

平成28年版
観光白書

お問い合わせ先

内容等についてお気づきの点がございましたら、下記までご連絡ください。

〒100-8918

東京都千代田区霞が関2丁目1番地3号

観光庁観光戦略課調査室

電話03-5253-8325（直通）

観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>

観光白書は1963年(昭和38年)に制定された観光基本法に基づき、翌年1964年(昭和39年)4月に初めて作成された。現在は、平成18年に制定された観光立国推進基本法に基づいて作成されており、平成28年版観光白書は、通算で第53号となる。

日本を訪れる外国人旅行者は2015年(平成27年)に1,974万人となり、大阪万博が開催された1970年(昭和45年)以来、45年ぶりに出国日本人数を上回った。また、外国人旅行者が家電製品や日用品を大量に購入することを指す「爆買い」が2015年(平成27年)の新語・流行語大賞に選ばれており、その存在が広く認知され、注目が高まっている。外国人旅行者の日本における消費(インバウンド消費)額は3兆4,771億円となり、自動車部品産業の輸出総額に匹敵する規模となっている。インバウンド消費の増加により旅行収支(インバウンド消費額と日本人の海外旅行における消費額の差)も改善し、1962年(昭和37年)以来53年ぶりに黒字に転化した。

外国人旅行者の行き先は東京・大阪などのゴールデンルートが中心であるものの、地方部でも外国人旅行者が増加しつつあり、各地方でインバウンド消費をさらに取り込み、観光による地方創生を実現しようとする動きが活発になっている。外国人旅行者数とその消費額は、2016年(平成28年)に入ってから引き続き増加している。

世界に目を向けると、世界全体の国際観光客到着数(海外旅行に行く人の数)は増加傾向が続いており、2015年(平成28年)は11.8億人であった。UNWTO(国連世界観光機関)によると、2030年には18億人に達すると予測しており、特にアジア地域で高い伸びが予測されている。

従来の政府目標であった訪日外国人旅行者数2,000万人の達成がいよいよ間近となったことを受け、政府においては2015年(平成27年)11月に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を開催し、次の時代の新たな目標と、そのために必要な対応の検討を行った。この結果として、2016年(平成28年)3月30日に、我が国が今後目指すべき新たなビジョンとして「明日の日本を支える観光ビジョン」(観光ビジョン)をとりまとめた。

以上のような昨今の動きを踏まえ、本年の観光白書では、平成27年度の観光の状況、平成28年度の観光施策に加え、成長する世界の旅行市場を我が国の活力とするための課題と対応について特集した。

日本を訪れる外国人旅行者は増加しているものの、世界にはさらに多くの旅行者から多くの収入を得ている国が多数存在する。我が国が「世界を訪れたくなる国」となり、増加する世界の旅行者をより多く呼び込んでいくためには、こうした観光先進国の取組に学ぶことも重要である。

我が国には豊富で多様な観光資源が存在しているが、それらを十分に活用し、より多くの旅行者を呼び込む努力が不足している面が多い。各地に保存されている文化財や保護されている自然といった地域の資源を、その質を保ちながら旅行者に視点に立って整備し、活用していくことが必要である。

また、拡大する世界の旅行市場では、各国がより多くの旅行者獲得を目指して努力を続けている。我が国が少しでも多くの旅行者を呼び込むためには、観光を支える産業が、質の高い、国際競争力のある産業へと変革していく必要がある。しかしながら、我が国の観光産業は宿泊業の生産性の低さや、旅行業が急増する外国人の訪日旅行をビジネスとして結びつけられていないこと、変化する市場やニーズに対応した人材育成の仕組みが十分に構築されていないといった課題が指摘されている。外国人旅行者数を伸ばしていくためには、観光客だけでなく、多くのビジネス客を呼び込む国

際会議等の誘致についても一層強化していくことが必要である。

さらに、外国人旅行者の急増によって宿泊施設の不足といった課題も生じているが、受入環境を整備・充実させ、外国人旅行者の満足度を一層高め、リピーターを増やしていかなければならない。また、旅行消費額の約8割を占める国内観光の振興を図るためにも、観光地等のユニバーサルデザインの推進など、移動が不自由な障害者や高齢者も含めた全ての旅行者が快適に観光を満喫できる環境整備を進めていくことが求められている。

このため、本書では、観光ビジョンの柱となる3つの視点、観光資源の活用、観光産業の革新、旅行者の受入環境整備等に沿って、我が国を取り巻く課題を明らかにするとともに、各国の取組を分析し、今後の方向性を示している。

観光は「地方創生」への切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱であり、観光を我が国の基幹産業へと成長させる必要がある。我が国は、「観光先進国」の実現に向け、政府一丸、官民を挙げて、常に先手を打って攻めていく。本白書がその一助となれば幸いである。

目次

平成 27 年度 観光の状況

第 1 部 平成 27 年 観光の動向

第 1 章 世界の観光の動向	3
第 1 節 世界のマクロ経済の概況	3
第 2 節 2015 年(平成 27 年)の世界の観光の状況	4
第 2 章 日本の観光の動向	11
第 1 節 訪日旅行の状況	11
1 訪日旅行の状況	11
2 国際会議及び国際展示会の開催状況	19
(1) 国際会議開催状況	19
(2) 国際展示会開催状況	23
第 2 節 海外旅行の状況	25
第 3 節 国内旅行の状況	26
第 4 節 宿泊旅行の状況	27
第 5 節 東日本大震災からの復興の状況	31
1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数	31
2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数	32
3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数	33
第 6 節 地域における観光の状況	34
1 北海道	36
2 東北	36
3 関東	36
4 北陸信越	37
5 中部	37
6 近畿	37
7 中国	37
8 四国	37
9 九州	37
10 沖縄	37
第 7 節 地域における観光振興の取組	38
1 北海道	38
2 東北	39
3 関東	40
4 北陸信越	40
5 中部	41

6	近畿	42
7	中国	43
8	四国	44
9	九州	45
10	沖縄	46

第II部 成長する世界の旅行市場を我が国の活力に ～「世界が訪れたいくなる日本」への飛躍～

第1章 世界の中の日本市場	50
第1節 世界的な国際観光客の増加	50
第2節 各国の国際観光収入と観光の経済への波及	52
1 平均滞在日数	54
2 来訪者の居住国	55
3 国家ブランド指数	56
第2章 「世界が訪れたいくなる日本」の実現に向けた課題と対応	58
第1節 質の高い観光資源づくりに向けて	59
第2節 質の高い観光サービスを支える観光産業の革新	64
1 宿泊業	64
(1) 宿泊業の抱える課題と今後の方向性	64
(2) 人材育成	70
2 旅行業	74
3 ランドオペレーター	79
4 通訳案内士	80
5 DMO	82
6 富裕層	85
第3節 質の高いビジネス客を取り込む国際会議等の誘致	87
1 MICEに関するデータの整備	87
2 国際会議誘致の主催者支援	88
3 コンベンション・ビューローの体制	90
4 国際会議開催地としての魅力向上	92
第4節 すべての旅行者が快適に観光を満喫できる環境の整備	94
1 受入環境整備	94
2 全国への快適な旅行の実現	95
3 国内旅行需要の喚起	96
(1) 休暇改革	97
(2) ユニバーサルデザインの推進	98
第3章 「明日の日本を支える観光ビジョン」	101

第Ⅲ部 平成 27 年度に講じた施策

第 1 章	インバウンド新時代に向けた戦略的取組	107
第 1 節	「色とりどりの魅力を持つ日本」の発信と地方への誘客	107
1	広域観光周遊ルートの形成・発信等による地方への誘客	107
(1)	広域観光周遊ルートの形成・発信	107
(2)	地方空港への LCC 等の新規就航の促進	107
(3)	ドライブ観光や鉄道旅行の魅力発信	107
(4)	海外での発信力を有する者を活用した訪日プロモーション	107
(5)	動画を活用した訪日外国人旅行者の地方誘客に向けた取組	107
2	新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし	108
(1)	訪日シーズンの分散化	108
(2)	新たな訪日需要の掘り起こし	108
(3)	航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与	108
第 2 節	未来を担う若い世代の訪日促進	108
1	海外からの教育旅行の拡大に向けた取組	108
2	第 23 回世界スカウトジャンボリーの開催	108
第 3 節	欧米からの観光客の取り込み	109
1	欧米における訪日プロモーション事業	109
2	国際イベントを活用した訪日プロモーション事業	109
3	現地の日系人コミュニティ等と連携した訪日プロモーション	109
4	日中韓三国の取組	109
第 4 節	現地における訪日プロモーション基盤の強化	110
1	重点市場の拡大	110
2	現地企業や政府関係機関との連携による 強力なプロモーションの実施	110
3	訪日観光情報の総合的発信に向けた日本政府観光局 (JNTO) ウェブサイトの機能強化	110
4	「地方の魅力発信プロジェクト」	110
5	日本の生活習慣・マナーに関する情報発信	111
第 5 節	オールジャパン体制による連携の強化	111
1	日本の放送コンテンツ等の海外展開の促進	111
2	地域の魅力の情報発信の強化	112
3	地方創生支援 飯倉公館活用対外発信事業	112
4	国際放送の充実強化	112
5	「地域の魅力発信セミナー・ツアー」	112
6	政府一体となった日本の魅力の海外発信	112
第 6 節	ビザ要件の戦略的緩和	113
第 7 節	インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進	113
1	二国間関係の強化	113
2	日中韓三国の取組	113
3	国際機関等への協力を通じた国際観光促進	114

4	双方向交流の推進	114
第2章 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化		
		115
第1節	「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム	115
1	外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充を契機とした ショッピング・ツーリズムの振興と地方における消費拡大	115
	(1) 免税手続カウンター制度の活用	115
	(2) 地方における消費税免税店の拡大	115
	(3) 免税商店街の海外への情報発信	115
	(4) 商店街における訪日外国人旅行者受入れのための環境整備	115
	(5) 海外発行カード対応 ATM の設置促進	115
	(6) 地域の魅力あるショッピングエリアを巡るコースの設定	116
	(7) 春節に向けた訪日プロモーション	116
	(8) 北海道産の農水産品等による観光の推進	116
2	地方の農林水産物・食品の販売促進	116
	(1) 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備	116
	(2) クルーズ埠頭における地域の農林水産品・食品の消費の拡大	116
	(3) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	116
3	保税売店の市中展開による買い物魅力の向上	116
4	日本政府観光局(JNTO)によるインバウンドビジネスの 新規参入拡大への取組	117
第2節	観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成など	117
1	訪日外国人旅行者に向けた宿泊施設の情報発信の促進	117
2	観光産業における人材育成	117
3	観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等	117
4	ホテル・旅館等の業務に従事する外国人の在留資格の明確化	117
5	外国人スキーインストラクターの在留資格要件の検討	117
6	海外の有望な観光関連企業の誘致	117
7	ツアーオペレーター認証制度の定着	118
8	宿泊業の生産性向上	118
第3章 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興		
		119
第1節	広域観光周遊ルートの形成・発信	119
1	広域観光周遊ルートの形成・発信	119
2	道路の整備等	119
第2節	来訪者が地域の魅力を体感し、再び訪れたくなる観光地域づくり	120
1	「観光地域経営」の視点から観光地域づくりを担う 主体の形成・支援	120
	(1) 日本版DMOの形成・確立	120
	(2) 観光立国ショーケースの形成	120

	(3) 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)による 観光地域作りファンド支援	120
2	地域の観光振興の促進	120
	(1) 観光地域のブランド化	120
	(2) 観光地域づくり事例集による観光振興の促進	121
	(3) 着地型旅行商品の造成促進・販路拡大に向けた制度の検討	121
	(4) 通訳案内士制度の見直し	121
	(5) 文化財の英語解説の改善・充実	121
	(6) 地域ストーリー作りの支援	121
	(7) 「ふるさと名物」の開発・販路拡大	122
	(8) 株式会社地域経済活性化支援機構との連携協定に基づく施策	122
	(9) 自家用有償旅客運送における周遊案内	122
	(10) 地域の観光振興の促進(トランジット旅客の取込)	122
	(11) インフラツーリズムの推進	123
	(12) 交差点名標識への観光地名称の表示	123
	(13) ICTを活用した訪日外国人観光動態調査	123
	(14) 地域の観光統計整備	123
3	「道の駅」を核とした地域における観光振興	123
第3節	世界に通用する地域資源の磨き上げ	123
1	魅力ある空間の形成	123
	(1) 観光まちづくりの推進	123
	(2) 無電柱化の推進	124
	(3) 「かわまちづくり」による魅力ある地域づくり	124
	(4) 世界遺産サミットの開催	124
2	美しい自然を生かして	124
	(1) スノーリゾートの振興	124
	(2) 国立公園に関する戦略的な情報発信	125
	(3) エコツーリズムの推進	125
	(4) 離島・半島の地域資源を活用した新たな観光振興	125
	(5) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興	125
	(6) 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成	125
第4節	豊かな農山漁村、日本食・食文化の魅力	125
1	グリーン・ツーリズムの更なる振興	125
2	農山漁村や食の魅力の発信による観光需要の取り込み	125
3	2015年ミラノ国際博覧会における日本食・食文化の魅力発信	126
4	訪日外国人旅行者の農家民宿への受入促進	126
5	北海道産食の魅力発信	126
第5節	観光振興による被災地の復興支援	127
1	被災地における旅行需要の喚起	127
2	スノーリゾートなどを含む東北地方の魅力発信	127
3	国立公園を核としたグリーン復興の取組	127
4	福島県における観光関連復興支援	127

5	東北への外国人旅行者の回復に向けた取組	127
第6節	「LCC等・高速バス支援・国内旅行活性化」プログラム	127
1	LCC・高速バスの持続的な成長に向けた取組	127
2	LCCの持続的な成長に向けた取組	128
3	高速バス情報プラットフォームの構築	128
4	高速バスの外国人旅行者向けフリーパスの普及拡充	128
5	高速バスと「道の駅」との連携推進	128
第7節	日本の魅力を生かした船旅の活性化	128
1	船旅の活性化と瀬戸内海での取組	128
2	2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた 舟運の活性化	129
3	ASEANとの連携によるクルーズの振興	129
第8節	レンタカーによるドライブ観光の活性化	129
1	レンタカーの利便性向上	129
2	高速道路利用によるドライブ観光の活性化	129
3	レンタカーによるドライブ観光の活性化	129
4	電気自動車の充電施設及び無料公衆無線LANの整備	129
5	北海道における外国人ドライブ観光の推進	130
第9節	鉄道の旅の魅力向上	130
1	新たな日本の魅力ある観光資源と地方における 特色あるクルーズトレイン	130
2	地方鉄道における外国人向けサービスの充実等	130
第10節	テーマ別観光に取り組む地域のネットワーク化による新たな旅行需要の 掘り起こし	130
第11節	国民の旅行振興に向けた意識醸成・環境整備	130
1	観光への興味や理解を促す教育活動の充実	130
2	若者旅行の振興	130
3	休暇取得の促進を通じた旅行需要の喚起	131
4	「海の日」の意義の国民理解増進に向けた取組	131
5	ツイッターイベント「#観光地ウィーク」の開催	131
第4章 先手を打っての「攻め」の受入環境整備		132
第1節	空港ゲートウェイ機能の強化、出入国手続きの迅速化・円滑化	132
1	空港ゲートウェイ機能の強化	132
	(1) 首都圏空港・関西空港・中部空港の機能強化	132
	(2) 地域の拠点空港等の機能強化	132
2	出入国手続きの迅速化・円滑化	132
	(1) CIQの体制整備	132
	(2) 自動化ゲートの利用拡大	132
	(3) 旅客の円滑な入国と水際対策の両立に向けた取組	133
	(4) プレクリアランスの実施	133
第2節	宿泊施設の供給確保	133

	1 「旅館」及び「地方部」への誘客	133
	2 民泊サービスへの対応	133
	3 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応	134
	4 羽田空港沖合展開事業等により生じた跡地の活用	134
第3節	貸切バスの供給確保、貸切バスによる路上混雑の解消	134
	1 貸切バスの営業区域の弾力化	134
	2 貸切バスの路上混雑解消	134
第4節	通訳案内士制度の見直しによる有償通訳ガイドの供給拡大等	134
	1 通訳案内士制度の見直し	134
	2 通訳ガイドのデータベース構築	134
第5節	「地方ブロック別連絡会」を最大限活用した、地域における 受入環境整備に係る現状・課題の把握と迅速な課題解決	134
第6節	多言語対応の強化	135
	1 空港、駅、車両、道路、旅客船ターミナル	135
	(1) デジタルサイネージ等の活用	135
	(2) 多言語対応の強化	135
	(3) 鉄道駅のナンバリング導入の促進	135
	(4) 災害等による鉄道の輸送障害時の情報提供	135
	(5) 道路案内標識における英語表記改善	135
	(6) 旅客船ターミナルの多言語対応	135
	(7) 東京ベイエリアにおける舟運案内情報の整備	135
	2 美術館・博物館	135
	3 自然公園	136
	4 飲食店	136
	5 多言語翻訳アプリ・ナビゲーション・地図の開発	136
	(1) 「グローバルコミュニケーション計画」の推進	136
	(2) ICT を活用した歩行者移動支援	136
	(3) 地図の多言語対応	137
	(4) 外国人運転者にも分かりやすい道路標識の検討	137
第7節	無料公衆無線 LAN 環境の整備促進など、 外国人旅行者向け通信環境の改善	137
第8節	公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備	137
	1 IC カード・企画乗車券の利便性向上と情報発信	137
	2 美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入	138
	3 空港アクセスの改善	138
	(1) 鉄道による東京圏の空港アクセス改善に向けた取組	138
	(2) 羽田空港における深夜早朝時間帯のアクセスバス改善への 取組	138
	(3) 定額運賃タクシーの利用促進	139
	(4) 成田空港における空港アクセスの改善	139
	4 外国人が利用しやすいタクシーサービス	139

	(1) 外国人が利用しやすいタクシーサービスの利用促進 (長距離観光タクシー関係)	139
	(2) 外国人が利用しやすいタクシーサービスの利用促進 (翻訳アプリ、外国語対応タクシー優先乗り場関係)	139
	(3) 通訳案内士制度の見直し	139
	5 手ぶら観光の推進	139
第9節	「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善	140
	1 ウェブサイトを通じた情報発信	140
	2 クルーズ船社へのプロモーション、商談会の開催	141
	3 クルーズ船の受入環境改善	141
第10節	ムスリム旅行者の一層の受入促進	141
第11節	外国人旅行者の安全・安心確保	142
	1 災害対応	142
	(1) デジタルサイネージ等を活用した外国人旅行者への情報提供	142
	(2) 災害対応(外国人旅行者に向けた災害時の情報提供)	142
	(3) 災害対応(「Safety tips」の周知・PR)	142
	2 不慮の怪我・病気への対応	143
	(1) 国内の医療機関における国際化への対応	143
	(2) 外国人旅行者への医療機関や海外旅行保険に関する情報提供	143
	3 事件・事故等への対応	143
	(1) 交番等における外国人とのコミュニケーションの 円滑化に向けた取組	143
	(2) 我が国警察に係る制度、手続等の分かりやすさの 確保に向けた取組	143
第12節	観光案内拠点の充実、外国人旅行者への接遇の向上等	143
	1 外国人観光案内所のネットワークの拡大	143
	2 「道の駅」の機能強化	143
	3 駅における多言語対応の案内強化	144
	4 観光案内拠点における案内機能の強化	144
	5 「ジャパンマーク」の統一	144
	6 接遇研修プログラムの構築	144
	7 消費生活相談体制の強化	144
第5章 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流		145
第1節	外国人ビジネス客の取り込み強化	145
	1 空港におけるファーストレーンの設置	145
	2 観光立国推進のための一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の 円滑化の実施	145
	3 ビジネスジェットの利用環境の改善	145
第2節	MICEに関する取組の抜本的強化	145
	1 MICE誘致による地域の活性化	146

	(1) 寄附金の損金算入の特例等の対象となる国際会議の範囲の 拡大	146
	(2) 日本政府観光局 (JNTO) による地方都市のニーズ、 体制に応じたきめ細かなコンサルティング	147
	(3) グローバル MICE 都市事業	147
	(4) 大学関係者等 MICE 主催者の掘り起こし	147
	2 戦略的な国際会議の誘致	147
	(1) MICE 誘致アンバサダー	147
	(2) ユニークベニューの開発・利用促進	148
	(3) MICE ブランディングの展開	148
	3 インセンティブ旅行における重点市場の設定	149
第3節	IR についての検討	149
第4節	富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進	149
	1 海外富裕層の地方誘客に向けた訪日プロモーション	149
	2 外国人長期滞在制度の利用促進	149
第5節	質の高い観光交流の促進	150
	1 文化資源、歴史的遺産の観光への活用	150
	(1) 文化財の英語解説の改善・充実	150
	(2) 世界文化遺産を活用した地域活性化	150
	(3) 「日本遺産 (Japan Heritage)」事業の創設	150
	(4) 文化資源、歴史的遺産の観光への活用	150
	(5) 先住民族であるアイヌ文化等の発信	150
	(6) 北海道における歴史・文化を活用したインバウンド観光の 振興	151
	(7) 産業遺産等を活用した産業観光の推進	151
	2 文化芸術を通じた国際交流の推進	151
	3 歴史・文化等に関心の高い観光客層の取り込み	152
	(1) 日中韓三国の取組	152
	(2) 現地の日系人コミュニティ等と連携した訪日プロモーション	152
第6章 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」 及び「その後」を見据えた観光振興の加速		153
第1節	オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した 訪日プロモーション	153
	1 大規模スポーツ国際大会を契機とした訪日プロモーション	153
	2 2020年東京大会を見据えた ICT を活用した多言語対応の推進	153
第2節	全国各地での文化プログラムの開催	153
	1 文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議	153
	2 全国各地での文化プログラムの開催	153
第3節	オリンピック・パラリンピックを機に訪日する 外国人旅行者の受入環境整備	153
	1 無料公衆無線 LAN 環境の整備・多言語対応の徹底	153

	2 東京駅の案内等の改善	154
	3 道路標識改善の推進	154
第4節	オリンピック・パラリンピック開催効果の地方への波及	154
	1 スポーツ振興を通じた国内外からの誘客	154
	(1) スポーツ振興を通じた国内外からの誘客	154
	(2) ラグビーワールドカップ 2015 イングランド大会を通じた日本の魅力発信	155
	(3) ラグビーワールドカップ 2019 日本大会等の国際大会の着実な開催	155
	2 地方への旅行の促進	155
	(1) 企画乗車券の利便性向上	155
	(2) オリンピック・パラリンピックに向けての訪日外国人旅行者の鉄道利用についての課題共有	155
	3 ホストタウンの推進	155
第5節	オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速	155
	1 オリンピック・パラリンピックに向けた更なるバリアフリー化	155
	2 ホームドアの整備促進	156
	3 鉄道車両の車椅子スペース、ハンドル形電動車椅子の利用について	156
	4 航空分野のバリアフリー化	156
	5 首都圏の更なるバリアフリー化等の推進	156
	6 ユニバーサルツーリズムの促進	156
第7章 観光旅行の環境整備		157
第1節	宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備	157
	1 観光振興等に資する地域づくり、街並み整備	157
	2 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進	158
第2節	旅行業務に関する消費者保護	158
第3節	旅行事業者における安全対策	158
第4節	高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備	159
	1 公共施設等のバリアフリー化	159
	(1) 公共交通機関等	159
	(2) 歩行空間	159
	(3) 都市公園等	159
	2 ユニバーサルツーリズムの促進	159
	3 地域公共交通の活性化・再生	159
	4 バスの利便性向上	160
	5 道路交通の円滑化	160
	6 自転車利用環境の整備	160
第5節	観光地域における環境の保全等	160

1	国立・国定公園の保護と利用の推進	160
2	世界自然遺産地域の適正な保全・管理	160
3	皇室関連施設の魅力の発信	161
第6節	観光に関する統計の整備	161

第IV部 平成 28 年度に講じようとする施策

第 1 章 観光資源の魅力をも極め、「地方創生」の礎に	165
第 1 節 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放	165
1 我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放	165
(1) 赤坂迎賓館(東京都港区)	165
(2) 京都迎賓館(京都府京都市)	165
(3) その他の公的施設	166
2 地域振興に資する観光を通じたインフラの活用	167
第 2 節 文化財の観光資源としての開花	168
1 「文化財活用・理解促進戦略プログラム 2020」の策定	168
(1) 支援制度の見直し	168
(2) 観光コンテンツとしての質向上	169
2 文化庁の京都への移転	169
3 世界文化遺産の観光への活用	170
4 観光地域魅力創造の推進	170
5 文化芸術資源を活用した地域活性化	170
6 「日本遺産(Japan Heritage)」による地域の魅力発信	170
7 上野「文化の杜」新構想	170
第 3 節 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化	170
1 美しい自然資源の観光資源としての利用促進	170
(1) 国立公園の受入環境の整備及び情報発信の強化	170
(2) エコツーリズムの推進	170
(3) 統一性のある情報提供等の推進	170
(4) 誘導案内等の多言語化の推進	171
2 「国立公園満喫プロジェクト」の推進	171
(1) 自然満喫メニューの充実・支援	171
(2) 上質感のある滞在環境の創出	171
(3) 海外への情報発信強化	171
(4) 観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組	171
3 観光地域魅力創造の推進	171
第 4 節 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上	171
1 景観計画の策定促進及び無電柱化の推進	171
(1) 景観計画の策定促進	171
(2) 景観形成を促進するモデル地区の選定	172
(3) 無電柱化の推進	172
2 国営公園の魅力的な景観などの活用	172
3 美しい自然・景観等の観光への活用	172
(1) 森林景観の活用	172
(2) 日本風景街道の取組等の推進	172

	(3) 超小型モビリティの活用	172
	(4) 離島・半島地域の観光振興	172
	(5) 沖縄観光の強化	172
	(6) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興及び 交通アクセスの改善	173
	(7) 河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成	173
	(8) 観光まちづくりの推進	173
第5節	滞在型農山漁村の確立・形成	173
	1 美しい農山漁村において日本の自然や生活を体感し 満喫してもらうための取組	173
	(1) 「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」の選定	173
	(2) 「食と農の景勝地」の認定	173
	(3) 「農泊」の推進	173
	2 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備	174
	3 インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進	174
	4 農業遺産の観光への活用	174
	5 広域観光周遊ルート上の農山漁村地域への支援	174
	6 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	174
第6節	地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大	174
	1 地方における消費税免税店数の増加	174
	2 地方商店街の活性化に向けた免税商店街の更なる拡大	174
	3 免税販売の対象となる購入下限額の引下げ	175
	4 免税品の海外直送による免税販売手続の簡素化	175
	5 保税売店の市中展開による買い物魅力の向上	175
	6 商店街等に対する支援	175
	7 ふるさと名物応援事業の推進	175
	8 優れた地方産品等の活用による地方への誘客	175
	9 伝統的工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入れ促進	176
	10 地域の消費に係る統計の充実	176
	11 ショッピングエリアを巡るコースの磨き上げ	176
	12 北海道における観光消費の拡大	176
	13 消費単価の拡大に向けた取組	176
	14 地域経済活性化のための地域観光資源の磨き上げ	176
第7節	広域観光周遊ルートの世界水準への改善	176
	1 広域観光周遊ルートに対する専門家チーム(パラシュートチーム)の 派遣	176
	2 テーマ別観光ルートの選定	177
	3 国、地方、民間等が連携した新たな協議会の設置	177
	4 都市周遊ミニルートの選定	177
	5 観光地における渋滞対策の強化	177
	6 訪日外国人流動データの整備	177
	7 広域産業観光事業の実施	177

8	観光地域魅力創造の推進	177
9	「観光立国地方ブロック戦略会議」(仮称)の設置・運営	177
第8節	東北の観光復興	177
1	東北6県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組	178
2	復興観光拠点都市圏への重点的な支援	178
3	全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンの実施	178
4	「東北六県見るもの・食べもの・買いもの100選」の発信	178
5	東北観光復興対策交付金による重点的な支援	178
6	ホストタウンの推進及び海外への情報発信の支援	178
7	防災学習も含めた教育旅行の再興	178
8	仙台空港のLCC拠点化の促進	178
9	「グリーン復興プロジェクト」の推進	179
10	新たな復興ビジネスモデルの支援	179
第2章 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に		180
第1節	観光関係の規制・制度の総合的な見直し	180
1	通訳案内士	180
2	ランドオペレーター	180
3	宿泊業	180
	(1)生産性向上	180
	(2)多様な宿泊サービスの提供促進	180
4	旅行業	181
5	観光地再生・活性化ファンド(仮称)	181
第2節	民泊サービスへの対応	181
1	民泊サービスのルールづくりに向けた検討	181
2	国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応	181
第3節	産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化	181
1	観光産業の担い手の3層構造による育成	181
	(1)観光経営を担う人材育成	181
	(2)観光の中核を担う人材育成の強化	181
	(3)即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化	182
2	「道の駅」における人材育成	182
第4節	宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供	182
1	旅館等に対する投資促進	182
	(1)旅館等に対するインバウンド対応促進支援	182
	(2)「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活用	182
2	旅館等の空室の有効活用	182
3	宿泊産業従事者の人材育成	182
4	多様なニーズへの対応	182
5	宿泊施設整備の促進	183
	(1)宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の運用明確化	183
	(2)古民家の宿泊施設へのリノベーションに対する金融支援	183

	6 海外宿泊事業者等の日本進出支援	183
第5節	世界水準のDMOの形成・育成	183
	1 「日本版DMO候補法人」に対する支援	183
	2 世界水準のDMOの形成に向けた支援の実施	183
	(1) 情報支援・ビッグデータの活用促進	183
	(2) 人的支援	183
	(3) 財政金融支援	183
第6節	「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の継続的な展開	184
	1 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の 安定的・継続的提供	184
	(1) 政府系金融機関による支援	184
	(2) 「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活用	184
	(3) 株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)による ファンド組成終了後の支援体制の整備の検討	184
	2 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)による 観光地域作りファンド支援	184
第7節	次世代の観光立国実現のための財源の検討	184
第8節	訪日プロモーションの戦略的高度化	185
	1 オリパラ後も見据えた訪日プロモーションの取組	185
	(1) 欧米豪に対するプロモーション	185
	(2) 質の高い観光地としての日本の観光ブランドイメージの確立	185
	(3) 地方自治体のインバウンド誘致活動に対する支援体制強化	185
	(4) オリパラを活用した訪日プロモーション	185
	2 大規模国際競技大会の開催を活用した観光客の誘致	186
	(1) 大規模国際競技大会の確実な開催による国内外からの誘客	186
	(2) スポーツ・文化・ワールド・フォーラムの開催	187
	3 欧米豪を中心とした訪日層の拡大	187
	(1) 海外のオンライン旅行会社との連携強化	187
	(2) 「JAPAN WEEKEND」の実施	187
	(3) 「ジャパニーズライフスタイル」(仮称)の作成	187
	4 日本各地の観光資源を活用した地方への誘客促進	187
	(1) 外国語対応が可能な着地型・体験型プログラムの情報発信	187
	(2) 東京、大阪、京都から日帰りや1泊2日で訪問できる 観光地等の情報発信	187
	(3) 現地において高い発進力を有する者の招請	187
	(4) 「海外VIPおもてなしツアー」(仮称)の実施	188
	5 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし	188
	6 日本政府観光局(JNTO)の海外事務所新設と現地における プロモーション強化	188
	7 G7伊勢志摩サミット開催に合わせた情報発信	188
	8 海外のガイドブック編集者等の地方への招請	188
	9 「オンライン・メディアセンター」の開設	188

10	全国各地での文化プログラムの開催	188
11	文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議	188
12	スポーツ振興を通じた国内外からの誘客	189
13	アスタナ国際博覧会への日本館出展	189
第9節	インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化	189
1	インターネットを活用した取組	189
2	欧米豪を中心とする富裕層をターゲットとした旅行先としての日本のブランドイメージの確立	189
	(1) 質の高い観光地としての日本の観光ブランドイメージの確立	189
	(2) 富裕層向けの情報発信等の取組	189
3	在外公館や放送コンテンツ等の活用による日本の魅力の発信	190
	(1) 在外公館等の活用による親日層の開拓	190
	(2) 放送コンテンツの途上国等のテレビ局への提供	190
	(3) 放送コンテンツ制作等による日本の魅力のPR	190
	(4) 国内観光情報サイトの多言語化	191
	(5) 放送コンテンツの権利処理の一層の迅速化	191
	(6) 日本語教育の拡充による親日層の育成	191
	(7) 海外日本庭園の再生	192
4	風評被害を最小限に抑えるプロモーション	192
5	観光分野における多国間枠組みへの貢献	192
6	二国間関係の強化による双方向交流の拡大	192
7	先住民族としてのアイヌ文化等の発信	192
8	外国メディア招へいやフォーリン・プレスセンターも活用した情報発信	192
9	世界の主要都市における広告	192
10	放送コンテンツ・ジャパンチャンネルを活用した日本の魅力の発信	193
11	文化芸術を通じた国際交流の推進	193
	(1) 国内外芸術家の滞在型創作活動等の支援	193
	(2) メディア芸術に関する発信の強化	193
第10節	MICE 誘致の促進	193
1	MICE 誘致促進に向けた支援体制の構築	193
	(1) 「MICE 推進関係府省連絡会議」(仮称)の設置	193
	(2) ユニークベニューの利用促進	193
	(3) 会議施設等の整備に対する支援	193
	(4) MICE の経済波及効果の調査	193
	(5) インセンティブ旅行の誘致促進	194
	(6) 国内外のステークホルダーへの働きかけ	194
	(7) 日本政府観光局(JNTO)によるグローバルネットワークの構築	194
	(8) 大学関係者等 MICE 主催者の掘り起こし	194
	(9) 国内で開催されるイベントに関する情報提供	194
	(10) 産業観光プログラムの充実	194
	(11) グローバル MICE 都市事業	194

	(12) 日本政府観光局 (JNTO) による地方都市のニーズ、 体制に応じたきめ細かなコンサルティング	194
	(13) MICE 誘致アンバサダー	195
	(14) 商談会への参加及びセミナーの実施	195
	2 IR についての検討	195
第 11 節	ビザの戦略的緩和	195
第 12 節	訪日教育旅行の活性化	195
	1 地域における調整・相談窓口の構築及び地域の観光部局と 教育部局の連携の促進	195
	2 海外と地域をつなげる一元的な相談窓口の設置	195
	3 訪日教育旅行に対する理解の促進	195
	4 訪日教育旅行の地方への誘致	196
第 13 節	観光教育の充実	196
	1 観光・旅に関する教育の充実に向けた取組	196
	2 若者世代の旅行需要喚起	196
	3 若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実	196
	(1) 「若旅★授業」の全国展開	196
	(2) 「道の駅」における大学連携	196
第 14 節	若者のアウトバウンド活性化	196
	1 旅行費用軽減をはじめとする若年層の海外旅行促進	196
	2 観光分野における多国間枠組みへの貢献	196
	3 二国間関係の強化による双方向交流の拡大	196
第 3 章 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に		197
第 1 節	最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現	197
	1 世界初の出入国審査パッケージの導入、 世界最高水準の技術の活用等の取組	197
	(1) バイオカートの導入	197
	(2) プレクリアランスの早期実現に向けた協議の加速	197
	(3) トラストイド・トラベラーの自動化ゲートの対象化	197
	(4) 顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入	197
	(5) 指紋情報を活用した出国時の自動化ゲート利用	197
	(6) 入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間の公開	197
	2 先進的な保安検査機器の導入	197
	3 出入国審査に係る物的・人的体制の整備	198
	4 ファーストレーンの整備促進	198
	5 乗客予約記録の分析・活用的高度化	198
第 2 節	民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進	198
	1 ボトルネックとなっている宿泊施設、 観光バス乗降場等の整備促進	198
	(1) 宿泊施設の整備の促進	198
	(2) 観光バスの駐停車対策	198

2	公共デジタルサイネージの設置促進	198
3	都市公園内に設置される民間施設からの収益を 公園管理費に充当する仕組みの構築	198
4	都市公園内への観光案内所等の設置促進	199
5	会議施設等の整備や統一的な案内サイン、 バリアフリー化等の整備への重点支援	199
	(1) 会議施設等の整備に対する支援	199
	(2) 拠点駅及びその周辺における統一的な案内サインの 整備等の支援	199
6	日本の都市の魅力を海外に発信するシティ・フューチャー・ギャラリー (仮称) 構想の推進	199
7	道路空間と観光の連携の推進	199
第3節	キャッシュレス環境の飛躍的改善	199
1	海外発行カード対応 ATM の設置促進	199
2	クレジットカード決済対応等の取組	199
	(1) クレジットカード決済端末の普及支援	199
	(2) 「おもてなしプラットフォーム」の構築	200
	(3) クレジットカードに係るセキュリティ対策	200
第4節	通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現	200
1	通信環境の飛躍的向上	200
	(1) 主要な観光・防災拠点における無料 Wi-Fi 環境の整備	200
	(2) 災害用統一 SSID の周知・広報	200
	(3) シームレスな Wi-Fi 利用環境の実現	200
	(4) プリペイド SIM の販売促進等による通信環境全体の改善	200
	(5) 新幹線トンネル内における携帯電話利用環境の整備	201
2	誰もが一人歩きできる観光の実現等に向けた取組	201
	(1) 多言語音声翻訳システムの普及	201
	(2) IoT おもてなしクラウド事業の実施	201
	(3) 観光分野におけるビッグデータ・オープンデータ利活用の モデルケース構築	201
	(4) IoT を活用した革新的な観光ビジネス・サービスモデルの 創出支援	201
	(5) サービスの質の「見える化」の取組	201
3	観光案内拠点の充実	202
4	ムスリム対応の強化	202
5	訪日外国人旅行者の移動円滑化に資する情報の整備	202
6	「道の駅」の通信環境等の整備	202
7	受入環境向上に向けた調査の実施	202
第5節	多言語対応による情報発信	202
1	中小企業者による取組	202
2	「多言語対応ガイドライン」に基づく取組の加速	202
3	空港、道路、旅客船ターミナル	203

	(1) デジタルサイネージ等の活用	203
	(2) 道路案内標識における英語表記改善	203
	(3) 旅客船ターミナルの多言語対応	203
4	美術館・博物館	203
5	自然公園	203
6	飲食店	204
7	多言語翻訳アプリの開発	204
第6節	急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実	204
1	「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」等の更なる整備と その他の医療機関への周知の実施	204
2	訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化	204
3	訪日外国人旅行者の保険加入促進	204
第7節	「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備	204
1	交番等における訪日外国人旅行者対応の強化	204
2	救急活動時における多言語音声翻訳システムの活用促進	205
3	熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供	205
4	気象情報の外国語での提供	205
5	多言語による情報伝達の優れた事例等の全国での共有	205
6	災害時の避難受入施設に関する体制強化	205
7	感染症対策の着実な実施	205
8	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の強化	206
第8節	自然災害発生時の対応の強化	206
1	自然災害発生への備え	206
2	自然災害発生直後の対応	207
3	自然災害発生から一定期間経過後の対応	207
第9節	「地方創生回廊」の完備	207
1	新幹線、高速道路などの高速交通網の活用	207
	(1) ジャパン・レールパスの日本到着後購入可能化に向けた 実証実験の開始	207
	(2) 観光地へのアクセス交通の充実等による 地方への人の流れの創出	207
	(3) 道路利用者にわかりやすい道案内の実現	208
	(4) 規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現	208
2	鉄道の観光資源としての魅力発信	208
3	外国人旅行者のドライブツーリズムの促進	208
4	外国人旅行者向け周遊ドライブパスの展開	208
5	北海道におけるドライブツーリズム振興と消費拡大	209
6	「道の駅」を核とした地域振興	209
	(1) 重点「道の駅」における支援	209
	(2) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	209
	(3) 着地型旅行商品の販売	209
	(4) 「道の駅」における大学連携	209

(5)「道の駅」における情報提供等の推進	209
7 道路の整備等	209
8 高速バス情報プラットフォームの構築	209
9 高速バスの外国人旅行者向けフリーパスの普及拡充	210
第10節 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進	210
1 複数空港の一体運営の推進	210
2 地方空港の着陸料軽減	210
3 首都圏空港の容量拡大	210
4 首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善	210
5 地方空港のLCC・チャーター便の受入促進	210
(1)操縦士・整備士の養成・確保	210
(2)空港における地上取扱業務実施体制の拡充支援	210
(3)出入国審査に係る人的・物的体制の整備	211
(4)地方空港を発着する国際包括旅行チャーター便に係る 規制緩和	211
(5)新千歳空港の発着枠の拡大	211
6 コンセッション空港等における到着時免税店制度の研究・検討	211
7 新規誘致に係る日本政府観光局(JNTO)の 協働プロモーション支援	211
8 LCCターミナル等の整備	211
9 高速バス・LCC等の利用促進	211
10 海外LCC企業等の日本進出支援	211
11 首都圏空港アクセスの利便性向上	212
12 コンセッション方式等の活用の推進	212
第11節 クルーズ船受入の更なる拡充	212
1 世界的なクルーズ市場の実現に向けた取組	212
(1)クルーズ船寄港の「お断りゼロ」の実現	212
(2)世界に誇る国際クルーズの拠点形成	212
(3)国内クルーズ周遊ルートの開拓及びラグジュアリークルーズ商品の 造成の促進	212
(4)クルーズ旅客による地域産品の消費拡大	212
(5)クルーズ船の受入環境の向上	213
(6)寄港地の全国展開に向けたプロモーション	213
2 地域密着型のクルーズ観光振興	213
3 ウェブサイトを通じた情報発信	213
4 日本の魅力を活かした船旅の活性化と瀬戸内海での取組	213
5 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた 舟運の活性化	213
第12節 公共交通利用環境の革新	213
1 訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の 実現に向けた取組	213
(1)主要な公共交通機関の海外インターネット予約の可能化	213

	(2) 全国の公共交通機関を網羅した経路検索に係る協議	214
	(3) 都市交通ナンバリングの充実	214
	(4) 世界水準のタクシーサービスの充実	214
2	手ぶら観光の推進	214
3	相互利用可能な交通系 IC カードの普及促進	214
4	安全対策を前提とした貸切バスの利用促進	215
	(1) 貸切バス事業者の営業区域の弾力化措置に係る検討	215
	(2) 軽井沢スキーバス事故を踏まえた徹底的な再発防止策の 検討・実施	215
	(3) 貸切バスによる路上混雑の解消	215
5	地方ブロックごとのきめ細かな受入環境整備	215
6	バリアフリールート・所要時間検索システムの実現	215
7	鉄道車両内における走行位置案内アプリによる情報提供の実現	215
8	ハンドル形電動車いすの鉄道車両等への乗車要件の見直し	215
9	美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入	216
第 13 節	休暇改革	216
1	働き方・休み方改革の推進	216
2	休暇取得の分散化等による観光需要の平準化	216
3	「海の日」を活用した観光需要拡大	216
第 14 節	オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進	216
1	「ユニバーサルデザイン 2020」の取りまとめ	216
2	ユニバーサルデザインの街づくり	217
	(1) 道路におけるバリアフリー化の推進	217
	(2) 道路案内標識改善の推進	217
	(3) 移動等円滑化基準等の改正の検討	217
	(4) 多機能トイレの正しい利用の推進	217
	(5) 観光地のバリアフリー評価指標の普及	217
	(6) 鉄道におけるバリアフリー化の推進	217
	(7) 自動車におけるバリアフリー化の推進	217
	(8) 旅客船におけるバリアフリー化の推進	218
	(9) 空港におけるバリアフリー化の推進	218
3	「心のバリアフリー」	218
4	歩行者移動支援のための位置情報サービスの提供推進	218
5	障害者の芸術・文化活動支援	219

資料 I 観光に関する各種データ

資料 1	地域別の外国人旅行者受入れ数及び国際観光収入	223
資料 2	国際旅行収支の状況(2014年(平成26年))	223
資料 3	日本の国際観光収支の推移	224
資料 4	海外旅行者数ランキング(2014年(平成26年))	224
資料 5	海外旅行者数上位20カ国の国民1人当たり海外旅行回数(2014年(平成26年))	225
資料 6	アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議(2014年(平成26年))	225
資料 7	日本人延べ宿泊者数の月別推移(2015年(平成27年))	226
資料 8	外国人延べ宿泊者数の月別推移(2015年(平成27年))	226
資料 9	都道府県別の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数・宿泊施設の定員稼働率、客室稼働率(2015年(平成27年))	227
資料 10	都道府県別延べ宿泊者数(2015年(平成27年))	228
資料 11	都道府県別外国人延べ宿泊者数(2015年(平成27年))	229
資料 12	都道府県別の延べ宿泊者数の構成(2015年(平成27年))	230
資料 13	都道府県別の外国人延べ宿泊者数の構成(2015年(平成27年))	231
資料 14	国・地域別の外国人延べ宿泊者数の構成・上位5都道府県(2015年(平成27年))	232
資料 15	都道府県別宿泊施設の定員稼働率(2015年(平成27年))	233
資料 16	都道府県別宿泊施設の客室稼働率(2015年(平成27年))	234
資料 17	都道府県別の実宿泊者数・1人当たり平均宿泊数・外国人実宿泊者数・外国人1人当たり平均宿泊者数(2015年(平成27年))	235
資料 18	都道府県別の実宿泊者数(2015年(平成27年))	236
資料 19	都道府県別の外国人実宿泊者数(2015年(平成27年))	237
資料 20	都道府県別の実入込客数・観光消費額(2014年(平成26年))	238
資料 21	日本人海外旅行者の国・地域別訪問者数(受入れ国(地域)統計)	239
資料 22	日本人海外旅行者の性別構成比の推移	241
資料 23	日本人海外旅行者数の性別・年齢階層別の推移	241
資料 24	出国日本人の旅客輸送の状況	242
資料 25	日本人海外旅行者の滞在期間比率の状況	242
資料 26	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	243
資料 27	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	243
資料 28	訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者数(2015年(平成27年))	244
資料 29	訪日外国人旅行者数の月別推移(2015年(平成27年))	244
資料 30	訪日外国人旅行者の訪問率上位都府県の推移	245
資料 31	訪日外国人旅行者数の目的別推移	245
資料 32	訪日外国人旅行者の目的別割合(2015年(平成27年))	246
資料 33	国・地域別訪日外国人旅行者の目的別比率(2015年(平成27年))	246
資料 34	国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(全目的)(2015年(平成27年))	247
資料 35	国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(観光・レジャー目的)(2015年(平成27年))	247

資料 36	入国外国人の旅客輸送の推移	248
資料 37	訪日外国人旅行者の滞在期間比率の状況	248
資料 38	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行消費額(2015年(平成27年))	249
資料 39	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行支出構成比(2015年(平成27年))	250
資料 40	訪日外国人旅行者の満足度・再訪意向	250
資料 41	日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額	251
資料 42	旅行消費額の推計(2014年(平成26年))	251
資料 43	国内の旅行消費額の市場別内訳(2014年(平成26年))	252
資料 44	日本国内における旅行消費額の経済効果(2014年(平成26年))	252
資料 45	旅行消費が日本国内にもたらす経済効果(2014年(平成26年))	253
資料 46	旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果(2014年(平成26年))	253
資料 47	1世帯あたり旅行関連の支出の推移	254
資料 48	日本国内の輸送機関別旅客輸送量の推移	254
資料 49	今後の生活の力点	255
資料 50	今後の生活の力点の推移	256
資料 51	余暇活動の潜在需要上位10種目(2014年(平成26年))	256
資料 52	現在の生活に対する満足度(2015年(平成27年))	257
資料 53	宿泊業労働者の労働時間及び給与額(2015年(平成27年))	258
資料 54	観光関連産業の事業所に関する集計－産業横断的集計(売上(収入)金額等)	259
資料 55	各産業のGDPに対する割合(2014年(平成26年))	260
資料 56	観光庁関係予算(平成28年度)	261
資料 57	観光庁関係予算の推移	262

資料Ⅱ 明日の日本を支える観光ビジョン

(注意) 本報告書に掲載した我が国の地図は、必ずしも、我が国の領土を包括的に示すものではない。

図表の目次

図表 I-1	主要国・地域の実質経済成長率の推移	4
図表 I-2	国際観光客到着数の推移	4
図表 I-3	国際観光客到着数と実質世界 GDP の推移	5
図表 I-4	地域別国際観光客数(2015年(平成27年))	5
図表 I-5	国際観光客受入数の地域別シェア(2005年(平成17年) - 2015年(平成27年))	6
図表 I-6	国際観光客の年平均伸び率の予測	6
図表 I-7	外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))	7
図表 I-8	空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))	8
図表 I-9	国際観光収入ランキング(2014年(平成26年))	9
図表 I-10	国際観光支出ランキング(2014年(平成26年))	10
図表 I-11	訪日外国人旅行者数の推移	11
図表 I-12	訪日外国人旅行者の内訳(2015年(平成27年))	13
図表 I-13	訪日外国人旅行者による消費の推移	14
図表 I-14	訪日外国人旅行消費額の四半期の推移	14
図表 I-15	国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比(2015年(平成27年))	15
図表 I-16	費目別にみる訪日外国人旅行消費額	15
図表 I-17	国籍・地域別にみる費目別旅行消費額(2015年(平成27年))	16
図表 I-18	国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出(2015年(平成27年))	17
図表 I-19	旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移	18
図表 I-20	世界及び地域別の国際会議開催件数の推移	19
図表 I-21	国別国際会議開催件数(2014年(平成26年))	20
図表 I-22	アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数 (1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))	21
図表 I-23	アジア大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移 (1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))	21
図表 I-24	欧米及びアジア大洋州地域主要国における国際会議の規模別開催件数 (2014年(平成26年))	22
図表 I-25	地域別賃貸展示スペース面積の推移	23
図表 I-26	国別総展示場面積(5,000m ² 超)(2011年(平成23年))	24
図表 I-27	主要国別賃貸展示スペース面積(2012年(平成24年))	24
図表 I-28	日本人の海外旅行者数の推移	25
図表 I-29	訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移	25
図表 I-30	国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移	26
図表 I-31	国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移	26
図表 I-32	国内旅行消費額の推移	27
図表 I-33	日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移	27
図表 I-34	三大都市圏及び地方部の延べ宿泊者数の推移	28
図表 I-35	宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊数の割合の推移	28
図表 I-36	客室稼働率の推移	29
図表 I-37	宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移	29

図表 I -38	都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率 (2015 年 (平成 27 年))	30
図表 I -39	観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数 (2010 年 (平成 22 年) を 100 とした指数の推移)	31
図表 I -40	観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数 (2010 年 (平成 22 年) を 100 とした指数の推移)	32
図表 I -41	ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数 (2010 年 (平成 22 年) を 100 とした指数の推移)	33
図表 I -42	地域ブロック別延べ宿泊者数	34
図表 I -43	地域ブロック別外国人延べ宿泊者数	34
図表 I -44	延べ宿泊者数 (全体) 及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比 (2015 年 (平成 27 年))	35
図表 I -45	地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比 (2015 年 (平成 27 年))	36
図表 II -1	地域別国際観光客到着数の年平均伸び率予測 (再掲)	50
図表 II -2	各国の外国人旅行者受入数と年平均成長率 (上位 25 カ国) (2014 年 (平成 26 年))	51
図表 II -3	各国の国際観光収入 (上位 25 カ国) (2014 年 (平成 26 年))	52
図表 II -4	観光産業が GDP に占める割合と雇用 (観光収入上位 25 カ国) = (2014 年 (平成 26 年))	53
図表 II -5	外国人旅行者 1 人当たり観光消費額及び外国人旅行者の有料宿泊施設平均宿泊数 (観光収入上位 10 カ国 + 日本) (2014 年 (平成 26 年))	54
図表 II -6	主要国を訪問する外国人旅行者の地域別構成 (2014 年 (平成 26 年))	55
図表 II -7	日本の国家ブランド指数 (各項目別の日本の順位 (50 カ国中)) (2015 年 (平成 27 年))	57
図表 II -8	古城を改築したホテル	59
図表 II -9	ストーンヘンジ及びビジターセンター	60
図表 II -10	イエローストーン国立公園のガイドツアー	61
図表 II -11	フランスの外国人旅行者の宿泊数の地域別構成 (2014 年)	62
図表 II -12	フランスの最も美しい村“リクヴィル村”	62
図表 II -13	主な宿泊施設数の推移	64
図表 II -14	宿泊業の市場規模	65
図表 II -15	ホテル・旅館における客室稼働率 (全国平均 / 2015 年 (平成 27 年))	65
図表 II -16	【全国】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移 (過去 2 カ年)	66
図表 II -17	【東京】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移 (過去 2 カ年)	66
図表 II -18	【大阪】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移 (過去 2 カ年)	66
図表 II -19	旅館・ホテルにおける正規雇用・非正規雇用の分布	67
図表 II -20	宿泊部門と飲食部門の区分会計実施状況	67
図表 II -21	外国人受入に向けた取組の実施状況	68
図表 II -22	外国人受入に向けた取組 (17.6%) 中の具体的内容 (複数回答)	68
図表 II -23	労働者 1 人当たり付加価値額 (労働生産性)	69
図表 II -24	観光系大学数、学科数、定員数	70
図表 II -25	観光系大学における教育内容の現状	71
図表 II -26	観光系学部・学科卒業生	71

図表Ⅱ-27	コーネル大学の観光関連必修科目の構成	72
図表Ⅱ-28	ローザンヌホテルスクールの観光関連必修科目の構成	73
図表Ⅱ-29	主要旅行業者における旅行取扱額の推移	74
図表Ⅱ-30	訪日外国人旅行取扱額の推移	74
図表Ⅱ-31	主要旅行業者の旅行取扱区分別に見た旅行取扱額の割合 (2013年度(平成25年度))	75
図表Ⅱ-32	業種別消費者向けEC(電子商取引)市場規模(2014年(平成26年))	75
図表Ⅱ-33	第一種旅行業者のインターネット販売比率	76
図表Ⅱ-34	旅行業者代理業者数の推移	76
図表Ⅱ-35	旅行業者数及び旅行業者代理業者数の推移	76
図表Ⅱ-36	旅行業者(第1種)の取扱高営業利益率(他産業との比較)	77
図表Ⅱ-37	米国における旅行業者数の推移	77
図表Ⅱ-38	米国における旅行業者のビジネスモデルの動向	78
図表Ⅱ-39	ランドオペレーター	79
図表Ⅱ-40	通訳案内士の地域別・言語別登録者割合	80
図表Ⅱ-41	各国の通訳案内士制度	81
図表Ⅱ-42	通訳案内士試験の受験者数と合格者数の推移	81
図表Ⅱ-43	各種特例ガイドの導入地域	82
図表Ⅱ-44	ビジット・ナパバレーのウェルカム・センター	83
図表Ⅱ-45	日本版DMOの概要	84
図表Ⅱ-46	モデルツアー「The Amazing Thailand Luxury Fam Trip」の 欧米向けツアーの様子	85
図表Ⅱ-47	各国のMICE市場規模	87
図表Ⅱ-48	国際会議の誘致に立候補／協力したことがある／している研究者が感じる 誘致活動の課題	88
図表Ⅱ-49	米国の大学におけるカンファレンス・サービス	89
図表Ⅱ-50	地域における国際会議誘致に関するアンケート調査結果	90
図表Ⅱ-51	海外のコンベンション・ビューローの組織体制及び予算	91
図表Ⅱ-52	ルーブル美術館	92
図表Ⅱ-53	ケンジントン宮殿	92
図表Ⅱ-54	ユニークベニューを活用したイベントの来場者アンケート	93
図表Ⅱ-55	Automated border control gatesの利用方法	94
図表Ⅱ-58	国内旅行消費額の推移(再掲)	96
図表Ⅱ-56	ゴールドコースト空港の乗客数の推移	96
図表Ⅱ-57	ゴールドコースト空港の売上高の推移	96
図表Ⅱ-59	延べ宿泊者数の推移(2013年(平成25年)～2015年(平成27年))	97
図表Ⅱ-60	旅行意向のある人の希望が達成した場合の旅行市場	98
図表Ⅱ-61	日本と英国のバリアフリー化の状況の例	99
図表Ⅱ-62	ロンドンの鉄道駅のホームのかさ上げ	99
図表Ⅱ-63	明日の日本を支える観光ビジョン構想会議	103

第I部

平成27年
観光の動向

第I部 平成27年 観光の動向

第1章 世界の観光の動向

第1節 世界のマクロ経済の概況

2015年(平成27年)の世界経済は、アジア新興国等において弱さがみられるものの、全体としては緩やかな回復が続いた。中国経済の緩やかな減速や資源価格の下落が新興国等の景気を下押しする状況の中、アメリカやヨーロッパなどの先進国の景気は回復した。各地域の経済情勢は、以下のとおり。

IMF¹(国際通貨基金)によると、米国では、リーマンショック発生の直前3年間、実質経済成長率が1.8～3.3%の間であったが、2008年(平成20年)と2009年(平成21年)は連続でマイナス成長となった。2010年(平成22年)には2.5%まで好転し、その後は1.5～2.6%の間で推移している。雇用・所得環境が改善し、個人消費が堅調に推移していることで、景気は回復が続いていた。

EU²(欧州連合)では、リーマンショック発生の翌年の2009年(平成21年)にギリシャに端を発した欧州政府債務危機が発生し、実質経済成長率は-4.3%まで低下した。ギリシャに対しては、2015年(平成27年)8月に第3次支援プログラムが正式決定されたが、その実行に向けて、ギリシャは財政再建と経済成長の両立という困難な課題に直面している。ユーロ圏では、2013年(平成25年)から2015年(平成27年)はプラス成長が続いており、原油価格下落等を背景に、個人消費にけん引され、景気は緩やかに回復していた。

新興国では、全体として景気はやや弱含みの状況である。中国では、2012年(平成24年)から2014年(平成26年)は、実質経済成長率が7%台で推移していたが、2015年(平成27年)は6%台と後退している。不動産開発投資や固定資産投資、輸出、生産活動が弱い動きとなったことにより、中国の景気は緩やかに減速している。2015年(平成27年)8月に3日連続で人民元切下げが実施され、世界の金融市場は大きく動揺した。また、2015年(平成27年)の中国の貿易総額は、6年ぶりに減少した。輸出は、最大の貿易相手であるEU向けや日本向けの輸出が減少した。また、輸入についても減少しており、景気が緩やかに減速していることを裏付ける形となっている。

ASEAN³(東南アジア諸国連合)も、主要5カ国(インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム)については、2006年(平成18年)から2008年(平成20年)までは、実質経済成長率が5.5%～6.2%であったが、リーマンショックの影響により、実質経済成長率が2009年(平成21年)には2.4%まで低下した。しかしながら、2010年(平成22年)以降はリーマンショック以前の水準に戻り、4.6%～6.9%の間で推移している。ASEANは、2015年(平成27年)12月末に、加盟10カ国が域内の貿易自由化や市場統合などを通じて成長加速を目指す広域経済連携の枠組み「ASEAN経済共同体(AEC⁴)」を発足させ、本格始動した。今後の更なる経済成長の促進が期待される。

その他の新興国では、中南米カリブ海諸国は2009年(平成21年)に実質経済成長率が-1.3%とマイナス成長となったが、2010年(平成22年)は6.1%とリーマンショック前の2007年(平成19年)の5.7%を超える回復を見せた。その後はやや勢いが弱まり、2015年(平成27年)は-0.3%と再び景気が後退している。

中東・北アフリカでは、2009年(平成21年)に実質経済成長率は2.2%まで落ち込んだが、その後

1 International Monetary Fundの略。

2 European Unionの略。

3 Association of South-East Asian Nationsの略。

4 ASEAN Economic Communityの略。

2012年(平成24年)までは4%～5%台で推移している。2013年(平成25年)以降は以前より低下し2%台で推移している。シリア内戦やイスラム過激派組織ISILの動き等の政情不安、また、原油価格の急落が今後の経済成長の重しとなっている。

サハラ以南アフリカは、2009年(平成21年)においても4.1%と大きな落ち込みは見せず、2010年(平成22年)以降2014年(平成26年)までは4.3～6.6%の間で推移していたが、2015年(平成27年)は3.8%と成長率が鈍化している(図表I-1)。

図表I-1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

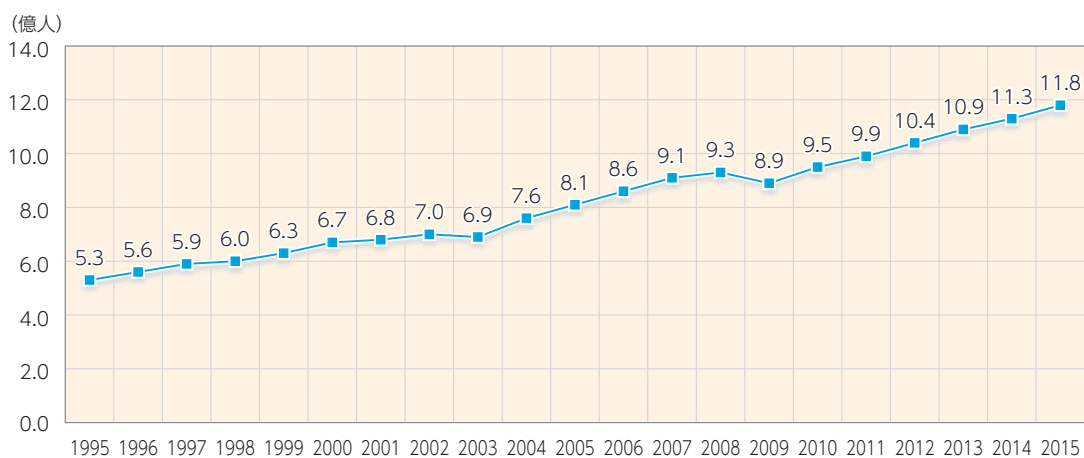
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
日本	1.7	2.2	-1.0	-5.5	4.7	-0.5	1.7	1.6	-0.1	0.6
米国	2.7	1.8	-0.3	-2.8	2.5	1.6	2.2	1.5	2.4	2.6
EU(欧州連合)	3.7	3.3	0.7	-4.3	2.1	1.8	-0.4	0.2	1.5	1.9
中国	12.7	14.2	9.6	9.2	10.6	9.5	7.7	7.7	7.3	6.8
ASEAN(5カ国)	5.5	6.2	5.4	2.4	6.9	4.7	6.2	5.1	4.6	4.6
中南米カリブ海諸国	5.6	5.7	3.9	-1.3	6.1	4.9	3.1	2.9	1.3	-0.3
中東・北アフリカ	6.5	6.4	5.2	2.2	5.2	4.6	5.0	2.1	2.6	2.3
サハラ以南アフリカ	6.8	7.6	6.0	4.1	6.6	5.0	4.3	5.2	5.0	3.8

