資料３－１

第2回復興金融ネットワーク

観光振興による地方創生の実現に向けて

2016年12月17日

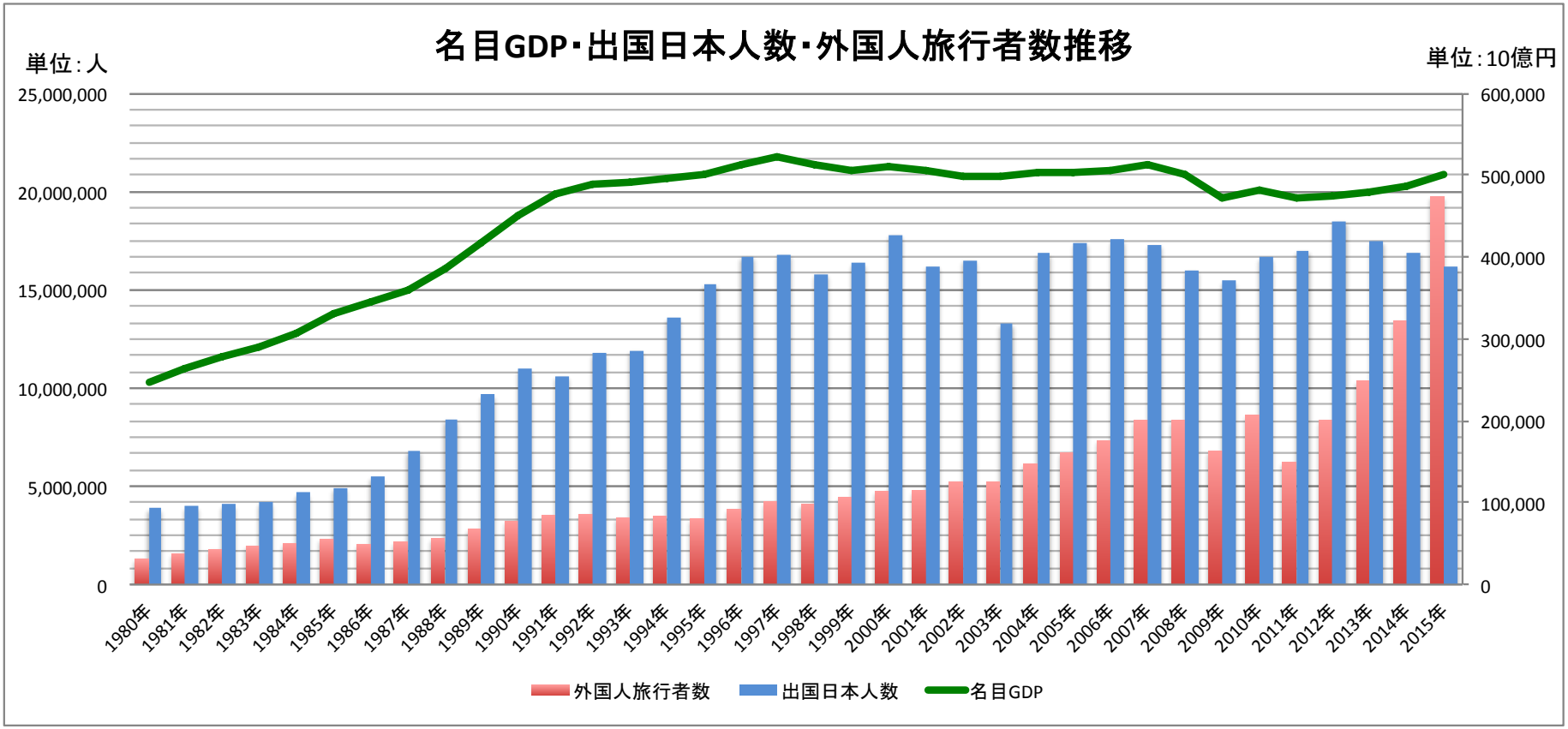
株式会社ジェイティービー
国内事業本部 法人事業部 観光戦略チーム
観光立国推進担当マネージャー
山下　真輝

＜自己紹介＞

- 名　前　山下　真輝（やました　まさき）
- 出身地　福岡県北九州市生まれ
  大分県大分市育ち
- 所　属　株式会社ジェイティービー
  （JTBグループ本社）
  旅行事業本部　観光戦略チーム
  観光立国推進担当マネージャー
- 主な公的な取組み

内閣官房　地域活性化伝導師
一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
　観光地域づくり委員会委員長/セミナー委員
福岡地域戦略推進協議会　観光部会副部会長・MICE推進プロジェクトリーダー
シティプロモーション自治体等連絡協議会　派遣アドバイザー
NPO法人越後妻有里山協働機構　理事
気仙沼市雇用創造協議会　セミナー講師
横浜市 都心臨海部再生マスタープラン審議会委員
経済産業省 地域のストーリーづくり研究会　委員
福井市観光ビジョン策定委員会委員
スポーツ庁 スポーツによる新しい地域振興方策を考える検討会　委員
やまぐちDMOスーパーバイザー　等

急増する外国人旅行者・減少傾向にある日本人出国者



- 2015年の訪日外国人旅行者数（推計値）は1973万7300人（47.1%増）
- 訪日外国人旅行消費額3兆4771億円（71.5%増）
- 市場別では、中国499万3800人（107.3%増）で最大市場となった。
  また東南アジア6市場で合計200万人を超えた。米国が100万人を超えた。
- 出国日本人数は、対前年4.1%減の1621万2100人（推計値）となった。

