

テーマ『観光』①
～国内の動向・考え方の変化～

令和 2 年 8 月 2 6 日
山梨県

今回のテーマ

趣旨

- ウィズ/ポスト・コロナの時代に対応した、首都と地方の新しい関係性を大きなテーマに、New Normalとして、山梨がどのような価値が提供でき、どう実現していくのか



部会の進め方

- 『ウィズ/ポスト・コロナにおける〇〇』を各回の小テーマとして設定し、関連するキーワードや参考となる情報を共有しながら、意見交換を行う

【テーマ例】

観光

働き方

暮らし方

文化芸術

食・娯楽

健康・医療

教育

産業

消費

行政・広報戦略

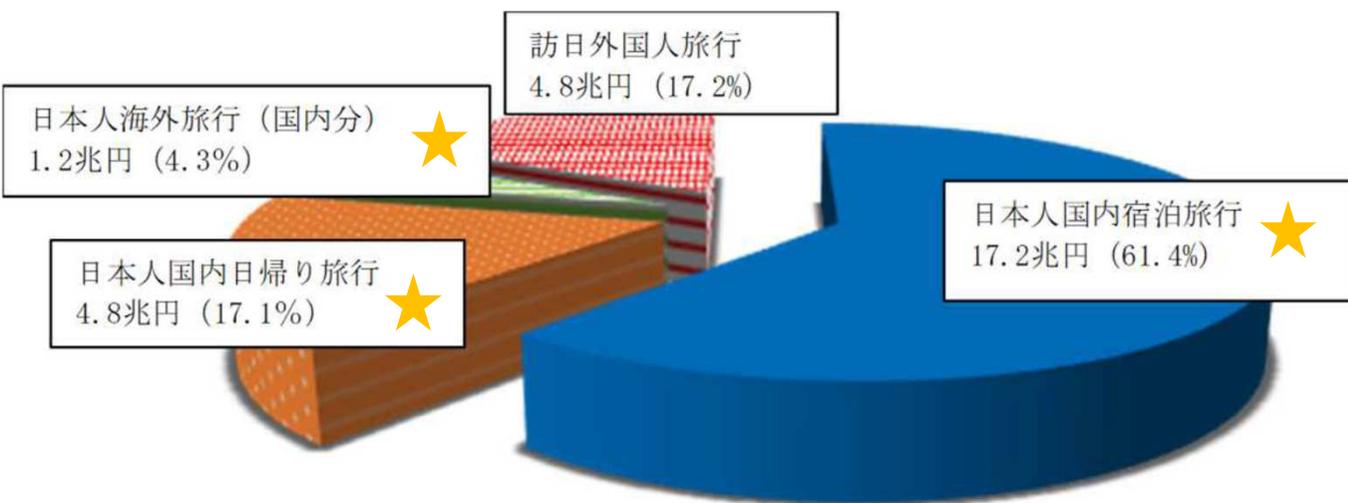
etc....

今回のテーマ

『ウィズ/ポスト・コロナにおける観光』

新型コロナウイルス感染拡大前（2019年）の観光①

◆日本国内における旅行消費額（2019年）



- ✓ 2019年の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、27.9 兆円
- ✓ このうち、日本人による旅行消費額は、23.1 兆円（★マーク合計）となっており、全体の82.8%を占める

