

令和 7 年度
観光の状況

令和 8 年度
観光施策

第 221 回国会（特別会）提出

この文章は、「観光立国推進基本法」（平成 18 年法律第 117 号）第 8 条第 1 項の規定に基づく令和 7 年度の観光の状況及び講じた施策並びに同条第 2 項の規定に基づく令和 8 年度において講じようとする観光施策について報告を行うものである。

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 2024年の世界の観光の状況	2
第3節 2025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
コラムⅠ－1 訪日リピーターの動向及び確保に向けて	12
第2節 日本人の海外旅行の状況	14
コラムⅠ－2 アウトバウンドの促進に向けて	15
第3節 国内観光の状況	16
コラムⅠ－3 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）が観光等に及ぼした影響	20
第4節 観光関連産業の状況	27
第5節 地域における観光の状況	30
コラムⅠ－4 「昭和100年」の取組	32

第3章 「働いてよし」の観光産業の実現に向けて～宿泊業の人材確保と生産性の向上～

第1節 宿泊業の人材及び生産性の現状と課題	33
第2節 宿泊業の生産性改善と人材確保に向けた取組	63
コラムⅠ－5 ローカルガイドの確保・育成と継続的に活躍できる仕組みづくり	77
第3節 「働いてよし」の観光産業の実現に向けて	79

第Ⅱ部 令和7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	82
第2節 観光DXの推進	82
第3節 観光産業の革新	82
第4節 観光人材の育成・確保	83
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	83
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	84
第7節 良好な景観の形成・保全・活用	84
第8節 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組	86
第9節 国家戦略特区制度等の活用	87
第10節 旅行者の安全の確保等	87
第11節 東日本大震災からの観光復興	89
第12節 観光に関する統計等の整備・利活用の推進	90
第13節 令和6年能登半島地震への対応	90

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	91
第2節 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備	91
第3節 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備	93
第4節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進	99
第5節 戦略的な訪日プロモーションの実施	99
第6節 MICEの推進	101
第7節 IR整備の推進	103
第8節 インバウンド受入環境の整備	103
第9節 アウトバウンド・国際相互交流の促進	110
第10節 国際観光旅客税の活用	111

第3章 国内交流拡大

第1節 国内旅行需要の喚起	112
第2節 新たな交流市場の開拓	112
第3節 国内旅行需要の平準化の促進	114

第Ⅲ部 令和8年度に講じようとする施策

第1章 インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立

第1節 混雑・マナー違反等の個別課題への対応・・・115

第2節 地方誘客の推進による需要分散・・・118

第3節 国際相互交流の促進・・・133

第2章 国内交流・アウトバウンド拡大

第1節 国内旅行需要の平準化の促進・・・135

第2節 新たな交流市場の開拓・・・135

第3節 国内交流の活性化・・・136

第4節 観光復興に向けた再生支援・・・137

第5節 アウトバウンドの促進・・・137

第3章 観光地・観光産業の強靱化

第1節 観光地の強靱化・・・139

第2節 持続可能性を高めるためのインバウンド市場・観光コンテンツの多様化・・・142

第3節 観光DX・地域交通DXの推進・・・143

第4節 観光産業の経営力強靱化・・・143

第5節 健全な競争環境の整備・・・144

第6節 観光人材の確保・・・144

第7節 多様なニーズに対応した受入環境整備・・・144

第8節 休暇の分散・旅行需要の平準化・・・145

第9節 災害・感染症危機・テロ対策等安全・安心な滞在環境の実現・・・145

第4章 国際観光旅客税について

第1節 国際観光旅客税創設の背景・・・148

第2節 国際観光旅客税の使途・・・148

第3節 令和8年度以降の国際観光旅客税の使途の方向性・・・148

(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

国際通貨基金（IMF¹）によると、2025年の世界全体の実質GDP成長率は3.4%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	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年
世界全体	5.3	4.1	3.4	3.4	3.6	3.4	3.2	3.8	3.6	3.0	-2.7	6.7	3.8	3.3	3.4	3.4
日本	4.1	-0.2	1.6	2.0	0.9	1.8	0.7	1.6	0.8	-0.3	-4.3	3.6	1.3	0.7	-0.2	1.2
米国	2.7	1.6	2.3	2.1	2.5	2.9	1.8	2.5	3.0	2.6	-2.1	6.2	2.5	2.9	2.8	2.1
EU（欧州連合）	2.0	2.0	-0.7	0.0	1.7	2.5	2.0	3.0	2.3	2.0	-5.5	6.4	3.7	0.6	1.2	1.6
中国	10.6	9.5	7.8	7.8	7.5	7.0	6.8	6.9	6.8	6.1	2.3	8.6	3.1	5.4	5.0	5.0
ASEAN（5か国）	7.6	4.6	6.2	4.9	4.4	4.6	4.8	5.2	4.9	4.2	-4.4	4.1	5.5	4.1	4.8	4.5
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	7.5	4.3	2.3	2.4	2.4
中東・中央アジア	5.3	5.3	4.7	3.0	3.5	3.1	4.1	2.6	2.5	2.1	-2.2	4.7	6.4	2.6	2.8	3.6
サハラ以南アフリカ	7.5	5.1	5.0	4.9	5.0	3.2	1.2	2.8	3.2	3.0	-3.1	3.9	4.4	3.8	4.2	4.5

資料：国際通貨基金（IMF）資料に基づき観光庁作成。

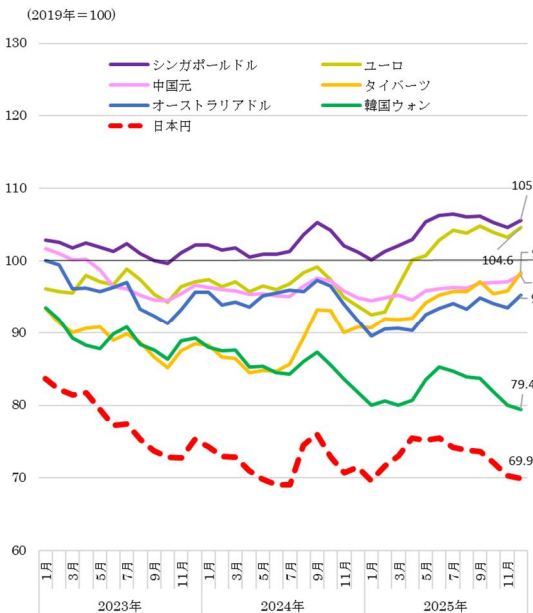
注1：本表の数値は2026年4月時点の暫定値である。

注2：本表の数値は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。

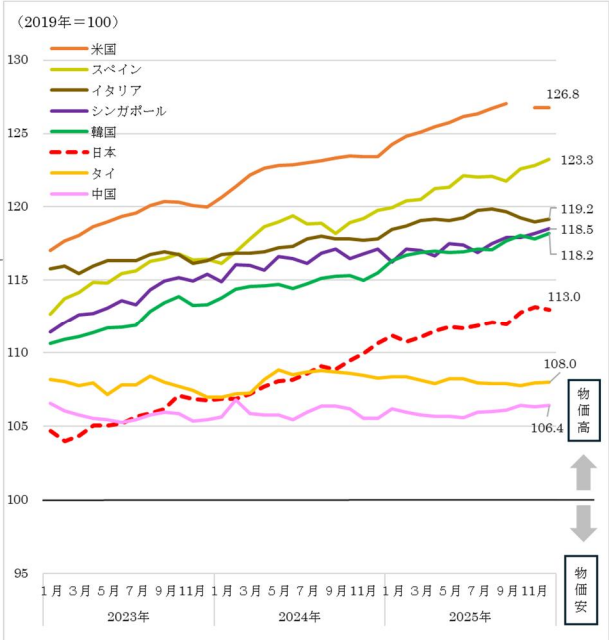
各国通貨の対米ドル為替レートの推移をみると、日本円や韓国ウォンは2025年にかけて通貨安の傾向が続いた。また、各国の消費者物価指数の動向をみると、消費者物価は多くの国で上昇傾向にあり、同年12月時点で2019年と比べて6～27%上昇した（図表Ⅰ－2）。

図表Ⅰ－2 為替・物価の推移

各国通貨の対米ドル為替レートの推移



各国の消費者物価指数の推移



資料：国際通貨基金（IMF）資料に基づき観光庁作成。

注1：為替については、各国通貨の対米ドル為替レート日次データから月平均を算出。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。

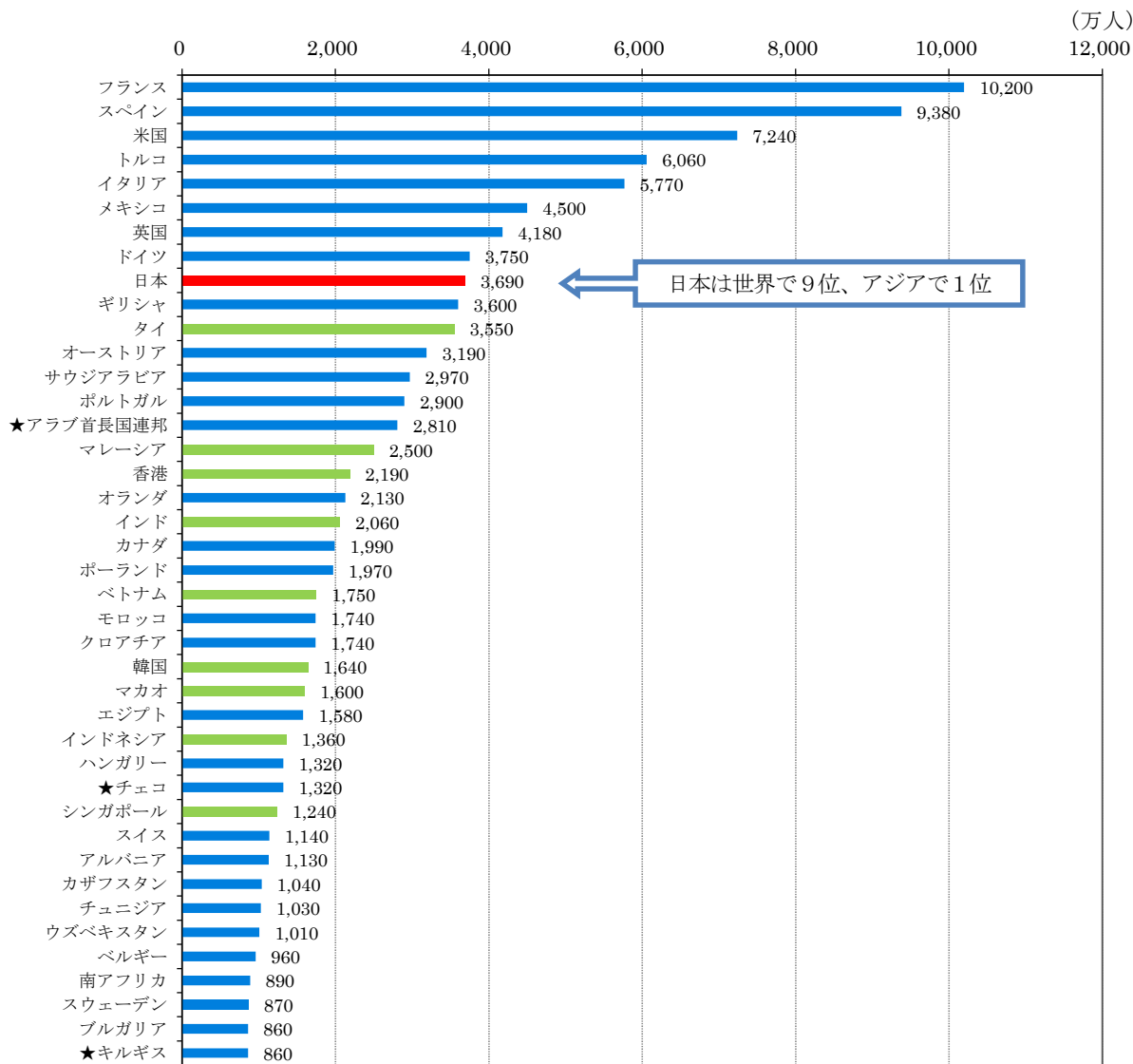
注3：本表の数値は追って新たに発表されることや、遡って更新されることがある。

¹ International Monetary Fund の略。

第2節 2024年の世界の観光の状況

世界観光機関（UN Tourism）によると、2024年の外国人旅行者受入数は、日本は3,690万人で世界9位（アジアで1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（2024年）

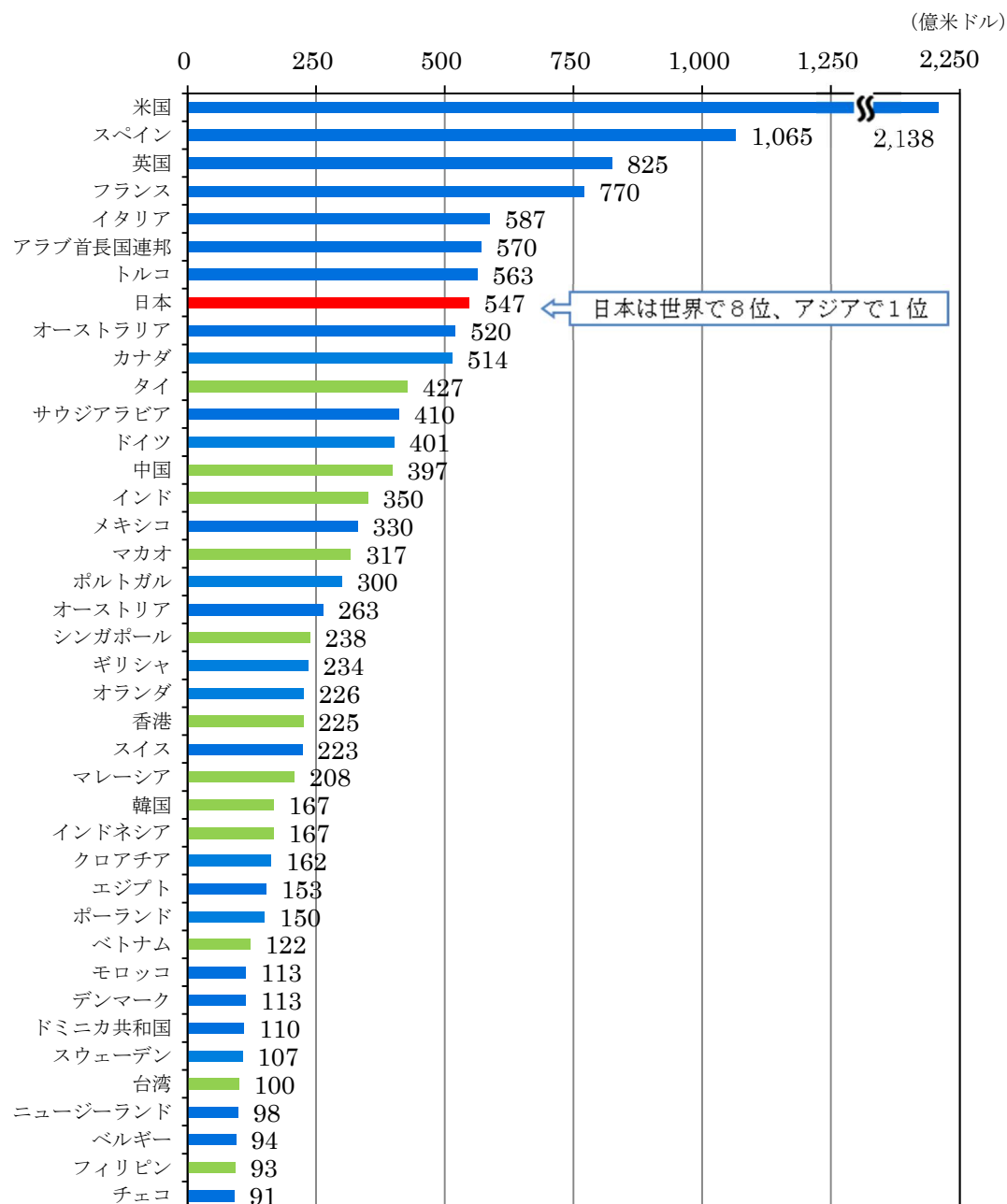


外国人旅行者 受入数ランキング (2024年)	国名	受入数 (万人)	(参考) 人口 (万人)
1	フランス	10,200	6,490
2	スペイン	9,380	4,750
3	米国	7,240	34,180
4	トルコ	6,060	8,630
5	イタリア	5,770	5,870
6	メキシコ	4,500	12,940
7	英国	4,180	6,800
8	ドイツ	3,750	8,330
9	日本	3,690	12,260
10	ギリシャ	3,600	1,030

資料：世界観光機関（UN Tourism）、国連人口基金（UNFPA）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2026年1月時点の暫定値である。
注3：★印を付した国は2024年の数値が未発表であるため、2023年の数値を採用した。
注4：中国、デンマーク及びロシアは、2023年以降の数値が未発表であるため、過去の数値を採用しないこととする。
注5：本表で採用した値は、一部の国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。
注6：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7：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。
注8：人口、受入数は、出典先が100万人単位のところ、万人単位に換算して表記しているため、概算値である。

2024 年の各国・地域の国際観光収入は、米国が 2,138 億米ドルで 1 位となり、スペインが 1,065 億米ドルで 2 位、英国が 825 億米ドルで 3 位となった。日本は 547 億米ドルで 8 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（2024 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 2026 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。

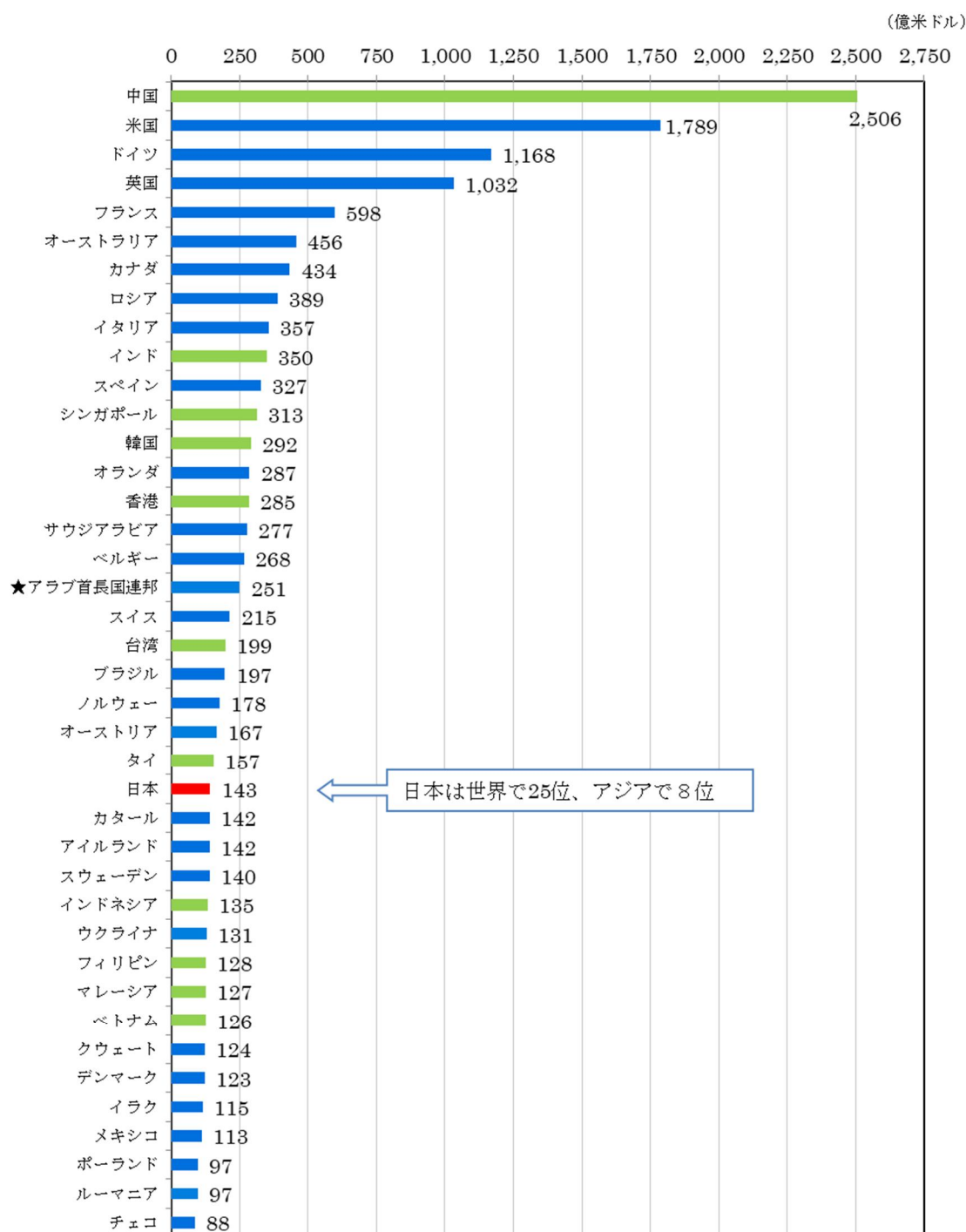
また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

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。

2024 年の各国・地域の国際観光支出は、中国が 2,506 億米ドルで 1 位となり、米国が 1,789 億米ドルで 2 位、ドイツが 1,168 億米ドルで 3 位となった。日本は 143 億米ドルで 25 位（アジアで 8 位）となった（図表 I－5）。

図表 I－5 国際観光支出ランキング（2024 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2026年1月時点の暫定値である。

注2：★印を付した国は2024年の数値が未発表であるため、2023年の数値を採用した。

注3：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注4：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。

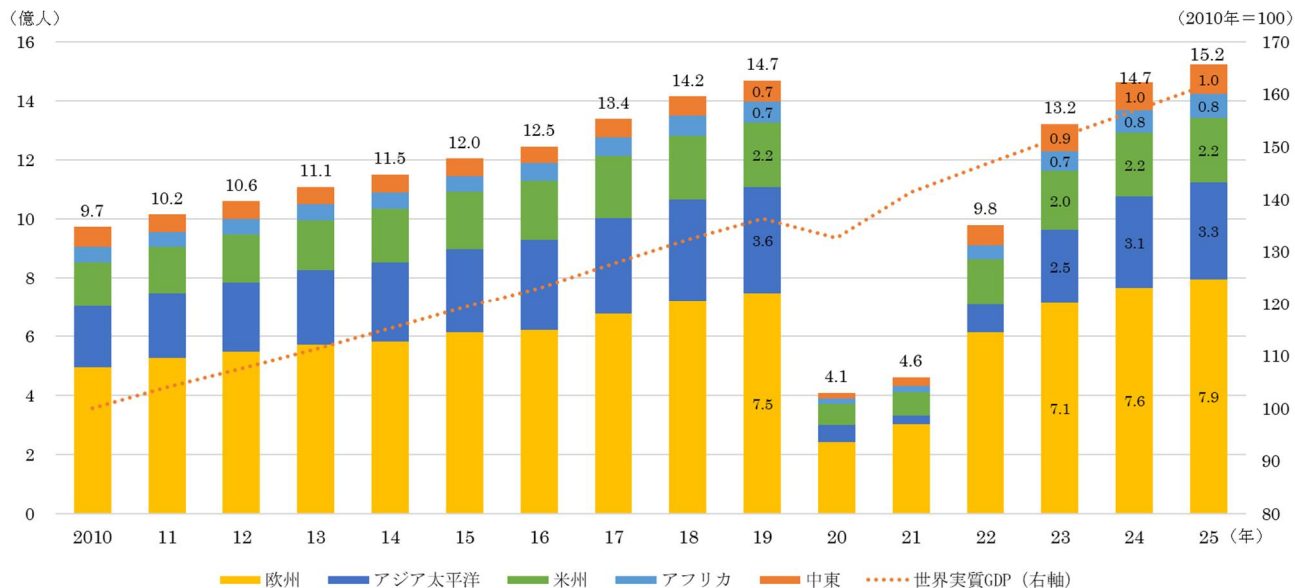
そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

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 2025 年の世界の観光の状況

UN Tourism の 2026 年 1 月の発表によると、2025 年の世界全体の国際観光客数は過去最高の 15 億 2,300 万人（前年比 4.0%増）となった。地域別にみると、欧州を訪れた国際観光客数は 7 億 9,350 万人（前年比 3.8%増）、アジア太平洋を訪れた国際観光客数は 3 億 3,070 万人（前年比 6.3%増）、米州を訪れた国際観光客数は 2 億 1,810 万人（前年比 0.6%増）となった²（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 Data Dashboard」（2026 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。

注3：国際観光客数及び実質 GDP 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。

² 国際観光客数は出典先が 10 万人単位であるため、概算値である。

第2章 日本の観光の動向

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・観光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、2025 年には訪日外国人旅行者数は 4,268 万人に、訪日外国人旅行消費額も 9.5 兆円に増加した。観光産業は今や自動車産業に次ぐ第 2 の輸出産業として成長しており、地域経済の活性化・日本経済の発展に不可欠な産業となっている。

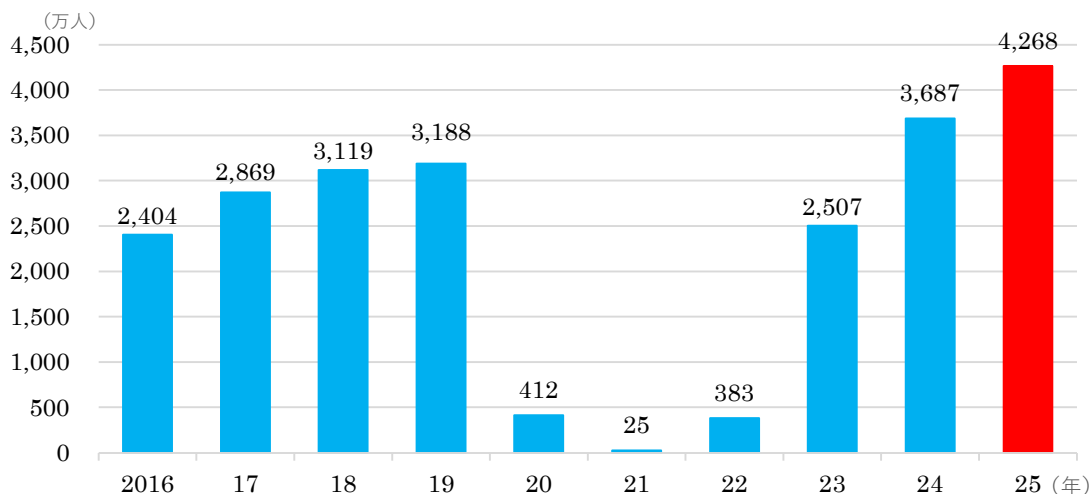
第1節 訪日旅行の状況

1 訪日旅行の状況

訪日外国人旅行者数は、2019 年までは、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、CIQ³体制の充実といった施策を進めるとともに、航空、鉄道、港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツの造成、日本政府観光局（JNTO）等による訪日プロモーション等により、過去最高を更新していたが、2020 年から 2022 年までの訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、年間を通じて大きく減少した。

しかしながら、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、2024 年には、新型コロナウイルス感染症流行前の記録を上回り、過去最高となる 3,687 万人となった。2025 年においても、前年に引き続き、堅調な訪日需要や航空便の増加により、アジア諸国のみならず欧米豪等の様々な国・地域からの旅行者が増え、2024 年の過去最高を更新する 4,268 万人を記録した（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。

2025 年の訪日外国人旅行者数を国・地域別にみると、アジアの割合が低下する一方で、欧米豪の割合が上昇するなど、地域的な多様性が高まった。

アジア主要市場⁴からの訪日外国人旅行者数が 3,264 万人となり、全体の 76.5%を占めた。

東アジアでは、韓国が 946 万人と主要 23 市場⁵のうちで最も多く、中国 910 万人、台湾 676 万人、香港 252 万人と続き、全体の 65.2%を占めた。韓国及び台湾からの旅行者数は過去最高を記録した。

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要 6 市場⁶からの訪日外国人旅行者数が 480 万人となり、旅行者数は過去最高を記録した。

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

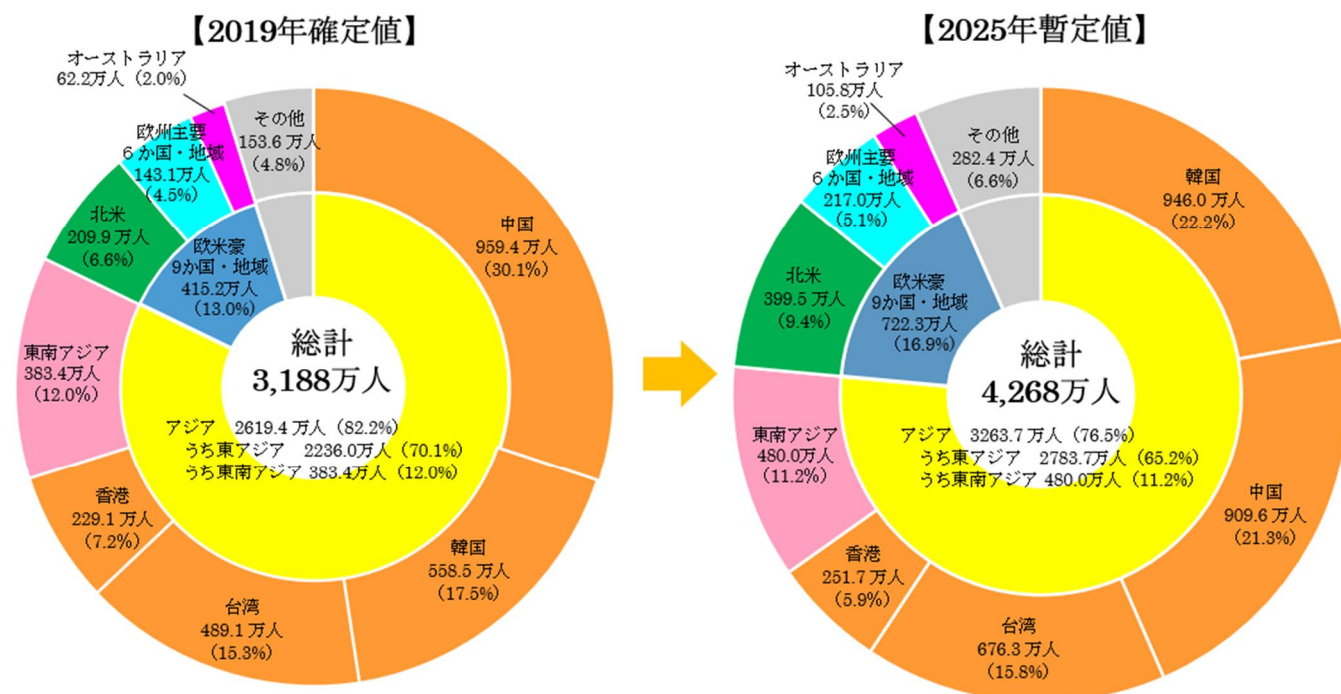
⁴ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン及びベトナムのことを指す。

⁵ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、メキシコ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン、北欧地域（スウェーデン、デンマーク、ノルウェー及びフィンランド）及び中東地域（サウジアラビア、アラブ首長国連邦、バーレーン、オマーン、カタール、クウェート、トルコ及びイスラエル）の計 23 か国・地域のことを指す。

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

北米主要市場⁷からの訪日外国人旅行者数は 399 万人となり、旅行者数は過去最高を記録した。
 欧州主要 6 市場⁸からの訪日外国人旅行者数は 217 万人となり、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 106 万人となり、初めて 100 万人を突破した（図表 I－8）。

図表 I－8 訪日外国人旅行者の内訳



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。

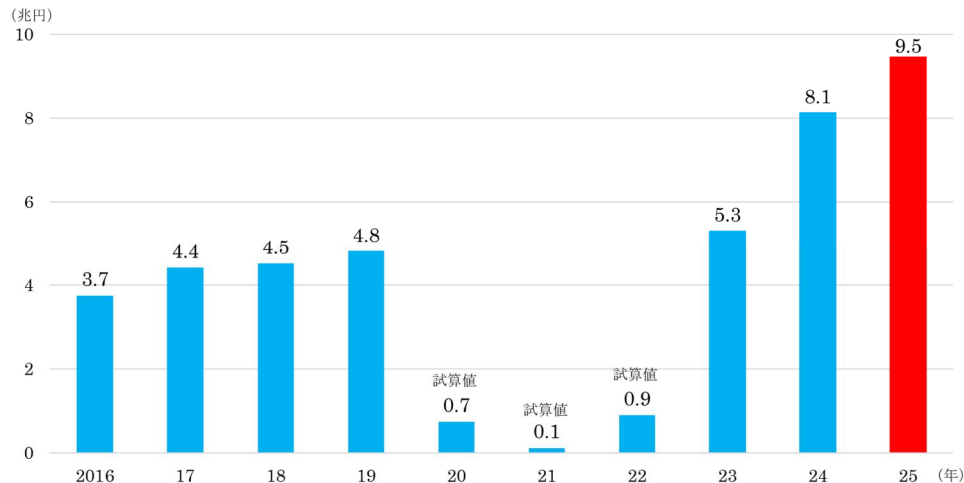
注3：数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

⁷ 米国及びカナダのことを指す。

⁸ 英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン及び北欧地域のことを指す。

2025 年の訪日外国人旅行消費額は 9 兆 4,549 億円（前年比 16.4%増）と、2024 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、米国、韓国、香港の順であった。2019 年と比較すると、おおむね全ての国籍・地域において消費額が増加するとともに、アジアの割合が 76%から 63%に低下する一方で、欧米豪が 17%から 26%に増加するなど、地域的な多様性が高まった（図表 I－10）。

図表 I－9 訪日外国人旅行者による消費額の推移



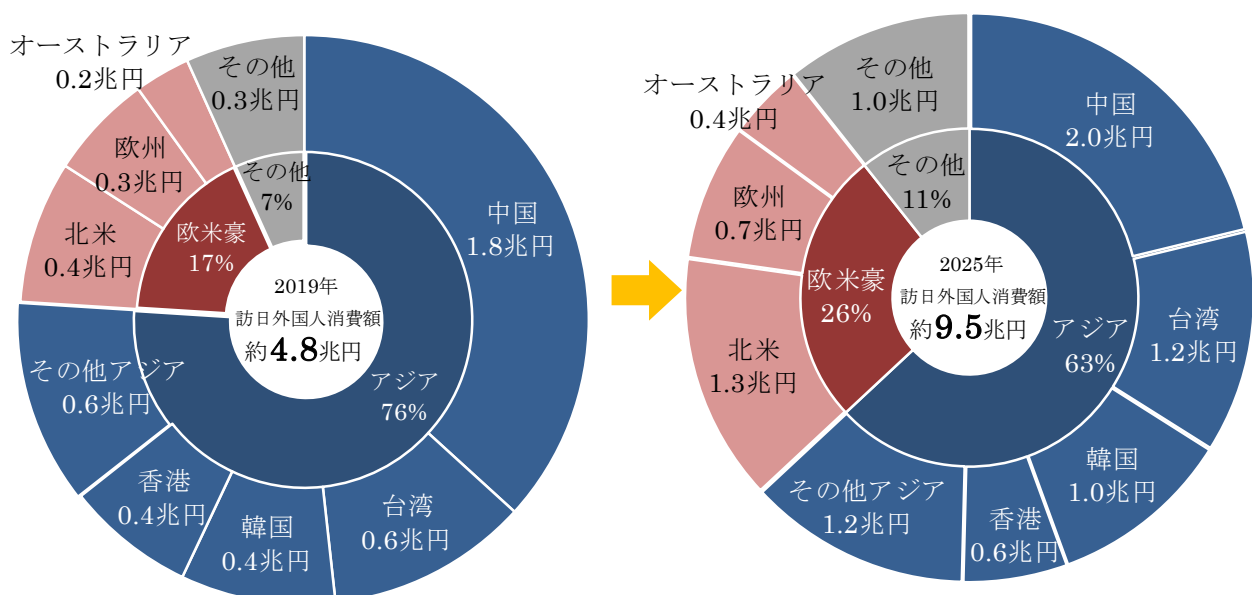
資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

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、同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、同年年間値を試算した。そのため、2019 年以前の数値との比較には留意が必要である。

注 3：新型コロナウイルス感染症の影響により、2022 年は 1－3 月期、4－6 月期、7－9 月期を試算値として公表した。そのため、年間の値についても試算値であることに留意が必要である。

図表 I－10 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比

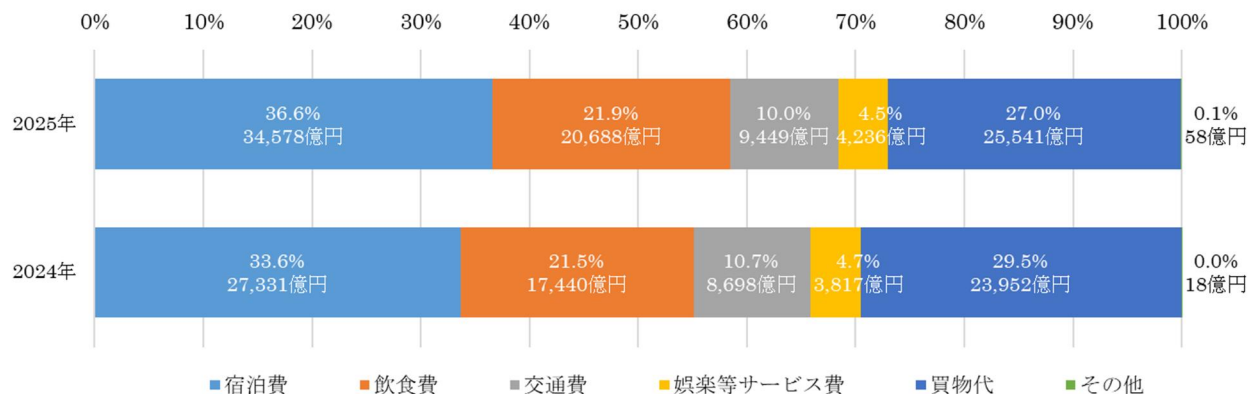


資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

注 1：アジアには韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム及びインド、欧州には英国、ドイツ、フランス、イタリア及びスペイン、北米には米国及びカナダが含まれ、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。

2025 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 36.6%と最も高かった（図表 I－11）。

図表 I－11 費目別にみる訪日外国人旅行消費額

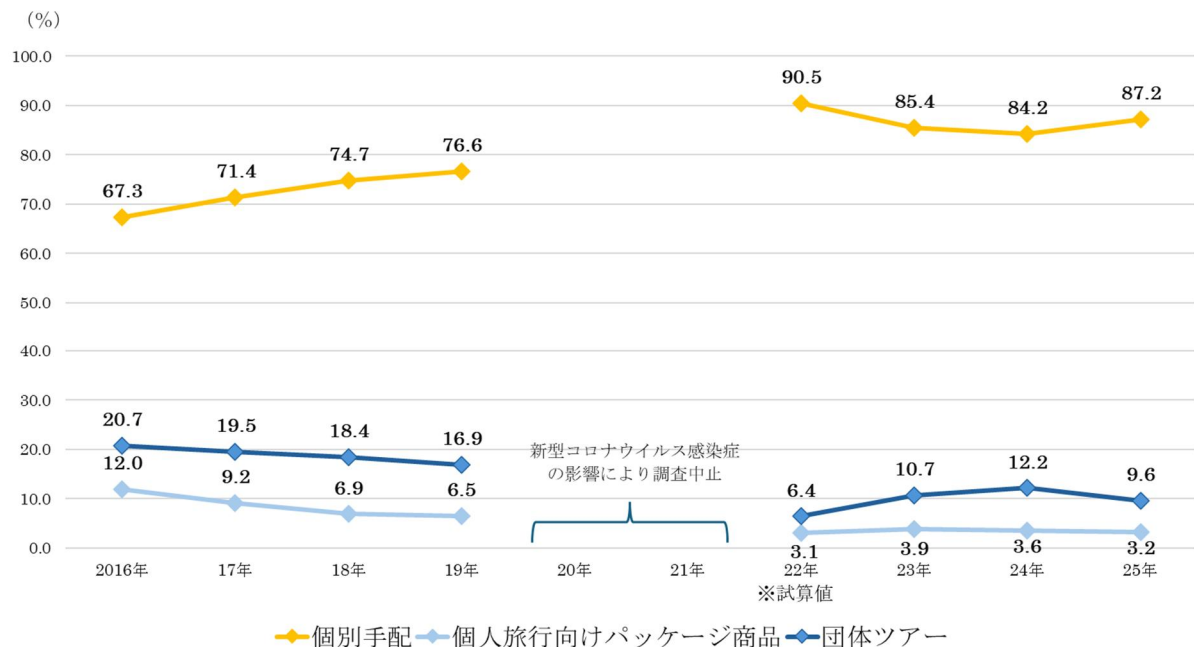


資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」
注1：上段は旅行消費額の費目別割合。下段は費目別旅行消費額。

訪日外国人旅行者に占める個別手配旅行の割合は、新型コロナウイルス感染症流行前の 2019 年と比べて増加しており、2025 年では 87.2%が個別手配旅行者となっている（図表 I－12）。

また、一人当たり旅行支出をみると、新型コロナウイルス感染症流行前の 2019 年と比べて全ての旅行手配方法で上昇しており、2025 年では個別手配は 22.7 万円、個人旅行向けパッケージ商品は 30.1 万円、団体ツアーは 22.3 万円と、2019 年比で 3～6 割増加している（図表 I－13）。

図表 I－12 訪日外国人旅行者の旅行手配方法の割合

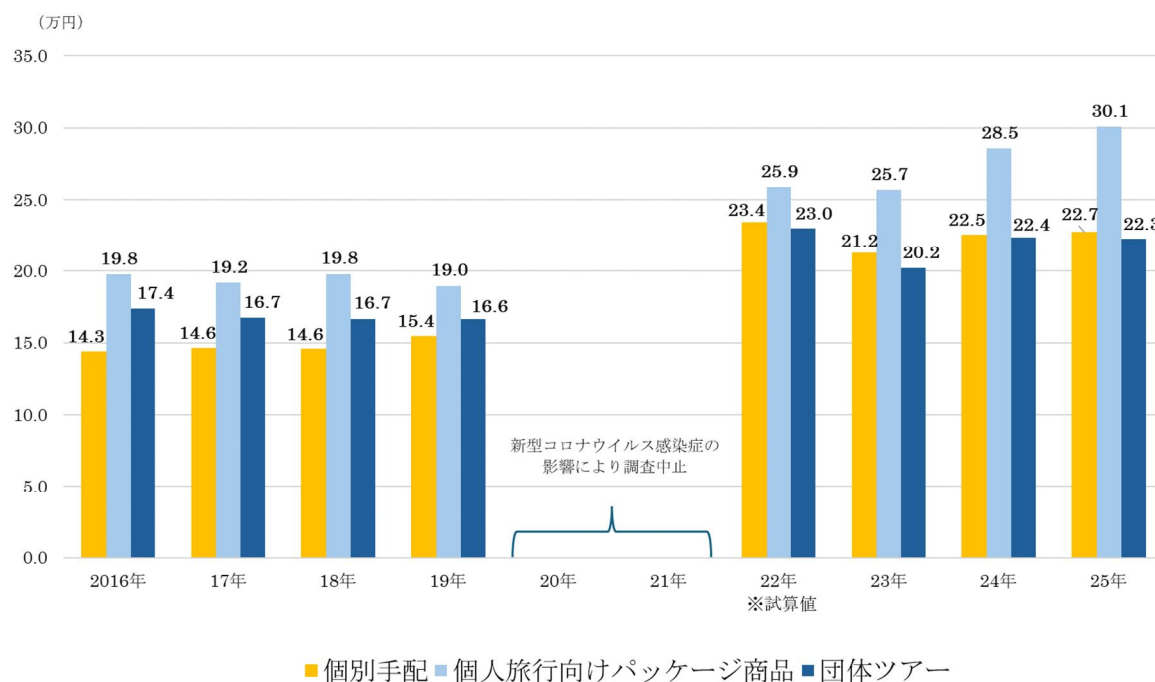


資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

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、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－13 訪日外国人旅行者の旅行手配方法別の一人当たり旅行支出



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。

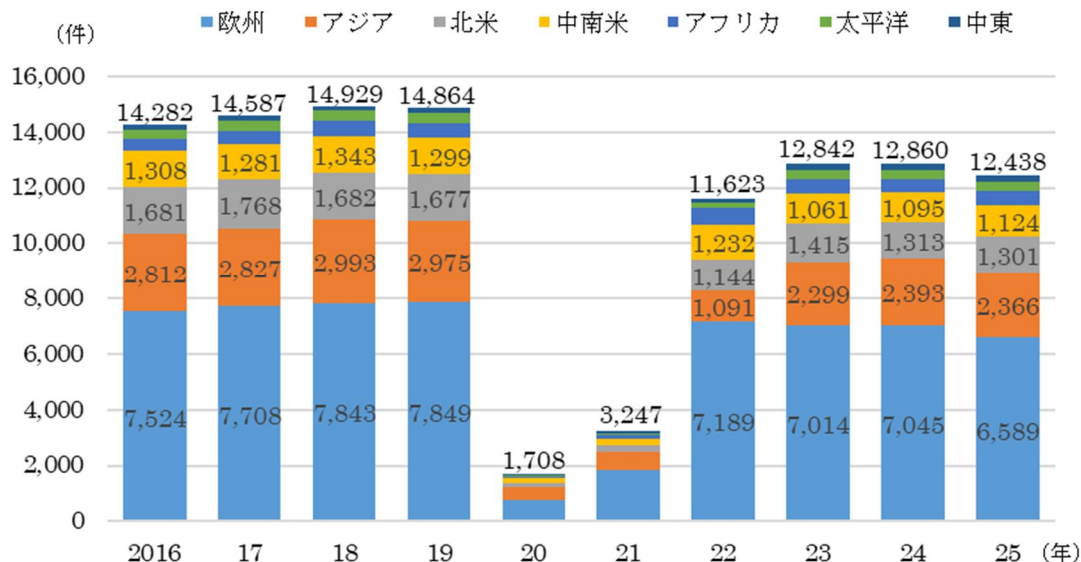
注2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年は1－3月期、4－6月期、7－9月期を試算値として公表した。そのため、年間の値についても試算値であることに留意が必要である。

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、新型コロナウイルス感染症の影響により、開催件数は 2019 年の 14,864 件から 2020 年には 1,708 件へと大幅に減少した。その後は回復基調にあり、2025 年には 12,438 件となり、新型コロナウイルス感染症流行前の 2019 年比で 84% の水準まで持ち直している。

地域別に 2019 年比でみると、欧州は 84%、アジアは 80%、北米は 78%、中南米は 87% となっている。アフリカと中東を除く各地域はいずれも新型コロナウイルス感染症流行前の水準には至っておらず、世界全体としては完全回復には至っていない状況にある（図表 I－14）。

図表 I－14 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、会議の実地開催及びハイブリッド開催の件数の和。

注 3：2026 年 5 月時点の数値を適用。

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、2025 年は日本が 1 位となった。新型コロナウイルス感染症流行前の 2019 年比での開催件数の回復度合いをみると、日本は 86% まで回復している（図表 I－15）。

図表 I－15 2025 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	2025年	(参考)2019年
1	日本	491	573
2	中国	326	574
3	韓国	286	276
4	オーストラリア	241	296
5	タイ	171	184
6	インド	158	175
7	シンガポール	157	158
8	マレーシア	143	159
9	台湾	137	181
10	インドネシア	110	120

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 2025 年の開催件数は会議の実地開催及びハイブリッド開催の件数の和。

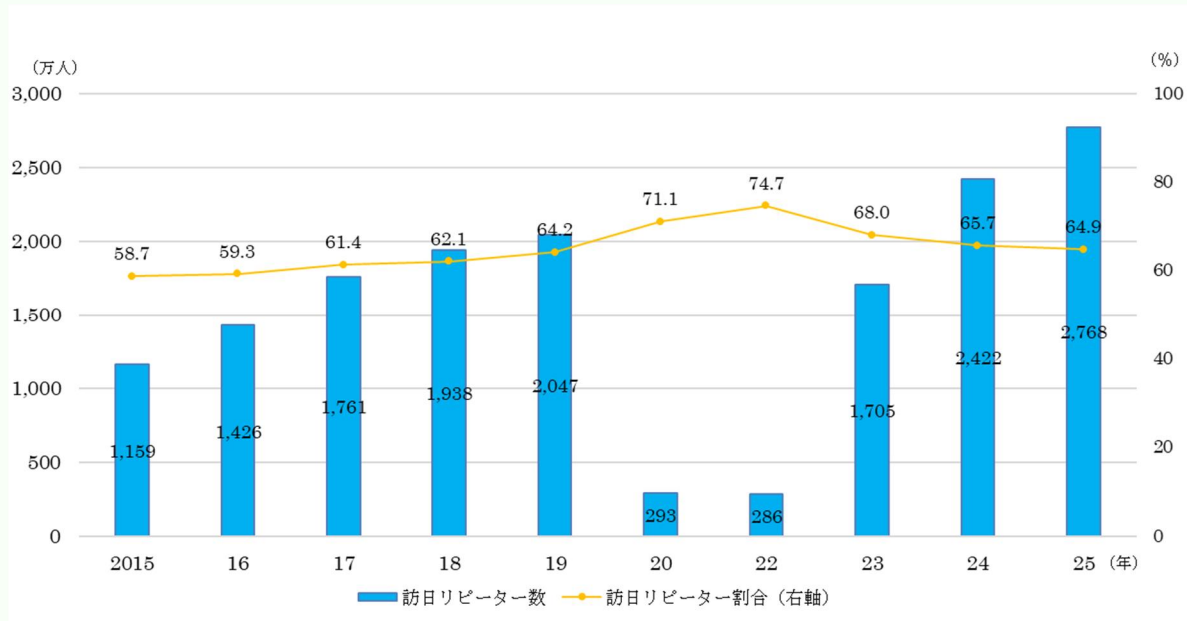
注 2：2025 年開催件数は 2026 年 5 月時点の数値を適用。

コラムⅠ－１ 訪日リピーターの動向及び確保に向けて

リピーター（２回以上訪日した者）は日本文化や習慣への理解が深い傾向にあり、適切なマナーでの滞在も期待できることから、インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立を目指す上で、外国人旅行者に繰り返し日本を訪れてもらうことが重要である。

訪日リピーター数及び割合の推移をみると、2025年においては、リピーター数は2,768万人、リピーター割合は64.9%であり、訪日外国人旅行者全体の増加に伴い、訪日リピーター数も増加傾向にある（コラム図表Ⅰ－１－１）。

コラム図表Ⅰ－１－１ 訪日リピーター割合及び訪日リピーター数の推移



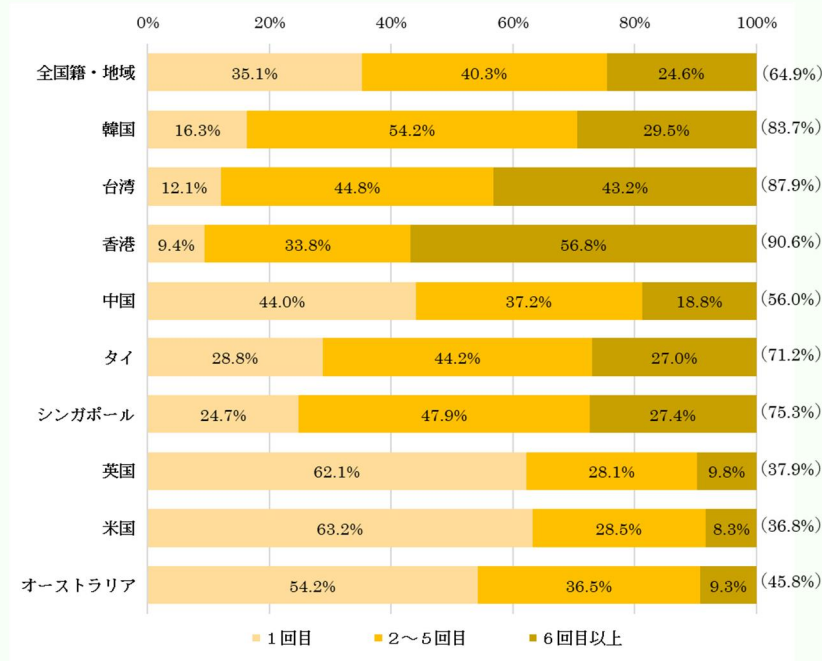
資料：日本政府観光局（JNTO）資料及び観光庁「インバウンド消費動向調査」に基づき観光庁作成。

注１：訪日リピーター数は訪日外国人旅行者数（JNTO）に訪日リピーター割合（観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」）を乗じて算出したものである。

注２：2020年及び2022年の訪日リピーター数及び割合は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。2021年については、十分な票が得られなかったため、集計していない。

国籍・地域別に訪日リピーターの割合をみると、「全国籍・地域」では65%に対し、アジアにおいてはその割合が高く、特に香港と台湾では約9割となっている。また、香港及び台湾からの旅行者のうち、4～6割前後は6回以上も日本を訪れている。そのほか、タイやシンガポールといった東南アジアも7割以上が訪日リピーターとなっている（コラム図表Ⅰ－１－２）。

コラム図表 I-1-2 国籍・地域別訪日回数（2025 年）

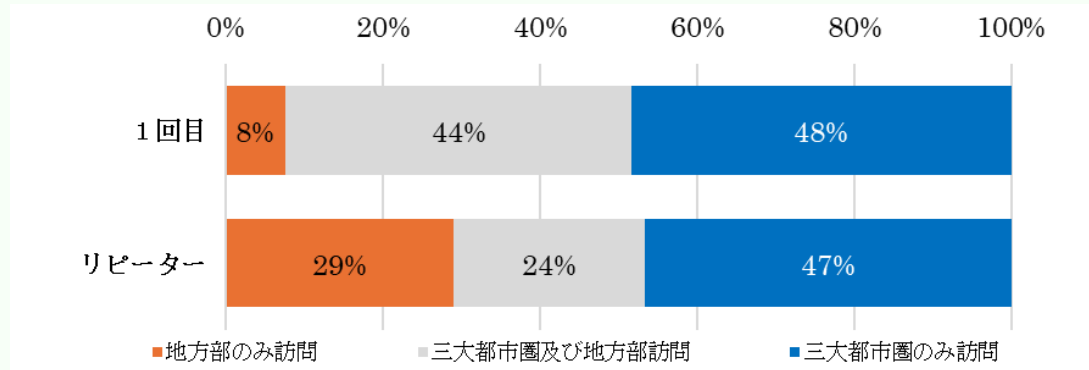


資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

注1：()内は、各国籍・地域における訪日リピーター（2回以上訪日した者）の割合。

さらに、訪日1回目とリピーター別に三大都市圏及び地方部の訪問パターンをみると、リピーターは「三大都市圏及び地方部訪問」の割合が小さく、一方で「地方部のみ訪問」の割合が大きい。このことから、訪日外国人旅行者の更なる地方誘客を進めるためには、訪日外国人旅行者に繰り返し日本を訪れてもらい、地方部を訪れてもらうようにすることが重要であると考えられる（コラム図表 I-1-3）。

コラム図表 I-1-3 訪日回数別三大都市圏及び地方部訪問パターン（2025 年）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」地域調査個票データにより作成。

注1：「訪問」は、三大都市圏や地方部に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、日帰りで訪問する場合を含む。

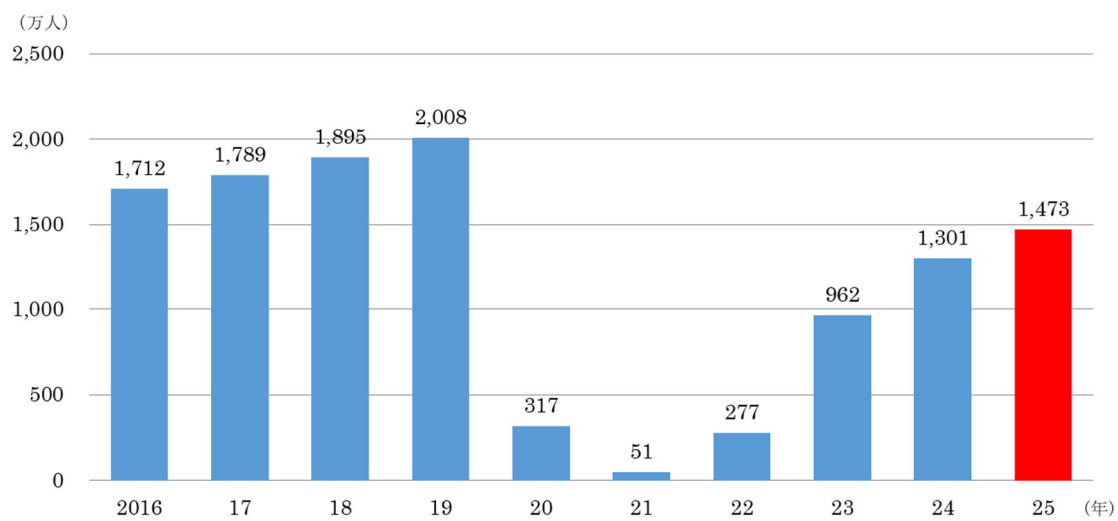
2026 年 3 月に閣議決定された第 5 次観光立国推進基本計画では、我が国の観光の魅力を一層高めるとともに、観光サービス（観光コンテンツ、人材、受入環境、体制等を含む。）全体の質の向上を図り、訪日外国人旅行者の満足度を高めることにより、リピーターを増やしていくことが重要であるという認識の下、地方の観光地の魅力向上・地方誘客等に取り組むこととしている。

加えて、戦略的な訪日プロモーションの一環として、訪日経験者が多い東アジア市場及びリピーターの拡大が進む東南アジア市場を中心として、何度も日本を訪れ、様々な地方の魅力を知ってもらうために、地方の魅力をメディアや旅行博への出展等を通じて効果的に発信していくとともに、地方への旅行商品造成を促すこと等により、訪日リピーターを確保していくこととしている。

第2節 日本人の海外旅行の状況

2025年の出国日本人数は、前年から13.3%増加し1,473万人となった（図表I－16）。

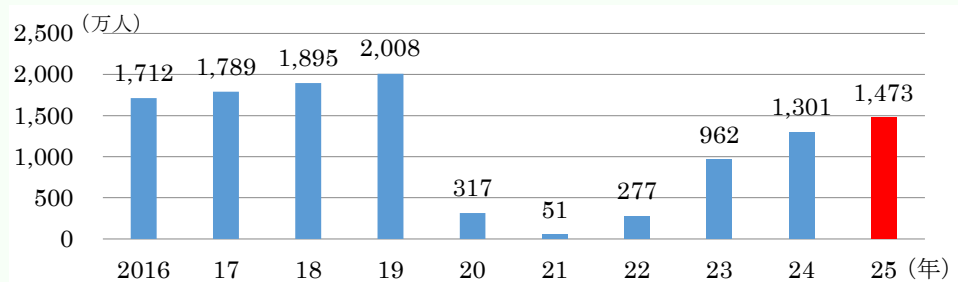
図表I－16 出国日本人数の推移



コラムⅠ－２ アウトバウンドの促進に向けて

2025 年の出国日本人数は 1,473 万人に達し、2024 年の 1,301 万人から 172 万人増加したが、新型コロナウイルス感染症流行前の 2019 年比では 7 割と回復途上である（【再掲】図表Ⅰ－16）。

【再掲】図表Ⅰ－16 出国日本人数の推移



資料：出入国在留管理庁「出入国管理統計」に基づき観光庁作成。

（アウトバウンドの促進に向けた取組）

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る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。

アウトバウンドの促進に向けては、2026 年 3 月に閣議決定された第 5 次観光立国推進基本計画において、日本人の海外旅行者数の目標を 2030 年までに過去最高値（2,008 万人）を超えとすると定めたところ、これまでも、観光庁では、関係省庁・関係団体との連携による海外の安全に関する情報提供に加え、一般社団法人日本旅行業協会（JATA）による JATA 海外旅行アンバサダー等を通じた若者に対する海外旅行の魅力発信、関係者と連携したプロモーション等の取組を実施してきた。これらの取組の継続により、引き続き官民一体となりアウトバウンド促進に向けて一層の取組を進める。

（海外教育旅行）

また、海外旅行の機運醸成を図るための施策の一つとして、観光庁では「海外教育旅行プログラム付加価値向上事業」を実施し、教育的付加価値の高い海外教育旅行プログラムの開発を行っている。海外教育旅行は、国際感覚の向上や国際間の相互理解、本場での語学体験など教育的意義があり、さらに、若者の海外への関心を高め、中長期的なアウトバウンドの増加にも寄与すると考えられる。

ここでは、同事業により行われた海外教育旅行を 1 例紹介する。旅行会社と学校が連携し、行ったマレーシア語学研修である。ウーロンゴン大学マレーシア校で約 2 週間学生生活を送りながら、英語研修や大学寮での生活体験、現地の大学での学生交流等を実施した。加えて、大学図書館等を利用した探究型課題の設定等により、教室内にとどまらず、大学施設やリソースを利用することで、大学生活を具体的にイメージできる研修内容となっており、英語学習をその後のキャリアや進学につなげることにより、英語学習のモチベーション向上や、海外大学進学のための土台である英語力、適応力、コミュニケーション能力等のグローバル意識の醸成につながるプログラムになったと考えられる。

ウーロンゴン大学マレーシア校 （学生生活体験&英語研修）



資料：観光庁資料

アジア・パシフィック大学（大学訪問）



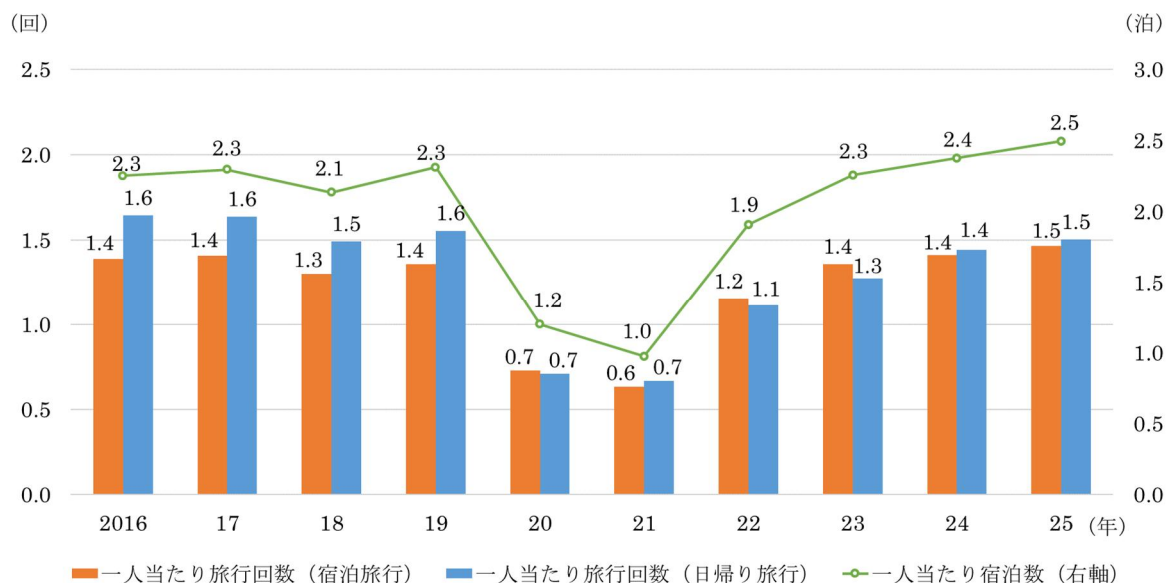
これらの取組を通じて、若者の海外渡航に対する意欲が高まることで、中長期的なアウトバウンドの振興につながると考えられる。第 5 次観光立国推進基本計画では、アウトバウンド拡大を 3 つの施策の柱の一つに位置づけており、今後とも関係業界・機関、各国・地域の政府観光局等と連携し、若者の国際交流促進をはじめとするアウトバウンドの促進に一層取り組んでいく。

