

2025年度受験対策

令和7年版(2025年版)

観光白書

(1)観光白書は、＜一般常識＞に毎年出題されています。

(2)本書を漫然と見るのではなく、下記のマーキングされた分野(箇所)を重点的に読み込むことが大切です。

★2018年度以降に出題された分野(箇所)

★2025年度に出題が予想される分野(箇所)

令和 7 年(2025 年)版「観光白書」を試験対策として 能率的に学習する方法

- 【1】2025 年度のガイドラインには、「一般常識」では、「外国人観光旅客の関心の強いものについての基礎的な知識(例えば、試験実施年度の前年度に発行された「**観光白書**」のうち、外国人観光旅客の誘客に効果的な主要施策及び旅行者の安全・安心確保に必要となる知識、並びに新聞(一般紙)の1面等で大きく取り上げられた時事問題等)を問うものとする」とあります。実際は、**試験実施当該年度の「観光白書」からの出題が多い**のですが、次ページ以降の「問題分析」でも分かるように、＜一般常識＞問題において、「観光白書」からは、例年、**約 30% から 50%が出題される最大の出典**となっています。2025 年度も「観光白書」(2024 年版、2025 年版)から、必ず出題されると断言できます。
- 【2】2025 年度の受験者は、令和 7 年(2025 年)版「観光白書」をしっかり学習する必要があるのですが、本「観光白書」は、全 144 ページもあり、ただ漫然と読んでいるだけでは、どの箇所が重要なのか、どの箇所を覚えておくべきか、が頭に入ってきません。
- 【3】そこで、本書では、学習者が、試験対策として能率的に学習できるように、下記の部分にマーキング(ハイライト)を施し、メリハリのある学習ができるようにしました。
- (1) 訪日外国人旅行者数、訪日外国人旅行消費額など、**ほぼ、毎年問われる箇所(第2章日本の観光の動向)**は、ベタにマーキングを施した。
- (2) 本国家試験に関連する「重要語句」は、全編を通じて、マーキングを施した。
(例) 観光庁、文化庁、日本政府観光局(JNTO)、世界観光機関(UN Tourism)、インバウンド、クールジャパン、ユネスコ世界自然遺産、ユネスコ世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産、国際会議、通訳案内士、など。
- (3) 近年、出題された「重要語句」、2025 年度に出題されそうな「重要語句」すべてにマーキングを施した。
(例) 訪日外国人旅行者、訪日外国人旅行消費額、訪日外国人消費動向調査、地域ブロック別延べ宿泊者数、企業の売上高、労働生産性、国宝、重要文化財、文化財、天然記念物、史跡、重要伝統的建造物群保存地区、国立公園、国定公園、新幹線、リニア中央新幹線、道の駅、迎賓館赤坂離宮、京都迎賓館、ユニークベニュー、クルーズ船、民泊、CIQ、MICE、IR、旅行サービス手配業、ランドオペレーター、バリアフリー、ユニバーサルツーリズム、観光地域づくり法人(DMO)、ワーケーション、ライフワークバランス、など。
- 本書が、2025 年度＜一般常識＞合格の一助になれば、これに優る喜びはありません。

2024年度(令和6年度)の問題分析				
大問	問題番号	出題内容	観光白書(完全版)の出典ページ／関連ページ 関連法など	重要度
1	1	2022年の訪日外国人旅行者数	令和5年(2023年)版(8ページ)	★★★
2	2	2022年の訪日外国人旅行消費額	令和5年(2023年)版(11ページ)	★★★
3	3	2022年の延宿泊者数	令和5年(2023年)版(19ページ)	★★★
4	4	観光関連産業の近年の状況	令和5年(2023年)版(20ページ)	★★
5	5	ベストツーリズムビレッジ	ベストツーリズムビレッジ	
6	6	出入国審査体制の整備・強化	令和5年(2023年)版(106ページ)	★★
7	7	宇宙航空研究開発機構(JAXA)	宇宙航空研究開発機構(JAXA)	
	8	探査機の名称(SLIM)	(SLIM)	
8	9	(ア)春闘 (イ)ベースアップ		
9	10	福島第一原子力発電所の処理水	福島第一原子力発電所の処理水	
10	11	COP28	COP28	★
11	12	七五三	七五三	★
12	13	大阪城	大阪城	
13	14	三社祭	三社祭	
15	16	旧岩崎家住宅	旧 岩 崎 家 住 宅	
16	17	第20回アジア競技大会	令和6年(2024年)版(128ページ)	★

●17問中、5問(29.4%)が令和5年(2023年)版観光白書から出題された。

2023年度(令和5年度)の問題分析				
大問	問題番号	出題内容	観光白書(完全版)の出典ページ／関連ページ 関連法など	重要度
1	1	訪日外国人観光客数／国際観光収入	令和5年版(3)(7)	★★★
2	2	持続可能な観光の実現	令和5年版(61)(64)(111)(119)	★★
3	3	2021年の日本人国内旅行の状況	令和4年版(13)／令和5年版(15)	★★
4	4	日本の宿泊業の概要	令和5年版(20)	★★
5	5	2021年コロナ禍における観光関連企業の売上高及び利益状況	令和4年版(34)	★
6	6	地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地	令和5年版(65)(100)(137)	★
7	7	労働生産性	令和5年版(31)(32)(43)(44)(46)	★★
8	8	高度外国人材を増やす新たな受入策	令和5年版(68)	★
9	9	出生時育児休業(産後パパ育休)	育児・介護休業法	
	10			
10	11	LGBT(性的マイノリティ)対策	いじめ防止対策推進法	
11	12	マイナンバーカード	マイナンバーカード	★★
12	13	国民の祝日に関する法律	国民の祝日に関する法律	★★
13	14	沖縄国際海洋博覧会	沖縄国際海洋博覧会	★
	15	美ら海水族館	美ら海水族館	★
14	16	明治神宮	明治神宮	★
15	17	有楽町線・南北線の延伸	有楽町線・南北線の延伸	
16	18	世界文化遺産登録候補(彦根城)	彦根城	★★
17	19	伝統的酒造り	令和5年版(91)(128)	★★

- 19問中、9問(47.4%)が観光白書から出題された。
令和4年版より2題、令和5年版より7題が出題された。

2022年度(令和4年度)の問題分析				
大問	問題番号	出題内容	観光白書(完全版)の出典ページ 関連ページ	重要度
1	1	訪日外国人による旅行消費額(定番の問題)	令和4年版(9ページ)	★★★
2	2	訪日外国人旅行者数(国別)(定番の問題)	令和元年版(11ページ)	
	3	CIQは何の略か(Customs, Immigration, Quarantine)	令和4年版(9ページ)	★★
3	4	デジタル・トランスフォーメーション(DX)	令和4年版(96ページ)	★
4	5	パリ協定→温室効果ガス排出削減		★
5	6	アクティビティ	令和4年版(82ページ)	★
	7	アドベンチャーツーリズム	令和4年版(82ページ)	★★
6	8	ユニバーサルツーリズム	令和3年版(99ページ)	★
	9	心のバリアフリー	令和3年版(99ページ)	★
7	10	ダークツーリズム(記憶の継承)		★
8	11	住宅宿泊事業者が注意すべき点		
9	12	海底火山噴火の被害国		★★
10	13	2025 年日本国際博覧会	令和4年版(29ページ)	★★
11	14	偽札防止の技術		
12	15	ユニークベニューの利活用法	令和4年版(156ページ)	★
13	16	エイサーが行われる時期(盆)		
14	17	どんど焼き		
15	18	日光東照宮の神仏習合の特徴		★
16	19	健康的な食生活を支える栄養バランス		★
17	20	「和食:日本人の伝統的な食文化」無形文化遺産		★★★

- 20問中、10問(50%)が観光白書から出題された。
令和元年版より1題、令和3年版より2題、令和4年版より7題が出題された。

2021年度(令和3年度)の問題分析				
大問	問題番号	出題内容	観光白書(完全版)の出典ページ 関連ページ	重要度
1	1	訪日外国人旅行者数(定番の問題)	令和3年版(9ページ)	★★★
2	2	日本の人口動態		
3	3	ラグビーワールドカップ日本大会	令和2年版(71～73ページ)	★
4	4	2020年に文化観光推進法が成立・交付された	令和3年版(88ページ)	
5	5	訪日外国人旅行者が「旅行中に困ったこと」	令和元年版(39ページ)	★
6	6	MICEの機会にプレジャーを促進することの重要性	令和2年版(22ページ)	★★
7	7	Living History(生きた歴史体感プログラム)促進事業の目的	令和3年版(129/189ページ)	★
8	8	「人間国宝」は「重要無形文化財」の保持者である。		★
9	9	日本で一番寺院が多い都道府県(＝愛知県)		★
10	10	「パッケージツアー」は、旅行業法上何というか。		★
	11	「ウポポイ」の正式名称(＝民族共生象徴空間)	令和3年版(213ページ)	
11	12	ホテル・旅館を所管する省(＝厚生労働省)		★
	13	空港の出入国管理を所管する省(＝法務省)		★
12	14	国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」関連問題		
	15	国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」関連問題		
13	16	働きながら休暇を取る過ごし方(＝ワーケーション)	令和3年版(57ページ)	★
14	17	「日本版 MaaS」とは	令和3年版(123ページ)	★
15	18	「日本遺産」とは	令和3年版(129ページ)	★
	19	2020年に無形文化遺産に新たに登録されたもの		★★
	20	世界自然遺産に登録勧告する機関の略称(IUCN)		

●20問中、10問(50%)が観光白書から出題された。
令和元年版より1題、令和2年版より2題、令和3年版より7題が出題された。

2020年度(令和2年度)の問題分析				
大問	問題番号	出題内容 (18番を除き、すべて観光関連の問題である)	観光白書(完全版)の 出典ページ 関連ページ	重要度
1	1	オリンピック東京大会の選手村の場所		
	2	首都高速道路の高架構造の地下化		
	3	<u>コンセッション方式</u> とは(Concession)		
2	4	<u>ICCA</u> の国別国際会議の開催件数	令和元年版 18ページ	
	5	<u>国際観光旅客税</u> (2019年大問2に出題されている)		★★★★
	6	<u>「明日の日本を支える観光ビジョン」</u> (←令和元年観光白書のはじめに)が出題のきっかけ		★★
3	7	2019年の訪日外国人旅行者一人当たりの宿泊費	令和2年版 15ページ	★
	8	日本の旅行収支	令和2年版 16ページ	★
	9	訪日外国人の旅行消費額の構成比	令和2年版 13ページ	★
	10	訪日外国人旅行者の宿泊日数		★
	11	訪日外国人旅行者の都道府県別延べ宿泊数	令和元年版 272ページ	
4	12	<u>統合型リゾート</u> (2017年大問6に関連問題) <u>コラム I-1</u> からの出題。	令和元年版 20ページ	★★★★
5	13	<u>観光地域づくり法人(DMO)</u> Destination Management/Marketing Organization <u>コラム I-5</u> からの出題。	令和元年版 50～51ページ	★
	14	<u>スマート・ベニュー(Smart venue)</u>		
	15	<u>ディスカバー農山漁村の宝</u>	令和元年版 162、240ページ	
6	16	<u>国立公園満喫プロジェクト</u>	令和元年版 126ページ	
7	17	<u>働き方改革に関する法律</u>	令和2年版 201ページ	
8	18	<u>プライドパレード(Pride Parade)</u> (文化に関する問題)		
9	19	2018年の国際旅行者数	令和元年版 4ページ	★
	20	2018年の国際旅行者数の多い国	令和2年版 6ページ	★
	21	2018年に国際収支の最も大きかった国(米国)	令和2年版 8ページ	★
	22	2018年に国際観光支出が最も大きかった国(中国)	令和2年版 9ページ	★
10	23	観光における危機管理(海外危険度レベル)	外務省のホームページ	★

●問題分析

- ① ガイドラインには、「現代の日本の産業、経済、政治及び文化についての主要な事柄(日本と世界との関わりを含む。)のうち、外国人観光旅客の関心の強いものについての基礎的な知識を問う」とあるが、近年(特に、2019年度、2020年度)、これを無視、逸脱し、産業、経済、政治及び文化については、ほとんど問われることがなくなってきた。②出典としては、令和元年版「観光白書」から 7 題、令和2年版「観光白書」から 7 題の計 14 題が出題された。
- ③ 令和元年版「観光白書」(要旨版)からは、問題番号 4 と 19 の 2 題のみだった。
- ④ 令和元年版「観光白書」(完全版)からは、コラムから 2 題出題された。コラムは完全版のみに掲載。

●対策

- ① 2021 年度対策としては、令和2年版「観光白書」、令和3年版「観光白書」の両方を見ておく必要がある。
- ② 令和2年版「観光白書」については、下記の六つのコラムが最重要である。

コラム I-1 コラム I-2 コラム I-3 コラム I-4 コラム I-5 コラム I-6

2019年度(令和元年度)の問題分析				
大問	問題 番号	出題内容	重要度	準備する ことにより 正解できる 可能性
1	1	2018年の訪日外国人旅行者が多い居住国・地域	★★★★	◎
	2	2018年のタイからの訪日外国人旅行者数	★★★★	◎
	3	2018年の訪日外客の旅行消費額の費目別構成比1位と2位	★★★★	◎
	4	2018年の訪日外客の旅行消費額と一人あたりの旅行支出額	★★★★	◎
	5	2018年の国・地域別訪日外客の旅行消費額	★★	◎
2	6	2019年1月から導入された 国際観光旅客税	★	△
3	7	旅行業法改正による旅行サービス手配業者の登録義務	★★★★	◎
4	8	訪日外客の査証(ビザ)	★	△
5	9	2018年に ユネスコ世界遺産 に登録されたもの(潜伏キリシタン)	★★★★	◎
	10	2018年に ユネスコ無形文化遺産 に登録された「来訪神」	★★	○
6	11	JR 山手線・京浜東北線の田町～品川間に誕生する新駅の駅名	★★★★	◎
7	12	迎賓館赤坂離宮 に関する問題	★	△
8	13	EPA(経済連携協定) に関する問題		
9	14	文化庁の移転 に関する問題		
10	15	2019年のラグビーワールドカップ の開催都市		
	16	「 オリンピズム 」の理想に関する問題		
11	17	国際博覧会 に関する問題	★★	△
	18	2020年の 登録博覧会 の開催地に関する問題	★	△
12	19	重要伝統的建造物群保存地区 に関する問題	★★	○
	20	直近で選定された 重要伝統的建造物群保存地区	★	△

- 訪日外国人旅行者に関する問題(1～5)は、毎年出題される定番問題である。
2021年度は、2020年度の実績数値を問われるので、しっかり確認しておくこと。
- 準備することにより正解できる可能性のある問題が、全体の50.0%を占める。これはどうしても得点しなければいけない問題である。ここで、50点×50%＝25点を確保する。
- 重要度の高い問題(★★★★、★★、★)は、2021年度も出題が予想されるので、しっかり準備しておくこと。

2018年度(平成30年度)の問題分析				
大問	問題 番号	出題内容	難易度	準備することにより正解できる可能
1	1	2017年の訪日外国人旅行者数(2,869万人＝庭でロックンロール)		◎
	2	2017年の訪日外客による消費額(国別第二位)(オーストラリア)		◎
	3	2017年の訪日外客の百貨店で最も人気の高い商品(化粧品)	★	
2	4	2017年の出国日本人数(1,789万人＝イイナ、(私も)早く、行きたい)		◎
3	5	「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群が存在する県名(福岡県)		◎
4	6	JR各社とJCカード乗車券の正しい組み合わせ(JR九州＝SUGOCA)	★★	
	7	2017年に訪日外客のクルーズ船が一番多く寄港した港(博多)		○
	8	レストラン列車に関する問題(TOHHOKU EMOTION)	★★	
5	9	労働基準法の(36)協定		△
	10	(裁量)労働制		△
	11	改正民法により、18歳以上であれば、できるようになること	★	
6	12	2022年に開催される冬季オリンピックの開催都市名(北京)		◎
	13	FIFAワールドカップに関する問題	★	
	14	大相撲に関する問題	★	
7	15	国宝に指定されている城(松本城)		◎
	16	藤井聡太棋士に関する問題	★★★★	
	17	公的施設の公開に関する問題	★★★★	
	18	映画、ドラマ、アニメ等の作品名とその作品の「聖地」との組合せ	★	
	19	江戸時代を代表する浮世絵師とその作品の組合せ		◎
	20	日本食に関する問題	★	
難問比率は、50.0%。				

- 準備することにより正解できる可能性のある問題が、全体の50.0%を占める。これはどうしても得点しなければいけない問題である。ここで、50点×50%＝25点を確保する。
- 難易度の高い問題(★、★★、★★★★)は、①消去法、②論理的推論、③第六感(女性が男性よりも優れている?)、④靈感(壺や多宝塔を買ってはいけない!)、により、最低、25%の正答率(デタラメでも、四択の一つが当たる確率)を狙う。ここで、50点×25%＝12点～13点を確保する。
- 上記の合計(25点+12～13点＝32点～33点)で、合格基準点＝30点をクリアすることができる、と確信を持って勉強することが大切である。

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 2023年の世界の観光の状況	2
第3節 2024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
第4節 観光関連産業の状況	15
第5節 地域における観光の状況	18

第3章 日本人の国内旅行の活性化に向けて

第1節 日本人の国内旅行における現状と課題	20
コラムⅠ－1 アウトバウンドの促進に向けて	38
第2節 国内交流の拡大に向けた取組	40
コラムⅠ－2 海外におけるユニバーサルツーリズムの取組	60
第3節 日本人の国内交流の拡大に向けて	62

第Ⅱ部 令和6年度に講じた施策

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	64
第2節 観光DXの推進	64
第3節 観光産業の革新	64
第4節 観光人材の育成・確保	65
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	66
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	66
第7節 良好な景観の形成・保全・活用	67
第8節 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組	69
第9節 国家戦略特区制度等の活用	70
第10節 旅行者の安全の確保等	70
第11節 東日本大震災からの観光復興	73
第12節 観光に関する統計等の整備・利活用の推進	73
第13節 令和6年能登半島地震への対応	74

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	75
第2節 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備	75
第3節 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備	78
第4節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進	85
第5節 戦略的な訪日プロモーションの実施	85
第6節 MICEの推進	88
第7節 IR整備の推進	90
第8節 インバウンド受入環境の整備	90
第9節 アウトバウンド・国際相互交流の促進	99
第10節 国際観光旅客税の活用	101

第3章 国内交流拡大

第1節 国内旅行需要の喚起	102
第2節 新たな交流市場の開拓	102
第3節 国内旅行需要の平準化の促進	104

第Ⅲ部 令和7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	106
第2節 観光DXの推進	106
第3節 観光産業の革新	106
第4節 観光人材の育成・確保	107
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	107
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	108
第7節 良好な景観の形成・保全・活用	109
第8節 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組	111
第9節 国家戦略特区制度等の活用	112
第10節 旅行者の安全の確保等	112
第11節 東日本大震災からの観光復興	114
第12節 観光に関する統計等の整備・利活用の推進	115
第13節 令和6年能登半島地震への対応	115

第2章 地方を中心としたインバウンド誘客

第1節 インバウンドの誘客に向けた集中的取組	117
第2節 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備	117
第3節 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備	120
第4節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進	126
第5節 戦略的な訪日プロモーションの実施	127
第6節 MICEの推進	129
第7節 IR整備の推進	130
第8節 インバウンド受入環境の整備	131
第9節 アウトバウンド・国際相互交流の促進	139
第10節 国際観光旅客税の活用	141

第3章 国内交流拡大

第1節 国内旅行需要の喚起	142
第2節 新たな交流市場の開拓	143
第3節 国内旅行需要の平準化の促進	144

（参考1）本白書において利用している「観光庁「インバウンド消費動向調査」」は、2024年度から実施しているものであり、2023年度以前のデータは「訪日外国人消費動向調査」結果を掲載している。

（参考2）本白書における三大都市圏、地方部の区分は基本的に以下のとおり。

三大都市圏	東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県
地方部	三大都市圏以外の道県

（参考3）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

世界の実質 GDP 成長率は、新型コロナウイルス感染症の拡大により 2020 年は 2.7%減となったが、2021 年以降はプラスで推移している。国際通貨基金（IMF¹）によると、2023 年の世界全体の実質 GDP 成長率は 3.3%増となった（図表Ⅰ－1）。

図表Ⅰ－1 主要国・地域の実質 GDP 成長率の推移

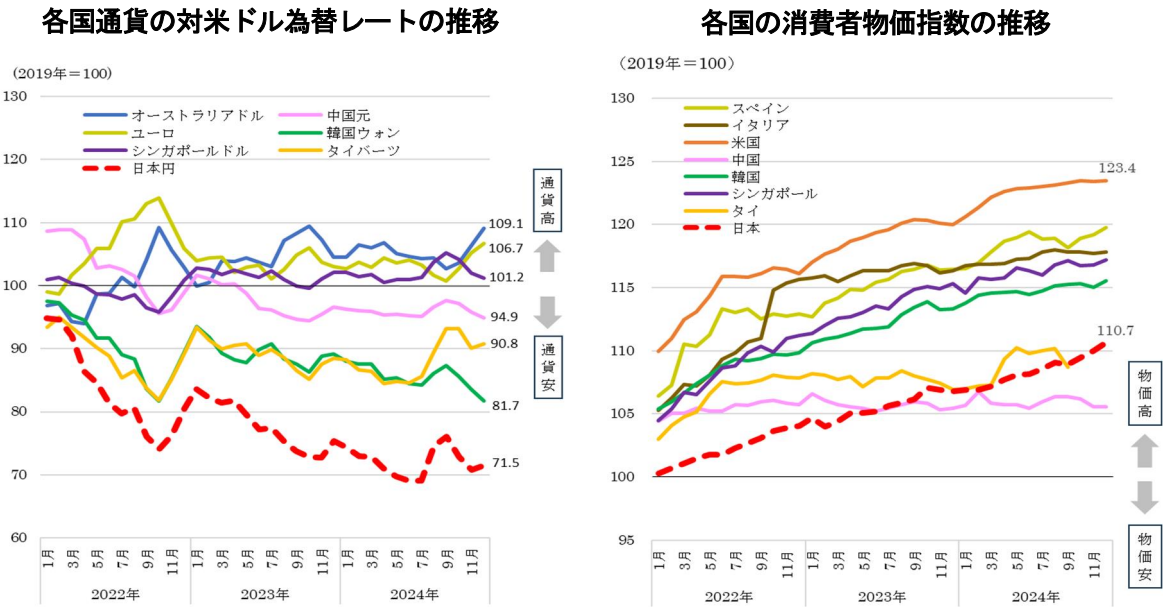
（単位：%）

	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	5.2	4.0	3.3	3.4	3.5	3.4	3.3	3.8	3.6	2.9	-2.7	6.6	3.6	3.3
日本	4.1	0.0	1.4	2.0	0.3	1.6	0.8	1.7	0.6	-0.4	-4.2	2.7	1.2	1.7
米国	2.7	1.6	2.3	2.1	2.5	2.9	1.8	2.5	3.0	2.6	-2.2	6.1	2.5	2.9
EU（欧州連合）	2.0	2.0	-0.7	0.0	1.7	2.5	2.0	3.0	2.2	2.0	-5.6	6.4	3.7	0.6
中国	10.6	9.6	7.8	7.8	7.4	7.0	6.8	6.9	6.7	6.0	2.2	8.4	3.0	5.3
ASEAN（5か国）	7.6	4.6	6.2	4.9	4.4	4.6	4.8	5.2	5.0	4.2	-4.4	4.1	5.4	4.0
中南米カリブ海諸国	6.1	4.6	3.0	2.8	1.3	0.4	-0.8	1.4	1.1	0.2	-6.9	7.4	4.2	2.2
中東・中央アジア	5.2	4.4	4.4	2.9	3.4	2.9	4.3	2.6	2.7	1.9	-2.2	4.4	5.5	2.1
サハラ以南アフリカ	7.0	5.0	5.0	4.9	5.0	3.2	1.5	3.0	3.3	3.2	-1.6	4.8	4.1	3.6

資料：国際通貨基金（IMF）「World Economic Outlook Database, October 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、日本円や韓国ウォンは 2024 年にかけて通貨安の傾向が続いた。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、2024 年 12 月時点で 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



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として指数化。

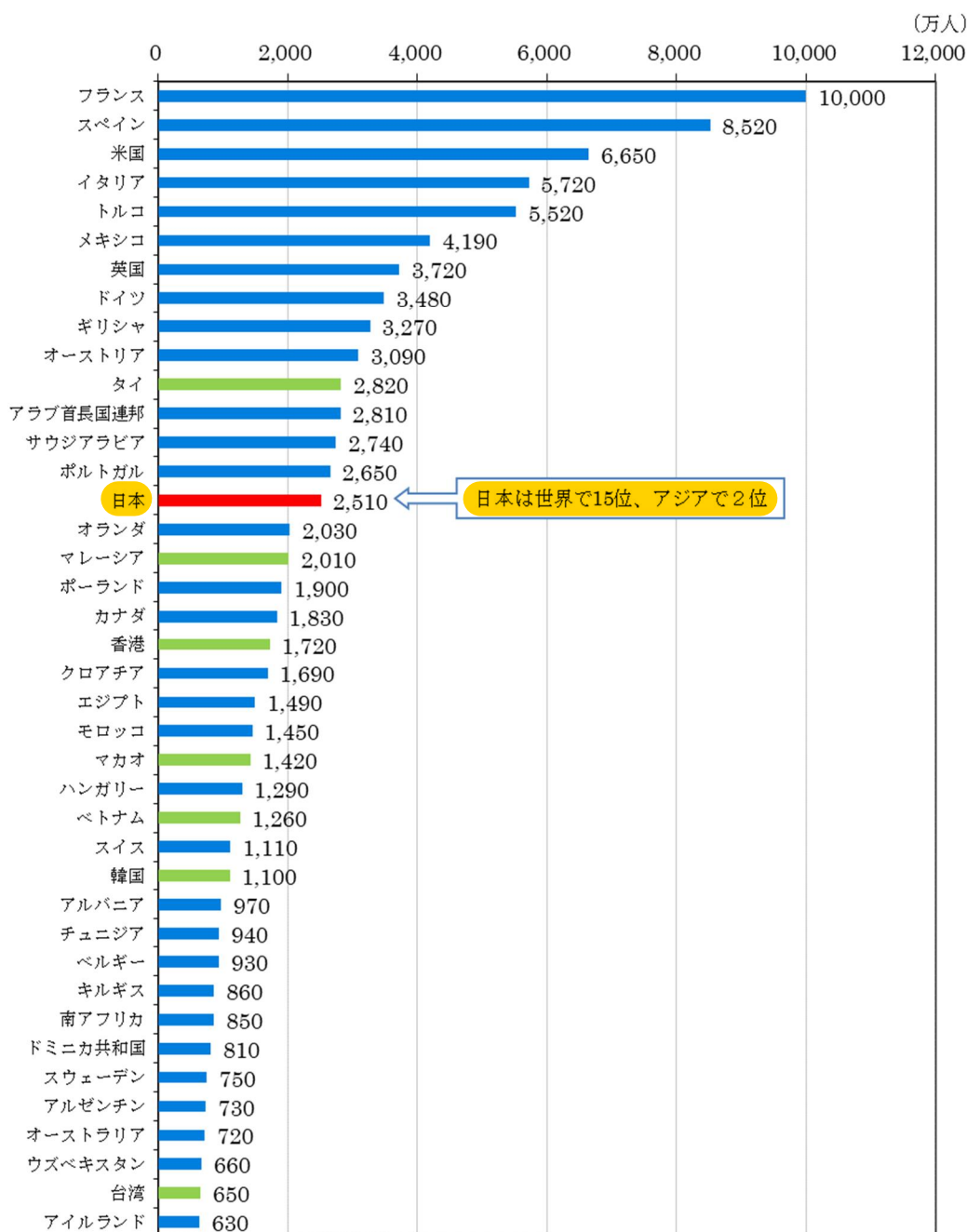
注2：物価については、各国消費者物価指数（CPI）の総合指数を用い2019年平均を100として指数化。

¹ International Monetary Fund の略

第2節 2023年の世界の観光の状況

世界観光機関（UN Tourism）によると、2023年の外国人旅行者受入数は、日本は2,510万人で世界15位（アジアで2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（2023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。

注2：本表の数値は2025年1月時点の暫定値である。

注3：中国、デンマーク、インド、ロシア、チェコ、インドネシア、シンガポール及びブルガリアは、2023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。

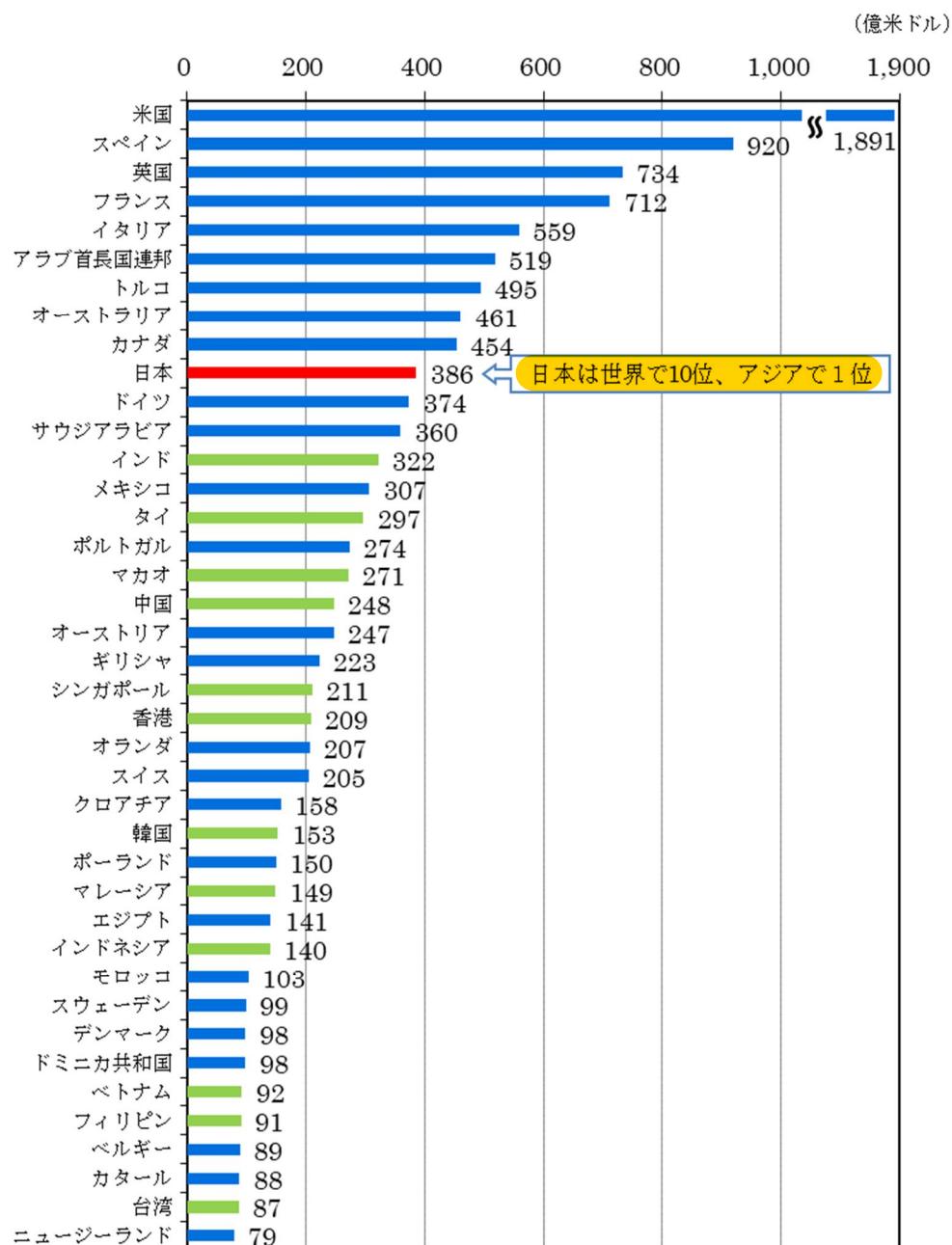
注4：本表で採用した値は、一部の国を除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

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。

2023 年の各国・地域の国際観光収入は、米国が 1,891 億ドルで 1 位となり、スペインが 920 億ドルで 2 位、英国が 734 億ドルで 3 位となった。日本は 386 億ドルで 10 位（アジアで 1 位）となった（図表 I-4）。

図表 I-4 国際観光収入ランキング（2023 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2025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。

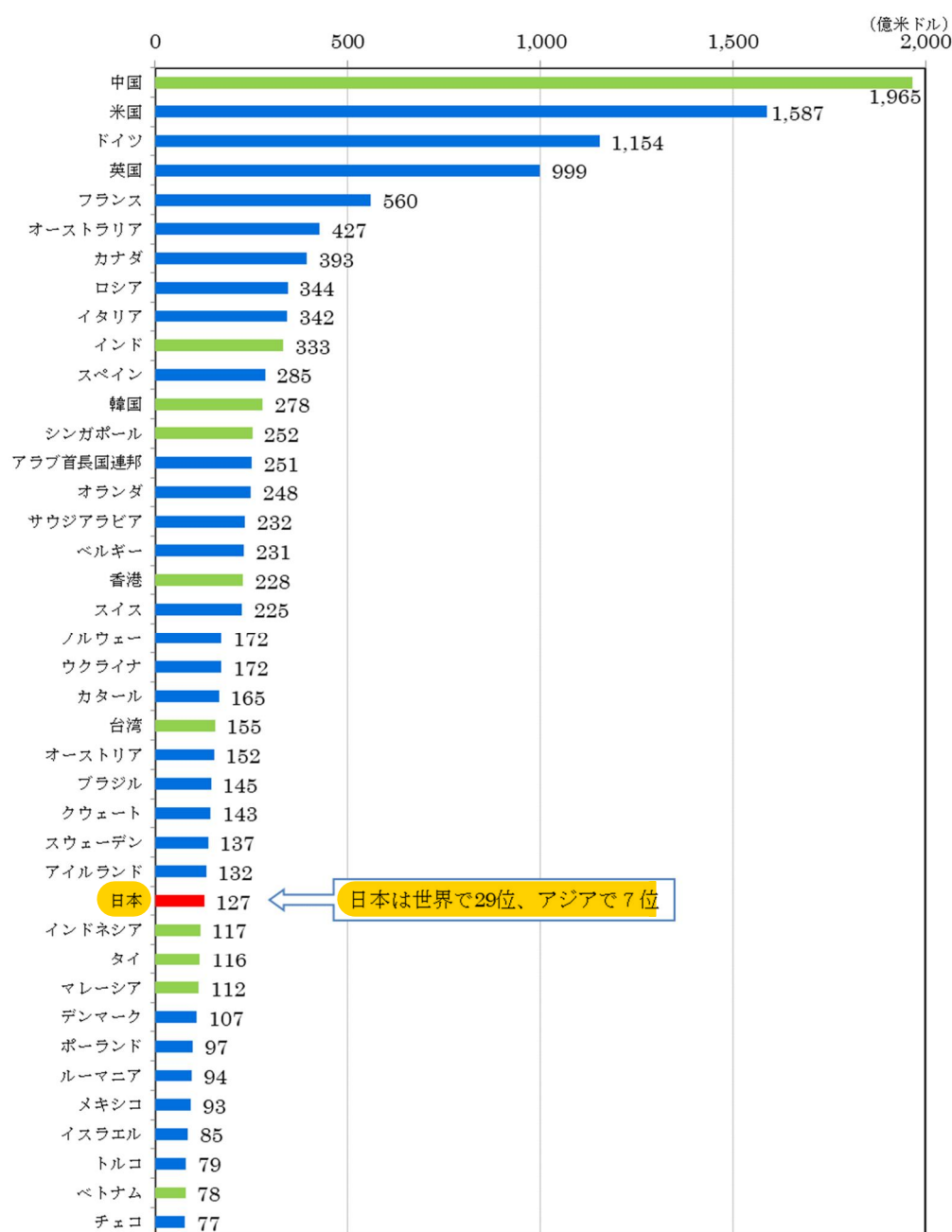
また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

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。

2023 年の各国・地域の国際観光支出は、中国が 1,965 億ドルで 1 位となり、米国が 1,587 億ドルで 2 位、ドイツが 1,154 億ドルで 3 位となった。日本は 127 億ドルで 29 位（アジアで 7 位）となった（図表 I-5）。

図表 I-5 国際観光支出ランキング（2023 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2025年1月時点の暫定値である。

注2：イラクは、2023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。

注3：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注4：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。

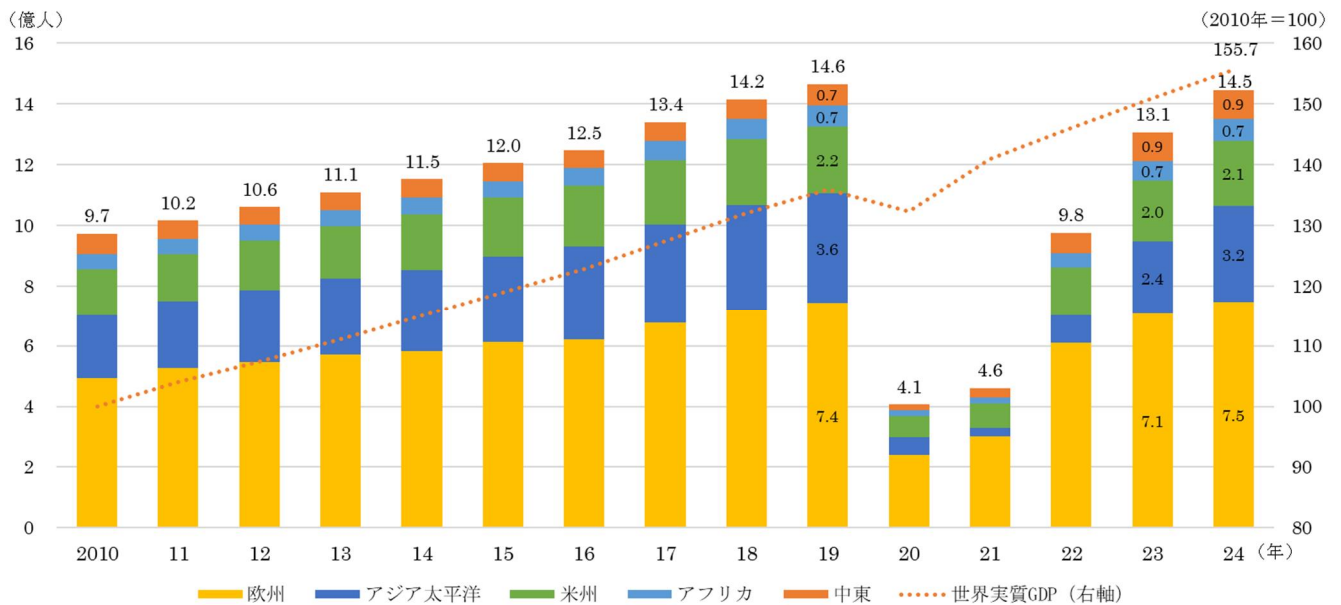
そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

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。

第3節 2024年の世界の観光の状況

UN Tourism の 2025 年 1 月の発表によると、2024 年の世界全体の国際観光客数は 14 億 4,507 万人（前年比 10.7%増）となり、新型コロナウイルス感染拡大前の 2019 年水準に回復した。地域別にみると、欧州を訪れた国際観光客数は 7 億 4,730 万人（前年比 5.5%増）、アジア太平洋を訪れた国際観光客数は 3 億 1,586 万人（前年比 32.9%増）、米州を訪れた国際観光客数は 2 億 1,347 万人（前年比 6.7%増）となった。国際観光客数と世界の実質 GDP は、2019 年まで一貫して増加傾向にあったが、2020 年に国際観光客数が実質 GDP に比べて大きく減少した。他方、2022 年以降は国際観光客数が大きく回復している（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」（2025 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、2024年①）

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、2023年には全国各地の多くの観光地が賑わいを取り戻した。2024年は、特に訪日旅行需要が好調であり力強い成長軌道にある。

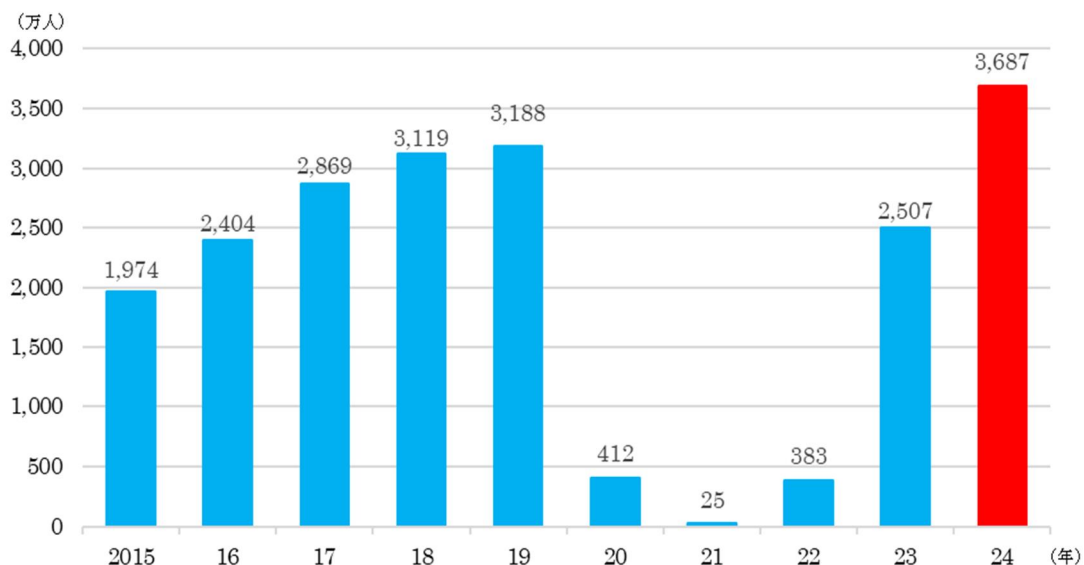
第1節 訪日旅行の状況（2021年①、2022年②、2023年①、2024年①）

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外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ²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10月には2019年同月水準を超えた。2024年には、堅調な訪日需要や航空便の回復により、東アジアのみならず、東南アジアや欧米豪等の幅広い国・地域からの旅行者が増加し、年間で3,687万人（2019年比15.6%増）と過去最高を記録した（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。

2024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³からの訪日外国人旅行者数が2,906万人となり、全体の78.8%を占めた。

東アジアでは、韓国が882万人と主要23市場⁴のうちで最も多く、中国698万人、台湾604万人、香港268万人と続き、全体の66.5%を占めた。韓国、台湾及び香港からの旅行者数は過去最高を記録した。（2024年①）

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要6市場⁵からの訪日外国人旅行者数が430万人となり、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からの旅行者数は過去最高を記録した。

北米主要市場⁶からの訪日外国人旅行者数は330万人となり、米国及びカナダからの旅行者数は過去最高を記録した。

² 税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫（Quarantine）の総称。

³ 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。

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、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。

⁵ 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。

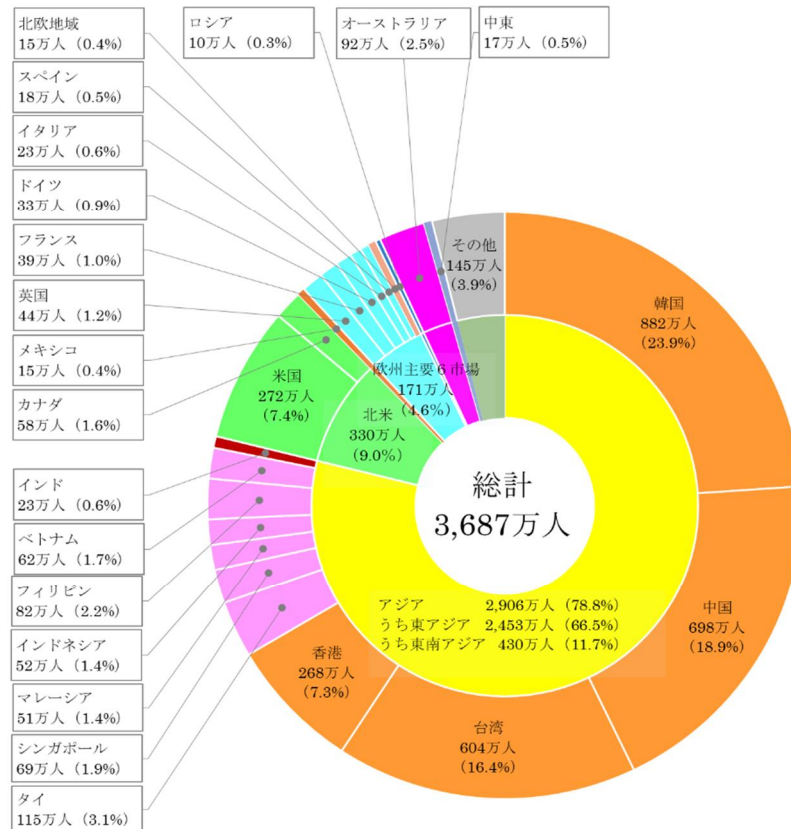
⁶ 米国及びカナダのことを指す。

欧州主要6市場⁷からの訪日外国人旅行者数は 171 万人となり、全ての国・地域からの旅行者数は過去最高を記録した。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は 92 万人となった。

