

# 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<sup>1</sup>とのデータがあり、世界的に「持続可能な観光」<sup>2</sup>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<sup>3</sup>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<sup>4</sup>、宿泊業・飲食サービス業の欠員率は全産業平均の約2倍<sup>5</sup>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。

---

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

<sup>2</sup> 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。

<sup>3</sup> 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）

<sup>4</sup> 出典：財務総合政策研究所「法人企業統計調査」（令和3年度）

<sup>5</sup> 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<sup>6</sup>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 %<sup>7</sup>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 SDGs<sup>8</sup>」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。

---

<sup>6</sup> 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。

<sup>7</sup> 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。）。)

<sup>8</sup> 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、MICE<sup>9</sup>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。

---

<sup>9</sup> 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<br>(2020年) まで        | 平成29年                  | 平成30年                  | 令和元年                 | 令和2年<br>(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<br>(若年層※1<br>3泊)     | 2.3<br>(2.78)          | 2.14<br>(2.92)         | 2.31<br>(3.61)       | 1.2泊<br>(若年層※1<br>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<br>(若年層※1<br>40%程度) | 44.5<br>(36.1)         | 47.6<br>(40.5)         | 48.0<br>(39.7)       | 67.7%<br>(若年層※1<br>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<br>万人泊<br>12兆円    | 2億8,388<br>万人泊<br>10.8 | 2億8,914<br>万人泊<br>10.5 | 3億337<br>万人泊<br>11.6 | 1億9,969<br>万人泊<br>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<br>(2020年) まで | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年  | 令和2年<br>(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<br>(2020年) まで | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年 | 令和2年<br>(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<br>(2020年) まで                           | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年     | 令和2年※ <sup>1</sup><br>(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※ <sup>2</sup> 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<br>(2020年) まで | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年  | 令和2年<br>(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<br>万人泊       | 3,266 | 3,848 | 4,309 | 779<br>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<br>(2020年) まで                      | 平成29年               | 平成30年               | 令和元年                 | 令和2年<br>(2020年) |
| 6. アジア主要国※ <sup>1</sup> における国際会議の開催件数※ <sup>2</sup> に占める割合 | アジア最大の開催国<br>(3割以上)                     | アジア<br>2位<br>(27.0) | アジア<br>1位<br>(29.1) | アジア<br>2位<br>(30.4%) | —               |
| 【参考指標】                                                     | ① MICE等のビジネス目的※ <sup>3</sup> 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<br>(2020年) まで | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年  | 令和2年<br>(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<br>(2025年) まで                             | 令和4年<br>(2022年)                              |
| 1. 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 <sup>※1</sup> | 100 地域<br>(うち国際認証・表彰地域 <sup>※2</sup><br>50 地域) | 12 地域<br>(うち国際認証・表彰地域 <sup>※2</sup><br>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（BTW）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指す。

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<br>(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<br>(2025 年) まで | 令和元年<br>(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<br>(2025 年) まで | 令和元年<br>(2019 年)    |
| ４．訪日外国人旅行者一人当たり地方部 <sup>※１</sup> 宿泊数 | ２ 泊                 | １.４ 泊 <sup>※２</sup> |

※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<br>(2025 年) まで | 令和元年<br>(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<br>(2025 年) まで | 令和元年<br>(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<br>(2025 年) まで | 令和元年<br>(2019 年) |
| 7. アジア主要国※ <sup>1</sup> における国際会議の開催件数※ <sup>2</sup> に占める割合 | アジア最大の開催国<br>(３割以上) | アジア２位<br>(30.1%) |

※<sup>1</sup> 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。

※<sup>2</sup> 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<br>(2025年) まで | 令和元年<br>(2019年) |
| 8. 日本人の地方部 <sup>※</sup> 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<br>(2025年) まで | 令和元年<br>(2019年)      |
| 9. 国内旅行消費額 | 20 兆円 | 22 兆円              | 21.9 兆円 <sup>※</sup> |

※ 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って、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、地域を取組を促進する。

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に支援し、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・海の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

治水上及び河川利用上の安全・安心に係る河川管理施設の整備や「河川敷地占用許可準則」の緩和措置等を活用した民間事業者等との連携を通じ、まちづくりと一体となった良好な水辺空間の形成による賑わいの創出を図る「かわまちづくり」を推進する。

#### セ 次世代環境対応車の普及促進

観光地域の環境保全と魅力向上のため、観光地域等で使用される自動車について、営業用自動車として燃料電池自動車・電気自動車を導入するなどの際に支援を行うことにより、次世代自動車の普及を促進する。

#### ソ 社会資本整備等における観光振興への配慮

観光振興や観光交流に資する地域づくり・街並み整備、道路整備、河川空間等の保全・活用等の社会資本整備等において、その効果を有効に発現させるため、これらの事業担当部局と観光関係部局との連携を強化する。

### (8) 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組

#### ア エコツーリズムの推進

エコツーリズム推進法（平成 19 年法律第 105 号）に基づき、エコツーリズムの実施状況に関する情報の収集、整理、広報活動、地域協議会に対する技術的助言等を実施するとともに、エコツーリズムを推進する地域に対してプログラム開発等の取組への支援や、人材育成研修やアドバイザー派遣等による支援を行い、エコツーリズム推進全体構想の認定地域の増加に取り組む。

#### イ 地域ブランドの振興

全国各地の魅力ある農林水産品・食品について、生産地特有の自然的、人文的、社会的な要因、環境の中で長年育まれた品質、社会的評価等の特性を有する産品の名称を知的財産として保護する地理的表示（GI）保護制度をご当地産品・ブランドの証として活用し、その地を訪れる呼び水とするなど GI 産品を観光資源として活用する取組を推進する。

また、地域の「顔」として、地域ブランドの発信拠点となる商店街等の面的地域価値を高めていくことで、地域ブランドの振興と持続可能な地域づくりにつなげる。

#### ウ 観光の意義についての国民理解の増進

国民の観光に関する意義・マナーの普及や観光資源の保全等を図るため、観光関係団体と協力しながら、広く国民に対し積極的に広報活動を行い、国民全体の理解の増進を図るとともに、国民的な運動を後押しする。

さらに、観光教育については、児童・生徒・学生を対象とするのみならず、地域住民等の地域関係者全体を巻き込んだ取組とする。地域愛や誇りの醸成、観光の意義の理解を通し、様々なステークホルダーが地域課題に主体的に取り組み、地域一体となった観光教育を推進する。

#### エ 地域特性やニーズに応じた民泊サービスの普及促進

住宅宿泊事業法（平成 29 年法律第 65 号）に基づき、制度の適切な運用を図り、それぞれの地域特性やニーズ等に応じた良質な民泊サービスの普及に取り組む。地方における管理業の担い手確保を図るため、登録要件の緩和を行う。

また、国家戦略特区において行われている民泊事業（いわゆる「特区民泊」）について、実施地域等に関する更なる普及啓発を促進する。

### （９）国家戦略特区制度等の活用

国家戦略特区制度、総合特区制度、構造改革特区制度、地域再生制度、地方創生 SDGs、「環境未来都市」構想及び中心市街地活性化制度を活用して、地域の創意工夫を生かした魅力ある観光地域づくりや観光資源の活用に資する取組を支援する。

特に、国家戦略特区制度の活用に当たっては、令和 4 年 4 月に新たに指定されたスーパーシティ型国家戦略特区とデジタル田園健康特区の取組を強力に推進する。

### （10）旅行者の安全の確保等

#### ア 防災情報の提供

線状降水帯や台風等による大雨、大規模地震・津波、火山噴火が発生した際にも観光旅行者が適時・的確に命を守る行動が取れるよう、二重偏波気象レーダーや地震・火山観測施設の更新整備等によって監視体制を強化するとともに、次世代スーパーコンピュータシステムの導入や最新技術を取り入れた次期静止気象衛星の整備の着手等によって、気象庁から市町村、報道機関、観光旅行者等に提供する防災気象情報の高度化や精度向上を推進する。

また、火山の多くは観光資源である一方、災害をもたらすおそれがあることから、観光旅行者の安全確保等を図るため、国・地方公共団体・火山専門家等から構成される火山防災協議会における共同検討を通じて、避難計画や火山防災マップの策定を推進する。さらに、令和 7 年度末を目途に、国内 12 火山を対象に火山体内部構造に関する知見を基に火山活動の評価手法を高度化し、これを噴火警戒レベルの判定基準に適用する。

加えて、訪日外国人旅行者等に対する津波フラッグ等を活用した情報伝達の推進にも取り組む。



## イ 避難体制の強化

災害時における道路状況の迅速な把握と道路利用者への災害情報の提供のため、通行可否情報等の集約の強化や SNS 等を通じた幅広い周知等を推進する。

また、災害時における効果的な交通規制、避難路の確保等を行うため、都道府県公安委員会が提供する交通情報に民間事業者が保有するプローブ情報を加え、その提供を推進する。

## ウ 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減

持続可能な観光立国を目指すため、政府一体となって総合的な災害対策を推進し、安全・安心の確保に努める。

災害が発生し、又は発生するおそれがある場合、鉄道、バス、旅客船ターミナル、空港等において、訪日外国人旅行者を含む利用客を混乱なく避難誘導できるよう、多言語による適切な情報発信等の対策を行う。

また、災害の発生時には、災害の状況、二次災害の危険性に関する情報、大使館等への安否連絡、交通施設等の復旧状況等、被災者等に役立つ情報を、外国人等の要配慮者への伝達に配慮しつつ提供するように努める。

さらに、訪日外国人旅行者を対象として、日本政府観光局のウェブサイトや SNS による周知や災害情報のプッシュ通知が可能な「Safety tips」等のアプリの普及促進、日本政府観光局のコールセンターにおける多言語での問合せ対応等を行う。

加えて、災害・危機が発生した際、訪日外国人も含めた旅行者の円滑な避難誘導を実現するため、災害時等の連絡体制、情報収集・発信の枠組み、旅行者の支援体制等を盛り込んだ「観光危機管理計画」について、地方公共団体・観光関連事業者による策定を推進し、安全・安心な訪日旅行環境の整備を進める。

また、空港については、全国の 95 空港において策定された空港 BCP (A2-BCP) により、航空旅客等が適切に情報を収集し、安全に避難し、全ての滞留者が一定期間、安全・安心に空港内に滞在できるよう受入体制を構築するとともに、空港アクセスの確保については、交通事業者等の関係機関との連携を図り、総合的なアクセス交通マネジメントの体制を構築する。

## エ 次の感染症危機への対応

持続可能な観光立国を目指すため、コロナ禍での経験も踏まえ、感染症危機に適切に対応する。

新型インフルエンザ等の発生時には、そのまん延を防止し、国民の生命及び健康を保護するとともに、国民生活及び国民経済に及ぼす影響が最小となるように感染状況等を踏まえた適切な措置を講じるため、国・地方一体となって迅速・的確に対応できる体制を整備する。

また、次の感染症危機に迅速・的確に対応するため、感染症危機対応の司令塔機能を担う組織として内閣官房に内閣感染症危機管理統括庁を設置することを目指す。

さらに、国民に対して利用可能なあらゆる媒体・機関を活用し、国内外の発生状況と具体的な対策等を対策の決定プロセス・対策の理由、対策の実施主体とともに詳細にわかりやすく、できる限りリアルタイムで情報提供する。

加えて、国内外において安心して旅行できるよう、コロナや麻しん・風しんなど既存の感染症のみならず、新たな感染症が発生する可能性も念頭に、国内外での感染症の発生動向を継続的に監視・分析し、それにより得られた情報や感染症の予防方法等の情報について、国及び地方公共団体において人々に幅広く情報提供を行う。

#### オ 公共交通機関の安全対策の推進

鉄道・自動車交通・海上交通・航空の公共交通機関等について、事故を防止するため、ハード面においては保安設備の整備、技術開発等の措置、ソフト面においては、公共交通事業者等への運輸安全マネジメント評価及び保安監査の実施等の措置を講じ、引き続き観光旅行者の安全な輸送の確保を図る。

「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」に盛り込まれた各種措置を着実に実施すること等により、貸切バスの安全・安心な運行の確保を図る。

令和4年4月に北海道知床において発生した遊覧船事故を受けて、同年12月にとりまとめた「旅客船の総合的な安全・安心対策」に基づく措置を講じ、旅客船の安全・安心な運航の確保を図る。

#### カ 道路交通の安全対策等の推進

行楽地を中心に、必要に応じた交通規制、交通整理及び交通指導取締りの強化に努める。また、行楽期には、事前広報や臨時交通規制を実施するとともに、交通量の変動に対応した信号制御を行うほか、交通渋滞情報等の提供により迂回を促すなど、行楽車両の適切な配分誘導に努める。

一般道路においては、交通安全施設等の整備を推進し、このうち生活道路においては、最高速度30km/hの区域規制と物理的デバイスとの適切な組合せにより交通安全の向上を図る「ゾーン30プラス」を推進する。幹線道路においては、重点的・集中的に交通事故の撲滅を図る「事故ゼロプラン（事故危険区間重点解消作戦）」等を推進する。

高速道路等においては、交通安全施設等の整備等、事故防止に向けた交通安全対策を推進するとともに、付加車線の整備等による渋滞対策、道路交通情報の提供等利用者サービスの向上を推進する。

また、外国人レンタカー利用者の増加を見込み、レンタカーのビッグデータ等を活用して外国人特有の危険箇所を把握し、適切な情報提供や案内の実施等の安全対策を推進する。

#### キ 宿泊施設の防火安全対策の推進

防火対象物定期点検報告制度及び旅館・ホテル等を対象とした「適マーク制度」について、防火セイフティマーク（防火基準点検済証、防火優良認定証）や適マークの活用も含め、利用者である国民及び事業者である旅館・ホテル等の管理権原者に対する積極的な周知・広報を行うとともに、重大な違反のある防火対象物については、早期是正を促進するほか、違反内容を公表する「違反対象物の公表制度」により利用者への情報提供を促進する。

