

# 前回分科会におけるご指摘事項への対応

---

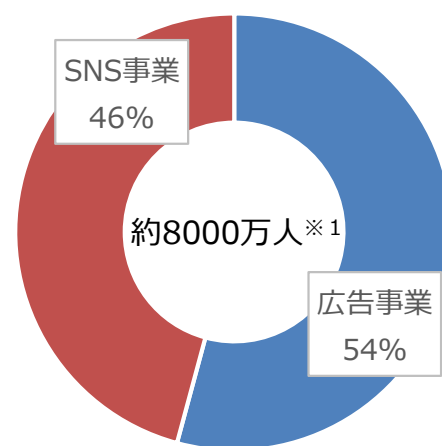
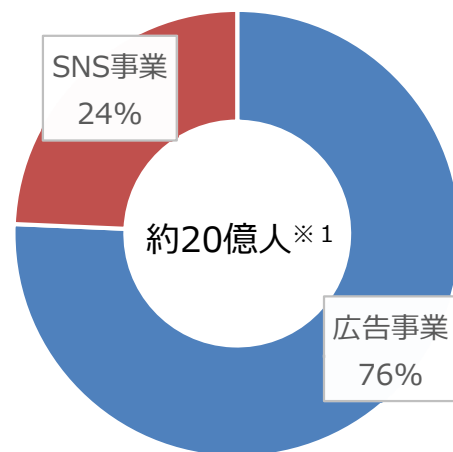
# JNTOのHPへのアクセス

# 日本政府観光局（JNTO）によるデジタルマーケティングについて

- 日本政府観光局（JNTO）は広告事業やJNTOが運用するSNSでの発信を通じて、昨年度は当該事業にてそれぞれ約20億人※1のリーチ、約8000万人※1のエンゲージメント※2を得た。また、独自に運営しているウェブサイトでは、昨年度約3700万件を超える閲覧数があった。
- 訪日外国人旅行者6,000万人に向けて、地方誘客の一層強化と大都市圏への集中を回避するため、地方部に重点を置いた情報発信を行っている。

## ◆ JNTOの広告事業・SNS事業について

リーチ数（令和6年度）の事業別割合    エンゲージメント数（令和6年度）の事業別割合



- JNTOの各国・地域向けの広告事業やSNSアカウントにおいて、日本各地の魅力を発信。
- 特に、SNS事業における地方部関連の情報発信の割合は、約5割（2023年度）⇒約7割（昨年度）に拡大。

## ◆ 誘客効果把握に向けた取組



当該広告事業のキービジュアル

### ○事例：2024年度香港市場での広告事業

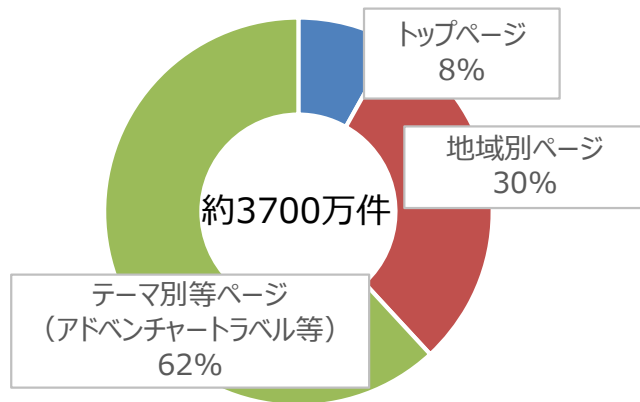
- 当該事業の中で、旅マエ広告を香港市場にて配信したところ、30万人以上にリーチ。
- 位置情報（GPS）を活用することで、その内、2万5千人以上が実際に訪日していることを把握。

# 日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトについて

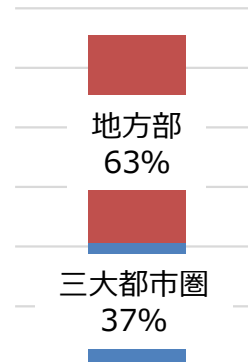
- 日本政府観光局（JNTO）では、15言語に対応した公式ホームページを開設し、各国の旅行者に対して観光スポットのみならず、日本に関する様々な情報について発信を行っており、**年間で3700万件の閲覧数**を得ている。
- **トップページでは日本全体を紹介し、地域・観光地ページでは個別のスポット**を扱う他、各種テーマ別ページなども作成し日本の魅力を紹介。

## ◆ JNTOのウェブサイトについて

JNTOウェブサイト 閲覧数（令和6年度）

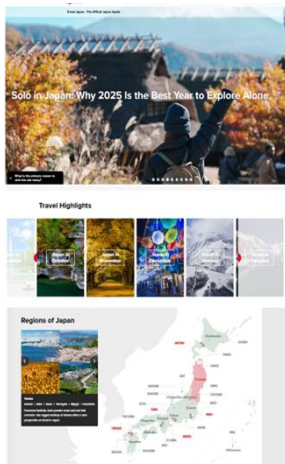


地域別ページ  
閲覧数内の地方部割合



- JNTOのホームページではトップページのほか、地域別ページとして、各地の観光スポットにつき、個別サイトを設けており、閲覧数の**約6割は地方部の観光スポット**が占めている。
- また、テーマ別等サイトにおいても、アドベンチャートラベルや、モデル観光地を中心とした高付加価値旅行などの様々なテーマ等を通じ、**日本の地方部の魅力の発信**を行っている。

## ◆ トップページの内容（一部抜粋）



トップページでは様々な切り口での日本の魅力を紹介。  
(閲覧数/年：約300万件)

- ・毎月作成されるブログや、各種特設ページを紹介することで、新たな切り口の日本での旅を提案。
- ・日本の観光スポットなどを月ごと・地域ごとに紹介することで、どのような季節、どのような地域でも日本での旅が楽しめることを発信。

出典元：[Travel Japan - Japan National Tourism Organization \(Official Site\)](https://www.jnto.go.jp/en) (最終閲覧日：2025年10月3日)

## ◆ 地域別ページの内容（飛騨高山の事例、一部抜粋）



地域別ページでは各スポットにつき1ページで紹介。  
(総閲覧数/年：約1100万件)

- ・基礎的な知識や、歴史的背景等を詳細に解説するとともに、周遊を促すため、周辺のおすすめスポットを紹介。
- ・アクセス方法を把握しやすいよう、Google mapを掲載。

出典元：[Hida Takayama](https://www.hida-takayama.jp/) | [Gifu Attractions](https://www.gifuattractions.jp/) | [Travel Japan](https://www.travel-japan.org/) | [JNTO](https://www.jnto.go.jp/en) (最終閲覧日：2025年10月3日)

# 大阪・関西万博の波及効果

アンケート調査概要

調査目的	大阪・関西万博開催期間における訪日外国人の国内訪問先・関心等を把握し分析する
調査方法	対面でのアンケート調査（タブレット使用）
調査場所	西日本旅客鉄道（JR）桜島駅
調査日時	2025年9月1日～9月12日の平日（10日間） 各日8:00～20:00 【参考】6月調査／2025年6月3日～6月16日の平日（10日間） 各日8:00～20:00
調査対象	JR桜島駅を利用する訪日外国人
回答者数	255人 【参考】6月調査／341人
協力会社	DBJデジタルソリューションズ（株） （株）サーベイリサーチセンター大阪事務所

※ 今回は9月に実施した調査結果の一部を、6月調査結果（「2025年大阪・関西万博外国人訪問者の意向調査 第1回速報（2025年7月発行）」より再掲）と比較し、速報として公表

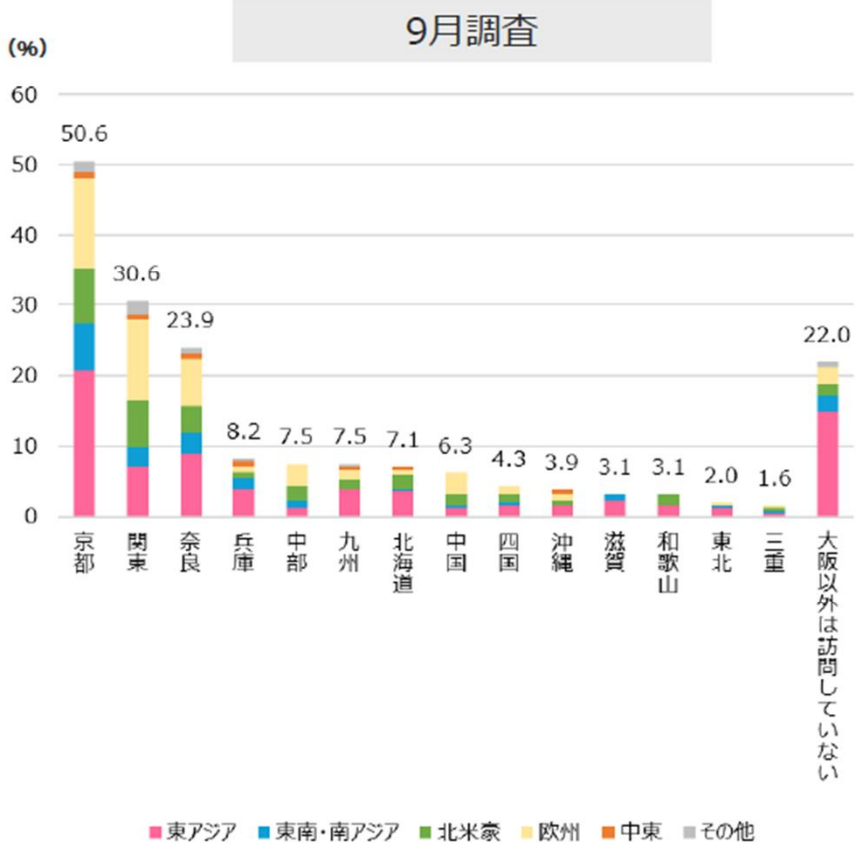
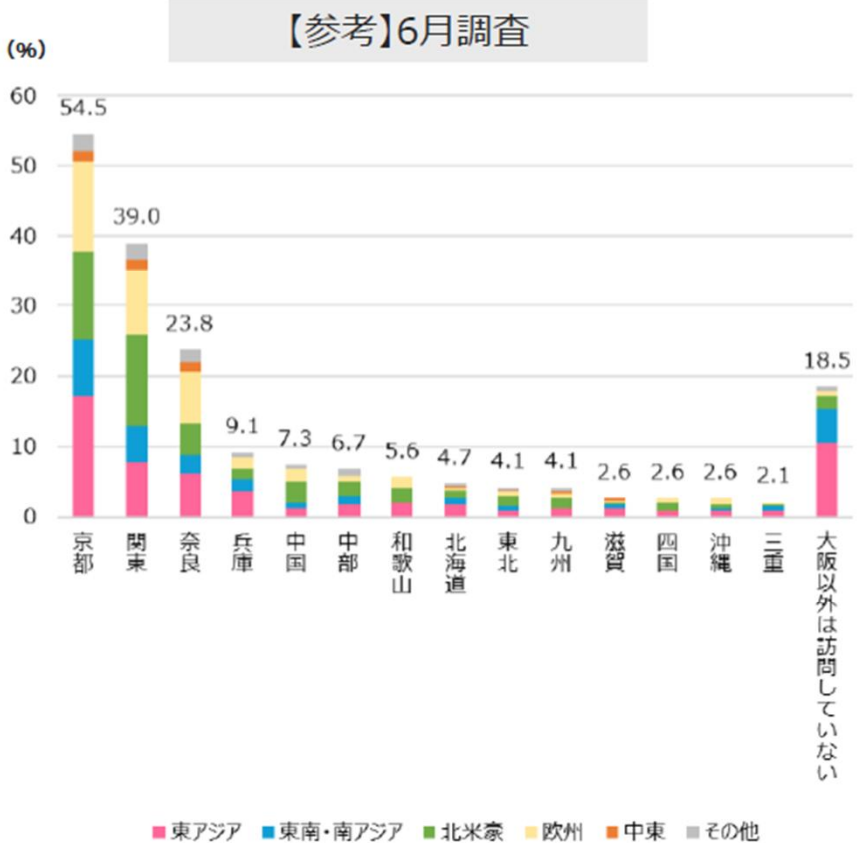


