

インバウンドの再開に向けて

2022年1月28日

国土交通省北海道運輸局

観光部国際観光課課長

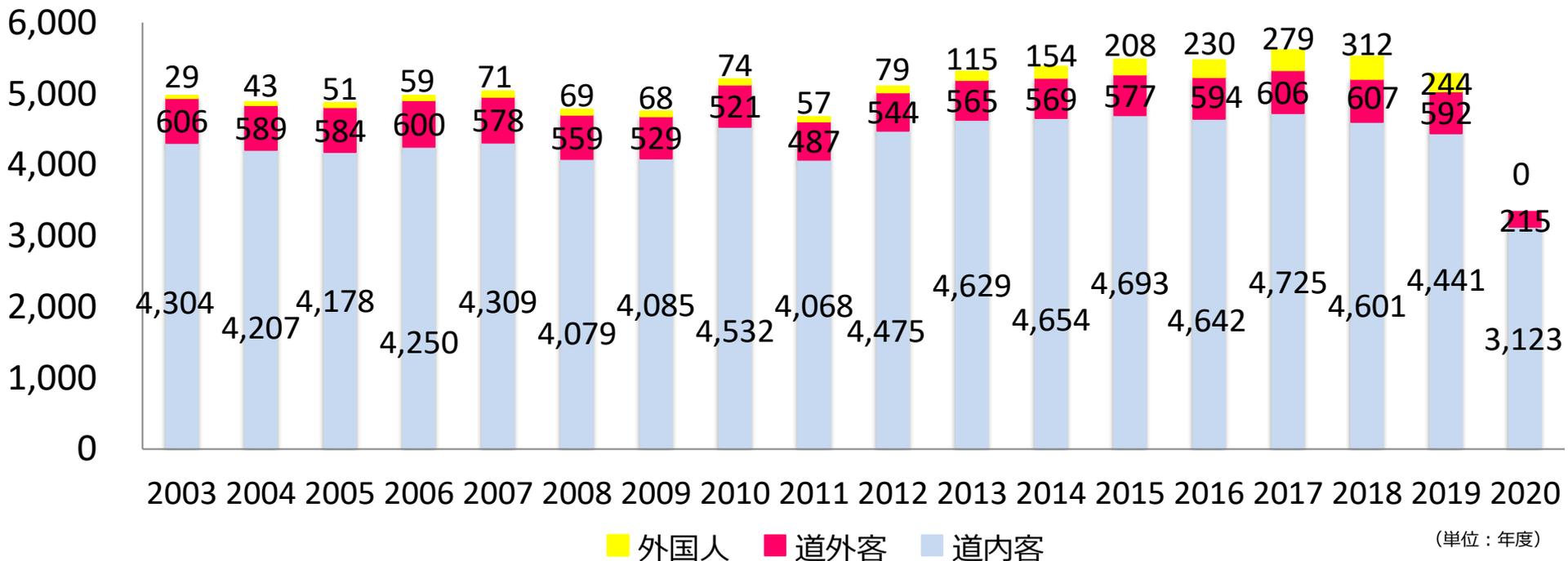
山崎 貴志

1. 新型コロナウイルス感染拡大以前のインバウンドの推移
2. 今後のインバウンド回復の見通し
3. 令和4年度地域の観光資源を活用したプロモーション事業
北海道ブロック戦略
4. 令和3年度経済対策及び令和4年度予算

1. 新型コロナウイルス感染拡大以前のインバウンドの推移
2. 今後のインバウンド回復の見通し
3. 令和4年度地域の観光資源を活用したプロモーション事業
北海道ブロック戦略
4. 令和3年度経済対策及び令和4年度予算

北海道観光入込客数(実人数)の推移

(単位：万人)



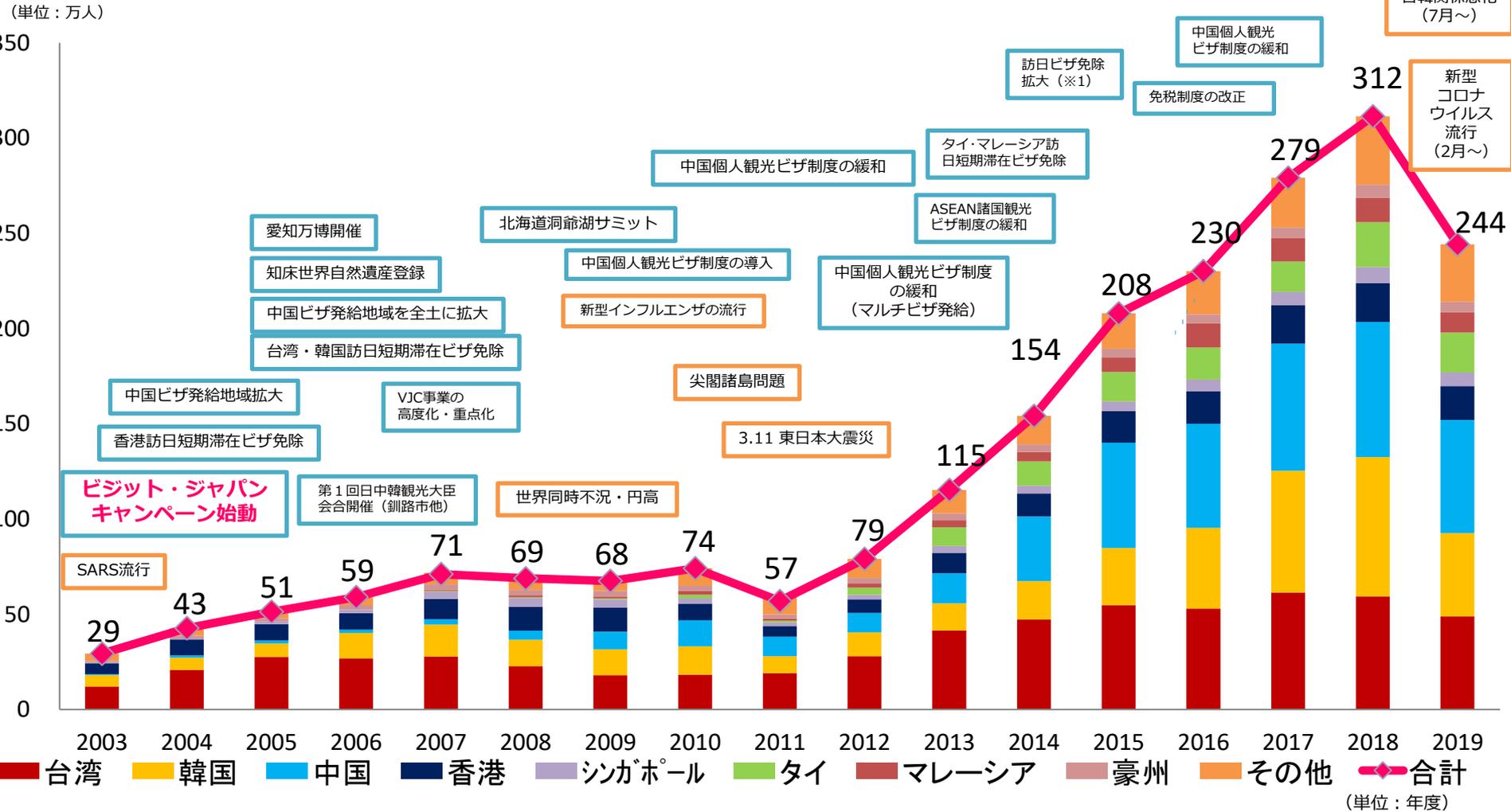
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	対前年度比
道内容	4,304	4,207	4,178	4,250	4,309	4,079	4,085	4,532	4,068	4,475	4,629	4,654	4,693	4,642	4,725	4,601	4,441	3,123	70.3%
道外客	606	589	584	600	578	559	529	521	487	544	565	569	577	594	606	607	592	215	36.3%
外国人	29	43	51	59	71	69	68	74	57	79	115	154	208	230	279	312	244	0	0.0%
合計	4,939	4,839	4,813	4,909	4,958	4,707	4,682	5,127	4,612	5,098	5,310	5,377	5,477	5,466	5,610	5,520	5,277	3,338	63.3%

