

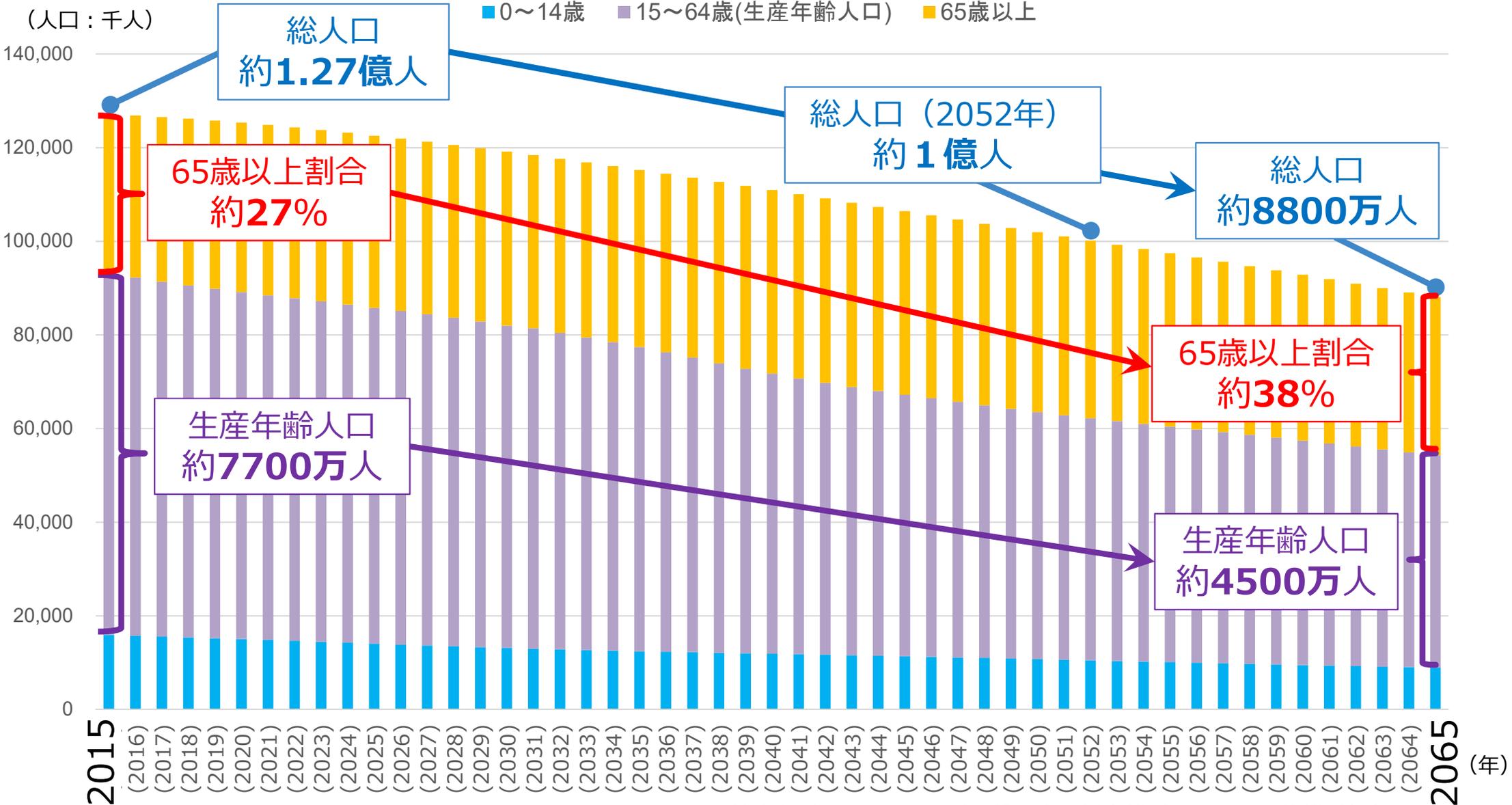
観光を取り巻く 現状及び課題等について

令和3年11月25日
観光庁

- 1. 観光を取り巻く現状**
2. 宿泊業の現状と課題
3. 旅行業の現状と課題
4. 本検討会で御議論頂きたい主な論点(例)

人口減少・少子高齢化の推移・予測

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

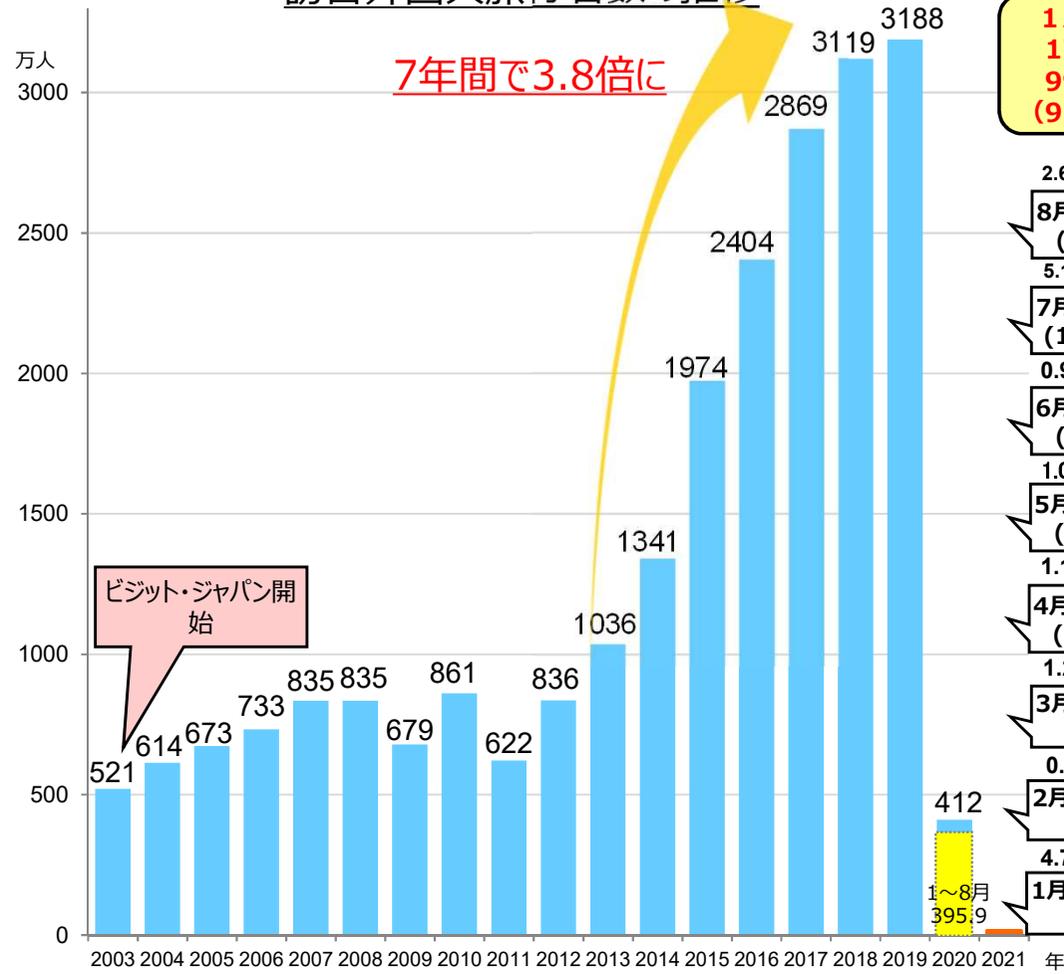


(国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(中位推計))

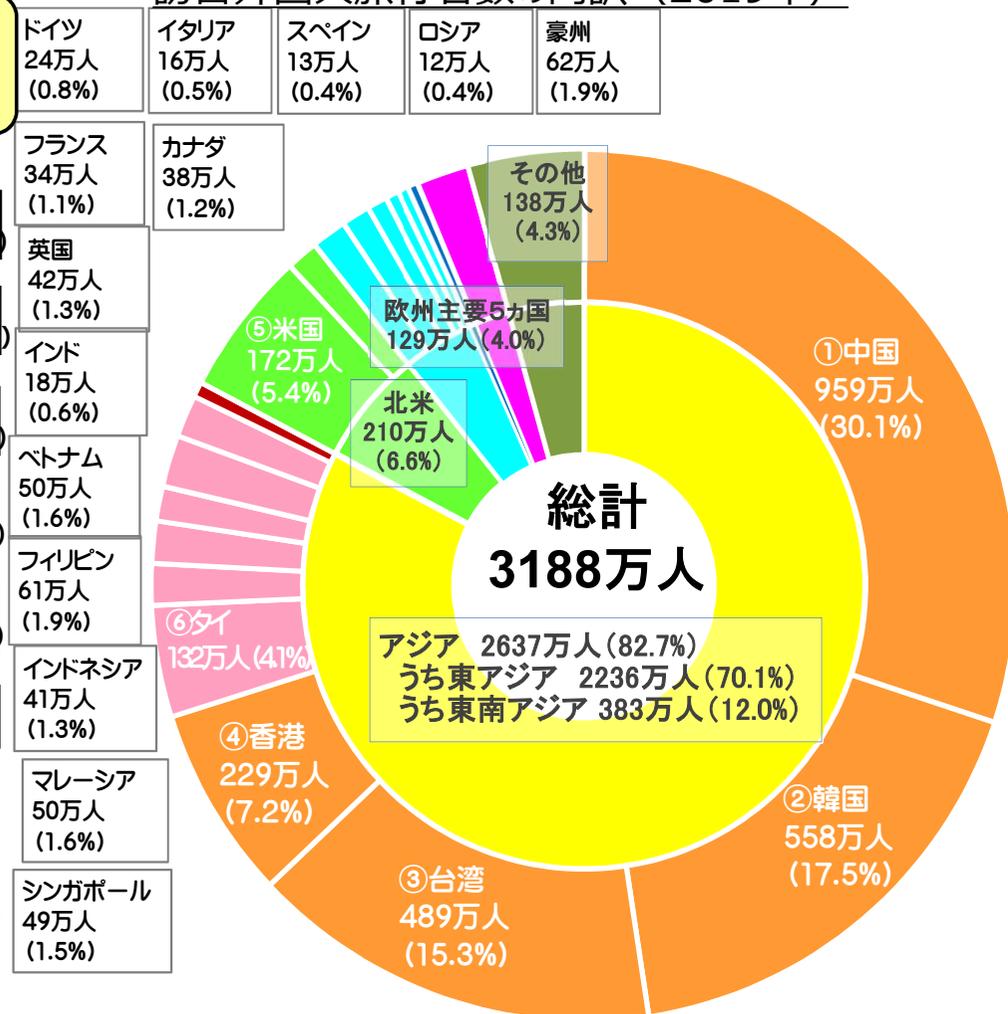
訪日外国人旅行者数の推移

- **2020年（令和2年）の訪日外国人旅行者数**は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行による旅行控えや、航空便の大幅な減少等により、**対前年比マイナス87.1%の412万人**となり、ビジット・ジャパン事業開始以前の1998年（平成10年）と同程度となった。【参考】1998年（平成10年）の訪日外国人旅行者数 411万
- 2019年訪日外国人旅行者数の内訳は、東アジア2,236万人、東南アジア383万人、欧米豪413万人。

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行者数の内訳（2019年）



注) 2020年以前の値は確定値、2021年1月～6月の値は暫定値、2021年7月～8月の値は推計値
 注) 2019年は、新型コロナウイルスの影響により、出入国数が激減する等、特殊な状況となったことに鑑み、2021年の訪日外国人旅行者数は2019年を基準として比較した数字を記載。
 %は対2019年同月比、()内は対前年同月比
 出典：日本政府観光局（JNTO）

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。

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

旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円

国内旅行（海外分除く） 21.9兆円

うち宿泊旅行 17.2兆円
うち日帰り旅行 4.8兆円

訪日外国人旅行者

3,188万人

国内旅行者（宿泊 + 日帰り）

5億8,710万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億1,162万人
うち日帰り 2億7,548万人

1人1回当たり旅行支出
15万8,531円

1人1回当たり消費額
宿泊 5万5,054円
日帰り 1万7,334円

+

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

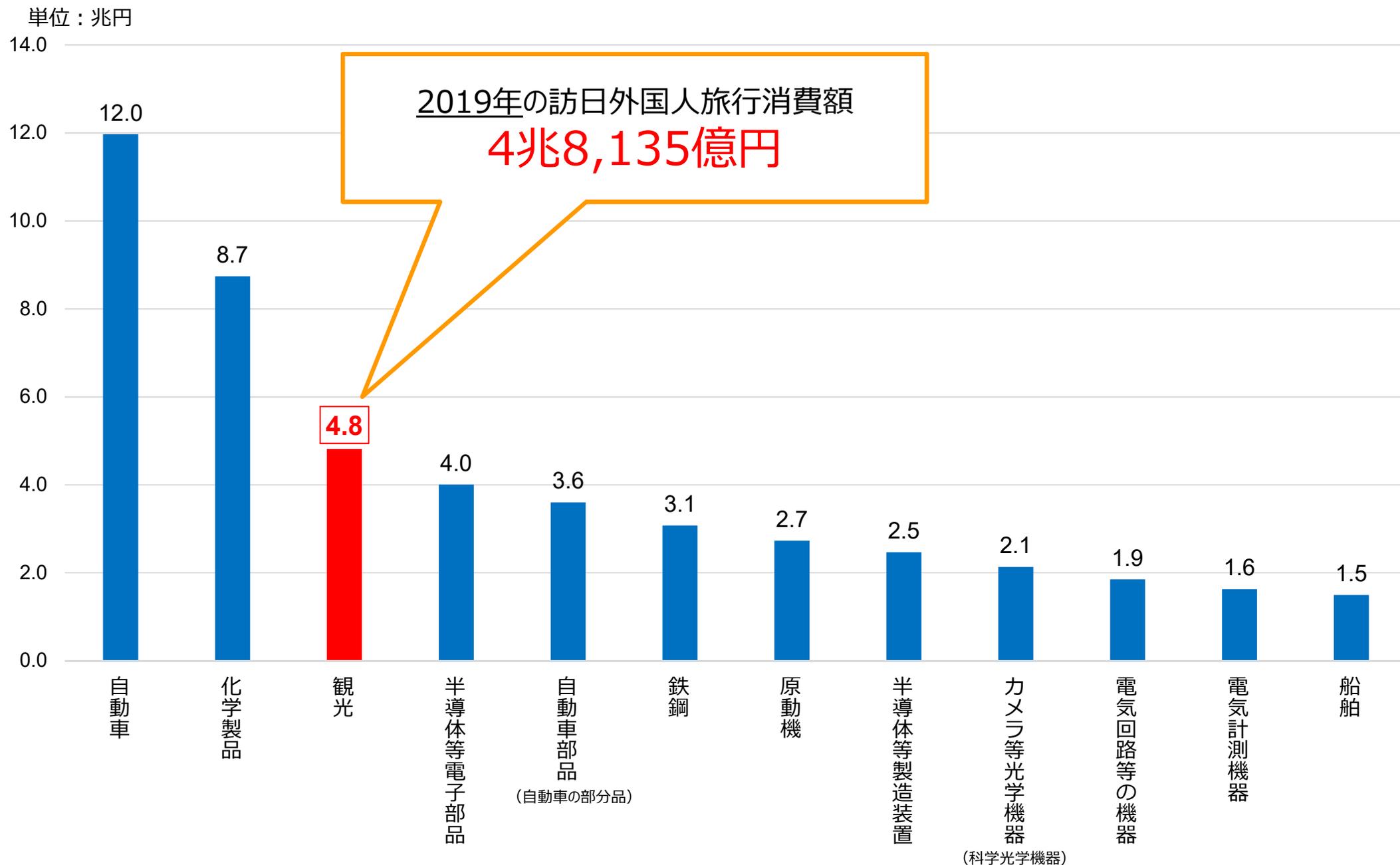
国内旅行者（宿泊）23人分

又は

国内旅行者（日帰り）75人分

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である。（※観光庁資料）

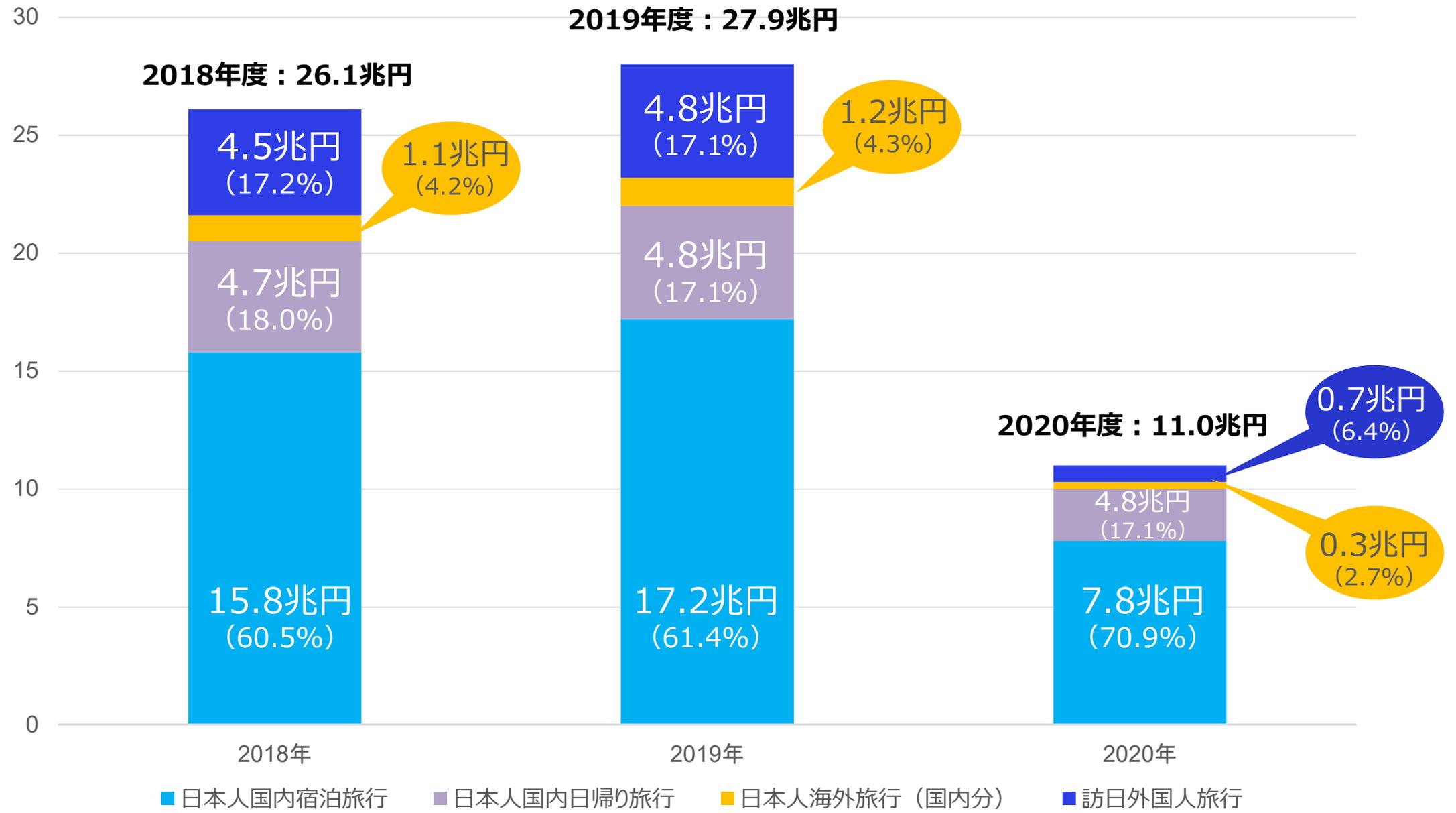
訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較



資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

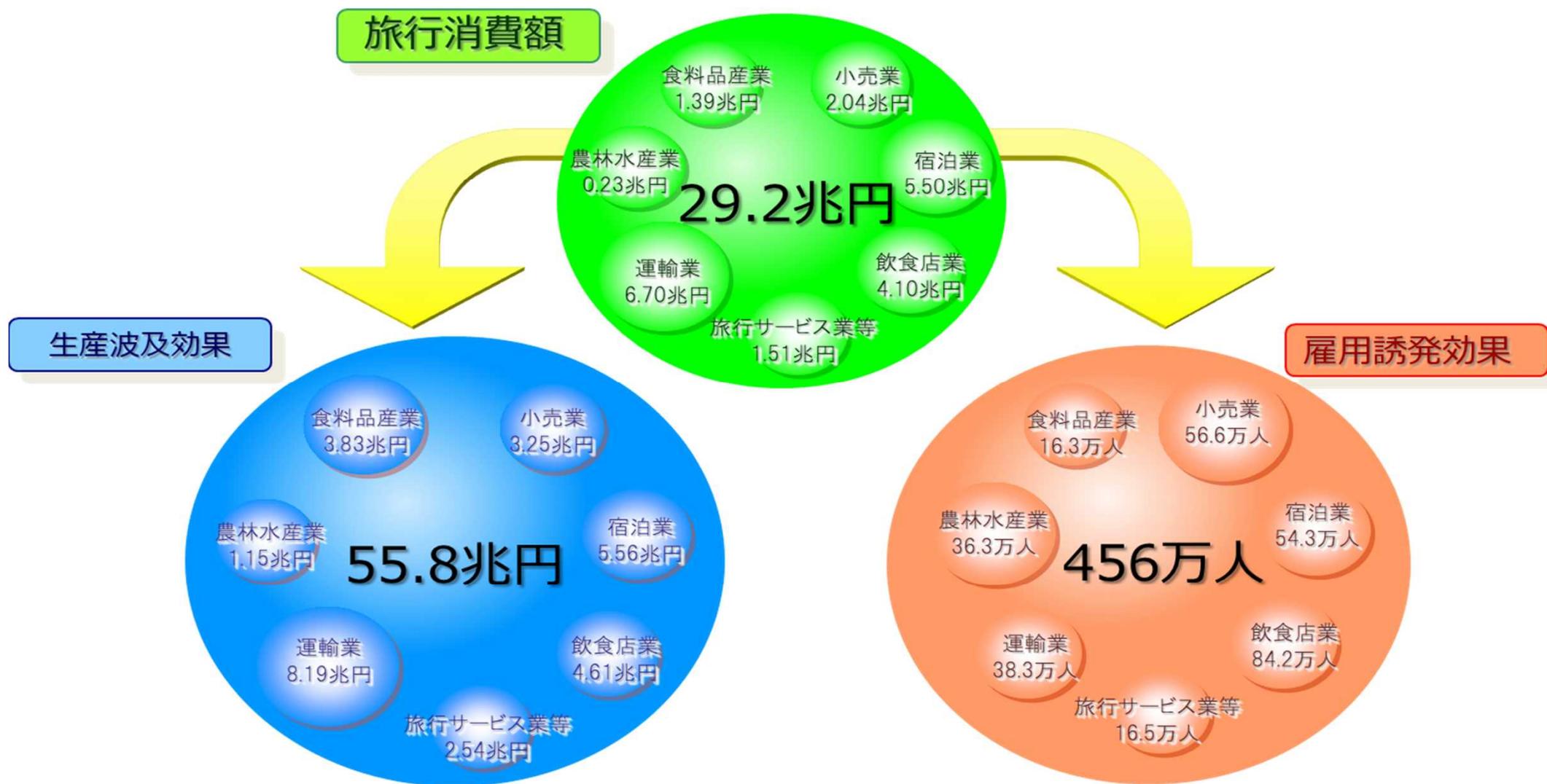
国内における旅行消費額

単位：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

旅行・観光消費の生産波及効果（2019年）



◆生産波及効果

新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけの効果が生じたのかを示したものの。（例えば、旅行・観光消費によってこれらに原材料（中間財）を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの）

※旅行消費額については、

- ・ 日本人国内旅行（宿泊旅行および日帰り旅行）、日本人海外旅行の国内消費分および、訪日外国人の旅行等による消費額の合計。
 - ・ 国際基準（UNWTO）に則り算出。P6の額に、別荘の帰属家賃等を追加計上。
- 出展：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

平成28年3月30日策定

これまでの議論を踏まえた課題

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

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

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

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
 - ・ 60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トッ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ジェットの受入環境改善
- 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
 - ・ 2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
 - ・ 観光地再生・活性化ファンド、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ク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

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。

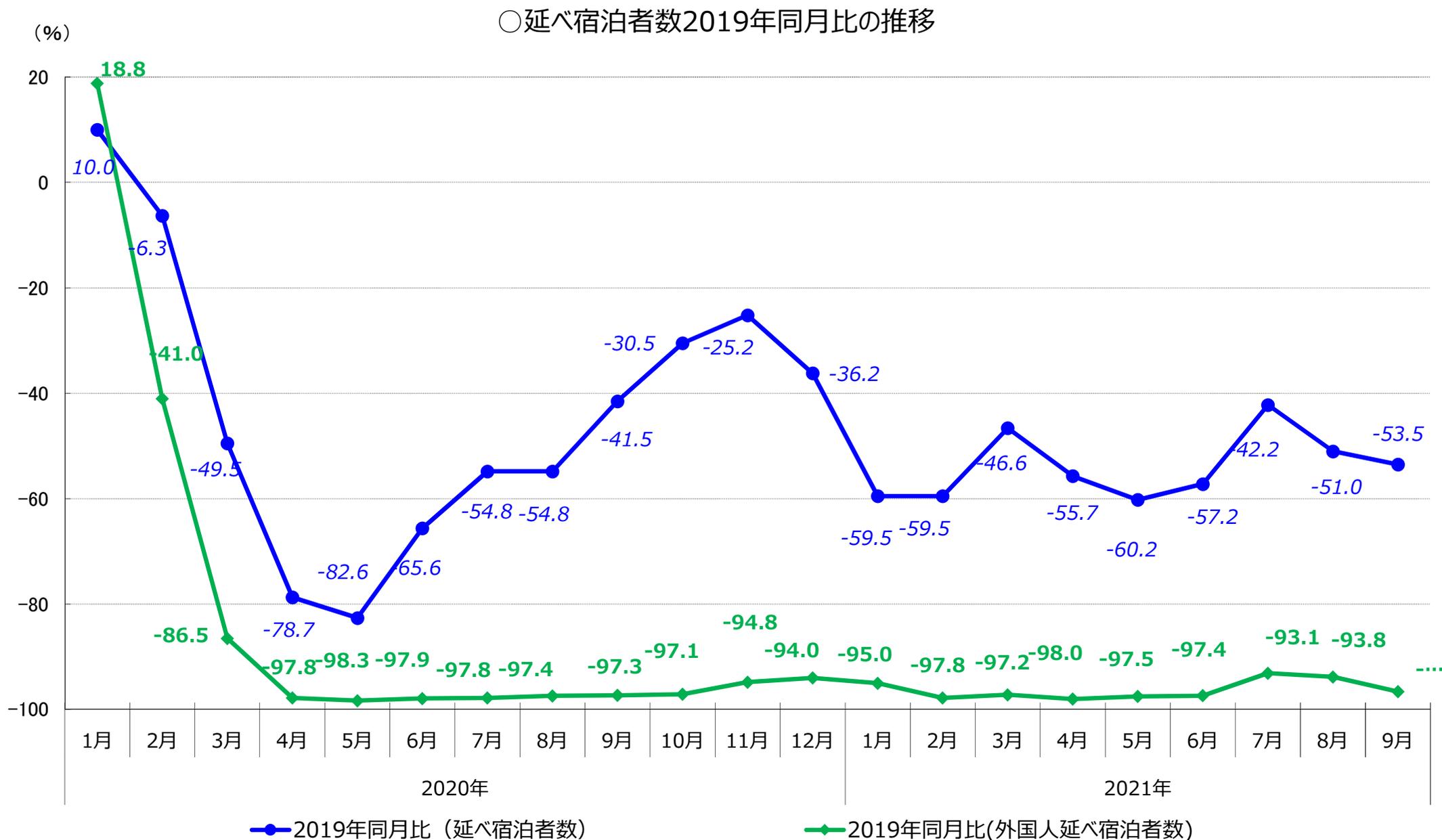
| | | |
|---|---------|-------------|
| | (2012年) | (2019年) |
| ・訪日外国人旅行者数は、約 3.8 倍増の 3,188万人 に | 836万人 | ⇒ 3,188万人 |
| ・訪日外国人旅行消費額は、約 4.4 倍増の 4.8兆円 に | 1兆846億円 | ⇒ 4兆8,135億円 |

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

| | | | | |
|----------------|----------------------|------------------------|---------------------------------------|---|
| 訪日外国人旅行者数 | 2012年: 836万人 | 2019年: 3,188万人 | 2020年: 4,000万人 (達成率: 79%)※ | 2030年: 6,000万人 (達成率: 53%)※ |
| 訪日外国人旅行消費額 | 2012年: 1.1兆円 | 2019年: 4.8兆円 | 2020年: 8兆円 (達成率: 60%)※ | 2030年: 15兆円 (達成率: 32%)※ |
| 地方部での外国人延べ宿泊者数 | 2012年: 855万人泊 | 2019年: 4,309万人泊 | 2020年: 7,000万人泊 (達成率: 61%)※ | 2030年: 1億3,000万人泊 (達成率: 33%)※ |
| 外国人リピーター数 | 2012年: 528万人 | 2019年: 2,047万人 | 2020年: 2,400万人 (達成率: 85%)※ | 2030年: 3,600万人 (達成率: 56%)※ |
| 日本人国内旅行消費額 | 2012年: 19.4兆円 | 2019年: 21.9兆円 | 2020年: 21兆円 (達成率: 104%)※ | 2030年: 22兆円 (達成率: 99%)※ |

※ ()内は2019年実績における2020年、2030年の各目標に対する達成率

新型コロナウイルス感染症の影響による旅行需要の消失



※2021年9月の数値は第1次速報値であり、2021年11月30日公表予定の第2次速報値で変更となる可能性がある。

出典：観光庁宿泊旅行統計調査（令和3年8月・第2次速報、令和3年9月・第1次速報）

事業継続・雇用維持

業種横断

- 雇用調整助成金の特例 (R4.3月まで)
 - ・1人当たり日額上限最大 15,000円
 - ・中小・大企業とも助成率最大 10/10
 - ※業況特例、地域特例について、
3月末まで現行の日額上限・助成率の特例を継続
- 実質無利子・無担保融資 (R4.3月まで)
- 地方創生臨時交付金の特別枠
 - ・「事業者支援分」を創設
 - ・4月に3,000億円を交付
 - ・8月に3,000億円を追加交付

観光産業

- 地域観光事業支援 (感染防止対策)
 - ・GoToトラベル予算から1,000億円を流用
 - ・宿泊事業者による感染防止対策等への支援
 - ・47都道府県に対し交付決定、事業開始済
 - ・昨年5月14日以降に支出した費用、
消耗品購入についても補助対象

需要喚起

- GoToトラベル事業 (昨年実施)
 - ・執行済約0.6兆円、予算残額1.3兆円
 - ・宿泊・日帰り旅行代金の35%を割引、15%の地域
共通クーポンを付与
(上限額: 1泊2万円、日帰り1万円)
 - ・昨年7月開始、12月末全国停止

(利用実績)

利用人泊数 少なくとも 約8,781万人泊
割引支援額 少なくとも 約4,082億円
地域共有クーポン 少なくとも 約1,317億円

- 地域観光事業支援 (県民割)
 - ・GoToトラベル予算から2,300億円を流用
 - ・宿泊・日帰り旅行代金の50%を割引
(上限額: 5,000円)
 - ・2,000円上限の地域共通クーポンを付与
 - ・42道県に交付決定済、40県で事業を実施中
(11/18現在)

我が国にとっての観光の意義

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。



＜訪日客で賑わう百貨店
(銀座・三越)＞



＜訪日客で賑わう大型商業施設
(鳥取県・境港市)＞

地方創生の鍵

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。



＜中国・韓国の旅行者でにぎわう
地方空港(富士山静岡空港)＞

国際社会での日本の地位向上

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。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。



＜茶道体験をする外国人旅行者＞

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。



＜仙台七夕祭り＞

1. 観光を取り巻く現状
2. 宿泊業の現状と課題
3. 旅行業の現状と課題
4. 本検討会で御議論頂きたい主な論点(例)

2. 宿泊業の現状と課題

2-1 宿泊業の概況

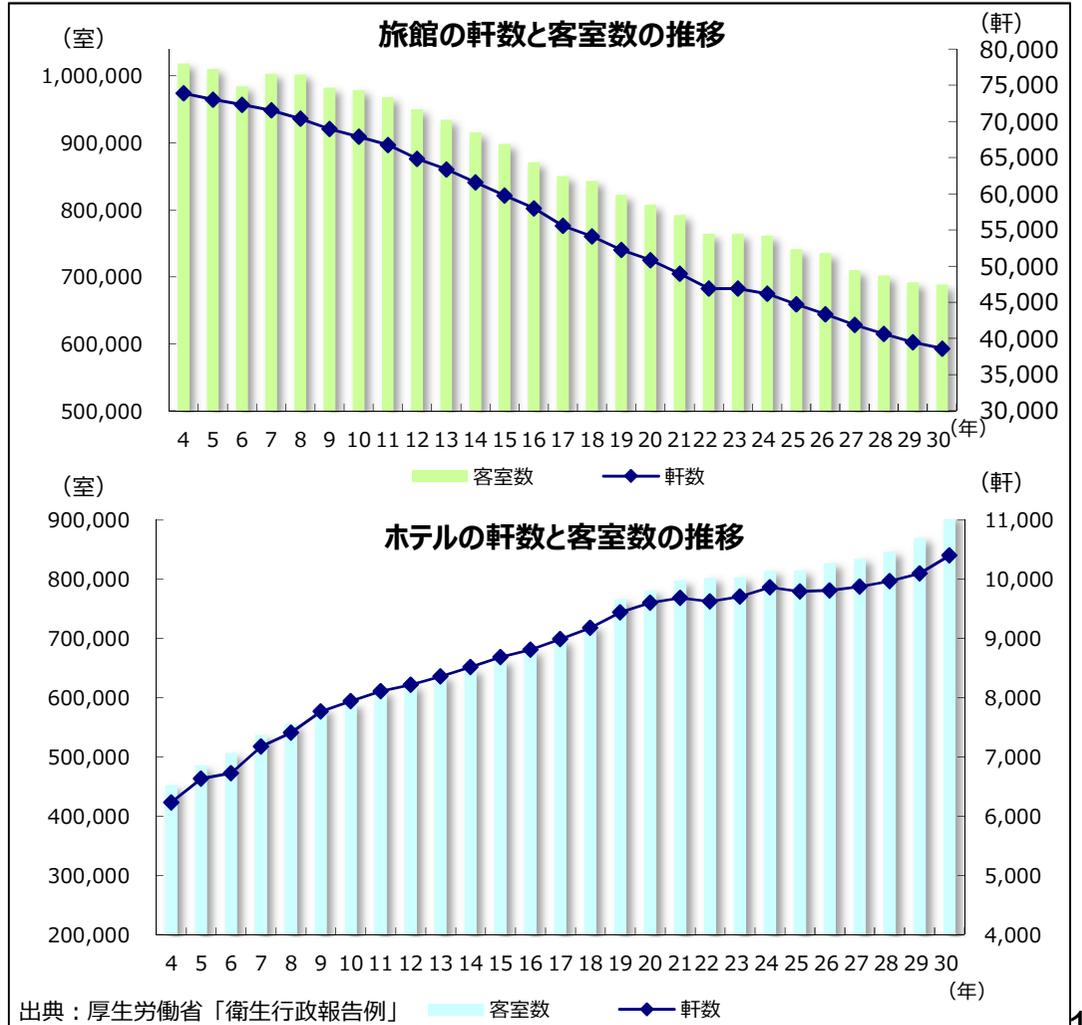
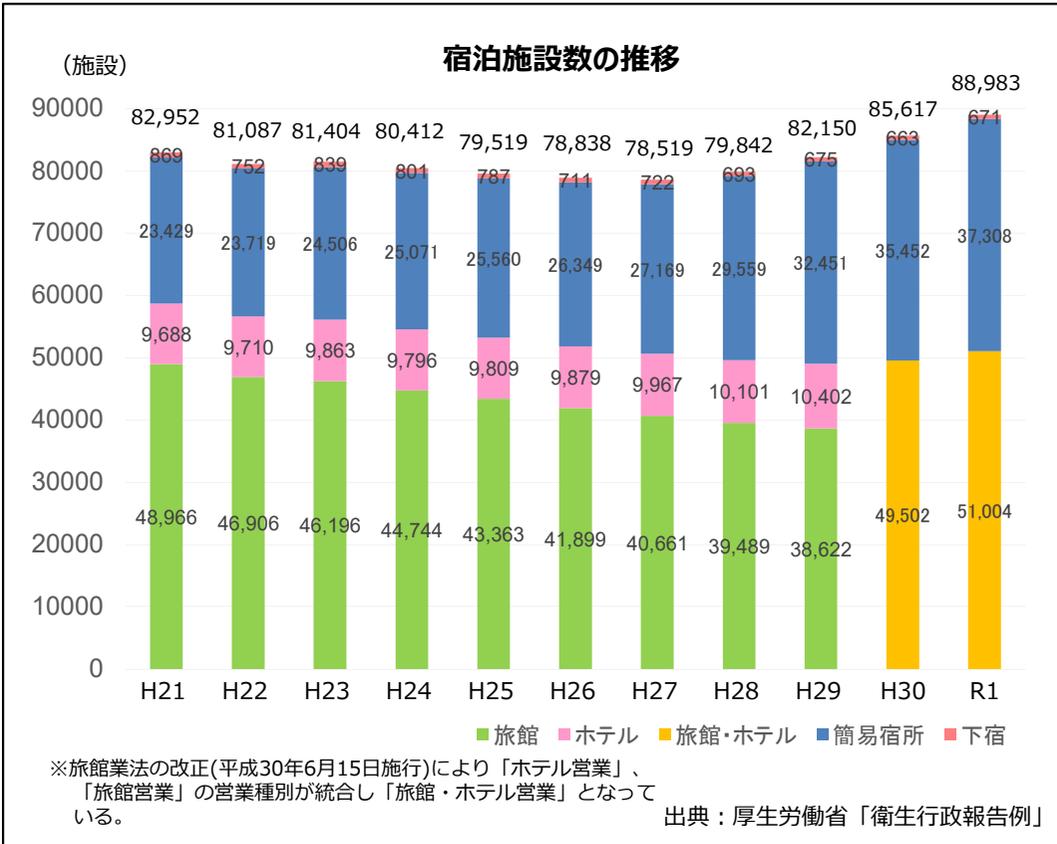
宿泊業の現状