# 2025年大阪・関西万博外国人訪問者の意向調査 第2回速報

## ④ 大阪・関西万博訪問者※の国内訪問地

※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査とトップ4は変わらず、「京都」(50.6%)、「関東」(30.6%)、「奈良」(23.9%)、「兵庫」(8.2%)の順で多かった。6月調査と比較して、奈良・中部・九州・北海道・四国・沖縄・滋賀・「大阪以外は訪問していない」は比率が高くなった。
- 9月調査の国籍割合では、「京都」、「奈良」では東アジア、「関東」では欧州出身者の回答がそれぞれ最も比率が高かった。



備考：1.上限なしの複数回答 2.有効回答者数比（6月調査 n=341、9月調査 n=255）



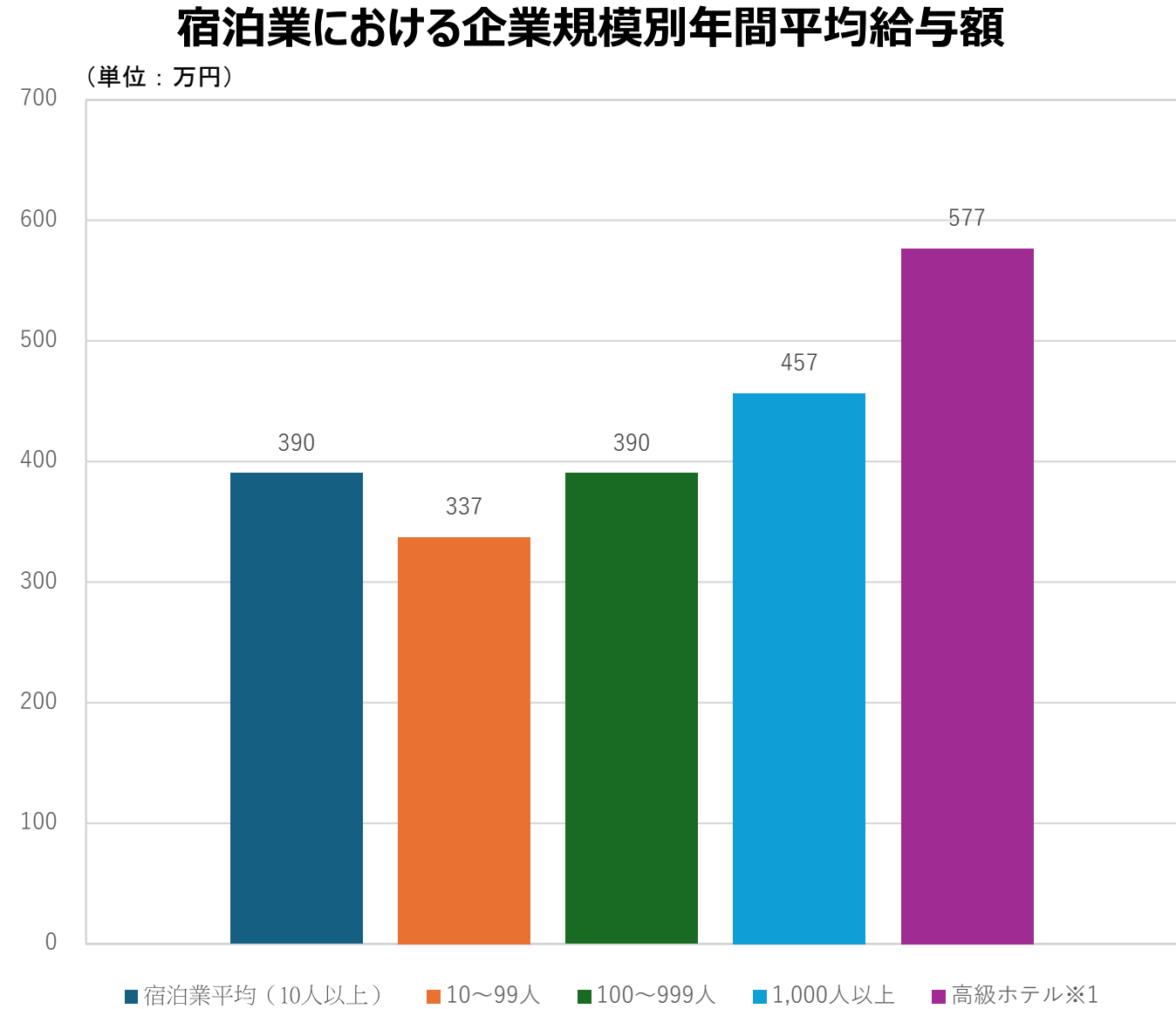


# 宿泊業における賃金の状況



# 宿泊業における企業規模別年間平均給与額について

○宿泊業における企業規模別年間平均給与額は、従業員数が多くなるほど増加する傾向にある。  
○ホテル事業を主として上場している高級ホテル※<sup>1</sup>においては、さらに給与水準が高い。



単位：円	きまって支給する現金給与額 (月給)	年間賞与その他特別給与額
宿泊業平均 (10人以上)	291,800	400,800
10~99人	261,600	231,400
100~999人	293,000	387,200
1,000人以上	327,400	637,400

※<sup>1</sup>高級ホテル  
日本国内のFive Star Alliance 登録の5つ星ホテルのうち、有価証券報告書によって給与を確認することができる3施設の平均値

