

新たな段階に入った観光をめぐる課題への対応  
～ 国際観光競争の中で選ばれる日本になるために ～

2019年4月18日  
日本商工会議所

目次

I. 現状認識	.....	P 2
II. 観光振興の基本的考え方となされるべき対策の方向	.....	P 2
III. 提言事項		
1. 旅行者の分散・拡大に向けた対応	.....	P 4
(1) 交通インフラの整備・拡充		
(2) 旅行先における利便性向上		
(3) 大規模災害の影響の極小化		
2. ニーズの変化・多様化への対応	.....	P 8
(1) 観光コンテンツの開発とプロモーションの強化		
(2) 国際的ビッグイベント等の活用と広域連携		
3. 観光産業の競争力向上に向けた対応	.....	P 11
(1) 生産性向上、人材確保・育成		
(2) 国際観光旅客税の使途		
<図表>	.....	P 14

## I. 現状認識

わが国は「観光立国」の実現に向け力強く前進している。訪日外国人旅行者数は昨年 3,000 万人の大台を超えてなお順調に増え続け、政府が 2020 年の目標に掲げる 4,000 万人の実現も見えてきた。他方、これまでに経験したことのない数と増加の急激さから、わが国が今後インバウンドの拡大に適切に対応していけるのか、受け入れのあり方が強く問われる段階に入ったといえる。

まず、インバウンドは日本全体として見れば行き先がまだまだ地域的に偏っており、格差が大きい。一部で見られるオーバーツーリズムの解消もにらみつつ、各地にバランスよく分散させていけるかが課題となっている。

また、6割とされるリピーターの拡大は、観光地の魅力という点にこれまで以上の課題を突き付けている。団体旅行から個人旅行への移行に伴い、モノ消費からコト消費への変化に代表されるように観光ニーズはきわめて多様化している。各地は観光資源のさらなる磨き上げと魅力の創造に不断の努力が求められる。

いま日本は、外国人が訪れる先として、数の上で世界のトップ 10 入りが目前に迫るまでになった。これは、日本の観光が新たに本格的な国際競争時代に入ったことを意味する。各地の観光産業において、インバウンド需要に的確に対応できるよう競争力向上のための革新が必要である。

以上を踏まえ、世界の中の「観光先進国」をめざす政府に対し、各地域や観光産業における自助努力が円滑に進むよう、それを後押しする環境整備や支援等について以下のとおり提言する。

## II. 観光振興の基本的考え方となされるべき対策の方向

### 【地方創生実現の主軸となるべき観光振興】

観光は、風景・自然条件や歴史・文化、風土など地域固有の資源を生かし、官民を挙げた総合力によって魅力の創造・提供を行う地域の一大産業である。国の内外から交流人口と消費を呼び込み、地方創生実現の柱として振興していくことが重要である。本提言のポイントは以下の 3 点である。

### 【ポイント 1】旅行者をあまねく全国へ分散・拡大

増加するインバウンドを全国の地方・地域に行き渡らせ、併せてオーバーツーリズムの是正を図らねばならない。訪れる人の数以上に重要なのは、それにより消費が拡大するかということであり、通信・ネット接続環境や決済手段としてのキャッシュレス環境など訪日外国人の滞在中の利便性確保が求められる。また近年、大規模災害が頻発し観光振興の制約要因ともなっている。国・地方とも、「災害は起こるもの」という前提に立ち、対策に万全を期すこと、同時にそれが有効に機能することを内外に知らしめる努力が必要である。

### **【ポイント2】 ニーズの多様化に対応した観光コンテンツの提供**

リピーターが拡大するなか、そのニーズに応じてさらなる旅行消費を呼び込むためには、受け入れ側における、多様な観光コンテンツの開発による新たな魅力の創造と提供が不可欠である。そうした地域の魅力に関する情報が海外の人々に的確かつ継続的に伝わるよう、国や官民連携による宣伝・プロモーションの強化が必要である。また、MICE参加者やビジネス出張者など消費額が比較的大きいとされる層をターゲットとした呼び込み戦略をとることも重要である。

### **【ポイント3】 観光産業の競争力向上と人材育成**

宿泊業や飲食業など地方の観光サービス産業では、深刻化する人手・人材不足に対応した生産性の向上が急務である。また、稼げる観光まちづくりの観点から、DMOや地域商社を主軸に観光関連事業を進めることで地域経済への波及効果を最大化することが求められる。

なお、言語の問題で外国人とのコミュニケーションが十分に図れず、インバウンド消費を取り込めていないとの指摘や、ビッグデータの活用、IT利活用などを行える人材が不足しているために経営効率を上げられないといった切実な声がある。国際観光旅客税は、そうした観光産業の生産性向上や人材確保・育成等に充当することが重要である。

### Ⅲ. 提言事項

#### 1. 旅行者の分散・拡大に向けた対応

##### (1) 交通インフラの整備・拡充

###### ① ハード面の整備充実・強化

観光行動には必ず移動が伴う。旅行客を地方に呼び込むためには、交通インフラの整備・拡充が何より重要である。また、その財源となる社会資本整備総合交付金の確保・拡充が求められる。

- ▶ 旅行者を各地に呼び込むため、二次・三次交通が毛細血管のように整備されることが不可欠である。各地商工会議所からも、「駅から先」の交通手段の整備が不足しているとの意見が圧倒的に多い。
- ▶ 目的地へのラストワンマイルや街なかの小回りの利く交通手段の確保が重要。地域にシェアサイクルなどが適切な管理のもとで導入・運営されるよう行政の支援が求められる。
- ▶ 地方に行けば行くほど、交通インフラのバリアフリー化が進んでいない。大きな荷物の昇降負担を軽減するためのハード整備の充実が求められる。

<図表1-1参照>

###### ② MaaSの推進等地域公共交通の利便性の向上

地域公共交通のネットワークや運行計画が利用者目線になっていないという指摘が多い。特に、旅行客の利便に配慮した総合的な交通システムの整備は遅れている。地域住民の足の確保とのバランスを勘案しつつ最適かつ効率的な交通ネットワークインフラの実現を図る必要がある。

- ▶ さまざまな実験が進むタクシー相乗等 MaaS (Mobility as a Service: 交通手段を組み合わせ、IT の活用等により目的地までの移動に関する予約や決済を一括サービスとして提供する仕組み) を国や都道府県単位で検討し、各地域の実情に照らしてできるところから実装化していくことが必要である。
- ▶ 利用者目線に立ち、複数の運輸事業者の運行計画を地域事情に沿って効率化・適正化できるよう、諸規制の見直しとともに、自治体間の連携を通じて行政区域にとらわれない運行システムの構築等を求めたい。
- ▶ なお、違法な白タク行為に対しては取り締まりの強化が必要である。

<図表1-2参照>

###### ③ 自治体における交通担当人材不足等への支援

地域公共交通を所管する自治体において、運行計画等の専任担当者が不在の自治体が約8割あり、また計画策定等に必要データが紙ベースのところも多く非効率である。

- ▶ 公共交通担当人材やノウハウが充分ではない自治体に対する国の支援が急務である。また、航空や鉄道との連携も重要であることから、国・県単位での取り組みが必要である。
- ▶ 自治体が紙ベースでしか保有していない、観光を支える道路・港湾等の公共インフラ等の構造物情報の電子データ化を進めるためにも国の支援が必要である。

