

資料 2

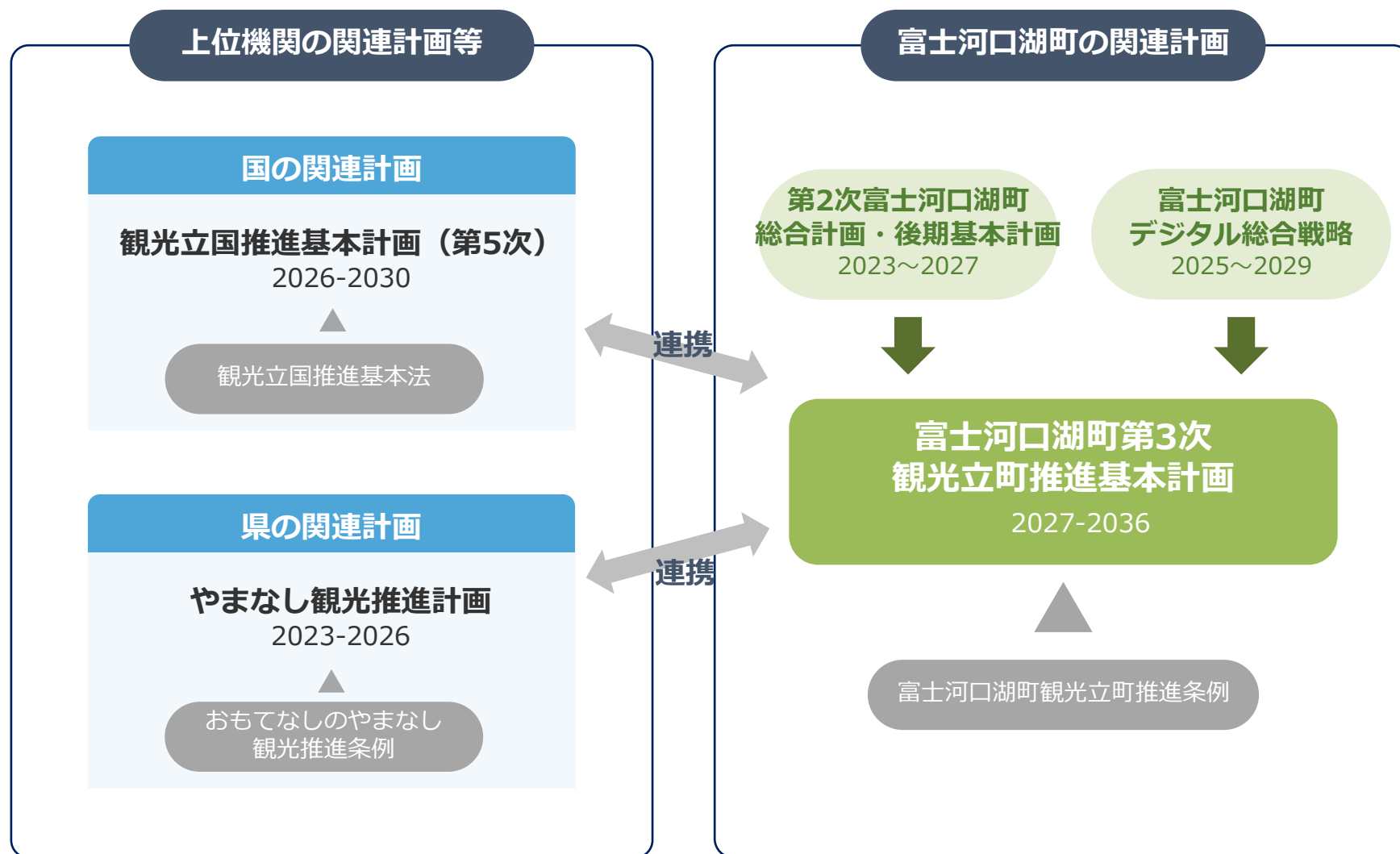
2. 現行計画の概要および 富士河口湖町の観光の概況

- (1) 本計画の位置づけと現行計画の概要
- (2) 各種観光統計等の現状
- (3) 現行計画における目標数値の達成状況

（１）本計画の位置づけと現行計画の概要

本計画の位置づけ（関連計画の整理）

- 国・県の方針と連携し、観光立町推進条例に基づく総合計画の分野別計画として、富士河口湖町第3次観光立町推進基本計画を策定
- 本計画の期間は、2027-2036を予定



計画期間

2019年度～2028年度（10か年）

* 令和6年3月に中間見直し（後期計画）

理念

- ◆ 「富士山」と4つの「湖」を、世界の宝、日本の宝として守り、育て、活用する
- ◆ 美しい風景と地域の特徴ある景観を創出し、次世代に継承する
- ◆ 観光産業が世界に通用する基幹産業として発展を図る
- ◆ 訪日外国人に満足を提供し、再び訪問してもらえる観光地を目指す
- ◆ 観光客と地域住民が、安心・安全・楽しく時間を過ごせる豊かなまちを目指す

富士河口湖町第2次観光立町推進基本計画
後期計画

令和6年3月
富士河口湖町

将来像

富士山と個性ある湖《河口湖、西湖、精進湖、本栖湖》が広がる
美しく快適な世界水準リゾート・富士河口湖

現行計画の施策体系（4つの柱・8つの戦略）

富士河口湖町観光 の4つの柱

世界に通用する魅力ある観光地への展開（来訪価値向上）

観光産業の国際化と観光人材の確保・定着・育成

受け入れ環境基盤の整備（観光インフラの充実）

訪日外国人客の増大（市場拡大・交流促進）

施策体系

8つの戦略	36の施策（プロジェクト）
I 世界遺産・湖 世界遺産（富士山）と湖を保全しつつ、より積極的に活用する	① 世界水準の湖畔観光地としての美観整備の推進
	② 富士山、4つの湖の個性を活かした体験・滞在プログラムの充実
	③ 富士山世界文化遺産に沿った環境に配慮した観光の実践
	④ 富士五湖首都圏フォーラムの推進
	⑤ 町民が富士山世界文化遺産を学べる機会創出
II 交通 アクセスの利便性を向上し、域内交通を充実させる	① 国中から郡内へのアクセス向上（リニア新駅からのアクセス向上）
	② 富士山西麓のネットワーク強化
	③ 道の駅のブラッシュアップ
	④ 歩く観光・自転車観光のための環境整備と情報発信
	⑤ 新たな移動手段の導入の検討
III 宿泊・滞在化 宿泊・滞在機能を多様化しつつ、充実させる	① 宿泊施設の受入環境整備
	② 滞在時間を長くする仕組みづくり
	③ 飲食施設の魅力向上
	④ 冬の魅力アップ
	⑤ ラグジュアリー観光への推進
IV プロモーション 内外ともに戦略的なプロモーションを推進する	① 観光統計の充実と分析強化
	② 国内観光客への誘致策・プロモーション強化
	③ ターゲット国の特性やニーズを捉えたプロモーション活動
	④ リピーター対策の強化
	⑤ 戦略に基づく海外マーケットでの宣伝活動

8つの戦略	36の施策（プロジェクト）
V 組織・人材 観光推進組織の充実と観光人材の育成を図る	① （一社）富士河口湖町観光連盟との連携強化
	② 観光施設、宿泊施設、交通機関の外国人次第力の向上
	③ 観光を専門とする国内外の大学・学生との連携強化
	④ 観光産業従事者の確保
	⑤ 観光財源の検討
VI 危機管理 多様なリスクを想定し、観光危機管理を推進する	① 平常時の地域の安全・安心の確保（地域防災計画の遵守）
	② 非常時の正確かつ迅速な体制整備
	③ 防災のまちづくりの推進
	④ オーバーツーリズムへの対応
	⑤ 観光に対する住民理解の促進
VII 町民参加 地域住民の観光への理解促進とまちづくりへの参加を促す	① まちづくりと観光に関わる人材の育成
	② 観光まちづくり団体の支援充実
	③ 観光まちづくりの推進
	④ 町民による「おもてなし」の推進
	⑤ 官民の連携・協力によるユニバーサルツーリズムの推進
VIII ユニバーサルデザイン 全町あげてユニバーサルデザインに取り組み、日本一を目指す	① 観光施設のバリアフリー化、ユニバーサルデザインの導入
	② UDに配慮した案内サイン、観光マップ、パンフレットの充実
	③ 官民の連携・協力によるユニバーサルツーリズムの推進
	④ 観光施設のバリアフリー化、ユニバーサルデザインの導入
	⑤ UDに配慮した案内サイン、観光マップ、パンフレットの充実

施策の実施状況の整理（状況整理）（1／3）

- 各施策における、現在の取組状況は以下の通り

8つの戦略	36の施策（プロジェクト）	取組状況
プロジェクトⅠ 【世界遺産・湖】 世界遺産（富士山）と湖を保全しつつ、より積極的に活用する	① 世界水準の湖畔観光地としての美観整備の推進	- まち美化キャンペーン（旧：一万人の清掃活動）や花トピア事業を継続実施し、町民や関係団体と連携した環境美化活動を推進した。【環境課】 - 富士河口湖町景観条例に基づき、良好な景観形成及び保全を推進した。【都市整備課】
	② 富士山、4つの湖の個性を活かした体験・滞在プログラムの充実	地域資源を活用した体験・滞在プログラムの情報を町観光情報サイトに集約するとともに、体験型観光コンテンツの情報発信を実施した。
	③ 富士山世界文化遺産に沿った環境に配慮した観光の実践	富士山世界文化遺産及び構成資産の適切な保全を図るとともに、その価値や魅力を伝える情報発信を実施した。
	④ 富士五湖首都圏フォーラムの推進	- 富士五湖地域を「自然首都圏」として発展させるため、令和4年に公益社団法人日展と連携協定を締結し、文化・芸術を活用した地域振興を推進した。【県・政策企画課】 - 令和7年には米国カリフォルニア州の自治体首長による視察を受け入れ、国際交流及び広域連携の促進を図った。【県・政策企画課】
	⑤ 町民が富士山世界文化遺産を学べる機会創出	「世界遺産富士山・郷土発見講座」を開催し、町民が富士山世界文化遺産や地域の歴史・文化について学ぶ機会を創出した。【生涯学習課】
プロジェクトⅡ 【交通】 アクセスの利便性を向上し、域内交通を充実させる	① 国中から郡内へのアクセス向（リニア新駅からのアクセス向上）	リニア中央新幹線開業を見据え、国中地域と富士北麓地域を結ぶ新たな御坂トンネル整備について、ルート案の公表や地区役員説明会等が実施された。【山梨県】
	② 富士山西麓のネットワーク強化	富士山西麓地域観光連絡協議会において、富士宮市及び関係民間事業者と連携し、「富士山西麓物語パスポート」やドライブスタンプラリー、国内外での観光プロモーションなど広域誘客事業を実施した。
	③ 道の駅のブラッシュアップ	指定管理者制度を活用し、「道の駅かつやま」において地場産品の販売、飲食及び観光情報発信機能の充実を図り、観光客の利便性向上と観光消費の促進に取り組んだ。
	④ 歩く観光・自転車観光のための環境整備と情報発信	- 湖畔遊歩道（ウォーキングトレイル）の整備及び維持管理を実施した。【都市整備課】 - フジイチ（富士山一周サイクリングルート）の設定を推進した。【政策企画課】 - 富士吉田警察署及びレンタサイクル事業者と連携し、インバウンド自転車利用者への交通ルール及びマナー啓発を多言語の案内で実施した。
	⑤ 新たな移動手段の導入の検討	富士山麓と五合目を結ぶ「富士トラム」や、リニア中央新幹線山梨県駅と富士五湖地域を結ぶ次世代モビリティ（空飛ぶクルマ等）の導入に向けた検討が進められた。【山梨県】

