

ポストコロナの観光政策

令和3年9月13日

一橋大学非常勤講師

富士通(株)シニアアドバイザー

飯嶋 康弘

目次

1. 日本の観光の現況
2. 新型コロナウイルス感染症の影響と対策
3. コロナ禍での観光のトレンド
4. 今後の取り組みの方向性
5. 中長期的な社会・経済の変化

観光立国の意義

成長戦略の柱

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

地域の発展の鍵

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

国際社会での日本のパワー

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

自らの文化・地域への誇り

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

気候

自然

食

文化

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

「新・観光立国論」デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社代表取締役社長）

「気候」 南北に長い国土、明確な四季



「自然」 広大な海、山岳、豊富な動植物

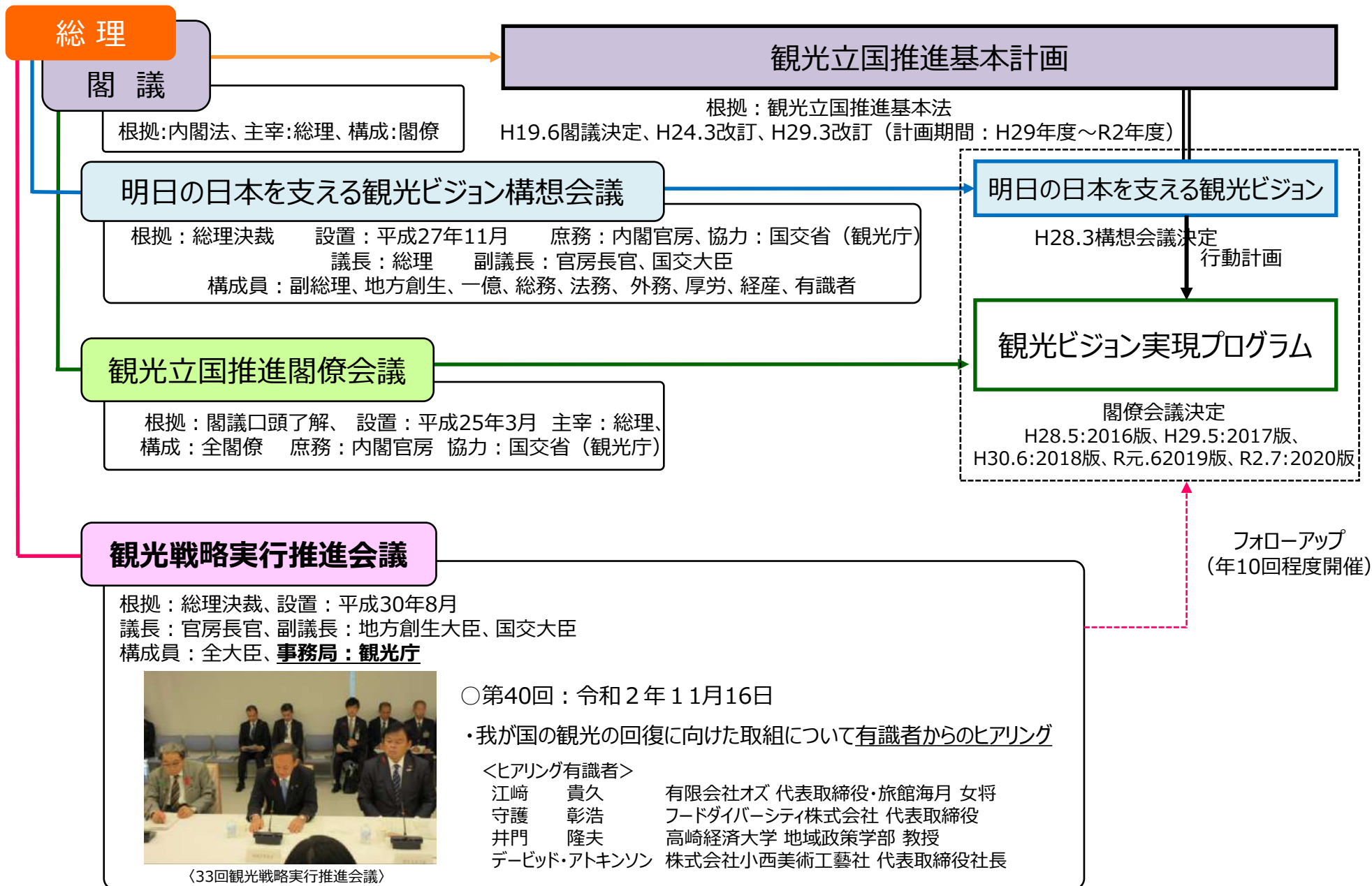


「食」 世界文化遺産の「和食」、質の高い洋食



「文化」 和の伝統文化、現代文化





これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- **「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放**
 - ・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放
- **「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ**
 - ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- **「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ**
 - ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- **おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ**
 - ・2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- **古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ**
 - ・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、民泊ルールの整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援
- **あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現**
 - ・欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
 - ・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
 - ・首都圏におけるビジネスビジットの受入環境改善
- **疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化**
 - ・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
 - ・観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

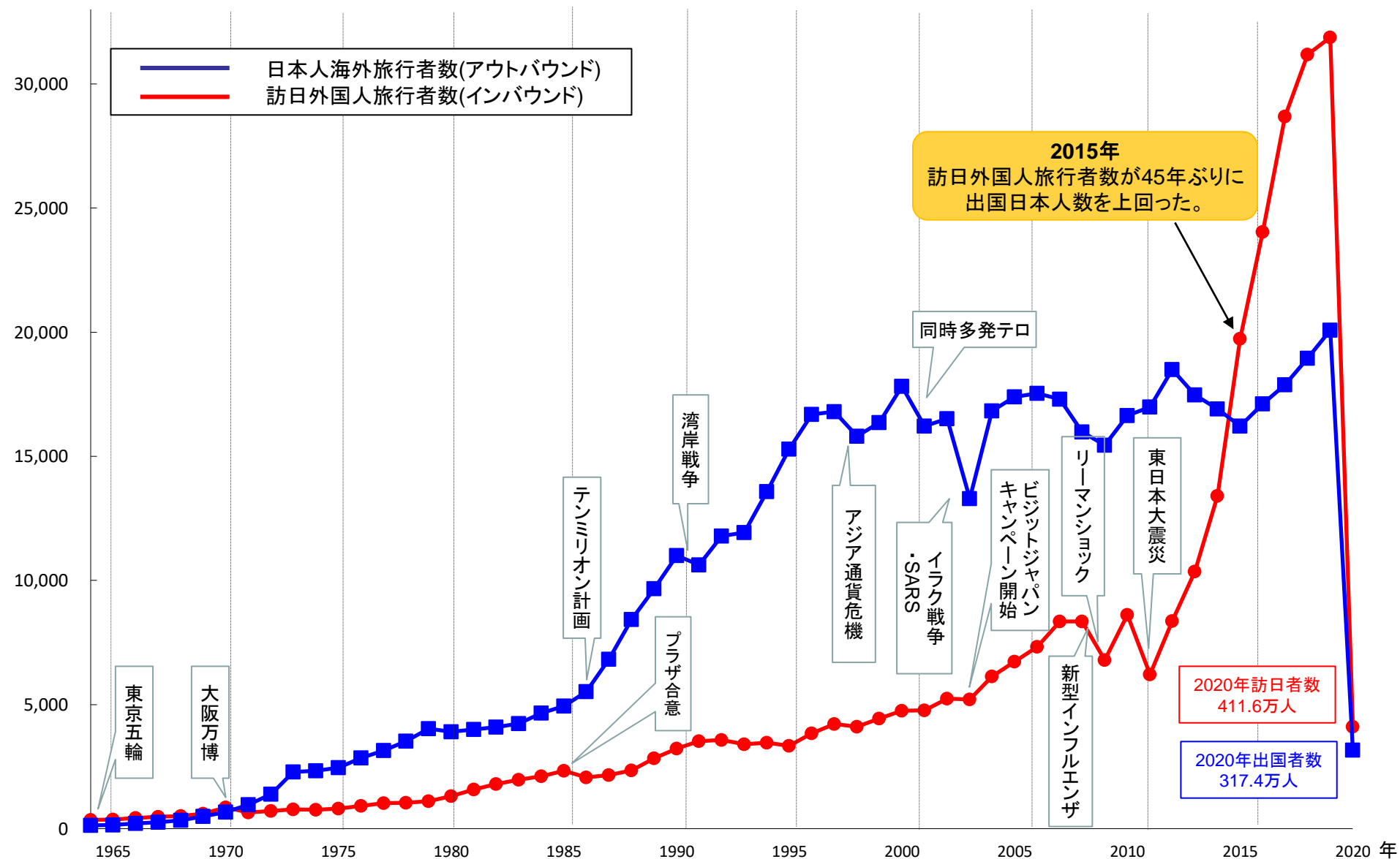
視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- **ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現**
 - ・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
 - ・ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現
 - ・キャッシュレス観光を実現
- **「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現**
 - ・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化
 - ・新幹線開業やコンセッション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現
- **「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現**
 - ・2020年までに年次有給休暇取得率70%へ向上
 - ・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移(1964年～2020年)

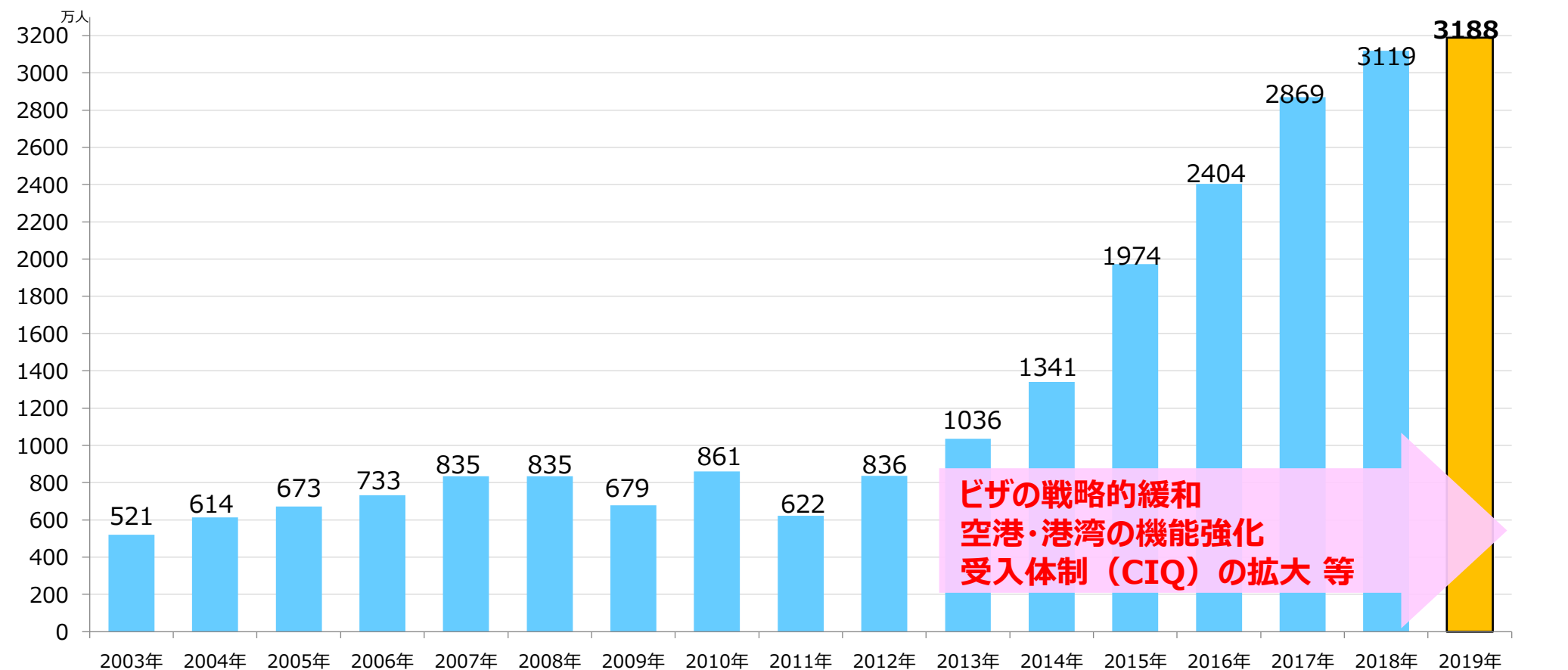
千人



出典: 日本政府観光局(JNTO)

- 2012年の政権交代以降、2019年まで訪日外国人旅行者数は増加を続け、同年は過去最高の3,188.2万人に達した。

訪日外国人旅行者数の推移



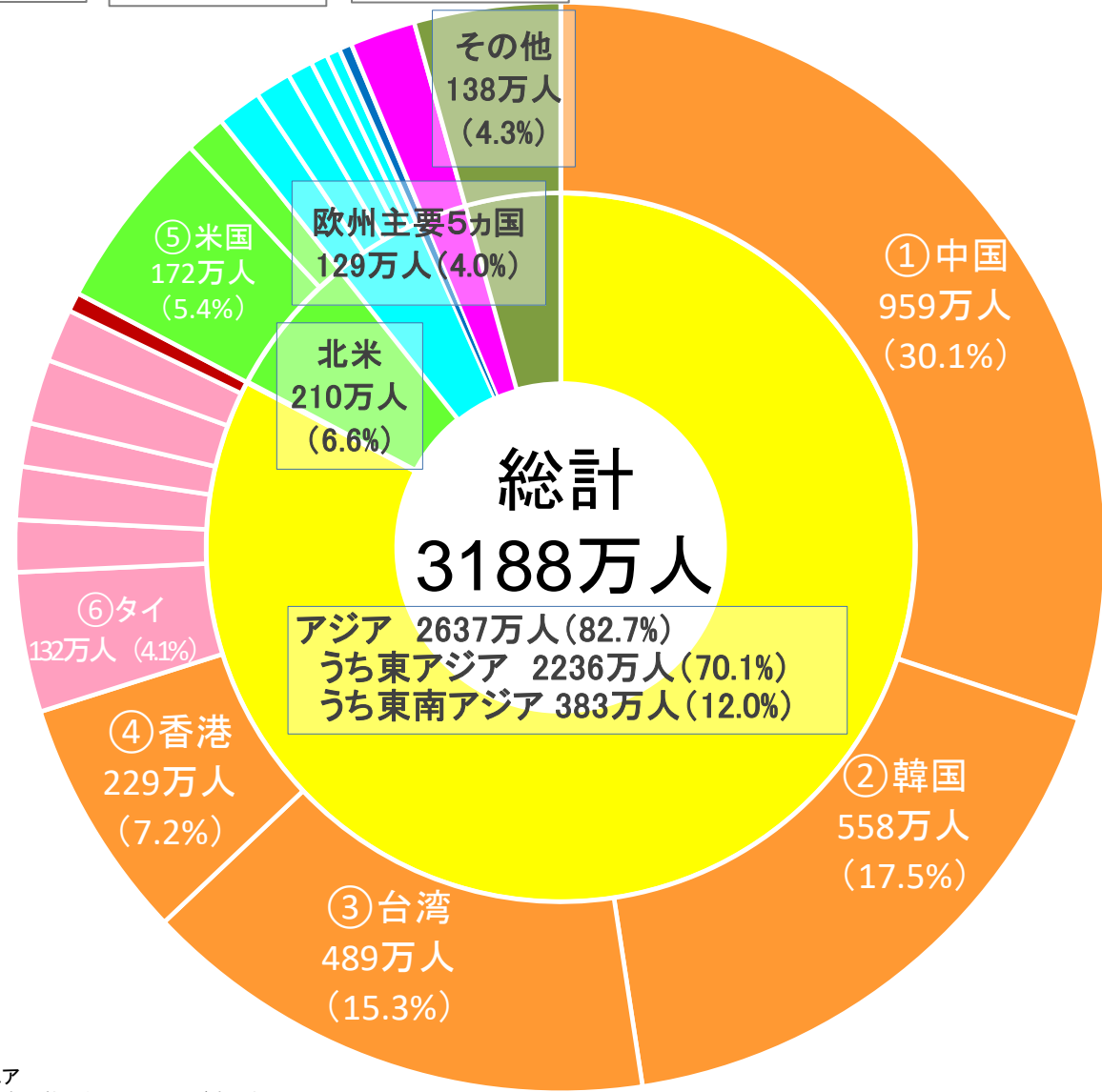
出典：日本政府観光局 (JNTO)

