

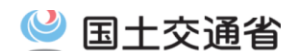
湯河原町の観光業の課題と整理

第4回宿泊税検討委員会
令和7年4月7日

1 日本の観光と湯河原町の現状

(1)日本の観光状況

令和5年3月31日閣議決定



(参考)観光立国推進基本計画(第4次)概要 ～持続可能な形で観光立国の復活に向けて～

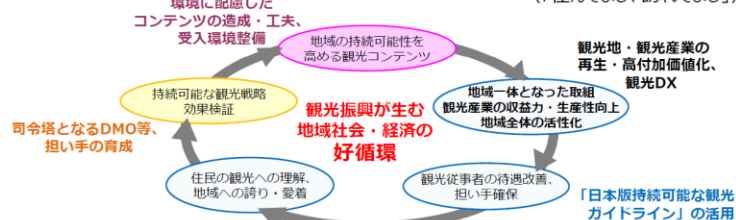
- 観光はコロナ禍を経ても成長戦略の柱、地域活性化の切り札。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 大阪・関西万博も開催される2025年に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

計画期間：
令和5～7年度
(2023～2025年度)

基本的な方針

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- 地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる
(「住んでよし、訪れてよし」)



インバウンド回復戦略

- 消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- 消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

国内交流拡大戦略

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

目標

■ 早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円

■ 2025年目標（質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定）

持続可能な観光地域づくり	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】	100地域
	インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
		③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊
		④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準を超え
		⑤ 日本人の海外旅行者数	アジア最大・3割以上
	国内交流拡大	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上
		⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊
		⑧ 国内旅行消費額	22兆円

主な施策

- 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
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等

- 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
- 国内需要喚起
- ワークेशन、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

- 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

1 日本の観光と湯河原町の現状

主な政府目標の達成状況



	明日の日本を支える 観光ビジョン	観光立国推進基本計画		
		2030年目標	2025年目標	早期達成目標
持続可能な観光地域づくり に取り組む地域数			100地域	31地域 (2023/11/29時点)
訪日外国人旅行者数	6000万人		2019年水準超え (3188万人)	2506.6万人
訪日外国人旅行消費額	15兆円		5兆円	5.3兆円
訪日外国人旅行消費単価	(25万円)		20万円	21.3万円
訪日外国人旅行者 1人当たり地方部宿泊数			2泊	1.27泊
訪日外国人旅行者の 地方部延べ宿泊者数	1億3000万人泊			3190.9万人泊
日本人の海外旅行者数			2019年水準超え (2008万人)	962.4万人
アジア主要国における国際会議 の開催件数に占める割合			アジア最大の開催国 (アジア主要国シェア3割以上)	アジア1位 アジア主要国シェア32.7%
日本人の地方部延べ宿泊者数			3.2億人泊	2.9億人泊
日本人国内旅行消費額	22兆円		22兆円	20兆円
				21.9兆円

観光統計

旅行・観光消費動向調査 2024年10-12月期（速報）

2025年2月19日
観光庁

～2024年10-12月期の国内旅行消費額は6兆4,366億円～

日本人国内旅行消費額

- 2024年10-12月期の日本人国内旅行消費額（速報）は6兆4,366億円（2019年同期比27.9%増、前年同期比14.1%増）となった。
- 日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は5兆3,076億円（2019年同期比35.4%増、前年同期比15.3%増）、日帰り旅行消費額が1兆1,290億円（2019年同期比1.6%増、前年同期比8.4%増）となった。