旅行業・観光業の変遷

1960　1970　1980　1990　2000　2020 ～

～高度経済成長期～　～バブル期～　～崩壊後・景気低迷・・アベノミクス

＜地域の将来＞

国内観光の特徴・傾向 ﾏｰｹｯﾄ動向	・大阪万博と旅行大衆化 ・円変動相場制と海外旅行増 旅行することが目的化 与えられた観光・旅行で満足していた時代	・贅沢を知る、背伸びした旅行 ・自動車旅行の増加 ・海外旅行の大衆化 観光旅行が定着化・個人志向への傾向	・個人化、高度化 ・懐にあった旅行・高齢化と観光 ・ICT進展と若年層の観光離れ ・インバウンドの急増 個人化・グローバル化する観光
観光開発 スキー ゴルフ テーマパーク 等	・経済成長を象徴する観光旅行 ・定番化しはじめた開発 「皆がするから自分も・・」の行動基準・判断	・大規模化、ファッション化 ・バブル投資先としてのﾘｿﾞｰﾄ ・３セクによる観光開発 右肩上がりを前提とした観光開発	・着地型観光とニューツーリズム ・様々な遊び、都市アミューズメントの台頭と競合 新たな観光の事業ｼｽﾃﾑ模索
観光産業 老舗観光地 ・温泉観光地 ・宿泊施設	・団体需要に合わせた新増設 ・上げ膳据え膳の宿泊スタイル 宿泊産業が観光地を牽引 旅行業の急成長	・旅館の大規模化・装置産業化と小規模高級化の２極化 宿泊客の内部取り込み化と温泉街の衰退	・個人・家族・女性客への対応 ・旅館サービスと価格への疑問 ・残された多大な銀行借り入れ 柔軟な宿泊ｻｰﾋﾞｽ業模索
社会の動き	・オリンピックと交通ｲﾝﾌﾗ整備 ・一億総中流意識 経済復興 量的成長・拡大への対応	・新幹線、高速道路、連絡橋等の広域交通網整備 ・東京ディズニーランド開業 ・リゾート法 官民あげた過度な観光開発	・地方創生の国づくりと観光 ・観光立国実現に向けたアクション ・プログラム2015 ・2020東京五輪の決定 国策としてグローバル観光へ
旅行会社の動き	Ticket Agent （交通・宿泊券代売）	Ticket Agent （交通・宿泊券代売）	Lifestyle Partner （顧客のライフスタイル全般をサポート・地域の交流を創造する）

・個人の成熟した志向にあった観光の提供
・観光による国土・地域の活性化
・他産業も含めまちづくりと連動した観光
・グローバルな観光交流による地方創生

大量・効率化・与えられた観光の時代 → 個人の価値に基づく観光 → グローバル観光の時代

「観光先進国」への「３つの視点」と「１０の改革」

（明日の日本を支える観光ビジョン）

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、 ﾄｯﾌﾟﾚﾍﾞﾙの経営人材育成、民泊ﾙｰﾙの整備、 宿泊業の生産性向上など、総合ﾊﾟｯｹｰｼﾞで 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ｹﾞｯﾄにした ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ、戦略的なﾋﾞｻﾞ緩和などを実施
- MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
- 首都圏におけるﾋﾞｼﾞﾈｽｼﾞ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・活性化ﾌｧﾝﾄﾞ、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
- 「ｼﾞｬﾊﾟﾝ・ﾚｰﾙﾊﾟｽ」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

出典：明日の日本を支える観光ビジョン

「観光先進国」への「３つの視点」と「１０の改革」

（明日の日本を支える観光ビジョン）

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

出典：明日の日本を支える観光ビジョン

「観光先進国」への「３つの視点」と「１０の改革」

（明日の日本を支える観光ビジョン）

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

出典：明日の日本を支える観光ビジョン

「観光先進国」への「３つの視点」と「１０の改革」

（明日の日本を支える観光ビジョン）

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

出典：明日の日本を支える観光ビジョン

観光立国に向けて新たに設定された目標値

訪日外国人旅行者数

2020年：**4,000万人**（2015年の約2倍）　2030年：**6,000万人**（2015年の約3倍）

訪日外国人旅行消費額

2020年：**8兆円**（2015年の2倍超）　2030年：**15兆円**（2015年の4倍超）

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年：**7,000万人泊**（2015年の3倍弱）　2030年：**1億3,000万人泊**（2015年の5倍超）

