

新たな観光立国推進基本計画の素案(概要)

交通政策審議会 第54回観光分科会 配布資料 【資料1】



Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism



次期基本計画の基本的方針 (概要)

新たな基本計画策定に向けた基本的な考え方①

観光の意義

少子高齢化・人口減少が進む中、観光は、国内外からの交流人口・関係人口の拡大によって地域の活力維持に資するとともに、諸外国との双方向の交流により国際相互理解の促進にも大きく寄与するものである。

また、都市部への人口流入等により、地方の稼ぐ力が低下している中、観光産業は今や日本第2位の輸出産業に急成長しており、地域経済・日本経済の発展をリードする戦略産業となっている。このように、観光は、経済、社会、国際等の様々な観点で極めて重要な意義を有している。

課題

一方、一部の都市・地域への観光客の集中により、生活の質が低下しているなどの地域住民の声も一部にあり、観光客の更なる受入れに関する国民の懸念も生じている。今回の基本計画の策定に当たっては、まず大前提として、こうした現状を真摯に受け止め、効果的な対策を講ぜずして更なる観光客の受入れに関する国民の理解は得られないという強い危機意識の下で、計画策定に取り組むべきである。とりわけ、現在国が掲げている2030年インバウンド6,000万人、15兆円消費をはじめ、観光立国の実現を目指していくためには、施策の充実・強化を通じて、国民の理解を得る不断の努力が不可欠である。

また、将来にわたって観光の多面的意義を発揮していくためにも、深刻な人材不足への対応や高付加価値化に加え、災害、感染症危機、国際情勢の変化等の様々なリスクに対する強靱性を確保し、観光の持続可能性を高めていく取組も必要である。

2

新たな基本計画策定に向けた基本的な考え方②

今後の取組

こうした考え方の下、新たな基本計画においては、まず、長期的な視点に立って、地方誘客・需要分散や混雑・マナー違反对応等のオーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の抜本的な強化を行うなど、観光客の受入れと住民生活の質の確保との両立のための施策により重点を置くべきである。その際、交通やまちづくりとの連携の強化にも注力すべきである。人口減少等により地域住民による需要が減少する中、観光客の需要を取り込むことにより交通ネットワークの確保・機能強化も可能となり、魅力的な観光地に向けたまちづくりを通じて、地域住民が誇りと愛着を持つことができる美しい街並みへの再生、歴史・文化等に関する観光資源の保護も可能となる。

併せて、様々な国・地域からの誘客の促進、国内交流の拡大、消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実をはじめ、観光の持続的な発展に向けた施策にも取り組んでいくべきである。

こうした地域住民と観光客双方の満足度を向上させる施策や観光地・観光産業の強靱化等のための施策を推進し、観光が地域住民に裨益していく姿、地域の持続的な発展につなげていく姿を示すことにより、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させることができる観光を目指していくべきである。

3

第4次観光立国推進基本計画		第5次観光立国推進基本計画（案）	
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 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 により、コロナ前より進んだ形で観光が復活	目指す姿（案）	<ul style="list-style-type: none"> 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 「働いてよし」の観光産業の実現 により、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
キーワード	持続可能な観光	施策の方向性（案）	観光の持続的な発展
	消費額拡大		消費額拡大
	地方誘客促進		地方誘客促進
施策の柱	持続可能な観光地域づくり戦略 ・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	施策の柱（案）	観光と交通・まちづくりとの連携強化
	インバウンド回復戦略 ・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		新技術の活用・本格展開
	国内交流拡大戦略 ・国内需要喚起 ・ワーケーション、第2のふるさとづくり ・国内旅行需要の平準化		インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立 ・局所的・地域的に生じている混雑・マナー違反等への効果的な対策 ・地方誘客を進めるための広域的な体制の整備 ・消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実 ・地方部への交通ネットワークの機能強化 等
			国内交流・アウトバウンド拡大 ・ワーケーション※の促進等による休暇の分散・旅行需要の平準化 ・関係人口の創出や二地域居住の促進 ・国内・海外旅行の需要喚起に向けた機運醸成 等
			観光地・観光産業の強靱化 ・持続可能性を高めるためのインバウンド市場・観光コンテンツの多様化 ・観光DX、省力化投資等による生産性向上 ・健全な競争環境の整備 ・ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応 等

※「ラーニング(learning)」「(学問)」と「バケーション(vacation)」「(休暇)を組み合わせた造語。
 愛知県等の一部の地方公共団体では、子どもが平日に校外学習を行うことで学校を欠席扱いしないことにより休暇の分散化を進めている。

次期基本計画の施策（概要）

1. インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立

（1）混雑・マナー違反等の個別課題への対応

- ① 過度の混雑対策
 - I 観光客が集中する地域の受入環境の充実（パークアンドライドの実施等）
 - ア 生活道路の渋滞対策・パークアンドライド駐車場の整備
 - イ 歩行空間の拡大や交通結節点の整備等
 - II 乗降時や車内等の混雑緩和（手ぶら観光の推進等）
 - ア 手ぶら観光の推進
 - イ 公共交通機関のチケット購入や運賃支払いのキャッシュレス・多言語化、MaaSや配車アプリ等の導入・サービス拡充
 - ウ 空港業務人材の確保やFAST TRAVEL推進等による生産性向上
 - III 輸送力の増強による「観光の足」の確保
 - ア 「観光の足」確保に向けた「交通空白」の解消と地域交通のリ・デザインの全面展開
 - イ 長編成LRT車両・連節バス導入
 - IV 需要に応じた入域管理や予約制の導入
 - ア 地域における入域管理や予約制の導入
 - イ 国立公園等における適切な管理
 - ウ 富士山での適正な入山管理、軽装登山、ごみ投棄等の防止
 - V 需要の分散・平準化（混雑状況の見える化による混雑回避の誘発等）
 - ア 混雑状況の見える化による混雑回避の誘発
 - イ 文化財等の早朝・夜間体験等の促進
- ② マナー違反対策
 - ルール周知の徹底、スマートゴミ箱の設置等のマナー違反行為の防止・抑制の取組
- ③ その他のインバウンドの増加に伴う対応
 - ア 各種民泊の適切な運営確保
 - イ 外国人患者受入体制の充実及び医療費不払いの防止
 - ウ 不法滞在者ゼロプランの強力な推進
- ④ 地域一体となった持続可能な観光地域づくりの推進
 - ア 地域住民と協業した観光振興の推進
 - イ 観光の意義についての国民理解の増進
 - ウ 「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）に基づく取組の促進
 - エ 地球環境に配慮した観光の推進
 - オ エコツーリズムの推進

