

2025.11.20 No.1

# Tourism Journal

発行所：ツーリズム総合研究所

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル2階  
<http://www.tri-jp.net> E-mail: [media@tri-jp.net](mailto:media@tri-jp.net)



## 成長戦略から消えた「観光立国」 新政権下で問われる観光の位置づけ



出典：官邸ホームページ

### 観光振興に冷水を浴びせる政策転換

2024年の訪日外国人旅行者数は3687万人、旅行消費額8兆1000億円という過去最高の実績を上げ、コロナ禍からの完全復活を超えて、再び成長軌道を描いた。2025年も9月までの累計で、訪日外国人旅行者数は前年比17%増の3165万人で、このまま推移すれば、年間4000万人も視野に入る。

とくに、中国からの旅行者数が本格的に増

加し、1-9月累計で韓国を抜き、前年比43%増の748万人、香港を合わせると900万人を超えている。

現在、2026年からの観光立国推進基本計画を議論しているが、2030年の目標6000万人、15兆円への道のりは決して遠くないように見える。

しかし、2025年に入り、高市早苗政権が発表した17の成長戦略の中に、「観光」の文字はない。安倍政権下の「明日の日本を支える観光ビジョン」などで、観光は日本の重要な

成長戦略として位置づけられてきた。訪日外国人旅行者数が年間600万人台で低迷していた2000年代から「観光立国」を国家戦略に据え、官民一体となって取り組んできた結果が、今日の3000万人超えという成果につながっている。それが突然、成長戦略のリストから消えた。

### 外国人政策に埋没する観光

より深刻なのは、観光政策が独立した成長戦略としてではなく、「外国人の受入れ、秩序ある共生社会実現」という枠組みの中に組み込まれているような印象を持たれることだ。在留外国人の増加と訪日外国人旅行者の増加を一体的に扱われているように見える。

在留外国人と訪日旅行者は、本質的に異なる存在である。前者は日本社会の構成員として生活基盤を持つ人々であり、後者は一時的な来訪者である。両者を同じ「外国人対策」の枠組みで扱うことは、観光を「歓迎すべき経済機会」から「管理すべき課題」へと位置づけを変えることを意味する。

実際、この枠組みの中で、オーバーツーリズムや旅行者による迷惑行為が過度に強調され、規制強化の論拠として利用されている側

面が否めない。観光庁が推進してきた地方分散化や手ぶら観光などの前向きな対策よりも、「問題視」「規制」というトーンが前面に出ている。

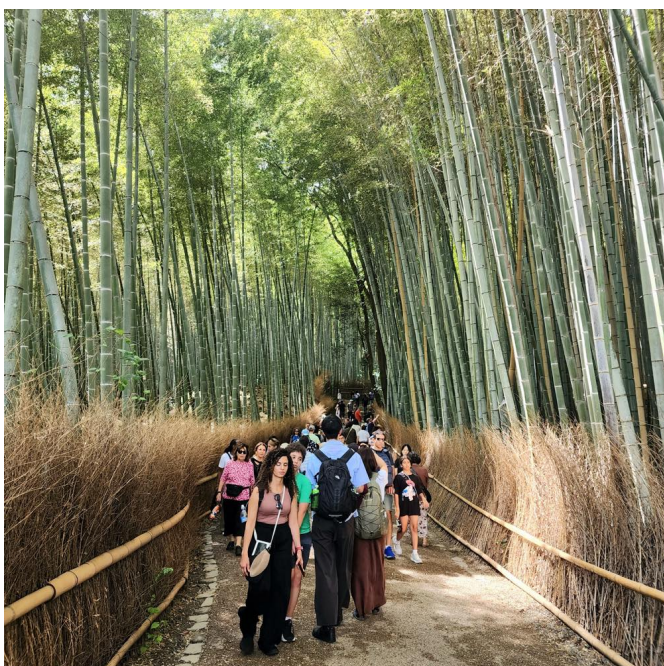
### 国際観光旅客税の引き上げ 財源確保か需要抑制か

自民党観光立国調査会が決議した国際観光旅客税の大幅引き上げ案は、この方針転換を象徴している。現行1000円から3000円へ、航空機のビジネスクラス以上の利用者には5000円という水準は、確かに諸外国と比較して突出して高いわけではない。しかし問題は、その目的と用途が明確に示されていないことだ。

提供された資料によれば、この引き上げの主眼は「地方誘客とオーバーツーリズム対策」に置かれている。しかし、税額引き上げによる需要抑制効果と、それによる地方への波及効果の関係は不透明だ。むしろ、価格感応度の高い東アジア市場からの旅行者を減少させ、結果として総消費額を押し下げるリスクすらある。

一律3000円への引き上げで2000億円超の税収が見込まれるとされるが、肝心なのは、その用途が真に観光産業の持続的成長と地域振興につながるかどうかだ。現行の用途である「ストレスフリーで快適な旅行環境の整備」「多様な魅力に関する情報の入手容易化」「地域固有の文化・自然を活用した観光資源整備」という3本柱は維持されるのか。それとも、「秩序ある共生社会」という名目の下、規制強化や管理コストの増大に充てられるのか。

また、日本人出国者からも徴収される以上、「日本人への裨益」をどう担保するかも重要な論点だ。パスポート取得費用の減額案も浮上しているが、旅券法改正を伴う大がかりな措置であり、実現性は不透明だ。むしろ、日本人のアウトバウンド促進策や、国内旅行との連携強化など、より直接的な還元策を検討すべきではないか。



外国人旅行者がひしめく京都・嵯峨野



## 中国、政治的発言の経済的代償

さらに憂慮すべきは、高市首相の台湾有事に関する発言が引き起こした中国市場への影響だ。中国と香港が日本渡航に対して注意喚起を発出したことは、2024年に国・地域別第1位に返り咲いた中国市場の今後に暗い影を落とす。

中国市場は訪日インバウンドの最大の牽引役である。2025年以降も市場拡大が期待されただけに、政治的発言が経済関係に波及することは避けなければならない。観光は本来、国際相互理解と平和構築に資する産業であり、政治的対立を超えた人的交流の基盤となるべきものだ。

政府は「観光外交」という言葉をしばしば使うが、それは単に外国人旅行者を増やすことではなく、観光を通じた相互理解と信頼醸成を意味する。政治的発言が観光に悪影響を及ぼすことを認識し、経済外交としての観光の重要性を再認識する必要がある。