(単位：万人)

注) 2010年4月より新調査方式によるため単純に経年比較はできない

出典：北海道経済部 北海道観光入込客数調査

訪日外国人来道者数(実人数)の推移



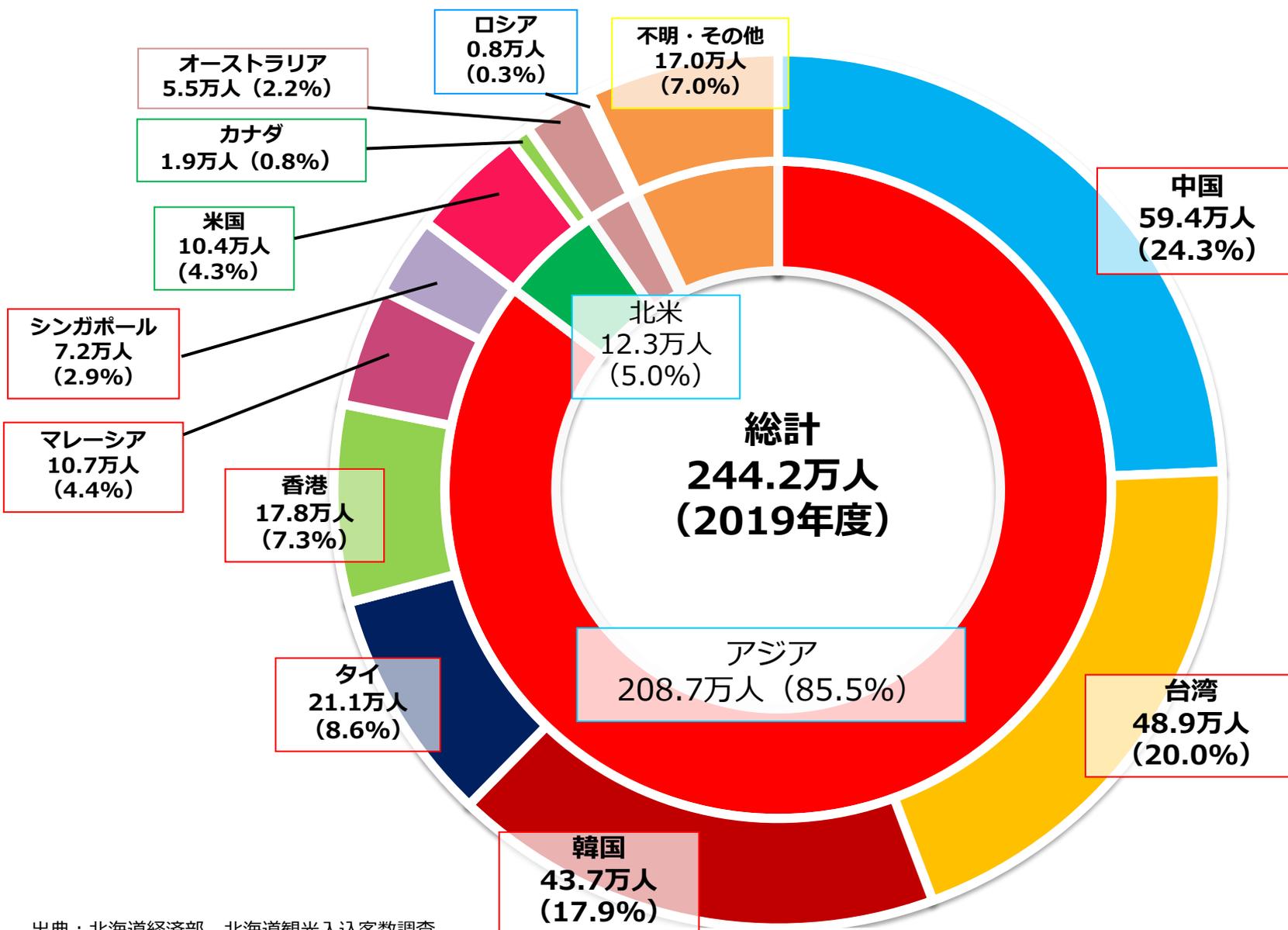
出典：北海道経済部 北海道観光入込客数調査

注) 北海道庁で2020年度のデータを作成しないため2019年度のデータを使用

