

世界のトレンドを踏まえた インバウンド回復期における 日本の検討課題とは

2023年4月
EY Japan

The EY logo is positioned in the bottom right corner of the page. It consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font, with a yellow diagonal line element above the 'Y'.

Building a better
working world

Contents

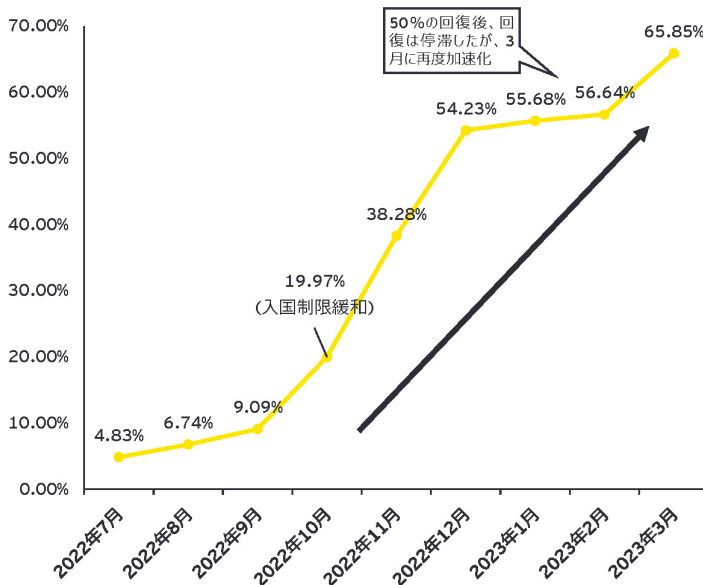
[足元のインバウンド需要の状況](#) 1
[コロナ禍を経て際立つグローバルトレンド](#) 3
 ① [Short Term Rental \(STR\) 市場の成長](#) 3
 ② [サステナビリティ\(持続可能性\)への意識の高まり](#) 6
[日本に求められるアクション](#) 10

2022年10月の水際対策の緩和以降、全国各地でインバウンド観光客が旅をしている姿を見かけるようになりましたが、年が明けて以降、その光景は顕著となり、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の拡大前（以下、コロナ前）を思い出させるほどの盛況となりつつあります。

足元のインバウンド需要の状況

日本政府観光局（JNTO）の発表によれば、3月には181万人のインバウンド観光客が日本を訪れており、コロナ前の2019年比で65.85%の回復となっています。水際対策緩和後、順調に回復し、2019年比50%を超えて以降の足元3カ月は、緩やかな回復となっていました。3月に加速化しました。日本のインバウンド市場の回復をけん引しているのは、韓国、台湾、香港といっ

▶ 訪日観光客数推移（2019年比月次）



▶ 主要国別訪日観光客数推移（2019年比月次）

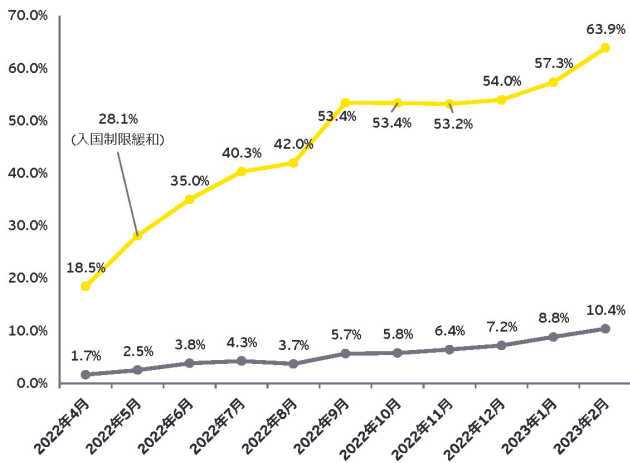
	2022年10月	2022年11月	2022年12月	2023年1月	2023年2月	2023年3月
韓国	62.3%	153.8%	183.9%	72.5%	79.4%	79.7%
中国	2.9%	2.8%	4.7%	4.1%	5.0%	11.0%
台湾	8.5%	25.4%	48.9%	66.9%	62.2%	69.3%
香港	20.1%	41.6%	56.6%	98.4%	66.6%	84.5%
タイ	23.5%	37.1%	50.3%	68.4%	68.0%	73.2%
英国	15.1%	36.1%	55.1%	70.1%	66.2%	90.1%
米国	34.7%	56.6%	75.8%	85.4%	93.8%	115.0%
豪州	22.6%	41.8%	57.5%	64.9%	79.1%	102.3%
その他	31.2%	47.4%	57.0%	85.8%	92.2%	91.6%

※) 「訪日外国人統計」、日本政府観光局（JNTO）、jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/index.html（2023年4月20日アクセス）を基にEY作成

