利用拠点整備改善計画制度」を活用し、関係省庁や地方公共団体、観光関係者をはじめとする企業、団体等、幅広い関係者との協働の下、全公園を対象に取組の展開を図る。
- ② 国立公園の多言語解説を外国人利用者目線で魅力あるものとして充実させ、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度を向上させるため、環境省において、観光庁と連携し、国立公園・国定公園・国民公園・世界自然遺産及び長距離自然歩道を対象に、国立公園等に関連する多言語解説を整備する。また、利用者ニーズを踏まえ、ICT等の先進的技術を活用して展示パネルや既存看板の多言語化、多言語対応の展示映像の制作等の媒体化により一体的な整備や魅力発信を行う。
- ③ 我が国の傑出した自然景観を有する国立公園において、美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光を実現するため、魅力的な自然体験コンテンツ等の充実や質の向上等を通じて受入環境を整備するとともに、ウェブサイト・SNS等や、旅行博等の機会を活用し、国立公園の魅力やコンテンツ等を紹介するなど、国立公園の利用を促進する。
- ④ 国立公園等の優れた自然風景地等の保護と利用を図り、安全で快適な自然とのふれあいの場を提供するため、国立公園、国民公園等における施設整備や自然再生等、長寿命化対策等の事業を実施する。また、国立・国定公園等において地方公共団体が行う施設整備等の事業について支援する。さらに、引き続きビジターセンターの省エネ改修等により、脱炭素の取組を推進するとともに、利用者の安全確保のための防災・減災対策や施設の老朽化対策を実施する。加えて、直轄野営場においては、民間事業者による質の高いサービスを導入することで機能強化を図る。
- ⑤ 国立公園等における自然体験コンテンツの充実、人材の育成、ビジターセンターへのカフェの設置をはじめとした公共施設の民間開放、自然環境保全コストを一部利用者負担とする仕組みの導入に向けた実証実験等を行う。その際、地域協議会構成メンバー、自然環境に知見を有する研究者、サービス提供にノウハウを有する民間事業者等の多様な主体と連携して実施する。
- ⑥ JNTO グローバルサイト内に構築した国立公園ウェブサイトを活用して、デジタルマーケティング手法等によるサイト利用傾向等の分析結果を踏まえた海外への情報発信をするため、訪日外国人旅行者に

対して訴求力の高いトピックスの特集記事や魅力的な自然体験コンテンツ等の充実、ウェブサイトの機能性の向上を促進する。

- ⑦ 関係省庁、関係地方公共団体、関係団体等からなる地域協議会を中心に連携を図り、「ステップアッププログラム 2025」等に基づき、観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組を推進する。また、国有林を所管する林野庁との連携事業を実施する。さらに、多言語化の充実やコンテンツの造成等について国定公園に展開を図る。
- ⑧ 2020年7月に供用を開始した新宿御苑併設の国立公園情報発信拠点「National Parks Discovery Center」において、日本の国立公園の魅力を大画面で訴求する映像設備やデジタルを活用した体験型展示、国立公園案内カウンターやギャラリースペース、物販設備等を活用し、来園者に国立公園の魅力を発信する。
- ⑨ 国立公園の利用拠点において、国・地方公共団体・民間事業者等地域の関係者が連携してインバウンド増加に資する利用拠点計画を策定するとともに、同計画に基づき、跡地の民間活用を前提とした廃屋の撤去、インバウンド対応機能向上、地域文化が体感できるまちなみ改善等を同時一体的に実施する。これにより、利用拠点の景観改善、上質化を図り、訪日外国人旅行者の体験滞在の満足度向上を図る。
- ⑩ 訪日外国人旅行者に対し、日本の自然の魅力をわかりやすく伝えるため、ビジターセンター等においてデジタル展示施設を整備する。デジタル展示を通じて、普段見ることが難しい希少種の姿や、四季の風景の変化等を体験してもらうことで、日本の自然への関心を高め、国立公園のフィールドへの誘導、滞在時間の延長や満足度の向上、同地へのリピート利用を促す。
- ⑪ 国立公園の美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光を推進するため、「国立公園における滞在体験の魅力向上のための先端モデル事業」¹⁴の対象とする4か所の国立公園（十和田八幡平国立公園十和田湖地域、中部山岳国立公園南部地域、大山隠岐国立公園大山蒜山地域、やんばる国立公園）において、地方公共団体等と連携し、民間提案を取り入れて、国立公園の利用の高付加価値化に向けた基本構想を策定する。この中から、集中的に取り組む利用拠点を選定し、民間提案を取り入れながら利用拠点のマスタープランを検討し、具体の事業に取り組む。また、山岳地域における質の高いサービス提供のため、山小屋のインバウンドに対応した上質化（内装・外装・設備の改修等）を支援する。

2 国際競争力の高いスノーリゾートの形成

- ① スキー・スノーボードを楽しむ訪日外国人旅行者が増加する中、国際競争力の高いスノーリゾートの形成を促進し、インバウンド需要を取り込む必要がある。このため、地域の中長期展望や利用者ニーズを踏まえ、スキー場の魅力が向上し、事業効果が地域に広く波及する投資を進めようとするスノーリゾートの取組を支援する。新たに既存グレンデ内の高付加価値化に資する索道施設の新設、スノーエスカレーターの導入、スキーヤー向け設備、DX対応を支援対象とする。
- ② JNTOは、スキー人口が急増中の中国及び日本のパウダースノーへの興味・関心の高い米国・オーストラリアにおいて、現地旅行会社との連携強化を図るとともに、旅行博出展やBtoCイベントの実施、オウンドメディアでの発信等によりスノーアクティビティ及びウィンタースポーツに関するプロモーションを実施する。

3 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

- ① 2025年までに質・量両面での取組を推進するため、「300地域の取組展開地域」を創出するとともに、「50地域の面的取組展開地域」を目指すべく、面的に再生させる取組を支援する。また、城や社寺、古民家等における宿泊・滞在型コンテンツを軸に、地域資源をフル活用した面的な高付加価値化を推進しつつ、歴史的建築物等の再建築、情緒ある景観や賑わいの再現等に対して支援する。

¹⁴ 環境省「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」（2023年6月公表）に基づき、有識者等を含む専門委員会の意見も踏まえつつ、将来的な他地域への展開も見据え、環境省が2023年8月に選定。

- ② 歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チームでは、支援メニュー集、歴史的資源の再生・活用成功事例集及び取組事例を更新する。また、様々な案件に対応できるような内容の充実等を行い、会議等での全国の地方公共団体、DMO、農泊地域等に対する情報共有等を行う。さらに、ワンストップ窓口において、地域からの相談や要望に対応するとともに、新規相談地域の掘り起こし、既存相談地域の継続的なフォロー及び観光まちづくりへの支援等を行う。
- ③ 観光分野での地域おこし協力隊の活用事例について、ウェブサイト等に掲載するとともに、地方公共団体職員や地域おこし協力隊員向けの研修等において周知を図る。
- ④ 空き家、空き店舗、公的不動産（PRE）等の遊休不動産の活用促進のため、選定した地域において、宅建事業者等に不動産証券化等の周知を図るとともに、関心のある事業者に地域の不動産証券化関係者が参加するネットワーク会議への参画を促すことで、地方における不動産投資の普及促進を図る。
- ⑤ 地域でのスタートアップを幅広く支援するため、地域の資源と資金を活用した地域密着型事業を支援する「ローカル 10,000 プロジェクト」の地方公共団体独自の取組への支援を強化するなど、支援を拡充した「ローカルスタートアップ支援制度」を通じて、古民家等を活用した事業の立ち上げを支援し、歴史的資源を活用した観光まちづくりを推進する。
- ⑥ 開発許可制度における地域の実情に応じた既存建築物の用途変更の弾力化に係る技術的助言やその活用事例について、国や地方公共団体が参画する担当者会議等の場やウェブサイト等において周知していく。

4 文化観光の推進

(1) 博物館・美術館等の文化施設の充実

- ① 文化資源の磨き上げ、多言語化・Wi-Fi・キャッシュレス環境整備等の利便性向上、国内外への宣伝、学芸員等の専門人材の確保等の取組を引き続き支援する。また、観光資源としても極めて有効な文化財について、デジタル技術を活用した多言語解説を観光施策と連携させつつ整備する。これらの取組を通じて、訪日外国人旅行者が文化財への理解を深め、満足度を向上できるような環境整備を着実に進める。さらに、国立博物館等において、外国人目線に立った多言語対応やオンラインチケット販売経路拡大等のインバウンド受入に資する環境整備等の充実に取り組み、それらの成果の共有に努める。加えて、キャッシュレス環境整備等の利便性向上に努める。
- ② 多様な来館者が国立博物館・美術館が有する多様な文化資源の魅力にアクセスできるよう、障害者、子供、高齢者、外国人等を対象とした鑑賞支援や、ハンズオン、参加・体験型プログラム、講座やワークショップといった教育普及事業のオンライン配信等も含めて推進する。また、国立博物館や国立劇場等において、ニーズを踏まえた開館時間の柔軟な設定、SNS等を活用した国内外への積極的な情報発信等、より快適な鑑賞環境の充実等に取り組み、その成果に助言等の求めがあれば応じる。さらに、文化資源の魅力発信及び地方創生・観光振興に寄与することを目的として、国立博物館等において、各地のミュージアムへの収藏品貸与の促進事業や文化財の保存・活用に関する助言・協力に取り組み。加えて、文化財情報資源のデジタル資源化や情報データベースの構築等を促進することにより、文化財が持つ魅力や価値を引き出すとともに、博物館に来訪できない人も含め、人々が場所や時間にとらわれず文化に触れる機会を提供し、文化への社会的な理解を促進する。
- ③ 我が国の文化拠点である劇場・音楽堂等が行う文化芸術活動への支援を通じて、子供、障害者、訪日外国人旅行者等が実演芸術に気軽に触れることができるよう、バリアフリー・多言語対応やバリアフリー対応施設に対する税制優遇措置期間を延長し、環境整備についても支援する。また、博物館についても、バリアフリー・多言語対応、地域活性化等を促す取組を支援する。さらに、芸術大学等の資源を活用してアートマネジメント人材及び新進芸術家等の育成を図る。
- ④ 国や国立博物館等有する地域ゆかりの文化資産を活用し、訪日外国人旅行者にもわかりやすく、地域の歴史・文化等を魅力的に発信する各地域の博物館等の取組を支援し、訪日外国人旅行者の地方への誘客や満足度の向上等を引き続き図る。

(2) 文化観光拠点等の整備

- ① 文化についての理解を深めることを目的とする観光を推進するとともに、訪日外国人旅行者がストレスフリーで快適に旅行を満喫できる環境を整備するため、「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和2年法律第18号）」に基づき認定された観光地や拠点を含む地域における、多言語対応、Wi-Fi・キャッシュレス環境整備、バリアフリー化等の受入環境整備に係る取組を引き続き支援する。
- ② 文化資源を中核とする観光拠点・地域を整備するため、文化観光拠点・地域の整備の促進、日本遺産¹⁵等の文化資源の魅力向上や発信強化を行う。また、地域における文化財の総合的な保存・活用の取組を引き続き支援する。
- ③ 文化観光の推進に関する好事例を収集・分析し、関係者に広く周知する取組を支援する。