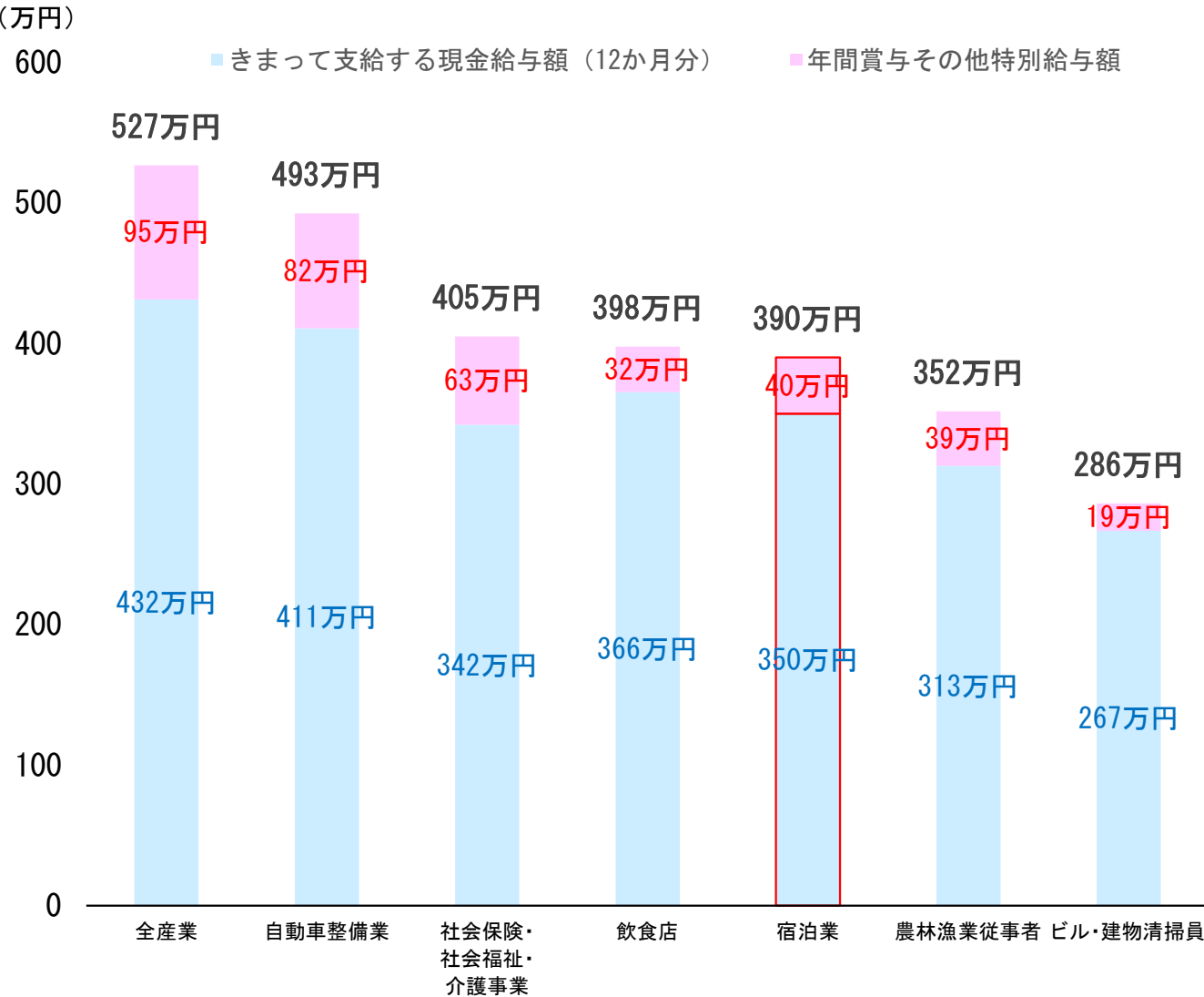
【ご参考】  
全産業平均：527万円  
飲食店平均：398万円

出典：厚労省「令和6年賃金構造基本統計調査」  
各社有価証券報告書

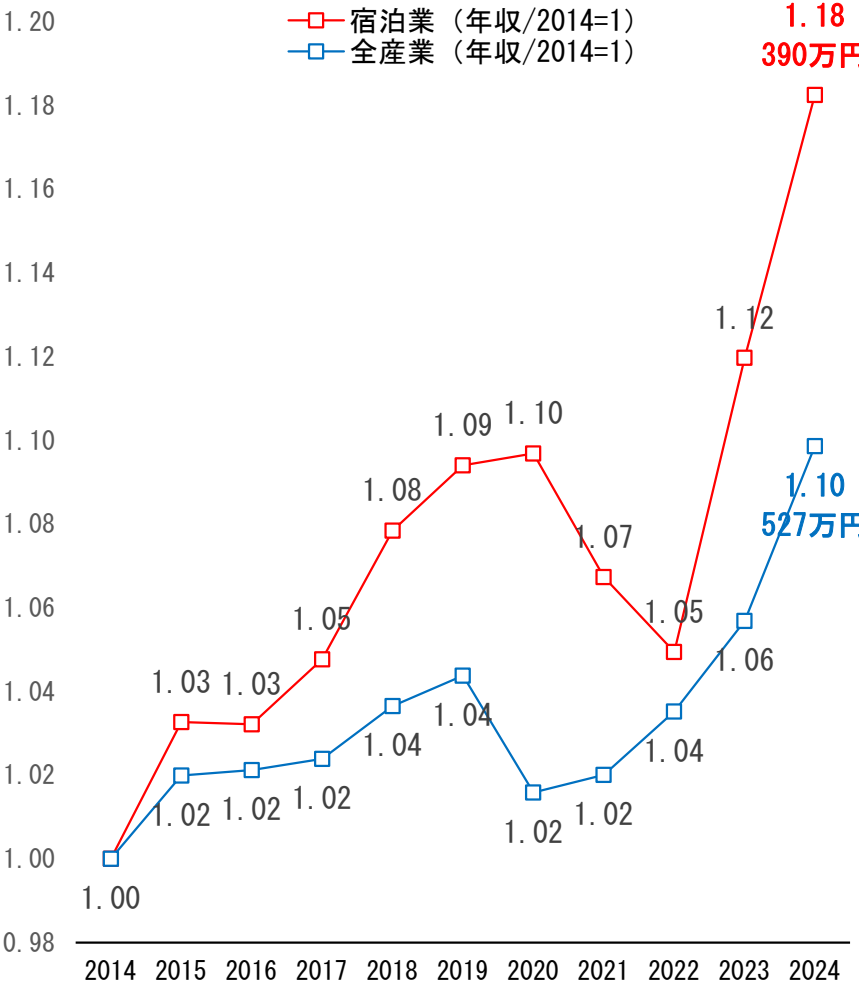
# 宿泊業における賃金について（ご参考）

○宿泊業の賃金は全産業よりも低い水準ではあるが、近年では全産業よりも高い伸び率で推移。

（1）各産業の賃金比較（2024年）



（2）宿泊業・全産業の賃金推移



# 観光政策におけるAI活用戦略

# 観光分野における生成AIの活用について

観光地・観光産業において、生成AIを活用する皆様が具体的な取組や対策を講じることができるよう、これまでの政府の取組や観光庁で実施した調査事業を通じて得られたノウハウ、有識者の意見も踏まえ、令和7年2月、**観光分野における生成AIの適切な活用に向けた暫定的な方向性**を取りまとめ。

## 【生成AIによる効果が期待される活用例】

### 旅行者における活用

#### レコメンドの提供

- ・ 旅行者の趣味・嗜好に応じた旅行計画のレコメンド
- ・ リアルタイムの混雑状況を可視化し周遊ルートをレコメンド

#### 情報収集の円滑化

- ・ インバウンド旅行者の母国語に翻訳して情報を発信
- ・ 旅行者による問合せに対して24時間・多言語で対応

### 観光産業における活用

#### 業務効率化

- ・ 生成AIを活用した従業員のFAQ対応
- ・ インバウンド旅行者への説明時における母国語での対応
- ・ AIチャットボット

#### 経営の高度化

- ・ PMS（顧客予約管理システム：Property Management System）等が保有するデータの分析
- ・ マーケティング施策案の作成

### 観光地における活用

#### 業務効率化

- ・ 生成AIを活用したアンケート（旅行者満足度等）の集計、要約等

#### 経営の高度化

- ・ 統計やオープンデータ等を学習した生成AIによるマーケティング施策の立案
- ・ 口コミデータの分析及び優先対応案の作成

## 概要・成果

生成AIを活用して、インバウンド誘客に向けた市場分析（口コミ・人流・海外ウェブサイトの掲載情報等の分析）を行うことで、地域のマーケティング施策の検討が効率的に可能となった。また、これまでネイティブが行っていた多言語翻訳を生成AIが代替することで、作業時間の効率化と翻訳品質の改善を両立している

### ① 口コミ・人流等のデータを活用した市場分析

生成AIを活用して、対象となる国籍の方が投稿した口コミ・人流・海外ウェブサイトの掲載情報・熱海市への宿泊率・来訪率等のデータを掛け合わせて市場を分析。1市場あたり約10時間かかっていた作業が1/15に削減

#### キーメッセージ

ภาษาไทย: ตามคำ: ซึ่งมีความงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมที่น่าอัศจรรย์ในท้องถิ่นของจังหวัดโอซากะ  
日本語: 熱海: 東京に近い温泉の街で日本の自然と文化の美しさを体験

#### 要約

静岡県熱海市は、美肌効果が見込める温泉や豊かな自然、歴史的な観光スポットが豊富で、タイからの観光客にとって魅力的な目的地です。タイ人観光客の旅行形態や移動手段、季節ごとの訪問傾向を踏まえた戦略を展開することで、より多くのタイ人観光客を呼び込むことが可能です。

#### キービジュアル

- ・ 自然と温泉: 美しい海岸線と温泉街の風景、リラックスした観光客が温泉を楽しむ姿
- ・ 文化と歴史: 熱海城や東宮神社などの歴史的建造物とその周辺の自然
- ・ 季節の魅力: 桜や梅、夏のビーチ、秋の紅葉など季節ごとの美しい景観

市場分析を“タイ市場”とした際のキーメッセージ等

インバウンド誘客に向けて、キーメッセージ、競合比較、差別化ポイント、対象市場のターゲット層、コンテンツ造成・情報発信施策、受入整備案等を生成AIが提示

### ② 多言語翻訳の効率化と旅行者に向けた情報発信

ネイティブが行うような翻訳を生成AIが代替し、記事あたり約270分の作業時間が1/12以下に削減され業務が効率化。また、生成した文章の品質の評価・改善も生成AIで行うことで、ネイティブが作成する文章に近い自然な文章を作成

英語の詳細評価	4.0/5.0 合格基準を満たしています
翻訳テキスト	Atami City has wonderful nature with beautiful mountains and sea.
日本語への再翻訳	熱海市は素晴らしい自然に恵まれており、雄大な山々と美しい海岸線を有しています。
ニュアンスの変化	変化: より文学的な表現に変化 追加: 具体的な説明が追加

生成AIにて多言語翻訳  
(4言語×5種類のトーンで出力可能)



旅行者への記事提供や  
情報発信による周遊促進

原文への忠実性	4.0
流暢さ	4.2
一貫性	4.0
文化・文脈への適合	4.0
人間的な表現	4.0
AIからの改善提案	より自然な英語表現にするため、「beautiful hot spring town (美しい温泉街)」を「charming spa resort (魅力的な温泉リゾート)」のよきな表現に変換することを提案します。これにより、英語ネイティブにとってより親しみやすい表現になります。
このとおりに改善する	

翻訳結果を5段階で評価

英語の詳細評価	4.3/5.0 合格基準を満たしています
翻訳テキスト	The natural beauty of Atami City is truly remarkable, with its majestic mountains and scenic coastline.
日本語への再翻訳	熱海市は素晴らしい自然に恵まれており、雄大な山々と美しい海岸線を有しています。
ニュアンスの変化	変化: より文学的な表現に変化 追加: 具体的な説明が追加

