

# インバウンドにおける最新動向と、 今後のインバウンド施策について

2024.7.11 日本政府観光局(JNTO)

理事 伊与田 美歴

## 伊与田 美歴 (いよだ みゆき)

日本政府観光局 (JNTO) 理事

### <略歴>

1994年4月 特殊法人国際観光振興会 (現 独立行政法人国際観光振興機構) 入職

2017年3月 独立行政法人国際観光振興機構ローマ事務所長

2018年9月 独立行政法人国際観光振興機構海外プロモーション部欧米豪担当部長

2020年4月 独立行政法人国際観光振興機構海外プロモーション部欧米豪・中東担当部長

2021年7月 独立行政法人国際観光振興機構市場横断プロモーション部長

2023年4月 現職

1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
3. 持続可能な観光の実現
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ 高付加価値旅行
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

- 1964年に、訪日外国人旅行者の来訪促進のために政府により設置された独立行政法人。  
本部は東京、世界26都市に事務所を構える。
- インバウンドマーケティングの調査・戦略策定、全世界に対する情報発信、旅行会社・航空会社による訪日商品造成支援、MICE誘致、自治体・DMO等のインバウンド業務支援・コンサルティングを実施。

日本政府観光局のネットワーク



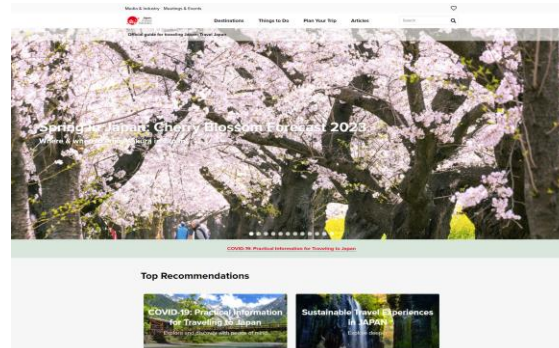
## 訪日市場分析・統計

- 訪日外客統計の分析・公表
- 訪日旅行データハンドブックの制作
- 国際会議統計の分析・公表



## 海外向けプロモーション（BtoB, BtoC）

- オウンドメディア（グローバルサイト・SNS）を活用した情報発信
- 広告・広報（PR）活動の展開
- 旅行博・見本市・商談会展
- 旅行会社・メディア等招請
- 旅行会社等向けセミナー開催



## MICE誘致・開催支援

- MICEマーケティング業務
- MICE誘致・開催支援事業
- 人材育成支援



## 地域のインバウンド誘致促進

- インバウンド旅行振興フォーラム開催
- サイトでの先進事例やノウハウの共有
- 個別コンサルティングの実施



## 国内受入環境整備・向上支援

- 外国人旅行案内所（TIC）の運営
- TICの認定・表彰
- 全国通訳案内士試験の実施



1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
3. 持続可能な観光の実現
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ 高付加価値旅行
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

# 1. インバウンドはなぜ重要か —観光産業のインパクト



出典:世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)



出典:WTTC



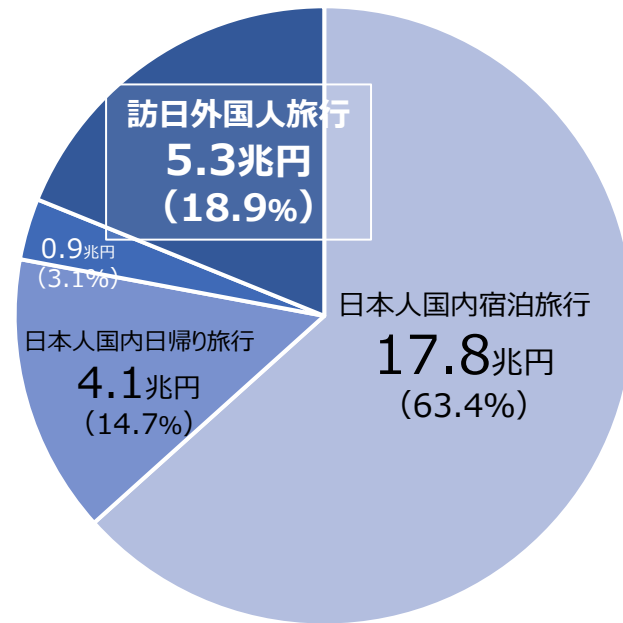
出典:UNWTO

出典: WTTC TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2018 JAPAN

# 1. インバウンドはなぜ重要か —観光産業のインパクト

- 2023年の旅行消費額は、28.1兆円（2019年は27.9兆円）。
- 観光は裾野が広い分野。**生産波及効果は55.8兆円、国内総生産の約5%を占める。**

## 2023年総額 28.1兆円



- 日本人・国内宿泊旅行
- 日本人・国内日帰り旅行
- 日本人・海外旅行
- 訪日外国人旅行

## 国内での観光分野の経済波及効果

生産波及効果 55.8兆円 (5.3%)  
※対国民経済計算 2019産出額

付加価値誘発効果 28.4兆円 (5.1%)  
※対2019名目GDP

雇用誘発効果 456万人 (6.6%)  
※対2019全国就業者数

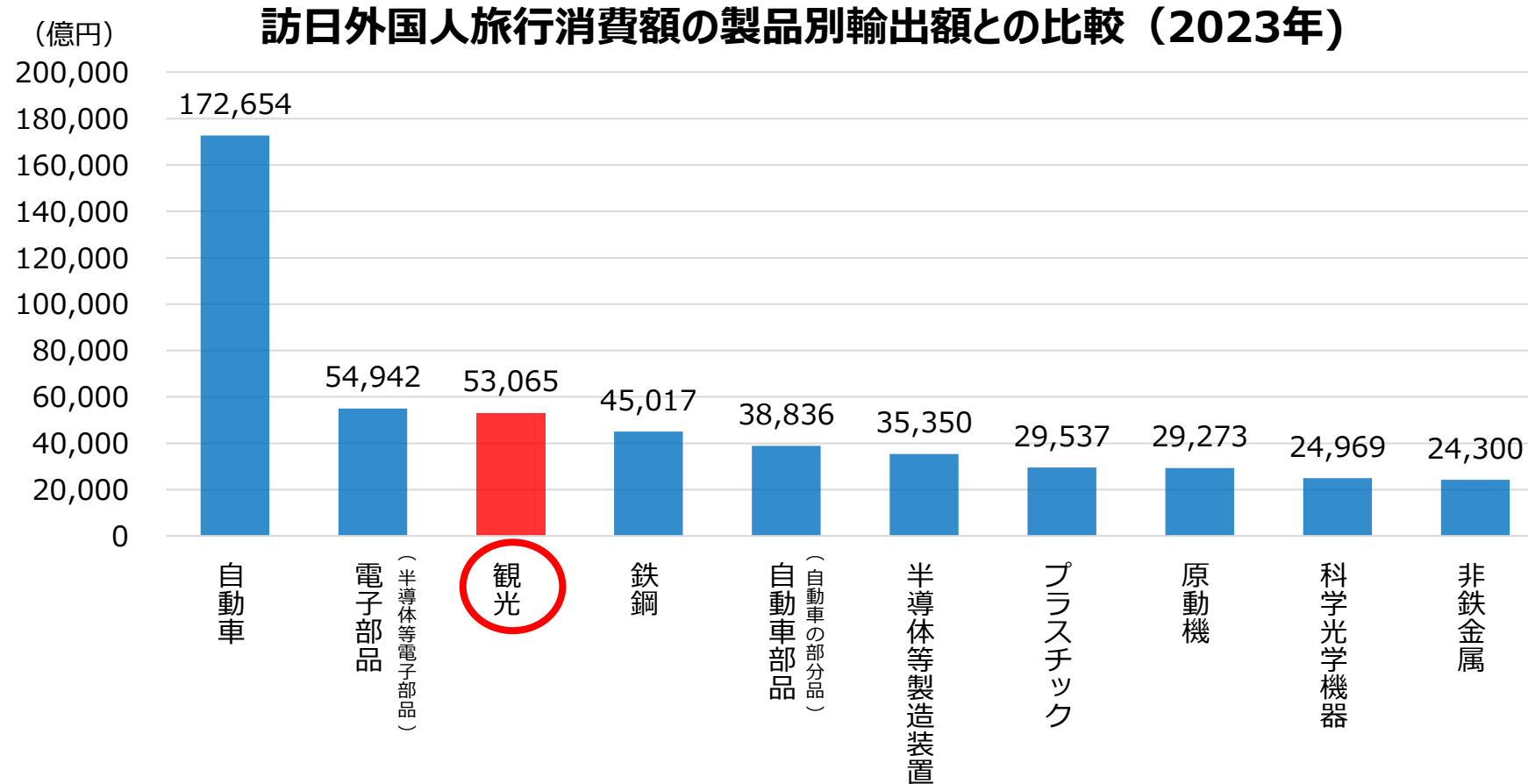
※ ( ) 内は国内でのシェア

出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査、観光庁 旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究



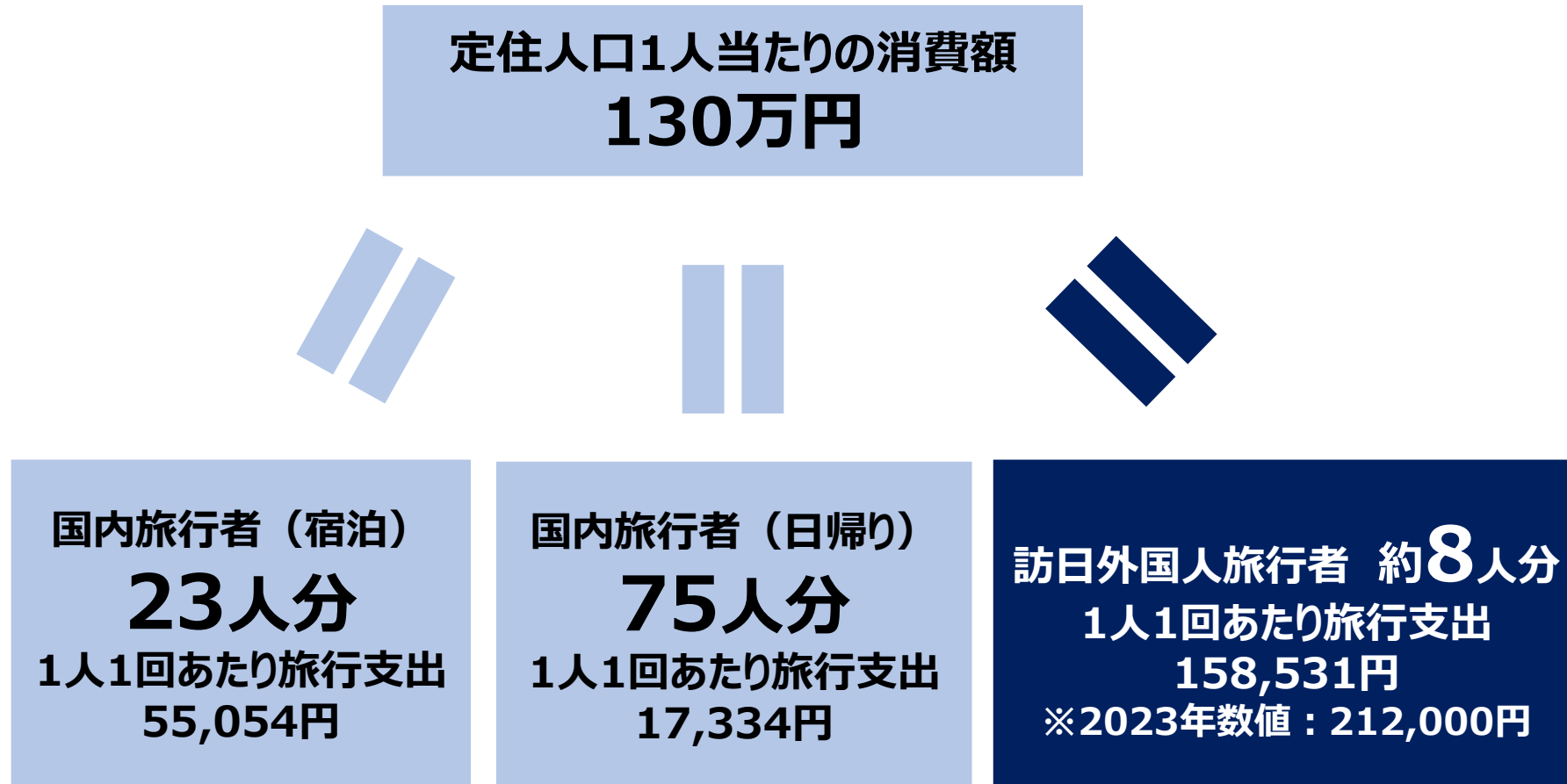
# 1. インバウンドはなぜ重要か ー訪日外国人の旅行消費額

- 2023年の訪日外国人旅行消費額は**5兆3,065億円**で、電子部品に迫る水準となっている。



出典：財務省 貿易統計、観光庁 訪日外国人消費動向調査  
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