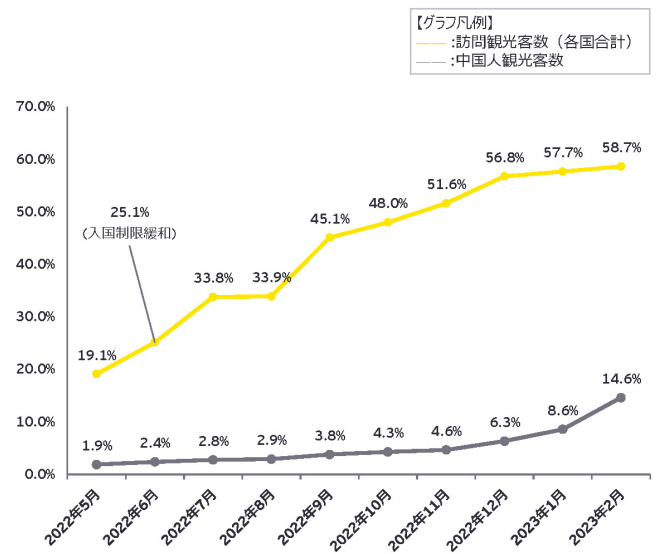
たこれまでのインバウンド市場を支えてきたアジア諸国ですが、欧米豪、特に米国からのインバウンドの回復が早い点は、注目に値します。米国のカンファレンス¹等で現地での声を聞くと「日本はバケットリストの最上位にあり、すぐにでも行きたい観光地」とされており、日本の魅力が水際緩和後、こうした米国の観光客の誘客につながったと考えられます。

水際対策緩和後、一定水準まで回復した後に、回復ペースが鈍化していたのは日本だけではありません。同じアジアで見るとシンガポールは2023年に入って再び回復が加速化しているものの、タイは、水際対策緩和後、緩やかな回復局面に差し掛かっています。最大の理由は、中国市場の回復がまだ1割程度と遅れていることにあると考えられていますが、入国制限の緩和等の措置、中国市場による海外旅行の活発化が間もなく見込まれており、今後、さらなる回復が期待されるのですが、一方で、世界的にツーリズム産業に従事する人手不足が深刻化しており、回復する需要に対し、受け入れ側の体制整備が急務であることが、喫緊の課題であると言えます。

▶ シンガポールへの訪問観光客数推移※1（2019年比月次）



▶ タイへの訪問観光客数推移※2（2019年比月次）



※1 "International Visitor Arrivals (Tourism)", The Singapore Department of Statistics, 2023, singstat.gov.sg/find-data/search-by-theme/industry/tourism/latest-data, (2023年4月7日アクセス) を基にEY作成 (日帰り訪問観光客を含む)
 ※2 "International Tourist Arrivals to Thailand", Ministry of Tourism & Sports, mots.go.th/ (2023年4月7日アクセス) を基にEY作成

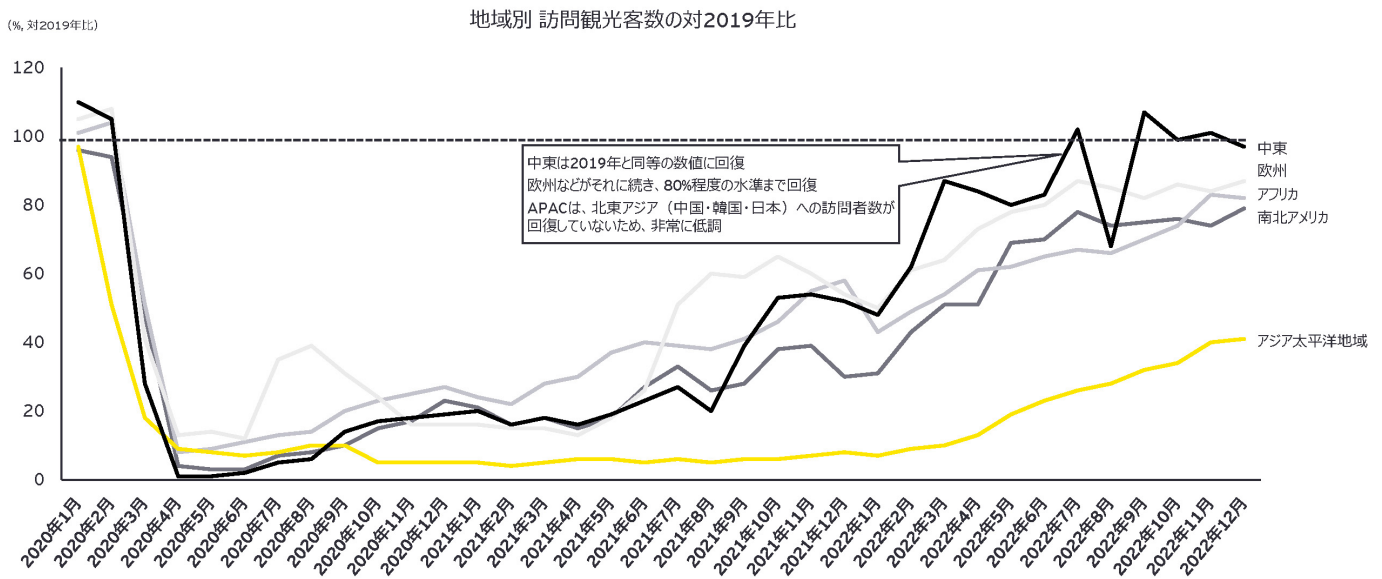
¹ Skift Global Forum, NY, (2022年9月19~21日) live.skift.com/skift-global-forum-2022/
 Phocuswright Conference 2022, Phoenix, (2022年11月14~17日) www.phocuswire.com/Phocuswright-Conference-2022-event-listing