資料：IMF「World Economic Outlook Database, October 2015」に基づき観光庁作成

第2節 2015年(平成27年)の世界の観光の状況

UNWTO⁵(国連世界観光機関)の2016年(平成28年)1月の発表では、2015年(平成27年)の世界全体の国際観光客到着数は前年より5,000万人増(対前年比4.4%増)となり11.8億人を記録した。2009年(平成21年)はリーマンショックの影響から減少したが、それ以降は6年連続での増加となった(図表I-2)。

図表I-2 国際観光客到着数の推移

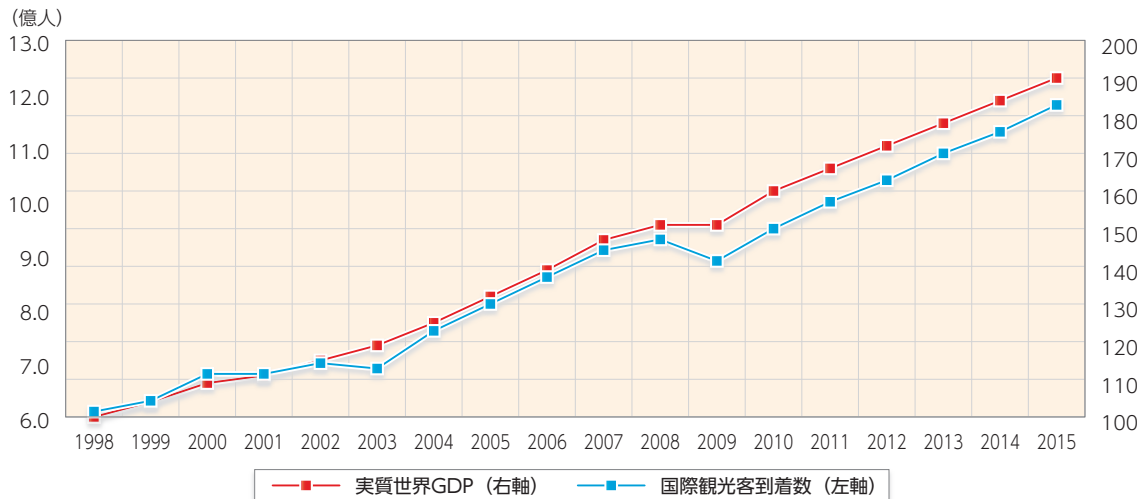


資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

5 国連の専門機関 World Tourism Organization の略。

国際観光客到着数と世界の実質GDPは強い相関が見られるが、国際観光客到着数の伸びが上回っている(図表I-3)。

図表I-3 国際観光客到着数と実質世界GDPの推移



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、IMF(国際通貨基金)資料に基づき観光庁作成
 注1：実質世界GDPは、1998年を100として指数化。

UNWTO(国連世界観光機関)の2016年(平成28年)1月の発表によると、欧州を訪れた国際観光客数は2011年(平成23年)以降増加傾向にあり、2015年(平成27年)では前年に比べ2,880万人増加(対前年比5.0%増)し、6億910万人となった。

アジア太平洋地域を訪れた国際観光客数は、前年に比べ1,260万人増加(対前年比4.8%増)し、2億7,700万人となった。

米州を訪れた国際観光客数は、前年に比べ900万人増加(対前年比4.9%増)し、1億9,070万人となった(図表I-4)。

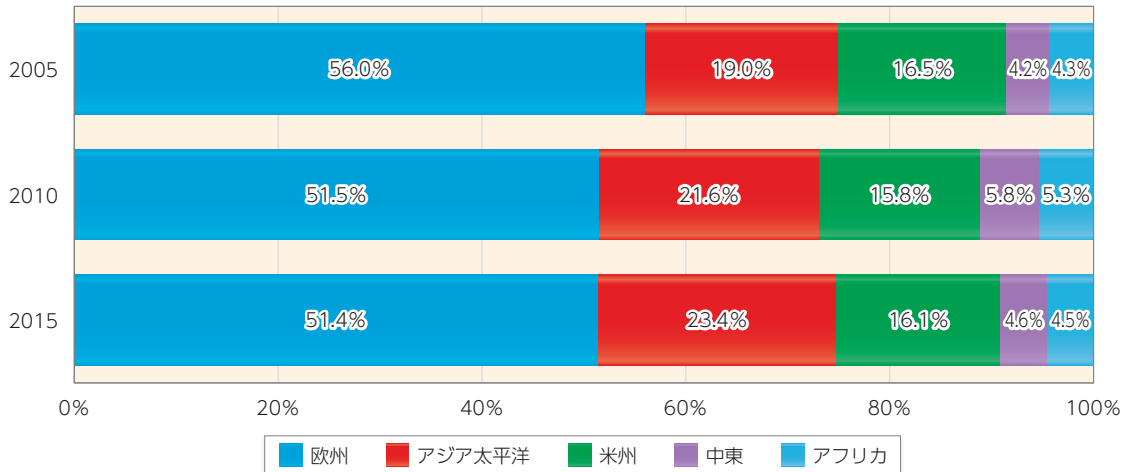
図表I-4 地域別国際観光客数(2015年(平成27年))

	国際観光受入数 (単位・万人)	対前年増減数 (単位・万人)	対前年比
世界全体	118,400	5,000	4.4%
欧州	60,910	2,880	5.0%
アジア太平洋	27,700	1,260	4.8%
米州	19,070	900	4.9%
アフリカ(見込み)	(5,310)	-	(-3.3%)
中東(見込み)	(5,410)	-	(3.1%)

資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成
 注1：アフリカ及び中東の数値については見込みである。

国際観光客受入数の地域別シェアは、依然として欧州が過半を占めているが、過去10年間では減少から横ばい傾向にある。これに対し、アジア太平洋は、2005年(平成17年)に19.0%であったが、2015年(平成27年)は23.4%にまで拡大しており、特に著しい成長を見せている。米州は、2005年(平成17年)から16%前後で推移している。中東、アフリカは、ともに5%前後で推移している(図表I-5)。

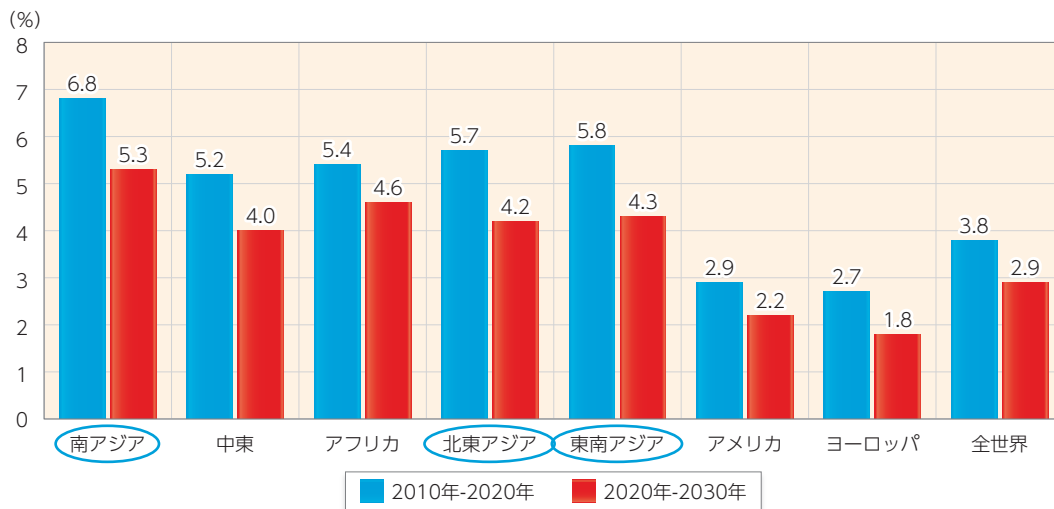
図表I-5 国際観光客受入数の地域別シェア(2005年(平成17年) - 2015年(平成27年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

UNWTO(国連世界観光機関)によると、今後も世界の国際観光客数は増加傾向であると見られる。前述のように、アジア太平洋は近年急激な伸びを見せているが、今後についても、南アジア・北東アジア・東南アジアは、欧米に比べ、高い伸びが予測されている(図表I-6)。

図表I-6 国際観光客の年平均伸び率の予測

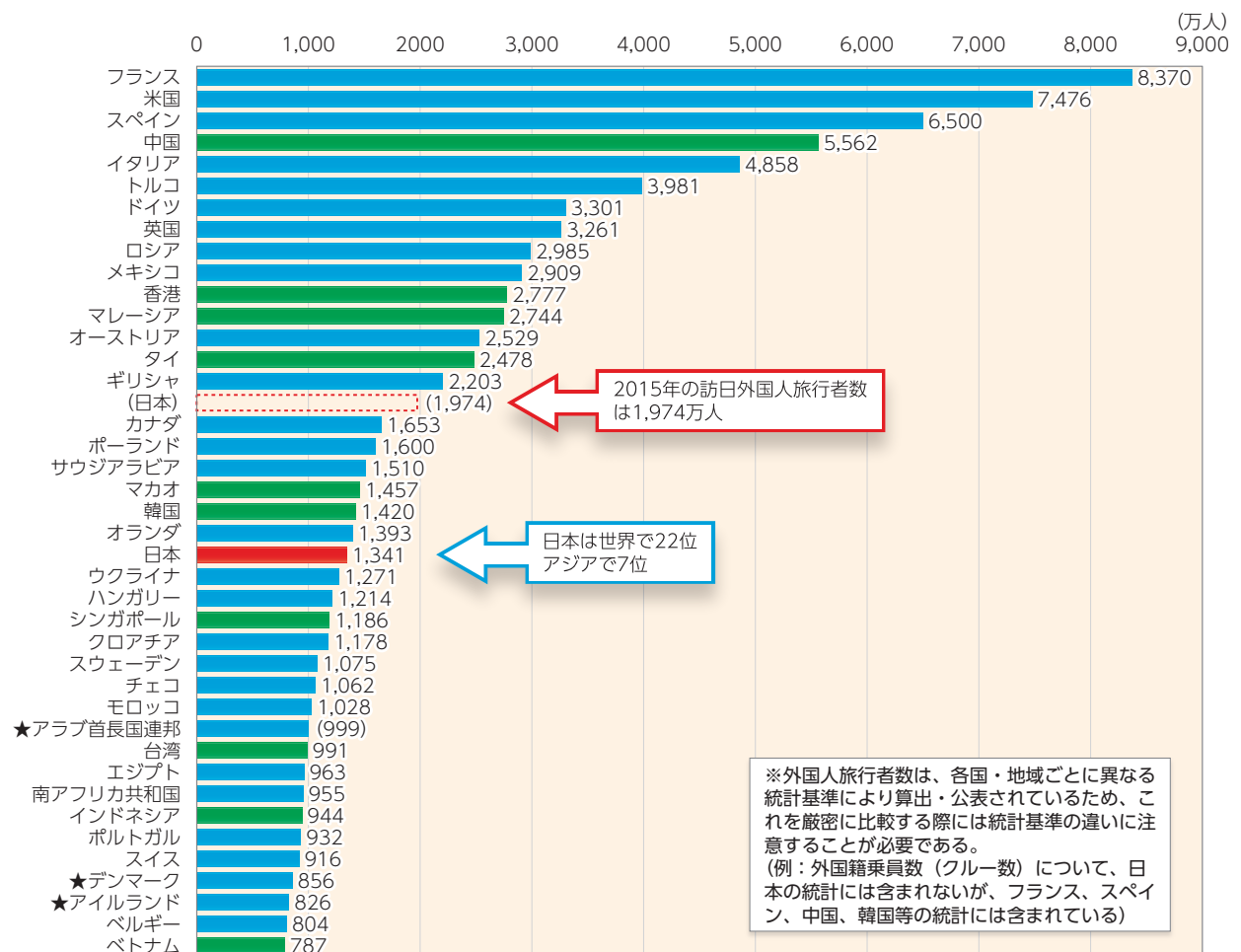


資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

外国人旅行者受入数については、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出されている。このため、比較する際には、統計基準の違いに注意する必要があるが、2014年(平成26年)の外国人旅行者受入数は、前年に引き続き、フランスが8,370万人で1位となり、米国が7,476万人で2位、スペインが6,500万人で3位であった。日本は2013年(平成25年)の1,036万人(27位(アジアで8位))から1,341万人(22位(アジアで7位))となり、人数、順位ともに上昇した。

なお、2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数は、前年比47.1%増の1,974万人であり、2014年(平成26年)の外国人旅行者受入数ランキングでは16位に相当する(図表I-7)。

図表I-7 外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：★印を付したアラブ首長国連邦、デンマーク、アイルランドは、2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

注3：アラブ首長国連邦は、連邦を構成するドバイ首長国のみの数値が判明しているため、その数値を採用した。

注4：本表で採用した数値は、韓国、日本、台湾、ベトナムを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

注5：外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

注6：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。

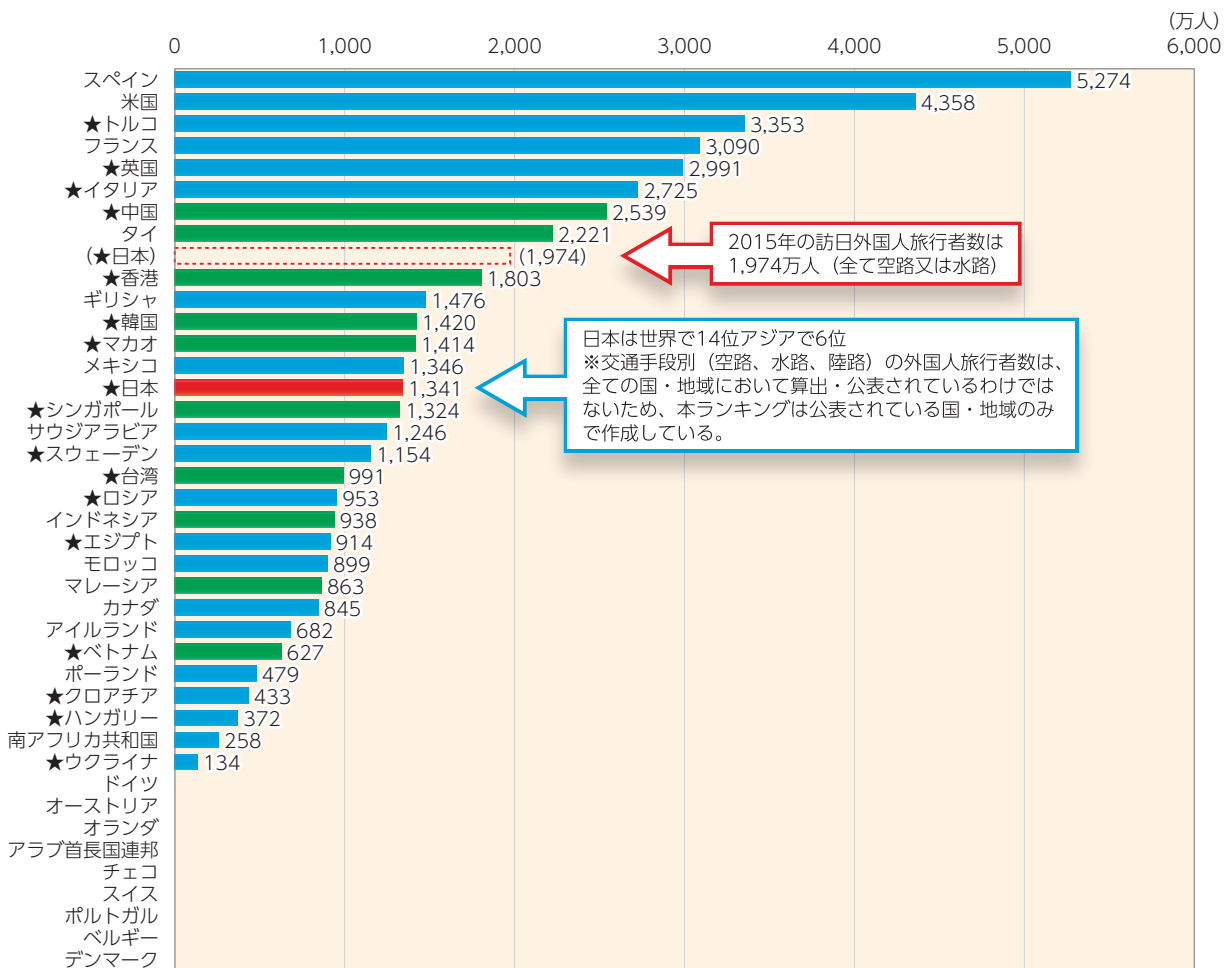
日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる。一方、欧州など多くの国が隣国と陸続きで鉄道、自動車等の陸路による入国も多いことから、我が国と同様の条件となるように空路又は水路による外国人旅行者受入数を比較したのが図表I-8である。

2014年(平成26年)は、スペインが5,274万人で1位となり、米国が4,358万人で2位、トルコが3,353万人で3位であった。日本は1,341万人(14位(アジアで6位))であり、2013年(平成25年)の1,036万人(16位(アジアで7位))から順位を上げた。

なお、2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数1,974万人は、2014年(平成26年)の空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキングでは9位に相当する。

また、このランキングは、空路又は水路による外国人旅行者数が把握できない国・地域は含まれていない点に注意する必要がある。

図表I-8 空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

注1：本表の数値は2016年(平成28年)2月時点の暫定値である。

注2：中国、タイは2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

注3：本表で採用した数値は、★印を付した国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。

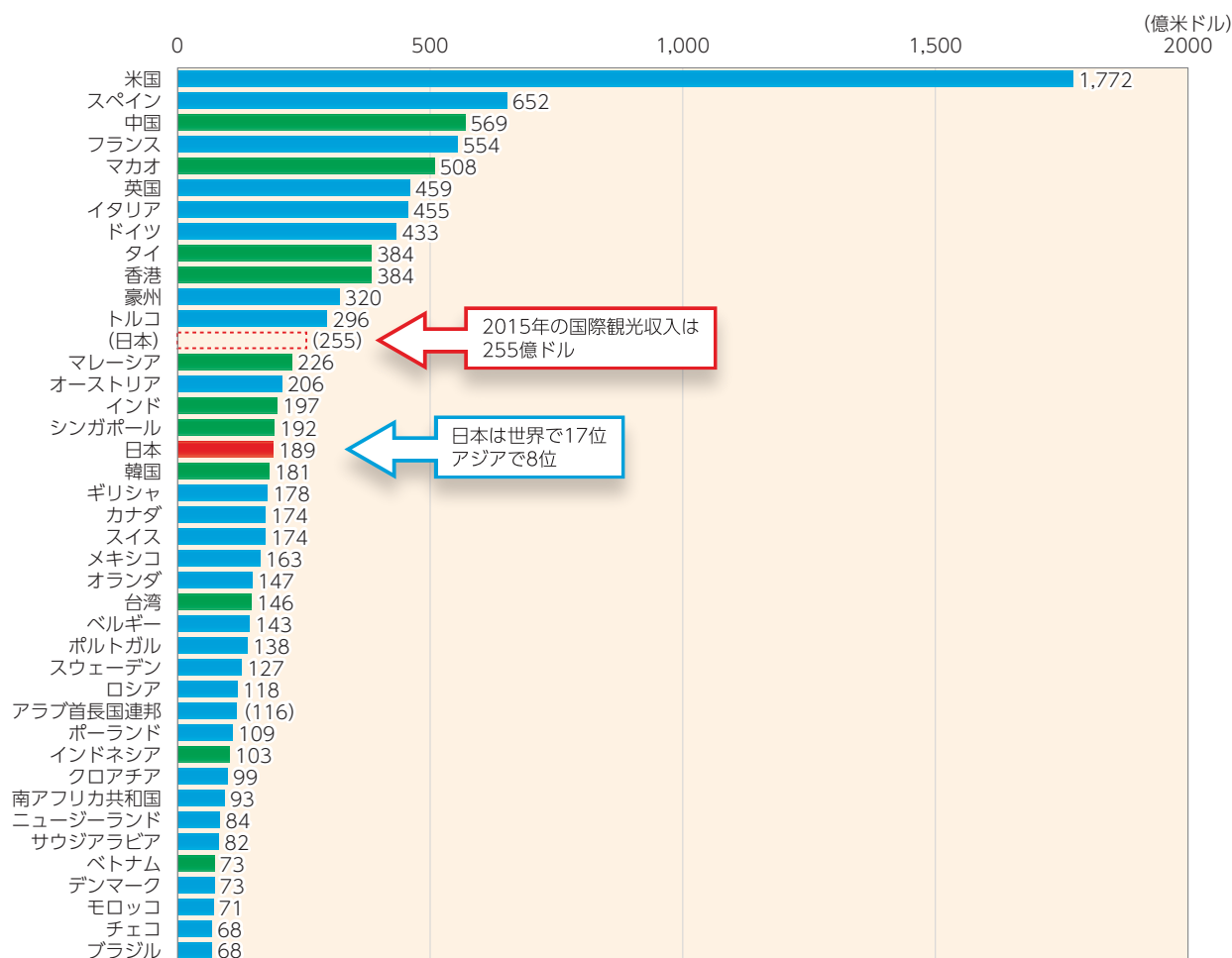
注4：ドイツ、オーストリア、オランダ、アラブ首長国連邦、チェコ、スイス、ポルトガル、ベルギー、デンマークは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。

注5：外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

注6：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。

2014年(平成26年)の各国・地域の国際観光収入については、米国が1,772億ドル、スペインが652億ドルで、それぞれ2013年(平成25年)に引き続き1位及び2位であった。中国が569億ドルで3位、フランスが554億ドルで4位となり、2013年(平成25年)と比べ、3位と4位が逆転した。2013年(平成25年)と比べ、英国が9位から6位まで順位を上げている。日本は189億ドル(アジアで8位)と、2013年(平成25年)の149億ドル(21位(アジアで8位))に比べ、順位を上げている。アジアについて見ると、中国が2013年(平成25年)に引き続き1位であった。なお、2015年(平成27年)の日本の国際観光収入は255億ドルであり、2014年(平成26年)の国際観光収入ランキングでは13位に相当する(図表I-9)。

図表I-9 国際観光収入ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：アラブ首長国連邦は、2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

注3：本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

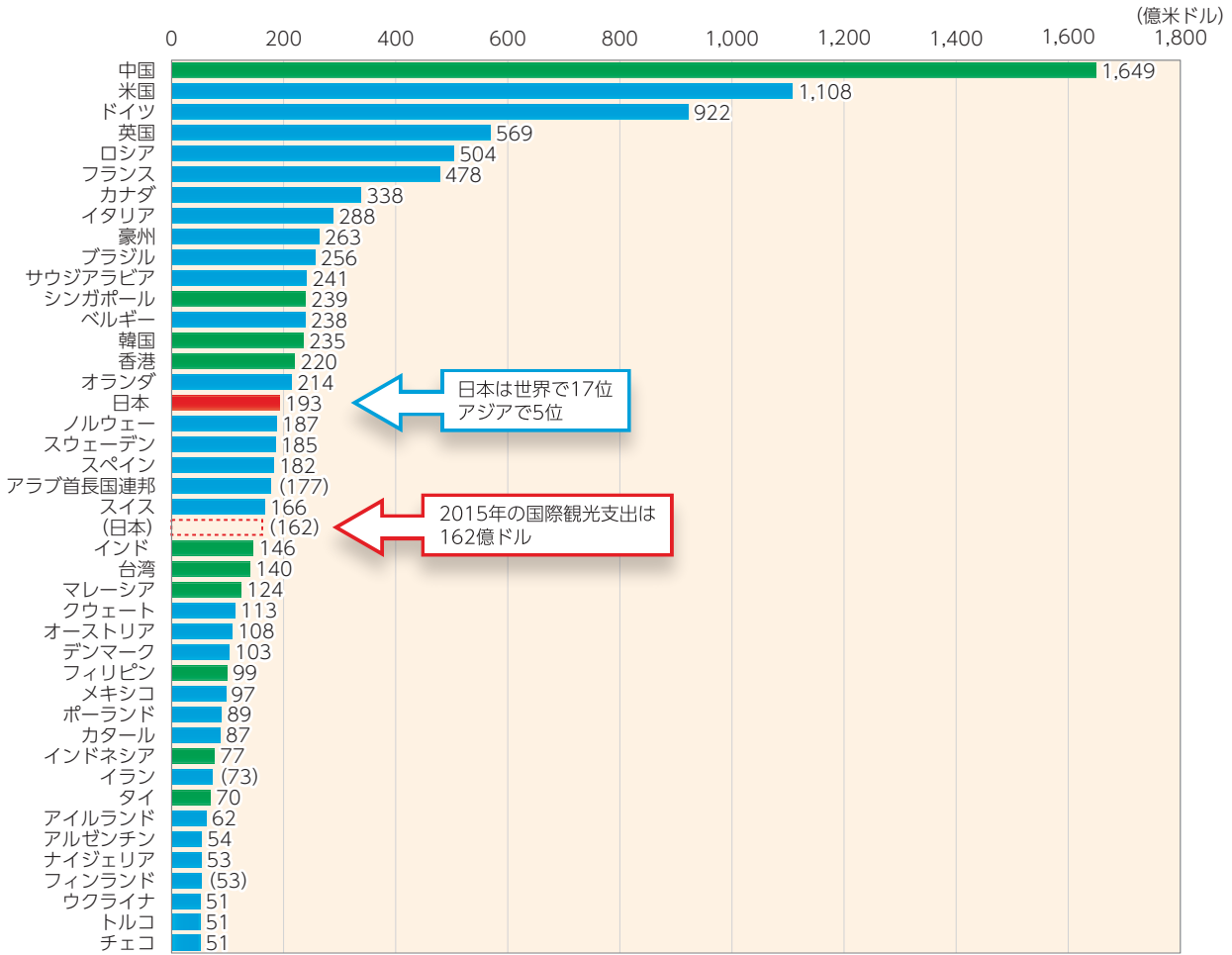
注4：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。

また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

そのため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

2014年(平成26年)の各国・地域の国際観光支出については、中国が1,649億ドルで2013年(平成25年)に引き続き1位となった。米国が1,108億ドルで2013年(平成25年)に引き続き2位となり、ドイツについても922億ドルで2013年(平成25年)に引き続き3位となった。日本は193億ドル(17位(アジアで5位))となり、2013年(平成25年)の220億ドル(12位(アジアで3位))から金額、順位ともに下降した。なお、2015年(平成27年)の日本の国際観光支出は162億ドルであった(図表I-10)。

図表I-10 国際観光支出ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：アラブ首長国連邦、イラン、フィンランドは2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

注3：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注4：国際観光支出は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。

また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

そのため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

第2章 日本の観光の動向

2015年(平成27年)の日本経済は、内閣府「日本経済2015-2016」(2015年(平成27年)12月)によると、雇用・所得環境の改善傾向に支えられ、前年と同様に景気は緩やかな回復基調が続いているが、物価上昇に対して賃金の改善が緩慢であること、消費者マインドの持ち直しに足踏みがみられること、6月の天候不順の影響などにより、個人消費は総じてみれば底堅い動きとなっており、力強さを欠いているとされている。

2015年(平成27年)は、前年に続き日本の魅力を海外に発信した1年であった。6月には2016年(平成28年)の主要国首脳会議(サミット)が5月26日～27日に伊勢志摩で開催されることが発表された。7月には「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」がユネスコの世界文化遺産として登録された。これは、岩手・静岡・山口・福岡・佐賀・長崎・熊本・鹿児島に点在する全23資産により構成されており、八幡製鐵所修繕工場のように現在でも稼働している施設を含む世界遺産は日本では初めてのものである。

2015年(平成27年)には、交通インフラの整備も着実に進められた。鉄道では、3月14日に北陸新幹線(長野～金沢間)が開業し、東京～金沢間の所要時間は開業前の約3時間50分から最速で2時間28分と大幅な短縮が図られた。航空では、増大するLCCへの需要に対応するため、4月8日に成田国際空港においてLCC専用となる第3旅客ターミナルの供用が開始された。また、道路では、圏央道が3月、6月及び10月に埼玉県・千葉県においてそれぞれ部分開通するとともに、九州においては3月に東九州自動車道佐伯IC～蒲江IC間が開通したことにより北九州～大分～宮崎がほぼつながり、移動時間の短縮が図られた。

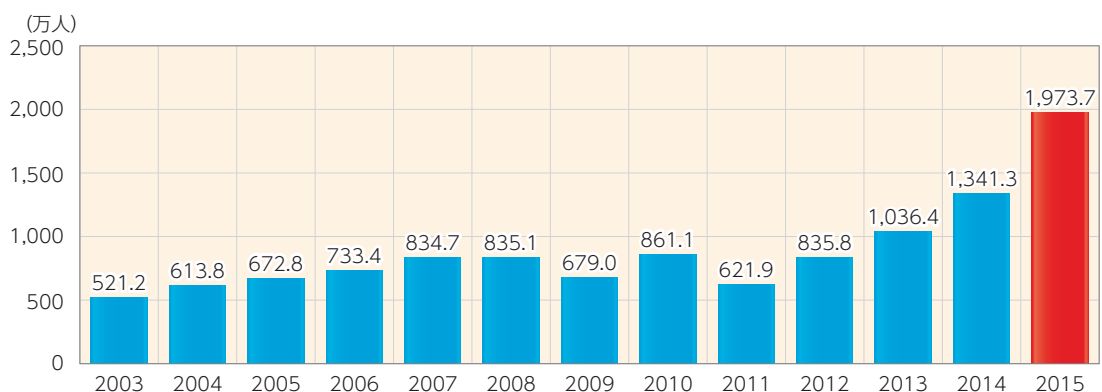
一方、5月には鹿児島県口永良部島の噴火、6月には群馬県と長野県の県境にある浅間山のごく小規模な噴火、6月から7月にかけて神奈川県箱根山(大涌谷周辺)のごく小規模な噴火、9月には熊本県阿蘇山の噴火及び台風18号による関東・東北豪雨やそれに伴う鬼怒川決壊など、自然災害が発生した1年でもあった。

第1節 訪日旅行の状況

1 訪日旅行の状況

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数は、過去最高であった2014年(平成26年)の1,341万人をさらに上回り、1,974万人(対前年比47.1%増)となり、3年連続で過去最高を更新したと同時に、統計を取り始めた1964年(昭和39年)以降で最大の伸び率を記録した(図表I-11)。

図表I-11 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成

大問6
(1)

大問6
(2)

このような状況の下で、主要20市場⁶のうち、ロシアを除く19市場が年間での過去最高を記録するなど、多くの国・地域からの年間訪日旅行者数が過去最高を記録した。

まず、アジアからの訪日旅行者は、1,637万人で前年比54.3%の伸び率となった。訪日外国人旅行者に占める割合は82.9%に達している。

中国は、日中関係が比較的安定していたこと、また、中間層の成長、外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充や円安方向への動きなどにより、訪日需要が高まった。それに相まって、航空路線の新規就航や既存路線の増便、クルーズ船寄港の大幅増加などにより、年間の訪日旅行者数は499.4万人で全体の25.3%を占め、国別の訪日旅行者数では中国は前年の2位から1位となった。

韓国については、5月に発生した中東呼吸器症候群(MERS)の影響を受け、6月の訪日旅行者数の伸びが鈍化したものの、その後徐々に回復し、年間の訪日旅行者数は400.2万人となり、初めて400万人を超えた。

台湾は、LCC⁷をはじめとした航空路線の拡充やチャーター便の運航、クルーズツアーの人気などにより、年間の訪日旅行者数は367.7万人となった。

香港は、航空路線の拡充や円安方向への動きなどにより、年間の訪日旅行者数は152.4万人となり、初めて100万人を超えた。

東南アジアは、ASEAN(東南アジア諸国連合)の主要6カ国(タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)の年間の訪日旅行者数の合計が207.0万人となり、初めて200万人を超えた。

欧州からの年間の訪日旅行者数は124.5万人となり、このうち主要3カ国(英国、フランス、ドイツ)の訪日旅行者数は60万人を超えた。

一方、ロシアの訪日旅行者は、経済制裁による自国通貨の下落や経済の低迷等の影響もあり、2011年(平成23年)以来4年ぶりに伸び率がマイナスとなった。

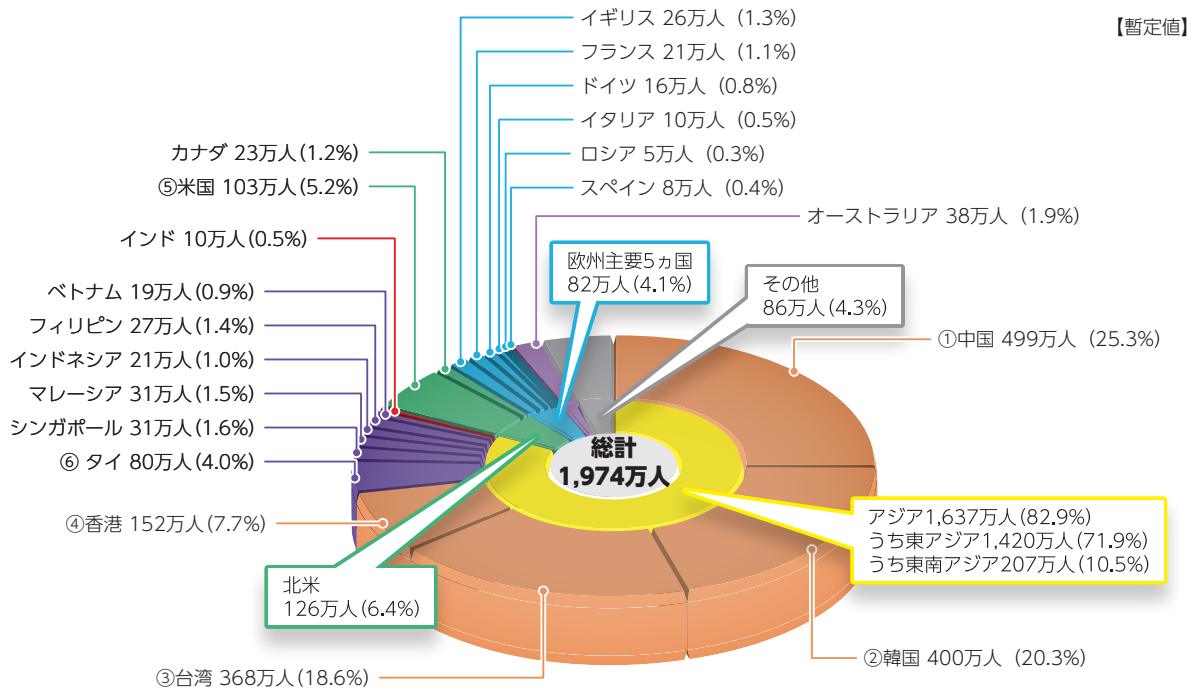
北米は、米国が103.3万人と欧米市場では初めて年間100万人を超え、米国とカナダを合わせた北米市場では126.5万人に達した。

オーストラリアからの年間の訪日旅行者は37.6万人となった。その他の地域では、南米は7.4万人、アフリカは3.2万人であった(図表I-12)。

⁶ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペインの計20カ国のことを指す(2016年(平成28年)3月現在)。

⁷ LCC(Low Cost Carrier)とは、低コストかつ高頻度の運航を行うことで低運賃の航空サービスを提供する航空会社のことである。

図表I-12 訪日外国人旅行者の内訳 (2015年(平成27年))



資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成

注1：（）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

このように、近年、訪日外国人旅行者の急速な増加が続いているが、その要因としては以下が考えられる。

① 経済環境：

アジア新興国等の経済成長により海外旅行者数が増加していること、円安方向への動きにより訪日旅行への割安感が拡大していること、燃油サーチャージの値下がりにより航空運賃が低下していること、クルーズ船の寄港が増加したことなど。

② 日本への国際的注目度の高まり：

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催決定、「富士山」や「富岡製糸場と絹産業遺産群」、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界文化遺産登録、「和食」や「和紙」の無形文化遺産登録など。

③ 訪日外国人旅行者の拡大に向けた施策展開：

首都圏空港の発着枠拡大、ビザの大幅緩和や外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ⁸体制の充実等、政府全体として取り組んだ施策の成果。

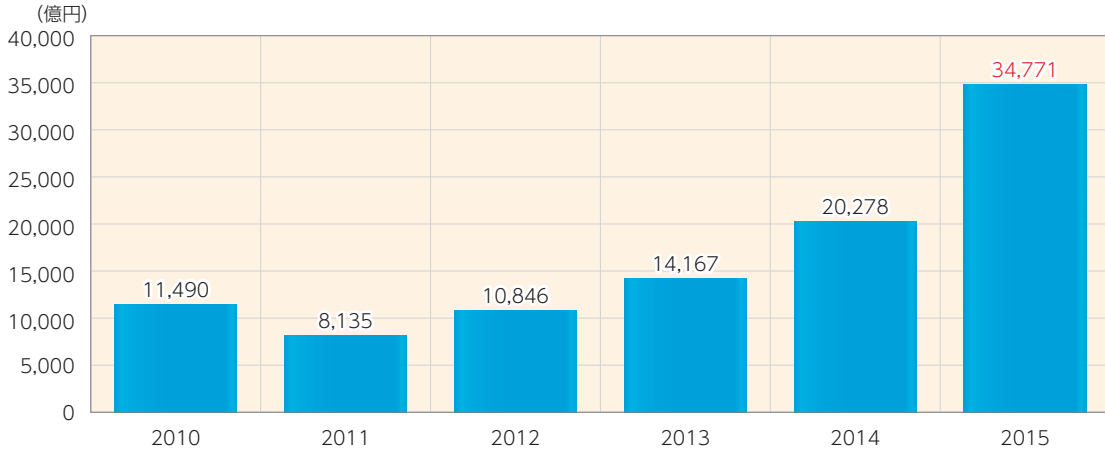
④ 継続的な訪日プロモーション：

桜のシーズンに加え、紅葉や雪など新たな訪日シーズンの創出・定着化に向けた訪日プロモーションの実施、また、東京周辺やゴールデンルートに次ぐ需要を創出するべく、訪日外国人旅行者の地方への誘客を図るため、諸外国の主要駅など訴求力の高いエリアで我が国の地方の観光魅力をPRする広告を掲出するなど、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションの効果。

8 customs, immigration and quarantineの略。出入国の際の必須手続である税関・出入国管理・検疫のこと。

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012年(平成24年)から2015年(平成27年)にかけて急速に拡大し、2015年(平成27年)は3兆4,771億円と、前年の2兆278億円を大きく上回る71.5%増となった(図表I-13)。

図表I-13 訪日外国人旅行者による消費の推移

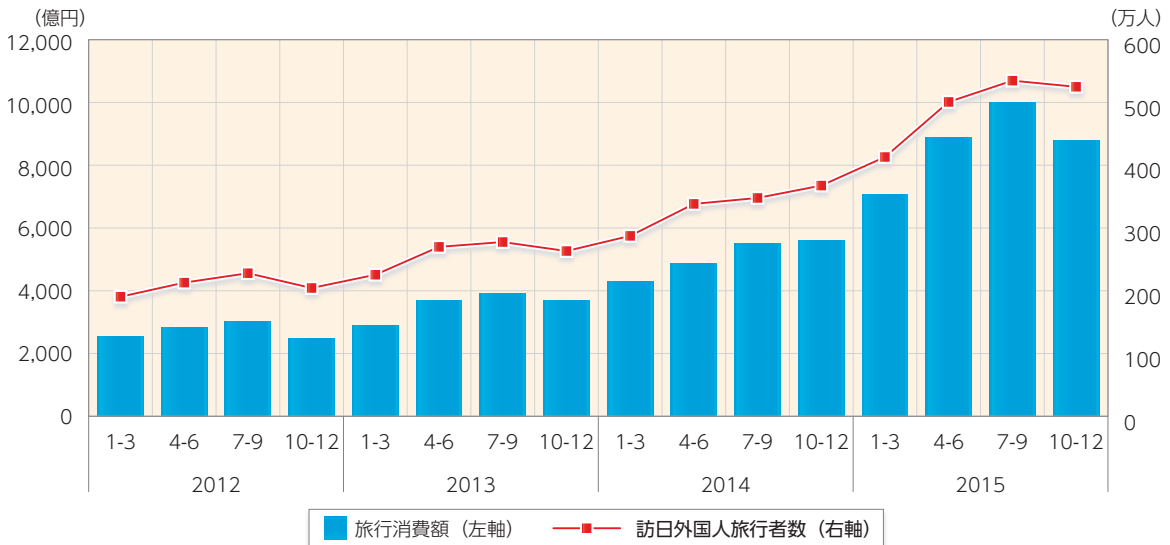


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：2010年(平成22年)については同年1-3月期に調査を実施していないことから、同年4-12月期の平均値を代用して算出している。

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行消費額を四半期ごとにみると、全四半期において、対前年同期比で増加した(図表I-14)。

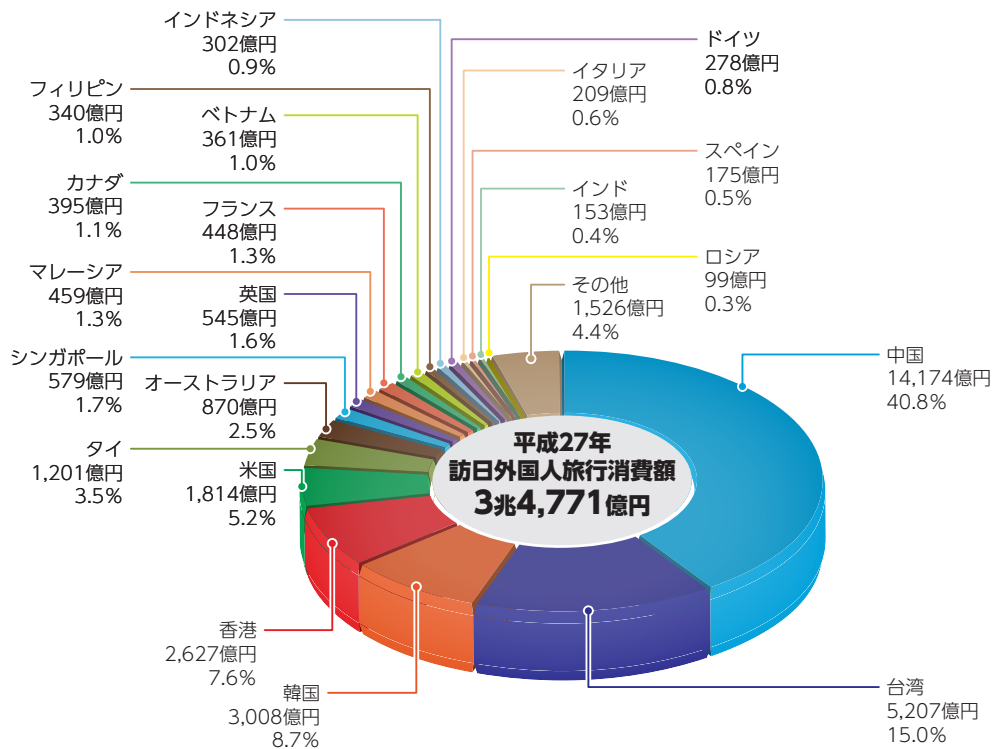
図表I-14 訪日外国人旅行消費額の四半期の推移



資料：訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成
訪日外国人旅行消費額は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、中国が初めて1兆円を超え、総額の4割を占めた(図表I-15)。

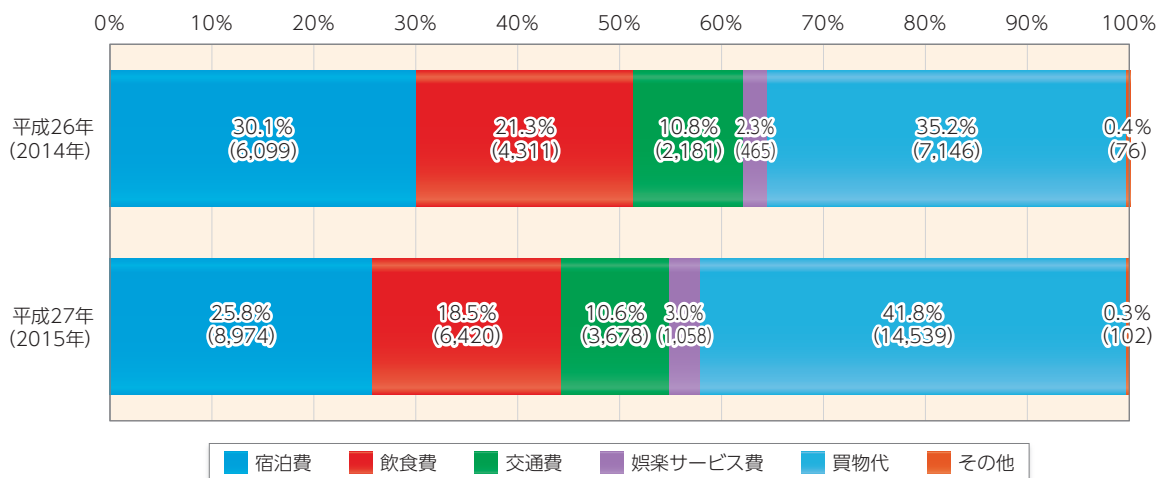
図表I-15 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比(2015年(平成27年))



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、買物代の構成比(41.8%)が前年(35.2%)に比べ拡大している(図表I-16)。

図表I-16 費目別にみる訪日外国人旅行消費額



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：()内は費目別旅行消費額(単位：億円)

また、国籍・地域別に費目別旅行消費額をみると、中国の買物代が8,088億円（前年比163.4%増）と突出して高い。次いで台湾と香港の買物代が高く、それぞれ1,000億円を超えている（**図表I-17**）。

図表I-17 国籍・地域別にみる費目別旅行消費額（2015年（平成27年））

国籍・地域	訪日外国人旅行消費額（億円）							
	総額		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
		前年比						
全国籍・地域	34,771	+71.5%	8,974	6,420	3,678	1,058	14,539	102
韓国	3,008	+43.9%	900	729	337	132	888	22
台湾	5,207	+46.9%	1,326	948	562	183	2,188	1
香港	2,627	+91.8%	643	540	262	72	1,100	10
中国	14,174	+153.9%	2,503	2,113	1,094	315	8,088	61
タイ	1,201	+25.0%	332	229	162	46	428	3
シンガポール	579	+62.9%	197	120	63	12	187	0
マレーシア	459	+26.6%	137	99	53	19	151	0
インドネシア	302	+58.6%	104	57	50	8	83	0
フィリピン	340	+75.1%	98	73	39	15	115	0
ベトナム	361	+22.3%	93	77	41	10	139	1
インド	153	+3.8%	61	38	20	2	32	0
英国	545	+32.2%	251	120	77	16	81	0
ドイツ	278	+33.3%	112	57	57	13	39	0
フランス	448	+29.0%	181	89	79	20	79	0
イタリア	209	－	81	51	40	6	32	0
スペイン	175	－	65	40	35	7	29	0
ロシア	99	－23.2%	32	19	13	4	30	1
米国	1,814	+23.0%	765	422	263	61	302	1
カナダ	395	+26.6%	141	84	72	20	78	0
オーストラリア	870	+26.2%	343	199	137	53	138	1
その他	1,526	－	610	316	223	44	333	1

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：イタリア及びスペインは、2015年（平成27年）から新たに調査対象として追加されたことから、前年比が「－」表示となっている。

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出を費目別にみると、買物代が7万3,662円と最も高く、次いで宿泊料金(4万5,465円)、飲食費(3万2,528円)の順で高い。

国籍・地域別にみると、買物代は中国で16万1,973円と突出して高く、次いでベトナムと香港で7万円台と高い。宿泊料金は英国で最も高く9万7,220円、次いでオーストラリアで9万1,177円となっている。飲食費はオーストラリアで最も高く5万2,927円、次いでスペインで5万1,629円である(図表I-18)。

アジア諸国は買物代が最も高い国が多いのに対し、欧米豪諸国は宿泊料金が最も高い国が多い。これは、アジア諸国は、比較的短期間の滞在で買い物を目的として来訪する旅行者が多く、欧米豪諸国は、比較的長期間の滞在で、日本の歴史・伝統文化体験などを目的として来訪する旅行者が多いためと考えられる。

図表I-18 国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出(2015年(平成27年))

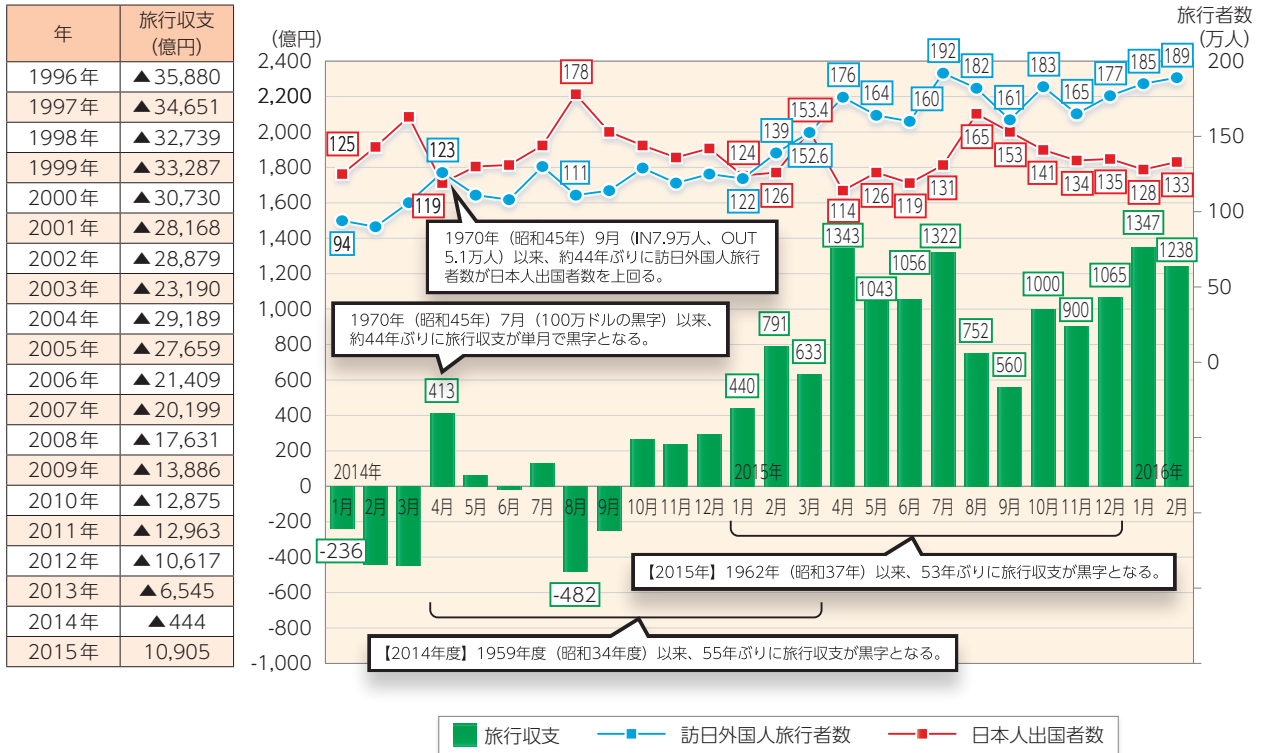
国籍・地域	訪日外国人1人当たり旅行支出(円/人)							
	総額		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
		前年比						
全国籍・地域	176,167	+16.5%	45,465	32,528	18,634	5,359	73,662	518
韓国	75,169	-0.9%	22,495	18,203	8,421	3,306	22,195	549
台湾	141,620	+13.1%	36,048	25,794	15,286	4,965	59,500	28
香港	172,356	+16.5%	42,165	35,439	17,203	4,752	72,145	652
中国	283,842	+22.5%	50,116	42,307	21,908	6,308	161,973	1,230
タイ	150,679	+3.2%	41,653	28,751	20,363	5,817	53,694	400
シンガポール	187,383	+20.3%	63,677	38,761	20,524	3,968	60,415	39
マレーシア	150,423	+3.4%	44,737	32,477	17,506	6,242	49,454	7
インドネシア	147,149	+22.7%	50,840	27,734	24,327	3,889	40,338	20
フィリピン	126,567	+20.2%	36,403	27,379	14,510	5,411	42,809	55
ベトナム	194,840	-18.0%	50,360	41,368	21,889	5,642	75,164	416
インド	148,340	-11.5%	58,847	36,729	19,080	2,266	31,255	162
英国	210,681	+12.5%	97,220	46,367	29,667	6,188	31,239	0
ドイツ	171,031	+15.0%	69,160	35,072	34,755	7,783	24,262	0
フランス	209,333	+7.5%	84,677	41,704	36,968	9,169	36,760	55
イタリア	202,077	-	78,102	49,158	38,393	5,614	30,680	131
スペイン	227,288	-	84,472	51,629	45,109	8,424	37,654	0
ロシア	182,484	-9.5%	59,267	34,689	24,538	8,193	54,270	1,527
米国	175,554	+6.2%	74,017	40,889	25,465	5,883	29,247	53
カナダ	170,696	+0.1%	60,886	36,387	31,107	8,652	33,635	30
オーストラリア	231,349	+1.5%	91,177	52,927	36,338	14,079	36,605	224
その他	178,179	-9.0%	71,163	36,909	25,982	5,110	38,908	108

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：イタリア及びスペインは、2015年(平成27年)から新たに調査対象として追加されたことから、前年比が「-」表示となっている。

こうした訪日旅行の好調な状況を背景に、国際収支における旅行収支は改善している。2015年(平成27年)は全ての月において黒字となり、暦年としては1962年(昭和37年)以来53年ぶりに黒字(1兆905億円)に転化した(図表I-19)。

図表I-19 旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移



資料：旅行収支は財務省国際収支統計、訪日外国人旅行者数は日本政府観光局(JNTO)、訪日外国人数及び日本人出国者数は法務省出入国管理統計に基づき観光庁作成

注1：旅行収支における2016年1～2月の値は速報値、2014年10月～2015年12月の値は第2次速報値、2014年9月以前の値は確報値。

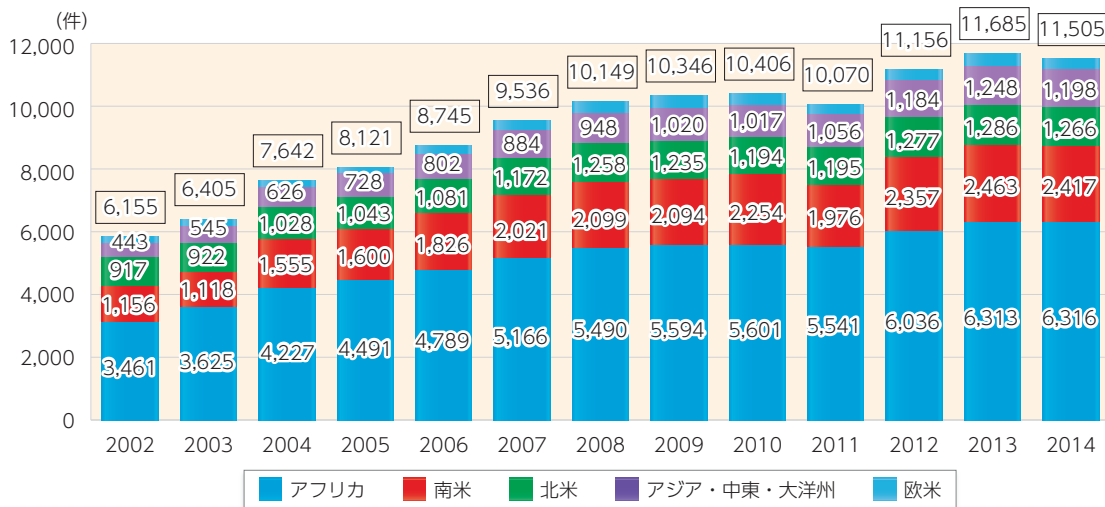
注2：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

2 国際会議及び国際展示会の開催状況

(1) 国際会議開催状況

国際会議関連団体及び事業者を会員とする国際団体ICCA⁹（国際会議協会）の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は増加傾向である。地域別の開催件数については、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めているが、急速な経済成長を背景にアジア・中東・太平洋地域や南米地域は特に開催件数の伸びが高い。アジア・中東・太平洋地域、南米地域の国際会議開催件数は、過去10年間で、それぞれ約1.6倍、約1.9倍増加している（図表I-20）。

図表I-20 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA 統計に基づき観光庁作成

注1：2015年（平成27年）のデータは5月下旬に公表予定となっている。

9 International Congress and Convention Associationの略。

我が国の国際会議開催件数は、ICCAの統計によると、2014年(平成26年)は337件で世界第7位となっている(図表I-21)。

図表I-21 国別国際会議開催件数(2014年(平成26年))

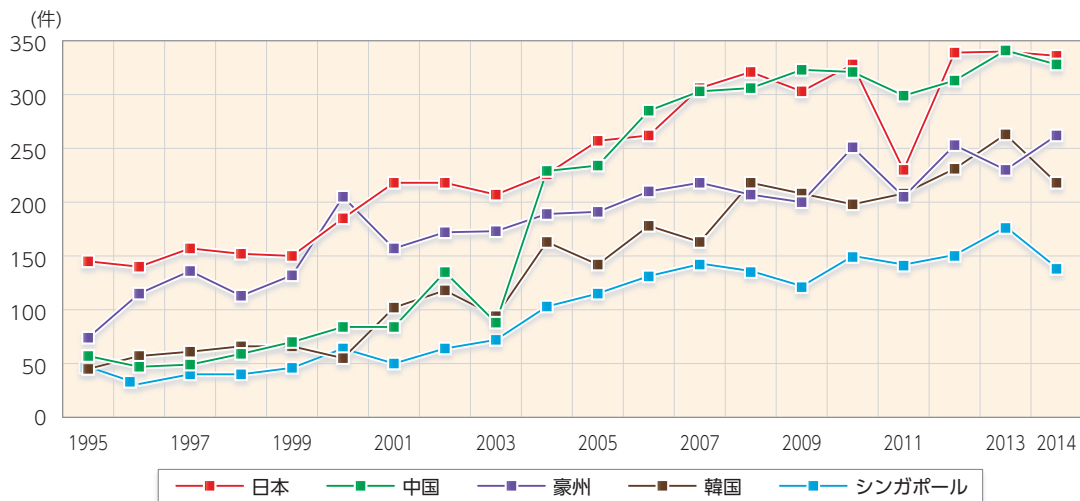
順位	国名	件
1	米国	831
2	ドイツ	659
3	スペイン	578
4	英国	543
5	フランス	533
6	イタリア	452
7	日本	337
8	中国	332
9	オランダ	307
10	ブラジル	291
11	オーストリア	287
12	カナダ	265
13	オーストラリア	260
14	スウェーデン	238
15	ポルトガル	229
16	スイス	226

資料：ICCA統計に基づき観光庁作成

注1：2015年(平成27年)のデータは5月下旬に公表予定となっている。

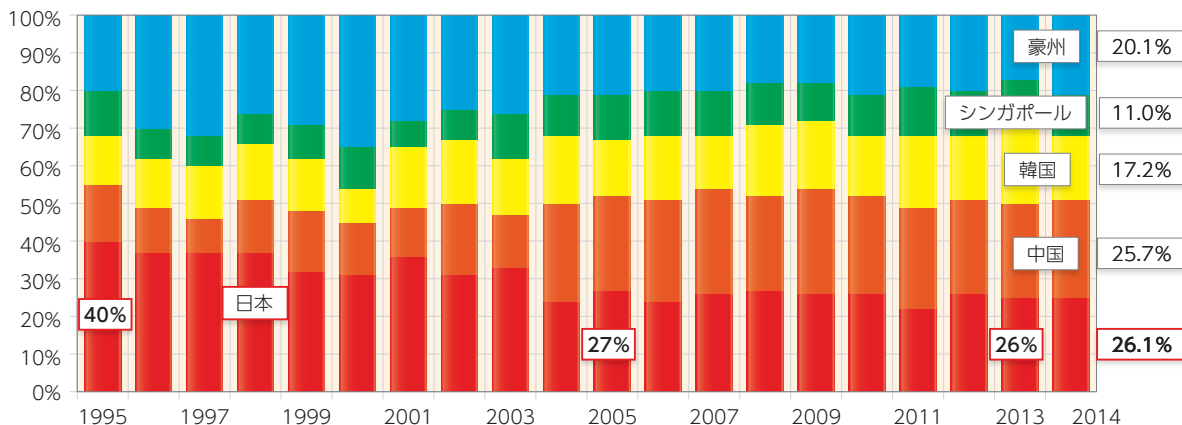
アジア大洋州地域における国際会議開催件数を国別に見ると、近年、我が国を含む主要5カ国（日本、中国、韓国、シンガポール、オーストラリア）の開催件数は増加傾向である（図表I-22）が、地域内の主要5カ国の総開催件数に占める我が国のシェアは、低下傾向にある（図表I-23）。1995年（平成7年）のシェアは40%であったが、2014年（平成26年）は26.1%となり、地域内において、辛うじて3年連続の首位を保っているものの、地域内の競争は激しくなっている。

図表I-22 アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数
(1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))