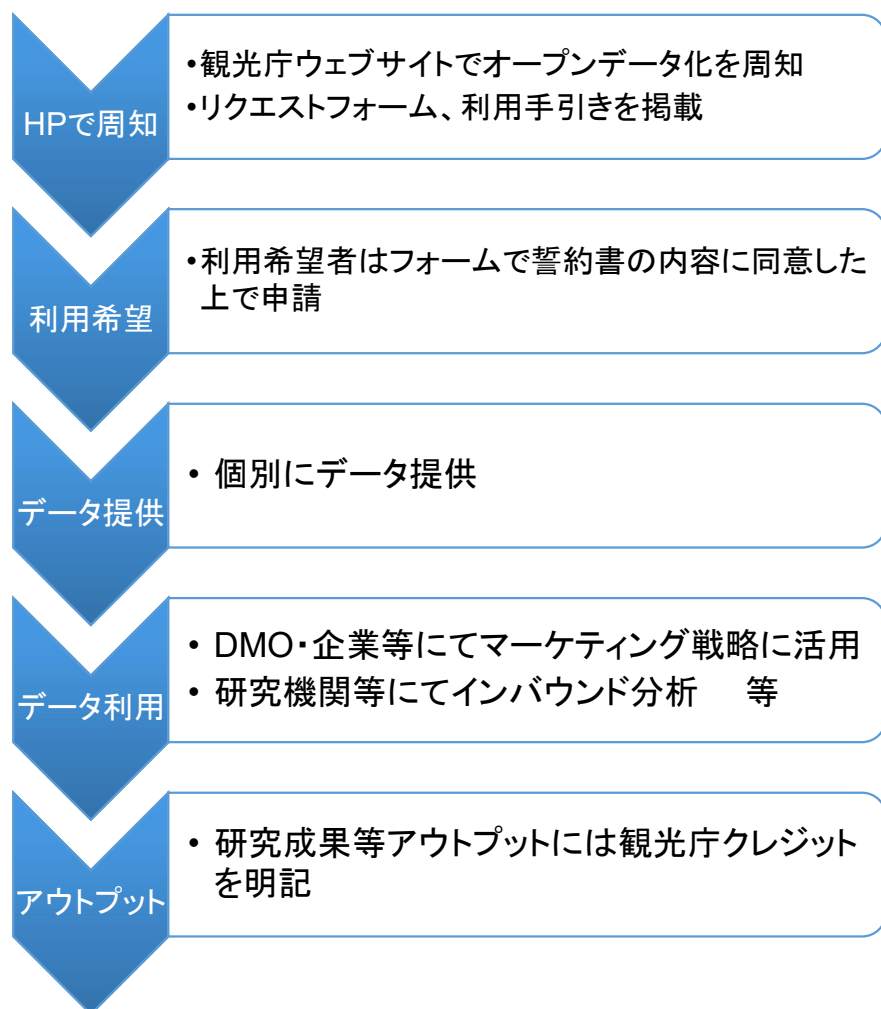
評価の詳細や日本語への  
再翻訳による品質確認

# 統計データ活用の推進

# 「インバウンド消費動向調査」調査票情報（個票データ）の一般向けの提供について

- 「インバウンド消費動向調査」（いわゆる業務統計）については、**2024年9月30日から一般向けに個票データの提供を開始**している。
- 利用希望者は観光庁ウェブサイト上のリクエストフォームから、誓約書に同意した上で申請。
- 利用手引きも公表しており、今後も活用しやすいデータ提供に取り組む。

## ＜データ提供フロー図＞



## ＜リクエストフォームの内容＞

- ・個人の特定を行わない、第三者に提供しない、出典明記を誓約
- ・申請者（代表者）の所属・氏名・メールアドレス
- ・代表者以外の所属・氏名

「インバウンド消費動向調査」個票データリクエストフォーム

調査票情報（個票データ）の提供をご希望の方は、誓約書をご一読、同意の上、必要事項をご記入ください。  
個票データの提供や注意事項等は以下のとおりです。

- 個票データの提供は、随時大容量ファイル転送システムにて行います。なお、データの提供までに時間を要する場合がありますので、その点ご了承ください。
- 入力されるメールアドレスに、お間違いが無いようご注意ください。個票データが届かない場合は、入力いただいたメールアドレスが誤っている可能性があります。再度ご確認ください。再申請をお願いします。
- 入力いただいた個人情報は、個票データの提供のみに利用し、それ以外の目的は一切利用しません。
- 提供可能な個票データは、2024年4-6月期調査以降のものに限られます。各四半期の個票データは2次速報公表日以降に提供可能です。
- 2024年1-3月期以前の個票データ（「訪日外国人消費動向調査」の個票データ）については、従前どおり統計法に基づく手続が必要となります。

## ＜利用手引きの内容＞

### 個票データの使い方

#### ①国籍・地域ごとの消費動向の把握

例）訪日米国人の初来日とリピーターの1人当たり旅行支出（消費単価）を比較する

Z列（訪日回数）で  
「1回（1）」、「2回以上（2～8）」に絞る

※例は「1回（1）」で表示

SK列：日本滞在中の支出総額（円/人）…①  
SL列：ウェイト値…②

P列（国籍・地域）で  
「米国（18）」に絞る

ウェイト調整後の支出総額  
①×②…③

初来日とリピーター消費単価  
-③の合計÷②の合計

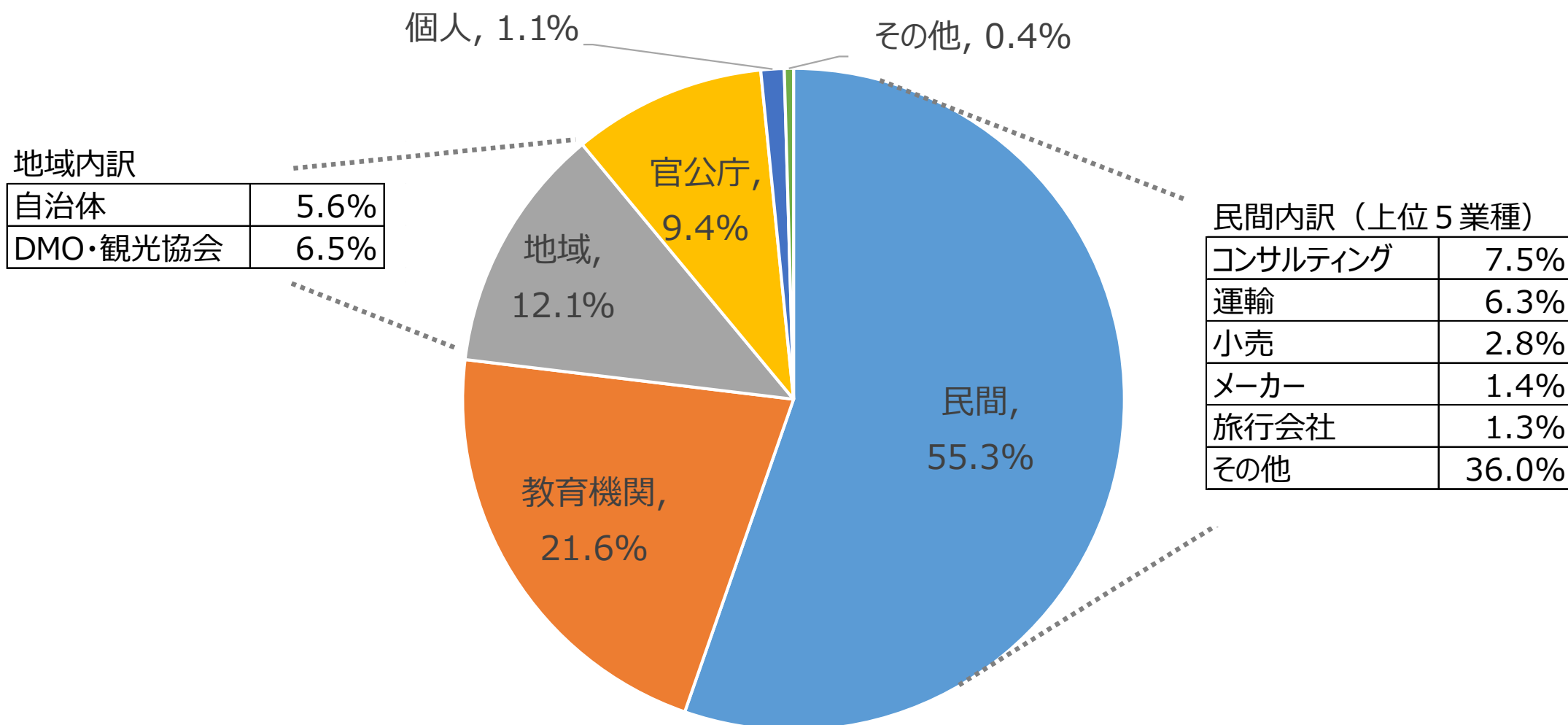
	P	Z	SK	SL	SP	SQ	SR	SS	ST	SU	SV	SW
1	国籍・地域 C2		F_m_P	WEIGH		ウェイト係数調整後の支出金額		米国の初来日とリピーターの消費単価比較（全目的）				
153	18	1	202615.9	508.0788		102944851.4						
170	18	1	486278.2	508.0788		247067643.4						
172	18	1	319509.7	508.0788		162336111.9						
174	18	1	168405	508.0788		85563009.21						
175	18	1	579793.2	508.0788		294580651.8						
177	18	1	276648.7	508.0788		140559316.4						

訪日回数	18
初来日	376,899 円/人
リピーター	341,800 円/人



- 2024年9月末の個票データ提供以降、2025年3月31日時点の申請件数は約620件、利用者数は約1,400人。
- 2025年度については、9月末時点で申請件数は約470件、利用者数は約1,100人。
- 2025年度申請のうち、民間企業は5～6割、官公庁・地域（DMO等）は2割、教育機関（大学関係）は2割。