【宿泊施設数・事業所数等】

- 宿泊施設数：**88,983**（令和元年度）
[ホテル・旅館：51,004 簡易宿所：37,308 下宿：671]
- 宿泊業事業所数：**42,265**事業所（平成24年比▲5.3%）
- 宿泊業企業等数：**34,315**企業等（平成24年比▲9.4%）
 - 中小企業等数：34,789（約**99.0%**）
 - 「会社企業」数：16,272（約**46.3%**）
 - 「会社企業」のうち中小企業数：15,977（約**98.2%**）

【宿泊業の産業規模】

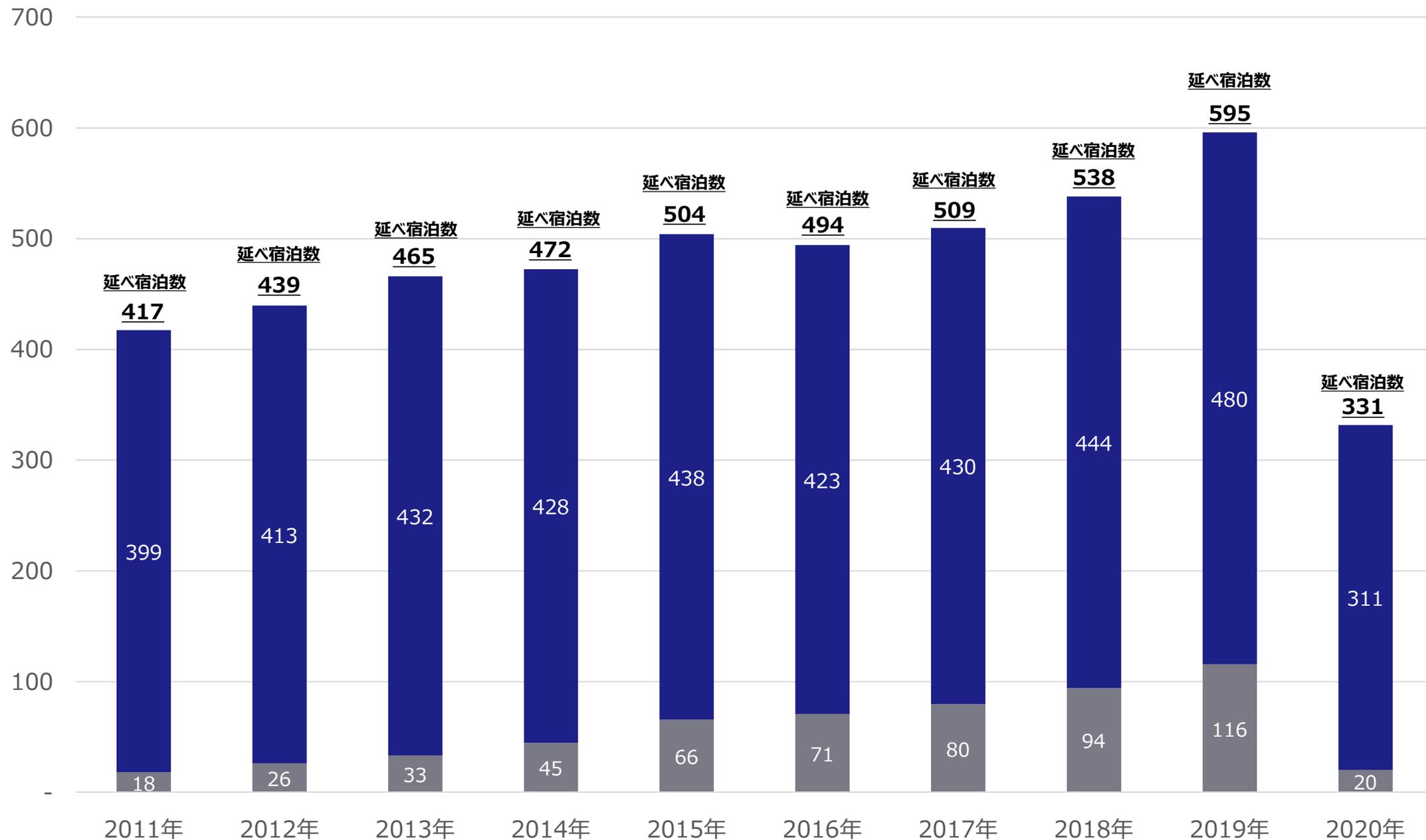
- 売上高：**約4.2兆円**（全産業の**0.3%**）（2020年度）
 - 就業者数：**53万人**（全産業の**0.8%**）（2020年8月）
- ※宿泊施設数・客室数：厚生労働省「衛生行政報告」より
 ※事業所数・企業等数：総務省「経済センサス活動調査」（平成28年度）より
 ※売上高：財務総合研究所「法人企業統計」より
 ※就業者数：総務省「労働力調査」より



※「衛生行政報告例」による宿泊施設数には、廃業等により実際には旅館業を営んでいないが、許可が抹消されていない施設も含まれる。
 ※「経済センサス活動調査」による宿泊業の事業所数・企業等数は、主たる事業が「宿泊業」である者のみをカウントした数字。

延べ宿泊者数の推移

(百万人泊)

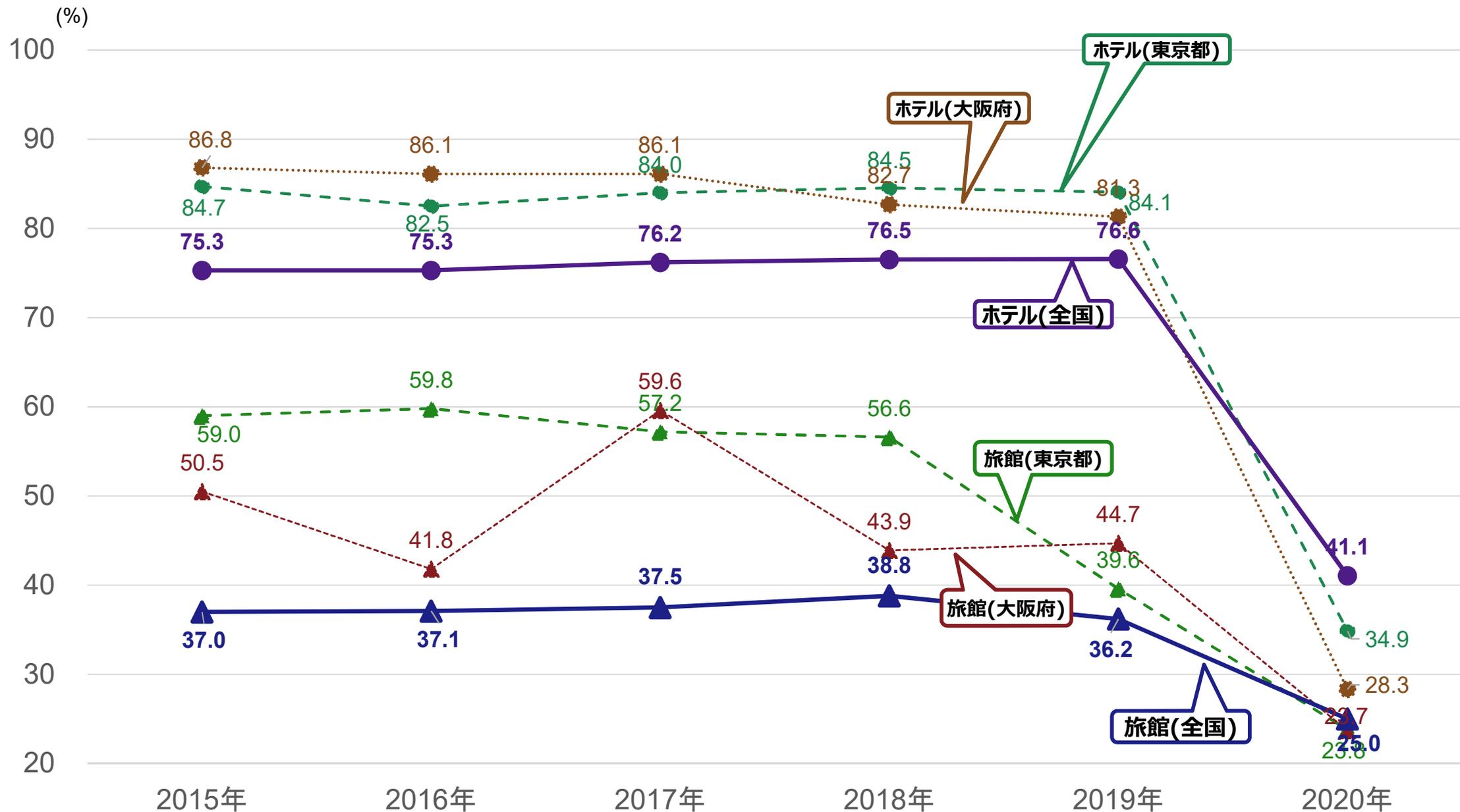


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

■：日本人延べ宿泊者数

■：外国人延べ宿泊者数

ホテル／旅館の客室稼働率の推移（東京・大阪・全国）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査 第8表（ホテルはビジネスホテル・シティホテルの実績）」

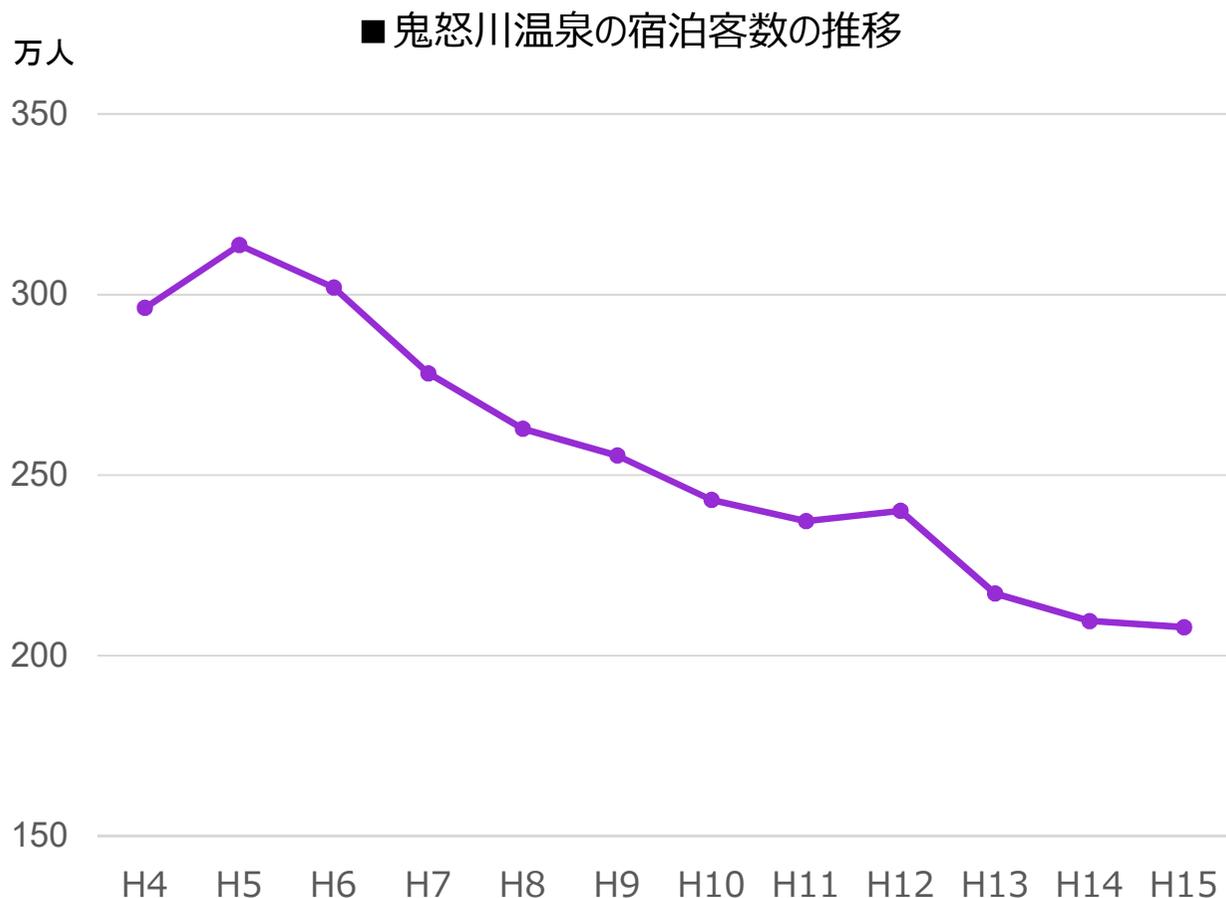
2. 宿泊業の現状と課題

2-2 宿泊業の課題

- ① **ビジネスモデルの転換の遅れ**
(旅行ニーズの変化への対応の遅れ、家業的な経営)
- ② 低生産性・担い手不足の深刻化
- ③ 災害の頻発・激甚化や感染症等の有事への備え

ビジネスモデルの転換の遅れ

- 温泉・観光地では、1980年代から90年代にかけて旺盛な団体旅行需要に対応する形で宿泊施設の大型化等が進んだが、旅行形態や消費者ニーズの変化に伴い、宿泊客数・稼働率とも低減。
- 宿泊業ではこうした変化に対応するための設備更新が高額となる傾向にあり、収益が低下する中で施設の陳腐化や老朽化が進み、更に集客力が低下する悪循環や、廃業施設となって観光地全体に影響を及ぼすケースも見られる。



■ 渓谷沿いの廃業・休業ホテル



■ 空き店舗や空き地が目立つ温泉街



※平成16年度の国土施策創発調査によると、鬼怒川温泉の宿泊客数は、1980～90年代の景気高揚とともに旅館ホテルの大型化や新規立地が進み、平成5年のピーク時には年間341万人。その後、景気の低迷や団体旅行の衰退で減少に転じる。

旅館の経営不振

旬刊旅行新聞「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」(1990年)のトップ10

| | | |
|-----|-----------------|--------------|
| 1位 | 加賀屋 | 和倉温泉 (石川) |
| 2位 | ホテル百万石 | 山代温泉 (石川) |
| 3位 | 稲取銀水荘 | 稲取温泉 (静岡) |
| 4位 | ホテル秀水園 | 指宿温泉 (鹿児島) |
| 5位 | 日本の宿古窯 | かみのやま温泉 (山形) |
| 6位 | 斉木別館 | 三朝温泉 (鳥取) |
| 7位 | 藤井荘 | 山田温泉 (長野) |
| 8位 | 鴨川グランドホテル | 鴨川海岸 (千葉) |
| 9位 | 草津白根観光ホテル 櫻井 | 草津温泉 (群馬) |
| 10位 | 古牧第3グランドホテル | 古牧温泉 (青森) |

有名旅館のトップ10のうち、3軒が経営破綻



2009年破産、2012年休業



低価格旅館チェーン「湯快リゾート」系列へ

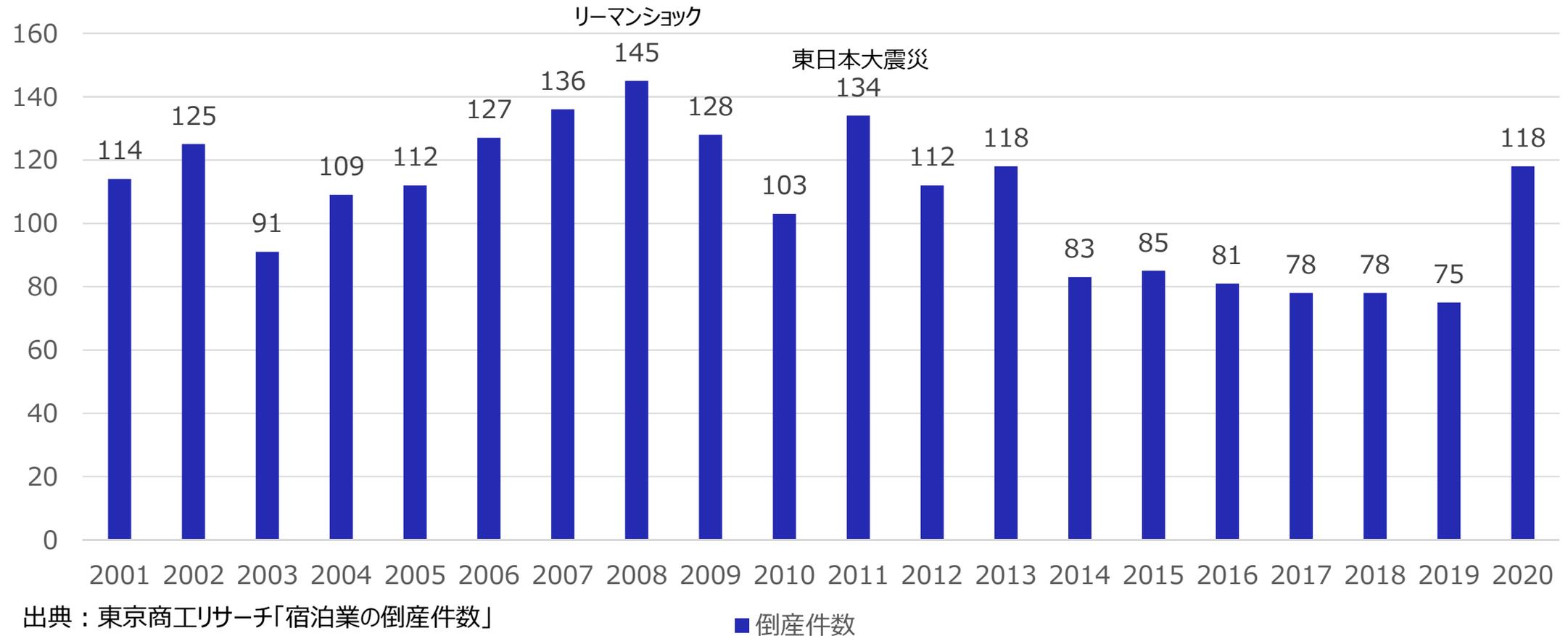


2004年倒産。ゴールドマン・サックスと星野リゾートによる再建

宿泊業の倒産件数の推移

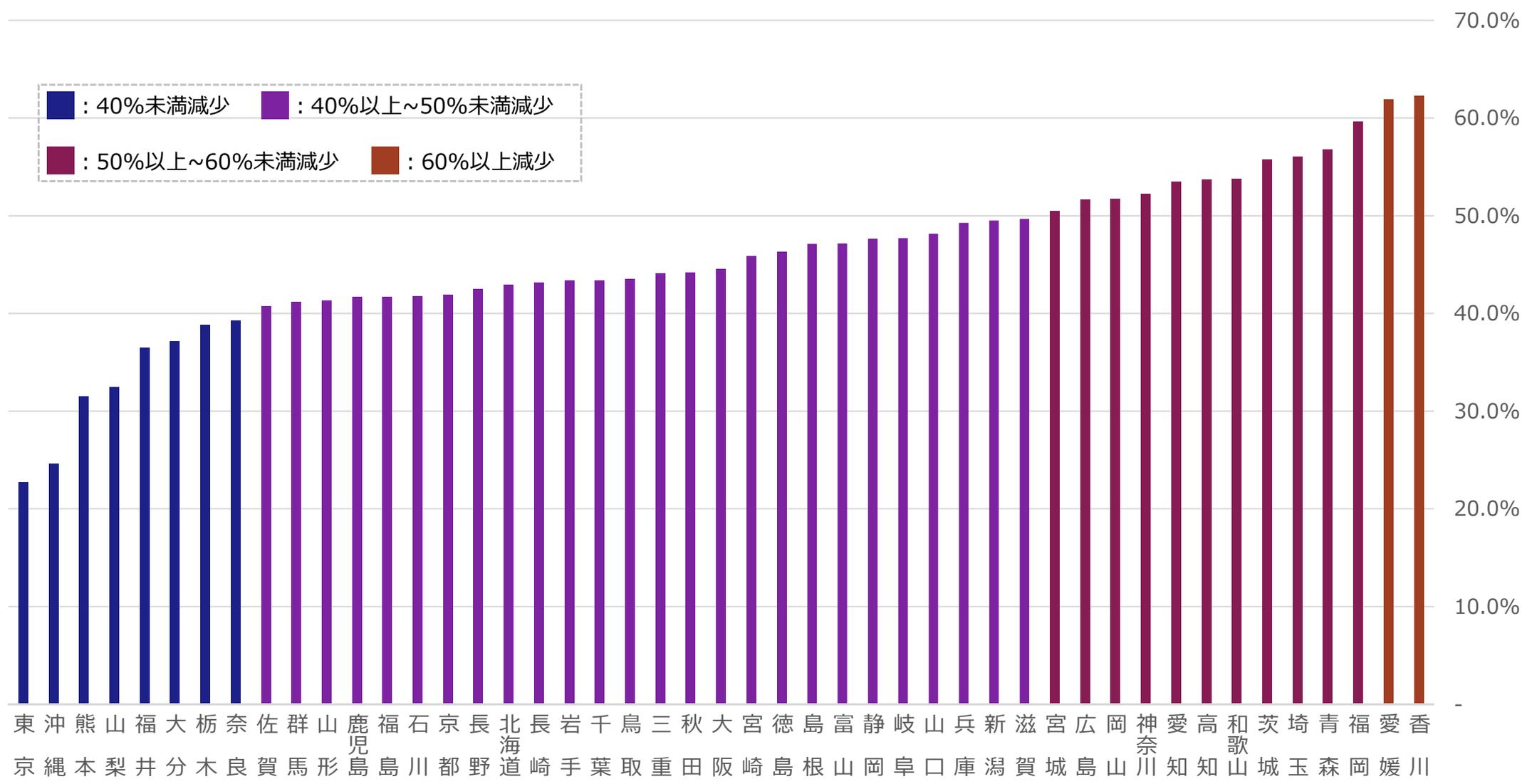
○ 2000年以降、旅館・ホテル業者の倒産件数は平均100件を超える高水準で推移。

宿泊業の倒産 年推移



旅館の都道府県別減少割合

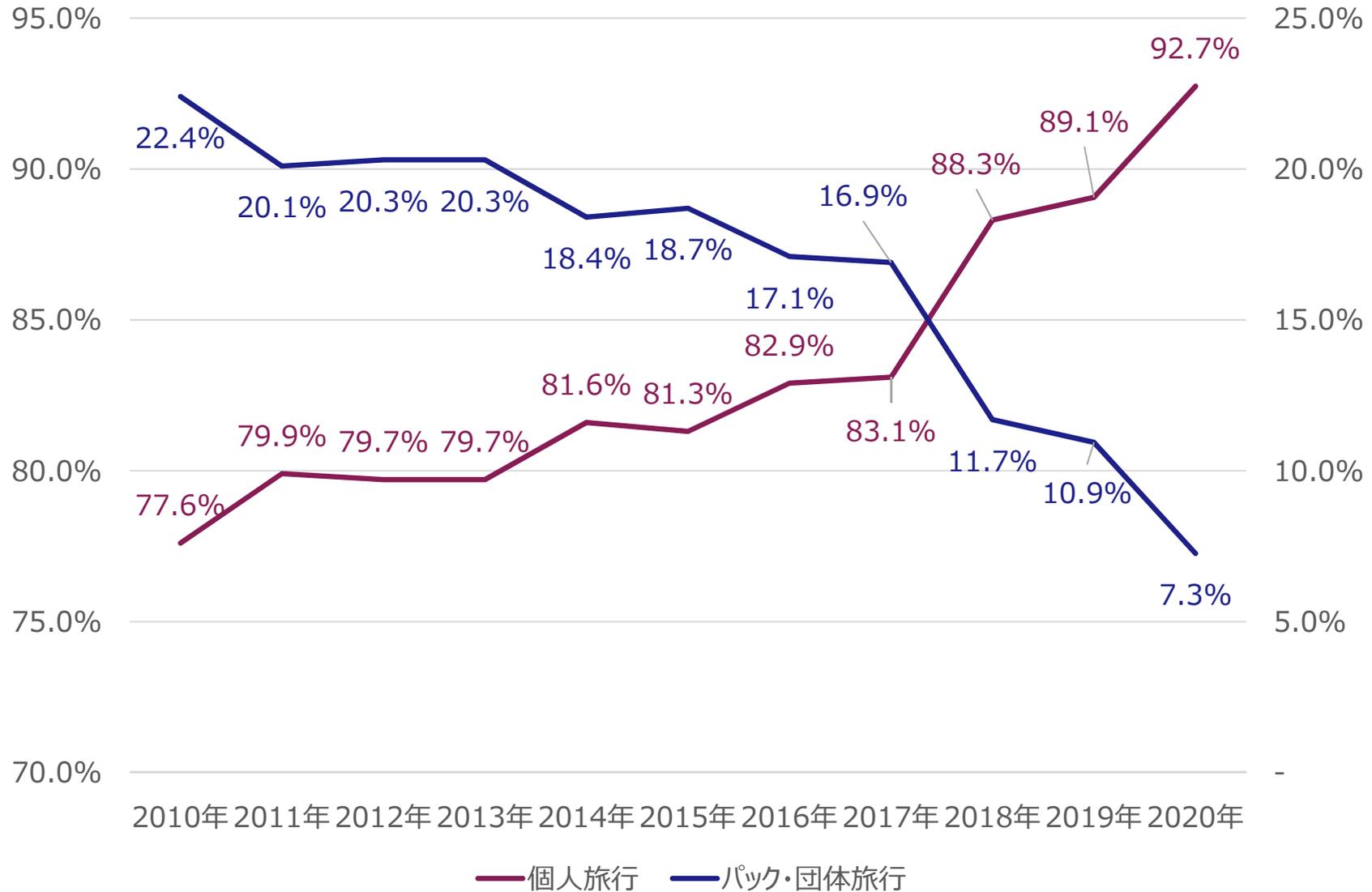
○ H8年度からH29年度の20年間で全ての都道府県で旅館の施設数が減少。旅館ニーズの低迷からホテルに業態転換するケースもあり、41道府県では4割以上の減少となっている。



出典：厚生労働省「衛生行政報告例」

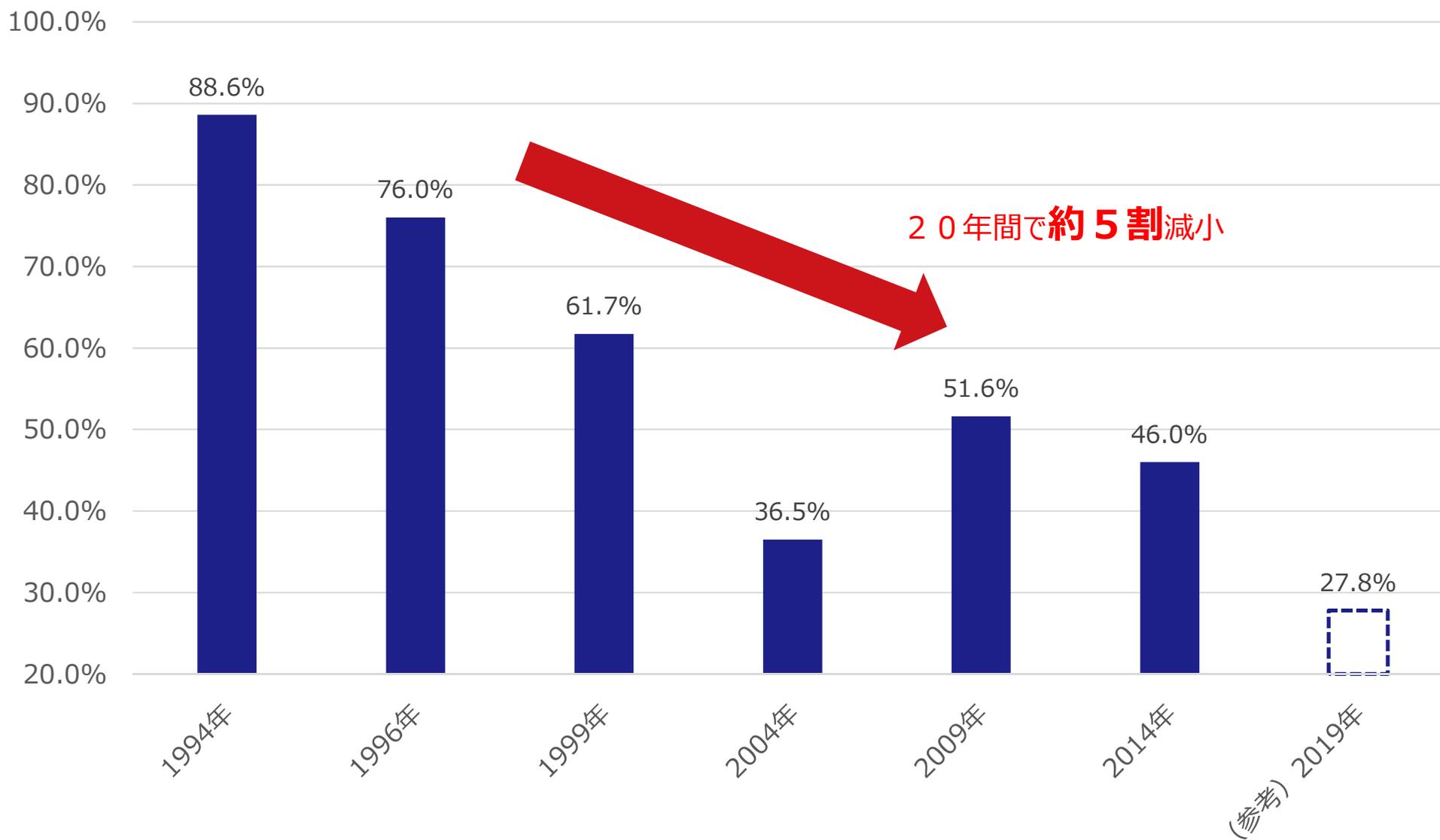
団体旅行の縮小

○ 国内旅行に占めるパック・団体旅行の割合は年々低下している。



社員旅行の推移

○ バブル期以降、企業における社員旅行の実施率は半減。

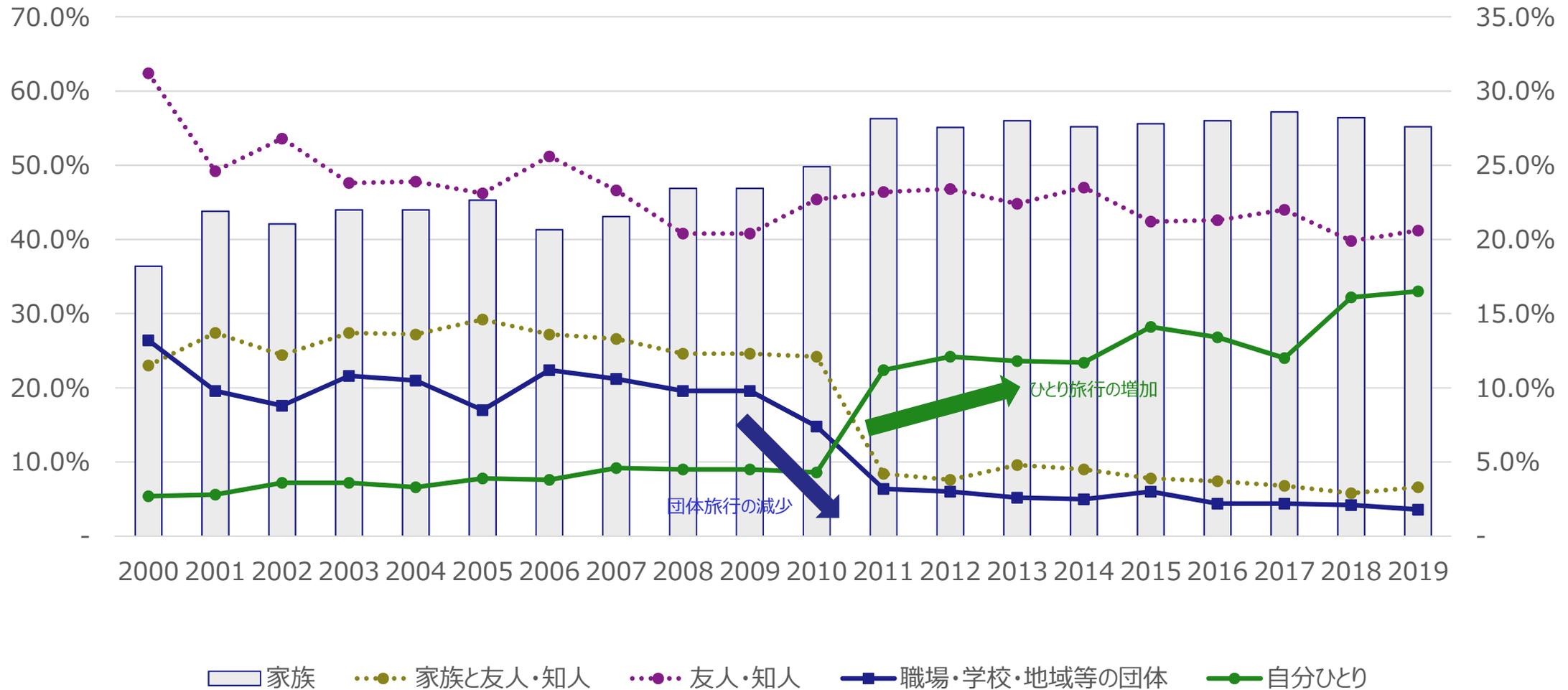


※2019年度調査では計算方法を変更して算出しているため、参考数字。

出典：産労総合研究所「社内イベント・社員旅行等に関する調査」

宿泊施設におけるニーズの変化

○ 団体旅行が減少する一方で近年一人旅が増加。大浴場や宴会施設等の団体旅行向け施設から少人数・個人旅行者のニーズに対応した施設・サービスへの転換が宿泊業の経営課題となっている。