⑤ 出入国に関する措置等の受入体制の確保

- ア 円滑な出入国及び通関等の環境整備等
 - イ 査証業務の最適化と体制強化
- ### （2）地方誘客の推進による需要分散
- #### ① 地方の観光地の魅力向上・地方誘客
- I 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
 - II 地方誘客、地域周遊・長期滞在を促進するための中長期な戦略に基づく取組の推進
 - III 戦略的な訪日プロモーションの実施
 - ア 様々な国・地域への戦略的な訪日プロモーションの実施
 - イ 欧米豪市場等の新規訪日層の開拓
 - ウ アジア市場等のリピーター層の再訪日意欲喚起
 - エ 地域の魅力の海外発信
 - オ AI等デジタル技術の活用
 - IV 大規模イベントを活用した情報発信
 - ア GREEN×EXPO 2027（2027年国際園芸博覧会）に向けた対外発信
 - イ 大阪・関西万博等のレガシー活用
 - V 各分野と連携した情報発信
 - ア 大使・総領事の公邸等を活用した観光プロモーション等の推進
 - イ クールジャパンの海外展開
 - ウ 日本文化に関する情報の総合発信
 - エ 日本食・日本食材等の海外への情報発信
 - オ 国際放送による情報発信の強化
 - カ 外国報道関係者の招へい等を通じた対外発信
 - キ 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

1. インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立

- ② 地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実
 - I ハード・ソフト両面での地域の観光資源の磨き上げ
 - II 歴史資源の観光活用
 - ア 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進
 - イ 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発
 - III 文化資源の観光活用
 - ア 文化資源の観光資源としての魅力の向上
 - イ 博物館・美術館等の文化施設の充実
 - ウ 国際的な芸術祭の活用
 - エ 舞台芸術の振興、情報発信等
 - オ 芸術の観光への活用を推進する人材の育成
 - カ コンテンツ分野の人材育成
 - キ エンタメ・コンテンツ産業への戦略的支援
 - ク アニメやマンガ、映画等のコンテンツを活用した観光の推進
 - ケ NEXT日本博（仮称）の推進
 - コ 世界遺産の推薦及び保存・活用
 - サ アイヌ文化の魅力の発信
 - IV 自然資源の観光活用
 - ア アドベンチャーツーリズムの推進
 - イ 国立公園等の魅力向上とブランド化
 - ウ 国民公園の魅力向上・創出
 - エ エコツーリズムの推進（再掲）
 - オ 農泊の推進を通じた滞在型農山漁村の確立・発展
 - カ 温泉の観光活用
 - V 食の観光活用
 - ア ガストロノミーツーリズムの推進
 - イ 酒蔵ツーリズムの推進
 - VI スポーツの観光活用
 - ア スポーツツーリズムの推進
 - イ サイクルツーリズムの推進
 - ウ 国際競争力の高いスノーリゾートの形成
 - VII その他の観光資源の活用
 - ア 魅力ある公的施設の公開・開放
 - イ 医療や健康増進と連携した観光の推進
 - ウ インフラツーリズムの推進
 - エ ローカル鉄道の魅力向上による地方誘客推進
 - オ 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
 - カ デジタルノマドの誘客促進
 - キ 離島地域等における観光振興
- ③ 高付加価値旅行者の受入環境整備
 - 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進
- ④ MICE誘致・開催
 - ア ポストコロナの時代におけるMICE誘致・開催の意義の発信
 - イ 政府一体となったMICE誘致・開催
- ⑤ 地方部への交通ネットワークの機能強化
 - ア 快適な旅を実現する環境の整備
 - イ 航空ネットワークの強化
 - ウ 空港機能の抜本的強化等
 - エ クルーズの持続的な成長に向けた取組
 - オ 空港等へのアクセス向上
 - カ 「観光の足」確保に向けた「交通空白」の解消と地域交通のリ・デザインの全面展開（再掲）
 - キ 地域交通DXの推進
 - ク 公共交通事業者等による利便増進措置等
 - ケ 新幹線等を利用する訪日外国人旅行者の国内移動の活性化
 - コ 空飛ぶクルマを活用した新たな観光の価値の創出
 - サ わかりやすい道案内等の充実
 - シ 幹線鉄道ネットワークの整備推進
 - ス 都市鉄道の整備
 - セ 高速道路の整備等
 - ソ 地域内の道路・道の駅の整備
 - タ 道路交通の円滑化
 - チ 旅客船ターミナル・旅客船の整備
 - ツ 港湾空間・みなとオアシスの整備等
- ⑥ ストレスフリーな観光の推進
 - ア 観光地のインバウンド対応の支援
 - イ 観光案内拠点の充実
 - ウ 観光地域における案内表示等の充実
 - エ キャッシュレス環境等の改善
 - オ 多様な宗教的、文化的習慣を有する旅行者の受入環境の充実
 - カ 伝統芸能等における外国人対応の推進
- ⑦ 国際相互交流の促進
 - ア 留学生の増加と活用
 - イ 訪日教育旅行の促進
 - ウ ワーキング・ホリデー制度の導入促進
 - エ 海外の青少年等との交流促進
 - オ 日中韓三国間の観光交流と協力の強化
 - カ 二国間の観光交流の取組の推進
 - キ 姉妹・友好都市提携等の活用
 - ク 地域レベルの国際交流・国際協力の推進
 - ケ 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進
 - コ 海外における日本語教育

2. 国内交流・アウトバウンド拡大

(1) 国内旅行需要の平準化の促進

- ア ラーケーション※等の促進
- イ 休暇を取得しやすい職場環境の整備
- ウ 休暇取得の分散化の促進

(2) 新たな交流市場の開拓

- ア ワークーションの普及・定着
- イ 関係人口の創出や二地域居住の促進
- ウ ユニバーサルツーリズムの推進
- エ 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化
- オ 共生社会の実現に向けたユニバーサルデザインの推進
- カ 身体障害者等の運賃割引の促進

(3) 国内交流の活性化

- ア 国内旅行の促進のための関係者が協力した取組の推進
- イ 農泊の推進を通じた滞在型農山漁村の確立・発展（再掲）
- ウ 都市と農山漁村の交流を通じた関係人口の創出
- エ 農山漁村の地域資源の活用支援
- オ 離島地域等における観光振興（再掲）
- カ マリンレジャーを活用した地域観光の振興等
- キ 「海事観光」の情報発信の強化
- ク 水辺における環境学習・自然体験活動等の推進
- ケ アイス文化の魅力の発信（再掲）
- コ 「観光の足」確保に向けた「交通空白」の解消と地域交通の「リ・デザイン」の全面展開（再掲）

(4) 観光復興に向けた再生支援

- ア 東日本大震災からの観光復興
- イ 能登地域の観光復興に向けた取組

(5) アウトバウンドの促進

- ア 海外教育旅行を通じた若者のアウトバウンドの促進
- イ 地方空港を活用した相互交流の促進
- ウ 日本人海外旅行者等の安全対策
- エ 開発途上国等の観光振興に対する協力
- オ 旅券を取得しやすい環境の整備

