

令和6年度補正予算 観光庁補助金事業説明会

～観光施策の方向性と観光関連予算について～

令和7年1月9日・10日

一般社団法人公民連携推進機構

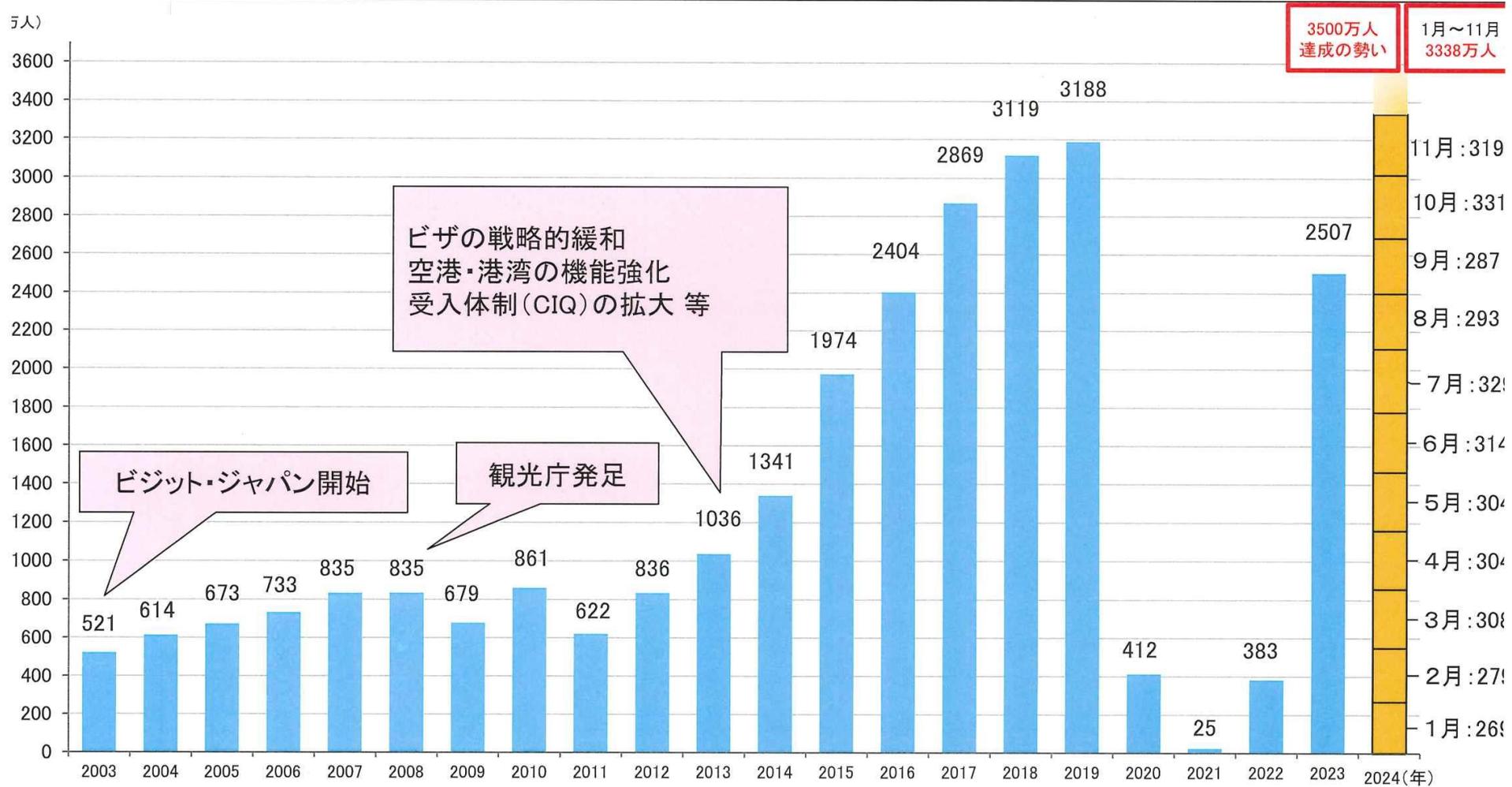
発表者:株式会社日本旅行 日本旅行総合研究所 主任研究員
安島 聖

- ・ 我が国をとりまく観光の概況
- ・ 2025年の展望
- ・ 観光コンテンツ造成の留意点
- ・ 観光庁 令和6年度補正予算
- ・ その他

我が国をとりまく観光の概況

○訪日外国人旅行者数の推移

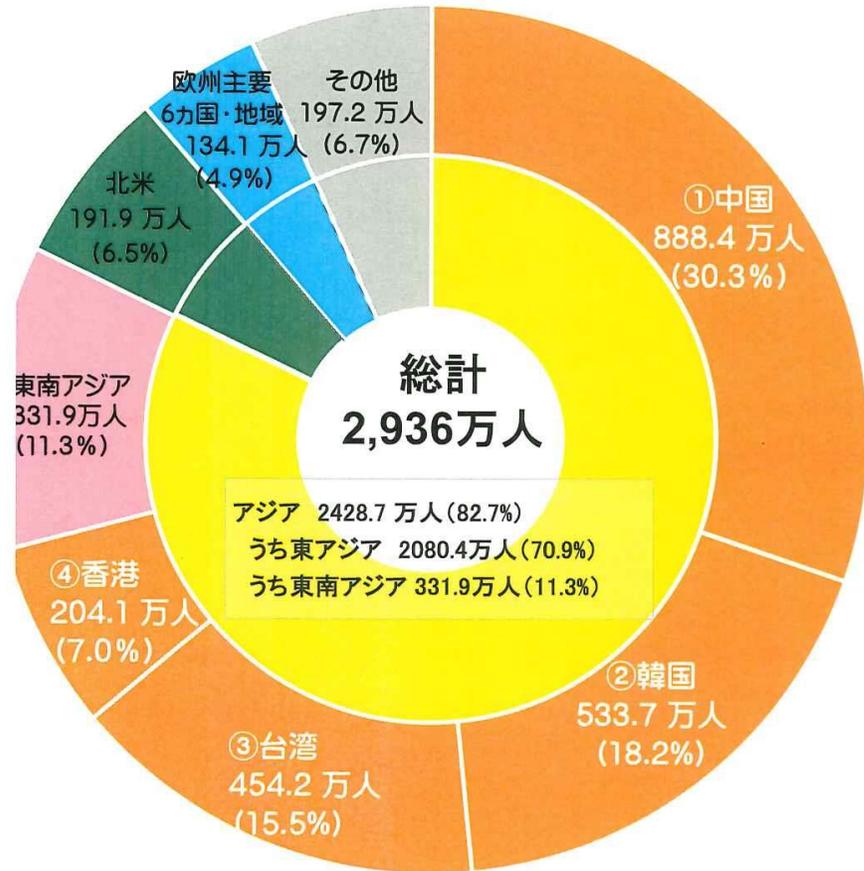
- 2024年の訪日外国人旅行者数は1～11月の間、各月でコロナ前2019年の水準を回復。
- このペースが続けば、2024年は3500万人を達成する勢い。



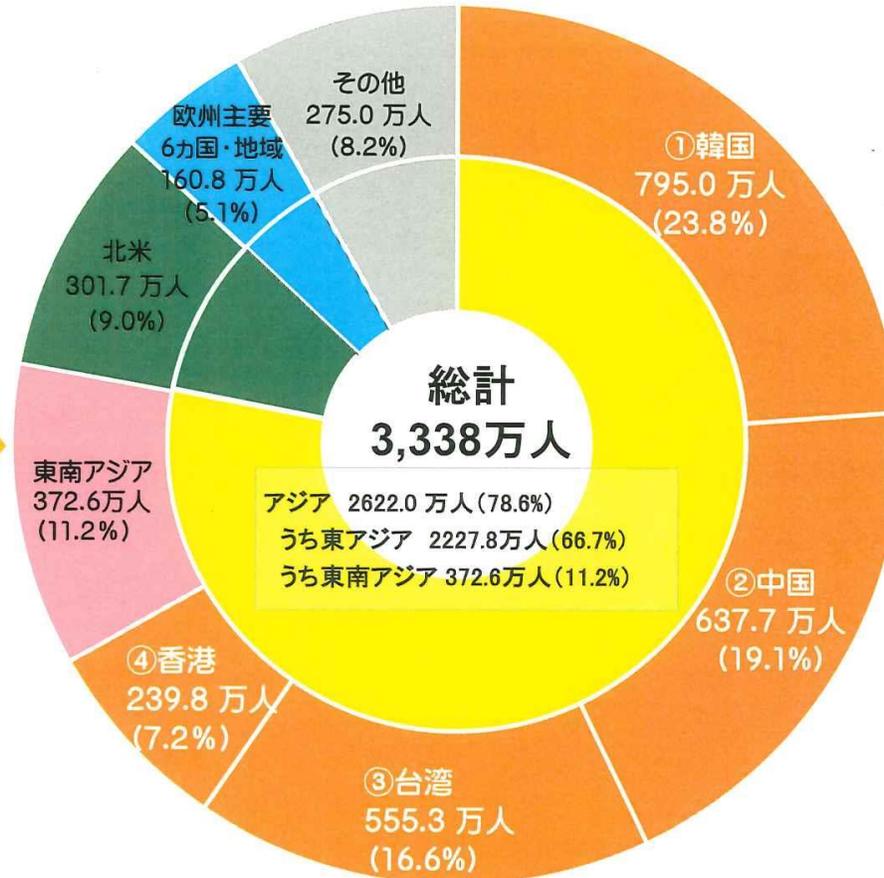
出典: 日本政府観光局 (JNTO)

