

観光立国推進基本計画

令和5年3月31日閣議決定

この計画は、観光立国推進基本法（平成 18 年法律第 117 号）第 10 条第 4 項の規定に基づき、国会に報告するものである。

目 次

第1 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針	
1. はじめに	1
2. 基本的な方針	5
3. 計画期間	7
第2 観光立国の実現に関する目標	
1. 前観光立国推進基本計画の目標の達成状況	8
2. 持続可能な形での観光立国の復活に関する目標	12
第3 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策	
1. 持続可能な観光地域づくり戦略	17
(1) 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化	17
(2) 観光DXの推進	18
(3) 観光産業の革新	18
(4) 観光人材の育成・確保	20
(5) 観光地域づくり法人(DMO)を司令塔とした観光地域づくりの推進	21
(6) 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進	22
(7) 良好な景観の形成・保全・活用	23
(8) 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組	27
(9) 国家戦略特区制度等の活用	28
(10) 旅行者の安全の確保等	28
(11) 東日本大震災からの観光復興	32
(12) 観光に関する統計等の整備・利活用の推進	33
2. インバウンド回復戦略	34
(1) インバウンドの回復に向けた集中的取組	34
(2) 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備	34
① アドベンチャーツーリズムの推進	34
② アート・文化芸術コンテンツの整備	34
③ 地域の食材を活用したコンテンツの整備	36
④ 魅力ある公的施設の公開・開放	36
⑤ 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大等によるショッピングツーリズムの推進	36
⑥ 大都市観光の推進	37
(3) 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備	37
① 国立公園の魅力向上とブランド化	37
② 国際競争力の高いスノーリゾートの形成	38

③ 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進	38
④ 文化観光の推進	38
⑤ スポーツツーリズムの推進	40
⑥ 農泊の推進	41
⑦ 地方誘客に資する各種のコンテンツ整備	41
(4) 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進	43
(5) 戦略的な訪日プロモーションの実施	44
① 我が国の観光の魅力の戦略的な発信	44
② 大規模イベントを活用した情報発信	46
③ 各分野と連携した情報発信	47
(6) MICE の推進	49
(7) IR 整備の推進	50
(8) インバウンド受入環境の整備	51
① 交通機関の整備・外国人対応	51
② 出入国に関する措置等の受入体制の確保	57
③ 観光地等の外国人対応の推進	59
(9) アウトバウンド・国際相互交流の促進	62
(10) 国際観光旅客税の活用	65
3. 国内交流拡大戦略	66
(1) 国内旅行需要の喚起	66
(2) 新たな交流市場の開拓	67
(3) 国内旅行需要の平準化の促進	69

第4 観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために 必要な事項

1. 多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化	71
2. 政府が一体となった施策の推進	72
3. 施策の推進状況の点検と計画の見直し	72
4. 地域単位の計画の策定	73
5. おわりに	73

観光立国推進基本計画
～持続可能な形での観光立国の復活に向けて～

第1 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針

1. はじめに

人口が減り、少子高齢化が進む中、交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠である。我が国には、国内外の観光旅行者を魅了する素晴らしい「自然、気候、文化、食」が揃っており、新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）によってもこれらの魅力は失われていない。ウィズコロナ・ポストコロナにおいても、観光を通じた国内外との交流人口の拡大の重要性に変わりはなく、観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札である。

旅のもたらす感動と満足感は、誰もが豊かな人生を生きるための活力を生み出す。観光は学習・社会貢献・地域交流の機会でもあり、観光により地域の魅力を発見し、楽しみ、家族の絆を育むことは、ワーク・ライフ・バランスの充実にもつながる。観光を通じて住民が自らの地域に誇りと愛着を感じることは、活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を可能にする。加えて、観光を通じて異文化を尊重し、世界の人々と絆を深めることは、草の根から外交や安全保障を支え、国際社会の自由、平和、繁栄の基盤を築く国際相互理解を増進する。

こうした観光の多面的な意義は、コロナや気候変動をはじめ、広い意味での持続可能性が地球規模で課題となる中でも変わることはなく、国際情勢の複雑化が顕著な今、双方向での人的国際交流は、むしろその重要さを増している。

平成28年の「明日の日本を支える観光ビジョン」（以下「観光ビジョン」という。）は、令和2年に訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円とし、更には令和12年にそれぞれ6,000万人、15兆円とする高い目標を掲げた。政府一丸、官民一体となった取組を進めた結果、令和元年、訪日外国人旅行者数は3,188万人、訪日外国人旅行消費額は4.8兆円まで増加し、インバウンド観光は急速な成長を遂げた。

ところが、令和2年にコロナが世界中で猛威を振るうと、インバウンド需要は一時的に消滅し、日本人の国内旅行も半減するなど、観光は未曾有の深刻な影響を受けた。

コロナの感染拡大前の状況を振り返ると、観光ビジョンで定めた令和2年目標の達成状況は、令和元年時点で、訪日外国人旅行者の人数では約8割に達したが、旅行消費額と地方部宿泊数については約6割にとどまっていた。訪日外国人旅行者の一人当たり消費額単価は伸び悩み、高付加価値旅行者（着地消費100万円以上の旅行者）の獲得シェアも低かった。訪日外国人旅行者の8割が訪問先上位10都道府県に集中する中、一部観光地では、観光旅行者による混雑、マナー違反等、住民との課題も生じていた。このように、インバウンド増加の一方で、取組の質的強化が必要な課題が発生していた。

国内旅行については、市場に大きな成長が見られない中でも、観光ビジョンの令和2年目標を令和元年までにほぼ達成した。今後も我が国の人口減少に影響を受けることになるが、コロナ前に旅行消費全体の約8割を占め、コロナによる影響もインバウンドより小さかった点で、今後とも観光政策の重要な柱であることが再認識された。

コロナ禍を経た旅行需要の変化に目を転じると、世界の旅行者の約71%がサステナブルな旅行に関心がある¹とのデータがあり、世界的に「持続可能な観光」²への関心が高まっている。自然・アクティビティに対する需要も高まりを見せ、世界のアドベンチャーツーリズム市場は、平成30年の62兆円から令和8年には173兆円まで大きく成長するとの予測³がある。観光旅行者をより長期に滞在させ、地方へ分散させることのできるこうした市場を巡り、コロナ禍からの回復が早かった各国は熾烈な誘致競争を繰り広げており、この世界的潮流を捉える必要がある。

国内の観光地では、コロナ禍を通じ、特に地方部に疲弊が見られた。地方の経済や雇用の担い手となるべき観光産業では、デジタル化の遅れに象徴される生産性の低さや人材不足といった積年の構造的課題が、コロナ禍で一層顕在化した。宿泊業は、労働生産性が全産業平均の約4割⁴、宿泊業・飲食サービス業の欠員率は全産業平均の約2倍⁵となっており、旅行業とともに、新たな発展モデルの構築が喫緊の課題となっている。

¹ 出典：Booking.com “Sustainable Travel Report 2022”（令和4年6月）

² 国連世界観光機関（UNWTO：World Tourism Organizationの略。）では、「訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在及び将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義されている。