※「ラーニング(learning)」「(学習)」と「バケーション(vacation)」「(休暇)」を組み合わせた造語。
愛知県等の一部の地方公共団体では、子どもが平日に校外学習を行うことで学校を欠席扱いしないことにより休暇の分散化を進めている。

3. 観光地・観光産業の強靱化

(1) 観光地の強靱化

- ア 自然資本の地域観光への利活用推進
- イ 良好な景観の形成
- ウ 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
- エ 優れた自然の風景地及び野生生物を生かした地域づくりの推進
- オ 国立・国定公園の保護と利用の推進
- カ 世界自然遺産地域の適正な保安全管理
- キ 観光振興等に資する地域づくり・街並み整備
- ク 駅周辺等における「観光・まち一体再生」の推進
- ケ 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発（再掲）
- コ 景観等に配慮した道路整備の推進
- サ 道路空間の観光振興への有効活用
- シ 観光振興及び賑わい創出に資する港湾空間の利活用
- ス 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出
- セ 河川空間を活用した賑わい創出の推進
- ソ 舟運の活性化
- タ 社会資本整備等における観光振興への配慮
- チ 地域ブランドの振興
- ツ 特区制度等の活用
- テ 地域の伝統芸能等の支援
- ト 地域の文化芸術の振興
- ナ 文化観光拠点等の整備
- ニ 文化財の保存・継承
- ヌ ナショナル・トラスト運動等の民間取組の推進
- ネ 離島地域等における観光振興（再掲）

(2) 持続可能性を高めるためのインバウンド市場・観光コンテンツの多様化

- I 戦略的な訪日プロモーションの実施（再掲）
 - ア 様々な国・地域への戦略的な訪日プロモーションの実施
 - イ 欧米豪市場等の新規訪日層の開拓
 - ウ アジア市場等のリピーター層の再訪日意欲喚起
 - エ 地域の魅力の海外発信
 - オ AI等デジタル技術の活用
- II 地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実（再掲）

(3) 観光DX・地域交通DXの推進

- ア 観光DXの推進
- イ 地域交通DXの推進（再掲）
- ウ 観光分野におけるスタートアップ支援
- エ 観光に関する統計等の整備・利活用の推進
- オ ETC2.0データを活用した周遊ルートや滞在時間等の分析

(4) 観光産業の経営力強靱化

- 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
- イ 観光産業の再生支援
- ウ 宿泊施設の整備促進
- エ 官民ファンドによる事業再生支援等の強化
- オ 海外の有望な観光関連企業の誘致
- カ 廃旅館等への対応による観光地再生の推進

(5) 健全な競争環境の整備

- 旅行業務の適正な運営の確保等

(6) 観光人材の確保

- ア 観光地・観光産業の担い手の確保
- イ 通訳ガイドの質の向上及び活用の拡大
- ウ 持続的なローカルガイドの確保

(7) 多様なニーズに対応した受入環境整備

- ア ユニバーサルツーリズムの推進（再掲）
- イ 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化（再掲）
- ウ 共生社会の実現に向けたユニバーサルデザインの推進（再掲）
- エ 身体障害者等の運賃割引の促進（再掲）
- オ 多様な宗教的・文化的習慣を有する旅行者の受入環境の充実（再掲）

(8) 休暇の分散・旅行需要の平準化

- ア ワークーションの普及・定着（再掲）
- イ 関係人口の創出や二地域居住の促進（再掲）
- ウ ラーケーション等の促進（再掲）
- エ 休暇を取得しやすい職場環境の整備（再掲）
- オ 休暇取得の分散化の促進（再掲）

(9) 災害・感染症危機・テロ対策等安全・安心な滞在環境の実現

- ア 防災情報の提供
- イ 避難体制の強化
- ウ 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減
- エ クマに関する注意喚起や出没情報等に関する多言語発信
- オ 次の感染症危機への対応
- カ 公共交通機関の安全対策の推進
- キ 道路交通の安全対策等の推進
- ク 宿泊施設の防火安全対策の推進
- ケ テロ対策及び犯罪対策の推進
- コ 外国人の急訴・相談等への対応環境の整備

次期基本計画の目標設定（概要）

10

現行の基本計画の目標の達成状況

第4次観光立国推進基本計画の目標	目標値【2025年まで】	実績値【2024年】 ＜赤字：2025年＞
＜持続可能な観光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	100地域	46地域 <118地域>
＜インバウンド回復戦略＞		
2. 訪日外国人旅行消費額	5兆円 (早期に)	8.1兆円 <9.5兆円(速報値)>
3. 訪日外国人旅行消費額単価	20万円	22.7万円 <22.9万円(速報値)>
4. 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数	2泊	1.4泊
5. 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え	3,687万人 <4,268万人(推計値)>
6. 日本人の海外旅行者数	2019年水準超え	1,301万人 <1,473万人(推計値)>
7. 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	アジア最大開催国 (30%以上)	アジア最大開催国 (33.4%)
＜国内交流拡大＞		
8. 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊	3.1億人泊
9. 国内旅行消費額	22兆円	25.2兆円

 達成済の項目

11

新たな基本計画における観光立国の推進に関する目標（案）

新たな基本計画の目標（案）	【2030年】 ＜青字：2024年実績値＞ ＜赤字：2025年実績（速報）値＞	【2030年】 ＜参考＞観光ビジョン ¹⁾ の目標	【2025年まで】 ＜参考＞現行計画の目標
＜インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立＞			
1. 観光客の受入れと住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数【新】	100地域 ＜26地域＞＜47地域（確定値）＞	-	-
2. 訪日外国人旅行者数	6,000万人 ＜3,687万人＞＜4,268万人（推計値）＞	6,000万人	2019年水準超え
3. 訪日外国人旅行者に占めるリピーター数【再設定】 ²⁾	4,000万人 ＜2,422万人＞＜2,761万人（速報値）＞	（見直し）…… 3,600万人	-
4. 訪日外国人旅行消費額	15兆円 ＜8.1兆円＞＜9.5兆円（速報値）＞	15兆円	5兆円（早期に）
5. 訪日外国人旅行消費額単価	25万円 ＜22.7万円＞＜22.9万円（速報値）＞	（見直し）	20万円
6. 訪日外国人旅行者の地方部 ³⁾ における延べ宿泊者数【再設定】 ²⁾	1.3億人泊 ＜5,086万人泊＞	1.3億人泊	-
7. 国際会議の開催件数	アジア最上位、世界5位以内 ＜アジア最大開催国、世界7位＞	（見直し）	アジア最大開催国（30%以上）
＜国内交流・アウトバウンドの拡大＞			
8. 国内旅行消費額	30兆円 ＜25.2兆円＞	（見直し）…… 22兆円	22兆円
9. 日本人の地方部 ³⁾ 延べ宿泊者数	3.2億人泊 ＜3.1億人泊＞	-	3.2億人泊
10. 日本人の海外旅行者数	過去最高値(2,008万人)超え ＜1,301万人＞＜1,473万人（推計値）＞	（見直し）	2019年水準超え
＜観光地・観光産業の強靱化＞			
11. 宿泊業が創出した付加価値額【新】 ⁴⁾	6.8兆円 ＜4.3兆円（2024年度）＞	-	-