資料：ICCA(国際会議協会) 統計に基づき観光庁作成
注1：2015年(平成27年)のデータは5月下旬に公表予定となっている。

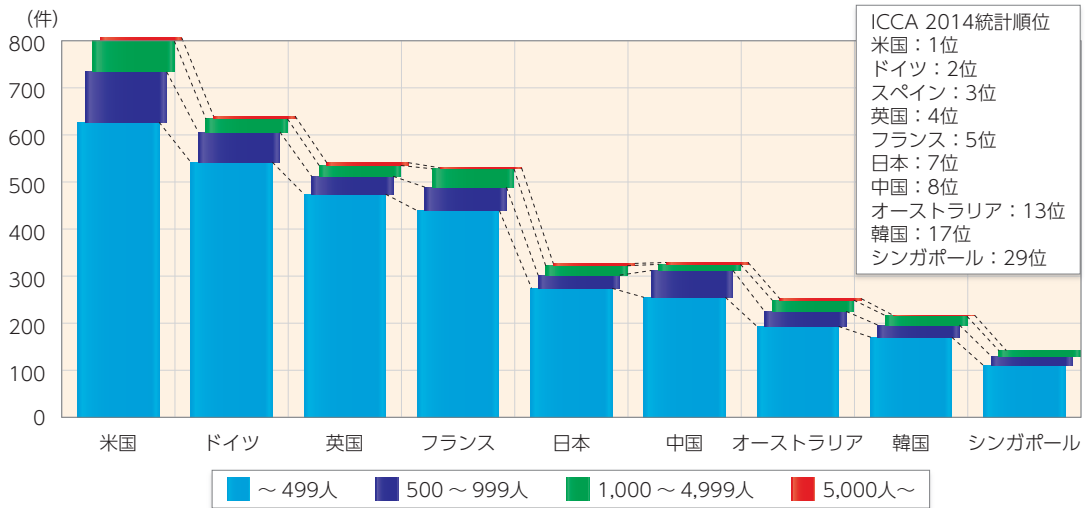
図表I-23 アジア大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移
(1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))



資料：ICCA(国際会議協会) 統計に基づき観光庁作成
注1：2015年(平成27年)のデータは5月下旬に公表予定となっている。

我が国は、2013年（平成25年）に閣議決定された「日本再興戦略」の中で、「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という目標を設定しており、厳しさを増す市場の中で、国際会議の誘致力を強化していくことが求められている。国際会議の規模別の開催件数について、我が国と主要国を比較すると、我が国は欧米の主要国に比べて、1,000人以下の国際会議開催件数が低くなっているが、競争の激しいアジア市場で我が国が国際会議開催件数をさらに増やして目標を達成するためには、こうした中小規模の国際会議も着実に誘致していくことが必要となる。また、1,000人を超える大型国際会議は、世界全体でも開催件数があまり多くないが、経済波及効果が大きいことから、引き続き確実に我が国に誘致していくことが求められる。

図表I-24 欧米及びアジア大洋州地域主要国における国際会議の規模別開催件数
(2014年(平成26年))



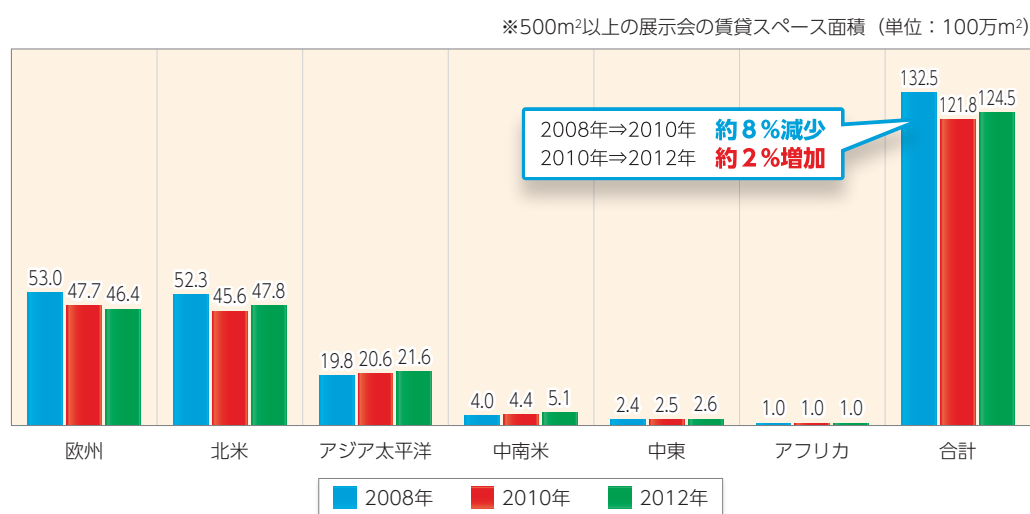
資料：ICCA 統計に基づき観光庁作成

注1：2015年（平成27年）のデータは5月下旬に公表予定となっている。

(2) 国際展示会開催状況

UFI(国際見本市連盟)によると、2012年(平成24年)に世界各国で開催された500㎡以上の展示会は、推定約31,000件(賃貸展示スペース面積(展示会のために賃貸された面積)124百万㎡)で、賃貸展示スペース面積は2008年(平成20年)から2010年(平成22年)にかけて8%減少したが、2010年(平成22年)から2012年(平成24年)は2%増加した。また、欧州は2008年(平成20年)から2012年(平成24年)の間に賃貸展示スペース面積が9%減少しているが、同時期にアジア太平洋の賃貸展示スペース面積は9%伸びている(図表I-25)。

図表I-25 地域別賃貸展示スペース面積の推移



資料: UFI(2014年(平成26年))「Global Exhibition Industry Statistics」に基づき観光庁作成

我が国の5,000㎡以上の展示場面積は、UFI(国際見本市連盟)のデータによると2011年(平成23年)時点で約34万㎡で世界第16位であるが(図表I-26)、賃貸展示スペースを見ると320万㎡で世界の主要展示会開催国の一つとなっており(図表I-27)、中小の展示会場を含めて展示スペースを効率的に活用していることがわかる。アジア太平洋地域の展示会市場は好調であることから、我が国としても、引き続き効率よく展示会を開催し、海外からのビジネス客を取り込んでいくことが重要である。

図表I-26 国別総展示場面積(5,000㎡超)(2011年(平成23年))

順位	国	面積(㎡)	割合
1	米国	6,712,342	20.6%
2	中国	4,755,102	14.6%
3	ドイツ	3,377,821	10.4%
4	イタリア	2,227,304	6.8%
5	フランス	2,094,554	6.4%
6	スペイン	1,548,057	4.8%
7	オランダ	960,530	2.9%
8	ブラジル	701,882	2.2%
9	英国	701,857	2.2%
10	カナダ	684,175	2.1%
11	ロシア	566,777	1.7%
12	スイス	500,570	1.5%
13	ベルギー	448,265	1.4%
14	トルコ	433,904	1.3%
15	メキシコ	431,761	1.3%
16	日本	345,763	1.1%
17	オーストリア	287,475	0.9%
18	韓国	280,190	0.9%
19	インド	278,010	0.9%
20	ポーランド	268,068	0.8%
21	オーストラリア	257,990	0.8%
22	チェコ	252,700	0.8%
23	ギリシア	223,400	0.7%
24	スウェーデン	217,060	0.7%
25	デンマーク	216,070	0.7%
26	シンガポール	203,600	0.6%
27	タイ	200,174	0.6%
28	イラン	198,980	0.6%
29	南アフリカ	178,432	0.5%
30	UAE	177,000	0.5%
	その他	2,839,463	8.7%
	全世界合計	32,569,276	100.0%

資料：UFI「The 2011 World Map of Exhibition Venues」に基づき観光庁作成

図表I-27 主要国別賃貸展示スペース面積(2012年(平成24年))

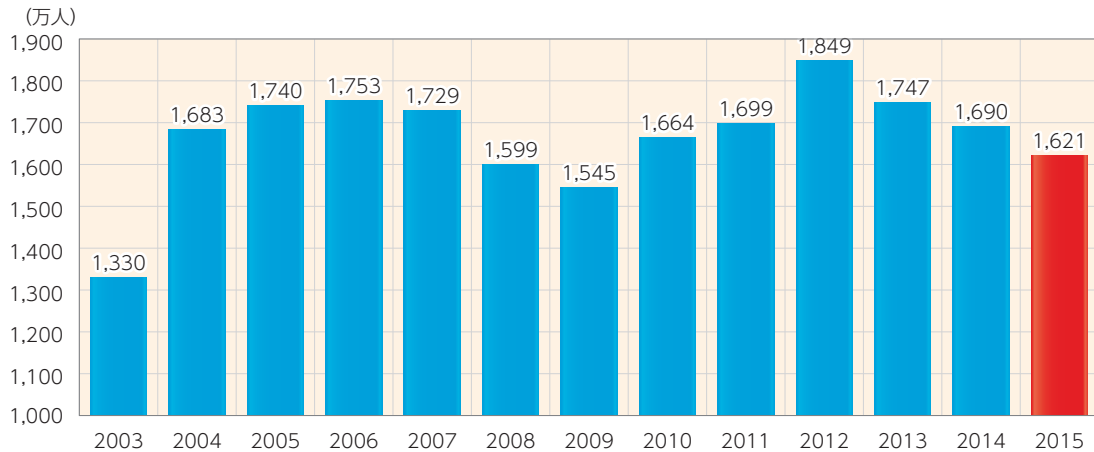
国	面積(100万㎡)
米国	41.1
中国	13.7
ドイツ	8.7
イタリア	5.9
フランス	5.7
日本	3.2
ブラジル	3.0
ロシア	2.9
スペイン	2.8
英国	2.8

資料：UFI(2014)「Global Exhibition Industry Statistics」に基づき観光庁作成

第2節 海外旅行の状況

2015年(平成27年)の日本人の海外旅行者数は1,621万人(対前年比4.1%減)となり、3年連続の減少となった。これは、円安方向への動きにより現地での買い物も含めた旅行代金が上昇し、割高感が生じていることや、テロなどの地政学リスク等によるものと考えられる(図表I-28)。

図表I-28 日本人の海外旅行者数の推移

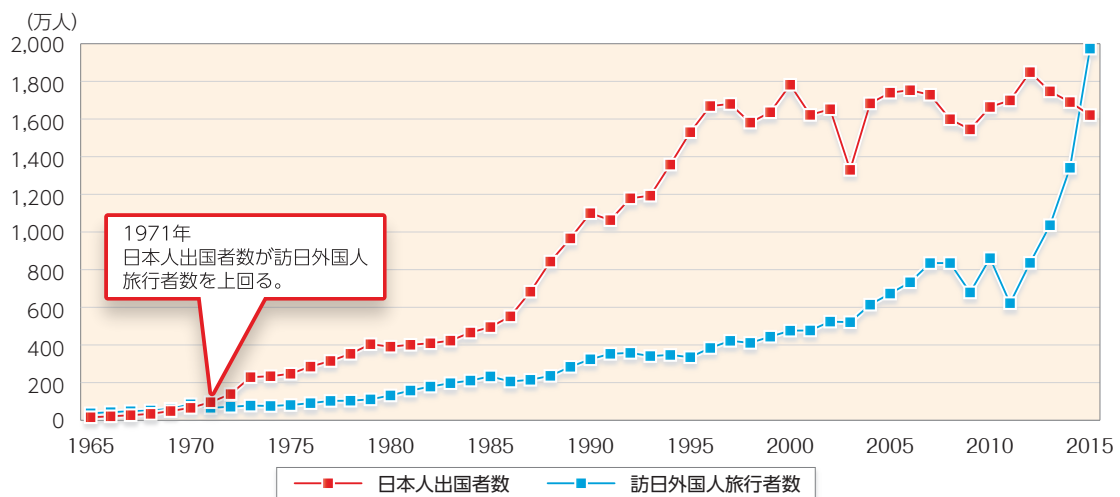


資料：法務省資料に基づき観光庁作成

2015年(平成27年)における日本人の海外旅行者数を国・地域別に見ると、韓国へは44万人減(対前年比19.4%減)、中国へは22万人減(対前年比8.1%減)、香港へは3万人減(対前年比2.7%減)となっており、この3カ国だけで約70万人の減少となっている。

なお、2015年(平成27年)は出国日本人数が1,621万人、訪日外国人旅行者数が1,974万人となり、45年ぶりに訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回った(図表I-29)。

図表I-29 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移

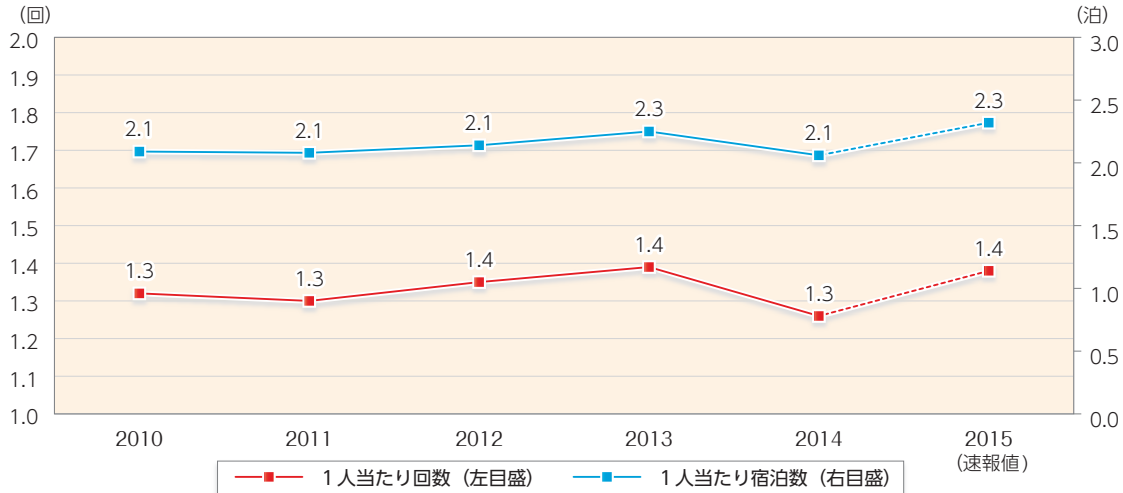


資料：訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成
出国日本人数は、法務省資料に基づき観光庁作成

第3節 国内旅行の状況

2015年(平成27年)においては、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.4回(前年比9.8%増)、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.3泊(同12.3%増)であった。国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに、2014年(平成26年)は同年4月の消費税率引上げの影響もあり減少に転じたが、2015年(平成27年)は、前年の落ち込みの反動もあり、再び増加に転じた(図表I-30)。

図表I-30 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移

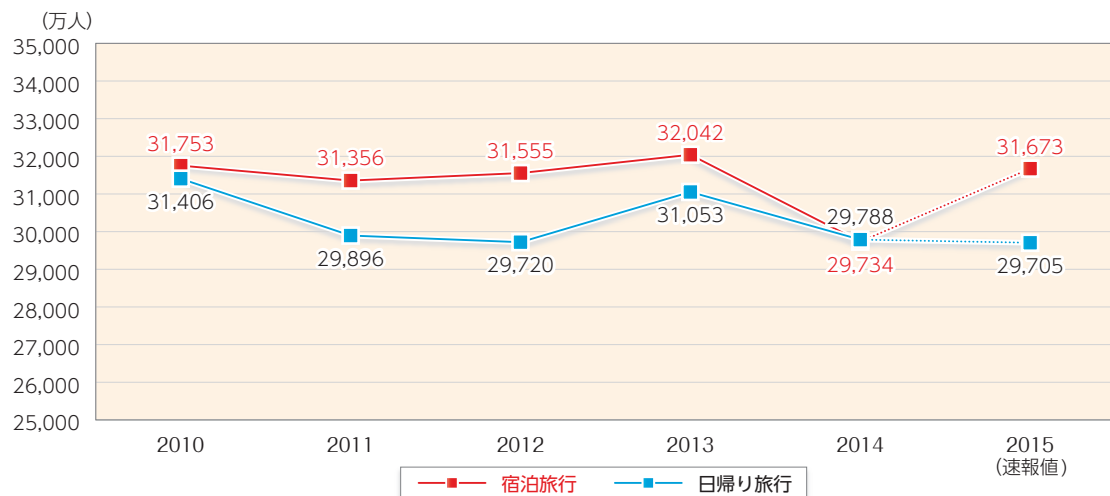


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年(平成27年)の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

2015年(平成27年)に国内宿泊旅行に行った人数は延べ3億1,673万人(対前年比6.5%増)となった。増加要因としては、前年の消費税率引上げによる落ち込みの反動、3月に開業した北陸新幹線の開業効果、9月の大型連休(シルバーウィーク)などが影響したためと考えられる。一方、国内日帰り旅行は延べ2億9,705万人(対前年比0.3%減)となった(図表I-31)。

図表I-31 国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

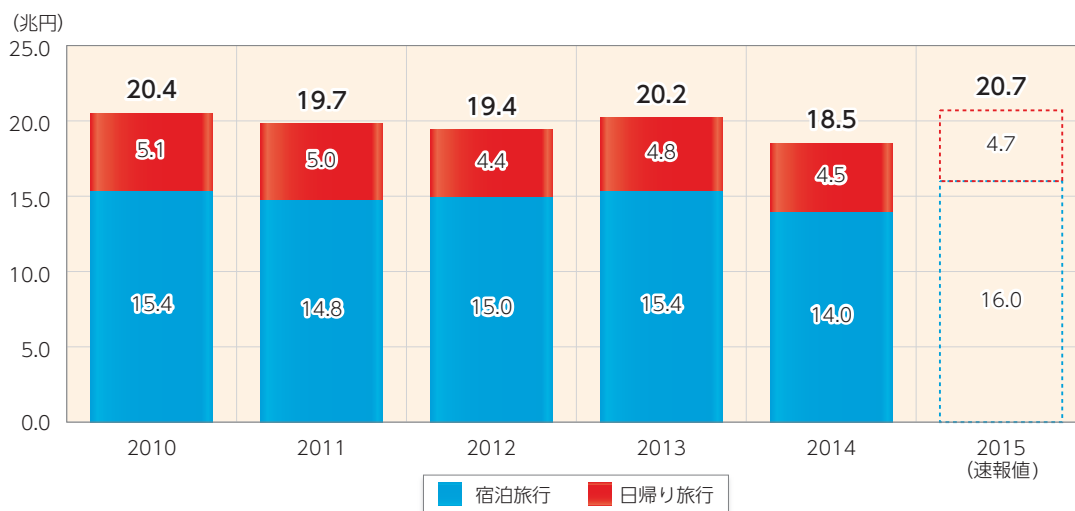


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年(平成27年)の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

国内旅行消費額については、2014年(平成26年)は対前年で減少したものの、2015年(平成27年)は11.7%増加し20.7兆円であった(図表I-32)。

図表I-32 国内旅行消費額の推移



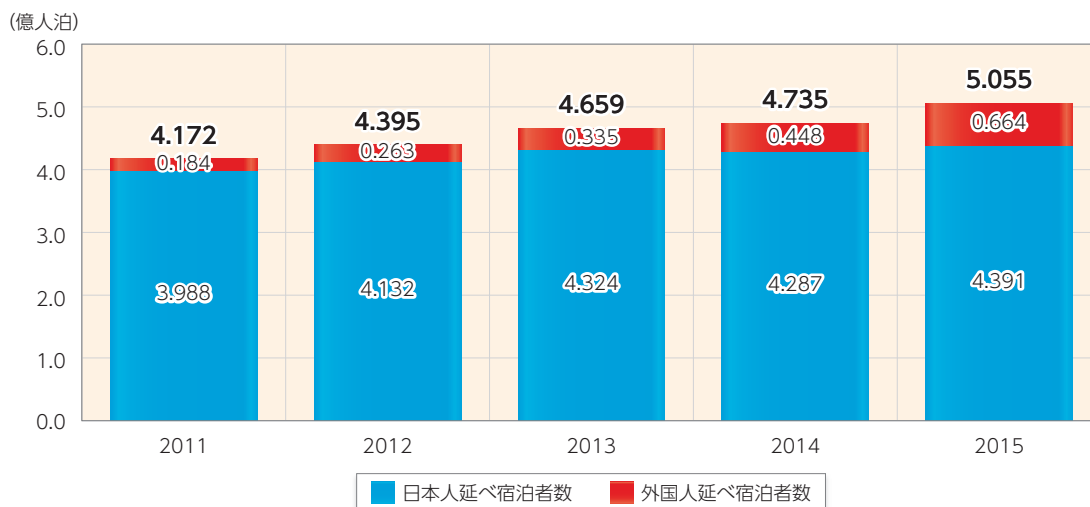
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年(平成27年)の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

第4節 宿泊旅行の状況

日本における延べ宿泊者数については、2015年(平成27年)は5億545万人泊(前年比6.7%増)と初めて5億人泊を突破した。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億3,908万人泊(前年比2.4%増)、外国人延べ宿泊者数は6,637万人泊(前年比48.1%増)であった。また、延べ宿泊者数全体に占める外国人宿泊者数の割合は13.1%と、初めて1割を超えた(図表I-33)。

図表I-33 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



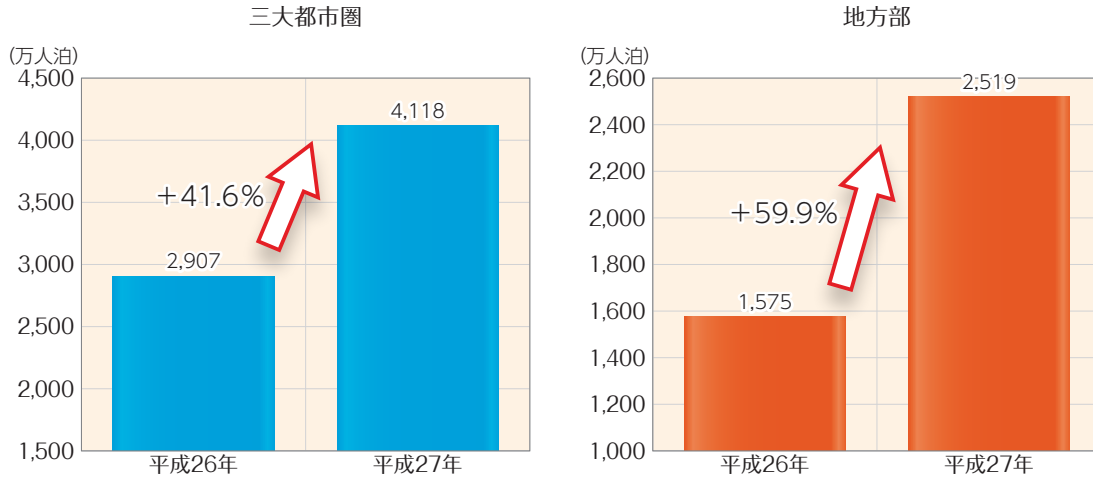
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。

注2：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏と地方部で比較すると、三大都市圏で41.6%増、地方部で59.9%増となっており、地方部の伸びが三大都市圏の伸びを大きく上回った(図表I-34)。

図表I-34 三大都市圏及び地方部の延べ宿泊者数の推移



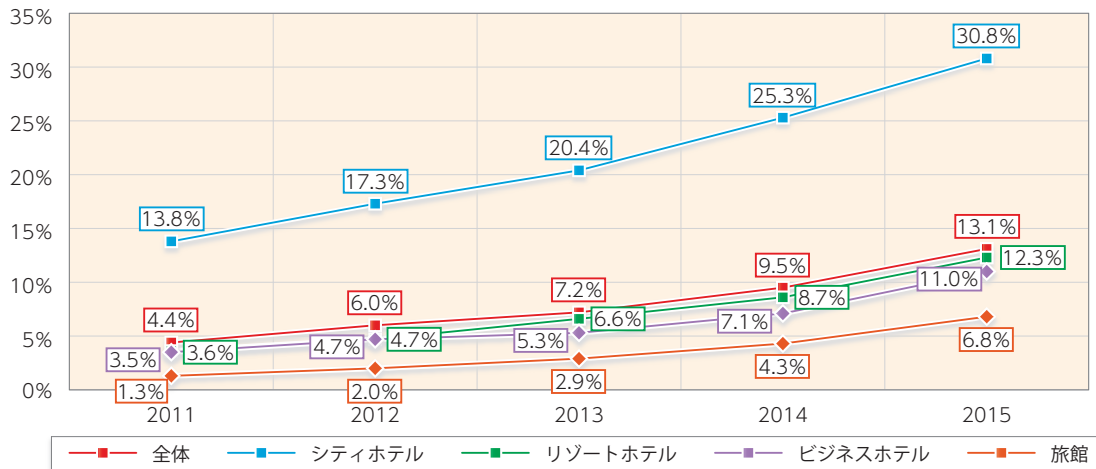
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県をいう。
地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

宿泊施設タイプ別に外国人延べ宿泊者数の割合を見ると、特にシティホテルは外国人の割合が高く、2011年(平成23年)は13.8%であったものが2015年(平成27年)には30.8%に拡大し、宿泊者の約3人に1人が外国人となっている(図表I-35)。

図表I-35 宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊数の割合の推移

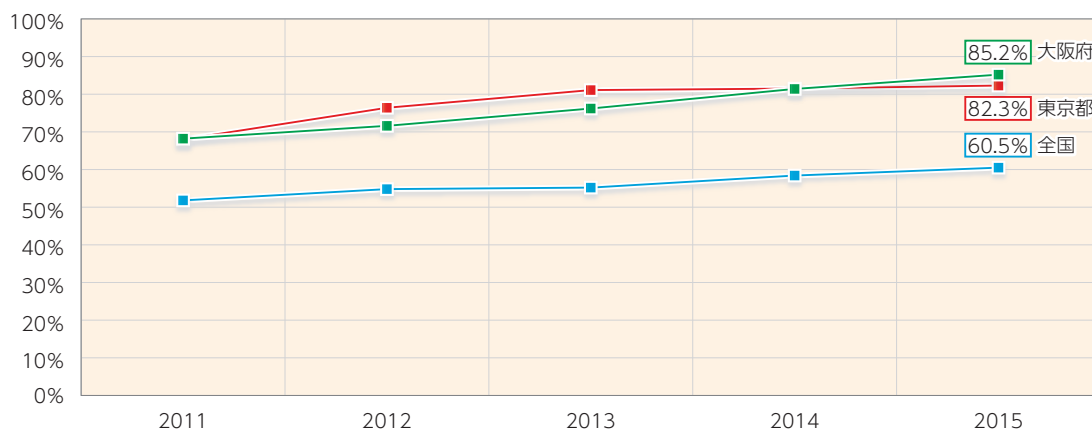


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。

2011年(平成23年)以降の客室稼働率(全国)は上昇傾向にあり、2011年(平成23年)の51.8%から2015年(平成27年)には60.5%となっている。特に東京都と大阪府の2大都市部の客室稼働率の上昇は顕著で、2011年(平成23年)の東京都68.0%、大阪府68.2%から、2015年(平成27年)にはそれぞれ82.3%、85.2%と、80%を超える水準となった(図表I-36)。

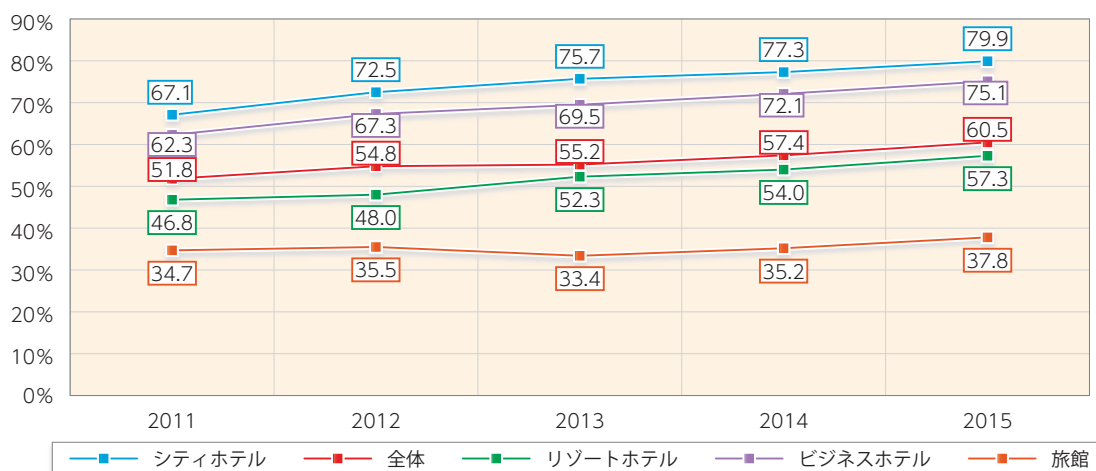
図表I-36 客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

宿泊施設タイプ別の客室稼働率は、特に、シティホテル、ビジネスホテルが2011年(平成23年)から2015年(平成27年)の期間に12ポイント以上上昇し、それぞれ79.9%、75.1%に達している。旅館は比較的低い水準であるが、上昇傾向にある(図表I-37)。

図表I-37 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

また、客室稼働率が80%を超えた都道府県は、シティホテル11箇所(2014年(平成26年):5箇所)、ビジネスホテル5箇所(同:3箇所)、リゾートホテルは2箇所(同:2箇所)と増加した(図表I-38)。

図表I-38 都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率(2015年(平成27年))

	宿泊施設タイプ					
	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所
全国	60.5	37.8	57.3	75.1	79.9	27.3
北海道	61.5	46.9	48.3	73.3	77.6	23.4
青森県	50.4	41.3	44.3	61.2	59.2	16.1
岩手県	52.5	39.5	41.5	71.1	65.4	23.1
宮城県	62.2	47.8	41.8	74.3	70.4	34.7
秋田県	44.0	31.5	38.3	59.3	65.0	17.6
山形県	48.4	31.9	31.3	69.2	68.7	12.2
福島県	52.5	39.9	45.0	79.8	75.9	9.5
茨城県	51.8	25.3	44.7	64.9	68.0	12.7
栃木県	47.6	38.8	51.3	68.3	60.1	11.2
群馬県	50.7	46.1	43.8	70.2	72.1	11.5
埼玉県	66.3	25.2	36.7	75.8	80.9	22.3
千葉県	70.7	35.6	84.1	73.7	82.8	21.6
東京都	82.3	61.5	76.4	86.3	83.8	63.5
神奈川県	66.7	48.3	59.4	81.0	82.0	42.0
新潟県	43.7	25.8	31.9	66.6	65.9	22.0
富山県	55.3	37.3	50.7	73.5	71.8	27.6
石川県	64.9	53.6	54.1	79.2	80.7	23.7
福井県	43.2	31.4	43.1	69.3	57.2	9.5
山梨県	48.3	38.1	59.1	72.4	66.8	18.9
長野県	35.7	26.2	37.6	71.1	71.8	12.4
岐阜県	50.2	38.5	51.3	73.3	73.2	20.3
静岡県	54.9	41.0	53.8	71.6	77.5	17.6
愛知県	70.9	31.5	58.7	78.7	84.0	47.3
三重県	49.9	29.9	54.2	66.4	70.2	7.1
滋賀県	60.5	35.2	61.6	75.4	71.2	20.8
京都府	71.4	50.3	54.8	84.2	86.2	39.2
大阪府	85.2	50.7	91.4	87.8	88.1	58.5
兵庫県	58.9	37.1	59.3	80.6	80.8	17.4
奈良県	46.3	31.5	73.2	68.4	78.0	20.2
和歌山県	47.7	42.9	54.4	65.5	70.8	18.5
鳥取県	51.1	38.3	32.4	73.0	77.4	13.2
島根県	54.4	36.0	40.8	74.2	67.6	21.2
岡山県	57.0	32.6	44.2	70.7	67.6	14.8
広島県	65.5	37.5	60.6	79.6	79.5	29.3
山口県	58.3	40.6	54.8	66.4	65.7	37.9
徳島県	47.9	25.8	52.3	65.8	64.1	9.2
香川県	55.6	35.1	58.4	64.9	66.1	19.0
愛媛県	53.5	50.4	45.2	64.8	69.6	15.7
高知県	48.0	31.3	44.5	63.6	70.8	16.5
福岡県	68.7	32.7	66.0	73.0	82.1	31.1
佐賀県	56.4	50.2	68.4	65.6	57.7	10.5
長崎県	59.9	42.8	66.0	72.5	76.5	17.3
熊本県	55.5	40.2	53.8	69.2	72.4	16.9
大分県	53.6	38.2	62.2	67.9	65.3	14.2
宮崎県	53.0	31.2	44.3	66.2	60.9	19.4
鹿児島県	52.4	36.1	43.9	66.3	64.8	15.6
沖縄県	67.7	20.5	76.3	76.8	81.0	33.3

※宿泊施設タイプ別にみたとき、客室稼働率が最も大きかった都道府県を赤字で示している。

また、客室稼働率が80%を超えている都道府県は青色、90%を超えている都道府県は黄色で示している。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

第5節 東日本大震災からの復興の状況

全国、東北計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）、そのうち被災の激しかった3県計（岩手県、宮城県、福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の2010年（平成22年）を100として指数化して、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況を把握する。

1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数

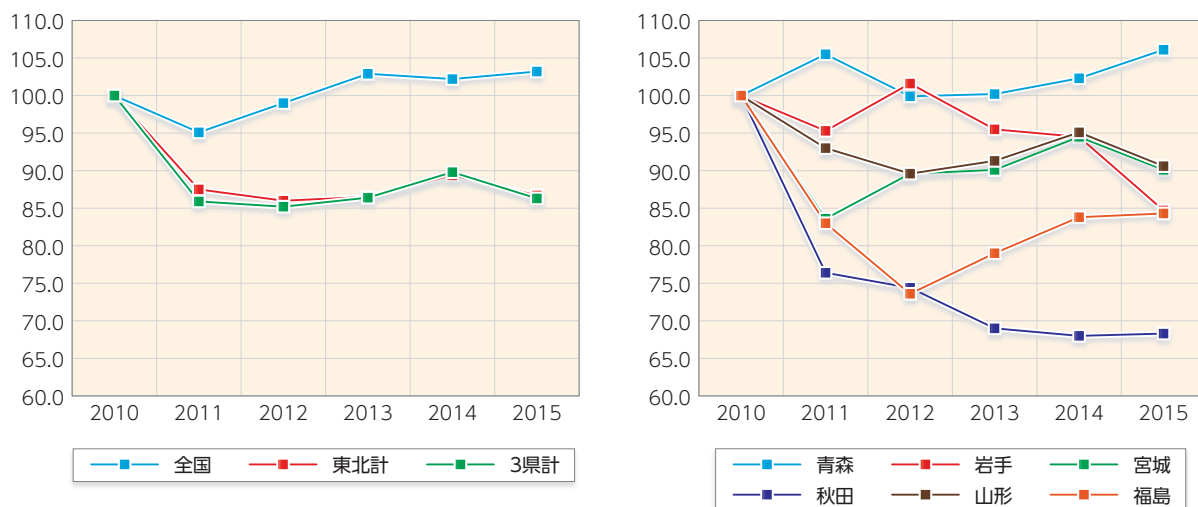
観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数については、全国では、2011年（平成23年）には95.1まで低下したが、2012年（平成24年）には99.0にまで回復し、それ以降は震災前の2010年（平成22年）の水準を上回っている。

これに対し、東北計、3県計は、2011年（平成23年）に80台にまで低下し、2015年（平成27年）においても、それぞれ86.7、86.3と80台後半で推移している。

県別にみると、秋田県は2011年（平成23年）以降も大きく低下し2015年（平成27年）においては68.3となっている。福島県も2012年（平成24年）までは大きく低下したが、それ以降は上昇に転じ、2015年（平成27年）には84.3となった。宮城県は、2011年（平成23年）に83.6まで低下したが、それ以降は90前後で推移している。岩手県は、2011年（平成23年）に95.3に低下し、翌年には2010年（平成22年）の水準を上回ったが、それ以降は再度低下し、2015年（平成27年）には84.7となった。青森県は、2011年（平成23年）に唯一増加したが、2012年（平成24年）には99.9となった。しかしながら、それ以降は2010年（平成22年）の水準を超えて推移しており、2015年（平成27年）には106.1となった。山形県は、2012年（平成24年）まで低下が続いたものの、それ以降は90前後で推移している。

以上から、日本人観光客の宿泊については、岩手県、秋田県、福島県を中心に全国に比べて低い水準となっていることが影響し、東北全体では厳しい状況が続いている（図表I-39）。

図表I-39 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数
（2010年（平成22年）を100とした指数の推移）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2015年（平成27年）の数値は速報値。

2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数

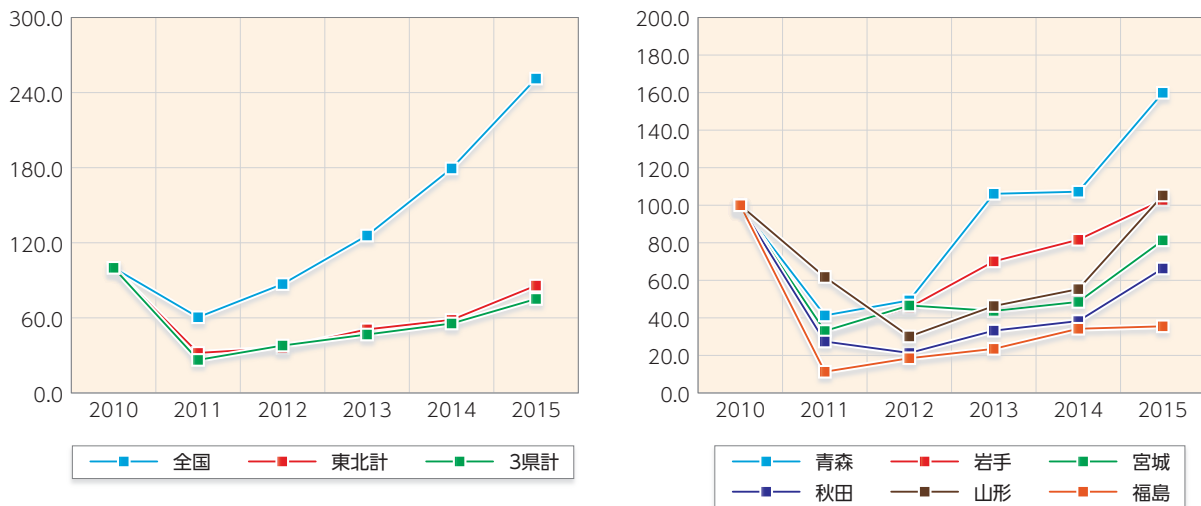
観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数については、全国では、2011年(平成23年)には60.5まで大きく低下したが、2012年(平成24年)以降は急激に伸びており、2015年(平成27年)には251.2となり、震災前の2010年(平成22年)の水準を大きく上回っている。

これに対し、東北計、3県計は、2011年(平成23年)にそれぞれ32.0、26.4にまで大きく低下した。2012年(平成24年)以降は回復基調にあり、2015年(平成27年)にはそれぞれ85.8、75.1まで上昇している。

県別にみると、福島県は、2011年(平成23年)に11.3まで大きく低下し、それ以降上昇傾向にあるものの、2015年(平成27年)は35.5と低い水準にとどまっている。秋田県は、2012年(平成24年)まで低下し続け21.3となったが、それ以降は上昇し、2015年(平成27年)は66.3となっている。宮城県は、2011年(平成23年)に33.0まで低下したが、その後は上昇傾向にあり、2015年(平成27年)は前年の48.5から81.3へと大きく上昇した。山形県は、2012年(平成24年)まで低下し続け30.1となった。それ以降は上昇し、2015年(平成27年)には前年の55.3から105.2へと大きく上昇した。岩手県は、2011年(平成23年)に32.5に低下したが、2012年(平成24年)以降は上昇し、2015年(平成27年)には102.8と震災前の水準にまで回復した。青森県は、2011年(平成23年)に41.3まで低下したが、2013年(平成25年)以降、急回復し、2015年(平成27年)は159.9と、2010年(平成22年)の水準を大きく上回った。

以上から、訪日外国人観光客の宿泊については、福島県、秋田県、宮城県において厳しい状況が続いている。また、東北全体では回復基調にあるものの、2010年(平成22年)の水準には達していない状況である(図表I-40)。

図表I-40 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2015年(平成27年)の数値は速報値。

3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数

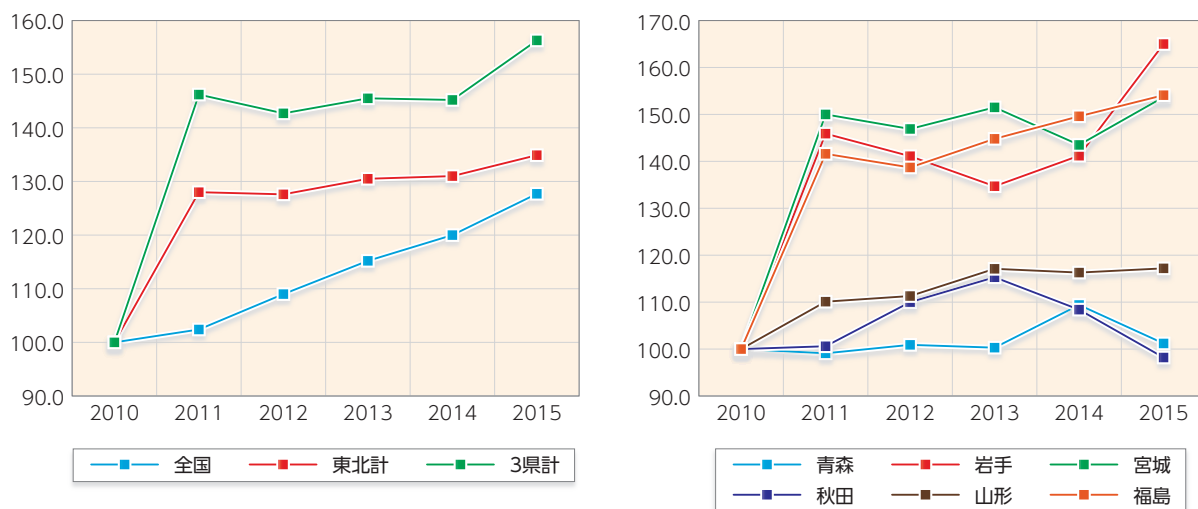
ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数については、全国では、2010年(平成22年)以降上昇傾向にあり、2015年(平成27年)には127.7となった。東北計、3県計は、2011年(平成23年)に大きく上昇し、その後も横ばいから上昇傾向にあって、2015年(平成27年)は、それぞれ134.9、156.3となった。

県別にみると、岩手県、宮城県、福島県の3県と青森県、秋田県、山形県は水準が大きく異なっている。岩手県、宮城県、福島県の3県は、2011年(平成23年)に大きく上昇しいずれも140を超える水準となった。2015年(平成27年)には岩手県の165.0を筆頭に、いずれも150を超える水準となった。

山形県はこの3県の水準を下回るが、2010年(平成22年)以降上昇傾向にあり、2013年(平成25年)に117.1となって以降、117前後を推移し、2015年(平成27年)には117.2となった。秋田県は、2013年(平成25年)まで上昇し115.3となったが、2014年(平成26年)以降、低下傾向にあり、2015年(平成27年)には2010年(平成22年)の水準を下回り、98.2となった。青森県は、2014年(平成26年)には109.4となったが、2015年(平成27年)は、101.2に低下した。

ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数については、被災の激しかった3県では復興関連の需要が続いており、全国水準を大きく上回って推移している(図表I-41)。

図表I-41 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

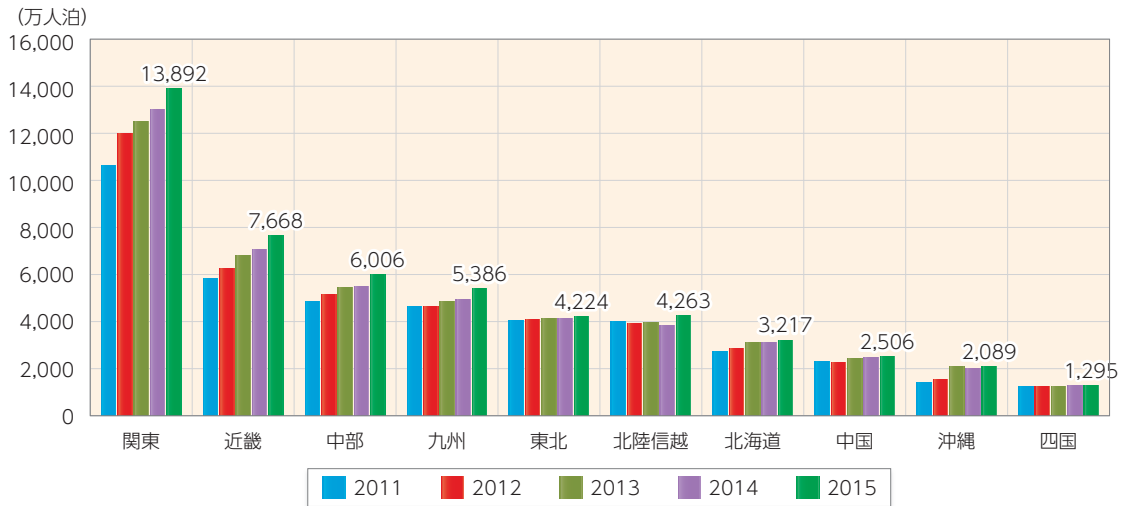
注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%未満の宿泊施設の実績を使用。

注2：2015年(平成27年)の数値は速報値。

第6節 地域における観光の状況

2015年(平成27年)の全国の延べ宿泊者数は、5億545万人泊(対前年比6.7%増)となった。地方ブロック別では、関東地方が1億3,892万人泊(全体の27.5%)、近畿地方が7,668万人泊(全体の15.2%)、中部地方が6,006万人泊(全体の11.9%)で上位となり、全国の延べ宿泊者数の54.5%を占めた。これらの3地方と北海道地方及び九州地方において、延べ宿泊者数は2011年(平成23年)以降増加を続けている(図表I-42)。

図表I-42 地域ブロック別延べ宿泊者数



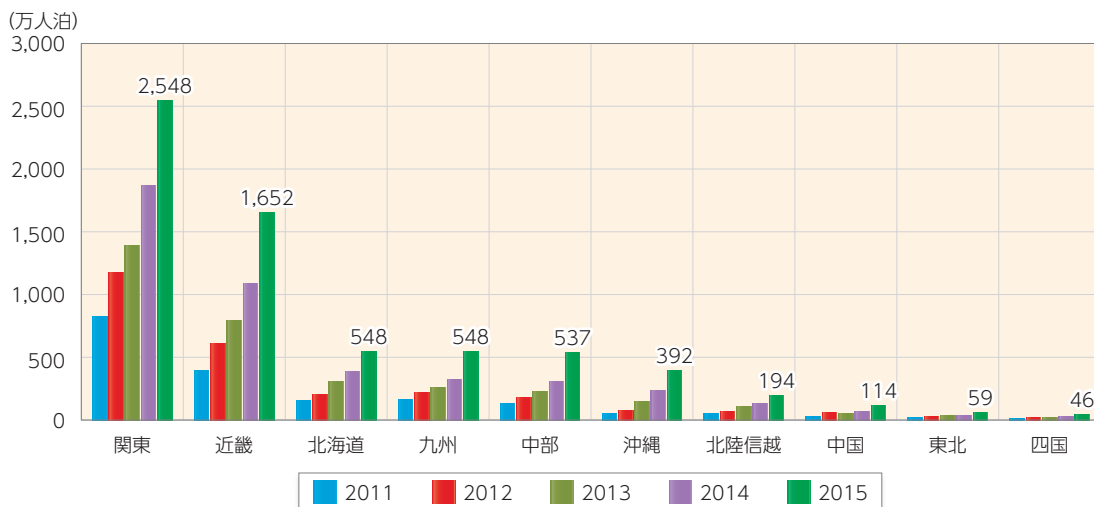
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

このうち外国人延べ宿泊者数は、6,637万人泊(対前年比48.1%増)となった。地方ブロック別では、関東地方が2,548万人泊(全体の38.4%)、近畿地方が1,652万人泊(全体の24.9%)、北海道及び九州地方がそれぞれ548万人泊(それぞれ全体の8.3%)で上位となり、全国の外国人延べ宿泊者数の79.8%を占めた。

全ての地方において、外国人延べ宿泊者数は、2011年(平成23年)以降増加を続けている(図表I-43)。

図表I-43 地域ブロック別外国人延べ宿泊者数

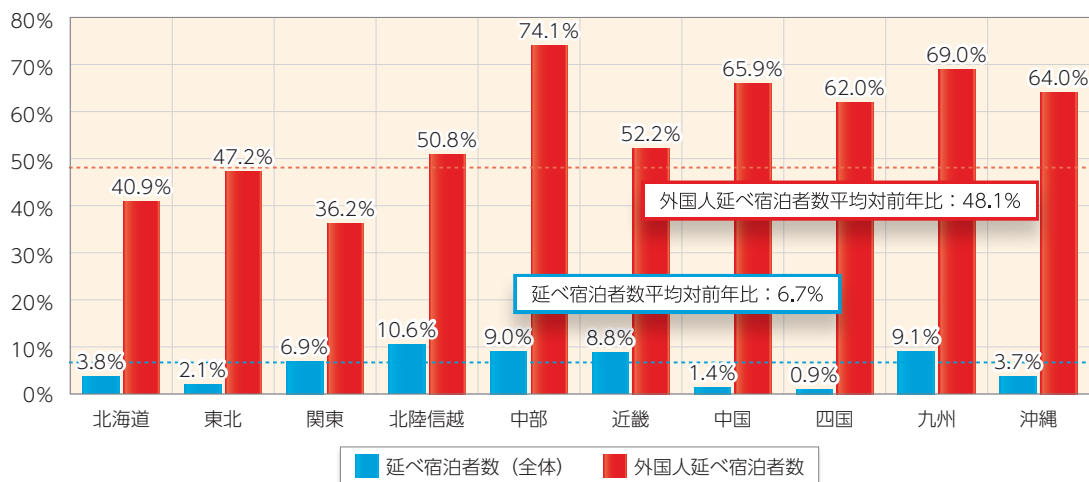


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

2015年(平成27年)の地方ブロック別延べ宿泊者数(全体)及び外国人延べ宿泊者数は、全ての地方で増加した。特に、外国人延べ宿泊者数は、10地方のうち7地方で50%を超える高い伸び率となった(図表I-44)。

図表I-44 延べ宿泊者数(全体)及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比(2015年(平成27年))

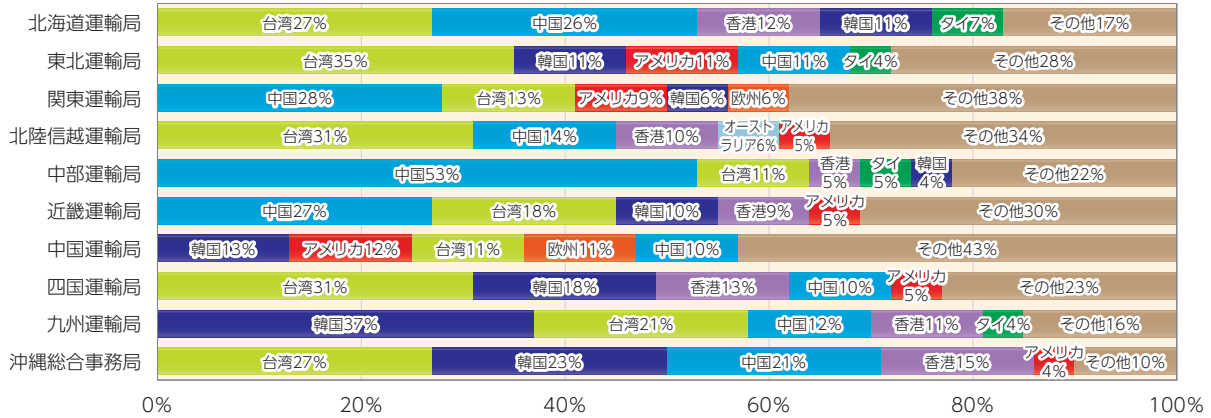


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2014年(平成26年)の確定値と2015年(平成27年)の速報値を比較した。

2015年(平成27年)における地方ブロック別外国人延べ宿泊者については、東北地方、北陸信越地方、四国地方、沖縄地方は台湾からの宿泊者が、関東地方、中部地方、近畿地方は中国からの宿泊者が多く、九州地方は韓国からの宿泊者が多い。また、北海道地方は台湾と中国からの宿泊者が、中国地方は韓国、アメリカ、台湾、欧州からの宿泊者が同程度となっている(図表I-45)。

図表I-45 地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比(2015年(平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：欧州は英国・フランス・ドイツの3カ国

地方ブロックごとの動向の分析は以下のとおりである。

1 北海道

ビザの緩和や国際航空便の新規就航が相次いだ中国を筆頭に、韓国・台湾・マレーシアといった国際航空便の新規就航や増便があり、外国人延べ宿泊者数はアジアからの旅行者を中心に増加した。また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

2 東北

桜と雪の回廊などの東北ならではの素材を意識したプロモーションや、2015年(平成27年)3月に仙台で開催された国連防災世界会議等もあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。これにより、外国人延べ宿泊者数は、東日本大震災前の2010年(平成22年)に比して100.9%となった¹⁰。なお、台湾が3割増となり、東北において最大の市場となっている。また、韓国・香港は未だ風評被害の影響等を受け、厳しい状況となっている。

外国人の伸びに加え、アイドルグループのコンサート等の大規模イベントの開催もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

3 関東

ウィンドサーフィンアジア大会やアジア自転車競技選手権などのスポーツイベント、中国やタイからの企業研修などもあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

¹⁰ 従業員10人以上の宿泊施設の実績を使用。観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数(図表I-40)では2010年(平成22年)の水準に達していないものの、全施設での延べ宿泊者数は2010年(平成22年)を上回った。

4 北陸信越

立山黒部アルペンルートや、スキーを楽しむ外国人旅行者が増えたほか、中国・タイからの団体客の増や、MICE¹¹の開催件数の増加もあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

外国人の伸びに加え、北陸新幹線金沢延伸開業に伴う効果、NHK連続テレビ小説「まれ」の効果、7年に1度開催される善光寺御開帳等もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

5 中部

中部国際空港及び富士山静岡空港の海外路線の増便、「昇龍道プロジェクト」の積極的な推進もあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

外国人の伸びに加え、北陸新幹線開業に伴う福井県への波及効果等もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

6 近畿

関西国際空港の就航路線が関東発着よりも1時間フライト時間が短縮される東アジア便を中心に増加し、また、「天下の台所」といわれる関西としての食のプロモーションもあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

7 中国

外国人延べ宿泊者数は、市場別に見ると、香港～広島の定期路線の新規便やチャーター便による香港からの宿泊者数の伸び率が著しく大きく、全体としても増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

8 四国

台湾～高松定期路線が増便されたほか、韓国や香港等の訪日リピーター層が四国にも来訪し始めたこと等により、外国人延べ宿泊者数は増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

9 九州

韓国からのLCCの新規就航、台湾・香港から南九州エリアへの航空便の増加、中国からの旺盛な訪日需要増加のほか、2014年(平成26年)より実施している個人手配旅行者(FIT)向けの九州ドライブキャンペーン等により、外国人延べ宿泊者数は増加した。

外国人の伸びに加え、主に、2015年(平成27年)7月の「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界文化遺産登録及び関係地方自治体の誘致活動、7～9月の大分県におけるJRデスティネーションキャンペーンに加え、3月の東九州自動車道豊前～宇佐間、佐伯～蒲江間の開通による東九州の交通利便性の向上もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

10 沖縄

外国人延べ宿泊者数は、重点市場(台湾、韓国、中国、香港)における航空路線の新規就航及び

¹¹ MICEとは、企業会議(Meeting)、企業の報奨・研修旅行(Incentive)、国際会議(Convention)、展示会・イベント(Exhibition/Event)の総称。

既存路線の増便もあり、増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

第7節 地域における観光振興の取組

日本の各地域において、国内外からの観光客誘致や観光地域振興の取組が進められている。以下では、各地方ブロックにおける取組を紹介する。

1 北海道

○広域観光周遊ルート「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」

～Explore the Wonderland Eastern Hokkaido～ 不思議にあふれた土地を探検する

北海道を訪れる外国人旅行者の約7割が札幌市を中心とする道央圏に滞在していることを踏まえ、ひがし北海道エリア（上川、十勝、オホーツク、釧路、根室各地域）において、大自然・北海道ガーデン街道・ひがし北海道3つ星街道等をネットワーク化し、「広域観光周遊ルート」の形成を図った。

2015年（平成27年）6月に、「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会が申請した広域観光周遊ルート形成計画「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」が国土交通大臣により認定され、ターゲットとなる国・地域のマーケティング調査を実施し、対象市場に訴求力の高い上川十勝の雄大なガーデンや、多くの野生生物の生息地である釧路湿原、知床等を結んだモデルコースの策定を行った。

また、重点市場とする台湾、香港、タイのメディア関係者を招請し、エリアの観光資源に加えて空路によるアクセスや2次交通等の個人旅行者が必要とする情報を発信した。

さらには道央圏からエリアまでの長い移動時間を快適に過ごしてもらうため、都市間バス等にWi-Fiルーターを設置し効果検証を行う実証実験、広いエリアの観光情報を一元的に発信するためのウェブサイトの構築、マーケティング、プロモーション、受入環境整備、情報発信等を一体的に実施した。

さらには道央圏からエリアまでの長い移動時間を快適に過ごしてもらうため、都市間バス等にWi-Fiルーターを設置し効果検証を行う実証実験、広いエリアの観光情報を一元的に発信するためのウェブサイトの構築、マーケティング、プロモーション、受入環境整備、情報発信等を一体的に実施した。

○他の地域と連携したVJ地方連携事業

北海道には多くの外国人旅行者が訪れているが、富裕層を取り込むことにより旅行消費額を拡大



広域観光周遊ルート「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」

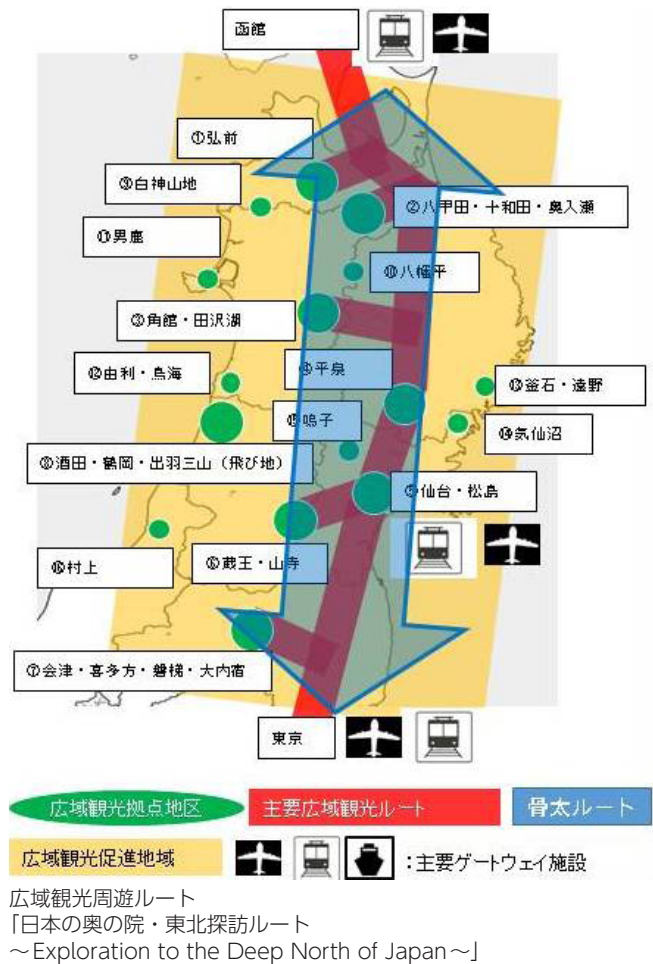
し、観光の稼ぐ力を強化することが必要である。そこで、京都市と連携し、経済成長著しいアラブ首長国連邦(UAE)から旅行会社関係者を招請し、北海道の「雪の魅力」と京都市の「伝統文化」という、外国人旅行者に人気の高い2つのコンテンツを世界でもトップクラスの中東の富裕層へ訴求した。今後も、両地域が持つ「本物の価値」を連携して訴求することで相乗効果が期待される。

2 東北

○広域観光周遊ルート

2015年(平成27年)6月に、東北観光推進機構が申請した広域観光周遊ルート形成計画「日本の奥の院・東北探訪ルート」～Exploration to the Deep North of Japan～が国土交通大臣により認定された。

「色彩あざやかな四季を奏で、多くの文人を魅了してきた美しい自然と風土が育んだ歴史文化と食を探訪する旅」をコンセプトに、台湾、香港、中国(上海・広州)、ASEAN、欧米、オーストラリアをターゲットとしてマーケティングを実施し、市場動向等を把握しつつ多言語でのナビゲーションシステムや専用ホームページの開発等による情報発信、受入環境整備、滞在コンテンツの充実に取り組んだ。



○東北ブランド「桜と雪の回廊」の発信

「桜と雪の回廊が同時に見られる」という東北ならではの魅力をテーマとした4つのコースについて、台湾から4社の旅行会社を招請し、春の東北へのツアー商品造成を働きかけた。また、東南アジア5市場からのメディア取材や香港からのブロガーを通じて海外現地の一般消費者に桜と雪の自然景観や文化体験などに関する情報を発信し、東北への旅行需要の喚起を図った。



3 関東

○「関東観光広域連携キャンペーン事業推進協議会」の設立

2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向けて、増大する外国人の旅行需要を受け入れるためには、関東の観光における広域連携の推進が不可欠なことから、2015年(平成27年)4月に関東1都7県の観光団体、鉄道事業者、旅行業者、小売業者、地方自治体が一丸となって、「関東観光広域連携キャンペーン事業推進協議会」を設立した。

2015年(平成27年)8月にはアクションプランや年度戦略、キャッチフレーズ(「TOKYO & AROUND TOKYO」)、ロゴマークを策定、翌9月にはその公表を行い、今後の関東地方における訪日外国人旅行者受入環境整備の推進及び国際的な観光認知度の向上を図るための体制を整備した。



関東観光広域連携キャンペーンロゴ

4 北陸信越

○北陸新幹線金沢延伸開業

2015年(平成27年)3月14日に北陸新幹線の長野～金沢間が延伸開業し、首都圏のみならず全国各地からの旅行者、さらに訪日外国人旅行者も含め、沿線各地で賑わいを見せている。

旅行者の急増を受けて、金沢市内の主要ホテルでは、空室情報の提供に努め、金沢駅の観光案内所では、当日の宿泊予約の受付機能を強化するなどの対応を行っている。

この賑わいが継続できるように、地方公共団体等による「グランドサークルプロジェクト」や「北陸飛騨3つ星街道誘客推進協議会」など、各地で広域周遊ルートの形成・定着に向けた取組が進められた。

また、外国人旅行者向け消費税免税制度の普及促進を図っている中、2016年(平成28年)2月6日に金沢中心商店街武蔵活性化協議会加盟の5商店街では免税手続カウンターが設置された。