コロナ禍を経て際立つグローバルトレンド

① Short Term Rental (STR) 市場の成長

コロナ禍においては、世界的にロックダウンに突入する等、行動が制限された結果、特に宿泊産業は大きな影響を受けました。その後、行動制限も解除され、訪問観光客数は、アジア太平洋地域（APAC）を除いて、すでに 2019 年比の 80% 近くまで回復しています。こうした状況下において、宿泊産業の回復状況を見てみると 2023 年の予測収益として、2019 年比 -1% 程度までの回復がホテル産業では見込まれている一方、短期滞在者を対象とした宿泊施設である STR 市場がコロナ禍において 成長し、2023 年には 2019 年比で 41% 成長すると予測されています。

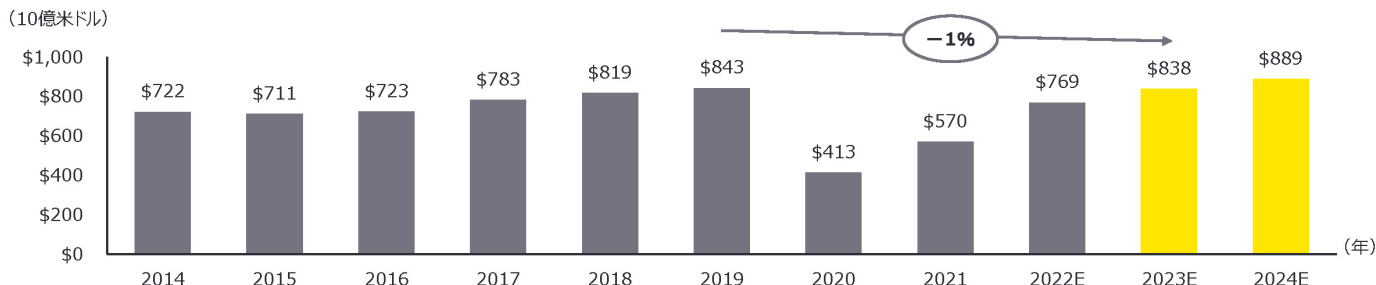
▶ 足元の国際観光の状況：グローバル



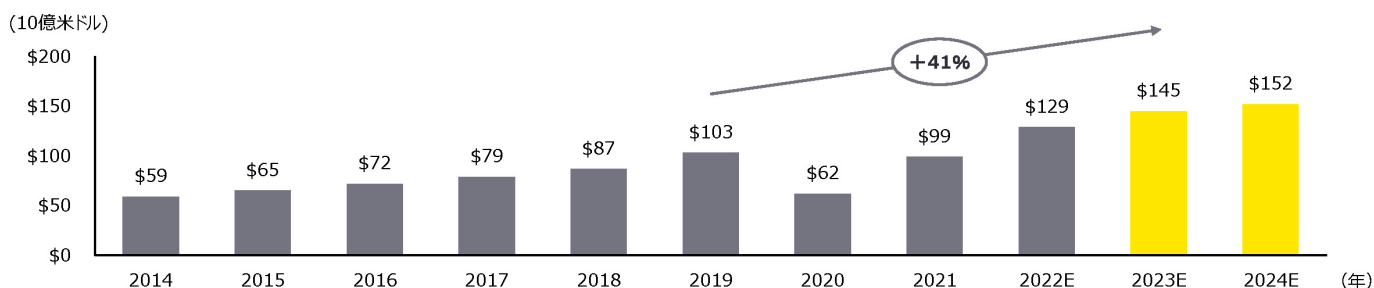
※" The UNWTO Tourism Recovery Tracker", The World Tourism Organization (UNWTO), www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker (2023年2月21日アクセス) を基にEY作成

こうした背景には、リモートワークが加速度的に浸透し、必ずしも「仕事」する場にいる必要がなくなったことが 1 つの要因として挙げられます。これまで、出社を前提としたビジネススタイルであったため、ビジネス旅行（出張等）と休暇を組み合わせた「ブレンデッド・トラベル」（出張前後で休暇を組み合わせるブレジャーを含む）が主流でしたが、これからは、必ずしも「仕事」する場にいる必要性は乏しくなり、「居たい（住みたい）」場を優先し、国内外の観光地を旅しながら仕事するといった形態が増加しつつあることを示しているのではないのでしょうか。

▶ Global Hotel Revenue



▶ Short-Term Rental Revenue



出典：“Global Travel Outlook 2023”, Skift Research, 2023, research.skift.com/report/skift-research-global-travel-outlook-2023/ (2022年12月) を基にEY作成

世界では、こうした潮流を捉え、デジタルノマド（IT を活用し、国内外を旅しながら働く人材）を対象としたビザの発給（以下、デジタルノマドビザ）が活発化しています²。デジタルノマドビザを取得した者は、国により条件は若干異なるものの、一定期間、当該国に滞在し、「リモートワーク」を実施することが可能となります。「ツーリズムの未来 2021 – 2031」³において、今後、ツーリストとツーリズム関連事業者の関係がより密接になり、両者がお互いに専門とする分野のサービスを提供し合う関係性にシフトしていく未来を論じていますが、まさに、こうした取り組みは未来の関係性の変化を加速化させていく可能性を秘めていると言えます。

