

# 昇龍道プロジェクトの 令和5年度活動方針

---



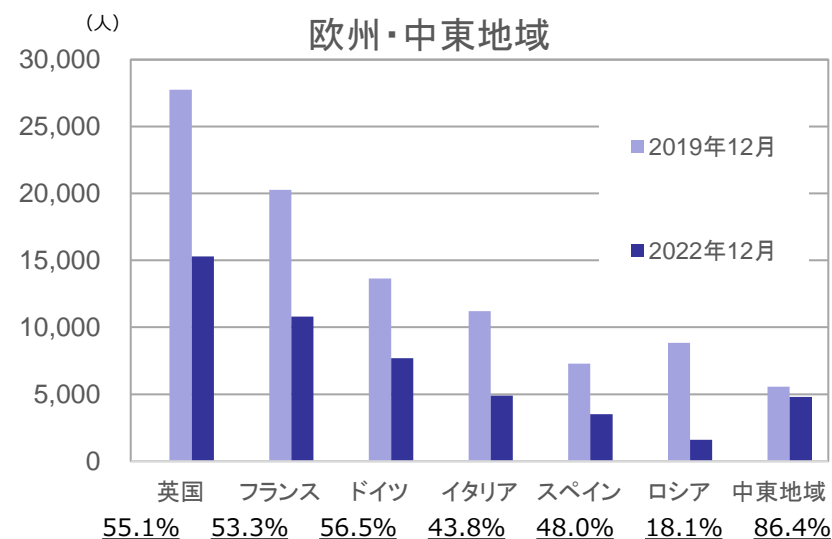
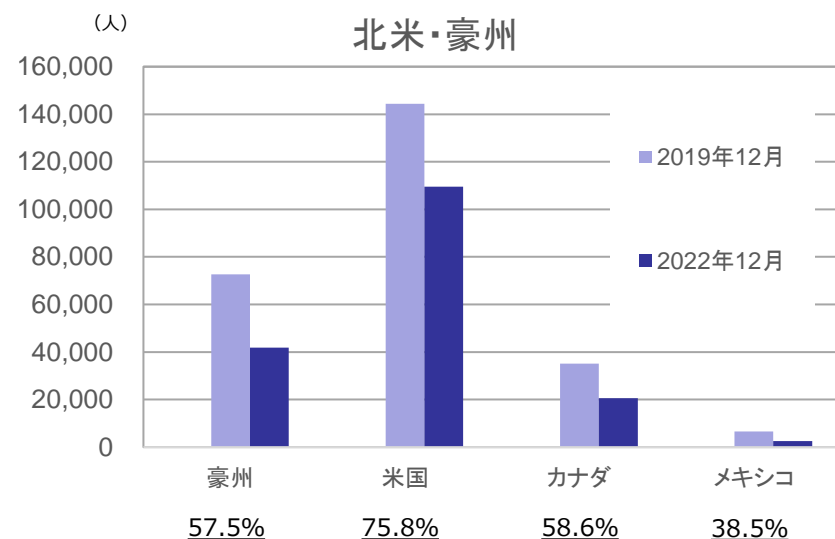
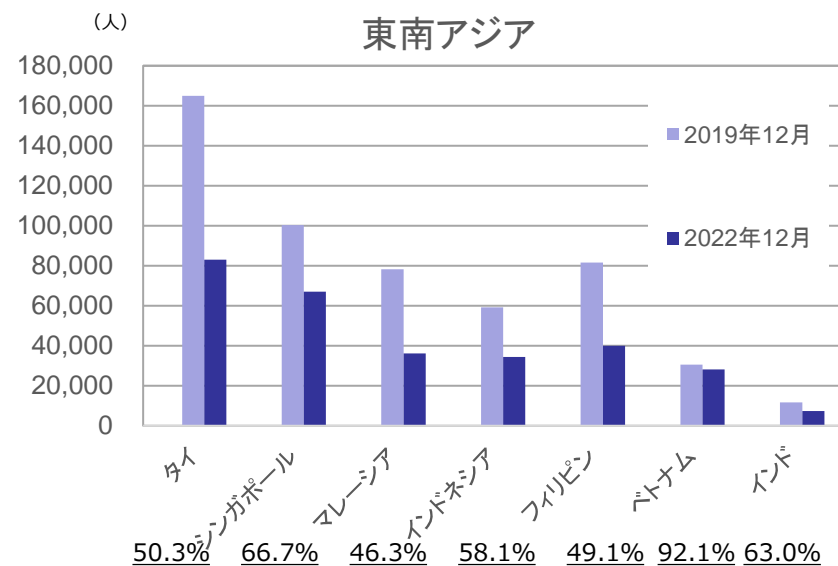
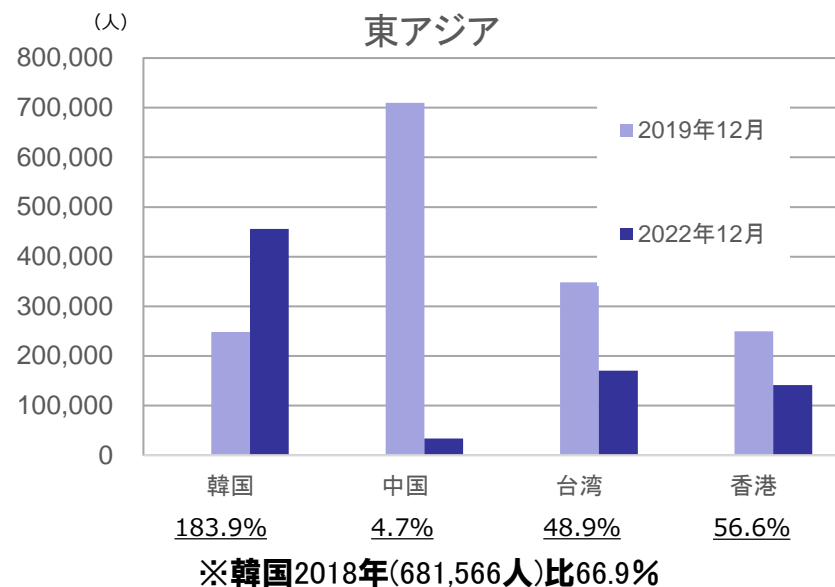
2023年3月10日  
第14回昇龍道プロジェクト推進協議会