## <データ利用者（2025年度、N=1,135の内訳）>



※2025年9月30日時点の申請状況

# 観光地における廃屋対策

# 廃屋撤去・跡地整備の事例

## 熊本県阿蘇市

### 旧松屋文化堂



before



after

#### 【改修内容】

- 阿蘇内牧温泉街のカラコロ通りにある半壊状態の旧店舗を撤去
- 跡地には地元の方や来訪者が交流できるレンタルスペースを再建し、ワークショップイベントの場所として提供

## 鳥取県倉吉市

### 木造りの宿 橋津屋（株式会社橋津屋）



before



after



#### 【改修内容】

- 「五感で感じる満足度の高い癒しの温泉郷」という地域ビジョンに合わせ、温泉街と川並の雰囲気磨き上げるために廃屋を撤去
- 跡地には、温泉街の外観と一体感のある宿泊施設付随のレストランを建設。地域由来の料理を提供し、宿泊客以外の消費額の向上を図る

# インバウンド受入環境整備高度化事業

○ 訪日外国人旅行者の周遊の促進・消費の拡大を図るため、ICT等を活用した観光地の受入環境整備を支援する。

## ■インバウンド受入環境整備の高度化



### 【賑わい環境の創出】

- ナイトタイムエコノミー
- 屋外広場
- **廃屋撤去**

### 【ストレスフリーな旅行環境の整備】

- 多言語化
- 無料公衆無線LAN
- キャッシュレス決済環境
- トイレ洋式化・高機能化
- 手ぶら観光カウンター

### 【ユニバーサル対応】

- 段差の解消
- 子連れ環境の整備
- 近距離移動支援モビリティ

### 【新たなニーズ・新技術の活用】

- ワークेशन環境
- ICTを活用したゴミ箱
- 多様な移動手段

### 【観光拠点の整備・改良】

- 観光案内所の整備
- EV急速充電器
- おもてなし観光施設

等

補助率	1 / 2 等
対象地域	訪日外国人旅行者の来訪に向けて、受入環境整備の必要性が認められる地域

# オーバーツーリズム対策



## 定義

観光地やその観光地に暮らす住民の生活の質、及び／或いは訪れる旅行者の体験の質に対して、観光が過度に与えるネガティブな影響

(参照 : UN Tourism, 「'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions」, 2018)

## 海外の事例

### イタリア・ヴェネチア

#### <混雑>

- ・面積5km<sup>2</sup>ほどの本島地区に観光客が殺到

#### <物価高騰>

- ・家賃高騰等により、居住人口が1950年代の約15万人から5万人以下に大幅に減少



### スペイン・バルセロナ

#### <物価高騰>

- ・市内の住宅家賃が10年間で約7割上昇

#### <デモ>

- ・本年夏には、観光客に水鉄砲を浴びせるなど、反観光を訴えるデモも発生



## 日本国内の事例

### 北海道 美瑛町

#### <マナー違反>

- ・美しい風景の写真を撮るために農地（私有地）への立ち入りが多数発生

#### <混雑>

- ・観光客の車両が集中することで交通渋滞が発生
- ・生活道路や農道への違法駐車により、生活交通が妨げられている



### 神奈川県 鎌倉市

#### <混雑>

- ・駅周辺等で多客期に観光客による混雑が発生

#### <マナー啓発>

- ・人気アニメの影響で有名な踏切周辺において、写真撮影のため多くの観光客が公道に滞留
- ・観光客によるごみの投棄等も問題化



### 京都府・京都市

#### <混雑>

- ・主要観光地へ向かうバスが増便されたが、上回る乗客によりバスターミナルや車内が混雑
- ・大型手荷物の持ち込みで円滑な運行に支障

#### <マナー違反>

- ・芸舞妓を無断で写真撮影したり、車道まで広がっての歩行、私有地への無断立ち入り等が発生



- 国内外の観光需要が急速に回復する一方、観光客が集中する一部の地域や時間帯等によっては、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や、旅行者の満足度の低下への懸念も生じている状況。
- 地方部への誘客をより一層強力に推進するとともに、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ため、地域自身があるべき姿を描いて、地域の実情に応じた具体策を講じることが有効であり、国としてこうした取組に対し総合的な支援を行う。

## 1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応

### ■ 受入環境の整備・増強

- ・「タクシー不足に対応する緊急措置」
- ・交通手段や観光インフラの充実
- ・宿泊業の採用活動やDX化推進



京都駅～金閣寺間の乗合タクシー

### ■ 需要の適切な管理

- ・人気観光地の入域管理や混雑運賃の設定
- ・パークアンドライド駐車場の整備や代替

### ■ 需要の分散化・平準化

- ・混雑の可視化や空いている観光ルートへの提案
- ・高速道路料金割引の見直し



捨てるな  
Do not throw  
rubbish

ピクトグラム例

### ■ マナー違反行為の防止・抑制

- ・統一ピクトグラムの策定、周知
- ・看板・デジタルサイネージの設置

等

## 2. 地方部への誘客の推進

### ■ 11モデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくり

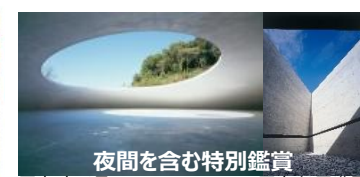
地域のコアバリューを磨き上げ、それを体感できるコンテンツや 宿泊施設の充実等により滞在価値を向上させる、高付加価値な観光地づくりを促進



### ■ 全国各地で特別な体験や期間限定の取組等を自然、文化、食、スポーツ等の様々な分野で創出し、全世界に発信



合掌造りを特別貸切



夜間を含む特別鑑賞

写真:森川昇

写真:松岡満男

### ■ 中部山岳国立公園、やんばる国立公園など4 国立公園における魅力向上とブランド化

等

## 3. 地域住民と協働した観光振興

### ■ 地域の実情に応じた1. 及び2. に掲げる対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定や、取組の実施への包括的な支援を実施

- ・地域の関係者によるオーバーツーリズムの未然防止・抑制のための取組計画の策定、実践
- ・計画に基づく実証や取組の本格実施への包括的な支援を全国約20地域で実施し、先駆モデルを創出

等



地域の協議の様子



# オーバーツーリズム対策・各地域における取組内容および効果①

## 京都府・京都市

受入環境の整備・増強

【課題：市民利用と観光利用が重なることによる過度な混雑】

- 市バスの車内混雑や交通渋滞によりスムーズな観光ができない、市民の利便性や快適性が低下するなどの問題が発生

【取組内容】

- 市民利用と観光利用の棲み分けにより、生活路線における市バスの混雑緩和を図るため、令和6年6月から一般バスとは異なる運賃設定の下、観光地最寄りの停留所だけに停車する「観光特急バス」を新設

＜路線＞

京都駅～清水寺～祇園エリア～銀閣寺方面等直結  
(土日祝・お盆・年末年始 48便/日)

＜運賃＞

500円 ※通常の路線バスの運賃（均一区間230円）の2倍以上  
現金のほか、ICカード、地下鉄・バス1日券の利用も可

【効果】

令和6年6月～令和7年3月に、

- 平均約2,400名/日が利用、路線バスの混雑緩和に寄与



## 神奈川県・鎌倉市

マナー違反行為の防止・抑制

【課題：特定のスポットへの過度な混雑】

- 人気アニメの影響で有名となった駅周辺の踏切周辺において、写真撮影のため多くの観光客が公道や歩道に滞留
- 加えて、観光客によるごみの投棄等も問題化

【取組内容】

鎌倉市が、秩序維持のための実証実験として市職員12名程度を配置し、周辺の人流整序化のための観光客の誘導を実施（令和7年9月13日～9月16日）

- 駅最寄りの公園に撮影エリアを設置し、撮影目的の観光客を誘導し、道路や歩道上での撮影を防止
- 公園に、ごみステーションを設置
- 踏切近辺の混雑地での駐停車防止を呼びかけ
- 近隣の私有地への立ち入り禁止を呼びかけ 等

【効果】

4日間で、

- 撮影エリア利用者数：9,490人
- ごみ回収量：12.5袋（約12,500g）



# オーバーツーリズム対策・各地域における取組内容および効果②

## 神奈川県・箱根町

### 予約制の導入による混雑回避

#### 【課題：混雑による長い待ち時間】

箱根登山鉄道（ロープウェイ）においては、繁忙期には箱根ロープウェイ駅にて長時間の待ち時間が発生し、待ち列に並んでいる旅客は満足度が低下するほか、経済消費につながっていない

#### 【取組内容】

##### 箱根登山鉄道（ロープウェイ）における事前予約システムの改修

- 事前予約システムの導入（時間指定の仕様を追加）
- 時間単位での予約可能件数の上限設定



事前予約制を導入し、予約可能件数の上限を設けることにより、分散化を図る。  
また、乗車までの待ち時間を周辺観光等に活用してもらうことで、域内消費活動を促進させる。



大涌谷行のロープウェイの混雑

#### 従前：利用日のみ指定し予約可能

デジタル箱根ロープウェイ 往復乗車券

5月 2024

1 2 3 4  
5 6 7 8 9 10 11  
12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21 22 23 24 25

利用開始日 2024.05.17 ~ 利用終了日 2024.05.18

#### 事前予約システム導入後：利用日及び時間（15分枠）を指定し予約可能

時間選択

日付 2024/11/09 予約可能時間 10:00~15:00

※予約可能時間は早雲山駅からの乗車のみです。  
当日は、混雑が予想されますのでご予約いただく際には時間に余裕をもってお願いたします。  
※ご乗車には、別途乗車券が必要です。

予約枠	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00
00~15分	-	-	○ 110	○ 120	○ 118	○ 113	○ 110	-	-	-
15~30分	-	-	○ 116	○ 113	○ 120	○ 120	○ 117	-	-	-
30~45分	-	-	○ 117	○ 117	○ 120	○ 120	○ 118	-	-	-
45~60分	-	-	○ 120	○ 117	○ 120	○ 109	○ 118	-	-	-