第3節 国内観光の状況

1 日本人国内旅行の状況

2025年の日本人一人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.5回、国内日帰り旅行回数は1.5回、一人当たり宿泊数は2.5泊と、いずれも僅かながら前年を上回った（図表I－17）。

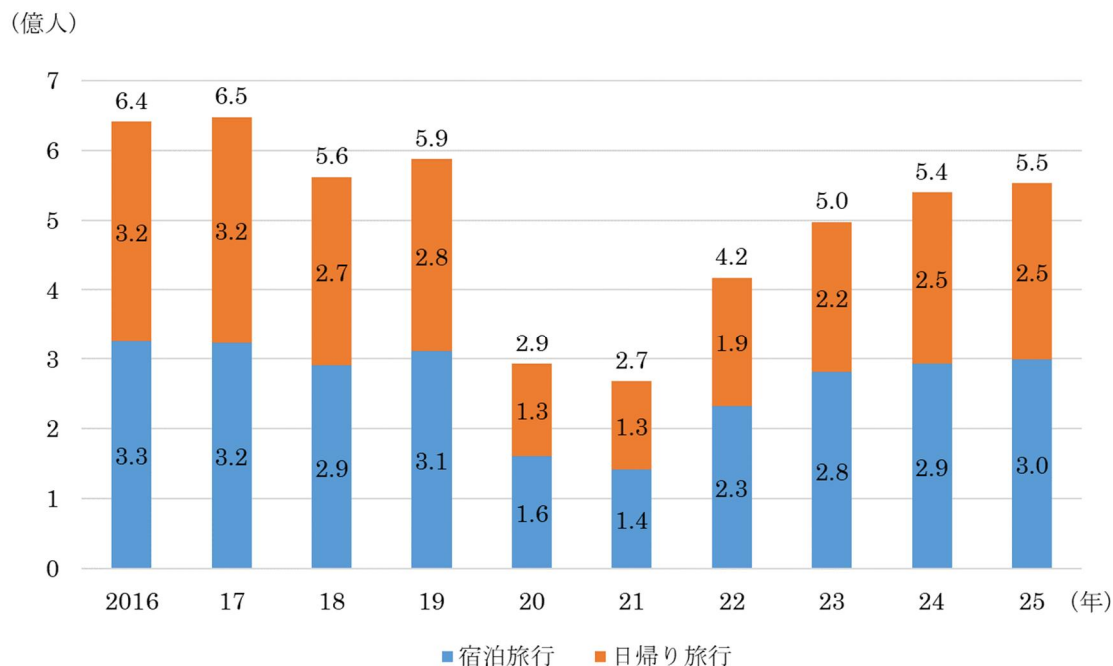
図表I－17 日本人一人当たりの国内宿泊旅行、国内日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）

2025年の日本人の国内旅行者数は延べ5.5億人（前年比2.4%増）となった。このうち宿泊旅行者数は延べ3億人（前年比2.3%増）、日帰り旅行者数は延べ2.5億人（前年比2.6%増）となった（図表I－18）。

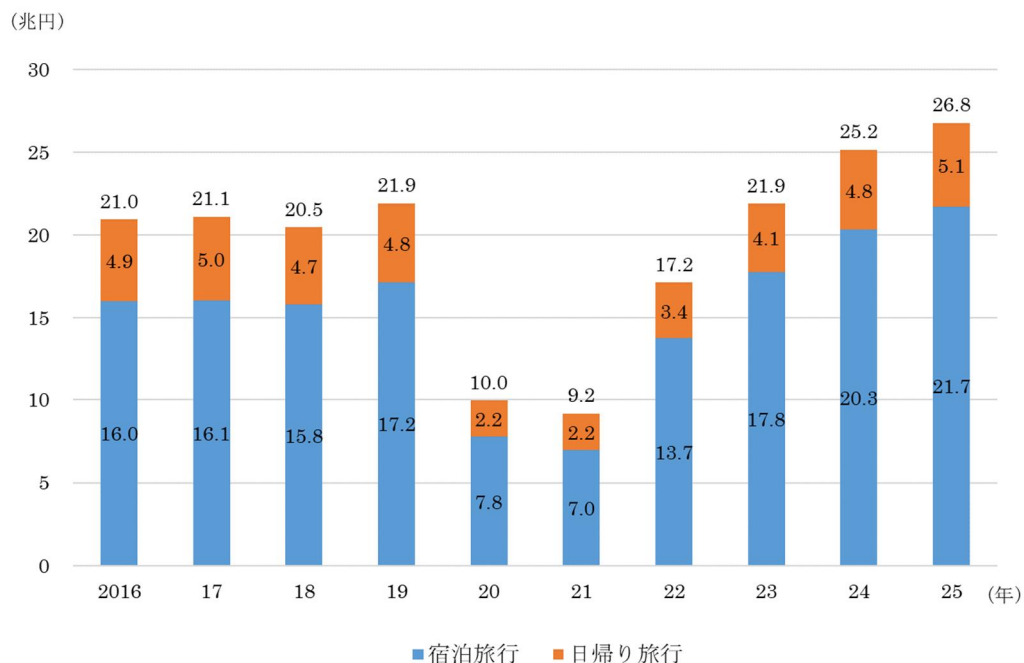
図表I－18 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2025年の日本人国内旅行消費額は26.8兆円（前年比6.5%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21.7兆円（前年比6.8%増）、日帰り旅行の国内旅行消費額は5.1兆円（前年比5.0%増）となった（図表I-19）。

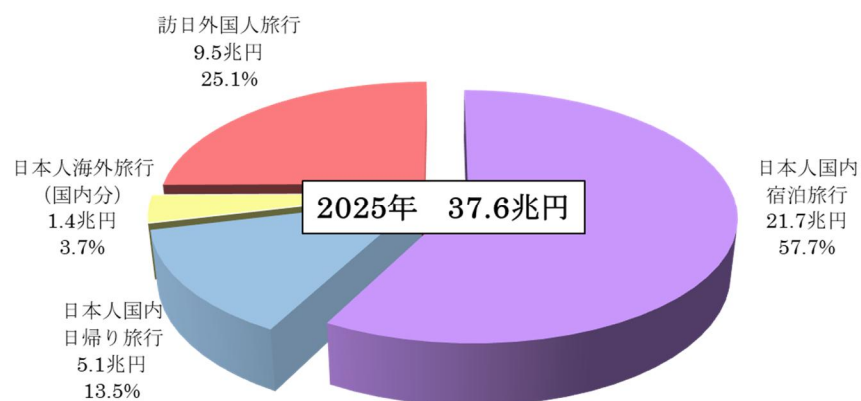
図表 I-19 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2025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、37.6兆円（前年比9.6%増）となった。このうち、日本人による旅行消費額は28.2兆円（前年比7.5%増）、訪日外国人旅行者による旅行消費額は9.5兆円（前年比16.4%増）であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の割合は25.1%となった（図表I-20）。

図表 I-20 日本国内における旅行消費額



(単位：兆円)

	2016年	17	18	19	20	21	22	23	24	25
日本人国内宿泊旅行	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0	13.7	17.8	20.3	21.7
日本人国内日帰り旅行	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2	3.4	4.1	4.8	5.1
日本人海外旅行 (国内分)	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1	0.6	0.9	1.0	1.4
訪日外国人旅行	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1	0.9	5.3	8.1	9.5
合計	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4	18.7	28.1	34.3	37.6

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1：2020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。

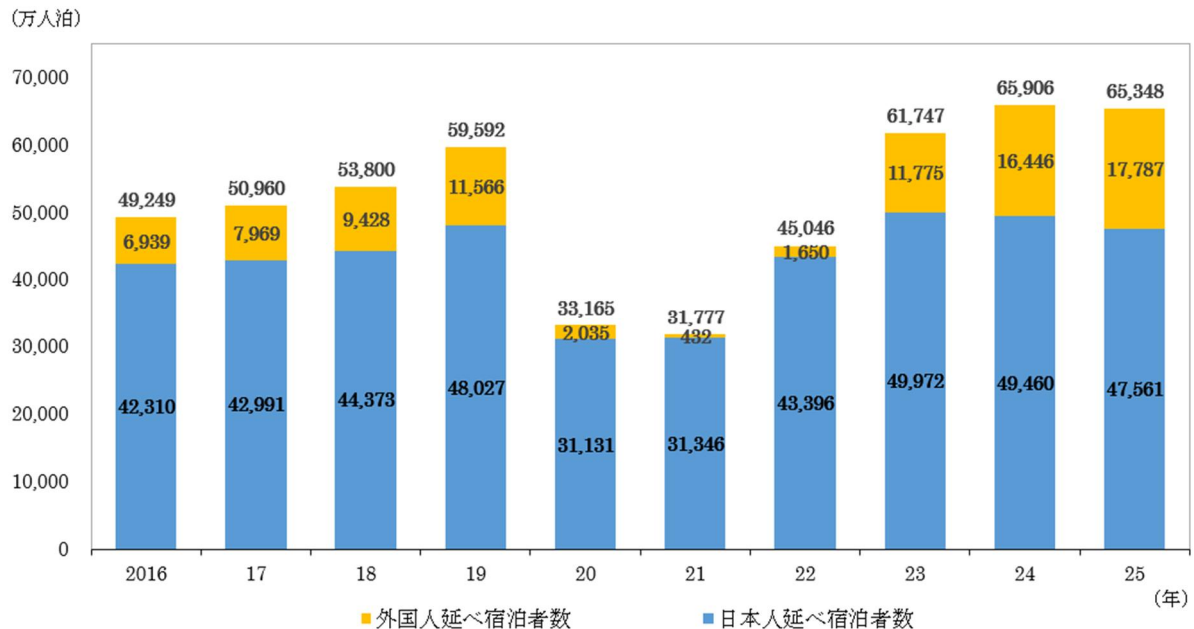
注2：2020年から2022年までの「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。

注3：四捨五入した値を表示しているため、個々の数値の合計は必ずしも総数と一致しない。

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、2025 年は6億 5,348 万人泊（前年比 0.8%減）となった。このうち、日本人延べ宿泊者数は4億 7,561 万人泊（前年比 3.8%減）、外国人延べ宿泊者数は1億 7,787 万人泊（前年比 8.2%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 27.2%であった（図表 I－21）。

図表 I－21 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



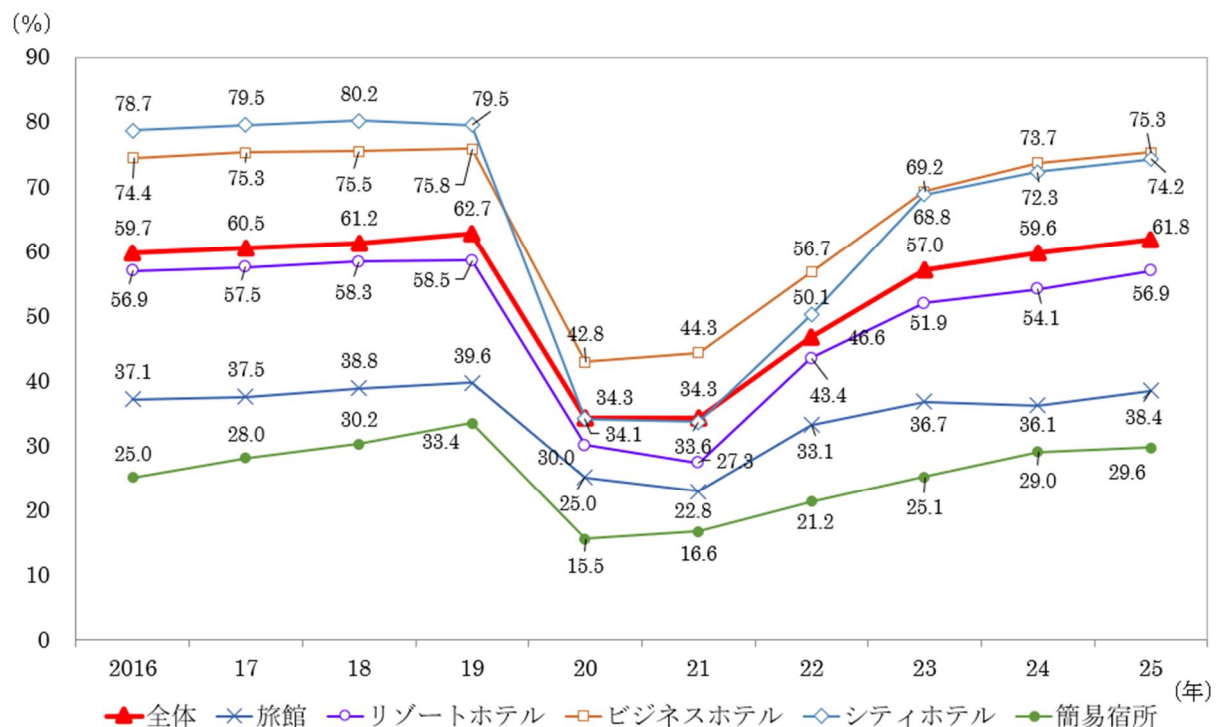
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2025 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。

2025 年の全体の客室稼働率は 61.8%となり、引き続き回復傾向にある（図表 I－22）。

図表 I－22 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移

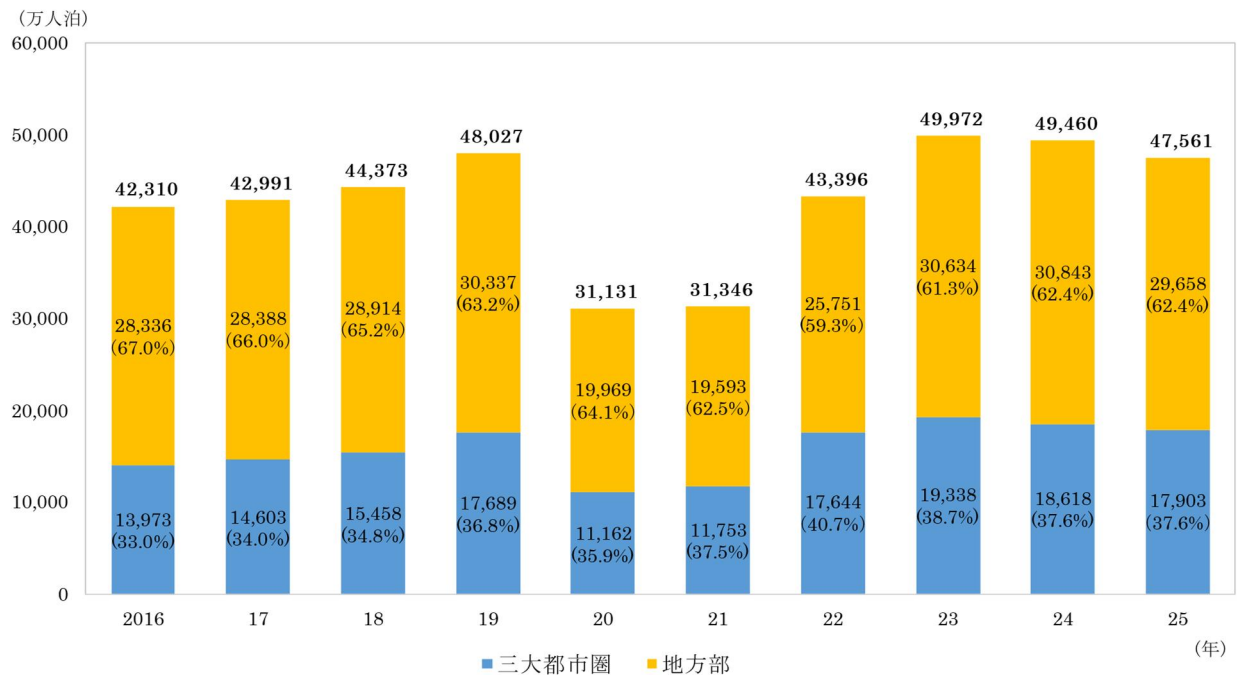


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2025 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、2025 年は三大都市圏では 1 億 7,903 万人泊、地方部では 2 億 9,658 万人泊となり、地方部の割合は 62.4%となった（図表 I－23）。

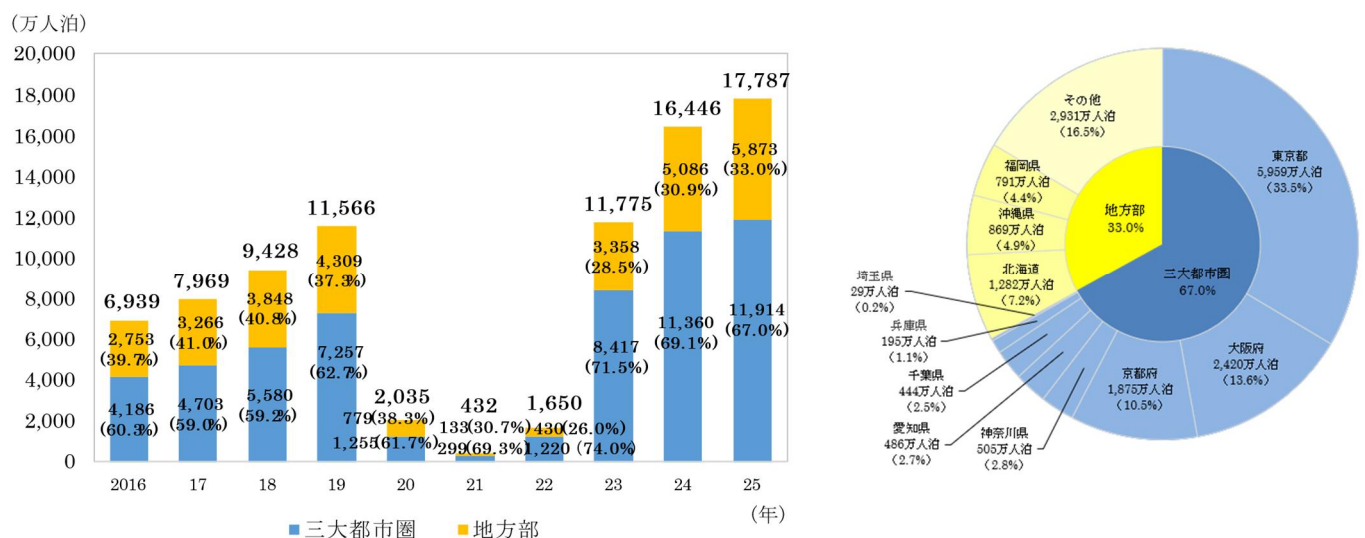
図表 I－23 三大都市圏及び地方部の日本人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注 1：2025 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、2025 年は三大都市圏では 1 億 1,914 万人泊（構成比 67.0%）、地方部では 5,873 万人泊（同 33.0%）となった（図表 I－24）。三大都市圏の中でも、特に上位三つに入る東京都、大阪府及び京都府が全体に占める割合は 58%と高い。

図表 I－24 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 1：2025 年は速報値。
 注 2：（ ）内は構成比を表している。

コラム I－3 2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）が観光等に及ぼした影響

2025 年 4 月 13 日から 10 月 13 日までの 184 日間にわたり開催された大阪・関西万博は、総来場者数 2,902 万人（うち一般来場者 2,558 万人）を集めて閉幕した。公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会によれば、来場者の 94.8%が国内居住者、5.2%が訪日外国人旅行者であった⁹。

本コラムでは、大阪・関西万博の開催が周辺地域の観光動向に及ぼした影響を把握するため、開催期間中における大阪府及びその周辺府県の観光客数や宿泊者数、観光消費額の変化について、統計データに基づき確認するとともに MICE¹⁰ への効果についても述べる。

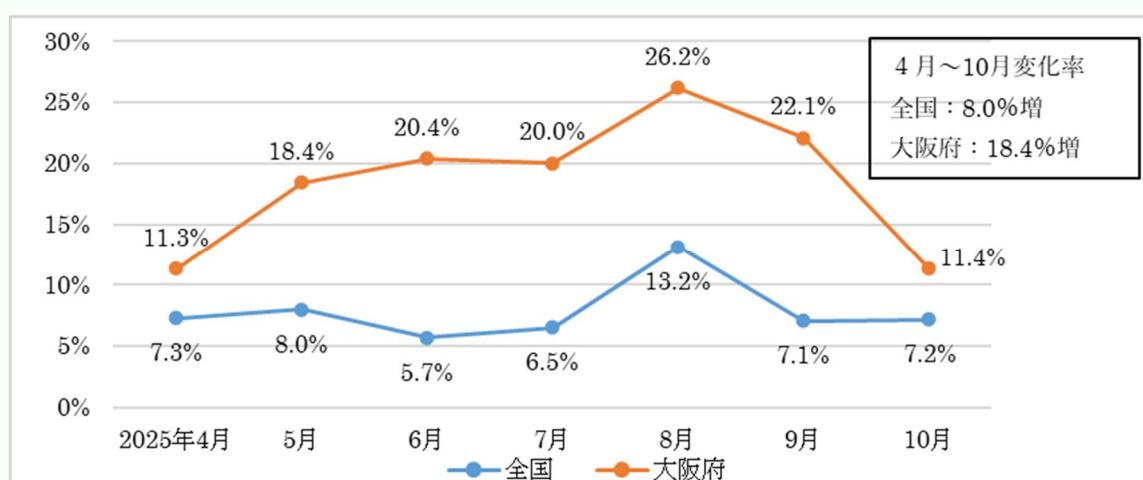
（国内観光客数の変化）

大阪・関西万博の開催期間中である 2025 年 4 月から 10 月にかけての大阪府の国内観光客数の前年同月からの変化について、公益社団法人日本観光振興協会が公表している「デジタル観光統計オープンデータ」に基づき確認する。なお、同データは日本国内居住者による観光目的の入込客を対象としており、宿泊客と日帰り客の両方を含む。

開催期間中の国内観光客数の前年同月比は、全国が 8.0%増であったのに対し、大阪府では 18.4%増となった。月別にみると、大阪府については、いずれの月も 10%を超える増加となっており、特に 5 月から 9 月にかけては前年同月に比べて 2 割程度増加している。

このように、大阪・関西万博の開催期間中、大阪府の観光客数は全国平均の伸び率を大きく上回る増加となったことが確認できる（コラム図表 I－3－1）。

コラム図表 I－3－1 大阪・関西万博開催期間中の国内観光客数の変化（前年同月比）



資料：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」に基づき観光庁作成。

注1：調査対象は日本国内居住者の観光目的入込客。

⁹ 公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会ウェブサイトで公表されている 2025 年 12 月 24 日臨時理事会資料より。

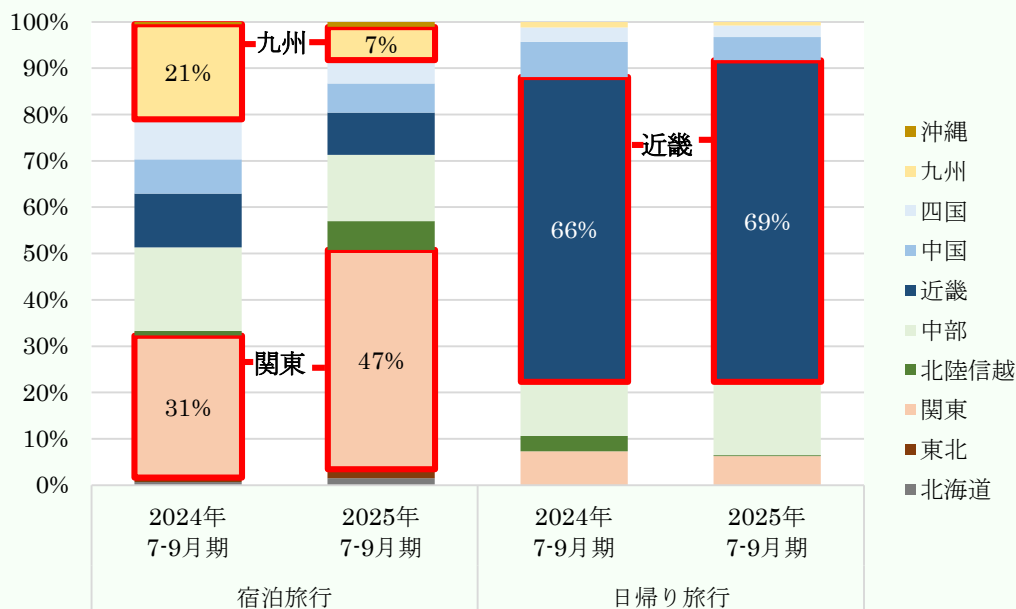
¹⁰ 企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称。

なお、2025 年 7－9 月期の大阪府への日本人延べ旅行者数（日帰り及び宿泊）の居住地別の割合をみると、宿泊旅行については、2024 年 7－9 月期に比べて関東からの割合が 16 ポイント増加する一方、九州からの旅行者は 14 ポイント減少した。日帰り旅行については、おおむね 2024 年 7－9 月期と傾向は変わらず、大半が近畿からとなった（コラム図表 I－3－2）。

携帯電話位置情報データを使った国内来場者の分析においても、大阪府を中心とした近畿からの来場者が最も多く（72.8%）、次に関東¹¹（12.9%）や東海¹²（6.7%）が多かった¹³。

国内旅行者については、近畿を中心としつつも関東など他地域から大阪府への旅行を喚起した可能性がある。

コラム図表 I－3－2 大阪府への居住地別日本人延べ旅行者数の変化



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」個票データにより作成。

¹¹ 関東（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県及び長野県）

¹² 東海（岐阜県、静岡県、愛知県及び三重県）

¹³ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング「2025 年大阪・関西万博の来場者（国内居住・一般来場者）分析」2025 年 11 月 13 日

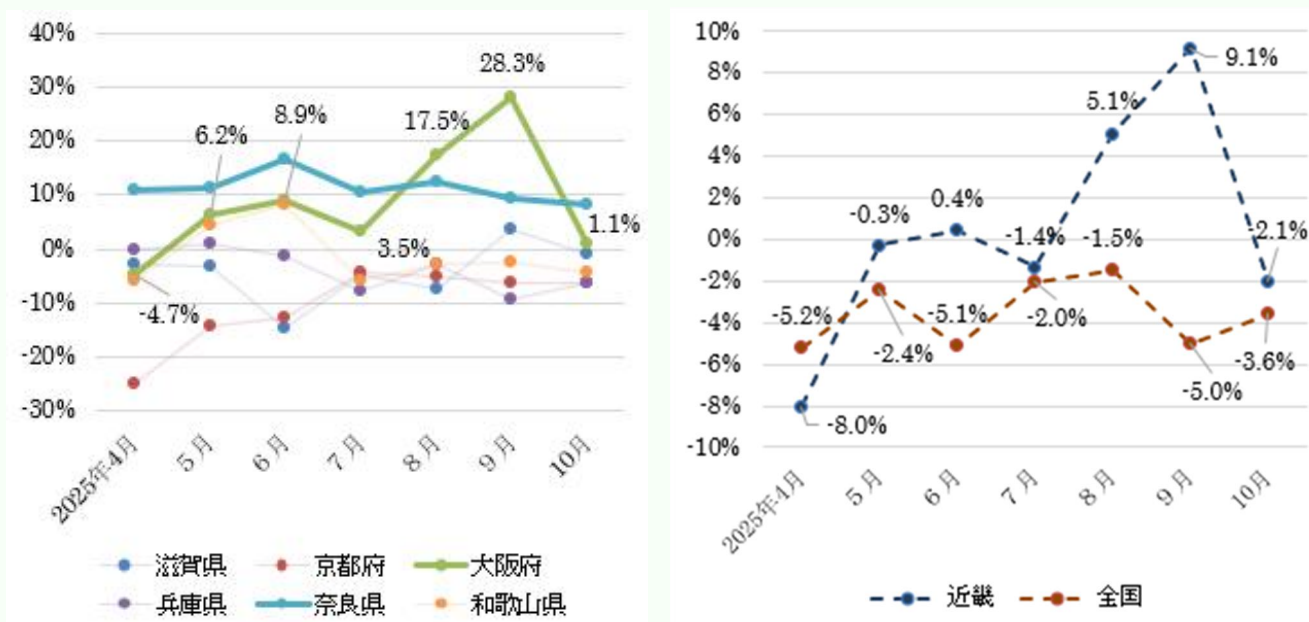
（日本人の延べ宿泊者数の変化）

次に、開催期間中における日本人延べ宿泊者数の変化について把握する。

日本人延べ宿泊者数の推移をみると、大阪府では 2025 年 4 月は前年同月比減となったものの、5 月以降は前年同月を上回って推移しており、特に 8 月（前年同月比 17.5%増）と 9 月（同 28.3%増）は大きく増加している。

近畿でみると、7 月までと 10 月は前年同月と同程度か下回っていたものの、8 月（前年同月比 5.1%増）及び 9 月（同 9.1%増）は前年同月を上回った（コラム図表 I－3－3）。

コラム図表 I－3－3 大阪・関西万博開催期間中の日本人延べ宿泊者数の変化（前年同月比）



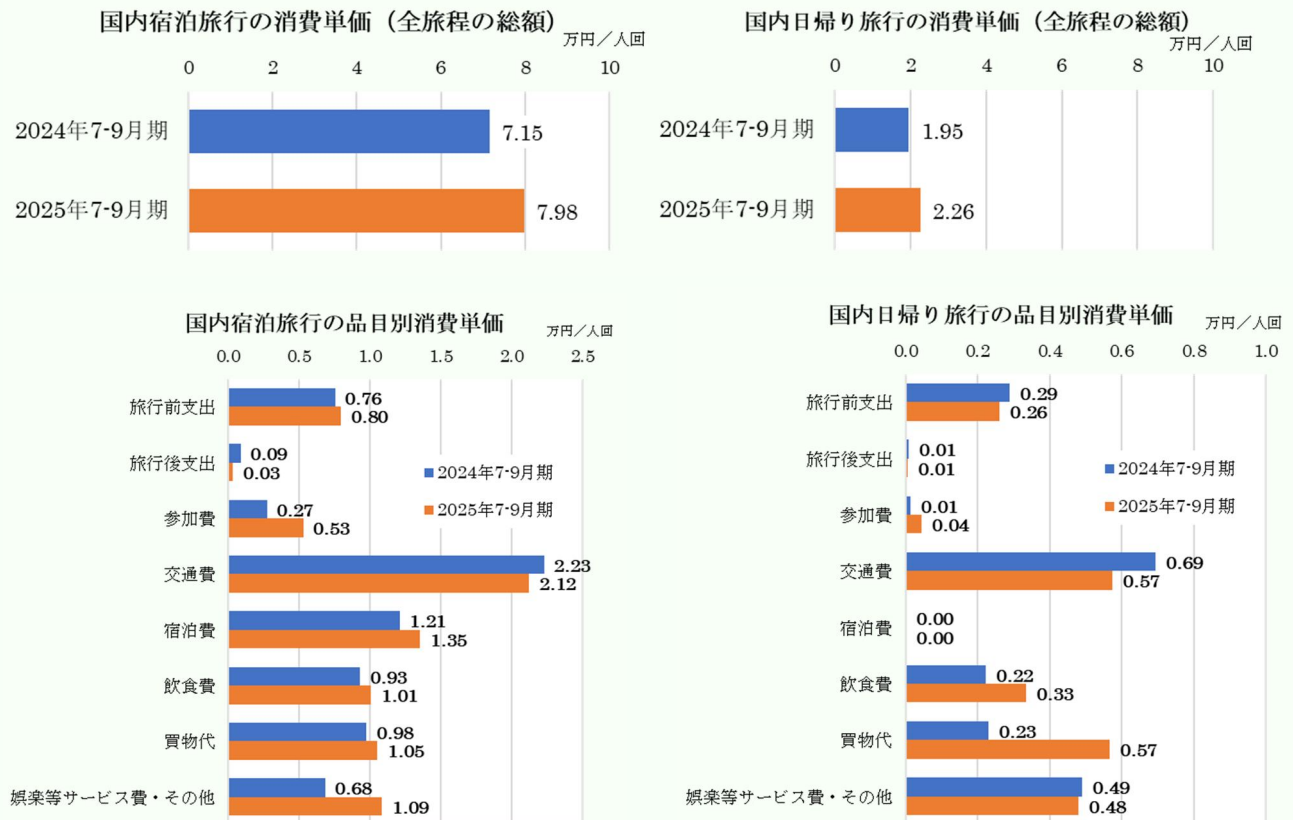
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

（日本人の観光消費額の変化）

次に日本人による大阪府への旅行者の観光消費額の変化についてみると、国内宿泊旅行では 2025 年 7－9 月期において、一人当たり旅行支出（消費単価）が前年同期比で 8 千円増加している。品目別でみると、「娯楽等サービス費・その他」が 4 千円増加しており、消費単価増加の主因となっている。

国内日帰り旅行についても、2025 年 7－9 月期の消費単価は一人 1 回当たり 3 千円増加している。品目別でみると、「買物代」が 3 千円増加した（コラム図表 I－3－4）。

コラム図表 I－3－4 大阪府への旅行者の旅行単価

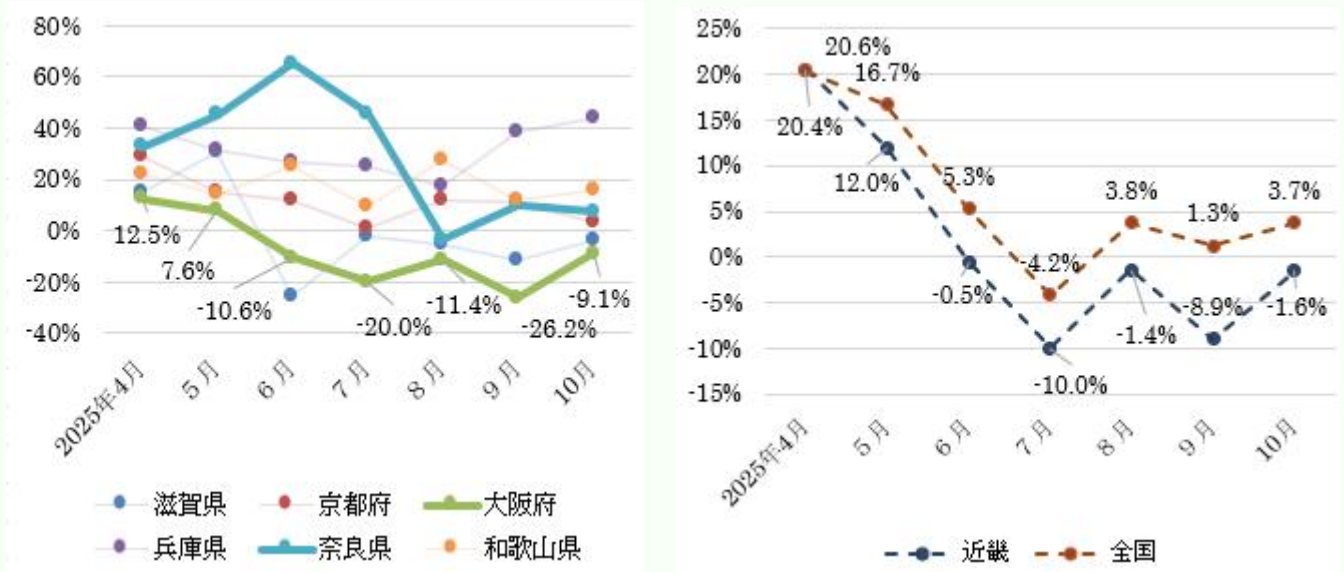


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」個票データにより作成。

（外国人の延べ宿泊者数の変化）

外国人については基本的に宿泊客と考えられることから、まず外国人延べ宿泊者数についてみていく。大阪府と滋賀県については6月以降、前年同月を下回る状況が続いたものの、それ以外の近畿についてはおおむね前年同月を上回った（コラム図表 I-3-5）。

コラム図表 I-3-5 大阪・関西万博開催期間中の外国人延べ宿泊者数の変化（前年同月比）

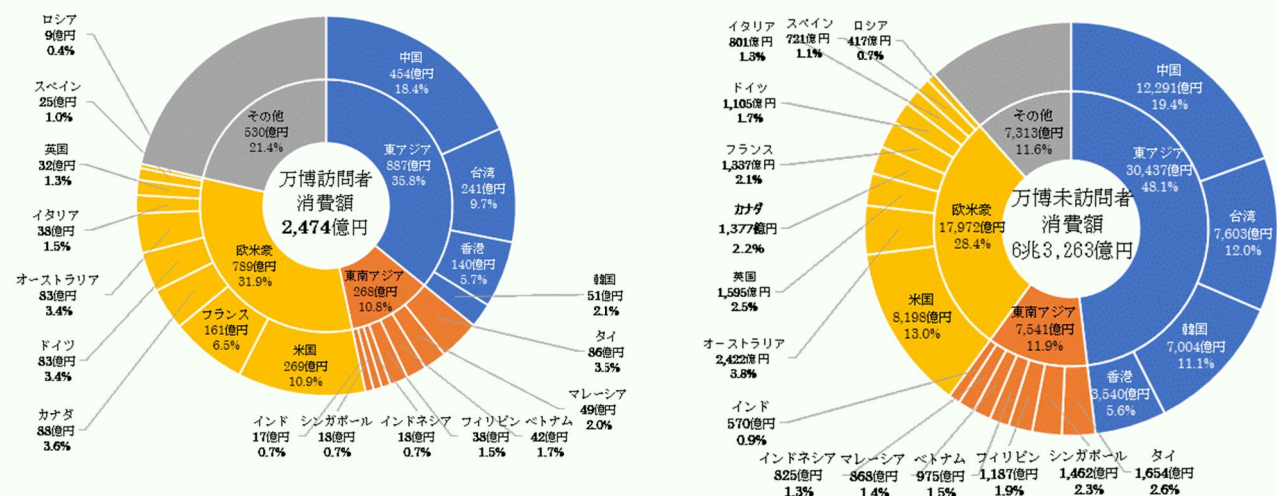


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

（訪日外国人旅行者の観光消費額の変化）

訪日外国人旅行者の消費額については、万博訪問者と未訪問者に分けたデータが入手可能だったため、両者を分けた上で、違いをみていく。万博訪問者による日本滞在中の消費額は総額で2,474億円と推計される。万博訪問者の消費額を国籍・地域別にみると、中国が最も高く、次いで米国、台湾、フランス、香港の順となっている。国籍・地域を東アジア、東南アジア、欧米豪並びにその他のエリア別にみると、万博未訪問者と比べて、欧米豪並びにその他の割合が高くなっており、万博訪問者は未訪問者と比べてエリアが多様だったと考えられる（コラム図表 I-3-6）。

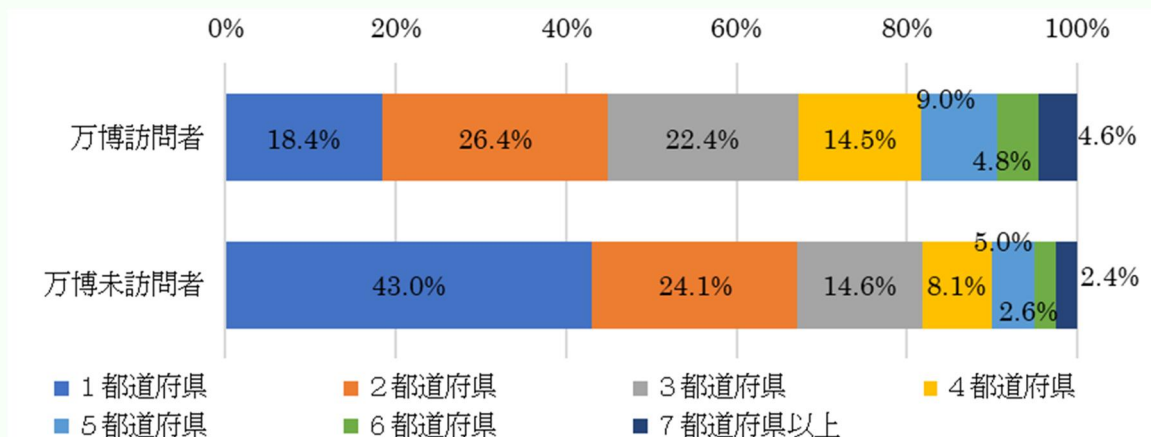
コラム図表 I-3-6 国籍・地域別の訪日外国人消費額と構成比（万博訪問、未訪問別）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」地域調査個票データ（2025年4-12月期）をもとに特別集計により作成。

次に1回の訪日旅行において訪れた都道府県数（訪問都道府県数）をみると、万博未訪問者は複数の都道府県を訪れたのが全体の6割だったのに対し、万博訪問者は8割であり、万博訪問者は未訪問者に比べ多くの都道府県を訪問していることがわかる（コラム図表I－3－7）。

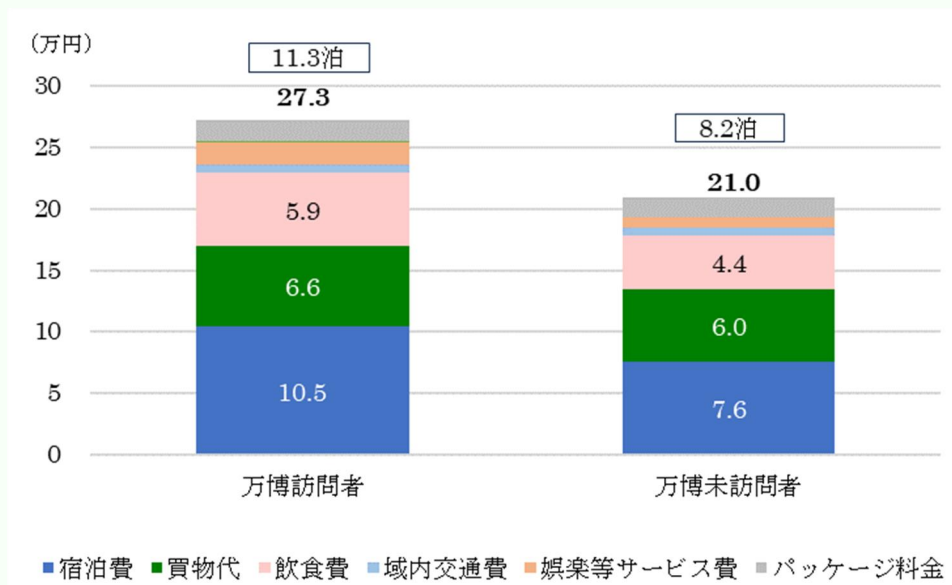
コラム図表I－3－7 訪問都道府県数（万博訪問、未訪問別）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」地域調査個票データ（2025年4－12月期）をもとに特別集計により作成。
注1：訪問都道府県数には、出入国時に訪問した都道府県（空海港所在地）を除いた上で、滞在した都道府県をカウントしている。

また、万博訪問者の平均泊数と一人当たり旅行支出をみると、平均泊数が長いことに伴い、宿泊費、飲食費等の支出が高くなり、一人当たり総額でも万博未訪問者に比べて高くなっている（コラム図表I－3－8）。

コラム図表I－3－8 費目別一人当たり旅行支出・平均泊数（万博訪問、未訪問別）

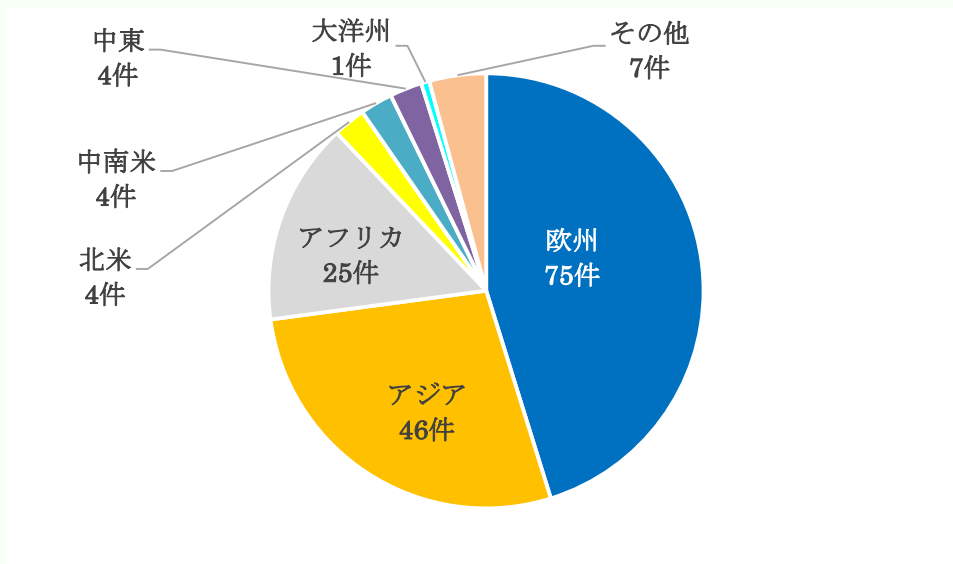


資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」地域調査個票データ（2025年4－12月期）をもとに特別集計により作成。

(MICE への影響)

大阪・関西万博では、参加国・国際機関において万博の機会を活用し、MICE 開催を積極的に行う動きが見られた。万博期間中には、開催国・機関から大阪商工会議所に提供された情報によれば、欧州地域では 28 か国の参加国が 75 件、アジア地域では 15 か国の参加国が 46 件のイベントを開催するなど、77 か国・3 国際機関により、セミナーや商談会等、合計 166 件のビジネスイベントが開催された（コラム図表 I－3－9）。

コラム図表 I－3－9 大阪・関西万博の会期中に開催された国際関連セミナー等



資料：大阪商工会議所「万博国際ビジネスセミナー・商談会アーカイブ」に基づき観光庁作成。

(まとめ)

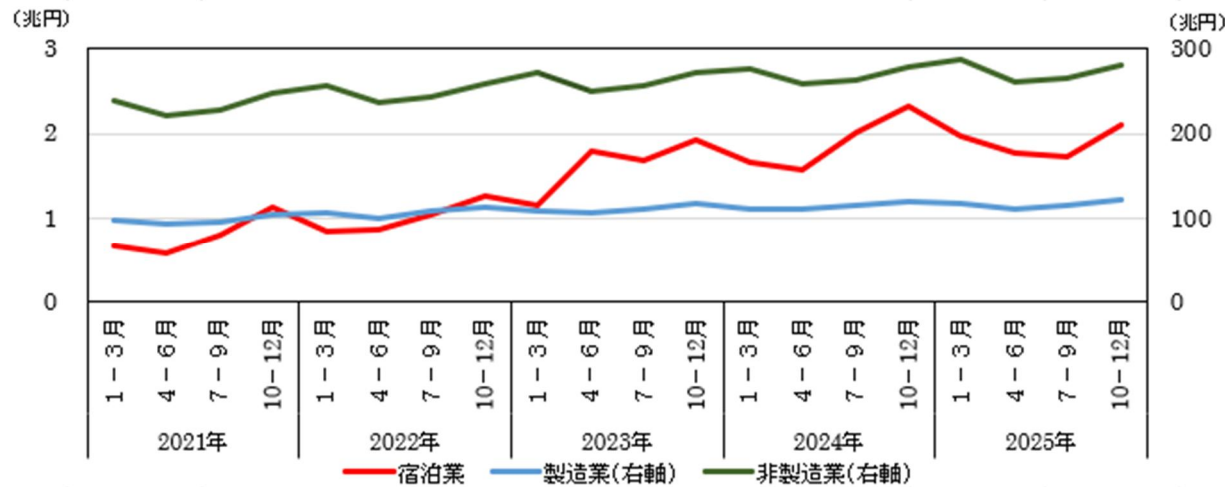
これらのことから、大阪・関西万博開催により、日本人については、関東等ほかの地域からの宿泊旅行を一定程度喚起するとともに、日帰り・宿泊ともに単価の増加にも寄与した可能性がある。外国人については、複数の都道府県への周遊や単価の増加に寄与したとみられる。また、MICE については、万博を契機とした海外ビジネスイベントの開催を通じて、より多くの海外関係者の訪日や新たなビジネスの機会の創出に寄与したとみられる。

第4節 観光関連産業の状況

1 企業の売上高の状況

宿泊業の売上高は緩やかな増加傾向にある（図表 I -25）。

図表 I -25 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。

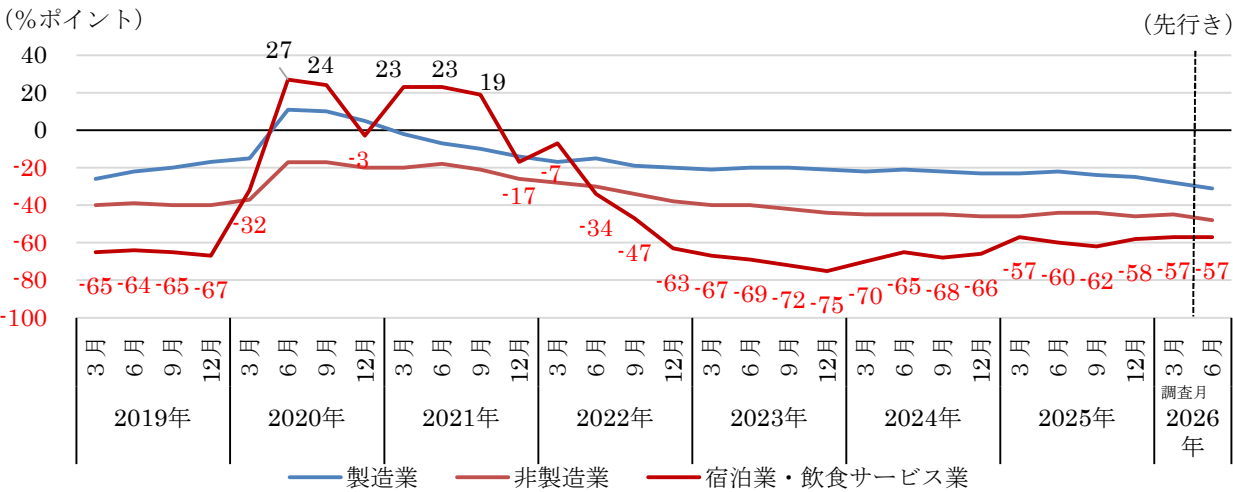
2 雇用の状況

(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。

宿泊業・飲食サービス業についてみると、2022 年後半以降、他業種に比べ人員不足を感じている企業の割合が高い状態が続いている（図表 I -26）。

図表 I -26 企業の雇用人員判断 D. I. の推移

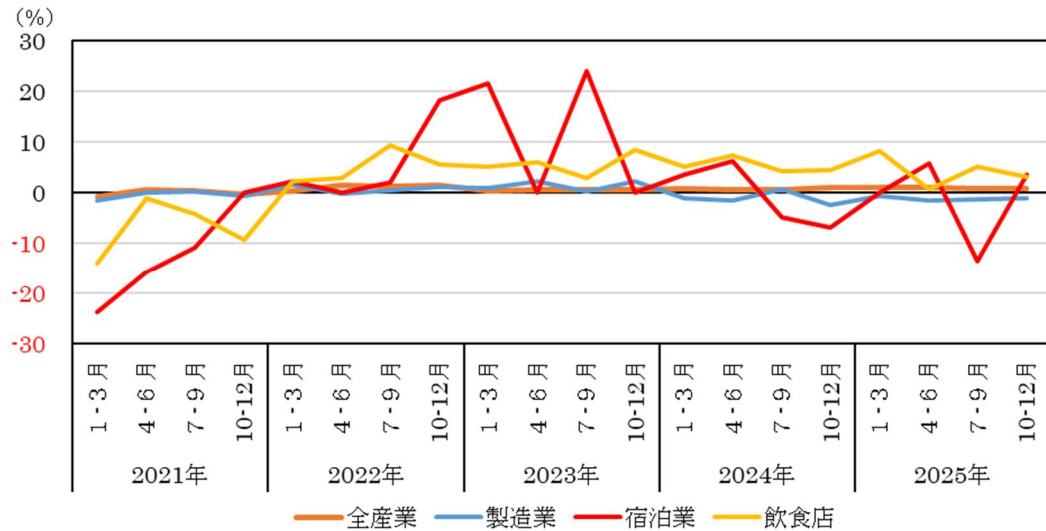


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」に基づき観光庁作成。
注1：本調査は、全国の資本金 2,000 万円以上の民間企業を調査対象としており、グラフは全規模合計（大企業、中堅企業及び中小企業）の数値。
注2：業種区分は、日本標準産業分類をベースに製造業を 17 業種、非製造業を 14 業種に区分。
注3：雇用人員判断 D.I.（「過剰」・「不足」）。全国ベース。2026 年 6 月の先行きは 2026 年 3 月時点の回答。

(2) 雇用者数

産業別の雇用者数の動向をみると、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、2024 年以降は伸び悩んでいる（図表 I－27）。

図表 I－27 雇用者数の推移（前年同期比）

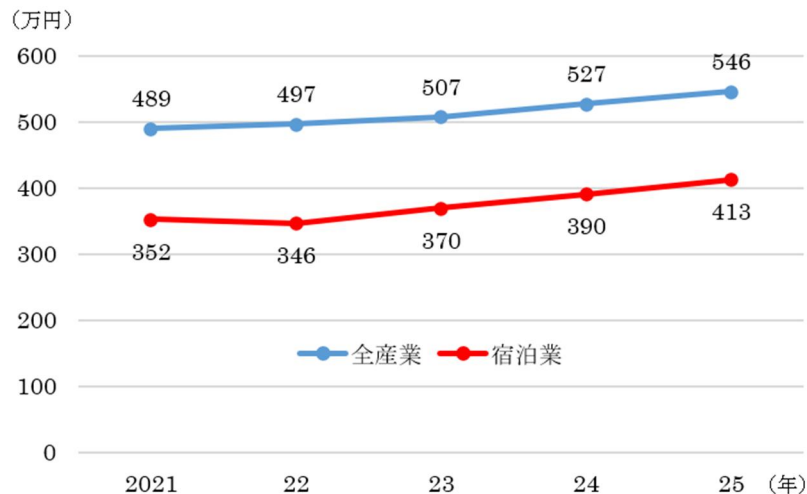


資料：総務省「労働力調査（基本集計）」に基づき観光庁作成。

(3) 賃金

宿泊業の賃金（年間賃金総支給額）をみると、おおむね全産業の 7 割強の水準で推移しているが、2023 年以降、賃金の伸び率は全産業を上回っており、2025 年では全産業の 3.5% 増に対して宿泊業は 5.7% 増と、差は縮小している（図表 I－28）。

図表 I－28 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：企業規模合計（常用労働者 10 人以上及び民営）の数値。

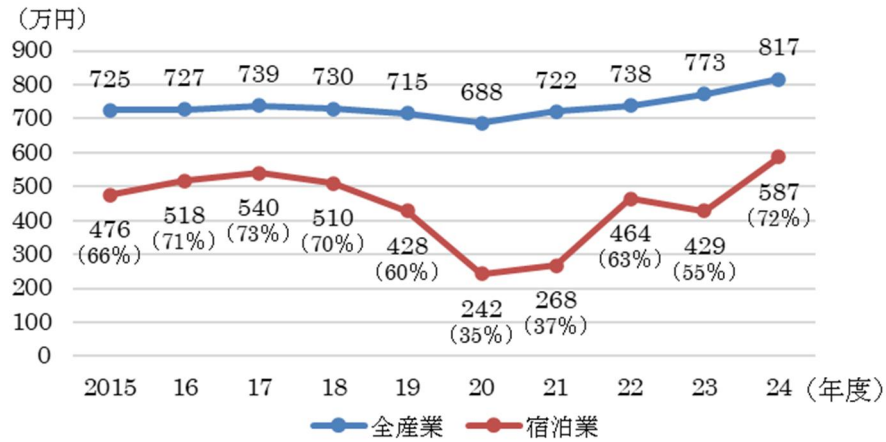
注2：賃金＝一般労働者のきまって支給する現金給与額×12＋年間賞与その他特別給与額から算出。

注3：一般労働者とは、常用労働者のうちパートタイム労働者を除いた者。

(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るが、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－29）。

図表 I－29 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：労働生産性は付加価値額÷期中平均従業員数から算出。全産業は金融業及び保険業を除く値。

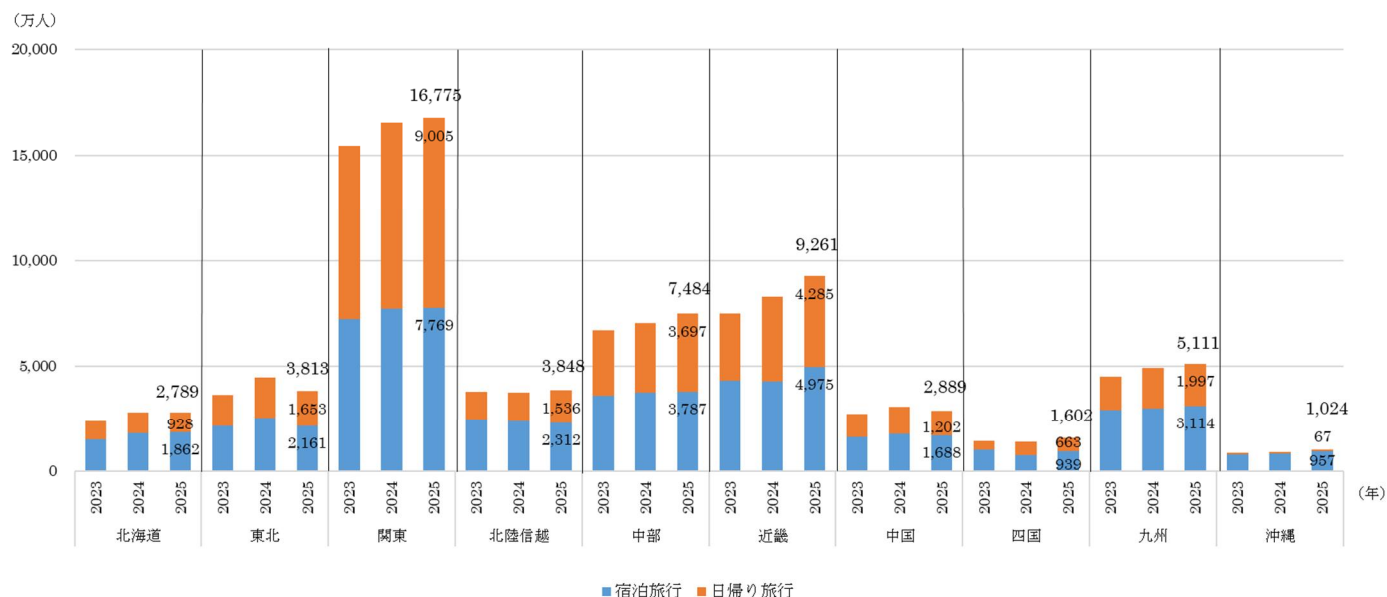
注2：宿泊業のカッコ内は全産業の労働生産性と比較した場合の比率。

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

2025 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 6,775 万人（全体の 30.3%）、近畿が 9,261 万人（同 16.7%）、中部が 7,484 万人（同 13.5%）となり、同 3 地域で全国の延べ旅行者数の 60.6%を占めた（図表 I－30）。

図表 I－30 地方ブロック別延べ旅行者数（日本人）

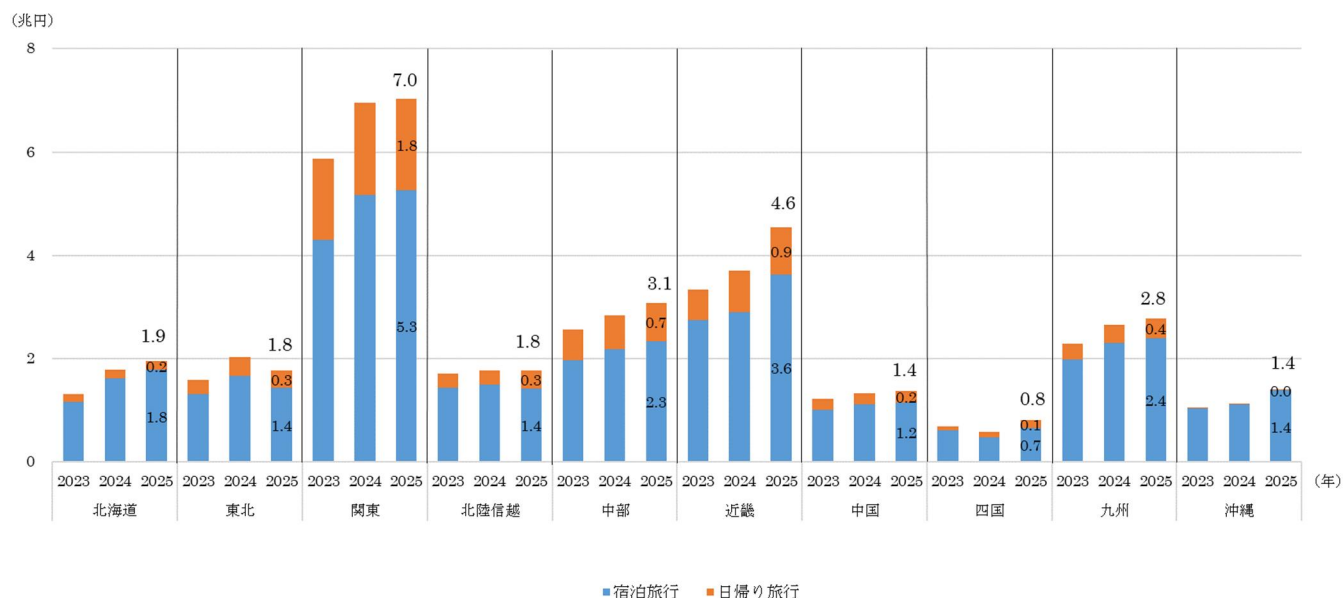


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

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

2025 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 7.0 兆円（全体の 26.2%）、近畿が 4.6 兆円（同 17.0%）、中部が 3.1 兆円（同 11.5%）となり、同 3 地域で全国の旅行消費額の 54.8%を占めた（図表 I－31）。

図表 I－31 地方ブロック別旅行消費額（日本人）



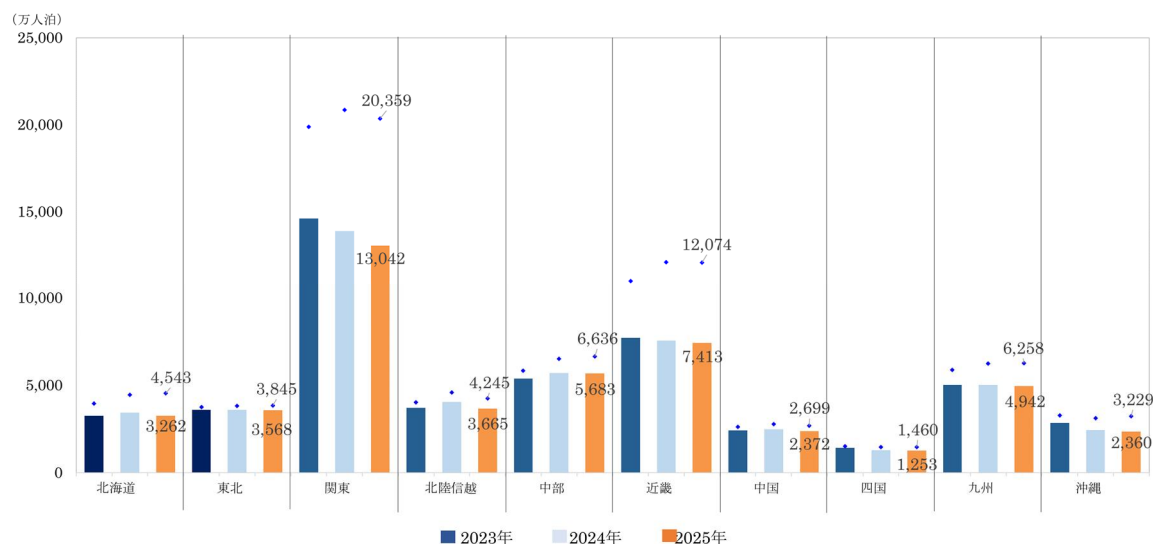
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注 1：主目的地別の旅行消費額。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。