**(参考1) 水際対策緩和後の動向**  
**(参考2) 観光政策の方向性と**  
**観光立国の実現に向けた目標**

- 1. 令和5年度の活動方針の骨子**
- 2. 具体的な取組**

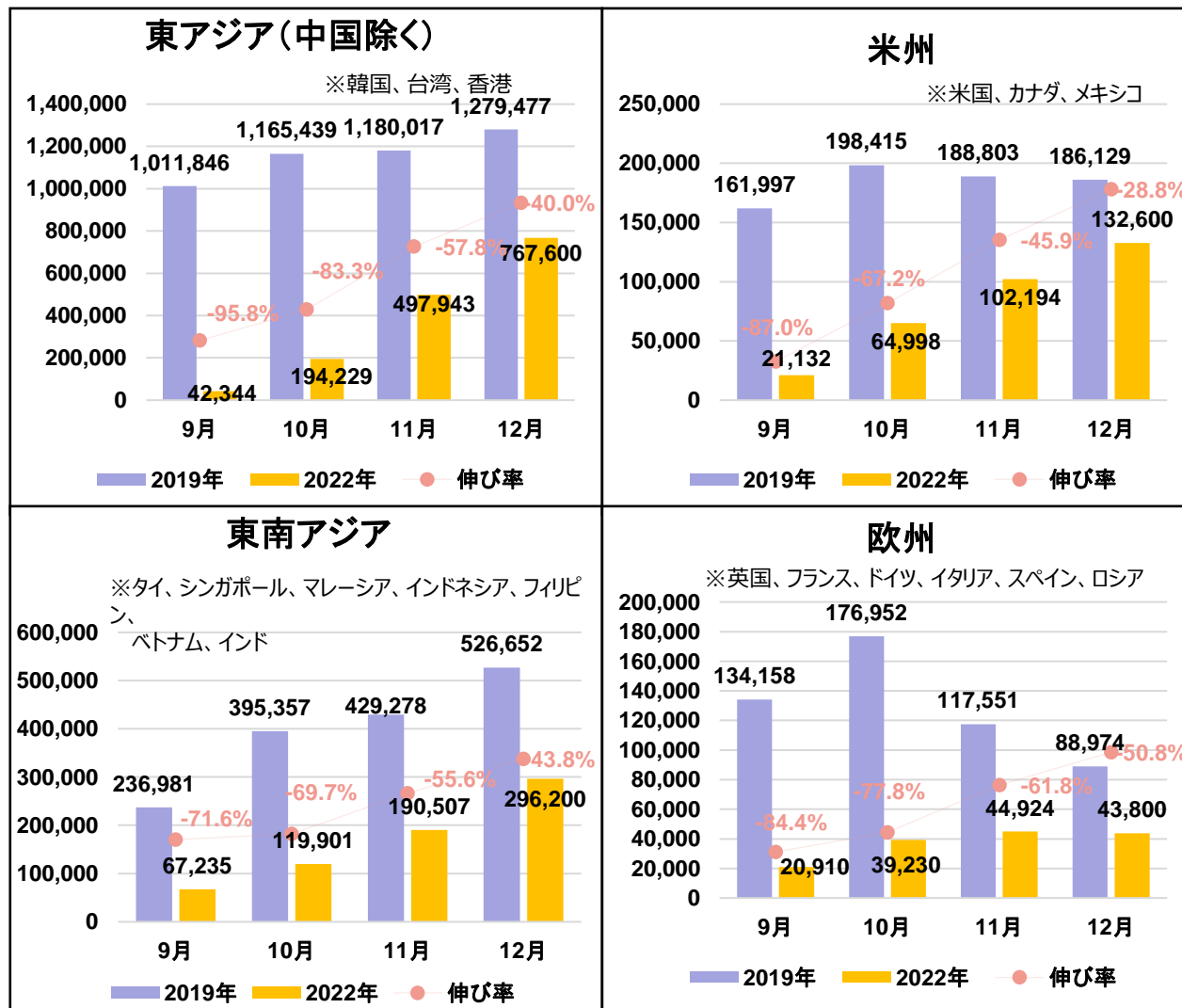
# (参考1) 国別 2019年・2022年12月の訪日外客数



※2019年の値は確定値、2022年の値は推計値

出典・作成：日本政府観光局

