観光による地方創生の実現を目指して

令和元年７月８日

観光庁　参事官（外客受入）
田口　芳郎

目次

1. 観光の意義

2. 観光の現状

3. 地域の課題

（１）地域経済へのインパクト

（２）山形県の状況

（３）受入環境の整備

（４）観光資源の磨き上げ

（５）持続可能な観光

（６）DMOの強化

（７）中核人材の育成の必要性

1．観光の意義

観光立国の意義

国土交通省 観光庁

成長戦略の柱

急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り込むことによって、日本の力強い経済を取り戻す。

地域の発展の鍵

人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し、社会を発展させる。

国際社会での日本のパワー

諸外国との双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化する。日本のソフトパワーの向上によって、国際社会での日本の地位を確固たるものとするために、極めて重要。

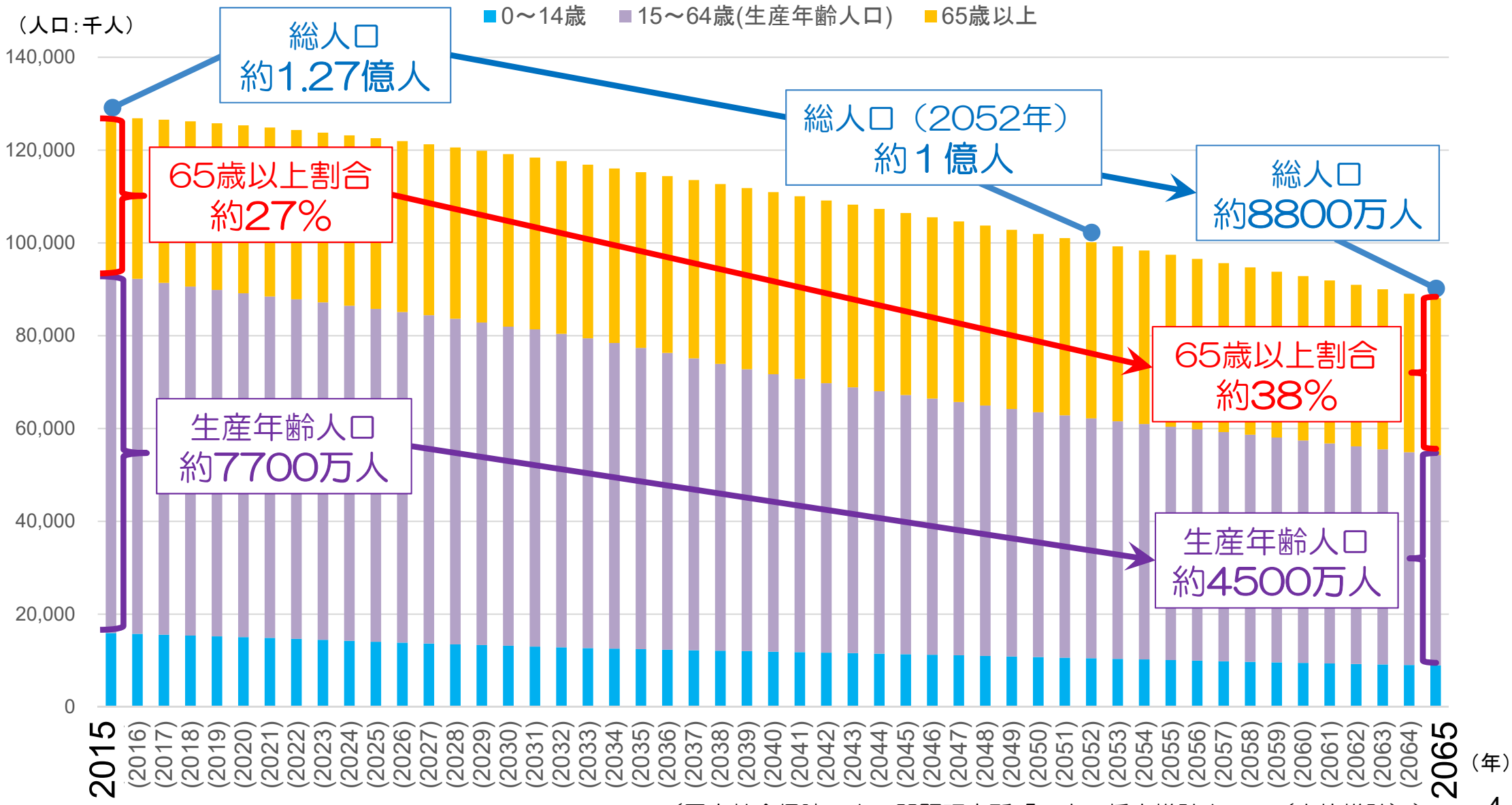
自らの文化・地域への誇り

観光で国を開き、外国の人々に日本文化や日本人の本質に触れて貰うことを通じて、日本人自らも、その価値を再認識し、自らの文化や地域を誇りに思う。

人口減少・少子高齢化の推移・予測

国土交通省 観光庁

○ 今後、人口減少が進み、2052年には1億人程度となり、2065年には約30%減少する見通し。
○ 少子高齢化が急速に進行しており、2065年には総人口の約38%が65歳以上になる見通し。
○ それにより、生産年齢人口は2065年には約40%減少する見通し。



（国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（中位推計））

観光交流人口増大の経済効果（2017年）

国土交通省 観光庁

○定住人口1人当たりの年間消費額（125万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）25人分、国内旅行者（日帰り）81人分にあたる。

定住人口＝1億2,679万人
1人当たり年間消費額＝125万円

旅行消費額

訪日外国人旅行4.4兆円

国内旅行（海外分除く）21.1兆円
うち宿泊旅行　16.1兆円
うち日帰り旅行　5.1兆円

訪日外国人旅行者
2,869万人
1人1回当たり旅行支出
15万3,921円

＋

国内旅行者（宿泊＋日帰り）
6億4,4751万人 <延べ人数>
うち宿泊　3億2,333万人
うち日帰り　3億2,418万人
1人1回当たり消費額
宿泊　4万9,372円
日帰り　1万5,526円

減少
定住人口1人減少分

拡大
外国人旅行者8人分
又は
国内旅行者（宿泊）25人分
又は
国内旅行者（日帰り）81人分

定住人口は2017年7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2017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（2017年）より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2017年）より算出。
訪日外国人旅行者はJNTO（2017年）発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2017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（2017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（2017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。（※観光庁資料）

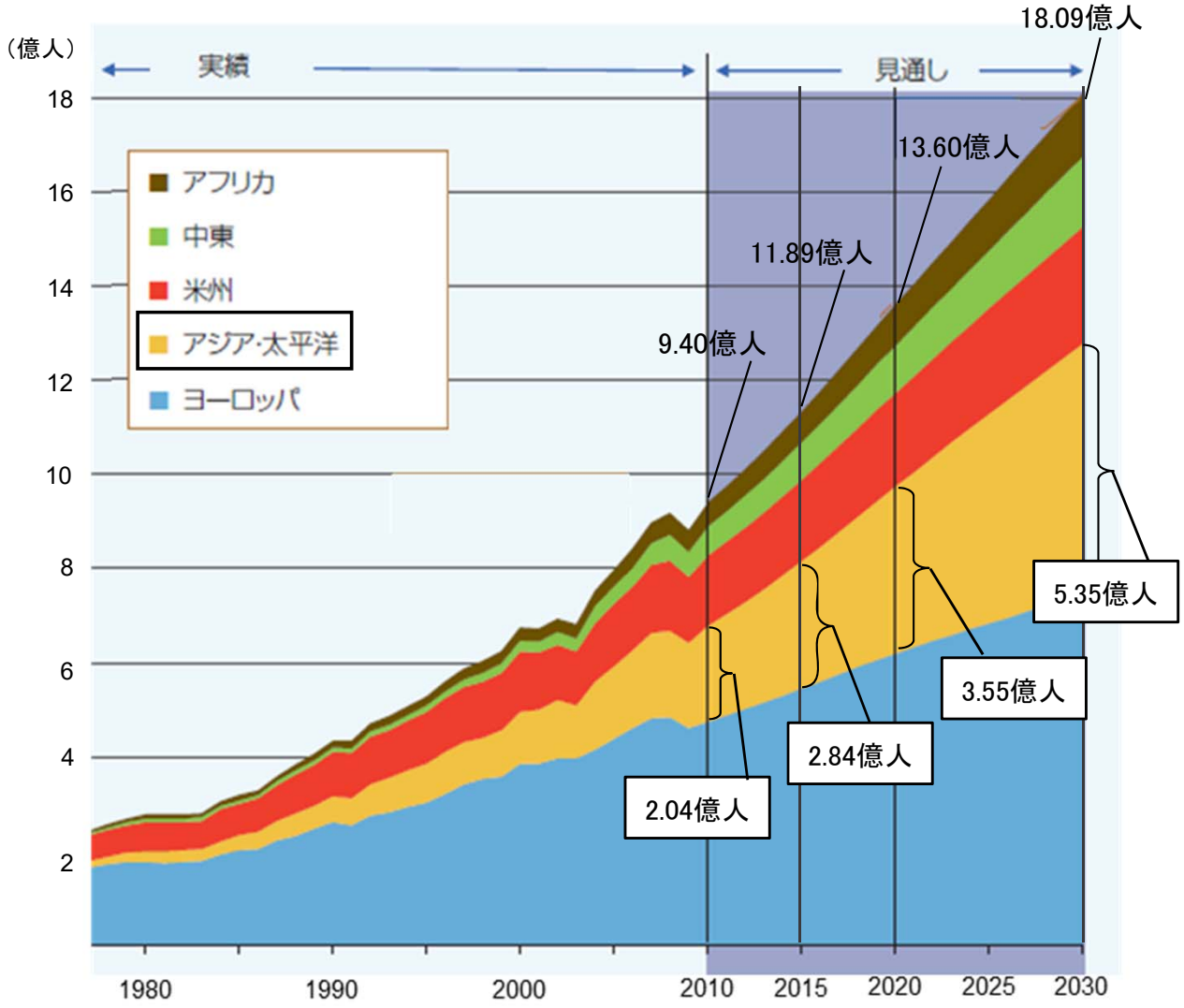
拡大する国際観光市場（長期予測）

国土交通省 観光庁

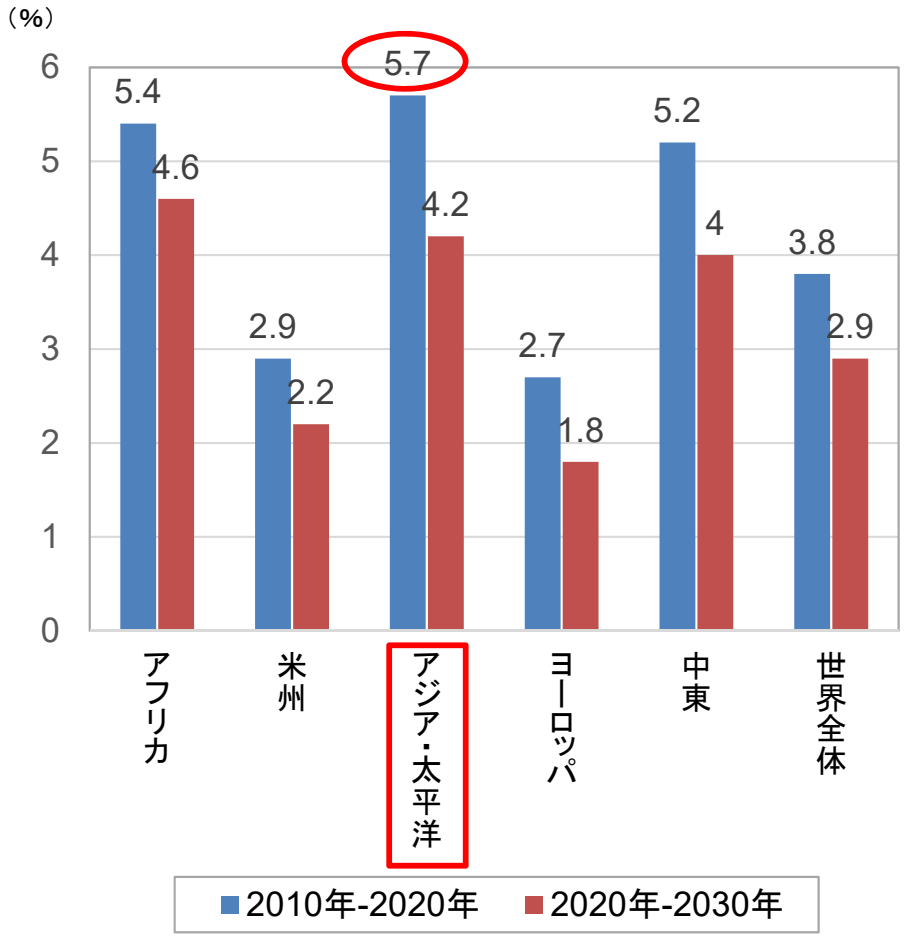
○アジア・太平洋地域は世界の中で最も高い伸びが予測される国際観光市場。

○国際観光客到着数は、長期予測を２年前倒して**2018年に14億人に到達**。

国際観光客到着客数の推移と今後の予測



国際観光客到着客数の年平均伸び率予測



（出展）UNWTO

2. 観光の現状

訪日外国人旅行者数の推移

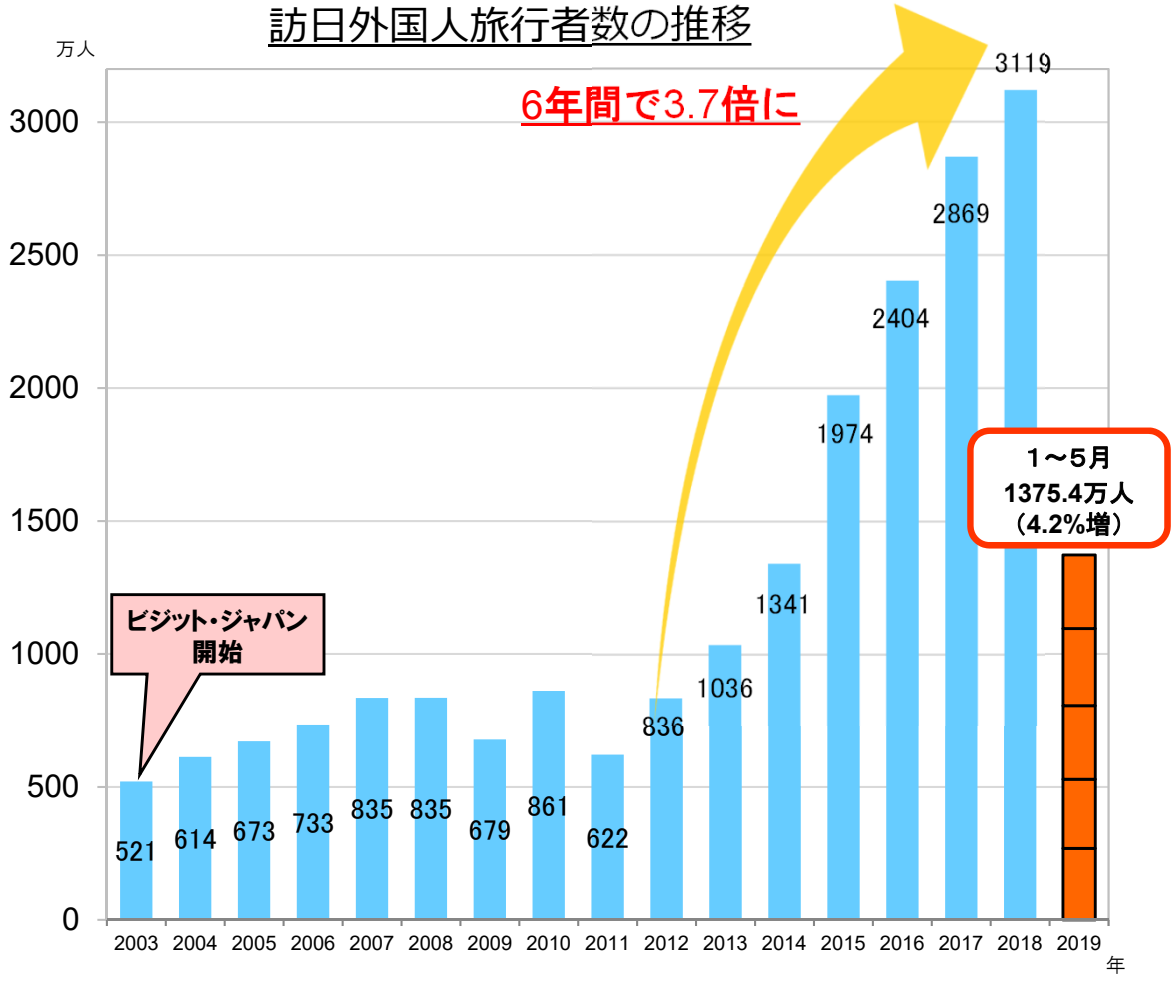
国土交通省 観光庁

○ 2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数は、**3,119万人（対前年比8.7%増）**と初めて3,000万人を突破し、過去最高を記録した。（外国人旅行者受入数：**世界で11位、アジアで3位に相当※**）

※ 2017年またはそれ以前の数値との比較で暫定順位であり、変動があり得る。

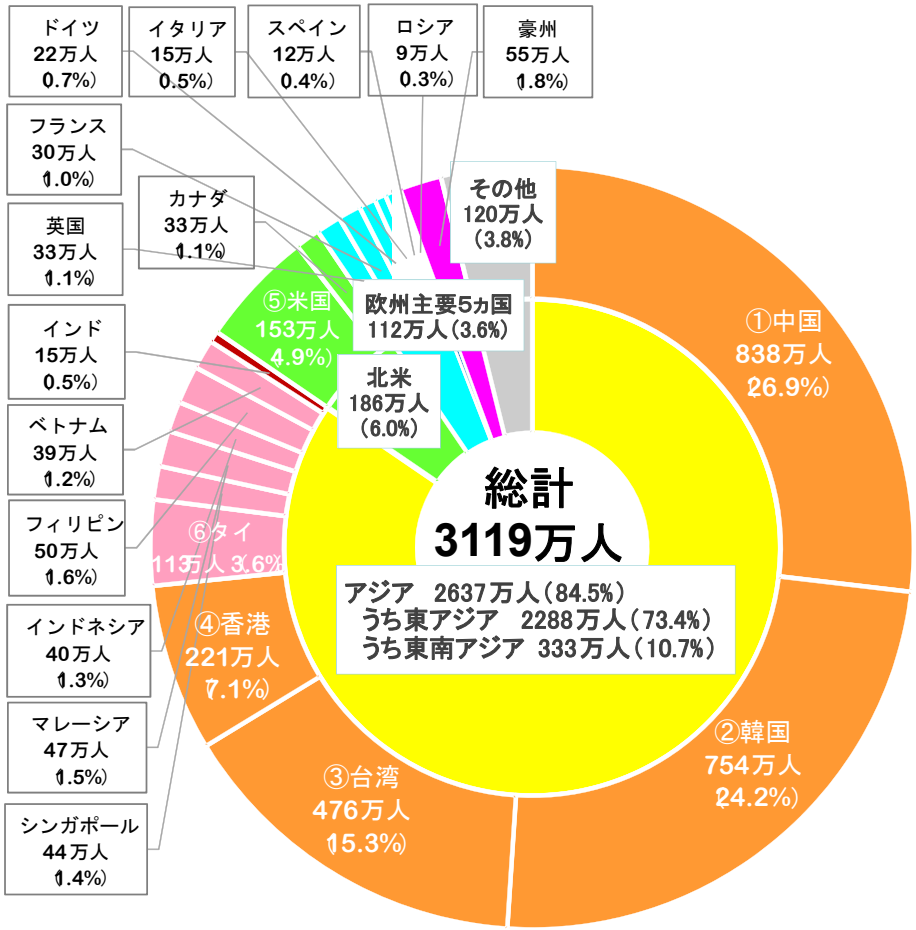
○ 訪日外国人旅行者数の内訳は、アジア全体で2,637万人（全体の84.5%）となった。また、市場別では中国で800万人を、米国で150万人を、タイで100万人をそれぞれ初めて突破した。

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
注）2017年以前の値は確定値、2018年、2019年1月～3月の値は暫定値、2019年4月～5月の値は推計値、%は対前年同月比

訪日外国人旅行者数の内訳（2018年（平成30年））



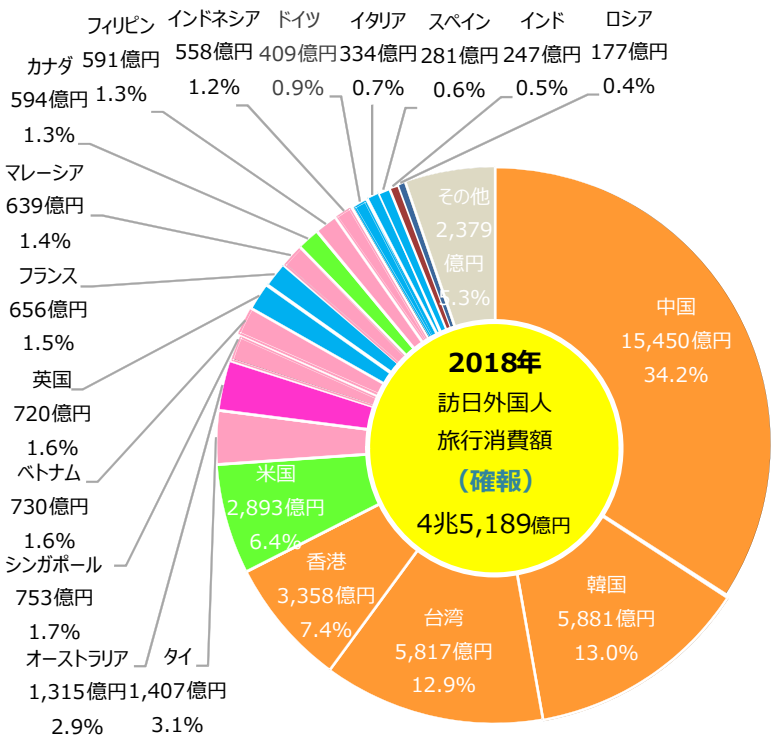
資料：日本政府観光局（ＪＮＴＯ）資料に基づき観光庁作成
注１：（ ）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国･地域が含まれる。

2018年の訪日外国人旅行消費額について

国土交通省 観光庁

○2018年の訪日外国人旅行消費額は、過去最高の4兆5,189億円。2012年（1.1兆円）以降７年連続対前年増を継続。
○国籍・地域別に旅行消費額をみると、中国が1兆5,450億円（構成比34.2%）と最も大きい。次いで、韓国5,881億円（同13.0%）、台湾5,817億円（同12.9%）、香港3,358億円（同7.4%）、米国2,893億円（同6.4%）の順であり、これら上位5カ国・地域で全体の73.9%を占める。
○国籍・地域別に1人当たり旅行支出を費目別にみると、宿泊費・飲食費・交通費は欧米が多く、買物代は中国を初めとした東アジア・東南アジアにおいて高い傾向がある。

国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



資料：訪日外国人消費動向調査（観光庁）
注1）従来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ところ。従来ベースの推計方法で2018年の旅行消費額を推計すると、4兆8千億円となる。
注2）パーセンテージは、訪日外国人旅行消費額全体に対する割合。