## 観光立国を再定義、成長戦略復権を

今、求められているのは、観光を「外国人対策」や「オーバーツーリズムという問題」の文脈から解放し、改めて「成長戦略の柱」として位置づけ直すことだ。

具体的には、第1に観光の独立性を確保する。外国人政策と観光政策を切り離し、観光を経済成長、地方創生、国際交流促進の観点から推進する体制を再構築すべきだ。

第2に、地方分散化を戦略的に推進する。オーバーツーリズムは一部地域の課題であり、全国的な需要抑制ではなく、地方への誘客強化こそが解決策である。国際観光旅客税を地方の観光資源開発、交通インフラ整備、プロモーション強化に戦略的に投入すべきだ。

第3に、質的向上への転換を図る。単なる数の追求ではなく、滞在日数の延長、一人当たり消費額の増加、地方部での宿泊促進な



嵯峨野を少し歩くと大河内山荘。旅行者は少ない。

ど、質的指標を重視した政策展開が必要だ。

第4に、三位一体の推進を改めて強調する。訪日インバウンド、国内旅行、アウトバウンドをバランスよく発展させる「観光立国」の本来の姿を取り戻すべきだ。日本人のアウトバウンドは未だコロナ禍前の65%の回復にとどまっており、これを促進することが重要な課題であることをあらためて指摘したい。

第5に、政治リスクの管理だ。観光は外交政策、安全保障政策と密接に関連する。政治的発言が観光市場に及ぼす影響を常に意識し、経済外交としての観光の重要性を政府全体で共有する必要があるのではないかな。

コロナ禍からの訪日外国人旅行者の回復、成長は長年の取り組みの成果であると同時に、2030年の目標達成に向けた中間点でもある。ここで観光を成長戦略から外し、「問題視」する方向に転換することは、これまでの努力を無にするだけでなく、日本経済の将来的な成長機会を失うことを意味する。

観光産業は地方創生、雇用創出、国際交流促進、文化保存・発信など、多面的な価値を持つ戦略産業だ。一時的な課題に目を奪われ、長期的視野を失ってはならない。今こそ、観光立国の理念を再確認し、持続的な成長戦略として推進する政治的意志が求められる。(石原義郎)

# 訪日偏重から国内・海外旅行との調和を 日本の観光産業を次のステージへ

国土交通省は2026年度からの観光立国推進基本計画に向けた方向性について、国内旅行者の重要性にあらためて焦点を当てる方向性を示した。これまでの観光政策が訪日外国人観光客の増加に過度に焦点を当てるあまり、国内旅行市場の重要性を軽視してきた傾向を指摘し、現在の観光政策の最大の課題は、インバウンド偏重から脱却し、より包括的なアプローチを採用するとの認識を示した。

日本の観光市場の基盤を支えているのは国内旅行者で、それによって観光サービスの水準が維持・向上し、それが結果的に外国人旅行者の満足度向上にもつながるという好循環が生まれている。国内旅行者が年間を通じて安定的に観光地を訪れることで、観光事業者は経営の安定性を確保し、サービス品質の向上に投資することが可能となる。この基盤があつてこそ、インバウンド需要の季節変動や国際情勢の影響を緩和することができる。

さらに、アウトバウンドの重要性も指摘している。日本人が海外旅行を通じて異文化を体験し、国際感覚を養うことは、日本の観光産業の国際競争力向上にも寄与する。また、双方向の航空路線維持という実務的な観点から、アウトバウンドは不可欠。片道だけの需要では路線の採算性が悪化し、結果的にインバウンドの受入能力も制限される。この観点から、2026年度以降の計画では、インバウンド、国内旅行、アウトバウンドの三位一体での推進が不可欠とした。

ただ、訪日インバウンドのメリットを地方がまだまだ享受しておらず、訪日外国人旅行者の地方分散化が課題だ。東京、京都、大阪のゴールデンルートに観光客が集中する一方で、豊かな観光資源を持つ地方都市や農山漁村には、その恩恵が十分に届いていない現実がある。この偏在は、オーバーツーリズムという新たな問題を都市部に生み出す一方で、

地方の観光産業の発展を阻害している。

国土交通省は「広域移動環境の整備」をこの問題解決の鍵となる重要な施策と位置づけている。具体的には、地方空港の活用促進により、海外から直接地方へアクセスできるルートを増やすことが考えられる。また、新幹線や在来線特急と地方のバス路線やレンタカーを組み合わせた二次交通の充実も急務だ。さらに、デジタル技術を活用した多言語での移動支援システムの構築により、言語の壁を越えて誰もが自由に移動できる環境を整備する必要がある。

中でも注目はMaaS (Mobility as a Service) の推進で、複数の交通手段をシームレスに連携させ、スマートフォン一つで経路検索から予約、決済まで完結できるシステムは、外国人観光客の地方周遊を容易にする。すでに一部地域で実証実験が始まっているが、これを全国規模で展開することで、地方への観光客分散が現実的なものとなる。また、交通事業者間の連携強化により、乗り継ぎの利便性向上や運賃体系の簡素化も進めなくてはならない。

## 観光財源の戦略的活用と国民的合意形成

国土交通省は国際観光旅客税の使途については、「国が支援し実現すべきことを明確にした上で議論すべき」とのスタンスを取っている。これは、財源活用の透明性と効果測定の重要性を示唆している。これまでの観光財源の使途については、必ずしも国民的な理解と納得が得られていたとは言い難い面がある。今後は、明確な優先順位と期待される効果を示した上で、財源の配分を決定する必要がある。

新たな基本計画では、観光財源を戦略的に配分することが求められる。第一に、広域交



通インフラの整備、とくに地方部のアクセス改善への投資が最優先事項となる。これには、地方空港の国際線受入能力の向上、鉄道駅のバリアフリー化、観光地を結ぶ道路網の整備などが含まれる。

第二に、観光DXの加速によるデジタル化推進が重要である。AIを活用した観光案内システム、VRによる事前体験サービス、ビッグデータ分析による観光動態の把握など、最新技術の導入により観光サービスの質的向上を図る必要がある。

第三に、環境負荷軽減や文化財保護を含む持続可能な観光地づくりへの投資も欠かせない。観光地の自然環境や文化的価値を保全しながら、適切な観光利用を促進するためのインフラ整備や管理体制の構築が求められる。