(3) 文化資源の観光資源としての魅力の向上

- ① 日本遺産全体の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、日本遺産認定地域の文化資源の磨き上げの促進、日本遺産を活用した継続的な取組を推進する。また、文化資源の解説作成や多言語化、健全で美しい状態に回復するための美装化等への支援にも取り組む。
- ② 博物館等に勤務する管理職を対象とした「トップマネジメント研修」、学芸職を対象とした「パブリック・リレーションズ研修」、行政の博物館担当職員や初任者を対象とした「文化をつなぐ研修」を実施し、文化観光、インバウンド拡大、地域連携、デジタル化といった、博物館における今日的課題への対応と発信に取り組む人材を育成する。また、国立文化施設においても、学芸員等を対象とした研修・講座を開催し、国立文化財機構では博物館・美術館等保存担当学芸員研修（基礎コース・上級コース）等を実施、国立美術館ではキュレーター研修や全国の教員、学芸員、指導主事を対象に美術館を活用した鑑賞教育の充実のための指導者研修を実施するなど、研修や講座の拡充に努め、全国各地の博物館関係者の人材養成や、観光含む多様な分野との連携等に資する取組を行う。

(4) 文化財の保存・継承

- ① 国宝・重要文化財（建造物、美術工芸品）、史跡名勝天然記念物について、魅力的な活用の前提となる適切な保存修理や防火・耐震対策等の強靱化を推進する。また、修理現場の公開や解説設備の設置、バリアフリー化、来訪者の便益施設の充実等を促進する。さらに、文化財の保存・活用における多様な資金調達の活用を促進する。
- ② 文化庁の移転を契機として、歴史・文化の豊かな京都の地から文化庁ならではの地方創生を実現するため、地域の宝である文化財について、官民連携で新しい価値を創造し、持続可能な活用を推進する。具体的には、文化財を活用した高付加価値コンテンツの造成、文化財建造物のリノベーション、多言語対応等インバウンド向けの滞在環境の整備を推進する。あわせて、文化財の活用に関する相談窓口を設置するとともに、活用に関するセミナーを各地で開催する。
- ③ 「文化財保存活用地域計画」等の作成及び計画に基づく事業の推進を支援することで、地域の多様で豊かな文化資源を活用した経済活性化、人材育成、まちづくり等に資する取組や観光拠点の整備を促進し、観光振興・地方創生等に向けた対応を強化する。

④ 【再掲】第Ⅲ部第1章第7節6

(5) 世界遺産の推薦及び保存・活用

- ① 現在、我が国では、「屋久島」、「白神山地」、「知床」、「小笠原諸島」及び「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の5地域が条約に基づき自然遺産として世界遺産一覧表に記載されている。これらの

¹⁵ 地域の歴史的的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」に認定するとともに、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域活性化・観光振興を図るもの。

地域において、科学的知見に基づき、地域関係者との合意形成を図りながら、遺産価値を維持するための保全管理の充実に取り組む。また、各遺産地域に持続可能な観光利用を推進するための拠点施設を整備し、引き続き関係機関と連携して必要な取組を進める。なお、2024年は徳之島世界遺産センターの開所を予定している。

- ② 世界に誇る我が国の文化財について、引き続き世界遺産への登録に向けた推薦を行う。また、登録された文化遺産については、観光旅行者の急増に対応した適切な保存の取組だけでなく、世界遺産のブランド力等を活用した地域活性化の取組に対しても支援する。

(6) アイヌ文化の魅力の発信

アイヌ文化の復興・創造等の拠点である「民族共生象徴空間（ウポポイ）」について、国内外から多くの人々が訪れ、アイヌ文化の素晴らしさを体感し、民族共生の理念に共感してもらえるよう、年間来場者数 100 万人を目指し、2024年3月に策定した「ウポポイ誘客促進戦略」に基づき、園内コンテンツの充実等に取り組む。

(7) ナショナル・トラスト運動等の民間取組の推進

国民的財産として後世に継承すべき産業・文化遺産や自然等の観光資源を保存・活用するナショナル・トラスト運動について、公開や利用に力点を置いた活動を奨励する。また、自然環境に係るナショナル・トラスト活動の一層の促進のため、関連する情報の発信や、「地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律（平成 26 年法律第 85 号）」の運用を図る。さらに、「文化財保護法（昭和 25 年法律第 214 号）」に基づく文化財保存活用支援団体の指定を促し、民間団体による地域の文化財の保存・活用のための取組を推進する。

5 スポーツツーリズムの推進

- ① スポーツツーリズム等のスポーツによる「まちづくり」を推進していくため、その担い手となる「地域スポーツコミッション」の経営の安定や特に運営を担う基盤人材の育成・確保（質的な向上）に向け、新たな事業展開へのチャレンジ等をモデル的に支援するとともに、研修講座の実施等の人材育成サポートや人材確保に向けたマッチングの実証を促進する。
- ② スポーツと地域資源を融合させた「スポーツツーリズム」等を通じて、交流人口の拡大、地域・経済の活性化を推進するため高付加価値コンテンツの創出、実証モデルの実施、効果検証を行う。また、デジタル技術を活用したプロモーションを実施し、セミナー等を通じて、収集・分析したデータの利活用を促進するほか、人口集積地やオンラインでの体験機会の創出による武道を中心としたスポーツツーリズムの認知拡大を通じて、訪日意欲の喚起や地方誘客の促進を行い、スポーツツーリズム・ムーブメントを創出する。
- ③ 東京 2025 デフリンピック大会・東京 2025 世界陸上や第 20 回アジア競技大会・第 5 回アジアパラ競技大会、ワールドマスターズゲームズ 2027 関西等、今後日本で開催される大規模国際競技大会の円滑な開催に向けて必要な支援・協力を行う。

6 農泊の推進

(1) 滞在型農山漁村の確立・形成

- ① 農山漁村の所得向上と関係人口の創出を図るため、農泊地域の実施体制の整備や経営の強化、食や景観の観光コンテンツとしての磨き上げ、国内外へのプロモーション、古民家を活用した滞在施設の整備等を一体的に支援する。
- ② 多様な地域の食とそれを支える農林水産業や特徴のある景観、伝統文化等の魅力で訪日外国人旅行者を誘客する農泊地域等を農林水産大臣が「SAVOR JAPAN¹⁶」に認定し、官民が連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する。また、認定地域関係者の知識習得や地域間のネットワーク化を目的とし

¹⁶ 多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する農泊地域等を農林水産大臣が認定し、官民で連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信する取組のこと。SAVOR に、日本の農山漁村の食や食文化を深く味わう・楽しむという意味が込められている。

た研修会・情報交換会等の開催、JNTO 等と連携した情報発信を効果的かつ一元的に取り組むことで訪日外国人旅行者の誘客を強化する。

(2) 農山漁村の地域資源の活用支援

- ① 「強い農林水産業」、「美しく活力ある農山漁村」の実現のため、農山漁村が潜在的に有する地域資源を引き出すことにより地域の活性化や所得向上に取り組んでいる優良な事例を「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」として選定する。また、選定証授与式や交流会等の開催及び特設サイトを活用した全国への発信を通じて他地域への横展開を図るとともに、農山漁村の地域住民の意欲及び機運向上を図る取組を推進する。
- ② 農業遺産地域や世界かんがい施設遺産等の魅力を伝える PR 動画の作成、旅行者向け農業遺産 FAM ツアー¹⁷の実施、農業遺産地域の取組を広く発信するシンポジウム及びフェアの開催等により、農業遺産地域等の観光振興を図る。
- ③ 農泊等と連携した農村地域でのジビエ利用拡大を図るため、処理加工現場での OJT、プロモーションによる情報発信・需要開拓、ジビエを取り入れた食事メニューや商品の開発等を支援する。また、ジビエを新たに地域資源として有効活用する観点から、捕獲鳥獣の搬入体制の強化やジビエを主な原料とした加工品として製造する設備の導入を支援する。さらに、ジビエ料理・商品を活用した旅行商品の造成に官民が連携して取り組む。

7 地方誘客に資する各種のコンテンツ整備

(1) 地域に根差した観光資源の磨き上げの推進

観光による経済効果を地方にも波及させ、地方への継続的な来訪を促進するため、地方公共団体や DMO、地域の民間事業者等を対象に、地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツについて、十分なマーケティングデータを生かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓及び情報発信を一貫して支援する。

(2) コンテンツ連携による広域的な周遊観光の推進

訪日外国人旅行者の消費額の増加及び滞在の長期化を促進させるため、「旅全体を通じて一貫したストーリーを有する長期滞在ツアー」の造成や、地域の多様な関係者と連携し、ツアー全体をコーディネートできるガイド（Experience Manager）の育成等により、ストーリーに沿った地域のコンテンツの連携促進の手法を検証し、その結果を観光関連事業者等に共有する。

(3) 医療や健康増進と連携した観光の推進

観光庁は厚生労働省と連携し、地域の医療と観光資源を活用した外国人受入を推進するため、モデル実証を通じたプラン造成、医療機関の受入体制構築のほか、自走化に向けた海外販路拡大等の取組を支援する。

(4) サイクルツーリズムの推進

- ① 走行環境の整備やサイクルトレイン・サイクルバスの拡大等によるサイクリストの受入環境の整備等を官民が連携して行うことにより、ナショナルサイクルルートをはじめとする世界に誇るサイクリング環境を創出するとともに、国内外への PR 等を行い、サイクルツーリズムを推進する。
- ② 訪日外国人旅行者の来訪促進及び観光地の魅力増進のため、移動そのものを楽しむ観光列車の魅力を海外に情報発信するほか、新たな観光ニーズに対応するサイクルトレインの普及を推進する。

(5) インフラツーリズムの推進

ダム、橋、港、砂防、歴史的な施設等、世界に誇る土木技術等を周辺自然環境と併せて観光資源として活用し、地域振興を図るインフラツーリズムを推進する。これまでのダムや橋というインフラ施設に加え、砂防施設において地域観光資源と連携し、インバウンドに対応した受入体制の検討や受入環境整備を実施する。

¹⁷ Familiarization tour の略。観光誘致を図るため、旅行事業者やメディア、インフルエンサー等に現地を視察してもらうツアーのこと。

(6) 離島地域等における観光振興

- ① 離島地域にある資源を活用し、未来を担う子供・若者や旅行者らが離島へ向かう流れを活性化するため、ウェブサイト、SNS 等で離島の情報を発信する取組やデジタル等の新技術を活用する取組、関係人口の創出に向けた取組、小規模離島等の生活環境を改善する取組を実施する地方公共団体を「離島活性化交付金」により継続的に支援する。また、半島地域においては、地方公共団体や NPO 等の多様な主体が連携し、地域資源や特性を生かして交流事業を実施するなど、地域間の交流促進等に向けた取組について支援するとともに、半島の地域資源を活用した半島地域への誘客を促進するプロモーションの実施、半島製品の認知度向上と販売促進等を図るための官民連携体制構築に必要な実証調査を行う。
- ② 観光資源としての魅力を有するフェリー、旅客船、遊覧船等が、訪日外国人旅行者に幅広く活用され、船旅の更なる魅力向上や地域経済効果の最大化に資する取組を行う民間事業者等を支援する。
- ③ 訪日観光のポテンシャルを有している海洋周辺地域への訪日観光を促進し、魅力向上を図るため、地方公共団体等が行う海上観光造成等を支援する。
- ④ クルーズ船受入のための係留施設等の整備を引き続き推進する。また、沖縄の美しい自然及び文化を生かし、訪日外国人旅行者の受入体制強化や独自の観光メニューの提供への支援等、「沖縄振興特別推進交付金」や「沖縄北部連携促進特別振興事業費」、「新たな沖縄観光サービス創出支援事業」等を通じた沖縄観光の強化を図るとともに、沖縄観光の課題を踏まえ、観光人材不足対策に係る取組の支援や「魅せる沿道景観」の整備を推進する。
- ⑤ 「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」により、旅行者の滞在を延ばす効果が期待される魅力的な滞在プラン、企画乗船券・航空券又は旅行商品の企画、開発及び普及、旅行商品等に組み入れられる着地型観光サービスの質の向上及びその提供を担う人材の確保育成や地域連携等を図る取組への支援を強化する。多様なニーズに対応するため、特に分散型ホテルによる宿泊環境整備、インバウンド誘客促進、長期滞在型商品の推進を支援する。
- ⑥ 北方領土隣接地域において、豊かな地域資源を生かした体験型・滞在型観光及び広域観光の推進を図るとともに、交流・関係人口の創出・拡大に取り組む。また、北方領土の情報及び北方領土隣接地域の魅力や SNS 等の各種媒体を通じて発信することで、北方領土隣接地域への訪問者の拡大を図るとともに、特に若い世代の関心を喚起する観点から教育旅行の誘致を促進する。