出典：令和2年度版観光白書（観光庁）に一部加筆

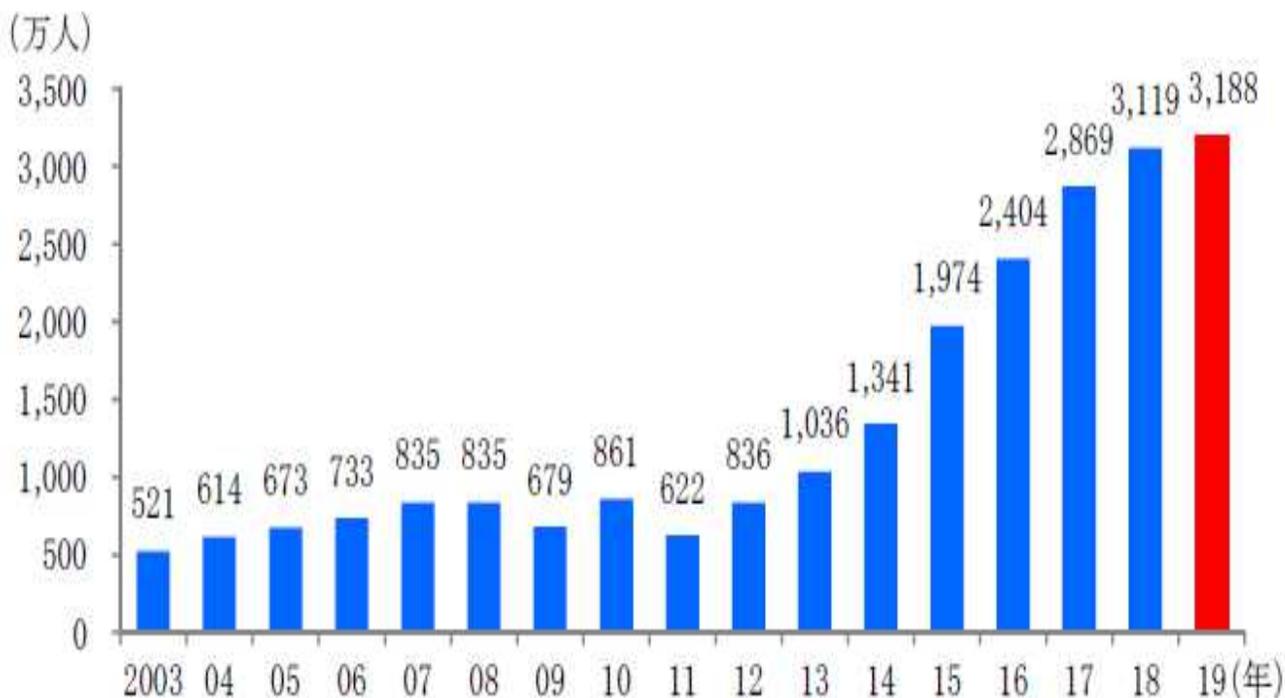
	単位：兆円								12~19年の伸び率
	2012年	13	14	15	16	17	18	19	
日本人国内宿泊旅行	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	14.7%増
日本人国内日帰り旅行	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	9.1%増
日本人海外旅行 (国内分)	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	7.7%減
訪日外国人旅行	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	336.4%増
合計	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	28.0%増

出典：令和2年度版観光白書（観光庁）

- ✓ 一方で、2012年～2019年の推移を見ると、全体として市場の拡大は見られるが、中でも最も伸びているのは訪日外国人旅行（インバウンド）となっている

新型コロナウイルス感染拡大前（2019年）の観光②

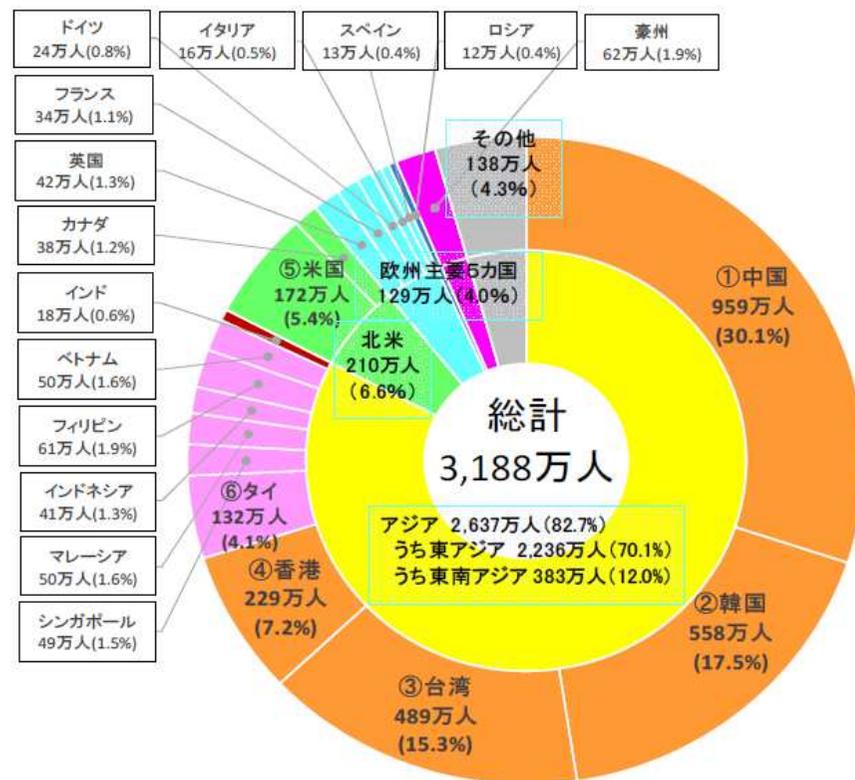
◆訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

出典：令和2年度版観光白書（観光庁）

◆訪日外国人旅行者の内訳（2019年）



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

出典：令和2年度版観光白書（観光庁）

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。

注3：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。

- ✓ 訪日外国人旅行者は年々増加しており、2019年には3,188万人となっている
- ✓ 内訳としては、多い順に中国・韓国・台湾・香港・米国となっており、全体の7割を東アジアが占めている