# (参考1) エリア別の傾向



■ **東アジア(中国を除く)**からの訪日外客数は、10月の個人旅行解禁以降、**毎月約30万人ずつ増加し、急速に回復**していることが伺える。

※ 韓国については、エリア別の数値の算出に当たって、2018年の各月の数値を使用している。

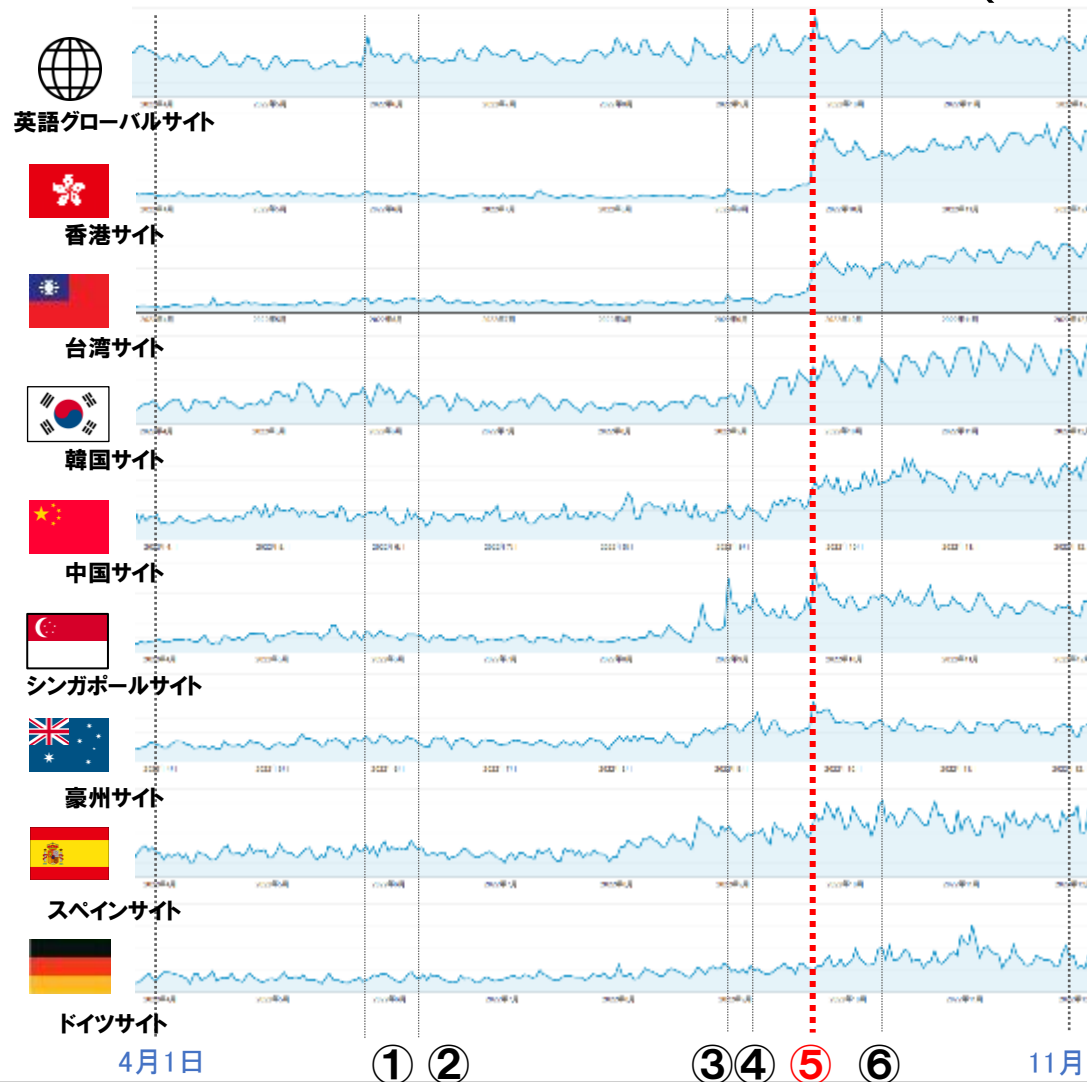
■ **東南アジア**は、技能実習等が多い市場が含まれることもあり、個人旅行解禁以前も2019年比は他のエリアに比べ高かったが、10月の個人旅行解禁以降も、**毎月10万人ずつ増加し、堅調に推移**している。