※末尾に担当課の記載がない箇所は、すべて、観光課の所管の施策

施策の実施状況の整理（状況整理）（2／3）

- 各施策における、現在の取組状況は以下の通り

8つの戦略	36の施策（プロジェクト）	取組状況
プロジェクトⅢ 【宿泊・滞在化】 宿泊・滞在機能を多様化しつつ、充実させる	① 宿泊施設の受入環境整備	● 観光庁の高付加価値化事業を活用し、町内宿泊施設の改修や受入環境整備が進められた。【国】
	② 滞在時間を長くする仕組みづくり	● 花火大会などのナイトイベントやマラソン大会などのスポーツイベントを開催し、宿泊を伴う滞在型観光の推進を図った。
	③ 飲食施設の魅力向上	● 「富士河口湖グルメガイド」を発行し、町内飲食店の魅力や情報を発信することで、観光客の飲食利用促進に取り組んだ。
	④ 冬の魅力アップ	● 河口湖冬花火や西湖こおりまつり等の冬期イベントを開催し、冬季における誘客及び宿泊需要の創出を図った。
	⑤ ラグジュアリー観光への推進	● 観光消費額調査を実施し、高付加価値旅行者（ラグジュアリー層）の旅行動向やニーズの把握に努めた。
プロジェクトⅣ 【プロモーション】 内外ともに戦略的なプロモーションを推進する	① 観光統計の充実と分析強化	● 東洋大学と連携し、観光客のニーズや観光消費額に関する調査を実施するとともに、人流データを活用した観光動態分析を行い、観光施策の基礎資料の充実を図った。
	② 国内観光客への誘致策・プロモーション強化	● JR駅構内での観光キャンペーンや国内主要都市での観光キャラバンを実施するとともに、SNSを活用した観光情報の発信を行い、国内観光客への誘客促進を図った。
	③ ターゲット国の特性やニーズを捉えたプロモーション活動	● 外国人観光客を対象とした観光ニーズ調査を実施するとともに、国や山梨県等が実施する訪日プロモーション（ビジット・ジャパン・キャンペーン等）へ参加し、ターゲット市場への誘客を推進した。
	④ リピーター対策の強化	● 観光パンフレットやSNSを活用し、四季折々のイベントや地域の魅力を継続的に発信することで、観光客の再来訪意欲の醸成に取り組んだ。
	⑤ 戦略に基づく海外マーケットでの宣伝活動	● 海外でのトップセールスを実施するとともに、言語の壁に左右されにくいSNSを活用した観光情報の発信を行い、海外市場へのプロモーションを推進した。
プロジェクトⅤ 【組織・人材】 観光推進組織の充実と観光人材の育成を図る	① （一社）富士河口湖町観光連盟との連携強化	● （一社）富士河口湖町観光連盟と連携し、イベントの開催・運営、町観光情報サイトの管理運営及び国内外への観光キャンペーンを実施するなど、観光振興体制の強化を図った。
	② 観光施設、宿泊施設、交通機関の外国人対応力の向上	● 町営観光施設における多言語案内を整備するとともに、外国人旅行者向けの観光マナー周知ポスターを作成・配布し、受入環境の向上を図った。
	③ 観光を専門とする国内外の大学・学生との連携強化	● 山梨大学観光政策科学特別コースの学生による町の観光課題解決に向けた事業提案を実施するとともに、山梨県立大学の学生と連携し、町の観光PR動画を制作するなど、大学との連携を推進した。
	④ 観光産業従事者の確保	● 合同企業ガイダンスや外国人留学生等を対象とした合同就職面接会を開催し、観光産業における人材確保に取り組んだ。
	⑤ 観光財源の検討	● 観光振興のための安定的な財源を確保するため、法定外目的税である宿泊税の導入に向けた検討を進め、条例を制定した。

※末尾に担当課の記載がない箇所は、すべて、観光課の所管の施策

施策の実施状況の整理（状況整理）（3 / 3）

- 各施策における、現在の取組状況は以下の通り

8つの戦略	36の施策（プロジェクト）	取組状況
プロジェクトⅥ 【危機管理】 多様なリスクを想定し、観光危機管理を推進する	① 平常時の地域の安全・安心の確保（地域防災計画の遵守）	● 富士河口湖町地域防災計画に基づき、防災体制の整備及び関係機関との連携強化を図った。
	② 非常時の正確かつ迅速な体制整備	● 「富士河口湖町観光防災の手引き」を策定し、災害発生時における観光客への対応や関係機関との連携体制を整理した。
	③ 防災のまちづくりの推進	● 地域住民のみならず、災害時に帰宅困難となった観光客にも対応できるよう、備蓄食料や災害用トイレ、防災備品等を町内各地区へ配備・整備した。【地域防災課】
	④ オーバーツーリズムへの対応	● オーバーツーリズムが発生している箇所へ警備員を配置するとともに、多言語によるマナー啓発ポスターを作成・掲示した。また、観光情報サイト等を活用して混雑情報を発信するとともに、西側地域への誘客を推進し、観光客の分散化に取り組んだ。
プロジェクトⅦ 【町民参加】 地域住民の観光への理解促進とまちづくりへの参加を促す	① 観光に対する住民理解の促進	● 広報紙や町ホームページ等を活用し、観光施策や観光イベント等に関する情報発信を行い、町民の観光に対する理解促進に取り組んだ。
	② まちづくりと観光に関わる人材の育成	● 観光関連団体や大学等と連携し、観光ガイド活動や地域資源を活用した観光まちづくりに関する取組を推進するとともに、大学との連携による地域課題解決型事業等を通じて、観光まちづくりを担う人材の育成を図った。
	③ 観光まちづくり団体の支援充実	● 観光協会、実行委員会等が実施する観光イベントや地域振興活動に対し、補助金の交付や運営支援を行い、地域主体の観光まちづくり活動を推進した。
	④ 町民による「おもてなし」の推進	● まち美化キャンペーン（旧：一万人の清掃活動）などの地域清掃活動や花トピア事業を実施し、美しい景観の維持と来訪者を温かく迎えるおもてなし意識の醸成を図った。
プロジェクトⅧ 【ユニバーサルデザイン】 全町あげてユニバーサルデザインに取り組み、日本一を目指す	① 官民の連携・協力によるユニバーサルツーリズムの推進	● 富士河口湖町観光情報サイトや観光ガイドブックにおいて、観光施設や宿泊施設等のバリアフリー情報を掲載・発信し、ユニバーサルツーリズムの推進を図った。
	② 観光施設のバリアフリー化、ユニバーサルデザインの導入	● 町営施設において、多目的トイレやスロープ等の整備を行うなど、バリアフリー化及びユニバーサルデザインに配慮した施設整備を推進した。
	③ UDに配慮した案内サイン、観光マップ、パンフレットの充実	● ピクトグラムを活用した案内サインの整備を進めるとともに、観光マップやパンフレットの多言語化を実施し、誰もが分かりやすい情報提供に努めた。

※末尾に担当課の記載がない箇所は、すべて、観光課の所管の施策

（２）各種観光統計等の現状

- － 1 内部環境の変化
- － 2 外部環境の変化

内部環境の変化

【富士河口湖町を訪れる来訪客の特徴】

- ✓ 2011年以降富士河口湖町を訪れる観光客数は増加傾向。コロナ禍後は特に訪日外国人の旅行者数が急回復・成長している。一方で、日本人の宿泊者数は伸び悩んでいる。
- ✓ 日本人のうち約6割が首都圏からの来訪者。また、8割以上がリピーターで、前回来訪時期も3割が1年未満と、「ヘビーリピーター」に支えられている。
- ✓ 来訪者の6割以上が「富士山を見ること」を来訪目的に上げているほか、「自然・風景鑑賞」や「温泉」なども上位に入ることから、自然環境が主な観光資源となっている。
- ✓ 急増した観光客が河口湖駅前等の一部のエリアに過度に集中することで、オーバーツーリズムが発生している。一方で、河口湖以外の西側のエリアへの周遊や分散は進んでいない。

【行政や観光産業の現状】

- ✓ 「宿泊業・飲食サービス業」は町内で製造業に次ぐ主要産業であり、特に女性の雇用の基盤となっている。
- ✓ 少子高齢化と人口減少が深刻化しており、生産年齢人口が2010年以降減少傾向であり、それに伴って地方税収も減少が見込まれる一方、社会保障関係費は増加している。
- ✓ 令和9年度からの宿泊税の導入により、観光関連施策に対して独自財源の確保と活用が期待される。

外部環境の変化

- ✓ 日本を訪れる訪日外国人旅行者は年々増加傾向にある他、近年の円安の影響から消費額も増加傾向にある。
- ✓ 世界的には富裕層および高付加価値旅行を好む旅行者が増加しており、自身の体験の満足度向上や地域貢献への関心が高まっている。
- ✓ 観光庁予算や年々増加しており、地方における消費拡大やオーバーツーリズム対策、観光産業の人手不足等の諸課題に関して、国の重点政策が講じられるなど、追い風となっている。