第四に、労働条件改善を含む観光人材の育成・確保も重点課題である。観光産業の労働生産性向上と処遇改善により、優秀な人材を確保し、サービス品質の向上につなげることが重要である。これらの施策により「プラスα」の価値を創出し、税負担に対する納得感を醸成することで、持続可能な観光財源の確

保が可能となる。

先ごろ、自民党観光立国調査会が国際観光旅客税の引き上げを決議した。現行の1回当たり1000円から3000円、ビジネスクラス以上の利用者は5000円に引き上げとなるが、引き上げの主眼は「地方誘客とオーバーツーリズム対策」に置かれているという。地方誘客は理解できるが、オーバーツーリズム対策は過度に世論を意識したと言わざるを得ない。

## 2030年目標達成への現実的アプローチ

訪日外客6000万人、消費額15兆円という2030年の目標については達成の見込みが高まっている。2024年は上半期だけで訪日外客数2500万人、消費額4.8兆円を記録しており、今年度も年間で4000万人超えも視野に入る。この勢いを維持・加速させることで、確かに目標は射程圏内に入ってきている。

ただし、単なる量的拡大ではなく、質的向上を伴う成長戦略が不可欠だ。消費単価の向上には、まず富裕層向けコンテンツの充実が必要である。プライベートジェット専用ター



アジアから多くの観光客が訪れる福岡・太宰府天満宮

ミナルの整備、高級宿泊施設の誘致、オーダーメイド型の体験プログラムの開発など、高付加価値サービスの提供体制を整える必要がある。また、長期滞在の促進も重要な課題である。ワーケーション環境の整備、長期滞在者向けの割引制度など、滞在日数を延ばすインセンティブを設計することが求められる。

消費額の増加には体験型観光の拡充が鍵となる。単なる観光地巡りではなく、日本文化の深い理解につながる体験プログラム、地域住民との交流機会、ものづくり体験など、記憶に残る体験価値の提供が必要だ。さらに、成田空港の「第2の開港プロジェクト」に代表される受入能力の拡大も、目標達成の前提条件となる。第3滑走路の早期供用開始、空港アクセスの改善、CIQ体制の強化など、ハード・ソフト両面でのインフラ整備を着実に進める必要がある。

### 持続可能性を軸とした新たな観光モデル

2026年度からの計画では、SDGsやカーボンニュートラルといった国際的な潮流を踏まえた持続可能な観光モデルの構築が不可欠である。気候変動への対応、生物多様性の保全、地域社会との共生など、観光産業が直面する環境・社会課題への対応は、もはや選択肢ではなく必須要件となっている。

交通空白地域の解消については、国土交通省は「交通空白解消集中対策期間」の取り組みは重要としている。環境負荷の少ない電気バスや水素燃料電池車の導入、オンデマンド交通システムの活用、自動運転技術の実装など、最新技術を活用した持続可能な移動手段の導入と組み合わせることで、より付加価値の高い施策となる。また、自治体、交通事業者、民間事業者とのマッチングプラットフォームの構築により、地域の実情に応じた最適な交通ソリューションを提供することが可能となる。

さらに、観光地における環境負荷の見える化と削減目標の設定も重要である。カーボンフットプリントの測定、再生可能エネルギー

の活用、廃棄物削減とリサイクルの推進など、観光地全体で環境マネジメントシステムを構築する必要がある。また、レスポンシブル・ツーリズムの推進により、観光客自身の環境意識を高め、持続可能な観光行動を促すことも重要である。

### デジタル技術による観光イノベーション

観光DXの推進は、新たな基本計画の中核的要素となるべきである。デジタル技術の活用により、観光体験の質的向上、業務効率化、新たなビジネスモデルの創出が可能となる。具体的には、AIチャットボットによる24時間多言語対応の観光案内、ARを活用した歴史的建造物の復元体験、ブロックチェーン技術を用いた観光地域通貨の導入など、革新的なサービスの開発が期待される。

また、観光ビッグデータの活用により、より精緻なマーケティングと観光政策の立案が可能となる。携帯電話の位置情報、SNSの投稿データ、決済情報などを統合的に分析することで、観光客の行動パターンを把握し、混雑予測や最適な観光ルートの提案、ダイナミックプライシングの導入などが実現できる。プライバシーに配慮しながらも、データドリブンな観光地経営を推進する。

新たな観光立国推進基本計画は、インバウンド・国内旅行・アウトバウンドの調和、都市と地方の共生、経済効果と持続可能性の両立など、多様な価値を統合した総合的な政策パッケージが求められる。

国土交通省が提唱する「観光と交通の連携」は、まさにこうした統合的アプローチの象徴といえる。国土交通省が持つ交通インフラ整備の知見と、観光庁が培ってきた観光振興のノウハウを融合させることで、より効果的な政策展開が可能となる。さらに、省庁横断的な取り組みを強化し、経済産業省、環境省、文化庁、総務省など関係省庁との連携を深めることで、真の観光立国の実現を目指すべきだ。2026年度からの新たな観光立国推進基本計画が、日本の観光産業を次のステージへと導く羅針盤となることを期待する。



# 若者の海外促進「Go Global Project」発足

## 渋谷未来デザイン、JATAと連携、18団体参画

一般社団法人渋谷未来デザイン（小泉秀樹代表理事）は10月29日、若者の海外体験を後押しする「Go Global Project」がスタートした。東京・渋谷のサクラステージで開催された発表会には、連携パートナーの日本旅行業協会（JATA）から松岡正晴海外旅行推進部長、観光庁から根来恭子旅行振興担当参事官のほか、KDDI、関西エアポート、実践女子大学など参画企業・団体の代表者が登壇し。産官学が一体で若者のアウトバウンド拡大に取り組む第一歩を記した。

### 若者海外志向低下に危機感

プロジェクト発足の背景には、日本の国際競争力低下（G7最下位、世界40位）と若者

の海外志向の低下がある。日本全体のパスポート保有率約17%は主要先進国を大きく下回り、2024年の日本人海外旅行者数は約1300万人で、コロナ前の2019年（約2000万人）には及ばず、回復は道半ばの状況だ。

実践女子大学が約400名の学生に実施したアンケート調査では、海外への関心は90%に上る一方、実際の渡航経験者は約5%にとどまる。費用面、語学力への不安、安全面への懸念が主なハードルとして挙げられた。