訪日外国人旅行者数及び割合 [国・地域別] (2019年)

【確定値】

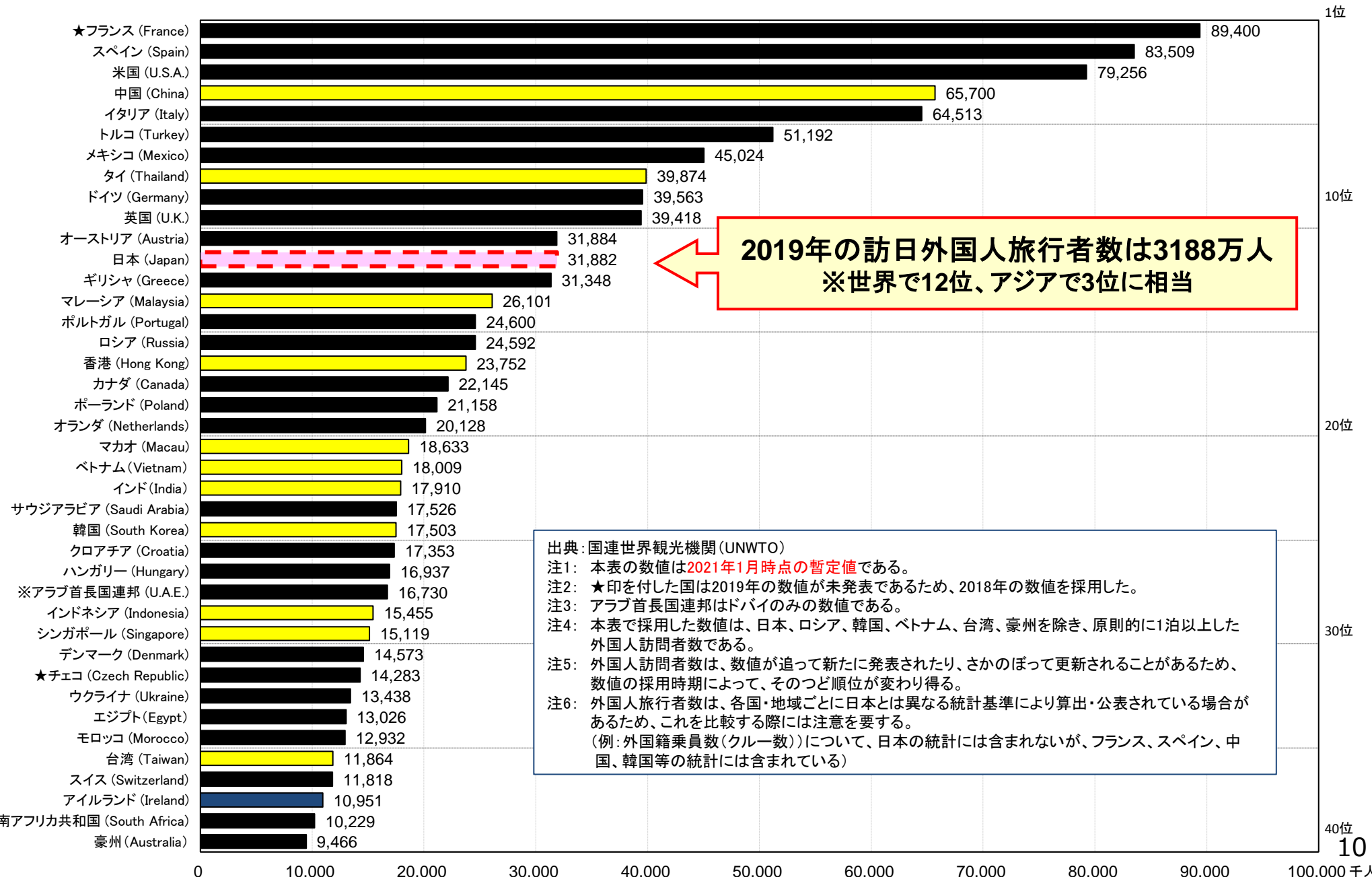
| | |
|--------|-------------|
| イタリア | 16万人… |
| ドイツ | 24万人… |
| フランス | 34万人… |
| 英国 | 42万人 (1.3%) |
| カナダ | 38万人 (1.2%) |
| インド | 18万人 (0.6%) |
| ベトナム | 50万人 (1.6%) |
| フィリピン | 61万人 (1.9%) |
| インドネシア | 41万人 (1.3%) |
| マレーシア | 50万人 (1.6%) |
| シンガポール | 49万人 (1.5%) |

| | |
|------|-------|
| スペイン | 13万人… |
| ロシア | 12万人… |
| 豪州 | 62万人… |



※ ()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。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

外国人旅行者受入数の国際比較(2019年)

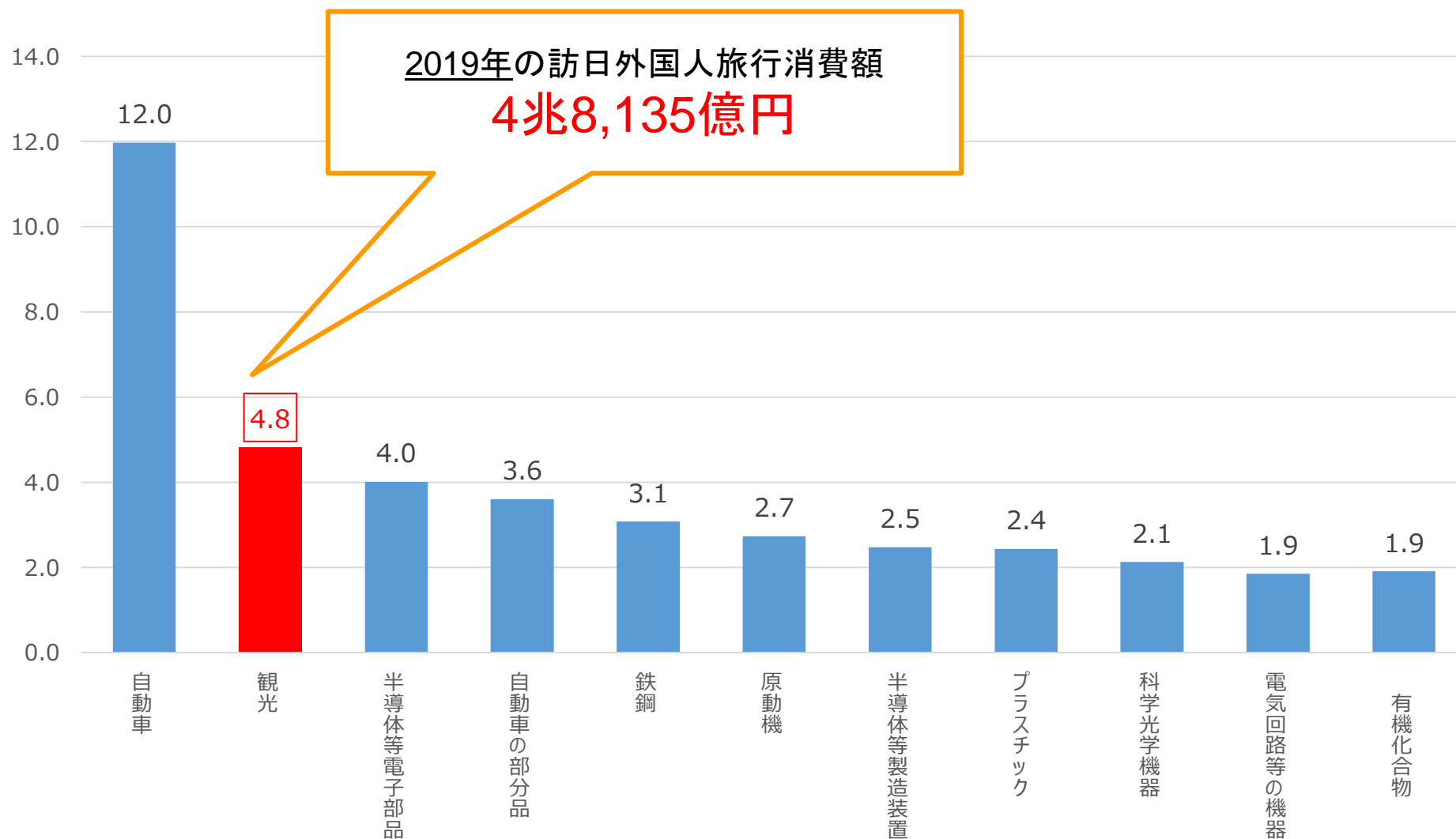


2019年の訪日外国人旅行者数は3188万人
※世界で12位、アジアで3位に相当

出典：国連世界観光機関 (UNWTO)
 注1：本表の数値は2021年1月時点の暫定値である。
 注2：★印を付した国は2019年の数値が未発表であるため、2018年の数値を採用した。
 注3：アラブ首長国連邦はドバイのみの数値である。
 注4：本表で採用した数値は、日本、ロシア、韓国、ベトナム、台湾、豪州を除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。
 注5：外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼ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6：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。
 (例：外国籍乗員数(クルー数))について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている)