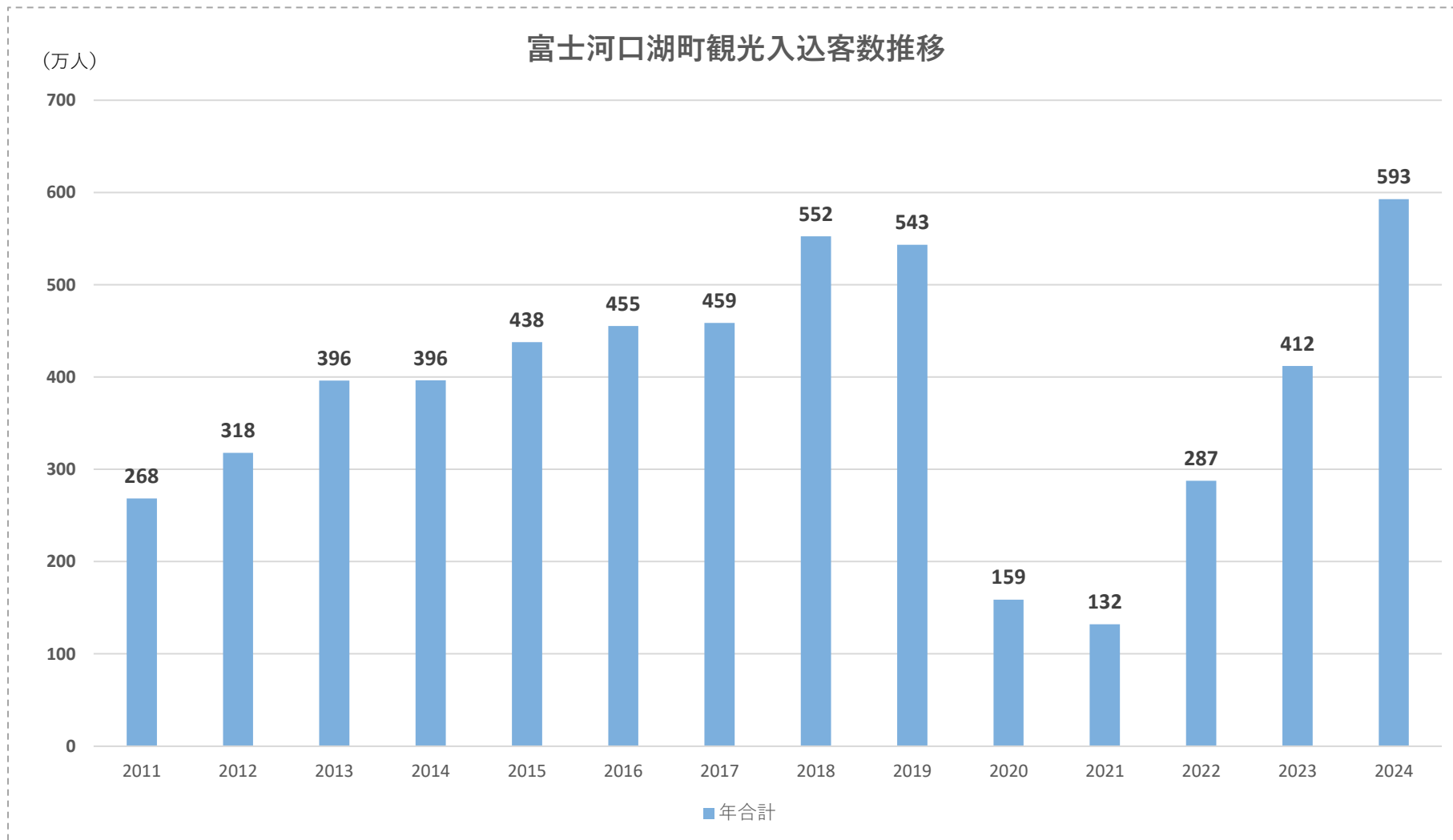
(2)－1 内部環境の変化

(参考) 富士河口湖町の観光に関連する調査や統計

調査名・統計名	実施主体	実施頻度	調査項目・内容
観光入込客数調査 (富士河口湖町観光統計内)	町・県	毎年	町内を訪れた旅行者数の推移
観光二一ズ調査	町・東洋大学	隔年	日本人・外国人旅行者の属性、目的、立ち寄り場所、満足度等
観光消費調査	町・東洋大学	隔年	日本人・外国人旅行者の属性、費目別消費額等
宿泊旅行統計調査	観光庁	毎月	日本人・外国人の宿泊者数 ※観光庁の公表は県単位だが、自治体からの申請により市町村単位の数値も参考値として把握可能
旅館業法における 宿泊施設数	県	施設からの申請により随時把握	宿泊施設種類別 (旅館・ホテル or 簡易宿所) の施設数
住宅宿泊事業法における 宿泊施設数	県	施設からの申請により随時把握	民泊の事業者数
旅行者アンケート (WEB調査)	町	必要に応じ 随時実施	日本人旅行者の属性、目的、立ち寄り場所、満足度、費目別消費額等 ※観光二一ズ調査・観光消費額調査の内容を補強する形で2026年度に実施。

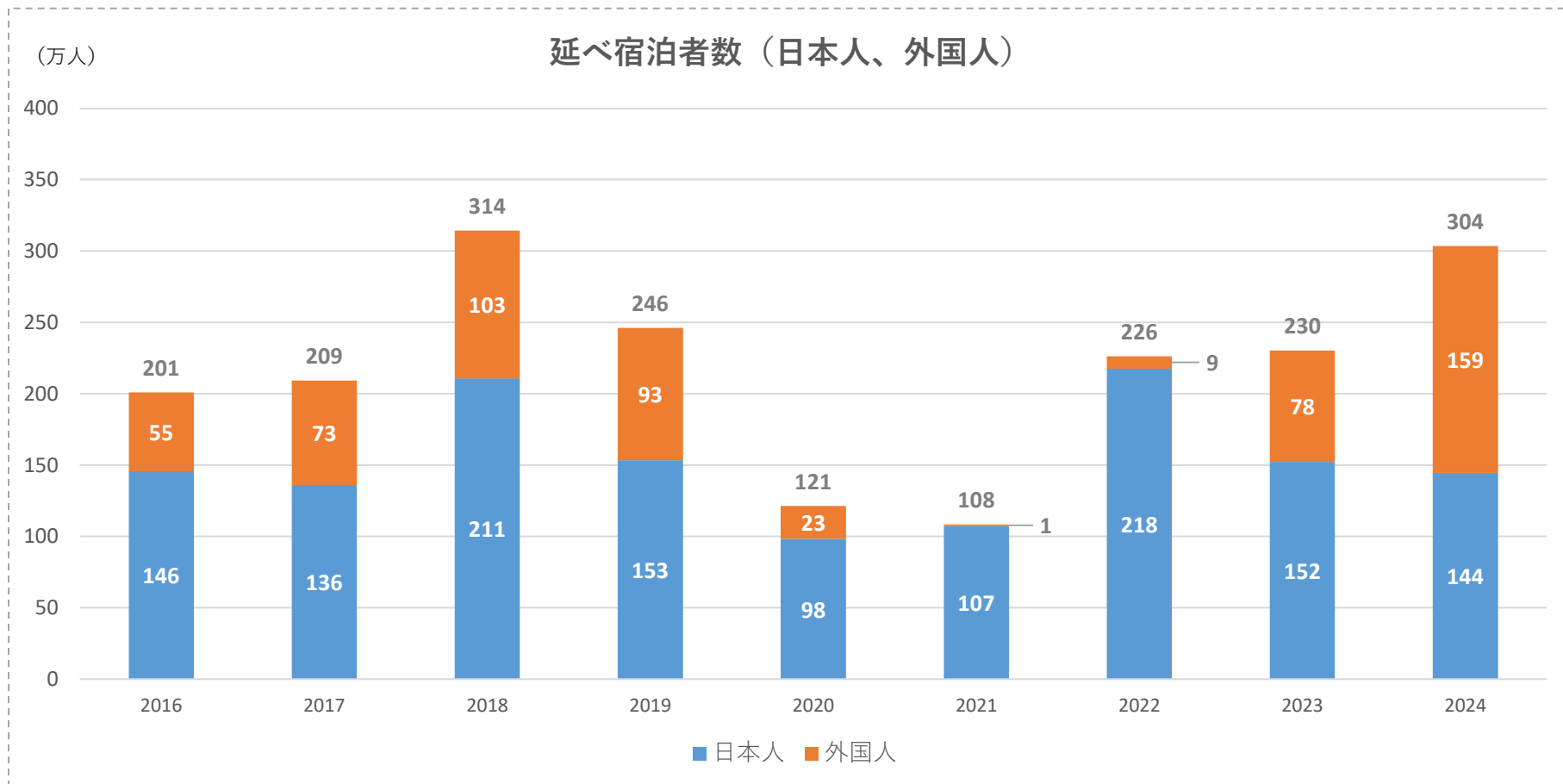
富士河口湖町における観光入込客数の推移

- 2011年には270万人だった観光入込客数は、コロナ禍前の2018年、2019年は550万人と約2倍に増加した。
- コロナ禍後は回復傾向にあり、2024年はコロナ禍前の水準を超え、590万人に達している。