また、火災時における防火避難上の安全性の確保を図るため、保安上の危険性が高い旅館・ホテル等について、建築基準法（昭和 25 年法律第 201 号）に基づく定期調査の徹底や、特定行政庁による必要な改善指導・助言等の実施を推進する。

#### ク 旅行業務に関する取引の公正の維持等

旅行業法（昭和 27 年法律第 239 号）に基づき、旅行取引に係る規制の遵守状況に関する立入検査を適時適切に実施することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図る。

特に貸切バスツアーについては、運賃の下限割れ防止対策や旅行業関係団体とバス関係団体により設置された「貸切バスツアー適正取引推進委員会」の仕組みの活用により、旅行における安全確保を図る。

#### ケ テロ対策及び犯罪対策の推進

「「世界一安全な日本」創造戦略 2022」（令和 4 年 12 月 20 日犯罪対策閣僚会議決定・閣議決定）等に基づき、各種テロ対策及び犯罪対策を推進することにより、テロや犯罪による被害の発生を未然に防止する。

#### コ 外国人の急訴・相談等への対応環境の整備

訪日外国人旅行者等が我が国の良好な治安等を体感できるよう、以下のとおり、日本語を解さない外国人からの急訴・相談等に迅速・的確に対応するための体制・環境の整備を推進する。

- ・警察の各種手続等において訪日外国人旅行者等に適切に対応するため、必要な通訳体制を整備する。また、多言語翻訳機能を有する装備資機材等を活用する。
- ・訪日外国人旅行者等が容易に我が国の警察の制度、活動等に関する情報を入手できるようにするため、ウェブサイトを見直すとともに、防犯・交通安全

に関する情報や警察が所管する各種規制に関する情報等について、外国語による掲載情報の拡充を図るなど、情報発信を強化する。

- ・ 全都道府県において、日本語を解さない外国人からの 110 番通報の際に警察本部の通信指令室と通訳人を交えて三者で通話を行う三者通話システムの運用が行われているところ、緊急時に三者通話システムの活用が迅速かつ適切に行われるための態勢拡充に努める。
- ・ 大阪・関西万博等の国際的大規模イベントの開催を見据え、日本語以外での 119 番通報に対して迅速・的確に対応するため、消防指令センターと通訳を交えて三者で通話を行う三者間同時通訳システムが全国の消防本部において導入されるよう促進する。
- ・ 我が国を訪れる外国人が急な病気やけがをした際など、緊急時に不安を感じないよう、救急車の利用方法やすぐに 119 番通報すべき重大な病気やけがで救急車を利用する際のポイント等を掲載した「救急車利用ガイド」の活用を推進する。
- ・ 救急隊が外国人傷病者を対応する際、円滑なコミュニケーションと救急活動ができるよう、全国の消防本部に対し、多言語音声翻訳システム「救急ボイストラ」等の導入を促進する。

#### (11) 東日本大震災からの観光復興

東日本大震災の発災から 12 年を経て、地震・津波被災地域では、住まいやまちづくり、交通インフラ等の整備がおおむね完了するとともに、原子力災害被災地域においても避難指示解除が進む中、被災地は、国内外からより多くの観光旅行者を受け入れることができる段階に入った。東北の観光振興については、東北 6 県の外国人延べ宿泊者数を令和 2 年に 150 万人泊とする政府目標を 1 年前倒しの令和元年に上回ることができたが、福島県においては、震災前と比べた外国人延べ宿泊者数の伸び率が、原子力災害による風評の影響等により、東北全体の水準に達しておらず、全国的なインバウンド増加の効果を十分享受できていなかったと考えられる。そのため、福島県の観光復興に向けて、福島の復興の姿に触れるホープツーリズムや、福島浜通り地域等ならではの観光コンテンツの創出に向けて令和 4 年 5 月末に「福島浜通り地域等 15 市町村の交流人口拡大に向けたアクションプラン」を福島県ととりまとめ、「酒・グルメ（食）」や「スポーツ・サイクル」等の各テーマにおける国・福島県・市町村等を交えた取組の具体化を進めている。また、新たな魅力創出に向けた映像・芸術文化に関するコンテンツ強化を支援する。さらに、その受入環境の整備のほか、海外の旅行会社への商品造成の働きかけや海外の旅行博への出展、インフルエンサーの招請といったプロモーションの強化等を支援する。

加えて、政府は、令和 3 年 4 月に「東京電力ホールディングス株式会社福島第一原子力発電所における多核種除去設備等処理水の処分に係る基本方針」

を決定し、2年程度後にALPS処理水を海洋放出することとしており、その風評への対策として、国内外に対し、科学的根拠に基づく正確な情報発信を行うとともに、国際原子力機関（IAEA）によるレビューやモニタリングの実施など安全性の確保を徹底する。また、海の魅力を高め、国内外からの誘客と観光旅行者の定着を図るために行う、海水浴場等の受入環境整備、海の魅力を体験できるコンテンツの充実、海にフォーカスしたプロモーション、ビーチ等の国際環境認証の取得に向けた取組等を支援する。

さらに、東日本大震災の記憶と教訓を後世に残すとともに、防災学習・防災研修の機会を提供する観点や被災地の復興を世界にアピールする観点から、三陸沿岸を含み青森県から福島県をつなぐ1,025kmの「みちのく潮風トレイル」も活用しつつ、各地の震災遺構や伝承館等を含む広域的な観光ルートへの誘客を促進するため、情報発信の強化等に取り組む。

関係省庁及び地方公共団体の連携を強化し、風評対策を講じつつ、こうした取組を通じて、被災地の観光復興を加速化していく。

#### （12）観光に関する統計等の整備・利活用の推進

各種観光統計について、観光旅行者の地域への誘客状況をより正確に把握するための結果の安定性や精度向上について検討するほか、地方公共団体や観光関連産業等に具体的・実践的な分析・活用方法を示すこと等により、施策立案等への活用を推進する。

また、観光に関するGIS（Geographic Information System：地理情報システム）データを整備して地方公共団体や観光関連産業等にオープンデータとして提供し、地域観光資源への誘客や周遊ルート作成等への活用を推進する。

さらに、訪日外国人旅行者の国内訪問地間の流動量や利用交通機関等の実態が把握できる訪日外国人流動データ（FF-Data）の整備、携帯電話の位置情報データを活用した旅客流動分析の検討を行い、戦略的なプロモーション施策の基礎データとしての活用を促進する。

## 2. インバウンド回復戦略

### (1) インバウンドの回復に向けた集中的取組

令和7年に向けてインバウンドの本格的な回復を図るため、全国津々浦々で観光回復の起爆剤となる取組を集中的に展開する。

文化、自然、食、スポーツ等の多岐にわたる分野を対象とし、伝統芸能等の特別な体験や期間限定の取組の創出、国際的なイベントを契機とした誘客の促進、自然を活用した体験コンテンツの高付加価値化等を支援するとともに、海外における日本への誘客イベント（食・日本文化等に関する海外公演を含む。）の開催や、戦略的な訪日プロモーションを推進することにより、インバウンド誘客の促進を図る。

### (2) 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

#### ① アドベンチャーツーリズムの推進

自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズムやアウトドアアクティビティを推進し、国内外の観光旅行者の消費額拡大や満足度向上、安心・安全で楽しめる旅行環境の整備を図る。特に、アドベンチャートラベルワールドサミット2023の北海道開催を契機に、世界の観光旅行者の来訪・滞在を促し、地方部を含めた全国各地における消費機会の拡大につなげる。

#### ② アート・文化芸術コンテンツの整備

##### ア 日本博2.0の推進

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会及び大会後のレガシーを引き継ぎつつ、大阪・関西万博を見据え、全国各地で最高峰の文化芸術を発信するための文化資源を活用した観光コンテンツの磨き上げや創出を行う。日本の文化芸術の多様性を世界に示す取組を展開し、文化芸術振興をより一層充実させる。これらを通じて、食文化等の生活文化等を含めた日本文化の魅力について、デジタルコンテンツ等も活用し、国内外に効果的に発信する。

##### イ アートの国際拠点化

我が国に所在するアートを可視化するために設置した国立アトリサーチセンター等を活用し世界のアートカレンダーに認知される国際アートイベント（世界的なアートフェア等）の国内開催等、世界から人を惹きつけるグローバル拠点の形成に向けた取組を推進する。これらの取組を通じて、令和7年度までに、我が国のアートの国際的な拠点としての地位の確立を図る。

##### ウ 国際的な芸術祭の活用

全国各地で開催される国際的な芸術祭は、大きな集客効果や経済効果を見込むことができ、各地の魅力づくりにもつながるものである。このため、創造的な内容の企画や優れた芸術家の世界の多様な地域からの参加等を得るための取組を継続する。

#### エ 舞台芸術の振興、情報発信等

歌舞伎や文楽、能楽等の伝統的な芸能及び国際的に比肩し得る高い水準のオペラ、バレエ、演劇、オーケストラ等の現代舞台芸術を観光資源として広く提供するため、国立劇場、新国立劇場や地域の劇場・音楽ホール及びトップレベルの芸術団体における創造発信等を推進する。

#### オ メディア芸術の振興

マンガ、アニメーション、映画、メディアアート等のメディア芸術は、広く国民に親しまれているだけでなく、海外でも高く評価され、我が国への理解や関心を高めている。また、観光旅行者の訪問がアニメーション作品の舞台となった地域の活性化にもつながるなどの好循環も生まれている。このため、我が国の優れたメディア芸術を国内外へ発信するとともに、メディア芸術を担う人材の育成を推進する。

#### カ ロケツーリズムの推進

映画やアニメ等のロケ地や舞台は、国内外の観光需要を喚起する重要な拠点であることから、ロケ誘致による経済・社会的効果を効果的に実現するため、地域内の関係機関の連携強化による情報発信や許認可円滑化、インセンティブ付与等を図るとともに、観光促進のためのコンテンツを「聖地巡礼」の促進に活用するなど、ロケツーリズムの推進に官民一体となって取り組む。

#### キ 地域の伝統芸能等の支援

無形の文化財を活用した観光による地域活性化も重要であるとの認識の下、能楽や歌舞伎等の伝統芸能や、地域の伝統行事、民俗芸能等の保存・活用を支援する。

#### ク 地域の文化芸術の振興

地方公共団体が地域住民や地域の芸術団体、産学官とともに実施する地域の文化芸術資源を活用した取組を支援し、地方公共団体の文化事業の企画・実施能力を全国規模で向上させる。

また、文化庁の移転を契機に、文化行政と観光等の連携の強化を図る。

#### ケ 芸術の観光への活用を推進する人材の育成

文化を担う芸術家を、将来を見据えて育成するとともに、芸術を観光等に活用するプロデューサーやアートマネジメント人材の育成に取り組む。

### ③ 地域の食材を活用したコンテンツの整備

#### ア ガストロノミーツーリズムの推進

各地の多様な食文化やそのストーリーの魅力に触れるガストロノミーツーリズムを推進し、宿泊業の付加価値の向上、地域経済の活性化を図るため、地域の食材の積極活用等による食の価値向上に取り組む地域に対し、食の専門家による助言指導、地産地消のためのメニュー・コンテンツ造成等の支援を行う。

#### イ 酒蔵ツーリズムの推進

酒類業は、歴史的・文化的に重要な地場産業を形成してきたほか、近年では、地域活性化やクールジャパンとして新たな価値を創出している。また、日本産酒類は国際的な評価の高まりとともに輸出額が増加傾向にあり、インバウンド需要開拓の重要なコンテンツである。

このため、酒蔵自体が観光化の取組を行うことによる観光旅行者の受入整備や消費拡大につながる取組等を支援し、酒類事業者、観光事業者、交通機関、地方公共団体等が連携して、国内の酒蔵（ワイナリー、ブルワリー等を含む。）や観光資源等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」を推進する。

### ④ 魅力ある公的施設の公開・開放

我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放を行い、日本の「粹」が尽くされた日本ならではの空間を世界に発信する。具体的には、赤坂や京都の迎賓館について、接遇等に支障のない範囲で、通年での一般公開を実施するとともに、更なる魅力向上のため、夜間の公開等の特別企画を計画的に実施する。また、ユニークベニューとしての活用を図る「特別開館」を実施し、観光の呼び水とする。

さらに、皇居をはじめとする皇室関連施設の積極的な公開を引き続き行うとともに、三の丸尚蔵館について、整備・建替えや美術品等の地方展開（令和7年度までの間、毎年4館各40作品規模の展覧会を実施。）を進める。皇居東御苑について、大手休憩所（仮称）を三の丸尚蔵館の全館開館時期（令和8年度予定）に合わせて整備し、同館来館者を含む皇居東御苑来訪者全体のアメニティ向上等を図る。

### 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



土産品等のショッピングは、日本各地の魅力を訪日客に伝え、消費拡大に直結する観光資源であり、官民が連携して行う外国人旅行者向け消費税免税制度の利用促進等により、ショッピングツーリズムを推進する。地方部の免税店数を速やかに2万店以上の水準に回復させることを目指し、地域の商店街や物産店等における同制度の活用を促進するほか、免税品の海外への直送制度や、免税販売手続を行うことができる機能を有する自動販売機の普及促進、免税販売手続における Visit Japan Web の活用による利便性向上等の取組を進める。

#### ⑥ 大都市観光の推進

大都市の観光は国際的に大きく注目されており、我が国の観光においても観光の拠点として重要で、底上げを図ることが必要である。このため、例えば、大都市ならではの観光資源の更なる活用、訪日外国人旅行者の受入環境の充実、積極的なプロモーション等の取組を促進する。

また、国民公園については、旧皇室苑地としての歴史的・文化的な価値も踏まえながら、一層の魅力向上に取り組む。具体的には、来園者の利便性・安全性の確保や情報発信等の取組とともに、新宿御苑において旧大木戸御殿の復元的整備を行う等、我が国の歴史や伝統、緑や庭園を手軽に楽しむことのできる場としての整備を推進する。