(出展) 令和2 (2020) 年度版 観光の実態と志向

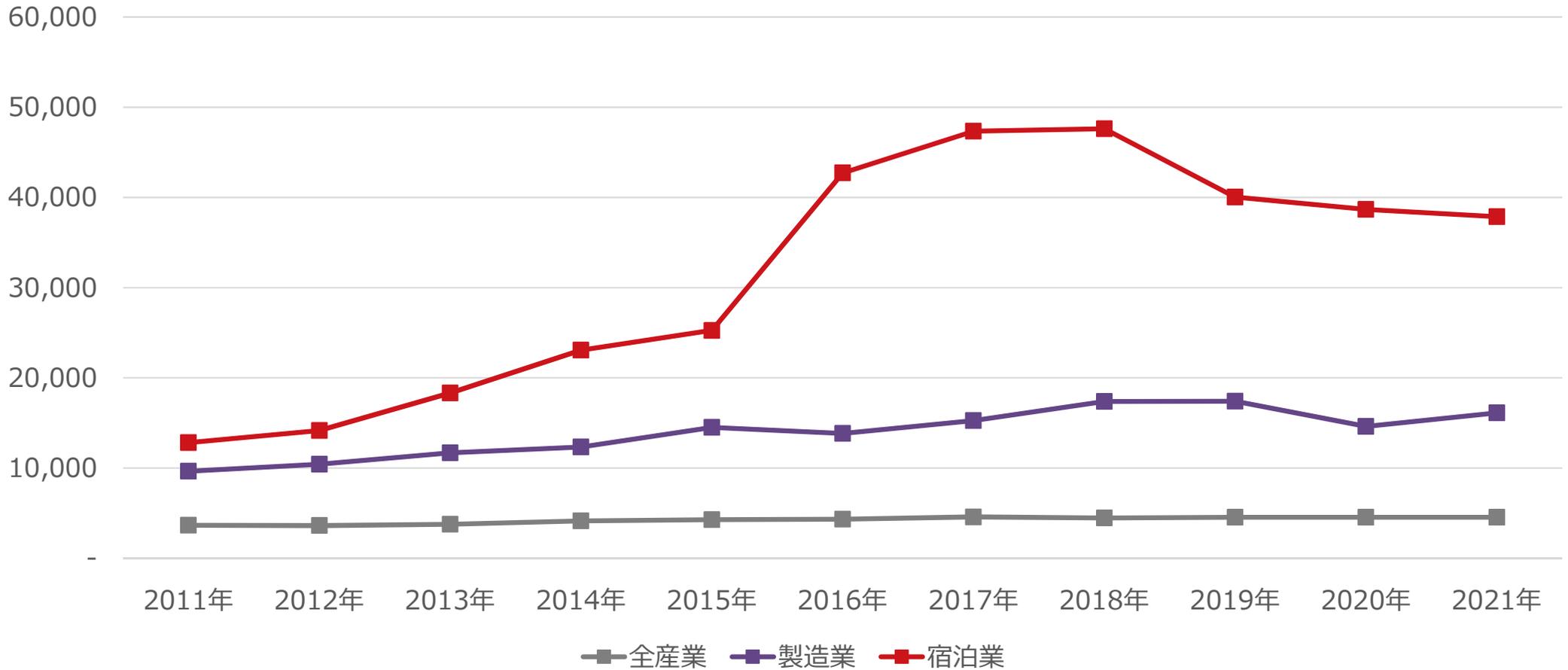
宿泊業の工事費予定額

○ 宿泊業は装置産業であり、1棟あたりの投資金額が他産業と比べ極めて高い。

建築物の数あたり工事費予定額

【単位：万円】

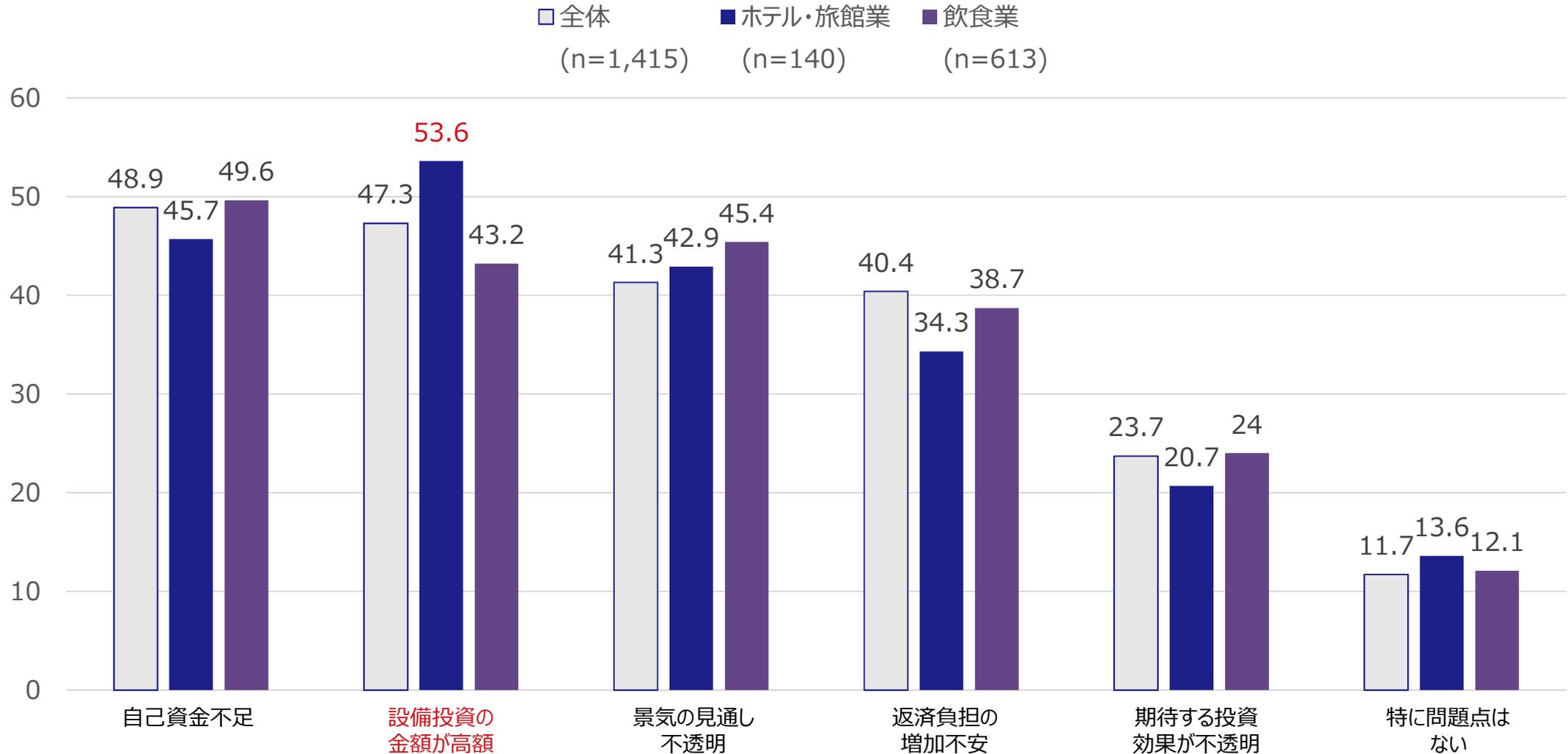
※工事費予定額（万円）を建築物の数（棟）で除した数



出典：国土交通省「建築着工統計調査」

設備投資を実施する上での問題点

○ コロナ禍前のアンケート調査においても、設備投資金額の高負担が問題と答えた経営者が半数を超える。



2. 宿泊業の現状と課題

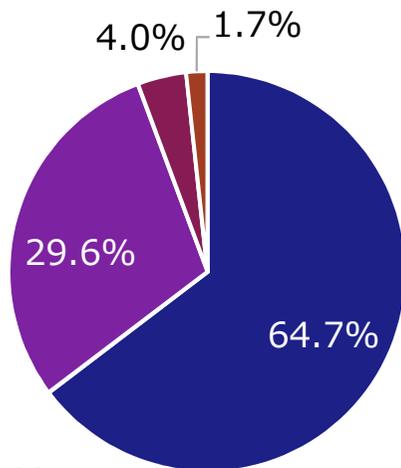
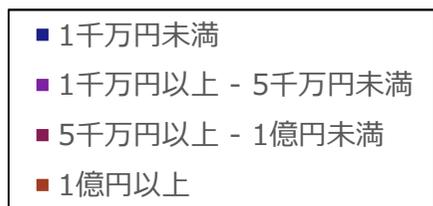
2-2 宿泊業の課題

- ① **ビジネスモデルの転換の遅れ**
(旅行ニーズの変化への対応の遅れ、家業的な経営)
- ② **低生産性・担い手不足の深刻化**
- ③ **災害の頻発・激甚化や感染症等の有事への備え**

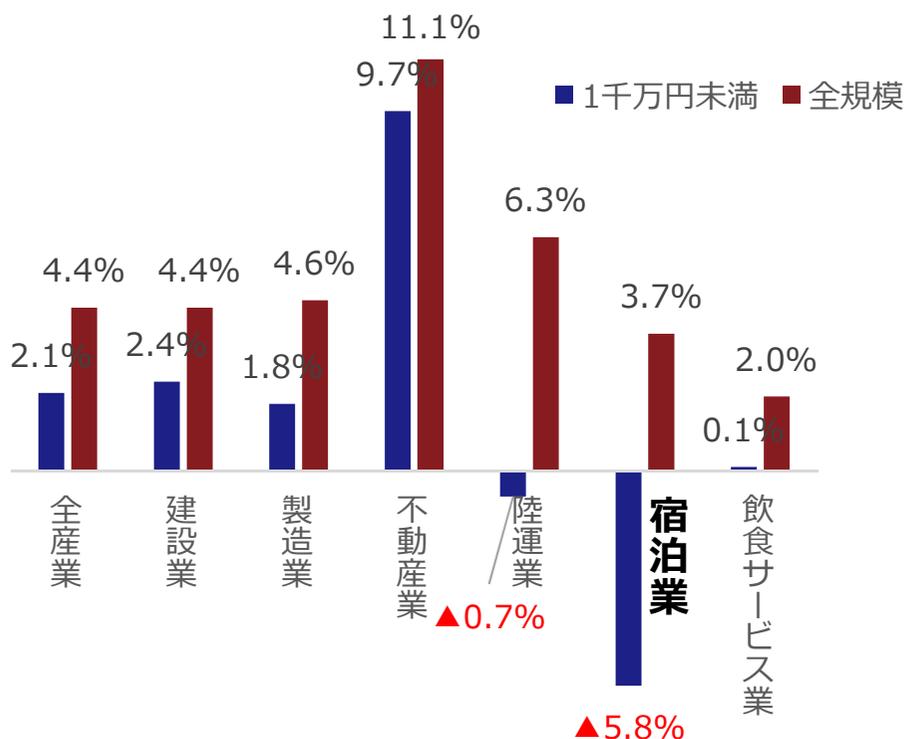
小規模宿泊業者等の経営改善の必要性

○ 宿泊業者の6割以上は資本金1千万円未満の小規模事業者。家業として経営を受け継ぐ旅館が多く、経営手法を長年の経験や勘に依存しているなど低収益な事業体質の改善が課題。

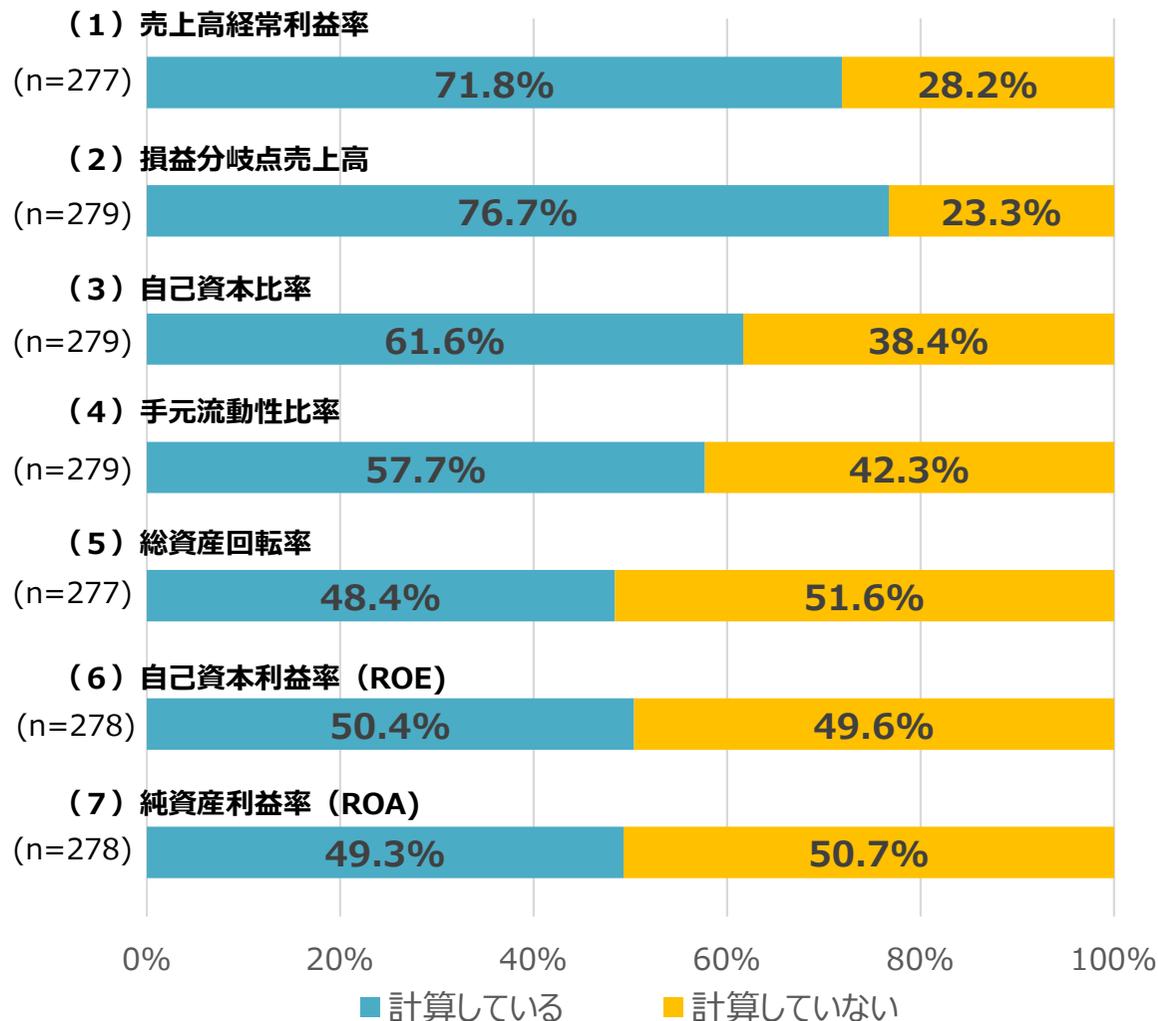
■ 宿泊業者の資本金 (2018年度)



■ 売上高経常利益率の比較 (2018年度)



■ 各種財務指標を計算している企業の割合

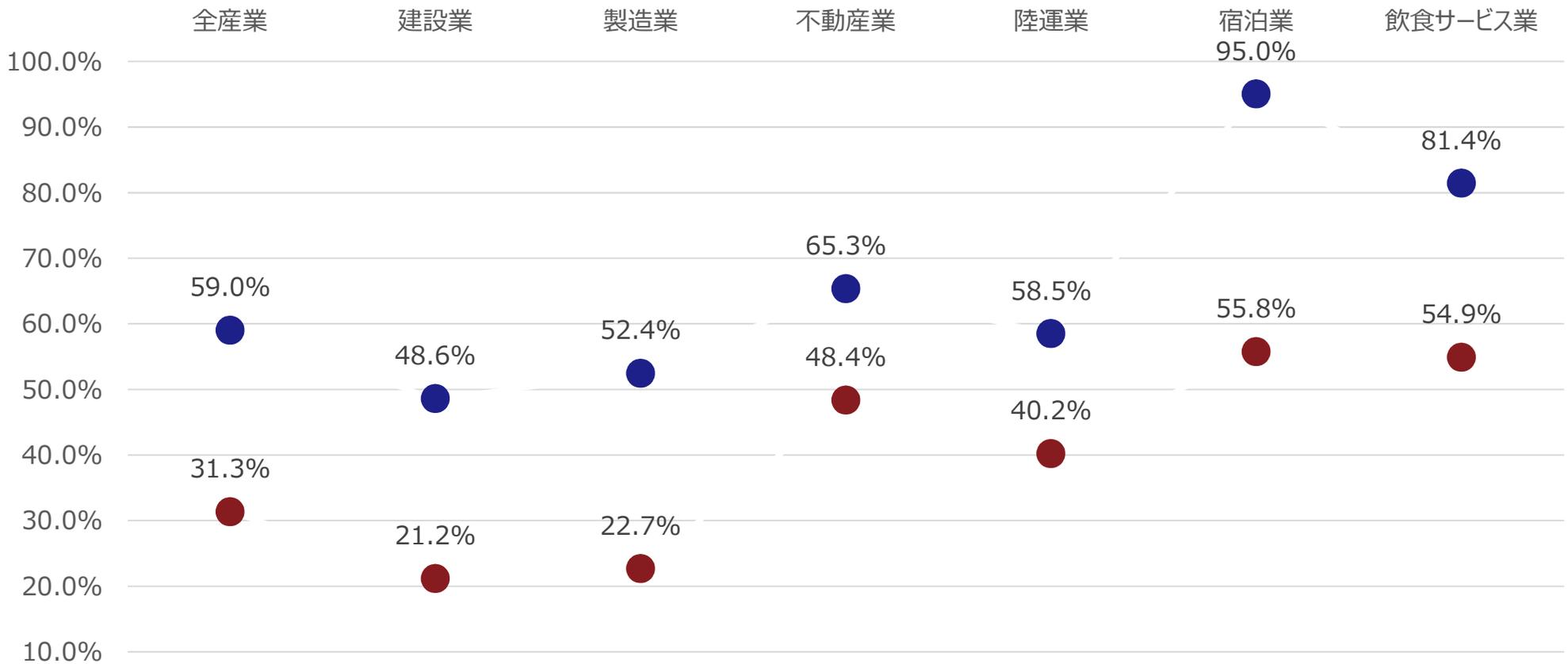


(資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート」)
 (注)「自社の指標を計算し、経営改善に活かしている」「自社の指標を計算している」と回答した企業を「計算している」、
 「指標の存在を知っている」「指標の存在を知らない」と回答した企業を「計算していない」として、まとめて集計している

借入金依存度の業種別比較

- 宿泊業は1千万未満の小規模及び全規模で全産業のなかで借入金依存度が高い。
- 特に小規模宿泊事業者は多額の借入を実施している状況であり、与信枠も少なくなっていると考えられる。

借入金依存度の比較(2018年度)



【算定式】

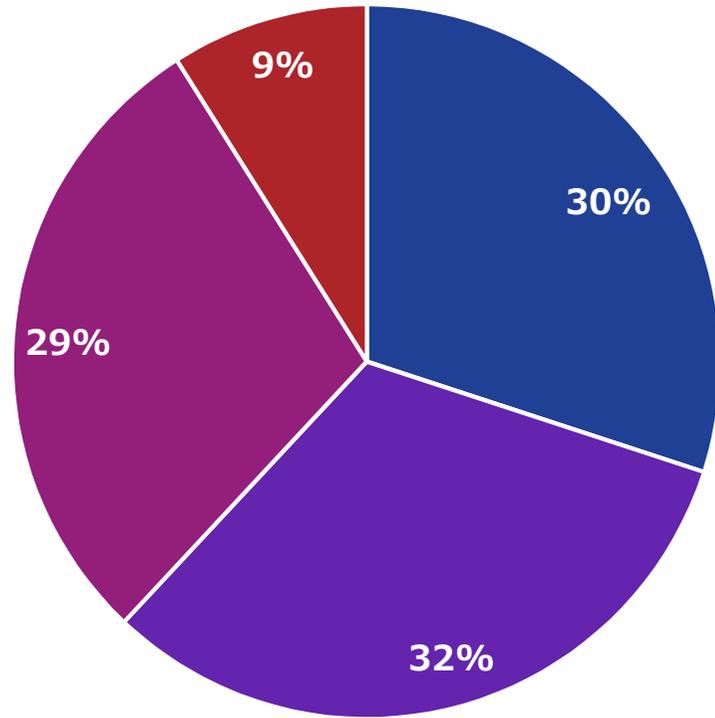
● 借入金依存度 = (金融機関借入金 + その他の借入金 + 社債) ÷ 総資産

● 1千万円未満 ● 全規模

事業承継等の検討状況

○ アンケート結果では宿泊業者の約 3 割が事業承継に困難を抱え、約 1 割は廃業を検討している。

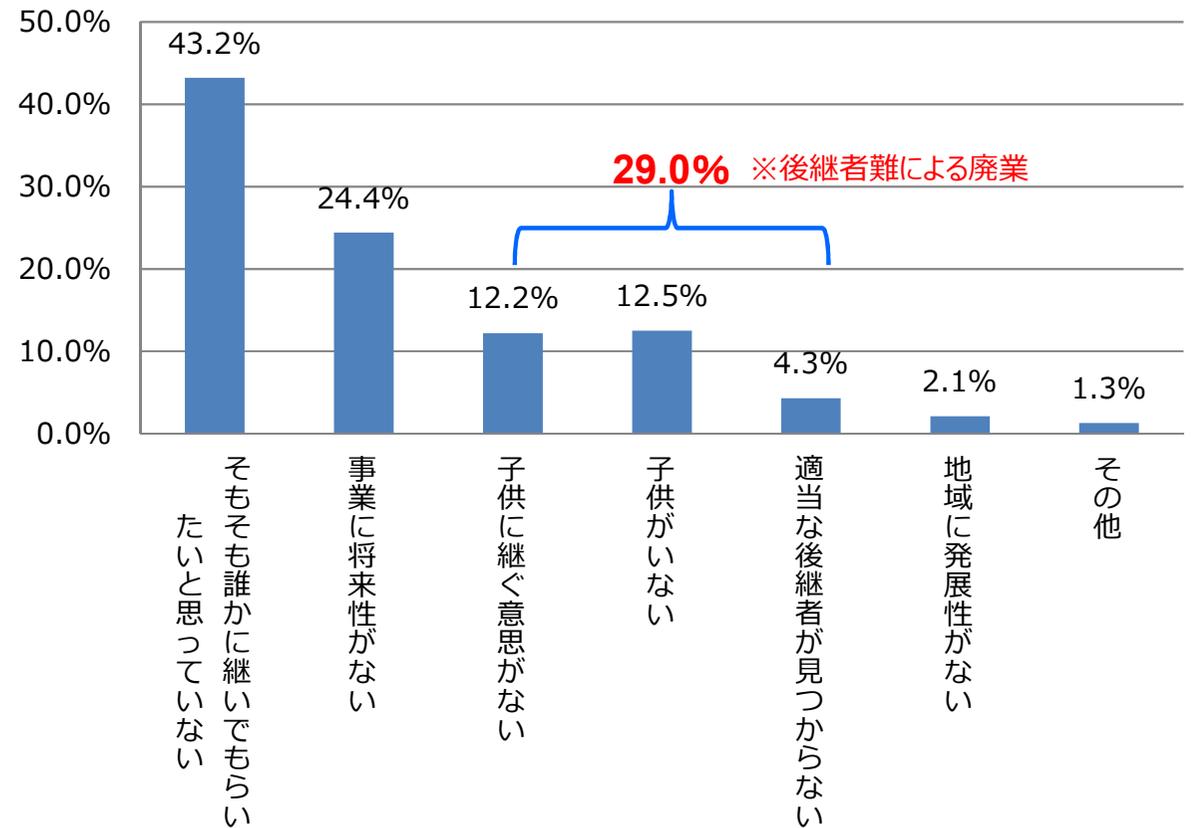
(n=873)



- 事業承継は特段考えていない
- 事業承継を進めている
- 事業承継をしたいが進んでいない
- 事業承継をせずに、廃業を検討している。

(観光庁調べ)

■ 廃業予定企業の廃業理由 (n=2524)



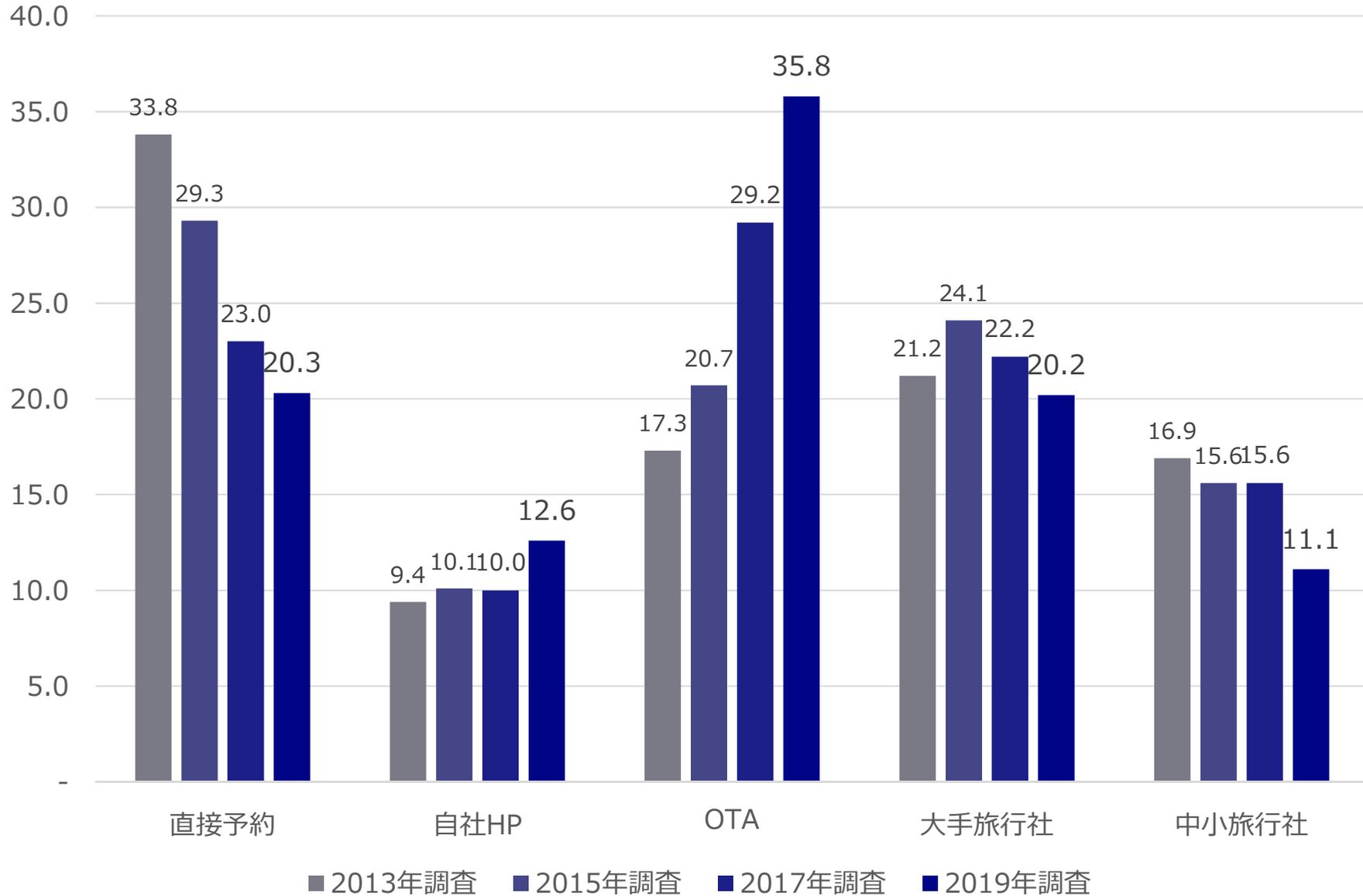
(出典) 日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の事業承継に関するインターネット調査 (2019年調査)」(再編・加工)

宿泊施設の予約経路の変化

- 宿泊施設の客室予約はインターネット経由の予約割合が急速に拡大。

(単位：%)

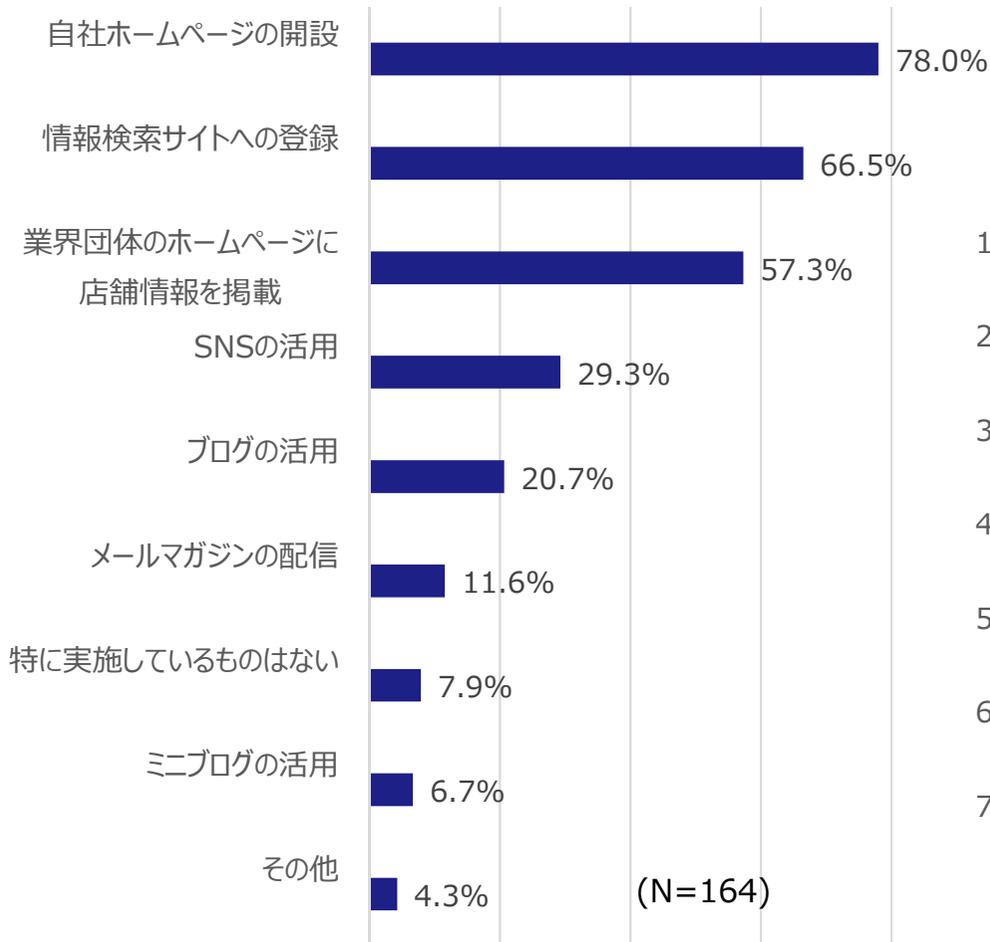
出典：リョケン「ネット予約・検索対策等の状況調査」



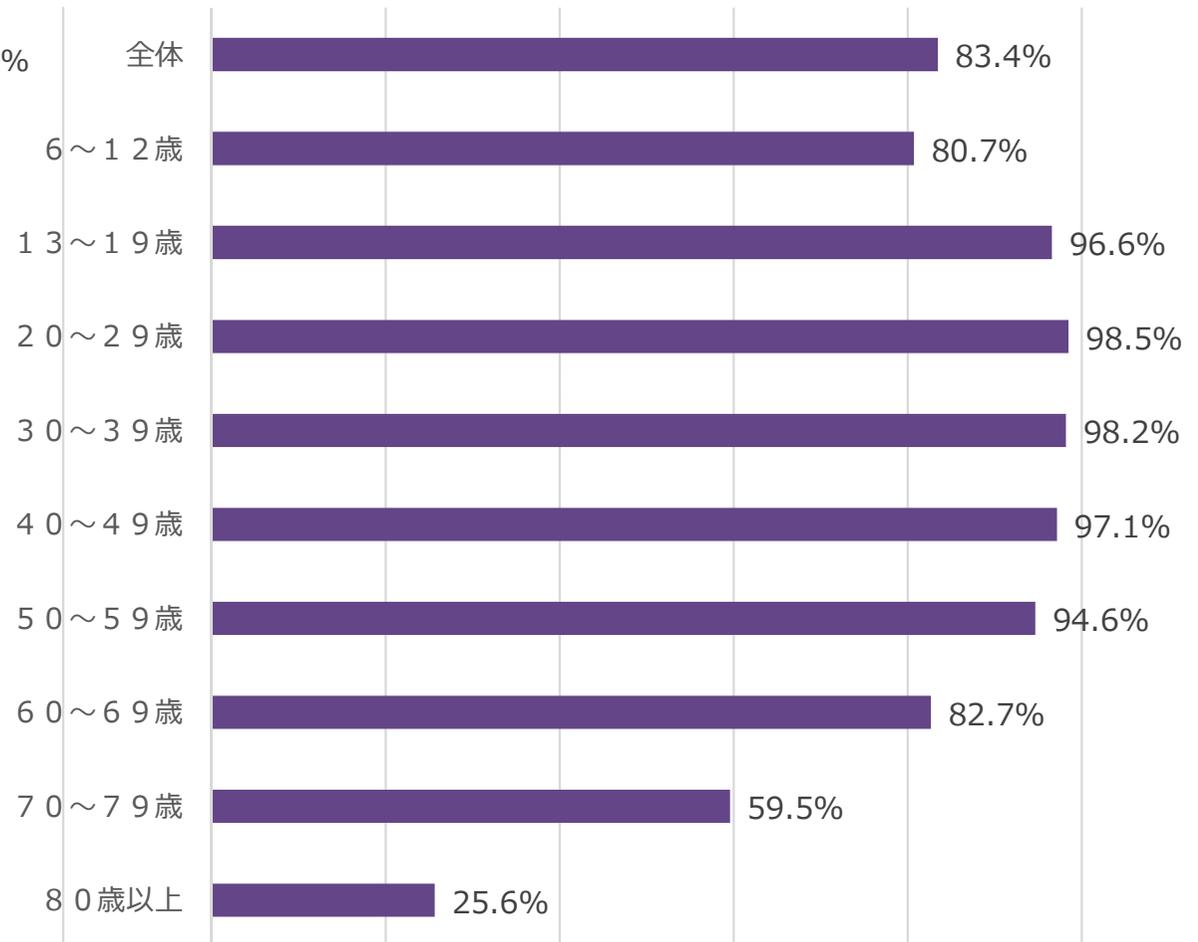
インターネット対応の遅れ

- 「自社ホームページの開設」は、78.0%とおおむね取り組みが進んでいる。
- 一方でOTAなど「情報検索サイトへの登録」は66.5%と割合が少ない。
- 「SNSの活用」(29.3%)、「ブログの活用」(20.7%)、ツイッターなど「ミニブログの活用」(6.7%)は、ほとんど取り組みが進んでいない。

ホテル・旅館業を営む中小企業のインターネットの活用状況



年齢階層別 インターネット利用率



システムの導入と効果（実際の事例）

事例)鳥取県東伯郡三朝町・三朝温泉 ちくま旅館

●宿泊予約のオンライン化は進んでいるが、販路拡大でのIT活用に二の足を踏む宿泊施設は多い。特に、その傾向が強いのが、少人数運営で顧客をしっかりと掴んでいる小規模宿泊施設と考えられる。

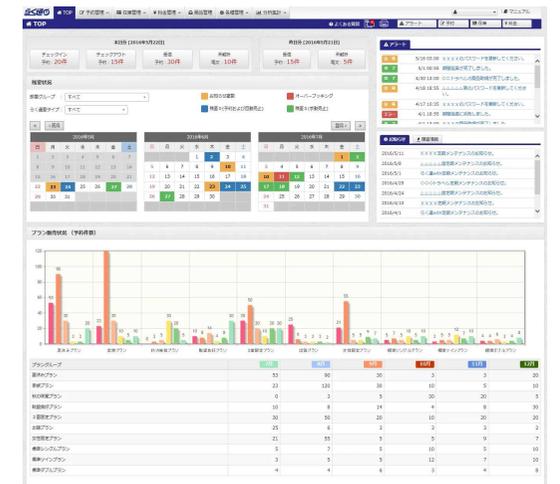
オンライン予約に踏み切れずにいた理由

- ちくま旅館は数年前まで旅行会社などの流通経路を持たず、宿泊予約は常連客からの電話と紙台帳で対応してきた。数年前に自社サイトを制作したものの、オンライン予約機能の設置や、オンライン旅行会社（OTA）との提携販売には至らなかった。
- 電話予約ではその場でお客様と会話ができ、必要な情報を伝えられるが、ネット上での情報だけでは、同館のスタイルとお客様の期待に、ミスマッチが生じる可能性もある。そんな思いも、二の足を踏ませた。**何よりも、小規模旅館のため、電話予約だけでもなんとかやってこれていました。**



システム導入と効果

- オンライン宿泊予約サイトからの予約・在庫・料金管理を、まとめて一元管理できる予約サイトコントローラーを三朝温泉旅館協同組合からの紹介を受け、導入を決定。
- 導入翌年度の売上高は前年比3割増となり、新規の宿泊客も増加。新規客からのリピート率も10%増加**となり、新たな顧客の取り込みにも成功した。閑散期の集客も改善し、2月と6月の稼働率は2～3倍に拡大。繁忙期には料金調整を行ない、客単価アップも実現した。**同年の予約比率は電話が3割、予約サイト経由が7割に逆転した。**
- ネット予約によって電話予約が少なくなったことで、その分の時間を他の業務に配分することが業務効率化でも大きな効果を発揮。



情報提供：トラベルボイス2020年08月03日「家族経営の小規模旅館が売上3割アップを実現できた理由とは？ JRシステムの予約管理システム「らく通with」導入で起きた変化を聞いた（PR）」

2. 宿泊業の現状と課題

2-2 宿泊業の課題

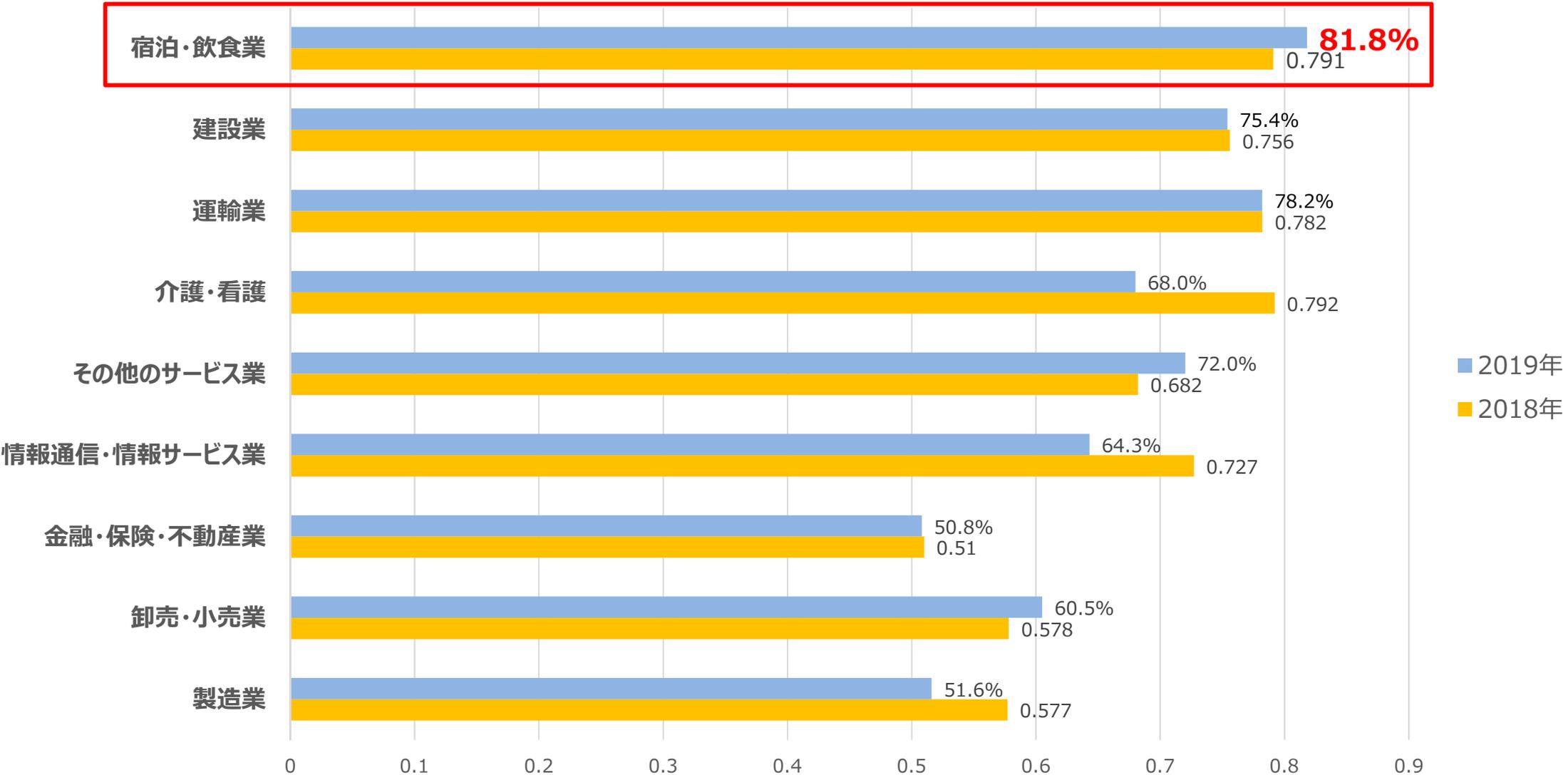
- ① **ビジネスモデルの転換の遅れ**
(旅行ニーズの変化への対応の遅れ、家業的な経営)
- ② **低生産性・担い手不足の深刻化**
- ③ **災害の頻発・激甚化や感染症等の有事への備え**