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較

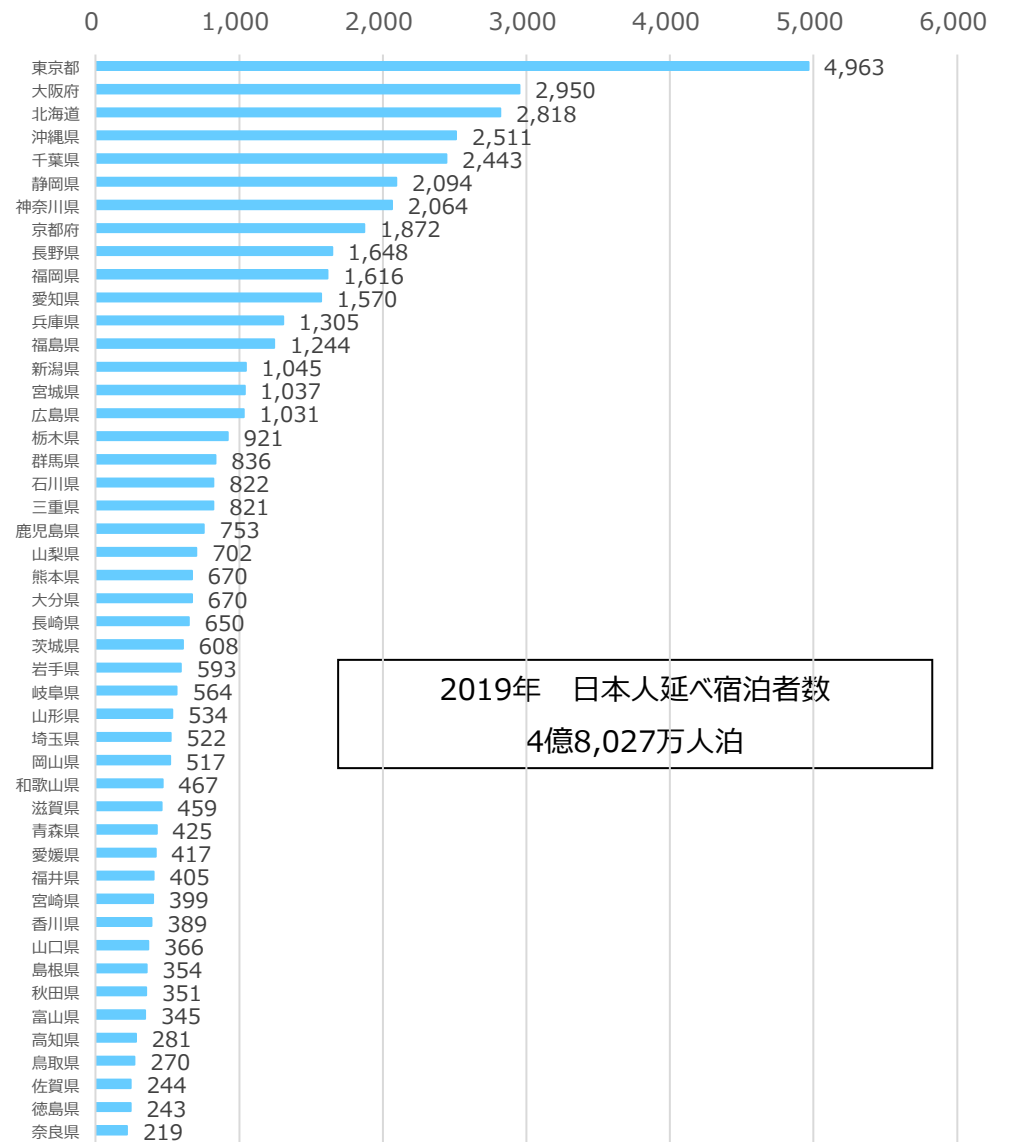
単位：兆円



都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数（2019年）

日本人延べ宿泊者数

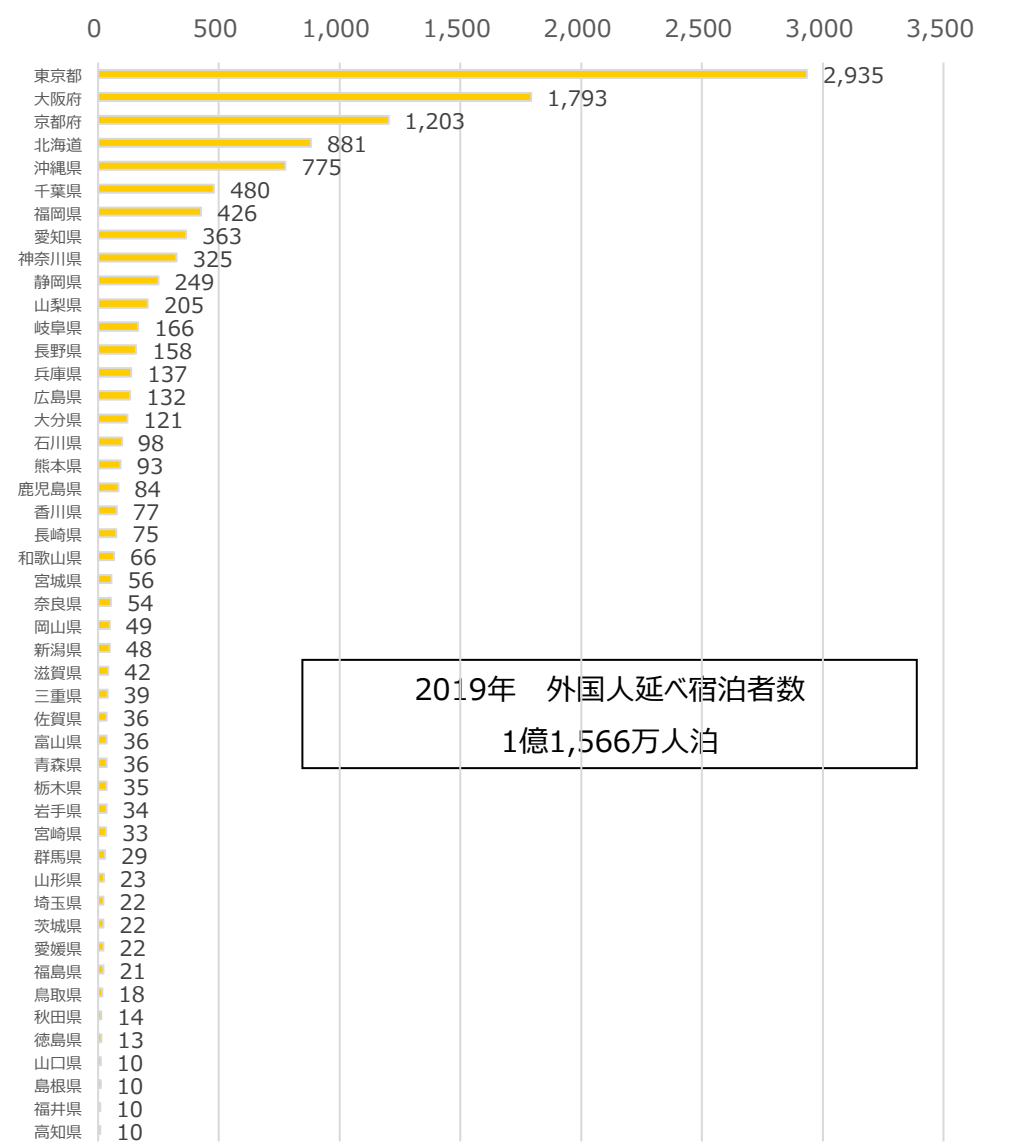
(単位：万人泊)



2019年 日本人延べ宿泊者数
4億8,027万人泊

外国人延べ宿泊者数

(単位：万人泊)



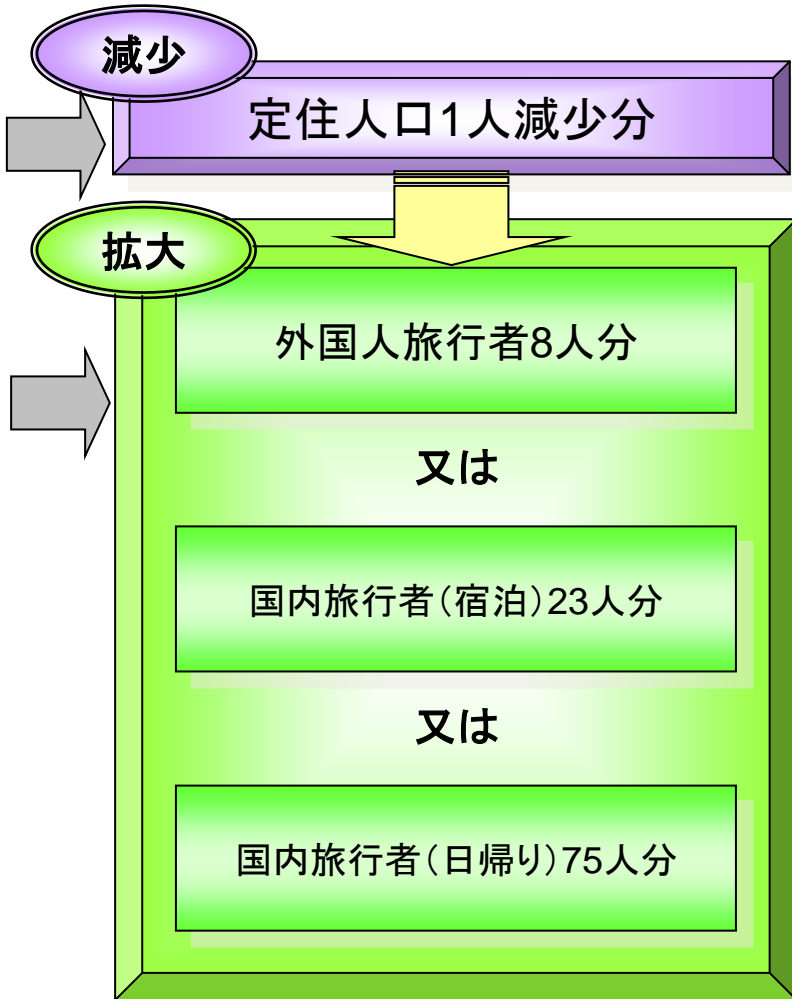
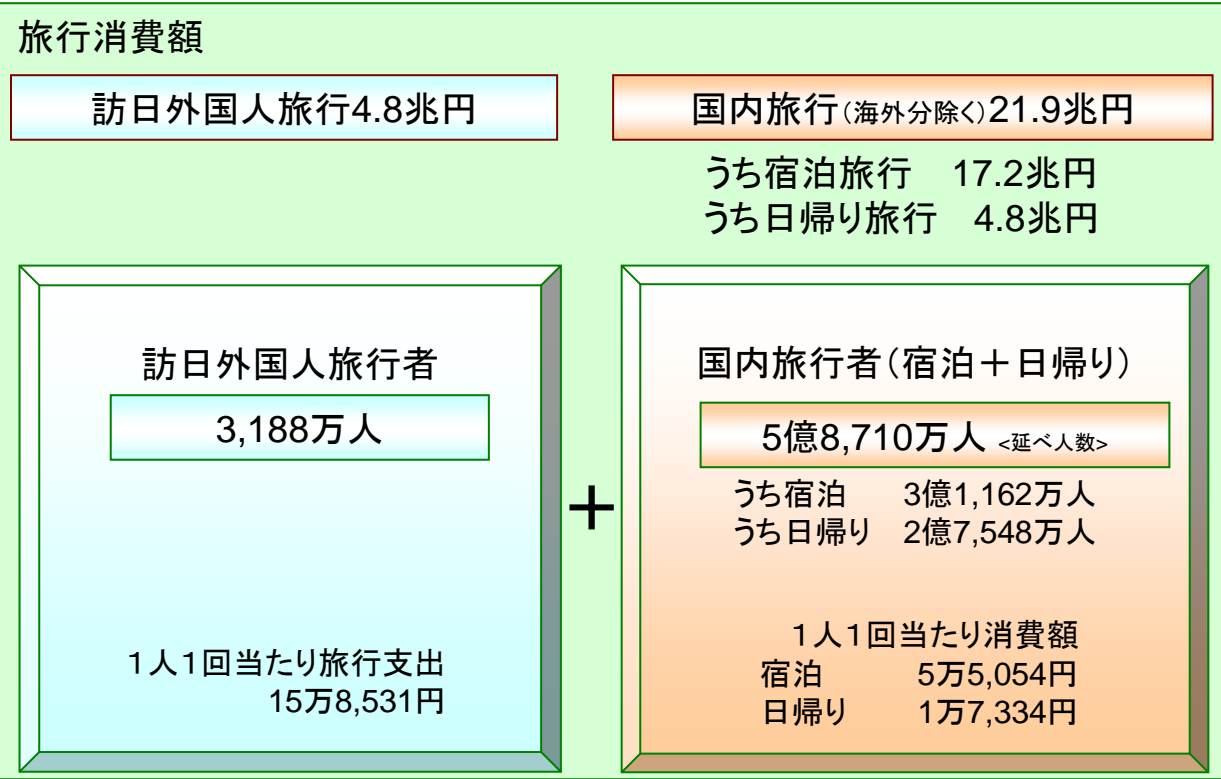
2019年 外国人延べ宿泊者数
1億1,566万人泊

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

観光交流人口増大の経済効果(2019年)

○定住人口1人当たりの年間消費額(130万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分にあたる。

定住人口=1億2,617万人
1人当たり年間消費額=130万円



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

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大など、大胆な「改革」を断行。

- ・ 訪日外国人旅行者数は、約3.8倍増の3,188万人に
- ・ 訪日外国人旅行消費額は、約4.4倍増の4.8兆円に

| | |
|---------|-------------|
| (2012年) | (2019年) |
| 836万人 | ⇒ 3,188万人 |
| 1兆846億円 | ⇒ 4兆8,135億円 |

観光ビジョンで掲げた目標の達成に向けては施策の一層の推進が不可欠

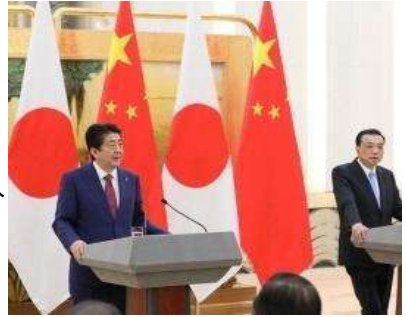
| 項目 | 2012年 | 2019年 | 2020年 | 2030年 |
|----------------|----------------------|------------------------|---|--|
| 訪日外国人旅行者数 | 2012年: <u>836万人</u> | 2019年: <u>3,188万人</u> | 2020年: <u>4,000万人</u> (2015年の約2倍)※ | 2030年: <u>6,000万人</u> (2015年の約3倍)※ |
| 訪日外国人旅行消費額 | 2012年: <u>1.1兆円</u> | 2019年: <u>4.8兆円</u> | 2020年: <u>8兆円</u> (2015年の2倍超)※ | 2030年: <u>15兆円</u> (2015年の4倍超)※ |
| 地方部での外国人延べ宿泊者数 | 2012年: <u>855万人泊</u> | 2019年: <u>4,309万人泊</u> | 2020年: <u>7,000万人泊</u> (2015年の3倍弱)※ | 2030年: <u>1億3,000万人泊</u> (2015年の5倍超)※ |
| 外国人リピーター数 | 2012年: <u>528万人</u> | 2019年: <u>2,047万人</u> | 2020年: <u>2,400万人</u> (2015年の約2倍)※ | 2030年: <u>3,600万人</u> (2015年の約3倍)※ |
| 日本人国内旅行消費額 | 2012年: <u>19.4兆円</u> | 2019年: <u>21.9兆円</u> | 2020年: <u>21兆円</u> (最近5年間の平均から約5%増)※ | 2030年: <u>22兆円</u> (最近5年間の平均から約10%増)※ |

※ ()内は観光ビジョン策定時である2015年時点との比較

観光立国実現のための主な取組①

・ビザの戦略的緩和（主要な緩和の一例）

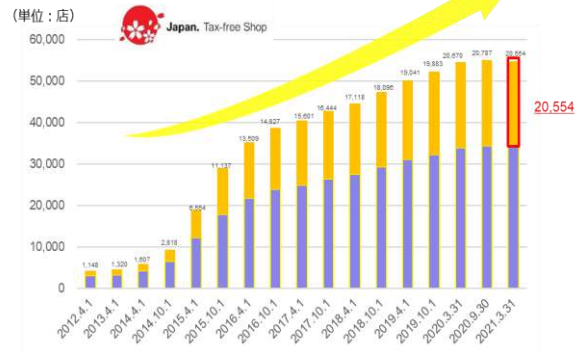
- 2013年 タイ IC旅券ビザ免除
- マレーシア IC旅券ビザ免除再開
- 2014年 インドネシア IC旅券事前登録制によるビザ免除
- 2015年 中国 相当な高所得者用数次ビザの導入
- 2017年 ロシア 数次ビザ導入
- 中国 十分な経済力を有する者向け 数次ビザの導入
- 2019年 中国 十分な経済力を有する者向け 数次ビザの発給対象者の拡大
- インド 数次ビザの発給対象者の拡大



日中首脳会談でビザ緩和を公表（2019年1月導入）

・消費税の免税店拡大、免税品拡大

免税店数の推移



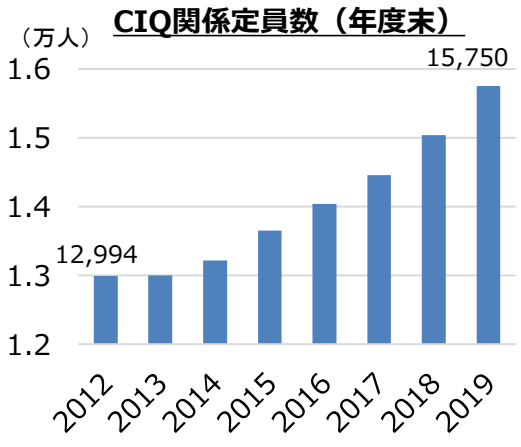
- (2014年10月運用開始)
 - 一般物品に加え、消耗品も消費税の免税対象に追加
 - 地域の名産品も対象に
- (2016年5月運用開始)
 - 一般物品の購入下限額引下げ
 - 下限額を1万円超から5千円以上に
- (2018年7月運用開始)
 - 一般物品と消耗品の合算
 - 合算で下限額5千円以上に