■ **米州**は訪日旅行者数の実数ではアジア地域に及ばないものの、**2019年比は7割まで回復し、アジア地域を抑え、最も高い回復率**となっている。

■ **欧州**は訪日外客数は横ばいで推移しており、**2019年比も他エリアに比べ、やや低い回復率**に留まっている。

※2022年9月10月は暫定値、11月12月は推計値

## JNTOが運営する外国人向け観光情報サイト(www.japan.travel)のアクセス数の推移



・2022年4月1日から11月30日における「自然検索」からの流入の波形(ページビュー数)をサイト別に相対的に比較したもの(市場抜粋)

### ・タイムライン

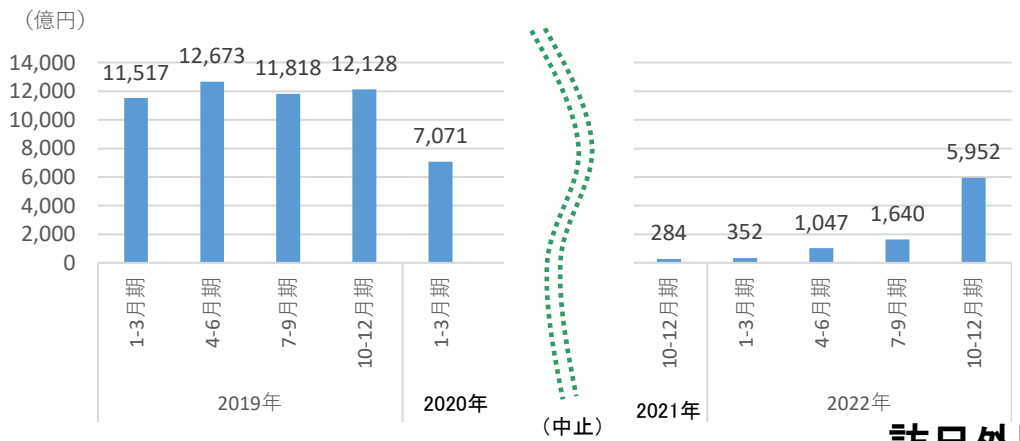
- ① 5月27日 (添乗員付ツアーの受入再開を発表)
- ② 6月10日 (①の再開を施行)
- ③ 8月31日 (添乗員無ツアーの受入再開を発表)
- ④ 9月7日 (③を施行)
- ⑤ **9月23日 (個人旅行客の受入再開を発表)**
- ⑥ 10月11日 (⑤を施行)

・総じて、東アジアの市場については水際対策の緩和を受け、アクセス数が伸びている。  
・特に、香港・台湾は⑤を境に顕著に増えており、⑤以降も緩やかに伸びている。  
・欧州市場・豪州市場は緩やかに増加をしているが、タイムラインにおける反応はアジアと比較して弱い。

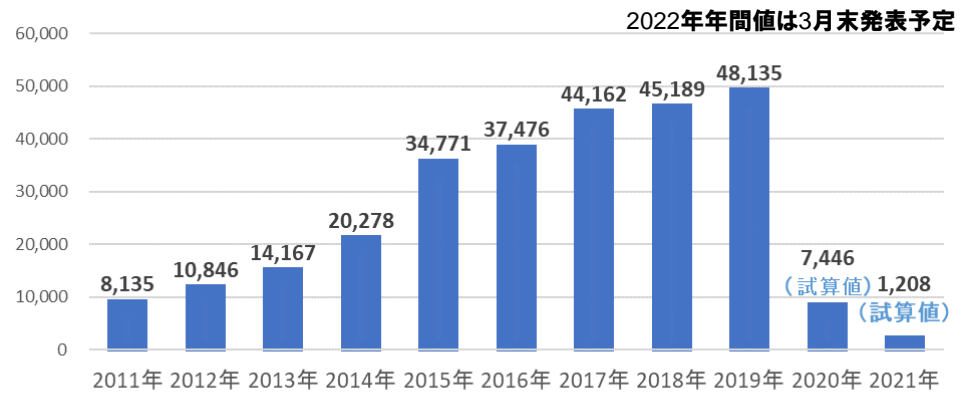
# (参考1) 旅行者・観光行動 訪日外国人旅行消費額(四半期統計)

- 2022年10-12月期の訪日外国人旅行消費額は、5,952億円となり、2019年同期比で5割程度の回復状況(49.1%)。
- 国籍・地域別には、①韓国、②香港、③アメリカ、④台湾、⑤中国の順。2019年同期から中国が後退し、韓国とアメリカが躍進。
- **訪日1人当たり旅行支出額(全目的・一般客)は、21.2万円(2019年同期比124.6%)**。うち観光・レジャー目的客の単価は20.0万円(同120.0%)。円安等の影響や久しぶりの海外旅行で旺盛な支出意欲が寄与したと考えられる。一方、買物代の増加率が低いのは、買物代単価が大きい中国客数が少なく、単価が低い韓国客が多いことが平均額に影響と分析。

