

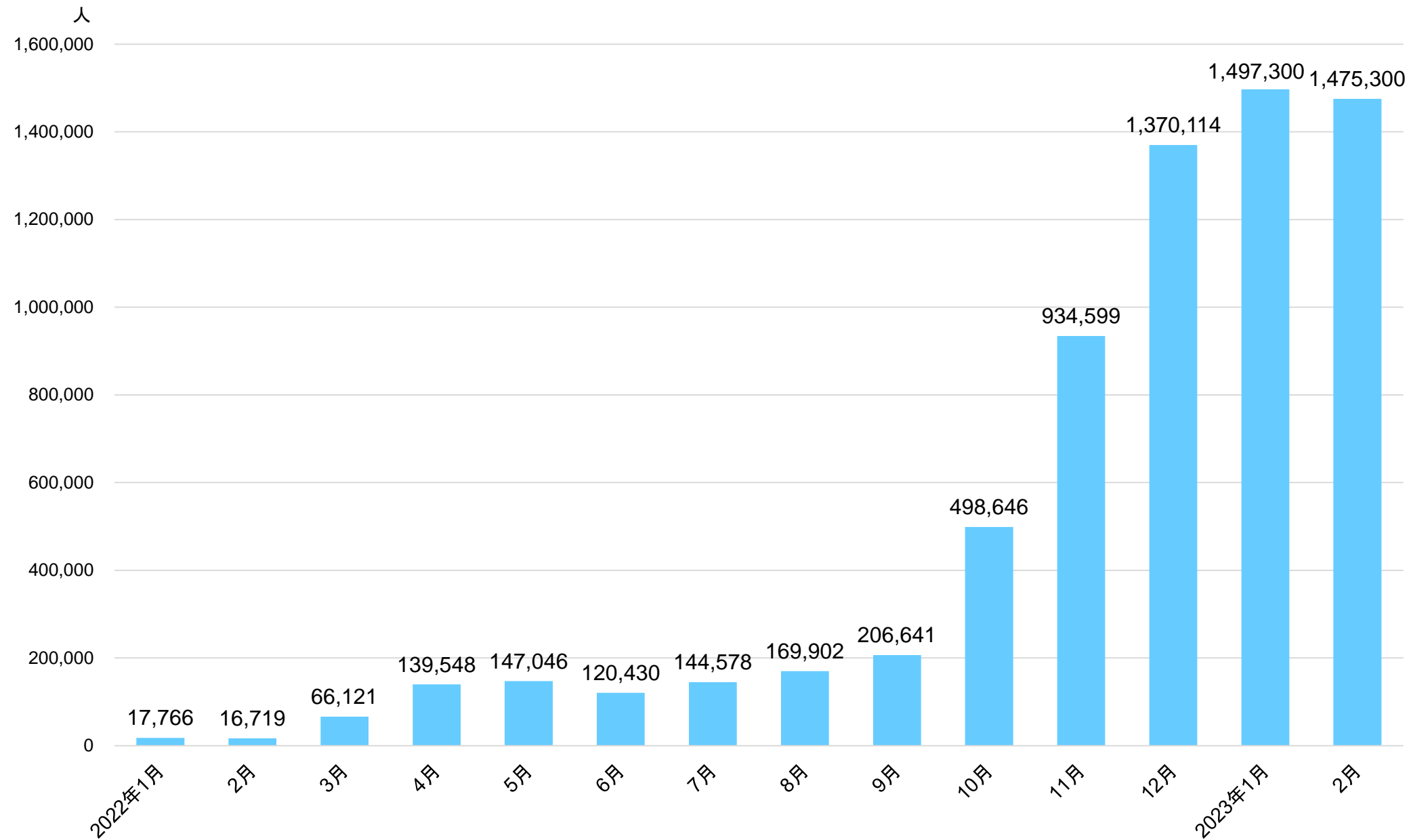
# 第4回クールジャパン戦略会議資料

---

観光庁

2023年4月17日

# 訪日外国人旅行者数の推移（2022年1月～2023年2月）



注) 2022年1月～12月の値は暫定値、2023年1月～2月の値は推計値  
出典：日本政府観光局（JNTO）

## 考え方

- 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。

## 目標

地域づくりの体制整備

- ① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 **(新たに設定)**

### 実績

(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

### 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)

(2019年)