<図表1-3、1-4参照>

#### ④ ネット上の経路検索に反映させるべき情報の提供支援

インターネットによる経路検索が広く利用されているなかで、中小バス事業者の運行情報が反映されておらず利用者に不便をかける事例が指摘されている。

- ▶ 経路検索事業者への情報提供が遅れている中小交通事業者への支援を強化すべきである。

<図表1-5、1-6、1-7参照>

#### ⑤ 観光者のニーズに対応した交通手段の導入促進

一部地域では、外国人旅行者がバス等の地域交通機関に押し寄せ、当該地域住民の通勤・通学・通院等に支障が出ている例も指摘されている。オーバーツーリズム対策のひとつとして欧米主要観光地で観光者が自由に乗り降りできる交通手段(米国、英国では「Hop on Hop off Bus」と称されている)も有効である。

- ▶ 地域の実情に応じ、例えば欧米で導入されている「Hop on Hop off Bus」の運行が可能となるよう既存路線バスとの駐車スペース・乗降場所等の調整、バス車両の大きさ・規格等の制限緩和が必要である。

## (2) 旅行先における利便性向上

### ① インバウンド向けネット利用支援の拡大

訪日外国人旅行者のネット利用環境整備が課題となっており、(利用者にとって)無料の Wi-Fi 導入が進められつつある。他方、外国人旅行者向けに SIM カードを無料配布する試みが企業や地域で始められ、一層容易・快適なネット接続の環境を提供する事例が出ている。

- ▶ 無料 Wi-Fi の設置に対する支援を継続・拡大するとともに、日本においてよりシームレスなネット接続が可能である SIM カードを訪日外国人旅行者に対し期間限定等一定の条件のもとに無償提供するなど、その活用支援策について政府における検討を求めたい。

## ② 多様な決済手段への対応促進

キャッシュレス決済が進んでいる国・地域からのインバウンドが急増するなかで、5割近くの地域で対応が行われていない状況が見られる。

- ▶ 移動に関しては、すでに利用可能範囲が広がっている交通系 IC カード(人口カバー率約8割:(社)日本バス協会調べ)や QR コード決済等の利活用拡大について、地域の実情に合わせた国の積極支援が求められる。利用を希望する訪日外国人が取得・活用しやすい体制の整備も必要である。
- ▶ 利便性の観点からは、キャッシュレスに関する一定の規格化に向けた検討も進められるべきである。

<図表1-8、1-9参照>

## ③ 事業者に対する公的支援施策の利活用の容易化、補助率アップ

インバウンド受入環境整備・利便性向上に対する国や自治体の補助事業(外国人向け観光案内整備、トイレの洋式化、Wi-Fi 環境整備等)が充実してきている。支援メニューが多様化する一方で、事業者側から「メニューが多いのは良いことだが、逆に分かりにくい」、「支援と言っても(他の施策に比し)補助率が低い」などの声や「相談窓口等の一元化やサポート体制を整備してほしい」といった声が出ている。

- ▶ 事業者等の利用が促進されるよう支援項目・内容を一元的に集約した情報提供や補助率のアップを求めたい。

## ④ 案内表示やコミュニケーションに係る多言語対応の推進支援

移動手段・行先案内に関連する表示の多言語化や外国人とのコミュニケーションが多くの地域の共通課題となっている。訪日外国人旅行者から、標識の不足や分かりにくさについての指摘も出ている。

- ▶ 案内表示の英語表記等複数言語化の整備・拡充はもとより、欧州主要国やタイなど多くの国で導入されている国際連合道路標識または類似の標識の導入等により、案内表示・標識の国際標準化を図るべきである。
- ▶ 数十ヶ国語の多方向会話が可能な通訳機器導入の初期投資に対する支援を求めたい。

<図表1-10、1-11、1-12 参照>

### (3)大規模災害の影響の極小化

#### ① 緊急・災害時における旅行者への適切な情報伝達の強化

インバウンド向け災害情報提供の仕組みの1つとして観光庁監修の情報アプリ「Safety Tips(セーフティ・チップス)」があるが、知名度が低いことや提供情報が多岐にわたり過ぎてかえって使いにくいなどの課題がある。

- ▶ 「Safety Tips」の普及状況をチェックするとともに、内容の充実に向け継続的な見直しを行っていただきたい。また、外国人による訪日前および訪日中のダウンロードが進むようなPRや推奨を強力に行うとともに、外国人によるアクセスが多い民間の便利情報アプリやウェブサイト等との連携を図り普及を拡大すべきである。
- ▶ 発災時においては、基本情報(災害の内容、復旧時期、避難場所など)に加え帰国についての情報提供が求められる。また、当該情報の発信事務局は、平時から大使館や発着拠点である空港等との連携を強化しておく必要がある。

#### ② 自治体における部門間連携のさらなる強化

旅行者向けの危機管理対応として、国では複数省庁・部門の参画による会議体が設置されているが、自治体においては、防災部門と観光部門との間でコミュニケーションの機会が少なく、それが地域で観光危機管理の取り組みが進まない大きな理由の1つと指摘する声もある。

- ▶ 国はもとより自治体においても、防災部門と観光部門の縦割りを排除した連携強化が急務である。

#### ③ 観光BCP策定の促進支援

国の防災基本計画においては在住外国人および訪日外国人旅行者への配慮が記載されたところであるが、それに基づき自治体が策定する地域防災計画については、訪日外国人に対する対応が明記されている例が極めて少ないとの指摘がある。災害時における外国人旅行者や被災観光事業者に対する保護・支援への配慮がなされるよう求めたい。

- ▶ 国は自治体に対し、地域防災計画に訪日外国人等に配慮した対応策を盛り込むこと、また、観光事業者におけるBCP策定の促進や地域版BCPともいえる事前復興計画を作成するよう指導・支援すべきである。

## 2. ニーズの変化・多様化への対応

### (1) 観光コンテンツの開発とプロモーションの強化

#### ① 「ユニークベニュー」や文化財・国立公園等の利活用の推進

海外では、歴史的建造物や美術館等の公的施設など地域特性や特別感を演出できる空間・場所のことを「ユニークベニュー」と呼び、MICE 開催時等に他との差別化を図るツールの一つとして利活用されている。日本においては利活用の可否や基準、さらには担当窓口等が決められていないといった指摘があり活用は進んでいない。

また、地域には、固有の歴史・風土に根ざした文化財・国立公園等がある。2019年4月1日に施行された改正文化財保護法と改正地方行政教育法に基づき、貴重な文物の滅失・散逸を防ぎつつ(保護)、地元の意向を汲んだ観光面での活用が進められるべきである。