注) 2010年4月より新調査方式によるため単純に経年比較はできない

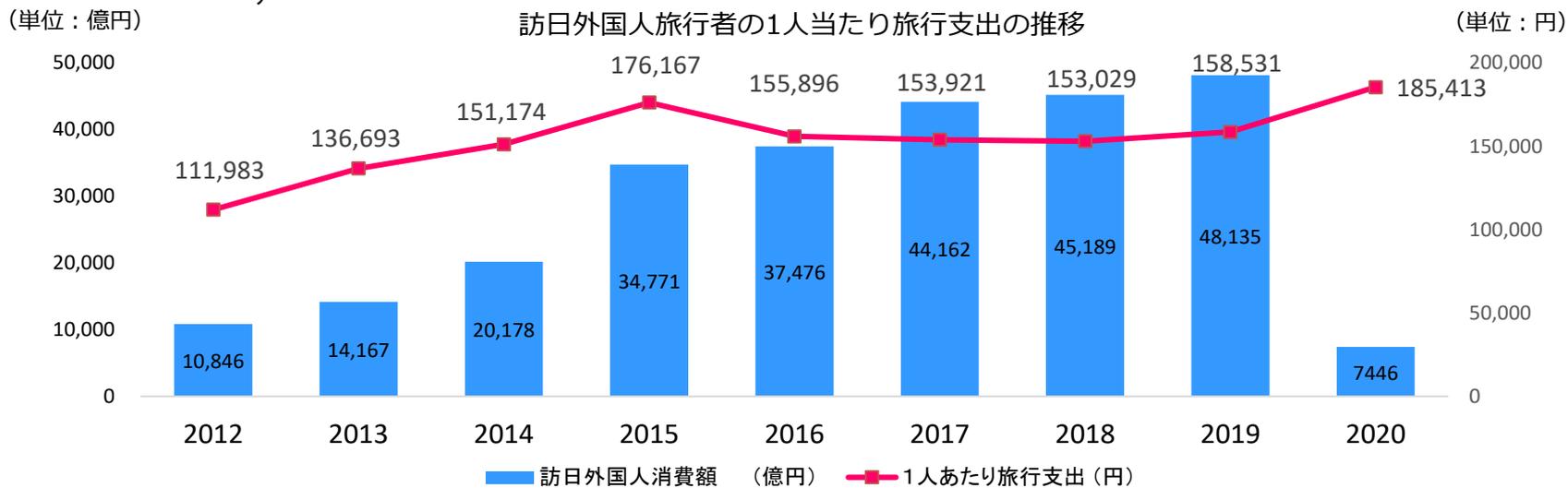
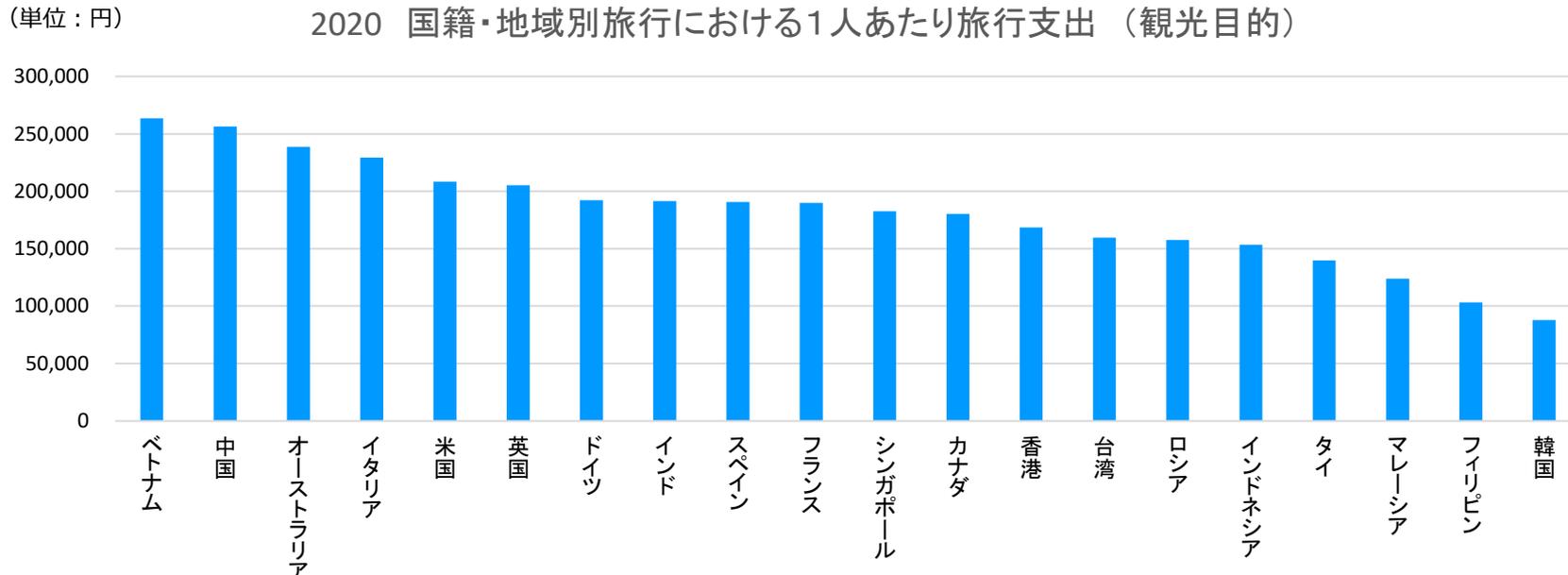
(※1)2014年11月20日よりフィリピン・ベトナムが実質ビザ免除
2014年12月1日よりインドネシアがビザ免除

訪日外国人来道者の国・地域別の割合(2019年度)