○国・地域別の訪日外国人旅行者数及び割合

【2019年(1月-11月)確定値】



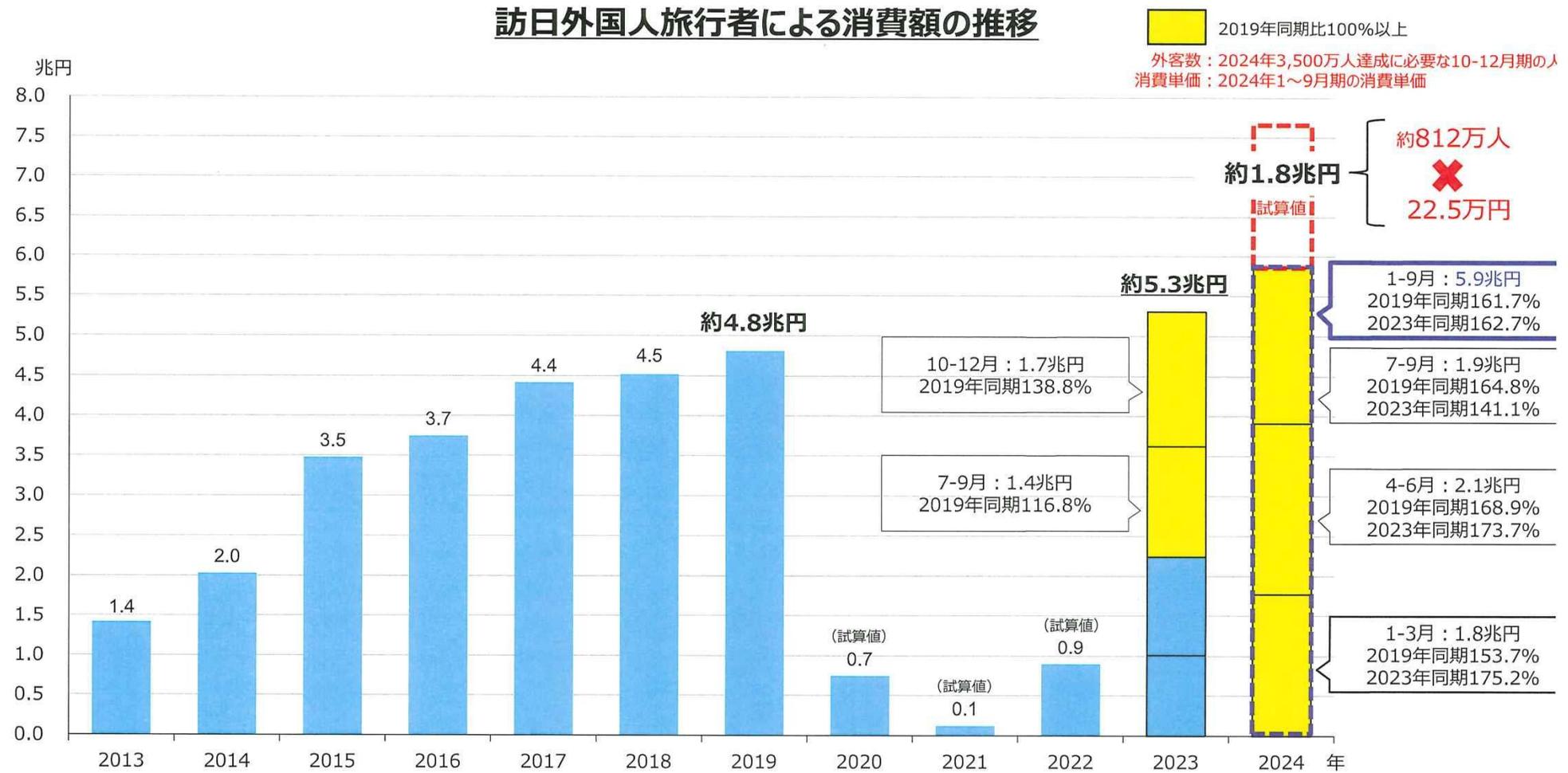
【2024年(1月-11月)推計値】



※ ①~⑤は訪日重点市場(上記23市場)のうち訪日外国人旅行者数上位5位の国・地域※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ 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。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入に依っているため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

○インバウンド 消費額推移

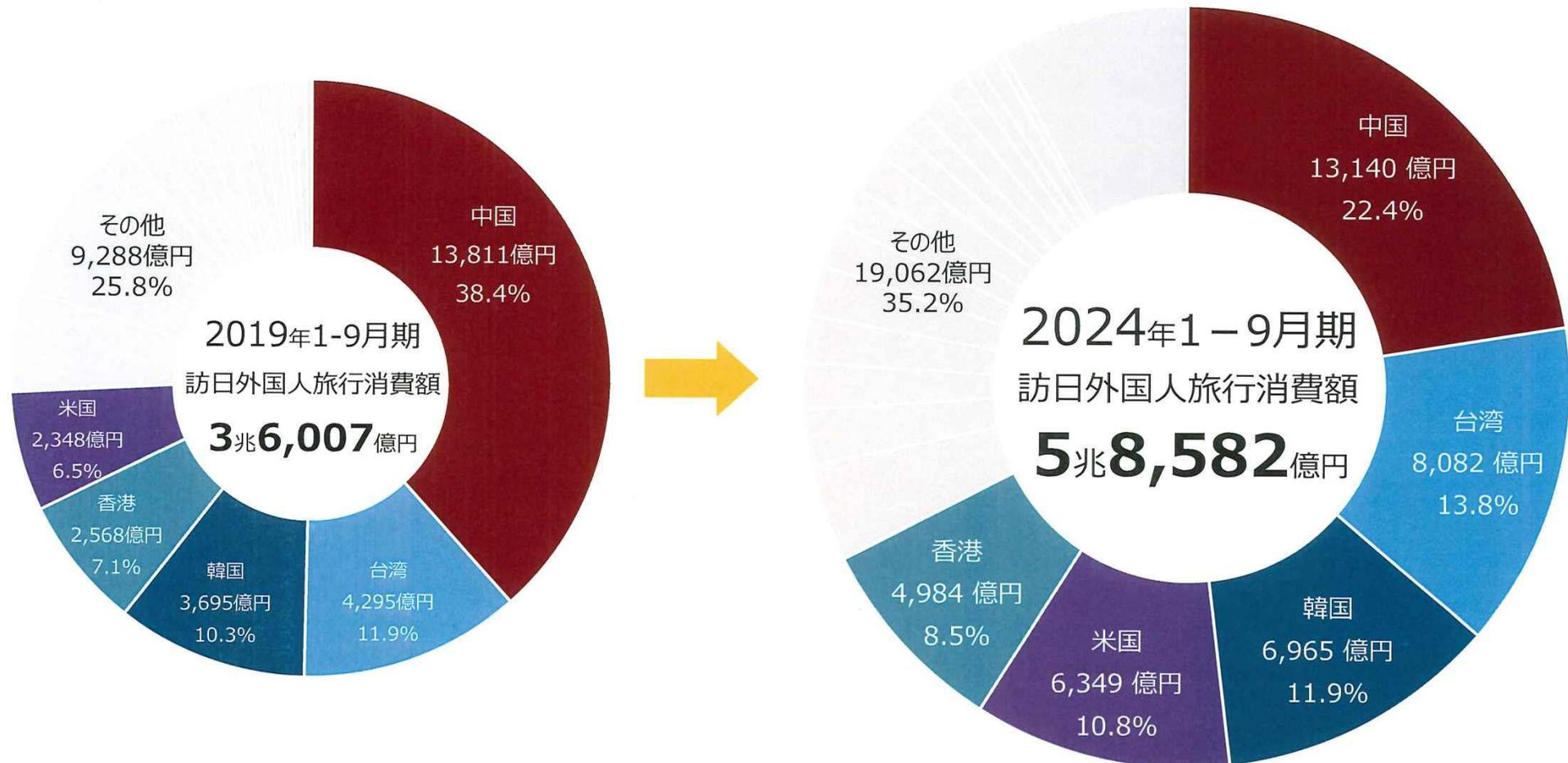
- 2024年7 - 9月期の訪日外国人消費額は、約1.9兆円と7 - 9月期として過去最高。
1人当たりの旅行支出は22万3千円。
- 2024年1 - 9月期の訪日外国人消費額は、約5.9兆円と過去最高。このペースが続けば、2024年は8兆円も視野に入る。



出典：「訪日外国人消費動向調査」および「インバウンド消費動向調査」より算出

○インバウンド消費額(国別)

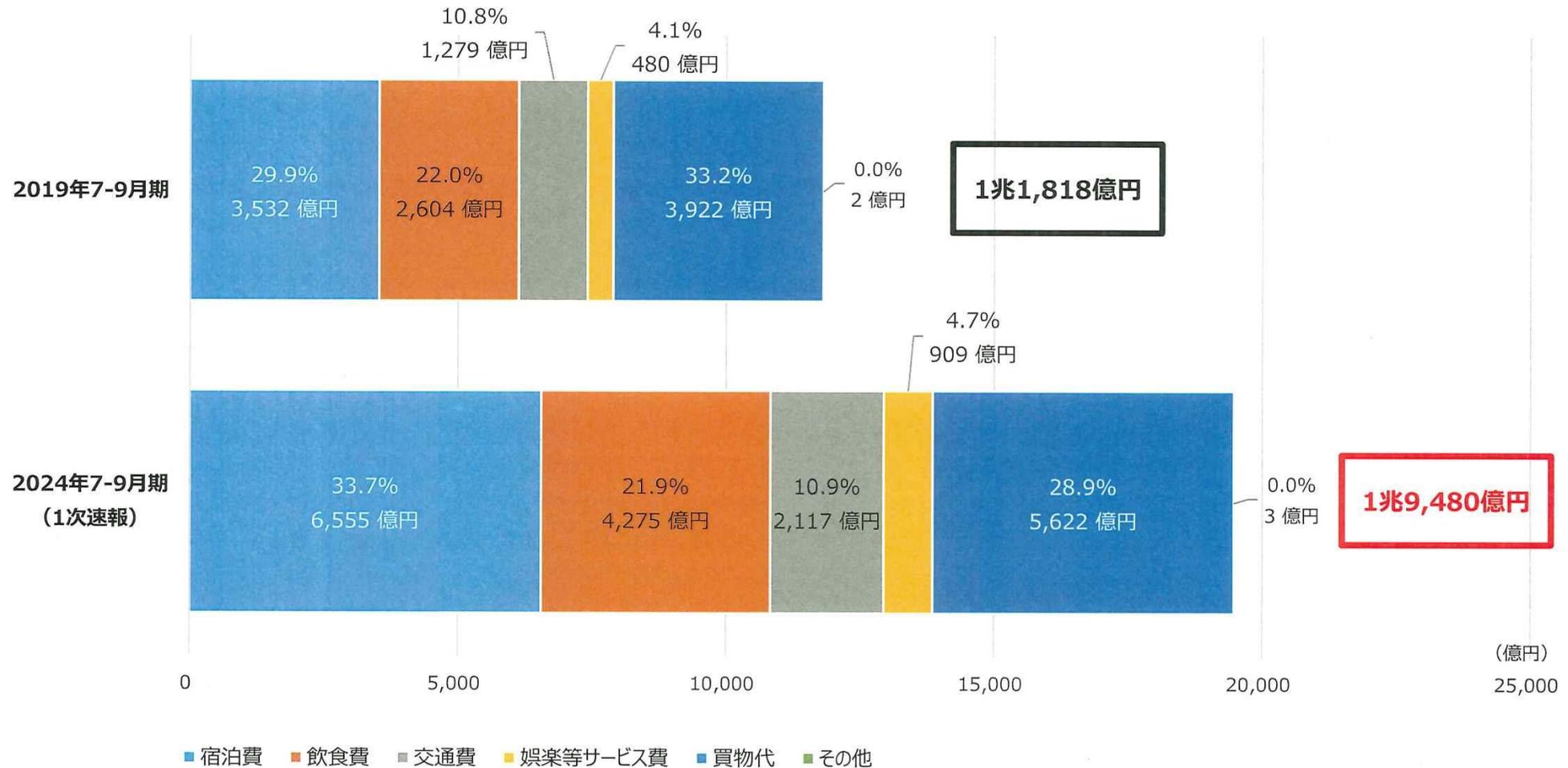
○消費額上位5か国・地域の消費額をみると、**中国**は2019年1-9月期の消費額は13,811億円であったのに対し、2024年同期は13,140億円（2019年同期比95.1%）と同程度まで回復。一方で、**米国**は2019年1-9月期の消費額は2,348億円であったのに対し、2024年同期は6,349億円（2019年同期比270.4%）に増加。その他主要市場（台湾、韓国、香港）の伸びも顕著である。



