

滞在型観光・高付加価値旅行

地域資源を活用した観光街づくりの推進

街づくりリサーチ部

塚田 敏彦

[Keyword]

観光立国推進基本計画

観光街づくり

インバウンド

ラグジュアリーツーリズム

1. はじめに

人口減少時代に入り地域経済活性化のため、交流人口や関係人口の拡大が多く地域で推進されている。コロナ禍を経て訪日外国人旅行者が増加中であり、観光業は地域経済循環のウェイトが高いことから、観光立国推進基本計画では観光を成長戦略の柱、地域活性化の切り札に位置づけている。地域活性化においては、日帰り・立ち寄り型観光客の滞在型観光化や長期滞在化が課題となる。

本稿では ①多面的価値をもつ観光の動向と政策、②「滞在型観光・高付加価値旅行」が、観光街づくりの主要形態であること、③観光の街づくりへの貢献、④Park Line 推進協議会^{注1}が企画・プロデュースする横浜市の事例を紹介する。

2. 観光の動向と政策

2.1 観光のもつ多面的な意義

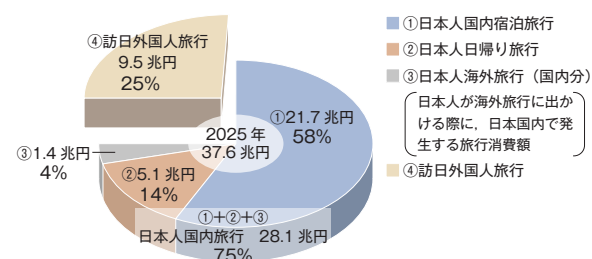
観光は各地域の取り組みにより、地域独自の資源を掘り起こし、付加価値を加え、全国・世界に通用するものをつくり、広報や広告により国内外から観光客を集める。このように観光は地域における価値連鎖の中心的産業であり、観光庁では観光のもつ多面的な意義を4点に整理している（図1¹⁾）。

2.2 日本の観光の動向

日本国内の旅行消費額を図2に示す。2025年の日本人国内旅行消費額は、日本人海外旅行（国内分）を

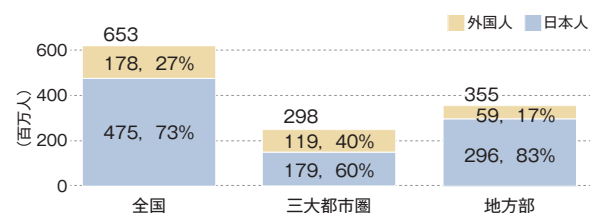
- ① 成長戦略の柱・成長戦略の切り札：交流人口・関係人口の拡大
- ② 豊かな国民生活：生きる活力とワークライフバランスの充実
- ③ 自らの文化・地域への誇り：活力に満ちた持続可能な社会
- ④ 国際相互理解の増進：異文化の尊重、国際社会の自由・平和の基盤

図1 ■ 観光のもつ多面的な意義



文献2) をもとに作成

図2 ■ 日本国内における旅行消費額



文献4) をもとに作成

図3 ■ 延べ宿泊者数の日本人・外国人割合（2025年）

含めて28.1兆円（2024年26.2兆円）、訪日外国人旅行消費額は9.5兆円（同8.1兆円）で、いずれも過去最高額である^{注2}。

延べ宿泊者数の日本人・外国人割合を図3に示す。外国人宿泊者数の割合は三大都市圏に多く、地方部は少ない中でも増加傾向である。また主要品目別輸出額との比較において、訪日外国人旅行消費額9.5兆円は自動車輸出額に次いでいる（図4）。