# 1. インバウンドはなぜ重要か ー訪日外国人旅行者の経済効果



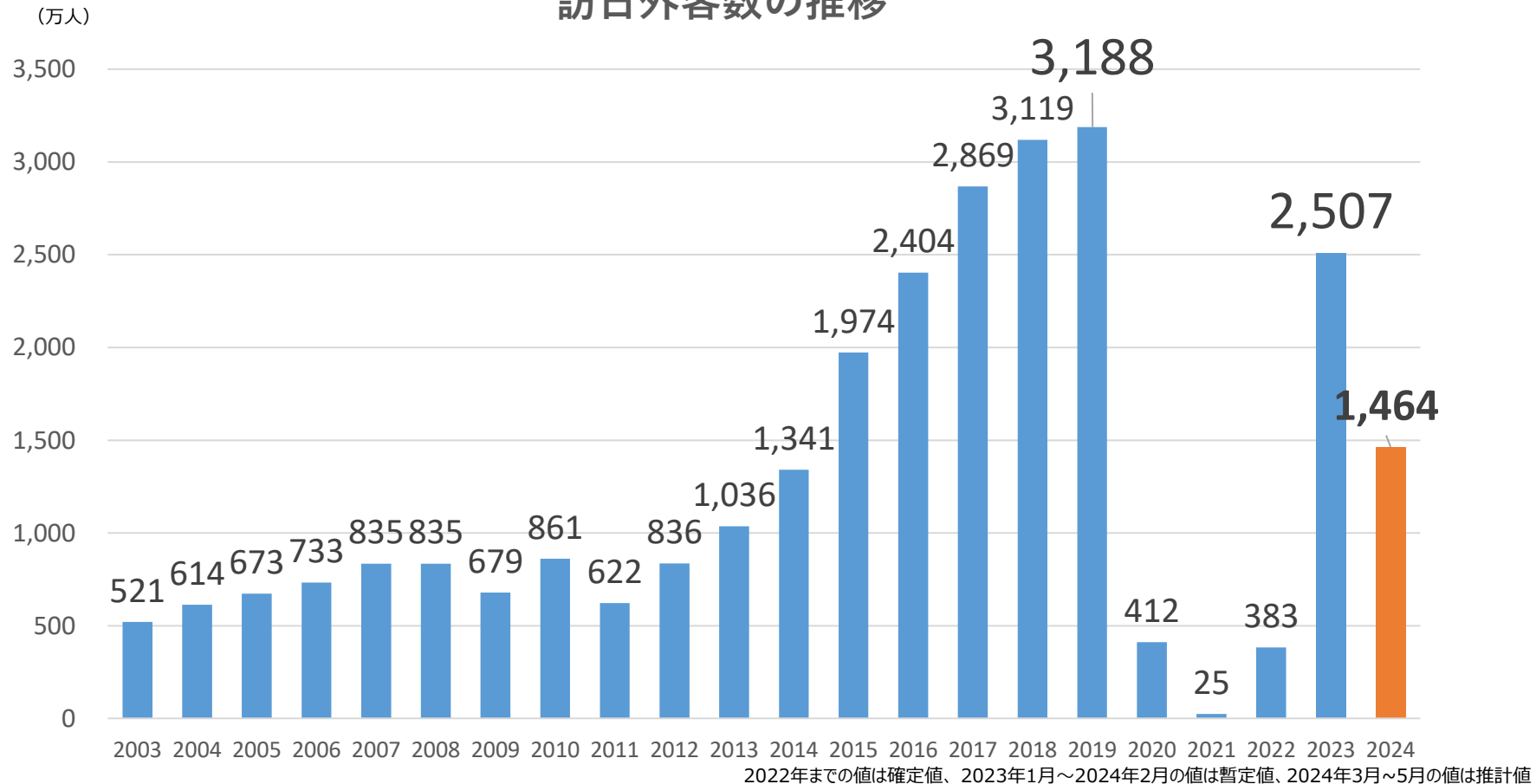
出典：観光庁「観光を取り巻く現状及び課題等について」令和3年11月25日

1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
3. 持続可能な観光の実現
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ 高付加価値旅行
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

## 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 ー訪日外客数の推移（2003年～2024年5月）

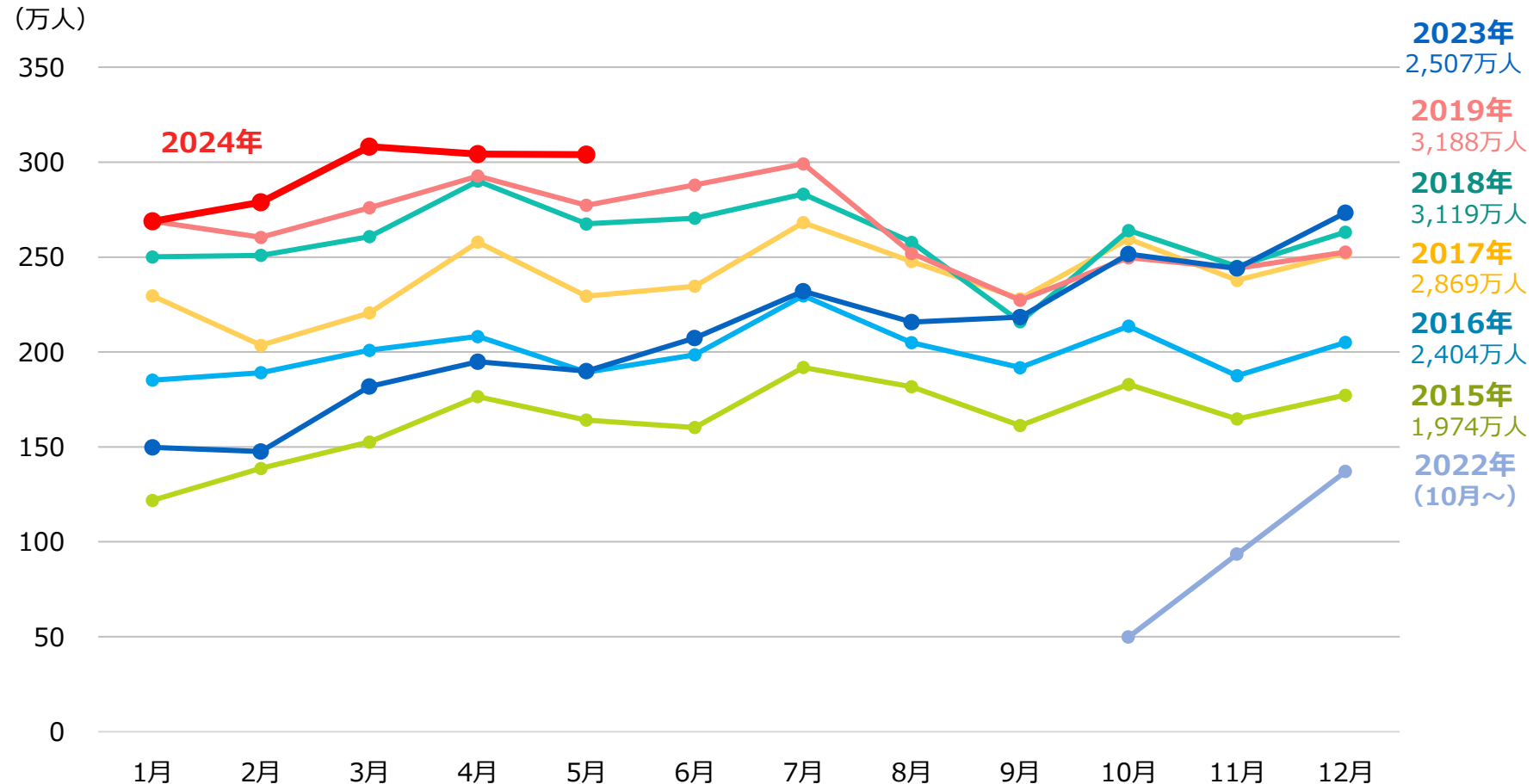
- ・2019年に3,188万人まで増加したが、COVID-19感染拡大により2020年は412万人、2021年は25万人まで減少。水際措置の段階的緩和等により、2022年に383万人と回復に転じ、2023年は2,500万人を突破した。2024年は1月～5月で**1,464万人**に達している。

訪日外客数の推移



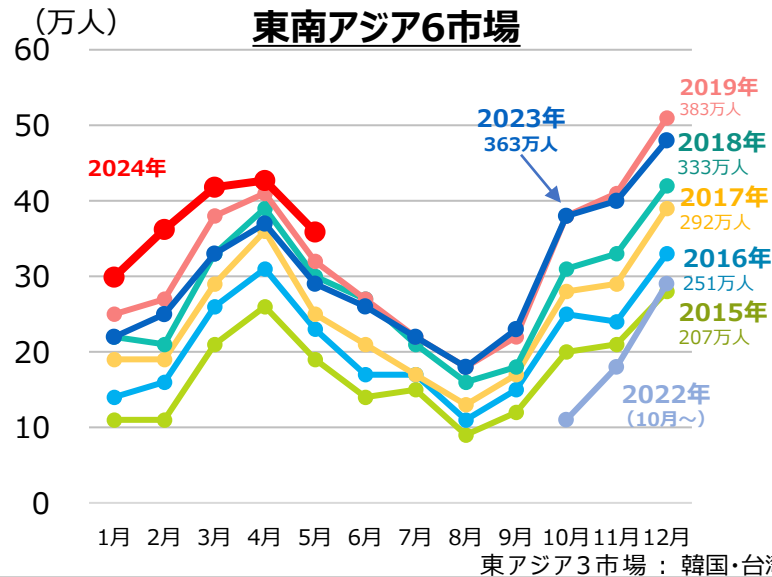
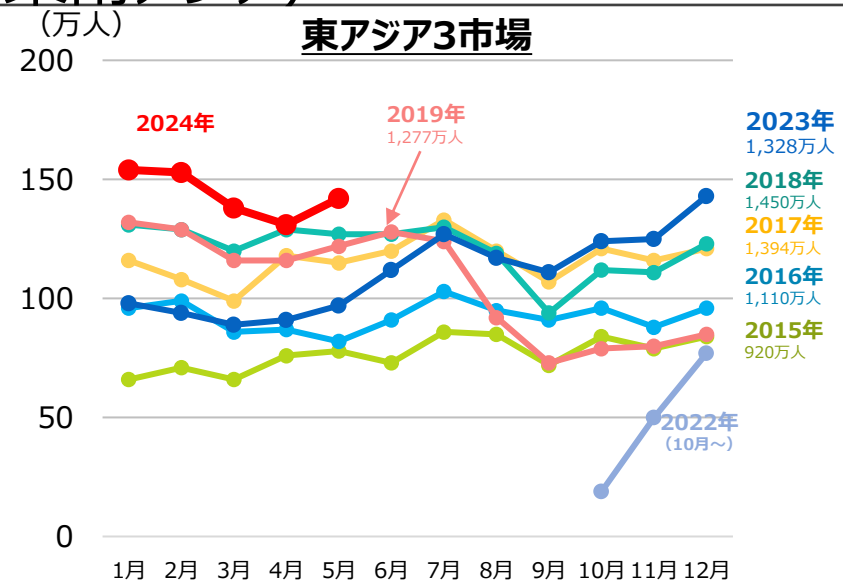
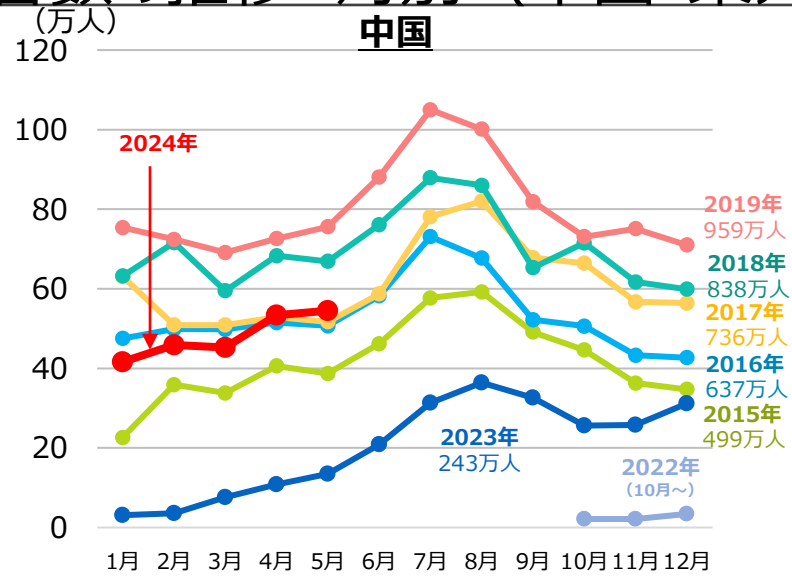
## 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 -訪日外客数の推移 月別

- ・2023年の月別訪日外客数は9月以降、2018年同月の数字とほぼ同水準まで回復し、**12月には当月として過去最高を記録した。**
- ・2024年3月には、過去最高だった2019年7月の水準を超え、**単月として過去最高を記録した。**



(出典) JNTO「訪日外客統計」 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/> 2022年までの値は確定値、2023年1月~2024年2月の値は暫定値、2024年3月~5月の値は推計値

## 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 -訪日客数の推移 月別（中国・東アジア・東南アジア）



・中国からの2023年の訪日外客数は2019年比25.3%の243万人。2023年8月9日の日本行き団体旅行商品などの販売解禁とその後のALPS処理水の放水によるキャンセルが発生したが、直近では2019年同月比で約7割まで回復している。2024年1～5月の訪日外客数は、2019年同期比72%となっている。

・東アジア3市場からの2023年の訪日外客数は2019年比104%の1,328万人。2024年1～5月の訪日外客数では、2019年同期比117%となっている。  
※2019年7月以降、日韓情勢により訪日旅行を控える動きが発生していたこと等もあり、訪日韓国人旅行者数が減少傾向にあった点に留意が必要。