外国人リピーター数

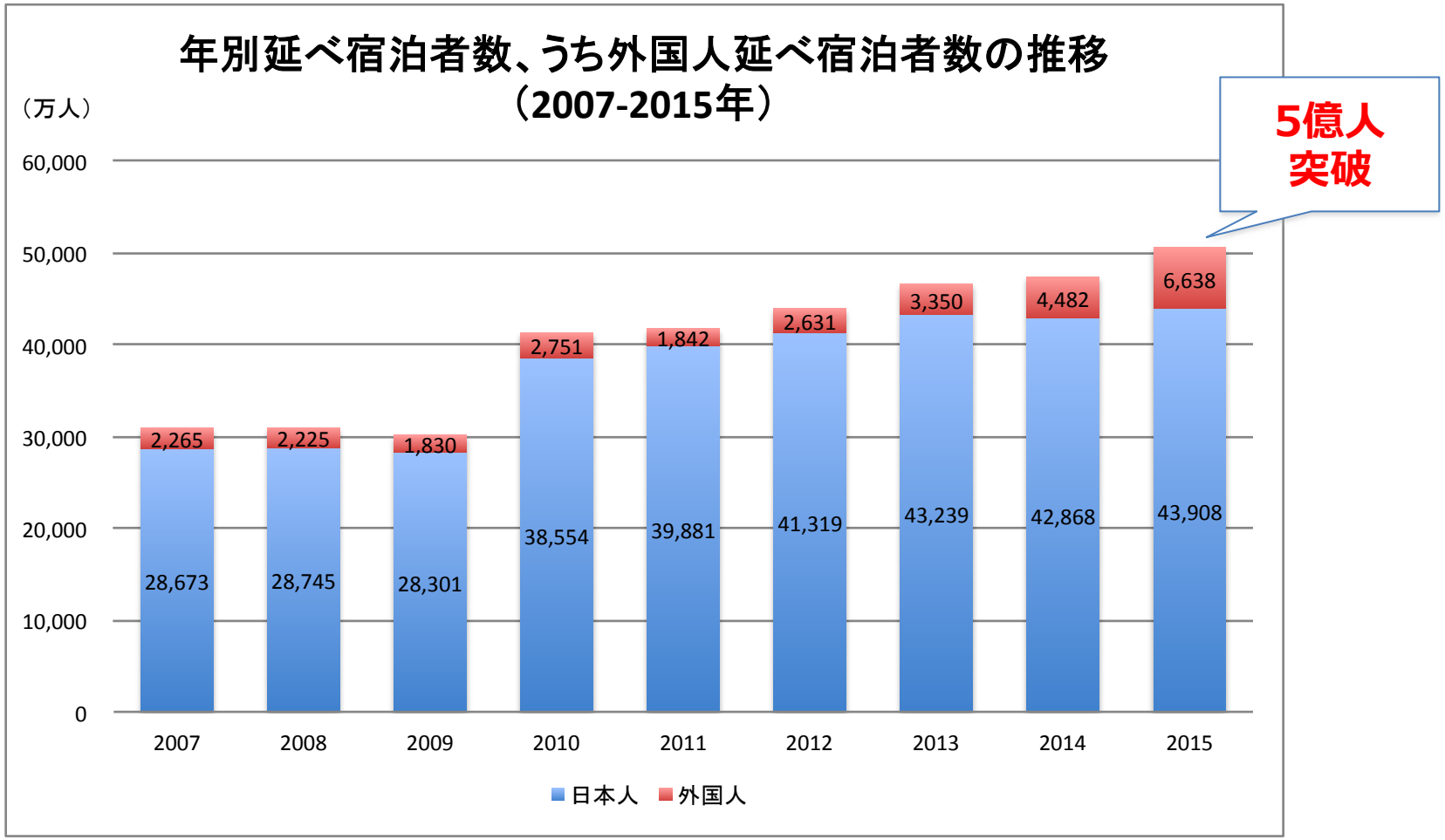
2020年：**2,400万人**（2015年の約2倍）　2030年：**3,600万人**（2015年の約3倍）

日本人国内旅行消費額

2020年：**21兆円**（最近5年間の平均から約5%増）　2030年：**22兆円**（最近5年間の平均から約10%増）

日本人国内旅行消費額はまだ拡大の余地あり！

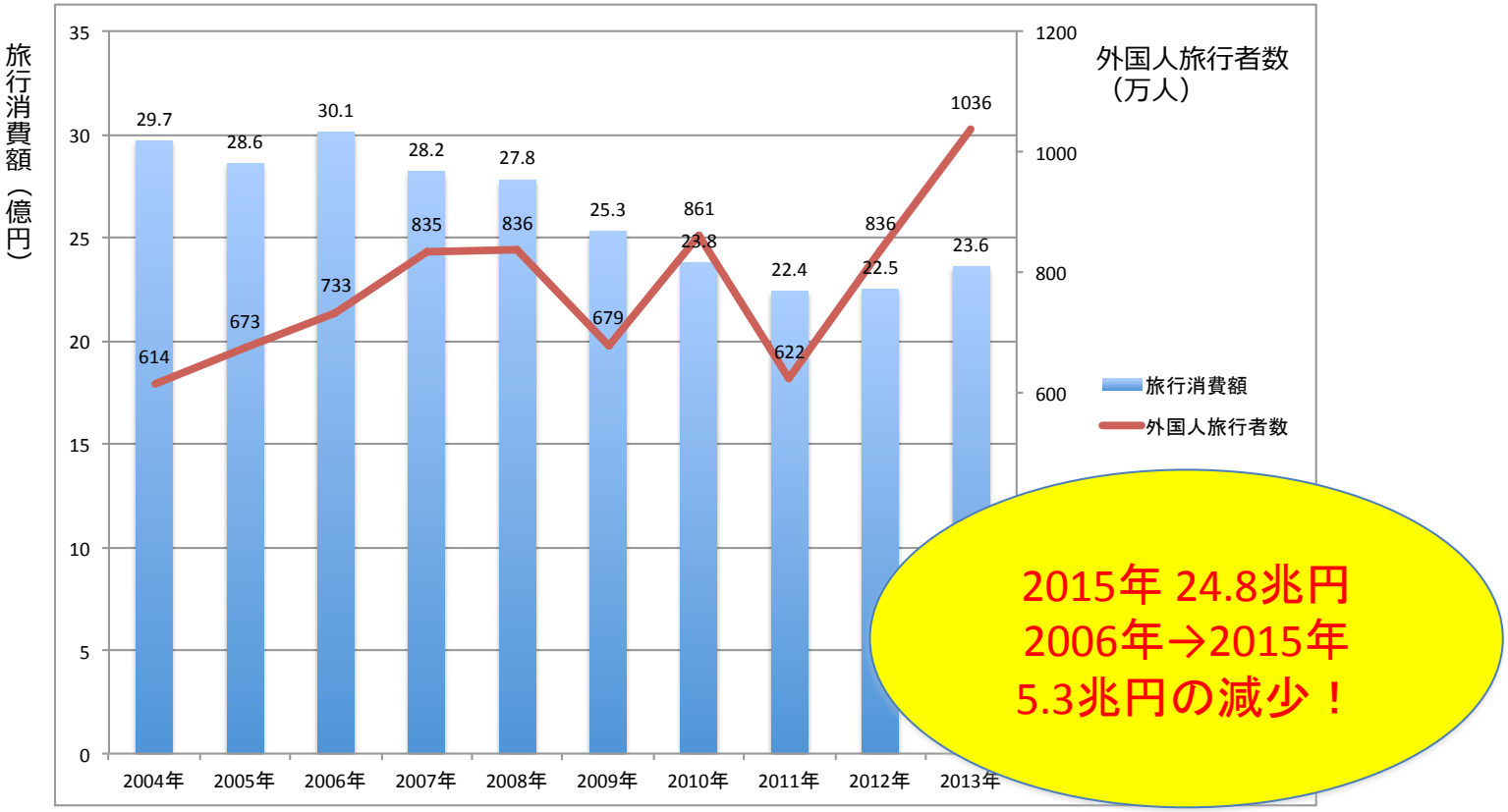
Japan. Endless Discovery.