1) 訪日外国人（インバウンド）消費動向

訪日外国人旅行消費額における国籍・地域別内訳を

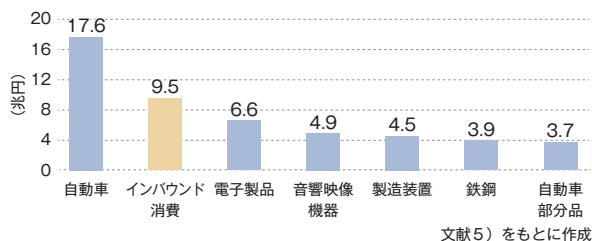


図4 ■ インバウンド消費額と主要品目別輸出額 (2025年)

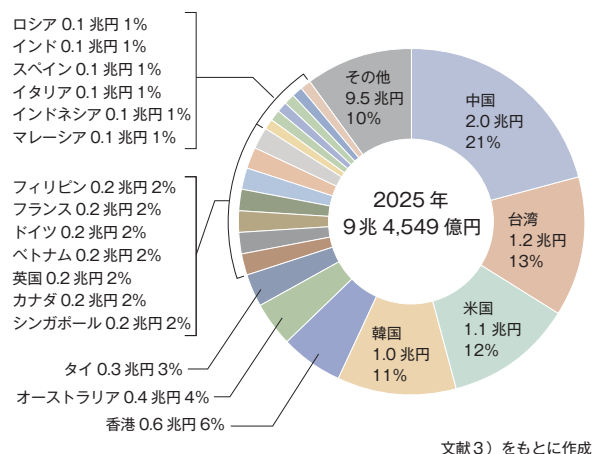


図5 ■ 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額

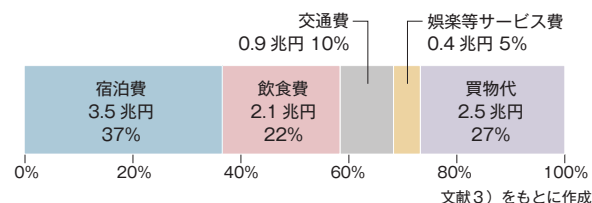


図6 ■ 訪日外国人旅行消費額の構成 (2025年)

図5に示す。消費額は中国、台湾、米国、韓国、香港、オーストラリアの順であり、上位6カ国で消費額全体の66%を占める。費目別内訳において、宿泊費37%、買物代27%、飲食費22%が主要な費目である(図6)。

関連動向には、一般客旅行支出22.9万円/人(2024年22.7万円/人)、訪日外国人旅行者数4,268万人(同3,687万人)、平均泊数9.5泊(同9.0泊)など、前年比で増加中である。

2) 第5次観光立国推進基本計画(2026~2030年)

第5次観光立国推進基本計画における2030年目標は、訪日外国人旅行者数6,000万人、旅行消費額15兆円であり、2025年までの進展実績から目標達成が期待される(表1)。基本計画の方針には、地方誘客促進、地方観光地の魅力向上、混雑対策など、観光客

表1 ■ 第5次観光立国推進基本計画目標値

	実績		第5次基本計画
	2024年	2025年	2026~2030年
訪日外国人旅行者数	3,700万人	4,268万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	8兆円	9.5兆円	15兆円
訪日外国人旅行消費単価	22.7万円	22.9万円	25万円
訪日外国人旅行者1人あたり地方部宿泊数	1.36泊	1.19泊	2.17泊
日本人の地方部延べ宿泊者数	3.1億人泊	3.0億人泊	3.2億人泊
日本人国内旅行消費額	25.2兆円	26.8兆円	30兆円

文献6)をもとに作成

表2 ■ 第5次観光立国推進基本計画

めざす姿	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
	・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 ・働いて良しの観光産業の実現
方向性	・観光の持続的な発展 ・地方誘客促進 ・新技術の活用・本格展開
方針	(1)インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立 地方観光地魅力向上、地方誘客・コンテンツ充実、国際相互交流 (2)国内交流・アウトバウンド拡大 需要平準化、交流市場開拓(ワーケーション、二地域居住、ユニバーサルツーリズム) (3)観光地・観光産業の強靱化 観光DX・地域交通DX、観光産業の再生支援、観光人材確保