・空港・港湾の機能強化・受入体制（CIQ）の拡大

空港発着枠の拡大

- 2020年 成田空港：+約4万回
- 羽田空港：+約4万回
- 那覇空港：+約8万回

約600万人の枠の追加



訪日客増に対応した体制強化

・国際観光旅客税の導入

新たに観光政策に必要な財源を確保するために、2019年1月から国際観光旅客税（令和2年度：540億円）を導入

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



観光立国実現のための主な取組②

・魅力ある公的施設・インフラの 大胆な公開・開放



迎賓館



首都圏外郭放水路



三の丸尚蔵館



皇居東御苑

・基本的な受入環境整備



無料Wi-Fi
駅・空港での
多言語アナウンス

キャッシュレス対応

・文化観光の推進



多言語解説の充実



夜間開館とあわせた
コンテンツの造成

・外国人が楽しめる 新たなコンテンツの開発



農泊



スノーリゾート

・「国立公園満喫プロジェクト」 の実施



「ザ・リッツ・カールトン
日光」2020年夏開業



ビジターセンターに
カフェを併設

等

・戦略的な訪日プロモーション



現地消費者向け
旅行博出展

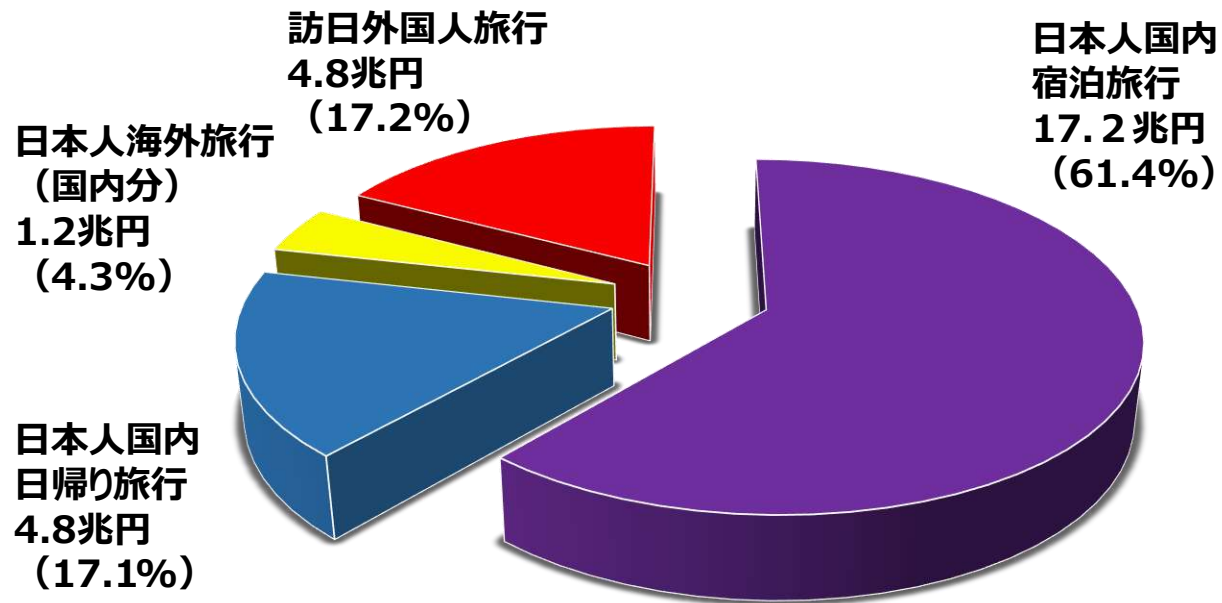


海外広告宣伝の
実施



国内における旅行消費額(2019年)

27.9兆円

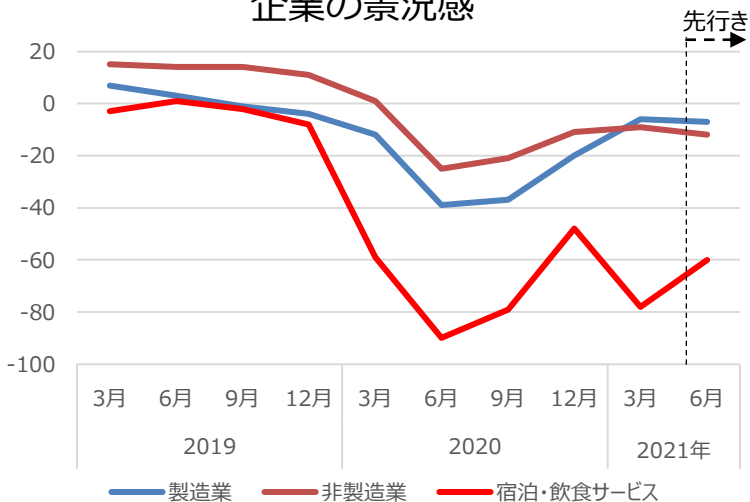


観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より算出

観光業における新型コロナウイルス感染症の深刻な影響

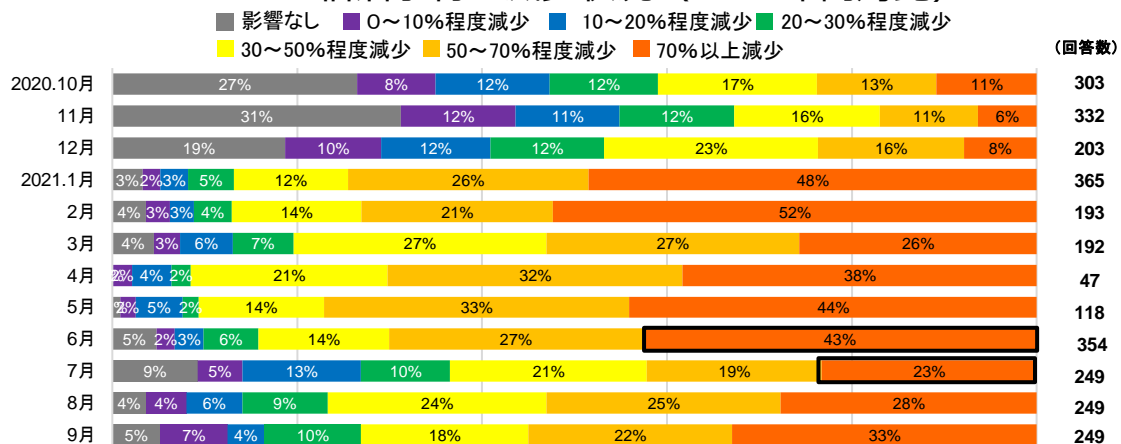
- 産業別にコロナ後の景況感の推移をみると、「宿泊・飲食サービス」の落ち込みが顕著。宿泊業では、正規雇用者数が約6%減少したのに対し、非正規雇用者は約14%減少。
- 感染拡大防止策の徹底を図りつつ、GoToトラベル事業等の需要喚起策の推進によって、昨年11月にかけて国内旅行需要が回復するも、再度の緊急事態宣言発出等により再び減少。

企業の景況感



出典：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」現状判断DI（「良い」-「悪い」）

宿泊予約の減少状況（2019年同月比）（8月・9月は見込み）

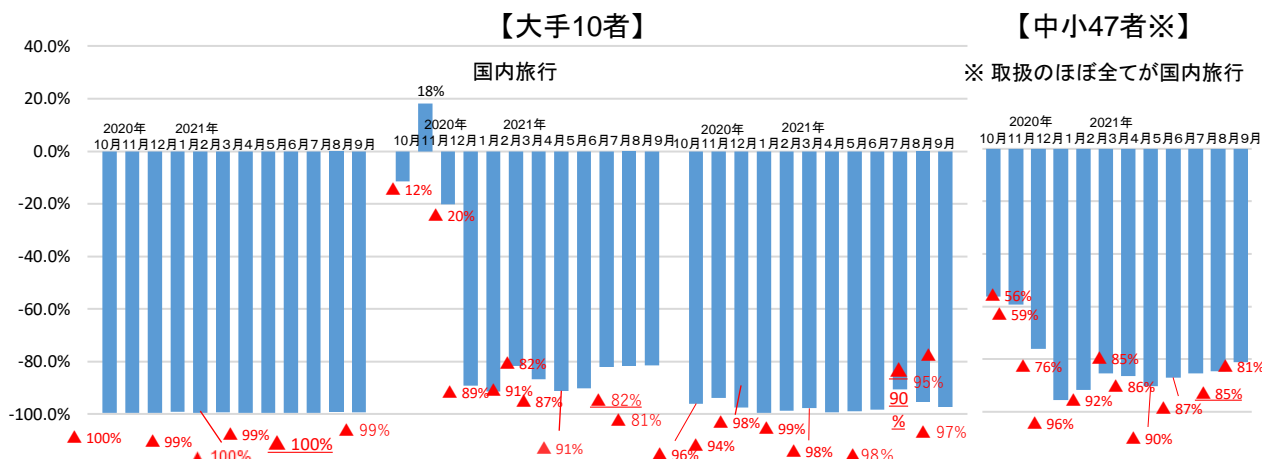


宿泊業の雇用の状況

| | 全雇用者数 | うち 正規雇用者数 | うち 非正規雇用者数 |
|--------------|---------|--------------|---------------|
| 2019年 月平均 | 約62万人 | 約29万人 | 約33万人 |
| | ↓約11%減少 | ↓約6%減少 | ↓約14%減少 |
| 2020年 月平均 | 約55万人 | 約27万人 | 約28万人 |

出典：総務省「労働力調査」

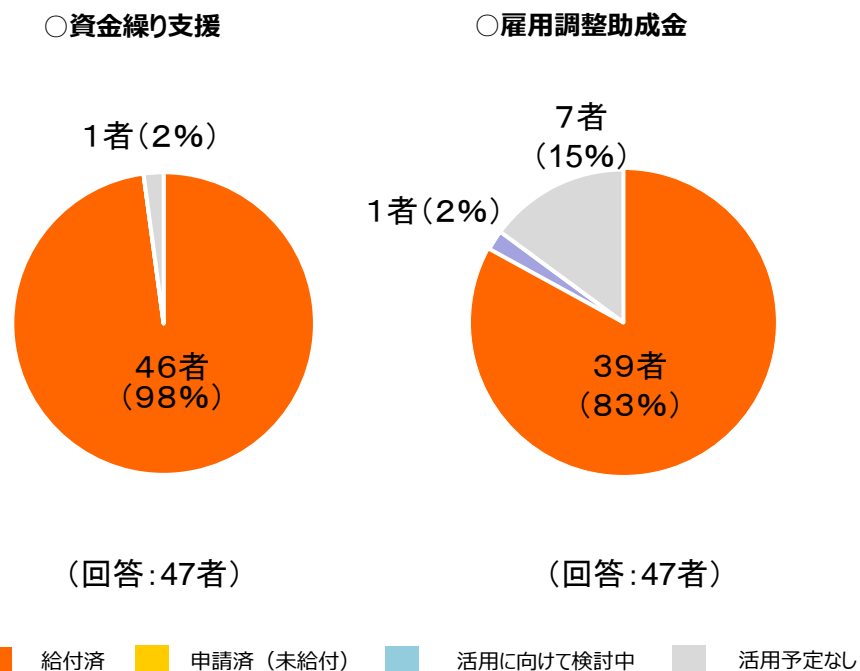
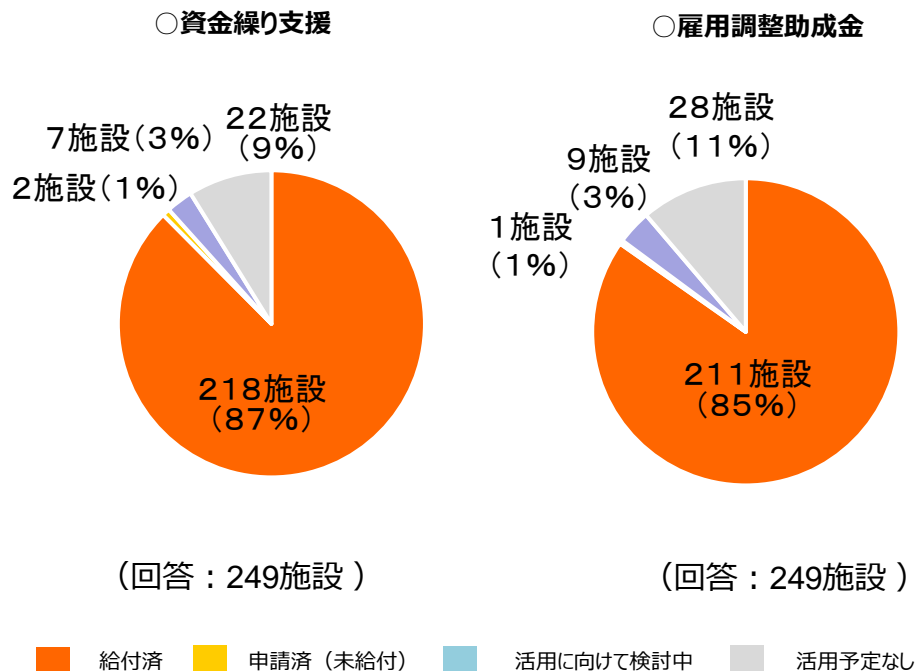
旅行業の予約人員（2019年同月比）（8月・9月は見込み）



- 約900万人の雇用を抱える観光関連事業者の**事業継続**や**雇用維持**のため、政府を挙げて支援。
 - ー売上減少に伴い資金繰りが厳しい事業者に対して、**実質無利子・無担保融資**（3年間実質無利子・最長5年間元本据置）などの支援や**一時支援金**の支給等を実施。
 - ー従業員の雇用を維持したい事業者に対して、**雇用調整助成金**による休業手当等の助成等を実施。
- 宿泊業、旅行業の多くの事業者が資金繰り支援や雇用調整助成金を活用。

各種支援の活用状況（宿泊業）

各種支援の活用状況（旅行業）



(回答月：7月)

(回答月：7月)

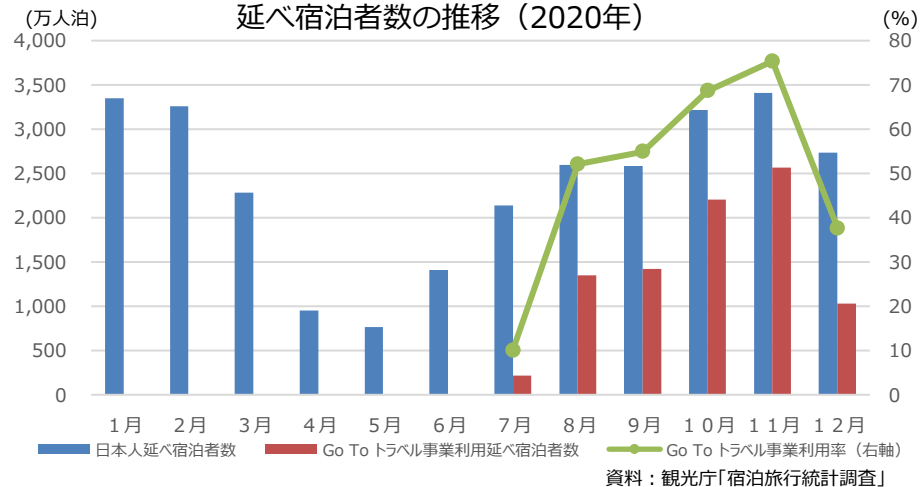
Go To トラベル事業の状況

- 国内旅行需要を喚起するため、**感染拡大防止策の徹底を図りつつ、2020年7月よりGo To トラベル事業を推進。**
- 国内需要は**同年11月にかけて回復**するも、同年12月には、同事業を全国一律で一時停止。
- これまでの**利用人泊数は少なくとも約8,781万人泊、支援額は少なくとも約5,399億円。**