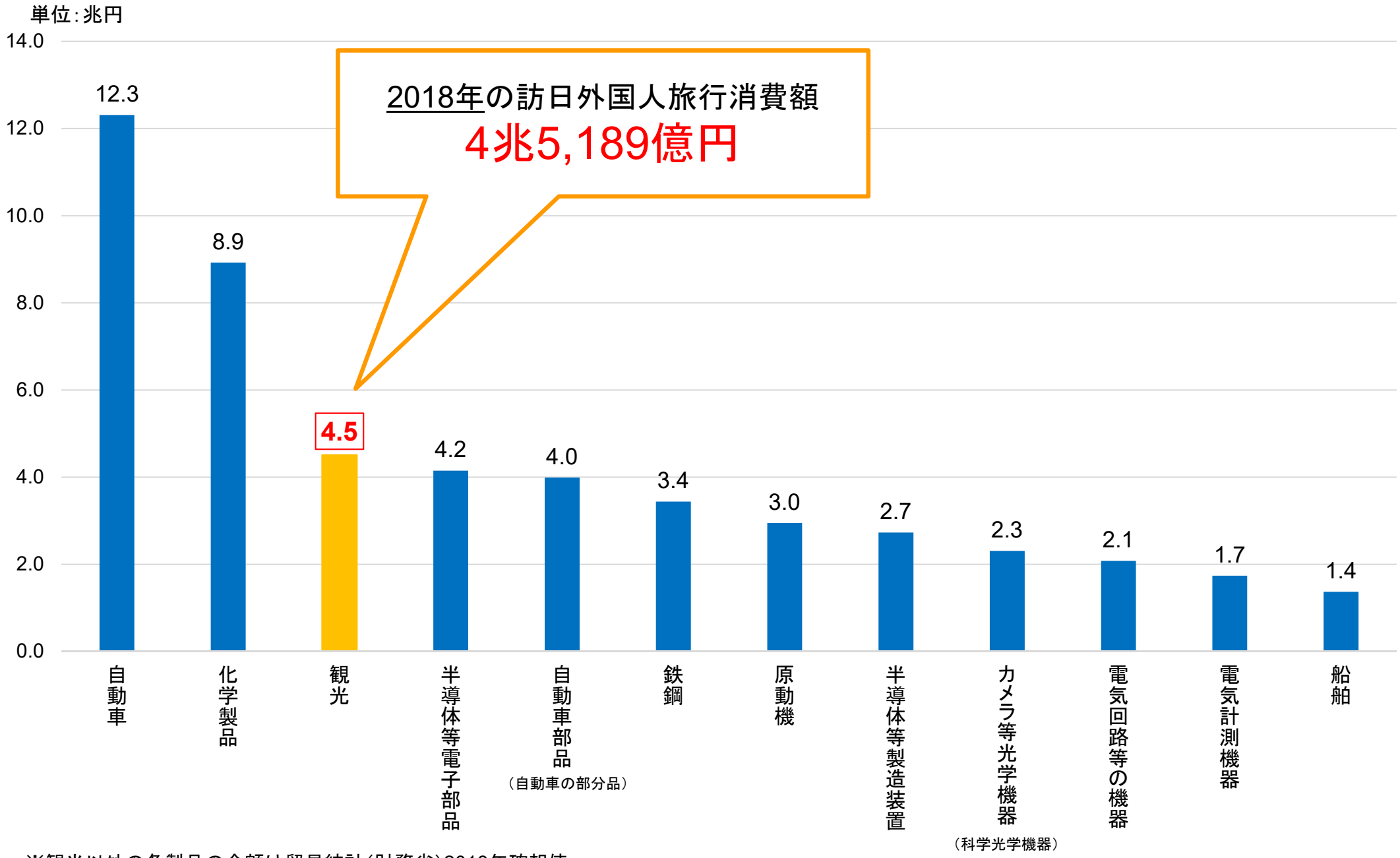
訪日外国人１人当たり旅行支出（国別）

2018年暦年（確報）　（泊）

国籍・地域		訪日外国人１人当たり旅行支出 総額	前年比※	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	平均泊数
一般客	全国籍・地域	**153,029**	-0.6%	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67	9.0
	韓国	78,084	+8.8%	24,974	19,961	7,636	3,917	21,549	47	4.4
	台湾	127,579	+1.4%	35,312	28,190	13,548	5,059	45,441	30	6.8
	香港	154,581	+1.0%	45,625	36,887	16,683	5,063	50,287	36	6.3
	中国	224,870	-2.4%	47,854	39,984	16,834	7,998	112,104	95	9.7
	タイ	124,421	-1.7%	36,836	27,740	15,033	4,416	40,248	149	8.8
	シンガポール	172,821	+5.2%	63,311	41,406	19,890	6,467	41,691	54	8.3
	マレーシア	137,612	+1.4%	44,950	30,400	16,371	6,466	39,422	3	10.2
	インドネシア	141,419	+9.3%	48,117	29,156	20,946	5,585	37,599	17	12.1
	フィリピン	121,921	+7.3%	31,448	30,074	14,459	6,077	39,596	268	24.6
	ベトナム	188,376	+2.8%	55,818	43,846	18,900	5,923	63,649	240	38.0
	インド	161,423	+2.5%	75,371	34,026	21,864	3,747	26,415	0	18.9
	英国	220,929	+2.6%	100,691	56,050	33,172	8,341	22,641	34	13.8
	ドイツ	191,736	+5.2%	84,555	47,536	28,333	5,974	25,250	87	13.9
	フランス	215,786	+1.6%	85,544	56,933	33,438	7,358	32,472	41	18.4
	イタリア	223,555	+16.8%	87,652	57,803	39,204	7,552	31,057	287	15.2
	スペイン	237,234	+11.6%	92,543	62,129	42,159	7,620	32,783	0	14.3
	ロシア	188,256	-5.5%	62,710	43,837	22,038	7,973	51,554	143	17.2
	米国	191,539	+5.2%	82,286	50,630	27,318	7,865	23,406	34	13.5
	カナダ	183,218	+2.1%	74,857	47,469	27,579	7,993	25,176	144	12.1
	オーストラリア	242,041	+7.2%	99,175	58,878	34,892	16,171	32,688	236	13.3
	その他	199,728	-6.1%	84,529	48,463	29,455	6,354	30,912	14	15.9
クルーズ客		44,227	-	24	1,928	465	179	41,627	5	0.7

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較



※観光以外の各製品の金額は貿易統計（財務省）2018年確報値。
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

旅行動態の変化の状況①

国土交通省 観光庁

団体旅行（パッケージツアー）から個人旅行（FIT）への移行

個人旅行手配の割合

2012年：60.8%　2018年：81.6%　⇒ 20.8ポイント増

（参考）中国　28.5%　68.6%　⇒ 40.1ポイント増
香港　70.8%　91.5%　⇒ 20.7ポイント増

スマートフォンを最大限活用した旅行スタイルへの変化

日本滞在中に役に立った旅行情報源としてスマートフォンと回答した割合（複数回答）

2012年：23.5%　2017年：69.9%　⇒ 46.4ポイント増

都市部から地方部への観光の広がり

地方部における外国人延べ宿泊者数

2012年：855万人泊　2018年：3,636万人泊※　2020年：7,000万人泊（目標）

4.3倍

（参考）
都市部　1,776万人泊　5,223万人泊

2.9倍

リピーター数の増加

リピーター数

2012年：528万人　2018年：1,938万人　2020年：2,400万人（目標）

3.7倍

【出典】個人旅行手配の割合・日本滞在中に役立った旅行情報源：訪日外国人消費動向調査（観光庁）/外国人延べ宿泊者数：宿泊旅行統計調査（観光庁）/リピーター数：訪日外国人旅行者数（日本政府観光局），訪日外国人消費動向調査（観光庁）より観光庁作成

※地方部における外国人延べ宿泊者数の2018年値は速報値

旅行動態の変化の状況②

国土交通省 観光庁

モノ消費からコト消費への移行

娯楽等サービス費購入率

2012年：21.5%　　2018年：40.9%　⇒ **19.4ポイント増**

外国人観光客の消費支出に占める娯楽等サービス費の割合

2012年：1.1%　　2018年：3.8%

（参考）諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合
アメリカ（2015）：12.2%　　フランス（2015）：11.1%
カナダ（2016）：10.9%

1人1回当たりの旅行支出

訪日外国人1人1回当たり旅行支出

2012年：13.0万円　　2018年：15.3万円　　2020年：20.0万円（※）

※2020年4,000万人、旅行消費額8兆円目標の達成のためには、1人1回当たり旅行支出20万円が必要

滞在日数

平均泊数

2012年：12.3泊　　2018年：9.0泊

【出典】娯楽等サービス費購入率・外国人観光客の消費支出に占める娯楽等サービス費の割合・訪日外国人1人1回当たり旅行支出・平均泊数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）
諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合：TSA（観光庁）・Tourism Trends and Policies 2016(OECD)より観光庁作成
注）2018年1-3月期より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽等サービス費」としたため、前年同期と単純比較はできない。

訪日外国人訪問者が旅行中に困ったこと

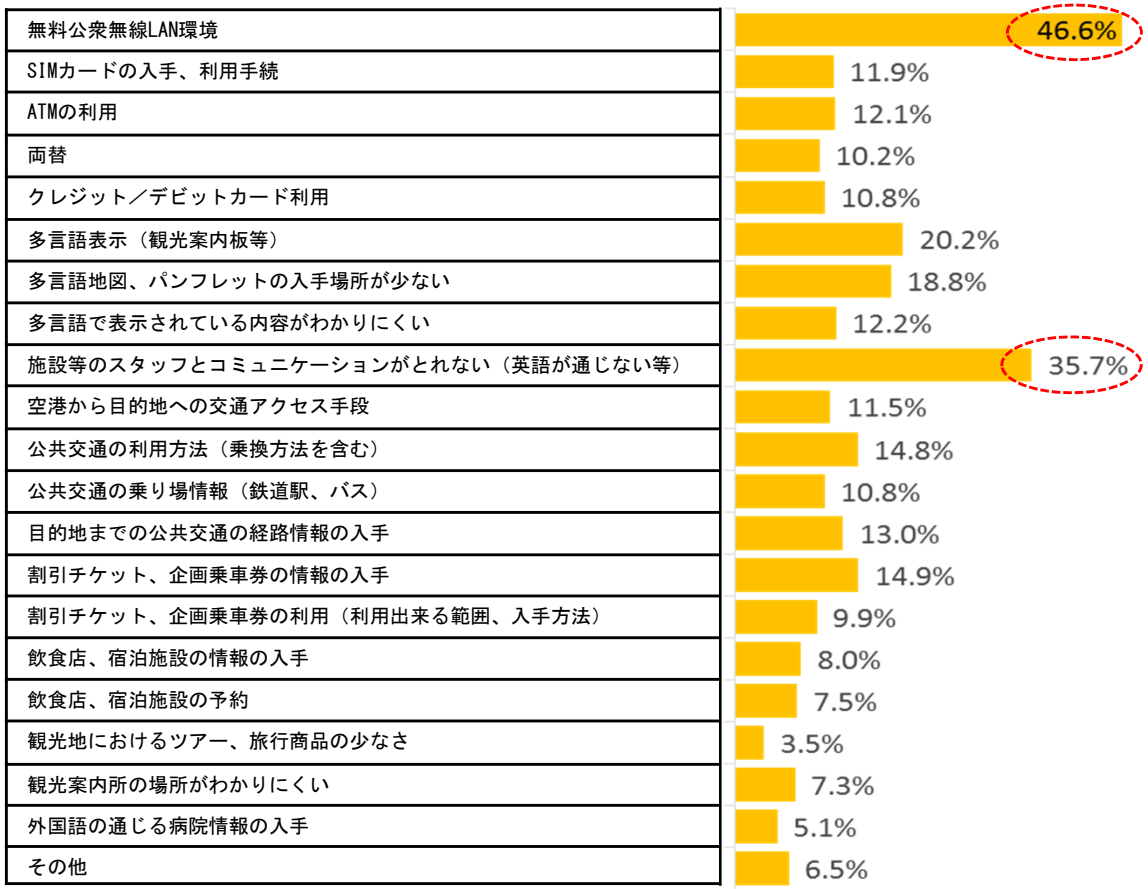
国土交通省 観光庁

「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」調査結果 旅行中に困ったこと

【平成26年度調査】

N=7,939

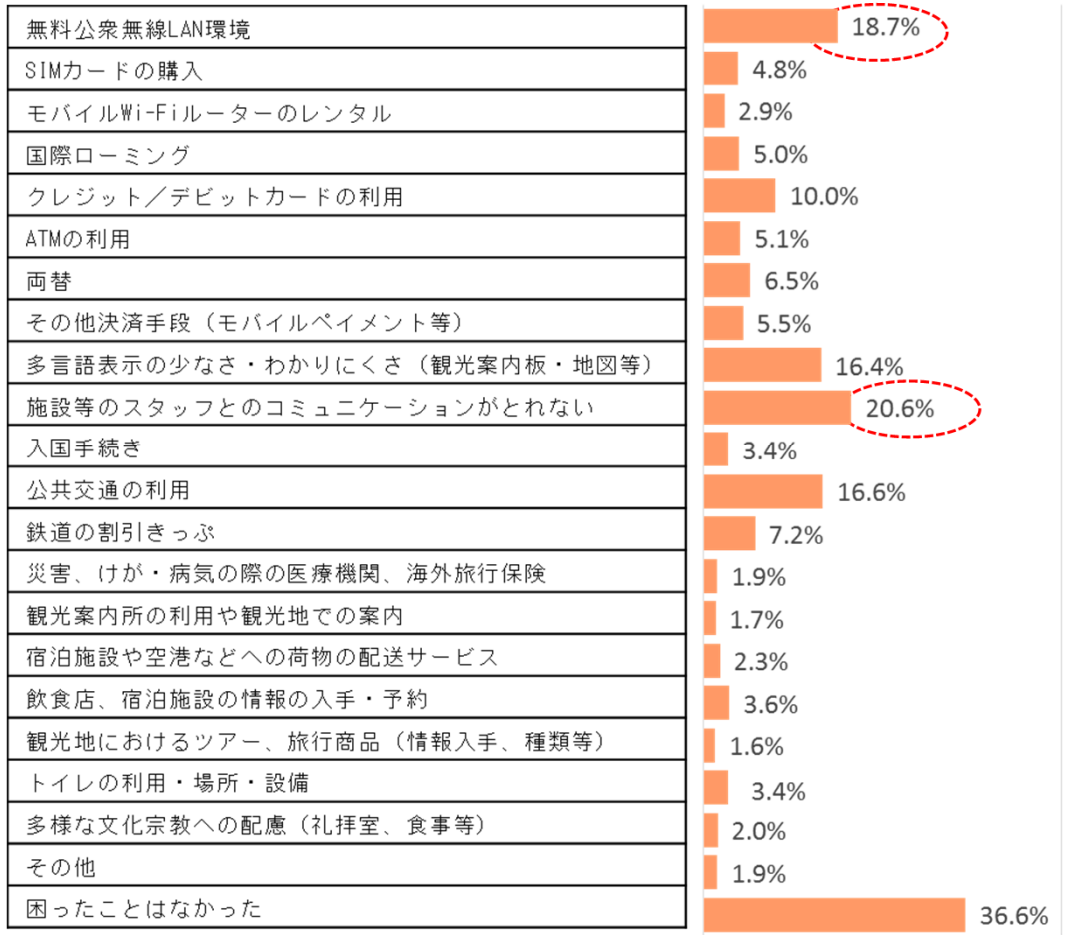
旅行中困ったこと（複数回答）



【平成30年度調査】

N=4,037

旅行中困ったこと（複数回答）



出典：（観光庁調査）「訪日外国人旅行者受入環境整備に関するアンケート」

「明日の日本を支える観光ビジョン」 －世界が訪れたくなる日本へ－　概要

平成28年３月30日策定

これまでの議論を踏まえた課題

■我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。

■観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。

■CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。

■高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「３つの視点」と「１０の改革」

視　点　1
「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

■**「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放**
・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放

■**「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ**
・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化

■**「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ**
・2020年を目標に、全国５箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善

■**おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ**
・2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視　点　2
「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

■**古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ**
・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、ﾄｯﾌﾟﾚﾍﾞﾙの経営人材育成、民泊ﾙｰﾙの整備、宿泊業の生産性向上など、総合ﾊﾟｯｹｰｼﾞで推進・支援

■**あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現**
・欧州・米国・豪州や富裕層などをﾀｰｹﾞｯﾄにしたﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ、戦略的なﾋﾞｻﾞ緩和などを実施
・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
・首都圏におけるﾋﾞｼﾞﾈｽｼﾞｪｯﾄの受入環境改善

■**疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化**
・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
・観光地再生・活性化ﾌｧﾝﾄﾞ、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

視　点　3
「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

■**ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現**
・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
・ｽﾄﾚｽﾌﾘｰな通信・交通利用環境を実現
・ｷｬｯｼｭﾚｽ観光を実現

■**「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現**
・「ｼﾞｬﾊﾟﾝ・ﾚｰﾙﾊﾟｽ」を訪日後でも購入可能化
・新幹線開業やｺﾝｾｯｼｮﾝ空港運営等と連動した、観光地へのｱｸｾｽ交通充実の実現

■**「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現**
・2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

1．外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

・多言語対応、Wi-Fi整備、キャッシュレス対応等のスピーディな整備

＜工程表（随時更新）＞

✓ 観光地：2021年までに少なくとも100の主要観光地を抜本的に改善

✓ 地方鉄道等：2021年までに少なくとも300線区を抜本的に改善

✓ 文化財・国立公園：2020年までに世界文化遺産18地域、国立公園34地域を含む100地域以上の多言語解説を抜本的に改善

✓ 農泊：2020年までに全国500箇所の農泊地域でニーズに応じた多言語対応、無料Wi-Fi環境等を整備

＜無料Wi-Fi整備＞

＜多言語対応＞

外国人に伝わる解説板の整備
（京都市二条城・大政奉還の例）

多言語音声翻訳システムの活用

＜キャッシュレス対応＞

＜トイレの洋式化＞

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

1．外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

・MaaS（※）の推進

鉄道・バスなどを
一体的に検索・予約・決済

※Mobility as a serviceの略

・観光施設の
バリアフリー化

・道の駅のインバウンド
対応（多言語対応等）

・観光地までのアクセス
の充実
（バス・タクシー・レンタカー等）

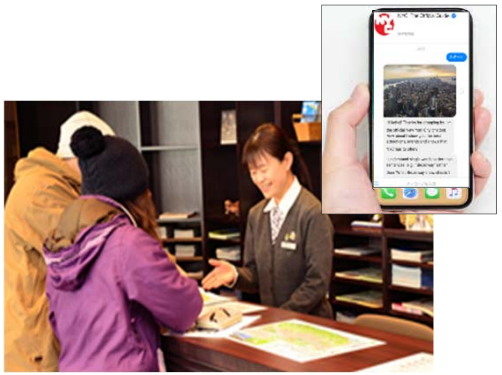
シェアサイクルの導入

・災害時の外国人対応の充実

日本政府観光局のコールセンター
による24時間の多言語対応

非常用電源装置・情報端末への
電源供給機器等の整備

・観光案内所の機能強化



AIチャットボット（※）の活用

・「稼ぐ」旅館・ホテル
に向けた生産性向上、
外国人人材の活用等

外国人人材の活用

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

2．地域の新しい観光コンテンツの開発

・「日本博」の全国各地での開催、Living Historyの推進

国宝・重要文化財の展示

2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に「日本の美」を体現する美術展・舞台芸術公演・文化芸術祭等を全国で展開