(出所)観光庁「宿泊旅行統計調査報告」
(注)2010年第2四半期より、悉皆調査に移行したため、2009→2010に大幅増となっている。

◆ 全国の年間宿泊需要は、近年、増加傾向で推移し、2015年には5億人を突破した。
◆ 直近の増加要因は、外国人の増加に加え、団塊の世代の退職による旅行需要の増加によるものと見られる。

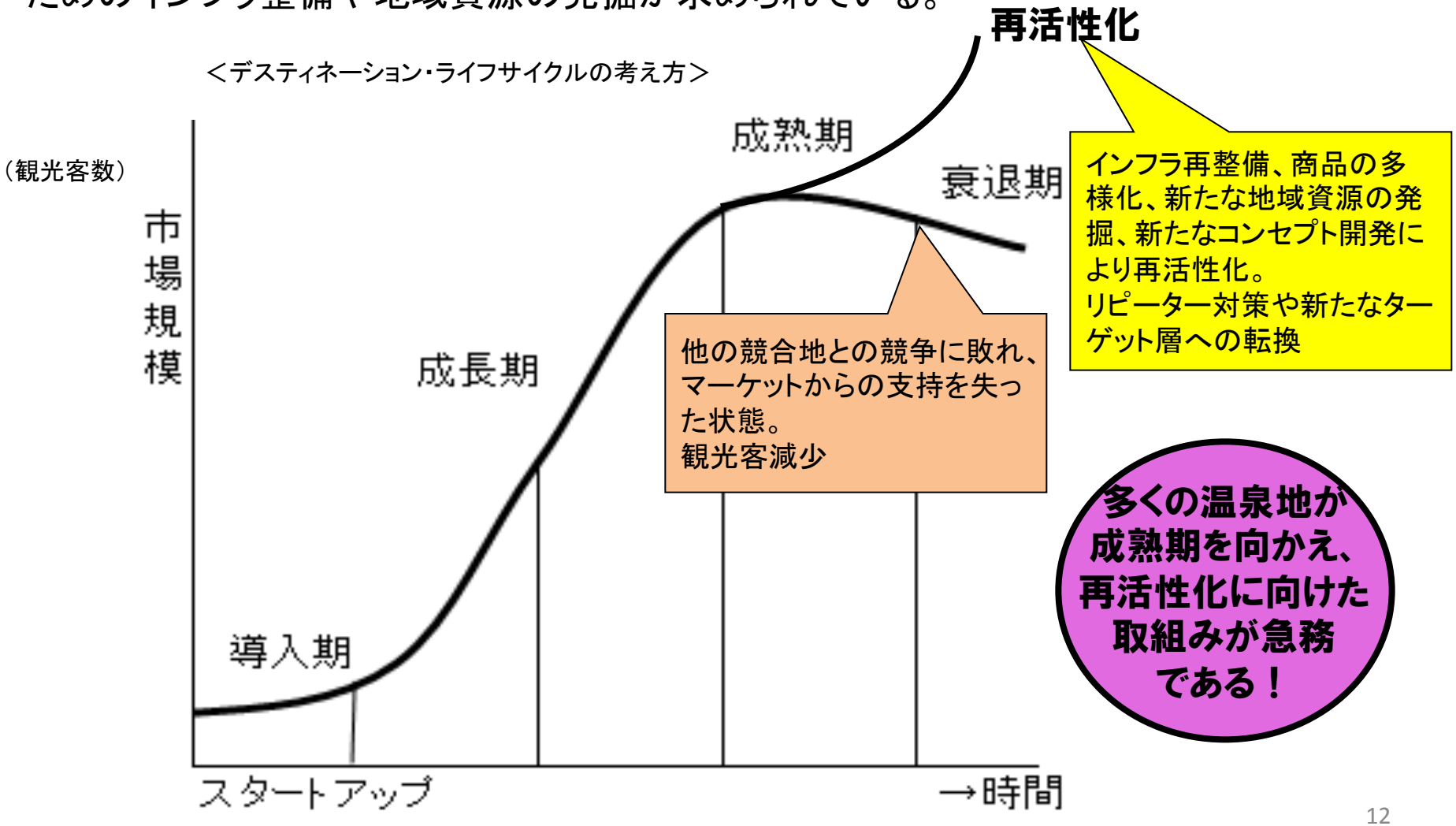
旅行市場の変化（旅行消費額の推移）



- **国内旅行者数は国内景気低迷の影響を受け2003年あたりから減少傾向となっている。**
- **国内旅行消費額においては、2006年30.1兆円あったが、その後の更なる景気低迷により減少している。**

デスティネーション・ライフサイクルという考え方

全国の観光地は成熟期から衰退期に位置され、観光客数の伸び悩み状態にある。
再活性化が促し、再び観光客数を増加させる為に、新たな旅の過ごし方を提案するためのインフラ整備や地域資源の発掘が求められている。



観光産業のデフレの正体！？

Japan. Endless Discovery.