Go To トラベル事業の経緯

| | |
|---------------|---|
| 2020年 7月 22日 | Go To トラベル事業開始 |
| 2020年 10月 1日 | 事業全面開始 (地域共通クーポン開始、東京発着の旅行を支援対象に) |
| 2020年 11月 24日 | 札幌市・大阪市に係る旅行について一時停止措置を講じる旨発表 以降、順次、東京都・名古屋市・広島市について一時停止措置等を発表 |
| 2020年 12月 14日 | 年末年始(12月28日～1月11日)において全国一律の一時停止措置を講じる旨発表 |
| 2021年 1月 7日 | 全国一律の一時停止措置を2月7日まで継続する旨発表 |
| 2021年 2月 2日 | 全国一律の一時停止措置を3月7日まで継続する旨発表 |
| 2021年 3月 5日 | 全国一律の一時停止措置を3月8日以降も継続する旨発表 |

日本人延べ宿泊者数とGo To トラベル事業
延べ宿泊者数の推移 (2020年)



「安全で安心な新しい旅のスタイル」の普及・定着

- ・感染拡大防止に当たっての「参加条件」の遵守
- ・感染拡大予防ガイドラインの実施の徹底
- ・「新しい旅のエチケット」の利用者への周知
- ・平日への旅行需要の分散化策

「新しい旅のエチケット」



Go To トラベル事業における利用実績の推計

利用実績

利用人泊数 (7/22～12/28チェックアウト分)

少なくとも**約8,781万人泊**

※一部推計値を含む速報値。

支援額

少なくとも**約5,399億円**

一人泊当たり割引支援額

約4,649円

一人泊当たり旅行代金

約13,282円

宿泊・旅行代金の割引 (7/22～12/28チェックアウト分)

少なくとも**約4,082億円**

※一部推計値を含む速報値。

地域共通クーポン利用額 (10/1～12/28)

少なくとも**約1,317億円**

※2/1までにGo To トラベル事務局に換金請求があったものを集計。

- 観光には全国で約900万人もの方が従事。雇用の維持と事業の継続が極めて重要。
- 今後は、**感染拡大防止策の徹底を大前提に、当面の観光需要の回復を担う日本人国内旅行の需要を強力に喚起しつつ、本格的なインバウンド回復に備えた取組を進める。**
- まずは**感染拡大防止策の徹底**。その上で、**Go Toトラベル事業を延長し**、ワーケーション等を普及させつつ、**国内の観光需要を喚起**。
- 併せて、**本格的なインバウンド回復に向け**、国の支援によるホテル、旅館、観光街等の再生、魅力的な滞在コンテンツ造成、観光地等の受入環境整備、国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活の取組を推進。

(1)感染拡大防止策の徹底とGo To トラベル事業の延長等



(2)国の支援によるホテル、旅館、観光街等の再生



(4)観光地等の受入環境整備



(3)国内外の観光客を惹きつける滞在コンテンツ造成



(5)国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活

実証事業イメージ

感染防止対策を徹底しつつ、管理された小規模分散型パッケージツアー



・出国前検査証明の取得
・接触確認アプリのダウンロード等



密を避けたポストコロナに相応しい観光メニューを優先的に選定





・出国前PCR検査

感染拡大防止策の徹底

- 宿泊・旅行業者等の観光関連事業者が作成した**感染拡大予防ガイドラインの実施の徹底**をお願い。
- 「**新しい旅のエチケット**」の**更なる利用者への周知**を実施。
- 観光地、宿泊事業者等への**感染拡大防止策の導入**を支援。
- Go To トラベル事業において、登録宿泊施設の感染拡大防止策の実地調査を実施。引き続き感染拡大防止策の徹底を図る。

業種別ガイドライン

- ・ 業界団体が感染症専門家に助言を受けながら作成。(国は指導・助言)
- ・ 各エリア・場面ごとにおける留意点、対策等を規定。
- ・ 最新の状況・知見等に対応して随時見直していく。

【宿泊関係業界】

作成主体：日本ホテル協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本旅館協会、全日本シティホテル連盟

【旅行関係業界】

作成主体：日本旅行業協会、全国旅行業協会

【貸切バス】

作成主体：貸切バス旅行連絡会（日本バス協会、日本旅行業協会、全国旅行業協会）

【タクシー】

作成主体：全国ハイヤー・タクシー連合会等

旅行者向け「新しい旅のエチケット」

- ・ 旅行者視点での感染防止の留意点等をまとめた「新しい旅のエチケット」（発行元：旅行連絡会※、協力：国土交通省・観光庁）を公表・周知。

※旅行連絡会・・・交通機関や宿泊・観光施設等の旅行関係業界の業界団体等で構成

(例)



感染拡大防止策の支援



サーモグラフィーによるモニタリング



非接触体温計の導入



換気設備の導入

- 観光施設を再生し、更に地域全体で魅力と収益力を高めるため、**新たな補助制度を創設、融資制度を大幅に拡充**して、**観光施設全体が再生できるような施設改修や廃屋の撤去等を短期集中で強力に支援**。

観光拠点の再生

(地域等が、以下を含む内容の観光拠点の再生計画を策定)

観光施設全体の上質な滞在環境実現

宿泊施設、飲食店、土産物店等の**地域の観光施設全体が上質な滞在環境等を実現できるよう、施設改修補助(負担割合:1/2)を創設**するとともに、宿泊施設の経営革新等についての**専門家の支援を受けられる支援制度、融資制度を大幅に拡充**。



廃屋の撤去等による観光地としての景観改善

地域全体の魅力を高めるため、地域の観光まちづくりの取組と連携した**廃屋の撤去等について新たに支援**し、一挙に観光地としての景観を改善。



宿泊事業者を核とした複数事業者による連携・協業等の促進

宿の事業承継や統合、複数宿が一つのホテルとして運営する取組や、**飲食施設の共有といった複数の宿等が連携した取組、他の事業者と連携した新たなビジネス創出**を支援し、宿の魅力と収益力を向上。



小規模宿泊事業者の協業
(分散型ホテル)

公共施設への民間活力の導入促進

公共施設(国立公園内の施設、文化施設等)へ民間のノウハウ導入を促進すべく、**民間活力を導入する場合の施設改修を支援**し、これらの施設の魅力と収益力を向上。



公共施設への
カフェ等の併設

- **観光事業者や観光地域づくり法人（DMO）と、交通事業、漁業、農業、地場産業などの多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を磨き上げる取組を支援することで、観光需要の回復・地域経済の活性化につなげるとともに、地域に残る縦割りを打破し、観光地の整備を進めるための体制を強化する。**

施策イメージ

交通×観光

通常は船が運航していない時間帯で、無人島の貸切ナイトツアーやサンライズツアーを実施



漁業×観光

観光客が立ち入りづらい漁業現場の体験ツアーを造成



農業×観光

地元野菜の植え付け・収穫体験を通じて田舎のスローライフを体験



製造業×観光

一般公開されていない工場見学や家具職人に直接教えてもらえるスクールを実施



- 観光地や国立公園、文化財、文化施設、公共交通機関等における**多言語対応、無料Wi-Fiの整備等、快適に旅行できる受入環境の整備**を実施。
- 100の主要観光地については、2020年度中に、多言語表示の充実・改善、外国人観光案内所の整備等を実現。世界文化遺産、国立公園を含む約150地域については、2020年度中に、多言語解説文作成を実現。

多言語対応

■ 案内標識の多言語化



■ デジタルサイネージの整備



多言語解説

■ 分かりやすく魅力的な多言語解説の整備



無料Wi-Fi整備



- インバウンドについては、国内外の感染状況等を見極めつつ、段階的回復に向けた取組を進める必要がある。我が国の安全・安心への取組に関する情報や地域の魅力の発信を通じて今後の訪日意欲の喚起を図り、2030年6000万人の誘客につなげる。

インバウンドの段階的回復に向けた小規模分散型パッケージツアーの実施

- 国内外の感染状況等を見極めつつ、感染状況が落ち着いている国・地域から、主催者がビジネストラックに準じた防疫措置を徹底した形での管理された小規模分散型パッケージツアーを試行的に実施。

- 感染状況が落ち着いている国・地域からの受入
- ビジネストラックに準じた防疫措置を徹底
(専用車での移動、一般客との接触回避、PCR検査実施等)
- 感染症や旅行業に精通する専門家の意見も踏まえ、ツアーを選定
- 密を避けたポストコロナに相応しい観光メニューを発掘

実証事業イメージ

感染防止対策を徹底しつつ、管理された小規模分散型パッケージツアー



- ・ 出国前検査証明の取得
- ・ 接触確認アプリのダウンロード等



密を避けたポストコロナに相応しい観光メニューを優先的に選定



- ・ 出国前PCR検査

コロナ禍を経た旅行需要の変化に対応した訪日プロモーション実施

- 我が国の多様な観光資源の魅力や安全・安心への取組に関する情報の発信等により、訪日旅行に対する不安を払しょくしつつ、コロナ禍を経た旅行需要の変化に対応した訪日プロモーションを実施。

- 日本政府観光局（JNTO）によるデジタルマーケティング活用
- 地方送客を促す地域の観光コンテンツの発信強化
- JNTOのウェブサイト、アプリ等を通じた安全安心情報の発信
- オリパラを機に訪問する海外メディアに対しての働きかけ
- 在外公館によるSNSを含むオンライン媒体での情報発信



安全・安心情報の発信

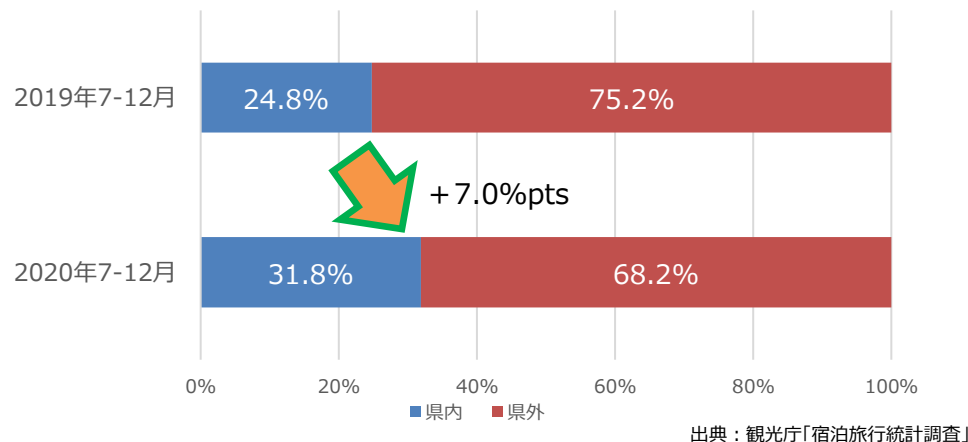


地域の観光資源の魅力の発信

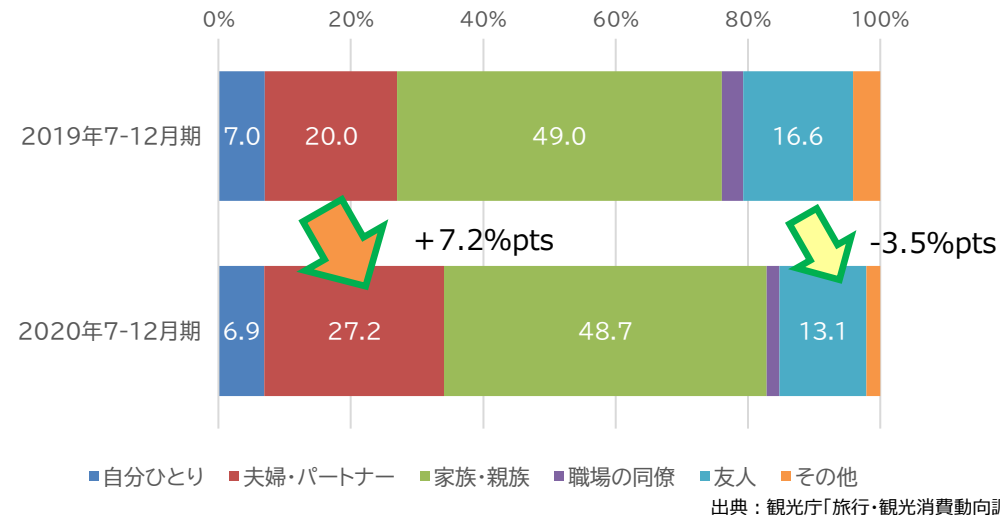
観光のトレンドの変化（旅行形態の変化）

- コロナ禍の国内旅行においては、県内等、近隣地域内での観光（いわゆるマイクロツーリズム）の割合が増加。泊数別構成比では「1泊」の割合が増加。
- 同行者については「夫婦・パートナー」の割合が増加する一方、「友人」の割合が減少、旅行形態では「個人旅行」の割合が増加。

