

# スノーツーリズムのインバウンド誘致と 地域の活性化

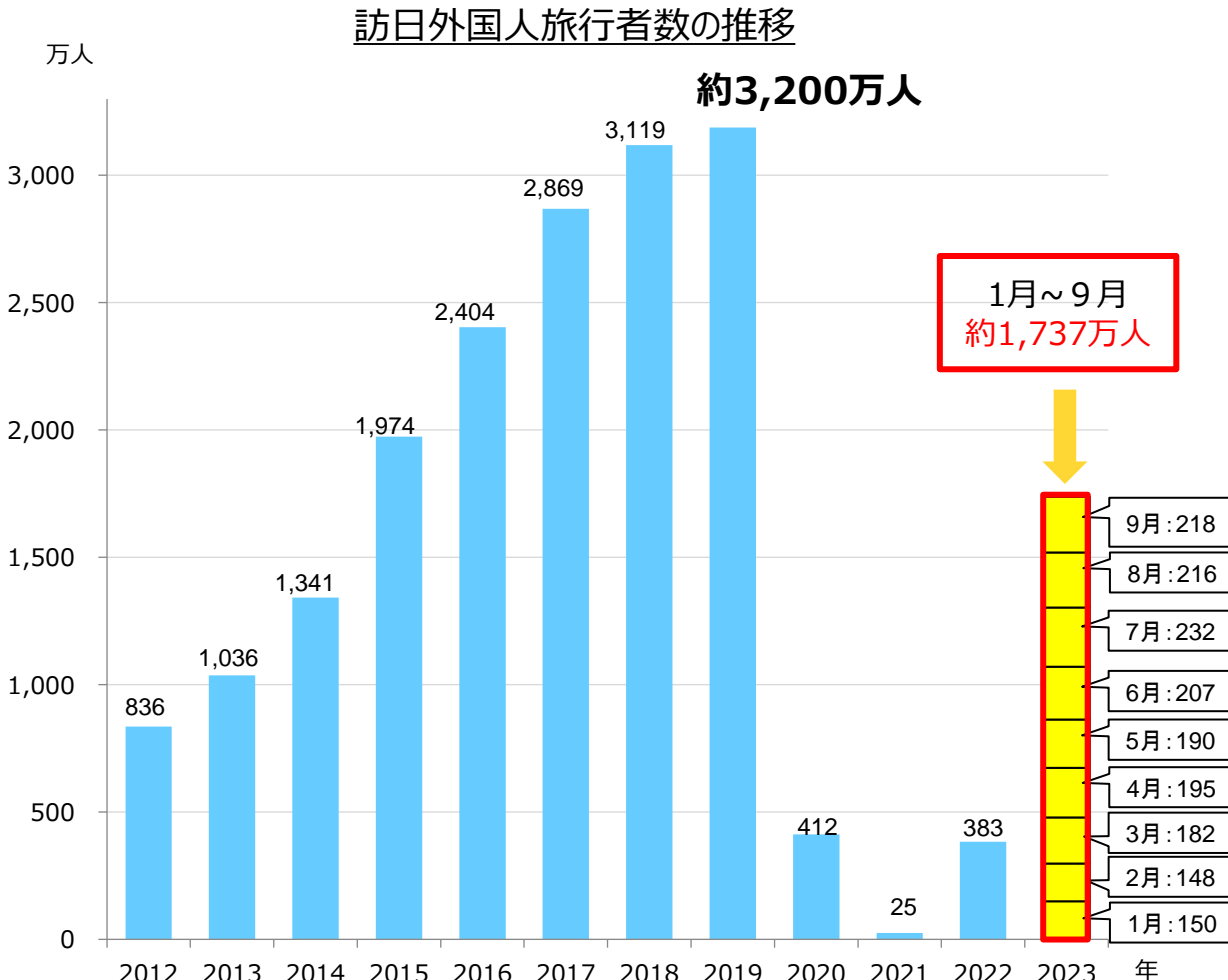
令和5年10月26日

観光庁 観光地域振興課

高森 真紀子

# インバウンドの状況（旅行者数）

- 2019年まで飛躍的に増加も、新型コロナの影響により、2020年以降、大幅な落ち込み
- 2022年10月の水際措置の緩和以降、堅調に増加の傾向。
- 9月の訪日外国人旅行者数は約218万人と、**コロナ前の96%の回復**（中国からの訪日を除くと**128%の回復**）となり、1月から9月の累計では1700万人を超え、足元ではコロナ前の水準を概ね回復。