デジタルノマドは中長期に国内に滞在することになることから、まさにこうした施策と合わせて STR 市場の活性化、整備が必要であると言えます。そして、地域においてこのようなデジタルノマドとの接点を増やすことで、専門人材の不足が課題である地方においても、世界の最先端の人材を獲得し、地域の活性化につなげる道が切り開けると考えられます。

² Digital Nomads Working in Thailand, Thai Embassy、(thaiembassy.com/thailand/thailand-digital-nomad-visa-and-work-permit/)、(2023年3月31日アクセス)など各国HP参照

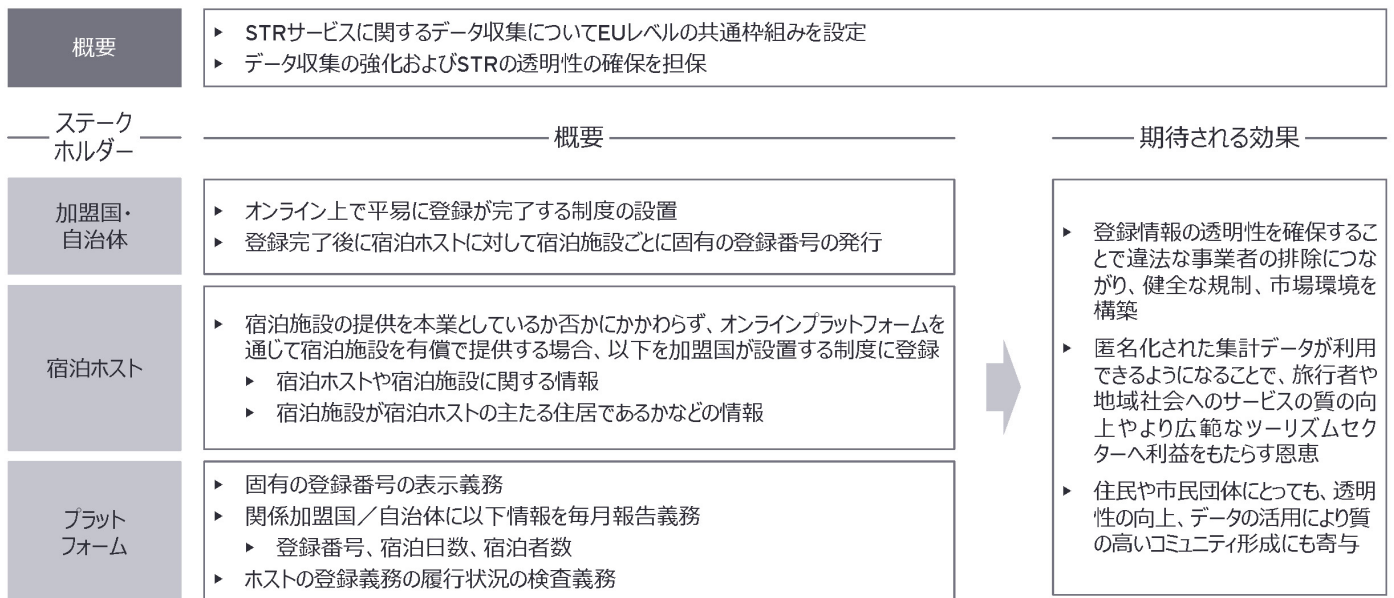
³ EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社 『ツーリズムの未来 2022-2031』(日経 BP、2021年)および ey.com/ja_jp/consulting/the-future-of-tourism-with-corona-and-post-corona

しかしながら一方で、STR は利用者と地域住民との間でのコンフリクトが課題として挙がっており、日本も同様に議論があるところです。

国内では、2018 年に施行された「住宅宿泊事業法」に基づき、届け出をすることで旅館業法に基づく許可を取得することなくサービスを提供することが可能（以下、民泊）となっており、2023 年 3 月末時点で 18,760 件がサービスを提供可能となっています⁴。しかしながら、民泊は利用者と地域住民との間でのコンフリクトが課題となっており、各自治体において、条例を制定する等により民泊を禁止する動きも見受けられます。この動きは日本だけでなく、世界でも同様の課題として認識されており、健全な市場形成に向けて、さまざまな取り組みがなされているところです。

例えば欧州では、2019 年には欧州全体の 4 分の 1 程度が STR によって提供されており、140 万人が利用、延べ 5.12 億泊の利用があったとされています⁵。しかしながら、市場の活況とは裏腹に、観光地においては、住宅価格の上昇や物価上昇、過剰な観光客の流入等の弊害が生じており、健全な市場の成長に向けて、STR 市場の透明性を確保すべく、データの収集や共有に向けての規則策定への動きが加速化しました。2023 年 3 月に EU の規制当局は Booking.com、Airbnb、Tripadvisor、Vrbo などの STR プラットフォームからのデータ収集と共有に対する共通のアプローチに合意しました。EU 加盟国は、各国でデータを共有可能な単一の仕組みを構築し、ホストに対しては、固有の登録番号を設定し、プラットフォーム側は、ホストの登