### 産官学連携「渋谷発」ムーブメント創出

「Go Global Project」は、海外旅行・留学・インターン・起業・ボランティア・文化・芸術・スポーツなど、多様な入口から若者の海



「GO GLOBAL PROJECT」発足。左からKDDI事業推進本部シニアエキスパート兼マーケティングリードの三浦伊知郎氏、渋谷観光協会理事・事務局長の小池ひろよ氏、渋谷未来デザイン理事／事務局長の長田新子氏、JATA海外旅行推進部長の松岡正晴氏、観光庁参事官（旅行振興）の根来恭子氏、実践女子大学学長室／国際推進部部長の内田雄介氏、関西エアポート マーケティング部長の岡部ジェム氏

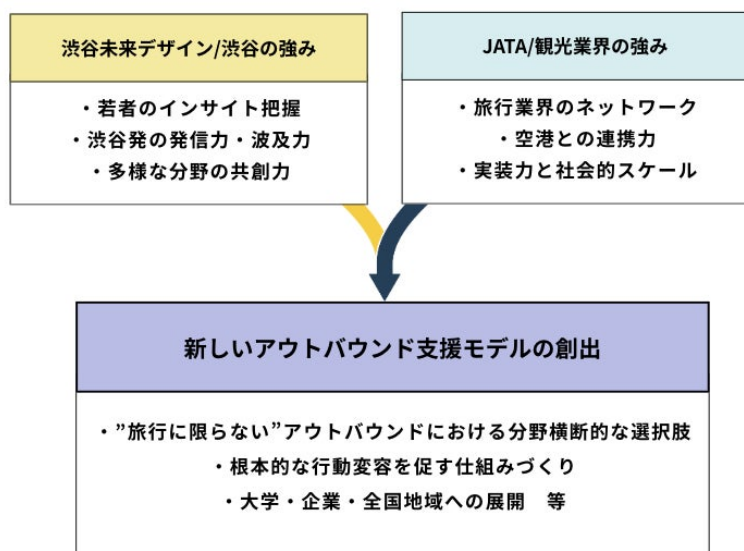
外挑戦を後押しする共創型プロジェクト。渡航支援、旅行にとどまらず、挑戦をきっかけとした若者の成長と社会全体の意識変容を目指す。

渋谷未来デザインの長田新子理事・事務局長は「渋谷という街から、若い世代が世界に目を向け、海外に出るきっかけづくりが生まれることを心から嬉しく思う。旅行業界のネットワークと、多様なカルチャーや企業・大学・行政のパートナーがつながることで、これまでにない広がりやエネルギーが生まれるはず」と述べた。

## JATAと連携、旅行以外へ拡大

連携パートナーのJATAは、今年3月24日に観光庁、外務省との三者で「もっと！海外へ」宣言をスタートした。パスポートの普及、海外旅行推進プロジェクト、若者の国際交流、海外安全情報の提供、関係各所とのプロモーション、の5本柱で海外旅行拡大を推進している。

松岡部長は「今回『Go Global Project』と連携することにより、若者への多角的なアプローチが可能になる。JATAは旅行業界の幅広いネットワークを活用し、空港・運輸機関・観光庁との連携を強化していく」とコメント。海外旅行アンバサダーに起用したアーティストの岩田剛典氏を通じた発信や、新パスポート取得支援キャンペーンなどの取り組みを紹介した。



## 観光庁、海外修旅や研修を支援

観光庁の根来参事官は「観光庁では、海外との人の往来を活性化し、地域の国際化を推進するため、アウトバウンド促進を行う新たな部署を今年7月に立ち上げた」と説明。現在、海外での修学旅行や研修旅行を支援する取り組みを進めており、遠方地域には最大150万円、アジア方面には最大100万円の補助を行っている。

「アウトバウンドの拡大は、地域経済の活性化や国際理解の深化、そして日本の未来を担う人材育成に直結する極めて重要なテーマ。行政のみならず、民間や教育、観光業界が連携し、主体的にアウトバウンド促進に取り組む本プロジェクトのような動きが生まれたことは、非常に意義深い」と期待を示した。

## 関西エアポート、パスポート取得支援

発起人の一人であるKDDI事業創造本部の三浦伊知郎シニアエキスパートは「若い方々が海外に積極的に行く方と行かない方に二極化している。一度きりの人生、異文化に触れる新しい体験は人生において絶対に役立つ。日本の価値向上へつながるプロジェクトに成長させ、大きなムーブメントを巻き起こしたい」と意気込みを語った。

関西エアポートの岡部ジェム・マーケティング部長は「日本の若者が海外へ挑戦する機会が減少している現状は、単に旅行市場の課題ではなく、日本社会全体の未来に関わるテーマ」と指摘。11月1日から開始したパスポート取得支援キャンペーン（2000名に最大1万円支給）を紹介し、「LCCを活用すれば1万円でソウル、2万円で中国へ行ける。正しい情報を発信し、企業には福利厚生で海外旅行支援を作ってもらいたい」と提案した。

実践女子大学の内田雄介学長室・国際推進部長は「海外に関心を持つ学生は9割いる



が、実際に行動に移すのは一部。きっかけがあれば飛び立てる学生は多い。Go Global Projectと共創し、学生たちが海外へ一歩踏み出す『挑戦』につながる学びを創出したい」と述べた。

### 参画企業・団体は18社、今後も拡大へ

「Go Global Project」の主催は一般社団法人渋谷未来デザイン、JATAと一般財団法人渋谷区観光協会が協力する。賛同企業・団体は、KDDI、JTB、カルチュア・コンビニエンス・クラブ、Lime、三井不動産、VML&Ogilvy Japan合同会社、ADKマーケティング・ソリューションズ、テー・オー・ダブリュー、オドリバ、スポーツビズ、STYLY、Plus W、zero、関西エアポート、福岡国際空港、実践女子大学。

今後、参画企業・団体を拡大し、社会全体へのムーブメント醸成を目指す。2025年3月までに初期施策を具体化し、来年度以降は全国展開も視野に入れる。

### JATA松岡部長「長期的取り組み」期待

発表会後のトークセッションでは、パスポート取得拠点の渋谷設置、高校・中学での海外修学旅行の拡大、渋谷での学生による英語対応訓練など、具体的なアイデアが多数提示された。



トークセッションで具体的な取り組みについても討論

JATA松岡部長は「このテーマは1年や2年で終わるものではない。長い年月をかけて取り組んでいきたい。どういう施策が若者に刺さるのか、皆さんと吟味しながら有効な取り組みを進めていく」と語り、息の長い活動への決意を示した。