Living History

文化財について、歴史的な出来事や当時の生活を再現する新たなコンテンツを開発

・VR等の最先端技術の導入

・空港等における日本文化の魅力発信

成田空港に東京国立博物館所蔵の美術品を再現

・国立公園の滞在環境の向上、自然体験コンテンツの充実等

民間カフェ導入

マリモツアー

グランピング

新宿御苑における国立公園のＰＲ

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

2．地域の新しい観光コンテンツの開発

・公的施設の公開時間延長、民間活用（新宿御苑の民間カフェの導入など）

皇居東御苑
今夏より午後６時まで開放
（1時間延長）

新宿御苑の夜間イベント

・三の丸尚蔵館の展示スペースの抜本拡大（2025年全館開館予定）

展示スペースを８倍に拡大
（160㎡→1,300㎡）

主な収蔵品

伊藤若冲「動植綵絵」

狩野永徳「唐獅子図屏風」

・迎賓館の一般公開

民間の貸切見学ツアー

・インフラツーリズムの推進

首都圏外郭放水路の民間ツアー

・東京国立博物館改革とその横展開

東京国立博物館における
夜間イベント

国等が有する地方ゆかりの名品の
里帰り展示

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

2．地域の新しい観光コンテンツの開発

・「農泊」らしい農家民宿や古民家の整備、農業体験などのコンテンツの充実等

古民家の整備

農業体験

・スノーリゾート活性化

・ナイトタイム活性化

・泊まって楽しむ体験型宿泊コンテンツの開発（規制緩和、好事例の横展開）

城泊

寺泊

・観光列車、レストランバス等の導入促進

・クルーズ客の満足度向上

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

3．日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人（DMO））の適切な役割分担

コンテンツの提供

データの収集

SNS

外国人旅行者

地域

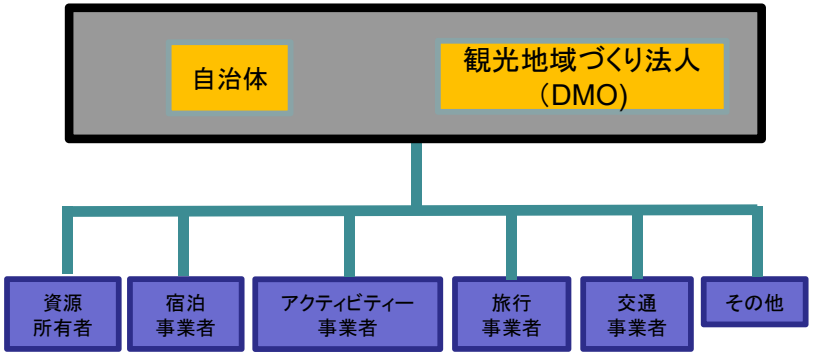
自治体
・
観光地域づくり法人
（DMO）

日本政府観光局

◎地域の役割は着地整備が主
◎多様な関係者の参画

データ分析
フィードバック

◎一元的な情報発信を目指す
・そのための体制強化
◎デジタルマーケティング



数値によるデータの可視化

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

3．日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人（DMO））の適切な役割分担

・関係省庁との緊密な連携による一元的な情報発信

文化財（文化庁）

国立公園（環境省）

日本政府観光局

・グローバルキャンペーンの展開

海外の旅行者の
7つのパッション
（興味関心）

Cuisine

Art

City

Outdoor

Relaxation

Nature

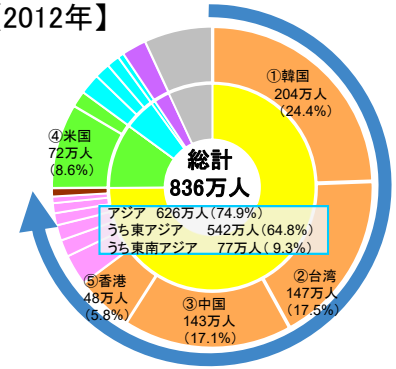
Tradition

ウェブの閲覧・検索履歴等の分析により、その個人が海外旅行に求める興味・関心（アウトドア等）に応じた広告を展開
（オンライン広告、メディア招聘　等）

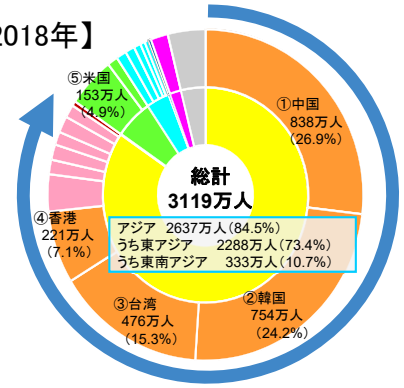
・幅広い地域からの誘客に向けた新市場開拓（中東・中南米）

【参考】近年アジアの割合が増加

【2012年】



【2018年】



アジア　74.9%　⇨　84.5%

・ラグビーワールドカップ2019を契機とした地方誘客

・地方鉄道の魅力発信

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

4．地方誘客・消費拡大に資するその他主要施策

・出入国の迅速化（FAST TRAVELの実現）

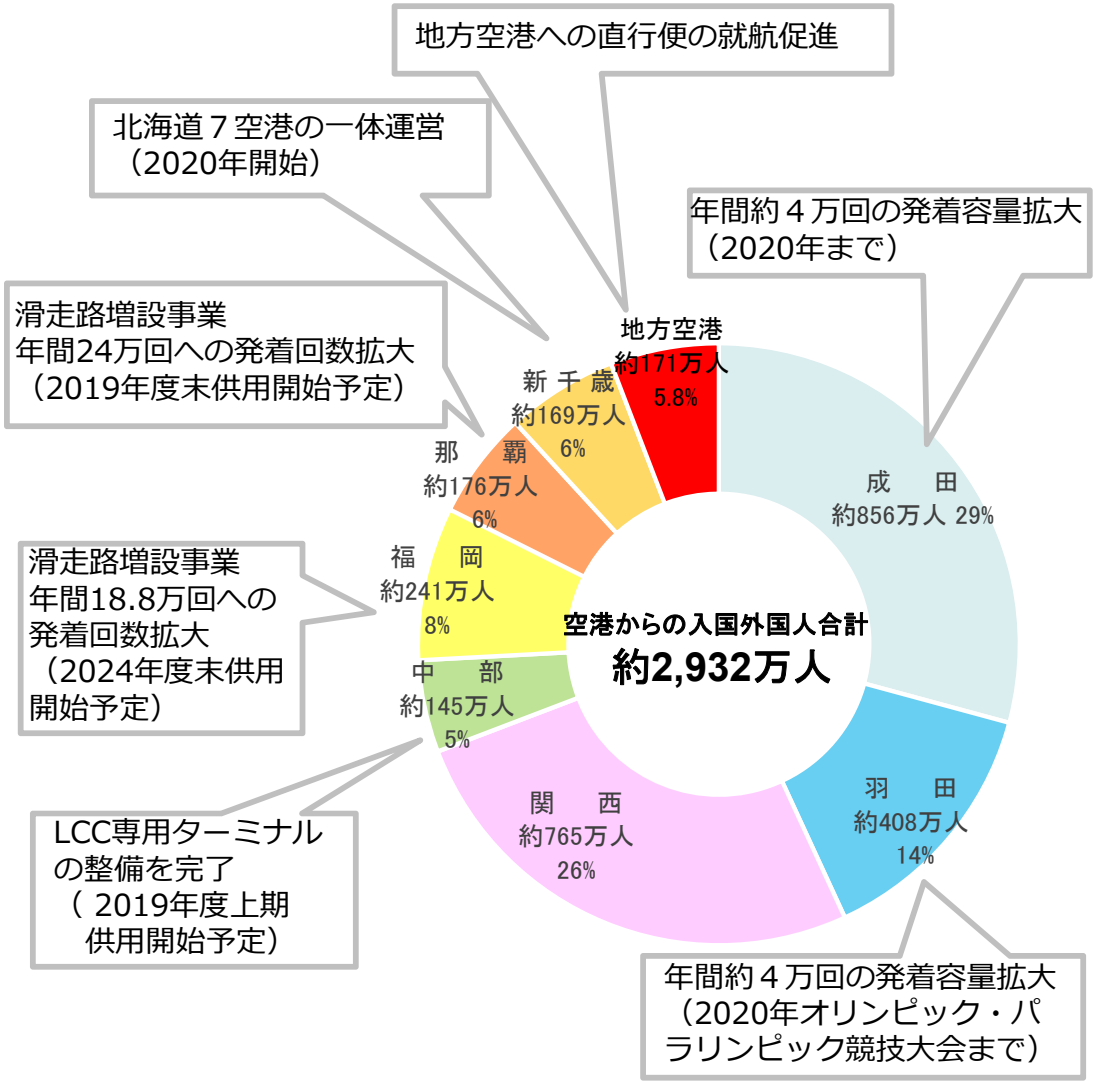
顔認証ゲート

税関電子申告ゲート

自動チェックイン機

地上支援業務
（グランドハンドリング）

・首都圏空港等の機能強化

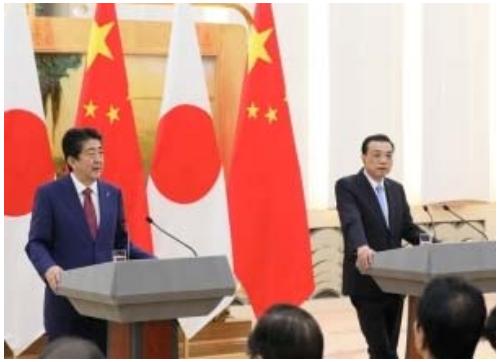


（出典）法務省「出入国管理統計」より観光庁作成
※地方空港＝主要７空港（羽田、成田、関空、中部、新千歳、福岡、那覇）を除く空港

「観光ビジョン実現プログラム2019」の主要施策

4．地方誘客・消費拡大に資するその他主要施策

・ビザの戦略的緩和



中国ビザ緩和（2019年１月）

・地方の免税店拡大

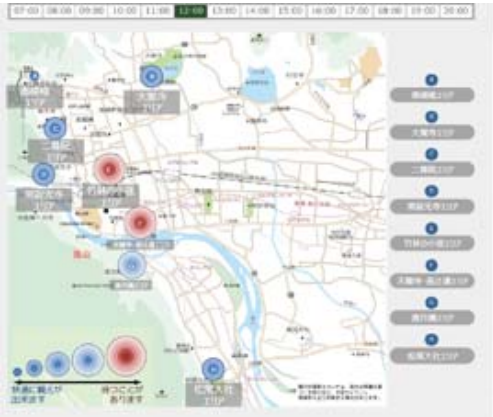
臨時免税店制度
（2019年７月運用開始）

・アウトバウンド、国内観光の促進

たびレジと連携した
海外安全情報の発信

ブレジャーの普及

・持続可能な観光の実現（観光地の混雑対策）



観光スポットの混雑状況を
スマホで閲覧できるシステム

早朝時間帯の活用（朝市）

・MICEの誘致、IRの整備

３．地域の課題

３.（１）地域経済へのインパクト

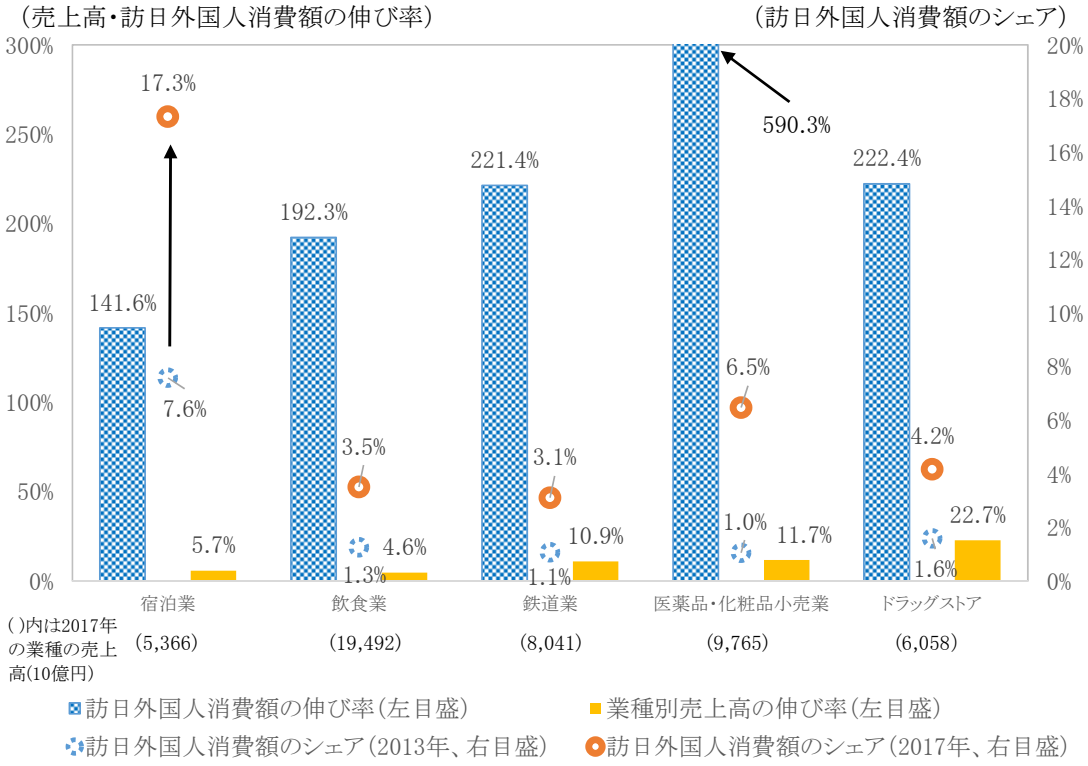
近年の訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響（消費及び投資）

国土交通省 観光庁

インパクト①：消費（売上高）への影響

・観光関連産業の中核である宿泊業のみならず、各業種で売上高に占める訪日外国人のシェアが上昇。

<業種別の売上高に占める訪日外国人旅行者のシェアの変化>
（2013年と2017年の比較）

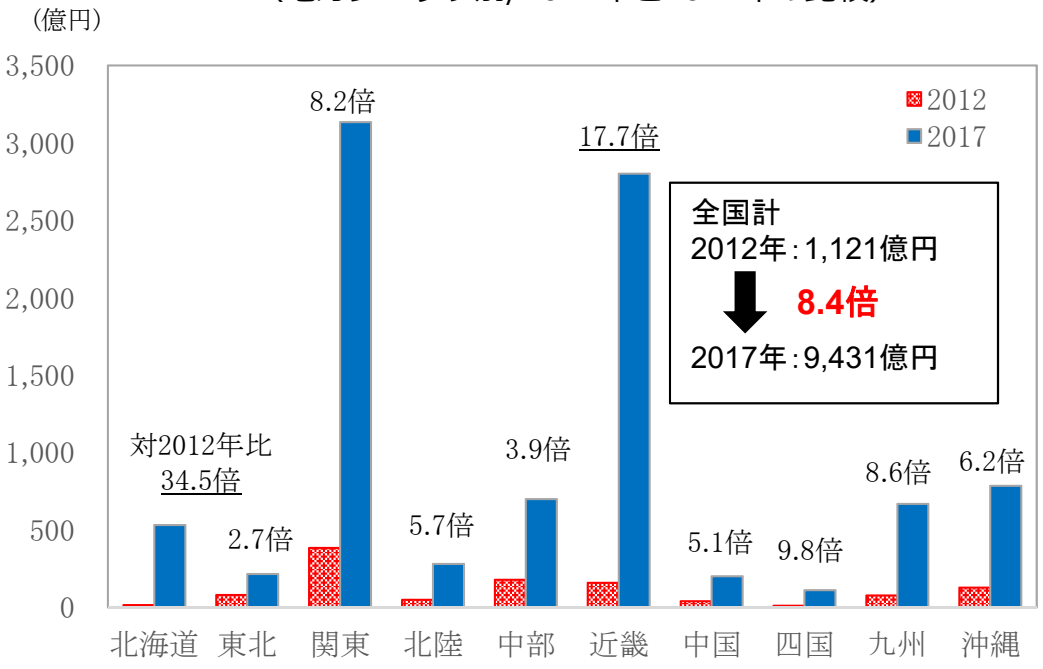


（資料）観光庁「訪日外国人消費動向調査」、総務省「サービス産業動向調査」、経済産業省「商業動態統計」に基づき観光庁作成
注1：ドラッグストアは、2014年と2017年の比較

インパクト②：投資への影響

・宿泊業の建築物工事予定額は、5年で8.4倍
・ブロック別にみると、絶対額は関東、近畿が大きいが、伸び率では北海道、近畿、四国、九州が高い。

<宿泊業における建築物の工事予定額の推移>
（地方ブロック別/2012年と2017年の比較）



（資料）国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

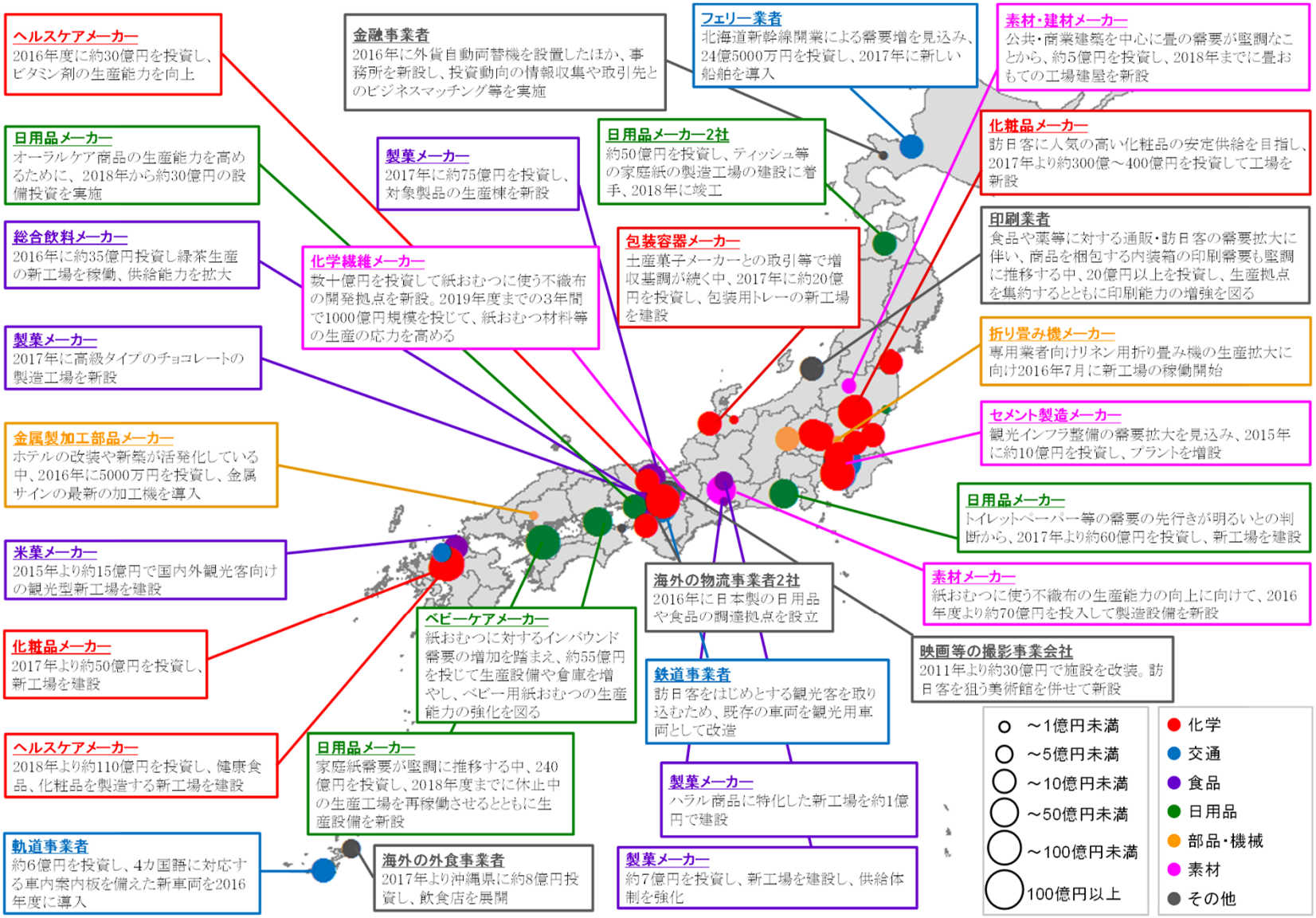
近年の訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響（投資）

国土交通省 観光庁

インパクト②－2：投資への影響

・インバウンド需要は、宿泊業のみならず製造業含め幅広い業種、かつ全国各地において投資を創出。

＜全国各地でのインバウンド対応投資の例＞



（資料）新聞記事情報に基づき観光庁作成

近年の訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響（輸出）

国土交通省 観光庁

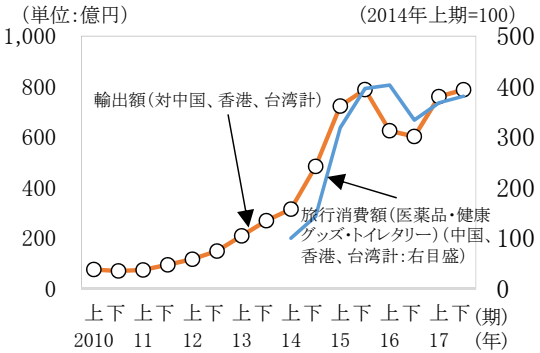
インパクト③：輸出への影響

・訪日外国人に人気の日本製品は、日本での消費（旅行消費）とともに輸出額も増加。

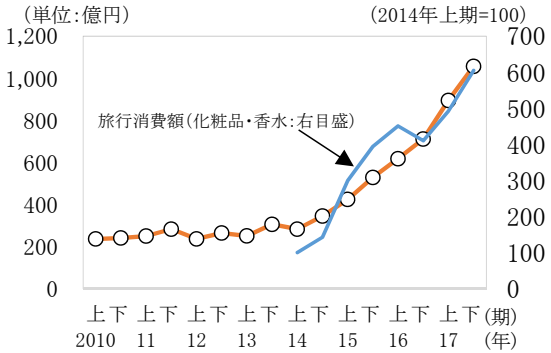
・訪日観光がきっかけとなった越境ECによる日本製品の購買規模は、**年間約6,000～8,000億円程度**。

＜買物代消費と輸出（対中国、香港、台湾合計）＞

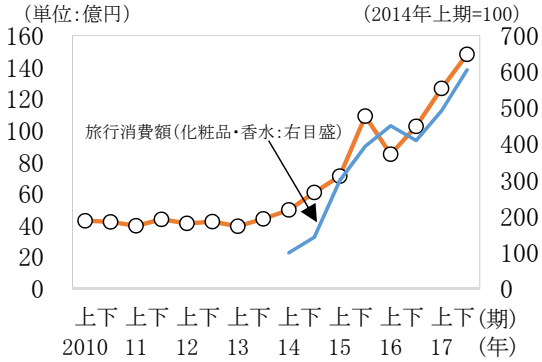
【紙おむつ】



【スキンケア化粧品】

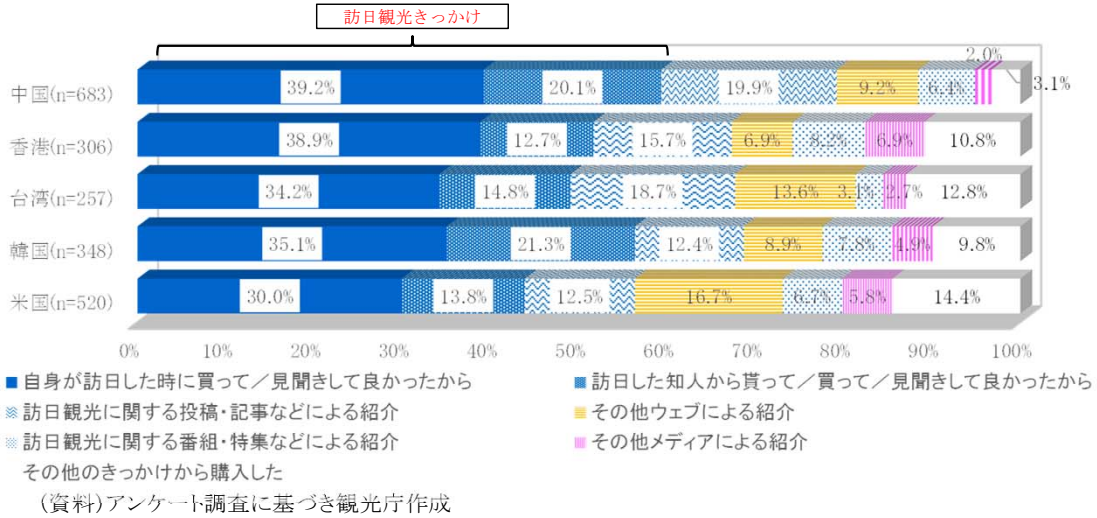


【ヘアケア用品】



（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

＜日本製品購買のきっかけ＞



（資料）アンケート調査に基づき観光庁作成

＜訪日観光をきっかけとした越境ＥＣによる購買規模推計＞
（2017年）

	訪日外国人旅行者数 上位５ヶ国・地域全体	うち中国
①自身の訪日観光がきっかけとなった購買	**6, 300**	**3, 500**
②家族や知人の訪日観光がきっかけとなった購買	1, 500	1, 200
越境ECを通じた日本製品購買	15, 500	11, 100

（資料）アンケート調査等に基づき観光庁作成

単位：億円

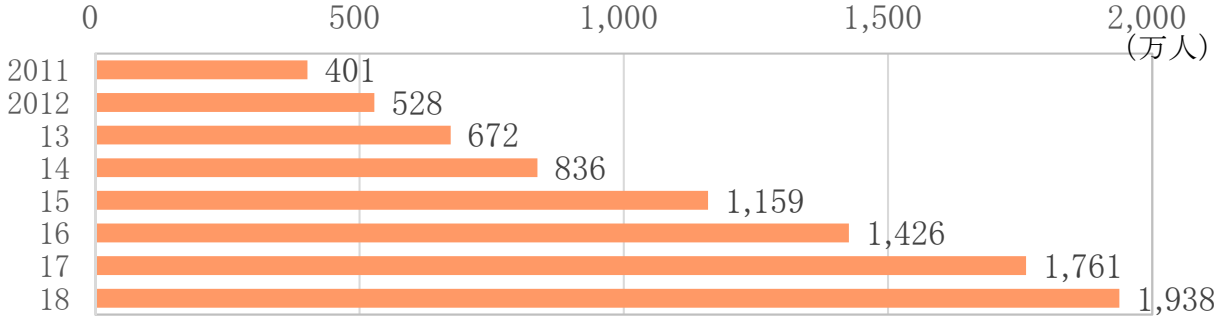
注1：5カ国・地域＝中国、台湾、韓国、香港、米国
注2：越境ECについては、B to C取引を対象としている。
注3：各国・地域における購買額を示したものであり、例えば、越境ECサイトの手数料等が含まれていることから、日本からの輸出額そのものを示したものではない。

近年の訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響（地域への波及①）

国土交通省 観光庁

インパクト④：地域への波及

（1）訪日リピーター数の推移　～リピーター数は近年大きく増加し、1,900万人を突破～

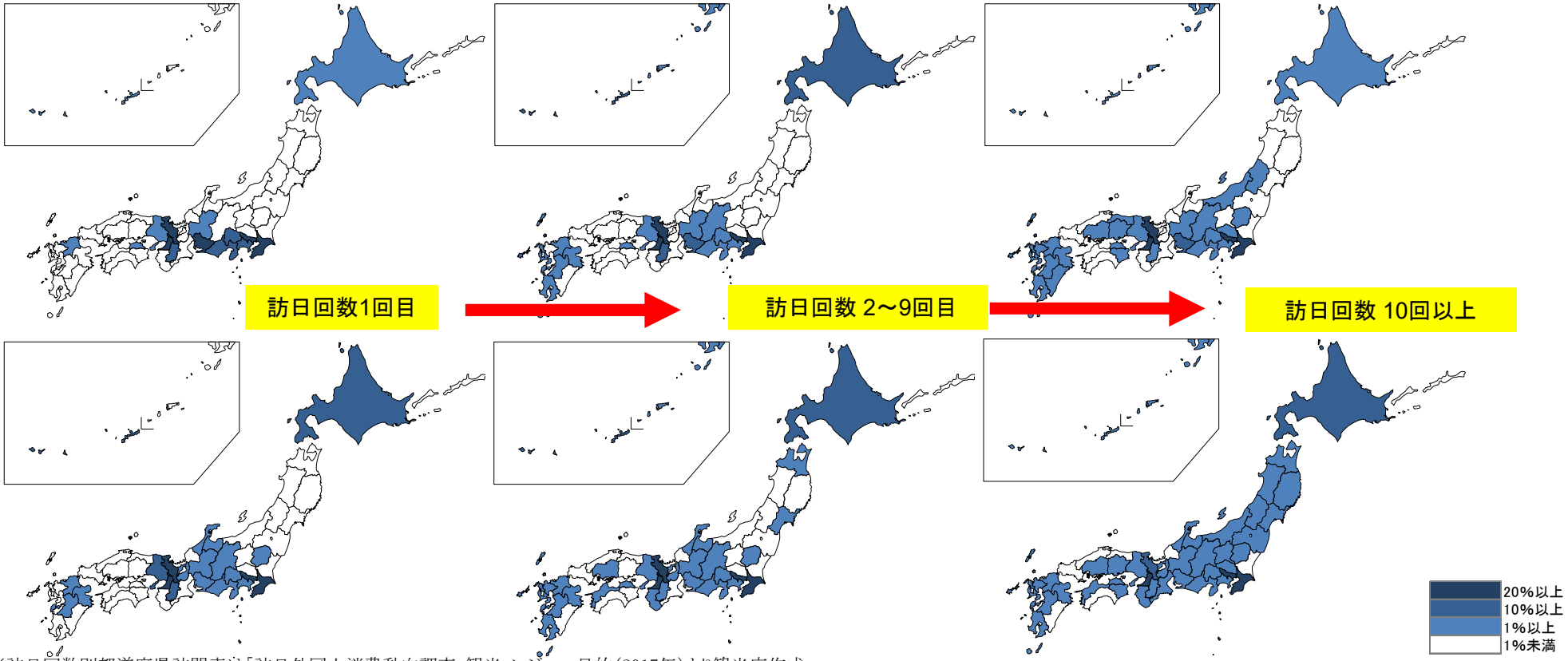


※JNTO「訪日外客数」に「訪日外国人消費動向調査」のリピーター率を乗じて算出した推計値。

（2）訪日回数別都道府県訪問率　～リピータほど地方に訪れる割合が高くなる傾向～

【中国】

【台湾】



※訪日回数別都道府県訪問率は「訪日外国人消費動向調査」観光・レジャー目的（2017年）より観光庁作成

近年の訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響（地域への波及②）

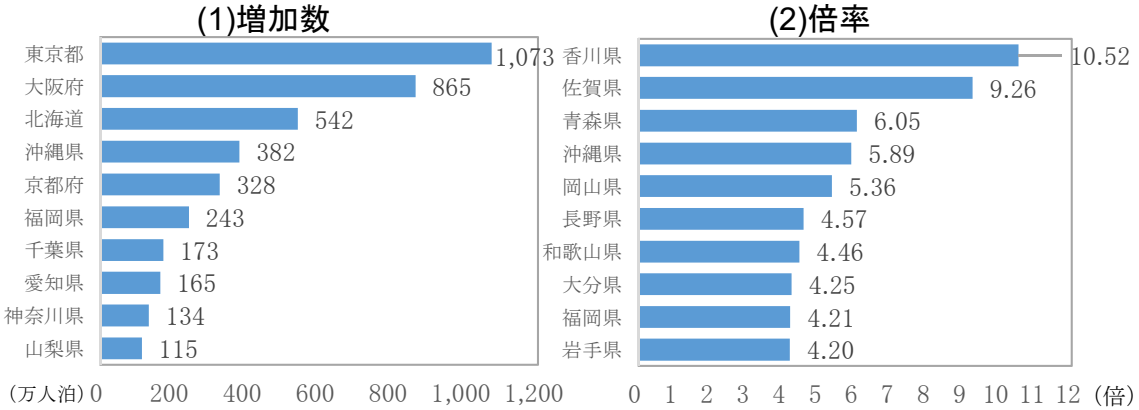
国土交通省 観光庁

インパクト④：地域への波及

・直近5年間の増加幅では、大都市圏に加え、北海道、沖縄が大きい一方、倍率でみると、**地方部の県が高くなっている**。
・外国人延べ宿泊者数の地方部のシェアが2017年に初めて**4割**を超えた。