### (3) 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

#### ① 国立公園の魅力向上とブランド化

我が国の国立公園において、保護と利用の好循環を通じて、優れた自然を守り、地域活性化を図るため、関係省庁や関係地方公共団体の連携の下、国立公園満喫プロジェクトを推進する。令和7年までにコロナの影響前の訪日外国人旅行者数及び国内利用者数の復活と滞在時間の延長を目指し、美しい自然の中での感動体験を柱とした滞在型・高付加価値観光の推進を図る。また、令和3年に改正された自然公園法（昭和32年法律第161号）も活用し、これまで8つの国立公園を中心に進めてきた取組を全34国立公園等にも展開し、国立公園のブランド化を進め、国内外からの誘客に貢献する。

さらに、上質な宿泊施設の誘致等による多様な宿泊体験の提供や、廃屋撤去及び跡地活用等による利用拠点の再生・上質化、公共施設の民間開放等の官民連携の取組に加え、新たに、民間提案による宿舎事業を中心とした国立公園の利用拠点の面的な魅力の向上に取り組むこととし、令和4年度中に新たに立ち上げた検討会での議論やサウンディング調査を踏まえ、令和6年度以降は具体地区における取組推進を目指す。加えて、山岳地域における山小屋等の高付加価値化に取り組む。

そのほか、地域の自然・文化等を深く体験するコンテンツの充実等による自然体験活動や野生生物観光の促進、サステナブルツーリズムやアドベンチャー

ツーリズムの推進、ワーケーション等の新たな利用の推進、質の高いガイドの育成、限定体験や利用者負担の仕組みの導入、景観を阻害する廃屋等の撤去等を含めた利用拠点の整備改善、利用拠点におけるビジターセンター等の再整備・機能充実、案内板等の多言語解説やデジタル展示の充実、公共施設における新たな民間サービスの提供、安全で快適なビューポイント・登山道等の施設整備の推進、国定公園やロングトレイルとの連携、省エネ・脱炭素・脱プラスチック等の環境配慮型の受入環境づくりの推進等を図る。また、関係省庁や日本政府観光局等が連携しながら、ウェブサイト、SNS 等様々な媒体により、国立公園等の魅力を国内外に向けて発信する。

## ② 国際競争力の高いスノーリゾートの形成

スキー・スノーボードを中心としたスノーリゾートは、訪日外国人旅行者の地方での長期滞在や消費拡大を図る上で、鍵となるコンテンツである。スノーリゾートへのインバウンド需要をタイムリーかつ的確に取り込むため、インバウンド需要を取り込む意欲・ポテンシャルの高い地域において、観光地域づくり法人（DMO）等を中心に関係者が一体となって策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」の実現に向けた取組を支援する。具体的には、スキー場のリフト・ゴンドラの統廃合、新規エリアでの索道施設の増設等や、我が国らしい多様な体験コンテンツの造成による長期滞在できる環境の整備、グリーンシーズンの誘客強化等に係る取組を支援し、国際競争力の高いスノーリゾートの形成を促進する。

また、スキー人口が急増中の中国をはじめとしたアジア市場及び日本のパウダースノーへの興味・関心の高い欧米豪市場において、旅行会社との連携を強化し誘客拡大を図るとともに、オンライン広告等を通じてスノーアクティビティ・ウィンタースポーツに関するプロモーションを戦略的に実施する。

## ③ 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

関係省庁及び官民が連携して古民家等の歴史的資源を観光まちづくりの核として再生・活用する取組について、令和7年までに300地域に拡大するとともに、取組地域の高付加価値化を目指す面的展開地域を50地域展開する。また、地域の核となる歴史的資源である城や社寺等における宿泊・滞在型コンテンツを軸として、周辺の城や社寺、古民家、伝統文化等の歴史的資源を面的に活用した観光コンテンツの造成等を図り、インバウンドに魅力的な観光まちづくりを進める。

## ④ 文化観光の推進

ア 博物館・美術館等の文化施設の充実

博物館・美術館について、夜間も文化資源に触れることができるよう、夜間開館等を推進する。また、文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和 2 年法律第 18 号。以下「文化観光推進法」という。）等を活用し、文化施設の機能強化や地域が一体となった文化観光の推進、文化施設や文化資源の高付加価値化の促進等に取り組むほか、文化資源の活用に係るノウハウの蓄積を図る。さらに、参加・体験型プログラムをはじめとする質の高い催しの充実や適切な多言語対応・通信環境の整備等を通して、国内外の訪問者が言語・年齢・障害の有無に関係なく芸術鑑賞・創造活動ができる環境の構築に取り組むとともに、ICT の活用等による新たな観覧・鑑賞環境の充実も進める。

令和 4 年に改正された博物館法（昭和 26 年法律第 285 号）を踏まえ、地域の博物館が、地域内や国内外の博物館との連携も含め、観光やまちづくり等において中核的な役割を果たすよう、その取組を推進する。

#### イ 文化観光拠点等の整備

文化資源を中核とする観光拠点・地域を引き続き全国で整備するため、文化観光推進法に基づく文化観光拠点・地域の整備の促進や、日本遺産等の文化資源の魅力向上や発信強化を行うとともに、文化財保存活用地域計画等の認定、作成支援を行う。

#### ウ 文化資源の観光資源としての魅力の向上

観光旅行者が我が国の「たから」である文化財の魅力を十分に感じられるよう、文化財の適切な周期による修理・整備や健全で美しい状態に回復するための美装化等への支援を行う。また、文化財に新たな付加価値を付与し、より魅力的なものとするための取組（Living History）を支援するとともに、訪日外国人旅行者を含め、全ての人がわかりやすい文化資源の解説作成や多言語化への支援にも取り組む。さらに、美術館・博物館等の文化施設において、夜間開館をはじめ、観光活用を促進する取組に対し支援する。加えて、歴史的資源を活用したまちづくりへの支援として、文化財の宿泊施設やユニークベニュー等への活用を推進する。

このほか、文化財を活用した観光の充実を図るため、文化財の活用への支援に際して観光旅行者数を考慮するとともに、修理現場の公開や修理機会を捉えた解説整備への支援にも引き続き取り組む。

日本遺産については、日本遺産全体の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、地域の文化資源としての磨き上げを促進するための支援の充実等、日本遺産を活用した継続的な取組を推進する。

#### エ 文化財の保存・継承

我が国の歴史・文化の正しい理解や観光振興に欠かせない資源である文化財を、災害や衰退の危機から保護し確実に次世代に継承する。

#### オ 世界遺産の推薦及び保存・活用

世界に誇る我が国の文化財について、引き続き世界遺産への登録に向けた推薦を行う。

また、登録された文化遺産については、観光旅行者の急増に対応した適切な保存の取組だけでなく、世界遺産のブランド力等を活用した地域活性化の取組に対しても支援を行う。

#### カ アイヌ文化の魅力の発信

アイヌの人々の誇りが尊重される社会の実現に向け、アイヌ語やアイヌの人々において継承されてきた生活様式、音楽、舞踊、工芸等のアイヌ文化の魅力について、大阪・関西万博の開催といった好機を捉えて効果的な発信を行う。

具体的には、ウポポイ（民族共生象徴空間）において、年間来場者数 100 万人を目指し、多彩なアイヌ文化体験プログラムや国立アイヌ民族博物館における魅力的な特別展等の開催をはじめとするコンテンツの充実、誘客促進に向けた広報活動等に取り組む。

#### キ ナショナル・トラスト運動等の民間取組の推進

国民的財産として後世に継承すべき産業・文化遺産や自然等の観光資源を保存・活用するナショナル・トラスト運動について、公開や利用に力点を置いた活動を奨励する。

さらに、自然環境に係るナショナル・トラスト活動の一層の促進のため、関連する情報の発信や、地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律（平成 26 年法律第 85 号）の運用を図る。

加えて、文化財保護法（昭和 25 年法律第 214 号）に基づく文化財保存活用支援団体の指定を促し、民間団体による地域の文化財の保存・活用のための取組を推進する。

#### ⑤ スポーツツーリズムの推進

スポーツの参加や観戦を目的とした地域の訪問や、地域資源とスポーツを掛け合わせた観光を楽しむスポーツツーリズムの推進を通じ、国内旅行需要の喚起や、ゴルフ、スキー、トレッキング、武道等のスポーツへの志向性の高い訪日外国人旅行者の訪日促進を図る。このため、継続的な合宿・キャンプの誘致やスポーツ施設の整備に加え、各地域の自然資源を活用したアウトドアスポーツ、遊び感覚のアクティビティとして広がりを見せるアーバンスポーツ、訪日

外国人旅行者ニーズの高い日本発祥の武道等を活用したコンテンツの開発に取り組む。

また、スポーツによるまちづくりを推進する地域スポーツコミッションの質の向上を支援するほか、地域の魅力を体験できるスポーツツーリズムやアドベンチャーツーリズムの情報を、日本政府観光局を通じて海外へ発信する。

さらに、スポーツ庁・文化庁・観光庁が連携し、スポーツと文化芸術が融合した体験型観光等の推進を図るとともに、令和8年の第20回アジア競技大会（2026/愛知・名古屋）や第5回アジアパラ競技大会、令和9年のワールドマスターズゲームズ2027 関西をはじめとした大規模な国際スポーツ大会の円滑な実施や大会を通じたインバウンド需要の回復に資する支援に取り組む。

## ⑥ 農泊の推進

### ア 滞在型農山漁村の確立・形成

農泊を持続的なビジネスとして実施できる体制の構築、農林漁業体験プログラム等の開発や古民家の改修等による魅力ある観光コンテンツの磨き上げへの支援、優良地域の国内外へのプロモーションの強化、子どもの農林漁業体験等に関係省庁が連携して取り組む。農林漁業者と観光事業者等の関係者の連携の推進を通じて、農泊地域での年間延べ宿泊者数を令和7年度までに700万人泊とすることにより、農山漁村の活性化と所得向上を目指す。

### イ 農山漁村の地域資源の活用支援

地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律（平成22年法律第67号）に基づく総合化事業計画の認定、農山漁村の活用可能な地域資源を他分野と組み合わせた「農山漁村発イノベーション」等の取組を推進し、新たな観光コンテンツの造成を含むモデル事例を令和7年度までに300事例創出する。

また、農山漁村でのジビエ利用や世界農業遺産・日本農業遺産、世界かんがい施設遺産への認定を、観光振興にも活用する。

さらに、自立した「強い農林水産業」、「美しく活力ある農山漁村」の実現に向けて、地域の活性化や所得向上に取り組んでいる優良事例を毎年約30地区選定し、全国へ発信する取組「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」により、農山漁村の地域住民の意欲・機運の向上を図る。

## ⑦ 地方誘客に資する各種のコンテンツ整備

### ア 地域に根差した観光資源の磨き上げの推進

訪日外国人旅行者の地方誘客や観光消費の拡大を促進するため、観光事業者が連携して地域に根差した観光資源を磨き上げる取組を支援する。

#### イ コンテンツ連携による広域的な周遊観光の促進

訪日外国人旅行者の消費額の拡大及び滞在の長期化を促進させるため、「旅全体を通じて一貫したストーリーを有する長期滞在ツアー」の造成等により、ストーリーに沿ったコンテンツの連携促進の手法を検証し、その結果を観光関連事業者等に横展開する。

#### ウ 医療や健康増進と連携した観光の推進

自然、温泉等の健康増進に資する資源をはじめとした地域の観光コンテンツや我が国の質の高い医療技術を生かした魅力的な滞在プランの造成、地域や医療機関での受入体制構築、プロモーションや海外販路拡大等に取り組む地域を支援する。

#### エ サイクルツーリズムの推進

官民が連携した走行環境の整備や、サイクルトレインの拡大等によるサイクリストの受入環境の整備等により、ナショナルサイクルルートをはじめとする世界に誇るサイクリング環境を創出するとともに、国内外への PR や走行環境、受入環境に関する情報提供等を関係者が連携して行うことや、各都道府県警察、道路管理者、観光関係者を含む関係機関・団体等におけるウェブサイト等の各種媒体を通じた訪日外国人旅行者等に対する自転車の通行ルール等の交通安全に関する情報の発信を図ることにより、サイクルツーリズムを推進する。

#### オ インフラツーリズムの推進

インフラを観光資源として積極的に公開・開放するため、公物管理と両立可能なインフラツーリズムの運営実現に向けた仕組みの構築を検討し、全国に展開していく。また、インフラツーリズムのポータルサイトを機能強化し、身近にあるインフラの魅力や地域に眠る歴史的インフラを発掘・紹介する。

#### カ 離島地域等における観光振興

離島地域において、地理的・自然的特性を生かした国内外との交流を促進する。

特定有人国境離島地域においては、地域の魅力の掘り起こし・商品化や現地観光サービスの担い手の育成等の取組を支援し、観光業での雇用の創出・拡大を促進する。

沖縄においては、アジア地域との近接性や亜熱帯という特性等を活用して行われる国際競争力を有する観光地の形成に向けた地元の地方公共団体の取組等を支援する。

半島地域においては、優れた自然景観、海を通じた交易・交流の拠点として栄えてきた歴史といった自然・文化資源を活用した魅力ある観光周遊ルート形成等の広域的な取組を推進する。

豪雪地帯においては、雪国の多様で豊かな自然環境や生活文化をテーマとした地域内外の交流、雪国文化の伝承・普及に関する行事の実施等、雪国の特性を生かした観光・レクリエーションの振興等を促進する。

北方領土隣接地域においては、旅行者拡大が北方領土問題の啓発に寄与する観点も踏まえ、体験型・滞在型観光や広域観光の推進を図るとともに、教育旅行の誘致やその受入体制の整備を推進する。

#### キ 旅客航路の観光利用促進

海上の景観を楽しむなどの魅力を生かしたフェリー、離島航路、遊覧船等が観光資源として観光旅行者に幅広く利用されるよう、官民が連携・協力して、デジタル技術を活用した戦略的な情報発信を行う。また、海事観光におけるコンテンツの磨き上げや船内客室の個室化等快適で上質な時間と空間の提供により、船旅の魅力向上を図る。さらに、「レール&クルーズ」等他の輸送機関とも連携しつつ、海で隔てられた地域と地域を結ぶ船旅ならではの観光広域周遊ルートの形成に向けた取組を支援するほか、旅客船の利用者が事業者の安全性向上の取組を簡便に確認できるようにするための評価・認定制度を創設する。