【図表1】日本人国内旅行消費額の推移



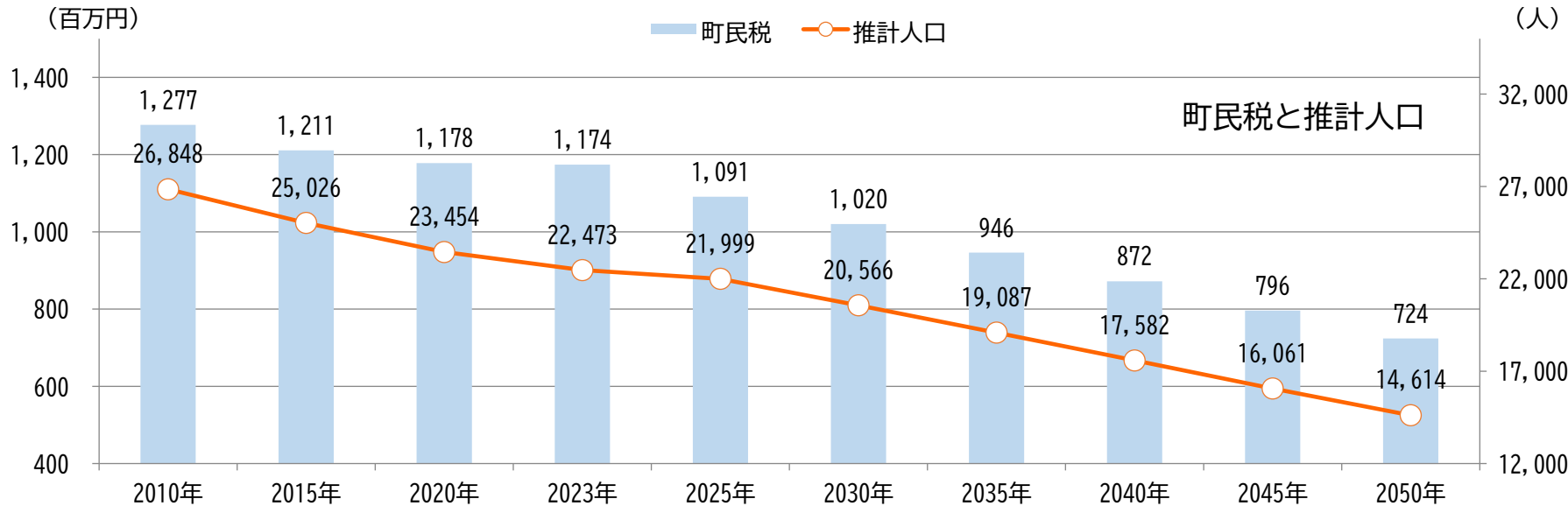
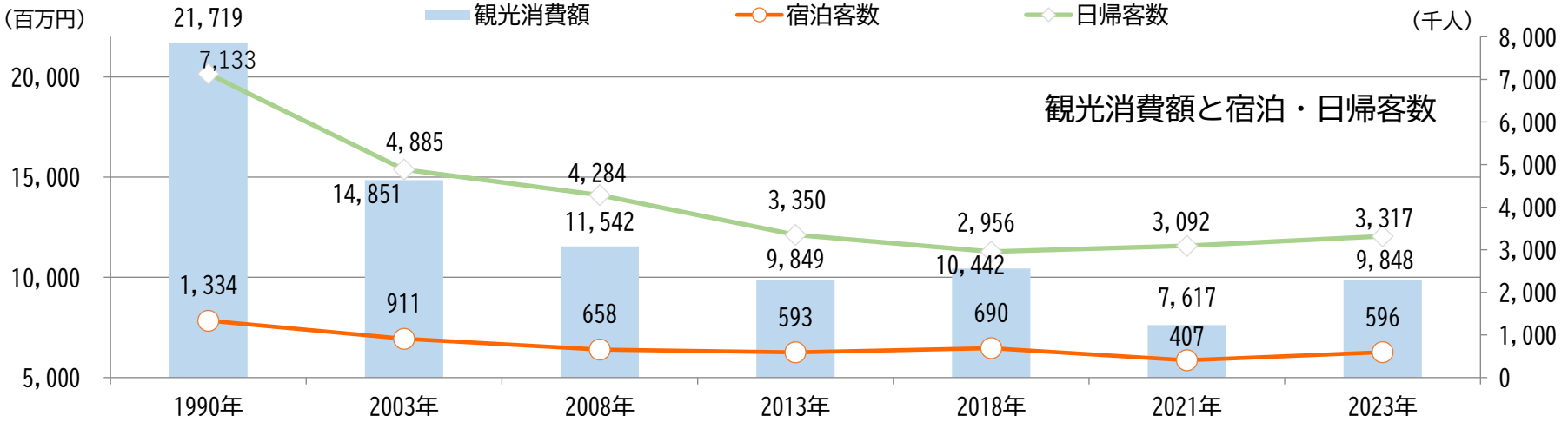
出典：観光庁 観光の現状と今後の取組