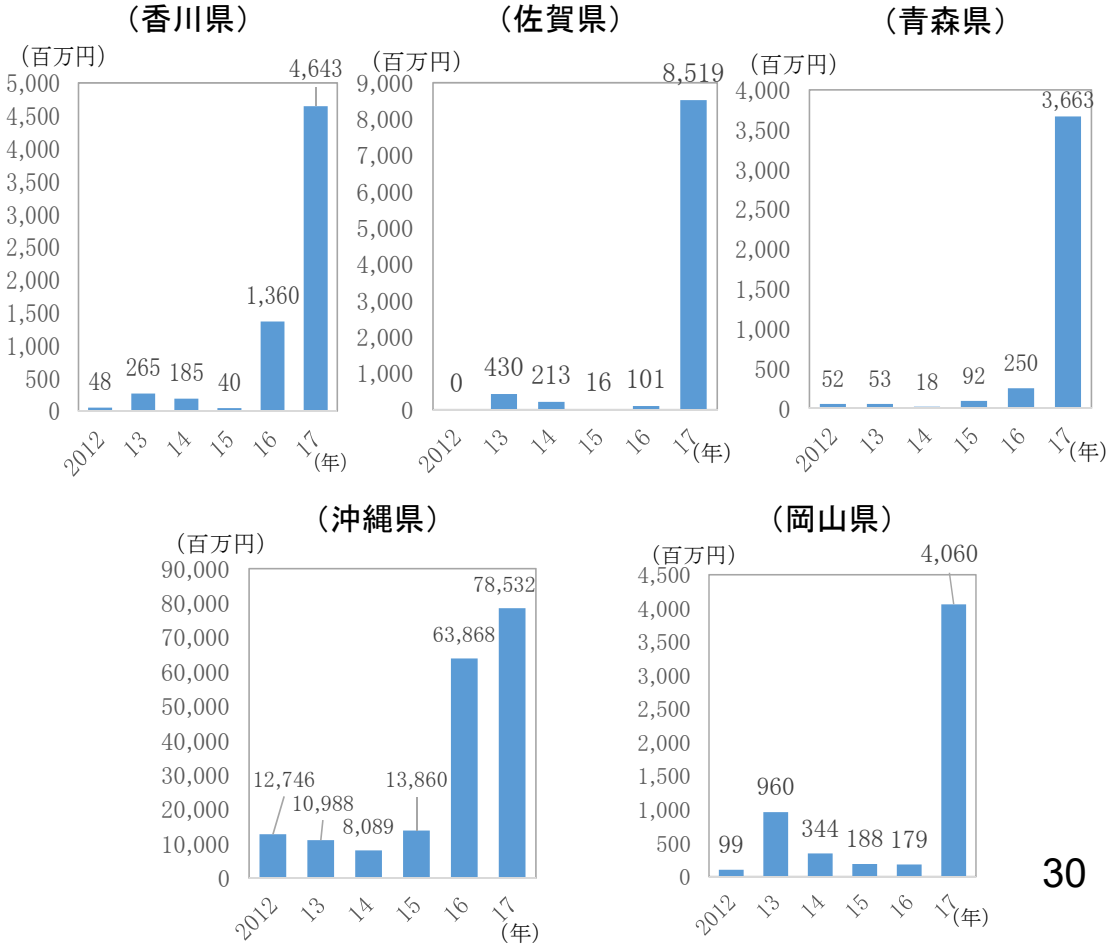
・近年のインバウンドの伸びが大きい上位5県では、インバウンドの増加に応じて宿泊業の建築投資が大幅に増加。

<2012年から2017年の外国人延べ宿泊者数の変化>

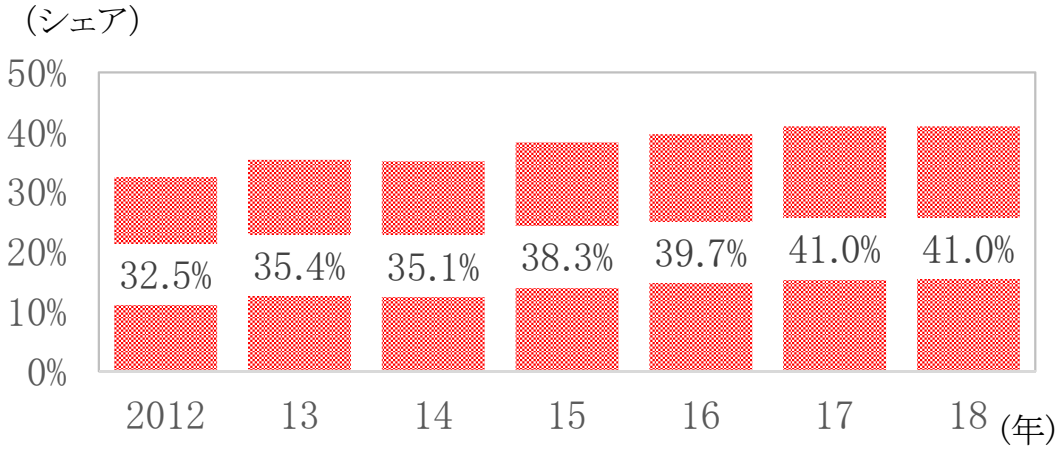


（資料）観光庁「宿泊旅行統計調査」

<外国人延べ宿泊者数伸び率（2012～2017年）上位県における宿泊業の建築物工事予定額の動向>



<地方部の外国人延べ宿泊者数のシェアの推移>

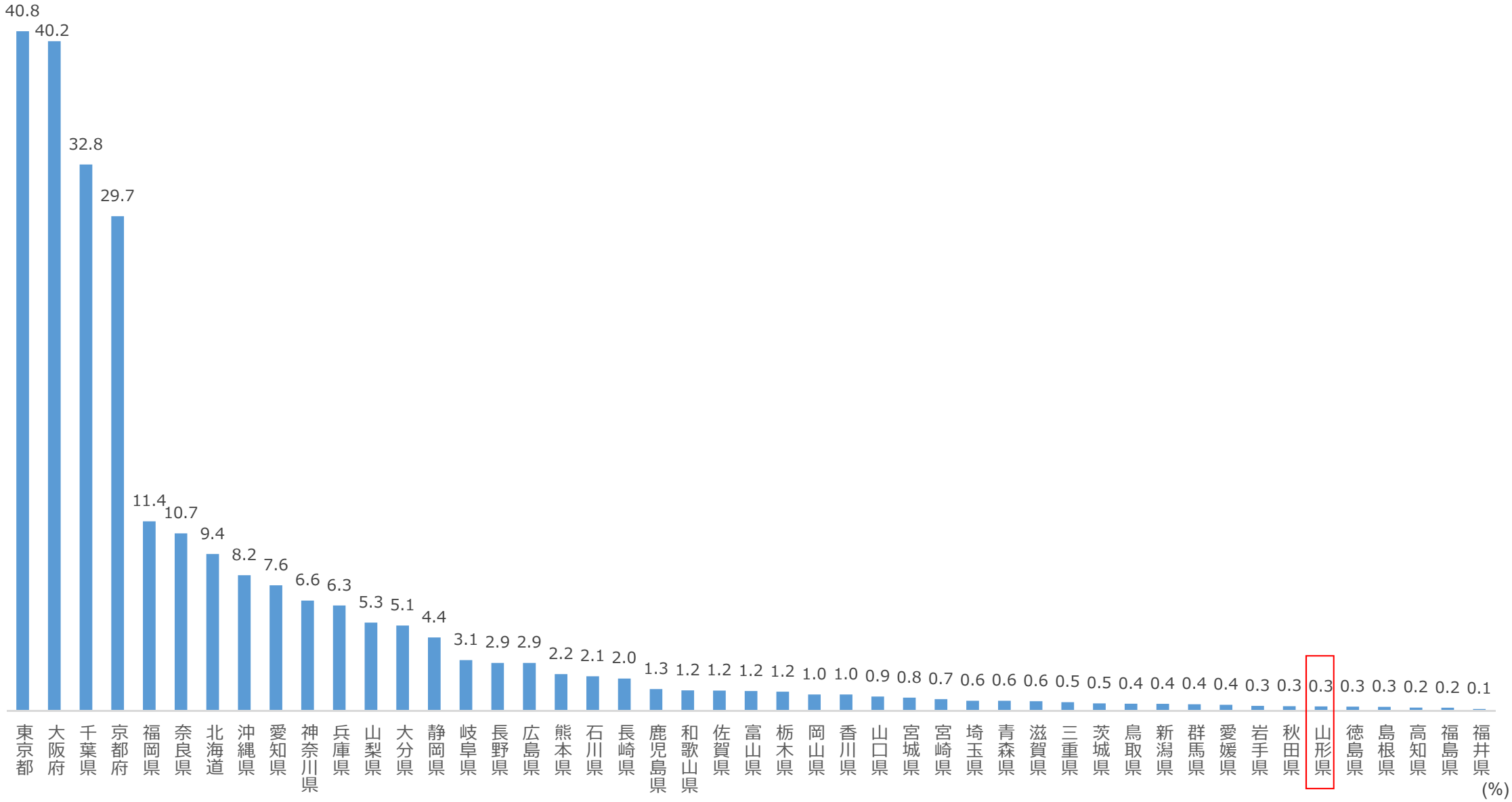


（資料）観光庁「宿泊旅行統計調査」 ※2018年の値は速報値

（資料）国土交通省「建築着工統計に基づき観光庁作成

３.（２）山形県の状況

訪日外国人 都道府県訪問率（2018年）



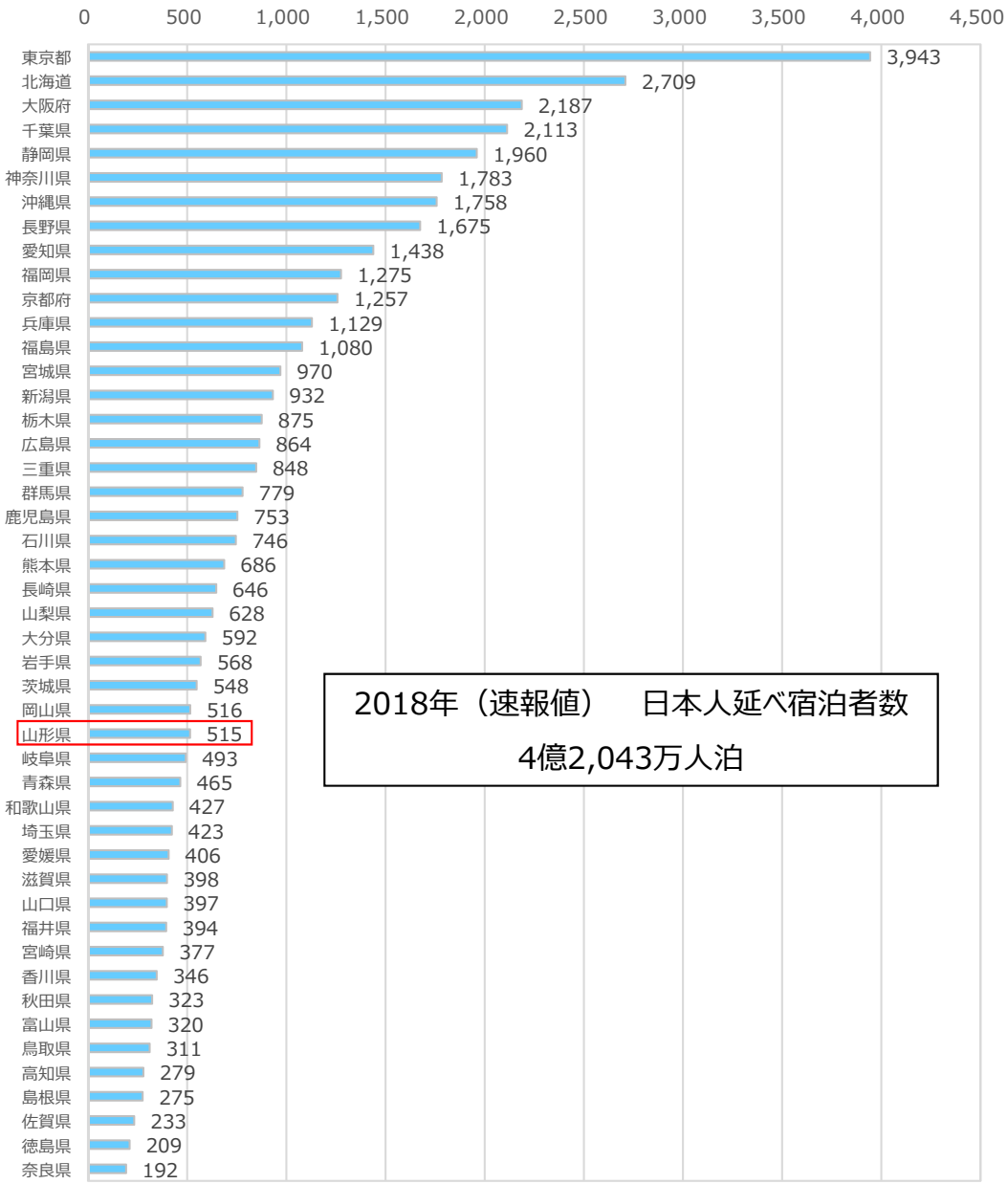
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」観光/レジャー目的

都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数（2018年（速報値））

国土交通省 観光庁

日本人延べ宿泊者数

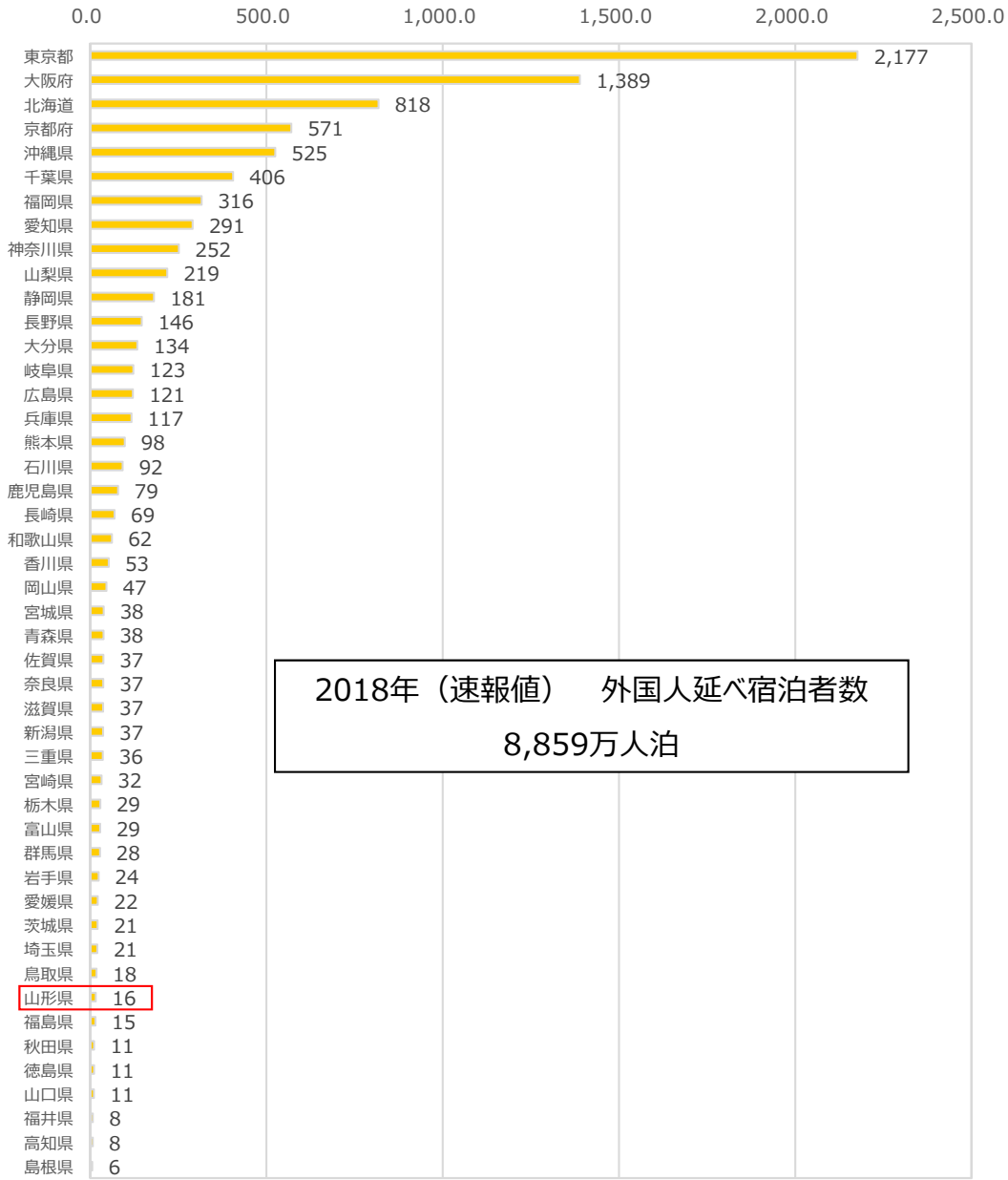
（単位：万人泊）



2018年（速報値）　日本人延べ宿泊者数
4億2,043万人泊

外国人延べ宿泊者数

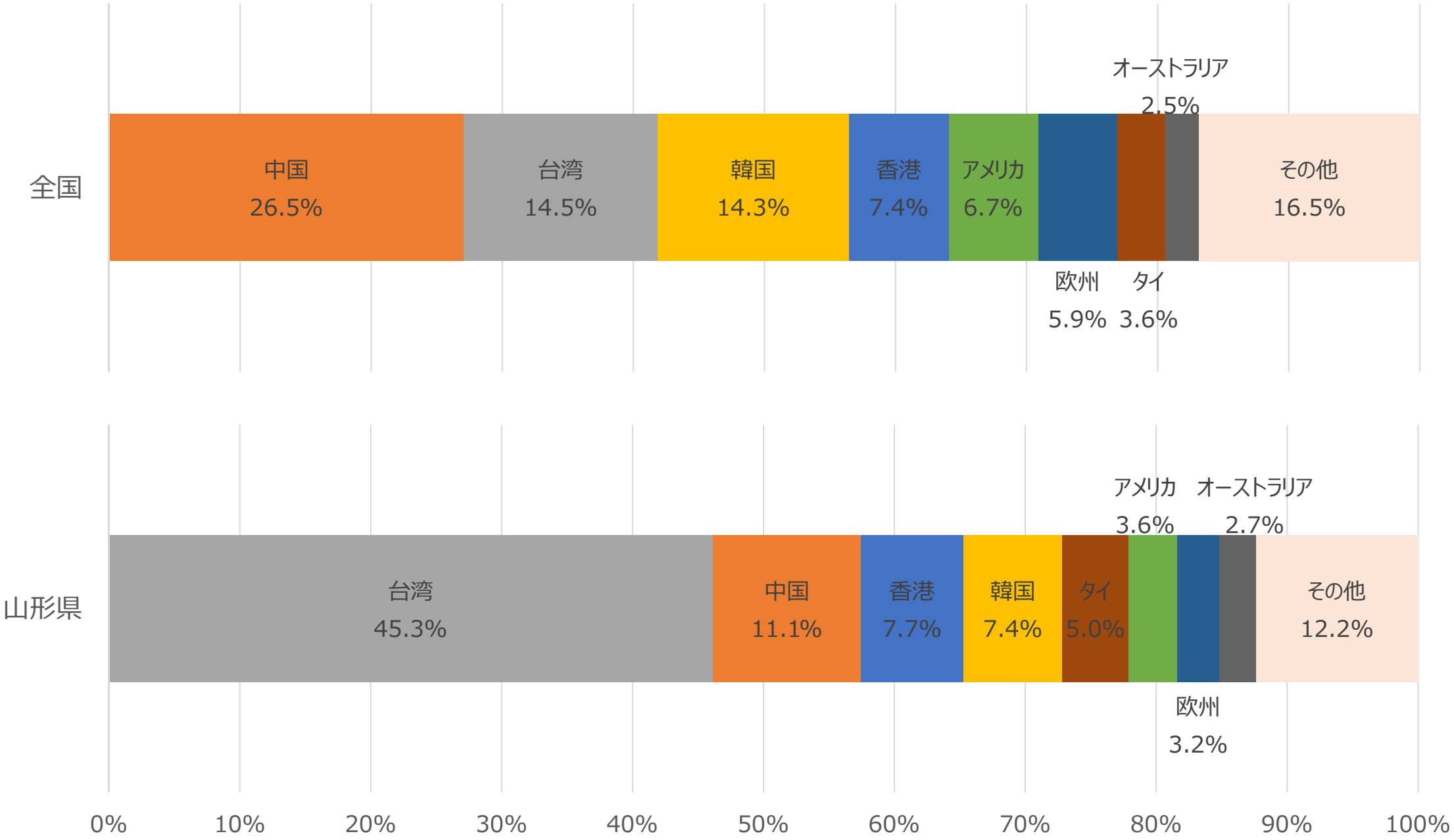
（単位：万人泊）



2018年（速報値）　外国人延べ宿泊者数
8,859万人泊

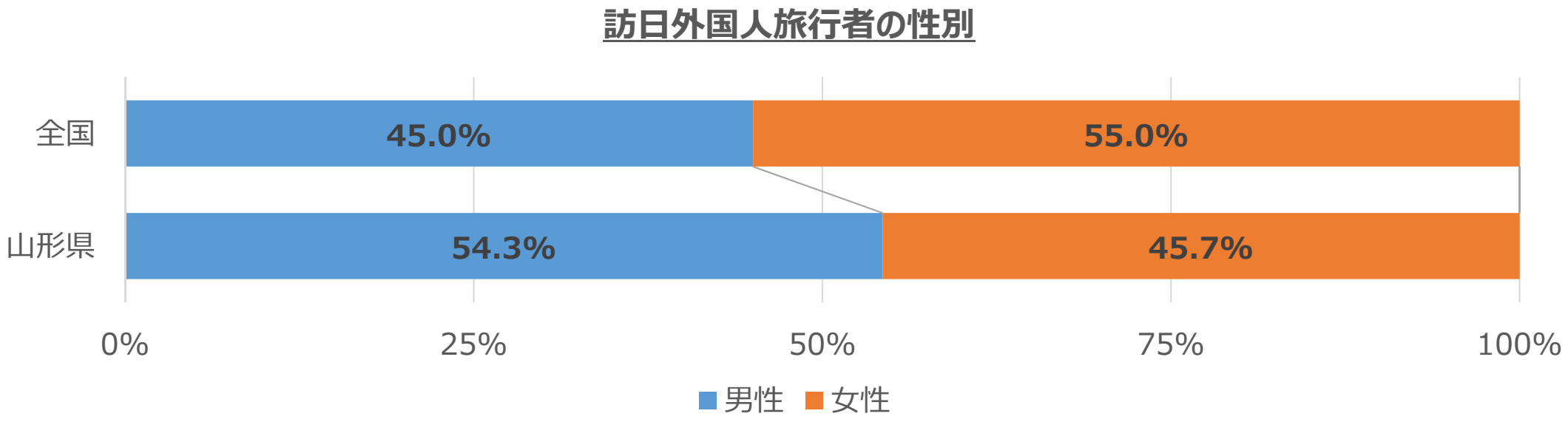
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注：「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。

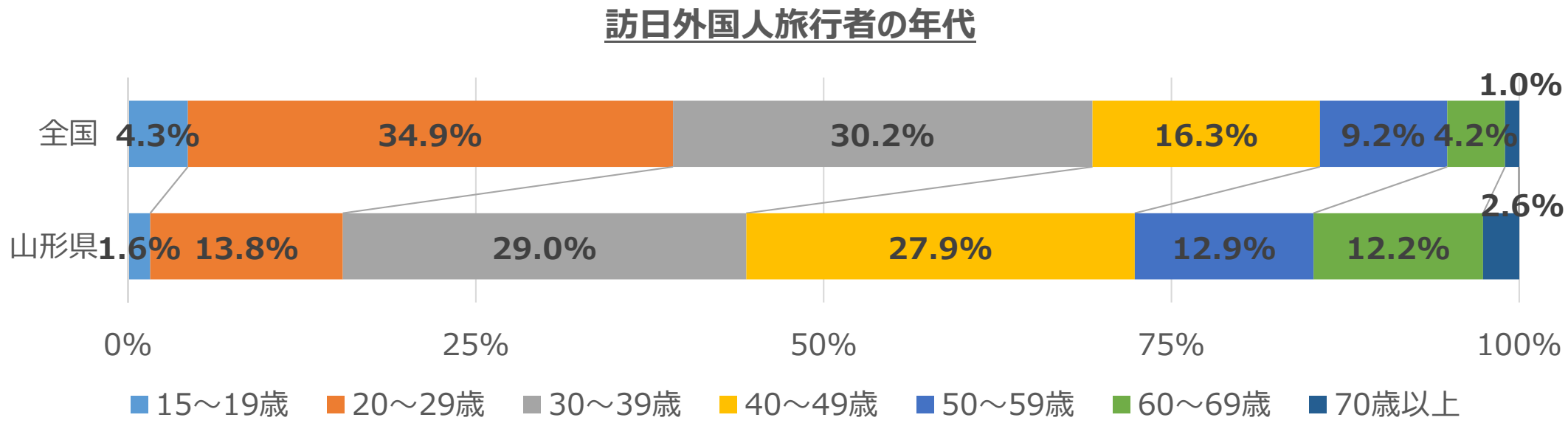
国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数（2018年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
※従業員数10人以上の施設に対する調査結果から作成