国立公園については、優れた自然や景観など、ポテンシャルが十分に引き出せるよう、世界水準のナショナルパークとしてブランド化を進めるべきである。

- ▶ 各地におけるユニークベニューの掘り起こしや、利活用に関するガイドライン等の整備が必要である。
- ▶ 文化財について、法改正をテコに各自治体において観光振興につながる活用が進むことを期待する。例えば松本市(長野県)では、法改正に先がけて、商工会議所を含めた官民が一体となったニーズ等の調査を行い、文化財の保存・活用に対する行政支援や観光ルートを進めている。こうした取り組みが全国的に広がるよう政府の積極的な支援をお願いしたい。
- ▶ 国立公園について、自然保護だけでなく観光資源としての活用を図るため、用途規制・区域制限などの緩和やICTを活用した手続きの簡素化等を進めるべきである。

#### ② 産業観光等テーマ別観光の一層の推進

全国産業観光推進協議会によると産業観光の2018年の参加者数は7,000万人を超え、国内観光客数(日帰り含む)約6億人の約1割超を占める観光メニューとして注目されている。

各地の自然、歴史、文化、産業等を共通テーマとして広域で展開している街道観光、ウォーキングやサイクリングといった健康志向の高まりを背景に進められているスポーツツーリズム等、テーマ別の観光を一層推進すべきである。

- ▶ 地域として産業観光を推進していく場合には、参加者から適正な料金を徴収して手配する持続可能な形で運営することが必要であるが、運営主体のスタートアップに対する行政支援を求めたい。

- ▶ 全国産業観光推進協議会が始めた産業観光手配サービスの取り組みは、総合窓口的役割を果たすものとして画期的であり、国内外の人々に活用されるよう支援すべきである。
- ▶ 各地の特色ある伝統芸能は、日本の文化を次世代に引き継ぐ貴重な財産であるとともに、外国人にアピールできる地域の強力な観光資源でもある。伝統行事の継続や保存伝承のための人材育成を支援すべきである。

<図表2-1参照>

### ③ 訪日プロモーションのさらなる強化

訪日外国人の約7割強が東アジアからであり、さらに幅広く欧米豪からの誘客の拡大が求められる。欧米豪からのインバウンドはわが国の歴史・文化に対する高い関心を持ち、比較的長期滞在・高額消費が見込まれることから、各地域の固有の魅力を効果的かつ確実に現地に伝えるプロモーションが必要とされている。

- ▶ 外国人の呼び込みには、SNSによる口コミや現地でのPR・プロモーションが不可欠である。他方、多くの地域では、PRコンテンツの作成、効果的な情報発信・宣伝手段・ノウハウが不足し、まだまだ手探り状態にある。政府においては、国・市場別に現地旅行会社やメディアなど関係機関に対するプロモーションやモニターツアーの実施、送客要請等を一層強化されたい。

## (2) 国際的ビッグイベント等の活用と広域連携

### ① 国際的ビッグイベントの機会活用

これから続く国際的なビッグイベントで多数の外国人が来日する。例えば今年(2019年)開催されるラグビーW杯関係者の滞在日数は平均約2週間と予測されており(総務省調べ)、訪日外国人旅行者の2017年の平均滞在日数(5.2日)の3倍近い。開催地での滞在はもとより、広域周遊や消費増加につなげるべきである。

- ▶ 各地のプロモーション活動に関し、選手やメディア関係者等インフルエンサーの活用、活動を主体的に行う人材、情報発信力等に対する国の支援を強化することが必要である。
- ▶ 関係者滞在中の公式行事等さまざまな機会に、各地の伝統文化の紹介、地域産品の提供等を行うことが重要である。特に、「復興五輪」と銘打つ東京2020大会では東北の復興を強力にアピールされたい。

<図表2-2参照>

## ② MICE開催の機会活用

ビッグイベントやMICEは都市部での開催が多い。そうしたイベント等への参加をきっかけに訪日する外国人を地方に分散させるための仕掛けづくりが重要である。

▶ MICE のプログラムを開催地である都市部のみで完結するのではなく、エクスカーションのコースを広域的に設定するなど、大都市と地方との都市間・広域連携を戦略的に図ることが必要である。東京都が進めている、友好都市・姉妹都市のつながりを活かした自治体間連携、MICE 開催に影響力を持つ「ミーティングプランナー」等に対する PR 活動の強化などを参考に効果的な支援策を検討されたい。

<図表2-3参照>

## ③ 「ブレジャー旅行者」を想定したサービス提供の推進

欧米からの訪日外国人は、観光目的だけでなく、ビジネス旅行者も出張の機会を利用して観光地を訪問するケースが多い。海外ではこうした出張者を「ブレジャー旅行者（ビジネス+余暇）」と呼び、その個人支出額は、観光目的旅行と同等以上となっている。

▶ ブレジャー旅行者の需要の取り込みのため、関係機関と観光庁等が連携して、ビジネスパーソンが目線に立った観光サービスの提供、彼らが必要とする情報の発信を強化することが重要である。

<図表2-4参照>

## ④ 富裕層の取り込みの推進

観光消費額の向上に向けて、富裕層の積極的な取り込みも検討すべきである。

▶ 富裕層の受け入れ環境整備には、海外の富裕層専門旅行者やメディア、高級宿泊施設等の知見を大いに活用すべきである。また、富裕層の要望に柔軟に対応ができ、観光資源などの歴史や文化にも精通したガイド養成も不可欠である。  
▶ プライベートジェットを利用する富裕層もいることから、駐機場所やヘリポートなどのインフラ整備を早急に進める必要がある。利用可能空間の大きい地方空港をモデル地域として国として取り組みを推進すべきである。

## ⑤ 観光ガイドの質の向上

欧米豪の訪日旅行者や富裕層は、地域資源を背景の文化や歴史を含めて理解したいというニーズが大きいと言われている。観光ガイドは地域資源の解説をすることだけでなく、保全のための監視役となるという点でも重要である。

▶ 環境省が行っている「自然資源を活かす人材育成支援事業」の充実強化等、官民あげてガイド人材の確保・育成が必要である。また、観光ガイドが業として成り立つ仕組み作りについても検討の必要がある。

<図表2-5参照>

## ⑥ データ・経験の蓄積と活用

▶ 「ラグビーW杯 2019」開催の関連で訪日外国人旅行者がどのように動いたかを官民が連携して調査し、そのデータの蓄積と分析の結果を、後に続くビッグイベントの機会に外国人の地方分散を進める基礎資料として大いに活用すべきである。

### 3. 観光産業の競争力向上に向けた対応

#### (1) 生産性向上、人材確保・育成

##### ① IoT や AI、ロボティクスを活用した取り組みへの支援

地域における観光産業の人手不足・人材不足に対応するためには、IT の活用等による生産性向上や付加価値向上の取り組みが不可欠であるが、中小企業を中心に初期コストが高い、効果がわからない、専門人材がいないといった理由から導入が進んでいない。

▶ 宿泊施設・店舗等のオペレーションの効率化やロボット等の活用による業務の省人化・省力化による付加価値向上の取り組みが進むようこれまで以上の政策支援を求めたい。

▶ 小規模な旅館等については、希望に応じて、海外需要に対応するためのネット予約システムの利活用が進むよう、導入容易化のための手引き・人的支援等きめ細かな支援が必要である。

▶ IoT や AI 等の利活用の基礎となるビッグデータの充実・集約が不可欠である。国が進めている地域観光統計をはじめとする観光統計の一層の整備・拡充を図りたい。