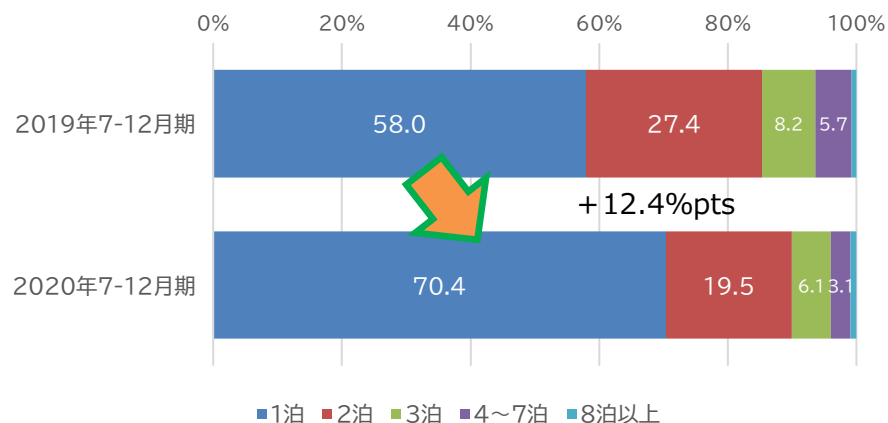
県内宿泊旅行者と県外宿泊旅行者の割合【全国】



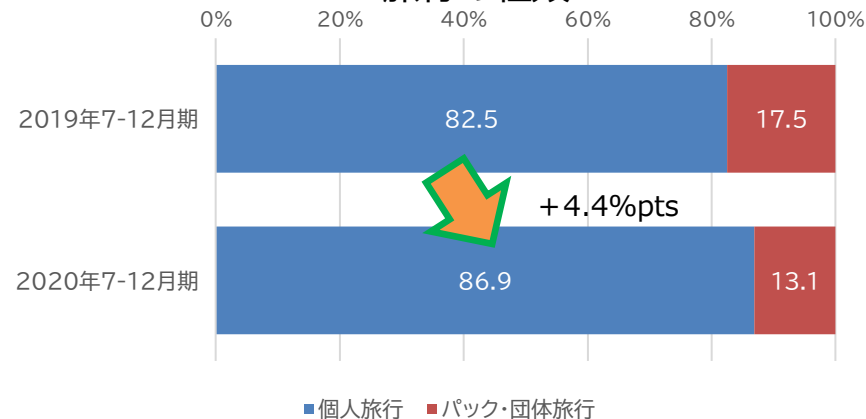
旅行の同行者



泊数別構成比

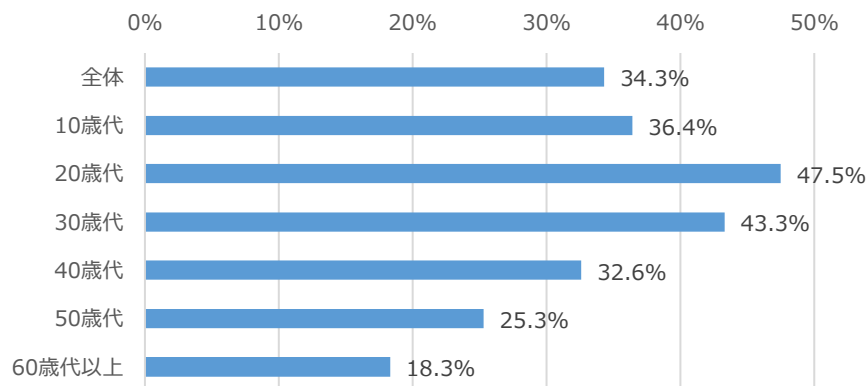


旅行の種類



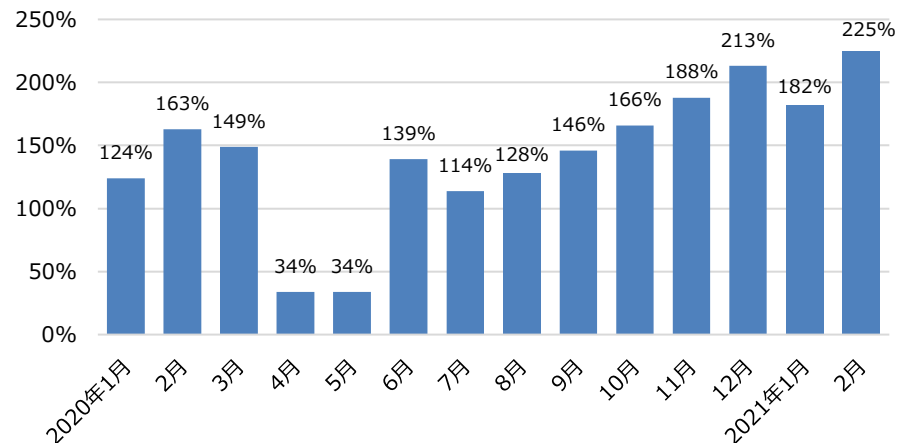
- コロナ禍でワーケーションの前提となるテレワークが普及。特に**20歳代、30歳代のワーケーション実施希望率が高い**。
- 地方部においては、**子連れワーケーションに対応すべく、行政と連携して保育園の枠の確保等の取組もある**。
- コロナ禍前からの**コト消費の伸びに加えて、3密回避を求められる状況下、キャンプなどのアウトドアへの需要が高まっている**。**施設の改善やコンテンツの造成を組み合わせ、高い消費単価を実現しているキャンプ場もある**。

年代別のワーケーションの実施希望



出典：内閣府「第2回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

キャンプ場 1施設あたりの平均予約件数（前年同月比）



出典：キャンプ場検索・予約サイト「なっぶ」データ

ワーケーションの事例【長崎県五島市】



- 自治体と連携し、保育園の枠確保、小学校への体験入学を実現。また、ふるさと納税によりワーケーション費用の一部を支払うことが可能。
- 子ども見守りサービスや地域・ワーケーション客同士の交流機会などにより、満足度を向上。

自然体験での消費単価向上



<琵琶湖キャンプ場>

<砂湯野営場>

- 琵琶湖キャンプ場（滋賀県大津市）では、コロナ禍でのニーズの高まりを受け、湖畔で焚き火がゆったり楽しめる設備の導入や、マリンアクティビティ（SUP等）等のコンテンツを開発。
- キャンプ 1泊とコンテンツを合わせ、2名で約33,000円といった高単価を実現。
- 阿寒摩周国立公園内の砂湯野営場では、キャンプの他、砂湯を楽しむコンテンツを提供。

- 有名観光地への物見遊山ではなく、文化や暮らしを体感し1つの地域をじっくり楽しむ滞在型観光も、3密を避けられる旅行スタイル。例えば、新潟県湯沢町の旅館では、地域の暮らしの中の素朴な資源をコンテンツとして活用。
- 時間と場所を分散する分散型旅行は、感染リスクを低減させるウィズコロナ時代における新しい旅のスタイルとして、旅行会社や交通事業者と連携して促進。
- コロナ禍で修学旅行は、行き先が県内など近場に変更され、その結果、新たな修学旅行向けコンテンツも生まれた。
- リアルでの訪問が難しいため、オンラインツアーも普及。訪問意欲向上に加え、地域物産品の販売促進にも貢献。

滞在型観光



- 新潟県湯沢町にある旅館「いせん」では、一年を通じて地域の素朴な自然や文化・暮らしを体験・体感できるコンテンツを提供。
- 「田んぼランチ」「スノーピクニック」「土間クッキング」などを3,850円で提供。宿も単価向上を実現。

近場での修学旅行

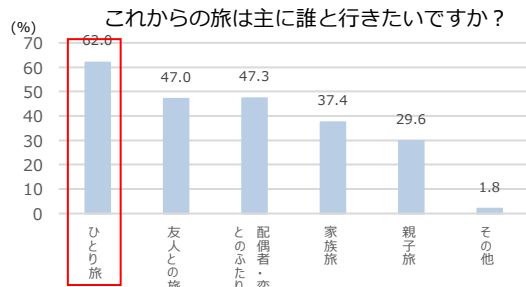


火ばさみで、魚とごみを仕分ける児童 「回天神社」で話を聞く小学生

- 尾道市の小学校では、関西への修学旅行を中止し、市内での漁師体験を企画。漁師の指導の下、定置網漁等を体験し、海洋プラスチック問題などについても学習。
- 大分県宇佐市では、「人間魚雷回天の訓練基地」で修学旅行を初めて受け入れ。県内の小学生が、跡地保存・慰霊に取り組む団体の方から、戦争時代の話を聞いた。

分散型旅行

- 官民一体となって、「人数・時期・時間帯・場所」が分散する分散型旅行の促進キャンペーン実施。
- 旅行会社・交通系企業等の企業も、平日等の利用を促進する商品を開発。
- なお、コロナ禍では、感染予防等の観点から、一人旅の志向が増加している。



出典：旅メディア「ことりっふ」『あたらしい旅のカチ』をテーマにしたインターネット読者調査より

オンラインツアー

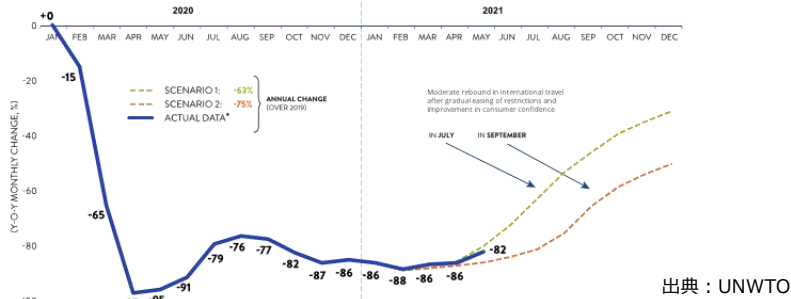


- 那智勝浦町などによるマグロを満喫するオンラインツアー。事前に参加者にマグロと地元産の塩などを届けた上で、パソコンなどを通じて専門家が勝浦のマグロの特徴や刺し身の切り方などを伝授。参加者からは、「現地で取れたてを食べたい」といった声があった。
- オンラインツアーは、コロナ禍前から旅行が困難であった障がい者等の方々が旅行を体験することを可能とした。

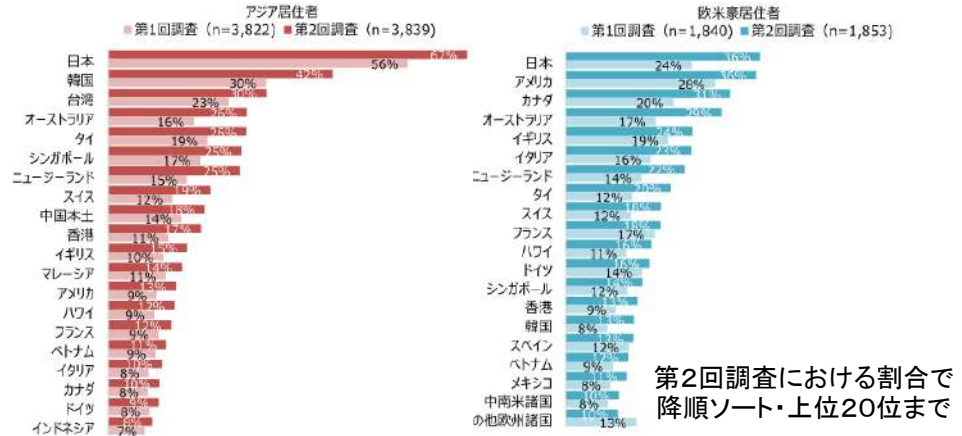
観光のトレンドの変化（国際観光動向）

- 国連世界観光機関（UNWTO）の最新の見通しによれば、2021年の国際観光はワクチンの普及等により、国際観光客数の回復が見込まれる
- IATA（国際航空運送協会）によると、2020年世界の航空旅客輸送は、前年比65.9%減、2021年には前年比50.4%増（2019年比50.6%減）を見込まれる。
- 世界217カ国・地域のうち、29%（63カ国・地域）で依然として完全な国境閉鎖が行われており、36%（78カ国・地域）では到着時におけるPCR検査等の提示を上陸要件としている。一方、1%（3カ国・地域）がコロナによる全ての移動制限を解除している。
- コロナ後の海外旅行先として、日本は高い評価を受けており、特に我が国の清潔さへの期待が寄せられているところ。

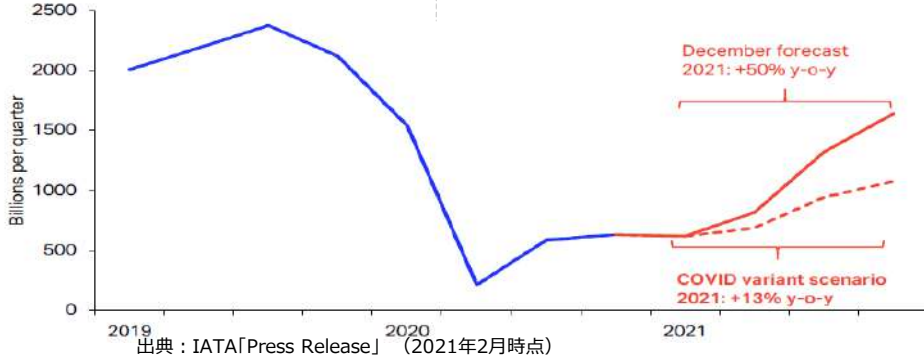
国際観光客数の見通し



コロナ終息後に観光旅行したい国・地域



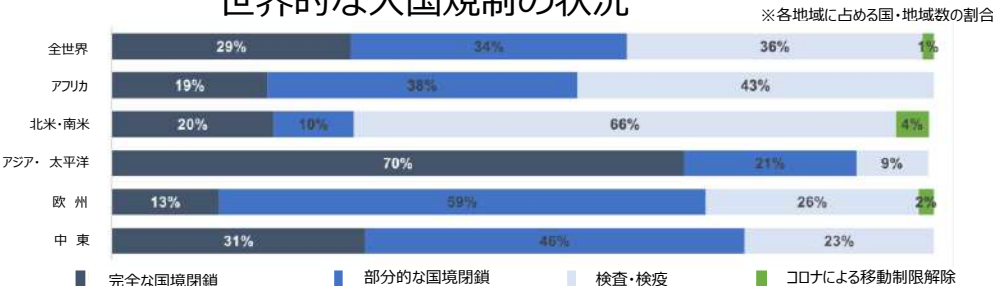
国際旅行需要のシナリオ（国際観光客到着数の推移）



日本を訪問したい理由（「清潔だから」）

| 順位 | 国・地域 | サンプル数 | % |
|----|--------------|-------|----|
| 1 | 日本 | 3,261 | 30 |
| 2 | シンガポール | 982 | 36 |
| 3 | ニュージーランド | 1,258 | 30 |
| 4 | スイス | 899 | 30 |
| 5 | カナダ | 805 | 22 |
| 6 | オーストラリア | 312 | 21 |
| 7 | オーストラリア | 1,405 | 21 |
| 8 | 韓国 | 1,647 | 20 |
| 9 | 中東諸国 (ドバイなど) | 334 | 20 |
| 10 | 台湾 | 1,124 | 20 |
| 11 | ドイツ | 506 | 17 |
| 12 | ハワイ | 703 | 15 |
| 13 | その他欧州諸国 | 328 | 14 |
| 14 | イギリス | 784 | 14 |
| 15 | 香港 | 754 | 12 |

世界的な入国規制の状況



出典：2021年5月『DBJ・JTBF アジア・欧米系 訪日外国人旅行者の意向調査（第2回 新型コロナ影響度 特別調査）』（株）日本政策投資銀行・（公財）日本交通公社より作成

我が国の観光の課題

- 我が国には、自然、食、文化といった観光資源が依然として多数眠っている。
- 旅行形態の変化や新たな競争環境等に対応した観光産業の収益力の向上や人手不足の解消が必要。