(7) 旅客航路の観光利用促進

「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」及び「簡易作成ツール」を用い、引き続き、フェリー・旅客船事業者と経路検索事業者による航路情報のデータ整備を支援・推進していく。

第4節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

消費額の増加、地方への誘客をより重視するという観点から、訪日旅行における消費単価が高い高付加価値旅行者の地方誘客を促進するため、全国 11 地域のモデル観光地に対し、マスタープランに基づく、コンテンツの創出や、宿泊施設・移動環境の具体的な検討、ガイドの体制・能力の検証等の取組の支援を総合的に講じていくとともに、JNTO と連携し、海外セールス・情報発信の強化等に取り組む。

第5節 戦略的な訪日プロモーションの実施

1 我が国の観光の魅力の戦略的な発信

(1) オールジャパンによる訪日プロモーションの実施

JNTO は、インバウンドの更なる拡大に向けて、訪日マーケティング戦略に基づいてデジタルマーケティング等も活用しながら、市場のニーズに合わせてきめ細やかなプロモーションを実施する。また、在外公館や、日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO) 等の関係省庁・機関等とも連携の上、我が国の魅力を効果的に発信する。

(2) 新規訪日層の開拓

JNTO は、欧米豪市場を中心に存在する「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認識していない層」に対して、海外旅行のきっかけとなる興味・関心に応じた広告を展開し、旅行先としての日本の認知度を高め、新規訪日層の開拓を図る。認知促進にあたっては、市場別により効果的な手法でオンライン広告を配信し、当該キャンペーンサイトへの流入を促すことで、デスティネーションとしての日本の認知度向上を目指す。また、北欧地域市場においては、2024年3月4日に新規開設したストックホルム事務所を中心に現地旅行会社等とのネットワーク構築や新規パートナーの開拓を強化するほか、認知度向上を目的とした情報発信を中心に取り組む。

(3) アジアのリピーター層の再訪日意欲喚起

アジア 10 市場（中国、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン及びベトナム）の、訪日ライトリピーター（訪日 2～5 回）を対象に、オンライン旅行会社（OTA¹⁸）と連携して地方誘客を強化するための販売促進施策に加え、メディア、インフルエンサー（4 市場程度を予定）を招請して体験型コンテンツや食等の地方の魅力を発信するキャンペーン等を行う。

(4) 地域の魅力の海外発信

- ① 海外を含めたクリエイティブな人材や民間投資を惹きつけるため、官民の様々な人材が集積するエリアプラットフォームに対し、地域のシティプロモーションを支援することで、日本の都市の魅力発信を引き続き推進する。
- ② 総務省、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁、国際交流基金（JF）及び JNTO 等の関係省庁・機関が連携して、地方公共団体、国内外の事業者等の関係者とも幅広く協力し、地域の魅力を伝えるコンテンツの海外展開を強化する取組への支援をオンライン等も活用して行う。これらの取組により、コンテンツの海外展開を通じて、世界に向けて日本の自然、文化、地場産品・農産品等をはじめとする日本各地の魅力を効果的に発信し、我が国に対する関心・需要の喚起を図る。

2 大規模イベントを活用した情報発信

(1) 2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）を契機とした対外発信

- ① 大阪・関西万博を機に、日本全国に足を運び、各地で食や文化等の体験や滞在をしてもらうことで、日本のそれぞれの地域の魅力を認知してもらい、インバウンドの拡大や地域振興を実現する。具体的には、特別な体験の創出等の観光コンテンツの充実化や地域周遊の促進、受入環境整備等を引き続き実施するとともに、JNTO 等と連携した訪日プロモーションや博覧会協会が構築する観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」による情報発信を実施する。
- ② 大阪・関西万博特別仕様ナンバープレートについて、引き続きの普及促進活動を通じて大阪・関西万博開催の全国的な機運の醸成を図る。また、地方版図柄入りナンバープレート及び全国版図柄入りナンバープレートの普及を図るとともに、2025 年より交付開始予定としている 5 地域の地方版図柄入りナンバープレートの準備を進める。

(2) 2027 年国際園芸博覧会に向けた対外発信

- ① 2027 年国際園芸博覧会に向けて、我が国の高品質な花きや、いけばな、盆栽及び日本庭園等の伝統的な文化・技術を、各国への参加招請活動及び国内外で行われる国際園芸博覧会やシンポジウムの開催等の機会を通じて情報発信する。
- ② 日本の伝統的な造園技術を活用した海外での庭園の整備等を通じて、日本の有する造園文化や魅力を発信することで、訪日需要の喚起につなげる。

3 各分野と連携した情報発信

(1) 大使・総領事の公邸等を活用した観光プロモーション等の推進

- ① 在外公館等において運用している SNS アカウントを活用して、外務本省、JNTO、地方公共団体、現地メディア等が発信した日本情報（観光・文化・歴史・トレンド等）のコンテンツを再発信するとともに、任国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信し、日本への関心・理解の促進

¹⁸ Online Travel Agent の略。インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

を図る。

- ② サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルスという世界3都市に設置されたジャパン・ハウス各拠点において、日本の多様な魅力や様々な政策・取組をこれまで日本に関心のなかった人々を含む幅広い層に対して発信し、インバウンドの観光需要を促進する。2024年度から始まる「ジャパン・ハウス事業」第3期においても、リアル、バーチャル、ハイブリッド形式での展示・イベントを駆使し、地方公共団体、地域の企業、アーティスト等とも幅広く連携して企画を実施し、日本の地域の魅力を発信していく。
- ③ 外務省と地方公共団体等との共催で、駐日外交団、外国商工会議所等に対し、各地方公共団体がそれぞれの特徴・施策（産業、観光等）に関する情報を発信するセミナーを2024年度内に1回実施する。また、外務省と地方公共団体等との共催で、文化・産業・観光施設等の視察や地方公共団体首長との意見交換等を通じて多様な魅力を直接体験し、海外に発信してもらうことを目的とした駐日外交団による地方視察ツアーを同年度内に4回実施する。
- ④ 外務大臣と地方公共団体の首長との共催で、駐日外交団等を飯倉公館に招き、地方の多様な魅力を内外に発信する事業を2024年度内に2回実施する。

(2) クールジャパンの海外展開

- ① JETRO において、異業種連携による地域資源を活用した地域産品の輸出やインバウンド促進支援の一環として、地域産品の海外展開を通じた産地のアピールを行う。また、海外での地域産品の認知度を高めるため、これらの魅力が一層伝わるよう、海外バイヤー等の招へい等を通じて、地域産品の魅力に触れる機会を設定する。
- ② 伝統的工芸品の産地の風景や工房で職人が制作する様子を撮影した動画を英語字幕付きで作成し、YouTube や展示会等で配信すること等を通じて産地を PR し、伝統的工芸品の需要と産地の更なる活性化につなげる。
- ③ 【再掲】 第Ⅲ部第1章第3節6
- ④ 【再掲】 第Ⅲ部第1章第9節①
- ⑤ 株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）の出資を通じて、地域の観光資源等を生かしてインバウンド需要を喚起する事業に対して支援する。
- ⑥ 「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律（平成19年法律第40号）」に基づき、観光資源を生かして地域経済を牽引する事業についても、地域未来投資促進税制等により設備投資等を後押しする。

(3) 日本文化に関する情報の総合発信

- ① スポーツ庁、文化庁及び観光庁が連携し、スポーツや文化芸術資源の融合により、新たに生まれる地域の魅力を国内外に発信し、訪日外国人旅行者の増加や国内観光の活性化を図るための取組として「スポーツ文化ツーリズムアワード」を実施する。また、環境省及び旅行業界等とも連携し、各分野の有識者を交えたセミナーの開催等による情報発信を行うことで、スポーツや日本遺産、国立公園等の資源を複合的に活用し、魅力的な旅行商品の造成を促進する。
- ② 【再掲】 第Ⅲ部第2章第2節2（5）①
- ③ 在外公館及び JF が、各国において伝統文化、ポップカルチャー、地方の魅力や和食等、様々な分野に関する事業を行うことにより、日本の多様な魅力を海外に積極的に発信し、諸外国の日本に対する興味・関心を高める。また、各国で再び活発になっている観光客誘致に向けた取組において有利な環境の創出に資する事業を、オンラインも活用して効果的に実施し、訪日需要を喚起する。さらに、JNTO と JF は連携促進会議を定期的で開催することで更なる連携拡大の可能性を協議し、JNTO が実施する「訪

日プロモーション事業」と、JF の文化芸術交流、日本語教育及び日本研究・国際対話事業等の機会や JF の持つコンテンツやネットワークを活用した連携事業を実施する。こうした取組を通じて、市場ごとにターゲットに合わせた情報発信を行うことで、訪日需要の喚起及び地方誘客と消費の拡大を促進する。

(4) 日本食・日本食材等の海外への情報発信

- ① 訪日外国人旅行者や現地の一般消費者の日本食・食文化への興味・関心の向上や、帰国後の日本産農林水産物・食品の購入・消費の拡大のため、訪日外国人旅行者等を対象としたプロモーションを実施する。また、訪日外国人旅行者が帰国後も日本産農林水産物・食品を購入・消費できるよう海外で日本産食材を積極的に使用する飲食・小売店を「日本産食材サポーター店」として認定する取組を推進する。
- ② 渡航制限の解除を契機として本格的に再開したリアルでの国内外商談会、海外見本市等を通じた海外バイヤーとのビジネスマッチングの機会を創出するとともに、オンラインによる商談のニーズも引き続き一定程度あることを鑑み、サンプルショールーム等を活用したオンラインでの商談機会創出の取組も継続する。

(5) 国際放送による情報発信の強化

「放送法（昭和 25 年法律第 132 号）」に基づき NHK にテレビ国際放送の実施を要請することにより、日本の文化・産業等の情報や魅力を世界に発信するとともに、国内外における周知広報や受信環境の整備・改善、放送番組の充実等の取組を推進する。

(6) 外国報道関係者の招へい等を通じた対外発信

外国メディア関係者の招へい、在京外国メディア向けプレスツアーを実施し、海外メディアによる、地方を含めた日本の魅力発信を支援する。

(7) 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

- ① 公益社団法人日本観光振興協会において、「全国観るなび 英語版」を刷新し、「JAPAN 47 英語版」としてリリースすることにより、国内旅行者のみならず、訪日外国人旅行者に対しても、地域の魅力ある精度・鮮度の高い季節情報や行事、祭事情報を提供していく。また、近年 AI 翻訳の精度が高まっていることを踏まえ、将来的には、AI 翻訳を活用した多言語（英語、中国語及び韓国語）での正確な情報提供が可能となるよう検討を進める。
- ② 全国各地の文化財とその地域の魅力について、外国人目線でウェブサイトを洗練・拡充し、歴史や伝統、文化芸術への関心が高い層をターゲットとするリーチ施策を実施する。