### 「日本の成長にアウトバウンド不可欠」 根来参事官、グローバルな視点を持つ

観光庁の根来恭子旅行振興担当参事官は、プロジェクトの意義について「観光庁ではこれまでインバウンド拡大を推進してきたが、訪日外国人旅行者数が間もなく4000万人に達しようとする今、アウトバウンドがついてきていない現状や、オーバーツーリズムの課題に直面している。日本人が海外に出て異文化に触れることで、外国人旅行者への寛容性や理解が深まり、より良い受入環境が生まれる。これは単なる旅行促進ではなく、日本社会全体の国際化、ひいては日本の成長と発展に直結する重要なテーマ」と語った。

根来参事官は続けて、「アウトバウンドは今後の観光政策における大きな柱になる」と明言。「観光庁やJATA以外の場所で、産官学が連携し、若者の海外挑戦を主体的に推進するプロジェクトが立ち上がったことは非常に意義深い。こうした民間からの強い声援は、私たちにとっても大きな力になる。若者が世界を知り、グローバルな視点を持つことが、日本の未来を切り拓く人材育成につながる。Go Global Projectの取り組みに、大きな期待を寄せている」と述べた。

コロナ禍で大きく減少した日本人海外旅行者数の回復は、旅行業界全体の喫緊の課題であると同時に、日本の国際競争力強化という国家的課題でもある。若者の海外体験を促進する「Go Global Project」は、インバウンド一辺倒とも言える現状に一石を投じ、日本の持続的成長に不可欠なグローバル人材育成を目指す取り組みとして、業界内外から注目を集めそうだ。

雲上快晴



## 観光立国を後退させず質の向上めざせ インバウンド偏重からの脱却と双方向交流実現を

10月21日に発足した高市早苗内閣。その所信表明演説を読み返すと、観光政策に関する言及は限定的だ。「人口減少に伴う人手不足の状況において、外国人材を必要とする分野があることは事実です。インバウンド観光も重要です」との一文に続くのは、「しかし」という逆説の接続詞だった。

一部の外国人による違法行為やルールからの逸脱に対する国民の不安。排外主義とは一線を画すとしながらも、政府として毅然と対応し、司令塔機能を強化し、既存ルールの遵守を求める。土地取得等のルールの在り方についても検討を進めるとする。高市首相の言葉からは、観光立国推進というよりも、むしろ外国人受入れに伴うリスク管理の色彩が濃厚に漂う。

この姿勢は、前任の石破茂首相や、その前の岸田文雄元首相、さらには安倍晋三元首相の演説と比較すると、その温度差は歴然としている。

石破前首相は「インバウンドの大きな流れ」を地方創生の文脈で肯定的に捉え、「観光産業の高付加価値化」を推進すると明言した。岸田元首相は「観光立国復活に向けた観光業支援」を掲げ、コロナ禍からの復興を期した。そして安倍元首相は、インバウンドが政権交代時の約4倍の年間3200万人に達したことを誇らしげに語り、「観光や農業の改革などにより、地方への人の流れをつくる」という明確なビジョンを示していた。

高市政権下で、観光立国推進計画はどこへ

向かうのか。訪日客数は増加を続けているものの、1人あたり消費額は6四半期ぶりに21万円台まで落ち込み、「2030年に1人25万円」という政府目標は遠のいている。前年比、前期比ともマイナスとなった個人消費を人数増で補う構図には限りが見えている。

そして、高市新総裁下の自民党は、「外国人向け消費税免税の廃止」を提言し、宿泊税新設の広がり、国際観光旅客税（出国税）や査証手数料の引き上げ論など、観光客に公的負担を求める動きが加速している。大阪市は特区民泊の新規受け付けを当面停止した。これらは、かつて菅義偉氏が官房長官や首相として推進し、公明党が国土交通大臣を独占する中で進められてきた観光立国政策の明らかな軌道修正と映る。

高市首相の所信表明演説における観光への言及の薄さは、こうした政策転換の予兆なのか。それとも、意図的な沈黙なのか。

2016年の「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」で「2030年に訪日6000万人」という目標が決まった時、議長を務めた安倍晋三首相は、従前の「3000万人」から倍増という野心的な数字を発表した。2030年の6000万人はあまりに前のめりという感じがしたが、今の高市政権の慎重さとは対照的だ。

確かに、観光立国推進には課題が山積している。オーバーツーリズムが何かと俎上に上がるが、観光庁は持続可能な観光の推進、高付加価値旅行の推進を進め、観光客の分散



化、平準化を進めている。三大都市圏から地方部への分散化も重要だが、都市圏も一部のエリアに観光客が集中しており、都市圏での分散化対策も進めなくてはならない。

持続可能な観光とは、地域住民と旅行者の双方の満足度を高めるものだ。急増する訪日客に対する受入れ体制の不備、民泊の管理体制の脆弱さ、白タク問題、地域住民との軋轢などについては、真摯に向き合うべき問題だ。だが、外国人旅行者の行動をことさら問題視し、首相自ら国民感情を煽るような発言はいかがなものか。

高市政権が目指すべきは、「排外」ではなく「秩序」であり、「規制」ではなく「質の向上」であるはずだ。訪日客の数を追い求める時代は終わった。しかし、だからといって門戸を狭めることが解決策ではない。

現在進行中の国土交通省の交通政策審議会観光分科会では、2026年度からの観光立国推進5カ年計画を議論している。観光庁が示す「新たな観光立国推進基本計画の方向性」を見ると、決して観光立国推進を後退させようとしているわけではないことがわかる。

むしろ、「観光客の集中により生活の質が低下しているなどの地域住民の声を真摯に受け止め、効果的な対策を講ぜずして更なる観光客の受入れに関する国民の理解は得られない」という強い危機意識の下で、新たな基本計画の策定に取り組もうとしている。

一方で、観光産業は今や日本第2位の輸出産業に急成長しており、地域の活性化・日本経済の発展に不可欠な産業となっている現実も直視している。2030年インバウンド6000万人、15兆円消費という目標は維持しつつ、観光の意義について国民の理解を得る不断の努力が必要としている。

ただ、「2030年インバウンド6000万人、15兆円消費」に固執せず、新たな成長戦略にロードマップを策定することも検討すべきと考える。例えば、6000万人という数値目標よりも、地域住民の満足度や1人あたり消費額などの質的指標を重視すべきではないか。