## 訪日外国人旅行消費額の推移



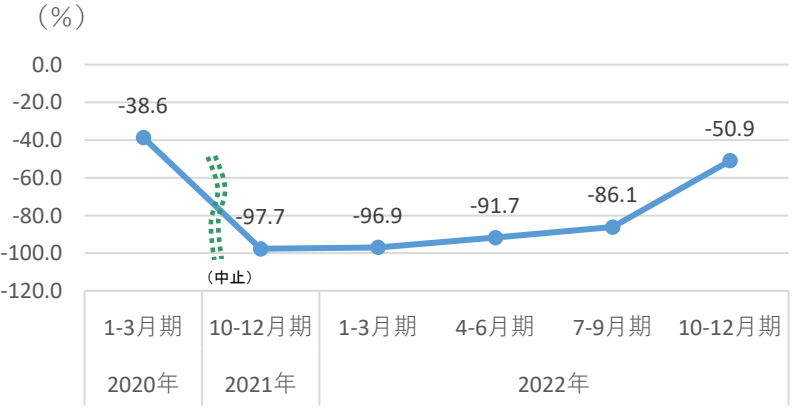
## 訪日外国人 年間旅行消費額の推移



## 訪日外国人1人当たり旅行支出(全国籍・地域、2022年10-12月期)

目的	1人当たり支出総額(円/人)	費目別支出額(円/人)						平均泊数(泊)
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	
全目的(一般客) [下段]2019年比	212,332	71,850	46,257	22,863	9,150	62,191	22	11.5
	+24.6%	+38.3%	+24.3%	+21.1%	+14.9%	+14.5%	-82.9%	+31.6%
観光・レジャー目的(一般客) [下段]2019年比	200,062	62,930	45,558	22,315	6,902	62,336	22	6.0
	+20.0%	+32.6%	+29.1%	+23.0%	+9.6%	+4.8%	-71.2%	-5.8%