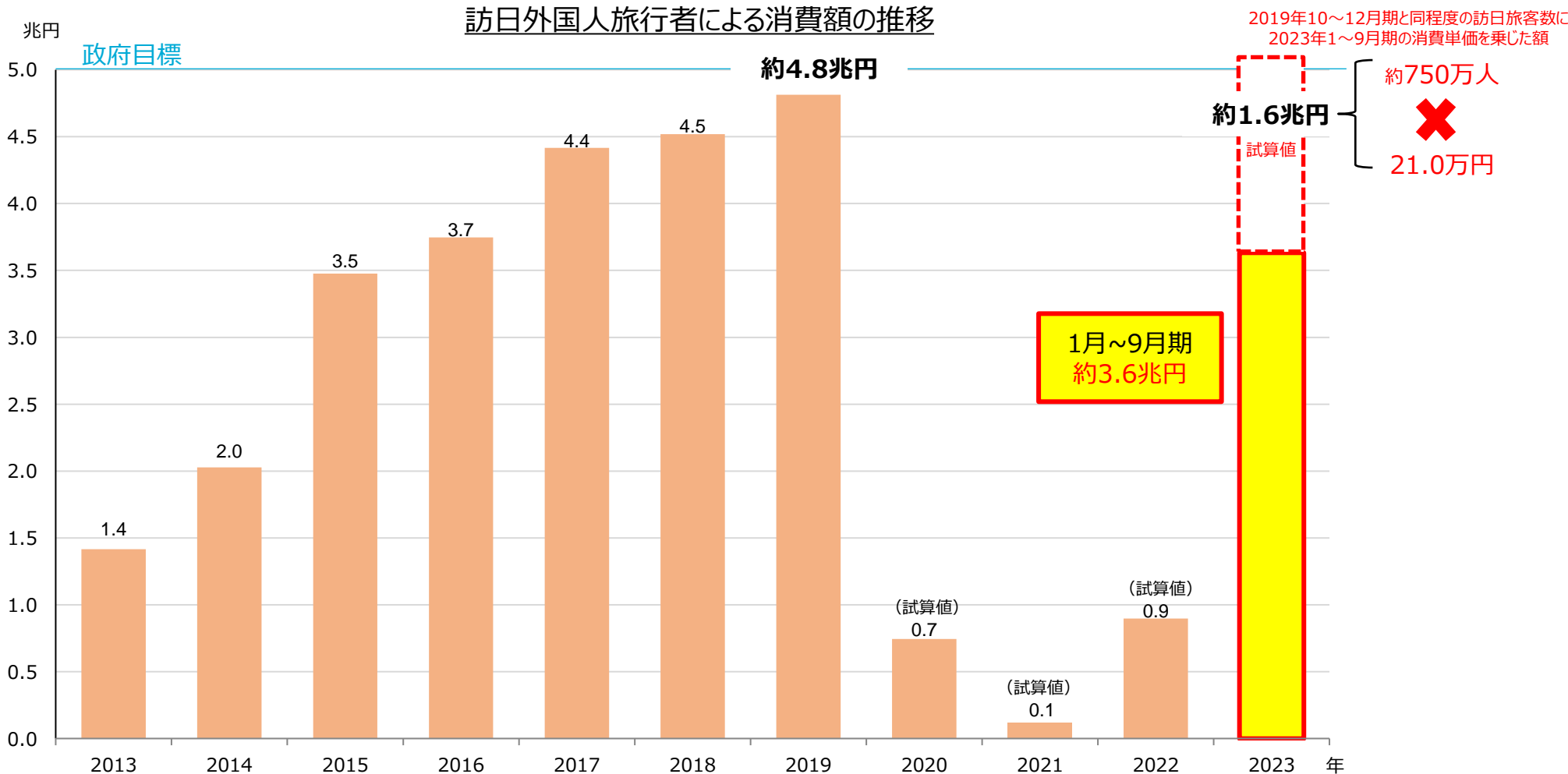
国・地域別訪日者数上位（2023年9月）

①韓国	57万人
②台湾	39万人
③中国	33万人
④米国	16万人
⑤香港	15万人

出典：日本政府観光局（JNTO）  
 ※ 2022年以前は確定値、2023年1月～7月の値は暫定値、2023年8月～9月の値は推計値

# インバウンドの状況（消費額）

- 2023年1-9月までの合計の訪日外国人旅行消費額は約3.6兆円となり、**年5兆円の政府目標達成も視野に入る勢い**
  - 2023年1-9月までの訪日外国人一人当たり旅行消費額単価は**21万円**となり、**政府目標である20万円を超えている**
- ※平均泊数が伸びたことや円安・物価上昇の影響等が考えられる

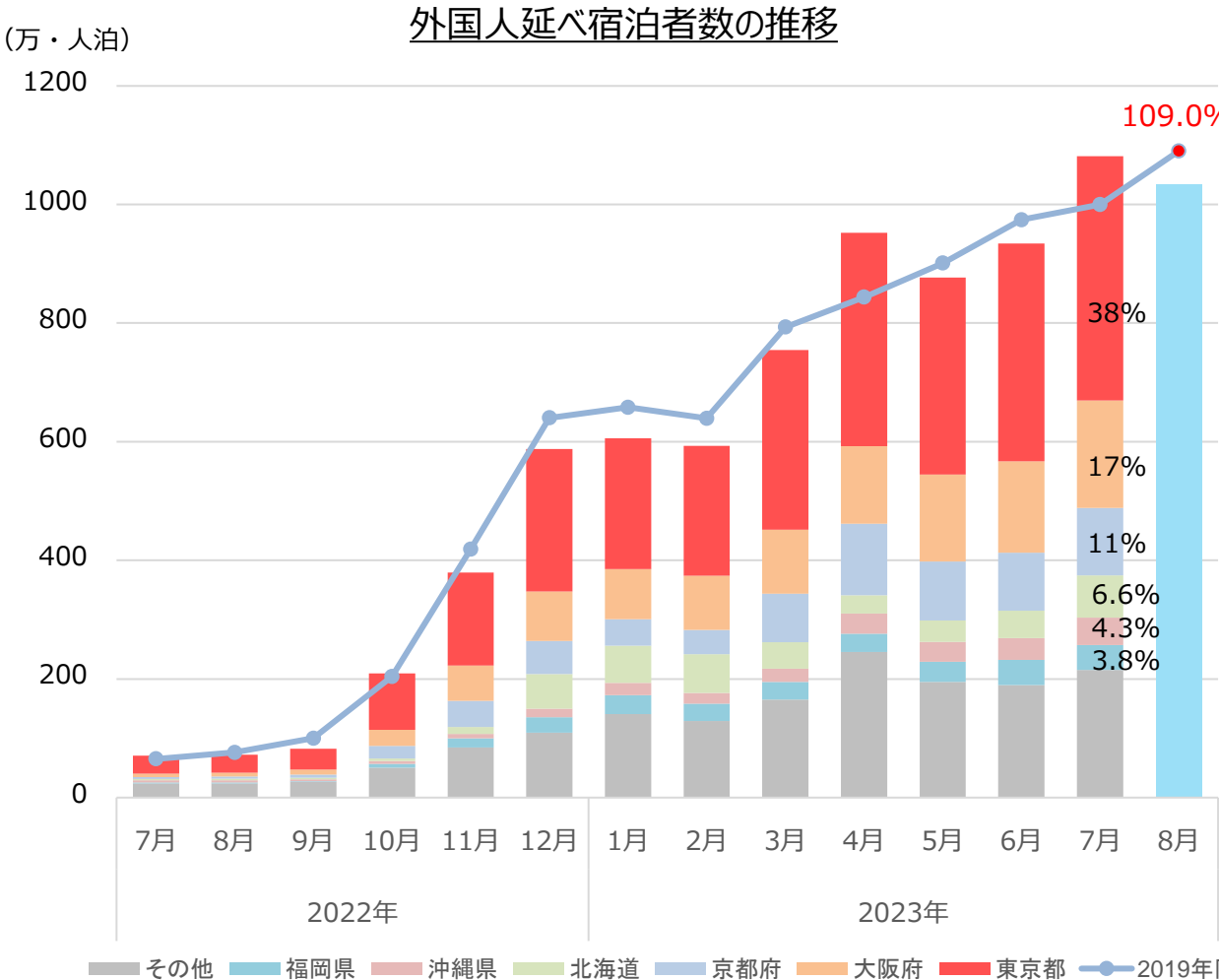


出典：「訪日外国人消費動向調査」より算出

※2023年は、1～3・4～6月期は2次速報値・7～9月期は1次速報値より算出

# インバウンドの状況（延べ宿泊者数）

- 2023年8月の外国人延べ宿泊者数は**1,034万人泊**で、**コロナ前水準超え**（2019年同月比109%）
- 他方、観光需要の回復状況は**宿泊先地域によって偏在傾向**が見られ、**三大都市圏のみで7割を超える**
- 今後、三大都市圏以外の**地方部への誘客を強力に推進**していく



都道府県別外国人延べ宿泊者数（2023年7月）

三大都市圏 トップ5		
東京都	38%	411.7 万人泊
大阪府	17%	181.3 万人泊
京都府	11%	113.6 万人泊
千葉県	3.3%	35.5 万人泊
神奈川県	2.2%	24.3 万人泊
地方部 トップ5		
北海道	6.6%	71.7 万人泊
沖縄県	4.3%	46.1 万人泊
福岡県	3.8%	41.6 万人泊
広島県	1.2%	12.5 万人泊
山梨県	1.1%	11.5 万人泊

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

# 観光立国推進基本計画（第4次）について（基本的な方針・施策）

計画期間：令和5～7年度  
(2023～2025年度)

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱**、**地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、**2025年(万博開催)に向け、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。**
- 「**持続可能な観光**」「**消費額拡大**」「**地方誘客促進**」をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

## 取り組む3つの戦略

### 持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**

### インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

### 国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- ワークেশョン、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

## 目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活気に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

# 観光立国推進基本計画（第4次）について（主な目標）

## 考え方

- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ**質の向上を強調**するとともに、地域の目標への引き直しやすさも考慮。
- 今後の世界的なコロナの収束見通しが不透明であることも踏まえ、**人数に依存しない指標**を中心に設定。

## 目標

2019年実績

コロナ  
(2021年)

