

成長型経済を牽引する「強靱な観光地域づくり」の推進に向けて ～激変する環境に対応し、官民連携で新たな付加価値創出を～

2026 年 6 月 19 日
日本商工会議所

【基本的な考え方】

わが国経済は、成長型経済への転換に向けた好機を迎えているが、昨今の国際情勢などの不確実性の高まりにより、停滞の危機に直面している。

こうした中で、観光は、日本経済の成長を牽引する不可欠なエンジンであり、2025 年の訪日外国人旅行者数は約 4,268 万人、消費額は約 9.5 兆円に達し、国内旅行消費額は約 26.8 兆円に及ぶなど、わが国経済を支える基幹産業へと拡大している。

一方、旺盛な観光需要は特定地域に偏在しており、その恩恵が地域に十分に浸透していない。加えて、深刻な人手不足や物価高騰に伴う供給制約が地域経済の足かせとなり、観光関連事業者の収益力強化や住民の生活水準の向上に結びついていない。

さらに、中東情勢等の地政学リスクに伴う国際的な人流の抑制、エネルギー・原材料価格の高騰等による先行きの不透明感が旅行消費を減退させ、地域経済の中核である観光産業に深刻な影響を及ぼしている。加えて、歴史的な超円安により、日本人の海外旅行者数は未だコロナ前の水準まで回復していない状況にある。

こうした局面においてこそ、歴史や文化、自然、食等の豊富な地域資源をはじめとする、わが国の観光が有する質の高さを最大限に活かし、観光が新たな付加価値を創出することで、観光需要による恩恵を地域経済の隅々まで波及させ、観光の基幹産業化を通じて次世代への投資が自律的に循環する「強靱な観光地域づくり」に注力することが求められる。

同時に、地域の住民および事業者が経済的な豊かさを実感できる体制を構築する必要がある。観光産業の持続的発展に向けて、観光を通じて地域の価値を再発見し、住民が郷土への誇りと愛着を深めるとともに、住民・来訪者・事業者を惹きつける「住んで良し、訪れて良し、働いて良し」という三方良しの観光産業を実現しなければならない。

地域総合経済団体である商工会議所としても、自治体やDMO、地域の事業者等と一体となり、観光地域づくりに全力で取り組む所存である。

目 次

【重点要望】中東情勢の影響下で自己変革に挑む観光関連事業者への強力な後押し	・・・3
---------------------------------------	------

I. 観光の基幹産業化に向けた観光地域づくりの推進

1. 観光の「稼ぐ力」を最大化する高付加価値創出型産業への転換……………5
2. 地域のウェルビーイング向上に向けた歴史・文化資源の活用促進……………7
3. スポーツ、映画・マンガ・アニメ等のコンテンツを核とした観光誘客の取組み支援……………9
4. 閑散期や平日の需要創出を通じた観光の分散化・平準化の促進……………11
5. 地方誘客の促進に向けた二次交通網の拡充と利便性向上……………13

II. 地域一体となった観光地域づくりの体制強化

1. 官民連携による観光地域づくりの推進体制の強化……………15
2. 観光産業の高付加価値化に向けた人材の確保・育成……………16

III. 観光産業の持続的発展に向けた環境整備

1. 災害対策等による危機管理強化、安全・安心な滞在環境の整備……………19
2. デジタル技術・AI・ビッグデータを活用した観光ビジネスの変革促進……………21
3. 観光関連事業者の経営基盤の再生・強化……………22

【重点要望】中東情勢の影響下で自己変革に挑む観光関連事業者への強力な後押し

中東情勢の影響に伴うエネルギー・原材料価格の高騰や資材の供給不足、国際的な人流の抑制は、わが国の観光産業に深刻な影響を与えている。観光産業は、宿泊や飲食、運輸、農林水産など裾野が極めて広く、その影響は地域経済全体に及んでいる。

原油価格の高騰に伴う維持管理コスト増はもとより、石油化学製品の供給不足により、厨房等で使用するゴム手袋や食品の梱包資材が不足している等の声も聞かれる。加えて、肥料・飼料等の価格高騰による食材調達の圧迫が懸念されるなど、複合的なコスト増・流通の目詰まりによる供給不足が観光産業全体に大きな打撃を与えている。

さらには、航空便の燃油サーチャージの高騰、地政学リスクに伴う旅行需要の減退が顕在化しており、好調なインバウンド需要やアウトバウンドに冷や水を浴びせている。

国は、石油化学製品の安定確保および早期の目詰まり解消、機動的な資金繰り支援、需要喚起等の当面の支援に万全を期すとともに、影響が長期化する場合には、中長期的な経営基盤強化に資する調達先の多角化や、省エネ設備導入など、中東情勢の影響を克服すべく自己変革に挑む観光関連事業者への時勢に即した支援策を講じられたい。

- 石油化学製品の安定的な確保および早期の目詰まり解消
- 光熱費やリネン代、物流費等の高騰の影響を受ける観光関連事業者への支援
- 航空燃料価格の抑制に向けた対応強化
- エネルギー・原材料価格高騰分の旅行商品価格や宿泊料金等への適切な価格転嫁および取引適正化の推進
- エネルギー・原材料価格の高騰や供給不足の影響を受ける観光関連事業者に対する、きめ細かな相談体制の整備および迅速かつ的確な情報提供
- 影響を受ける観光関連事業者の資金繰り・資金調達や賃上げに支障が生じない万全の支援体制の構築
- 販路開拓やビジネスモデル転換に挑戦する観光関連事業者への支援強化
- 調達先の多角化や代替素材への切替え、共同調達の仕組み構築等に取り組む観光関連事業者への支援
- 省エネ設備導入に向けた税財政面における支援

《中東情勢の影響に関する観光関連事業者の声》



飲食業（長野県）

- 4月中旬から燃料や食材価格が上昇している。備品類も「2～3カ月先の納品が確約できない」「新規受注を停止せざるを得ない」など出荷制約が出始めており、事業運営の先行きが極めて不透明な状況に陥っている。
- 燃料の将来取引価格の事前交渉や長年取引のある仕入先との連携で対応を進めているが、価格転嫁は客離れにも繋がりがねないため、単純な値上げは避け、提供内容やサービスの全体バランスを見直すなど慎重な対応を強いられている。
- 地政学リスクを考慮し、今後は中東依存を減らした調達網の再構築を目指す。影響が長期化・深刻化する場合、国には外交努力とともに、コロナ禍と同等の支援を求める。



宿泊業（茨城県）

- 食料品や消耗品の仕入価格が平均約20%上昇したことに加え、重油価格も従来の8～9万円/klから15万円台/klに急騰しており、施設運営コストの大幅増に直面。
- 重油やナフサ原料の消耗品のうち、真空パックの入荷が極めて不安定になっており、セントラルキッチンやおせち用の確保に向けた交渉が急務となっている。
- 価格高騰や供給難を乗り越えるため、既存の発注先を抜本的に再検討する。WEB購買など幅広い手段を活用して新たな調達ルートを開拓し、安定的な仕入体制の構築を図ることとしている。



旅客運送業（香川県）

- 燃料高騰が業界全体を直撃しているが、労働集約型であり、燃料や人材の代替が利かない構造的な困難に直面している。
- アイドリングストップの徹底や、給油制限（満タンにせず6～7割の給油で対応）による重量軽減・燃費改善など、現場での地道な燃費改善の努力によって耐え忍んでいる。
- 影響が長期化した場合、人材確保に逆行する「歩合率の引き下げ」など、従業員負担増となる苦渋の決断を迫られることになり、非常に苦しい。

I. 観光の基幹産業化に向けた観光地域づくりの推進

1. 観光の「稼ぐ力」を最大化する高付加価値創出型産業への転換

観光は、地域経済にとって域外需要を獲得するうえで極めて重要な役割を担っており、その波及効果は地域全体、ひいてはわが国の雇用や投資、インフラなど、経済基盤を支える中心的な産業（基幹産業）である。

一方で、インバウンド需要は依然として三大都市圏や一部の有名観光地に偏在・集中している。2025年の訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数は1.4泊に留まり、第4次観光立国推進基本計画の目標である2.0泊を下回るなど、観光がもたらす恩恵が地域経済に十分に行き届いていない。

また、観光産業（宿泊業・飲食業）が生み出す付加価値額は、年々増加傾向にあるものの、従業員1人当たりの付加価値額（労働生産性）は他産業と比較して低水準にあることに加え、1企業当たりの付加価値額においても大都市圏と地方部では大きな格差が生じている。