宿泊業における人手不足

○ 宿泊業においては、約 8 割の企業が人手不足に陥っている。

人材が不足しているか

n=2,638



宿泊業分野における有効求人倍率（平成29年度）

○ 有効求人倍率も年々増加しており、全産業と比べて極めて高い水準となっている。

（単位：人、倍）

| 職業分類(小分類) | 有効求人数 | 有効求職者数 | 有効求人倍率 (求人／求職) |
|--------------|------------------|----------------|-------------------|
| 旅館・ホテル支配人 | 6,311 | 2,794 | 2.26 |
| 飲食物給仕係 | 924,027 | 128,972 | 7.16 |
| 旅館・ホテル・乗物接客員 | 223,721 | 55,859 | 4.01 |
| 合 計 | 1,154,059 | 187,625 | 6.15 |
| (参考) 職業計 | 28,997,798 | 20,982,347 | 1.38 |

（出典）厚生労働省「職業安定業務統計」

（注1）上記の数値は原数値である。

（注2）上記の数値は、平成23年改定「厚生労働省編職業分類」における「402旅館・ホテル支配人」、「403飲食物給仕係」、「404旅館・ホテル・乗物接客員」、「421添乗員、観光案内人」の数値である。

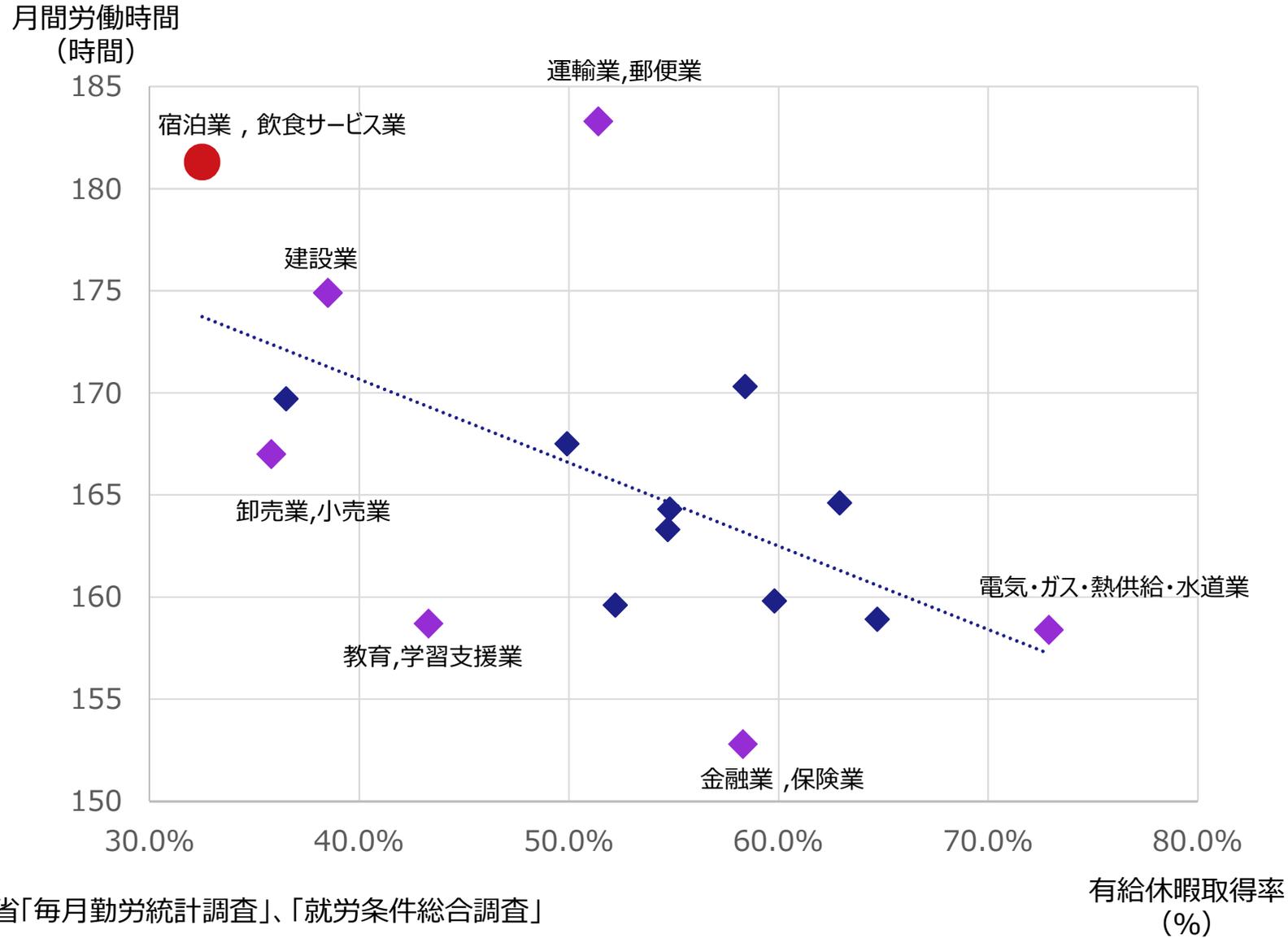
（注3）常用とは、雇用契約において雇用期間の定めがないか又は4ヶ月以上の雇用期間が定められているものをいう。

（注4）パートタイムとは、1週間の所定労働時間が同一の事業所に雇用されている通常の労働者の1週間の所定労働時間に比し短いものをいう。

（注5）上記の数値は、新規学卒者及び新規学卒者求人を除いたものである。

宿泊業における労働環境(2018年度)

○ 宿泊業は労働時間が長く、有給休暇の取得率も低水準であり、労働環境が人手不足の一因となっている。

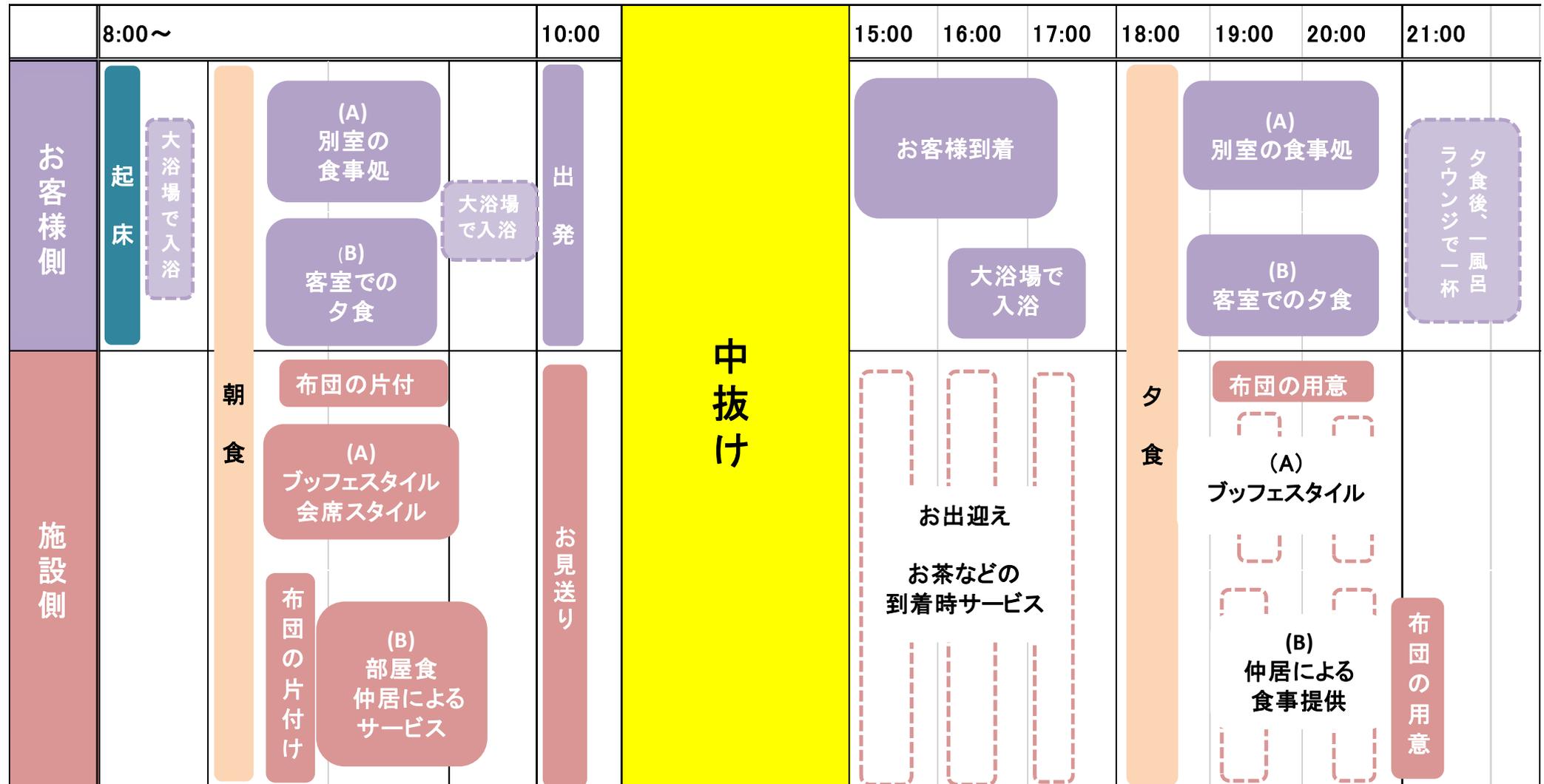


出典：厚生労働省「毎月勤労統計調査」、「就労条件総合調査」

宿泊業の業務運営体制の現状（典型例）

- 顧客のいない時間に休憩を取る「中抜け」という変則的な勤務形態。実質的に長時間にわたる勤務。

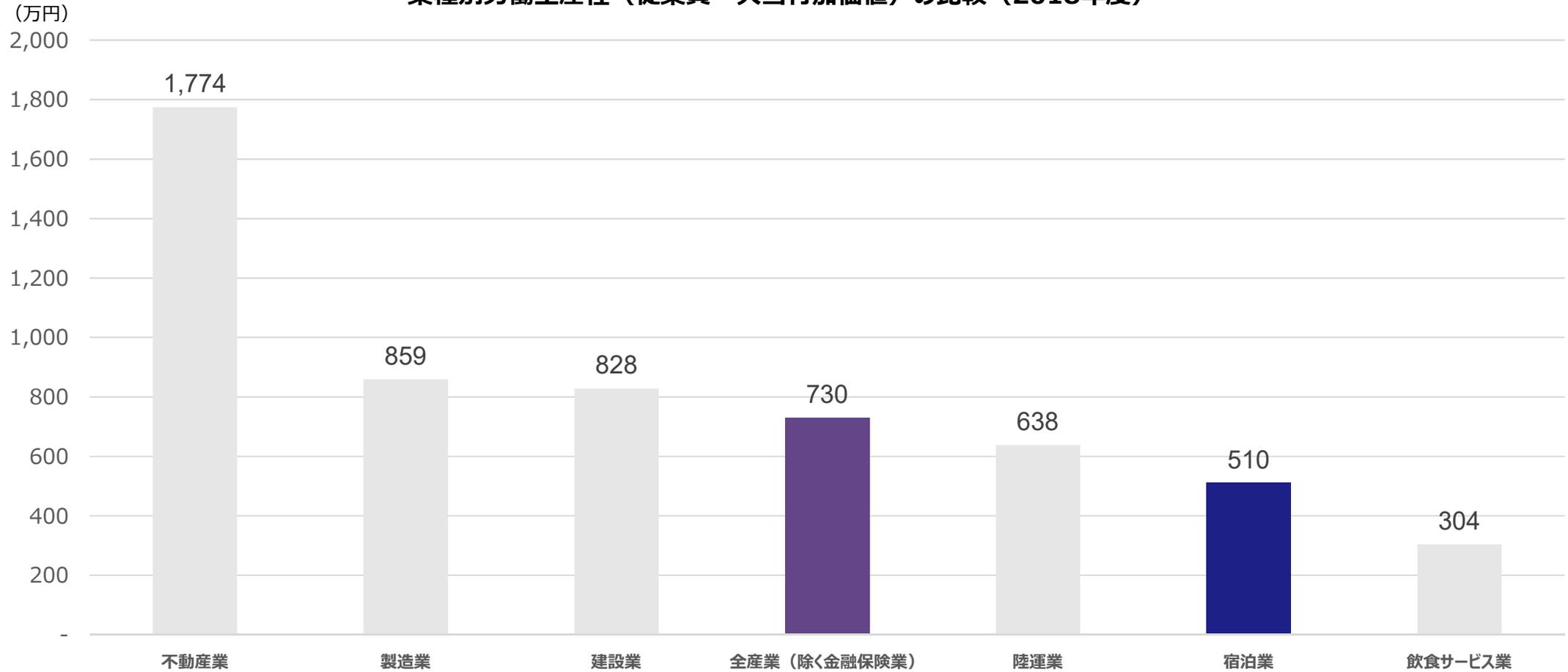
【旅館におけるサービス提供プロセス例】



労働生産性の比較

○ 宿泊業の労働生産性は他産業と比べて低い水準。

業種別労働生産性（従業員一人当付加価値）の比較（2018年度）

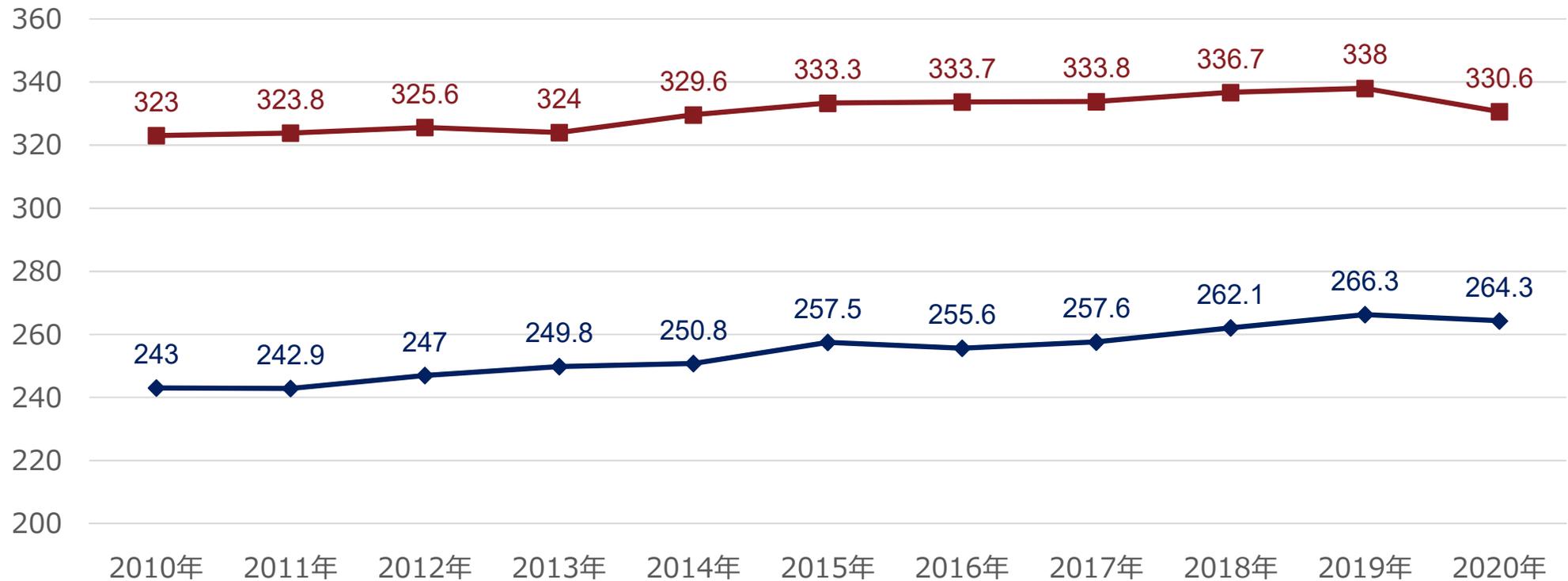


出典：財務総合政策研究所「法人企業統計調査」

全産業と宿泊業の賃金比較 (厚生労働省「賃金構造基本統計調査」)

○ 宿泊業の賃金は全産業平均に比べ低水準となっている。

【きまって支給する現金給与額 (※)】
(千円)



出典：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

■ 産業計 ◆ 宿泊業

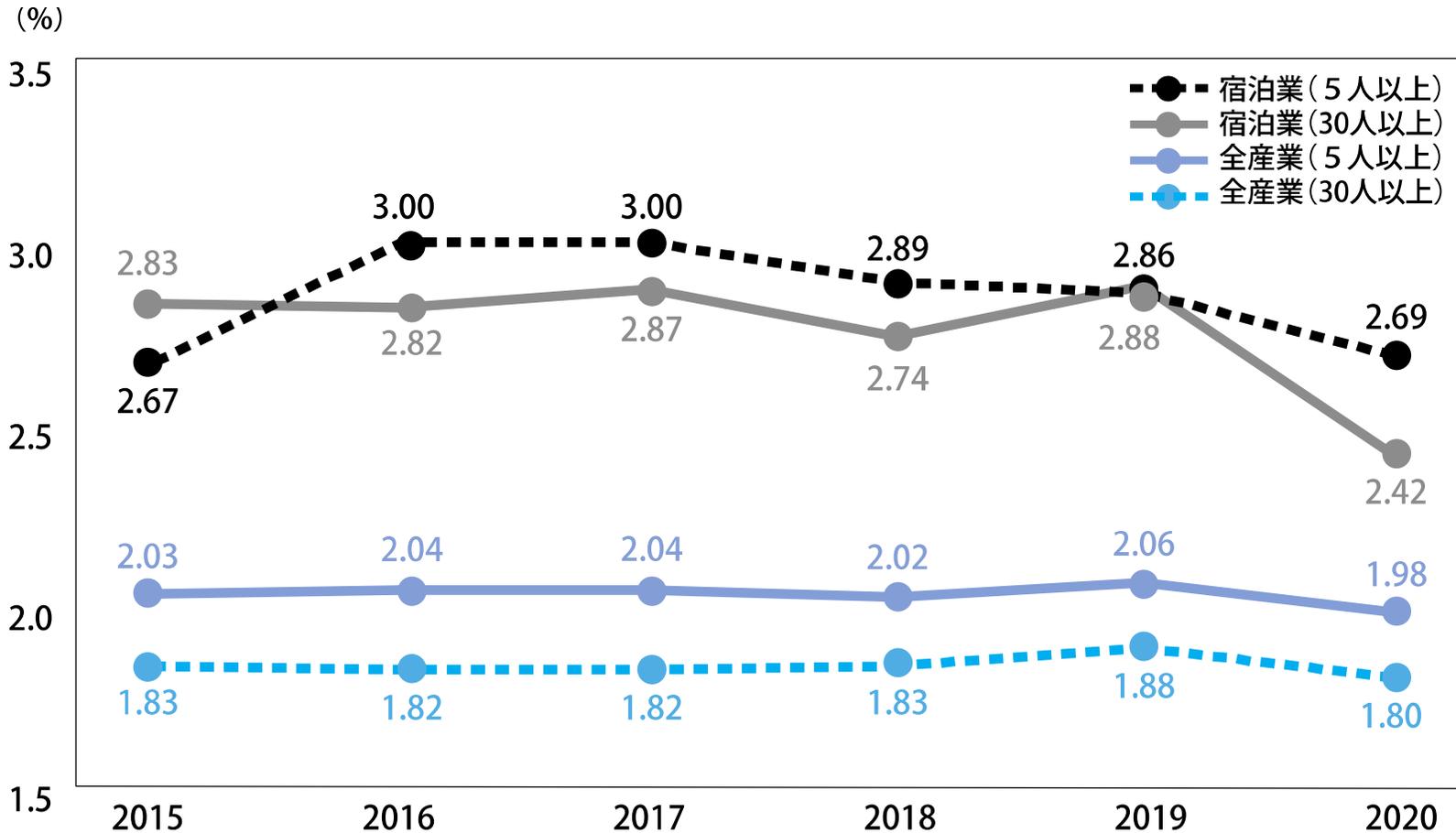
(※) きまって支給する現金給与額

- 労働契約、労働協約あるいは事業所の就業規則などによってあらかじめ定められている支給条件、算定方法によって6月分として支給された現金給与額をいう。手取り額でなく、所得税、社会保険料などを控除する前の額である。
- 現金給与額には、基本給、職務手当、精皆勤手当、通勤手当、家族手当などが含まれるほか、超過労働給与額も含まれる。1か月を超え、3か月以内の期間で算定される給与についても、6月に支給されたものは含まれ、遅払いなどで支払いが遅れても、6月分となっているものは含まれる。給与改訂に伴う5月分以前の追給額は含まれない。
- 現金給与のみであり、現物給与は含んでいない。

宿泊業の離職率

○ 宿泊業の離職率は全業種平均を大きく上回る。

事業所規模別離職率（※）の推移（全産業平均と宿泊業の比較）



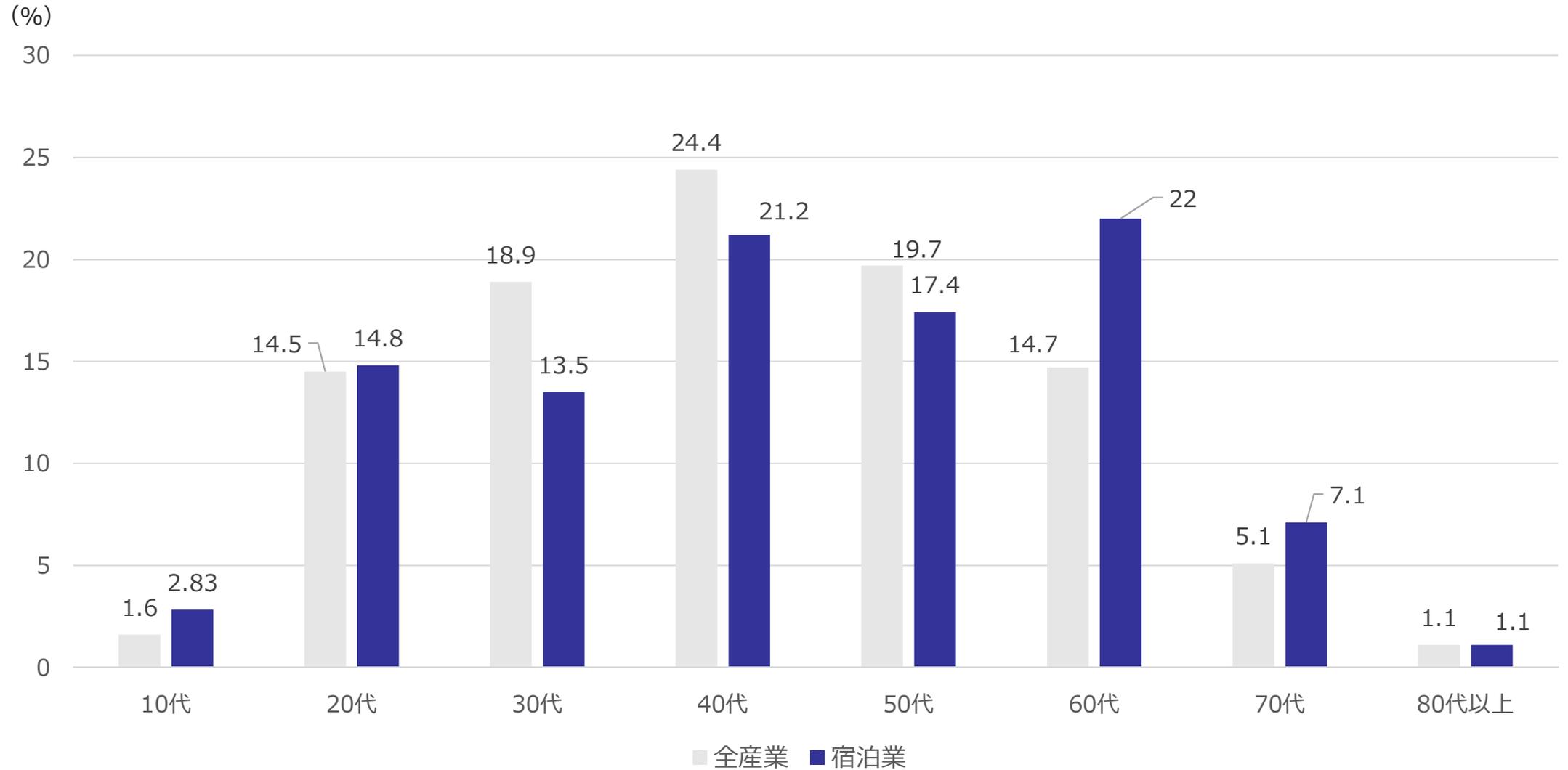
資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」（2021年8月実施）実数・指数累積データより

注：一般労働者・パートタイム労働者含む就業形態計の数値を引用

※離職率 = (本月中の減少 ÷ 前調査期間末) × 100にて算出

宿泊業における就業者の年齢別構成割合

○ 宿泊業における就業者は60代以上の高齢者が3割を占めており、今後この層の退職による大幅な就業者数の減少が見込まれる。



出典：総務省 平成29年「就業構造基本調査」

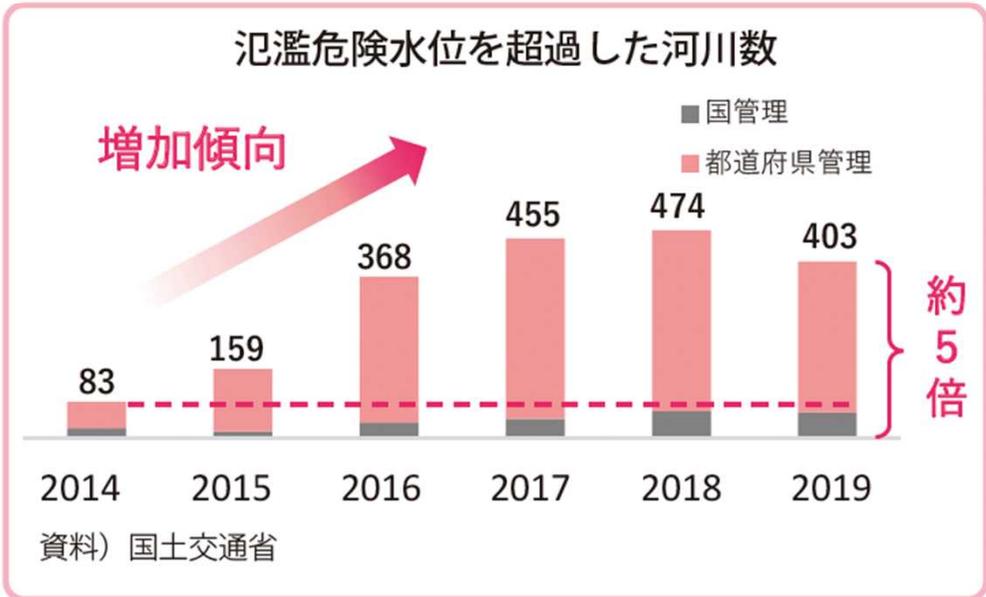
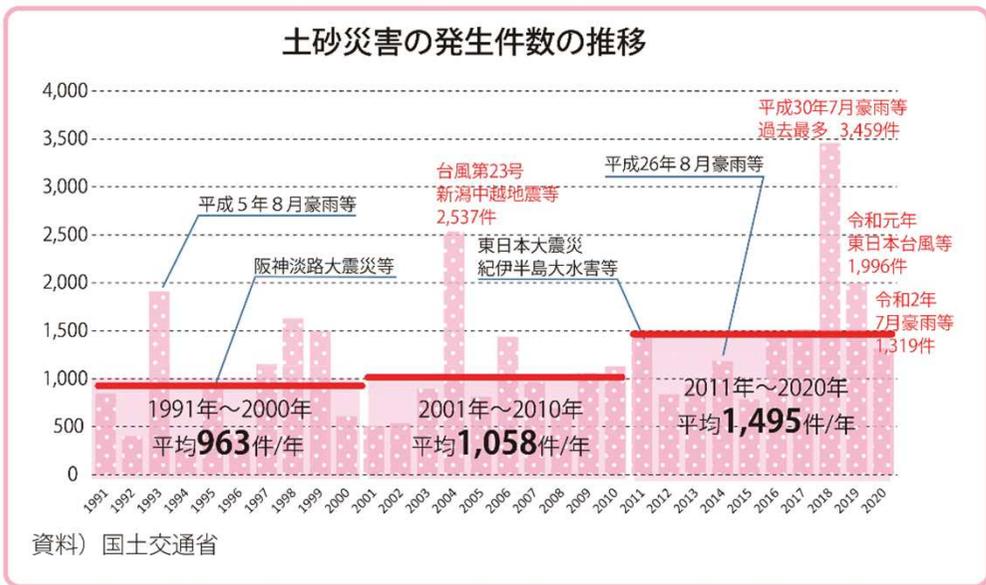
2. 宿泊業の現状と課題

2-2 宿泊業の課題

- ① **ビジネスモデルの転換の遅れ**
(旅行ニーズの変化への対応の遅れ、家業的な経営)
- ② **低生産性・担い手不足の深刻化**
- ③ **災害の頻発・激甚化や感染症等の有事への備え**

自然災害の頻発・激甚化

○ 近年、世界的に自然災害の頻発化・激甚化が指摘されており、我が国においても水災害等の発生件数が増加。観光地が被災するケースも発生している。



令和3年7月に静岡県熱海市伊豆山で発生した土石流災害

宿泊施設における被災者の受入

- 災害発生時には旅館・ホテルが避難所として被災者を受け入るなど、自治体と連携して地域のセーフティネットとしての機能を果たしている。

事例) 静岡県熱海市・熱海温泉 HOTEL ACAO/熱海ニューフジヤホテル

- 2021年7月3日、熱海市の伊豆山地区で大規模な土石流災害が発生。被災した範囲は延長約1km、最大幅約120mに及び、約130棟が被害を受けた。

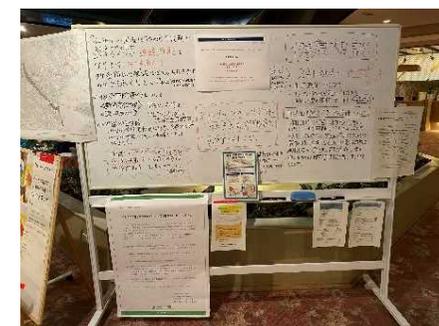
災害発生後の対応

- HOTEL ACAOは災害発生の一報から1時間後に、経営陣が炊き出しを決定。発生翌日の7月4日12:00から19:00まで、ホテルの大型ホールで100食分のおにぎりとお肉汁を提供した。続けて大浴場やロビー、コインランドリーを解放し、充電器を無償で提供。救援物資を受け入れるためのヘリポートも提供した。
- 熱海市などと協議し、7月4日にHOTEL ACAOと熱海ニューフジヤホテルの2軒が、**被災者の避難所として施設を提供することを決定**した。
- 7月6日時点で両ホテルに避難したのは計562人。内訳は**熱海ニューフジヤホテルが507人、HOTEL ACAOが高齢者介護施設の入居者と職員55人**。
- 熱海ニューフジヤホテルは原則1世帯に1部屋を割り当て1階ロビーでは水や衣類などの物資を配布。市の保健師らが心身のケアに当たる場所も設置された。HOTEL ACAOは介護施設の入所者と職員が集団生活を送れるよう、広い宴会場などを用意。避難者からは「個室で安心」「風呂や冷房ありがたい」といった声が上がった。
(時事通信2021年7月9日の配信記事より)

写真提供：熱海市・熱海ニューフジヤホテル



(受付の様子)



(災害情報)



(地下駐車場の様子)

自治体と宿泊施設の災害時連携協定

- 全国の都道府県（もしくは市区町村）では、高齢者や障がい者等避難所での生活に特別の配慮を要する者に対する宿泊施設の提供等に関し、宿泊業団体との協定を締結している。

災害時における宿泊施設等の提供に関する協定の例

災害時における宿泊施設等の使用に関する協定書



熱 海 市
熱海温泉ホテル旅館協同組合

災害時における宿泊施設等の使用に関する協定書

熱海市（以下「甲」という。）、熱海温泉ホテル旅館協同組合（以下「乙」という。）は、乙に加盟する宿泊施設を災害時において一時的な避難所として使用することに関し、次のとおり協定を締結する。

（趣旨）

第1条 本協定は、熱海市内に地震、風水害その他による災害が発生し、又は発生のおそれがある場合（以下「災害時」という。）において、帰宅が困難になった観光客に対して、一時的な避難措置として、乙に加盟する宿泊施設を使用することに関する基本的な事項を定める。

（施設使用の要請及び受託）

第2条 甲は、災害時一時避難所を開設する必要が生じた場合、次に掲げる乙に加盟する宿泊施設を一時的な避難所として使用することを乙に要請できるものとする。
2 乙は、前項の要請を被災による施設の安全性が確保された場合に限り受託するものとする。

（対象施設）

第3条 前条第1項の規定による宿泊施設は、別に定めるとおりとする。

（要請手続き）

第4条 甲は、乙に加盟する宿泊施設を一時的な避難場所として使用するときは、申請書の提出をもって要請するものとする。ただし、緊急を要し提出するいとまがない場合は、電話等により口頭で要請し、事後申請書を提出するものとする。

（使用の期間）

第5条 乙に加盟する宿泊施設を一時的な避難場所として使用する期間は、原則として観光客等被災者の帰宅手段が確保されるまでの間とする。ただし、甲、乙協議のうえ可能な場合はこれを延期できるものとする。

（受入の対象者）

第6条 乙に加盟する宿泊施設を一時的な避難場所として使用できる対象者は下記のとおりとする。
(1) 災害により帰宅が困難になった観光客
(2) その他熱海市長が必要と認めた者

（費用の負担）

第7条 第5条に規定する宿泊においては、乙に加盟する宿泊施設が提供するものとし、費用が発生した場合においては、施設と協議した上で利用者が負担するものとする。

（連絡責任者）

第8条 第2条に規定する要請及び受託に関する事項の連絡を円滑に行うため、次のとおり連絡責任者を置く。

- (1) 観光対策部 観光課長
- (2) 熱海温泉ホテル旅館協同組合 専務理事

（個人情報の取扱い）

第9条 乙は、本協定の履行を通じて知り得る全ての個人情報に関しては、適切な管理を行うものとする。

（協議事項）

第10条 本協定の実施について必要な事項、本協定に定めのない事項又は本協定に疑義が生じたときは、その都度甲、乙が協議のうえ定めるものとする。

（有効期間）

第11条 本協定は、締結の日から効力を発し甲、乙が文書をもって協定の終了を通知しない限り、その効力を継続するものとする。

本協定の締結を証するため、本書2通を作成し、甲、乙記名押印のうえ各1通を所有する。

平成22年 3月 30日

甲 熱海市中央町1-1

熱海市長

齋藤 栄

乙 熱海市田原本町9-1

熱海温泉ホテル旅館協同組合

理事長

内田 進

新型コロナウイルス感染軽症者等の受け入れ①

○ 今般のコロナ禍においては、無症状者の経過観察のための滞在先としての役割も宿泊施設が担った。

事例 千葉県勝浦市 勝浦ホテル三日月

● 2020年1月、政府からの要請を受けて武漢からの帰国者受け入れを決断。帰国者206人のうち、無症状で経過観察を希望した191人を受け入れた。

帰国者受入後の対応

● 近隣の亀田総合病院の協力を得て、スタッフの接触を最低限にするなどの受入体制を構築した。地元住民からは反対の声もあったが、病院による説明会を開催するなど、地元住民とコミュニケーションを重ね、**心配の声は応援へ変化**した。