河川においては、まちづくりと一体となった「かわまちづくり」の取組支援等による船着場周辺の水辺整備を行うとともに、舟運事業者等による既存船着場の利用を推進することで、観光資源となる舟運の活性化を図る。

#### (4) 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

我が国においては、いわゆる富裕層ともいべき高付加価値旅行者は、令和元年時点において、訪日旅行者全体の約1%(約29万人)に過ぎないが、消費額は約11.5%(約5,500億円)を占めている。しかし、大都市圏への訪問が多数を占め、地方を訪れる旅行者は極めて少ない。

今後のインバウンドの回復・再拡大を目指すためには、多様な客層を獲得する観点からも、今まで取り込めていない、高付加価値旅行者への働きかけを強め、消費額増加への取組強化、地方への誘客促進を重視していくことが必要である。

高付加価値旅行者の誘致による経済効果は極めて高く、旺盛な旅行消費を通じて、地域の観光産業のみならず、多様な産業にも経済効果が波及し、地域経済の活性化につながる。また、高付加価値旅行者による旺盛な知的好奇心を伴う自然体験・文化消費を通じ、地域の自然、文化、産業等の維持・発展に貢献することに加え、地域の雇用の確保・所得の増加や域内循環が図られ、持続可

能な地域の実現や地域活性化に寄与することから、今後のインバウンド戦略において高付加価値旅行者の誘致は重要な柱である。

高付加価値旅行者を誘致するためには、高付加価値旅行者のニーズを満たす滞在価値（ウリ）や、上質かつ地域のストーリーを感じられる宿泊施設（ヤド）が地域に存在するとともに、高付加価値旅行者を地域に送客する人材や地域において質の高いサービスを提供するガイド・ホスピタリティ人材（ヒト）が質的・量的に確保されることが必要になる。その上で、日本を高付加価値旅行の目的地として認知してもらうための売り込み（コネ）が必要である。

このため、高付加価値旅行者の地方への誘客を重点的に促進する観点から、令和5年3月に全国10か所程度のモデル観光地を選定し、今後、これらのモデル観光地に関して、複数年度にわたってウリ・ヤド・ヒト・コネの4分野等に関して総合的な施策を講じていく。

具体的には、ウリ・ヤド・ヒト共通のものとして、各地域の高付加価値化の取組を総合的に推進する観光地経営体制の整備に向けた支援として、地域のマスタープラン（地域の将来ビジョン、滞在価値、顧客対象等の設定・明確化、宿泊施設の事業構想等）の策定や、専門性のある人材の派遣・ノウハウ共有、事業資金の確保に対する支援等を講じる。

また、ヒトについては、高付加価値旅行者を地方に送客する人材への支援や、高付加価値旅行者対応が可能なガイド、ホスピタリティ人材のスキルアップ、他業種人材の活用支援等を講じる。

コネについては、業界全体の推進力となる高付加価値旅行者誘致の専門組織の必要性から、日本政府観光局本部への専門組織設置や日本政府観光局海外事務所への専門職員配置等の体制強化を行い、海外セールスの強化等に取り組んでいく。

さらに、出入国時はもとより国内移動も含めたトータルで高付加価値旅行者のニーズを踏まえた利便性・快適性の向上やシームレス化への対応（アシ）として、プライベートジェット、スーパーヨットの受入環境整備等に係る取組を進める。

## （５）戦略的な訪日プロモーションの実施

### ① 我が国の観光の魅力の戦略的な発信

#### ア オールジャパンによる訪日プロモーションの実施

インバウンドの本格的な回復に向けては、観光旅行者の意識変化や市場ごとのニーズも踏まえながら、関係省庁や関係機関の連携の下、旅行消費額の拡大や地方誘客の促進のほか観光外交の推進等を目指し、戦略的に訪日プロモーションを展開していく必要がある。

訪日プロモーションは、観光旅行者のニーズ変化も踏まえながら効果的に実施していくことが重要であることから、日本政府観光局ウェブサイトの外国人



目線での更なる充実やスマホアプリの運用等、デジタルマーケティングを活用して、個人旅行者にもきめ細やかに情報を提供する。さらに、各市場の動向分析、外国人アドバイザーや現地 PR 会社の活用等により、各市場のニーズを把握し、外国人に人気の高いコンテンツ（食、テーマパーク、アート、庭園等）の発信をはじめ、現地目線でのプロモーション展開を市場ごとに徹底する。加えて、訪日需要の回復に向けた復便等を促進するための取組として、日本政府観光局を通じて航空会社・旅行会社との共同広告を実施する。

訪日外国人旅行者の来訪の促進のためには、留学生の増加・活用等国际相互交流の推進、ビザ緩和、ビザ発給・出入国手続の迅速化・円滑化等、様々な取組を推進することが重要であることから、関係省庁、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、総合的かつ計画的に施策を推進する。

観光庁、日本政府観光局と在外公館、独立行政法人国際交流基金（JF。以下「国際交流基金」という。）をはじめとする関係省庁や関係機関、インバウンドへの取組を加速する地方公共団体、経済団体や観光事業者、日本ブランドの海外展開を進める民間との連携、日本で開催される国際会議や新規路線の就航等、あらゆる関係者・機会を総動員したオールジャパン体制で海外プロモーション事業を展開する。その際には、在外公館や国際交流基金等を通じた日本紹介事業及び同事業により構築した現地ネットワークに加え、ビザ緩和や現地国との友好年・周年事業等の各種機会を積極的に活用する。

さらに、関係省庁等が連携し、コンテンツの海外展開を通じて、日本の各地域の魅力を発信するとともに、好事例を共有することで、地域発の商品・サービスの需要拡大や地方への訪日外国人旅行者誘致につなげる。また、駐日各国大使等に各地方が誇る文化・産業施設等の魅力を直接見聞きしてもらい、我が国の魅力の各国への発信につなげる。

## イ 新規訪日層の開拓

訪日外国人旅行消費額及び訪日外国人旅行者数の回復・拡大を図るため、欧米豪市場を中心に存在する「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認識していない層」に対し、デジタルマーケティング技術等の活用により、海外旅行のきっかけとなる興味・関心（パッション）に応じた広告を展開することで、旅行先としての日本の認知度を高め、新規訪日層の開拓を図る。

## ウ アジアのリピーター層の再訪日意欲喚起

訪日外国人旅行消費額及び訪日外国人旅行者数の早期の回復・拡大を図るため、ボリューム層であるアジア市場の訪日旅行リピーター層の観光需要を着実に取り込むことを目指し、訪日旅行の検討から購入までの一気通貫したプロモーションを推進する。

## エ 地域の魅力の海外発信

様々な地域に訪日外国人旅行者を誘致し周遊を促進するため、地域に対するきめ細やかなコンサルティング等、地方公共団体や広域連携 DM0 をはじめとする観光地域づくり法人（DM0）のインバウンド誘致活動に対する日本政府観光局による支援を強化するとともに、公益社団法人日本観光振興協会の国内観光情報サイトの多言語化を進め、各観光地の魅力の海外発信を強化する。

さらに、地域発の商品・サービスの需要拡大や地方への訪日外国人旅行者誘致につなげるため、関係省庁等が連携し、コンテンツの海外展開を通じて日本の各地域の魅力を発信する取組を進める。

このほか、海外を含めたクリエイティブな人材や民間投資を惹きつけるため、日本の都市の魅力を発信するシティプロモーション等の取組を推進する。

## ② 大規模イベントを活用した情報発信

### ア 2025 年大阪・関西万博を契機とした対外発信

大阪・関西万博は、日本が観光立国としての魅力を世界に発信していく上で極めて重要な機会であり、大阪・関西のみならず日本全国で連携して施策を進めていく必要がある。大阪・関西万博を機に、日本全国に足を運び、各地で食や文化等の体験や滞在をしてもらうことで、日本のそれぞれの地域の魅力を認知してもらい、インバウンドの拡大や地域振興を実現する。

具体的には、公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会や観光地域づくり法人（DM0）、地方公共団体等と連携した、広域周遊を含むモデルコース・特別な体験の創出や、観光コンテンツの充実化等を集中的に実施するとともに、日本政府観光局等と連携し、海外への訪日プロモーションを推進する。

### イ 2027 年国際園芸博覧会に向けた対外発信

2027 年国際園芸博覧会において、我が国の優れた花き品種、生け花、盆栽や日本庭園等の伝統的な造園及び園芸に係る文化・技術を、我が国が誇る魅力として世界に発信し、訪日観光需要を喚起するとともに、国内各地への誘客のハブとしての役割を担うことができるよう、博覧会についての対外発信を実施する。

### ウ 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会のレガシー活用

大阪・関西万博等の今後実施される大型イベントに向けて、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の経験を生かし、海外メディアとの関係構築及び情報発信の基盤整備を進める。

さらに、地域性豊かで多様性に富んだ文化を生かした「beyond2020 プログラム」のレガシーを通じて、各地方が誇る歴史・文化、マンガ・アニメ等のメディア芸術や食文化等、多様な日本文化の魅力を発信する。

ホストタウン交流等で培ってきた地方公共団体と相手国との間での良好な関係を支援し中長期的に発展させ、地方公共団体の相手国への情報発信力を高め、インバウンド誘致や地方製品のプロモーションを支援する。

### ③ 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

大使・総領事の公邸、広報文化センター等の在外公館施設を、地方公共団体実施する観光広報関連事業等においても活用することにより、相手国の政財界のハイレベルや観光業界幹部の集客を図るとともに、相手国に幅広く地域の観光の魅力を宣伝し、現地における観光広報を推進する。

#### イ クールジャパンの海外展開

海外で高い評価を得ている我が国の優れたコンテンツ、ファッション、食、生活日用品、伝統的工芸品・きもの、地域産品等の日本の伝統文化や価値観に根差した製品・サービスをクールジャパンとして世界に提供することにより、日本の魅力を発信し、海外からの観光旅行者の誘致につなげる。

このため、独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）等と連携し、国内産業観光にも寄与する企業や地域の輸出産業に関する情報についてオンラインで海外発信するほか、クールジャパンの海外への発信や売り込み、政府間対話及び官民による国際的対話を通じた海外での事業環境整備を行うとともに、訪日外国人旅行者に向けた情報発信として、YouTube 等を活用した海外に向けた産地プロモーションや産地情報の多言語化を支援し、伝統的工芸品産地のブランド化による魅力向上等の環境整備を行う。

また、「クールジャパン官民連携プラットフォーム」等を通じた官民・異分野で連携した取組の組成・推進及び地方のクールジャパン資源の発掘・展開等を促進するとともに、インバウンド消費の獲得に向けた地域の観光コンテンツの造成や磨き上げを含むクールジャパン分野の事業に対し、株式会社海外需要開拓支援機構による支援を行う。

さらに、関係省庁等が連携し、コンテンツの海外展開を通じて、日本の各地域の魅力を発信することで、地域発の商品・サービスの需要拡大や地方への訪日外国人旅行者誘致につなげる。

加えて、国家戦略特区において、関係地方公共団体からの提案に基づき一定の要件を満たす場合にはクールジャパン・インバウンド分野の外国人材の受入れを可能とする特例の活用を図るなど、訪日外国人旅行者等を含む消費者向けサービス分野におけるクールジャパン外国人材の受入れを促進する。

#### ウ 日本文化に関する情報の総合発信

在外公館において、日本文化や社会、日本人の価値観に対する理解を深め、日本への信頼へとつなげていく取組を行う。また、外務省や在外公館等の SNS を活用し日本の魅力を発信するとともに、訪日促進につながるコンテンツを効果的に再発信する。加えて、国際交流基金が実施する、アニメ、ドラマ、ドキュメンタリー番組等の日本の放送コンテンツの海外のテレビ局等への無償提供や、海外における日本映画祭等の取組を通じ、対日理解の促進及び親日感情の醸成を図り、インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信を行っていく。

外国における日本文化発信の際には、当該国・地域の人々の興味・関心を見据えながら、文化芸術の分野ごとの特性を踏まえて戦略的に進める。外国における日本人による公演や海外フェスティバル等への参加の支援、日本文化を紹介する展覧会等を行うほか、芸術家、文化人等で各専門分野により海外で講演や実演等を行う者を指名し、世界の人々の日本文化への理解の深化につながる活動を展開することで、オンラインも活用しつつ日本文化の発信拡大を図る。

特に日中韓3か国においては、文化芸術による発展を目指す都市を選定し、その都市における現代の芸術文化や伝統文化、また多彩な生活文化に関連する文化芸術関連事業の実施を通じて、東アジア内の相互理解・連帯感の形成を促し、新たな文化芸術の創造を図るとともに、都市間のネットワークを強化する。

さらに、国内外の芸術家等が一定期間滞在し、様々な交流を通して創作活動や将来の創作活動等に有益となるプログラムを提供するアーティスト・イン・レジデンスの取組を推進することにより、外国の芸術家の訪日を促進する。

加えて、伝統的な造園技術を活用した海外での庭園の整備等を通じ、日本の文化や魅力を伝えることで、2027 年国際園芸博覧会を PR するとともに、そのノウハウを活用して、国内の公園の魅力を海外向けに発信する。

## エ 日本食・日本食材等の海外への情報発信

訪日外国人旅行消費額、農林水産物・食品の輸出額の政府目標の達成を目指し、日本の食・食文化の魅力で農泊地域に訪日外国人旅行者を誘客する重点地域（SAVOR JAPAN）の拡大を図る。地域の食文化や農山漁村の魅力とそれらを盛り込んだガストロノミーツーリズムの海外への一体的な発信や、インバウンド向けの食・食文化体験の魅力等の海外への発信により、海外の消費者等の日本食・食文化への興味・関心を高める。これらの取組や海外現地での日本産食材の消費者向けプロモーション等を通じて、インバウンド消費と農林水産物輸出の相乗的な拡大を目指す。また、日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産への登録を目指し、国内外の機運を醸成するための様々な広報活動に取り組む。