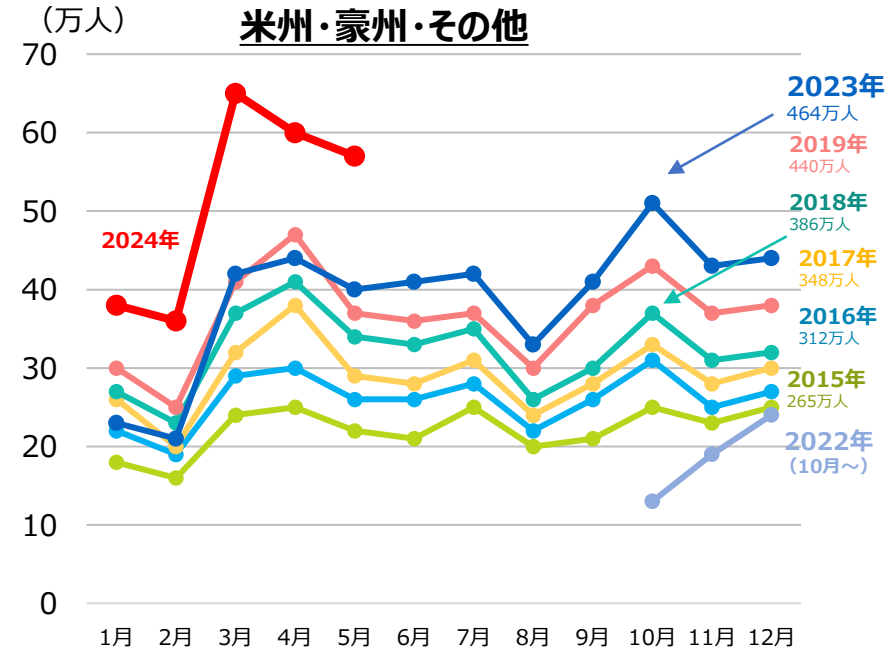
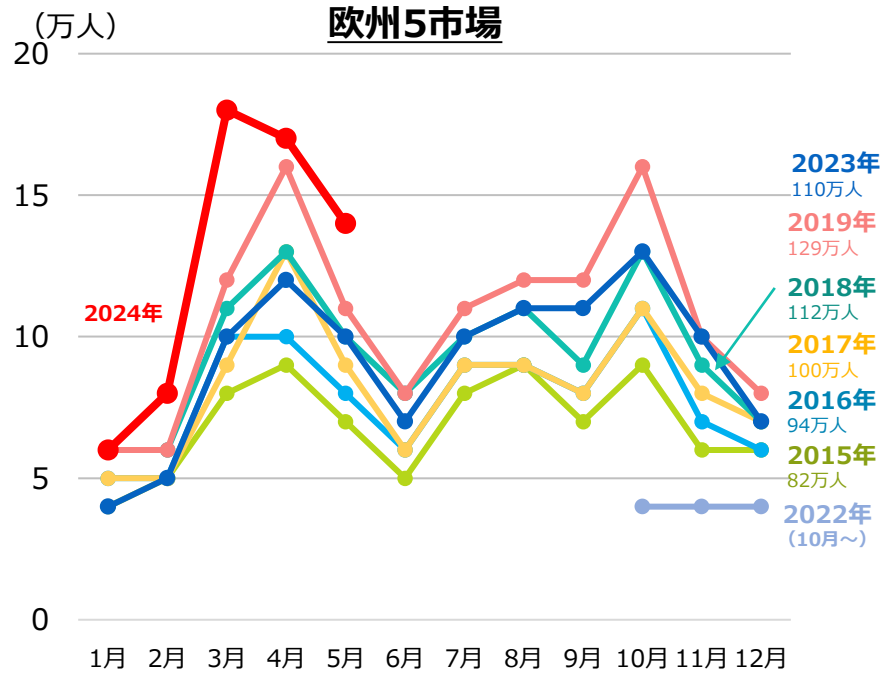
・東南アジア6市場からの2023年の訪日外客数は2019年比94.6%の363万人。2024年1～5月の訪日外客数は、2019年同期比114%となっている。

2022年までの値は確定値、2023年1月～2024年2月の値は暫定値、2024年3月～5月の値は推計値

(出典) JNTO「訪日外客統計」 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>

東アジア3市場：韓国・台湾・香港 東南アジア6市場：タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・フィリピン・ベトナム

## 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 -訪日客数の推移 月別（欧州、米州・豪州・その他）



・欧州5市場からの2023年の訪日外客数は、2019年比85.3%の110万人。7月以降は2018年と同程度またはそれ以上の回復率であった。2024年1～5月の訪日外客数は、2019年同期比124%となっている。  
 ※ 2019年秋は、ラグビーワールドカップの日本開催により、欧州からの訪日外客数が多くなっていた点に留意が必要。

・米州・豪州・その他からの2023年の訪日外客数は、2019年比105.4%の464万人。5月以降は、2019年を上回る水準で推移しており、年間でもエリア全体で2019年を上回った。2024年1～5月の訪日外客数は、2019年同期比142%となっている。

欧州5市場：英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン  
 米州・豪州・その他：カナダ・米国・メキシコ・豪州・インド・中東・北欧・ロシア・その他市場すべてを含む

2022年までの値は確定値、2023年1月～2024年2月の値は暫定値、2024年3月～5月の値は推計値  
 (出典) JNTO「訪日外客統計」 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>

# 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 -訪日外国人消費動向調査の結果 (1次速報)

- 2024年1~3月期の訪日外国人旅行消費額は、2019年同期比52.0%増の1兆7,505億円
- 訪日外国人（一般客）1人当たり旅行支出は20万9千円と推計



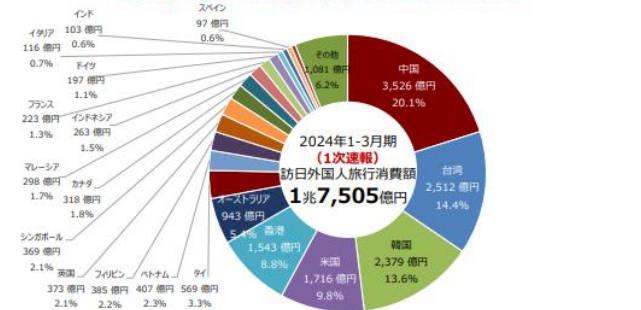
Press Release

## 【訪日外国人消費動向調査】 2024年1-3月期の調査結果 (1次速報) の概要 ～訪日外国人旅行消費額は1兆7,505億円～ (2023年同期比73.3%増、2019年同期比52.0%増)

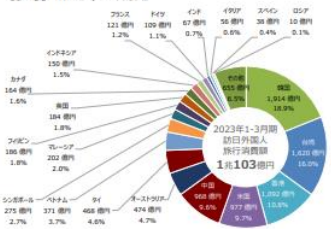
### 1. 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額【図表1】

2024年1-3月期の訪日外国人旅行消費額は1兆7,505億円（2023年同期比73.3%増、2019年同期比52.0%増）と推計される。国籍・地域別では、**中国**が3,526億円（構成比20.1%）と最も大きく、次いで**台湾**2,512億円（同14.4%）、**韓国**2,379億円（同13.6%）、**米国**1,716億円（同9.8%）、**香港**1,543億円（同8.8%）の順である。

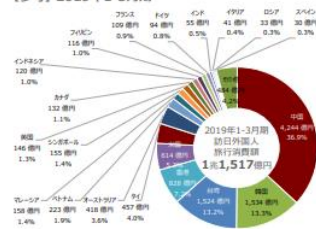
【図表1】国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額と構成比



【参考】2023年1-3月期



【参考】2019年1-3月期



【問い合わせ先】  
観光戦略課観光統計調査室 大塚、足立、中村、秋田、櫻井  
TEL 03-5253-8111 (内線27-230)  
03-5253-8325 (直通)  
Mail:ht-ktctoken@gx.mlit.go.jp (送信時は☆を☆に変更して下さい)

2024年1-3月期 (1次速報)

### 3. 訪日外国人1人当たり旅行支出【図表4・図表5・図表6】

- 訪日外国人（一般客）1人当たり旅行支出は**20万9千円**と推計される。
- 国籍・地域別にみると、**オーストラリア**（37万3千円）、**英国**（36万7千円）、**スペイン**（35万2千円）の順で高い。
- 費目別（全目的）では、**宿泊費**、**娯楽等サービス費**は**オーストラリア**、**飲食費**、**交通費**は**スペイン**、**買物代**は**中国**が最も高い。

【図表4】国籍・地域別にみる1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額

国籍・地域	a. 1人当たり旅行支出 (円/人)			b. 訪日外国人旅行者数 <sup>a)</sup> (万人)			a×b. 訪日外国人旅行消費額 (億円)		
	前年 同期比	2019年 同期比	2019年 同期比	前年 同期比	2019年 同期比	前年 同期比	2019年 同期比		
全国・地域	208,760	-1.1%	+41.6%	835.4	+74.5%	+8.6%	17,440	+72.6%	+53.8%
韓国	101,763	-14.9%	+38.0%	233.8	+46.1%	+12.4%	2,379	+24.3%	+55.1%
台湾	173,512	-15.7%	+32.9%	144.1	+83.2%	+23.9%	2,501	+54.4%	+64.6%
香港	250,322	-4.6%	+51.9%	61.5	+47.8%	+22.7%	1,540	+41.0%	+86.3%
中国	293,050	-56.6%	+34.2%	118.7	+72.8%	-36.6%	3,478	+259.3%	-14.9%
タイ	176,027	-8.0%	+33.8%	32.3	+32.2%	-7.0%	569	+21.6%	+24.5%
シンガポール	280,333	+8.3%	+66.3%	13.2	+23.8%	+43.0%	369	+34.0%	+137.8%
マレーシア	222,901	+7.9%	+66.9%	13.4	+36.5%	+13.4%	298	+47.2%	+89.2%
インドネシア	225,366	+24.2%	+81.5%	11.7	+41.4%	+20.9%	263	+75.6%	+119.4%
フィリピン	192,014	+13.7%	+97.5%	20.0	+81.8%	+68.7%	385	+106.7%	+233.2%
ベトナム	236,591	+2.7%	+30.0%	17.2	+6.8%	+40.3%	407	+9.6%	+82.4%
インド	206,072	-4.5%	+46.5%	5.0	+60.8%	+27.4%	103	+53.6%	+86.6%
英国	367,434	+29.5%	+97.5%	10.2	+57.1%	+29.9%	373	+103.4%	+156.5%
ドイツ	291,055	+11.7%	+55.2%	6.7	+60.7%	+36.8%	196	+79.4%	+112.3%
フランス	314,305	+10.4%	+79.0%	7.1	+66.0%	+14.2%	222	+83.2%	+104.4%
イタリア	302,419	+15.8%	+95.8%	3.8	+78.8%	+43.8%	116	+107.1%	+181.6%
スペイン	351,760	+26.8%	+105.3%	2.8	+100.3%	+56.0%	97	+154.0%	+220.2%
ロシア	-	-	-	1.7	+160.4%	-27.9%	-	-	-
米国	302,621	+17.0%	+79.7%	56.7	+50.0%	+55.7%	1,715	+75.5%	+179.8%
カナダ	259,332	+17.1%	+61.1%	12.2	+65.5%	+51.3%	318	+93.8%	+143.7%
オーストラリア	373,343	+6.7%	+52.1%	25.2	+86.5%	+48.9%	942	+99.0%	+126.5%
その他	283,696	-1.2%	+59.2%	38.1	+66.9%	+40.6%	1,080	+64.9%	+123.9%
クルーズ客	31,947	-	-34.3%	20.4	+5948.2%	-43.3%	65	-	-62.8%
全体	855.8	+78.6%	+6.3%	17,505	+73.3%	+52.0%			

注) 出典：日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」、法務省「出入国管理統計」船舶観光上陸許可数  
 \* 「訪日外国人」には、観光・レジャー目的に加え、業務目的や親族・知人訪問目的などで日本を訪れた外国人が含まれる。日本に居住している外国人は含まれない。  
 \* 本資料中の「クルーズ客」は法務省の船舶観光上陸許可数に基づき観光客と推計。「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人。  
 \* ロシアについては、十分な回答数が確保できなかったため、全国・地域別の集計対象には含まず、ロシア単体での公表は行わないこととした。

出典：観光庁 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001738599.pdf>



## 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 -訪日外国人消費動向調査の結果（1次速報）

- ほぼ全市場において、コロナ前より宿泊日数が増加。
- 費目別では、宿泊費が最も高く、次いで買物代、飲食費の順で高い。
- 宿泊費は欧米豪で、娯楽等サービス費は豪州で、買物代は中国が特に高い傾向。