マスツーリズムによる宿泊・観光施設の大型化

団体旅行から個人旅行へ市場ニーズの変化

多様なニーズに対応できない観光地の需要減少

低料金で近視眼的に需要喚起

消費者のデフレマインドを助長

低料金により観光事業者の売上減少

収益性の低下により経営状況が悪化

コスト削減によりハードへの投資が減少

更なるコスト削減による人件費削減

いい人材が集まらない労働環境（人材不足）

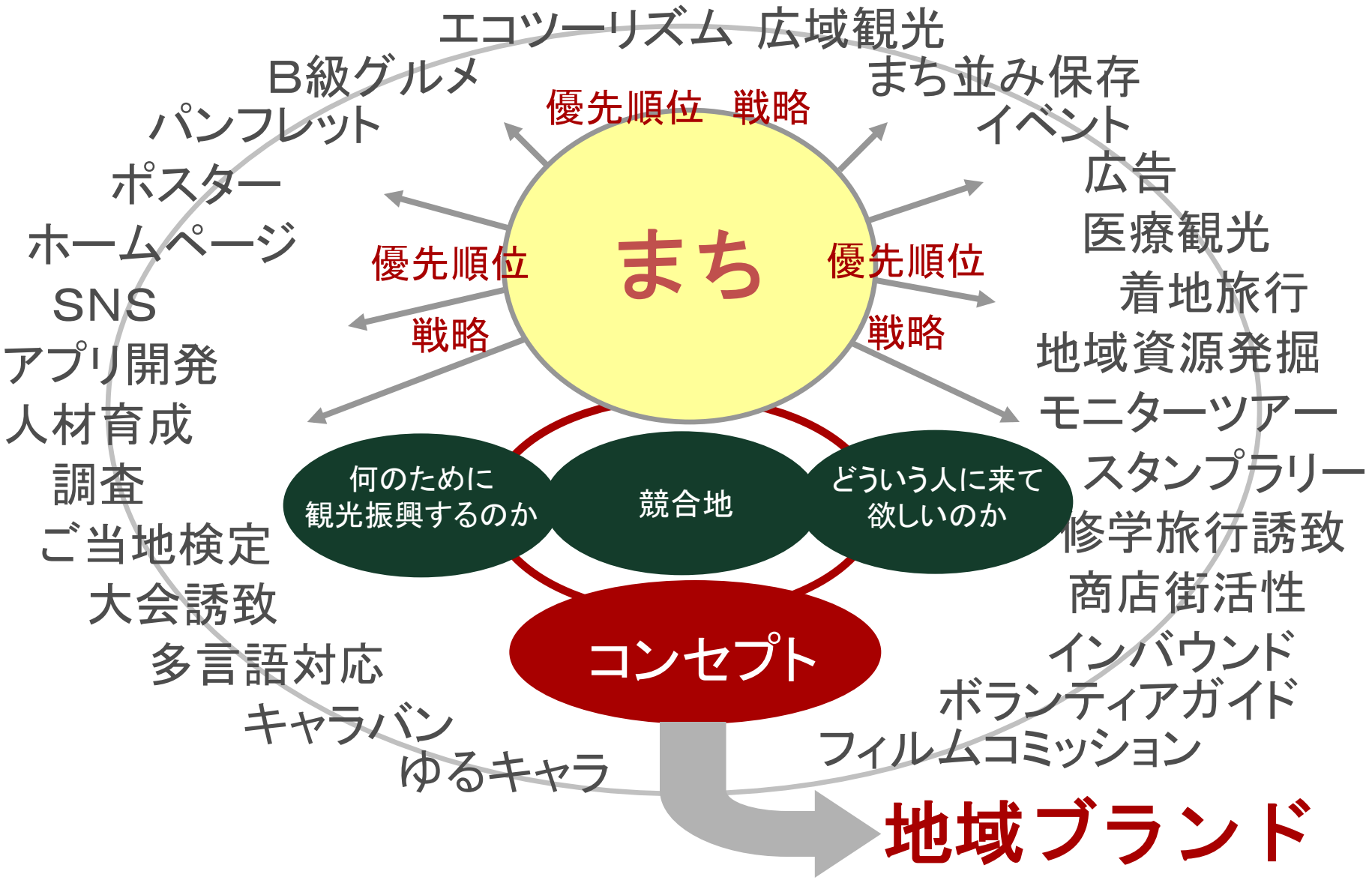
ハード・ソフトともに新たな価値を生み出せなくなる

料金勝負で他社と競合がますます加速

観光振興の現状

エコツーリズム
まち並み保存
武将観光
地域資源発掘
広告
医療観光
パンフレット
キャラバン
ポスター
イベント
着地型旅行
ホームページ
まち
広域観光
大会誘致
宝探しゲーム
修学旅行誘致
モニターツアー
ボランティアガイド
人材育成
ご当地検定
ゆるキャラ
スタンプラリー
多言語対応
商店街活性
調査
SNS
ご当地グルメ
アプリ開発
フィルムコミッション
アニメキャラ
インバウンド
一過性