訪日外国人旅行者の性別・年代別内訳（2018年）

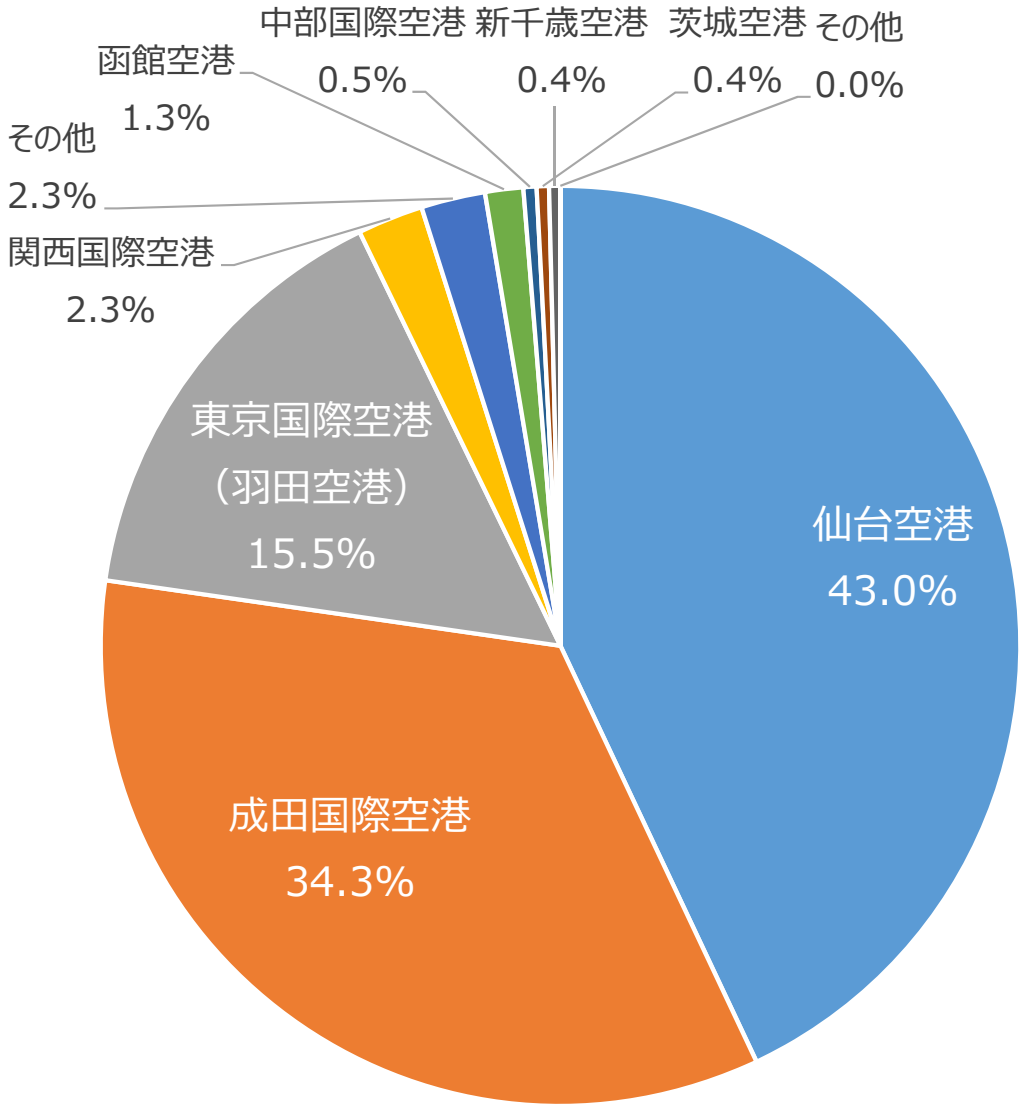




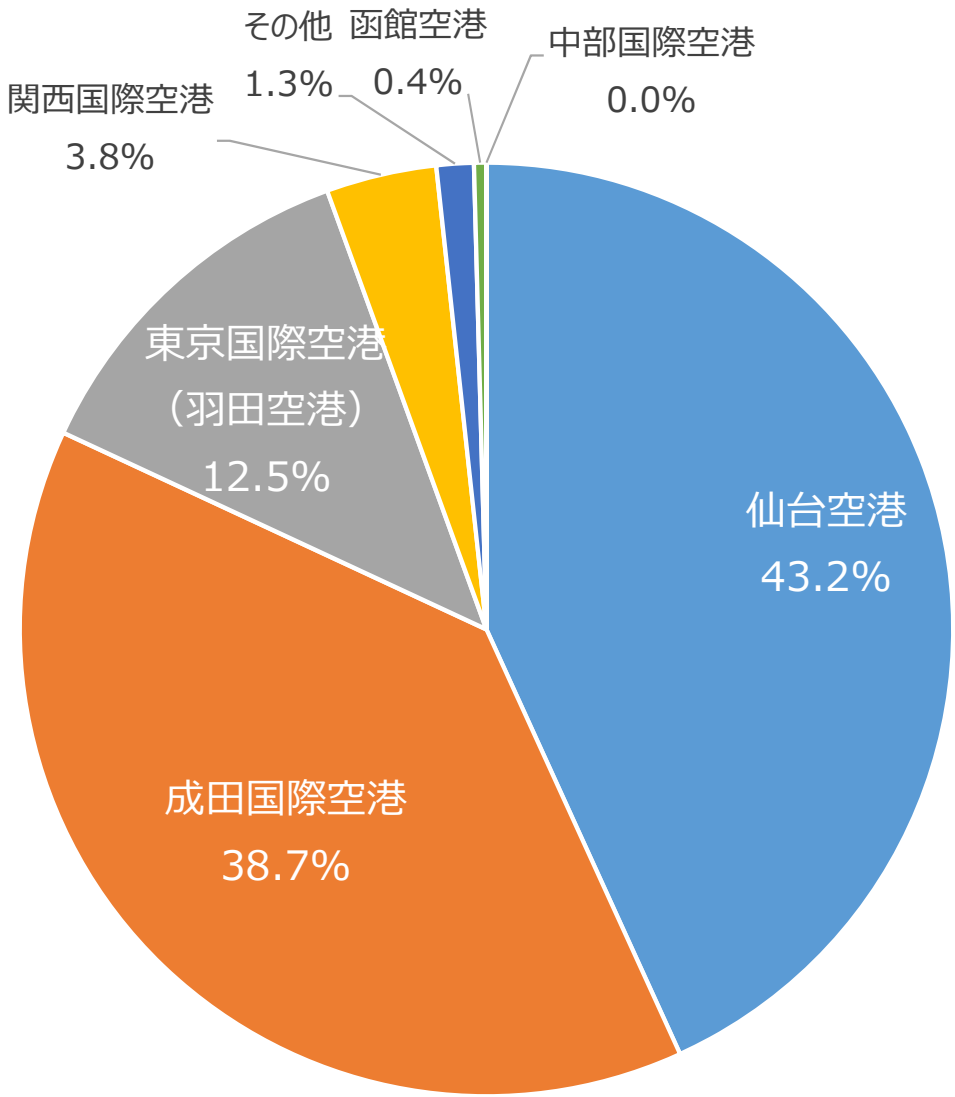
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」観光・レジャー目的

山形県を訪問した訪日外国人旅行者の入出国港

山形県訪問者の入国空港



山形県訪問者の出国空港



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018年）観光・レジャー目的

地方空港における国際航空ネットワークの展開

国土交通省 観光庁

地方空港における国際定期旅客便の推移

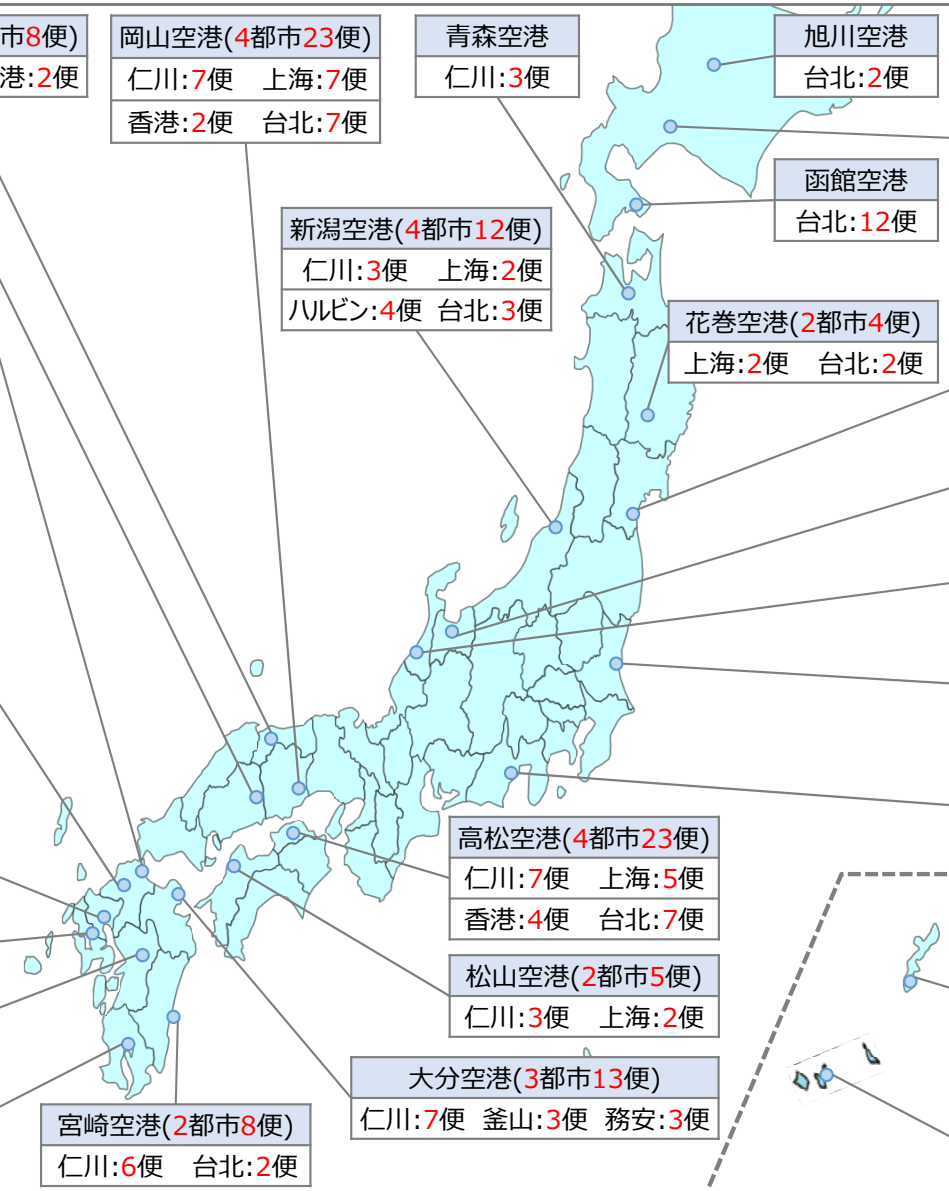
2013S	2018S		2019S
568便	1061便	約13%増	1195便
		約110%増	

各空港の国際定期旅客便の状況

新千歳	9都市 57便	20都市214便
福岡	19都市244便	22都市420便
那覇	6都市 59便	15都市223便

※2013年(時刻表)・2019年(事業計画認可)で集計しているため参考値。

2019年夏期ダイヤ当初における週当たりの国際定期旅客便数。
【表記：行き先（経由地）】
就航都市数・総便数には経由地も含む。
（2019年夏期事業計画認可をもとに作成）



米子空港(2都市8便)
仁川:6便　香港:2便

岡山空港(4都市23便)
仁川:7便　上海:7便
香港:2便　台北:7便

青森空港
仁川:3便

旭川空港
台北:2便

新千歳空港(20都市214便)
仁川:61便　釜山:20便　清州:2便　大邱:14便
杭州:2便　上海:21便　南京:5便　大連:3便
北京:7便　天津:2便　香港:12便　高雄:5便
台北:24便　ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ:4便　ﾊﾞﾝｺｸ:7便　ﾄﾞﾝﾑｱﾝ:7便
マニラ:3便　ｸｱﾗﾙﾝﾌﾟｰﾙ:7便　ﾎﾉﾙﾙ:3便　ﾕｼﾞﾉｻﾊﾘﾝｽｸ:5便

広島空港(7都市33便)
仁川:3便　上海:7便
北京(大連):5便　大連:5便　香港:3便
台北:7便　シンガポール:3便

函館空港
台北:12便

新潟空港(4都市12便)
仁川:3便　上海:2便
ハルビン:4便　台北:3便

北九州空港(5都市32便)
仁川:14便　釜山:5便　務安:3便　襄陽:3便　台北:7便

花巻空港(2都市4便)
上海:2便　台北:2便

仙台空港(4都市24便)
仁川:7便　北京(上海):2便　上海:2便　台北:13便

福岡空港(22都市420便)
仁川:131便　釜山:63便　大邱:14便
北京(大連):7便　北京(青島):7便　大連:7便
青島:7便　煙台:4便　上海:28便
武漢(上海):7便　香港:33便　台北:39便
高雄:7便　マカオ:4便　バンコク:7便
ドンムアン:7便　ハノイ:7便　ホーチミン:4便
シンガポール:7便　マニラ:14便　クアラルンプール:4便
グアム:7便　ホノルル:5便

富山空港(4都市12便)
仁川:3便　上海:2便　大連:3便　台北:4便

小松空港(4都市16便)
仁川:3便　上海:4便　香港:2便　台北:7便

茨城空港(3都市11便)
仁川:3便　上海:6便　台北:2便

静岡空港(6都市21便)
仁川:3便　上海:7便　杭州:4便
寧波:2便　煙台:3便　台北:2便

佐賀空港(5都市21便)
仁川:7便　釜山:4便　大邱:4便　上海:4便　台北:2便

高松空港(4都市23便)
仁川:7便　上海:5便
香港:4便　台北:7便

長崎空港(2都市5便)
上海:2便　香港:3便

松山空港(2都市5便)
仁川:3便　上海:2便

熊本空港(3都市13便)
仁川:6便　大邱:4便　高雄:3便

大分空港(3都市13便)
仁川:7便　釜山:3便　務安:3便

那覇空港(15都市223便)
仁川:56便　釜山:10便　大邱:7便　北京:4便
南京:2便　天津:2便　上海:21便　杭州:4便
西安:2便　香港:24便　台北:56便　高雄:18便
台中:6便　バンコク:7便　シンガポール:4便

鹿児島空港(4都市29便)
仁川:10便　上海:2便　香港:12便　台北:5便

宮崎空港(2都市8便)
仁川:6便　台北:2便

新石垣空港(2都市8便)
香港:6便　台北:2便

東北地方の空港（国際線就航状況）

国土交通省 観光庁

国際定期便 （週当たりの運航便数）

出典：国土交通省航空局　事業計画認可ベース（当初）

空港名	2010年 夏期	2010年 冬期
青森空港	ソウル4便	ソウル4便
秋田空港	ソウル3便	ソウル3便
仙台空港	ソウル7便 北京・上海8便 台北2便 グアム2便　ほか **合計 7都市23便**	ソウル7便 北京・上海8便 台北2便 グアム4便　ほか **合計 7都市25便**
福島空港	ソウル3便 上海2便 **合計2都市5便**	ソウル3便 上海2便 **合計　2都市5便**

空港名	2017年 冬期
青森空港	ソウル5便 天津　2便 **合計 2都市7便**
花巻空港	----
仙台空港	ソウル7便 北京・上海4便 台北15便 グアム2便 **合計 5都市28便**

空港名	2018年 夏期	2018年 冬期
青森空港	ソウル3便 天津2便 **合計 2都市5便**	ソウル3便 天津4便 **合計 2都市7便**
花巻空港	----	台北2便 **合計1都市2便**
仙台空港	ソウル7便 北京・上海4便 台北10便 グアム2便 **合計 5都市23便**	ソウル7便 北京・上海4便 台北17便 **合計 4都市28便**

空港名	2019年 夏期
青森空港	ソウル3便
花巻空港	台北2便 上海2便 **合計 2都市4便**
仙台空港	ソウル7便 北京・上海4便 台北13便 **合計 4都市24便**

※往復運航で1便とカウント。

国際チャーター便

出典：国土交通省航空局　許可実績ベース

空港名	2017年度	空港名	2017年度
青森空港	台湾132回 香港6回　ほか **合計6都市146回**	秋田空港	台湾120回 韓国10回 **合計2都市130回**
花巻空港	台湾159回 タイ4回 香港2回 **合計3都市165回**	山形空港	台湾32回 カンボジア　2回 **合計2都市34回**
		庄内空港	韓国6回 **合計1都市6回**
仙台空港	香港14回 タイ12回 ベトナム8回　ほか **合計6都市68回**	福島空港	台湾33回 ベトナム30回 ロシア4回　ほか **合計4都市69回**

空港名	2018年度	空港名	2018年度
青森空港	台湾79回 香港2回　ほか **合計3都市83回**	秋田空港	台湾108回 韓国10回　ほか **合計5都市126回**
花巻空港	台湾83回 タイ4回 香港2回 **合計3都市89回**	山形空港	台湾123回 **合計1都市123回**
		庄内空港	台湾32回 **合計1都市32回**
仙台空港	タイ20回 ベトナム8回 マレーシア6回 ほか **合計7都市38回**	福島空港	台湾99回 ベトナム46回 ほか **合計3都市148回**

※片道運航で1回とカウント。

都道府県別にみる訪問率、平均泊数及び1人当たり旅行中支出(2018年)

国土交通省 観光庁

訪問地（都道府県）	訪問率（%）	平均泊数（泊）	1人当たり旅行中支出（円/人）
北海道	9.4	4.8	91,043
青森県	0.6	2.9	30,132
岩手県	0.3	2.1	26,567
宮城県	0.8	2.5	37,216
秋田県	0.3	1.9	22,629
山形県	0.3	3.1	36,949
福島県	0.2	4.3	37,770
茨城県	0.5	4.8	19,127
栃木県	1.2	2.1	21,236
群馬県	0.4	2.6	23,611
埼玉県	0.6	5.4	32,314
千葉県	32.8	0.4	11,915
東京都	40.8	4.5	87,709
神奈川県	6.6	2.1	23,361
新潟県	0.4	3.5	47,629
富山県	1.2	1.5	11,972
石川県	2.1	1.8	20,442
福井県	0.1	2.1	14,775
山梨県	5.3	1.1	13,641
長野県	2.9	2.7	35,736
岐阜県	3.1	1.5	20,350
静岡県	4.4	1.7	15,985
愛知県	7.6	2.4	39,707
三重県	0.5	3.2	24,547

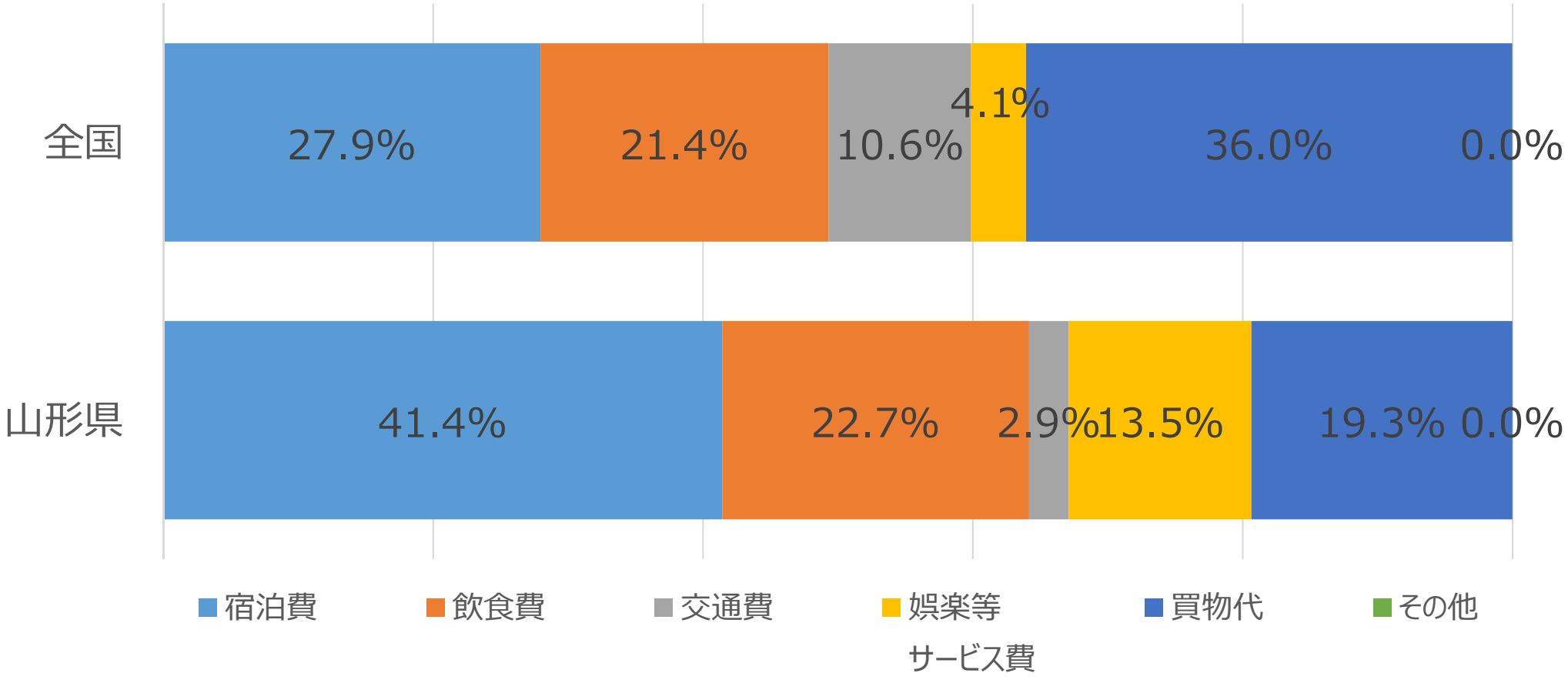
訪問地（都道府県）	訪問率（%）	平均泊数（泊）	1人当たり旅行中支出（円/人）
滋賀県	0.6	1.7	14,266
京都府	29.7	1.8	26,303
大阪府	40.2	2.7	60,516
兵庫県	6.3	1.2	16,206
奈良県	10.7	0.4	5,587
和歌山県	1.2	1.8	20,578
鳥取県	0.4	1.8	23,407
島根県	0.3	1.3	17,040
岡山県	1.0	2.6	28,046
広島県	2.9	2.2	26,462
山口県	0.9	0.9	14,292
徳島県	0.3	2.2	25,144
香川県	1.0	2.6	43,550
愛媛県	0.4	2.1	25,781
高知県	0.2	1.9	22,844
福岡県	11.4	2.5	54,657
佐賀県	1.2	1.1	17,770
長崎県	2.0	1.2	18,509
熊本県	2.2	1.2	15,029
大分県	5.1	1.0	15,164
宮崎県	0.7	2.0	25,073
鹿児島県	1.3	3.1	47,270
沖縄県	8.2	4.0	71,355

注）クルーズ客（船舶観光上陸許可者）は含まない。

上位10箇所

（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査」観光・レジャー目的

訪日外国人旅行消費単価の費目別構成比（2018年）



※愛媛県の値は、パッケージツアー参加費内訳や都道府県間交通費を含まない。

（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査」観光・レジャー目的

山形県 県民1人当たり訪日外国人旅行消費額（2018年）（クルーズ除く）

国土交通省 観光庁

訪日外国人旅行者数（一般客）		山形県訪問率		山形県内旅行消費単価		山形県内訪日外国人旅行消費額
28,854,053人	×	0.3%	×	36,949円/人	=	29億7449万円

山形県内訪日外国人旅行消費額		山形県人口		県民1人当たり訪日外国人旅行消費額
29億7449万円	÷	1,080,756人	=	2,752円/人

試算結果

【参考】
宮城県　3,762円/人
東京都　74,556円/人
大阪府　79,610円/人

※一般客は、クルーズ客（船舶観光上陸許可者）を含まない訪日外国人旅行者。
※山形県旅行消費単価は、都道府県間交通費やパッケージツアー参加費の国内消費分を含まない旅行中支出。
※山形県人口は、令和元年5月1日現在の値。

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」観光/レジャー目的

３.（３）受入環境の整備

アトキンソン氏の主張（東洋経済オンラインより抜粋）

国土交通省 観光庁

「観光施策＝情報発信」という勘違い

「観光施策＝情報発信」が観光戦略の基本。
誰も見ていないホームページの開設や観光動画の掲載、誰もフォローしていないFacebookでの情報発信、ゆるキャラやキャッチコピーを使ったブランディング、交通機関頼みのデスティネーションキャンペーンなど、昭和時代のマインドのまま展開されている情報発信の事例は枚挙にいとまがない。
「とりあえず情報発信をしておけば、外国人が見てくれて、たくさんの人が来る」という妄想を、観光業に携わっている多くの人が抱いている。

宣伝の前に商品開発するのは当たり前

多くの観光地は、道路表記はない、文化財の説明も多言語化していない、二次交通もなければ、十分な宿泊施設もない。各観光資源の連携もできていないのに、情報発信だけはしている。こんな観光地が日本中にあふれかえっている。