2025 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 359 万人泊（全体の 31.2%）、近畿が 1 億 2,074 万人泊（同 18.5%）、中部が 6,636 万人泊（同 10.2%）となり、同 3 地域で全国の延べ宿泊者数の 59.8%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 3,042 万人泊（全体の 27.4%）、近畿が 7,413 万人泊（同 15.6%）、中部が 5,683 万人泊（同 11.9%）となり、同 3 地域で全国の日本人延べ宿泊者数の 55.0%を占めた（図表 I－32）。

図表 I－32 地方ブロック別延べ宿泊者数（全体及び日本人）



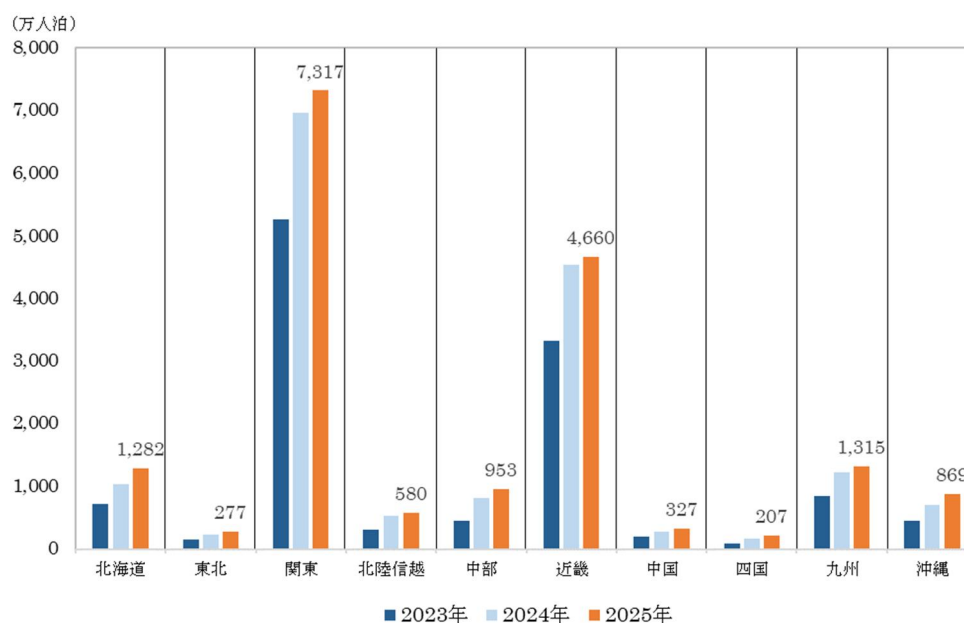
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注 1：2025 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 7,317 万人泊（全体の 41.1%）、近畿が 4,660 万人泊（同 26.2%）、九州が 1,315 万人泊（同 7.4%）、北海道が 1,282 万人泊（同 7.2%）となり、同 4 地域で全国の外国人延べ宿泊者数の 81.9%を占めた（図表 I－33）。

図表 I－33 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 1：2025 年は速報値。

コラム I - 4 「昭和 100 年」の取組

令和 8 年（2026 年）は、昭和元年（1926 年）から起算して満 100 年を迎えることから、これを契機として、昭和を顧み、先人の躍動に学び、昭和の記憶を共有するとともに、平成以降に生まれた世代にとっての新たな発見のきっかけや希望あふれる未来を切り拓く機会等の創出に向けて、幅広い分野にわたり「昭和 100 年」関連施策が推進されている。

施策は、大きく三つの柱から構成されている。

- ①昭和の躍動や体験を発掘し、次世代に伝承していくための施策
- ②昭和を顧み、昭和に学び、未来を切り拓いていくための施策
- ③「昭和 100 年」の機運を盛り上げるための施策

これらは、いずれも昭和という時代を振り返り、その価値を今後につなげていくための取組である。

観光振興の観点では、2025 年から 2026 年にかけて、関連企画の展示、施設公開、文化イベント等、「昭和 100 年」に関連する取組が全国で実施されている。「昭和レトロ」や「昭和ノスタルジア」への関心の高まりは、若年層にとっては新しい発見の機会、高齢層にとっては懐かしい体験の再訪として、世代を超えた観光需要を喚起する可能性がある。

「昭和 100 年」に関連して、大分県豊後高田市の「豊後高田昭和の町」（以下「昭和の町」とする）を紹介する。豊後高田市では、かつて商店街の 4 割が空き店舗となっていたが、中心市街地商店街の 7 割が昭和 30 年代以前の建物であったことを逆手にとり、2001 年 9 月に「昭和の町」としての再生を開始した。

「昭和の町」は、建築再生、歴史再生、商品再生及び商人再生の四つを軸に展開され、各店舗で代々伝わる「一店一宝」の展示や「一店一品」の販売等を通じて、昭和を体験できる商店街として魅力向上を図った。また、2005 年には「豊後高田市観光まちづくり株式会社」が設立され、情報発信や観光案内事業等の推進運営の母体となり、行政・商工会議所・事業者の三位一体の協力体制により、まちづくりが推進された。

その結果、「昭和の町」の観光入込客数は、開始当初の 2001 年には 2 万人であったが、2003 年には 20 万人を突破し、その後、2019 年には 40 万人まで増加した。新型コロナウイルス感染症の流行を経た 2024 年においても 25 万人が訪れ、豊後高田市の一大観光地となった。地域の歴史的資産を生かしたレトロツーリズムによって観光地として再生し、地域経済の活性化に成功した事例である。

数えて昭和 100 年を迎えた 2025 年には、「昭和の町展示館」のリニューアルオープンや、「昭和の町スカイランタンフェスティバル」、「昭和の町ヒーロー祭り」等、様々な記念事業を開催した。2026 年も昭和に関する様々なイベントが開催されている。

豊後高田市における「昭和 100 年」に関する取組



リニューアルオープンした昭和の町展示館



昭和の町スカイランタンフェスティバルの様相

資料：「豊後高田市ウェブサイト」

さらに、そのほかの「昭和 100 年」に関連する取組として、各地で昭和にゆかりのある建築物や産業遺産等の保存・公開が行われている。昭和期の産業遺産は、日本の高度経済成長期の歴史を物語る観光資源として、産業観光やヘリテージツーリズム推進のきっかけになることが期待される。

第3章 「働いてよし」の観光産業の実現に向けて～宿泊業の人材確保と生産性の向上～

第1節 宿泊業の人材及び生産性の現状と課題

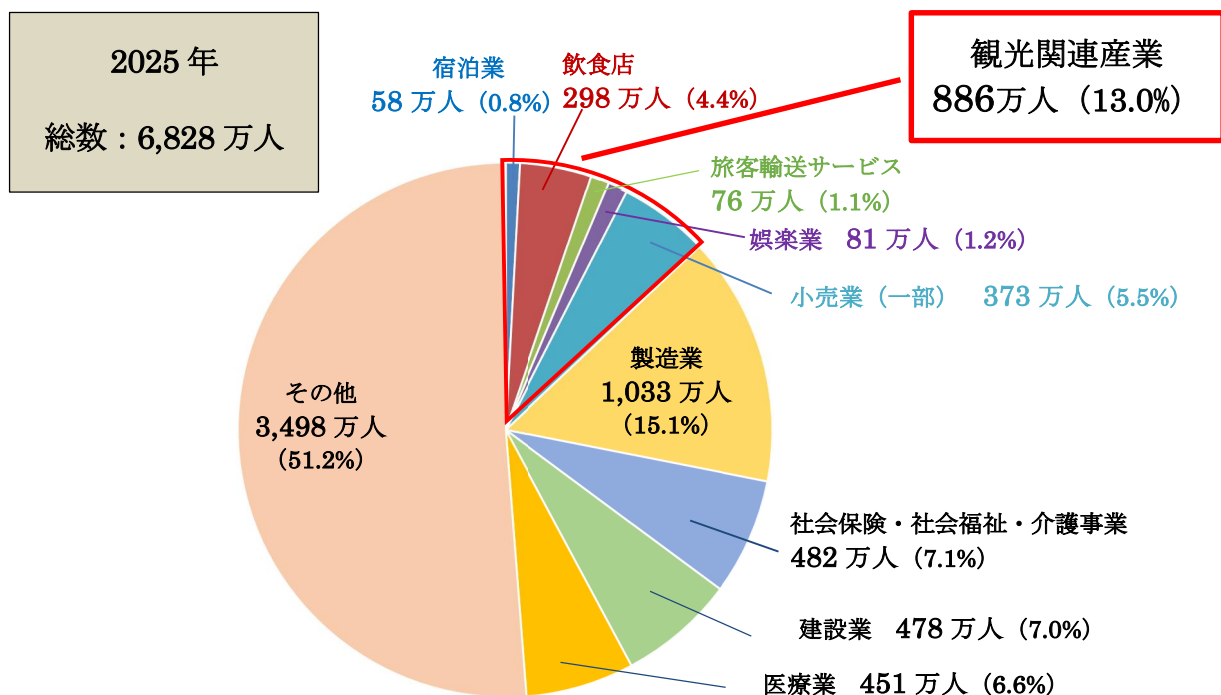
観光は地域の雇用や経済を支えており、日本経済において重要な産業であるにもかかわらず、特に宿泊業は人手不足や生産性向上の課題に直面している。観光を我が国における戦略産業として持続的に発展させていくためには、この課題の解決が急務である。

そこで本節では、主に産業としての観光の位置づけを概観した上で、宿泊業（一部、飲食サービス業も含む）の人材確保や生産性・収益性等に関する現状と課題を、統計データから具体的に把握・整理するとともに、宿泊業の事業者を対象に実施したアンケート調査結果を踏まえ、これらから把握された課題を解決するための対応策を検討する。

1 産業としての観光の位置づけ

産業という観点から見た観光の裾野は広く、例えば観光客が直接費用を支払う財・サービスに限っても、宿泊、飲食、旅客輸送だけでなく、ツアーや観劇といった娯楽関連、お土産の購入といった小売関連と、様々な産業が関わっている。これらの産業を広義の観光関連産業とすると、2025年にこうした産業に従事する就業者数は約900万人となっており、全産業のおおよそ1割を占める（図表I-34）。

図表 I-34 観光関連産業に従事する就業者数（2025年）



資料：総務省「労働力調査（基本集計）」に基づき観光庁作成。

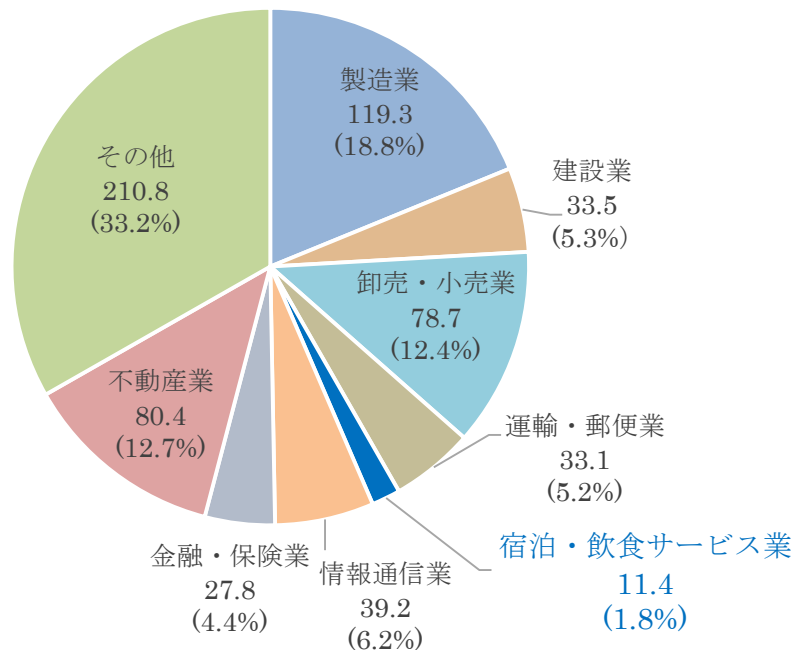
注1：ここでいう観光関連産業は、宿泊業、飲食店、旅客輸送サービス、娯楽業及び小売業（一部）を指す。旅客輸送サービスは、鉄道業、道路旅客運送業、水運業及び航空運輸業の合計。小売業（一部）は各種商品小売業、飲食料品小売業及び織物・衣服・身の回り品小売業の合計。

こうした観光関連産業のうち、特に宿泊業は後述するように人手不足が続くなど課題が生じており、産業としての強靱化が急務となっていることから、本節では主に宿泊業の人材確保やその背景にある収益性・生産性の課題について分析する。

(1) 国内総生産

国内総生産を経済活動別（産業別）にみると、宿泊・飲食サービス業については11.4兆円であり、国内総生産の1.8%を占める（図表I-35）。

図表I-35 経済活動別国内総生産（2024年）



資料：内閣府「国民経済計算」に基づき観光庁作成。
注1：単位は兆円。

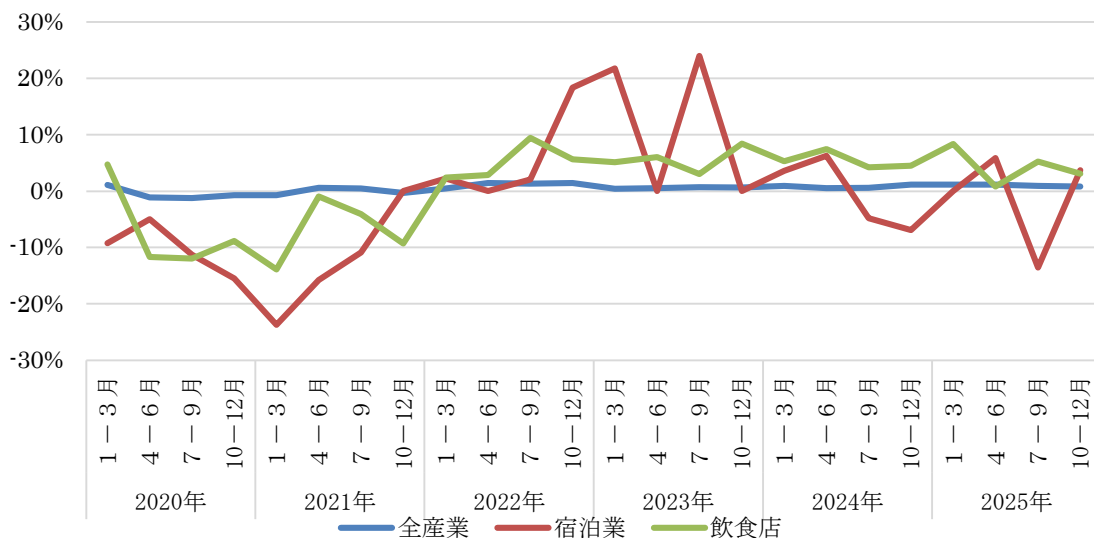
2 宿泊業・飲食サービス業の人材を取り巻く状況

(1) 人手不足の状況

宿泊業・飲食サービス業の供給面における課題のうち、人手不足の現状について把握する。

まず、雇用者数の動向をみる。宿泊業の雇用者数は、2022年から23年にかけては増加傾向にあったが、2024年以降は伸び悩んでいる（図表I-36）。

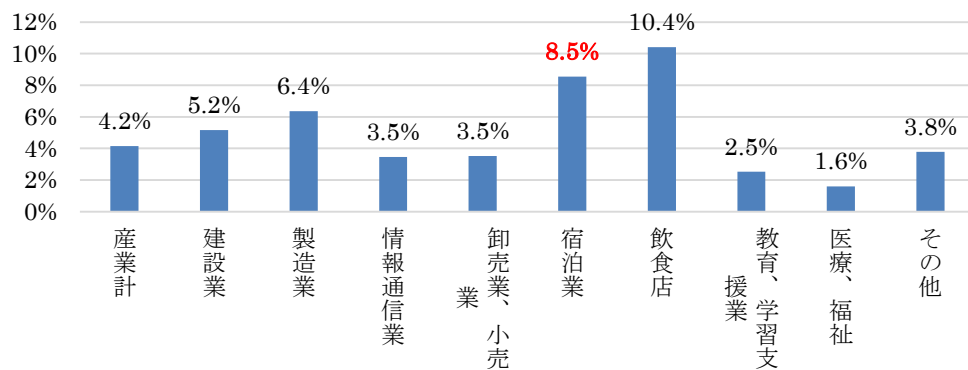
図表I-36 雇用者数の推移（前年同期比）



資料：総務省「労働力調査（基本集計）」に基づき観光庁作成。

産業別の外国人労働者比率をみると、宿泊業は他産業と比べると飲食店に次いで高い（図表 I-37）。

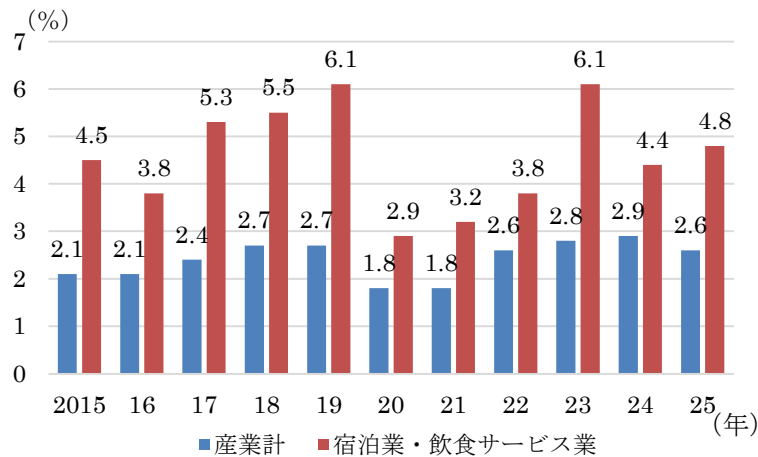
図表 I-37 産業別外国人労働者比率（2025 年）



資料：総務省「労働力調査（基本集計）」（2025 年）及び厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況」（令和 7 年 10 月末時点）に基づき観光庁作成。

次に、欠員率について確認する。欠員率とは、事業所が人を雇いたいと考えているにもかかわらず雇えていない状態がどの程度かを示す指標で、具体的には実際に働いている人の数に対して、募集しても埋まらない求人がどの程度あるかの割合を表している。宿泊業・飲食サービス業の欠員率は、年により増減はあるものの、産業計に比べて高い水準で推移している（図表 I-38）。

図表 I-38 欠員率の推移



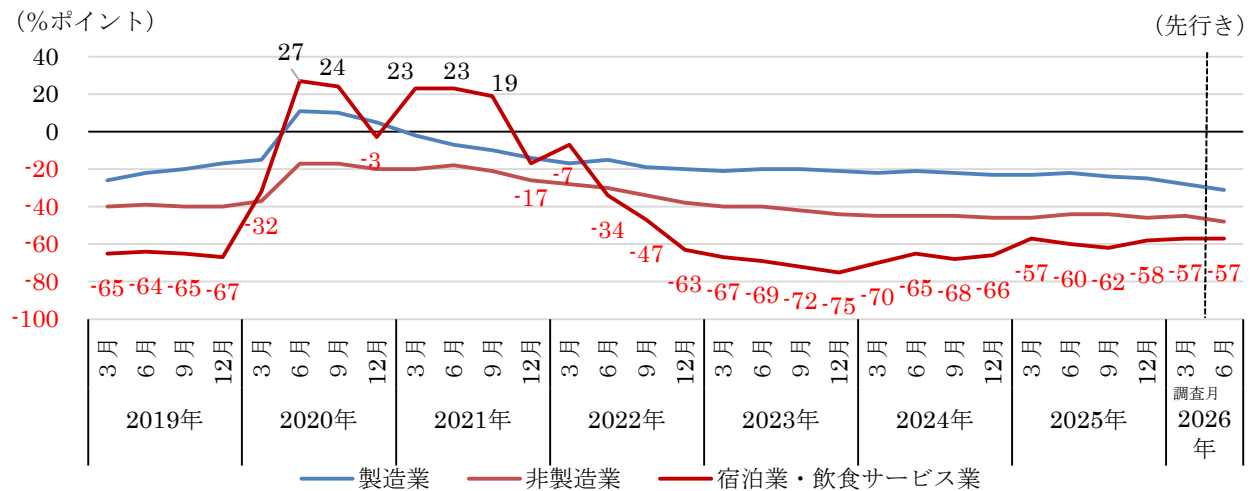
資料：厚生労働省「雇用動向調査」に基づき観光庁作成。

注 1：欠員率とは常用労働者数に対する未充足求人数の割合をいい、未充足求人数÷6 月末日現在の常用労働者数より算出。

注 2：各年 6 月末日現在の値。

また、企業による雇用人員の過不足感を表す指標である雇用人員判断 D.I.について確認する。雇用人員判断 D.I.がプラスの場合は、人手が過剰と考えている企業の割合の方が高く、マイナスの場合は、人手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。宿泊業・飲食サービス業は、新型コロナウイルス感染症流行期は人手が過剰と考えている企業の割合が大きかったが、2021 年 12 月期以降は人手不足に転じ、製造業、非製造業と比較してもその比率が高くなっている（【再掲】図表 I－26）。このように、宿泊業・飲食サービス業は他の産業と比べて人手不足感が強い状況が続いている。

【再掲】図表 I－26 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。

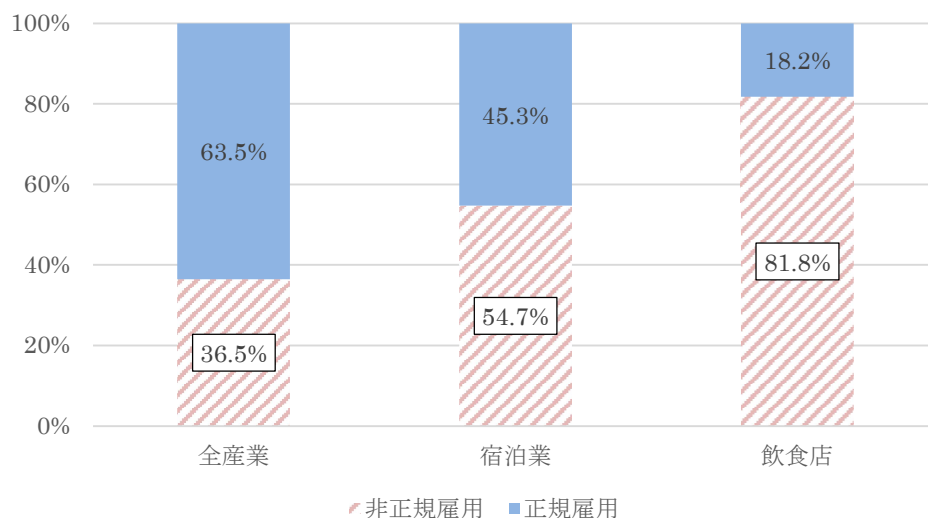
注3：雇用人員判断 D.I.（「過剰」・「不足」）。全国ベース。2026 年 6 月の先行きは 2026 年 3 月時点の回答。

（2）労働環境の状況

宿泊業・飲食サービス業の供給面における課題のうち、労働環境の現状について把握する。

雇用の安定性という観点から正規・非正規雇用の割合をみると、宿泊業及び飲食店ともに全産業に比べて非正規雇用の割合が大きい（図表 I－39）。

図表 I－39 非正規雇用・正規雇用の割合（2025 年）

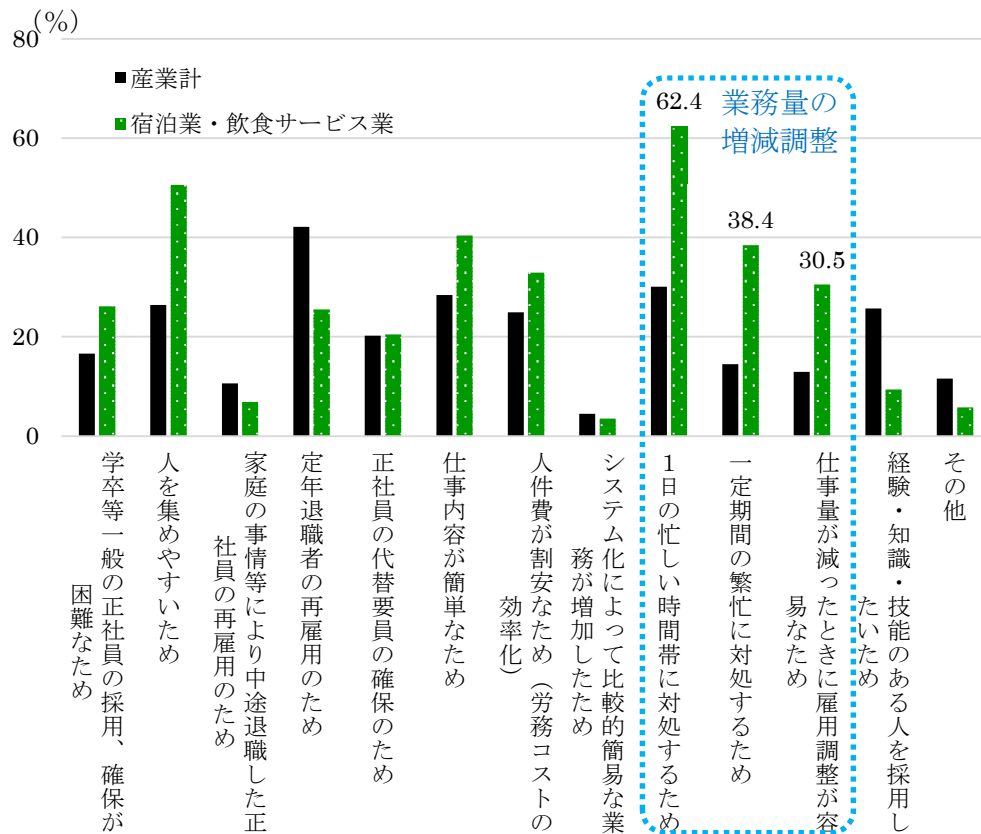


資料：総務省「労働力調査（基本集計）」（2025 年）に基づき観光庁作成。

注1：役員を除く雇用者に占める正規雇用（正規の職員・従業員）及び非正規雇用（非正規の職員・従業員）の割合。

宿泊業・飲食サービス業が非正規雇用労働者を雇用する理由について確認すると、「1日の忙しい時間帯に対処するため（62.4%）」、「一定期間の繁忙に対処するため（38.4%）」、「仕事量が減ったときに雇用調整が容易なため（30.5%）」といった、業務量の増減調整に関する回答が産業計と比較して特に多い。これは、平日と週末、閑散期と繁忙期に必要な人員が大きく変動するという宿泊業・飲食サービス業特有の構造的な課題を反映しており、このような需要変動に対応するため、柔軟に人員を調整できる非正規雇用が多くなっていると考えられる（図表 I-40）。

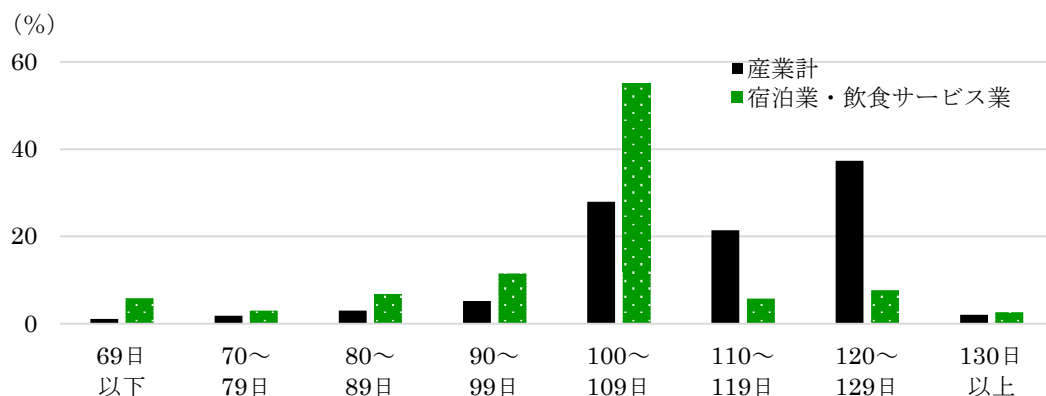
図表 I-40 パートタイム・有期雇用労働者を雇用する理由（複数回答）（2021 年）



資料：厚生労働省「令和3年雇用の構造に関する実態調査（パートタイム・有期雇用労働者総合実態調査）」に基づき観光庁作成。

年間休日日数をみると、宿泊業・飲食サービス業では100～109日の比率が最も高く、120～129日の比率が最も高い産業計に比べて短い傾向にある（図表 I-41）。

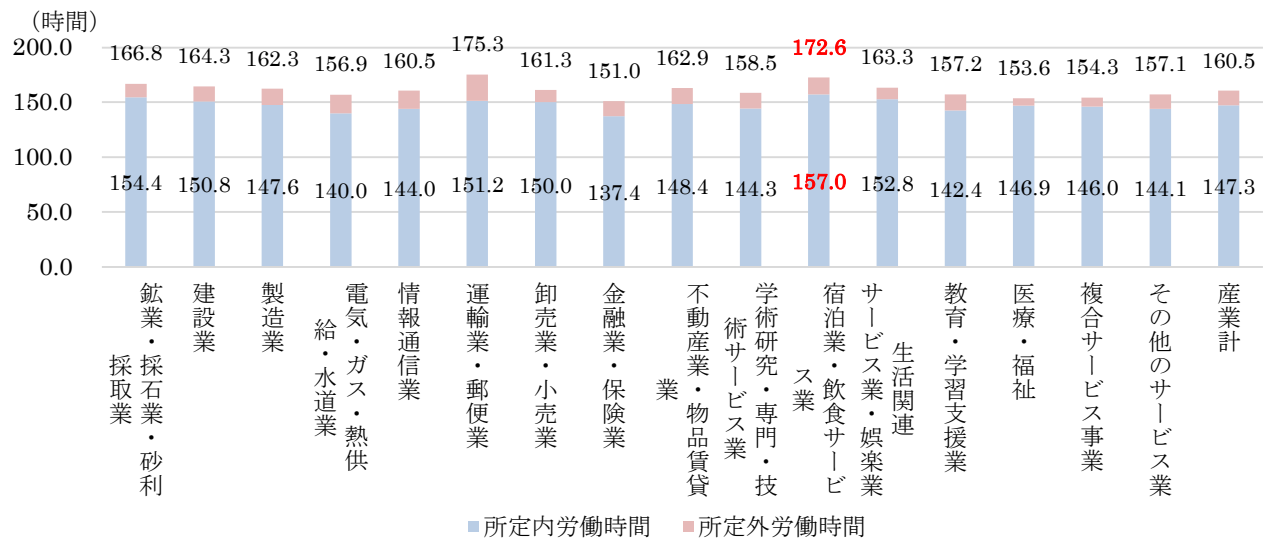
図表 I-41 年間休日日数（2025 年）



資料：厚生労働省「就労条件総合調査」（令和7年）に基づき観光庁作成。

次に、一般労働者（常用労働者のうちパートタイム労働者以外の者）を対象とした産業別の月間実労働時間をみると、宿泊業・飲食サービス業は運輸業・郵便業に次いで実労働時間が長く、所定内労働時間でみれば全調査産業で最も長い（図表 I-42）。

図表 I-42 産業別月間実労働時間（2025 年）



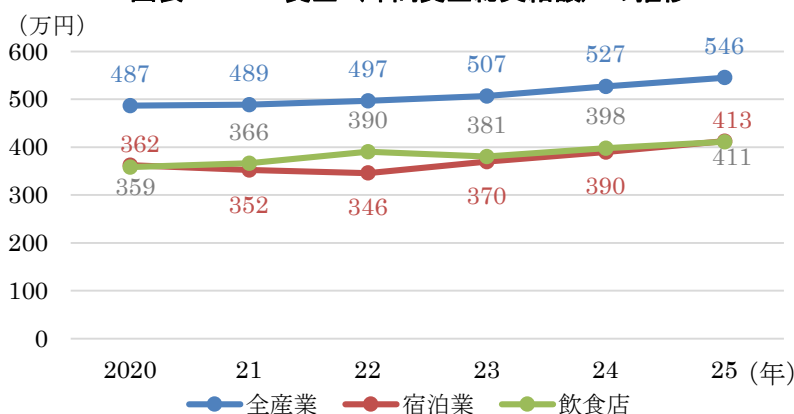
資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査 2025（令和 7）年分結果確報」に基づき観光庁作成。

注 1：一般労働者を対象。一般労働者とは、常用労働者（期間を定めずに雇われている者、又は 1 か月以上の期間を定めて雇われている者）のうち、パートタイム労働者（1 日の所定労働時間が一般の労働者よりも短い者、又は 1 日の所定労働時間が一般の労働者と同じで 1 週の所定労働日数が一般の労働者よりも少ない者）以外の者をいう。

注 2：実労働時間は労働者が実際に労働した時間数。休憩時間は給与支給の有無にかかわらず除かれる。有給休暇取得分も除かれる。

宿泊業及び飲食店の賃金（年間賃金総支給額）をみると、いずれも全産業の 7 割強程度の水準で推移している（図表 I-43）。例えば、2025 年では賃金の全産業平均が 546 万円であるのに対し、宿泊業は 413 万円と 133 万円の差がある。ただし、2025 年の賃金の伸び率は、全産業の 3.5% 増に対して宿泊業は 5.7% 増であり、差は縮小している。

図表 I-43 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。

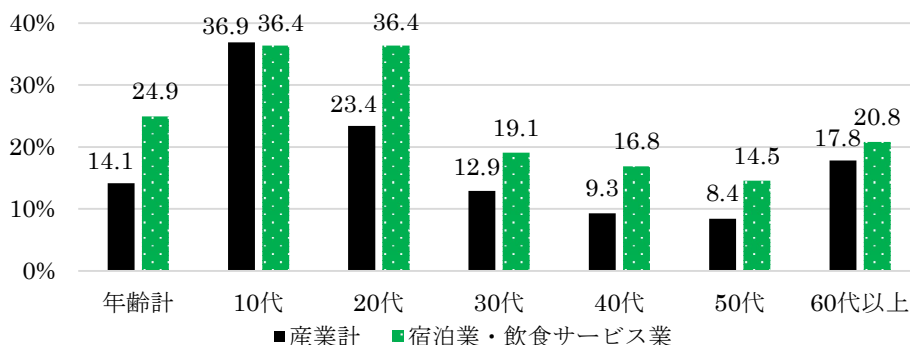
注 1：企業規模合計（常用労働者 10 人以上・民営）の数値。

注 2：賃金＝一般労働者のき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から算出。

注 3：一般労働者とは、常用労働者のうちパートタイム労働者を除いた者。

最後に、離職率について確認すると、宿泊業・飲食サービス業の離職率は10代を除いて産業計に比べて高い(図表I-44)。離職理由についてみると、宿泊業・飲食サービス業は産業計の労働者と比べて、「より良い条件の仕事を探すため」(産業計：27.1%、宿泊業・飲食サービス業：31.6%)という理由の割合が大きく、待遇面での課題は離職率の高さにも影響を与えていると考えられる(図表I-45)。

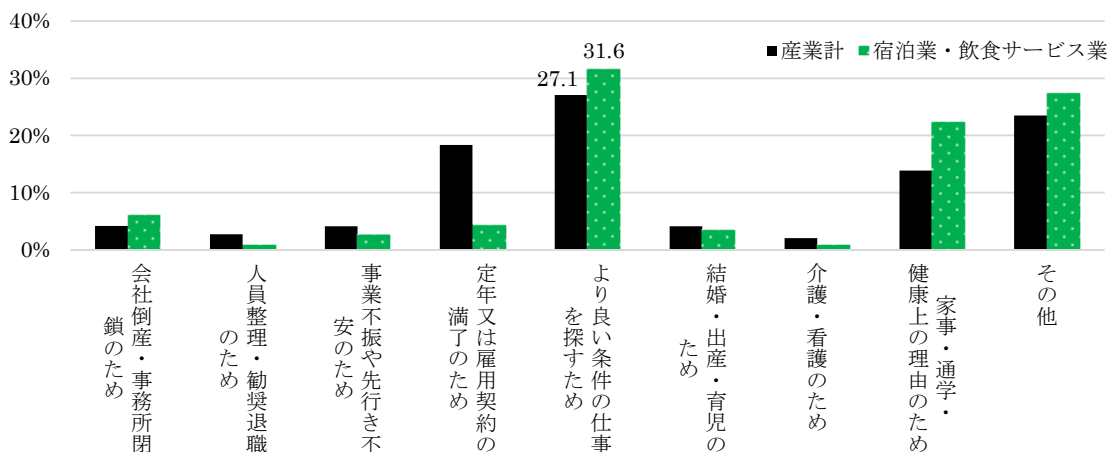
図表I-44 年齢階級別離職率(2024年)



資料：厚生労働省「令和6年雇用動向調査」に基づき観光庁作成。

注1：離職率は常用労働者に対する離職者数の割合であり、年齢階級別離職率は離職者数÷6月末日現在の常用労働者数より算出。

図表I-45 前職の離職理由(2024年)



資料：総務省「労働力調査(詳細集計)」(2024年)に基づき観光庁作成。

注1：集計対象は「前職が非農林業雇用者で過去3年間の離職者」。

これまでの統計データで確認したとおり、宿泊業・飲食サービス業は離職率が高いこともあって人手不足の状況にあるが、その背景には賃金の低さや休日日数の少なさ、長い労働時間といった待遇面での課題があると考えられる。

また、繁閑の差が大きく雇用量の増減調整が必要という業界特性も、非正規雇用の割合の大きさに影響していると考えられる。

3 宿泊業の生産性を取り巻く状況

(1) 宿泊業の生産性の国際比較

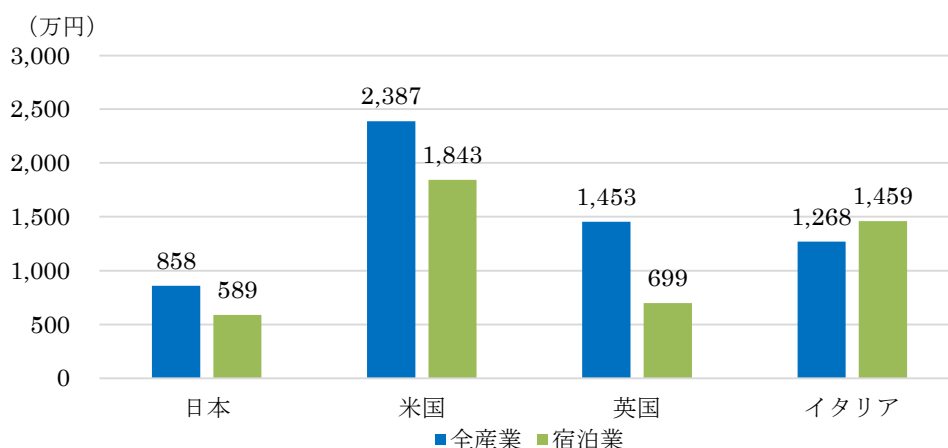
宿泊業の生産性の現状について把握する。ここでいう生産性とは労働生産性のことであり、一人当たりの従業員がどれだけの付加価値を生み出しているかを示す指標である。この数値が高いほど、効率的に高い付加価値を生み出していることを意味する。また、後述するように、生産性は賃金水準に影響すると考えられている。

まず、日本の宿泊業の労働生産性が主要国と比べてどれぐらいの水準にあるかを確認するため、各国の旅行・観光サテライト勘定(TSA: Tourism Satellite Account)で推計されている宿泊業の労働生産性(就業者一人当たり付加価値額)の国際比較を行う。

日本の宿泊業の労働生産性の589万円は米国、英国及びイタリアより低く、特に米国やイタリアとは大きな差がある。さらに、全産業の労働生産性との比率をみると、日本の宿泊業は全産業の69%の水準

で、米国の 77%よりやや低い。イタリアのように、全産業よりも宿泊業の方が労働生産性が高い国もある（図表 I-46）。

図表 I-46 労働生産性（就業者一人当たり付加価値額）の国際比較（2023 年）

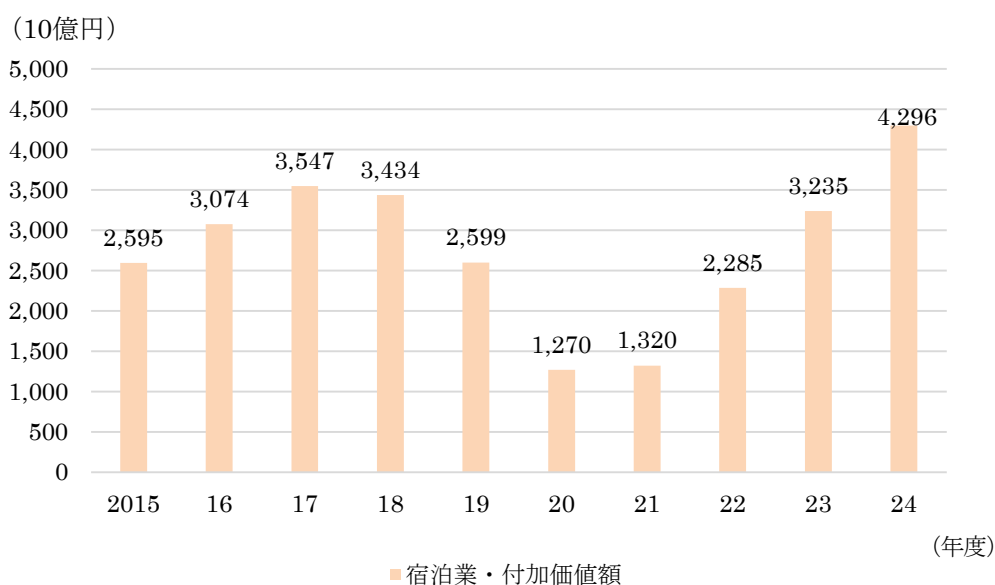


資料：各国 TSA（Tourism Satellite Account）及び SNA（System of National Accounts）公表資料に基づき観光庁作成。
注 1：各国数値は 2023 年の平均為替レートで円換算。

（2）宿泊業の生産性の状況

次に、国内のデータにより宿泊業の労働生産性の現状について詳細に把握する。まず、労働生産性は産業・企業が新たに生み出した価値である付加価値額を従業員数で割ったものとして定義されるため、宿泊業の労働生産性について把握する前に、付加価値額の推移を確認する。新型コロナウイルス感染症流行期に付加価値額は大きく落ち込んだが、収束後は徐々に回復し、2024 年度では 4.3 兆円と、新型コロナウイルス感染症流行前よりも増加している（図表 I-47）。

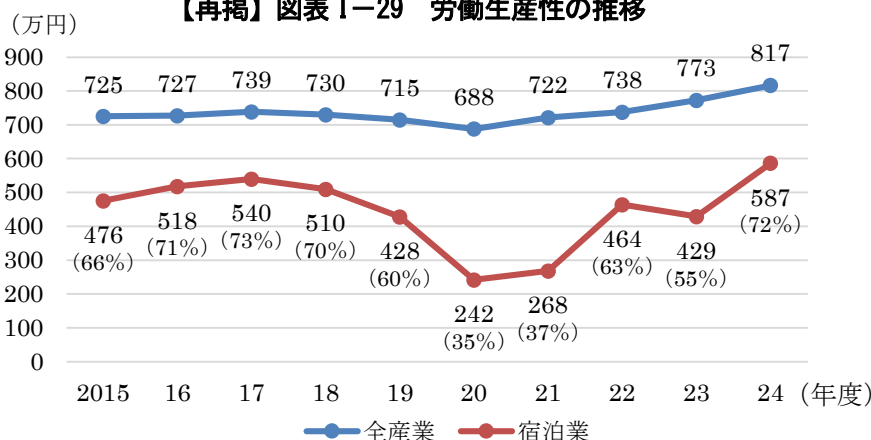
図表 I-47 宿泊業の付加価値額の推移



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の数値。

次に、宿泊業の労働生産性（付加価値額を従業員数で割ったもの）の推移をみる。2019年度以前は全産業の6～7割の水準だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年度及び21年度では大きく落ち込んだ。ただし、以降は回復傾向がみられ、直近の2024年度では全産業の7割強の水準となっている（【再掲】図表I-29）。

【再掲】図表I-29 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。

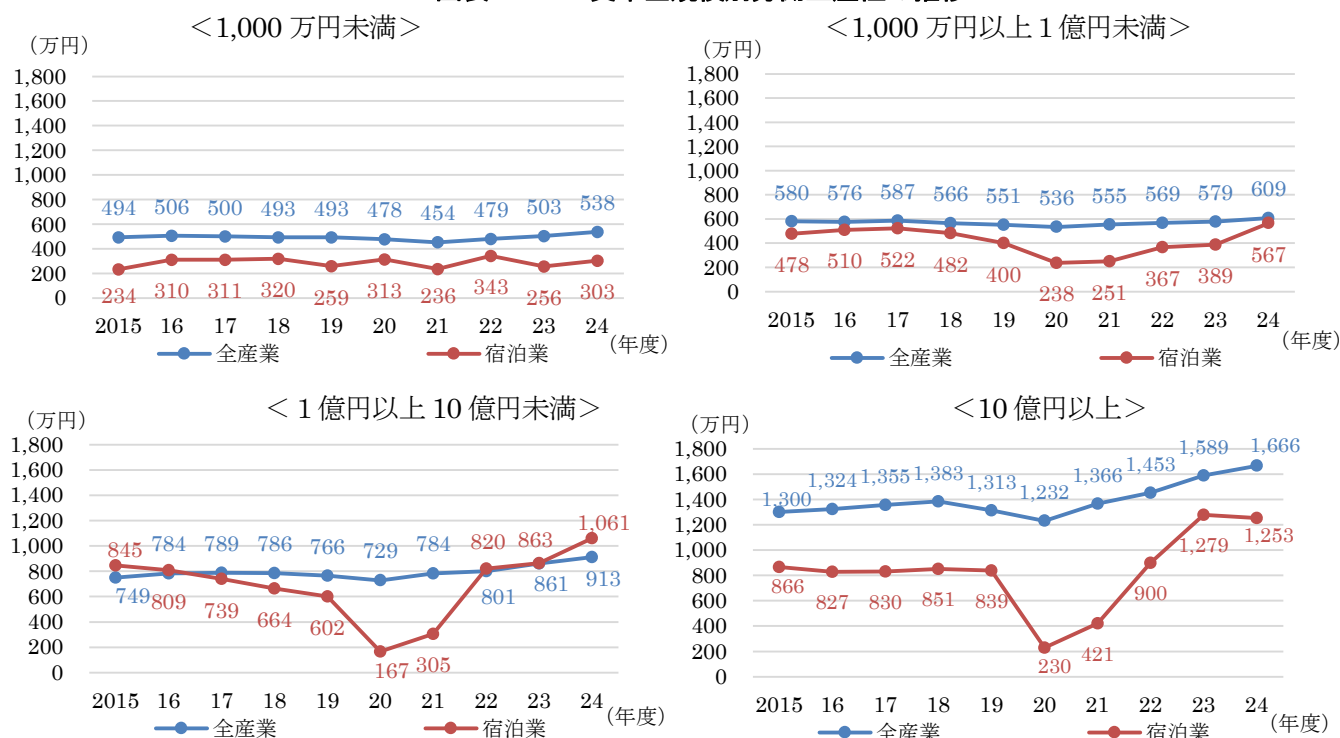
注1：労働生産性は付加価値額÷期中平均従業員数から算出。全産業は金融業、保険業を除く値。

注2：宿泊業のカッコ内は全産業の労働生産性と比較した場合の比率。

宿泊業の労働生産性を詳細に分析するため、資本金規模別の状況を把握する。資本金10億円以上の「大規模事業者」については、全産業では特に規模の大きい企業も含まれており労働生産性に大きく差がついているが、資本金1億円以上10億円未満の「中規模事業者」については、近年では宿泊業の方が全産業よりも労働生産性が高くなっている。一方、資本金1億円未満の「小規模事業者」については、宿泊業は全産業と比較して労働生産性が低く、特に資本金1,000万円未満の事業者での差が大きい（図表I-48）。

また、2024年度では宿泊業の小規模事業者で働いている従業員数は宿泊業全体の81.8%を占めており、全産業の67.1%よりも15ポイント高い（図表I-49）。相対的に労働生産性が低い小規模事業者における従業員が多いことが、宿泊業全体の労働生産性が低いことの要因の一つであると考えられる。

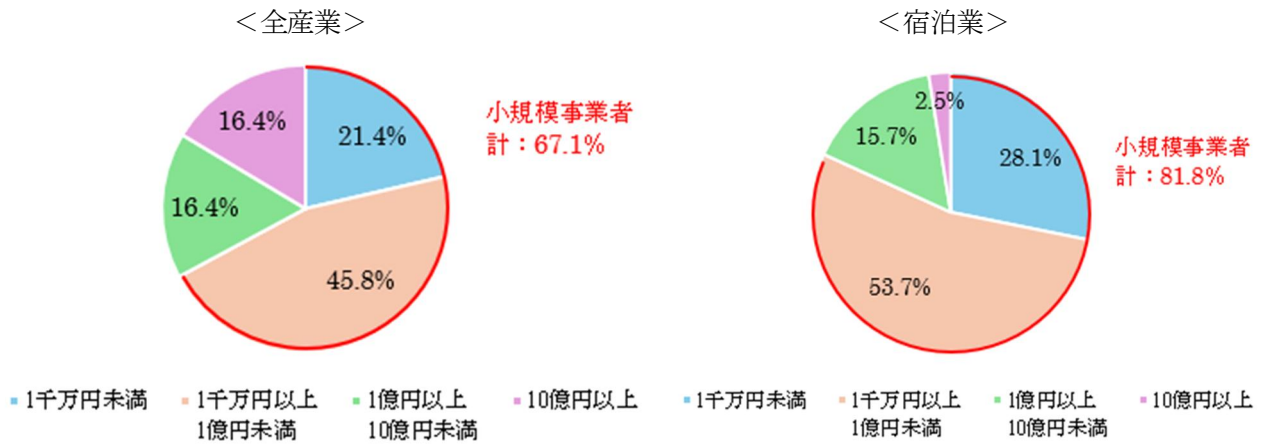
図表I-48 資本金規模別労働生産性の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：労働生産性は付加価値額÷期中平均従業員数から算出。全産業は金融業及び保険業を除く値。

図表 I-49 資本金規模別従業員数比率（2024 年度）

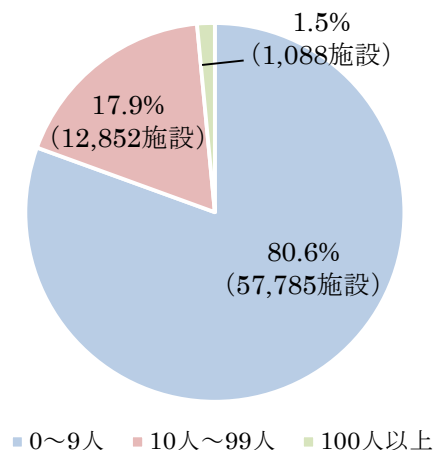


資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：全産業、宿泊業それぞれの全従業員数（期中平均）に占める、各資本金規模の事業者の従業員数の比率から算出。全産業は金融業、保険業を除く値。

さらに、従業員規模別の施設数比率を確認すると、従業員が0～9人の施設が80.6%となっており、施設単位でも小規模な施設が大半を占めることがわかる（図表 I-50）。

図表 I-50 従業員規模別施設数比率（2024 年 12 月時点）

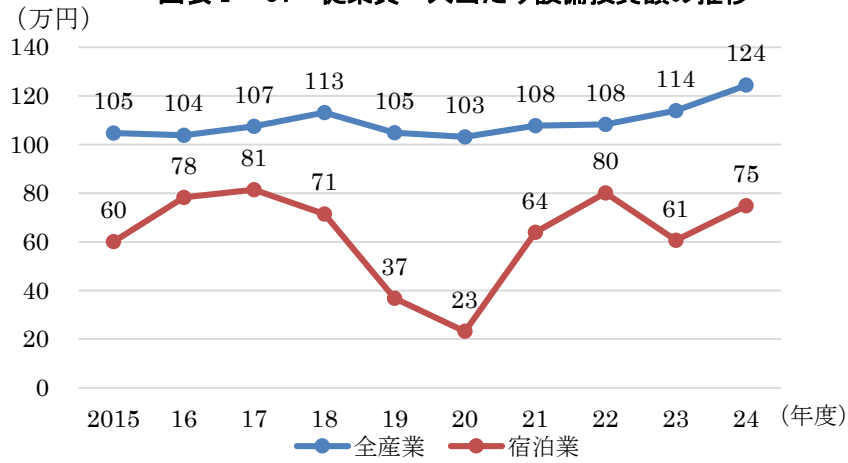


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

労働生産性の上昇には、従業員一人当たりの資本（有形固定資産）の増加が大きな要因となることが知られている¹⁴。有形固定資産とは建物や機械設備等を指し、例えば自動チェックイン機等の設備導入によって業務の自動化をすることで、従業員は節約できた時間で別の業務を行うことが可能となり、労働生産性が上昇すると考えられる。有形固定資産は設備投資によって増加することから、全産業と宿泊業全体の従業員一人当たり設備投資額（施設の新設・改修、機械設備の新たな導入等）の推移を確認すると、2018 年度以前は全産業の 5～8 割の水準だったが、2019 年度から 20 年度にかけては大きく落ち込んだ。ただし、以降は回復傾向がみられ、直近の 2024 年度では全産業の 6 割の水準となっている（図表 I-51）。

¹⁴ 従業員一人当たりの資本の増加が労働生産性の上昇につながる、という考え方については、内閣府「平成 19 年度 年次経済財政報告書」第 2 章第 1 節を参照のこと。

図表 I -51 従業員一人当たり設備投資額の推移

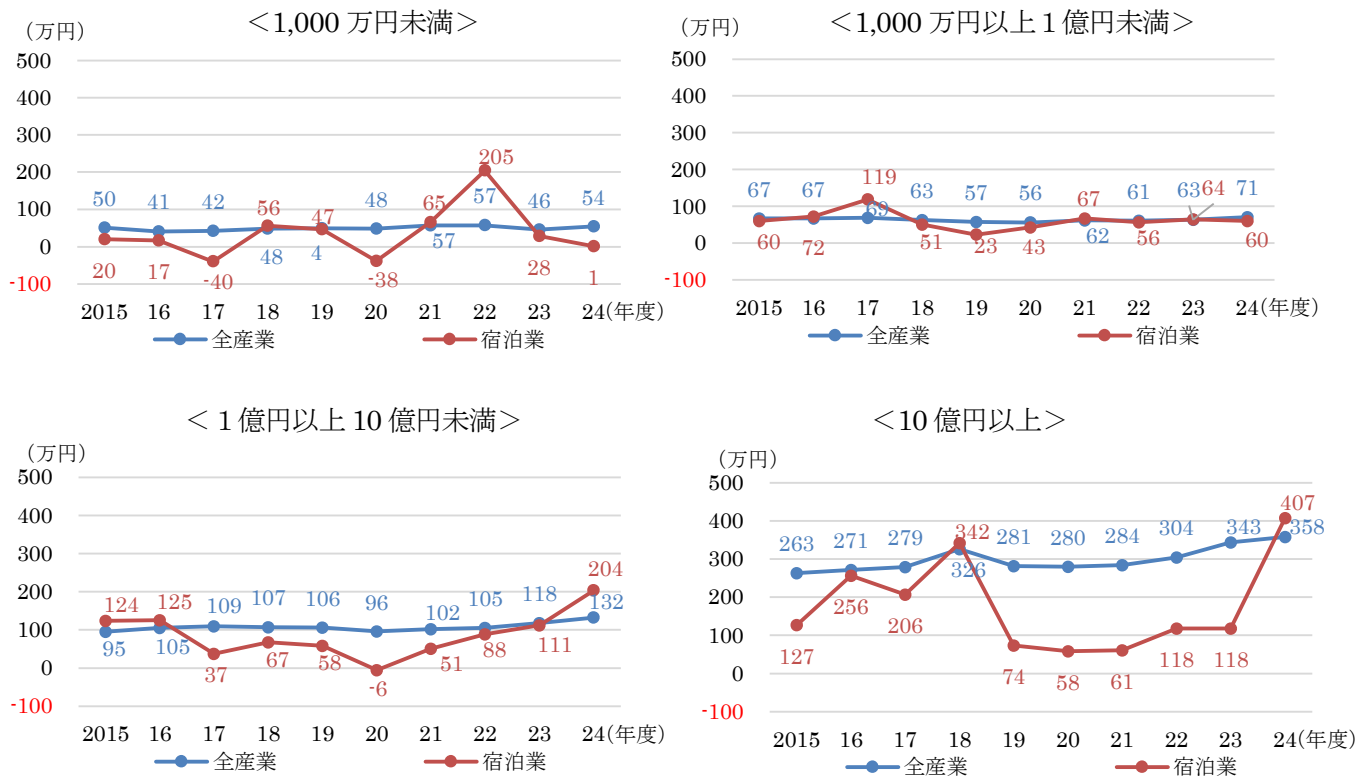


資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：従業員一人当たり設備投資額はソフトウェアを除く設備投資÷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。

従業員一人当たり設備投資についても、資本金規模別で把握する。どの資本金規模においても、宿泊業の従業員一人当たり設備投資は年度によって大きく変化しており、全産業を上回ることも下回ることもある。直近の2024年度では、資本金1億円以上10億円未満の中規模事業者、10億円以上の大規模事業者では全産業に比較して宿泊業の設備投資の水準は高い。一方、資本金1億円未満の小規模事業者の一人当たり設備投資は、全産業と比較して低い水準にあると言える。特に1,000万円未満の事業者では、設備投資がマイナス（有形固定資産の新規取得よりも減耗の方が大きいことを表す。）の年度もあり、設備投資は主に減耗分の更新、あるいは維持・補修のために行われていることが示唆される（図表I-52）。

図表 I -52 資本金規模別従業員一人当たり設備投資額の推移



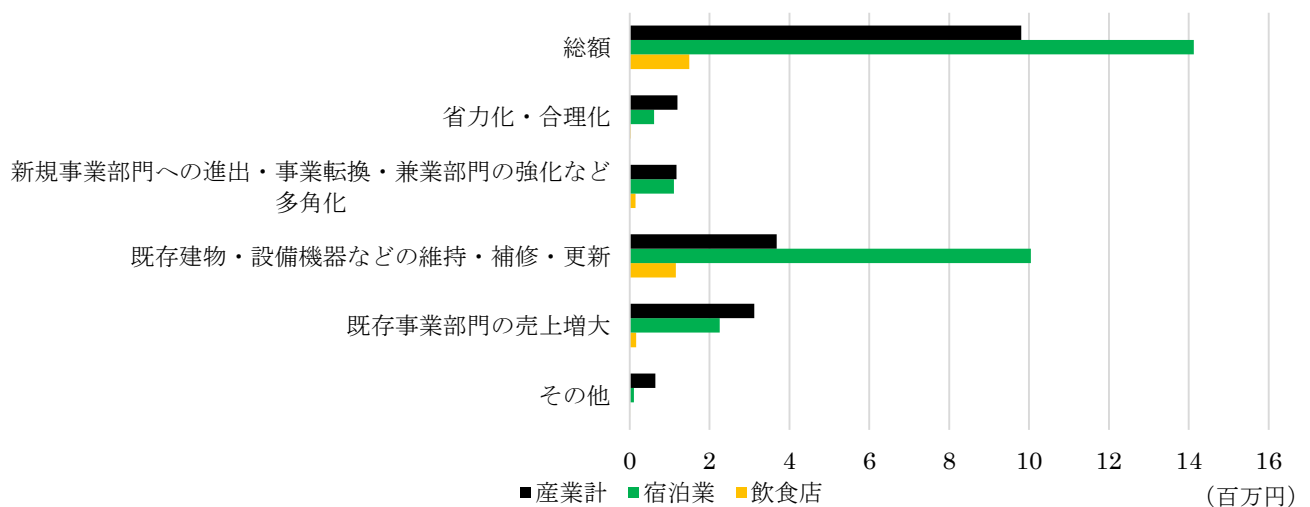
資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：従業員一人当たり設備投資額はソフトウェアを除く設備投資÷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。

注2：設備投資額がマイナスとは、有形固定資産の新規取得よりも減耗の方が大きいことを表す。

中小企業を対象とした投資目的別設備投資に関する調査結果をみると、宿泊業は特に「既存建物・設備機器などの維持・補修・更新」（ホテル・旅館の修繕等）のための投資が多いことがわかる。一方、「省力化・合理化」や「既存事業部門の売上増大」のための投資は全産業と比較して少ない（図表 I－53）。

図表 I－53 中小企業の投資目的別設備投資額（2023 年）



資料：中小企業庁「令和6年中小企業実態基本調査（令和5年度決算実績）」に基づき観光庁作成。

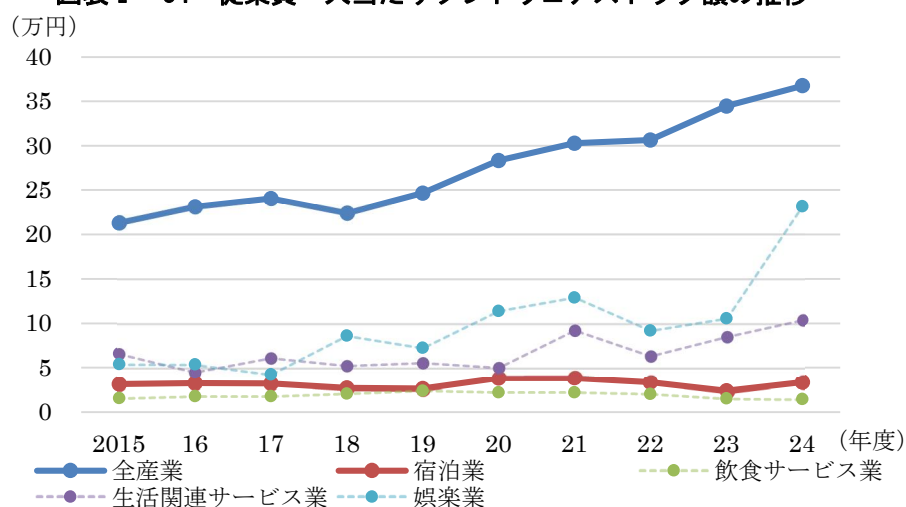
注1：企業規模の範囲について、宿泊業は資本金5,000万円以下又は従業員100人以下、飲食店は資本金5,000万円以下又は従業員50人以下。

また、有形固定資産には含まれないが、業務の効率化や生産性向上につながると考えられる無形固定資産であるソフトウェアの保有状況を確認する。ソフトウェアとは会計用ソフト、人事用ソフト、顧客管理用ソフトといった業務で使用するパッケージソフト等を指し、企業において DX（デジタルトランスフォーメーション）¹⁵ が推進されれば、関連するソフトウェアが導入されることになる。このようなソフトウェア導入による作業時間短縮やミスの軽減等によって業務が効率化し、従業員の労働生産性が上昇する可能性がある。

¹⁵ 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。

従業員一人当たりのソフトウェアストック額（ソフトウェア装備率）は、宿泊業は全産業と比較するとかなり低い状況にあり、サービス業の他業種と比較すると、飲食サービス業よりはやや高いが、生活関連サービス業及び娯楽業よりも低い。また、生活関連サービス業及び娯楽業の10年間のソフトウェア装備率は上昇傾向にあるが、宿泊業ではほぼ横ばいで推移しており、従業員一人当たりのソフトウェアストックの増加が進んでいないことがわかる（図表 I－54）。

図表 I－54 従業員一人当たりソフトウェアストック額の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