▶ EU内のSTRに関する新規則案の概要と期待される効果



※"on data collection and sharing relating to short-term accommodation rental services and amending Regulation", EUROPEAN COMMISSION, 2022, eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022PC0571&from=EN (2023年3月31日アクセス) を基にEY作成

⁴ 「住宅宿泊事業法の施行状況」、民泊ポータルサイト、観光庁、mlit.go.jp/kankocho/minpaku/business/host/construction_situation.html(2023 年 3 月 31 日)

⁵ Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on data collection and sharing relating to short-term accommodation rental services and amending Regulation (EU) 2018/1724, European Commission,2022, eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022PC0571&from=EN(2023 年 3 月 31 日アクセス)

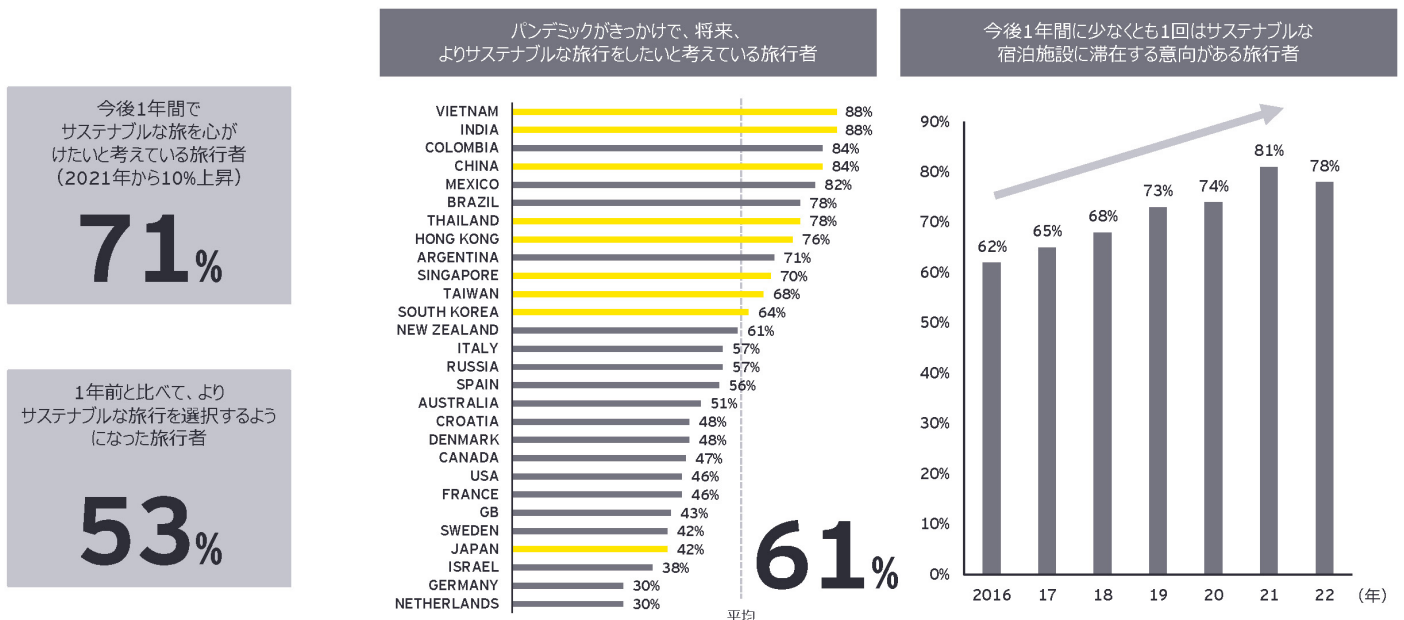
録番号や利用件数等を当局とデータ共有することで、STR 市場の透明性を確保しようとするものです。透明性の確保は、違法なホストの削減につながり、健全な市場の規制が期待されるほか、利用状況のデータが公開されることで、関連する事業者にとっては、経営に関する合理的な意思決定への寄与、市民団体等にとっては、政策立案への貢献、コミュニティにおける生活の質の保護につながる取り組みになることが期待されています⁶。

日本においても、このような動きを参考に、STR 市場の透明性を確保することで、特に地方における宿泊施設の不足を解消するほか、滞在日数の長期化に伴う人材の交流の促進が期待される所です。

② サステナビリティ（持続可能性）への意識の高まり

Sustainable Development Goals（SDGs）をはじめとしたサステナビリティへの意識は、コロナ前から醸成されてきましたが、コロナ禍を経て、特に意識が高まったといわれています。Booking.com が実施しているサステナブルに関するアンケートからも、旅先に求める意識が高まっていることが確認されます。特に、パンデミックがきっかけで、将来、よりサステナブルな旅行をしたいという旅行者が、アジアを中心に増加している点は注目に値します。

▶ サステナビリティへの意識の高まり



出典: "Sustainable Travel Report2021" & "Sustainable Travel Report2022", Booking.com, globalnews.booking.com/download/1037578/booking.comsustainabletravelreport2021.pdf & globalnews.booking.com/download/1161485/booking.comsustainabletravelreport2022final.pdf(2023年3月31日アクセス)を基にEY作成