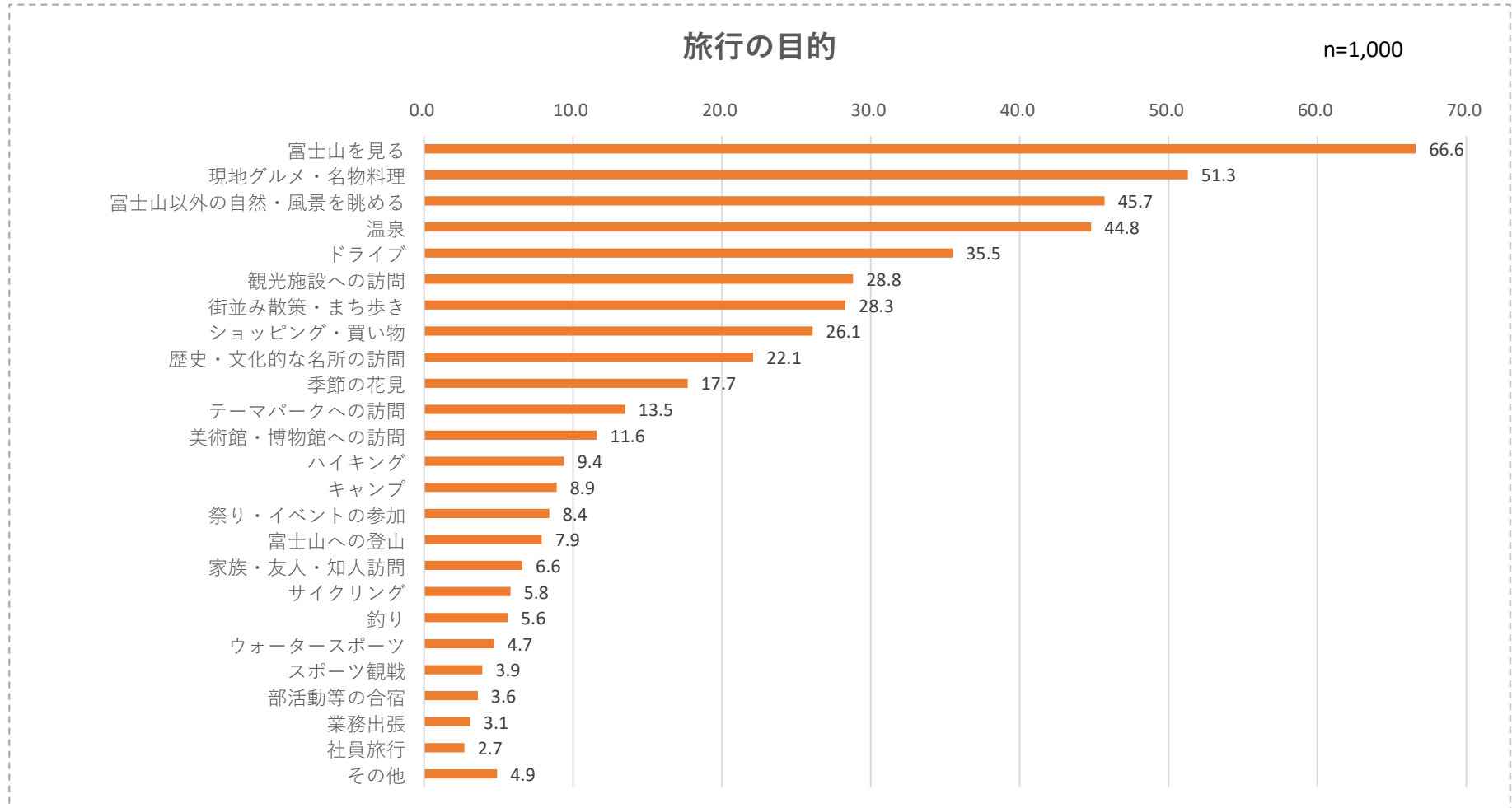
富士河口湖町における宿泊者数の推移

- ・ 2018年には年間約300万人であった宿泊者数は、コロナ禍の2021年には3分の1（約100万人）まで落ち込んだ。その後はインバウンドを中心に回復を見せ、2024年には全体で約300万人とコロナ禍前と同水準まで回復した。
- ・ インバウンドは順調な回復を見せたが、日本人宿泊者数の回復は依然として課題である。



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査より町作成

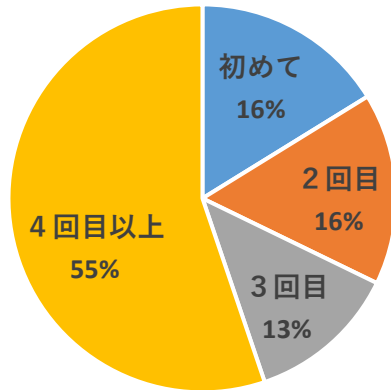
- ・ 富士河口湖町を訪れる旅行者のうち6割以上が「富士山を見ること」を来訪理由として挙げている。
- ・ あわせて「現地グルメ・名物料理」（51.3%）、「自然・風景鑑賞」（45.7%）、「温泉」（44.8%）への関心も高く、富士山を中心とした自然・食・癒やしが上位に上がる。



- ・ 富士河口湖町への来訪者のうち、8割以上がリピーター。さらにリピーターのうち、約3割は1年未満に再訪している。
- ・ 旅行者の居住都道府県は東京都が最も多く約3割、首都圏（一都三県）を合わせると約6割となる。