早期達成を  
目指す目標

2025年目標

地域づくりの  
体制整備

① 持続可能な観光地域づくりに  
取り組む地域数 **(新たに設定)**

12地域  
※2022年

全都道府県  
**100地域**

② 訪日外国人旅行者一人当たり  
旅行消費額 **(新指標)**

<訪日外国人旅行消費額単価>

15.9万円/人

—

**20万円/人**  
(2019年比25%増)

〔旅行消費額〕  
4.8兆円

〔旅行消費額〕  
0.1兆円

**旅行消費額  
5兆円**

〔旅行消費額〕  
**6兆円超**  
(注1)

③ 訪日外国人旅行者一人当たり  
地方部宿泊数 **(新指標)**

1.4泊

—

**2泊**

④ 訪日外国人旅行者数

3,188万人

25万人

**2019年水準超え**  
(注2)

⑤ 日本人の地方部延べ宿泊者数

3.0億人泊

2.0億人泊

**3.2億人泊**

⑥ 国内旅行消費額

21.9兆円

9.2兆円

**20兆円**

**22兆円**  
(2030年目標の前倒し)

(注1) 訪日外国人旅行者数が2025年目標を達成した場合。

(注2) 世界的なコロナの収束見通しが不透明な中で設定したものであることに特に留意が必要。

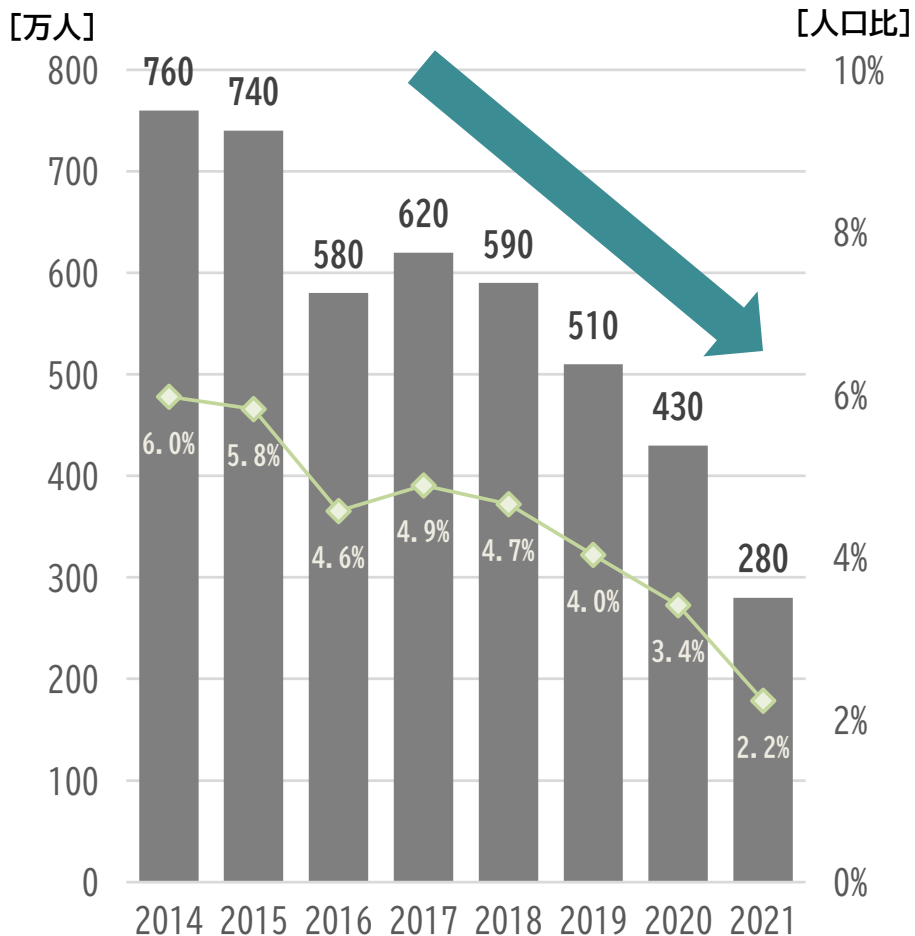
国内

インバウンド

# スキー・スノーボード人口と訪日外国人旅行者数

○ 国内需要が減少する中、スノーリゾートを訪れるインバウンドが大きく増加。

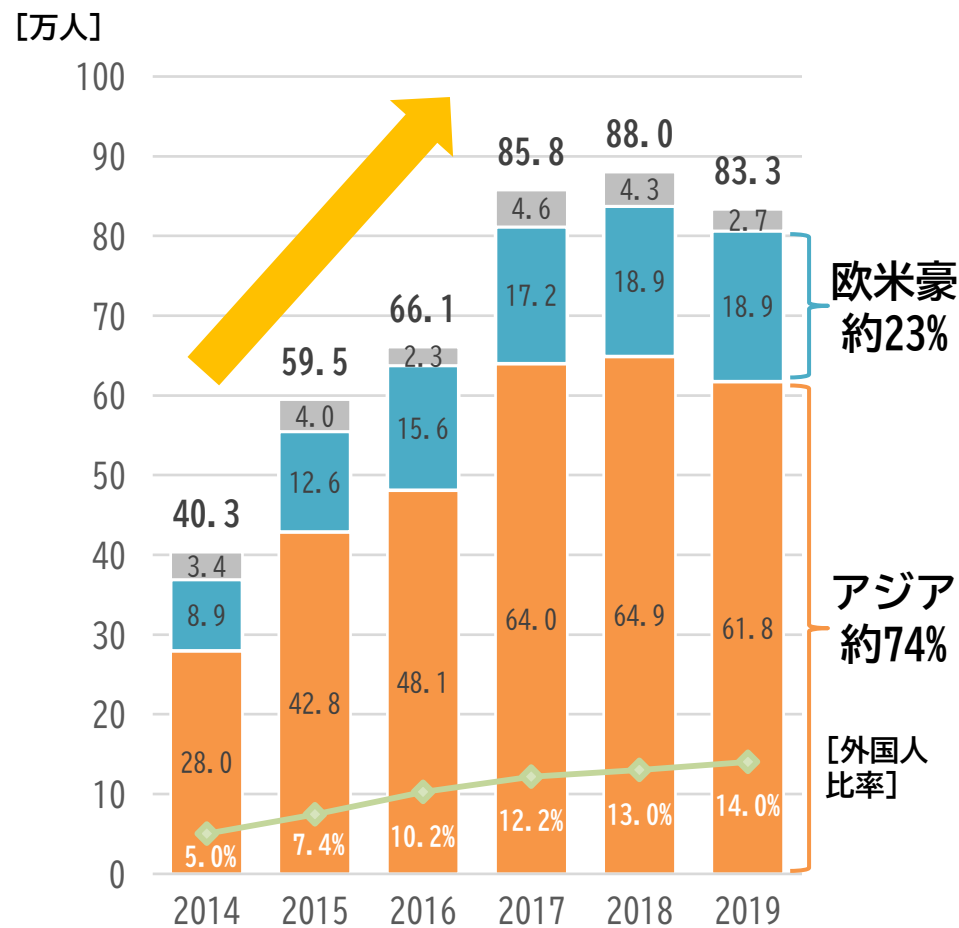
□ 国内スキー・スノーボード人口



(出典) 公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書」

※1998年は1,800万人

□ 訪日外国人スノーリゾート地域訪問者数 (推計値)