【図表6】国籍・地域別にみる一般客1人当たり費目別旅行支出（観光・レジャー目的）

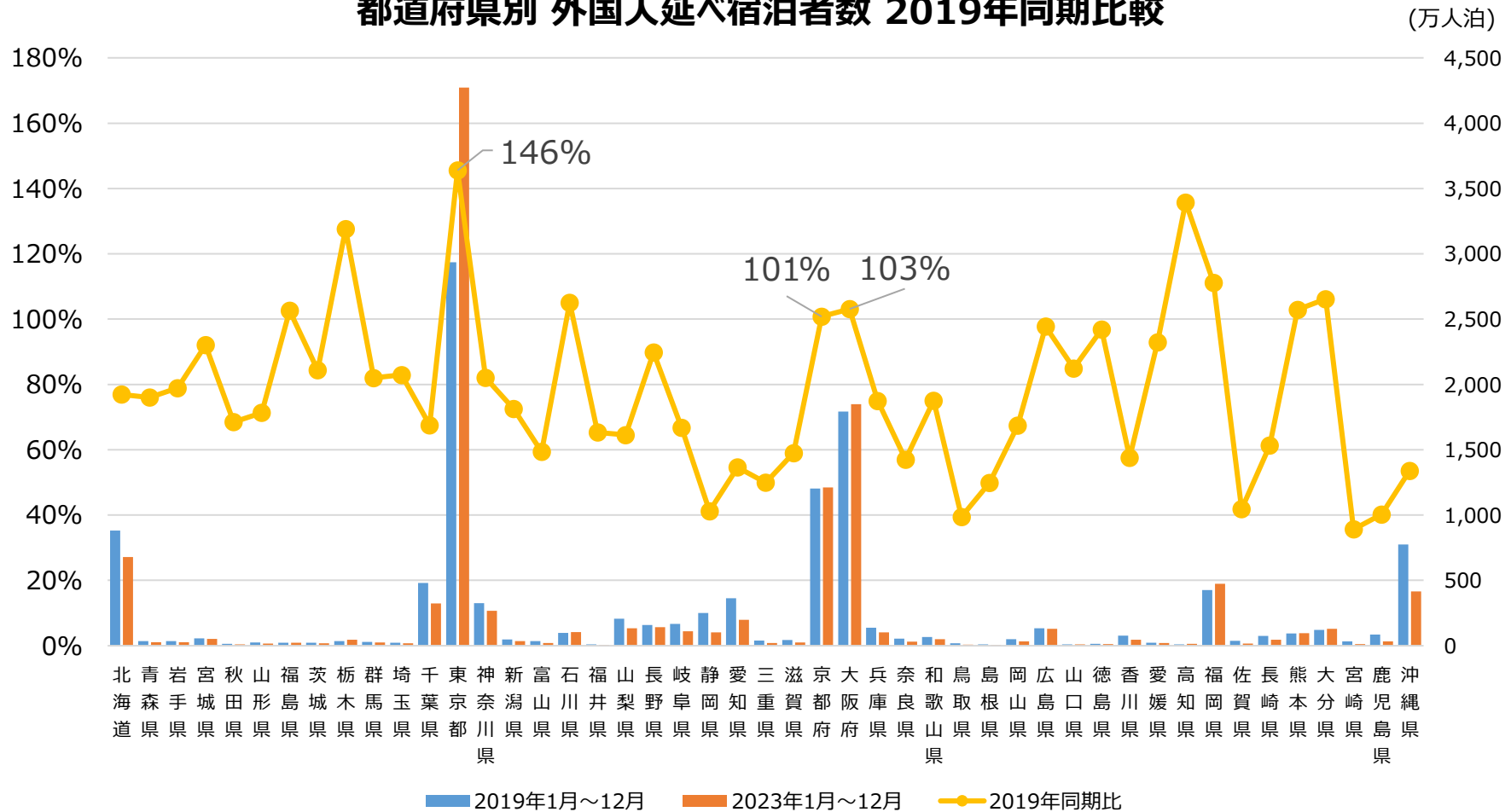
2024年1-3月期		(1次速報)		(円/人)							(泊)	
国籍・地域	総額	訪日外国人1人当たり旅行支出【観光・レジャー目的】										
		前年同期比	2019年同期比	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	平均泊数注	前年同期差	2019年同期差
全国籍・地域	200,513	+7.3%	+38.5%	64,754	43,025	22,070	11,702	58,902	59	6.5	-0.1泊	+0.8泊
韓国	97,938	-9.1%	+38.1%	31,239	27,248	8,969	7,070	23,407	5	3.6	-0.4泊	+0.2泊
台湾	173,900	-9.8%	+44.2%	51,275	37,354	16,056	9,623	59,520	72	5.4	-0.8泊	+0.4泊
香港	239,865	-4.8%	+47.4%	71,592	51,066	22,610	9,407	85,099	91	6.1	-0.7泊	+0.7泊
中国	273,245	-6.0%	+25.1%	66,378	47,173	24,863	12,754	122,005	72	6.9	-1.6泊	+1.0泊
タイ	183,869	+0.5%	+51.6%	57,305	41,786	23,976	8,799	51,551	453	5.5	-1.1泊	+0.2泊
シンガポール	267,483	-3.8%	+48.5%	93,186	57,157	32,886	14,121	70,133	0	8.0	-0.3泊	+0.5泊
マレーシア	223,816	+5.7%	+69.5%	75,191	48,530	27,985	12,230	59,880	0	7.3	-0.4泊	+0.0泊
インドネシア	243,525	+24.1%	+78.1%	81,775	45,002	42,679	10,522	63,257	290	8.0	+0.4泊	+0.9泊
フィリピン	221,424	-1.2%	+97.2%	66,376	40,741	22,805	13,617	77,885	0	8.2	-0.5泊	-3.0泊
ベトナム	199,534	-4.1%	+37.0%	65,313	33,577	21,057	12,247	67,339	0	6.5	+0.7泊	-1.7泊
インド	198,648	-24.2%	+13.5%	63,067	33,235	35,255	7,701	59,390	0	10.1	-0.4泊	-13.3泊
英国	378,870	+18.2%	+88.4%	162,968	77,220	48,566	23,747	66,369	0	11.3	-3.7泊	+0.8泊
ドイツ	303,867	+17.4%	+52.8%	121,223	69,191	48,477	14,338	50,638	0	14.2	+1.3泊	+1.5泊
フランス	290,446	-8.1%	+37.8%	116,255	61,933	43,815	16,518	51,924	0	14.6	-0.4泊	+0.7泊
イタリア	282,168	+9.7%	+37.0%	105,328	65,341	57,361	10,012	44,126	0	14.0	+0.3泊	+0.8泊
スペイン	352,942	+41.0%	+90.4%	114,940	87,987	78,308	14,833	56,873	0	12.8	-0.6泊	+1.7泊
ロシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
米国	317,359	+13.2%	+66.8%	131,558	68,429	43,420	20,398	53,555	0	10.4	+0.4泊	+1.7泊
カナダ	322,898	+28.2%	+77.5%	132,649	67,039	47,396	24,176	51,639	0	11.9	+1.2泊	+1.9泊
オーストラリア	394,713	+11.3%	+55.5%	169,943	80,248	49,317	43,719	51,319	168	14.3	-0.3泊	+0.9泊
その他	293,957	-4.8%	+44.5%	109,334	64,884	45,403	15,232	59,104	0	13.0	-0.2泊	-2.2泊

出典：観光庁 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001738599.pdf>

## 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 - 宿泊旅行統計調査の結果 (2次速報)

- 都道府県により回復率に開きがあるが、宿泊者数が特に多い**東京都が他都市に先んじて回復している状況。次いで数の多い大阪、京都も2019年比100%まで回復している。**

都道府県別 外国人延べ宿泊者数 2019年同期比較

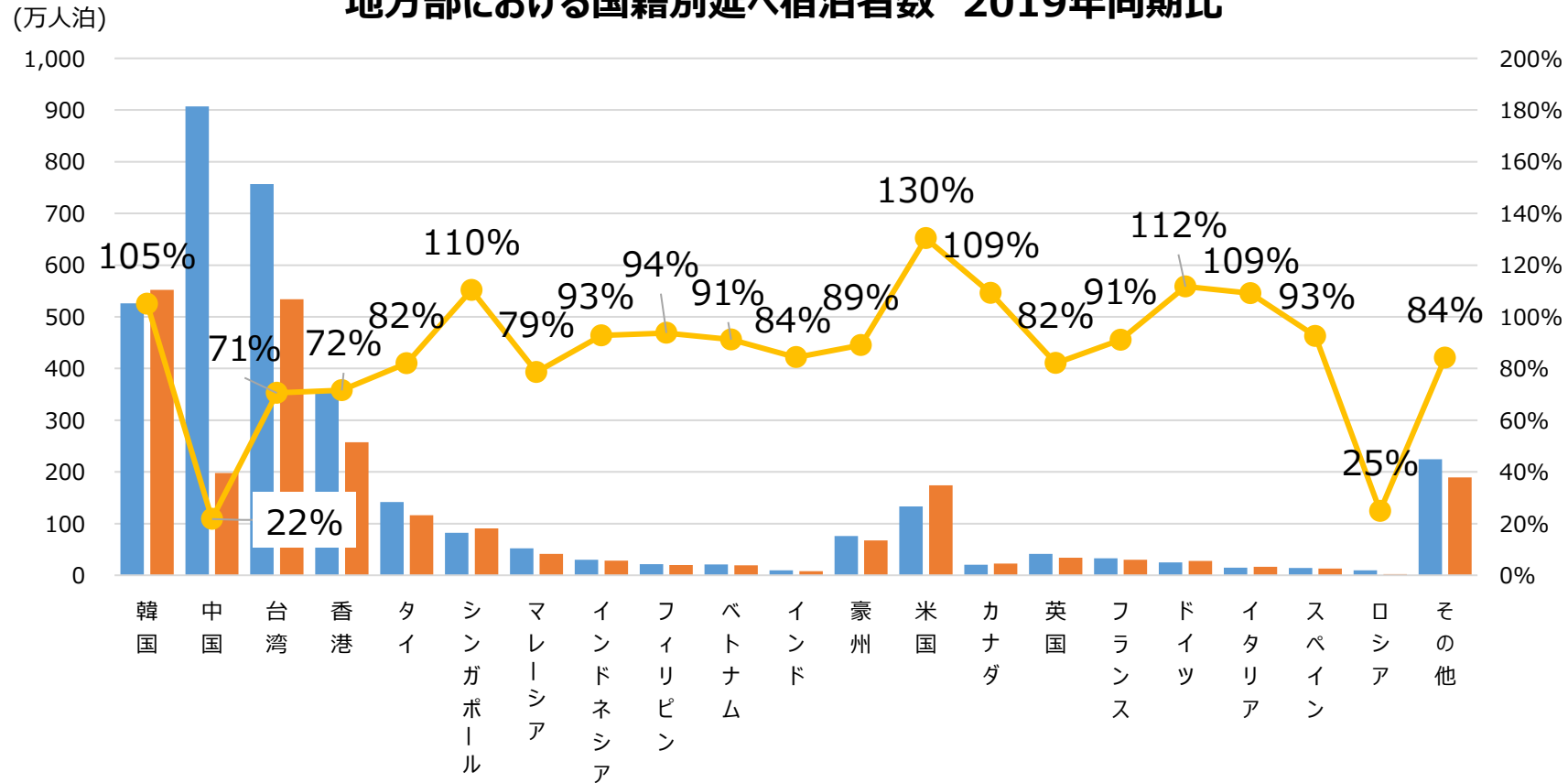


(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>

## 2. インバウンド観光をめぐる最近の動向 - 宿泊旅行統計調査の結果 (2次速報)

- ・ **コロナ前に地方部\*宿泊数の多かった韓国を除く東アジア市場の回復が特に遅れている状況。米国やシンガポール等では2019年を上回っている。**

地方部における国籍別延べ宿泊者数 2019年同期比



\*地方部：三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域

■ 2019年1月~12月 ■ 2023年1月~12月 ● 同期比

(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づきJNTO作成

※その他にはメキシコ、中東地域、北欧地域も含む

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>

1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
- 3. 持続可能な観光の実現**
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ 高付加価値旅行
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

✓ **新・観光立国推進基本計画スタート** (期間;2023~2025年)

✓ **3大方針; 持続可能な観光,消費額拡大,地方誘客促進**

	2025年目標	実績
1人あたりの消費額	20万円	15.9万円 (2019年)
1人あたりの地方宿泊日数	2泊	1.4泊 (2019年)
訪日外客数	2019年水準超え	3,188万人 (2019年)
持続可能な観光地域づくりに 取り組む地域数	100地域 *うち 国際認証・表彰地域50	12地域 (2022年) *うち 国際認証・表彰地域6

### 3. 持続可能な観光の実現 ーJNTO訪日マーケティング戦略の全体構成

- 観光立国推進基本計画を踏まえ、持続可能な観光・消費額拡大・地方誘客促進の実現に向けて、きめ細やかにプロモーションを展開するための戦略（対象期間は2023～2025年度）
- 観光庁、JNTO、地方運輸局、DMO/地方自治体等間で本戦略を共有し、各主体が政府目標達成のための効果的かつ効率的な施策を展開。

**持続可能な観光の推進を念頭に、各戦略に紐づく事業を展開**

市場別

市場別マーケティング戦略

市場  
横断

市場横断マーケティング戦略

高付加価値  
旅行

アドベンチャー  
トラベル

大阪・関西  
万博

MICE  
マーケティング  
戦略

「訪日マーケティング戦略」 <https://www.jnto.go.jp/projects/overseas-promotion/marketing-strategy/>

1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
3. 持続可能な観光の実現
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ 高付加価値旅行
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

### 3. 持続可能な観光の実現

#### －①サステイナブルツーリズム JNTOが考えるサステナブル・ツーリズム

#### 地域の「環境」を 守る・育む



#### 地域の「文化」を 守る・育む



#### 地域の「経済」を 守る・育む



#### ①事業における環境配慮、②地域のサステナビリティに繋がる取組を組織横断で推進

(海外向け取組例)

- サステナビリティへの意識が高い**高付加価値旅行層への情報発信**の強化
- 観光庁の取組と連動した、**国際認証等を取得する地域の観光情報発信**の強化

(国内向け取組例)

- **地域や事業者の先進事例**をセミナーやウェブサイト等を通じて紹介





### 3. 持続可能な観光の実現

#### ① サステイナブルツーリズム 事業における環境への配慮

#### 【取組例】 旅行博における環境保全への配慮



- ✓ 再利用可能な出展ブース素材
- ✓ 再利用可能な備品等の活用

- ✓ デジタルパンフレット利用の推進
- ✓ アンケートのQRコード化

### 3. 持続可能な観光の実現 ー①サステイナブルツーリズム 国際認証の取得

#### Green Destinations (2023年度認証)

##### 1. Green Destinations Top 100 Stories (TOP100)

- |                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| ①岩手県釜石(かまいし)市 (6年連続受賞)  | ⑥北海道弟子屈(てしかが)町 【初受賞】 |
| ②愛媛県大洲(おおず)市 (連続受賞)     | ⑦長野県小布施(おぶせ)町 【初受賞】  |
| ③熊本県小国(おぐに)町 (連続受賞)     | ⑧京都府宮津(みやづ)市 【初受賞】   |
| ④神奈川県箱根(はこね)町 (連続受賞)    | ⑨香川県丸亀(まるがめ)市 【初受賞】  |
| ⑤鹿児島県与論(よろん)島 (2年ぶりの受賞) | ⑩徳島県三好(みよし)市 【初受賞】   |