文献7)をもとに作成

の受入れと地域住民の生活の質確保の両立施策が重点化されている(表2)。

3. 滞在型観光・高付加価値旅行

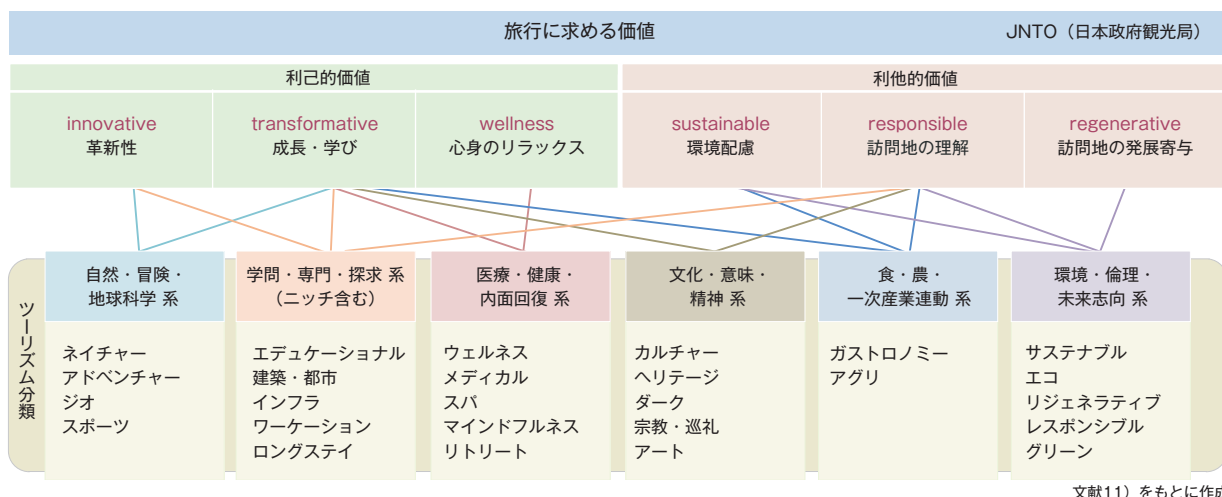
3.1 高付加価値旅行

観光庁では、訪日1回あたり日本国内での総支出額100万円以上の旅行者を高付加価値旅行者と定義し、インバウンド誘致の政策ターゲットとしている⁸⁾。

表3 ■ 高付加価値旅行者消費額

	訪日外国人旅行	日本人国内宿泊旅行
高付加価値旅行者2023年	総支出額100万円以上/人 59万人 訪日旅行者全体の2% 1兆円 消費額全体の19%	支出額による定義・公表数値なし
消費額	2023年	5.3兆円
	2024年	8.1兆円
	2025年	9.5兆円

文献9)をもとに作成



文献11) をもとに作成

図7 ■ 旅行に求める価値と多様なツーリズム

2023年訪日外国人高付加価値旅行者は、2%の旅行者数で20%近い消費額を占める（表3）⁹⁾。日本人国内旅行者に高付加価値旅行者という名称は使われないが、同様の層は存在して消費額が大きいので、訪日外国人高付加価値旅行者の消費額（1兆円）以上の消費額が想定される。

高付加価値旅行者は、知的好奇心・探究心が強く、地域の伝統・文化・自然等に触れて知識を深め、示唆を得ることを重視する特徴がある。具体的には、自己成長や本物の体験への希求、自然観光・文化体験・食関連への追加支出の意向の高さ、旅先の環境や文化への明確な貢献意思、カーボンオフセット商品の利用など利他的な行動への嗜好があげられる¹⁰⁾。日本政府観光局（JNTO）は、高付加価値旅行者が旅行に求める価値を、図7に示す6価値（innovative, transformative, wellness, sustainable, responsible, regenerative）に整理している¹¹⁾。高付加価値旅行者に向けた誘客の取り組みにより、幅広い層への価値提供や地域ファンの創出・拡大になることを想定している。