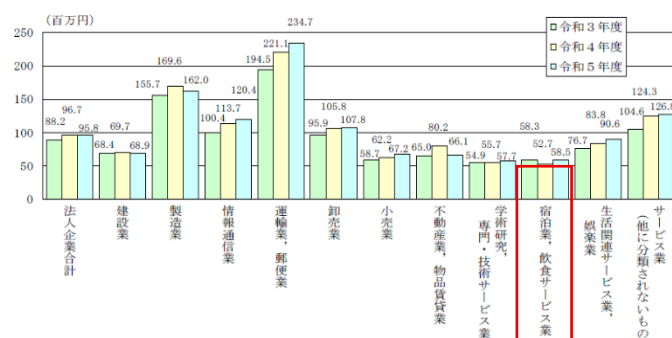
人手不足が深刻化する中、労働集約型である観光産業が収益力を向上させるためには、高付加価値創出型産業に転換し、「稼ぐ力」を高めることが不可欠である。しかしながら、経営資源に制約のある中小・小規模事業者の取組みには限界があることから、地域一体となって良質な観光コンテンツを形成・提供し、地域全体の収益性向上を目指す取組みが極めて重要である。

観光需要の一層の獲得に向け、各地商工会議所では、観光による消費の拡大効果に着目し、歴史や文化、自然、食等の地域資源を活用した地域ブランド形成による新たな需要創出や、観光と地域産品開発等を一体的に捉える視点のもと、地域の独自性や個性を活かした、観光産業と他産業群との連携による地域の魅力向上に取り組んでいる。

また、歴史的な超円安や不安定な国際情勢を背景とした海外渡航の停滞は、足元の国内需要を掘り起こす好機であり、地域の観光資源を磨き上げ、国内の潜在的な旅行需要を取り込むことが求められる。

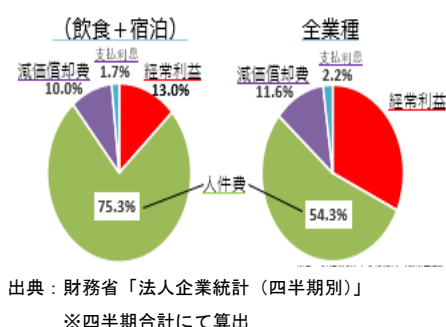
国は、こうした地域一体になった取り組みや地域ブランドの形成・活用をはじめ、地域に人と投資を呼び込む取組みを強力に後押しされたい。

【図表1】中小企業（法人）の1企業当たりの付加価値額

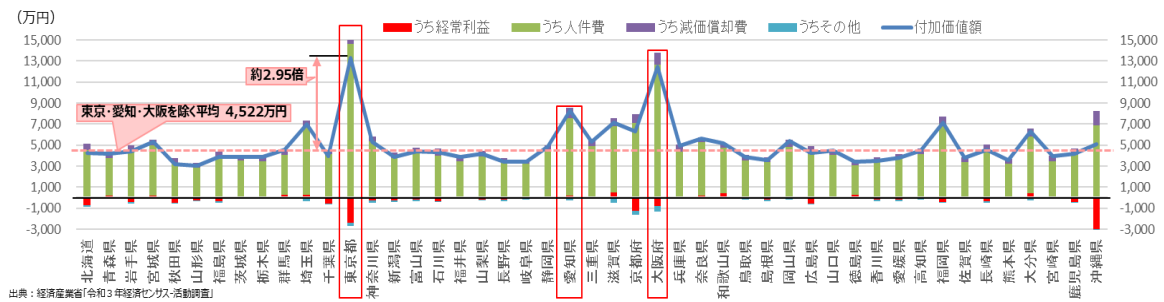


出典：中小企業庁「令和5年中小企業実態基本調査」（2024年3月）

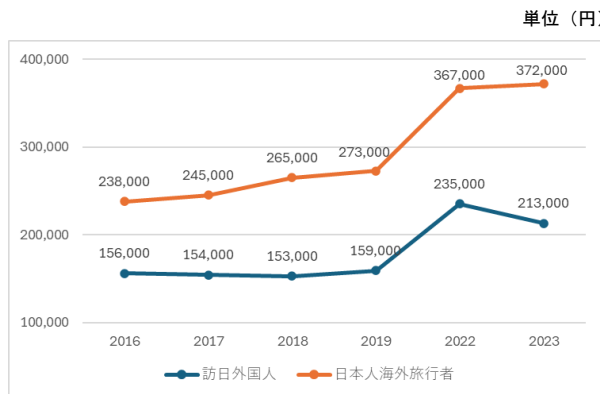
【図表2】付加価値額の構成比



【図表 3】都道府県別 1 企業あたり付加価値額の内訳（飲食+宿泊（法人のみ）、2021 年）

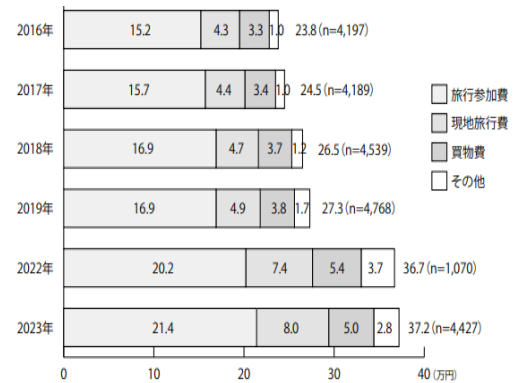


【図表 4】訪日外国人旅行者と日本人海外旅行者
一人当たり支出額の推移



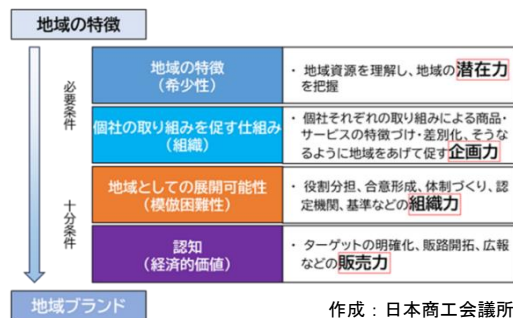
出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」および一般社団法人日本旅行業協会「数字が語る旅行業」を事務局加工
※万円単位を四捨五入

【図表 5】日本人海外旅行費用の推移

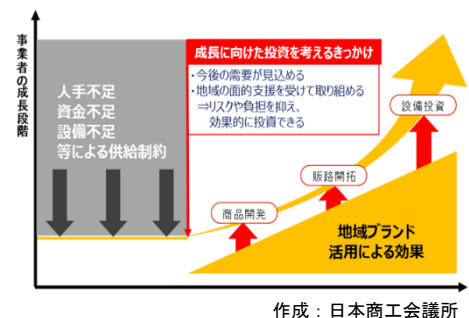


出典：一般社団法人日本旅行業協会「数字が語る旅行業」

【図表 6】地域の特徴を「地域ブランド」に
昇華させるために必要な 4 つの要素



【図表 7】地域ブランド活用による事業者の
成長イメージ



【事例】 児島ジーンズストリート 【児島商工会議所(岡山県)】

- 商工会議所や地場産業であるジーンズメーカー、商店街等が連携し、中心市街地の空き店舗対策としてジーンズ関連ショップを誘致する推進協議会を設立。
- 年間 6～7 千人程度であった来街者は、年間約 25 万人まで増加し、購買率の高い観光地に転換した。
- 来街者増による効果を面的に波及させるべく、繊維産業と観光を融合させたコト消費（製造工程や歴史体験）による『産業観光』の推進によるまちづくりに取り組んでいる。



▲ジーンズミュージアム



▲児島学生服資料館・児島特銘館

【事例】スローライフを体感するリトリート体験プログラムの造成

【大野商工会議所(福井県)】

- 商工会議所では、インバウンドの富裕層をターゲットに、地域に根付く文化を活かした長期滞在型プログラム「大野微住」を造成。
- 「微住」とは、移住でも旅行でもなく、一定期間その土地で暮らすように旅するスタイルのこと。伝統工芸、宗教、醸造業、農業等の従事者との深い交流を提供し、「ありのままの地域に対する理解」を深め、リピートに繋げている。
- モニターツアーでは、神事体験や郷土料理作り、伝統芸能等の体験を提供。参加者からは「本来の地方の暮らしが体験できた」と好評を得ている。