第6節 MICE の推進

1 新型コロナウイルス感染症による変化を踏まえた MICE 誘致・開催の意義の発信

新型コロナウイルス感染症の影響を経て、外部環境が大きく変化したことを踏まえ、MICE 開催による総消費額及び経済波及効果を測定する「MICE 簡易測定モデル」の改訂に向け、2023 年度に実施した国際会議の参加者 1 人当たりの消費相当額調査に続き、企業ミーティング、インセンティブ旅行及び展示会の参加者 1 人当たりの消費相当額調査及び MICE 全体の経済波及効果を算出する。

2 政府一体となった MICE 誘致・開催

「新時代のインバウンド拡大アクションプラン（令和 5 年 5 月 30 日観光立国推進閣僚会議決定）」や大阪・関西万博の開催を踏まえ、政府として各種国際会議を積極的に開催するとともに、文部科学省や経済産業省等の関係省庁や博覧会協会等と連携し政府一体となった MICE の誘致・開催への支援を進め、我が国での MICE 開催案件の増加を図る。

3 MICE 開催地としての地域の魅力向上・発信

- ① 国際会議等でのレセプションやインセンティブ旅行でのユニークベニュー活用を促進する。また、開催地のコンベンションビューロー¹⁹等と施設・地域のステークホルダーの連携によるユニークベニューの活用率向上のための取組を実施し、新規施設の掘り起こし及び既存施設の活用の活発化を通じて、

¹⁹ 国際会議をはじめとした MICE の誘致を支援する組織のこと。

MICE 開催地としての各地域の魅力向上を図る。

- ② 国際会議について、開催効果拡大を目的として、これまでにない都市間の連携及び多様なステークホルダーの連携を通じた開催地外への誘客やビジネス交流の創出等に資する取組に支援を行うとともに、インセンティブ旅行について、大阪・関西万博を契機として多くのインセンティブ旅行等が想定されるため、地域の資源を活用したコンテンツの開発やプロモーション支援等を行うことで、MICE 開催地としての各地域の魅力向上を図る。

4 日本政府観光局（JNTO）等による MICE 誘致活動の強化

- ① JNTO において、2025 年 3 月までに、東アジア及び東南アジア市場において現地のインセンティブ旅行を取り扱う有力な旅行会社等と日本側コンベンションビューロー、ホテル等を集めたインセンティブ商談会を開催する。また、欧米及びアジア市場からインセンティブ旅行を取り扱う旅行会社を招請し、日本各地での視察を実施する。
- ② JNTO において、オンライン広告やウェブサイト、SNS 等を活用し、日本のサステナビリティの取組や日本で開催された国際会議のケーススタディ、大阪・関西万博関連情報等を継続的に発信する。
- ③ JNTO において、国際的に有力な MICE 主催者との関係を強化し、MICE デスティネーションとしての日本のプレゼンスを向上させる観点から、2023 年 4 月に更新した国際 PCO²⁰協会（IAPCO）とのデスティネーション・パートナーシップ協定に基づき、IAPCO のネットワークを活用した情報発信や人材育成プログラムにおける連携を引き続き行う。また、国際会議協会（ICCA）、MPI²¹、SITE²²等、MICE 国際団体のネットワークを活用し、情報発信や情報収集を行う。
- ④ JNTO において、引き続きデータ連携システムを活用し、オンライン及びオフラインのマーケティング活動により収集・蓄積した各種データを組織内に適時共有するとともに、ウェブサイトとの連携を行い、新たな国際会議やインセンティブ旅行のセールス情報の獲得等、MICE 誘致力の強化を図る。
- ⑤ MICE の誘致・開催に積極的だがそのノウハウが不足している地方都市に対し、コンサルタントによるトレーニングプログラムを実施するとともに、各都市のコンベンションビューローに対しては、受入体制強化に資する取組を支援することで、我が国の MICE の開催件数の更なる増加を図る。

5 MICE 誘致の国際競争力の向上のための基盤整備

- ① JNTO において、大学及び学協会へのセールスアプローチを積極的に実施し、JNTO 及びコンベンションビューローの支援スキームの情報発信を行うとともに、JNTO の活動の認知度向上を図る。また、MICE アンバサダーを活用した広報・広告を行うとともに、地域の拠点大学・研究機関等の潜在的な国際会議主催者及び学協会事務局との連携を強化する。これらの取組により、国際会議誘致件数の拡大を図る。
- ② 共同主催国際会議の募集に関する周知等で構築してきた日本学術会議及び JNTO との協力体制をより一層深め、学術研究に関する大規模で重要な国際会議の招致・開催に向けた取組を促進する。
- ③ MICE 開催地におけるサステナビリティへの取組について世界的に関心が高まっていることを受け、国内の MICE 推進都市における取組を促進し、MICE 誘致競争力の向上を図る。
- ④ JNTO において、体系的な人材育成プログラム（初級・中級・上級セミナー）の内容の充実を図り、国際会議においてもトレンドとなっているサステナビリティのほか、デジタルリテラシーや国際的なネットワーク構築等に対応する専門人材の育成に取り組む。また、国際会議主催者やコンベンションビューローの国際会議誘致活動等に対し、効果的な提案書の作成やプレゼンテーションに係るコンサルティング等の支援を強化する。

²⁰ 「Professional Congress Organizer」の略。会議運営サービス会社のこと。

²¹ Meeting Professionals International の略。MICE 専門家が加盟する国際非営利団体のこと。

²² Society for Incentive Travel Excellence の略。インセンティブ旅行業界の世界的な発展を目指す国際団体のこと。

- ⑤ MICE 施設への PFI²³・コンセッション方式導入を促進するため、地方公共団体に専門家を派遣し同方式導入に向けた課題の調査を実施する。また、MICE 施設運営に関わる民間サウンディングを容易にするプラットフォームを運用する。
- ⑥ 国際会議のハイブリッド開催やサステナビリティ等、MICE 開催ニーズの変化への対応力向上を目的として、MICE 施設における無線 LAN 等の整備支援を実施し、我が国各都市の MICE 誘致の国際競争力の強化を図る。
- ⑦ 全国においてコンベンションビューローと大学の連携等による国内主催者の開催意欲向上・誘致力強化に資する取組を支援し、地域全体での誘致体制を強化する。

6 国際仲裁の活用による訪日促進

国際セミナー・シンポジウムの積極的開催、海外への広報活動等を通じて、クロスボーダー取引をめぐる紛争解決の拠点としての日本の魅力を海外に対して広報することにより、海外から多くの仲裁人・仲裁代理人等の関係者を日本に呼び込む。

第7節 IR 整備の推進

IR については、カジノに対する様々な懸念に万全の対策を講じつつ、日本の MICE ビジネスの国際競争力の向上、魅力ある滞在型観光の促進、国内各地の魅力発信や国内各地への送客に資する施設が整備されるよう、「特定複合観光施設区域整備法（平成 30 年法律第 80 号）」に基づき、大阪の区域整備計画の実施状況の評価や事業者からカジノ事業の免許の申請がなされた場合における厳正な審査等、所要の手続を進める。

第8節 インバウンド受入環境の整備

1 交通機関の整備・外国人対応

(1) 快適な旅を実現する環境の整備

- ① 新幹線、高規格道路、国内航空等の高速交通ネットワークを活用し、三大都市圏をはじめとする大都市圏と地方、また、地方と地方をつなぎ、快適な旅を実現する環境を整備し、地方への国内外の観光客の流れを創出する。
- ② バスタプロジェクト²⁴の全国展開をより一層推進する。その際、民間ノウハウを活用しつつ効率的に整備・運営するため、官民連携での整備・運営管理を可能とするコンセッション制度等を活用しつつ、多様な交通モード間の接続を強化し、MaaS²⁵等の新たなモビリティサービスにも対応可能な施設とする。
- ③ 英字を併記した規制標識「一時停止」等、国民及び訪日外国人旅行者の双方にとってわかりやすい道路標識を更新等に合わせて引き続き順次整備していく。
- ④ 移動そのものを楽しむオープントップバス等の導入を促進する。
- ⑤ 観光地の魅力増進のため、移動そのものを楽しむ観光列車の魅力海外に情報発信し、地方への訪日外国人旅行者の流れの創出を図る。
- ⑥ 北海道や四国エリアにおいて、JR 北海道・JR 四国と関係事業者が連携して、観光列車の運行を実施する取組を継続する。

(2) 航空ネットワークの回復と強化

- ① 地方創生や観光立国の実現に不可欠な航空ネットワークの維持・活性化に向けて、需要回復後の成長

²³ Private Finance Initiative の略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法のこと。

²⁴ 鉄道やバス、タクシー等、多様な交通モードがつながる集約型の公共交通ターミナルを、官民連携で整備するプロジェクト。

²⁵ Mobility as a Service の略。あらゆる乗り物を、IT を用いて結びつけ効率よく便利に移動できるようにするシステムのこと。

投資を下支えする観点から、引き続き空港使用料や航空機燃料税の軽減、空港会社への無利子貸付等の必要な支援を行う。また、航空ネットワークの維持・発展やサステナブルツーリズムへの関心の高まりに対応するため、持続可能な航空燃料（SAF）の導入や空港の再エネ拠点化を含む航空の脱炭素化を推進する。

- ② グランドハンドリングや保安検査等の空港業務について、インバウンド需要の回復・増加に的確に対応するため、引き続き有識者会議において空港業務の体制強化に向けた検討を進める。また、有識者会議における中間とりまとめを踏まえ、人材確保・育成、職場環境の改善、業務効率化等に向けた取組を推進する。さらに、労働力不足により訪日外国人旅行者の利便性が損なわれないように、官民が連携して先端技術の活用についての検討・検証を行い、省力化・自動化を推進する。空港制限区域内における無人自動運転の2025年までの導入を目指し、自動運転レベル4相当（特定条件下における完全自動運転）の導入に向けた実証実験を実施し、必要となるインフラや運用ルール等の検討を行うとともに、実現に向けた取組を進める。加えて、旅客の手荷物輸送等の円滑化を図る。
- ③ ビジネスや高付加価値旅行者の観光需要等に応えるべく、ビジネスジェットに係る諸手続の改善、ビジネスジェット専用動線整備等、ビジネスジェットの利用環境の改善を図る。

（3）国際拠点空港等の整備

- ① 訪日外国人旅行者の受入拡大、我が国の国際競争力の強化の観点から、首都圏空港の発着容量について年間約100万回への拡大を目指し、必要な取組を進める。具体的には、東京国際空港（羽田空港）においては、2020年3月に運用を開始した新飛行経路について、引き続き、騒音・落下物対策や地域への丁寧な情報提供等、新飛行経路の着実な運用に向けた取組を進める。また、空港制限区域内における自動運転レベル4相当の導入のための整備に新規着手するほか、引き続き空港アクセス鉄道の基盤施設整備、国内線・国際線間の乗り継ぎ利便性向上のための人工地盤の整備、旧整備場地区の再編整備等を実施する。成田国際空港においては、地域との共生・共栄の考え方の下、C滑走路新設等の年間発着容量50万回の拡大に向けた取組を進めるとともに、空港会社において、旅客ターミナルの再構築や航空物流機能の高度化等の検討を進める。
- ② 航空機の運航に不可欠なグランドハンドリングや保安検査をはじめとする空港業務は、新型コロナウイルス感染症の影響等により、人手不足に直面しているため、空港業務が持続可能な形で発展するよう、地方公共団体等の地域の関係者が一丸となった人材確保・育成、職場環境改善等を推進する。また、ボーディングブリッジやCIQ²⁶施設の整備等の旅客の受入環境高度化の支援等を実施し、関係省庁が連携して、各地域における国際線就航を通じた訪日外国人旅行者誘致の取組を促進する。
- ③ 中部国際空港においては、「第1ターミナル改修事業」等を引き続き行うとともに、現滑走路の大規模補修を速やかに実施するための「代替滑走路事業」に向けた取組を推進する。
- ④ 福岡空港においては、滑走路処理能力の向上を図るため、2025年3月末の供用開始に向けて「滑走路増設事業」を引き続き推進する。また、那覇空港においては、空港の利便性向上を図るため、「国際線ターミナル地域再編事業」を、新千歳空港においては、航空機や除雪車両の混雑緩和等を図るため、誘導路複線化等を引き続き推進する。
- ⑤ 地方空港のゲートウェイ機能強化を図るため、引き続き、地方空港のコンセッションの推進を通じて、内外交流人口拡大等による地域活性化を促進する。
- ⑥ 引き続き、航空交通量の増加に対応するため、国内管制空域の抜本的再編（上下分離）を2025年までに段階的に実施する。2024年度は、東日本空域における上下分離を継続する。
- ⑦ 今後の航空需要の回復・増加に対応するため、先進的な訓練手法の更なる効果向上に資する訓練データ分析手法の確立に向けた検討、国家資格についてのより合理的で利便性の高い試験方式の着実な運用及び航空大学校における操縦士の着実な養成、航空会社等と連携した指定航空従事者養成施設等にお