その他の地域では、南米が 16 万人、アフリカが 5 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（2024 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。

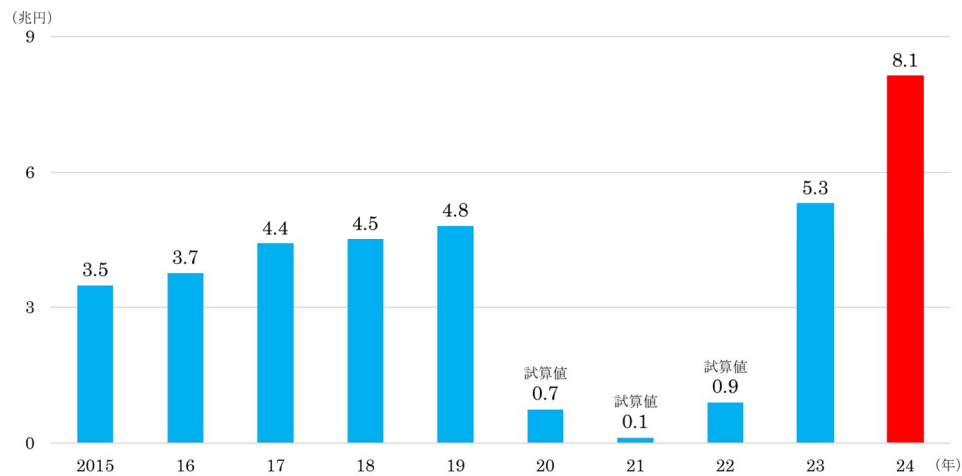
注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

⁷ 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 年の訪日外国人旅行消費額は 8 兆 1,257 億円（2019 年比 68.8%増）と、2023 年に続き過去最高を更新した（図表 I－9）。国籍・地域別にみると、中国が最も大きく、次いで台湾、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。（2024年②）

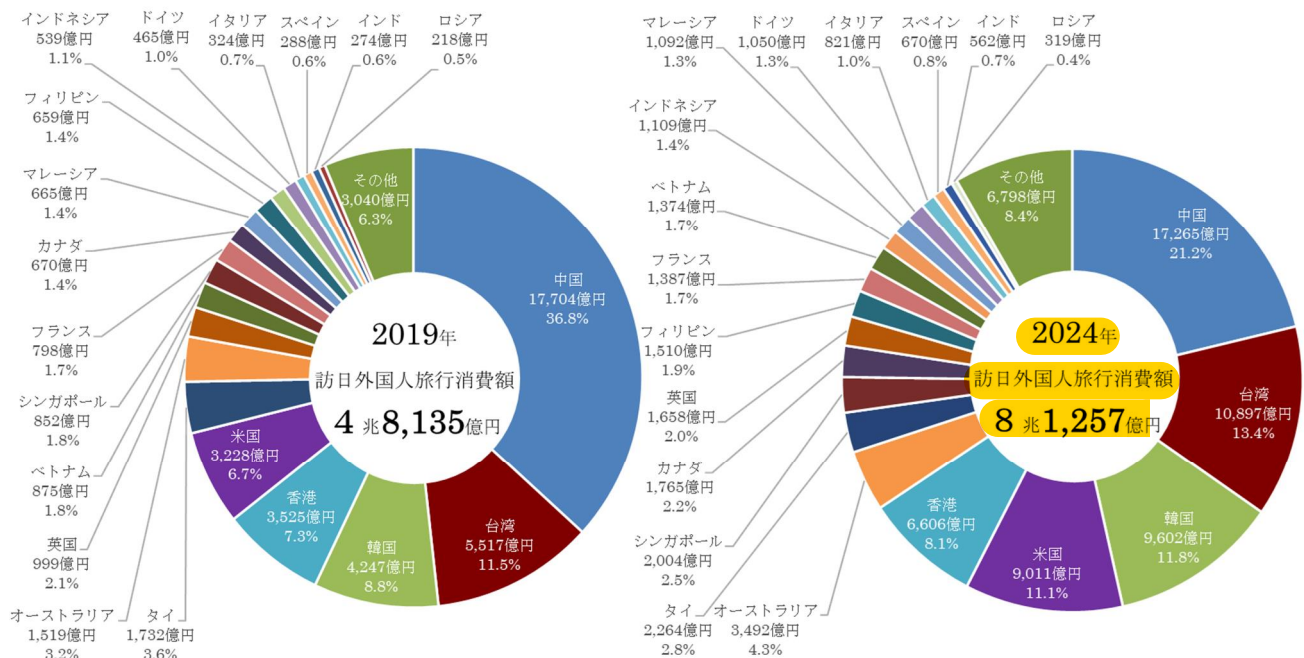
図表 I－9 訪日外国人旅行者による消費額の推移



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

- 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 年からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018 年以降と 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。

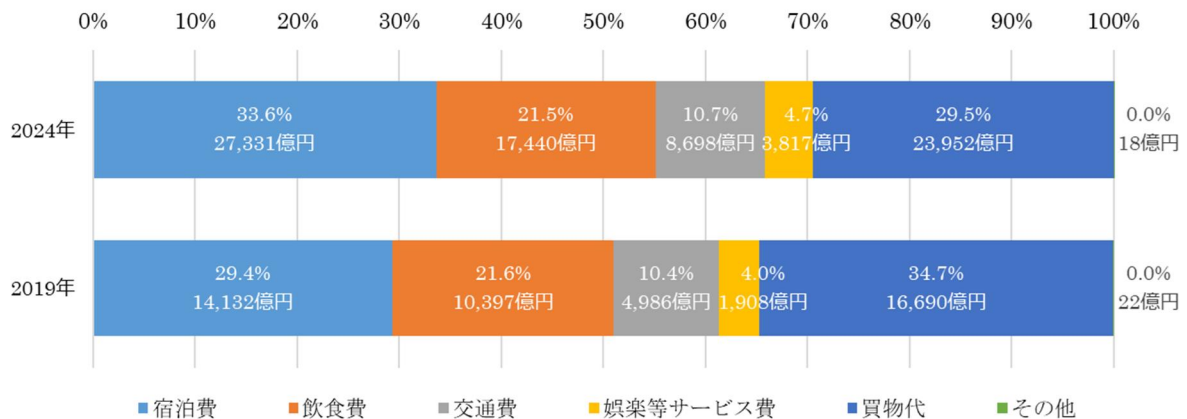
図表 I－10 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比（2024年②）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

2024 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 33.6% 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（2024年②）



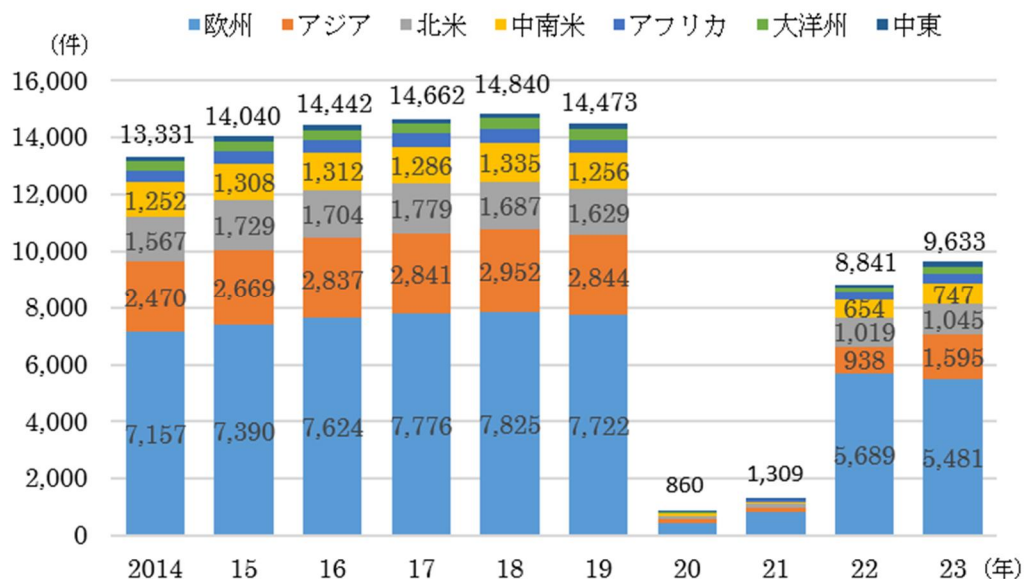
資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

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みると、2020 年以降は新型コロナウイルス感染症の影響により、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%にとどまっており、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症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 年比での開催件数の回復度合いをみると、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

(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

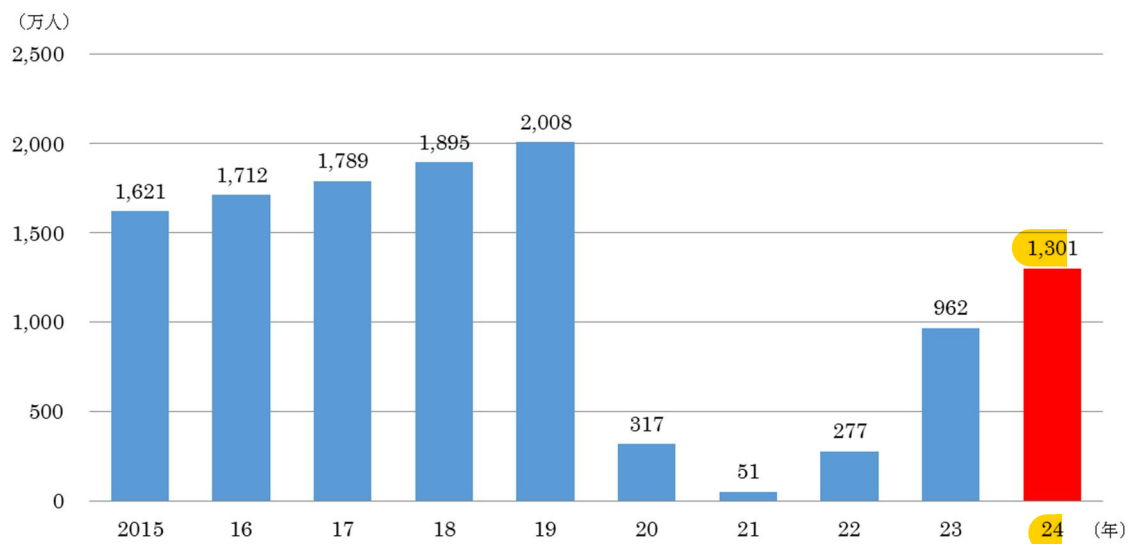
資料：国際会議協会（ICCA）資料に基づき観光庁作成。

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ド開催の合計件数。

第 2 節 日本人の海外旅行の状況

2024 年の出国日本人数は前年から増加し 1,301 万人（2019 年比 35.2%減）となった（図表 I－14）。

図表 I－14 出国日本人数の推移



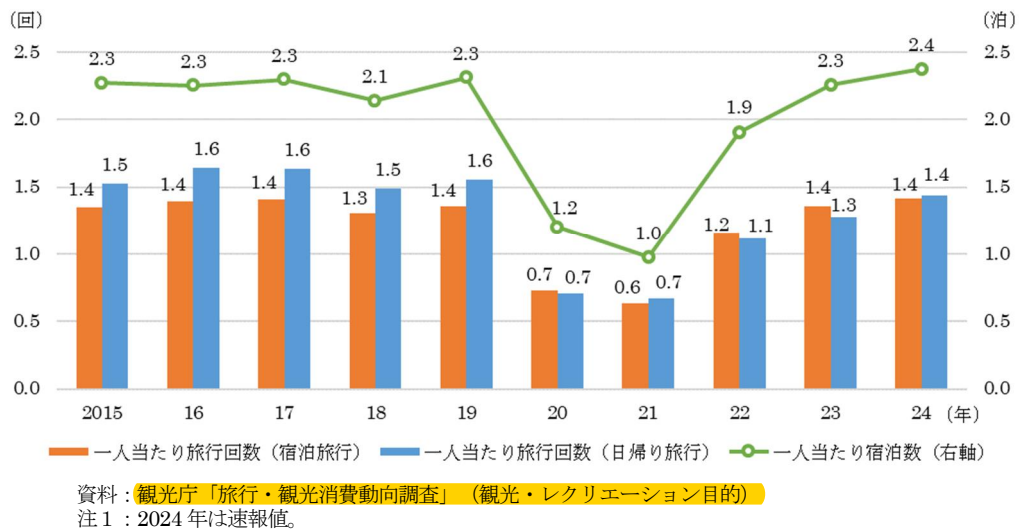
資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。

第3節 国内観光の状況

1 日本人国内旅行の状況

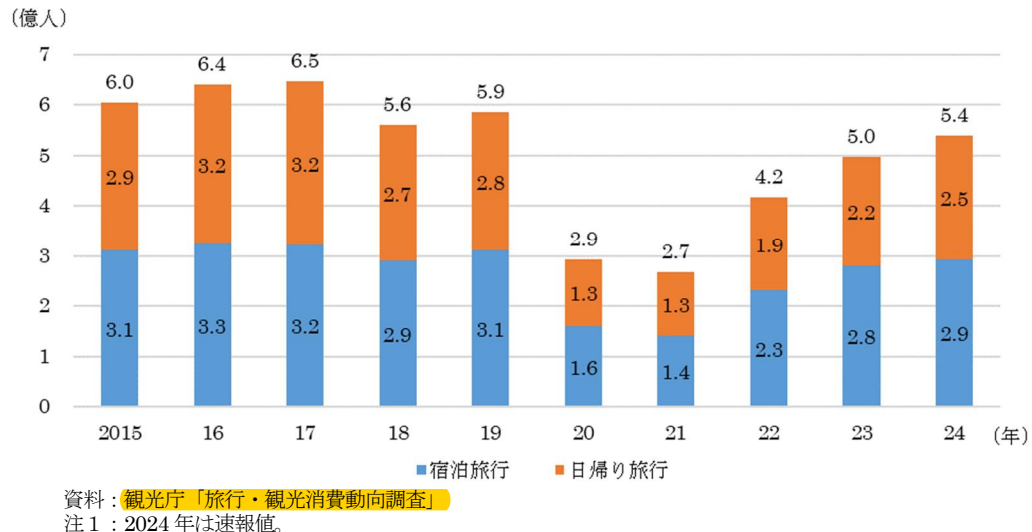
2024年の日本人一人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.4回、日帰り旅行回数は1.4回、一人当たり宿泊数は2.4泊と、いずれも僅かながら前年を上回った（図表I－15）。

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



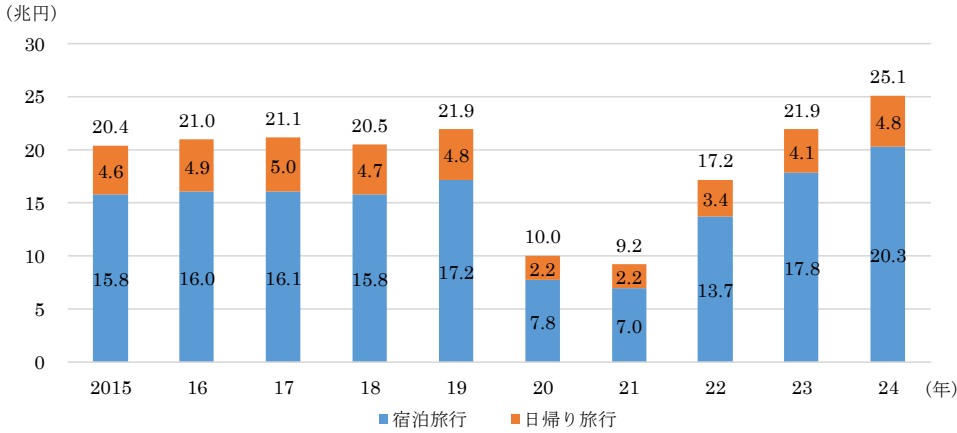
2024年の日本人の国内旅行者数は延べ5.4億人（2019年比8.2%減）となった。このうち宿泊旅行者数は延べ2.9億人（2019年比6.0%減）、日帰り旅行者数は延べ2.5億人（2019年比10.6%減）となった（図表I－16）。

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



2024 年の日本人国内旅行消費額は 25.1 兆円（2019 年比 14.5%増）であり、過去最高となった。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は 20.3 兆円（2019 年比 18.4%増）、日帰り旅行の国内旅行消費額は 4.8 兆円（2019 年比 0.5%増）となった（図表 I－17）。

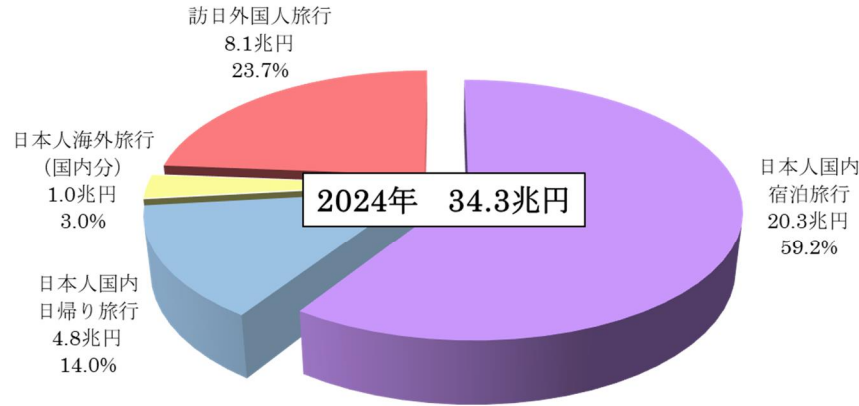
図表 I－17 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
注 1：2024 年は速報値。

2024 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、34.3 兆円（2019 年比 22.8%増）となった。このうち、日本人による旅行消費額は 26.2 兆円（2019 年比 13.1%増）、訪日外国人旅行者による旅行消費額は 8.1 兆円（2019 年比 69.1%増）であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の割合は 23.7%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)

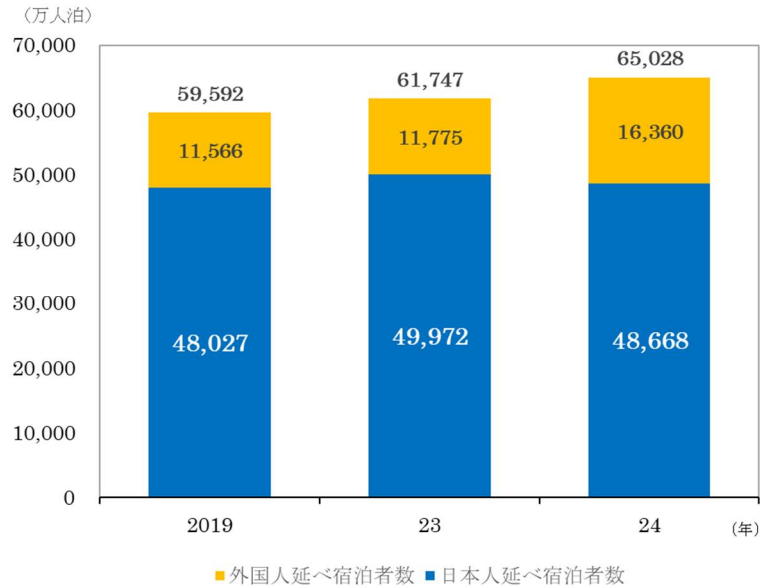
	2015年	16	17	18	19	20	21	22	23	24
日本人国内宿泊旅行	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0	13.7	17.8	20.3
日本人国内日帰り旅行	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2	3.4	4.1	4.8
日本人海外旅行（国内分）	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1	0.6	0.9	1.0
訪日外国人旅行	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1	0.9	5.3	8.1
合計	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4	18.7	28.1	34.3

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」
注 1：2024 年は速報値。
注 2：2020 年から 2022 年までの「日本人海外旅行（国内分）」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。
注 3：2020 年から 2022 年までの「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 4：四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、2024 年は6億 5,028 万人泊（2019 年比 9.1% 増）であり、過去最高となった。このうち、日本人延べ宿泊者数は4億 8,668 万人泊（2019 年比 1.3% 増）、外国人延べ宿泊者数は1億 6,360 万人泊（2019 年比 41.5% 増）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 25.2% 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



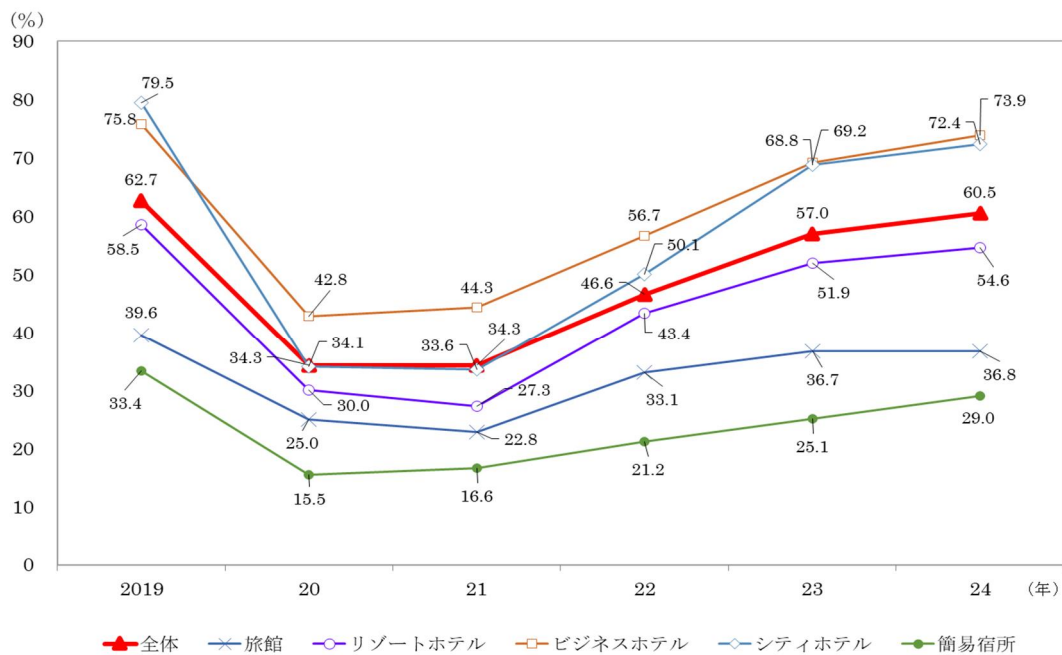
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2024 年は速報値。

注2：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

2024 年の客室稼働率は 60.5% となり、引き続き回復傾向にある（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

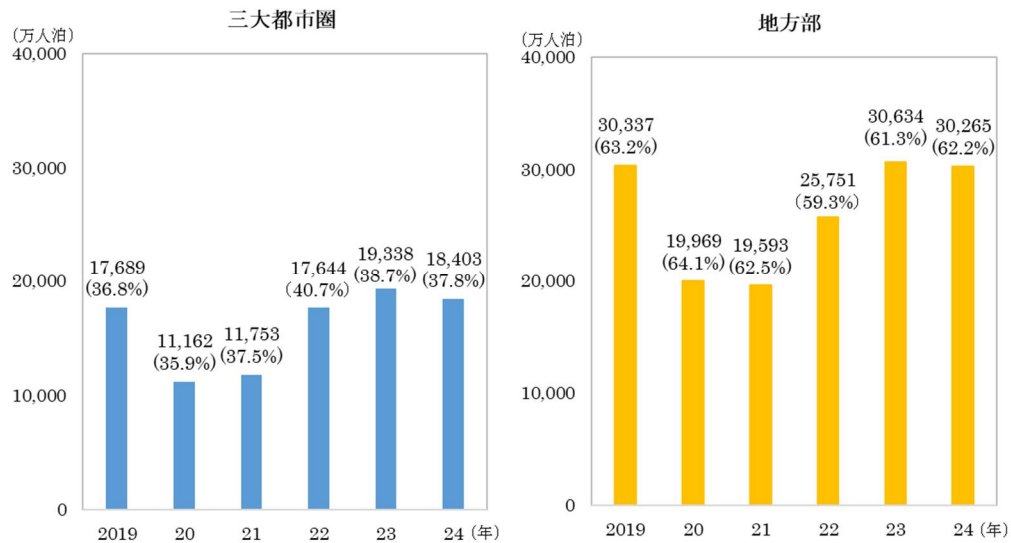


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2024 年は速報値。

日本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、2024 年は三大都市圏では 1 億 8,403 万人泊、地方部では 3 億 265 万人泊となった（図表 I－21）。

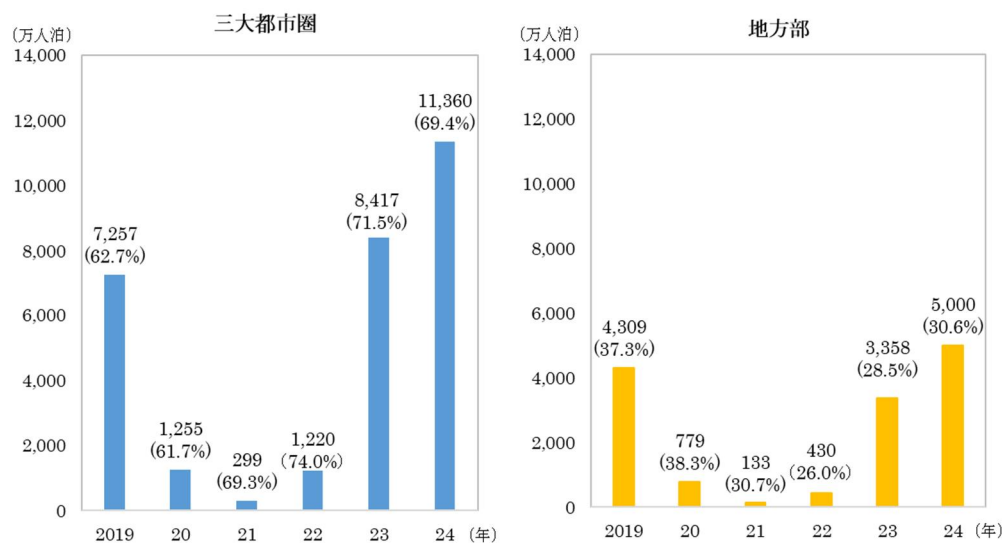
図表 I－21 三大都市圏及び地方部の日本人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注 1：2024 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、2024 年は三大都市圏では 1 億 1,360 万人泊、地方部では 5,000 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



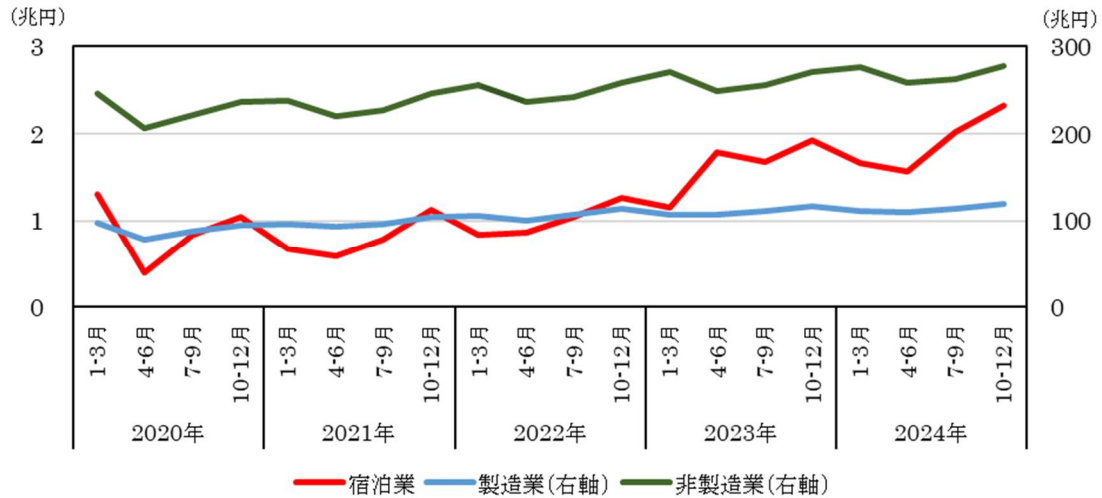
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注 1：2024 年は速報値。
 注 2：（ ）内は構成比を表している。

第4節 観光関連産業の状況 (2024年④)

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拡大の影響により、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、以降は緩やかな増加傾向にある(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」に基づき観光庁作成。

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、グラフは資本金等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。

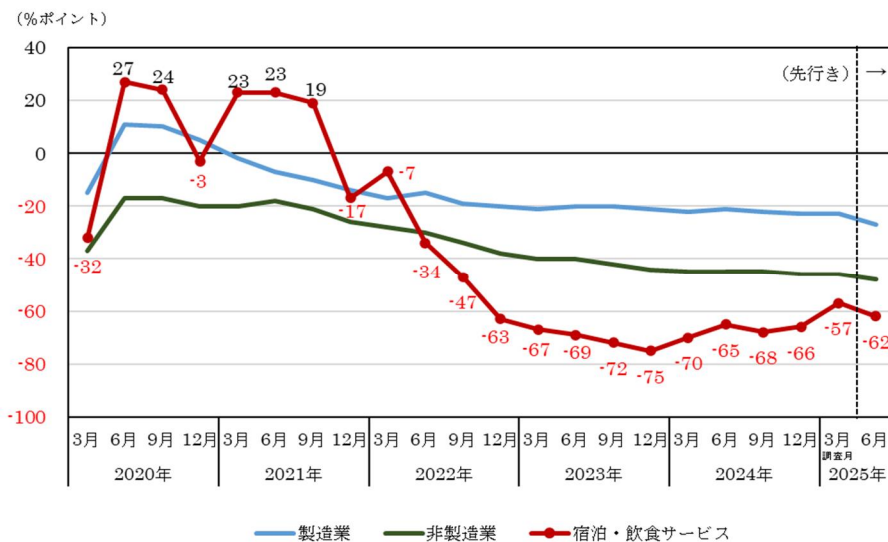
2 雇用の状況

(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.を確認する。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)」に基づき観光庁作成。

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、グラフは全規模合計(大企業、中堅企業及び中小企業)の数値。

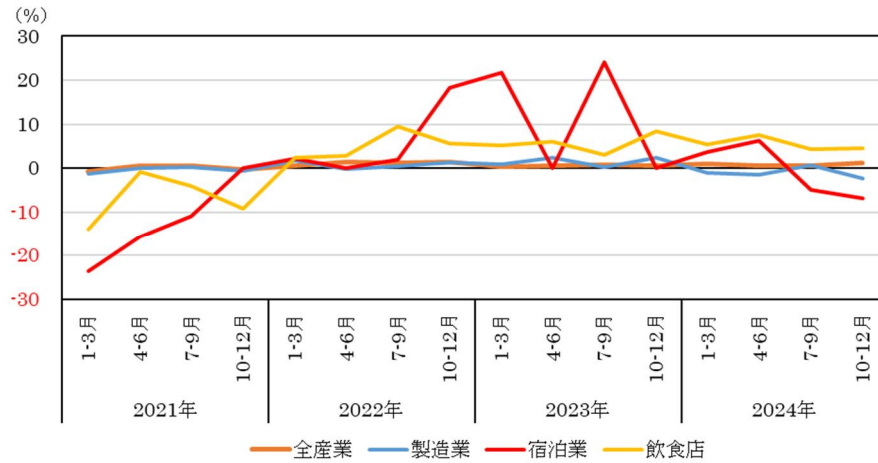
注2：業種区分は、日本標準産業分類をベースに製造業を17業種、非製造業を14業種に区分。

注3：雇用人員判断D.I. (「過剰」・「不足」)。全国ベース。2025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 2022 年後半から回復傾向で推移していたが、回復が一服し 2024 年後半は前年同期を下回った（図表 I－25）。

図表 I－25 雇用者数の推移（前年同期比）



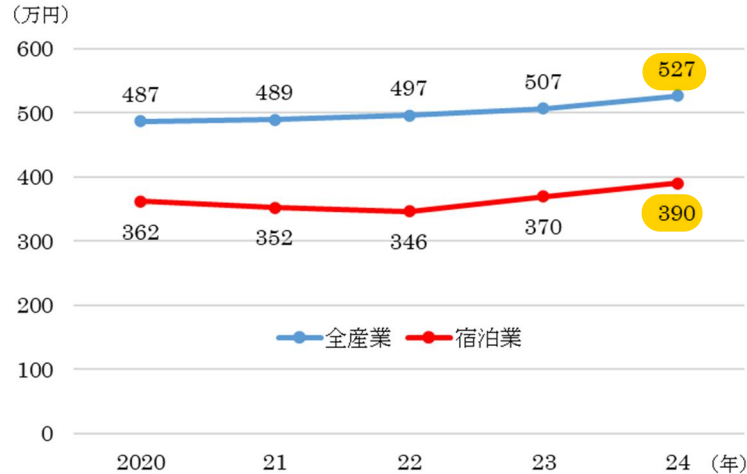
資料：総務省「労働力調査」に基づき観光庁作成。

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、2020 年から 2024 年にかけてほぼ横ばいで推移しており、依然として全産業の水準を下回っている（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（期間を定めて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、グラフは企業規模合計（常用労働者10人以上）の数値。

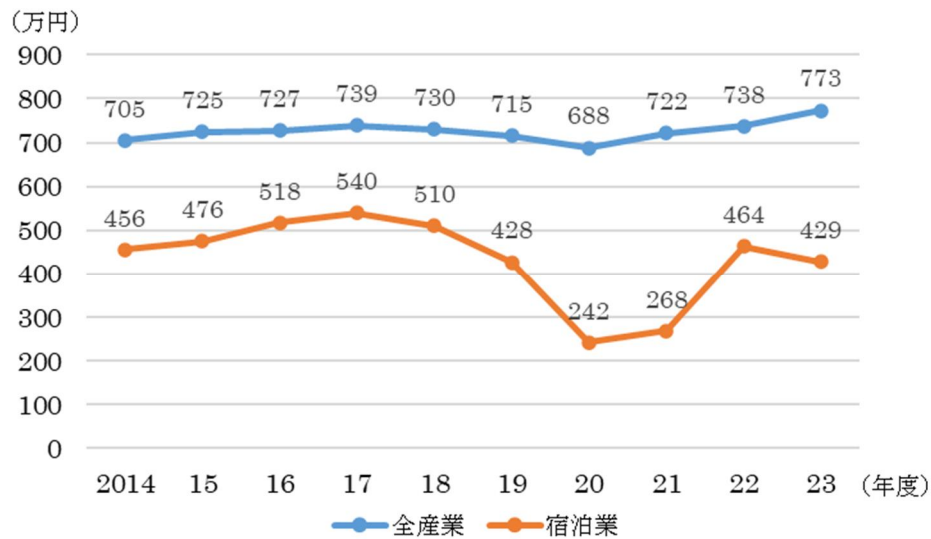
注2：産業分類は、日本標準産業分類に準拠している。

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。

(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。以降は回復傾向がみられたが、宿泊業の労働生産性は全産業の水準を依然として下回っている（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、グラフは全ての企業規模（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。

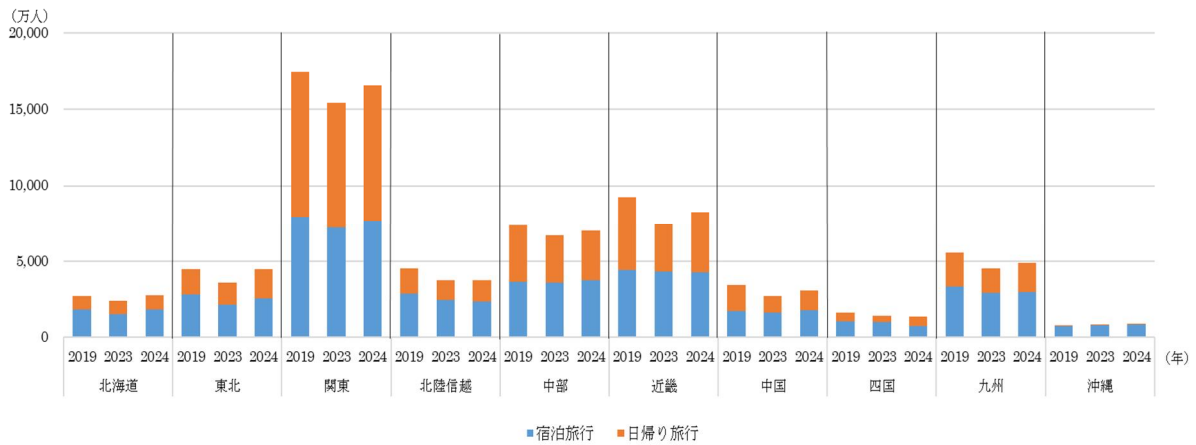
注3：労働生産性は付加価値額÷期中平均従業員数から算出。全産業は金融業、保険業を除く値。

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（2024年③）

2024 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 6,542 万人（全体の 30.7%）、近畿が 8,265 万人（同 15.3%）、中部が 7,044 万人（同 13.1%）となり、同 3 地域で全国の延べ旅行者数の 59.1%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）



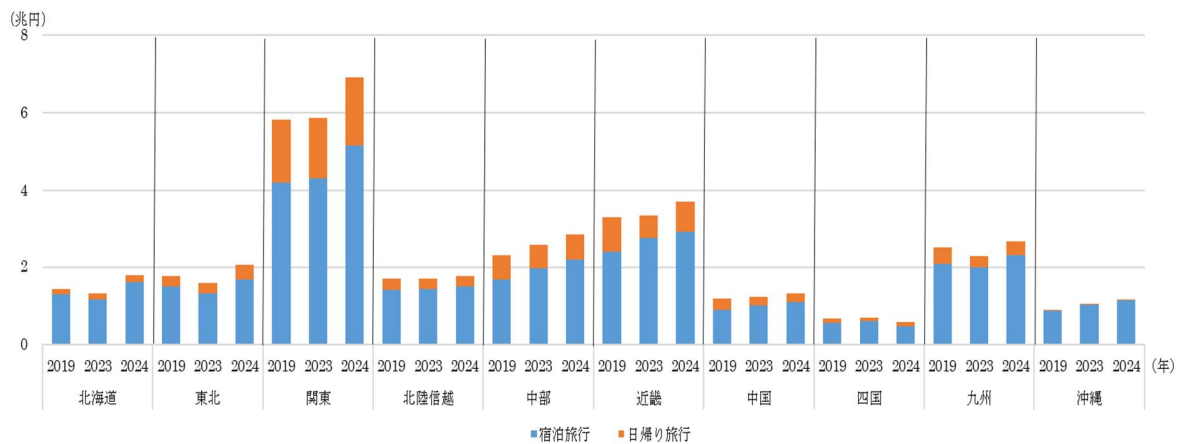
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注 1：2024 年は速報値。

注 2：主目的地別の延べ旅行者数。主目的地とは、目的地のうち最も国内旅行消費額が大きい都道府県をいう。

2024 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 6.9 兆円（全体の 27.6%）、近畿が 3.7 兆円（同 14.8%）、中部が 2.8 兆円（同 11.3%）となり、同 3 地域で全国の旅行消費額の 53.6%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」

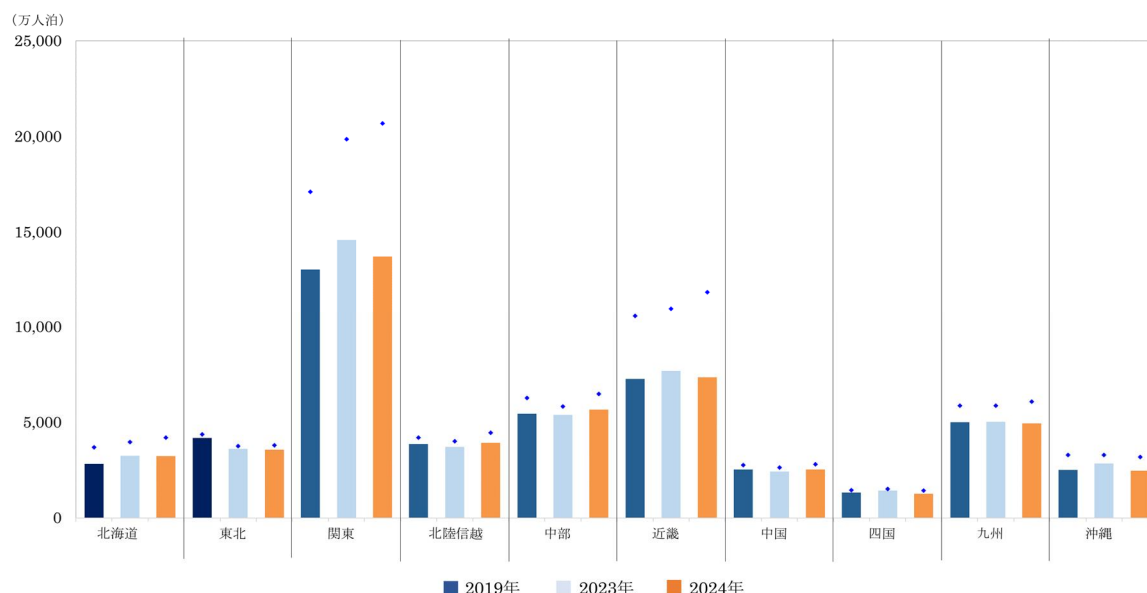
注 1：2024 年は速報値。

注 2：主目的地別の旅行消費額。主目的地とは、目的地のうち最も国内旅行消費額が大きい都道府県をいう。

2024 年の延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が 2 億 694 万人泊（全体の 31.8%）、近畿が 1 億 1,857 万人泊（同 18.2%）、中部が 6,499 万人泊（同 10.0%）となり、同 3 地域で全国の延べ宿泊者数の 60.1%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 3,722 万人泊（全体の 28.2%）、近畿が 7,355 万人泊（同 15.1%）、中部が 5,657 万人泊（同 11.6%）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）



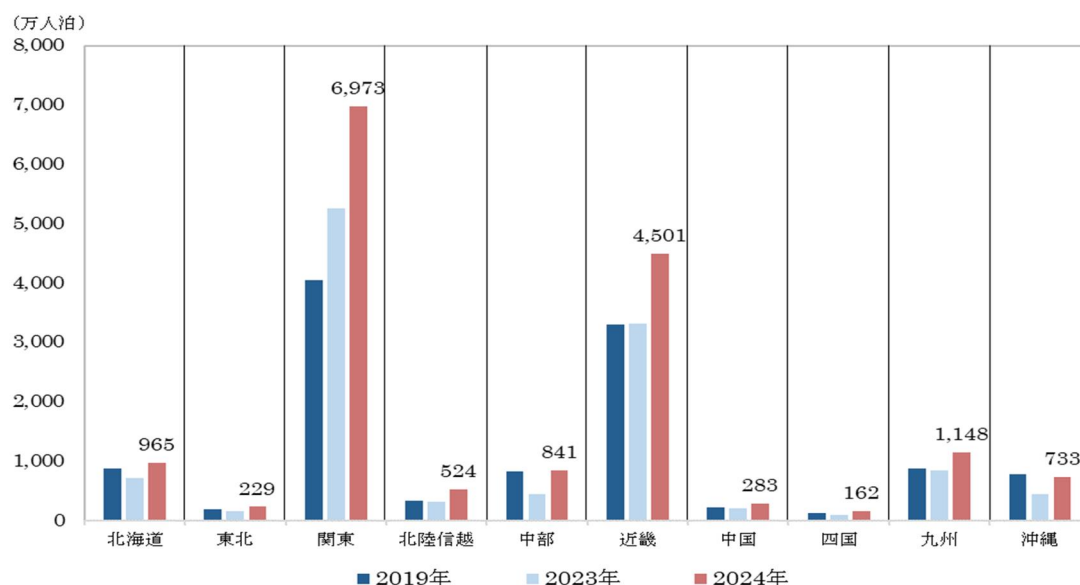
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注 1：2024 年は速報値。

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

外国人延べ宿泊者数を地方ブロック別にみると、関東が 6,973 万人泊（全体の 42.6%）、近畿が 4,501 万人泊（同 27.5%）、九州が 1,148 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 77.2%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 1：2024 年は速報値。

第3章 日本人の国内旅行の活性化に向けて

持続可能な観光立国を実現するためには、力強い成長軌道にあるインバウンド市場に加え、日本人の国内旅行市場の活性化が不可欠である。2024年の訪日外国人旅行消費額は過去最高の8.1兆円となったが、同年の日本人の国内旅行消費額はそれを大きく上回る25.1兆円であった。他方、人口減少や少子高齢化が進む中、日本人の国内旅行者数は長期的に横ばい傾向にあり、一人当たり旅行回数や宿泊数も伸び悩んでいる。