▲伝統工芸「七宝焼き」の製作体験



▲醤油作り体験

2. 地域のウェルビーイング向上に向けた歴史・文化資源の活用促進

各地域が継承してきた歴史的建造物や史跡、自然、景観は、他の地域が模倣することができない唯一無二の「地域のレガシー」であり、観光資源に留まらず地域の歴史を学ぶ拠点として住民の郷土愛を醸成し、ウェルビーイングの向上に寄与する「ランドマーク」の役割を担う重要な地域資源である。

一方、多くの地域では、損傷リスクの回避等による保護の観点が先行し、いまだ埋もれている有形・無形の文化財が数多く存在する。文化財は、保全や再建のための規制や担い手不足が障壁となり、十分な活用が進まず、旅行者や地域住民にその歴史的・文化的価値を伝えきれていないケースが多い。

文化財が観光資源のみならず郷土愛やウェルビーイングの源泉としての役割を発揮するためには、他の地域資源と結び付けたストーリー構築や、ガイドや担い手となる人材の確保等により、文化財の積極的な活用を推進することが必要である。

国は、地域が長年にわたり受け継いできた有形・無形の文化財の再現・活用プロジェクトの事業化を強力に支援するとともに、歴史的建造物の再建にあたっては、地域の意向を反映するための透明性を確保しつつ、関連規制を緩和すべきである。

また、文化財の保存と活用を両輪とする文化観光の推進に向け、地域一体となった体制づくりへの支援に加え、地域に点在する文化財をストーリーとして繋ぎ、地方誘客を促すなど、地域間連携も強力に後押しすべきである。

■具体的な要望項目

- ①地域のレガシーである、歴史的・文化的建造物の復元および復元的整備への支援（調査研究から事業化までの国による一貫した支援の強化）
- ②国指定史跡や文化財等の利活用促進に向けた、文化財保護法における基準の弾力的な運用と各種規制の緩和（維持措置の拡大、保存活用計画の有無によらない現状変更の届出制への変更等）および地元官民の総意を尊重した透明性あるプロセスの確保

- ③2019 年度に創設された「文化財保存活用地域計画」の策定・認可の加速化
- ④世界遺産や国宝等を早朝・夜間に体験する取組み等の一層の推進
- ⑤公共空間の柔軟な活用およびユニークベニユーの推進(利用に係る文化財保護法や建築基準法、火災予防条例等の申請手続き簡素化に向けた手続きの一元化等)
- ⑥「日本遺産」認定地域における観光コンテンツ造成、施設・設備等の活用に向けた環境整備および情報発信等への支援
- ⑦「100 年フード」認定食文化の普及に向けた、地域の産業界や農林水産業者を巻き込んだコンテンツ造成等への支援
- ⑧地域の歴史・文化資源等に深い知識を有する、質の高い地域観光ガイドの育成支援（シニア世代の登用・活用、ご当地検定運営・情報発信支援等）
- ⑨歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進（専門家派遣、歴史的建造物の改修・再建および周辺環境の整備に対する支援、歴史的風致維持向上計画の策定推進）
- ⑩文化観光推進法に基づき、文化拠点機能強化・文化観光推進プラン等による有形・無形の文化財をはじめとした文化資源等を活用した観光まちづくり（ハード・ソフト） への一層の支援
- ⑪自治体等有する地域の歴史や文化等に関するコンテンツのデジタルアーカイブ化と利活用促進（掲載項目や解説等コンテンツの充実、検索機能の強化、学校教育への活用等）、およびインバウンドによる利活用も視野に入れたスマートフォンアプリとの連携・対応（多言語対応・GPS 連動等）の推進
- ⑫企業版ふるさと納税の拡充（本社所在地自治体への寄附の対象化）

【事例】寺院の開放等による郷土愛醸成に向けた取組み

【福岡商工会議所(福岡県)】

- 商工会議所では、博多に所在する由緒ある寺院・名刹に対し、行政や民間事業者等と連携し、一般参拝・拝観を広げていくための働きかけを実施。
- 枯山水の石庭特別拝観や茶道・座禅等のガイド付き限定体験に加え、拝観料の適正化や特別御朱印など、寺院の収入向上に資する施策を提案。
- また、寺院の課題である一般客の受入体制整備についても共同で検討を進めることにより、寺院の開放性を高め、市民の認知度向上や郷土愛醸成、交流人口の拡大につなげる。



▲寺院での座禅体験



▲茶道体験

【事例】伝統工芸を活用したインバウンド向けコンテンツの造成

【高岡商工会議所(富山県)】

- 商工会議所が中心となり、海外の伝統工芸品愛好者をターゲットに、高岡の伝統工芸、歴史文化を体感できるツアーを企画。
- ツアーでは、非公開の伝統工芸士の工房や、重要伝統的建造物群保存地区を訪問し、地域が紡いできた歴史を体感できる。
- 本取組みを起点に、商工会議所では、重要伝統的建造物群保存地区を単に「見学する」だけでなく、地域全体を一つのテーマパークのように楽しむ構想を策定し、域内周遊の取組みへの昇華を進めている。



▲伝統工芸士による説明



▲重要伝統的建造物群保存地区

3. スポーツ、映画・マンガ・アニメ等のコンテンツを核とした観光誘客の取組み支援

各地域では、スポーツを通じた交流人口の拡大と地域経済への波及効果に着目し、スポーツチームやファンをはじめとする地域住民、経済界からのニーズを背景として、スタジアムやアリーナ建設を進める動きが活発化している。

まちづくりと一体となったスタジアム・アリーナ建設は、まちの賑わい創出や地域に経済波及効果をもたらすのみならず、同施設を拠点とするスポーツチームと地域社会の結びつきを強化し、地域のシンボルとして定着することで、ひいては住民の郷土愛の醸成に大いに寄与する。

スタジアムやアリーナが地域社会にもたらす多面的な効果を踏まえ、当該施設の整備に係る官民連携プロジェクトを後押しするため、国は、施設整備等に関する民間のノウハウ活用や、構想から運営に至る一貫した支援体制を構築するとともに、税財政支援を強化すべきである。

スポーツと並び、現在、世界中から高い関心を集める、わが国のマンガやアニメ等も強力な観光誘客のコンテンツとして注目されている。

各地域では、作品のゆかりの地（聖地）を起点とする観光需要の増加に着目し、映画やマンガ、アニメ等を活用した観光まちづくりの取組みが活発化している。

一方で、映画やマンガ、アニメ等は、誘客の起爆剤となる反面、一過性のブームに留まる懸念もあることから、地域に永続的な価値をもたらす観光資源とするため、アーカイブ施設の整備等に取り組む地域への支援とともに、事業活動の障壁となる海賊版等の権利侵害を抑止するための取締り強化や違法動画を視聴しない社会全体の意識醸成も不可欠である。

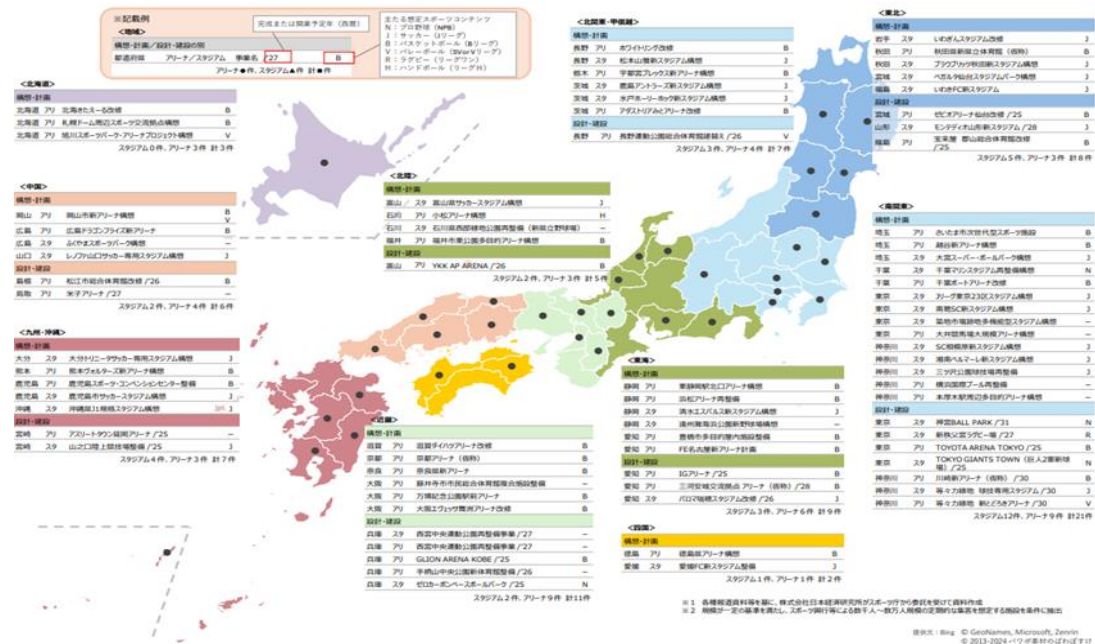
また、世界的に注目度が高いコンテンツの映画化等においては、ロケ地誘致を巡り、各国政府が制作者に対し、強力な財政支援を講じるなど、熾烈な国際競争が展開されることから、国内誘致に向けた取組みを強化すべきである。