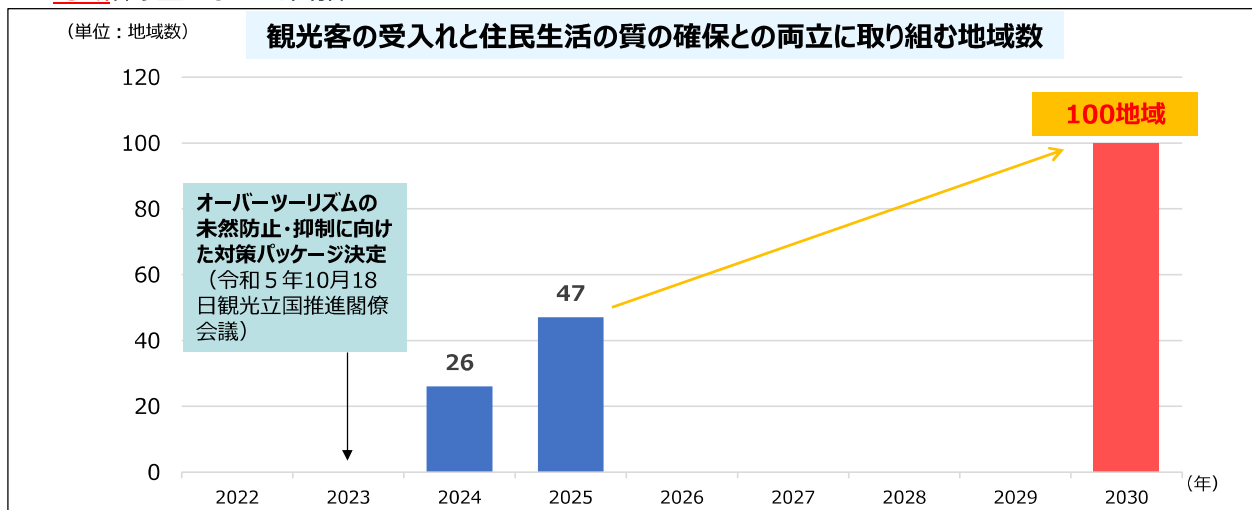
*1：「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議にて決定）
 *2：第3次計画（平成29年3月28日閣議決定）以来の再設定
 *3：基本計画及び観光ビジョンの目標の「地方部」は三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。
 *4：付加価値額＝営業利益⁵⁾－支払利息等＋人件費（役員給与・役員賞与・従業員給与・従業員賞与・福利厚生費）＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課
⁵⁾営業利益＝売上高－売上原価－販売費及び一般管理費

目標 1：観光客の受入れと住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数

2030年目標案 100地域〔2025年実績：47地域〕

【考え方】

- 一部の場所・時間帯における観光客の過度な集中やマナー違反行為が生じており、住民生活に支障が出ているため、各地域が継続的かつ計画的に住民生活の質の確保のための対策を講じていく必要がある。そのため、過度な混雑やマナー違反対策など、観光客の受入れと住民生活の質の確保との両立に取り組む地域を100地域作り上げることを目指す。



【参考：2024年、2025年の地域数の数え方】

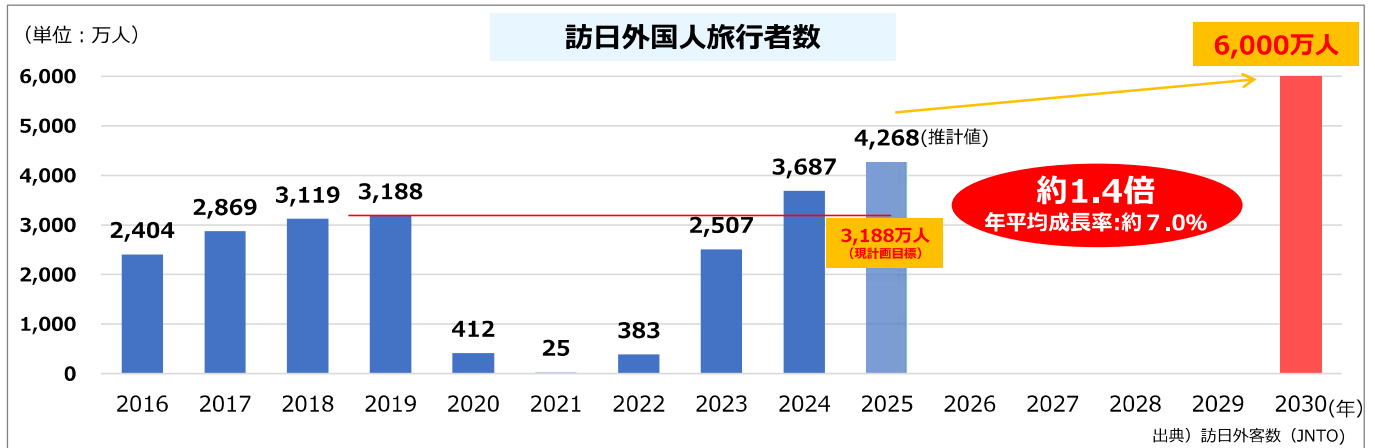
- 令和5年度及び令和6年度の補正予算事業として措置された「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」において、それぞれ「先駆モデル地域」、「地域一体型」として採択され、地域住民の方々の声を反映しながら地域の観光関連事業者等が議論する場を設置して、課題の分析や対策を検討し、各種取組を講じている地域数。

目標2：訪日外国人旅行者数

2030年目標案 6,000万人〔2025年推計値：4,268万人〕 ※観光ビジョンの目標値と同様

【考え方】

- 観光客の受入れと住民の生活の質の確保の両立が図られることを前提とし、オーバーツーリズムの未然防止・抑制にしっかりと取り組んだうえで、観光ビジョンに掲げた2030年**6,000万人**を目標とする。
- 訪日外国人旅行者数の拡大を図るにあたり、戦略的な訪日プロモーション等の取組みを通じ、消費単価が高く、訪日未経験者が多い欧米豪市場や中東市場の旅行者を中心に、様々な国・地域からの訪日を促進する。