国では、2025年度日本人国内旅行消費額22兆円の目標に対し、2023年実績でほぼ目標を達成している。
(2019年 日本人国内旅行消費額は21.9兆円)

宿泊旅行消費額では、直近2024年10月－12月期において、コロナ禍前2019年同期比35.4%増と消費額が拡大している。また、訪日外国人旅行者数では、2023年実績2,507万人に対し、2024年実績3,687万人と1.47倍となっていることから、旅行・観光の消費額は大幅に拡大している。

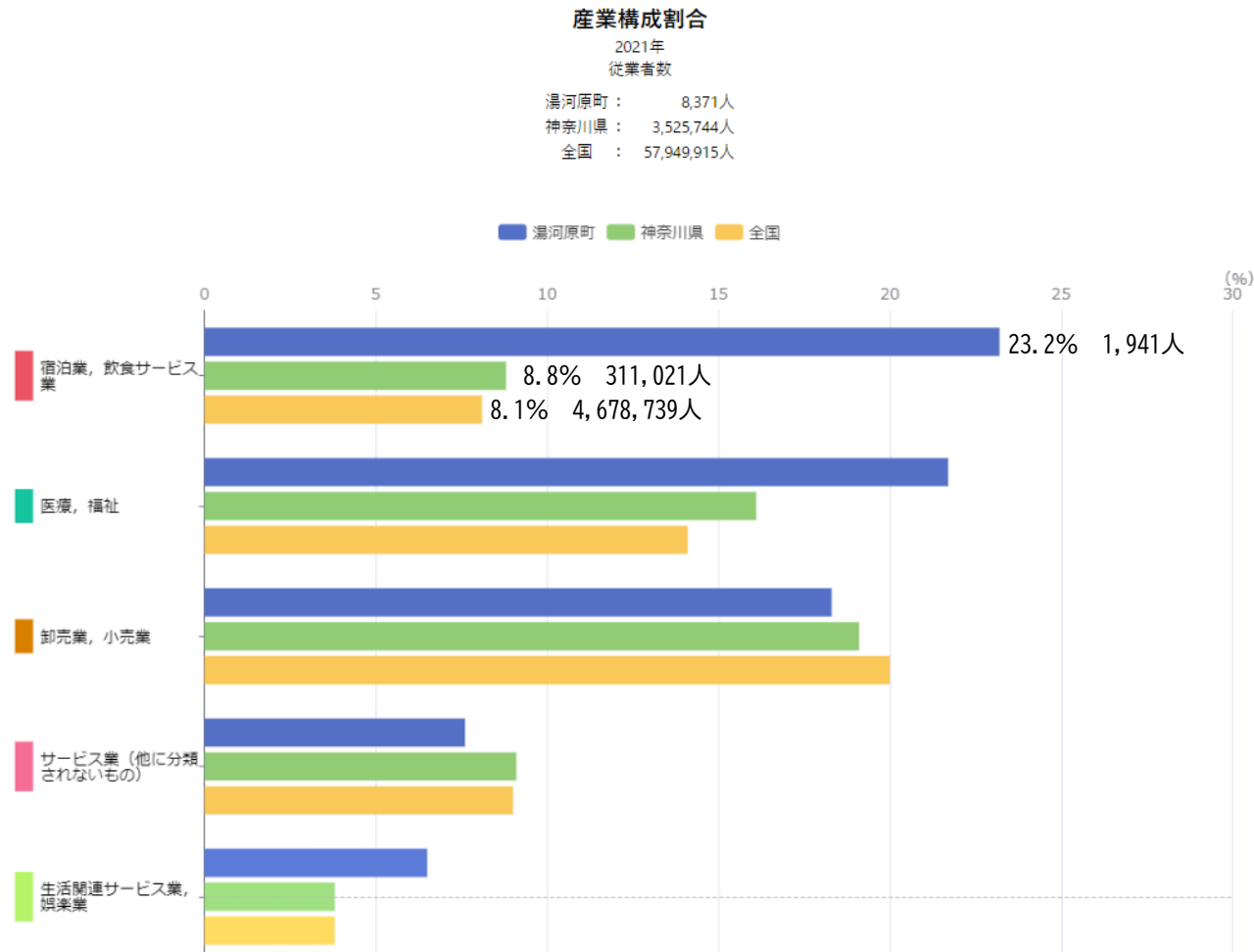
1 日本の観光と湯河原町の現状

(2)町の観光消費額等の推移



1 日本の観光と湯河原町の現状

(3)町の産業構成割合（従業者数）



～以下略～

地域経済分析システム（RESAS）

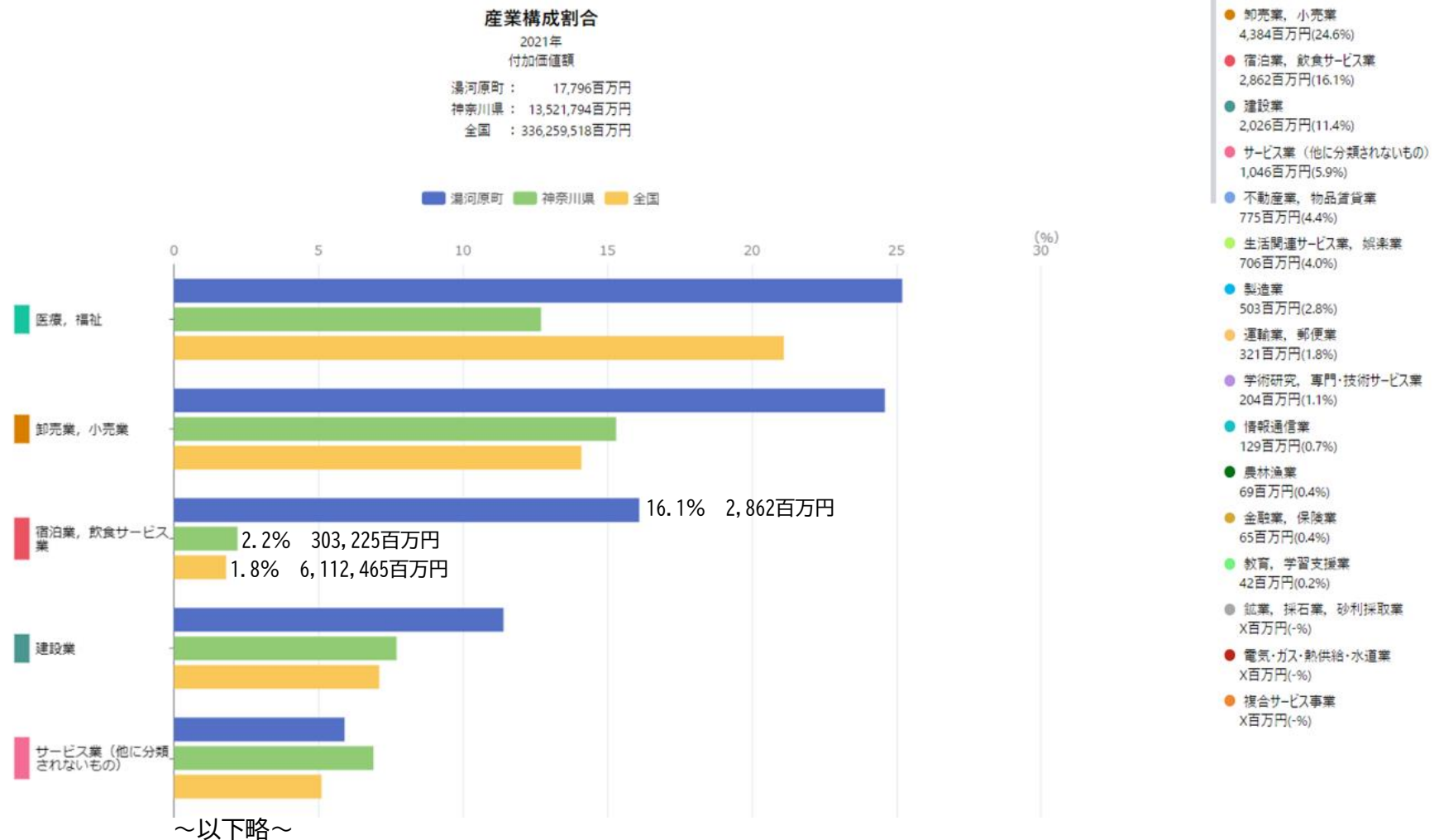
神奈川県湯河原町

- 宿泊業、飲食サービス業