■具体的な要望項目

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">①地域に多様な効果をもたらすスタジアム・アリーナ整備への支援（構想から事業化までの国による一貫した支援、多機能化・複合化に対する支援等）②「知的財産推進計画 2025」で決定された「コンテンツと地方創生の好循環プラン」に基づく、コンテンツ地方創生拠点の連携促進と発信強化③映画コンテンツ等の国内ロケ誘致に向けた税財政支援等の強化（コンテンツ産業成長投資支援事業等による一層の支援、制作費に対する税制優遇措置の適用等） |
|--|

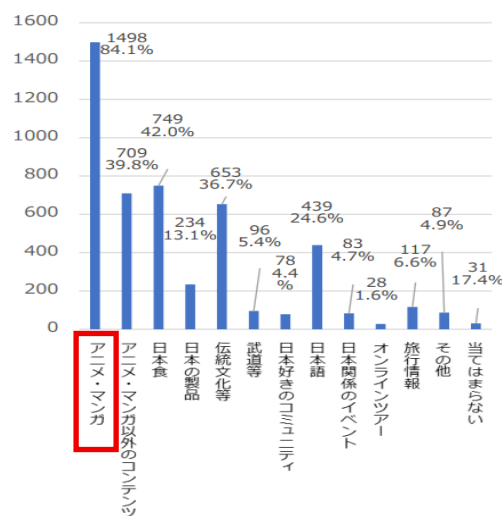
- ④コンテンツを活用した誘客事業に対する税財政支援（企業版ふるさと納税の活用等）
- ⑤海外のインフルエンサーやファン等の招聘を通じた、聖地を巡るモニターツアーの実施支援
- ⑥マンガ・アニメ等の製作関連物の保全・活用（原画等を保存・展示するアーカイブ施設の整備等）
- ⑦海賊版サイトやリーチサイトの取締り強化、文化庁が提供する海賊版対策情報ポータルサイトおよび海賊版被害に関する相談窓口の周知

【図表 8】全国のスタジアム・アリーナの新設・建替構想（2025 年 1 月時点）



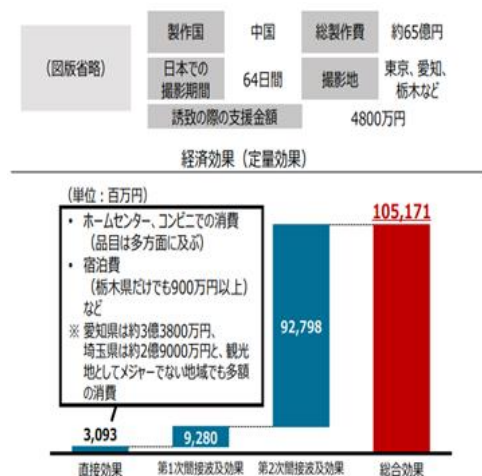
出典：スポーツ庁資料（2025 年 1 月）

【図表 9】外国人が日本を好きになった体験



出典：内閣府「令和 6 年度 日本の魅力に関する外国人の行動・意識調査」（2025 年 3 月）

【図表 10】ロケ誘致による経済効果例



出典：経済産業省「第 10 回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会」資料（2026 年 1 月）

【事例】 スポーツ・温泉等を活かした観光拠点づくり～皆生温泉まちづくり会議～
〔米子商工会議所(鳥取県)〕

- 米子市の皆生温泉では、若手旅館経営者を中心とした皆生温泉まちづくり会議により、官民連携でリブランディングに取り組んでいる。
- サイクリングやマリンアクティビティ、温泉を生かしたスポーツ・健康などに結びつけたコンテンツ造成や、利便性向上に向けた交通・通信インフラの整備に取り組んでいる。
- 他地域との利益連携にも積極的に取り組み、「山陰観光の中心」としての拠点機能を強化し、宿泊者の取り込みを目指している。



▲同温泉はトライアスロン発祥の地



▲同温泉を拠点とした広域連携イメージ

【事例】 アニメを活用した地場産業の振興と観光誘客
〔多治見商工会議所(岐阜県)〕

- 多治見市を舞台に、美濃焼と女子高生を描いたアニメを地場産業の振興に活用すべく、地元関連団体による「活用推進協議会」を設立。
- アニメ放映前からフリーコミック配布を通じた住民の自分事化を推進し、地域一体でファンを迎え入れる「聖地」の土壌を早期に確立。
- 地場産業の美濃焼を観光の主役に据え、劇中に登場する器を地元窯元が再現・商品化したほか、アニメを機に訪れた来訪者が作陶体験を行う流れを構築。アニメ放映後もラッピングバス運行や声優イベントを継続し、一過性のブームを回避する工夫に取り組む。



▲県庁に設置されたギャラリー



▲ラッピングバス

4. 閑散期や平日の需要創出を通じた観光の分散化・平準化の促進

インバウンド需要は三大都市圏や有名観光地への偏在が加速していることに加え、国内の観光需要についてもゴールデンウィークやシルバーウィーク、年末年始等の特定の時期に集中している。

観光需要が特定の地域や時期に偏在することは、混雑・交通渋滞による旅行者の満足度低下を招くとともに、就業者の労働環境の悪化や生産性低下等の要因となる。観光産業における人材確保・育成、生産性向上、サステナブルツーリズムの実現を図る観点から、観光需要の分散化・平準化を図ることは極めて重要である。

地域では、ラーケーション（親子による平日の校外体験・探究制度）等を通じた地域独自の休暇設定や、アフタープログラムを組み込んだMICE誘致等に取り組むケースがある。

国は、閑散期や平日の需要拡大に向けて、地域資源を活用した滞在型コンテンツの造成や、スポーツ・マンガ・アニメ等のコンテンツを活かした新たな需要創出、ビジネス需要の喚起、シニア世代やインバウンドの誘客拡大の取り組みを促進すべきである。

また、旅行満足度を高め、国民生活の質の向上を図る観点から、行政や教育機関をはじめ広く社会を巻き込んだ「休み方改革」を推進すべきである。

■具体的な要望項目

- ①ラーケーション等、地域で独自の休暇を設定する取組みのさらなる推進
- ②シニア層やインバウンド等、平日需要の喚起に向けた観光コンテンツ造成への支援
- ③観光施設や宿泊施設等のバリアフリー化や「心のバリアフリー認定制度」の普及促進等を通じたユニバーサルツーリズムのさらなる推進
- ④MICE 誘致によるビジネス需要喚起（国内 MICE 施設による国際認証の取得支援、国内認証の標準化推進、アフターコンベンション企画の作成支援等）
- ⑤ビジネス客の長期滞在促進（ワーケーションプログラムの造成、サテライトオフィスの設置等によるデジタルノマドの受入体制強化等）
- ⑥各地域への修学旅行や研修旅行等の誘客・分散化を推進する支援策の拡充
- ⑦旅先納税（ふるさと納税制度の仕組みを活用し旅先で地元自治体に寄付ができる仕組み）の利用促進（好事例共有、ポータルサイトによる情報提供等）
- ⑧食品ロス削減推進法に基づく食品廃棄物等の発生抑制の取組みに関する、観光事業者への普及・啓発の促進（ビュッフェ・スタイルによる食事提供、シニア層など量を求めない顧客向けの選択メニュー設定の推進、地域での泊食分離の推進等）
- ⑨ハラル認証の取得など、多様な文化・生活習慣に配慮した受入環境整備への支援（設備投資に係る税財支援、専門家によるセミナー開催、認証取得手続きおよび費用支援）
- ⑩観光客増加に伴うマナー違反や混雑、住民生活・環境悪化の未然防止・抑制による持続可能な観光の推進
- ⑪アジア競技大会・アジアパラ競技大会（2026 年・名古屋）、GREEN×EXPO 2027（2027 年・横浜）の開催を契機として地方誘客に取り組む商工会議所等への支援