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」各年版(全目的)から推計

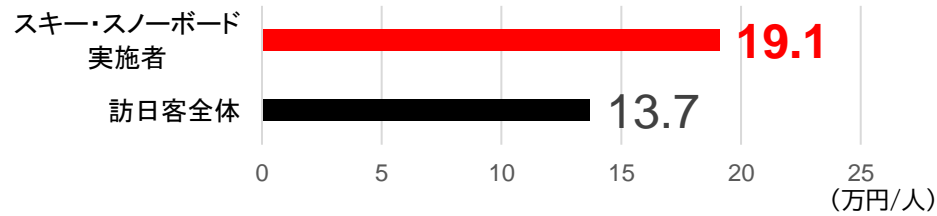
注: 推計値は、訪日外国人旅行者数に対し、訪日外国人消費動向調査の「スキー・スノーボードを実施」の割合を乗じて算出  
右図のパーセンテージは「国内スキー・スノーボード人口」と「訪日外国人スノーリゾート地域訪問者数」の合計値に対する外国人比率を表している。

# スキー・スノーボード実施者の支出・滞在の傾向

○ スノーリゾートは地方での長期滞在や消費拡大に向けての有力なコンテンツ。

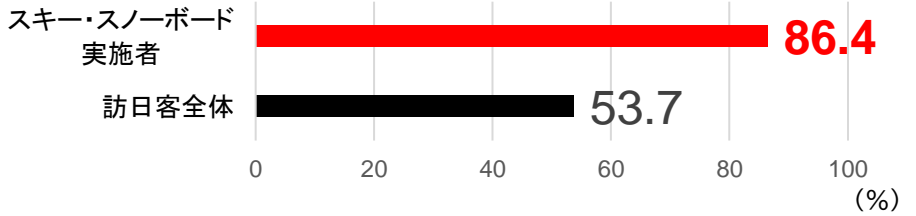
スキー・スノーボード実施者の一人当たり旅行中支出額は、訪日客全体の約1.4倍

□ 一人当たり旅行中支出額 (出典:訪日外国人消費動向調査 2018年)



スキー・スノーボード実施者の地方訪問率(※)は、訪日客全体の約1.6倍

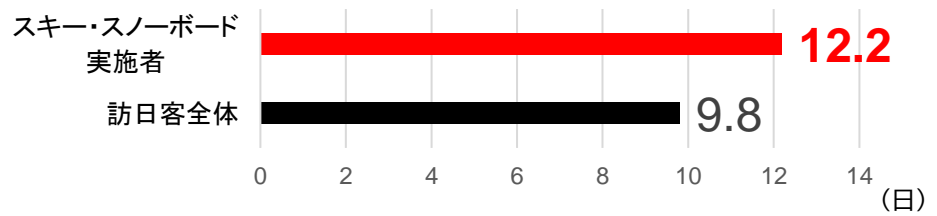
□ 地方訪問率 (出典:訪日外国人消費動向調査 2018年)



※三大都市圏(東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫)以外の都道府県を訪問した人の割合。

スキー・スノーボード実施者の平均滞在日数は、訪日客全体の約1.2倍

□ 滞在日数 (出典:訪日外国人消費動向調査 2018年)



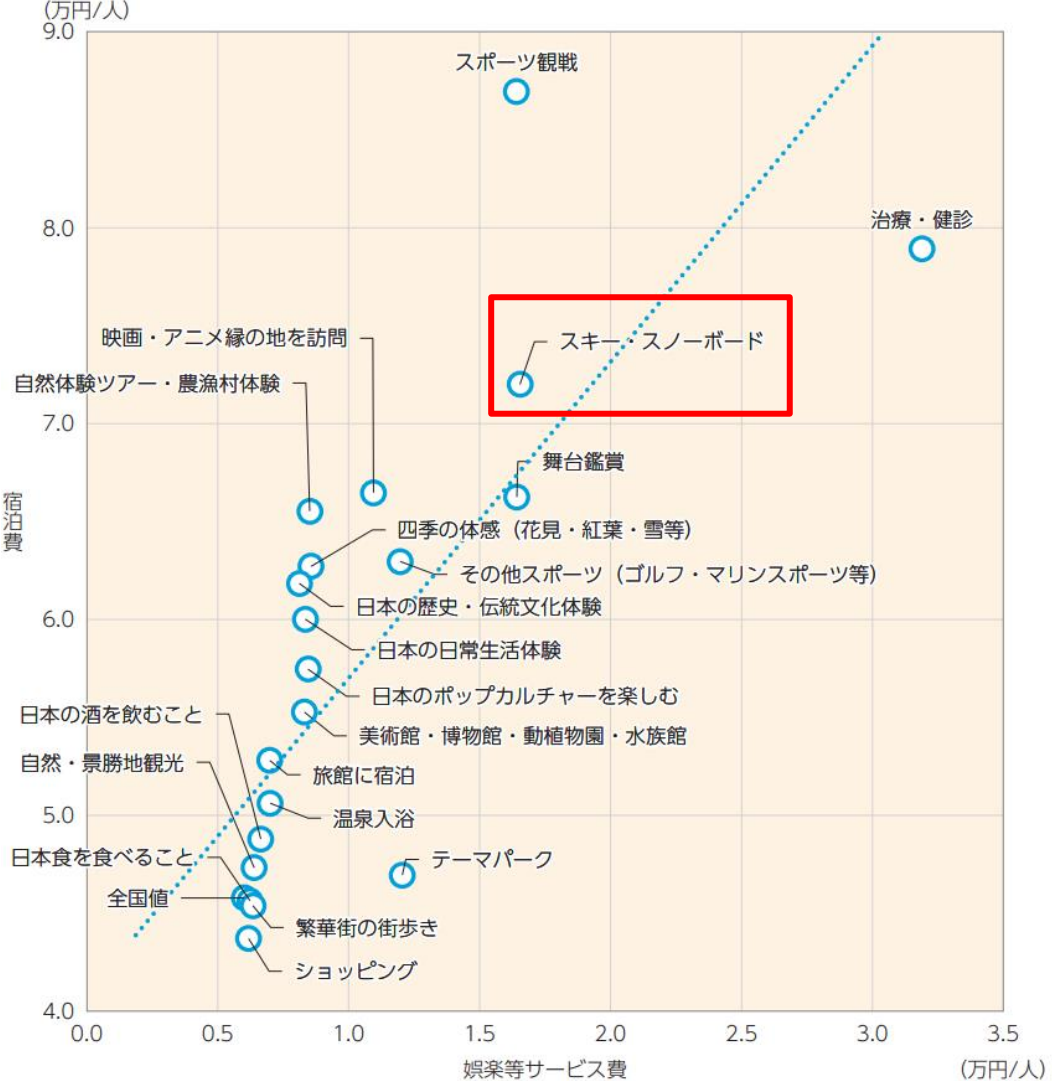
注:出典が「訪日外国人消費動向調査 2018年」の数値は、在留資格が「90日以内の短期滞在(観光、商用、知人・親族訪問等)」である者に限って算出。