第5次観光立国推進基本計画（案）が目指

すのは、「地域住民と観光客双方の満足度の向上」「交流人口・関係人口の拡大、国際相互理解の促進」「『働いてよし』の観光産業の実現」により、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させる観光だ。

施策の柱として掲げられているのは、「インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立」「国内交流・アウトバウンドの拡大」「観光地・観光産業の強靱化」である。とくに重視しているのは、地方誘客の一層の促進、オーバーツーリズム対策の推進など、観光客の受入れと地域住民の生活の質の確保との両立のための施策だ。

これは、観光立国推進を「守り」に転じさせるのではなく、むしろ「質の向上」という新たな成長戦略として再定義しようとする試みと言える。地方誘客の促進のための交通ネットワークの基盤強化や観光まちづくりと相まって、観光が地域住民に裨益していく姿、観光地の持続的な発展につながっていく姿を示そうとしている。

高市政権には、この観光庁の方向性を理解し、所信表明演説では触れられなかった観光立国推進の重要性を改めて国民に訴えてほしい。「排外主義とは一線を画す」という言葉を、単なる修辞ではなく、具体的な政策として示すことが求められる。

観光産業は、人口減少が進む日本において、地方経済を支え、雇用を創出し、国際相互理解を促進する重要な産業である。観光立国の歩みを後退させるのではなく、地域住民と観光客の双方が満足できる持続可能な観光立国の実現に向けて、政府一丸となって取り組むべき時である。

観光立国は、今、まさに転換点に立っている。この転換を質的な飛躍の機会にできるかどうかは、高市政権の姿勢にかかっている。数値目標の追求から、地域と旅行者の双方が満足できる持続可能な観光への転換。それこそが、真の意味での観光立国の実現であり、日本の観光産業の未来を拓く道ではないか。

（ツーリズム総合研究所代表：石原義郎）

# Planners EYE

## ハワイにおける文化的観光の可能性

ハワイは日本人にとって最も人気のある観光地であり、コロナ前の2019年には年間150万人もの日本人がハワイを訪れています。その構成を見ると、海外でゆっくり過ごしたい60歳以上が21%と多く、家族連れや若者などが中心となっています。旅行形態を見ると、オアフ島のワイキキのビーチリゾートやショッピングが主軸となっており、宿泊日数も4泊6日、5泊7日が大半で、50年前の旅行形態とほとんど変わっていません。

しかし、コロナ後の世界の観光は、単なる訪問者数ではなく、滞在の質と地域への分散を重視するサステナブルな観光へと舵を切り、より持続可能な観光を推奨しています。ハワイも自然環境を重視した政策などを打ち出していますが、コロナ後の日本からの観光客は、コロナ前と比較して50%以上が減少したままで、回復の兆しがなかなか見えてこない現状です。

しかし、滞在日数は平均5.96日から7.74日へと約30%近く伸びています。この機会に、コロナ後の観光客数を回復させ、滞在日数を増やすことを考えると、新たなハワイの魅力を多岐にわたって紹介していくことが求められます。特にハワイの場合はリピーターへの依存率が高いので、その活性化に向けても必要なことと思われます。そういった意味から、今回はハワイにおける文化的観光の視点を取り上げます。

## ハワイにおける文化的観光の視点

ハワイは単なるリゾートアイランドではなく、かつては独立した王国であり、独自の歴史文化を有した太平洋世界の重要な拠点で

あったこと、文化的観光の視点から見ると、その中心的であったイオラニ宮殿の歴史的意義や、観光資源としての価値をよりクローズアップする必要があります。

## イオラニ宮殿の歴史的意義

イオラニ宮殿はアメリカ合衆国で唯一の王宮建築として知られるハワイ王国時代の象徴的な建物で、カラカウア王の命によって1882年に建設されました。

この宮殿は、ハワイ王国が国際社会で主権国家として認められることを目指し、西洋の豪華な建築様式を模して建てられたものです。建設の背景には、ハワイ王国が独立を維持するために、当時の先進国としての威信と文化的水準を示す必要がありました。

この宮殿の豪華な内装は、単なる王族の生活空間ではなく、国賓を迎え入れるための公的な場としての役割を強く意識して設計されたものです。ハワイ王国の威信を示し、外国の賓客を迎える公式の場として、また当時の王族が居住する場所として機能しました。

19世紀のハワイ王国は捕鯨や砂糖を主たる産業として国際的に重要な位置を占めていま



イオラニ宮殿「王座の間」にある王と女王の椅子



したが、アメリカ、イギリス、フランスなど列強の圧力を強く受けており、独立を維持していくためには文明国としての体裁を整える必要がありました。王国の進取性を示すため、当時の最新技術であった電灯、電話、水洗トイレが導入されました。



イオラニ宮殿グランド・ホールの階段

特に電気は、ロンドンのバッキンガム宮殿やワシントンD.C.のホワイトハウスよりも早く導入され、ハワイが世界の文明国と肩を並べる存在であることを誇示していました。宮殿内はハワイ王国の栄華と西洋文化の融合を象徴する空間で、即位式や公式レセプションに利用された王座の間をはじめ、王と王妃の王座が並んでいます。

青の間やダイニングルームなど、豪華な晩餐会にふさわしい空間が広がっています。特に入口正面に伸びる壮大で荘厳な階段は、王国の威厳を強調しており、訪れる人を圧倒します。地下の展示室には王族の衣装や羽で作られたマント、宝飾品が展示されていて、ハワイ王国固有の文化を感じ取ることができます。

しかし、この宮殿は栄華の象徴であると同時に、悲劇の舞台でもありました。1893年のハワイ王政転覆後、最後の女王リリウオカラニがこの宮殿に幽閉され、王国は終焉を迎えました。その後、政府庁舎として利用されるなどしましたが、1978年に王宮としての姿を取り戻し、現在は歴史的建造物として一般公開されています。

## ハワイの歴史・文化資源と観光 ビショップ博物館と篠遠先生の研究功績

2017年に亡くなられた篠遠喜彦先生の南太平洋文化、ポリネシアの考古学的研究は大変高く評価されています。

篠遠先生の研究は、南太平洋各地で発掘された石器や釣り針の進化をたどることで、ポリネシアの人々がどのように航海し、太平洋の島々へと移住していったかを解明しました。

この研究は、ハワイの航海術復興を象徴するホクレア号の航海にも理論的基盤を提供しました。ビショップ博物館はハワイ最大の博物館であり、ハワイ王国最後の王族でカメハメハ大王の曾孫であるバーニス・パウアヒ・ビショップ王女を記念して、夫のチャールズ・リード・ビショップによって創設されました。この博物館はハワイの歴史、文化、考古学、民俗学を包括的に展示しています。