³ 出典：Allied Market Researchの調査を基に株式会社JTB総合研究所において試算（令和2年12月）

⁴ 出典：財務総合政策研究所「法人企業統計調査」（令和3年度）

⁵ 出典：厚生労働省「雇用動向調査」（令和3年）

令和元年の旅行・観光消費は、生産波及効果 55.8 兆円、雇用誘発効果 456 万人⁶に上った。観光産業は裾野が極めて広く、我が国の基幹産業へと成長するポテンシャルを有する総合産業である。観光産業の付加価値を示す観光 GDP は、同年において我が国 GDP の約 2%⁷であり、今後、官民一体となって観光産業の付加価値を更に高め、「稼げる」産業へと変革を進めていく必要がある。観光産業が収益力を高め、適正な対価を収受して収益を地域内で循環させ、従事者の待遇改善も図ることが、観光産業に人材を惹きつけ、観光地の持続可能な発展を実現するために必要である。

加えて、観光で持続的に「稼げる」地域となるためには、地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）が、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを目指し、観光旅行者と地域住民の双方に配慮した総合的な観光地マネジメントを行うことが重要である。観光地と観光産業が連携した面的な DX の推進に加え、観光地域づくり法人（DMO）の安定的な財源確保等の課題にも対処していく必要がある。

世界的にも関心の高まっている「持続可能な観光」とは、単に環境にやさしい旅行形態ではなく、いわば「観光 SDGs⁸」であり、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに重要な、経済・社会・環境の正の循環の仕組みにつながる観光の基本的な在り方である。地球環境に配慮した旅行を推進していくことに加え、地域において、自然、文化の保全と観光とが両立し、観光地・観光産業が付加価値を上げ収益力を高め、観光振興が地域経済への裨益と地域住民の誇りや愛着の醸成を通じて地域社会に好循環を生む仕組みにより、地域と観光旅行者の双方が観光のメリットを実感できる観光地を持続可能な形で実現していくことが、従前にも増して重要となっている。

今後の我が国の観光の復活に向けては、以上のようなコロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、単なるコロナ前への復旧ではなく、コロナ前とは少し違った、持続可能な形での復活を図ることが求められる。

そのためには、「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、これまで以上に質の向上を重視した観光へと転換していくことが必要である。

⁶ 出典：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（令和 3 年 3 月）

令和元年の生産波及効果・雇用誘発効果は国内における旅行消費額（国内旅行消費額、海外旅行消費の国内分、訪日外国人旅行消費額の合計）の 29.2 兆円（国際基準）に対して算出。

⁷ 出典：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（令和 3 年 3 月）

なお、G7 各国の観光 GDP 比率は、フランス（平成 29 年）：7.2%、イタリア（平成 27 年）：6.0%、ドイツ（平成 27 年）：3.9%、英国（平成 30 年）：3.8%、米国（令和元年）：2.9%、カナダ（平成 29 年）：2.1%、日本（令和元年）：2.0%となっている（イタリアのみイタリア国立統計研究所資料より引用。）。

⁸ 持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals の略。

世界的な旅行需要の回復が見込まれる令和7年は、2025年日本国際博覧会（以下「大阪・関西万博」という。）をはじめ観光の起爆剤となるイベントが多数開催され、我が国が世界の脚光を浴びる絶好のチャンスとなる年である。

観光復活への期待感も高い今こそ、持続可能で強靱な観光の実現に向け、変革に踏み出す時である。

こうした観光を巡る近年の情勢の変化を踏まえ、観光立国推進基本法（平成18年法律第117号）第10条の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進を図るため、ここに新たな観光立国推進基本計画（以下「基本計画」という。）を定めることとする。

2. 基本的な方針

この基本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととし、以下の方針に基づいて、政府を挙げて施策を推進することとする。

(1) 持続可能な観光地域づくり戦略

観光振興が地域社会・経済に好循環を生み、インバウンド回復と国内交流拡大の双方を支える、持続可能な観光地域づくりを推進する。

コロナによって大きな打撃を受けた観光地・観光産業の再生・高付加価値化を図る。このため、地域への経済効果の高い滞在型旅行の拠点である宿泊施設や観光施設の改修を支援し、観光産業の収益力を向上させる。また、観光DXを強力に推進し、観光産業の生産性向上と観光地経営の高度化による「稼げる地域・稼げる産業」の実現を目指す。支援に際しては、観光産業の収益向上が従業員の待遇改善につながるよう取り組んでいく。

あわせて、地球環境に配慮した旅行を推進するとともに、自然や文化等の地域の観光資源の保全と観光とが両立し、地域住民にも配慮した観光地域づくりを推進する。その際には、地域において観光地域づくりの司令塔の役割を果たす観光地域づくり法人(DMO)を核として、適切な観光地マネジメント体制が構築され、一過性の補助金に頼らない持続的な観光戦略が策定・実施されることを促進する。

こうした取組によって、観光振興が地域社会・経済に好循環をもたらす仕組みづくりを全国の観光地に展開することにより、「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地域づくりが各地で切磋琢磨しながら進められ、ひいては我が国が「持続可能な観光」の先進地域として世界にアピールできるようになることを目指す。

(2) インバウンド回復戦略

令和4年10月の我が国の水際措置の大幅緩和後、訪日外国人旅行者数の回復は進んできたが、コロナ前の水準には及んでいない。

世界全体の国際航空旅客のコロナ前水準への回復は令和7年と予測されており、水際対策の緩和が遅れたアジア太平洋地域については、更に遅れる見込みと予測されている。

今後、消費額の拡大や地方誘客の促進を図りつつインバウンドを本格的に回復させていくため、まずは、特別な体験の提供や、特別感のあるイベントを全国各地で集中的に実施し、我が国の観光の再始動をインパクトのある形で訴えながら、日本各地の魅力を全世界にアピールする。

また、観光消費の旺盛な高付加価値旅行者の地方誘客、消費額拡大に向けた高付加価値なコンテンツの充実、地方直行便の増便や大都市から地方への周遊円滑化、IR整備の推進にも取り組む。コンテンツについては、我が国の宝である文化財の夜間貸切り等の思い切った活用や、アクティビティ、アート、食、国立公園、農泊等、環境負荷が少ない形で、地域における自然や文化への理解増進と消費額拡大が期待できる分野の取組を強化する。

関係省庁の施策を総動員して集中的な取組を実施することで、足元の円安のメリットも生かし、早期の訪日外国人旅行消費額5兆円の達成を目指す。その際には、観光の質を重視し、各マーケットの特性の違いにも着目して、デジタルマーケティングを基にきめ細かい訪日プロモーションを行うほか、大阪・関西万博等の大型イベントも戦略的に活用していく。

さらに、観光のみならず、MICE⁹等のビジネス需要や外国人留学生受入れ等、多様な目的での国際的な人的交流の機会を創出するほか、のこぎりのように押し引きでインバウンドと相乗効果を上げるアウトバウンド（日本人の海外旅行）についても、日本人の国際感覚や異文化理解力を育む意義を踏まえ、若者の海外旅行や海外留学の促進等により、その復活に向けて取り組んでいく。