3.2 ラグジュアリーツーリズム

ツーリズムは日常環境の外への移動を伴う社会・文化・経済的現象であり、多様な種類がある（図7）^{11,12)}。多様なツーリズムの体験価値や満足度を高めることが、

高付加価値化やラグジュアリー化につながる（図8）。

高付加価値旅行とラグジュアリーツーリズムの関係を、価値軸と価格軸で位置づけると図9に示ようになる。高付加価値旅行は、体験の質・関与の深さ・地域への配慮が重視される。ラグジュアリーツーリズムは、宿泊施設・移動・旅行企画・個別化により成立する概念である。地域（地名）特性は、ラグジュアリーツーリズムを一義的に規定するものではないが、その成立可能性を左右する重要な前提条件である。

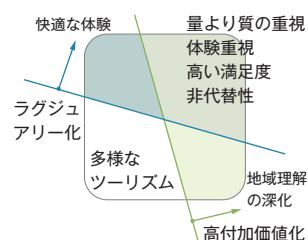


図8 ■ 多様なツーリズムの高付加価値化・ラグジュアリー化

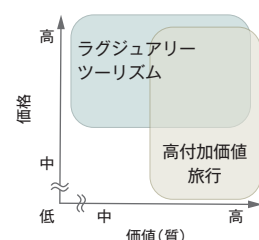


図9 ■ 高付加価値旅行とラグジュアリーツーリズム

3.3 滞在型観光

1カ所または一定地域に宿泊し、地域住民との交流や、地域独自の体験を目的とした観光を滞在型観光という。日帰り観光客が多く、滞在時間や消費額が限定的な地域では、地域経済活性化のため、滞在型観光への転換が課題となっている（表4）。表には、日帰りでは成立しない時間構造の設計など、大都市近郊型と

地方型観光地に共通する、宿泊需要創出策を記載している。観光立国推進基本計画における、訪日外国人旅行者1人あたり地方部宿泊数目標（2.17泊）、デジタ

表4 ■ 日帰り観光客が多い都市の特徴と宿泊客増加手法

	大都市近郊型	地方型
来訪頻度	高い（リピーター多）	低～中
観光行動	滞在時間が半日以下 訪問先が 1～2スポットに 集中	有名スポットへの 立ち寄り型訪問 バスツアー等で 滞在時間が強制的に短い
主要因	希少性・非日常性が弱い	観光資源・宿泊施設が 少ない
問題	混雑×低消費 住民満足度と観光振興の両立 夜間・早朝の魅力が乏しい	低需要×低消費 季節・イベント依存が強い 夜間・早朝の魅力が乏しい
宿泊需要 創出策	①日帰りでは成立しない時間構造（夜間・早朝・2日目） の設計 ②滞在行為の目的化（集中・創作・回復・没入） ワーケーション、リトリート等 ③地域による既存要素（宿・食・人・時間・体験）の再 編集 寺社、朝食、ガイド、地域の人	

表5 ■ 「滞在型観光・高付加価値旅行」による観光課題解決

観光課題	解決メカニズム
オーバーツーリズム緩和	分散化（時間・場所）による負荷分散
地域経済の生産性 向上・観光消費の 偏在（都市集中・ 地域間格差）	消費額の増大 地元ガイド・食体験・文化プログラムなどによる 地域経済寄与
労働力確保・処遇 改善（観光産業の 構造的課題）	高単価サービスによる高い給与還元 長期滞在による稼働率平準化 季節性依存の脱却による雇用の安定化
交通・移動の課題 （モビリティ問題）	滞在型客は、公共交通・徒歩・自転車を使う 比率が高い ラグジュアリー客は、専用送迎・ガイド移動 による交通の最適化
地域住民との共生 （観光公害）	「観光地でないところが価値になる」タイプ との親和性 地域の文化・ルールへの理解が深い
自然・文化資源の 保全	少人数・分散・ガイドにより行動管理がしやすい ラグジュアリー客は、もっとも保全型支出を する層
環境負荷軽減	滞在型：移動回数が減りGHG排出が減少 ラグジュアリー型：少人数・高付加価値で自然 への負荷が小さい 自然を価値とするため、地域は積極的に保全 投資を行う
文化の本物性継承 （オーセンティシ ティ）	「深い文化体験」や「暮らしの共有」を価値 とする 商業化ではなく、本質的価値の継承につながる