令和5年の和食のユネスコ無形文化遺産登録10周年、令和7年の大阪・関西万博の開催といった好機を捉え、日本食・食文化の効果的な情報発信を行う。

さらに、関係省庁等が連携し、コンテンツの海外展開を通じて、日本食をはじめとする日本の各地域の魅力を海外メディアも活用し発信することで、地域発の商品・サービスの需要拡大や地方への訪日外国人旅行者誘致につなげる。

#### オ 国際放送による情報発信の強化

我が国の文化、産業その他の事情を海外に紹介するため、伝統文化やポップカルチャー等、日本の魅力を発信する多彩な番組が英語で放送されている外国人向けテレビ国際放送について、世界各国における視聴世帯数の更なる拡大及び認知度向上等の取組を行う。

#### カ 外国報道関係者の招へい等を通じた対外発信

テレビチームを含む外国報道関係者の招へい等を実施し、日本国内での取材を支援することにより、各地における地域活性化の取組や招へい対象国と特別な関係のある地方都市に関する情報発信等、日本の魅力の対外発信を行う。

#### キ 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

外国人にわかりやすい地図の普及を促進するため、統一した基準で作成された英語表記の地図を整備し、ウェブ地図「地理院地図」により配信する。また、地域情報を併せて発信できる環境を用意し、観光に関する情報発信を支援する。

文化遺産情報を総覧するポータルサイト「文化遺産オンライン」により、有形・無形の文化遺産の積極的な公開・活用を進める。あわせて、全国各地の文化財について、外国人目線で作成する多言語解説や高精細画像・動画等のデジタルコンテンツを拡充し、日本政府観光局のウェブサイトから一元的な情報発信を行う。

### (6) MICE の推進

#### ア コロナによる変化を踏まえた MICE 誘致・開催の意義の発信

コロナ禍により MICE は一時、開催中止・延期やオンライン形式への変更等、大きな影響を受けたが、近時は、人々が対面で集まる意義や価値が再評価されてきており、世界的に実地開催の再開が進んでいる。こうした中で我が国において MICE 誘致・開催への意欲や関心が低下し、世界的な誘致競争に後れをとることのないよう、MICE がもたらす経済効果や、ビジネス機会・イノベーションの創出、国や開催地のブランド力等の向上、旅行需要の平準化等の MICE の意義や効果について、コロナ禍による変化も踏まえて改めて整理し、国内関係者に発信する。

#### イ 政府一体となった MICE 誘致・開催

大阪・関西万博等の開催の機会も捉え、我が国が MICE 開催地として注目が高まるよう、政府としても、各種国際会議を積極的に再開・開催するとともに、様々な分野で MICE 誘致・開催への働きかけや支援を行う。その際、関係大臣による招請レター発出、在外公館でのレセプション開催等、政府一体となった MICE 誘致・開催支援を進める。これにより、我が国のアジア最有力 MICE デスティネーションとしてのイメージを世界的に構築し、大阪・関西万博開催後のレガシーとしていくことを目指す。

#### ウ MICE 開催地としての地域の魅力向上・発信

ユニークベニユーの活用促進、MICE 参加者向け体験コンテンツの造成等、MICE 開催地としての地域の魅力の向上を図るほか、コンベンションビューローと観光地域づくり法人（DMO）との連携強化等、MICE 施策と観光施策との連携を進める。

#### エ 日本政府観光局等による MICE 誘致活動の強化

日本政府観光局において、我が国の強みや魅力、開催地におけるサステナビリティの取組等に関する情報の発信、国際団体等へのプロモーション強化等の MICE 誘致活動を強化する。また、日本政府観光局と在外公館等との連携による海外広報の強化や、コンベンションビューロー・地方公共団体における誘致力強化への取組支援を行う。

#### オ MICE 誘致の国際競争力の向上のための基盤整備

MICE 開催に伴う人の交流から派生する付加価値を産業振興やイノベーション促進等につなげるため、関係省庁の連携を強化する。また、大学、研究機関等の MICE 誘致・開催活動を促進するとともに、国内 MICE 関係者と MICE 関連国際団体との連携強化を進める。MICE 分野の人材の確保・育成のため、MICE 関連業界の認知度向上、デジタルリテラシーやサステナビリティ等新たな課題への取組能力の向上を図る。

展示会分野では、引き続き、我が国の展示会産業の国際化を推進するため、第三者認証制度の運用支援等により、展示会統計に係る透明性、信頼性の向上を図る。

#### カ 国際仲裁の活用による訪日促進

我が国の国際仲裁を活性化し、その手続や関連した国際会議に参加する多くの関係者を日本に呼び込むため、関連する国際セミナー・シンポジウムの開催、海外への広報活動等を通じ、紛争解決拠点としての日本の魅力を発信する。

### （７）IR 整備の推進

統合型リゾートについて、カジノ施設の設置に伴う様々な懸念に十分な対策を講じつつ、大型の国際的な会議等を開催できる MICE 施設、ホテル、家族で楽しめる娯楽施設、我が国ならではの魅力の発信や国内各地への送客を図る施設等が一体として整備されることで滞在型観光の拠点として国際競争力の高い魅力あるものとなるよう、特定複合観光施設区域整備法（平成 30 年法律第 80 号）に基づき、その整備に必要な施策を推進する。

## （８）インバウンド受入環境の整備

### ① 交通機関の整備・外国人対応

#### ア 快適な旅を実現する環境の整備

新幹線、高規格道路、国内航空等の高速交通網を活用し、三大都市圏をはじめとする大都市圏と地方、また、地方と地方をつなぎ、快適な旅を実現する環境を整備し、訪日外国人旅行者も含め地方への流れを創出する。

また、新幹線開業、コンセッション空港の運営開始、多様な交通モード間の接続（モーダルコネクト）の強化等と連動し、観光地へのアクセス交通の充実等により、地方への人の流れを創出する。さらに、観光地と連携した道路案内標識の改善によるわかりやすい道案内を実現するとともに、規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現を図る。訪日外国人旅行者等がより安心してタクシーや貸切バスを利用できるよう、環境を整備していく。

#### イ 航空ネットワークの回復と強化

インバウンド需要の回復・増加に的確に対応するため、航空ネットワークを支える航空・空港関連企業の経営基盤強化を図るとともに、「地方イン・地方アウト」のインバウンド再生による地方活性化や訪日外国人旅行者の受入拡大のため、地方空港の着陸料軽減等の取組により、早期の国際線再開・路線定着等を図る。

航空会社の復便や新規就航促進・増便に向け、地方空港や地方公共団体と連携しながら、航空路線商談会等の場において、海外の航空会社に対し、復便、新規就航、増便を積極的に働きかけるとともに、インセンティブとして日本政府観光局が協働でプロモーションによる支援を行う。また、感染拡大防止と両立する形での国際航空ネットワークの回復を図り、引き続き、成田空港、関西空港、中部空港や地方空港において、我が国との往来の増加が見込まれる国や地域との間で戦略的かつ積極的にオープンスカイ（二国間での国際航空輸送における企業数、路線及び便数に係る制限を相互に撤廃する航空自由化）を推進する。さらに、二国間でのオープンスカイの推進に加え、東南アジア諸国連合（ASEAN）との地域的な航空協定に向けた協議を推進していく。加えて、航空ネットワークの維持・発展やサステナブルツーリズムへの関心の高まりに対応す

るため、持続可能な航空燃料（SAF）の導入や空港の再エネ拠点化を含む航空の脱炭素化を推進する。

また、地方空港・港湾も含めた出入国審査等の状況を十分考慮して、審査ブースの増設、施設の拡張等や CIQ 体制（税関・出入国管理・検疫体制）の整備を図る。訪日外国人旅行者数の実績も踏まえ、関係省庁が連携して物的・人的体制の効果的な整備を進める。

さらに、空港地上支援業務の労働力不足により訪日旅客の利便性が損なわれないよう、省力化・自動化を推進する。令和 7 年までの空港内における無人自動運転の導入を目指し、自動運転レベル 4 相当（特定条件下における完全自動運転）の導入に向けた実証実験を実施し、必要となるインフラの設置や運用ルール等の検討を進める。加えて、空港におけるグランドハンドリング体制の強化のため、空港ごとに地方公共団体等の関係者が連携し、人材確保や業務効率化等に取り組む。

また、ビジネスジェットの利用環境を改善するため、諸手続の改善、ビジネスジェット専用動線整備等の空港利用環境の整備等を実施する。

#### ウ 国際拠点空港等の整備

令和 7 年及びその後を見据えて、航空需要の回復及び増加に的確に対応するため、空港の機能強化等に取り組む。

首都圏空港における年間発着容量約 100 万回の実現を目指し、羽田空港においては、新飛行経路の着実な運用に向けた取組や機能拡充に向けた空港アクセス鉄道の基盤施設整備等を進めるとともに、成田空港においては、地域との共生・共栄の考え方の下、C 滑走路新設等の機能強化の取組を進める。関西空港については、運営権者である関西エアポート株式会社や設置管理者である新関西国際空港株式会社等と連携し、第 1 ターミナル改修等の機能強化を推進し、関西 3 空港における年間発着容量 50 万回の実現を目指す。中部空港については、将来の完全 24 時間化を見据え、事業実施主体である中部国際空港株式会社等と連携し、ターミナルビル改修等の機能強化の取組を推進する。

三大都市圏以外の空港については、訪日外国人旅行者を地方へ誘導する観点からの取組を進める。航空需要の回復及び増加を見据えた空港の機能強化のため、福岡空港の滑走路増設事業、那覇空港の国際線ターミナル地域再編事業、新千歳空港の誘導路複線化事業等を引き続き実施する。

あわせて、空港経営改革による真に魅力ある空港の実現を目指し、既にコンセッションが開始されている空港以外の国管理空港についても、地域の実情を踏まえ、空港運営の民間委託の実現に向けた取組を推進する。

また、航空管制処理容量の拡大のため、管制空域の上下分離や複数の空港周辺空域（ターミナル空域）の統合等による空域の抜本的再編を図る。さらに、



我が国の操縦士の不足が航空輸送を確保する上でのボトルネックとならないよう、必要な操縦士の養成・確保を行う。

#### エ クルーズ再興に向けた訪日クルーズ本格回復への取組

国際クルーズ船内におけるコロナの集団感染を受けて令和２年３月以降、我が国への国際クルーズの運航は停止していたが、令和５年から国際クルーズの本格的な受入れを再開する。また、日本船社ではクルーズ船を新造する動きもある。

日本におけるクルーズ再興に向け、安心してクルーズを楽しめる環境づくりを進め、令和７年に訪日クルーズ旅客をコロナ前ピーク水準の２５０万人まで回復させるとともに、外国クルーズ船の寄港回数がコロナ前ピーク水準の２,０００回を超えることを目指した取組を推進する。また、地方誘客を進めるため外国クルーズ船が寄港する港湾数について、令和７年にコロナ前ピーク水準の６７港を上回る１００港とすることを目指して取り組む。

具体的には、関係業界団体が作成した感染防止対策ガイドラインを各クルーズ船社が遵守して船内の感染防止対策を徹底し、また、寄港地においても、港湾での感染防止対策を進めることにより、日本全体で安心してクルーズを楽しめる環境づくりを進める。

あわせて、既存ストックを活用したクルーズ船の受入環境整備や寄港地を探すクルーズ船社と港湾管理者のマッチングを図るサービスの提供、クルーズ旅客の受入機能の高度化等によりクルーズ船寄港の「お断りゼロ」を実現する。

また、旅客施設等への船社の投資に併せ、国・港湾管理者が岸壁の整備や利用調整等のハード・ソフト両面からの支援を行うことによるクルーズ船の長期的かつ安定的な寄港の確保や、民間事業者による旅客施設の整備に対する支援により、世界に誇る国際クルーズ拠点の形成を図る。

さらに、クルーズ船寄港の地域経済効果を最大化させるため、寄港地の地方公共団体とクルーズ船社が連携し、寄港地での消費を船内等で喚起するスキームを構築するとともに、内陸部を含めた広域に及ぶ上質な寄港地観光造成に向けた取組を進める。

これらに加え、全国の港湾管理者等で構成する全国クルーズ活性化会議と連携して瀬戸内海や南西諸島等の新たなクルーズ周遊ルートの開拓を進めるとともに、多様化する訪日クルーズニーズに対応したプロモーションや海外の国際展示会への出展等、訪日クルーズ寄港促進の取組を進める。

#### オ 国際交通機関へのアクセス向上

主要な首都圏空港、関西空港等への鉄道アクセスの更なる改善を図るため、アクセス線の整備について、事業化に向けた関係者間の具体的な検討を促進する。ＪＲ東日本羽田空港アクセス線、なにわ筋線等の事業着手後の設計・工事等

を着実に推進するほか、空港アクセス乗換駅等の利便性向上やバリアフリー化の推進を図る。

また、空港・港湾・鉄道駅等へのアクセス等、高規格道路の整備・活用に取り組むとともに、空港アクセスバスについては、令和3年度に実施した運賃設定の弾力化や、運行計画（ダイヤ）の提出期間の短縮等による手続簡素化により、引き続き空港アクセスの利便性向上を図る。

#### カ 地域交通を活用した観光地の魅力向上・高付加価値化と MaaS の実装推進

地域公共交通の活性化及び再生に関する法律（平成19年法律第59号）に基づき、観光振興の取組を踏まえた地域公共交通計画の作成を促す。また、便利で利用しやすい公共交通の確保による地域の回遊性・周遊性の向上、交通やサービスそのものの観光資源としての活用等、地域交通を活用し、交通事業者が観光事業者と連携して行う、観光地の魅力向上・高付加価値化に資する取組を支援していく。

さらに、ストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備するため、多様な輸送資源の活用に取り組むとともに、観光地における MaaS（Mobility as a Service）について、多言語対応やサブスクリプション等、旅行者目線での実装を推進することにより、旅行者の移動・周遊の利便性を向上させる。国家戦略特区においては、過疎地域等における訪日外国人旅行者をはじめとする観光旅行者を中心とした運送需要に対応するため、自家用自動車の活用を図る。加えて、バスターミナル等におけるバリアフリー化、無料 Wi-Fi の整備、多言語表示の充実等の訪日外国人旅行者の受入環境整備を図る。