日本人国内旅行の振興は、国内交流の拡大を通じて地域経済・社会の活性化につながるとともに、国民が豊かな人生を生きる活力になるなど経済的及び社会的観点から重要な意義を持つ。今後は更なる人口減少による影響が避けられない状況も踏まえ、インバウンドの拡大とともに国内交流の拡大にも一層取り組んでいく必要がある。

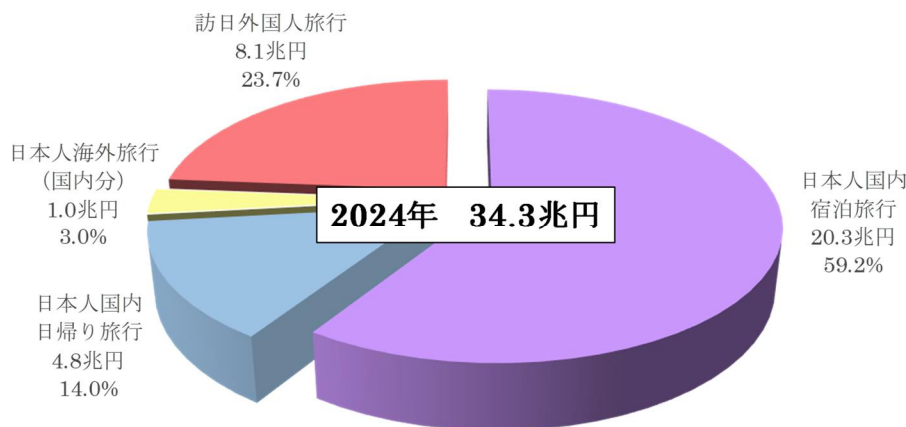
本章では、国内旅行振興の意義や日本人の国内旅行の概況を改めて整理し、国内旅行の活性化に向けた課題を明らかにした上で、必要な政策の方向性について検討する。

第1節 日本人の国内旅行における現状と課題

1 国内旅行振興の意義

第一に、2024年の日本人の国内旅行消費額は25.1兆円であり、インバウンド需要が急速に拡大している状況においても、依然として国内における旅行消費額全体の7割超を占める。観光産業は裾野が広い産業であることも踏まえれば、国内旅行市場の維持・拡大は我が国経済の持続的な発展に重要な役割を果たすと考えられる（図表I-18）。

【再掲】図表I-18 日本国内における旅行消費額（2024年）



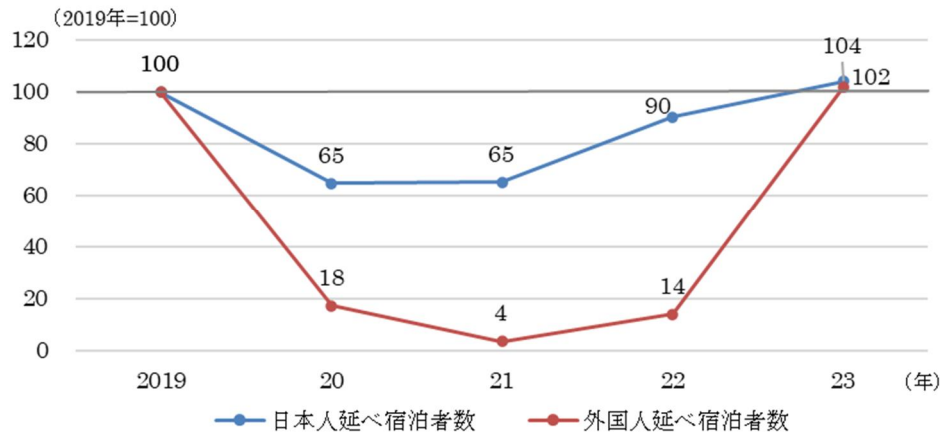
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」

注1：速報値。

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。

第二に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大期の経験から、インバウンドと比べた国内旅行市場の外的要因に対する強靱さが明らかになった。観光地・観光産業は新型コロナウイルス感染症拡大による移動制限等により厳しい状況に置かれ、2021年の外国人延べ宿泊者数は2019年比で4%まで落ち込んだが、同年の日本人延べ宿泊者数は、全国旅行支援等の需要喚起策もあって2019年比65%にとどまった。また、日本人延べ宿泊者数は外国人延べ宿泊者数よりも早期に回復した（図表Ⅰ－32）。

図表Ⅰ－32 日本人・外国人延べ宿泊者数の変化（2019年～2023年）

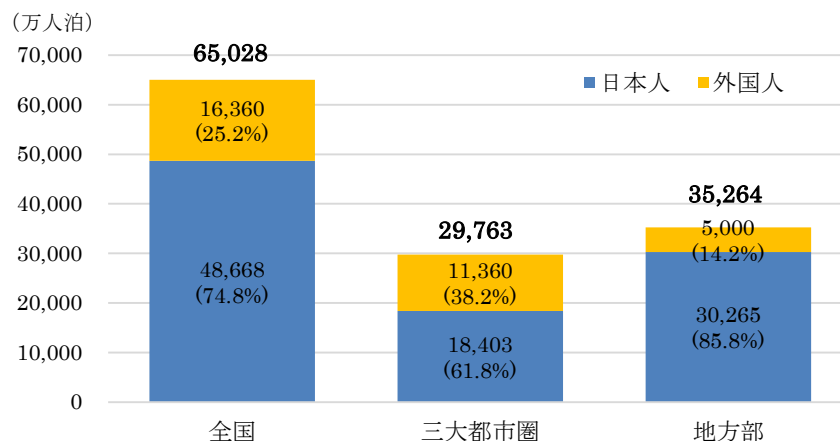


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：日本人・外国人延べ宿泊者数は、2019年を100として指数化。

第三に、国内旅行の振興は、特に人口減少が進む地方部の経済・社会の活性化に大きく貢献すると考えられる。2024年の延べ宿泊者数全体に占める日本人・外国人延べ宿泊者数の割合をみると、全国では日本人宿泊者が7割超、外国人宿泊者が3割弱となっている。これを三大都市圏・地方部別にみると、三大都市圏では日本人宿泊者が約6割に対し、地方部では9割弱であり、特に地方部における旅行需要は日本人による需要に支えられていることが明らかである（図表Ⅰ－33）。

図表Ⅰ－33 全国、三大都市圏及び地方部における日本人・外国人延べ宿泊者数の割合（2024年）



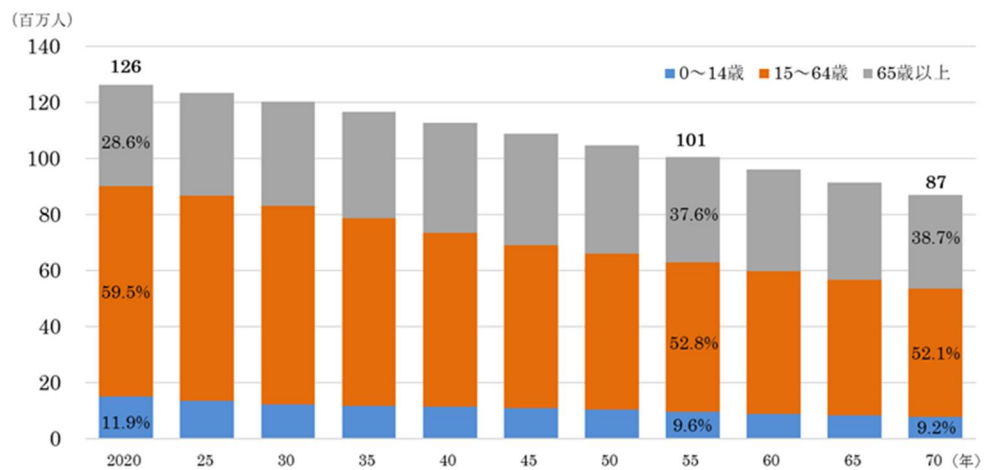
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：速報値

このほか、国内外への旅行がもたらす感動や満足感は、国民が豊かな人生を生きるための活力を生み出すとともに、地域の文化や歴史等に触れることで自らの地域に誇りと愛着を生むなど、観光振興は社会的側面からも重要な意義を持つ。

他方、今後の更なる人口減少・少子高齢化による国内旅行市場への影響は避けられない状況にある。日本の将来推計人口をみると、2055年には総人口が約1億人となり、2070年には総人口が2020年から約3割減少し、約4割が65歳以上になるとの見通しである（図表Ⅰ－34）。国内旅行市場の担い手が減少していく中、一人当たりの旅行実施率や旅行回数の増加、滞在長期化を通じて、国内交流拡大を実現するための一層の取組が求められる。

図表Ⅰ－34 日本の将来推計人口



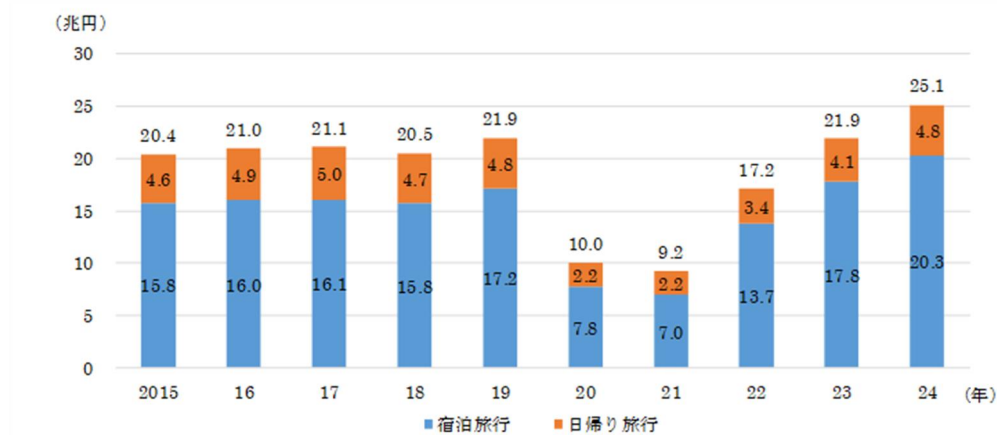
資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）（中位推計）」に基づき観光庁作成。

2 日本人国内旅行の現状

(1) 日本人国内旅行市場の概況

日本人の国内旅行消費額は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、2020年及び2021年に落ち込んだものの、その後は回復し、2024年は過去最高の25.1兆円となった（図表I-17）。これは延べ旅行者数が回復傾向にあることや、宿泊料をはじめとする物価上昇等により一人1回当たり旅行支出（旅行単価）が増加したことによる。他方、長期的にみれば、旅行単価は増加傾向であるのに対し、延べ旅行者数はおおむね横ばいとなっている（図表I-35、図表I-36）。

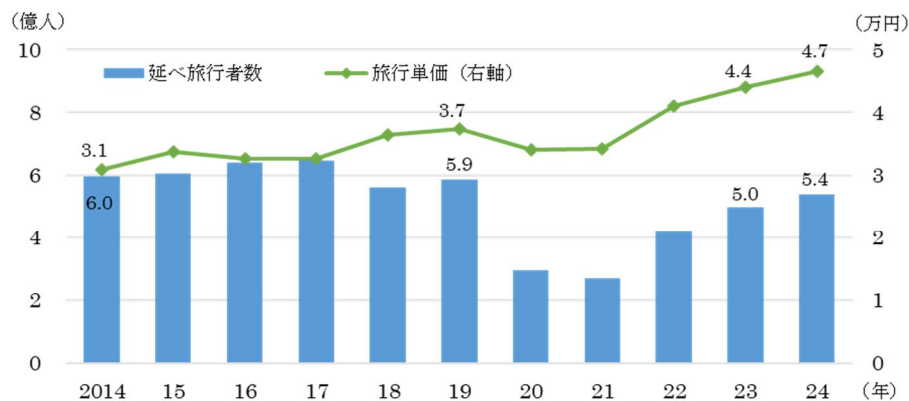
【再掲】図表I-17 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2024年は速報値。

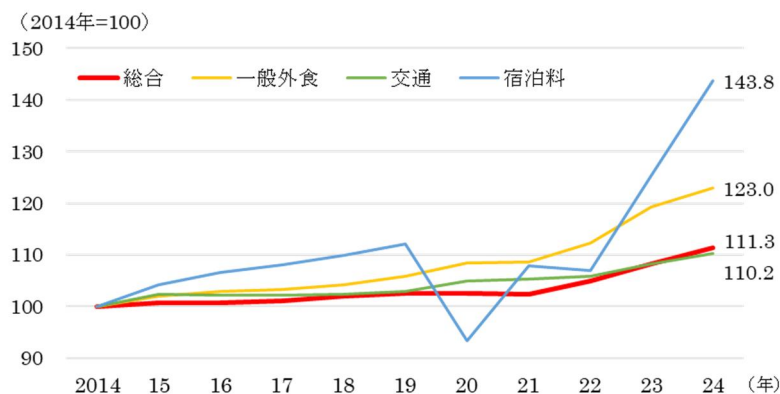
図表I-35 日本人国内延べ旅行者数及び一人1回当たり旅行支出（旅行単価）の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2024年は速報値。

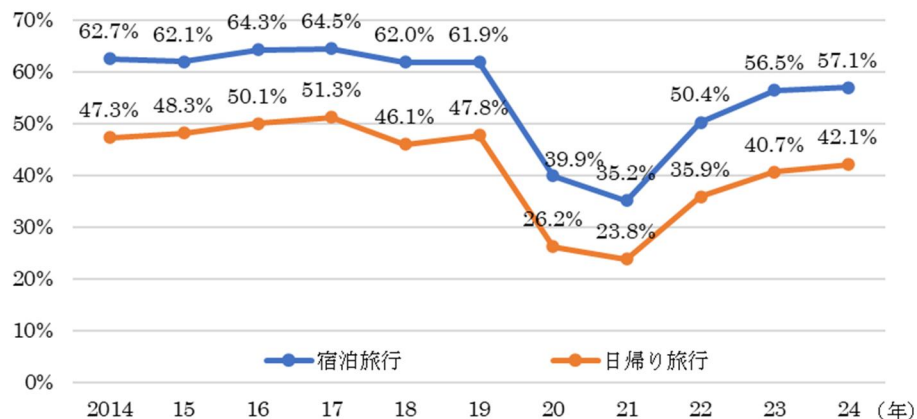
図表I-36 消費者物価指数の推移



資料：総務省「消費者物価指数」に基づき観光庁作成。

日本人の国内旅行経験率をみると、2024 年は宿泊旅行では 57.1%、日帰り旅行では 42.1%であり、いずれも 2019 年水準を下回っている。長期的にみても伸び悩んでおり、国民の国内旅行経験率の向上は課題である（図表 I－37）。

図表 I－37 日本人国内旅行経験率の推移

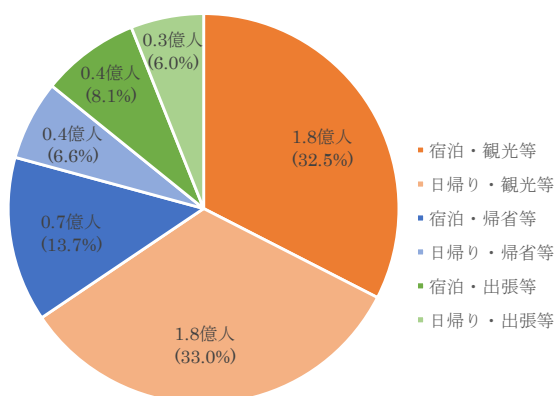


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
注1：2024 年は速報値。

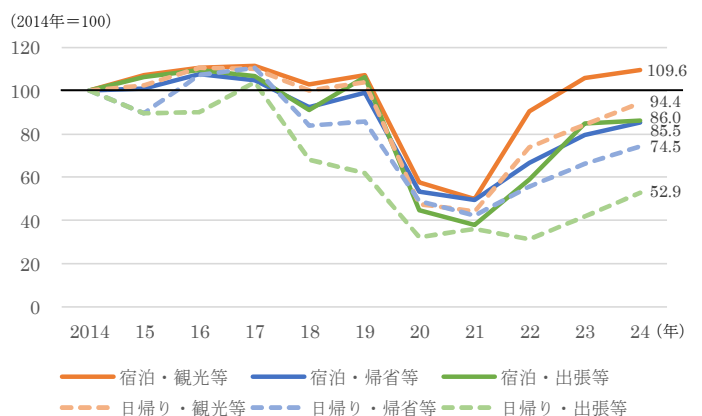
次に 2024 年の日本人延べ旅行者数を旅行目的別にみると、観光・レクリエーション目的の旅行者が全体の 7 割弱、帰省・知人訪問等目的については約 2 割、出張・業務目的については 1 割超である。それぞれの推移をみると、宿泊の観光・レクリエーション目的の旅行者数は新型コロナウイルス感染症流行後の回復が早く、2024 年時点では 10 年前の 2014 年と比較して約 1 割の増加となっている。一方、日帰りの帰省・知人訪問等目的や出張・業務目的の旅行者数は新型コロナウイルス感染症流行後の回復が緩やかであり、足下の全体の延べ旅行者数を押し下げているとみられる（図表 I－38）。

図表 I－38 旅行目的別、宿泊・日帰り別日本人国内延べ旅行者数

国内延べ旅行者数の
旅行目的別内訳（2024 年）



旅行目的別国内延べ旅行者数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

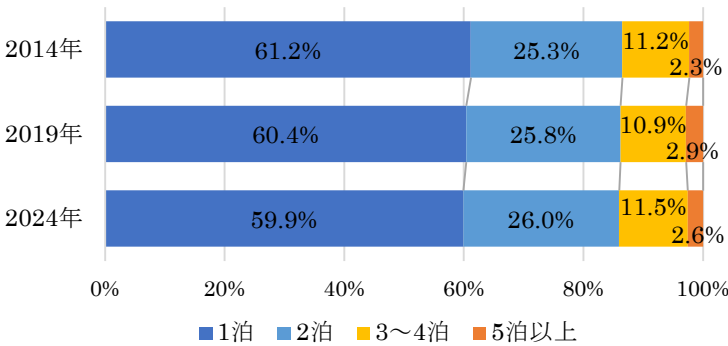
注1：2024 年は速報値。

注2：グラフ中の「観光等」は「観光・レクリエーション」目的、「帰省等」は「帰省・知人訪問等」目的、「出張等」は「出張・業務」目的の旅行者数。

注3：旅行目的別国内延べ旅行者数は、2014 年を 100 として指数化。

シェアが高い観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行における一人1回当たり宿泊数についてみると、1泊の旅行が全体の約6割、2泊の旅行が約3割を占める。大半が短期の旅行となる傾向が続いており、国内旅行の滞在長期化も課題の一つである（図表 I－39）。

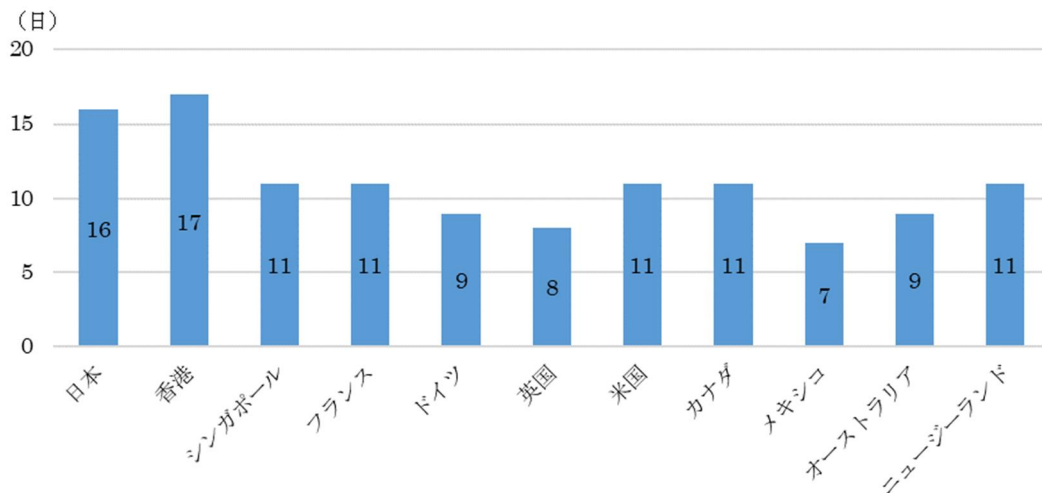
図表 I－39 国内宿泊旅行の一人1回当たり宿泊数



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）
注1：2024年は速報値。

日本人の休日や休暇の状況を確認するため、日本を含む世界 11 か国・地域⁸における年間祝日数及び有給休暇取得状況をみてみる。2025 年の日本の年間祝日数は 16 日であり、11 か国・地域の中で香港に次いで多い。他方、2023 年の有給休暇取得日数をみると、香港や欧州諸国では 25 日超であるが、日本では 12 日であり、11 か国・地域の中で米国に次いで少ない。有給休暇取得率も日本では約 6 割と 11 か国・地域の中で最も低い。日本では国民が一斉に休日を迎え、かつ有給休暇取得日数が少ないことが旅行時期の集中や短期の旅行につながっていると考えられる（図表 I－40、図表 I－41）。

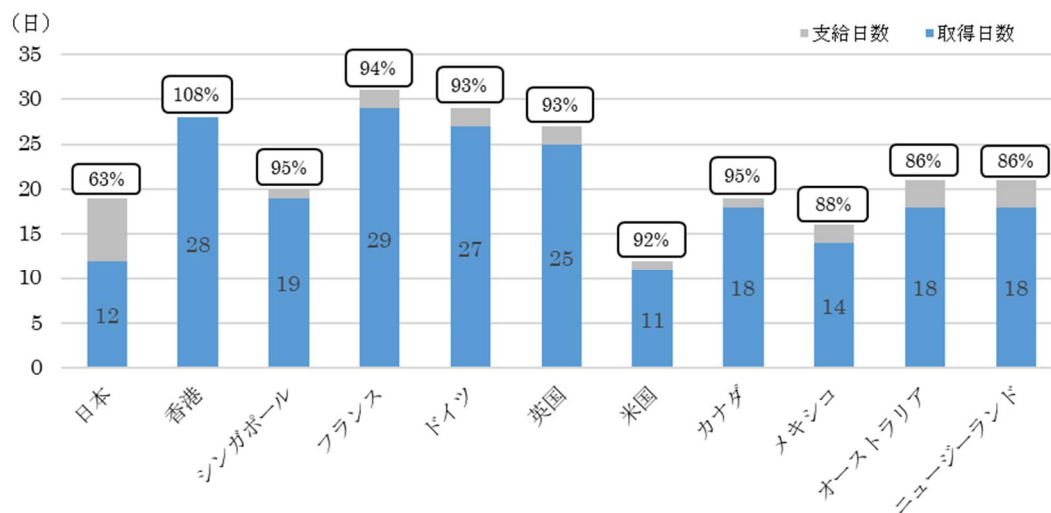
図表 I－40 世界 11 か国・地域における年間祝日数（2025 年）



資料：日本貿易振興機構「各国基本情報 祝祭日」に基づき観光庁作成。

注 1：日本の祝日数については、「国民の祝日に関する法律（昭和 23 年法律第 178 号）」で定める国民の祝日の日数。
日本以外の各国・地域の祝日数については、全国の祝日数であり、各地域や州ごとの祝日は含まれない。

図表 I－41 世界 11 か国・地域における有給休暇の取得状況（2023 年）



資料：エクスぺディア「有給休暇の国際比較調査 2024」に基づき観光庁作成。

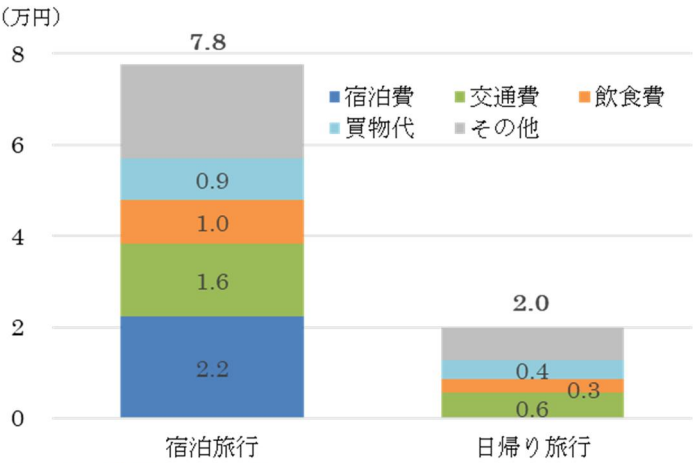
注 1：本調査は、世界 11 か国・地域の 11,580 人を対象にアンケート調査を実施したもの。

注 2：枠内の数値は有給休暇取得率（有給休暇の取得日数÷支給日数）。

⁸ 世界 11 か国・地域の対象は、エクスぺディア「有給休暇の国際比較調査 2024」と比較できるように、日本、香港、シンガポール、フランス、ドイツ、英国、米国、カナダ、メキシコ、オーストラリア及びニュージーランドとした。

2024 年の観光・レクリエーション目的の国内旅行における旅行単価をみると、宿泊旅行では 7.8 万円であり、日帰り旅行（2.0 万円）を大きく上回ることから、地域への経済効果等の観点からは宿泊旅行がより重要である。費目別にみると、宿泊旅行では宿泊費、次いで交通費、飲食費の順に高く、日帰り旅行では交通費、買物代、飲食費の順に高い（図表 I－42）。

図表 I－42 宿泊旅行・日帰り旅行の旅行単価（2024 年）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）

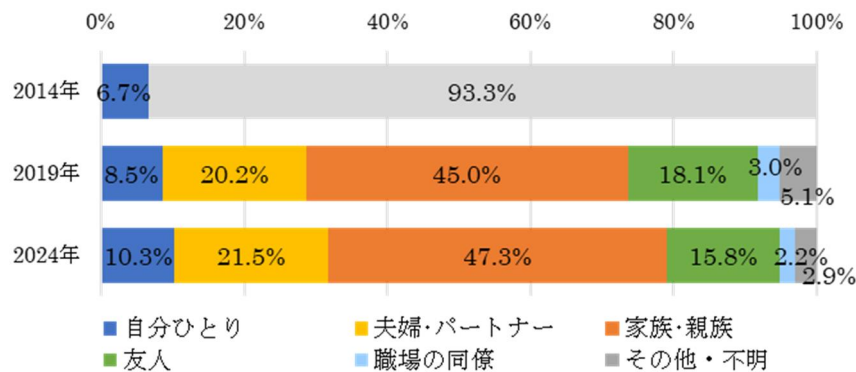
注1：速報値。

注2：「その他」は「旅行前後支出」、旅行中の「参加費」及び旅行中の「娯楽等サービス費・その他」の合計。

（２）同行者別にみた日本人国内旅行の動向

観光・レクリエーション目的の国内旅行における延べ旅行者数の同行者別割合をみると、家族・親族との旅行が約半数を占める。また、近年では友人との旅行が減少傾向にある一方、自分ひとりの旅行が増加傾向にある（図表Ⅰ－43）。

図表Ⅰ－43 国内延べ旅行者数の同行者別割合



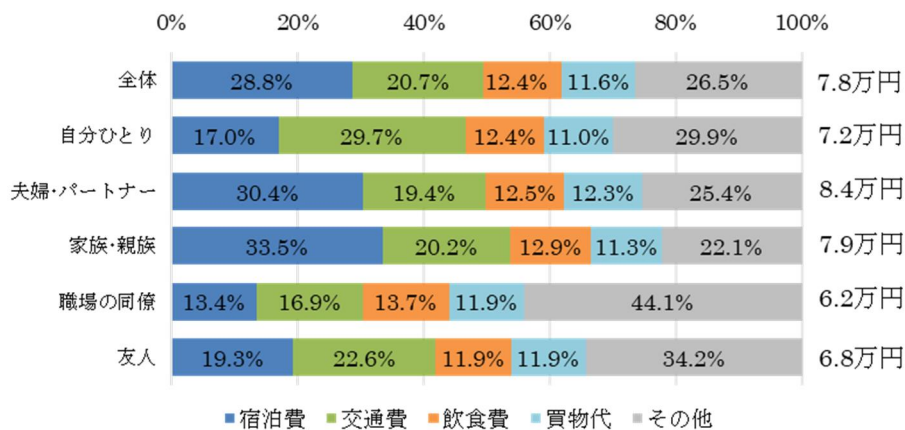
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）

注1：2024年は速報値。

注2：2014年調査では、同行者の選択肢が「本人のみ」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」及び「団体等」であったため、「本人のみ」を2019年及び2024年調査の「自分ひとり」と同一とみなした。

宿泊旅行の旅行単価の費目別構成比について同行者別にみると、自分ひとりの旅行では交通費の占める割合が全体の約3割と最も高く、移動に多く支出しているのに対し、夫婦・パートナーや家族・親族との旅行では、宿泊費の占める割合が約3割であり、宿泊に最もお金を掛けていることがわかる（図表Ⅰ－44）。

図表Ⅰ－44 宿泊旅行の同行者別旅行単価の費目別構成比（2024年）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）

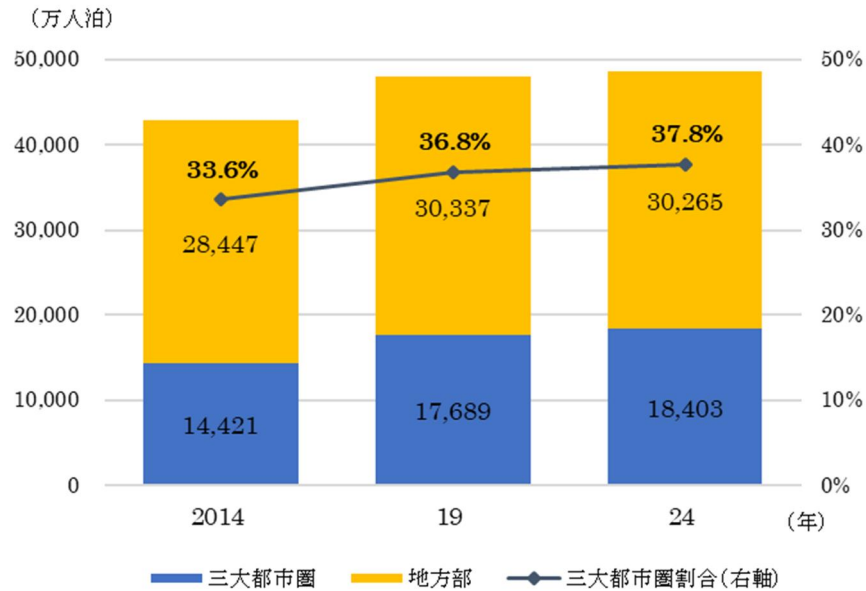
注1：速報値。

注2：「その他」は「旅行前後支出」、旅行中の「参加費」及び旅行中の「娯楽等サービス費・その他」の合計。

(3) 地域別にみた日本人国内旅行の動向

2024 年の日本人延べ宿泊者数を三大都市圏・地方部別にみると、三大都市圏の宿泊者数は全体の約 4 割、地方部の宿泊者数は約 6 割であり、日本人国内旅行においては地方部への旅行が三大都市圏への旅行を上回っている（図表 I－45）。

図表 I－45 三大都市圏・地方部別日本人延べ宿泊者数の推移

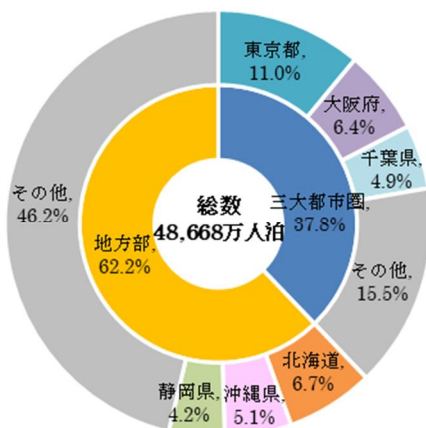


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2024 年は速報値。

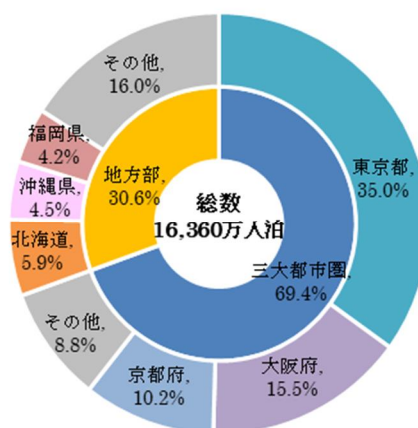
さらに、日本人延べ宿泊者数を都道府県別にみると、三大都市圏において全国に占めるシェアが最も高いのが東京都（11.0%）であり、地方部では北海道（6.7%）となっている。他方、外国人延べ宿泊者数は東京都、大阪府及び京都府の合計で全国の約 6 割を占めており、宿泊地域の偏りがみられる。日本人は全国の様々な地域で宿泊していることがわかる（図表 I－46）。

図表 I－46 都道府県別延べ宿泊者数（日本人・外国人、2024 年）

日本人延べ宿泊者数



外国人延べ宿泊者数

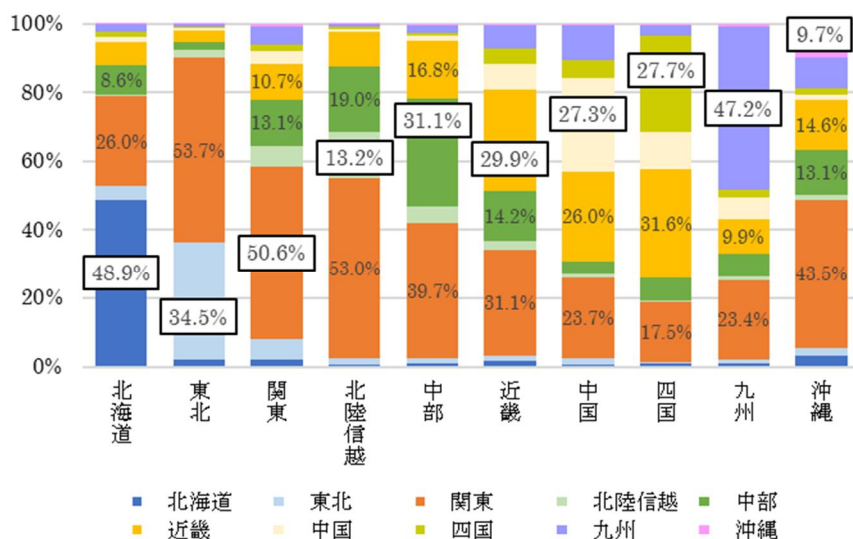


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：速報値。

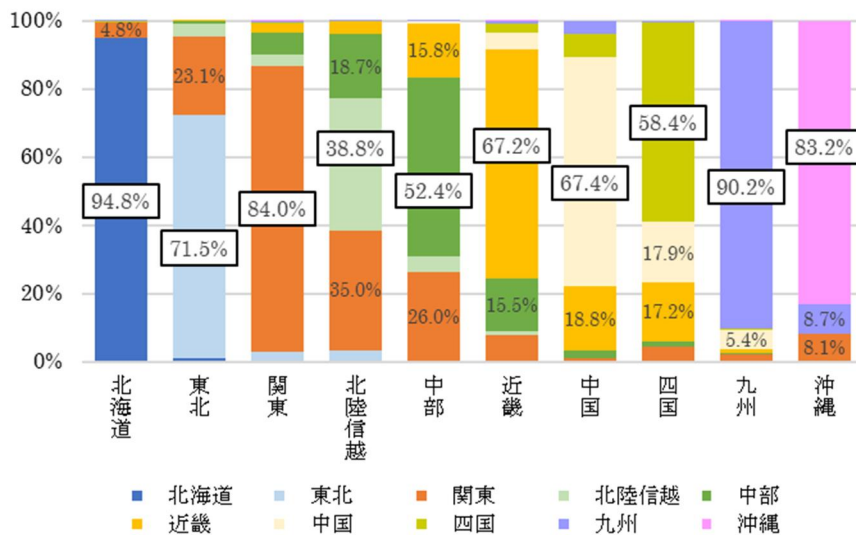
また、日本人国内旅行の主目的地別旅行者数の居住地別割合についてみると、地域によって傾向が異なるものの、全体として域内や近隣地域、人口の多い関東等からの旅行が多い。宿泊旅行についてみると、関東、北海道及び九州への宿泊旅行者の半数前後が域内居住者である一方、北陸信越や沖縄では、域内居住者割合は約1割であり、人口の多い関東居住者をはじめ域外の居住者が大半を占める。日帰り旅行についてみると、どの地域でも域内居住者割合が高く、特に北海道及び九州への日帰り旅行では9割超、関東及び沖縄への日帰り旅行では8割超が域内居住者である（図表 I－47）。

図表 I－47 主目的地別延べ旅行者数の居住地別構成比（2024 年）

（1）宿泊旅行



（2）日帰り旅行



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

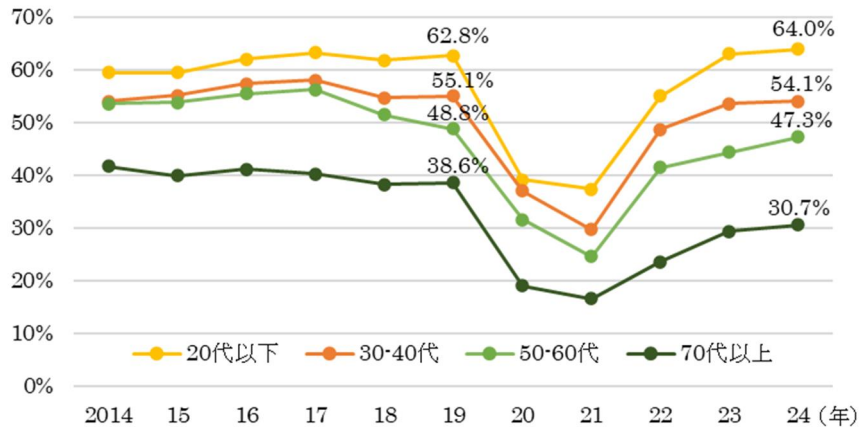
注1：速報値。

注2：枠内の数値は域内居住者割合。

(4) 年代別にみた日本人国内旅行の動向

年代別国内旅行経験率についてみると、若年層ほど高く高齢層ほど低い。また、若年層ほど新型コロナウイルス感染症拡大による落ち込みからの回復が堅調であるが、高齢層ほど回復が遅いことがわかる。2024年の旅行経験率は、20代以下では64.0%と2019年水準（62.8%）を上回ったが、70代以上では30.7%であり2019年水準（38.6%）を大きく下回っている（図表I-48）。

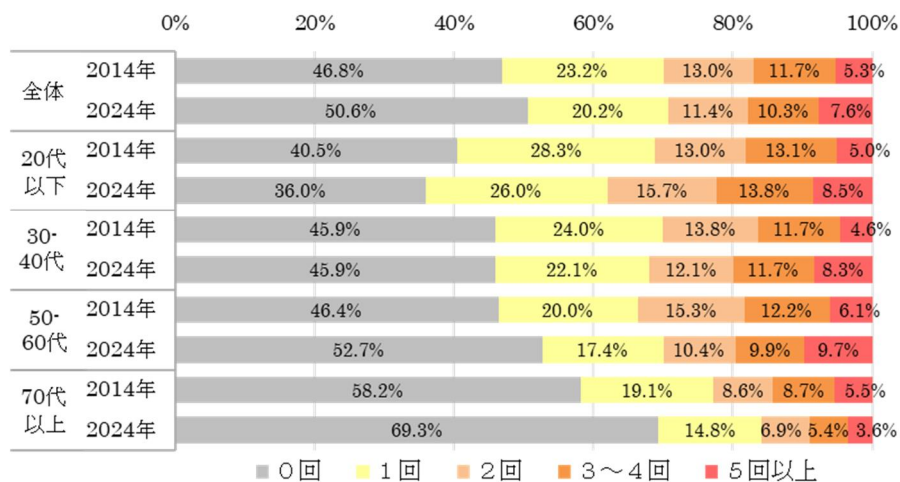
図表 I-48 年代別国内宿泊旅行経験率の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）
注1：2024年は速報値。

次に、観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行について、年間旅行回数の変化に着目すると、年代別に異なる傾向がみられた。全体及び50～60代では、2024年は10年前の2014年と比べ、旅行しなかった層（「0回」）と「5回以上」旅行した層の割合がともに増加し、旅行実施が二極化している傾向がうかがえる。20代以下では、「2回」や「5回以上」旅行した層が増加し、旅行の実施傾向が高まっている。30～40代では、旅行しなかった層の割合は変化がなかったものの、「5回以上」旅行した層が増加した。70代以上では、2024年は旅行しなかった層が全体の約7割を占め、2014年から増加しており、全体として旅行の実施傾向が下がっている（図表I-49）。

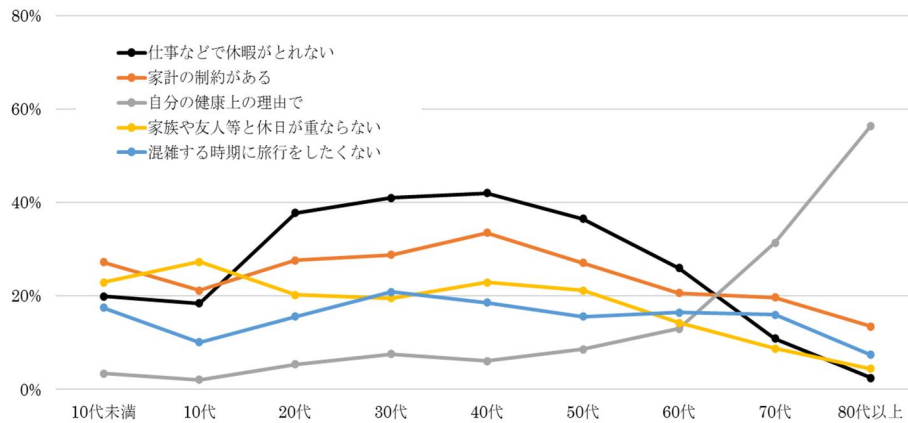
図表 I-49 年代別にみた国内宿泊旅行回数の構成比の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）
注1：2024年は速報値。

どの年代においても観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行をしなかった層は一定の割合で存在しており、観光庁「旅行・観光消費動向調査」では、彼らに当該目的の国内宿泊旅行をしなかった理由について尋ねている。この結果によれば、20代～60代では「仕事などで休暇がとれない」、「家計の制約がある」の順に高かった。次いで「家族や友人等と休日が重ならない」や「混雑する時期に旅行をしたくない」との回答も多く挙げられている。20代～60代では休暇取得の難しさや家計制約、同行者との日程調整等が旅行の実施にあたっての主なハードルになっていることがうかがえる。他方、70代や80代以上では「自分の健康上の理由で」が顕著に高く、これが高齢層の旅行実施を妨げている主な要因であるといえる（図表 I－50）。

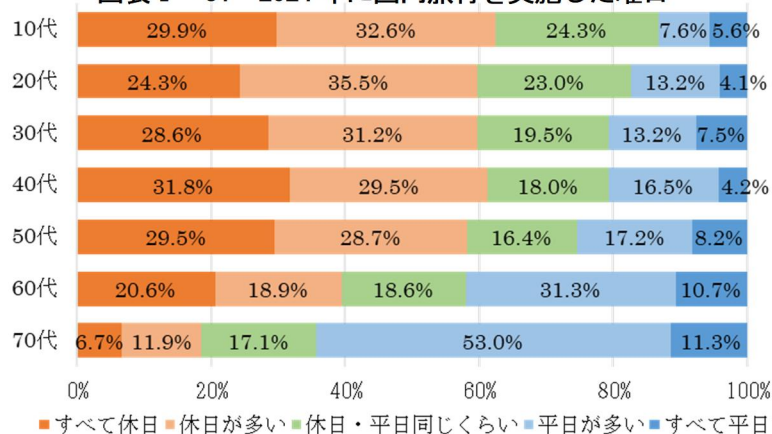
図表 I－50 観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行をしなかった理由（全年代上位5項目）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」個票データ（2024年7～9月期確報）

多くの旅行者にとって休暇取得の難しさや同行者と休日が重ならないことが旅行実施にあたっての主なハードルであることから、実際の国内旅行の実施時期についても確認する。観光庁調査⁹によると、2024年の国内旅行について、10代～50代の約6割が主に休日に実施している。これが観光地や観光産業の積年の課題である旅行需要の集中をもたらし、旅行者自身にとっても旅行費用の高騰や観光地の混雑に直面せざるを得ず、旅行意欲の減退につながっている可能性がある。旅行需要の平準化や旅行費用の低減、旅行意欲の向上の観点からも、より平日旅行がしやすい環境づくりを推進していく必要がある。一方、60代以上は平日に国内旅行をする傾向が高く、60代の約4割、70代の6割超が主に平日に旅行を実施している（図表 I－51）。