²⁶ 税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫（Quarantine）の総称。

る航空整備士養成課程の学生に対する無利子貸与型奨学金の創設・開始、航空業界を志望する若年者の裾野拡大に向けたイベントの開催等、操縦士・整備士の養成・確保に向けた対策を行う。

(4) クルーズ再興に向けた訪日クルーズ本格回復への取組

- ① 我が国のクルーズ再興の観点から、訪日クルーズ旅客の満足度向上に向け、船内の受入環境整備を進めるほか、海外でのプロモーション活動や訪日外国人旅行者が楽しめる船内コンテンツのスキーム構築のための調査、商品開発、実証実験等を支援する。また、「クルーズ等訪日旅客の受入促進に寄与する地方拠点のクルーズ受入促進事業」として地方公共団体及び業界関係団体と連携し、寄港地における市民向けのイベント開催とクルーズの体験乗船を実施することで、地域住民のクルーズ受入に向けた理解を促進し、地域裨益の拡大を推進する。
- ② 日本におけるクルーズ再興に向け、安心してクルーズを楽しめる環境づくりを進め、2025年に訪日クルーズ旅客を250万人まで回復させるとともに、外国クルーズ船の寄港回数が2,000回を超えることを目指した取組を推進する。また、地方誘客を進めるため外国クルーズ船が寄港する港湾数について、2025年に100港とすることを目指して取り組む。
- ③ 新型コロナウイルス感染症へのこれまでの取組やクルーズの安全・安心の確保に向けた今後の在り方等を整理した「国土交通省におけるクルーズの安全・安心の確保に関わる検討・最終とりまとめ（2023年9月11日）」等を踏まえ、引き続き、日本全体で安心してクルーズを楽しめる環境づくりを進める。
- ④ 既存ストックを活用したクルーズ船の受入環境整備や寄港地を探すクルーズ船社と港湾管理者のマッチングを図るサービスの提供、クルーズ旅客の受入機能の高度化等により、クルーズ再興に向けた取組を進める。
- ⑤ 旅客施設等への船社の投資に併せて、国・港湾管理者による港湾施設の整備や利用調整等のハード・ソフト両面からの支援を行うことによるクルーズ船の長期的かつ安定的な寄港の確保や、民間事業者による旅客施設の整備に対する支援により、世界に誇る国際クルーズ拠点の形成を図る。
- ⑥ クルーズ船寄港の地域経済効果を最大化させるため、寄港地の地方公共団体とクルーズ船社が連携し、寄港地での消費を船内等で喚起するスキームを構築するとともに、内陸部を含めた広域に及ぶ上質な寄港地観光造成に向けた意見交換会等を実施する。また、港湾協力団体の活用及び「みなとオアシス」の登録を促進し、クルーズ旅客の受入環境の向上を図る。
- ⑦ 全国の港湾管理者等で構成する全国クルーズ活性化会議と連携して瀬戸内海や南西諸島等の新たなクルーズ周遊ルートの開拓を進めるとともに、更なるクルーズ振興による地域活性化や日本人クルーズ旅客の増加、我が国におけるクルーズ文化の醸成を目指し取組を進める。
- ⑧ 大型のプレジャーボートの受入環境に関して、全国の港湾における係留可能な岸壁・マリーナ等に関する実態を踏まえ、対応策の検討を行う。
- ⑨ 各港湾のクルーズ船誘致機会の創出と、寄港地の高付加価値観光コンテンツのプロモーションのため、全国クルーズ活性化会議等と協力し、海外の国際展示会への出展や、高付加価値旅行者を主たるターゲットとするクルーズ関係者の招請等を実施する。

(5) 国際交通機関へのアクセス向上

空港・港湾へのアクセス等、高規格道路の整備・活用に取り組む。また、特に空港については、東京国際空港（羽田空港）において、空港の運用状況を踏まえた深夜早朝アクセスバスの利便性向上に向けて調整を行う。さらに、空港整備事業として、京急空港線引上線の鉄道基盤施設整備に本格着工するとともに、引き続きJR東日本羽田空港アクセス線の鉄道基盤施設（トンネル躯体等）の整備を進める。加えて、成田国際空港においては、空港アクセス関係者との意見交換を重ね、引き続き、空港アクセスの更なる利便性向上等に向けた検討を進める。那覇空港においては、空港アクセスの利便性向上に向け、国内線ターミナルビル前面の高架道路を国際線ターミナルビル前面まで延伸する工事を引き続き実施

する。

(6) 地域交通を活用した観光地の魅力向上・高付加価値化と MaaS の実装推進

- ① 公共交通事業者等が実施する、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に進める取組や、災害等非常時においても安全・安心な旅行環境の整備を図るためにスマートフォン等の充電環境を確保する取組に対し、引き続き支援する。
- ② MaaS を通じた交通と他分野との連携及び MaaS の広域連携を促進するとともに、MaaS 等から得られる移動関連データの利活用によって、地域の公共交通網の充実を推進するほか、交通情報のデータ化やキャッシュレス決済手段の導入、AI オンデマンド交通やシェアサイクル等の新型輸送サービスの導入により、観光地の移動手段の確保・充実等を通じた観光周遊や観光消費の増加を促進する。
- ③ 【再掲】 第三部第 1 章第 9 節②
- ④ 観光客が集中する地域における交通手段の充実の一環として、観光地のタクシー不足に対応するため、複数のタクシー事業者が連携して行う乗合タクシーの運行やほかの営業区域からの応援等を実施する。また、旅客運送事業者による運送を補完するものとして、観光客も旅客の対象に含まれる自家用有償旅客運送制度や 2024 年 4 月から開始した地域の自家用車・ドライバーを活用する有償運送である「自家用車活用事業」の適切な運用を図る。

(7) MaaS 等の新たなモビリティサービスの基盤整備の支援

- ① 観光地内の周遊性を高めることによりストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備を図るため、訪日外国人旅行者等に対して手軽な移動手段を面的に提供するシェアサイクルの導入を引き続き促進する。
- ② 日本の配車アプリの多言語化を進め、訪日外国人旅行者等が母国と同じようにタクシーを利用できる環境を整備する。また、外国語対応ドライバーの採用・育成や、多言語タブレット等の活用促進、キャッシュレス決済への対応の推進等により、訪日外国人旅行者等が快適に国内を移動できるよう、言語・決済に不安なくタクシーを利用できる環境を整備する。さらに、言語・決済に不安なく利用できるタクシーの車体表示等の見える化を促進するとともに、空港・主要駅における訪日外国人旅行者対応タクシー乗り場・入構レーンの設置等により、空港・主要駅での利用環境の向上を図る。主に訪日外国人旅行者を相手として行われる、「道路運送法（昭和 26 年法律第 183 号）」に違反する自家用車を使用したタクシー行為、いわゆる「白タク」行為については、関係府省庁と連携して対応してきたところであり、引き続き、警察と連携して、成田国際空港・東京国際空港（羽田空港）をはじめ国内主要空港等において白タク防止を呼びかける啓発活動を実施するとともに、警察に対して、白タク行為と疑われる事案に関する情報を提供するなど、白タク対策を強化していく。

(8) 公共交通事業者等による利便増進措置

- ① 「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律（平成 9 年法律第 91 号）」（国際観光振興法）に基づき、観光庁長官が指定した区間において、公共交通事業者等による訪日外国人旅行者の利便を増進するための実施計画の作成や同計画に基づく措置を通じて、我が国の訪日外国人旅行者向けサービスの更なる向上を引き続き促進する。
- ② 旅行者目線での快適な鉄道乗車サービスを実現するため、インターネット予約環境の一層の充実やキャッシュレス決済の導入を促進する。

(9) 新幹線等を利用する訪日外国人旅行者の国内移動の活性化

訪日外国人旅行者の国内での移動を円滑化するため、企画乗車券引き換え時の待ち時間対策を実施するなど、引き続き、「Japan Rail Pass²⁷」等の企画乗車券の利用促進を図る。

²⁷ 観光目的の短期滞在で訪日する外国人等、利用資格を満たす旅行者を対象に、JR グループ 6 社が共同して提供する JR 各社の鉄道及び路線バス等が乗り降り自由で利用できる特別企画乗車券。

(10) 観光地へのアクセスの利便性向上

観光地へのアクセス利便性を向上させるため、観光旅行者のニーズに合った観光地周辺での交通の充実及び共通乗車船券等の造成・改善を引き続き図る。

(11) わかりやすい道案内等の充実

- ① 道路案内標識の英語表記の改善・充実、道路案内標識と観光案内ガイドブックやパンフレット等の連携、交差点名標識への観光地名称表示、国土地理院作成の英語版地図との英語表記の整合の確保等により、訪日外国人旅行者を含む全ての道路利用者にわかりやすい道案内を引き続き推進する。
- ② 訪日外国人旅行者のドライブ観光を促進するため、官民一体（観光・交通関係団体、行政等）となって組織する「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」において、来道外国人旅行者の GPS データを把握・共有・活用等することにより、インバウンドの受入環境整備・改善を促進する。また、2024年度内に同プラットフォーム会合を開催し、測位データ等を活用した観光地経営の情報共有を行うとともに、講師・会員相互間の交流の場を設け、地方部への誘客に向けた情報発信等の取組を促進する。

(12) 幹線鉄道の整備

- ① 整備新幹線については、現在建設中の北海道新幹線（新函館北斗・札幌間）については、引き続き着実に整備を進める。また、未着工区間である北陸新幹線（敦賀・新大阪間）については、従来、工事実施計画の認可後に行っていた調査も含め、施工上の課題を解決するための調査を、引き続き、先行的・集中的に行っていく。九州新幹線（西九州ルート）については、九州地域、西日本地域の未来にとってどのような整備の在り方が望ましいか議論を積み重ねることが重要であり、関係者との協議を引き続き進める。
- ② リニア中央新幹線品川・名古屋間については、「静岡工区モニタリング会議」を通じて、JR 東海の対策状況を継続的に確認するとともに、静岡県と JR 東海の協議に国土交通省も入って一層の対話を促す。また、名古屋・大阪間については、一日も早い全線開業に向けて、環境影響評価が着実に進むよう、関係する地方公共団体や JR 東海と連携して、環境整備を進める。

(13) 都市鉄道の整備

既存ストックを有効活用した連絡線整備や相互直通化、地下鉄の延伸、鉄道駅の交通結節機能の高度化等による都市鉄道の機能強化を通じて、引き続き、まちづくりと連携した公共交通のネットワークの充実度を高める。