出典：「訪日外国人消費動向調査」および「インバウンド消費動向調査」より算出

○インバウンド 消費額費目別

- 費目別に訪日外国人旅行消費額の構成比をみると、宿泊費が33.7%と最も多く、次いで買物代（28.9%）、飲食費（21.9%）の順が多い。
- 2019年同期と比べると買物代の構成比が減少した一方、宿泊費が増加。



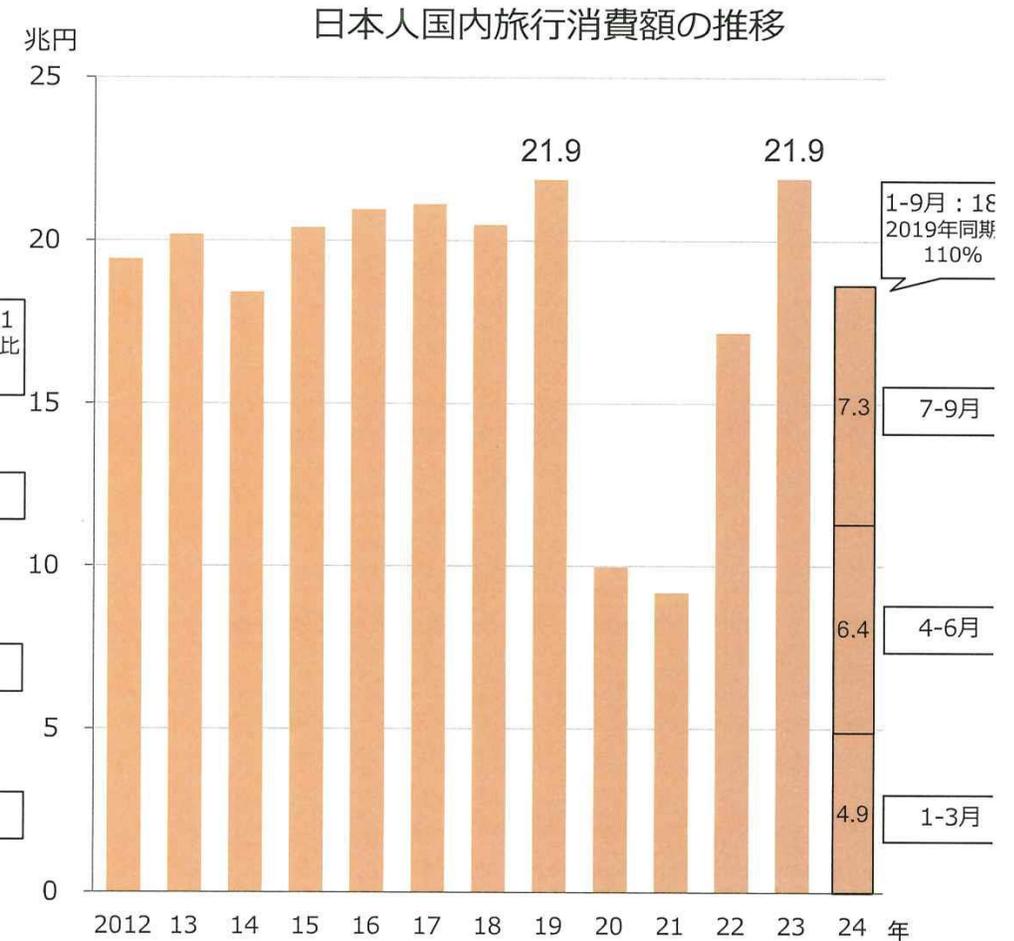
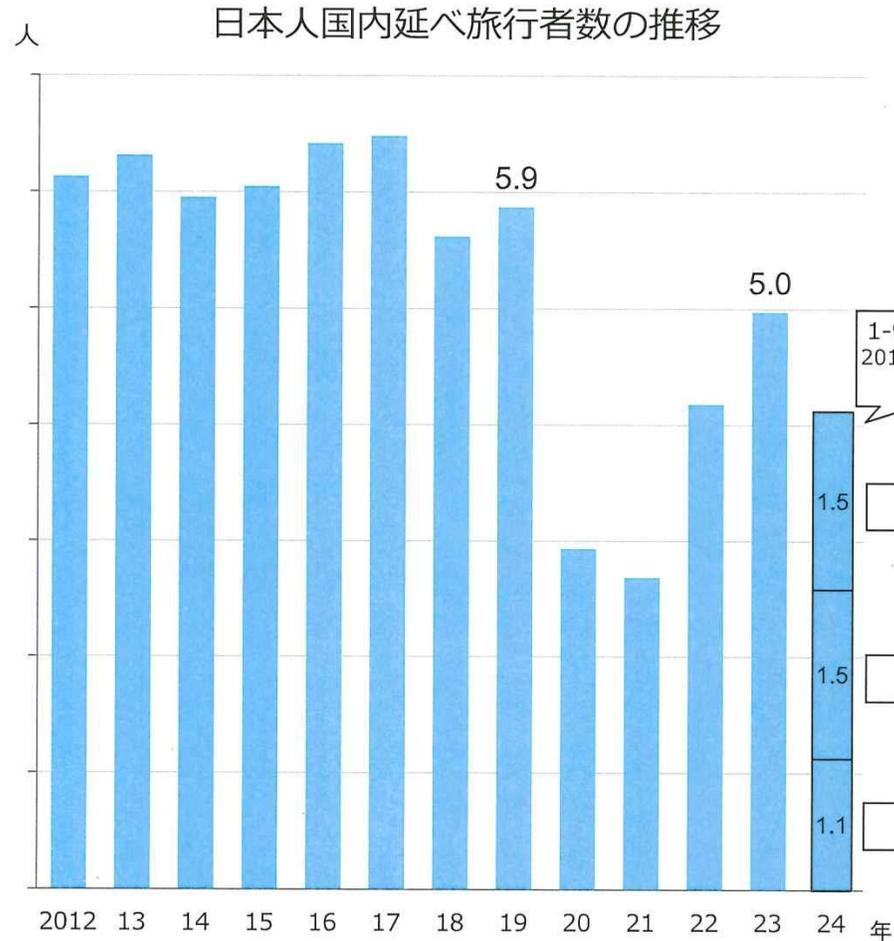
○国内旅行の状況