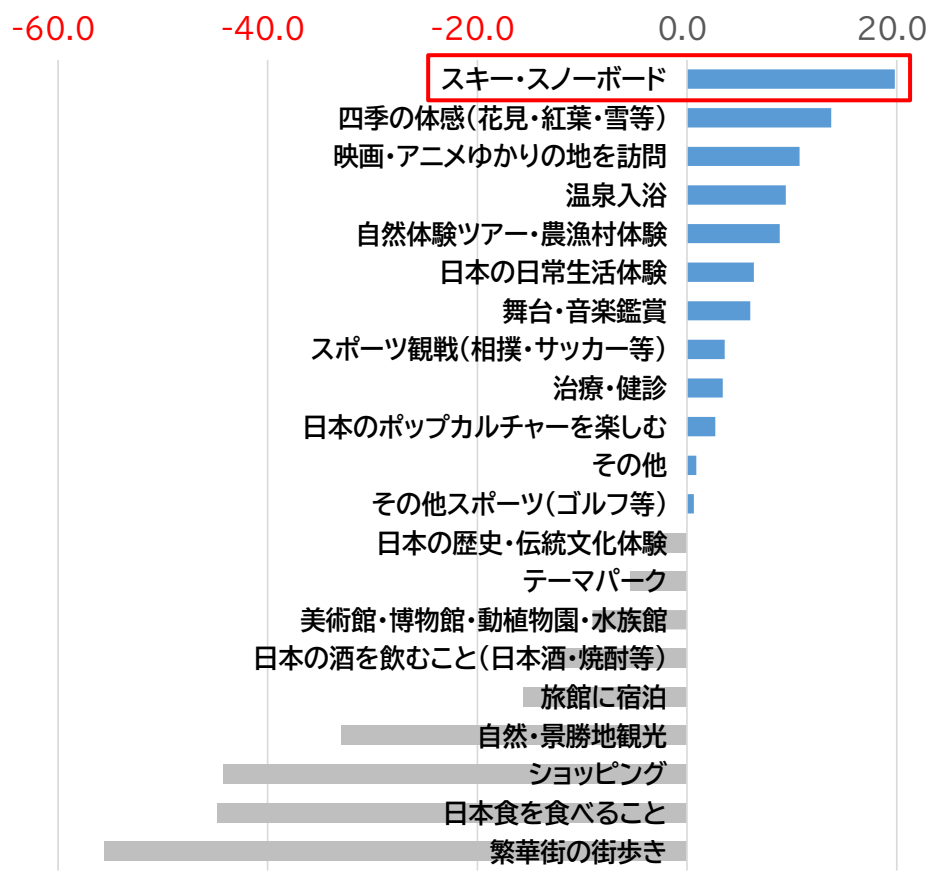
# スキー・スノーボード実施者の支出・滞在の傾向

- スキー・スノーボード実施者は娯楽費、宿泊費ともに消費額が高い。
- 中国人が次回来訪時に体験したいこととしての期待値が高く、今後も来訪者は増えることが期待。

コト消費の種類別 娯楽等サービス・宿泊費としての消費額



中国人が日本で今回体験したことと次回体験したいことの差 (%) (数値が大きいほど次回への期待値が高い)



観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2019年)に基づき観光庁作成

○ グリーンシーズン関連の統計データはなく、インバウンド誘客のポテンシャルは未知数。

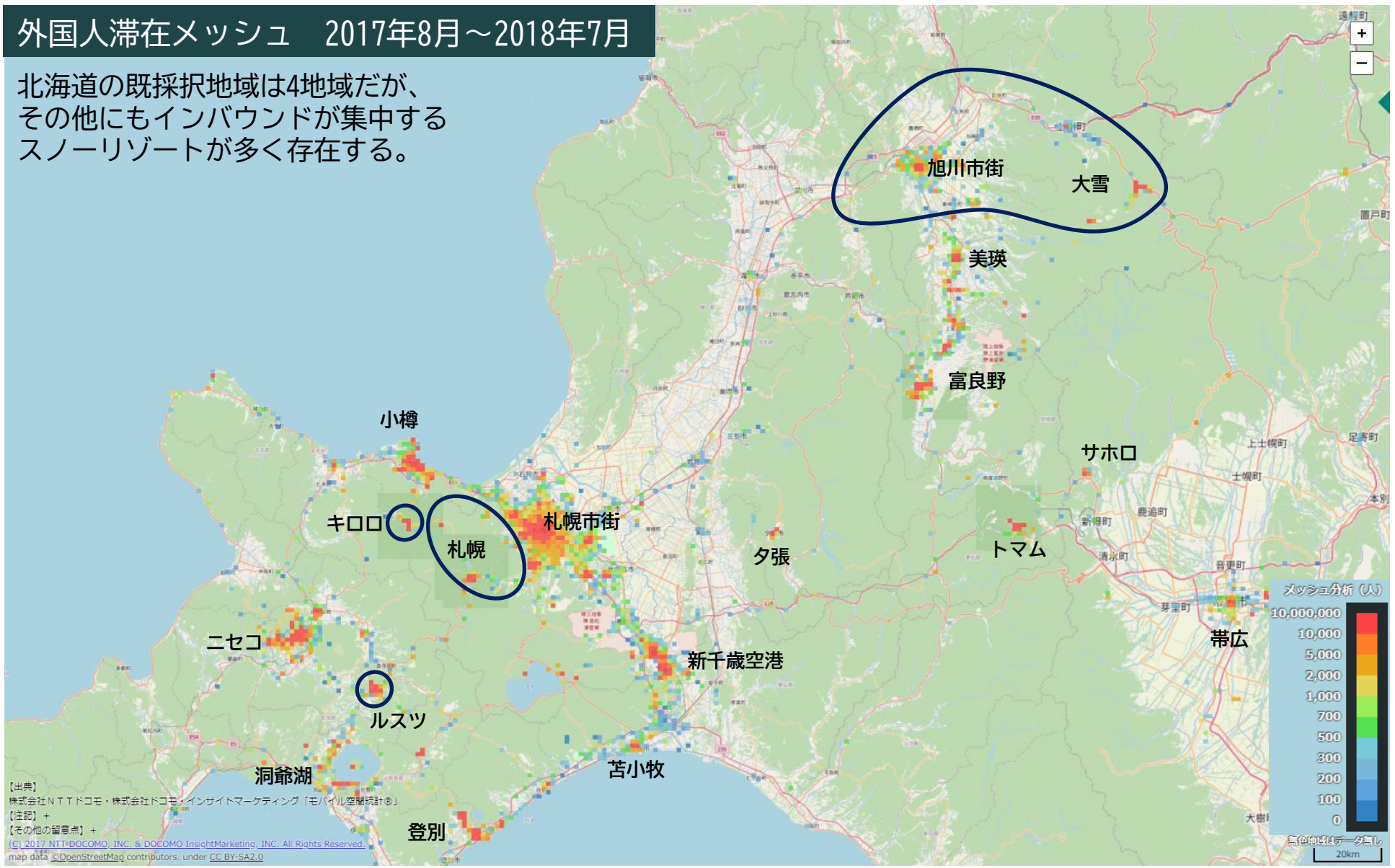
# インバウンドの滞在状況（北海道）

各地点の外国人訪問客のうち、1時間以上そのメッシュの範囲に滞在した人数(RESASにて作成)

紺囲みは採択地域

## 外国人滞在メッシュ 2017年8月～2018年7月

北海道の既採択地域は4地域だが、その他にもインバウンドが集中するスノーリゾートが多く存在する。



【出典】  
株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」  
【注記】 +  
【その他の留意点】 +  
© 2017 NTT DOCOMO, INC. & DOCOMO InsightMarketing, INC. All Rights Reserved.  
map data © OpenStreetMap contributors, under CC-BY-SA2.0

# インバウンドの滞在状況（東北）

各地点の外国人訪問客のうち、1時間以上そのメッシュの範囲に滞在した人数(RESASにて作成)

紺囲みは採択地域

## 外国人滞在メッシュ 2017年8月～2018年7月

一部のスノーリゾートにインバウンドの集中が見えるが、北海道や信越ほどのボリューム感はない。



【出典】株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」  
【注記】+  
【その他の留意点】+  
(C) 2017 NTT DOCOMO, INC. & DOCOMO InsightMarketing, INC. All Rights Reserved.  
map data © OpenStreetMap contributors, under CC BY-SA 2.0