【事例】丸亀市キッズウィーク 〔丸亀商工会議所(香川県)〕

- 商工会議所や市、観光協会等で構成する丸亀市キッズウィーク推進協議会では、毎年 10 月の第 3 月曜日を「丸亀こどもデー」に設定するとともに、保護者にも休暇取得を促している。
- 土日を含む期間を「丸亀キッズウィーク」とし、地域事業者の協力のもと、丸亀城を会場とした仕事体験など親子で参加可能なイベントを多数開催している。2025 年には市外の動物園やキャンプ場など近隣地域の施設等も加わり、114 企業・団体が参加した。
- 本取組みに理解を示す地域住民・企業等の増加により、旅行など新たなイベントの企画など関係者の郷土愛醸成に繋がっている。



▲イベントに参加する子供たち



▲イベントの PR チラシ

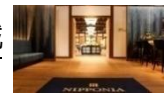
【事例】 地域食文化を活かしたMICE関連需要の取り込み
〔佐原商工会議所(千葉県)〕

○商工会議所では、MICE主催者や行政、地域の事業者等と連携し、学会やビジネスイベントに合わせて、参加者をアフターコンベンションツアーに誘導。



▲小江戸さわら舟めぐり

○ツアーでは、佐原の町並み散策や舟めぐり、老舗酒蔵を再利用したレストランでの食事など、歴史的・文化的資産を観光コンテンツに昇華させ、地域資源を活用した需要創出に繋げている。



○MICEの取組みが発酵食等への動機づけになり、ガストロノミーツアーやビーガンツアーにも繋がっている。

▲フレンチレストラン

5. 地方誘客の促進に向けた二次交通網の拡充と利便性向上

国内観光およびインバウンド需要を全国に波及させ、地方誘客を実現するためには、行政区域の枠を越えて広域周遊を促す民間主導の取組みを推進することが不可欠である。

一方で、多くの地域では、バスやタクシー等の自動車運転従業者が深刻な人手不足に直面していることに加え、燃料価格の高騰が直撃し、バス等による定期観光や路線維持が極めて困難な状況にある。

こうした現状を打破し、大都市等の主要拠点を結ぶゴールデンルートから周辺地域への広域周遊を促すためには、交通網の整備や地方航空路線の活性化に加え、鉄道・バス・レンタカー等の地域交通ネットワークの最適化を踏まえた、二次交通の一体的な整備が不可欠である。あわせて、道の駅等を、観光や物流、防災、地域情報発信を担う地域のハブとして位置づける視点も重要である。

旅行者がストレスなく快適に移動できる環境の整備に向け、国は、国際観光旅客税を活用し、広域からの来訪者を増加させるインフラ整備の促進（広域的地域活性化基盤整備計画への支援拡充等）や、地域の実情に即した行政区域を越える広域観光の推進、地域公共交通の維持に向けた国および自治体による一層の支援、MaaSや公共ライドシェアの推進等によるソフト面の整備も一体として取り組み、観光コンテンツの造成やまちづくり等と連携した需要創造を図るべきである。

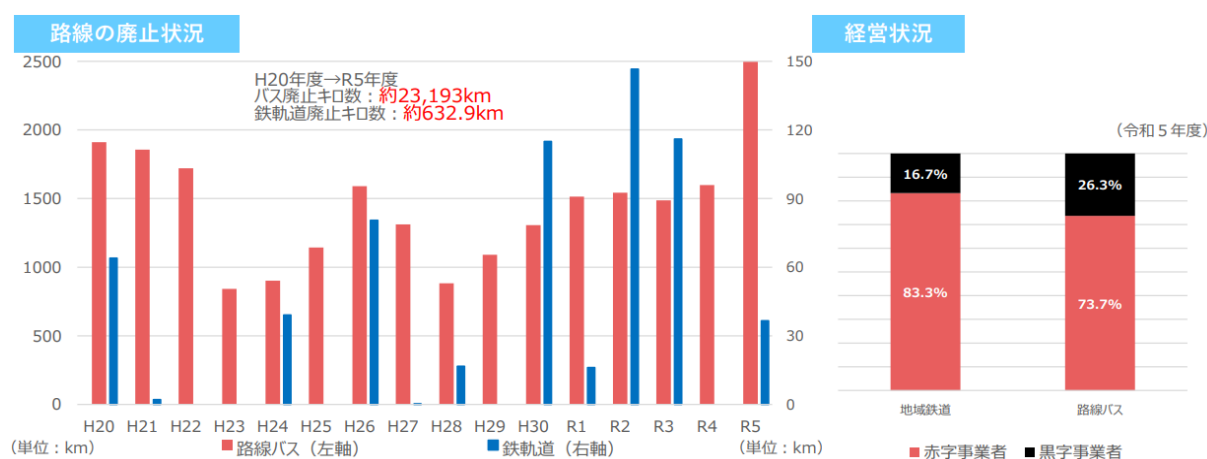
■具体的な要望項目

- ①国際観光旅客税を活用した、広域からの来訪者を増加させるインフラ整備事業への支援（広域的地域活性化基盤整備計画への支援拡充、インバウンド向けチケットングサービスの充実等）
- ②地域の実情に即した広域交通の基盤整備（道路運送法第20条2項に基づくタ

クシーの営業区域外旅客運送や交通空白地有償運送の推進、地域交通事業者と連携した日本版ライドシェアのさらなる導入支援等)

- ③Ma a S等、旅行者の利便性向上に資するモビリティの導入に向けた、広域かつ需要創造と一体となった地域および事業者による取組み支援
- ④税関審査と入国審査手続きの統合やD X化、情報の事前登録(Visit Japan Webの利便性向上等)の推進による入国手続きの迅速化(第5次観光立国推進基本計画で示された、入国審査待ち時間20分以内の実現)
- ⑤地方誘客・リピーター獲得に資する地方航空路線の維持・拡大への支援(地方空港を活用した国際交流の促進、空港と都市を結ぶ二次交通の充実・強化、コロナ禍で深刻な影響を受けたコンセッション空港の経営基盤安定(資本基盤の回復を含む)に向けた再建支援、空港利用時間の拡大等)
- ⑥空港におけるグランドハンドリング強化に向けた人材確保・育成支援およびD X化支援
- ⑦地域公共交通の維持に向けた国主導かつ自治体の意向を踏まえた、より踏みこんだ支援(公設民営(上下分離方式の導入)や、公設民託(民間企業への運行委託)といったスキームの導入・検討、鉄道・バス等の多様なモードの連携促進・共存等)、地域公共交通路線維持に向けた財源の確実な確保、鉄道・バス等のモビリティ関連省庁の連携強化
- ⑧旅行者の利便性向上に資する輸送手段の充実(インバウンド対応型バスやユニバーサルデザインタクシー、ジャンボタクシーの導入・更新等への支援)
- ⑨バスや地方鉄道等の地域交通インフラを、レストランバスやイベント・食事列車等の観光コンテンツとして高付加価値化する取組みへの支援
- ⑩クルーズ旅客受入に向けたC I Q体制の強化、寄港地や受入設備の整備支援
- ⑪広域周遊・域内周遊の促進と観光消費の拡大に資する公共交通や高速道路等の料金低減措置への支援

【図表 11】バス路線・鉄軌道の廃止状況／バス・鉄道事業者の経営状況



出典：国土交通省「地域公共交通の現状」(2025年6月)

【事例】 JRと連携した域内周遊の促進
【奈良商工会議所(奈良県)】

- 商工会議所が、JR西日本や奈良県と連携し、鉄道を利用した同県中南部への周遊観光・滞在促進プロジェクト「なら SLOW & LOOP」を開始。
- 県内3路線が自由に乗降でき、沿線の酒蔵での特典付きデジタルパスを発売しているほか、駅前でマルシェイベントなども実施。
- 同県が「日本清酒発祥の地」であること、沿線に酒蔵が点在することなどから、鉄道と様々な自然景観や歴史文化資源を結び付けた新たなコンテンツ造成に取り組んでいる。