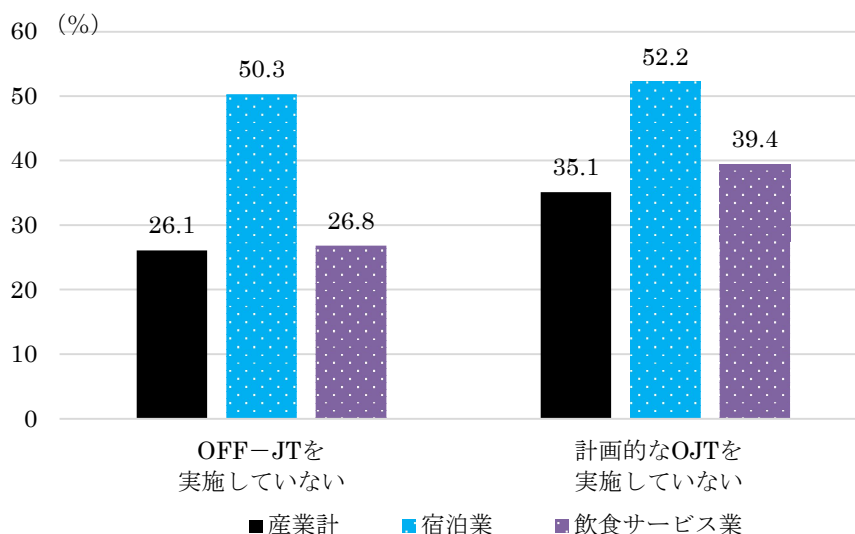
注1：従業員一人当たりソフトウェアストック額はソフトウェア（当期末固定資産）÷期中平均従業員数から算出。全産業は金融業及び保険業を除く値。

注2：「ソフトウェア」には、会計用ソフト、人事用ソフト、顧客管理用ソフト等の業務で使用するパッケージソフトや特定の目的のために制作された自社開発ソフト等が含まれる。

注3：生活関連サービス業には、洗濯業、理容業、美容業、旅行業、家事サービス業等が含まれる。娯楽業には、映画館、興行場、スポーツ施設提供業、遊園地等が含まれる。

また、労働生産性を向上させるには、従業員の知識・スキルを高めるための教育・研修の実施が大きな役割を果たすが、厚生労働省「能力開発基本調査」によると宿泊業の研修不実施率は高く、スキルアップへの支援の在り方に課題があると考えられる（図表 I－55）。さらに、宿泊業・飲食サービス業の就業者の在職期間は3年未満が最も多くなっており、計画的なOJTの実施率の低さとも相まって、知識・スキルの蓄積が進みにくい環境になっていると考えられる（図表 I－56）。

図表 I－55 産業別研修の不実施状況（2024年）

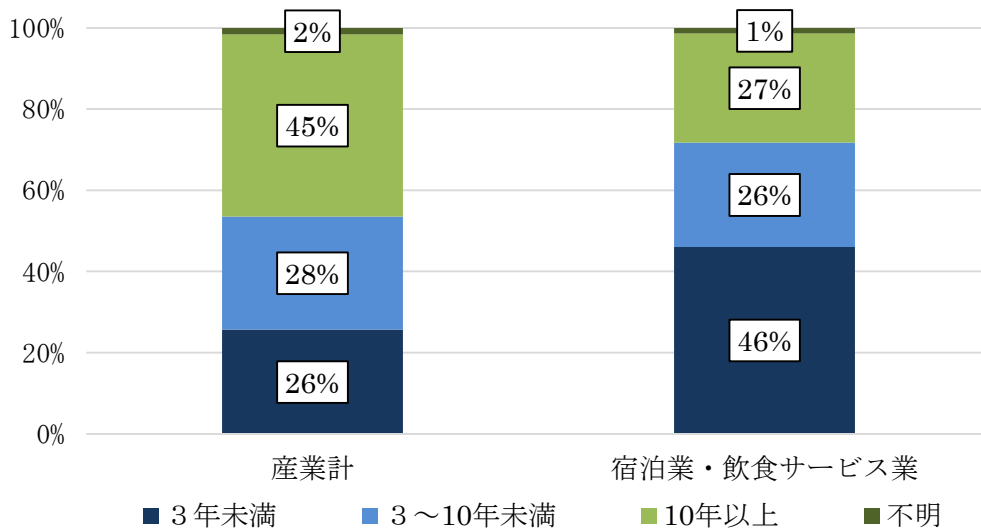


資料：厚生労働省「能力開発基本調査」（令和6年度）に基づき観光庁作成。

注1：OFF-JTとは、業務命令に基づき、通常の仕事を一時的に離れて行う教育訓練（研修）。

注2：計画的なOJTとは、日常の業務に就きながら行われる教育訓練（OJT）のうち、教育訓練に関する計画書を作成するなどして教育担当者、対象者、期間、内容などを具体的に定めて、段階的・継続的に実施する教育訓練。

図表 I－56 在職期間別就業者割合（2025 年）



資料：総務省「労働力調査（詳細集計）」（2025 年）に基づき観光庁作成。

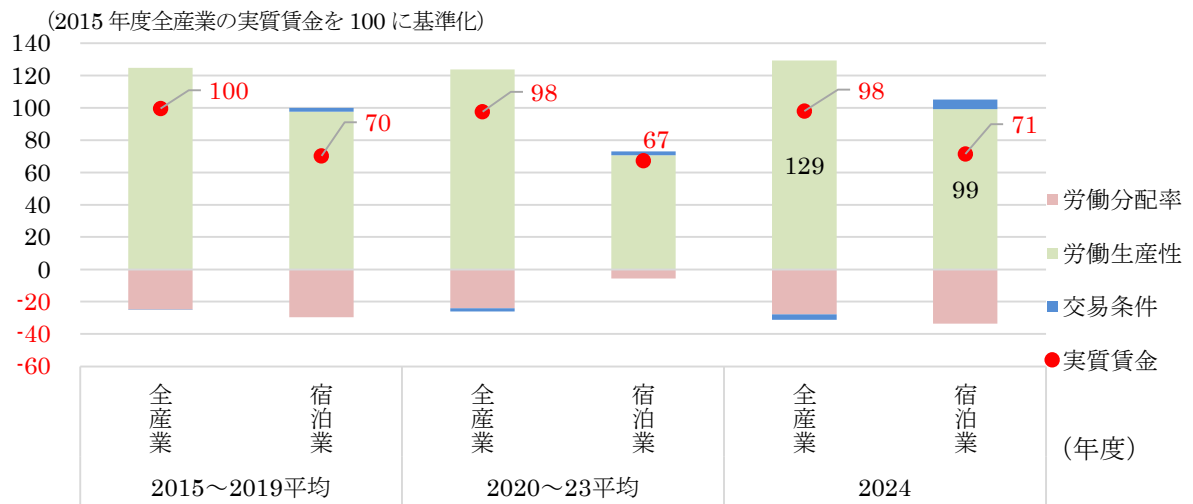
最後に、労働生産性が賃金に及ぼす影響について確認する。賃金から物価上昇の影響を取り除いた実質賃金の水準には労働生産性が影響していると考えられていることから、宿泊業の生産性と待遇（賃金）の関連を明らかにするため、実質賃金の要因分解を行う。まず、実質賃金（人件費÷家計最終消費支出デフレータ÷従業員数）を、①労働分配率（人件費÷付加価値）、②労働生産性（付加価値÷付加価値デフレータ÷従業員数）、③交易条件¹⁶（付加価値デフレータ÷家計最終消費支出デフレータ）に分解すると、実質賃金＝①労働分配率×②労働生産性×③交易条件の乗算式となる。この式の対数をとって、実質賃金＝①労働分配率＋②労働生産性＋③交易条件の加算式にした上でグラフ化したのが図表 I－57 である。そのうち、労働分配率は通常 100%未満となるため、対数値にすると、労働分配率が低くなるほどマイナス幅が大きくなり、実質賃金を下押しする関係となる。

2015 年度の全産業の実質賃金を 100 に基準化すると、2024 年度の宿泊業の実質賃金は 71 で、同年度の全産業平均の実質賃金 98 と比較して 7 割の水準である。

そこで労働生産性を比較すると、宿泊業の労働生産性は 99 で、全産業平均 129 の 8 割弱となっている。また、労働分配率は全産業が 64%なのに対し、宿泊業は 59%（いずれも 2024 年度）と低くなっている。要因分解の結果から、こうした労働生産性と労働分配率の差が宿泊業と全産業の実質賃金の差の背景にあると考えられる。ただし、宿泊業の労働分配率が相対的に低い背景には、基本的に装置産業であり建物・設備等の固定資産の維持・修繕に多くの費用がかかることなどの構造的要因があると考えられる（図表 I－57）。

¹⁶ 付加価値デフレータは輸出物価指数の代理変数、家計最終消費支出デフレータは輸入物価指数の代理変数として使用。

図表 I－57 実質賃金の要因分解の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」及び内閣府「国民経済計算」に基づき観光庁作成。

注1：実質賃金は、 $\text{実質賃金} = \text{労働分配率} \times \text{労働生産性} \times \text{交易条件}$ （輸出物価指数と輸入物価指数の比率）に要因分解されるが、上図では実質賃金の対数値＝（労働分配率＋労働生産性＋交易条件）の対数値に変換して表示。このため、労働分配率が100%未満の場合、その対数値はマイナスの値となり、労働分配率が低いほどマイナス幅が大きくなる。

注2：実質賃金は（人件費÷家計最終消費支出デフレーター）÷従業員数、労働分配率は人件費÷付加価値、労働生産性は（付加価値÷付加価値デフレーター）÷従業員数、交易条件は付加価値デフレーター÷家計最終消費支出デフレーターから算出（付加価値デフレーターは輸出物価指数の代理変数、家計最終消費支出デフレーターは輸入物価指数の代理変数として使用）。各デフレーターは国民経済計算のデータを使用。

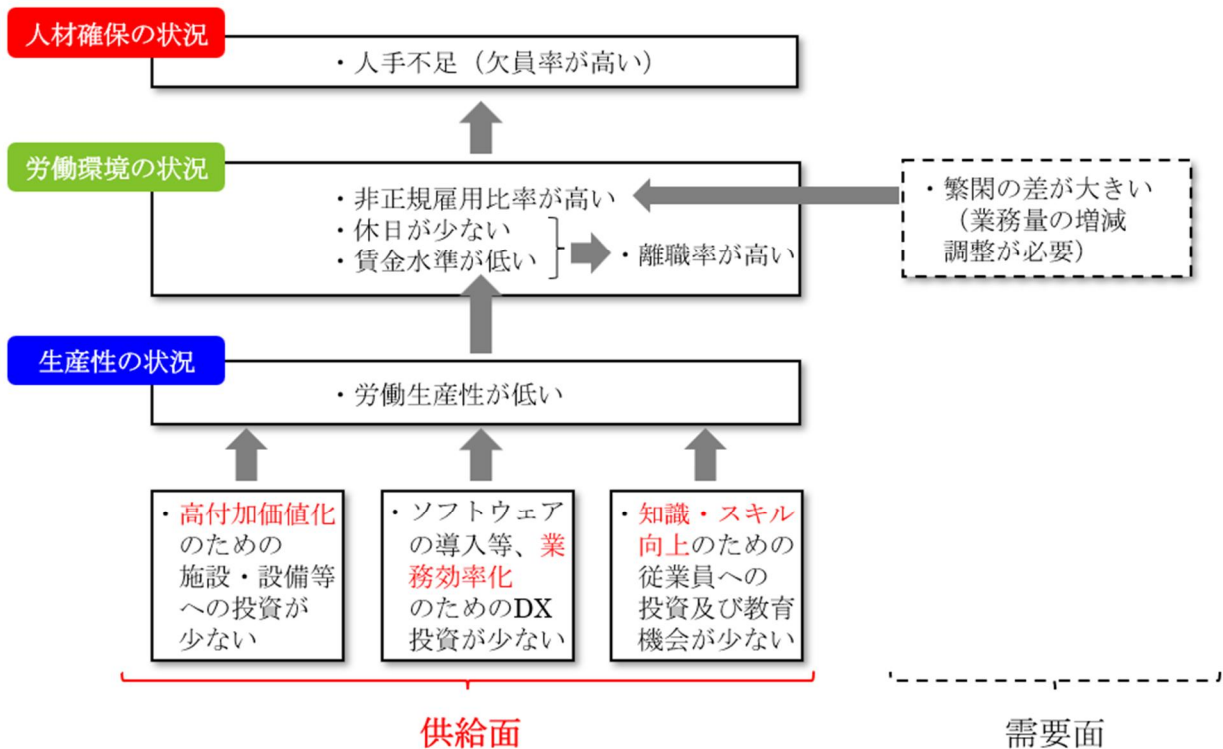
注3：人件費は役員給与＋役員賞与＋従業員給与＋従業員賞与＋福利厚生費から算出。

4 宿泊業における課題の背景・要因等の分析

(1) 統計データから読み取れる課題の整理

ここまでのデータ分析から見てきた宿泊業の課題を整理すると、次のような構造が存在していると考えられる。具体的には、小規模事業者が多く、設備投資や従業員教育を十分に行うことが難しく、労働生産性を高めるための対応が十分に進んでいない状況となっているものと考えられ、その結果として賃金水準が他産業と比べて低くなり、また、休日が少ないといった待遇面の課題もあることから、従業員がより良い条件を求めて離職し、人手不足が起こっていると考えられる（図表 I-58）。

図表 I-58 宿泊業における人材確保、生産性に関する課題の整理



この構造を断ち切るためには、労働生産性を高め、それを賃金上昇につなげることで待遇を改善し、従業員が長く働き続けられる環境を整備することが重要と考えられる。労働生産性を高めるためには、従業員が提供する質の高いサービスや施設・設備の充実により顧客満足度を向上させ、それを一人当たり宿泊料の向上に結びつけることや、魅力的なサービスを通じて宿泊客数を増やすことが重要となる。そのいずれか、もしくは両方を増加させ、従業員一人当たりの付加価値額（すなわち労働生産性）を増やし、賃金を上昇させることができれば、ひいては人手不足解消につながっていくものと考えられる。

そのため、施設・設備への投資や DX 推進による業務効率化、従業員への投資・教育を行うことで、宿泊客が満足する施設・設備やサービス等を提供し、それに伴って「客単価を上げる」という好循環につなげることが重要である。しかし、そのような投資を行える余力が相対的に小さい小規模事業者においては、投資資金の確保や、投資効果が表れるまでの間の経営維持、地域の宿泊料金相場や競合施設との関係における料金設定の制約といった複数のハードルが存在すると考えられる。これらの課題を踏まえつつ、いかに付加価値を高めていくかが、宿泊業の労働生産性を高めるためのポイントであると考えられる。

(2) 宿泊事業者へのアンケート調査による課題の実態把握

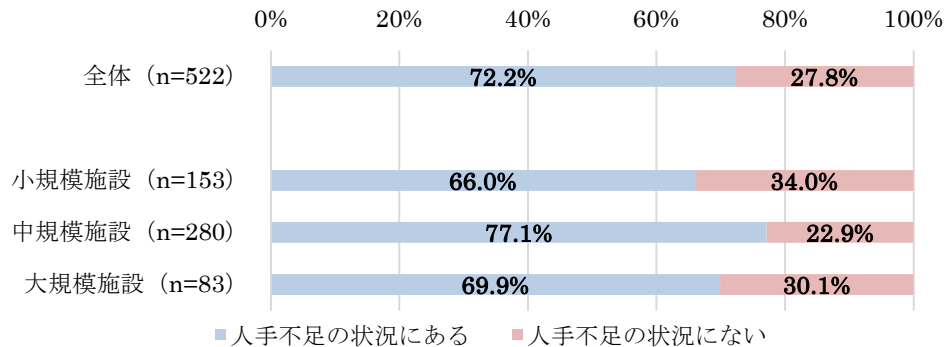
これまで、主に統計データより、宿泊業における人手不足や生産性に関する課題を把握してきたが、その実態を詳細に把握するため、個別の宿泊施設（旅館、ビジネスホテル、シティホテル・リゾートホテル）を対象に、人手不足や収益性に関するアンケート調査を行った。その結果を踏まえ、年間売上高 1 億円未満の施設を「小規模施設」、1 億円以上 10 億円未満の施設を「中規模施設」、10 億円以上の施設を「大規模施設」とし、売上高規模別の違い等を明らかにするための分析を行うこととする。

a) 人材確保の現状と課題、対応の状況

アンケート調査では各施設に、人材確保の現状と課題、対応の状況についての質問を行った。まず、各宿泊施設に人手不足の状況にあるかどうかを尋ねたところ、全体の 72.2%が「人手不足の状況にある」との回答であった。売上高規模別でみると、中規模施設の 77.1%が「人手不足の状況にある」と回答し、小規模施設の 66.0%、大規模施設の 69.9%よりも高かった（図表 I－59）。

なお、売上高規模別従業員数の分布をみると、小規模施設は 10 人未満、中規模施設は 30 人～99 人、大規模施設は 100 人以上が最も比率が高い（図表 I－60）。従業員 10 人～99 人の施設が 90%を占める中規模施設において、人手不足の状況にある比率が最も高かった。

図表 I－59 宿泊施設における人手不足の状況（アンケート調査結果）

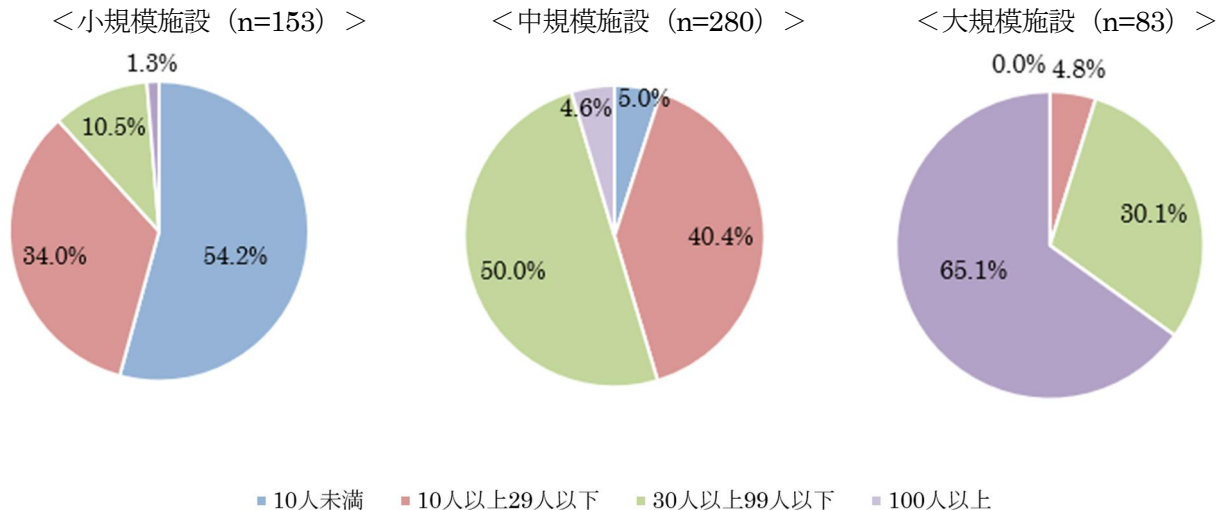


資料：2025 年 12 月から 2026 年 1 月にかけて宿泊施設を対象に実施したアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

注 1：小数点第 2 位で四捨五入した値を表示しているため、合計が 100%にならない場合がある。

注 2：「小規模施設」は年間売上高が 1 億円未満、「中規模施設」は 1 億円以上 10 億円未満、「大規模施設」は 10 億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった 522 施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった 516 施設を集計。

図表 I－60 売上高規模別従業員分布（アンケート調査結果）

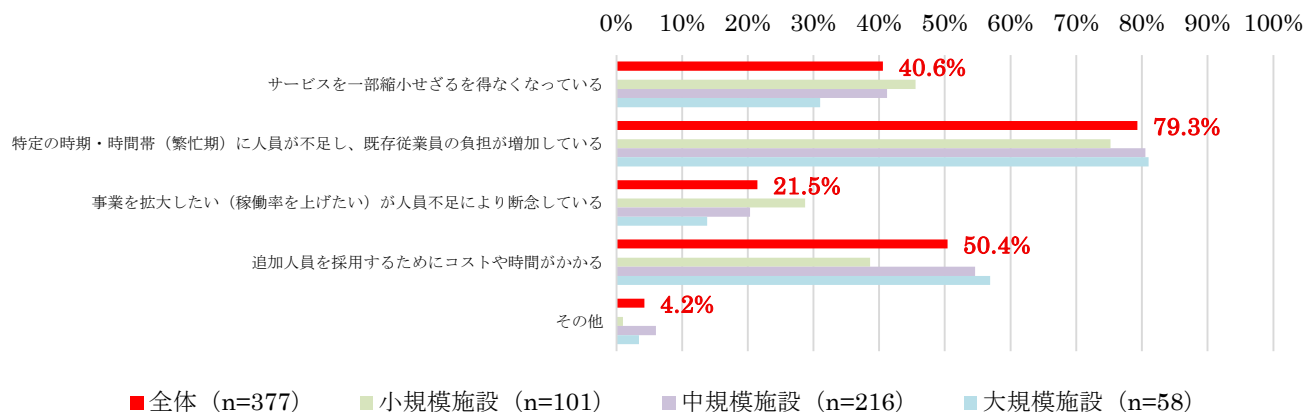


資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

次に、人手不足の状況にあると回答した施設を対象に、人手不足によって生じた課題について尋ねると、いずれの売上高規模の施設でも「特定の時期・時間帯（繁忙期）に人員が不足し、既存従業員の負担が増加している」への回答が最も多く、全体の8割を占めた。このような課題が最も多いという結果は、人手不足が従業員の負担増につながり、離職率が増加し、更なる人手不足に至るという悪循環が生じている可能性があることを示唆している。

なお、そのほかの課題としては、中規模・大規模施設では「追加人員を採用するためにコストや時間がかかる」、小規模施設では「サービスを一部縮小せざるを得なくなっている」への回答比率が比較的高かった（図表 I -61）。

図表 I -61 人手不足によって生じている課題（アンケート調査結果）



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

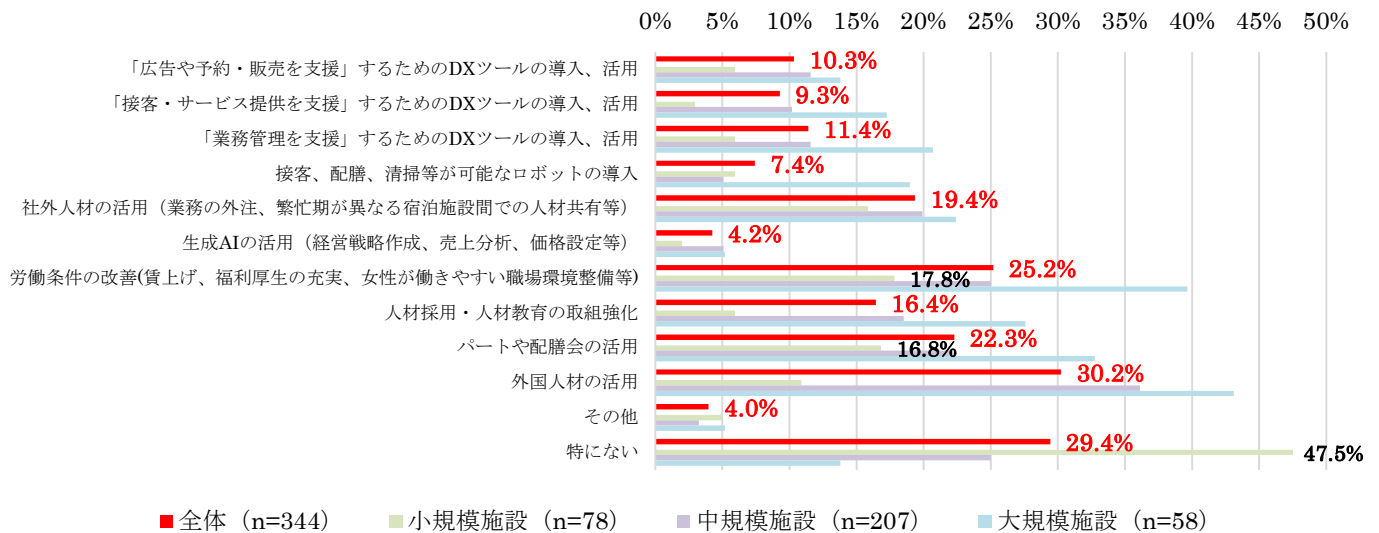
注1：「人手不足の状況にある」と回答した施設を対象とした設問。

注2：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった377施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった375施設を集計。

また、人手不足の状況にある施設のうち、その解消に向けた取組を行っている施設を対象に、どのような取組で効果があったかを尋ねたところ、「外国人材の活用」（全体：30.2%）、「労働条件の改善（賃上げ、福利厚生の充実、女性が働きやすい職場環境整備等）」（同25.2%）、「パートや配膳会¹⁷の活用」（同22.3%）の順に回答が多かった。特に、人手不足の状況にある大規模・中規模施設においては、主に外国人材の活用が主要な対応策となっていることがわかる。ただし小規模施設においては「特になし」（小規模施設：47.5%）が最も多い。小規模施設においては、人手不足に対する打ち手が限られており、難しい状況に置かれていることが示唆される。ただし、小規模施設においても、「労働条件の改善」（小規模施設：17.8%）や「パートや配膳会の活用」（同16.8%）等に取り組み、人手不足改善に効果があつたと回答した施設は比較的多かった（図表 I -62）。

¹⁷ 「配膳会」とは、ホテルやレストラン等に配膳スタッフを紹介する仕組みやサービスの総称。

図表 I－62 人手不足改善に効果のあった取組（アンケート調査結果）



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

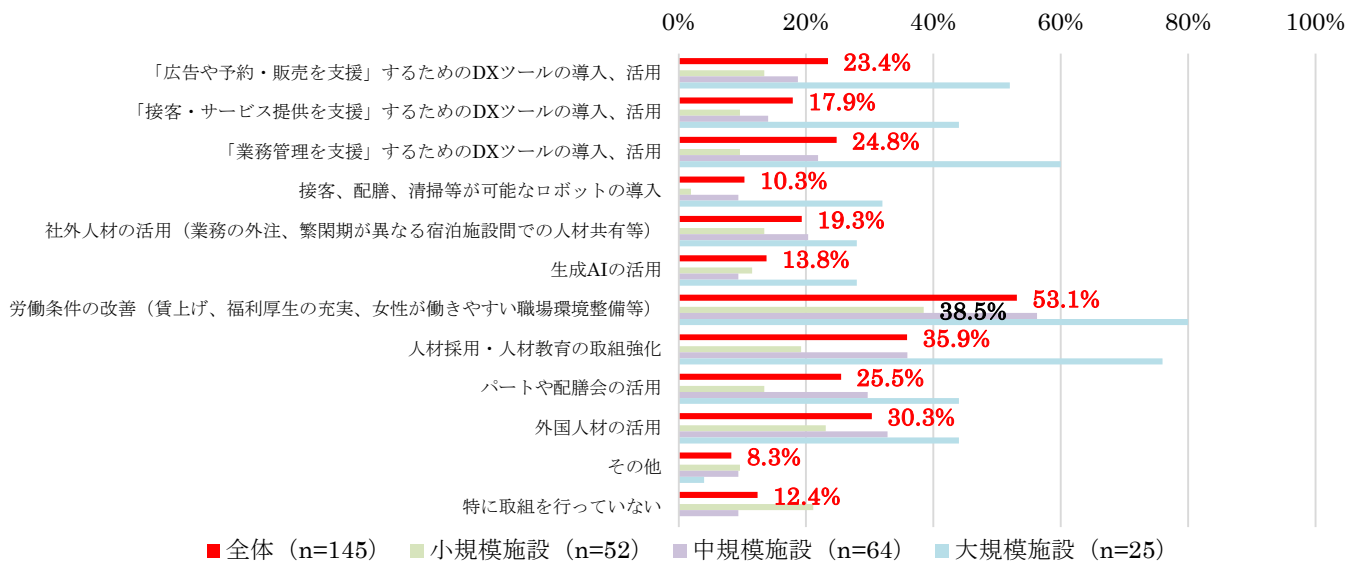
注1：人手不足の状況にあり、人手不足による課題の改善のための取組を行っている施設を対象とした設問。

注2：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった344施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった343施設を集計。

一方、人手不足の状況にないと回答をした施設を対象に、人手不足とならないように行っている取組について尋ねたところ、「労働条件の改善（賃上げ、福利厚生の充実、女性が働きやすい職場環境整備等）」（全体：53.1%）、「人材採用・人材教育の取組強化」（同 35.9%）、「外国人材の活用」（同 30.3%）の順に回答が多かった。

この結果からは、人手不足ではないと回答した施設においては、パート・配膳会といった外部の人材を活用するよりも、既存の従業員の離職を防いだり、新たな人材を惹きつけたりするための取組を行っている比率が高いことがわかる。ただし、このような取組を行っているのは主に大規模施設であり、DXツールを有効活用している比率も比較的高いなど、大規模施設では様々な人手不足の予防策が講じられていることがうかがえる。なお、小規模施設においても「労働条件の改善」（小規模施設：38.5%）については比較的回答が多く、人材採用・人材教育の取組強化やDXツールの活用、社外人材の活用といった取組も一定程度行われている。これらの結果からは、人手不足ではないと回答した施設においては、小規模施設も含め人手不足とならないための様々な取組が行われていることがうかがわれる（図表 I－63）。

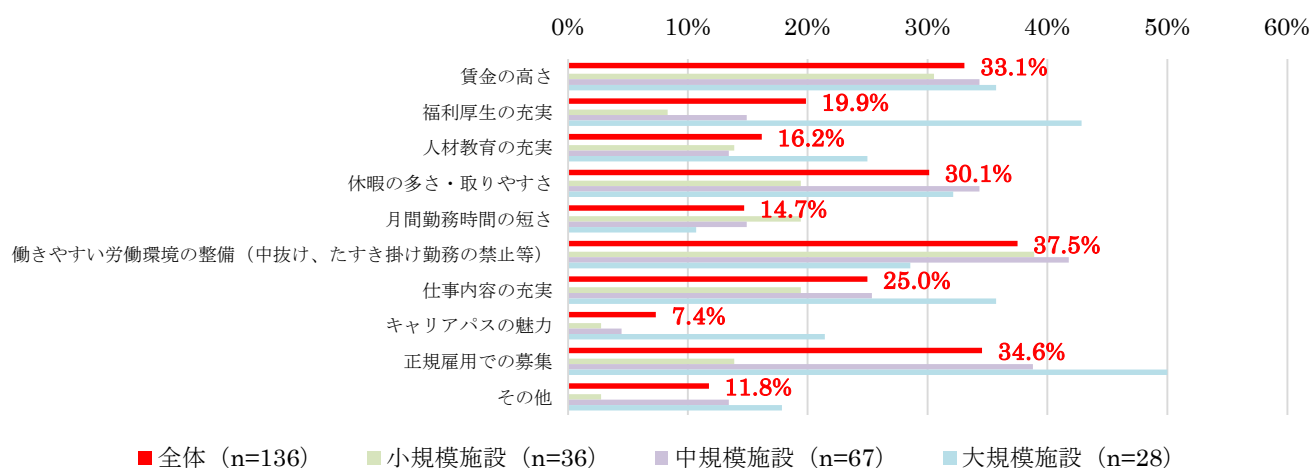
図表 I－63 人手不足とならないように行っている取組（アンケート調査結果）



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。
 注1：「人手不足の状況にない」と回答した施設を対象とした設問。
 注2：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった145施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった141施設を集計。

また、どのような要因が宿泊施設に人材を惹きつけているのかを把握するため、人材募集に関する質問を行った。まず、近年人材募集を行い、その結果が比較的順調だった施設は全体の26.1%であった。それらの施設を対象に、人材を惹きつけたと考えられる要因を尋ねたところ、「働きやすい労働環境の整備（中抜け、たすき掛け勤務¹⁸の禁止等）」（全体：37.5%）、「正規雇用での募集」（同34.6%）、「賃金の高さ」（同33.1%）、「休暇の多さ・取りやすさ」（同30.1%）といった点を挙げた施設が多かった。ただし、小規模・中規模施設では「働きやすい労働環境の整備」の回答が最も多かったのに対し、大規模施設では「正規雇用での募集」の回答が最も多いといった、売上高規模による違いもみられた（図表I－64）。

図表 I－64 人材募集時に人材を惹きつけたと考えられる要因（アンケート調査結果）

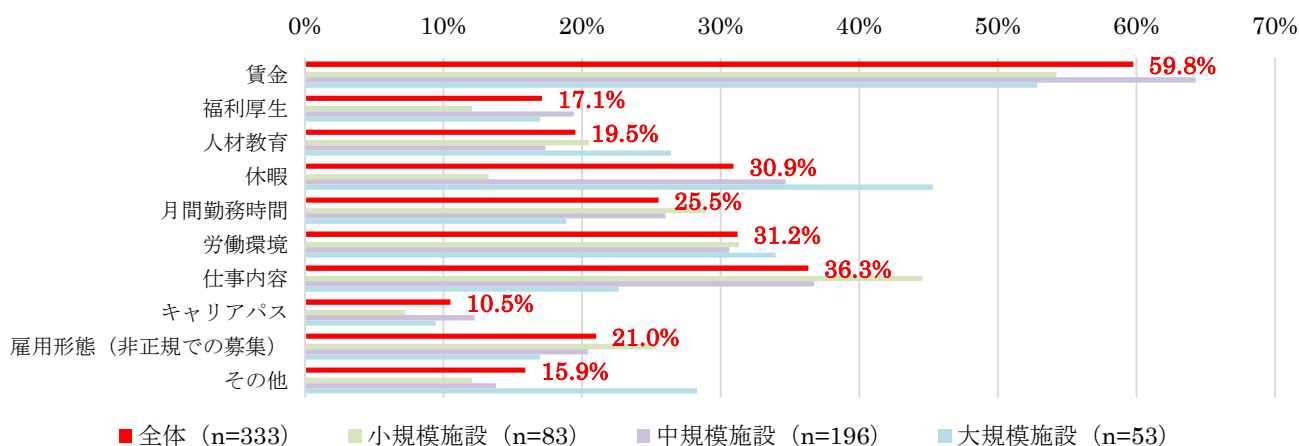


資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。
 注1：近年人材募集を行い、比較的順調だったと回答した施設を対象とした設問。
 注2：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった136施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった131施設を集計。

¹⁸ 「中抜け勤務」とは、1回の勤務において長い休憩（中抜け）を挟む勤務形態。「たすき掛け勤務」とは、午後から翌日の午前までが休日で、午後から出勤、といった休日が2暦日にまたがる勤務形態。

一方、人材確保が比較的順調ではなかった施設は全体の 63.8%であった。それらの施設に、どのような点に課題があったと考えられるかを尋ねたところ、「賃金」（全体：59.8%）との回答が半数以上を占めた（図表 I－65）。この結果から、労働条件の中でも、賃金が高付加価値化のために重要な要因となっていることが示唆される。そのほかでは、「仕事内容」（同 36.3%）、「労働環境」（同 31.2%）との回答が多かった。

図表 I－65 人材採用が順調でなかったことから考えられる課題（アンケート調査結果）



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

注 1：近年人材募集を行い、比較的順調ではなかったと回答した施設を対象とした設問。

注 2：「小規模施設」は年間売上高が 1 億円未満、「中規模施設」は 1 億円以上 10 億円未満、「大規模施設」は 10 億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった 333 施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった 332 施設を集計。

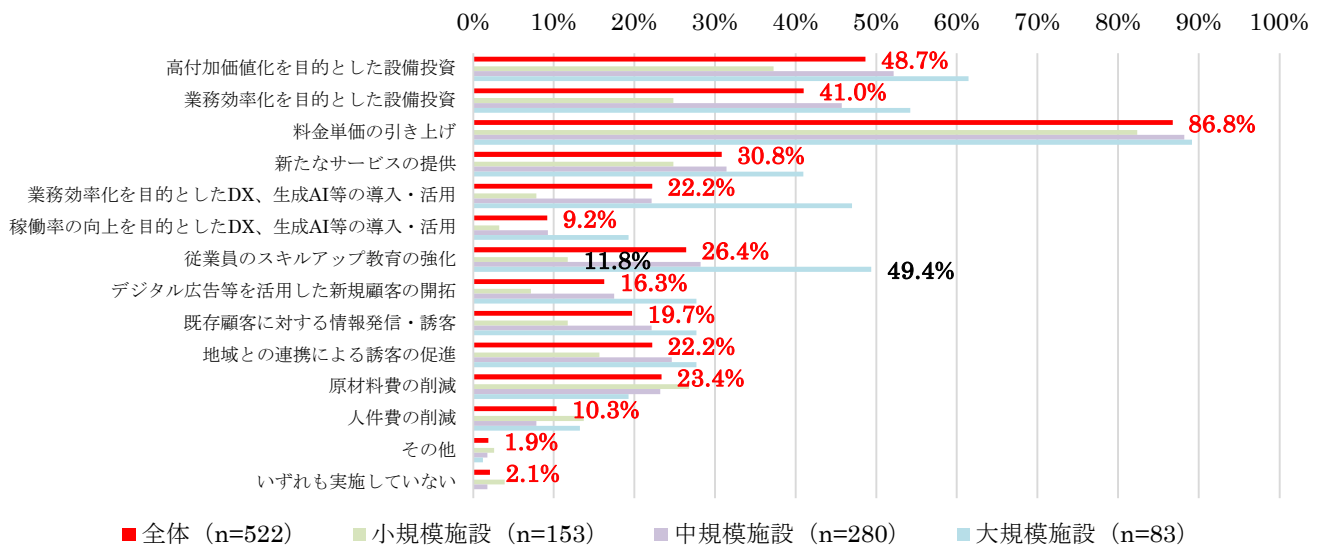
b) 収益性の現状と課題、対応の状況

アンケート調査では、次に、各施設の収益性の現状と課題、対応の状況に関する質問を行った。

まず、新型コロナウイルス感染症収束後の 2023 年以降に実施した、収益性向上につながると考えられる取組について尋ねたところ、全体の 86.8%で「料金単価の引き上げ」との回答があった。大・中・小規模施設いずれも 80%以上の回答であり、同年以降に大多数の施設において料金単価が引き上げられたことがわかる。

それ以外では、「高付加価値化を目的とした設備投資」（全体：48.7%）、「業務効率化を目的とした設備投資」（同 41.0%）、「新たなサービスの提供」（同 30.8%）の順に回答が多かった。ただし、それらのいずれも売上高規模が大きい施設ほど実施した比率が高くなっている。特に設備投資に関しては、規模の小さい事業者では高付加価値化や生産性向上のための投資があまり行われていない、という統計データと一致する結果となった。また、「従業員のスキルアップ教育の強化」を大規模施設は 49.4%が実施している一方、小規模施設は 11.8%にとどまっている（図表 I－66）。

図表 I－66 2023 年以降実施した収益性向上のための取組（アンケート調査結果）

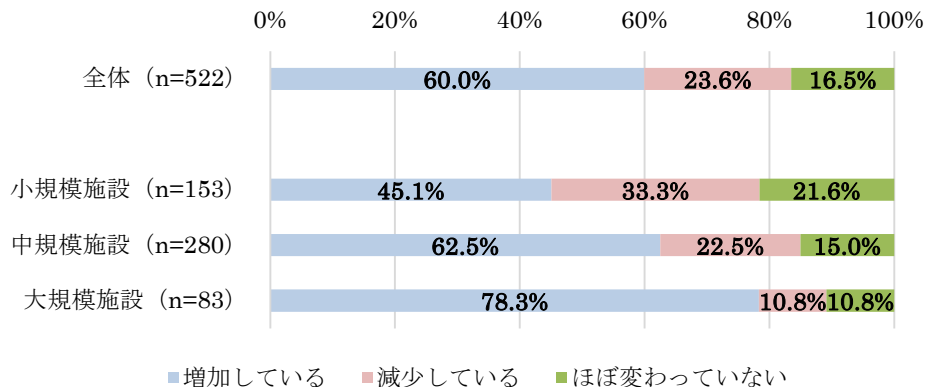


資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

注1：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。
規模別の値は、アンケート調査に回答のあった522施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった516施設を集計。

次に、新型コロナウイルス感染症流行前の2019年と比較して、最新の純利益が増加しているかを尋ねた。純利益が「増加している」と回答した施設は全体では60.0%、「減少している」と回答した施設は23.6%であった。ただし売上高規模別にみると、大規模施設では78.3%、中規模施設では62.5%が増加しているという回答だったのに対し、小規模施設は45.1%と半数以下となっており、売上高規模の大きい施設ほど利益が増加した施設の割合が大きいことがわかる（図表 I－67）。

図表 I－67 2019 年と比較した純利益の状況（アンケート調査結果）



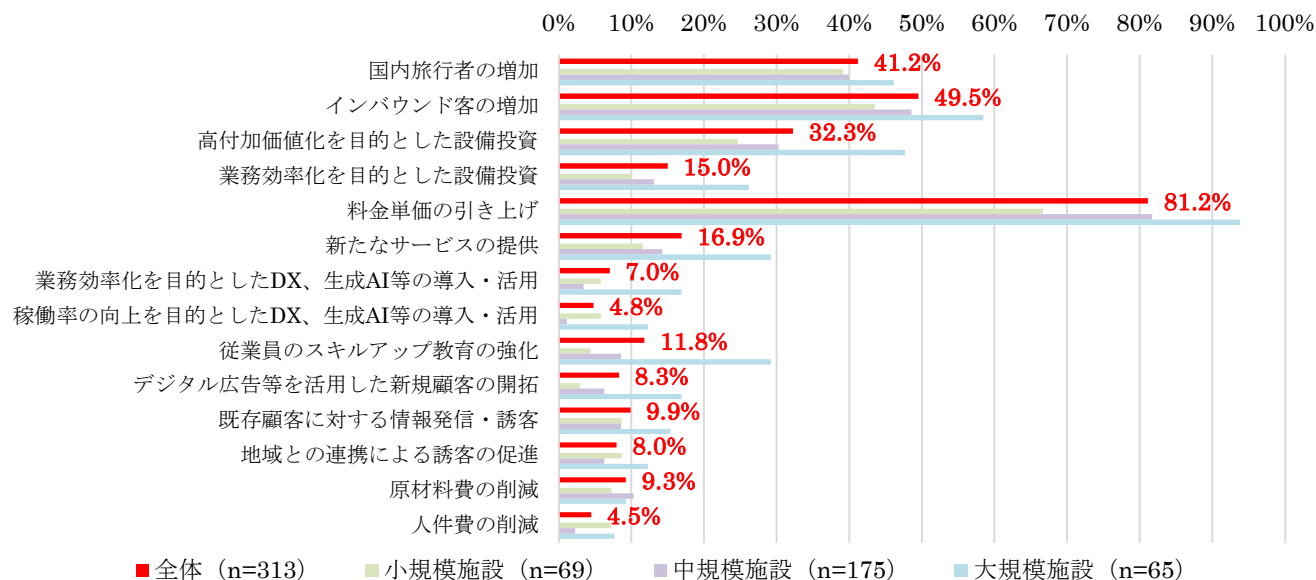
資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

注1：小数点第2位で四捨五入した値を表示しているため、合計が100%にならない場合がある。

注2：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。
規模別の値は、アンケート調査に回答のあった522施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった516施設を集計。

図表 I－67 の結果を踏まえ、純利益が増加したと回答した施設を対象に、純利益が増加した要因について尋ねたところ、「料金単価の引き上げ」（全体：81.2%）が最も多い回答となった。特に大規模施設は 93.8%だったが、小規模施設は 66.7%であり、規模により大きな違いが見られた。その他の回答としては、「インバウンド客の増加」（全体：49.5%）、「国内旅行者の増加」（同 41.2%）の比率が高いが、「高付加価値化を目的とした設備投資」（同 32.3%）は、大規模施設において要因として挙げている比率が比較的高かった（図表 I－68）。

図表 I－68 純利益が増加した要因（アンケート調査結果）



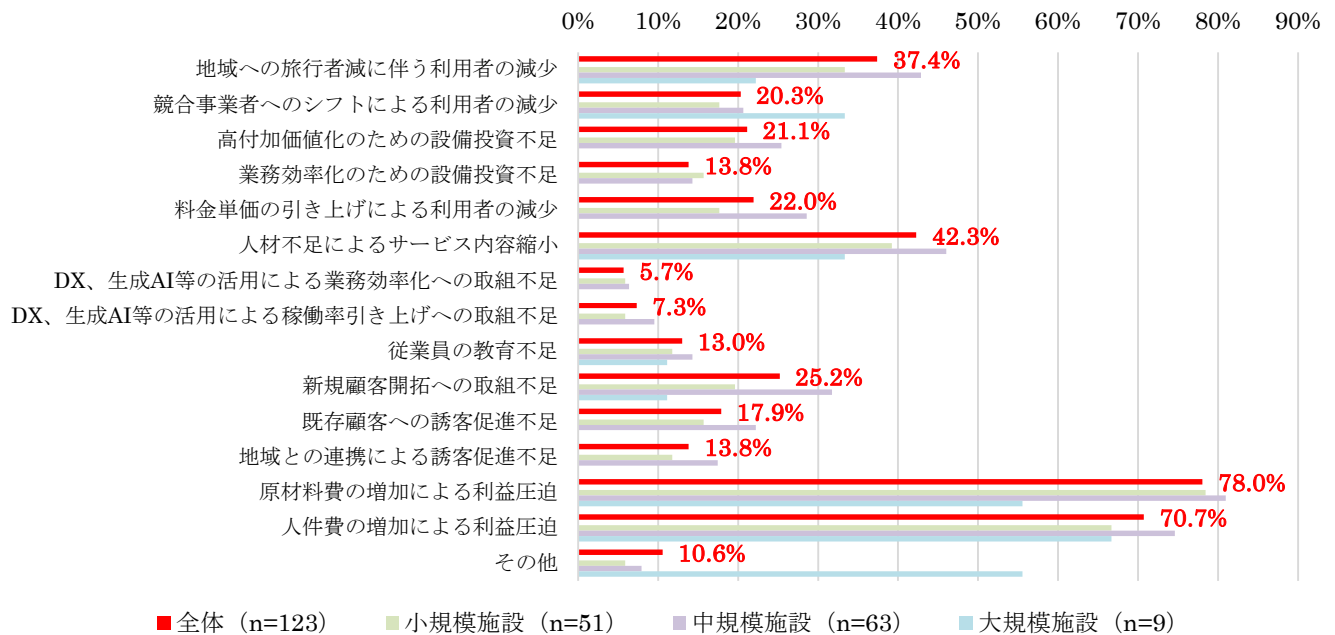
資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

注1：純利益が増加したと回答した施設を対象とした設問。

注2：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった313施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった309施設を集計。

一方、純利益が減少したと回答した施設を対象に、純利益が減少した要因について尋ねたところ、「原材料費の増加による利益圧迫」（全体：78.0%）、「人件費の増加による利益圧迫」（同 70.7%）が多かった。特に原材料費の増加については、中規模・小規模施設での回答比率が高かった。それ以外では、「人材不足によるサービス内容縮小」（全体：42.3%）の回答が多く、特に中規模施設における比率が高かった（図表 I－69）。

図表 I－69 純利益が減少した要因（アンケート調査結果）



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

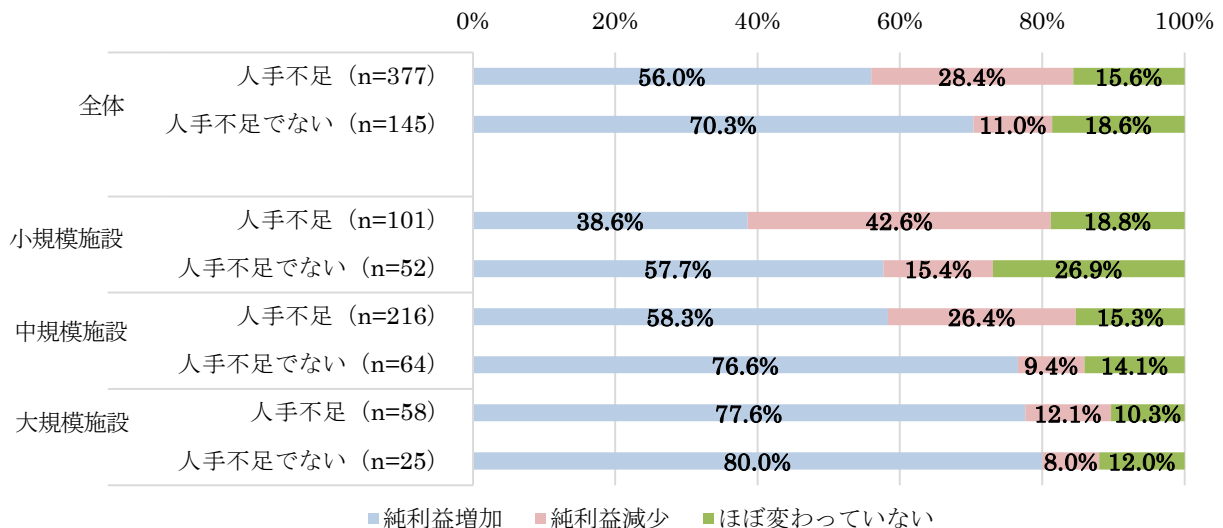
注 1：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。

c) 人手不足と収益性の関連性分析

ここまで、宿泊施設における人手不足と収益性の状況についてそれぞれみてきたが、次に人手不足と収益性の関連性に関する分析を行う。人手不足の有無別に 2019 年からの純利益の増減をみると、人手不足の施設では 56.0%で純利益が増加している一方、人手不足でない施設では 70.3%が増加しており、人手不足でない施設の方が純利益が増加した比率が高い。規模別にみても同様の傾向であり、宿泊業においては人手不足と収益性に関連性があることがうかがえる。

特に小規模施設では、人手不足の施設においては純利益が減少した施設の比率（42.6%）の方が増加した施設の比率（38.6%）を上回っている一方で、人手不足でない施設では純利益が増加した施設（57.7%）の方が減少した施設（15.4%）より多くなっている（図表 I－70）。

図表 I－70 人手不足と収益性の関連性（アンケート調査結果）



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。

注1：小数点第2位で四捨五入した値を表示しているため、合計が100%にならない場合がある。

注2：「小規模施設」は年間売上高が1億円未満、「中規模施設」は1億円以上10億円未満、「大規模施設」は10億円以上の施設。規模別の値は、アンケート調査に回答のあった522施設のうち、売上高に関する設問に回答のあった516施設を集計。

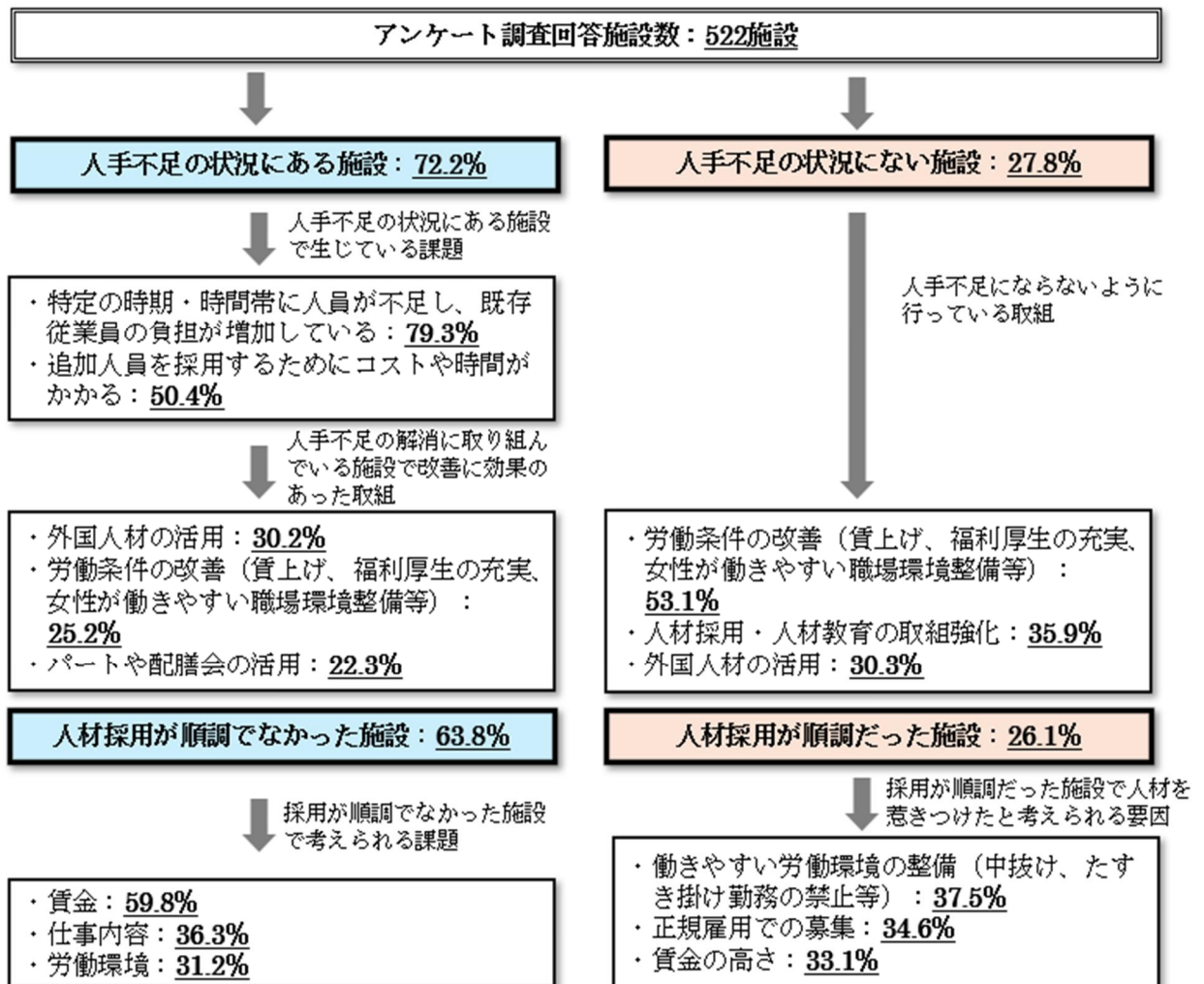
d) アンケート調査結果まとめ

前項までのアンケート調査結果を踏まえ、体系的にとりまとめる。まず、人手不足の状況に関する主な結果を整理する（図表 I-71）。

図表 I-71 の左側は、人手不足の状況にある施設や人材採用が順調ではなかった施設について整理している。人手不足の状況にある施設は既存従業員の負担が増加している点を課題に挙げる施設が多く、外国人材やパート・配膳会を活用することで人手不足に対応している構造がみてとれる。ただし、配膳会といった外部人材の活用は一時的な人手不足の緩和にはつながるものの、構造的に不足している状況を解消するには、賃金を含む労働条件の改善を通じた人材採用の取組強化が重要であると考えられる。

一方、図表 I-71 の右側は、人手不足の状況にない施設や人材採用が順調だった施設について整理している。そのような施設では賃金を含めた労働条件の改善や、働きやすい労働環境の整備を行っている比率が高い。

図表 I-71 人手不足に関するアンケート調査結果まとめ



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。
注1：数値は回答した施設全体に占める比率。

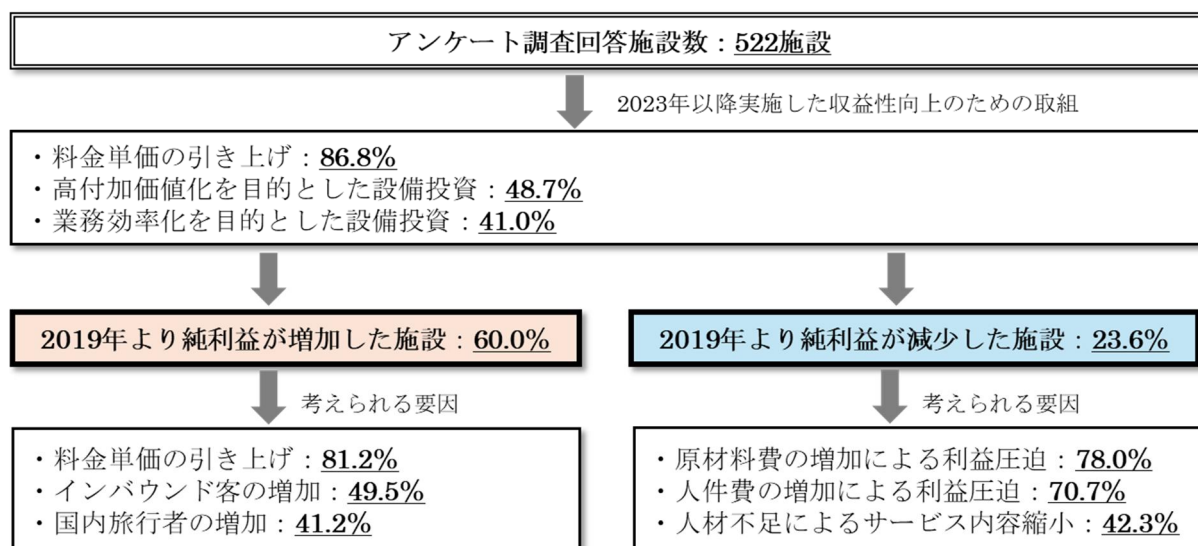
次に、収益性の状況に関する主な結果を整理する。まず、2023 年以降実施した収益性向上のための取組では、料金単価の引き上げの回答が最も多かった。これは、2022 年以降の物価上昇や訪日外国人旅行者の増加等の状況下において、料金単価の引き上げが行われてきたものと考えられる。

また、2019 年と比較して最新の純利益が増加している施設は全体の 6 割で、売上高規模が大きい施設ほどその比率が高いという傾向があった。さらに、純利益が増加した施設にその要因を尋ねたところ、8 割が料金単価の引き上げとの回答だった。次いで、インバウンド客の増加（49.5%）や国内旅行者の増加（41.2%）を挙げる施設が多い。料金単価の引き上げは、需要の回復や増加を前提として実現可能となることを踏まえると、純利益の増加には個別の宿泊施設の経営改善の取組とともに、インバウンドの回復等の外部環境の改善も影響しているものと考えられる。

一方、純利益が減少したと回答した施設にその要因を尋ねたところ、原材料費の増加や人件費の増加といった回答が多く、そのような負担増を料金単価の引き上げによって補うことができなかった施設が多かったことがうかがわれる。加えて、人材不足によるサービス内容縮小の回答も多く、人手不足が収益性に影響を及ぼしている施設があることも示唆される（図表 I－72）。

これらの結果から、2022 年以降の日本経済全体での物価上昇や訪日外国人旅行者増加などを受けて料金単価を上げてきた宿泊施設が多い一方で、原材料費や人件費も上昇傾向にあるため、そのどちらの要因に大きく影響されたかが、純利益の増減につながっているものと考えられる。

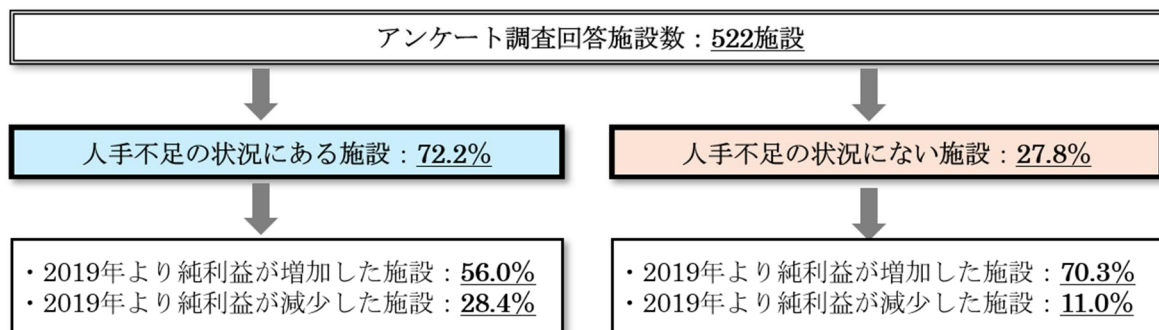
図表 I－72 収益性に関するアンケート調査結果まとめ



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。
注1：数値は回答した施設全体に占める比率。

また、人手不足と収益性の関連性について整理する。人手不足の状況にない施設の方が人手不足の状況にある施設よりも純利益が増加した比率が高く、特に小規模施設においてその差が大きかった。これから、人手不足と収益性の間に関連性があることが示唆される。この関連性には、人手不足が収益性を悪化させる側面と、収益性の低さが人手不足を招く側面の両方が考えられ、両者が相互に作用して悪循環を形成している可能性がある（図表 I－73）。

図表 I－73 人手不足と収益性の関連性に関するアンケート調査結果まとめ



資料：宿泊施設へのアンケート調査結果に基づき観光庁作成。
注1：数値は回答した施設全体に占める比率。

アンケート調査からは規模別により、行われている取組の違いが明らかとなった。大規模施設では、人手不足の予防・解消や収益性の向上のため、労働条件の改善やDX投資、高付加価値化を目的とした設備投資等の様々な取組が行われていることが把握されたが、それ以外の規模の施設、特に小規模施設ではそのような取組はあまり進んでいないことがわかった。ただし、小規模施設においても労働条件の改善は、人手不足の改善や予防においては効果を上げており、こうした分野での対応は可能な事業者もあることがうかがわれる。さらに、純利益の増加した比率は規模が大きい施設ほど高いことや、人手不足により収益性が悪化した比率は規模が小さい施設ほど高いことなどが明らかとなった。

アンケート調査から、宿泊業における人手不足の改善や収益性・労働生産性の向上を促進するためには、主に規模の小さい事業者・施設における対応が重要であることが示唆される結果となった。

5 課題への対応策

1～4において、統計データやアンケート調査から明らかになった宿泊業の課題（図表 I－74）を踏まえ、その対応策について検討する。

図表 I－74 統計データ、アンケート調査から把握した宿泊業の主な課題

統計データから把握した主な課題	アンケート調査から把握した主な課題
○宿泊業は人手不足の状況。 ○労働生産性は他産業の7割程度。 ○研修の不実施率が高く、スキルアップへの支援のあり方に課題。 ○有形・無形の設備投資は全産業に比べて低水準で推移。 ○設備投資や従業員教育といった労働生産性を高めるための対応が十分に進んでいないと考えられ、賃金水準が相対的に低くなるとともに、休日が少ないなどの待遇面の課題もあり、人手不足の状況が生じている可能性。	○回答した522施設のうち、7割の施設で人手不足の状況。 ○2019年より利益が増加した宿泊施設は6割。その要因としては、料金単価の引上げや、国内外旅行者の増加等。 ○人手不足でない施設では7割が2019年より利益が増加したが、人手不足の施設では6割に留まる。 ○施設規模ごとに人手不足に対する取組に違い。小規模でも労働条件の改善は効果を上げている施設もある。

これらの結果を踏まえると、宿泊業における人手不足の課題を解決していくためには、DX を含めた有形・無形の設備投資や人材育成を行うことで労働生産性を高めるとともに、需要側の繁閑の差への対応力を強化し、それらを賃金や待遇の改善（休日の増加や中抜け勤務の縮小・廃止）につなげていくことが重要であると考えられる。