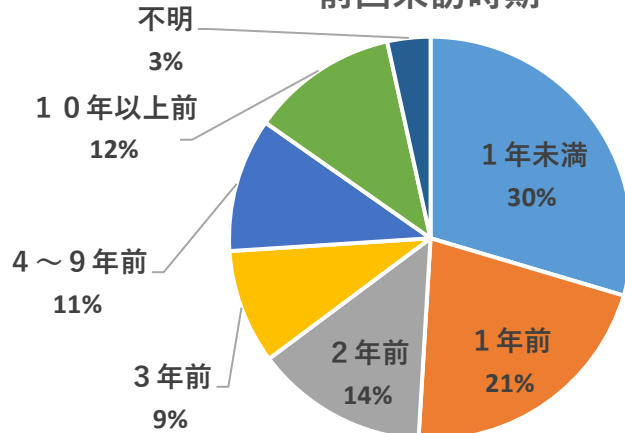
来訪回数

n=1,000



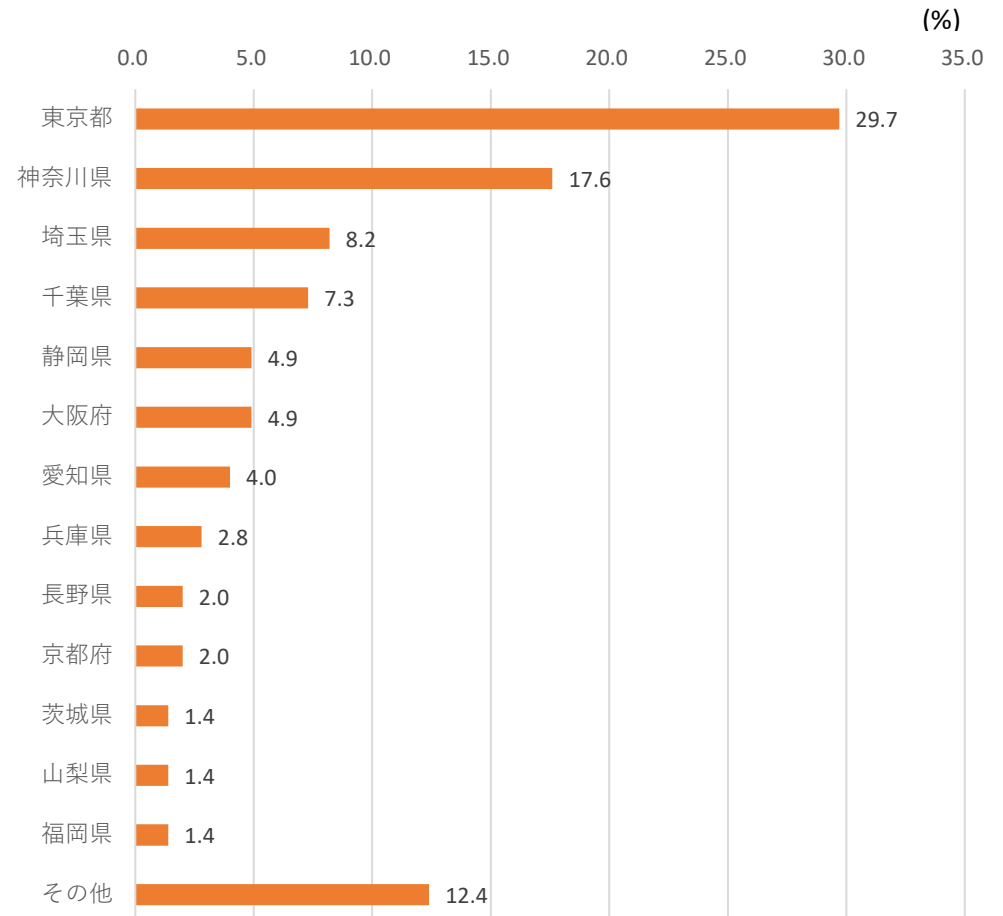
前回来訪時期

n=838



居住都道府県

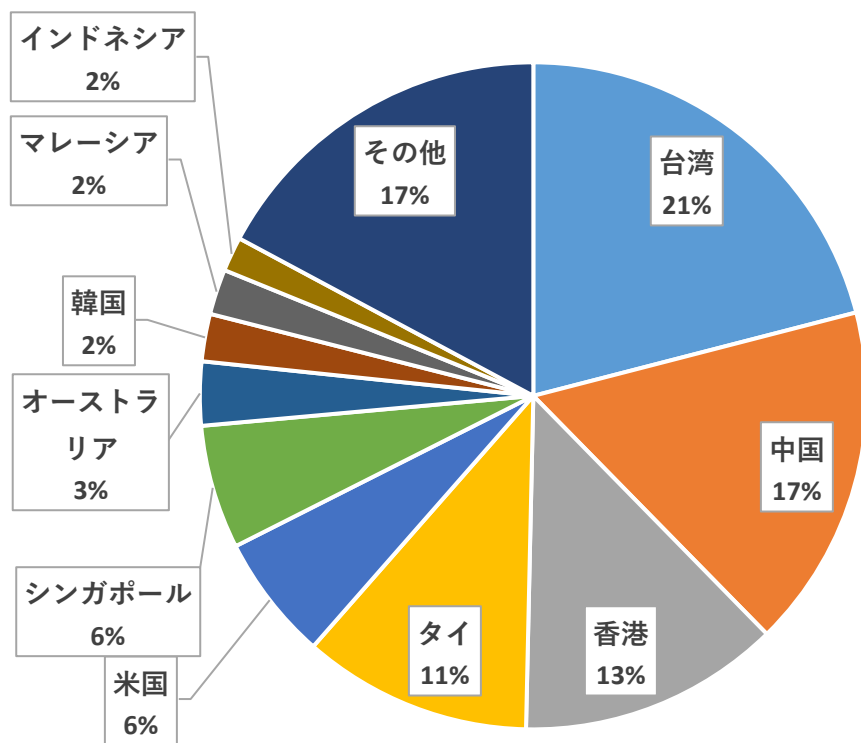
n=1,000



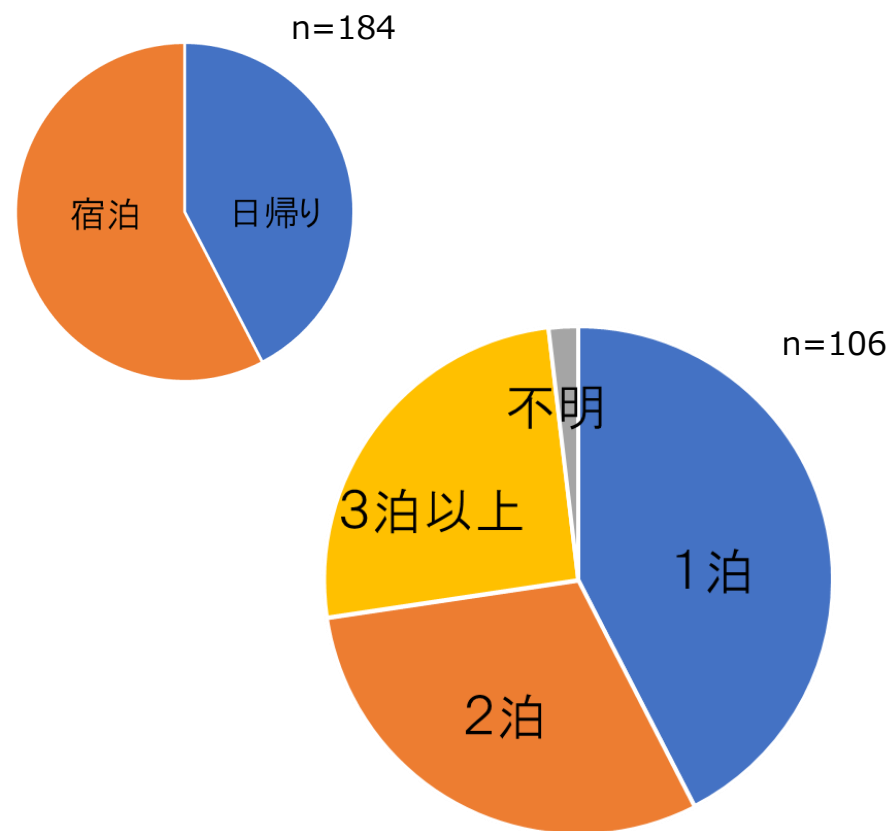
外国人宿泊者数の現状

- 2024年の外国人宿泊者の国籍別割合は、台湾（21%）、中国（17%）、香港（13%）、タイ（11%）、米国（6%）、シンガポール（6%）の順に多い。
- 外国人旅行者のうち約6割が宿泊をしており、そのうち2泊以上が5割を超える。