▲“ゆるっと（SLOW）、ぐるっと（LOOP）めぐる”がコンセプト

【事例】 軽井沢と小諸を含めた新たな観光エリアを構想
【小諸商工会議所(長野県)】

- 商工会議所を中心に、軽井沢から25分という立地を活かし、軽井沢と小諸を含めた新たな観光エリアを構想。
- 2025年11月から、軽井沢からの誘客・小諸駅を中心とした周遊バスの運行を開始。ウイスキー蒸留所・ワイナリー等の観光資源の組み合わせにより、市域を越えたまちなか周遊・滞在を促進。
- 交通網整備と合わせた需要喚起として、グルメマップの作製と域外の人も使えるデジタルクーポンの配布を行っている。



▲デジタルクーポンチラシ



Ⅱ. 地域一体となった観光地域づくりの体制強化

1. 官民連携による観光地域づくりの推進体制の強化

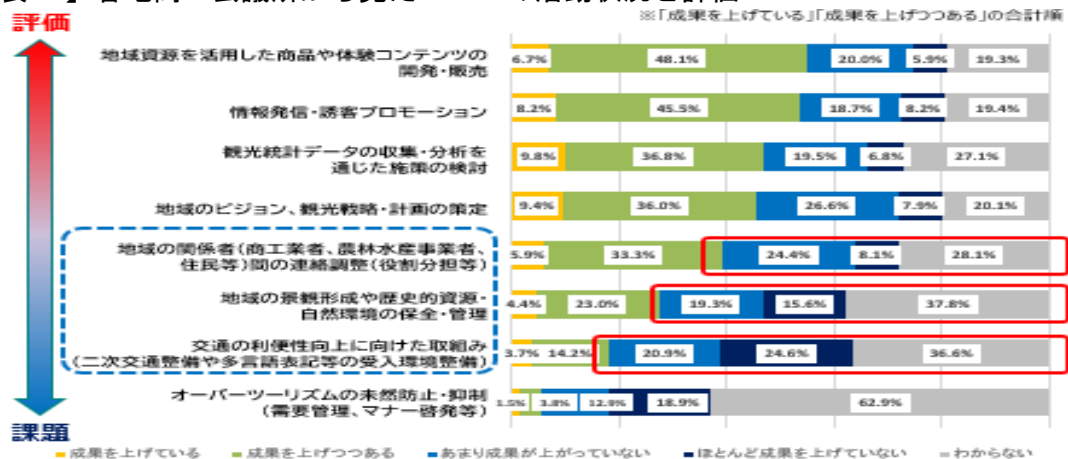
国は、第5次観光立国推進基本計画（2026年3月27日閣議決定）において、「観光地域づくり法人（DMO）」を、自治体や観光事業者等との協働のもと、地域の実情に即した戦略的な観光地域づくりを担う司令塔と位置付け、同法人の登録を推進している。

現在、350件のDMOが登録されているが（2026年4月1日現在）、日商調査によれば、多くの商工会議所がDMOの事業活動に参画する中で、各地商工会議所からは「コンテンツ開発・販売」「プロモーション」を比較的高く評価する一方で、「地域関係者間の連絡調整」「地域の景観形成、歴史的資源や自然環境の保全」「交通の利便性向上」などを課題とする指摘が多い。

地域の観光戦略の実効性を高め、DMOの自立化を促進するためには、産業界の積極的な参画による地域間の連携を強化する視点が不可欠であること

から、国は、地域の観光戦略に位置付けられた産業界および民間事業者によるプロジェクトに対する支援を強化すべきである。

【図表 12】各地商工会議所から見たDMOの活動状況と評価



出典：日本商工会議所「観光振興とまちづくり、地域交通の現状に関する実態調査」(2025年5月実施)

【事例】多様な業種・事業者への受益の波及 [近江ツーリズムボード[彦根商工会議所](滋賀県)]

- 商工会議所では、滋賀県湖東地域の経済・文化を観光によって活性化させることを目的に、地域連携DMO「近江ツーリズムボード」を設立。
- 商工会議所が会員企業や近隣商工会議所等に呼びかけ、多様な企業が参画し、観光産業だけでなく、より裾野の広い「集客産業」による地域経済活性化に取り組んでいる。
- 圏域のブランディングと、旅行商品や滞在コンテンツの造成、新商品やARを活用した観光アプリ開発等を通じて、観光客は満足度向上、市民は誇り・愛着の醸成、事業者は売上の増加と「観光の三方よし」に取り組んでいる。



▲体験型プログラム「侍認定制度」

2. 観光産業の高付加価値化に向けた人材の確保・育成

地域経済に多面的な効果をもたらす観光産業では、他の産業と比較して非正規雇用率が高く、季節や時間による需要変動が激しいこと等に起因する不規則な労働環境が常態化する等、人材確保や育成の面で課題を抱えている。

インバウンド需要が急拡大する中、人手不足による供給力の低下や人材育成の遅れにより、地域の観光産業は成長の機会を逸している。限られた人的資源のもと、観光産業の高付加価値化を実現するためには、DXによる生産性向上とともに、従業員の成長・定着を促す職場づくりが不可欠である。

一方で、現行の労働時間制度については、中小企業が大宗を占める観光関連事業者の実態を十分に踏まえ、健康確保を前提としつつ、時間外労働の上

限規制の一部例外措置や変形労働時間制の要件緩和等、より柔軟な働き方が可能となるよう、制度を拡充すべきである。

また、人手不足が特に深刻な状況にある宿泊業および飲食業においては、特定技能、育成就労外国人の数が、受入上限数に近づいた場合、国内人材確保の状況、生産性向上の進捗を改めて精査したうえで、受入上限数の見直しの必要性について、オープンな場で議論されるとともに、関係省庁による連携のもと、外国人材の円滑かつ積極的な受入れを促進するための環境整備を図ることが必要である。

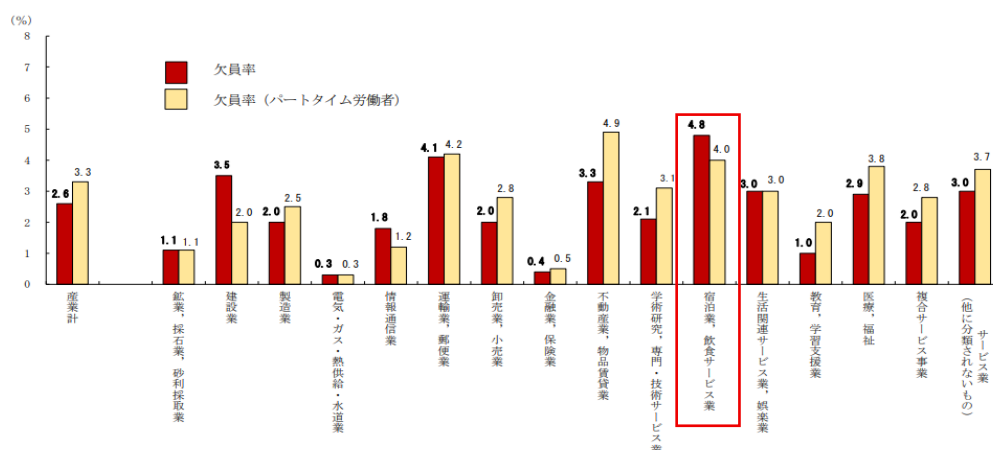
さらに、次代の観光産業を担う人材の確保・育成に向け、高等教育における観光に関するカリキュラムの充実など、地域における観光教育を推進することが重要である。若年層が歴史・文化・自然・産業等の地域固有の価値に対する興味や関心を高め、郷土愛と誇りを醸成するとともに、観光が果たす社会的・経済的な意義および役割（地域の伝統文化の継承・発展、国内外の人々との交流による相互理解促進、地域への経済波及効果等）について、住民はじめ地域社会の理解を深めていくための中長期的な取組みも必要である。

■具体的な要望項目

- ①観光人材の確保・育成に向けた地域・事業者団体等による自主的な取組み（産官学連携による就活イベントの開催、インターンシップ支援、観光人材育成型の職業体験プログラムの策定、U I J ターン促進等）に対する費用助成
- ②業務効率化や多様な働き方を推進する観光事業者への支援強化（デジタル化・D X 支援、フレックスタイム制、変形労働時間制等の導入に係る相談体制の整備および支援の充実等）
- ③従業員の労働環境の整備（福利厚生施設の充実等）への税財政支援の強化
- ④観光産業の実態を踏まえた、より柔軟な働き方を可能とする制度の拡充（健康確保と労使合意を大前提とした、45 時間・年間 6 回までの上限規制の一部例外措置や変形労働時間制の運用・要件見直し等）
- ⑤外国人材にとって住みやすく働きやすい地域づくり（日本語教育や生活支援の充実、社員寮や福利厚生施設の整備等に係る費用補助、公的職業訓練の拡充等）への支援強化
- ⑥業務実態を踏まえた、外国人材の就業可能範囲の柔軟化に向けた制度の見直し（宿泊分野特定技能の付随的な業務の見直し、在留資格「技術・人文知識・国際業務」における付随的な業務就労制限の見直し等）
- ⑦地域の観光産業による外国人材の受入に向けた支援（DMO・DMC等における登録支援機関業務に関するノウハウ支援、送り出し国側が有する人材情報の提供等）
- ⑧郷土愛の醸成に資する地域の歴史や文化を学ぶ教育カリキュラムの充実