<図表3-1、3-2参照>

##### ② 地域一体となった観光まちづくりに対する支援の強化

観光関連産業は裾野が広く、小規模な事業者であることが少なくない。生産性向上や経営力向上の取り組みも、資金、人材・後継者等の不足がネックとなって進まない現実がある。観光は、地域の総合力で振興していくべき地場産業として、国や自治体の支援を求めたい。

▶ 地域全体で危機感を共有し、宿泊業、飲食業、土産物店など観光関係事業者の相互協力により、泊食連携や資材の共同購入、送迎バスの共同運行等を進めることが望まれる。こうした生産性向上の取り組みを地域一体となって進める計画に対し、国や自治体が強力的に支援すべきである。

▶ また、旅館等の事業承継手法の1つとして、所有と運営の分離などの検討を含め、土業等専門家による伴走型支援を受けやすくなるよう人的支援を含む国等の支援を求めたい。

<図表3-3、3-4参照>

### ③ 多様な働き方の導入によるワークシェアリング等の推進

観光業界では人手と人材の不足が深刻化している。観光関連業務の中には生産年齢とされる年齢に関係なく、能力・技能次第で高齢になっても活躍できる業務分野がある。また、育児や身内の介護に携わっている人の短時間就労による労働力確保策も検討すべきである。

- ▶ 業務の切り分けやテレワークの活用等により短時間・フレキシブルな労働力を確保できる可能性がある。国は、兼業、副業を含め、事業者における多様な働き方の実践が必要・可能な仕事現場の声に基づく、現実に機能するワークシェアリングの取り組みを支援すべきである。
- ▶ 観光産業の従業員は、新卒者（大学・高校）の3年以内の離職率が他産業に比して高い。IT経営の促進による生産性向上や、従業員教育等を通じた就業継続意欲・能力の向上に国が積極的に支援を行うべきである。
- ▶ 観光産業に特化した専門職大学の設置促進を図るべきである。
- ▶ 地域おこし協力隊は、任期終了後に約6割の隊員が同じ地域に定住し、かつ観光関連事業に従事している割合が大きいとの調査結果がある。地方創生施策としての地域おこし協力隊拡充も踏まえ、各地の観光による地域振興に積極的に活用すべきである。

<図表3-5、図表3-6参照>

### ④ 外国人材の受入環境整備

2019年4月1日に施行された改正入管法に伴い、観光関連では宿泊業に関わる外国人労働者の増加が見込まれ、各地域ではその受け入れや定着、安心・安全に日本人と共生できる地域社会づくりが求められる。他方、自治体の6割で外国人住民を支援する窓口の設置が未整備（日経新聞調べ）といった課題も指摘されている。

- ▶ 国は「多文化共生総合相談ワンストップセンター(仮)」の整備を全国約100カ所で予定しているが、その機能が発揮されるべく未設置の自治体と連携したきめ細かい支援に万全を期されたい。
- ▶ 各地域に派遣されているJETプログラム(語学指導等を行う外国青年招致事業)参加者や留学生に対する就職先や住居の斡旋等の支援強化を進められたい。

<図表3-7参照>

### ⑤ 地域交通の運転者確保のための規制緩和

多くの業界に共通した課題であるが、バス・タクシー業界においても人手不足・従業員の高齢化が深刻化しているが、高校新卒者の同業界における就業免許規制がある。

- ▶ 高校新卒者がバス・タクシー会社ですぐに就業できるよう、第二種自動車免許の受験資格要件を緩和すべきである。なお、従来の経験年数条件を短縮することに

なるため、自動車学校等による運転技術の専門教育や適性検査などによる安全対策に万全を期すべきである。

## (2) 国際観光旅客税の使途

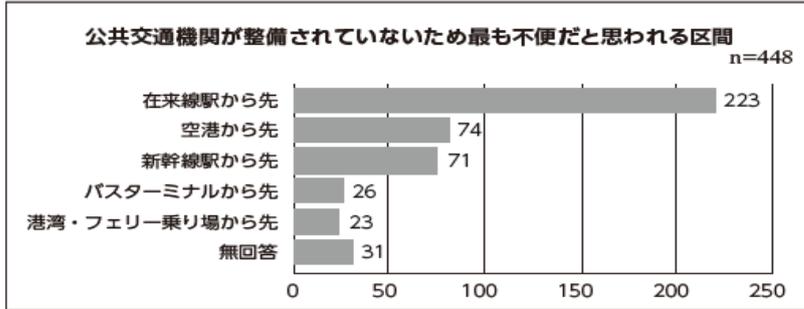
2019年1月7日より適用された国際観光旅客税の使途については、是非とも既述のような、事業者における旅行者の利便性向上や海外への地域プロモーション等に係る費用支援に充当いただきたい。また、観光産業の競争力向上に資する外国人観光客とのコミュニケーション円滑化、旅行者のニーズ把握のためのデータ分析・活用、人材育成支援等に使うべきである。

- ▶ 外国人とのコミュニケーションツールとしての通訳機器を導入する地域や事業者への初期投資支援
- ▶ 旅行者向けの案内情報・標識等の多言語化整備
- ▶ 旅行者の安心確保と医療機関の未回収避を目的とした保険制度の創設・運営
- ▶ 旅行者の観光行動に係るビッグデータや外国人が発信する SNS の効果分析、およびそれらを活用したい地域や DMO 等へのフィードバック
- ▶ 生活習慣の異なる民泊利用者と地域住民との共生が図られるようなトラブル未然防止施策
- ▶ IT 活用やインバウンド対応が可能な、地域の観光振興の担い手となる人材の確保・育成

図表 1-1

公共交通が整備されておらず最も不便だと思われる区間

約5割の地域で主要観光地へのアクセスが最も不便と回答

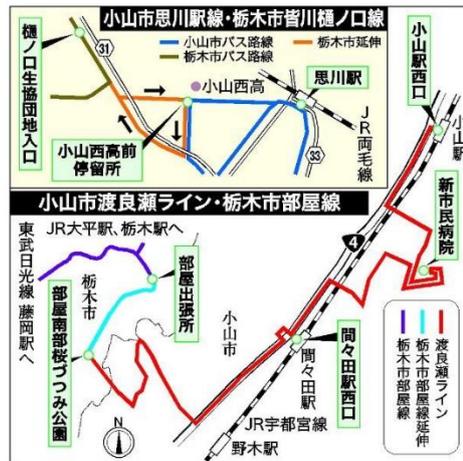


出典: 日本商工会議所「2018 年度全国商工会議所観光アンケート」

図表 1-2

市境を超えた地域公共交通の事例

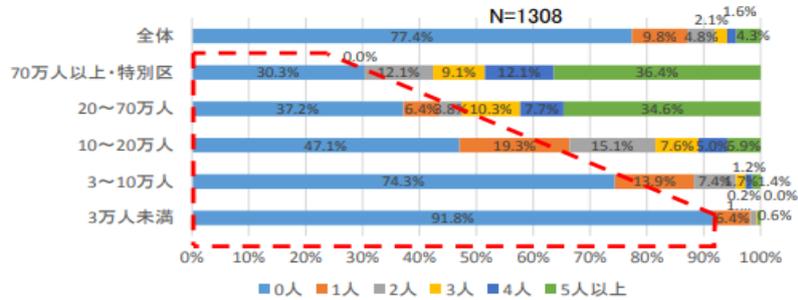
小山市・栃木市(栃木県)は 2019 年3月から、コミュニティバスの相互乗り入れによる広域公営バスの運行を開始。新路線の運行のほか既存路線を延伸などにより、両市のバス路線を接続する。