ビショップ博物館ハワイ王族の肖像画

博物館の中心的存在であるハワイアンホールでは、ポリネシアの航海術やハワイアン王族の宝物などが展示され、太平洋ホールでは篠遠先生の研究分野に直結した人類学的な知見を見ることができます。

## 古代ハワイの神殿ヘイアウ

ヘイアウはオアフ島のみならず、ハワイ島、マウイ島、カウアイ島に見ることができます。多くは石積み遺構のみが残ってお

り、周囲の自然や伝承と一体で見ることで、当時の宗教世界が浮かび上がります。ヘイアウには主に二つの種類があり、ルアキニ・ヘイアウは戦勝を祈願する国家的な神殿、マペレ・ヘイアウは豊作を祈願する農業に関連する神殿でした。ハワイアンにとって神聖な場所であるため、敬意を持って訪れる必要があります。



ヘイアウ遺跡

## ハワイ島のプウコホラ・ヘイアウ

ハワイ島のヘイアウ（古代神殿）で最も見応えのあるものになります。カメハメハ大王がハワイ統一を成し遂げるための予言に基づき、戦いの神クーに捧げるために自ら建設した最後の大規模なヘイアウです。石造りのテラスと壁が印象的で、現在は国立史跡に指定されています。

## マウイ島のピイラニヘイアウ

別名ピイラニ王の家とも呼ばれ、建築美と圧倒的規模で人々を魅了します。古代王権の力と建築技術を感じさせてくれる巨大構造が魅力となっています。

## オアフ島プウオマフカ・ヘイアウ

ノースショアのワイメア湾を見下ろす高台に位置しているオアフ島最大規模の神殿です。かつては人間を神に捧げる儀式も行われたとされ、その立地から戦略的な重要性も持ち合わせていました。

ポリネシアに見られるマラエと同系統であることが感じられます。ハワイ諸島のヘイア

ウにはレリーフや石像などはあまり残されていませんが、これはハワイの宗教観が空間そのものを神聖化する形であり、石の構造美ではなく、配置や儀礼が神聖化を表現したためと考えられています。

ポリネシアの他地域（タヒチ、マルケサス）では石の神像や岩刻画が多く残っている例があります。

## ハワイ王国時代の政治・文化施設

イオラニ宮殿に隣接するアリイオラニ・ハレは1874年に建設され、ハワイ王国の政府庁舎として機能していた重要な建造物です。

現在はハワイ州最高裁判所として使用されており、その前庭にはカメハメハ大王の銅像が建立されています。この銅像は1883年にカラカウア王の戴冠式に合わせて設置されたもので、統一王朝の創始者であるカメハメハ大王の威厳ある姿を表現しています。

興味深いことに、この銅像は実際にはイタリアで制作されたもので、最初に作られた銅像は輸送中に沈没し、現在のものは二番目に製作されたものです。沈没した最初の銅像は後に回収され、現在はハワイ島のコハラに設置されています。



プウコハラヘイアウの捧げ物

## 古代ハワイの社会制度と建築

古代ハワイ社会を理解する上で重要なのが、カプ制度という厳格な社会規範システムです。カプ制度は神聖性に基づく階級制度であり、アリイ（首長）、カフナ（神官・専門家）、マカアイナナ（平民）、カウワ（賤



民)という明確な社会階層を形成していました。この制度は単なる身分制度ではなく、宗教的な信念と深く結びついており、特定の場所や行為、時期を神聖化し、社会秩序を維持する機能を果たしていました。

古代ハワイの建築技術は、石組み工法において高度な発達を遂げていました。ハワイ島のプウホヌア・オ・ホナウナウ国立歴史公園では、精巧に組まれた石垣を見ることができます。この場所はプウホヌア（逃れの地）として機能しており、カプを破った者や戦争で敗れた者が避難できる聖域でした。

石垣は海岸に沿って約305メートルの長さで構築され、高さは最大で約3.6メートル、厚さは約5.5メートルに達します。これらの石は火山岩を精密に切り出し、モルタルを一切使用せずに積み上げられており、古代ハワイ人の優れた石工技術を物語っています

### 古代の祭礼制度マカヒキとルアウ

古代ハワイの年間祭礼の中核をなすのがマカヒキです。これは約10月から2月にかけて行われる豊穰祭で、戦争が禁止され、スポーツ競技、芸能、豊作への感謝の儀式が執り行われました。マカヒキの期間中は、各地域のアリイが税の徴収を行い、島内を巡回する重要な政治・宗教行事でもありました。

現在でもハワイ各地でマカヒキの再現イベントが開催され、古代の競技や儀式を体験することができます。ルアウは元来、宗教的な意味を持つ共食の儀式でした。イムと呼ばれる地下炉で調理された豚、魚、タロイモ、サツマイモなどを共同体全体で分かち合うことで、社会的結束と神々への感謝を表現していました。

特に重要な政治的決定や宗教的行事の際に開催されるルアウは、単なる食事会ではなく、権力の正統性を示し、共同体の結束を確認する重要な社会制度でした。

### 石刻文化ペトログリフ

ハワイ各島には数千年前から刻まれ続けてきたペトログリフ（岩面彫刻）が多数残され

ています。ハワイ島のプウコホラ・ヘイアウ国立史跡やプウロア・ペトログリフ保存地区では、人物、動物、幾何学的模様、そして後期には西洋の馬や船なども描かれた岩刻画を見ることができます。

これらのペトログリフは古代ハワイアンの記録システムであり、出生、死亡、重要な出来事、神話的物語などが刻まれています。特にプウロア地区では2万3千以上のペトログリフが確認されており、世界最大級の岩刻画群となっています。

### ハワイ諸島の文化施設群

オアフ島のポリネシア文化センターでは、ハワイを含む太平洋の島々の伝統文化が系統立てて展示されています。特にハワイ村では、伝統的な建築様式であるハレ（家屋）の復元展示があり、ティーリーフやパンダナスの葉で葺かれた屋根、ハワイアンコアの木材で組まれた骨組みなど、古代の建築技法を詳細に観察することができます。