⁶ Questions and Answers: New Rules on Short-term Accommodation Rentals, European Commission,2022, ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_22_6494 (2023年3月31日アクセス)

サステナブルに向けた観光分野での取り組みはさまざまありますが、世界的なプラスチック廃棄量の増加、それに伴う海洋汚染の深刻化を受け、国連環境計画（UNEP）とエレン・マッカーサー財団が主体となって取り組んできたイニシアチブに国連世界観光機関（UNWTO）が参画し、Global Tourism Plastics Initiative（GTPI）として、2020年7月に従来の脱プラスチックの考え方に、新型コロナウイルス感染症への対策を考慮した視点を盛り込んだものを公表し、取り組みを強化しているところです⁷。

脱プラスチックについては、グローバルに展開するホテルチェーンをはじめ、プラスチックストローを廃止、ボディソープ等のボトルをディスペンサー方式へ移行、ペットボトルを廃止し室内にボトルを提供、

▶ コロナ禍においてツーリズム産業に求められるプラスチック汚染への対応

推奨内容	主な取り組み
<p>1. 不要なプラスチック包装や製品を取り除き、交叉（こうさ）汚染のタッチポイントを減少</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 感染者との間接的な接触が起こりうるタッチポイントの削減 ▶ 不要なプラスチックパッケージやアイテムを取り除き、タッチポイントを減らす ▶ 使い捨てのプラスチック製品やパッケージは、それ自体では除菌対策にならない ▶ 使用するプラスチックパッケージやアイテムは、ひとつひとつ適切に消毒する必要あり ▶ 不必要な消毒を避けるため、必要なプラスチック製品だけにアクセスし、ゲストが利用できるようにする（またはリクエストに応じて利用できるようにする）
<p>2. 再利用モデルの採用を促進するために、しっかりと洗浄・消毒手順を開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 衛生・除菌の手順を確実に実施するために、スタッフ向けに明確で包括的なプロトコルを作成 ▶ リユースモデルでは、ステークホルダーが健全な衛生管理の適用を直接確認することができ、そのようなプロセスをよりコントロールすることが可能 ▶ 手袋・マスクの使い捨ては、健康上必要な場合のみとする ▶ 人の健康（スタッフとゲスト）および環境への影響を避けるために、化学製品の健全な管理のための慣行を実施
<p>3. 不可欠なプラスチック包装やアイテムの使用を評価し、リサイクル可能か否かを問い、定期的に見直し</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 使用済みプラスチック包装・物品を避けることができない場合は、リサイクル可能なプラスチックやリサイクル可能なプラスチック包装・物品を優先 ▶ 増加するプラスチック廃棄物を持続可能で循環型の方法で処理するために、利用可能な廃棄物管理インフラの能力を考慮（リサイクル／堆肥化可能） ▶ 有害廃棄物との混合を避けるために、廃棄物を削減（プラスチック）、分別、分離 ▶ 使い捨てプラスチック製品および包装を導入する決定を一時的なものとして扱い、利用可能な最新の科学的および公衆衛生的アドバイスに照らして、長期的な運用の必要性を定期的に見直す
<p>4. サプライヤー、廃棄物処理業者、地方自治体を巻き込み、行動の効果、調整、回復力を向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サプライヤーとの連携強化（ない場合は構築）により、影響力を高め、情報フローを改善し、確立された衛生・安全プロトコルの適用を確実にする ▶ この影響力を活用し、観光事業に使われる不要なプラスチックパッケージやアイテムの量を削減 ▶ 非有害廃棄物（プラスチック）を回収し、リサイクルまたは適切に処分されるまで分別するよう、廃棄物サービスプロバイダーとの連携を強化 ▶ 有害廃棄物削減のために、主要な関係当局や同業者との連携を強化
<p>5. スタッフや顧客とのオープンかつ透明なコミュニケーションを確保</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ プラスチック汚染への取り組みを、スタッフやパートナーに向けたプロトコルやコミュニケーションに反映 ▶ 衛生・安全対策を順守しながら、プラスチックの使用量を削減し、再利用モデルを実施する方法について、スタッフの明確な役割と期待を確立 ▶ 計画された対策がどのように実施されているかをゲストに伝える（例：清掃スケジュールの可視化、水の補給ステーションを操作するスタッフの配置等） ▶ ゲストには提供される機器やアイテムの使用／衛生プロトコルに関する明確な推奨事項を提供 ▶ 強化されたプラスチック戦略を通じて衛生に対処するために取った行動を、厳格で透明性のある一貫した方法で報告

※ "Recommendations for the Tourism Sector to Continue Taking Action on Plastic Pollution During COVID-19 Recovery", The World Tourism Organization (UNWTO), webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-07/200722-recommendations-for-tackling-plastics-during-covid-recovery-in-tourism.pdf を基に EY 作成

⁷ "Recommendations for the Tourism Sector to Continue Taking Action on Plastic Pollution During COVID-19 Recovery" UNWTO, 2020, webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-07/200722-recommendations-for-tackling-plastics-during-covid-recovery-in-tourism.pdf, (2023年3月31日アクセス)