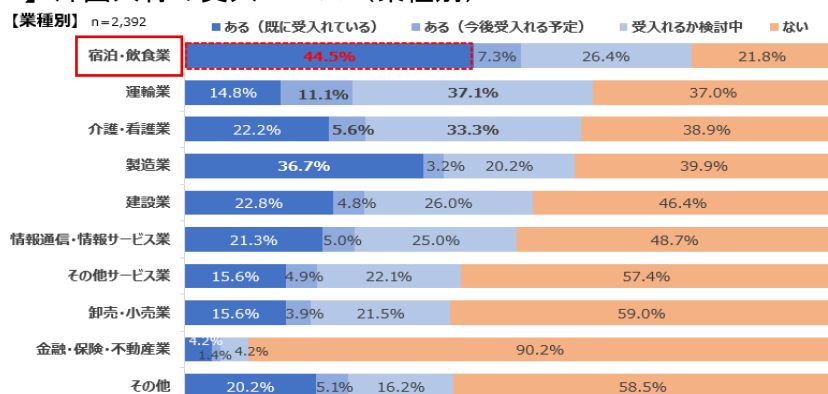
- ⑨慢性的な人手不足や観光需要の急増による業務過多を解消するための人材シェアリングの推進
- ⑩経済的に自立可能な若手世代のガイド育成への支援（ボランティアから有償ガイドへの転換支援、エリアの垣根を越えた広域周遊型ガイドの育成支援）
- ⑪旅行者の満足度向上に資する通訳案内士やローカルガイドの確保・育成に向けた支援（シニア人材の高度な観光ガイドへの登用など）
- ⑫SNS や AI、マーケティング等を担う複合型人材の育成支援
- ⑬国際観光旅客税の使途拡大による観光地域づくり人材の確保・育成

【図表 13】産業別欠員率（2025 年 6 月末現在）



出典：厚生労働省「令和 7（2025）年上半期雇用動向調査結果」（2025 年 12 月）

【図表 14】外国人材の受入ニーズ（業種別）



出典：日本商工会議所・東京商工会議所「人手不足の状況および多様な人材の活躍等に関する調査」（2024 年 9 月）

【事例】地域の魅力を接客に活かす観光人材育成 〔諏訪商工会議所（長野県）〕

- 商工会議所では、観光関連産業に従事する若手社員等を対象に、旅行者の視点で地域を学ぶ「観光研修会」を実施している。
- バスでの定番観光地巡りや諏訪大社での歴史学習、そば打ちやカヤック体験、味噌蔵の見学など、地域で観光に広く携わる従業員に向けて多彩なプログラムを提供。
- 参加者が自ら地元の魅力を体感し、地域への理解を深めることで、日頃の接客や業務の向上に活かすことを目指している。



▲諏訪大社で説明を受ける参加者



▲研修会の募集チラシ

Ⅲ. 観光産業の持続的発展に向けた環境整備

1. 災害対策等による危機管理強化、安全・安心な滞在環境の整備

(1) 能登地域における観光産業の早期復興への支援

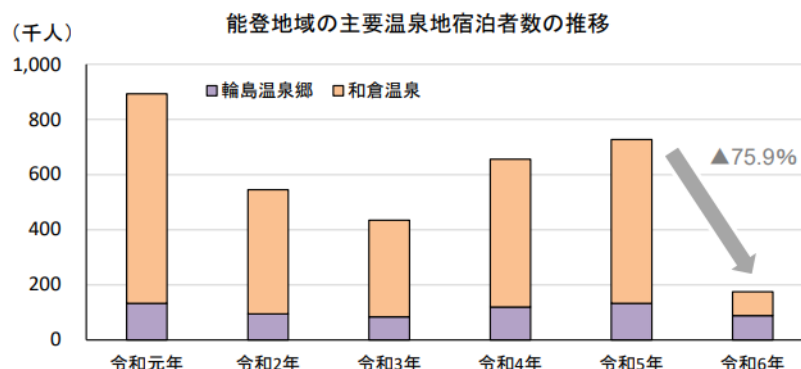
2024年に発生した「令和6年能登半島地震」および豪雨災害は、能登地域の基幹産業である観光産業（宿泊業、飲食業、運輸業等）に甚大な被害を及ぼした。特に奥能登地域の観光産業については、被災に伴う人口流出や離職等により、人手不足が深刻化している。

国は、能登地域における文化財（史跡・名勝等）や自然景観等の早期復旧、観光戦略の再構築等に対する支援はもとより、観光産業の早期復興に向けた、人材および担い手の育成・確保に向けた強力な支援を講じることが不可欠である。

■具体的な要望項目

- ①地域の観光産業による外国人材の受入れに向けた支援（DMO・DMC等における登録支援機関業務に関するノウハウ支援、送り出し国側が有する人材情報の提供等）【再掲】
- ②無形文化財や伝統工芸品等、地場産業の復興支援（技能者の帰還や技能継承、担い手確保への支援等）
- ③地域の観光戦略の再構築に向けたプラン策定および地域の魅力向上支援
- ④損傷した文化財、自然景観等の修復・保全および活用に向けた支援の継続
- ⑤産業観光や防災学習をテーマとしたMICE、教育旅行等によるホープツーリズムや、海・漁業等をテーマとした体験型観光であるブルーツーリズムをはじめ、能登地域の資源を活かした周遊コンテンツの造成および商品化、集客力の高いイベント誘致に対する支援
- ⑥観光復興の象徴となるイベント等の実施に対する支援

【図表 15】 能登地域の主要温泉地の状況



出典：財務省北陸財務局「能登半島地震からの復旧・復興状況について」（2026年1月）

(2) 観光地の危機管理対応力の強化

観光産業は、災害に伴う宿泊施設や観光資源の損壊、交通インフラの寸断等の直接的な被害に加え、安全・安心への懸念による宿泊キャンセルなど、間接的な影響を受けやすい産業である。さらに、災害等による危機的状況から経営再建までに長期間を要する構造的な特性を有している。

一方、内閣府の調査によれば、宿泊業・飲食サービス業における事業継続計画（BCP）の策定割合は3割未満に留まっており、全産業の中でも最も低い水準にある。

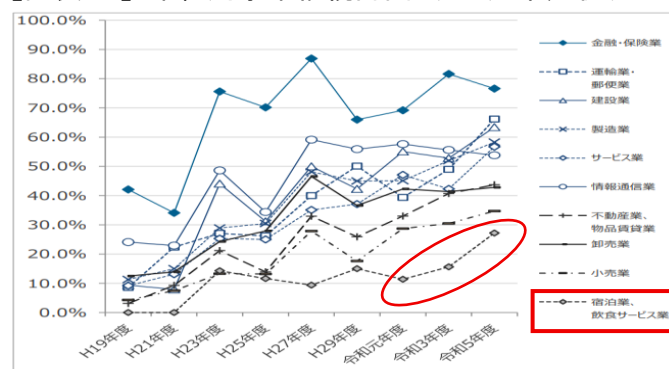
自然災害の激甚化・頻発化や、コロナ禍による感染症対策の教訓などを踏まえ、観光危機管理の重要性は、かつてなく高まっている。観光危機管理対応の強化に向け、観光事業者におけるBCP策定の促進はもとより、宿泊施設や設備の強靱化を含め、事業継続計画の実効性確保に向けた施策を強化すべきである。

また、国は、旅行者の安全確保の指針となる「観光危機管理計画」の策定を推進している。同計画の実効性を高めるためには、避難誘導や医療機関との連携、多言語による情報提供、帰宅支援等において、行政や医療関係者、ライフライン事業者等の関係機関が一体となった体制整備が不可欠であることから、国は当該整備に係る自治体への支援を強化すべきである。併せて、自治体の防災対策の根幹である「地域防災計画」において、観光関連事業者との連携のもと、旅行者に係る避難対策や安全確保に関する具体的な対応を明記するなど、実効性の高い防災体制の構築に向けた取組みを推進することが不可欠である。