図表 I－51 2024年に国内旅行を実施した曜日



資料：観光庁調査

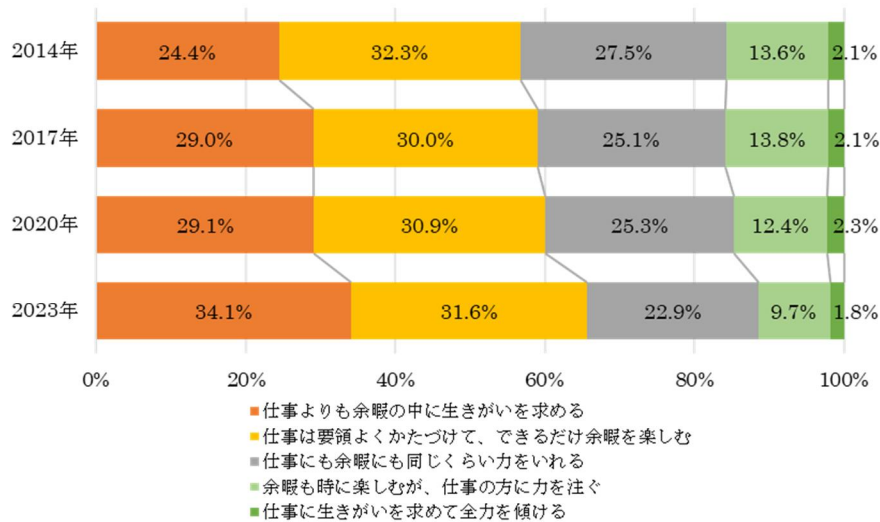
⁹ 観光庁では、日本国内に住む16歳～79歳までの男女3,000人を対象に、旅行志向等について2025年1月にオンラインで調査を実施。

(5) 日本人の生活や旅行についての意識

次に、日本人の生活や旅行についての意識を明らかにすることで、日本人の今後の国内旅行ニーズや潜在需要について探っていくこととする。

はじめに、日本人の生活における仕事と余暇の位置づけについて、公益財団法人日本生産性本部による2023年調査結果をみると、「仕事よりも余暇の中に生きがいを求める」との回答が34.1%と2014年から増加傾向にあり、「仕事は要領よくかたづけ、できるだけ余暇を楽しむ」との回答も含め全体の6割超となっていることから、仕事よりも余暇を重視する傾向が高まっている（図表I-52）。

図表 I-52 仕事重視、余暇重視の割合の推移



資料：公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2024」に基づき観光庁作成。

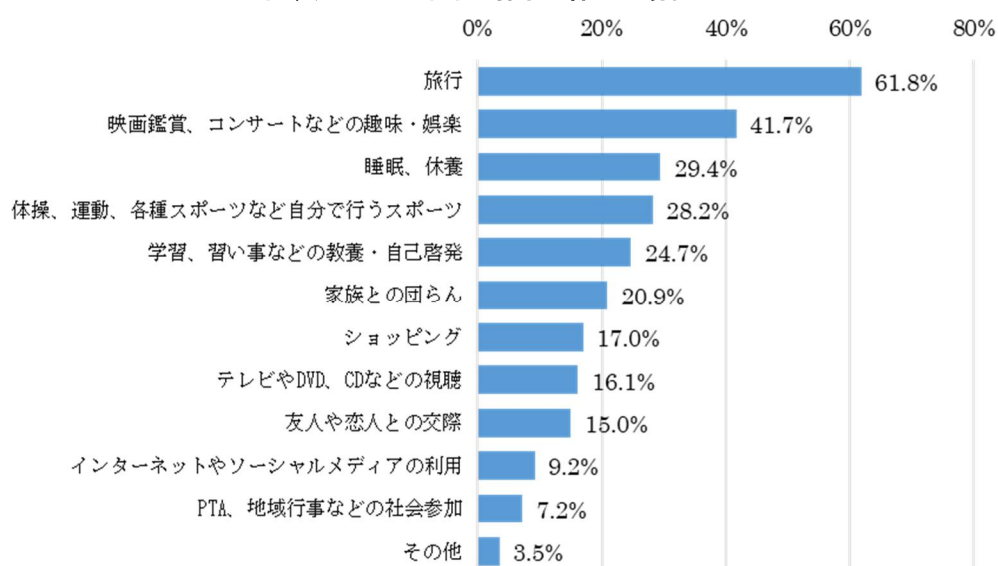
注1：全国15～79歳の約3,000人を対象とした調査結果による。

注2：「仕事」は勉強や家事を含む。

また、内閣府「国民生活に関する世論調査」によると、「自由時間が増えた場合にしたいこと」として「旅行」を挙げた回答者は全体の61.8%と最も高く、次いで「映画鑑賞、コンサートなどの趣味・娯楽」（41.7%）、「睡眠、休養」（29.4%）、「体操、運動、各種スポーツなど自分で行うスポーツ」（28.2%）であった。

旅行実施の傾向は年代ごとや同じ年代の中でもばらつきがあったものの、旅行は依然として多くの国民にとって余暇を充実させる重要な要素であることがうかがえる（図表I-53）。

図表 I-53 自由時間が増えた場合にしたいこと

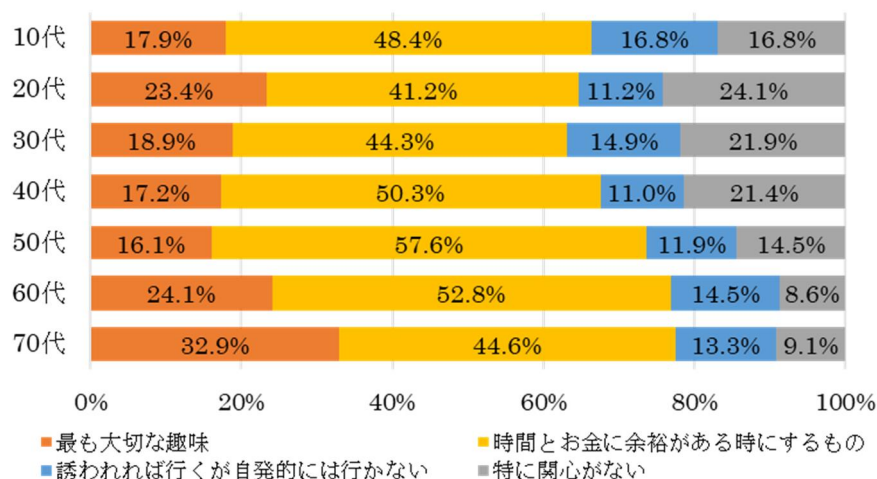


資料：内閣府「国民生活に関する世論調査」（令和6年8月調査）に基づき観光庁作成。

注1：本調査は、全国18歳以上の日本国籍を有する者3,000人を対象に令和6年8月及び9月に郵送で実施したもの。

さらに、観光庁調査において「あなたの旅行に対する考え方に最も近いもの」を尋ねたところ、どの年代においても旅行は「時間とお金に余裕がある時にするもの」との回答が最も高く、旅行は「最も大切な趣味」との回答は全体の約2～3割であった。20代については、旅行は「最も大切な趣味」、「特に関心がない」との回答がいずれも2割超とほかの年代と比べて高く、旅行に対する考え方が二極化していることが特徴的である。70代については、前述のとおり旅行しない層が多く、旅行実施の傾向は低かったものの、旅行は「最も大切な趣味」との回答が3割超と最も高く、潜在的な旅行需要が大きい可能性が考えられる（図表 I－54）。

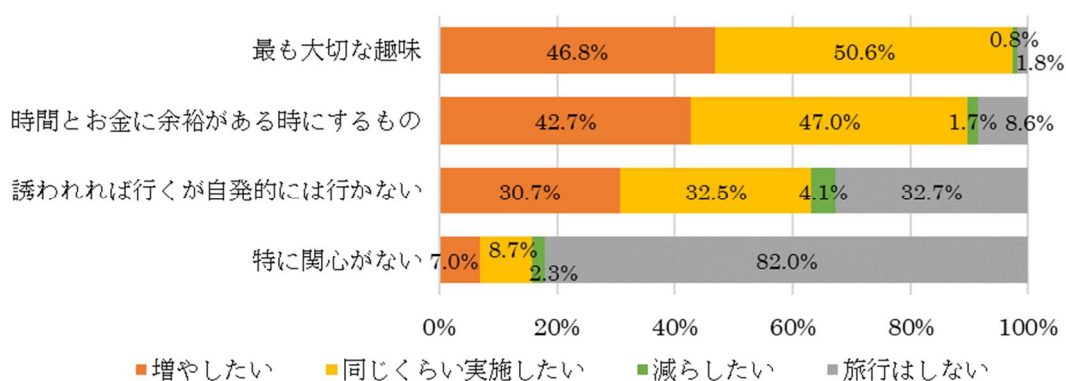
図表 I－54 旅行に対する考え方（2024 年）



資料：観光庁調査

続いて、今後の国内旅行の実施意向について尋ねてみると、旅行は「最も大切な趣味」と答えた人の97.4%、「時間とお金に余裕がある時にするもの」と答えた人の89.7%が、国内旅行を「増やしたい」又は「同じくらい実施したい」との回答であった。旅行は「誘われれば行くが自発的には行かない」と答えた人についても、6割超がこれまで以上に国内旅行を実施したいと回答しており、旅行に関心がない層を除き、大半の国民がこれまで以上に旅行を実施したいと考えていることがわかる（図表 I－55）。

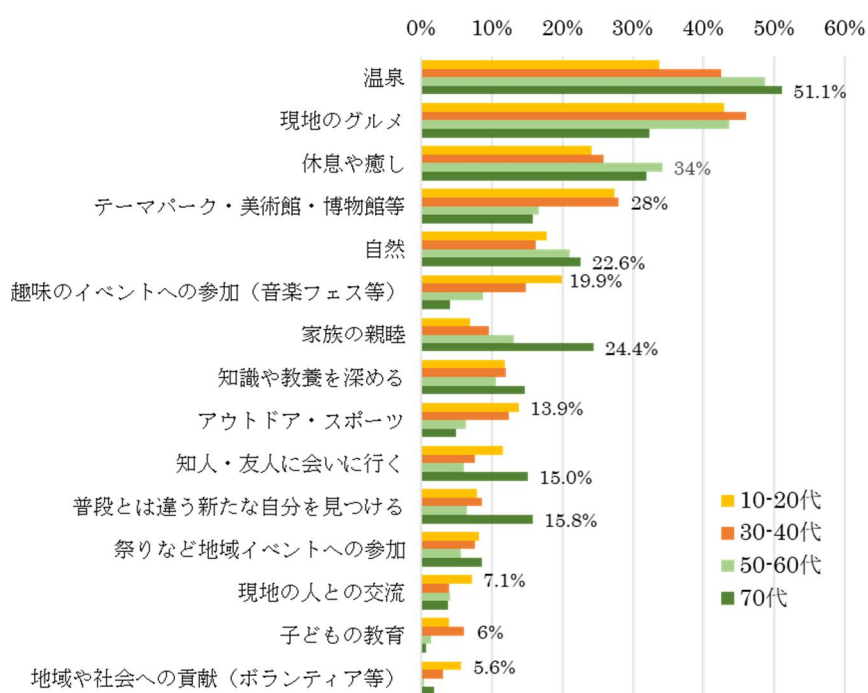
図表 I－55 旅行に対する考え方別にみた今後の国内旅行の実施意向（2024 年）



資料：観光庁調査

国内旅行市場の活性化にあたっては、旅行実施における様々なハードルを解消していく取組とともに、国民の旅行ニーズを適切に把握し、ニーズに沿った需要喚起策を検討することが求められる。このため、観光庁調査において「2024年に過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行」について尋ねたところ、全体として「温泉」や「現地のグルメ」、「休息や癒やし」目的の旅行が増えた又は増やしたいとの回答が多かった。年代別にみると、10-20代は、ほかの年代と比べて「温泉」、「休息や癒やし」、「家族との親睦」目的の旅行ニーズが低い一方、「趣味のイベントへの参加（音楽フェス等）」、「アウトドア・スポーツ」のほか、「現地の人との交流」、「地域や社会への貢献（ボランティア等）」といった人や地域とのつながりを重視する旅行ニーズも高いことがわかる。30-40代は「現地のグルメ」や「テーマパーク・美術館・博物館等」、「子どもの教育」、50-60代は「休息や癒やし」をほかの年代より重視する傾向がみられた。70代はほかの年代と比べて「温泉」、「自然」、「家族との親睦」等の目的の旅行ニーズが高かった（図表 I-56）。

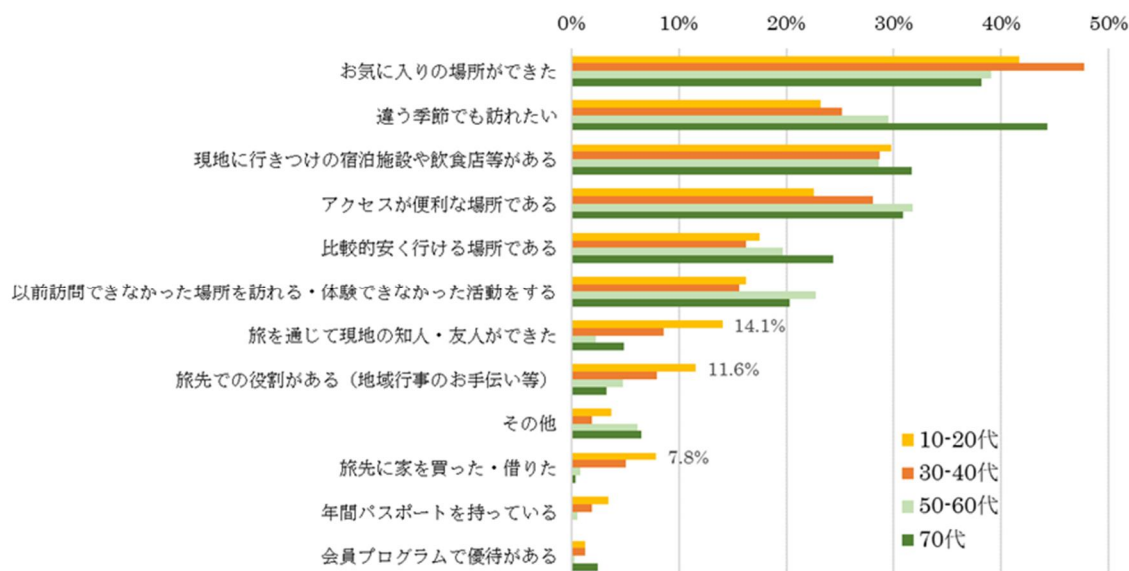
図表 I-56 過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行



資料：観光庁調査

観光庁調査によれば、2024年に実施した観光目的の国内旅行において、過去に訪れた目的地を再訪した旅行者は全体の約6割であり、その主な理由は「お気に入りの場所ができた」、「違う季節でも訪れたい」、「現地に行きつけの宿泊施設や飲食店等がある」、「アクセスが便利な場所である」等であった。他方で、10・20代に着目すると、「違う季節でも訪れたい」や「アクセスが便利な場所である」等の理由を挙げた割合は相対的に低く、「旅を通じて現地の知人・友人ができた」、「旅先での役割がある（地域行事のお手伝い等）」が1割超とほかの年代と比べて高かったことから、一部の若年層が地域の人との関係を維持するため、又は地域での役割を果たすために特定の地域を再訪する動きがあることがうかがえる（図表 I－57）。

図表 I－57 2024年の国内旅行において過去に訪れた目的地を再訪した理由

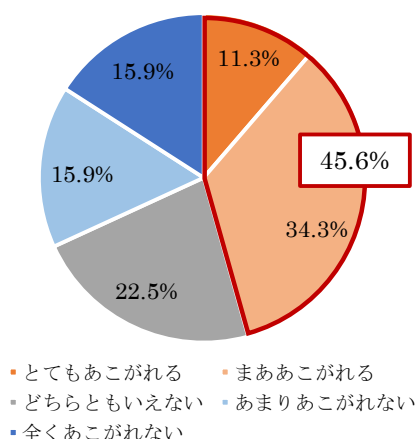


資料：観光庁調査

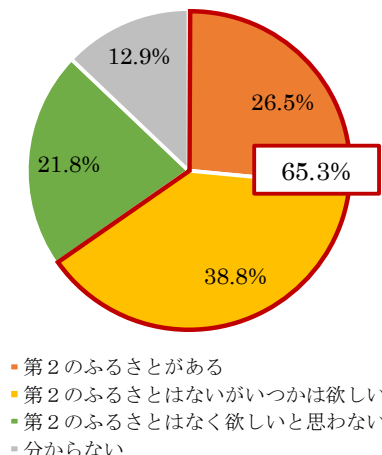
特に都心部に居住する若年層については、地方居住や地方とのつながりへの関心が高いとみられる。トラストバンク地域創生ラボ「東京圏の若者の地方に対する意識調査 2024」によると、東京圏在住の若者のうち、約半数が地方で暮らすことに憧れを持っており、7割弱が出身地ではなくとも愛着を感じる「第2のふるさと」と呼べる地域が「ある」又は「ないがいつかは欲しい」と回答している（図表 I－58）。

図表 I－58 地方への憧れ及び愛着を感じる地域に関する若者の意識

（1）地方に暮らすことへの憧れ



（2）出身地でなくとも愛着を感じる「第2のふるさと」の有無



資料：トラストバンク地域創生ラボ「東京圏の若者の地方に対する意識調査 2024」に基づき観光庁作成。
 注1：本調査は、東京圏（埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県）に居住する15歳～29歳967人を調査対象とし、2024年9月にオンラインで実施。

3 国内旅行の拡大に向けた課題（まとめ）

人口減少・少子高齢化が進む中、国内交流の拡大を通じて、25兆円に上の国内旅行市場を維持・拡大していくことは、地域経済の活性化のみならず、国民に豊かな人生を生きる活力や地域への誇り等をもたらす観点からも極めて重要である。

本節でみたとおり、我が国の国内旅行市場は長期で伸び悩んでいる。この背景には、一人当たり旅行実施率や旅行回数が少ない高齢人口の増加と、休暇取得等をはじめ、旅行を実施するにあたって様々なハードルがあることがわかった。他方、国民が生活において余暇を重視する傾向は高まっており、旅行は今なお多くの国民にとって余暇を充実させる重要な要素である。また、現在及び将来にわたって市場を支える若年層の旅行実施の傾向が高まっていることは、明るい兆しと考えられる。

国内旅行の活性化に向けては、将来にわたって国内旅行市場を支える若年層、特に休暇取得等に課題がある子育て世代を含む中間層、観光によってより豊かな暮らしを実現できる可能性がある高齢層それぞれが求める旅行ニーズを踏まえた交流市場の開拓や、旅行実施における各種ハードルを解消していく取組が必要である。

若年層については、休暇取得や家計制約等が主なハードルであるものの、ほかの年代や過去の若年層と比べて国内旅行実施の傾向が高く、趣味のイベント参加や現地の人との交流、地域社会への貢献等の目的の旅行志向が高い。若年層の更なる旅行促進に向けては、官民連携で柔軟に休暇取得ができるような環境整備に取り組むことに加え、各地域や事業者において、人・地域とのつながりや地域貢献等を重視した旅行が実現できるような対応が求められる。

子育て世代を含む中間層については、休暇取得の難しさや同行者との日程調整、家計制約といった課題が旅行実施を阻害しており、休日等への旅行需要の集中により、旅行料金の高騰や観光地の混雑にも直面しているとみられる。このため、柔軟に休暇取得ができるような環境整備に加え、**ワーケーション**や需要の集中を避けた平日旅行の推進等、旅行日程の柔軟性の確保や旅行費用の低減につながるような取組が必要である。

高齢層については、健康上の理由により旅行を諦めざるを得ない層が存在するため、全体の旅行の実施傾向は低いものの、旅行を「最も大切な趣味」と捉え、国内旅行を積極的に実施している層も一定数存在する。平日旅行の割合が高いことも特徴的である。少子高齢化が進む中、健康面に不安のある高齢者を含め、誰もが旅行しやすい環境整備に取り組むことが必要である。これにより旅行市場全体の底上げや旅行需要の平準化につながるのみならず、これまで旅行を諦めざるを得なかった高齢者個人に、豊かな人生のための活力や健康増進をもたらすことも期待される。

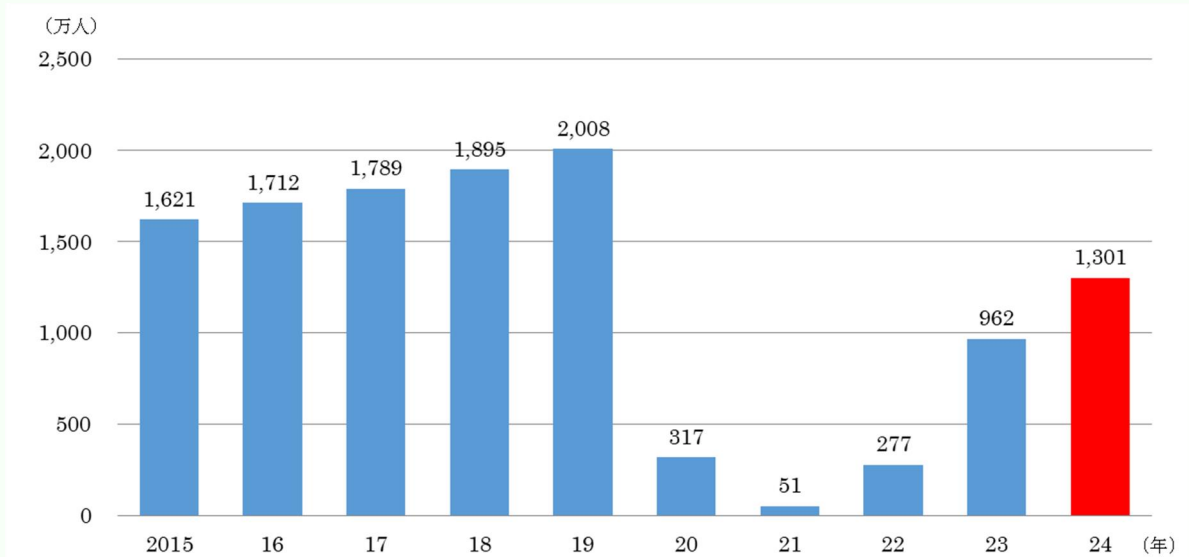
コラムⅠ－１ アウトバウンドの促進に向けて

日本人による海外旅行（アウトバウンド）の促進は、日本人の国際感覚の向上や国際相互理解の増進により、安定的な国際関係の構築につながり、さらには、航空ネットワークの維持・強化やインバウンドの更なる拡大にも貢献することから、インバウンドの推進と両輪で進めていくことが重要である。

観光庁では、2023年3月に「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」を策定し、出国日本人数の2019年水準（2,008万人）超えを目指し、官民で連携して海外旅行の機運醸成に向けた取組を進めてきた。

2024年の出国日本人数（推計値）は1,301万人に達し、2023年の962万人から約340万人増加した。

【再掲】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。

〇アウトバウンドの促進に向けた取組

海外旅行の機運醸成を図るため、偽造・変造防止対策を大幅に強化した「2025年旅券」の申請受付が開始される2025年3月24日に、観光庁、外務省及び一般社団法人日本旅行業協会の3者連名で「もっと！海外へ宣言」を発出し、官民一体となりアウトバウンド促進に向けた一層の取組を推進することとしている。具体的には、例えば、旅行者がより安全に、安心して海外旅行ができるよう、「たびレジ」¹⁰、「ツアーセーフティネット」による情報提供や、「たびレジ」と連携する旅行会社の参画拡大等を通じて、旅行者に対する現地安全情報の提供の充実を図ることとしている。また、海外旅行に行くきっかけとなるよう、旅行会社による新たなパスポート取得費用サポート等のキャンペーンを実施している。

さらには、次世代を牽引する若者の国際交流の促進は重要であることから、2020年度から海外教育旅行の促進に向けた取組を行っており、2023年度からは旅行会社と学校等との連携による付加価値の高い海外教育旅行のプログラム開発を行っている。また、海外教育旅行の普及啓発に向けて、2025年3月には、学校関係者や旅行会社等を対象に「海外教育旅行シンポジウム」を開催し、2024年度に開発したプログラムの成果報告、有識者によるパネルディスカッション、各国政府観光局による教育旅行先としての魅力紹介を実施するとともに、開発したプログラムの事例集等を作成した。

¹⁰ 「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。

開発したプログラムの事例集



資料：観光庁資料より

海外教育旅行のサイト



シンポジウムの模様



今後とも関係省庁や関係業界・機関、各国・地域の政府観光局等と連携し、若者の国際交流促進をはじめとするアウトバウンドの促進に一層取り組んでいく。

第2節 国内交流の拡大に向けた取組

第1節において、日本人国内旅行の活性化に向けては、若年層、現役世代、高齢層ごとに異なる旅行ニーズを踏まえた交流市場の開拓や、旅行実施におけるハードルを下げる取組等により、国民の国内旅行回数の増加や滞在長期化を図る必要があることを示した。

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」に基づき、地域の関係人口¹¹拡大や旅行需要の平準化につながる形での国内交流の拡大を図るため、「何度も地域に通う旅、帰る旅」やワーケーション・ブレッジャー¹²等の普及促進、ユニバーサルツーリズムの推進等に取り組んでいる。本節では、新たな交流市場の開拓や旅行需要の平準化に資するこれらの取組により、地域の関係人口の増加や地域活性化といった成果がみられている地域等の取組事例を紹介する。各取組の共通項を見出すことで、他地域への展開や全国での国内交流拡大に向けて必要な施策の方向性についても整理する。

紹介する地域等の事例

取組	地域事例	
	実施主体（地域）	取組概要
①「何度も地域に通う旅、帰る旅」等の推進 新たな交流市場の開拓	（一社）雪国観光圏 （新潟県南魚沼市等）	広域連携により「帰る旅」を浸透させるビジネスモデルの構築
	（株）地方創生 （香川県仲多度郡琴平町）	若者と地域との継続的な交流により何度も来訪する滞在地へ
	（一社）岳温泉観光協会 （福島県二本松市等）	「山旅」を楽しむコミュニティとガイドの育成により関係人口化
②ワーケーション・ブレッジャー等の普及促進 新たな交流市場の開拓 旅行需要の平準化	宮崎県日向市 （宮崎県日向市）	ワーケーションを通じた参加企業等との継続的な関係構築による稼働の平準化
	（株）キッチンハイク （北海道厚沢部町等）	家族で地域に暮らすプログラムにより多様な働き方の実現や地域活性化に貢献
③休暇取得・分散化の促進 旅行需要の平準化	愛知県 （愛知県）	平日に家族での時間が過ごせるよう休暇取得や休暇分散化を促進
④ユニバーサルツーリズムの推進 新たな交流市場の開拓	（NPO法人）伊勢志摩バリアフリーツアーセンター （三重県伊勢志摩地域）	「行きたいところへ」を叶えるユニバーサルツーリズムの推進

¹¹ 移住や観光でもなく、単なる帰省でもない、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な関わりを持つ人々。

¹² 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。

1 何度も地域に通う旅、帰る旅等の推進

(1) 一般社団法人雪国観光圏（地域：新潟県南魚沼市等）

a) 地域の概要

雪国観光圏は、「雪国」という文化的背景を共にする新潟県魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、群馬県みなかみ町及び長野県栄村の3県7市町村が連携した観光圏¹³である。山岳・高原、森林、河川等の自然環境や景観のほか、雪・スキー等が主な観光資源であり、地方公共団体の枠に縛られることなく、観光圏全体として雪国のブランディングに取り組んでいる。公益社団法人日本観光振興協会「デジタル観光統計オープンデータ」¹⁴によると、2024年の観光来訪者数は約732万人であった。

他方、旅行市場は長期的に縮小傾向にあるとともに、圏内のエリアによっては冬季のスノーシーズンへの旅行需要の偏りが顕著であるなど、旅行需要の増加及び平準化が課題であった。

雪国観光圏



資料：一般社団法人雪国観光圏提供資料

b) 講じた取組

雪国観光圏では、旅行需要が縮小傾向にある中、従来の観光旅行以外の新たな旅行需要を創出する必要性や旅行者のライフスタイルの変化を踏まえ、新たな旅の形として、「行く」だけではなく、地域が主体となり来訪者が「戻る」、「帰る」居場所をつくる「帰る旅」プロジェクトを株式会社リクルートと共同で開始した。

「帰る旅」は、地域に何度も訪れる・通うことが継続的に循環するよう、関係性を築く人やコンテンツを造成することが要となっている。そのため、地域では来訪者が旅ナカで役割を持てる「関わりしろ」を残し、意欲のある来訪者が地域との関係性を築き、これを継続できるような受入体制を整えている。

具体的には、2022年度から2024年度にかけての観光庁事業「第2のふるさとづくりプロジェクトモデル実証事業」の一環として、①関係性クリエイターの発掘・育成、②旅の前後を含む体験コンテンツの開発、③帰る旅宿泊滞在拠点を中心に取組んだ。

① 関係性クリエイターの発掘・育成

旅行者と地域や住民をつなぐ架け橋となり、新しい価値を創り出す場をつくる人材が必要であることから、「関係性クリエイター」の発掘・育成を行った。「帰る旅」のビジョンや活動内容等の情報共有の場を設け、「立ち上げようとしている事業のお手伝いをお願いしたい」、「地域の良さを知ってもらいたい」等の思いを持ち、「帰る旅」の仕組みを活用し自身が挑戦したかったアイデア等の実現に向けて活動できる人材の発掘を行った。地域の行政、観光協会や地元出身の事業主、Iターンで地域に移住した者を中心に多様な業種・職種の者が参画している。研修では、旅行者との信頼関係を築くため傾聴スキル等を学ぶコーチングや、企画の実現のためのプロジェクトマネジメントについて学習し、研修以外にも隔週で定例会議を行い、各取組の進捗の情報共有や協力の相談等ができる場を設けている。

13 「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（平成 20 年法律第 39 号）」に基づく、滞在促進地区が存在し、かつ、自然、歴史、文化等において密接な関係が認められる観光地を一体とした区域であって、当該観光地相互間の連携により観光地の魅力と国際競争力を高めようとするもの。

14 ブログウォッチャー社が取得したスマートフォン位置情報データから作成された日本国内居住者の都道府県別・市区町村別の観光目的の来訪者数データ。観光来訪者数は推定発地から半径 20km 以上離れた調査地点に滞在した者（調査地点の勤務者を除く）。

② 旅の前後を含む体験コンテンツの開発

旅行者と地域の関係性を築くため、「関係性クリエイター」自身が実現したいテーマ別の企画を立ち上げ「体験（コト）」コンテンツを開発している。その上で、旅マエ、旅ナカ、旅アト・次の旅マエの各段階で何度も通う旅にするための工夫を加え、従来型のレジャー体験とは異なるコンテンツを作り、地域と旅行者の関係の深化を図っている。具体的には段階ごとに以下の工夫を行った。

・旅マエ（オンライン）

来訪前に、旅行者と受入地域・施設が参加するオンラインイベントの開催や、ウェブ記事での参加内容の紹介、体験コンテンツ立ち上げの背景にあるストーリーの説明を行っている。これにより、旅行者が事前に地域の魅力や課題、「関わりしろ」を知り、テーマに共感することで来訪時にやりたいことや地域に貢献できることを明確にイメージすることができる。

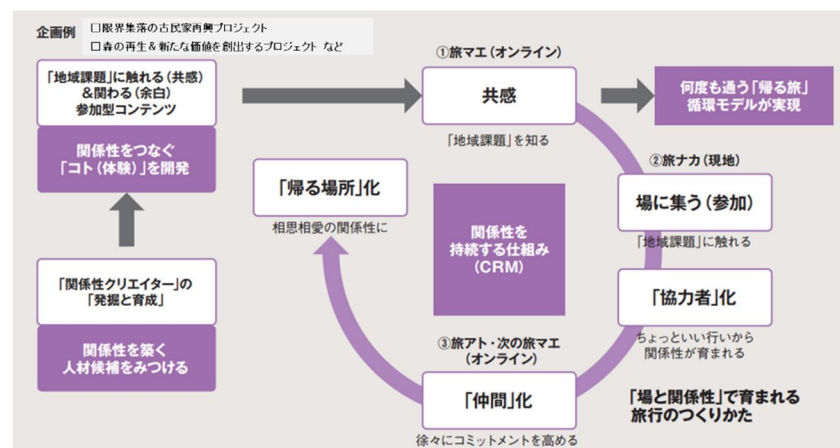
・旅ナカ（現地）

現地の訪問時には、「場」に集い、旅マエに共感した地域の課題に関し、住民と共にお手伝いに参加できるよう設計している。旅行者が地域で自らの役割を見出し、地域住民と対等な仲間や協力者として関係性の構築ができる。

・旅アト・次の旅マエ（オンライン、都内イベント等）

旅が終わった後や次の旅の前には、オンラインや SNS を活用した情報共有や都内でのイベント等関係者が集う機会の造成により、旅行者とのコミュニケーションを継続・拡大することで、地域に対するコミットメントを高め、「仲間」化を促している。このような関係性の構築は旅行者の参加意欲の維持・向上にもつながっている。

帰る旅のコンテンツ造成フロー



資料：株式会社リクルート提供資料

企画の具体的な事例としては「帰る旅スタディツアー」の実施が挙げられる。2023 年度には新潟県中魚沼郡津南町秋山郷の限界集落にて、古民家を再興し、住民との交流拠点をつくるプロジェクトをサポートする企画を実施した。空き家を購入し、そこを拠点に限界集落の復興に取り組みたいと考えた「関係性クリエイター」が、ゲストハウスや飲食業として古民家を再生していくための手伝いを募った企画である。参加者は関東圏や新潟県内等に居住する大学生から 50 代までと幅広く、地域活性化や移住、古民家再生に関心がある層も集まった。現地では家財道具の運び出しや塗装のサポート等を行い、ツアー後もオープンチャットでの交流が継続している。2024 年度もプロジェクトは継続し、新たな参加者との関係性も広がっている。

③ 帰る旅宿泊滞在拠点

「帰る旅宿泊滞在拠点」は、旅館「ryugon」でのお手伝い（ハウスワーク）を行うことで最大 6 泊まで滞在拠点を無償で提供する会員制コミュニティである。参加希望者には志望動機等を事前に確認し、お手伝いを担うことや地域住民と対等な仲間や協力者として参加できるかを確認している。ハウスワークの種類は、宿泊業でのディナータイムの洗い物等、家業・事業のお手伝いと自室清掃となっている。

帰る旅スタディツアー古民家再興の様子



資料：「帰る旅学生サークル」提供資料

帰る旅宿泊滞在拠点でのハウスワークの例



c) 取組の成果と展望

「関係性クリエイター」を発掘し増員したことで、行政区分や企業の垣根を越えたメンバーが集まり、仲間として相互支援することで、地域において魅力ある新規コンテンツを立ち上げる原動力が生まれた。また、自発的かつ継続的な活動や地域連携、新たな観光地域づくり、イノベーション人材づくりの基盤となりつつある。旅行者にとっても、地域の様々な暮らしや仕事を体験し関係性を育む機会、自己実現の場、旅先の選択肢が提供されることとなり、従来型レジャーと異なる旅行需要の充足に寄与した結果、幅広い年代や出身地の旅行者を集めることができた。

さらに、旅ナカでの住民との交流や事前に共感した地域課題に触れる活動を通じて、旅行者自身が積極的に地域での役割を見出すことにもつながった。参加者は、宿泊業や福祉業における人材不足に貢献したり、企画終了後も継続して取組に協力したりと、様々な形で地域の協力者となっている。加えて、旅アトは次の旅マエでもあるとの考えの下、SNSや都内イベントを活用してコミュニケーションを継続したことで、2023年度の実証期間中（2023年7月16日～2024年1月31日）の166人泊のうち、約2割が再来訪者となった。

「帰る旅宿泊滞在拠点」において旅行者が担うハウスワークは、主に旅館の宿泊客にサービスを提供する従業員の支援業務であるため、これを通じて旅行者自身の気付きや旅先での関係性構築の機会を創出することとなり、2024年には年間260人泊ほど利用されている。従業員にとっても宿泊客へのサービスに専念する時間が増え、サービスの質の向上にもつながっている。2023年12月には、雪国観光圏内の「帰る旅宿泊滞在拠点」を福祉業の手伝いも含め全5拠点に拡充した。

このほか特筆すべき成果として、首都圏の大学生が「帰る旅」への参加をきっかけに50人規模の学部内サークルを立ち上げ、秋山郷での古民家再興に参加するため、まとまった休みごとに複数人で現地を訪れ、関係を深めている点が挙げられる。その中から地域のお祭りを復活させようといった新たな動きがあるほか、今後数十年にわたって地域との関係性を続けていきたいとの声も聞かれた。

「帰る旅」という新しい旅行の在り方をきっかけに、旅行者と地域の新たな関係性の構築や旅行者の自己実現、新たな市場や関係人口の拡大が着実に進んでいる。

これらの取組は、観光客と移住・定住の中間の取組により関係人口の創出を目指す切り口が革新的であることや、従来の観光旅行では得られない地域への愛着を生んでいる点等が評価され「第8回 ジャパン・ツーリズム・アワード」¹⁵において審査委員特別賞を受賞した。

¹⁵ 公益社団法人日本観光振興協会、一般社団法人日本旅行業協会（JATA）、日本政府観光局（JNTO）が主催し、ツーリズムの発展・拡大に貢献した持続可能な優れた取組を表彰。

(2) 株式会社地方創生（地域：香川県仲多度郡琴平町）

a) 地域の概要

香川県仲多度郡琴平町は、県中央西部に位置する人口約 8,000 人の町である。「こんぴらさん」の愛称で知られる金刀比羅宮は全国有数の観光地であり、公益社団法人日本観光振興協会の「デジタル観光統計オープンデータ」によると、2024 年の観光入込み客数は年間で 49 万人であった。

県外からの観光客は金刀比羅宮の参拝が中心であり、「琴平町観光基本計画」（2017 年）によると町内の宿泊客は旅行者全体の約 4 割、宿泊客の平均滞在日数は 1.13 泊、日帰り客は 2～3 時間の滞在時間であり、滞在日数や域内回遊性、再来訪に課題があった。また、「令和 6 年・地方自治体『持続可能性』分析レポート」¹⁶によると、人口減少や働き手の減少が進み、2020 年に約 8,500 人であった総人口が 2050 年にはおよそ半減する見通しであり、地域産業の維持が困難になることが懸念されている。

これらの課題の解決に向けて、若い移住者や民間事業者により、店舗の新規開業やコワーキング施設や宿泊・飲食施設の整備が行われてきたが、いずれも個別の取組であったため、地域全体としての域内回遊性や再来訪率の向上といった成果に結び付けるには至っていなかった。

b) 講じた取組

琴平町では、「琴平町観光基本計画」（2017 年）に基づき、2022 年に「琴平町観光活性化協議会」を発足した。コロナ渦の中、新たな観光地づくりを目指し官民連携で交流人口や関係人口の拡大を視野に、琴平町のブランド向上等に向けた取組を進めてきた。その動きの中で、株式会社地方創生が主体となり、2023 年度から 2024 年度にかけての観光庁事業「第 2 のふるさとづくりプロジェクトモデル実証事業」として、旅行者と地域住民の交流機会の提供等による再来訪の促進や関係人口化に取り組んだ。具体的には、①学生・社会人向けモニターツアーの造成・実施、②周遊・再来訪のための交通手段の提供、③旅行費用の低減等の取組を実施した。

琴平町の周遊イメージ



資料：株式会社地方創生提供資料

学生モニターツアー



社会人モニターツアー



① 学生・社会人向けモニターツアーの造成・実施

ツアー参加者には「旅マエ」、「旅ナカ」及び「旅アト」と 3 回の接触機会を設けることで、町の事業者や地域住民とのコミュニケーション機会を増やし、参加者と地域との関係性の深化を促した。

学生向けツアーについては、旅マエにオンラインイベントを開催し、地域の魅力や体験内容等の情報を提供した上で、旅ナカでは、琴平町の仕事や生業を体験するワークショップや地域の人と交流会等を実施した。旅アトでは、SNS を活用し、イベントやお手伝い情報を継続的に受け取れる仕組みにより再訪の機運を高めている。

地域事業者のお手伝い体験



資料：株式会社地方創生提供資料

懇親会での交流の様子



旅アトの再来訪の様子



¹⁶ 2023 年 7 月に発足した民間の有識者会議「人口戦略会議」が 2024 年に公表したレポート。

社会人向け複業ツアーでは、旅マエに琴平の魅力を伝え、関心のあるテーマや歴史、文化等について調べることで地域への理解を促した。旅ナカでは、琴平町で活躍するローカルイノベーターとの交流や意見交換を実施し、参加者が自身のスキルを生かして琴平にどのように関わることができるかを考え、関わり方のアイデアを提案してもらった。また、企業向けプログラムとして関西電力株式会社と連携し、「脱炭素」をテーマに掲げつつ、廃校活用やサステナブルな町づくりへの具体的なアクションを策定する企画も実施したほか、現地・オンラインで地域事業者と打合せを重ね、プログラムでは参加者が登壇する勉強会の開催も行った。参加者が家族を連れて再来訪する事例や**ワーケーション**で再び訪れる事例も生まれてきている。旅アトにはオンラインで打合せを重ね、次の来訪に向けた目線合わせや、プロジェクトを推進する上でのアイデア出し等がより活発になった。参加者の人脈等を生かし、新たな関係者がプロジェクトに加わったほか、地域事業者と考える場としての勉強会を開くことができた。地域事業者にとっては新たな視点を入れることができ、参加者にとっても自らのスキルや知見を地域に還元することでより地域に受け入れられた感覚を持ち、継続した活動につなげている。

複業希望者向け事前説明会



ローカルイノベーターとの現地交流



企業向けプロジェクト勉強会



資料：株式会社地方創生提供資料

② 周遊・再来訪のための交通手段の提供

モニターツアー参加者は、交通手段として地域住民と相乗りする地域共有交通「琴平 mobi」を利用できるようにした。「琴平 mobi」は、アプリを使って琴平町全域・まんのう町一部エリアの 350 か所以上で乗り降りができ、参加者はツアー行程に組み込まれた訪問先だけでなく自由時間に好きな場所に行くことが可能になる。参加者からは、「『琴平 mobi』により観光できる機会が格段に増えた」、「地元のおばあちゃんと相乗りで移動し、地元の人々の生活に触れられた」等の声が聞かれた。また、「大阪-琴平間の往復高速バスの使い放題」や「地域共有交通『琴平 mobi』の使い放題」等がセットになった年間パスポートを試験的に販売し、開催するプログラムとは別に、琴平町に自発的に繰り返し来訪してもらえるよう取り組んでいる。

参加者が琴平 mobi を利用する様子



資料：株式会社地方創生提供資料

③ 旅行費用の低減等

宿泊事業者と連携し、清掃作業等をセットにした宿泊の割引サービスを提供することで宿泊費負担の軽減を図っている。また、地域の仕事を手伝うアルバイトにより、滞在中に参加者が稼ぐことができる仕組みをつくり、仕事の事前マッチングや受入事業者の拡大を進めている。これらにより滞在長期化や再来訪の促進を図るとともに、旅行者と地域の関係性を深める貴重な交流機会にもなっている。

c) 取組の成果と展望

これらの取組の結果、モニターツアー参加者の再来訪意向は9割を超えた。2023年度事業では参加者60人中20人が再来訪し、2024年事業では4回以上地域に來訪する人数を14人創出した。

大学生向けツアーでは、普段はあまり深く関わることのない地域の大人とのコミュニケーションから刺激を受ける機会になったと考えられ、ツアー後のSNSを用いた情報発信も効果的に働き、ツアー参加者の約半数の自発的な再来訪につながった。ツアー参加者が現在は受入地域側として働くなど、人材確保の成果も表れている。

社会人のツアーでは、自身のスキルを生かした地域の企業等とのマッチングが4件成立し、大学生をターゲットにしたツアーの参加者の中には受入側として働いている人もいるなど、継続的に地域に関わる関係人口となっている。さらに、ツアー後に家族を連れて再訪したり、地域関係者とのプログラムのテーマについての議論が長期で続いたりするなど継続的な交流も生まれている。

もともと住民の足として提供されていた「琴平 mobi」については、来訪者に対する有効性が検証できたことから、引き続き暮らしに近いところで体験するツアーの企画等が進んでいる。「琴平 mobi」の利用は、来訪者の周遊性の向上や移動費の軽減を図るだけではなく、相乗りによって地域住民とのコミュニケーションが生まれ、交流機会の創出や関係継続につながっている。このほか、地域の仕事を担うことで構築された関係性も、再来訪のきっかけづくりや地域が抱える人材不足の解消に寄与している。

琴平町の事例では、地域のひとと交流できる接触機会を複数回にわたり提供したことにより、参加者は地域への「関わりしろ」を見つけ継続的に地域に入り込むことができ、「共に地域を盛り上げたい」という新たな意識の醸成を生み出した。地域側は、地域活動の企画、運営への参加、複業等により地域の経済活動に貢献する機会をつくることで、地域と深い関わりをもつ関係人口を増やしている。本取組は、金刀比羅宮参拝だけではなく琴平町が本来持つポテンシャルを引き出しながら、域内の回遊性、再来訪、滞在日数、人手不足といった課題を解消し、新たな交流市場の拡大を実現している事例であるといえる。