延べ旅行者数

- 2023年：5.0億人（2019年比85%）
- 2024年1-9月期：4.1億人（2019年同期比91%）

旅行消費額

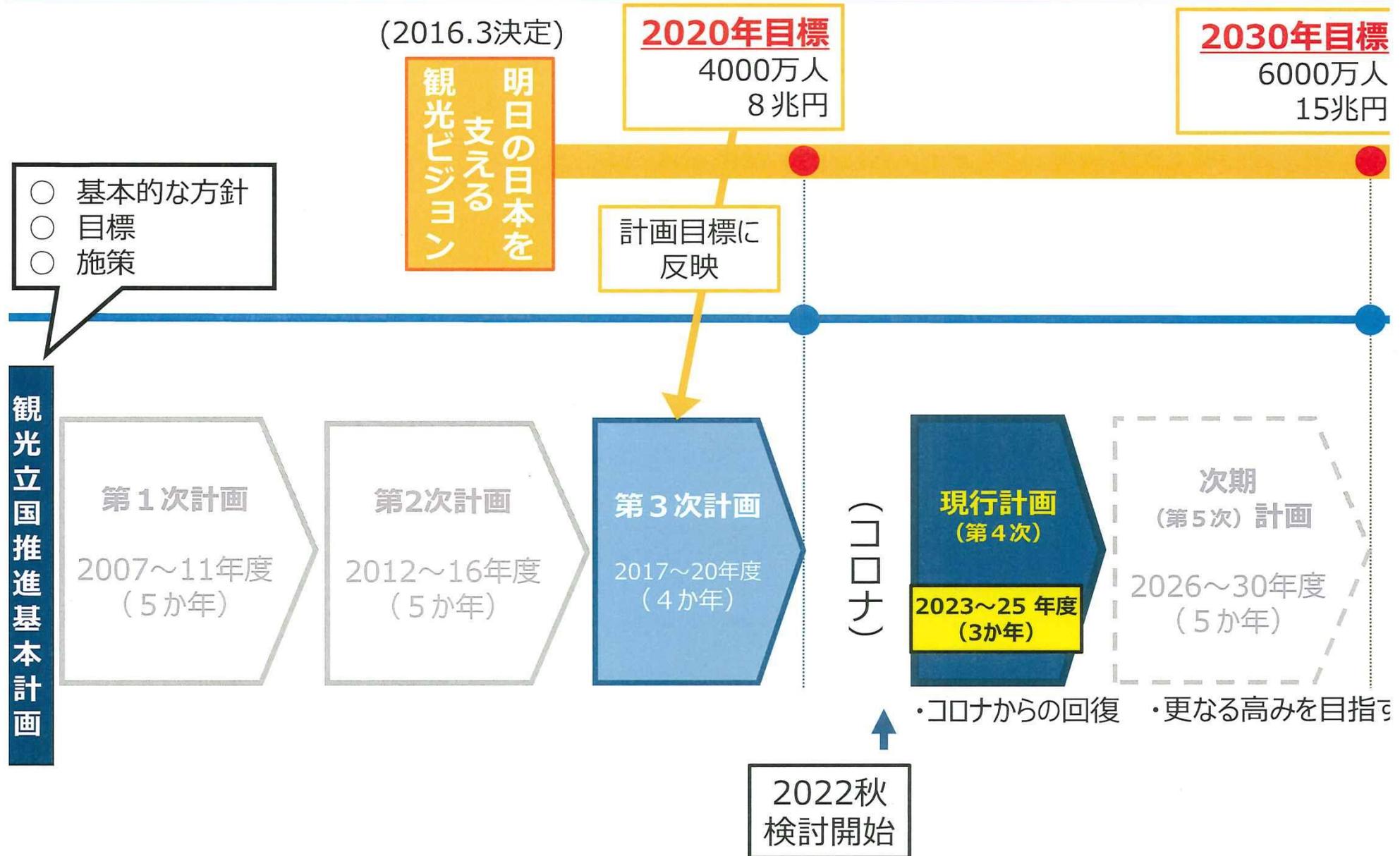
- 2023年：21.9兆円（2019年比100%）
- 2024年1-9月期：18.6兆円（2019年同期比110%）



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2025年の展望

○観光立国推進基本計画 観光ビジョンとの関係



○観光立国推進基本計画(第4次)について 基本

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱、地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、**2025年(万博開催)に向け、我が国の観光を持続可能な形で復活させる**。
- **「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」**をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

取り組む3つの戦略

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**

インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- ワークेशन、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活気に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が**全国各地**で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で**観光が復活**している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている39

○主な政府目標の達成状況

	明日の日本を支える 観光ビジョン	観光立国推進基本計画		2023年実績 (2023/11/29時点)
	2030年目標	2025年目標	早期達成目標	
持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数		100地域		31地域
訪日外国人旅行者数	6000万人	2019年水準超え (3188万人)		2506.6万人
訪日外国人旅行消費額	15兆円		5兆円	5.3兆円
訪日外国人旅行消費単価	(25万円)	20万円		21.3万円
訪日外国人旅行者1人当たり地方部宿泊数		2泊		1.27泊
訪日外国人旅行者の地方部延べ宿泊者数	1億3000万人泊			3190.9万人泊
日本人の海外旅行者数		2019年水準超え (2008万人)		962.4万人
日本人国内旅行消費額	22兆円	22兆円	20兆円	21.9兆円

○地方創生2.0 石破内閣総理大臣所信表明演説(抜粋)

- ▶ 「地方こそ成長の主演」です。地方創生をめぐる、これまでの成果と反省を活かし、**地方創生2.0として再起動**させます。…地方創生の交付金を当初予算ベースで倍増することを目指します。
- ▶ 少子高齢化や人口減少に対応するため、…「新しい地方経済・生活環境創生本部」を創設し、**今後十年間集中的に取り組む基本構想を策定**します。ブロックチェーンなどの新技術や**インバウンドの大きな流れなどの効果的な活用も視野に入れ**、国民の生活を守りながら、地方創生を実現してまいります。
- ▶ 地方の成長の根幹である農林水産業は、農山漁村の雇用と所得を生み出すとともに、国家の安全保障の一環でもあることから、その持てる力を最大限引き出してまいります。新たな基本法の下、…農林水産業の持続的な発展、**中山間地域を始めとする農山漁村の振興**を図ります。国内の生産基盤の維持の観点も踏まえ、農林水産物の輸出をより一層促進します。…**海業の全国展開**など漁業・水産業の活性化に取り組みます。
- ▶ **観光産業の高付加価値化**を推進するとともに、文化芸術立国に向けた**地域の文化、芸術への支援強化**にも取り組みます。地域交通は地方創生の基盤です。全国で「交通空白」の解消に向け、**移動の足の確保**を強力に進めます。

○ローカルな食体験の高付加価値 ～ガストロノミーツーリズム～

ガストロノミーツーリズム（UN Tourismによる定義）

その土地の気候風土が生んだ**食材・習慣・伝統・歴史**などによって育まれた食を楽しみ、**食文化に触れる**ことを目的としたツーリズム

①地域産品とその背景にある要素を掛け合わせた取組を実施する



食材・食器・調理器具・
調理技術等、その地域
ならではの産品

食の背景にある要素

②観光客がガストロノミーツーリズムの取組を通して地域の食文化に触れる



○ガストロノミーツーリズムの取り組み事例

三方五湖DMO株式会社（福井県・三方五湖地域）

一次産業と観光の連携を目指した高付加価値な体験造成と、体制構築



○若狭湾・三方五湖でとれる豊富な天然食材（高級魚・淡水食材）を活用したインバウンド向けメニューを外国人有名シェフ等の知見を活用して開発。

○地域の飲食店・宿泊施設における提供・販売体制を構築。

○漁船に乗船する伝統漁法の見学や、へしこ等の発酵食文化など歴史・文化体験と組み合わせ、欧米の知的好奇心の高い少グループ・FITのインバウンド観光客等に提供する観光コンテンツを造成。

○酒蔵・杜氏を活用した観光コンテンツの商品化事例

(長野県上田市)

ブルゴーニュやシャンパーニュに負けない、
地方の日本酒ツーリズムの高付加価値化！
日本酒テイasting体験「Ueda sake ceremony」と
「Tanada Breakfast」

【株式会社KURABITO STAY】

- 上質な和空間で、日本酒と地域の食材をふんだんに使って作られた肴を味わうコンテンツを造成。
- 棚田百選に選出された稲倉の棚田に特設した舞台上、棚田の美しい風景を眺めながら、上質な朝ごはんを堪能するコンテンツを造成。



(兵庫県神戸市)

世界中の旅人を、食と、灘酒で繋ぐ
「食楽酒」ツーリズム

【灘五郷観光実行委員会】

- 「食事を楽しむ酒」=「食楽酒」を体現する新たな酒産ツーリズムを展開。
- 美食地質学入門編特別講座や創業500年を超える産元「剣菱酒造」での特別見学等、**他の酒蔵と差別化した地方誘客につながる神戸ならではの価値あるコンテンツ造成**をおこない、観光消費拡大を目指す。



○食資源を活用した観光コンテンツの造成について

○日本は食の宝庫。各地域に名産品や独特の食文化が存在し、観光コンテンツとなっている。一方で、特にインバウンドには、「有名」「おいしい」だけでは訴求力が弱く、高付加価値化に限界。



○各地の食の背景を歴史的、科学的に掘り下げ、素材を提供する地域の農林水産業・2次産業（例えば酒蔵）やその従事者を含めたストーリーとともに味わうコンテンツ造成が重要。



×

伝統

文化

歴史

習慣

食材・食器・調理器具・調理技術等、その地域ならではの産品

食の背景にある要素



○世界の富裕層が「職人の技」に注目

- ラグジュアリートラベルのコンソーシアムであるSerandipians(設立：2013年 本部：パリ) には、欧州を中心に世界500社以上の旅行会社、900軒以上の宿泊施設が加盟。今年、姉妹組織として「Takumians」を立ち上げ。
- 日本政府観光局（JNTO）は今年、Serandipians加盟の旅行会社を招請し、北陸、瀬戸内地域へ「職人技とアート」をテーマに和紙工場やジーンズ工房などを視察。



(写真)JNTO提供

○伝統的工芸品 越前和紙 テレビ放映(福井テレビ 24年10月8日)



…特に次世代の富裕層がそれを求めている」



○伝統的工芸品を活用した観光コンテンツの商品化事例 その1

(福井県越前市ほか)
北陸・越前グランドマスターツアー
～北陸・越前の叡智に出会う旅～

【一般社団法人越前市観光協会】

○通常一般客は会うことが難しい、国指定伝統的工芸品等（越前和紙、越前打刃物等）のグランドマスター（伝統工芸士や最高レベルの職人）との交流や通常非公開の工房見学、体験プログラムを造成。



(新潟県三条市ほか)
燕三条ものづくり体験
サイクルコンシェルジュツアー事業

【株式会社Kraft】

○かつてものづくりを行っていた「蔵ギャラリー」でものづくりの歴史を知り、そこから工場までサイクリングで向かったのち、自ら鍛造～研ぎまで行うことで世界に一つだけの包丁を作ることができる体験プログラム等を造成。



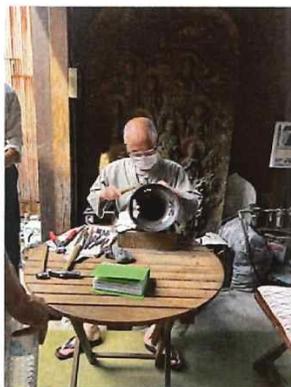
○伝統的工芸品を活用した観光コンテンツの商品化事例 その2

(富山県高岡市)

高岡伝統工芸品の心髄に迫る。匠に学び風土、歴史に触れるインバウンド向け周遊コンテンツ造成・魅力発信事業

【高岡商工会議所】

- 中国、台湾の富裕層インバウンド客をコアターゲットとし、高岡伝統工芸品の匠との交流、体験を主軸とした「高岡伝統工芸匠に弟子入りツアー」を造成。
- 伝統工芸品のみでなく、風土、文化、歴史を深く理解し楽しむことができるツアーとし、地域の活性化及び、高岡伝統工芸の持続的な発展を目指す。