あるべき観光戦略


エコツーリズム
広域観光
B級グルメ
まち並み保存
パンフレット
イベント
ポスター
広告
ホームページ
医療観光
SNS
着地旅行
アプリ開発
地域資源発掘
人材育成
モニターツアー
調査
スタンプラリー
ご当地検定
修学旅行誘致
大会誘致
商店街活性
多言語対応
インバウンド
キャラバン
ボランティアガイド
ゆるキャラ
フィルムコミッション
優先順位　戦略
優先順位
戦略
優先順位
戦略
まち
何のために
観光振興するのか
競合地
どういう人に来て
欲しいのか
コンセプト
地域ブランド

地方創生の基本方針

＜ローカルアベノミクスの浸透にむけた考え方＞

①「稼ぐ力」を引き出す

②「地域の総合力」を引き出す

③「民の知見」を引き出す

＜地方創生の深化に向けた考え方＞

①新たな「枠組み」づくり

②新たな「担い手」づくり

③新たな「圏域」づくり

松之山温泉（新潟県十日町市）

松之山温泉の旅館関係者が持っていた課題認識

- **中越・中越沖地震からの脱却**
- **地域の若手による危機意識**
- **知名度がない**

【写真出所】https://www.atpress.ne.jp/news/38061

第四銀行による松之山温泉の活性化支援事業

（１）事業の目的

松之山温泉はその薬効の高さから、有馬・草津と並び日本三大薬湯と呼ばれてきた歴史のある温泉地です。また、周辺には、棚田が数多く残されており、その素朴な美しさが観光資源の一つとなっています。このような観光資源を生かした施策を進めるための調査、提案を行う本事業を実施し、松之山温泉の観光産業のより一層の活性化を目指すものです。

（２）主な事業内容

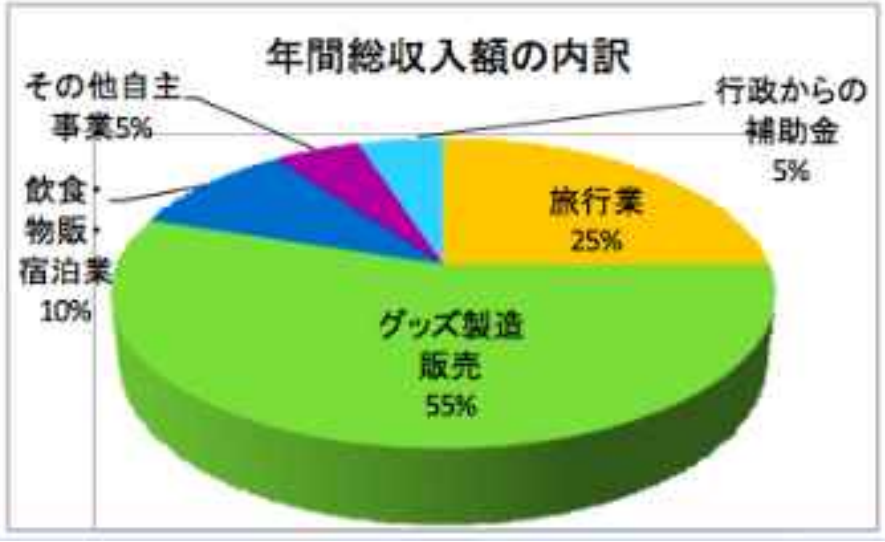
①来訪者に対するアンケート調査及び地元関係者に対する聞き取り調査
②調査結果に基づいた観光活性化に向けた提言
③松之山温泉の観光関係者や行政関係者などで構成する「松之山温泉の活性化支援事業懇談会」の開催
④温泉・旅行の専門家による調査の実施及び講演会などの開催

第四銀行

【出所】第四銀行HP

第四銀行観光地域活性化事業をきっかけに設立された「松之山温泉合同会社まんま」

- 松之山温泉合同会社まんま
  2008年4月会社設立
- 旅行会社運営　同年5月
  ※特定第三種旅行業取得・販売契約
  ※オプショナルツアーのメニュー開発