アンケート結果からもわかるとおり、各宿泊事業者において、様々な DX ツールの導入・活用、生成 AI の活用、ロボットの導入等の有形・無形の設備投資が行われている。各宿泊施設におけるこうした設備投資を更に進めていくことが必要と考えられる。しかしながら、アンケート結果からは、こうした取組は大規模施設が中心となっていることも明らかとなった。その背景には投資余力の違いや、必要な設備投資の内容が異なるといったことが考えられる。その上で、各宿泊事業者において必要な設備投資を推進していくために、行政も支援を行っている。例えば、宿泊業に対する「省力化投資促進プラン」の一環として、中小の宿泊事業者を対象に、スマートチェックイン・アウト、配膳・清掃等ロボット、チャットボット、顧客予約管理システム（PMS¹⁹）等の設備投資への補助や、業務効率化や DX 等に向けた IT ツール導入への補助等が行われている。また、省力化投資やそれに関連する補助金活用等へのアドバイスを行う伴走型の支援も行われている。小規模事業者において設備投資や DX、教育投資がより促進されるには、これらの補助・支援を有効に活用することがポイントと考えられる。なお、内閣府の地方創生データ分析評価プラットフォーム「RAIDA」において、生成 AI を活用したデータ分析支援機能「RAIDA-AI（観光振興）」が 2026 年 3 月に一般公開された。同機能では選択した地域について、生成 AI を用いた分析・示唆出しにより、国内・インバウンドの消費額拡大のポイントや、観光振興を通じた地域社会・経済の好循環の実現に向けた地域課題を把握することができる。これにより、宿泊客数の増加・平準化や消費単価の向上に向けた取組の検討が進み、宿泊客の属性に応じたサービス提供や繁閑期に応じた料金設定等を通じて、地域の収益性や労働生産性の向上につながることが期待される²⁰。

さらに、各宿泊施設単体では費用と収益の上昇に見合わない取組であったとしても、地域単位で費用を分担することでこうした取組が進む可能性もある。具体的には、地域の自治体や観光地域づくり法人（DMO²¹）、宿泊施設の協同組合等が共通インフラへの投資や従業員教育等を行い、それを事業者が活用することが考えられる。具体的には、DX ツールを活用したデジタルマーケティングや需要予測システム、オンライン予約システムの共同利用プラットフォーム等を共同で導入することにより、個別施設の導入コストを低減しつつ、地域内でのマーケティングや需要予測の最適化を図ることができると考えられる。加えて、SNS 等を活用した地域全体の情報発信により、個別施設では対応が難しい広域的なプロモーションを展開することも可能になると考えられる。ただし、この取組が実効性を持つためには、個別施設のニーズを丁寧に把握した上で、利用可能なツールの選定、ツールの利用方法に関する継続的なサポート体制の構築、費用負担の仕組みの整理、先進事例の共有・横展開等が求められることに留意する必要がある。また、地域によっては DMO や自治体の体制が十分でないケースも考えられ、DMO の体制の整備等が引き続き重要である。

さらに、複数施設の従業員を対象とした研修や人材の育成研修プログラム等を共同で実施することで、研修にかかる費用や労力を低減しつつ、地域全体のサービス水準の向上を図ることができると考えられる。特に小規模施設では、個別に研修を企画・実施することが難しいと考えられるため、地域単位での取組が選択肢になる。加えて、繁閑期が異なる地域・施設間で人材を共有する仕組みを構築し、需要の繁閑の差が大きいという業界特性を緩和させるといった取組も想定される。こういった取組は個別の宿泊施設では導入が困難であっても、自治体や DMO 等が地域の共有資産として整備・運営することで、複数の宿泊施設で活用することが可能と考えられる。また、自治体や DMO 等の役割としては、同地域における繁閑の差を改善するための施策・取組を推進することも期待される。

さらに、労働生産性を高めるために個別の宿泊事業者が行えることとしては、まずは従業員が定着してその能力を発揮しやすいよう、休日数を増やしたり、中抜けやたすき掛け勤務を縮小・廃止したりして働きやすい環境を整備することが考えられる。ただし、これを実現するには十分な人員確保、従業員が複数の業務に対応（マルチタスク化）できるための計画的な教育・研修の実施、シフト体制の再構築等、様々な課題が考えられる。アンケート調査において、労働環境の改善（中抜け・たすき掛け勤務の廃止等）は、中小規模施設でも人手不足でない施設や人材採用が順調な施設が実施していると挙げた比

¹⁹ Property Management System の略。ホテル管理システムのこと。

²⁰ 分析結果は、生成 AI により作成しており、情報の正確性を担保しない点に留意。また、内閣府地方創生推進室や、内閣官房地域未来戦略本部事務局の見解を示すものではないことに留意。

²¹ 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。

率が高く、ある程度の人員的余裕がある施設においては実施可能であることが示唆される。したがって、まずは収益性向上により経営基盤を安定させ、従業員の増員や教育体制の整備、待遇の改善等を通じて労働環境の改善に取り組むという段階的なアプローチをとることが考えられる。そのほかには、従業員が複数の業務スキルを身に付けられるように計画的な教育・研修を実施し、それによるスキル向上や生産性向上に応じて賃金を上げるといった取組を行うことが考えられる。

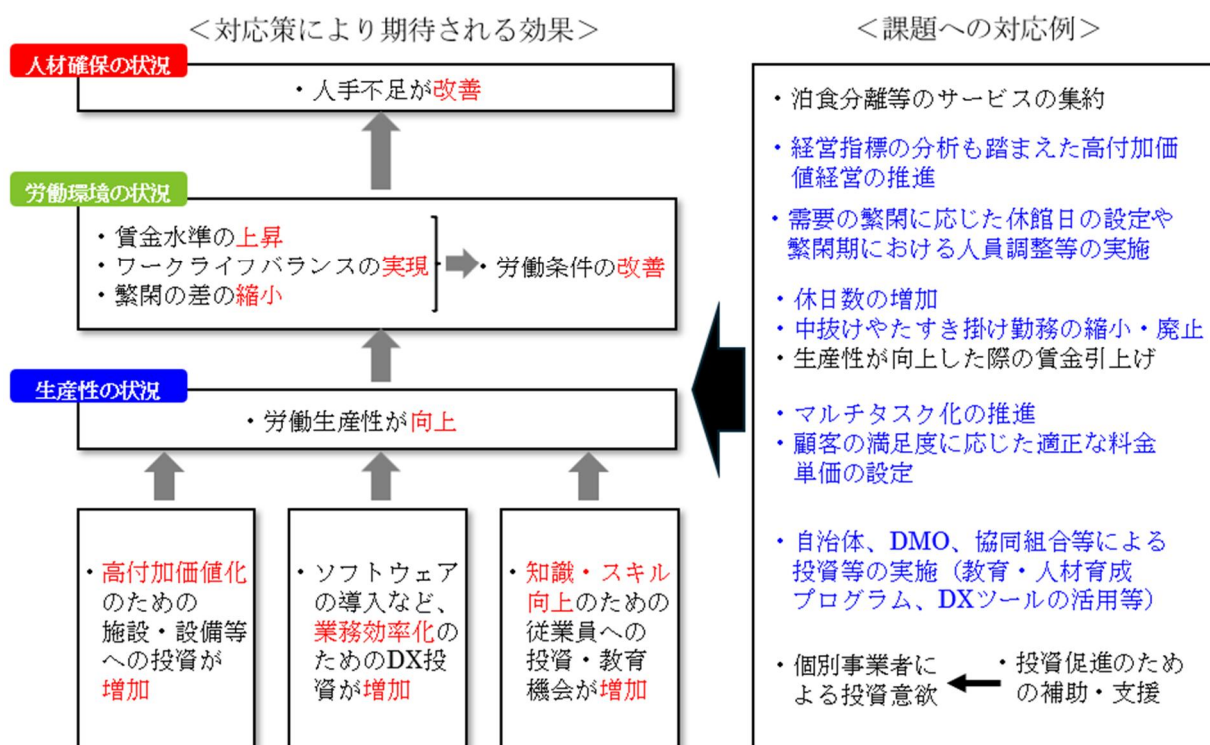
加えて、サービスの集約も一つの可能性として考えられる。旅行には季節ごとの繁閑の差や、1週間の中の平日と休日の繁閑の差が存在しており、それが雇用調整を必要とする要因になっている。この点に対しては、行政が需要の平準化に向けた取組（休日の分散等）を行っているほか、例えば稼働が少ないと見込まれる日の稼働をやめる固定休館日制を導入した施設もある。また、宿泊サービスと飲食サービスの両方を提供する宿泊施設では、多様な人材・スキルを必要とするが、この両サービスを各施設で提供するのをやめて、宿泊施設は宿泊サービスの提供に特化し、飲食サービスは地域の飲食サービス業に移管するという泊食分離も考えられる。こうしたサービスの集約化により、人手不足に対応するといったことも選択肢の一つとなり得ると考えられる。

さらに、担い手確保の観点からは、「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルを推進する「第2のふるさとづくり」プロジェクトにおいて、旅行者が旅先の宿泊施設や地域で一定の役割を果たすことで地域との関係を構築し、旅行者にとっては新たな経験になるとともに、旅先の地域にとっては課題解決の担い手確保にもつながった事例も見られる。

これらの取組によって宿泊施設の設備や接客サービス等が充実し、宿泊客の満足度が向上すれば、満足度に応じた適切な料金単価を設定することで売上高を増やすことができる可能性がある。売上高増加が収益性・生産性の向上に貢献し、それを賃金に反映させることで、人手不足の改善・解消といった好循環につながることが期待される。

以上で示した課題への対応策を図表 I-75 に整理する。

図表 I-75 課題への対応策の整理



注1：青字は次節の事例に関する取組。

第2節 宿泊業の生産性改善と人材確保に向けた取組

第1節において、観光産業、特に宿泊産業では人手不足の状況にあること及び解決策の方向性について示した。具体的には、小規模事業者を中心に設備投資やDXの推進、人材育成を行うことで労働生産性を高めるとともに、需要側の繁閑の差への対応力を強化し、それらを賃金や待遇の改善につなげていくことが重要であると考えられる。

本節では、それらの対応策が実践されている例として、個別事業者、地方公共団体、協同組合及びDMOがそれぞれ主体となり、宿泊業の生産性向上や人材確保・育成に資する取組を展開している以下の4事例について、それぞれの具体的な取組内容と成果、今後の展望について紹介する。

紹介する地域等の事例

課題 カテゴリー	課題への対応策	地域事例	
		事例の実施主体	取組概要
労働環境 生産性	就労待遇・収益性の改善	株式会社ホテル末広	週休3日の固定休館日制の導入と業務のマルチタスク化
生産性	DX投資の推進とその成果の事業者への共有	熱海市役所	生成AIを活用したマーケティング及び情報発信と地域事業者への分析レポートの共有
人材確保 生産性	地域内の観光人材育成のためのプログラムの実施	黒川温泉観光旅館協同組合	地域一体での次世代リーダー育成プログラム「黒川塾」と採用活動の展開
人材確保 生産性	繁閑期における人員調整と合わせた人材育成の実施	一般財団法人 奈良県ビジターズビューロー	地域間における需要の繁閑差を活用した観光人材の交流

1 生産性・収益性向上や人材確保に取り組む地域、企業に関する事例調査

(1) 株式会社ホテル末広（地域：愛知県蒲郡市（西浦温泉））

a) 地域・実施主体の概要

株式会社ホテル末広は、愛知県蒲郡市の西浦温泉地域に所在する旅館を運営する宿泊事業者である。蒲郡市の2024年の観光入込客数は528万人、宿泊者数は51万人であり、そのうち西浦温泉地域での観光入込客数は36万人、宿泊者数は12万人と、市内四つの温泉郷の中では観光入込客数及び宿泊者のいずれも2番目に多い地域となっている²²。

同社が運営する旅館「天空海遊の宿 末広」は、三河湾に面し、海の幸と西浦温泉随一の絶景を強みに1955年から営業している。取組以前の宿泊客室は3棟72室、従業員は約70人の規模で運営していたが、現在の宿泊客室は2棟44室、従業員は約30人に集約した。元々は団体客を主な顧客としていたが、団体客が減少して個人旅行化が進んだことを契機に、2009年頃から個人客を取り込むための改革を実施してきた。一方で、団体客中心の事業モデルから個人旅行者へのシフトは従業員の業務負担を増大させ、従業員の高齢化が進む中で若手人材の確保が急務となっていた。しかし、休日数の少なさや、「中抜け勤務」、「たすき掛け勤務」、直前まで確定しないシフト等の宿泊業特有の労働慣習が阻害要因となり、有効な対策を打てない状況が続いていた。

そこで同社は、運営の効率化と人手不足の解消を目的に、2014年から2018年までの5年分の宿泊実績データを分析した。その結果、休日に比べて平日の稼働率が著しく低く、特に火曜日から木曜日にかけての稼働率は、休日の約30～40%にまで落ち込んでいることが明らかとなった。この客観的なデータ分析と現場の状況を照らし合わせ、整理された同社の具体的な課題は以下の3点である。

① 人手不足の深刻化

宿泊業特有の中抜け勤務やたすき掛け勤務に加え、休日が少ない労働環境、直前まで確定しないシフト等の変則的な勤務状況から従業員は心身共に余裕がなく、プライベートの予定を立てにくい状況にあった。その結果、年間平均3～4人の退職者が出る一方、新たな人手の確保も困難となっていた。また、従業員の高齢化が進み、今後は年齢を理由とした退職も想定されるなど、人手不足が経営基盤を揺るがす喫緊の課題となっていた。

② 縦割組織による低生産性

従来の4部門（フロント、接客、調理・内務及び準備）という縦割組織が原因で、部門間の連携が非効率となり、従業員のマルチタスク化が進まず、労働生産性が低い状態にあった。

例えば、ある部門が忙しい時間帯に比較的余裕のある別の部門から従業員を招集したくても、他部門の業務を担える人材が不足していた。

③ 接客の質の低下

本来、細やかな対応が必要な個人客が増加しているにもかかわらず、人手不足による従業員の心身の余裕のなさから、そうした対応がとれず、接客の質を上げることが難しい状態にあった。

b) 講じた取組

同社は、「働きやすい環境の確保と収益性の両立」を目指し、週3日の固定休館日制という抜本的な運営形態の変更と、それに合わせた組織・収益構造の改革を複合的に実施した。具体的な施策は、①働き方と組織の抜本的改革、②高付加価値化と業務効率化による収益構造の改善である。

① 働き方と組織の抜本的改革

売上、固定費、人件費、曜日別稼働率等のデータに基づいたシミュレーションにより、火曜日から木曜日にかけての週3日の固定休館日設定であれば従来の約半数の従業員数で施設が運営可能であり、経営の効率化が促進されることが判明した。これを踏まえ、2019年4月から、宿泊需要が高いゴールデンウィーク、お盆及び年末年始を除き、「週3日固定休館日制」を導入した。

また、従業員の生産性を高めるためのマルチタスク化も進めている。これまで「フロント」、「接客」、「調理・内務」及び「準備」の縦割分業が定着していたが、各部門を再編成し、フロント及び接客を兼務する「接客部門」と調理・内務及び準備を兼務する「準備部門」の2部門になり、現在ではこれらの部門を一つの「サービス部門」に集約している。働きやすさの余地を残すため、選択制で一つの業務に

²² 蒲郡市「蒲郡の統計」（2026年3月30日更新）

専念する従来どおりの働き方も選べるが、基本的には部門を集約することで、人手が足りないときには他業務で働いている従業員を招集することができ、少ない従業員数でも対応できるようになった。

② 高付加価値化と業務効率化による収益構造の改善

高付加価値化の観点では、限られた稼働日での収益最大化を図るため、料理の変更や客室の改装を行い、サービスの付加価値を高めることで一人1泊当たりの宿泊単価を11,000円から16,000円まで引き上げることに成功した。

業務効率化の観点では、前述の週3日固定休館日制及びマルチタスク化に加え、予約対応業務を外部委託することで、シミュレーションどおり、在籍従業員が60～70人から約30人にまで半減しながらも実際に施設を運営できている。なお、在籍従業員には組織改革の方向性を伝えて納得してもらいながら、必要に応じて希望退職も募りつつ、改革を進めた。また、料理コースを6～7種類から3種類に削減したことで、仕入れ食材の集約化と業務工程の省力化を実現している。施設運用においても、稼働率が低水準だったことを踏まえ、宿泊客室数を3棟72室から2棟44室に集約する一方で、愛知県内からの日帰り旅行者が多い西浦温泉の地域特性を踏まえ、残りの1棟を日帰り旅行者が利用できる休憩用客室として有効活用することとした結果、資産の稼働効率が改善した。

従業員が担当する業務範囲を拡大し、旅館全体のマルチタスク化を推進



資料：株式会社ホテル末広提供資料

休館日の設定は、施設管理面でも大きなメリットをもたらした。以前は、修繕の必要が生じた場合、営業中に部屋単位で稼働を止めて修繕を行い、重大な故障が起きた場合は顧客に急遽、ほかの宿泊施設に泊まってもらい、施設全体を3～4日間休館することがあったが、休館日設定後は軽微なメンテナンスを営業日に実施しつつ、大規模なメンテナンスを休館日に計画的に実施することで、より快適かつ安全なサービスを提供することが可能となった。また、休館中はボイラー等の大型設備を停止することで、燃料の使用量を15～20%削減した。

2015年には宿泊者の60～70%がOTA²³経由の予約となり、年々団体旅行の減少と個人客の増加の傾向が強まっていた。そのため、デジタルマーケティングについても強化し、個人客の集客に注力した。具体的には、SEO対策²⁴、Google広告等の強化を図り、各OTAの活用においても、有料の広告やクーポン施策の実施、施設の露出や予約の増加が期待できる機能の積極的利用、検索を意識した施設ページのキーワード選定、表示順位の評価点アップを目的とした日々の利用者アンケートチェック、アンケートに基づくサービスの早期改善等に取り組んだ。

c) 取組の成果と展望

週3日固定休館日制の導入により、売上が従来の約3分の2まで減少したが、高付加価値化や業務効率化を同時に推進することで利益率が15%向上した。利益率の向上により、2024年3月には旅館のシンボルである屋上露天風呂を改良する設備投資を行い、更なる集客につなげるなどの好循環が生まれている。

また、週3日固定休館日の設定によって、日を跨ぐ業務が多い宿泊業でも、従業員の連続した丸2日以上の休日を確実に確保し、年間休日数146日と旅館業以外の他業種企業と比べても決して少なくない休日数となった。従業員からは「休日が増えて負担が軽くなった」という声が上がっており、休日を利用して旅行に出かけることで、宿泊先での学びを持ち帰り、自らの業務に生かすといったシナジーも生まれている。固定休館日制によって休みの見通しがわかりやすくなり、従業員はシフトが直前まで決ま

²³ 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。

²⁴ SEO対策とは、検索エンジンの評価アルゴリズムを考慮して自社サイトの最適化を行い、検索結果の上位にサイトを表示させるための対策のことである。

らないストレスから解放され、シフト作成の手間も大幅に軽減された。

さらに、地元で「休日が多く働きやすい職場」として認知されるようになった。近年では、毎年新入社員の募集を行い、年に2～6人を採用している。以前は50～60代の従業員が多かったが、週3日固定休館日制を含む取組を実施してからは、若手の人材が安定的に入社するようになり、従業員の平均年齢は36歳に下がった。

しかし、従業員の年間稼働日数が少なくなった一方で、1日当たりの稼働時間は依然として長いという課題がある。朝出勤し、間に休憩をとって夜に退勤する中抜け勤務は改革前に比べれば減少したものの、廃止までには至っていない。中抜け勤務の実働時間は、人によって11～12時間となることがあり、1日当たりの労働時間を長くする最も大きな要因となっている。

今後の展望については、現状の週3日固定休館日制を継続しながら、中抜け勤務を更に削減し、1日当たりの労働時間も減らしていくことを目標に取組を進めることとしている。具体的には、これまで特定の時間帯に偏っていたフロント・接客や調理・内務、準備等の業務を全従業員がこなせるよう、マルチタスク化を徹底することで、勤務時間を集約・連続させることが可能となり、中抜け勤務を解消するねらいがある。こうした取組を加速させるため、新たな業務を習得しマルチに活躍する従業員には手当を支給するなど、従業員に対してインセンティブを付与するような新たな人事評価制度の仕組みを作り、意欲的なスキルアップを促すことで、更なる労働環境の改善と収益性向上の両立を目指している。

d) 他地域における類似の取組例

こうした生産性向上を図る宿泊施設の取組としては、例えば、山形県天童市にあるほほえみの宿滝の湯では、時間当たりの付加価値額を示す人時生産性を指標として1か月間の日別の状態をチェックし、売上高が低い日の人員配置を適正化することで労働投入時間を削減し、生産性向上を図る取組を行った。削減した労働時間は従来外部に委託していた業務に充て、外注経費を削減するとともに、内製化により従業員の接客業務が熟練し、品質の向上がみられた。

(2) 熱海市役所（地域：静岡県熱海市）

a) 地域・実施主体の概要

熱海市は静岡県東部に位置し、温泉や海、季節ごとの花火大会、海鮮料理等が有名な観光都市である。熱海市の2023年度の観光交流客数²⁵は627万人、宿泊者数は297万人であり、新型コロナウイルス感染症の流行により激減した観光客数は回復しつつある²⁶。一方で、市内観光事業者は人手不足に直面しており、営業時間や受入人数の制限を余儀なくされる施設も散見される。観光に従事する従業員が限られている中で観光客数を増やすためには、平日でも来訪する訪日外国人旅行者をターゲットに集客することが選択肢の一つになるが、熱海市は首都圏からアクセスしやすい新幹線停車駅という好立地でありながら、2024年の外国人宿泊比率は5.5%²⁷となっており、隣接する神奈川県箱根町の12.4%²⁸と比べて低い。また、熱海市の魅力の一つはビーチリゾートであるが、近年全国的に夏が非常に暑くなっており、同市は夏の国内旅行者が避暑地へ流れているとみている。

こうした状況下で持続的な観光産業の成長を図るため、市は「熱海市観光基本計画」に基づき、平日需要の底上げに寄与するインバウンド誘客を重点戦略の一つに掲げている²⁹。さらに、2025年4月からの宿泊税の導入に伴い、熱海市と民間が連携した地域DMO³⁰として熱海観光局を組織し、DMOが地域一体となったプロモーションや商品開発を担い、地域全体の稼ぐ力の最大化を目指している。特にインバウンド誘客のターゲットとしては、リピート客の多い台湾や消費額が高く日本より暑い気候のタイに加え、熱海観光局が観光局のモデルとしてノウハウを吸収し、ネットワークを構築してきたハワイ州観光局が所在する米国を中心にインバウンド施策を進めているが、更なるインバウンド誘客の加速に向けては、以下の3点が課題となっていた。

²⁵ 宿泊施設利用人数＋観光レクリエーション客数。熱海市では1998年度以降、観光入込客数ではなく、観光交流客数を算出している。

²⁶ 熱海市「令和6年版熱海市の観光」

²⁷ 熱海市提供資料

²⁸ 箱根町「令和6年箱根町観光客実態調査報告書」

²⁹ 熱海市「熱海市観光基本計画2026-2030」

³⁰ 単独の市区町村、又は複数の市区町村にまたがる区域を一体とした観光地域において、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

① 訪日外国人旅行者のデータ分析

熱海市では訪日外国人旅行者の実績データが少なく、ニーズの把握が困難な上、限られた人員による手作業での口コミ分析や市場調査の実施は膨大な時間を要し、タイムリーな施策立案ができていなかった。

② 観光案内の属人化と品質維持

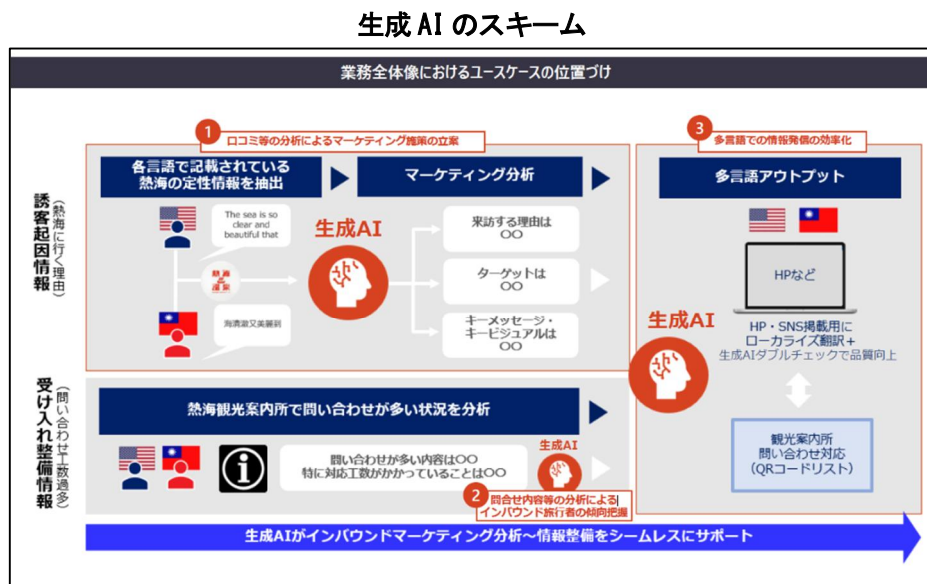
訪日外国人旅行者への案内は外国語対応のできる特定のスタッフに依存し、同スタッフの不在時等に一定のサービス品質を保つことが難しかった。また、観光案内所の窓口での対面対応だけでは、旅行者の多様化するニーズに即座に応える「24 時間・多言語」での情報提供に限界があった。

③ 観光専門人材の不足

行政組織特有の定期的な人事異動により、高度なマーケティング知識や観光専門知識、多言語対応能力を持つ専門人材を継続的に確保・育成することが難しく、知見の蓄積が課題となっていた。

b) 講じた取組

上記の背景や課題を踏まえて熱海市では、2024 年度から訪日外国人旅行者のニーズを的確に把握し、品質を担保しながら多言語情報整備を効率的に進めることを目的に、①口コミ等の分析によるマーケティング施策の立案、②問合せ内容等の分析による訪日外国人旅行者の傾向把握、③多言語での情報発信の効率化の3分野で生成 AI の導入・活用を開始した。



資料：観光庁「令和6年度 観光 DX における生成 AI の適切かつ効果的な活用に関する調査事業」

① 口コミ等の分析によるマーケティング施策の立案

熱海市が誘客のターゲットとしている台湾、タイ、米国等の国・地域で利用されている SNS で、それぞれの国の言語で投稿された熱海市に関する口コミや記事を生成 AI で分析する仕組みを構築した。また、オンライン地図サービスに掲載された熱海市主要観光スポットの口コミについても、言語ごとに集計・分析し、熱海市役所や熱海観光局の関係者に自動的にメールを配信する仕組みを構築した。

さらに、公表されている既存の統計データ等を活用して、「全国・静岡県の内バウンド動向」、「熱海市への宿泊率・来訪率」、「熱海市を含む広域の周遊ルート」、「熱海市の前後周遊市区町村」、「訪問上位スポット」等のデータを生成 AI によって分析する仕組みを構築した。

現在は、これらの分析結果からターゲット像の抽出や施策の方向性を検討するための試作・検証段階にあり、今後は競合地域との比較を含めたマーケティング方針の策定・施策アイデアの検討までを生成 AI が実施できるレベルまで精度を高めていくことを目指している。

② 問合せ内容等の分析による訪日外国人旅行者の傾向把握

観光案内所での実際の問合せや意見を月末にとりまとめた上で、熱海市を訪れた訪日外国人旅行者が

どのような点を不便と感じ、その問題点はどこにあるのか、といった旅ナカ分析やその傾向把握を生成 AI によって行い、レポートとしてとりまとめる仕組みを構築した。そのレポートは翌月には「熱海観光案内所トレンド通信」として観光協会やホテル・旅館協同組合等の関係各所に展開している。

熱海観光案内所トレンド通信 2025 年 10 月号（一部抜粋）



資料：熱海市役所提供資料

③ 多言語での情報発信の効率化

従来、各言語のネイティブスピーカーが行っていた熱海市観光協会が発行、投稿をする観光関係の広報誌や SNS 投稿文等の多言語翻訳を生成 AI により代替する仕組みを構築した。導入にあたり生成 AI による翻訳をネイティブスピーカーがチェックし、高い精度であることを確認した。また、その翻訳文の品質評価及び改善のため、別の生成 AI にてダブルチェックを行う工夫をしている。さらに、観光案内所に QR コードを設置し、翻訳文にアクセスできるようにした。

c) 取組の成果と展望

講じた取組①～③のいずれにおいても生成 AI の導入により、定量・定性の両面で成果が確認されている。

例えば、①の取組であるマーケティング施策の立案では、「台湾の人々がどのようなニーズを持ち、年齢層ごとにどのような嗜好を持っているか」という情報やそれに基づく PR 提案を生成 AI が行い、台湾の旅行会社との商談会で使用する資料に活用した。これにより、市の職員が資料を作成する時間や、コンサルタント等に依頼していた費用を削減するとともに、実際に熱海市の商品の造成・販売につながっている。生成 AI を活用することにより分析、立案にかかる業務量が従来の約 15 分の 1 に短縮された。今後は、「先行・競合する箱根や富士五湖地域と比較し、訪日外国人旅行者が熱海市にどのようなニーズを持っているのか」、「ほかの地域にない熱海市のコンテンツをどのように PR していけばよいか」等の競合地域との比較を含めて生成 AI が分析を行い、政策や PR 提案を行う方針である。

②の取組である「熱海観光案内所トレンド通信」では、従来の手作業での分析、レポート作成と比較し生成 AI の活用により業務量が約 4 分の 1 に削減された。情報の公表までには 1 か月以上を要していたが、現在は毎月月上旬には前月のデータを提供できるようになった。これにより、事業者がリアルタイムで観光客の求めていることを知ることができ、ニーズを踏まえた商品やサービスをタイムリーに提供

できるようになった。現在は観光協会やホテル・旅館協同組合に加え、熱海市訪日向けウェブサイト「Visit Atami」の掲載事業者等、地域の 60 以上の事業者等にレポートを展開しており、各事業者は事業施策の検討材料として活用している。

③の取組である多言語翻訳機能では、翻訳からその内容のダブルチェックまでを生成 AI が行うことにより、誤訳がほとんどなくなり、同一言語であってもターゲットとする年代に合わせた言葉遣いでの翻訳が即座にできるようになった。生成 AI の活用により多言語翻訳業務にかかる業務量が従来の約 12 分の 1 に短縮された。観光案内所での訪日外国人旅行者の問合せについては、多言語に翻訳されたウェブサイトアクセスできる QR コードリストを用いて案内することで、あらゆる言語に対応した案内ができるようになるとともに、問合せ対応時間の削減にも寄与している。

また、情報発信は観光案内所による旅ナカの情報発信に留まらず、例えば熱海市観光協会がこれまで日本語を中心に発信していた SNS 投稿を、実際に米国の若者が使っているような言葉で即座に翻訳し発信することで、まだ熱海市を訪れたことのない米国の若者たちにも明快に熱海市の魅力を PR することが可能になるため、非常に大きな強みとなっている。

熱海市観光協会の公式 SNS



資料：熱海市役所提供資料

熱海市では生成 AI の活用により、行政特有の課題である担当者の異動に左右されず、一貫した分析と施策立案が可能な体制が整いつつある。また、生成 AI 活用によって削減できた時間を更なるデジタル基盤の強化に充てており、2025 年度からはデータの整理・活用と人的リソース不足という課題を解決するべく、これまでの実証成果を基盤として、多様な観光関連データを統合的に収集・分析し、可視化する熱海市専用の「AI ダッシュボード・AI エージェント³¹⁾」の実証を行っている。これは、SNS や地図プラットフォーム上の口コミから得られる「旅行者の感情・満足度」の低下を知らせるアラートメール配信機能に加え、AI ダッシュボードによって観光交流客数、宿泊者数、インバウンド比率、消費単価等のデータを一元化するとともに、インターネットの検索キーワードやメディアへの掲載状況等の多角的データを集約・分析するものである。これにより、ペルソナ³²⁾を具体化し、ターゲットに合わせた SEO 対策や多言語情報発信等の PR 活動を推進し、その結果を観光交流客数や口コミ等のデータによって振り返り、更なる改善をするという AI 活用の好循環の確立を目指している。2026 年 4 月からの観光基本計画では、この「AI ダッシュボード・AI エージェント」を KGI・KPI のモニタリングに活用し、施策の有効性を迅速に検証し、改善する体制を運用する方針である。

熱海市は、これらの生成 AI 活用によるデジタル基盤と熱海観光局による地域連携を両輪として、外国人宿泊比率を現状（2024 年）の 5.5%から 2030 年までに 10.0%まで引き上げることを目標に掲げ、持続可能な観光経営を推進していくとしている。

³¹⁾ 観光 DX 推進による地域活性化モデル実証事業。同実証では、AI エージェントを「複数の論理ステップを踏み、複数のツールを活用しながら、長時間にわたって自律的に思考・判断できる AI」と定義している。

³²⁾ ペルソナとは、年齢、性別、職業、居住地、家族構成等の詳細情報を実在するレベルまで具体化した架空の顧客像のことである。

d) 他地域における類似の取組例

こうした DX の推進を通じて観光産業の生産性向上を図る取組としては、例えば、静岡県藤枝市では、一般社団法人藤枝市観光協会とサッカークラブ等が連携して、スポーツイベント時のチケット販売枚数や試合開始時間といった情報に加え、全来場者数やシャトルバス利用者等の需要予測も併せて地域事業者提供することで、営業時間・仕入・人員配置の最適化等に活用してもらい、事業者の収益・生産性向上につなげている。また、スポーツイベント来訪者に対して、アプリを通じて宿泊・飲食・交通等の情報を提供し、来訪者の消費拡大に取り組んでいる。

(3) 黒川温泉観光旅館協同組合（地域：熊本県阿蘇郡南小国町）

a) 地域・実施主体の概要

熊本県は、世界最大級のカルデラを擁する阿蘇山を有し、「火の国」「水の国」と呼ばれており、豊富な自然資源と多様な郷土料理が主な観光資源である。黒川温泉のある南小国町を含む熊本県阿蘇地域では、2024 年の延べ宿泊者数は 169 万人泊となり、2019 年（163 万人泊）の水準を超えて回復している。そのうち、外国人宿泊者数についても 51 万人泊となっており、2019 年（42 万人泊）の水準を超えている状況である³³。

黒川温泉は阿蘇山間に位置し、緑豊かな山々に囲まれた 30 軒の旅館が集う温泉地である。熊本市街からのアクセスは良好とは言えないものの、湯めぐりや石畳の小路・川沿いの美しい景観散策が人気となっている。黒川温泉観光旅館協同組合は 6 軒の旅館により 1961 年に設立され、現在は旅館 30 軒が参画しており、地域の景観づくりや入湯手形の発行、イベント・研修等に取り組んでいる。

熊本県の観光業は、人手不足、観光客の偏在、観光消費単価の低さといった課題に直面しているが、特に人手不足については宿泊者の増加に伴い県内全体で深刻化しており、黒川温泉観光旅館協同組合では地域の観光業を支える人材の確保・育成が課題であった。

黒川温泉郷の風景



資料：黒川温泉観光旅館協同組合提供資料

b) 講じた取組

このような現状を踏まえて同組合では、地域全体で観光人材を確保・育成するため、①地域理念「黒川温泉一旅館」の明確化、②「黒川塾」による人材育成及び実践的学習、③「里山研修」による従業員教育、④「黒川温泉オープンカンパニー」による若手人材確保をそれぞれ実施した。

上記の各取組の実施にあたっては、2019 年度から 2020 年度にかけて観光庁が実施した「地域における観光産業の実務人材確保・育成事業」を活用した。なお、観光庁事業終了後は、入湯手形発行による事業収入等の自主財源を活用し、各取組の継続を図っている。

① 地域理念「黒川温泉一旅館」の明確化

黒川温泉観光旅館協同組合は 1986 年に 2 代目旅館経営者を中心に実施した組合再編成を踏まえ、全ての露天風呂を利用できる入湯手形の導入や、2 万本の植樹、個別の看板を廃止した統一共同看板による景観改善に着手した。取組が評判になり、1990 年代には「露天風呂の黒川温泉」として広く知られるようになった。同組合では、黒川温泉の更なるブランド化の確立を目指し、1990 年代に「黒川温泉一旅

³³ 熊本県「令和 6 年（2024 年）熊本県観光統計表」

館」という地域理念を創出した。

「黒川温泉一旅館」とは、温泉地全体を一つの集合として捉え、景観や宿泊施設の整備による風情ある町並みづくりを進めることである。また、人材確保・育成を協働することで働く場所としての地域ブランドの認知を進めており、同年度に入社・入館する各旅館のスタッフや人材育成プログラム受講生等を「同期」と捉え、合同入社式や合同新入社員研修等を行っており、旅館の垣根を越えたつながりや仲間づくりに結びつけている。

さらに、同組合では、協働によるまちづくりの一環として、組合設立 60 周年の 2021 年に「黒川温泉 2030 年ビジョン」を策定した。同ビジョンでは、黒川温泉の成り立ちから始まり、注目を集めるきっかけとなった「入湯手形（1986 年開始）」や、ライトアップ景観が評判の「湯あかり（2012 年開始）」等の主な取組のほか、2030 年ビジョン及びビジョン実現に向けた取組等が掲載されており、地域の方向性を示す指針として位置づけられている。

② 黒川塾による人材育成・実践的学習

黒川温泉観光旅館協同組合では、人材育成について徳島県神山町の取組を参考にした。神山町では、2010 年より「神山塾」という地域活性化や地域課題の解決について学ぶ地域滞在型の職業訓練プログラムが実施されており、これまでの卒塾生は 200 人以上に達している。2019 年に神山塾に携わった地域コーディネーターを迎え入れ、2020 年に黒川温泉における人材育成の取組を開始した。同組合では、新たな取組の導入に対して慎重な声もあったが、ノウハウを有する地域コーディネーターと現地関係者が密接に連携・協働しながら理解促進に努め、着実に取組を推進した。

「黒川塾」とは、2020 年度に開始された黒川温泉の未来を担う観光人材・若手リーダーの育成研修である。「新しい時代のリーダー」に必要な視点や視座を養い、自ら主体的にキャリアを築く意識を醸成することを目的として、座学とフィールドワークを組み合わせた通年・全 6 回のプログラムを実施している。毎年組合に参加する各旅館から 20 歳代後半～40 歳代の未来のリーダー候補を一人ずつ選出し、合計約 6～10 人のメンバーで年度を通じて受講する。2025 年度は第 6 期にあたり、これまでの卒塾者数は累計 63 人に上る。

「黒川塾」では、チームで 1 年間かけてプログラムに取り組むことで、他メンバーからの刺激やメンバー同士の切磋琢磨により、自発的に関与する意識が引き出されることを狙っている。最終回には、「マイプロジェクト発表」として、黒川塾での学びを取り入れた自身の旅館や組合での取組を発表する機会が設けられている。

「黒川塾」で取り扱うテーマは、現在の旅館が抱える多様なニーズに込えている。具体的には、仲居業務と広報・企画業務を併せ持つようなマルチタスク型キャリアパスの構築、観光 DX に対応できるクリエイティブ人材の育成及び確保等である。多様なスキルやキャリアを個々の旅館だけで育成することは困難であるため、「黒川塾」がその役割を担っている。

黒川塾（マイプロジェクト発表）の様子



資料：観光庁

③ 里山研修による従業員教育

里山研修とは、2020 年に開始された、黒川温泉のある北阿蘇の里山の文化や食を楽しみながら学ぶ従業員向けの研修プログラムである。各ジャンルで活躍する方を講師として招き、苔玉づくり実習や食文化・季節の室礼を知る体験学習等を年数回実施している。食文化研修及び室礼研修はこれまでにそれぞれ 10 回以上開催し、200 人超の従業員が参加している。日常業務では習得できない土地の文化や魅力を学ぶことを目的としている。

④ 黒川温泉オープンカンパニーによる若手人材確保

優秀な人材を継続的に確保するための取組の一つとして、「黒川温泉オープンカンパニー」と呼ばれる、学生や第二新卒を主な対象とした1日体験プログラムを開催している。オープンカンパニーの前身である「黒川温泉おもてなし体験インターンシップ」は、黒川温泉で働くことへの認知を広げる目的で実施された5日間のプログラムであったが、結果として黒川温泉の地域活性化事例を学びたい県外学生が多く集まり、就職に結びつかないという課題があった。この課題を解決するため、1日体験形式に変更し、受入対象を熊本県内及び隣県等の大学で観光業を学ぶなど、観光産業に興味のある層に限定した。現在では年2回実施しており、人材確保に資する有意義な取組として継続している。

黒川温泉オープンカンパニーの開催案内



資料：黒川温泉観光旅館協同組合提供資料

c) 取組の成果と展望

取組①の成果としては、地域理念が明確化されたことにより、黒川温泉観光旅館協同組合の行動原則が明らかとなり、同組合の全ての取組が「黒川温泉一旅館」に基づいて行われるようになった。また、前述の「黒川温泉 2030 年ビジョン」により、地域理念を踏まえた当面の活動指針が明確化された。

取組②の成果としては、「黒川塾」を継続的に実施することで、「楽しそう」、「リーダーが生き生きしてきた」というポジティブな変化が各旅館に広がり、旅館の垣根を越える機会が新たに生まれた。こうした取組が積み重なり、短期離職率の改善や若手リーダーの育成が進展した。2024 年度からは、「黒川塾」のフォローアップとして、経営者とビジョンを共有することを目的としたステップアップ研修である「黒川塾プラス」を、「黒川塾」OB メンバーを中心に開始している。

「黒川塾」のマイプロジェクトが実際の成果につながった事例は数多くある。例えば、黒川温泉の名物「カルデラカヌレ」を開発し、現在は独立してカフェを開業した事例や、地元食材の良さや郷土料理の紹介等を通じた魅力的な朝食の献立づくりにより満足度を高めた事例等が挙げられる。

「黒川塾」は受講生からの評価も高く、新たな取組への心理的な抵抗感の払拭や、チームで挑戦する機運の醸成につながったなどの意見が挙げられている。

取組③の成果としては、里山研修を通じて、各旅館の女将に対し、黒川温泉らしい里山の文化や季節感を反映した室礼やその理解を広げることにつながった。また、スタッフに対しては、日常業務では習得できない土地の文化や魅力を学ぶことで、黒川温泉の質感・価値への理解を深め、それが黒川温泉らしいサービス提供や宿泊プラン作り等に還元されるといった成果をもたらしている。

取組④の成果としては、開始当初に比べ地域の各大学との連携を強化しており、以前よりも地域の観光業に関心がある層の学生が参加するようになった。2026 年 2 月開催の際には 13 人が参加した。また参加者から毎年 2～3 人が新卒採用選考に応募しており、同取組が採用活動に結びつくケースが増えている。

黒川温泉観光旅館協同組合では、近年、「採用者数」よりも「定着率」を重視している。人材採用にあたり、旅館側が明確なコンセプトや指針等を掲げ、従業員の希望とのミスマッチを少なくし、勤続年数の長期化による若手人材、次世代リーダーを育成するキャリア形成を目指す。しかしながら、ミスマッチが発生するケースもあり、働いている旅館と合わない場合には、地域内の別の旅館への移籍を柔軟に認めており、黒川温泉の地域内に人材が留まることを優先し、若女将同士の情報共有による円滑な移籍

の調整も行っている。

同組合では、地域一体で幅広い人材育成を推進していくことが重要と考えている。一人前に成長した上で旅館を離れ、カフェ等地域内の他業態で活躍している人や、他旅館への移籍後にリーダーとして活躍している人、一度地域外に出た後に戻ってきて活躍する人等、様々な形で地域に貢献している人たちが生まれている。こうした多様なキャリアの広がりこそが、地域の強みや魅力につながっている。

d) 他地域における類似の取組例

こうした地域一体での人材育成の取組としては、例えば、群馬県の四万温泉では一山一家プロジェクトと題して人材保全事業に取り組んでいる。これは一つの山に住んでいる者は全員が一つの家族だという考えの下、四万温泉全体を家族と捉え、勤務先の垣根を越えて地域内の旅館や商店等のつながりを深め、従業員満足度の向上と離職率の低下を目的とするものである。合同入社式や交流会、ワークショップ等を通じて環境保全活動や、地域課題に対して協同して取り組んでいる。また、地域の担い手の創出、育成を目的に「四万温泉人財保全基金」をつくり、デジタル募金を通じた財源確保に取り組んでいる。この基金は、地域合同での求人や研修の実施、福利厚生イベント等に充てることとしている。

(4) 一般財団法人奈良県ビジターズビューロー（地域：奈良県等）

a) 地域・実施主体の概要

奈良県は国宝や世界文化遺産に登録された神社仏閣を数多く有しており、歴史と文化に富む建造物や豊富な自然環境が主な観光資源となっている。奈良県における 2024 年の観光入込客数は 4,362 万人を記録し、新型コロナウイルス感染症流行前（2019 年比）とほぼ同程度まで回復している³⁴。また、県内の 2024 年の宿泊者数は 330 万人となり、新型コロナウイルス感染症流行前の水準を上回り、過去 15 年で最高値となるなど、急速に回復している³⁵。

奈良県ビジターズビューローは、2009 年 4 月に設立された都道府県 DMO³⁶であり、県内の二つの地域 DMO と連携しつつ、県内全域を対象とした観光振興・コンベンション誘致を担っており、奈良県における観光地域づくりのハブとして位置づけられている。

奈良県では、県内における観光客数の急速な増加に伴い、観光業における人手不足が顕著となっており、特に繁忙期（春期・秋期）の宿泊事業者においては人手不足により、客室稼働率を十分に上げられず、課題となっていた。

b) 講じた取組

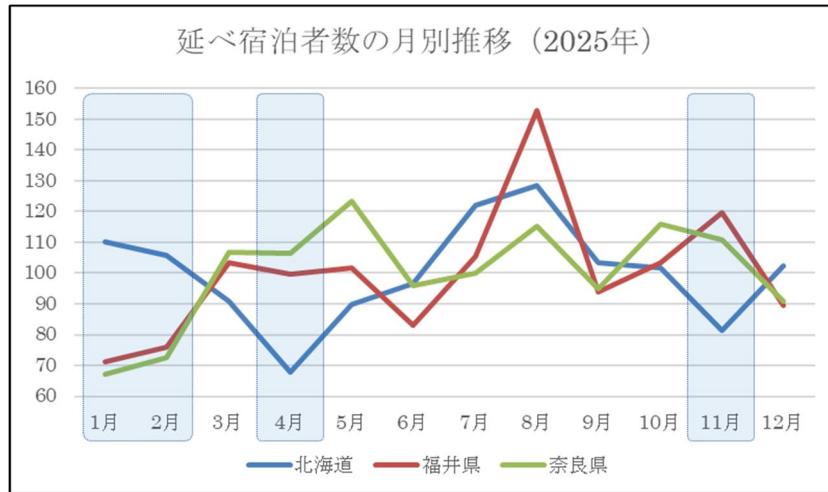
このような現状を踏まえ、県内外にネットワークを持ち、日ごろから宿泊施設の実情をよく知る奈良県ビジターズビューローの発案により、人手不足の解決策の一つとして、地域間の繁閑差を活用した人材留学の仕組みを検討し、2024 年度より実証事業を開始した。これは、ホテル・旅館等で働く従業員が繁閑時期の異なる別の地域のホテル・旅館等に期間限定で就労する取組であり、労働力の融通とともに、異なる環境での業務経験を通じた従業員のスキル向上等が期待できる。具体的には、①地域間及び事業者間の繁閑差を活用した人材留学、②即戦力によるサービスの質の維持と現場負担の軽減、③事務局（DMO）によるマッチングと生活支援をそれぞれ実施した。

³⁴ 奈良県「令和 6 年奈良県観光客動態調査報告書」

³⁵ 奈良県「令和 6 年奈良県宿泊統計調査」（令和 7 年 11 月）

³⁶ 単一都道府県の全域を対象とした観光地域において、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

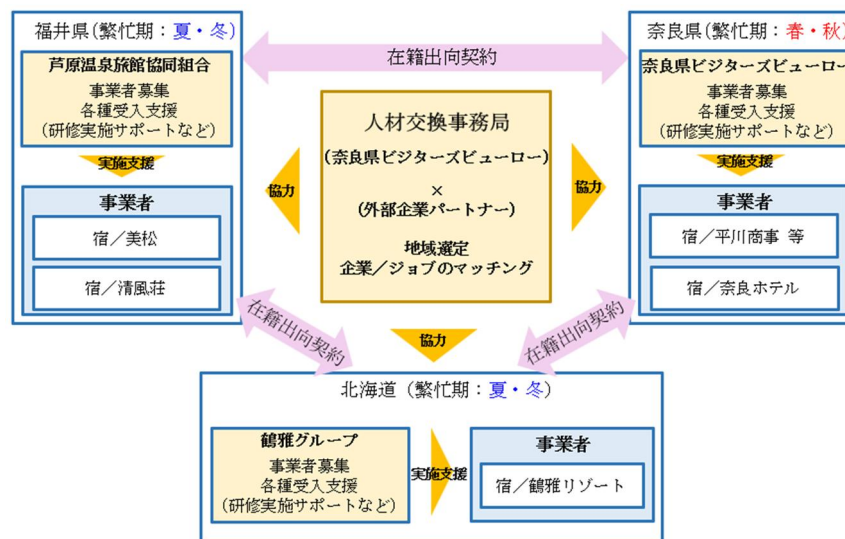
地域による繁閑差



① 地域間及び事業者間の繁閑差を活用した人材留学

同取組は、繁忙期を迎える宿泊施設が閑散期にある他地域の宿泊施設から正社員を在籍出向の形で受け入れるスキームである。初年度の2024年度は、北海道と奈良県の事業者間においてスタッフの出向を実施し、翌年度には、2地域間だった取組を拡大して福井県、北海道及び奈良県の3地域での人材留学を実施している。系列グループホテルの施設間でのスタッフ人材シェアを行うのではなく、地域を超え、かつ異なる宿泊事業者同士が連携する取組である点に特徴がある。

実証事業（2025年度）の概要



資料：奈良県ビジターズビューロー提供資料に基づき観光庁作成

② 即戦力によるサービスの質の維持と現場負担の軽減

同取組は一般的な人材派遣やアルバイトとは異なり、他館で研鑽を積んだ正社員を受け入れる点が特徴である。受入施設からは、類似業務の経験から、おもてなしにおける所作や心遣いの質が高く、短期間で現場に馴染む即戦力として機能したとの評価を得ている。これにより、繁忙期であっても質の高いサービス提供やスムーズなオペレーションを実現することが可能となった。また、社内や従業員のモチベーションの活性化・意識改革につながったとの意見も確認された。

さらに、宿泊施設ではシフト制での勤務が多いことから、即戦力としての人手が増えることにより、既存従業員の負担軽減にもつながったものと推測される。

③ 事務局（DMO）によるマッチングと生活支援

同取組では奈良県ビジターズビューローが事務局となり、事務局が有する県内外の宿泊施設とのネットワークを活用するとともに、外部パートナー企業が有する全国各地の観光地の繁閑データや各宿泊施設の事業規模を参考として宿泊事業者間のマッチングを図り、契約調整、寮の確保等の就労者の生活支援及び地域研修の実施を担っている。初年度は仕組みの構築を目指し、2地域間で小規模な実証事業を実施し、そこで得られた知見や課題を踏まえ、2年目は3地域に拡大して実施している。単なる労働力の融通に留まらず、就労者に対しては日頃勤める地域とは異なる新しい地域文化を学ぶ機会を提供することで、就労者の満足度向上に努めている。

c) 取組の成果と展望

観光産業は需要の繁閑差が大きいという特徴があることから、観光事業者の多くにとって繁閑を加味した事業運営が必要になる。繁忙期と閑散期が異なる地域間で連携して人材交流を行うことが、事業運営上の課題の改善策となり得る。また、同事業を通じて、事業者（受入施設、送出施設）だけでなく、就労者（出向する社員）も含めた多角的な成果が確認された。

受入側事業者にとって、繁忙期における即戦力の確保による機会損失の回避が可能となった。さらに、自館スタッフが外部の専門人材から刺激を受けることで、組織全体のサービス品質の底上げや視座の向上に寄与している。加えて、送出側事業者からも、留学先から戻った従業員の立ち振る舞いの変化し、留学先での取組を参考に自施設の事業計画への提案が出るようになったという声もあり、従業員のスキル向上や研修効果が高く評価されている。

就労者の観点では、地域環境や文化、コンセプトの異なる他旅館での業務経験が、自身の接客スキルの客観的な再認識や、新たなオペレーション手法の習得につながり、帰任後のモチベーション向上や自館への改善提案といった具体的な行動変容が引き出されていると送出側事業者から評価されている。就労者の帰任後の前向きな意識の変化は、業務上の成長や観光業界に関する知識習得を促進し、観光人材としての市場価値の向上にもつながるといえる。

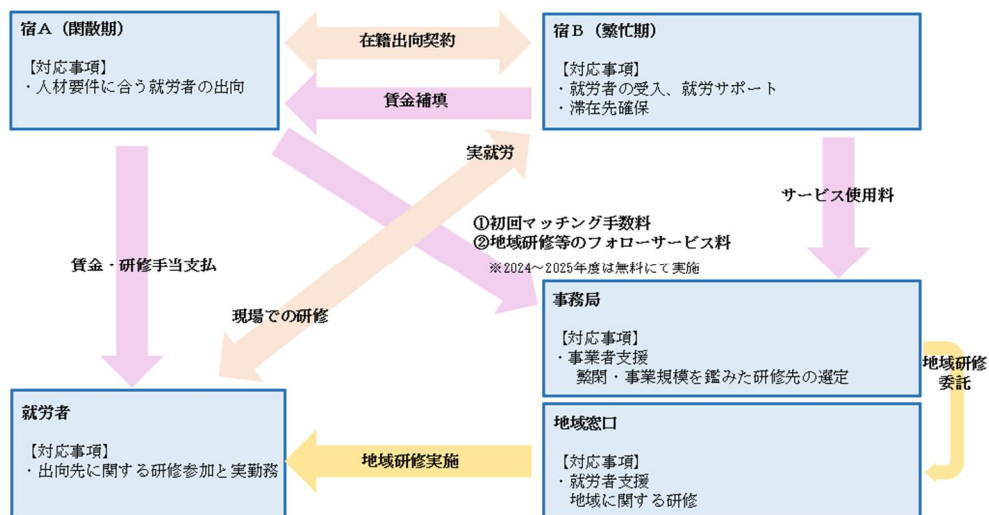
受入施設（しこつ湖鶴雅リゾートスパ水の調）と送出事業者（奈良ホテル）の人材留学の様子



資料：しこつ湖鶴雅リゾートスパ水の調提供資料、合同朝礼の様子（左）と両施設のスタッフがタッグを組み作業する様子（右）

今後の展望としては、持続可能なビジネスモデルへの転換が課題となっている。具体的には、事務局が提供する宿泊事業者間のマッチング、地域研修等の付加価値に対する手数料設定及び運用コストの効率化が課題である。実証事業を通じて、宿泊事業者からは繁閑のギャップを埋め、即戦力人材を相互に融通し合える仕組みを求めるニーズが確認された。こうした宿泊事業者のニーズに応え続けるためには、繁忙期と閑散期が異なる十分な参加事業者数が必要であり、特定の地域間に留まらない全国的な人材留学ネットワークへと発展させることが求められる。奈良県ビジターズビューロー自身によるネットワーク形成が可能かという点や、全国規模で展開する場合の運営体制をどのように構築するかといった点も課題である。現在、奈良県ビジターズビューローでは、同取組の自立運営に向けた継続的な方策について検討を進めている。

運用スキーム



資料：奈良県ビジターズビューロー提供資料に基づき観光庁作成

コラム I-5 ローカルガイドの確保・育成と継続的に活躍できる仕組みづくり

歴史や文化、自然等の地域の魅力を伝えるローカルガイドは、観光コンテンツの付加価値を高め、旅行者の消費単価や満足度の向上、地方誘客の促進に加え、「地域の顔」として来訪者の地域に対するロイヤリティ（愛着）の形成や、地域におけるシビックプライド³⁷の醸成等により、持続可能な観光地域づくりを支える存在として重要な役割を担っている。他方で、報酬の低さや繁閑差によって通年での就労が困難等の構造的な課題を抱えており、特に地方部においてはガイド人材の確保に苦慮している状況である。

観光庁では、地域におけるローカルガイド人材の確保・育成とその人材が継続的に活躍できる仕組みづくりに一体的に取り組む地域を支援し、職業としてのローカルガイドの確立とそれを基盤とした持続的なビジネスモデルの確立を推進している。本コラムではローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた取組事例を紹介する。

（北海道・道東地域（道東4地区観光連盟連絡協議会）：広域連携で目指す持続可能な人材確保と稼働モデル）

北海道の道東4地区（オホーツク、十勝、釧路及び根室）では、アドベンチャーツーリズム³⁸等において地域の暮らしや生業が魅力的な観光コンテンツになり得ると考えられ、漁師・酪農家等の生業を営む魅力的な人材も存在している一方で、広大なエリアに観光コンテンツが疎らで、地域間の連携体制が構築されておらず、地域産業・経済の活性化につなげられていないという課題があった。そこで、広域で連携し、ガイド人材の確保からその人材が活躍することができる観光コンテンツの販売・催行までを一元化する仕組みを構築するとともに、地域の人材主導で地域を高付加価値化させ、社会・人材・自然の持続性を両立するモデル構築を目指す取組を進めてきた。

ガイド人材の確保という観点では、人口密度が低く不特定多数へのオープンな募集では人材確保が難しいという地域特性を踏まえ、市町村単位ではなく道東全体を対象に、地域で信頼の厚い中核人材を10人選定し、その中核人材がそれぞれの地域で知人・仲間を巻き込むフォーマンセル（4人1組）方式で実施した。社会貢献意欲の高い若者層や移住者層に直接アプローチを実施することで、生業を営む地域住民や地域おこし協力隊等計38人の多様な地域人材の確保に成功した。また、知人同士のネットワークに基づき取組を進めることで、モチベーション低下による離脱防止にも大きな効果がみられた。

確保した人材の育成にあたっては、道東の広大なエリア特性や、ほかに生業を営み、時間的制約がある人材が多いことも踏まえ、基礎・応用合わせて20講座のe-learning教材を構築し、地域や時間に制約されず均質な知識・スキルを習得できる育成環境を整備した。さらに、地域内の事例や事業の伴走支援を行う旅行事業者の知見を取り入れたワークショップ、商品造成研修、住民モニターツアー等の実地での育成機会を設けることで、机上だけでは不足する実践的な研修内容も取り入れた。こうした育成プログラムにより、学習と、コンテンツの造成・販売・催行までを一連の流れとして捉え、ガイド人材自身が商流全体に関与する設計とすることで、「自分ごと」として事業に向き合う意識が醸成された。

こうした取組により、ローカルガイド人材の確保・育成だけでなく、地域内産業の下支えやシビックプライドの醸成等にもつながっている。今後は、こうした人材の地域でのツアー催行や広域的な人材シェアリング等に取り組む、季節や地域ごとの需要差を吸収し、年間を通じた稼働の安定化を図ることとしている。

地域の中核人材を中心に構成されたチーム

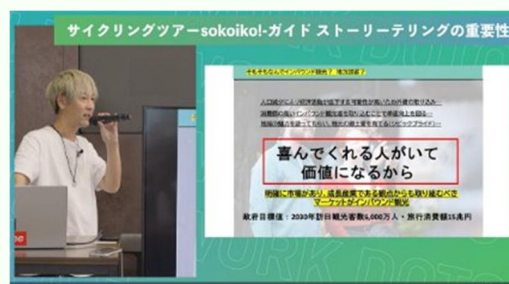
2. くしろの魅力に出会う北大通まち歩き（釧路）



4. プロジェクトべつかい（別海）



e-learning 教材



³⁷ 自分が住む地域に対する誇り、誇らしいものにしようとする気持ち。

³⁸ 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。

（石川県金沢市：休眠人材の掘起しと新規確保によるガイド・コミュニティの形成）

石川県金沢市においては、観光客は年々増加する一方で、その多くが兼六園周辺の訪問に留まり、地域全体での滞在時間が短く、観光消費額も伸び悩んでいるという課題を抱えている。他方で、訪日外国人旅行者のニーズに応えるガイドやツアーが充実している状況ではなかったことから、語学力を生かして訪日外国人旅行者に対応できるローカルガイドの裾野を拡げるとともに、まちあるきツアーを造成し、旅行者の動きを地域全体へと広げ周遊を生み出すことで、滞在時間延長と観光消費額の拡大を目指した取組を実施した。地元で豊富なネットワークを有する JTB 金沢支店と、東京等でガイドツアーの造成に実績のある事業者 2 社が連携し、「金沢フレンドリーガイド・コミュニティ」を立ち上げ、各主体の強みを生かして人材確保、育成、継続的な就労機会の創出に取り組んだ。

ガイド人材の確保という観点では、事業実施主体 3 社が、金沢市と連携して、休眠状態の地域通訳案内士に対して声かけを実施するとともに、学生、副業を探している人、語学力を生かして訪日外国人旅行者に対応することに興味のある人等、新たな人材を発掘するために、地元 Web 情報誌や SNS を活用した情報発信を実施した。その際、ガイド未経験者の新規参入ハードルを引き下げするため、「月 1 回・3 時間～」といった具体的な稼働イメージが付きやすい文言を用いることで当初想定していたよりも多くの人材を確保することができた。

確保した人材の育成にあたっては、3 社合同で育成講座を実施し、座学でガイドとしての心構えを学ぶことに加え、実際に案内をするフィールドにおいて、具体的にガイドとしての振る舞いやガイディングにおいて押さえるべき知識を習得できる実地講座を実施した。また、それぞれの人材が自身の興味・関心や得意分野、スキルレベルにあった企業での稼働を目指すことができるよう、コミュニティ所属後に、3 社のうち希望する企業にエントリーし、各社のプログラムを受講する仕組みを構築した。

さらに、コミュニティのメンバーを対象としたガイド交流会を開催し、先輩ガイドによるトークセッションを実施した。ここで、働き方、稼働日数、副業として活動する場合の収入の目安等、普段は聞きづらい点について率直な質問・意見交換を行うことで、ガイドとして稼働を始める上での不安を軽減するとともに、ガイド同士の横のつながりを強化するなど、就労を継続しやすい環境づくりを図った。

ガイドとして実際にデビューした後は、所属する企業が催行するツアーで活動できるだけでなく、県内外の旅行会社、体験商品事業者、体験コンテンツを提供する飲食店等の英語人材を求める地域の様々な事業者とガイドが参加する「マッチング交流会」を開催した。

こうした一事業者の枠にとどまらないコミュニティとしての取組により、ガイドが得意分野やスキルレベルに応じて多様な就労機会を得やすくすることで、継続的に就労し、活躍することができる仕組みづくりに取り組んでいる。

作成したランディングページ



ガイド交流会



マッチング交流会



資料：観光庁「地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた事例集（令和 7 年度）」

第3節 「働いてよし」の観光産業の実現に向けて

1 まとめ

本章では、主に宿泊業の人手不足や生産性向上といった観光サービスの供給側の課題に焦点を当て、宿泊業をはじめ持続的な観光産業を作り上げていく上での課題や対応方法について分析を行った。

第1節では、宿泊業を念頭に置きながら、労働力の供給が需要に見合っておらず、人手不足が継続していることを示した。その背景には、繁閑の差が大きいために業務量の増減調整が必要という需要面の構造により非正規雇用が多いことや、休日が産業全体に比べて少ない、賃金水準が低いなど待遇面での課題がある。また、賃金水準が全産業に比べて低いのは、従業員一人当たりの付加価値額でみた労働生産性が低いことが主な要因と考えられるが、その背景には、高付加価値化や業務効率化のための投資が少ない、知識・スキル向上のための従業員への投資・教育機会が少ない傾向にあるといった供給面での課題がある。こうした需要面・供給面での課題の相互作用により、人手不足という状況を生み出していると考えられる。

第2節では、地域の特色を踏まえながら、人手不足の解消や生産性の向上に取り組んでいる地域等の事例を紹介した。第1節における分析結果及び各事例の取組や成果も踏まえ、人手不足の解消と生産性の向上の好循環を促していくためには、宿泊業の収益性・生産性を向上させるとともに、それを担い手の待遇の改善につなげていく必要がある。そのための対応策を検討するにあたっての要点を整理する。