（3）国内交流拡大戦略

国内旅行市場は、人口減少が進む中で、コロナ前の約10年間、旅行者数・消費額とも横ばいで推移してきた。一方で、コロナ禍を経て、インバウンドと比べた外的要因に対する強靱さが示され、国内交流拡大に取り組む重要性が改めて明らかとなった。

今後とも人口減少の影響は避けられない中、地域のコンテンツの充実や魅力の向上、休暇取得の促進等により、国民の観光旅行の実施率向上や滞在長期化を図っていくほか、出張や親族訪問に近い感覚の旅の潜在需要を顕在化させるなど、旅行需要の平準化や地域の関係人口拡大にもつながる形での交流需要の拡大を図る。

国内における新たな交流市場を開拓する取組としては、近年の働き方や住まい方のニーズの多様化等も踏まえ、テレワークを活用したワーケーションや、「何度も地域に通う旅、帰る旅」を定着させる第2のふるさとづくり、高齢者等の旅行需要の喚起につながるユニバーサルツーリズム等を推進していく。

こうした取組によって、国内交流を拡大するとともに、国内旅行消費額についても、早期の20兆円の達成を目指した上で、更なる拡大を目指していく。

⁹ MICE とは、企業会議（Meeting）、企業の報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際会議（Convention）、展示会・イベント（Exhibition/Event）の総称である。

3. 計画期間

この基本計画の期間は、より長期的な展望を視野に入れつつ、令和5年度から令和7年度までとする。

第2 観光立国の実現に関する目標

1. 前観光立国推進基本計画の目標の達成状況

平成 29 年 3 月に閣議決定した観光立国推進基本計画（以下「前基本計画」という。）では、7つの目標と、それらに関連する参考指標を掲げ、観光立国の実現に関する施策を推進してきた。以下、各目標及び参考指標の達成状況と分析結果を示す。

○国内観光の拡大・充実

		目標値	実績値			
		令和2年 (2020年)まで	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年 (2020年)
1. 国内旅行消費額		21兆円	21.1	20.5	21.9	10.0兆円
【参考指標】	①国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数	2.5泊 (若年層 ^{※1} 3泊)	2.3 (2.78)	2.14 (2.92)	2.31 (3.61)	1.2泊 (若年層 ^{※1} 2.02泊)
	②国内宿泊観光旅行を行わない国民の割合	40%程度 (若年層 ^{※1} 40%程度)	44.5 (36.1)	47.6 (40.5)	48.0 (39.7)	67.7% (若年層 ^{※1} 56.3%)
	③地方部 ^{※2} における日本人延べ宿泊者数及び国内旅行消費額	3億1,000 万人泊 12兆円	2億8,388 万人泊 10.8	2億8,914 万人泊 10.5	3億337 万人泊 11.6	1億9,969 万人泊 5.6兆円

国内旅行消費額は、平成 29 年時点で目標値の 21 兆円を達成し、その後の平成 30 年には自然災害等の影響で再び未達となったものの、令和元年には過去最大の 21.9 兆円まで増加し、目標値を上回った。

増加の要因としては、有給休暇取得状況の改善、所得や就職状況の好転等を背景に若年層の年間平均宿泊数が増加したことや、旅行消費額単価が平成 29 年から令和元年までで約 15%増加するなど、1回の旅行に支払う金額に上昇傾向が見られたことが挙げられる。また、令和元年については、改元に伴いゴールデンウィークが 10 連休であった影響もあると考えられる。

一方で、国内宿泊観光旅行を行わない国民の割合は低下せず、国内旅行者数は平成 29 年の 6.5 億人から令和元年の 5.9 億人に減少した。

地方部における日本人延べ宿泊者数及び国内旅行消費額は、令和元年にはいずれも過去最大となったが、目標にはわずかに未達であった。

※1 若年層は 20-29 歳。

※2 地方部とは、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。

○国際観光の拡大・充実

	目標値	実績値			
	令和2年 (2020年)まで	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年 (2020年)
2. 訪日外国人旅行者数	4,000万人	2,869	3,119	3,188	412万人

訪日外国人旅行者数は、令和元年まで着実に増加した。平成30年には3,000万人を超え、令和元年には、韓国からの訪日に落ち込みがあった中でも、過去最多の3,188万人となり、目標値の約8割に達した。

増加の要因としては、ビザ緩和、CIQ体制の充実や多言語表記をはじめとする受入環境整備、訪日プロモーション等の政府一体となった取組の効果が表れたこと、LCC就航便数の伸び等、航空アクセスの改善により、中国、東南アジア、欧米豪の旅行者数が増加したこと等が挙げられる。

	目標値	実績値			
	令和2年 (2020年)まで	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年 (2020年)
3. 訪日外国人旅行消費額	8兆円	4.4	4.5	4.8	0.7兆円※

訪日外国人旅行消費額は、平成29年に4兆円を超え、令和元年には過去最大の4.8兆円と5兆円目前となったが、目標値との比較では約6割にとどまった。

目標に届かなかった要因としては、旅行者数が着実に増加した中で消費額単価が横ばいとなっており、他国と比べて我が国の外国人旅行者の娯楽等サービス消費が少ないこと等も踏まえると、消費拡大につながるコンテンツの充実や、消費意欲の旺盛な高付加価値旅行者の獲得に課題があったことが考えられる。

※コロナの影響による令和2年の訪日外国人消費動向調査の中止(4-6月期、7-9月期、10-12月期)により、1-3月期の調査を用いて年間値を試算した試算値。

	目標値	実績値				
	令和2年 (2020年)まで	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年※ ¹ (2020年)	
4. 訪日外国人旅行者に占めるリピーター数	2,400万人	1,761	1,938	2,047万人	—	
【参考指標】	① 訪日外国人旅行者の再訪意向(訪日外国人消費動向調査における各項目の回答割合)	「必ず再訪したい」、「再訪したい」の合計：現行の水準※ ² を維持	93.9	94.2	94.2%	—

訪日外国人旅行者に占めるリピーター数は、令和元年の2,047万人まで着実に増加し、訪日外国人旅行者数同様、目標値の約8割に達した。東アジアのリピーター

が数・割合とも増加した一方で、欧米豪は新規訪日旅行者が増加してリピーター割合は低下し、リピーター割合は全体として微増であった。

また、再訪意向も増加し、令和元年の 94.2%まで高い水準で推移した。

※1 コロナの影響による令和2年の訪日外国人消費動向調査の中止（4-6月期、7-9月期、10-12月期）により算出できない。

※2 目標策定時（平成27年）の「必ず再訪したい」、「再訪したい」の合計は93.3%。

	目標値	実績値			
	令和2年 (2020年)まで	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年 (2020年)
5. 訪日外国人旅行者の地方部※における延べ宿泊者数	7,000 万人泊	3,266	3,848	4,309	779 万人泊

訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数は、令和元年の4,309万人泊まで着実に増加したが、目標値との関係では約6割にとどまった。

目標に届かなかった要因としては、宿泊者数が着実に増加した中で、地方部の一人当たり宿泊数が横ばいとなっており、市場ニーズに合わせた魅力ある観光地の整備や、海外から地方部へのアクセス性に課題があったことが考えられる。

※ 地方部とは、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。

	目標値	実績値				
	令和2年 (2020年)まで	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年 (2020年)	
6. アジア主要国※1における国際会議の開催件数※2に占める割合	アジア最大の開催国 (3割以上)	アジア 2位 (27.0)	アジア 1位 (29.1)	アジア 2位 (30.4%)	—	
【参考指標】	① MICE等のビジネス目的※3の訪日外国人旅行者数	650万人	444	422	437万人	—

アジア主要国における国際会議開催件数に占める割合は、令和元年まで着実に上昇し、同年には3割のシェアを達成した。一方で順位は、同年に中国が日本の開催件数を上回り、我が国は前年にはアジア1位であったが2位に転落した。日本は中国以外の主要国より開催件数を伸ばしたが、中国の開催件数の伸びが日本を上回ったものである。

MICE等のビジネス目的の訪日外国人旅行者数は、平成30年に減少したものの、令和元年には国際会議の開催件数の増加等もあり再び増加した。

※1 アジア主要国とは、アジア太平洋地域での国際会議開催件数上位5か国を指す。前基本計画では、具体的には、平成27年時点の統計での上位5か国である日本、中国、韓国、オーストラリア、シンガポールである。

※2 国際会議協会（ICCA：International Congress and Convention Associationの略。）の統計による。3か国以上でローテーションを組むなど、継続的に開催している会議を国際会議として計上している。令和2年については、コロナの影響により集計方法が異なっており、令和元年以前と比較可能な形での数値は公表されていない。

※3 「国際会議」、「展示会」、「研修」、「インセンティブツアー」、「イベント」、「社内会議」、「その他ビジネス」目的の訪日外国人旅行者を対象とする。令和2年については、コロナの影響による訪日外国人消費動向調査の中止（4-6月期、7-9月期、10-12月期）により算出できない。

○国際相互交流の推進

		目標値	実績値			
		令和2年 (2020年)まで	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年 (2020年)
7. 日本人の海外旅行者数		2,000万人	1,789	1,895	2,008	317万人
【参考指標】	① 日本人の若年層 [※] の海外旅行者数	350万人	305	338	380	78万人

日本人の海外旅行者数は、航空路線の拡大や新たなデスティネーションの開発、観光分野における二国間の協力関係の強化といった官民一体の取組の着実な推進により、令和元年に目標を達成した。特に10代や20代の海外旅行者数が、所得の増加等を背景に大きく伸びた。また、令和元年については、改元に伴いゴールデンウィークが10連休であった影響もあると考えられる。

※ 若年層は20-29歳。

2. 持続可能な形での観光立国の復活に関する目標

前基本計画の目標達成状況、この基本計画の基本的な方針等を踏まえ、以下の目標を掲げる。これらの目標は、持続可能な形での観光立国の復活に向け、質の向上を重視する観点から、人数に依存しない指標を中心に設定することとした。

なお、これらの目標は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り、今後における達成状況の点検等に当たっては、この点に留意が必要である。

○持続可能な観光地域づくりの体制整備

<目標（令和7年まで）>持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数

持続可能な観光地域づくりが全国各地で進められる姿を目指すこととし、国が地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等に対し取組の促進や支援を行うことにより、令和7年までに、持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数を、取組が全国各地で進められているといえる水準まで増加させることを目標とする。また、海外からも評価され、かつ第三者から優良な取組であると評価されるレベルを目指す観点から、国際的な認証・表彰を受けた地域数についても、同様に増加させることを目標とする。

持続可能な観光地マネジメントについては、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）が策定されている。同ガイドラインは、住民意識や旅行者満足度に加えて、人材育成やICT活用といった要素も含め、社会経済・文化・環境の観点から持続可能性に関する指標を幅広くカバーしている。このため、同ガイドラインに基づくロゴマークを取得した地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等の団体数を、取り組む地域数の指標として使用する。

	目標値	実績値
	令和7年 (2025年)まで	令和4年 (2022年)
1. 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 ^{※1}	100 地域 (うち国際認証・表彰地域 ^{※2} 50 地域)	12 地域 (うち国際認証・表彰地域 ^{※2} 6 地域)

※1 「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等の団体数で把握する。

※2 国際認証・表彰地域とは、Green Destinations（GD）、又はUNWTOによる Best Tourism Villages（BTV）の認証・表彰を受けた地域をいう。

○インバウンド回復

<目標（早期に達成を目指す）> 訪日外国人旅行消費額

質の向上を重視してインバウンドの本格的な回復を図る観点から、旅行消費額について、コロナ前の4.8兆円を超える水準となる5兆円を早期に達成することを目標とする。

このため、インバウンドの本格回復に向けた集中的取組、高付加価値旅行者の誘致、観光地の再生・高付加価値化等により、訪日外国人旅行者数の回復と併せて、旅行消費額単価（泊数×1泊当たり消費額単価）の向上を図る。

	目標値	実績値
	早期に	令和元年 (2019年)
2. 訪日外国人旅行消費額	5兆円※	4.8兆円

※ 5兆円を達成できる消費額単価・旅行者数の組合せ例として、単価18万円×旅行者数2,800万人。

<目標（令和7年まで）> 訪日外国人旅行消費額単価

訪日外国人旅行消費額5兆円達成後も更なる消費額単価向上を図ることとし、インバウンドの本格回復に向けた集中的取組、高付加価値旅行者の誘致、観光地の再生・高付加価値化等により、訪日外国人旅行消費額単価を令和7年までに令和元年水準から約25%増加させることを目標とする。

	目標値	実績値
	令和7年 (2025年)まで	令和元年 (2019年)
3. 訪日外国人旅行消費額単価	20万円	15.9万円

<目標（令和7年まで）> 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数

訪日外国人旅行消費額5兆円目標を踏まえて旅行消費額単価を約25%増加させるためには、訪日外国人旅行者一人当たり宿泊数は10%程度以上の増加が必要となる。

このため、地方部における魅力的なコンテンツ創出、高付加価値旅行者の地方誘致等により、地方部における滞在日数を増加させることとし、一人当たり地方部宿泊数について、令和7年までに令和元年水準から10%強増加させるとすると約1.5泊となるところ、地方誘客促進の観点からこれを切り上げ、2泊とすることを目標とする。

	目標値	実績値
	令和7年 (2025年)まで	令和元年 (2019年)
4. 訪日外国人旅行者一人当たり地方部 ^{※1} 宿泊数	2泊	1.4泊 ^{※2}

※1 地方部とは、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。

※2 令和元年までの5年間の平均は1.2泊である。

<目標（令和7年まで）> 訪日外国人旅行者数

訪日外国人旅行者数は、インバウンドの本格回復に向けた集中的取組、戦略的な訪日プロモーションの実施等により、質の高い観光にシフトさせつつ人数の回復を図ることとし、世界的な国際航空需要の回復見通しも踏まえ、令和7年までに令和元年水準を超えることを目標とする。