図表 1-3

自治体における人口区分別の地域公共交通専任担当者数の割合

小都市ほど専任担当者がいない自治体の割合が高い

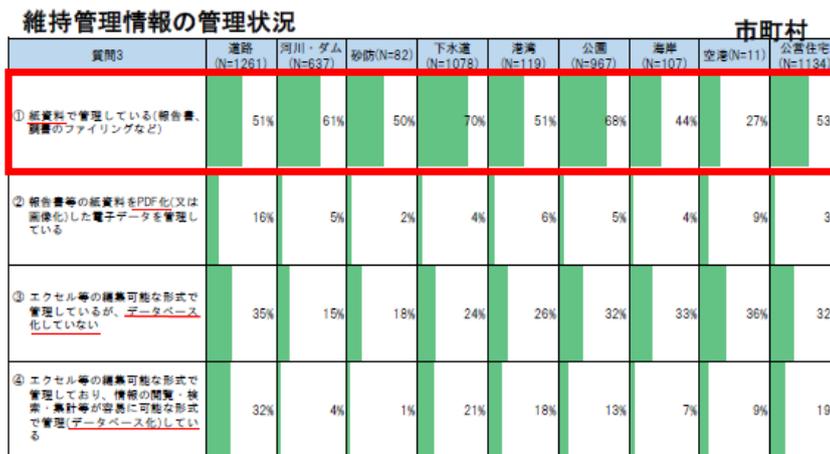


出典:国土交通省「平成 28 年度地域公共交通に関する全国的な現状把握のための調査」

図表 1-4

市町村における施設の維持管理情報の管理状況

市町村では紙資料で管理している割合が高い

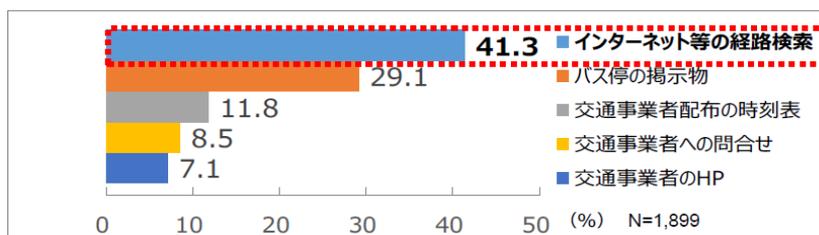


出典:国土交通省「インフラ長寿命化とデータ利活用に向けた取り組み」

図表 1-5

路線バスの経路等を調べる際の情報取得先

経路検索の際の情報取得先はインターネットが最も多い

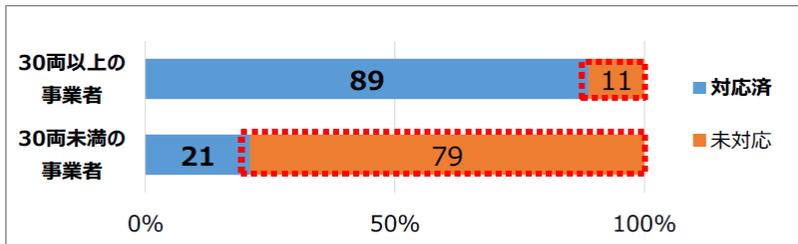


出典:内閣府世論調査(2016年)

図表 1 - 6

バス事業者の経路検索対応状況

小規模のバス事業者の約8割がインターネット等の経路検索に未対応

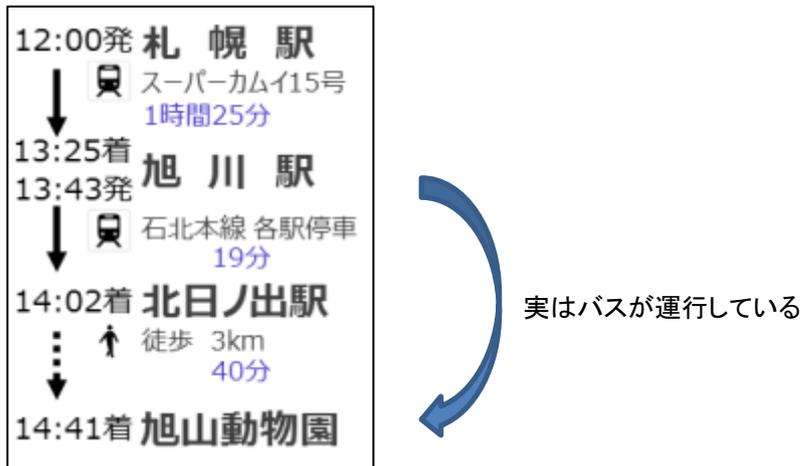


出典：(国土交通省調査 2016 年)

図表 1 - 7

Google Map で札幌駅から旭山動物園への経路を検索した場合

旭川駅から旭山動物園正門まで路線バスが運行されているが経路検索対象外のため徒歩が案内される

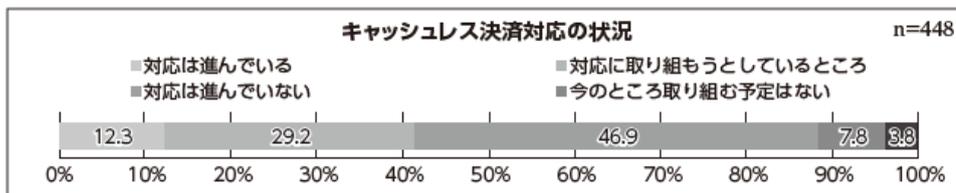


出典：国土交通省「地域交通フォローアップ・イノベーション検討会」

図表 1 - 8

地域におけるキャッシュレス決済対応の状況

約5割近くの地域でキャッシュレス決済への対応が進んでいない。



出典：日本商工会議所「2018 年度全国商工会議所観光アンケート」

図表 1-9

キャッシュレス決済規格の現状(2019年2月現在)