##### 2. Green Destinations Awards & Certification program

- ①北海道ニセコ町 シルバー賞受賞



#### Best Tourism Villages (2023年度認証)

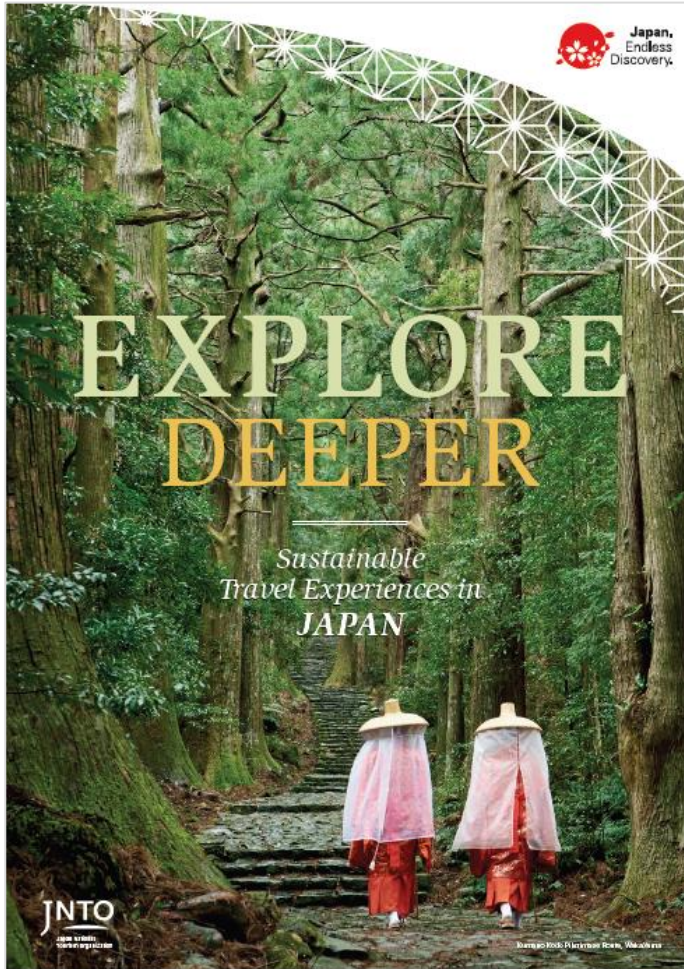
- ①宮城県 奥松島地区  
②長野県 白馬村  
③岐阜県 白川村  
④北海道 美瑛町 (2021年アップグレードプログラム)  
※アップグレードプログラム ①奈良県明日香村



### 3. 持続可能な観光の実現

#### ① サステイナブルツーリズム 日本 of サステナビリティ を体現する観光コンテンツ

「**自然と自然に根ざした文化**」をコンセプトに、サステナブル・トラベルの観光コンテンツ（50件）を紹介する**デジタル・パンフレット**を英語で制作。



#### コンセプト

#### 目次

1. 自然を楽しむ**アウトドア・アクティビティ**
2. 豊かな**生物多様性**に触れる
3. **エコ・フレンドリー**な宿泊施設

#### 特集①：「観光を通じた**東北震災復興**」

4. 豊かな**自然風土に根差した食文化**を楽しむ
5. 古来からつづく**温泉・湯治**を楽しむ
6. 受け継がれる**日本の信仰**に触れる
7. **伝統的な地域・文化財**に泊まる

#### 特集②：「先住民族・**アイヌの文化**に触れる」

8. 地域に根付く**伝統芸能**を鑑賞する
9. 受け継がれる**祭り**に触れる
10. **匠の技**に触れる

#### 国際認証・アワード取得地域一覧

#### About Us

[https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/20220428\\_2.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/20220428_2.pdf)

【ダウンロード先】



### 3. 持続可能な観光の実現 - ① サステナブルツーリズム コンテンツ事例

#### サステナブルツーリズムに関するデジタルパンフレットの掲載コンテンツ例

##### ● 新たな高みへ登る「Treeful Treehouse」(沖縄県)



##### 15 Climb to new heights at the Treeful Treehouse Sustainable Resort

*Sleep under the stars amongst branches and leaves*

Situated in Okinawa's Yabaru National Park, everything about the Treeful Treehouse luxury sustainable resort is designed with the natural environment in mind. And what better way to experience nature than spending the night in a treehouse? Surrounded by the living tendrils of the tree, your eco-friendly accommodation is a bespoke wooden cabin, built high off the ground in order to not disturb the surrounding animals' natural habitat. Carbon-neutral solar arrays, not fossil fuels, generate electricity on-site, and even the grass is tended by goats, removing the requirements for a lawnmower. Wave goodbye to the hustle and bustle of the city and immerse yourself in Okinawa's natural wonders. Wake up to fresh, forest air filtered by the gentle leaves surrounding your woodland home. Spending time here will give you a new understanding for the importance of coexisting with nature. Your

#### Eco-friendly Accommodation

The Japanese word "mottainai" embodies the value of cherishing important things and is deeply rooted in everyday life in the country. This same philosophy drives Japan's eco-friendly accommodation options too. Ranging from affordable to luxurious, a number of ecologically conscious, internationally certified properties provide travelers with comfortable accommodation and an enriching experience. These properties have gone to great lengths to reduce their burden on the global environment and local ecosystems. You'll find initiatives like utilizing hot springs for geothermal heating and spring water for cooling, methods to reduce plastic consumption, local menus serving locally caught and cultivated ingredients, and even hotels with a zero-waste policy. Where will you book your next trip focused on sustainable travel?

10 | Explore Deeper

沖縄のやんばる国立公園内にある自然を取り入れた持続可能なリゾート施設。

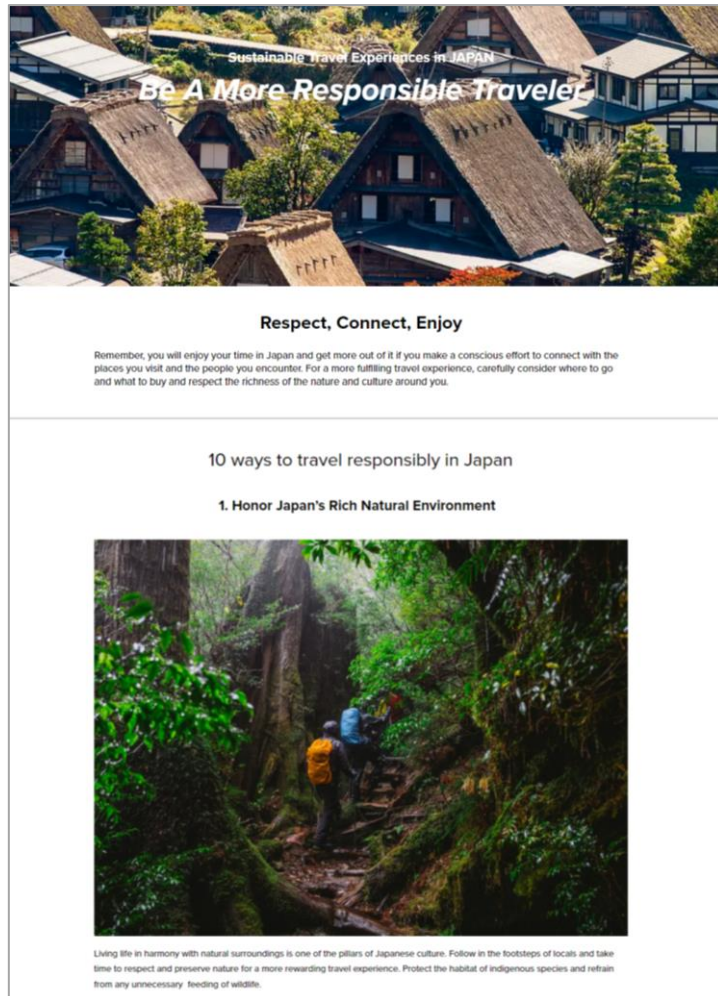
木の上に建てられたホテルに滞在し、自然な暮らしを満喫できます。

この施設では化石燃料を使用せず、敷地内の太陽光発電システムで発電した電気のみを利用する等、環境に配慮した運営が行われています。



### 3. 持続可能な観光の実現 -①サステイナブルツーリズム 責任ある旅行者

- 旅行者に「責任ある旅行者（レスポンシブル・トラベラー）」としての行動を促す**10のヒント**を特設ページに掲載。



#### 「日本でレスポンシブルに旅するための10の方法」

1. 日本の豊かな自然を讃える
2. 旬の海の幸・山の幸を味わう
3. 歴史的建造物に泊まる
4. 伝統的な祭りや舞台芸術で日本文化に触れる
5. 地元の職人を応援・日本の思い出を持ち帰る
6. 整備された公共交通機関を使ってまだよく知られていないスポットに行く
7. 長く滞在して、地元の人たちと深く交流する
8. オフシーズンに訪れて、日本の新たな一面を見る
9. 地元の人と同じように行動する
10. 旅の体験を共有する

※「レスポンシブル・トラベラー」ページ

<https://www.japan.travel/en/sustainable/be-a-more-sustainable-traveler/>

### 3. 持続可能な観光の実現

#### ① サステナブルツーリズム 情報発信を通じた実現

- “サステナブル・ツーリズム”をすることが旅行者の目的ではない
- 魅力的な旅先、アクティビティがあるから旅をし、そこにサステナブルな選択肢があることが重要

#### まず旅としての魅力があり、サステナビリティはプラスαの要素

旅行者にとって魅力的であること  
“その土地の文化を代表するような本物の体験を求める”



#### 地域の環境や経済、コミュニティに資する

地域環境に配慮

地域文化の尊重

地域経済の活性化

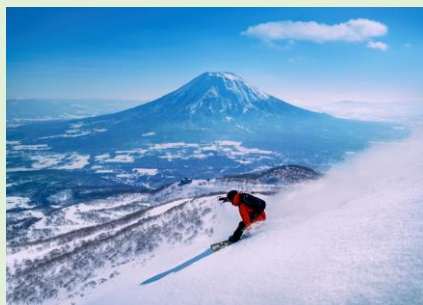
それにより、地域の「環境」「文化」「経済」を守る・育むことに繋げる

1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
3. 持続可能な観光の実現
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ 高付加価値旅行
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

### 3. 持続可能な観光の実現 ー②アドベンチャートラベル

#### アドベンチャートラベルとは

- ・アドベンチャートラベル：「アクティビティ」「自然」「文化体験」のうち最低2つを含む旅行。



アクティビティ

自然

文化体験

#### アドベンチャートラベルの市場規模

- OATのグローバル市場規模は**年率13.6%**で成長しており、2026年には推計**約1兆6270億ドル**に達する見込み。（出典：観光庁「アドベンチャーツーリズムナレッジ集」）
- 旅行者一人当たりの現地消費額が高く、北米では一人当たり3,290ドル（約36万円）（出典：ATTA資料、Euro-Monitor、各種データよりJTB総合研究所作成）



## ■ アドベンチャー≠ハードな冒険

### POINT1 : ストーリー

地域理解のため、**ストーリーに沿ってツアーを展開**。  
体験観光を繋げただけでは、ATにはならない。

### POINT2 : ガイド

ガイドの任務は行程管理・安全管理だけにあらず。  
**地域とお客様をつなぐ存在、旅の演出家**として重要な役割。

### POINT3 : チャレンジ

内面の変化に必要なものは**チャレンジ**。自分の限界の少し上、  
未知なるものに挑めば、それがアドベンチャー！

★各地域のコンテンツにポイント1  
～3の付加価値をつけることで、  
消費額を高めることが可能！

引用：ATWS北海道実行委員会「アドベンチャートラベルの概要とAdventure Travel World Summit 2023 開催について」

### 3. 持続可能な観光の実現 - ②アドベンチャートラベル ATにおける地域の事例

#### ①ATWS2023 プレサミットアドベンチャー(PSA) 20 屋久島の水の恵みを体感する旅

○行程 5泊6日

○アクティビティ強度 4 (低 1 <<< 5 高)

○ハイライト

屋久島の森、湿原、巨岩を一望できる大パノラマ黒味山登山、黒味山から流れる清流栗尾川でカヤックと沢登り、世界遺産エリアの自然散策、屋久杉木工工房体験、地元食材の食事や島焼酎の工房見学 等

#### ポイント：明確なテーマの設定・ガイドによるストーリーテリング

- 水の恩恵を受けて楽しめるアウトドアアクティビティ、文化体験コンテンツを中心に構成されており、ツアーを通じて「屋久島の水の恵み」というテーマを学ぶことができる。
- 島の自然環境と暮らしに深い知識を有するガイドがストーリーの語り手に。



### 3. 持続可能な観光の実現 ー②アドベンチャートラベル ATにおける地域の事例

#### ②ATWS2023 プレサミットアドベンチャー(PSA) 16 東北みちのく潮風トレイル

○行程 6泊7日

○アクティビティ強度 3 (低 1 <<< 5 高)

○ハイライト

ハイキング・サイクリング・カヤック等を通じて震災前と変わらない雄大な自然を体感、地域の伝統・産業に触れ、故郷の復興に向け努力を続ける人々と交流する 等

#### ポイント：広域性とハイライト設定

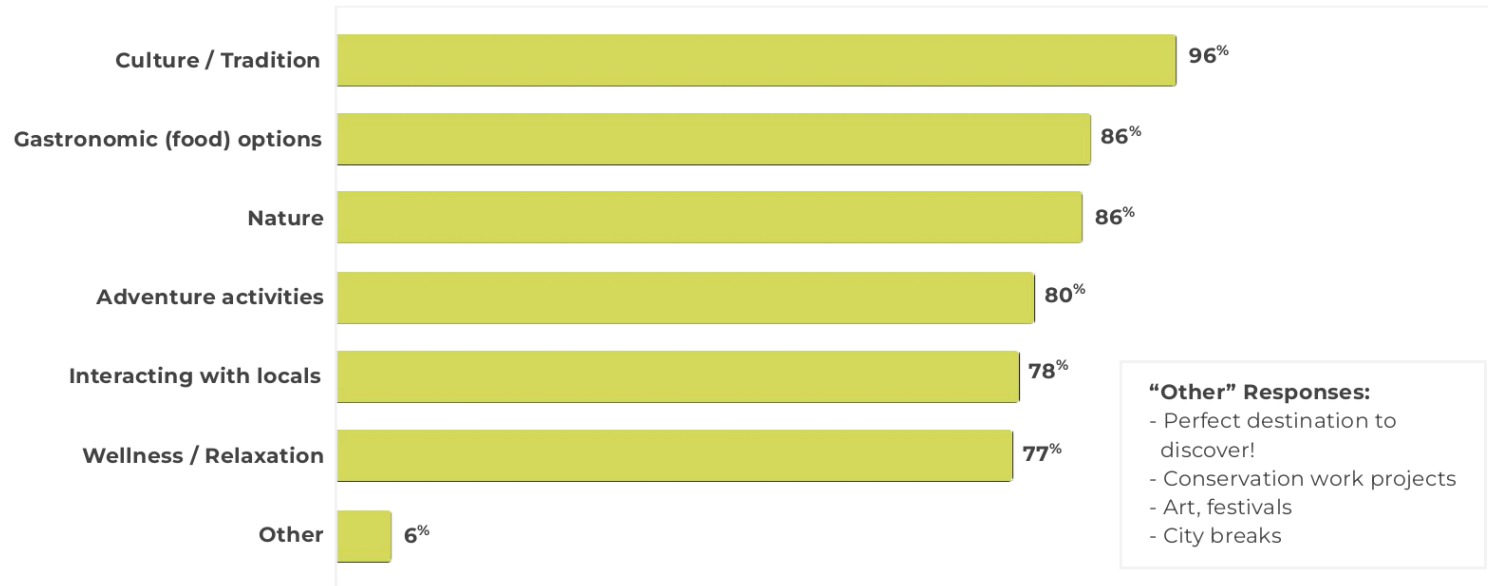
- ・ 福島県～青森県にまたがる全長1000km+の「みちのく潮風トレイル」を舞台とするダイナミックなコース設計で「東北エリア」としての魅力を感じることができる。
- ・ 「震災と復興」「地域との交流」「生命について考える」がテーマに設定され、広範なフィールドの中で何を見せ、何を体験させるのかが練られている。



## 訪日ATのポテンシャルとして挙げられたのは 文化・伝統、食、自然、アクティビティ

### REASONS FOR OFFERING JAPAN

Japan is seen as a very well-rounded destination, offering everything from culture to adventure to relaxation. The numbers below represent the percentage of respondents who said they would offer Japan for each reason.