○大地の芸術祭の開催

2015年(平成27年)7月26日～9月13日の50日間、3年に1度の「第6回大地の芸術祭」が、越後妻有地域(新潟県十日町市、津南町)を舞台に開催された。当芸術祭の参加アーティストは35の国と地域から363組に上り、作品も378を数える世界最大級の国際芸術祭であり、国内外から注目を集め、会期中の入込客数は510,690人(前回比104.5%)となった。

5 中部

2015年(平成27年)6月には、昇龍道プロジェクト推進協議会の事務局の一翼を担う中部広域観光推進協議会が申請した「昇龍道」が広域観光周遊ルートの一つとして国土交通大臣により認定された。また、2016年(平成28年)5月には、伊勢志摩サミットの開催が予定されており、それを契機とした中部地域の知名度向上や訪日外国人旅行者の増加に取り組んでいる。

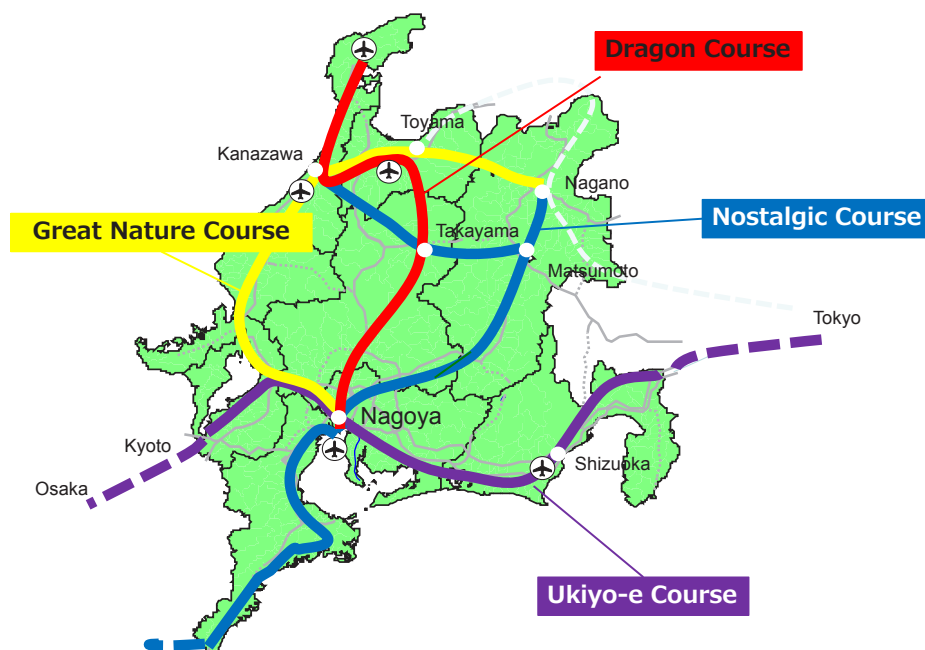
○昇龍道プロジェクトの更なる推進

昇龍道プロジェクト推進協議会は、数値目標として、年間の外国人延べ宿泊者数を2017年(平成29年)までに600万人泊とすることを掲げたが、2015年(平成27年)は751万人泊と2年前倒して大幅に上回ったため、新たな数値目標として2019年(平成31年)までに1,100万人泊という高みを目指すこととした。また、同協議会の会員数は、1,718者(2016年(平成28年)2月末時点)で、前年同月末より314者増加した。

昇龍道を数日かけて広域的に周遊することを外国人個人旅行者や海外旅行会社に働きかけるため、4つのモデルコースを策定した。お酒をテーマとした広域観光を推進するため、昇龍道日本銘酒街道の取組の一環で、「お酒と食の美味しい組み合わせ」を公募の上採択し、ウェブ等で積極的に発信することとした。昇龍道に広く分布する「山車・からくり」をテーマとしたDVDを作成し、海外旅行博等でアピールすることとした。

2次交通の利便性の向上を図るため、「観光交通サミット2016 in 中部」を開催するとともに、中部国際空港への深夜到着便に対応する乗合バスの実証運行を実施したほか、訪日外国人旅行者向けの鉄道やバスの企画きっぷの数や質を充実させた。宿泊施設において積極的に訪日外国人旅行者を受け入れようとする意識の醸成を図るため、「旅館における外国人旅行客受入促進セミナー」を実施した。名古屋の商業施設10者が業界の枠組みを超えて連携して、個人旅行者向けのショッピングガイドを作成し、外国旅行会社や中部国際空港に到着した外国人に配付した。中部国際空港を発着利用する訪日外国人旅行者を対象に、手ぶら観光サービス拡充に向けた実証調査を実施した。

外国人の興味と関心の喚起を図り、昇龍道を訪れる外国人観光客の増加を図るため、女優の中野良子氏と香港の旅行会社社長の袁文英氏に「昇龍道大使」に就任いただいた。



昇龍道の4つのモデルコース

6 近畿

○関西への訪日外国人旅行者の誘客及び交通不便の解消の取組

関西は、ゲートウェイとしての関西国際空港を抱え、現代的、伝統的な観光資源に恵まれており、それらが中心地である大阪から100キロ圏内に集中している。

関西地方のいわゆるゴールデンルートに集中しがちな訪日外国人旅行者を地方へ分散させるため、5つの世界遺産と7つの絶景を巡る広域観光周遊ルート「美の伝説」が国土交通大臣により認定され、関西へ訪日外国人旅行者を集客し、関西の全体目標である、訪日外国人訪問率40%、外国人旅行者数800万人、外国人延べ宿泊者数2,000万人泊、旅行消費額約1兆円を目指して取り組んでいる。

その一つとして、広域的な移動が円滑にできるよう、既存の交通ICカード(ICOCA)をベースにした訪日外国人専用の関西統一交通パス「KANSAI ONE PASS」(鉄道、地下鉄、バス等を含む)の創設を決定し、2016年(平成28年)4月8日より実証実験が開始された。

このパスは、乗換えや切符購入に煩わされない「利便性」を追求し、飲食店や小売店、観光施設、関西国際空港内の41店舗を含め、関西の100以上の施設でカード提示による優待特典が付加されている。さらにモバイルサイトにおいて、利用方法、優待特典施設のほか、関西の観光情報を案内している。

広域観光周遊ルート「美の伝説」と連携するなどして、関西全体への更なる訪日外国人旅行者の誘客を図ることとしている。



(無断転載禁止)



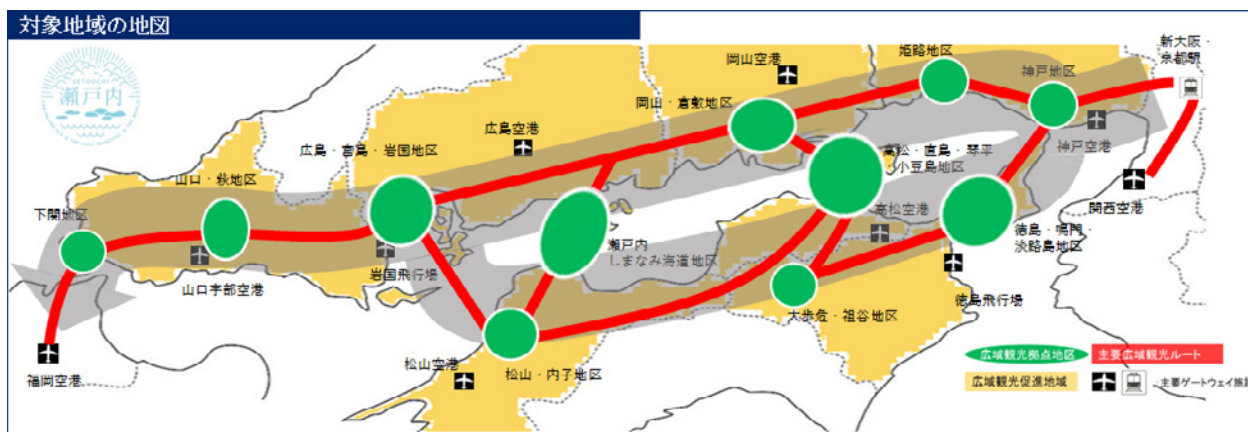
KANSAI ONE PASS

7 中国

○「瀬戸内」観光振興に向けた取組

2015年(平成27年)6月に、兵庫、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛の瀬戸内7県から成る瀬戸内ブランド推進連合及び経済団体をはじめとした民間企業及び観光関係団体から成る瀬戸内観光ルート誘客促進協議会が申請した、広域観光周遊ルート「せとうち・海の道」が国土交通大臣により認定された。

『世界に誇る“瀬戸内”の景色と“瀬戸内”でのみ味わえる貴重な体験』、『“瀬戸内”に溢れる日本の「匠」と「自然風景」』、『ゴールデンルートの延長線上にある随一の確固たる幹線ルート』をコンセプトに、欧米豪等を対象市場とした受入環境整備、滞在コンテンツの充実、情報発信・プロモーション等の事業を強化することとしている。



広域観光周遊ルート「せとうち・海の道」

○商店街における免税手続きカウンターの設置

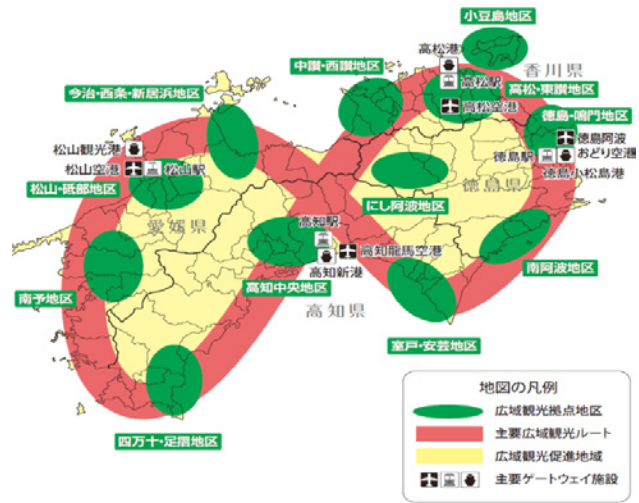
岡山市の表町商店街とロマンチック通り商店街では、2015年(平成27年)5月28日に商店街として全国に先駆けて免税手続きカウンターを同市内の百貨店に設置した。関係者により魅力向上委員会を組織し、商店街店舗の免税店化と併せて、外国人旅行者が快適に買い物できる環境づくりを商店街ぐるみで行い、更なる外国人旅行者の誘客や消費拡大、地域の活性化を図るべく、「MOMOTARO NIGHT in OKAYAMA」等のイベント開催等を通じて、商店街を楽しんでもらう取組を進めている。

8 四国

○広域観光周遊ルート

2015年(平成27年)6月、広域観光周遊ルートとして、四国ツーリズム創造機構が申請した「スピリチュアルな島～四国遍路～」が国土交通大臣により認定された。

同ルートは、開創1,200年を超える歴史を持つ四国遍路に裏付けられ、四国独自の文化として継承されてきた「お接待」という「おもてなし」の精神を、四国内の観光関係者が具現化するものであり、四国を訪れた訪日外国人旅行者にリピーターとなってもらうことを目的に、指針となる「総合戦略」に基づいた受入環境整備、交通アクセスの円滑化、滞在コンテンツの充実、情報発信・プロモーション等の事業強化を行うこととした。



広域観光周遊ルート
「スピリチュアルな島～四国遍路～」

○現存天守4城の意見交換会

全国に現存する木造天守12城を一体的にPRしようと、青森県弘前市が中心となり、「現存12天守同盟」の連携が進められている。

四国内には、12城のうち4城の天守が現存しており、石垣や庭園、さらには城下町のくらしが残されている。全国現存天守の3分の1が集中しているということアピールするとともに、各城間の情報共有等一層の連携を図り、地域間の交流人口の拡大を目指すため、4城の管理者、ボランティアガイドなど観光関係者が参加し、意見交換を行った。

四国に残る現存天守4城



9 九州

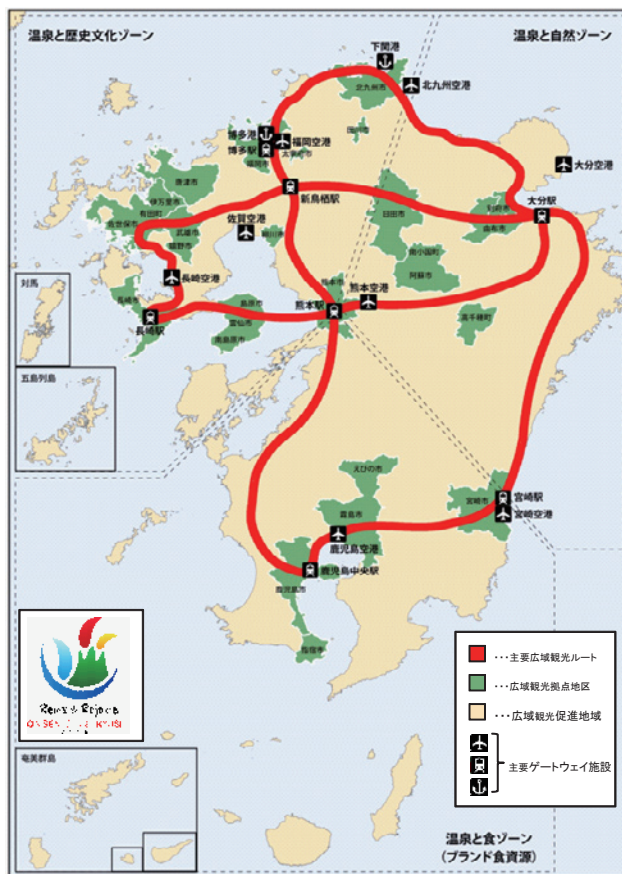
○温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート

2015年(平成27年)6月、訪日外国人旅行者の滞在日数に合わせた広域観光周遊ルートを形成し、訪日外国人旅行者の周遊促進による地域の活性化を図ることを目的とした「温泉アイランド九州広域観光周遊ルート」形成計画が、国土交通大臣により認定された。

初年度は、形成計画の磨き上げに向け、マーケティング調査を実施し、モデルルート具体化を行った。

また、受入環境整備として、レンタカーの長期利用割合が大きいシンガポールでドライブセミナーを開催した。

さらに、海外在住者が参加するブログコンテストや温泉コンテストを行い、外国人の視線で九州広域周遊の魅力を発信した。



広域観光周遊ルート
「温泉アイランド九州広域観光周遊ルート」

○日韓国交正常化50周年を記念したオルレ交流について

2015年(平成27年)11月20日、一般社団法人九州観光推進機構と九州運輸局が連携し、韓国の方々にとって最も身近な海外旅行先であり密接な交流がある九州において、日韓国交正常化50周年を記念し、韓国済州島の人気トレッキングコース「オルレ」を取り入れた「九州オルレ」をテーマとして「九州オルレシンポジウム」を開催した。



パネルディスカッションの様様

10 沖縄

航空路線の拡充やクルーズ船の寄港回数増により、入域観光客数は3年連続で国内客・外国客ともに過去最高を更新した。

特に韓国は、LCCを含む日韓各航空会社の新規就航や増便があったことにより大幅に提供座席数が拡充され、沖縄県へ入域する韓国人観光客数は、2014年(平成26年)以降、香港を抜いて台湾に次ぐ2位へと浮上した。

このような中、韓国の航空会社、旅行会社等を対象に、韓国市場誘客事業を実施した。

○韓国市場誘客事業

これまでの訪沖観光客の送客貢献に感謝を表するとともに、韓国-沖縄間の航空路線が拡充するなど、韓国における訪沖需要が高まっていることを踏まえ、今後も継続した韓国人観光客の送客拡大の協力体制の強化を目的に、2015年(平成27年)10月に首都ソウル特別市で「沖縄観光セミナー・商談会・レセプションin韓国」を開催した。

2015年(平成27年)は日韓国交正常化50周年の節目の年であり、この事業を通して、日韓の観光交流拡大への寄与、相互理解の増進等に努めた。



(写真左) 旅行社・航空会社等を対象とした沖縄観光セミナー
 (写真中) 人気企業のブースには列を作るほど盛況だった商談会
 (写真右) レセプションでの沖縄県副知事と韓国観光協会中央会長との記念品交換

(注) この節において各地域とは、各地方運輸局等の管内を指す。

- 東北地方(青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県)
- 関東地方(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県)
- 北陸信越地方(新潟県、富山県、石川県、長野県)
- 中部地方(福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県)
- 近畿地方(滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県)
- 中国地方(鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県)
- 四国地方(徳島県、香川県、愛媛県、高知県)
- 九州地方(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県)

第Ⅱ部

成長する世界の旅行市場を我が国の活力に
〜「世界が訪れたいくなる日本」への飛躍〜

第Ⅱ部 成長する世界の旅行市場を我が国の活力に ～「世界が訪れたくなる日本」への飛躍～

訪日外国人旅行者は近年急激に増加を続けている。2012年(平成24年)の836万人から、2015年(平成27年)には2倍以上の1,974万人となり、政府が従来目標として掲げていた年間訪日客数2,000万人の達成も視野に入ってきているところである。また、訪日外国人旅行者による日本国内での旅行消費額も拡大しており、2012年(平成24年)の1兆846億円から、2015年(平成27年)には3倍以上の3兆4,771億円となった。

しかしながら、世界にはさらに多くの外国人旅行者が訪れ、旅行者から多くの収入を得ている国が多数存在する。全世界の国際旅行者数は、2015年(平成27年)の11.8億人から2030年(平成42年)には18億人に達すると予測されており、我が国としても、成長する世界の旅行市場において多くの旅行者から旅先として選ばれ、この力強いインバウンド需要のパワーを我が国の成長戦略・地方創生の礎とすることが極めて重要である。今後我が国が「世界が訪れたくなる旅先」を目指すためには、我が国の観光資源の魅力を極めるとともに、観光産業の国際競争力を高めていくことが必要である。さらに、内外全ての旅行者が快適に観光を楽しめる環境を整備していかなければならない。

第Ⅱ部では、世界の旅行市場における日本の位置付けを踏まえて、課題を明らかにし、海外における優れた事例も参考に、我が国が目指すべき方向性を考察する。

第1章 世界の中の日本市場

第1節 世界的な国際観光客の増加

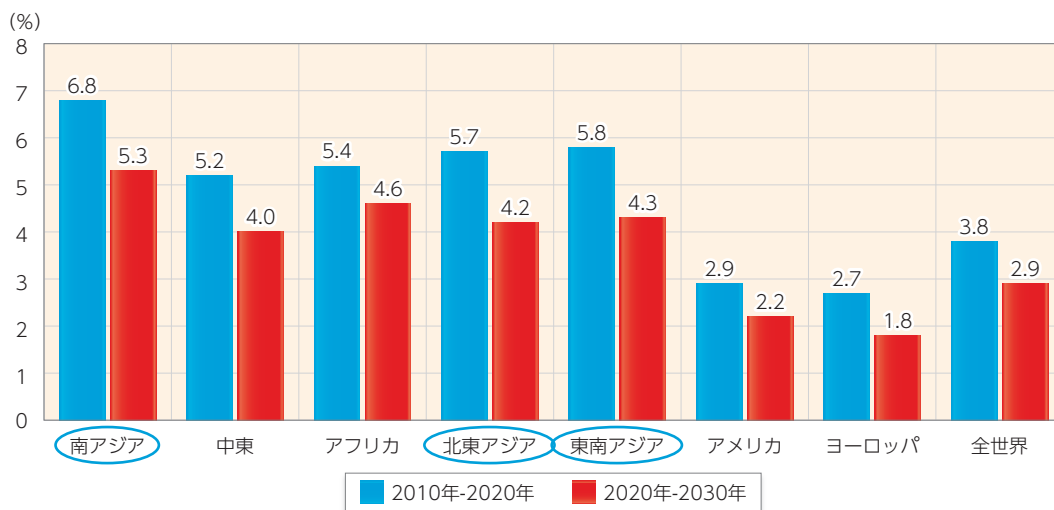
第I部で述べたように、UNWTO(国連世界観光機関)によると、国際観光客到着数はリーマンショック以降も増加傾向が続いている(図表I-2)。国際観光客到着数と実質GDPとの間には強い相関が見られ(図表I-3)、経済成長著しいアジア・太平洋地域等においては、今後とも国際観光客到着数の増加傾向が続くものと予測されている(図表II-1)。

各国の外国人旅行者受入数を比較すると、2014年(平成26年)に1,341万人の訪日外国人旅行者数を記録した我が国は、世界では第22位(アジアで第7位)と、前年の第27位(アジアで第8位)から順位を上げている。また、2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数1,974万人は、2014年(平成26年)時点では世界で第16位(アジアで第5位)に相当する(図表II-2)。

アジア各国の観光の伸びは、最近の外国人旅行者受入数の伸びにも顕著に表れている。外国人旅行者受入数上位25カ国のうち、直近5年間(2010年～2014年)の外国人旅行者受入数の年平均成長率(図表II-2)を見ると、最も高いのは韓国(12.7%)で、次いで日本(11.7%)、第3位はタイ(11.7%)¹²となっている。

アジア各国の成長率が高くなっているのは、中国をはじめとするアジア諸国からの旅行者数が増加していることがその背景にある。我が国においても、アジアをはじめ世界で増加が見込まれる旅行者を積極的に取り込んでいく必要がある。

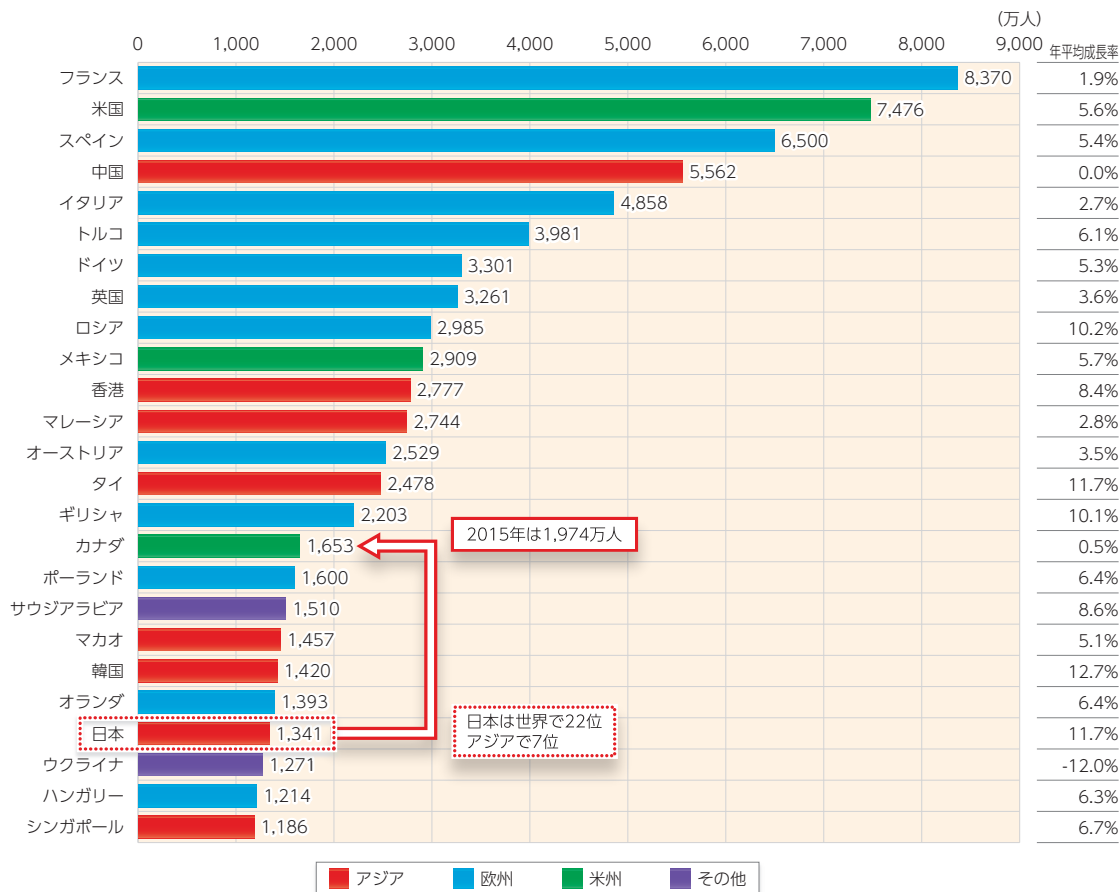
図表II-1 地域別国際観光客到着数の年平均伸び率予測(再掲)



資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

¹² 日本の年平均成長率は11.72%、タイは11.67%で日本が第2位。

図表Ⅱ-2 各国の外国人旅行者受入数と年平均成長率(上位25カ国)(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：本表で採用した数値は、韓国、日本を除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

注3：外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

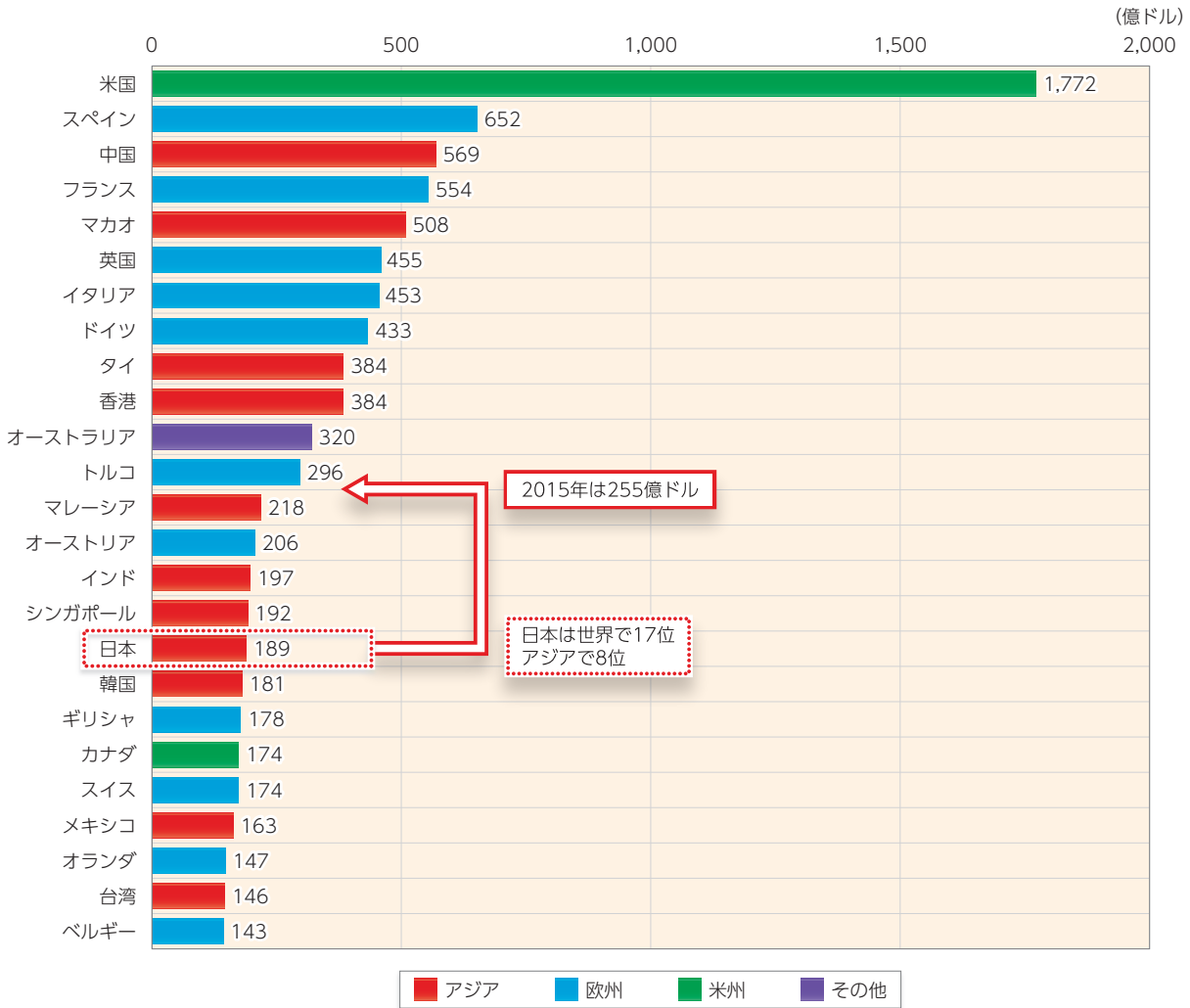
注4：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。

注5：年平均成長率は2010 - 2014年(平成22年 - 26年)の直近5年間で算出

第2節 各国の国際観光収入と観光の経済への波及

2014年(平成26年)の我が国の国際観光収入は世界第17位であるが、2015年(平成27年)の観光収入は2014年(平成26年)のランキングでは第13位に相当するなど、近年世界での位置付けが高まってきている(図表Ⅱ-3)。一方で上位の国とは相当の差が未だ存在し、今後更なる収入の増加を目指すことが課題である。

図表Ⅱ-3 各国の国際観光収入(上位25カ国)(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。そのため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

伸びゆく世界のインバウンド需要を成長戦略の柱、地方創生の礎としていくためには、外国人旅行者数のみならず、外国人旅行者の消費額の増加を図るための施策が重要である。観光消費を増やすことによって、観光GDPが増加し、ひいては雇用創出効果が生まれる。図表Ⅱ-4は、国際観光収入上位25カ国の観光産業がGDPに占める割合と雇用への影響を示したものである。我が国は、観光GDPが名目GDPに占める割合は7.5%、雇用数に対する観光産業関連雇用数の割合は7.0%といずれも世界平均よりも低い。G7各国との比較でも、外国人旅行者受入数、国際観光収入がともに我が国より低いカナダを除くと、我が国は最も低く、他のG7各国に比べて観光GDPや雇用への寄与が相対的に低い水準にあることが分かる。観光消費の増加に向けた施策を講じることで、観光産業が生み出すGDPをさらに増加させ、雇用を含めた経済全体への波及効果を最大限創出し、名実共にGDP600兆円達成への「成長エンジン」としての観光立国を実現していくことが求められる。

図表Ⅱ-4 観光産業がGDPに占める割合と雇用（観光収入上位25カ国）＝（2014年（平成26年））

	GDPへの寄与				雇用への影響			
	直接効果 (10億米ドル)		直接効果+間接効果 (10億米ドル)		直接効果 (万人)		直接効果+間接効果 (万人)	
世界全体	2,365	3.1%	7,581	9.8%	10,541	3.6%	27,685	9.4%
米国	458	2.6%	1,403	8.1%	530	3.6%	1,365	9.3%
スペイン	78	5.6%	214	15.5%	87	5.0%	265	15.3%
中国	263	2.5%	943	9.0%	2,316	3.0%	6,609	8.6%
フランス	103	3.6%	255	9.0%	113	4.1%	271	9.9%
マカオ	27	48.2%	53	94.6%	18	47.9%	32	85.7%
イタリア	88	4.1%	217	10.1%	108	4.8%	255	11.4%
英国	102	3.4%	310	10.4%	189	5.7%	423	12.7%
ドイツ	145	3.7%	343	8.9%	284	6.7%	498	11.7%
タイ	32	7.9%	72	17.8%	221	5.8%	538	14.1%
香港	26	8.9%	64	22.0%	36	9.7%	75	19.8%
オーストラリア	39	2.7%	146	9.9%	51	4.4%	142	12.2%
トルコ	38	4.8%	96	12.0%	58	2.2%	213	8.2%
マレーシア	19	5.8%	50	15.3%	72	5.3%	177	13.0%
オーストリア	21	4.8%	59	13.5%	23	5.3%	62	14.5%
インド	41	2.0%	126	6.1%	2,302	5.5%	3,670	8.7%
シンガポール	32	10.4%	66	21.4%	221	5.8%	438	11.5%
日本	112	2.4%	343	7.5%	115	1.8%	444	7.0%
韓国	29	2.1%	82	5.8%	63	2.4%	162	6.3%
ギリシャ	16	6.8%	39	16.5%	34	9.5%	70	19.4%
カナダ	21	1.2%	80	4.5%	46	2.6%	108	6.0%
スイス	15	2.1%	53	7.6%	15	3.0%	47	9.6%
メキシコ	87	6.7%	189	14.6%	369	7.4%	786	15.7%
オランダ	17	1.9%	49	5.6%	45	6.3%	71	9.8%
台湾	11	2.1%	29	5.5%	28	2.5%	68	6.1%
ベルギー	12	2.3%	32	6.0%	12	2.5%	29	6.4%

G7 抜粋（観光収入順）

	GDPへの寄与				雇用への影響			
	直接効果 (10億米ドル)		直接効果+間接効果 (10億米ドル)		直接効果 (万人)		直接効果+間接効果 (万人)	
米国	458	2.6%	1,403	8.1%	530	3.6%	1,365	9.3%
フランス	103	3.6%	255	9.0%	113	4.1%	271	9.9%
イタリア	88	4.1%	217	10.1%	108	4.8%	255	11.4%
英国	102	3.4%	310	10.4%	189	5.7%	423	12.7%
ドイツ	145	3.7%	343	8.9%	284	6.7%	498	11.7%
日本	112	2.4%	343	7.5%	115	1.8%	444	7.0%
カナダ	21	1.2%	80	4.5%	46	2.6%	108	6.0%

資料：WTTC(World Travel & Tourism Council, 世界ツーリズム協議会)、UN(国連)資料に基づき観光庁作成

注1：直接効果とは観光客の直接の消費によって生まれる付加価値(売上-中間投入=粗利益)であり、間接効果は原材料の仕入れ等によって生じる消費による効果及び従業員の給与によって生じる消費による効果、民間投資、政府支出としている。

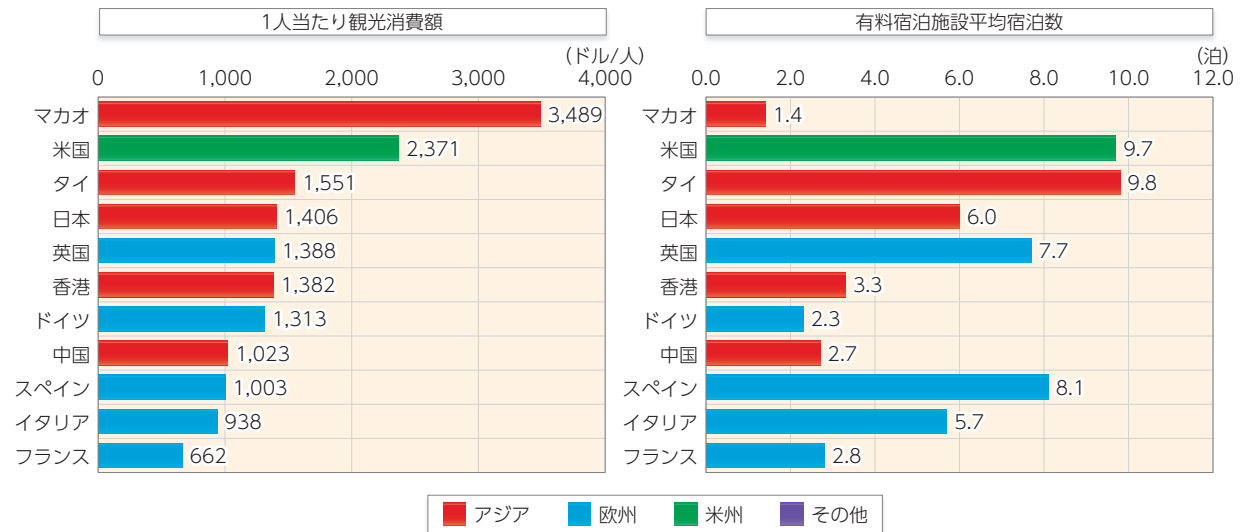
外国人旅行消費額の増加に向けた施策を検討するため、ここでは外国人旅行者の平均滞在日数、来訪者の居住国等を分析し、外国人旅行者の消費額の増加につながる施策の方向性を検討する。

1 平均滞在日数

国際観光収入額上位10カ国について、国際観光収入額を外国人旅行者数で除して「外国人旅行者1人当たり観光消費額」を算出してみると(図表Ⅱ-5)、短期滞在者のカジノによる消費が多いマカオ(国際観光収入額のうち賭博による収入が84%を占める¹³(2010年(平成22年)))を除くと、外国人1人当たり観光消費額は米国が最も大きくなっている。

外国人旅行者受入数上位10カ国と、国際観光収入額上位10カ国を比較すると、共通する国が多い(図表Ⅱ-2、Ⅱ-3)。他方、国際観光収入額上位10カ国について、外国人旅行者の1人当たり観光消費額と外国人旅行者の平均滞在日数(有料宿泊施設平均宿泊数。以下同じ。)を比較してみると、米国及びタイについては、1人当たり観光消費額と平均滞在日数がいずれも高くなっているのに対し、ドイツ、イタリア及びフランスは、1人当たり観光消費額と平均滞在日数がいずれも低くなっている。このように、平均滞在日数と1人当たり観光消費額との間には、ある程度相関関係があることから、国際観光収入を増加させていくためには、外国人旅行者数を伸ばすだけでなく、外国人旅行者の滞在日数を長くしていくことも重要である。我が国を訪問する外国人の平均滞在日数は6.0泊に留まっていることから、外国人が日本に長く滞在して旅行を楽しむ仕掛けを検討していく必要がある。

図表Ⅱ-5 外国人旅行者1人当たり観光消費額及び外国人旅行者の有料宿泊施設平均宿泊数(観光収入上位10カ国+日本)(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)「Compendium of Tourism Statistics」資料に基づき観光庁作成

注1：1人当たり観光消費額は国際観光収入÷外国人旅行者数で算出。

注2：国際観光収入には宿泊・日帰り旅行の両方による収入が含まれているが、国によって旅行者数に日帰りの旅行者が含まれていない場合がある。よって、国際観光収入に対して外国人旅行者数が少なくなるため、1人当たり旅行消費額は高くなることに注意が必要である。

注3：有料宿泊施設平均宿泊数の米国、中国、イタリアは2013年(平成25年)の数値。

注4：有料宿泊施設平均宿泊数の日本の数値は、「訪日外国人消費動向調査」の結果から、ホテル、旅館にのみ宿泊した旅行者の平均泊数を集計。

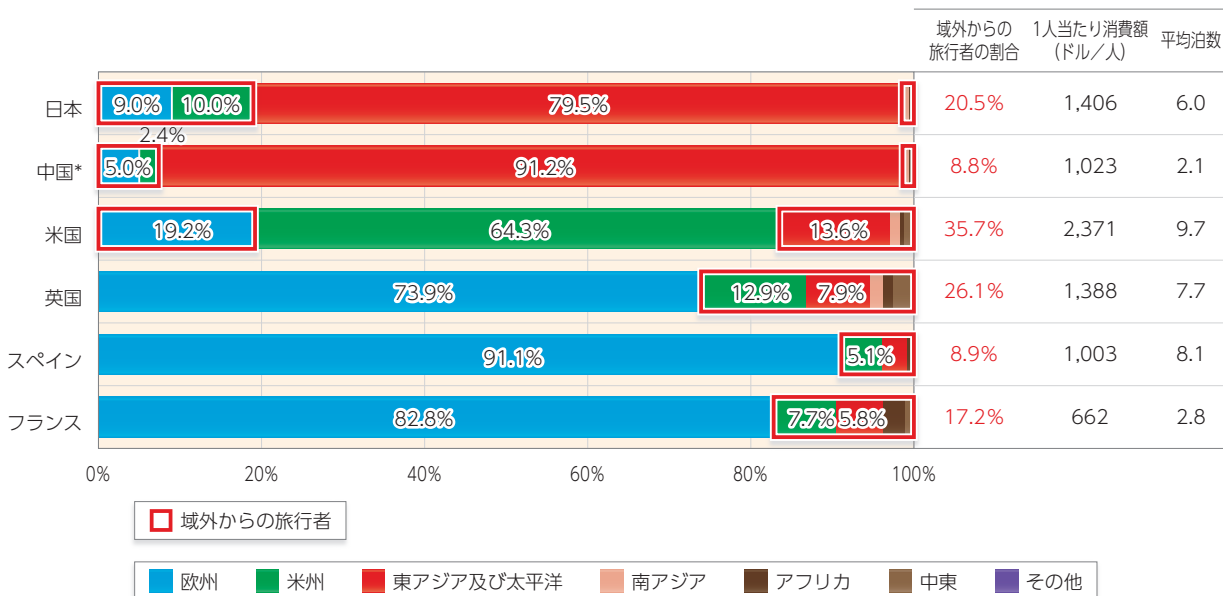
注5：有料宿泊施設平均宿泊数は、留学・ビジネスなどを含め、全ての旅行目的での旅行者を対象。

¹³ Statistics Census Service, Macau 「Tourism Satellite Account 2010」

2 来訪者の居住国

各国を訪問する外国人旅行者の居住地域については、主要国を見ると当該国と同じ域内からの旅行者が多いことは共通しているが、遠方からの外国人旅行者をどの程度取り込んでいるかは、国によって違いが見られる(図表Ⅱ-6)。

図表Ⅱ-6 主要国を訪問する外国人旅行者の地域別構成(2014年(平成26年))



資料：UNWTO「Compendium of Tourism Statistics」に基づき観光庁作成

注1：*中国のみ2013年(平成25年)の数値

各国の外国人旅行者の居住国又は国籍の地域別構成を見ると、いずれも域内からの旅行者が6割を超え、中国、スペインでは9割を超えている。

米国は域外からの旅行者の割合が35.7%で、遠方からのいわゆるロングホールの旅行者も多く取り込んでいることが分かる。遠方からの旅行者は、長期間滞在し、1回当たりの旅行消費額が高くなる傾向にあるため、遠方からの旅行者の割合が比較的高い米国の外国人旅行消費額は、フランスやスペインに比べて倍以上の金額となっている。フランス、スペイン、英国の欧州3カ国を比較すると、域外からの旅行者の割合が大きい英国(26.1%)は1人当たり消費額が高くなっている。

我が国の場合は、国籍・地域別来訪者数の上位3カ国・地域(中国・韓国・台湾)で全体の訪日外国人旅行者数の6割を超え、アジア以外からの訪日客は20.5%に留まっている。このため、遠方からの外国人旅行者をより多く取り込むための施策の検討も重要となる。

3 国家ブランド指数

民間調査会社が作成している「国家ブランド指数」¹⁴においては、各国が他国の人々からどのようなイメージで捉えられているかが調査されており、調査結果における項目別の順位を見ると、自国の強み・弱みを把握することができる。外国人が我が国に抱くイメージを知り、その評価を高めていくことは、新たな旅行者の呼び込みやリピーターの増加、旅行者の消費の拡大を図る上で重要であると考えられることから、強みをさらに伸ばしていくのみならず、順位が低く我が国が相対的に弱いとされる点を知り、改善することが必要である。

2015年(平成27年)の調査結果によると、日本の順位は総合で6位であるが、項目別の順位で上位に位置していたものは、以下のとおりであった(図表II-7)。

「生き生きとした都市の魅力があるか」 5位

「豊かな文化遺産があるか」 5位

「現代的で興味深い文化(音楽、映画、文学等)があるか」 6位

「その国の優秀な人材を雇いたいか」 5位

「その国の製品を買って満足できるか」 3位

「最先端のアイデア、新しい考え方を生み出すクリエイティブな場所か」 1位

一方、項目別の順位で比較的下位に位置していたものは、以下のとおりであった。

「予算を気にしなければ訪問したいか」 14位

「豊かな自然があるか」 16位

「優れたスポーツがあるか」 13位

「歓迎されていると感じられるか」 13位

「その国の人を身近な友達に欲しいか」 14位

「相当期間その国に住み、働きたいか」 18位

この調査は、回答者に訪日経験のない者も含まれていると思われるが、結果を見ると、我が国は、都市や文化、人材、製品などについての評価が高い一方、自然、スポーツなどについての評価が相対的に低く、さらに、日本人の長所であるとされる「歓迎」や「おもてなし」についても、他国の人々からは必ずしも評価されていないことが分かる。

評価の高い項目は、一般に知られている日本や日本人のイメージが評価されているものと考えられる。例えば「都市の魅力」、「文化遺産」、「現代的で興味深い文化」といった項目の評価が高いこと背景には、東京、大阪等の大都市や京都等の主要観光地が国際的にも認知されていることがあるものと思われる。

訪日外国人旅行者の訪問先が、このようないわゆるゴールデンルートに集中している一方で、地

14 国家ブランド指数とは、世界各国の評価を表すための指標であり、様々な調査主体が調査・公表を行っているが、ここでは、サイモン・アンホルト氏が考案し、米国の調査会社GfKと共同で毎年実施している国家ブランド評価である「アンホルトGfKローパー国家ブランド指数」を使用した。インターネットを通じて、各国の「文化」、「国民性」、「観光」、「輸出」、「統治」、「移住・投資」の6つの側面に関する質問への回答をまとめ、50カ国の順位を決定するものであり、2015年(平成27年)調査の上位は、①米国、②ドイツ、③英国、④フランス、⑤カナダ、⑥日本、⑦イタリア、⑧スイス、⑨豪州、⑩スウェーデンであった。

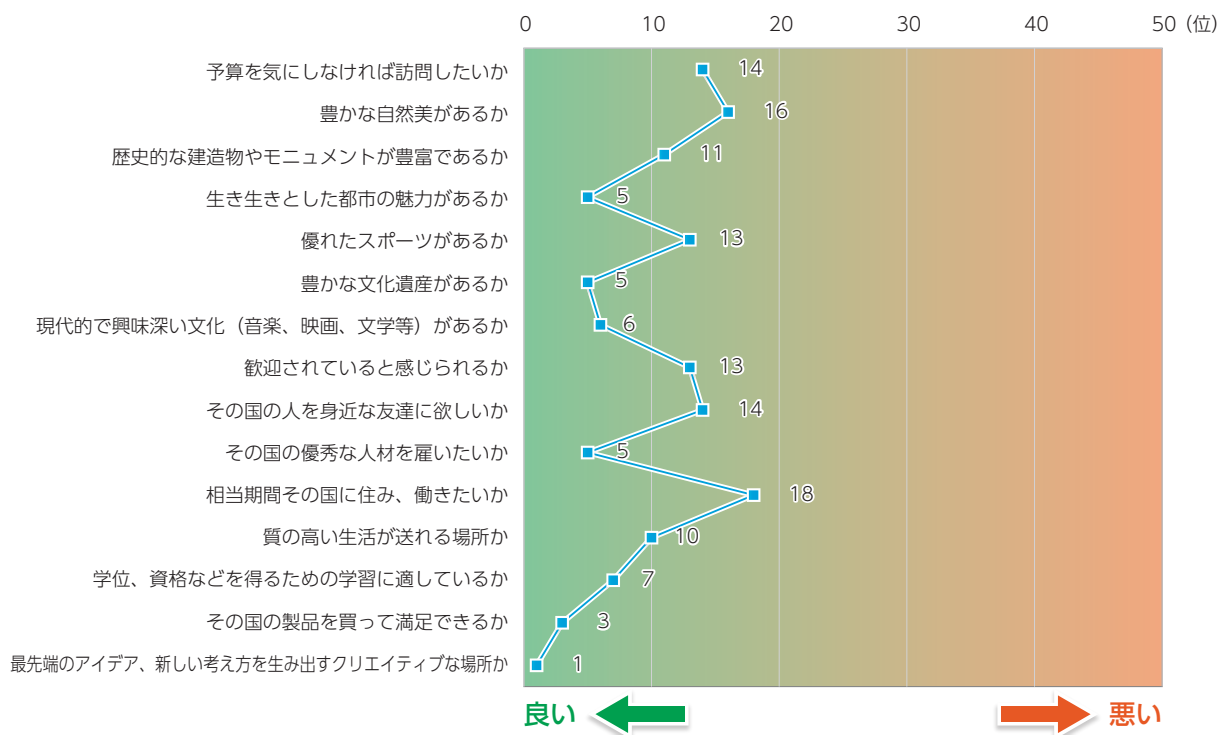
方に広がる「豊かな自然」などの魅力についてはあまり知られていない。また、世界トップクラスの競技の観戦という点では欧米の方が優位にあるとは言え、我が国でも体験型の観光として楽しむことのできるスポーツは多いにもかかわらず、そうした情報があまり発信されていないため、この分野の評価が低くなっているものと考えられる。自然が豊かで多様な観光資源のある地方や、体験型のアクティビティなど、海外でまだあまり知られていない日本の魅力について、今後一層情報発信し、その魅力をさらに磨き上げていくことにより、訪日外国人旅行者の満足度を上げ、国家ブランドも向上させていくことができる。

国家ブランド指数を見ると、我が国が強みと感ずる部分が多く評価されていないものもある。多くの日本人は、「おもてなし」を強みと考えがちであるが、「歓迎されていると感じられるか」、「友達に欲しいか」、「住み、働きたいか」といった項目の評価は相対的に低くなっている。

他方で、2012年(平成24年)に観光庁に設置された「『普遍的な日本の魅力』の再構築・発見に関する検討会」において、世界に誇る訪日観光の価値・魅力とは何かについて、外国人の参加も得て議論を行った際、日本の普遍的な魅力は「日本人」そのものであるとの指摘がなされている。また、観光庁が毎年実施している「訪日外国人消費動向調査」では、レジャー又は商用のどちらで訪日した外国人旅行者も、訪日旅行に対する満足度は毎年高く、9割以上の旅行者が「大変満足」又は「満足」と回答している。

こうしたことから、実際に日本を訪れて日本をよく知っている外国人等は、日本や日本人を魅力的と思うのに対して、あまり日本を知らない層は、日本人に対して距離感を感じているものと思われる。今後、多くの外国人旅行者を我が国に呼び込み、日本の魅力や日本人の魅力に深く触れていただくためには、こうした層にもアプローチしていくことが求められる。我が国が、親しまれ、信頼できる国としてのソフトパワーを向上させていくことは、観光立国を実現していく上でも有効である。このように、国家ブランド指数などの海外からの評価は、我が国を訪問する外国人にとってのサービスの質の向上や受入環境整備を図っていく上で、どのような分野に重点を置くべきかのヒントを提供している。

図表Ⅱ-7 日本の国家ブランド指数(各項目別の日本の順位(50カ国中))(2015年(平成27年))



第2章 「世界が訪れたくなる日本」の実現に向けた課題と対応

今後、我が国が「世界が訪れたくなる日本」という新たなステージへと進んでいくためには、訪日外国人旅行者数を増やすのみならず、旅行者の滞在日数を伸ばし、消費額を増大させるとともに、旅行者の満足度を高め、リピーターを増やしていく施策が必要となる。そのためには、我が国の豊富で多様な観光資源を磨き上げてさらに活用するとともに、観光産業を国際競争力のある我が国の基幹産業へと成長させ、すべての旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できる環境を整備するなど、質の高い観光交流を加速させていくための施策を総合的に講じていくことが求められる。

そこで、本章においては、我が国の観光資源、観光産業及び受入環境等を取り巻く課題を明らかにするとともに、世界各国における関連施策等の分析を交えつつ、今後目指すべき方向性を検討する。

第1節 質の高い観光資源づくりに向けて

我が国は、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な4つの条件を兼ね備えた、世界でも数少ない国の一つであり、観光分野がさらに成長していくポテンシャルを有している。しかしながら、これらの豊富な資源は全国に素材としては存在しているものの、観光資源として磨き上げる努力なしには、ポテンシャルを発揮することはできない。観光資源を真に開花させることにより、裾野の広い観光を一億総活躍の場とすることが可能となるが、そのためには、まず、我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていく必要がある。

しかしながら、我が国の現状を見ると、観光資源を磨き上げる努力や、その価値を分かりやすく伝えていく努力が不足している面が多い。日本各地に存在する文化財は、保存の努力が続けられているが、それらは貴重な観光資源でもあり、保存のみならず、その価値を分かりやすく伝えて活用していく取組が課題であると考えられる。そのためには、専門家ではない観光客にとっても理解しやすい表記や、多言語表記などの対応をさらに進めていく必要もある。自然資源についても、保護のための施策は不可欠であるが、旅行者の視点に立った環境整備を行っていく必要がある。また、景観の整備を進めることにより、地域の資源を観光資源として活用していくことが可能となる。

世界各国においては、文化財や自然資源について、観光客向けの活用の仕方や案内表記の仕方などを、旅行者の視点に立って工夫している事例がある。また、景観を保護しつつ積極的に観光に活用するための取組なども行われている。

事例 文化財の観光資源としての活用 ～パラドール(スペイン)、ストーンヘンジ(英国)～

a) パラドール(スペイン)

スペインには、古城や史跡、修道院等を一流ホテルとして整備した国営のホテルチェーン「パラドール」がある。パラドールは文化財の保護・保全を行う責任を担っており、宿泊業で得た収益は文化財の修復に充てている。文化財の中に宿泊することのできるパラドールは、利用者にとって特別な空間であり、多くの旅行者に喜ばれている。全94軒の宿泊施設を運営しており¹⁵、2014年の年間の宿泊客数121万人の36%を外国人旅行者が占めている¹⁶。パラドールは、規模や設備、サービスに応じて施設ごとに5段階の評価をしており、宿泊客向けに「ローマ時代散策」、「修道院散策」など周辺地域の観光案内とセットにしたプランでの販売もパラドールが自ら行っている。

地方部で十分な保護がなされていない文化財をパラドールが宿泊施設として活用することによって、文化財の保全・保護が可能となるだけでなく、地方への観光客も増加し、地域経済の活性化、雇用の創出につながっている(図表Ⅱ-8)。

図表Ⅱ-8 古城を改築したホテル



資料：スペイン政府観光局 (<http://www.parador.es/es>)

15 Parador ウェブサイト (<http://www.parador.es/>) (2016年(平成28年)5月2日時点)

16 Parador, "PRESS PACK2015"

b) ストーンヘンジ (英国)

英国イングランド地方の歴史的建造物、記念碑、遺跡は、1882年(明治15年)の古代記念物保護法の制定により保護・保全が始まり、現在は1983年(昭和58年)に創設されたイングリッシュ・ヘリテージにより管理されている。英国においては、単に史跡を保護するだけでなく、歴史を伝えるということも重要視されており、イングリッシュ・ヘリテージは、訪問客に対して感動を与える体験を作り出すために、説明や表示、訪問者向けプログラム等に工夫を施している。

イングリッシュ・ヘリテージが管理している英国の主要な観光資源の一つであるストーンヘンジでは、2013年(平成25年)末に新たなビジターセンターと博物館が建設された。それ以前は、ストーンヘンジ周辺には1960年代に設けられた仮設のトイレや小さな売店・カフェがあるのみだったが、2,700万ポンド(約44億円)の費用を投じて施設整備された¹⁷。ビジターセンターは、遺跡周辺の景観を損ねないように、ストーンヘンジから2.4 km離れた場所に建設されている。また、ビジターセンターは周囲の景色になじむよう、デザインにも工夫がなされている。

博物館には300近くの考古学の展示品に加え、最先端のオーディオビジュアル技術を組み合わせることでストーンヘンジの巨石、周辺の景観や人々、それらの持つ意義について学ぶことができる。また、ビジターセンターでは英語の音声ガイドをスマートフォンのアプリで提供するとともに、英語、フランス語、イタリア語、スペイン語、ドイツ語、日本語、中国語、ロシア語、オランダ語、ポーランド語の10カ国語の音声ガイド端末を有料で貸し出しており、各所に立てられた英語の解説看板とともに、訪問者の遺跡見学をより充実させている(図表II-9)。

図表II-9 | ストーンヘンジ及びビジターセンター



資料：Visit Britain Media Center(<http://media.visitbritain.com/>)

¹⁷ The Guardian 紙2013年(平成25年)12月17日付記事(<http://www.theguardian.com/culture/2013/dec/17/stonehenge-visitor-centre-opens-english-heritage>)

事例 自然公園の観光資源としての活用 ～国立公園(米国)～

米国は、1872年(明治5年)に世界で最初に国立公園法を制定した。その後1916年(大正5年)には、景観や自然、史跡、野生生物を保存・保護し、国立公園を楽しむことができるようにするため、法律により国立公園局が創設された。自然保護運動発祥の地でもある米国の国立公園は、全米で約50箇所あり、訪米外国人旅行者の34.2%が国立公園・国定記念物を訪問したと回答している(2014年(平成26年))¹⁸ことから分かるように、国立公園は米国にとって重要な観光資源となっている。米国では、利用者が国立公園を十分に活用できるよう、レジャー施設整備、年間パスポートの発行等、多様な取組を行っている。

米国の2015年(平成27年)の国立公園来場者数は3億人を超え過去最高となった。全米で最も古い国立公園であるイエローストーン国立公園は、2015年(平成27年)には410万人が来訪した。地区内に3箇所ある宿泊施設ではホテルや自然に調和するコテージタイプなど、需要に合わせて様々なタイプのものを用意している。間欠泉のあるオールドフェイスフル地区には、国立公園来訪者のためのレジャー施設やビジターセンターが集約されており、観光に活用する区域と保護すべき区域とを明確に分け、自然に対する配慮がなされている。また、間欠泉に近接したホテル、公園内のキャンプエリア、野生動物をすぐ近くで観察できるツアーの提供など、自然に直接触れられるコンテンツを充実させている。

このように、米国の国立公園は、公園内の資源保護に配慮しつつ、来訪者が滞在できる施設を用意したり、来訪者のニーズに合わせた学習ツールやツアーを提供したりすることにより、様々な楽しみ方ができる工夫が施されている(図表Ⅱ-10)。

図表Ⅱ-10 イエローストーン国立公園のガイドツアー



資料：National Park Service (<https://www.nps.gov/index.htm>)

米国の国外向けプロモーションを実施しているBrandUSAは、近年自然に焦点を当てた観光プロモーションに注力しており、今後の継続的なプロモーションにより更なる来場者数増加を見込んでいる。また、2015年(平成27年)に「素晴らしきアウトドア」と題したプロモーションウェブサイトを開設し、多くの国立公園などについて7カ国語で紹介している。

18 National Travel and Tourism Office (米国商務省), "Profile of Overseas Travelers to the United States : 2014 Inbound"

事例 美しい農山漁村の景観の保全・活用 ～フランスの最も美しい村(フランス)～

フランスを訪問する外国人旅行者の主な宿泊地は、首都パリが位置するイル・ド・フランス地域が全宿泊数の27.9%、第2の都市マルセイユが位置するプロヴァンス・アルプ・コートダジュールが17.2%で、この2地域で全体の5割近くを占める(図表Ⅱ-11)。フランス政府は各地域の多様な魅力を発信し、国内の旅行先を多様化することにより国全体の旅行者の増加を目指しており、その一つとして、地方部の美しい農山漁村を観光資源として活用している。

図表Ⅱ-11 フランスの外国人旅行者の宿泊数の地域別構成(2014年)

順位	地域名	主要都市	宿泊数割合
1	イル・ド・フランス	パリ	27.9%
2	プロヴァンス・アルプ・コートダジュール	マルセイユ	17.2%
3	ローヌ・アルプ	リヨン	9.7%
4	ラングドック・ルシヨン	モンペリエ	6.6%
5	アキテーヌ	ポルドー	6.2%
6	ミディ・ピレネー	トゥールーズ	5.6%
7	ブルターニュ	レンヌ	3.2%
8	ブルゴーニュ	ディジョン	3.1%
9	ポワトゥー・シャラント	ポワティエ	2.2%
10	サントル	オルレアン	2.1%
	その他	—	16.3%

資料：DGE(Direction générale des entreprises, フランス) 資料より観光庁作成

注1：宿泊数割合はフランス全体の宿泊数に占める各地域の宿泊数の割合を示す。

農山漁村を観光資源として活用する事例としては、小規模農村の保護と観光資源化を目的として1982年(昭和57年)に発足した「フランスの最も美しい村協会(Les plus beaux villages de France)」の取組が世界的に有名である。本協会は、153村を「フランスの最も美しい村」として認定し、認定された村は、ミシュラン社が発行する専用マップに掲載されるほか、旅行会社が企画するツアーに組み込まれており、観光資源として活用されている。認定は、人口2,000人以下の規模で、2つ以上の保護地域又は遺跡を有し、村議会の賛成が得られていることが申請要件となっており、さらに、審査員による厳しい現地調査と品質委員による審査が行われ、初回認定後も5年ごとに再審査を行うことで品質を維持している。

この協会は、素晴らしい村々の傑出した遺産を保護し発展させるために、活力と熱意を結集させ地方に過疎とは別の進むべき道を用意しようという首長らによって発足した。地方の村はこの協会の認証を得て協会に加盟することにより、村の遺産の質を維持・向上させ、観光を中心とした地域づくりを進めている。美しい農山漁村の景観を保全・活用することにより、地域づくりへと発展させている事例である。

図表Ⅱ-12 フランスの最も美しい村“リクヴィル村”



資料：一般社団法人日本旅行業協会(撮影者：若月伸一氏)

例：リクヴィル村(Riquewihr)

アルザス地域、ライン川上流に位置する人口約1,200人の村。年間100万人以上の観光客が訪れる(図表Ⅱ-12)。

我が国の目指すべき方向 ～観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に～

世界各国の事例を見ると、文化財、自然資源、景観を保護・保存する努力を行うとともに、単にそれだけでなく、宿泊施設等に積極的に活用したり、観光客が理解し体験しやすくなるような環境整備を進めたりすることにより、多くの観光客を迎え、旅行消費を増やす工夫を施している。

我が国においても、魅力ある公的施設を国民及び世界に向けて開放し、従来は「保存優先」だった文化財についても、観光客の目線で理解を促進させるため、観光拠点の整備や多言語解説など文化財の活用に向けて集中的な支援を強化していく必要がある。自然資源の活用においても、国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」として、観光客が世界中から休暇を過ごしに来るような上質感あふれる空間へと変革させるために、滞在アクティビティの充実化などを進める必要がある。また、地域にある文化財や自然などは、海外からの観光客を呼び込むための貴重な観光資源として育てることが可能であり、我が国においても、観光地の景観整備を進めるなど、観光地の魅力を極めていくことが課題である。

第2節 質の高い観光サービスを支える観光産業の革新

前節では、観光の質を向上させるための方策として、文化財や国立公園などの観光資源の魅力向上と活用についての課題を述べた。一方、旅行者に質の高いサービスを提供するためには、併せて観光を支える産業の品質向上にも取り組み、生産性の高い国際競争力のある産業へと変革していく必要がある。