(長崎県佐世保市)

職人技満載のアートな白磁「Mikawachi」で味わう極上の茶席体験！海外の推し活コレクター獲得策

【株式会社】TB長崎支店

- インバウンドをターゲットに、「みかわち焼」の器を使った茶席体験のほか、400年超の歴史を持つ窯元の16代目が案内する皿山散策プランを造成。
- 茶席で使用した器はお持ち帰りいただくほか、本事業で構築する越境ECサイトで三川内焼を販売し、帰国後も繋がりを継続することで、コアなコレクターを獲得し、地場産業の持続可能性を高める。



© (一社)長崎県観光連盟

○地域資源の観光活用を通じた新たな収益の確保

(輪島塗めり工房 楽)

能登の宝“輪島塗”の技術・資源・景観を次世代へ、世界に誇る伝統工芸の再生を共に成し遂げるリジェネラティブツーリズム

【石川県輪島市】

- 美しい里山景観が残る輪島市三井町で、制作や修繕に励む**工房「楽」の職人が輪島の文化を案内するツアー**を造成。
- 工房見学や、漆の苗木植え、漆器職人体験など、**輪島の生活・技術・景観を守る人々との交流体験**を提供。



(株式会社鹿田産業)

伝統工芸のまち広川での「八女すだれ」と「久留米絣」を深く学ぶコンテンツ造成および“伝統工芸”×“1次産業”周遊ツアー造成事業

【福岡県広川町】

- 伝統工芸品「八女すだれ」や「久留米絣」の工房を巡り、**織元から歴史的背景や製作過程、技法について学べるギャラリーツアー**を造成。
- 「八女すだれ」「久留米絣」「苺」「八女茶」など広川町を代表する伝統工芸、1次産業などを広く体験できる周遊ツアーも造成する。



(有限会社松本魚問屋)

氷見の魚を知り尽くす魚問屋が監修したオーシャンガストロノミーツアーによる震災復興・地域振興事業

【富山県氷見市】

- 魚の生態や獲り方を熟知した魚問屋と、捌き方や調理方法を研究し続ける一流シェフが手を組み、魚問屋として取引のある都市部の有名レストランからゲストシェフを招聘。
- 海からテーブルまでのストーリーを五感で体感し、氷見の魚を文化とともに食す、地域の魅力を活かした体験**を提供する。



(株式会社ヘラルボニー)

世界的ユニバーサルツーリズムの推進拠点にて行う、アート・文化振興のイベントを用いたまちづくり事業

【岩手県盛岡市】

- ユニバーサルデザインによるギャラリー等の拠点整備、地域文化とアート・音楽を掛け合わせた企画展やイベントを開催。
- 障害の有無・性別・年齢・宗教・人種に関係なく楽しめるまちづくりのための拠点整備をし、ユニバーサルツーリズムの先進区域となるよう推進**していく。

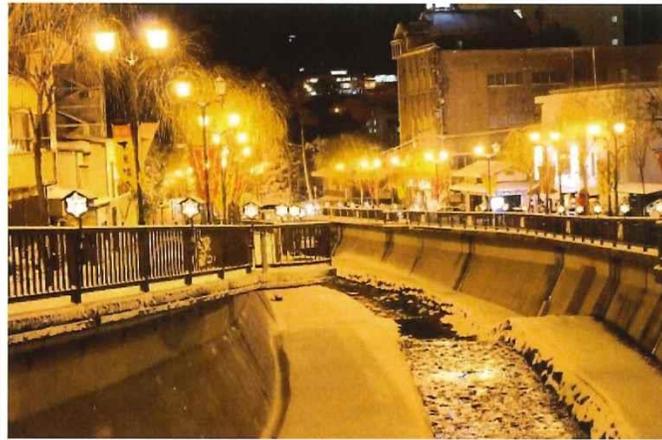


○地域資源の棚卸し・面的な展開 岐阜県下呂市

- 1000年以上の歴史を有する下呂温泉街には、旅館・飲食店・歴史文化施設などが集積。温泉街の街歩きを楽しめるよう、歩行空間の整備を進め、近年は、マーケティング・プロモーションの効果もあり、スイーツ店舗の出店が相次いでいる。
- 下呂温泉街でライトアップや花火を実施するとともに、温泉街の外の合掌村や地歌舞伎などの地域資源を活かした体験コンテンツの造成など、**面(エリア)として魅力溢れるまちづくり**を推進中。



下呂温泉



歴史的な温泉街



オリジナルスイーツ



下呂温泉花火



枯山水庭園「龍紅窟」のライトアップ



合掌村「JIKABUKI NIGHT」体験プラン

○地域資源の棚卸し・面的な展開 三重県伊賀市

- ）伊賀上野城下町には、歴史的建造物が多数存在しているが、宿泊施設が少なく、通過型観光地となっていた。
- ）伊賀上野城を活用した**城泊**や**空き家となった歴史的建築物を活用した分散型ホテル**の取り組みなど、**歴史的な町並みでの暮らし**や、伊賀忍者や伝統工芸などの**地域資源を活用した観光コンテンツ**など、**城下町での滞在体験向上**に面的に取り組んでいる。



伊賀上野城での城泊



バーとして天守閣を活用



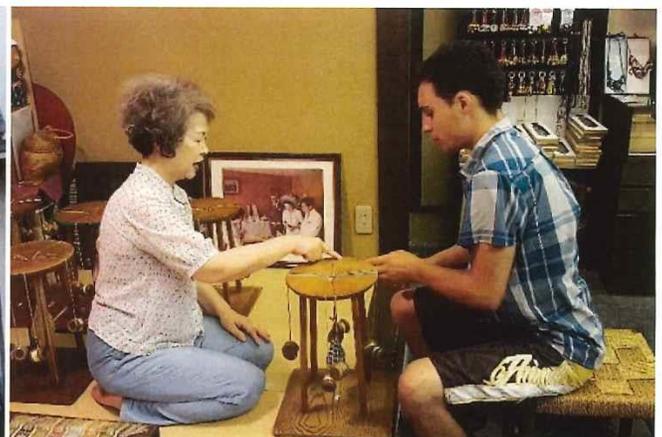
伊賀忍者体験



登録有形文化財を改修した「KANMURI」棟



伊賀牛を使用したすき焼き



伊賀くみひも体験

○高付加価値な観光地域づくりを目指して

①コンテンツ等

- ✓ 訴求力のある魅力的コンテンツの発掘・商品造成
- ✓ サステナビリティへの配慮、**地場産業の活用**

②宿泊施設

- ✓ インバウンドやバリアフリーへの対応

③担い手

- ✓ 観光産業を支える人材の確保、**地域における企業の新チャレンジ**
- ✓ DMOの機能強化

④販路開拓・プロモーション

- ✓ 適時適切な誘客につながる販路開拓や情報発信、**デジタルマーケティング**

⑤二次交通

- ✓ **交通空白の解消、地域公共交通の利便性向上**

⑥地域づくり

- ✓ オーバーツーリズムへの対応
- ✓ **美しい町並み（廃屋・空屋、架空線などの景観阻害要因の解消）**
- ✓ **SDGs、省エネへの配慮**
- ✓ **食やお土産の高付加価値化、地産地消化**

