

ポストコロナの観光政策と 沖縄観光への提言

令和5年2月10日

観光庁長官

和田 浩一

○ 人口減少を迎える日本では、「観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札」

定住人口 = 1億2,617万人
1人当たり年間消費額 = **130万円**

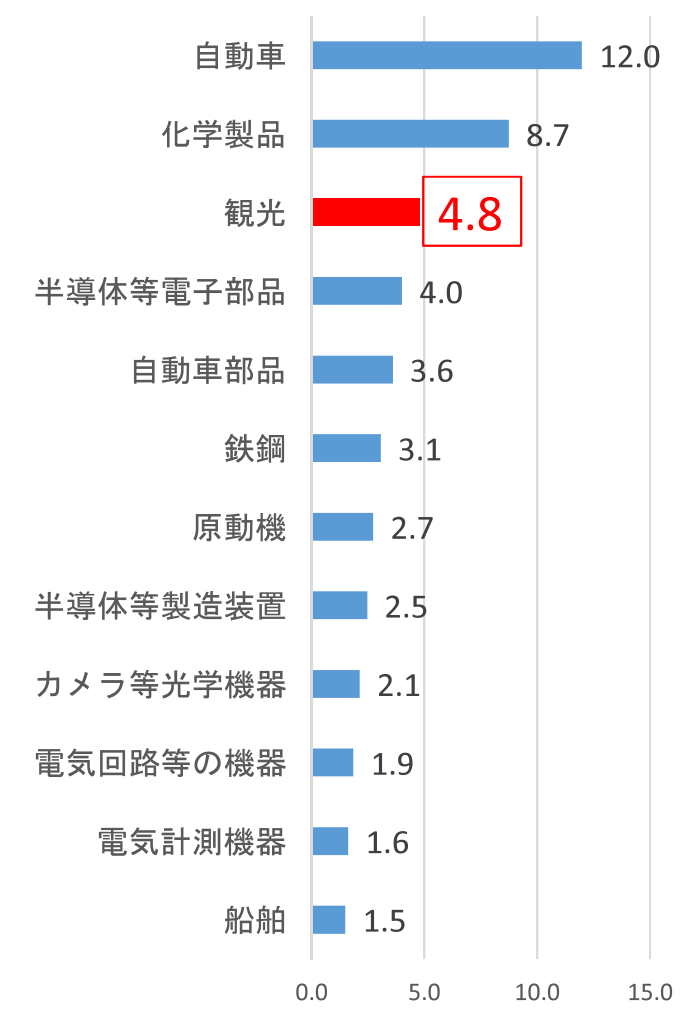


旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円	国内旅行(海外分除く) 21.9兆円
	うち宿泊旅行 17.2兆円 うち日帰り旅行 4.8兆円

訪日外国人旅行者 3,188万人	国内旅行者(宿泊+日帰り) 5億8,710万人(延べ人数)
	うち宿泊 3億1,162万人 うち日帰 2億7,548万人
1人1回当たり旅行支出 15万8,531円	1人1回当たり消費額 宿泊 5万5,054円 日帰り 1万7,334円

2019年の訪日外国人旅行消費額
4兆8,135億円



定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものである。(※観光庁資料)