出展：ATTA” ADVENTURE TRAVEL TRADE PERCEPTIONS OF JAPAN (2022) ”

### 3. 持続可能な観光の実現 - ②アドベンチャートラベル ATにおけるJNTOの取組

#### ATWS北海道2023

(正式名称：Adventure Travel World Summit)

- **ATの国際組織** (Adventure Travel Trade Association) が主催する**世界最大のネットワークイベント**
- **北海道大会は初のアジア開催** (9月11日～14日に実施)
- **セミナー・商談の他、イベント前に道内・道外 各地で体験ツアー\***を実施

\*プレ・サミット・アドベンチャー (PSA) 等  
道外は東北、長野、静岡、京都、四国、九州、沖縄の7



▲ATWS北海道会場でのJNTOによるプレゼンテーション

#### JNTOのATの取組

##### Adventure ELEVATE 2023出展

- **北米商談会** (2023年5月、米国メイン州) へ出展
- **ATWS北海道、日本・北海道のATの魅力**をアピールするとともに、**米国を中心とした参加者とのネットワーク**を図る

##### ATWS北海道2023を契機とした情報発信

- 会場内にJapan Lounge (日本ブース) を設置
- **日本全国のATの魅力**を発信し、**訪日AT商品の造成・販路拡大**に繋げる

##### ATWS北海道2023の知見の情報共有

- **商談や視察旅行参加者のフィードバック**から得られた気づきについて、**情報共有・意見交換の場** (オンラインセミナー等) を開催

##### JNTOとして初のAdventure Week開催

- **ATTA が厳選した旅行会社・メディアがAT商品を体験**し、**地域との商談会**を通じ商品の磨き上げを図るプログラムを沖縄で開催予定 (2024年11月)。

1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
3. 持続可能な観光の実現
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ **高付加価値旅行**
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

# 3. 持続可能な観光の実現

## ③ 高付加価値旅行 ウリ・ヤド・ヒト・コネ

### 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりの取組について 観光庁

- 訪日外国人旅行者数は2019年に3千万人を超えていたが、消費額は4.8兆円（2020年目標8兆円）であり、取組の強化が不可欠。
- いわゆる高付加価値旅行層（着地消費額100万円以上/人）は、訪日旅行者全体の約1%（32万人）に過ぎないが、消費額は約14.0%（6,700億円）を占める。ただし、大都市圏での買物消費等が多く、地方での消費が少ない。

ウリ	ヤド	ヒト	コネ
			
→ 高付加価値旅行層にも訴求力のある魅力的コンテンツの発掘力・商品造り力の不足	→ 地方に上質なインバウンド宿泊施設が不足	→ 高付加価値旅行層のニーズを満たす人材（地方への送客、ガイド、ホスピタリティ等）が不足	→ 海外における有力な高付加価値旅行者誘客人脈へのコネクション力不足

#### 主な取組の方向性（例）

##### <ウリ・ヤド・ヒト共通>

- 各地域の観光地経営体制の整備に向けた支援
- 地域のマスタープラン策定支援
- 専門性のある人材の派遣・ノウハウ共有
- 事業資金の確保に対する支援

##### <ヒト>

- スキルアップ支援
- 他業種人材の活用支援

##### <コネ>

- JNTOの体制強化（専門組織の設置等）による海外セールスの強化等

##### <その他：アシ>

- 高付加価値旅行層のニーズを踏まえた移動のシームレス化への対応等（プライベートジェット、スーパーヨットの運航に係る手続緩和等）

#### ■ 今後の進め方

令和5年(2023年)3月

- ・全国11カ所のモデル観光地を選定



令和5年(2023年)度中

- ・各エリアにおけるコアバリューの特定
- ・地域経営主体の構築
- ・マスタープランの作成



令和6年(2024年)度以降

- ・マスタープランに基づき、「ウリ」「ヤド」「ヒト」「コネ」「アシ」に関する検討の具体化、取組の実施



### 3. 持続可能な観光の実現 －③高付加価値旅行 高付加価値旅行者とは？

#### 1. 旅行消費額

訪日旅行1回あたりの総消費額100万円/人以上の  
旅行者

(国際航空券代は除く)

+

#### 2. 志向・価値観

“高付加価値旅行者は、単に一旅行当たりの消費額が大きいのみならず、一般的に 知的好奇心や探究心が強く、旅行による様々な 体験を通じて地域の伝統・文化、自然等に 触れることで、自身の知識を深め、インスピレーションを得られることを重視する傾向にある”

(観光庁「地方における高付加価値な インバウンド観光地づくりに向けた アクションプラン」より)





### 3. 持続可能な観光の実現

#### ③高付加価値旅行 高付加価値旅行コンテンツのカテゴリー

#### Arts & Culture 特別感のある文化芸術体験



- 一般公開されていない 工房の訪問、職人からの解説やプライベートレッスン
- 美術館の貸し切りやキュレーターの解説によるアート作品の鑑賞
- 寺社仏閣特別拝観 等

#### Natural Wonders 雄大な・希少性ある自然体験



- 世界遺産や国立公園等でのプライベートツアー
- 熟練した専門ガイドの解説による自然・生態系の鑑賞 等

#### Accommodations 特色ある施設での宿泊体験



- アートや日本の伝統文化を体験できる施設での宿泊体験
- ヴィラや一棟貸しの施設でのリラクゼーション
- 近隣地域での地産地消の食事やアクティビティ 等

#### Gastronomy その土地ならではの食体験



- 四季折々の旬の食材を使った多様な食文化
- ミシュラン星付きレストランでの食事 等

### 3. 持続可能な観光の実現 - ③高付加価値旅行 コンテンツ事例

## 大洲城キャスルステイ（愛媛県）



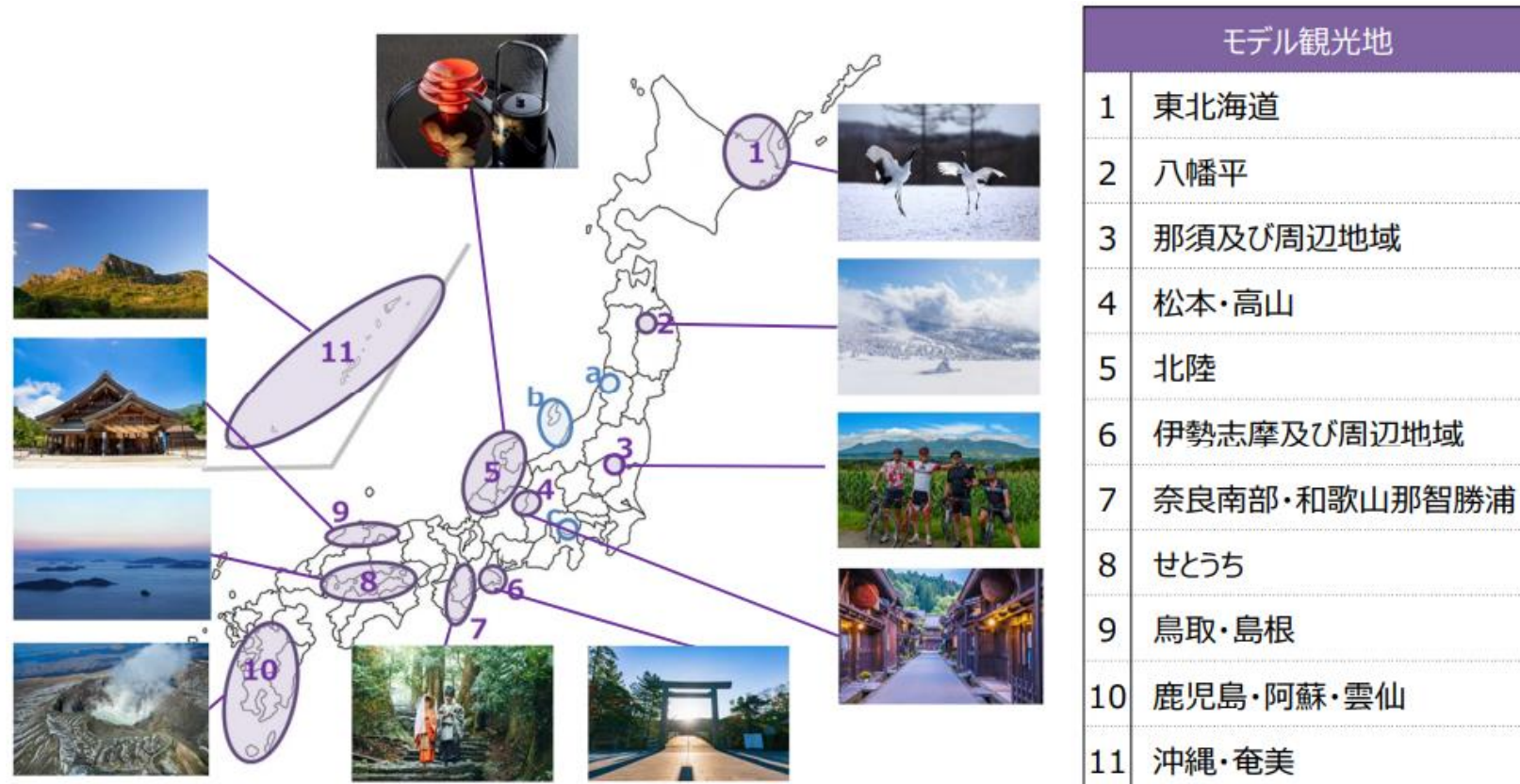
- 当時の内装を忠実に復元した完全復元天守に、貸し切りで宿泊
- 宿泊者は甲冑やを着て乗馬で入場、同じく甲冑をきた家臣がお出迎えを行うなど、大洲藩初代藩主である加藤貞泰の生活を体験できる
- 夕食は、地誌「大洲秘録」に記される当時の献立をアレンジしたものを提供。食材だけではなく食器も、地元で生産されたものを使用
- 宿泊料金は2人で100万円（税抜）※オプションあり

(参考) <https://castlestay.ozucastle.com/>



### 3. 持続可能な観光の実現 - ③高付加価値旅行 モデル観光地11地域

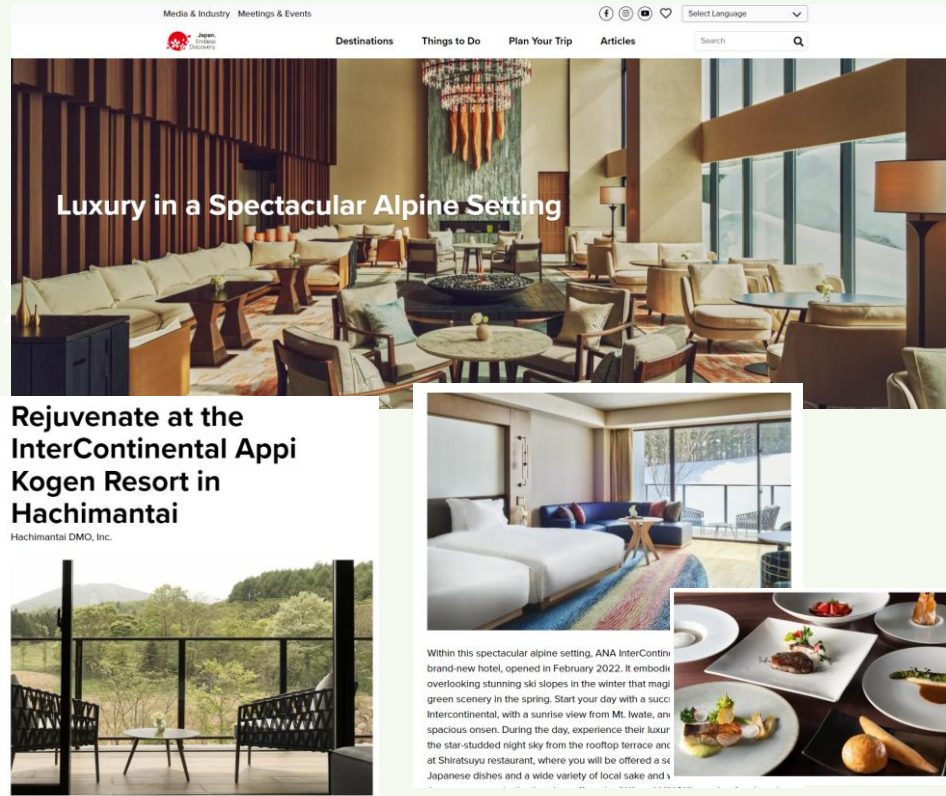
観光庁は、「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地」について、総合的な施策を集中的に講じる11地域を選定（2023年3月）。