当たり前の「やるべきこと」をやろう

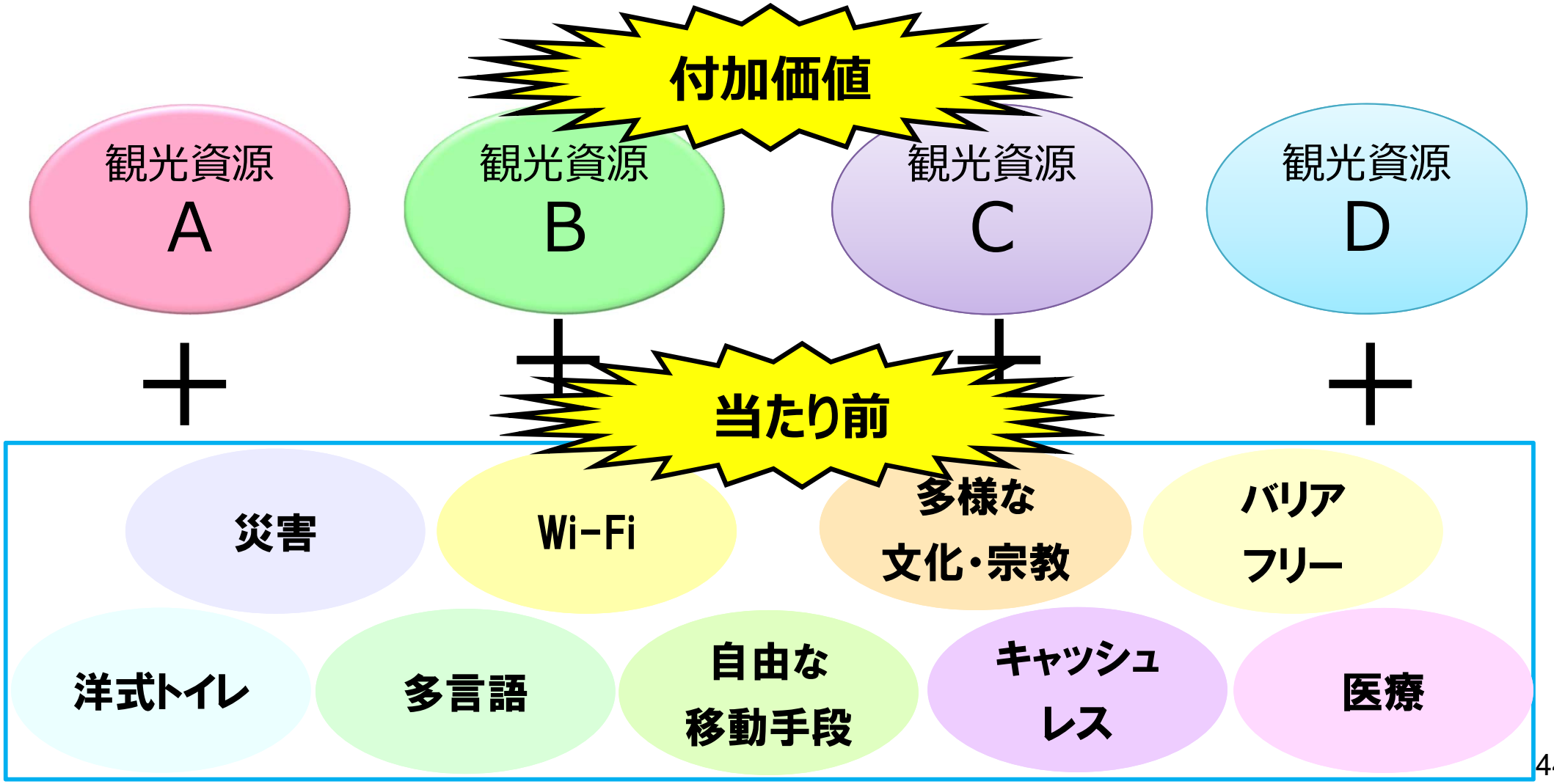
先走って情報発信を始める前に、訪れた外国人観光客に満足してもらうには、まずは地域の可能性を探り、どういった観光資源をいかに整備し、どういう観光地開発をするかを決めるのが先決。
やるべきことはたくさんある。泊まる場所の確保、文化財ならば多言語対応、自然体験コースづくり、カフェや夜のバーなど飲食店の整備、それに交通手段の確保、各観光資源の連携。わかりやすい道路表記や、お昼のレストラン、文化体験、案内所などなど。
多言語対応は完璧を期すべき。英語であれば、英語圏のネイテイブが書かなくてはいけない。日本語を英語に「翻訳する」だけでは、訪日客を満足させることはできない。
ほとんどの外国人は日本の歴史や文化に関する基礎知識が乏しいので、それもわかりやすく、面白く説明する必要。日本について学ぶことは、彼らにとって日本に来る重要な楽しみの1つなので、丁寧にやらなくてはいけない。

外国人旅行者の誘致に向けた受入環境の整備と観光資源の磨き上げ

国土交通省 観光庁

○ 外国人旅行者の受入環境の整備
どこの地域に行っても快適でｽﾄﾚｽﾌﾘｰな旅行環境の確保 ＝ ﾕﾆﾊﾞｰｻﾙなｲﾝﾌﾗ領域 ＝ 誰にも広く開かれている必要
○ 観光資源の磨き上げ
各地域毎のオンリーワンの魅力 ＝ 地域間の競争領域 ＝ 「稼ぐ」仕掛けの意識が必要

外国人旅行者の目線に立って取り組むべき！



訪日外国人旅行者の受入環境整備の必要性について

国土交通省 観光庁

○ 訪日外国人旅行者数2020年4,000万人など、観光ビジョンにおいて掲げた政府目標の達成に向けては、外国人旅行者が我が国に入国してから出国するまでの間の**旅行環境を世界最高水準に高める**ことで、**地方部も含めた旅行体験の満足度を一層向上させることが必要**

○ 旅行体験の満足度を一層向上させ、**旅行者を我が国の強力なファン層**とすることで、我が国への再訪を促すとともに、**口コミ効果により訪日関心層の拡大を図る**

旅行者の主な不満

- 出入国手続が**混雑**して時間がかかる
- インターネットに接続できずスマートフォンで**情報を入手できない**
- 公共交通の利用方法が分からない、目的地に**どのような経路で行けば良いのか分からない**
- クレジットカードやQR決済など普段利用している**決済手段が使用できない**

旅行者の行動

入国 → 空港/港湾 → 移動 → 観光地 → 滞在

- **和式トイレの利用方法が分からない**
- 案内板が日本語のみで書かれており意味が分からない、**スタッフとコミュニケーションが取れない**
- 礼拝する場所がない、飲食店において自分の**食生活に合ったメニューが提供されていない**
- **災害が発生したり、病気になった場合にどうしたら良いか分からない**

上記の不満を解消

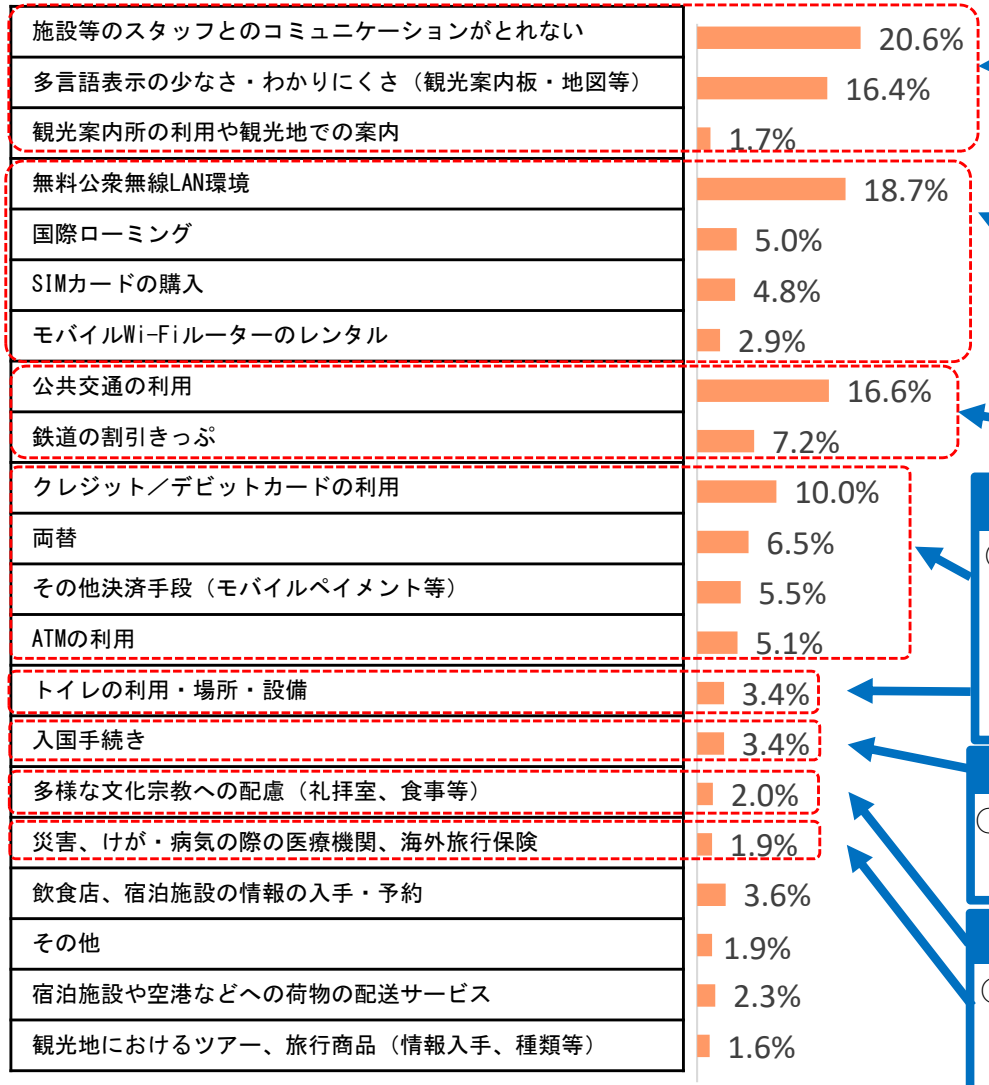
旅行環境を世界最高水準に高め、地方部も含めた旅行体験の満足度を一層向上

外国人旅行者の受入環境整備に向けた取組について②

国土交通省 観光庁

○ 毎年度実施している外国人旅行者へのアンケート調査の結果を踏まえ、空港・港湾、公共交通等の移動手段、観光地に至るまで、より一層快適でストレスフリーな旅行環境を実現。また、災害や重大な輸送障害、病気・怪我など不慮の事態の発生時においても、安全・安心して旅行を継続できるサポート体制を確立

旅行中に困ったこと



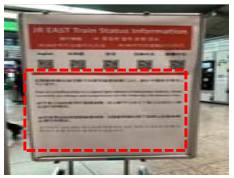
出典：平成30年度「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」（観光庁）結果

主な取組

多言語対応

○ 観光案内所、デジタルサイネージ等の案内板、スマートフォンを通じたトータルでの多言語情報提供体制を整備

タブレット端末を活用した対応

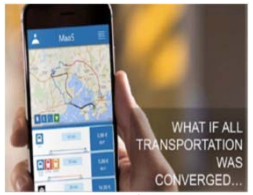

４か国語による表記

無料Wi-Fi環境

○ 公共交通機関、観光地における無料Wi-Fiサービスの提供範囲を拡大

公共交通

○ 目的地までの経路検索、乗車券の決済が一括でできる「観光Maas(Mobility as a Service)」の導入・普及を進める



MaaSの利用イメージ

キャッシュレス対応

○ QR決済を含め、訪日外国人旅行者の母国において普及しているキャッシュレス決済システムの導入・普及を促す

WeChat Pay

支付宝 ALIPAY

トイレ利用環境

○ 公衆トイレの洋式化、多機能化、清潔化を促進

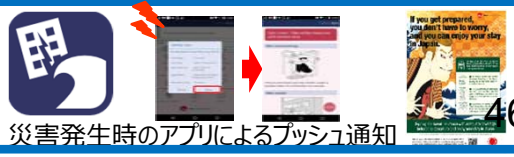
出入国手続き

○ 最先端の技術・システムを導入し、横断的に効率化や高度化を追求することで、手続全体の円滑化を実現

多様な宗教・生活習慣への対応

○ ハラール対応、ベジタリアン対応等、異なる文化・慣習への対応を促進

安全・安心して旅行できる環境


災害発生時のアプリによるプッシュ通知

国際観光旅客税を活用したより高次元な観光施策の展開

令和元年度予算：500億円

国土交通省 観光庁

1．ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備

- 円滑な出入国・通関等の環境整備
- FAST　TRAVELの推進
- 公共交通利用環境の革新等
- ICT等を活用した多言語対応等による観光地の「まちあるき」の満足度向上
- 旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保

自動チェックイン機

顔認証ゲートの導入

多言語音声ガイドの整備

公共交通利用環境の革新等

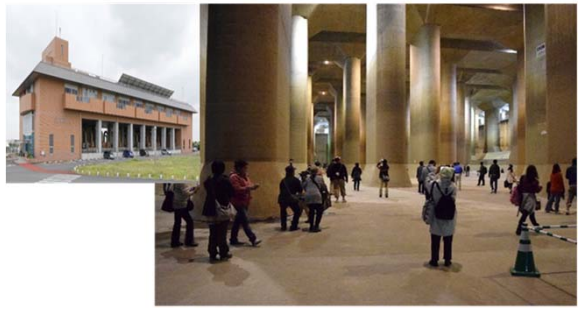
2．我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化

- ICTの活用等による先進的プロモーションの実施

グローバルキャンペーン等の先進的プロモーション

3．地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域で の体験滞在の満足度向上

- インフラを始めとした地域資源を活用したコンテンツの造成等
- 最先端観光コンテンツ　インキュベーター事業
- 地域観光資源の多言語解説整備支援事業
- 文化資源（文化財等）を活用したインバウンドのための環境整備
- 国立公園のインバウンドに向けた環境整備



首都圏外郭放水路の一般見学

日本博を契機とした観光コンテンツの拡充

※　上記のほか、三の丸尚蔵館の整備（宮内庁）についても、国際観光旅客税財源を充当

公共交通利用環境の革新等

令和元年度予算：5,500百万円

国土交通省 観光庁

○ 地方部への訪日外国人旅行者の誘致の加速化に向け、我が国へのゲートウェイとなる空港・港湾から訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等に至るまでの公共交通機関の利用環境を刷新するため、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、シームレスで一貫した世界水準の交通サービスを実現する。

①～④をセットで整備

㊀多言語対応（事故・災害時等を含む）

■多言語表記等

■スマートフォンアプリの活用等による案内放送の多言語化

■タブレット端末、携帯型翻訳機、多言語拡声装置等の整備

■多言語バスロケーションシステムの設置

㊁無料Wi-Fiサービス

■旅客施設や車両等の無料Wi-Fiの整備

㊂トイレの洋式化

■洋式トイレ、多機能トイレの整備

④キャッシュレス決済対応

■全国共通ICカードの導入

■QRコードやクレジットカード対応、企画乗車船券のICカード化

■企画乗車船券の発行

■レンタカーのキャッシュレス対応

※通常は整備が想定されない場合（例：②無料Wi-Fiサービス（レンタカー等）、③トイレの洋式化（バス、タクシー、レンタカー等）等）については、適用除外とする。
※①及び④については、少なくともいずれか１つ実施。

＋（あわせて⑤～⑦を支援可能）

⑤非常時のスマートフォン等の充電環境の確保

■非常用電源装置・携帯電話充電設備等

or

⑥大きな荷物を持ったインバウンド旅客のための機能向上

（旅客施設の段差解消）

（LRTシステムの整備）

（インバウンド対応型タクシー）

（インバウンド対応型バス）

（荷物置き場の設置）

■段差解消やスーツケース置き場の確保

or

⑦移動そのものを楽しむ取組や新たな観光ニーズへの対応

■観光列車

■魅力ある観光バス

■サイクルトレイン

空港・港湾 ← 空港・港湾アクセス ← 長距離移動（交通拠点間） ← 二次交通 → 周遊地域

訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等

補助率

１/２
（㊀～④のうちのいずれかを実施済の場合は、 １/３）

補助対象事業者

公共交通事業者、旅客施設の設置管理者等

ＩＣＴ等を活用した多言語対応等による観光地の「まちあるき」の満足度向上

令和元年度予算：3,050百万円

国土交通省 観光庁

○　訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等において、公共交通機関の駅等から個々の観光スポットに至るまでの散策エリアについて、ICTも活用して、多言語案内標識や無料エリアWi-Fiの整備、域内の小売・飲食店を挙げたキャッシュレス決済対応等のまちなかにおける面的な取組や、これらと一体的に行う外国人観光案内所や「道の駅」等の機能強化、古民家等の歴史的資源の活用等を集中的に支援し、「まちあるき」の満足度の向上を目指す。あわせて、観光地の災害等の非常時の対応能力の強化を図る。

■観光地のゲートウェイとしての外国人観光案内所等の機能の強化

○情報発信機能の強化

■デジタルサイネージの整備

■ＶＲ機器の整備

■多言語音声ガイドの整備

■AI・チャットBotの整備　等

○訪日外国人旅行者への対応力の強化

■無料公衆無線LAN環境の整備

■多言語翻訳システム機器の整備
■多言語案内用タブレット端末の整備

■免税対応端末の整備　等

○外国人観光案内所等の情報提供基盤の強化

■施設の整備改良
■案内標識の多言語化
■洋式トイレの整備

■ＨＰ・コンテンツ作成
■案内放送の多言語化
■掲示物等の多言語化

○非常時の対応能力の強化

■非常用電源装置の整備
■情報端末への電源供給機器等の整備

等

■「道の駅」インバウンド対応拠点化モデル事業

○　レンタカーを利用したインバウンド観光の先進県である沖縄県内の「道の駅」における取組について、全国のモデル事業とすべく重点的に支援

外国人観光案内所等の整備・改良等

多言語翻訳システム機器等の整備

洋式便器の整備及び清潔等機能向上

空車・満車情報の多言語化

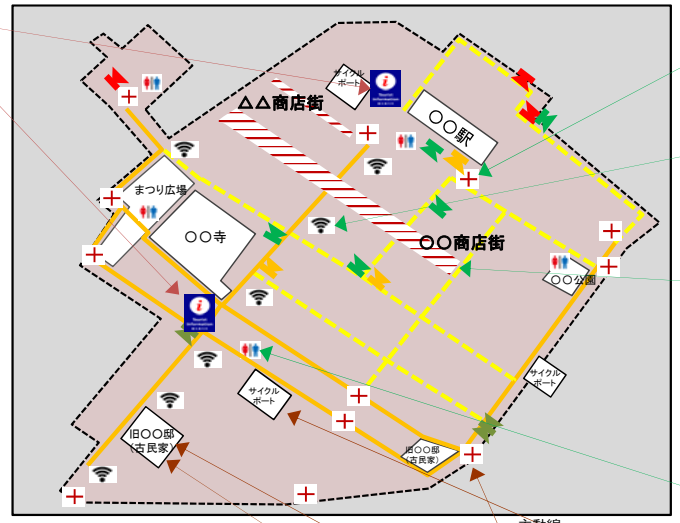
インバウンド向けの体験メニューの開発

ホームページの多言語化

等

※その他、「道の駅」の管理者、運営者、観光関係者、「道の駅」施設内の民間事業者等からなる協議会により策定される計画の内容を含む。

地域の観光スポットに基づいた散策エリアと一体的整備イメージ



地域要件

以下を含む、訪日外国人旅行者の来訪が特に多い、又はその見込みがある観光地として観光庁が指定するもの

○　訪日外国人旅行者の評価が既に高い観光地

○　重要な文化財や国立公園が所在する地域

○　国際的なイベント・会議の開催等により、訪日外国人旅行者の来訪が多く見込まれる観光地

補助率

10分の８、２分の１、3分の1

事業主体

（１）地方公共団体（港務局を含む。）

（２）民間事業者（公共交通事業者等を含む。）

（３）航空旅客ターミナル施設を設置し、又は管理する者

（４）協議会等

■まちなかの周遊機能の強化（まるごとインバウンド対応）

○まちなかにおける多言語観光案内標識の一体的整備

■ICTを活用した案内標識の整備

■デザインを統一した多言語サイン看板の整備

○無料エリアWi-Fiの整備

■無料公衆無線ＬＡＮ環境の整備

○地域の飲食店、小売店等における多言語対応・先進的決済環境の整備

■多言語翻訳システム機器の整備
■多言語翻訳用タブレット端末の整備

■先進的な決済環境の整備
■免税店電子化対応環境の整備

○公衆トイレの洋式便器の整備及び清潔等機能向上

■洋式便器の整備及び清潔等機能向上（光触媒タイルの活用等）

■古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくり

文化財・国立公園の周辺地域における歴史的資源のインバウンド整備を支援

○歴史的観光資源の高質化

○シェアサイクルの導入

○電線の地中化や軒下・裏配線等の無電柱化

○古民家等の観光資源化

二条城の魅力を高める具体的な取組

国土交通省 観光庁

○　多言語による「歴史や文化財をわかりやすく説明する機能の強化」

日本語解説をそのまま英訳するのではなく、日本の歴史や文化について知識がない訪日外国人旅行者にも理解しやすいよう、補足・変更を行いながら、文化財の周辺環境を含めて魅力が伝わる多言語解説に改善。

改善後の「**大政奉還**」の解説版の例。改善前は「一の間」の解説に「**TAISEIHOUKAN**」と表記があるのみ。

大政奉還

慶応3年(1867)に第15代将軍徳川慶喜は、政権を朝廷へお返しする大政奉還をこの二の丸御殿大広間で発表し、265年間続いた江戸幕府は終焉を迎えることになった。幕末、薩摩・長州両藩を中心とする倒幕運動が強まるなか、官軍による討幕が行われようとした。情勢を鑑みた慶喜は、最後の将軍として、自らの手で徳川幕府の長い歴史に終止符を打つことを決意しつつも、引き続き、徳川家が政治を主導する構想を描いていた。諸方面から大政返上の建白が幕府側へ伝えられたことを受け、慶応3年(1867)10月13日(旧暦)、慶喜はこの大広間に、在京していた40藩の重臣を参集させ、諸問書を回覧することで、大政奉還の意志を諸藩に周知した。翌14日に慶喜は朝廷に上表を提出し、15日に朝廷から政権奉還の御沙汰書を受け、大政奉還は成立した。慶長8年(1603)、家康が二条城を創建した年に成立した江戸幕府は、その幕引きの場もこの二条城となった。

Taiseihokan (Restoration of Imperial Rule)

It was here in the *Ohirosa* of Ninomaru-goten Palace in 1867 that the fifteenth Shogun Tokugawa Yoshinobu made the pronouncement known as Taiseihokan (Restoration of Imperial Rule) which handed back political power to the Emperor, thus bringing to a close the 265-year reign of the Edo Shogunate. At the end of the Edo period, the movement to bring down the Shogunate, which was centered primarily on the Satsuma and Choshu domains of southwestern Japan, intensified, and imperial forces were also on the point of joining in the struggle. In view of this, Yoshinobu resolved to bring the long history of the Tokugawa Shogunate to a close himself, as the last Shogun, working under the assumption that the Tokugawa family would be able to continue to dominate Japanese politics. In response to petitions from all sides to surrender his political authority, it was here in the *Ohirosa* that, on the thirteenth day of the tenth month of 1867 (by the old calendar), Yoshinobu assembled senior vassals from forty domains who were resident in Kyoto, and circulated a consultative paper, thus indicating to the domains his intention to return political control of Japan to the Emperor. On the following day, Yoshinobu tendered a memorial to the Imperial Court, and on the fifteenth, the Emperor sanctioned the return of political power, and the Restoration of Imperial Rule was completed. Nijo-jo Castle thus was the stage on which the appointment of the first Shogun was announced, and where the end of the shogunal government was decided.

改善後の解説文の例（二条城二の丸御殿大広間）

○実際に掲示している解説文（英語）

It was in this room that Tokugawa Ieyasu is believed to have met with the feudal lords and the court nobles in 1603 after he received his appointment as Shogun by the Emperor at Fushimi-jo Castle to the South of Kyoto. It was also here in this room that the last Shogun, Tokugawa Yoshinobu, handed back political authority to the Imperial Court in 1867. Thus, the birth and the death of the Edo period and the Tokugawa Shogunate both took place in this room.