## 訪日外国人旅行消費額2019年同期比の推移

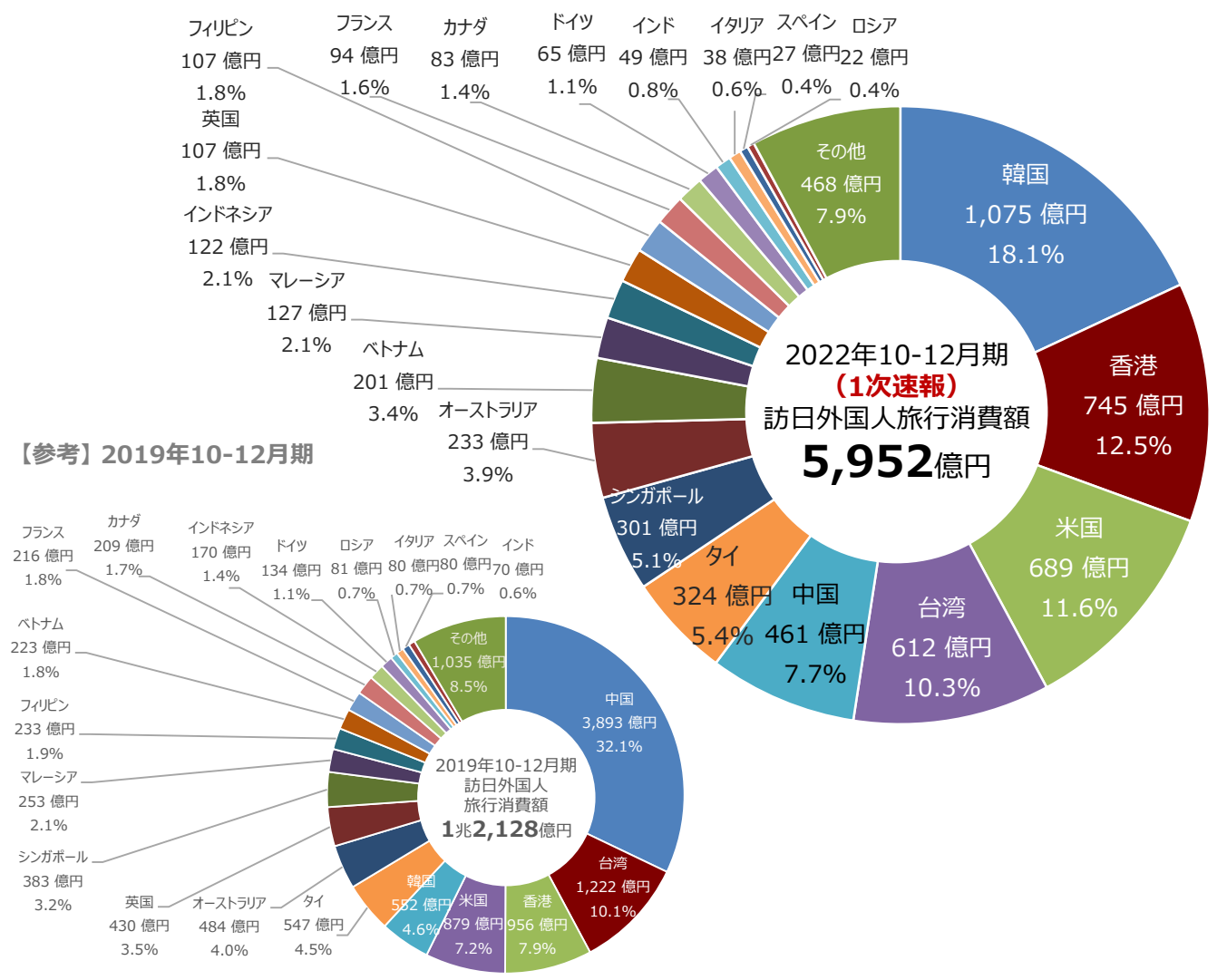


(備考)2020年4月から2021年9月まで調査中止。2021年10-12月期より全国調査のみ再開し、地域調査及びクルーズ調査は中止中。

2020年及び2021年の年間値は試算値。「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人。

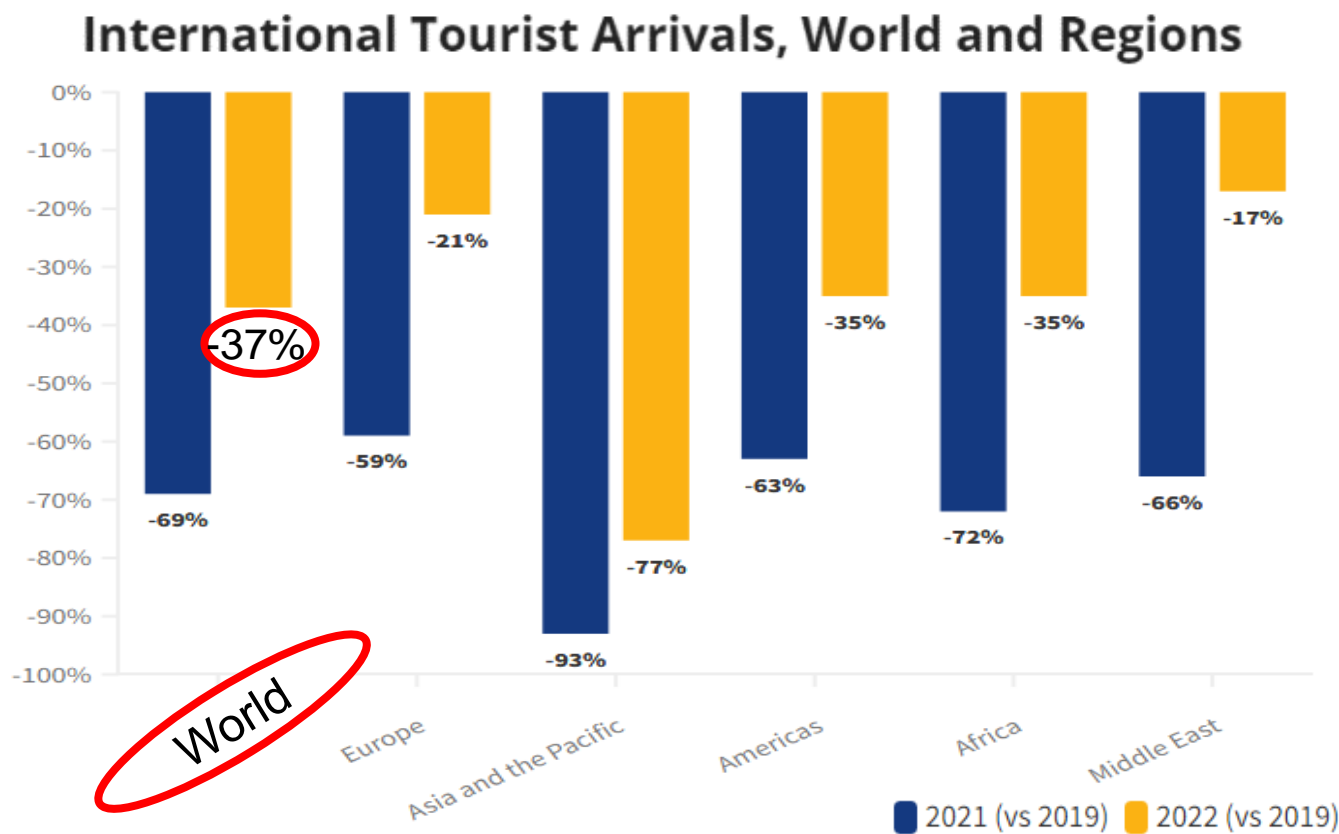
(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

国籍・地域別 訪日外国人旅行消費額(2022年10-12月期)



(備考) 国籍・地域別の結果については、従来に比べて入国者数が少ないため十分な回答数が確保できない等、標準誤差率の大きい国籍・地域もあるため、留意されたい。

・全世界の国際線到着者数2019年比) :  
2022年は2021年比では約2倍となる9億人以上の旅行者が国際旅行をし、  
2019年比で63%(-37%)まで回復した