【参考：現行計画の目標設定（2025年までに2019年水準3,188万人超え）時の考え方】

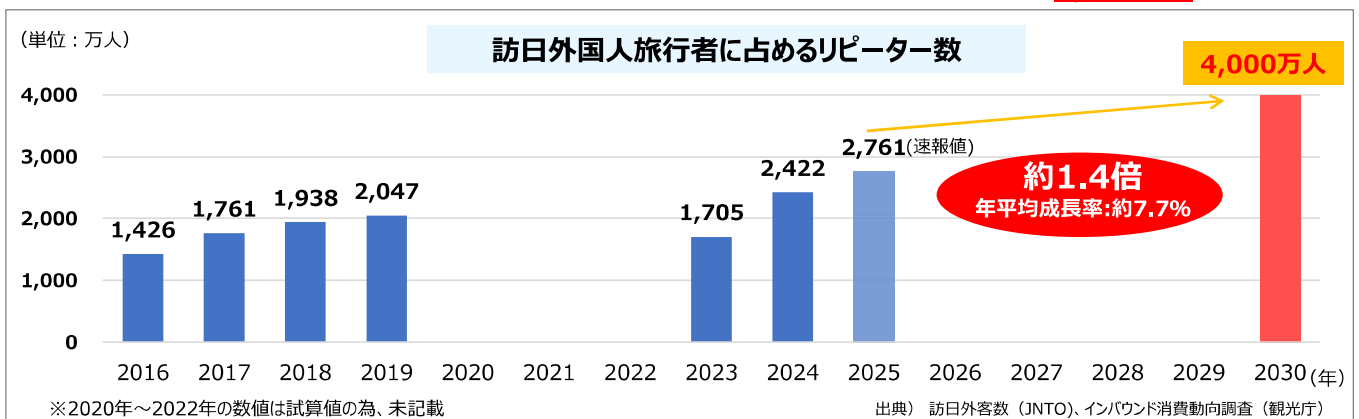
- 国際航空需要の回復見通しを踏まえ、2025年にコロナ前（2019年）水準超えを目指すもの。
- インバウンドの本格回復に向けた集中的取組、戦略的な訪日プロモーションの実施等により、質の高い観光にシフトさせつつ訪日外国人旅行者数の回復・増加を図る。

目標3：訪日外国人旅行者に占めるリピーター数

2030年目標案 4,000万人〔2025年速報値：2,761万人〕 ※観光ビジョンの目標値以上

【考え方】

- 訪日外国人旅行者数を今後も拡大するためには、旅行者に繰り返し日本を訪れてもらうことも必要であり、我が国の観光の魅力を高め、質の向上を図ることにより、訪日外国人旅行者の満足度を高め、リピーターを増やしていくことが重要である。
- リピーターは、日本文化や習慣への理解が深い傾向にあり、適切なマナーでの滞在も期待できるとともに、地方部などこれまで訪れていない観光地への訪問意欲も高いことから、住民生活の質の確保と地方誘客の促進に寄与する重要な担い手である。これまで以上に地方分散やマナー違反対応が重要となっていることを踏まえ、訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数目標等の達成にも資する規模のリピーター数を確保するため、2030年**4,000万人**を目標とする。



【参考：明日の日本を支える観光ビジョン目標設定時の考え方】

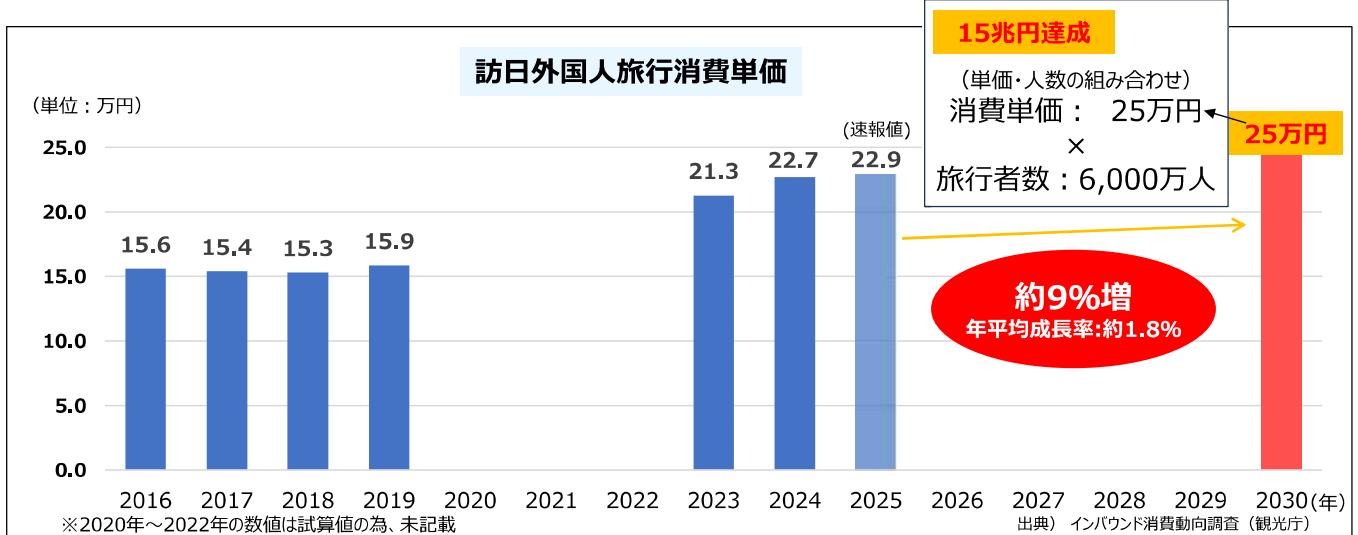
- 我が国の観光の魅力を高め、質の向上を図ることにより、訪日外国人旅行者の満足度を高め、リピーターを増加させることが重要である。
- このため、外国人リピーター数について、訪日客数全体の増加に匹敵する伸びを達成すべく、2020年は現在（2015年）の約2倍となる2400万人、2030年は約3倍となる3600万人を目指す。

目標4,5: 訪日外国人旅行消費額, 消費単価

2030年目標案 消費額: 15兆円 (2025年速報値: 9.5兆円) / **消費単価: 25万円/人** (2025年速報値: 22.9万円/人)

【考え方】

- インバウンド消費額**15兆円**の達成と、その後の持続的な消費拡大を図るため、旅行者1人当たりの消費単価を**25万円**に引き上げることを目指す。
- 消費単価が高く、訪日未経験者の多い市場へのプロモーションや、地方への誘客・長期滞在の促進、観光コンテンツの造成・質の向上等を通じて、高付加価値な観光を促し、消費単価の向上を図る。