1,941人(23.2%)
- 医療、福祉
1,820人(21.7%)
- 卸売業、小売業
1,531人(18.3%)
- サービス業（他に分類されないもの）
635人(7.6%)
- 生活関連サービス業、娯楽業
546人(6.5%)
- 建設業
471人(5.6%)
- 不動産業、物品賃貸業
384人(4.6%)
- 運輸業、郵便業
249人(3.0%)
- 製造業
244人(2.9%)
- 複合サービス事業
130人(1.6%)
- 教育、学習支援業
114人(1.4%)
- 金融業、保険業
105人(1.3%)
- 学術研究、専門・技術サービス業
73人(0.9%)
- 電気・ガス・熱供給・水道業
55人(0.7%)
- 農業、林業
31人(0.4%)
- 情報通信業
27人(0.3%)
- 漁業
10人(0.1%)
- 鉱業、採石業、砂利採取業
5人(0.1%)

1 日本の観光と湯河原町の現状

(4)町の産業構成割合（付加価値額）

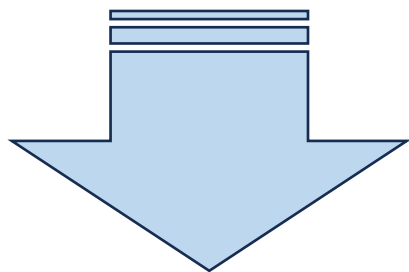
地域経済分析システム（RESAS）



1 日本の観光と湯河原町の現状

(5) 宿泊税の導入の意義

人口減少が加速する当町においては、地域の経済産業活動の縮小が懸念される中、裾野が極めて広く、経済・産業への生産波及効果により地域経済の活性化に大きな影響がある「観光振興」の重要性は高まってきている。



人口減少・税収減の中で、**観光施策を継続的に実施**し、地域社会・経済の好循環を生み出すため



宿泊税の導入

国内の観光需要の急速な拡大や訪日外国人旅行者の増加に対し、これらの需要を捉えた観光施策を展開し、短期的な目標として、コロナ禍前の宿泊者数**約70万人**を目指すとともに、中長期的には、最盛期の宿泊者数133万人を視野にいたれた取り組みを推進するなど、**観光立町**として観光戦略を確立・推進していく必要性。