国籍別延べ宿泊者数割合

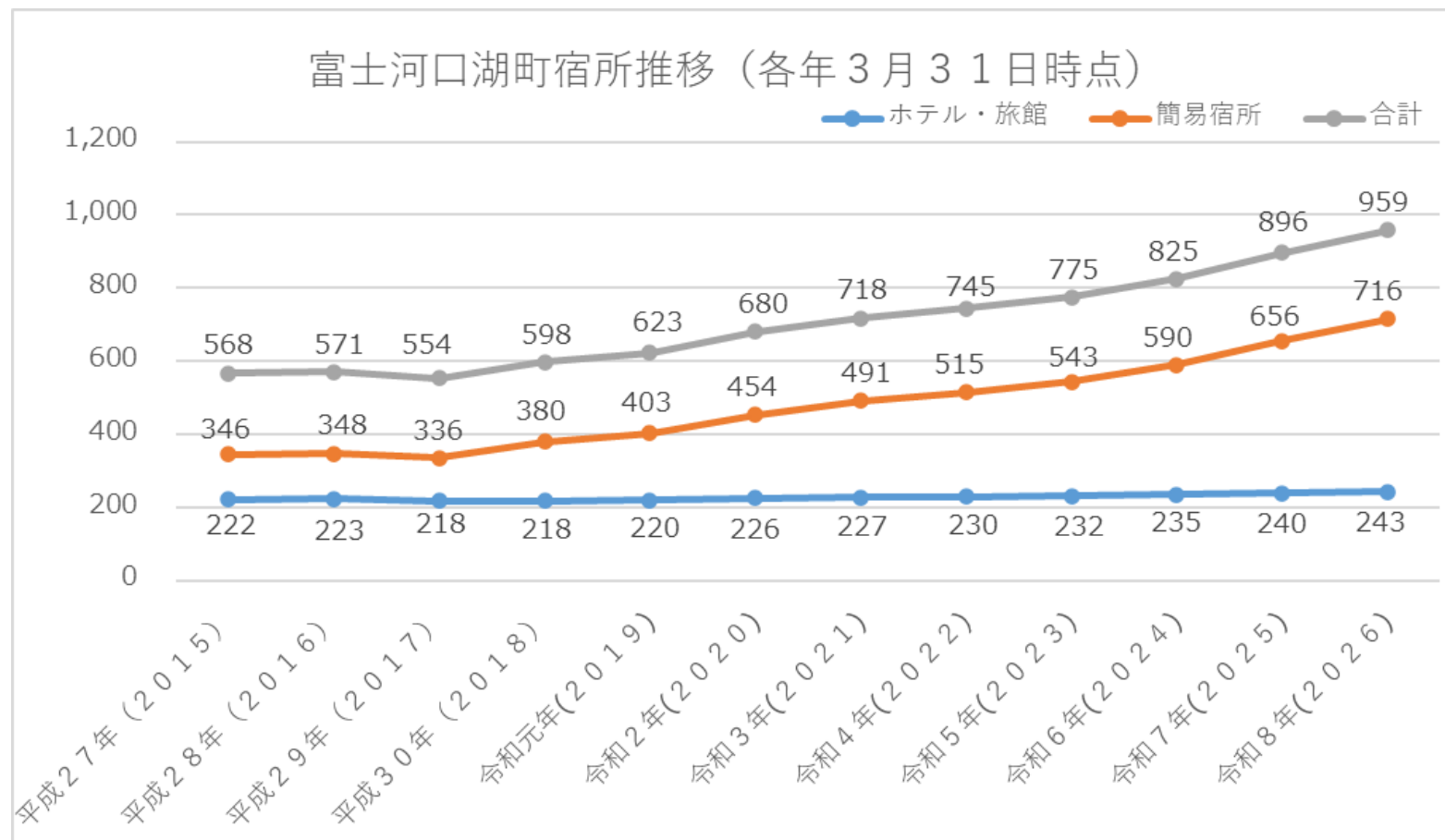


外国人旅行者の滞在期間



種別ごと宿泊施設数の推移

- 近年の宿泊施設種別ごとの施設数の推移を見ると、ホテル・旅館は横ばいであるが、簡易宿所が2015年から倍以上増加している。



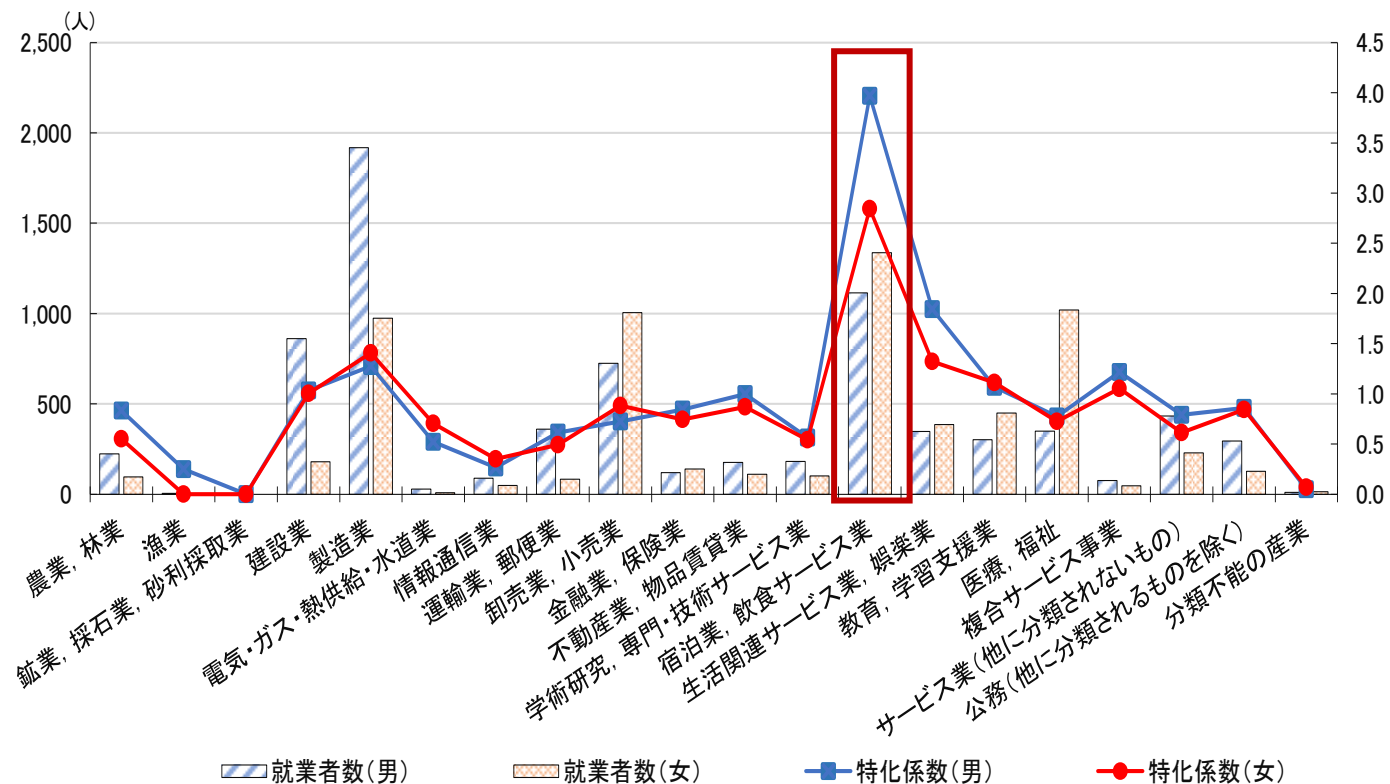
※ホテル・・・10室以上の洋式客室を主体とする宿泊施設。

※旅館・・・5部屋以上の和式客室を主体とする宿泊施設。

※簡易宿所・・・客室を多人数で共用する宿泊施設。カプセルホテルや民宿、ペンション、キャンプ場のバンガローなどが該当。

出典：山梨県公表データより

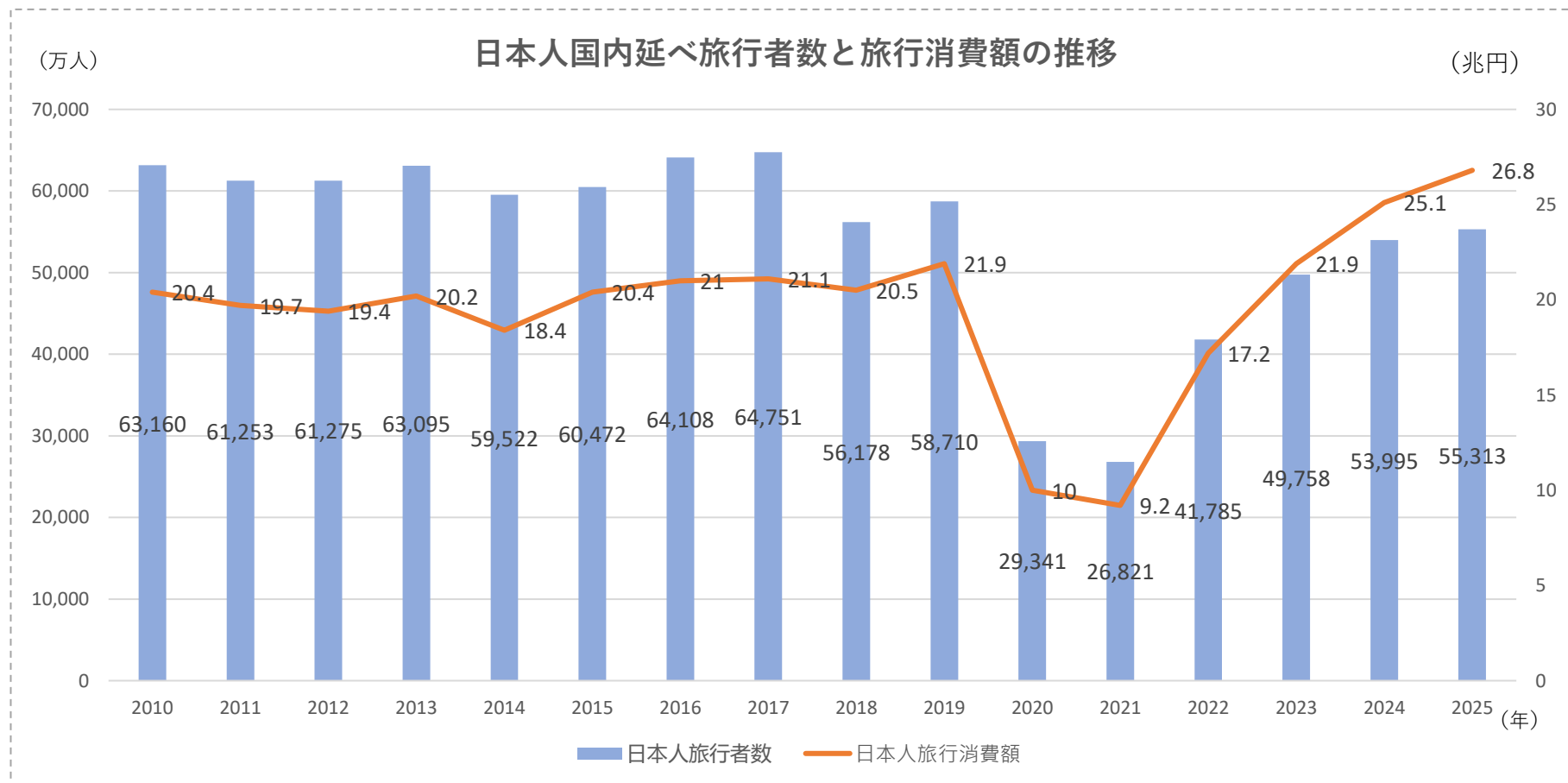
- 産業別就業者数では、「宿泊業・飲食サービス業」が製造業に次いで2番目に多い。
- 特に女性の就業者数は全産業の中で最も多い。



出典：令和2（2020）年国勢調査

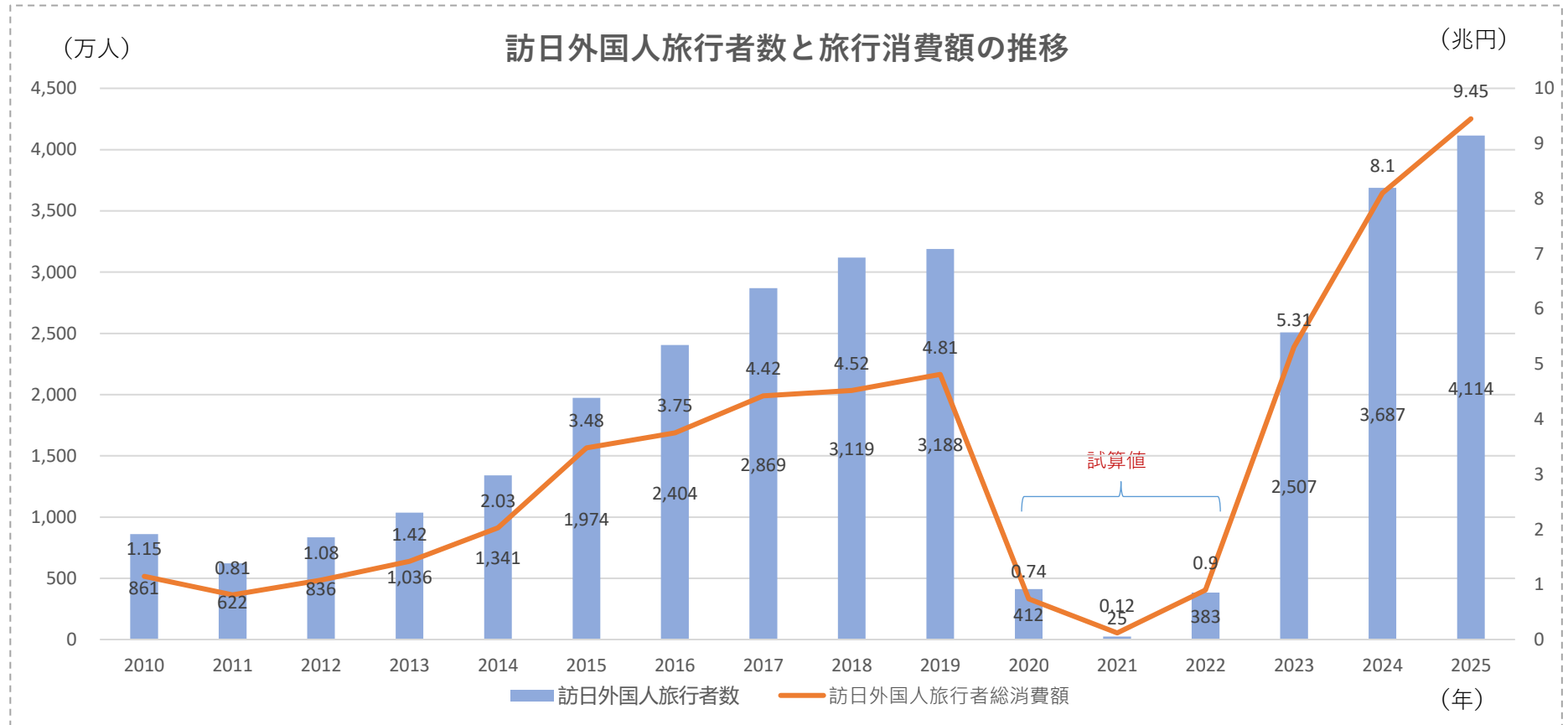
(2) - 2 外部環境の変化

- 日本人国内延べ旅行者数は近年は横ばいから減少傾向。コロナ禍を経て2022年以降は回復傾向にはあるが、コロナ禍前の水準には至っていない。
- 一方、日本人国内旅行消費額はコロナ禍前の水準を超え、2025年には26.8兆円まで成長している。



訪日外国人旅行者数と消費額の推移

- ・ 訪日外国人観光客数は2011年以降急増しており、2019年には約3,200万人に到達していた。
- ・ コロナ禍後も急回復を見せ、2025年には約4,100万人（2019年比1.3倍）が来訪した。
- ・ また、円安の影響等を受け、旅行消費額は2025年には9.5兆円（2019年比約2.0倍）に到達している。



出典：「観光白書」（国土交通省）、「インバウンド消費動向調査」（観光庁）、訪日外客統計（日本政府観光局（JNTO））資料を元に作成

注1：2017年までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年からクルーズ客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年以降と2017年以前の数値との比較には留意が必要。

注2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年においては4－6月期、7－9月期、10－12月期の調査を中止し、1－3月期の調査結果を用いて、2020年年間値を試算した。また2021年については、1－3月期、4－6月期、7－9月期の調査を中止し、10－12月期の調査結果等を用いて、2021年年間値を試算した。そのため、2019年以前の数値との比較には留意が必要。

注3：新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年は1－3月期、4－6月期、7－9月期を試算値として公表。そのため、年間の値についても試算値であることに留意が必要。

2030年までに予定されている観光関連政策等の動向

2026(令和8)年	第5次観光立国推進基本計画 (「観光の持続的な発展」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」、「観光と交通・まちづくりとの連携強化」、「新技術の活用・本格展開」) 出国税引上げ／免税制度改正／パスポート発給手数料値下げ／
2027(令和9)年	労基法改正／技能実習廃止・育成就労制度移行／ふるさと住民登録制度創設(予定)／ワールド・マスタース・ゲームズ開催／持続可能でレジリエント(強靱)な観光の国際年
2028(令和10)年	化石燃料賦課金(カーボンプライシング)導入／日本版ESTA「JESTA」の導入
2029(令和11)年	成田空港年間発着枠拡大(※延期見通し)／
2030(令和12)年	SDGs(持続可能な開発目標)の最終年／関空年間発着枠「年間30万回」の実現目標(2030年代前半)／IR開業

- ・日本政府は、コロナ禍を経て持続可能な観光立国の復活を目指し、「観光立国推進基本計画（第5次）」を策定。
- ・オーバーツーリズム対策や、地方誘客、人材不足への対応等が明記された。