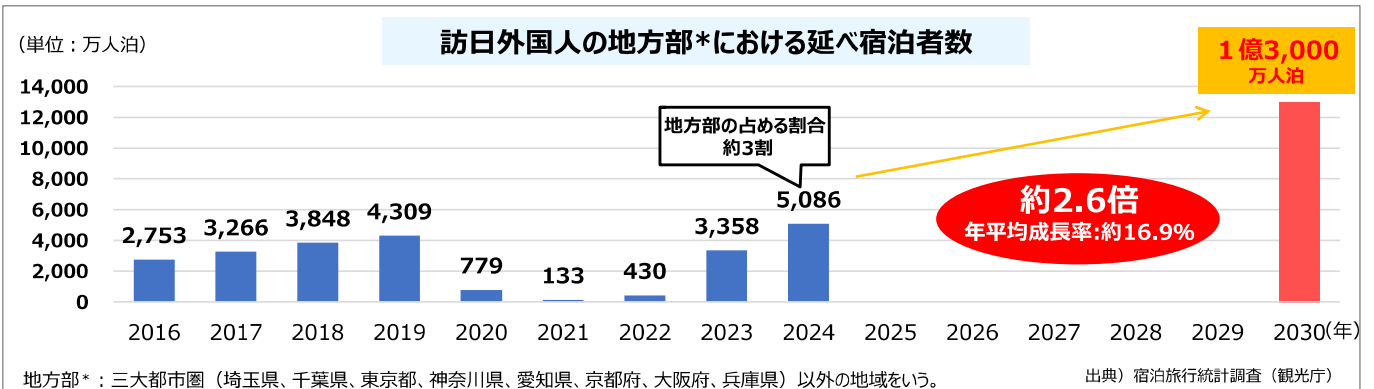


目標6: 訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数

2030年目標案 1億3,000万人泊 (2024年実績: 5,086万人泊) ※観光ビジョンの目標値と同様

【考え方】

- 訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数は、アジア・欧米豪市場ともに着実に増加しているが、更なる地方誘客を促進するため、DMOを核とした観光地経営のもと、観光コンテンツ造成、受入環境整備等を行うことにより、当面、三大都市圏における宿泊数と同等 (1:1の割合) となることを目指し、観光ビジョンに掲げた**1億3,000万人泊**を目標とする。
- なお、三大都市圏内においても宿泊する訪日外国人旅行者の集中が顕在化していない地域が確認される。こうした地域へは「三大都市圏内での分散」等の観点からの訪日外国人旅行者の誘客促進が期待されるとともに、今後は、三大都市圏と地方部の区分の在り方についても、実情に応じた見直しを検討する必要がある。



【参考: 第3次計画の目標設定 (2020年までに7,000万人泊) 時の考え方】

- インバウンド消費の効果を全国に届け、観光を地方創生につなげていくためには、地方部を訪れる外国人旅行者を増加させることが重要である。
- 外国人延べ宿泊者数について、地方部の比率を50%まで高め、地方部における延べ宿泊者数を、2015年の約3倍とすることを目指す。

目標7：国際会議の開催件数

2030年目標案 アジア最上位、世界5位以内〔2024年実績：アジア最上位、世界7位〕

【考え方】

- ・ コロナ禍を経て、近時はオンラインでの開催も併用される一方で、人々が対面で集まる意義や価値の再評価により、世界的に実地開催への回帰が進んでおり、各国の誘致競争は激しくなっている。
- ・ GREEN×EXPO 2027（2027年国際園芸博覧会）等の機会も捉え、誘致力の強化や開催地の魅力向上等の施策により、2030年までに「**アジアNo.1開催国としての地位**」を確立し、「**欧米上位国に拮抗する世界5位以内の地位**」を目指す。

【開催順位の推移】

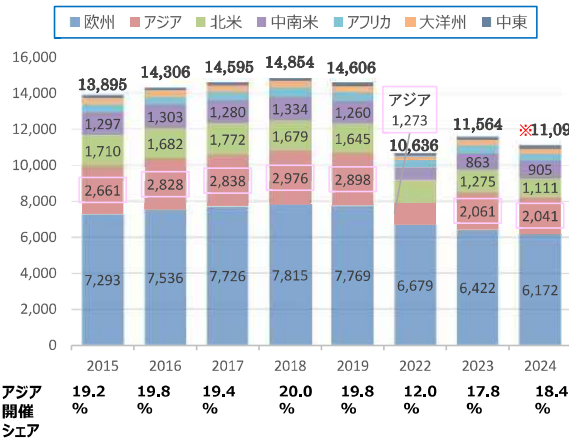
*同順位

順位	2015	2016	2017	2018	2019	2022	2023	2024
1	米国 (925)	米国 (934)	米国 (941)	米国 (947)	米国 (934)	米国 (690)	米国 (690)	米国 (709)
2	ドイツ (667)	ドイツ (689)	ドイツ (682)	ドイツ (642)	ドイツ (714)	スペイン (528)	イタリア (553)	イタリア (635)
3	英国 (582)	英国 (582)	英国 (592)	スペイン (595)	フランス (595)	イタリア (522)	スペイン (505)	スペイン (536)
4	スペイン (572)	フランス (545)	スペイン (564)	フランス (579)	スペイン (578)	ドイツ (484)	フランス (472)	ドイツ (491)
5	フランス (522)	スペイン (533)	イタリア (515)	英国 (574)	英国 (567)	フランス (472)	ドイツ (463)	英国 (481)
6	イタリア (504)	イタリア (468)	フランス (506)	イタリア (522)	イタリア (550)	英国 (449)	英国 (425)	フランス (432)
7	日本 (355)	中国 *(410)	日本 (414)	日本 (492)	中国 (539)	ポルトガル(294)	日本 (363)	日本 (428)
8	中国 *(333)	日本 *(410)	中国 (376)	中国 (449)	日本 (527)	オランダ (253)	オランダ (304)	オランダ (295)
9	オランダ *(333)	オランダ (368)	カナダ (360)	オランダ (355)	オランダ (356)	ベルギー (234)	ポルトガル(303)	ポルトガル(290)
10	カナダ (308)	カナダ (287)	オランダ (307)	カナダ (315)	ポルトガル(342)	カナダ (233)	カナダ (259)	カナダ (252)

出典) ICCA Statistics Report (各年発表値)

日本(12位)

【世界における国際会議開催件数】



【世界トップ100】

(2024年地域別)
※欧州地域はマイナス2カ国となった一方でアジアはプラス4カ国ランクイン

順位	地域別	国(地域)	前年比
1	欧州	38	-2
2	アジア	22	+4
3	中南米	16	±0
4	アフリカ	13	-2
5	中東	6	-1
6	大洋州	4	+2
7	北米	2	±0