今後、これまで進めてきた施設整備や機運の醸成は、琴平町を訪れるインバウンドの受け皿にもなることが想定される。地域内には、デジタルノマドをターゲットにしたプロモーションを進める事業者も現れており、更なる地域の関係人口の拡大や関係性の深化が期待される。

(3) 一般社団法人岳温泉観光協会（地域：福島県二本松市等）

a) 地域の概要

福島県二本松市は、県北部に位置する人口約5万人の都市であり、城下町として栄えていたことで知られ、安達太良山や阿武隈山を望む豊かな自然に囲まれている。これらの歴史と自然が主な観光資源であるとともに、岳温泉の温泉にも恵まれている。公益社団法人日本観光振興協会の「デジタル観光統計オープンデータ」によると、2024年には年間約152万人の観光客が訪れており、特に登山や温泉は、山を活用したアクティビティとして高い人気を誇る。

来訪者の多くは山頂を目指す「登山」目的であり、登山前に岳温泉に宿泊して食や地酒、自然体験を目的とする人は僅かであるため、温泉エリアの衰退や事業継承の問題が生じている。また、福島県二本松市を含め、隣接県にまたがる磐梯朝日国立公園エリア全体として、登山道の荒廃に対して整備が迫っていることや利用時期の集中による環境負荷が課題となっている。

b) 講じた取組

一般社団法人岳温泉観光協会では山域の産業や国立公園を「守りながら売る」ために、観光資源である自然にダメージを与えない形で「守る」人々を雇用する収益を獲得すべく、何度も通う旅を促進することによって地域の収益を増加させる試みを開始した。

地域のガイドセンターである安達太良・吾妻自然センター（以下、センター）に多くの登山者が山に関する相談に訪れており、センターを起点とした訪問者へのアプローチが有効だと考え、既存の来訪者をターゲットとした。また、来訪者の来訪目的を一度限りの「登山」から、一度では満喫できない広大な自然とその恵みである温泉や地域食を楽しむ「山旅」に、受入側の意識を「道先案内人のガイド業」から何度も通ってもらうための旅をトータルコーディネートする「サービス業」にシフトすることとした。その上で、来訪者の関係人口化に向けた具体的な取組として、①山旅サポータープログラムの造成、②登山道整備サポーターの獲得、③山旅サポーターの育成、の3つを中心に、2024年度観光庁事業「第2のふるさとづくりプロジェクトモデル実証事業」に取り組んだ。

① 山旅サポータープログラムの造成

実証事業では、岳温泉を守り受け継いできた先人たちの歴史と、自然の恩恵である雪解け水や温泉の活用・保全をセットにした山に関わる3つのプログラムを造成し、いずれも2024年7月から2025年1月までに23回催行した。

「ふくしま火山旅 ボルケーノトレイル」(期間中に計9回催行)では、**国立公園**を活用して年間を通じて登山・サイクル・トレイルランニング等のプログラムを実施し、日帰りや1泊2日のツアー、初心者向け、保全活動を伴うツアー等、内容を変えて展開した。

「親子自然学校」(期間中に計5回催行)では、四季を通じた安達太良の自然と歴史に触れるレジャーと教育を融合させたプログラムを実施し、登山やリバートレッキング、キャンプ等、難易度の異なるプログラムを展開した。

「温泉通旅」(期間中に計9回催行)では、従来のような登山後の日帰り温泉利用や館内に籠る湯治スタイルとは異なり、新しい顧客層の獲得により通う人を増やすためのプログラムを造成した。具体的には、日本一遠い源泉の温泉の歴史やそれらを守ってきた湯守の活動等を学ぶため、火山と温泉の関係を自分たちの足でめぐり源泉を訪れる Onsen Trail や、女将から全国でも珍しい酸性泉の効果的な入浴方法や地域食材を用いた料理・発酵料理、美容を学ぶプログラム等を展開した。

事業における各プログラムの売上から経費を差し引いた残額は、安達太良山の登山道整備費用に充当されている。

② 登山道整備サポーターの獲得

長年の課題となっていた登山道整備を進めるため、保全ツアーや保全活動、会員制コミュニティの設立を行った。保全ツアーは、山を守る大切さを伝えることを目的に現場を見るツアーとなっている。保全活動では、登山道崩壊の主な要因である排水処理の改善を図るため、登山道上の横断溝(登山道上に流れる雨水を脇に逃がすための排水溝)を掘り返し、びっしりと詰まった土砂を掻き出して排水機能を取り戻す作業や、山小屋の休業によるトイレ不足に対し、携帯トイレ用の仮設テントの設置や携帯トイレブース補充作業を行った。2024年7月から2025年1月までに保全ツアーには地元や近隣の県から延べ32人が参加し、保全活動には延べ57人が参加した。保全活動を継続していくためには地域以外のサポーター人材の協力が必要であるため、地域と来訪者をつなぎ、顔の見える関係性を作り出すとともに、サポーター同士で交流し仕組みを継続させるために会員制コミュニティを設立した。コミュニティへの入会金は2万円となるが、加入者へは1万円分の地域通貨を還元し、保全活動に最優先に案内することで訪問を促すとともに、5,000円分を登山道整備費用に充当している。山道整備の知識は一度保全ツアーに参加しただけでは身につくものではないため、今後は会員制コミュニティへの参加促進や、現場を踏まえた登山道整備の知識習得等に重点を置いた研修コースの設定を進め、「登山道整備サポーター」の養成に努めていく。

③ 山旅サポーターの育成

関係人口の増加や交流の促進に向けて、「山旅サポーター」の育成にも取り組んだ。「山旅サポーター」はその場限りの案内役ではなく、この土地を「旅」として訪れる来訪者に寄り添い、次の山旅に出掛けたいようサポートする役割を担っている。地域に留まり連携性を保つことで継続的な活動とするため、ほかのエリアのガイドや今後ガイドをしていきたい人を対象とした。「山旅サポーター」として活躍するには、スキルのみならず、地域のことを理解し、その地域のファンになることが重要であるため、まずは岳温泉に通ってもらうことから始めている。地域資源の持続的な利用や保全に向けた環境配慮への意識強化を図るとともに、ガイドの特性や得意分野に応じた専門的なプログラムを作ることで、地域×自分ごとのある「山旅サポーター」を育成し、令和6年度事業では3人がガイドデビューを果たした。

これらの取組に加え、大手アウトドア用品販売店とコラボした YouTube 動画の配信やイベントの開催等のプロモーションを実施することで「山旅」の知名度向上を図った。

c) 取組の成果と展望

b) の①～③の参加者は2024年7月から2025年1月までで延べ114人に上り、そのうち訪問4回以上のリピーターは13人であった。複数のプロジェクトに参加するため、岳温泉に何度も通う中で地域の魅力を深く知り、地域のサポーター人材化するという成果も得られた。

特に、「山旅サポーター」の育成は、再来訪の増加と地域で活動する人材獲得の両面で成果を上げてお

り、本事業を通じて4人が山旅サポーターとなったが、ガイド育成プログラムに加え、自主的な打合せやフィールドの下見、ほかのガイドのツアーへの参加のために各々4回以上岳温泉を訪問した。各人の特性・能力に合わせた教育を行った結果、3人は既にガイドデビューを果たし、地域の魅力を来訪者に伝える役割を担っている。

■プログラム展開事例 山の活用と保全をセットとして考える



資料：一般社団法人岳温泉観光協会提供資料

また、本事業を通じて、岳温泉エリアが含まれる磐梯朝日^{〔国立公園〕}地域全体でも、関係人口の増加に向けた関係者の連携といった効果をもたらした。今まで「山旅」はセンター主体の取組であり、岳温泉観光協会や地方公共団体との連携は多くなかったが、「山旅」に携わる関係者が横断的に連携する基盤作りとセンターが「守りながら売る」ためのトータルコーディネーションを行うことで、地域ブランディング戦略としての取組となった。

本事業では、地域資源である広大な自然、温泉や地域食を生かした「山旅」を提供することで、従来の登山客に限らない幅広い層を呼び込み、地域と来訪者の新たな交流を生み出した。

今後は、「山旅」の取組による地域資源の活用と保全を続けるとともに、「山旅」による効果を検証しながら、地域事業者との連携を強化していく。また、「山旅サポーター」として、ストーリーテリングや地域プロデュースができるようガイドの質の向上に取り組むとともに、消費額の高いインバウンド^{〔インバウンド〕}にも対応できるよう台湾の学生をインターンで受け入れるなどの取組も進めている。

2 ワーケーション・ブレイジャー等の普及促進

(1) 宮崎県日向市（地域：宮崎県日向市）

a) 地域の概要

宮崎県日向市は、宮崎空港から車で約1時間の県北東部に位置する人口約5.9万人の地域である。海岸部は、日豊海岸^{〔国立公園〕}の南端に位置し、多数の景勝地があるほか、国内有数のサーフスポットが点在することから「サーフィンの聖地」としても知られている。

一方で、市では近年急速に進む人口減少と少子高齢化を背景に、地方創生の観点から、サーフィンを軸としたプロモーション活動等により地域外からの誘客に取り組み、公益社団法人日本観光振興協会の「デジタル観光統計オープンデータ」によると2024年には約61万人の観光客が訪れたが、来訪者を関係人口や移住につなげることは難しいとの課題を抱えていた。

b) 講じた取組

日向市では、2020年度から、地域における観光消費額の増加や企業と地域との共創による地域活性化を目指すとともに、ワーケーション^{〔ワーケーション〕}に携わる全ての人のウェルビーイング向上に寄与するという目標を掲げ、企業向けの「研修型ワーケーション」に焦点を当ててワーケーション^{〔ワーケーション〕}促進に取り組んできた。取

組にあたり、同市では 2023 年度に「日向市ワーケーション推進会議」を設置し、行政、地域の事業者及び住民が連携して進めている。具体的には、2023 年度の観光庁事業「ワーケーション普及促進事業」として、①参加企業のニーズ把握と地域住民との連携、②コーディネーター人材の育成、③安定的な事業展開に向けた収益化や販路確保、④閑散期や平日の集客促進の 4 項目に重点を置いた取組を実施した。

① 参加企業のニーズ把握と地域住民との連携

企業の経営層は、ワーケーションに対し「休暇」のイメージを強く連想し、時間と予算を投じる必要性について不安に思う傾向がある。そのため、研修型ワーケーションの有用性や、参加を検討している企業が求めていることを把握するため、ワーケーション関係者が協働してアイデア出し、絞り込み、ブラッシュアップ等（事前アイデアソン¹⁷）を行い、プログラム造成を行った。この事前プロセスにより、企業側は参加させる職員を大きく 3 階層に分けて考えていること、各々に異なる成果を期待していることがわかった。具体的には、（1）若年層は、コミュニケーションや共同作業を通じて自己肯定感の醸成、（2）次世代リーダー候補は、当事者意識（リーダーシップ）を持つためにワークショップ等を通じた内省と、バックキャスティング¹⁸による未来志向の獲得、（3）ミドルシニア層は、過去の自分の再認知と新たな自分の再構築である。これに基づき、企業と地域住民の双方が課題や期待される成果を認識し、企業側の不安を解消できるコンテンツ作成に至った。

階層別プログラム例

参加者属性	実施内容
若手 ○入社 3 年目 ○新型コロナウイルス感染症流行下の入社 ○研修後、管理職への昇進の可能性有り	モチベーショングラフ共有、ストーリーテリング、地元交流会、漁業体験、ワーケーション先だからこそできる通常ワーク、港町フォトミッション、ビーチマインドフルネス、日向岬紺青ウォーク、フィードバック意見交換 【工夫ポイント】：現在（自己）肯定／地域体験 ・共同作業により希薄になったつながりを「生む」
次世代リーダー ○入社 5 年目以上 ○上長からの推薦 ○研修後、管理職への昇進の可能性有り	モチベーショングラフ共有、地元交流会、耳川マインドフルネス、里山保全プログラム体験、ストーリーテリング、地元食材を使った交流 BBQ、ビーチ散策、ワークショップ 【工夫ポイント】：未来志向／ディスカッション ・自分の「ありたい姿」を探求し、健やかに進む力を付ける。
ミドルシニア ○40代中堅社員 ○非管理職 ○ステップアップに期待	地元受入企業での入社体験、受入企業との交流会、里山保全プログラム体験、地元交流会、受入企業へのプレゼンテーション、フィードバック意見交換 【工夫ポイント】：過去の再認知／地元企業体験 ・新たな経験から価値を再認識し、他者に還元する。

資料：日向市提供資料

また、企業研修の効果や参加者の満足度を高めるため、ワーケーション専用施設として「Surf Office」を提供している。同施設は日豊海岸国定公園内の有数のサーフスポットである金ヶ浜に隣接しており、太平洋を一望できる。Wi-Fi 環境に加え、入退室管理システム、個人用ロッカー、オンラインミーティング用のアバターロボットや音漏れ対策を講じた個別ブースが整備されているほか、商業施設に併設されているため、カフェ、スイーツショップ、飲食店、雑貨屋等の利用も可能である。

Surf Office でのワークショップ



資料：日向市提供資料

里山保全体験（竹灯籠づくり）



漁業体験（小型定置網漁）



¹⁷ アイデア（Idea）とマラソン（Marathon）を掛け合わせて造られた造語。企画やアイデアを出し合い新しいアイデアや課題解決の方法を見つけるために行われる。

¹⁸ 未来のあるべき姿から現在に遡って課題解決を考えるアプローチ手法。

② コーディネーター人材の育成

企業のニーズを満たす研修プログラムを実現するためには、人事領域の診断・助言・指導プログラムの組立てや、議論が円滑に進むよう舵取りをするスキルを持ったコーディネーターが必要であり、現在日向市では一般社団法人日本ワーケーション協会の公認ワーケーションコンシェルジュ¹⁹が3人在籍している。同市での人材育成においては、コーディネーター候補者がワーケーションプログラムを実際に体験し、優位性や課題を事前に認識した上で、他地域のコーディネーターを招致し、同市の強み、弱みや課題等の洗い出しを行うことで企業側により良いコンテンツを提供できるよう取り組んでいる。

講演会



資料：日向市提供資料

ワーケーション体験（漁業）



地元事業者等との意見交換



③ 安定的な事業展開に向けた収益化や販路確保

ワーケーションを実施する企業との関係を構築するため、2023年に大阪・東京でプロモーションイベントを実施し、大阪では16社、東京では33社の参加があった。日向市のワーケーションの実態をありのままに伝えるため、同市で受入を行っている地元住民（事業者）と過去に同市ワーケーションに参加した企業に講話を依頼し、実際の研修での体験内容や感想を届けた。本イベントの開催により、日向市との接点を印象付け、ワーケーション参加への機運を高めることができた。

プロモーションイベントの開催



資料：日向市提供資料



④ 閑散期や平日の集客促進

研修は業務と同等という位置づけかつ、労働者の休日の機会を奪わないようにするため、日向市ワーケーションの多くは平日に実施され、2023年度は81%が平日に開催された。また、市としても、閑散期の需要促進を図るため、ほかの地方公共団体との連携にも取り組んでいる。例えば、暑さが厳しい日向市の夏季には、比較的冷涼な長野県でのワーケーションを企業に推薦し、逆に長野県には、冬季に温暖な日向市を推薦してもらうなど相互送客につなげている。また、距離的にも近い大分県別府市や福岡県福岡市とは、ワーケーションやデジタルノマドの来訪者に東九州を広域周遊してもらうために、相互に連携を図りながら誘客を進めている。

c) 取組の成果と展望

2020年度から2024年10月までに、130社・延べ約1,800人（速報値）のワーケーションを受け入れた。その多くが平日に開催されたことで、平日の宿泊施設等の稼働率が上がり繁閑の平準化に寄与している。また、ワーケーションを受け入れた一部の地元事業者は、参加者と継続的に連絡を取り合った

¹⁹ リモートワークやワーケーション等の普及・定着を目指し、全国各地で活動するワーケーション及びそれに付帯するコンテンツ事業の実施者の中から、ワーケーションの専門家（①ワーケーション実施者、②地域の魅力を訴求できる者、③ワーケーションに関する専門知識・技術を有する者）として、企業、団体や地方公共団体等に向けてワーケーションに関する相談等に対応できる人物。

り、個別に地域課題の解決に向けたアドバイスをもらったり交流を続けている。

企業と地域との共創による地域活性化やワーケーションに携わる全ての人のウェルビーイングを向上させるといった当初の目標は、年次を経るごとに着実に進捗してきた。日向市では引き続き地域の供給能力の範囲内で、継続的に企業型ワーケーションの受入を行っていくこととしている。また、インバウンド需要が高まる中で、これまでに得られた知見をもとに、韓国企業のワーケーションの受入やデジタルノマドの受入等の新たな取組も始まっている。

(2) 株式会社キッチンハイク（地域：北海道厚沢部町、静岡県御殿場市、岐阜県美濃市、和歌山県白浜町等）

a) 事業の背景

共働き世帯数は1990年代を境に専業主婦世帯数²⁰を上回り、その数は増加の一途をたどっている。共働き家庭では休みの調整やまとまった休暇の確保に課題がある。特に子育て世帯では、子供との旅行にも制約がある一方、子供には多様な経験をさせたいという親としての想いもある。これらの課題を解決すべく、家族単位での地域における「暮らし体験」を提供する保育園留学プログラムを2021年に開始した。本事業は、北海道厚沢部町から開始したサービスであり、受入保育園は全国49か所（2024年末現在）に拡大している。

厚沢部町認定こども園はぜる



資料：株式会社キッチンハイク提供資料

b) 講じた取組

保育園留学は、1週間から3週間、家族で地域に滞在する子供が主役のワーケーションプログラムである。滞在期間中、子供は提携の保育園に通い、親は滞在先（一棟貸し、旅館等）や近隣ワークスペースでリモートワークを行うものだが、その推進においては企業側、利用者側、受入地域側の課題等が存在していた。それらを解消するため、2023年度観光庁事業「企業ニーズに即したワーケーション推進に向けた実証事業」を活用し、①参加者・受入地域側とのマッチング、②企業側のワーケーション導入推進に向けた取組の2項目に重点を置き、ワーケーションプログラムの造成・実施を行ってきた。

① 参加者・受入地域側とのマッチング

自社で予約システムを開発し、参加者情報や子供の健康状態や特性等の情報を収集した上で、受入側の保育園に共有するほか、園と家族との事前オンライン面談を実施してもらうことで、家族と保育園が相互に理解した上で受入を進めるフローとした。また、必要に応じて、希望に応じた留学先の紹介を行うオンラインコンシェルジュサービスを提供した。このように事前の調整を十分に行うことで、参加者と受入地域のミスマッチの防止や参加者の満足度の向上を図っている。

受入地域側では、県外・市外からの子育て世帯の受入が対応可能な園・宿泊施設等を選定した。多くの地域では、既存の保育施設や宿泊施設、ワークスペース等、地域に元々ある資源を活用したが、宿泊施設が不足していた一部地域では、追加で受入用の住宅を準備した。また、既存の一時預かり制度を利用し、スムーズな受入が可能となるスキームについて地方公共団体と連携して検討を行った。

²⁰ 男性雇用者と無業の妻からなる世帯。

保育園留学の事業スキーム



資料：株式会社キッチンハイク提供資料

② 企業側のワーケーション導入推進に向けた取組

多様な働き方や業務外の経験を推奨している企業でも、就業規則等の関係から、子育て世代の社員に対して提案できる地域交流や研修等への参加については課題を抱えていた。これを踏まえ、本事業では、企業において最大約3週間のワーケーションを認める就業規則の変更や、ワーケーションを推進する福利厚生の導入可否の検討を行うため、利用した企業に対するヒアリング調査や参加者に対するアンケート調査を実施し、保育園留学の仕組みを利用したワーケーション導入に向けた課題の特定に取り組んだ。

c) 取組の成果と展望

本取組により、家族が中長期で地域に滞在することで、受入地域側に経済効果をもたらした。観光庁事業では、19家族が北海道や秋田県等全国12地域におけるツアーに参加し、延べ宿泊者数は当初目標の120人泊の4倍以上の延べ554人泊であった。一家族当たりの支出額（宿泊費、保育料、食費、アクティビティ体験費、移動費及びお土産代等の合計）は約30万円であり、実施地域における観光利益は合計で約570万円に上った。

また、事前の丁寧な調整により、参加者と受入地域とのミスマッチを防いだ結果、参加者の高い満足度や再訪意向がみられた。参加家族への事後調査では、今回の滞在で「期待通り・期待以上の地域の関わりを得られた」との回答が全体の85%、「またワーケーションをしたい」との回答は95%に上った。参加者からは、「地域の人と交流ができ、普段と違う体験ができた」、「家族にとって縁も所縁もなかった土地に、強いつながりができた」といった感想が得られ、中長期の滞在を通じて参加者と保育園を含む地域住民との交流を生むことができた。

企業側のワーケーション導入推進に向けて実施したアンケート調査からは、働く場所や環境を変えることで、社員のリフレッシュや新たなアイデアの創出に寄与することが明らかになった。また、ツアー参加者から企業側に人事制度の変更要望が出されるなど、ワーケーションの効果を実感した参加者が企業側に積極的な働きかけを行うケースもみられた。一方で、企業側からはワーケーションによるエンゲージメントや生産性への効果等を測る定量的な指標がないために、推進に対して社内合意を取るのが難しいという声が複数聞かれた。指標の整備は今後のワーケーション導入や拡大に向けての課題の一つであることがわかった。

加えて、保育園留学が最初に開始された北海道厚沢部町の例をみると、2023年度のリピート希望率は97%であり、シーズンごと（年4回）に厚沢部町を訪問する家族もいるなど、参加者の満足度や再訪意向が高く、地域の関係人口の増加につながっている。地域の在園児への影響という観点でも、保育園留学で訪れた園児に自分の町や保育園のことを進んで教えてあげる中で、地域への理解や愛着が増す、成長が促されるという良い影響がみられた。

厚沢部町保育園留学の生活の様子



資料：株式会社キッチンハイク提供資料

「保育園留学」を活用したワーケーションの取組は、中長期で旅行をすることが難しかった子育て世帯の旅行機会を創出し、受入地域にとっても、関係人口の増加や地域活性化のほか、平日の滞在が増えることで旅行需要の平準化に寄与している。株式会社キッチハイクでは、事業を通じて得た知見や地域とのつながり等をより多くの子育て世帯に展開するため、小学生留学やデジタルノマドの家族の受入も開始しており、今後は国内のみならず海外の子育て世帯の滞在促進も期待される。

3 休暇取得・分散化の促進

愛知県（地域：愛知県）

a) 地域の概要

愛知県は、人口約 750 万人で東京都、神奈川県、大阪府に次ぐ人口を有し、全国有数の工業県であるほか、熱田神宮や国宝犬山城、豊川稲荷等の観光地にも恵まれている。公益社団法人日本観光振興協会の「デジタル観光統計オープンデータ」によると、2024 年の観光入込み客数は年間で 9,515 万人であった。

県では、ゴールデンウィークやお盆等の特定の時期に観光客が集中し質の高い休暇を楽しめないことや、業種等によっては祝休日が休みではなく、家族と一緒に過ごす時間が作りづらいことが課題として挙がっていた。

b) 講じた取組

上記課題への対応として、2022 年の県政 150 周年を契機に、ワーク・ライフ・バランスの充実と生産性向上による地域経済活性化の実現を目指し、県主導の下、経済界、労働界及び教育界と連携し「休み方改革」プロジェクトを実施している。具体的には、①あいち県民の日・あいちウィーク・県民の日学校ホリデーの実施、②ラーケーションの日の実施、③愛知県休み方改革マイスター企業認定制度の推進、④平日や閑散期に限定した宿泊施設等の割引特典等の PR 及び⑤休み方改革イニシアチブの推進である。

① あいち県民の日・あいちウィーク・県民の日学校ホリデーの実施

11 月 27 日を「あいち県民の日」と定め、直前 1 週間を「あいちウィーク」として、2023 年度より親子イベントの開催や公の施設の使用料等の割引を実施している。また、「あいちウィーク」期間中の 1 日を「県民の日学校ホリデー」に指定し、家庭や地域における体験的な学習活動等のための学校休業日とすることで、保護者の有給休暇の取得を促している。2024 年には名古屋市立を除く全公立学校（幼稚園・小中学校・高等学校・特別支援学校）が「県民の日学校ホリデー」を導入している。

② ラーケーションの日の実施

2023 年度に子供が保護者等と共に平日に校外で体験活動等を実施する「ラーケーションの日」を創設した。学校に登校しなくとも欠席にならず、保護者等の休みに合わせ年 3 日まで取得できる。本取組の実施により、出欠席の把握、記録や給食の手続等の事務負担が増大することが見込まれることから、教員の負担を軽減するため、校務支援員等の配置も行った。

③ 愛知県休み方改革マイスター企業認定制度の推進

年次有給休暇の取得や多様な特別休暇の導入を積極的に推進している中小企業を奨励する「愛知県休み方改革マイスター企業認定制度」により、労働者が各自の仕事や家庭の予定に合わせて休暇を取得できる職場環境づくりをより一層推進している。2025 年 3 月末時点の認定企業数は 570 社であり、認定を取得した企業は独自の休暇制度を設けるなど、休暇取得を促す好循環を生み出している。

④ 平日や閑散期に限定した宿泊施設等の割引特典等の PR

平日や閑散期の旅行を促進するため「あいちスキ旅キャンペーン」を実施した。平日や閑散期に限定した割引や特典を提供する観光関連事業者を募集し、SNS 広告、宿泊予約サイトと連携したキャンペーンの展開を通じて特典内容を広く PR した。

⑤ 休み方改革イニシアチブの推進

経済界、労働界及び教育界と共に「休み方改革」を通じて、ワーク・ライフ・バランスの充実と生産

性向上による地域経済の活性化を目指す運動として「休み方改革」イニシアチブの周知・啓発、賛同企業・団体の取組紹介を実施した。

c) 取組の成果と展望

これらの取組は、県民の休暇の取得促進や分散化、旅行需要の平準化に寄与している。

2025 年 1 月に愛知県が実施した『『あいち県民の日』・『あいちウィーク』等に関する県民意識調査結果』²¹⁾によると『『あいちウィーク』を知っており、仕事をお持ちの方』のうち「通常の休みに加えて休みを取った方」は、14.1%だったのに対し、小学生の子を持つ回答者は 33.5%が、中高生の子を持つ回答者は 22.4%が「あいちウィーク」中に通常の休みに加えて休暇を取得した。また、「県民の日学校ホリデー」を知っており、仕事を持ち、「県民の日学校ホリデー」の対象の子を持つ回答者の 39.7%が「県民の日学校ホリデー」に合わせて休暇を取得した。そのうち、小学生の子を持つ回答者については 45.1%が休暇を取得した。これらの取組が子を持つ世帯の休暇取得を促したことが示唆される（図表 I-59）。

図表 I-59 あいちウィーク等の休暇取得状況

あいちウィーク				
	全体 (986)	小学生の子を 持つ方 (194)	中高生の子を 持つ方 (165)	大学生の子を 持つ方 (59)
休み 取得率	14.1%	33.5%	22.4%	13.6%
「通常の休みに加えて、休みを取った」				

県民の日学校ホリデー		
	全体 (325) ※小中の重複あり	小学生の子を 持つ方 (206)
休み 取得率	39.7%	45.1%
「すべての子どもに合わせて取った」＋ 「一部の子どもに合わせて取った」の合算値		

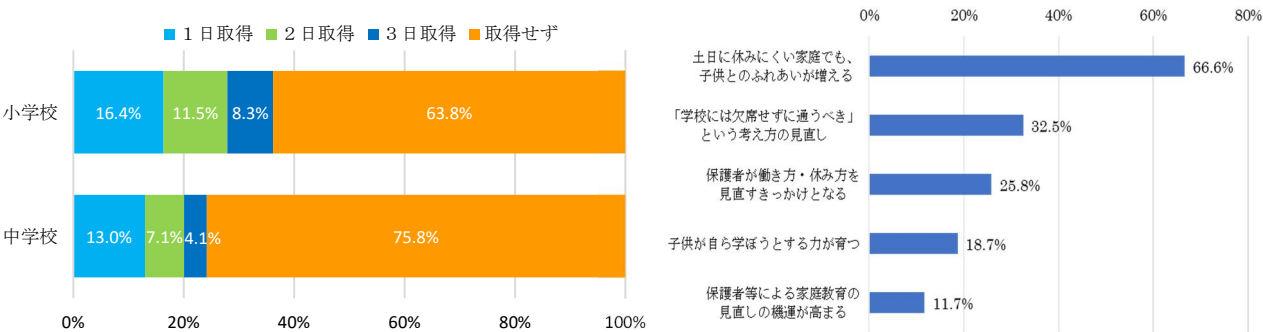
資料：愛知県『『あいち県民の日』・『あいちウィーク』等に関する県民意識調査結果』、『あいちウィーク』の観光面における効果に関するアンケート調査

注 1：「あいちウィーク」の休暇取得状況については、「あいちウィーク」を知っており、仕事を持つ方が対象。

注 2：「県民の日学校ホリデー」の休暇取得状況については、「県民の日学校ホリデー」を知っており、仕事を持ち、県民の日学校ホリデーの対象の子を持つ方が対象。

「ラーケーションの日」についても、2025 年 3 月下旬に行った『『ラーケーションの日』取得状況調査』²²⁾によると、小学生の約 36%、中学生の約 24%が「ラーケーションの日」を取得していた。また、2024 年 12 月上旬から 2025 年 1 月上旬にかけて実施した『『ラーケーションの日』アンケート調査結果』²³⁾によると、約 67%が本取組について「土日に休みにくい家庭でも、子供とのふれあいが増える」と回答した。この取組が保護者の休暇取得のきっかけとなったことがうかがえる（図表 I-60）。

図表 I-60 ラーケーションの日に関する取得状況・意識



資料：愛知県『『ラーケーションの日』取得状況調査』及び『『ラーケーションの日』アンケート調査結果』

²¹⁾ 愛知県が愛知県内の居住者 2,416 人を対象に実施したアンケート調査。

²²⁾ 愛知県教育委員会が市町村立学校を対象に実施したアンケート調査。

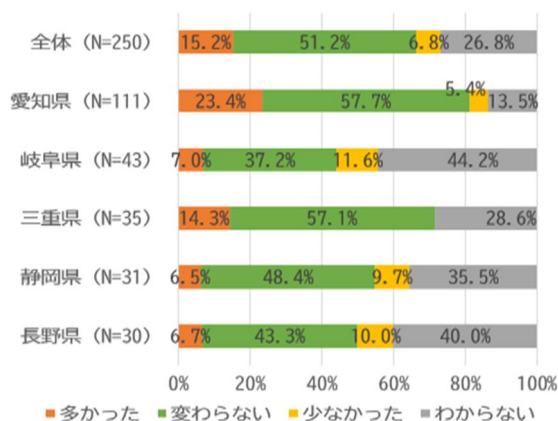
²³⁾ 愛知県教育委員会が市町村立学校に通う児童生徒の保護者を対象に実施したアンケート調査。

「『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」²⁴によると、愛知県及び近隣県（岐阜県、三重県、静岡県及び長野県）の宿泊施設の15.2%が「あいちウィーク」期間中の平日である11月22日（金）及び25日（月）の愛知県民の宿泊者数が普段と比べて多かったと回答しており、「休み方改革」の取組は観光需要の平準化にも効果をもたらしたと考えられる（図表I-61）。宿泊施設からは「平日が休みになることで需要が平準化されることはとても嬉しい」、「取組が全国へ広がることを望む」といった声も上がっている。

図表 I-61 ウィークにおける県民宿泊者数の変化

【平年との比較】

Q3. 2024年の11/22と11/25の愛知県民の宿泊者数は2022年以前の平年値と比べていかがでしたか。



資料：愛知県『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

また、平日等の旅行を促進する「あいちスキ旅キャンペーン」も、観光需要の分散化に寄与しており、2024年4月から2025年2月までに特典付きプランを利用して平日に宿泊した人数は54,000人に上った。愛知県の事例では、「休み方改革」の一環として平日の休暇取得を促進することで観光需要の平準化にもつなげており、県主導によって学校や経済界とも連携することで、多くの県民の参加が実現している。また、近隣県においても平日の宿泊者や来訪者が増加するなど、広域的な観光面の効果をもたらしている。さらに、愛知県「休み方改革」プロジェクトの取組は、観光需要の平準化を進める上で、県が主導して休暇改革を打ち出した点が高く評価され、2024年9月に「第8回 ジャパン・ツーリズム・アワード」において国土交通大臣賞を受賞した。

なお、休日を新たに導入する動きは愛知県以外にも見られる。茨城県では、平日に子供が保護者等と体験活動等ができる機会を確保するため、2024年度から「ラーケーション」を導入しており、年5日まで休暇が取得できる。山口県でも、2024年度から「家族でやま学の日」として年3日まで家族と共に校外で体験活動を実施できる制度を導入した。ほかの地方公共団体においても、創意工夫に基づき、休暇の取得や旅行需要の平準化が広がることが期待される。

4 ユニバーサルツーリズムの推進

特定非営利活動法人伊勢志摩バリアフリーツアーセンター（地域：三重県伊勢志摩地域）

a) 地域の概要

三重県伊勢志摩地域（伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、度会町及び玉城町）は、同県南東部に位置し、伊勢神宮と志摩半島の2大観光地を含む周辺地域を指す。公益社団法人日本観光振興協会の「デジタル観光統計オープンデータ」によると、2024年の観光入込み客数は年間1,064万人であった。

この地域では、これまで伊勢神宮を観光の柱としてきたが、参拝客数は20年に1回の式年遷宮によって大きく増減し、繁閑差の激しさが主な課題であった。閑散期をなくし、観光需要の平準化を実現するための観光政策の一つとして取り組みはじめたのが、ユニバーサルツーリズムの推進である。ユニバーサルツーリズムは、年齢や障害等の有無にかかわらず、全ての人が安心して楽しめる旅行をいう。今後とも増加が見込まれる高齢者や様々な心身の状態の人でも旅行を楽しめるよう、特定非営利活動法人伊勢

²⁴ 愛知県が2025年1月中旬から2月中旬に県内、及び岐阜県、三重県、静岡県、長野県の宿泊施設及び観光施設を対象に実施したアンケート調査による。250の宿泊施設と60の観光施設が回答。

志摩バリアフリースターセンター（以下「伊勢志摩 BFTC」という。）を中心に、伊勢志摩地域の地方公共団体や関係団体が連携し、地域一体となって集客促進や地域活性化を図っている。

b) 講じた取組

ユニバーサルツーリズムにおいては、交通機関や宿泊施設、トイレといったハード面の整備とともに、それぞれの旅行者の特性にきめ細かに対応するソフト面の整備も必要である。伊勢志摩 BFTC では、旅行者一人ひとりの身体の状態や希望、旅の状況に合わせた対応を実現するため、「パーソナルバリアフリー基準」という相談システムを開発し、高齢者や障害者等に対し旅行に関する情報提供やアドバイス等を行っている。旅行者一人ひとりの状態や希望等をきめ細かく聴取することで、それぞれの「行きたいところ」や「楽しみたいこと」の実現を目指している。

伊勢志摩 BFTC では、ユニバーサルツーリズムの更なる推進のため、行政や観光事業者等と連携し、ソフト面・ハード面双方の整備を進めている。2020 年度観光庁事業「ユニバーサルツーリズム促進事業」の一環として、①アクティビティ等をパッケージ化した視覚障害者向け旅行商品の造成、②バリアフリーアクティビティを提供できるインストラクターの養成の 2 点に取り組んだ。同事業の取組以外にも、③伊勢おもてなしヘルパーによる伊勢神宮参拝の支援や、④宿泊施設等におけるユニバーサルデザイン化の推進等を精力的に進めている。

① アクティビティ等をパッケージ化した視覚障害者向け旅行商品の造成

地域の事業者等と連携し、視覚障害者を対象とした 1 泊 2 日の貸し切りバスツアー商品を造成した。ツアーには視覚に頼らないアクティビティとして「かまぼこづくり体験」及び「ビール工場見学」を組み込み、説明を聞きながら実際に触る、嗅ぐ、味わうなどの体験を行った。また、お土産としてビールを購入した者が、帰宅後に銘柄がわかるよう点字の商品ラベルを瓶につける試みも行い好評を得た。ツアー中、参加者はウェブカメラを装着し、カメラが映す情景や商品の解説等について遠隔でのガイド案内が行われた。

旅行商品造成モニターツアー



資料：伊勢志摩 BFTC 提供資料

かまぼこ工房体験



ウェブカメラを装着した
遠隔ガイド案内



② バリアフリーアクティビティを提供できるインストラクターの養成

移動や体験を含むバリアフリーの旅行商品の提供にあたっては、受入側の知識・スキルの習得や相互連携等、体制強化が重要である。伊勢志摩 BFTC は地元旅行会社（バス会社）と協力し、別途、着地型のモニターツアーの実施を通じて、旅行業者向けにバリアフリーガイド研修を開催した。座学のほか、実際にバスを使った実地研修を行い、観光事業者や観光施設の従業員等 20 人が参加した。また、アクティビティガイドに特化した養成講座も実施し、座学と実技練習を行った。

旅行業者向けバリアフリー観光研修



資料：伊勢志摩 BFTC 提供資料



アクティビティガイド養成研修



③ 伊勢おもてなしヘルパーによる伊勢神宮参拝の支援

2015年に伊勢志摩 BFTC や伊勢市をはじめ6団体が連携し「伊勢おもてなしヘルパー推進会議」を立ち上げ、伊勢を訪れる高齢者・障害者がいつでも安心して伊勢神宮を参拝できるよう「伊勢おもてなしヘルパー」が来訪者を支援している。「伊勢おもてなしヘルパー」は、身体状況や高齢等により伊勢神宮参拝が困難な人への車いす介助や階段を上がるお手伝い等を行う有償ボランティアであり、研修を受けて認定された約80人のボランティアが活動している。

伊勢おもてなしヘルパーサポートの様子



資料：伊勢志摩 BFTC 提供資料

④ 宿泊施設等におけるユニバーサルデザイン化の推進

あらゆる来訪者にとってより安全で安心な観光地を目指し、宿泊施設等とともにハード面の整備も進めている。伊勢志摩 BFTC では旅館・ホテルがバリアフリーに改修する際にアドバイスをっており、支援が必要な人の目線に立ったデザインと、旅館の雰囲気や障害のない旅行者も違和感なく利用できるデザインを両立させることで、稼働率の低下を防ぎ、施設の持続的な運営に寄与している。今後も高齢者や障害者等が不安なく宿泊できる施設の選択肢が拡大することが期待される。改修には、**観光庁「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」**や鳥羽市「**宿泊施設及び観光施設等バリアフリー改修工事補助金**」の補助金が活用されており、**ユニバーサルデザイン化**の実現のみならず、三世代旅行等による宿泊料金の高価格化や長期滞在の促進による収益性の向上にもつながっている。

ユニバーサルデザイン化された客室



資料：伊勢志摩 BFTC 提供資料



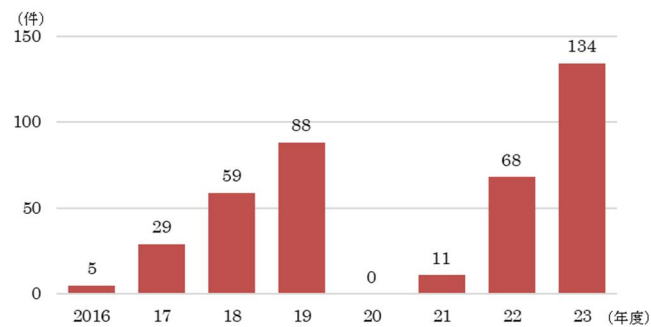
資料：有限会社扇芳閣ウェブサイト

c) 取組の成果と展望

伊勢志摩 BFTC による旅行者個々の状況を踏まえた相談対応の取組は、旅行に対する不安が大きい高齢者・障害者等の不安を軽減するのみならず、旅行の満足度の向上や旅行意欲の喚起を通じて、継続的な旅行の促進につながっている。相談当初は最初で最後の旅行と語っていた旅行者が、一度体制が整った旅行を経験した後は、その観光地について不安が軽減しリピーターとして再訪したり、次は別地域を訪れたりする動きがみられている。

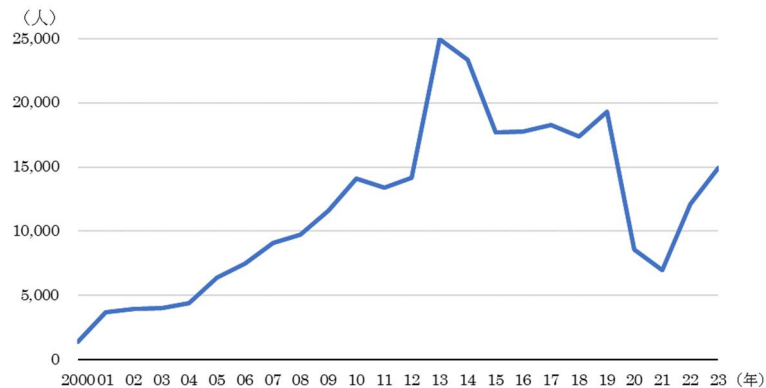
これらの伊勢志摩地域における一連のユニバーサルツーリズム推進の取組は、高齢者・障害者の誘客促進に寄与していると考えられる。「伊勢おもてなしヘルパー」については、2023 年度には 2019 年度（88 件）を上回る 134 件の利用があった（図表 I-62）。車いす利用者等も安心して伊勢神宮を参拝できることは口コミでも広がっており、認知度の上昇に伴い「伊勢おもてなしヘルパー」の利用者が増加しているとみられる。また、伊勢神宮（内宮、外宮）参拝者総数に対する車いす使用参拝者数の推移をみると新型コロナウイルス感染症流行下で減少したものの、このところ増加傾向にあり、流行前の件数に戻りつつある（図表 I-63）。

図表 I-62 伊勢おもてなしヘルパー利用件数



資料：伊勢志摩 BFTC 提供資料に基づき観光庁作成。

図表 I-63 伊勢神宮における車いす使用参拝者数



資料：伊勢志摩 BFTC 提供資料に基づき観光庁作成。

注1：外宮の車いす使用参拝者数は2005年より集計開始のため2004年以前の人数は内宮での集計のみ。

注2：2013年には第62回式年遷宮が行われている。

d) その他地域の取組

伊勢志摩地域以外でもユニバーサルツーリズムを推進する取組は徐々に拡大している。山形県天童温泉では、株式会社 DMC 天童温泉が中心となり、2021 年度から観光庁の補助事業も活用し、地域一体となって「年齢や障害等の有無にかかわらず、国内外の誰もが気兼ねなく温泉旅行を楽しめる地域」を目指した取組が進められている。ハード面の取組として、地域全体で旅館の改修等に取り組んでおり、ソフト面の取組としては、旅行者が安心して入浴できるよう旅館に入浴介助士を手配するほか、車いす利用者が参加可能な朝摘みさくらんぼ狩りツアー等、地域の観光資源を使ったバリアフリー対応ツアーの提供等を行っている。山形県天童温泉では、障害者やその家族へのプロモーションにも注力し、より多くの人へ旅行機会を提供できるように取り組んでいくとしている。

旅行介助士研修

旅行介助士研修
協力：（一社）日本介護旅行サポーターズ協会



客室のユニバーサルデザイン化

Before



After



資料：株式会社 DMC 天童温泉提供資料

コラム I-2 海外におけるユニバーサルツーリズムの取組

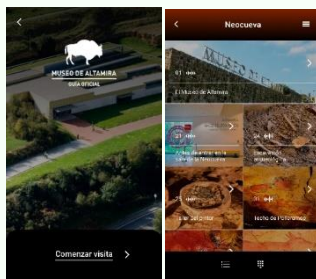
我が国では、2050 年には 65 歳以上人口が総人口の約 37%、約 3,900 万人²⁵になると推計されており、高齢層が国内旅行をより活発に実施すると大きな市場となることが期待できる。また、2022 年 12 月時点において、全国で約 1,200 万人（人口の約 9.3%に相当）²⁶とされる障害者の旅行を促進する取組も重要である。本コラムでは、海外諸国におけるユニバーサルツーリズムの先進的な取組事例を紹介する。