観光コンテンツ造成の留意点

○来訪の目的となる地域の観光コンテンツ

観光資源を磨き上げた観光コンテンツの効果

- 来訪の目的の創出
- 観光消費の場の提供
- より長期の滞在への誘因
- 異文化との交流拠点

観光コンテンツは『地域の顔』となる存在
観光コンテンツの満足度が観光地としての満足度に直結

新規顧客の獲得、滞在日数の長期化、リピーターの獲得、観光消費の向上等のいずれの観点からも、磨き上げられた観光コンテンツが重要

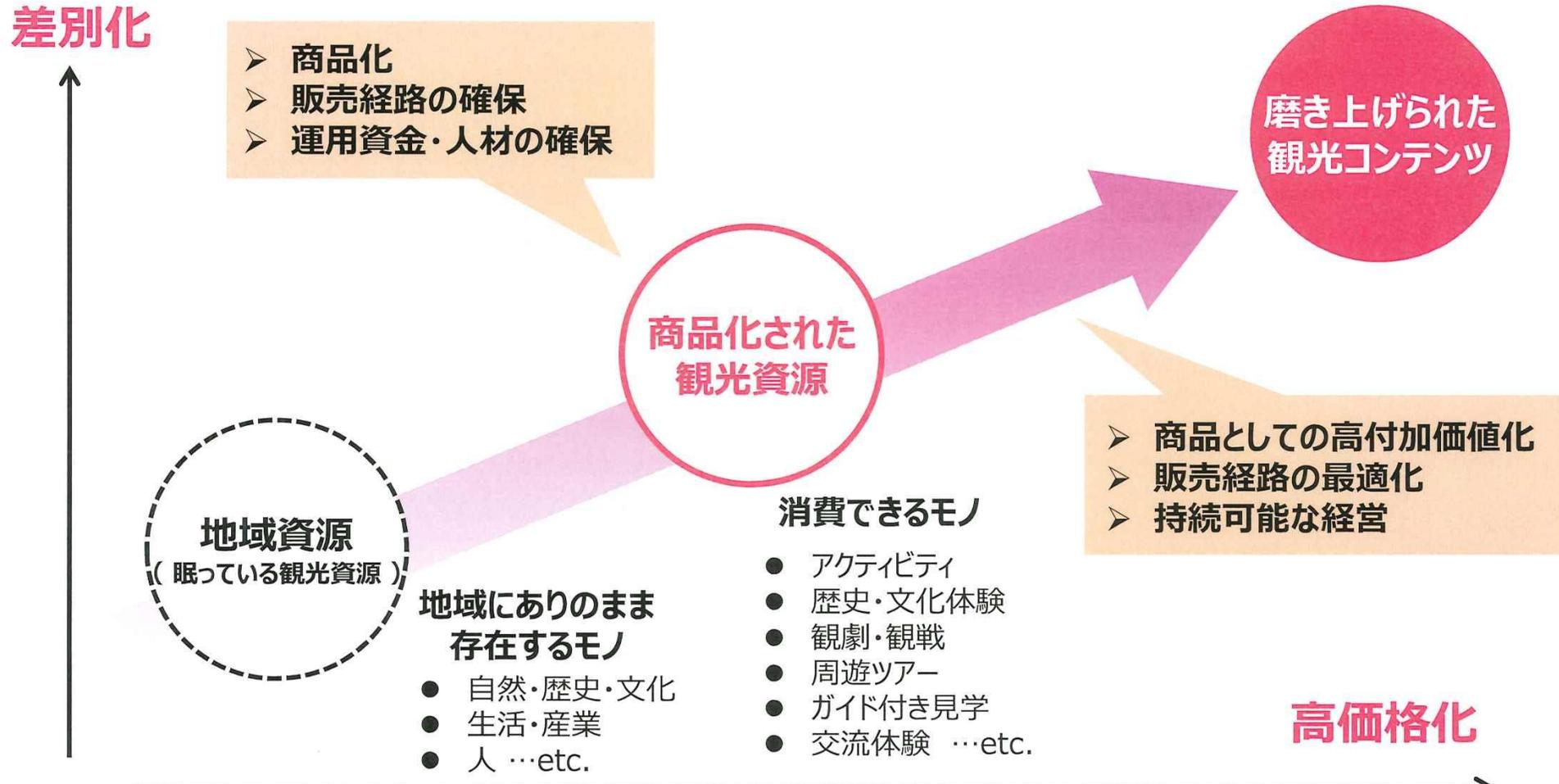
○観光資源 とは

- 日本全体や地域で育まれてきた歴史・自然・文化・産業等の中に眠っている地域素材が観光資源となり得る。
- 地方誘客のためには、これらの地域の観光資源を活用し、**インバウンドが求める地域のストーリーを体現する商品へと昇華すること**
(日本でしかできない体験の商品化) が重要



○地域消費へつながる観光コンテンツを造成するために

- ありのままの地域資源では、十分な消費に繋がらない。まずは観光資源としての商品化から始め、更にそこから高付加価値化などの磨き上げが進むことで、他の地域との差別化が図られ、消費単価の向上に繋がる。
- 観光庁では、まだ商品化されていない観光資源の発掘から、商品化されている観光資源の高付加価値化に向けた取組まで、観光コンテンツの磨き上げに関する支援を実施。



○インバウンドの消費傾向の変化

モノ
消費

- ✓ 商品の所有に価値。
- ✓ 価格に対して品質の高い日本製製品の希求・大量購入。



コト
消費

- ✓ 物理的なモノの所有から、モノがもたらす体験（コト）に軸足がシフト。
- ✓ 日本ならではの「ホンモノの体験」の希求。



- ✓ 現在では、「ホンモノ」を希求する消費スタンスがより強化。
- ✓ 時間や場所が限られる「非再現性」や、他者とともに体験を作り上げる「参加性」等も重視。
- ✓ 今後さらに特定の対象や世界観への『没入性』の高いコンテンツが希求されていくか。

○訪日旅行で地方エリアへの訪問意向が高まるコンテンツ

(各市場別の上位3項目)



花見や紅葉、雪景色

その土地ならではの飲食

その土地ならではの文化



温泉

その土地ならではの飲食

混雑がなくリラックスした時間が過ごせる



その土地ならではの飲食

その土地ならではの文化

花見や紅葉、雪景色



温泉

その土地ならではの飲食

花見や紅葉、雪景色



その土地ならではの文化

その土地ならではの飲食

花見や紅葉、雪景色



その土地ならではの文化

その土地ならではの飲食

花見や紅葉、雪景色



花見や紅葉、雪景色

その土地ならではの飲食

その土地ならではの文化

(出典)VJ重点市場基礎調査(2024年1月・JNTO)より観光庁作成

【調査概要】

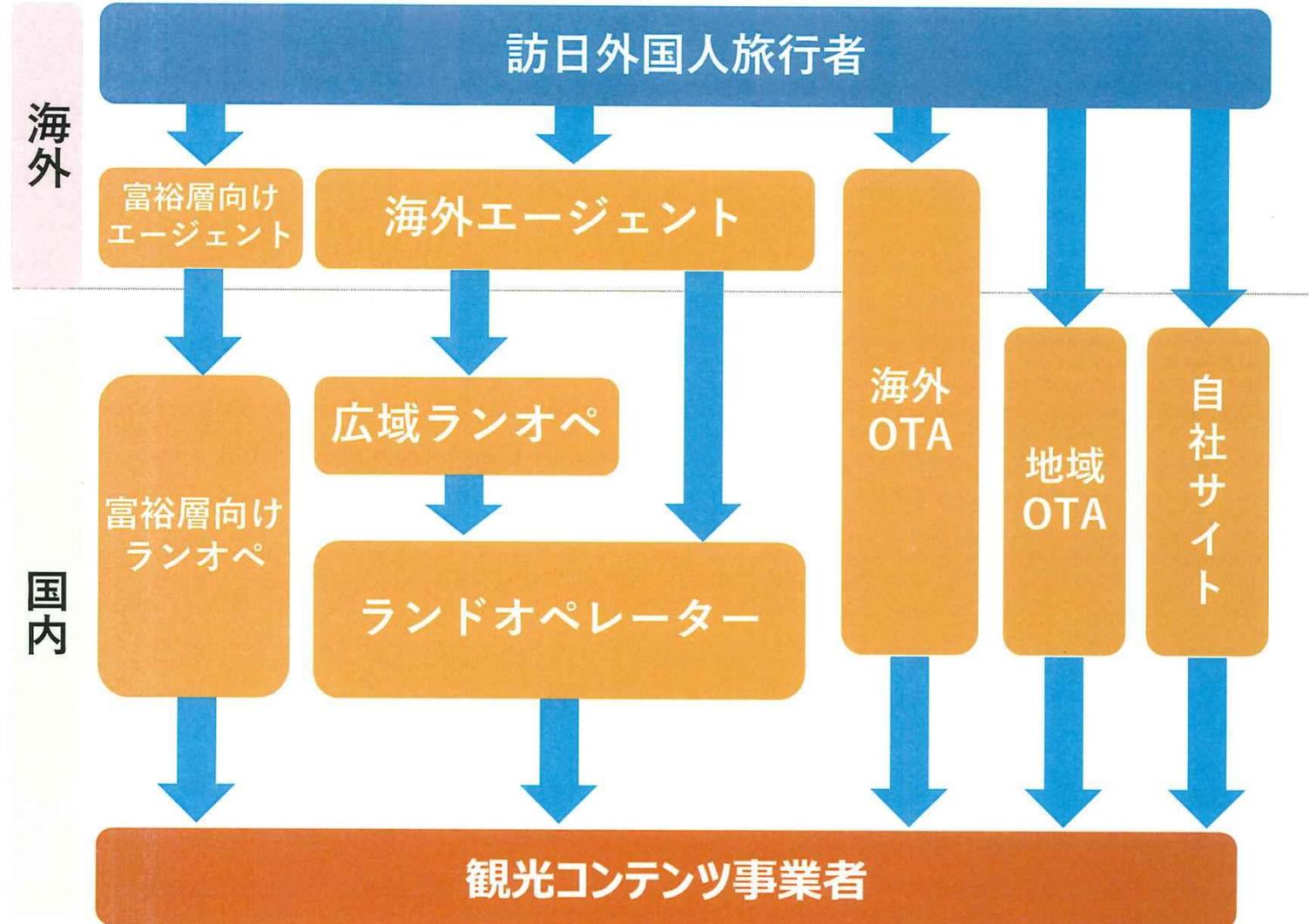
調査対象: 2017年～2023年調査時点における飛行機を利用したレジャー目的の国外旅行経験者

調査方法: オンラインでのアンケート調査(一部の国・地域を除く)

調査期間: 2023年1～3月

○観光コンテンツを販売する際の商流(イメージ図)

- 観光コンテンツの販売経路は、大きく①自社サイトでの販売、②OTAを経由した販売、③旅行会社等のエージェントを経由した販売の3つの方法がある。



観光コンテンツ造成の留意点

○令和7年度 観光庁予算概算要求主要事項

○ 観光は我が国の成長戦略の柱であり、地域活性化の切り札。持続可能なあり方で全国あまねくその効果を広めるべく「持続可能な観光地域づくり」「地方を中心としたインバウンド誘客」「国内交流拡大」に戦略的に取り組む。

一般財源（概算要求額150億円（前年度100億円））

1. 持続可能な観光地域づくり

○混雑緩和・マナー違反の防止等による
オーバーツーリズムの未然防止・抑制 等



マナー啓発、パークアンドライド

2. 地方を中心としたインバウンド誘客

○万博を契機とした戦略的な訪日
プロモーション



ウェブサイト・SNS等による情報発信

3. 国内交流拡大

○観光地・観光産業における
ユニバーサルツーリズムの創出



ユニバーサルツーリズムのモデルツアー

旅客税財源（概算要求額470億円（前年度440億円））※以下は令和6年度事業の例示

1. ストレスフリーで快適に旅行 できる環境の整備

○最先端技術を活用した革新的な出入国
審査等の実現等



入管・税関手続における共同キオスクの導入

2. 我が国の多様な魅力に関する 情報の入手の容易化

○戦略的な訪日プロモーションの実施



SNS等を活用したきめ細やかなプロモーション

3. 文化、自然等を活用した観光資源の 整備等による体験帯在の満足度向上



国立公園の環境整備

○観光庁 令和6年度補正予算関係 概要 計543億円

地方誘客促進によるインバウンド拡大 (80億円)

地域の観光資源を活用し、
より高単価な特別体験商品を造成



世界遺産・非公開エリア
でのプレミアム料理体験



国際スポーツ大会での
選手との交流や特別観覧

観光コンテンツの開発、
適切な販路開拓、情報発信等を総合的に支援



伝統工芸や生業の活用



冬の星空観測

能登半島地震の観光再生支援 (5億円)

専門家の派遣により、計画策定、
コンテンツ造成、プロモーション等を支援

観光地・観光産業の再生・高付加価値化 (300億円)

面的な宿泊施設の改修、廃屋撤去等を支援



宿泊施設の大規模改修

オーバーツーリズム対策等の受入環境整備 (158億円)