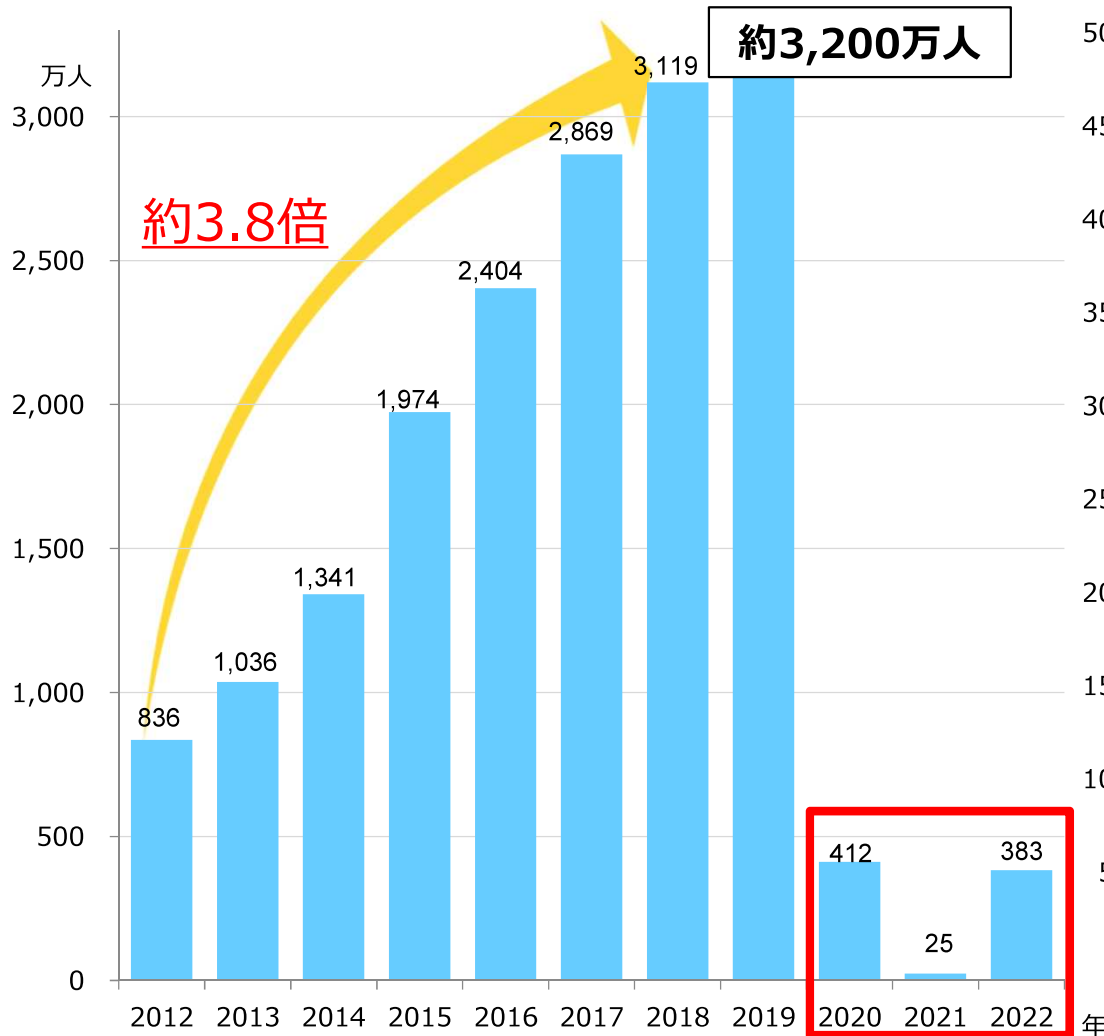
資料:財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

インバウンドの増加と新型コロナの影響

- 2019年まで、訪日外国人旅行者数（約3,200