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©  
Data as collected by UNWTO, January 2023. Published: 17/01/2023

(出典) 「UNWTO WORLD TOURISM BAROMETER」  
<https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>



・IATA（国際航空運送協会）が2022年3月に最新の予測を公開。  
国際線旅客数が2019年の実績を上回るのは2024年。アジア太平洋地域の旅客数については2025年と予測。

PASSENGER NUMBERS, SHARE OF 2019	2021	2022	2023	2024	2025
Industry-wide	47%	83%	94%	103%	111%
International	27%	69%	82%	92%	101%
Domestic	61%	93%	103%	111%	118%
Asia Pacific	40%	68%	84%	97%	109%
Europe	40%	86%	96%	105%	111%
North America	56%	94%	102%	107%	112%
Africa	46%	76%	85%	93%	101%
Middle East	42%	81%	90%	98%	105%
South America	51%	88%	97%	103%	108%
Central America	72%	96%	102%	109%	115%
Caribbean	44%	72%	82%	92%	101%

Source: IATA/Tourism Economics Air Passenger Forecast, March 2022

- 「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つのキーワードに特に留意し、以下の3つの戦略を総合的かつ強力に推進。

## 持続可能な観光地域づくり戦略

- 宿の改修等、観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、地域資源の磨き上げ
- 自然、文化の保全と観光の両立等、持続可能な観光地域づくり

## インバウンド回復戦略

- 観光再始動事業
- 消費額拡大と地方誘客促進
- 高付加価値なインバウンドの誘致

## 国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- 第2のふるさとづくり(継続した来訪の促進)
- ワークেশョン

# (参考2) 観光立国の実現に関する目標について

- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ**質の向上を強調**するとともに、地域の目標への引き直しやすさも考慮。
- 今後の世界的なコロナの収束見通しが不透明であることも踏まえ、**人数に依存しない指標**を中心に設定。

## 持続可能な観光地域づくり戦略

目標 持続可能な観光に取り組む地域数 (新たに設定) (2022年) 12地域 (うち 国際認証・表彰地域 6)

## インバウンド回復戦略

目標 訪日外国人旅行消費額単価 (新指標) (2019年) 15.9万円/人

目標 訪日外国人旅行者一人当たり  
地方部宿泊数 (新指標) 1.35泊

目標 訪日外国人旅行者数 3,188万人

目標 日本人の海外旅行者数 2,008万人

目標 国際会議の開催件数割合 アジア2位 (主要国シェア約30%)

## 国内交流拡大戦略

目標 日本人の地方部延べ宿泊者数 3.0億人泊

目標 国内旅行消費額 21.9兆円

(2022年)

12地域

(うち 国際認証・表彰地域 6)

早期達成を  
目指す目標

旅行消費額  
5兆円

2025年目標

100地域  
(うち 国際認証・表彰地域50)  
(大幅増・全国に展開)

20万円/人  
(2019年の25%増)

1.5泊  
(2019年の10%増)

2019年水準超え (注)

アジア最大の開催国  
(主要国シェア 3 割以上)

3.2億人泊  
(2019年の5%増)

22兆円  
(2030年目標の前倒し)

(注) 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ることに特に留意が必要。

# 1. 令和5年度の活動方針の骨子

## 見据えておくべき事象

### 1. 今後予定されるビッグプロジェクト等

#### 【短期】

北陸新幹線敦賀延伸、世界ラリー選手権、アドベンチャー・トラベル・ワールド・サミット 等

#### 【中長期】

大阪・関西万博、アジア競技大会、中部縦貫自動車道開通、東海環状自動車道開通、リニア中央新幹線開業、中部国際空港機能強化、等

### 2. 現在の社会状況（観光関係）

- ・新型コロナウイルス感染症からの回復  
日本及び海外の移動制限等コロナ対応の緩和
- ・労働力不足・観光地経営人材不足 等
- ・運輸機関及び宿泊施設等の供給不足
- ・環境変化による自然災害の頻発・激甚化
- ・DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進
- ・持続可能な観光への対応
- ・円安の進行と世界的な資源の高騰

## コロナ後を見据え求められる取組

テーマ：観光産業の復活と地域振興

### 1. 新しい地域交流の促進

### 2. 地域の磨き上げによる持続可能な観光地作り・高付加価値化

### 3. インバウンド回復に向けた戦略的かつ集中的な誘客

ポイント  
をしばり  
効果的に

## 具体的な取組

1. 地域交流の拡大
  - ・将来にわたり旅行者を引きつけるコンテンツの造成
2. 高付加価値で持続可能な観光地域づくり
  - ・コロナ後を見据えた受入環境整備の推進・高度化
  - ・サービス等の質向上による高付加価値化
3. 広域周遊観光の促進
  - ・消費額増加と地方誘客の促進
  - ・大規模イベントをフックとした誘客