出典：北海道経済部 北海道観光入込客数調査

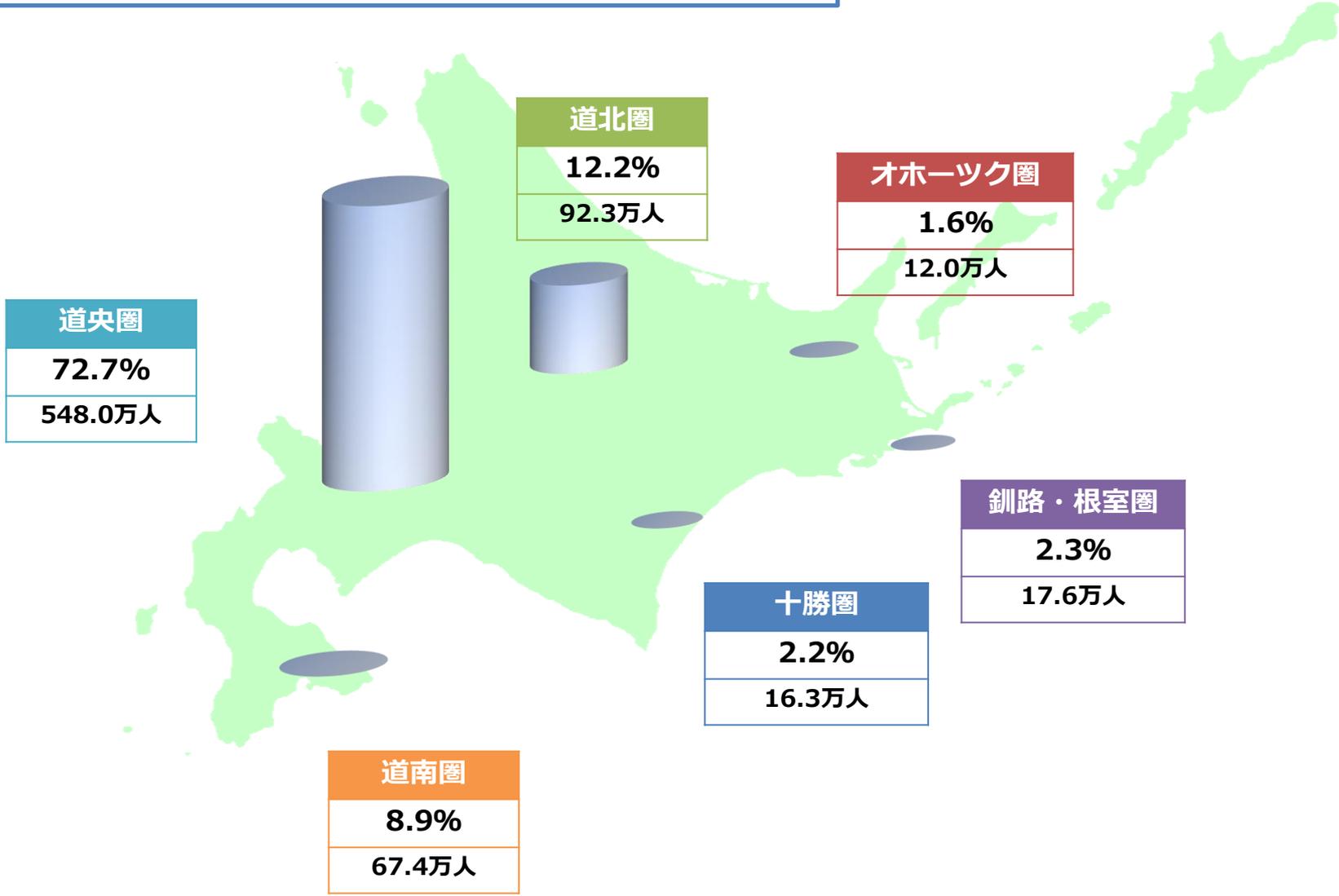
注) 北海道庁で2020年度のデータを作成しないため、2019年度のデータを使用



出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査
 ※2020年(令和2年)は4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査を中止したため、1-3月期のデータを用いて試算している。

北海道観光の構造的課題—観光入込の道央圏への集中

2019年度 訪日外国人宿泊延べ数（北海道全体）753.6万人



出典：北海道経済部 北海道観光入込客数調査（2019年度）
注）北海道庁で2020年度のデータを作成しないため2019年度のデータを使用

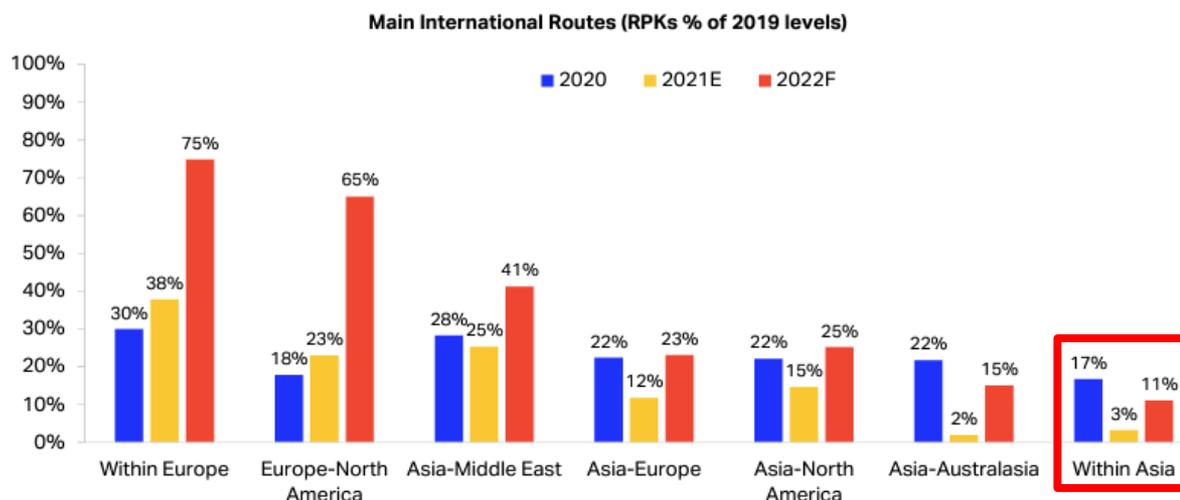
1. 新型コロナウイルス感染拡大以前のインバウンドの推移
2. 今後のインバウンド回復の見通し
3. 令和4年度地域の観光資源を活用したプロモーション事業
北海道ブロック戦略
4. 令和3年度経済対策及び令和4年度予算

- ・ IATA（国際航空運送協会）の予測が変化。
国際線の旅客需要が2019年の実績を上回るのは

2021年5月予測	2023年以降
2021年7月予測	2024年以降
2021年11月予測	2026年以降

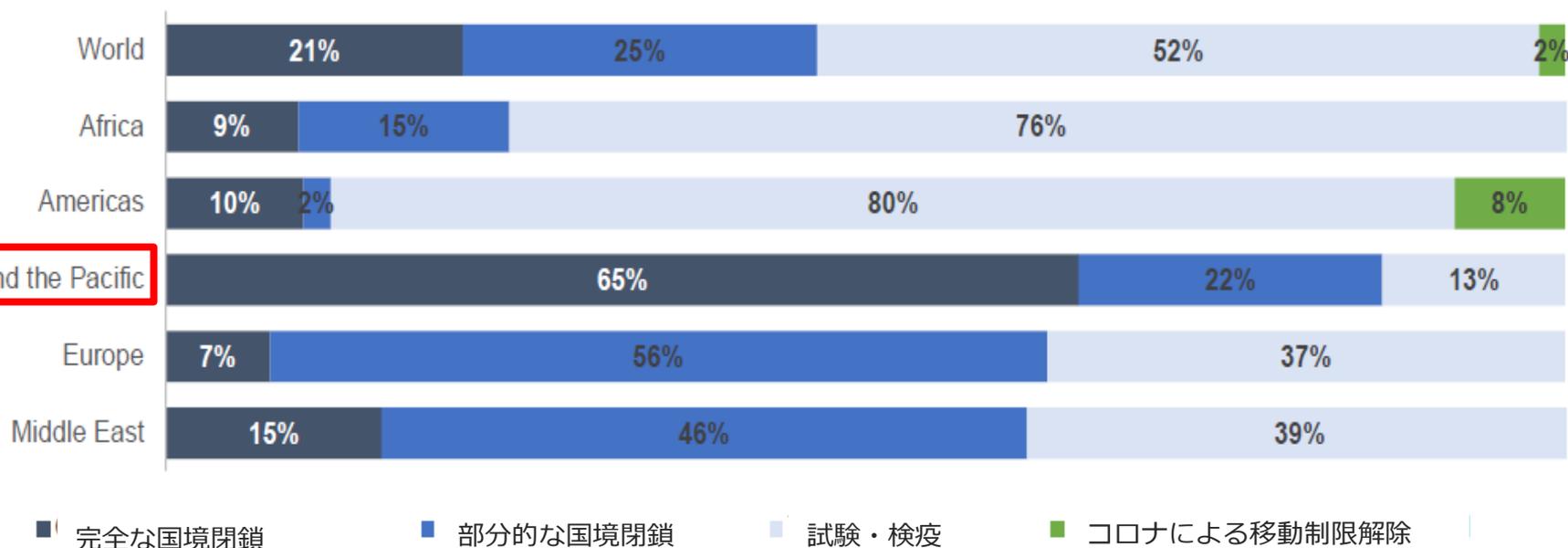
- ・ IATA（国際航空運送協会）の予測によると、2022年の回復のスピードは地域により変わってくる