○スペイン：欧州の先進地における多方面でのアクセシビリティ確保の取組

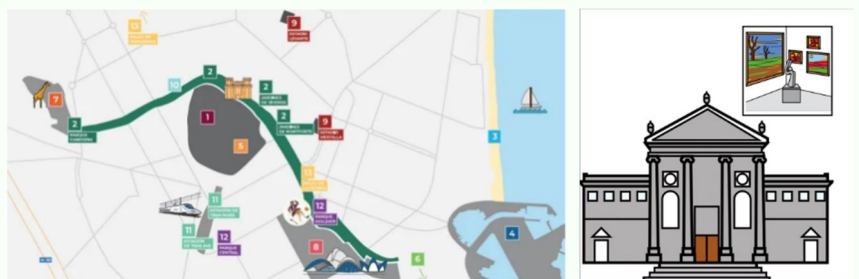
欧州委員会等がアクセシビリティ²⁷に優れた都市を選定する ACCESS CITY Award²⁸において、スペインのサン・クリストバル・デ・ラ・ラグーナ²⁹が 2024 年のグランプリを受賞した。また、過去 20 年間に受賞又は最終選考に残った多くの都市がアビラ、バルセロナ、ビルバオ等のスペインの都市をアクセシビリティのベンチマークに設定するなど、スペインは欧州の中でも特にユニバーサルツーリズム（アクセシブルツーリズム）の先進地として知られている。

各都市でも様々な取組が進められているが、スペイン厚生労働省が 2014 年に策定した「障害に関する戦略的行動計画 2014-2020」ではアクセシビリティ促進が戦略目標の一つとされ、交通や公共施設等の分野で、全国的に取組が進められた。公共交通機関では、国内全ての空港で手助けの必要な人に対応する専門スタッフが常駐し、出発又は到着の手伝いを実施している。また、鉄道の路線においても、国内 70 の駅で手助けの必要な乗客に対し、駅周辺への同行や電車の乗降を支援するサービスを常時提供している。公共施設の例では、サグラダ・ファミリアやプラド美術館等において車いす利用者も見やすい展示スペースの設置や、視覚障害者も楽しめる触れる模型、視認性の高いサインや点字案内等のハード整備が進んでいる。特に近年は、情報アクセスの分野での取組を活発化させており、アルタミラ国立博物館・研究センターでは、視覚や聴覚に制限がある人に向けて音声ガイドや手話での解説に対応したアプリが用意されている。また、バレンシアでは、自閉症の人等コミュニケーションや言語に障害を持つ人にも観光情報を届けるためのピクトグラムを整備し、県立博物館等での導入が進んでいる。2024 年に ACCESS CITY Award グランプリを受賞したサン・クリストバル・デ・ラ・ラグーナにおいても、公共施設や交通分野での取組に加えて、オンライン行政手続へのユーザーフレンドリーなデザインの導入や多言語サポート、自然体験ツアーにおける触覚的な模型や読みやすい資料の提供が高く評価されている。

アルタミラ国立博物館・研究センター アプリケーション



バレンシア ピクトグラム



（左図）資料：アルタミラ国立博物館・研究センターの公式アプリケーション（スペイン文化省）

（右図）資料：VISIT VALÈNCIA FOUNDATION ウェブサイト（左側はピクトグラムの配置箇所、右側は美術館を表す。）

○米国：国立公園等自然地域におけるバリアフリー対応

米国では、他国に先駆けて 1990 年に障害を持つアメリカ人法（Americans with Disabilities Act : ADA 法）が制定され、障害による差別を禁止している。ADA 法のうち、Title III : Public Accommodations and Services by Private Entities³⁰では、公園やその他のレクリエーション場所も対象に含まれていることから、法律制定後の整備の拡大により、既に全ての国立・州立公園において車いす利用できる遊歩道や舗装路等が提供されている。また、米国の国立公園では、ガイドを伴うプログラム・ツアーの提供や多様な障害への対応等の取組を進め、全ての高齢者や障害者の旅行を充実させている。具体的な例としては、年間約 1,200 万人が来訪するナイアガラの

²⁵ 国立社会保障・人口問題研究所 「日本の将来推計人口（令和 5 年推計）（中位推計）」

²⁶ 厚生労働省 令和 4 年生活のしづらさなどに関する調査（全国在宅障害児・者等実態調査）、患者調査（令和 2 年）等

²⁷ 高齢者や障害者等、様々な人が機器やサービス等を円滑に利用できる状態やその度合い。

²⁸ 2010 年より欧州委員会が欧州障害フォーラムと共にアクセシビリティに優れた人口 50,000 人以上の EU 全都市を対象に表彰。建築環境と公共空間、交通・関連インフラ、情報通信（新しい情報通信技術を含む。）及び公共施設・サービスの 4 領域の取組や計画について審査が行われる。

²⁹ スペイン・カナリア諸島州サンタ・クルス・デ・テネリフェ県の地方公共団体の最小単位である基礎自治体。

³⁰ 一般に公開されている場所での障害に基づく差別を禁止し、企業にアクセスの障壁を取り除くことを要求する法律。

滝において、滝を裏側から見物するツアーやクルーズ等の車いすで参加できるツアーが多数提供され、グランドキャニオン国立公園³¹では、車いすのまま峡谷内を訪問することができるプログラムが提供されている。さらに、グランドキャニオン国立公園に併設するヤバパイ地質学博物館³¹では、触覚で体験できる立体地図や岩石サンプルの設置、イエローストーン国立公園では、手話通訳のプログラムの提供等が行われている。

こういった様々な障害に対応した取組によって、高齢者や障害者はそれぞれのハードルに合わせたアクセス方法で国立公園での体験を楽しむことが可能となっている。

シャトルバス車いす用スロープ



ヤバパイ地質学博物館の触覚レリーフマップ



触れる岩石サンプル



資料：米国内務省「Grand Canyon National Park Accessibility Guide」ウェブサイト

³¹ グランドキャニオン国立公園のサウスリムにある、グランドキャニオンの地質学に関する博物館。

第3節 日本人の国内交流の拡大に向けて

1 地域事例分析のまとめ

本章では、日本人の国内交流の拡大に焦点を当てた分析を行った。

第1節では、日本人の国内旅行の現状と課題について分析し、我が国の国内旅行市場は長期で伸び悩んでいること、この背景として旅行の実施傾向が低い高齢人口の増加や旅行実施において様々なハードルがあること等を示した。他方、旅行は多くの国民にとって余暇を充実させる重要な位置づけであり、国内交流の拡大に向けて、若年層、子育て世代を含む中間層、高齢層それぞれの旅行ニーズを踏まえた交流市場の開拓や、旅行実施における各種ハードルの解消が必要であることも示した。

第2節では、地域の特色や観光資源を生かし、各年齢層の旅行ニーズ等を踏まえた新たな交流市場の開拓や国内旅行需要の平準化に取り組み、交流人口の拡大や地域活性化につなげている地域等の取組事例を紹介した。各事例の取組や成果を踏まえ、日本人の国内交流拡大に向けて必要な方向性を整理することとする。

第一に、若者が地域との関わりを求める傾向や近年の働き方の変化を踏まえると、従来の観光旅行とは異なる新たな旅のスタイルである「第2のふるさとづくりプロジェクト『何度も地域に通う旅、帰る旅』」の推進は、地域の関係人口の拡大に有効な選択肢である。一般社団法人雪国観光圏等の事例では、地域での人材育成やコンテンツ開発に加え、地域による旅行者への旅マエ・旅ナカ・旅アトの継続的なアプローチや地域課題に共に取り組む「仲間」としての旅行者の受入等により、旅行者と地域との持続的な関係構築を実現している。地域への移住や二拠点居住はハードルが高いと感じる旅行者にとっても重荷に感じず、好きな時に気軽に地域に「通う」、「帰る」ことができる心地よい関係性が生まれることで、旅行者側は地域貢献を通じた自己実現等が可能であり、地域側としてもリピーターや地域課題の担い手の獲得につながっている。こうした取組は、人口減少が深刻な地方部における地域産業の人手不足にも貢献するものであり、地方創生の観点からも重要な意義がある。

第二に、休暇取得等の課題を抱える子育て世代を含む中間層の旅行需要を喚起するには、**ワーケーション**や休暇取得等の促進が重要である。**ワーケーション**については宮崎県日向市及び株式会社キックハイクの事例を取り上げたが、受入地域側の関係者が密に連携し、地域の魅力や元々ある資源を活用して受入環境を整備している点や、参加者のニーズを十分汲み取り、ニーズに合致するプログラムを考案・改善している点が共通していた。これらにより参加者の満足度が向上することで地域への再訪意欲を生み、継続的な関係構築や地域活性化の実現にも寄与している。特に家族での国内旅行や地域での中長期にわたる滞在は、訪問地域における経済効果の創出のみならず、子供の学びや日常とは異なる経験の獲得といった効果もあることから、行政や学校、企業との連携による休暇取得促進等に向けた一層の取組が期待される。

第三に、人口減少・少子高齢化が進む中、高齢層や障害者等が安心して旅行できる環境を整備するため、ユニバーサルツーリズムの推進にも一層取り組む必要がある。高齢者や障害者等一人ひとりの旅行に対する不安解消に向けた情報提供や地域におけるサポート体制の充実、快適に過ごすための施設整備等といったソフト面・ハード面双方の取組は、彼らの旅行実施を後押しする。また、快適で満足のいく旅行経験は、その地域への再来訪や次の旅行実施意欲にもつながり、高齢層自身の健康増進や生活の充実のほか、国内旅行市場の拡大や旅行需要の平準化といった様々な効果をもたらす。

2 国内旅行の拡大に向けた国の施策の方向性

2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、国内旅行の拡大に向けて「国内交流拡大戦略」を掲げており、「国内旅行需要の喚起」、「新たな交流市場の開拓」及び「国内旅行需要の平準化の促進」の3つの観点から、関係省庁と連携して各種施策を推進している。

具体的には、関係人口化を通じた反復継続した来訪を促進・創出する「第2のふるさとづくりプロジェクト『何度も地域に通う旅、帰る旅』」、テレワークの普及や働き方の多様化を踏まえた「**ワーケーション**」の普及・定着、新たな交流市場拡大を目的とした「**ユニバーサルツーリズムの促進**」等の事業を通じて、旅の需要を顕在化させ、国内旅行の拡大を推進している。

第2のふるさとづくりについては、これまで、地域との交流や地域運営への参画等を通じて地域とのつながりの創出を目的とした新たな旅のスタイルの構築に取り組んできたが、2025年度は、2022年度から2024年度にかけて取り組んできた再来訪を生む循環型サイクルの創出等だけでなく、地域への経済効果と持続的な事業継続を実現する先駆的なモデル事例の創出に取り組んでいく。

また、**ワーケーション**については、2022年時点で13.4%に留まっていた企業の制度導入³²の拡大に

³² 観光庁「令和4年度ワーケーション推進事業企業や地域を対象とした調査」から、従業員数100人以上の企業のワーケーション制度導入率。

向けて、課題となっている子育て世代を対象にしたモデル実証に取り組んできた。2025年度は、これまでの**ワーケーション**政策における成果や企業における地方への関心の高まりを踏まえ、企業と地域の関係人口化の促進につながるプログラムを「企業版第2のふるさとづくり」として、企業をターゲットとした地域交流型の新たなプログラム造成を通じて「企業と地域の関係人口化」のモデル事例の創出を目指す。

ユニバーサルツーリズムの促進については、高齢者等が求めるバリアフリー情報の精度向上や旅行者への情報提供の充実に向けて、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の普及促進に取り組んできた。具体的には、認定取得に向けた研修用資料の作成・更新や認定施設の取組紹介等を実施してきた。今後は、これらの取組に加えて、制度の見直し・改善にも取り組んでいく。それ以外にも、高齢者や障害者等の旅行に課題を抱える対象の需要の掘り起こしのための調査や、宿泊施設等と連携した旅行商品造成に資するモデルツアーの実施に取り組み、商品造成手法の確立やノウハウの共有を講じていく。

2025年には、日本国際博覧会（大阪・関西万博）をはじめ、世界陸上競技選手権大会や東京デフリンピックの開催が予定されている。こうしたイベントの開催に向けて、全国的な機運醸成を図ることで、開催地への誘客に伴う広域周遊等を促進するなど、大規模イベントを契機とした国内旅行市場の拡大にも取り組んでいく。

第2のふるさとづくりプロジェクトに関する取組 第2のふるさとづくりプロジェクト



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

これまでの旅のスタイル
● 観光スポットを巡る ● 非日常の体験 ● 「地域のお客様」

地域との繋がりに着目した新たな旅のスタイル

これまでの旅とは異なる「何度も地域に通う旅、帰る旅」

『第2のふるさとづくり』



令和7年度の主な取組

①人と地域の関係人口化

先駆的事例創出モデル

・過去3年取り組んだ**地域とのつながりの創出・循環型サイクルの創出**などの取組は継続



▲「帰る旅スタディツアー」の参加者が自然の中で活動している様子（一社）富山観光局

・地域への経済波及効果の高さと事業の持続可能性を両立した新たな事業モデル等、**先駆的な事業モデルを創出**

②企業と地域の関係人口化

企業版第2のふるさとづくりモデル

・令和7年度事業においては、これまで取組を進めてきたワーケーション事業を『**企業版第2のふるさとづくり**』として施策を再構築



▲ワーケーション施設（宮城県釜石市）

・企業の関心が高いテーマに関して地域との交流を通じて学ぶ**体験型プログラムを造成**

・滞在を通じ知見を企業が地域に還元していく『**企業関係人口化**』に向けた**モデル事例を創出**

ユニバーサルツーリズム促進に関する取組



ユニバーサルツーリズム促進に向けた環境整備

①ユニバーサルツーリズム促進に向けた調査検討等

- ・旅行が困難な方の需要の掘り起こしのための**調査を実施**
- ・宿泊施設等と連携し、**高齢者・障害者等に合った旅行商品造成に資するモデルツアー等を実施**することで、商品造成手法を確立しノウハウを共有



▲モデルツアー

- ～客立場～
- 施設内の連絡のバリア（段差、階段等）の取組
 - ベッドがある場合はお客様が移動しやすい高さか（床からOn）
 - お客様の身体を支えやすい手すりの位置か
 - 車いす利用者の場合、室内をスムーズに移動できるスペースが十分あるか
- ～客立場～
- ▲モデルツアーチェックリスト（イメージ）

②「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の普及促進等

- ・バリアフリー情報の精度向上や旅行者への情報提供の充実に向け、「**観光施設における心のバリアフリー認定制度**」の見直し・改善を図るとともに**制度の普及促進**を行う。



▲認定マーク

第II部 令和6年度に講じた施策

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「稼ぐ力」の回復・強化を図るため、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、2024年6月に新たに32地域を採択し、前年からの2か年度にわたる全採択地域は202地域となり、地方公共団体・観光地域づくり法人（DMO¹）等による観光地再生に向けた地域計画に基づく宿泊施設等の改修事業等を支援した。
- ② 財務諸表や経営指標の活用、適切な労働環境の整備、顧客予約管理システム（PMS²）等のITシステムの活用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、「宿泊業の高付加価値化のための経営ガイドライン」に則った経営を行っているとして登録を受けた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」への変革を促した。

第2節 観光DXの推進

- ① 観光DX³の推進により旅行者の消費拡大等を通じて稼げる地域の創出に取り組んだ。具体的には、DMOを対象に地域特性・課題に応じた汎用性の高いマーケティング強化に取り組む実証実験を15件実施したほか、データを活用した観光地経営の高度化に向けた研修に取り組んだ。また、先進的な観光地の創出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等に一体的に取り組む実証事業を6件実施したほか、生成AIの適切かつ効果的な活用に関する調査、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・管理・運用体制の構築等に取り組んだ。さらに、2025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、地域が一体となつ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を10件支援した。また、ウェブサイトを活用した情報発信や旅行商品のOTA⁴への掲載による流通環境の整備の取組を24件支援した。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外部専門人材の登用やデジタルマーケティング等のスキルを有する人材の育成を支援した。
- 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⁵）及びサービスの実装を支援した（2024年度は全体で8事業採択）。

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

旅行業において、「サステナブルな旅アワード」を通じて、持続可能な観光に取り組む地域やコンテンツ、施設の旅行商品化の優良な事例について広く横展開を行い、日本における持続可能な観光に対する意識醸成を図った。

2 観光産業の再生支援

新たに観光関連事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、株式会社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）による観光関連事業へ

¹ 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。

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

³ 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。

⁴ 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。

⁵ 都市に関わる様々なデータについて、センタ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。

の資金、経営及びナレッジ面での支援を引き続き実施した。また、登録DMOと連携し、民間事業化支援を促進した。さらに、株式会社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た。

3 宿泊施設の整備促進

- ① 国際競争力強化に資する宿泊施設等に対して、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促進した。
- ② 宿泊施設におけるインバウンド対応を支援し、訪日外国人旅行者の滞在時の快適性を向上させるなど、ストレスフリーな宿泊環境整備を促進した。
- ③ 2024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や空き家・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」6件、「共同型都市再構築事業」1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

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

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5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し、地域主体とインバウンドベンチャーの連携のためのノウハウ集の作成を通じて、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

独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）は、日本に進出し又は進出を検討している外資系の有望な観光関連企業や、関連ソリューションを有するデジタル等企業の誘致を実施した。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と連携し、誘致活動を実施した。

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

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業務の効率化に資する設備投資支援を実施した。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についてフォローアップを実施した。さらに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ため、国内外の7か国で宿泊業の魅力を発信するジョブフェアを、8か国で特定技能試験を実施した。

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、表現する取組について、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現代アートに関する研修を、2回開催し、約170人の参加があった。また、若年層への認知度向上のため、通訳案内士による講演を大学5校で行い、各校30人以上の参加があった。さらに、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の活用を促進することにより、就業機会の確保を図った。

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 観光地域のマネジメント及びマーケティングを担う DMO を司令塔とした観光地域づくりを推進するため、2025 年 3 月 25 日時点で 353 団体（登録 DMO が 323 団体、候補 DMO が 30 団体）を登録した。また、DMO に求められる要件や登録要件の在り方等、今後 DMO に必要となる機能について検討するため、2024 年 1 月より「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催し、この検討結果を踏まえ、DMO の活動の質の向上を図ることを目的に、登録制度及びその運用についての見直しを実施した。
- ② DMO の体制強化を目的とした「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」において、外部専門人材の登用、中核人材の確保・育成、財源確保のための計画策定等を支援した。また、「世界的な DMO」の候補である「先駆的 DMO」として、有識者審査等を経て新たに 1 法人（白馬村観光局）を選定し、2022 年度に選定した 3 法人（京都市観光協会、田辺市熊野ツーリズムビューロー、下呂温泉観光協会）と合わせて各課題に対応した取組を支援した。
- ③ 「DMO 全国会議」を 2024 年 9 月に開催し、全国各地の DMO に対する集合型の実地研修や優良事例等の共有、DMO 間のネットワーク強化を図った。また、DMO への情報提供ツール「DMO ネット」を活用し、各種公募情報、研修・セミナー・シンポジウム等の案内を実施した。

2 観光地域づくり法人（DMO）等に対する支援

- ① 観光地経営に関する基礎知識や具体の手法を紹介した「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、ガイドブックの基礎解説や優良事例の共有、DMO 職員同士の意見交換会を行う研修会を各運輸局ごとに開催した。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いく、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を 107 件支援した。
- ② 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については、「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、外部専門人材の登用を通じて支援した。また、日本政府観光局（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におけるインバウンド誘客に向けた取組等を紹介した。
- ④ 国内外の旅行者の誘客促進に取り組む 90 団体の DMO や地方公共団体に対し、60 人の専門家を延べ 539 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。
- ⑤ 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、横展開を行った。

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 全国 6 地域において「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D⁶）」の実践を通じた自然環境・地域資源の保全・活用等に関する取組を支援し、モデルケースの創出を図った。また、地方公共団体や DMO における持続可能な観光計画の策定や、自然保護のための保護柵や遊歩道、バイオトイレ等の整備等持続可能な観光の促進に向けた受入環境整備の取組を支援した。

⁶ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

- ② 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行う 11 地域でモデル実証を行った。また、2025 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ナレッジ集を作成・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 5 地域を支援した。
- ③ 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を検討するため、2024 年 7 月に北海道美瑛町において、観光客が電動キックボードにより「青い池」へアクセスする実証実験を実施した。実証実験を通じて得られた安全対策等の知見等を基に北海道の観光地での運用方法等実現方策について調査結果のとりまとめを行った。
- ④ 地域の実情に応じたオーバーツーリズムの未然防止・抑制に取り組む先駆モデル地域として 26 地域を選定し、地域の関係者による協議の場の設置や協議に基づく計画の策定、取組の実施を総合的に支援した。

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 主要な観光地において景観計画策定が促進されるよう、景観改善推進事業を活用するとともに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、2024 年度では 666 市区町村で景観計画が、98 都市で歴史的風致維持向上計画が策定されている。歴史的風致維持向上計画認定都市（98 都市）に係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ており、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、「まちなかウォーカブル推進事業」やウォーカブル推進税制等の支援制度活用による「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくりを推進し、119 市区町村（2025 年 3 月末時点）が制度の対象となる滞在快適性等向上区域⁷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うとともに周辺観光資源と連携し、情報発信等を行った。首里城の復元については、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、明治記念大磯邸園として神奈川県中郡大磯町にある旧滄浪閣等の整備を進め、2024 年度は建物改修等を実施した。
- ③ 2024 年 11 月の全国都市緑化かわさきフェア期間中に、ガーデンツーリズムに係る全国会議を開催したほか、2025 年 2 月に第 7 回庭園間交流連携促進計画審査会（ガーデンツーリズム登録審査会）を開催した。

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、「日本美しの森 お薦め国有林」である奥久慈自然休養林や緑桂風景林等では、利用者の利便性の向上と安全確保のため、案内看板や歩道等の整備を行った。また、その中でも剣山自然休養林等では、国有林野の魅力をわかりやすく伝えるため、見どころ等の動画や写真を SNS 等を通じて国内外に発信した。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んだ。また

⁷ 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。

「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 2024 年 9 月にエスコンフィールド HOKKAIDO、10 月に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-PFI⁸）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、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て支援したことで、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 全国駐車場政策担当者会議（2025 年 1 月）にて、観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組事例を紹介するとともに、社会資本整備総合交付金等による支援について周知した。
- 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、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た。

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、個別補助制度等により山梨県富士河口湖町の世界文化遺産周辺をはじめとした観光地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、広報イベント「ほこみち インスパイアフォーラム 2024」を開催し各地の様々な「ほこみち」の取組の紹介等を通じて「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」の一つである「みちのく潮風トレイル」について、全線開通 5 周年を記念して、青森県八戸市、岩手県宮古市、宮城県仙台市・名取市、福島県相馬市でウォーキングイベントを行うなど、関係地方公共団体や民間団体との連携を深めるとともに、名取トレイルセンターを活用した情報発信等を通じて、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

⁸ 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。

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、母島沖港の泊地浚せつ等の港湾の整備や自然公園の施設整備・改修等を支援した。

1 1 観光振興及び賑わい創出に資する港湾空間の利活用

- ① みなと緑地 PPP⁹の案件形成支援を目的として、「港湾緑地の使い方をみんなで考える意見交換会」を4回実施した。また、「みなと緑地 PPP ガイドライン（案）」を策定し、2025年3月に公表した。
- 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。

1 2 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・処理の実施、藻場・干潟等の再生・創出等を通じて良好な港湾環境・景観を創造した。
- 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。

1 3 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。

1 4 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、予算事業により、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した。

1 5 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、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。

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、旅行代理店等との商談会等を支援するとともに、自然資源を活用した上質なツーリズムを推進するため、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事業を実施した。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

農林水産省は観光庁と連携し、地理的表示（GI）製品の持つ伝統やものがたりを生かしたインバウンド向けツーリズムを推進するため、GI製品の持つストーリーを参加者に周知し、GI製品の魅力への理解の醸成と付加価値向上を図った。また、GI生産者団体、関連事業者向けのシンポジウムにおいて、観光への活用事例を紹介し横展開を図るなど、GI製品の観光への活用を推進した。

3 観光の意義についての国民理解の増進

- ① 中長期的な観光戦略検討のため年間80以上の事業者と意見交換を行い、観光立国推進基本計画の推進過程において観光地域で新たに顕在・潜在化している課題や可能性、取組事例を把握した。

⁹ 港湾環境整備計画制度のこと。

- ② 有識者による観光教育セミナーの実施等を通じて観光教育の充実・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、営業日数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ほか、宿泊日数の算定方式等の考え方を明確化するためにガイドラインの改正を行った。
- 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、2025 年 2 月時点で 8 地方公共団体（東京都大田区ほか）が 6,198 施設（16,900 居室）を認定した。認定数は、2024 年 2 月時点と比較して、1,767 施設（3,928 居室）増加した。

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、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。

第 10 節 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・火山観測施設の更新整備等によって監視体制を強化するとともに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を進めた。また、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した。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 5 月から府県単位で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、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、観光庁及び 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、緊急地震速報や大雨、噴火、津波、洪水等の警報、熱中症情報等を多言語で提供するアプリ「Safety tips」及びウェブサイト・SNS を通じて、訪日外国人旅行者向けに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 JNTO 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、「Safety tips」の普及促進のため、駐日外国公館に対する働きかけや、海外インフルエンサーを活用した SNS 上での周知活動をより積極的に実施した。

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、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¹⁰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した。さらに、2024 年 4 月の豊後水道を震源とする地震における効果的な交通規制、避難路の確保等を行うため、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を加えた通行実績情報を、公益財団法人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

¹⁰ 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。

の充実を図った。

- 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に策定する「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セミナーを2024年12月に開催し、計画策定の促進を図った。また、「観光危機管理計画」を策定する地方公共団体を3地域支援した。
- 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を行った。空港については、「滞留者対応計画」を含む2020年3月に策定された空港BCP¹¹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。また、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2024年8月までに実施し、訓練や点検の実施状況等を確認、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39件支援した。
- ⑤ JNTOのウェブサイトやSNSを活用し、災害発生情報及び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った。

4 次の感染症危機への対応

- ① 新型コロナウイルス感染症の経験も踏まえ、次なる感染症危機に適切に対応するために令和6年7月に「新型インフルエンザ等対策政府行動計画」を改定した。
- 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を通じ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、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上で、必要に応じた制度の見直しの検討を開始した。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た貸切バスの安全性向上に関する関係法令等の改正に基づき、2024年4月から、デジタル式運行記録計の使用、アルコール検知器使用時の画像記録保存、点呼記録の動画保存の義務付け等、貸切バスの安全対策の強化を開始した。

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い、船員の資質向上に係る制度を導入するとともに、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 警察庁作成の安全運転啓発動画等の全国レンタカー協会への提供を通じて、レンタカーを利用する訪日外国人旅行者等に対する交通安全に関する同協会の広報啓発活動を支援したほか、訪日外国人旅行者等に対するレンタカー貸与の際に、レンタカー事業者による国際運転免許証の確認が確実に図られるよう、同協会と協力し、事業者向けの教養資料を作成した。

¹¹ 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）。

- 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、地方整備局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・支援した。
- 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した。

8 宿泊施設の防火安全対策の推進

- ① 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。
- ② 営業時間中に施設従業員が不在となる時間帯のある宿泊施設の防火安全対策を確保するため、「関係者不在の宿泊施設における防火安全対策ガイドライン」を策定した。

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、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、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、確実な実施を促した。さらに、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、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 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が運用されているところ、緊急時に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるよう警察職員に対する実践的な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への外国語対応可能な警察職員の配置を推進したほか、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を目的とした研修を継続的に実施した。
- ③ 訪日外国人旅行者等が各種手続を円滑に行えるよう環境整備を図るため、遺失届出書・拾得物件預り書をはじめとする、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 全国の消防本部に対して、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多言語音声翻訳アプリ「救急ボイストラ」¹²に関する使用状況のアンケート調査を行い、現在の運用状況や導入面での課題を抽出した。
- 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、消防庁ウェブサイトにて広報を実施するとともに、都道府県や消防本部へ周知を依頼した。
- 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

¹² 外国人傷病者への救急対応を迅速に行うための多言語音声翻訳アプリのこと。

「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、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った。さらに、全国の地方公共団体やJNTO 認定外国人観光案内所等の協力を得て「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の整備に取り組んだ。

第11節 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、2024年7月から2025年3月にかけて、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事業を実施した。具体的には、中国及び香港におけるオンライン形式での情報発信のほか、在中国日本国大使館が主催する形で、関連企業や地方公共団体が日本の食や観光、各地域の魅力を発信するイベントが開催され、香港ブックフェアでは東北地方をはじめとする地域の魅力のPRも行われた。
- 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¹³による誘客の取組として、海外旅行会社を対象に「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を支援した。また、サイクリングやキャンプといった観光素材を組み合わせた取組として、サイクリスト受入環境の整備やキャンプ場を活用したモニターツアーの実施を支援した。さらに、海外向けのプロモーションとして、Instagramにより台湾の旅行者向けに鶴ヶ城や福島県いわき市の塩屋崎灯台等の写真映えす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を支援した。
- ③ 【再掲】第Ⅱ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し、福島浜通り地域等の一体的なブランディングを行うため、地元事業者も交えた全体会議を年7回実施し、関係事業者が一堂に会したイベントと浜通り地域等を巡る3種類のツアーを実施した。また、地域一体的なデジタル基盤の整備に向けて支援している「交流人口基盤整備事業」においては、2件の新規採択を行い前年からの継続も含め6社を支援した。さらに、個々の市町村の独自の魅力の磨き上げを行う「誘客コンテンツ開発事業」では民間事業者等へ前年からの継続も含め9社に対して支援した。加えて来訪者向けポイント還元キャンペーン等を2回実施し、本地域への更なる交流人口拡大と消費喚起を図った。
- 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¹⁴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16の地方公共団体等の取組に対して支援した。具体的には、みちのく潮風トレイルとサップ船アドベンチャーズを組み合わせたコンテンツの造成、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。

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の分析手法を検討するとともに、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を把握し周遊ルート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）を公表した。
- ② 観光に関する統計の精度向上や利活用拡大に向けて、「宿泊旅行統計調査」の標本設計における層化基準等について検討したほか、「旅行・観光消費動向調査」の標本設計の見直しを実施した。また、「インバウンド消費動向調査」については、調査対象等の見直しに向けた実証を行うとともに、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、個票データの提供を開始した。

¹³ 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。

¹⁴ 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。

- 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、観光施策の推進に資する交通インフラ関連の GIS¹⁵ データとして、鉄道・駅別乗降客数及び高速バス停留所について、国土数値情報ダウンロードサイトに 2024 年 5 月・6 月に公開した。
- ④ 地域の観光施策の実現を通じた地方創生の取組を支援するべく、ETC2.0 データ¹⁶ を活用し分析した結果として、ゴールデンウィーク期間中の一般道路の交通状況を 2024 年 7 月に、休日における車での立ち寄り状況を 2025 年 2 月に公表した。

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するため、各地方公共団体の要望も踏まえ、観光庁や JNTO のウェブサイト等を通じて、各地方公共団体が発信している宿泊施設や観光施設等の営業状況等について、正確な情報の発信を行った。また、観光復興を進めていくべく、被災地の復旧状況を踏まえつつ、インフルエンサー招請等の JNTO による訪日プロモーションを集中的に実施した。
- 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 2024 年 3 月 16 日より実施し、観光需要を喚起した。
- ③ ふるさと納税を活用した特産品販売、旅行等を促進した。
- ④ 令和 6 年能登半島地震及び令和 6 年奥能登豪雨により被害を受けた地域を対象に、観光業も含む中小企業等が行う施設復旧等の費用を補助する「なりわい再建支援補助金」について、2024 年 12 月末時点で 912 件の交付決定を行った。また、雇用調整助成金等により従業員の雇用維持に取り組む企業を支援した。さらに、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った。

¹⁵ Geographic Information System の略。地理情報システムのこと。

¹⁶ ETC2.0 を搭載した車両の走行履歴データのこと。

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 インバウンド消費の拡大や質向上を図るため、地方公共団体や民間企業等の特別な観光コンテンツ造成を支援する「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」にて計 357 件を採択した。また、米国等の海外 3 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。
- 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・研究及び文化芸術・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った。

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

アドベンチャーツーリズム¹⁷の推進のため、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。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した。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した。

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とともに、日本の文化芸術の多様性を世界に示す取組を展開し、文化芸術をより一層充実させた。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した。

（2）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、アートバーゼルと連携した「アートウィーク東京」を継続開催し、アートバーゼルの VIP をはじめ世界の高付加価値旅行者の日本への誘客拡大に取り組んだ。

（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への支援について、2024 年度は 33 件採択した。

（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への支援について、2024 年度は 186 件採択した。

（5）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、見本市における展示施設「ジャパン・ブース」の設置・運営等（2024 年 5 月、6 月、9 月、2025 年 2 月に欧米で開催）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、メディアアート等メディア芸術に関する年度ごとの動向を整理した冊子を英語と日本語で発行した。また、メディア芸術人材育成事業において 40 組の育成を行った。

¹⁷ 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もの。

（６）ロケツーリズムの推進

2023 年度に開催した「ロケ撮影の環境改善に関する実務者懇談会」でのとりまとめを受け、国内外の映像作品の更なるロケ撮影に係る環境改善に向けて、「ロケ撮影の円滑な実施のためのガイドライン」（2020 年 8 月）を改定した。

（７）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伝統行事の公開等、活用に係る取組への支援について、2024 年度は 293 件の採択を行った。

（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への支援について、2024 年度は 51 件採択した。

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 9 事業を採択し、食文化の魅力発信等を推進した。
- 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を 6 地域に対して行い、ガストロノミーツーリズムを体験するために必要な施設の改修等の環境整備等を 4 件支援した。

（２）酒蔵ツーリズムの推進

日本産酒類海外展開支援事業及び酒類業振興支援事業により 143 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。

（３）日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産への登録

2024 年 12 月にユネスコ無形文化遺産に登録された「伝統的酒造り」について、その魅力発信や認知度向上等を目的として、「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、国内外（岐阜、デンマーク、ベルギー等）でシンポジウムを開催するなど、様々な周知・広報や機運醸成に取り組んだ。

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、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、通常の一般公開に加え、開設 50 周年を記念して、通常は非公開の区域及び美術品の公開や、迎賓館赤坂離宮の歴史等に関するパネルの展示、参観者参加型の企画、屋外での高校生吹奏楽部による演奏会等の新たな取組を実施し、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¹⁸として活用する「特別開館」を実施し、迎賓館の魅力国内外に発信した。
- 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、通常の一般公開に加え、通常公開していない部屋を参観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や外国人観光客を対象とした英語ガイドツアー等を実施することで、一般公開の更なる魅力向上に引き続き取り組んだ。
- ③ 「児童又は生徒を対象とする特別見学」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、諸事情により実施しないこととした。

¹⁸ 「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。

- ④ 皇居について、1回当たりの参観定員を500人とし、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の皇居イラストマップ（日本語版、英語版）及び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、参入までのルートを短縮し、春季は2024年3月23日から3月31日までの9日間（参入者数105,710人）実施、秋季は2024年11月30日から12月8日までの9日間（参入者数172,515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、無料Wi-Fiスポット（Imperial Palace Wi-Fi）の掲出更新を行い、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快適性向上等を図るため、大手休憩所（仮称）の整備に向けて、情報展示の撮影に着手した。
- 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4か所で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）において夜間開館を新たに行うなど取組を充実させた。また、展示面積の拡大等を行うため、館の整備・建替（Ⅱ期工事）を引き続き進めた。
- 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、英語及び中国語ガイド案内を行った。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、2025年3月に完成したものについては、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深めることを趣旨として「桂離宮観月会」を2024年10月15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、修学院離宮窮邃亭ほか整備工事を実施、2025年3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、2024年10月に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した。また、参加者募集の際、宮内庁SNSを活用した情報提供を実施した。さらに、見学者の満足度を向上させるため、厩舎では馬車の展示・馬とのふれあいのほか、新たに装蹄作業を公開した。加えてバスでの見学コースの途中、牛の放牧エリア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、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、合計24回実施した。また、パンフレットを更新し配布した。
- 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、宮内庁及び観光庁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 造幣局本局の見学コースについて、従来の見学コースに加え、記念貨幣の製造（圧印工程）の様子を見学できる特別工場見学会を2024年4月に実施した。
- 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を実施した。また、見学者の満足度を高めるため、パンフレットを配布し、魅力向上を図った。
- ⑮ 日本銀行本店本館について、2024 年度は、改刷（新日本銀行券）関連の広報コンテンツ拡充（スタンプやパネルの作成）のほか、「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」（平成 25 年法律第 65 号）の改正を受けた障害者向け見学を積極的に実施した。

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

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）を踏まえ、本制度の見直しについて検討を行い、令和 7 年度税制改正において、2026 年 11 月より「リファンド方式」に見直すとともに、消耗品の購入上限額や特殊包装を廃止するなどの措置を講じることとした。

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、高付加価値体験等の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、コワーキングスペースの運営等を実施した。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活用した民間イベントを実施し、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及び体験型コンテンツ整備を実施した。

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した。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、全国立公園を対象に取組の展開を図った。
- 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、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た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、魅力的な自然体験アクティビティの充実や質の向上等を通じて受入環境を整備した。また、ウェブサイト・SNS・スタンプラリー・海外メディアや、旅行博等の機会を活用し、国立公園の魅力や自然体験アクティビティを紹介するなど、国立公園の利用を促進した。さらに、2031 年の国立公園制度 100 周年に向けた記念事業として、各国立公園をデザインした記念貨幣シリーズのうち、瀬戸内海、雲仙天草、霧島錦江湾の 3 国立公園のデザインを 2024 年 4 月に公表した。加えて、各国立公園の聞き書き集「国立公園ものがたり」を、釧路湿原、大雪山、西海、雲仙天草の 4 国立公園で制作した。
- 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、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。特に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、直轄野営場において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った。加えて、国立公園等において登山道や木道の改修等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体験アクティビティの充実、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った。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アクティビティ等の充実、ウェブサイトの機能性の向上を促進した。また、日高山脈襟裳十勝国立公園の指定に連動し、公園紹介ページの新設等、関連する情報更新を行った。
- 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、国有林を所管する林野庁との連携事業を実施した。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立公園に展開を図った。
- 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を伝える大画面映像やデジタルを活用した体験型展示について、日高山脈襟裳十勝国立公園の指定に連動した改修を行った。また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「国立公園と食」「国立公園と映画やドラマ」「Let's go to the 90th Anniversary of National Parks of Japan」等をテーマとした企画展示等により、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、デジタル展示により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の情報提供を行うことで、日本の自然の魅力をわかりやすく伝え、より深い自然体験を提供した。2024 年度は、国立公園のビジターセンター等において、新たに 5 か所にデジタル技術を活用した展示施設を導入した。
- 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」¹⁹の対象とする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）、やんばる国立公園の 4 つの国立公園において、地域関係者と連携し、民間提案を取り入れつつ、国立公園の利用の高付加価値化に向けた基本構想の策定や、特に集中的に取り組む利用拠点の選定等を進めた。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」を通じて、17 地域に対し、DMO 等を中心に地域関係者が策定した「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 は、日本のパウダースノーへの興味・関心の高い米国・オーストラリア及びスキー人口が急増中の中国において、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した。具体的には、中国で旅行博出展やオウンドメディアを通じた情報発信やインフルエンサー・メディア招請による地方部のスノーリゾートの取材・情報発信を行ったほか、米国のスキー関連イベント（2024 年

¹⁹ 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。

4月)での商談やセミナー実施を通じて現地旅行会社との連携強化を図った。また、オーストラリアの一般消費者向け旅行博(同年5月)での日本各地のスノーリゾート等と連携により情報発信を行った。

3 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

- ① 歴史的資源を軸に地域を面的に再生させるため、専門家と共に計画策定や体制構築等に対し伴走支援等を行い、地域の取組を推進した。また、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、歴史的建築物等の改修に対して補助を行った。2024年度末時点で、面的取組展開地域は24地域認定されている。
- 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において、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した。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、観光まちづくりへの支援等を行った。
- 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を計22回開催し周知した。
- 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、宅建事業者等に不動産証券化²⁰等の周知を図るために中国地方5か所(各県)でセミナーを開催した上で、各事業者と専門家等の関係を構築するネットワーク会議を開催し、地方における不動産投資の普及促進を図った。
- ⑤ 「ローカル10,000プロジェクト」に地方単独事業を新設し、これらを含む「ローカルスタートアップ支援制度」により、古民家等を活用した事業の立ち上げを8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。また、申請件数の増加を踏まえ、取組を一層推進するため、補正予算で大幅な増額を図った。
- 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た。

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、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むとともに、国内の施設からの視察受入等の機会を通じてインバウンド対応に関する成果の共有に取り組んだ。加えて、キャッシュレス環境の整備等にも取り組んだ。
- 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、オンライン配信を活用した講座やワークショップ等の教育普及事業に取り組んだ。とりわけ、国立美術館では、合理的配慮と情報保障について国内の美術館の事例から学び、実践するためのミュージアム・アクセシビリティ講座を開設した。また、国立博物館等において、ニーズを踏まえた開館時間の柔軟な設定による快適な鑑賞環境の充実や、SNS等を活用した国内外への積極的な情報発信等を行った。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に対する収蔵品の積極的な貸与に加え、文化財の保存環境の改善や文化財保存活用施設の新築等に関する助言・協力に取り組んだ。加えて、博物館に来訪できない人も含め、場所や時間にとらわれず文化財の魅力に触れることができるよう、文化財情報資源のデジタル資源化や情報データベース

²⁰ 不動産の証券化という特別の目的のために設立された法人等が、不動産が生み出す賃料収入等の収益を裏付資産として証券を発行し、投資家から資金を調達する手法。

の充実等に取り組んだ。

- 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の取組等を推進し、環境整備の充実を図った。また、博物館については、バリアフリー・多言語対応、地域活性化等を促す取組について 18 件の事業を採択し支援した。さらに、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、12 大学の事業を採択した。
- 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 2024 年度は 25 件採択し、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支援した。

(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 57 件の計画を認定し、認定地域等において、計画に基づく多言語対応、Wi-Fi・キャッシュレス環境整備、バリアフリー化等の文化観光拠点施設の機能強化に資する取組を支援した。
- 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²¹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・活用の取組を引き続き支援した。
- 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。

(3) 文化資源の観光資源としての魅力の向上

- ① 日本遺産全体の質の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、構成文化財の解説作成や多言語化、建造物や美術工芸品等を健全で美しい状態に回復するための工事等を支援するなど、日本遺産認定地域の文化資源の磨き上げを促進するための支援の充実、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、地域連携及び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の育成を図った。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・講座を開催した。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)等を実施し、国立美術館ではキュレーター研修や全国の教員、学芸員及び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した。

(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した。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した。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し、2024 年 3 月に立ち上げた「文化財サポーターズ」を通じて官民連携による資金調達の取組を行った。
- 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した。

²¹ 地域の歴史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。

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した。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2件開催した。

- 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、地域の多様な豊富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、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た。なお、2024年12月に徳之島世界遺産センターを開所した。
- ② 2024年7月に、「佐渡島の金山」が世界遺産に登録された。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。

(6) アイヌ文化の魅力の発信

民族共生象徴空間（ウポポイ）について、2024年3月に策定した「ウポポイ誘客促進戦略」等に基づき、アイヌの人々の意見を踏まえた展示の改善、博物館員が専門的見地からわかりやすく解説するガイドツアー、外部コンテンツとのコラボ、体験型コンテンツのリニューアル等を実施した。

(7) ナショナル・トラスト活動等の民間取組の推進

自然環境に係るナショナル・トラスト活動については、「ナショナル・トラストの手引き」による周知のほか、「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、2025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。また、「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」²²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した。
- ② スポーツと地域が有する自然や文化・芸術等の様々な資源を融合させた「スポーツツーリズム」等を通じて、交流人口の拡大、地域・経済の活性化につなげるため、高付加価値コンテンツの創出に向けたモデル事業の実施及びその効果検証を行った。また、デジタル技術を活用したプロモーションの実施や各種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、人口集積地等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、訪日意欲の喚起やコンテンツを有する地方への誘客促進につなげ、スポーツツーリズム・ムーブメントを創出した。
- 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、ワールドマスタースゲームズ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、スポーツ振興くじ助成金を活用した財政支援や機運醸成イベントへの協力等、大会の

²² スポーツと自然・文化等の地域資源を掛け合わせ戦略的に活用することで、まちづくりや地域活性化につなげる取組を推進する、地方公共団体やスポーツ団体、民間企業等が一体となったネットワーク組織のこと。

開催に向けて必要な支援・協力を行った。

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²³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、古民家を活用した滞在施設の整備等を一体的に支援しており、2024 年度に調査した結果、2023 年度の農泊地域での年間延べ宿泊者数は 794 万人泊となった。また、OTA のウェブサイトにおける農泊特設ページによる情報発信や、「農泊インバウンド受入促進重点地域」40 地域のデジタルパンフレットの作成、ツーリズム EXPO ジャパン等への出展等、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、専門家による農泊地域の伴走支援を実施した。

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 JAPAN」²⁴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を行った。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た研修会・情報交換会等を開催し、JNTO 等と連携した情報発信を効果的かつ一元的に取り組み訪日外国人旅行者の誘客の強化を図った。なお、2024 年 12 月に 2 地域（長野県松川町、山梨県みのぶ農泊地域）を「SAVOR JAPAN」認定地域として追加した（同年 12 月時点で、計 43 地域）。

(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」として選定した。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等、農山漁村の地域住民の意欲及び機運向上につながる取組を推進するとともに優良事例の普遍化を図った。