<継続検討> a:山形（鶴岡・西川・庄内） b:佐渡 c:山梨富士山麓エリア

## 八幡平エリア： 数千年前の日本の文化が残る地

- ・ 縄文時代から続くブナの森に育まれた人と自然の営み
- ・ 暮らしを支える漆文化、食文化。 温泉保養地から世界有数のスノーリゾートへ



### 八幡平のインターコンチネンタル安比高原リゾートで活力を取り戻す

夏には美しい緑、澄んだ空気を楽しむことができる八幡平市は、冬になると世界クラスのパウダースノーが一面を覆います。

ANAインターコンチネンタル安比高原リゾートでは岩手山からの日の出を眺めながら、美味しい朝食で一日が始まります。

日中はスパを楽しみ、夜は屋上のテラスで満点の星空を眺め、地酒やワイン、日本料理を楽しみましょう。

<https://www.japan.travel/en/japans-local-treasures/luxury-in-a-spectacular-alpine-setting-2022/>

### 3. 持続可能な観光の実現 - ③高付加価値旅行 JLS

- ・ 訪日旅行の取扱い拡大を目指し、欧米豪中東の旅行会社を招請し、各地の観光資源の視察・体験ツアーを行うほか、全国のラグジュアリーホテル・旅館及び旅行手配を行うDMCとの商談会を実施
- ・ **2024年度も継続開催（2025年2月）**

#### <2023年度 実施概要>

- **日程：**

2月5日（月）～8日（木）： ファムトリップ  
2月9日（金）： 商談会

- **ファムトリップ（視察・体験ツアー）：**

モデル観光地を参考に、3泊4日の行程を8コース設定  
①金沢・福井、②高山・富山、③奈良・和歌山、④せとうち、  
⑤鳥取・島根、⑥鹿児島・屋久島、⑦沖縄、⑧ゴールデンルート

- **商談会：**

（海外バイヤー）欧米豪中東の高付加価値旅行取扱い旅行会社 32社  
（国内セラー）ラグジュアリーホテル・旅館、高付加価値旅行取扱いDMC 40社  
（商談件数）延べ482件



越前和紙の工房見学



屋久島トレッキング



商談会

### 3. 持続可能な観光の実現 －③高付加価値旅行 2023年度JLSのファムトリップ

#### 北陸コース

##### 禅・哲学・匠の本質を知る旅

主な訪問地：越前和紙、越前打刃物、永平寺、ESHIKOTO、兼六園など

- 加賀友禅体験、ひがし茶屋街懷華楼、越前打刃物の見学、座禅体験、日本酒テイスティングなど概ね全てのコンテンツが好評
- 伝統工芸や日本酒など、その道を究めた職人との出会い・説明は、Authenticな体験として、旅行のハイライトだったと高い評価
- 添乗したガイドは僧侶という異例の経歴を持っており、仏教や僧侶としての生活についての深い説明あり、参加者から高評価



加賀友禅（金沢）



越前打刃物（福井）

#### 沖縄コース

##### 継承される本質的な琉球文化を体験する旅

主な訪問地：沖縄空手会館、神村酒造、紅型衣装工房、琉球舞踊の鑑賞など

- アクティビティ（農業体験、空手体験）では「地元の人との交流を通じた学び」や「その地域への還元」が高評価
- レストラン手配における重要ポイント：①ロケーション（眺望や非日常的な貸し切りの空間）、②地元の食材を使った特選料理、③食事に合うお酒のペアリング、④サプライズ（シェフの挨拶等）
- 「沖縄＝ビーチリゾート」と紹介されるが、欧米豪市場では、「ビーチリゾートは泳ぐことができるビーチか、プライベートビーチに面したホテル」を想起されるので、その前提にたった説明が必要。



沖縄暮らし農業体験



琉球空手体験

1. インバウンドはなぜ重要か？
2. インバウンド観光をめぐる最近の動向
3. 持続可能な観光の実現
  - ① サステナブル・ツーリズム
  - ② アドベンチャートラベル
  - ③ 高付加価値旅行
4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション

## 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション －開催概要

- 正式名称** : 2025年日本国際博覧会  
(略称「大阪・関西万博」)  
Expo 2025 Osaka, Kansai, Japan
- 開催地** : 大阪府大阪市夢洲地区
- 会期** : 2025年4月13日(日)～10月13日(月)
- テーマ** : いのち輝く未来社会のデザイン  
(Designing Future Society for Our Lives)
- 出展国・地域** : 約160か国・地域※2023年11月時点
- 来場者数** : 2,820万人  
1日あたり最大22万人  
※出典:「大阪・関西万博来場者輸送具体方針」
- 会場建設費** : 2,350億円
- 経済効果** : 2兆9,000億円※2024年3月29日経産省発表
- URL** : <https://www.expo2025.or.jp/overview/>





## 万博を契機とした観光交流人口の拡大（万博イニシアチブ）

- 日本企業の国際競争力を強化することで、コロナ禍からの経済社会活動の回復を確かなものとし、経済成長を実現するためには、2025年大阪・関西万博の成功が必要不可欠。
- 万博がもたらすメリットを大阪・関西のみならず日本全国が享受することができるよう、全国的な機運醸成を図り、コロナ禍で縮小した国内外との人的交流を復活させることで、地域活性化を実現することが重要。

### 万博を契機とした交流人口の拡大

1 自治体交流

2 観光交流

3 教育交流

4 文化・  
スポーツ交流

5 ビジネス・  
学術交流

- 地域経済の活性化
- インバウンドの回復
- 世界に通用する人材育成
- 新しいビジネス・イノベーションの機会の創出
- ソフトパワーの強化

- 万博のメリットを日本全国が享受
- 世界における日本のプレゼンス向上

2

出典：2025年大阪・関西万博アクションプラン Ver.3

# 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション -万博と観光：大阪から全国へ

## 「万博+観光」の推進で万博開催の効果を全国へ



大阪・関西万博のテーマの地域での実践を万博の来場者に実際に行き体験してもらい「万博+観光」を推進することで万博開催の効果の全国への波及を図る。



(出典) 博覧会協会

# 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション ー万博と観光 JNTOの戦略

<b>主なターゲット市場</b>	アジア : 中国・台湾を中心とした各市場 欧米豪中東 : 米国・イタリア・ドイツ・中東地域 (GCC) を中心とした各市場		
<b>全体方針</b>	2023 前売チケット発売	2024 入場予約開始	2025 開催(4-10月)
	コロナ後初のメガイベントとなる万博の機運醸成 ①万博を契機とした訪日旅行の認知獲得 ②万博を絡めた訪日旅行の想起・予約促進 ③万博+地方への誘客		
<b>キーメッセージ</b>	<b>万博のテーマと連動した日本各地のサステナブル・ツーリズムを “旅行者と地域住民の交流拡大”の観点から発信することで 地方誘客を促進</b>		
<b>主な取組(予定)</b>	BtoB 万博を含む訪日旅行商品の造成支援	メディア支援	
	BtoC BtoBtoC 特設ページ開設・SNS発信	特設ページコンテンツ拡充 広告・広報による万博+地方の情報発信	

# 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション -万博と観光 調査からみるターゲット

## 1. アンケート調査\*

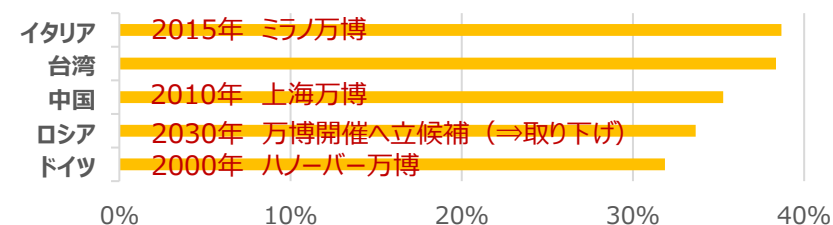
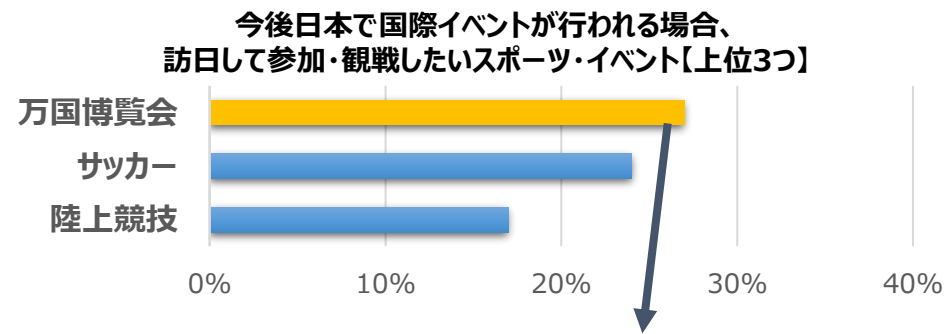
### (1) 万博への興味関心 (全体)

- 万博への関心が他のスポーツ・イベントを抑え1位。

### (2) 万博への興味関心 (国別)

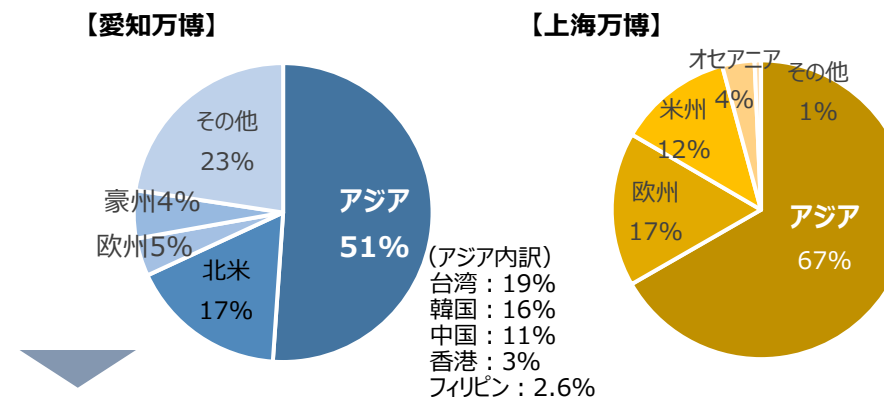
- 万博開催国 (イタリア・中国等)、開催候補国を中心に関心が高い傾向。

⇒調査結果を踏まえると、  
ドバイ万博により中東地域でも関心が高まる可能性有り  
(本調査では、中東地域はアンケート対象外)



## 2. アジアでの万博開催時の外国人入場者

- 愛知万博(2005年)や上海万博(2010年)では、  
**アジア圏ショートホールの来場者が中心。**



**万博開催国・開催候補国、ショートホール市場でのプロモーションが重要**

## JNTOの万博関連事業のキーメッセージ

**万博のテーマと連動した**日本各地の**サステナブル・ツーリズム**を  
**旅行者と地域住民の交流拡大**の観点から発信することで  
**地方誘客を促進**



万博メインテーマ：**いのち輝く未来社会のデザイン**

万博サブテーマ	テーマに関連する体験素材
いのちを救う	平和、健康・医療、スポーツ、温泉、環境、国立公園・世界自然遺産、山、海
いのちに力を与える	和食、酒、ジビエ、ローカルフード、ファームツアー、ガストロノミー、料理教室、ショッピング、ナイトライフ
いのちをつなぐ	伝統行事・祭り、伝統芸能、伝統工芸、文化体験、遺跡・歴史的建造物、マンガ・アニメ、演劇、笑い、ミュージアム、アート、音楽、震災復興・防災

(出典) 博覧会協会

**万博テーマと連動した観光情報や旅行商品の発信を強化**

# 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション —大阪・関西万博 ウェブページの開設①

日本の魅力と、日本のチカラに、  
**PRESS RELEASE**  
報道発表資料

**JNTO** 日本政府観光局

※ 本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

2023年11月30日

**大阪・関西万博特設ウェブページを開設！**  
～第1弾として万博情報や訪日旅行に役立つ情報を英語、中国簡体字および台湾繁体字で公開～

- 2023年11月30日（木）より、大阪・関西万博特設ページを開設します。
- 本取り組みを通じて、万博を契機とした訪日旅行の認知獲得と地方誘客を目指します。




特設ウェブページイメージ

日本政府観光局（JNTO）は、大阪・関西万博の開催機会を訪日喚起につなげるため、万博をきっかけとして日本に興味を持った外国人、および万博来訪訪日客を対象とした特設ウェブページを開設しました。

万博のテーマと連動した日本各地のサステナブル・ツーリズムを“旅行者と地域住民の交流拡大”の観点から発信することで、地方誘客を促進することを目的としています。本ウェブページは段階的な公開を予定しており、その第1弾として、万博の開催情報や訪日旅行の計画および滞在時に役立つ情報を、英語、中国簡体字、台湾繁体字の多言語にて、11月30日（木）に公開しました。さらに第2弾として、万博テーマに関連付いた日本各地の観光情報やモデルコース等を掲載し、万博開催をきっかけとした日本の観光の魅力をアピールしていきます。

また万博協会の観光ポータルサイト『Expo2025 Official Experiential Travel Guides』とも連携し、同サイトへの訪日外国人のアクセス誘導を行います。

【お問い合わせ先】  
市場機断プロモーション部 市場機断グループ  
渡部・氷室・森野  
TEL: 03-5369-3336 E-MAIL: [global\\_projects@jnto.go.jp](mailto:global_projects@jnto.go.jp)

 独立行政法人 国際観光振興機構 〒160-0004 東京都新宿区西谷 1-6-4  
企業機断 広報グループ TEL: 03-5369-3342 FAX: 03-3350-5200  
URL: <https://www.jnto.go.jp/>