	目標値	実績値
	令和7年 (2025年)まで	令和元年 (2019年)
5. 訪日外国人旅行者数	令和元年水準超え	3,188万人

<目標（令和7年まで）>日本人の海外旅行者数

日本人の海外旅行者数は、若者をはじめとする国民に向けた海外旅行プロモーション等を通じた環境の整備、国際相互交流の推進等により、双方向の交流拡大（ツーウェイツーリズムの推進）による回復を図ることとし、訪日外国人旅行者数同様、令和7年までに令和元年水準を超えることを目標とする。

	目標値	実績値
	令和7年 (2025年)まで	令和元年 (2019年)
6. 日本人の海外旅行者数	令和元年水準超え	2,008万人

<目標（令和7年まで）>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

コロナ禍により世界的に滞っていた MICE の実地開催は、コロナ前の状況に戻りつつあり、各国の誘致競争は激しくなっている。

このため、大阪・関西万博の機会も捉え、我が国の MICE 開催地としてのプレゼンスを改めて向上させることとし、国際会議の開催件数について、国全体での誘致力強化や開催地としての魅力向上等により、令和7年までにアジア主要国における最大の開催国の地位を奪還することを目標とする。

	目標値	実績値
	令和7年 (2025年)まで	令和元年 (2019年)
7. アジア主要国 ^{※1} における国際会議の開催件数 ^{※2} に占める割合	アジア最大の開催国 (3割以上)	アジア2位 (30.1%)

※1 アジア主要国とは、アジア太平洋地域での国際会議開催件数上位5か国(地域を含む。)を指す。

この基本計画では、具体的には、令和元年時点の統計で上位である日本、中国、韓国、オーストラリア、台湾の5か国・地域である。

※2 国際会議協会（ICCA）の統計による。

○国内交流拡大

<目標（令和7年まで）>日本人の地方部延べ宿泊者数

我が国の人口減少は今後も進むと予測されるが、地方部における魅力的なコンテンツ創出等による国内旅行の実施率の向上・滞在の長期化や、新たな交流需要の開拓を図ることで、日本人の地方部延べ宿泊者数を令和7年までに令和元年水準から約5%増加させることを目標とする。

	目標値	実績値
	令和7年 (2025年)まで	令和元年 (2019年)
8. 日本人の地方部 [※] 延べ宿泊者数	3.2 億人泊	3.0 億人泊

※ 地方部とは、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。

<目標（早期に達成を目指す／令和7年まで）>国内旅行消費額

国内旅行消費額は、前基本計画の目標達成状況、この基本計画の地方部延べ宿泊者数の目標等を踏まえ、観光ビジョンの令和12年目標の前倒し達成を目指すこととする。魅力的なコンテンツ創出等による国内旅行の実施率の向上・滞在の長期化や、新たな交流需要の開拓を図ることで、令和元年の21.9兆円に迫る水準である20兆円の早期達成を目指すとともに、令和7年までに22兆円とすることを目標とする。

	目標値		実績値
	早期に	令和7年 (2025年)まで	令和元年 (2019年)
9. 国内旅行消費額	20 兆円	22 兆円	21.9 兆円 [※]

※ 令和元年までの5年間の平均は21.0兆円である。

第3 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

1. 持続可能な観光地域づくり戦略

(1) 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

コロナ禍からの観光のV字回復を図り、「稼げる地域・稼げる産業」を実現するためには、観光地の面的な再生・高付加価値化を強力に推進することが重要である。観光地の面的な再生・高付加価値化を推進することにより、観光産業においては、必要な設備投資等により高付加価値なサービスの提供や生産性の向上が図られ、適正な対価の收受を通じて収益の増加が可能となる。また、その収益により更なる設備投資の増加、従業員の待遇改善が図られることにより、サービスの更なる高付加価値化につながるといった好循環が実現する。こうした産業の好循環が、雇用の確保・安定や所得の増加を生み出し、税収の増加にも寄与するとともに、地域に対する住民の誇り・愛着の醸成、地域からの人口流出への歯止めや観光旅行者受入れへの理解・協力が促進され、それが観光地の更なる魅力向上につながることで、地域への来訪者や消費が更に増加し、観光地全体の稼ぐ力が向上する。こうした、観光地の面的な再生・高付加価値化を通じて、地域・産業・住民のいずれもが観光による地域活性化の果実を享受するとともに、それらを観光地の更なる磨き上げにつなげていくことで、観光を通じた持続的な地域活性化の好循環を創出していく。

このため、観光地・観光産業の再生・高付加価値化に向けて、宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去等のハード面の取組に加え、キャッシュレス化や、シームレスな予約・決済が可能な地域サイトの構築等の観光地における面的なDX化によるソフト面の取組を、複数年度にわたる計画的・継続的な支援策を活用して推進する。

また、観光地の面的な再生・高付加価値化の取組と併せて、その牽引役を担う観光産業について、経営面においても、持続可能で高付加価値な観光産業の実現に向けた取組を推進することが重要である。

具体的には、観光産業の中核を担う宿泊業については、その6割以上は資本金1千万円未満の小規模事業者となっており、家業として経営を受け継ぐ事業者も多く、企業的な経営視点が不足していることにも起因して、低収益な事業体質の改善が図られていない状況にある。

このため、財務諸表や経営指標の活用、適切な労働環境の整備、顧客予約管理システム（PMS）等のITシステムの活用等、宿泊業の高付加価値化に向けた経営を行うための指針を示すガイドラインを策定し、同ガイドラインを遵守する事業者について、滞在価値向上による消費額増加・再訪促進を図るための、生産性・収益力の向上、従業員の待遇改善に向けた経営（高付加価値経営）を行う宿泊施設として登録する制度を創設した。同制度に基づく登録事業者を補

助事業等で積極的に支援することで、宿泊業の高付加価値化に向けた経営への転換を促進し、「持続可能な稼げる産業」への変革を促していく。

(2) 観光 DX の推進

先進的な技術の活用を図りながら観光分野の DX を推進することにより、旅行者の利便性向上及び周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化等を図る。具体的には、シームレスに宿泊、体験等に係る予約・決済が可能な地域サイトの構築、その時・その場所・その人に適した情報のレコメンド、宿泊事業者における顧客予約管理システム（PMS）の導入等による業務効率化及びサービスの高付加価値化、観光地域づくり法人（DMO）等における旅行者の旅マエ・旅ナカ・旅アトの予約・移動・宿泊・購買データ等を用いたマーケティング及び観光地経営の戦略策定等の取組を推進する。

さらに、観光デジタル人材の育成・活用を図るため、観光分野のデジタル人材に必要な知識・技能の修得に向けた産学連携を強化し、リカレント教育を推進する。観光地域づくり法人（DMO）については、外部人材の登用やプロパー人材の新規採用による人材確保等を促進する。