Recovery in international travel will be uneven in 2022 Intra-Europe and Europe-Nth America travel will outpace Asia



- 217カ国・地域のうち、21%（46カ国・地域）が依然として完全に国境を閉鎖。
アジア太平洋地域が慎重。
- 52%（112カ国・地域）では、到着時におけるPCR検査の提示（陰性証明等）を上陸要件に。
- 2%（4カ国・地域）がコロナによる全ての移動制限を解除。

世界の入国規制の状況（2021年11月1日現在：UNWTO調査）



- ・日本では現在、外国人の新規入国は原則不可。
- ・日本側、相手国の水際規制（日本から帰国時の検疫措置）ともに確認が必要。

（令和4年1月21日現在）

国・地域名	日本への渡航規制	日本から帰国時の主な制限（自国民）
台湾	自粛	①陰性証明書 ②登場手続き前に入国検疫システムへのオンライン申請 ③入境時のPCR検査 ④14日間隔離及び隔離期間中1回のPCR検査 ・ワクチン接種者への免除措置なし
香港	自粛	①陰性証明書 ②オンラインで健康状態の申告 ③入国時検査 ④政府指定検疫ホテルで21日間の隔離 ・ワクチン接種者は隔離期間を14又は7日に短縮
米国	容認	・ワクチン接種者は10日間の自主隔離免除（入国後3～5日以内の検査結果が陰性の場合に限る）
英国	容認	・ワクチン接種者は出発前の検査受験及び到着後に「結果が出るまで」課されていた自主隔離措置が免除。入国後検査2回のうち1回（8日目以降）を免除。

1. 新型コロナウイルス感染拡大以前のインバウンドの推移
2. 今後のインバウンド回復の見通し
3. 令和4年度地域の観光資源を活用したプロモーション事業
北海道ブロック戦略
4. 令和3年度経済対策及び令和4年度予算

令和4年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業 北海道ブロック戦略



国土交通省北海道運輸局観光部

令和3年10月18日

戦略 I

インバウンドの段階的復活を見据えた情報発信

- 国際観光再開に備え、**時期を逸することなく**プロモーションを展開
- ポストコロナの旅行者の需要を捉え、**上質で安全・安心、クリーン**な北海道を訴求

戦略 II

北海道の3大ブランドを核とした誘客促進と消費単価の向上

- ATWS2023開催を見据え**て官民一体となったプロモーションを展開
- 世界最高水準の**パウダースノー**を誘客の柱に、北海道をスノーリゾートとして発信
- 北海道の豊かな大地が育んだ**食材**と、背景にあるストーリーと併せて、**食文化**に触れる旅の魅力を発信

戦略 III

コロナを転機に北海道観光の底上げを図る

- Modern Luxury層を取り込み、**経済波及効果の拡大**とブランド力を強化
- 「わざわざ行くだけの価値・観光魅力」を発信し、**観光入込の広域分散化**を図る
- オフピーク期の潜在的需要を喚起し、**観光入込のボトムアップ**

戦略 IV

市場ごとの成熟度に基づいたプロモーションの展開

成熟度	対象市場	実施方針	
潜在	アメリカ、イギリス、カナダ、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン、インド、メキシコ、中東地域	市場別のプロモーションに加え、アドベンチャー・トラベルなど対象市場に親和性の高いと考えられるテーマに沿い、北海道の旅行先としての認知度不足を解消する。	北海道の3大ブランドを核とした認知度の向上
成長	タイ、マレーシア、フィリピン、インドネシア、ベトナム、中国（北京・上海・広東省以外）	FITに向けたWEBによる情報発信の強化を図る。また、各市場における旅行形態を踏まえ、旅行商品の造成を図る。	「北海道ブランドイメージ」を浸透させ、未訪日層への来道意欲の喚起
成熟	中国(北京・上海・広東省)、台湾、韓国、香港、シンガポール、オーストラリア	訪日リピーター層に対して、地方の知られざる魅力の発信と、特定目的の需要に対応するため、WEBやSNSを活用したプロモーションを強化する。	旅行者目線で新鮮かつ具体的な実用性のある情報の提供

旅行需要が変化

ポストコロナの旅行者の需要を捉え厳選した情報を発信

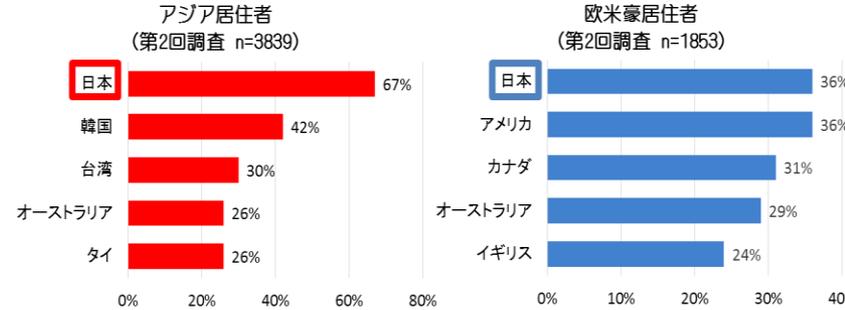
新型コロナウイルス感染症の拡大以降、旅行者の需要にも変化が生じているが、**自然・気候・文化・食に代表される訪日観光の魅力は変わらず**、訪日需要、その中でも北海道への訪問意欲は高い水準となっている。

自然やアウトドア、ウェルネス等に関心が高まると予想されるとともに、旅行にかかる予算や滞在日数が増える傾向も見られることから、**上質なアウトドアコンテンツや滞在型の旅のスタイル**とともに、**安心・安全でクリーンな北海道**を訴求する。