しかしながら、我が国の観光産業についても、いくつかの課題が指摘されている。宿泊業、旅行業など伝統的な観光産業は、国内旅行では少子高齢化や人口減少、海外旅行ではテロや若年層の内向き志向等の幾つかの成長を妨げる要因を抱えており、インバウンド市場の急速な拡大や国内外の旅行者のニーズの多様化などに必ずしも応えられていない面がある。人材という面でも、我が国の観光産業はトップレベルの経営者から地域の実践的な観光人材まで、時代とともに変化している市場やニーズに対応した人材を育成する仕組みが十分に構築されていない。地域においては、多様な関係者を巻き込んだ観光地域づくりの取組が行われておらず、データに基づくマーケティングやプロモーションができていないため、観光資源の有効活用による消費拡大に必ずしもつながっていない。さらに、欧米豪のように我が国で長期に滞在する傾向にある市場や海外の富裕層に対し、魅力的な旅行先としての日本の認知度を上げていくことも課題である。

本節では、こうした我が国の観光産業の抱える課題を分析し、今後目指すべき方向性について検討する。

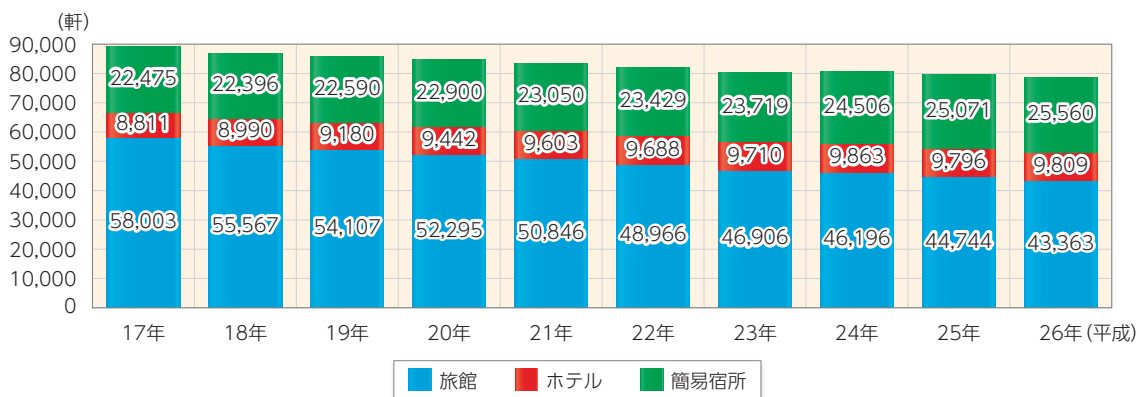
1 宿泊業

(1) 宿泊業の抱える課題と今後の方向性

我が国の宿泊産業は、約8万施設(2014年(平成26年)3月時点で7万9,519施設)、従業員数は約57万人を数え、2.84兆円の市場規模となっている。延べ宿泊者数は、訪日外国人旅行者の急増もあって2015年(平成27年)は5億545万人泊と、初めて5億人泊を超えたところである(うち外国人の延べ宿泊者数は6,637万人泊)。

好調なインバウンドの牽引により、延べ宿泊者数は引き続き増加が見込まれる一方、宿泊業は全体が好調な状況とはなっていない。施設数で見ると、最近10年間(2005年(平成17年)～2014年(平成26年))で、ホテルは11%、簡易宿所¹⁹は14%増加しているが、旅館は25%減少しており、訪日外国人旅行者数が伸びた2014年(平成26年)においても、3%減少している(図表II-13)。この傾向

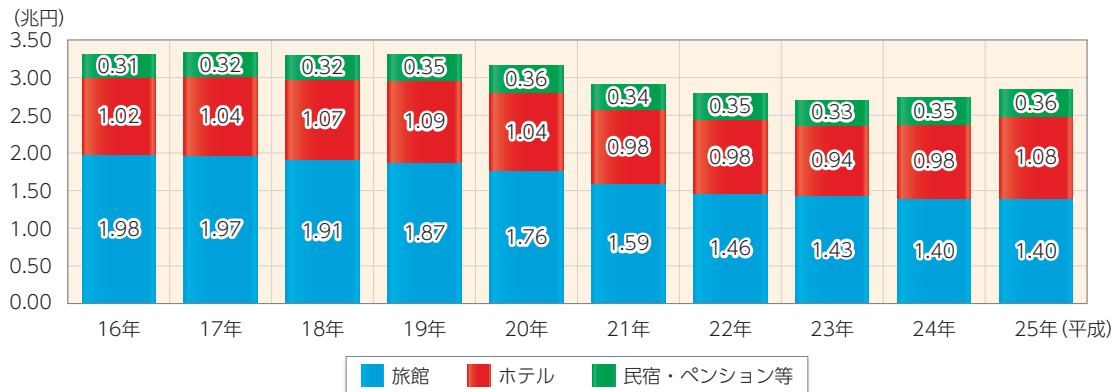
図表II-13 主な宿泊施設数の推移



資料：厚生労働省「衛生行政報告例」に基づき観光庁作成

¹⁹ 簡易宿所とは、「旅館業法」(昭和23年法律第138号)に定める延床面積33㎡以上(ただし、宿泊者が10人未満の場合は、3.3㎡以上×宿泊人数)を営業許可の要件とした、ホテルや旅館より比較的簡易な宿泊施設である。

図表Ⅱ-14 宿泊業の市場規模



資料：レジャー白書2014(公益財団法人日本生産性本部編)に基づき観光庁作成

は、事業者数、市場規模(収入ベース)でも同様である(図表Ⅱ-14)。

さらに、客室稼働率で見ると、訪日外国人旅行者数の増加に伴い、ホテルの稼働率は上昇し、2015年(平成27年)はシティホテルで79.9%、ビジネスホテルで75.1%となり、特に大都市圏においては高い稼働率が続いて予約が取りにくい状況となっている。これに対し、旅館は37.8%にとどまり、特に地方部の旅館の客室稼働率は低迷している²⁰(図表Ⅱ-15)。

月別の客室稼働率で見ると、2015年(平成27年)は、シティホテルでは8月が85.2%で最高となり、最低の1月でも67.8%となっている。一方、旅館では最高の8月でも51.6%であり、最低の4月では32.5%と低迷し、いずれもシティホテルを大きく下回っている(図表Ⅱ-15~18)。このため、稼働率が依然として低い旅館の利用を促進していくことが必要である。

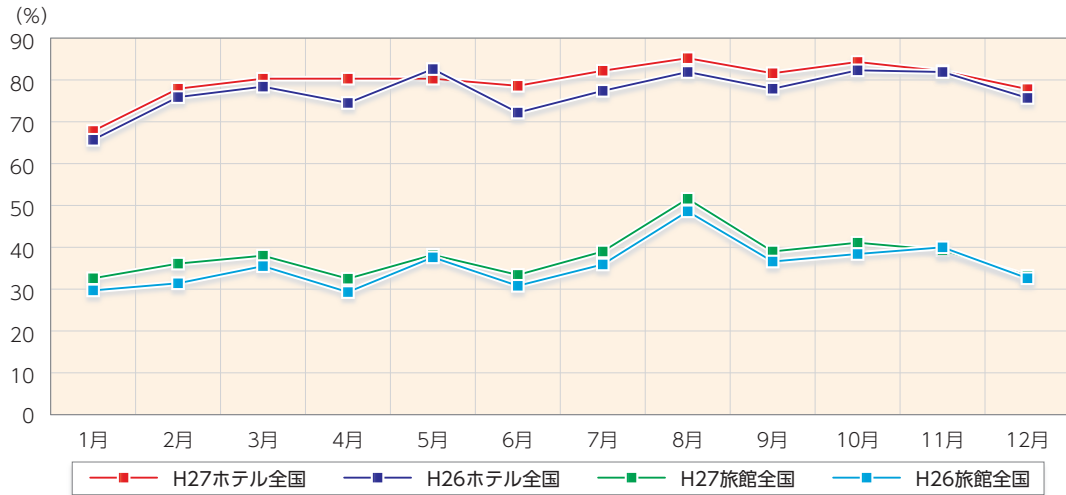
図表Ⅱ-15 ホテル・旅館における客室稼働率(全国平均/2015年(平成27年))

	年間値	最も高かった月	最も低かった月
シティホテル	79.9%	85.2%(8月)	67.8%(1月)
ビジネスホテル	75.1%	80.7%(8月)	64.8%(1月)
旅館	37.8%	51.6%(8月)	32.5%(4月)

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

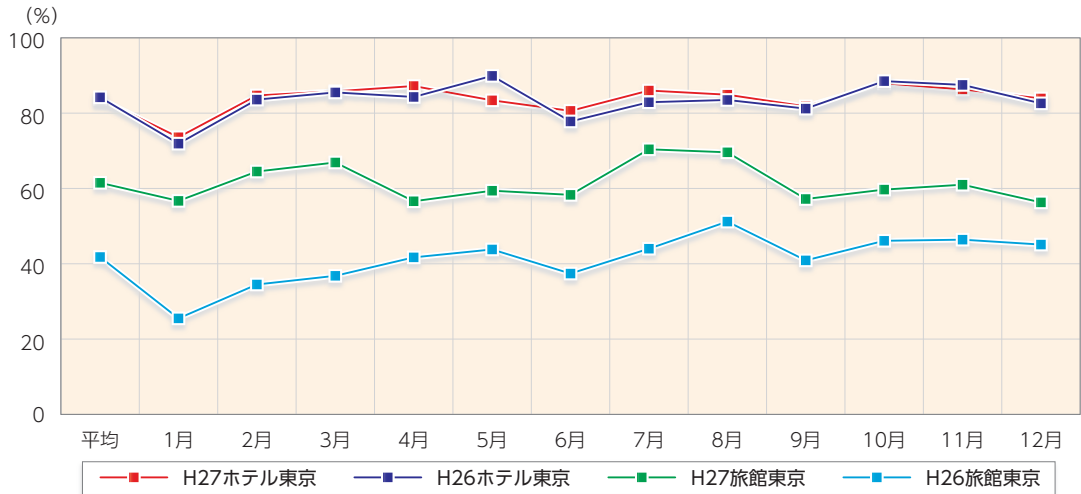
²⁰ 旅館はホテルと比べて1部屋当たりの定員が多く、1部屋当たりの平均宿泊者数(延べ宿泊者数÷利用客室数)は、旅館が2.47人であるのに対し、シティホテルは1.54人となるなど、ホテルよりも1部屋当たりの利用人数が多いことに留意する必要がある(2015年(平成27年)宿泊旅行統計調査(観光庁)より)。

図表Ⅱ-16 【全国】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移（過去2カ年）



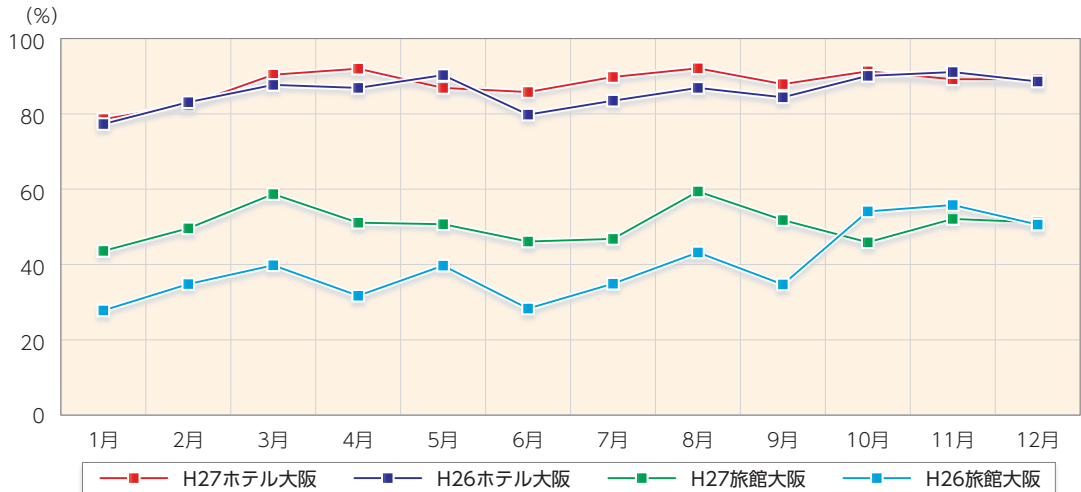
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表Ⅱ-17 【東京】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移（過去2カ年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表Ⅱ-18 【大阪】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移（過去2カ年）

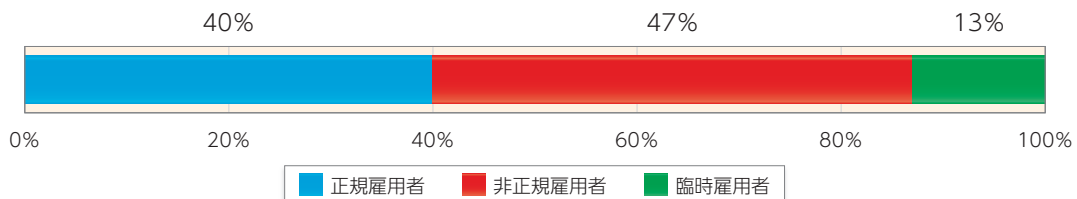


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

これらの調査結果から、訪日外国人旅行者数の急増の受け皿は主にホテルが担っており、旅館は十分に取り込むことができていないことが分かる。その結果、ホテルは各国独自の休暇期間を利用した旅行者の来訪により年間を通して一定の需要があるが、旅館は日本人の多くが休暇を取得する夏期等に多客期が限られる。

宿泊業のうち多数を占める旅館²¹がこのような需要構造となっていることから、旅館・ホテルの正規雇用・非正規雇用等の分布をみると、正規雇用が4割に過ぎず、非正規雇用や臨時雇用が6割を占めており(図表Ⅱ-19)、労働者から見て、必ずしも魅力ある業種とはなっていない。これに加え、繁忙期には労働力不足の問題も生じている。

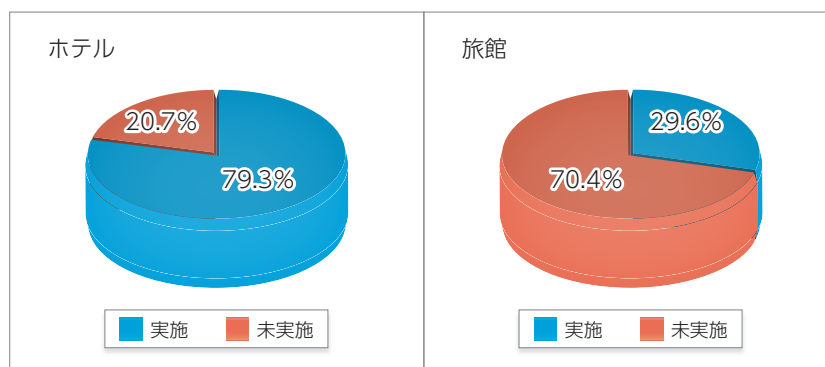
図表Ⅱ-19 旅館・ホテルにおける正規雇用・非正規雇用の分布



資料：総務省、経済産業省「平成24年 経済センサス・活動調査」に基づき観光庁作成

また、効率的な経営のためには、宿泊部門や飲食部門などの部門別の収支状況等を把握する管理会計が必要不可欠であるが、多くの旅館ではいまだ導入されていないのが実情である(図表Ⅱ-20)。さらに集客、マーケティングの面で見ると、訪日外国人旅行者の受入れに向けた何らかの取組を実施している宿泊施設の割合が2割未満であり(図表Ⅱ-21)、取組を実施している事業者の中でも、ホームページの英語化は約5割にとどまる(図表Ⅱ-22)。国内旅行についても、個人客の取り込みに向けた情報発信、ターゲットの絞り込みが必要とされている。

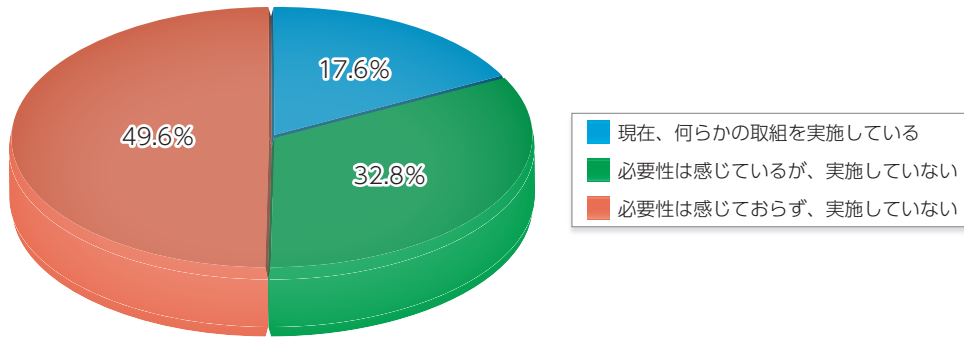
図表Ⅱ-20 宿泊部門と飲食部門の区分会計実施状況



資料：早稲田大学 サービス・リエンジニアリング研究会 ホテル/旅館産業の動向に関する実態調査(2013年(平成25年))に基づき観光庁作成

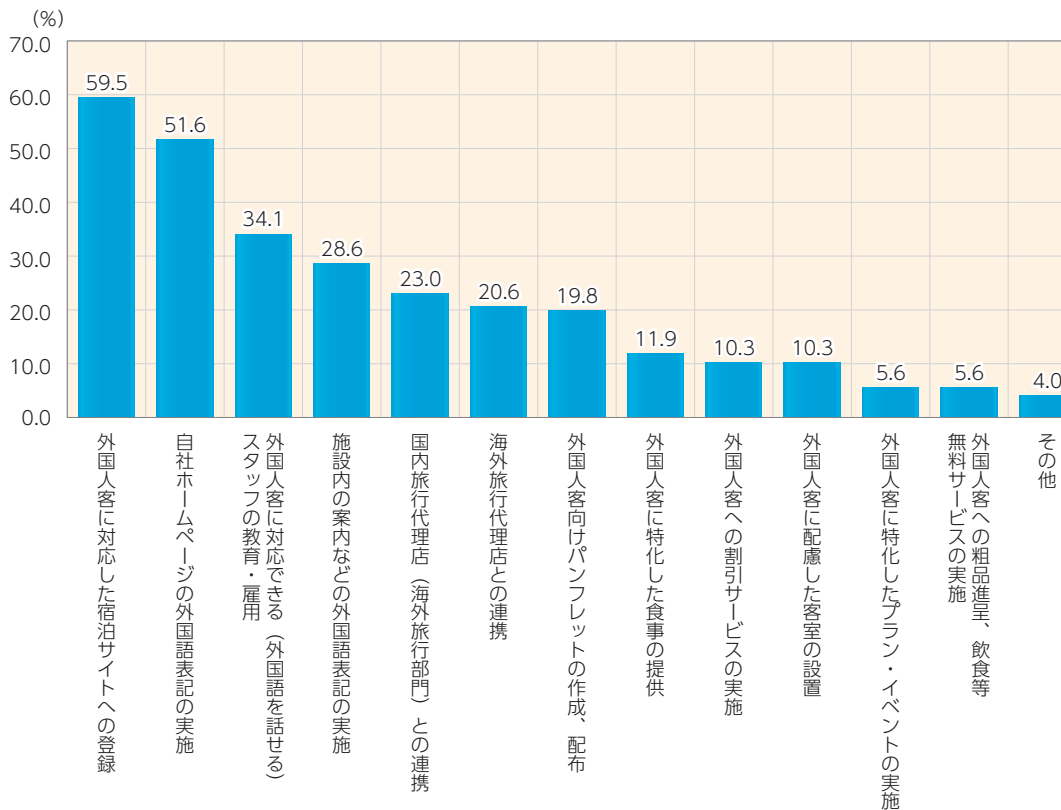
²¹ 厚生労働省ホームページによると、2014年(平成26年)3月末現在の旅館業の営業許可施設数は、7万9,519施設であり、うち、ホテル営業施設数は9,809施設、旅館営業施設数は4万3,363施設、簡易宿所数は2万5,560施設である。

図表Ⅱ-21 外国人受入に向けた取組の実施状況



資料：日本政策金融公庫「国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査」(2013年(平成25年))に基づき観光庁作成

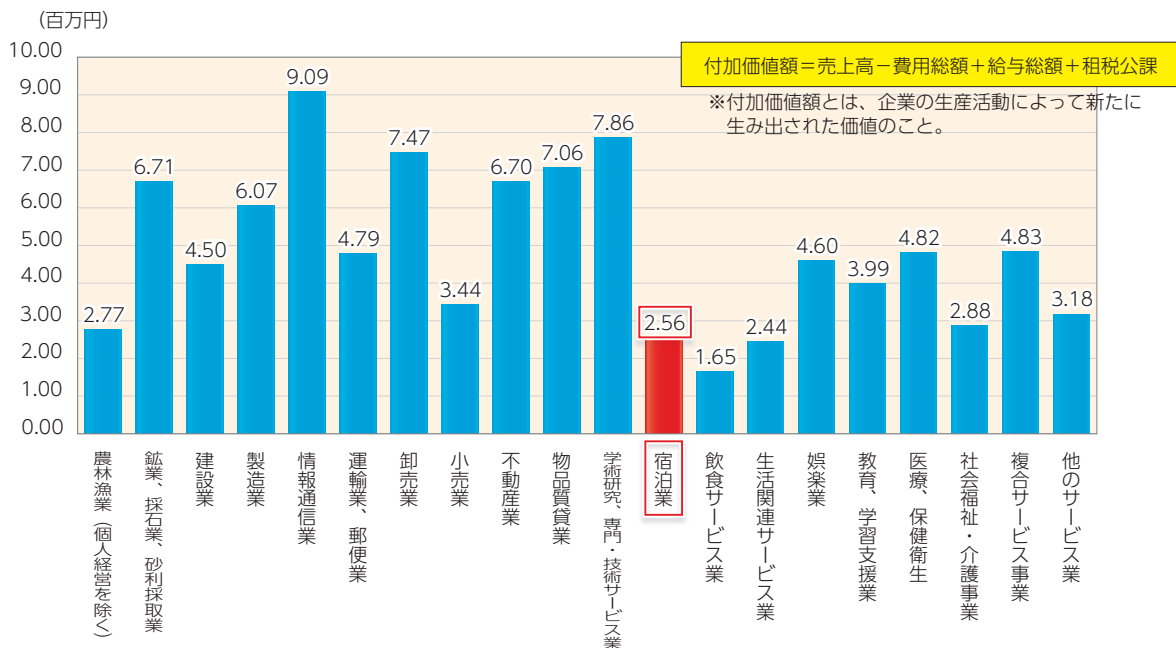
図表Ⅱ-22 外国人受入に向けた取組(17.6%)の中の具体的内容(複数回答)



資料：日本政策金融公庫「国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査」(2013年(平成25年))に基づき観光庁作成

旅館が多数を占める宿泊業の生産性は、国内の他の産業と比べて低く、代表的な低生産性産業となっている(図表Ⅱ-23)。宿泊業は、特に旅館が人手をかけた丁寧な接客サービスを売りにする業態であることや、需要が夏季等に集中することの裏返しとして長期にわたる閑散期が存在することなど、構造的に生産性が低くなりやすい業界ではあるものの、バックオフィスなど、接客と直接かわからない部門を中心として、ICT化や自動化、マルチタスク化等により生産性を向上させていくことは十分に期待できる。このような取組によって生産性の向上を図り、繁忙期における労働力不足の緩和や労働条件の改善を進め、宿泊業が旅行者に質の高いサービスを提供できるようにしていくことが重要である。

図表Ⅱ-23 労働者1人当たり付加価値額(労働生産性)



資料：総務省統計局統計トピックスNo.73
 経済センサスと経営指標を用いた産業間比較 - 平成24年経済センサス・活動調査の分析事例①〔経理項目〕 - 図表2-1 従業員1人当たり付加価値額(労働生産性)
 (<http://www.stat.go.jp/data/e-census/topics/topi730.htm>)

このように、旅館をはじめとする宿泊業は様々な課題を抱えているが、宿泊業の変革は、観光地の活性化、地域の雇用創出の重要な鍵であり、幾つかの成功事例(ベストプラクティス)も参考に、成功モデルを多く創出していくことが重要である。

事例 マルチタスク化による生産性向上・事業拡大 ～越後湯澤 HATAGO井仙(新潟県)～

越後湯澤 HATAGO井仙(新潟県)では、宿泊部門・飲食部門・販売部門を明確に区分けした損益管理を実施するとともに、全従業員を対象とした年間8日間のサービス研修等により、多能工化を積極的に推進している。また、接客業務のオフの時間帯を活用し、製菓事業等の新たな業務領域を開拓した。

その結果、取組開始の翌年度(2006年度(平成18年度))に黒字転換を果たした。また、従業員を5割強増やす(20人→32人)とともに、平均賃金が1.2倍に上昇した。

事例 業務一元化によるコスト削減 ～一の湯グループ(神奈川県)～

一の湯グループ(神奈川県)では、会計管理の徹底、目標原価率の設定(原価率17%、粗利率83%)、グループ8館の予約受付・経理・仕入・調理業務の一元化等による経費削減や、客室冷蔵庫の廃止、部屋食の廃止等のサービス見直しによる経費削減に取り組んだ。

その結果、人時生産性(従業員1人が1時間あたりに稼ぐ粗利益)が1,700円から5,000円に上昇し、従業員の平均賃金も神奈川県全産業平均賃金まで到達した。

事例 外国人旅行者の積極的な取り込み ～旅館わかば(熊本県)～

旅館わかば(熊本県)では、観光庁が2013年度(平成25年度)に実施した人材育成プログラムへの参加を機に、ウェブサイトの見直しや、スタッフ向けの英会話教室の実施、英語メニュー

やマップの作成等を行い、外国人旅行者の積極的な受入れに取り組んだ。

その結果、2014年(平成26年)1～9月における外国人宿泊者数は前年同期比で4倍に増加し、売上は20%増加した。

事例 団体客から個人客へのシフトによるサービスの品質向上 ～時音の宿 湯主一條(宮城県)～

時音の宿 湯主一條(宮城県)では、団体客の減少傾向を受け、サービス品質を向上させて高級旅館として個人客を取り込むこととした。食材の仕入・在庫管理及び備品管理の徹底により、経費を削減した。また、時差出退勤、休憩時間の分散による労働力配分の効率化も実施した。

その結果、サービスの質を向上させながらも、食材仕入原価を10%引き下げ、増収増益を達成し、従業員の賃金は1.5倍に上昇した。

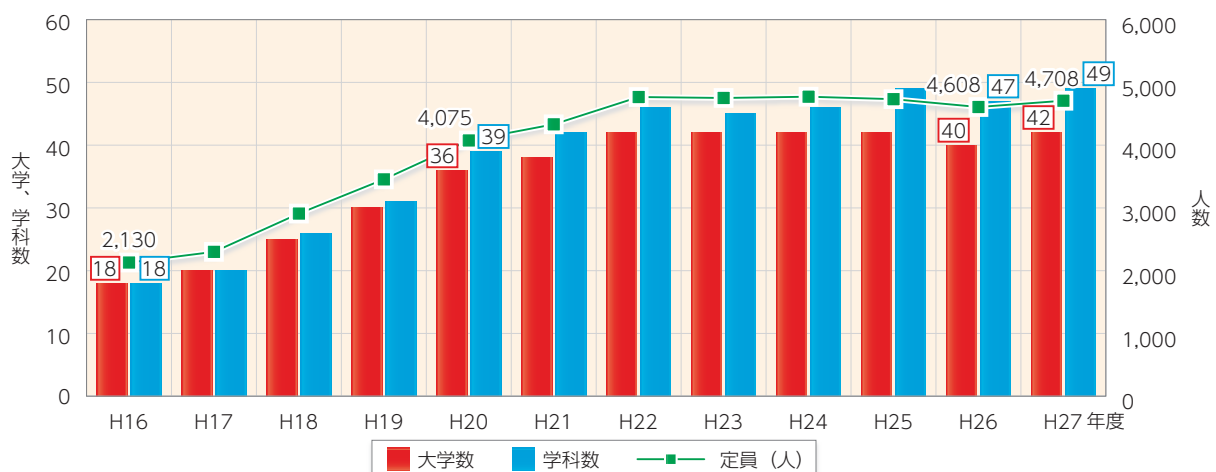
(2) 人材育成

宿泊業の変革を進めていくためには、訪日外国人旅行者の受入環境の整備や、マーケティング、経営高度化等の課題に適切に対応できる経営者、従業員等の人材育成が急務であり、これは、地域での観光地経営など、観光産業全体についての課題でもある。

トップレベルの観光経営を担う人材を育成する大学院、地域観光の中核を担う人材を育成する大学観光学部、即戦力となる地域の実践的な観光人材を育成する専修学校等といった3層構造により、観光産業の担い手を育成していくことが求められる。しかしながら、我が国では、トップレベルの経営者から地域の実践的な観光人材まで、必要な人材を輩出するプログラムが不十分である。

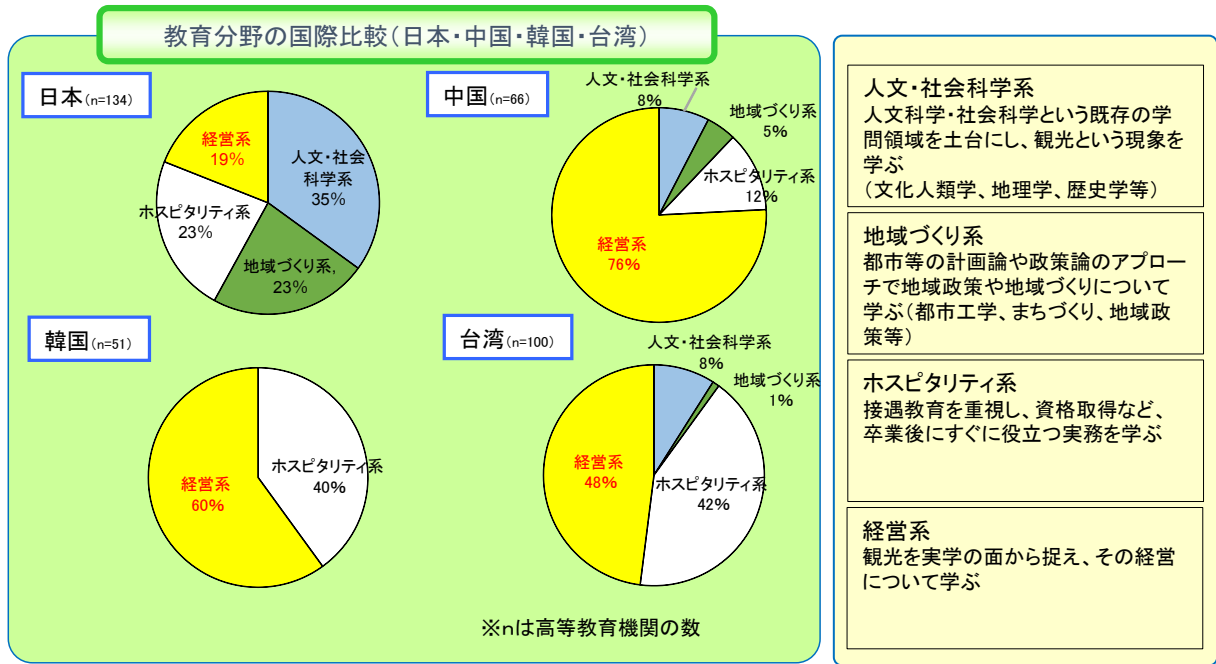
我が国の大学の観光系学部・学科については、学部数、学科数、定員数は、いずれも頭打ちの傾向が見られる(図表Ⅱ-24)。また、卒業生の進路で見ると、観光関連産業への就職率は16.7%(2014年度(平成26年度)観光庁調査)に低迷している。このような傾向は、我が国の大学のカリキュラムが海外の観光系の大学等とは異なり、人文科学、社会科学を中心としたもの等が多く、経営人材の育成など、観光産業界が求める人材を輩出するという観点で見ると十分ではないこと(図表Ⅱ-25)が一因と考えられ、観光産業界が求める人材ニーズを把握し、産学連携により、「高等教育機関」として体系的なカリキュラムを構築していく必要がある(図表Ⅱ-26)。

図表Ⅱ-24 観光系大学数、学科数、定員数



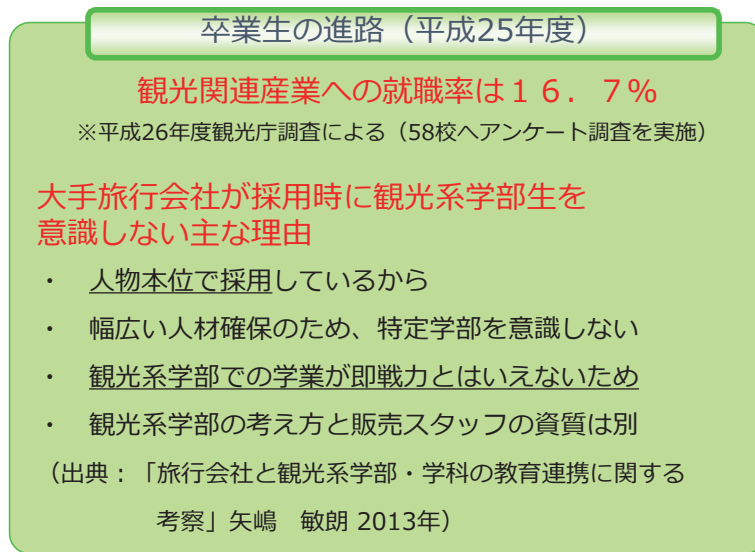
資料：文部科学省資料より観光庁作成

図表II-25 観光系大学における教育内容の現状

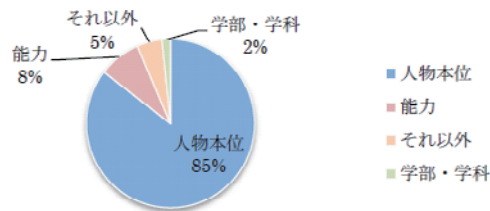


資料：2010年度(平成22年度)観光庁調査事業「東アジア圏の観光における国際競争力に関する調査」

図表II-26 観光系学部・学科卒業生



観光関連企業が新卒採用時に重視する項目*



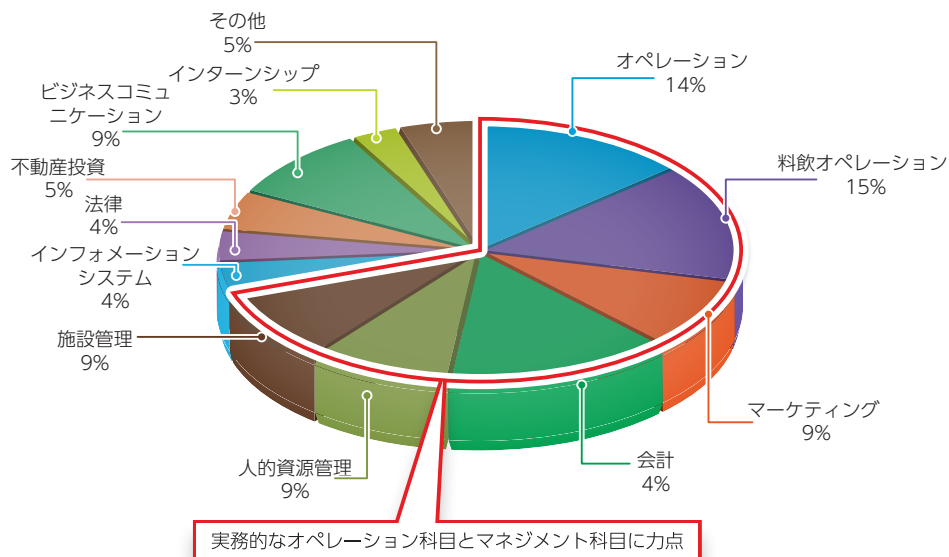
*資料：玉川大学「平成25年度 観光教育に関する学長・学部長会議 アンケート報告書」(委員に対するアンケート)に基づき観光庁作成

事例 観光経営人材の育成 ～コーネル大学(米国)、ローザンヌホテルスクール(スイス)～

a) コーネル大学(米国)

コーネル大学では(大正11年)にホテル経営学部、1973年(昭和48年)にホスピタリティを重視したMBA取得プログラムを設置している²²。実務的なオペレーション科目とマネジメント科目に力点を置いており(図表Ⅱ-27)、構内にある4つ星ホテルの「スタラー・ホテル」では学生が実習の場として働いている。ホテルの総支配人や社長・役員等を対象とした社会人教育も充実しており、世界各国から受講者が集まり、ここから観光産業の現場で活躍する人材が巣立っている。

図表Ⅱ-27 コーネル大学の観光関連必修科目の構成



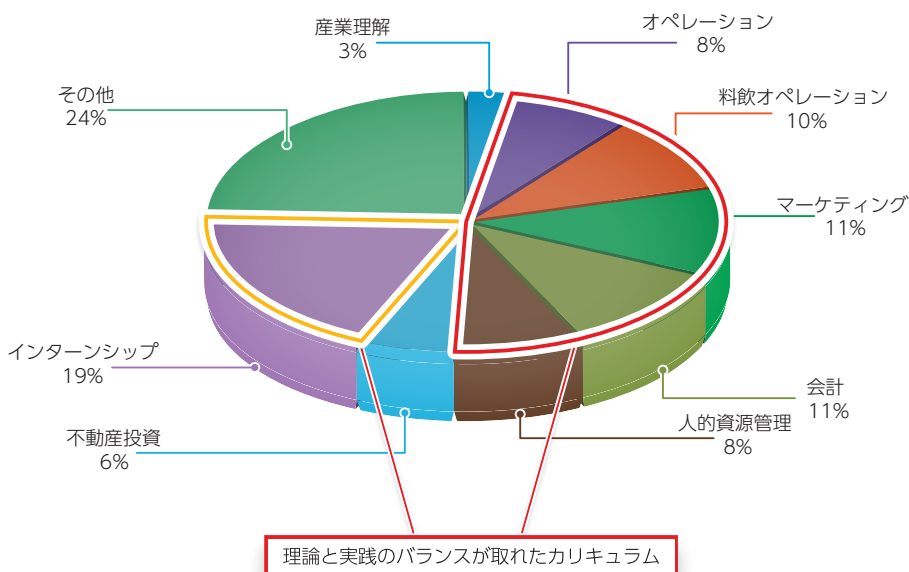
資料：折戸春雄・大藤正・永井一志・根木良友(2014年(平成26年))「日米欧豪亜5地域の観光専攻大学のカリキュラム比較調査を通じた日本の観光人材育成に関する考察、玉川大学経営学部紀要第23号」に基づき観光庁作成

²² コーネル大学では、今後一般のビジネススクールのMBAプログラムと、ホスピタリティを重視したMBAとを統合することとしている。

b) ローザンヌホテルスクール (スイス)

ローザンヌホテルスクールは、1893年(明治26年)にホテル業の職業訓練のための学校として創設された世界初のホテルスクールであるが、1994年(平成6年)にはホテルだけでなく観光産業全体に対応できる人材育成を目指してホスピタリティマネジメントプログラムを開設した。また、2014年(平成26年)には、ヒューストン大学及び香港理工大学の観光関連部門と連携し、国際観光の修士課程を設置した。理論と実践のバランスが取れたカリキュラムにより(図表Ⅱ-28)、産業界に求められる人材を育成し、ホテル経営・運営面でのトップ人材を輩出している。

図表Ⅱ-28 ローザンヌホテルスクールの観光関連必修科目の構成

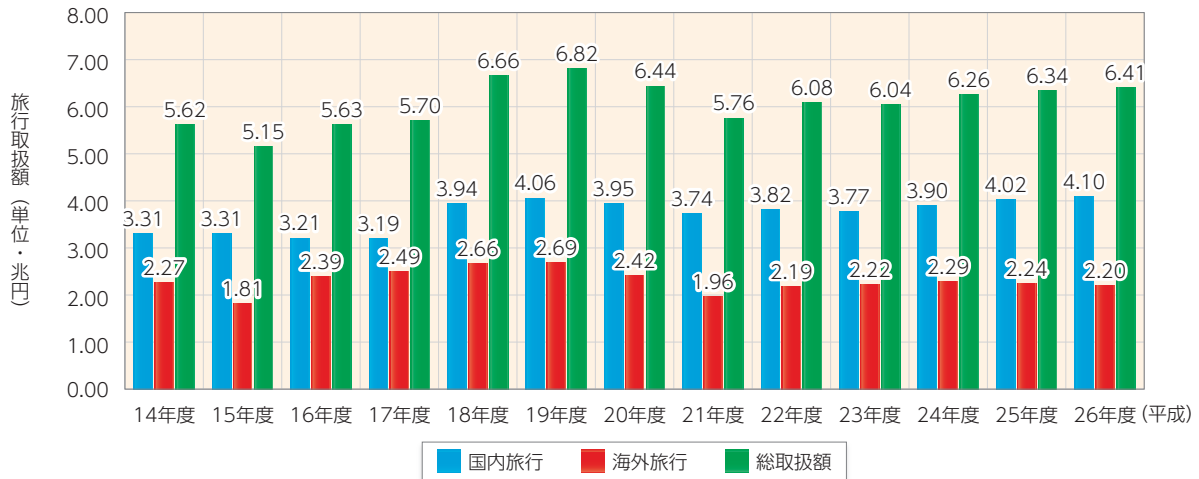


資料：ローザンヌホテルスクール資料に基づき観光庁作成

2 旅行業

我が国の観光動向を概観すると、国内旅行者数及び日本人海外旅行者数は、少子高齢化・人口減少や若年層の内向き志向等の影響もあって、近年、横ばい又は緩やかな減少傾向にあるが、旅行業（取扱額の大きい主要な旅行業者約50社）の取扱額という面で見ても、その傾向は同じである（**図表II-29**）。

図表II-29 主要旅行業者における旅行取扱額の推移

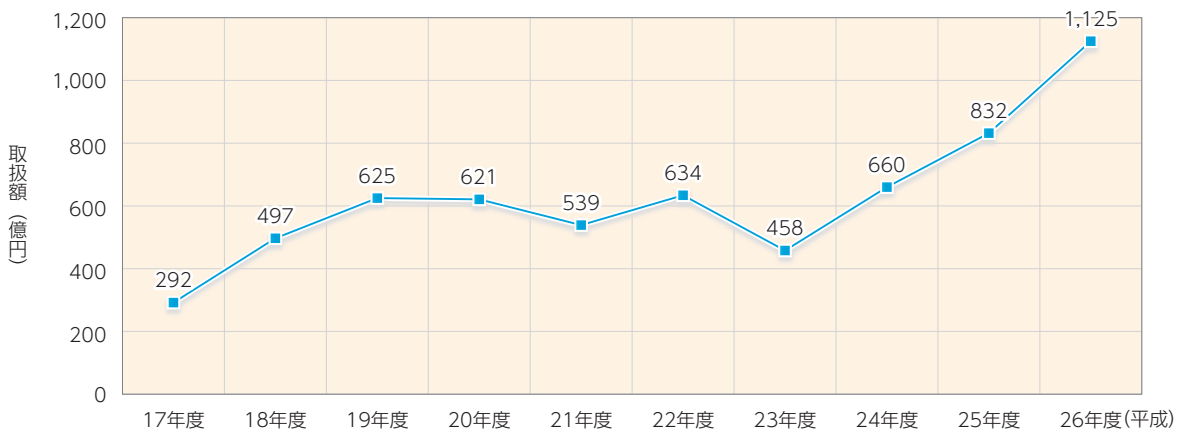


資料：観光庁「主要旅行業者旅行取扱状況年度総計」

注1：訪日外国人旅行の取扱額については、数値が小さいため、グラフには現れていない（図表II-30参照）

一方、近年、訪日外国人旅行者数が急激に増加していることから、主要旅行業者の訪日外国人旅行取扱額は大幅に増加している（**図表II-30**）。

図表II-30 訪日外国人旅行取扱額の推移



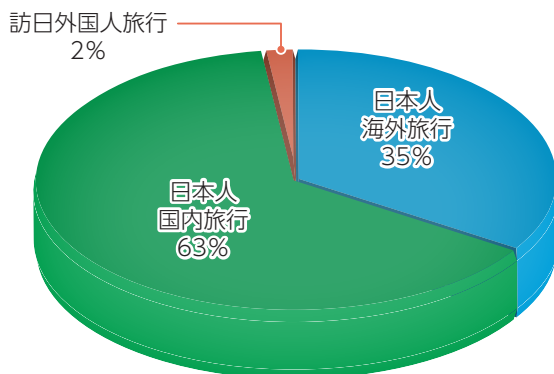
資料：観光庁「主要旅行業者旅行取扱状況年度総計」

しかし、日本の主要旅行業者の旅行取扱額全体からみれば、訪日外国人旅行の割合は2%に過ぎず、取扱額全体の6割強が日本人国内旅行、3割強が日本人海外旅行である（**図表II-31**）。この構造は、訪日外国人旅行者の急増があっても大きく変わっていない。日本の旅行業者は、収益の大半を日本人相手のビジネスに依存しており、成長市場である外国人の訪日旅行をいかにビジネスに結びつけられるかが今後の課題である。

日本の旅行業者が訪日外国人旅行市場においてビジネスを拡大しにくい原因としては、アジア新興国の団体旅行で当該国の制度・規制によってその取扱が当該国の旅行業者等に限定されているな

どの制度的な要因のほか、リピーターによる個人の自由な訪日旅行市場についても海外の旅行者やこれらの事業者とつながりのあるランドオペレーター等に需要を取り込まれている可能性が考えられる。

【図表II-31】 主要旅行者の旅行取扱区分別に見た旅行取扱額の割合 (2013年度 (平成25年度))



資料：観光庁「主要旅行者旅行取扱状況年度総計」

いずれにせよ、我が国の旅行業については、国内旅行市場と海外旅行市場という日本人向けの市場が成熟し、頭打ちをみせている中、新たな市場として成長する訪日外国人旅行者の市場への参入が進んでいないため、旅行取扱額は横ばいとなっている。

旅行業を取り巻く環境は、インターネットを通じた取引の拡大により、近年さらに厳しさを増している(図表II-32,33)。旅行業者は、かつて運輸サービスの乗車券手配や宿泊施設の予約を仲介して手数料を収受することにより収益を上げていたが、インターネットを通じた直販が拡大するとともに、インターネットによる仲介取引についてもOTA²³が台頭している。インターネット取引の拡大に対応した業者もあるものの、旧来型のビジネスモデルが成り立たなくなっている。こうした趨勢は、これまで旅行業者の委託を受けて旅行商品の販売等を行う窓口となっている旅行業者代理業者数が、インターネットを通じた直販や仲介が拡大し販路を失ったことにより、この15年間で約4割減少したことからも窺われる(図表II-34)。

【図表II-32】 業種別消費者向けEC(電子商取引)市場規模(2014年(平成26年))

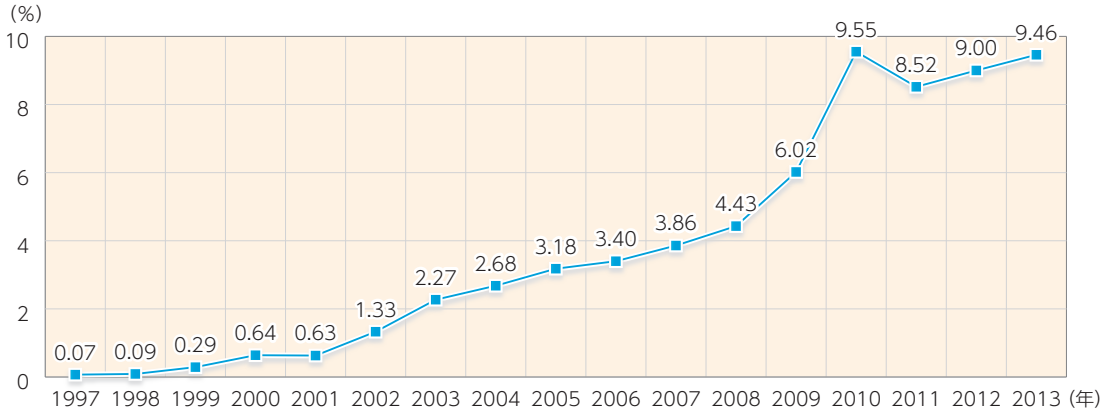
業種		EC市場規模(億円)	対前年比	EC化率
小売	総合小売	22,000	116.4%	6.39%
	衣料・アクセサリ	2,200	125.8%	1.65%
	食料品小売	7,060	116.7%	1.08%
	自動車・パーツ・家具・家庭用品・電気製品	16,480	115.6%	4.84%
	医薬化粧品	6,030	120.4%	4.56%
	スポーツ・本・音楽・玩具	4,670	116.6%	3.26%
サービス	宿泊・旅行業 飲食	18,260	122.1%	7.38%
	娯楽	1,660	112.9%	1.19%
小売・サービス合計		78,360	118.0%	3.67%
製造業		1,150	99.3%	-
情報通信業		26,970	117.5%	-
運輸業		3,630	118.0%	-
金融業		690	100.7%	-
卸売業、その他		860	100.1%	-
合計		111,660	117.4%	-

資料：経済産業省「平成25年度電子商取引に関する市場調査」に基づき観光庁作成

²³ OTAとは、インターネット上で取引を行う旅行会社(Online Travel Agent)である。

主要旅行業者の取扱額は横ばいであるが、インターネット取引の拡大により、急激な伸びを示している事業者がいる一方²⁴、販路を失い、事業の継続が困難となる事業者もあり、その結果、国内の旅行業者の数は全体としては減少が続いている（図表Ⅱ-35）。

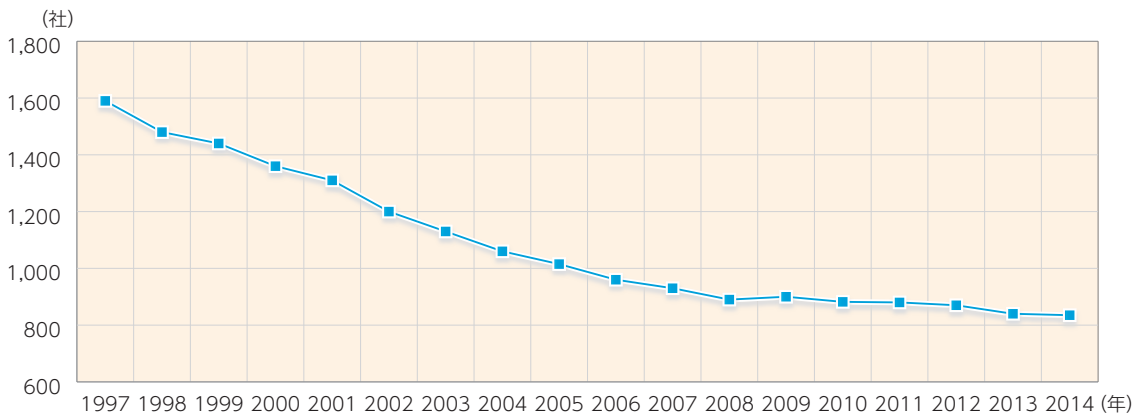
図表Ⅱ-33 第一種旅行業者のインターネット販売比率



資料：JATA「旅行業経営分析（2015年（平成27年）」）に基づき観光庁作成

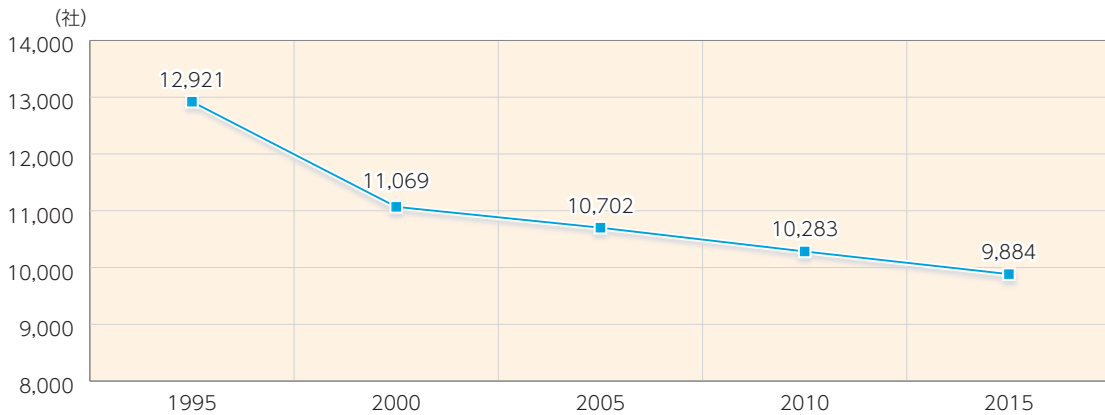
注1：一般社団法人日本旅行業協会（JATA）が会員向けに毎年実施する調査において、回答のあった第一種旅行業者の報告を分析したもの。2011年（平成23年）調査より、分析対象企業数が半減している（2013年（平成25年）は112社が対象）。

図表Ⅱ-34 旅行業者代理業者数の推移



資料：観光庁調査

図表Ⅱ-35 旅行業者数及び旅行業者代理業者数の推移

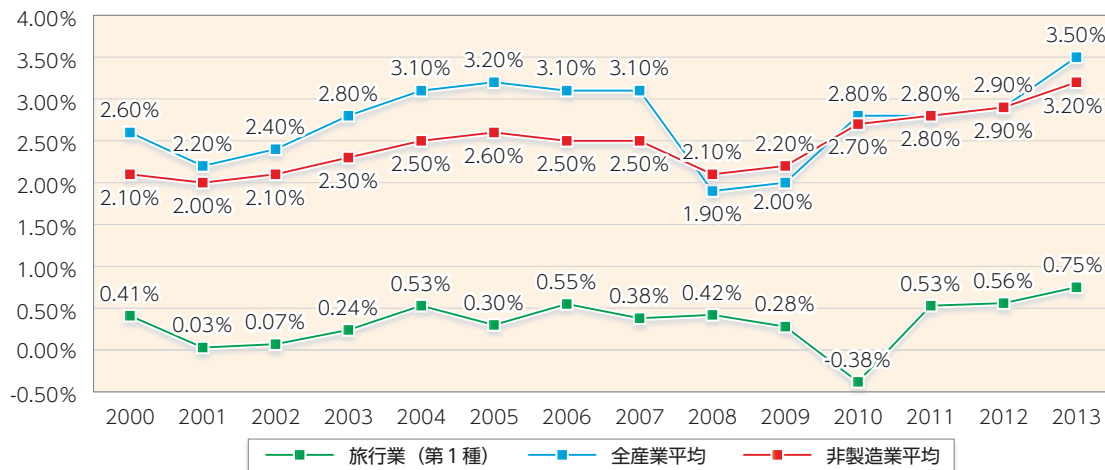


資料：観光庁調査

²⁴ 国内OTAのうちA社の2014年（平成26年）の国内宿泊取扱高が前年比27%増の約6,900億円、B社の取扱高が前年比11%増の約6,400億円。

以上のように、我が国の旅行業が様々な課題を抱える中で、その収益性は他産業と比べて低く(図表Ⅱ-36)、コストの低減を図ったり、付加価値の高い商品を取り扱うこと等により、収益性を高め、変革が必要である。

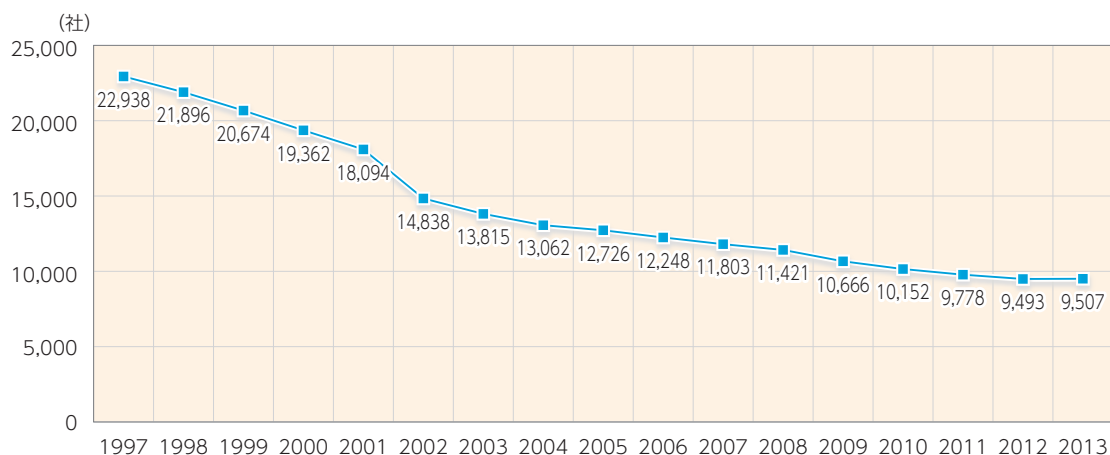
図表Ⅱ-36 旅行者(第1種)の取扱高営業利益率(他産業との比較)



資料：一般社団法人日本旅行業協会「旅行業経営分析」、財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成
注1：2010年(平成22年)の分析対象企業数はそれまでの1/3(180社)程度に絞られている。

我が国に先んじてインターネット取引が成熟しつつある米国では、旧来の旅行者は出張手配等の法人分野に特化したビジネスモデル(ビジネス・トラベル・マネジメント)の旅行者となるか、あるいは、専門知識、情報と迅速な供給分析を通じ、需要を刺激する技術創造力を持った一般消費者向けのオンライン旅行者が中心となっていることが報告されている。米国では、店舗や建物を使用し、多くの人件費をかけて仲介を行う、伝統的な総合系旅行者は減少している(図表Ⅱ-37、38)。

図表Ⅱ-37 米国における旅行者数の推移



資料：米国統計局資料に基づき観光庁作成

図表Ⅱ-38 米国における旅行業者のビジネスモデルの動向

旅行業者名	ビジネスモデルの内容・特徴
A社	ビジネス分野に特化し、世界各地で企業に対し出張業務の一括受注・管理を実施。グループにホテル・クルーズ・レジャー・トラベルの会社を有する。日本でも旅行業者と合併で事業を実施している。
B社	ビジネス分野に特化し、企業に対し出張業務の一括受注・管理を実施。本業であるカード・金融ビジネスとの融合を目指す。世界各地で均質なサービスを提供している。
C社	オンラインでのリテールに特化し、ウェブを武器に水平展開している。近年ではビジネストラベルやアジア市場にも進出している。素材の情報を早く、詳細に伝えることが顧客にとっての価値となっている。

資料：「観光産業政策検討会（第1回）」（2012年（平成24年）9月10日）資料に基づき観光庁作成

一方、欧州では、企業合併や買収、あるいは企業連合の形成を通じて大規模化を図るなど、米国とは異なる方向を目指している旅行業者もある。この場合の旅行業者は、資金力があることから、同業他社の合併統合（水平展開）だけでなく、航空やホテル、クルーズといった供給者（サプライヤー）も買収する垂直統合を行い、パッケージ化することで収益性を高めている。我が国でも、一部の大手旅行業者が、海外の各国市場で営業力を持つインターネット仲介業者や旅行業者等を買収し、海外からの訪日旅行市場を拡大することに関心を持ってはいるが、大きな流れにはなっていないのが現状である。

我が国の旅行業においても、米国や欧州の事例のようにインターネット仲介等の情報投資の強化、同業他社との合併統合、航空、ホテル等の供給者との垂直統合などを行うことや、富裕層や個人客などの特定の顧客層をターゲットとして専門化・差別化を図ることなど、様々な取組により収益性を向上させ、インターネット取引の増加や訪日外国人旅行者の急増といった時代の変化に対応していくことが期待される。

なお、我が国の旅行業の新たな市場として、増加している訪日外国人旅行者の経済効果を地方部にも波及させられる旅行商品である着地型旅行の市場が挙げられる。その市場規模は300億円台（331億円、2011年（平成23年）ベース）、延べ260万人程度とみられ、まだ小規模な市場であるが²⁵、緩やかに市場は拡大していると推測される。着地型旅行については、我が国の旅行業、特に地方の中小旅行業が専門性を持つ市場分野であり、今後の訪日リピーターの拡大を図っていく上でも重要な市場である。

²⁵ 観光庁「着地型旅行市場現状調査報告」（2012年（平成24年）2月）

3 ランドオペレーター

我が国では、旅行商品の品質を確保し、旅行者の安全・安心を確保する制度としては、「旅行業法」(昭和27年法律第239号)において諸規制を規定している。同法は、旅行者に直接サービスを提供する旅行者を対象として、事業範囲に応じ国又は都道府県の登録制に係らしめるとともに、営業保証金の供託、業務取扱管理者の選任、取引条件の説明、書面交付義務などを課している。

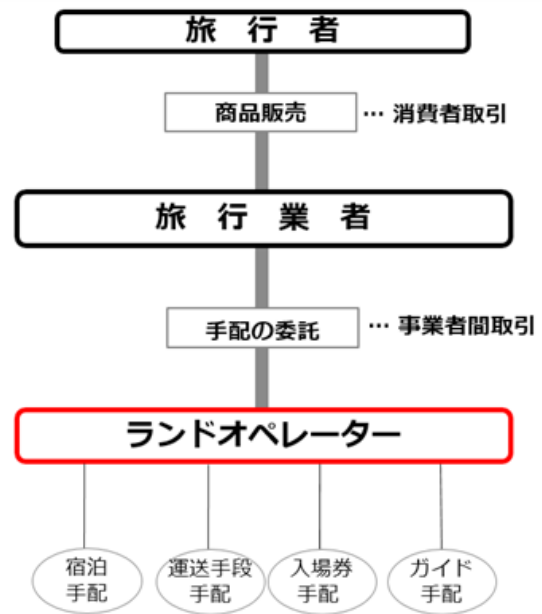
一方、旅行者の依頼を受け、運送、宿泊等のサービスの手配を行うランドオペレーターは、個人の旅行者と直接取引を行っていないため同法の対象外となっている(図表Ⅱ-39)。

しかしながら、2016年(平成28年)1月に発生した軽井沢スキーバス事故のように、旅行者からの依頼を受けたランドオペレーターが、安全性に問題があるバス会社を手配し、結果的に多くの旅行者が事故の犠牲になる等、ランドオペレーターが旅行の安全と質に大きく関わり、その結果、旅行者に影響を及ぼしている事案が生じている。

また、インバウンドにおいても、アジア諸国等からの団体ツアーを中心とするいわゆる“ぼったくりツアー”に代表されるような、キックバックを前提とした特定の土産店への連れ回し等の問題が発生している。