バス利用拠点の利便性を向上するための集約交通ターミナルの戦略的な整備、SA・PA を活用したバス乗換拠点の整備、地域バス停のリノベーションの推進等により、多様な交通モード間の接続（モーダルコネクト）を強化する。

「道の駅」等の駐車場にカーシェアリング車両等を配備し、バス等の公共交通との連携を強化することで、旅行者の周遊促進を図る。

観光等による地域の活性化に資する地域交通を推進する観点から、地域限定型の無人自動運転移動サービスの導入に向けた取組を支援する。

#### キ MaaS 等の新たなモビリティサービスの基盤整備の支援

各地域における MaaS の実装に向けたシステム構築支援や、交通情報のデータ化や混雑情報の提供を行うシステムの導入、キャッシュレス決済手段の導入、AI オンデマンド交通やシェアサイクル等の新型輸送サービスの導入をはじめとする、MaaS の基盤整備の取組を支援する。

#### ク 公共交通事業者等による利便増進措置

空港、鉄道駅、バスターミナル、旅客船ターミナルについて、「公共交通機関における外国人観光旅客利便増進措置ガイドライン」等に基づき、外国語等による情報の提供、インターネットを利用した観光に関する情報の閲覧を可能とするための措置、座便式の水洗便所の設置等の整備を図るとともに、インバウンド旅客のニーズに対応するため、モバイル決済を含めたキャッシュレス決済等の交通事業者への導入支援や、公共交通機関間の相互利用の促進を図る。また、令和7年度の多言語対応率 100%の達成（空港については 100%の維持。）を目指すとともに、車船内も含め案内表示を充実させる。

さらに、鉄道駅におけるナンバリング、大都市バス路線における運行系統のアルファベット・数字表記等によるナンバリング、バスの位置情報や遅延情報を提供するバスロケーションシステムについて、引き続き導入・普及促進を図る。

#### 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

訪日外国人旅行者の国内移動の活性化のため、訪日外国人旅行者が鉄道を利用し国内を広く周遊できるよう、企画乗車券の造成促進やジャパン・レール・パスの商品内容の充実を図る。

#### コ 観光地へのアクセスの利便性向上

観光地へのアクセス利便性を向上させるため、観光旅行者のニーズに合った観光地周辺での交通の充実及び共通乗車船券等の造成・改善を図る。

#### サ わかりやすい道案内等の充実

道路案内標識の英語表記の改善・充実、道路案内標識と観光案内ガイドブックやパンフレット等の連携、交差点名標識への観光地名称表示、国土地理院作成の英語版地図との英語表記の整合の確保等により、訪日外国人旅行者を含む全ての道路利用者にわかりやすい道案内を実現する。

特に、北海道における訪日外国人旅行者のドライブについては、官民（観光・交通関係団体、行政等）が一体となって促進を図る「北海道ドライブ観光促進プラットフォーム」において移動経路等の GPS データを継続的に活用すること等により、安全・安心を高める情報発信の充実、ドライブ観光の海外への魅力発信等を行う。

#### シ 幹線鉄道の整備

整備新幹線については、現在建設中の北海道新幹線（新函館北斗・札幌間）、北陸新幹線（金沢・敦賀間）について、着実に整備を進める。また、未着工区間である北陸新幹線（敦賀・新大阪間）や九州新幹線（新鳥栖・武雄温泉間）につ

いては、引き続き必要な検討等を実施するとともに、関係地方公共団体等との調整を進める。

さらに、リニア中央新幹線について、水資源・環境保全等の課題解決に向けた取組を進めつつ、三大都市圏やその周辺地域をつなぐ高速かつ安定的な交通インフラとして、沿線の地方公共団体とも連携し早期の整備を促進する。

これらの高速鉄道ネットワークの拡充を通じ、地域間の移動時間を短縮させ、観光旅行者の広域的な移動の高速化・円滑化を図る。

## ス 都市鉄道の整備

既存ストックを有効活用した連絡線整備や相互直通化、地下鉄の延伸、鉄道駅の交通結節機能の高度化等により、公共交通のネットワークの充実度を高めるとともに、鉄道駅のバリアフリー化、無料 Wi-Fi の整備、多言語表示の充実等を図る。

## セ 高速道路の整備等

観光地域へのアクセスや観光地域間の周遊の利便性を向上させることによって地域全体の魅力をより高めるため、観光地域へのアクセスや地域間の交流・連携の強化を図る高規格道路の整備を推進する。

高速道路料金については、観光振興や地域活性化を一層推進するため、周辺地域や観光関係事業者等と連携した企画割引である周遊パスの実施や観光周遊パスの平日のみの利用についての割引拡充、観光振興の観点からの料金割引等、高速道路会社の創意工夫を生かした積極的な料金施策を展開していく。

また、スマートインターチェンジ等の整備により、観光旅行者の利便性の向上を図っていく。

## ソ 地域内の道路・道の駅の整備

地域内の道路について、観光の振興に寄与し地域の経済・社会を支えるため、地方の自主性を生かしつつ、観光施設、インターチェンジ等へのアクセス確保等の整備を支援する。

また、「道の駅」について、それ自体が観光資源にもなることを踏まえ、令和 7 年までに「道の駅」を地方創生・観光を加速する拠点とするため、キャッシュレス導入や外国人観光案内所の日本政府観光局認定の取得といった訪日外国人旅行者対応を推進する。

## タ 道路交通の円滑化

道路ネットワークの整備やボトルネック解消策等の交通容量拡大策に加えて、国、地方、民間等が連携した協議会等を活用し、観光地周辺の空き駐車場の予約による観光交通の分散等、ビッグデータを活用しながら既存の道路や駐車場

の容量・空間を最大限活用する取組を推進する。また、地域や公共交通との連携による車利用者の交通行動の変更を促す交通需要マネジメント施策の実施や、カーナビゲーションに道路交通情報をリアルタイムに提供する道路交通情報通信システム（VICS）の情報内容・精度の改善・充実、ETC2.0サービスの渋滞回避支援等の機能の活用等により、道路交通の円滑化を図るとともに、これらを支える車両内外のデータ連携基盤の構築を進めることで、観光旅行者の利便性の向上を図る。

さらに、観光旅行者が多く通行する道路等において、季節や時間による交通流の変動に的確に対応するため、信号機等の交通安全施設等の整備を推進するとともに、プローブ情報を活用した交通管制システムの高度化等を推進することにより、交通渋滞を緩和し、交通アクセスの改善を図る。

#### チ 旅客船ターミナル・旅客船の整備

離島をはじめとする各地域の玄関に相当する旅客船ターミナル及び旅客船のバリアフリー化や無料 Wi-Fi の整備・多言語表示の充実等の訪日外国人旅行者の受入環境整備等を図ることにより、サービスの多様化・高度化を加速させる。さらに、キャッシュレス決済システムの整備や、旅客船ターミナル及び旅客船における感染症対策を実施し、快適で安心・安全な旅行ができる環境整備を図る。

#### ツ マリンレジャーを活用した地域観光の振興等

プレジャーボートの収容保管能力の向上と放置等禁止区域の指定拡充等の規制措置を両輪とする公共水域の適正な利用の促進や、「海の駅」を活用し、地域の特性を生かしたイベントやクルージング等のマリンレジャーの体験機会の提供の取組を地方公共団体や関係団体等と連携して推進する。

#### テ 港湾空間・みなとオアシスの整備等

港湾について、人流・物流の交流拠点としての機能に加え、周辺に運河や倉庫群が数多く残されていること、親水性のある港湾緑地が存在すること等の魅力を生かしつつ、港湾の施設整備等のハード施策やみなとオアシスの登録等のソフト施策により、美しい港湾空間の形成を図る。令和5年3月末までに157か所が登録されているみなとオアシスを通じて、「みなと」を核とした魅力ある地域づくりを引き続き推進していく。

また、訪日外国人旅行者の周遊促進・消費拡大や安全・安心な旅行環境の整備のため、港湾における ICT 等を活用した受入環境整備や災害時の多言語対応強化等を支援する。

### ② 出入国に関する措置等の受入体制の確保

## ア ビザの緩和及びビザ発給手続の迅速化・円滑化

二国間の人的交流を促進するため、ビザ緩和を戦略的に実施する。特に訪日プロモーション事業の重点国・地域のうち、訪日に当たってビザが必要な国・地域を中心に、政府全体で、プロモーションによる認知度向上や受入環境の整備と連動して、ビザ緩和・ビザ発給の円滑化を積極的に実施する。また、ビザ申請人の利便性向上につながる円滑かつ迅速なビザ発給手続を推進するため、ビザ審査に係る必要な物的・人的体制の整備に取り組む。

## イ 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

空港での入国審査待ち時間 20 分以内を目指すなど、革新的な出入国審査等を実現するため、関係省庁が連携して以下の取組を実施する。

- ・ 航空機で訪日する旅客をその出発地点の空港で事前にチェックするプレクリアランス（事前確認）について、台湾における令和 6 年度以降の本格実施に向けて必要な調整を行う。
- ・ 全国 4 空港において運用中の自動化ゲート（指紋認証ゲート）について、出入（帰）国者数の回復状況を見極めながら、今後の在り方を検討する。
- ・ 全国 7 空港において運用中の顔認証ゲートについて、出入（帰）国者数の回復状況を見極めながら、今後の拡充を検討する。
- ・ 訪日外国人旅行者が我が国への出入国を円滑かつ快適に行えるよう、審査ブースの増設、施設の拡張等や CIQ 体制の整備を図る。訪日外国人旅行者数の実績も踏まえ、関係省庁が連携して物的・人的体制の効果的な整備を進める。
- ・ 旅客の案内等に従事する「イミグレーションアテンダント」を配置することで、入国審査官を出入国審査に専念させる。
- ・ Visit Japan Web を活用した CIQ 手続等のデジタル化を推進し、水際対策の効率的な実施と利用者の利便性向上を目指す。
- ・ 出入国在留管理庁において、全ての乗客の乗客予約記録（PNR：Passenger Name Record の略。）の電子的な取得等、情報収集を一層進めるとともに、更なる情報分析・活用の高度化を推進する。
- ・ 本邦渡航前の事前スクリーニングを強化する相互事前旅客情報システム（iAPI：interactive Advance Passenger Information system の略。）について、令和 6 年度中に試行導入することを検討する。
- ・ 税関当局において、国内外の関係機関等との連携や、出入国旅客の事前旅客情報（API：Advance Passenger Information の略。）や乗客予約記録（PNR）といった情報の電子的な収集の強化を図るとともに、それらの情報を 24 時間体制で分析・活用する。
- ・ 出発時の航空保安検査の円滑化を図りつつ厳格化を実現するため、爆発物自動検知機器等の先進的な保安検査機器導入を推進する。また、保安検査員の人材確保・技量向上や労働環境改善等を図るための取組を継続的に実施する。

- ・自動手荷物預機等の自動化機器の導入、顔認証技術による旅客搭乗手続の一元化（One ID 化）、自動運転技術による手荷物・旅客輸送の円滑化等の先端技術の活用等により、旅客が行う諸手続や空港内動線を一気通貫で高度化し、手続全体の円滑化を実現する（FAST TRAVEL の推進）。
- ・迅速な通関による旅客の利便性の向上と、厳格な税関検査の実施による国民の安心・安全の確保の両立を図るため、税関検査場電子申告ゲート等の配備を進める。

### ③ 観光地等の外国人対応の推進

#### ア 観光地のインバウンド対応の支援

300 地域以上の観光地における ICT を活用した多言語表示や無料 Wi-Fi 等を通じたインターネット利用環境・ナイトタイムエコノミー環境等の整備、清潔性維持や混雑緩和に配慮したトイレの観光施設等における整備、小売・飲食店も含めた地域におけるキャッシュレス決済対応、AI や ICT 等の最新技術のノウハウを有するベンチャー企業や地方公共団体等の連携、外国人観光案内所の機能強化等の面的な取組を推進する。

また、訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制を整備する。

#### イ 通訳ガイドの質・量の充実（１．（４）ウ 再掲）

#### ウ 観光案内拠点の充実

ウェブやスマートフォン等の普及や旅行動態の変化等、外国人観光案内所を取り巻く環境が近年大きく変化しているところ、これまで整備してきた観光案内所の体制（1,500 か所以上）を維持しつつ、観光案内所のブランド力強化、サービスの質の向上、持続可能な観光、自然災害や感染症等への対応等の課題の解決を図る。そのために、DX 技術の活用や観光案内所間の連携強化・ネットワーク化等の観光案内所の機能強化の取組を進めるとともに、日本政府観光局が中心となって研修等を実施する。また、観光スポットの魅力を発信し、地域との交流を図る観光スポット情報・交流施設の整備を促進する。

#### エ 観光地域における案内表示等の充実

公共交通機関、美術館・博物館、観光地等の外国人目線に立った多言語対応を強化・改善するため、ICT も活用しつつ多言語による案内表示等の充実を図る。

また、携帯型端末等で案内可能な施設情報のオープンデータ化等による移動支援サービスの普及等を推進する。

#### オ 通信環境の整備促進

訪日外国人旅行者が日本を旅行する際にインターネットによる情報入手に不自由を感じることがないように、携帯電話の通じない地域の解消等、通信環境の整備を促進する。

#### カ 誰もが一人歩きできる環境の実現

誰もが一人歩きできる環境の実現に向け、訪日外国人旅行者への更なる「おもてなし」と我が国の歴史、文化、生活習慣等の理解促進による満足度向上を図るため、多言語翻訳技術の研究開発及び社会実装を進める。

具体的には、令和6年度末までに、ビジネスや国際会議の場面にも対応した実用レベルの同時通訳技術や、重点対応言語の21言語（日本語、英語、中国語、韓国語、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、ミャンマー語、フランス語、スペイン語、ブラジルポルトガル語、フィリピン語、ネパール語、クメール語、モンゴル語、アラビア語、イタリア語、ドイツ語、ヒンディ語、ロシア語、ウクライナ語）への拡大等を実現するとともに、令和7年の大阪・関西万博に向けた更なる社会実装を推進する。