実施方針

- JNTOや民間機関等におけるマーケットデータ・調査等を活用し市場毎の的確な状況の把握。
- 需要の変化を踏まえ、旅行の動機付けとなる強いテーマやストーリー、上質で滞在型の旅行スタイルを訴求。
- 地域がポストコロナを見据えて新たに造成・磨き上げたコンテンツや魅力を発信。
- JNTO作成のピクトグラムも活用し受入環境整備を行い、感染防止対策を分かりやすく発信し訪日旅行の不安を払拭。

◇新型コロナの収束後、次に旅行したい国・地域（上位5位）



(出典) DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する訪日外国人旅行の意向調査 (2021年6月)

◇日本の新型コロナウイルス感染症対策等を伝える ピクトグラム (JNTO作成)
<https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20210226.pdf>

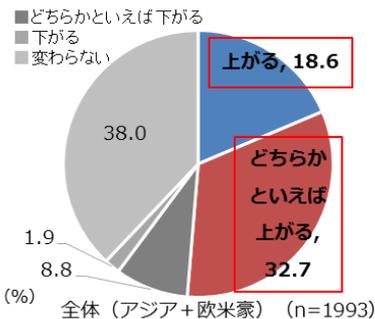


Coronavirus (COVID-19) Control Measures for Safe Travel in Japan

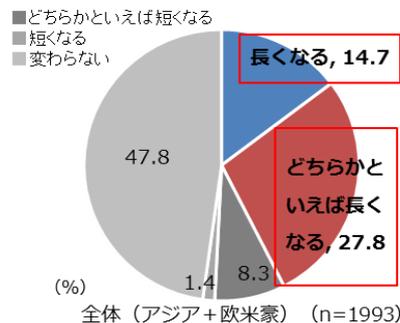
Various measures to control the spread of COVID-19 have been adopted by companies and organizations throughout Japan.



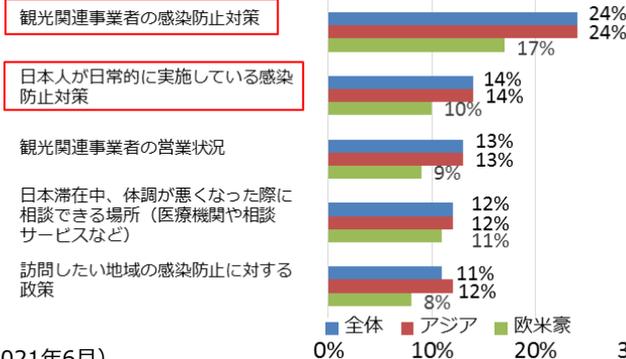
◇新型コロナ終息後の海外旅行の予算はどのように変化するか (北海道訪問希望者)



◇新型コロナ終息後の海外旅行滞在日数はどのように変化するか (北海道訪問希望者)



◇訪日旅行・北海道 最も必要だと感じる情報



目的

自然・体験・文化 Adventure Travel ブランドの確立へ

約72兆円（※）といわれるマーケットに向け、北海道固有の文化、自然など、アドベンチャートラベルのフィールドとして北海道が持つ優位性を活かし、**地域での体験・ストーリーテリングを組込んだ滞在型ツーリズムの情報を発信**することで新たなブランドを確立する。

※出典：Adventure Travel Trade Association

- 人の暮らしに近い第一級の自然
- 豊富なアクティビティ
- 縄文文化・アイヌ文化・和 문화



実施方針

- Adventure Travel Trade Association(ATTA)と連携したプロモーションを展開。
- Adventure Travel World Summit(ATWS)2023の北海道開催を見据え、他省庁、自治体、観光協会、ガイド、アウトドアメーカーなど官民一体となったプロモーションを展開。
- ATWS2021で北海道への興味を持った旅行会社やメディアを招請し、北海道への関心を更に高める。
- 北海道の縄文文化、先住民族アイヌの尊厳と文化の復興を象徴するウポポイ等を組み合わせたプロモーションを展開。
- 北海道の自然や文化に対してローインパクトで貴重な体験価値を発信。



ソフトタイプ：23種類

- ・バードウォッチング
- ・キャンプ
- ・ラフティングなど

写真提供：知床ネイチャークルーズ

ハードタイプ：3種類

- ・トレッキング
- ・登山・クライミング
- ・洞窟探検など

その他：8種類

- ・異文化体験
- ・ローカルフェスティバル
- ・クルーズなど

目的

世界最高水準のパウダースノーを発信

世界中のスキーヤーやスノーボーダーに向けて、**世界最高水準のパウダースノーの魅力**と、**北海道が持つスキー環境の優位性**を発信し、世界ブランドとしての確立を目指す。

- 世界に誇れるパウダースノー
- 毎年安定した積雪量
- シーズンの長さ
- 体に負担が少ない標高

実施方針

- 航空路線再開の動向を捉え道内のスキー等に関わる幅広い関係者と連携し、オール北海道でのプロモーションを展開。
- 2022北京冬季オリンピック後も拡大する中国スキー人口の取込み継続。
- 各スノーリゾートの感染症対策、施設情報やレッスン情報などに加え、リゾート周辺の観光情報など具体的で実用的な情報をターゲット毎に発信。
- スノーリゾート形成促進事業と連携した情報発信。



	ビギナー層	エキスパート層
方針	スキー・スノーボードがまだ定着していない市場については、非日常体験としてスノーシューやスノーモービルなどの雪遊びメニューと組み合わせスキー・スノーボードの魅力を紹介する	スキー客を抱える市場については、競合する海外のエリアとの差別化を図るために雪質やスキー環境の強み、食のクオリティ等のより深い情報を発信し、新規顧客とハードリピーター獲得を目指す
ターゲット	雪がない地域からの旅行者 スキー・スノーボード未経験者・初心者	スキー・スノーボード中級～上級者
訴求テーマ	雪遊びの楽しさ スキー・スノーボードの魅力、Kid's レッスン	世界最高レベルのパウダースノー スキー環境の素晴らしさ、アフタースキーの魅力
主な対象市場	香港、シンガポール、中国、タイ、マレーシア、台湾、フィリピン、インドネシア、ベトナム	オーストラリア、アメリカ、ドイツ、イギリス、カナダ、ロシア、中国、韓国

目的 「食」を通じて歴史や文化等に触れる旅の魅力をブランド化

北海道の豊かな大地が育んだ食材と、歴史・伝統・慣習によって定着した地域独自の調理方法など、その背景にあるストーリーと併せて楽しみ、**食文化に触れる旅の魅力を発信**し、農村や漁村といった**地方部への誘客**を目指す。

