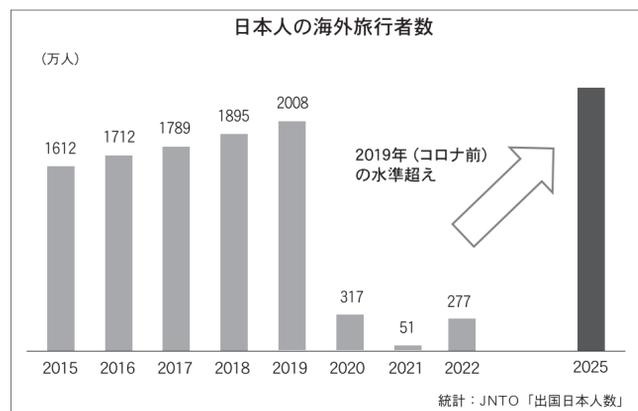
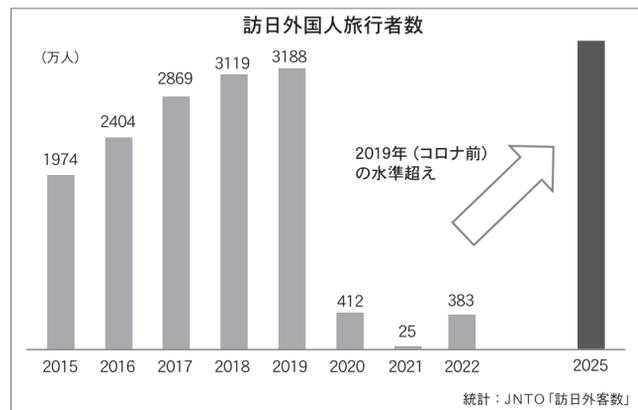


新・観光立国推進基本計画スタート

観光立国推進基本計画(2023~2025年度計画)の目標

項目	2025年目標	2019年実績
持続可能な観光地域づくりの体制整備		
持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	100地域 (うち国際認証・表彰地域50)	12地域=2022年 (うち国際認証・表彰地域6)
インバウンド回復		
訪日外国人旅行者1人当たり消費額	20万円	15.9万円
訪日外国人旅行者1人当たり地方部宿泊数 ^{※1}	2.0泊	1.4泊
訪日外国人旅行者数	2019年水準超え	3188万人
日本人の海外旅行者数	2019年水準超え	2008万人
国際会議の開催件数	アジア最大の開催国(アジア主要国におけるシェア3割以上) ^{※2}	アジア2位(アジア主要国におけるシェア30.1%) ^{※2}
国内交流拡大		
日本人の地方部延べ宿泊者数 ^{※1}	3.2億人泊	3.0億人泊
国内旅行消費額	22兆円	21.9兆円

※1=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
 ※2=アジア主要国は、アジア太平洋地域での国際会議開催件数上位5カ国・地域



基本計画は、観光立国推進基本計画(2013~2015年度)の延長として、2023~2025年度に実施される。この計画は、訪日外国人旅行者の回復を促すとともに、国内旅行消費額の拡大を目指す。訪日外国人旅行者1人当たりの消費額を20万円に引き上げ、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。また、国内旅行消費額の拡大に向け、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。また、国内旅行消費額の拡大に向け、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。

基本計画における持続可能な観光地域づくりの戦略は、自然や文化などの地域の観光資源の保全と観光が両立し、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、地域において観光がもたらす経済効果や雇用創出などのメリットを最大化し、持続可能な観光を実現する。また、観光消費の旺盛な高付加価値旅行者の地方誘客を促進し、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。



政府 閣議決定 計画期間 2023~25年度

政府が3月31日に閣議決定した新たな観光立国推進基本計画は、コロナ禍から日本の観光を持続可能な形で復活させることがテーマだ。コロナ以前から抱えていた観光産業や観光地経営の課題解決を含め、施策のキーワードとしては「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3点を掲げ、数値目標についても、地方の活性化につながる消費や滞在の質、地域づくりの在り方などを設定した。

基本計画は、観光立国推進基本計画(2013~2015年度)の延長として、2023~2025年度に実施される。この計画は、訪日外国人旅行者の回復を促すとともに、国内旅行消費額の拡大を目指す。訪日外国人旅行者1人当たりの消費額を20万円に引き上げ、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。また、国内旅行消費額の拡大に向け、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。

基本計画における持続可能な観光地域づくりの戦略は、自然や文化などの地域の観光資源の保全と観光が両立し、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、地域において観光がもたらす経済効果や雇用創出などのメリットを最大化し、持続可能な観光を実現する。また、観光消費の旺盛な高付加価値旅行者の地方誘客を促進し、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。

基本計画は、観光立国推進基本計画(2013~2015年度)の延長として、2023~2025年度に実施される。この計画は、訪日外国人旅行者の回復を促すとともに、国内旅行消費額の拡大を目指す。訪日外国人旅行者1人当たりの消費額を20万円に引き上げ、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。また、国内旅行消費額の拡大に向け、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。

基本計画は、観光立国推進基本計画(2013~2015年度)の延長として、2023~2025年度に実施される。この計画は、訪日外国人旅行者の回復を促すとともに、国内旅行消費額の拡大を目指す。訪日外国人旅行者1人当たりの消費額を20万円に引き上げ、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。また、国内旅行消費額の拡大に向け、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。

地方での消費、地域の持続可能性を重視

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、細かい訪日外国人旅行者の行動パターンを分析し、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。また、国内旅行消費額の拡大に向け、地方部への滞在を促進し、インバウンド回復に向けた取り組みを強化する。

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、インバウンドに比べた外的要因に対する脆弱さが示され、国内交流拡大に取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ぬ中、地域のコンテントの充実や魅力の向上、休暇取得の促進などにより、国民の観光旅行の実施率向上や潜在長期化を図っていくことが、出張や親族訪問に近い感覚の旅行の潜在需要を顕在化させるなど、旅行需要の平準化を目指すという。