○...予約空きあり △...予約空きわずか ×...予約空きなし

#### 【効果】

##### ロープウェイ待ち時間の10分（25%）短縮

- 繁忙期の同曜日平均待ち時間（13時～14時）：

**40分（令和5年11月）→30分（令和6年11月）**

- 利用旅客がピーク時を避け、オフピーク時間帯に分散化された。
- 乗車待機列が短縮されたことにより、待合スペースでの過密状態が緩和され、旅客のストレスや不満が減少。
- 予約時間までの空いた時間で、駅周辺での消費行動が促進。

# 観光客・住民双方の観光に関する満足度等を計測している例

- 観光客による旅の満足度に加えて、**地域住民の観光振興に関する声をヒアリング・適切に把握**し、この2つのパラメータの両立・バランスを図りつつ観光振興に取り組んでいくことが、観光客の受け入れと地域住民の生活の質の両立を図り、**持続可能な観光推進に向けた地域づくりに当たって重要**（オーバーツーリズムの未然防止の観点）

観光客

地域住民

## 京都市

### <日本人観光客>

項目	大変満足	満足	やや満足	大変満足 ～ やや満足	どちらとも いえない	やや不満	不満	大変不満	平均
	7	6	5		4	3	2	1	
令和6年	25.9%	50.1%	18.6%	94.6%	3.7%	1.0%	0.5%	0.2%	5.9
令和5年	25.0%	50.7%	18.2%	93.9%	4.2%	1.3%	0.4%	0.2%	5.9
令和元年	22.6%	49.9%	18.8%	91.3%	7.1%	1.2%	0.3%	0.1%	5.8

### <外国人観光客>

項目	大変満足	満足	やや満足	大変満足 ～ やや満足	どちらとも いえない	やや不満	不満	大変不満	平均
	7	6	5		4	3	2	1	
令和6年	49.5%	42.6%	5.1%	97.2%	2.1%	0.2%	0.2%	0.3%	6.4
令和5年	53.8%	39.7%	4.6%	98.1%	1.6%	0.3%	0.0%	0.0%	6.5
令和元年	40.9%	50.5%	6.2%	97.6%	2.1%	0.2%	0.0%	0.1%	6.3

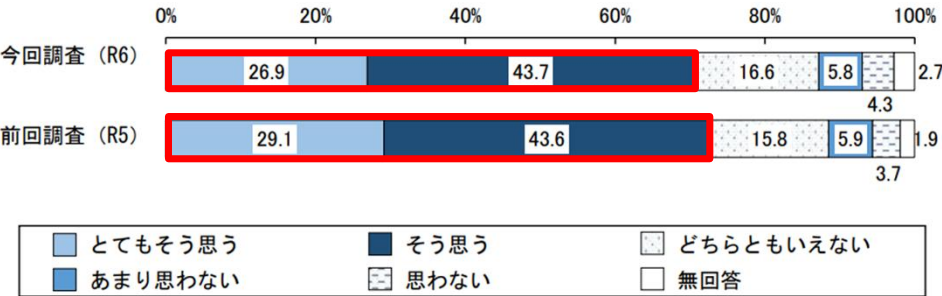
## 鎌倉市

Q.鎌倉に来る前の期待と比べて全体的に満足度に全体的に満足度  
いただけましたか。

【下表】「たいへん満足」「やや満足」と答えた人の割合

指標名	平成28年 (第3期計画 初年)	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	最低目標値 (令和7年)	目標値 (令和7年)
観光客の満足度	76.9%	78.9%	88.1%	87.1%	81.0%	88.0%	86.5%	87.0%	85.7%	-	85.0%	90.0%

Q.京都市の発展に、観光が重要な役割を果たしていると思うか。



参照：令和6年京都観光総合調査結果（京都市産業観光局）、令和6年京都観光に関する市民意識調査（京都市産業観光局観光MICE推進室）

Q.観光都市鎌倉で生活するにあたり、現状に満足されていますか。

【下表】「たいへん満足」「やや満足」と答えた人の割合

指標名	平成28年 (第3期計画 初年)	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	最低目標値 (令和7年)	目標値 (令和7年)
市民の満足度	57.1%	50.2%	46.8%	50.5%	調査実施 無し	73.0%	75.1%	67.1%	62.8%	-	60.0%	70.0%