帰国者は約2週間滞在し、**感染者は0人**だった。退去後は2週間かけて清掃と消毒を行い、通常営業を再開した。

一連の取り組みについて

● 勝浦ホテル三日月は「帰国者の滞在環境を快適・清潔に保つため、シーツの交換や食事の提供は宿泊施設だからこそできたことだと思う」とコメント。こうした非常時における宿泊施設の社会的意義や役割について、「困った時に人の役に立たなかったら意味がない。平時は誰でも助けてくれることを学んだからこそ、人が困っているときは、身の丈にあった社会貢献をしていきたいと思って行動してきた。引き続き、地域、日本の繁栄のために邁進していきたい」としている。



(物資の状況)



(事務局の様子)

政府チャーター機で武漢から帰国し、当ホテルに滞在されていた帰国者の方々は、
今月13日、無事退去されました。

政府が選定した消毒業者により、今月15日から21日まで、当ホテル館内の消毒
作業を行う予定です。

その後、営業再開に向け、万全を期すために、今月22日から29日まで、
弊社従業員による、徹底した清掃をいたします。

当ホテルの営業再開は3月1日を予定しております。

勝浦ホテル三日月
支配人



写真提供：勝浦ホテル三日月

新型コロナウイルス感染軽症者等の受け入れ②

- 重症者に対する医療資源の確保を図るため、症状等から入院が必要な状態ではないと考えられる軽症者等を自治体が用意した宿泊施設において受け入れ。東京都ではこれまで7万人以上がホテルで宿泊療養を実施。

東京都における宿泊療養施設

| 番号 | 名称 |
|----|------------------------------|
| 1 | the b 池袋 ※一時休止中 |
| 2 | ダイナイスホテル東京 ※令和3年5月31日終了 |
| 3 | 東横INN新宿歌舞伎町 ※令和3年6月30日終了 |
| 4 | 東横INN東京駅新大橋前 ※一時休止中 |
| 5 | イーストタワー（品川プリンスホテル） |
| 6 | アパホテル浅草田原町駅前 ※令和3年3月31日終了 |
| 7 | 東京虎ノ門東急REI ※令和3年3月31日終了 |
| 8 | 東横INN府中南武線南多摩駅前 ※令和3年4月16日終了 |
| 9 | アパホテル&リゾート西新宿五丁目駅タワー |
| 10 | アパホテル山手大塚駅タワー |
| 11 | 東横INN池袋北口II ※一時休止中 |
| 12 | アパホテル品川泉岳寺駅前 ※一時休止中 |
| 13 | アパホテルプライド国会議事堂前 |
| 14 | アパホテル東新宿歌舞伎町タワー ※一時休止中 |
| 15 | 東急ステイ高輪 |
| 16 | 八王子スカイホテル ※令和3年10月31日終了 |
| 17 | アパホテル新宿御苑前 ※一時休止中 |
| 18 | 吉祥寺東急REI |
| 19 | コンフォートホテル東京東日本橋 |
| 20 | アパホテルT K P 日暮里駅前 ※一時休止中 |
| 21 | ファーイーストビレッジホテル東京有明 ※一時休止中 |
| 22 | 東京都ペット同伴宿泊療養施設 |



(グリーンゾーンとレッドゾーンの境)



(ホテルレストランにてモニター監視)



(事務スタッフ勤務場所)



(各部屋に看護師の問診室を設置)

出典：東京都福祉保健局「新型コロナウイルス感染症の軽症者等に係る宿泊療養について」

宿泊施設のバリアフリー化の状況について

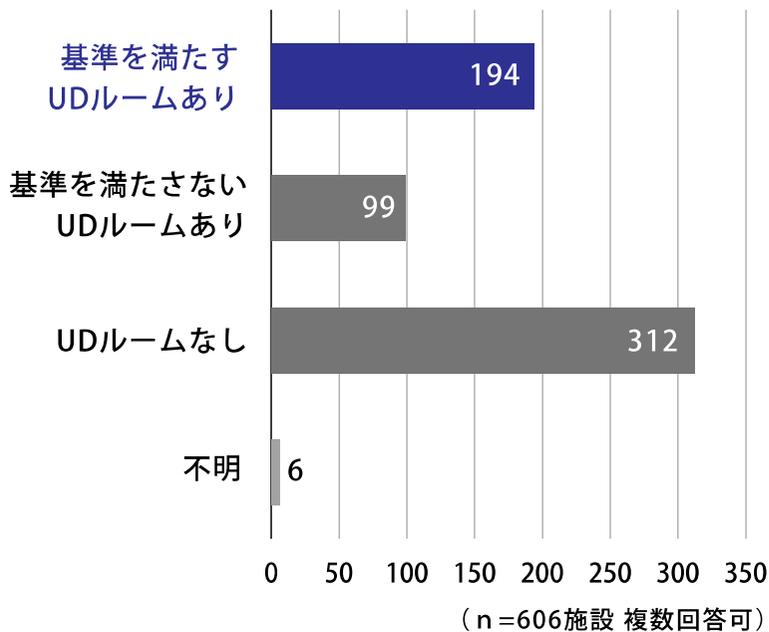
- 2017年に行った「ホテル・旅館のバリアフリー化の現状等に関するアンケート調査」によると、改正バリアフリー法の基準を満たす「UDルーム（ユニバーサルデザインルーム）」のある施設は、回答のあった606軒のうち194軒と全体の32%。UDルームの客室数は382室で、全客室数（102,766室）のわずか0.37%。

バリアフリー化の実態（UDルーム）

有無別 施設数

保有施設 割合

32%



客室数割合

客室数 割合

0.37%

基準を満たすUDルーム数

382室

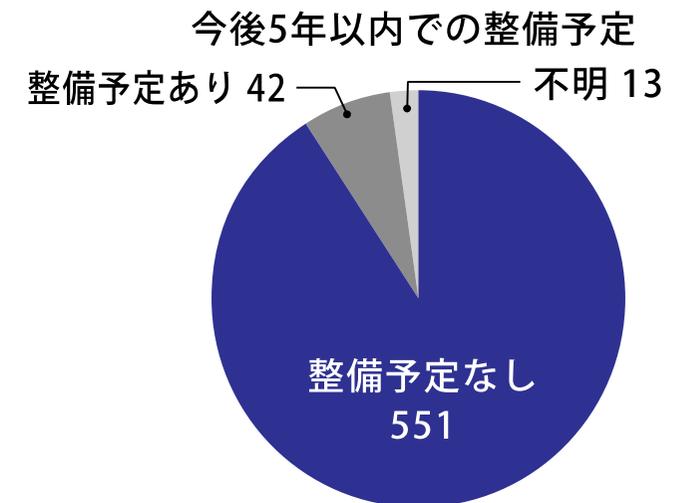
全客室数

102,766室

今後の整備予定

整備予定なし

91%

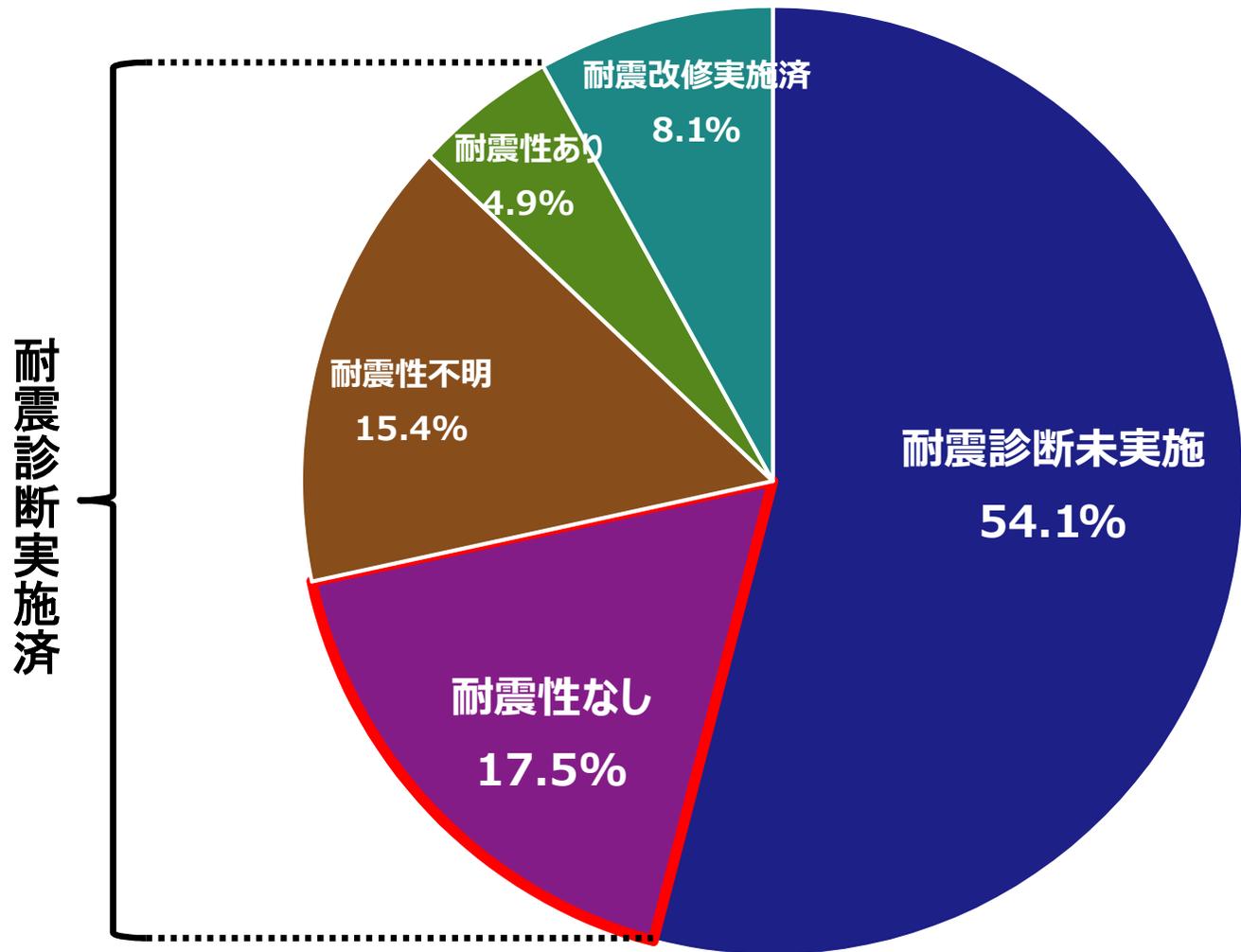


※国土交通省
「ホテル・旅館のバリアフリー化の現場等に関するアンケート（2017年）」より作成

宿泊施設における耐震化の状況について

- 昭和56年の建築基準法改正以前の基準（旧耐震）によりに建築されたホテル・旅館等（階数3階以上かつ1,000㎡以上）のうち5割強は耐震診断が未実施。
- 耐震診断実施済みの約4割の施設のうち半数弱は耐震性なしと診断されている。

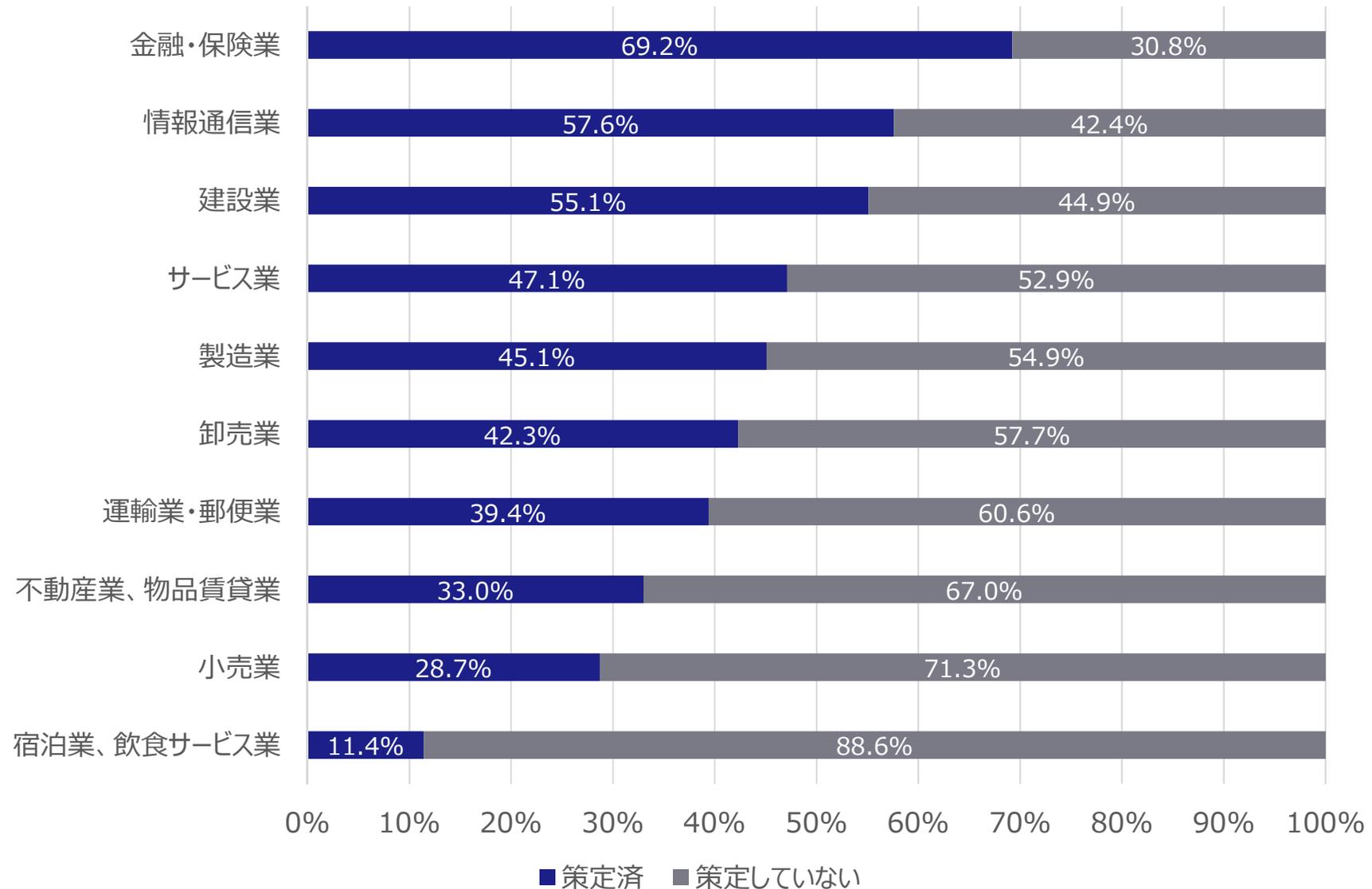
ホテル,旅館等の耐震化の状況 ※令和2年3月31日時点



(国土交通省調べ)

業種別事業継続計画（BCP）の策定状況

○ 危機・災害への備えを表す事業継続計画（BCP）の策定率が宿泊業、飲食サービス業は他業種に比べ低い。



出典：内閣府「令和元年度企業の事業継続及び防災の取組に関する実態調査」

1. 観光を取り巻く現状
2. 宿泊業の現状と課題
3. 旅行業の現状と課題
4. 本検討会で御議論頂きたい主な論点(例)

3. 旅行業の現状と課題

3 - 1 旅行業の概況

旅行業の現状

- 事業者数：10,174社
- 従業者数：86,884人（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」）
- 売上（収入）金額：10兆2,625億円（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」）

| 年 | 第1種 旅行業者 | 第2種 旅行業者 | 第3種 旅行業者 | 地域限定 旅行業者 | 旅行業者 計 | 旅行業者 代理業者 | 合計 | 旅行サービス 手配業者 | 総数 |
|------|-------------|-------------|-------------|--------------|-----------|--------------|--------|----------------|--------|
| 2012 | 726 | 2,799 | 5,749 | - | 9,274 | 872 | 10,146 | - | - |
| 2013 | 701 | 2,869 | 5,738 | - | 9,308 | 837 | 10,145 | - | - |
| 2014 | 696 | 2,777 | 5,625 | 45 | 9,143 | 835 | 9,978 | - | - |
| 2015 | 697 | 2,776 | 5,524 | 77 | 9,074 | 810 | 9,884 | - | - |
| 2016 | 708 | 2,827 | 5,668 | 118 | 9,321 | 779 | 10,100 | - | - |
| 2017 | 704 | 2,914 | 5,789 | 144 | 9,551 | 750 | 10,301 | - | - |
| 2018 | 688 | 2,980 | 5,816 | 200 | 9,684 | 706 | 10,390 | 717 | 11,107 |
| 2019 | 691 | 3,022 | 5,803 | 267 | 9,783 | 675 | 10,458 | 1,102 | 11,560 |
| 2020 | 686 | 3,043 | 5,692 | 369 | 9,790 | 620 | 10,410 | 1,538 | 11,948 |
| 2021 | 670 | 3,036 | 5,451 | 453 | 9,610 | 564 | 10,174 | 1,714 | 11,888 |

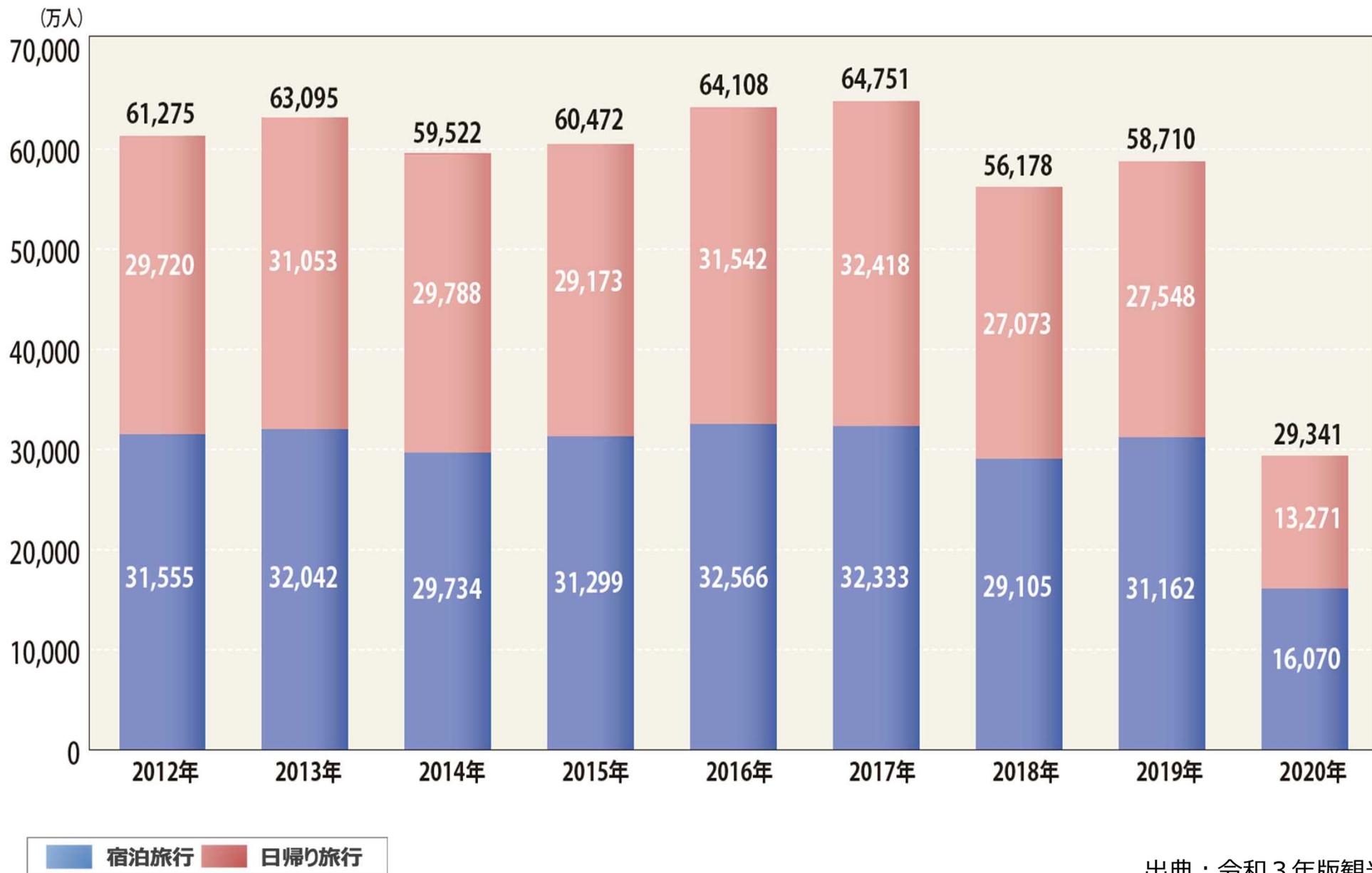
- (注) **第1種旅行業**：海外・国内の企画旅行の企画・実施、海外旅行・国内旅行の手配及び他社の募集型企画旅行の代売を行うことができる。
第2種旅行業：海外「募集型企画旅行」の企画・実施を除く旅行業務を行うことができる。
第3種旅行業：「募集型企画旅行」の企画・実施を除く旅行業務を行うことができる（地域限定の国内募集型企画旅行のみ実施可）。
地域限定旅行業：実施する区域を限定し、国内の企画旅行の企画・実施、手配旅行も同様の区域内の旅行業務を行うことができる。
旅行業者代理業：上記旅行業者が委託する範囲の旅行業務を行うことができる。
旅行サービス手配業：ランドオペレーター業務を行うことができる。

各年とも4月1日現在。2018、2019年は5月1日現在。

出典：日本交通公社「旅行年報2021」（2021.11） 資料：2017年までは観光庁への聞き取りをもとに、2018年以降は観光庁HPより日本交通公社作成

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

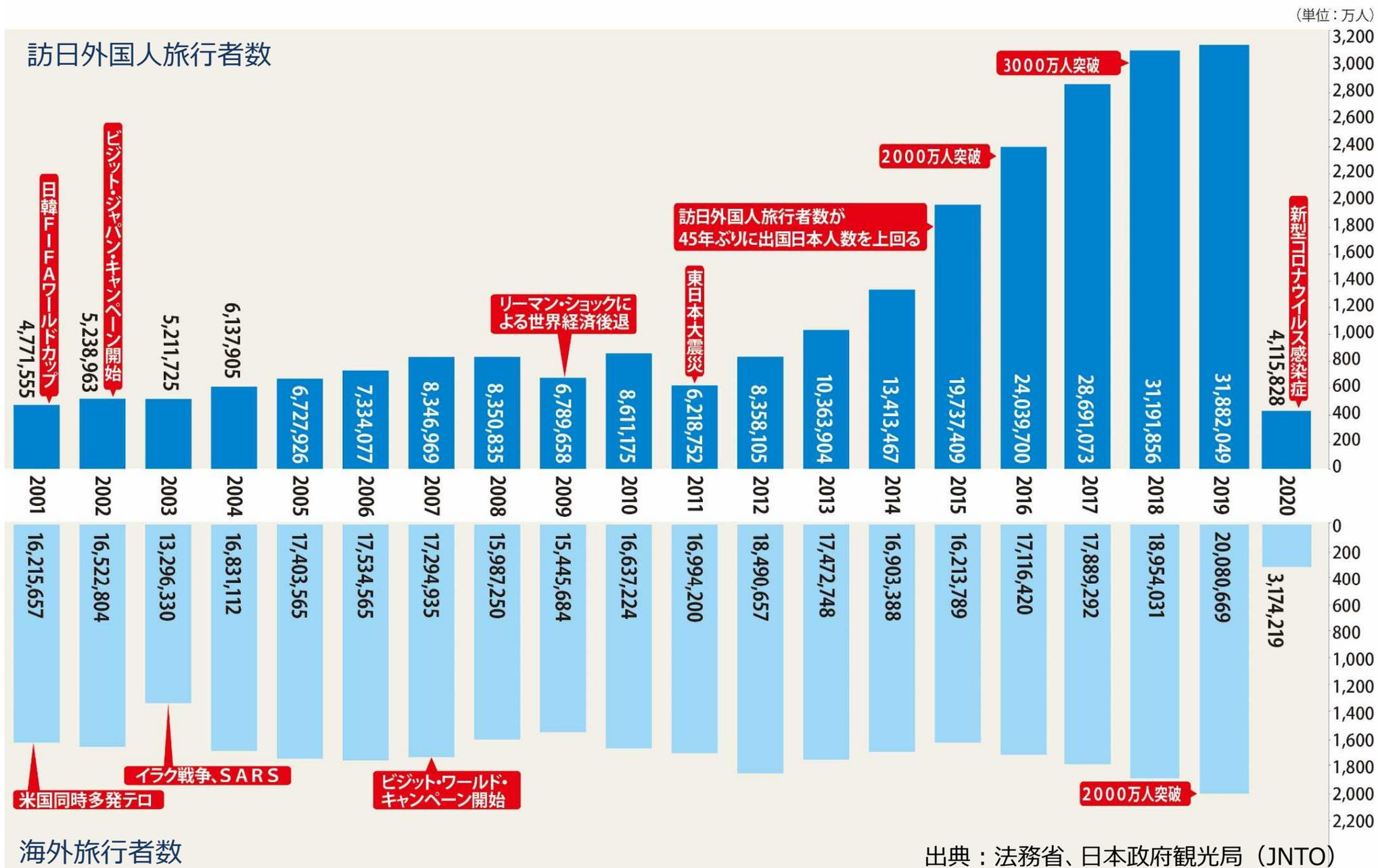
○ 日本人の国内宿泊旅行・日帰り旅行はいずれも近年おおむね横ばいで推移。



出典：令和3年版観光白書

訪日外国人旅行者数と海外旅行者数の推移

○ コロナ以前の海外旅行者数はインバウンド・アウトバウンドともに堅調に増加。



3. 旅行業の現状と課題

3-2 旅行業の課題

- ① 従来型商品・サービスの低迷
- ② 将来的な国内旅行市場の縮小への対応
(新たな旅行市場の開拓、旅行業分野以外への事業展開)
- ③ 長引くコロナ禍の影響を受けた旅行に対する不安の解消

従来型国内旅行商品の特徴（典型例）

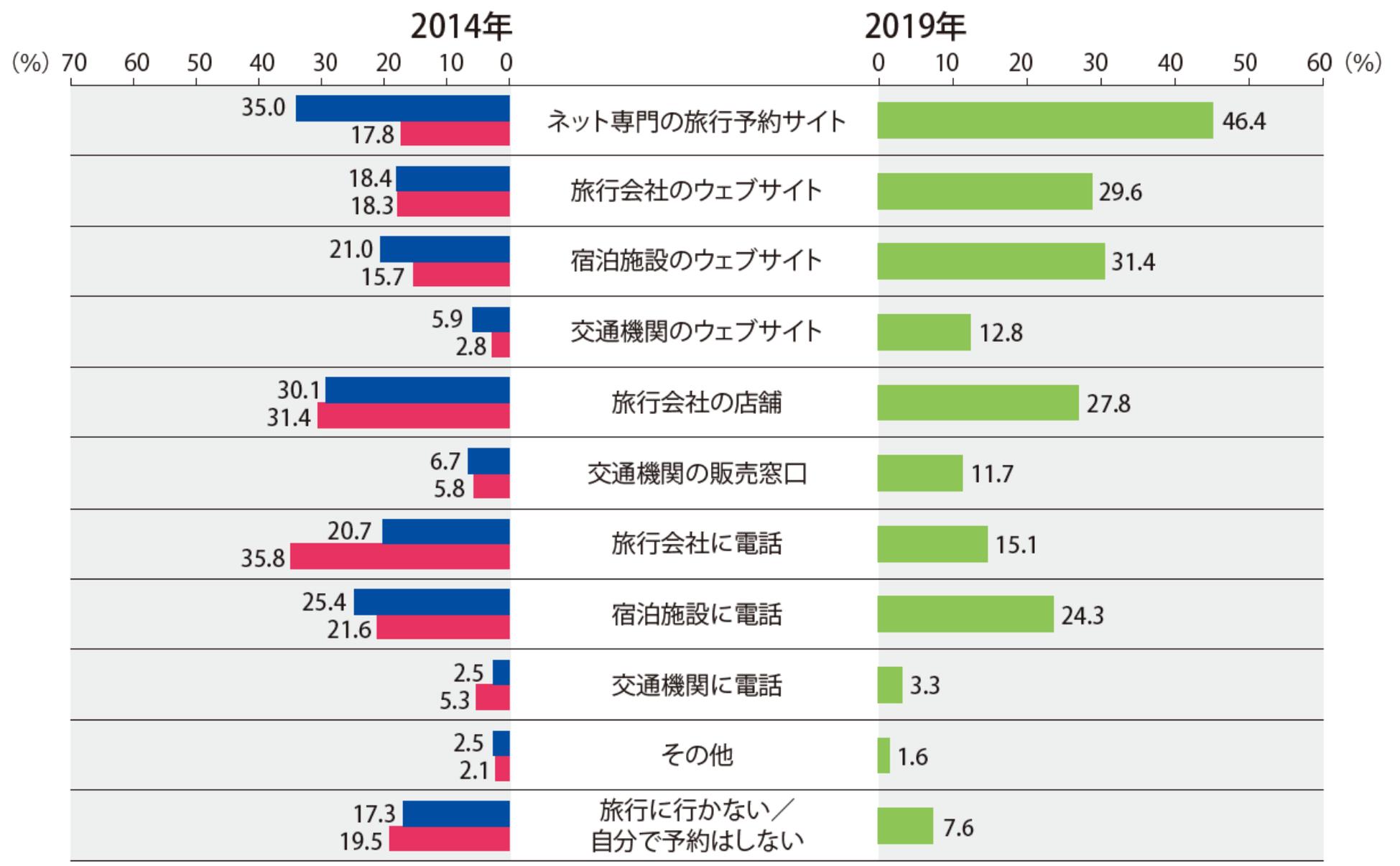
- 宿泊施設の客室や交通機関の座席、観光施設の入場券等をサプライヤーから在庫として仕入れ、これをパッケージにすることで旅行商品を造成。
- 商品内容の差別化が難しく、他社による類似商品の造成や旅行者による自己手配も可能であることから価格面での競争に陥りやすい。薄利多売構造のため大量送客が可能な人気観光地に行き先が偏重する傾向も見られる。

従来型国内募集型企画旅行商品



旅行の予約によく使う方法 国内宿泊旅行 (2014、2019年比較)

○ インターネットの利用普及に伴いオンラインによる旅行手配が一般化。



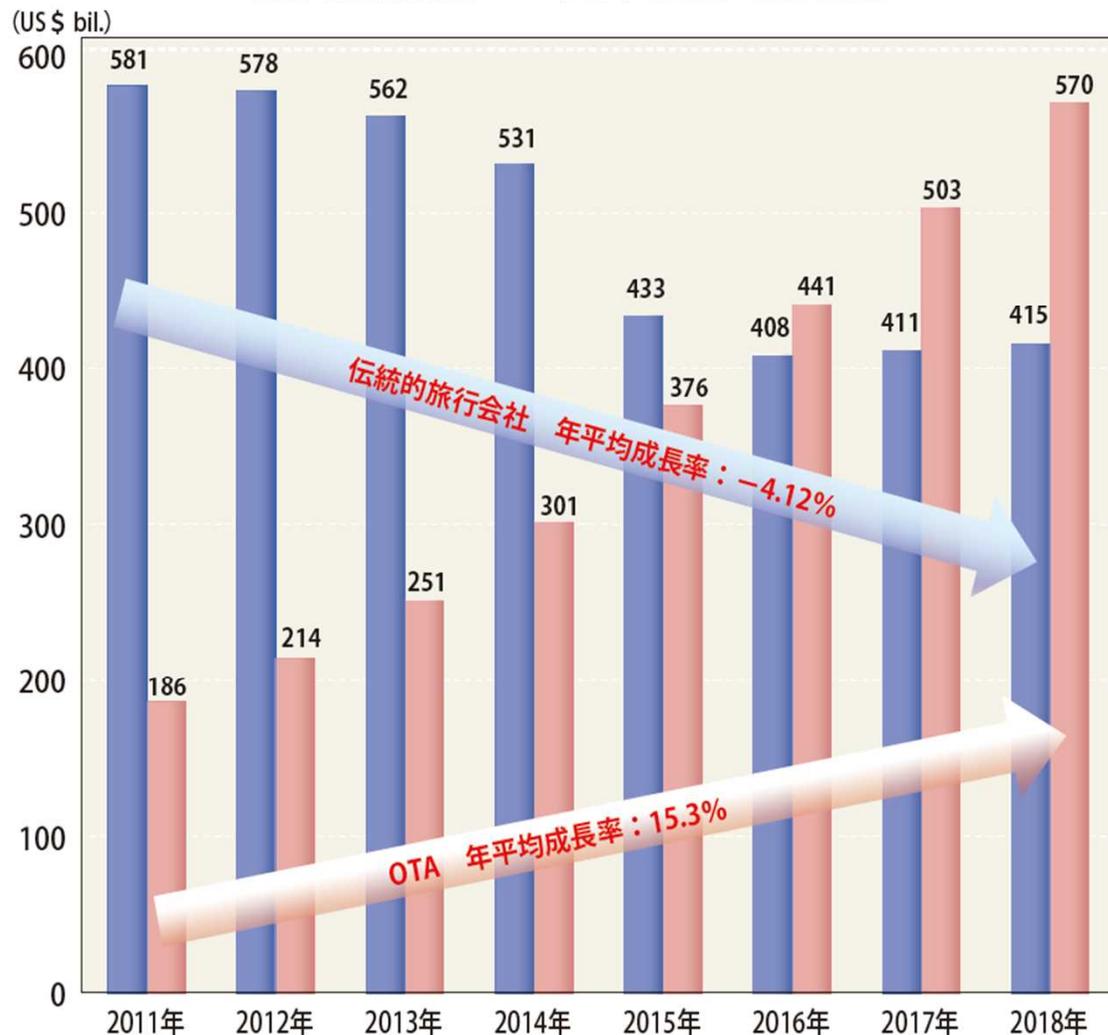
出典：旅行年報2014、2019

2014は（公財）日本交通公社「JTBF旅行需要調査」、2019は（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」から作成

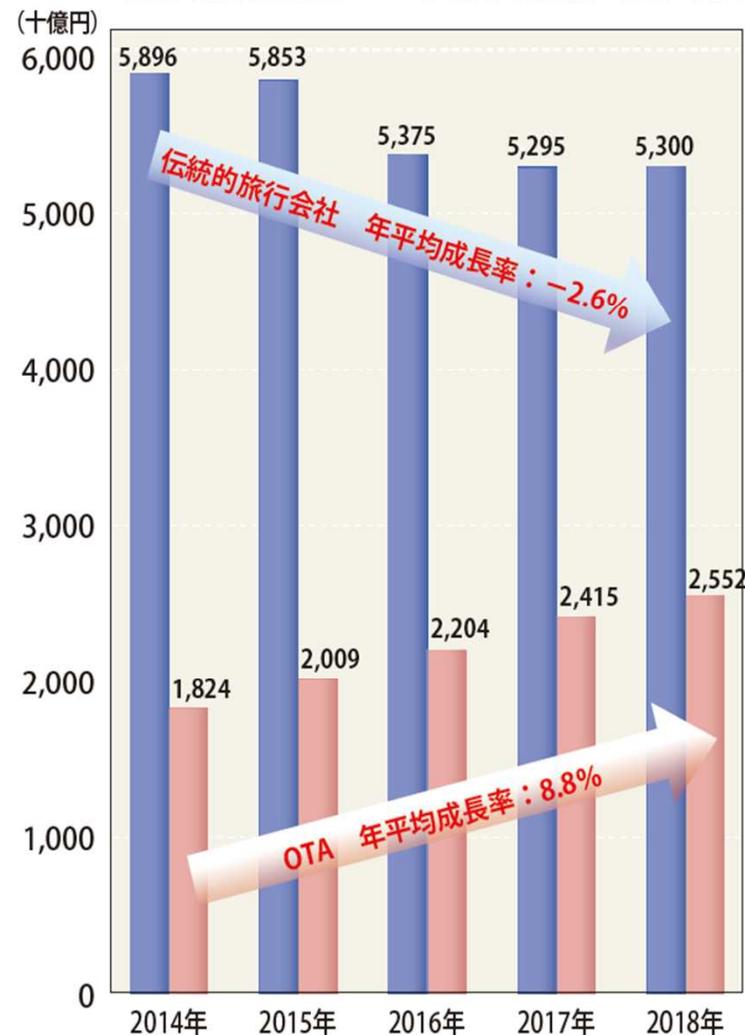
伝統的旅行会社とOTAの世界市場規模の推移

- インターネット利用が一般化したことにより、世界では既にOTAの市場規模が伝統的旅行会社を上回っている。
- 日本国内では伝統的旅行会社の市場規模が大きいものの、年々OTAの市場規模が拡大。

伝統的旅行会社とOTAの世界市場規模の推移(海外)