出典) ICCA Statistics Report (25年5月) ※25年5月時点の暫定データ。例年、最終的には10%以上増加する傾向。

【参考：現行計画の目標設定（2025年までにアジア最大の開催国（3割以上））時の考え方】

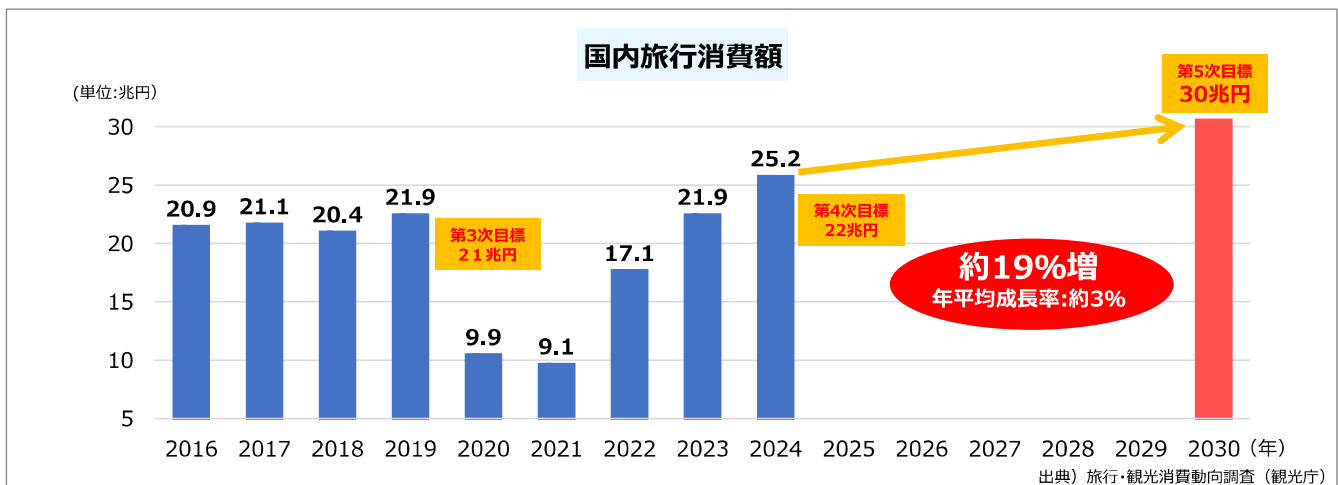
- ・ 2019年にアジア2位に転じていたことも踏まえ、コロナ前のアジア1位の奪還を目指す。
- ・ 大阪・関西万博の機会も捉え、誘致力の強化や開催地としての魅力向上等により、MICE開催地としての我が国のプレゼンスを向上させ、目標の達成を目指す。

目標8：国内旅行消費額

2030年目標案 30兆円〔2024年実績：25.2兆円〕

【考え方】

- ・ 人口減少・高齢化・経済成長・物価上昇等、環境の変化が予測されるが、新たな観光需要の掘り起こしや国内旅行市場の拡大を図り、旅行平均回数と旅行単価を向上させる。2030年までに国内旅行消費額を**30兆円**とすることを目標とする。



出典) 旅行・観光消費動向調査 (観光庁)

【目標設定の考え方】

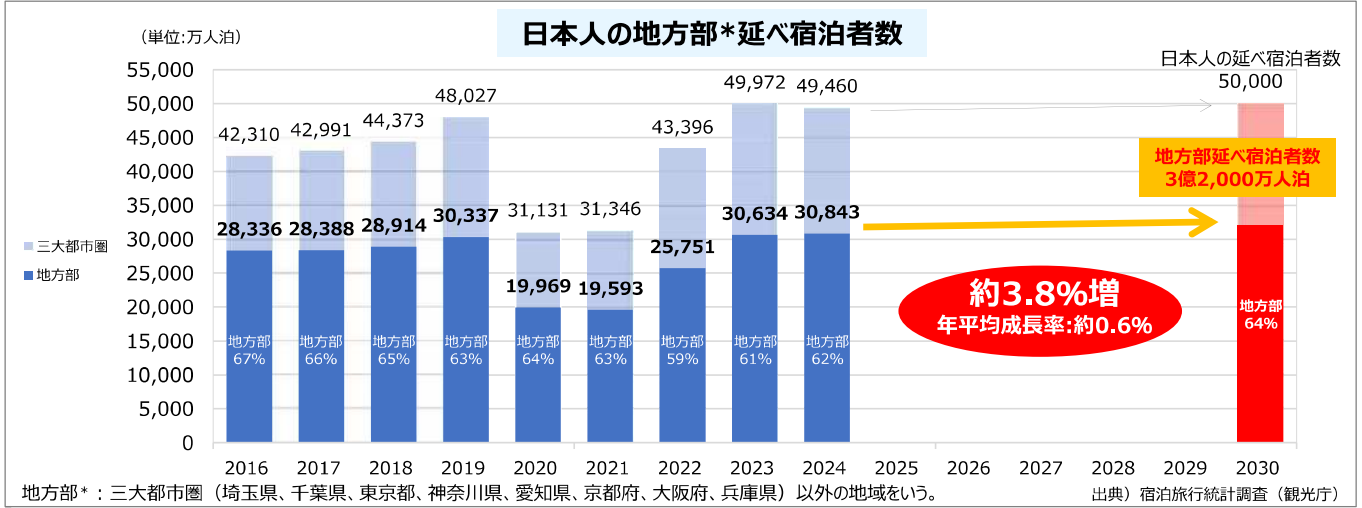
- 延べ国内旅行者数の予測 / 2024年: 約5.4億人 (宿泊約2.9億人 + 日帰り約2.5億人) ⇒ 2030年: 約5.8億人 (宿泊約3.0億人 + 日帰り約2.8億人) と想定 (年平均+1.20%伸長)
- 旅行消費額単価の予測 / 2024年: 約4.7万円 (宿泊約6.9万円, 日帰り約2.0万円) ⇒ 2030年: 約5.1万円 (宿泊約7.8万円, 日帰り約2.2万円) と想定 (年平均+1.37%伸長)
- 国内旅行消費額 = 延べ国内旅行者数(約5.8億人) × 旅行消費額単価(約5.1万円) ⇒ 約30兆円

目標9：日本人の地方部延べ宿泊者数

2030年目標案 3億2,000万人泊〔2024年実績：3億842万人泊〕

【考え方】

- 日本人の延べ宿泊者数は、人口減少の影響を踏まえつつ、旅行平均泊数・旅行経験率の回復と地方誘客強化により微増の5億人泊と想定。更なる地方誘客・分散の促進を図り、地方部の占める割合を64%とする。2030年までに**3億2,000万人泊**とすることを目標とする。