特に、インバウンドの危機管理については、民間のデジタルサービス等と連携するなど、多言語による迅速かつ正確な情報提供体制を一層強化するとともに、日本版ツーリストポリスの設置を検討すべきである。

なお、2023年度「訪日外国人旅行者の医療に関する実態調査」によれば、訪日外国人の民間医療保険未加入率は27.4%に留まっている。訪日外国人旅行者数6,000万人を見据え、保険加入の義務化など医療費未払い対策を強化することも必要である。

【図表 16】業種別事業継続計画（BCP）策定状況



出典：内閣府「令和5年度企業の事業継続及び防災の取組に関する実態調査」（2024年3月）

2. デジタル技術・A I・ビッグデータを活用した観光ビジネスの変革促進

(1) 観光D Xの推進

デジタル基盤の整備が急速に進展する中、消費者の意識や行動様式の変化に伴い、観光産業においてもA Iを含めたデジタル技術の活用に向けた機運が高まっている。

労働集約型産業である観光産業において、常態化する人手不足を克服するためには、多様化する旅行や消費ニーズを的確に捉え、高付加価値なサービスを提供するための「観光D X」への転換が不可欠である。

また、観光地全体の利便性を高めるためには、個々の事業者のデジタル化に留まらず、キャッシュレス決済の普及や、M a a S（マース）の構築によるシームレスな移動環境の整備、リアルタイムな運行情報の提供といった「地域公共交通のD X」を一体的に推進し、旅行者の周遊性を向上させることが重要である。

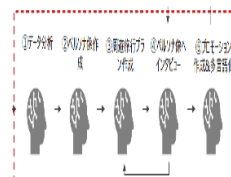
国は、旅行者の身近なツールとしてA Iの利活用が広がりを見せていることを踏まえ、単なる業務の電子化にとどまらず、旅行者の利便性向上や観光産業の業務プロセス革新等を通じて新たな価値を創出する「観光D X」の推進に向け、A I等デジタル技術の導入・活用に対する支援の継続・拡充はもとより、DMO等において観光地経営の高度化を担う、専門性の高いデジタル人材の育成・確保に資する支援を強化すべきである。

■具体的な要望項目

- ①観光事業者の生産性向上や経営高度化に資する顧客予約管理システムや、宿泊・購買データ管理システム等の導入に対する支援拡充
- ②キャッシュレス決済等の交通事業者への導入支援や、決済用二次元コードの認証仕様の標準化、位置情報を活用した簡易なチケット認証システムの導入に対する支援
- ③宿泊や交通、体験コンテンツ等をシームレスに予約可能なウェブサイトの構築等、旅行者の利便性と周遊性向上に寄与する取組みへの支援
- ④A R（拡張現実）技術の導入等を通じた観光体験の高付加価値化に向けた取組みへの支援
- ⑤電子渡航認証制度（J E S T A）の早期かつ着実な導入
- ⑥シームレスな通信環境のさらなる整備推進と利用コストの負担軽減

【事例】 生成A Iを活用した新しい地域周遊プランの創出 **【ひがし北海道観光D X推進コンソーシアム(北海道)】**

- 道東エリアにおける観光需要の偏在を解消するため、蓄積された観光データと生成A Iを掛け合わせて訪問客層を分析。
- 国別・シーズン別に最適な周遊商品を効率的に造成・販売する仕組みを導入し、滞在長期化と繁閑差の平準化を通じた持続的な地域経済活性化の実現を目指している。



(2) データに基づく観光産業の高度化への支援

地域別の入込客数や交通動態、消費動向などを可視化する観光統計データや、クレジット決済データは、DMOや観光事業者による効果的なマーケティングや各種の戦略策定を行ううえで、不可欠な基礎情報である。

国は、RESAS（地域経済分析システム）をはじめ、官民が保有するビッグデータを一元的に提供する基盤のさらなる拡充を図るとともに、データの精度向上と分析機能の精緻化を強力に推進すべきである。

【事例】 携帯電話のデータを活用した外国人観光客の動態把握 **〔小樽商工会議所(北海道)〕**

- 商工会議所では、外国人観光客の動向を把握し、効果的な観光地域づくりに繋げるため、携帯電話のデータを活用して、訪日外国人旅行者の入込数や国籍、滞在日数を把握する「モバイル空間統計調査」を実施。
- 得られた情報に基づき、特定エリアへの集中を避ける分散化を推進し、地域全体に観光の恩恵を行き渡らせるための仕組み作りに取り組んでいる。
- 各国の消費特性に応じた環境整備やDXの推進、キャッシュレス化や多言語対応の強化を通じ、滞在長期化と消費額の拡大を目指している。



3. 観光関連事業者の経営基盤の再生・強化

コロナ禍により深刻な影響を受けた宿泊業や飲食業をはじめとする観光関連事業者の財務基盤は、国内外の旺盛な旅行需要にも関わらず、伸び悩んでいる。

特に、旅館等の宿泊業は、施設・設備という大きな「装置」を維持しなければ運営できない一方で、労働集約的な産業構造ゆえにオペレーションに非効率が生じやすいという根本的な難しさを抱えている。深刻な人手不足や物価高騰に伴うコスト増を価格に転嫁しきれていない状況に加え、老朽化した施設の建替えや改修費用を負担できず、倒産や廃業を余儀なくされる事業者も多い。

足元で倒産件数が増加している一因には、こうした収益構造上の課題に伴う後継者不足がある。次代の担い手が意欲を持って事業を承継するためには、一人当たりの旅行単価の向上を図るだけでなく、業務プロセスを見直していかに無駄を省くかという視点で収益力を高め、後継者が「継ぎたい」と思える将来性のある事業へ転換することが不可欠である。

国は、観光産業を担う事業者の個々の実情に即した資金繰り支援を継続・強化するとともに、後継者不足の解消に取り組もうとする事業者への支援や、

高付加価値化に向けた施設整備に挑戦する事業者への投資支援を強力に実施すべきである。

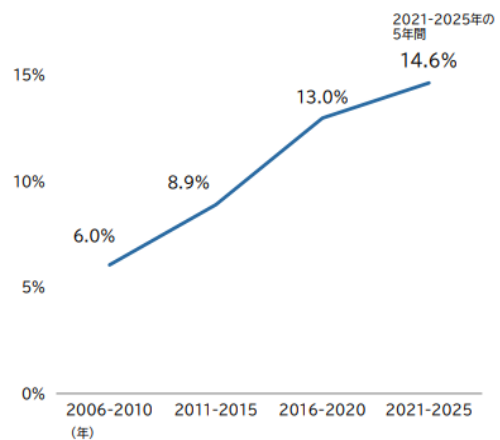
■具体的な要望項目

- ①日本政策金融公庫等の「資本金劣後ローン」、信用保証協会の「経営改善サポート保証」等による事業者の経営改善・再生支援の継続・拡充（中堅企業の対象化、限度額の拡大、利子低減等）
- ②コスト負担増加により減益を余儀なくされる事業者の資金繰り対策の拡充（セーフティネット保証5号における不況業種の指定基準等に売上総利益率、営業利益率の減少要件を追加）
- ③コロナ前への移行を踏まえた金融規律と資金繰り円滑化（経営改善・再生支援）の両立
- ④事業性評価に資する企業価値担保権を活用したデット・ファイナンスおよびエクイティ・ファイナンスの推進による成長資金調達に向けた環境整備の促進、事業者の実態や特性・将来見通しに基づく与信審査の徹底
- ⑤宿泊業の高付加価値化に向けた、老朽施設の建替・改修に係る財政支援の拡充
- ⑥事業者ニーズを早期に把握する相談体制やマッチング支援の強化、事業承継・引継ぎ支援センターや金融機関等との連携による、計画的かつ早期の事業承継・引継ぎ支援
- ⑦「パートナーシップ構築宣言」の周知・働きかけや内閣官房・公正取引委員会が公表した「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の徹底等、価格転嫁の実効性確保の推進

【図表 17】「宿泊業」の倒産・休廃業解散動向



【図表 18】「宿泊業」倒産における「老朽化」要因割合（5年間累計別、2006 年以降）



出典：帝国データバンク「宿泊業の倒産・休廃業解散動向」（2026 年 2 月）

以 上