第一に、無形・有形の投資をどのように進めていくかが重要である。宿泊業における無形・有形の設備投資やストックの量は産業計に比べると低いという現状があるが、政府は、2025年6月に決定された「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2025 年改訂版」及び「省力化投資促進プラン—宿泊業—」において、人手をかけるべき業務に人材を集中投下し、サービスの向上等を実現するため、省力化に資する設備投資を補助するとともに、日本政策金融公庫における資金繰り等の活用、自動チェックイン機器等を通じた本人確認により従業員との面接を不要とする通知改正等の実施、省力化の好事例に関する周知をはじめとした専門家による相談体制の構築といった多面的な促進策に加え、サポート体制の整備・周知広報等を行うこととした。また、2026年3月に閣議決定された第5次観光立国推進基本計画（以下「第5次基本計画」）において、AI等も含めて、先進的な技術の活用を図りながら観光分野のDXを推進することにより、生産性向上等を図ることとしている。具体的には、担い手が限られている中で、サービス水準向上・賃上げを実現するためには、スマートチェックイン・アウト、配膳・清掃等ロボット、チャットボット、顧客予約等管理システム（PMS）等の設備投資や、AI等の先端技術を積極的に導入することが有効と考えられる。特にAIについては、フィジカルAI等も含めて技術進展が速く、こうした技術の活用可能性の検討が進み、将来的に人手不足の改善につながることが期待される。

第二に、人材育成をどのように進めていくかが重要である。宿泊業はOFF-JTの研修や計画的なOJTの不実施率が産業計に比べて高く、スキル蓄積が進みにくい環境になっている可能性がある。政府は、新型コロナウイルス感染症流行を経て社会情勢や旅行に対する意識が変化したことを踏まえ、「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」を策定し、同ガイドラインに基づく人材育成の取組が各地で主体的に進められることを後押しするため、教育プログラム開発・実践等の支援に取り組んでいる。宿泊業においても、例えば地域全体で観光人材を育成する取組が進められている事例もあるなど、様々な工夫が行われており、こうした取組を引き続き進めていくことが有効と考えられる。

第三に、需要側の繁閑の差に対してどのように対応していくかが重要である。宿泊業・飲食サービス業では非正規雇用労働者を雇用する理由として業務量の調整を挙げる割合が産業計に比べると大きく、背景には需要側の繁閑の差（平日と休日、連休の時期等）があるとみられる。第5次基本計画において、ワーケーションの推進やラーケーション³⁹等の促進、休暇を取得しやすい職場環境の整備や休暇取得の分散化の促進を通じて、休暇の分散・旅行需要の平準化に取り組むこととしている。また、民間の取組として、繁閑の異なる宿泊施設において人材を派遣する取組が進められていたり、毎週決まった曜日に休館日を設けて稼働率の低い曜日の稼働をなくすという取組が行われたりと、それぞれの宿泊施設の状況に応じた取組が進められている。実際の導入にあたっては、人材の受入や関係者の理解をどのように進めるのかといった実務的な問題や、利益をどう確保するのかといった経営の課題もあり、全国で一律に導入することは難しいと考えられるが、それぞれの地域や宿泊施設の状況に応じて、取り入れられる取組を取捨選択する必要がある。

第四に、これらの施策を宿泊業の収益性・生産性の向上に結びつけていくことが必要である。そのためには、適切なマーケティングやレベニューマネジメントを行うことなどを促して収益力向上を図るこ

³⁹ 「ラーニング（learning）」（学習）と「バケーション（vacation）」（休暇）を組み合わせた造語。愛知県等の一部の地方公共団体では、子どもが保護者と平日に校外学習を行う場合に学校を欠席扱いしないことにより休暇の分散化を進めている。

とや、地域の特性や多様な顧客層を踏まえつつ、それぞれの宿泊施設が自らの特長を生かす形で、利用者ニーズに応じたハード・ソフト両面での宿泊サービスの高付加価値化と適正な対価の収受を図ることが必要である。

最後に、こうした取組を着実に給与水準や待遇の向上につなげていく環境整備が必要である。現在、政府において、宿泊業を含め、労働生産性向上に取り組む中小企業等が賃上げしやすい環境整備に向けて、業務改善助成金をはじめとする賃上げ支援助成金パッケージによる支援が行われているところである。こうした取組は、生産性・収益性の向上による原資の恩恵を従業員にまで行き渡らせるために重要であり、引き続き進めていく必要がある。

2 「働いてよし」の観光産業に向けた国の施策の方向性

これまで、政府は、観光立国の実現に向けて5次にわたる観光立国推進基本計画の策定等を通じて、政府一丸となって観光施策を推進してきたところである。これまでの官民一体となった長年の施策の積み重ねが成果として表れてきており、観光は地域の活性化・日本経済の発展に不可欠な産業となった。一方、観光をめぐる課題も顕在化・深刻化してきており、宿泊業における人手不足はそうした課題の一つである。人手不足は宿泊施設の稼働を減らすことを通じて、旅行者にとっての不利益にもなる。そうしたことが起こらないよう国内外の旅行者を受け入れるためにも、多様な施策を総合的に実施する必要がある。

第5次基本計画では、観光を我が国における戦略産業として持続的に発展させていくために、「インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立」、「国内交流・アウトバウンド拡大」及び「観光地・観光産業の強靱化」に取り組むこととしている。宿泊業では人手不足によってサービスを縮小せざるをえない事業者が一定数存在し、収益性・生産性が他業種と比べて低くなっており、収益性・生産性の向上は喫緊の課題である。観光産業の持続的な発展に向けては、宿泊業の収益性・生産性の向上等を図り、宿泊業が創出した付加価値額を増やすことで、従業員の賃上げ等の労働環境の向上や施設改修等の再投資につなげ、高付加価値なサービスを提供していくといった好循環を実現する必要がある。この点を踏まえ、第5次基本計画においては、宿泊業が創出した付加価値額を、2024年度の4.3兆円から2030年度までに6.8兆円まで増やすことを目標に設定した。また、これらが従業員にも還元されていることを確認する観点から、宿泊業の平均賃金の推移も注視していくとしている。「住んでよし・訪れてよし」の観光地域づくりに加えて、本章で提示した様々な課題を乗り越え、「働いてよし」の宿泊業を目指すことで、観光が旅行者だけでなく働き手にとっても魅力的なものとなれば、国内における観光が持続的なものとなる。

こうした考えの下、観光地や観光産業において、生成AI等の先進的な技術の活用によるDX支援や高付加価値旅行者の誘致等を通じた収益性・生産性の向上や経営効率化の支援、従業員の待遇改善等を通じた国内人材の担い手確保を進めるとともに、宿泊施設における省力化に向けた設備投資促進を進めることとしている。また、ユニバーサルツーリズムの促進等を通じ、どのライフステージやライフスタイルでも気兼ねなく旅行を楽しめるよう多様なニーズに対応できるようにするとともに、休暇取得の分散化等を通じて旅行需要の平準化を進めることで、閑散期等における観光需要も喚起し、その効果を最大化していくよう努めていくことが重要である。今後2030年にかけてこうした取組を総合的に進め、宿泊業をはじめとした観光産業が、これまで以上に人と知恵が集まってくる「働いてよし」の産業となることを目指して取り組んでいく。

観光立国推進基本計画（第5次）（概要）

課題・方向性

- 観光は、訪日外国人旅行消費額は9.5兆円（2025年速報）、そしてその経済波及効果は約19兆円に及ぶなど、**地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業※**である。また、**国際相互理解の促進**など、**多面的に重要な意義**を有する。
※訪日外国人旅行消費額15兆円を達成した場合、経済波及効果は約30兆円規模と、幅広い産業に裨益することが見込まれる。
- 他方、観光を巡り顕在化している課題として、**混雑・マナー違反等の個別課題への対応**、**特定の都市・地域への集中是正**など、**オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の強化が不可欠**。加えて、**深刻な人材不足への対応**、**観光の高付加価値化**、**国内交流の拡大**、**災害や国際情勢等の様々なリスクに対する強靱性の確保**などの課題への対応が不可欠。
- そのため、「**観光の持続的な発展**」、「**消費額拡大**」、「**地方誘客促進**」、「**観光と交通・まちづくりとの連携強化**」、「**新技術の活用・本格展開**」を施策の方向性として位置づけ、**地域住民と観光客双方の満足度を向上させ、交流人口・関係人口を拡大**するとともに、「**住んでよし**」「**訪れてよし**」に加え、「**働いてよし**」の**観光産業の実現**を推進するための施策を強力に推進。

施策の柱

計画期間：
令和8～12年度
(2026～2030年度)

インバウンドの戦略的な誘客と 住民生活の質の確保との両立

- ・ 局所的・地域的に生じている**混雑・マナー違反等の個別課題への対応**（民泊関係含む）
- ・ **地方誘客を進めるための広域的な体制の整備**
- ・ 地方誘客及び消費拡大に効果の高い**観光コンテンツの充実**
- ・ **地方部への交通ネットワークの機能強化**

国内交流・アウトバウンド拡大

- ・ 休暇の分散・**旅行需要の平準化**
- ・ **関係人口の創出や二地域居住の促進**
- ・ **国内・海外旅行の需要喚起**に向けた機運醸成
- ・ **観光復興に向けた再生支援**

観光地・観光産業の強靱化

- ・ 持続可能性を高めるための**インバウンド市場・観光コンテンツの多様化**
- ・ **観光DX、省力化投資等による生産性向上**
- ・ **健全な競争環境の整備**
- ・ **ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応**

目指すべき
2030年の姿

戦略産業として、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていく観光

第Ⅱ部 令和7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

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システムの活用等による宿泊業の生産性・収益力の向上や従業員の待遇改善等、「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DX²の推進により稼げる地域・稼げる産業の創出に取り組んだ。具体的には、観光地のコンテンツの販路拡大や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（58件）やDX活用に向けた専門人材による伴走支援（16件）を実施した。また、旅行者・観光産業のデータを収集・蓄積し、生成AI等のDX技術の活用やオープンデータ化の取組等を通じて地域活性化の好循環を図る実証事業（25件）に取り組んだ。さらに、観光地域づくり法人（DMO³）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（15件）や、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。加えて、デジタルツール間で連携するPMSと各種システム間での連携促進に向けた、業界標準のデータセットの調査・策定に取り組んだ。
- ② 旅行者の利便性向上や地域周遊・長期滞在促進を図るため、DMOが中心となり、地域が一体となつて行うデータマネジメントプラットフォーム（DMP）や顧客関係管理（CRM）を活用した分析や戦略策定を支援した。また、「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」により、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育成等の取組を86件支援した。
- ③ デジタル技術の実装による地域課題解決に資する通信インフラ等の整備に対し、「地域社会DX推進パッケージ事業」により支援した（16件採択（うち、観光分野2件））。

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

「第2のふるさとづくりプロジェクト」により、ワーケーション等を通じて関係人口化に資するモニターツアー等を造成した。また、「サステナブルな旅アワード」により、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の表彰を行った。さらに、受賞商品の販売・提供へつなげるため、旅行業者に対して、商品説明を行う場を設けることで、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

- ① 新たに観光産業を行う者及び既存の観光関連事業者の取組を後押しするため、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した。また、登録DMOと連携し、民間事業化支援を促進した。さらに、商工組合中央金庫は、全国の旅館組合等と連携し、宿泊事業者の生産性向上に向けて寄り添って支援し、地域経済の面的活性化に努めた。
- ② 宿泊業に特化した事業再生の手法をとりまとめたハンドブックの策定及び普及等を行い、宿泊事業者の経営能力の向上を図った。

3 宿泊施設等の整備促進

- ① 国際水準の宿泊施設等を含む、都市の国際競争力強化に資する施設に対して、一般財団法人民間都市開発推進機構による金融支援を行った。
- ② 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。

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 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及び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 2025 年 9 月に開催するなど、地域とベンチャー企業の連携を促進した。

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、地域の情報発信等の誘致活動を通じて、日本への進出・事業拡大を支援した。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

ホテルや旅館の雇用確保につながるよう、就職イベント等において宿泊業の魅力発信を行うとともに、インターンシップの実施支援や、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、温泉街の様々な業種が参加し、地域の課題やブランディングについて考える観光地経営人材育成プログラムを実施した。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、4 か国でマッチングイベントを実施した。加えて、9 か国で特定技能評価試験を実施した。

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ているほか、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伝統工芸に関する研修を、2026 年 2 月に 2 回開催し、60 人の参加があった。また、若年層への認知度向上のため、全国通訳案内士による講演を大学 7 校で行い、合計 385 人の参加があった。さらに、旅行会社と全国通訳案内士を結ぶマッチングサービスの活用を促進し、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 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、更新登録要件の追加等の改正を行い、2025 年 10 月から施行した。また、全国の DMO の優良モデルとなり得る「先駆的 DMO」として、新たに 7 法人（せとうち観光推進機構、秩父地域おもてなし観光公社、俱知安観光協会、箱根町観光協会、飛騨・高山観光コンベンション協会、キタ・マネジメント及び長崎国際観光コンベンション協会）を選定し、2024 年度までに選定した 4 法人（京都市観光協会、田辺市熊野ツーリズムビューロー、下呂温泉観光協会及び白馬村観光局）と合わせて各課題に対応した取組を支援した。
- 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 86 件支援した。
- ③ 2025 年 6 月に開催した DMO 全国会議を通じて、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・連携強化を図った。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・マーケティング強化のための各種施策等の情報を提供した。

2 観光地域づくり法人（DMO）等に対する支援

- ① 「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」改正に伴う登録要件の見直しを踏まえ、DMO 等を対象としたフォローアップのための説明会や相談会を地方運輸局等と連携して実施した。また、KGI 及び KPI の計測に係る DMO への伴走支援で得られた結果をもとに、2025 年 4 月に公開した

- 「観光地域づくり法人（DMO）による KGI・KPI 計測に係る手引書」について、現場実務に即した内容の充実に向けた検討・整理を行った。さらに、「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に対して総合的に支援した。
- ② 「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」により、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整備についての知見を持つ外部専門人材の DMO における登用等の取組を 86 件支援した。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し、市場の反応等を地域に還元した。さらに、広域連携 DMO と連携した情報発信に取り組んだほか、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提供した。
 - ③ JNTO は、地方公共団体や DMO が参加する研修会を全国 10 都市にて開催したほか、コンサルティング等を実施し、地域のインバウンドマーケティングを支援した。また、インバウンド関係者向けのオンラインセミナーを 2 回開催したほか、「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紹介・共有した。
 - ④ 地域周遊・長期滞在促進に取り組む地域に対し、各地域の魅力の発掘、課題解決に向けた戦略の策定、施策展開、地域関係者のスキル向上等のために、地域での実務実績等を有する専門家を派遣し、助言を実施することによって、国内外の旅行者の地方誘客に向けた取組を促進した。
 - 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した。また、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-D⁴）」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、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。
- ② 特に地方部において、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行う 10 地域でモデル実証を行った。また、同取組に必要な施設改修・整備及び設備導入・物品購入を行う 7 地域を支援した。
- ③ 地域の実情に応じたオーバーツーリズムの未然防止・抑制に取り組む地域として 37 地域を選定。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。また、受入環境の整備・増強、観光客の分散や平準化、マナー啓発の取組等を支援するため、実証・個別型において 147 件の事業を採択した。

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 各地域の主要な観光地において景観計画策定が促進されるよう、景観改善推進事業の活用及び全国の地方公共団体を対象としたセミナーを都道府県単位で開催した。また、「景観計画策定の手引き」や「歴史的風致維持向上計画作成マニュアル」等の周知・徹底を図った結果、2025 年度では 661 市区町村で景観計画が、100 都市で歴史的風致維持向上計画が策定された。さらに、歴史的風致維持向上計画認定都市（100 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、132 市区町村（2025 年 12 月末時点）が制度の対象となる滞在快適性等向上区域⁵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 国営公園内の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するとともに、復元過程の公開等の取組を実施した。

⁴ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

⁵ 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。

- 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整備を進めている明治記念大磯邸園について、旧滄浪閣等の建物改修等を実施した。
- 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を図るため、2025 年 10 月にガーデンツーリズム関係者が出席した全国会議を開催したほか、2026 年 3 月に新規の庭園間交流連携促進計画の登録に係る審査会（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が期待される「日本美しい森 お薦め国有林」（白神山地・暗門の滝自然観察教育林、上川浮島風景林等）においては、利用者の利便性向上と安全確保のため、案内看板、木道・歩道等の環境整備を進めた。また、国有林野の魅力をわかりやすく伝え、訪日外国人旅行者を含む利用者の増加を図るため、見どころを紹介する動画や写真をウェブサイトや SNS 等を通じて発信した。さらに、国立公園を所管する環境省と林野庁との連携事業を引き続き実施し、国有林野と国立公園が一体となった魅力向上に取り組んだ。
- 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、「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 2025 年 7 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-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支援することで、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を促進した。
- ② 全国駐車場政策担当者会議（2026 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引き続き周知した。
- 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香川県琴平町の金刀比羅宮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、「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展開を推進した。

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」では、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

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。

間団体等との連携強化と利用の促進等を図った。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った。

10 世界自然遺産地域の適正な保全管理

奄美群島では、奄美及び沖縄の世界自然遺産登録を踏まえ、奄美と沖縄で連携して行うプロモーションや両地域間の運賃割引のほか、群島全体への誘客・周遊を促進する事業を支援した。また、小笠原諸島では、母島沖港の泊地浚渫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。

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 港湾環境整備計画制度（みなと緑地 PPP）⁷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2回開催した。また、「みなと緑地 PPP ガイドライン」を策定し、2026年2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。

12 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

- ① 海洋環境整備船等による漂流ごみ等の回収を実施した。また、港湾工事等で発生する浚渫土砂等を有効活用してブルーインフラ（藻場・干潟等及び生物共生型港湾構造物）の保全・再生・創出を推進した。
- 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。

13 河川空間を活用した賑わい創出の推進

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

14 次世代環境対応車の普及促進

観光地域の環境保全と魅力向上のため、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。

15 社会資本整備等における観光振興への配慮

観光振興や観光交流に資する地域づくり・街並み整備、道路整備、河川空間等の保全・活用等の社会資本整備等において、その効果を有効に発現させるため、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、地方運輸局と地方整備局等が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法（平成19年法律第105号）に基づくエコツーリズム推進基本方針について、2026年3月にその変更に関し閣議決定を行った。また、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。さらに、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、観光関連事業者と連携し、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推進した。

3 観光の意義についての国民理解の増進

- ① 2025年度において、先駆性・新規性・創造性ある民間事業者との意見交換会を16社と実施した。多様な知見を観光庁内に広く伝播し、有識者との人脈構築を図ることで、課題解決に向けた観光戦略の検討に生かした。
- ② 公益社団法人日本観光振興協会や関係業界団体と連携し、観光教育の充実・普及の促進を図った。

4 地域特性やニーズに応じた民泊サービスの普及促進

「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

⁷ 港湾緑地等において、カフェ等の収益施設の整備と収益の一部を還元して緑地等のリニューアルや維持管理を行う民間事業者に対し、緑地等の行政財産の長期貸付けを可能とする認定制度のこと。

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図った。また、民泊（同法（平成 29 年法律第 65 号）に基づく住宅宿泊事業、「国家戦略特別区域法」（平成 25 年法律第 107 号）に基づく国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業（いわゆる特区民泊）及び「旅館業法」（昭和 23 年法律第 138 号）に基づく簡易宿所をいう。）について、法令手続が行われずに営業が行われている民泊、騒音等宿泊者による迷惑行為の発生やこれに対する事業者による迅速な対応が適切に行われない民泊等の是正に向けて、「外国人の受入れ・秩序ある共生のための総合的対応策」（令和 8 年 1 月 23 日外国人の受入れ・秩序ある共生社会実現に関する関係閣僚会議決定）等を踏まえて関係省庁と連携し、各種民泊の適切な運営確保の徹底と不適切な事業者への厳正な対処に向けた取組を実施した。

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れ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」について、引き続き活用を図った。

第 10 節 旅行者の安全の確保等

1 防災情報の提供

- ① 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した。また、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を進めるなど、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の取組を推進した。
- 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 において災害情報提供アプリ「Safety tips」等による多言語での発信や、24 時間 365 日多言語対応が可能な JNTO コールセンターの運営を引き続き実施した。さらに、「Safety tips」の普及促進のため、海外インフルエンサーを活用した SNS 上での周知活動等を実施した。加えて、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実施した。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推進した。さらに、2025 年 12 月の青森県東方沖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を加えた通行実績情報を、日本道路交通情報センターを通じて一般に提供した。

3 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減

- ① 近年、激甚化・頻発化する自然災害等を踏まえ、平時から海外や国内に対し適切な情報発信を行うことが重要であることから、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、新たな防災情報を追加するとともにサイトのユーザビリティの向上を図った。
- ② 2026 年 2 月に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セミナーを開催し、策定の促進を図った。また、補助金を使用し、地方公共団体の「観光危機管理計画」策定等の支援を 3 地域で実施した。
- 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は、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）で実施するよう指

⁸ カーナビゲーションシステム等に蓄積された走行データのこと（走行履歴等）。

導した。また、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BCP⁹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。さらに、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2025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43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 2024年7月に改定した「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んでおり、2025年6月には、政府行動計画改定後初となるフォローアップを実施し、各省庁における取組状況を確認した。また、同年10月までに全ての都道府県において、政府行動計画の改定を踏まえた行動計画の改定を完了した。同年11月には、感染症危機管理対応訓練として「新型インフルエンザ等に関する関係省庁対策会議（訓練）」や「政府対策本部会合（訓練）」、全国の都道府県が参加する「初動対応に係る大臣と知事等との緊急連絡会議（訓練）」を実施した。さらに、都道府県との連携状況を確認するため、大阪府とはシナリオを共有した訓練を実施するとともに、都道府県が主体となって行う感染症危機管理対応訓練に対して伴走的な支援を行い、訓練水準の向上を図った。
- ② 国内の感染症の発生動向については、「感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律」（平成10年法律第114号）に基づき継続的に監視・分析し、国及び地方公共団体において国民や医療関係者等に情報提供を行った。また、海外の感染症の発生動向についても関係機関との連携の下情報収集を行い、適切に情報提供を行った。

5 公共交通機関の安全対策の推進

訪日外国人旅行者の貸切バス需要に対応するため、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延長した。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ほか、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し、必要な安全対策を講じた。

6 旅客船の総合的な安全・安心対策

2022年4月に発生した知床遊覧船事故を受けてとりまとめた「旅客船の総合的な安全・安心対策」を踏まえ、「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）に基づき、船員の資質向上や監査の強化等の対策を行うとともに、救命いかだ等の旅客船への搭載義務化、安全統括管理者・運航管理者の資格者証制度の創設等を行った。

7 道路交通の安全対策等の推進

- ① 日本で有効な国際運転免許証を確認するための資料をレンタカー事業者を提供し、車両の貸渡し時における国際運転免許証等の確認の徹底を図ったほか、レンタカー事業者と連携し、車両の貸渡し時に外国語による啓発動画やリーフレットを活用して日本の交通ルール等に関する広報啓発活動を実施するなど、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・違反の防止を推進した。
- 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・支援した。
- ③ 観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド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、民泊等に関する消防用設備等の合理的な運用等について周知した。

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）。

- ② 2024 年度に策定した「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」について、旅館・ホテルの関連団体や各消防本部に対し通知したほか、全国消防長会主催の研修会における周知等により、実効性のある消防計画の作成促進を図った。

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、旅行業者等へ立入検査を実施することにより、旅行の安全の確保等を図った。また、貸切バスツアーについては、運賃の下限割れ防止対策のため、旅行業者と貸切バス事業者の間で取り交わされる運行引受書の運賃の下限額及び手数料等の額を記載することを義務づけているほか、「貸切バスツアー適正取引推進委員会」と連携して、過大な手数料等により安全コストが阻害されている疑いがある場合には調査を実施するなど、旅行業者と貸切バス事業者の適正な取引の推進を通じた安全確保を図った。

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を実施した。また、三者通話に対応可能な通訳人の拡充や多言語コールセンター活用の推進等、通報受理体制の強化に努めた。さらに、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を実施した。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推進するなどした。
- 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を整備した。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の伝達を行った。
- ④ 全国の消防本部に対して、「救急ボイストラ」¹⁰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に周知を依頼した。
- 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引き続き図った。また、国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」において、訪日外国人旅行者の消費者トラブルへの相談対応を行うとともに、訪日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った。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した。

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、2025 年 10 月から 2026 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を開催し、在広州日本国総領事館が主催するイベントにおいては、日本酒等の PR を実施した。
- 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¹¹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「中間貯蔵施設」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、台湾・ベトナムからメディアやインフルエンサーを招へいしコンテンツの情報発

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。

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。

信、タイやオーストラリア等における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）」を含む六つのテーマにおいて、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目指す「広域マーケティング事業」を通じて、福島県浜通り地域等の一体的なブランディングを行うため、27のプロジェクト支援や「HAMADOORI CIRCLE PROJECT」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する「交流人口基盤整備事業」においては、前年度から継続する5社を引き続き支援した。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、民間事業者等への支援2件を前年から継続して実施した。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、同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¹²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15の地方公共団体等の取組に対して支援した。具体的には、地元食材を利用したコンテンツの造成や海の特産品のブランド化に向けたウェブサイト構築と、プロモーションの実施、海水浴場のバリアフリー化、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 訪日外国人の移動の実態（利用交通機関や周遊ルート等）を把握し、周遊ルートの分析や戦略的なプロモーション施策の企画立案・見直しに活用できる訪日外国人流動データ（FF-Data）を公表した。
- 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利活用拡大に向けて取り組んだ。また、インバウンド消費動向調査では調査票情報（個票データ）の利活用が多く事業者等に広がるとともに、調査対象国として新たに3市場を追加し、精度向上を図った。さらに、宿泊旅行統計調査では精度向上を目的に標本設計の層化基準を変更し、調査対象国として3市場を追加した。加えて、旅行・観光消費動向調査では精度及び回収率の向上に資する見直しを行った。
- ③ 地方公共団体や観光関連事業者が誘客や周遊ルートの検討に活用できるよう、観光施策の推進に資する交通インフラ関連のGISデータ¹³として、「鉄道データ」「駅別乗降客数データ」を、国土数値情報ダウンロードサイトに2025年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プローブデータ¹⁴の活用、分析を推進した。また、地方公共団体等が活用しやすい環境の構築（オープン化）に向け、ETC2.0プローブデータを地方公共団体へ試行的に貸与する取組を実施した。
- 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、同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3次元人流データの活用事例の創出を行い、2026年2月に成果報告会・普及イベントを開催した。

第13節 令和6年能登半島地震への対応

- ① 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した。また、地元関係者と連携し、能登半島の復旧状況を踏まえつつ、海外メディアを招請し情報発信を行うなど訪日プロモーションを引き続き実施した。
- ② 能登地域を対象とした手厚い「復興応援割」について、被災地が復興次第直ちに開始できるよう、復興状況を注視しつつ、石川県と検討を行った。
- 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、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支援した。また、雇用調整助成金の特例措置（令和2025年12月末をもって終了）と、産業雇用安定助成金の特例措置により、従業員の雇用維持に取り組む企業を支援した。
- ⑤ 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、観光拠点・観光資源の再生に向けて、宿泊施設の事業再開・事業継続に向けた計画の策定、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支援した。

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データのこと（走行履歴等）。

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）に基づく政策立案とすること。

第2章 地方を中心としたインバウンド誘客

第1節 インバウンドの誘客に向けた集中的取組

- ① インバウンドの誘客による経済効果を、地方を含めた全国各地に波及させるため、地域の観光資源を活用した高単価な特別体験商品の造成を支援する「地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業」において、88件を支援した。また、商談会等への出展を行うとともに、事業ウェブサイトや記事広告の出稿等を通じた情報発信を行った。
- ② 経済産業省、文部科学省等の関係省庁と連携し定めた「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、ビジネス、教育・研究、文化芸術・スポーツ・自然の各分野において、インバウンド需要を根付かせるための取組の深化を図った。

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

アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本（ATWS2023）の成果も踏まえ、自然・文化等の地域資源を生かした観光コンテンツの造成・磨き上げや販路拡大、ウェブサイトや商談会等における情報発信、受入体制強化に向けた国内外の関係者のネットワーキング、ガイドの確保・育成等、アドベンチャーツーリズム¹⁶関連の取組を支援した。

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

最高峰の文化資源を活用した観光コンテンツの磨き上げと創出を行い、日本の文化芸術の多様性を世界に示す取組を計82事業採択、全国各地で展開したほか、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）において伝統芸能・障害者芸術の催事を実施した。また、インバウンド向けプロモーションとして、年間を通じて行われる実演芸術や各地の芸術祭等を「日本博2.0」サイトやSNSを通じて発信し、訪日機運醸成と地方誘客につなげた。

（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を支援した。

（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を支援した。

（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した。
- 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推進した。

（6）ロケツーリズムの推進

ロケ撮影・誘致の円滑化及び促進のため、フィルムコミッション、許認可権者、製作者等が取り組むべき事項等をまとめた「ロケ撮影ハンドブック」の周知等を行った。また、映画やアニメ等のコンテンツを活用した観光コンテンツの造成を支援した。

（7）地域の伝統芸能等の支援

- ① 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、2025年度は292件の採択を行った。
- ② 台湾・香港・タイの三つの国・地域に対して、日本の伝統的な祭への興味関心についてヒアリングを実施した結果、9割以上の外国人が日本の伝統的な祭に興味と参加意向を有していることがわかった。また、小豆島の祭に実際に外国人が参加する実証研究を行い、参加型祭コンテンツの課題の洗い出しを行った。

（8）芸術の観光への活用を推進する人材の育成

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。

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支援した。

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に係る 12 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を基軸とした観光コンテンツを造成し、地方へのインバウンド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含む実証を 6 地域で行ったほか、同事業による支援を開始してからの 3 か年で得られた知見や事例を整理し、これからガストロノミーツーリズムを推進しようとする地域に向けて取組の進め方やポイントをナレッジ集としてとりまとめた。あわせて、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について 5 件支援した。

(2) 酒蔵ツーリズムの推進

酒類業振興支援事業費補助金により、酒蔵ツーリズムの推進を含む海外展開の支援として 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や他産業との連携に係る取組等を支援した。

(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、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、大阪・関西万博の会場における PR や、東京でシンポジウムを開催するなど、様々な周知広報に取り組んだ。

4 魅力ある公的施設の公開・開放

- ① 迎賓館赤坂離宮では、ウェブサイトや SNS 等を活用した広報を充実させたほか、設備機能の改善を進めるとともに、主庭噴水ライトアップの初公開など各種特別企画を計画的に実施することで、参観者の満足度向上や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った。また、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、迎賓館赤坂離宮の魅力を国内外に発信した。
- ② 京都迎賓館では、開館 20 周年を記念して、年間を通じて特別な展示を行った。また、PR 動画や SNS 等を活用した広報を実施するとともに、引き続き、夜間公開等の特別企画を実施することで、一般公開の魅力向上や迎賓施設としての意義等の理解促進に取り組んだ。さらに、迎賓館をユニークベニューとして活用する「特別開館」を実施し、京都迎賓館の魅力を国内外に発信した。
- 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った。また、参観案内サイト及び受付システムのリニューアルを行い、利便性向上を図った。さらに、皇居乾通り一般公開については、春季は 2025 年 3 月 29 日から 4 月 6 日までの 9 日間（参入者数 167,310 人）実施、秋季は 2025 年 11 月 29 日から 12 月 7 日までの 9 日間（参入者数 219,450 人）実施した。
- 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た。また、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した。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、カフェ事業者及び管理運営事業者の選定を行った。
- 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、全国各地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った。また、展示面積の拡大等を図るため、館の整備・建替（Ⅱ期工事）を引き続き進めた。
- 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った。また、文化的建造物の修繕や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）を進め、2026 年 3 月に完成したものについては公開した。
- 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 2025 年 10 月 6 日に実施した。また、文化的建造物の修繕や美観等に配慮しつつ、京都仙洞御所醒花亭ほか整備工事が 2026 年 3

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。

月に完了し公開した。

- 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した。
- 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、合計24回実施した。また、引き続き団体申込も受け付けた。
- ⑩ 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関係機関と連携し周知した。
- ⑪ 造幣局本局の工場見学を引き続き実施するとともに、通常公開していない勲章製造工程を限定的に公開するツアーを行うなど、一般公開の魅力向上に取り組んだ。
- 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。）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、3件の新規見学コースを設定するとともに、世界的な人気ゲーム内で施設を再現したデータを公表した。さらに、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。加えて、地域振興の一環として、地元自治体及び地元ショッピングモール及び見学会運営の民間会社と連携し、同ショッピングモール内にて地域連携の広報イベントを実施した。
- 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行った。また、見学者に施設の魅力をよりわかりやすく伝えるため、パンフレットを配布し満足度向上を図った。
- ⑭ 日本銀行本店本館において、2023年度までの見学等の取組に加え、2024年度には改刷（新日本銀行券）関連の広報コンテンツの拡充を行い、2025年度は見学枠を増設した。また、「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）の改正を踏まえ障害者向け見学の積極的な実施にも取り組むなど、施策を継続した。

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が2026年11月1日より「リファンド方式」に移行することを踏まえ、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、新制度の案内リーフレットや特設ウェブサイトを作成したほか、全国10か所での制度説明会を開催し制度を周知した。

6 大都市観光の推進

国民公園の一層の魅力向上に向け、新宿御苑においては、日本館御殿復元整備の推進、開園時間の延長、入園料のキャッシュレス化、民間イベントによる活用、最新技術を用いた歴史・文化の発信、コワーキングスペースの運営等、多様な取組を進めた。また、皇居外苑においてはインフォメーションセンターの整備に向けた設計を実施したほか、北の丸公園への誘導強化として北桔橋門前の入口改修に着手するとともに民間イベントを活用した観光面での魅力向上にも努めた。さらに、京都御苑においては、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、「ステップアッププログラム2025」について、成果の把握や課題の整理等の必要な検討を行い、2026年以降の取組方針を策定するとともに、各国立公園において「ステップアッププログラム2030」等の検討・策定を進めた。
- 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滞在体験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国立公園における多言語解説のデジタルマップや、同時音声翻訳機を活用した実証事業等に取り組んだ。
- ③ 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した。また、ウェブサイト、SNS、スタンプラリー、国内外のメディア及び大阪・関西万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した。特にSNSにおいては、英語を中心とした新たな動画発信YouTubeチャンネルの開設やアクティビティ体験動画の掲載等を通じて、動画による魅力発信を強化した。
- 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、園地や公衆トイレ等の利用施設の整備を進めるとともに、ビジターセンター等を対象とした長

寿命化対策工事を実施した。あわせて、吉野熊野国立公園や阿蘇くじゅう国立公園等で自然再生事業を実施するとともに、富士箱根伊豆国立公園のビジターセンター等の利用施設の省エネ改修等を通じた脱炭素化の取組を推進した。また、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、利用者の安全確保に資する防災・減災対策を実施した。さらに、地方公共団体が行う国立公園・国定公園等の施設整備について支援した。

- 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。
- ⑦ 観光資源の有効活用を目的とし、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」等に基づく取組を引き続き推進した。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定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における時期に応じた企画展示、物販設備等を活用し、来園者に国立公園の魅力を発信した。特にデジタルを活用した体験型展示では、多言語による案内を拡充させるなど、訪日外国人旅行者向けの情報発信を強化した。
- 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した。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滞在体験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、デジタル展示による情報提供を強化することにより、日本の自然の魅力をわかりやすく伝え、より深い自然体験の機会を提供した。2025 年度は、新たに上信越高原国立公園のビジターセンター等の 2 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」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、16 地域に対し、DMO 等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」の実現に向けた、スキー場のインフラの整備やアフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツ造成、受入環境の整備等の取組を支援した。
- ② JNTO は、日本のパウダースノーへの興味・関心の高い米国・英国・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、米国・英国のスキー商談会への出展及びスノーページの更新を行ったほか、中国市場において OTA¹⁹ やデジタルメディアを活用した情報発信、現地旅行会社への情報提供を実施した。また、オーストラリアでは 2025 年 5 月に一般消費者向け旅行博に地方公共団体等とともに出展し、各地のスノーリゾートに関する情報発信を行った。

3 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

- ① 2025 年度までに取組展開地域を 300 地域、面的展開地域を 50 地域にすることを目指し、歴史的資源

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。

¹⁹ Online Travel Agent の略。インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。

を活用した観光まちづくりに係る事業計画の策定、地域経営体制の構築等のモデル実証を 18 地域で行ったほか、城や社寺、古民家等の歴史的建築物の観光施設等への改修等を行う 26 事業を支援した。その結果、同年度末時点で、取組展開地域として計 298 地域、面的展開地域として計 59 地域を認定した。

- ② 歴史的資源の観光活用を検討している地方公共団体等に対し、歴史的資源を活用した観光まちづくりに関する情報発信等を行った。歴史的資源を活用した観光まちづくりの実施状況の調査等を行い、新規取組地域の掘り起こし、既存取組地域へのフォローアップを実施した。
- 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石川県金沢市及び熊本県熊本市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 産官学金の連携により、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」の支援件数を大幅に拡大（2024 年：82 件→2025 年：108 件）し、「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の整備に対する補助を行った。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誘客に資する環境整備等の充実に取り組むとともに、インバウンド誘客に関する成果の共有に努めた。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・美術館において、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財や美術品の魅力に触れることができるよう、文化財等情報資源のデジタル化やデータベース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・多言語対応における支援やバリアフリー対応施設に対する税制優遇措置の拡充・延長等を実施し、環境整備の充実を図った。
- 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、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 2025 年度は 23 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を図った。

（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、国内外の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）に基づき新たに 6 件の計画を認定し、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

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。

等²¹の文化資源の魅力向上や発信強化を行った。また、地域における文化財の総合的な保存・活用の取組を支援した。

- ③ 文化資源の磨き上げや受入環境の整備といった文化観光の推進に関する好事例を収集・分析し、関係者に広く周知した。

(3) 文化財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に支援した。
- ② 博物館に勤務する学芸員等の職員に対し「ミュージアム・トップマネジメント研修（管理職向け）」「文化をつなぐミュージアム研修（初任者向け）」「ミュージアム・パブリックリレーションズ研修（事務職、学芸員向け）」の3研修（文化庁主催）を実施した。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、修理現場の公開を実施するとともに、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図る整備を実施した。さらに、文化財の保存・活用における多様な資金調達を促進するためのハンドブックを改訂した。
- ② 地域の宝である文化財について、官民連携により新たな価値を創出し、持続可能な活用を推進した。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整備を進めた。あわせて、文化財活用に関する相談窓口の設置や、所有者の意識醸成・活用促進を目的としたイベントを実施し、次年度以降も継続的に取り組むこととしている。
- 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、「知床」、「白神山地」、「小笠原諸島」、「屋久島」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するとともに、世界遺産委員会からも要請された観光による影響の低減に取り組むなど、地域の持続可能な観光振興にも寄与する取組を引き続き関係機関と連携して進めた。
- ② 2025年1月末にユネスコに正式版推薦書を提出した「飛鳥・藤原の宮都」について、2026年の世界遺産委員会における登録可否の審議に向けて必要な準備や対応を進めた。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

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、博物館内の展示の改善、開業5周年特別イベント等の実施等に取り組み、関係機関と連携しながら、ウポポイの充実強化を図った。また、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た。

(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した。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。さらに、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

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。

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）の運用を図った。

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²²の質的な向上（経営の安定化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 9 件支援するとともに、人材育成サポートとして研修講座を 7 回実施したほか、人材確保に向けたマッチングを促進した。
- ② スポーツコンプレックス²³のコンセプトや好事例等を調査するとともに、概念の整理・分類化を実施した。また、スタジアム・アリーナを核にまちづくりとの連携を目指す基本構想・基本計画を策定する団体を 3 件、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実施する団体を 3 件支援した。
- 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、ニーズに沿った効果的なスポーツツーリズムコンテンツとして 5 件の創出を支援するとともに、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た。
- ④ 東京 2025 デフリンピック大会・東京 2025 世界陸上において、円滑な開催に向けての必要な支援・協力を行った。また、今後開催される第 20 回アジア競技大会・第 5 回アジアパラ競技大会やワールドマスターズゲームズ 2027 関西等についても、広報等に係る支援・協力を行った。
- 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ワークショップ、好事例の創出に向けた専門家派遣による実務指導を実施し、普及事業に取り組んだ。また、国内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調査・検討を行った。

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²⁴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、2025 年度に調査した結果、2024 年度の農泊地域での年間延べ宿泊者数は 868 万人泊となった。また、「農泊インバウンド受入促進重点地域」を対象にした地域の滞在プランコンテストの実施、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、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、実践指導セミナー及び個別相談会を実施した。
- 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、伝統文化等の魅力を通じて訪日外国人旅行者を誘客する地域等を、農林水産大臣が「SAVOR JAPAN」²⁵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した。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や、関係者の知識習得と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た。さらに、JNTO 等と連携した情報発信に取り組み、訪日外国人旅行者の誘客の強化を図った。なお、2025 年 12 月に 3 地域（山梨県笛吹市、兵庫県宝塚市、奈良県明日香村）を「SAVOR JAPAN」認定地域として追加し、計 46 地域となった。

（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 30 地区選定した。また、選定証授与式や交流会等の開催及び特設サイト・SNS 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 2025 年 6 月に大阪・関西万博の農林水産省展示にて、多くの来場者に農業遺産、世界かんがい施設遺産等の魅力を発信した。また、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。さらに、同年 11 月に農業遺産シンポジウムを開催し、農業遺産地域と民間企業の

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。

²³ 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・活用する考え方。

²⁴ 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。

²⁵ 多様な地域の食とそれを支える農林水産業、伝統文化等の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する地域の取組を農林水産大臣が認定し、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取組のこと。SAVOR とは、「味わう、楽しむ」という意味の英単語。

連携による観光振興の取組事例を発信した。

- ③ 農泊等と連携した農村地域でのジビエの利用拡大を図るため、捕獲鳥獣の搬入体制の強化や加工品製造設備の導入、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、ジビエ料理等を含むモデルコースを活用したモニターツアーの実施等に官民が連携して取り組み、ジビエの観光資源化の促進を図った。

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、地域資源を活用した観光コンテンツの開発や適切な販路開拓、情報発信に関して総合的に支援する「地域観光魅力向上事業」において、551件を支援した。

(2) コンテンツ連携による広域的な周遊観光の促進

「ストーリーで繋ぐ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6件実施するとともに、ロングストーリーツアーの実現に係る手引きとガイド（Experience Manager）向け教材を作成し、観光関連事業者等に横展開した。

(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を行う3地域でモデル実証を行った。また、医療ツーリズムの理解促進に関するワークショップの開催や、観光から医療まで一貫して通訳できる人材を育成する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、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2件の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った。
- 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した。

(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内容、広報戦略の検討を実施した。

(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、半島商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 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 クルーズ船受入れ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、観光地域づくりの司令塔となる地域連携DMO設立の動きに合わせ、「沖縄北部連携促進特別振興事業」により、クルーズ船客の動向を把握・分析する「本部港クルーズ船受入体制構築・支援事業」や、観光周遊ルートを策定する「北部地域観光周遊計画策定事業」等を実施した。さらに、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。
- ④ 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19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、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を支援することで、一部地域では、前年を上回る集客につながった。
- ⑤ 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。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った。

- ⑥ 北方領土隣接地域の観光に関する事業者へのアンケート等を実施し、民泊等宿泊施設等の人手不足による客室稼働率の低下等の課題を抽出した。また、地域の関係団体との協議や勉強会の場を設けて、課題の共有を図るとともに、その解決策について検討した。さらに、抽出した課題の解決策として、宿泊事業者等のスポットワーク等の効果的な導入支援策等について整理した。

(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支援・推進した。

(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空白地域を含む全国において、持続的な観光コンテンツの供給につなげるべく、専門家による伴走支援の下、現状分析を行った上で、インバウンド向け商流に応じた戦略を策定し、持続的に観光コンテンツの供給が可能な経営モデルの構築を図るモデル実証を6件行った。

第4節 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

一人当たり旅行支出（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、ガイド体制等の受入環境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、モンゴル、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、2025年11月に「2025年日韓国交正常化60周年を契機とした訪日プロモーション事業」の一環として、日韓国交正常化60周年記念イベントを開催し、在大韓民国日本国大使館、農林水産省及び日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)と連携し、日本食の試食提供やシェフによるパフォーマンス等を行った。

(2) 新規訪日層の開拓

JNTOは、2025年度が万博開催年であったことを踏まえ、「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、万博と日本各地の観光魅力を組み合わせた動画・静止画広告を万博開幕期に合わせて集中的に発信し、新たな訪日需要の創出を図った。また、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た。

(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）3社と連携して地方誘客を強化するための販売促進施策を行ったほか、台湾、タイ、マレーシア及びフィリピンの4市場のインフルエンサー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した。

(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、日本の都市の魅力を発信するシティプロモーション等の取組に係る経費への一部補助を行った。

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 国内の主要空港における万博装飾の実施や国内外のメディアを通じた情報発信を行った。また、JNTO等と連携した訪日プロモーションや協会公式観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」では、動画や記事による各地域の魅力やイベントの情報発信とともに、約960件の万博のテーマに沿った観光商品を掲載、販売を多言語で展開するなど、万博を契機とした地方誘客を推進した。
- ② 2025年度について、全国で交付している図柄ナンバープレートのうち全国版は約42万件、大阪・関西万博特別仕様（2025年12月交付終了）は約5万件、GREEN×EXPO 2027（2027年国際園芸博覧

会) 特別仕様(2025 年 7 月交付開始) は約 4 万件の申込がなされた。大阪・関西万博及び GREEN×EXPO 2027(2027 年国際園芸博覧会) を記念した特別仕様については、走る広告塔として各行事の機運醸成に寄与した。また、地域限定で交付している地方版の図柄ナンバープレートは、2025 年 5 月より新たに 5 地域での交付を開始し、全 78 地域で約 21 万件の申込がなされた。走る広告塔として各地域の魅力を発信するとともに申込に併せて募集した寄付金は、22 地域の地域・観光振興等に活用された。

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

GREEN×EXPO 2027(2027 年国際園芸博覧会) の開催に向け、各国への参加招請活動及び第 9 回 アフリカ開発会議(TICAD 9) や国連気候変動枠組条約第 30 回締約国会議(COP30) 等の国際会議や、開幕 500 日前イベント等の機会を通じて、同博覧会のテーマに関連する花・緑・食・農等の魅力を発信した。

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て、観光促進を含む広報を積極的に実施し、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し、日本への関心・理解の促進を図った。
- ② ジャパン・ハウス 3 拠点(サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス) で、地域の魅力を発信する様々なインバウンド関連事業を実施した。サンパウロでは大阪・関西万博の取組を紹介した展示、滋賀県の地酒、沖縄県の音楽、和食を紹介するイベントや秋田県の竿燈まつりにちなんだ竿燈のパフォーマンス等を実施した。また、ロンドンでは JNTO ロンドン事務所との協力事業「Spotlight on Local Japan」を通じて、宮城県、兵庫県、東京都青梅市の産業、文化を紹介する各種イベントを実施したほか、山梨県、関西地方、鹿児島県に関する小規模の展示を行った。さらに、ロサンゼルスではハリウッドでレッドカーペットドレスを手掛ける著名なファッションデザイナーと大手日系航空会社とのコラボレーションを通じて「ファッション × 旅 × 日本の伝統工芸」をテーマとした訪日促進イベントを実施し、東京都、香川県、徳島県を巡りながら墨流し、金継ぎ、糊染め、藍染め等の日本の魅力を紹介した。加えて、各地域(沖縄県、宮城県、大分県、能登半島、富山県、長野県、岩手県、東北地方一帯等)の魅力をアピールするイベント等も幅広く実施した。また、併設されているレストランやショップでの銘品・名産品の販売も含め、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 11 月、外務省と福井県、島根県益田市、島根県浜田市及び長野県軽井沢町との共催で、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、徳島県・兵庫県・京都府(2025 年 7 月)、長崎県松浦市(同年 9 月)、岡山県備前市・瀬戸内市(同年 10 月)、沖縄県(2026 年 1 月)、及び東京都墨田区(同年 2 月)で計 5 件実施し、参加外交団は各地方が誇る豊かな自然や文化施設、産業施設等を視察した。
- ④ 2025 年 10 月、外務大臣と富山県知事の共催で、また、2026 年 1 月、外務大臣と福島県知事の共催で、外務省飯倉公館において、駐日外交団等を対象としたレセプションを実施した。同レセプションにはそれぞれ約 170 人、約 160 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、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提供した。
- 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 ②
- 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、観光資源を生かして地域経済を牽引する事業についても、地域未来投資促進税制等により設備投資等を後押しした。

(3) 日本文化に関する情報の総合発信

- ① スポーツ庁、文化庁及び観光庁は、スポーツや文化芸術資源の融合により、新たな地域ブランドや日本ブランドを創出し、観光振興・地域振興を推進することを目的として連携し、「スポーツ文化ツーリズム」を推進した。その取組の一環として、先進的な取組等を発掘し、今後の観光の活性化を図るため、「スポーツ文化ツーリズムアワード 2025」を実施した。
- ② 【再掲】第Ⅱ部第2章第2節2(5)①
- ③ 在外公館及び国際交流基金(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プラットフォーム「JFF Theater」で、引き続き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」の日本の地方文化をテーマにした特集配信企画を紹介し、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「日本の旅と食の魅力 2026」(共催：JF パリ日本文化会館、JNTO、JETRO)等が開催された。また、JF ケルン日本文化会館と JNTO フランクフルト事務所が連携し、JF ケルン日本文化会館主催の夏祭りや「万博×観光」セミナーにて観光情報の発信等を行った。さらに、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。加えて、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 訪日旅行経験者等への日本食・食文化の魅力発信及び、青森、長野、和歌山の3県で訪日外国人旅行者向け「食」体験イベントを実施した。また、日本産農林水産物・食品を購入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 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。2026 年1月時点で約160の国・地域で約4.6億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

外国メディア関係者招へい10件及び在京外国メディア向けプレスツアー3件を実施し、地方を含めた日本の魅力発信を引き続き支援した。

(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では、2025 年3月に全国観光ポータルサイト「JAPAN 47 GO」英語版をリリースした。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、地域のイベント情報をはじめ、自然・歴史資源・観光施設等のスポット情報と体験型観光情報等の地域商品情報を発信した。
- 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、MICE²⁶ 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」の改訂を行った。また、過年度の MICE 総消費額の算出を行った。

²⁶ 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称。

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等を開催した。また、文部科学省や経済産業省等の関係省庁と連携し招請レターを発出し、政府一体となった MICE の誘致・開催を支援した。

3 MICE 開催地としての地域の魅力向上・発信

MICE 開催地としての各地域の魅力向上に向け、コンベンションビューロー²⁷と会議主催者等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の活用支援を、12件実施し、既存施設の活用事例の蓄積及び新規施設の掘り起こしによる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、2025 年 8 月から 2026 年 1 月にかけて、バンコク、ソウル、上海、台北、シンガポール、クアラルンプール、ジャカルタ及びマニラの 8 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、オーストラリア、カナダ、英国、ドイツ、イタリア、スペイン、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピン、シンガポール、韓国及びタイ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、愛知県、岐阜県、静岡県、埼玉県、栃木県、茨城県等での視察を実施した。
- ② JNTO において、オンライン広告やウェブサイト、SNS 等を活用し、日本のサステナビリティの取組や日本で開催された国際会議のケーススタディ、大阪・関西万博関連情報等を継続的に発信した。
- ③ 国際 PCO²⁸ 協会（IAPCO）とのデスティネーションパートナーシップを継続するとともに、IAPCO の機関誌を活用して有力な PCO への情報発信を行った。また、国内業界関係者向けの人材育成セミナーでは、IAPCO より講師を招き、最新トレンドや効果的なプレゼンテーションに係る英語のワークショップを行った。さらに、IAPCO 及び国際会議協会（ICCA）の総会に参加し、業界関係者とのネットワークの構築を図るとともに、最新の市場動向の把握等の情報収集を行った。
- ④ JNTO において、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・蓄積した国際会議やインセンティブ旅行に係る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三つの地方都市に対し、コンサルタントによるトレーニングプログラムを実施するとともに、全国の都市を対象に国際会議の誘致力強化に資するセミナーを実施した。また、7 都市のコンベンションビューローに対し、海外 MICE イベント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 において、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、日本学術会議や東京大学、広島大学等をはじめとする大学や関連団体との連携を積極的に行い、拠点大学・研究機関等の潜在的な国際会議主催者及び学会・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 日本学術会議において、学術研究団体と国際会議を 7 件共同主催したほか、JNTO との連携事業の一環として JNTO が主催する国際会議主催者セミナーにおいて講演を行うなど、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 JNTO において、体系的な人材育成プログラム（基礎・上級）の内容の充実を図り、外部有識者を活用して e-learning 形式のセミナーを実施したほか、国際会議誘致・開催におけるサステナビリティの取組や AI の活用等の最新トレンドに係るワークショップを開催し、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。
- 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、三つの地方都市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。
- ⑤ 国際会議のハイブリッド開催やサステナビリティ等、MICE 開催ニーズの変化への対応力向上を目的として、九つの MICE 施設における無線 LAN 等の整備支援を実施し、我が国の各都市の MICE 誘致の国際競争力の強化を図った。
- ⑥ コンベンションビューローと大学等の連携による、国内主催者の国際会議開催意欲向上や誘致力強化

²⁷ 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。

²⁸ Professional Congress Organizer の略。会議運営サービス会社のこと。

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。

に資する取組、若手研究者による国際会議開催支援を、19 件実施した。また、大学研究者や URA³⁰ 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拠点としての我が国の魅力を広報するため、2025 年 11 月に、我が国において、官民の関係機関が連携して日本国際仲裁ウィーク（Japan International Arbitration Week）を開催し、1 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

統合型リゾート（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、2025 年 8 月に実施状況の評価を行った。また、各地方公共団体における IR 整備の検討状況を踏まえ、申請期間を定める政令を改正し、新たに「2027 年 5 月 6 日から同年 11 月 5 日まで」を区域整備計画の認定申請期間として追加した。

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³¹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、MaaS³²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。2025 年度末時点で、約 28 万 2 千枚の規制標識「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 JR 北海道、JR 四国や関係事業者が、北海道では「THE ROYAL EXPRESS」、四国では「伊予灘ものがたり」をはじめとした各種観光列車を運行する取組を実施した。

（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、引き続き航空会社への公租公課の軽減等を実施した。また、持続可能な航空燃料（SAF）の導入や空港の再エネの導入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といった空港業務について、持続可能な空港業務の体制強化に向け、引き続き、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職場環境改善等に向けた取組を官民一体となって推進した。また、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・自動化を推進した。2025 年 12 月には東京国際空港（羽田空港）と成田国際空港において、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）を実現した。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た。さらに、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た。加えて、旅客の手荷物輸送等の円滑化を図った。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取組を進めた。
- ③ 東京国際空港（羽田空港）のビジネスジェット専用ゲートについて、2025 年 10 月より国内線旅客も利用可能とし、併せてターミナル周辺の乗機・降機用スポットの運用変更を行い、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

- 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 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。

³¹ 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。

³² 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、必要な取組を進めた。具体的には、東京国際空港（羽田空港）においては、2020 年 3 月に運用を開始した新飛行経路について、引き続き、騒音・落下物対策や地域への丁寧な情報提供を行った。また、空港アクセス鉄道の基盤施設整備、国内線・国際線間の乗り継ぎ利便性向上のための旅客ターミナルの再編・拡充、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、B 滑走路の延伸及び C 滑走路新設等の年間発着容量を 50 万回に拡大する「更なる機能強化」について、取組を進めるとともに、旅客取扱施設や貨物取扱施設、鉄道アクセスの機能強化についても検討を進めた。

- ② グランドハンドリングや保安検査といった空港業務について、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。
- ③ 中部国際空港については、2025 年 4 月から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完全 24 時間運用の実現等を目的とした代替滑走路の整備に着手した。また、同年 10 月の国内線保安検査場の拡張や 2026 年 3 月の国際線商業エリアの拡張等の第 1 旅客ターミナルの改修事業を推進した。
- 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」を実施した。また、那覇空港においては、空港の利便性向上を図るための「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 空港コンセプションを導入した場合の効果等について関係地方公共団体や地元経済界を対象とした勉強会等において情報発信を行い、空港経営改革の機運醸成に努めた。
- ⑥ 2025 年 3 月に国内管制空域の再編（上下分離）を完了し、2025 年度は、管制空域及び飛行経路の運用を実施した。これにより、航空機が航行する空域の容量を効果的に活用し、前年比 110%の交通量に対応した。
- ⑦ 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 2025 年 7 月、「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とりまとめ」において、2030 年までに日本のクルーズ人口を 100 万人とするとともに、新規の日本人及び外国人クルーズ旅客数を着実に増加させる目標を設定した。
- ② 2025 年の訪日クルーズ旅客数は前年比約 1.2 倍の 176.7 万人、我が国港湾への総寄港回数は前年比約 1.3 倍の 3,117 回（うち外国クルーズ船 2,352 回、日本クルーズ船 765 回）、外国クルーズ船が寄港する港湾数は前年比約 0.96 倍の 93 港となった（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、重要港湾以上全てとなる 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、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、旅客上屋の改修や屋根付き通路の整備等、計 7 事業を採択した。また、上質な寄港地観光造成に向けた意見交換会を実施し、クルーズ船社と港湾管理者のマッチングを図る機会を提供した。
- 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 30 事業を採択するとともに、上質な寄港地観光造成に向けた意見交換会を 3 回実施した。また、みなとオアシスとして 2025 年度は新たに 4 か所（指宿港、日和佐港、伊良湖港、師崎港）の登録を実施した（2026 年 1 月 13 日時点で 170 か所）。
- ⑦ 全国クルーズ活性化会議におけるクルーズの最新動向の共有や上質な寄港地観光造成に向けた意見交換会等の実施により、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た。また、シンポジウム等を実施し、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、既存設備を考慮した受入環境整備を検討した。
- ⑨ 各港湾のクルーズ船誘致機会の創出と、寄港地における高付加価値観光コンテンツのプロモーション

を図るため、海外クルーズ専門見本市や商談会への出展、クルーズ関係者の招請や船社と連携した旅行会社向けセミナー等を実施した。

(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利便性向上に向け、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）整備を引き続き実施した。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、複線化等の空港アクセス鉄道の更なる輸送力増強や速達性向上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実施し、2025 年 6 月に一部を供用開始した。

(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 36 事業を選定し、多種多様なモビリティサービスを「一つのサービス」として利用可能とする 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、オーバーツーリズムの未然防止・抑制等を促進する取組を支援した。また、データ活用による観光施策立案のため、鉄道・バスの乗降実績データの標準仕様を策定した。さらに、経路検索の利便性向上のため、GTFS³³のアップデートを実施した。加えて、地域交通 DX 推進として計 20 件のプロジェクトを推進し、「観光の足」の確保を推進した。
- ③ 【再掲】第Ⅱ部第 1 章第 9 節②
- ④ 国土交通省「交通空白」解消本部において、観光地への二次交通アクセスに関するひとつひとつの「交通空白」地点のリストアップを行い、全国で 462 の地点を「交通空白」と判断した。これらの地点について伴走支援や予算支援等を通じて、「二次交通サービスの提供」や「わかりやすい情報発信」に関する地域の課題認識に応じた取組を実施し、「交通空白」解消を推進した。また、2026 年 3 月末時点で自治体、交通事業者、パートナー企業等計 1,644 の団体が会員として参画する「交通空白」解消・官民連携プラットフォーム」を活用しつつ、官民の幅広い連携による全国各地の課題解決を強力に推し進めた。

(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 観光地内の周遊性等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 2 件支援し、MaaS によるシェアサイクルの利便性向上の取組を 4 件支援するとともに、地方公共団体や事業者に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、これまでの白タク防止対策に加え、営業所のみでの運送の引き受けが可能なハイヤーによる「客引き」等の違法行為に対しても、警察等の関係機関と連携し、主要な空港や観光地等において、違法行為撲滅に向けた啓発活動、現地調査等の取組を強化するとともに、確認された違反行為に対し、厳正に対処した。

(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同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フォローを行い、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、各鉄道事業者が販売している企画乗車券のわかりやすい情報提供に努め、認知度の向上を図った。

(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

³³ 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。

実及び共通乗車船券等の造成・改善を図った。

(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、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 訪日外国人旅行者の北海道の地方部への誘客に資するため、「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」(2026年2月末においては109機関が登録)において、スマートフォンアプリケーションにより取得したGPSデータを活用し、2024年の来道外国人旅行者の周遊・滞在状況の把握・共有を行った。また、取組にあたり、2025年11月に北海道ドライブ観光促進プラットフォーム会合を開催し、データ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、北海道新幹線(新函館北斗・札幌間)については、2025年12月、独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構から、その時点の想定では、事業費が最大1.2兆円増加するおそれがあると報告された。この報告を受けて、「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」を開催し、改めて事業費の精査を進めた。未着工区間である北陸新幹線(敦賀・新大阪間)については、従来、工事実施計画の認可後に行っていた調査も含め、施工上の課題を解決するための調査を、先行的・集中的に実施した。九州新幹線(新鳥栖・武雄温泉間)については、関係者との協議を進めた。
- ② リニア中央新幹線(品川・名古屋間)については、「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、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進すること等により、2026年3月に静岡県が静岡工区の着工の条件として示している「対話を要する事項」28項目の対話が完了した。また、名古屋・大阪間については、一日も早い全線開業に向け、関係自治体やJR東海と連携し、環境整備を進めた。

(13) 都市鉄道の整備

都市鉄道ネットワークの充実や一層の利便性向上を図ることにより、大都市の活性化や競争力の強化を進めるため、新空港線に係る速達性向上計画について、「都市鉄道等利便増進法」(平成17年法律第41号)に基づく認定を行った。また、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

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作成していくとともに、平日への観光需要の平準化に取り組んだ。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、利用促進を行った。

(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発揮するため、「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した。
- ② 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行った。
- 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」における多言語案内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行うことにより、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

「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として、2025年7月から9月にかけて全国一斉の「海の駅フェスタ」を地方公共団体や関係団体等と連携して実施した。

（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）査証の緩和及び査証発給手続の迅速化・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業務の合理化に取り組んだ。2025年度には、フィリピン（団体観光のみ）に次世代査証発給システムを導入し、現在合計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。政府全体の受入環境整備の進捗状況や諸外国・地域からの要望等を踏まえ検討を重ねた結果、2025年4月以降、査証免除措置をパラグアイ（新規導入）、ペルー（査証取得勧奨措置撤廃）、アラブ首長国連邦（措置内容変更）及びモンテネグロ（新規導入）の4か国を対象に実施した。

2026年3月末時点で、我が国は74の国・地域の一般旅券所持者に対する査証免除措置を導入している。

（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、成田国際空港では、入国審査場の待ち時間の目安を入国審査場前で公開する取組が開始された。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や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、適切な運用体制について検討しつつ、以下の取組を実施した。
- ② 訪日外国人旅行者数が更に増加していくことを見据え、引き続き小規模空海港における審査機器の配備や活用について検討し、クルーズターミナル等に配備した。
- ③ 日本到着後の審査時間を短縮するため、2026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（事前確認）を実施した。
- 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った。
- 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や出入国者数の今後の更なる増加等を見据え、顔認証ゲートのより円滑な運用のために出国手続機能改修等を実施した。
- 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、安定運用を実現するとともに、利用者のニーズ等に応じ、利便性の向上等の取組を積極的に行った。
- 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（API）や乗客予約記録（PNR）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。さらに、出入国在留管理庁では、航空会社からの乗客予約記録（PNR）の電子的な報告を促進するとともに、国内外の関係機関との情報共有を推進した。加えて、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 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（iAPI）³⁴の試行的な運用の拡充を進めた。また、2028年度中の導入を目指している電子渡航認証制度（JESTA）を効果的なものとすべく、同制度との連携を踏まえた同システムの改修を検討する。
- ⑩ 国際テロの脅威が高まる中、航空需要の増大を踏まえ、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³⁵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