万人）と消費額（約4.8兆円）は飛躍的に増加
- 新型コロナの影響により、2020年以降、大幅な落ち込み

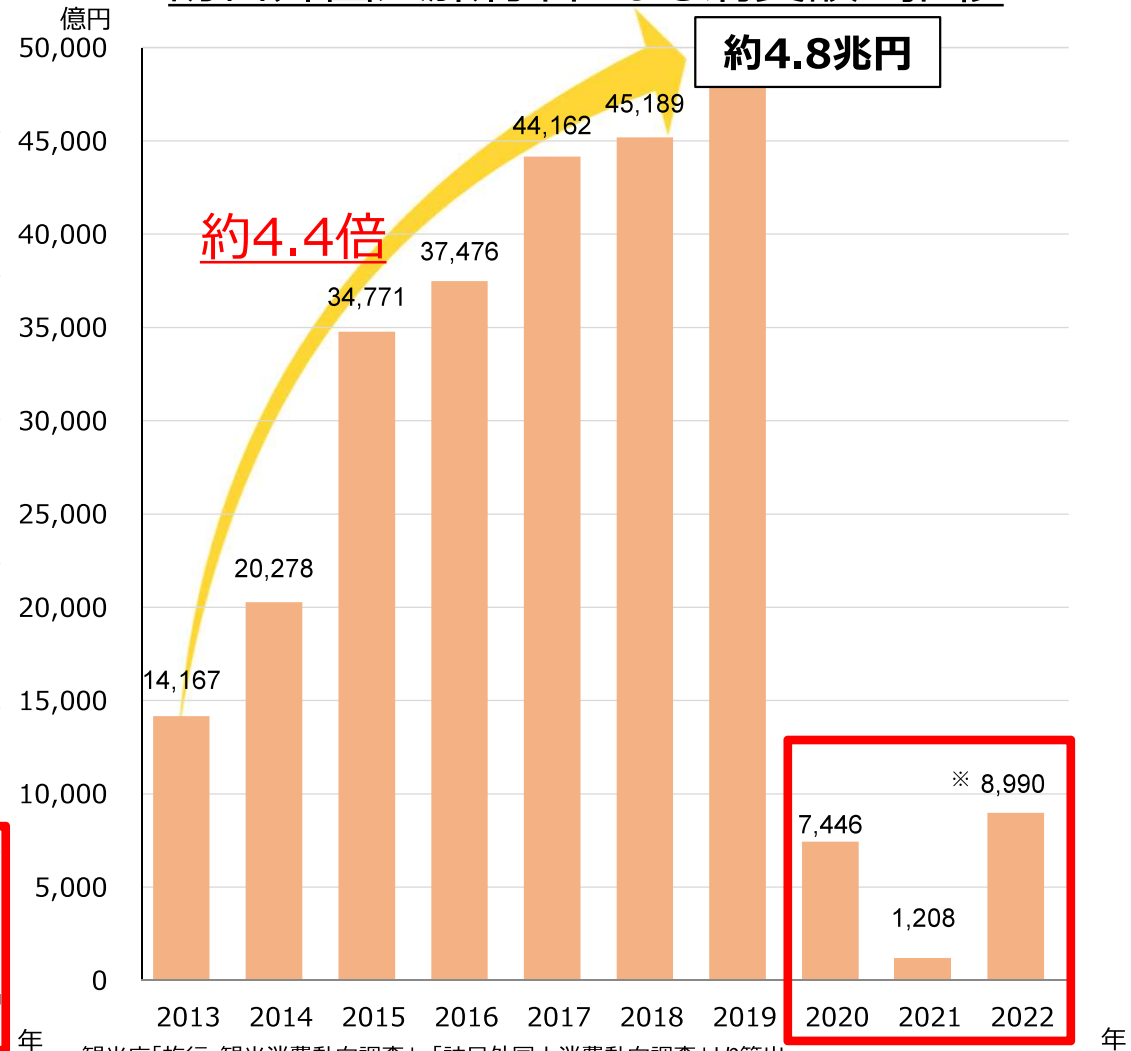
※アジア太平洋地域の航空旅客数の2019年水準への回復は2025年との国際機関（IATA）の予測あり

訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）

訪日外国人旅行者による消費額の推移

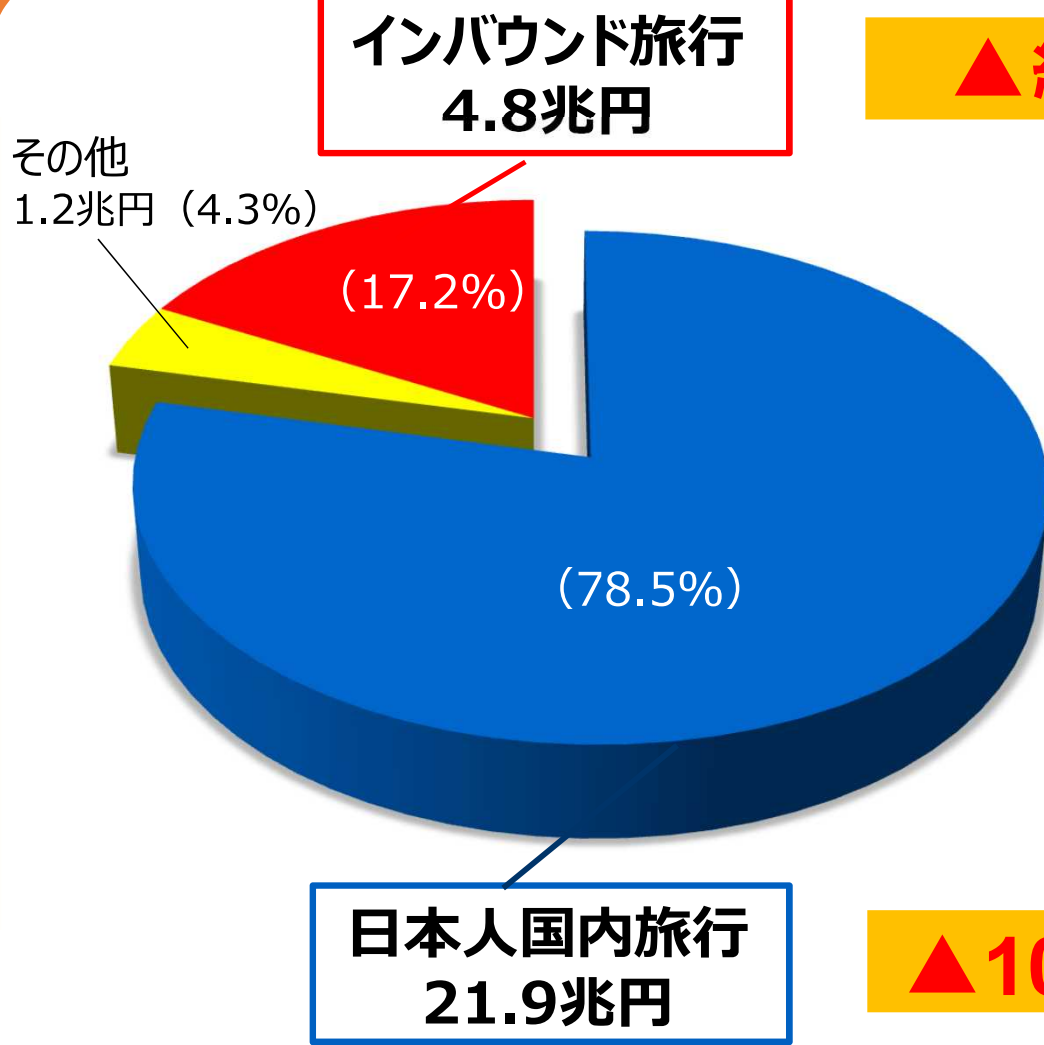


観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より算出
※ 2022年1-3月期（試算値）、4-6月期（試算値）、7-9月期（試算値）、10-12月期1次速報の数値を足し上げたもの。

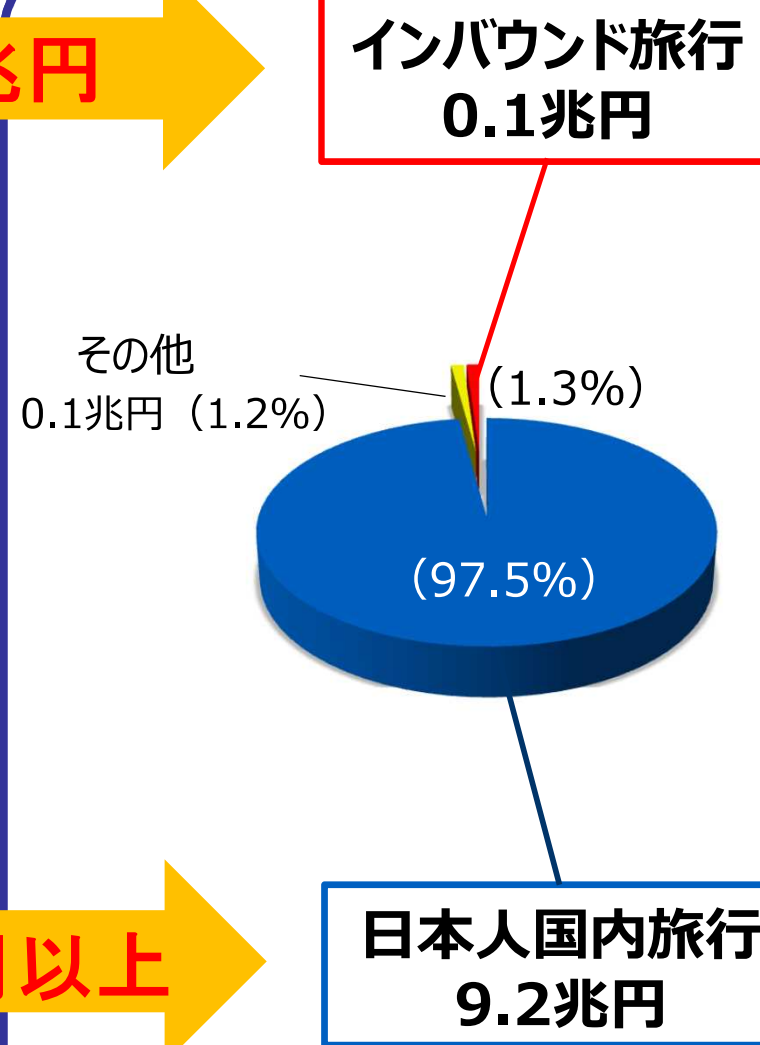
新型コロナウイルス感染拡大による国内全体の旅行消費への影響

2019年（令和元年）：27.9兆円

2021年（令和3年）：9.4兆円



▲約5兆円



▲10兆円以上

新型コロナウイルス感染拡大前の目標達成状況

- 国内旅行は、消費額の目標を前倒しで達成
- インバウンドは、旅行者数が約 8 割、消費額と地方誘客は約 6 割の達成率

	(2020年目標)	(2019年実績)	達成率
日本人国内旅行消費額	21兆円	21.9兆円	104%
訪日外国人旅行者数	4,000万人	3,188万人	79%
外国人リピーター数	2,400万人	2,047万人	85%
訪日外国人旅行消費額	8兆円	4.8兆円	60%
地方部での外国人延べ宿泊者数	7,000 万人泊	4,309 万人泊	61%

- コロナ禍を経て、世界の旅行者は持続可能性への関心や、自然・アクティビティに対する需要が高まっている。
→ 日本の観光関係者も「持続可能な観光」への意識を高めていく必要がある。

「当面の旅行について、よりサステナブルな旅を心がけたい」: 71%

※世界32か国約3万人を対象とした調査の回答結果
出典: Booking.com "Sustainable Travel Report 2022" (2022年2月)



プラスチックごみを回収するクルーズツアー (オランダ)



