「基本的な方針」についての整理

参考資料１

観光庁

計画期間：2023～2025年度

○　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**。また、特に**国際観光は、国際相互理解の増進と国際平和**に重要な役割。

○　コロナ前からの課題やコロナによる変化を踏まえ、**持続可能な形で観光を復活させる。**

○　2025年には**大阪・関西万博**など、観光回復の起爆剤となるイベントも開催予定。**2025年に向けて、「インバウンド回復」「国内交流拡大」「高付加価値で持続可能な観光地域づくり」**に戦略的に取り組む。

＜現状・課題＞

（国際観光）

- コロナで需要はほぼ消滅。**本格回復は2025年頃**の見込み
  - 世界の国際航空旅客のコロナ前水準への回復は2025年との国際機関（IATA）予測
- **国際情勢の複雑化**による国際相互理解増進の重要性
- インバウンド**一人当たり消費額**が伸び悩み、高付加価値旅行層の獲得シェアも低い（約１％）
- インバウンド**訪問先の地域が偏在**（上位10県に８割の観光客が集中）
- 世界的な**「持続可能性」**への関心の高まり
  - 世界の旅行者の約71%がサステナブルな旅行に関心とのデータ
  - 世界のアドベンチャーツーリズムの市場は2026年に173兆円まで成長との予測

（国内観光）

- コロナで需要は半減。インバウンドより早期に回復の見込み
- 今後も我が国の**人口減少**に影響を受ける（2019年→2025年で約３％人口減）

（観光地域・観光産業）

- 一部観光地で、**観光客による混雑、マナー違反**など**住民との課題**が発生
- 観光産業は、**低い生産性、人材不足**など構造的課題
  - 宿泊業の労働生産性は、全産業平均の約７割
  - 宿泊業、飲食サービス業の欠員率は、全産業平均の２倍以上

＜戦略的取組の方向性＞

国際相互交流を促進するインバウンド回復

- 円安メリットも活かし、速やかに**消費額５兆円**超の達成を目指す
- **消費額・地方誘客を重視**したインバウンドの本格回復を図る

国内交流拡大

- 国内旅行の**実施率向上、滞在長期化**を目指す
- **新たな交流市場の開拓**を図る

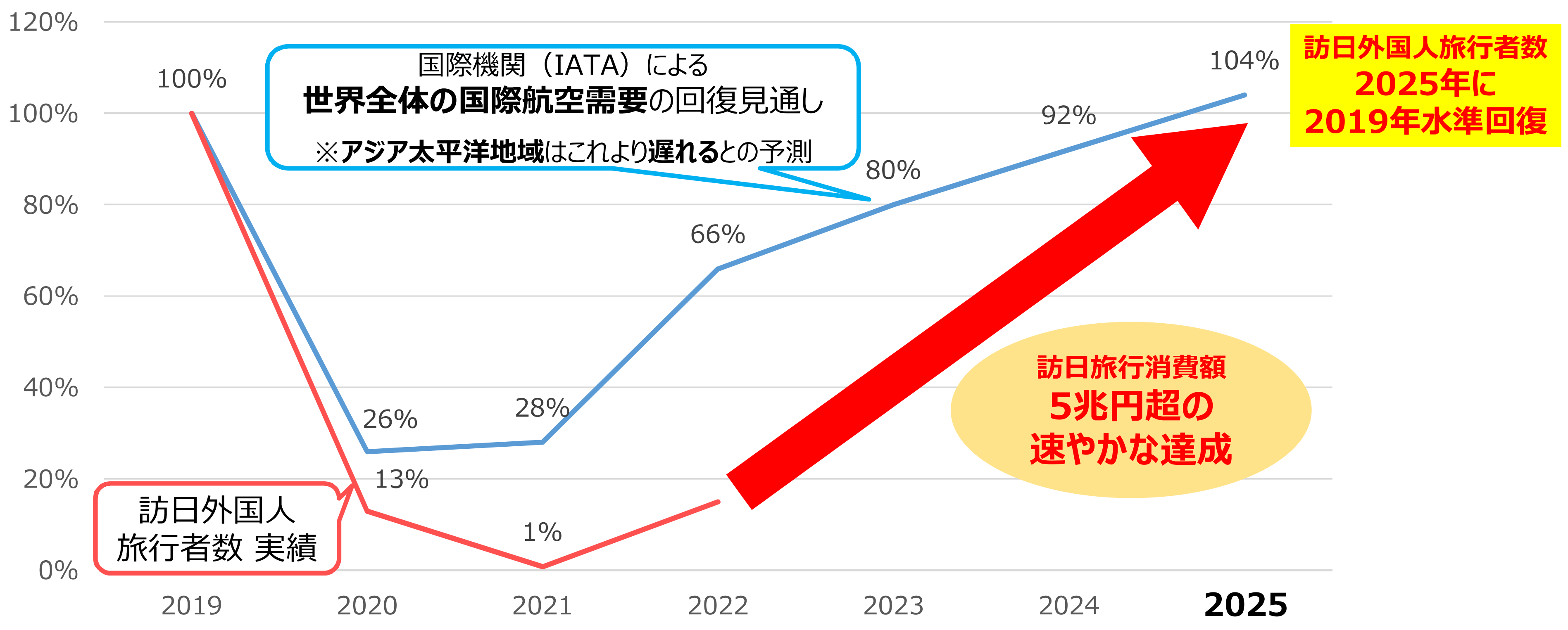
高付加価値で持続可能な観光地域づくり

- 観光を通じて**「稼げる地域」の実現**を目指す
- **自然、文化の保全**と観光が両立し、**地域住民とも連携**した「住んでよし、訪れてよし」の**持続可能な観光**地域づくりを目指す