室内キーを木製もしくはデジタルに移行する等の取り組みがなされており、日本でも今後のさらなる取り組みが期待されています。

また、より循環型経済に資する取り組みとして、欧州の取り組みが注目されています。

欧州委員会は、2015年にプラスチックや食品廃棄物などを優先分野とし、製品の製造と消費、廃棄物処理、二次原材料に関する取り組みを盛り込んだ「循環型経済行動計画」を発表し、2019年12月には、持続可能なEU経済の実現に向けた成長戦略「欧州グリーン・ディール」を打ち出しています。こうした中、2022年3月に製品の持続可能性の向上を目的とする循環型経済に関する政策パッケージを発表し、その中でも特に「持続可能な製品のためのエコデザイン規則案⁸」が特徴的です⁹。このエコデザイン規則案は、2009年に制定された「エコデザイン指令」を改正するものであり、①製品情報を電子的手段で集約した「デジタル製品パスポート」を製品自体、パッケージまたは製品に付属する書類上に添付することへの義務付け、②売れ残った消費財の廃棄に関する規定を設けている点が先進的であると言えます。

▶ エコデザイン規則案の概要

対象製品	<p>【従来のエコデザイン指令による対象製品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 家庭用家電（テレビ、冷蔵庫、洗濯機、食洗器、衣類乾燥機、掃除機、エアコン、非指向性ランプ、コンロ類） ▶ 業務用家電（オフィス照明、冷蔵庫、換気装置） ▶ その他（待機電力、外部電源、モーター、換気扇、PC・サーバー、電力変圧器、ヒーター、ボイラー、溶接器具） <p>【エコデザイン規則による新たな対象製品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 繊維製品、家具、マットレス、タイヤ、洗剤、塗料、潤滑剤などの製品カテゴリー ▶ 鉄、鋼鉄、アルミなどの中間財（従来、中間財は対象無し）
ポイント	概要
情報開示	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 対象製品に共通して求められる耐久性、再利用可能性、改良・修理可能性、エネルギー効率性などのエコデザインに関する各種基本要件および消費者のための情報開示などを義務付け
デジタル製品パスポート	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 製品情報を電子的手段で集約した「デジタル製品パスポート」を製品自体、パッケージまたは製品に付属する書類上に添付することを義務付け ▶ 製品の修理・メンテナンスやリサイクルなど製品のライフサイクル全体を念頭に、消費者だけでなく、輸入者・販売者、修理・リサイクル業者、公的機関などが必要とする各種情報の書き込みが必要 ▶ 製品のエネルギー性能に関するラベリングを設定することも可能
売れ残った消費財の廃棄に関する規定	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 中小企業を除く事業者に対して、廃棄した消費財の年間量や、廃棄する理由、リサイクルや再生産への取り組み状況などの情報開示を要求 ▶ 廃棄が環境に著しい悪影響を及ぼす場合、欧州委員会は廃棄を禁止することも可能

※ "New proposals to make sustainable products the norm" EUROPEAN COMMISSION, 2022, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2013およびその他関連文書（2023年3月31日アクセス）を基にEY作成

⁸ 持続可能な製品をEU市場における規範とし、「資源の採取→製品の製造→使用→廃棄」という従来の製造・消費のモデルを廃止し、設計段階において製品の環境への影響を考慮することで、製品が環境と気候に与える影響を抑制することを目的としたもの

⁹ REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL establishing a framework for setting ecodesign requirements for sustainable products and repealing Directive 2009/125/EC, European Commission, 2022, environment.ec.europa.eu/system/files/2022-03/COM_2022_142_1_EN_ACT_part1_v6.pdf (2023年3月31日アクセス)

廃棄やリサイクルについて、現状ツーリズム関連では、家電が主な対象ですが、将来的に繊維製品も対象に盛り込まれてくれば、影響は甚大になっていくと考えられます。しかしながら一方で、こうした取り組みを積極的に日本でも導入していくことで、欧米に比して後れを取っているといわれている日本国内で、ツーリズム関連産業が主導して廃棄を避け、回収された製品のリマニュファクチャリング製品を積極的に導入し静脈物流を変えていくことは、非常に重要な視点であると言えます。

国内メーカーでもヤマダデンキは、2022年に群馬に国内最大規模のリユース工場を増設し、さらに国内に2カ所の増設を予定しており、年間7万台だった家電のリユースを2025年に30万台まで拡大していく方針を打ち出しています¹⁰。また、ダイキン工業は空調機器のメンテナンスや入れ替え時に、冷媒を回収し、不純物を取り除きリユースする取り組みを進めています¹¹。こうした流れの中、ツーリズム業界においても、サステナブルな取り組みの一環として、積極的に関与し、海外を含むツーリストに対し、サステナビリティをアピールしていくことは、「選ばれる観光地」となる上でも重要な取り組みになると考えられます。

他にも、厨房から排出されるCO₂の削減に向けて、水素を活用した調理器具を導入する取り組みも始まりつつあります¹²。単純にCO₂の排出削減だけでなく、食材のうまみを最大限に引き出す調理法としても注目されており、こうした取り組みをツーリズム業界で主導していくことも、日本が世界にサステナビリティへの取り組みを発信し、世界に注目される観光地となる上でポイントとなります。