このため、従来旅行業法の適用がなかったランドオペレーターについて、旅行の安全と質を確保できるよう、規制のあり方を検討していく必要がある。

図表Ⅱ-39 ランドオペレーター



事例 ランドオペレーター ～韓国～

韓国においては、中国団体観光客の取扱いをすることができるのは、文化体育観光部の指定を受けた事業者のみとされている(指定は2年ごとの更新制)。これは、過去に、中国からの団体旅行において、悪質事業者が低価格で質の低いツアーを提供することにより、苦情やトラブルが数多く発生したためであり、中国政府との申合せに基づき、中国団体観光客誘致専門担当旅行会社制度を導入した。指定された事業者は、中国からの団体旅行の日程、旅行者の名簿等の提出が義務付けられ、電子的に全て管理されており、行き過ぎた買い物の強要、無資格ガイドの使用等を行った場合は、指定の取消し又は業務停止が課される。

4 通訳案内士

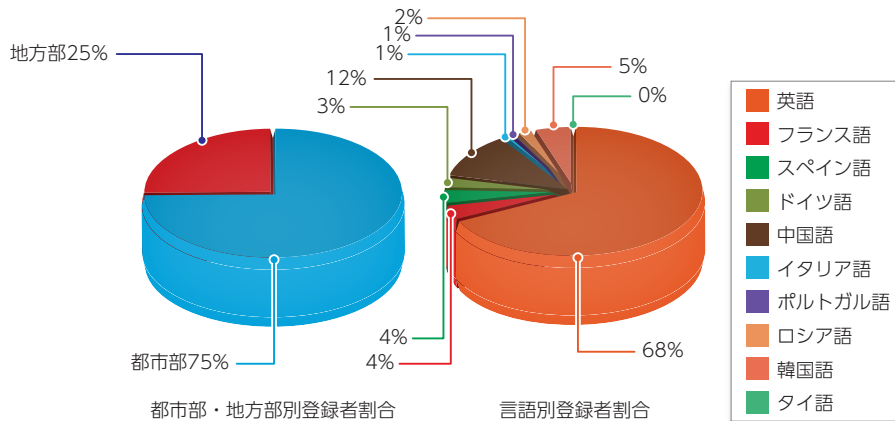
我が国は、全国津々浦々に歴史、文化、自然を活かした観光資源を豊富に有しているが、これらの価値に対する理解度は、旅の満足度を決める大きな要素である。特に、我が国に関する基礎知識の少ない訪日外国人旅行者にとって、歴史・文化の背景に関する説明や自然景観などの訪問先の紹介は、日本人の旅行者と比較にならないほど大きな役割を担っている。このため、旅の満足度を向上させるために1949年(昭和24年)に通訳案内士制度が創設された。同制度は創設から60年以上経た今日まで大きな改正は行われていないが、その間、訪日外国人旅行者は大幅に増え、通訳案内士の絶対数の不足や、言語的・地理的偏在等の課題が出てきている。今後はリピーターも含め、さらに旅行者数を増加させるとともに、旅行の質も上げていくためには、通訳案内士制度の抜本的かつ包括的な見直しが必要となっている。

こうしたことから、観光庁においては、2014年(平成26年)12月に「通訳案内士制度のあり方検討会」を設置し、通訳案内士制度の課題・論点を整理するとともに、その対応方策を検討してきた。主な課題・論点は以下のとおりである。

① 拡大する需要に対応するための通訳案内士の資格取得者の増加

現在通訳案内士の資格取得者は約1.9万人(2015年(平成27年)4月現在)であるが、その約4分の3は資格を活用していないため、通訳案内士の絶対数が不足している。また、資格取得者の多くが東京などの都市部に登録され、英語登録者であるなど、言語的、地理的偏在が著しい実態にある(図表Ⅱ-40)。

図表Ⅱ-40 通訳案内士の地域別・言語別登録者割合



資料：観光庁調査(2015年(平成27年)4月1日時点)

② 旅行者の多様なニーズに対応するためのサービス内容の充実

従来通訳案内士が提供していたサービスは、比較的富裕層を対象としたフルアテンドサービスが中心となっていた。最近では、地域の魅力を直に旅行者に伝える手軽なサービスとして、個人や団体向けの1日以下のサービスへのニーズが増加しているが、対応できる通訳案内士が不足している。諸外国の通訳案内士の制度を見ると、我が国と同様に資格取得者による業務独占の仕組みとなっているものが多く見られるが(図表Ⅱ-41)、我が国において通訳案内士の供給が足りないという実状に鑑み、業務独占の見直しを含め、どのように通訳ガイドの質を担保しつつ、供給を増やしていくかが検討課題である。

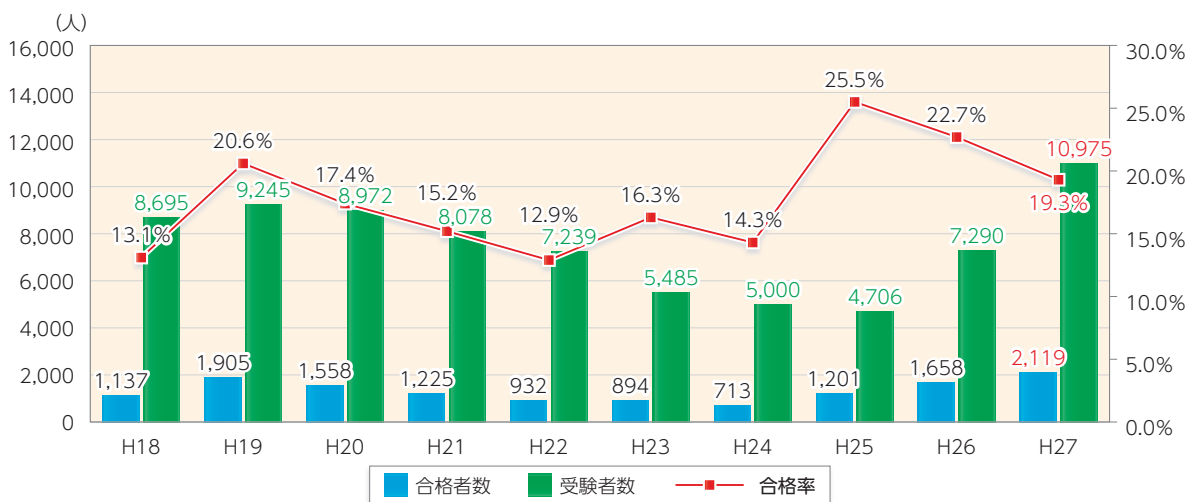
図表II-41 各国の通訳案内士制度

国名	制度概要	資格取得方法	業務独占
中国	○国による資格制度	国が実施する試験への合格	①自国民旅行者を含め、観光ガイドを行うことが出来るのは有資格者のみ ②地方旅游局で専門警察を組織し、無資格ガイドを取り締まっている。
韓国	○国による資格制度	国が実施する試験への合格	①外国人旅行者を取扱う旅行業者・ランドオペレーターに、有資格者の添乗を義務付け ②観光警察が無資格ガイドを取り締まっている。
台湾	○国による資格制度	国が実施する試験への合格	自国民旅行者を含め、有償で団体旅行者に観光ガイドを行うことが出来るのは有資格者のみ
アメリカ	○国による資格制度はない ○ただしNYC・ワシントンDC等観光客が多い都市においては、資格制度がある	NYC等が行う試験への合格	自国民旅行者を含め、観光ガイドを行うことが出来るのは有資格者のみ
イギリス	○政府認定の「ツーリスト・ガイド訓練機関」によるレベル別資格制度がある	研修を受講し、試験に合格することでバッジ付与。	レベルによりバッジの色が定められ、案内可能な施設が決められている。 ○ブルーバッジ：王室関係・ロンドン塔・ウェストミンスター寺院等の重要施設 ○グリーンバッジ：歴史的建造物や遺産等 ○ホワイトバッジ：その他の施設
フランス	○国による資格制度 ○地域ガイド制度も存在したが、2011年に廃止	ガイドの専門学士を保持していること等	①外国人旅行者に有償で通訳ガイドを行うことが出来るのは有資格者のみ ②国立の美術館や博物館では、無償であっても資格が必要
ドイツ	○国による資格制度はない	なし	なし
イタリア	○国による資格制度はないが、県レベルで実施	各県が実施している試験への合格	①外国人旅行者に通訳ガイドを行うことが出来るのは有資格者のみ ②資格取得者は当該県のみならず、全国でガイドが可能 ③美術館・史跡などでは、入場にあたり、有資格者を厳密にチェック

資料：観光庁調査（2015年度（平成27年度））

観光庁においては、試験会場の増加や外部検定の活用による試験科目の一部免除などを行い、通訳案内士試験の受験者の増加を図り、試験内容の見直しと合わせて合格者数の増加を図っているが（図表II-42）、中国、韓国を中心とした急増する市場の言語に対応できる通訳案内士の供給は追いついていない。

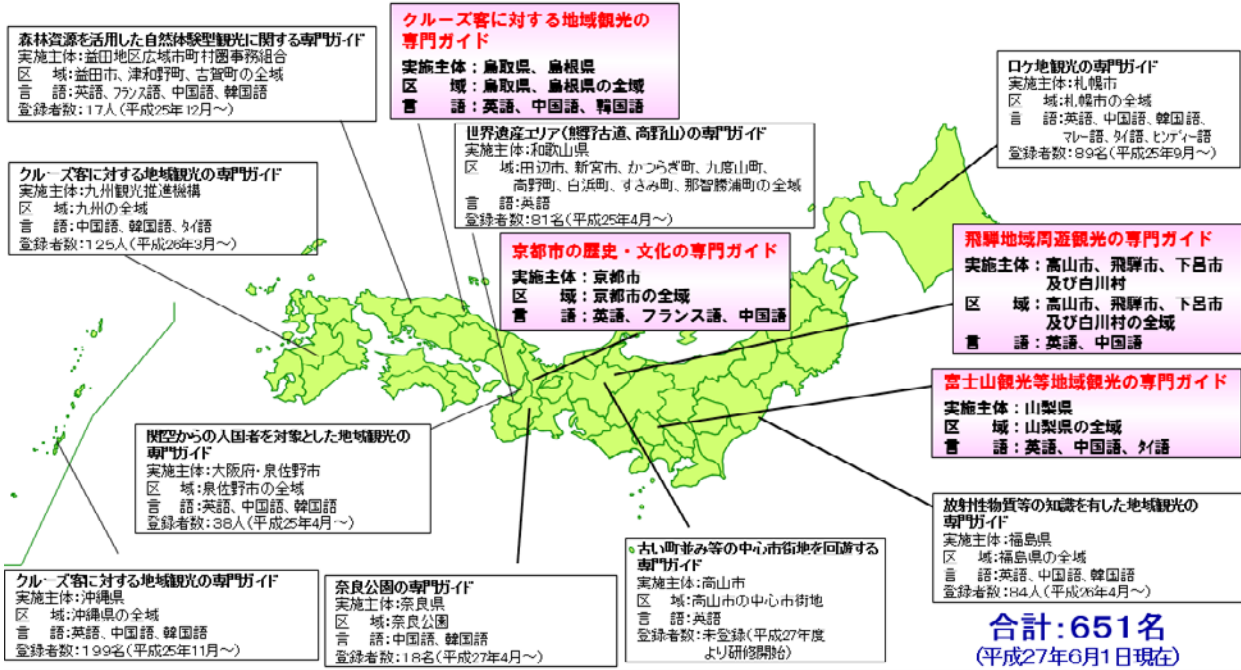
図表II-42 通訳案内士試験の受験者数と合格者数の推移



資料：観光庁調査

また、不足する地方部のガイドを増加させるため、地域ガイド制度の拡大を通じ、地域が個別の事情に応じ、かつ、試験の代わりに、より簡易な手続である研修を受ければ資格を取得できるようにしている（図表II-43）。

図表Ⅱ-43 各種特例ガイドの導入地域



資料：観光庁調査

さらに、今後、検討会の議論を踏まえつつ、我が国の伝統文化の詳細な説明や、街歩き、山歩きなど地域密着型の案内等の個人の多様なニーズに対応できるよう、サービスの供給量拡大措置を講じる必要がある。

5 DMO

訪日外国人旅行者の急激な増加等で旅行市場が大きく変化している中、各地域において、旅行者のニーズに柔軟かつ的確に対応することが重要となっているが、これまでの我が国の地域における観光振興の体制は、行政と宿泊業等の限られた者を中心に取り組みされており、文化、スポーツ、農林漁業、商工業等の関連事業者や地域住民等の多様な関係者の巻き込みが十分ではなかった。また、自らの地域を訪れる観光客に関する各種データの収集・分析が十分に行われておらず、自らの地域がターゲットとすべき顧客層や地域のコンセプトが十分に練られていなかった。さらに、専門的なノウハウを有する人材が不足しており、効果的なブランディングやプロモーションができていなかった。

このため、我が国においても、多様な関係者を巻き込んだ観光振興の体制を構築し、地域に息づく暮らし、自然、歴史、文化等の地域の幅広い資源を最大限に活用し、旅行者のニーズの多様化に対応する必要がある。また、旅行に関する各種データ等の収集・分析、戦略の策定、KPI²⁶の設定・PDCAサイクル²⁷の確立等の科学的アプローチを取り入れることも求められる。さらに、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを行うためには、民間的な手法も取り入れた効果的なブラン

26 KPI(Key Performance Indicator：主要業績評価指標)とは、目標達成に向けて業務プロセスが適切に実行されているか判断するための主要な指標のことであり、例えば、旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率などが想定される。

27 PDCAサイクルとは、事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つであり、Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)の4段階を繰り返すことによって、取組に関する評価・検証を不断に実施し、取組を継続的に改善していく手法である。

ディング・プロモーションが重要である。

観光地域づくりを進めていくに当たっては、観光地域づくりの「舵取り役」として、地域のマーケティング・マネジメントが不可欠である。欧米においては、企業経営に即したアプローチで地域資源を有効活用して観光地経営を進めている先進事例として、DMO **28** が存在する。

事例 DMO ～バルセロナ観光局(スペイン)、ビジット・ナパ・バレー(米国)～

a) バルセロナ観光局(スペイン)

サグラダファミリア教会などが位置するバルセロナ市は、1992年(平成4年)のオリンピック・パラリンピック招致を契機に「バルセロナ観光局」を設置し、地域ぐるみの活動を行う観光ビジネスのための共同体を組成し、デスティネーション・マーケティングを実践している。財源としては、バルセロナの歴史ある街並みを巡るツアーやバルセロナ市交通局と共同運行する乗り放題バスの売上、民間事業者からの年会費、コンサルタント料などがある。1994年(平成6年)は予算が400万ユーロ、バルセロナ市の延べ宿泊者数は450万人泊であったのが、2013年(平成25年)には4,400万ユーロ、宿泊者数は1,600万人泊に拡大した。自主財源比率もこの間25%から95%に増加し **29**、ほとんど自主財源での運営が可能となっている。スタッフは行政ではなく民間事業者であり、バルセロナの観光推進は行政ではなく民間の専門職員が主導している。

b) ビジット・ナパ・バレー (Visit Napa Valley) (米国カリフォルニア州ナパ郡)

カリフォルニア州ナパ郡のDMOであるビジット・ナパ・バレーでは、富裕層やミーティングプランナー、イベントプランナー等のターゲットに応じたマーケティング、オフピークシーズンや日～木曜日の旅行を推進するマーケットプログラムなどを専門職員が主導して実施している(図表Ⅱ-44)。

ビジット・ナパ・バレーでは安定的な財源を確保するためにTID(Tourism Improvement District, 観光改善地区)の仕組みを活用している。TIDは特定地区で各観光産業従事者が負担金を出資し、景観整備や簡便なインフラ整備などのタウンマネジメントを実施する仕組みで、DMOと地域のメンバー企業が事業計画を策定し、地方自治体から承認を得て導入される。ナパ郡のTIDでは域内の宿泊事業者に室料総収入の2%の賦課金を課しており(実際は宿泊客が負担)、徴収額の25%は地方自治体の財源となり、75%はビジット・ナパ・バレーが活用している。また、ビジット・ナパ・バレーは、レストラン、ワイナリー、輸送会社、ツアー会社等の来訪者を対象とする企業とパートナー

図表Ⅱ-44 | ビジット・ナパバレーのウェルカム・センター



資料：観光庁撮影

28 DMO(Destination Management/Marketing Organization)とは、地域の観光産業、自治体住民が一体となって地域の観光振興に取り組むため、関係者の合意形成、マーケティング戦略の策定等を行う法人である。

29 近畿大学 高橋一夫「欧州DMO事例とわが国での展開へのインプリケーションー官と民の新たな観光ビジネス共同体に向けてー」(まち・ひと・しごと創生基本方針検討チーム(観光・農林水産業WG)資料, 2015)

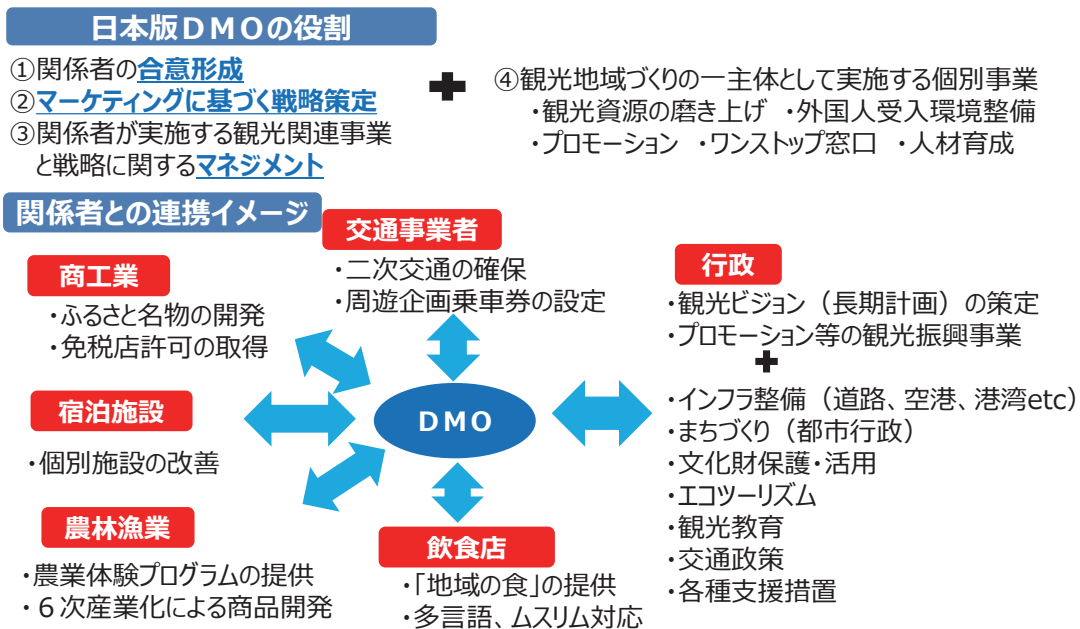
シップ契約を結び、一定の金額をパートナーシップ・フィーとして徴収することで収入を得ている。

こうした安定した財源を確保できるようになったことで、DMOとしての戦略的なマーケティングが可能となっている。例えば、2年に1回、ビジターズプロフィール調査を実施し、来訪者の消費額や性別等の属性、滞在中のアクティビティ、再訪意向等を調査し、その結果を基に、季節ごとに多くのキャンペーンを展開している。

プロモーションの結果、ナパ郡の旅行者数は2005年(平成17年)に470万人であったのが、2014年(平成26年)には550万人となり、消費額は10億ドル弱から16億ドルに増加した。宿泊者の1人1日当たりの平均消費額についても233ドルから389ドルに上昇した。1990年度(平成2年度)のDMO設立時の予算は50万ドル以下だったが、プロモーション等によって旅行者が増加した結果、2016年度(平成28年度)予算は650万ドルとなっている³⁰。

このように、DMOが安定的な自主財源を確保し、専門職員により戦略的にマーケティングを進めることによって宿泊数や消費額の増加につながっている事例がある。我が国においても、海外の事例に見られるような、自主財源を持ち、民間ノウハウなども活用できるDMOの形成・確立を支援するため、「日本版DMO候補法人」の登録を2016年(平成28年)2月に開始し、関係省庁による支援を行うこととしているところである(図表Ⅱ-45)。今後は、更に人的支援、財政・金融支援等により、観光地を未来発想の経営で再生・活性化していく地域づくりを進めることが必要である。

図表Ⅱ-45 日本版DMOの概要



30 Visit Napa Valley CEO Clay Gregory「ナパバレーにおけるDMOの役割とその成果」(日本版DMOに関するシンポジウム「日本版DMOの形成に向けて」講演資料, 2016)

6 富裕層

訪日外国人旅行消費を伸ばすためには、消費単価の高い富裕層の取り込みが重要な施策の一つとなる。金融資産約1億円以上保有する個人の数が世界一多いのは米国であり、その数は約440万人³¹（2014年（平成26年））である。米国からの訪日観光客の場合、世帯年収2,000万円未満の層が消費している額は1人当たり約16,000円/日³²であるが、世帯年収2,000万円以上の層は1人当たり約32,000円/日に上る。より多くの富裕層に訪日してもらうことは、外国人旅行消費の拡大に一定の効果があると考えられる。

2014年（平成26年）及び2015年（平成27年）の2年連続で米国富裕層向け旅行誌「Travel + Leisure」の「World's Best Awards」1位に京都市が選出されるなど、日本国内の一部地域については、富裕層向けの旅行先として認知度が高まってきているものの、その他の地域については、富裕層を対象にした訪日プロモーションは、これからという状況である。

このほか、富裕層向けサービスとして、首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善や、プライベートリムジンの充実なども課題である。

事例 富裕層向けプロモーション ～タイ～

タイ国政府観光庁（Tourism Authority of Thailand）は従来より欧米をターゲットにしたプロモーションを展開しているが、近年、富裕層市場にも力を入れている。代表的な事例としては、2015年（平成27年）、欧米を中心とした世界各国の主要40社以上の旅行会社を招請して高級志向のモデルツアー“The Amazing Thailand Luxury Fam Trip”を実施することで、各観光地の認知度を向上させるだけでなく、旅行会社による旅行商品の造成を後押しし、実際に富裕層がタイを訪れる機会を増やすような取組を展開している（図表Ⅱ-46）。

日本においても各地に存在する多様な観光資源を富裕層のニーズに沿った形で発掘・磨き上げるとともに、ブランドイメージの確立を含めた情報発信や富裕層向け旅行商品の造成を促進するための積極的な取組が必要である。

図表Ⅱ-46 モデルツアー「The Amazing Thailand Luxury Fam Trip」の欧米向けツアーの様子



資料：タイ国政府観光庁（Tourism Authority of Thailand）ウェブサイト
(<http://www.tatnews.org/tat-organises-amazing-thailand-luxury-fam-trip-and-trade-meet-to-attract-luxury-visitors/>)

31 Capgemini “United States Wealth Report 2015”

32 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

我が国の目指すべき方向 ～観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に～

訪日外国人旅行者の急激な増加をはじめとして我が国の旅行市場が大きく変化してきている今日、我が国の観光産業は、宿泊業、旅行業、ランドオペレーター、通訳案内士ともに、従来のビジネスモデルから脱却し、時代の要請に応じて国際競争力を高めていくことが求められる。観光産業を革新し、我が国の基幹産業へと発展させていくためには、観光産業に携わる事業者自身の意識改革も重要であるが、これに加え、例えば、戦後まもなく作られたごく少数の外国人旅行者のニーズに合わせた制度や通信手段の発達などの社会環境の変化を想定していない制度については、観光産業のビジネスモデルの転換を促すために抜本的に見直す必要がある。また、国際競争力のある観光産業に育てていくためには、人材育成も重要である。さらには、観光地域づくりにおいても、世界水準のDMOにより、競争力のある観光地を形成し、磨かれた魅力あふれる観光地に富裕層など新たな旅行者層を送り込むことのできるプロモーションの展開やサービスの充実を図っていくことも課題となる。

第3節 質の高いビジネス客を取り込む国際会議等の誘致

訪日外国人旅行者数を伸ばしていくためには、一般観光のみならず、国際会議等のMICE³³を目的として訪日する外国人の来訪を促す施策も重要である。第I部で述べたとおり、国際会議の開催件数は増加傾向にあるが、我が国を含むアジア・太平洋地域は誘致競争が激しくなっており、国際会議等への参加を目的とする訪日外国人旅行者数を伸ばしていくためには、我が国の国際会議誘致力を一層強化していく必要がある。具体的には、経済効果等のデータを整備して関係者の理解・協力を得られるようにすること、国際会議等の主催者の支援体制を整えること、コンベンション・ビューローの組織体制を強化すること、受入地の魅力を向上させ、他国の都市との差別化を図ることなどが課題となる。

1 MICEに関するデータの整備

国際会議等のMICEの誘致・開催には、会議主催者、都市、コンベンション・ビューロー、宿泊施設、会議場、会議運営事業者、旅行業者等、様々な関係者が関与している。誘致・開催を推進していくためには、これらの幅広い関係者の理解や協力を得て、チーム一体となって行動していくことが求められている。しかしながら、我が国では、個別の都市や会議場においては、MICEの経済波及効果を算出している事例があるものの、日本全体での市場規模や年間の経済波及効果については、調査手法の精度化等に対応する必要もあり、現時点でデータが整備されていない。このため、MICEの意義について理解されにくく、誘致・開催に当たってのサポートが得られにくいといった問題がある。

事例 MICEに関するデータの整備 ～米国、英国等～

諸外国においては、政府やMICE関連業界等が一体となって、国全体の経済波及効果を分析し、情報発信している例がある。また、こうした市場規模の調査は、国際会議のみならず、展示会等も含めたMICE全体が対象となっている(図表Ⅱ-47)。

図表Ⅱ-47 各国のMICE市場規模

国	MICE市場規模	調査主体	出典
米国	29.5兆円 (2,800億ドル)	Convention Industry Council	The Economic Significance of Meetings to the US Economy Interim Study Update for 2012 (2014)
英国	6.0兆円 (397億ポンド)	MPI Foundation	The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry (2013)
カナダ	2.8兆円 (291億カナダドル)	MPI Foundation	The Economic Contribution of Business Events in Canada; Canadian Economic Impact Study (2014)
メキシコ	1.9兆円 (181億ドル)	CESTUR	The Economic Significance of Meetings in Mexico (2011)

注) 米ドル=105.2円(2014年(平成26年))、ポンド=151.6円(2013年(平成25年))、カナダドル=95.3円(2014年(平成26年))で換算

MICEによる来訪者は、一般観光客と同様に宿泊や交通に支出するが、MICE開催による経済効果はそれに留まらず、主催者、出展者等の消費支出や関連の事業支出を通じて、全国に大きな経済波及効果をもたらす。我が国としても、MICEに関する各種データの整備を進め、MICEの経済波及効果を示すことにより、MICEの意義についてMICE関係者の理解を広め、幅広く協力者を巻き込んで誘致活動を強力に進めていく必要がある。海外においては、MICEに関わる関係者全体を束ねる団体・組織があり、英国ではEvents Industry Boardのように官民横断でMICEを支援する体制が整っている。我が国においても、国際会議や展示会を個別に支援するのみならず、国レベルで

³³ MICEとは、企業会議(Meeting)、企業の報奨・研修旅行(Incentive)、国際会議(Convention)、展示会・イベント(Exhibition/Event)の総称。

MICE全体を支援していく体制を構築することも課題である。

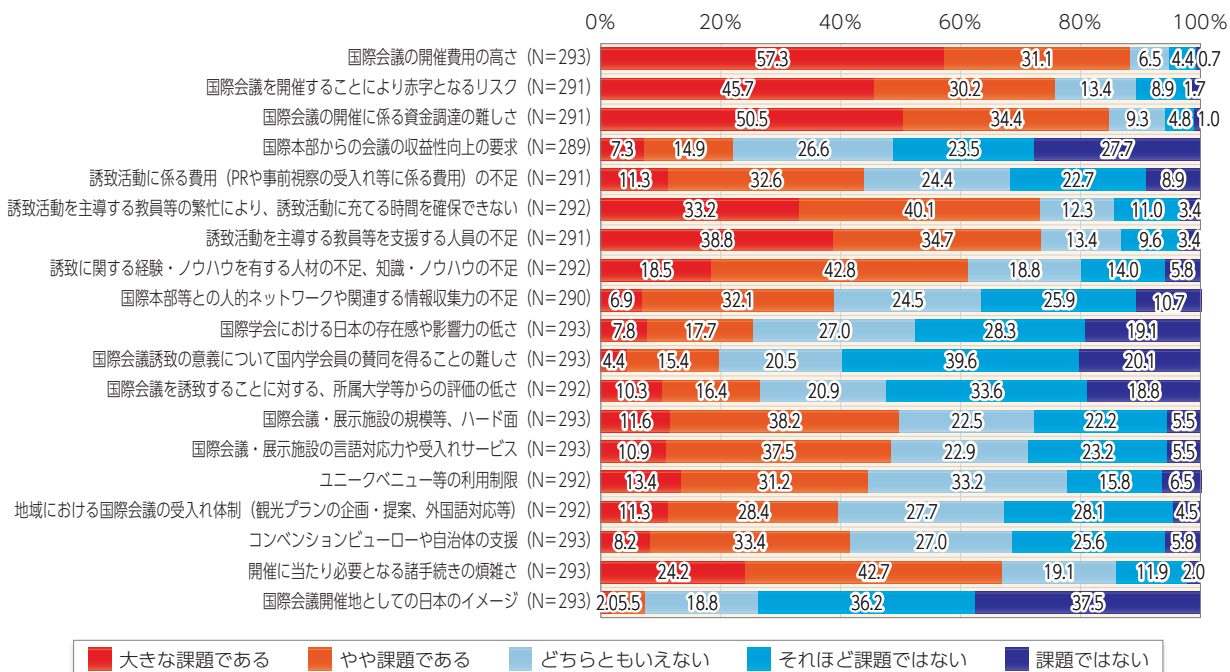
事例 イベント産業委員会 (Events Industry Board) ～英国～

英国においては、2015年(平成27年)3月に、英国のMICE推進戦略であるBusiness Visits and Events Strategyを発表した。この中の主要な取組の一つとして、国レベルで支援していくMICE案件を優先付けするとともにMICE戦略を推進していくために、官民横断の委員会を設置することとされ、2016年(平成28年)1月にEvents Industry Board(イベント産業委員会)が発足した。同委員会は、MICE戦略の推進、MICEセクターの振興、政府と産業界の連携に焦点を当て、MICE誘致のための支援を実施したり、MICE開催時のレセプションで政府施設を使用したりする等の各種支援策を提言することとされている。

2 国際会議誘致の主催者支援

観光庁の調査によると³⁴、国際会議の誘致に関与している、あるいは将来的に関与する立場となる回答者のうちの約6割は、国際会議の誘致に前向きな意見であったが、国際会議誘致の課題として「開催費用の高さ」、「赤字になるリスク」、「資金調達の難しさ」、「人的リソースの不足」といった問題を多く挙げる回答者が多かった。このように、我が国においては、国際会議を誘致する意向のある関係者は多く存在しているものの、彼らは資金面や人材面での主催者支援の体制に課題を感じていることが分かる(図表Ⅱ-48)。

図表Ⅱ-48 国際会議の誘致に立候補/協力したことがある/している研究者が感じる誘致活動の課題



資料：観光庁 2015年度(平成27年度)「地域の特性を活かしたMICEのあり方に関する報告書」

注1：国際会議の誘致に立候補・協力したことがある又はしている回答者(アンケート回収総数429票のうちの約7割(295票)に対し、国際会議の誘致活動の課題の回答を求めたところ、8割～9割が資金の調達や赤字リスクが課題と感じており、6割～7割が人的リソースの不足を課題だと感じているという結果となった。

34 観光庁では、2015年度(平成27年度)に「地域の特性を活かしたMICEの推進に係る調査事業(以下「平成27年度地域特性調査事業」という。))を実施した。その中で、国際会議誘致のキーパーソンである、国内の大学教員・研究者に対してアンケート調査を行い、誘致側の国内関係者の課題を整理した。アンケート調査は日本学術会議了解のもと、日本学術会議の会員及び連携会員に対して実施し、429票(回収率22.4%)の回答を得た。

我が国では、こうした国際会議主催者の負担を軽減するために、2013年度(平成25年度)から「アンバサダー・プログラム」を導入している。同プログラムでは、国際会議主催者が対外的に誘致活動をしやすいするために、国(日本政府観光局(JNTO))が日本の顔となる国際会議主催者をアンバサダーに任命し、誘致手続に関する書類作成やプロモーション・ツール作成の支援を実施しており、これまで29名のアンバサダーを任命した。海外ではアンバサダー・プログラムを充実させている都市が多い。

事例 諸外国のアンバサダー・プログラム ～英国、アイルランド、豪州～

我が国のアンバサダー・プログラムはまだ緒に就いたばかりであるが、先行している海外のアンバサダー・プログラムは、規模や支援体制において、我が国よりも充実している。英国のエディンバラ市では600人以上のアンバサダーが活動しており、同市で開催される会議の7割以上は地元のアンバサダーの貢献によるものである。アイルランドのアンバサダー・プログラムでは、会議開催が決定した後のサポートも手厚く、会議参加者を増加させるための支援にも力を入れている。豪州メルボルンのプログラムは、メルボルン・コンベンション・エキシビション・センター、コンベンション・ビューロー及びビクトリア州政府が共同して支援しており、学会で国際的に著名な130名以上のアンバサダーを擁する³⁵。

また、国際会議誘致に係る各種作業について大学関係者を支援する手法として、海外の大学においては、大学内に国際会議の誘致及び開催を支援する組織である「カンファレンス・サービス」を置いているケースがある。

事例 カンファレンス・サービス ～米国～

カンファレンス・サービスは、多忙な研究者に対して会議開催を支援することで、大学の知名度向上に貢献する、夏休み期間等の大学施設を有効活用して自主財源を獲得する、地元住民向けのイベントの開催により大学の存在意義をアピールするといったことが目的となっており、大学教員にとっては、会議誘致や開催に伴う教員の手間を減らすことができ、それが大学教員の積極的な会議誘致につながっている³⁶(図表Ⅱ-49)。

図表Ⅱ-49 米国の大学におけるカンファレンス・サービス

項目	スタンフォード大学	テネシー大学	セントラルフロリダ大学	ジョージア工科大学	メリーランド大学
組織区分	大学組織	大学組織	大学組織	民間企業	大学組織
サービス内容	会議施設、交通、宿泊、飲食に関するワンストップサービス	○	○	○	○
	予算管理・コンサルティング	○	○	○	○
	大学外を会場とするイベントの支援	○	○	○	○
	赤字リスクの負担	×	○	○	×
	準備費用の仮払い	×	○	○	×
サービス開始時期	2007年	1998年	2006年	2003年	1984年
職員数(フルタイムスタッフ)	19名	25名	3名	28名	16名
年間取り扱い件数	約980件	約60件	約200件	500～600件	200件
年間売り上げ取り扱い手数料の合計(1\$ = 120円で計算)	150万\$ (1.8億円)	800～1,000万\$ (9.6～12億円)	34万\$ (0.4億円)	不明	117万\$ (1.4億円)
運営	独立採算	独立採算	独立採算	独立採算	独立採算
その他備考	約980件のうち、研究者が主催する学会・セミナーなどは30件程度(その他は学内イベント)	売上げは手数料のみでなく、会議そのものの開催経費が一部含まれる	複数ある大学キャンパスのうち、小規模なキャンパス1つだけを担当	大学が所有する会議施設、ホテルを運営する民間企業がカンファレンスサービスを展開	-

資料：観光庁 2015年度(平成27年度)「地域特性調査事業」報告書

³⁵ ICCA (2014) “Congress Ambassador Programmes”

³⁶ 観光庁 2015年度(平成27年度)「地域特性調査事業」報告書

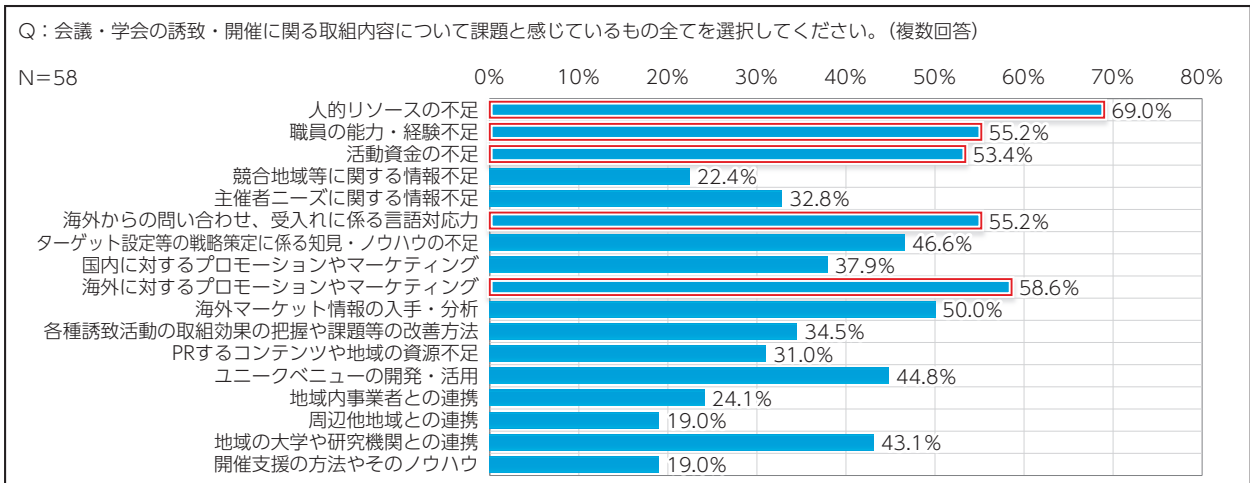
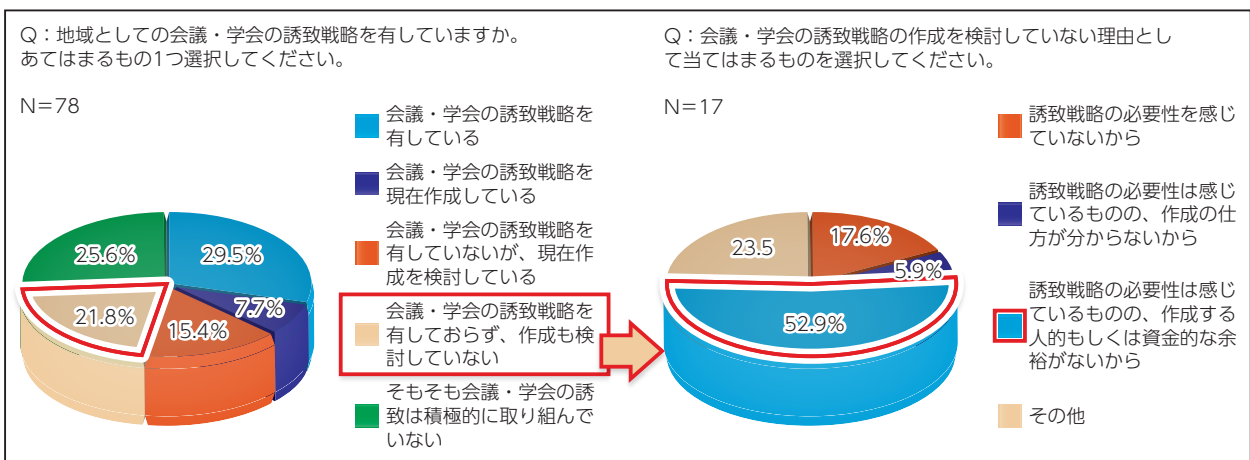
海外の大学の制度をそのまま我が国の大学に導入することは、運営費用や専門人材の確保等の点で限界があるが、サービスの外部委託なども考えられ、MICE誘致力を強化していくためには、大学関係者を支援する体制の整備も課題となる。

3 コンベンション・ビューローの体制

我が国は、海外の国際会議開催主要国に比べると、国際会議を開催できる施設を有する都市の数が多い。他方、他国の主要都市と比べると、日本の都市よりも国際会議開催件数の多い都市は多数あり、1都市当たりの開催件数をどのように伸ばしていくかが我が国の課題となっている。

観光庁の調査³⁷によると、誘致戦略を策定してMICEに取り組む地域は3割弱にとどまっており、多くの地域は作成する人的・資金的な余裕がないと回答している(図表Ⅱ-50)。

図表Ⅱ-50 地域における国際会議誘致に関するアンケート調査結果



資料：観光庁2015年度(平成27年度)「地域の特性を活かしたMICEのあり方に関する調査事業」報告勉強会(2016年(平成28年)3月実施)資料

³⁷ 観光庁2015年度(平成27年度)「地域特性調査事業」では、国内の主要なMICE開催都市を対象に、2011年(平成23年)～2013年(平成25年)JNTO国際会議統計において、外国人参加者数が50人以上の国際会議の開催実績を持つ地域のコンベンション・ビューローや自治体を対象にアンケートを送付し、誘致・開催活動の実態やニーズの把握及び分析を行った(回答79票(回収率77.5%))。

また、同調査で、会議・学会の誘致・開催に係る取組内容について課題と感じているものを質問したところ、人的・資金的リソースの不足、職員の能力・経験不足という回答が多く、さらに海外に対するプロモーションやマーケティングの不足も指摘されており、国際会議の誘致に関する専門的なノウハウの構築が課題となっている。我が国のコンベンション・ビューローは、ローテーション人事で短期間で異動してしまうことが多いため、専門知識のある人材がなかなか育たないということも背景にある。また、海外プロモーションの不足は、国際会議の開催地の決定権を持つ関係者へのアプローチ不足につながるため、誘致力を強化していく際の重要な課題である。

事例 各国のコンベンション・ビューローの体制 ～マレーシア、ニュージーランド等～

国際会議の誘致力を強化して、各国との誘致競争に勝っていくためには、MICEマーケティングの司令塔ともいべき都市やコンベンション・ビューローの体制強化は不可欠である。観光庁調査³⁸によると、我が国のコンベンション・ビューロー³⁹は、会議の誘致に関わる職員は、1組織当たり平均約5人で、そのうち一般観光と兼務していない専任職員は約3.5人となっている。また、年間の事業予算は、平均8,400万円である。これに対して、海外の主要な国際会議開催都市や、海外の地方部に位置し、会議開催件数が比較的多い都市⁴⁰は、職員数が充実している場合が多い。また、事業予算の規模は、海外の都市は日本と比べて格段に大きくなっており、国際会議の誘致・開催に対する補助制度が充実している都市も多い(図表Ⅱ-51)。

図表Ⅱ-51 海外のコンベンション・ビューローの組織体制及び予算

コンベンション・ビューロー	国際会議開催件数 (ICCA基準国際会議(2014年))	組織体制	予算規模	開催補助制度
サラワク (マレーシア)	23件	25名 (他に非正規職員5名)	非公開	開催支援金500万RM (約1.4億円) 1催事1,000万円程度
オークランド (ニュージーランド)	19件	11名	180万NZドル (約1.4億円)	5,000NZドル/件 (誘致支援)
台北	92件	50名程度	1億台湾ドル (約340億円) (MICE全体予算)	非公表
メルボルン (オーストラリア)	61件	30名 (海外都市6名を含む)	880万豪ドル (約7.5億円)	最大規模の場合は1億円 を超えることもある

資料：観光庁 2015年度(平成27年度)「地域の特性を活かしたMICEのあり方に関する報告書」より抜粋

海外のコンベンション・ビューローでは、ICCA等の国際団体の総会やセミナーへの派遣による人材育成や、CMP(Certified Meeting Professional)等の国際資格の取得推奨・支援を行っているケースもあり、必ずしも職員の人数が多くない場合であっても、専門的知見を蓄積して誘致活動を行っている。我が国のコンベンション・ビューローにとって、職員数や予算の充実強化に加えて、中長期的な人材育成も、課題となる。

38 観光庁 2015年度(平成27年度)「地域特性調査事業」

39 調査では、2011年(平成23年)～2013年(平成25年)JNTO国際会議統計において、「外国人参加者数が50人以上の国際会議の開催実績を持つ地域」のコンベンション・ビューローや自治体を対象に、合計102件にアンケート調査を送付し、79票(回収率77.5%)の回答を得た。

40 2014年(平成26年)のICCAの国際会議統計では、日本の主要都市の国際会議開催件数は、東京が90件(都市別世界順位22位)、京都47件(同54位)、札幌19件(同125位)、横浜18件(同134位)等となっており、サラワクやオークランドは、我が国の国際会議開催主要都市と同程度の開催件数を有する。

4 国際会議開催地としての魅力向上

MICEの誘致・開催に当たって、他国と差別化を図るために、各国とも様々な活動を行っているが、MICEの開催に際して、博物館や美術館、歴史的建造物、世界遺産などを特別に開放し、レセプション等の会場として活用することがある。このような特別なおもてなしの場は「ユニークベニュー (Unique Venue：特別な場所)」と言われ、MICE開催地としての魅力向上の一助となっている。我が国においては、「ユニークベニュー」はまだ一般的にはあまりなじみがない概念であり、「ユニークベニュー」として活用できる施設が少ないのが現状である。

事例 ユニークベニュー ～フランス及び英国～

海外においては、例えばフランスは、国を代表するルーブル美術館の館内スペースを企業や学会のパーティー会場として開放しており、年間100件程度の貸出しがある。ナポレオンホールの場合、立食で3,000人までの利用が可能である (図表II-52)。

図表II-52 ルーブル美術館



資料：日本政府観光局 (JNTO) 撮影

英国のロンドンでは、ユニーク・ベニューズ・オブ・ロンドン (Unique Venues of London (UVL)) という組織が、市内のユニークベニューの総合受付の役割を果たしている。UVLに2016年(平成28年)3月時点で登録されているユニークベニューは86箇所、直近1年間での収入は約7,700万ポンド(142億円)、開催された会議等は20,800件であった。最近ではナショナル・ギャラリー、大英博物館などが新規に登録され、今後も登録施設件数を伸ばそうとしている。

ロンドンのユニークベニューとしては、イギリス王室関係者が居住しているケンジントン宮殿もUVLに登録されている。宮殿内のキングズ・ギャラリーは約90名までの晩餐会を開催することが可能であり、宮殿の年間の売上げは2014年(平成26年)4月から2015年(平成27年)3月までで493万ポンド(約8.6億円)となっている (図表II-53)。

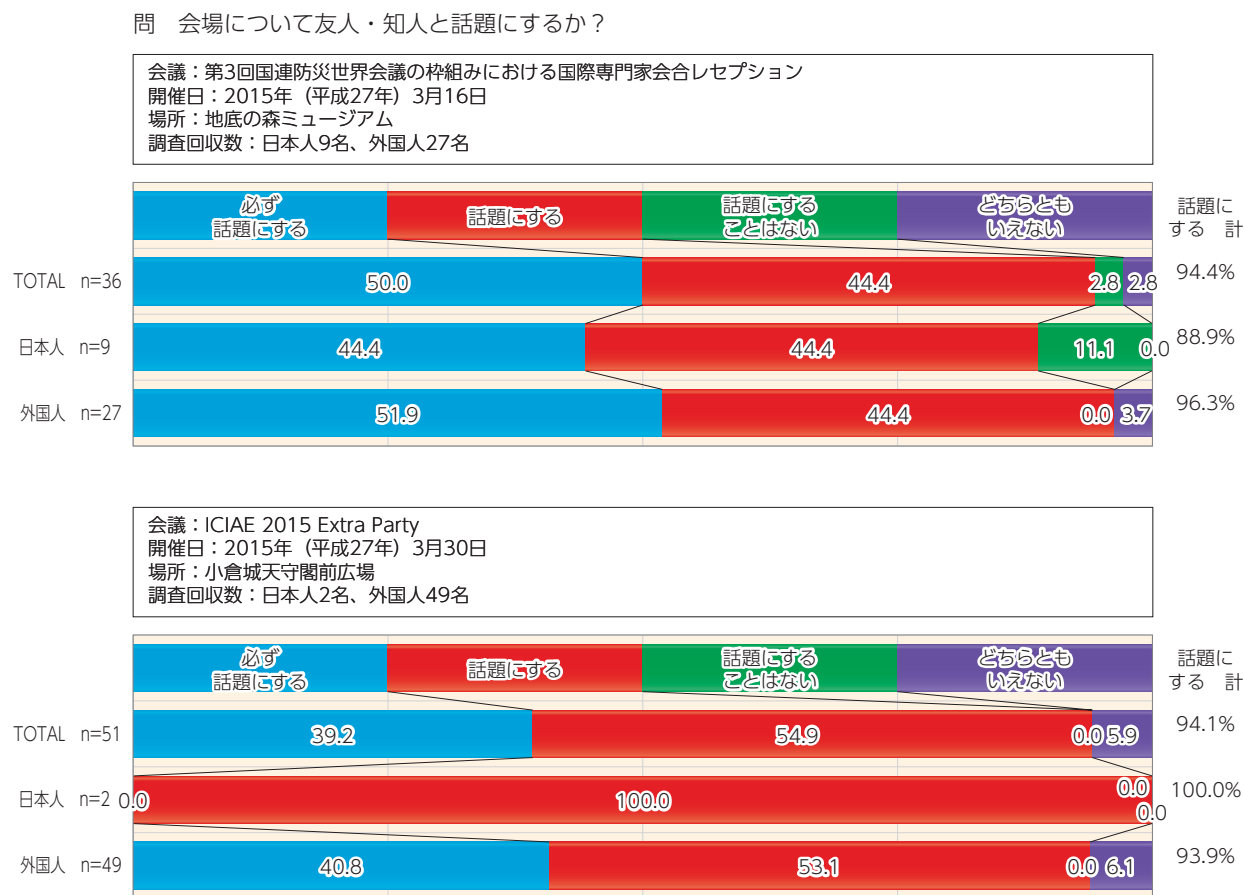
図表II-53 ケンジントン宮殿



資料：Visit Britain Media Center (<http://media.visitbritain.com/>)

観光庁の調査⁴¹によると、モデルイベントとして実施したユニークベニューでのレセプションに参加した国際会議参加者は、「会場について友人・知人と話題にするか」という質問に対して、外国人及び日本人ともに「必ず話題にする／話題にする」と回答した参加者が9割以上となっており、ユニークベニューの活用は、その場所のプレゼンス向上にも貢献すると考えられる。他国との差別化を図り、日本の都市のブランディングを高めていくためにも、こうしたユニークベニューの活用をさらに進めていくことが求められる(図表Ⅱ-54)。

図表Ⅱ-54 ユニークベニューを活用したイベントの来場者アンケート



資料：観光庁 2014年度(平成26年度)「ユニークベニューの開発・利用促進に関する調査」

我が国の目指すべき方向 ～MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善～

我が国のMICEの誘致・開催の体制は、政府横断で官民が連携するものとはなっておらず、MICE全体の市場規模が把握できていないなど、諸外国の体制に比べて遅れている。また、コンベンション・ビューローや国際会議主催者に対する支援が海外の主要な国際会議開催国に比べて充実していないという課題があるほか、ユニークベニューの充実など受入地の魅力向上も今後の課題である。

海外の優良事例も参考に、関係府省横断的に連携してMICEを推進していく体制を構築し、経済波及効果をはじめとしてMICEの意義や重要性を情報発信することにより、さらに幅広い関係者の協力を得て、質の高いビジネス客の取り込みを目指していくことが求められる。

41 観光庁 2014年度(平成26年度)「ユニークベニューの開発・利用促進に関する調査」

第4節 すべての旅行者が快適に観光を満喫できる環境の整備

我が国が世界各国の多くの旅行者から旅先として選ばれるようになるためには、外国人旅行者の不便や障害、不安等を徹底的に解消するとともに、訪日外国人旅行者の満足度を一層高める受入環境整備を早急に進める必要がある。また、ゴールデンルートのみならず、日本全国どこへでも快適に旅行できる環境を実現することも必要である。あわせて、高齢者や障害者等を含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築き、国内旅行の振興も行っていく必要がある。

我が国においては、急増する訪日外国人旅行者に対応し、審査ブースの増設や入国審査官等の増員などCIQの体制を強化して改善を図ってきたが、訪日外国人旅行者は今後さらに増加することが予想されることから、厳格な審査によるセキュリティの確保と円滑な審査によるスムーズな出入国との両立が一層求められる。また、宿泊施設の不足、通信・交通・決済の利便性などについても課題が多く、受入環境の問題は今後ますます拡大していくおそれがある。我が国の最大のゲートウェイである首都圏空港の容量は逼迫しており、観光需要を地方に分散させる観点からも、地方空港をゲートウェイとして機能させる必要がある。一方、国内旅行については、需要が伸び悩んでいるほか、国内観光需要が一定の時期に集中するといった問題もあり、5割という低い年次有給休暇の取得率も問題となっている。さらに、国内外の障害者、高齢者及び子育て世代による旅行の潜在需要が存在しているものの、各地の観光地等においてバリアフリー対応が不十分であること等により、旅行に出かけるのを躊躇してしまい、実際の旅行需要に結びつけられていないという課題もある。

世界各国においては、旅行者がストレスを感じることなく旅行できる環境の整備として様々な事例がある。また、バリアフリーに関しては、これから2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を迎える我が国としては、過去の開催国の事例が参考になる。

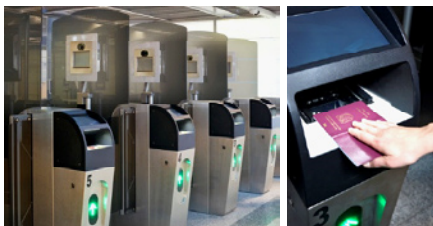
1 受入環境整備

訪日外国人旅行者数は今後ますます増加していくことが期待されるが、外国人旅行者の満足度を高め、リピーターを増やしていくためには、引き続き受入環境を整備・充実していく必要がある。CIQの継続的な体制強化、無料公衆無線LAN環境等の整備、公共交通利用環境の改善など、様々な分野において課題があるが、世界各国の事例も参考に、スピード感を持って、外国人が移動・滞在しやすい環境の整備を徹底していく必要がある。

事例 空港における受入環境整備 ～顔認証システムの活用(フィンランド)～

フィンランド最大のヘルシンキ・ヴァンター国際空港では、出入国審査において、顔認証システムを活用した自動化ゲート(Automated border control gates)を導入し、フィンランド人に加え、一定の要件を満たす外国人(一般観光客を含む。)にも適用し、審査の待ち時間を短縮している(図表Ⅱ-55)。

図表Ⅱ-55 Automated border control gatesの利用方法



利用方法

- ① パスポートの顔写真ページを開き読取機に置く
(個人情報と生体認証データの読取り)
- ② 入口ゲートが開き、中に入るとカメラで顔認証
(パスポートの顔写真との照合)
- ③ 出口ゲートが開いたら、審査官のカウンターに進み、パスポートに押印してもらう

資料：Finavia Corp./Helsinki Airport (<http://www.finavia.fi/>)

事例 交通分野における受入環境の整備 ～ニューヨークシティパス(米国)～

ニューヨークやパリ、ロンドン、バルセロナでは、鉄道パスと観光施設の優待・入場券がセットになったチケットが発行されている。

このうちニューヨークでは、市内の観光地を1枚で回ることのできる「ニューヨークシティパス」をシティパス株式会社が発行している。最初の使用日から9日間、エンパイア・ステート・ビルや博物館・美術館への入館、観光クルーズの乗船等が可能になる。また、乗り降り自由のニューヨーク2日観光バスツアーの5ドル割引券など他のサービスでも割引を受けることができる。チケットはニューヨークの主要な観光情報が記載されているブックレットとして販売されており、チケットブックレットだけでニューヨークの観光を楽しめるようになっている。また、インターネットでの購入が可能である。

事例 通信環境の改善整備 ～バルセロナWi-Fi(スペイン)～

バルセロナ市では、米国の通信機器メーカーと組んで種々のスマートシティ構築に取り組んでおり、その一環として2011年(平成23年)に公共のWi-Fiネットワーク(Barcelona Wi-Fi)の整備を行った。市内の公園や美術館など約700箇所にWi-Fiスポットが設置されており、無料でインターネット接続が可能である。

2 全国への快適な旅行の実現

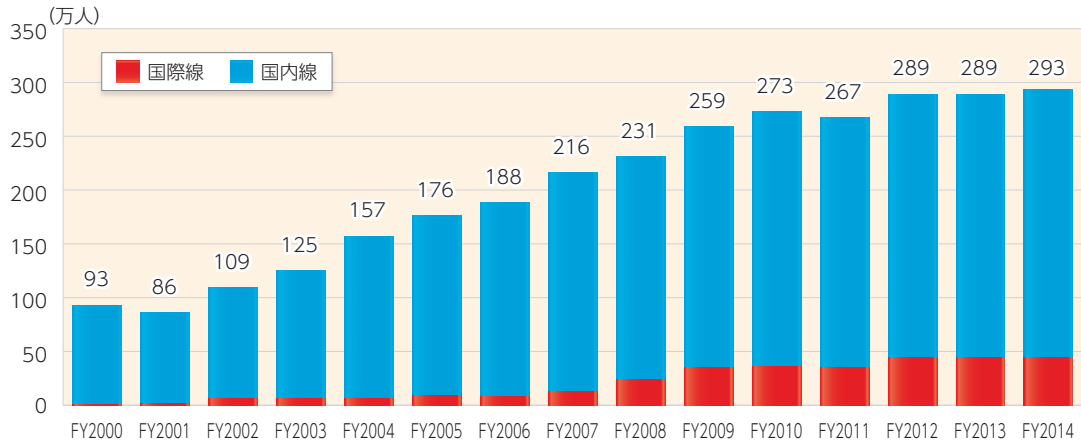
訪日外国人旅行者はゴールデンルートに集中する傾向にあるが、観光需要を地方に分散させる観点から、地方イン・地方アウトの流れを作ることが必要であり、そのためにも、地方空港のゲートウェイ機能の強化やLCCの就航促進を図ることなどが課題となる。他国においては、空港民営化を契機として空港使用料の引下げ等の取組を行い、地方空港の活性化を実現している事例がある。

事例 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進 ～ゴールドコースト空港(豪州)～

ゴールドコースト空港は、豪州クイーンズランド州に位置する地方空港であり、豪州有数の観光地であるゴールドコーストの玄関口として、多くの観光客が利用している。1998年(平成10年)の民営化後、LCCの積極的誘致に取り組んでおり、旅客数に応じた着陸料の割引や、航空機重量ベースから旅客ベースの料金に変更することで参入障壁を低くしているほか、エアライン営業部門が新たに設置され、エアラインに対するアンケートを実施してニーズを汲み取りながら、ターミナルの増改築等や料金プランの提案を行っている。また、搭乗橋を設置しない1階建ての旅客ビルなどの「ローコストエアポート」化も図ることでLCCの誘致・ハブ空港化に成功し、同空港からの乗客数は2000年から2014年で約3倍となった(図表Ⅱ-56)。

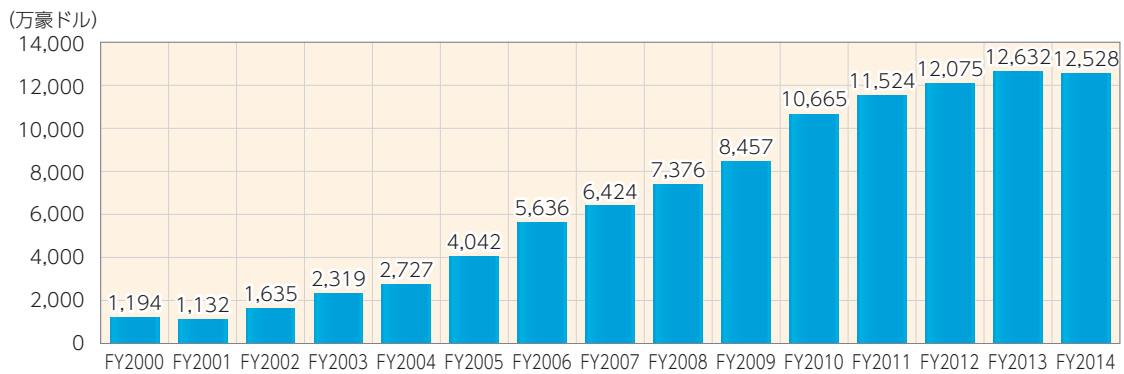
LCCを誘致すると航空系収入の単価が下がるものの、LCCを利用する乗客数が増加すると非航空系収入が増加する。ゴールドコースト空港では、搭乗待合スペースの「フードコート化」等によって空港滞在時間中の消費機会最大化を図るとともに、混雑度・利便性に応じた駐車場料金設定を行うなど、非航空系収入の増加を促進する取組を行うことにより、全体の売上高は2000年から2014年までの間に約10倍に増加した(図表Ⅱ-57)。

図表Ⅱ-56 ゴールドコースト空港の乗客数の推移



資料：Department of Infrastructure and Regional Development “Airport Traffic Data”に基づき観光庁作成
 注1：FYは前年7月～当年6月（FY2014は2013年（平成25年）7月～2014年（平成26年）6月）

図表Ⅱ-57 ゴールドコースト空港の売上高の推移

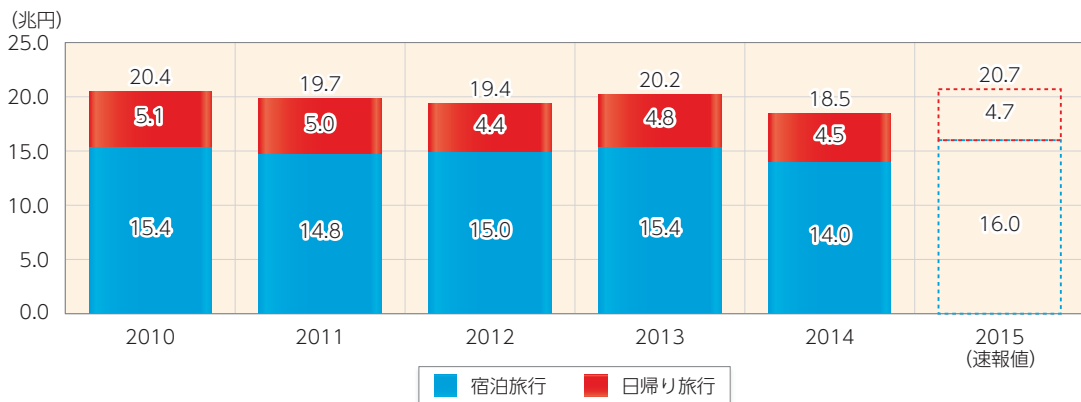


資料：Queensland Airports “annual report”に基づき観光庁作成
 注1：FYは前年7月～当年6月（FY2014は2013年（平成25年）7月～2014年（平成26年）6月）