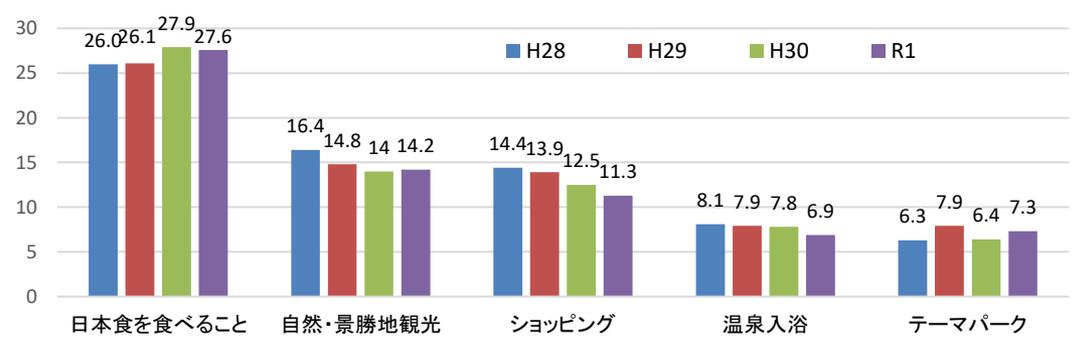
- 新鮮で良質な農産品や魚介類
- 種類が豊富な乳製品や銘菓
- 食を引き立てる多彩な道産酒類
- 地域ごとに異なる食の魅力

実施方針

- 市場や嗜好ごとに異なる食及び食文化への関心度に合わせて、ターゲットに訴求力のある媒体や手法で情報発信。
- 適切な衛生対策の発信、「ヘルシーで健康的」な日本食のイメージを訴求。
- 「食」と相性の良いワイン、日本酒、ウイスキー、ビールなどの道産酒類を効果的に組み合わせて発信。
- 北海道が誇るスイーツや銘菓など道産食品の旅ナカ、旅アトでの消費拡大を図る情報発信。
- 多様な食文化・食習慣（ムスリム、ベジタリアン、ヴィーガン等）の旅行者、または食物アレルギーのある旅行者が、安心して食を楽しむための取組や、対応メニューのある店舗の情報を紹介。



◇訪日前に最も期待したこと(全国籍・地域、単一回答)トップ5の年別推移



出典: 観光庁訪日外国人消費動向調査

1. 新型コロナウイルス感染拡大以前のインバウンドの推移
2. 今後のインバウンド回復の見通し
3. 令和4年度地域の観光資源を活用したプロモーション事業
北海道ブロック戦略
4. 令和3年度経済対策及び令和4年度予算

令和4年度観光庁関係予算決定概要

1. 観光庁関係予算総括表

(単位：百万円)

【一般財源】	4年度 予算額(A)	前年度 予算額(B)	倍 率 (A/B)
1. 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓	773	504	1.53
ポストコロナを見据えた新たなコンテンツ形成支援事業	448	-	新規
「新たな旅のスタイル」促進事業	325	504	0.64
2. 観光産業の変革	2,331	2,014	1.16
新たなビジネス手法の導入による宿泊業を核とした観光産業の付加価値向上支援	550	100	5.48
観光産業における人材確保・育成事業	126	119	1.06
通訳ガイド制度の充実・強化	66	56	1.17
DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による観光サービスの変革と観光需要の創出	781	800	0.98
健全な民泊サービスの普及	117	117	1.00
ユニバーサルツーリズム促進事業	18	18	1.00
観光統計の整備	673	653	1.03
3. 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現	914	765	1.19
持続可能な観光推進モデル事業	150	-	新規
広域周遊観光促進のための観光地域支援事業	763	765	1.00
4. 国際交流の回復に向けた準備・質的な変革	9,516	10,963	0.87
訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業	2,706	3,383	0.80
戦略的な訪日プロモーションの実施	6,540	7,370	0.89
教育旅行を通じた青少年の国際交流の促進	20	20	1.00
MICE誘致の促進	251	190	1.32
5. その他（経常事務費等）	624	564	1.11
合 計	14,158	14,809	0.96
【国際観光旅客税財源】	4年度 予算額(A)	前年度 予算額(B)	倍 率 (A/B)
3. 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現	4,408	13,522	0.33
世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業（注1）	1	540	0.00
国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業（注1）	1	1,050	0.00
文化資源を活用したインバウンドのための環境整備	2,205	6,969	0.32
国立公園のインバウンドに向けた環境整備	2,201	4,962	0.44
4. 国際交流の回復に向けた準備・質的な変革	3,687	12,543	0.29
ICT等を活用した観光地のインバウンド受入環境整備の高度化	224	1,037	0.22
地域観光資源の多言語解説整備支援事業（注1）	1	460	0.00
公共交通利用環境の革新等（注1）	1	1,240	0.00
空港におけるFAST TRAVELの推進（注1）	1	1,260	0.00
円滑な出入国の環境整備	2,905	4,084	0.71
円滑な通関等の環境整備	400	530	0.75
新たなインバウンド層の誘致のためのコンテンツ強化等（注1）	74	2,225	0.03
戦略的な訪日プロモーションの実施	2	1,578	0.00
旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保	80	129	0.62
合 計	8,095	26,065	0.31

令和3年度経済対策関係予算（「新たなGo To トラベル事業」を除く）

(単位：百万円)

	予算額 (A)	前年度 予算額 (B)	倍 率 (A/B)
地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化	100,028	-	-
地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出	10,067	-	-
訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業（注2）	9,988	4,997	-
観光DX推進緊急対策事業（注2）	219	-	-
既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業	-	54,972	-
地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業	-	5,022	-
合 計	120,301	64,991	1.85

総 計	142,555	105,865	1.35
------------	----------------	----------------	-------------

（注1）令和3年度経済対策関係予算「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」も活用。

（注2）補正予算計上額。

※ 本表における計数は、端数処理の関係で、合計した額と一致しない場合がある。

※ 本表における計数は、政府情報システムに係る経費（デジタル庁一括計上分）を含む。

※ 上記のほか、三の丸尚蔵館の整備9億円（前年度39億円）（宮内庁）についても、国際観光旅客税財源を充当。

「新たなGo To トラベル事業」

(単位：百万円)

	予算額
令和3年度経済対策関係予算（注3）	1,323,853
合 計	1,323,853

（注3）補正予算計上額268,517百万円を含む。

東日本大震災からの復興（復興枠）

(単位：百万円)

	4年度 予算額 (A)	前年度 予算額 (B)	倍 率 (A/B)
福島県における観光関連復興支援事業	500	300	1.66
ブルーーツーリズム推進支援事業	270	-	新規
合 計	770	300	2.56