ルノマド誘客促進、ワーケーション&ブレジャーの普及など、観光庁においても長期滞在化をめざして各種の取り組みを実施している。

3.4 観光街づくりへの貢献

「滞在型観光・高付加価値旅行」は、観光客の空間的・時間的な分散や需要の平準化、消費単価の向上を通じて、地域資源や文化の真正性の継承を促し、持続可能な街づくり・観光街づくりの諸課題解決に貢献する形態である（表5）。これらは来訪者数増加を前提とせず、少人数・高付加価値・長時間滞在を志向した観光の設計により成立する点に特徴がある。その結果、地域の魅力や評価は質的に高まり、特定の価値観をもつ来訪者層における認知は向上する一方、大衆的・量的な観光地化や過度な商業化は進行しにくい状況が生じる。

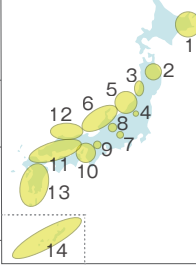
4. 滞在型観光・高付加価値旅行事業

観光庁によるインバウンド誘致施策となる2事業と事例、環境省による国立公園のブランド化の取り組みを紹介する。観光庁において①「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」は、中長期的に観光地の滞在性を高め、面的な取り組みを図る事業である¹³⁾。②「観光再始動事業」は単年度・時限的に実施した需要喚起・来訪動機創出施策であり、即効性の高い成果を上げている¹⁴⁾。③環境省では、「国立公園における滞在体験の魅力向上事業」として、自然体験アクティビティと宿泊が一体となった利用の実現に取り組んでいる。

4.1 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業（観光庁）

高付加価値旅行者の地方への誘客を目的とし、総合的な施策を集中的に講じる表題の事業が2023年より始まり、14のモデル地域が選定されている（表6）。応募単位は観光地経営ができる地域づくりとなるように、自治体・DMO^{注3}等が参画する協議会等の地域連携体としている。2024年度に全地域でマスタープラ

表6 ■ 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業¹²⁾

1	北海道 エリア 世界に認められた手つかずの大自然 ～希少動物と人間の共生～	
2	八幡平および周辺地域 数千年前の日本の文化が残る地	
3	山形 エリア 雄大な自然と山岳信仰に由来する固有の精神文化	
4	那須および周辺地域 日本有数の広大な扇状地、街道が育んだ生活文化 ～訪れる人住まう人に優しいロイヤルリゾート～	
5	佐渡・新潟 エリア 越後山脈と交流の海・日本海がもたらした、今も息づく日本の原風景	
6	北陸 エリア 日本有数の霊峰白山の恵みが育んだ多様な文化 ～北前船の交易や武家により培われた豊かな文化と持続可能な社会～	
7	富士山麓 エリア 世界遺産富士山が誇る自然と富士山信仰に基づく文化資源	
8	松本・高山 エリア 日本の尾根が抱く森、幸、溢れる水と共にある生活 ～街道、城下町などが育んだ包摂性の高い社会、文化、歴史的景観～	
9	伊勢志摩および周辺地域 日本神道の聖地・伊勢神宮を核とする参拝文化と一体となった自然、生活	
10	紀伊山地および周辺地域 古来からの巡礼と暮らしが共存する世界有数の地域	
11	せとうち エリア 世界に類をみない多島美と、暮らし、アートの融合	
12	鳥取・島根 エリア 日本の紀元・神話の國	
13	鹿児島・阿蘇・雲仙 エリア 世界有数の火山と共にある信仰・営みが調和した循環・再生の仕組み、武家の精神性	
14	沖縄・奄美 エリア 琉球の精神性、自然環境、歴史的景観に触れる世界有数のブルーゾーン、well-beingの島	