3 国内旅行需要の喚起

訪日外国人旅行消費額が急激に増加している一方で、国内旅行消費額は横ばいとなっている（図表Ⅱ-58）。国内旅行消費額は、旅行消費額全体の約8割を占めるため、地域経済に及ぼす影響も大

図表Ⅱ-58 国内旅行消費額の推移（再掲）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
 注1：2015年（平成27年）は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年（平成27年）の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

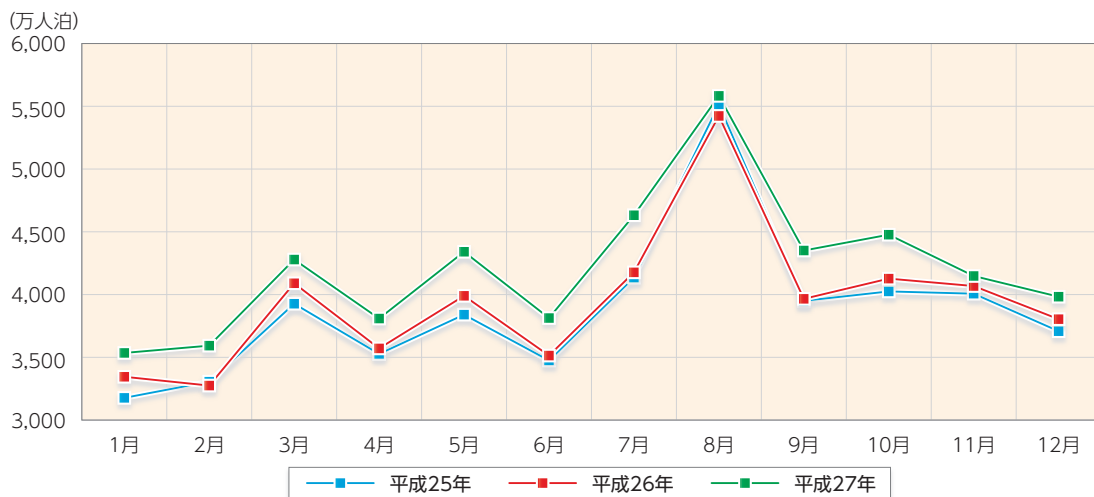
きい。少子高齢化が進む中、訪日外国人旅行の振興とともに、国内観光の振興を図り、旅行消費につなげていくことも、重要な課題である。

本章でこれまで述べてきた観光資源の質の向上や観光産業の革新等の課題は、訪日外国人旅行のみならず、国内旅行の需要喚起にも資するものである。これらの対応に加えて、国内旅行市場をさらに活性化していくためには、休暇を取得しやすくすることや、障害者や高齢者などすべての人が旅行を楽しめる環境を整えていくことなども、我が国にとって重要な課題である。

(1) 休暇改革

国内旅行の需要は盆休みやゴールデンウィーク等の一部の時期に集中しており、月別の延べ宿泊者数を見ると、繁忙期と閑散期に大きな差が生じている(図表Ⅱ-59)。その理由として、日本人による年次有給休暇の取得率が近年5割を下回る水準⁴²で推移しており、職場の人に迷惑がかかると感じる、職場の雰囲気取得しづらい等の理由で、約3分の2の労働者は、年次有給休暇の取得にためらいを感じている⁴³ことが挙げられる。そのため、国内旅行需要を分散・平準化させ、日本人の旅行や宿泊を増やしていくためには、子どもの学校休業日を休日の前後に設定することにより家族旅行の機会を増加させるなどの休暇の改革が必要であり、休暇の改革により国内旅行需要の拡大につなげていくことが課題である。

図表Ⅱ-59 延べ宿泊者数の推移(2013年(平成25年)～2015年(平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

事例 年次有給休暇 ～フランス～

フランスにおいては、年次有給休暇は、5週間取得可能で、5月1日～10月31日に4週間、そのうち2週間は連続して取得することが義務付けられている。また、学校の休暇を分散させるため、冬休み(2月)と春休み(4月)については、国内を3つのゾーン別に分けた上で、2週間ずつずらし、学校休業時期を分散する取組を実施している。

⁴² 2014年(平成26年)は47.6%(厚生労働省「勤労条件総合調査」)

⁴³ 2014年(平成26年)は68.3%(厚生労働省「勤労時間等の設定の改善を通じた『仕事と生活の調和』の実現及び特別な休暇制度の普及促進に関する意識調査」)

事例 家族旅行をした場合の学校の出席扱いの仕組み ～韓国～

ソウルの小学校では、学校を休み、家族で旅行をした場合、事後レポートの提出により、学校を出席したとみなす制度を導入している。年間、10日まで取得でき、学業と関連する多様な経験(家族旅行、修学旅行、合宿など)を推奨している。

事例 地域における企業と学校の休みのマッチング(「家族の時間づくりプロジェクト」)

観光庁では、各地域において大人(企業)と子ども(学校)の休みのマッチングを行い、地域ぐるみの家族の時間を創出する地域の活動を支援する「家族の時間づくりプロジェクト」を実施している。

三重県亀山市ではこれを活用し、2015年(平成27年)5月1日(金)を学校休業日とし、同月6日(水)までの6日間を「家族の時間づくり週間」として位置付け、大型連休をさらに拡大することにより、家族と一緒に過ごす時間を増やし、家族旅行へ行くようなきっかけを創出している。

(2) ユニバーサルデザインの推進

障害者、高齢者及び子育て世代など、移動が不自由な層についても、少ない乗換回数、移動時間の短さ、移動サポート、乳幼児に対する受入態勢といった条件を整えば、旅行に行きたいというニーズを有している人は多く、国内の旅行市場を活性化していくためには、これらの方々の旅行ニーズに応えられる環境を整備することが求められる(図表Ⅱ-60)。このうち、高齢者については、今後、我が国の高齢化がますます進む中で、人口の多数を占める層となっていくことから、高齢者の旅行市場の活性化が大きな課題である。こうした観点から、我が国においてもユニバーサルデザインの導入を拡大していく必要があるが、全ての旅行者が快適に観光を満喫できる環境が整備されれば、訪日外国人旅行者の増加にもつながる。2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の際に、世界各国から、障害者の方々を含め、多くの旅行者の訪日が予想されることを踏まえ、外国の先進事例を参考にしながら、高い水準のユニバーサルデザインの実現を果たしていくことが求められる。

図表Ⅱ-60 旅行意向のある人の希望が達成した場合の旅行市場

(万人)

対象者	旅行種類	年間旅行延べ人数		希望と現状のギャップ
		現状	希望	
乳幼児連れ及び妊産婦	国内宿泊旅行	2,088	3,566	1,478
	海外旅行	78	306	228
	計	2,166	3,872	1,706
高齢者	国内宿泊旅行	4,294	5,404	1,110
	海外旅行	289	511	222
	計	4,583	5,915	1,332

資料：観光庁「2014年度(平成26年度)ユニバーサルツーリズム促進事業 報告書」、「2015年度(平成27年度)乳幼児連れ及び妊産婦旅行促進事業 報告書」

我が国と英国のバリアフリーの状況を比較すると、鉄軌道駅の段差解消は両国の間に大きな差はない。一方、バスについては、我が国のノンステップバスの導入率は44%で英国の92%の半分以下となっている。また、福祉タクシー車両（英国は車椅子対応タクシー）の数も英国を下回っており、さらにバリアフリー化を推進していく必要がある（**図表Ⅱ-61**）。

図表Ⅱ-61 日本と英国のバリアフリー化の状況の例

バリアフリー化の内容		日本 (2013年度末)	英国
鉄道	鉄軌道駅の段差解消率	83%	75%以上 (2015年)
バス	ノンステップバス	44%	92% (2013年)
タクシー	福祉タクシー車両	13,978台	44,300台 (2011年)

資料：国土交通省資料、Transport for Everyone：an action plan to improve accessibility for all (DfT) (Dec 2012) に基づき観光庁作成

注1：イギリスの福祉タクシー車両は車椅子対応タクシーの数を示している。

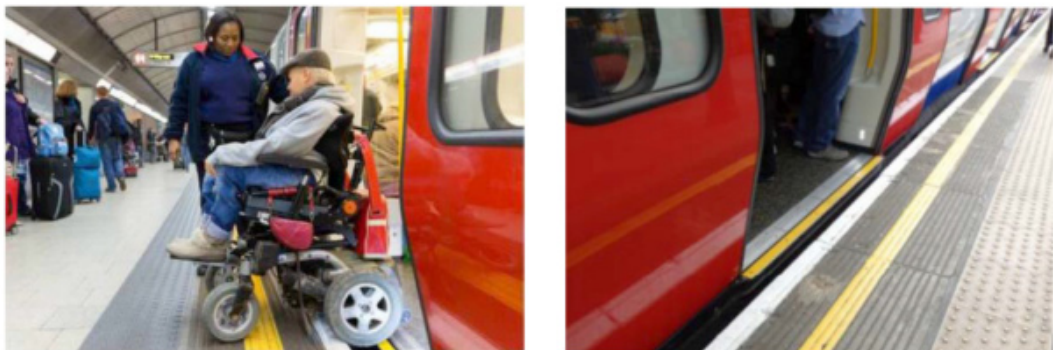
事例 バリアフリーに配慮した観光まちづくり ～ロンドン(英国)～

2012年(平成24年)のロンドンオリンピック・パラリンピック開催に際し、関係各所が交通のバリアフリー化を目指した都市デザイン戦略やフレームワークを発表した。

ロンドンオリンピック・パラリンピック組織委員会は、「Accessible Transport Strategy for the London 2012 (2008年)」を発表し、自動車があれば移動が困難な障害者向けの駐車規制の緩和等、公共交通機関を積極的に活用するための10の戦略を記載した。オリンピック整備施設庁は「Inclusive Design Standards(2008年)」に大会関連施設・周辺施設が満たすべきバリアフリー基準を示し、通路は非常に緩やかな傾斜にすること(1/60以下の勾配とすること)、ベンチを50mごとに設置すること、会場のどこからも40m以内に車いすでアクセスできるトイレを設置すること等、具体的な34項目を示している。

また、英国運輸省は鉄道運営会社に向けたバリアフリーに関するガイドライン「Accessible Train Station Design for Disabled People(2011年(平成23年))」を発表し、プラットフォームの傾斜や柱・手すりの配色、照明に関する基準、一般的なトイレのデザインや障害者用トイレのデザイン、維持管理方法に関する基準等を示した。ロンドンの鉄道駅では車いすがスムーズに移動できるよう、ホームのかさ上げ等が実施されている(**図表Ⅱ-62**)。

図表Ⅱ-62 ロンドンの鉄道駅のホームのかさ上げ



資料：交通エコロジー・モビリティ財団

「オリンピック・パラリンピック開催に向けた移動と交通に関する基礎調査(2014年(平成26年))」

我が国の目指すべき方向 ～すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に～

世界各国の事例を見ると、観光客の利便性・快適性を重視した受入環境整備、地方空港の活性化、休暇制度等について、様々な工夫が行われている。

我が国においても、今後も増加していくことが見込まれる訪日外国人旅行者を万全の体制で受け入れることができるよう、世界最高水準の技術を活用した革新的な出入国審査等を実現するとともに、無料Wi-Fi環境の整備など、訪日外国人旅行者の利便性を飛躍的に改善させる必要がある。また、LCCの受入促進など、地方空港の活性化を図っていく必要がある。さらに、年次有給休暇の取得率を70%に向上させることにより休暇利用による観光の促進を図るとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けたユニバーサルデザインの推進で高齢者、障害者、子育て世代等の旅行需要を顕在化させること等により、国内旅行消費の促進も図る必要がある。

第3章 「明日の日本を支える観光ビジョン」

これまで目標としてきた訪日外国人旅行者数2,000万人の達成がいよいよ間近となったことから、政府においては「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」(議長：安倍内閣総理大臣)を開催し、次の時代の新たな目標と、そのために必要な対応の検討を行った。検討の過程では第2章で見てきたような観光資源の魅力の向上、観光産業の国際競争力の強化、快適な観光を満喫できる環境の整備など、様々な課題について議論を行い、海外の優良事例も参考にしながら、2016年(平成28年)3月30日に我が国が今後目指すべき新たなビジョンを取りまとめた(図表Ⅱ-63)。

我が国は、観光振興に必要な4つの条件とされる「自然」・「文化」・「気候」・「食」を兼ね備えた世界でも数少ない国の一つであり、観光立国の大きなポテンシャルを有している。素材としての観光資源は全国津々浦々、その土地ごとに存在している。観光産業は、様々な業種に波及効果が及んでいく裾野の広い産業であり、全国に存在する観光資源を磨き上げ、そのポテンシャルを真に開花させることにより、裾野の広い観光産業を一億総活躍の場とすることができる産業である。

観光は、まさに「地方創生」への切り札であり、GDP600兆円達成への成長戦略の柱である。国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である。

このため、「観光ビジョン」においては従来の政府目標を大幅に前倒しし、かつ、質の高い観光交流を加速させるべく、以下の新たな目標に向かって進んでいくこととした。

○訪日外国人旅行者数

観光先進国という新たなステージへ進むためには、2020年に2,000万人という目標に満足することなく、さらなる高みを目指す必要がある。このため、訪日外国人旅行者数については、2020年には約2倍となる4,000万人、2030年には約3倍となる6,000万人を目指す。

○訪日外国人旅行消費額

観光立国の推進は我が国経済成長の大きな鍵であり、消費の増大により地域への経済効果を高め、GDP600兆円への貢献を図ることが重要である。訪日外国人旅行消費額については、ビジョン施策の実施で訪日外国人旅行者の滞在日数を増加させること等により、2020年には1人当たり単価を20万円という大台にのせ、消費額全体では2015年の2倍を超える8兆円とする。また、2030年には1人当たり単価を次の節目である25万円に到達させ、消費額全体でも2015年の4倍を超える15兆円を目指す。

○地方部での外国人延べ宿泊者数

観光を地方創生につなげていくためには、地方部⁴⁴への外国人旅行者の訪問を増大させていくことが必要である。地方部の外国人延べ宿泊者数の地方部比率の増加傾向を今後も維持し、2020年には50%まで高めるとともに、2030年には三大都市圏との比率を逆転させ、地方部を60%とすることを目指す。このため、地方部での外国人延べ宿泊者数については、2020年には2015年の3倍近い増加となる7,000万人泊、2030年には5倍を超える1億3,000万人泊を目指す。

⁴⁴ 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。

○外国人リピーター数

我が国の観光の魅力を高め、質の向上を図ることにより、訪日外国人旅行者の満足度を高め、リピーターを増加させることが重要である。このため、外国人リピーター数について、訪日客数全体の増加に匹敵する伸びを達成すべく、2020年は現在の約2倍となる2,400万人、2030年は約3倍となる3,600万人を目指す。

○日本人国内旅行消費額

我が国の観光消費額は、日本人国内旅行が占める割合が高く、国内旅行を促進し、地域への経済効果をより一層高めることも重要である。今後人口減少が予測される中でも国内旅行が縮小しないよう、ビジョン施策によって日本人が国内旅行に行く回数を増やしていただくこと等で国内旅行消費額の維持に努めることとし、2020年は最近5年間の平均値(約20兆円)から約5%増の21兆円、2030年は約10%増の22兆円を目指す。

我が国がめざす観光先進国とは、全国津々浦々その土地ごとに、日常的に外国人旅行者をもてなし、我が国を舞台とした活発な異文化交流が育まれる、真に世界へ開かれた国のことである。そこでは、次々と新たなサービスの創造やイノベーションが起これり、地域の産業・経済の足腰が強化されるといった好循環が創出される。

そのためには、まず、我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていく必要がある。そして、観光の力で、地域に雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していく必要がある。さらに、CIQや宿泊施設、通信・交通・決済等といった受入環境整備を早急に進める必要がある。あわせて、高齢者や障がい者等を含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていく必要がある。

これらを踏まえ、「観光ビジョン」においては、「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下、第2章で述べたような国内の課題と海外の優良事例を念頭に、鍵となる以下の「3つの視点」を整理し、それに従って、35項目の施策を打ち出した。このうち柱となる施策については、以下の「10の改革」として取りまとめた。

「3つの視点」

- 視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に
- 視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に
- 視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

「10の改革」

- ①「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- ②「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- ③「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- ④おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
- ⑤古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- ⑥あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- ⑦疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

- ⑧ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- ⑨「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- ⑩「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

「観光ビジョン」の取りまとめを受け、我が国は、「観光先進国」の実現に向け、政府一丸、官民を挙げて、常に先手を打って攻めていく。

図表Ⅱ-63 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議



第Ⅲ部

平成27年度に
講じた施策

第Ⅲ部 平成27年度に講じた施策

第1章 インバウンド新時代に向けた戦略的取組

第1節 「色とりどりの魅力を持つ日本」の発信と地方への誘客

① 広域観光周遊ルートの形成・発信等による地方への誘客

(1) 広域観光周遊ルートの形成・発信

テーマ性・ストーリー性を持った魅力ある観光地域をネットワーク化した広域観光周遊ルートを形成するため、2015年(平成27年)4月に公募を開始し、有識者から構成される「世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会」からの意見を踏まえて、同年6月12日に7つのルートを認定した。認定された広域観光周遊ルートについては、各ルートの協議会等が主体となって実施する、マーケティング調査、計画策定、受入環境整備、滞在プログラムの充実、海外へのプロモーション等の事業に対して支援を行った。(第Ⅲ部第3章第1節参照)

(2) 地方空港へのLCC等の新規就航の促進

地方空港へのLCC等の新規就航を促進するため、日本政府観光局(JNTO)は、2015年(平成27年)9月19日から22日にかけて南アフリカ共和国・ダーバンにて開催された「World Routes 2015」及び2016年(平成28年)3月6日から8日にかけてフィリピン・マニラにて開催された「Routes Asia 2016」に出展し、海外の航空会社とそれぞれ約25件の商談を実施した。

(3) ドライブ観光や鉄道旅行の魅力発信

香港市場において、個人旅行者をターゲットにした、鉄道やレンタカーでの訪日旅行を訴求する「Rail & Drive」プロモーションを実施した。また、2015年(平成27年)6月に広域観光周遊ルートとして認定された「昇龍道」に、同年11月、香港のテレビ番組を招請し、北陸新幹線や七尾線観光列車「花嫁のれん」取材した番組が制作、放映された。

(4) 海外での発信力を有する者を活用した訪日プロモーション

ビジット・ジャパン事業では、各市場において、現地の旅番組や、ウェブサイト、SNSにおいて高い発信力を有するブロガー等を日本の各地方に招請し、地方の観光魅力を伝える番組の制作・放映や、SNSへの投稿を促進した。例えば、マレーシアにおいては、2015年(平成27年)5月に、ムスリムタレントを起用した日本の観光魅力を紹介する旅番組「Jejak Jepun Jihan」を招請し、同番組の制作を支援することで、現地における訪日意欲の促進に寄与した。

また、ふるさと名物発信等事業(海外情報発信事業)では、現地において高い発信力を有する者(インフルエンサー)を日本の各地方へ招請し、記事掲載等を促進したほか、その取材の様子を記録映像に収め、インターネット上で公開することにより、継続的な情報発信を行った。

(5) 動画を活用した訪日外国人旅行者の地方誘客に向けた取組

JETプログラム⁴⁵参加者や留学生等の日本在住の外国人を対象に、SNS上において、2015年(平

⁴⁵ JETプログラム(語学指導等を行う外国青年招致事業)は、総務省、外務省、文部科学省及び一般財団法人自治体国際化協会の協力の下、地方公共団体等が実施する交流事業であり、JETプログラム参加者が小学校、中学校や高校で外国語を教えたり、地方公共団体における国際交流事業に携わることなどを通じて地域における国際化に寄与している。

成27年)11月から2016年(平成28年)1月にかけて、日本の魅力をPRする映像を募集し、集まった映像を海外の有名ブロガーやインフルエンサーを活用し拡散した。

2 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし

(1) 訪日シーズンの分散化

2014年度(平成26年度)に引き続き、桜をテーマとした訪日プロモーションを継続して実施し、春を訪日シーズンとして定着させることに成功した。さらに、2015年度(平成27年度)は、紅葉をテーマとした広告宣伝や、冬の雪をテーマに海外旅行博への出展等を行い、四季折々の日本の魅力を発信し、年間を通じた訪日シーズンの創出に向けた訪日プロモーションを実施した。

(2) 新たな訪日需要の掘り起こし

ビジット・ジャパン事業では、各市場向けウェブサイトやSNSにおいて、新たな訪日需要につなげるべく、マラソンやサイクリング等、特定の趣味・関心に基づく旅行(スペシャル・インタレスト・ツアー)に関する情報を継続的に発信した。

また、「ふるさと名物発掘・連携促進事業」として“世界にまだ知られていない、日本が誇るべきすぐれた地方産品”を発掘し、海外に広く伝えていくプロジェクト「The Wonder 500」を実施し、2015年(平成27年)8月に、10の観光体験を含む、500商材を発表した。また、訪日外国人旅行者に紹介したい観光体験を含む「ふるさと名物」の投稿サイト「NIPPON QUEST」を開設、13言語で世界へ発信する事業を実施した。

(3) 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与

那覇空港(貨物便)と羽田空港を除いた国管理空港・共用空港を対象に、国際旅客定期便と国際旅客チャーター便の着陸料軽減措置を継続して実施した。また、2016年度(平成28年度)に向けて制度の見直しを図り、地方空港への国際線就航を促進し、「地方イン・地方アウト」の流れを作るため、地域が実施する国際線誘致等の取組と協調して、国管理空港・共用空港の国際線の新規就航・増便について、着陸料を更に軽減する制度を設計した。

第2節 未来を担う若い世代の訪日促進

1 海外からの教育旅行の拡大に向けた取組

海外の若者に日本の魅力を知ってもらうと同時に、日本の児童生徒の国際理解を深める訪日教育旅行の円滑な受入れを促進するため、2015年(平成27年)7月、観光庁と文部科学省が連携して、「訪日教育旅行受入促進検討会」を開催した。本検討会において、訪日教育旅行受入促進のための具体的方向性として、地域の観光部局における調整・相談窓口の構築や海外と地域をつなげる一元的窓口の設定等を記載した報告書を取りまとめ、同年10月に公表した。

2 第23回世界スカウトジャンボリーの開催

2015年(平成27年)7月、山口県で、世界の約155の国と地域から約34,000人のスカウトが参加し、世界スカウトジャンボリーが開催された。本大会では、様々な国の参加者による共同生活や、環境や平和などの国際的な課題を学ぶ機会を提供することにより、青少年の国際交流の推進に貢献した。また、日本文化を紹介する日本パビリオンの設置や大会前後に行われたスカウトによるホームステイ等を通じて、未来を担う海外の若い世代の日本への興味・関心の醸成に寄与した。



開会式の各国国旗入場における、日本国旗の入場の様子



閉会式前で各国スカウトが集合し、交流している様子

第3節 欧米からの観光客の取り込み

1 欧米における訪日プロモーション事業

欧州における訪日需要の高まりに対応するため、ビジット・ジャパン事業の重点市場に、イタリア、ロシア、スペインの3市場を追加し、訪日プロモーションを強化した。

特に、2015年(平成27年)11月にロンドンで開催された旅行博の「World Travel Market 2015」でビジット・ジャパンプースがベストデザイン賞を、2016年(平成28年)1月にマドリードで開催された旅行博の「Feria Internacional de Turismo 2016」でスタンド賞を受賞する等、世界規模の旅行博における日本の存在感が高まった。

2 国際イベントを活用した訪日プロモーション事業

2015年(平成27年)8月に「食」をテーマに開催されたミラノ国際博覧会を好機ととらえ、「食文化の多様性、伝統と革新が共存する食文化」をテーマとした日本館において、訪日促進のプロモーションを実施した。

また、2015年(平成27年)9月には、ニューヨークで開催された第70回国連総会に合わせて、米国メディア等に対する訪日観光セミナーを開催したほか、国連政府代表、在ニューヨーク総領事館、農林水産省及び観光庁の共催による国連関係者や世界の政財界リーダー層を招いたレセプションの場で、日本の観光魅力を発信した。



安倍総理による観光魅力の発信

3 現地の日系人コミュニティ等と連携した訪日プロモーション

2015年(平成27年)7月、ブラジルで開催された「サンパウロ日本祭り」において、在サンパウロ日本国総領事館等と連携し、日本の観光魅力の発信及び訪日旅行の認知度向上を目的とした訪日プロモーションを実施した。また、2015年(平成27年)11月、豪州において、現地の日本人会が主催する「Japan 祭り」に訪日促進ブースを出展し、現地の日系コミュニティと連携し、日本の観光魅力を発信した。

4 日中韓三国の取組

2015年(平成27年)4月に東京で開催された「第7回日中韓観光大臣会合」において、三国共同プ

ロモーションである「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」の推進について合意された。本合意に基づき、三国の政府観光局が、欧米の現地事務所同士で連携し、三国を周遊するクルーズ商品を取り扱う旅行会社のキーパーソンを三国の主要寄港地に招請するなど、共同プロモーションを実施した。

第4節 現地における訪日プロモーション基盤の強化

1 重点市場の拡大

東南アジアや欧州における訪日需要の高まりに対応し、訪日プロモーションを強力に展開するため、ビジット・ジャパン事業の重点市場として、これまでの14市場に加え、新たにフィリピン、ベトナム、インド、イタリア、ロシア、スペインの6市場を追加した。

2 現地企業や政府関係機関との連携による強力なプロモーションの実施

2015年(平成27年)11月に、バンコクにおいて観光庁、日本政府観光局(JNTO)、経済産業省、日本貿易振興機構(JETRO)が連携して、ビジット・ジャパン事業及びクールジャパン事業関連の3つのイベントを同時期、同じエリアで開催する「JAPAN WEEKEND」を実施した。

また、観光庁、日本政府観光局(JNTO)、一般社団法人日本民間放送連盟(民放連)、株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)、映像産業振興機構(VIPO)、日本貿易振興機構(JETRO)が連携し、東南アジアで日本の番組が24時間視聴できるエンターテイメントチャンネル「WAKU WAKU JAPAN」において、2015年(平成27年)6月中旬から7月上旬にかけて日本のドラマの放映に合わせて訪日促進のCMを放映したほか、キックオフイベントとして同年6月にジャカルタでドラマ等のコンテンツと訪日観光の共同プロモーション「JAPAN WEEKEND」を実施した。

3 訪日観光情報の総合的発信に向けた日本政府観光局(JNTO)ウェブサイトの機能強化

2015年(平成27年)12月、日本政府観光局(JNTO)の外国語版ウェブサイトにおいて、利用者の利便性向上のため、免税店及び無料公衆無線LANに関する情報に直接アクセス可能となるよう改善を図った。また、総合的な訪日観光情報の発信のため、鉄道や地方の観光魅力等を取り上げた各種記事を毎月7~8本制作し、ウェブマガジンとして発信した。

4 「地方の魅力発信プロジェクト」

地方自治体等が在外公館と共催し、在外公館施設を活用して実施する地域の物産や観光などの海外展開プロモーション活動の支援については、2015年度(平成27年度)は、アジア、北米、欧州等で17件実施した。このうち、2015年(平成27年)10月には、徳島県が在ロサンゼルス総領事館において「徳島県「食・観光」プロモーションセミナー」を開催し、現地の旅行会社、旅行雑誌・TV局等に対して米国から徳島県への更なる観光客誘致を働き掛けるPR事業を実施した。



「徳島県「食・観光」プロモーションセミナー」
(2015年(平成27年)10月、在ロサンゼルス日本国総領事館)

5 日本の生活習慣・マナーに関する情報発信

訪日外国人旅行者に日本での旅行を快適に楽しんでもらうため、中国においては、現地旅行会社と連携し、出発前の訪日団体旅行客に対して、日本の文化・風習等に関する説明会を実施したり、温泉や旅館におけるマナーを解説した冊子を制作・配布したりしている。また、2015年(平成27年)10月からは、日本政府観光局(JNTO)のウェブサイトやSNSにおいて、温泉の入り方等の日本の文化や風習に関する情報を、4コマ漫画仕立てで分かりやすく解説している。

・英語、中国語(簡体)の2言語にて、4コマ漫画形式による、マナー等の解説を発信



行列に並ぶことで、効率的に早く入店できることを解説



入浴マナー等、温泉の正しい楽しみ方を解説

第5節 オールジャパン体制による連携の強化

1 日本の放送コンテンツ等の海外展開の促進

「地域の活性化」や「訪日外国人観光客の増加」、「日本食・食文化の魅力発信」、「日本の最先端の音楽・ファッション等の発信」等を目的とした放送コンテンツ等の製作・現地化や海外への継続的な発信、広報等に対する総合的かつ一体的な切れ目のない支援事業を実施した。具体的には、周辺産業とも協力し、放送コンテンツを通じて地域の魅力を発信する事業を34件実施したほか、日本のコンテンツの海外展開の促進については、字幕付与・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展、広告出稿等のプロモーション費用に対する支援を855件実施した。また、2015年(平成27年)3月に株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)が支援を行うことを公表した「日本のコンテンツを24時間365日放送するとともに関連する物販やインバウンドを促進するジャパンチャンネル事業」として、同年7月、インドネシア、ミャンマーに加えてシンガポールでの放映を開始した。さらに、途上国等商業ベースでは日本のテレビ番組が放送困難な国・地域において、日本のアニメ・ドラマ等の放送コンテンツの無償供与を実施した。

また、各省庁が実施する放送コンテンツ等の海外展開に併せて、日本の地方の魅力を発信する訪日促進CM等の制作・放映を実施した。

2 地域の魅力の情報発信の強化

日本貿易振興機構 (JETRO) が地場の伝統工芸品、農林水産物・食品等地域の魅力を分野横断的に海外にPRし、輸出や対日投資につなげる「地域貢献プロジェクト」を実施するに当たり、観光誘致の要素も含めて質の高い対外発信を実施するため、日本政府観光局 (JNTO) と定期協議を行い、個別プロジェクトに関する情報交換や日本政府観光局 (JNTO) 事業との具体的な連携について協議したほか、観光プロモーションの効果的な手法等に関する情報支援を日本政府観光局 (JNTO) が実施した。

3 地方創生支援 飯倉公館活用対外発信事業

岸田外務大臣のイニシアティブにより、2015年 (平成27年) から、外務大臣が地方自治体の首長と共催して在京外交団等を外務省施設である飯倉公館に招き、地方の多様な魅力を内外に発信する「地方創生支援 飯倉公館活用対外発信事業」を開催している。2015年度 (平成27年度) は、広島県・広島市、三重県、青森県、香川県とそれぞれ共催して実施した。このうち、2015年 (平成27年) 11月には、青森県知事と共催して、青森の豊かで美しい自然などの青森の魅力をアピールした。



外務大臣及び青森県知事共催レセプション
(2015年 (平成27年) 11月)

4 国際放送の充実強化

日本の情報や魅力を世界に発信するため、NHKのテレビ国際放送 (NHKワールドTV) の充実強化の一環として、これまでの衛星放送を中心とした配信に加え、現地の視聴実態に合わせてケーブルテレビ等を通じた配信を推進するとともに、多様な媒体を通じた周知広報を実施した。また、中南米の国を対象にスペイン語字幕による多言語放送を試行的に実施した。2015年 (平成27年) 11月、タイ、シンガポール、台湾の有力なインフルエンサーを招請し、NHKワールドTVのチャンネルの中で、(株)日本国際放送の旅行番組「Beauty Journey」により、温泉等の体験の様子を紹介するなど、日本の魅力を世界に発信した。

5 「地域の魅力発信セミナー・ツアー」

2015年度 (平成27年度) は、地方自治体と協力して在京外交団に対し各地方自治体がそれぞれの特色・施策 (産業、観光、投資・企業誘致等) に関する情報を発信するセミナーを2件開催した。また、在京外交団が実際に地方を視察し、各地方が誇る文化・産業施設等の魅力を直接見聞するツアーを5件実施した。

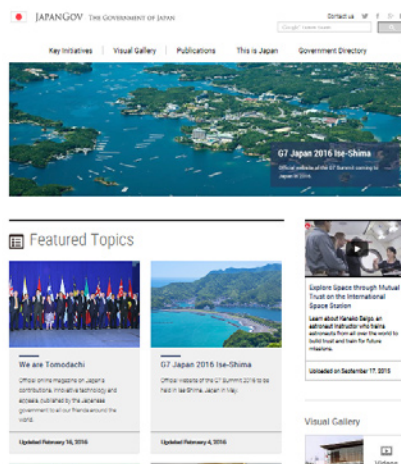
6 政府一体となった日本の魅力の海外発信

観光をテーマに含む海外に発信すべき広報コンテンツをまとめた電子書籍「We Are Tomodachi」 (英語・フランス語・スペイン語) を定期的に発行するとともに、政府公式英文ウェブサイト「JapanGov」や政府公式SNS、アプリから発信を行った。

また、外国要人の訪日に際し、地方を訪問いただくことで各地の魅力や「おもてなし」を体験していただき、その際の動画を制作し、対外的に発信する取組を実施した。



電子書籍「We Are Tomodachi」
<http://www.japan.go.jp/tomodachi/index.html>



政府公式英文ウェブサイト「JapanGov」
<http://www.japan.go.jp/index.html>

第6節 ビザ要件の戦略的緩和

2015年(平成27年)は、6月にブラジル向け数次ビザの発給、8月にモンゴル向け数次ビザの発給を開始した。さらに、2016年(平成28年)は、1月にインド向け数次ビザの発給要件の大幅緩和、2月にベトナム及びインド向け数次ビザ発給要件の緩和、ブラジル向け数次ビザの滞在期間の延長措置を開始した。

2014年(平成26年)にビザ緩和されたフィリピン、ベトナムや、2015年(平成27年)1月に数次ビザが緩和された中国において、航空会社や旅行会社との共同広告や各国で開催されるイベントへのブース出展を通じて、訪日プロモーションを展開した。

第7節 インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進

1 二国間関係の強化

2015年(平成27年)9月に、太田国土交通大臣(当時)は、ツーリズムEXPOジャパン開催に合わせて訪日したタイ国観光スポーツ省コップカーン大臣をはじめ、ブルガリア、リトアニア、ミャンマー、ルーマニアの観光担当副大臣等と面会し、双方向交流の拡大について意見交換を行った。また、同年10月には、安倍総理の中央アジア訪問に合わせて、ウズベキスタンと観光分野協力に関する覚書を作成した。



各国大臣の表敬訪問を受ける太田国土交通大臣(当時)(2015年(平成27年)9月、東京)

2 日中韓三国の取組

【再掲】第Ⅲ部第1章第3節4

3 国際機関等への協力を通じた国際観光促進

UNWTO(国連世界観光機関)やASEAN(東南アジア諸国連合)+3(日本、中国、韓国)、OECD(経済協力開発機構)及びAPEC(アジア太平洋経済協力)等の観光分野における国際会議の中で、我が国のインバウンド観光政策等を共有し、加盟国・地域のインバウンド観光政策の向上に積極的に貢献した。

特にUNWTO(国連世界観光機関)に関して、2015年(平成27年)9月、我が国は25年ぶりに執行理事国に就任し、世界の観光分野における国際課題の解決により積極的に関与していくこととなった。理事国就任を踏まえ、2016年(平成28年)2月に観光庁と

UNWTO(国連世界観光機関)との共催で「遺産観光に関する国際会議」を開催し、国内外の有識者の参加の下、文化遺産の観光資源としての活用・保全の方策等に関して議論を行った。

また、2016年(平成28年)1月の第15回ASEAN+3観光大臣会合(フィリピン・マニラ)において、我が国は、「ASEAN+3観光協力に係る覚書」に署名した。

4 双方向交流の推進

世界の141の国・地域から政府観光局、旅行関連団体・企業が集結する世界最大規模の相互交流イベントである「ツーリズムEXPOジャパン」(2015年(平成27年)9月24～27日)の開催支援を行い、世界各地の魅力に触れる機会を通じて、日本人の海外旅行需要を喚起した。



UNWTO(国連世界観光機関)地域大臣会合の様子
(2015年(平成27年)6月、モルディブ)

第1節 「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム

1 外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と地方における消費拡大

(1) 免税手続カウンター制度の活用

2015年(平成27年)4月1日より、商店街等の店舗で訪日外国人旅行者に販売される物品に係る消費税の免税販売手続を一括で行うことが可能な免税手続カウンター制度を創設した。本制度について、地方運輸局・地方経済産業局が連携し、地方自治体、商工会議所、商店街関係者等を対象に、全国各地で説明会の開催等に取り組んだ結果、全国において本制度の活用事例が拡大している(2016年(平成28年)2月現在、商店街においては6件、ショッピングセンターにおいては22件)。また、2015年(平成27年)4月10日に創設した免税手続カウンターのシンボルマーク『Japan. Tax-Free Counter』の活用も進んでいる。

(2) 地方における消費税免税店の拡大

2014年(平成26年)10月1日から施行した免税対象品目の拡大の効果もあり、全国の免税店数は2015年(平成27年)4月1日時点で18,779店舗まで拡大し、その内訳としては三大都市圏⁴⁶で12,225店、地方部で6,554店となった。地方における更なる免税店の拡大に向け、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」において、「地方の免税店数を、2020年に20,000店規模へと増加させる」ことを新たな目標とし、免税制度相談窓口を通じた制度拡充の周知等に努めた結果、2015年(平成27年)10月1日時点における全国の免税店数は29,047店となり、うち地方部の免税店数は11,137店まで拡大した。

(3) 免税商店街の海外への情報発信

2015年(平成27年)5月に商店街として全国初の免税手続カウンターを設置した岡山市表町・ロマンチック通り商店街を海外にPRするため、同年12月、一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会が当該免税商店街をPRするイベントを開催し、海外メディアを招請しファムトリップを実施した。日本政府観光局(JNTO)においては、当該イベントの海外への情報発信を実施した。

(4) 商店街における訪日外国人旅行者受入れのための環境整備

2015年度(平成27年度)予算により、商店街におけるWi-Fiの整備等に係る取組を支援した。

(5) 海外発行カード対応ATMの設置促進

海外発行カードで現金が引き出せるATMの設置拡大のため、関係省庁が連携し、関係事業者との意見交換等も含め働きかけを行い、3メガバンクでは、2015年度(平成27年度)から導入が開始された。また、イーネット(ATM設置・運営会社)、一部の地方銀行で2016年度(平成28年度)から海外発行カード対応ATMの導入を予定している。

日本政府観光局(JNTO)では、外国語版ウェブサイトにおいて、海外発行クレジットカードが利用可能なATM(ゆうちょ銀行ATM及びセブン銀行ATM)の情報を掲載し、訪日旅行の基礎情報

⁴⁶ 三大都市圏：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県

として発信した。

(6) 地域の魅力あるショッピングエリアを巡るコースの設定

日本ならではの伝統工芸品や地域産品等に触れながら買い物を楽しむことができる、地域の魅力あるショッピングエリアを巡るコースを、全国で46コース設定し、2016年(平成28年)3月16日より、日本政府観光局(JNTO)のウェブページに専用サイトを創設し、情報発信を開始した。

(7) 春節に向けた訪日プロモーション

2月上旬の旧正月(春節)に向けて、日本での買い物の魅力をPRし、更なる訪日外国人旅行者の増加に寄与するため、一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会と連携し、2015年(平成27年)12月から2016年(平成28年)1月の間、日本の各店舗が実施するイベント・セール情報をウェブサイトを集約し、フェイスブック等を通じて発信した。

(8) 北海道産の農水産品等による観光の推進

訪日外国人旅行者向け国際宅配輸送サービス「海外お土産宅配便」(北海道産品を直接かつ安定的に輸出するため、冷蔵・冷凍貨物の小口混載輸送サービスに産学官連携で取り組んでいる「北海道国際輸送プラットフォーム」を活用)について、マレーシアへのサービスの開始、ネットショッピングサイトやフェイスブックの開設、台湾の観光情報サイト等と連携したアンテナショップでの北海道産品の販売など、利用拡大に向けた取組を実施した。

2 地方の農林水産物・食品の販売促進

(1) 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備

お土産としての持ち帰りが可能な品目等を掲載したパンフレットを作成し、訪日外国人旅行者や小売事業者等に対して広く配布、説明すること等により、検疫制度や持ち出しが可能な品目等について周知を行った。さらに、主要空港(成田、羽田、関西、福岡)の旅客ターミナルに輸出検疫カウンターを設置し、輸出検疫の利便性向上を図るとともに、北海道のメロンや福岡県のイチゴ等のモデル販売等を通じ、訪日外国人旅行者等へ農産物を販売する事業者が取り組みやすい植物検疫の受検方法・体制の構築を行った。2016年(平成28年)1月、簡易証明書によるシンガポール向け牛肉、豚肉等の携帯品(おみやげ等)輸出を開始した。

(2) クルーズ埠頭における地域の農林水産品・食品の消費の拡大

クルーズ旅客等による消費の拡大を通じた地域活性化を図るため、全国クルーズ活性化会議等の場において、2015年(平成27年)4月に創設された「クルーズ埠頭における臨時の免税店届出制度」の活用を促した。

(3) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進

農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の取組について、地域における推進体制を強化するとともに、農林漁業成長産業化ファンド等の活用により、個別事業者の連携を推進した。

3 保税売店の市中展開による買い物魅力の向上

2015年度(平成27年度)は、東京・銀座において関税、酒税、たばこ税、消費税が免税となる保税売店(空港型免税店)が2店舗オープンし、羽田空港及び成田空港において、これらの保税売店(空

港型免税店)で購入した免税物品を受け取ることができるサービスが開始された。

4 日本政府観光局(JNTO)によるインバウンドビジネスの新規参入拡大への取組

2016年(平成28年)1月に、日本政府観光局(JNTO)が国内外の有識者を招き、「観光ビジネス立国の条件」と題してシンポジウムを開催し、インバウンドビジネスへの新規参入に資する情報を広く発信した。

第2節 観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成など

1 訪日外国人旅行者に向けた宿泊施設の情報発信の促進

日本政府観光局(JNTO)のウェブサイト開設した宿泊施設総合案内サイトにおいて、観光庁、日本政府観光局(JNTO)、宿泊団体が連携し、ホテルや旅館等の詳細な情報として各宿泊施設のホームページURLなどを掲載しコンテンツの充実を図り、訪日外国人旅行者の多様なニーズに対応した宿泊施設の情報発信を行った。

2 観光産業における人材育成

観光産業における人材育成の観点から、様々な切り口で事業を行った。具体的には、観光立国の意義及び観光産業についての理解促進を目的とした一橋大学等における産学官連携講座の実施、観光産業への就業意欲醸成を目的としたインターンシップ事業の実施、小樽商科大学とともに宿泊業の管理者層を対象とした経営人材育成講座の開講を行った。また、更なる教育機会の創出の観点から、旅館等の経営改善及び生産性向上を目的とした無料オンライン講座「旅館経営教室」の配信及び意識啓発セミナーを全国各地で開催した。

3 観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等

地域の魅力が集まる「道の駅」を活用し、観光や地域振興を学ぶ学生の課外活動やインターンシップの取組を実施した。

4 ホテル・旅館等の業務に従事する外国人の在留資格の明確化

外国人がホテルや旅館等の宿泊施設での就労を希望する場合における在留資格の該当性に係る考え方や許可・不許可に係る具体的な事例として、法務省ホームページ上に「ホテル・旅館等において外国人が就労する場合の在留資格の明確化について」を掲載し、周知を行った。

5 外国人スキーインストラクターの在留資格要件の検討

日本で本格的にスキーを楽しむ外国人旅行者が増加していることを踏まえ、外国人スキーインストラクターの在留資格要件について、スノーリゾート関係者のニーズ調査を実施した上で、実務経験年数に替わる要件の検討を進め、一定のスキーインストラクター資格を有することを代替要件として認めることとした。

6 海外の有望な観光関連企業の誘致

日本貿易振興機構(JETRO)は、訪日外国人旅行者が増加しているアジアを中心に、地方都市に路線を就航させる航空会社、リゾート運営会社、観光関係マスコミ、観光客向けの金融決済・免税代行等のサービスなど13社の観光関連企業を誘致した。また、観光関連の在日外資系企業と日本

企業との提携を目的とした交流会を開催した。

7 ツアーオペレーター認証制度の定着

インバウンドの手配を行うランドオペレーターのサービスは、日本の観光に対する評価を左右しかねないことから、一般社団法人日本旅行業協会（JATA）を事務局として、ランドオペレーター業務を行う企業を対象とした、その提供するサービスの質や当該企業に対する信頼性が一定水準以上であることを明示するための認証制度を運用している。観光庁では、ホームページや海外での商談会等で、同制度及び認証取得事業者のアピールに努めた。

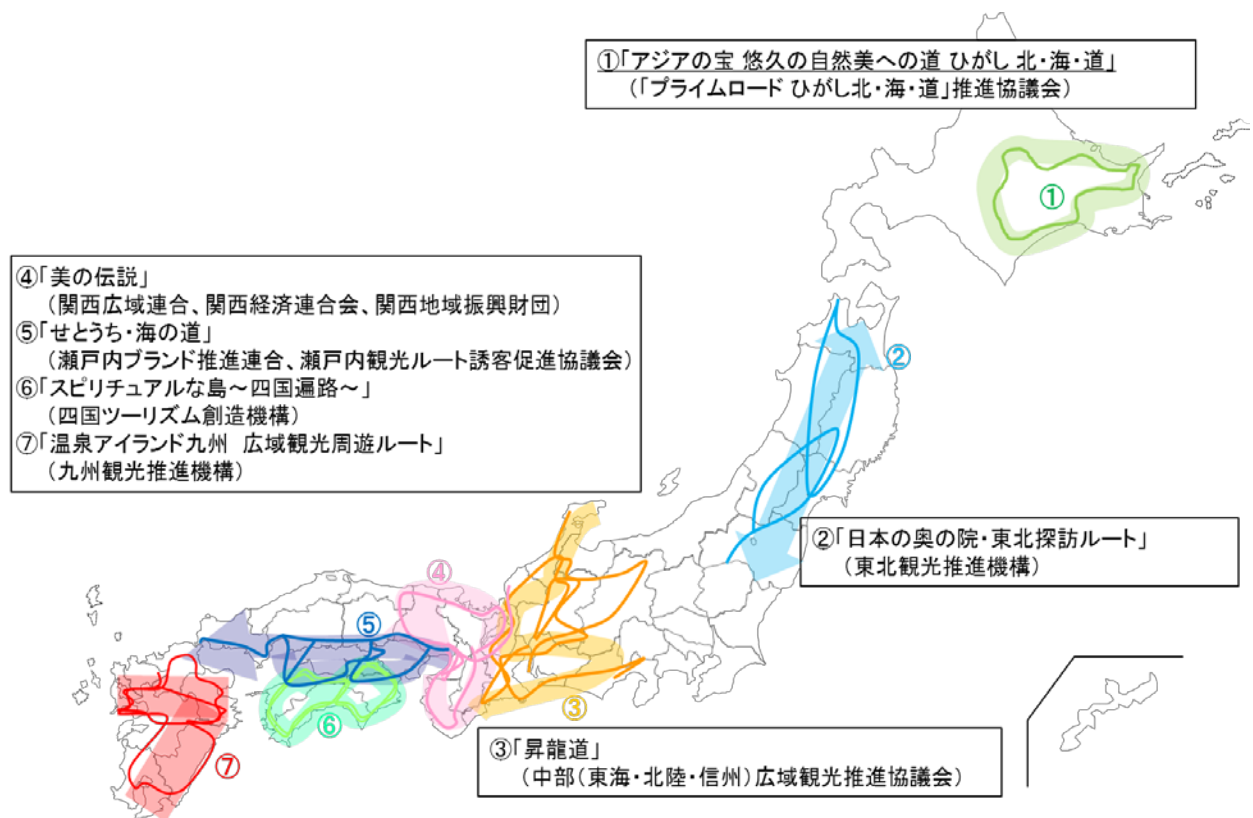
8 宿泊業の生産性向上

宿泊業の生産性向上に向けた取組を実施するため、2015年（平成27年）10月に一般社団法人日本旅館協会と「旅館ホテル生産性向上協議会」を発足させた。同協会会員からモデル旅館・ホテルを選出し、それぞれ個別コンサルティングを行い、課題の抽出や改善策の策定に向けた取組を行った。また、旅館等の経営改善及び生産性向上を目的とした無料オンライン講座「旅館経営教室」の配信及び意識啓発セミナーを全国各地で開催した。

第1節 広域観光周遊ルートの形成・発信

1 広域観光周遊ルートの形成・発信

テーマ性・ストーリー性を持った魅力ある観光地域をネットワーク化した広域観光周遊ルートを形成するため、2015年(平成27年)4月に公募を開始し、有識者から構成される「世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会」からの意見を踏まえて、同年6月12日に7つのルートを認定した。認定された広域観光周遊ルートについては、各ルートの協議会等が主体となって実施する、マーケティング調査、計画策定、受入環境整備、滞在プログラムの充実、海外へのプロモーション等の事業に対して支援を行った。



認定した7つの広域観光周遊ルート

2 道路の整備等

高規格幹線道路をはじめとする幹線道路ネットワークの整備を促進し、観光旅行者の来訪の促進や利便性の向上を図った。

なお、高規格幹線道路の延長については、2015年度(平成27年度)は新東名高速道路(浜松いなさJCT～豊田東JCT)等、新たに216kmが開通し、合計11,266km(2016年(平成28年)3月末現在)となった。

また、既存の高速道路を有効活用し、地域経済の活性化や渋滞の軽減等に寄与することを目的とした「スマートインターチェンジ(ETC専用インターチェンジ)」は、2015年度(平成27年度)は新たに7箇所が開通し、84箇所で開催済み、67箇所で開催中(2016年(平成28年)3月末現在)である。

首都圏の料金体系については、社会資本整備審議会国土幹線道路部会の中間答申における、高速道路の料金水準の整理・統一及び起終点を基本とした料金を実現すべきとの方針を踏まえ、国土交

通省から「首都圏の新たな高速道路料金の具体方針(案)」(2015年(平成27年)9月11日)、高速道路会社等より「首都圏の新たな高速道路料金の具体案」(2015年(平成27年)9月18日)が公表され、パブリックコメントを実施した。これらを踏まえ、高速道路会社が具体的な料金案を作成し、地方議会の議決など必要な手続きを経て、2016年(平成28年)3月1日に国土交通大臣が事業許可したところであり、2016年(平成28年)4月より新たな高速道路料金が開始された。

環状道路の整備等による道路ネットワークの強化により、拠点的な空港・港湾・鉄道駅へのアクセスの向上を図った。

第2節 来訪者が地域の魅力を体感し、再び訪れたいくなる観光地域づくり

1 「観光地域経営」の視点から観光地域づくりを担う主体の形成・支援

(1) 日本版DMOの形成・確立

観光地域づくりの中心となる組織・機能(以下「日本版DMO」という。)の形成・確立を支援するため、日本版DMOの候補となり得る法人「日本版DMO候補法人」を登録する制度を創設した。また、望ましい機能を備えた日本版DMOを全国的に構築するため、欧米の先進事例を踏まえ、各地域の実情に応じて段階的にレベルアップできるよう、求められる機能を整理した<「日本版DMO」形成・確立に係る手引き>を作成し、日本版DMOの形成・確立を目指している地域をはじめ関係者への普及を図った。

(2) 観光立国ショーケースの形成

『日本再興戦略』改訂2015(2015年(平成27年)6月30日閣議決定)に基づき、多くの外国人旅行者に選ばれる、観光立国を体現する観光地域を作り、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースを形成する「観光立国ショーケース」として、北海道釧路市、石川県金沢市、長崎県長崎市の3都市を選定した。

(3) 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)による観光地域作りファンド支援

株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)は、瀬戸内地域の地方銀行7行等とともに、同地域の観光関連事業に成長資金を供給する総額90億円のファンド「せとうち観光活性化ファンド」を組成し、10億円を上限とするLP出資⁴⁷を行うことを2016年(平成28年)3月に公表した。今後、同ファンドは、インバウンド需要開拓のための投資を実行していく。

本事業は、瀬戸内7県による広域DMOを構築する取組と連動するものとなっている。これにより、同地域が訪日外国人旅行者向け観光サービスを拡充させ、世界中の旅行者から選ばれる目的地になるとともに、域内の観光産業発展と海外からの交流人口増加により地域経済が活性化することを目指している。

2 地域の観光振興の促進

(1) 観光地域のブランド化

特定のテーマをもって国内外に訴求する際立った魅力をもつ観光地域を創出するため、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」(平成20年法律第39号)(観光圏整備法)に基づき滞在交流型観光に対応できる地域として「観光圏」の整備を促進しており、2015年度(平成

⁴⁷ LP出資とは、出資額の範囲においてのみ責任を負う有限責任組合員(Limited Partner)が行う出資のことをいう。

27年度)は「水のカムイ観光圏」、「トキめき佐渡・にいがた観光圏」及び「香川せとうちアート観光圏」の3つの観光圏を認定した。

併せて、当該3観光圏を含む全13観光圏に対し、「観光地域ブランド確立支援事業」により、地域のブランド戦略策定及びブランド戦略に基づく事業実施を支援した。

(2) 観光地域づくり事例集による観光振興の促進

観光による地方創生・地域活性化の一層の推進を図るため、全国各地の様々な創意工夫に富んだ地域づくりの事例集を作成した。観光を通じて地域づくりを行おうとする地方公共団体や観光協会をはじめ観光関係者へ幅広く配布するとともに、観光庁ホームページにおいても紹介した。



観光地域づくり事例集2015

(3) 着地型旅行商品の造成促進・販路拡大に向けた制度の検討

国内各地において質の高い着地型旅行商品の造成・販売ルートの多角化を図るとともに、「民泊サービス」の出現や、悪質なランドオペレーターを巡る問題の深刻化等の新たな諸課題を踏まえ、旅行業のあり方について、幅広い観点からの検討を行った。

(4) 通訳案内士制度の見直し

通訳案内士制度は、創設以来60年以上が経過し、大都市部への偏在や、言語面における偏在、ガイドニーズの多様化等、様々な課題が指摘されている。

このため、2014年(平成26年)12月より「通訳案内士制度のあり方に関する検討会」を開催し、改善策を議論した。また、2016年(平成28年)3月30日に取りまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」において、通訳案内士については、2017年(平成29年)中に、一定の品質確保を前提に、「業務独占規制」の見直しを含め、サービスの供給拡大措置を構築することとした。

さらに、2015年(平成27年)9月に「構造改革特別区域法」(平成14年法律第189号)の一部改正法が施行され、地方公共団体が実施する研修を修了し「地域限定特例通訳案内士」として登録された者は、特区内において外国人に対する有償での通訳案内が可能となった。2016年(平成28年)3月現在、京都市など6計画を認定しており、今後更なる拡大が見込まれる。

(5) 文化財の英語解説の改善・充実

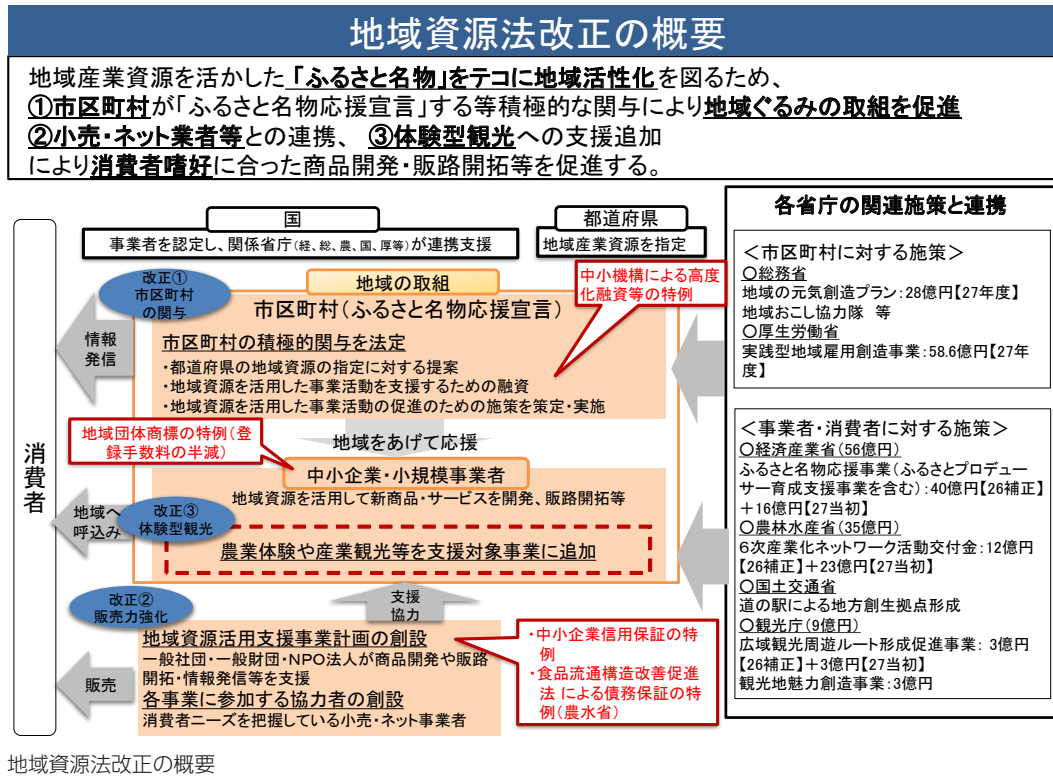
我が国の歴史・文化を体現する文化財の本来の価値・魅力を外国人旅行者に分かりやすく伝えるための環境整備を促進するため、2015年(平成27年)10月に観光庁と文化庁が合同で、「文化財の英語解説のあり方に関する有識者会議」を開催した。日本の歴史を知らない外国人に分かりやすく伝えるための解説を作成する際に重要なポイントや、解説の作成・改善のための取組を進めるに当たり、文化財を所有・管理されている方々に、自覚・理解していただくべきことを検討した。

(6) 地域ストーリー作りの支援

「地域資源活用ネットワーク形成支援事業」により、地域の異分野の関係者が、来訪者のニーズや地域の強みを踏まえ、外部の有識者を交えて取り組む、複数の地域資源を組み合わせたストーリー作りを支援した。

(7) 「ふるさと名物」の開発・販路拡大

2015年(平成27年)8月、「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」(平成19年法律第39号)を改正し、新たに農業体験や産業観光等を支援対象に追加するとともに、地域の観光資源を活用した「ふるさと名物」の開発、販路開拓等の取組に対する支援スキームを整備した。



(8) 株式会社地域経済活性化支援機構との連携協定に基づく施策

観光庁と包括的連携協定を締結している株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)において、地域金融機関等と共同して佐賀県等各地域に7件(累計12件)の観光活性化ファンドを組成し、これまでに組成したファンドから10件(累計11件)の投融資を行った。観光庁では、同機構の取組に関連性の高い事業の情報提供、ファンド組成等のウェブサイトでの周知など、同機構の取組に対する支援を行った。

(9) 自家用有償旅客運送における周遊案内

2015年(平成27年)4月より、非営利団体を実施主体とする場合に、宿泊施設の自家用自動車を使用して、宿泊施設から観光地等への有償旅客運送を行うことが可能となったことを受けて、同制度を活用し、過疎地域等における周遊観光を促進した。

(10) 地域の観光振興の促進(トランジット旅客の取込)

成田空港周辺におけるトランジット旅客を対象として2015年(平成27年)3月より「Narita Transit Program」を開始し、「トランジット旅客の訪日観光促進協議会」において、「Narita Transit Program」のツアー充実、プロモーションを実施した。

(11) インフラツーリズムの推進

ダムや長大橋、歴史的な砂防設備、下水道など、世界に誇る土木技術等を観光資源として積極的に活用し、地域振興を図るインフラツーリズムを推進した。インフラツーリズムの普及・啓発を図るため、「インフラツーリズムパネル展」を2回開催するとともに(2015年(平成27年)8月 国土交通省本省展示場、2015年(平成27年)10月 東京メトロ三越前駅地下コンコース)、全国のインフラツーリズムに関する情報を一元化したデータベースとして、「インフラツーリズムポータルサイト」を2016年(平成28年)1月22日に開設した。さらに、国土交通省内の関係部局が連携した「国土交通省インフラツーリズム推進連絡会」を設置した。

(12) 交差点名標識への観光地名称の表示

観光地に隣接する又は観光地へのアクセス道路の入口となる交差点の交差点名標識に観光地名称を表示することにより、旅行者にとって観光地への分かりやすい案内となるよう、改善を推進した。

(13) ICTを活用した訪日外国人観光動態調査

訪日外国人旅行者の旅行動態及び潜在的なニーズを把握し、広域観光周遊ルートの具体化や各地における観光地域づくりの推進に資するものとするため、ICTを活用した動態調査を実施した。具体的には、携帯端末のGPS機能を活用した位置情報や携帯電話の基地局情報を活用した訪日外国人旅行者の観光動態、SNSを活用した観光に関する興味・関心等について調査を行った。

(14) 地域の観光統計整備

既存の観光統計及びRESAS(地域経済分析システム)を活用し、都道府県別観光旅行者数・観光消費額を推計する手法の検討を行った。併せて、推計の精度向上に必要なデータを取得するため、既存の観光統計の見直しの検討も行った。

3 「道の駅」を核とした地域における観光振興

日本政府観光局(JNTO)認定の外国人観光案内所、地域の特産品が購入できる免税店、無料公衆無線LANなど、外国人旅行者のニーズが高いサービスを提供する「道の駅」を拡大し、こうしたインバウンド対応の「道の駅」の認知度向上のため、シンボルマーク『Japan.Michi-no-eki』を創設し、活用・普及を図った。