- コロナ禍により甚大な影響を受けている観光の復興に向けて、「新たな Go To トラベル事業」等を実施し、観光需要の喚起を図るとともに、ワーケーションや「第2のふるさとづくり」などにより、新たな国内交流需要の掘り起こしを行う。
- 併せて、デジタル化等による生産性向上、宿泊施設を核とした観光地の再生・高付加価値化など、観光産業や地域を多面的に支援する。
- さらに、国際交流の回復に向けた準備を進める。

1 国内交流の回復・新たな交流市場の開拓

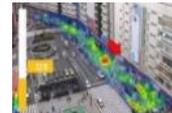
- 観光需要の喚起（「ワクチン・検査パッケージ」を活用し、「新たなGotoトラベル事業」の実施等）
- 新たな交流市場の開拓（ワーケーション、「第2のふるさとづくり」（何度も地域に通う旅、帰る旅）の推進等）



等

2 観光産業の変革

- デジタル技術を活用した観光サービスの変革（顧客管理システムや非接触型チェックインシステム等の導入促進、新コンテンツの創出、観光地の混雑回避や再来訪の促進等）
- 観光産業の高付加価値化（新たなビジネス手法の導入支援等）
- 安全・安心の確保（宿泊施設のバリアフリー改修支援等）



等

3 交流拡大により豊かさを実感できる地域の実現

- 宿泊施設を核とした観光地の再生・高付加価値化（宿泊施設の改修、廃屋撤去等に対する支援の強化）
- 高付加価値なコンテンツ創出（地域の幅広い関係者との連携による地域の稼げる「看板商品」の創出促進）
- 持続可能な観光に関する取組強化（地域住民の理解促進・オーバーツーリズムの防止等）



等

4 国際交流の回復に向けた準備・質的な変革

- 国際交流の回復に備えた受入環境の整備（観光施設等での多言語化、WIFI、キャッシュレス決済導入促進等）
- 高付加価値なインバウンド観光地づくり（地域と民間のマッチングによる宿泊施設誘致、スキル向上等のための人材研修等）
- 「コト消費」の深化（体験型観光コンテンツの造成促進等）
- コロナの需要変化を踏まえたプロモーション等



17
等

1. 「新たなGo To トラベル事業」

【約1兆3,239億円（※約2,685億円）】

我が国の地域経済を支える観光関連産業の維持を図るため、ワクチン接種証明や検査の活用による安全・安心の確保を前提とした仕組みに見直すとともに、平日への旅行需要の分散化策等を講じつつ、「新たなGo To トラベル事業」を実施する。



2. 地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化 【約1,000億円】

地域一体となった観光地再生・高付加価値化に向けて、観光地の中核となる宿泊施設の改修や廃屋の撤去等を重点的・集中的に支援する。



3. 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出 【約101億円】

地域経済を支える観光の本格的な復興の実現に向けて、地域の稼げる看板商品の創出を図るため、自然、食、歴史・文化・芸術、生業、交通等の地域ならではの観光資源を活用したコンテンツの造成から販路開拓まで一貫した支援を実施する。



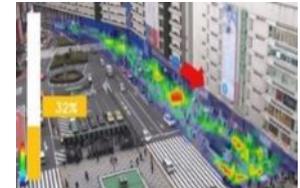
4. 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業 【約100億円（※約100億円）】

訪日外国人旅行者がストレスフリーで快適に旅行を満喫できる環境を整備するため、宿泊事業者が行うサービス提供体制の強化、交通事業者等が行うキャッシュレス決済対応、バリアフリー化、観光列車の導入等、観光人材のインバウンド対応能力の向上、ハイブリッドMICEの開催促進に向けた取組等を支援する。



5. 観光DX推進緊急対策事業 【約2億円（※約2億円）】

地方公共団体・DMO、地域の観光事業者、先進技術を保有する企業等が一体となって、デジタル技術を活用し、観光地の混雑回避や移動円滑化、観光客の周遊の促進、再来訪の促進など、観光地経営の改善を図るための実証事業を行う。



地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出

○ 地域経済を支える観光の本格的な復興の実現に向けて、**地域の稼げる看板商品の創出を図るため**、自然、食、歴史・文化・芸術、生業、交通等の**地域ならではの観光資源を活用したコンテンツの造成から販路開拓まで一貫した支援**を実施する。

施策イメージ

(ツアー、旅行商品等の企画・開発費、モデルツアー実施費、プロモーション費等を支援)

自然

地域ならではの自然を活用した体験型アクティビティの造成



食

地域の名物食体験や地域特性を活かした新メニューの開発



歴史・文化・芸術

地域に根付く文化・芸術を観光客が体験できるプログラムの造成



地場産業 (生業)

地域で営まれてきた生業を題材とした体験・学習プログラムの造成



交通

地域のシンボルである交通を活かした、地域ならではのコンテンツの造成



<補助率・補助上限額>

補助率：500万円まで定額 (10/10) + 500万円を超える部分については 1/2

補助上限額：1,000万円

- 日時
令和4年2月8日（火）
13時30分～15時00分
- 対象
地方公共団体及DMO

※個別事業の事務局立ち上げ後、説明会を予定している事業もあります。

予算説明会内容

○令和3年度経済対策関係予算・令和4年度当初予算について

(1) 受入環境整備（16分）

- (ア) 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業【インバウンド安全・安心対策推進事業】（参事官（外客受入担当）・4分）
- (イ) 持続可能な観光推進モデル事業（参事官（外客受入担当）・4分）
- (ウ) インバウンド受入環境整備高度化事業（参事官（外客受入担当）・8分）
【 質疑応答 】（10分）

(2) 滞在コンテンツの造成・磨き上げ等（22分）

- (ア) 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出（参事官（外客受入担当）・4分）
- (イ) ポストコロナを見据えた来訪者増加に向けた新たな仕掛けづくり（観光資源課・4分）
- (ウ) サステナブルな観光コンテンツ強化事業（観光資源課・4分）
- (エ) 歴史的資源を活用した観光まちづくり事業（観光資源課・4分）
- (オ) 農山漁村振興交付金【農泊推進対策、地域活性化対策、農山漁村発イノベーション対策】（農林水産省：6分）
【 質疑応答 】（10分）

(3) その他（22分）

- (ア) 地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化（観光産業課・6分）
- (イ) 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（観光地域振興課・4分）
- (ウ) 世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業（観光地域振興課・4分）
- (エ) 観光DX推進緊急対策事業（観光資源課・4分）
- (オ) DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による観光サービスの革新と観光需要の創出（観光資源課・4分）
【 質疑応答 】（10分）

ご不明の点、ご相談はご遠慮なく下記にお問い合わせください

北海道運輸局観光部国際観光課 山崎

電話 011-290-2723

E-mail yamazaki-t52ak@milt.go.jp