観光立国推進基本計画（第5次）（概要）



課題・方向性

- 観光は、訪日外国人旅行消費額は9.5兆円（2025年速報）、そしてその経済波及効果は約19兆円に及ぶなど、地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業※である。また、国際相互理解の促進など、多面的に重要な意義を有する。
※訪日外国人旅行消費額15兆円を達成した場合、経済波及効果は約30兆円規模と、幅広い産業に裨益することが見込まれる。
- 他方、観光を巡り顕在化している課題として、混雑・マナー違反等の個別課題への対応、特定の都市・地域への集中など、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の強化が不可欠。加えて、深刻な人材不足への対応、観光の高付加価値化、国内交流の拡大、災害や国際情勢等の様々なリスクに対する強靱性の確保などの課題への対応が不可欠。
- そのため、「観光の持続的な発展」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」、「観光と交通・まちづくりとの連携強化」、「新技術の活用・本格展開」を施策の方向性として位置づけ、地域住民と観光客双方の満足度を向上させ、交流人口・関係人口を拡大するとともに、「住んでよし」「訪れてよし」に加え、「働いてよし」の観光産業の実現を推進するための施策を強力に推進。

施策の柱

インバウンドの戦略的な誘客と 住民生活の質の確保との両立

- ・ 局所的・地域的に生じている混雑・マナー違反等の個別課題への対応（民泊関係含む）
- ・ 地方誘客を進めるための広域的な体制の整備
- ・ 地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実
- ・ 地方部への交通ネットワークの機能強化

計画期間：

令和8～12年度
（2026～2030年度）

国内交流・アウトバウンド拡大

- ・ 休暇の分散・旅行需要の平準化
- ・ 関係人口の創出や二地域居住の促進
- ・ 国内・海外旅行の需要喚起に向けた機運醸成
- ・ 観光復興に向けた再生支援

観光地・観光産業の強靱化

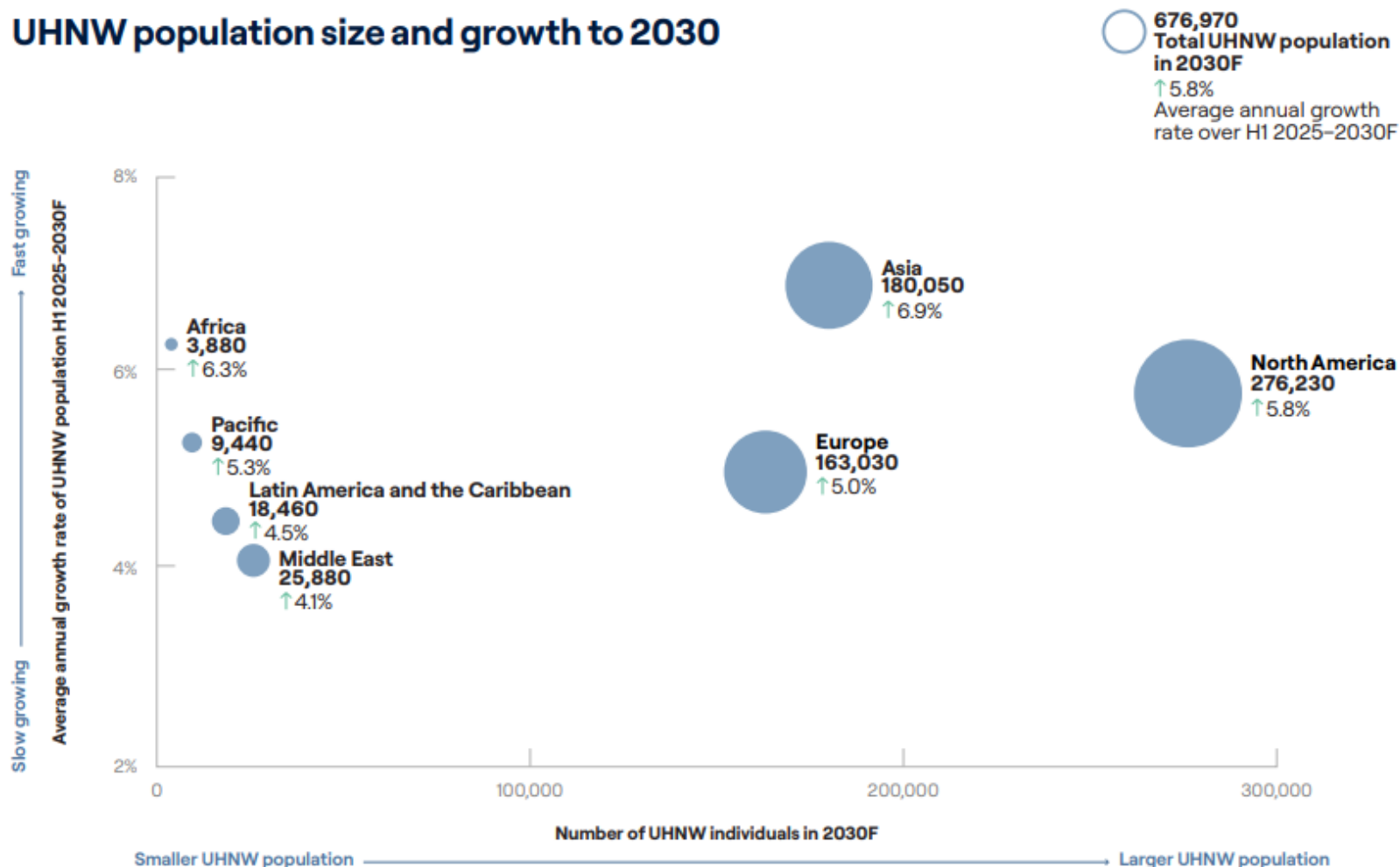
- ・ 持続可能性を高めるためのインバウンド市場・観光コンテンツの多様化
- ・ 観光DX、省力化投資等による生産性向上
- ・ 健全な競争環境の整備
- ・ ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応

目指すべき
2030年の姿

戦略産業として、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていく観光

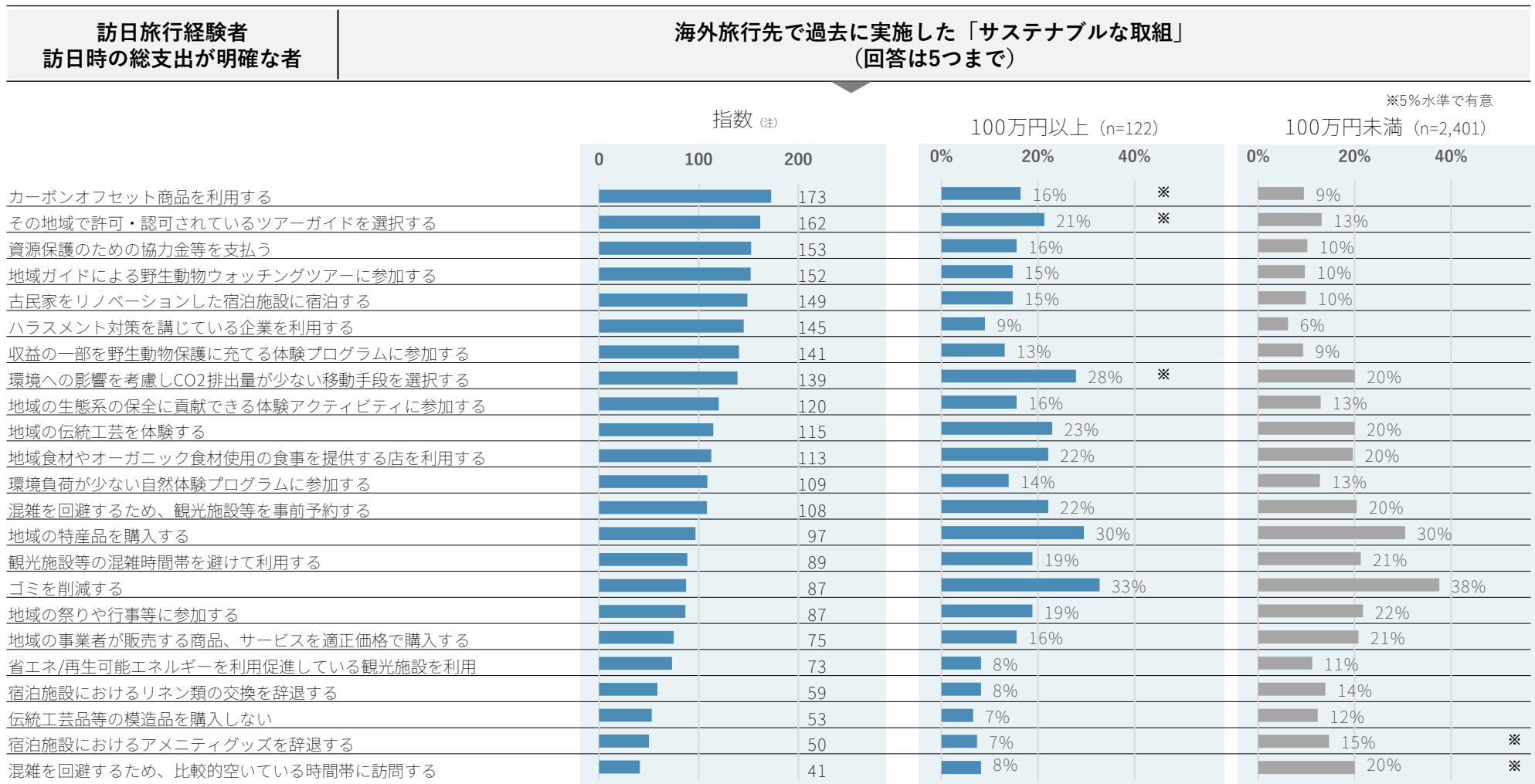
- 2030年までに世界の超富裕層（純資産3,000万ドル以上）人口は67万6970人に達し、2025年上半期から31%増加、16万6160人増加する見込み。
- アジアは超富裕層の人口において最も高い伸び率を記録する見込み。