¹⁰ YouTube、「ヤマダ HD 国内最大『家電リユース工場』新設」、[youtube.com/watch?v=KX871C4mUq0](https://www.youtube.com/watch?v=KX871C4mUq0) (2023年3月31日アクセス)

¹¹ ダイキン工業株式会社、「地球温暖化抑制と資源循環型社会の実現に向け冷媒の回収再生を促進 冷媒再生に関するライフサイクルアセスメントを実施」、www.daikin.co.jp/press/2023/20230131 (2023年3月31日アクセス)

¹² 株式会社 H2&DX 社会研究所、「箱根温泉『株式会社強羅花扇円かの杜』と脱炭素化に向け、水素エネルギーの利活用検討開始」h2dx.co.jp/news/0929/ (2023年3月31日アクセス)

日本に求められるアクション

これまで見てきたように、コロナ禍を経て、旅行者の旅のスタイルや価値観に変化が生じており、その変化をきちんと捉えていかなければ、世界的に回復基調にある国際観光の需要を持続的に取り込んでいくことが困難になると予測されます。特に、アジア諸国でもこうした変化を捉えた対応を実施しているため、日本の対応が遅れば、やがて日本の観光地としての魅力は高い¹³ものの、世界の旅行者の変化に取り残され、日本が「選択」されなくなる可能性も否定できません。

STR については、筆者が今後 10 年のメガトレンド¹⁴としてみている「日常のツーリズム化」や「ツーリズムの日常化」の文脈でも地域社会において、重要な位置を占め、地域開発の新たなイノベーションにもつながる可能性を秘めていると言えます。また、サステナビリティへの取り組みも、循環型経済における静脈物流を変えるドライバーとしてツーリズム関連産業がその役割を担い、本来の意味での循環型経済の促進、持続可能な観光を推進していくことが、日本発で今求められているのではないのでしょうか。

▶ 世界のトレンドを踏まえた日本が取り組むべきアクション

取り組むべきアクション	方向性／期待される効果
国内外の短期滞在者を誘致し、STRをはじめとした滞在期間の長い宿泊形態を整備	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 諸外国で見られるようなデジタルノマドビザの発行等も含め、STRを含めた滞在オプションを拡充し、滞在期間の長期化を促すことで、消費額を増加 ▶ 旅行者との関係性を深め、相互にサービスを提供し合う関係の構築により、地方に不足する人材として期待、獲得しイノベーションの促進へ ▶ 欧州のような取り組みを参考にすることで、STRの健全な市場を形成し、地域の成長に寄与する取り組みを整備
サステナビリティへの取り組みを推進し、ツーリズム関連産業が循環型経済の実現を主導	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ホテル、旅館をはじめ、特定分野の廃棄を原則禁止し、リサイクルへの取り組みを徹底し、国内における循環型経済の静脈物流改革を、ツーリズム関連産業が主導 ▶ 回収された製品のリマニュファクチャリング製品の積極的な導入を促進 ▶ 食品ロスやCO2排出抑制を意識した調理を徹底する等、新たなサステナブルの取り組みを主導 ▶ こうした取り組みに対し、認証制度の設置や規制緩和、優遇措置等を検討し、取り組みを加速化

¹³ やまごころ.jp「旅行・観光開発ランキング『持続可能性』を考慮した 2021 年版で日本 1 位に -世界経済フォーラム」、yamatogokoro.jp/inbound_data/46457/(2023 年 3 月 31 日アクセス)

¹⁴ EY ストラテジー・アンド・コンサルティング『ツーリズムの未来 2022-2031』(日経 BP、2021 年)および www.ey.com/ja_jp/consulting/the-future-of-tourism-with-corona-and-post-corona 参照

EY | Building a better working world

EYは、「Building a better working world（より良い社会の構築を目指して）」をパーパスとしています。クライアント、人々、そして社会のために長期的価値を創出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。

150カ国以上に展開するEYのチームは、データとテクノロジーの実現により信頼を提供し、クライアントの成長、変革および事業を支援します。

アシュアランス、コンサルティング、法務、ストラテジー、税務 および トランザクションの全サービスを通して、世界が直面する複雑な問題に対し優れた課題提起（betterquestion）をすることで、新たな解決策を導きます。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacyをご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、ey.comをご覧ください。

EYのコンサルティングサービスについて

EYのコンサルティングサービスは、人、テクノロジー、イノベーションの力でビジネスを変革し、より良い社会を構築していきます。私たちは、変革、すなわちトランスフォーメーションの領域で世界トップクラスのコンサルタントになることを目指しています。7万人を超えるEYのコンサルタントは、その多様性とスキルを生かして、人を中心に据え（humans@center）、迅速にテクノロジーを実用化し（technology@speed）、大規模にイノベーションを推進し（innovation@scale）、クライアントのトランスフォーメーションを支援します。これらの変革を推進することにより、人、クライアント、社会にとっての長期的価値を創造していきます。詳しくはey.com/ja_jp/consultingをご覧ください。

© 2023 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.

All Rights Reserved.

ED NONE

不許複製・禁転載

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EY Japan株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

ey.com/ja_jp