環境負荷の抑制や地元雇用に取り組むエコロッジ (フィンランド)

自然・アクティビティに対する需要の高まり

※コロナ以前と比較し、キャンプ場や貸別荘のような宿泊施設に関する検索が増加
出典: Tripadvisor, beyond COVID-19: The Road to Recovery for the Travel Industry (2020/5)



アドベンチャーツーリズム

世界のアドベンチャーツーリズム市場規模は、2026年には**173兆円**まで成長との予測あり
⇒**ツーリズム産業の成長を牽引**

※出典: Allied Market Research



住民が観光客をおもてなし (カナダ・フォーゴ島)



グランピング



アクティビティ

- 「**持続可能な観光**」、「**消費額拡大**」、「**地方誘客促進**」の3つのキーワードに特に留意し、以下の3つの戦略を総合的かつ強力に推進。

持続可能な観光地域づくり戦略

- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**
- 宿の改修等、**観光地・観光産業の再生・高付加価値化**
- **地域資源の磨き上げ、観光DX**

インバウンド回復戦略

- **観光再始動事業**
- **消費額増加と地方誘客の促進**
- **高付加価値なインバウンドの誘致**

国内交流拡大戦略

- **全国旅行支援等の国内需要喚起**
- **第2のふるさとづくり**(継続した来訪の促進)
 - **ワーケーション**

地球環境に配慮した旅行

従来の旅行形態

旅行先としての国際競争力の低下

- ・ CO2削減に資する交通手段の活用
- ・ 省エネ、プラゴミ削減等に取り組む宿泊施設の利用
- ・ 食品ロスの削減



地域社会・経済の持続可能性を高める観光地域づくり

地域に根付いたコンテンツ

- ・ 自然環境、風景
- ・ 文化、伝統、歴史、郷土料理
- ・ 地場産業（農業、林業、伝統工芸等）

人口減少・過疎化に伴う風化・消滅

来訪動機の創出
受入環境の整備

一過性の取組み

①地域の環境・社会・経済の
持続可能性や価値を
更に高める来訪動機創出

一部の企業のみ裨益
地域社会全体の活性化に繋がらず

⑤持続可能な観光戦略策定、
効果検証

日本版持続可能な
観光ガイドラインの活用

②地域一体となった取組み
地域全体の活性化

マネジメント機能の強化
担い手の育成

④住民理解の確保

③観光従事者の担い手確保、
労働環境改善

オーバーツーリズム、マナー違反等

観光従事者の担い手不足

訪れる価値、住まう価値の向上

○ 地域の環境に配慮した観光を推進するため、交通分野・旅行分野それぞれの取組を推進。

航空分野の脱炭素化

持続可能な航空燃料（SAF）の
導入促進

航空交通システムの高度化による
運航改善

機材・装備品等への新技術の導入
（軽量化と電動化）

<持続可能な航空燃料>

（SAF：Sustainable Aviation Fuel）

SAFとは、「持続可能性のクライテリアを満たす、再生可能又は廃棄物を原料とするジェット燃料」

CO2排出量を従来燃料より80%削減

地球環境に優しい移動

サイクルツーリズムの推進

走行環境や受入環境整備等を行い、
ナショナルサイクルルートを取組を支援



観光地のマイカー規制

美しく豊かな自然を維持していくため、
上高地では年間を通してマイカー規制を実施



観光産業の対応

阿寒湖温泉のペットボトルごみ削減

- ・くしろ阿寒百年水の給水スポットの設置
（温泉街4箇所）
- ・マイボトルの販売（野生動物保護への寄付金付）



プラスチックゴミ削減の取組
（ホテル）

- ・ホテルアメニティのポンプボトル化
- ・個包装ソープ類の撤廃
- ・歯ブラシのリサイクル
- ・ウォータージャグの設置

①地域環境・社会・経済の持続可能性向上につながる動機創出

- 住民にとって当たり前シーンが、来訪者にとっては、非常に魅力的となり得る。文化、自然、社会の持続可能性や質を高めるよう、旅行者に動機づけを与えることにより、地域に良い経済循環を生む。



琉球びんがた

- ・環境保全と観光の両立のための共通入域ルールの設定
- ・入域者数制限、ガイド随行必須化、聖域侵入禁止など



- ・琉球民藝の美しさと、その背景にある理念や作り手を知る体験
- ・新たなプレイヤーとの共創による世界的価値の創出と発信



- ・豊かな自然資源に育まれた琉球独自の精神性、海／集落／森の繋がり。唯一無二の世界観と持続可能性を知る体験
- ・それらの背景等を説明できるスルーガイドの育成、高いホスピタリティの提供