インバウンド目標の考え方についての整理

○ インバウンドの**2025年コロナ前水準（2019年）への回復**と、**旅行消費額5兆円超の速やかな達成**を目指すことが前提。
○ コロナ前の課題とコロナによる変化を踏まえ、**質の向上**を強調する目標とし、**人数に依存しない指標を中心に設定。**

訪日外国人旅行者数（2019年比の割合）



出典：IATA メディアリリース、JNTO「訪日外客数」

「観光立国の実現に関する目標」項目イメージ

観光庁

	（2019年実績）	速やかな達成を目指す目標	2025年目標設定イメージ
インバウンド回復戦略			
① **訪日外国人旅行消費額単価**	**15.9万円/人** (旅行消費額　4.8兆円)	旅行消費額 **5兆円超**	**○○万円/人** （2019年実績から増）
② **訪日外国人旅行者一人当たり地方部*1宿泊数**	**1.35泊** (地方部延べ宿泊者数 4,309万人泊)		**○○泊** （2019年実績から増）
③ **訪日外国人旅行者数**	**3,188万人**		2019年実績への **回復**
■ 日本人の海外旅行者数	（2019年：2,008万人）		
■ 国際会議の開催件数割合	（2019年：アジア主要国*2中のシェア30.4%）		
国内交流拡大戦略			
④ **日本人の地方部*1延べ宿泊者数**	**3.0億人泊**		**○○億人泊** （2019年実績から増）
■ 国内旅行消費額	（2019年：21.9兆円）		
高付加価値で持続可能な観光地域づくり戦略	**（2022年実績）**		
⑤ **持続可能な観光に取り組む地域数（新たに設定）**	12地域 （うち 国際認証・表彰地域*3 6）		**○○地域** **（うち 国際認証・表彰地域○○）** （2022年実績から大幅増）

*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 アジア主要国とは、日本、中国、韓国、オーストラリア、シンガポールをいう。
*3 国際認証・表彰地域とは、Green Destinations (GD)、UNWTO Best Tourism Villages (BTV)の認証・表彰を受けた地域をいう。

政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策」についての整理

観光庁

	消費額拡大に効果が大きい施策	地方誘客に効果が大きい施策	持続可能な観光に効果が大きい施策
インバウンド回復戦略	**インバウンドの本格回復に向けた集中的取組** **消費拡大に向けた新たなコンテンツ造成支援** ・アドベンチャー・アート・ガストロノミー・庭園　等 **高付加価値旅行者層の誘致** **戦略的な訪日プロモーションの実施** **魅力ある公的施設の開放・公開** ・三の丸尚蔵館・迎賓館　等 MICE誘致／大阪・関西万博との連携／IR整備 外国人向け免税制度の利用促進 受入環境整備 アウトバウンドの促進 二国間の観光交流の取組の推進	**地方におけるコンテンツ創出支援** ・スノーリゾート形成 ・国立公園の魅力向上 ・滞在型農山漁村（農泊）の推進 ・歴史的資源を活用したまちづくり ・文化財を中核とした観光拠点の整備　等 **高付加価値旅行者層の誘致（再掲）** **戦略的な訪日プロモーションの実施（再掲）** 地域のコンテンツ連携促進 ・長期滞在者向け周遊ルートの形成促進 地方直行便の増便促進 大都市から地方への周遊円滑化の促進	**サステナブルツーリズムの推進** アドベンチャーツーリズムの推進 地球環境に配慮した旅行の推進
国内交流拡大戦略	国内旅行需要喚起 ユニバーサルツーリズムの推進 観光地におけるMaaSの導入促進	**ワーケーションの推進** **「第２のふるさとづくり」** 大阪・関西万博と連携した観光振興	**国内旅行需要の平準化**
高付加価値で持続可能な観光地域づくり戦略	**観光地の再生・高付加価値化** ・宿泊施設のリノベーション　等 **観光DXの推進** ・デジタル化による観光産業の収益性向上 ・観光デジタル人材の育成・活用	**観光地の再生・高付加価値化（再掲）** **観光地再生のための人材育成** ・観光地経営人材等の育成 地域資源の磨き上げ DMOの体制整備	**持続可能な観光地域づくり** ・マネジメント体制の構築支援 ・自然、文化等の保全に配慮したコンテンツ造成 ・地球環境に配慮した旅行の推進　等 **観光地の再生・高付加価値化（再掲）** 観光地域における良好な景観の保全