加えて、事業者間・地域間の API 連携等を促進するため、連携するデータの仕様統一化を図るとともに、実証事業を通じて先進事例を創出する。

これらの取組を通じて、宿泊事業者における地域単位での予約情報や販売価格等の共有によるレベニューマネジメント等、事業者間・地域間のデータ連携の強化による広域での収益最大化に向けた取組を推進する。

また、メタバース等の最新技術の各分野での活用状況を踏まえつつ、今後、観光分野においてもこれらの活用を検討していく。

(3) 観光産業の革新

ア 多様なニーズに対応した旅行業への転換と高付加価値な商品造成

旅行業については、ワーケーションやマイクロツーリズム等の多様な旅行ニーズ、災害や感染症の発生リスク、SDGs や DX 等に適切に対応できるよう、高付加価値な旅行商品・サービスを造成し適正な対価を得て消費者に販売・提供することを中心とするビジネスモデルへの転換に向けた官民連携の取組を推進する。

また、地域の自然、生活文化、地元の人々とのふれあい等の地域独自の魅力を生かした地域密着型の旅行商品が充実するよう、第三種旅行者や宿泊事業者等、地域に密着した事業者による旅行商品の造成を促進する。

イ 観光産業の再生支援

コロナ禍で疲弊した観光産業について、産業全体の経営基盤・財政基盤を強化し、その回復と再生を図る。具体的には、宿泊業の健全な事業再生等を推進

するため、観光地の面的な再生・高付加価値化の取組と連動して、官民ファンド、関係機関等による投資及びノウハウ支援等を行うとともに、旅行業の価値創造型ビジネスへの転換、独自の強みを生かした事業の多角化の推進等を図るなど、関係省庁が連携して必要な施策に取り組む。また、中小企業・小規模事業者向けの資金繰り支援、経営改善・再構築支援、債務減免を含む事業再生支援等を引き続き実施する。特に、日本政策金融公庫等によるスーパー低利・無担保融資（新型コロナウイルス感染症特別貸付）や資本性劣後ローン、コロナ借換保証制度等を措置している間、政府として、官民金融機関等とも連携の上、こうした施策の活用を促し、借換えや新規融資の円滑化を図る。なお、資本性劣後ローンについては、日本政策金融公庫等と民間金融機関との「協調融資商品」の組成拡大に取り組む。また、税理士や中小企業診断士等の認定支援機関に対して、認定支援機関の支援を受けて策定した計画があれば資本性劣後ローンを利用できる旨を積極的に情報提供すること等で、民間金融機関との協調融資を希望しない事業者が資本性劣後ローンを活用しやすい環境を整備する。

加えて、商工組合中央金庫は、令和3年に設置した「宿泊業専門支援チーム」が中心となって、個々の事業者のみならず、各地の旅館組合への支援を実施しているが、今後、全国の旅館組合に対して、プッシュ型で、一層寄り添った支援を進め、地域経済の面的活性化に貢献するよう努める。

ウ 宿泊施設の整備促進

日本ならではの宿泊体験を提供する宿泊施設や質の高いサービスを提供する宿泊施設等、多様なニーズに合わせた宿泊施設を、地方を含めた全国各地で提供することにより、滞在期間の長期化を促し、消費の拡大を図ることが必要である。このため、宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の活用を促進するほか、一般財団法人民間都市開発推進機構が行う共同型都市再構築業務や、まちづくりファンド支援業務による金融支援を通じて、宿泊施設の整備（リノベーションを含む。）を促進する。

エ 官民ファンドによる事業再生支援等の強化

株式会社地域経済活性化支援機構の支援体制の強化、同機構による地域金融機関の事業再生人材の育成、LP出資を通じた事業再生の担い手の拡充等を図り、温泉街等の観光地の再生・活性化や宿泊業などにおける事業再生支援等を推進する。

また、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援に関する機能を安定的・継続的に提供できる体制を整備する。

オ スタートアップ・ベンチャー企業のサービスの利活用促進

地方の課題を解決するため、実証事業等において観光分野におけるスタートアップ・ベンチャー企業の有するAI、ICT等のノウハウを活用して、観光DX推進における先進事例の創出、次世代の観光の担い手の育成を図る。

カ 海外の有望な観光関連企業の誘致

独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）等による、海外のビジネス界に向けた開国プロモーション、海外企業の招へいによる視察・マッチング機会の提供、日本拠点の設立支援等を通じて、LCC、ホテル、ツアーオペレーター、トラベルテック等の観光関連の海外企業の誘致や日本企業との協業を促進する。

（４）観光人材の育成・確保

ア 観光地域及び観光産業の担い手の確保

観光分野における人材育成や観光産業における人材不足の解消に向け、以下の取組を行う。

観光庁作成による観光人材育成ガイドラインで明示した知識・技能等を踏まえて大学等における教育プログラムの提供を推進し、観光地域づくりを牽引する人材育成を実現する。また、専修学校において今後必要となる新たな教育モデルを形成するとともに、各地域から人的・物的協力等を得ることでカリキュラムの実効性、事業の効率性を高めつつ、各地域特性に応じた職業人材養成モデルを形成する。

さらに、観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業、観光産業のDX支援等を通じて収益力の向上や経営の効率化を支援するとともに、支援の際に賃金水準の引き上げを求めること等を通じて、従業員の待遇改善を図り、コロナ禍による離職者の復帰等を含めて、国内人材の担い手確保を進める。

加えて、海外での特定技能試験を実施するほか、我が国宿泊業での就労意欲を喚起するため、業界団体とも連携し、宿泊業の魅力、雇用環境等を外国人に向けて積極的に周知・発信するなど、外国人材の活用を推進するための必要な環境整備に取り組む。

イ 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進等

観光業界や教育機関と連携し、子どもたちが地元や日本各地の歴史や文化等の魅力を理解し、関心を持ち、伝えることができる機会の創出や、旅の意義を通じた子どもの成長に資する取組を支援し、観光の持続可能な発展を支える人材の育成を図る。

また、高等学校の必修科目「地理総合」において、観光の現状や動向を取り上げるほか、生活圏の地理的な課題について考察、構想し、表現する取組を実施しており、各種会議等の場を通じて、その着実な実施を進める。

さらに、訪日外国人旅行者との交流など、生徒が実際に英語を用いてコミュニケーションを行う機会の充実を図る。

ウ 通訳ガイドの質・量の充実

通訳案内士は、訪日外国人旅行者の満足度の高い旅行を支える上で重要な役割を担っており、多様な訪日外国人旅行者のニーズに対応するための質の維持・向上や、その利用の促進が重要である。そのため、訪日外国人旅行者からの需要が見込まれる分野の研修等により、旅行商品の付加価値向上に資する通訳ガイドの育成等を図る。