- | | |
|--------------------------|------|
| ① 地域固有のストーリー性を強く打ち出す観光資源 | : ウリ |
| ② 上質な宿泊施設と空間の整備 | : ヤド |
| ③ 専門人材育成・サービス品質向上 | : ヒト |
| ④ 効果的な情報発信と海外ネットワーク構築 | : コネ |
| ⑤ 交通インフラや移動利便性の確保 | : アシ |

図10 ■ 観光地づくりが成功につながるポイント

ンが策定完了して事業検証フェーズに入り、地域による進捗の違いが出ている。

高付加価値な観光地づくりの成功に不可欠なポイントを5つ示す (図10)。

4.2 観光再始動事業 (観光庁)

2023年度に観光庁がインバウンドの本格的な回復

に向け、日本各地の特別な体験や期間限定の取り組みを創出し、全世界に発信する観光再始動事業を実施した。文化・自然・食・スポーツ等の多岐にわたる分野で高い新規性や高付加価値化等を支援する事業が、全国で385件採択されている¹⁵⁾。採択事例の特徴を表7に示す。各事例では複数の特徴を合わせもつ場合が多い。

表7 ■ 観光再始動事業の特徴

	特徴	内容
1	イベント・催事型	伝統行事・祭り・花火大会・ライトアップ
2	コンテンツ造成・磨き上げ型	体験プログラム開発(食・文化・自然)、実証実験
3	施設改修・空間演出型	観光施設の改修、展示更新、夜間演出
4	販路開拓・プロモーション型	デジタル広告、SNS活用、PR動画
5	受入環境整備・DX型	多言語表記、キャッシュレス、予約・管理システム
6	連携・試行モデル型	複数事業者・自治体連携、広域連携、分散型観光の試行

横浜市の採択事例を以下に紹介する。

1) クルージングイマーシブシアター (横浜市)¹⁶⁾

横浜発展の礎を築いた吉田新田の成り立ちをモチー

期 間：2023年10月13、14日 (各6回公演)
開催場所：横浜市都心臨海部 (みなとみらい地区、関内・関外地区)
実施主体：横浜市 総合演出：DAZZLE (ダンスカンパニー)



図11 ■ クルージングイマーシブシアター¹⁶⁾

フとした船上の体験型演劇を通じて、大岡川・中村川・堀川をクルーズしながら、横浜の歴史・文化を迫体験する企画である（図11）。

横浜市・地元経済界との連携を通じて、観光街づくりの課題（地域の歴史的観光資源や公共空間の積極的活用、ナイトタイムエコノミー推進、富裕層インバウンド誘客による観光消費向上等）解決のため、Park Line推進協議会が横浜市、横浜市観光協会（DMO）との連携のもと、街づくり視点で企画・プロデュースし、全公演チケットが完売した。

2) 三溪園での宿泊体験実証（横浜市）¹⁷⁾

国指定名勝の三溪園における、重要文化財の特別公開、市指定有形文化財（通常時内部非公開）での宿泊体験実証による唯一無二の滞在型ラグジュアリーリズムをPark Line推進協議会が企画・プロデュースした（図12）。体験者3名からは企画全般について高評価を得ている。

期 間：2023年10月31日、11月1日	
開催場所：三溪園、ホテルニューグランド（横浜市中区）	
宿 泊 棟：鶴翔閣、白雲邸（2組限定、実施1組3名）	
日 程：1日目	2日目
宿泊者指定場所にお迎え	早朝散策
ホテルニューグランド着	呈茶体験
（原三溪について学び）	朝食
三溪園着	宮大工体験
臨春閣（国指定重要文化財）	宿泊者指定場所にお見送り
での観月	
夕食（特別メニュー）	
夜間庭園散策	
鶴翔閣（市指定文化財）宿泊	
実施主体：横浜市	