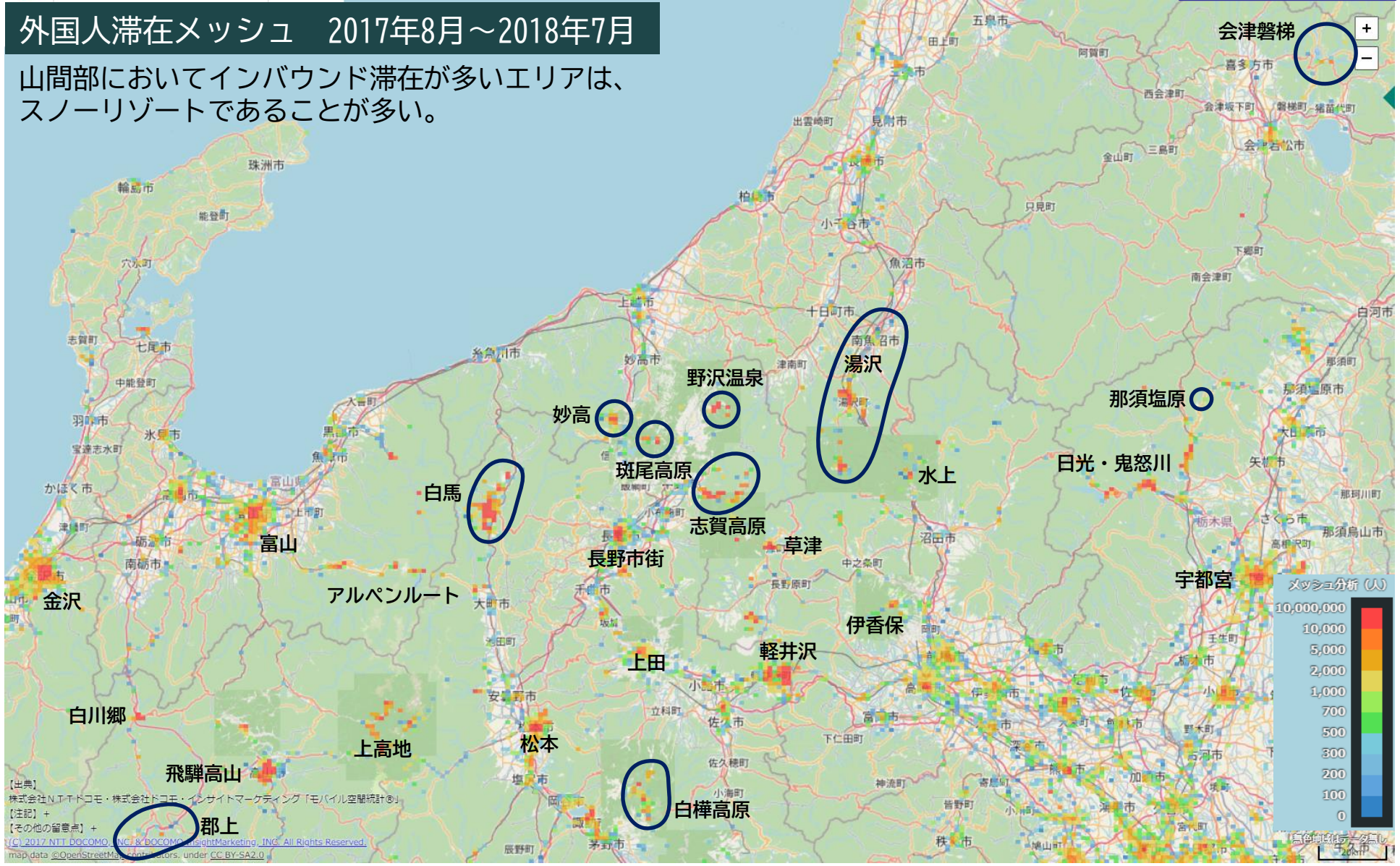
# インバウンドの滞在状況（関東～中部・信越）

各地点の外国人訪問客のうち、1時間以上そのメッシュの範囲に滞在した人数(RESASにて作成)

紺囲みは採択地域

## 外国人滞在メッシュ 2017年8月～2018年7月

山間部においてインバウンド滞在が多いエリアは、スノーリゾートであることが多い。



【出典】株式会社N.T.エトコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」  
 【注記】+  
 【その他の留意点】+  
 ©2017 NTT DOCOMO, INC. & DOCOMO InsightMarketing, INC. All Rights Reserved.  
 map data ©OpenStreetMap contributors, under CC BY-SA 2.0

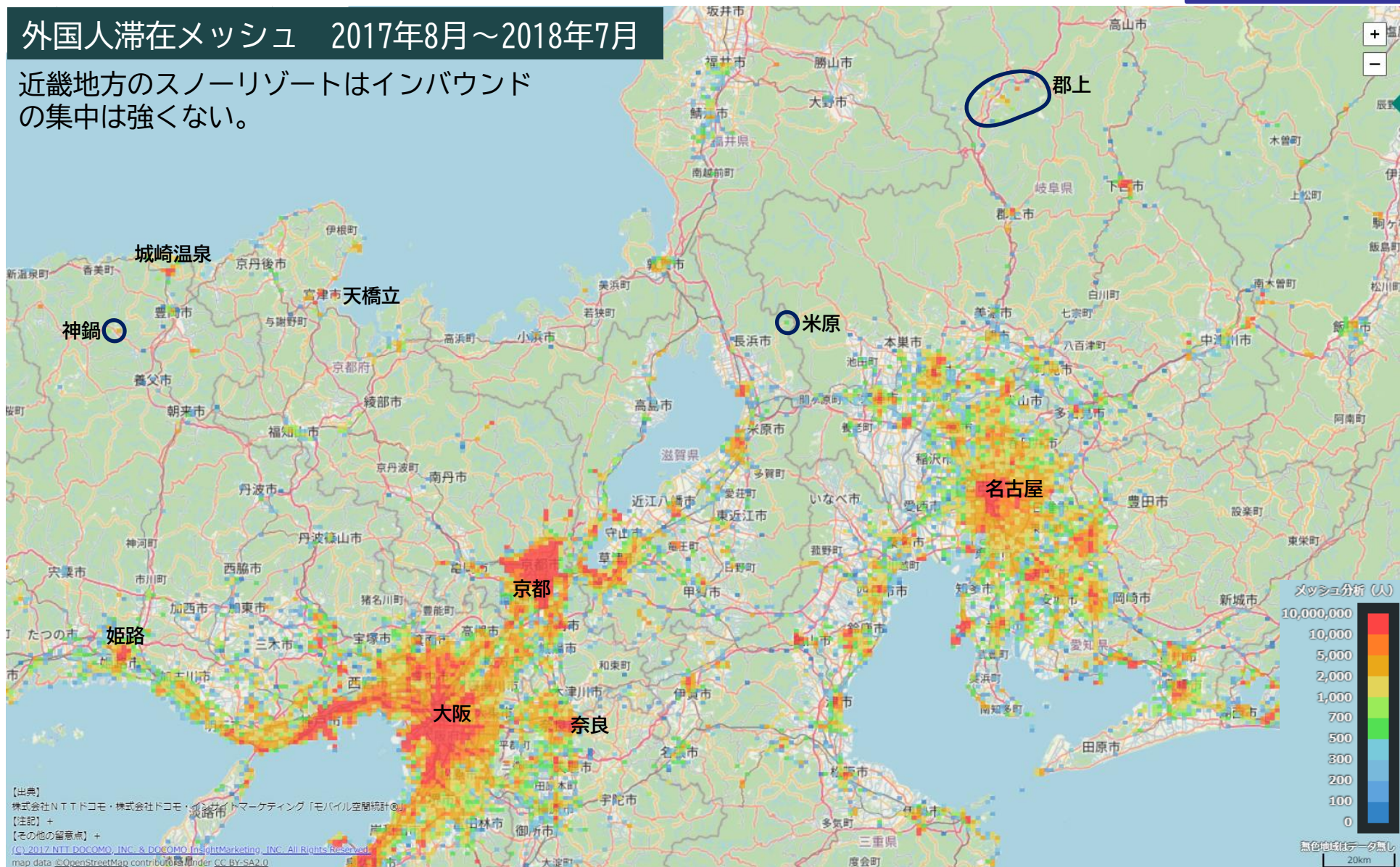
# インバウンドの滞在状況（近畿）

各地点の外国人訪問客のうち、1時間以上そのメッシュの範囲に滞在した人数(RESASにて作成)