日本の魅力と、日本のチカラに、  
**PRESS RELEASE**  
報道発表資料

**JNTO** 日本政府観光局

別紙

【概要】

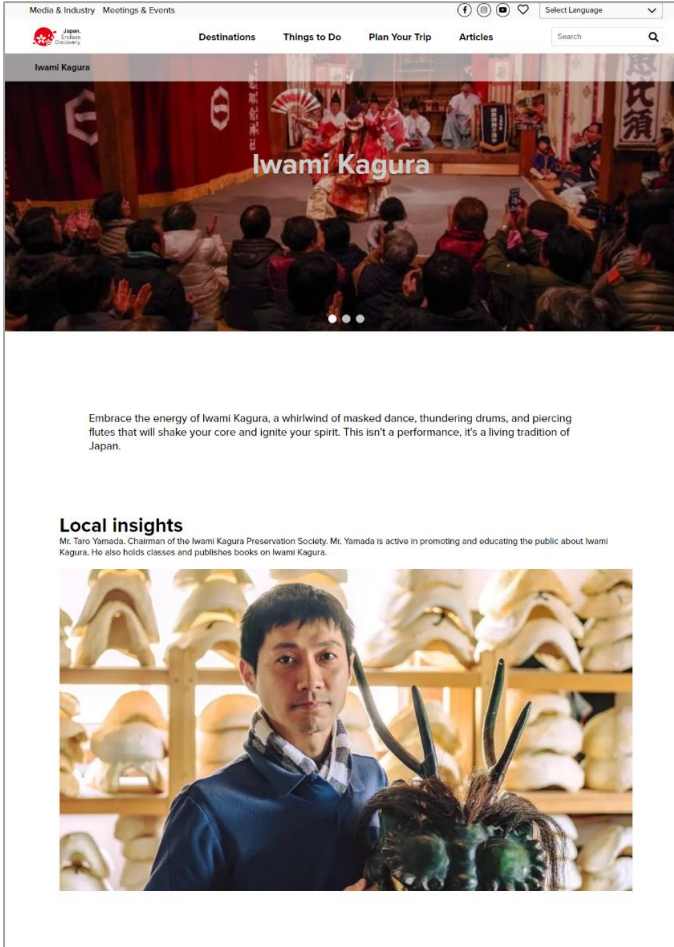
- 開設期間  
2023年11月30日（木）～2026年3月10日（火）
- 掲載コンテンツ  
・万博に関する情報  
・訪日旅行の計画および滞在時に役立つ情報  
・万博に関連付いた日本各地の観光情報とモデルコース
- 対応言語  
英語、中国簡体字、台湾繁体字
- URL  
・英語: <https://www.japan.travel/en/expo2025>  
・中国簡体字: <https://www.japan-travel.cn/expo2025>  
・台湾繁体字: <https://www.japan.travel/tw/expo2025>

 独立行政法人 国際観光振興機構 〒160-0004 東京都新宿区西谷 1-6-4  
企業機断 広報グループ TEL: 03-5369-3342 FAX: 03-3350-5200  
URL: <https://www.jnto.go.jp/>

# 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション ー大阪・関西万博 ウェブ特設ページ② コンセプト動画



## 「いのちをつなぐ」(伝統芸能) : 石見神楽 (島根県)



Media & Industry Meetings & Events

Japan Government Tourism Authority

Destinations Things to Do Plan Your Trip Articles Search

Iwami Kagura

Iwami Kagura

Embrace the energy of Iwami Kagura, a whirlwind of masked dance, thundering drums, and piercing flutes that will shake your core and ignite your spirit. This isn't a performance, it's a living tradition of Japan.

**Local insights**  
Mr. Taro Yamada, Chairman of the Iwami Kagura Preservation Society, Mr. Yamada is active in promoting and educating the public about Iwami Kagura. He also holds classes and publishes books on Iwami Kagura.

**#01 Q: What kind of experiences are available here?**

A: Iwami Kagura is a traditional performing art that has been handed down from ancient times in the western part of Shimane Prefecture. It is one of the Western forms of Japanese Kagura, in which songs and dances are dedicated to the gods to pray for a good harvest and a good catch for the year. Since ancient times, night kagura has been handed down as a ritual to worship the gods enshrined in the area. On "Saturday nights, regular Iwami Kagura performances are held at Ryugozen Shrine in Onetsu Onsen.



**#02 Q: What are the appealing points of Iwami Kagura?**

A: The night kagura performance is held at the Ryugozen Shrine in the quaint hot spring town of Onsen-tsu Onsen, located in the area of the World Heritage Site Iwami Ginzan Silver Mine. In a solemn atmosphere, visitors can enjoy dances reminiscent of the original "wade kagura" of Iwami Kagura. There is also an opportunity to take commemorative photos and interact with the performers after the regular performance.



**#03 Q: Message to travelers from abroad**

A: The impression we received from those who have seen it was, "Iwami Kagura is dynamic, and the night kagura in Onsen-tsu was wonderful to see from a very close distance". "The age range of the performers is very wide, and I was very impressed to see elementary school students performing. The costumes and masks are also very impressive and enjoyable. On the day after the Iwami Kagura performance, we recommend that you try your hand at painting masks and visit the costume store. In order to accommodate travelers from overseas, we are looking for private kagura performances and the businesses (with English-speaking staff) are playing a central role in promoting the region, so please come and visit us!





## 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション ー大阪・関西万博 在日グローバルメディア招請①

- 万博のテーマに関連した体験素材を中心にメディア招請を企画
- 第3四半期中に**3コース（四国・大阪方面、大阪・北陸方面、沖縄）**実施
- 米国、シンガポール、台湾、英国、スペイン、イタリア、フランス、スウェーデンの**海外メディア関係者計15名を招請**

### 参加メディア（一部）

The i Newspaper、LA CROIX DAILY、Central News Agency、The New York Times、Le Petit Journal、Humanite Dimanche、国営放送チャンネル8（中国語）、中央通社（中央通信社、中央社）ほか

#### COURSE 1.

### Shikoku-Osaka

24th~26th October 2023



#### COURSE 2.

### Osaka-Hokuriku

26th~28th October 2023



#### COURSE 3.

### Okinawa

29th November~1st December 2023



# 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション —大阪・関西万博 在日グローバルメディア招請②

## いのちをつなぐ

### 【コース1】 関西・瀬戸内

テーマ：芸術、食、そして最先端技術の見つかる場所

行程：直島～神戸牛牧場～ツーリズムEXPO万博ブース～松崎研究所



#### 【取材感想（直島）】

直島の島内を歩き自然に触れながら心身が解放された（台湾記者）、知的好奇心を触発する内容として発信したい（英国記者）

## 未来社会の実験場

### 【コース2】 関西・北陸

テーマ：最先端技術と、匠の技、そして伝統の見つかる場所

行程：ファクトリズム（八尾市）～自転車博物館（堺市）～金沢（セリ見学、金箔職人・茶屋街取材等）



#### 【取材感想（ファクトリズム）】

製造業に対する興味深いアプローチ（スウェーデン記者）、読者に伝えるべき素晴らしいストーリー性（英国記者）

## いのちを救う

### 【コース3】 沖縄

テーマ：伝統、そして自然と地元民との関係性の見える場所

行程：琉球大学～沖縄科学技術大学院大学～珊瑚植樹シュノーケル～喜如嘉芭蕉布会館



#### 【取材感想（珊瑚の養殖シュノーケル）】

珊瑚の生態についてしっかり説明がありよい取材が出来た。（台湾記者）、環境への取組が素晴らしい。途中の養殖体験が貴重（シンガポール記者）

### インセンティブ（企業報償旅行）造成に向けた旅行会社招請

(1) Visit Japan MICE Mart に東南アジアから12社を招請し、大阪を起点に四国を回るコースでユニークベニューや体験コンテンツを視察。

※シンガポール、タイ、ベトナム、マレーシア、フィリピン、インドネシア

【主な視察先】

淡路島（禅坊靖寧での禅体験・精進料理）、徳島（大塚国際美術館、阿波踊り会館）  
高松（高松城披雲閣、栗林公園）、大阪（大阪城西の丸庭園、大阪迎賓館）等



(2) 24年1月に韓国から4社を招請し、大阪～神戸～関東を視察。

【主な訪問先】大阪、神戸、日光

※この他、台湾（中部コース・5社）、米国・フランス・イタリア（沖縄コース・7社）を実施

## 4. 大阪・関西万博に向けたプロモーション ー大阪・関西万博 今後の取組

万博開催前年度として、地方誘客に向けたBtoCへの取組みを強化

### ○ 旅行博・商談

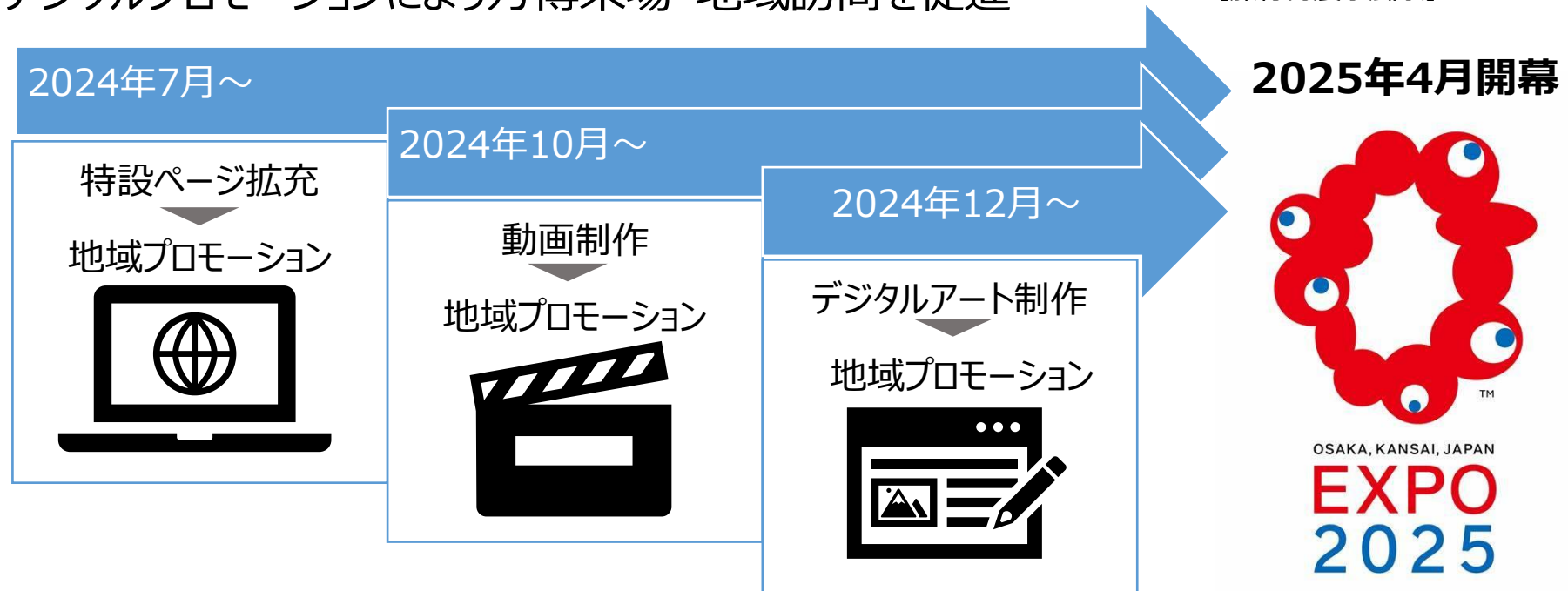
各主要市場旅行博等でのパネル展示やステージプログラム、ギブアウェイを通じ「万博＋観光」の地域情報を発信

### ○ デジタルプロモーション

開幕までのフェーズに合わせて制作するコンテンツを活用したデジタルプロモーションにより万博来場・地域訪問を促進



【旅行博展示風景】



## 賛助団体・会員サービス

### 会員サービス内容

～海外事務所を中心に構築しているJNTO独自のネットワークを活用して～



#### 情報収集支援

P.6

海外の旅行市場動向やトレンド等に関する情報を会員の皆様へお届けします。

- 賛助団体・会員専用サイト (J-Members)
- ニュースフラッシュ (メールマガジン)
- JNTO発行出版物の提供
- JNTOインバウンド旅行振興フォーラム
- テーマ特化型セミナー
- JNTO海外事務所員との個別相談会



#### 情報発信支援

P.9

会員の皆様の情報を海外のメディア・旅行会社・一般消費者へお届けします。

- JNTOオウンドメディアを通じた情報発信
- デジタルパンフレットサイトへのパンフレット掲載
- 外国語パンフレットの海外発送 (海上発送)
- 外国人旅行者へのパンフレット配布



#### BtoBマッチング支援

P.12

会員の皆様間の交流を通じ、国内連携の促進を図ります。

- 海外旅行会社とのセールスポイント取得
- テーマ特化型実務担当者交流会 (BtoB交流会)
- メールマガジン内「賛助団体・会員の皆様からのPR情報」のご利用
- インバウンド関連サービス検索サイトのご利用

## 地域インバウンド促進ページ

(<https://www.jnto.go.jp/projects/regional-support/>)

### 地域インバウンド促進



日本政府観光局 (JNTO) は、日本の各地域で訪日インバウンドに取り組む皆様をサポートします。各地域の取組事例、JNTOや有識者が持つ知見やノウハウ、JNTOの事業・セミナー・講演の案内や実施概要、デジタルマーケティングに関するガイドラインなど、地域の皆様にご活用いただける情報をお届けします。

会員サービス・賛助団体制度に関するお問い合わせ窓口 >> 会員サービスグループ [members\\_service@jnto.go.jp](mailto:members_service@jnto.go.jp) 03-5369-3337

地域の皆様の訪日プロモーションに関する総合窓口 >> 地域プロモーション連携室 [action@jnto.go.jp](mailto:action@jnto.go.jp) 03-5369-3337

(JNTO会員サービスガイドより)



ご清聴ありがとうございました。