新型コロナウイルス感染症による社会変化

- テレワークの普及など、働き方が多様化
- 感染リスク低減のため、非接触型サービスの導入や混雑の回避が必要



デジタル技術の発展

- AIの精度向上やAR/VR、IoT、5Gなどの技術が登場。
- 業務変革や観光客のニーズに合った新たなコンテンツ提供などが実現可能。



ピンチをチャンスとする新たな取り組みの方向性

- 我が国の競争力の根源である観光資源の「フル活用」
- DXを観光の各分野の隅々まで活用し、我が国の観光の構造改革
- 観光立国のけん引役となる観光産業の進化
- 働き方改革にも沿った観光領域の拡大
- 持続可能な観光の推進

観光資源の磨き上げ(「自然」・「気候」)

上質な滞在環境

- 国立・国定公園などで、自然の中で快適に滞在するための **上質な宿泊施設**や**カフェ**、**体験施設**を整備し、**長期滞在を促進**。



- 2020年7月に日光国立公園内に、ザ・リッツカールトン日光が開業



- 2020年3月に、国民公園である新宿御苑内に、スターバックスがオープン。



- 元は1泊3500円の安宿であったが、古民家旅館をオープンしたところ、古民家ブームの先駆けとなり大人気に。
- その後、霧島錦江湾国立公園近くに高級宿泊施設「TENKU」をオープン。
- 客室数5棟。2名1棟利用で最大約55万円。
- 半数がインバウンド客。



- 2021年1月29日に、霧島錦江湾国立公園内に、星野リゾート・界・霧島が開業。

観光資源の磨き上げ（「自然・文化」）

自然・文化を「体験できる」コンテンツ

- 四季と自然を単にそのまま体験してもらうだけでなく、歴史や食などその土地ならではのストーリーを結び付け、マーケットインの発想で、付加価値の高いコンテンツを作り上げる。
- 我が国の独特な伝統文化は、強力なコンテンツ。これまで特に注力してきた文化財などの「見せる」コンテンツだけでなく、職人とともに我が国の文化を体験できる、「体験」コンテンツの造成を促進していく必要。



- 欧米客を対象とした中山道などの街道を歩いて巡るツアーや大分の山間部の秘湯をめぐるツアー
- 7泊8日のツアーで、参加者1人あたり最高**50万円**
- ポール・クリスティ氏（英国人）が“外国人観光客目線”で作上げたもの

- 岐阜県羽島市にある「浅野鍛冶屋」では、職人と一緒に小刀を作る鍛冶体験コンテンツを提供。
- 作った小刀は持ち帰ることができる。
- 参加費は38000円/人。

観光資源の磨き上げ（「食」）

旅館等の食の改善

- 訪日外国人旅行者は、日本食の単価が安いと考えており、**食単価は向上余地**が大きい。旅館等では、**山間部**でマグロの刺身が提供されるなど**旅行者の期待とのミスマッチ**が発生。**その地でこそ味わえる食材や調理方法（調理体験を含む。）**などを磨き上げることで、旅行者の満足度と単価の向上が必要。



- **山間部の旅館**で**刺身**や**海沿いの旅館**で**ステーキ**が出るのが現状。



地域食材を使った料理
(自分で摘む体験なども)



- 「その土地」で生産された食材を食べたい。
- 良いものを使っていれば、値段は高くても良い。
- 旅館で連泊するには、アラカルト制やショートコースの導入を。

観光産業（宿泊など）

- 我が国の観光産業は中小企業も多く、紙媒体での顧客管理、対面・電話での顧客対応、FAXでの発注など、アナログな側面が残るため、ICTを活用した作業の効率化など、生産性の向上余地がある。

【システム導入による業務管理の改善等】

- 従来のFAXや紙での予約・顧客管理・売上管理等を廃止。
- システムを構築し、業務効率の改善や、経営状況のリアルタイム管理、顧客情報を活かしたマーケティングを実現。



【チャットボットによる省力化】

- 多言語対応のチャットボットを導入し、旅行者からの外国語の質問に24時間で自動応答。
- 業務の効率化に加え、顧客満足度を向上。



出典：(株)アクティバリュース ホームページ

【ロボットの導入による省人化・非接触の実現】

- ロボットによる接客、お掃除
ロボットやルームサービスを
運搬するロボット等の導入
で、省人化を実現。
- スタッフと宿泊客が接触しないことにより感染防止にも寄与。



【ICカードやアプリの導入による省人化・利便性向上】

- 個人情報と紐づき、決済機能も保有するSuicaを活用。
- Suicaで電車にのり、Suicaでセルフチェックイン、入室はJRアプリの入ったスマートフォンを鍵として利用。
- 快適な旅行体験、接触機会の削減を実現。



アプリ会員証

コンテンツ

- AR・VR等の活用により、**地域の魅力をより深く体験・体感できる付加価値の高いコンテンツ**を造成し、観光消費を増加させる。

【VR等を活用した体験価値の向上】

- 専用スーツの着用により、力・温度等を再現。
- **通常は体験できない**、雪山や火山帯等の体験コンテンツを実現。
- 風や水の**感触も再現**できるようになっており、例えば、VR映像中で水の中に飛び込めば、濡れたような感覚も体験できる。

【立ち入り禁止エリアでのVRを活用したコンテンツ】

- 大分県豊後高田市には、危険なため、修行僧以外の立ち入りが原則禁止されている「天念寺無明橋」が存在。
- VRを活用し、橋を渡る修行体験コンテンツを提供。橋からの眺めなどが体験できる。
- 参加者からは、その再現度に「15年前に体験した記憶がよみがえった」などの声があがった。



【重要美術品に触れる機会の提供】

- プラハ美術館では、触覚を再現する専用装置（手袋）を活用し、ネフェルティティの胸像など触れることの出来ない文化財に触れる機会を提供。
- 視覚障害者の方々も、美術品に触れることで、作品を理解することができる。

宿泊業界の進化

- 宿泊業は、コロナ前からの団体旅行の減少、**後継者不足やコロナ禍での事業継続等が課題**となっているが、**観光立国に向けた重要なインフラ**であり、**持続的な成長のため、体質強化**を進める必要。
- 宿泊施設の滞在環境改善による魅力向上だけでなく、**新たなビジネス展開を促進**し、収益力を向上させる必要。
- **経営改善ノウハウを持つオペレーター企業**（複数の宿を一括運営する企業）の**活用も、宿泊業の収益力向上のために有効な手段の一つ**。従来の家族経営による単体旅館からの転換や、廃業リスクのある旅館の引受けにも有効。

事業多角化の事例（鶴雅ホールディングス）

- 宿泊サービスだけでなく、**体験型コンテンツを合わせて提供し**、客単価を向上。
- ホテル内にツアーデスクを設けるだけでなく、**コンテンツのオンライン予約サイト**も構築し、滞在する**地域の自然や暮らしを体験**する「滞在型観光」の促進に取り組む。



ボッケ(泥火山)の森 スノーウォーク
 料金 大人1名様 7,000円(税別)
 お子様1名様 3,500円(税別)



サロマ湖 鶴雅リゾートに設置された
 アクティビティカウンター

オペレーターの事例（株式会社 温故知新）

- **運営に特化**した手法で、自らの経営改善ノウハウを活かし、**離島や交通アクセスに厳しい立地でも、人を呼び込める宿づくり**に取り組む。
- **後継者不在施設の事業を承継**し、元の看板、雇用を維持した上で、**地域（島）と連携し、魚市場での競りを体験するアクティビティ**も開発。



海里村上（長崎県壱岐市）



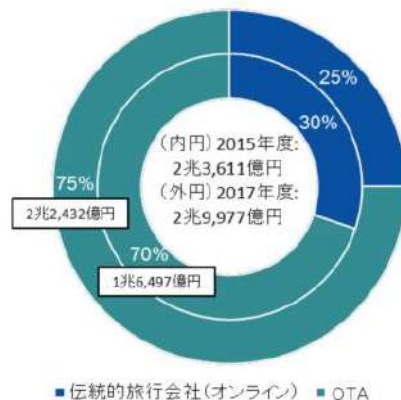
海瀬戸内リゾート青凧（愛媛県松山市）

旅行業界の進化

- 旅行業も、コロナ前からの団体旅行の減少、後継者不足やコロナ禍での事業継続等が課題。
- さらに、従来からのOTAだけでなく、GoogleなどIT企業が旅行関係の事業を拡大している中で、コロナ禍において、旅行予約のオンライン化が一層進行。
- 観光立国に向けた重要なインフラである旅行業界の持続的な成長のため、体質強化を進める必要。
- 障害者の方や富裕層への特別サービスなど、旅行業ならではの付加価値を発揮できる分野も存在。
- また、自らアクティビティ事業を実施するなど着地型観光に取り組む事業者や、旅行業で得たノウハウや人材を活用し、新たなビジネス展開を行う事業者も生まれている。

日本企業のオンラインでの旅行取扱高

- 日本の旅行会社によるオンラインでの取扱高は、2015年度から2017年度で、約6400億円増加。
- その内OTAの取扱額(2017年度)は、オンライン総取扱高全体の75%、約6000億円増加。2年間で増加したオンライン取扱高の約9割がOTAによるもの。



出所) フォーカスライトJapan「日本のオンライン旅行市場調査第4版」より、みずほ銀行産業調査部作成

旅行会社の事業多角化の事例

大手旅行会社

- 旅行業で得たノウハウ・人材を活用し、食の海外輸出支援。例えば、金沢の和菓子屋の海外販路開拓などを支援。
- 海外拠点を活用し、海外出張ができない企業向けに、営業代行、市場調査、視察といった業務等を実施。

中小旅行会社

- 従来地域の企業や学校等の団体旅行を主に取り扱っていたが、所在地の産業観光ツアー（着地型商品）を開発。
- これまでと商圏が異なることから、販売チャネルのない県外者へのPRが課題。
- コロナ禍では、地域物産品のECを開始。



今後の対面販売では、オンラインにない付加価値提供が重要

ワーケーション等の促進

- ワーケーション等は、仕事と旅行の両立を可能とし、平日への旅行需要の分散化や密の回避につながる。
- ワーケーション等の促進のため、企業（送り手）については社内規定整備等、地域（受け手）についてはWi-Fi環境の整備等、企業（送り手）・地域（受け手）双方の環境整備を進める。
- 企業側・受入側双方にとって、その地域ならではのバリュー（滞在環境や社会・文化体験、地場産業等）を作り上げる。

ワーケーションの意義と事例

- 労働基準法により年間5日の年次有給取得等が義務化されているが、取得率が低い企業においては、有給休暇取得を推進する施策の一つとしてワーケーション導入が有効。
- JALでは、上記の背景から導入し、2019年度には約250人の利用があった。
- JALでは、個人の休暇に合わせたワーケーションに加えて、集中的に議論するための「合宿型ワーケーション」も実施。チーム内のコミュニケーション円滑化などを目的に、農場体験なども行った。



環境整備

<企業・地域のモデル事業>

- 各地で実際にワーケーションを行い、企業側・受入側双方にとって、その地域ならではのバリュー（滞在環境や社会・文化体験、地場産業等）を作り上げる。



<企業の社内規定整備等>

- 企業側がワーケーション等に関する社内規定を整備する際に参考となる、税務処理や労災についてのQ&Aを作成・公表。



<宿泊施設における環境整備>



Wi-Fiの整備やワーケーションスペースの環境整備

- 各地域が、長期的な視野に立って持続可能な観光（サステナブルツーリズム）を実現できるよう、令和2年6月に、「日本版持続可能な観光ガイドライン」を公表。
- 令和2年度に本指標の導入を行う5地域（ニセコ町、三浦半島観光連絡協議会、白川村、京都市、沖縄県）を支援。その結果、国際団体が発表する「2020 Sustainable Top 100 Destinations（世界の持続可能な観光地100選）」に全ての都市が選ばれた。

各自治体やDMOが、観光客と地域住民双方に配慮し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づく総合的な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン」を開発

<ガイドラインの意義>

- ・ 自己分析ツール（観光政策の決定等）
- ・ コミュニケーションツール（地域での合意形成）
- ・ プロモーションツール（観光地としてのブランド化）

持続可能なマネジメント

社会経済のサステナビリティ

文化的サステナビリティ

環境のサステナビリティ

ニセコ町

- 調査によると、物価上昇・ゴミによる景観破壊・開発による自然減少等から、観光客を好意的に捉えている住民は約50%。
- 事業者による「持続可能な観光」への取組を住民に伝えるリーフレットを作成、配布。

事業者が観光客と一緒に
行う取組



三浦半島観光連絡協議会

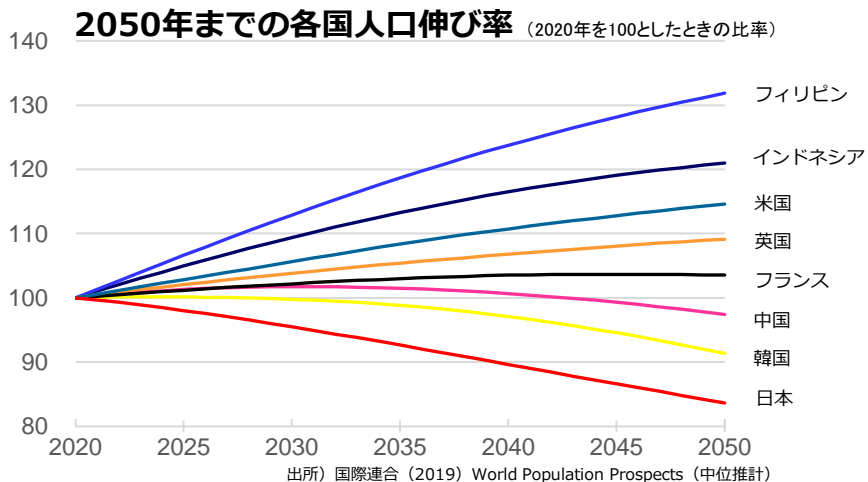
- 観光客のマナーや混雑が課題。
- これまでも江ノ電の住民優先乗車などを実施。
- ビーチでの海水浴客のゴミ対策として、有料ゴミ箱の設置やその金額の妥当性等を調査、検討。