オーバーツーリズムの未然防止・抑制を推進



受入環境の整備・増強



マナー違反行為の防止・抑制

ユニバーサルツーリズムを促進



宿泊施設のバリアフリー化

○地方創生プレミアムインバウンドツアー 集中展開事業

事業目的・背景・課題

- 2024年の訪日市場は為替の後押し等もあり、過去最高の3500万人・8兆円の達成も視野。他方、政府目標である2030年6000万人・15兆円の達成のためには未だ道半ばであり、**一人あたりの消費額も2万円以上の更なる積み増し**が必要である等、観光消費額の向上に向け、一層の取組強化が必要。特に我が国は観光コンテンツ等の娯楽サービス費支出が諸外国と比べて低い点が課題。
- このような状況を踏まえ、より効果的に観光消費を拡大し、地域へインバウンドの経済効果を波及させる観点から、自然、文化、食、スポーツ等の**我が国が誇る地域の観光資源を活用し、より高単価な特別体験商品（プレミアムインバウンドツアー）の造成**が急務。『日本でしか経験できない特別な体験』を提供するプレミアムツアーは消費額の向上だけでなく、当該コンテンツ単独でインバウンドの来日意欲を創出する効果も期待。このような地域への経済波及効果の高い観光コンテンツを集中的に造成し、地方創生に繋げる。

事業内容

高単価な特別体験『プレミアムインバウンドツアー』の造成

- より効果的に消費額拡大を図るために、消費意欲が旺盛なインバウンド客をターゲットに、我が国が誇る観光資源を生かした**高価格帯商品の造成を集中的に実施**。特に貴重な観光資源の特別開放、地域産品や伝統工芸品等のモノ消費と一体となった特別体験、高単価商品の造成による多角化促進等に注力。
- また、地域への経済波及効果の最大化を促進するため、**地域調達率の高いコンテンツ**造成を支援。

海外情報発信

- 造成したプレミアムツアーを活用した来日意欲の創出のため、訪日イベント等を実施。

事業スキーム

- 事業形態：間接補助事業（最低事業費1,500万円）
- 補助額：1,000万円（定額）＋250～3,500万円（補助率1/2）
例）総額1,500万円の場合 1,000万円（定額分）＋250万円（1/2補助分）
- 補助対象：国→民間事業者（事務局）→地方公共団体、DMO、民間事業者等

事業イメージ



○地域観光魅力向上事業

事業目的・背景・課題

- コロナ禍以降、三大都市圏への需要の偏在が深刻化。2024年は若干改善したが、**依然として地方誘客の状況はコロナ前水準に達しておらず、都道府県ごとにも需要の回復に差が生じている**状況。インバウンドの地域偏在を解消し、全国津々浦々に観光による経済効果を波及するためには、**地域の多様な観光資源を生かした観光コンテンツの造成**を更に進め、**来訪目的の創出**が必要。
- また、**個人手配化・オンライン手配化への急激な転換**といったコロナ後の状況を踏まえ、観光コンテンツの造成だけでなく、**適切な販路開拓や情報発信も含めた総合的な支援**が必要。これらの支援を通じて、**地方誘客を行う上で来訪の目的の創出を担う重要産業である地域の観光コンテンツ産業の裾野の拡大や活性化に寄与**。

事業内容

- 将来に亘って持続的に地方誘客が促進されるよう、まだ観光に未活用な地域資源の活用など、**地域資源を活用した収益性が高く独自性・新規性のある観光コンテンツの開発から、適切な販路開拓や情報発信の総合的な支援**を行い、中長期に亘って販売可能なビジネスモデルづくりの支援を全国各地で実施。

<支援内容>

- ・ 観光分野の専門家によるアドバイス等を通じた観光コンテンツの磨き上げや商品化の支援
- ・ 観光コンテンツの販路開拓のための商談会の開催やOTA掲載等の支援、SNSによる情報発信等の支援

事業スキーム

- ・ 事業形態：間接補助事業 400万円まで定額、400万円を超える部分については補助率1/2（補助上限：1,250万円、最低事業費：600万円）
- ・ 補助対象：国→民間事業者（事務局）→地方公共団体、DMO、民間事業者等

事業イメージ



○地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり

事業目的・背景・課題

- 国内外の観光需要が堅調に回復する中で、一部の地域や時間帯等によっては、観光客の過度な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も生じている状況であり、適切な対処が必要。
- 観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を両立しつつ、持続可能な観光地域づくりを実現するには、地域自身があるべき姿を描き、実情に応じた具体策を講じることが有効であり、こうした取組を総合的に支援する。

事業内容

各地域が現在抱えている／今後抱えうるオーバーツーリズムに関する課題について、その未然防止・抑制に向けた様々な取組※を総合的に支援する。

<類型>

- ① **地域一体型**：地方公共団体／DMOが中心となり、地域の観光関係者や住民の参画を得つつ実施する取組を支援。
- ② **実証・個別型**：地方公共団体／DMO／民間事業者等が主体となった取組を支援。（民間事業者等が主体となる場合、地方公共団体との連携が必須）

※(a) 地域における受入環境の整備・増強、(b) 需要の適切な管理、(c) 需要の分散・平準化、(d) マナー違反行為の防止・抑制、(e) 地域住民と協働した観光振興に係る取組（いずれも調査・実証事業を含む。）を対象とする。

事業スキーム

- ・ 事業形態：①、②ともに間接補助事業
- ・ 補助対象：国→民間事業者（事務局）

→①地方公共団体、DMO

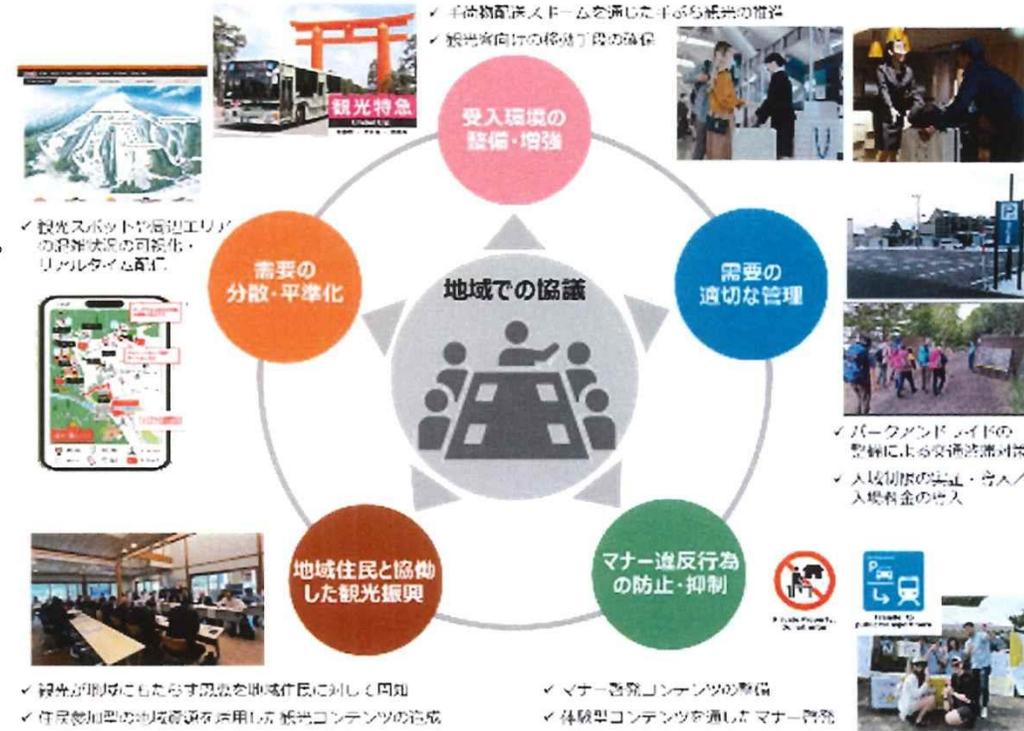
補助率等：1地域あたり400万円まで定額、補助率2/3（※）、1/2、上限額：8,000万円

※申請主体が持続可能な観光に取り組む地域である場合（日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）ロゴマークを取得済又は取得予定）

→②地方公共団体、DMO、民間事業者等

補助率等：1/2、上限額：5,000万円

事業イメージ



○オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業

事業目的・背景・課題

宿泊業ではインバウンドをはじめとする観光需要の急速な回復に伴い人手不足が顕著となっている。今後更なる増加が見込まれる観光需要を着実に取り込み、地方への旅行者数・旅行消費額等の増加といったインバウンドによる経済効果を最大限にするためにも、受け皿となる宿泊業の人手不足の解消が急務。

人手不足の解消に向け、採用活動等の足下の対策、機械化・DX化推進のための設備投資支援等の短期的な対策、外国人材の活用等の中長期的な対策など、あらゆるフェーズの人手不足対策を総合的に実施。

事業内容

①人材確保の促進

大型の合同企業説明会等における宿泊業の魅力発信イベントの実施等、事業者の採用活動を全面的に促進

②人材活用の高度化に向けた設備投資支援

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、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、予約等管理システム（PMS）等の設備投資を支援

③外国人材の確保

特定技能試験の受験者を増やすためのジョブフェア等のPR活動、試験合格者の雇用のためのマッチングイベントの実施、観光地における外国語対応人材の確保等

事業スキーム

- ・事業形態：①③直轄事業 ②間接補助事業（補助上限500万円、補助率1/2）
- ・補助対象・請負先：①③民間事業者 ②国→民間事業者（事務局）→宿泊事業者

事業イメージ

○設備投資支援



スマートチェックイン・アウト



配膳ロボット



チャットボット

○外国人材の確保



特定技能外国人材
（宿泊業）

○観光地・観光産業における人材不足対策事業

事業目的・背景・課題

- 人口減少が進む中で、国内における新たな交流市場を開拓する取組が求められているところ、今後増加が見込まれる高齢者等の旅行需要を喚起するため、そのニーズを的確に把握し、ユニバーサルツーリズム（誰もが気兼ねなく参加できる旅行）の普及・定着を目指すことが期待されている。
- このため、観光施設や宿泊施設のバリアフリー化を一層推進してユニバーサルツーリズムを促進することにより、国内における新たな交流市場を開拓するとともに、観光地・観光産業の収益性の向上を図る必要がある。