宿泊税の活用

観光戦略においては、町の観光業の**現状を把握**し、**課題を整理**することにより、宿泊者数を伸ばしていくために必要な投資の**選択と集中**がカギとなる。

2 町の観光業の課題と整理

課題の分類	検討委員会(アンケート含む)を通して 上げられた課題・意見等	整理	取組み(例)
観光資源の不足等	・ 集客を伸ばせるイベントが必要(閑散期など) ・ 観光資源が少ない、観光資源の活用が必要 ・ 魅力ある施策の展開 ・ 名産品の不足 ・ 観光地として地味。リピート性のある名所が必要 ・ 海、山、川など自然環境を観光に活かしきれていない	誘客に結び付けられる新たな観光資源の発掘や、閑散期に実施できるイベントなど、年間を通して湯河原町に観光に行きたいと思える施策の展開が必要。 施策の検討に当たっては、湯河原町を訪れる観光客のニーズ分析が重要。	● 観光資源の発掘・魅力向上 ● 名産品等の充実 ● マーケティングリサーチ など
湯河原の魅力の発信	・ 湯河原の魅力のPRが足りていない ・ SNS等現代のツールを活用した宣伝 ・ 湯河原の伝統や歴史を踏まえた魅力発信の必要性 ・ 観光客が増えると静かで穏やかな湯河原の良さがなくなる ・ 若年層の認知度が低い	SNSを活用したPR(若者向けなど)等が不足している一方、熱海・箱根と比べ落ち着いた雰囲気のある湯河原温泉の魅力が損なわれないよう、湯河原独自の情報発信が必要。	● SNS含めた最新の情報発信ツールの活用 ● 町に呼び込みたい観光客層の整理、情報発信方法の検討 など
観光交通の整理	・ 各宿等までの公共交通機関の利便性向上が必要 ・ 他の観光地へのアクセスの整備 ・ 移動手段が少ない ・ 歩道整備等が必要	宿泊施設、観光施設、飲食店など、観光客が町内各施設を訪れるための交通手段が不足。 近隣観光地とのアクセスや周遊性が確立されていない。 地域住民にとってもメリットのある交通・道路環境の模索。	● シェアサイクルの運営等新たな交通手段の確立 ● 観光MaaSの検討 ● 観光客・住民双方のメリットとなる道路整備 など

2 町の観光業の課題と整理

課題の分類	検討委員会(アンケート含む)を通して 上げられた課題・意見等	整理	取組み(例)
インバウンド対応	- 国内における訪日外国人旅行者の増加に合わせた施策を考える必要性 - 平日の宿泊客数を伸ばすためのインバウンド推進 - 外国語表記の案内不足 - 湯河原温泉の良さを失わないような対応	少子高齢化に伴う人口減少・経済規模縮小が想定される中、訪日外国人旅行者数の増加を町の宿泊客数増へ結びつけていくためのインバウンド対応が求められる。 一方、町の受け入れ態勢の整備や、静かで落ち着いた雰囲気といった湯河原温泉の良さを失わない対応が求められる。	湯河原としてのインバウンド対応の検討 など
観光業の人材不足	- 宿泊施設、関係団体など高齢化に伴う職員の減少 - 官民間問わず、データを分析し、方向性を定められる人材が不足	町の基幹産業となる観光業全般の人手不足対策に取り組む必要がある。雇用確保だけでなく、データ分析や観光戦略の企画立案ができる人材の確保・育成が求められる。	- 人材確保施策 - 人材育成施策 など
観光業のDX化	- キャッシュレス化対応施設が少ない - 宿泊税含めた電子申告、納税の普及 - WIFI環境の整備が足りていない - 宿泊施設のDX化不足	キャッシュレス化対応やWIFI環境整備の促進、各宿泊施設のDX化支援など、観光業全体のDX化に向けた対策を講じ、観光客の満足度向上だけでなく、労働者不足への対策として取り組んでいく必要がある。	- 観光業のDX化支援 - 電子申告の普及促進 など

2 町の観光業の課題と整理

課題の分類	検討委員会(アンケート含む)を通して 上げられた課題・意見等	整理	取組み(例)
湯河原らしさを高める	- 関東圏の隠れ家的な雰囲気や、通の温泉地としての良さの維持・向上 - 観光客の増加により、静かに過ごせる湯河原町の良さがなくならないように - 伝統や強みを活かした施策の展開 - 古くから続く温泉地としての魅力を伸ばす	宿泊客が求める湯河原らしさの維持・向上とともに、湯河原の強みをブランドイメージとして確立していくなど、湯河原温泉の魅力を訴えていく。また、観光客の増によって、静かに過ごせる湯河原温泉の魅力を損なわないよう施策を展開していく必要がある。	● イメージ戦略 ● 的を絞った宣伝 ● 魅力を伸ばす施策展開 など
飲食関係	- 有名飲食店がもう少し欲しい - 飲食店の改修 - 新たな食べ物の開発 - 食べ物での誘客に力を入れてほしい	食は主要な観光資源であり、食を目当てに観光客が訪れる面もあることから、近年のニーズを捉えた食の名産品の開発支援や、観光に結びつく飲食店への支援など、食に特化した施策の検討及び食にまつわる情報発信の整理が求められている。	● 町内飲食店の情報発信 ● 飲食店への直接支援 など