選択肢が多すぎるキャッシュレスも課題

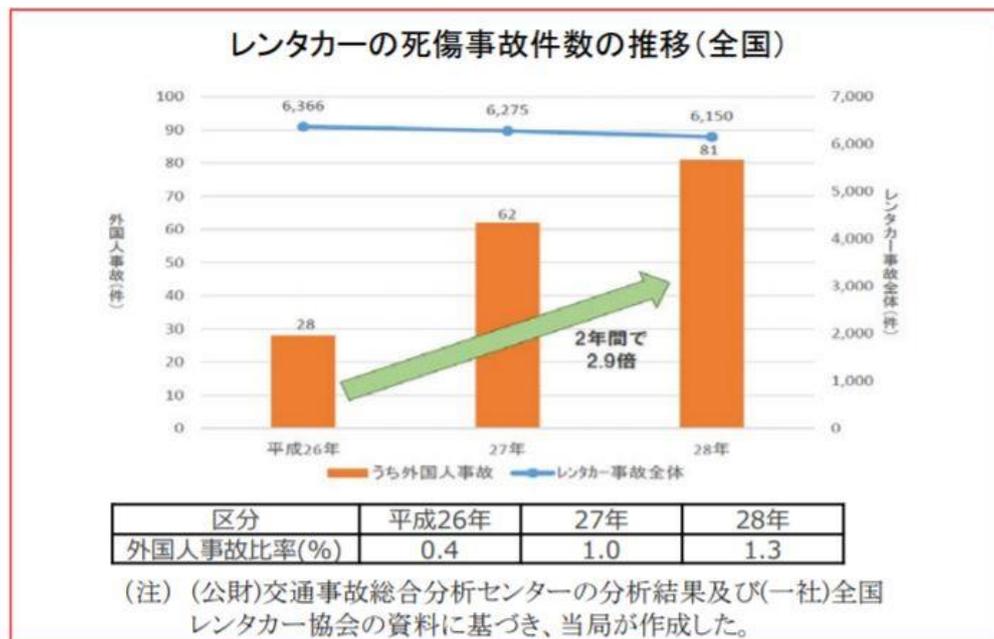


出典:一般社団法人キャッシュレス推進協議会

図表 1-10

レンタカーの死傷事故件数の推移(全国)

平成 26(2014)年から平成 28(2016)年の2年間で約 2.9 倍



出典:総務省近畿管区行政評価局「レンタカー事業に関する実態調査 ー乗用車の貸渡しを中心としてー」

図表 1-11

日本、アメリカ合衆国、ドイツ、国際連合の道路標識の概要

■日本、アメリカ合衆国、ドイツ、国際連合の道路標識の概要

	日本の道路標識	アメリカ合衆国の道路標識	ドイツの道路標識	国際連合の道路標識
特徴	○一般道路における案内標識は青地に白を基本とし、予告、案内、確認標識を設けて目的地や通過地への方向及び距離、著名地点への交通の目標などを案内しています。 ○警戒標識や規制、指示については、運転者が識別しやすいようなシンボルを用いています。	○原則として言葉による表記を採っています。 ○案内標識については、特色の地に、反射式の色で文字及び輪取りを示したものとなっています。 ○一般標識標識の「飛行機」一般サービス標識(青色地)「キャンプ場」のようなシンボルを用いた標識もあります。 (1971年、シンボルを取り入れた大幅な改正)	○ドイツは、国際標識に加えて、形状、色彩、記号などによる表記を採用しています。 ○①の青色地はアウトバーン案内です。 ○②については、一般の標識の中で、色分けにより案内目的を伝えるといった工夫がされています。	○警戒標識及び規制標識や案内標識の「高速道路の起点、終点」など、言葉による表記を用いず、連続性を特色としています。 ○案内標識は数方形、規制標識は頂点を上に向けた正三角形(欧州方式)、規制標識(禁止又は制限)は円形と、それぞれ区分されています。
案内				
警戒				
規制				

出典:国土交通省「世界の道路標識一覧」

図表 1-12

各国・地域の「一時停止」標識



出典:北海道庁「国際規格の道路標識の並列表示」

図表 2-1

全国産業観光推進協議会の活動について

産業観光のモデルコースを作成し(下図参照)、専門サイトで申込・予約までのワンストップサービスを実施している



出典：全国産業観光推進協議会

(事例)

桑名市産業観光まちづくり協議会(三重県)では視察可能な施設をリスト化し、積極的な受入を実施しており、2017年度は700名を越える視察の受け入れを実施し、970万円程度の市内消費を生み出した。

図表 2-2

ラグビーワールドカップ 2015 の開催都市等におけるラグビーワールドカップ 2019 を目的とした  
希望する滞在日数および観戦したい試合数

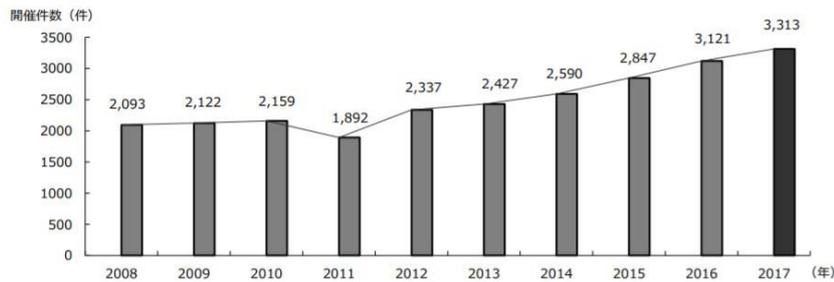
希望する滞在日数		観戦したいRWC2019の試合数	
回答者数	226	回答者数	187
合計	3,410	合計	660
平均日数	15.09	平均試合数	3.53

出典：総務省「ラグビーワールドカップ 2019 を通じた地域活性化についての調査研究報告書」

図表 2-3

日本の国際会議開催件数(2008年～2017年)

近年増加にある



都市別 国際会議の開催件数(2013年～2017年)

開催都市は大都市に集中している

順位	2013年	件数	2014年	件数	2015年	件数	2016年	件数	2017年	件数
1位	東京(23区)	531	東京(23区)	543	東京(23区)	557	東京(23区)	574	東京(23区)	608
2位	福岡市	253	福岡市	336	福岡市	363	福岡市	383	神戸市	405
3位	横浜市	226	京都市	202	仙台市	221	京都市	278	京都市	306
4位	京都市	176	横浜市	200	京都市	218	神戸市	260	福岡市	296
5位	大阪市	172	名古屋市	163	横浜市	190	名古屋市	203	名古屋市	183
6位	名古屋市	143	大阪市	130	名古屋市	178	横浜市	189	横浜市	176
7位	千里地区	113	千里地区	104	大阪市	139	大阪市	180	大阪市	139
8位	神戸市	93	札幌市	101	神戸市	113	札幌市	115	北九州市	134
9位	札幌市	89	神戸市	82	札幌市	107	仙台市	115	仙台市	120
10位	仙台市	77	仙台市	80	千里地区	94	北九州市	105	札幌市	116
11位	北九州市	57	北九州市	73	北九州市	86	千里地区	85	千里地区	98
12位	つくば地区	51	つくば地区	66	広島市	59	広島市	76	広島市	87
13位	広島市	50	広島市	50	つくば地区	53	つくば地区	50	千葉市	57
14位	奈良市	31	奈良市	45	奈良市	36	千葉市	43	つくば地区	47
15位	千葉市	28	岡山市	33	岡山市	33	奈良市	39	金沢市	35
									岡山市	35

(注1) 千里地区：大阪府の豊中市、吹田市、茨木市、高槻市、箕面市  
(注2) つくば地区：茨城県のつくば市、土浦市  
(注3) 1つの国際会議が複数の都市で開催された場合は、それぞれの都市で1件として計上している。