事業内容

- 高齢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を支援する。

事業イメージ

- ✓段差を解消して高齢者等が移動しやすくするために客室を改修する。



- ✓身体が不自由な方のために腰をかけられるように浴室を改修する。



事業スキーム

- ・事業形態：間接補助事業（補助率1/2 補助上限1,500万円）
- ・補助対象：国→民間事業者（事務局）→民間事業者

○地方誘客促進に向けたインバウンド安全・安心対策推進事業

事業目的・背景・課題

- 災害が激甚化・頻発化する中、訪日客が旅行中に災害に遭うケースも想定されるとともに、訪日客が増加する中、旅行中に医療機関を受診するケースも増加することが想定される。
- 更なる地方誘客促進に向けて、訪日外国人旅行者が日本各地を安全・安心に訪れることができる旅行環境整備が必要であり、地域における観光客を含めた危機管理体制の検討・構築、多言語での正確な情報発信、観光施設等における非常時対応機能強化、医療機関におけるキャッシュレス決済等の整備等を推進する。



事業内容

- ①地域における観光危機管理計画の策定補助
 - ・各地域における訪日外国人旅行者を含めた観光客に対する災害時の対応方針等の計画策定を支援。
- ②観光施設等の避難所機能・多言語対応機能の強化
 - ・訪日外国人旅行者の一次的な安全・安心確保のため、観光施設等における非常用電源装置や多言語対応AED等の整備、多言語機能の強化等の環境整備を支援。
- ③医療機関の訪日外国人患者受入機能の強化
 - ・訪日外国人旅行者が医療機関を受診する場合の利便性向上に向けて、キャッシュレス決済の導入、医療機関内の多言語化等の環境整備を支援。

事業イメージ



観光危機管理計画の策定支援



多言語対応AED等



非常用電源装置の整備



災害用トイレの整備



キャッシュレス決済環境の整備

事業スキーム

- ・事業形態①：直接補助事業（補助率 1 / 2、上限500万円） 補助対象：地方公共団体
- ・事業形態②：直接補助事業（補助率 1 / 2） 補助対象：民間事業者、地方公共団体、DMO等
- ・事業形態③：直接補助事業（補助率 1 / 2） 補助対象：民間事業者等

○観光産業再生促進事業

事業目的・背景・課題

- 観光産業の中核である宿泊業は、これまで地域における観光需要の受け皿としての役割を果たしてきたところであるが、コロナ禍で増加した債務の返済に行き詰まることで、本来その宿泊施設が有する魅力を十分に発揮することができず、今後、倒産・廃業に至る宿泊事業者が増加するおそれがある。
- この点、現在でも公的な支援制度があるが、宿泊業の運営面に関する専門的なサポートは限られており、また、宿泊業に特化した事業再生のモデルも十分に整備・共有されていない。
- そこで、債務を抱えつつも再生能力があると見込まれる宿泊事業者に対し、他の公的な支援制度とも連携し、宿泊業の再生ノウハウを集約したガイドラインを作成し、これを広く共有していくことで、宿泊事業者の再生機会の拡大を図ることが必要である。

事業内容・事業イメージ

①宿泊業の再生モデル事例の創出及びガイドラインの策定・周知

・中小企業活性化協議会等の公的な支援制度と連携し、経営状況が悪化しているものの事業再生の見込みのある宿泊事業者を選定し、宿泊業に精通したコンサル事業者の派遣・アドバイスの下、宿泊業に特化した事業再生の**アクションプラン**（原価計算に基づくサービス水準の決定、従業員の活用方法等）**を策定**。

・再生モデル事例より得られたノウハウを収集の上、**ガイドラインを策定**し、幅広く宿泊事業者や金融機関等の関係者に共有。

事業スキーム

- ・事業形態：①直轄事業 ②間接補助事業（上限700万円、補助率2/3）
- ・補助対象・請負先：①民間事業者 ②国→民間事業者（事務局）→宿泊事業者

②再生に必要なシステム、備品及び設備の改善

・①のアクションプランと連動した、選定された宿泊事業者が再生を図る上で必要となる**システム、備品及び設備の改善費用を支援**。

（例）軒先の補修、客室・ロビーの改善、PMSの導入 等



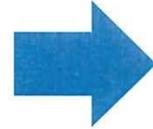
○宿泊施設サステナビリティ強化支援事業

事業目的・背景・課題

- 訪日外国人旅行者を中心にサステナブルな旅行や宿泊施設の選択意向が年々高まっており、世界の旅行者が我が国を旅行先として選択しなくなることを防ぐためにも、宿泊施設のサステナビリティ強化が必要。
- このため、訪日外国人旅行者の受け入れに向けて、旅館・ホテル等の宿泊施設が実施する、サステナビリティの向上に関する取組を支援する。

事業内容・事業イメージ

宿泊施設における省エネ型ボイラー、太陽光発電、省エネ型空調等の省エネ設備等の導入支援を行う。



省エネ型ボイラー



太陽光発電



省エネ型空調

事業スキーム

- ・事業形態：間接補助事業（補助上限1,000万円、補助率1/2）
- ・補助対象：国→民間事業者（事務局）→宿泊事業者

○能登半島地震からの復興に向けた観光再生支援事業

事業目的・背景・課題

- 今般の地震で被害を受けた観光地全体の復興のためには、施設の復旧・事業継続等の措置に加え、観光施設・宿泊施設等が一体となった観光地の復旧・復興計画等の策定・地域の魅力向上のための取組が必要。
- 今回の災害からの復旧に当たって、自治体、関係団体や個別事業者が一体となった復旧・復興計画の作成、復旧後の誘客促進を図るためのコンテンツ造成等を支援する。

※被災者の生活と生業（なりわい）支援のためのパッケージ 令和6年1月25日（抜粋）

能登地域の朝市等の観光拠点・観光資源の再生に向けて、観光地の復旧計画の策定・実行支援やまちづくり支援、復旧後の誘客促進を図るためのコンテンツ造成を支援する。

事業内容

- 被災観光地の再生を目的とした次の取組を支援。

- ①マーケティング実施、復旧・復興計画策定
- ②誘客コンテンツの造成

- ③情報発信、プロモーション
- ④宿泊施設の収益力向上支援
- ⑤専門家派遣

事業イメージ

①マーケティング実施、復旧・復興計画策定

データに基づき、旅行者に対し訴求力のある取組を実施するための調査や復旧・復興方針等を定めた計画策定を支援。



マーケティング調査

②誘客コンテンツの造成

復旧後に誘客を促進するための地域独自の観光資源を活用したコンテンツの造成を支援。



コンテンツ造成

③情報発信、プロモーション

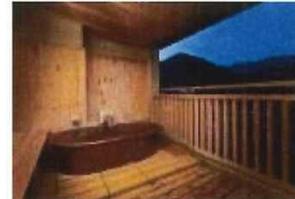
WEB・SNS等を活用したエリア内のコンテンツの魅力等に関する効果的な情報発信を支援。



webを活用した魅力発信

④宿泊施設の収益力向上支援

食やスポーツと連携するなど地域が目指す計画に基づき、個別の施設が検討する改修プラン等の作成を支援。



高付加価値な改修プランの作成

⑤専門家派遣

事業スキーム

・事業形態：直轄事業

・請負先：民間事業者

○地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

事業目的・背景・課題

○観光地は近年、観光地全体の活力低下（入込客数の減少、収益の低下、投資の停滞による施設の陳腐化や廃屋等の放置）といった課題があり、ポストコロナの観光業の力強い成長のため、地域経済に裨益する宿泊施設を核とした観光地再生・高付加価値化に向けた取組を強力に後押しすることで、地域全体の魅力と収益力の向上を図り、持続可能な観光地域づくりを推進する。

事業内容

○宿泊施設を核とした地域一体となった観光地の面的な再生・高付加価値化を図る。具体的な補助対象事業は以下のとおり。

- ①宿泊施設の高付加価値化（補助率1/2,2/3）
- ②観光施設の改修等（補助率1/2）
- ③廃屋撤去（補助率1/2）
- ④面的DX化（補助率1/2）

事業スキーム

- ・事業形態：間接補助事業
- ・補助対象：国→民間事業者（事務局）→民間事業者、都道府県、市町村、DMO等

事業イメージ

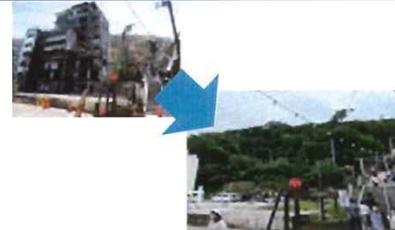
①宿泊施設の高付加価値化



②観光施設の改修等



③廃屋撤去



④面的DX化



総括

○地方創生プレミアムインバウンドツアー 集中展開事業

補助額:1,000万円(定額)+250万円~3,500万円(補助率 2分の1)

※最低補助額 1,500万円(1,000万円(定額・国費) + 250万円(1/2 国費)+ **250万円(自己負担)**)

補助対象:国 ⇒ 民間事業者(事務局) ⇒ 地方公共団体、DMO、民間事業者等

★プレミアムなコンテンツがあるならぜひチャレンジを！ ⇒ 即 販売できるような形であるかどうか

○地域観光魅力向上事業

補助額:400万円(定額)+400万円を超える部分について補助率 2分の1

※最低補助額 600万円(400万円(定額・国費) + 100万円(1/2 国費)+ **100万円(自己負担)**)

上限補助額 1,250万円

補助対象:国 ⇒ 民間事業者(事務局) ⇒ 地方公共団体、DMO、民間事業者等

★1次募集(3月3日~4月18日 予定) ※2次も検討中

★手軽に参加しやすい事業です！

◇ 課題 ◇

★ コンテンツを作ることにはコロナ後、事業を通じてすすめてきたが、なかなか世には出てこない…



絵にかいた餅で終わらせない ⇒ 販売の実現可能性の高いコンテンツをつくる ⇒ 即戦力をもつコンテンツ



★ 即戦力をもつコンテンツを提案 ⇒ 販路の確保、商品販売へ ⇒ 実績をつくりたい！！

ぜひ、事業にチャレンジして、
誘客拡大へ！！

ご清聴 ありがとうございます