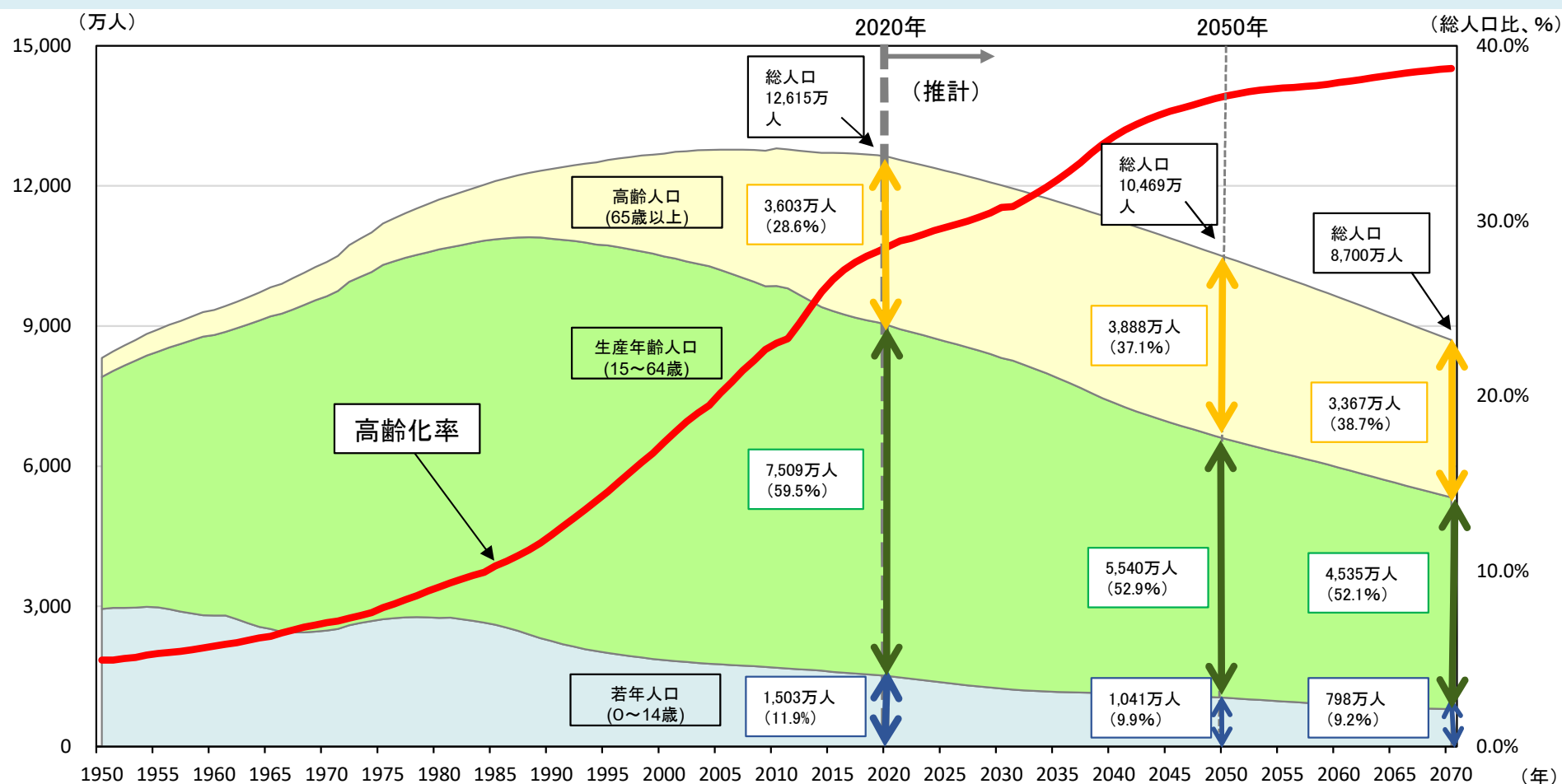
参照：鎌倉市の観光事情（令和7年度版）

# 観光をめぐる外部環境の変化



# 人口減少・少子高齢社会の到来

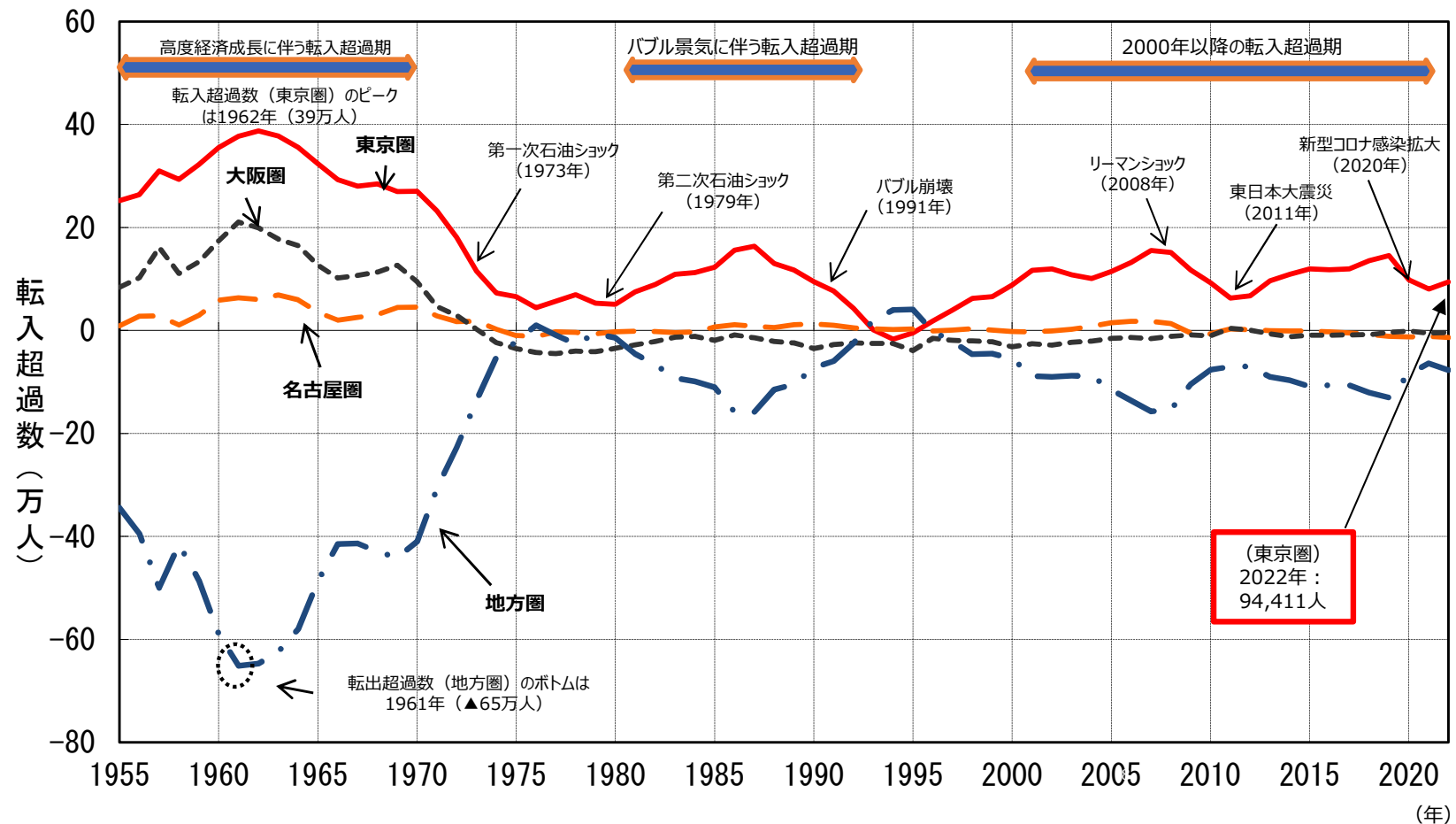
- 総人口は、2020年の12,615万人から、2050年には10,469万人（17%減）、2070年には8,700万人（31%減）に減少。
- 高齢人口（総人口比）は、2020年3,603万人（28.6%）から、2050年には3,888万人（37.1%）と285万人増（7.9%増）、2070年には3,367万人（38.7%）と236万人減（6.6%減）。（高齢人口のピークは2043年3,953万人）
- 生産年齢人口（総人口比）は、2020年7,509万人（59.5%）から、2050年には5,540万人（52.9%）と1,969万人減（26.2%減）、2070年には4,535万人（52.1%）と2,974万人減（39.6%減）。
- 若年人口（総人口比）は、2020年1,503万人（11.9%）から、2050年には1,041万人（9.9%）と462万人減（30.7%減）、2070年には798万人（9.2%）と705万人減（47.0%減）。



（出典）総務省「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」をもとに国土交通省国土政策局作成。

# 三大都市圏・地方圏の転出・転入の推移

- 地方圏の転出超過傾向及び東京圏への転入超過傾向は概ね継続しており、東京一極集中の構造は是正されていない。
- 2020年からのコロナ禍により東京圏への転入超過は緩和傾向となったが、2022年には転入超過が拡大（94,411人）。



（出典）総務省「住民基本台帳人口移動報告」をもとに国土交通省国土政策局作成。値は日本人移動者数。

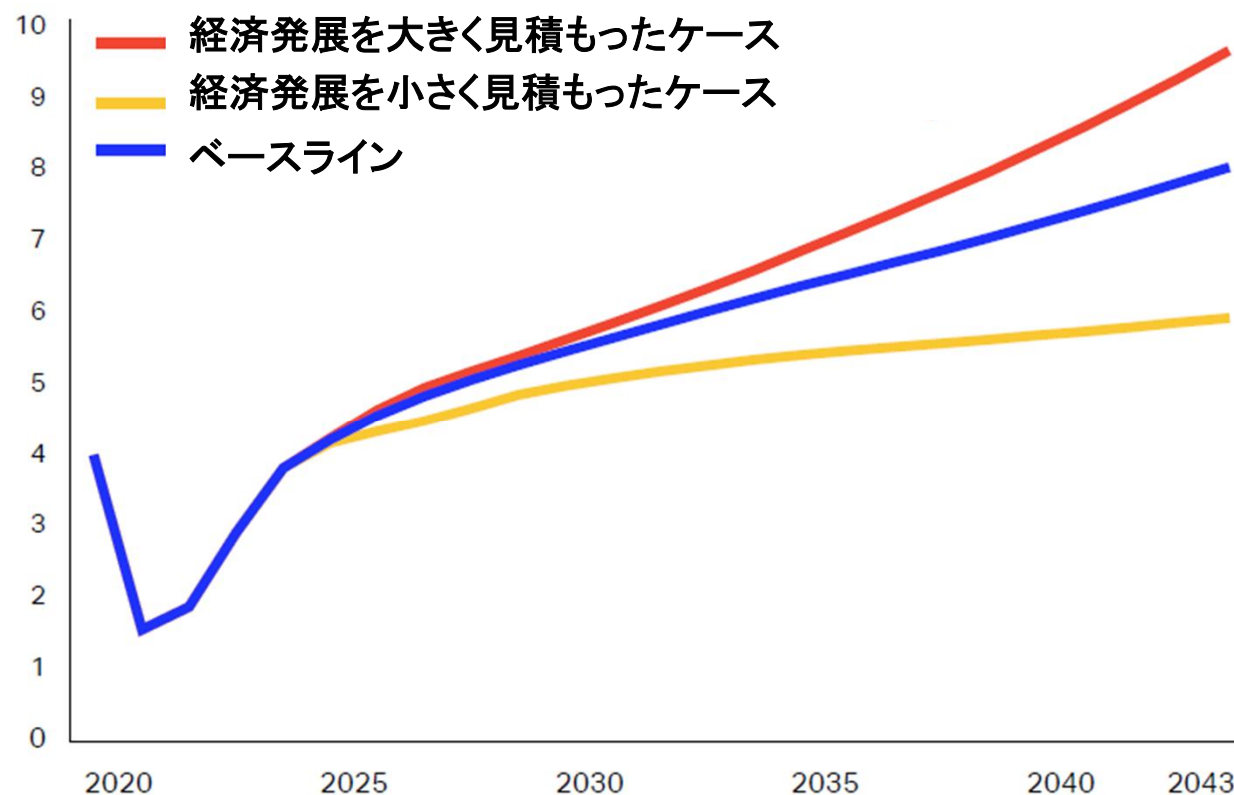
（注）上記の地域区分は以下のとおり。

東京圏：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県　名古屋圏：岐阜県、愛知県、三重県　大阪圏：京都府、大阪府、兵庫県、奈良県  
三大都市圏：東京圏、名古屋圏、大阪圏　地方圏：三大都市圏以外の地域

# 世界の航空旅客需要の長期予測（～2043年）

- IATAの予測によれば、世界全体の旅客数は年間平均 3.8%成長すると予想されている。
- アジア太平洋地域は、旅客数の増加率が最も高く、年間平均 5.3%成長すると予想されている。

（単位：10億人）



Region	CAGR (2023 - 2043)	Additional passengers by 2043, million
Africa	3.7%	179
Asia Pacific	5.3%	2,750
Europe	2.3%	656
Middle East	3.9%	282
North America	2.7%	659
Latin America & Caribbean	2.9%	311
World	3.8%	4,154