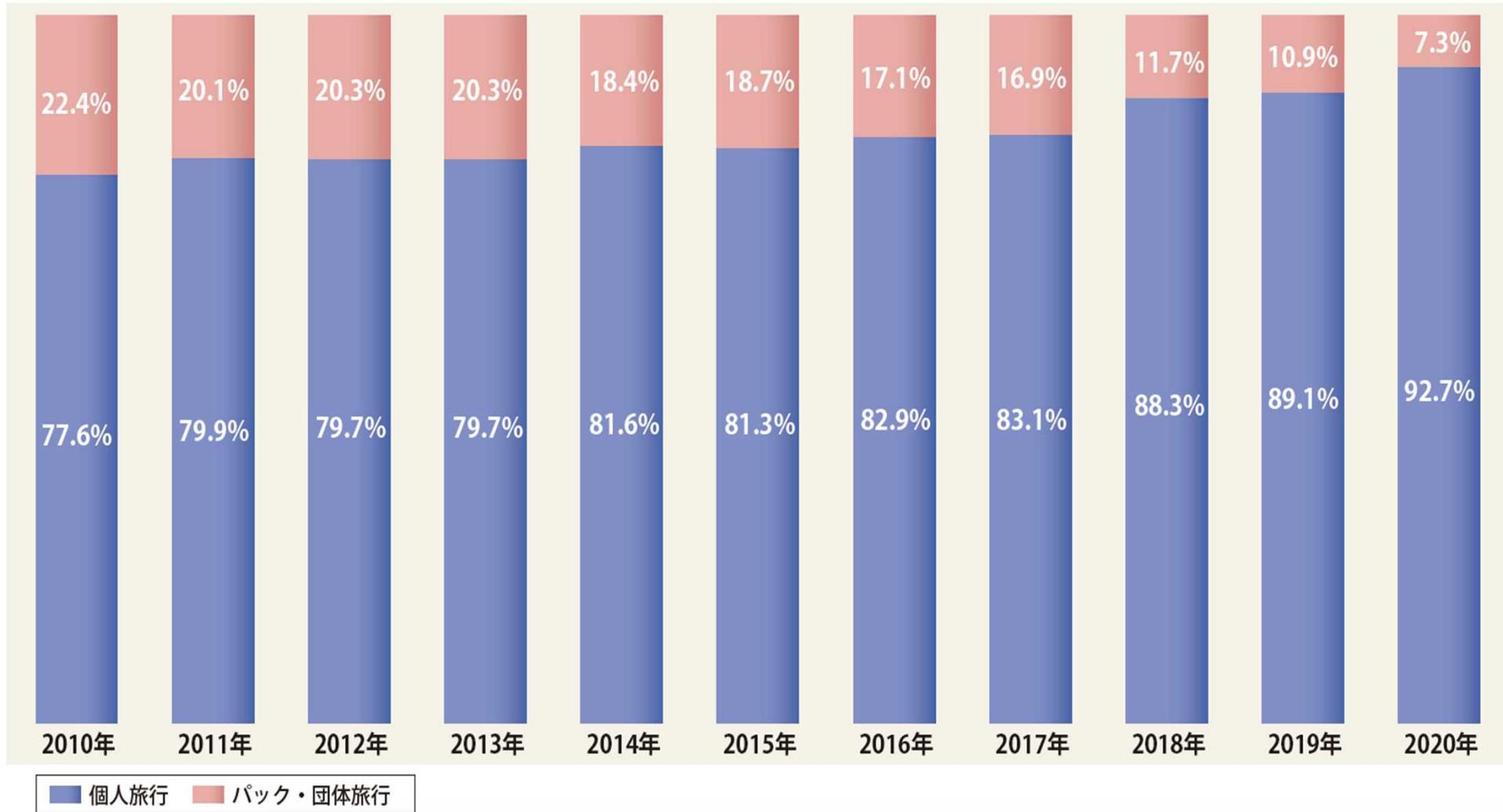
伝統的旅行会社とOTAの世界市場規模の推移(国内)



国内旅行者数のシェア（個人旅行-パック・団体旅行）

○ パッケージ旅行商品、団体旅行商品のシェアは年々減少傾向にある。

国内旅行者数シェア



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

主要旅行会社取扱額の推移

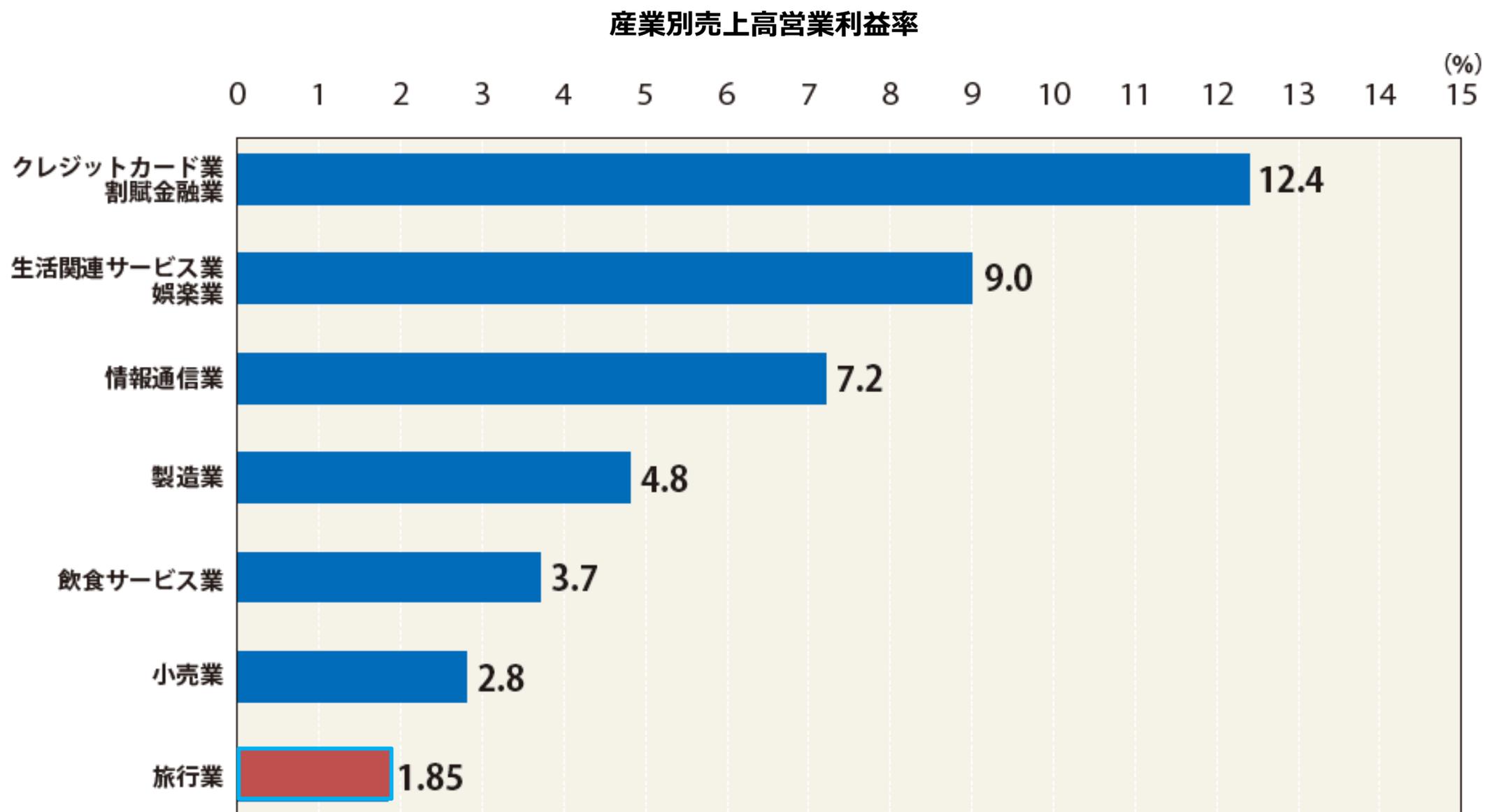
○ 主要旅行会社の旅行取扱額は近年縮小傾向。



出典：国土交通月例経済

※大手旅行会社（JTB、KNT-CTホールディングス、日本旅行、阪急交通社等）

○ 旅行業の営業利益率は他産業と比較して極めて低い水準にある。



※経済産業省企業活動基本調査より
(2019年企業活動基本調査確報－平成30年度実績－)

3. 旅行業の現状と課題

3-2 旅行業の課題

- ① 従来型商品・サービスの低迷
- ② 将来的な国内旅行市場の縮小への対応
(新たな旅行市場の開拓、旅行業分野以外への事業展開)
- ③ 長引くコロナ禍の影響を受けた旅行に対する不安の解消

3. 旅行業の現状と課題

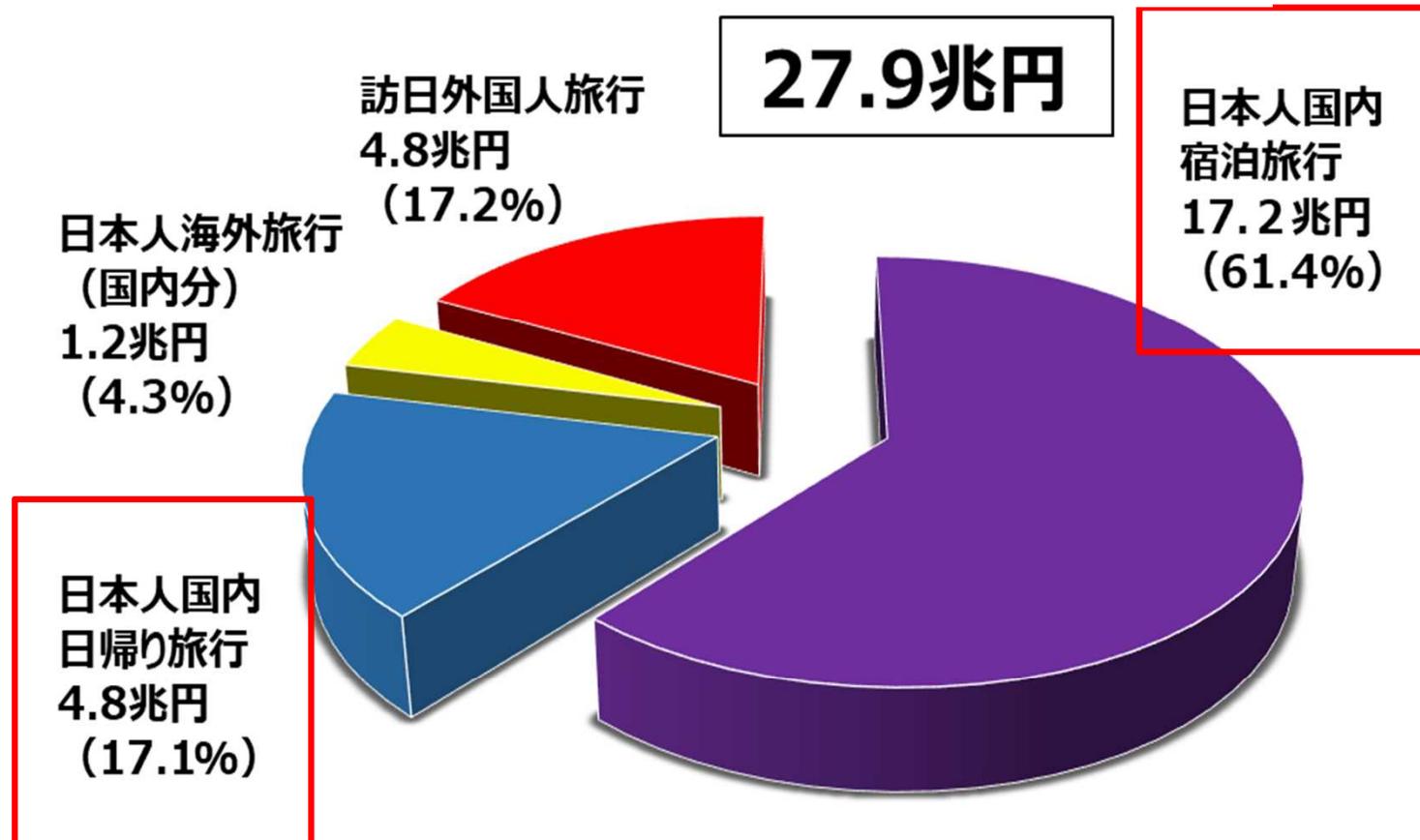
3 - 2 旅行業の課題

② 新たな旅行市場の開拓

- インバウンド市場
- ユニバーサルツーリズム市場
- コロナ禍による新たな旅行市場

- 旅行市場に占める国内宿泊旅行・日帰り旅行のシェアは全体の約8割となっており、依然として高い割合。

2019年（令和元年）



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

2030年未来予測：国内宿泊旅行 延べ宿泊人数・泊数推計

- **延べ宿泊旅行者数**は2030年は1億2,945万人と予測。2017年の▲11.1%。
宿泊数は2億1,688万泊で▲15.4%。
- 宿泊旅行実施率の微減トレンドを加味して低位予測すると延べ宿泊旅行者数は▲22.9%、延べ宿泊数では▲22.6%にまで減少する見込み。



■日本人の国内宿泊旅行 延べ宿泊旅行者数推計 (万人)

| | 2017年度 | 2030年度 | 差 (万人) | 差 (%) |
|-------|---------------|---------------|--------------|--------|
| ベース推計 | 1億 4,556万人 | 1億 2,945万人 | ▲1,611 万人 | ▲11.1% |
| 低位 | | 1億1,223万人 | ▲3,333万人 | ▲22.9% |

- ※ 2017年のデータは「じゃらん宿泊旅行調査2017」を引用（帰省や出張、修学旅行を除く観光による宿泊旅行）
- ※ 平均旅行回数（2.78回）・平均泊数（1.68泊）は2004年～2016年の平均値を採用
- ※ 宿泊旅行実施率は、「ベース推計」については2016年の54.8%を採用
- ※ 低位推計は、「じゃらん宿泊旅行調査」より得られた宿泊旅行実施率の微減トレンドを単回帰分析で予測し、独自基準で補正したもの

■日本人の国内宿泊旅行 延べ宿泊数 (万泊)

| | 2017年度 | 2030年度 | 差 (万泊) | 差 (%) |
|-------|---------------|---------------|--------------|--------|
| ベース推計 | 2億 5,646万泊 | 2億 1,688万泊 | ▲3,958 万泊 | ▲15.4% |
| 低位 | | 1億8,803万泊 | ▲6,843万泊 | ▲26.6% |

出典：じゃらんリサーチセンター「2030年観光の未来需要研究」で分析

データ元：「じゃらん宿泊旅行調査2018」より

2012～2017年 20歳～79歳日本人人口：総務省統計局「住民基本台帳に基づく人口、人口動態および世帯数調査」より

2018～2030年 20～79歳日本人人口：社会保障・人口問題研究所人口予測より

2030年未来予測：国内宿泊旅行者・訪日外国人観光客数の変化を予測

● 延べ宿泊数において訪日外国人と日本人が2022年に同数、逆転し2030年には1.7倍に。

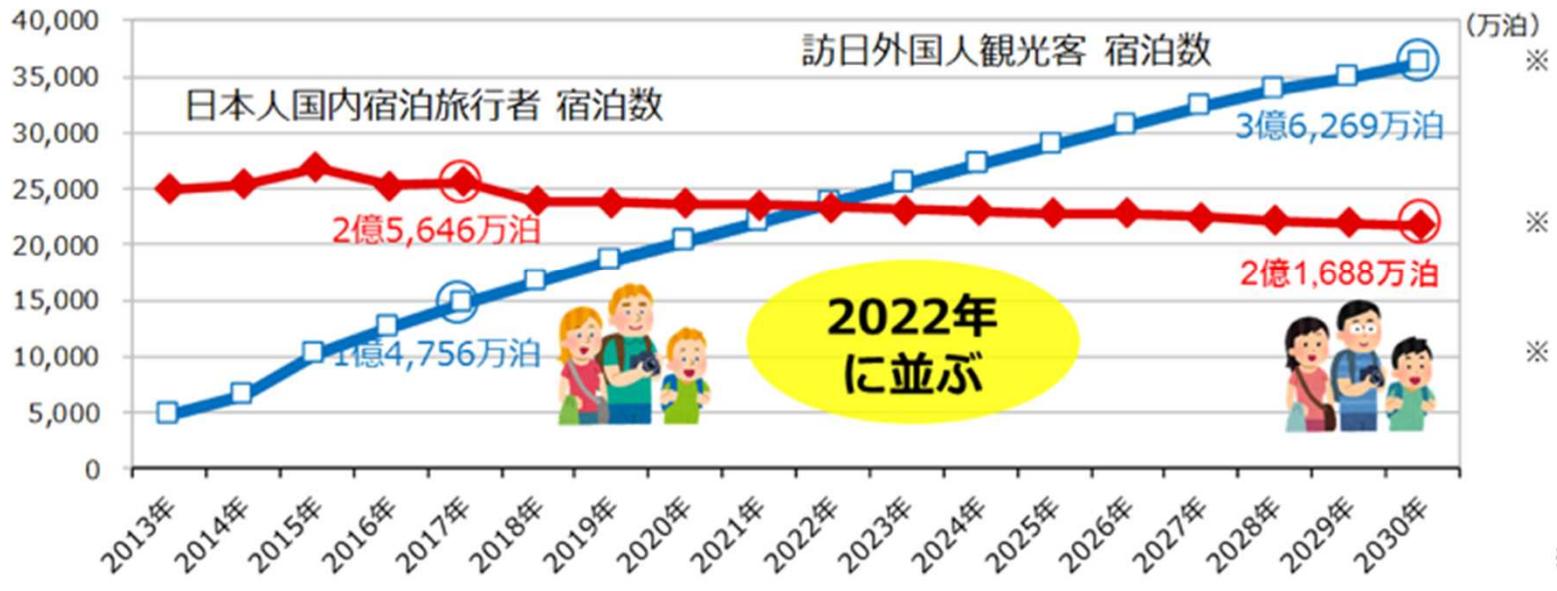
■ 延べ観光旅行宿泊者数推計 (万人)



観光客数
(日本人：訪日外国人)
2017年→6：1
2030年→2：1

延べ宿泊数
(日本人：訪日外国人)
2016年→2：1.7
2022年→1：1
2030年→1：1.7
クルーズを考慮すると1：1.4

■ 延べ観光旅行宿泊数推計 (万泊)



※ 日本人宿泊旅行の推計値は「じゃらん宿泊旅行調査2017」をベースとしており、当該年の4月～翌年3月までの年度。訪日外国人の推計値はJNTOの発表資料をベースとしており、その年の数値を推計に使用

※ 訪日外国人観光客宿泊数は、観光庁平成28年「訪日外国人消費同行調査」をもとに1人あたりの宿泊平均日数6.0をかけたものを採用

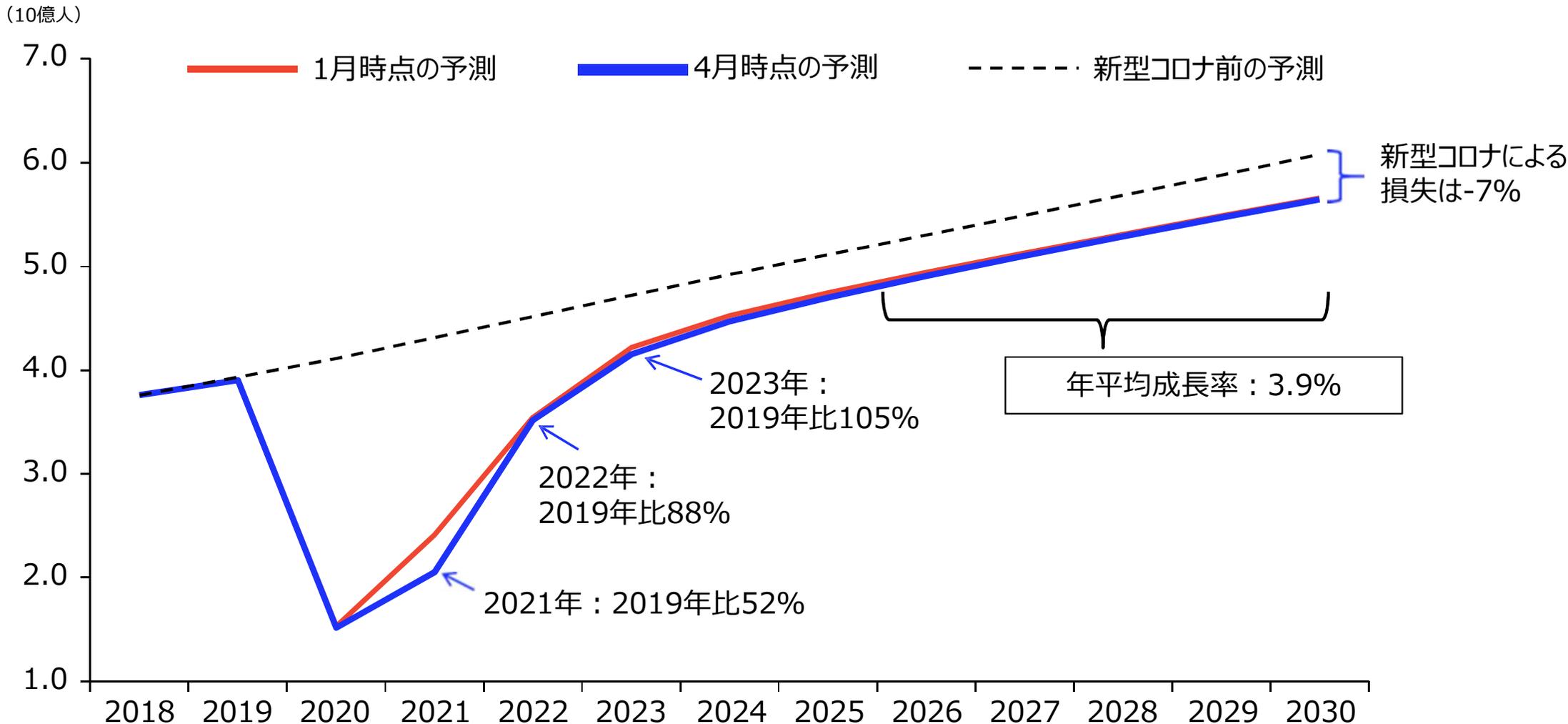
※ クルーズによる訪日分を除いたものを参考値として示す。数値は2016年の199万人（実績：国交省「クルーズ等の動向調査」）および2020年の目標500万人（「平成29年明日の日本を支える観光ビジョン」）を参考に推計

※出典：じゃらんリサーチセンター「2030年観光の未来需要研究」で分析

インバウンド市場の推移と将来の見通し

○ インバウンド市場はコロナ禍により大きく需要が落ち込んだものの、2023年頃にコロナ前水準に回復し、その後は高い成長率での市場拡大が見込まれる。

世界的な航空需要の回復予想について

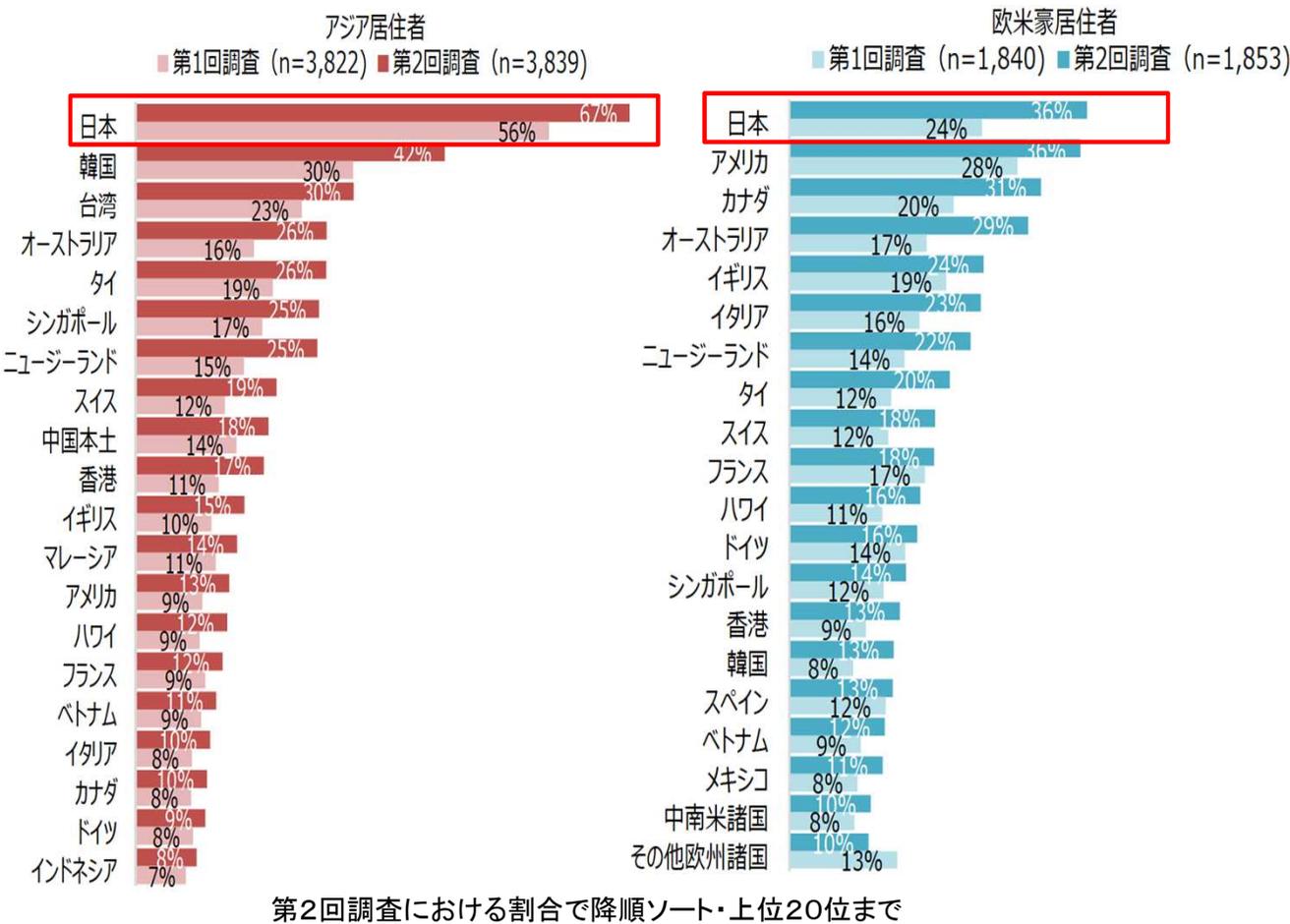


出典 : IATA発表資料に基づきJTBC総合研究所が作成

訪日外国人旅行者の強い訪日意向

- 今年5月調査において「次に海外旅行したい国・地域」として、**日本はアジア・欧米豪居住者とも1位**に。
- 前回調査（昨年5月）から、「**アジア居住者**」では引き続き**1位**を維持し、割合も上昇（第1回：56%→第2回：67%）、「**欧米豪居住者**」では**順位も割合も上昇**（第1回：2位・24%→第2回：1位・36%）。
- 観光のために日本を訪問したい理由について、他国と比較すると「**清潔だから**」の評価が高い。

次に海外旅行したい国・地域

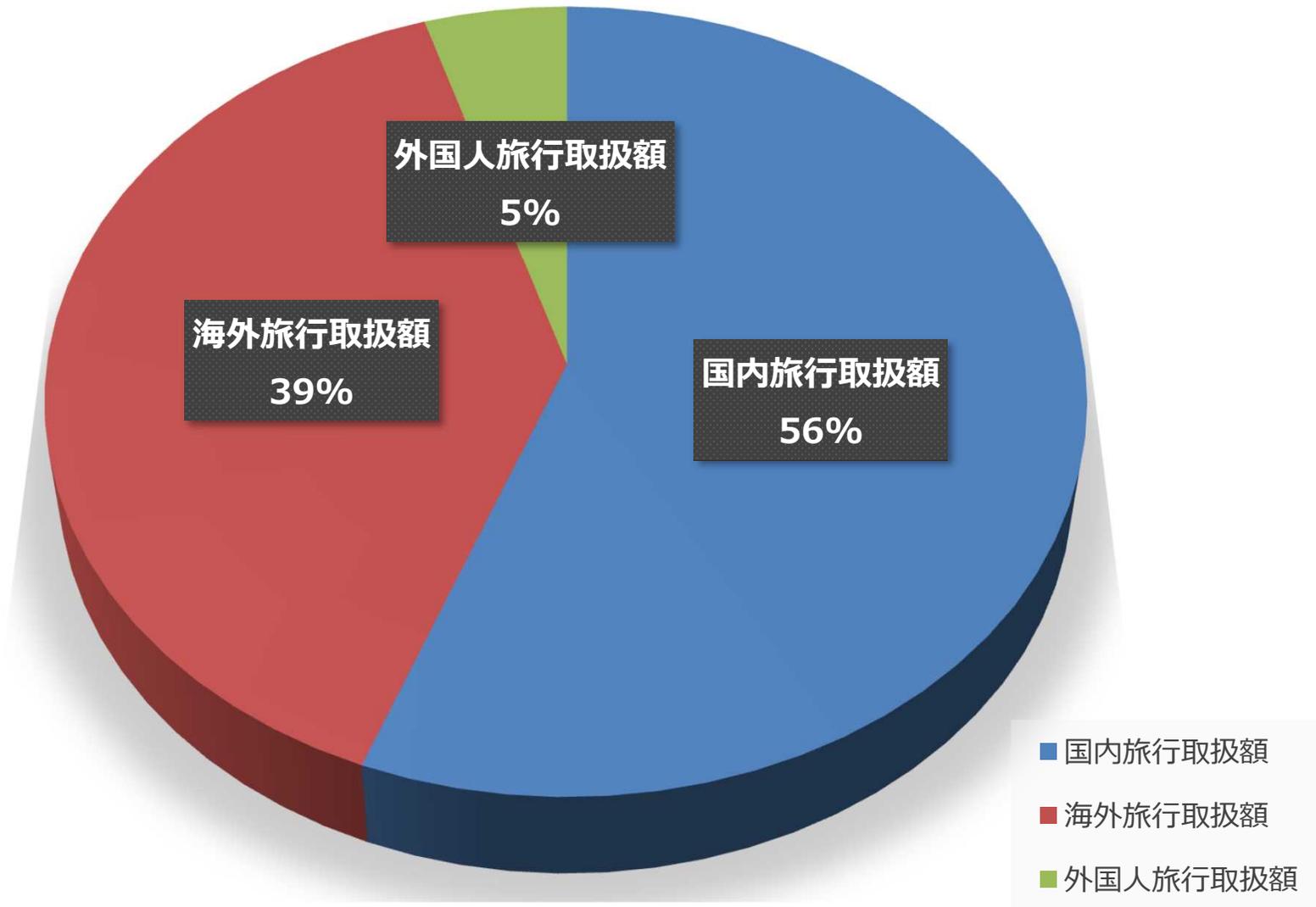


日本を訪問したい理由（「清潔だから」）

| 順位 | 国・地域 | サンプル数 | % |
|----|-------------|-------|----|
| 1 | 日本 | 3,261 | 39 |
| 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 |
| 16 | マカオ | 290 | 12 |
| 17 | フランス | 615 | 11 |
| 18 | メキシコ | 214 | 11 |
| 19 | マレーシア | 479 | 11 |
| 20 | グアム | 189 | 10 |
| 21 | イタリア | 602 | 10 |
| 22 | スペイン | 408 | 9 |
| 23 | 中国本土 | 655 | 9 |
| 24 | アメリカ | 989 | 9 |
| 25 | タイ | 1,113 | 9 |
| 26 | インド | 291 | 9 |
| 27 | ベトナム | 637 | 7 |
| 28 | インドネシア | 431 | 6 |
| 29 | フィリピン | 343 | 6 |
| 30 | 中南米諸国 | 244 | 5 |
| 31 | アフリカ諸国 | 154 | 1 |
| - | その他 | 114 | 13 |

- 今後期待されるインバウンド市場の回復や旺盛な訪日需要に比して、我が国主要旅行会社における外国人旅行の取扱額は著しく少ない状況が続いている。

主要旅行会社取扱額の割合(2019年)