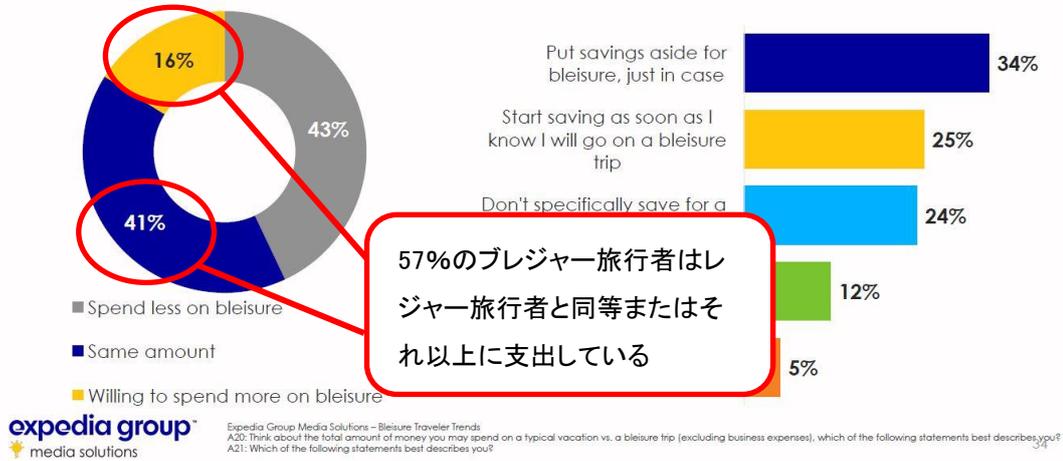
出典：日本政府観光局(JNTO)

図表 2 - 4

ブレジャー旅行者とレジャー旅行者との支出額の対比

SAVVY SPENDERS OR SAVERS?

More than half of bleisure travelers spend the same amount or more on a bleisure trip versus solely leisure, and most save for bleisure travel



出典: エクスペディア

図表 2 - 5

訪日外国人旅行者数の日本到着後の情報収集方法

米国、フランスからのインバウンドは観光案内人(ガイド)を情報源としている割合が高い

		着地情報源										
		空港の観光案内所	コンシエールのスタッフ、	宿泊施設のレジスタ	街の観光案内所	お土産やお店(飲食店員、	現地の人の道	観光案内人(ガイド)	小冊子	現地のフリーパー	公的機関の番号	駅員の交番など
【訪日外国人】全体	(n=500)	54.6	47.2	46.0	44.0	39.8	38.2	34.4	32.2			
香港	(n=100)	57.0	46.0	44.0	52.0	43.0	14.0	43.0	30.0			
シンガポール	(n=100)	62.0	50.0	46.0	45.0	38.0	38.0	31.0	30.0			
居住国別												
アメリカ合衆国	(n=100)	55.0	46.0	47.0	47.0	38.0	53.0	35.0	34.0			
オーストラリア	(n=100)	50.0	54.0	48.0	43.0	39.0	37.0	35.0	33.0			
フランス	(n=100)	49.0	40.0	45.0	33.0	41.0	49.0	28.0	34.0			
レポート回数別												
1回(初めて)	(n=118)	50.0	43.2	45.8	34.7	39.0	37.3	25.4	30.5			
レポート	(n=382)	56.0	48.4	46.1	46.9	40.1	38.5	37.2	32.7			

※「【訪日外国人】全体」より■=10pt以上高い / □=5pt以上高い / ▨=5pt以上低い  
※中分類ごと「【訪日外国人】全体」降順ソート

出典: じゃらんリサーチセンター(2017年調査)

図表 3-1

宿泊施設の予約ルート

旅館の予約はホテルと比較し旅行業経由が多い

表 29 エージェントと自社HP (単位：%)

年 度	(大旅館)	(中旅館)	(小旅館)	旅 館	ホテル	
旅行業経由	平成23年	58.7	50.8	30.0	54.9	—
	24年	59.3	52.4	32.8	55.2	30.9
	25年	53.6	49.2	23.5	50.0	20.6
	26年	48.3	43.4	27.1	44.6	22.2
	27年	50.0	44.0	21.4	44.2	21.1
	28年	52.1	41.1	30.9	44.9	10.0
ネット業者経由	平成23年	17.1	19.3	37.8	18.4	—
	24年	17.4	21.7	33.2	19.9	30.7
	25年	15.9	20.9	34.9	19.2	43.9
	26年	17.3	21.9	34.1	20.6	35.6
	27年	19.7	26.5	35.5	24.6	43.9
	28年	20.1	27.3	28.6	24.1	44.9
自社サイトより	平成23年	5.6	6.5	17.8	6.2	—
	24年	5.2	7.6	18.9	6.8	3.6
	25年	9.6	11.4	22.8	11.2	13.1
	26年	9.3	13.2	21.9	11.9	9.8
	27年	8.7	12.0	18.6	11.3	10.6
	28年	7.9	10.9	15.6	10.1	15.7

(回答数)

旅館：宿泊料金に朝食・夕食を含む

大：客室数 100室以上 45件

中：客室数 31室～99室 116件

小：客室数 30室以下 93件

ホテル：ルームチャージのみで販売 25件

(注)24年までは「インターネット経由」「うち自社サイト」と設問していた。

出典：(一社)日本旅館協会「平成 29 年度営業状況等統計調査」

図表 3-2

宿泊施設のホームページの多言語化の状況

自社ホームページの多言語化は推進する余地がある

表 30 自社ホームページ対応言語 (単位：%)

年 度	英語	中国語		韓国語	タイ語	仏語	独語	その他	日本語のみ
		繁体字	簡体字						
旅館	23年	44.3	23.2	18.2	20.2	—	—	—	53.2
	24年	37.5	18.1	15.1	15.8	—	—	2.7	57.1
	25年	39.1	20.1	15.1	13.0	0.7	0.7	0.0	56.2
	26年	40.7	20.3	14.9	13.6	0.3	0.3	0.7	54.2
	27年	49.0	23.7	15.6	15.6	1.3	0.6	0.6	45.5
	28年	54.1	33.1	23.0	22.3	3.9	2.3	1.3	1.6
ホテル	25年	50.0	17.9	10.7	14.3	0.0	0.0	0.0	42.9
	26年	28.6	14.3	10.7	10.7	0.0	0.0	0.0	67.9
	27年	36.4	6.1	3.0	3.0	0.0	0.0	0.0	60.6
	28年	42.9	25.0	17.9	21.4	3.6	0.0	0.0	0.0