(5) 観光地域づくり法人（DMO）を司令塔とした観光地域づくりの推進

ア 世界に誇る観光地形成に向けた観光地域づくり法人（DMO）の形成

世界に誇る観光地形成に向けて、その司令塔となる観光地域づくり法人（DMO）の形成を促進するとともに、外部専門人材の登用や中核人材の確保・育成、宿泊税、入湯税等の持続可能な財源の確保等の体制強化を支援する。意欲のある観光地域づくり法人（DMO）が自立的・継続的に活動できるよう、課題に対応した支援や DMO 全国会議による優良事例の横展開、個別の着地整備の支援等を行う。

さらに、「観光による受益が広く地域にいきわたり、地域全体の活性化を図っていること」及び「誘客/観光消費戦略が持続的に策定される組織体であること」について高水準で満たす観光地域づくり法人（DMO）を「世界的な DMO」と位置付け、モデル形成を目指す。このため「世界的な DMO」の候補となる「先駆的 DMO」を令和 7 年度時点で 10 法人となるよう順次選定・見直しし、戦略的な支援を行う。

イ 観光地域づくり法人（DMO）等に対する支援

観光地域づくりが持続可能な地域経営の視点に立って行われるよう、観光地域づくり法人（DMO）について、その形成、人材育成や安定的な財源確保等の取組を支援する。また、地方部への誘客を図りつつ、観光旅行者の各地域への広域の周遊を促進するため、観光地域づくり法人（DMO）が中心となり、地域内の観光関連事業者等と一体となつて行う調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、旅行商品流通環境整備、情報発信等を支援する。さらに、広域連携 DMO が域内の観光コンテンツ等の情報発信を海外向けに行うに当たっては、独立行政法人国際観光振興機構（JNTO。以下「日本政府観光局」という。）の海外ネットワーク等から得られる最新の市場動向を共有する。

加えて、各地域の魅力・課題の発見、施策展開への助言、地域の関係者のスキル向上への支援等を行う専門家を派遣し、地域の取組を促進する。

観光圏に認定された地域においては、観光地域づくりマネージャーの育成を図り、観光地域づくりの着実な取組を推進する。

また、観光地域づくり法人（DMO）が司令塔となる、地域の「稼ぐ力」を引き出す取組について、関係府省庁、日本政府観光局等の政府関係機関が緊密な連携・協働を図り、地方公共団体、公益社団法人日本観光振興協会等の観光・交通関係団体、地域の経済団体等が一体となって施策を推進する。

（6）持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

国際的に持続可能な観光への関心・意識が高まる中で、今後我が国が世界の観光旅行者から選ばれる観光地となるためには、地球環境に配慮した旅行を推進するとともに、地域が主体となって持続可能な観光地域づくりを行うことが重要である。

地球環境に配慮した旅行には、カーボンニュートラルな交通手段の活用や、プラスチックゴミ・食品ロスの削減等に取り組む宿泊施設の利用が重要であり、観光事業者の自発的な取組の推進と、観光旅行者を含めた普及啓発、認知度の向上を図る。

地域づくりの主体は、地域をマネジメントする各地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）であり、観光庁が令和元年6月にとりまとめた報告書「持続可能な観光先進国に向けて」においても、各地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）が主体となって、多面的な現状把握の結果に基づき持続可能な観光地マネジメントを行う必要性が示唆されている。

こうした背景を受け、地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等が地域を多面的に把握できるよう、観光庁では国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所とともに、社会経済・文化・環境とこれらを管理するマネジメントの4分野から構成された「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）を開発・公表した。

これを活用し、データと中長期的な計画に基づき、地域・観光旅行者の双方がメリットを享受・実感できる地域づくりを推進する地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等のマネジメント体制を構築する。具体的には、実証事業を通じてマナー違反や混雑等の住民との課題の未然防止等の地域の課題解決に取り組み、より強固な観光地マネジメントを確立する優良モデルの構築を支援する。また将来的には、観光による恩恵を感じる地域住民及び我が国を持続可能な観光地として認識する訪日外国人旅行者の増加を目指し、持続可能な観光の浸透を図る。

また、日本ならではの地域の観光資源（自然、文化・歴史、地場産業等）を保全・活用したコンテンツの造成・工夫や、その持続可能性や価値を更に高めるための受入環境の整備が不可欠である。コンテンツの造成・工夫においては、観光旅行者の知的好奇心を踏まえ、自然・文化・歴史・産業等の本質を味わいながら地域への貢献を実感でき、観光利用と地域資源の保全を両立させる体験

等のコンテンツ造成及び地域の経済・社会・環境の持続可能性の向上の好循環の仕組みづくりを支援する。受入環境整備においては、観光旅行者から入域料を徴収し、地域づくりに還元するためのシステム・設備整備、公共交通への乗換えを促進するパークアンドライドに必要な駐車場の整備、観光旅行者のマナー啓発等に必要な備品・施設等の整備、混雑の平準化・解消のためのシステム整備等を支援する。

令和7年度までに、こうしたコンテンツ造成や地域における好循環の仕組みづくりに取り組む50地域、受入環境整備に取り組む50地域をそれぞれ強力で支援し、各地域における取組を具体化する。

さらに、地域における「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)に基づく取組を促進するため、関連する研修を拡充する。また、第三者からも優良な取組であると評価されるレベルを目指し、Green Destinations (GD) やUNWTOによる国際的な認証・表彰の取得促進を図ることで、世界に誇れる持続可能な観光地域の形成を目指す。

(7) 良好な景観の形成・保全・活用

ア 良好な景観の形成

景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上のため、「居心地が良く歩きたくなる」空間の形成及び景観資源の活用を図る取組を支援する。また、重要文化的景観の選定を行うとともに、重要文化的景観の構成要素となる物件の修理・修景等、保存・活用のために必要な措置に対し支援する。

さらに、主要な観光地における景観計画の策定や同計画に基づく重点的な景観形成の取組等を促進し、地域の魅力を増進、創出するため、景観法(平成16年法律第110号)に基づく先進事例に関する情報提供等の取組を行うとともに、各種の啓発活動、景観に関する教育、専門性を有する担い手の育成等のソフト面での各種支援策について充実を図る。

あわせて、屋外広告物の安全対策や違反広告物の是正対策を推進するため、地方公共団体と関係団体等の連携強化を促す。

良好な景観形成に加え、地域固有の観光資源である歴史・文化・風土を生かしたまちづくりを進めるため、地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律(平成20年法律第40号。以下「歴史まちづくり法」という。)に基づく歴史的風致維持向上計画の策定を推進し、歴史的建造物の修理、無電柱化、歴史的なまちなみを阻害する建築物・空地等の美装化、緑化、除却及び地域固有の伝統的な意匠形態を持った新築建築物の外観修景等を支援する。

イ 庭園・公園等を活用した花や緑豊かな都市・地域の魅力発信

国営公園等において、自然的・歴史的景観等の魅力的な観光資源を活用した利用促進を図るため、首里城の復元や明治記念大磯邸園等の整備を推進する。

地域の庭園、公園、植物園等を広域的にネットワーク化し、周遊ルート設定等の相互連携を促す「庭園間交流連携促進計画登録制度」を活用し、ガーデンツーリズムを推進する。

また、市民、企業等とも協働しつつ、全国都市緑化フェア等の緑に関する行催事等を通じ、世界に誇る花と緑豊かな都市の魅力を発信する。

ウ 優れた自然の風景地を生かした地域づくりの推進

優れた自然の風景地における森林、河川、湖沼、山地、海岸、サンゴ礁等の自然環境について、国内外から観光旅行者を呼び込む重要な観光資源でもあることから、その保全と適正な利用を図る。