UHNW population size and growth to 2030



高付加価値旅行者は地域への貢献も配慮

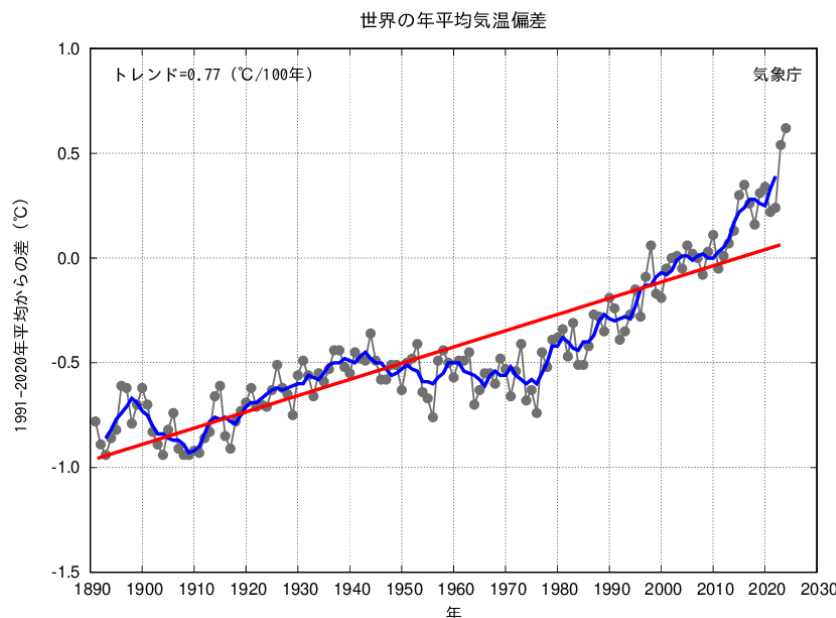
- 高付加価値旅行者層は自身の体験の満足度向上と地域への貢献を両立できる有料の選択肢を選好する傾向



注：指数は「100万円以上の層の選択率÷100万円未満の層の選択率×100」で、100超は「100万円以上」の層が優位と解釈する。

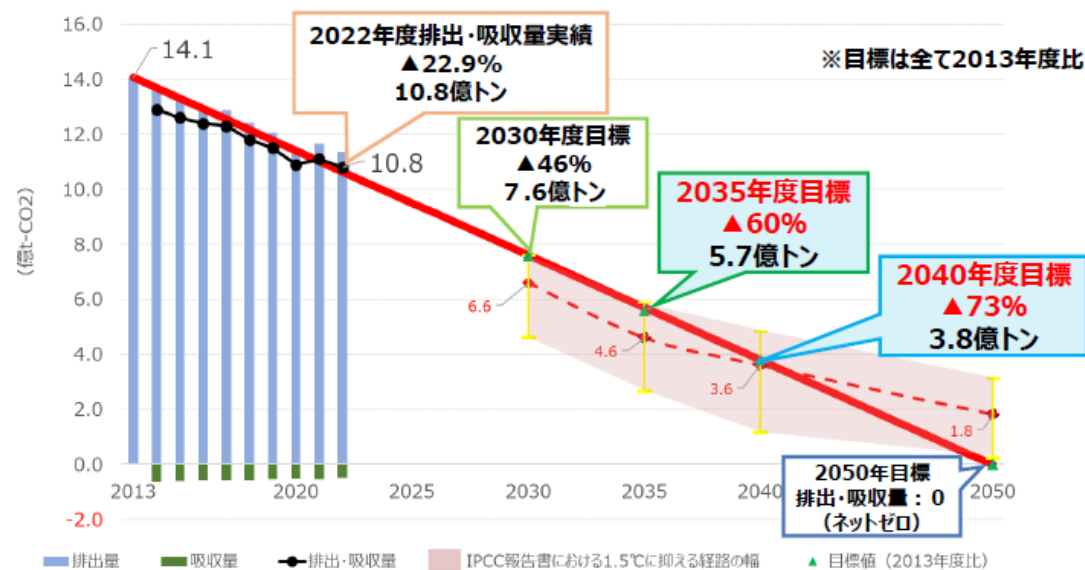
- 地球温暖化により世界の平均気温は年々上昇。今後も挙がり続けることが予想されており食や景観への影響が懸念。
- 特に夏季の高温による観光行動の変化への対応が必要となる。

世界の年平均気温偏差の経年変化



引用：気象庁公式webサイト「世界の年平均気温」
https://www.data.jma.go.jp/cpdinfo/temp/an_wld.html

日本が掲げるCO2の削減目標

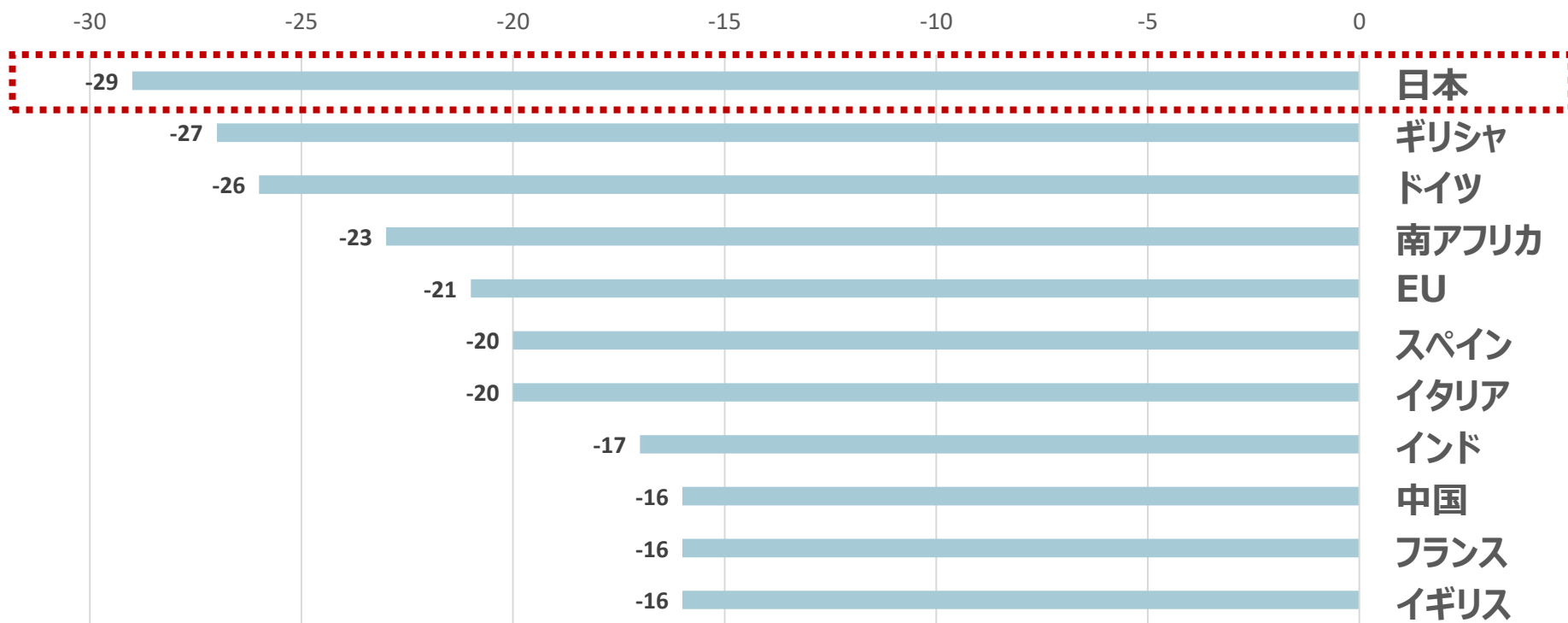


引用：「地球温暖化対策計画の概要」(内閣官房・環境省・経済産業省,令和7年)
<https://www.env.go.jp/content/000291668.pdf>

観光産業の人手不足は10年後も継続予想

- 今後10年間の新規雇用は9100万人創出され、世界で生まれる新しい仕事の3件に1件を占めると予測
- 一方で、**2035年には4300万人を超える労働力不足**が見込まれており、必要とされる人材の16%が確保できない状況に陥る可能性
- **日本はもっとも深刻**で、2035年の需要に対して労働力供給が29%不足すると予測されている。

2035年の需要水準に対する労働力供給



（３）現行計画における目標数値の達成状況

現行計画における目標数値の達成状況

- ①観光客数は目標520万人に対し593万人と大きく上回り達成。③旅行消費額の日帰り客及び宿泊日本人、④リピーター率においても、現時点で2029年の目標値を上回る
- 一方、③外国人の旅行消費額や⑥総合満足度（日本人／外国人）等が、現時点では2029年の目標値に対して未達の状況

指標		第2次計画策定時	現状値	目標値（2029年）	達成状況	データ元
①観光客数	観光入込客数	249万人 2022	593万人 2024	520万人	◎	山梨県観光入込客数統計調査 （山梨県）
	延べ宿泊者数	904千人泊 2023	3,035千人※ 2024	1,200千人泊	※	
②宿泊者数	外国人宿泊客数	335千人泊 2023	1,590千人※ 2024	420千人泊	※	宿泊旅行統計調査 （観光庁） ※2024年の値はウェイト バック後
	外国人宿泊客の割合	37.10% 2023	52.4%※ 2024	35%	※	
③旅行消費額	日帰り日本人	2,550 2016	5,678 2024	3,800円/人	◎	観光消費調査 （富士河口湖）
	日帰り外国人	2,645 2016	18,556 2024	4,000円/人	◎	
	宿泊日本人	20,412 2016	32,772 2024	30,000円/人	◎	
	宿泊外国人	25,387 2016	19,049 2024	38,000円/人	△	
④リピーター率	来町回数（日本人）	複数回：58.0% 2023	68.2% 2025	50%	◎	観光ニーズ調査 （富士河口湖町）
	来町回数（外国人）	複数回：13.5% 2023	23.6% 2025	20%	◎	
⑤外国人 観光客特性	観光総合案内所 国別利用者割合	アジア圏：68.6% 2023	46.9% 2025	50%	△	観光案内所統計 （富士河口湖町観光連盟）
⑥満足度	総合満足度（日本人）	58.30% 2023	50.9% 2025	70%	△	観光ニーズ調査 （富士河口湖町）
	総合満足度（外国人）	55.70% 2023	51.60% 2025	70%	△	
⑦再来訪意欲	再来訪意欲（日本人）	したい：97.4% 2023	97.8 2025	98%	△	観光ニーズ調査 （富士河口湖町）
	再来訪意欲（外国人）	ある：96.2% 2023	94.6% 2025	98%	△	

【達成状況】◎ 目標を達成 / △ 目標に未達 / ※ 比較に留意（下記注）

※ 宿泊者数の2024年値はウェイトバック後。計画の現状値・目標値はウェイトバック前のため、単純比較に留意。