○実際に掲示している解説文（日本語）

慶長8年（1603）に，伏見城で将軍宣下を受けた徳川家康は，この部屋にて，大名，公卿衆との対面を行ったとされ，慶應3年（1867）には，徳川慶喜が大政奉還の発表を行った。江戸時代のはじめと終わりに立ち会った空間である。

○英語版解説文の翻訳文

1603年に，京都の南にある伏見城で天皇から将軍としての命を受けた後，徳川家康は，この部屋にて，大名，公卿衆との対面を行ったとされ，1867年には，最後の将軍徳川慶喜が大政奉還の発表を行った。このようにして，この部屋で江戸時代と徳川幕府のはじめと終わりが両方行われたのである。

※赤文字は日本語解説から補足または変更されている部分

「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」の取り組み事例

国土交通省 観光庁

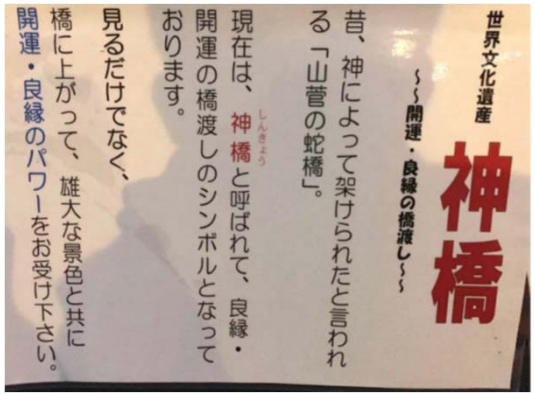
○**観光庁**は、文化庁・環境省と連携して**わかりやすく魅力的な多言語解説文を作成できる英語のネイティブライター等の専門人材をリスト化し**、**地域に派遣し解説文の作成を支援**。及び、**解説文作成のノウハウを蓄積し、他地域へ横展開できるようガイドラインを作成**。

○文化庁においては世界文化遺産や国宝・重要文化財等について、環境省においては国立公園について、最先端技術も駆使しながら外国人に魅力ある観光ストーリーを多言語発信支援。

多言語案内板の整備例

○ 日光二荒山神社　神橋（しんきょう）

…神橋の成立ちをめぐる「勝道上人」伝説について、**上人の日光の始祖としての役割や、大谷川の激流を前に祈りを捧げ橋が生まれたエピソード**を、日本語解説を充実するとともに**多言語で分かりやすく説明**



３.（４）観光資源の磨き上げ

我が国が持つ「観光先進国」への可能性

国土交通省 観光庁

気候　自然　食　文化

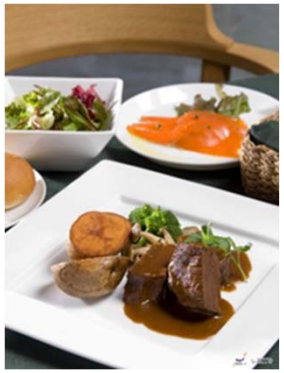
我が国は、観光振興に必要な４要素、すなわち、「気候」「自然」「食事」「文化」が全て備わっている、フランスと並んで世界でも稀な存在である。

出典：「新・観光立国論」デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社代表取締役社長）

「気候」スキー・ビーチリゾートを楽しめる風土

「自然」　手つかずの自然、山岳、豊富な動植物

「食」　世界文化遺産の「和食」、質の高い洋食



「文化」　和の伝統文化、現代文化

新たな観光資源の開拓②

国土交通省 観光庁

各　論

地域の観光資源を活用した体験型コンテンツの定番化

地域固有の自然の活用

外国語対応可能なアウトドアガイド育成・活用の検討

日本の生活・文化体験

日本文化に関するイベント情報等のオープンデータ化

お祭りの外国人への開放

外国人参加枠を設ける祭りの希望聴取・誘客プロモーションの実施

新たな体験型コンテンツの掘り起し

ナイトタイムエコノミー

２次交通、安心安全の確保等を検討する官民の協議会の設置

ビーチの活用

通年利用に向けたニーズ・課題調査、協議会の設置

体験型観光の充実を支える取組

チケット購入の容易化

観光案内所でのチケット販売の促進、モバイル対応化

ＶＲ・ＡＲ

訪日前・中のＶＲを活用したプロモーション

地域の潜在的な観光資源の発掘①

鍛冶体験（岐阜県羽島の体験）

- 料金： **72,600円（2名）**　所要時間：7時間（9am-4pm）
- 岐阜県羽島の体験。職人と作った小刀を持ち帰ることができる。
- 料金も安くはなく、アクセスも悪いが、圧倒的に評価の高い口コミで毎月50人前後予約する体験に。

阿智村におけるDMOを中心とした取組

国土交通省 観光庁

「天国の楽園　日本一の星空ナイトツアー」（長野県下伊那郡阿智村の体験プログラム）

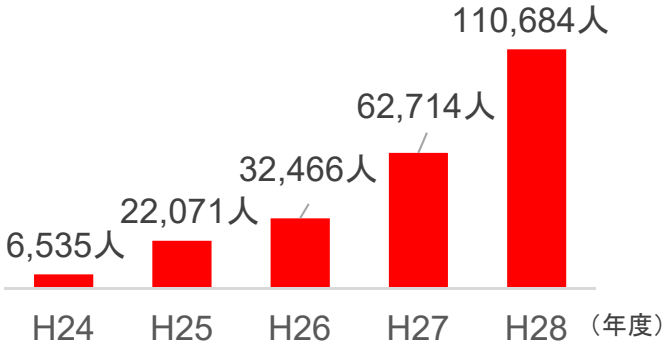
- 料金：**2,000円**　開催期間：4月～10月
- 所要時間約15分のロープウェイで標高1,400m地点まで行き、星空遊覧、ガイドよる天体解説、Vixenの天体望遠鏡での天体観測を楽しむことができる。
- 地域の観光資源である「日本一の星空」という魅力的なナイトコンテンツの確立により、地域を訪れる観光客の宿泊増加に繋げるだけでなく、宿泊者をターゲットとした農家による朝市を企画するなど、宿泊施設から他業種への波及効果も狙う。

年中無休で開催される昼神温泉の朝市

ブランド戦略の象徴的コンテンツ

昼神温泉郷。小盆地に19軒が軒を連ねる

「天国の楽園 日本一の星空ナイトツアー」集客実績



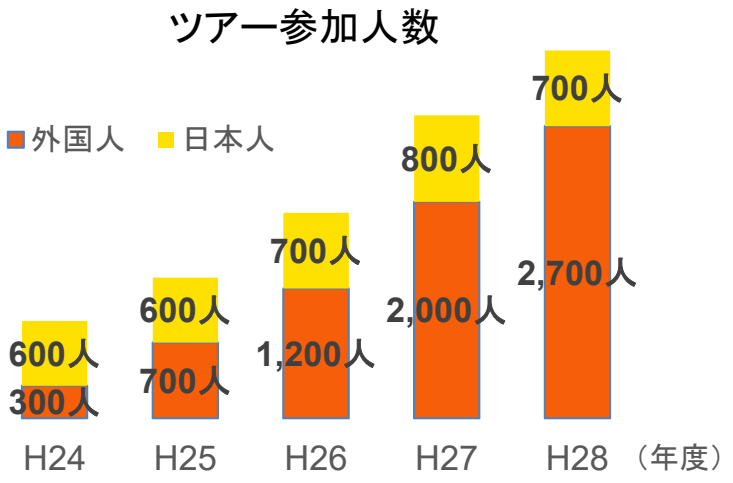
飛騨市における取組

国土交通省 観光庁

里山サイクリングガイドツアー（岐阜県飛騨市のアクティビティ）

- 料金： **8,100円**　所要時間：約3時間30分（スタンダードツアー）
- 田園風景が広がる里山でガイド付きのサイクリングを楽しむことができる。
- 季節ごとの稲作の作業、野生動物と人々の暮らし等、昔からの里山生活について英語で解説。
- TripAdvisorにおいて高評価を獲得。ゲストの約8割を欧米豪FITが占め、滞在時間増加や消費単価増加に寄与。

飛騨里山サイクリングガイドツアー、飛騨地域の食文化に触れるウォーキングツアーのほか、郷土料理体験プログラム、冬季スノーシューツアーなど、多様なツアーラインナップを展開。



３.（５）持続可能な観光

主要観光地での持続可能な観光に関する意識の高まり

国土交通省 観光庁

背 景

○ 近年の急速な外国人旅行者の増大

○ 一部観光地における混雑やマナー違反などへの関心の高まり

○ 他方で、現時点では地域住民や旅行者の不満は他国と比較しても低いレベルにとどまる

→ 引き続き、オーバーツーリズムの回避を未然に防止しつつ、持続可能な観光の発展のモデルを確立していく必要

混雑する観光地(京都市)

車道に広がり危険な状況(鎌倉市)

観光客のゴミを拾う住民(ニセコ町)

外国人へのマナー啓発(富士山)

観光庁としての対応

「持続可能な観光推進本部」の設置
（本部長：観光庁長官　2018年6月）

○ アンケート調査の実施

○ 国内外の先進事例の整理

○ 今後の取組の方向性を検討

→ **報告書『持続可能な観光先進国に向けて』を公表(2019年6月)**

各地域の先進事例

整備されたバス停
（台東区）

マナー啓発
リーフレット
（京都市）

パーク＆レール
ライドパス
（鎌倉市）

海外におけるオーバーツーリズムの状況

国土交通省 観光庁

バルセロナやヴェネツィアなど、世界中から数多くの旅行者が訪れる海外の主要観光地の中には、既にオーバーツーリズムの状況が発生している観光地が見られる。

バルセロナ

○ 大量に訪れる観光客による過度な混雑や景観破壊等の課題から、観光客と市民との間に軋轢が生じ、昨年公表の世論調査における市民が考える社会問題では、「失業率」を上回り「観光」が１位になった。

バルセロナ市街の電柱に貼付されたステッカー

市民による反観光デモ「これは観光ではない。侵略だ」

「酔っ払い観光」に対する反対デモ

不動産投機に抗議する横断幕を掲げる中心部の住宅街

ヴェネツィア

○ 市民により、景観破壊等をもたらすクルーズ船の乗入れ制限を求めるデモが発生した。

○ また、大型クルーズ船等による観光客の増大により、地価が高騰し、市民が退去を余儀なくされ、人口が激減した。

ヴェネツィアを訪れる大量の観光客

観光客の増加に抗議する市民

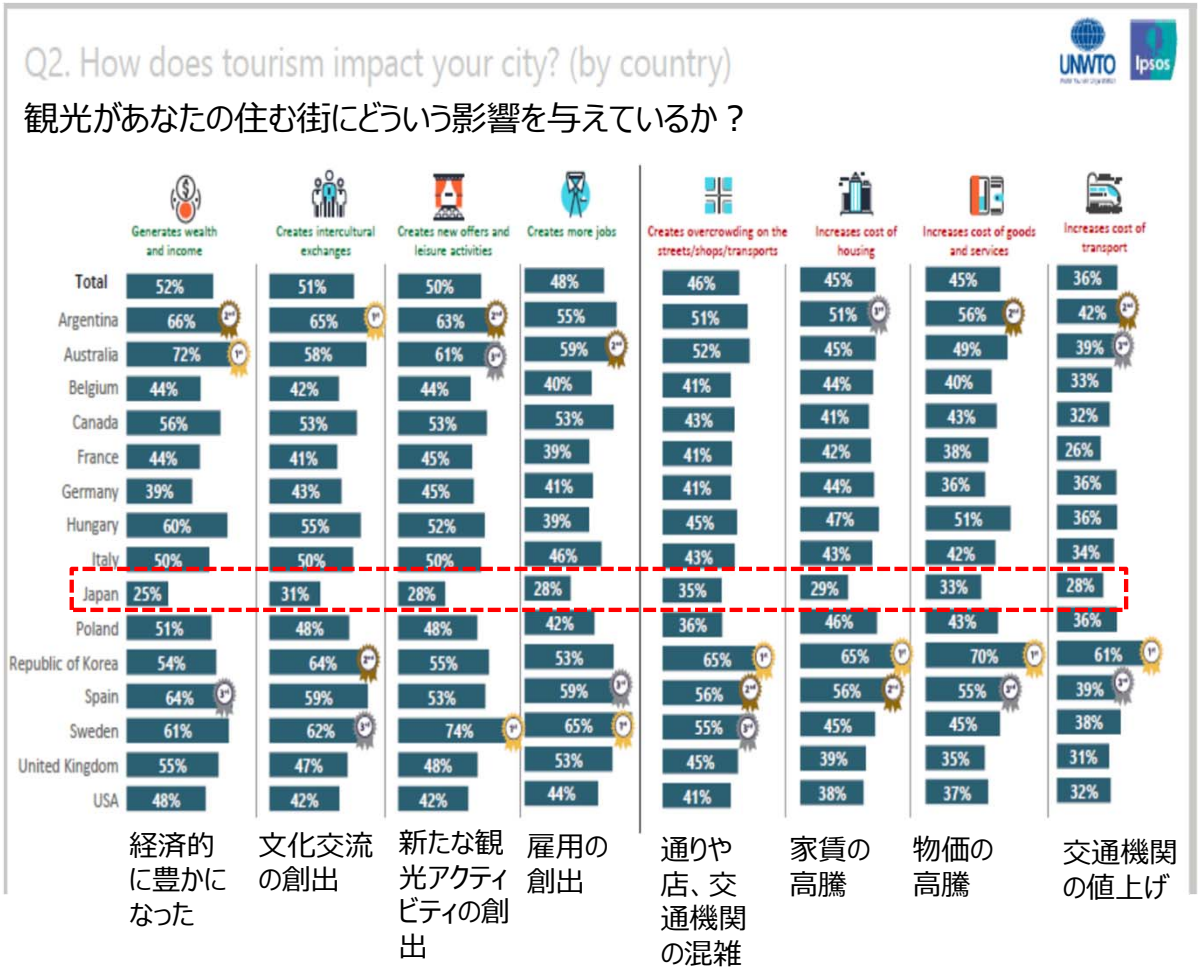
島に向かう船への観光客の乗り入れを禁止する警備員

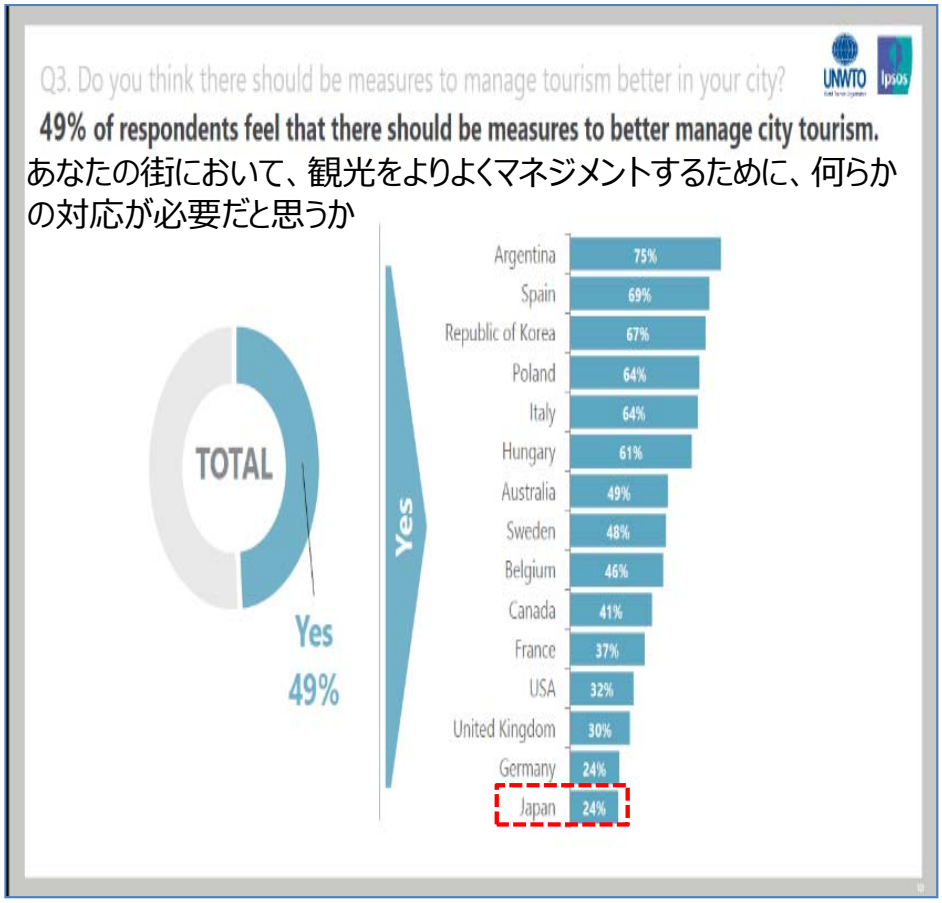
ヴェネツィア市街に掲示された反観光客の風刺画

UNWTOアンケート結果

○ 観光が市民生活にネガティブな影響を与えていると感じている人々の割合や、観光地のマネジメントに改善を求める人々の割合は、他国に比べて相当程度低い

図：観光が地域に与える影響についてのアンケート



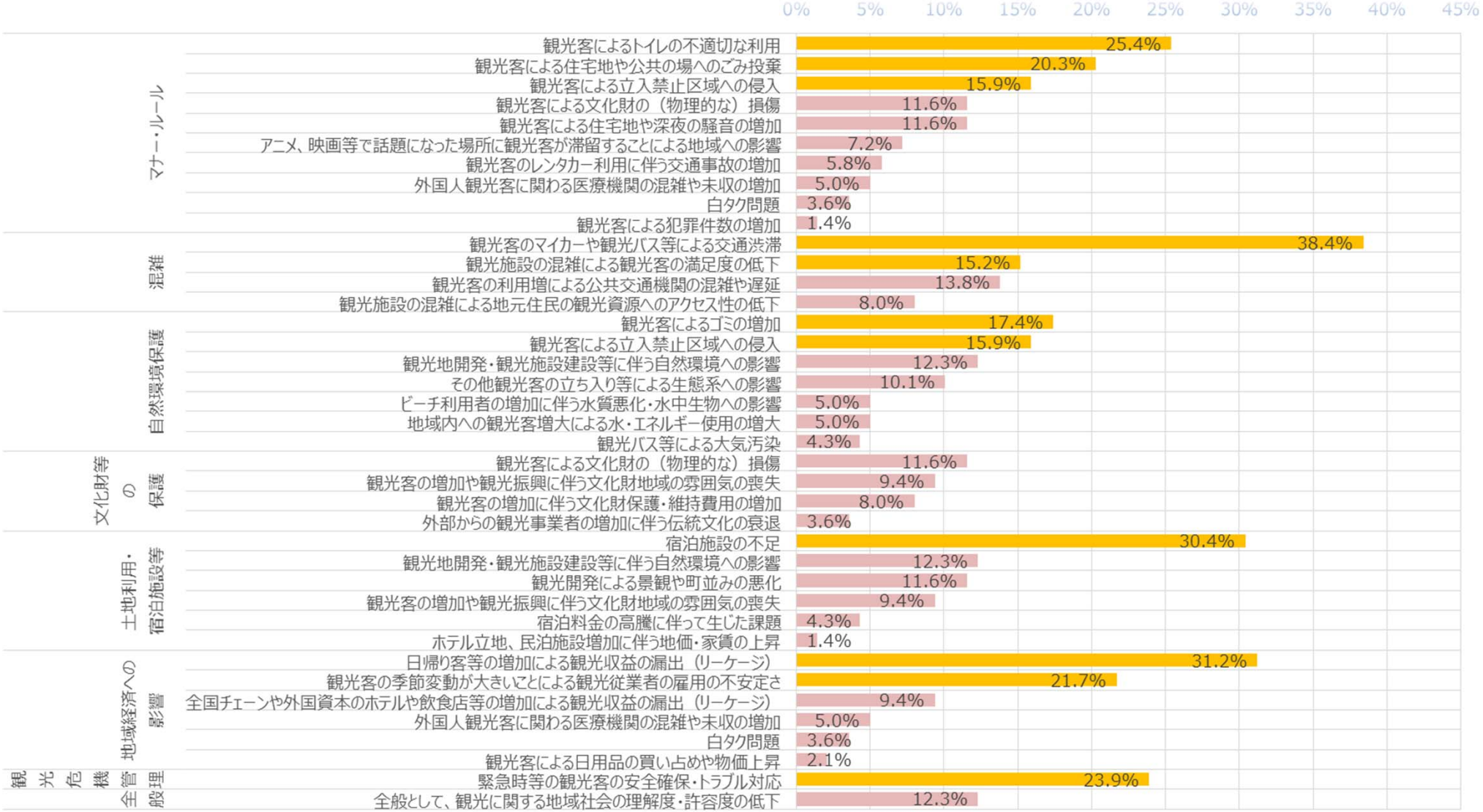


出典：「Global survey on the perception of residents towards city tourism:impact and measure」World Tourism Organization UNWTO
都市観光に対する住民の認識に関する世界的調査：影響と対策（エグゼクティブ・サマリー）

訪問旅行者の増加に関連する課題の認識

○　地方自治体が課題をどのように認識しているか調査したところ、「マナー・ルール」、「混雑」は多くの地方自治体で課題として認識されやすい傾向にある
○　個別課題としては、「観光客のマイカーや観光バス等による交通渋滞」、「日帰り客等の増加に伴うリーケージ」、「宿泊施設の不足」、「トイレの不適切な利用」、「緊急時の安全確保」が上位となっている

地方自治体が認識している課題



出典：観光庁・国土交通政策研究所が主要観光地を抱える地方自治体に対して実施したＷＥＢ等アンケート調査
※2018年に実施。214の地方自治体を対象に調査し、138の地方自治体から回答あり。

今後の方向性:「持続可能な観光先進国」に向けて

国土交通省 観光庁

方向性

○ 外国人旅行者数について、2020年4,000万人、2030年6,000万人等の目標を着実に達成すると同時に、各自治体やDMOによる適切な観光地経営の導入を通じて、地域社会における経済利益や旅行者・コミュニティ・文化資源・環境に対する利益の最大化、悪影響の最小化などにより「持続可能な観光先進国」を実現していく

個別の施策

○ 国内外の先行的な取組事例を収集・共有しつつ、モデル事業等を通じて、観光地の混雑・マナー対策等を促す

○ 各自治体やDMOが多面的な現状把握結果に基づき持続可能な観光地経営を行うよう、国際基準に準拠した「持続可能な観光指標」を開発・普及していく

モデル事業例

嵐山地域における観光快適度の見える化による分散化モデル事業（平成30年度実施）

沖縄県におけるマナー啓発動画の制作・放映モデル事業（平成29年度実施）

金沢21世紀美術館における優先入場パスポート販売事業

沖縄県における地域独自の観光指標

日本版持続可能な観光指標のイメージ

持続可能な観光指標（STC:Sustainable Tourism Criteria）とは

○　地域や観光地の持続可能性を測定、監視、改善するためのツールであり、観光によるポジティブな側面だけでなく、ネガティブな側面も含めた多面的な実態把握を促すもの。

○　今年度中に、国際観光指標（※）をベースに我が国の風土・現状に合わせた統一的な持続可能な観光指標（日本版ＳＴＣ）を開発し、各観光地にこれに基づく実態把握を促すことで、地域住民への影響等にも配慮した適切な観光地マネジメントの導入を促進していく。
　さらに、国際的な第三者機関による高い評価を受ければ、当該観光地の国際的な評価を高めることも期待される。

※　国際観光指標：ＧＳＴＣ（国際持続可能観光委員会）等が認定する国際的に公認を受けた観光指標のこと。
有名なものとして、欧州版のＥＴＩＳや広く国際的に普及しているグリーン・デスティネーションズなどがある。

日本版持続可能な観光指標のイメージ

【適切な観光地マネジメントの実施】
観光政策や観光戦略が複数年計画として立てられ、常に更新され一般に公開

【ポジティブな影響】	【ネガティブな影響】
旅行者一人当たりの観光関連消費額	観光地の混雑状況
観光関連雇用従事者数	観光事業者や旅行者によるマナー違反の発生状況
Wi-Fi、公衆トイレ等のインフラ整備状況	観光が生態系、自然環境に与える影響
文化財等の保護の状況	犯罪、違法行為等の発生状況

３.（６）DMOの強化

観光地域づくり法人（DMO）の形成・確立

国土交通省 観光庁

観光地域づくり法人（ＤＭＯ）

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、**科学的アプローチ**を取り入れた
観光地域づくりを行う舵取り役となる法人

DMO：Destination Management/Marketing Organization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築

観光地域づくり法人（ＤＭＯ）

【観光地域づくりの司令塔】
関係者による観光地域づくりの現場を効率的に動かしていくための**プロジェクト・マネジメント**
⇒取組の企画立案、関係者への合意形成、資金等の必要な資金調達、予算執行管理、スケジュール管理、PDCAサイクルの実施等