かじめ(雷)自然探検

- ・唯一無二の滞在を演出し、地域社会や環境の持続可能性に貢献する滞在環境の整備
- ・宿泊施設等での地域人材と地域素材（食材、木材、民藝、地域産品など）の徹底活用

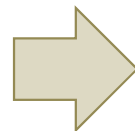


(出典：清水ハウス(株))

- ・滞在価値を高めるエリア戦略と企業間連携投資
- ・地域社会や環境の質や持続可能性を一層高めるための域内経済循環や投資の誘発

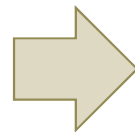
②地域一体の取組の必要性

個別企業の取組



複数企業の取組

単一業種の取組

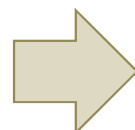


複数業種の取組

- ・飲食店
- ・土産物店
- ・地場産業など

地域資源を最大限活用した調達など
(地消地産)

狭い地域での取組



広域的な取組

期待される効果

- 収益力の向上
- コスト削減効果の向上

- 地域の魅力の向上
- 地域全体の活性化

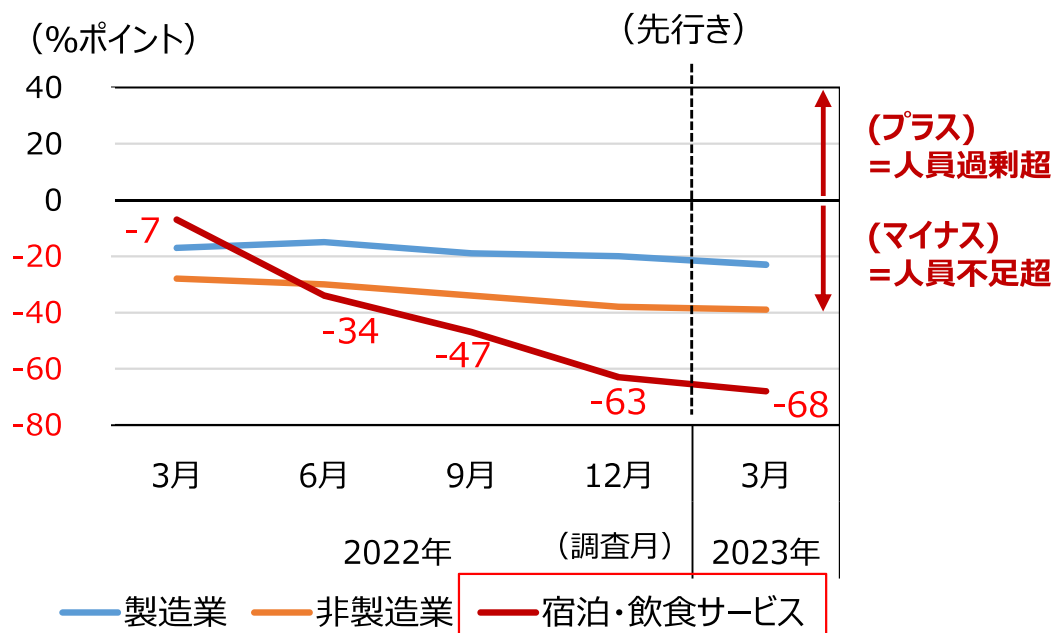
- 地域内経済循環による
地域全体の活性化
- 観光に対する地域理解の促進

- 地域の魅力の向上
- 滞在日数・消費額の増加

③宿泊業従事者の労働環境

労働需給の逼迫状況（雇用人員判断DI※）

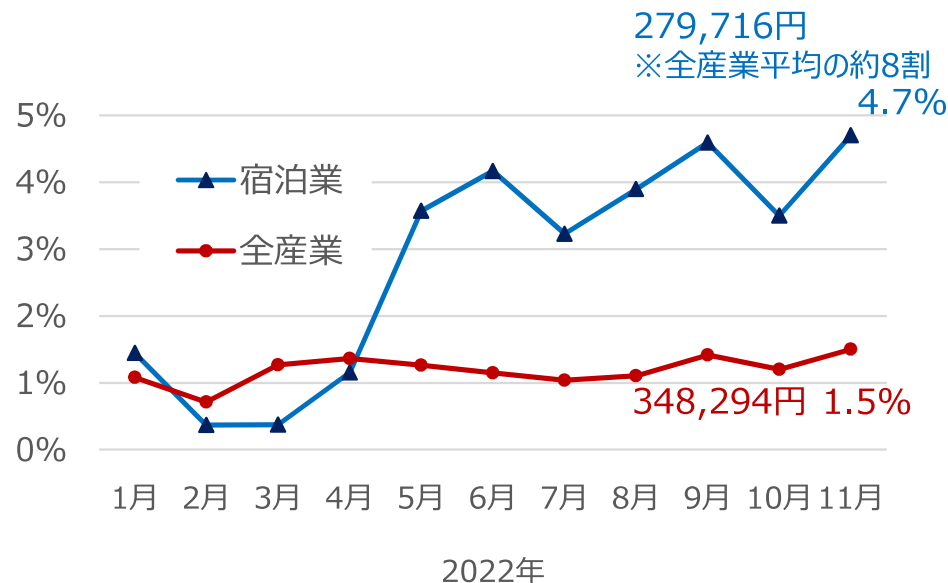
※DI：過剰－不足の回答企業割合



（出典）日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」
※2023年3月の先行きは2022年12月時点の回答