ハワイ島のライマン博物館では、19世紀の宣教師の生活と、その時代のハワイ社会の変化を知ることができます。宣教師の到来によってハワイ語の文字化が行われ、ハワイ初の新聞や書籍が発行されるようになった歴史的経緯が詳しく展示されています。

ハワイ諸島の観光の際には、これらの文化的観光を組み込み、ハワイ諸島の歴史を深く感じたり、ハワイアンの宗教観などを共有することは、ハワイ諸島の海をはじめとした大自然の美しさの魅力とそのプラスアルファとしてしっかり紹介することで、より深くハワイを感じてもらえるものと思います。

ハワイ観光の完全復活には、コロナ後の海外旅行復活へのキーを握っていることは明白です。それぞれの会社がそれぞれの分野で新しい魅力の提案をマーケットにしていくことが、円安などの現環境に対抗しうるプランナーとしての大いなるトライと捉えるべきだと考えます。

（ツーリズム総合研究所会長 菊間潤吾）

# ワーケーション、5年で700人関係人口創出 長野県千曲川流域で企業の地域共創を加速

国内のワーケーション市場で、一歩先を行く取り組みが長野県で動き出した。株式会社ふろしきや（長野県千曲市、田村英彦代表）が展開する「レボ系ワーケーション」は、「地方でのリモートワーク」を超え、新たな事業を開始した。

同社は2020年から5年間で700人以上の関係人口を創出。今回、観光庁「第2のふるさとづくりプロジェクト」に採択され、企業向け「レボ系アクセラレーションプログラム」として新たな展開を図る。

プログラムの舞台は千曲市、上田市、東御市、立科町の4市町。日本一の流域面積を誇る千曲川沿いに広がる同エリアには、スケールの大きな自然環境、地域交通、温泉街、名産品などの観光資源が眠っている。

同社が提唱する「レボ系」とは、観光や視察にとどまらず、「五感を全開にした体感」を通じて参加者の思考や行動を変革（Revolution）することを意味する。その効果は、参加者の声からも明らかだ。

大手企業でMaaS推進を担当していた清水宏之氏は、レボ系ワーケーションでのアイデアソン主催をきっかけに、地域に入り込んだ課題解決の重要性を実感したという。

## 事業化加速、追手門大、和歌山大協力

今回、新たに始動するアクセラレーションプログラムは、以下の3段階で構成される：

まず第1は、10月から「思考越境リレーションシップ」を開始した。地域との関係性を深め、「顔なじみ」としてフラットな関係性を構築する。

第2に、11月から「千曲川資源体感ツアー」を開始する。4市町それぞれの未活用資源を発掘し、事業の種を見つける。

第3に、12月に「構想合宿&プレゼンター



ション」を実施し、体的な事業案を形にし、実現に向けた道筋を描く。

同事業は、MaaS Tech Japanが提供するコミュニティプラットフォーム「Noluday」を活用し、参加企業と地域関係者のシームレスな連携を実現する。また、EYストラテジー・アンド・コンサルティングなど多様な専門機関との連携、追手門学院大学、和歌山大学との共同調査で科学的検証も行う。

## 地域創生の新モデルとして全国展開

同社の田村英彦代表は、地域づくりへの貢献が評価され、2025年に「ふるさとづくり大賞<明日への希望賞>（総務大臣表彰）」を受賞した。同社の取り組みは、長野県、長野県観光機構との協力体制のもと、最終的には「千曲川レボ系アライアンス(仮称)」として事業化支援を行い、持続可能な地域共創モデルの確立を目指すという。

企業の事業責任者や開発担当者にとって、このプログラムは研修だけでなく、新たなビジネスの種を見つけ、地域との持続的な関係性を構築する実践の場として注目される。

※詳細・申込URL

<https://furoshiki-ya.co.jp/workationlab#wwd>



## 観光庁「第3回サステナブルな旅アワード」の公募ご案内

観光庁は、「第3回サステナブルな旅アワード」の公募を行っています。「サステナブルな旅アワード」は、持続可能な観光の推進に寄与する優良な旅行商品・取組について、メディア等を通じて広く国内外に発信していくことで、我が国における持続可能な観光への取組、旅行者の意識醸成の更なる促進を図っていくことを目的としています。この機会に、ぜひご応募ください。

### ■公募期間

2025年10月27日（月）～2025年11月28日（金）17:00

### ■エントリー資格

以下のいずれかに該当する者を対象とします。

- 第一種、第二種、第三種及び地域限定のいずれかの旅行業者
- 地方公共団体、DMO、観光振興団体、民間企業（旅行サービス手配業者含む）、特定非営利活動法人等

※旅行会社との連携を含め、旅行商品の販売に係るものに限ります。

### ■募集要領・様式等

募集要領 [PDF:144KB]

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001966337.pdf>

エントリー様式 [PowerPoint:71KB]

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001966338.pptx>

別添\_GSTC観光産業向け基準 [PDF:410KB]

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001966086.pdf>

### ■申請様式の提出先

- ・様式へ記入のうえ、事務局宛に資料一式をまとめてご提出ください。

※メール添付による提出のみ受け付けます。

#### 【提出先】

- ・サステナブルな旅アワード事務局（株式会社日本総合研究所リサーチ・コンサルティング部門）
- ・メールアドレスUN\_7536.group@jri.co.jp

※メールの件名は、必ず「第3回サステナブルな旅アワード（提出事業者名）」と記載してください。

※メールの到着後、事務局より受領確認メールを送信します。（土曜日、日曜日及び祝日を除く）3日以内に経過しても受領確認メールが届かない場合は、事務局にメールでお問い合わせください。

### ■応募に関するお問合せ

- ・「サステナブルな旅アワード」事務局
- ・メールアドレス：UN\_7536.group@jri.co.jp（申請様式の提出先と同様）

#### 受付期間

- ・2025年10月27日（月）～2025年11月21日（金）17:00

※お問い合わせは、電子メールのみで受け付けます。

※件名に、「【問い合わせ\_提出事業者名】」と記載してください。（記載例：問い合わせ\_〇〇観光協会）

※問い合わせ日から起算して（土曜日、日曜日及び祝日を除く）3日以内に経過しても受領確認メールが届かない場合は、事務局にメールでお問い合わせください。

※本メールはサステナブルな旅アワード事務局（株式会社日本総合研究所リサーチ・コンサルティング部門）の再委託先：株式会社ツーリズム総合研究所から配信しています。