紺囲みは採択地域

外国人滞在メッシュ 2017年8月～2018年7月

近畿地方のスキーリゾートはインバウンドの集中は強くない。



【出典】株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・ドコモマーケティング「モバイル空間統計」  
 【注記】+  
 【その他の留意点】+  
 (C) 2017 NTT DOCOMO, INC. & DOCOMO InsightMarketing, INC. All Rights Reserved.  
 map data ©OpenStreetMap contributors, under CC BY-SA2.0

スノーツーリズムのインバウンド誘致と地域の活性化の意義と必要な取組

地球温暖化が進む中、日本の雪資源はますます貴重に。  
今や、日本のスノーリゾートは世界中の投資家が注目する観光資源。

減少する国内客のパイを奪い合い  
過当競争に陥る

リゾートとしての価値を高め  
インバウンドも誘客して生き残る

日本のスノーリゾートの強み

- 雪質やバックカントリーエリアの豊かさ（主に上級者）
- アクセス（国内移動の利便性、アジア圏からの近さ）
- 温泉街等の日本文化を感じる滞在環境

他国に真似できない  
固有の価値をさらに磨く

日本のスノーリゾートの弱み

- スキー場内の施設が古い
- 規模が小さい
- スキー以外にすることがない（コンテンツ不足）
- 外国人対応できない（案内表示、人的対応）
- オフシーズンは閑散としている

新規投資や観光地域づくり  
による改善の余地が大きい

## スノーツーリズムのインバウンド誘致と地域の活性化の意義と必要な取組

### 独自コンテンツの強化

- 「初めての雪遊び」ニーズに応えつつ、高単価なコンテンツへ誘導
- 夏季も含め、索道事業者（スキー場）単独でなく、国立公園のアクティビティなど、山とまち全体でコンテンツの再整理と連携

### 滞在環境の強化 (ベースタウン)

- 長期滞在に対応できる泊食分離、夜間の多様な過ごし方の提供
- 冬に比べて弱いオフシーズンの滞在環境を強化（宿泊施設、飲食店、二次交通など）

### 地域戦略・ ブランディング

- スキー場ごとではなくエリア単位で「リゾート」としてのブランド形成、地域一体でのプロモーション
- 四季それぞれの誘客戦略（グリーンとスノーしかない？）

### 地域の連携体制 意思決定・合意形成

- 地域として目指す姿の意思決定・合意形成に基づく、開発コントロール、投資の呼び込み
- 「夏の仕事」を地域全体で生み出し、通年雇用・定住促進

### データ収集・分析

- 通年での観光需要の見える化、地域に波及する経済効果の把握
- 「インバウンド」「グリーンシーズン」の観光データの蓄積

# 国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業

スノーリゾートは地方での長期滞在や消費拡大に向けての有力なコンテンツ。スキー・スノーボードを楽しむ訪日外国人旅行者が増加する中、スノーリゾートへのインバウンド需要をタイムリーかつ的確に取り込むため、インバウンド需要を取り込む意欲・ポテンシャルの高い地域における国際競争力の高いスノーリゾート形成のための取組を促進する。

## 事業内容

### ・補助対象事業：

地域の関係者が一体となって策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画（形成計画）」の実現に向けた以下の取組

#### ○スキー場インフラの整備

- 索道施設（ゴンドラ・リフト）の撤去・新設※
- 搬器の更新（機能向上分） ※既存ゲレンデ内での新設を除く
- 高機能な降雪機の導入
- ICゲートシステムの導入
- レストハウス等の改修・撤去



高標高域や、隣接スキー場へ接続する索道の新設等による中上級スキーヤーの誘客促進

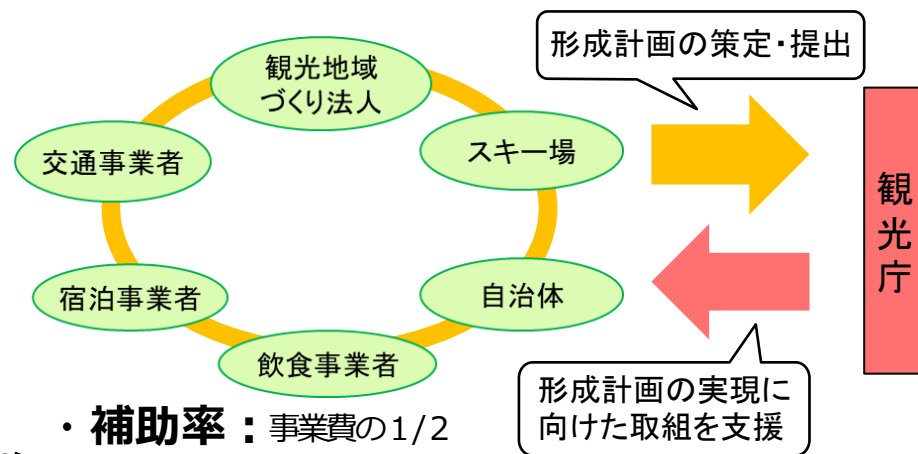
#### ○アフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツ造成

- 受入環境の整備（多言語対応、Wi-F整備、キャッシュレス対応等）
- 外国人対応可能なインストラクターの確保
- 二次交通の確保（スキー場間の周遊等のためのバス運行の実証実験）
- 情報発信（プロモーション資材の作成等）

### ・補助対象者：

観光地域づくり法人（DMO）、民間事業者等

※事業の応募にあたっては、上記補助対象者を含む地域の関係者が一体となって、国際競争力の高いスノーリゾートとして目指す姿及びその実現に向けて必要な取組を定める「形成計画」を策定・提出する必要がある。