宿泊業と全産業の労働者給与額の推移

（対2019年同月比）



（出典）厚生労働省「毎月勤労統計調査」

課題

- 現場の収益力向上、域内経済循環による従事者、地域への還元（魅力ある観光産業に）
- DX化推進等による生産性の向上
- 外国人材（特定技能等）の活用

④急激なインバウンドの増大による課題

○ コロナ前には、急激なインバウンドの増大により、一部地域において、以下のような課題が見られた

各地域における課題

<混雑>

【地域住民が鉄道に乗車できない】

○ 鎌倉市内では、観光客が多い時期は、沿線住民が電車に乗車できない場合があった（最長約1時間待ち等）。



江ノ電の混雑状況

【クルーズ船着港時の交通渋滞】

○ 博多市内では、クルーズ船着港時、観光バスによる交通渋滞が発生していた。

<マナー違反>

【路上等へのゴミのポイ捨て】

○ 小樽市では、観光客が路上等に捨てたゴミを地域住民が拾う状況にあった。



観光客のゴミを拾う住民

【畑への無断侵入】

○ 美瑛町や富良野市では、農家の私有地である畑や花畑に無断侵入し、インスタ映えを狙って写真撮影に興じる外国人観光客が多数に上った。

ニセコ町の事例

景観と観光の両立

- ニセコ町景観条例の制定（2004年）：
一定規模以上の開発を行う事業者に対して、以下を義務付け。
 - ① 事前景観調査の実施
 - ② 住民説明会の開催
 - ③ 町長への報告・協議・同意
- 必要な規制を行うことにより、**住民にとって貴重な地域の財産である景観を保全**するとともに、**旅行者の満足度も向上**。

町内の観光事業者や地域住民の理解促進

- 住民ワークショップを開催し、「ニセコ町観光振興ビジョン」の策定に向け、町民自ら「持続可能な観光」について考える機会を提供。
- 住民に事業者の取組を知ってもらうとともに、自ら考える機会を設けることで、**持続可能な観光に対する理解を深める**とともに、住民の意見を「ニセコ町観光振興ビジョン」に反映。

日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)



各地方公共団体やDMOが、観光客と地域住民双方に配慮し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づき、持続可能な地域マネジメントを行うためのツール。