※ 国土交通月例経済から算出

3. 旅行業の現状と課題

3 - 2 旅行業の課題

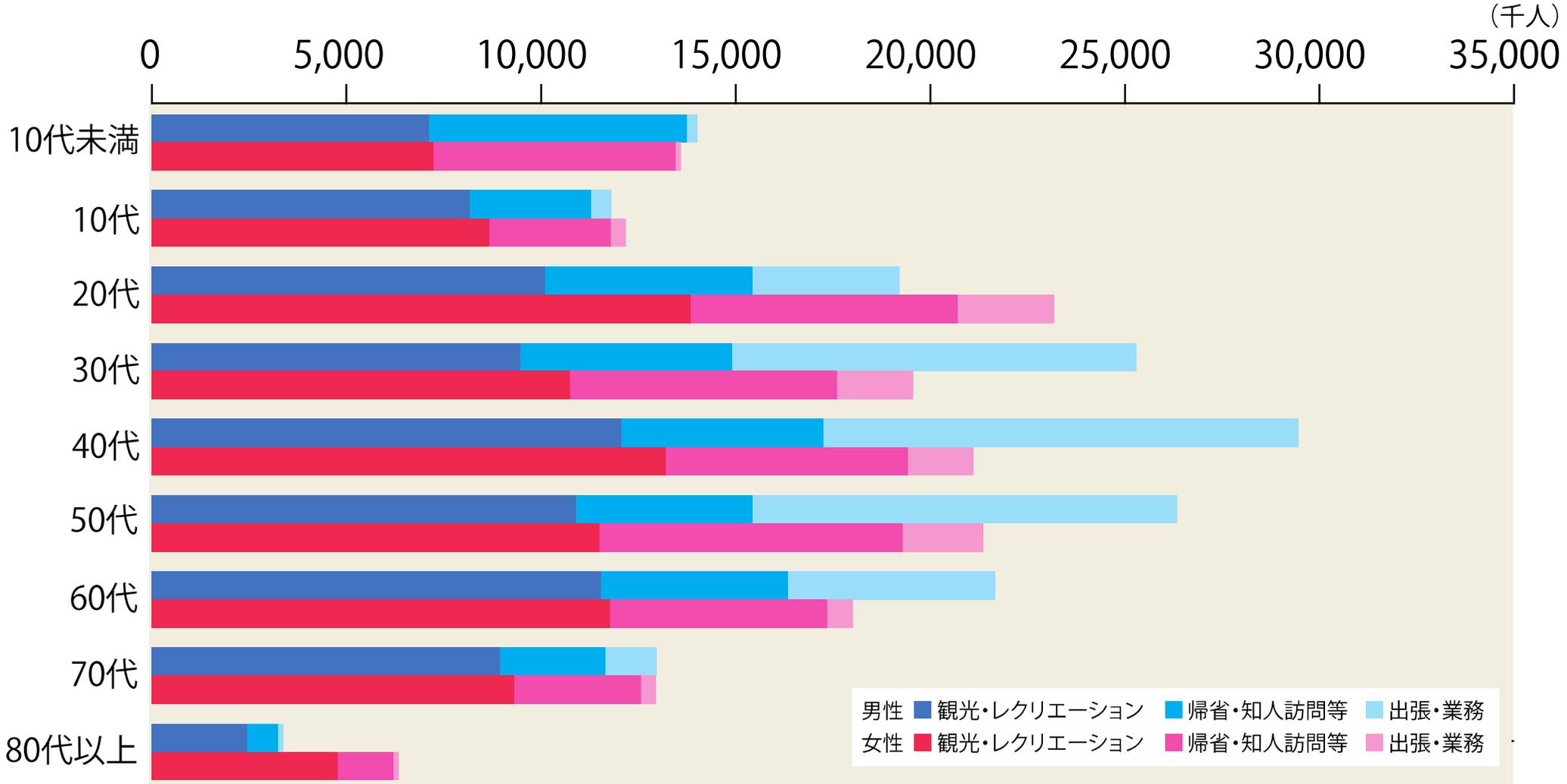
② 新たな旅行市場の開拓

- インバウンド市場
- ユニバーサルツーリズム市場
- コロナ禍による新たな旅行市場

世代別旅行者数の推移

○ 70代・80代以上では旅行者数が大きく減少。

性別・年代別日本人国内宿泊旅行における延べ旅行者数の推移（2019年）

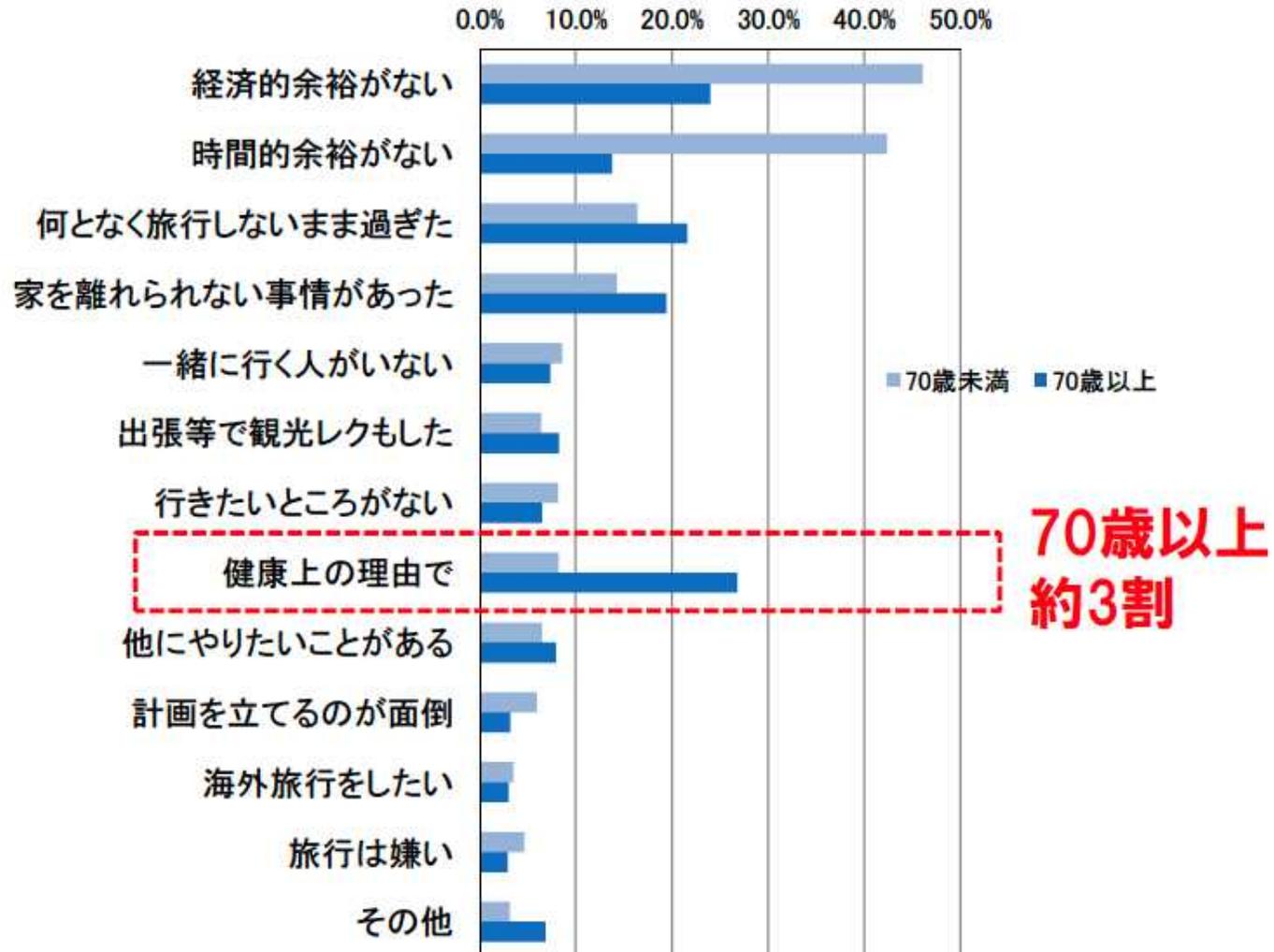


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成
資料：日本交通公社旅行年報2020

高齢世代で宿泊旅行が減少する原因

- 70代以上の世代では、「健康上の理由で」が旅行をしなかった理由のトップを占める。

旅行をしなかった理由の分析

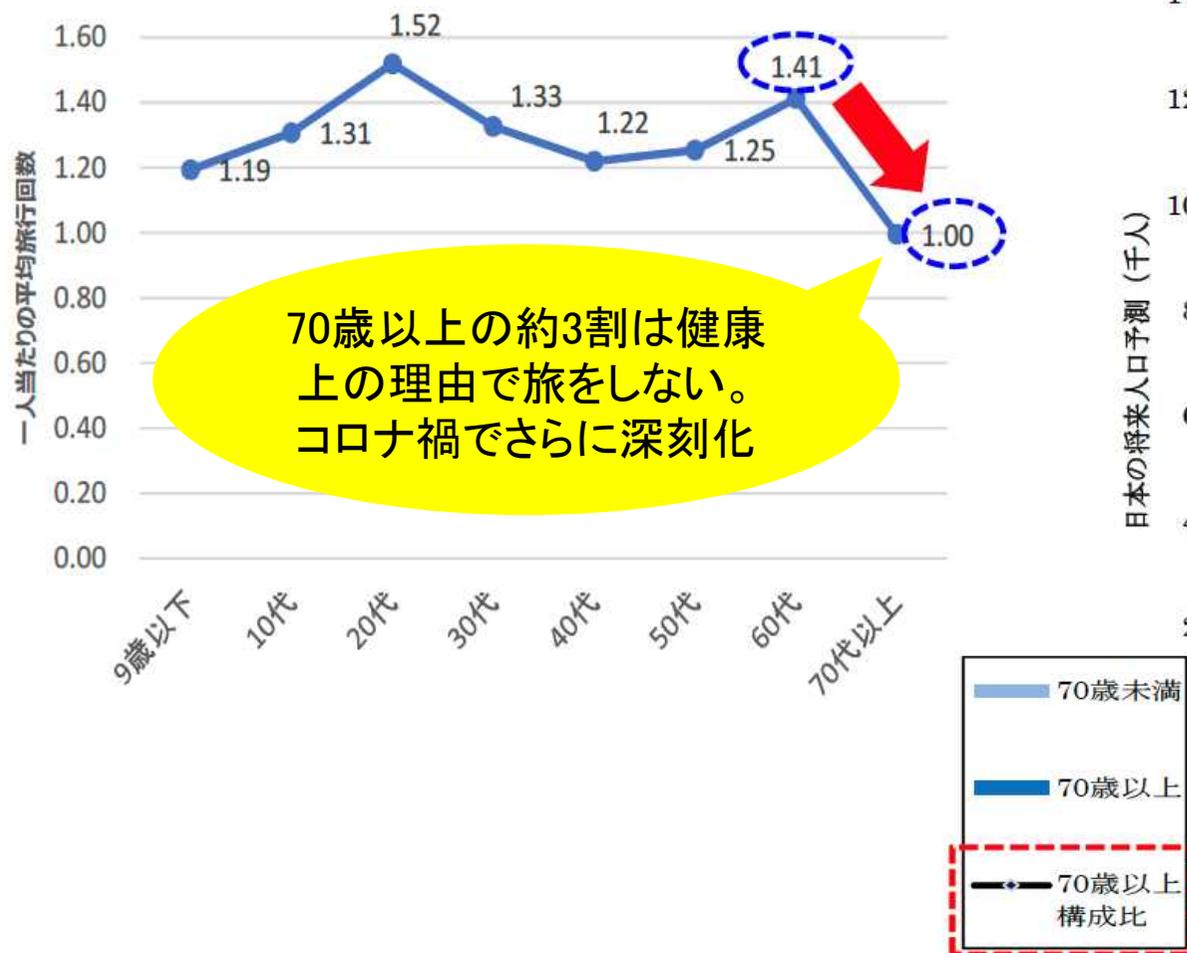


出典：日本観光振興協会「平成26年度版 観光の実態と志向－第33回国民の観光に関する動向調査」（2015）より作成

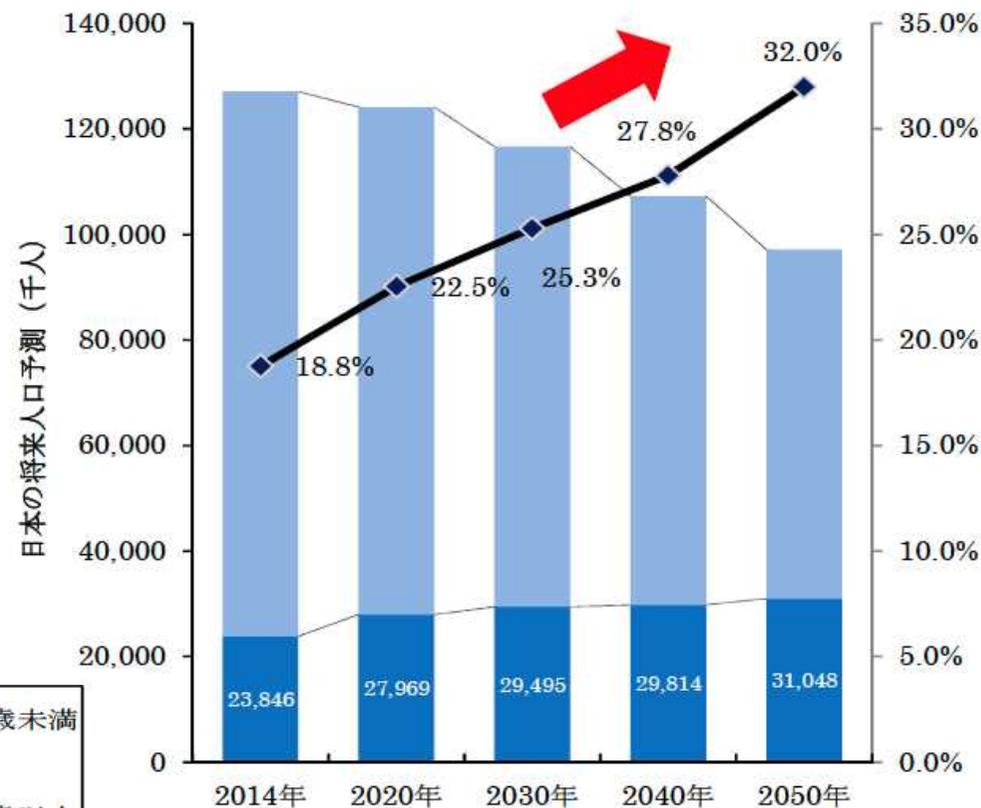
高齢者旅行市場の潜在可能性

- 仮に70歳以上が60代の旅行回数を維持することができれば、世代人口増の相乗効果も伴い、国内宿泊旅行市場を拡大させる可能性がある。

一人当たり年間平均国内宿泊旅行回数



将来の総人口と70歳以上の構成比



出典：国土交通省 国土交通政策研究所「車いす、足腰が不安なシニア層の国内宿泊旅行拡大に関する調査研究」

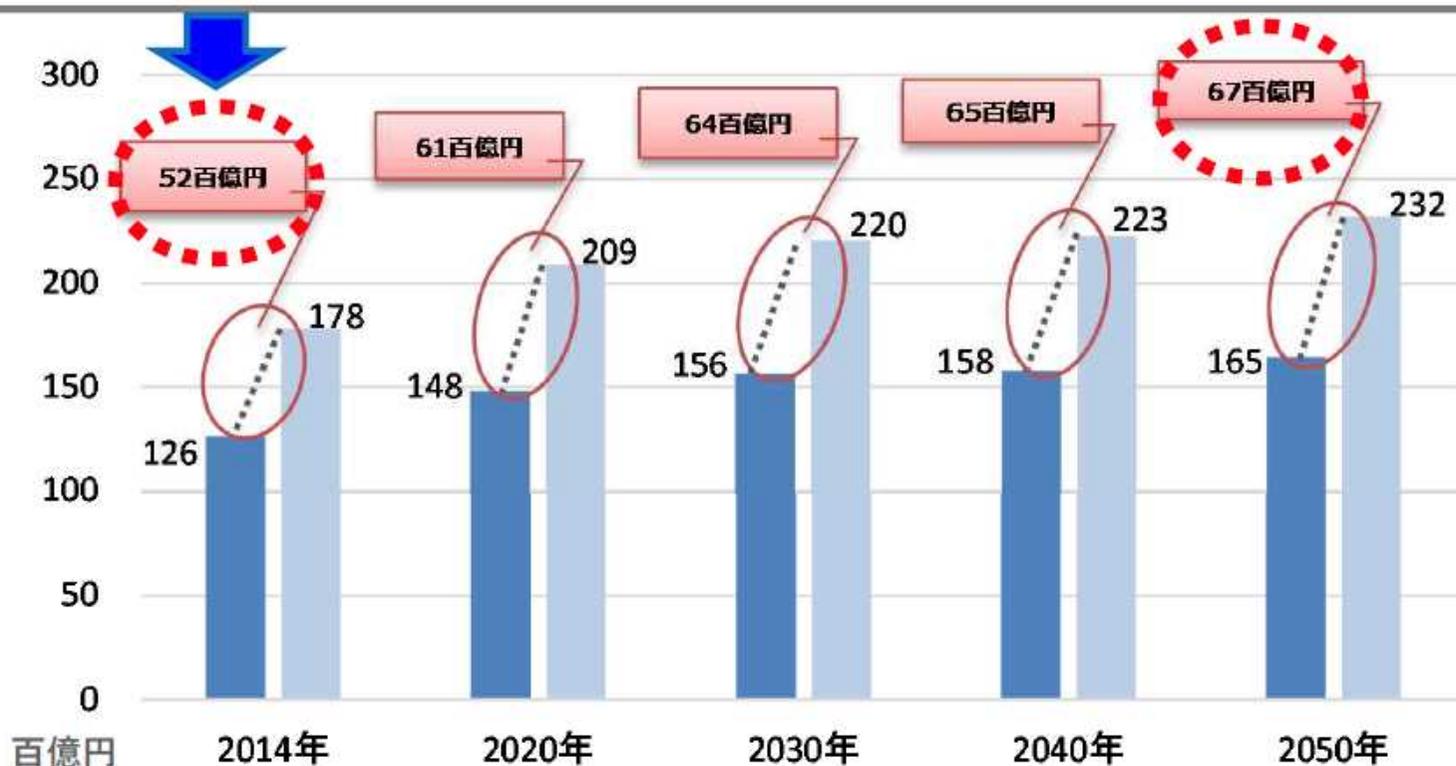
潜在市場規模の試算

- 高齢者旅行市場の拡大効果は約5,200億円。同行者1人を誘発すると仮定すれば、約1兆400億円増
- 2050年には、拡大効果は6,700億円、同行者1名の誘発で約1兆3,400億円増

仮定

70歳以上の高齢者が60代と同じ回数(1.41回)旅行する場合の市場拡大効果

(70歳以上人口23,846千人) × (60代平均旅行回数1.41回-70代平均旅行回数1.00) ÷ 980万回
 平均旅行単価約53,000円 × 980万回 = 約5,200億円 (2014年ベース)



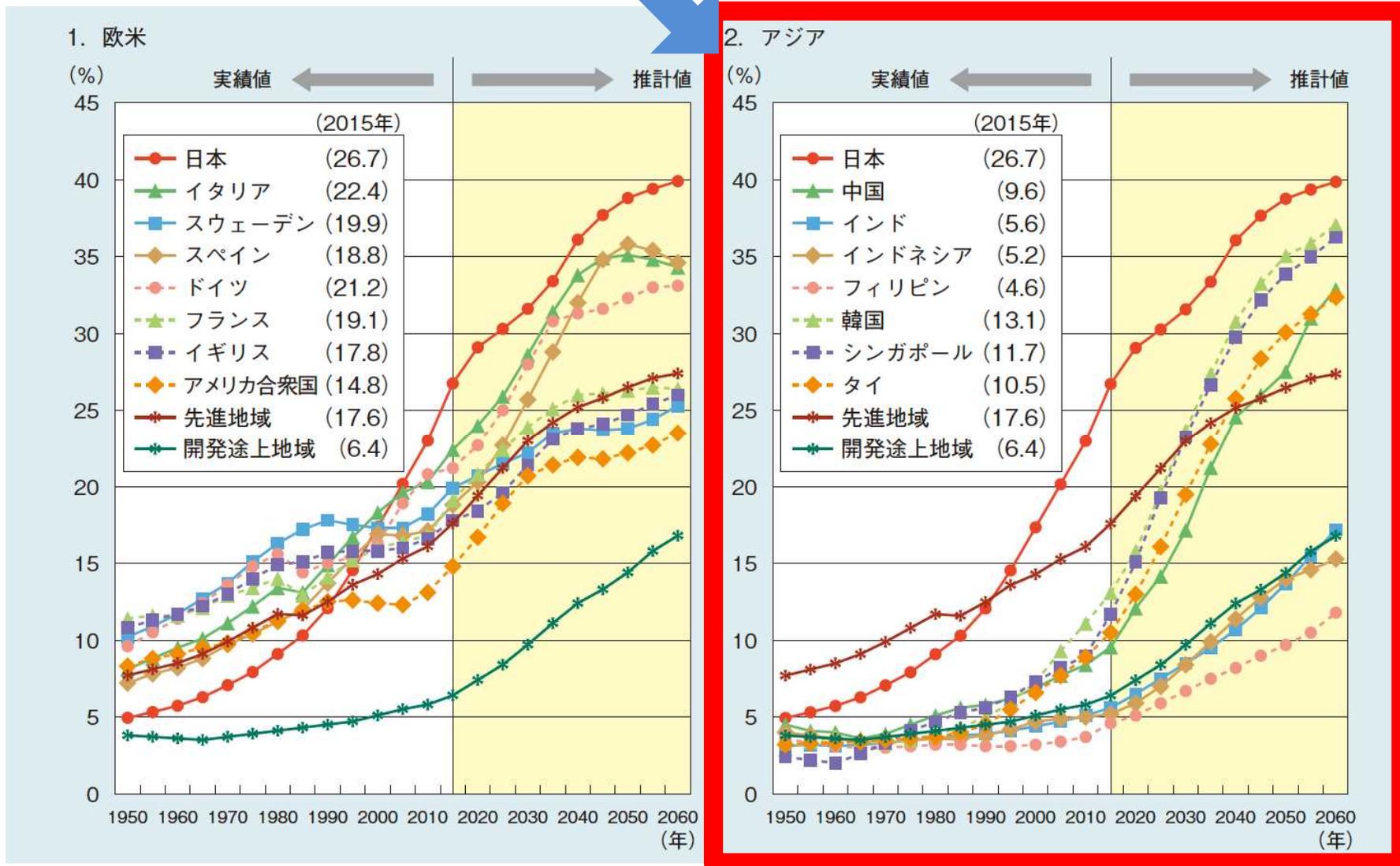
■ 70歳以上が現状と同じ回数旅行する場合(百億円)

■ 70歳以上が60代と同じ回数旅行する場合(百億円)(潜在市場)

世界の高齢化率の推移

- 2019年の訪日外国人旅行者の約8割を占めていた中国、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールにおいても急速な高齢化が進んでいる。
- これら高齢者向けの旅行環境を整えれば、国内外のシニア層の旅行市場を拡大できる可能性も。

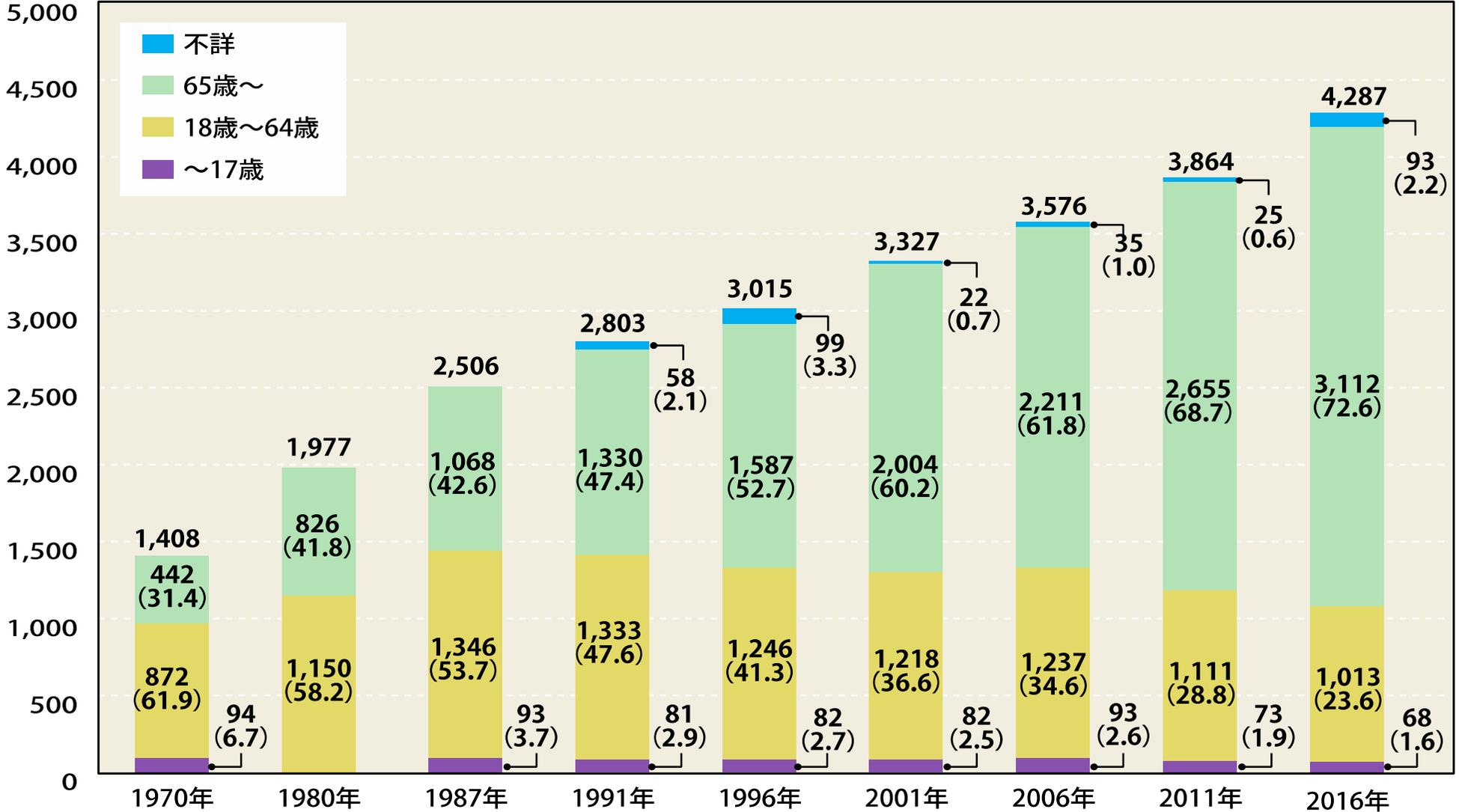
世界の高齢化率の推移



身体障がい者の旅行市場

○ 全国における身体障がい者の概数（2016年）は、436万人。国民のおよそ7.6%が身体的な障がいを持っていることになる。

年齢階層別障害者数の推移（身体障害児・者（在宅））



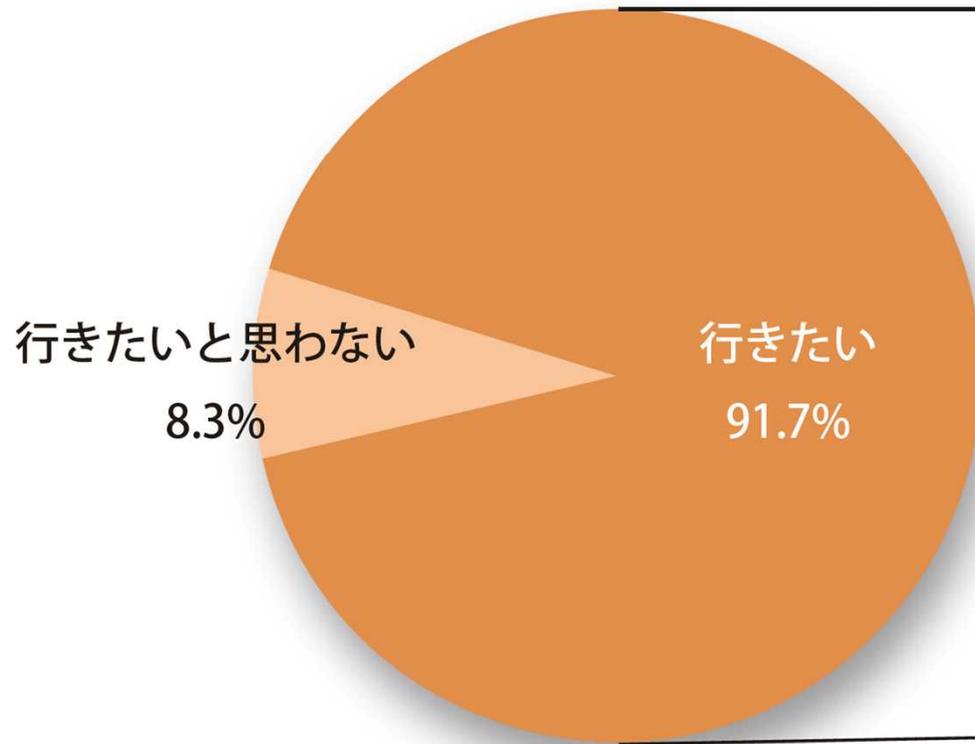
注1：1980年は身体障がい児（0～17歳）に係る調査を行っていない。
注2：四捨五入で人数を出しているため、合計が一致しない場合がある。

資料：厚生労働省「身体障害児・者実態調査」(~2006年)、厚生労働省「生活のしづらさなどに関する調査」(2011・2016年)

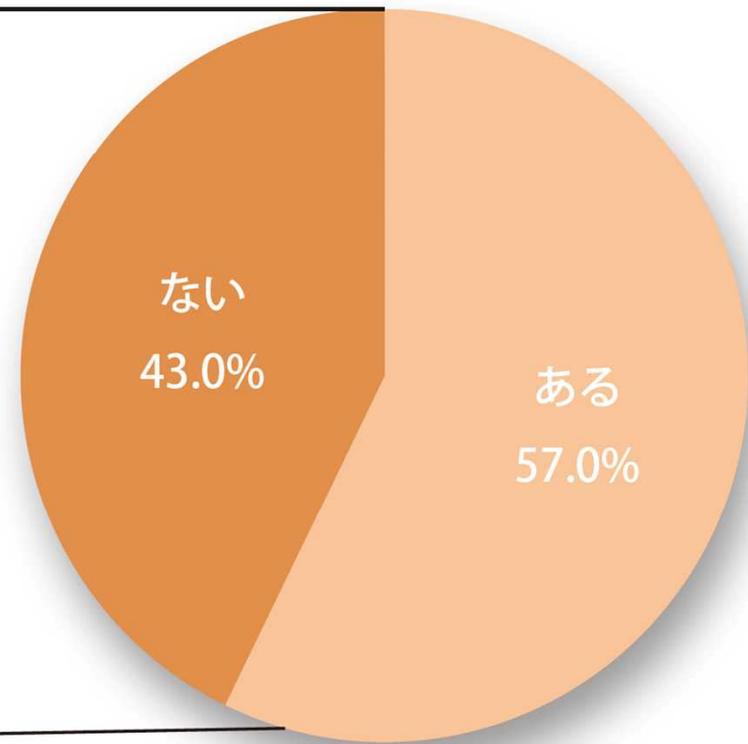
身体障がい者の旅行意向

- 身体障がい者の旅行意向調査では「足腰が不自由でも旅行に行きたい」という回答が9割以上。
- 一方、実際に旅行に行った/計画した割合は半数程度にとどまる。

「旅行に行きたい」と回答した割合



実際に行った経験・計画をしたことがある割合



(n=275)

リクルートライフスタイル「バリアフリー旅行調査」(2016年11月)

東京大会を契機としたバリアフリー化の推進（「ユニバーサルデザイン2020行動計画」の推進状況）

○「ユニバーサルデザイン2020行動計画」（平成29年2月20日ユニバーサルデザイン2020関係閣僚会議決定）の考え方に基づき、東京大会開催を契機とした世界へのアピールや大会開催後のレガシー化に向けて、ハード・ソフト両面から様々な取組を実施。

- ・首都圏の空港から競技会場等に至る連続的・面的なバリアフリー化や、全国各地のバリアフリー水準底上げなど、「ユニバーサルデザインの街づくり」を推進
- ・「障害の社会モデル」を踏まえ、様々な心身の特性等を持つ全ての人々が相互に理解を深めようと意思疎通し、支え合う「心のバリアフリー」の取組を推進

□ … ユニバーサルデザインの街づくり / □ … 心のバリアフリー / □ … 共通

これまでの主な取組

○競技会場周辺エリア等の連続的・面的なバリアフリー化の推進

- ・アクセス道路のバリアフリー化を推進
- ・主要な都市公園等のバリアフリー化を推進 等



<バリアフリー化実施例>

○主要鉄道駅、ターミナル等におけるバリアフリー化の推進

- ・大会関連駅のエレベーター増設や、ホームドア整備等を重点支援 等



<エレベーター>

○成田空港、羽田空港国際線ターミナル等のバリアフリー化の推進

- ・世界トップレベルのユニバーサルデザイン化に向けた数値目標を設定 等



○リフト付きバス・UDタクシー車両等の導入促進

- ・バス・タクシーのバリアフリー車両の導入促進のために必要な支援を実施。空港アクセスバス・UDタクシー等の導入に向けて重点支援 等



<UDタクシー>

○交通・観光分野における接遇の向上と職員研修の充実

- ・東京大会に向けて交通事業者の接遇水準を確保するため、平成30年5月に「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」を作成
- ・さらに、交通事業者がガイドラインに則った適切な対応ができるよう、平成31年4月に「接遇研修モデルプログラム」をモードごとに作成



最近の主な取組

○ソフト対策等を強化するバリアフリー法改正/新たなバリアフリー整備目標（第3次目標）の策定

- ・車椅子使用者用駐車施設等の適正利用など、ソフト対策を強化するためバリアフリー法を改正（令和3年4月全面施行）
- ・令和3年度から5年間の新たなバリアフリー整備目標（第3次目標）を策定。基本構想に位置づけられた2,000人以上/日の鉄軌道駅等について、原則として全てバリアフリー化するなど、ハード・ソフト両面からのバリアフリー化を推進

○共生社会ホストタウンのレガシー化

- ・共生社会実現に向けた取組を実施する共生社会ホストタウンは105件。中でも他のモデルとなる先導的共生社会ホストタウンは15件に拡大。マスタープラン・基本構想の作成促進など、バリアフリーの取組について国土交通省にて支援。

○新幹線車椅子用フリースペースの義務化

- ・公共交通移動等円滑化基準省令を改正し、新幹線における車椅子用フリースペースの設置を令和3年7月から義務化（東海道新幹線では、6名の車椅子使用者がスペースを同時に利用可能）



車椅子用フリースペースのイメージ

○ホームドア整備など公共交通機関等のバリアフリー化

- ・新たなバリアフリー整備目標に基づき、ホームドアの整備ペースを2倍に加速化するなど、鉄道をはじめとする公共交通機関等のバリアフリー化を促進

○鉄道駅のホームと車両の段差・隙間の解消

- ・バリアフリー整備ガイドラインを改訂し、鉄道駅のホームと車両の段差・隙間の目安等を明確化



○建築設計標準の見直し

- ・「高齢者、障害者等の円滑な移動に配慮した建築設計標準」を令和3年3月に改正し、小規模店舗内部において、入口の段差解消、扉幅の確保、可動席の設置等のバリアフリー整備を進めるための考え方・留意点を追加

○バリアフリー基準・ガイドラインの改正

- ・令和3年3月、ソフト基準遵守義務創設を踏まえ、バリアフリーガイドライン（役務の提供編）を新たに策定
- ・バリアフリー整備ガイドラインに、視覚障害者の誘導案内方法や情報アクセシビリティに関する記載を充実

○高齢者障害者等用便房（バリアフリートイレ）の適正利用

- ・高齢者障害者等用便房（バリアフリートイレ）について、「多機能トイレ」、「多目的トイレ」等ではなく、機能分散を推進し、その効果が現れるような表記等による周知、広報啓発の充実等の取組方針をとりまとめ、適正な利用を推進



○コロナ禍における公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン策定

- ・令和3年7月、コロナ禍における適切な接遇内容を盛り込むため、「公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン」を見直し

○観光施設における心のバリアフリー認定制度の創設

- ・バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む姿勢のある観光施設を対象とした、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」を令和2年12月より開始

○公共交通事業者に向けた接遇ガイドライン（認知症の人編）策定

- ・令和3年2月、公共交通事業者向け「公共交通事業者等に向けた接遇ガイドライン（認知症の人編）」を策定

3. 旅行業の現状と課題

3 - 2 旅行業の課題

② 新たな旅行市場の開拓

- インバウンド市場
- ユニバーサルツーリズム市場
- コロナ禍による新たな旅行市場

コロナ禍による新たな旅行市場①（ワーケーション）

- テレワークの普及に伴い、リゾート地や温泉地、国立公園など普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごす「ワーケーション（Work+Vacation）」の実施が拡大。
- 働き方改革の推進と新たな旅行市場の開拓の両面から今後一層の普及が期待される。

これまでの企業の取組事例

ユニリーバ・ジャパン（宮崎県新富町、北海道下川町等で実施）

<取組内容>

働く場所や時間を社員が選べる働き方を2016年から導入。工場のオペレーター業務を除く全社員が対象で、実施率はほぼ100%。
さらに8つの自治体と連携し、社員が当該地域に滞在しながら自治体の指定する地域課題の解決に貢献する活動を実施した場合、自治体から宿泊費が補助される。同社としても保険費用を負担する等、活動を支援。



野村総合研究所（徳島県三好市で実施）

<取組内容>

市役所に出向していた社員がコーディネーターとなり、2017年から実施。同市の古民家で、平日は通常業務、週末は休暇を取る仕組み。
1か月で延べ15名程度の社員が参加し、年3回実施。
業務出張の扱いで社員を送り出し、通称「三好キャンプ」と言われるほど定着している。



ワーケーションの事例【長崎県五島市】



- ・ 地方公共団体と連携し、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。

<五島市主催：鳥ぐらしワーケーション in GOTO (GWC2021)>

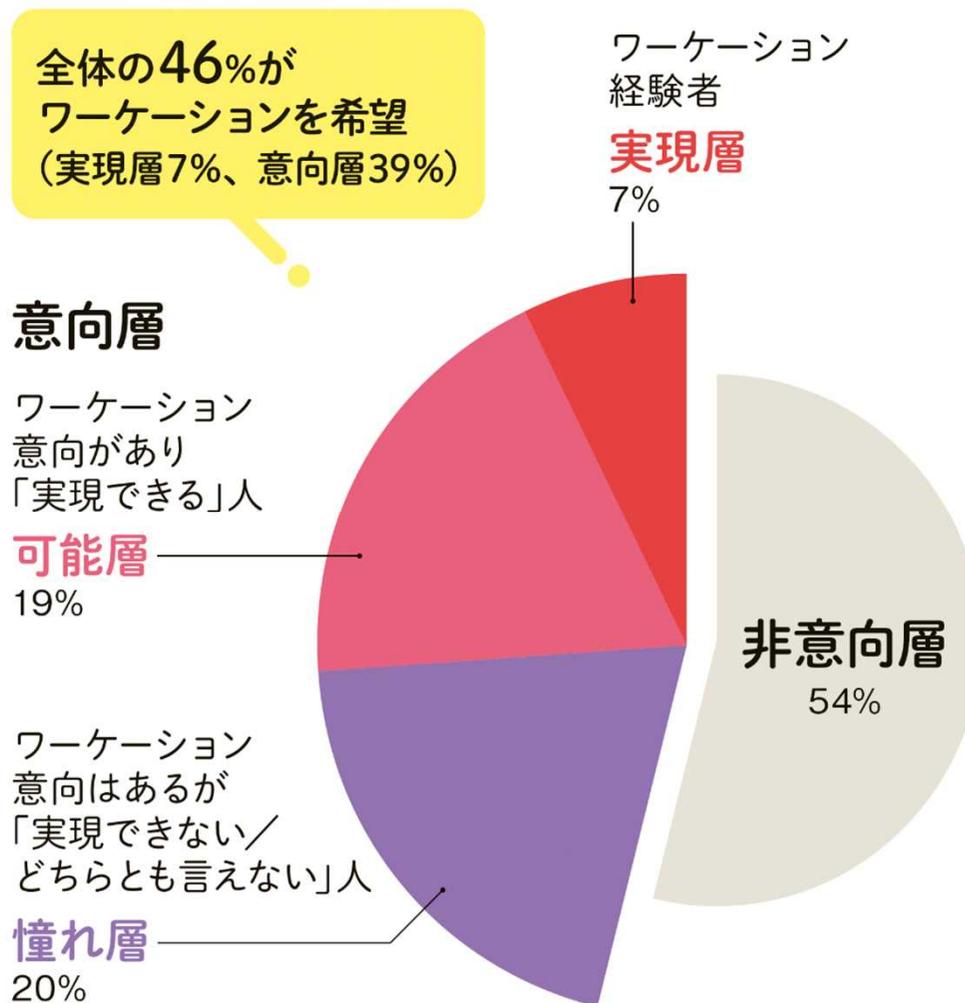
コロナ禍による新たな旅行市場①（ワーケーション）

- ワケーションに関する調査・分析レポートによると、約半数の人がワーケーションをしたい（「意向層」）という結果。
- 「すでに経験済み」の実現層は1割弱、「意向はあり未経験だが実現は可能」な可能層が2割ほど存在。残りの2割は「意向はあるが実現は難しそう」な憧れ層。

ワーケーション全体の意向度×実現度

ワーケーション意向がある 「実現層・可能層・憧れ層」

- ・年齢が「若年＞高年」
- ・子どもは「あり＞なし」
- ・ライフワーク「あり＞なし」
- ・在宅勤務「している＞していない」
- ・企業規模「大規模＞小規模」
- ・年収「高＞低」
- ・居住エリアによる差はほぼなし



コロナ禍による新たな旅行市場②（オンラインツアー）

- 新型コロナウイルスの感染拡大により既存の旅行商品の販売がままならない中、新たな旅行商品として、また、顧客と事業者をつなぎとめる役割としてもオンラインツアーを有効活用する事業者が増加した。

例)

【ネットワーク】

海外からの訪日旅行者に向けた「まちあるきツアー」造成や運営に取り組んできたネットワークは、2020年5月よりオンラインツアーを開始し、計76回催行・約2,450名様に参加。地域と人を結ぶ「ほむすび」オンラインツアーへと生まれ変わり新しいサービスを開発。



【エイチ・アイ・エス】

2020年4月よりサービスを開始、定番の観光ツアーをはじめ、スキルシェア、ライブコマースといった多種多様なオンライン体験を提供。観光地をはじめとする海外の文化・食・ショッピングなど多種多様なラインナップを提供。2021年6月末までに累計4,500本以上のツアーを催行、体験者数は10万人を突破。



【琴平バス】

香川県琴平町の小さなバス会社・琴平バス株式会社。貸し切りバス事業、高速バス事業、タクシー事業、旅行事業と主に4つの事業を行っていたが、新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言で、そのほぼすべてがストップ。社員の反対を押し切る形で、オンラインツアーを発案、最初の企画会議からたった3週間弱でオンラインバスツアーが実施された。最初のツアーは関係者を除くとお客さんは5名だったが、2021年5月で1周年を迎え、これまで参加したのは延べ1,900人以上。