新型コロナウイルス感染拡大

- ・ 入国制限
- ・ 不要不急の外出の自粛
- ・ 都道府県をまたぐ移動の自粛

観光業に深刻な打撃

◆訪日外国人旅行消費額及び前年同期比の推移



出典：令和2年度版観光白書（観光庁）

◆日本人の国内旅行消費額及び前年同月比の推移



出典：令和2年度版観光白書（観光庁）

ウィズ/ポスト・コロナの観光①（観光に対する考え方の変化）

✓ 旅行者の考え方に変化が生じており、今後はこの変化に対応していく必要がある

旅行に対する考え方の変化

※「旅行」「旅」「観光」を含むTwitter投稿から8種の感情に紐づくキーワードを含む投稿を抽出
※「2019年春(3月-5月)」vs「2020年春(3月-5月)」の比較

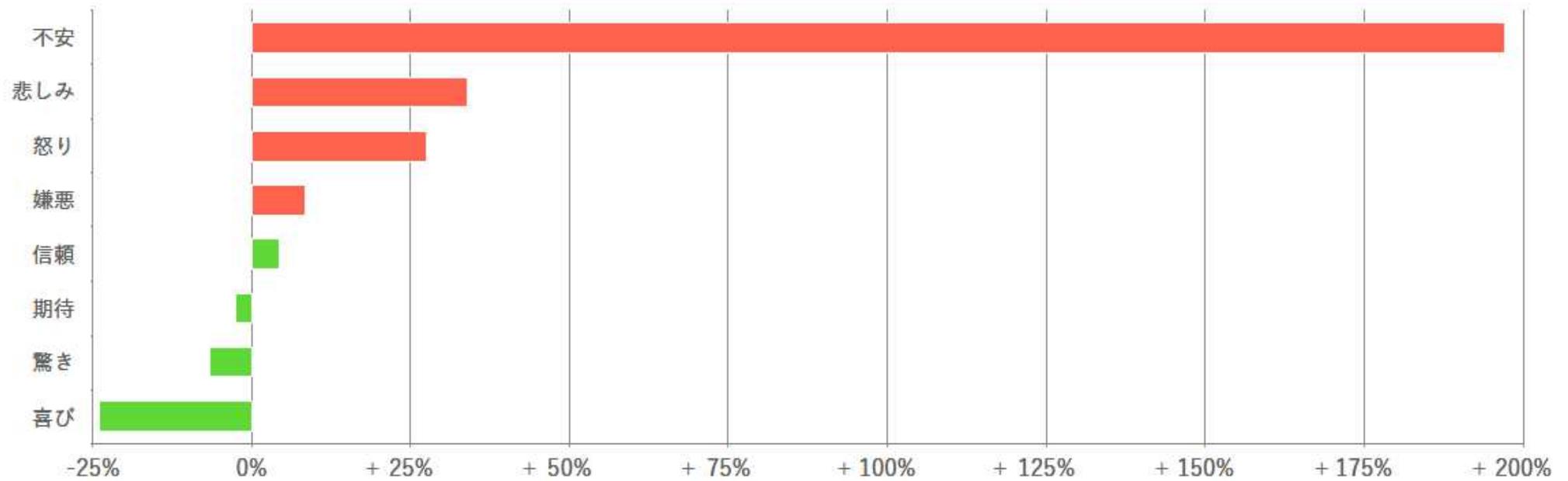
特に増加している感情は「不安」。

旅行に関する投稿からさらに8種の感情に紐づく投稿を抽出し2019年*と比較した増加率を確認。

悲しみ(卒業旅行キャンセルetc.)や怒り(制度不備etc.)よりも圧倒的に不安が伸長していることがわかります。

各事業者はこの生活者の不安に応えていくことを求められています。

[旅行に関するSNS投稿の増加率(感情別)]



旅行に対する考え方の変化

不安① 「密集」

移動手段/観光名所/店舗/イベントはじめ旅行先での混雑状況がどの程度かわからず不安を感じる。

対応例)

「ブログやSNSで定期的にアナウンスする」
「ライブカメラで通行量を可視化」など旅行者への情報提供を。

不安② 「感染予防対策」

施設の消毒や従業員の発熱チェックなど、基本的な感染予防対策がきちんと行われているか気になる。

対応例)

「感染予防の取り組みを公式サイトに掲載」など丁寧な情報発信の取り組みを。

不安③ 「不歓迎」

他県からの移動者を非難する「他県ナンバー狩り」が自粛期間中大きく話題に。事業者/地域住民から歓迎されているか不安。

対応例)

「宿泊予約のリマインドメールで歓迎の意思を伝える」など細やかなフォローを。

不安④ 「自粛圧力」

旅行に対する社会の目が怖い。旅行に行く/行ったという事実や発信が周囲から不謹慎に思われないか心配。

対応例)