また、認定手ぶら観光カウンターについて、情報を広く発信し認知度の向上を図るとともに、新たな認定を進めていくことで、手ぶら観光を推進する。

#### キ 外国人患者受入体制の充実

全国各地において、感染症発生時も含め、医療機関が訪日外国人患者を受け入れることができる体制を整備する。

具体的には、訪日外国人旅行者が安全・安心に旅行ができるよう訪日外国人患者の受入環境整備を進めるとともに、多言語対応が可能な医療機関をとりまとめた「外国人患者を受け入れる医療機関の情報を取りまとめたリスト」を更に充実させ、日本政府観光局ウェブサイト等で多言語による情報発信をしていく。あわせて、訪日外国人旅行者の民間医療保険加入率向上に向けた取組を行う。

国家戦略特区において、二国間協定に基づく外国医師の受入枠等の拡大に係る提案を可能としており、これにより増大する外国人患者の医療ニーズに対応する。

#### ク キャッシュレス環境等の改善

訪日外国人旅行者の地方誘客、消費拡大を図るため、観光地におけるキャッシュレス決済手段の導入を更に促進する。

また、海外発行カードが利用可能なATMについて、訪日外国人旅行者のニーズに合致する整備水準が維持されるよう、海外発行カード対応ATM設置に有用なデータを銀行に対し継続的に提供する。さらに、ATMの設置場所に関する日本政府観光局の情報提供を引き続き行う。



加えて、訪日外国人旅行者の日本国内でのコード決済の利便性向上のため、日本におけるコードの統一規格（JPQR）について、アジア各国の統一規格との相互利用を可能とする取組を進める。

#### ケ 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

ムスリムやベジタリアン・ヴィーガン旅行者等、多様な宗教的、文化的習慣を有する訪日外国人旅行者がストレスなく安心して観光を満喫できるような環境整備を図る。具体的には、観光庁が作成した「ムスリムおもてなしガイドブック」や「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」の周知等により、食事や礼拝等、様々な生活習慣に配慮した受入環境の整備充実を図るとともに、対応している飲食店や宿泊施設等について訪日外国人旅行者に発信するなどの情報提供に取り組む。

#### コ 伝統芸能等における外国人対応の推進

令和5年11月の国立劇場閉場後も引き続き外国人が伝統芸能を楽しめるよう、代替施設での公演や国立能楽堂等における外国人対応を推進する。英語版公演解説リーフレットの配布や字幕表示、イヤホンガイドの多言語対応、外国人向け鑑賞教室等のほか、オンライン配信での字幕提供等、ニーズを踏まえた対応を更に推進する。

また、公演情報について、空港・観光案内所等での多言語での広報等、訪日外国人旅行者向けの情報発信も引き続き実施する。

さらに、令和11年度の国立劇場再開場に向け、伝統芸能の魅力を国内外に発信する機能を強化し、インバウンドの観光需要を取り込むべく、国立劇場再整備事業を推進する。

国際的に普遍的価値を持つバレエ、オペラについて、人材育成を強化し、魅力的な公演を製作するとともに、海外への広報宣伝や映像配信等を推進することにより、世界における新国立劇場のプレゼンスを向上させる。

#### サ 2025年大阪・関西万博に向けた受入環境整備

大阪・関西万博に来場する訪日外国人旅行者の受入れに向け、CIQ体制の人的・物的な強化、会場内外における多言語対応の強化やピクトグラム等外国人にわかりやすい表示の整備、無料公衆無線LAN等の社会全体のICT化を推進する。

また、大阪・関西万博関連イベントの全国各地での開催や、日本文化の魅力を発信する訪日プロモーションを推進することで、外国人来訪者を会場のみならず関西地域、更には日本全国に誘客し、大阪・関西万博の開催効果を日本全体に波及させる。さらに、医療機関への外国人患者受入体制の整備、外国人来

訪者への救急・防災対応、熱中症等の関連情報に関する多言語発信、海外発行クレジットカード等の決済環境の整備等を推進する。

加えて、大阪・関西万博に関心を持つ外国人の多言語コミュニケーションを可能とする技術も活用しながら、来訪前から、もしくは来訪せずとも、オンライン上で大阪・関西万博にバーチャル参加・共創できるような仕組みや、日本の魅力的なコンテンツにアクセスできるような環境整備も推進する。

#### シ 2027 年国際園芸博覧会に向けた受入環境整備

花の名所や様々な庭園をはじめとする観光資源との全国的な連携により、2027 年国際園芸博覧会への来場を全国的な周遊の契機とするなど、開催効果を全国へ波及させるとともに、会場内外における多言語対応の強化等、必要な受入環境の整備を推進する。

#### ス ランドオペレーターの登録制度の適切な運用

利益優先による質の低い旅行商品の提供やダンピング契約による旅行の安全性の低下を防ぐために導入された旅行サービス手配業（ランドオペレーター）の登録制度について、制度の周知や立入検査等、制度の適切な運用を図る。

### （９）アウトバウンド・国際相互交流の促進

#### ア アウトバウンドの促進

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とする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の深化を図るものであるとともに、双方向の交流拡大（ツーウェイツーリズムの推進）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。アウトバウンドの本格的な回復に向け関係省庁・観光業界が広く連携し、有識者の知見も得ながら、各国の現地情報等に係る正確な情報発信や、旅行安全情報共有プラットフォームの活用により、若者だけでなくシニア世代の海外旅行への不安を取り除き、安全・安心な海外旅行のための環境を整備する。また、若者の旅行体験促進のため、関係省庁・観光業界の連携により、継続的な教職員向けセミナーの実施や、イベントの開催等を通じた普及・啓発の取組の着実な実施を図る。さらに、官民の幅広い関係者から構成される「アウトバウンド促進協議会」と連携し、若年層を中心としたプロモーションを通じて海外旅行への機運醸成を図るなど官民一体となった取組についても引き続き着実に推進する。

#### イ 日本人海外旅行者の安全対策

日本人海外旅行者の安全性を向上させるため、関係省庁が連携しながら、旅行者、海外安全ホームページ、たびレジ等を通じ海外における危機管理や安全対策に関する知識の増進を図る。

また、テロや自然災害等の発生時には、旅行安全情報共有プラットフォーム等の活用により、旅行者に対して迅速な安否確認を実施するとともに、災害情報や避難経路情報等を幅広く提供することで、アウトバウンドにおける安全対策の促進を図る。

#### ウ 姉妹・友好都市提携等の活用

姉妹・友好都市提携等に基づく国際交流は、住民が参加できる機会も多いことから、パブリック・ディプロマシーの一助となるだけでなく、住民自らが地域の魅力を見つめ直す機会を与えてくれるものである。また、文化、スポーツ、観光等の様々な分野における交流事業の契機ともなるものである。

これらを踏まえ、姉妹・友好都市提携等を生かした観光プロモーション等による交流の拡大を支援する。

#### エ 留学生の増加と活用

日本への質の高い外国人留学生の受入れ及び海外への日本人留学生の派遣は、我が国の高等教育のグローバル化、外国人旅行者の誘致及び国際相互理解の増進に資するものである。また、留学生は日本観光の魅力についての発信力を有するとともに、日本への外国人留学生はリピーターとしての訪日を期待できる。

このため、外国大学との単位相互認定等の拡大、外国人教職員・外国人留学生の受入れの促進、外国人留学生の就職支援等を進めるとともに、日本人学生等の海外経験を増やすため、留学・研修支援等の取組を行う。さらに、関係省庁が連携して、外国人留学生の誘致、外国人留学生に関する各情報発信ツールやネットワークを活用した日本観光の魅力の発信等を継続し、優秀な外国人留学生を呼び込む。

#### オ 訪日教育旅行の促進

青少年の訪日旅行の形態である「訪日教育旅行」と総称される団体旅行は、若年層の交流拡大による国際相互理解の増進、学校における実践的な国際理解教育の推進や地域の活性化にも有益であるとともに、訪日教育旅行により我が国を訪れた青少年は、将来、リピーターとなり得る。

訪日教育旅行の重要性を踏まえ、令和7年までに訪日教育旅行者数が令和元年の水準を超えることを目指し、地域における調整・相談窓口の構築、地域の観光部局と教育部局との連携等を促進する。訪日教育旅行の受入側と来訪側のマッチングに必要な体制整備を地域の観光部局が中心となっていくことを促進するとともに、地域の観光部局と教育部局との間での役割分担の明確化と共通

理解の醸成が図られるよう、周知徹底する。また、訪日教育旅行に対する理解の促進のため、訪日教育旅行の教育的意義についての教育部局・学校に対する理解の促進、海外の学校関係者等を対象としたセミナーの開催、ウェブサイトを通じた教育旅行先としての魅力の発信を行う。さらに、日本政府観光局に設置した相談窓口を通じて海外からの問合せに対応するとともに、訪日の申請があった際、そのニーズに合った地域の窓口を紹介し、交流マッチングを図る。

#### カ ワーキング・ホリデー制度の導入促進

二国間の取り決めにに基づき、各々の国が相手国の青少年に対して自国の文化や一般的な生活様式を理解する機会を提供するためのワーキング・ホリデー制度について、人的交流の拡大と青少年の相互理解を促進する観点から、既存の導入国 27 か国・地域以外の諸国との間における新規導入について随時検討する。

#### キ 海外の青少年等との交流促進

親日派・知日派の発掘・育成を目的に、将来を担う青年の招へい等を行い、対日理解の促進、日本の魅力等の対外発信強化を推進していく。

#### ク 地域レベルの国際交流・国際協力の推進

地域レベルの国際交流・国際協力を一層推進することを目的として、国際交流に携わる地方公共団体の職員等を参加対象とした会議等を開催する。

#### ケ 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

平成 18 年に設置された日中韓観光大臣会合において合意された取組を、日中韓三国が連携協力して着実に実施すること等により、域内及び域外との観光交流の一層の拡大や質の向上、旅行者の安全確保等に取り組む。

#### コ 二国間の観光交流の取組の推進

二国間の交流人口の拡大に向け、二国間の観光交流事業、観光見本市への相互出展等を通じ、二国間の連携協力を強化し、観光交流の拡大に積極的に取り組む。

#### サ 国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進

UNWTO、経済協力開発機構（OECD）等の国際機関及びアジア太平洋経済協力（APEC）、ASEAN+3（日中韓）等の国際協力枠組みにおいて行われる活動及び事業への協力を行っていく。特に、令和元年に我が国が UNWTO 理事国に再就任したことを踏まえ、UNWTO との共催による国際会議等を我が国で開催し観光政策を発信すること等により、UNWTO 加盟国・地域の観光促進に貢献する。また、日

本に所在する UNWTO アジア太平洋地域事務所（RSOAP）を通じて UNWTO との連携を強化し、持続可能な観光の推進に向けて取り組む。加えて、令和5年の日 ASEAN 友好協力 50 周年を契機とし、日 ASEAN 間の観光交流等の促進を図る。

#### シ 開発途上国等の観光振興に対する協力

開発途上国等に対し、観光振興の実施に当たって必要となる情報の提供や提言等の協力を行う。こうした協力は、独立行政法人国際協力機構（JICA）等を通じ、相手国のニーズ、援助の効果等を勘案しつつ実施していく。また、日本アセアンセンターによる取組を通じ、ASEAN 諸国のニーズを踏まえた観光振興、人材育成事業等に貢献する。

#### ス 海外における日本語教育

日本文化をはじめとする我が国への理解を深め、かつ、我が国と各国・地域との交流の担い手を育て、友好関係の基盤を強化するために、国際交流基金による日本語専門家派遣事業、日本語教師・学習者訪日研修等のこれまでの取組を継続し、海外における日本語教育の質の向上、安定的実施等に寄与することにより、潜在的な訪日観光層となり得る親日層の育成を一層促進する。

#### (10) 国際観光旅客税の活用

高次元で観光施策を実行するため、国際観光旅客税収を活用し、観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図る。その際、ポストコロナも見据えて、本制度の活用の在り方について不断の検討を行う。

### 3. 国内交流拡大戦略

#### (1) 国内旅行需要の喚起

##### ア 全国旅行支援の着実な実施

コロナの影響を強く受けている宿泊業、旅行業、貸切バス等の交通機関や幅広い地域の関連産業を支援するため、措置された予算を活用して全国旅行支援を着実に実施し、全国的な旅行需要の喚起を図る。

##### イ 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化（1.（1）再掲）

##### ウ 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備（2.（2）再掲）

##### エ 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備（2.（3）再掲）

##### オ 交通機関の整備（2.（8）① 再掲）

##### カ 2025 年大阪・関西万博を契機とした国内観光振興

大阪・関西万博の開催効果を大阪・関西のみならず日本全国が享受することができるよう、全国的な機運醸成を図る。

そのため、万博開催を契機とした交流人口の拡大を目指し、①万博来場者の全国への誘客や、被災地復興、食文化の発信等を通じた「観光交流」、②全国自治体の子ども・若者等の海外交流促進や自治体の会場内参加の促進等による「自治体交流」、③修学旅行等における万博来場等による「教育交流」、④「日本博 2.0」の展開やスポーツとの連携強化による「文化・スポーツ交流」、⑤テーマウィークの展開や国際会議等（MICE）の誘致促進等による「ビジネス・学術交流」を推進する。

具体的には、「観光交流」として、公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会、観光地域づくり法人（DMO）等と連携し、広域周遊を含む質の高い魅力的な観光周遊モデルコースの構築、観光資源の磨き上げ、コンテンツの充実化等を集中的に実施する。

##### キ 国内旅行の促進のための関係者が協力した取組の推進

個人旅行・団体旅行問わず、国民の国内旅行を促進するため、関係省庁・関係業界が連携・協力し、旅行需要の平準化につながるキャンペーンの実施、旅行博をはじめとするイベントにおける国内外の観光地の魅力発信や展示商談会を通じた旅行商品の造成につながる取組を引き続き推進する。