横浜市指定有形文化財【鶴翔閣】（宿泊） 国指定重要文化財【臨春閣】（特別公開）



図12 ■ 三溪園での宿泊体験実証¹⁷⁾

4.3 国立公園における滞在体験の魅力向上事業（環境省）

国立公園における美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光を、環境省において推進中である。観光立国推進基本計画における自然資源の観光活用には、2016年より始まった「国立公園満喫プロジェクト」¹⁸⁾が位置づけられている。その展開となる「国立公園における滞在型体験の魅力向上事業」¹⁹⁾が2023年から始まり、先端モデル事業として4カ所の国立公園が選定された（表8）。現在、地方環境事務所において基本構想やマスタープランを作成中である。国立公園の保護と利用の好循環により、優れた自然を守り地域活性化を図る事業である。

表8 ■ 先端モデル事業¹⁹⁾

名称	選定のポイント
十和田八幡平国立公園（十和田湖地域）	利用拠点の再生による新たな魅力づくり
中部山岳国立公園（南部地域）	山岳地域の利用の高付加価値化を含めた広域連携
大山隠岐国立公園（大山隠岐地域）	伝統的自然観や歴史文化を踏まえた自然体験の拠点づくり
やんばる国立公園	世界自然遺産登録地域周辺の自然を活用した地域活性化

5. まとめ

第5次観光立国推進基本計画では、コロナ禍後のインバウンドの量的回復にとどまらず、消費額拡大や高付加価値化を重視しつつ、地方誘客の促進と住民生活の質の確保との両立を図ることが重要な方針として位置づけられている。

観光は、街づくりを推進する有効な手段の一つであり、特に「滞在型観光・高付加価値旅行」は、来訪者数に依存せず、空間・文化・産業の質を高める観光街づくりを実現するための中核的なアプローチである。

大都市近郊の日帰り客でにぎわう観光地において、宿泊需要を創出するには、日帰りでは完結しない時間帯・空間利用・体験内容を組み込むことが有効である。

観光庁のインバウンド回復に向け、本稿で紹介した3事業等を通じて、観光資源の高付加価値化・運営・流通を一体的に捉える重要性が明確となり、観光を単発施策ではなく地域経営として捉える視点が、モデル地域等を中心に浸透しつつある。

[補注]

- 注1 一般社団法人Park Line推進協議会：将来の公共インフラのあり方、公共空間の新たな活用方策および民間マネジメントによる公共空間の質的転換など、「公共空間マネジメント」の観点から、社会課題、地域課題解決に資する中間支援組織
- 注2 過去最高額：訪日外国人旅行消費額の9.5兆円は、総輸出額110兆円の8.6%に相当
- 注3 観光地域づくり法人（DMO:Destination Management/Marketing Organization）：地域の多様な関係者と協議し、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりの司令塔となる法人

[参考文献]

- 1) 観光庁：我が国観光産業の現状と今後の展望, <https://www.tb.mlit.go.jp/shikoku/content/000335103.pdf>, 2026.3.1
- 2) 観光庁：旅行・観光消費動向調査 2025年 年間値（確報）, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001998342.pdf>, 2026.5.1
- 3) 観光庁：2025年暦年の調査結果（確報）の概要, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001992584.pdf>, 2026.5.1
- 4) 観光庁：宿泊旅行統計調査, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001984051.pdf>, 2026.3.1
- 5) 財務省：財務省貿易統計, https://www.customs.go.jp/toukei/shinbun/trade-st/2025/2025_114.pdf, 2026.3.1
- 6) 観光庁：新たな観光立国推進基本計画（案）の概要等について（2025年は速報値）, <https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/content/001986334.pdf>, 2026.3.1
- 7) 観光庁：新たな観光立国推進基本計画の素案（概要）, <https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/content/001979685.pdf>, 2026.3.1
- 8) 観光庁：高付加価値なインバウンド観光地づくりガイドブック, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001882431.pdf>, 2026.3.1
- 9) 観光庁：訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進, https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/inbound_kaufuku/kofukakachi.html, 2026.3.1
- 10) 日本政策投資銀行、日本交通公社：アジア・欧米豪訪日外国人旅行者