(14) 高速道路の整備等

高速道路会社等が、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる周遊パスについて、一層の利用拡大を図るため、地方公共団体等との連携を強化して企画・販売を行うなど、より魅力的な商品を作成していくとともに、平日への観光需要の平準化に取り組む。また、訪日外国人旅行者の地方部への誘客のため、高速道路会社等が、レンタカー事業者等と連携して、一定の期間及びエリア内の高速道路が乗り降り自由となる周遊パスについて、利用促進を図る。

(15) 地域内の道路・「道の駅」の整備

- ① 観光や防災等の地域の拠点としての役割を発揮するため、引き続き「道の駅」の電気自動車（EV）の充電施設やトイレの洋式化等の整備を促進するとともに、災害時には地域外の利用者や地域住民に被災状況や支援活動の情報提供を行う。
- ② 「道の駅」第3ステージとして、キャッシュレスの導入推進や外国人観光案内所の JNTO 認定取得を促進するなどのインバウンド対応を引き続き強化する。
- ③ 「道の駅」が民間企業や DMO、「日本風景街道」等と連携した取組を促進することにより、引き続き、第3ステージ「地方創生・観光を加速する拠点」としての機能強化を図る。

④ 地域の観光拠点機能の充実及び消費拡大を図るべく、訪日外国人旅行者の来訪が多い又は今後の増加が見込まれる「道の駅」を中心に、多言語対応やキャッシュレス決済環境、外国人観光案内所の整備等のインバウンド対応に係る取組を引き続き支援する。

⑤ 【再掲】 第Ⅲ部第 1 章第 7 節 3 ②

(16) 道路交通の円滑化

① 【再掲】 第Ⅲ部第 1 章第 10 節 7 ②

② 【再掲】 第Ⅲ部第 1 章第 10 節 7 ③

(17) 旅客船ターミナル・旅客船の整備

離島をはじめとする各地域の玄関に相当する旅客船ターミナル及び旅客船のバリアフリー化や無料 Wi-Fi の整備・多言語表示の充実等の訪日外国人旅行者の受入環境整備等を図ることにより、サービスの多様化・高度化を加速させる。また、キャッシュレス決済システムの整備等、快適で安全・安心な旅行ができる環境整備を図る。

(18) マリンレジャーを活用した地域観光の振興等

「海の駅」を活用し、地域の特性を生かしたイベントやクルージング等のマリンレジャーの体験機会を提供する取組を、地方公共団体や関係団体等と連携して全国各地で実施する。

(19) 港湾空間・みなとオアシスの整備等

【再掲】 第Ⅲ部第 2 章第 8 節 1 (4) ⑥

2 出入国に関する措置等の受入体制の確保

(1) ビザ緩和及びビザ発給手続の迅速化・円滑化

訪日外国人旅行者が我が国へのビザ申請を円滑に行えるよう、在外公館のビザ審査に係る必要な物的・人的体制の整備及び領事業務の合理化に取り組む。また、インバウンドの回復・拡大及び二国・地域間の人的交流の促進を図るため、政府全体の受入環境整備の進捗状況や諸外国・地域からの要望を踏まえ、査証発給要件の緩和を進める。

(2) 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

① 成田国際空港においては、出入国の待ち時間の公開に向け表示方法等の調整を進める。また、関西国際空港においては、出国の待ち時間を公開しているところ、入国の待ち時間の公開に向け、関係者で調整を進める。さらに、2030 年に訪日外国人旅行者数 6,000 万人を目標とする観光立国の実現に向けて、空港での入国審査待ち時間 20 分以内を達成するために、世界初の出入国審査パッケージの導入及び世界最高水準の技術を活用し、革新的な出入国審査を実現するため、適切な運用体制を計画しつつ、引き続き以下の取組を実施する。

② 新型コロナウイルス感染症流行前の水準への訪日外国人旅行者数の回復及び今後の増加を見据え、小規模空港における電子 ED カード²⁸用読み取り機器の導入やバイオカードといった審査機器の活用について引き続き検討する。

③ 春節時期等における台湾でのプレクリアランス（事前確認）を引き続き実施する。

④ 航空機の乗員等を対象に、自動化ゲートの利用対象拡大について検討を進める。

⑤ 顔認証ゲートは、日本人の出帰国や観光目的等で入国した外国人の出国手続において活用されており、2024 年 3 月時点で全国 7 空港に導入されているところ、今後の更なる外国人出入国者数の増加を見据え、顔認証ゲートのより円滑な運用のための機能改修等を検討する。

²⁸ 外国人入国記録に係る情報を、外国人が入管法施行規則第 5 条に定める電子的な方法により事前に登録アプリ（Visit Japan Web サービス）に登録することで作成される二次元コード（QR コード）のこと。（ED：Embarkation/Disembarkation の略。）

- ⑥ 今後の訪日外国人旅行者数の増加を見据え、観光が持つ経済社会への波及効果を損なうことなく、訪日外国人旅行者が我が国への出入国を円滑かつ快適に行えるよう、地方空港・港湾も含めた出入国審査等の状況を十分考慮して、審査ブースの増設、施設の拡張等や CIQ 体制の整備を図る。また、訪日外国人旅行者数の実績も踏まえ、関係省庁が連携して物的・人的体制の効果的な整備を引き続き進める。
- ⑦ Visit Japan Web については、利用者の利便性向上等のため、安定的な運用を行うとともに、必要な機能拡充等を検討していく。
- ⑧ 訪日外国人旅行者数が新型コロナウイルス感染症流行前とほぼ同水準まで回復し、今後も更なる増加が見込まれる。これに伴い、訪日外国人旅行者の円滑な入国と国の安全を確保するための厳格な水際対策を両立させるため、出入国在留管理庁及び税関において、国内外の関係機関との情報連携及び旅客の事前旅客情報（API²⁹）や乗客予約記録（PNR³⁰）といった情報の電子的な収集を強化する。また、AI の活用等により分析の精度を向上させることで、より一層効率的・効果的な審査・検査の実施を推進する。
- ⑨ 海外の空港で本邦に渡航予定の外国人に係るチェックイン時の情報等を活用して渡航前のスクリーニングを実施し、スクリーニング結果を航空会社に通知する仕組みにより、航空会社が出発空港において渡航者の搭乗の可否を判断することが可能となる相互事前旅客情報システム（iAPI）の運用を開始する。また、我が国にとって好ましくない外国人の入国を未然に防止するのみならず、増加が見込まれる外国人旅行者に対する円滑な上陸審査を可能にする電子渡航認証制度（査証を所持しないで渡航しようとする外国人に身分事項、渡航目的、本邦での活動内容等の情報をあらかじめ電子的方法で申告させ、入国前に審査を実施する仕組み）の導入に向けて検討を進める。
- ⑩ 国際テロの脅威が高まる中で、航空需要の回復・増大を踏まえ、航空保安検査の効率化を図りつつ厳格化を実現するため、スマートレーン³¹等の先進的な保安検査機器の導入促進を図る。また、今後の保安検査の実施主体や費用負担の在り方について、引き続き検討を進める。
- ⑪ 空港における FAST TRAVEL³²の推進として、旅客手続の各段階（保安検査・チェックイン等）や各動線に、顔認証技術による旅客搭乗手続の一元化（One ID 化）や、自動チェックイン機、自動手荷物預け機、スマートレーン、CUTE³³システム、インラインスクリーニングシステム³⁴等、最先端の技術・システムを導入し、利用者目線で世界最高水準の旅客サービスを実現するため、旅客動線の横断的な効率化や高度化を支援する。関西国際空港については、運営権者において、民間の創意工夫を生かした機能強化が図られており、引き続き、国際線キャパシティを向上させるため第 1 ターミナルにおける国際線及び国内線エリアの配置の見直しによる施設配置の再編や旅客体験の向上のための商業エリアの充実等を含む第 1 ターミナル改修等の同空港の機能強化を推進し、関西 3 空港における年間発着容量 50 万回の実現を目指す。
- ⑫ 円滑かつ厳格な出入国審査等を高度な次元で実現し、ストレスフリーで快適な旅行環境の実現を図るため、ディープラーニング技術を活用して不鮮明な指紋画像を鮮明化する画像補正エンジンを搭載したバイオメトリクス読取装置を導入しているところ、新型コロナウイルス感染症による入国制限が解除されて以降、入国者数が新型コロナウイルス感染症流行前の水準に回復したことから、今後の更なる訪日外国人旅行者の増加に備え、新たに供用開始となる空海港に対するバイオメトリクス読取装置の増配備を検討するとともに、次期バイオメトリクス読取装置の開発に向けた仕様の調整・検討を実施する。
- ⑬ 税関において、迅速な通関による利便性の向上と、厳格な水際取締りによる安全・安心の確保の両立を実現するため、空港等における入国旅客の受入環境を整備する。具体的には、旅客の利便性向上のため、税関検査場電子申告ゲートの機能強化を実施するとともに、適正な運用及び利用拡大に努める。

²⁹ Advanced Passenger Information の略。船長又は機長が入出港前に報告する旅客及び乗組員の氏名、国籍等に関する情報のこと。

³⁰ Passenger Name Record の略。航空会社が保有する旅客の予約、搭乗手続等に関する情報のこと。

³¹ 自動で手荷物の仕分けや搬送が可能なレーンのこと。

³² 空路の利用に係る旅客手続全体の円滑化等を通じた旅客満足度の向上を図る取組のこと。

³³ Common Use Terminal Equipment の略。航空会社が世界主要空港で共同使用できる端末システムのこと。

³⁴ チェックイン後に預入手荷物の検査を実施することが可能となるよう、預入手荷物の検査機器及び搬送設備から構成されるシステムのこと。

- ⑭ 重要ビジネス旅客や国際会議参加者等のファーストレーン利用促進を図るため、成田国際空港においては、空港の運用状況を踏まえ、引き続き利用促進に向けた柔軟な運用を行う。また、現在運用を中止している関西国際空港においては、運用再開に向けて関係者間で調整を行う。さらに、コンベンションビューロー等国際会議関係者に対しても、主催者による利用促進を働きかける。
- ⑮ 旅客の利便性向上と水際対策の更なる効率化を実現するため、税関・入管手続に必要な情報を同時に提供することを可能とする「共同キオスク」を順次導入する。共同キオスクでは、これまで税関・入管それぞれに提供していた旅券情報・顔写真（加えて外国人の入国手続では指紋）・申告情報を同時に提供することが可能となるため、税関・入管手続に係る重複する部分を解消して、時間の短縮化を実現する。
- ⑯ 農畜産物を輸出するには、相手国の求める条件に応じて輸出検査を受ける必要があること等を周知するため、動植物検疫制度に関する多言語のリーフレット等を活用し、空港の輸出検疫カウンター等での設置・配布を行う。また、6空港7か所（新千歳空港、成田国際空港（第1ターミナルビル及び第2ターミナルビル）、東京国際空港（羽田空港）、中部国際空港、関西国際空港及び福岡空港）の旅客ターミナルに設置した輸出検疫カウンターを活用し、円滑な輸出検査手続を行う。

3 観光地等の訪日外国人旅行者対応の推進

（1）観光地のインバウンド対応の支援

- ① 訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、滞在時間の延長を促進するための賑わい拠点となる屋外広場の整備や近距離移動支援モビリティの整備、環境に配慮しながら点在する観光スポットへの周遊を促進するための多様な移動手段の整備、観光施設等における多言語対応やトイレの高機能化及び洋式便器の整備、無料 Wi-Fi の整備等を支援する。また、JNTO のウェブサイト等を活用して、引き続き訪日外国人旅行者に対する無料 Wi-Fi スポットやプリペイド SIM 等の提供情報の周知を図る。
- ② 携帯電話の通じない地域の解消等、通信環境の整備を一層促進する。