# 2. 具体的な取組

必要な活動	具体的な取組	頁
(1) 新しい地域交流の促進	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 地域交流の拡大<ul style="list-style-type: none"><li>・ 将来にわたり旅行者を引きつけるコンテンツの造成</li></ul></li></ul>	11
(2) 地域の磨き上げによる持続可能な観光地作り・高付加価値化	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 高付加価値で持続可能な観光地域づくり<ul style="list-style-type: none"><li>・ コロナ後を見据えた受入環境整備の推進・高度化</li><li>・ サービス等の質向上による高付加価値化</li></ul></li></ul>	12 13
(3) インバウンド回復に向けた戦略的かつ集中的な誘客	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 広域周遊観光の促進<ul style="list-style-type: none"><li>・ 消費額増加と地方誘客の促進</li><li>・ 大規模イベントをフックとした誘客</li></ul></li></ul>	14 14

### (1) 地域交流の拡大

コロナ禍においてテレワークやオンライン会議等の急速な普及が見られ、人々の行動様式・生活様式・労働様式が変化し、ニーズが多様化している。ポストコロナを見据え、継続した来訪を促進するためワーケーションの取組や将来にわたって旅行者を惹きつける取組により、交流人口や関係人口の拡大、地域活性化を図る。

#### ■ 将来にわたり旅行者を引きつけるコンテンツの造成

- 地域固有の自然環境、生活文化、食文化等を生かし、あたかも故郷に帰ったかのような素朴な体験を創出することにより、田舎に憧れをいだき関わりを求めるニーズを持つ旅行者を取り込み、何度でも来訪されるような地域作りを推進する。
- 今まで取り組んできたコンテンツ造成の取組に、国内外から将来にわたって末永く旅行者を引きつけ継続的な来訪と、消費額の向上につなげる視点を加えたコンテンツ造成を推進する。

### (2) 高付加価値で持続可能な観光地域づくり

コロナ後のインバウンド本格再開に備え、快適な旅行を満喫できる環境や安全・安心な旅行環境の整備を進め、人材の確保や育成を進めることにより付加価値の高い観光地域の形成を進めると共に、観光資源の磨き上げによる地方誘客や観光消費の拡大と、地域経済への裨益を増大させることにより「持続可能な観光」を推進する。

#### ■ コロナ後を見据えた受入環境整備の推進・高度化

- コロナ後のインバウンド本格再開に備え、ストレスフリーで快適な旅行を満喫できる環境や災害等非常時における安全・安心な旅行環境の整備に加え、地域と旅行者の双方がメリットを享受できる持続可能な観光地域づくりを目指した環境整備を促進する。
- コロナにより大きな打撃を受けた観光産業の再生のため、地域人材の中から潜在的な「観光人材」を掘り起こし、国の人材育成関連施策等も活用することにより、地域の観光関連産業を担う人材や現場の担い手の育成・確保を推進する。

### (2) 高付加価値で持続可能な観光地域づくり

#### ■ サービス等の質向上による高付加価値化

- インバウンドの本格的な回復に向け、誘客の目玉となる特別な体験や期間限定のイベント等観光資源を磨き上げる取組により、地方誘客や観光消費の拡大を促進する。
- 地域の宿泊施設や観光施設等の改修・廃屋撤去等により、地域全体の魅力を向上させると共に、面的DX化により予約・在庫等に関するデータ等地域で得られた様々な情報の共有と活用を促進することにより、地域が一体となった生産性・収益力の向上を推進する。
- 地域の食材等その土地ならではの要素を積極敵に活用すると共に、観光産業に留まらず、福祉産業、イベント・スポーツ産業等の異なる業種との連携を促進することにより、観光産業の生産性向上や旅行者の利便性向上に加え、地域経済全体への裨益効果を増大させ、観光地経営の改善をめざす。
- 訪日外国人旅行者の持続可能な社会への関心の高まりを踏まえ、地域におけるマネジメント体制の構築を促進することにより、より強固な観光地マネジメントを目指し、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）の実践等により、「持続可能な観光」を推進する。



### (3) 広域周遊観光の促進

訪日外国人旅行者を十分取り込めていない地域において、コンテンツの充実や受入環境整備を戦略的に行う他、高付加価値旅行者層（着地消費100万円/人以上）のニーズを取り込むことにより広域周遊観光の促進と共に旅行消費額の拡大を目指す。加えて今後開催される大規模イベントを見据えた取組を進めることにより開催時の各地域への周遊へつなげる。

#### ■ 消費額増加と地方誘客の促進

- 各地域で調査・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、情報発信等を一体となってい、ゴールデンルートや定番観光地以外の地域への周遊を促進する。
- 高付加価値なインバウンド観光地づくりの推進により、一部地域に偏在する高付加価値旅行者層のニーズを取り込むことにより、地域の旅行消費額拡大を目指し、地方創生につなげる。

#### ■ 大規模イベントをフックとした誘客

- 今後開催が予定される、大阪・関西万博、アジア競技大会、世界ラリー選手権等大規模イベントを見据えた取組を行い、開催時の各地域への周遊へつなげる。