の意向調査, https://www.dbj.jp/upload/investigate/docs/493f6b085ca9ba03dcc944a3b40e4356_1.pdf, 2026.3.1

- 11) 日本政府観光局：旅行者が旅行に求める価値, <https://unwto-ap.org/cms/wp-content/uploads/2025/11/Keynote-presentation-JNTO.pdf>, 2026.3.1
- 12) UN Tourism：Glossary of Tourism Terms, <https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms>, 2026.3.1
- 13) 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事業, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001764408.pdf>, 2026.3.1
- 14) 観光庁：観光再始動事業公募採択一覧, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001732746.pdf>, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001732745.pdf>, 2026.3.1
- 15) 観光庁：観光再始動事業, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001575054.pdf>, 2026.3.1
- 16) PARKLINE：横浜都心臨海部にて国内初「クルージングイマーシブシアター」を実施, <https://parkline.jp/project/%e8%a6%b3%e5%85%89%e5%ba%81%e3%80%8c%e8%a6%b3%e5%85%89%e5%86%8d%e5%a7%8b%e5%8b%95%e4%ba%8b%e6%a5%ad%e3%80%8d%e6%8e%a1%e6%8a%9e%e3%83%97%e3%83%ad%e3%82%b8%e3%82%af%e3%83%88%ef%bd%9e%e6%a8%aa/>, 2026.3.1
- 17) PARKLINE：国指定名勝「三溪園」にて、重要文化財の特別公開、及び市指定有形文化財（通常時内部非公開）での宿泊体験実証を実施, <https://parkline.jp/project/%e8%a6%b3%e5%85%89%e5%ba%81%e3%80%8c%e8%a6%b3%e5%85%89%e5%86%8d%e5%a7%8b%e5%8b%95%e4%ba%8b%e6%a5%ad%e3%80%8d%e6%8e%a1%e6%8a%9e%e3%83%97%e3%83%ad%e3%82%b8%e3%82%af%e3%83%88%ef%bd%9e%e5%9b%bd/>, 2026.3.1
- 18) 環境省：国立公園満喫プロジェクト, <https://www.env.go.jp/nature/mankitsu-project/index.html>, 2026.5.1
- 19) 環境省：国立公園における滞在体験の魅力向上事業, https://www.env.go.jp/nature/np/post_118_00006.html, 2026.5.1



■ 塚田 敏彦 Toshihiko Tsukada

街づくりリサーチ部上席研究員、一級建築士、CASBEE建築評価員、LEED AP、CFMJ、日本建築学会・GBJ会員、建築計画、環境計画のコンサルティングに従事

■ Abstract

Stay-type Tourism and High-value-added Travel

Promoting Tourism-based Community Development Using Local Resources

Toshihiko Tsukada

As we enter an era of population decline, many regions are working to revitalize their local economies by increasing the number of visitors and people with ties to the area. Following the COVID-19 pandemic, the number of international visitors to Japan is on the rise. Given that the tourism industry plays a significant role in local economic cycles, the Tourism Nation Promotion Basic Plan positions tourism as a pillar of the growth strategy and a key driver of regional revitalization. With a focus on increasing consumption and adding high value, a key policy objective is to strike a balance between promoting

regional tourism, such as by encouraging day-trippers and casual visitors to stay in the region, and ensuring the quality of life for local residents. Tourism is an effective means of promoting regional development, and “stay-type tourism and high-value-added tourism” in particular are central approaches for realizing tourism-driven regional development that enhances the quality of spaces, culture, and industries without relying solely on visitor numbers.

This paper discusses: (1) trends and policies of tourism with multifaceted value; (2) “stay-type tourism and high-value-added tourism” as major forms of tourism-driven regional development; (3) contributions of tourism to regional development; and (4) examples of initiatives undertaken by Yokohama City.