³⁴ 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。

³⁵ 自動で手荷物の仕分けや搬送が可能なレーンのこと。

の実施主体及び費用負担の在り方については、引き続き検討を進めた。

- ⑪ 空港における FAST TRAVEL³⁶の推進として、CUTE³⁷システムや搭乗橋自動装着機、自動走行トローリングトラクター等の先進機器の導入支援や空港での混雑解消のため、空港ビル施設内の配置適正化工事の支援等、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、年間発着回数 30 万回の実現に向けて 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、第 1 ターミナルの改修事業を推進した。
- ⑫ 老朽化したバイオメトリクス装置の更新を実施するとともに、クルーズターミナル等へネットワーク機器を導入した。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を引き続き実施した。
- ⑬ 増加する訪日外国人旅行者に対応するため、税関検査場電子申告ゲート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 2 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環境を整備した。
- ⑭ 成田国際空港においては、空港の運用状況を踏まえたファーストレーンの柔軟な運用を継続していることに加え、関西国際空港では、2025 年 4 月よりコンシェルジュサービスの運用を開始し、主に重要ビジネス旅客や高付加価値旅行者のニーズに合った取組が行われた。
- ⑮ 「共同キオスク」³⁸について、福岡空港にも配備を拡大して運用を開始し、旅客の利便性向上と水際対策の更なる効率化の実現に努めた。
- 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とともに、円滑な輸出検査手続を実施した。

（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、デジタルノマドの誘客に関するモデル実証に 5 件取り組み、デジタルノマドの誘客に必要な環境整備に関する補助に 4 件取り組んだ。

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 89 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するための対策を講じた。

（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

計 3 回開催された JNTO 主催認定案内所向けセミナーにて、案内所関係者に対して、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、観光案内所の情報発信・避難所・多言語機能の強化による訪日外国人旅行者の利便性向上及び安心して旅行できるための環境整備支援を 2 件行った。

（4）観光地域における案内表示等の充実

国宝等が所在する 30 地域、国立公園 5 か所を含む 46 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、同事業で作成した英語解説文を基に、28 地域において中国語及び韓国語解説文を作成した。

（5）誰もが一人歩きできる環境の実現

- ① 2025 年の大阪・関西万博において、確立した同時通訳技術を同時通訳システムとして実装し、全 16 回のセミナー等において使用された。また、自動翻訳技術を用いたアプリケーションやサービスが活用

³⁶ 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。

³⁷ 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。

³⁸ Visit Japan Web の 2 次元コードと旅券情報を読み取り、入管・税関手続に必要な情報の取得を同時に可能とする機器。

された。

- 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・機能向上に対して1件支援するとともに、認定手ぶら観光カウンターに関する情報を広く発信し、認知度の向上を図った結果、新たに18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2,721か所の整備を実施した（うち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」は2,013か所）。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事業として36の医療機関を間接補助事業者として採択した。そのほか、「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。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、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、関係省庁やJNTOと連携し、旅マエから保険加入の必要性の周知を行った。また、空港や公共交通機関等でのポスターやデジタルサイネージの掲示、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、観光地の飲食店、小売店等も含めた地域のキャッシュレス決済や多言語翻訳システム等の導入、メニュー多言語化等の取組を5件支援した。

(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や実証事業等を通じて、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・充実に係る取組を推進した。

(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・関西万博へ来場する訪日外国人旅行者の誘客に向け、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した。なかでも未来社会ショーケースの一環として、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した。また、JNTO等と連携した訪日プロモーションや協会公式観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」では、動画や記事による各地域の魅力やイベントの情報発信とともに、約960件の万博のテーマに沿った観光商品を掲載、販売を多言語で展開するなど、万博を契機とした観光送客を推進した。

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

全国の花の名所、産地及び庭園をはじめとする様々な観光資源との連携や機運醸成活動により、

GREEN×EXPO 2027（2027 年国際園芸博覧会）への来場を全国的な周遊の契機とするなど、開催効果を全国へ波及させるとともに、会場内外における多言語対応の強化等、必要な受入環境の整備を引き続き推進した。

（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、2025 年 4 月 1 日時点で、3,243 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 アウトバウンドの促進に向け、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及び大阪・関西万博の情報の発信を行った。二国間での双方向交流の拡大に向け観光庁では 2025 年度、4 件の「観光分野における協力覚書」に署名した。また、2026 年が米国の建国 250 周年等の国際的な注目を集める記念の年であることを踏まえ、日米の官民が連携して、日米間の観光を通じた双方向交流の更なる拡大を図るため、2026 年度から「日米観光交流促進キャンペーン 2026」を実施することとし、その実施に先立ち同キャンペーンの開始に関する発表等の機運醸成の取組を行った。
- 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引き続き推進した。

2 日本人海外旅行者の安全対策

日本人海外旅行者の安全のため、観光庁は外務省及び旅行業者と連携し、「たびレジ」³⁹の活用推進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ったほか、旅行業協会を通じて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、留学生交流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とともに、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った。外務省等の関係機関等と連携し、多様で優秀な外国人留学生の戦略的な受入れの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に向け、日本の観光資源や大阪・関西万博、サステナブル教育等に関する情報を JNTO ウェブサイトに掲載し、海外の学校・旅行会社へ発信するとともに、各都道府県教育旅行担当者に対して訪日教育旅行の動向についてのアンケートを実施し、2025 年 11 月に同日本語サイトで結果を公表した。また、JNTO 内に設置した相談窓口を通じて、海外からの問い合わせにも対応した。さらに、台湾において、2025 年 6 月に現地教育関係者を対象としたセミナー及び個別相談会を実施したほか、10 月には日本で学校視察や意見交換会、地方視察等を通じて教育旅行先としての日本の魅力を訴求したとともに、日本の受入自治体との交流の機会を設けた。文部科学省においては、訪日教育旅行に対する理解の促進を図る観点から、各都道府県教育委員会の指導主事等を対象とした会議の場を活用し、学校現場における活用を念頭に、日本の観光の現状や訪日教育旅行の動向に関する情報の周知を行った。
- ② 海外教育旅行を通じた若者のアウトバウンド拡大に向けて、学校・地方公共団体等と旅行会社の連携による優良な海外教育旅行プログラムの開発を支援するとともに、シンポジウムでの成果発信や、過年度開発プログラムの実施結果の共有を行うセミナーを開催し、普及啓発活動を行った。

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、2025 年 4 月以降、マルタとの間でワーキング・ホリデー制度を開始したほか、現行制度の一部見直しを韓国（複数回参加）、アイスランド（上限年齢の引き上げ）、

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

スペイン（発給枠引き上げ）及び台湾（複数回参加）の4か国・地域を対象に実施した。

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、将来を担う青年約 1,500 人を招へい等の事業に参加せしめ、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

2026 年 2 月、地方公共団体の国際的取組への支援を目的として地方公共団体の職員等を対象とした地方連携フォーラムをウェビナー形式で開催した。「経済安全保障と外交」、「ハラル・ビジネスの展望と地域経済活性化」のテーマの下、関連分野に知見を有する政府関係者等による講演及び参加者との意見交換を実施した。

9 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

日中韓観光大臣会合の共同宣言に基づき、持続可能な観光の推進や、地方誘客促進等を通じた観光交流の広域化、多様化及び高付加価値化に取り組んだ。

10 二国間の観光交流の取組の推進

観光当局間の協議としては、2025 年 4 月に日本とインドの観光当局が参加する第 4 回日印観光協議会がインド（デリー）で、同年 6 月には日本とベトナムの観光当局が参加する第 10 回日越観光協力委員会が新潟県で実施された。また、2025 年 12 月に日韓国交正常化 60 周年を記念し第 39 回日韓観光振興協議会が滋賀県で実施されたほか、2026 年 2 月には日本とオーストラリアの観光当局が参加する第 11 回日豪観光交流促進協議会がオーストラリア（パース）で実施された。

11 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、2025 年 7 月及び 12 月に実務者級会合を開催した。また、G20 観光大臣会合、ASEAN+3 観光大臣会合、APEC 観光作業部会等の国際会議において、観光レジリエンスをはじめとした我が国の政策や取組についての発信等を通じて、我が国のプレゼンスの強化や観光分野における多国間枠組みへの貢献を図った。

12 開発途上国等の観光振興に対する協力

開発途上国等に対し、独立行政法人国際協力機構（JICA）等の取組を通じて、観光振興の実施にあたって必要となる研修、情報の提供や提言等の協力を行った。また、東南アジア諸国連合（ASEAN）諸国に対し、日本アセアンセンターによる持続可能な観光に関する各国のベストプラクティスを共有するためのセミナー開催等の取組を通じて、観光振興、人材育成等の協力を行った。

13 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、使途を三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。2025 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。

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等を支援、海外の主要メディアとインフルエンサーを地方部に招請することで、「万博＋観光」の地域旅行商品について情報発信を行った。また、協会公式観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」では、動画や記事による各地域の魅力やイベントの情報発信とともに、約960件の万博のテーマに沿った観光商品を掲載、販売を多言語で展開するなど、万博を契機とした観光送客を推進した。

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いて、国内外の観光地の魅力を発信するとともに、自治体・DMO・旅行会社等が参加する展示商談会を通じた旅行商品の造成につながる取組を推進した。また、「サステナブルな旅アワード」を通じて、受賞商品の販路拡大へつなげるため、旅行業者に対して、商品説明を行う場を設けた。

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」の全国大会やセミナーの開催等を通じた情報共有やネットワークづくりを進めるとともに、地域資源を生かしたコンテンツの創出のためのモデル調査を実施した。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、客観的なエビデンスの収集・分析やモデル調査を実施した。

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」⁴⁰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紹介した。また、「C to Sea プロジェクト」⁴¹のSNS（フォロワー1.2万人以上）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。加えて、港湾工事等で発生する浚渫土砂を有効活用してブルーインフラ（藻場・干潟等及び生物共生型港湾構造物）の保全・再生・創出を推進した。また、海辺の自然環境を生かした自然体験・環境教育を行う「海辺の自然学校」等の取組を推進した。

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 「第2のふるさとづくりプロジェクト」として、全国16地域において、個人及び企業を対象とした関係人口化に資するモニターツアー等を造成したほか、更なる認知拡大を目指し、大規模交流イベントの実施や情報発信サイト「いくたび」等での発信を行った。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、5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、沖縄県浦添市で

⁴⁰ 海と船の情報ポータルサイト 海ココのこと。

⁴¹ 「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。

は、訪れる誰もが「古都浦添」の世界観に触れることができるよう、地域で脈々と受け継がれてきた自然、景観、伝統、文化施設をもとに、地域に根差したものとして、面的に又は線的に再現・活用していくため、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。

2 ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 旅行が困難な方の需要の掘り起こしのための調査を行うとともに、高齢者・障害者等に対応した商品造成に資するモニターツアー等を実施した。その上で、これまでユニバーサルツーリズムに係る旅行商品を取り扱ったことがない旅行会社でも、持続可能なビジネスの観点から同旅行商品の取り扱いができるよう、商品造成手法の確立や効果的な商品流通経路等を整理し、ノウハウを含んだマニュアルを作成した。
- 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、観光スポット等におけるスロープ・エレベーター整備等の段差の解消、子供連れ環境の整備等のバリアフリー化の取組を4件支援した。
- 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し、ユニバーサルツーリズムを促進するために、観光施設や宿泊施設のバリアフリー化に必要な施設整備や設備導入等の支援を実施した。
- 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 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、鉄道駅におけるエレベーター、ホームドア、バリアフリースイレ等の整備について、55件支援した。
- 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対策検討会」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。

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 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運用の充実のためのAIを活用した実証や運用に係る検討を行った。広報活動としては、2026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、予算措置や税制優遇によって、バス・タクシー車両のバリアフリー化を促進した。
- 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、バリアフリースイレ、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、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 フォーラムや大学でのユニバーサルツーリズムに関する講演において、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の周知促進等を行い、ユニバーサルツーリズムの機運醸成を図った。
- 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」を掲載し、利用者が引き続き閲覧できるようにした。
- 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することとするなどの2025年度末までのバリアフリー整備目標の達成に向け、マスタープラン・基本構想の策定促進や、バリアフリー教室の実施による心のバリアフリーの推進等、ハード・ソフト両面からのバリアフリー化を推進した。

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、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った。

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 年度においても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。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、「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、周知及び履行確保を図った。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 11 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 18 回の取組を掲載）。国家公務員については、「令和 7 年度における人事管理運営方針」（令和 7 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、各府省において年次休暇等の取得を促進した。

3 ワークেশョン、プレジャー等の普及・定着

【再掲】第Ⅱ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Ⅱ部第3章第2節1

第Ⅲ部 令和8年度に講じようとする施策

第1章 インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立

各地域が継続的かつ計画的に対策を講じていけるよう、国際観光旅客税も活用し、過度の混雑やマナー違反対策、地方分散の推進に必要な様々な基盤整備など、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策を一層強化し、全国展開していくことで、インバウンドを含む観光客の戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立を図り、持続可能な観光の実現を図っていく。

第1節 混雑・マナー違反等の個別課題への対応

1 過度の混雑対策

(1) 観光客が集中する地域の受入環境の充実（パークアンドライドの実施等）

a) 生活道路の渋滞対策・パークアンドライド駐車場の整備

- ① 観光地への自家用車の流入抑制を目的としたフリンジ駐車場¹の整備等によるパークアンドライドを推進するほか、地域における協議を踏まえた交通規制を必要に応じて実施する。
- ② 道路の渋滞対策、観光の足としての自転車利用の推進、鉄道を活用したパークアンドレールライドへの支援など地方への誘客に資する受入環境の整備を推進する。

b) 歩行空間の拡大や交通結節点の整備等

- ① 道路、公園、広場等に民間空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、駅・バス停・駅前広場・モビリティハブ等の交通結節点の整備により、インバウンドの受入環境整備を推進する。
- ② 大規模地震が発生した場合における主要駅周辺地域等の滞在者等の安全確保に向けた、官民連携による対策を推進する。

(2) 乗降時や車内等の混雑緩和（手ぶら観光の推進等）

a) 手ぶら観光の推進

手ぶら観光サービスの認知度向上に官民挙げて取り組むとともに、多様な配送リソースの活用、事業者間連携の促進を通じたサービスの造成・拡大に係る支援、多様な販路形成等を通じた利用者数の増加等を通じて、普及・浸透を推進する。

b) 公共交通機関のチケット購入や運賃支払いのキャッシュレス・多言語化、MaaS²や配車アプリ等の導入・サービス拡充

- ① スムーズな乗降を促進し、乗降時の混雑緩和等をはじめとしたインバウンドの受入環境の整備・増強に取り組むため、モバイル決済を含めたキャッシュレス決済、多言語対応等の交通事業者への導入支援や、決済用2次元コードの認証仕様の標準化等、安価で効率的な次世代技術の活用を推進する。
- ② AI オンデマンドバス導入及び完全キャッシュレスバスの導入並びにタクシー配車アプリの普及及び車載器システムの標準化等による複数の配車サービスの導入を推進する。
- ③ 収集データをマーケティング等に活用する手法の普及等を目的として、交通キャッシュレスの高度化を推進する。
- ④ タクシーへの複数配車アプリの導入が促進されることで実車率の向上が見込まれることから、配車アプリの導入・サービス拡充を図っていく。
- ⑤ 公共交通機関における多言語化の推進、観光地周辺での交通の充実、共通乗車船券等の造成・改善、MaaSの推進及びレンタカーや施設送迎車両等の輸送資源のフル活用等を通じて「観光の足」を確保する。これらの取組により地方誘客を推進し、オーバーツーリズムの未然防止・抑制等に取り組む。

c) 空港業務人材の確保やFAST TRAVEL³推進等による生産性向上

- ① 増大する訪日客を円滑に受け入れられるよう、空港業務（グランドハンドリング・保安検査）に係る人材の確保・育成、処遇改善等の取組や、空港業務DX⁴による省力化・効率化といった生産性向上の取組により空港の体制の強化を図る。
- ② 先端技術を活用し、旅客が行う諸手続の迅速化等のFAST TRAVELの取組を推進する。

¹ 都心部への車の乗り入れを抑制するため、都心部の外周に計画的に配置された駐車場。

² 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。

³ 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。

⁴ 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。

d) 長編成 LRT 車両・連節バス導入

訪日外国人旅行者等の増加に対応し、移動の利便性向上を図るため、LRT 車両の導入を支援し、タクシー乗り場の整備などを進める。

(3) 需要に応じた入域管理や予約制の導入

a) 地域における入域管理や予約制の導入

観光地や観光施設等における過度の混雑を抑制するため、需要に応じて地域が行う入域管理や予約制の導入等の取組を推進する。また、持続可能な観光の実現を図るため、国内外の事例も踏まえつつ、公的施設等の料金等の設定に関するガイドラインの策定を検討する。

b) 国立公園等における適切な管理

自然環境を主要な観光資源とする地域においては、利用の増加等に伴い、自然環境の劣化や利用者間の軋轢が生じる場合がある。このため、環境省は関係省庁及び地方公共団体等と連携し、「エコツーリズム推進法」（平成 19 年法律第 105 号）や「自然公園法」（昭和 32 年法律第 161 号）に基づく入域規制やガイド同伴の義務化等の仕組みを活用しつつ、自然環境の保全と適正利用の両立を図る取組を推進する。

c) 富士山での適正な入山管理、軽装登山・ごみ投棄等の防止

富士山における適正な利用の確保に向け、引き続き、地方公共団体や地域の観光関係者を含む「富士山における適正利用推進協議会」への参画を通じて、対策を推進する。

(4) 需要の分散・平準化（混雑状況の見える化による混雑回避の誘発等）

a) 混雑状況の見える化による混雑回避の誘発

特定の地域や時間帯に観光客が集中する観光需要の分散・平準化を図るため、混雑の見える化や空いている観光ルートへの誘導等を促進する。

b) 文化財等の早朝・夜間体験等の促進

- ① 国立博物館等において、過度の混雑を避けつつ、多様な来館者の需要に応えるため、夜間開館の充実や開館時間の柔軟な設定等による快適な観覧環境の提供に努める。
- ② 需要の分散、文化財等の高付加価値化及びナイトタイムエコノミー等の活性化を図るため、我が国が誇る世界遺産や国宝等の地域の魅力的な文化資源を早朝・夜間に体験する取組等を促進する。

2 マナー違反対策

- ① 温泉の入浴方法や公共交通機関でのマナー等、我が国の文化や習慣を旅マエからも学べるよう、日本政府観光局（JNTO）のウェブサイト等を通じて、国が率先して情報発信する。
- ② 違法行為やマナー違反については、地域によって事情が様々であることから、各地域の実情に応じた効果的なマナー・ルールの周知徹底や、スマートごみ箱や撮影スポット、車道横断禁止柵の設置等の取組を推進していく。
- ③ 地域のニーズを踏まえて、「マナー啓発動画」や「旅のエチケット」、「観光ピクトグラム」等の既存コンテンツの活用も含めた効果的なコンテンツを地域に提供していく。

3 その他のインバウンドの増加に伴う対応

(1) 各種民泊の適切な運営確保

- ① 民泊（「住宅宿泊事業法」（平成 29 年法律第 65 号）に基づく住宅宿泊事業、「国家戦略特別区域法」（平成 25 年法律第 107 号）に基づく国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業（いわゆる「特区民泊」）及び「旅館業法」（昭和 23 年法律第 138 号）に基づく簡易宿所をいう。）について、「外国人の受入れ・秩序ある共生のための総合的対応策」（令和 8 年 1 月 23 日外国人の受入れ・秩序ある共生社会実現に関する関係閣僚会議決定）等を踏まえ、仲介サイトからの法令手続が行われていない違法な民泊の効率的かつ確実な削除の実現に向け、同サイトとのデータ連携を可能とするため、民泊制度運営システムの改修を行う。
- ② 各地域の実情等に応じて、生活環境の悪化の防止のため条例制定や立地規制等が適切に行われるよう、住宅宿泊事業法施行要領（ガイドライン）の見直しの検討や、一部地方公共団体とも連携した、不適切な事業者への厳正な処分や地域の実情に応じた規制を行いやすくなる手法・環境整備の検討等、関係省庁と連携し、各種民泊の適切な運営確保に向けて取り組む。

(2) 外国人患者受入体制の充実及び医療費不払の防止

- ① 訪日外国人旅行者が円滑に受診できるよう、医療機関での受入環境整備の推進や、「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」の日本政府観光局（JNTO）サイトでの多言語発信等による周知を行う。
- ② 訪日外国人に対する入国前の民間医療保険の加入を含め、医療費不払発生抑止に向けた方策について

着実に検討を進める。

(3) 不法滞在者ゼロプランの強力な推進

訪日外国人旅行者の大部分を占めているのは、「短期滞在」の在留資格で上陸許可を受けた者であるところ、2026年1月1日現在の我が国における不法残留者6万8,488人のうち、直前の在留資格が「短期滞在」であった者の数は、4万1,607人と約6割を占めていることから、不法滞在者対策を強力に推し進めなければ、訪日外国人旅行者数の増加に伴って不法残留者数が増加する懸念があり、観光客の受入れへの国民の理解を得られないと考えられる。この点、2025年5月に公表した「国民の安全・安心のための不法滞在者ゼロプラン」(不法滞在者ゼロプラン)は、2030年末までに退去強制が確定した外国人の数を2024年末の数から半減させることを目指すという当面の目標を掲げており、その目標を達成するため、電子渡航認証制度(JESTA)の2028年度中の導入に向けたシステム開発を速やかに実施するとともに、難民等認定申請の早期かつ迅速な処理体制を整備し、その体制強化に努め、退去強制が確定した外国人のうち、「出入国管理及び難民認定法及び日本国との平和条約に基づき日本の国籍を離脱した者等の出入国管理に関する特例法の一部を改正する法律」(令和5年法律第56号)により、いわゆる送還停止効の例外として送還可能となった者や重大犯罪者等を中心に、計画的かつ確実に、護送官付き国費送還を強力に促進することで、新たな送還忌避者の発生を抑止することとしている。また、不法滞在者ゼロプランを強力に推進するために必要な体制の強化を図るとともに、従事する職員の研修・訓練を更に充実させるなど、訓練体制の整備を図っていく。

4 地域一体となった持続可能な観光地域づくりの推進

(1) 地域住民と協働した観光振興の推進

過度の混雑やマナー違反等、観光が地域住民にもたらす影響への懸念に対しては、地域住民の参画の下、地域の関係者による協議に基づく計画策定や、その計画に基づく取組の実施を促進していく。また、地域住民に対して、観光の意義や効果を実感してもらえよう、地域住民向けの説明資料の作成や活用についても促進していく。

(2) 観光の意義についての国民理解の増進

公益社団法人日本観光振興協会では、観光関係者等への取材を通じて、国内外の観光地域づくりの事例について季刊誌やウェブサイト等で紹介することで、観光の意義について国民理解の増進に取り組む。

(3) 「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)に基づく取組の促進

国際基準である観光指標の動向を注視しつつ、同指標を日本の風土や現状に適した内容にカスタマイズした「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D⁵)」に基づく各地域の取組を促進していく。

(4) 地球環境に配慮した観光の推進

- ① 地球環境に配慮した旅行には、カーボンニュートラルな交通手段の活用や、プラスチックごみ・食品ロスの削減等に取り組む宿泊施設の利用が重要であり、観光事業者の自発的な取組の推進と、観光旅行者を含めた普及啓発、認知度の向上を図る。
- ② 観光地域の環境保全と魅力向上のため、観光地域等で使用される商用車等について、電気自動車・燃料電池自動車等の次世代自動車の普及を促進する。

(5) エコツーリズムの推進

- ① 「エコツーリズム推進法」及び2025年度に見直しを行ったエコツーリズム推進基本方針に基づき、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。また、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。
- ② 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。

5 出入国に関する措置等の受入体制の確保

(1) 円滑かつ適正な出入国及び通関等の環境整備等

- ① 空港での入国審査待ち時間20分以内を目指して、必要な施策を実施していく。また、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、審査ブースの増設、施設の拡張等やCIQ⁶体制の整備を図る。さらに、2030年6,000万人に向けた今後の訪日外国人旅行者数の増加を見据え、関係省庁が連携して物的・人的体制の効果的な整備を進める。
- ② 航空機で訪日する旅客をその出発地点の空港で事前にチェックするプレクリアランス(事前確認)について、春節時期等に訪日需要が高まる台湾において引き続き実施する。

⁵ Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。

⁶ 税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、検疫(Quarantine)の総称。

- ③ 全国4空港において運用中の自動化ゲート（指紋認証ゲート）について、出入（帰）国者数の推移を見極めながら、2028年度中の導入を目指している JESTA を踏まえた上で、今後の在り方を検討する。
- ④ 全国7空港において運用中の顔認証ゲートについて、出入（帰）国者数の推移を見極めながら、認証精度の向上等により更なる効果的な運用を図る。
- ⑤ 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、施設の拡張等及び CIQ 体制の整備を図る。また、訪日外国人旅行者数の実績も踏まえ、関係省庁が連携して物的・人的体制の効果的な整備を引き続き進める。
- ⑥ 共同キオスク⁷等の機器の効果を最大限に引き出すため、旅客の案内等に従事するイミグレーションアテンダントを効果的に配置するほか、顔認証技術といったデジタル技術を活用することにより、イミグレーションアテンダントによる誘導案内等を補完し、更なる効果的な誘導案内を実現する。
- ⑦ 水際対策の効率的な実施と旅客の利便性向上の観点から、Visit Japan Web を活用した「共同キオスク」を拡充する。
- ⑧ 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。
- ⑨ 出入国在留管理庁において、国内外の関係機関との情報連携の推進及び乗客予約記録（PNR：Passenger Name Record）に関する情報の収集を強化するとともに、更なる情報分析・活用の高度化を推進する。
- ⑩ 本邦渡航前の事前スクリーニングを強化する相互事前旅客情報システム（iAPI⁸）について、2024年8月に開始した試行的な運用に参加する航空会社を更に拡充すべく、各航空会社へ制度説明等を実施する。また、2028年度中の導入を目指している JESTA を効果的なものとすべく、同制度との連携を踏まえた同システムの改修を検討する。
- ⑪ 税関当局において、国内外の関係機関等との連携や、出入国旅客の事前旅客情報（API: Advance Passenger Information）や PNR といった情報の電子的な収集の強化を図るとともに、それらの情報を24時間体制で分析・活用する。
- ⑫ 今後の航空需要の増大に対応するため、多数の旅客に対し確実かつ効率的に検査を実施できるよう、保安検査員の処遇改善に関して支援するとともに、スマートレーン⁹等の先進的な検査機器の導入促進や保安検査の高度化に資する DX 技術等の活用を図るなど、保安検査の量的・質的向上に必要な取組を推進する。
- ⑬ 保安検査の実施主体や費用負担の在り方については、「空港における旅客の保安検査の実施主体の円滑な移行に向けた実務者検討会議」における中間とりまとめを踏まえ、空港ごとに具体的な検討を行い、保安検査の実施主体の移行を計画的に推進する。
- ⑭ ストレスフリーで快適な旅行環境の実現に向け、顔認証技術を活用した本人確認システムや自動手荷物預入機等の自動化機器の導入、自動運転技術の活用により旅客の搭乗手続の円滑化を実現し、チェックインカウンターの共用化等、空港内の旅客動線の整備を行うことで利用者の混雑・待ち時間を改善する FAST TRAVEL の取組を推進する。
- ⑮ 迅速な通関による旅客の利便性の向上と、厳格な税関検査の実施による国民の安心・安全の確保の両立を図るため、税関検査場電子申告ゲートの機能強化・増配備を進めるとともに、X線 CT スキャン検査装置等の効果的・効率的な取締・検査機器の配備・活用を行う。

（2）査証業務の最適化と体制強化

訪日にあたって査証が必要な国・地域について、厳格な査証審査を確保しつつ円滑な査証手続を推進するため、業務の最適化と体制強化を図るとともに、査証審査に係る必要な物的・人的体制の整備に取り組む。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、2026年度においても、必要に応じて対象の拡大を検討していく。

第2節 地方誘客の推進による需要分散

1 地方の観光地の魅力向上・地方誘客

（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

⁷ Visit Japan Web の2次元コードと旅券情報を読み取り、入管・税関手続に必要な情報の取得を同時に可能とする機器。

⁸ 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。

⁹ 自動で手荷物の仕分けや搬送が可能なレーンのこと。

- ① 観光地域づくり法人（DMO¹⁰）の体制整備・機能強化を図るため、「DMO 総合支援事業」により、外部専門人材の登用、中核人材の確保・育成の取組、安定的な財源確保及び人材育成に係る計画策定、DMO の観光地マネジメント強化等に資する業務 DX の取組を支援する。
- ② 観光地マネジメントの高度化に向けた実証を通じて、優良モデルとなる DMO を確立するとともに、持続的かつ国際競争力の高い観光地域づくりが全国で行われるよう、ほかの DMO に対し、その実証成果やマネジメント手法の横展開を行う。
- ③ 2025 年 3 月に改正した「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」の適切な運用により、真に地域に必要とされ持続可能な観光地域づくりを戦略的に実践する質の高い DMO の形成・確立を図る。また、更新時（3 年ごと）にその組織体制や取組状況を検証することにより、継続的な評価を行う。

（２）地方誘客、地域周遊・長期滞在を促進するための中長期的な戦略に基づく取組の推進

- ① 広域連携 DMO が策定する中期的な目線に基づくより広域での戦略の下で、地方公共団体、都道府県 DMO¹¹・地域 DMO¹²、観光地域づくりプラットフォーム、旅行会社等の民間事業者とも連携の上、各々が実施する調査・戦略策定、観光コンテンツ造成、受入環境整備、旅行商品流通環境整備、情報発信・プロモーション等の取組に対して総合的に支援する。その際、2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）のレガシー等の活用についても促進する。
- ② 観光圏においては、観光地域づくりプラットフォームが中心となって地域の幅広い関係者の連携の上実施する、各観光圏が定める観光圏整備実施計画に位置づけられた各種取組を推進する。

（３）戦略的な訪日プロモーションの実施

ａ）様々な国・地域への戦略的な訪日プロモーションの実施

- ① 持続可能な観光の実現に向けて、様々な国や地域からの訪日を促進し、インバウンド市場の多様化の流れを更に推し進めるため、訪日マーケティング戦略で設定した市場別・市場横断それぞれのターゲット層の特徴に応じ、国際情勢も踏まえつつ、データ分析に基づいたウェブサイト・SNS 等での効果的な情報発信、デジタル施策等における適切な媒体での広告、訪日旅行関連記事化促進を目的とした海外広報やメディア招請、訪日旅行商品造成や販売促進に資する旅行会社招請やセミナー・商談会、訪日旅行の予約促進のための航空会社・旅行会社との共同広告等の効果的な取組を実施する。
- ② 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実施する。
- ③ 外務省と地方公共団体等との共催で、文化・産業・観光施設等の視察や地方公共団体首長との意見交換等を通じて多様な魅力を直接体験し、海外に発信してもらうことを目的とした駐日外交団による地方視察ツアーを実施する。
- 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実施する。
- ⑤ JNTO、在外公館、国際交流基金（JF）、及びその他関係各所が連携し、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・関心を醸成する。
- ⑥ JF ではオンラインも活用して、観光客誘致に向けた取組を効果的に継続実施し、訪日需要を喚起する。

ｂ）欧米豪市場等の新規訪日層の開拓

訪日外国人旅行消費額の拡大等を図っていく上で、一人当たり旅行支出（消費単価）が高く、訪日未経験者の多い北欧を含む欧米豪市場や中東市場を中心として、訪日旅行需要を取り込んでいくことが重要である。特に、これらの市場で多くを占める「未訪日ながら訪日旅行に関心を持っている層」に対しては、統一のキャッチコピーやビジュアルを活用し、未訪日の訪日関心層向けのデジタル広告を実施する大規模なプロモーションを行う。

ｃ）アジア市場等のリピーター層の再訪日意欲喚起

- ① 訪日経験者が多い東アジア市場及びリピーターの拡大が進む東南アジア市場を中心として、地方の魅力をメディアや旅行博出展などを通じて発信するほか、商談会等を通じて地方への旅行商品造成を促す

¹⁰ 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。

¹¹ 単一都道府県の全域を対象とした観光地域において、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

¹² 単独の市区町村、又は複数の市区町村にまたがる区域を一体とした観光地域において、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

ことなどにより、リピーターを確保していく。

- ② 各市場のニーズを踏まえ、興味・関心が高いテーマについて、重点的に発信を行うとともに、航空会社等との共同広告事業等により地方部への誘客を着実に促進する。

d) 地域の魅力の海外発信

- ① JNTO は、地方公共団体や広域連携 DMO をはじめとする 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するほか、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の紹介・共有を行い、地域のインバウンド誘致活動に対して支援する。また、地方公共団体や広域連携 DMO と連携し、地方誘客を図るプロモーションを実施する。
- ② 公益社団法人日本観光振興協会では、全国観光ポータルサイト「JAPAN 47 GO」英語版により各観光地の魅力ある情報の発信強化を行う。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、地域の季節・イベント情報をはじめ、自然・歴史資源・観光施設等のスポット情報と体験型観光情報等の地域商品情報を発信する。

e) AI 等デジタル技術の活用

生成 AI を活用し情報検索や旅行選択を行うなどの新たな旅行者の行動変容に対応したプロモーションを行うため、より効果的な形態かつ生成 AI 検索に適した情報発信を強化する。また、SNS で旅の動機形成が進む現状を踏まえ、各プラットフォームのアルゴリズム等の分析に基づくコンテンツ開発・発信を強化する。

(4) 大規模イベントを活用した情報発信

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

- ① GREEN×EXPO 2027 (2027 年国際園芸博覧会) についての対外発信を強化するとともに、2027 年 3 月 19 日の開幕以降は、世界中から訪れる来場者に、我が国の優れた花き品種、生け花、盆栽、日本庭園等の伝統的な造園技術・園芸文化、日本各地の庭園や花の名所、自然資本をベースとした新たなグリーン社会の姿等に関する展示を通じて、我が国が誇る魅力を世界に発信し、訪日観光需要を喚起する。
- ② GREEN×EXPO 2027 (2027 年国際園芸博覧会) の開催を記念した特別仕様の図柄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、開催に向けた全国的な機運醸成を図る。また、より多くの地域が図柄ナンバープレートを活用できるよう、2026 年に新たな図柄ナンバープレート (地方版) の募集を開始する。

b) 大阪・関西万博等のレガシー活用

大阪・関西万博等の経験を踏まえ、今後実施される大型イベントに向け、海外メディアを通じた発信の在り方や情報発信基盤の強化に関する検討を進める。

(5) 各分野と連携した情報発信

a) 大使・総領事の公邸等を活用した観光プロモーション等の推進

- ① JF の海外事務所において、JNTO と適宜連携の上、パンフレット配布や観光プロモーション動画放映等、訪日旅行を促すための様々な取組を実施する。
- ② 在外公館と地方公共団体等の共催で、在外公館施設を活用して、地方製品の販路拡大、インバウンド誘致等を目的に地方公共団体の魅力のプロモーションを実施する。
- ③ サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルスに設置されたジャパン・ハウス各拠点において、日本の多様な魅力や様々な政策・取組をこれまで日本に関心の薄かった人々を含む幅広い層に対して発信することを通じて、インバウンド需要を促進する。

b) クールジャパンの海外展開

- ① 「新たなクールジャパン戦略」(令和 6 年 6 月 4 日知的財産戦略本部決定) で定めたクールジャパン関連産業の海外市場規模に関する進捗調査等、クールジャパン戦略の推進に必要な調査・検討を実施する。
- ② 独立行政法人日本貿易振興機構 (JETRO) 等と連携し、国内産業観光にも寄与する企業や地域の輸出産業に関する情報についてオンラインで海外発信するほか、クールジャパンの海外への発信や売り込み、政府間対話及び官民による国際的対話を通じた海外での事業環境整備を行う。
- ③ 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 や展示会等での配信を通じて引き続き産地を PR し、伝統的工芸品の需要拡大と産地の更なる活性化につなげる。
- ④ 祭を核としたコンテンツ造成にあたっては、商品のプロモーション、磨き上げ及び販売チャネルの整備を一体的・継続的に進め、地方への訪日外国人旅行者の誘客効果を検証する。また、祭の系統に応じたコンテンツの磨き上げ手法の違いに関する研究を深め、実装に資する知見の蓄積を図る。

- ⑤ 「クールジャパン官民連携プラットフォーム」の運営等を行い、日本の魅力の発掘等に係る調査、最先端の動向を知る機会の提供、クールジャパンの担い手同士等の交流促進により、担い手の知見・人脈形成、連携共創につなげていく。
- ⑥ 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。
- ⑦ 海外展開を前提とした製作支援や、タイにおける配信実証を通じて、ドラマなど放送コンテンツの海外展開を引き続き推進するとともに、これらの取組により日本の各地域の魅力を発信する。
- ⑧ 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れを可能とする特例について、提案の受付を引き続き行う。

c) 日本文化に関する情報の総合発信

- ① JF が実施する日本映画祭等、日本の映像作品を通じた日本理解の機会を創出する。
- ② 写真素材を活用した、観光促進にも資する日本紹介用 SNS 発信コンテンツ等の作成・発信をする。
- ③ 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、東南アジア諸国連合（ASEAN）諸国における、日本各地にちなんだ日本映画の上映イベント等を通じて、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。
- ④ 訪日外国人旅行者が生活文化及び国民娯楽に親しみや関心を持ち、日本を再訪したいと思うような本格的な体験コンテンツ等を提供する団体等を支援する。
- ⑤ 日本・中国・韓国の3か国において、文化芸術による発展を目指す都市を選定し、その都市における現代の芸術文化や伝統文化、また多彩な生活文化に関連する文化芸術関連事業の実施や、3か国の「東アジア文化都市」間による文化芸術団体等の派遣・招へい等を通じた文化交流事業を実施する。

d) 日本食・日本食材等の海外への情報発信

- ① 訪日外国人旅行者に人気があるものの、輸出につながっていない日本産食品について、輸出を実現するための課題を明らかにし、課題の解決に向けた事業者のモデル的な取組を支援することで、インバウンドを起点とした食品の輸出を推進する。
- ② 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）が運営する日本食ポータルサイト「Taste of Japan」に日本食・食文化やその背景となる国内産地や農山漁村の魅力を伝える情報・コンテンツを集積し、訪日外国人旅行者等に効果的に発信するための取組を実施する。
- ③ 2024年12月に「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを踏まえ、次世代への技術伝承及び世界的な認知度向上のため、訪日外国人旅行者向け対応を含む様々な普及啓発活動等に取り組むなど、日本産酒類の更なる魅力発信に取り組む。
- ④ 「和食；日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことも背景に、近年、和食を含む日本食が訪日外国人旅行者から高い人気を得ていることを踏まえ、日本の食文化の奥深さを知り得る機会を提供するため、新たに創設した「食の至宝」顕彰において、受賞者の功績の国内外への発信に取り組む。
- ⑤ 農泊地域において、インバウンドの食関連消費拡大を目指し、地域ならではの「食」を提供する団体等との連携体制を構築し、多様な「食」の洗い出しから高付加価値化の実現までに至る一体的な取組を支援する。
- ⑥ 多様な地域の食とそれを支える農林水産業、特徴のある景観や伝統文化等の魅力で訪日外国人旅行者を誘客する地域等を「SAVOR JAPAN」¹³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、専門家の派遣による認定地域の磨き上げ、認定地域関係者の知識習得・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、さらに、JNTO 等と連携して日本食・日本食材等の魅力についての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。
- ⑦ これまで日本食の喫食体験のなかった海外の消費者に対して、食品関連事業者が積極的かつ効果的に日本食の喫食体験を提供できるよう、海外での食関連コンテンツの配信拡大へ支援する。

e) 国際放送による情報発信の強化

「放送法」（昭和25年法律第132号）に基づき NHK にテレビ国際放送とその番組配信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、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。

¹³ 多様な地域の食とそれを支える農林水産業、伝統文化等の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する地域の取組を農林水産大臣が認定し、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取組のこと。SAVOR とは、「味わう、楽しむ」という意味の英単語。

f) 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、日本国内での取材を支援することにより、地方を含む日本の魅力の対外発信を促進する。

g) 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

- ① 英語表記の地図について、時点更新を行いつつ、引き続きウェブ地図「地理院地図」により配信する。また、英語表記の地図を、利用者の目的に合わせて道路名や地図記号等の地図情報を選択表示できる、利便性の高い情報として整備するための検討を行う。
- ② 文化遺産情報を総覧するポータルサイト「文化遺産オンライン」において、有形・無形の文化遺産の積極的な公開・活用を進める。
- ③ 全国各地の文化財について、外国人目線で作成する多言語解説や高精細画像・動画等のデジタルコンテンツを拡充し、JNTO のウェブサイト等から情報発信を行う。

2 地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実

(1) ハード・ソフト両面での地域の観光資源の磨き上げ

- ① 歴史的建造物などの「歴史」、四季や地域ごとに変化に富む豊かな「自然」、和食に代表される国際的な評価の高い「食」、伝統工芸品をはじめとした「文化」といった、多様な地域資源を活用し、インバウンドの「コト消費」につながるような観光コンテンツの造成や高付加価値化、効果的な情報発信、販路開拓等を一体的に支援する。
- ② 地域における体験の質や回遊性の向上に資する施設整備に対して支援することで、魅力的な観光まちづくりを進める。

(2) 歴史資源の観光活用

a) 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

2030 年度までに取組展開地域を 400 地域、面的展開地域を 100 地域にすることを目指し、地域の取組を引き続き支援する。個別の建築物の整備・活用に留まらず、歴史的建築物の面的な整備を進め、魅力的な観光まちづくりを推進する。

b) 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発

- ① 「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」(平成 20 年法律第 40 号)(歴史まちづくり法)に基づき歴史的風致維持向上計画の作成を促進し、観光資源となる文化財を核とした良好な市街地の環境の維持・向上を図る。
- ② 「地域の観光資源充実のための環境整備事業」を通じて、歴史的資源を核としたエリア一帯の環境整備について、ハード・ソフトを一体的に支援する。
- ③ 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。

(3) 文化資源の観光活用

a) 文化資源の観光資源としての魅力の向上

- ① 旅行者が我が国の「たから」である文化財の魅力を十分に感じられるよう、文化財の適切な周期による修理・整備や健全で美しい状態に回復するための美装化等を支援する。
- ② 訪日外国人旅行者を含め、全ての人にわかりやすい文化資源の解説作成や多言語化も支援する。また、修理現場の公開や修理機会を捉えた解説整備も引き続き支援する。
- ③ 文化資源の歴史的・文化的背景を理解しながら深く楽しむことのできる観光コンテンツの整備や、文化財をはじめとする建造物の宿泊施設等への改修を支援するとともに、こうした文化資源の活用を担う人材の育成・確保の取組を強化し、文化資源の高付加価値化を推進する。
- ④ 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、地域の文化資源としての磨き上げ等、日本遺産¹⁴を活用した取組を支援する。
- ⑤ 多彩な文化体験を提供可能な文化観光拠点地域の形成を促進するため、拠点地域の形成を主導する人材の確保・育成、文化体験の提供に必要な施設・設備の整備、及びデジタル技術の積極的な活用を引き続き支援する。

b) 博物館・美術館等の文化施設の充実

- 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、国内外の旅行者がストレス

¹⁴ 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。

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）（文化観光推進法）に基づき、新規に計画を認定するとともに、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 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誘客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。また、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。
- ③ 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。
- ④ 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。
- ⑤ 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・美術館において、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。
- ⑥ 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。
- ⑦ 国宝・重要文化財の公開活用を促進するため、地域の博物館のシンボルとなる所蔵品の常設展示を行う取組への支援や、博物館等が所有する地域ゆかりの文化遺産を「いつ来ても見られる」ようにするための高精細レプリカやDXコンテンツを活用した展示機能の整備を支援する。

c) 国際的な芸術祭の活用

地方公共団体が主体となって実施する、芸術祭等の地域の文化芸術資源を活用したインバウンド向けに効果の高い文化芸術事業を支援する。あわせて、採択団体に対して観光分野等の専門家による伴走型支援を実施する。また、日本映画の国際競争力の向上、日本文化の発信等を目的に、国内で開催される国際発信力のある国際映画祭を支援し、世界からの地方誘客に寄与する。

d) 舞台芸術の振興、情報発信等

- ① 劇場・音楽堂等が行う実演芸術の創造発信や、専門的人材の養成、普及啓発等を支援するとともに、障害者や外国人が文化芸術に触れられる環境整備のためのバリアフリー・多言語対応の取組を支援する。また、地方の劇場・音楽堂等と優れた芸術団体とが協働し、芸術団体の中長期的な活動基盤を形成する取組を支援する。
- ② 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。

e) 芸術の観光への活用を推進する人材の育成

- ① 芸術団体や大学による、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等、人材育成に資する取組を引き続き支援する。
- 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。
- ③ 「若手映画作家等の育成事業」により、若手映画作家等に本格的な映画製作に必要な技術・知識の習得・実践の機会を集中的に設けるとともに、学生等にインターンシップとして映画製作現場での実践的な実習等の機会を提供することで、人材の育成を引き続き推進する。

f) コンテンツ分野の人材育成

クリエイター支援基金を活用した事業を引き続き推進するとともに、新たに、産学官が連携して、今後更なる成長が期待できるマンガ分野をはじめとしたコンテンツの海外発信基盤の構築や、そのための人材育成、対価還元に向けた環境構築等の総合的な取組を推進する。

g) エンタメ・コンテンツ産業への戦略的支援

- ① ロケ撮影等の誘致は訪日外国人旅行者の誘因となる聖地を生み出すことから諸外国に遜色ない水準で支援する。具体的には、海外スタジオの下、日本の制作事業者が行う国内でのロケ撮影やポストプロダクションにおけるVFX等の高度な編集作業を支援する。
- ② クリエイターやそれを支える人材を含めたスタートアップ等が新たに高品質なコンテンツの製作・開発を行う事業の後押しを行う。あわせて、継続的に新規IPを創出するため、コンテンツ製作・開発に取

り組んできた事業者が、新たにコンテンツの初期段階の製作・開発や社内ベンチャー等を通じた新規事業としての製作・開発に取り組む事業を支援する。

- ③ コンテンツの高品質化、革新的なコンテンツの製作、又はコンテンツ製作の生産性向上に資する AI や XR、ブロックチェーンといった高度な技術を活用した開発プラットフォームを構築するために支援するとともに、研究開発力の強化に向け税制措置の活用も促す。
- ④ 事業構造改革と一体で、将来的に世界的な大ヒットを狙えるコンテンツ製作・開発事業者による海外向け大規模作品の製作・開発を支援するとともに、資金調達環境整備を進める。
- ⑤ 海外向けコンテンツ・海外ファン両者の迅速な拡大や、流通プラットフォーム間の相互連携の支援を通じて競争力を高めることで、日本の流通プラットフォームの国際的な流通網を確保し、世界展開を行う日本発コンテンツが収益をあげて再投資できる好循環を生み出す環境整備を進める。
- ⑥ デジタルコンテンツ・グッズ類等の海賊版対策を進めながら、外国ユーザーのファンの拡大に向けたプロモーションや海外向けコンテンツの供給量等の拡大に向けたローカライズをはじめとした海外展開を支援する。

h) アニメやマンガ、映画等のコンテンツを活用した観光の推進

- ① アニメやマンガ等のコンテンツを起点とする経済波及効果の大きい地域一体となった官民連携の取組をコンテンツ地方創生拠点として選定するなどにより、クールジャパンを活用した地方創生の取組を加速させる。
- ② アニメ、マンガ等のコンテンツを活用した観光コンテンツの造成や効果的な情報発信、販路開拓等を総合的に支援する。
- ③ ロケ誘致による経済・社会的効果を効果的に実現するため、地域内の関係機関の連携強化による情報発信や許認可円滑化、インセンティブ付与を推進する。

i) 日本博の推進

- ① 海外に高い訴求力を有するアニメ・マンガ等の活用や、多様な領域の掛け合わせ、ナイトカルチャーの充実等により新たな価値創出を進め、最高峰の文化資源の多面的魅力を発信する。
- ② 旅行商談会への出展、OTA¹⁵への掲載など海外マーケティングを抜本的に強化し、インバウンド需要に的確に応え、地方への誘客・周遊、滞在の長期化等を図る。

j) 世界遺産の推薦及び保存・活用

「飛鳥・藤原の宮都」の 2026 年の世界遺産委員会における登録可否の審議に向けた取組や、世界遺産への推薦に向けた取組を行う。また、登録された文化遺産については、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。

k) アイヌ文化の魅力の発信

- ① 日本列島北部周辺、とりわけ北海道に先住し、独自の言語、宗教や文化の独自性を有する先住民族であるアイヌの人々の誇りが尊重される社会の実現に向け、アイヌ文化の復興等の拠点である民族共生象徴空間（ウポポイ）について、2024 年 7 月策定の「民族共生象徴空間（ウポポイ）の充実強化について」等を推進するとともに、訪日外国人旅行者の誘客強化、教育旅行の誘致の強化、園内コンテンツの充実等を図っていくことによって、より多くの人々にウポポイに足を運んでもらい、アイヌ語やアイヌの人々において継承されてきた生活様式、音楽、舞踊、工芸等の自然と共生してきたアイヌ文化の魅力に触れてもらうことで、アイヌ文化の復興等の動きを拡大する好循環の確立を図っていく。
- ② アイヌ政策推進交付金を通じて、文化振興や福祉施策に加え、地域振興、産業振興、観光振興を含めた市町村の取組を支援する。

(4) 自然資源の観光活用

a) アドベンチャーツーリズムの推進

自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズム¹⁶の推進のため、アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本（ATWS2023）の成果も踏まえ、自然・文化等の地域資源を生かした観光コンテンツの造成・磨き上げや販路拡大、情報発信、受入体制強化、ガイドの確保・育成等を支援する。

b) 国立公園等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 2030」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。

¹⁵ 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。

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。

- ② 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」¹⁷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。あわせて、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。
- ③ 十和田八幡平国立公園において景観を阻害する廃屋の撤去等を含めた利用拠点の改善を図るとともに、支笏洞爺国立公園や中部山岳国立公園においてビジターセンターや展望台の再整備・機能拡充を図るほか、知床国立公園や瀬戸内海国立公園において案内板等の多言語解説やデジタル展示の充実等に取り組む。
- ④ 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。
- ⑤ ウェブサイト、SNS、スタンプラリー、海外メディア、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。
- 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。

c) 国民公園の魅力向上・創出

- ① 国民公園の一層の魅力向上に向け、新宿御苑においては、日本館御殿の復元的整備・公開（コンシェルジュやガイド機能の実装、体験コンテンツの提供を含む。）、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。
- ② 皇居外苑においては、苑内の文化財・歴史資源を活用したライトアップを行うにあたり、文化財である石垣の修復に着手するとともに、民間活力を生かした行事・イベント等の実証を通じて魅力創出を図る。
- ③ 京都御苑においては、公家の暮らしを文化資源としてデジタル手法により紹介するとともに、公家文化の体験機会を提供する。また、激しく変化する近年の天候に対応するため、受入環境整備に向けた検討を進める。

d) エコツーリズムの推進

【再掲】第Ⅲ部第1章第1節4（5）

e) 農泊の推進を通じた滞在型農山漁村の確立・発展

農山漁村の所得向上と関係人口¹⁸の創出を図るため、農泊地域の実施体制の整備、食や景観の観光コンテンツとしての磨き上げ、国内外へのプロモーション、古民家を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、農泊を実施した地域が地域ならではの「食」を提供する団体等と連携し、我が国の食文化への関心を有する訪日外国人旅行者による食関連消費の拡大を目指して「食」に特化した高付加価値なコンテンツを造成する取組等を支援する。

f) 温泉の観光活用

- ① 温泉と周辺の観光資源を含めた観光活用を推進するとともに、2026年3月に「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産への登録に向けた提案書がユネスコ事務局に提出されたことを契機として、我が国の温泉の国際的な認知度向上に向け、JNTOを通じた温泉に係る国内外への情報発信等に取り組む。
- ② 「新・湯治」を推進するため、温泉地全体で得られる療養効果の把握及び情報発信等に取り組む。

(5) 食の観光活用

a) ガストロノミーツーリズムの推進

- ① 地域の様々な産業等への波及効果が期待できるガストロノミーツーリズムを推進し、地方誘客や消費拡大、持続可能な観光地域づくりを促進するため、幅広い連携による地域の食文化を体感できる質の高いガストロノミーを基軸とした観光コンテンツの造成や販路開拓等を支援する。
- ② 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

¹⁷ 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。

¹⁸ 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。

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」の構築等を支援し、食文化の魅力発信等を推進する。

ｂ) 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、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」を引き続き推進し、日本産酒類の認知度向上等を図る。

(6) スポーツの観光活用

ａ) スポーツツーリズムの推進

- ① 国内旅行需要の喚起や、スポーツへの志向性の高い訪日外国人旅行者の訪日促進を図るため、継続的な合宿・キャンプの誘致や、スポーツを活用し、まちづくりと連携したスポーツコンプレックス¹⁹の推進、スポーツと自然や文化芸術等の地域資源を融合させたスポーツツーリズムコンテンツの創出、スポーツホスピタリティの提供等によるスポーツ観戦機会の高付加価値化に取り組む。
- ② スポーツによるまちづくりを推進する担い手となる地域スポーツコミッション²⁰の質の向上（経営の安定化や運営を担う人材の育成・確保等）を支援する。
- ③ 地域の魅力を体験できるスポーツツーリズムやアドベンチャーツーリズムの情報を、JNTOを通じて海外へ発信する。
- ④ アドベンチャーツーリズム特設サイトの記事拡充を進めるとともに、デジタル広告によって流入促進を行う。
- ⑤ 「スポーツ庁、文化庁及び観光庁の包括的連携協定」に基づき、スポーツや文化芸術といった地域の魅力と観光との連携の強化を図り、「スポーツ文化ツーリズムアワード」等を通じた我が国の魅力の国内外への情報発信を通じて、訪日外国人旅行者の増加や国内観光の活性化につなげるとともに、2026年の第20回アジア競技大会（2026/愛知・名古屋）や第5回アジアパラ競技大会（2026/愛知・名古屋）をはじめとした大規模な国際スポーツ大会の円滑な実施や大会を通じたインバウンド需要の拡大を支援する。

ｂ) サイクルツーリズムの推進

- ① 官民が連携した誰にでも安全で快適な走行環境の整備や、サイクルトレインの拡大等によるサイクリストの受入環境の整備等により、ナショナルサイクルルートをはじめとする世界に誇るサイクリング環境を創出するとともに、同環境について国内外へPR等を実施することや、各都道府県警察、道路管理者、観光関係者を含む関係機関・団体等におけるウェブサイト等の各種媒体を通じた訪日外国人旅行者等に対する自転車の通行ルール等の交通安全に関する情報の発信を図ることにより、自転車に乗ることそのものを楽しむサイクルツーリズムを推進する。
- ② シェアサイクルの導入・拡充や、サイクルトレイン等の自転車と公共交通との連携により、観光の足としての自転車の利用を推進し、観光地における移動範囲を拡大することで、地域資源を活用した観光地域づくりに貢献する。

ｃ) 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、多様化するニーズを踏まえ、スキー場の魅力向上や地域への事業効果の波及に資する取組等を支援する。
- ② スキー人口が急増しているアジア市場及び日本のパウダースノーへの興味・関心の高い欧米豪市場において、メディアと連携しスノーツーリズムに特化したプロモーションを実施するとともに、商談会やBtoC 旅行博への参加を通じて、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する。

(7) 迎賓館・皇居三の丸尚蔵館等の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放

- ① 接遇等に支障のない範囲で、通年での一般公開を実施するとともに、更なる魅力向上のため、夜間公開等の特別企画を計画的に実施する。また、ユニークベニュー²¹としての活用を図る「特別開館」を実施することで、我が国の歴史及び文化並びに迎賓館の魅力を内外に発信し、これらに対する理解の促進

¹⁹ 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・活用する考え方。

²⁰ 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。

²¹ 「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。

を図る。

- ② 皇居をはじめとする皇室関連施設の積極的な公開を引き続き行うとともに、皇居三の丸尚蔵館について、整備・建替えを行い、美術品等の公開に向けたメンテナンスや映像コンテンツ制作を実施する。
- ③ 皇居東御苑について、大手休憩所（仮称）を皇居三の丸尚蔵館の全館開館時期（2026 年秋予定）に合わせて整備し、同館来館者を含む皇居東御苑来訪者全体のアメニティ向上等を図る。

(8) その他の観光資源の活用

a) 医療や健康増進と連携した観光の推進

インバウンド需要の拡大に向け、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滞在プランの造成並びに地域及び医療機関での受入体制の構築を推進するため、地域での実証事例等を踏まえて、医療機関や観光事業者等向けの手引書を作成する。

b) インフラツーリズムの推進

インフラを観光資源として積極的に活用し、地域や民間と連携したインフラツーリズムに育て、展開していく方策を検討する。また、インフラツーリズムポータルサイトを機能強化するなどして、身近にあるインフラの魅力などのより一層の情報発信に努める。

c) ローカル鉄道の魅力向上による地方誘客推進

インバウンドの地方誘客を推進するため、ローカル鉄道を「地域の足」「観光の足」として持続可能性を高めるとともに、地元の食材や沿線風景を楽しむ列車など、ローカル鉄道を観光資源そのものとして活用した地域ぐるみでの取組を支援する。

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

- ① 2026 年 11 月より「リファンド方式」に移行する外国人旅行者向け消費税免税制度の円滑な施行のため、旅マエ・旅ナカ・出国前の 3 段階で周知広報を行う。
- ② 同方式への移行と併せ、免税手続の委託範囲が緩和されることを踏まえ、地域が主体となった免税に係る面的な取組を支援することにより、地域の商店街や物産店等における制度活用を促進し、地方部の免税店の増加や消費拡大に取り組む。

e) デジタルノマドの誘客促進

国際的なリモートワーカー（「デジタルノマド」）の誘客を促進する観点から、デジタルノマドに訴求する観光コンテンツ造成や長期滞在に適した受入環境整備等、デジタルノマドの誘客に関する先進的なモデル実証を実施するほか、デジタルノマドの誘客に必要な環境・体制整備を支援する。

f) 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。
- ② 「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、普及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。
- ③ 沖縄におけるクルーズ船受入れ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 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。
- ⑤ 豪雪地帯対策基本計画に基づき、雪に親しむことをテーマに豪雪地帯で実施した雪まつりや冬季スポーツ教室等の交流活動状況について実態を把握し、関係自治体に情報提供を行う。
- ⑥ 北方領土隣接地域において、豊かな地域資源を生かした体験型・滞在型観光及び広域観光の推進を図るとともに、交流・関係人口の創出・拡大に取り組む。また、北方領土の情報及び北方領土隣接地域の魅力を 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引き続き行うとともに、北方領土館の建て替えに向けた基本構想等の策定を行う。

3 高付加価値旅行者の誘客促進

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、ガイド等の受入環境整備等の取組を支援

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。

4 MICE 誘致・開催

(1) ポストコロナの時代における MICE 誘致・開催の意義の発信

MICE²²はオンラインでの開催も併用される一方で、人々が対面で集まる意義や価値の再評価により、世界的に実地開催への回帰が進んでいる状況を踏まえ、MICE 開催による総消費額及び経済波及効果の算出を実施するとともに、大阪・関西地域を含む MICE におけるレガシー効果について調査する。

(2) 政府一体となった MICE 誘致・開催

GREEN×EXPO 2027（2027 年国際園芸博覧会）等の開催の機会も捉え、我が国への MICE 開催地としての注目が一層高まるよう、各種国際会議を積極的に再開・開催するとともに、関係大臣による誘致・招請レター発出等、政府一体となった MICE 誘致・開催支援を進める。

(3) MICE 開催地としての地域の魅力向上・発信

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²³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する。

(4) 日本政府観光局等による 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、引き続き日本で開催された国際会議のケーススタディやインセンティブ旅行向けモデルルート、日本のサステナビリティの取組等の情報を発信する。
- 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 PCO²⁴協会（IAPCO）とのデスティネーション・パートナーシップ協定を更新し、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）、MPI²⁵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、大学及び学会・協会へのセールスアプローチを積極的に実施し、JNTO 及びコンベンションビューローの支援スキームの情報発信を行うとともに、JNTO の活動の認知度向上を図る。また、MICE アンバサダー・地域の拠点大学・研究機関等との連携を強化し潜在的な国際会議の発掘に努め、国際会議誘致・開催件数の拡大を図る。
- 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 PFI²⁶・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た導入可能性調査や、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。

²² 企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称。

²³ 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。

²⁴ Professional Congress Organizer の略。会議運営サービス会社のこと。

²⁵ Meeting Professionals International の略。MICE 専門家が加盟する国際非営利団体のこと。

²⁶ 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。

- ⑤ MICE 施設における新たな国際 MICE 開催ニーズへの対応、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の DX 対応等の強化、多言語ウェブサイト等の整備に係る受入環境整備や、コンベンションビューロー等における海外 MICE 見本市出展をはじめとした海外リード開発等を支援する。
- ⑥ 展示会入場者数等については、業界団体が主体となって実態把握を継続しているところ、その情報の透明性や信頼性の向上に向け、業界団体との連携を継続する。

(6) 民間都市開発プロジェクトの促進支援

- ① 「都市再生特別措置法」(平成 14 年法律第 22 号)に基づき国土交通大臣が認定する優良な都市開発プロジェクト等に対し、金融支援や税制上の特例措置を講じることで、国際水準のホテルや MICE 施設等を含む都市の国際競争力の強化に資するプロジェクトの促進を図る。
- ② 税制上の特例措置については、令和 8 年度税制改正において、一定の基準を満たす MICE 施設等を固定資産税・都市計画税の特例措置の対象に加え、都市の国際競争力の強化を更に推進する。

(7) 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や国内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拠点としての日本の魅力を引き続き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。

(8) IR 整備の推進

- ① 統合型リゾート (IR) について、カジノに対する様々な懸念に万全の対策を講じつつ、日本の MICE ビジネスの国際競争力の向上、魅力ある滞在型観光の促進、国内各地の魅力発信や国内各地への送客に資する施設が整備されるよう、「特定複合観光施設区域整備法」(平成 30 年法律第 80 号)に基づき、その整備に必要な施策を推進する。
- ② 2023 年 4 月に区域整備計画を認定した大阪については、同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、所要の手続きを進める。
- ③ 2027 年 5 月 6 日から同年 11 月 5 日まで新たな区域整備計画の認定申請を受け付けることとしており、各地方公共団体の検討状況等を注視していく。

5 地方部への交通ネットワークの機能強化

(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網を活用し、三大都市圏をはじめとする大都市圏と地方、また、地方と地方をつなぎ、快適な旅を実現する環境を整備し、訪日外国人旅行者も含め地方への流れを創出する。
- ② バスタプロジェクト²⁷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、MaaS 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 観光地と連携した道路案内標識の改善によるわかりやすい道案内を引き続き推進する。