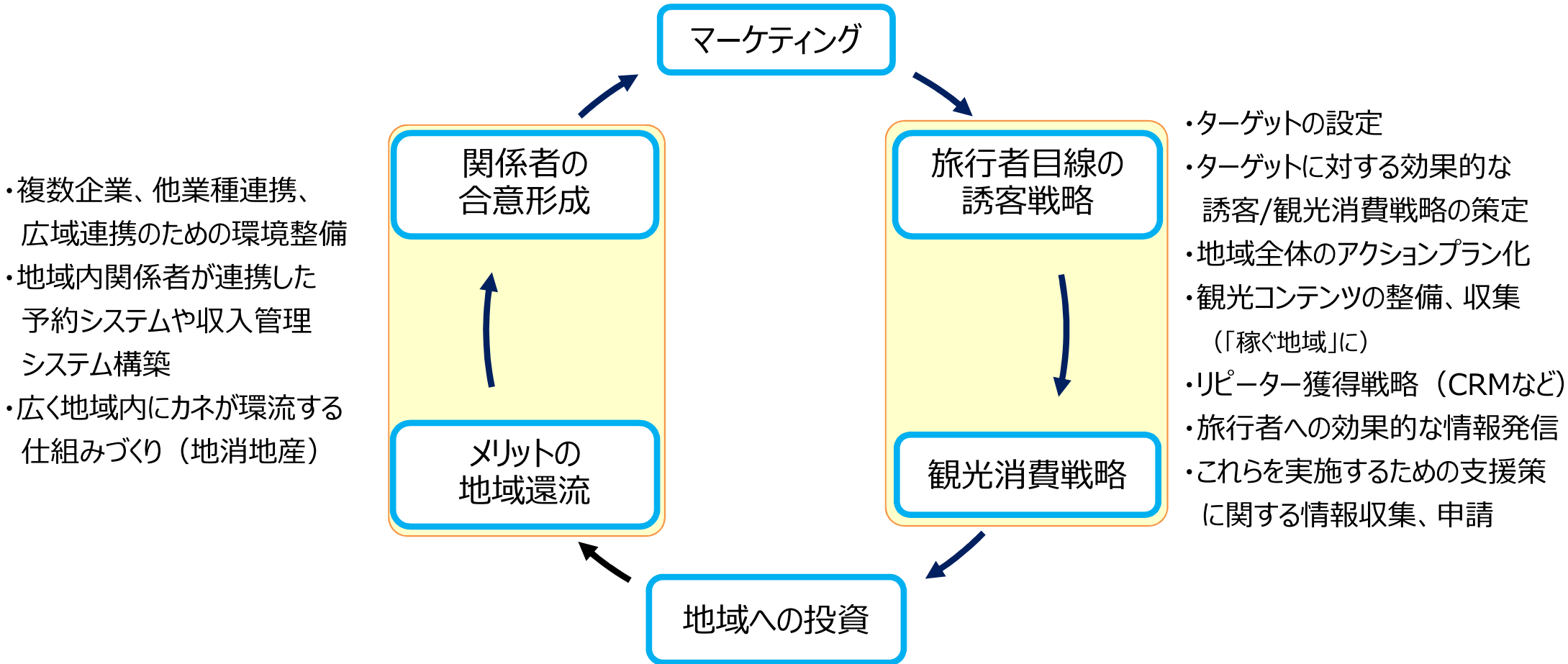


○地域で「日本版持続可能な観光ガイドライン」を活用しながら、**持続可能な観光に取り組むための導入モデル事業を実施**。**地域のありたい姿と課題を明確にする契機**とした。

- 導入モデル地域数
- | | |
|--------|--------|
| 2020年度 | ： 5地域 |
| 2021年度 | ： 15地域 |
| 2022年度 | ： 22地域 |

⑤持続可能な誘客/観光消費戦略の策定

・旅行者の来訪状況、属性、消費額、満足度等のデータ収集、分析（DX戦略）



- ・複数企業、他業種連携、広域連携のための環境整備
- ・地域内関係者が連携した予約システムや収入管理システム構築
- ・広く地域内にカネが環流する仕組みづくり（地消地産）

- ・ターゲットの設定
- ・ターゲットに対する効果的な誘客/観光消費戦略の策定
- ・地域全体のアクションプラン化
- ・観光コンテンツの整備、収集（「稼ぐ地域」に）
- ・リピーター獲得戦略（CRMなど）
- ・旅行者への効果的な情報発信
- ・これらを実施するための支援策に関する情報収集、申請

- ・施設改修、インフラ整備等に向けた資金確保
- ・各省支援策に関する情報収集、申請
- ・地銀やファンドなどとの連携、融資実行のための環境整備

宿や観光地の再生・高付加価値化支援等

- 大広間→個人旅行化に合った客室への改修
- バリアフリー化
- 廃屋撤去
- PMS導入支援

宿泊サービスの高度化

- 宿泊+郷土料理教室
- 宿泊+テナントとしての利用
- 宿泊+社会福祉サービスの導入

高付加価値インバウンド旅行者の誘致強化

- 100万円/人以上の旅行者の誘致強化
- 全国で10カ所程度のモデル地区を選定予定

DX推進

<増収策>

- マーケティング、ターゲティングの高度化
- CRM導入
- 地域一体でのPMS連携
- 地域でのアシの確保

<経営効率化策>

- 宿泊予約からチェックアウト後のアフターフォローまでをDX化
- 地域関係者が連携した予約システム

誘客/観光消費戦略を持続可能に策定していくためには

中核人材の育成

- ・マーケティング能力
- ・情報収集能力
- ・企画力
- ・コミュニケーション能力
- ・チャレンジ精神など

中核人材育成・確保のための財源確保

- ・DMCの設置
- ・道の駅など管理受託
- ・宿泊税や入域料の導入など

観光は、「**成長戦略の柱**」であり、「**地域活性化の切り札**」



コロナで傷んだ「観光立国」を「**持続可能な形で復活させる**」ことが必要

<留意点>

- 「観光＝旅行」ではなく、「**人的交流を通じて地域活性化を図る手段**」
- 人的交流の活性化を図るため、地域としてどうするか
 - 地域目線ではなく、**旅行者目線に立ったコンテンツや受入環境整備**
 - **サステナブルな旅をしたいという旅行者の意識変化**
- 観光をめぐる**大きな環境変化**
(団体旅行→個人旅行、IT・デジタルの時代（旅行者/事業者ともに）、OTAの時代)
- 「**稼げる地域**」とするために、いわゆる**観光事業者に限らず、広く連携**
- **デジタルの最大限の活用**、人的交流の活性化戦略を担う**人材育成の重要性**