（2）通訳ガイドの質・量の充実

【再掲】第Ⅲ部第1章第4節3

（3）観光案内拠点の充実

訪日外国人旅行者を含む旅行者が全国津々浦々を快適に旅行できるよう、JNTO 認定外国人観光案内所について改定した認定基準に基づき更なる機能強化を目指すとともに、とりまとめた機能強化に係る取組事例の周知を図る。また、観光案内所の情報発信・避難所・多言語機能の強化による訪日外国人旅行者の利便性向上及び安心して旅行できるための環境整備を支援する。

（4）観光地域における案内表示等の充実

観光庁は文化庁や環境省と連携し、文化財や国立公園等のインバウンド誘客に効果が高い観光資源について、わかりやすく魅力的な多言語解説文を作成できる英語のネイティブライター等の専門人材を地域に派遣し、英語解説文作成を引き続き支援する。また、同事業で作成した英語解説文を元に、中国語及び韓国語解説文作成支援も実施する。

（5）誰もが一人歩きできる環境の実現

- ① 大阪・関西万博での活用等を契機とした社会実装を見据え、ビジネスや国際会議における議論の場面にも対応した AI による多言語同時通訳の実現及び重点対応言語の拡大等のための研究開発に取り組む。
- ② 訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、認定手ぶら観光カウンターの設置・機能向上に対する支援を引き続き行うとともに、認定手ぶら観光カウンターに関する情報を広く発信し、認知度の向上を図る。

（6）外国人患者受入体制の充実

- ① 外国人患者が円滑に医療機関を受診できるよう、厚生労働省と観光庁が連携し、都道府県によって選

定された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を含めた、多言語対応が可能な外国人患者を受け入れる医療機関をリストとして引き続き整備する。また、都道府県が選定する「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」を中心とした医療通訳等の配置支援、外国人患者受入れ医療コーディネーターの養成、希少言語に対応した遠隔医療通訳サービスの提供、団体契約を通じた電話医療通訳の利用促進等を通じて、医療機関における外国人患者受入環境の整備を進める。さらに、都道府県における協議の場や医療機関からの相談にワンストップで対応する窓口の整備を支援する。加えて、訪日外国人旅行者等への医療提供体制に関する情報をまとめたウェブサイトでは、好事例インタビューの掲載、未収医療費対策に資する情報の掲載等の内容充実を更に進め、医療機関における外国人患者受入環境の整備に有用な情報を発信する。

② 訪日外国人旅行者が不慮のケガ・病気になった際に、スムーズに外国人患者を受け入れる医療機関にアクセスできるよう、「外国人患者を受け入れる医療機関の情報を取りまとめたリスト」に掲載されている医療機関の情報について、JNTO ウェブサイトで多言語で情報提供を行う。また、JNTO の SNS の活用や外務省との連携により、訪日外国人旅行者に対し、JNTO ウェブサイトでの医療機関情報提供を周知する。

③ 訪日外国人旅行者が医療費の不安なく治療を受けられるよう、外務省、デジタル庁等の関連省庁や JNTO と連携し、訪日前や訪日後等の様々な機会を捉え、保険加入の必要性や日本入国後でも加入可能なインバウンド旅行保険の周知を行うことにより、保険加入促進に引き続き取り組む。

(7) キャッシュレス環境等の改善

訪日外国人旅行者のニーズに合致する整備水準が維持されるよう、銀行（地方銀行含む。）に対し海外発行カード対応 ATM 設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行うなどの戦略的な取組を引き続き促していく。また、訪日外国人旅行者の周遊の促進を図るべく、観光案内所、公共交通機関等に加えて、観光地の飲食店、小売店等における多言語音声翻訳システムの活用を含めた受入環境の面的整備を引き続き進める。

(8) 多様な宗教的、文化的習慣を有する旅行者の受入環境の充実

ムスリムやベジタリアン・ヴィーガン旅行者等、多様な食習慣・宗教的習慣等を有する訪日外国人旅行者がストレスなく安心して観光を満喫できる環境整備を図るため、飲食・宿泊・観光関連事業者向けに観光庁が作成したガイドブックの周知等により、食事や礼拝等、様々な生活習慣に配慮した受入環境の整備充実を図る。

(9) 伝統芸能等における外国人対応の推進

① 国立劇場各館において、外国人向けの公演、鑑賞教室等の開催や外国人来館者の集客を見込んだ取組を実施するとともに、国立博物館・美術館においても、外国人に向けたイベント等の開催を通じて外国人来館者の満足度向上を図る。また、多言語ガイドや字幕等の整備等にも取り組み、外国人来館者等がより快適に日本文化の魅力を経験し理解を深める機会の充実を図る。

② 【再掲】第Ⅲ部第2章第8節3（4）

(10) 2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に向けた受入環境整備

大阪・関西万博に会場する訪日外国人旅行者の受入に向け、CIQ 体制の人的・物的な強化、会場内外における多言語対応の強化やピクトグラム等外国人にわかりやすい表示の整備、無料公衆無線 LAN 等の社会全体の ICT 化を推進する。また、大阪・関西万博関連イベントの全国各地での開催や、特別な体験の創出等の観光コンテンツの充実化や地域周遊の促進、受入環境整備等を引き続き実施するとともに、JNTO 等と連携した訪日プロモーションや博覧会協会が構築する観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」による情報発信をすることで、外国人来訪者を会場のみならず関西地域、さらには日本全国に誘客し、大阪・関西万博の開催効果を日本全体に波及させる。さらに、医療機関への外国人患者受入体制の整備、外国人来訪者への救急・防災対応、熱中症等の関連情報に関する多言語発信、海外発行クレジットカード等の決済環境の整備等を推進する。加えて、大阪・関西万博に関心を持つ外国人の多言語コミュニケーションを可能とする技術も活用しながら、来訪前から、もし

くは来訪せずとも、オンライン上で大阪・関西万博にバーチャル参加・共創できるような仕組みや、日本の魅力的なコンテンツにアクセスできるような環境整備も推進する。

(1 1) 2027 年国際園芸博覧会に向けた受入環境整備

花の名所、産地及び庭園をはじめとする様々な観光資源との全国的な連携や機運醸成活動により、2027 年国際園芸博覧会への来場を全国的な周遊の契機とするなど、開催効果を全国へ波及させるとともに、会場内外における多言語対応の強化等、必要な受入環境の整備を引き続き推進する。

(1 2) ランドオペレーターの登録制度の適切な運用

利益優先による質の低い旅行商品の提供やダンピング契約による旅行の安全性の低下を防ぐために導入された旅行サービス手配業(ランドオペレーター)の登録制度について、制度の周知や立入検査等、制度の適切な運用を図る。

第9節 アウトバウンド・国際相互交流の促進

1 アウトバウンドの促進

- ① アウトバウンドの早期回復に向け、「当面の重点デスティネーション」として選定した 24 の国・地域を中心に、関係業界や各国・地域の政府観光局等と連携し、現地の観光情報や海外旅行の魅力の発信等の機運醸成の取組とともに、二国間での双方向交流の活性化の取組を行う。
- ② 「道の駅」第3ステージとして、大学等と連携し、特産品を生かした商品開発等、学生の課外活動やインターンシップの場として「道の駅」を活用することを促進するなど、「地方創生・観光を加速する拠点」となるための取組を引き続き推進する。

2 日本人海外旅行者の安全対策

日本人海外旅行者の安全性を向上させるため、外務省と連携し、旅行業者、海外都市別安全情報、たびレジ³⁵等を通じて、海外における危機管理や安全対策に関する知識の増進を図る。また、テロや自然災害等の発生時には、旅行安全情報共有プラットフォーム等の活用により、旅行者に対して迅速な安否確認を実施するとともに、災害情報や避難経路情報等を幅広く提供することで、アウトバウンドにおける安全対策の促進を図る。

3 姉妹・友好都市提携等の活用

姉妹・友好都市提携等に基づく国際交流は、日本と海外の地方公共団体の間で、文化、スポーツ、観光等の様々な分野で行われる草の根交流であり、引き続きこれらの交流活動を支援する。

4 留学生の増加と活用

文部科学省は、G7 教育大臣会合「富山・金沢宣言」³⁶等を踏まえ、日本人学生等の海外経験・留学支援に係る取組の促進、外国人留学生に対する奨学金等の経済的支援や国内就職支援等の受入環境整備、質の保証を伴った大学間交流プログラム等の拡大に係る取組を行う。また、外務省や関係機関等と連携し、優秀な外国人留学生を戦略的に獲得するためのリクルーティングや広報・情報発信を行う。

5 訪日教育旅行の促進

- ① 訪日教育旅行の更なる促進を図るため、JNTO のウェブサイトを通じて、日本の観光資源や安全面等、海外の学校・旅行会社向けの情報を発信するほか、教育部局や学校に対して周知を行う。また、海外の教育関係者を対象としたセミナー等を実施し、日本の体験プログラムや見学地を紹介するとともに、日本の受入自治体との交流の機会を設ける。
- ② 海外教育旅行の裾野拡大に向けて、導入に意欲のある学校・地方公共団体と旅行事業者のマッチングや、付加価値の高い海外教育旅行プログラムの開発を行うとともに、優良事例の普及啓発活動を行う。

³⁵ 「たびレジ」に登録すると現地の大使館・総領事館から、日本語で最新の安全情報がメールで届く、無料配信サービス。大規模な事件・事故、テロ、自然災害等緊急事態が発生した場合、被害の状況によっては、現地の大使館・総領事館から、緊急連絡のメールが届き、安否の確認や必要な支援等を受けることができる。

³⁶ 2023 年 5 月に、富山県(富山市)と石川県(金沢市)において、G7 富山・金沢教育大臣会合を開催。「コロナの影響を踏まえた今後の教育のあり方」をテーマとして議論を行い、会合の成果として「富山・金沢宣言」をとりまとめた。

6 ワーキング・ホリデー制度の導入促進

我が国と諸外国・地域との人的交流の拡大と青少年の相互理解の促進を図るため、諸外国・地域からの要望も踏まえつつ、ワーキング・ホリデー制度の新規導入国・地域の拡大を進める。

7 海外の青少年等との交流促進

日本への関心・理解・支持の拡大を目的に、将来を担う青年の招へい等を行い、対日理解の促進、日本の魅力等の対外発信強化を推進する。

8 地域レベルの国際交流・国際協力の推進

地域レベルの国際交流等を一層推進することを目的として、国際交流に携わる地方公共団体の職員等を参加対象とした説明会を開催する。

9 二国間の観光交流の取組の推進

観光当局間の協議等を通じて、諸外国との観光交流促進を図る。

10 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進

世界観光機関（UN Tourism³⁷）と連携し、観光レジリエンスの課題や取り組むべき政策等を議論し、その在り方を日本主導で世界に発信するための国際会議を開催する。

11 開発途上国等の観光振興に対する協力

開発途上国等に対し、独立行政法人国際協力機構（JICA）等の取組を通じて、観光振興に必要となる情報の提供や提言等の協力を行う。また、ASEAN 諸国に対し、日本アセアンセンターによる取組を通じて、観光振興、人材育成等の協力を行う。

12 海外における日本語教育

JFによる日本語専門家等の派遣事業、eラーニングを含む日本語教材の開発、日本語教育に関する情報提供、日本語教師・学習者の訪日研修、試験の実施等、海外における日本語教育の普及・拡大や質的向上を図る取組を通じて、対日関心の喚起や日本への親近感の醸成を図る。