【目標設定の考え方】

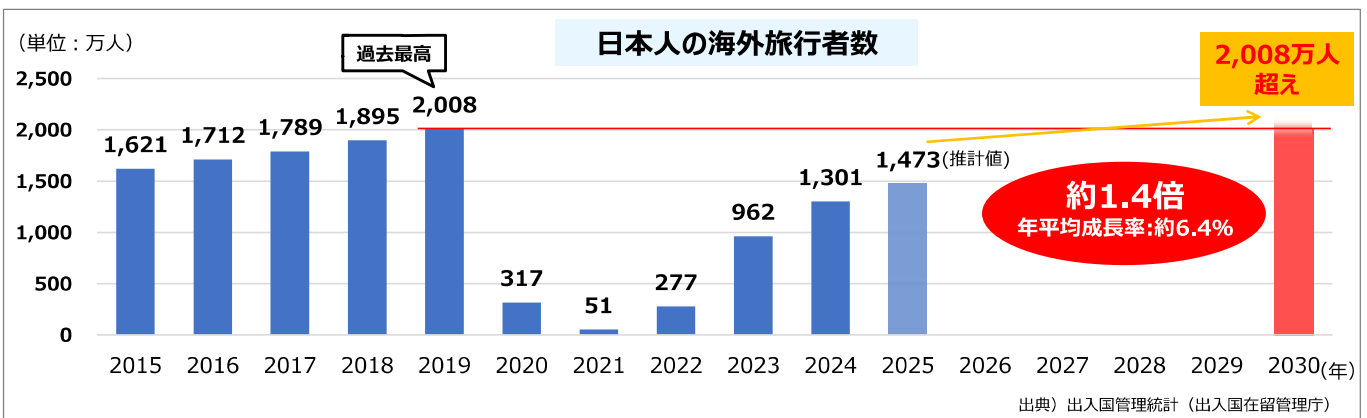
- 目標値 = 2030年日本人の延べ宿泊者数(5億人泊) × 地方部を占める割合(64%) ⇒ 3億2,000万人泊
- 日本人の延べ宿泊者数(2030年) = 2024年実績 × 人口要因(変化率) × 旅行平均泊数(変化率) ⇒ 5億人泊と想定
- 地方部への占める割合(2030年) = 2024年実績 + 構造変化(政策・需要シフト) ⇒ 64%と想定

目標10：日本人の海外旅行者数

2030年目標案 過去最高値(2,008万人)超え〔2025年推計値：1,473万人〕

【考え方】

- アウトバウンドの促進は、次世代を牽引する若者をはじめ国民の国際感覚の向上のみならず、国際相互理解の増進による諸外国との友好関係深化を図るとともに、双方向交流の拡大を通じ航空ネットワークの拡大、ひいてはインバウンドの更なる拡大にも貢献する。
- 関係省庁や業界が幅広く連携し、アウトバウンドの拡大に取り組むことで、2030年に**過去最高値(2,008万人)超え**を目標とする。



【参考：第3次計画の目標設定（2020年までに2000万人）時の考え方】

- 過去5年間（2011年～2015年）は減少傾向にあり、この傾向が今後も続いた場合、2020年には1,528万人まで減少する見込みであるが、2016年は増加に転じた（前年同期比+5.6%）。
- この増加が今後も毎年続くと仮定すると、2020年には2,000万人を超える見込みであることから、現行計画と同じく2,000万人を目指す。

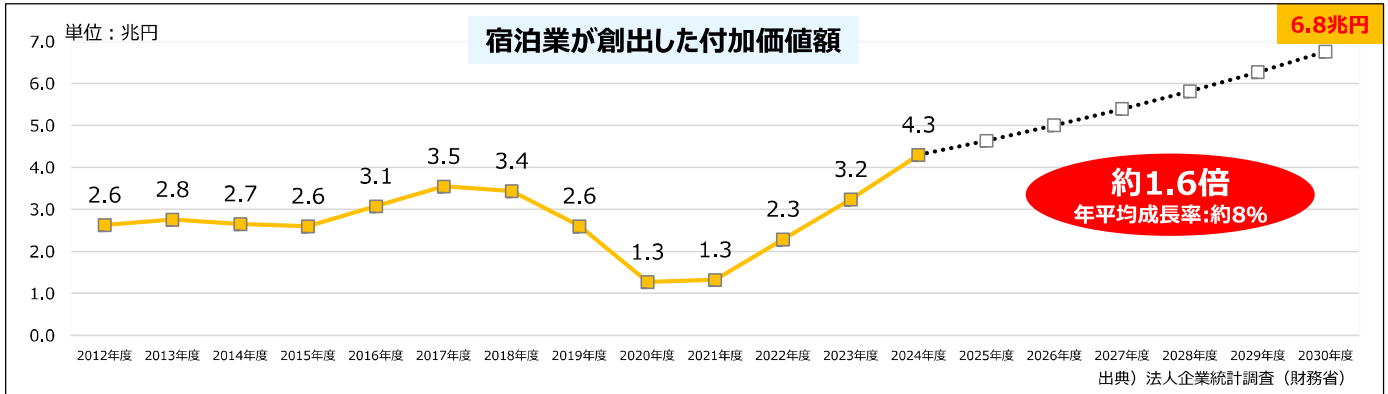
目標11：宿泊業が創出した付加価値額^{※1}

2030年度目標案 **6.8兆円**〔2024年度実績：4.3兆円〕

(付加価値額は年度単位のため、次回の公表は9月頃)

【考え方】

- 観光産業の持続的な発展に向けては、宿泊業の収益性・生産性の向上等を図り、宿泊業が創出した付加価値額を増やすことで、従業員の賃上げ等の労働環境の向上や施設改修等の再投資と、高付加価値なサービスの提供といった好循環を実現する必要がある。
- このような好循環は、宿泊者の満足度を高め、地域経済を活性化し、観光立国の実現につながると期待される。
- 延べ宿泊者数の増加や労働生産性の向上等に向けた取組を通じて、2030年度までに宿泊業が創出した付加価値額**6.8兆円**を達成することを目標とする。



【目標設定の考え方】^{※1}

- 付加価値額 = 営業純益(営業利益^{※2} - 支払利息等) + 人件費 (役員給与・役員賞与・従業員給与・従業員賞与・福利厚生費) + 支払利息等 + 動産・不動産賃借料 + 租税公課
 - 2030年目標については、現行の付加価値額(約4.3兆円)に延べ宿泊者数の伸びや宿泊業の労働生産性の目標^{※3}を踏まえて算出。
- ^{※2}営業利益 = 売上高 - 売上原価 - 販売費及び一般管理費
- ^{※3}労働生産性については、「宿泊業の労働生産性を2029年度までに35%向上することを旨とする(2024年度比・名目値)」と「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2025年改訂版」(令和7年6月13日)において閣議決定されている。