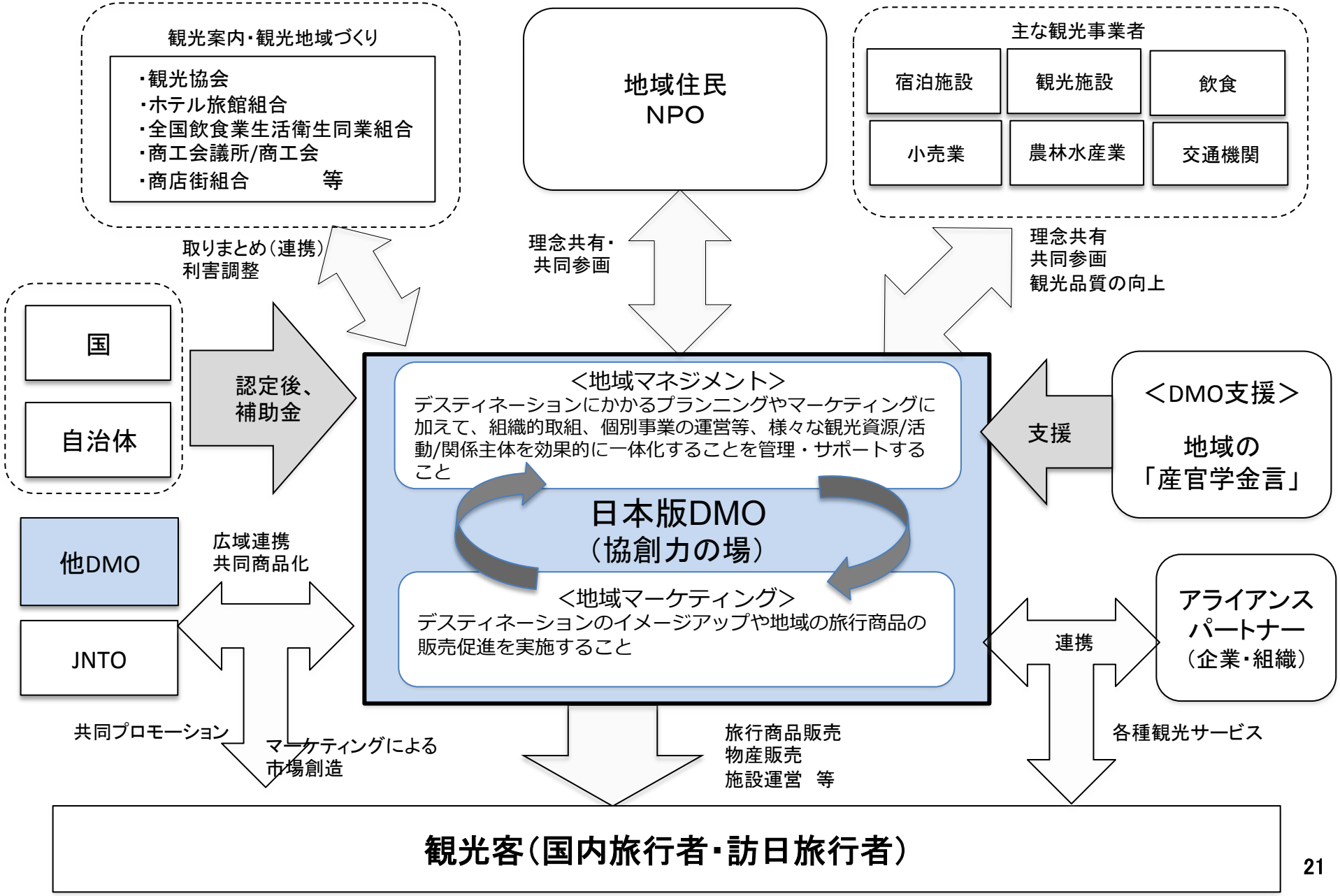


現地発着ツアーの企画販売により新たな顧客を開拓

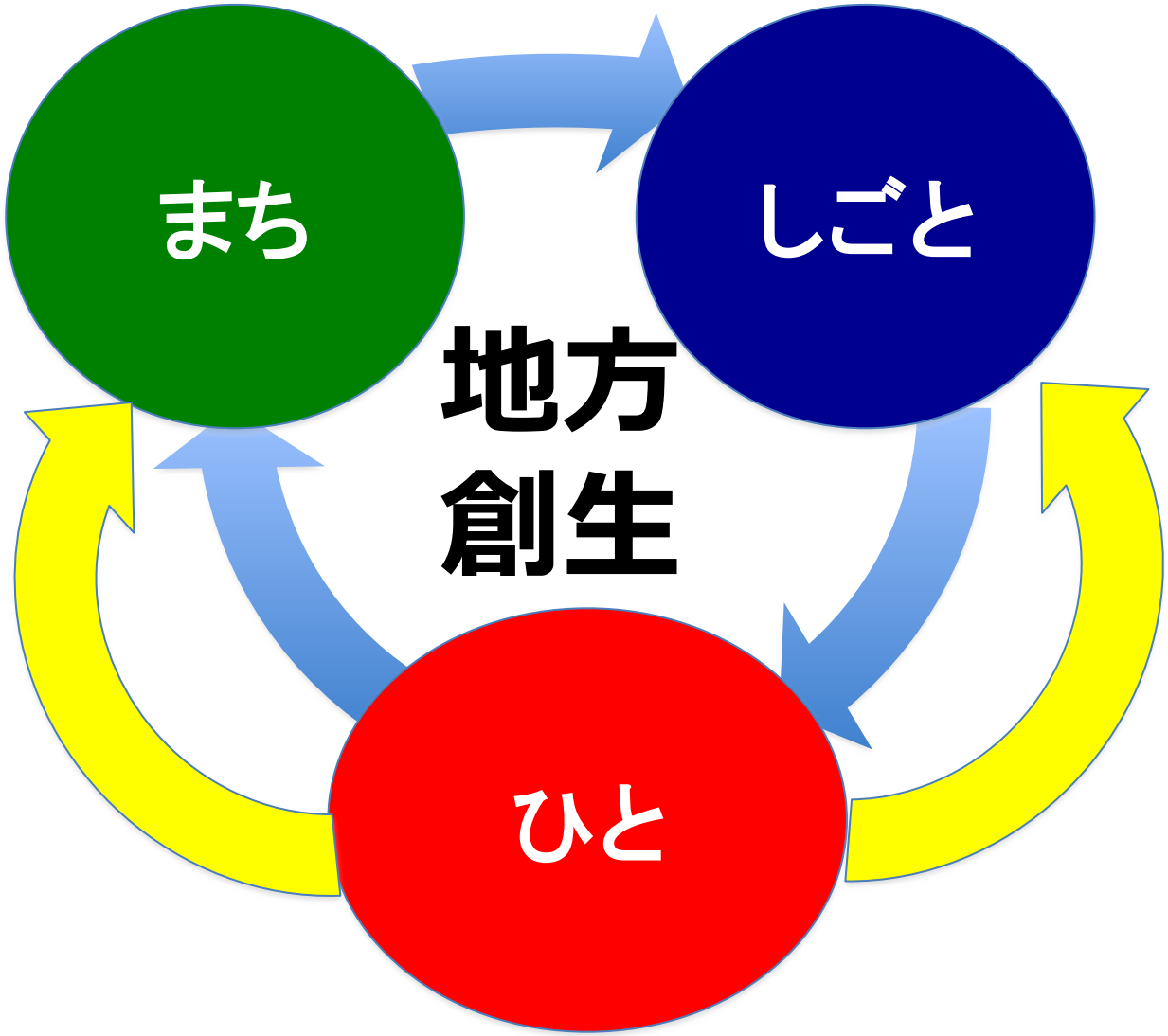
【出所】松之山温泉道号会社まんまHP

地域資源の価値を見直し、体験として売る！

日本版DMO形成に向けた考え方（協創の場づくり）



地方創生をどのように実現するのか？



「協創力」とは、

ビジネスチャンスの実現や社会改革などの理想実現のために、人と人をつなげていってネットワークをつくり、そのネットワークを活用して人間の集団としての叡智を引き出し、革新的なアイデンティティやデザインを生み出す力。

保井俊之
慶応義塾大学先導研究センター特任教授「日本の売り方」より