第10節 国際観光旅客税の活用

高次元で観光施策を実行するため、国際観光旅客税収（旅客税財源）を国際観光振興法や「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」において明示されている3つの分野に充当するとともに、旅客税財源を充当する施策は既存財源の単なる穴埋めをするのではないなどの考え方を基本とする。また、無駄遣いを防止し、使途の透明性を確保する仕組みとして、行政事業レビューを最大限活用し、第三者の視点から適切なPDCAサイクルの循環を図る。さらに、旅客税財源を充当する具体的な施策・事業については、硬直的な予算配分とならず、毎年度洗い替えが行えるよう、民間有識者の意見も踏まえつつ検討を行い、予算を編成する。

³⁷ 正式名称は World Tourism Organization。2024年1月に略称を UNWTO から UN Tourism に変更。

第3章 国内交流拡大

第1節 国内旅行需要の喚起

1 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

【再掲】第Ⅲ部第1章第1節

2 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節

3 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

【再掲】第Ⅲ部第2章第3節

4 交通機関の整備

【再掲】第Ⅲ部第2章第8節1

5 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）を契機とした国内観光振興

大阪・関西万博を契機とした全国的な誘客を促進するため、特別な体験の創出等の観光コンテンツの充実化や、地方部での周遊を含むモデルコースの造成等を支援する。また、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会が構築する観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」による情報発信を実施する。

6 国内旅行の促進のための関係者が協力した取組の推進

個人旅行・団体旅行問わず、国民の国内旅行を促進するため、関係省庁・関係業界が連携・協力し、旅行博をはじめとするイベントにおける国内外の観光地の魅力発信や展示商談会を通じた旅行商品の造成につながる取組を引き続き推進する。

7 「新・湯治」等の推進

温泉入浴と併せて周辺の自然、歴史・文化、食等の地域資源を積極的に楽しむ新しい温泉地の過ごし方である「新・湯治」を推進するため、地域資源を生かしたコンテンツの創出を目的としたモデル事業や、温泉地全体で得られる療養効果を把握し、温泉地の魅力として情報発信するための「全国『新・湯治』効果測定調査プロジェクト」等の取組を実施し、温泉地の活性化を図る。また、「新・湯治」の考えを共有する地域、地方公共団体、企業等をつなぐネットワーク「チーム新・湯治」を組織し、情報共有及び交流の場となるセミナーや全国大会の実施を通じて温泉地や温泉関係者等の連携を深める。

8 「海事観光」の情報発信の強化

船旅、海の絶景、マリナクティビティ、海鮮グルメ等全国の様々な海事観光資源について、ポータルサイト「海ココ³⁸」を活用し、地域やカテゴリごとに情報をまとめて見やすく掲載するとともに、多方面の最新情報を提供できるよう、官民の取組と関係者間の連携を強化する。また、「海ココ」の活用に加え、「C to Sea プロジェクト³⁹」の公式SNSや全国各地で行われる海、旅行関連のイベントを活用し、積極的に情報発信することにより、引き続き海事観光の認知度向上及び需要創出を強化する。

9 水辺における環境学習・自然体験活動等の推進

「子どもの水辺」再発見プロジェクト等により、安全で近づきやすい河川空間の整備を進める。また、市民団体等と連携した環境学習・自然体験活動を推進する。さらに、自然体験プログラムの開催の場ともなる緑地・干潟等の整備、既存ストックの利活用の促進を引き続き図る。

第2節 新たな交流市場の開拓

1 ワークেশョン、プレジャー等の普及・定着

新型コロナウイルス感染症の世界的流行を経たテレワークの普及や働き方の多様化を踏まえ、ワーク

³⁸ 海と船の情報ポータルサイト 海ココのこと。

³⁹ 「海に行く」「船に乗る」「海を知る」につながる、様々な新しいアクションを実際に起こすことで、子供や若者をはじめとする多くの人々にとって、海や船が更に楽しく身近な存在になるような世の中を目指し、2017年の「海の日」を機に開始したプロジェクト。

ーションやレジャー⁴⁰について旅行需要の平準化につながると捉えるとともに、地域活性化等にも資するとして、普及・定着に向けた取組を推進する。具体的には、ワーケーション普及の課題に挙げられた子育て世代を対象にしたワーケーションモデル実証、特定の執務環境を持たないノマドワーカー等、新たな働き方に対応したワーケーションモデル実証を約 10 件実施するほか、2023 年に設置したテレワーク・ワーケーション官民推進協議会と連携した普及啓発を実施する。

2 第2のふるさとづくり等の推進

- ① 自然環境に触れる旅へのニーズの高まりや田舎にあこがれを持って関わりを求める動き、働き方・暮らし方の変化等を踏まえ、反復継続した来訪を促進する「第2のふるさとづくり」を推進し、関係人口等の創出を図る。2023 年度に実施した「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業を踏まえ、継続的かつ多頻度の来訪を促す取組、滞在環境・移動環境の整備に向けた取組に対して 10～15 地域でのモデル実証を行い、成功事例の創出を目指す。また、地域づくりに取り組む関係者の情報交換の場として設立した「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」を活用した交流の場の造成のほか、地方公共団体向けセミナーを開催するなど、機運醸成を図る。
- ② 将来にわたって国内外から旅行者を惹きつけ、継続的な来訪や消費額向上につながる、地域・日本のレガシー（遺産）となる新たな観光資源を形成するため、実現可能性調査・プラン作成を実施する。また、発掘した事業のうち日本を代表する魅力となり得る良質な案件を対象に、事業の実現に向け重点的に検討する。

3 ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 高齢者・障害者等が安心して旅行ができる環境を整備するため、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」に求めるバリアフリー情報に関する必要な情報の精度向上と情報提供の充実及び「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の普及促進に向けた情報発信を行う。
- ② 高齢者、障害者等を含めた訪日外国人旅行者が安心して旅行できる環境を整備するため、訪日外国人旅行者の来訪が多い観光スポット等におけるバリアフリー化を引き続き推進する。
- ③ 高齢者、障害者等を含めた訪日外国人旅行者の滞在時の快適性向上を図るため、旅館、ホテル等宿泊施設のバリアフリー化支援を進める。
- ④ 航空旅客ターミナル施設について、2021 年 4 月に改正法が施行された「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成 18 年法律第 91 号）」（バリアフリー法）を踏まえ、引き続きユニバーサルデザイン化に向けた取組を推進する。
- ⑤ 鉄道駅についてバリアフリー法に基づき、エレベーター、ホームドア、バリアフリースイッチ等の整備により、引き続きバリアフリー化に向けた取組を推進する。また、都市部では鉄道駅バリアフリー料金制度、地方部では予算措置による重点的支援と、それぞれの特性に応じた措置を活用しながら、全国の鉄道駅のバリアフリー化を推進していく。
- ⑥ 真の共生社会を実現することを目的として行われた「新幹線のバリアフリー検討会」及び「特急車両のバリアフリー対策に関する意見交換会」にて議論し、2020 年 8 月に公表した「新幹線の新たなバリアフリー対策について」及び 2022 年 1 月に公表した「特急車両における新たなバリアフリー対策について」を受け、新幹線・特急車両における車椅子対応座席等のインターネット予約環境の充実を図るなど、引き続き鉄道における車椅子利用の環境改善に向けた取組を促進する。

4 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化

- ① バリアフリー法に基づき指定された特定道路について、全ての人が円滑に移動できるよう、バリアフリー化を引き続き推進する。また、同法に基づき指定された特定道路等で、鉄道との結節点における自由通路等の歩行空間のユニバーサルデザイン化を図る事業について、引き続き重点支援する。

⁴⁰ 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。

- ② 高齢者や障害者等も含め、誰もがストレスなく移動できるユニバーサル社会の構築に向けて、歩行空間における移動支援サービスの普及・高度化を推進する。また、有識者も含めたワーキンググループの開催も交えながら運用実証等を踏まえたデータ整備プラットフォームの高度化やデータ整備仕様の改定の検討を行うとともに、シンポジウムの開催等による継続的な広報活動も実施する。
- ③ バリアフリー法に基づく 2025 年度末までの整備目標の達成に向けて、バス・タクシー車両のバリアフリー化を促進する。特に、空港アクセスバス（リフト付きバス等）や UD（ユニバーサルデザイン）タクシーについて必要な支援をする。
- ④ 高齢者障害者等用施設等の適正な利用の推進に向けた広報活動及び啓発活動の一環として、バリアフリートイレ、車椅子使用者用駐車施設等、旅客施設等のエレベーター、及び車両等の優先席の適正な利用の推進に向けて、引き続きキャンペーン等を実施し、真に必要な方が利用しやすい環境の整備を推進する。
- ⑤ バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む姿勢のある観光施設を対象とした「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認定件数の増加と制度の周知促進を図るとともに、観光施設の更なるバリアフリー対応とその情報発信を支援し、高齢者や障害者がより安全で快適な旅行をするための環境整備を推進する。
- ⑥ バリアフリー化を進める観光地において、バリアフリーの情報が適切に提供されるよう、国土交通省のウェブサイトにおいて「観光地におけるバリアフリー情報提供のためのマニュアル」の普及を引き続き促進していく。
- ⑦ 1 日当たりの平均利用者数が 3,000 人以上及び基本構想の生活関連施設に位置づけられた 1 日当たりの平均利用者数が 2,000 人以上 3,000 人未満の旅客施設等について、原則として全てバリアフリー化することとするなどの 2025 年度末までのバリアフリー整備目標の達成に向け、マスタープラン・基本構想の策定促進や、バリアフリー教室の実施による心のバリアフリーの推進等、引き続きハード・ソフト両面からバリアフリー化を推進する。

5 共生社会の実現に向けたユニバーサルデザインの推進

交通事業者による研修の充実及び適切な接遇の実施を推進するための「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」及び「接遇研修モデルプログラム」を策定しており、交通事業者への継続的な周知等を行うことで、更なる接遇レベル向上を図る。

6 身体障害者等の運賃割引の促進

身体障害者手帳、療育手帳又は精神障害者保健福祉手帳の交付を受けた利用者に対して鉄道等の公共交通機関が実施している運賃割引について、更なる導入促進に向け、2024 年度も引き続き公共交通事業者等に理解と協力を求めていく。

第3節 国内旅行需要の平準化の促進

1 休暇を取得しやすい職場環境の整備

2022 年の年次有給休暇取得率は 62.1%となった。引き続き、労使の働き方・休み方の見直しに対する効果的な支援、休暇取得促進の機運の醸成を図る取組を推進する。また、「労働基準法（昭和 22 年法律第 49 号）」に基づき、労働者が年間で少なくとも 5 日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者が義務付けられていること等について、引き続き、都道府県労働局、労働基準監督署及び働き方改革推進支援センターで開催する説明会やウェブサイト等を活用した周知及び履行確保を図る。さらに、10 月の年次有給休暇取得促進期間等に、ポスター・リーフレットの作成及び配布、駅貼り広告、インターネット広告等により、年次有給休暇取得の集中的な周知広報を引き続き行う。

2 休暇取得の分散化の促進

地域ごとの個別の事情を踏まえつつ、可能な地域において、学校の夏休み等の長期休業日の一部を学

期中の平日に移すなどして学校休業日の分散化を図るとともに、学校休業日に合わせた年次有給休暇の取得促進を図る「キッズウィーク」の取組を推進するため、取組事例の周知や普及啓発等を行う。また、国家公務員について、家族の記念日や子供の学校行事等の職員のプライベートの予定等に合わせた年次休暇取得を引き続き促進する。

3 ワークেশョン、ブレッジャー等の普及・定着

【再掲】 第Ⅲ部第3章第2節1

4 第2のふるさとづくり等の推進

【再掲】 第Ⅲ部第3章第2節2