このため、自然保護思想の普及や、自然公園、国有林野における保護林、世界自然遺産の保全管理の推進等により、自然環境・生態系の保全及び野生生物の保護・管理に取り組むとともに、自然観光資源や明瞭な四季、雪、流水等の美しい自然を生かし、地域住民等と行政の連携を推進する。また、大都市圏においても、関係機関が連携したまとまりのある自然環境の保全・再生・創出の取組を推進することで、地域住民だけでなく広く圏域住民の交流を推進する。

さらに、多様な主体による協働の下、道を舞台に景観・自然・歴史・文化等の地域資源を生かした美しい国土景観の形成を図る運動（日本風景街道等）を促す。特に北海道におけるシーニックバイウェイ「秀逸な道」の取組を推進するとともに、民間団体・企業等と協定を締結し、双方の資源を有効活用するための効果的連携活動を全国で推進する。

エ 観光振興等に資する地域づくり・街並み整備

観光振興等に資する地域づくり・街並みの整備を推進するため、広域的地域活性化基盤整備計画や都市再生整備計画に基づく事業の支援等を行うとともに、住宅等が良好な美観を有していないこと等により住環境の整備改善を必要とする区域において、住宅、地区施設等の整備改善を行う街なみ環境整備事業を推進する。

あわせて、地域の観光拠点、賑わい拠点等となる都市公園の整備、運営等を効率的・効果的に推進するため、公募設置管理制度（Park-PFI）等を活用した民間活力導入による公園の魅力向上等を推進する。

オ 駅周辺等における「観光・まち一体再生」の推進

駅周辺をはじめとした中心市街地等において、市街地再開発事業等により地域の観光の拠点となる商業施設等の建築物や、道路、広場等の公共施設の整備を行い、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を図る。

国家戦略特区においては、都市計画決定等のワンストップ特例の活用により、産業の国際競争力の強化及び国際的な経済活動の拠点の形成を図るために必要な MICE 施設等をスピーディーに整備する。

今後のインバウンド需要の拡大に対応するため、都市公園の占用特例による観光案内所等の設置や、拠点駅及び周辺における空間の再構築、統一的な案内サイン・バリアフリー化等による観光地の回遊性確保、地方公共団体による観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組、容積率緩和制度も活用した民間都市開発におけるバス乗降場の一体的整備を促進する。

カ 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発

重要な観光資源である古都をはじめとする歴史的風土の消失・質的低下を防止し、適切な保存・活用を図るほか、都市公園の整備に当たっては史跡や名勝、豊かな自然環境等地域の魅力ある観光資源を生かす取組を推進する。

また、歴史まちづくり法に基づき、歴史的風致維持向上計画の策定を推進し、文化財を核とした良好な市街地の環境の維持・向上を図る。

キ 景観等に配慮した道路整備の推進

道路が周辺と一体となって景観を形成していることに鑑み、住民と連携しつつ周辺景観と調和した防護柵の設置や道路緑化、歩道緑化等の景観に配慮した道路整備を推進する。また、道路の防災性向上、安全で快適な通行空間の確保、良好な景観・住環境の形成、歴史的街並みの保全、観光振興、地域文化の復興、地域活性化等の観点から、道路管理者、電線管理者、地方公共団体等と連携し、無電柱化推進計画に基づき新設電柱を増やさないための取組、コスト縮減の更なる普及、事業の更なるスピードアップ等を行うことにより引き続き無電柱化を推進する。

ク 道路空間の観光振興への有効活用

道路の再編による歩道の拡幅、自転車通行空間の確保等により道路の利便性や快適性の向上を図るとともに、道路協力団体等、道路を利活用する団体との連携を推進し、地域の観光資源を生かした賑わいの場を創出する。また、地域や民間の創意工夫を活用し、ほこみち（歩行者利便増進道路）制度等によるオープンカフェの設置等、観光振興に資する道路の有効活用を図る。

ケ 国立・国定公園の保護と利用の推進

国立・国定公園の保護及び適正な利用を図るため、自然公園法（昭和 32 年法律第 161 号）に基づく公園区域や公園計画のおおむね 5 年おきの定期的な見直しを行うとともに、良好な風致及び景観が損なわれないよう必要な保護規制を行う。

また、我が国の優れた自然景観を生かした自然とのふれあいの推進を図るため、自然公園指導員やパークボランティアによる利用者指導や自然解説の充実、国立公園等における子どもの自然体験活動の促進に向けたプログラム作成等を推進する。

森・里・川・海つながりにより育まれてきた自然環境と地域のくらしを後世に伝え、自然の恵みと脅威を学びつつ、それらを活用しながら復興する「グリーン復興プロジェクト」に基づき設定したみちのく潮風トレイル、同プロジェクトに基づき創設され現在は国立公園満喫プロジェクトの水平展開を進める三陸復興国立公園、及び福島県内の自然資源活用による復興を図る「ふくしまグリーン復興構想」に基づく取組のシナジー効果を最大化し、地元の取組の広域的な連携を促進すること等により、東北の復興と観光振興を図る。

コ 世界自然遺産地域の適正な保安全管理

世界遺産について、その価値を維持し、観光資源としての持続可能な活用にも寄与するよう、適正な保安全管理を行う。「知床」、「屋久島」、「白神山地」及び「小笠原諸島」については、科学的知見に基づき、地域関係者との合意形成を図りながら、引き続き保安全管理の充実に取り組む。「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」については、令和3年7月の世界遺産登録決定の際に世界遺産委員会から求められた観光管理を含む要請事項に適切に対応していくとともに、各遺産地域に持続可能な観光利用を促進するための観光管理施設を整備し、引き続き関係機関と連携して必要な取組を進める。

サ 観光振興及び賑わい創出に資する港湾空間の利活用

港湾における緑地や広場が、港湾の自然環境の保全、港湾の良好な景観の形成、港湾労働者の労働環境及び周辺住民の生活環境の向上等の場等の機能を果たしていることに鑑み、港湾協力団体等との協働による各地域の文化・歴史及び地域の観光資源を生かした地域づくりを推進する。また、港湾緑地等の再整備と魅力向上を効果的に推進するため、港湾環境整備計画制度等を活用し民間活力導入による水際線を生かした質の高い賑わい空間の創出を図る。

シ 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

港湾における流木等の漂流物の回収や干潟・藻場等の再生・創出等により、今後親水性の高い良好な港湾環境・景観を創造する。また、汚濁が著しい河川の水質改善、多自然川づくりの推進等により、良好な河川環境を保全・創出する。

ス 河川空間を活用した賑わい創出の推進