- ② 訪日外国人旅行消費額単価 **(新指標)**

15.9万円/人

旅行消費額  
**5兆円**

**20万円/人**  
(2019年比25%増)

- ③ 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

**1.5泊**  
(2019年比10%強増)  
地方部を訪れる  
2人に1人が  
もう1泊する  
水準

- ④ 訪日外国人旅行者数

3,188万人

- ⑤ 日本人の海外旅行者数

2,008万人

**2019年水準超え (注)**

- ⑥ 国際会議の開催件数割合

アジア2位  
アジア主要国シェア約30%

**アジア最大の開催国  
アジア主要国シェア3割以上**

インバウンド

(2019年)

- ⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数

3.0億人泊

**3.2億人泊**  
(2019年比5%増)

- ⑧ 国内旅行消費額

21.9兆円

**20兆円**

**22兆円**  
(2030年目標の前倒し)

国内

(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。

## 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

### （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

- ・オールジャパンによる訪日プロモーションの実施
- ・新規訪日層の開拓
- ・アジアのリピーター層の再訪日意欲喚起
- ・地域の魅力の海外発信

#### ② 大規模イベントを活用した情報発信

- ・2025年大阪・関西万博を契機とした対外発信
- ・2027年国際園芸博覧会に向けた対外発信
- ・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

#### ③ 各分野と連携した情報発信

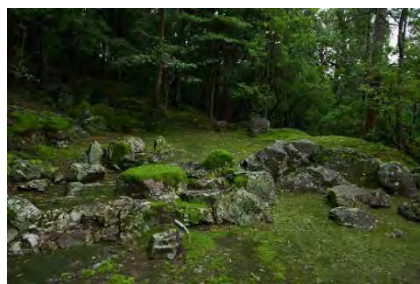
- ・クールジャパンの海外展開

- ・日本食・日本食材等の海外への情報発信

- ・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
- ・日本文化に関する情報の総合発信
- ・国際放送による情報発信の強化
- ・外国報道関係者の招へい等を通じた対外発信
- ・情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

- 全国津々浦々で観光回復の起爆剤となる**特別な体験等の創出**や、**観光コンテンツの高付加価値化**を、**集中的に実施**。

## 我が国文化の最大限の活用



非公開エリア（庭園）  
の**限定公開**  
（世界遺産苔寺）



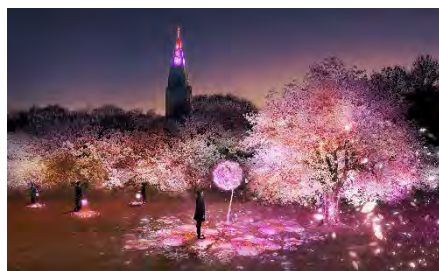
学芸員による解説付  
の**貸切鑑賞機会**  
（三の丸尚蔵館）



写真:森川昇

写真:松岡満男

**夜間を含む特別鑑賞**  
（豊島美術館・地中美術館）



**桜×デジタルアートの  
夜間特別開館**  
（新宿御苑）

## 自然の魅力を活かした今までにない体験



立入禁止エリアへの**特別ツアー**  
（やんばる国立公園）



ライチョウ保護**特別ツアー**  
（中部山岳国立公園）

## 世界的なイベント等との融合



**G7 広島サミット**  
世界に唯一残る**被爆列車**  
の**特別運行**



**京都・祇園祭**  
祇園祭の**特別観覧**



## 文化



Culture&Art Moments@KYOTO



文人趣味の盆栽と煎茶、融合して華開いた日本伝統文化の体験とファンづくり事業

## イベント



日本アニメ・コスプレ文化・資源を活用したインバウンド誘客事業

## 食



『世界遺産を貸切っての文化体験』 ×  
『日本屈指のトップシェフ料理体験』  
日本が誇る歴史と文化のクローズド・プレミアム体験  
海外富裕層向け“THE LEGENDARY JAPAN”事業

## ①実施概要

大阪・関西万博が開催される2025年に向けてインバウンドの本格的な回復と全国への誘客を図るため、特別な体験の提供など観光回復の起爆剤となる取組等を集中的に実施する。また、多様な主体と連携し、観光資源の磨き上げやコンテンツの充実、DX推進を図り、地域のブランド化に繋げ、質の高い魅力的な観光周遊ルート構築とともに、効果的な情報発信等により、関西地域さらには日本全国への誘客を促進する。

(実施主体) 関係府省庁、博覧会協会、DMO、  
地方自治体、日本政府観光局等を想定

(実施場所) 会場内外 (全国各地域)

(実施期間) 開催前から期間中

## ②今後の実施方針

博覧会協会やDMO（観光地域づくり法人）等と連携し、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。



©SUMMER SONIC 2022