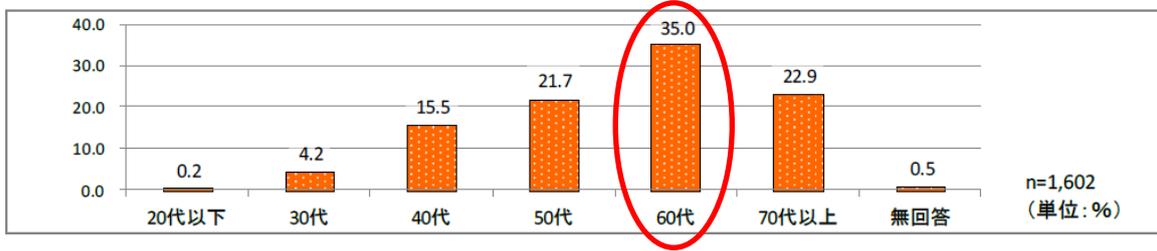
(注) タイ語、仏語、独語は25年調査より設問している。

出典：(一社)日本旅館協会「平成 29 年度営業状況等統計調査」

図表 3-3

中小旅館業における代表者の年齢

代表者には 60 代が多い

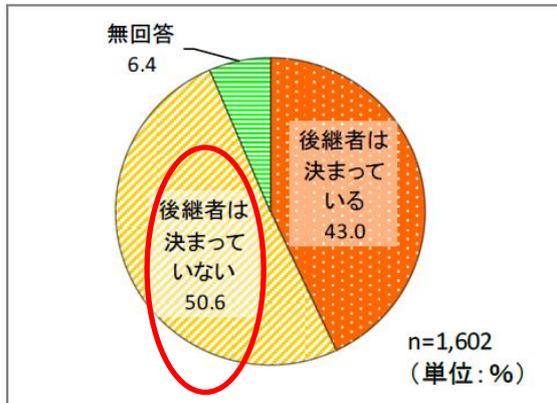


出典: 中小企業基盤整備機構「中小旅館業の経営実態調査」

図表 3-4

中小旅館業における後継者の有無

半数以上の旅館で後継者が決まっていない



出典:

中小企業基盤整備機構「中小旅館業の経営実態調査」

図表 3-5

新卒学卒者のうち「宿泊業・飲食サービス業」の3年以内の離職率が高い

■ 新規学卒就職者の就職後3年以内離職率 ( )内は前年比増減

【大学】	31.8% (▲0.4P)	【短大など】	41.5% (+0.2P)
【高校】	39.3% (▲1.5P)	【中学】	64.1% (▲3.6P)

■ 新規学卒就職者の事業所規模別就職後3年以内離職率 ( )内は前年比増減

事業所規模	【大学】	【高校】
1,000人以上	24.2% (▲0.1P)	25.3% (±0.0P)
500~999人	29.6% (▲0.2P)	32.9% (±0.0P)
100~499人	31.9% (±0.0P)	36.5% (▲1.4P)
30~99人	39.0% (+0.2P)	46.3% (▲0.8P)
5~29人	49.3% (▲0.9P)	55.9% (▲0.5P)
5人未満	57.0% (▲2.1P)	64.3% (+0.3P)

■ 新規学卒就職者の産業別就職後3年以内離職率のうち離職率の高い上位5産業 ( )内は前年比増減 ※「その他」を除く

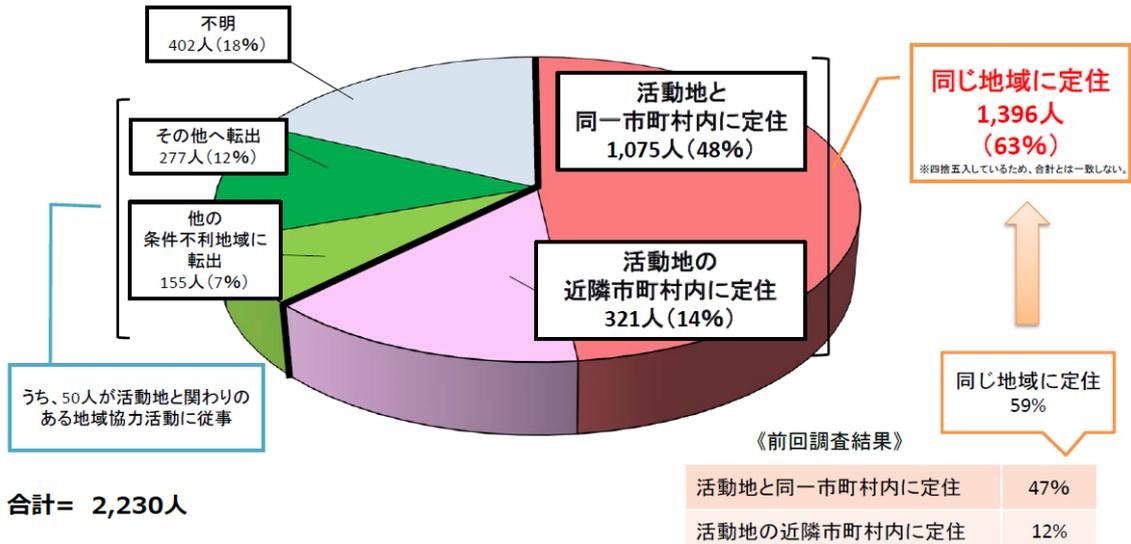
【大学】	【高校】	
宿泊業・飲食サービス業	49.7% (▲0.5P)	63.2% (▲1.2P)
教育・学習支援業	46.2% (+0.8P)	59.2% (▲0.2P)
生活関連サービス業・娯楽業	45.0% (▲1.3P)	56.5% (+0.5P)
医療、福祉	37.8% (+0.2P)	48.8% (▲1.6P)
小売業	37.7% (▲0.9P)	47.0% (+0.1P)

出典: 厚生労働省

図表 3 - 6

2017 年度地域おこし協力隊の定住状況等に関する調査結果

任期終了後、約 6 割の隊員が同じ地域に定住



起業

- 飲食サービス業（古民家カフェ、農家レストラン等） 49名
- 小売業（パン屋、鮮魚の移動販売、山菜等の通信販売等） 30名
- 宿泊業（ゲストハウス、農家民宿等） 28名
- まちづくり支援業（集落支援、地域ブランドづくりの支援等） 26名
- 観光・移住交流業（ツアー案内、日本文化体験等） 21名
- 出版・広告業（ライター・広報作成等） 19名
- クリエイター・デザイナー業（Webデザイン、映像クリエイター等） 12名
- 6次産業（猪や鹿の食肉加工・販売、ホオツキの生産・加工・販売等） 11名
- 整体・ヨガ・鍼灸 7名

※起業準備中を含む

就業

- 観光関係（旅行業・宿泊業等） 64名
- 地域づくり・まちづくり支援関係 55名
- 農林漁業関係（農業法人、森林組合等） 43名
- 医療・福祉関係 33名
- 移住・交流関係 19名
- 6次産業関係 18名
- 食料品小売業 14名
- 飲食店 13名
- 食料品製造業 11名

（ほか）

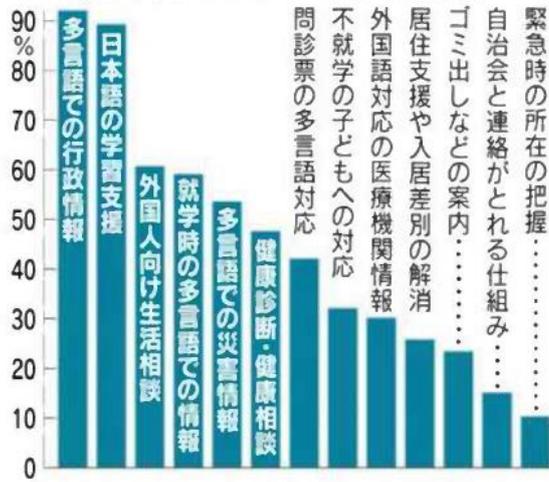
（ほか）

出典：総務省

図表 3-7

居住外国人に対する生活支援

多言語対応は進む一方、生活関連の支援  
には手が回らない(253市区の実施率)



出典: 日本経済新聞(2019年2月8日)