文化財
・文化財の活用
・多言語解説の整備

アクティビティ
・体験滞在型の観光コンテンツの整備

商工業
・ふるさと名物の開発
・免税店許可の取得

交通事業者
・二次交通の確保
・周遊企画乗車券の設定

農林漁業
・農業体験プログラムの提供
・６次産業化による商品開発
・農泊の推進

地方公共団体
・観光振興計画の策定
・インフラ整備（景観、道路、空港、港湾等）
・観光教育　・交通政策
・各種規制との調整
・各種支援措置

国立公園
・公園内のコンテンツの磨き上げ、受入環境整備

宿泊施設
・個別施設の改善
・品質保証の導入

飲食店
・「地域の食」の提供
・多言語、ムスリム対応

地域住民
・観光地域づくりへの理解
・市民ガイドの実施

ターゲティング等の戦略策定
観光コンテンツの造成
受入環境の整備

地方誘客・旅行消費拡大

日本版DMO登録制度について

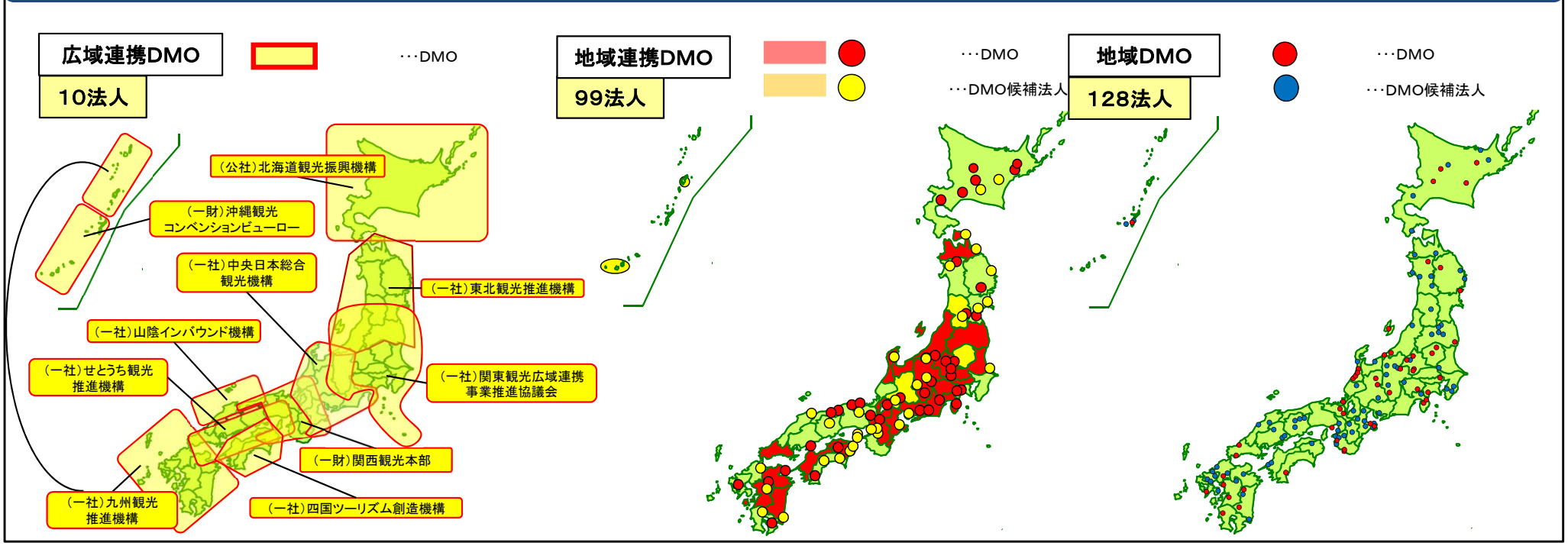
国土交通省 観光庁

DMO 登録の５要件	（１）ＤＭＯを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成 （２）データの継続的な収集、戦略の策定、ＫＰＩの設定・ＰＤＣＡサイクルの確立 （３）関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整･仕組み作り、プロモーションの実施 （４）法人格の取得、責任者の明確化、データ収集・分析等の専門人材の確保 （５）安定的な運営資金の確保

すでに該当している ＝ ＤＭＯ

今後該当する予定 ＝ ＤＭＯ候補法人

日本版ＤＭＯ登録制度における登録法人として２３７法人（※）が登録（H31.3.29時点）



※ＤＭＯ登録数：123法人、ＤＭＯ候補法人登録数：114法人

山形県内におけるDMOの設立状況 （平成31年 3月29日現在）

国土交通省 観光庁

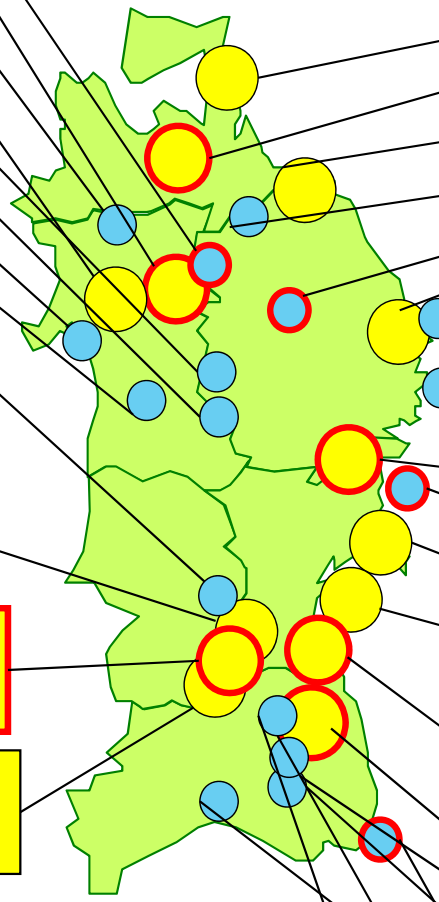
広域連携ＤＭＯ

（一社）東北観光推進機構
（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、**山形県**、福島県、新潟県）

- **（株）かづの観光物産公社**（秋田県：鹿角市）
- **（一社）秋田犬ツーリズム**（秋田県：大館市、北秋田市、小坂町、上小阿仁村）
- **（一財）ブナの里白神公社**（青森県：西目屋村）
- **（一社）あきた白神ツーリズム**（秋田県：能代市、藤里市、三種町、八峰町）
- **（一社）田沢湖・角館観光協会**（秋田県：仙北市）
- **（一社）横手市観光推進機構**（秋田県：横手市）
- **（一社）男鹿市観光協会**（秋田県：男鹿市）
- **トラベルデザイン（株）**（秋田県：羽後町）
- **（一社）寒河江市観光物産協会**（山形県：寒河江市）
- **（公社）山形県観光物産協会**（山形県）
- **おもてなし山形（株）**（山形県：山形市、上山市、天童市）
- **（株）山形アドビューロ**（山形県：鶴岡市、三重県：伊勢市）

広域連携ＤＭＯ
地域連携ＤＭＯ
地域ＤＭＯ
□・・・日本版DMO
※赤字が山形県内のＤＭＯ

登録区分		東北全体	山形県
広域連携		1	1
地域連携	都府県単独	3	1
	市町村連携	11	2
地域		18	1
合計		33	5



- **（一社）しもきたＴＡＢＩあしすと**（青森県：むつ市、横浜町、大間町）
- **（公社）青森県観光連盟**（青森県）
- **【設立予定】（一財）VISITはちのへ**（青森県:八戸市、三戸町、五戸町、田子町、南部町、階上町、新郷村、おいらせ町）
- **（一社）十和田奥入瀬観光機構**（青森県：十和田市）
- **（株）八幡平ＤＭＯ**（岩手県：八幡平市）
- **（公財）さんりく基金**（岩手県：宮古市、大船渡市、久慈市、陸前高田市、釜石市、住田町、大槌町、山田町、岩泉町、田野畑村、普代村、野田村、洋野町）
- **（一社）宮古観光文化交流協会**（岩手県：宮古市）
- **（株）かまいしＤＭＣ**（岩手県：釜石市）
- **（一社）世界遺産平泉・一関ＤＭＯ**（岩手県：一関市、平泉町）
- **（一社）気仙沼地域戦略**（宮城県：気仙沼市）
- **（一社）石巻圏観光推進機構**（宮城県：石巻市、東松島市、女川町）
- **（株）インアウトバンド仙台・松島**（宮城県：仙台市、塩竈市、名取市、多賀城市、岩沼市、東松島市、松島町、七ヶ浜町、利府町）
- **（一社）宮城インバウンドＤＭＯ**（宮城県：白石市、名取市、角田市、岩沼市、蔵王町、七ヶ宿町、大河原町、村田町、柴田町、川崎町、丸森町、亘理町、山元町）
- **（公財）福島県観光物産交流協会**（福島県）
- **（一社）にほんまつDMO**（福島県：二本松市）
- **（一社）郡山市観光協会**（福島県：郡山市）
- **（一社）いわき観光まちづくりビューロー**（福島：いわき市）
- **（一社）福島市観光コンベンション協会**（福島県：福島市）
- **（特非）土湯温泉観光まちづくり協議会**（福島県：福島市）
- **（一財）会津若松観光ビューロー**（福島県：会津若松市）

世界水準のDMOのあり方に関する検討会について

国土交通省 観光庁

■ **観光庁では、**世界水準のＤＭＯの形成・育成に向け、**有識者からなる検討会を立ち上げ、**全国各地のDMOの取組の実態等を踏まえた上で、**ＤＭＯ全体の底上げに関する事項**及び**インバウンドに対応した先駆的なDMOである「世界水準のDMO」のあり方**に関する検討を進め、**３月29日に中間とりまとめを公表**。

『明日の日本を支える観光ビジョン』（平成28年3月30日閣議決定）

2020年までに**世界水準のＤＭＯ**を**全国で100形成**します。

『未来投資戦略2018』（平成30年6月15日閣議決定）

オ）世界水準のＤＭＯの形成・育成
魅力ある観光地域づくりを推進するため、ＤＭＯの運営に多様な主体が関与する仕組みの構築、外国人目線による多言語表記の見直しやプロモーションの改善、ＪＮＴＯによるコンサルティング業務の強化等の取組を支援し、**平成32年までに世界水準のＤＭＯ（先駆的インバウンド型ＤＭＯ）を100組織形成する**ことを目指す。

『まち・ひと・しごと創生総合戦略（2018改訂版）』（平成30年12月21日閣議決定）

(1)-(イ)-①DMOを核とする観光地域づくり・ブランディングの推進
観光が持つ広範な経済波及効果を念頭に、国内外からの観光客の地方への流れを戦略的に創出し、観光による地方創生を実現する必要がある。このためには、DMOを核とする、地域の個性を活かした魅力ある観光地域づくりを推進し、地域独自の「ブランド」を確立する必要がある。日本版 DMO登録制度を効果的に運用し、情報支援・人材支援・財政支援を実施していくとともに、「『日本版 DMO』形成・確立に係る手引き」の充実など、優良事例の深掘り及び横展開を推進し、全国的な取組水準の引上げを図ることで、**世界水準のDMO（先駆的インバウンド型DMO）の形成・育成を加速させていく。**

検討会の経緯

第1回	日時：11月7日(水)17:00-19:00 内容：観光庁からの説明,意見交換
第2回	日時：11月28日(水)10:00-12:00 内容：DMOからのヒアリング①
第3回	日時：12月13日(木)10:00-12:00 内容：DMOからのヒアリング②
第4回	日時：12月20日(木)17:00-19:00 内容：DMOからのヒアリング③
第5回	日時：２月６日(水)17:00-19:00 内容：論点整理①
第6回	日時：２月28日(木)13:00-15:00 内容：論点整理②
第7回	日時：3月13日(水)15:00-16:00 内容：中間とりまとめ(案)の議論

委員一覧

○石井　至（有限会社石井兄弟社　取締役社長）
○梅川　智也（立教大学観光学部　特任教授、公益財団法人日本交通公社上席客員研究員）
○大社　充（一般社団法人DMO推進機構　代表理事）
○加藤　史子（WAmazing株式会社　代表取締役）
○久保　成人（公益社団法人日本観光振興協会　理事長）
○須永　珠代（株式会社トラストバンク　代表取締役）
○高橋　一夫（近畿大学経営学部　教授）
○ﾃﾞｰﾋﾞｯﾄﾞ・ｱﾄｷﾝｿﾝ（株式会社小西美術工藝社　代表取締役社長）
◎矢ケ崎　紀子（東洋大学国際観光学部国際観光学科　教授）
○山田　桂一郎（JTIC SWISS 代表）
○山田　拓（株式会社美ら地球　代表取締役）
○山野　智久（アソビュー株式会社　代表取締役）

（五十音順 敬省略 ◎は座長）

「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」中間とりまとめの概要

国土交通省 観光庁

DMO全般の底上げに向けた改善の方向性

✓国、JNTO、各層DMO、自治体の役割及び取組内容の精査。

✓**各層DMOは、地域の観光資源の磨き上げ等の着地整備を最優先に実施**。

✓**各層DMOの海外への情報発信は、JNTOを最大限活用し、効果的・効率的に実施**。
DMOとJNTOの連携においては、DMOは写真、動画等の素材やツールの作成を行い、JNTOはそれらを活用して一元的に発信。

✓DMOの意思決定は地域の関係者を中心とし、文化財、国立公園、農泊、アクティビティ、農林水産業、商工業の関係者等のディスティネーションの関係者の主体的な参画を確保。

✓地域は、DMOの財源について、安定的かつ多様なＤＭＯの財源の確保を目指す。
地域の実情を踏まえ、条例による特定財源（宿泊税、入湯税等）の確保を目指すことが望ましい。

✓組織の専門性を維持向上させるため、**プロパー職員の確保・育成と外部人材の登用の両面について取組を実施**。

次年度の取組み

✓ 国は、DMOの底上げに資するガイドラインを作成し、DMOの取組みにJNTOが対応できるような環境整備を進める。

✓ 世界水準のDMOの選定に関する詳細な制度設計について、有識者の意見を踏まえながら検討を行う。

地域のDMOによる取組について①

国土交通省 観光庁

■ 特に地域連携ＤＭＯ、地域ＤＭＯの一部の優良なＤＭＯでは、インバウンドの受入環境整備やコンテンツの充実化など、インバウンドの誘客に向けた観光地整備に積極的に取り組んでいる。

■優良事例の一つである田辺市熊野ツーリズムビューロー（地域ＤＭＯ）では、以下の優れた取組により、**ここ数年で外国人延べ宿泊者数が１１倍に急増**(H24:3,389人泊-H29:36,821人泊)。

地域のDMOによる取組事例①

■ (一社)田辺市熊野ツーリズムビューロー 【地域DMO】

○**持続可能な質の高い観光地を目指して**、**欧米豪のFITをターゲット**にした観光地域づくりを実施。

○海外でガイド経験のあるブラッド・トオル氏を中心として、多言語案内看板の整備や英語版ガイドブックの作成等の**外国人目線での環境整備**を実施。

○世界遺産・熊野古道を巡るガイド付プログラム等、**FITに対応した体験型コンテンツプログラムを多数造成**。DMO自ら予約決済システムを構築し、体験プログラムや宿泊施設の予約手配のワンストップ窓口となり、**個人にカスタマイズ可能な着地型旅行商品**を提供。

地域のキーマン

▶ ブラッド・トウル氏

ＤＭＯ事業部長。母国カナダでのガイド経験を活かし、多言語案内看板の統一化、英語版ガイドブックの作成、体験滞在型コンテンツ造成等、外国人目線での環境整備を実施。

【統一化・多言語化された案内看板】

（改修前）

（改修後）

【FITに対応した体験型コンテンツの開発】

（例）熊野本宮語り部ツアー

・**語り部が熊野の歴史や文化・自然などを紹介**しながら、熊野古道を案内するプログラムの一つ。

・**発心門王子～熊野本宮大社** 約7kmのコース 英語ガイド 6.5時間 **20,000円/グループ**

地域のDMOによる取組について②

国土交通省 観光庁

■（一社）飛騨・ 高山観光コンベンション協会（地域ＤＭＯ）は、行政や民間事業者と一体となり、インバウンド誘客に取り組んでいる優良事例の一つ。
■以下の優れた取組により、**ここ数年で外国人延べ宿泊者数が約５倍に急増**(H23:95,000人泊-H28:461,000人泊)。

地域のDMOによる取組事例②

■ (一社)飛騨・高山観光コンベンション協会 【地域DMO】

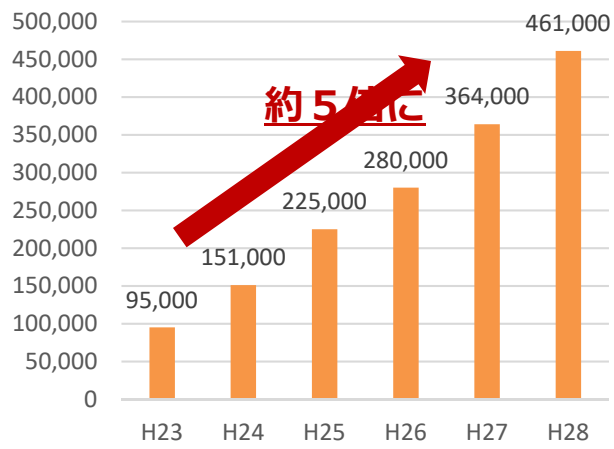
○行政だけではなく、宿泊施設や交通機関等の関連事業者、各観光協会等の地域の観光関係者とデータ収集に向けた協力体制を構築し、入込客数や宿泊者数はもちろん、それらの**月単位での地域別・国籍別内訳や、来訪客の細かい属性等、多様かつ精緻なデータの収集・分析**を実施。

○外国人が安心して一人歩きできる環境づくりを目指し、**１１言語に対応した多言語案内板**や**多言語散策マップの整備**、**無料Wi-fiの導入**、**通訳ガイドの育成・確保等**の取組を実施。

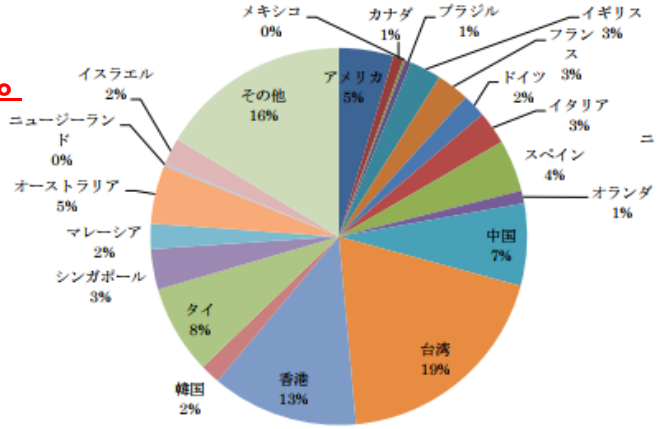
○更に外国人観光客による消費拡大を促すため、官民が協力し、商店街単独で設置する**全国初の消費税免税一括手続きカウンターを本町三丁目商店街に設置。**

無料Wi-Fiの整備マップ

（人） 高山市の外国人延べ宿泊者数の推移



高山市のH28年外国人宿泊者数国別割合



マーケティングを基にしたプロモーションや受入環境整備の結果、多様な外国人旅行者の獲得に成功

３.（７）中核人材の育成の必要性

地域における観光振興に向けて①

国土交通省 観光庁

1．来訪者の目線
～「来てくれる人にお金を落としてもらう仕掛けづくり」～

- 地域の観光資源について来訪者（特に外国人）からどのような評価を受けているか
- 来訪者の目線に立った観光・滞在コンテンツの充実・強化が図られているか
- 我が町・我が県だけでなく、来訪者の目線で広域に連携できているか

2．受入環境整備
～「来てくれる人が滞在しやすく」～

- 快適な旅行環境を実現するため、二次交通の確保、多言語表記、Wi-fi環境整備、キャッシュレス対応等がなされているか
- 特に、多言語表記については、来訪者にわかりやすい解説になっているか

地域における観光振興に向けて②

国土交通省 観光庁

３．誘客戦略・訪日プロモーション
～「誰に来てもらうか」～

- 戦略的にターゲット（どの国？どの層？）を設定しているか
- 日本政府観光局（JNTO）との連携は図られているか

４．観光振興は誰が担うのか
～「観光振興の主体は地域」～

- 「住んで良し、訪れて良し」の国づくり、地域づくり
- 地域の観光振興は、地域が主体になる必要
- その際、旅行会社や交通機関だけに頼るのではなく、地域のまとまり（観光施設、宿泊施設、商工会議所等）が必要

DMOの人材に求められる知識・能力

国土交通省 観光庁

○ DMOで働く人材に対しては、①DMOが地域における「プロジェクト・マネジメント」を担う上で必要となる知識・能力と、②観光地域づくりのために必要となる専門的な知識・能力、の２つの知識・能力が求められる。

ＤＭＯで働く人材に求められる知識・能力

【１】DMOが地域における「プロジェクト・マネジメント」を担う上で必要となる知識・能力

地域の取組内容や組織内での担務によらず必要

■ ＤＭＯが『プロジェクト・マネジメント』を担うために必要となる知識・能力

- **中長期的な視点も持ちつつ、PDCAサイクルを実施していくための事業管理に関する知識・能力**
- **資金調達や予算執行管理等、地域全体のファイナンシャルマネジメントに関する知識・能力**
- **裾野の広い観光産業全体を包括するタテ・ヨコ両面の調整能力**
  首長や業界有力者のほか、旅行者に直接サービス提供を行う現場の者までのタテの調整
  国、自治体、交通事業者、宿泊事業者、物産、飲食店等の地域の関係者とのヨコの調整
  古いしきたりを重んじる者からICT等の最先端技術を駆使するベンチャー企業等とのヨコの調整　等
- **当該観光地の歴史・伝統等に関する基礎的な知識**

【２】観光地域づくりのために必要となる専門的な知識・能力

地域の取組内容や組織内での担務に応じて必要

■ 観光地域づくりに関する取組を行う上で必要となる専門的な知識・能力

- 来訪者に関する**データの収集・分析**及びデータに基づく**戦略の策定**に関する知識・能力
- 外国人旅行者に選好される魅力的な**コンテンツの開発・強化**に関する知識・能力
- 外国人旅行者が快適かつ安全に周遊・滞在できる**受入環境の整備**に関する知識・能力

※上記の事業の実施には、**『外国人の目線に立脚した観光地域づくり』**の観点が重要。JETプログラム等を活用し、積極的に外国人の意見を取り入れることが出来る環境を整えることが必要。

【参考】現在JETプログラム活用して山形県内に在住する外国人数：108名
（内訳）ALT:98名、CIR:10名（2018年7月1日時点）
※ALT:中学校や高等学校等で語学指導に従事する外国語指導助手
CIR:自治体職員として地域の国際交流活動に従事する国際交流員

中核人材の育成に関するこれまでの観光庁の取組

国土交通省 観光庁

地域の観光産業を担う中核人材育成事業

地域の観光産業の中核を担う人材育成に向け、①**大学における社会人の学び直しのための教育プログラムの開発**、②**産学連携による持続可能な仕組みづくり**を支援している。

①**毎年数大学を採択し、社会人向け教育プログラムの開発、運営を２年間支援**

②**開発した教材及び運営ノウハウの共有や講師の相互派遣等を踏まえた産学連携による持続可能な運営体制の構築**

●これまでの支援大学と主なプログラム内容

実施年度	支援校	対象者	主なプログラム内容
平成24、25年度	山形大学	旅館・ホテル経営者、後継者	マーケティング戦略、財務会計、ブランド戦略　等
平成27、28年度	小樽商科大学	地域の旅館・ホテル経営者	マーケティング戦略、財務分析、管理会計、インバウンド戦略、ブランド戦略　等
平成29、30年度	明海大学	旅館・ホテルの経営者候補	ホテル経営戦略、ユニフォーム会計、レベニューマネジメント、ホスピタリティ論、コーチ型マネジメント　等
平成30、31年度	信州大学	宿泊・旅行・交通の関係者全般	マーケティング戦略、ブランド戦略、マーケティング、組織経営論　等

山形大学における事例

【次世代観光経営者育成プログラム】

・対象者

⇒若手観光経営者（旅館・ホテル・観光サービス業）

・主旨

⇒単なる座学の研修にとどまらず、各分野のトップクラスの講師陣から実践的知識を学び、各自の課題を持ち込んでその解決策を探っていく、アクションラーニングの手法を取り入れ、より成果に結びつくプログラム内容となっている。

・主な実施プログラム及び講師

1）**マーケティング戦略の基礎**

～体力だけでなく知力ある経営を目指すには～

早稲田大学教授　恩蔵　直人氏

2) **アカウンティングの基礎**

～経営者は決算書のここがわかればいいんです～

福島大学　教授　奥山　修司氏

3) **コアコンピタンス経営**

～他には真似できない自社ならではの価値を提供する旅館になるためにはどうしたらいいか～

山形大学　教授　高橋　幸司氏

4）観光産業における旅館の使命と課題

～地域は何をすべきか、旅館は地域とどう関わるべきか～

天童温泉ほほえみの宿　滝の湯　代表取締役　山口　敦史氏

観光庁における人材政策の見直しについて

国土交通省 観光庁

これまでの人材政策の課題

○ これまで観光庁においては、地域の観光産業を担う中核人材の育成を目的として、学部プログラムの開発を中心に取り組んできたが、**その主な対象は宿泊業や旅行業の人材**であった。

○ 一方で、**DMOで活躍する人材の育成・確保が喫緊の課題**となっている中、これまでの観光庁における人材政策の取組を見直し、**DMO人材に求められる**、「プロジェクトマネジメント」を担う知識・能力、観光地域づくりに関する専門的な知識・能力を有する**人材の育成に対応することが必要**。

今後の人材政策の見直し

○ 今後の人材政策については、「中間とりまとめ」をうけて観光庁が作成することとしている人材育成等も含むDMOの改善の方向性を示した**ガイドラインの内容も踏まえ、以下の取組を実施**。

- **DMOで活躍する中核人材の育成への対応をはじめ、観光人材政策の見直しを図るため**、大学関係者に加え、DMO、宿泊業、関連産業の関係者で構成する**検討会を開催し、以下のような取組について検討**する。

  ✓ **大学におけるカリキュラムの内容の改善**

  ✓ **大学で身に付けた知識・能力を実際に現場で活用できる実践に即したインターンシップ等の導入**