② 農業遺産や世界かんがい施設遺産等の魅力を伝える PR 動画を作成した。また、2024 年 9 月に農業遺産地域を巡る旅行者向け FAM ツアー²⁵を実施した。さらに、同年 10 月に世界かんがい施設遺産の研修会を開催し、地域活性化の取組事例等を周知した。加えて、同年 11 月に農業遺産シンポジウム及びフェアを開催し、観光振興の取組事例や魅力を発信した。

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等を支援した。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した。さらに、ジビエ料理・商品を活用したモデルコースの造成に官民が連携して取り組んだ。

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

観光需要が本格的に回復する中、地方への継続的な来訪を促進するため、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を造成する取組について、全国で 719 件の事業を採択し、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の一貫した支援を実施した。

(2) 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（ロングストーリーツアー）の造成を 9 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横展開した。

²³ 移住や観光でもなく、単なる帰省でもない、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な関わりを持つ人々。

²⁴ 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。

²⁵ 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。

（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組み合わせた滞在プラン造成や受入体制構築等について国内６地域を採択し、モデル実証事業を実施した。また、医療ツーリズムの普及への課題に関するマーケット調査や、観光から医療まで一貫して通訳できる人材育成のための医療通訳講座に取り組んだ。

（４）サイクルツーリズムの推進

① サイクルツーリズムの推進に向けて、自転車の走行環境やサイクリストの受入環境等のサイクリング環境の整備、また、世界に誇りうるナショナルサイクルートの磨き上げやイベント出展等の国内外への情報発信、さらに、サイクルトレイン・サイクルパスの導入拡大について、官民で連携して取り組んだ。

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JNTO ポータルサイトにおいて海外に情報発信するとともに、サイクルトレインについて、情報交換会等を開催し優良事例の横展開を行うなど、新たな観光ニーズに対するサイクルトレインの普及を促進した。

（５）インフラツーリズムの推進

インフラツーリズムの拡大に向け、これまでのダムや橋というインフラ施設に加え、青い池（美瑛川ブロック堰堤）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を実施した。

（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した。また、半島地域では、地域の特性を生かしながら、地方公共団体やNPO等の多様な主体が連携して広域的に実施する交流促進、産業振興等の取組を支援するとともに、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係る調査を実施した。

② 「クルーズ等訪日旅客の受入促進事業」等により、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した。

③ 海洋周辺地域への訪日観光を促進するために、「クルーズ等訪日旅客の受入促進事業」において、海上観光の造成を行う事業を、７事業採択した。

④ クルーズ船受入のため石垣港において旅客船ターミナル等の整備を図った。また、「沖縄振興特別推進交付金」による、「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」等を実施したほか、「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、観光利用の利便性向上等を図った。さらに、北部地域の観光地経営の高度化・ブランディング強化を図るため、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。加えて、観光人材不足対策に係る無人化・省人化の取組等の支援や、沖縄観光の課題を踏まえ、「魅せる沿道景観」の整備を推進した。

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２２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、開発及び普及等により観光産業を支援した。分散型ホテル、インバウンド誘客促進、長期滞在型商品の推進を含む多様な取組に支援することで、一部地域では、前年を上回る集客につながった。

⑥ 北方領土隣接地域において、地域の資源・特性を生かした体験型・滞在型観光及び広域観光の推進、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。

（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、多数の関係者間における航路情報の共有を図るため、フェリー・旅客船事業者と経路検索事業者によるデータ整備を引き続き支援・推進した。

第４節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

観光による地方創生や訪日外国人旅行者の旅行消費額の拡大を目指し、消費単価の高い高付加価値旅行者の誘致促進に取り組むモデル観光地として 2024 年 9 月に 3 地域を追加選定し、全国 14 のモデル観光地に対して、各地域のマスタープランに基づく、コンテンツの創出、宿泊施設や移動環境の検証、ガイドの体制等の受入環境の整備等の取組を支援するとともに、JNTO と連携し、海外セールス・情報発信の強化等に取り組んだ。

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、訪日マーケティング戦略に基づき、各市場のターゲットに向けた多言語による SNS 発信等デジタルマーケティング等も活用して、きめ細かなプロモーションを実施した。また、JNTO では各現地事務所と各在外公館にて日々連携を行っているところだが、トルコ、ブラジル等の JNTO 現地事務所が無い市場においても、在外公館等の現地関係機関と連携したプロモーションを行った。さらに、2024 年 5 月に観光庁と共催で「日仏観光イベント」を実施し、農林水産省、JETRO 及び JFOODO と連携し、日本食提供エリアを設置した。

（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」に対してオンライン広告を配信した。具体的には、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、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図った。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したほか、認知度向上を目的とした情報発信に取り組んだ。

（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（OTA）2 社と航空会社 1 社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（各 2 市場）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った。

（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、イノベーションの創出等を目的としたインキュベーション施設等におけるイベントの実施・環境への負荷低減に資する取組・情報発信の取組等に係る経費への一部補助を行った。
- ② 総務省において、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放送・映像コンテンツを制作して海外発信する取組を支援した。2024 年度は、計 37 件の事業を採択し、欧州・アジア等 9 か国・地域において放送・配信した。さらに、独立行政法人国際交流基金（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、2025 年 3 月末までに 136 か国・地域で延べ 4,446 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向けて、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

(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、JNTO と連携した海外旅行博・商談会等を実施するとともに、観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」では約 440 件の魅力的な地域の観光商品を掲載するなど、インバウンドの拡大や地域振興の実現に向けた多言語での情報発信を行った。
- 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、2024 年度は約 41 万件の申込があった。また、地方版図柄入りナンバープレートは、全 73 地域で約 19 万件の申込があった。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 万件の申込があり、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。

(2) 2027 年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）に向けた対外発信

- ① 2024 年 7 月開催の第 10 回太平洋・島サミットや同年 9 月開催の G7 イタリア農業大臣会合をはじめとする国際会議において、国際的な機運醸成及び参加招請を行うとともに、国内向けのシンポジウムの開催やブース出展を通じて、我が国の高品質な花きや、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 米国カリフォルニア州及びイリノイ州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。

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 アカウントで写真素材を活用し、観光促進を含む広報及び任国の嗜好・トレンドを踏まえた独自の日本紹介コンテンツを発信することで、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、ロンドン及びロサンゼルス）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、サンパウロでは京都の織物、沖縄の紅型及び茨城の下駄の歴史を紹介するイベントや長崎県の龍踊りを体験させるイベント等を実施、ロサンゼルスでは鯨と闘牛に焦点をあてた短編映画の上映を通じた徳之島（鹿児島）を紹介するイベントや県知事が出席して地域の魅力をアピールするイベント（鳥取、鹿児島及び長崎）等を実施、ロンドンでは 2023 年 11 月から 2024 年 4 月にかけてアイヌ文化に係る大型展示を開催した。また、JNTO ロンドン事務所との協力事業「Spotlight on Local Japan」を通じて大分、和歌山、富山、愛知、滋賀及び東京を紹介した。さらに、併設されているレストランやショップでの銘品・名商品の販売も含め、3 拠点それぞれにおいて能登復興支援を目的とした事業も実施した。
- ③ 2025 年 1 月、外務省と大阪府堺市、沖縄県、栃木県日光市及び徳島県上勝町との共催で、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 90 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、福岡県八女市（2024 年 6 月）、福島県（同年 10 月）、京都市（同年 10 月）及び栃木県佐野市（同年 11 月）で計 4 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 2025 年 2 月、外務大臣と群馬県知事の共催で、また、同年 3 月、外務大臣と長野県知事の共催で、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 180 人、約 210 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。

（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更なる活性化につなげた。
- ③ 【再掲】第Ⅱ部第1章第3節6
- ④ 【再掲】第Ⅱ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引き続き支援した。
- 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、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、2024年9月末までに累計4,509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。

（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といった地域の魅力を、観光と連携することにより国内外に発信し、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、「スポーツ文化ツーリズム」を推進、具体的な取組として優れた取組を評価し普及を図るべく、「スポーツ文化ツーリズムアワード」を実施した。
- ② 【再掲】第Ⅱ部第2章第2節2（5）①
- ③ 在外公館及び JF は、多様なジャンルの公演や展覧会、映画祭等の対面開催を通じて、日本文化に触れる機会を提供した。また、JF は、全世界を対象に多言語字幕付きで日本の映像作品を常時配信し、日本ファン拡大を目指す新たなプラットフォーム「JFF Theater」を2024年8月にオープンし、映画等を通じた日本の魅力発信を試みたほか、日本の優れた舞台作品を発信する「STAGE BEYOND BORDERS-Selection of Japanese Performances-」等、全世界向けの既存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、両機関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、JNTO の本部及び海外事務所の Facebook にて、前述の「JFF Theater」を紹介し、JF 単体では届かない潜在的な関心層に向けて日本の映像作品の魅力を発信した。加えて、海外における連携としては、JF がパリ日本文化会館の施設を観光関連の事業に提供し、日仏間の観光交流の拡大を目的とした「日仏観光イベント（主催：観光庁、JNTO）」等が開催された。また、新たに中東地域での組織間連携強化を目的に、JF カイロ日本文化センターと JNTO ドバイ事務所が連携し、日本語教材のサンプルや観光パンフレット等の双方の制作物の相互配布や、SNS での情報発信等を実施した。さらに、JF 主催の日本映画祭や文化事業、日本語関連の各種コンテスト等で訪日旅行関連のパンフレットを配布するなど、積極的な広報連携にも努めた。

（４）日本食・日本食材等の海外への情報発信

- ① 訪日旅行経験者等を対象として、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、日本産食品等のプロモーションを実施した。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した。

- 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した。

(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。2025 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。

(6) 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、2024 年度には外国メディア関係者の招へいを計 10 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 3 回実施した。

(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、訪日外国人旅行者に向けて、地域の魅力ある精度・鮮度の高い季節情報及び行事・祭事情報を発信すべく、観光情報ウェブサイト「JAPAN 47 GO」英語版のリリース環境を整え、2025 年 3 月に一部地域情報を先行リリースした。
- 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した。

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、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一人当たりの消費相当額調査及び MICE 全体の経済波及効果の算出を行った。また、国際 MICE の参加者数の算出精度向上に向け、調査対象や調査消費費目の変化等に関する調査を実施した。

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誘致・開催するため、文部科学省や外務省等の関係省庁と連携し招請レターを発出し、国際会議誘致を支援した。

3 MICE 開催地としての地域の魅力向上・発信文化観光の推進

- 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²⁶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 30 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、開催効果の拡大を目的として、政令指定都市を中心に、近隣の中核都市やその他地方都市との連携や地域のステークホルダーとの新たな取組実施を計 54 件支援した。また、インセンティブ旅行について、地域内の多様なステークホルダーや都市間の連携によるインセンティブ旅行向けコンテンツ造成やプロモーションツール作成等を計 15 件支援し、各地域の誘致力強化を図った。

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、2024 年 8 月から 2025 年 1 月にかけて、シンガポール、ソウル(韓国)、台北(台

²⁶ 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。

湾)、ホーチミン (ベトナム)、クアラルンプール (マレーシア)、バンコク (タイ) 及びマニラ (フィリピン) の7都市において、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した。また、スペイン・メキシコ、シンガポール、マレーシア、中国からインセンティブ旅行を取り扱う旅行会社のキーパーソンを招請し、日本各地での視察を実施した。

- ② JNTO は、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した。
- ③ JNTO は、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、国際 PCO²⁷ 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行った。また、国際会議協会 (ICCA)、MPI²⁸、SITE²⁹ 等、MICE 国際団体のネットワークを活用し、情報収集を行った。
- ④ JNTO は、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 誘致力の強化を図った。
- 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6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、全国の都市を対象としたインセンティブ旅行の誘致・開催に向けた取組等を紹介するセミナーを2回実施した。また、8都市のコンベンションビューローに対し、MICE 見本市への出展支援等を実施し、我が国の MICE 開催件数の更なる増加を図った。

5 MICE 誘致の国際競争力の向上のための基盤整備

- ① JNTO は、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、国内メディアと連携し、国際会議の需要喚起を目的とした動画作成等の国内プロモーションを展開し、JNTO の活動の認知度向上を図った。また、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、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とにより、国際会議誘致件数の拡大を図った。
- ② 日本学術会議は学術研究団体と国際会議を6件共同主催したほか、国際会議主催者セミナーを JNTO と共同で開催するなど、学術研究に関する重要な国際会議の招致・開催に向けた取組を行った。
- ③ MICE 推進都市の3都市に対し、各分野における専門家を派遣し、都市ごとにそれぞれの都市にあった取組強化を図るとともに、MICE の誘致段階における PR として競合都市に対する優位性の向上を図った。
- ④ JNTO は、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んだ。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した。
- ⑤ MICE 施設への PFI³⁰・コンセッション方式導入を促進するため、計3都市の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ットフォームを改定した。
- 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

²⁷ Professional Congress Organizer の略。会議運営サービス会社のこと。

²⁸ Meeting Professionals International の略。MICE 専門家が加盟する国際非営利団体のこと。

²⁹ 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。

³⁰ 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。

として、計 12 の 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った。

- ⑦ 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や、若手研究者による国際会議開催を計 24 件支援した。また、大学研究者や URA³¹ へのアンケート調査等を実施し、国際会議誘致・開催における課題の把握を行った。

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、2024 年 11 月に、我が国では初めてとなる日本国際仲裁ウィーク（Japan International Arbitration Week）を官民の関係機関が連携して開催し、一週間にわたる様々なイベントに全世界から仲裁実務家や企業関係者等が参加した。

第7節 IR 整備の推進

IR 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 月に認定した大阪の区域整備計画について、2024 年 9 月に実施状況評価を行った。

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した。
- ② バスタプロジェクト³²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、MaaS³³等の新たなモビリティサービスにも対応可能な施設となるよう、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。2024 年度末時点で、約 254,000 枚の規制標識「一時停止」に英字が併記されている。
- 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した。
- 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を JNTO ポータルサイトにおいて海外に情報発信し、地方への訪日外国人旅行者の流れの創出を図った。
- ⑥ 2023 年に引き続き、2024 年 8 月から 9 月にかけて、「THE ROYAL EXPRESS」が道内を、2025 年 1 月から 3 月にかけて、四国・瀬戸内を運行し、観光列車を運行する取組が促進された。

（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、需要回復後の成長投資を下支えする観点等から、令和 6 年度予算において空港使用料・航空機燃料税の減免や、空港会社への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 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、政府目標である 2030 年訪日外国人旅行者数 6,000 万人受入のボトルネックとならないよう、体制を強化していくことが重要であることから、

³¹ 大学等の研究組織において研究開発マネジメントの強化を支える業務に従事する人材のこと。

³² 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。

³³ 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。

2023 年 6 月に公表した有識者会議の中間とりまとめを踏まえ、人材確保や処遇改善等に向けた取組を推進したほか、各関係者が行う取組のフォローアップを実施した。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、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った。また、2024 年 6 月に空港業務の技術開発・実装を進めるべく有識者会議を設置し、手荷物輸送作業の生産性向上について検討を開始した。加えて、令和 6 年度当初予算「FAST TRAVEL³⁴ 推進支援事業」において、手荷物輸送等の円滑化に向けた先進機器の導入に対する補助を実施した。また、外国エアラインの新規就航等において航空燃料の供給ができない事態が全国各地で生じたことから、2024 年 6 月に設置した官民タスクフォースにおいて同年 7 月に行動計画をとりまとめ、航空燃料の安定的な供給に向け対応した。

- ③ 中部国際空港においてビジネスジェット専用動線を一部改修するなど、ビジネスジェットの利用環境の改善を進めた。

（3）国際拠点空港等の整備（2024年⑥）

- 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等、新飛行経路の着実な運用に向けた取組を進めた。また、空港制限区域内における自動運転レベル 4 の導入のための整備に新規着手したほか、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引き続き実施した。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 万回への拡大に向けた取組を進めるとともに、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 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、持続可能な形で発展するよう、人材確保や処遇改善等に向けた取組を推進した。また、ボーディングブリッジや CIQ³⁵ 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した。
- ③ 中部国際空港においては、引き続き第 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時における継続的な空港運用及び空港の完全 24 時間運用の実現等を目的とした「代替滑走路事業」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、2 本目の滑走路を 2025 年 3 月 20 日に供用開始した。また、屋久島空港においては、交流人口の更なる拡大等を図るための「滑走路延長事業」、那覇空港においては、空港の利便性向上を図るための「国際線ターミナル地域再編事業」、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の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、空港コンセプ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 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）を引き続き実施した。2024 年度においては、東日本空域における 6 回の上下分離作業を実施し、2025 年 3 月 20 日に全国の上下分離を完了した。
- 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け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

³⁴ 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。

³⁵ 税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫（Quarantine）の総称。

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。

（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 「地域における受入環境整備促進事業」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。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、宮古島において市民向けにクルーズシンポジウムやクルーズの体験乗船を実施し、地域住民のクルーズ受入に向けた理解を促進した。
- ② 2024 年の訪日クルーズ旅客数は 143.8 万人、我が国港湾への総寄港回数は前年比約 1.3 倍の 2,479 回（うち外国クルーズ船 1,923 回、日本クルーズ船 556 回）となった（速報値）。
- 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・安心の確保に係る検討・最終とりまとめ（2023 年 9 月 11 日）」等を踏まえ、重要港湾以上の全港湾 125 港及び地方港湾 4 港の計 129 港において、水際・防災対策連絡会議を実施するなど、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た。
- ④ 「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」について、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、計 13 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、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 「国際旅客船拠点形成港湾」に指定されている港湾において、港湾管理者の港湾施設の整備への支援や、港湾管理者と連携船社の調整等、ハード・ソフト両面からの支援を行った。
- ⑥ 「クルーズ等訪日旅客の受入促進事業」について、クルーズ船の受入体制強化やクルーズ船寄港プロモーション、クルーズ旅客等の満足度向上と地域経済効果の創出に対して、計 35 事業を採択した。また、2024 年度は、みなとオアシスとして新たに 5 か所（小樽港、土肥港、熊本港、温泉津港、相馬港）の登録を実施した（2025 年 1 月 1 日時点で 165 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。また、「全国クルーズ活性化会議」と連携したシンポジウムを実施し、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図った。
- ⑧ 全国の港湾における係留可能な岸壁・マリーナに対して、大型のプレジャーボートの寄港実績を調査するとともに、短期・中期的な対応方針案を検討した。
- ⑨ JNTO は、2024 年 4 月、11 月に北米最大規模のクルーズ専門見本市、商談会への出展や、同年 10 月から翌年 3 月にかけて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を実施した。

（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・活用に取り組んだ。また、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航再開等利便性向上に向けて調整を行った。さらに、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）整備を引き続き実施したほか、京急空港線引上線の鉄道基盤施設整備に本格着工した。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た。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、2024 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。

（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を支援した。

- ② 「日本版 MaaS 推進・支援事業」において、全国 11 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 4 事業者、キャッシュレス化については 20 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。

③ 【再掲】第Ⅱ部第 1 章第 9 節②

- ④ 観光地のタクシー不足に対応するため、ほかの営業区域からの応援のほか、地域の自家用車・ドライバーを活用した日本版ライドシェアの運用を開始した。日本版ライドシェアの運用改善により、イベント開催時・観光ハイシーズンにおける一時的な需要増加等にも対応した。また、観光地における移動需要にも応えるため、公共ライドシェアについては大幅な制度改善を行い、交通空白地の判断にあたって時間帯を考慮するなど、観光客の移動の足が確保されるよう取り組んだ。

(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支援するとともに、地方公共団体や事業者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、関係機関と連携して対応してきたところであり、2023 年度以降、訪日外国人旅行者が増加している状況を踏まえ、成田国際空港・東京国際空港(羽田空港)をはじめとする国内主要空港や観光地等において白タク行為防止を呼びかける啓発活動を実施するとともに、主要空港等の実態調査を行い、白タク行為と疑われる事案に関する情報を警察に提供するなど、旅行者の安全・安心を確保できるよう白タク行為防止対策の強化に取り組んだ。

(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関して、公共交通事業者等が作成した「外国人観光旅客利便増進実施計画」をとりまとめ、整備状況を確認するとともに、公共交通事業者等が当該計画に基づいて行う多言語対応等の外国人観光旅客利便増進措置の実施を支援した。
- 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、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した。

(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、「Japan Rail Pass」³⁶等の企画乗車券の利用促進を図った。

(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・改善を図った。

³⁶ 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。

（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推進した。
- ② インバウンドの受入環境整備・改善を促進するため、「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」（2025年3月末現在、108機関が登録）において、2023年の来道外国人旅行者のGPSデータ、周遊・滞在状況等の分析結果等を共有した。また、2024年11月に同プラットフォーム会合を開催し、データを活用した施策展開等について意見交換を行った。

（１２）幹線鉄道の整備

- ① 整備新幹線について、現在建設中の北海道新幹線（新函館北斗・札幌間）は、2025年3月に、「北海道新幹線（新函館北斗・札幌間）の整備に関する有識者会議」において、現時点では、完成・開業はおおむね2038年度末となるが見込まれるが、トンネルの貫通に一定の目途が立った段階で、改めて全体工程を精査し開業時期を定めることが適切であること等を内容とする報告書がとりまとめられた。未着工区間である北陸新幹線（敦賀・新大阪間）については、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、先行的・集中的に実施するとともに、詳細な駅位置・ルートの方案を公表した。さらに、九州新幹線（西九州ルート）について、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、「リニア中央新幹線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した。また、名古屋・大阪間について、一日も早い全線開業に向け、関係地方公共団体やJR東海と連携し、環境整備を進めた。

（１３）都市鉄道の整備

2025年1月、大阪・関西万博のアクセスルートとなる大阪メトロ中央線（コスモスクエア・夢洲間）が延伸開業した。また、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。

（１４）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。

（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 第1ステージ「通過する道路利用者へのサービス提供の場」、第2ステージ「道の駅自体が目的地」として取組を進めてきたが、第3ステージ「地方創生・観光を加速する拠点」を目指す取組の一環として、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 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」について、キャッシュレス決済環境、段差の解消、トイレの高機能化及び洋式

便器の整備に係る取組を3件支援した。

⑤ 【再掲】第Ⅱ部第1章第7節3②

(16) 道路交通の円滑化

① 【再掲】第Ⅱ部第1章第10節7②

② 【再掲】第Ⅱ部第1章第10節7③

(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。

(18) 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の周知をするとともに、地方公共団体や関係団体等と連携して、クルージング等の体験機会提供の取組を年間に計28回全国各地で実施した。

(19) 港湾空間・みなとオアシスの整備等

【再掲】第Ⅱ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) ビザの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。2024年度には、インド及びインドネシアに次世代査証発給システムを導入し、現在までに合計19か国・地域にて査証のオンライン申請及び電子査証の交付が可能となった。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状況及び要望を踏まえ検討を重ねた結果、2024年4月以降、パナマ、フィリピン、ウクライナ及びブルネイの4か国を対象に査証発給要件の緩和を実施した。2025年3月末時点で、我が国は71の国・地域の一般旅券所持者に対する査証免除措置を実施している。

(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、出国の待ち時間の公開を開始した。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、関係者で調整を引き続き進めた。さらに、今後、訪日外国人旅行者数の更なる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 大規模空港に既設しているバイオカードや電子EDカード³⁷用読み取り機器を地方空港に随時、移設・導入を行うことにより設備の拡張を図った。

③ 日本到着後の審査時間を短縮するため、2025年1月から2月にかけて台湾で日本の入国審査手続の一部を出発前に済ませるプレクリアランスを実施した。

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した。

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2023年5月に成立した「刑事訴訟法等の一部を改正する法律」(令和5年法律第28号)の施行に伴う出国確認の留保の対象拡大に

³⁷ 外国人入国記録に係る情報を、外国人が「出入国管理及び難民認定法施行規則」(昭和56年法務省令第54号)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)

備えた出国手続機能改修等を検討した。

- ⑥ 訪日外国人旅行者数が増加する中、円滑な出入国審査を行うため、地方空港・港湾を管轄する地方出入国在留管理局は、職員の勤務時間の見直しや同地方官署内での応援派遣等を行い、到着便が輻輳する時間帯に入国審査官を効果的に配置するなど、機動的な勤務体制の整備を行うとともに、審査機器の増配備等を行った。また、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、訪日外国人旅行者数等を踏まえ、適正な人員配置を行うとともに、X線検査装置等の取締・検査機器の整備を実施した。さらに、検疫所における検疫体制の強化を図るため、適正な人員配置を行うとともに、患者搬送車両、検査機器等の物的体制の整備を行った。
- ⑦ Visit Japan Web については、安定運用を実現し、利用者の利便性向上等に資するとともに、利用者のニーズ等に応じた機能拡充等を随時行った。
- ⑧ 急増する訪日外国人旅行者等の円滑な入国と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（API³⁸）や乗客予約記録（PNR³⁹）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、引き続き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、AIの積極的活用等による情報収集・分析の強化を行った。出入国在留管理庁では、航空会社からのPNRの電子的な報告を促進し、また、2024年7月3日付けでインドネシア当局と情報共有に関する協力覚書に合意するなど国内外の関係機関との情報連携を推進するとともに、AIを活用するなど高度な分析を行い、その結果を空港等の地方出入国在留管理官署で活用することにより、訪日外国人旅行者に対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（iAPI⁴⁰）の試行的な運用を2024年8月に開始した。また、我が国にとって好ましくない外国人の来日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等に身分事項、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、来日前にチェックする仕組み）の導入に向けて海外法令の調査等を実施した。
- 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⁴¹等の先進的な保安検査機器の導入促進を図った。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は、2024年11月に実務者検討会議を設置し、検討を進めた。
- 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、スマートレーン等の先進機器の導入支援や、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（CUTE⁴²システム）等の導入支援等、搭乗手続の円滑化や旅客動線の効率化・高度化を図った。関西国際空港については、国、地元の地方公共団体、経済界、運営権者等の関係者が一体となった機能強化を進めており、容量拡張を目的として2025年3月から新飛行経路の運用を開始するとともに、運営権者による民間の創意工夫を生かした機能強化として、2025年3月の新国際線保安検査場のオープン等の第1ターミナルの改修事業を推進した。
- ⑫ 訪日外国人旅行者数6,000万人時代の到来を見据えて、新たに国際線が就航した空港やクルーズターミナル等に対し、バイオメトリクス読取装置の増配備を実施した。また、次期バイオメトリクス読取装置の導入に向けた検証等を実施した。

³⁸ Advance 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。

³⁹ 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。

⁴⁰ Interactive Advance Passenger Information system の略。本邦に渡航予定の外国人が海外の空港においてチェックインした際、航空会社が取得した情報を出入国在留管理庁に送信し、その情報を基に搭乗前の事前スクリーニングを行うシステム。

⁴¹ 自動で手荷物の仕分けや搬送が可能なレーンのこと。

⁴² 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。

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等を適正に運用するとともに、一部の空港において税関検査場電子申告ゲートの機能強化を行ったほか、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とで、入国旅客の電子申告の環境を整備した。また、更なる旅客の利便性向上のため、デジタル庁と連携し、税関検査場電子申告ゲート等の利用拡大に努めた。

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は、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、成田国際空港や関西国際空港の関係者を含めたファーストレーン検討会を開催し、空港関係者で課題整理等を進めた。

⑮ 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」について、2024年1月から東京国際空港（羽田空港）第2ターミナルで導入し実証実験として運用してきたところ、実証実験の結果を踏まえて機能改善を図った。また、関西国際空港（第1ターミナル、第2ターミナル）・東京国際空港（羽田空港）（第2ターミナル、第3ターミナル）・成田国際空港第3ターミナルに配備を拡大して運用開始に向けた調整を進めた。

⑯ 動植物検疫制度を周知するため、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6空港7か所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、携行品の農畜産物に係る円滑な輸出検査手続を行った。

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、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 整備等を 66 件支援した。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った。

② 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した。

（2）通訳ガイドの質・量の充実

【再掲】第Ⅱ部第1章第4節3

（3）観光案内拠点の充実

東北地方や関東地方等で計3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」の改定箇所の説明や観光案内所の機能強化に係る取組事例の周知を行った。また、訪日外国人旅行者の利便性向上と安心して旅行できる環境の整備に向けて、観光案内所の情報発信や避難所機能の強化等の取組を支援した。

（4）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 13 地域、国立公園 12 か所を含む 40 地域において、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、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。

（5）誰もが一人歩きできる環境の実現

① 大阪・関西万博において実証予定の同時通訳技術を実現する要素技術について、研究開発目標を達成し、また重点対応言語を拡大した。

② 手ぶら観光カウンターの機能向上に対して1件支援し、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36件の手ぶら観光カウンターを認定した。

（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、「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 2,411 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 1,910 か所）。また、医療通訳等の配置支援事業について 19 の医療機関を間接補助事業者として採択した。その他、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実施した。また、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とともに、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、新たな好事例インタビュー記事を追加するなど、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した。
- 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、JNTO の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、JNTO の SNS の活用等により、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の周知を行うとともに、空港等でのポスターやデジタルサイネージの掲示や海外インフルエンサーを活用した SNS 上での周知によって、インバウンド旅行保険の加入促進を図った。

（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、公共交通機関等に加えて、観光地の飲食店、小売店等におけるキャッシュレス決済機器の導入等面的な受入環境整備を支援した。

（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った。

（９）伝統芸能等における外国人対応の推進

- ① 国立の各劇場において、外国人向けの公演、鑑賞教室等を開催するとともに、多言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。国立博物館・美術館においては、外国人に向けたイベント等の開催、多言語ガイドや字幕等の整備充実に取り組んだ。
- ② 【再掲】第Ⅱ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、会場内外における純国産の多言語 AI 翻訳エンジンを搭載した自動翻訳システム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 化を推進した。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、受入環境整備等を実施し、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」で約 440 件の魅力的な地域の観光商品を掲載するなど、大阪・関西万博に向けた来場者の受入環境整備を進めた。さらには、70 種類の決済ブランドによるキャッシュレス決済環境の整備等を推進し、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した。

（１１）2027 年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）に向けた受入環境整備

2025 年 1 月から「GREEN×EXPO 2027 全国連携プログラム」を募集開始し、公式ロゴマークを活用した全国の花・緑・農・食に関連するイベントやプログラム等との連携や機運醸成を推進するとともに、公益社団法人 2027 年国際園芸博覧会協会が実施する会場建設等の受入環境の整備を支援した。

（１２）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、2024 年 4 月 1 日時点で、2,617 社の登録がなされている。

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 「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て、現地の観光情報や海外旅行の魅力の発信等を行った。特に、日米の官民観光関係者が連携して、日米観光交流年期間中に米国との観光交流の拡大に向けたイベント実施やメッセージ発信等の取組を行った。また、2025 年 3 月 24 日には観光庁、外務省及び一般社団法人日本旅行業協会の 3 者連名で「もっと！海外へ宣言」を発出し、官民一体となり海外旅行への機運醸成を図ることとした。
- 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推進した。また、2025 年 3 月には、13 の大学が参加した大学セミナーを開催し、連携事例を広く全国周知した。

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のため、観光庁は外務省及び旅行業者と連携し、「たびレジ」⁴³や旅行安全情報共有プラットフォームを通じて、海外の危険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の確保及び都市別安全情報の提供を行った。

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、先進性、独自性、継続性、活発性等、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、教育未来創造会議第二次提言等を踏まえ、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った。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・情報発信を行った。

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の情報を海外の学校・旅行会社に発信したほか、訪日教育旅行の教育的意義について国内の教育部局や学校に対しても周知を行った。また、2024 年 6 月に台湾、2025 年 2 月にオーストラリアにおいて教育関係者を対象としたセミナーを開催し、日本の体験プログラムや見学地の紹介等を通じて、教育旅行先としての日本の魅力を訴求した。さらに、台湾においては 2024 年 10 月に日本での学校視察や意見交換

⁴³ 「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。

会、地方視察を行うなど、日本の受入地方公共団体との交流の機会を設けた。

- ② 海外教育旅行の導入に意欲のある学校・地方公共団体と旅行会社のマッチングの機会を設定し、優良な海外教育旅行プログラムを選定して開発を行うとともに、海外教育旅行シンポジウムの開催、事例集「海外教育旅行のすすめ」のウェブサイト掲載等を通じて普及啓発を実施した。

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、ワーキング・ホリデー制度の拡大に向けた検討を重ねた結果、2024年4月以降、ルクセンブルクとの間でワーキング・ホリデー制度を開始したほか、ニュージーランド、カナダ、ドイツ、英国、アイルランド、デンマーク、スロバキア及びオーストリアの8か国を対象に現行制度の一部見直しを実施した。

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実施した招へい等の事業に、将来を担う青年約3,000人が参加するなど、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

- ① 2024年12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。「日・ASEAN 関係」、「SAKE から観光立国」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。
- ② 第10回日中韓観光大臣会合を兵庫県・神戸市で開催し、日中韓三国の観光交流と協力の一層の強化、三国間の人的交流拡大、地域経済の繁栄と社会発展の促進等を目的として議論を行い、共同宣言を採択した。

9 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、2024年12月に2025年の日韓国交正常化60周年を記念し日韓観光ビジネスフォーラムをソウル（韓国）で開催し、続けて日韓観光振興協議会を江陵（韓国）で開催した。また、2025年1月に第1回日西合同協力委員会をマドリード（スペイン）で開催した。さらに、2024年1月から2025年3月は、日米政府間で定めた日米観光交流年であり、観光イベント等を通じて両国間の観光交流の拡大を図った。

10 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進

2024年11月に世界観光機関（UN Tourism）と連携し、アジア・太平洋地域の枠組みにおいて初めてとなる観光レジリエンスに関する閣僚級会合「観光レジリエンスサミット」を宮城県仙台市で開催した。本サミットでは、観光レジリエンスの向上に向けた今後の取組の方向性をまとめた共同声明「仙台声明」を採択した。また、上記をはじめとした我が国の取組について、同年11月に初めて開催されたG7観光大臣会合のほか、ASEAN+3観光大臣会合、G20観光大臣会合等への出席等を通じて、発信等を行った。

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った。また、ASEAN諸国に対し、日本アセアンセンターによる教育旅行セミナー、女性観光事業者向けデジタルスキル研修といった取組を通じて、観光振興、人材育成等の協力を行った。

12 海外における日本語教育

JFによる日本語専門家の派遣、日本語教師の訪日研修等、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、以前から継続的に充実を図ってきた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。

第10節 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。2024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。2025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Ⅱ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Ⅱ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Ⅱ部第2章第3節

4 交通機関の整備

【再掲】第Ⅱ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、旅行会社招請による商品造成促進等を実施した。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した。

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した。

7 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、2024 年 11 月の全国温泉地サミット及びチーム新・湯治全国大会や全 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」において、2018 年度から 2023 年度までの 6 か年分のデータをとりまとめ、各温泉地における自主的な取組も継続して支援した。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」（昭和 23 年法律第 125 号）の施行状況等について調査し、必要な助言等を行った。

8 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」⁴⁴を活用し、地域別及びカテゴリ別に情報を集約するとともに、船旅と海の絶景を組み合わせる楽しむ海事観光のモデルプランを策定した。また、「C to Sea プロジェクト」⁴⁵の SNS（フォロワー 1 万人以上）及び「海ココ」を活用し、海の絶景や船旅等の情報を発信した。

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。

第2節 新たな交流市場の開拓

1 ワークーション、ブレイジャー等の普及・定着

ワークーション普及の課題に挙げた子育て世代を対象にしたワークーションモデル実証を 3 件、特

⁴⁴ 海と船の情報ポータルサイト 海ココのこと。

⁴⁵ 「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。

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5件実施したほか、2023年度のモデル実証で造成したプログラムを企業へ販売することを目的とした商談会を計3回開催した。

2 第2のふるさとづくり等の推進

- ① 全国12地域にて継続的かつ多頻度の来訪を促し、滞在環境・移動環境の整備に向けた取組を実証したほか、一般層への更なる認知拡大を目指し、大規模交流イベントの実施や一般向け情報発信サイト「いくたび」の立ち上げを行った。また取組事業者の拡大を目指し、地方公共団体や「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」会員等を対象としたオンラインセミナーを1件開催した。
- 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」では、13事業について、地域と連携しながらレガシー形成に関する実現可能性調査等を実施した。具体的には、京都府八幡市の石清水八幡宮を有する男山一帯において、「神仏習合の祈り」をコンセプトに、史跡の価値を伝える整備と体験の提供により付加価値を高め、滞在と消費を促進するための、地域関係者との運営体制構築に向けた調査及び検討を行った。

3 ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 「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の精度向上と情報提供の充実を図るために必要な検証及び整理を行った。また、2023年4月に認定対象施設に追加した博物館等に対する研修動画及び認定制度の認知度を促進する広報動画等を作成した。
- 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エレベーターの整備等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宿泊施設のバリアフリー化を促進した。
- 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した。
- 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、バリアフリースイレ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、83件の事業に対し、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、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、駅、官公庁施設、病院等を結ぶ道路や駅前広場等において、高齢者や障害のある人をはじめとする誰もが安心して通行できるよう、幅の広い歩道の整備や歩道の段差・傾斜・勾配の改善、踏切道におけるバリアフリー対策、無電柱化、視覚障害者誘導用ブロックの整備等による歩行空間の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 高齢者や障害者等も含め、誰もが自律的に安心して移動できる包摂社会の実現に向け、歩行空間における移動支援サービスの普及・高度化の取組として、データ整備プラットフォームの試行開始のための実証を行った。また、2024年7月に歩行空間ネットワークデータ整備仕様を改定し、バリアフリー施設等データ整備仕様の策定に向けた検討を行った。広報活動の一環としては、2025年1月にシンポジウム

を開催した。

- 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した。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）タクシーの普及に向けて、バリアフリー車両の購入費補助の実施や、税制特例措置の延長を行うなど、予算・税制において切れ目なく支援した。
- 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、協力団体、機関等におけるポスター掲示や SNS を活用したキャンペーン等の実施により、真に必要な人が利用しやすい環境の整備を推進した。
- ⑤ 「観光施設における心のバリアフリー認定制度」について、2025 年 3 月末までに 2,906 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。
- 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」の普及を促進した。
- 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とするなど 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・ソフト両面からの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等を行うことで、交通事業者による一定水準の接遇を全国的に確保し、高齢者、障害者等の移動等円滑化を推進するため、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

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た。

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

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実施した。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った。具体的には、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（725 か所）、インターネット広告等により、年次有給休暇取得の集中的な周知広報を行った。

2 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（累計 10 回）。また、キッズウィーク取組事例として 2 事例をポータルサイトに掲載し、情報発信を行った（累計 16 回の取組を掲載）。さらに、国家公務員については、「令和 6 年度における人事管理運営方針」（令和 6 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、同方針に基づき、各

第III部 令和7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

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（PMS¹）等のITシステムの活用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、「宿泊業の高付加価値化のための経営ガイドライン」に則った経営を行っているとして登録を受けた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 旅行者の消費拡大等を通じて稼げる地域を実現すべく、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」での討議結果も踏まえ、全国の観光地・観光産業の観光DX²を推進する。具体的には、観光地のコンテンツの販路拡大、観光産業の生産性向上等に資する地域一体でのデジタルツール導入支援やDX活用に向けた専門人材による伴走支援を実施する。また、旅行者・観光産業のデータをデータマネジメントプラットフォーム（DMP）等を用いて収集・蓄積し、生成AI技術の活用、オープンデータ化の取組等を通じて地域全体の消費拡大、地域活性化の好循環を図るモデルや、観光地域づくり法人（DMO³）の経営戦略策定に向けた汎用的なデータ活用モデルの創出に取り組む。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・普及に向けて、観光産業やIT事業者の取組を促進する。
- 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、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引き続き推進する。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 デジタル技術を活用して地域課題の解決を図るために必要な通信インフラ等の整備費用を補助する「地域社会DX推進パッケージ事業」を実施する。

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⁴やレジャー⁴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引き続き推進する。また、地域に密着した事業者による、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の造成を引き続き促進する。

2 観光産業の再生支援

- ① 新たに観光関連事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、株式会社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、株式会社商工組合中央金庫は、全国の旅館組合等と連携し、宿泊事業者の生産性向上に向けた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。
- ② 宿泊業に特化した事業再生の手法をとりまとめたガイドラインの策定及び普及等を行い、宿泊事業者

¹ Property Management System の略。ホテル管理システムのこと。

² 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。

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。

⁴ 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。

の経営能力の向上を図る。

3 宿泊施設等の整備促進

- ① 国際競争力強化に資する宿泊施設等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 まちの活力や利便性の向上等を旨とする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」、「共同型都市再構築事業」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）を含む官民ファンド、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等を通じて、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

独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）は、日本に進出し又は進出を検討している外資系の有望な観光関連企業や、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業務の効率化に資する設備投資を支援する。また、「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」に基づいた教育プログラムの充実をはじめとして、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、表現する取組について、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、その着実な実施に引き続き努める。

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の実施により、通訳ガイドの育成や活用促進を図るとともに、通訳ガイドの認知度が低い若年層に対して、全国通訳案内士による講演を大学等で行い、資格取得を引き続き促す。また、旅行会社等が直接通訳案内士へ就業依頼可能なマッチングサービスの活用を引き続き促進することにより、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 DMOに求める機能・役割の明確化や活動の質向上を図るため、「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、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」について、登録要件や登録区分の見直し、新たな更新登録要件の追加等の改正を2025年3月に行い、同

年10月から施行する。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・実証から得られた成果・課題を踏まえ、今後のDMO政策の方針を提案する。

- ② DMOの体制を更に強化するため、「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、外部専門人材の登用、中核人材の確保・育成、宿泊税等の導入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を支援する。
- ③ DMO全国会議等を通じて、DMOに対する優良事例等の共有、全国各地のDMO間の相互交流・連携強化を図る。また、DMOへの情報提供ツール「DMOネット」や観光庁ウェブサイトを活用し、DMOのマネジメント・マーケティング等強化のための各種施策の情報を提供する。

2 観光地域づくり法人(DMO)等に対する支援

- ① 地域の状況に精通している地方運輸局等によるDMOへの伴走支援を実施し、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」改正に伴う登録要件の見直しを踏まえたフォローアップや、インバウンドの誘客強化を図る。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引き続き実施する。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、DMO等に対し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引き続き提供する。
- 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引き続き支援する。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におけるインバウンド誘客に向けた取組等を地域に引き続き紹介・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引き続き促進する。
- 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。また、引き続き地方運輸局・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 持続可能な観光に関するニーズの増加トレンドを逃さず、国内の多様な観光地が選ばれ続ける観光地となることを支援すべく、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D⁵)」に基づく観光計画等の策定・改定を支援するとともにモデルケースの創出を図る。また、地域資源の保全・活用に資する設備やシステムの導入等の受入環境整備を支援する。
- ② 特に地方部において、観光コンテンツの供給、コンテンツの質・満足度、地方誘客の促進及び消費単価の向上に直結する地域の魅力を伝えるガイドの不足という課題に対応するため、地域特性等に応じ、地域一体となったローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた総合的かつ戦略的な取組を支援する。
- ③ 観光客の受入と住民の生活の質の確保を両立し、持続可能な観光地域づくりを実現するため、オー

⁵ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

バーツリズムの未然防止・抑制に向けて、引き続き地域の実情に応じた取組を総合的に支援する。

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」の実施等を通じて、引き続き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、引き続き各地方での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、引き続き歴史的なまちなみを阻害する建築物・空地等の美装化・緑化及び除却並びに伝統的な意匠形態を有する新築建築物の外観修景を支援し、**訪日外国人旅行者の満足度の向上を図る。**
- ② 「まちなかウォーカブル推進事業」やウォーカブル推進税制等の支援制度を活用し、滞在快適性の向上を目的とした、道路、公園、広場等に民間用地も加えた官民空間の一体的な整備・利活用等による「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とともに、周辺観光資源と連携し、情報発信等を行う。また、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。2028年度中の整備完了に向け、2025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8回庭園間交流連携促進計画審査会（ガーデンツーリズム登録審査会）を行うとともにガーデンツーリズムに係る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「日本美しい森 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、案内看板や歩道等の環境整備に取り組む。また、**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る。
- ③ 「秀逸な道」として2024年度までに選定区間として認定した15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-PFI⁶）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引き続き推進する。

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、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引き続き支援すること、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引き続き支援する。
- 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、引き続き活用促進を図る。

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⁷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引き続き努める。

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」の促進により世界文化遺産⁸周辺等の観光地における無電柱化を引き続き推進する。

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展開を推進する。

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等を実施し、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、引き続き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 官民が連携したみなとの賑わい空間を創出するため、みなと緑地 PPP⁷の案件形成支援を行う。

⁶ 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。

⁷ 港湾環境整備計画制度のこと。

- 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、引き続き海岸の利活用の推進を図る。

1 2 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・景観を引き続き創造する。
- 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。

1 3 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。

1 4 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。

1 5 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、旅行代理店等との商談会等を支援するとともに、自然資源を活用した上質なツーリズムを推進するため、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事業を実施する。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、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、課題解決に向けた観光戦略の検討に生かす。
- ② 優良事例の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、営業日数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引き続き図る。
- 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引き続き促進する。
- 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」の活用を引き続き図る。