##### ク 「新・湯治」等の推進

現代のライフスタイルに合った温泉地の過ごし方である「新・湯治」を推進する「新・湯治推進プラン」に基づき、温泉地全体で得られる療養効果の把握・情報発信等の施策を展開する。

また、温泉の保護及び災害の防止対策の充実を図るための調査研究等を推進する。

#### ケ 「海事観光」の情報発信の強化

島々が作り出す美しい風景や海ならではの絶景スポット、マリンレジャー等のアクティビティ等、ダイナミックで魅力ある「海事観光」分野の認知を高め、船旅や島旅をはじめとする海事観光需要を創出するため、国や関連業界が連携して情報発信を強化する。特に、海や船の楽しさを伝える「C to Sea プロジェクト」の公式 SNS（YouTube・Twitter・Instagram）及びポータルサイト「海ココ」を活用し、海や船を利用した魅力的な観光コンテンツやイベントの情報を収集し、写真・動画・記事等で発信する。

また、国民の祝日「海の日」に際し、その意義について引き続き国民の理解増進を図るとともに、海事観光を推進する観点からも、観光関係者による各種メディアでの広報、「海の日」周知イベントの開催、旅行商品の造成等を促す。

#### コ 水辺における環境学習・自然体験活動等の推進

「子どもの水辺」再発見プロジェクト等により、安全で近づきやすい河川空間の整備を進めるとともに、市民団体等と連携した環境学習・自然体験活動を推進する。また、自然体験プログラムの開催の場ともなる緑地・干潟等の整備、既存ストックの利活用の促進を図る。

### （２）新たな交流市場の開拓

#### ア ワーケーション、ブレジャー等の普及・定着

ワーケーションやブレジャーについて、コロナ禍を経たテレワークの普及や働き方の多様化を踏まえて、「より長期かつ多くの旅行機会の創出」や「旅行需要の平準化」につながる取組と捉えるとともに、働く場所や時間の自由度を高める点で働き方改革や企業の経営課題への対応に寄与し、地域活性化等にも資する意義を有するものとして、普及・定着に向けた取組を推進する。

ワーケーションは、言葉としては広く認識されつつあるものの、特に企業の導入メリット等の意義についての理解が十分浸透しておらず、実践が限定的な状況にある。このため、社会全体の機運醸成を図りつつ、送り手である企業における制度導入、受け手である地域における受入体制整備の双方に対する支援等を通じて、需要を創出する。

また、テレワークやワーケーションの推進に賛同する企業や地域、関連団体、関連府省庁等が参加する「テレワーク・ワーケーション官民推進協議会」の活

動等を通じて、優れた取組手法等についての情報提供や、ワーケーションの導入に向けた環境整備等についての支援を実施することにより、一層の普及・定着を目指していく。

#### イ 第2のふるさとづくり等の推進

地域資源を活用した第2のふるさとづくり（何度も地域に通う旅、帰る旅）等の新たな仕掛けづくりや将来にわたって国内外からの観光旅行者を惹きつける地域・日本の新たなレガシーとなる観光資源の形成に向けた支援により、反復継続した来訪者等の新たな交流市場の開拓を推進する。特に、第2のふるさとづくりについては、再来訪の理由・目的を創出するため、戦略的な観光マーケティングを活用し、地域関係者の幅広い参画の下、地域住民と旅行者が関係性を深める体験コンテンツ、滞在環境及び移動環境の整備を推進する。また、事業趣旨に賛同する地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、民間事業者等が参加する「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」を活用し、優れた取組手法や関係省庁からの情報の共有、メディア等への情報発信機会の提供、参画団体間での情報交換等を行っていくことで事業を加速化する。こうした取組により、地域への来訪の高頻度化、滞在の長期化、地域との多様な接点による個人消費の増進等を図り、地域が一体となった地域活性化を目指す。

#### ウ ユニバーサルツーリズムの推進

今後増加が見込まれる高齢者等の旅行需要を喚起するため、そのニーズを的確に把握し、ユニバーサルツーリズム（誰もが気兼ねなく参加できる旅行）の普及、定着を目指す。このため、観光施設における心のバリアフリー認定制度の認定数の増加に向けて、制度周知、認定施設に係る情報発信の強化等を推進するとともに、ユニバーサルツーリズムの商品造成に資するモデルツアーの実施による商品組成手法の確立等を進める。あわせて、観光施設や宿泊施設等のバリアフリー化を一層推進し、ソフト・ハードの両面から環境整備を進める。

#### エ 公共施設等の一体的・総合的なバリアフリー化

公共施設等のバリアフリー化を推進し、観光旅行者の移動上及び施設の利用上の利便性及び安全性の向上を図る。高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成18年法律第91号。以下「バリアフリー法」という。）等を踏まえ、地方部を含めた各施設のバリアフリー化、聴覚障害及び知的・精神・発達障害に係るバリアフリー進捗状況の見える化、「心のバリアフリー」等の推進を図る観点から、バリアフリー法第3条第1項に基づく移動等円滑化の促進に関する基本方針等に定めた目標の達成を目指し、一体的・総合的なバリアフリー化を一層推進する。



## 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

2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会のレガシーとして、ユニバーサルデザインのまちづくりや「心のバリアフリー」を、各地の観光地や交通機関を含め全国に展開し、障害のある方も訪れやすい環境を整備していく。

同大会に向け実施した首都圏空港から競技会場等に至る世界水準での重点的なバリアフリー化の取組を踏まえ、引き続き全国のバリアフリー水準底上げや面的なユニバーサルデザインのまちづくりを推進する。

学校、企業、地域等様々な側面から、幅広く国民に「心のバリアフリー」を広めるための取組を展開する。特に、観光・交通分野の事業者に向けた接遇ガイドライン等に基づき接遇水準の向上を図るとともに、学校・企業における「心のバリアフリー」教育を実施する。

## カ 身体障害者等の運賃割引の促進

身体障害者手帳、療育手帳又は精神障害者保健福祉手帳の交付を受けた利用者に対して鉄道等の公共交通機関が実施している運賃割引について、引き続き、公共交通事業者等に理解と協力を求めていくとともに、更なる導入促進に向けて計画的に推進していく。

## (3) 国内旅行需要の平準化の促進

### ア 平日旅行需要喚起キャンペーンの実施

観光需要の特定時期への集中が旅行者の満足度低下や観光産業の低い生産性等の要因となっていることを踏まえ、週末や連休以外の旅行需要を喚起し、混雑の回避や観光産業従事者の通年雇用化等を促進するため、観光関連事業者と連携し、平日への旅行需要の平準化につながるキャンペーンを実施する。

### イ 休暇を取得しやすい職場環境の整備

年次有給休暇の取得促進に向けた労使の自主的かつ積極的な取組の促進を図るため、10 月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始、ゴールデンウィーク等の連続休暇を取得しやすい時季に、年次有給休暇取得の集中的な広報を実施する。

また、労働者が年間で少なくとも 5 日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者に義務付けること等を内容とし、平成 31 年 4 月から順次施行されている働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律（平成 30 年法律第 71 号）について、周知を図る。さらに、選択的週休 3 日制について、新たな旅行機会の創出やワーケーション等の推進の観点から、企業における導入を促し、普及を図る。

こうした取組により、令和7年までに年次有給休暇の取得率を70%に向上させるとともに、ワーケーションやブレジャー等の新たな旅のスタイルの普及も進める。

ウ 休暇取得の分散化の促進

「キッズウィーク」の取組事例を周知するなどして、子供の休みに合わせた年次有給休暇取得を官民一体となって促進する。国家公務員についても、家族の記念日や学校行事等、プライベートの予定に合わせた年次休暇取得を促進する。

エ ワーケーション、ブレジャー等の普及・定着（3.（2）ア 再掲）

オ 第2のふるさとづくり等の推進（3.（2）イ 再掲）

## 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

持続可能な形で観光立国の復活に向け、国は、観光が我が国の経済成長を牽引し、地域経済に活力を与えるという成長戦略の柱、地域活性化への切り札としての役割を果たすよう、地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、旅行・宿泊・交通・小売・飲食・レジャー等従来からの観光関係団体・事業者に加え、IT・保険・金融等観光分野で新たなビジネスを創出する多様な事業者を含めた経済界、マスコミ等幅広い関係者と連携し、オールジャパンの取組で観光立国を実現するべくリーダーシップを発揮するものとする。

具体的には、関係省庁が連携して、戦略的に必要な施策を策定し、スピード感を持って実施されるよう工程管理を行う。この際、観光庁が主導的な役割を果たすものとする。また、観光は、地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）や民間が中心的な役割を果たすことが基本であるが、国は、今後の発展が見込める成長の芽を戦略的に取り込む分野について、先導的な役割を果たすとともに、シンクタンクのような立場で、統計の整備・利活用の推進、諸外国の動向把握、国内外の先進事例の収集を行い、幅広い知見に基づき、地方運輸局をはじめとする関係する国の地方支分部局から地域の行政・観光地域づくり法人（DMO）・民間事業者の取組に対して助言を行う。さらに、国は、各地域における施策の具体的な取組の推進を図るべく、地域ごとに異なる課題の解決及び地域の特色を生かした観光振興のための環境を整備する。地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）や民間の先進的な取組については、これを支援し、ひいては国全体のレベルが向上することを狙う。

地方公共団体は、国内外の多様なニーズに応えることができる豊富な観光資源を有していることを再認識し、国内外からの観光旅行者を歓迎するまちづくりに努める。そのため、観光地域づくりの司令塔としての役割を果たす観光地域づくり法人（DMO）に対し積極的な参画・連携・支援を行うとともに、地域内の多様な関係者との連携を図る。その際、他地域の先進的事例を参考としつつ、地域間で互いに切磋琢磨しながら地域の特性に合った手法を創り出し、各地域の魅力を更に高めていく。また、施策の効果的な実施を図るため、観光の意義を部局横断的に共有して関係部局間の緊密な連携を図り、地方公共団体としての総合力を発揮するとともに、広域的な連携協力や地域間の連携協力を一層推進するよう努める。

観光地域づくり法人（DMO）は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づく観光地域づくりの実現を目指す

して、データに基づく戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整を行う。

住民は、観光立国の実現が、観光交流の拡大により精神活動を含めて生活の質の充実に貢献すること、我が国の歴史的・文化的価値を再認識するプロセスであり、日本の魅力の再活性化にもつながることを認識し、訪日外国人旅行者とふれあうことを日常のこととして考える意識を持つとともに、異文化の理解に努め、国内外の観光旅行者を「おもてなしの心」を持って迎えるよう努める。また、地域の文化・伝統の継承に協力するとともに、観光旅行者が快適かつ安全に観光を満喫することができるまちづくりや景観づくりへ主体的に参画するよう努める。

観光関係事業者は、訪日外国人旅行者の増加に伴い IT・保険・金融・農林水産・伝統工芸等、多種多様な分野で新たなビジネスが生まれていることを踏まえ、これらの事業者と連携し、魅力ある商品の提供やサービスの質の向上を図ることにより、観光旅行者の関心と呼び込む。また、観光地域づくり法人（DMO）をはじめとする多様な関係者と連携しながら、観光地域づくりに参画し、客観的なデータに基づくマネジメントを行うことにより、観光地域づくりの自律的な進展を促しつつ地域の雇用・経済を支えていく。そして、持続的な観光の発展のため、住民の福祉に配慮しつつ、満足度の高い魅力ある観光地域の形成に努める。

観光旅行者は、訪れる国又は地域の固有の文化・歴史等に対する理解を深め、ここでのマナーを守り、観光資源、観光地域等の魅力を損ねることのないよう保ち、将来にわたって多くの人々が観光旅行を楽しめるよう努める。

## 2. 政府が一体となった施策の推進

「1. 多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化」において述べたように、持続可能な形での観光立国の復活のためには、幅広い分野にわたる取組が必要である。

このため、観光立国推進閣僚会議の場を活用するほか、関係省庁、日本政府観光局等の政府関係機関は緊密な連携・協働を図り、さらに、地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、公益社団法人日本観光振興協会等の観光関係団体、観光関係事業者、経済界、マスコミ等とも一体となって、この基本計画に基づく施策を総合的かつ計画的に推進する。

## 3. 施策の推進状況の点検と計画の見直し

この基本計画は、観光立国推進基本法において示された基本理念と施策の方向性に従い、令和7年度までを念頭に策定したものであるが、我が国内外のコロナ感染状況や社会経済情勢は刻一刻と変化しており、今後、観光を巡る諸情勢も大きく変わることが十分考えられる。

このため、この基本計画についても、必要に応じ有識者の助言を受けつつ、目標の達成状況、施策の推進状況に関する点検を行うとともに、施策の効果に関する評価を行う。観光庁は、関係省庁に対し、当該点検・評価の結果について施策に反映させるよう、働きかけを行う。

#### 4. 地域単位の計画の策定

各地域において、観光振興についての基本的な方針や目標等を定めた、行政区域を越えた広域的なものを含む様々なレベルの地域単位の計画が策定されている。持続可能な形での観光立国の復活のためには、この基本計画や観光を巡る情勢の変化等を踏まえ、必要な計画の策定や見直しを行うことが望まれる。

地域単位の計画の策定や見直しについて、地方運輸局をはじめとする関係する国の地方支分部局は、積極的に支援・協力を行うものとする。

#### 5. おわりに

令和4年5月に世界経済フォーラム（WEF）が発表した「2021年旅行・観光開発指数レポート」、いわゆる「観光魅力度ランキング」で、日本は世界1位を獲得した。

我が国は今後とも、コロナによっても失われなかったその魅力を十分に生かし、国際社会において占める地位にふさわしい更に高いレベルでの観光先進国の実現、いわば世界一の観光立国となることを見据えて、持続的な取組を進めていく必要がある。

国際平和と豊かな国民生活を象徴する観光が、全国津々浦々にその恩恵を行きわたらせ、地域の住民の幸福な生活の実現に寄与しながらその使命を果たしていくことができるよう、我が国の持続可能な形での観光立国の復活に向け、この基本計画を政府一丸、官民一体となって着実に実施していく。