「SNS投稿大歓迎！」など旅行者が気兼ねなく楽しめる後押しを事業者からも。

旅行に対する考え方の変化

不安⑤ 「いつから」

旅行に行きたい気持ちはあるがいつから行ってよいものかタイミングがわからず踏み出せない。

対応例)

「営業再開へ向けた準備の様子」
「現在の利用状況」など
コロナを乗り越えつつある現地の状況を発信。

不安⑥ 「補償」

状況の急変によるキャンセルや宿泊先の倒産など不測の事態が起こった場合の補償や規定がわからず心理的負担に。

対応例)

「キャンセル規定」や「第2波発生時の対応」など生活者の関心が想定される項目を明文化。

不安⑦ 「営業状況」

コロナにより店舗/施設の営業状況は一変。最新の営業情報が不明で行程に組み込んでよいか自信がない。

対応例)

「最新の営業時間/休業予定」を
公式サイトで頻度高く更新。

不安⑧ 「特別な配慮」

妊婦/乳児/障がい/持病etc。
特別な配慮や緊急時の対応が必要なとき
周囲から快く協力が得られるか不安。

対応例)

「不要な接触は避ける」一方で
「必要な接触は厭わない」
おもてなしのバランスに留意。

ウィズ/ポスト・コロナの観光④（観光に対する考え方の変化）

旅行意欲を高める20の兆し

ここでは、旅行に行きたい人が今、何を望み、どんな体験を求めているかをSNSの投稿をもとに紐解いています。見えてきたのは「20の兆し」でした。

1
大自然

2
応援

3
再訪

4
趣味旅

5
旅館風景

6
検討リスト

7
おひとり様

8
地元色

9
写真好き

10
補助制度

11
ペット愛

12
コロナ貯金

13
下調べ

14
バーチャル旅

15
ワーケーション

16
マイクロ
ツーリズム

17
リベンジ帰省

18
おこもり
ステイ

19
貸切旅

20
卒業旅行

出典：新しい時代に対応する観光復興ガイド—SNS から見える企画のタネ—（TBWA\HAKUHODO・PR TIMES・FUKKO DESIGN）

ウィズ/ポスト・コロナの観光⑤ (国の取り組みの方向性)

✓ 国において、日本の観光の再生に向けた取り組みを議論する「観光戦略実行推進会議」では、直近（7月27日）開催時、主に以下の2点について議論

- ① 旅行消費の増加に向けた取り組み
(特に世界的な富裕旅行者の獲得に向けた上質な観光地の整備の取り組み)
- ② 休暇の分散、ワーケーションの推進に向けた取り組み

上質な観光地の整備に向けた推進体制の整備

観光庁 休暇の分散化と新しい旅行スタイルの普及

- 質の高いサービスを求める観光客を受け入れていくためには、地域の観光の質の向上が必要。
- 世界レベルの宿泊施設の誘致やコンテンツの造成・磨き上げ等を支援していく。

上質な観光地の整備に向けた官民連携の推進体制

- 有識者
- 観光コンテンツ事業者
- 世界レベルの宿泊施設
- ティバロッパー
- 金融機関
- 関係省庁
- 等

世界レベルの宿泊施設の整備支援



地域の観光資源の掘り起こし、体験コンテンツの造成・磨き上げ支援



自治体と宿泊施設との関係構築支援



地域の宿泊施設受入体制の整備支援



快適な移動の実現



※ 上記に加えて、人材育成を行うほか、日本政府観光局（JNTO）は、富裕層向けの見本市（I L T Mカンヌ等）等に引き続き参加し、プロモーションを実施する。

- Go to トラベルキャンペーンの広報の中で、感染リスクの低減に資する休暇の分散化、ワーケーションなどの新しい旅行スタイルの普及を図る。
- 同時に、観光地や宿泊施設において、「新しい旅行スタイル」を実施するためのコンテンツ整備、受入環境整備を進める。

目的

休暇の分散化

→ 企業への働きかけと国民への呼びかけ・周知が必要

POSITIVE OFF



手段

休暇の分散化を進めるため新しい旅行スタイルを普及

→ ワケーション、プレジャー及びサテライトオフィス需要に対応した環境整備、滞在型旅行実現のためのコンテンツ整備

- * ワケーション … テレワークを活用し、リゾート地・温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事を行う。
- * プレジャー … 出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇も楽しむ。
- * サテライトオフィス … 企業または団体の本拠から離れた所に設置されたオフィス。
- * 滞在型旅行 … 平日を含む一定期間、好きなところに滞在して、地域の自然、食事、文化を体験し、学び、楽しむ。