### ・補助率：事業費の1/2

### 〔取組例〕



アフタースキーを楽しめる環境を整備し、外国人観光客の長期滞在を促進



グリーンシーズンも楽しめる環境を整備し、通年での誘客を促進



高機能な降雪機の導入により、営業期間を最大化・明確化



ICゲートシステムの導入により、リフト券の共通化や顧客データ取得を促進

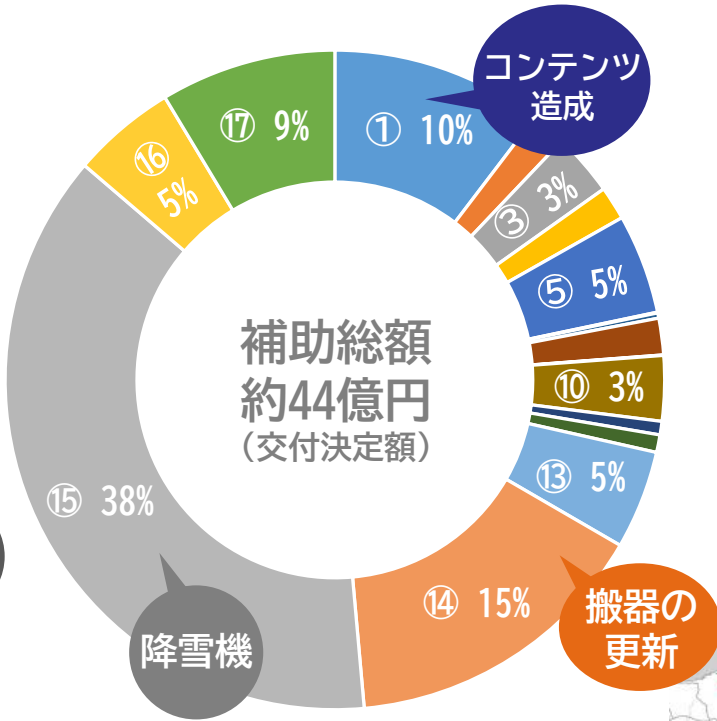
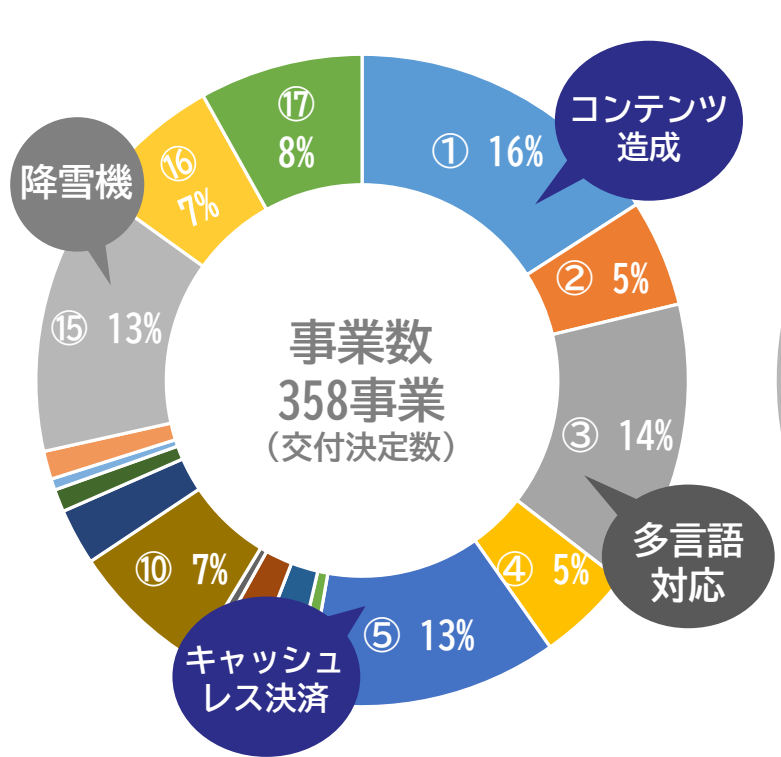


索道の再編や搬器の大型化・高速化により、混雑を改善し、快適性・満足度を向上



# 4 力年の実績の概要

- これまでの実績では、事業数ではコンテンツ造成、多言語対応、降雪機、キャッシュレス決済事業、金額では降雪機、搬器の更新、コンテンツ造成事業への交付決定が多い。
- 採択地域20地域のうち、9地域で4か年連続の採択を受けている。



- ①アフタースキー及びグリーンシーズンの体験型・滞在型コンテンツ企画・造成・改善
- ②アフタースキー及びグリーンシーズンのコンテンツに関する旅行商品造成
- ③多言語案内環境の改善・向上
- ④データ通信利便性向上(Wi-Fi整備等)
- ⑤キャッシュレス決済環境の整備
- ⑥外国人対応可能な人材の育成(接遇向上研修等)
- ⑦安全管理に関する事業(リスク管理講習会等)
- ⑧公衆洋式トイレの整備
- ⑨外国人対応可能なインストラクターの確保
- ⑩二次交通の確保
- ⑪地域のプロモーション
- ⑫索道施設(ゴンドラ・リフト)の撤去
- ⑬索道施設(ゴンドラ・リフト)の新設
- ⑭搬器の更新
- ⑮高機能な降雪機・造雪機の導入
- ⑯ICゲートシステムの導入
- ⑰レストハウス等の改修・撤去

	アフタースキーのコンテンツ造成	グリーンシーズンのコンテンツ造成	受入環境の整備	外国人対応可能な人材の育成
	キロロ（北海道）	八幡平（岩手県）	白馬（長野県）	八幡平（岩手県）
取組	<p>体験型スノービレッジの造成。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イルミネーション</li> <li>・かまくら体験・雪像</li> <li>・巨大スクリーン</li> <li>・観光プロモーション</li> <li>・地産地消グルメ 等</li> </ul>	<p>年間を通じた誘客促進のため、スキー場を活用して、マウンテンバイクコースを整備。</p>	<p>地域の景観デザインコードに則り、安全啓発に関する多言語化された統一標識を整備</p>	<p>バックカントリーに求められる地域の在り方や連携に関する講習会の実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外基準の安全管理等に関するウェビナー</li> <li>・雪崩ポイントや対応を共有するワークショップ</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ SNS等での広がりが見込めるコンテンツが実現</li> <li>・ 来場者約8,800人(79日間)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ サイクルツーリズム商品造成が平行して進み、八幡平の食材を巡るサイクリングツアー等、多様なコンテンツとして自走している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1,181枚の統一標識の作成</li> <li>・ けが人取扱数減少（2019シーズン比78%）</li> <li>・ インバウンド満足度向上（8.19⇒8.5）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ステークホルダーの議論の場の形成</li> <li>・ エリアのリスクの見える化、共有</li> </ul> <p>⇒今後の議論を展開するベースの構築</p>
様子				

	二次交通の確保	スキー場インフラ整備			
		レストハウス改修	降雪機の導入	ICゲートシステムの導入	搬器の更新
	湯沢（新潟県）	妙高（新潟県）	野沢温泉（長野県）	斑尾高原（長野県）	志賀高原（長野県）
取組	<p>駅⇔各スキー場間のシャトルバスを整理し、関係者連携による冬期周遊バス設定に向けた実証実験の実施。</p>	<p>山頂のゲレンデ食堂をカフェレストランに全面リニューアル。</p>	<p>高機能な人工降雪機の導入。</p>	<p>ICゲートシステムの導入。                      ・周辺地域と連携したパスの共通券化                      ・事前購入客による域内観光客の動態データ取得</p>	<p>新規整備中のゴンドラについて、補助を活用して搬器台数を拡大し、輸送力を増強。</p>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>移動の快適性への評価が向上。                              (25%⇒74%)                              ⇒インバウンド回復に向けて事業化（路線バス化・観光バス化）を目指す。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通年利用可能な施設として夏季営業し、グリーンシーズンの誘客を促進。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安定したゲレンデ整備が実現し、シーズン営業日数が延長。                              2019：117日⇒                              2020：148日</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>共通券販売による地域内周遊の促進。</li> <li>リフト乗車回数や、事前購入客等の情報を入手して戦略策定に活用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸送力：469人/h ⇒604人/h</li> <li>ゴンドラ整備によるエリアのハブとしての需要の高まりに対応し、利便性が大きく向上。</li> </ul>
様子					