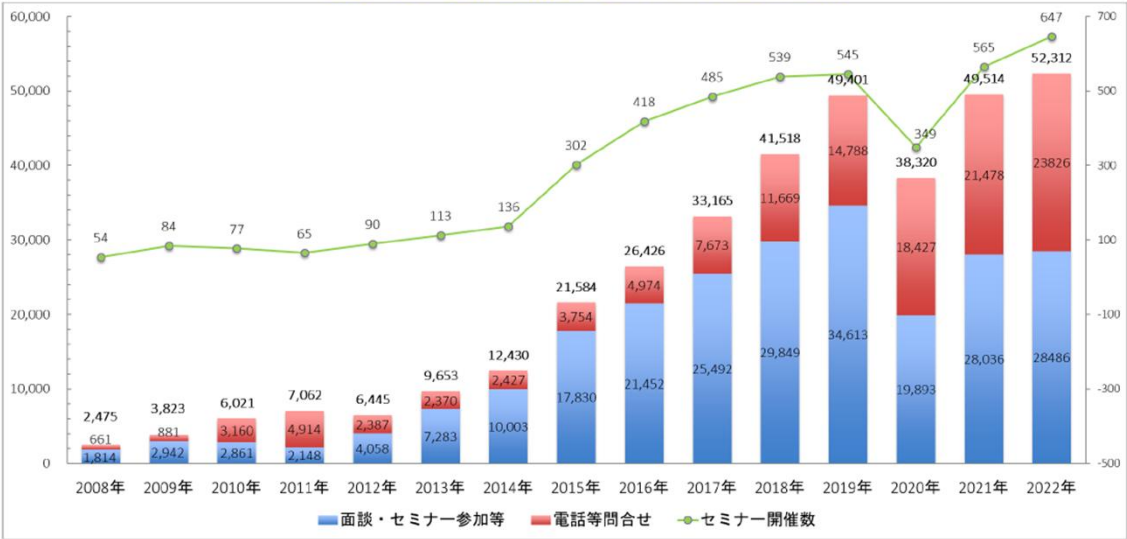
出典：2024年IATA年次総会プレスリリース資料より抜粋



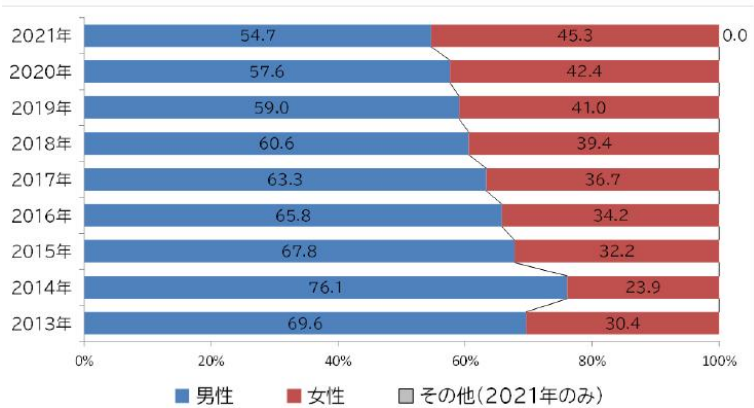
# 地方移住への関心の高まり（移住相談件数の増加）

- 東京での移住相談件数は、2010年代の一貫した増加傾向から、コロナ禍の影響により2020年は一旦減少したが、2021年以降は再度増加。特に、女性の相談件数が増えている。また、40代以下の若い世代の相談が7割程度を占めている。
- 移住に伴う就労形態については、テレワークを希望する人が増えている。

相談・問い合わせ数推移（2008～2022：暦年）

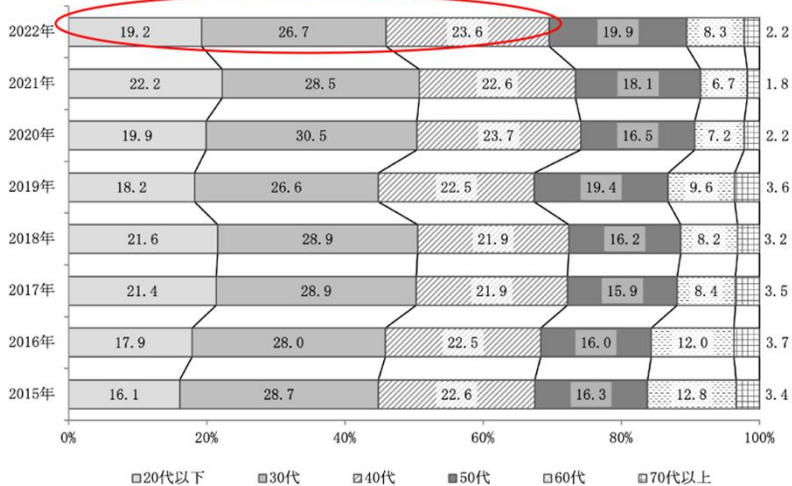


相談者の性別（東京：2013-2021：暦年）

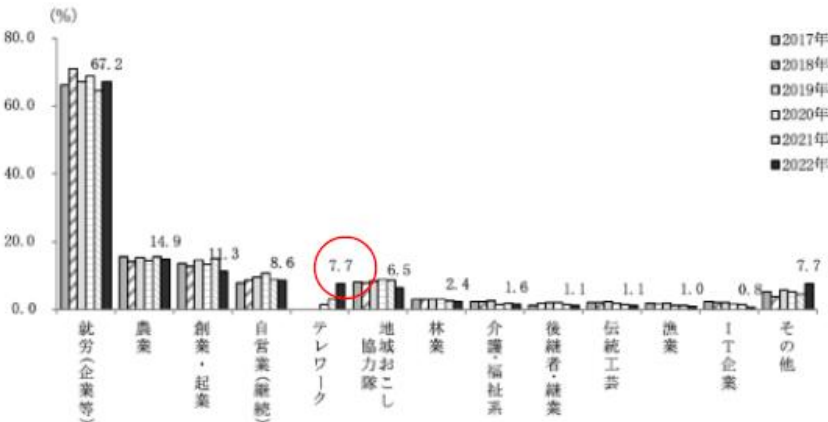


2021：n = 10,900

相談者の年代（2015～2022：暦年）



希望する就労形態〔複数回答〕（2018～2022：暦年）



（出典）認定NPO法人ふさと回帰支援センター プレスリリース（令和5年2月16日、令和4年2月22日）。

【出典】国土審議会第19回計画部会（令和5年5月26日）資料3-3「国土形成計画（全国計画） 関連データ集」

# デジタル技術の活用拡大

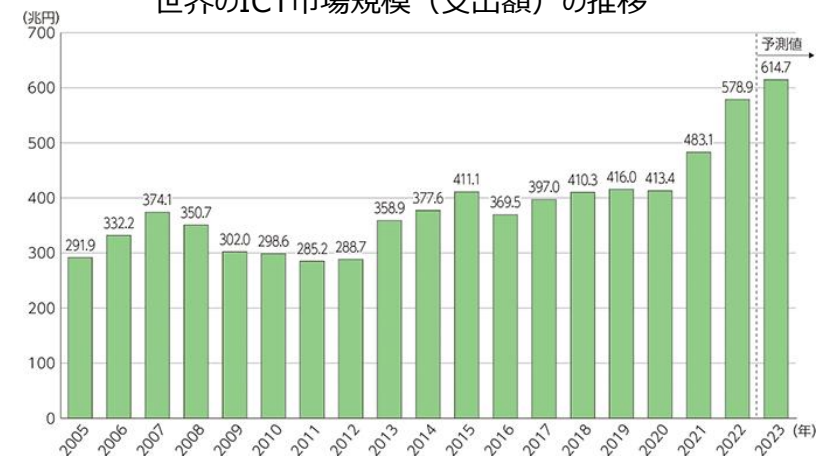
- ネットワークの高度化、センサー等の発達により、IoT（Internet of Things）の利用が増加するとともにデータ通信量は急速に増加。
- IoTで全ての人とモノがつながり、様々な知識や情報が共有され、今までにない新たな価値を生み出す「Society 5.0」の実現を目指す。

世界のインターネットトラフィックの推移予想



【出典】経済産業省「半導体・デジタル産業戦略」（令和5年6月）

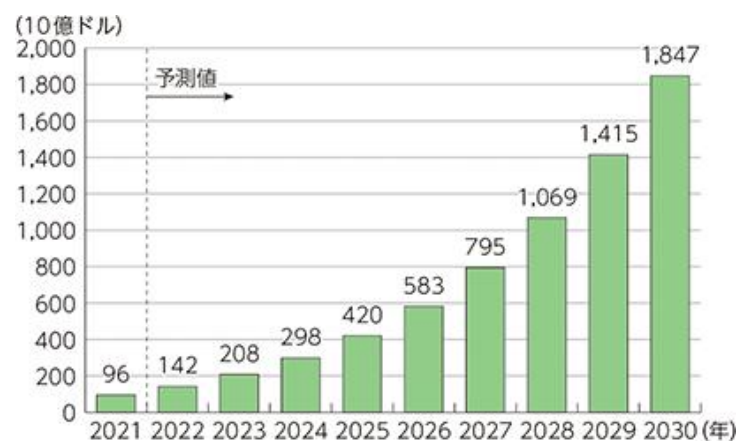
世界のICT市場規模（支出額）の推移



（出典）Statista（ガートナー）

【出典】総務省「情報通信白書令和5年版 データ集」

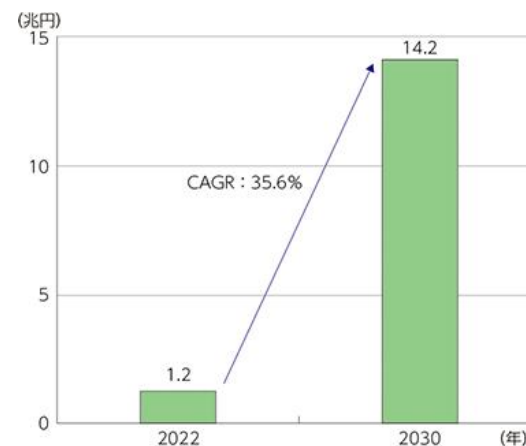
世界のAI市場規模（売上高）の推移及び予測



（出典）Statista（Next Move Strategy Consulting）

【出典】総務省「情報通信白書令和5年版 データ集」

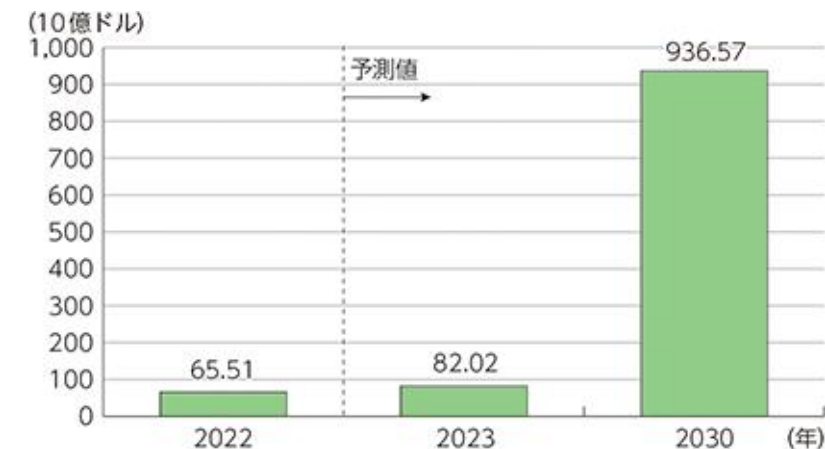
世界の生成AI市場規模



（出典）Grand View Research Inc.による調査

【出典】総務省「情報通信白書令和5年版 データ集」

世界のメタバース市場の推移と予測



（出典）Statista

【出典】総務省「情報通信白書令和5年版 データ集」