(2) 航空ネットワークの強化

- 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実施する。
- ② 国内航空の構造改革について、2026 年春頃に「国内航空のあり方に関する有識者会議」での議論をとりまとめ、その結果を踏まえて必要な施策の検討・実施を進め、国内航空ネットワークの維持を図る。
- ③ インバウンドの地方路線の利用促進のため、JNTO を通じて、本邦航空会社との共同プロモーション等を実施する。航空会社の復便や新規就航促進・増便に向け、地方空港や地方公共団体と連携しながら、航空路線関連のイベント等において積極的に働きかける。航空会社等と連携した広告等の事業を通じて、地方誘客を図り販売促進プロモーションを行う。あわせて、インバウンドのより一層の地方誘客実現に向けて国内航空ネットワークの活用を促進する。
- ④ 増大する航空需要を取り込み、国際競争力の向上を目指すため、成田国際空港、関西国際空港、中部国際空港、福岡空港等の主要空港に加え、地方空港も含む全国の空港について、我が国との往来の増加が見込まれる国・地域との間で、戦略的かつ積極的にオープンスカイ²⁸を推進する。
- ⑤ ASEAN との地域的な航空協定について、引き続き協議を行っていく。また、持続可能な航空燃料(SAF)の導入や空港の再エネの導入を含む航空の脱炭素化を推進する。
- ⑥ 地方空港・港湾も含めた出入国審査等の状況を十分考慮して、審査ブースの増設、施設の拡張等や CIQ

²⁷ 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。

²⁸ 二国間での国際航空輸送における企業数、路線及び便数に係る制限を相互に撤廃する航空自由化。

体制の整備を図り、2030年6,000万人に向けた今後の訪日外国人旅行者数の増加を見据え、関係省庁が連携して物的・人的体制の効果的な整備を進める。

- ⑦ 航空機の運航に不可欠な空港業務（グランドハンドリング・保安検査）について、増加するインバウンド需要に適切に対応し、空港機能が持続可能な形で維持・発展できるよう、人材確保・育成、処遇改善等の取組や、空港業務DXによる省力化・効率化といった生産性向上の取組により体制の強化を図り、空港の受入環境整備を推進する。また、2025年に東京国際空港（羽田空港）及び成田国際空港で実用化した、空港制限区域内における自動運転レベル4について、共通インフラ及び運用ルールの改良・改善に向けたレビューを実施するとともに、それらを踏まえ、国内空港への導入展開に向けた検討を推進する。
- ⑧ 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）空港機能の抜本的強化等

- ① 急増する航空需要に的確に対応し、政府目標である2030年訪日外国人旅行者数6,000万人達成を可能とするための受入環境を整備するため、国際観光旅客税も活用し、空港ターミナルの機能強化や空港アクセスの改善等に取り組む。
- ② 今後増加するインバウンドの受入能力向上のため、首都圏空港における年間発着容量約100万回を目標とするとともに、アジアの主要空港の動向を踏まえながら、更なる競争力強化に取り組む。
- ③ 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、B滑走路の延伸及びC滑走路の新設等の「更なる機能強化」を着実に進め、年間発着容量50万回の早期実現を図るとともに、旅客取扱施設・貨物取扱施設や鉄道アクセスの機能強化について検討を進める。
- ④ 東京国際空港（羽田空港）においては、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旅客ターミナルの再編・拡充、旧整備場地区の再編整備等を引き続き実施するとともに、飛行経路下の地域への丁寧な情報提供等の取組を行う。
- ⑤ 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などを進める。
- ⑥ 中部国際空港については、引き続き第1旅客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。
- ⑦ 三大都市圏以外の空港については、訪日外国人旅行者を地方へ誘導する観点からの取組を進める。航空需要の増大を見据え、空港のゲートウェイ機能を発揮していくため、屋久島空港の滑走路延長事業、那覇空港の国際線ターミナル地域再編事業、新千歳空港の誘導路複線化事業等を引き続き実施する。
- ⑧ 更なる処理能力向上や受入容量の拡大といった空港のターミナルビルの機能向上に向けた取組についても推進する。あわせて、ゲートウェイとしての機能の強化を図るため、引き続き、地方空港のコンセッションの推進を通じて、内外交流人口拡大等による地域活性化を促進する。
- ⑨ 混雑や悪天候への柔軟な対応、遅延や待機の削減、燃料消費の抑制が可能となり、安全で快適な運航とカーボンニュートラルへの貢献につなげるため、航空機の飛行経路を「時間と空間を組み合わせた軌道」として事前に調整し、関係者で共有・管理する仕組み（軌道ベース運用：TBO（Trajectory Based Operations））を国際的な基準に沿って段階的に導入することで回復・拡大を支える基盤を強化する。
- ⑩ 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取組の支援、退職自衛官の民間分野での活用促進、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）クルーズの持続的な成長に向けた取組

- ① クルーズの持続的な成長に向けて、2030年までに外国クルーズ船等の寄港回数3,000回、クルーズ旅客の1人・1寄港地当たりの平均消費額を2025年の1.5倍、外国クルーズ船等が寄港する港湾数を150港とすることとともに、日本クルーズ船社における外国人クルーズ旅客数の着実な増加を目指して取り組む。
- ② クルーズ船の大型化や寄港地の多様化への対応をすべく、円滑かつ安全な乗下船やCIQ手続を行う環境確保を進めるために、ターミナル機能の高度化及び地方や離島などの旅客上屋のない港湾での受入施設の整備を行う。また、クルーズ船の岸壁利用調整を円滑にするためのサイバーポート予約機能の付加、カーボンフリークルーズへの対応も進める。
- ③ クルーズ船の長期的かつ安定的な寄港の確保のために、旅客施設等への船社の投資に併せ、国・港湾

管理者が岸壁の整備や投資した船社への係留施設の優先利用等のハード・ソフト両面から支援することで、世界に誇る国際クルーズ拠点の形成を図る。

- ④ 各クルーズ寄港地では、オーバーツーリズムを回避するため、港湾周辺でクルーズ旅客が滞在し、楽しむことができる周遊施設を充実させるとともに、港湾から観光地までを円滑に接続するための二次交通機能を確保する。
- ⑤ クルーズ寄港の更なる促進を目指し、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、多様化するクルーズニーズに対応したプロモーション、海外の国際展示会への出展、セミナー等を行う。外国人クルーズ旅客数を着実に増加させるため、日本発着クルーズの広報強化を目的にウェブサイト等で情報発信を行う。
- ⑥ 日本のクルーズ事業者における訪日外国人旅行者取込みに向け、船内コンテンツの充実等の取組を進める。上記インバウンド誘客の取組に加え、2030年までに日本人のクルーズ人口を100万人とするとともに新規の日本人クルーズ旅客数を着実に増加させるため、日本発着クルーズの広報強化、販路拡大の促進を図る。

(5) 空港等へのアクセス向上

- ① 主要国際空港への鉄道アクセスの利便性向上を図るため、JR 東日本羽田空港アクセス線、羽田空港第1・第2ターミナル駅引上線、新空港線及びびなにわ筋線を着実に推進する。
- ② 成田国際空港の発着容量拡大を見据え、複線化や新線整備（複々線化）等の空港アクセス鉄道の機能強化等について、利子補給制度等により加速化を図る。
- ③ 空港・港湾・鉄道駅や観光地等へのアクセス改善等、高規格道路の整備・活用に取り組む。
- ④ 空港アクセスバスについては、2021年度に実施した運賃設定の弾力化や、運行計画（ダイヤ）の提出期間の短縮等による手続簡素化により、引き続き空港アクセスの利便性向上等を図る。

(6) 「観光の足」確保に向けた「交通空白」の解消と地域交通のり・デザインの全面展開

- ① 観光地の二次交通確保や交通空白解消のため、二次交通情報の発信強化、公共ライドシェアの運用改善や配車アプリの導入の促進、MaaSの推進や地域輸送資源のフル活用によりアクセス改善を進めるなど、施策を総動員して観光に資する持続可能な二次交通を実現する。また、受入環境整備を更に推進するとともに、「観光の足」としてのみならず「地域の足」として十分機能できるよう充実・再編成する。
- ② 道内地方部において減便や廃止が進む二次交通の代替として急速に普及が進むデマンドバスについて、地域住民の利便性を損なうことなく、観光客が利用可能な新たなラストワンマイルの交通機関としての活用可能性を調査・検討し、課題解決の取組を促進する。

(7) 地域交通 DX の推進

- ① 地域交通の「個別最適化」を打破し、地域の関係者による共同化・協業化を促進するため、デジタル技術を活用したサービス連携や地域全体でのデータ活用、業務・システムの共通化などの先進事例（ベストプラクティス）を創出し、その標準化と横展開を進める地域交通 DX 推進プロジェクト「COMmmONS」²⁹を実施する。
- ② 具体的には、インバウンド旅客のニーズに対応するため、モバイル決済を含めたキャッシュレス決済等の交通事業者への導入支援や、決済用2次元コードの認証仕様の標準化など安価で効率的な次世代技術の活用の推進、収集データをマーケティング等に活用する手法の普及等を目的として、交通キャッシュレスの高度化を推進する。
- ③ 交通データを用いた観光施策の実施や運行情報配信による交通サービスのアクセシビリティ改善など、「観光の足」の確保に向けた二次交通の利便性向上及び確保・充実やオーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策を強力に推進する。

(8) 公共交通事業者等による利便増進措置等

地方部への誘客の加速化のため、今後も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 サービスの整備等の取組を推進するなど、訪日外国人旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できる環境を整備する。

(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移動の活性化のため、訪日外国人旅行者が鉄道を利用し国内を広く周遊できるよう、各鉄道事業者が販売している企画乗車券のわかりやすい情報提供に努め、認知度の向上を図る。

(10) 空飛ぶクルマを活用した新たな観光の価値の創出

空飛ぶクルマの遊覧飛行等の商用運航開始に向けて、「空の移動革命に向けた官民協議会」において策定した「空の移動革命に向けたロードマップ」に基づき、社会受容性の向上、多様な機体や高度な運航

²⁹ Code for Mobility Common Society の略。地域交通におけるデジタル活用や標準化を進めるプロジェクトのこと。

(自動・自律飛行、高密度運航)等へ対応するための環境整備、離着陸場の普及等を進めるとともに、運航管理システム等の技術開発を推進する。

(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、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、スマートフォンアプリケーションにより取得した来道外国人ドライブ旅行者の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、2026年度内に同プラットフォーム会合を開催し、測位データ等の活用に向けた意見交換の実施等、地方部への誘客に向けた取組を引き続き促進する。

(12) 幹線鉄道ネットワークの整備推進

- ① 整備新幹線について、北海道新幹線(新函館北斗・札幌間)については、引き続き、沿線自治体等の関係者の理解と協力を得て、着実な整備に努める。北陸新幹線(敦賀・新大阪間)については、一日も早い全線開業に向けて、沿線地域の理解促進等が図られるよう、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。九州新幹線(新鳥栖・武雄温泉間)については、今後も関係者との協議を進める。
- 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していく。また、名古屋・大阪間も含め、一日も早い全線開業に向け、関係自治体やJR東海と連携し、環境整備を進める。
- ③ 基本計画路線を含む幹線鉄道ネットワークについて、各地域の実情を踏まえ、方向性も含めた検討を行うため、幹線鉄道の高機能化に係る技術的課題の整理や基本計画路線に係るケーススタディなど、更なる取組を進める。

(13) 都市鉄道の整備

既存ストックを有効活用した連絡線整備や相互直通化、地下鉄の延伸、鉄道駅の交通結節機能の高度化等により、公共交通のネットワークの充実度を高めるとともに、鉄道駅のバリアフリー化、多言語表示の充実等を図る。

(14) 高速道路の整備等

- ① 観光地域へのアクセスや観光地域間の周遊の利便性を向上させることによって地域全体の魅力をより高めるため、観光地域へのアクセスや地域間の交流・連携の強化を図る高規格道路の整備を推進する。
- ② 高速道路料金については、観光振興や地域活性化、観光需要の分散・平準化を一層推進するため、周辺地域や観光関係事業者等と連携した企画割引である周遊パスの実施や平日のみの利用についての割引拡充、料金割引の適用条件や運用方法の見直し等、高速道路会社の創意工夫を生かした積極的な料金施策を、地方公共団体や地域DMO等の関係団体とも連携し、展開していく。
- ③ 観光旅行者の利便性の向上にも資するスマートインターチェンジの整備を引き続き推進する。

(15) 地域内の道路・道の駅の整備

- ① 地域内の道路について、観光の振興に寄与し地域の経済・社会を支えるため、地方の自主性を生かしつつ、観光施設、インターチェンジ等へのアクセス確保等の整備を支援する。
- ② 「道の駅」について、それ自体が観光資源にもなることを踏まえ、「道の駅」を地方創生・観光を加速する拠点とするため、キャッシュレス導入等のインバウンド対応や、インバウンドを含む観光客が地域内を回遊する際の拠点としての機能を持つための施設整備を推進する。

(16) 道路交通の円滑化

道路ネットワークの整備やボトルネック解消策等の交通容量拡大策に加え、国、地方、民間等が連携した協議会等を活用し、AIカメラを活用した渋滞予測に係る社会実験やETC2.0で収集したビッグデータを活用した渋滞予測等の観光渋滞対策を実施する。観光旅行者が多く通行する道路等において、季節や時間による交通流の変動に的確に対応するため、信号機等の交通安全施設等の整備等を推進し、交通渋滞を緩和し、交通アクセスの改善を図る。

(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観光の玄関口となる旅客船ターミナル及び旅客船において、バリアフリー化、無料Wi-Fiの整備、多言語表示の充実、二次交通との円滑なアクセスの確保等、訪日外国人旅行者の受入環境整備等により、サービスの多様化・高度化を加速させる。また、サイクルシップなど新たな観光ニーズへの対応に資する船舶の導入等を支援し、快適な旅行ができる環境整備を図る。

(18) 港湾空間・みなとオアシスの整備等

- ① 港湾における人流・物流の交流拠点としての機能に加え、周辺の運河、倉庫群、親水性を有する港湾緑地等の魅力を生かすため、港湾の施設整備等のハード施策に加えて、「みなとオアシス」の登録を促進し、「みなと」を核とした魅力ある地域づくりを引き続き推進する。
- ② みなとオアシスにおける訪日外国人旅行者の周遊促進・消費拡大や安全・安心な旅行環境の整備のため、ICT等を活用した受入環境整備や災害時の多言語対応強化等を支援する。

6 ストレスフリーな観光の推進

(1) 観光地のインバウンド対応の支援

- ① ICTを活用した多言語表示や無料 Wi-Fi 等を通じたインターネット利用環境・ナイトタイムエコノミー環境等の整備、トイレの観光施設等における整備、キャッシュレス決済対応などの基礎的な整備や、AI等の最新技術のノウハウを有するベンチャー企業や地方公共団体等の連携、外国人観光案内所の機能強化等、観光地におけるインバウンド対応に係る面的な取組を推進する。
- ② 訪日外国人旅行者がどこに滞在していても、消費者トラブルの相談が可能となる体制を構築するとともに、相談内容を消費者トラブルの予防・対策に活用する。

(2) 観光案内拠点の充実

DX 技術等を活用し、観光案内所における業務を効率化させるとともに、訪日外国人旅行者のニーズに合った情報提供を図っていく。その際、JNTOにおいて、AIを活用した観光情報の提供を行うとともに、各種 AI 等を活用したサービスの実施状況等について、全国の観光案内所へ共有し、サービスの質の向上等を図っていく。

(3) 観光地域における案内表示等の充実

- ① 公共交通機関、美術館・博物館、観光地等の外国人目線に立った多言語対応を強化・改善するため、ICTも活用しつつニーズを踏まえた多言語による案内表示等の充実を図る。
- ② 文化財や国立公園等の地域の観光資源について、外国人目線でのわかりやすく魅力的な英語、中国語及び韓国語の解説文作成を支援する。
- ③ 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、歩行空間や施設のバリアフリーに係る情報をオープンデータ化するなど、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。
- ④ 多様な主体の参画による実証等を踏まえた作業効率化のためのデータ整備プラットフォームの試行運用の充実に向けた検討を行う。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。

(4) キャッシュレス環境等の改善

- ① 訪日外国人旅行者の地方誘客、消費拡大を図るため、多様なキャッシュレス決済手段の導入や、それに必要な通信環境の確保を推進する。
- ② 海外発行カードが利用可能な ATM について、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、海外発行カード対応 ATM 設置に有用なデータを銀行に対し継続的に提供する。
- ③ 一般社団法人キャッシュレス推進協議会（PJA）にて、アジア各国の統一規格と JPQR の相互利用に向けた取組を進め、訪日外国人旅行者の日本国内でのコード決済の利便性向上を図る。

(5) 多様な宗教的、文化的習慣を有する旅行者の受入環境の充実

ムスリムやベジタリアン・ヴィーガン旅行者等、多様な宗教的、文化的習慣を有する訪日外国人旅行者の周遊促進、消費拡大を図るため、ニーズに対応した受入環境の整備を推進する。

(6) 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。
- ② 施設案内、多言語ガイド及び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。

第3節 国際相互交流の促進

1 留学生の増加と活用

- ① 奨学金による経済的な支援等を通じた日本人学生の海外留学を進めるとともに、外国人留学生と日本人学生が共に学ぶ国際共修環境の整備を進める。
- ② 関係省庁等が連携して、日本留学の魅力の発信等を継続し、多様で優秀な外国人留学生を呼び込むとともに、国内就職・定着のための支援を行う。

2 訪日教育旅行の促進

- ① JNTO の「訪日教育旅行ガイド」内において訪日教育旅行関係者等が参考にできるコンテンツの拡充を図る。また、局内に設置した相談窓口を通じて海外からの問合せに対応するとともに、日本の学校との交流希望の申請があった際、そのニーズに合った地域の窓口を紹介し、交流マッチングを図る。
- ② 訪日教育旅行に対する理解の促進のため、現地教育関係者を対象としたセミナー及び個別相談会を実施するほか、日本での学校視察や意見交換会、地方視察等を行うことにより、教育旅行先としての日本の魅力を訴求する。
- ③ 訪日教育旅行の教育的意義について、教育部局・学校への理解の促進を図る。

3 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・地域の拡大や制度の見直しを進める。

4 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推進していく。

5 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

2006 年に設置された日中韓観光大臣会合において合意される取組を、日中韓 3 国が連携協力して着実に実施することにより、域内外の観光交流の一層の拡大を図る。また、日中韓の観光交流と協力の強化を図るために、三国間の人的交流の拡大、持続可能な観光の推進や、地方誘客促進等を通じた観光交流の広域化、多様化及び高付加価値化に取り組む。

6 二国間の観光交流の取組の推進

二国間の交流人口の拡大に向け、二国間の観光に関する覚書、観光交流事業や観光見本市への相互出展等を通じて、二国間の連携協力を強化し、観光交流の拡大に積極的に取り組む。また、こうした取組において、JNTO においても、各国の政府観光局と連携し、相互にインバウンド誘客の取組を強化することにより、インバウンド・アウトバウンドの相互交流の拡大に貢献する。さらに、2026 年は米国建国 250 周年等の国際的な注目を集める記念の年であることから、その時機を捉えて米国向けのアウトバウンドを促進するとともに、米国から我が国の特に地方部への誘客を促進するなど、日米間の観光を通じた双方向交流の更なる拡大を図るため、「日米観光交流促進キャンペーン 2026」を実施する。

7 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る。これを踏まえ、姉妹・友好都市提携等を生かした交流の拡大を支援する。

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 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進

- ① 世界観光機関（UN Tourism）、経済協力開発機構（OECD）等の国際機関及びアジア太平洋経済協力（APEC）、ASEAN+3（日中韓）等の国際協力枠組みにおいて行われる活動及び事業への協力を行っていく。
- ② 特に、UN Tourism との連携について、引き続き、アジア・太平洋地域の各国・各機関の取組や知見を共有することを目的に「観光レジリエンス実務者級会合」を実施する。
- ③ 日本に所在する UN Tourism アジア太平洋地域事務所（RSOAP）を通じて UN Tourism との連携を強化し、観光レジリエンスや持続可能な観光の推進等に向けて取り組む。

10 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を行う。また、JF の 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を醸成する。

第2章 国内交流・アウトバウンド拡大

国内・海外旅行の需要喚起に向けた機運醸成を図り、どのライフステージやライフスタイルでも気兼ねなく旅行が楽しめるよう、旅行需要が旺盛な若年世代、休暇取得等に課題のある子育て層を含む現役世代及び高齢世代、ペットと共に過ごしたい層などそれぞれが求める旅行ニーズを踏まえた環境整備や各種ハードルを解消していく取組を行っていく。

第1節 国内旅行需要の平準化の促進

1 ラーケーション等の促進

休暇を取得しやすい職場環境を整え、旅行を楽しむことを積極的に促進する企業・団体を紹介する「ポジティブ・オフ」運動を通じて、休暇取得の機運醸成を推進するとともに、ラーケーション³⁰等の取組事例を発信する。

2 休暇を取得しやすい職場環境の整備

2024年の年次有給休暇取得率は66.9%となった。引き続き、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等を行い、休暇取得促進の機運の醸成を図る。また、選択的週休3日制を含めた労使の働き方・休み方の見直しに対して効果的に支援する。

3 休暇取得の分散化の促進

- ① 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、年次有給休暇の計画的付与制度の導入促進に向けた周知広報を引き続き行う。
- ② 国家公務員についても、家族の記念日や学校行事等、プライベートの予定に合わせた年次休暇取得を引き続き促進する。

第2節 新たな交流市場の開拓

1 ワークেশョンの推進等を通じた関係人口の創出

- ① ワークেশョンは、旅行機会の創出や旅行需要の平準化に加え、関係人口の創出や地域活性化にも資することから、地域の課題に関心の高い企業との交流促進や企業が継続して来訪する仕組みの構築など、ワークেশョンを通じて「企業の関係人口化」を目指す「企業版第2のふるさとづくり」の事例創出に取り組む。
- ② 「テレワーク・ワークেশョン官民推進協議会」と連携したテレワーク・ワークেশョンの普及啓発を促進する。

2 関係人口の創出や二地域居住の促進

- ① 二地域居住の促進に向け、二地域居住に必要な「住まい」「なりわい」「コミュニティ」に係る環境整備を関係府省庁間で連携して進める。
- ② 二地域居住者と地域をつなぐコーディネーターとしての役割を果たす支援法人を育成・確保する。
- ③ 二地域居住者の交通費や滞在費といった経済的負担の軽減等の課題の解決に資するモデル的な取組への支援と、その横展開等に取り組む。

3 ユニバーサルツーリズムの推進

高齢者・障害者等が安心して旅行ができる環境を整備するため、バリアフリー化に必要な施設整備や設備導入を含めハード・ソフト両面からの支援等、国内外の旅行者を対象にユニバーサルツーリズムの促進を図る。

4 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化

- ① 公共施設等のバリアフリー化を推進し、観光旅行者の移動上及び施設の利用上の利便性及び安全性の向上を図る。
- ② 「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）に基づく移動等円滑化の促進に関する基本方針に係るバリアフリー整備目標等を踏まえ、地方部を含めた各施設や車両等のバリアフリー化、心のバリアフリー・外見からはわかりづらい障害への対応等、ハード・ソフト両面でのバリアフリー化を一層推進する。

5 共生社会の実現に向けたユニバーサルデザインの推進

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会のレガシーとして、面的なユニバーサルデザイン

³⁰ 「ラーニング（learning）」（学習）と「バケーション（vacation）」（休暇）を組み合わせた造語。愛知県等の一部の地方公共団体では、子どもが保護者と平日に校外学習を行う場合に学校を欠席扱いしないことにより休暇の分散化を進めている。

のまちづくりを進めるとともに、観光・交通分野の事業者に向けた接遇ガイドライン等により「心のバリアフリー」を全国の観光・交通分野の事業者等に周知等を行うことで、引き続き障害のある人等も訪れやすい環境を整備していく。

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、2026 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 国内交流の活性化

1 国内旅行の促進のための関係者が協力した取組の推進

国内旅行需要喚起に向けて、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いて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。あわせて、新たな国内旅行市場の開拓のため、ペットを飼っている層が気兼ねなく旅行できるよう環境整備に向けた検討を行う。

2 農泊の推進を通じた滞在型農山漁村の確立・発展

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節2（4）e）

3 都市と農山漁村の交流を通じた関係人口の創出

農泊地域において、子供の農山漁村体験における探究的な学びの提供、社員の人材育成や Well-being 向上等に資する企業研修の受入れ、地域への貢献意欲のある人材の呼び込みを推進するとともに、生産者と消費者との結びつきの強化に資する直売所や観光農園の整備等を通じて、地方への人の流れや多様な人材が農山漁村に関わる機会の創出を図る。

4 農山漁村の地域資源の活用支援

- ① 農山漁村において、ジビエ利用の拡大に向けて、観光などの付加価値の高い分野と組み合わせた新たな需要喚起等を推進する。また、農業遺産、世界かんがい施設遺産及びつなぐ棚田遺産を活用した観光振興を図るため、SNS 等による魅力の発信を行うとともに、遺産の保全や活性化に取り組む企業等を支援する。
- ② 自立した「強い農林水産業」、「美しく活力ある農山漁村」の実現に向けて、地域の活性化や所得向上に取り組んでいる優良事例を毎年約 30 地区選定し、全国へ発信する取組「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」により、農山漁村の地域住民の意欲・機運の向上を図る。
- ③ 地域外からの多様な人材を受け入れる体制の整備、優良事例先進的な取組の展開、棚田地域とサポーター（NPO、企業等）とのマッチング等により、棚田地域における地域振興活動の取組を支援する。

5 離島地域等における観光振興

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節2（8）f）

6 マリンレジャーを活用した地域観光の振興等

2024 年 3 月に国土交通省及び水産庁が策定した「三水域（港湾・河川・漁港）におけるプレジャーボートの適正な管理を推進するための今後の放置艇対策の方向性」に基づき、放置艇削減を推進する。また、関係団体等と連携し、海の駅でのイベントの開催等を通じて、マリンレジャーの体験機会の創出やプレジャーボートの利用振興に取り組む。

7 「海事観光」の情報発信の強化

- ① 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」³¹や「C to Sea プロジェクト」³²の公式 SNS を活用した情報発信を行うとともに、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。
- ② 全国各地で行われる海、旅行関連のイベントを活用して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の強化に取り組む。
- ③ 観光関係団体と連携し、「海の日」の周知ビジュアルを作成し、観光関係企業等のデジタルサイネージ等を通じた広報により、その意義について国民の理解増進を図るとともに、海をテーマとした旅行商品の造成等を促す。

³¹ 海と船の情報ポータルサイト 海ココのこと。

³² 「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。

8 水辺における環境学習・自然体験活動等の推進

- ① 「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。
- ② 藻場・干潟などの海辺の自然環境を生かした自然体験・環境教育を行う「海辺の自然学校」等の取組を推進する。

9 アイヌ文化の魅力の発信

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節2（3）k）

10 「観光の足」確保に向けた「交通空白」の解消と地域交通のり・デザインの全面展開

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節5（6）

第4節 観光復興に向けた再生支援

1 東日本大震災からの観光復興

- ① 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、市町村の受入体制の基盤整備や「ふくしま浜通りサイクルルート」の魅力発信等を行う。また、「酒・グルメ（食）」や「スポーツ（サイクル）」を含む六つのテーマにおいて、福島県浜通り地域等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。さらに、地域に根ざした往訪コンテンツの開発支援や地域課題解決を通じた再来訪への仕組みづくりを行い、同地域への更なる交流人口拡大を図る。加えて、福島県浜通り地域等の地域ブランディングの推進のため、芸術文化分野において、芸術家による滞在制作の支援や、芸術家を活用した関係人口創出に資する事業や環境整備に対する支援、ロケ誘致を担うフィルムコミッションの安定的な運営に向けた実証事業等を実施する。また、福島県の観光復興に向けて、「ふくしま浜通りサイクルルート」等を活用したホープツーリズム³³を推進するとともに、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引き続き支援する。
- ② ALPS処理水の海洋放出について、引き続き、適切にモニタリングを行い安全確保に万全を期し、IAEAによる評価も含め、国内外に向けて透明性が高くわかりやすい情報発信を行う。
- ③ ALPS処理水の海洋放出による風評対策として、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引き続き支援する。
- ④ 廃炉現場の視察や地域住民との座談会等の機会を通じて、双方向のコミュニケーションを丁寧に行うことで、地域の理解を得ながら進めていく。また、廃炉の必要性、対策の進捗状況、放射線データ等について、迅速、的確かつわかりやすい情報発信を海外向けも含めて行っていくとともに、廃炉作業への負担等にも配慮しつつ、引き続き、積極的な視察の受入れを含む情報公開や地元との連携を密に行うよう、東京電力を指導するとともに、国も必要な取組を行っていく。
- ⑤ 東日本大震災の記憶と教訓を後世に伝えるための「3.11 伝承ロード」の取組として、2026年度も引き続き、NIPPON防災資産の認定や、青森県から福島県までの三陸沿岸を結ぶ全長1,000kmを超える「みちのく潮風トレイル」を活用しながら、各地の震災遺構や伝承館等を含む広域的な観光ルートへの誘客を促進するため、情報発信の強化や関連施策の充実等に取り組む。

2 能登地域の観光復興に向けた取組

- ① 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の被害は甚大であり、営業を再開できていない観光施設や宿泊施設も多いことから、観光拠点・観光資源の再生に向けて、観光地・観光事業者の復旧後も持続可能な事業継続が可能となるような経営高度化に向けた計画策定、営業再開に向けた人材確保等に係る支援、復旧後の誘客促進を図るためのコンテンツ造成等を支援する。
- ② 最も被害の甚大であった能登地域の観光復興に向け、復興状況を踏まえ、手厚い旅行需要喚起策の実施を検討する。

第5節 アウトバウンドの促進

1 海外教育旅行を通じた若者のアウトバウンドの促進

海外教育旅行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、優良プログラムの開発支援を行うとともに、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。

³³ 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。

2 ワーキング・ホリデー制度の導入促進

【再掲】第Ⅲ部第1章第3節3

3 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

【再掲】第Ⅲ部第1章第3節5

4 二国間の観光交流の取組の推進

【再掲】第Ⅲ部第1章第3節6

5 姉妹・友好都市提携等の活用

【再掲】第Ⅲ部第1章第3節7

6 地方空港を活用した相互交流の促進

地方部へのインバウンド誘客や地方からのアウトバウンドの促進に向けて、地方空港間の連携を通じた定期便の誘致やプロモーション等を促進するなど、戦略的に地方空港を活用するための取組を行う。

7 日本人海外旅行者等の安全対策

日本人旅行者にとって安全・安心な海外旅行環境を整備するため、AI等を活用するSNS情報の集約により情報収集を行い、「外務省海外安全ホームページ」、「たびレジ」³⁴、SNS等の運用を通じて、迅速かつ効果的に情報発信を行うとともに、安全対策に関する知識の増進を図るほか、緊急時の邦人保護の拠点ともなる在外公館施設の避難所機能等を強化する。また、自然災害や現地情勢等により現地の電話やメールが使用困難な場合にも連絡や安否確認ができるよう、衛星ブロードバンドアクセスを導入する。

8 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、観光振興の実施にあたって必要となる研修、情報の提供や提言等の協力をを行う。また、ASEAN諸国に対し、日本アセアンセンターによる取組を通じて、観光振興、人材育成等の協力を引き続き行う。

9 旅券（パスポート）を取得しやすい環境の整備

海外におけるマイナポータルからの旅券申請の実現等、引き続き旅券を取得しやすくするための利便性の向上に努める。旅券手数料を引き下げることにより、アウトバウンド促進に貢献し、若者をはじめ国民の国際理解の増進を期す。

³⁴ 「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。

第3章 観光地・観光産業の強靱化

多様なニーズに対応した受入環境整備や観光人材の確保・育成、休暇の分散・旅行需要の平準化を進めるとともに、次なる感染症危機や激甚化・頻発化する災害への対応、国際情勢の変化等の様々なリスクに対応した高付加価値な旅行商品の造成やインバウンド市場・観光コンテンツの多様化等について、観光の持続可能性を高める取組を行うことにより、観光地・観光産業の強靱化を図る。

第1節 観光地の強靱化

1 自然資本の地域観光への利活用推進

- ① 地方観光の核となるポテンシャルを有する自然資本の磨き上げとその利活用を図るため、「良好な環境を活用した観光モデル事業」により、全国約20地域における資源調査、戦略検討、多言語対応、コンテンツ開発等を支援するとともに、地域の取組についてウェブサイト等において情報発信を行い、保全と活用が好循環するリジェネラティブな観光地域づくりを推進する。
- ② 地域同士のノウハウ共有や、取組に関心のある企業等とのマッチングの場の提供を目的としたシンポジウム等の開催により、良好な環境の利活用や創出に取り組む関係者間の共創を促す。
- ③ 観光地域づくりに取り組む意欲はあるものの体制が整っていない地域等に対し有識者派遣等により支援し、良好な環境を活用した観光地域づくりの実行力の底上げを図る。

2 良好な景観の形成

- ① 観光地の魅力向上に資する、道路、公園、広場等に民間空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」まちなかづくりや、魅力的な建築物を改修して地域固有の魅力を高める「わがまちリノベーション」を推進するとともに、かつて観光地として賑わった地域において、所有者との協定に基づく建物の改修・活用等により良好な景観再生を図る制度の検討及び促進を図る。
- ② 重要文化的景観の構成要素となる物件の修理・修景等、保存・活用のために必要な措置に対し支援する。
- ③ 「景観法」（平成16年法律第110号）に基づいた景観計画の策定や同計画における重点的な景観形成等を促進し、主要な観光地域の魅力の創出・増進を図る。
- ④ 近年の有識者会議³⁵での検討内容をはじめとする新しい取組をわかりやすく周知・啓発するとともに、意欲ある市町村に対しては専門家を交えた伴走支援を行うことで、担い手の育成等のソフト面での各種支援策について充実を図る。
- ⑤ 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、先進事例の情報提供を行いながら、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。
- ⑥ 地域固有の観光資源である歴史・文化・風土を生かしたまちづくりを進めるため、歴史まちづくり法に基づく歴史的風致維持向上計画の策定を促進し、歴史的建造物の修理、無電柱化のほか、歴史的資源が集積するエリア全体の価値向上を図るための、公共インフラを含む面的かつ一体的な整備等の取組を支援する。

3 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 国営公園等において、自然的・歴史的景観等の魅力的な観光資源を活用した利用促進を図るため、首里城の復元や明治記念大磯邸園等の整備を推進するほか、国内外から多くの来園者が訪れる地域の主要観光拠点となるよう、地域と連携し、魅力的な公園づくりを推進する。
- ② 「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、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。

4 優れた自然の風景地及び野生生物を生かした地域づくりの推進

- ① 優れた自然の風景地における森林、河川、湖沼、山地、海岸、サンゴ礁等の自然環境及びそこに生息・生育する野生生物について、その保全と適正な利用を図る。
- ② 各地域に生息する、自然と共生する持続可能な地域づくりのシンボルとなっている野生生物を適切に

³⁵ 「都市の個性の確立と質や価値の向上に関する懇談会」（2024年11月より開催）及び「地域資源の保全と活用に向けた歴史まちづくりや景観行政に関するワーキンググループ」（2025年8月より開催）

保全するとともに、同野生生物の生態や地域による共生の取組を発信する拠点施設の改修を進め、観光にも積極的に活用していく。また、地域の重要な自然観光資源を棄損する外来生物の防除等を実施及び支援する。

- ③ 自然共生サイトを核とした自然環境・生物多様性・生態系の保全に取り組むとともに、それらに根ざした地域の暮らしや文化も踏まえたネイチャーポジティブな地域づくりを推進するため、「ネイチャーポジティブ地域づくり推進事業」により、地方公共団体、自然共生サイト管理者、事業者、地域の金融機関等の多様な主体による連携体制構築を支援する。
- ④ 多様な主体による協働の下、道を舞台に景観・自然・歴史・文化等の地域資源を生かした美しい国土景観の形成を図る日本風景街道等は、2027年に創設20周年を迎えることから、多様な施策との連携による「もっと繋がる風景街道」を実現し、観光振興等に資する持続的な取組を推進する。
- ⑤ 2025年度末時点において「秀逸な道」の選定区間として認定されている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。

5 国立・国定公園の保護と利用の推進

- ① 国立・国定公園の保護及び適正な利用を図るため、「自然公園法」に基づく公園区域や公園計画のおおむね5年おきの定期的な見直しを行うとともに、30by30目標の達成に向け国立・国定公園の新規指定・拡張を進める。
- ② 我が国の優れた自然景観を生かした自然とのふれあいの推進を図るため、自然公園指導員やパークボランティアによる利用者指導や自然解説の充実、国立公園等における子供の自然体験活動の促進に向けたプログラム作成等を推進する。
- ③ 森・里・川・海のつながりにより育まれてきた自然環境と地域のくらしを後世に伝え、自然の恵みと脅威を学びつつ、それらを活用しながら復興する「グリーン復興プロジェクト」に基づき設定したみちのく潮風トレイル、同プロジェクトに基づき創設され現在は国立公園満喫プロジェクトの水平展開を進める三陸復興国立公園及び福島県内の自然資源活用による復興を図る「ふくしまグリーン復興構想」に基づく取組のシナジー効果を最大化し、地元の取組の広域的な連携を促進すること等により、東北の復興と観光振興を図る。

6 世界自然遺産地域の適正な保全管理

- ① 現在、我が国では、「知床」、「白神山地」、「小笠原諸島」、「屋久島」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するとともに、世界遺産委員会からも要請された観光による影響の低減に取り組むなど、地域の持続可能な観光振興にも寄与する取組を引き続き関係機関と連携して進める。
- ② 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。

7 観光振興等に資する地域づくり・街並み整備

- ① 広域的な地域活性化基盤整備計画や都市再生整備計画に基づく事業、街なみ環境整備事業への支援により、観光振興等に資する地域づくり・街並みの整備を推進する。
- ② 地域の観光拠点、賑わい拠点等となる都市公園の整備、運営等を効率的・効果的に推進するため、公募設置管理制度（Park-PFI）³⁶等を活用した民間活力導入による公園の魅力向上等を推進する。

8 駅周辺等における「観光・まち一体再生」の推進

- ① 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を行い、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を推進する。
- ② 国家戦略特区においては、都市計画決定等のワンストップ特例の活用により、産業の国際競争力の強化及び国際的な経済活動の拠点の形成を図るために必要なMICE施設等をスピーディーに整備した。

³⁶ 飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置と、同施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する制度のこと。

9 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節2（2）b)

10 景観等に配慮した道路整備の推進

- ① 道路が周辺と一体となって景観を形成していることに鑑み、住民と連携しつつ周辺景観と調和した防護柵の設置や道路緑化、歩道緑化等の景観に配慮した道路整備を推進する。
- ② 道路の防災性向上、安全で快適な通行空間の確保、良好な景観・住環境の形成、歴史的街並みの保全、観光振興、地域文化の復興、地域活性化等の観点から、道路管理者、電線管理者、地方公共団体等と連携し、無電柱化推進計画に基づき新設電柱を増やさないための取組、既設電柱の減少、コスト縮減・スピードアップを行うことにより無電柱化を推進する。

11 道路空間の観光振興への有効活用

- ① 道路空間の再編による歩道の拡幅、自転車通行空間の確保等により道路の利便性や快適性の向上を図るとともに、道路協力団体等、道路空間を利活用する団体との連携を推進し、地域の観光資源を生かした賑わいの場を創出する。
- ② 地域や民間の創意工夫を活用し、ほこみち（歩行者利便増進道路）制度等によるオープンカフェの設置等、観光振興に資する道路空間の有効活用を推進する。

12 観光振興及び賑わい創出に資する港湾空間の利活用

- ① 全国津々浦々の、観光資源となる文化・歴史、自然環境、景観、釣り文化などの特色や魅力を持つ“みなと”において、港湾協力団体や、みなとの博物館等の関係者との協働により、これら特色や魅力を生かしたみなとまちづくりを推進する。
- ② 民間活力導入による水際線を生かした質の高い賑わい空間の創出を図るため、港湾環境整備計画制度（みなと緑地 PPP）³⁷の案件形成支援を行う。

13 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

- ① 海洋環境整備船等による漂流ごみ等の回収を実施する。
- ② 港湾工事等で発生する浚渫土砂等を有効活用してブルーインフラ（藻場・干潟等及び生物共生型港湾構造物）の保全・再生・創出を推進し、親水性の高い良好な港湾環境・景観を創造する。
- ③ 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。

14 河川空間を活用した賑わい創出の推進

- ① 「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。
- ② 北海道らしい地域づくり・観光振興に貢献する「かわたびほっかいどう」の取組を推進するため、北海道の川の魅力や水辺のイベント・アクティビティ等の情報を発信するとともに、地域と連携した魅力的な水辺空間の創出や水辺利活用を促進する。

15 舟運の活性化

- ① 海上の景観を楽しむなどの魅力を生かしたフェリー、離島航路、遊覧船等が観光資源として観光旅行者に幅広く利用されるよう、内航旅客船・フェリーの航路情報のデータ整備の促進を行う。また、海事観光におけるコンテンツの磨き上げや船内客室の個室化等快適な時間と空間の提供により、船旅の魅力向上を図る。
- ② 河川においては、まちづくりと一体となった「かわまちづくり」の取組支援等による船着場周辺の水辺整備を行うとともに、舟運事業者等による既存船着場の利用を推進することで、引き続き観光資源となる舟運の活性化を図る。

16 社会資本整備等における観光振興への配慮

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、観光振興や観光交流への効果を発現させるため、観光関係部局と事業担当部局との連携を引き続き強化する。

17 地域ブランドの振興

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、観光業や食品産業等との連携を進めつつ、地域の観光資源として活用するなど、国内外での認知度向上に向けた取組を推進する。

³⁷ 港湾緑地等において、カフェ等の収益施設の整備と収益の一部を還元して緑地等のリニューアルや維持管理を行う民間事業者に対し、緑地等の行政財産の長期貸付けを可能とする認定制度のこと。

18 特区制度等の活用

- ① 特区制度については、地域未来戦略の推進に資する取組の加速化を図るとともに、地方の課題を起点とする規制・制度改革を推進する。
- ② 地域再生制度については、「地域再生法」（平成 17 年法律第 24 号）に基づき、各府省横断的・総合的な施策による支援措置を引き続き講じていく。
- ③ 地方創生 SDGs では、未来都市を選定し小規模自治体を支援することで、持続可能なまちづくりを促進する。
- ④ 中心市街地活性化制度については、「中心市街地活性化促進プログラム」に基づき、重点的な取組を行う市町村に対して、関係省庁と連携して支援する。

19 地域の伝統芸能等の支援

伝統芸能等の無形文化財や地域の礎である伝統行事、民俗芸能等の保存・活用を支援し、無形の文化遺産を核とした地域活性化を引き続き推進する。また、2026 年 3 月に「神楽」のユネスコ無形文化遺産への登録に向けた提案書がユネスコ事務局に提出されたことを契機として、国際的な情報発信等に取り組んでいく。

20 地域の文化芸術の振興

- ① 地域文化振興に係る機能強化を図るため、地方公共団体が専門的人材を活用して実施する、地域文化資源を活用した文化芸術活動等の総合的な取組を支援する。あわせて、文化芸術団体等が国内外のアーティストを招へいして実施する、地域住民等と協働した創作や研究・調査、発信に係る地域滞在型の取組について支援する。
- ② 文化庁の京都移転を契機に進めてきた文化行政と観光等の連携の強化について、更なる発展を図る。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一層推進する。あわせて、文化財の活用に関する相談窓口の機能を強化するとともに、活用に関するセミナーを各地で開催する。

21 文化観光拠点等の整備

- ① 「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。
- ② 文化資源を中核とする観光拠点・地域を整備するため、文化観光推進法に基づき認定した計画への支援や、日本遺産等の文化資源の魅力向上や発信強化、拠点地域の形成を主導する人材の確保・育成、文化体験の提供に必要な施設・設備の整備、デジタル技術の積極的な活用を引き続き支援する。

22 文化財の保存・継承

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。

23 ナショナル・トラスト運動等の民間取組の推進

- ① 国民的財産として後世に継承すべき産業・文化遺産や自然等の観光資源を保存・活用するナショナル・トラスト運動について、公開や利用に力点を置いた活動を奨励する。また、自然環境に係るナショナル・トラスト活動の一層の促進のため、関連する情報の発信や、「地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律」（平成 26 年法律第 85 号）の運用を図る。
- ② 「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。

24 離島地域等における観光振興

【再掲】第Ⅲ部第 1 章第 2 節 2（8）f）

第 2 節 持続可能性を高めるためのインバウンド市場・観光コンテンツの多様化

1 戦略的な訪日プロモーションの実施

（1）様々な国・地域への戦略的な訪日プロモーションの実施

【再掲】第Ⅲ部第 1 章第 2 節 1（3）a）

（2）欧米豪市場等の新規訪日層の開拓

【再掲】第Ⅲ部第 1 章第 2 節 1（3）b）

（3）アジア市場等のリピーター層の再訪日意欲喚起

【再掲】第Ⅲ部第 1 章第 2 節 1（3）c）

(4) 地域の魅力の海外発信

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節1 (3) d)

(5) AI 等デジタル技術の活用

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節1 (3) e)

2 地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節2

第3節 観光 DX・地域交通 DX の推進

1 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 DX 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。
- ② 地方誘客、オーバーツーリズム対策、インバウンド消費拡大、防災・減災等が課題とされている観光地・観光産業において、これらの課題を DX 技術やデータ等の活用により解決し、消費拡大との両立を目指すモデルの創出に取り組む。
- ③ 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、観光産業等の取組を促進する。
- ④ 「DMO 総合支援事業」により、DMO の観光地マネジメント強化等に資する業務 DX の取組を支援する。

2 地域交通 DX の推進

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節5 (7)

3 観光分野におけるスタートアップ支援

持続可能な観光を実現するための優れたアイデア・技術を持ち、将来の観光産業をけん引するスタートアップの起業・育成に係る優良事例の横展開等により、観光の諸課題の解決に取り組むスタートアップを支援する。

4 観光に関する統計等の整備・利活用の推進

- ① 各種観光統計について、旅行者の地域への誘客状況をより正確に把握するための結果の安定性や精度向上について検討する。宿泊旅行統計調査においては層化基準変更の影響を注視していく。また、インバウンド消費動向調査においては、調査体系の見直しを行う。
- ② データを活用した観光戦略の企画・立案に資するよう、鉄道、駅別乗降客数、洪水浸水想定区域等の GIS データ³⁸を国土数値情報として整備し 2026 年 5 月頃に公開するとともに、人流データ活用のユースケース創出や手引きの改訂等を通じて人流データの利活用促進に取り組む。
- ③ 訪日外国人の移動の実態（利用交通機関や周遊ルート等）が詳細に把握できるよう訪日外国人流動データ（FF-Data）の作成方法の見直しを検討する。

5 ETC2.0 データを活用した周遊ルートや滞在時間等の分析

- ① 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べく、引き続き ETC2.0 プローブデータ³⁹の活用、分析を推進する。
- ② ETC2.0 プローブデータについては、データの性質を踏まえ、プライバシーの観点等にも留意しつつ、データの提供体制を整えるなど、地方公共団体等が活用しやすい環境の構築（オープン化）を進める。

第4節 観光産業の経営力強靱化

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

地域の自然、生活文化、地元の人々とのふれあい等の地域独自の魅力を生かした地域密着型の旅行商品が充実するよう、「サステナブルな旅アワード」等の取組を通じて、旅行業者や宿泊事業者など地域に密着した事業者による旅行商品の造成や旅行商品の周知を促進する。

2 観光産業の再生支援

観光産業の経営力強靱化等に向け、宿泊業に特化した経営改善や事業再生の手法についてのハンドブックの普及を行い、宿泊事業者の経営能力の向上を図るなど、関係省庁が連携して支援する。

3 宿泊施設の整備促進

地方を含めた全国各地において、古民家や空き家・空き店舗の地域資源を生かしたリノベーション等による宿泊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」等を通じ

³⁸ Geographic Information System の略。地理情報システムのこと。

³⁹ ETC2.0 を搭載した車両の走行データのこと（走行履歴等）。

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 海外の有望な観光関連企業の誘致

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。

6 廃屋撤去・再生による地方温泉地等のまちづくり支援

地方の温泉街の中心地などでの廃旅館等の解体撤去・減築を契機としたまちづくりを支援するための「廃屋撤去・再生による地方温泉地等のまちづくり支援事業」を実施し、まちのにぎわい再生と地方誘客の促進を図る。

第5節 健全な競争環境の整備

1 旅行業務の適正な運営の確保等

「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、旅行業務の適正な運営の確保等を通じた旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を引き続き図る。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、旅行における安全確保を図る。

第6節 観光人材の確保

1 観光地・観光産業の担い手の確保

- ① 観光人材育成ガイドラインに基づいた教育プログラムに基づき、地域関係者が連携協力して取り組む観光地経営人材育成等を支援する。
- ② 観光分野を含む各産業分野において、産業構造の変化や各地域のニーズ等に対応した実践的な職業教育を行う専修学校の人材育成機能を充実・強化し、これからの時代に対応した教育プログラム等の開発を進める。
- ③ 就職イベント・就業体験等における宿泊業の魅力発信による事業者の採用活動を支援する。
- ④ 人手不足の解消に向け、人手をかけるべき業務に人材を集中投下し、サービス水準向上・賃上げを実現するため、業務の省力化に資する設備投資のほか、地域内の宿泊事業者等が連携・共同し、地域一体となった労働生産性向上のための設備投資や改修等を支援する。
- ⑤ 国内外で特定技能評価試験の活用促進を図るとともに、2027年度から開始される育成就労制度の宿泊分野での活用促進を図るための周知をするなど、国内人材のみならず、外国人材の確保も進めていく。

2 通訳ガイドの質の向上及び活用の拡大

通訳案内士試験に合格して間もない通訳案内士への基礎研修や定期研修の受講促進策等を講じ、通訳案内士の質の維持・向上を図る。また、通訳案内士の認知度向上を通じた就労機会の拡大を図るため、その役割や魅力、活用方法等に係る情報発信を強化するとともに、通訳案内士と旅行会社等とのマッチングを促す取組を進める。

3 持続的なローカルガイドの確保

観光コンテンツの付加価値や旅行者の消費単価・満足度の向上、地方誘客促進や持続可能な観光地域づくりにも寄与する、地域の魅力を伝えるローカルガイド人材について、特に地方部において観光コンテンツとの一体的な質的向上と持続可能な確保・供給に取り組むモデル地域を選定の上、実証・調査を行い、知見を整理する。

第7節 多様なニーズに対応した受入環境整備

1 ユニバーサルツーリズムの推進

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節3

2 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節4

3 共生社会の実現に向けたユニバーサルデザインの推進

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節5

4 身体障害者等の運賃割引の促進

【再掲】第Ⅲ部第2章第2節6

5 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

【再掲】第Ⅲ部 1 章第 2 節 6 (5)

第 8 節 休暇の分散・旅行需要の平準化

1 ワークেশンの推進等を通じた関係人口の創出

【再掲】第Ⅲ部第 2 章第 2 節 1

2 関係人口の創出や二地域居住の促進

【再掲】第Ⅲ部第 2 章第 2 節 2

3 ラーケーション等の促進

【再掲】第Ⅲ部第 2 章第 1 節 1

4 休暇を取得しやすい職場環境の整備

【再掲】第Ⅲ部第 2 章第 1 節 2

5 休暇取得の分散化の促進

【再掲】第Ⅲ部第 2 章第 1 節 3

第 9 節 災害・感染症危機・テロ対策等安全・安心な滞在環境の実現

1 防災情報の提供

- ① 線状降水帯や台風、大規模地震・津波、広域降灰を含む大規模な火山噴火等が発生した際にも観光旅行者が適切に防災対応をとれるよう、次期及び次々期静止気象衛星、二重偏波気象レーダー、地震・火山観測施設の更新整備等によって監視体制を維持・強化するとともに、最新のスーパーコンピュータシステムや AI 技術の活用等により、気象庁から地方公共団体、報道機関、観光旅行者等に提供する防災気象情報の高度化や精度向上を推進する。特に 2026 年度は、線状降水帯発生時の 2～3 時間前を目標とした直前予測の提供を開始する。
- ② 計画検討の具体的手順や留意事項などについてとりまとめた手引き等の内容の解説、専門的知見を持った火山防災エキスパートの派遣、火山防災協議会等連絡・連携会議の地域グループ会合の実施等を通じて、避難計画等の策定の推進に取り組む。
- ③ 訪日外国人旅行者等に対する津波フラッグ等を活用した情報伝達の推進にも引き続き取り組む。

2 避難体制の強化

- ① 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、通行可否情報等の集約の強化や SNS 等を通じて幅広い周知等を推進する。
- ② 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なるため、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⁴⁰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 地域防災計画を含め、訪日外国人旅行者等を対象とした災害時の対応を定める計画・マニュアルの策定を更に推進する。
- ② 訪日外国人旅行者向けの災害情報等の発信については、災害発生時や災害発生に備え、各種の情報提供ツールを確保しつつ、訪日外国人旅行者がより一層安全・安心に旅行できるよう、情報提供内容の充実を図る。
- ③ 災害・危機が発生した際、訪日外国人も含めた旅行者の円滑な避難誘導を実現するため、災害時等の連絡体制、情報収集・発信の枠組み、旅行者の支援体制等を盛り込んだ「観光危機管理計画」について、地方公共団体・観光関連事業者による策定を推進し、安全・安心な訪日旅行環境の整備を進める。
- ④ 空港については、全国の 95 空港において策定された空港 BCP⁴¹により、空港利用者が適切に情報を収集し、安全に避難し、全ての滞留者が一定期間、安全・安心に空港内に滞在できるよう、非常時の空港における情報提供（滞留者等に対し必要に応じて行う、多言語による空港アクセスの被害や復旧状況等についてのウェブサイトや SNS による配信等）を実施する。
- ⑤ 空港関係者やアクセス事業者と連携した自然災害時を想定した対応訓練の実施等により、情報発信を含む空港 BCP の実効性強化を図る。
- ⑥ 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

⁴⁰ カーナビゲーションシステム等に蓄積された走行データのこと（走行履歴等）。

⁴¹ 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）。

ポータル／Disaster Prevention Portal」について、2026 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。

4 クマに関する注意喚起や出没情報等に関する多言語発信

SNS や国立公園のビジターセンター等を通じて、クマに関する出没情報や注意喚起を多言語で発信するとともに、地域におけるクマの出没情報等の収集体制の構築、登山口における情報提供施設の整備等を推進する。また、国立・国定公園及びその周辺地域におけるクマの出没を抑制するために、地方公共団体が行うクマの捕獲や出没防止対策等を推進する。

5 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るため、引き続き、2024 年 7 月に改定した「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。また、同計画のフォローアップを毎年実施するほか、国及び都道府県をはじめとした多様な主体が参画する実践的な訓練の実施等を行う。
- ② 国内外における感染症の発生動向を継続的に監視・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うとともに、訪日する外国人に対し、入国前に自国において自身の予防接種歴等の確認及び必要なワクチン接種を行うことが望ましい旨を多言語で周知する。

6 公共交通機関の安全対策の推進

- ① 公共交通機関等の安全確保のため、ハード面においては保安設備更新等に係る支援制度のより一層の活用周知、ソフト面においては交通事業者に対する保安監査及び運輸安全マネジメント評価の実施と同評価制度の更なる普及・啓発に取り組む。
- ② 「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」に盛り込まれた各種措置を着実に実施すること等により、貸切バスの安全・安心な運行の確保を図る。
- ③ 「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）に基づき、安全統括管理者・運航管理者の資格者証保有者からの選任を義務化するなど、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 行楽地における交通事故実態等を的確に分析し、死亡事故等の重大事故に直結する悪質性・危険性の高い違反等に重点を置いた交通事故抑止に資する交通指導取締りを推進する。
- ② 白タク行為の抑止に向けた広報啓発活動を行うとともに、国内外の旅行会社や関係サイト運営者、その利用者等に対して注意喚起等を行う。
- ③ 行楽地を中心に、必要に応じた交通規制を実施するほか、行楽期には、事前広報や臨時交通規制を実施するとともに、交通量の変動に対応した信号制御を行い、交通渋滞情報等の提供により迂回を促すなど、行楽車両の適切な配分誘導に努める。
- ④ 一般道路においては、交通安全施設等の整備を推進し、このうち生活道路においては、最高速度 30km/h の区域規制と物理的デバイスとの適切な組合せにより交通安全の向上を図る「ゾーン 30 プラス」を推進する。幹線道路においては、事故危険箇所における集中的な対策を推進する。そのほか、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の整備を推進する。
- ⑤ 高速道路等においては、交通安全施設等の整備等、事故防止に向けた交通安全対策を推進するとともに、付加車線の整備等による渋滞対策、道路交通情報の提供等利用者サービスの向上を推進する。
- ⑥ 外国人の交通事故の増加を踏まえ、ビッグデータ等を活用して外国人特有の危険箇所を把握し、適切な情報提供や案内の実施等の安全対策を推進する。
- ⑦ レンタカー事業者と連携し、車両の貸渡し時における国際運転免許証等の確認の徹底や、外国人運転者向けの広報啓発資料等の活用による自国との交通ルールとの相違点を中心とした日本の交通ルールの周知徹底に取り組む。また、自転車や特定小型原動機付自転車のシェアリング事業者とも連携し、外国人運転者向けの広報啓発資料等を活用し、日本の交通ルールの周知に取り組む。

8 宿泊施設の防火安全対策の推進

防火対象物定期点検報告制度及び適マーク制度の積極的な周知・広報及び違反対象物の公表制度による利用者への情報提供の促進により、実効性のある火災予防対策の普及に取り組む。

9 テロ対策及び犯罪対策の推進

第 20 回アジア競技大会、第 5 回アジアパラ競技大会、GREEN×EXPO 2027（2027 年国際園芸博覧会）の開催等を踏まえ、関係機関・団体と緊密に連携しながら、各種テロ対策を推進するとともに、官民一体となった総合的な犯罪対策を推進する。

10 外国人の急訴・相談等への対応環境の整備

- ① 警察の各種手続等において訪日外国人旅行者等に適切に対応するため、必要な通訳体制の整備に努める。
- ② 多言語翻訳機能を有する資機材等を有効活用するため、警察職員に対して資機材の使用要領等の研修や、現場対応を想定した実践的な対応訓練等の実施に努める。
- ③ 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等に引き続き努める。
- ④ 緊急時に三者通話システムを迅速かつ適切に活用するため、警察職員に対する現場対応を想定した実践的な訓練や三者通話に対応可能な通訳人の拡充等に努めるなどして、通報受理体制のより一層の強化を図る。
- ⑤ 日本語以外での119番通報に対して迅速・的確に対応するため、消防指令センターと通訳を交えて三者で通話を行う三者間同時通訳システムが全国の消防本部において導入されるよう促進する。
- ⑥ 「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、2026年度も引き続き、効果的な広報を実施する。
- ⑦ 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」⁴²等の多言語音声翻訳アプリの普及促進を行う。2026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。

⁴² 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。

第4章 国際観光旅客税について

第1節 国際観光旅客税創設の背景

2016年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」では、2020年の訪日外国人旅行者数を従来目標2,000万人から4,000万人へと倍増させるなど従来の政府目標を大幅に前倒しし、かつ、質の高い観光交流を加速させる方針が示された。

その中で、「観光施策を実施するための国の追加的財源を確保するため、観光先進国を参考に、受益者負担による財源確保を検討」することが求められたことを受け、2017年9月に有識者会議「次世代の観光立国実現に向けた観光財源のあり方検討会」を設けて検討を行い、同年11月に同検討会による「中間とりまとめ～持続可能な質の高い観光立国の実現に向けて～」が決定・公表された。そして、「平成30年度税制改正の大綱」（平成29年12月22日閣議決定）に、観光立国・地方創生の実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図る観点からとして、「国際観光旅客税（仮称）の創設」が盛り込まれることとなった。

国際観光旅客税は、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」の実現を図るため、今後さらに増加する観光需要に対し、より高次元な観光施策を展開していく安定的な財源を確保することを目的として、2019年1月7日以降に船舶または航空機により本邦から出国する一定の旅客に負担を求めるものとして2018年に創設された。税額については、第3次観光立国推進基本計画の目標であった2020年訪日外国人旅行者数4,000万人を達成するために必要な施策や財政規模を考慮し、出国1回につき1,000円とされた。

第2節 国際観光旅客税の使途

旅客税財源の使途については、「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）第12条に規定する国際観光振興施策（国際観光旅客の円滑かつ快適な旅行のための環境の整備に関する施策、我が国の多様な観光の魅力に関する情報の入手の容易化に関する施策並びに地域固有の文化、自然その他の特性を活用した観光資源の開発及び活用による当該地域における体験及び滞在の質の向上に関する施策をいう。）に必要な経費に充てることとされており、これを受け、「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、以下の3つの分野に旅客税財源を充当することとしている。

- ①ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備
- ②我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化
- 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

また、旅客税財源を充当する施策は、既存施策の財源の単なる穴埋めをするのではなく、以下の考え方を基本とすることとしている。

- ①受益と負担の関係から負担者の納得が得られること
- ②先進性が高く費用対効果が高い取組であること
- ③地方創生を始めとする我が国が直面する重要な政策課題に合致すること

第3節 令和8年度以降の国際観光旅客税の使途の方向性

2018年度に国際観光旅客税が創設されて以降、国際観光旅客税財源等を活用して様々な施策を実施した結果、2025年の訪日外国人旅行者は約4,268万人に達した。また、訪日外国人旅行消費額は約9.5兆円に達し、いまや観光は自動車産業に次ぐ、我が国第2の輸出産業に成長し、我が国の経済成長や地方振興に欠くことができない産業分野となった。この結果、第4次観光立国推進基本計画で設定された目標については、その多くを達成した。一方で、訪日外国人旅行者一人当たりの地方宿泊数は、2025年時点で1.4泊の実績となり、目標値との関係で約7割にとどまり、地方誘客の推進が引き続き課題となった。さらに、近年訪日外国人旅行者数の増加に伴い、観光客が集中する一部の地域や繁忙期においては、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や旅行者の満足度の低下への懸念が生じており、こうした混雑・マナー違反等への対策は、喫緊の課題となっている。

国際観光旅客税の税率が、2026年7月1日より、1,000円から3,000円に引き上がることに伴い、令和8年度の国際観光旅客税関係の予算は、令和7年度の490億円から1,300億円へと増額された。この

増額分については、第5次観光立国推進基本計画に掲げる 2030 年訪日外国人旅行者数 6,000 万人、訪日外国人旅行消費額 15 兆円の目標達成に向け、地方誘客や混雑・マナー違反への対応等オーバーツーリズムの未然防止・抑制等新たな課題への対応の他、これまで行ってきた施策の深化、訪日外国人旅行者の地方誘客など未達となった目標への対応、多様な国・地域からの誘客等の課題への対応等に重点的に充当することとした。令和8年度予算においては、以下の施策に充当することとしている。

○国際観光旅客の円滑かつ快適な旅行のための環境の整備

オーバーツーリズム対策、円滑な出入国の環境整備、観光地へのアクセス・観光地内移動手段の整備、アウトバウンド回復に向けた安全・安心な海外旅行環境の整備等 596 億円

○我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化

訪日プロモーション等 92 億円

○地域固有の文化、自然その他の特性を活用した観光資源の開発及び活用による当該地域における体験及び滞在の質の向上

文化、国立公園、食、アクティビティ等地域の特性を活かしたコンテンツの造成等 612 億円

国際観光旅客税を財源とする施策については、国際観光振興法第 12 条に規定する国際観光振興施策及び基本方針等で定める 3 分野において、国際観光が国際情勢や感染症等の影響により大きく変動し得ることを踏まえ、施策の柔軟かつ機動的な対応を確保する観点から、その規定する目的に沿った幅広い施策が想定されている。したがって、国際観光旅客税財源を充当することとした上記施策は、いずれも国際観光振興法や基本方針等に規定する使途の範囲内のものであるが、今後とも、国際観光旅客税の活用にあたっては、その使途を含め、国際観光振興法及び基本方針等に基づき、施策の適正性や予算プロセスの透明性を一層確保の上、行うこととする。