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、AI技術等を活用した予測技術の開発や研究等によって、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引き続き推進する。
- 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、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、観光庁及びJNTOにおいて、災害情報提供アプリ「Safety tips」等による多言語での発信や訪日外国人旅行者向けコールセンターの運営を引き続き実施する。さらに、地方公共団体等と連携し、「Safety tips」の更なる利用促進や、災害発生時に訪日外国人旅行者を受け入れる地域の一時的な避難場所の情報を提供するモデル的取組を実施する。

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 等を通じて幅広い周知等を引き続き推進する。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⁸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引き続き推進する。

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、2025 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」の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」策定を引き続き支援する。
- ③ 新幹線における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、非常時における検証を確実に実施する。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 BCP⁹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、

⁸ 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。

⁹ 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）。

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）を引き続き実施する。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引き続き支援する。
- ⑤ **JNTO** のウェブサイトや **SNS** を活用し、災害発生情報及び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 次の感染症危機への対応に万全を期すため、「新型インフルエンザ等対策政府行動計画」に基づき、平時からの備えの充実に取り組む。
- 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、引き続き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、引き続き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た貸切バスの安全性向上に関する関係法令等の改正に基づき、2024 年 4 月から、デジタル式運行記録計の使用、アルコール検知器使用時の画像記録保存、点呼記録の動画保存の義務付け等、貸切バスの安全対策の強化を開始したところ、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、必要な安全対策を講じていく。

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い、安全統括管理者及び運航管理者の試験制度を開始するとともに、改良型救命いかだ等の旅客船への搭載を義務化するなど、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・違反の防止を推進するため、関係機関・団体と連携し、外国語による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

- ① 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。

- ② 営業時間中に施設従業員が不在となる時間帯のある宿泊施設の防火安全対策を確保するため、事業者や関係団体に対し、「関係者不在の宿泊施設における防火安全対策ガイドライン」に基づく消防計画の作成や教育・訓練の実施について周知する。

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。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、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が運用されているところ、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、対応マニュアルの整備を推進し、警察職員に対する現場対応を想定した実践的な訓練等を継続的に行うとともに、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活用の推進に努めるなどして、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、世界各国・地域の文化・宗教に係る理解の促進等を目的とした研修の実施に引き続き努める。
- ③ 遺失届出書・拾得物件預り書をはじめとする、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等を含む多様なメディアを通じた効果的な情報発信に努め、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行い、より効果的な情報伝達に引き続き努める。
- 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」¹⁰等の多言語音声翻訳アプリの普及促進を行う。2025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、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、2025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

¹⁰ 外国人傷病者への救急対応を迅速に行うための多言語音声翻訳アプリのこと。

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、旅行商品の造成、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¹¹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引き続き支援する。

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¹²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の分析手法を検討するとともに、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詳細に把握できるよう、訪日外国人流動データ（FF-Data）の作成方法を見直す。

- ② 観光に関する統計について、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。「インバウンド消費動向調査」において、2024 年度に開始した調査票情報（個票データ）の利活用を引き続き推進するとともに、「宿泊旅行統計調査」においては、標本設計における層化基準等の見直しを行う。

- 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、観光施策の推進に資する交通インフラ関連の GIS¹³データとして、鉄道・駅別乗降客数について、国土数値情報ダウンロードサイトに 2025 年 5 月頃に公開することを予定している。

- ④ 地域の観光施策の実現を通じた地方創生の取組を支援するべく、2025 年度も引き続き、ETC2.0 データ¹⁴の活用、分析を推進する。

- ⑤ 観光イベントの効果検証や観光戦略の企画立案等のシーンにおいて活用され、EBPM¹⁵に不可欠なデータである人流データについて、地方公共団体による利活用を促進するため、利活用事例を収集して広く公開するとともに、当該データの取得にかかるコストの低廉化の検証や屋内・地下における人の動きの分析に不可欠な三次元人流データの活用事例の創出を行う。

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、各地方公共団体の要望も踏まえ、観光庁や JNTO のウェブサイト等を通じて、各地方公共団体が発信している宿泊施設や観光施設等の営業状況等について、正確な情報を引き続き発信するとともに、JNTO を通じて、

¹¹ 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。

¹² 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。

¹³ Geographic Information System の略。地理情報システムのこと。

¹⁴ ETC2.0 を搭載した車両の走行履歴データのこと。

¹⁵ Evidence-Based Policy Making の略。政策目的を明確化した上で合理的根拠（エビデンス）に基づく政策立案をすること。

被災地の復旧状況を踏まえつつ、訪日プロモーションを引き続き実施する。

- ② 地元の意見を踏まえながら、被災地の復興次第直ちに開始できるよう能登地域を対象とした手厚い「復興応援割」を検討する。
- ③ ふるさと納税を活用した特産品販売、旅行等を引き続き促進する。
- ④ 令和6年能登半島地震及び令和6年奥能登豪雨により被害を受けた地域を対象に、中小企業等が行う施設復旧等の費用を補助する「なりわい再建支援補助金」を措置し、被災地域の速やかな復興の実現を目指す。また、在籍型出向支援策等により従業員の雇用維持に取り組む企業を引き続き支援する。さらに、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。
- ⑤ 令和6年能登半島地震に加え令和6年奥能登豪雨等で被害を受けた観光地全体の復興のために、地方公共団体、関係団体や個別事業者が一体となった復旧・復興計画の作成、復旧後の誘客促進を図るためのコンテンツ造成等の取組を公募し、専門家の派遣等により支援する。

第2章 地方を中心としたインバウンド誘客

第1節 インバウンドの誘客に向けた集中的取組

- ① より効果的に観光消費を拡大し、地域においてインバウンドの経済効果を波及させる観点から、我が国が誇る地域の観光資源を活用し、より高単価な体験商品の造成を支援するほか、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・研究及び文化芸術・スポーツ・自然の各分野において、インバウンド需要をより一層拡大させるために取組を進める。

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

アドベンチャーツーリズム¹⁶を推進し、Adventure Travel Trade Association（ATTA）とも連携しながら、コンテンツの磨き上げや販路拡大、ガイドの確保・育成、情報発信等の取組を支援する。また、国内外の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情報共有を促進する。

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

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い、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

日本のアート市場・アートシーンの国際拠点化・活性化に向けて、国際的な影響力を持つアートフェアと連携した日本初の新たなアート・プラットフォームの実践等により、海外市場の顧客を取り込むための環境及び体制の整備を進める。

（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「アニメーション等人材育成事業」により、メディア芸術を担う人材の育成を引き続き推進する。

（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等を図るとともに、「聖地巡礼」に関する取組への支援等、ロケツーリズムの推進に官民一体となって取り組む。

¹⁶ 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もの。

(7) 地域の伝統芸能等の支援

- ① 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引き続き推進する。
- ② 訪日外国人旅行者に人気がある「祭り」というコンテンツに着目し、実際にどの程度「祭り」に参加したいニーズがあるのかの調査を行う。あわせて、実際に外国人に「祭り」に準備段階から参加してもらうことを想定して、リアルな場面での実証研究も行うことで、課題の洗い出しを実施する。

(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、見聞及び知識を身に付ける場の提供を引き続き支援する。

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引き続き支援し、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を含めた地方誘客を促進するため、地域の「食」のブランディング等に向けた専門家による伴走支援や地域ならではの高品質なサービス・体験を提供する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、酒蔵自体の観光資源化や酒類事業者、観光事業者、交通機関、地方公共団体等が連携して、引き続き、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) ユネスコ無形文化遺産「伝統的酒造り」の周知広報

2024年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された「伝統的酒造り」について、地域の特性に応じたシンポジウム等の開催や、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の会場におけるPR等、「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、様々な周知広報に取り組む。

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SNSを活用した一般公開の広報を充実させるほか、館内の案内表示を見直すなど、参観者の満足度向上に向けた設備機能の改善や利便性の向上の取組を進める。また、夜間公開や館内でのガイドツアー、演奏会等の特別企画を計画的に実施し、引き続き新たな参観者層の取り込みにも留意しつつ、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。さらに、迎賓館赤坂離宮の魅力の国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¹⁷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、SNSの活用や、英語版を含むポスター・チラシの頒布、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。また、京都迎賓館開館20周年を記念して、年間を通じて館内を特別な展示内容とし、通常展示していない美術品や接遇時のパネル等を展示するとともに、引き続き、通常の一般公開に加えて、夜間公開や文化体験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ことで、一般公開の更なる魅力向上及び迎賓施設としての意義や京都迎賓館が有する伝統技能等の理解促進を図る。さらに、京都迎賓館の魅力の国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

¹⁷ 「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。

る「特別開館」について、実施事例の積み重ねに努める。

- ③ 皇居について、土曜日を含め事前予約及び当日予約による一般参観の中で、**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・SNS等を活用した情報発信を行う。また、引き続き皇居乾通りの一般公開（春季及び秋季）を実施する。
- ④ 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、引き続き皇居東御苑来訪者の快適性向上等を図るため、大手休憩所（仮称）の整備を進める。
- ⑤ 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、収蔵品の地方展開や公開の拡充等、取組の充実を図る。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。
- ⑥ 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、英語及び中国語ガイド案内を行う。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（2030年度までの計画）を行い、完成後に逐次公開する。
- ⑦ 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2025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、京都仙洞御所醒花亭ほか整備工事（2026年2月完了予定）を実施し、柿葺屋根葺替等を行う。
- ⑧ 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、春・秋に2日間で各2回、合計8回地域住民以外が参加できる見学会を実施する。
- ⑨ 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、引き続き団体申込も受け付ける。
- ⑩ 信任状捧呈式の馬車列の実施に際しては、引き続き、**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。
- ⑪ 造幣局本局の工場見学を引き続き実施する。
- ⑫ 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、新たな見学コースの設定や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、見学者向けの特典を用意し市内周遊へと誘導する取組を行う。
- ⑬ 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。
- ⑭ 日本銀行本店本館において、2023年度までに実施してきた見学等の取組に加え、2024年度実施した改刷（新日本銀行券）関連の広報コンテンツ拡充（スタンプやパネルの作成）のほか、「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」（平成25年法律第65号）の改正を受けた障害者向け見学の積極的な実施も含め、施策を継続する。

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7年度税制改正において、「リファンド方式」への見直しが行われた（制度施行日は2026年11月1日）ことを踏まえ、制度の円滑な施行を通じた更なる消費拡大を実現するため、免税店等と連携しつつ、制度の周知や免税店へのシステム改修費用の補助を行う。

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、日本館御殿復元整備、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皇室庭園としての歴史・文化の発信、コワーキングスペースの運営等に取り組む。皇居外苑については、インフォメーションセンターの整備に向けた取組、民間イベントの活用等により、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や体験型コンテンツの実装、デジタルコンテンツの整備を進める。

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、「ステップアッププログラム2025」のとりまとめに向けて、成果の把握や課題の整理等の必要な検討を行う。
- 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・国立公園・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た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引き続き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、アドベンチャートラベル等、魅力的な自然体験アクティビティの充実や質の向上等を通じて受入環境を整備する。また、ウェブサイト・SNS・スタンプラリー・海外メディアや、旅行博等の機会を活用し、国立公園の魅力や自然体験アクティビティ等を紹介するなど、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、引き続き国立公園、国民公園等における施設整備等を実施するとともに、国立・国立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。また、ビジターセンターの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する。さらに、国立公園等施設の防災・減災対策や施設の老朽化対策を進め、利用者の安全を確保する。
- ⑤ 国立公園等における自然体験アクティビティの充実、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引き続き行う。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アクティビティ等の充実、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引き続き推進する。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立公園に展開を図る。

- 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又は利用拠点整備改善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、滞在環境改善等を同時一体的に実施する。これにより、引き続き利用拠点の上質化を図り、**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、引き続き**国立公園**等におけるアクティビティへの誘導、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**」¹⁸を実施している**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）、やんばる国立公園の4つの国立公園**において、引き続き地域の関係者等と連携し、民間提案を取り入れつつ、事業推進体制の構築や利用拠点におけるマスタープランの策定等の取組を進めるとともに、この事業で得た知見を踏まえ、2031 年までに全国の**国立公園**において、地域の理解と環境保全を前提に民間活用による魅力向上の取組を進める。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。新たにスキー場のインフラの整備として、リフト乗車補助具の導入を支援対象とする。
- ② **JNTO** は、日本のパウダースノーへの興味・関心の高い米国・オーストラリア及びスキー人口が急増中の中国において、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、オウンドメディアやインフルエンサーを活用したデジタル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 年度までに「300 地域の取組展開地域」「50 地域の面的取組展開地域」の創出を目指すべく、地域の取組を引き続き支援する。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の面的な高付加価値化を推進しつつ、歴史的建築物の観光施設等への改修等に対して補助を行う。
- 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において、支援メニュー集、歴史的資源の活用成功事例集を更新する。また、会議等にて全国の地方公共団体、**DMO**、農泊地域等に関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、地域からの相談等に対応するとともに、新規取組地域の掘り起こし、既存取組地域の継続的なフォローを行う。
- 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引き続き図る。

¹⁸ 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。

- 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¹⁹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、引き続き地方における不動産投資の普及促進を図る。
- ⑤ 産官学金労言の連携により、地域の資源と資金を活用した地域密着型事業の創業・第二創業・新規事業立ち上げを支援する「ローカル 10,000 プロジェクト」の支援件数を拡大するなど、「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引き続き推進する。
- 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引き続き周知していく。

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引き続き着実に進める。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引き続き努める。
- ② 障害の有無や年齢等にかかわらず、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、オンライン配信を活用した講座やワークショップ等の教育普及事業の充実に取り組む。また、国立博物館等において、ニーズを踏まえた開館時間の柔軟な設定による快適な鑑賞環境の充実や、SNS等を活用した国内外への積極的な情報発信に取り組む。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蔵品の貸与や文化財の保存・活用に関する助言・協力に取り組む。加えて、文化財等情報資源のデジタル化・データベース化の促進に取り組むとともに、文化財や美術品が持つ魅力の情報発信により、博物館等に来訪できない人も含め、場所や時間にとらわれず文化に触れる機会を提供し、文化芸術に対する社会的な理解促進に寄与する。
- ③ 我が国の文化拠点である劇場・音楽堂等について、子供たちの鑑賞体験の機会を提供する取組への支援や、障害者、訪日外国人旅行者等に向けたバリアフリー・多言語対応に関する取組に対する支援、バリアフリー対応施設に対する税制優遇措置を推進することにより、文化芸術に触れられる環境整備を図る。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、大学の有する教員、教育研究機能、施設・資料等の資源を積極的に活用した人材育成に資する取組を支援する。
- 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、新規に計画を認定するとともに、

¹⁹ 不動産の証券化という特別の目的のために設立された法人等が、不動産が生み出す賃料収入等の収益を裏付資産として証券を発行し、投資家から資金を調達する手法。

認定地域等において、認定計画に基づく多言語対応、Wi-Fi・キャッシュレス環境整備、バリアフリー化等の文化観光拠点施設の機能強化に資す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²⁰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引き続き支援する。

（３）文化資源の観光資源としての魅力の向上

- ① 日本遺産全体の質の底上げ、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も引き続き支援する。
- 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、地域連携及び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。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等を実施、国立美術館では学芸担当職員を対象としたキュレーター研修や、美術館を活用した鑑賞教育の充実を目的に、全国の教員、学芸員及び指導主事を対象とした研修を実施する。これらの研修等を通じて、全国各地の博物館関係者の人材養成や、観光を含む多様な分野との連携等に資する。

（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。

²⁰ 地域の歴史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。

- 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が訪れ、アイヌ文化に触れることを通じて理解を深めてもらえるよう、年間来場者数 100 万人を目指し、博物館内の展示、園内コンテンツの充実、大阪・関西万博での情報発信等の施策を、関係省庁が一体となって総合的に実施し、ウポポイの充実強化を図る。

(7) ナショナル・トラスト活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・トラスト活動について、公開や利用に力点を置いた活動を奨励する。引き続き、「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とともに、自然環境に係るナショナル・トラスト活動の一層の促進に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。

5 スポーツツーリズムの推進

- ① スポーツ大会や合宿の誘致・開催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²¹の質的な向上（経営の安定や運営を担う人材の育成・確保等）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 地域外との交流拡大にも資するよう、まちづくりとしてスタジアム・アリーナとほかの施設やインフラ等を総合的・複合的に整備・活用する「スポーツコンプレックス」を推進する。このため、スポーツコンプレックスのコンセプトや好事例となるモデル等を整理する調査を行い、概念の普及・定着を図るとともに、スポーツコンプレックス等によるまちづくりに資する基本構想・基本計画の策定やスポーツコンプレックスの実現・発展に資するまちづくりと連携した取組等を支援する。
- ③ スポーツと地域が有する自然や文化・芸術等の様々な資源が融合した観光を楽しむスポーツツーリズムについて、増加傾向にある訪日外国人旅行者²²を主なターゲットとし、引き続き、ニーズに沿った効果的な取組事例の創出、DX を活用したプロモーション等によるスポーツツーリズム・ムーブメントの創出を進める。これにより、武道を含めたスポーツツーリズムの認知拡大を通じて、コンテンツを有する地方への誘客促進につなげながら、訪日外国人旅行者等のニーズの変化を的確に見極め、国内外から選ばれるコンテンツの戦略的な創出を推進する。
- ④ 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。
- ⑤ スポーツ観戦に高い付加価値を提供するスポーツホスピタリティの推進に向け、2024 年度に作成したガイドブックを活用した研修会の開催、好事例の創出に向けた専門家派遣による実務指導を通じた実践に向けた普及事業に取り組むとともに、国内外における事例調査やスポーツイベント以外での既存スポーツ施設の高付加価値化に向けた検討を行う。

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²²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

²¹ スポーツと自然・文化等の地域資源を掛け合わせ戦略的に活用することで、まちづくりや地域活性化につなげる取組を推進する、地方公共団体やスポーツ団体、民間企業等が一体となったネットワーク組織のこと。

²² 移住や観光でなく、単なる帰省でもない、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な関わりを持つ人々。

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、古民家を利用した滞在施設の整備等を一体的に支援するとともに、農林水産物・食品の輸出拡大との相乗効果を図る。また、農泊施設の避難所等としての活用を推進する。

- 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 JAPAN」²³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、認定地域のテーマ共通性を生かした横串連携等の推進、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等、農山漁村の地域住民の意欲及び機運向上につながる取組を推進するとともに優良事例の普遍化を図る。
- ② 大阪・関西万博の農林水産省展示（2025年6月）において、インバウンドを含めた多くの来場者に向けて農業遺産、世界かんがい施設遺産等の農山漁村の魅力を発信し、訪問意欲の喚起を図る。また、農業遺産地域の取組を広く発信するシンポジウムの開催等により、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、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、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、ジビエ料理・商品を活用したモデルコースの造成等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

将来にわたって持続的に地方誘客が促進されるよう、観光に未活用な地域資源の活用等、地域資源を活用した収益性が高く独自性・新規性のある観光コンテンツの開発から、適切な販路開拓や情報発信を総合的に支援し、中長期にわたって販売可能なビジネスモデルづくりを全国各地で支援する。

（２）コンテンツ連携による広域的な周遊観光の促進

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するため、「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引き続き共有する。

（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、日本の高度な医療技術と地域固有の観光資源を組み合わせたインバウンド地方誘客モデルの造成・実証や観光から医療まで一貫して通訳できる観光人材を地域で養成するためのモデルの実証を通じて、医療観光先として日本のプレゼンス強化を図る。

（４）サイクルツーリズムの推進

- ① サイクルツーリズムの推進に向けて、サイクリング環境の整備に関する国内外の好事例の収集を行うほか、ナショナルサイクルートの更なる磨き上げやイベント出展等の国内外への情報発信、新たなルートの検討を行う。
- 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、引き続き、移動そのものを楽しむ観光列

²³ 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。

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。これまでの事業を踏まえて、効果的に地域活性化に資するため、地域とインフラ管理者が連携した面的な誘客につながる事業を実施する。

（６）離島地域等における観光振興

- ① 離島の振興を図るため、離島の二地域居住や定住促進につながる取組、情報発信、関係人口創出、企業誘致の取組等を離島活性化交付金により支援する。また、半島地域では、地域の特性を生かしながら、地方公共団体や NPO 等の多様な主体が連携して広域的に実施する交流促進、産業振興等の取組を支援するとともに、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係る調査を実施する。
- 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引き続き支援する。
- ③ 沖縄における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、「魅せる沿道景観」の整備を引き続き推進する。
- ④ 「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引き続き支援する。
- ⑤ 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を 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。さらに、北方領土に関する効果的な啓発の在り方を検討するため、北方領土隣接地域における地域一体となった啓発促進策についての調査研究を行う。
- ⑥ 北方領土隣接地域の滞在型観光促進のため、民泊等宿泊施設等旅行者受入環境に係る課題を分析の上、地域が一体となった解決方策を検討し、受入環境の構築を図る。また、2025 年度内に、協議の場を設置し、課題の共有、検討を行い、課題解決の取組を促進する。

（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、多数の関係者間における航路情報の共有を図るため、フェリー・旅客船事業者と経路検索事業者によるデータ整備を引き続き支援・推進していく。

（８）観光コンテンツ事業者の収益性改善

観光コンテンツ事業者の経営における持続可能性を高めるべく、ネイチャーアクティビティ等の観光コンテンツの造成に既に取り組んでいる地域を中心に、専門家による伴走支援の下、国際競争力のあるコンテンツとしての質を担保しつつ、継続的に販売を行うことができる収益性改善モデルの構築を実証する。

第４節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

観光による地方創生や訪日外国人旅行者の旅行消費額の拡大を目指し、消費単価の高い高付加価値旅

行者の誘致促進に取り組む全国 14 のモデル観光地に対して、各地域のマスタープランに基づくコンテンツの磨き上げや、宿泊施設、移動手段、ガイドの体制等の受入環境の整備の取組を支援するとともに、JNTO と連携し、販路形成、情報発信の強化等に引き続き取り組む。

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かなプロモーションを引き続き実施する。また、在外公館等の関係省庁・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、2025 年度が万博開催の年であることを考慮し、「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」へ向けて万博＋観光等の動画や静止画を活用した広告を集中的に発信し、新たな訪日需要を掘り起こすとともに、2026 年度以降の広告展開に向けて欧米豪・中東市場を中心に存在する「訪日したことがなく、今後の旅行先の候補の一つとして日本を捉えている層」を対象に、訪日意欲を高め、予約行動につなげていく目的で、多面的な訪日の魅力を伝え、具体的な旅行イメージの想起を促す広告の準備を進める。

(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（OTA²⁴）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、インフルエンサー（約 5 市場を予定）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引き続き行う。

(4) 地域の魅力の海外発信

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 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 国内の主要な空港における掲出や、国内外のメディアを通じた情報発信を行いつつ、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」による多言語での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 5 月より新たに 5 地域の地方版図柄入りナンバープレートの交付を開始する。さらに、2027 年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）特別仕様ナンバープレートの交付を開始し、GREEN×EXPO 2027 開催の全国的な機運の醸成を図る。

(2) 2027 年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）に向けた対外発信

GREEN×EXPO 2027 の開催に向け、各国への参加招請活動及び国内外で行われる国際会議やシンポジウム等の機会を通じて、本博覧会のテーマに関連する花・緑・食・農等の魅力を発信する。

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 アカウントで写真素材を活用し、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するなど、観光促進を含む広報を積極的に実施して、日本への関心・理解の促進を図る。

²⁴ 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。

- ② サンパウロ、ロンドン及び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、引き続き日本の多様な魅力を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年度から始まった「ジャパン・ハウス事業」第3期においても様々な展示・イベントを地方公共団体、地域の企業、アーティスト等とも幅広く連携しながら実施し、被災地支援も念頭に置きながら、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色・施策（産業、観光等）に関する情報を発信するセミナーを2025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にした駐日外交団による地方視察ツアーを同年度内に5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国内外に発信する事業を2025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、引き続き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引き続き産地を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を引き続き支援する。
- 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引き続き後押しする。

（3）日本文化に関する情報の総合発信

- ① スポーツ庁、文化庁及び観光庁の連携を一層強化し、スポーツや文化芸術といった地域の魅力を、観光と連携することにより、国内外に発信するとともに、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」を引き続き実施する。
- ② 【再掲】第Ⅲ部第2章第2節2（5）①
- ③ 在外公館及び独立行政法人国際交流基金（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引き続き行うことにより、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、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継続実施し、訪日需要を喚起する。さらに、JNTOとJFは、海外拠点間の会議体や、定期的な連携促進会議の開催を通じて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、日本の魅力向上や訪日需要の喚起に資する情報発信を行うことで、地方誘客を促進する。

(4) 日本食・日本食材等の海外への情報発信

- ① 訪日旅行経験者等への日本食・食文化の魅力発信及び食関連消費の拡大に資するプロモーション等を実施する。また、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 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、営業型サンプル提案、専門家による伴走支援等を活用した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引き続き支援する。

(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では、2025 年 4 月に全国観光ポータルサイト「JAPAN 47 GO」英語版をリリースする。同サイトでは、手動翻訳と AI 翻訳を駆使し、訪日外国人旅行者に対して、地域の自然・歴史資源・観光施設等のスポット情報や体験型観光等の地域商品情報を発信していく。
- 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のを洗練・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」の改訂を行うとともに、過年度の MICE 総消費額の算出を行う。

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・開催を支援し、我が国での MICE 開催案件の増加を引き続き図る。

3 MICE 開催地としての地域の魅力向上・発信文化観光の推進

MICE 開催地としての各地域の魅力向上に向け、各地域の強みや長期戦略に基づくコンベンションビューロー²⁵等と地域のステークホルダーの連携による、ユニークベニユーの活用促進への取組や、地域の産業や知的資産等を活用したコンテンツ開発等への支援を実施し、各都市の誘致力強化を図る。

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、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引き続き実施する。
- ② JNTO は、オンライン広告やウェブサイト、SNS 等を活用し、引き続き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。

²⁵ 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。

- ③ **JNTO** は、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、国際 PCO²⁶ 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）、MPI²⁷、SITE²⁸等、**MICE 国際団体**のネットワークを活用し、情報収集を行う。
- ④ **JNTO** は、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 誘致・開催**に積極的な都市における **MICE** 専門性の高度化に向け、研修・セミナーの開催やサステナビリティへの取組促進等を実施する。また、各都市のコンベンションビューローに対しては、海外 **MICE** イベントへの出展・参加支援等を実施し、我が国の **MICE** 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** は、引き続き、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ほか、**MICE** アンバサダーを活用した広報を行うとともに、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や講演会の共同開催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 **JNTO** は、体系的な人材育成プログラムの内容の充実を図り、**MICE** 業界における基礎知識からサステナビリティやデジタルリテラシー等の最新トレンドまで実践的な知識やノウハウを習得し、グローバルに対応でき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引き続き強化する。
- ④ **MICE** 施設への PFI²⁹・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引き続き実施する。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。
- ⑤ **MICE** 施設が新たな国際 **MICE** 開催ニーズへの対応や更なる魅力向上のための新規投資と効果的なプロモーションに取り組むため、DX やサステナビリティ対応の強化や多言語ウェブサイト等の整備支援を実施し、我が国の各都市の **MICE** 誘致の国際競争力強化を図る。
- ⑥ 地域のコンベンションビューロー、地方公共団体、大学が主体となった国内主催者の会議開催意欲向上や誘致力の強化に資する取組を支援し、地域全体での誘致体制の強化を図る。

6 国際仲裁の活用による訪日促進

国際イベントの積極的開催、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引き続き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

²⁶ Professional Congress Organizer の略。会議運営サービス会社のこと。

²⁷ Meeting Professionals International の略。MICE 専門家が加盟する国際非営利団体のこと。

²⁸ 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。

²⁹ 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。

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、2023 年 4 月に認定した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引き続き創出する。
- ② 引き続き、バスタプロジェクト³⁰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、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。
- 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引き続き促進する。
- 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を海外に情報発信し、引き続き、地方への訪日外国人旅行者の流れの創出を図る。
- ⑥ 引き続き、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、需要回復後の成長投資を下支えする観点等から、引き続き航空会社への公租公課の軽減等を支援する。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、持続可能な空港業務の体制強化に向け、引き続き、有識者会議において各関係者が行う取組のフォローアップを実施するとともに、空港ごとの合同説明会の開催や共用休憩室の整備等の空港業務の人材確保や処遇改善等に向けた取組を官民一体となって推進する。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。2025 年内の空港制限区域内における自動運転レベル 4（特定条件下における完全自動運転）を実現するとともに、国内空港への導入展開に向けた検討や、共通インフラ及び運用ルールの変更・改善の検討等を進める。また、空港業務の技術開発・実装を進めるべく、各空港業務について、技術開発・実装のロードマップを検討するとともに、手荷物輸送作業の生産性向上に向けた検討を進める。加えて、旅客の手荷物輸送等の円滑化を図る。また、航空燃料の安定的な供給に向け、2024 年 7 月にとりまとめた行動計画に基づき、フォローアップ等を通じて、取組を推進する。
- ③ ビジネス需要や高付加価値旅行者の観光需要等に応えるべく、引き続き、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

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のこと。

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、空港制限区域における自動運転レベル 4 の導入のための整備等を引き続き実施する。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 万回への拡大に向けた取組を進めるとともに、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 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、持続可能な形で発展するよう、人材確保や処遇改善等に向けた取組を推進する。
- ③ 中部国際空港においては、引き続き「第 1 ターミナル改修事業」や現滑走路の大規模補修時における継続的な空港運用及び空港の完全 24 時間運用の実現等を目的とした「代替滑走路事業」を推進する。
- ④ 屋久島空港においては、首都圏からの直行便の就航による交流人口の更なる拡大等を図るための「滑走路延長事業」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の「国際線ターミナル地域再編事業」、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の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、地方空港のコンセン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 2025 年 3 月に国内管制空域の再編（上下分離）が完了し、2025 年度は、航空交通量の増大に応じた管制空域及び飛行経路の運用を行い、航空機の航行する空域の容量を活用することにより、航空交通量の増大に対応する。
- ⑦ 今後の航空需要の増加に対応するため、航空大学校における操縦士の着実な養成、航空業界における女性活躍推進に向けた検討、航空身体検査医の確保に向けた取組の推進、若年層の関心を高める戦略的な広報活動の推進、リソースの有効活用等に資する資格や養成に係る制度の見直し等、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、クルーズ旅客等の満足度向上と地域経済効果の創出に向け、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上質なクルーズ商品の造成等を支援する。また、2024 年 2 月より実施している「日本のクルーズ市場の持続的発展に向けた有識者検討会」において、今後のクルーズ市場開拓の方針をとりまとめる。
- 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・安心の確保に係る検討・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、引き続き、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、引き続き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、引き続き、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、引き続き、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引き続き取組を進める。
- ⑧ 引き続き、全国の港湾における係留可能な岸壁・マリーナに対して、大型のプレジャーボートの寄港実績を調査するとともに、既存設備を考慮した受入環境整備に向けて検討する。
- 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、海外クルーズ専門見本市、商談会への出展やクルーズ関係者の招請、船社と連携した旅行会社向けセミナー等を実施する。

（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、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、引き続き調整を行う。さらに、空港整備事業として、JR 東日本羽田空港アクセス線及び京急空港線引上線の鉄道基盤施設（トンネル躯体等）整備を引き続き進める。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 観光地における交通サービスの利用及び観光コンテンツへの接続をシームレス化する MaaS により観光地における二次交通の高度化を図り、「観光の足」確保による観光周遊や観光消費の増加を促進する。また、MaaS から取得可能な移動データ等の観光施策への活用を推進する。さらに、観光地における情報発信やコンテンツへのアクセシビリティを強化するため、GTFS³²等の経路検索のためのデータ整備の推進や標準仕様アップデート、デマンド交通へ対応するための技術開発等を行う。そのほか、送迎車両等の地域輸送資源の活用や配車アプリ連携の推進等、「観光の足」確保のための地域交通 DX を推進する。
- ③ 【再掲】第Ⅲ部第１章第９節②
- ④ タクシー、乗合タクシー、公共ライドシェア、日本版ライドシェア等を地域住民や来訪者が利用できない「交通空白」の解消に向けて、2024 年 7 月に立ち上げられた「国土交通省『交通空白』解消本部」において、地域住民の「地域の足」の確保・充実を図る取組に加え、**新幹線・特急停車駅・空港等の主要交通結節点から観光地に向かう「観光の足」の確保・充実を図る取組や訪日外国人旅行者**にもわかりやすい情報提供の取組を強化する。また、同年 11 月に設置された「『交通空白』解消・官民連携プラットフォーム」において、引き続き、官民関係者の幅広い連携をもとに、全国各地の課題解決に取り組む体制を整備する。さらに、全国各地の「交通空白」の解消等に向けて、2025 年度から 2027 年度までを「交通空白解消・集中対策期間」と定め、地方公共団体や交通事業者に対する伴走支援や、パイロット

³² General Transit Feed Specification の略。公共交通事業者が時刻表、駅、運賃等のサービス情報を提供するための標準的なデータ形式のこと。

プロジェクトの推進等、あらゆるツールを総動員し、地域交通のリ・デザインを全面展開していく。

（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。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、警察等と連携して対応してきたところであり、今般、**訪日外国人旅行者**が増加している状況を踏まえ、成田国際空港をはじめとする国内主要空港や観光地等において白タク行為防止を呼びかける啓発活動を実施する。さらに、主要空港等の実態調査を踏まえて白タク行為と疑われる事案に関する情報の提供を行うなど、引き続き、警察等と連携しながら、旅行者の安全・安心を確保できるよう白タク防止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、引き続き、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 Pass」³³等の企画乗車券の利用促進を図る。

（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、2025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引き続き促進する。

（１２）幹線鉄道の整備

- ① **整備新幹線**について、現在建設中の**北海道新幹線（新函館北斗・札幌間）**は、引き続き、沿線地方公共団体等の関係者の理解と協力を得て、着実な整備に努める。また、未着工区間である**北陸新幹線（敦**

³³ 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。

【賀・新大阪間】について、一日も早い全線開業に向けて、沿線の地方公共団体等の理解を得られるよう、独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構とともに、丁寧かつ着実に取り組む。さらに、【九州新幹線（西九州ルート）】について、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、『リニア中央新幹線静岡工区モニタリング会議』を通じて、事業主体である JR 東海の対策状況を継続的に確認するとともに、引き続き、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・大阪間も含め、関係地方公共団体や JR 東海と連携し、環境整備を進める。

（１３）都市鉄道の整備

既存の都市鉄道施設の有効活用による都市鉄道の路線間の連絡線整備や相互直通化、地下鉄の整備、鉄道駅の改良等による都市鉄道の機能強化を通じて、まちづくりと連携した都市鉄道ネットワークの充実や一層の利便性の向上を図るため、事業主体や事業スキーム等について関係者間の具体的な検討を促進し、また、既に事業化している整備事業を着実に推進する。

（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、引き続き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造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 第１ステージ「通過する道路利用者へのサービス提供の場」、第２ステージ【道の駅自体が目的地】として取組を進めてきたが、第３ステージ「地方創生・観光を加速する拠点」を目指す取組の一環として、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３②

（１６）道路交通の円滑化

- ① 【再掲】第Ⅲ部第１章第１０節７②
- ② 【再掲】第Ⅲ部第１章第１０節７③

（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引き続き図る。

（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引き続き実施する。

（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）ビザの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査証申請を円滑に行えるよう、在外公館の査証審査に係る必要な物的・人的体制の整備及び領事務務の合理化に取り組む。また、査証のオンライン申請及び電子査証の交付について、2025年度においても、必要に応じて対象国・地域を拡大していく。さらに、インバウンドの拡大及び二国・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 成田国際空港及び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。また、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 今後、訪日外国人旅行者数が更に増加していくことを見据え、小規模空海港における審査機器の配備や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 自動化ゲートの機器更新、利用対象者の拡大等について検討を行う。
- ⑤ 2023年5月に成立した「刑事訴訟法等の一部を改正する法律」（令和5年法律第28号）の施行に伴う、出国確認の留保の対象拡大を見据え、顔認証ゲートの円滑な運用のために機能改修を実施する。
- 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CIQ³⁴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、安定的な運用を行い、利用者の利便性向上等に資するとともに、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の水準を上回っており、今後も更なる増加が見込まれるところ、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の両立に向けて、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の推進及び旅客の予約に関する情報の収集を強化するとともに、AIの活用等により更なる情報分析・活用の高度化を図り、より一層効率的・効果的な審査・検査の実施を推進する。
- ⑨ 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た渡航前のスクリーニングである相互事前旅客情報システム（iAPI³⁵）の試行的な運用を拡充する。また、好ましくない外国人の来日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の円滑な上陸審査を可能にする電子渡航認

³⁴ 税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫（Quarantine）の総称。

³⁵ Interactive Advance Passenger Information system の略。本邦に渡航予定の外国人が海外の空港においてチェックインした際、航空会社が取得した情報を出入国在留管理庁に送信し、その情報を基に搭乗前の事前スクリーニングを行うシステム。

証制度（査証を所持しないで渡航しようとする外国人等に身分事項、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、来日前にチェックする仕組み）の導入に向けた同システムの活用検討等を行う。

- 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³⁶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は、引き続き検討を進める。
- ⑪ 空港における FAST TRAVEL³⁷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、CUTE³⁸システム、インラインスクリーニングシステム³⁹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引き続き支援する。関西国際空港については、地元の地方公共団体、経済界、運営権者等の関係者と連携して 2025 年 3 月に開始した新飛行経路の着実な運用を進める。また、運営権者においても、引き続き、民間の創意工夫を生かした機能強化を推進し、国際線商業エリアの拡張等の第 1 ターミナル改修事業等を進める。
- ⑫ 訪日外国人旅行者数 6,000 万人時代⁴⁰を見据え、円滑かつ厳格な出入国審査を維持するため、老朽化したバイオメトリクス装置の更新を進めるとともに、クルーズターミナルへのバイオメトリクス装置の増配備を検討する。また、次期バイオメトリクス読取装置の導入に向けた検証を引き続き実施する。
- 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、引き続き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。
- ⑭ 引き続き、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、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、引き続き税関・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 農畜産物の海外への持出しには、相手国の検疫条件に応じて輸出検査を受けることが必要である。このため、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）において、動植物検疫制度に係る多言語のリーフレット等の設置・配布による制度の周知を行うとともに、円滑な輸出検査手続を実施する。

（3）デジタルノマドの誘客促進

「デジタルノマド」と呼ばれる国際的なリモートワーカーの誘客を推進する観点から、デジタルノマドに訴求可能な滞在プログラムの造成や受入体制構築等、デジタルノマドの受入に関するモデル実証を約 5 件実施するほか、デジタルノマドの受入に必要な環境整備に関する補助を約 4 件実施する。

³⁶ 自動で手荷物の仕分けや搬送が可能なレーンのこと。

³⁷ 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。

³⁸ 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。

³⁹ 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。

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「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針」（2023 年 3 月改定）に基づき更なる機能強化を目指すとともに、観光案内所の機能強化に係る取組事例の周知を図る。また、訪日外国人旅行者の利便性向上と安心して旅行できる環境の整備に向けて、観光案内所の情報発信や避難所機能の強化等の取組を支援する。

(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、引き続き英語解説文作成を支援する。また、本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も支援する。

(5) 誰もが一人歩きできる環境の実現

- ① 確立した同時通訳技術を大阪・関西万博において実証する。
- 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・機能向上に対し引き続き支援するとともに、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のリスト整備を引き続き実施する。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引き続き進める。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引き続き行う。また、JNTO の SNS の活用等により、訪日外国人旅行者に対し、JNTO ウェブサイトで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 国立の各劇場において、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を開催することにより、日本文化の体験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充実にも取り組み、外国人来館者等がより快適に日本文化への理解を深める環境を提供する。

- 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・関西万博へ来場する訪日外国人旅行者の受入に向け、様々な展示・イベント・サービスにおける多言語対応を実施する。なかでも未来社会ショーケース事業では、純国産の多言語 AI 翻訳エンジンを搭載した自動翻訳システムを導入し、来場者へ「言葉の壁」から解放された体験として、音声翻訳サービスを用いた案内を実施するなど、外国人来場者とのコミュニケーション環境の整備を推進する。また、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、訪日外国人旅行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。

（１１）2027 年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）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、GREEN×EXPO 2027 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。

（１２）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引き続き図る。

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 アウトバウンドの促進に向け、「当面の重点デスティネーション」である 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を行うとともに、大阪・関西万博や外交関係の周年等を契機として、二国間での双方向交流の拡大に資する機運醸成の取組を行う。
- 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、**観光庁**は外務省及び旅行業団体と連携し、「たびレジ」⁴⁰や海外都市別安全情報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とともに、テロや自然災害等の発生時には旅行者に対して迅速な安否確認を実施するなど、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、教育未来創造会議第二次提言等を踏まえ、留学モビリティ拡大のための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に取り組む。また、質の保証を伴った大学間交流の強化や多文化共修環境の構築といった大学の国際化に係る取組を行う。さらに、外務省等の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、日本の観光資源や大阪・関西万博等の情報を海外の学校・旅行会社に発信するほか、訪日教育旅行の教育的意義について国内の教育部局や学校に対しても周知を行う。また、海外の教育関係者を対象としたセミナーや個別相談会等を実施するとともに、日本での学校視察や意見交換会、地方視察を行うことで、教育旅行先としての日本の魅力を訴求するほか、日本の受入地方公共団体との交流の機会を設ける。

② 海外教育旅行の拡大を通じた若者のアウトバウンド促進に向けて、学校・地方公共団体等と旅行会社の連携促進や、優良な海外教育旅行プログラムの開発を行うとともに、開発成果をシンポジウム等で発信し、普及啓発活動を行う。

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

親日派・知日派の発掘・育成を目的に、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引き続き推進する。

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 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

中国で開催される第11回日中韓観光大臣会合を通じて、日中韓三国間の交流と協力を強化する。

10 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引き続き図る。

⁴⁰ 「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。

1 1 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進

2024 年 11 月に開催された「観光レジリエンスサミット」の成果文書である「仙台声明」を踏まえ、アジア・太平洋地域における各国等の観光レジリエンスに関する取組を収集・共有するとともに、課題解決に向けた具体的な議論を行うために実務者級会合を開催する。また、G20 や APEC 等の国際会議等において、取り組むべき政策や課題の議論及び我が国の政策や取組の発信等を通じて、我が国のプレゼンスの強化を図るとともに観光分野における多国間枠組みへ貢献する。

1 2 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引き続き行う。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引き続き行う。

1 3 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、引き続き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

国際観光旅客税収（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に、高次元で観光施策を実行するため、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。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。

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域周遊等の促進を引き続き支援する。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」等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「心拍数」や「血中酸素濃度」等の客観的なデータにより把握・分析し、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、マリンアクティビティ、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」⁴¹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」⁴²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。

⁴¹ 海と船の情報ポータルサイト 海ココのこと。

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。

第2節 新たな交流市場の開拓

1 第2のふるさとづくり等の推進

- ① これまでの第2のふるさとづくりプロジェクトでまだ組成できていない、地域経済波及効果に注目しつつ、持続的に事業継続可能な「先駆的事例創出モデル」及びワーケーション等を通じて企業が滞在を通じて知見を地域に還元していく、企業の関係人口化に向けた「企業版第2のふるさとづくりモデル」の事例創出に取り組む。
- 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げる、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、2025年度以降は、2024年度までに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。

2 ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 高齢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」の見直し・改善を図るとともに制度の普及促進を行う。また、旅行が困難な人の需要の掘り起こしのために調査を行い、ユニバーサルツーリズムの商品造成に資するモデルツアーの実施による商品組成手法の確立等を進める。
- 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、障害者等が気兼ねなく旅行に参加できる環境を整備するために、観光施設や宿泊施設のバリアフリー化等を支援する。
- 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 バリアフリー法に基づく基本方針に定められた2025年度までの整備目標達成に向け、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、エレベーター、ホームドア、バリアフリートイレ等の整備により、全国の鉄道駅の更なる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。

3 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。
- ② 高齢者や障害者等も含め、誰もが自律的に安心して移動できる包摂社会の実現に向け、ICTを活用した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、バリアフリー施設等データ整備仕様の策定や、現地実証等を踏まえたデータ作成支援及び作業効率化のためのデータ整備プラットフォームの高度化を行う。また、シンポジウムの開催等による広報活動を継続して行う。
- 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）タクシーの普及に向けて引き続き必要な支援をする。

- 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、協力団体、機関等におけるポスター掲示や SNS を活用したキャンペーン等の実施により、真に必要な人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引き続き推進する。
- 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**化とするなど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・ソフト両面からのバリアフリー化を推進する。

4 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、引き続き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。

5 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、2025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る。

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

2023年の年次有給休暇取得率は65.3%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、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引き続き行う。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 **ワーケーション**、ブレッジャー等の普及・定着

【再掲】第Ⅲ部第3章第2節1①

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1