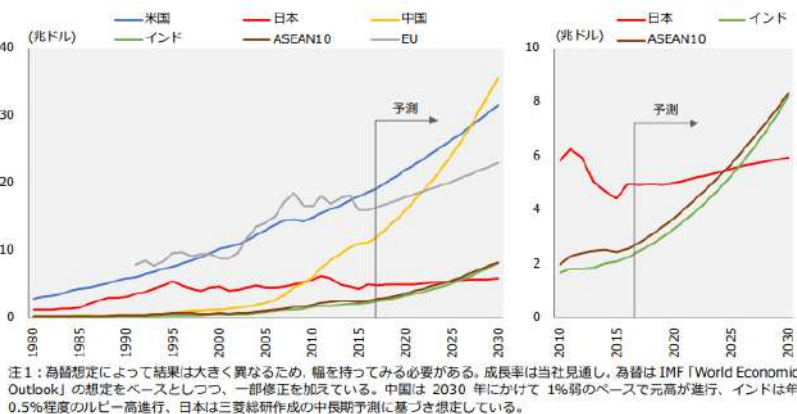
社会・経済<海外>

<人口構造の変化と経済的成長>

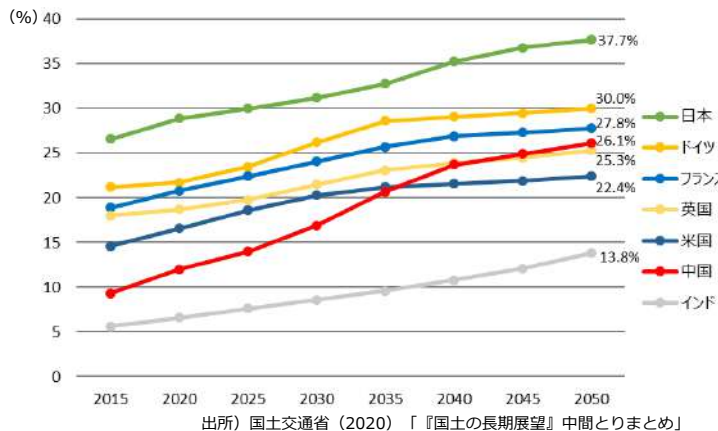
- 人口については、**インドネシア・フィリピン等の伸びが顕著**である一方、**韓国等は減少**する見込み。
- 先進国だけでなく、中国等で**高齢化が進む**。
- 経済成長については、**中国の経済成長が目覚ましく**、2020年代後半には米国に追いつくと予測されている。次いで**東南アジア・インドの経済成長**が見込まれる。
- これらの**アジア諸国で中間所得層が増加し**、**先進国と新興国の双方で富裕層が増加**する。



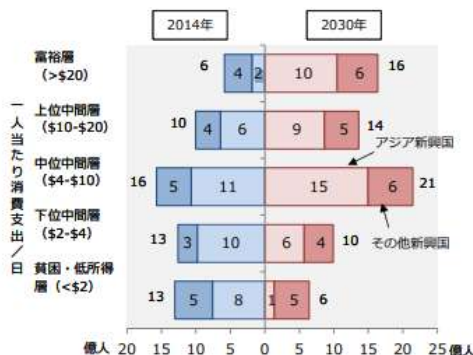
日・米・EU・中・印・ASEANの名目GDP規模の予測



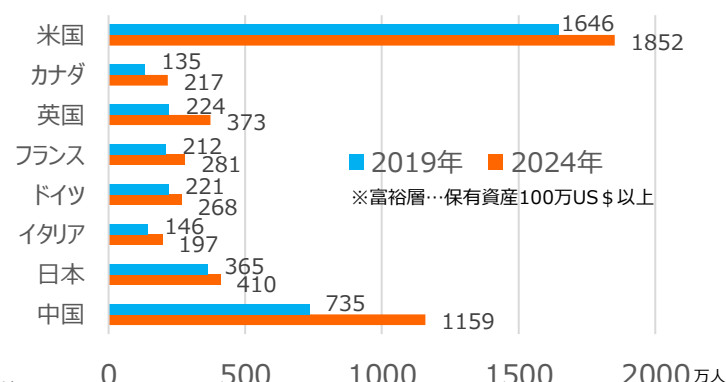
日本及び諸外国における高齢化率の推移



新興国の所得階層別人口



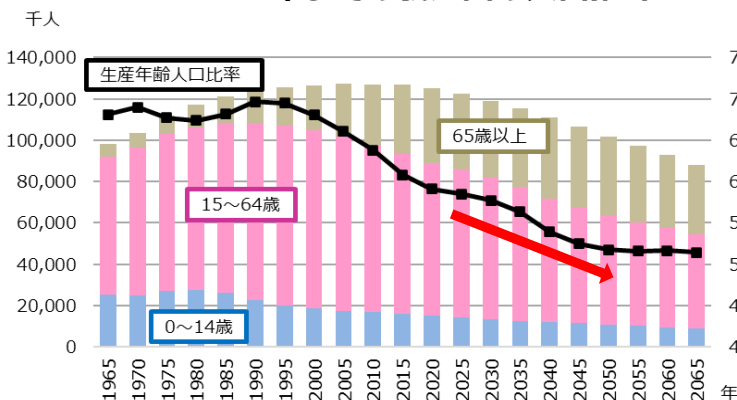
G7と中国の富裕層人口



<人口減少、人口構造の変化、働き方改革>

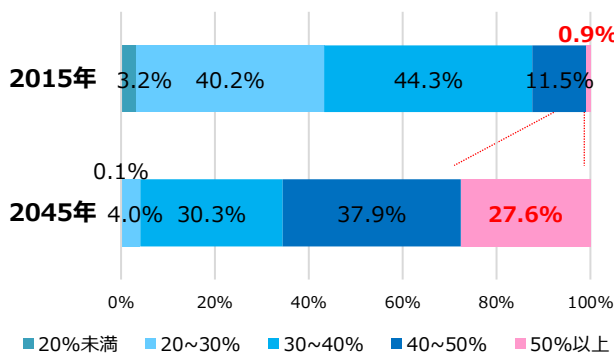
- 総人口が減少し、特に生産年齢人口（15～64歳）が減少、高齢者が人口の50%以上を占める市区町村は、2045年には約30%と見込まれる。また、引き続き単身世帯が増加すると見込まれる。
- 健康寿命の延伸を背景として、高齢者の雇用が増加。また、女性や外国人の労働者も増加する可能性がある。
- 働き方改革（テレワーク、積極的な休暇取得、副業等）や、都市と地方の二地域居住等が進展する可能性がある。

2050年までの我が国の人口推計

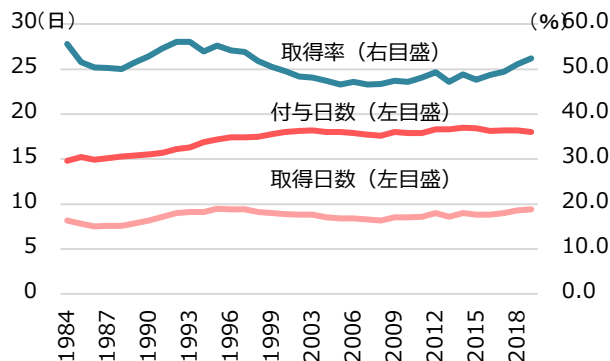


出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」より作成

65歳以上人口割合別市区町村の割合

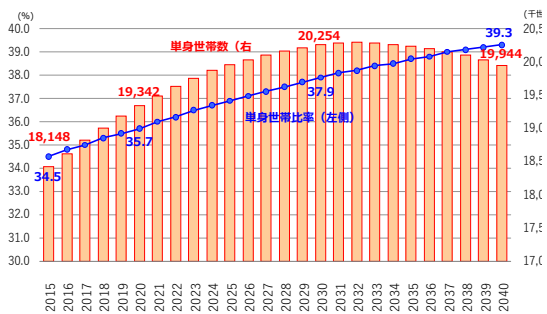


年次有給休暇の取得日数・取得率



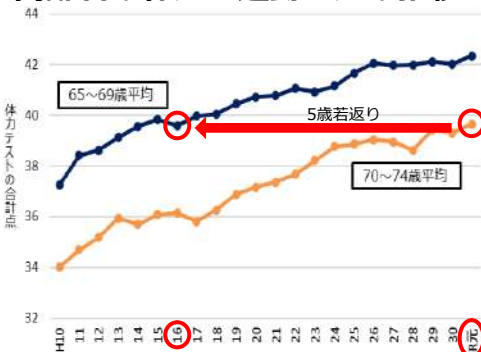
出所) 労働政策研究・研修機構(2020)
「早わかり グラフでみる長期労働統計」

単身世帯数の推移 推計



出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」より作成

高齢者の体力・運動能力の推移



出所) スポーツ庁(2020)「令和元年度体力・運動能力調査結果の概要及び報告書について」より作成

外国人労働者数の推移



出所) パーソル総合研究所・中央大学(2019)
「労働市場の未来推計 2030」

二地域居住等への関心

Q. あなたが望む地方暮らしのスタイルは何か？



出所) トラストバンク(2020)
「地方暮らしに関するアンケート」

消費者・企業

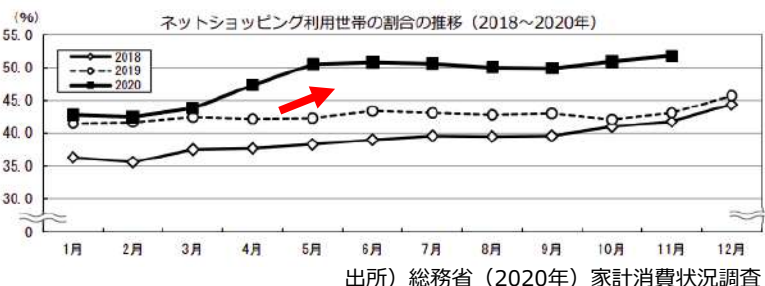
<消費動向の変化（オンライン・セルフサービス等）>

- コロナ禍において、様々な世代でオンライン・セルフサービスの利用が進んだこともあり、引き続き**オンラインサービス**や**セルフサービス**への選好が高まる可能性がある。
- **個人の嗜好にカスタマイズされた消費**や、富裕層や若年層を中心に、フードロスやフェアトレード、気候変動への配慮などの**持続可能性に配慮した消費**が増加する可能性がある。

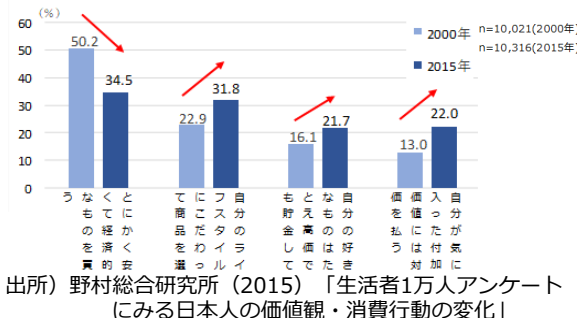
<企業の変化（多様な働き方への対応、社会的責任、競争環境等）>

- 企業には、**多様な働き方などの労働者側のニーズ**への対応や、消費者側の関心の高まり等も踏まえ、**社会・経済・環境（気候変動・カーボンニュートラル等）等の持続可能性への配慮**がより一層求められるようになる可能性。
- ITを活用し、**国境を超えてサービスを提供する企業**が増加する。

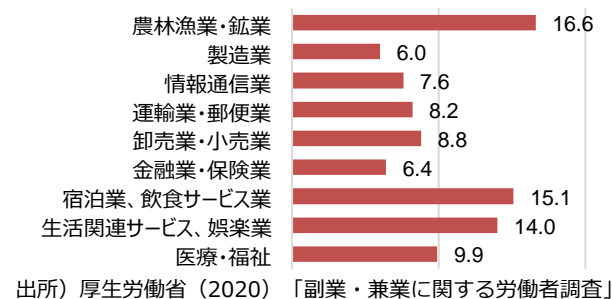
ネットショッピング利用世帯の割合の推移



日本人の価値観・消費行動の変化



副業者の割合

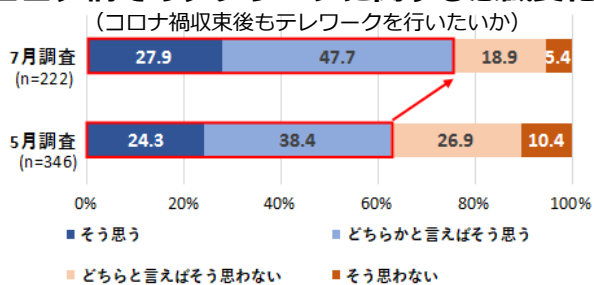


消費者のサステナブルへの関心の高まり

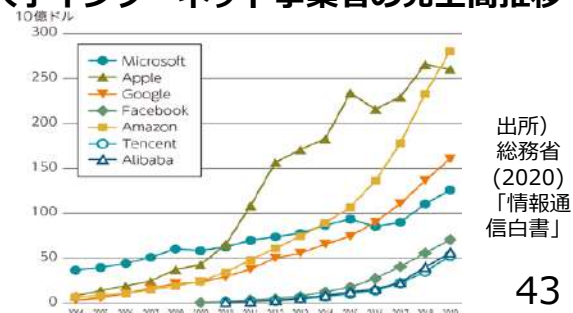
- 2015年に世界60か国、3万人以上の人々に調査。
- **66%の回答者（20代～30代の回答者では73%）がサステナブルな商品には、より多くのお金を払っても良いと回答。（2014年の調査時は55%）**

出所) Nielsen (2015) 「Consumer-Goods' Brands That Demonstrate Commitment to Sustainability Outperform Those That Don't」

コロナ禍でのテレワークに関する意識変化



大手インターネット事業者の売上高推移



技術革新

<生産性の向上>

- AI・ロボット等の進化や、電子署名等の普及により、企業等において自動化・省力化が進み、生産性が向上。例えば、チャットボットや多言語翻訳技術の活用は、省力化につながる。

<顧客ニーズに沿ったサービス提供>

- IoT・画像認識等の活用による新たな消費者データの把握や、また、機械学習も活用したビッグデータ等の分析により、消費者の嗜好に合ったサービス開発や、プロモーションなどが進む。

<消費者の利便性向上>

- 5Gによりデータ通信速度・質の向上や、ARや3Dホログラム等の仮想現実サービス等により、複数の遠隔地とのよりリアルに近いコミュニケーションや仮想体験等が実現する可能性。
- 自動運転により、消費者の移動の利便性が向上。

チャットボット

- AIチャットボットにより、多言語で、質問に24時間で自動応答。
- 業務の効率化に加え、顧客満足度を向上。



ロボット

- アシストスーツは、身体に装着することで動作を補助。
- 高齢者等の力仕事をサポートできる。
- 掃除等のロボットも登場。



仮想現実

- 5Gの普及等を受け、3Dホログラムとビデオ通話を組み合わせ、よりリアルに近いコミュニケーションが可能。

IoT (Internet of Things)

- IoTにより、モノの遠隔操作や、多様な場面でデータ入手が可能となる。
- 例えば、IoT自販機は、顔認識カメラにより、顧客の属性情報を入手。



出所：株式会社イシンク

ビッグデータの活用

- 様々なデータを機械学習等も活用して分析。
- 過去の天気データやSNSでの「つぶやき」等のデータを活用し、商品の需要を予測し、適切に在庫管理。



出所：京都市産業観光局広報資料

自動運転

- 米国では、本年夏にイエローストーン国立公園で、マイカーの混雑緩和を目的として、自動走行シャトルの社会実験が実施される予定。



**コロナ禍を乗り越え、従来からの課題にも向き合うだけでなく、
中長期的な経済・社会の変化も見据え、観光立国の実現に取り組む。**