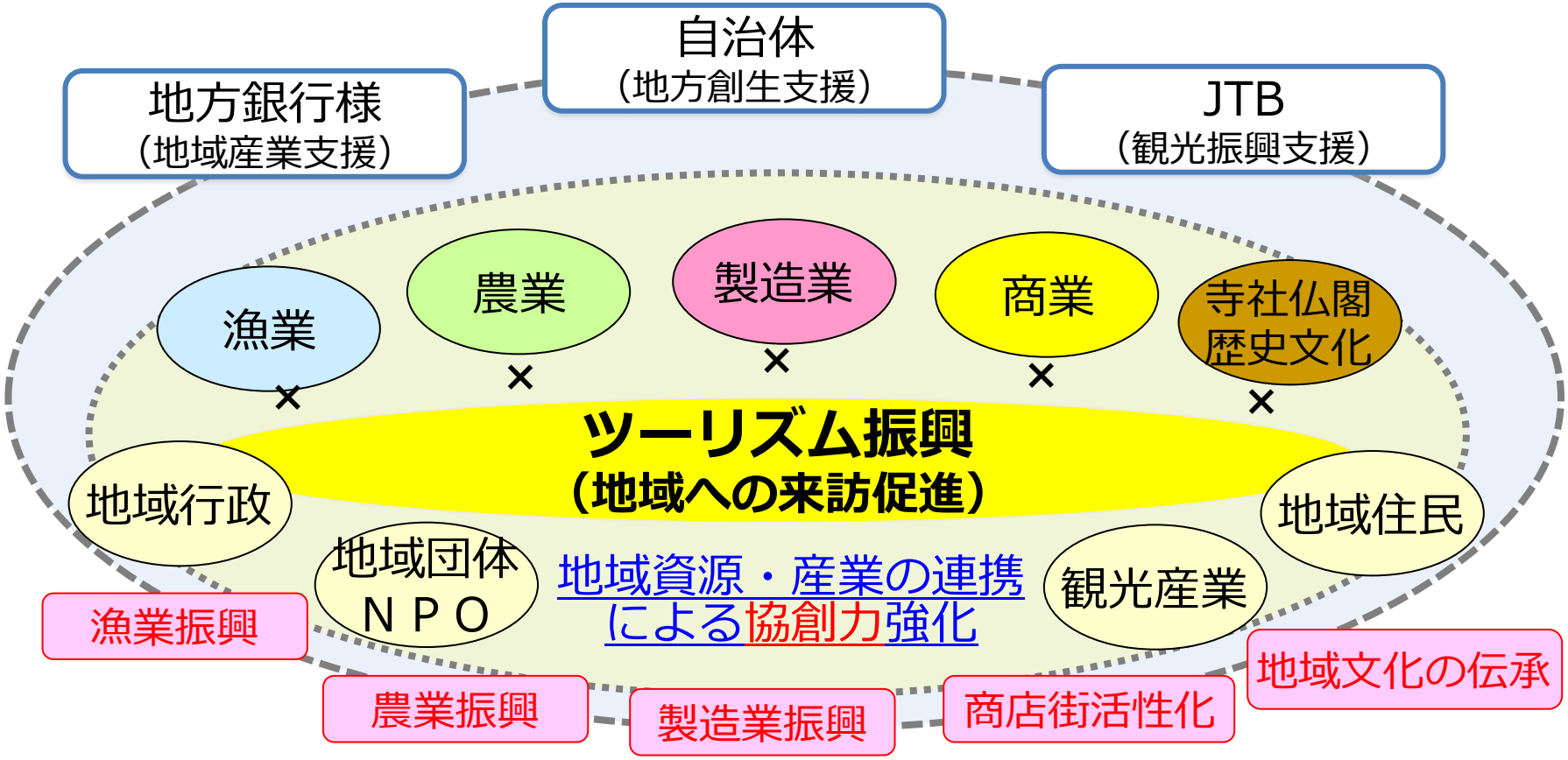
「協創力」を発揮させるために

人と人とのつながりを駆使して問題を解決するため、**関係するみなが集まる「場」をつくる**ことが必要である。

(保井俊之　慶応義塾大学先導研究センター特任教授)

観光という「場」で地域の様々な人が協力しながら価値を創造することができる！

地域全体の「面的支援」により地域の価値を最大化させる『地域協創プラットフォーム』を形成



交流人口の増加とともに、地域ブランドの創出・育成、地域産業活性化につなげる！

地域のタカラを、
日本のチカラへ。

ご清聴ありがとうございました。

山下　真輝
m_yamashita490@hd.jtb.jp