【ユーラシア旅行社】

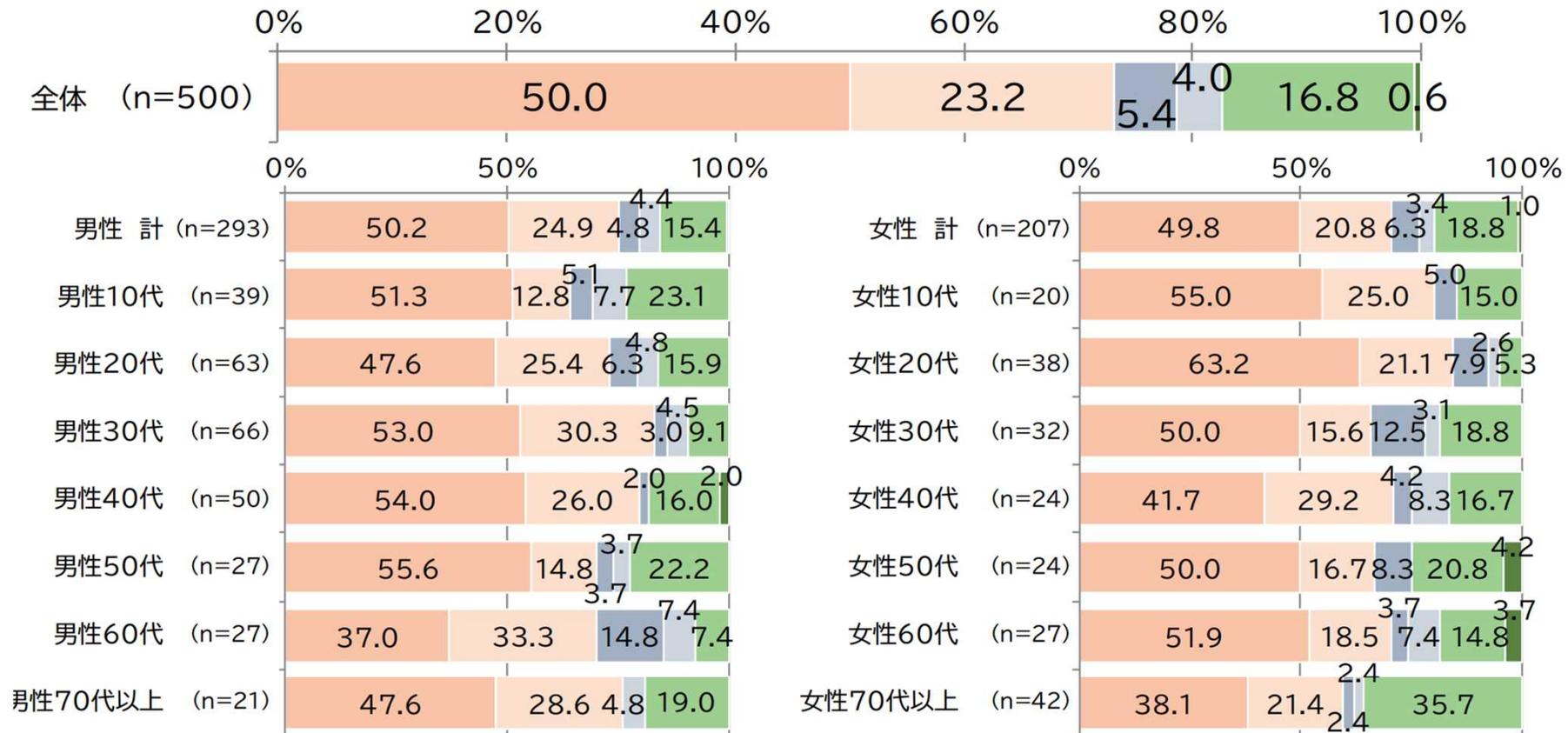
ハイエンド向け、世界170か国を取り扱うユーラシア旅行社は長年培ってきた現地のパートナーである手配会社や現地に詳しいスペシャリストなど、その道の第一人者をゲストに呼び、その国の魅力を存分に味わうオンライン企画。観光から文化歴史を学ぶ講座まで、さまざまな切り口で参加者を魅了している。



コロナ禍による新たな旅行市場②（オンラインツアー）

○ オンライン旅行経験者の7割超がリアルでの旅行動機を強めたほか、オンラインツアーそのものに対するニーズも存在。

オンライン旅行体験の感想（全体／性・年代別）



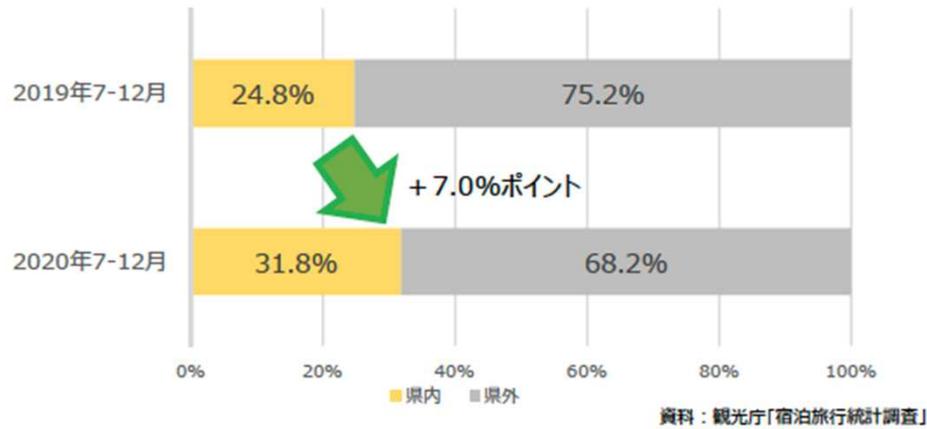
- オンライン上での体験でさらに興味がわいたため、実際に現地にも行ってみたい、現実でも同じ体験をしてみたい
- オンライン上での体験では物足りなかったため、実際に現地に行ってみよう、現実で同じ体験をしてみたい
- オンライン上での体験で満足したため、実際に現地に行くことはない、現実で同じ体験をすることはしない
- オンライン上での体験が不満だったため、実際に現地に行くことはない、現実で同じ体験をすることはしない
- 現実とは別のものとして、今後もオンライン上で体験をしたい
- その他

出典：日本観光振興協会 令和3年度版観光の実態と志向～第40回国民の観光に関する動向調査～

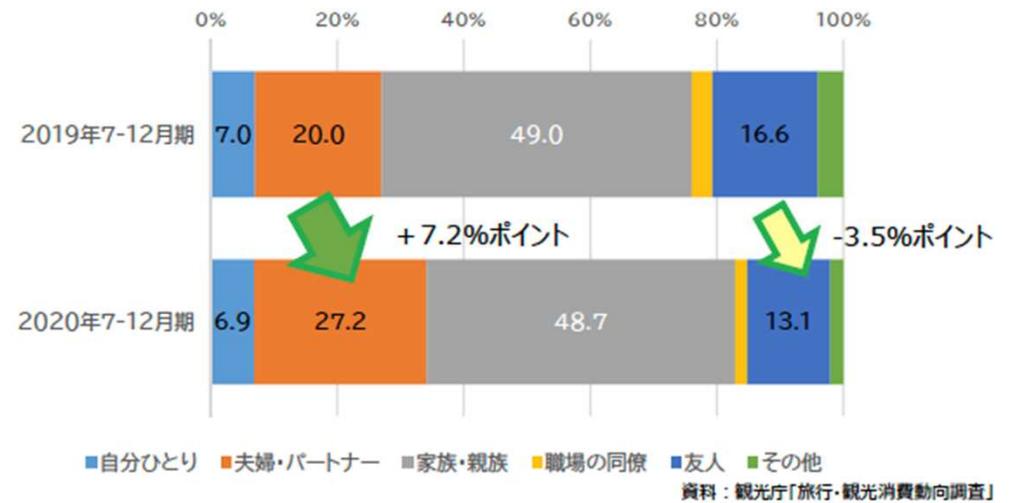
コロナ禍による新たな旅行市場③（マイクロツーリズム）

- 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。宿泊数別構成比では「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】



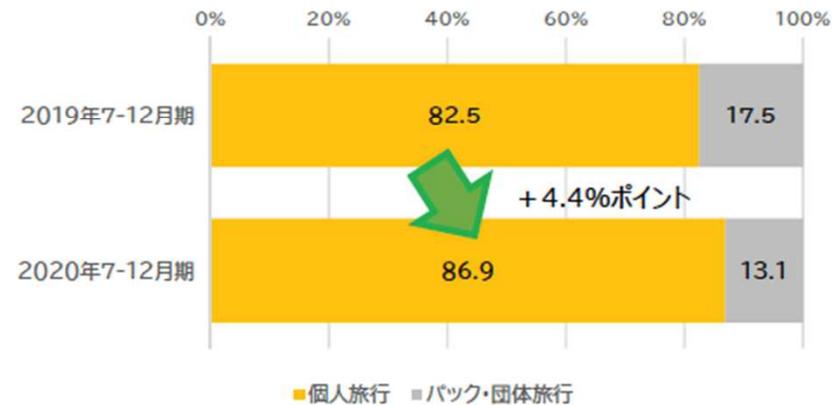
同行者



宿泊数



旅行の種類



3. 旅行業の現状と課題

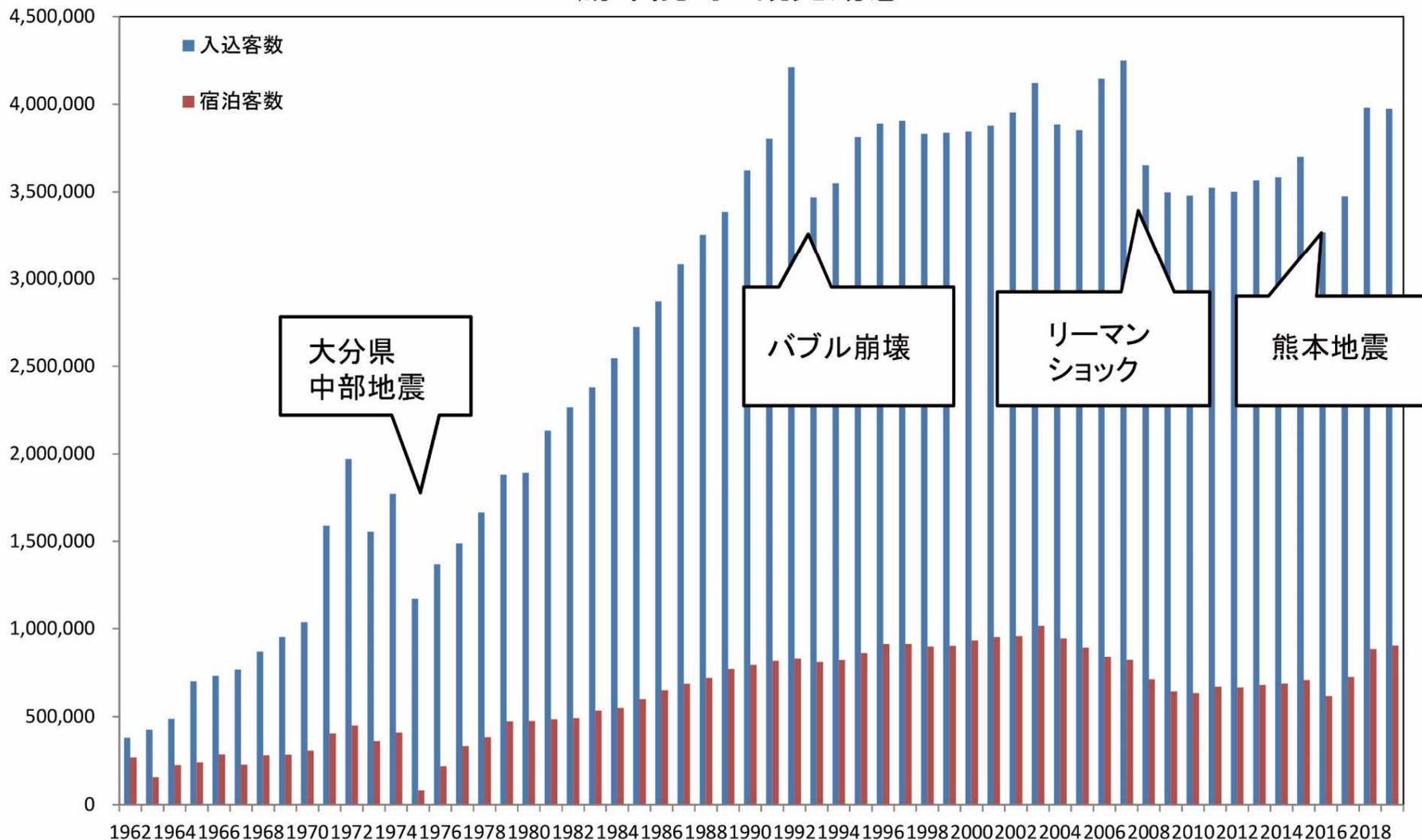
3-2 旅行業の課題

- ① 従来型商品・サービスの低迷
- ② 将来的な国内旅行市場の縮小への対応
(新たな旅行市場の開拓、旅行業分野以外への事業展開)
- ③ 長引くコロナ禍の影響を受けた旅行に対する不安の解消

外的要因による旅行需要の落ち込み

- 旅行需要は景気動向や災害の発生など外的な要因に強く影響を受け、落ち込んだ需要回復に長期間を要するケースも見られる。

湯布院町 観光動態

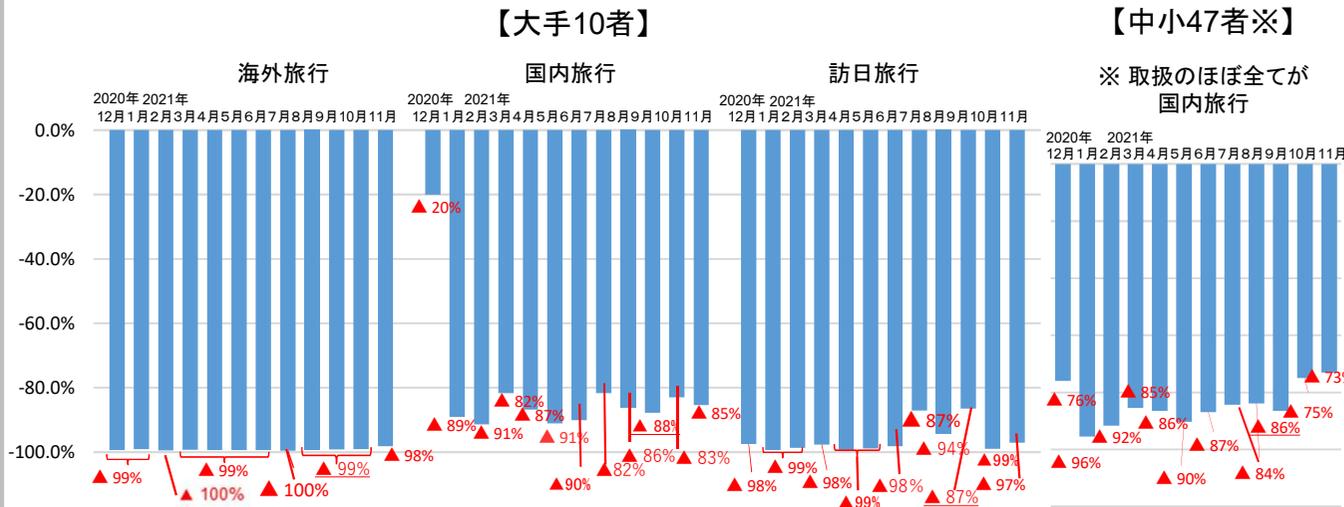


出典：財団JTB 2020年度 観光地経営講座 講義録
大分県・由布市まちづくり観光局

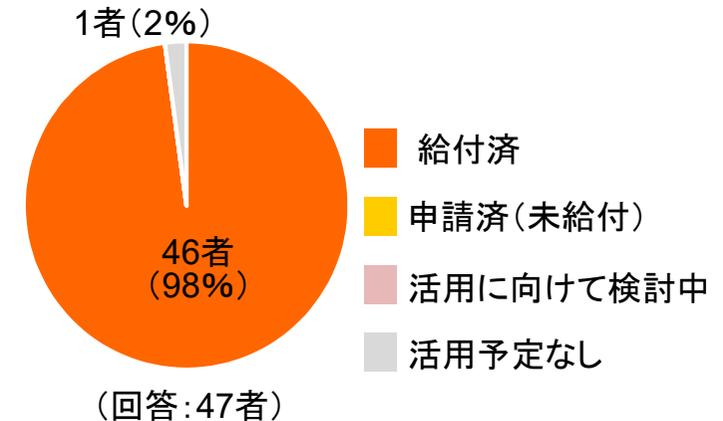
新型コロナウイルス感染症による旅行業界への影響調査

- 大手旅行会社の予約人員については、Go To トラベル事業における東京発着の旅行の追加や、地域共通クーポンの利用開始に伴い、国内旅行は2019年同月比で昨年11月一時的に持ち直したものの、同事業の全国一律の一時停止措置が講じられた12月分は20%減と再びマイナスに転じ、本年1月分の89%減以降大幅減が続いており、9月分は88%減と依然厳しい状況。海外旅行、訪日旅行については、依然として取扱いがない状況。
- 中小旅行会社の予約人員については、昨年11月分の59%減以降減少幅が拡大し、本年9月分も86%減という厳しい状況。
- 支援制度については、資金繰り支援、雇用調整助成金をそれぞれ98%、83%の事業者が給付済み。

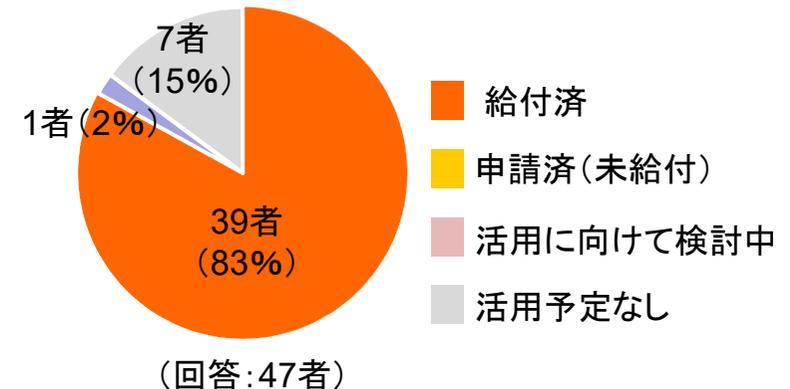
○予約人員 (2019年同月比) (2021年10・11月は見込み)



○資金繰り支援の活用状況



○雇用調整助成金の活用状況



(参考: 主要旅行業者総取扱額) ※2021年10・11月は予測値



※調査方法: 日本旅行業協会、全国旅行業協会経由で、大手10者、中小47者に影響をヒアリング

※調査方法: 日本旅行業協会、全国旅行業協会経由で、大手10者、中小47者に影響をヒアリング

旅行分野でのノウハウ・リソースを活用した新事業領域への展開

- コロナ禍においては旅行需要の減少・消失を受け、旅行業で培った経営リソースやノウハウを活用した事業多角化の取り組みも見られた。

旅行業者における事業再構築補助金（令和2年度補正予算事業）の活用事例

| Eコマース・輸入販売 | | |
|------------|-------------------------------------|---|
| 事業者 | 事業計画名 | 事業計画の概要 |
| A社 | 地場の食材・料理・陶芸などの魅力を届けるネット通販事業の展開 | 地場の珍しい食材、陶芸など、地域の魅力を詰め合わせた自社ECサイトによる小売販売。地域の名産品を通じて旅行気分が味わえる宅配事業を、中期的には海外に日本の地域の魅力を販売する事業展開を目指す。 |
| B社 | 旅行業×小売業：オンライン・クラフトツーリズム+越境EC工芸品販売 | 旅行業と工芸品EC販売の融合を目指し、自社の強みである欧米富裕層顧客へのオンライン観光を通じた工芸品の越境EC販売及に取組むと共に、コロナ後のリバウンド観光需要の取組みも図り、観光業一本の収益構造から脱却を図る |
| C社 | 島の魅力を伝えるECサイトを構築し観光客を誘致する | 離島専門のECサイトを構築する。現物を直接見る事が出来ないデメリットをオンラインツアーと併用する事で解消し、離島に興味を持ってもらい、離島誘致に繋げる。 |
| D社 | 移動式果樹園を活用したECサイト事業への参入 | 新型コロナの影響で既存事業のバスツアーが軒並み中止となり売上が激減した。そこで幼稚園・保育園で移動果樹園イベントを行い、園児の保護者を新たに立ち上げる自社ECサイトへの会員登録を促し、登録会員を対象に産地直送の果物のEC販売を行う。 |
| E社 | 在日ベトナム人向け御用聞きサービスの展開で、事業再構築を図る | 旅行業で培ったベトナム企業とのコネクションを活かし、在日ベトナム人向けに彼らが望むベトナム食材や雑貨を輸入し、販売する「御用聞きサービス」を開始する。大手企業にできない小回りの効くサービスで事業再構築を図る。 |
| F社 | 「旅行販売カウンター店舗」から「輸入品および県特産品販売店舗」への転換 | 従来の旅行商品のみを販売するカウンター店舗から、新分野展開である輸入品の販売を行う店舗へと改装。旅行社としての知識とネットワークを活用し、東欧を中心とした地域からワイン・チーズなど地域の良品を輸入販売する。経営の新たな柱とすると同時に、本業である旅行への動機付けを図る。 |

旅行分野でのノウハウ・リソースを活用した新事業領域への展開

| 観光関連施設運営 | | |
|----------|------------------------------------|---|
| 事業者 | 事業計画名 | 事業計画の概要 |
| G社 | 一棟貸切コンテナ型グランピング施設運営の新分野事業化展開 | 弊社強みの主要顧客法人顧客への新規需要はもとより、新たな個人顧客をターゲットとし三密を回避するために需要が高まっているグランピング事業（施設自体の運営業）へ参入し、新たな収益事業の構築を目指します。 |
| H社 | 富士五湖コテージ村（仮称）の建設と運営 | インバウンド旅行業を営む当社は、コロナ禍で業績が急落した。そこで富士五湖畔で三密を避けた旅行やワーケーションが可能なコテージを建設、宿泊業を開始し、既存の旅行業との相乗効果を狙う事業再構築を計画した。 |
| I社 | 旅行やリモートワークにも適した“空き家”の画期的な運用システムの構築 | 新事業は、既存事業で培った旅行代理店のノウハウと空き家の有効活用を融合した事業である。独自のシステムによる各地の空き物件の有効活用を行い、地域活性化と業容拡大による雇用促進を図る。 |
| J社 | 旅行プランのプロが届ける北欧文化に触れる多目的スペース運営計画 | 北欧エリアに特化した旅行プランを提案してきた当社が、日本にいながら北欧文化に触れる体感できる多目的スペースを運営。北欧文化の魅力を発信することによって、長引く自粛生活で委縮した海外旅行への意欲を引き出し、アフターコロナの集客拡大に繋げる。 |
| K社 | 風通しの良いフィッシングクルーザーでの上質な旅事業 | 長引く渡航自粛で海外旅行はゼロ。3密に触れるイメージの旅行自体が販売困難となる中、釣りブームと密回避の観点から遊漁船事業を実施する。差別化を図るためにフィッシングクルーザーをリースし、高い利益率を目指す。旅行社として培ったホスピタリティで女性層や家族連れももてなす。 |
| L社 | 観光及びビジネスニーズに対応するレンタカー事業 | 旅行代理店における補助事業としてキャンピングカーのレンタル事業の開始。軽自動車のキャンピングカーの市場は市内にはなく、未開拓事業となる。 |
| M社 | 旅行会社が行うサブスクリプション（レンタル）キャンプによる新分野展開 | コロナ禍におけるアウトドアブームの中、キャンプデビューを目指す初心者をメインターゲットにした、キャンプ道具のレンタル専用キャンプ場の運営。 |

旅行分野でのノウハウ・リソースを活用した新事業領域への展開

オンラインツアー

| 事業者 | 事業計画名 | 事業計画の概要 |
|-----|----------------------------------|---|
| N社 | 地域プロモーションおよびオンラインツアー等制作事業 | 国内の移動および出入国が制限される中、旅行会社として培った人脈やノウハウを生かし、「国内海外問わず観光や産業等の地域プロモーションの企画制作」「オンラインツアーの企画制作や販売サポート」等の地域プロモーションを中心とした広告業への転換を行います。 |
| O社 | 世界各地の旅行会社と連携したオンラインコンテンツ配信サービス事業 | 法人向け団体旅行への売上依存脱却とコロナ禍で新たなニーズ獲得のため、オンラインコンテンツ配信事業を立ち上げる。現地旅行会社とのつながりや顧客ネットワークを生かし、オンライン海外研修と下見ツアーを提供する。 |

人材マッチング

| 事業者 | 事業計画名 | 事業計画の概要 |
|-----|-----------------------------------|--|
| P社 | アジアの技能人材と国内企業のマッチング及びコワーキングスペース事業 | 主業の旅行サービス業はコロナ禍により売上が80%も減少。当社の強みであるアジアと日本の人材基盤を生かしたアジアの技能人材と国内企業のマッチング及び国内就業応援のコワーキングスペース事業を新規展開する。 |
| Q社 | ネパールに特化した外国人特定技能労働者の育成及び紹介管理業務 | 観光業で培った国際的ネットワークを生かし、優秀な特定技能労働者育成のための研修施設をネパールに開設し、日本では登録支援機関となって特定技能労働者のサポート事業と受入機関への紹介管理事業を実施します。 |

3. 旅行業の現状と課題

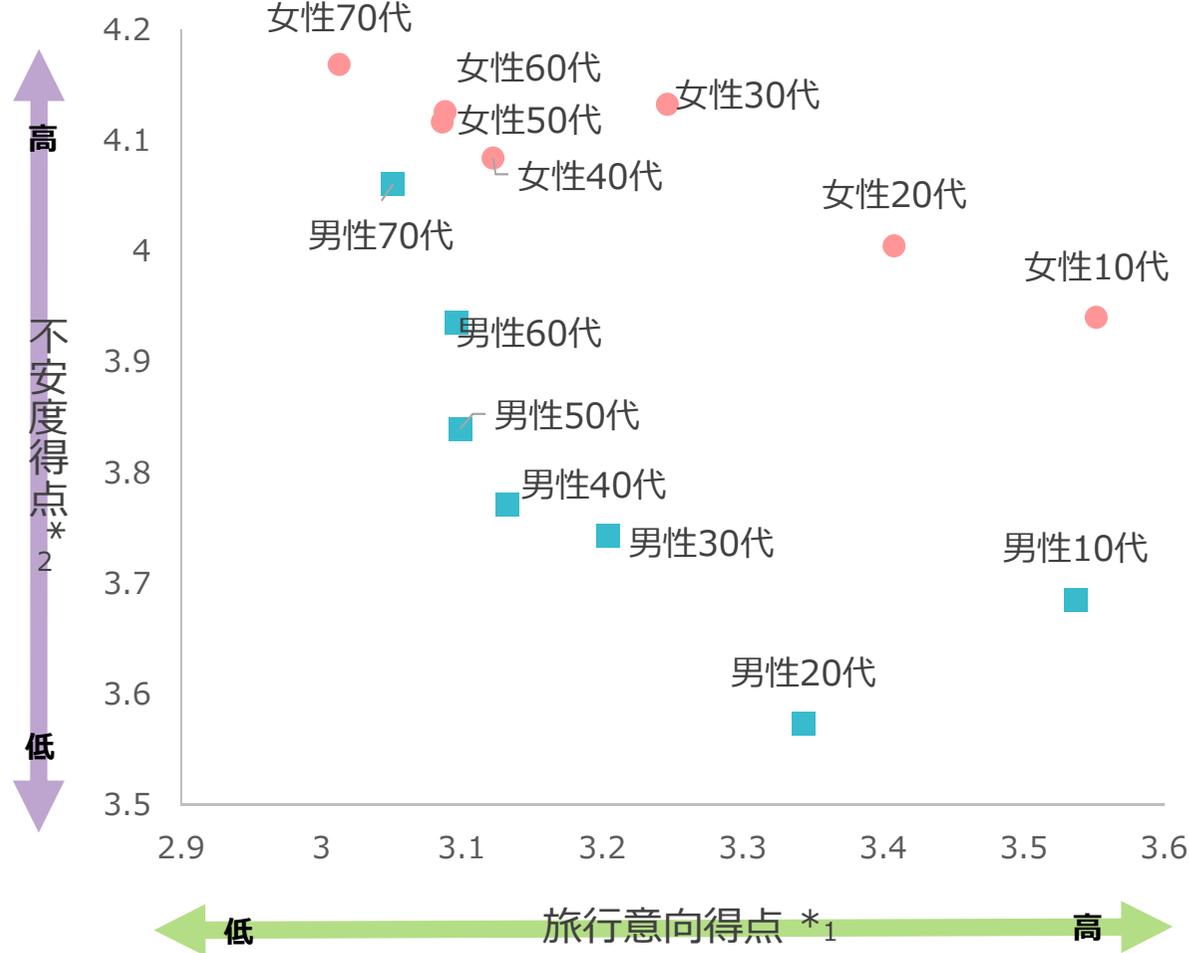
3-2 旅行業の課題

- ① 従来型商品・サービスの低迷
- ② 将来的な国内旅行市場の縮小への対応
(新たな旅行市場の開拓、旅行業分野以外への事業展開)
- ③ 長引くコロナ禍の影響を受けた旅行に対する不安の解消

新型コロナウイルス収束後の旅行意向と不安①

- 新型コロナウイルス感染症の収束後の旅行についても消費者の間に依然不安がみられる。
- 旅行消費額が大きく、旅行会社を利用する割合も高い高齢者層において特に不安が高い傾向。

新型コロナウイルス収束後の旅行意向コロナ禍に対する不安度
(2021年10月)



*1 旅行意向得点
*2 不安度得点

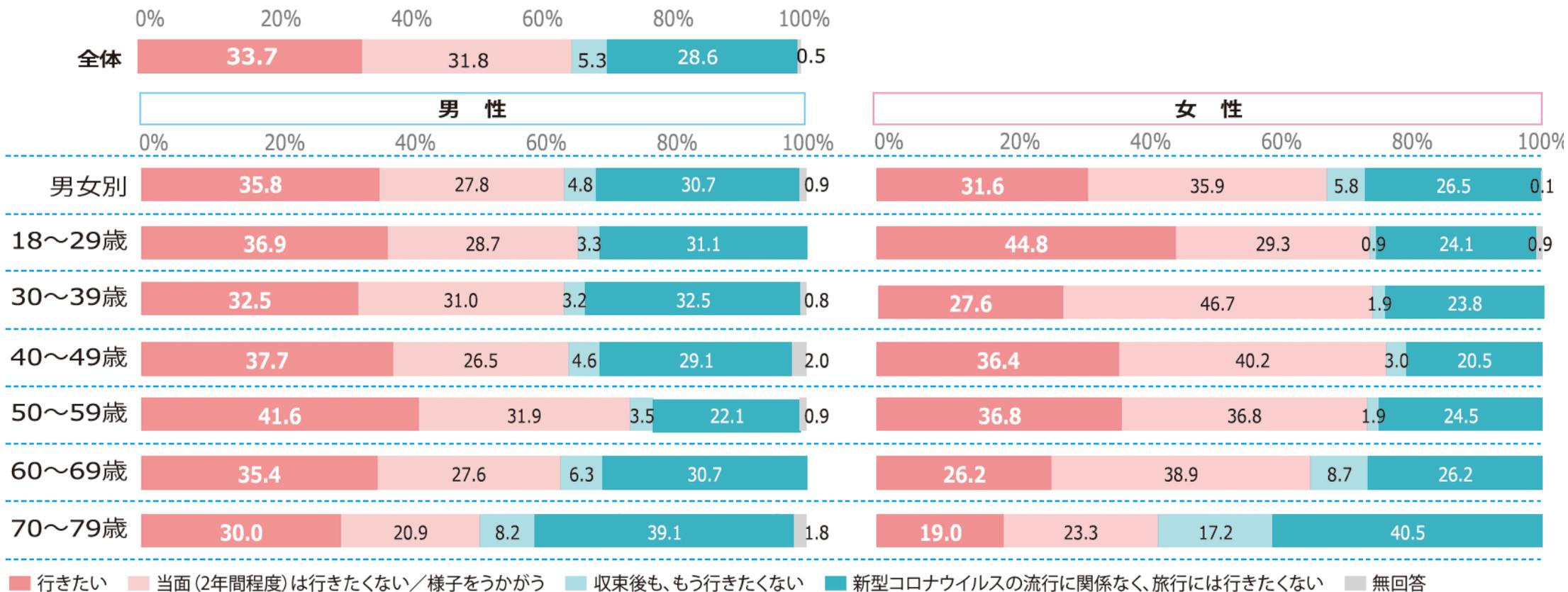
4：これまで以上に行きたい、3：これまでと同程度いきたい、2：これまでのようには行きたくない、1：全く行きたくない（コロナ以前もあまり旅行をしていない）「わからない」を除く
5：とても不安を感じている、4：やや不安を感じている、3：どちらでもない、2：あまり不安を感じていない、1：全く不安を感じていない

出典：公益財団法人日本交通公社「第31回旅行動向シンポジウム：コロナ禍における日本人旅行者の動向・意識」

新型コロナウイルス収束後の旅行意向と不安②

○ 特に海外旅行について、新型コロナウイルス感染症の収束後についても全世代において当面の旅行控えや旅行そのものを敬遠する意向がみられる。

Q. 新型コロナ収束後、海外の観光レクリエーション旅行へ行きたいと思えますか。



出典:新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その15) 公益財団法人日本交通公社

1. 観光を取り巻く現状
2. 宿泊業の現状と課題
3. 旅行業の現状と課題
4. **本検討会で御議論頂きたい主な論点(例)**

本検討会で御議論頂きたい主な論点(例)

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● アフターコロナ時代において、観光が我が国経済の発展と地方創生を牽引していくため、観光地と観光産業はどのような方向性を目指して取り組むべきか。また、その中で特に宿泊業・旅行業に期待される役割は何か。 【観光地再生・観光産業強化の方向性の検討】 【宿泊業・旅行業に期待される役割の検討】 | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 旅行形態や消費者ニーズの変化に伴い観光地の入込客減少や活力低下がみられる中、地域における滞在・消費の牽引役となる宿泊業の高付加価値化や観光地全体の再生を促進するためにどのような取り組みが求められるか。 【宿泊業の高付加価値化等に向けた検討】 | <ul style="list-style-type: none"> ● 旅行者自身によるオンラインでの旅行手配が普及し、消費者の旅行会社離れも見られる中、従来型のパッケージ商品の販売を中心とする手数料ビジネスから、旅行会社ならではの価値ある旅行商品・サービスの提供を中心とするビジネスへの転換を進めるためにどのような取り組みが求められるか。 【旅行業の高付加価値化に向けた検討】 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 家族経営形態が多い小規模旅館等を中心に企業経営的な視点の不足や収益性の低さが指摘される中、宿泊業の稼ぐ力を高め、適切な設備投資やサービスの向上を通じた経営の好循環を創出するためにどのような取り組みが求められるか。 【宿泊業の経営改善に向けた検討】 | <ul style="list-style-type: none"> ● 人口減少に伴い国内旅行市場の段階的な縮小が見込まれるが、これを補っていくために新たな旅行市場の開拓を旅行会社が進めるためにどのような取り組みが求められるか。 【旅行者による新たな旅行需要の創出に向けた検討】 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 生産年齢人口の減少に伴い全産業横断的に働き手の確保が課題となる中、労働生産性の向上や労働環境・処遇の改善を図り、宿泊業が将来に亘って持続可能な産業となるためにどのような取り組みが求められるか。 【宿泊業の生産性向上・担い手確保に向けた検討】 | <ul style="list-style-type: none"> ● 世界的な景気後退や治安情勢の変化、災害・パンデミック等による観光需要の落ち込みが不定期に発生する中、旅行業が安定的に存続・事業継続できるよう従来の旅行事業とは別に新たな事業分野の開拓等を進めるためにどのような取り組みが求められるか。 【新たな事業分野の開拓等に向けた検討】 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 頻発化・激甚化する自然災害や感染症等の発生に際し、地域のセーフティネットとして宿泊施設が被災者・療養者の受入先となるなど社会的機能を発揮させるための仕組みと、その機能を維持するための施策としてどのような取り組みが求められるか。 【観光地の安全・安心確保に向けた検討】 | <ul style="list-style-type: none"> ● 海外旅行を中心として新型コロナウイルス収束後も旅行意向の減退が見込まれる中、旅行者の不安を取り除き、旅行需要の円滑な回復を促すため、旅行業者においてどのような取り組みが求められるか。 【旅行の安全・安心確保に向けた検討】 |

アフターコロナの地域活性化と観光産業の方向性(イメージ)

コロナ禍で観光需要が激減

旧来型事業モデルの行き詰まり

現状・課題

地方の観光地・産業の疲弊、地方の稼ぐ力の低下

観光地の再生・高付加価値化

人口流出に歯止め
観光客受入への理解・協力

地域

関係者一体となった
観光資源・滞在環境
の磨き上げ

税収増

観光体験
の充実

旅行者

生活環境全般の向上
地域への愛着・誇りの醸成

**観光地を核として
地域活性化の
好循環を創出**

産業

高付加価値な
サービスの提供
生産性の向上

訪問増
消費増

住民

観光地域づくり・
観光産業へ参加

設備投資
の増加
労働分配率
の向上等

適正な
対価收受

収益増

雇用の安定
所得増

担い手
の確保

目指すべき
今後の
方向性