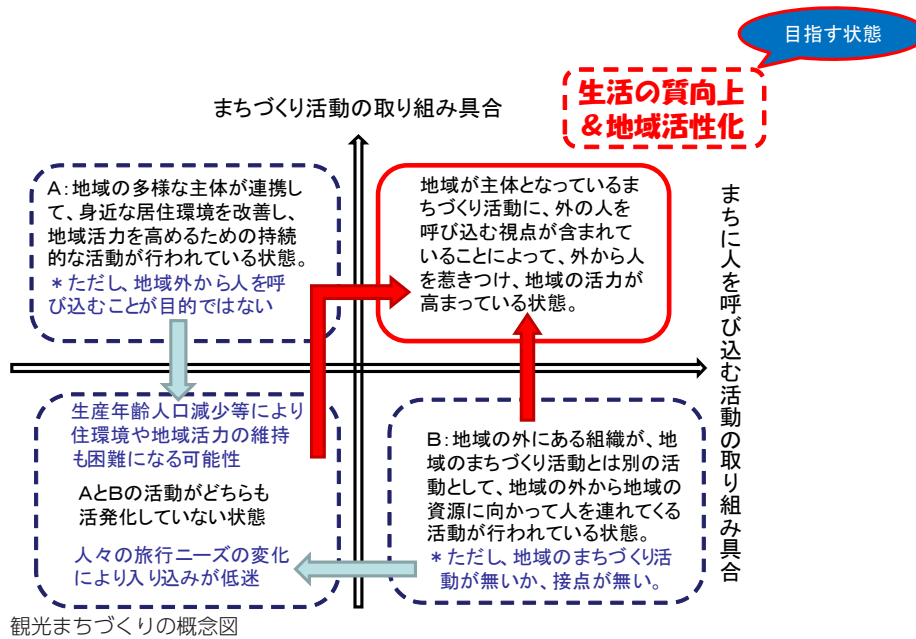
また、「道の駅」を地域の歴史・文化、地域資源を発信する「ローカルクールジャパン・ショーケース」として活用し、地域の海外発信の拠点とする取組を行った。

第3節 世界に通用する地域資源の磨き上げ

1 魅力ある空間の形成

(1) 観光まちづくりの推進

良好な景観形成、歴史まちづくり、国際的ビジネス環境整備等の関連施策と連携しつつ、観光まちづくりを総合的に推進するため、地方自治体の初期段階の取組の支援を行う必要がある。そのため、留意すべき着眼点、関連施策、参考事例について紹介することにより、地方自治体が最初の一歩を踏み出す方向を示す「観光まちづくりガイドライン」を策定・周知するとともに、相談窓口を国土交通省に設置した。



(2) 無電柱化の推進

良好な景観の形成や観光振興、安全で快適な通行空間の確保、道路の防災性の向上の観点から、無電柱化を推進した。

(3) 「かわまちづくり」による魅力ある地域づくり

市町村や住民、民間企業が、川との良好なつながりをつくり、川を地域の宝として磨き上げ、地域の価値をさらに高める「かわまちづくり」を、河川環境整備事業や河川敷地占用許可準則の特例措置（河川空間のオープン化）、ダムを活用した水源地域活性化の取組、川の外から川の価値を見いだすミズベリングプロジェクト等により推進した。



オープンカフェの設置やイベントの開催等による水辺の賑わい創出（大阪府大阪市 道頓堀川）

(4) 世界遺産サミットの開催

国内の19の世界遺産が所在する地方自治体や関係者が一堂に会し、世界遺産の観光への活用について意見交換を行うとともに、世界遺産の魅力を広く発信する第2回「世界遺産サミット」が2015年（平成27年）11月に和歌山県で開催され、行政関係者や観光関係者、一般の方を含め、約500名の方々が参加した。

2 美しい自然を生かして

(1) スノーリゾートの振興

日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトにおいて、日本各地のスキー場の情報を発信した。また、有識者から成る「スノーリゾート地域の活性化に向けた検討会」において、スノーリゾート地域の現状及び課題並びに今後の検討の方向等について取りまとめ、2015年（平成27年）6月に中間報告を公表した。

(2) 国立公園に関する戦略的な情報発信

国立公園の美しい自然を国内外に発信するため、国立公園ウェブサイト (<http://www.env.go.jp/park/index.html>) の全面改訂により、アクセスや見どころ情報等の英語ページの充実を図ったほか、「Japan-Guide」内の国立公園特設サイトにおいて情報発信を実施した。また、国立公園の四季折々の風景を楽しむことができる国立公園カレンダーの作成等を行った。

(3) 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、自然環境を保全しながら持続的に観光に活用するエコツーリズムを推進するため、地域への支援、ガイド等の人材育成、全体構想の認定・周知、技術的助言、情報の収集、普及啓発、広報活動等を総合的に実施した。

(4) 離島・半島の地域資源を活用した新たな観光振興

離島・半島地域の水産資源、景観、伝統、文化など、多様な地域資源をフル活用して、雇用促進等につながる交流促進のための取組について検討した。具体性の高いモデル事業については、関係する地方自治体と連携して、2016年度(平成28年度)から実施する準備を行った。

また、有識者による「離島振興のあり方検討委員会」を開催し、離島における新たな観光促進についての検討を行った。

(5) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興

「奄美群島振興開発特別措置法」(昭和29年法律第189号)及び「小笠原諸島振興開発特別措置法」(昭和44年法律第79号)に基づき、外国人を含めた観光客に対応するため、地方公共団体を支援し、観光等の産業振興を図った。

奄美群島においては、地方公共団体が行う航路・航空路の運賃低減事業、世界自然遺産登録を目標とした観光キャンペーン事業等への支援を行うとともに、小笠原諸島においては、定期船「おがさわら丸」の代替船の整備や自然公園の施設整備・改修等への支援を行った。

(6) 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成

政府においては、内閣府が世界経済フォーラムの協力を得て、2015年(平成27年)11月7日～8日に、沖縄にて、サイバーセキュリティに関する国際会議(Cyber3 conference Okinawa 2015)を開催した。

沖縄県においては、2015年(平成27年)3月に策定した「沖縄観光推進ロードマップ」に基づき、沖縄振興一括交付金(内閣府)を活用して、リゾートウエディング等の付加価値の高い観光商品の造成等を行ったほか、スポーツツーリズムの推進を図った。

第4節 豊かな農山漁村、日本食・食文化の魅力

1 グリーン・ツーリズムの更なる振興

「食と農」を活かした観光地域づくりに取り組んでいる地域を広域観光周遊ルートの農山漁村の魅力あるコンテンツとして組み込み、より一層のグリーン・ツーリズムの振興を図った。

2 農山漁村や食の魅力の発信による観光需要の取り込み

地理的表示として、あおもりカシスなど12産品の名称を登録した(2016年(平成28年)3月末現在)。

また、FAO(国連食糧農業機関)から世界農業遺産として3地域(岐阜県長良川上中流域、和歌山県みなべ・田辺地域及び宮崎県高千穂郷・椎葉山地域)が新たに認定された(2015年(平成27年)12月)。

さらに、地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として訪日外国人旅行者を中心とした観光客の誘致を図る地域での取組を「食と農の景勝地」として認定する仕組みを創設するため、2015年(平成27年)9月から「食と農の景勝地検討委員会」において検討し、制度の骨格を取りまとめた。

3 2015年ミラノ国際博覧会における日本食・食文化の魅力発信

2015年(平成27年)5月から10月にかけてイタリアにて開催されたミラノ国際博覧会に日本館を出展し、「Harmonious Diversity-共存する多様性-」をテーマとして、「食」に関する地球規模の課題解決への我が国の取組、日本食の知恵や技術、和食器等の伝統工芸品、食文化に関するクールジャパンを世界に発信した。また、日本の誇る美しい自然の景観を素材に、訪日促進ブースを出展するとともに、日本文化を発信するセミナーやステージイベントを開催した。

日本館には総来場者数の1割強に当たる228万人が来館し、展示デザイン部門で金賞を受賞するなど、日本の食を世界に広める重要な機会となった。また、7月11日のジャパンデーでは、東日本大震災の被災地支援に対する感謝と、復興に向かう東北の元気な姿を披露した。



行列の絶えない日本館



ライブパフォーマンスシアター



ジャパンデーでの東北復興祭りパレード

4 訪日外国人旅行者の農家民宿への受入促進

農家民宿への訪日外国人旅行者受入れのための支援を行うとともに、訪日外国人旅行者を受入可能な農林漁業体験民宿に『Japan. Farm Stay』マークを付与し、農家民宿のウェブサイト等を通じて情報発信を行った。

5 北海道産食の魅力発信

北海道産食の海外需要拡大や外国人観光客の増加を図るため、食と観光の連携によるフードツーリズムの展開を通じた海外への魅力発信を目的として、アジア地域からメディア関係者等を招き、北海道の食を体験してもらうファムトリップを実施した。本事業を通してその魅力を海外に発信するとともに、海外における食の認知度や嗜好、ツーリズムに適した素材やツーリズム展開に当たった課題の把握、PR冊子の作成等を行った。



長いも掘り体験をするタイのメディア関係者等

第5節 観光振興による被災地の復興支援

1 被災地における旅行需要の喚起

被災地における旅行需要を喚起するため、「東北地域観光復興対策事業」により、ポータルサイト「東北物語」などによる情報発信の強化、東北の旅の魅力を伝えるツアーの企画、東北地方の祭り・景勝地・郷土食・地酒等、地域を代表する観光資源を「東北六県 見るもの・食べもの・買いもの100選」として選定し、発信する取組などを実施した。

2 スノーリゾートなどを含む東北地方の魅力発信

「ビジット・ジャパン地方連携事業」により、地方運輸局と地方自治体などが連携し、海外旅行博への出展や旅行会社招請などを行い、平泉・白神山などの世界遺産や、安比高原・雫石・蔵王といったスノーリゾートなどの魅力ある観光地の発信を行った。

3 国立公園を核としたグリーン復興の取組

三陸復興国立公園を核として、国立公園の利用施設の整備等の「グリーン復興プロジェクト」を実施した。長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」は、2015年度(平成27年度)に、岩手県泉町－宮古市間の約51km、岩手県野田市－普代村間の約24km、岩手県釜石市－大船渡市間の約144kmが新たに開通し、これまでに約370kmの区間が開通している。

また、2014年度(平成26年度)まで実施した復興エコツーリズム推進モデル事業の成果や課題を踏まえ、推進体制の構築、エコツアーの商品化及び情報発信の強化等の検討を行った。

4 福島県における観光関連復興支援

福島県においては、県及び市町村が実施する風評被害対策及び震災復興に資する観光関連事業に対して補助を行う「福島県における観光関連復興支援事業」を実施した。具体的には、国内プロモーション、海外の旅行会社の招請などによる海外プロモーション、教育関係者の招請などによる教育旅行再生事業などの観光関連事業に対する支援を引き続き実施した。

教育旅行復興事業については、福島県が同県内への宿泊を伴う教育旅行のうち313件に対するバス経費の補助を行い、教育旅行の再生に取り組んだ。

5 東北への外国人旅行者の回復に向けた取組

2015年(平成27年)12月、台湾において、第2回「日本東北六県感謝祭」を開催し、震災時の支援に対する感謝の意を伝えるとともに、東北の各県との連携により、オール東北として、伝統芸能や文化体験、名産品を現地の一般消費者にPRし、東北の観光魅力の発信及び訪日旅行商品の造成・販売の促進を実施した。

第6節 「LCC等・高速バス支援・国内旅行活性化」プログラム

1 LCC・高速バスの持続的な成長に向けた取組

訪日外国人旅行者の国内移動、日本人国内旅行の需要創出等を目的に、低廉かつ良質な移動手段として高速バス・LCC等の利用促進を図るため、2015年(平成27年)12月に「国内観光の振興・国際観光の拡大に向けた高速バス・LCC等の利用促進協議会」を設置し、高速バス・LCC等に関する各種情報(路線、運賃、予約・購入方法等)を多言語で紹介するサイト(情報プラットフォーム)の

構築等、具体的な取組方針を示した。

2 LCCの持続的な成長に向けた取組

LCC等が使用する機材(100t以下)に着目した着陸料の軽減を継続した。

また、LCC等の更なる参入促進と持続的な成長に向けて、ボトルネックとならないよう、操縦士・整備士の要員確保・養成対策を引き続き実施した。

関西空港においては、新たなLCC専用ターミナルの整備(2016年度(平成28年度)供用開始予定)を進めた。

中部空港においては、LCC等の新規就航、増便に対応するためのエプロン整備を実施し、その一部を2015年(平成27年)12月に供用開始した。また、LCCの拠点化を推進するため、LCCターミナルの整備に2016年度(平成28年度)より着手することとした(2019年度(平成31年度)供用開始予定)。

3 高速バス情報プラットフォームの構築

訪日外国人旅行者にとって高速バスに関する基本的な情報が分かりにくい現状を打破するため、高速バスに関する情報プラットフォームの構築に向けて関係者と課題の整理を行った。

4 高速バスの外国人旅行者向けフリーパスの普及拡充

高速バスが低廉かつ良質な交通サービスとして多様なニーズに応えるためには、関係者間の連携・支援による外国人旅行者、若年層などの新たな旅行需要の創出や、高速バスと地域の路線バスとを組み合わせる活用することによる交通ネットワークの拡充等、国内移動の利便性を一層高める必要がある。このため、「国内観光の振興・国際観光の拡大に向けた高速バス・LCC等の利用促進協議会」において、高速バスのフリーパスの普及拡充が進むよう検討を行った。

5 高速バスと「道の駅」との連携推進

国内外の観光客の高速バスによる広域周遊の拠点づくりとして、地域の観光拠点となる「道の駅」との連携を推進する取組を行った。

第7節 日本の魅力を生かした船旅の活性化

1 船旅の活性化と瀬戸内海での取組

2015年(平成27年)11月に、国土交通省・観光庁、旅客船事業者、観光関係者等で構成する第1回船旅活性化協議会を開催し、島めぐりの旅、東京・大阪の舟運、大型フェリーによるクルーズをテーマとした商品の具体化の検討を開始した。

また、ドック回航時を利用したクルーズの商品化については、地方運輸局を通じて旅客船事業者が取組を促し、2014年(平成26年)に引き続き、山口県防府市の三田尻港と広島県尾道市の造船所を結ぶ瀬戸内の「お散歩クルーズ」が2015年(平成27年)10月に実施された。

瀬戸内海では、20回目の海の日を契機として始められた公益財団法人日本財団の「あなたのまちな海の日サポートプログラム」を活用し、瀬戸内の島々をクルーズしながら歴史的な港町や現代アートを鑑賞する「瀬戸内アートクルーズ」や、海洋観光に従事する担い手育成を目的とした「仮想空間海洋大学瀬戸内キャンパス」等が実施されるほか、自動車のRV(レクリエーション・ビークル)による島めぐりを楽しむ「せとうちCamperクルーズ」などの新しい取組も始まった。

さらに、クルーズ船の寄港に際し、「瀬戸内・海の路ネットワーク推進協議会」（瀬戸内海沿岸107市町村、11府県、国の出先機関で構成）と連携し、地元の踊りの披露や特産物の販売等を行う歓迎イベントを支援した。併せて、同協議会が運営するウェブサイト「海の路」において、瀬戸内海のイベントや食文化等の情報を発信した。

2 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた舟運の活性化

2014年（平成26年）2月に「水のまち東京における舟運活性化に関する関係者連絡会」を設置し、2015年（平成27年）7月の海の日に合わせて、舟運のPRを目的に、東京の定期航路・不定期航路の事業者が連携して「水のまち東京・舟運まつり」を実施、2016年（平成28年）2月には、一般社団法人日本旅客船協会の主催で旅行業者を対象とした東京湾ファミトリップを実施した。

3 ASEANとの連携によるクルーズの振興

2014年（平成26年）11月の「日ASEAN交通大臣会合」において、日本とASEAN（東南アジア諸国連合）との間のクルーズによる相互交流を促進することを目的として承認された「日ASEANクルーズ振興戦略」に基づき、日本とASEANを結ぶクルーズのモデルルート策定のための調査を行うとともに、2016年（平成28年）3月に福岡県福岡市にてシンポジウムを開催し、同モデルルートについて情報発信を行った。

第8節 レンタカーによるドライブ観光の活性化

1 レンタカーの利便性向上

訪日外国人旅行者による利用促進のために、レンタカー協会において「レンタカー利用ガイド」の改訂を行うとともに、事業者に対して外国人への貸渡時の免許証の有効性の確認をスムーズに行うために「日本国内で運転が認められる国際・外国免許証の確認ポイント」を加盟事業者へ配布した。

2 高速道路利用によるドライブ観光の活性化

高速道路会社が、国、地方自治体、レンタカー事業者等と連携して、地方の高速道路において、定額で何回でも利用できる外国人旅行者向け周遊ドライブパスなどの企画割引を展開した。

3 レンタカーによるドライブ観光の活性化

地方部のゲートウェイに到着した外国人旅行者が、レンタカー等を利用して地方での周遊観光ができるよう、多言語のドライブマップを作成するなど、ドライブ観光の活性化を図った。

4 電気自動車の充電施設及び無料公衆無線LANの整備

「道の駅」において、電気自動車（EV）の充電施設及び無料公衆無線LANの整備拡大を行った。



周遊ドライブパス チラシ

5 北海道における外国人ドライブ観光の推進

外国人旅行者に北海道でのドライブ観光を安全・快適に楽しんでいただくため、海外で開催された旅行博において、多言語対応した「北海道ドライブまるわかりハンドブック」等の周知活動を行った。

第9節 鉄道の旅の魅力向上

1 新たな日本の魅力ある観光資源と地方における特色あるクルーズトレイン

鉄道は単に人を運ぶのではなく、駅は人々が集う交流の場であり、列車内では座席で向かい合っ
て会話をし、景色を楽しみながら旅をすることができる。JR九州の「ななつ星」などのいわゆるク
ルーズトレインは、車内での食事や途中駅での地域との交流を通じて、こうした鉄道の魅力を最大
限に活かすことができ、国内外の観光客から人気が高い。クルーズトレイン「TRAIN SUITE 四季
島」(JR東日本)、「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」(JR西日本)は運行ルートが発表されるなどの準
備が進められた。

2 地方鉄道における外国人向けサービスの充実等

外国人旅行者が鉄道利用に大きな関心を寄せ、地方への旅行を促進するためには、外国人に対し
て分かりやすい情報発信を強化することが必要となる。地方鉄道は情報発信力が不十分で外国人に
知られていないものが多い。一方で、中には外国人に人気の出た路線もあることから、情報発信の
強化を図ることについて検討するとともに、各地のサイクルトレインの取組について現状把握を行
い、情報共有を図った。

第10節 テーマ別観光に取り組む地域のネットワーク化による新たな旅行需要の 掘り起こし

日本海沿岸を中心とした歴史的価値や文化的な意義を観光資源である「北前船」を軸とした「北前
船寄港地フォーラム」など、その軸でつながる地域間で持ち回る取組を後援し、地域間交流を深め
る運動を推奨した。

第11節 国民の旅行振興に向けた意識醸成・環境整備

1 観光への興味や理解を促す教育活動の充実

子どもの観光に対する興味や理解を促すことなどを目的とした「子ども観光大使」の取組や、全
国の「子ども観光大使」が集まり自分の地域の魅力を伝え、他の地域の魅力について学ぶ「第1回全
国連合子ども観光大使大会in日光」等を後援し、子どもの頃から観光に対する興味や理解を促す教
育活動を推進した。

2 若者旅行の振興

2015年度(平成27年度)の「今しかできない旅がある」をキャッチフ
レーズとした若者旅行を応援する取組表彰では、28件の応募があり、
将来の旅行需要を担う若者を対象に施設使用料等を無料にするアプリ
を提供する取組を実施した「マジ☆部」(株式会社リクルートライフス
タイル)を観光庁長官賞として選定し、ツーリズムEXPOジャパンの

今しかできない旅がある
若旅

「若旅」のロゴマーク

ステージで表彰式を行った。

また、若者に旅の素晴らしさを知ってもらい、「旅に出たい、出よう」という気持ちに働きかけを行うため、「若旅★授業」を計11回実施した。

3 休暇取得の促進を通じた旅行需要の喚起

各地域において地域独自の学校休業日を設定して、大人(企業)と子ども(学校)の休みのマッチングを行う「家族の時間づくりプロジェクト」をより一層拡大するため、「家族の時間づくりプロジェクト拡大推進事業」により、プロジェクトに賛同する地方自治体の支援を行った。

4 「海の日」の意義の国民理解増進に向けた取組

「海の日」の意義について、国民の理解が広がるよう、旅行業界のみならず、ホテル・旅館業界、交通事業者を含めた観光関連業界全体の体制を整備し、「「海の日」3連休を楽しもう！」をキャッチコピーとしたポスターの作成・普及、国民が海に親しむ機会を拡大するための旅行商品の造成、海フェスタくまもと等の行事に対する支援を行った。

5 ツイッターイベント「#観光地ウィーク」の開催

国内旅行の需要喚起を目的として、2015年(平成27年)9月24日～30日の間、SNSの一つであるツイッターのハッシュタグ⁴⁸機能を活用して、日本全国の各地域の観光情報を紹介してもらい、ツイッター上のイベント「#観光地ウィーク」を開催し、地方自治体、観光協会、事業者など、約40の団体や一般ユーザーが参加した。

また、2016年(平成28年)2月22日～26日の間、東北地域のみを対象とした東北版「#観光地ウィーク」を復興庁と共同で開催し、約30団体等が参加した。



「海の日」を啓発するポスター

⁴⁸ ハッシュタグとは、ツイートに「#xxx」と入れるタグのようなもので、ツイートにカテゴリを付けることで検索しやすくするものである。

第4章 先手を打っての「攻め」の受入環境整備

第1節 空港ゲートウェイ機能の強化、出入国手続きの迅速化・円滑化

1 空港ゲートウェイ機能の強化

(1) 首都圏空港・関西空港・中部空港の機能強化

首都圏空港の機能強化について、羽田空港の飛行経路の見直しを含む機能強化方策の具体化について関係地方自治体が参画する協議会で協議を進めるなど、2020年(平成32年)までの空港処理能力約8万回拡大に向けた取組を進めた。特に、羽田空港については、住民に幅広い理解を得るため、オープンハウス型の説明会を開催する等の取組を行った。また、2020年(平成32年)以降の機能強化について、成田空港における抜本的な容量拡大などの機能強化方策の具体化に向けて、関係地方自治体等と検討を進めた。

関西空港においては、第1ターミナルの入国審査ブースの増設等や新たなLCC専用ターミナルの整備(2016年度(平成28年度)供用開始予定)等、CIQ施設の整備を実施した。

中部空港においては、LCC等の新規就航、増便に対応するためのエプロン整備を実施し、その一部を2015年(平成27年)12月に供用開始した。また、LCCの拠点化を推進するため、LCCターミナルの整備に2016年度(平成28年度)より着手することとした(2019年度(平成31年度)供用開始予定)。

(2) 地域の拠点空港等の機能強化

那覇空港及び福岡空港の滑走路増設事業を推進するなど、地域の拠点空港等の機能強化を図った。

2 出入国手続きの迅速化・円滑化

(1) CIQの体制整備

『日本再興戦略』改訂2015、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」等に基づき、地方空港・港湾を含めた税関・出入国管理・検疫(CIQ)について政府一体となって必要な人的・物的体制の整備を進めた。

出入国審査業務については、審査ブースの増設、審査機器の増配備を行うとともに、入国審査官の増員を行った。税関業務については、X線検査装置等の取締・検査機器を整備するとともに、税関職員の増員を行った。

検疫業務については、訪日外国人旅行者が増加する中、国内に常在しない感染症の病原体が国内に侵入することを水際で防止するため、サーモグラフィー等の機器を整備するとともに、検疫所職員の増員を行った。さらに、動植物検疫業務について、動植物防疫官の増員及び検疫探知犬の増頭を行った。

訪日外国人旅行者数が急増し、審査待ち時間の長時間化などが生じている空港・港湾については、入国審査官、税関職員、検疫所職員及び動植物防疫官の緊急増員を実施した。チャーター便や国際クルーズ船の増加等が著しい地方空港・港湾については、緊急増員に加えて、近隣官署から職員を派遣し対応するなど、「機動的体制」を構築した。

(2) 自動化ゲートの利用拡大

日本人の自動化ゲート利用者を大幅に増加させることを目的として、ホームページでの広報のほ

か、旅券事務所や一般企業に出向いての事前登録を積極的に実施して登録者数拡大に努めた。また、日本人の出帰国手続における顔認証技術の導入に向けて検討を行っているところ、外部有識者によって構成される検討会議を開催し、顔認証技術の活用に向けた課題に対し、速やかに結論を得るべく所要の検討を行った。

(3) 旅客の円滑な入国と水際対策の両立に向けた取組

法務省においては、情報分析・収集機能の強化のため、2015年(平成27年)10月に出入国管理インテリジェンス・センターを設置した。また、2016年(平成28年)1月から、個人情報の適切な保護・管理体制の下、航空会社からの乗客予約記録(PNR⁴⁹)のNACCS(輸出入・港湾関連情報処理システム)による電子的な取得を開始した。

(4) プレクリアランスの実施

我が国の空港における入国審査に要する時間を短縮するため、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)の実現に向けて、関係機関との間で協議・調整を行った。

第2節 宿泊施設の供給確保

1 「旅館」及び「地方部」への誘客

大都市圏を中心に宿泊施設不足が続いている状況の中、宿泊需要の受入能力に比較的余裕のある「旅館」、及び「地方部」への誘客を図るため、日本政府観光局(JNTO)ホームページ内に国内の宿泊施設をホテルや旅館などの形態別に紹介するページや、地理的感覚をもって地図上から宿泊施設を選択するページ、日本独自の宿泊施設である宿坊などを解説するページなどで構成される専用サイトを開設した。

2 民泊サービスへの対応

年1回(2~3日程度)のイベント開催時であって、宿泊施設の不足が見込まれることにより、開催地の地方自治体の要請等により自宅を提供するような公共性の高いものについては、「反復継続」するものではなく、「業」に当たらないため、「旅館業法」(昭和23年法律第138号)が適用されない旨を周知した。また、「旅館業法施行規則」(昭和23年厚生省令第28号)を改正し、小規模の農林漁業民宿に係る構造設備基準の特例措置の対象の範囲を拡大した。

住宅(戸建住宅、共同住宅等)の全部又は一部を活用して宿泊サービスを提供するいわゆる「民泊サービス」については、急増する訪日外国人旅行者のニーズや大都市部での宿泊需給の逼迫状況への対応及び地域活性化の観点から活用を図ることが求められている一方、感染症まん延防止やテロ防止などの適正な管理、地域住民等とのトラブル防止に留意したルールづくりが求められている。上記を踏まえ、民泊に係るルール整備等について、厚生労働省と観光庁が2015年(平成27年)11月から「民泊サービス」のあり方に関する検討会において検討を開始し、2016年(平成28年)3月に中間整理を取りまとめた。同中間整理を踏まえ、「旅館業法」に基づく許可取得を促進するため、「旅館業法施行令」(昭和32年政令第152号)を改正し、簡易宿所の面積基準の緩和等を行った。

49 Passenger Name Record の略。

3 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応

「国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業」の早期実現を図るため、2015年(平成27年)7月31日に本事業の円滑な実施を図るための留意事項を定めた通知を各地方自治体に発出した。また、東京都大田区では2016年(平成28年)1月から事業を開始した。

4 羽田空港沖合展開事業等により生じた跡地の活用

羽田空港の沖合展開事業等により発生した跡地の土地利用等について策定された「羽田空港跡地まちづくり推進計画」において、跡地の一部(以下「第2ゾーン」という。)は、国際線地区に隣接することを活かした交流ゾーンと位置付けられ、宿泊施設・複合業務施設等の導入を行うこととされている。これを踏まえ、2015年(平成27年)12月25日に第2ゾーンの開発を行う民間事業者選定のための公募を開始した。

第3節 貸切バスの供給確保、貸切バスによる路上混雑の解消

1 貸切バスの営業区域の弾力化

増加する貸切バス需要に柔軟に対応するため、貸切バスの営業区域について、地方ブロック単位及び営業所所在の隣接県まで拡大する弾力化措置を2016年(平成28年)9月末まで延長した。

2 貸切バスの路上混雑解消

一部地域では、地方自治体・事業者等と連携し、貸切バスの路上混雑問題解決のための検討を開始した。

春節の期間中など訪日外国人旅行者が集中する時期に、貸切(観光)バスの路上混雑緩和に向けたマナー啓発等を実施した。

第4節 通訳案内士制度の見直しによる有償通訳ガイドの供給拡大等

1 通訳案内士制度の見直し

【再掲】第Ⅲ部第3章第2節2(4)

2 通訳ガイドのデータベース構築

全国ガイドや特例ガイド、ボランティアガイドのデータベース統合及び評価システムの構築に向け、現状の登録業務のフローや各都道府県における課題の調査を実施した。また、外国人旅行者のアクセシビリティを向上させるため、利便性の高い他のサービスや外国人の評価が高いウェブサイトの調査及び分析を実施した。

第5節 「地方ブロック別連絡会」を最大限活用した、地域における受入環境整備に係る現状・課題の把握と迅速な課題解決

急増する訪日外国人旅行者を受け入れる体制を充実させるべく、国土交通省の地方の出先機関を中心に2015年(平成27年)3月に設置した「訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた地方ブロック別連絡会」において、地域の具体的な課題解決の取組の取りまとめを実施した。

第6節 多言語対応の強化

1 空港、駅、車両、道路、旅客船ターミナル

(1) デジタルサイネージ等の活用

成田・羽田両空港において、各交通機関の運行情報等を一元的に表示するデジタルサイネージを設置した。

(2) 多言語対応の強化

東京都が主催する「新宿ターミナル協議会」に参画し、関係主体と連携して多言語対応の強化・推進等について検討を行い、案内サインにおける表記の統一などの対応方針を取りまとめた。

(3) 鉄道駅のナンバリング導入の促進

国と鉄道会社等により構成する検討会において、鉄道駅のナンバリング導入促進の要請を行った。近畿日本鉄道においては、訪日外国人利用者の利便性向上の取組の一環として、2015年(平成27年)8月より駅ナンバリングを全線で順次実施した。

(4) 災害等による鉄道の輸送障害時の情報提供

一部の鉄道事業者では、英語での自動音声案内や車内ディスプレイでの英語案内表示機能を搭載した新型車両が導入されている。災害等の緊急事態には、まずは列車内において旅客にどのように行動すべきか指示を行う必要があり、鉄道事業者に対し導入促進の要請を行った。

(5) 道路案内標識における英語表記改善

道路案内標識については、訪日外国人旅行者への適切な案内誘導のため、全国の主要観光地49拠点等において、各機関の案内看板等とも連携し、英語表記改善を推進した。また、道路案内標識と国土地理院が作成予定の英語版地図(100万分1)に用いる「道路関連施設」や「山等の自然地名」の英語表記の整合を図るため、各都道府県の道路標識適正化委員会において、観光関係者を含む関係機関との調整を実施した。

(6) 旅客船ターミナルの多言語対応

旅客船ターミナルの多言語化について、「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」を全国の港湾管理者に周知するとともに、同ガイドラインに基づく取組を推進した。

また、訪日外国人旅行者向けの外国語による情報提供の充実等を図るため、一般社団法人日本旅客船協会にPT設置を促し、同協会において外国語や図記号による案内表示等についての現状と課題及びその解決策等について把握するためのアンケートを実施した。

(7) 東京ベイエリアにおける舟運案内情報の整備

「水のまち東京における舟運活性化に関する関係者連絡会」において、東京ベイエリアにおける共通航路マップの作成の検討を開始した。

2 美術館・博物館

我が国の国立美術館、国立博物館、国立科学博物館の多言語対応については、館内のサイン表示、

解説パネル、音声ガイド、ホームページ等は、日本語と英語を基調とし、さらに、パンフレット等の広報媒体は、日・英のほか、中国語、韓国語、フランス語等、館によっては8言語で対応するなど、多様な入館者の受入れに努めた。

また、地域の美術館・歴史博物館については、展示解説や館内案内表示の多言語化など、外国人旅行者のための環境整備等に対して支援した。

3 自然公園

多言語標記に関する事例等を反映した「自然公園等施設技術指針」を2015年(平成27年)8月に改定し、関係機関へ周知した。全ての国立公園における統一性・連続性のある標識・サイン等の整備及びトイレ等のユニバーサルデザイン対応を図るとともに、自然環境整備交付金により地方自治体における多言語化を推進した。また、職員等に対する接遇研修やコミュニケーション支援ボードの設置等により、ビジターセンターのユニバーサルデザイン化を推進した。

4 飲食店

飲食店等におけるインバウンド対応(多言語対応やムスリム・ベジタリアン等の訪日外国人の多様な食文化への対応)を促進するため、全国7箇所で飲食事業者向けの対策セミナーを実施するとともに、「飲食事業者のためのインバウンド対応ガイドブック」を作成した。

5 多言語翻訳アプリ・ナビゲーション・地図の開発

(1)「グローバルコミュニケーション計画」の推進

「グローバルコミュニケーション計画」を着実に進めるため、2015年度(平成27年度)より5年間の計画で、多言語音声翻訳システムを様々な地域・場面で社会実装する上で不可欠な、周囲の様々な雑音の中で会話を正確に認識するための雑音抑圧技術等の研究開発や、病院、商業施設、鉄道、タクシー等の実際の現場での性能評価等を実施した。

また、多言語音声翻訳システムを広く普及させることを目的として、全国5箇所において、商業施設や観光案内等での利活用実証を実施し、誰もが使いやすい翻訳システムのユーザーインタフェースの開発を実施した。

(2)ICTを活用した歩行者移動支援

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向け、高精度な測位環境を活用した歩行者移動支援等の多様な位置情報サービスが生まれやすい環境づくりを推進するため、屋内外シームレス測位と3次元地図の技術開発を進めつつ、先行的に東京駅周辺の屋内測位環境と地図を整備し、その環境を活用したナビゲーションサービスの実証実験を実施するとともに、測位環境や地図の継続的な整備、運用モデル等の検



2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に目指す姿「誰もが動きやすい国、日本」

討を行った。また、オープンデータサイトを開設し、旅客施設等のバリアフリーや無料公衆無線LANスポット等に関するデータ約5万件を公開する等の取組を実施した。

(3) 地図の多言語対応

訪日外国人旅行者が快適・安心に移動・滞在するための環境整備に向けた取組として、外国人にわかりやすい地図を作成するため、地図等の多言語対応について検討した。具体的には、2014年度(平成26年度)に開催した「外国人にわかりやすい地図表現検討会」の成果として、地図に記載する地名等の英語表記ルール及び外国人にわかりやすい地図記号の検討結果を含む報告書を2016年(平成28年)1月6日に公表した。

(4) 外国人運転者にも分かりやすい道路標識の検討

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催も見据え、外国人運転者にも分かりやすい道路標識について検討した。

第7節 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善

「無料公衆無線LAN整備促進協議会」の体制を活用した働きかけにより、2015年度(平成27年度)から、南海電鉄、都営地下鉄で車内における無料公衆無線LAN環境の提供を開始した。また、2016年(平成28年)1月に無料公衆無線LAN環境を紹介するウェブサイトについて、「都道府県別」及び「業種別」のスポット数一覧表示を開始した。さらに、同サイトの無料公衆無線LANスポットのオープンデータ化により、民間事業者や関係省庁のウェブサイトにおける無料公衆無線LAN環境のスポット情報の発信が促進された。

外国人旅行者向けSIMカード・モバイルWi-Fiルーターの販売場所の認知度向上、販売場所拡大を目的とした訪日外国人旅行者向けSIMカード・モバイルWi-Fiルーター利用促進キャンペーンを実施した。

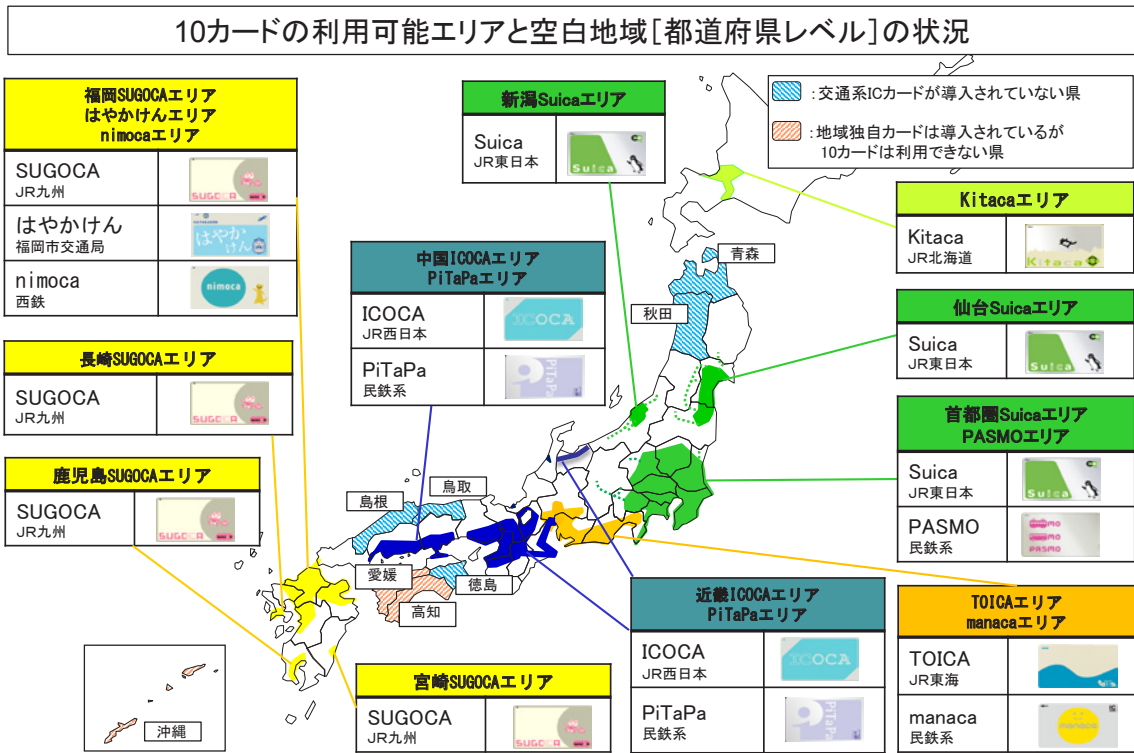
第8節 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備

1 ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信

我が国の公共交通における交通系ICカードは、2001年(平成13年)にJR東日本がSuicaを導入して以降、全国的に普及・拡大している。2013年(平成25年)3月23日からはSuica等の10カード⁵⁰の全国相互利用が可能となり、いずれか1枚のカードがあれば、これらのカードが利用可能な全国各地のバスや鉄道に乗車できるようになった。

また、「交通政策基本法」(平成25年法律第92号)に基づく交通政策基本計画(2015年(平成27年)2月17日閣議決定)においては、訪日外国人旅行者等の国内各地への移動の円滑化のため、「交通系ICカードの利用エリア拡大」について検討することが盛り込まれた。これを受け、2015年(平成27年)4月に「交通系ICカードの普及・利便性拡大に向けた検討会」を立ち上げ、関係者間でICカードの普及・利便性拡大に向けた方策について検討し、今後の方向性を取りまとめるとともに、関係者へ周知することを通じて、更なるカードの普及を図った。

50 10カード：三大都市圏や地方拠点都市で多く普及している10種類の交通系ICカード



10カードが利用可能エリアと空白地域【都道府県レベル】の状況

2 美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入

「上野「文化の杜」新構想の中間報告」(2014年(平成26年)8月)では、上野地区において、各文化施設や交通機関と連携した共通入場券の仕組み(共通パスポートの発行、ICカードやスマートフォンの活用等)を導入することが提言されている。これを受け、上野公園内の国立の博物館や美術館と東京都立文化施設間での共通パスポート導入の取組を国や東京都、各文化施設において実施した。

2015年度(平成27年度)については、上野東京ライン開通記念として東京国立博物館、国立西洋美術館、国立科学博物館の常設展共通パスポート(利用期間:2015年(平成27年)3月から5月まで)を発行、2016年(平成28年)1月からは上野「文化の杜」新構想実行委員会の取組として、東京国立博物館、国立科学博物館、国立西洋美術館、上野動物園、下町風俗資料館、旧岩崎邸庭園、東京都美術館、東京藝術大学大学美術館の合計8施設の常設展等共通パスポート(利用期間:2016年(平成28年)1月から5月まで)を発行した。

3 空港アクセスの改善

(1) 鉄道による東京圏の空港アクセス改善に向けた取組

2014年(平成26年)4月に交通政策審議会に対して東京圏における今後の都市鉄道のあり方について諮問し、交通政策審議会陸上交通分科会鉄道部会東京圏における今後の都市鉄道のあり方に関する小委員会において、空港アクセスの改善等について検討を行った。2015年(平成27年)7月の中間整理において、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた空港アクセス改善の取組等を整理した。

(2) 羽田空港における深夜早朝時間帯のアクセスバス改善への取組

深夜早朝時間帯の羽田空港へのアクセスバスについては、2014年(平成26年)10月から空港と都心部の駅等を結ぶ深夜早朝アクセスバスの運行を推進し、「東京国際空港の深夜早朝時間帯におけ

るアクセスバス運行協議会」を運行支援等の実施主体として、2015年度(平成27年度)も路線数及び停留所数を拡大、運行本数を増便するなど、空港アクセスの改善に取り組んだ。

(3) 定額運賃タクシーの利用促進

旅行者が運賃額の不安を感じることなく安心してタクシーを利用できるよう、あらかじめ行き先に応じて運賃額を確定する「空港定額運賃」の利用促進を図ることにより、利便性の向上を図った。2015年(平成27年)3月の首都高速中央環状品川線開通を機に、新しい定額運賃の適用を開始しており、新たな区割り等により、訪日外国人旅行者の宿泊・訪問が多いエリアについて、割安な運賃を実現した。

(4) 成田空港における空港アクセスの改善

「成田空港のアクセス利便性向上等に関する連絡協議会」において、遅延便発生時等における空港アクセス確保のための要領策定や各交通機関の運行情報等を一元的に表示する「交通アクセス情報総合ナビゲーション・デジタルサイネージ」の設置などを実施した。また、交通サービスの改善状況等に関する交通事業者との共同PRを実施した。

4 外国人が利用しやすいタクシーサービス

(1) 外国人が利用しやすいタクシーサービスの利用促進(長距離観光タクシー関係)

2015年(平成27年)4月より、国内外の観光客が観光地を周遊しやすくなるよう、観光タクシーについて遠隔地周遊向けに距離制・時間制を組み合わせた定額運賃など、多様な運賃設定を認めており、長距離観光タクシーの利用促進を図った。

(2) 外国人が利用しやすいタクシーサービスの利用促進(翻訳アプリ、外国語対応タクシー優先乗り場関係)

総務省や国立研究開発法人情報通信研究機構(NICT)と連携して、多言語音声翻訳技術の開発・実用化を推進しており、2015年(平成27年)11月より、鳥取県鳥取市の訪日外国人旅行者向け観光タクシーにおいて、社会実証を実施した。

また、羽田空港国際線ターミナルに設置している、「外国人旅客接遇研修」修了者が乗務するタクシー(ホスピタリティタクシー)の専用待機レーンについて、2015年(平成27年)9月より運用レーンの拡大を図る等、外国人が利用しやすいタクシーサービスの利用促進を図った。

(3) 通訳案内士制度の見直し

【再掲】第Ⅲ部第3章第2節2(4)

5 手ぶら観光の推進

2014年度(平成26年度)に決定・公表した共通ロゴマークやホームページ・パンフレットを活用し、日本政府観光局(JNTO)等を通じた周知を行うとともに、英語対応が可能等のマークの使用基準を満たすカウンターの設置を促進し、全国80拠点を承認した。また、海外の旅行代理店・航空会社への商品組み込みの促進や宅配事業者・免税店におけるマークを活

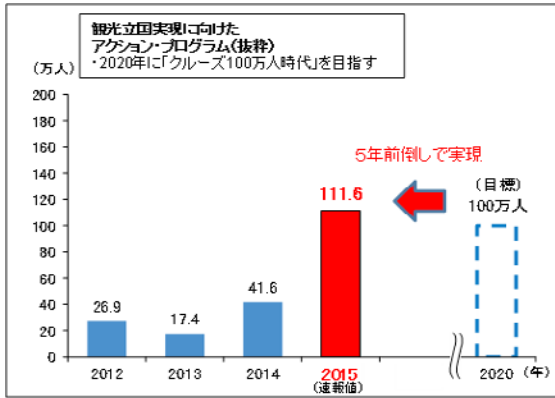


手ぶら観光を统一的にPRするための共通ロゴマーク

用した販売活動の促進、更なるサービス拡大に向けた宅配事業者等への働きかけ等を推進した。

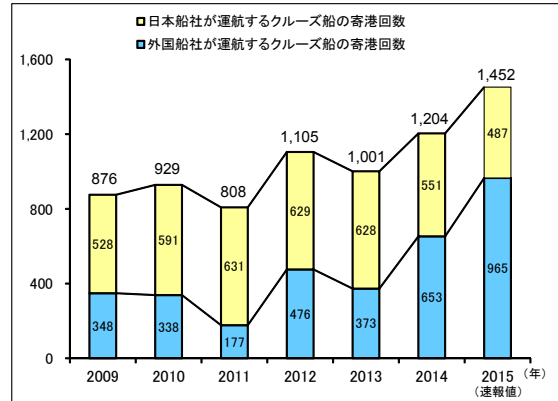
第9節 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善

2020年(平成32年)の「クルーズ100万人時代」を目標に、クルーズ船社からの問い合わせ窓口の一元化(ワンストップ窓口)、クルーズ船社との商談会等を通じたプロモーション、大型クルーズ船を受け入れる埠頭の整備、クルーズ埠頭における臨時的免税店届出制度の創設などに取り組んできたところ、5年前倒して実現することができた。



注1) 法務省入国管理局の集計による外国人入国者数で概数(乗員除く)。
注2) 1回のクルーズで複数の港に寄港するクルーズ船の外国人旅客についても、(各港で重複して計上するのではなく)1人の入国として計上している。

クルーズ船による外国人入国者数(概数)



出典: 港湾管理者への聞き取りを基に国土交通省港湾局作成

注) 2015年の値は、港湾管理者からの聞き取りによる速報値であり、今後、変動する可能性がある。

我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数



「訪日クルーズ旅客数100万人」達成記念式典

1 ウェブサイトを通じた情報発信

全国116の首長等が参加する「全国クルーズ活性化会議」と連携し、我が国へのクルーズ船の寄港促進を図るため、クルーズ船社が寄港スケジュールの立案に必要な港湾施設の諸元や寄港地周辺の観光情報をウェブサイトで一元的に発信しているところ、港湾施設情報について、2015年(平成27年)6月に、掲載する港湾の追加、防舷材・係船柱の情報追加等の充実を図った。また、観光情報について、外国クルーズ船社等の更なるニーズに対応するため、2015年(平成27年)11月に港湾周辺で行われるおおよそ2年から3年先までのイベントのスケジュールが一覧できる機能追加等の充実を図った。

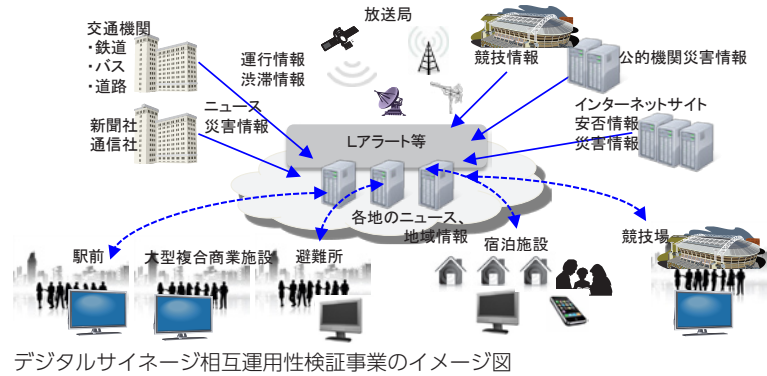
第11節 外国人旅行者の安全・安心確保

1 災害対応

(1) デジタルサイネージ等を活用した外国人旅行者への情報提供

外国人旅行者等に対し、観光情報や公共交通機関の運行情報、緊急時における災害・避難情報を広く配信する手段としてデジタルサイネージの活用・普及を行うため、デジタルサイネージの共通項目を検証し、「デジタルサイネージ標準システム相互運用ガイドライン」を策定するとともに、国際標準化に向けた議論も開始した。また、一人歩きできる観光の実現

に向けて、デジタルサイネージや交通系ICカード、スマートフォンとクラウド共通基盤等を活用し、言語等の個人の属性に応じた最適な情報提供等の検討を行った。



(2) 災害対応 (外国人旅行者に向けた災害時の情報提供)

外国人旅行者向け災害時情報提供アプリ「Safety tips」について、従来の地震、津波情報に加え、大雨・大雪・暴風・暴風雪・波浪・高潮・洪水に関する気象情報及び噴火警報・予報を追加するとともに、対応言語も、従来の英語に加え、日本語、中国語(簡体/繁体)、韓国語を追加して5言語とした。



「Safety tips」気象情報掲載例
(気象特別警報は紫、気象警報は赤で表示)

(3) 災害対応 (「Safety tips」の周知・PR)

「Safety tips」のダウンロードを促進するため、ポスターやチラシを活用してゲートウェイとなる空港、港湾、駅や観光案内所などに集中した徹底的なPRを実施した。また、訪日外国人旅行者の閲覧数が多いアプリやウェブサイトのほか、無料公衆無線LAN接続時の初期画面に「Safety tips」へのバナーを掲載した。



「Safety tips」ポスターの鉄道駅での掲載の様子

2 不慮の怪我・病気への対応

(1) 国内の医療機関における国際化への対応

国内の医療機関において、外国人が安全・安心に日本の医療サービスを受けられるよう、外国人患者の受入れに関する環境整備を行った。2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会も見据え、医療機関に対する医療コーディネーターや複数言語の医療通訳の配置支援、外国人患者受入れ医療機関認証制度(JMIP)の普及を進めた。

医療通訳・外国人向けコーディネーター等が配置された拠点病院や外国人患者受入れ医療機関認証制度(JMIP)の認証病院等を中心に、外国人旅行者受入可能で幅広い症例に対応できる医療機関の選定を都道府県に依頼し、全国から約320の医療機関が報告された。

(2) 外国人旅行者への医療機関や海外旅行保険に関する情報提供

外国人旅行者が不慮の怪我・病気になった際に、外国語対応にも留意しつつ、スムーズに拠点病院、外国人患者受入れ医療機関認証制度(JMIP)等の地域の医療機関にアクセスできるよう、全国から報告された約320の医療機関をリストとして取りまとめ、日本政府観光局(JNTO)のホームページに掲載した。

また、外国人旅行者が日本到着後に加入可能な海外旅行損害保険の開発・販売が順次開始することを受け、医療機関での医療費の未払いを防ぐため、海外旅行保険加入促進のチラシ、SNS等を通じて、外国人旅行者に加入いただくよう、働きかけを行った。

3 事件・事故等への対応

(1) 交番等における外国人とのコミュニケーションの円滑化に向けた取組

外国人からの110番通報や交番等への急訴、各種届出等にも対応できる体制の整備及びこれら事案への迅速な対処に係る方策について、更なる充実のための検討を行った。

(2) 我が国警察に係る制度、手続等の分かりやすさの確保に向けた取組

遺失届・拾得物の受理等に係る外国語対応、防犯・防災情報の外国語による提供等に係る方策について、更なる充実のための検討を行った。

第12節 観光案内拠点の充実、外国人旅行者への接遇の向上等

1 外国人観光案内所のネットワークの拡大

全ての都道府県において、広域観光情報を提供するカテゴリ2以上の外国人観光案内所が設置された。また、観光案内所間の全国的なネットワーク構築のため、全国の観光情報を提供するカテゴリ3の外国人観光案内所による「カテゴリ3連絡会」を設置した。さらに、外国人観光案内所を運営する職員等を対象とした研修会等を通じ、観光案内所への誘導(案内)表示の改善を促すなどの取組を行った。

2 「道の駅」の機能強化

全国の「道の駅」について、地域の総合観光窓口としての機能を強化し、着地型旅行商品を販売できる「道の駅」の拡大を行った。

3 駅における多言語対応の案内強化

駅における案内機能の充実等を図るため、案内所やコンシェルジュによるサービスの取組促進を行っており、京成電鉄では2015年(平成27年)12月に訪日外国人旅行者の玄関口の一つである成田空港の空港第2ビル駅に「SKYLINER & KEISEI INFORMATION CENTER」を設置したほか、JR東日本では仙台駅の旅行センターに外国人向けの案内所の設置を予定しているなど、取組が進められた。観光地の最寄り駅や新幹線駅等では、鉄道関連の乗換案内だけでなく、駅周辺の観光案内も行っているところが多く、充実した案内を行った。また、JRや大手民鉄の主要駅ではデジタルサイネージを使用した乗換案内、運行情報等の情報提供が進んだ。

4 観光案内拠点における案内機能の強化

観光案内機能強化について、事業者等への働きかけにより、コンビニエンスストアにおいて、無料公衆無線LAN、SIMカード販売、翻訳機を使用した実証実験、商品やチケット端末等の多言語化等のインバウンド対応の取組に着手した。

5 「ジャパンマーク」の統一

海外の見本市・展示会等をはじめとする我が国から海外に向けた発信の機会に、産業・文化等の幅広い分野において我が国の魅力を効果的に伝え、統一感のあるジャパブランドを形成していくことを目的として、2015年度(平成27年度)より、関係府省等が対外発信のために使用するロゴを「ジャパンマーク」として統一した。2015年度(平成27年度)は、政策目的の異なる18種類の「ジャパンマーク」を海外の見本市・展示会等で活用した。

【ジャパンマークの基本形】



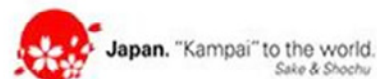
「ジャパンマーク」の例

【使用例】

(クールジャパン)



(日本産酒類)



政策目的に応じた適切な文言(英語)を付記

6 接遇研修プログラムの構築

東北運輸局で構築した訪日外国人旅行者への接遇向上を図るための研修プログラムについて、一般社団法人日本旅行業協会、一般社団法人日本ホテル協会等の研修で活用した。

7 消費生活相談体制の強化

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて増加が見込まれる在留外国人への対応等に向け、地域における情報提供や消費者相談に対応する体制の更なる充実を図るため、消費生活センターにおける、訪日外国人旅行者を含む在留外国人に対する消費生活相談体制の強化といった取組を支援すべく、都道府県に地方消費者行政推進交付金を交付した。

第5章 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流

第1節 外国人ビジネス客の取り込み強化

1 空港におけるファーストレーンの設置

訪日外国人旅行者の受入環境を整備し、国際会議の開催を促進することで、外国人ビジネス旅客を積極的に取り込むため、国際会議の参加者や重要ビジネス旅客に対して、2015年度(平成27年度)は成田空港・関西空港においてファーストレーンの設置が実現した。

2 観光立国推進のための一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施

出入国管理上のリスクが低く、頻繁に我が国に入国する外国人を「信頼できる渡航者」(トラステイド・トラベラー)として特定し自動化ゲートの対象とする制度の2016年(平成28年)中の運用開始に向けて、所要の準備・検討を進めた。

3 ビジネスジェットの利用環境の改善

外国人ビジネス客の取り込み強化、我が国の国際競争力の強化等の視点からビジネスジェットの受入環境の改善を実施した。具体的には、羽田空港においてはビジネスジェットの運航計画の月次申請締切日及び確定日の早期化(5日前倒し)、関西空港においては訪日外国人のビジネスジェット利用者も使用可能なファーストレーンの設置、成田空港においてはビジネスジェットが利用可能なスポットの増設を行った。

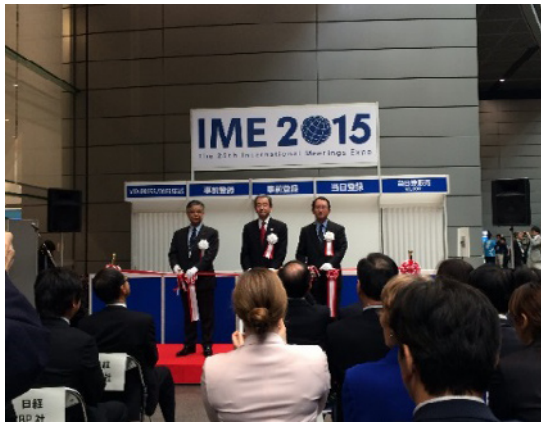
第2節 MICE⁵¹に関する取組の抜本的強化

2015年(平成27年)9月には、国内最大の訪日旅行商談会「VISIT JAPAN トラベル& MICE マーケット」に海外バイヤー25社、国内セラー30社が参加したほか、ファミトリップを5コース実施した。また、海外のMICE見本市出展事業では、2015年(平成27年)11月に開催された「IBTM World 2015」(スペイン・バルセロナ)において、日本からの出展者が過去最大の24団体を数えたほか、「IT & CM China 2015」(中国・上海)、「IMEX 2015」(ドイツ・フランクフルト)、「IMEX America 2015」(米国・ラスベガス)、「AIME 2016」(豪州・メルボルン)等に出展し、日本の認知度向上とMICE誘致の促進を図った。

2015年(平成27年)12月に開催した国際ミーティングエキスポ(IME)では、全国のコンベンション・ビューローやMICE関連事業者及び外国政府観光局など146団体が出展し、約3,500名の来場があった。特に、2015年度(平成27年度)事業では、IMEに合わせ、日本政府観光局(JNTO)が欧米、アジア等から19名の国際会議のキーパーソンを招請した。それにより、海外キーパーソンと出展者の間で効果的な情報交換を行うことができ、日本での国際会議開催のきっかけを提供できた。

これまでの国際会議誘致の取組により、2016年(平成28年)の「国際影響評価学会世界大会」(参加予定人数1,000名)、2019年(平成31年)の「第25回世界博物館大会」(同2,500名)、2019年(平成31年)の「第13回国際リハビリテーション医学会議」(同7,000名)等の大型国際会議の日本開催が続々と決定した。また、インセンティブ旅行に対する取組も強化した結果、台湾から約2,100名規模、

51 MICEとは、企業会議(Meeting)、企業の報奨・研修旅行(Incentive)、国際会議(Convention)、展示会・イベント(Exhibition/Event)の総称。



国際ミーティングエキスポ (IME)



インドネシアから約1,200名規模のインセンティブ旅行が実施される等大型インセンティブ旅行の催行が増加した。

1 MICE誘致による地域の活性化

(1) 寄附金の損金算入の特例等の対象となる国際会議の範囲の拡大

日本政府観光局 (JNTO) が国際会議の主催者に代わり寄附金を募集し、交付金を交付する制度の対象となる国際会議について、平成28年度税制改正において、「寄附金の損金算入の特例等の対象となる国際会議の範囲の拡大」が決まった。拡大するための要件は、参加国数については「日本を含むおおむね10か国以上」が「日本を含む3か国以上」に、全参加者数については「おおむね200人以上」という要件を撤廃、開催経費については「おおむね2,500万円以上」が「おおむね500万円以上」に緩和された。

寄附金の損金算入の特例等の対象となる国際会議の範囲の 拡大
 (所得税法人税 個人 住民税法人 住民税・事業税)

我が国における国際会議の開催件数を増加させるため、国際観光振興機構 (JNTO) が国際会議の主催者に代わり寄附金を募集し、交付金を交付する制度の対象となる国際会議の要件を緩和し、国際会議の誘致・開催を強力に促進する。

施策の背景

- ・急速な経済成長を背景に、アジアにおける国際会議開催件数の増加は著しい状況にある。
- ・国際会議は、学会や協会等の非営利の組織が主催しており、開催経費の多くは寄附に頼らざるを得ない状況であるため、寄附金を出しやすい環境を整える必要がある。

(参考)
 「日本再興戦略」改定2015 (平成27年6月30日閣議決定) において「**2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く。**」目標を設定

制度の概要

```

                    graph TD
                        A[寄附者(個人・法人)] -- "寄附金 → 課税優遇される" --> B[JNTO (特定公益増進法人)]
                        B -- "交付金交付" --> C[会議主催者]
                        A -- "寄附金 → 課税優遇されない" --> D[×]
                    
```

要望の結果

以下の要件に合致する国際会議について、JNTOに寄附をした場合、寄附金の法人税・所得税が控除される。

< 現行の主な要件 >	< 改正案 >
外国人 おおむね50人以上	外国人 おおむね50人以上
参加国数 日本を含むおおむね10か国以上	参加国数 日本を含む3か国以上
全参加者数 おおむね200人以上	全参加者数 要件撤廃
開催経費 おおむね2,500万円以上	開催経費 おおむね500万円以上

⇒ 日本の国際会議の開催件数の底上げを行う。

寄附金の損金算入の特例等の対象となる国際会議の範囲の拡大 (概要)

(2) 日本政府観光局 (JNTO) による地方都市のニーズ、体制に応じたきめ細かなコンサルティング

2015年(平成27年)9月2日～3日(於:ホテル日航東京)及び2015年(平成28年)1月27日～28日(於:ホテル椿山荘東京)に実施した「JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」の中で開催された「個別相談会」においてMICEデスクを設け、地方自治体、コンベンション・ビューロー、MICE関連事業者計約30団体に対し、個々のニーズに応じたコンサルティング等を行った。さらに、それぞれの期間中に実施した「MICE市場説明会」において、地方自治体、コンベンション・ビューロー、MICE関連事業者約150名に対し、日本政府観光局(JNTO)海外事務所のコンベンション専門職員による海外MICE市場の最新動向に関する講演や日本政府観光局(JNTO)のプロモーション方針等に関する講演を行った。

また、日本政府観光局(JNTO)コンベンション誘致部内に各都市ごとの担当者を設け、随時地方都市からの相談等に応じた。

(3) グローバルMICE都市事業

グローバルレベルのMICE誘致力を有する都市の裾野を拡充するため、国際会議の誘致に関し、十分な実力と意欲を有する都市を対象に、「グローバルMICE強化都市」の公募を行った。15の地方自治体から応募があり、外部有識者による「グローバルMICE戦略都市選定・評価委員会」において審査を行った結果、5つの地方自治体(札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市)を選定した。これらの都市に対して、国際会議の誘致競争力を持つ都市の育成を図るため、国がアドバイザー派遣やプロモーション等の集中的な支援を行った。

(4) 大学関係者等MICE主催者の掘り起こし

地域の特性を活かしたMICEの推進に係る調査事業において、大学関係者と地方自治体、コンベンション・ビューローとの連携推進の取組等、地域の特性を活かしてMICE誘致に成功した事例を取りまとめた好事例について、全国7地域において調査報告会・勉強会を開催し、普及・啓発に取り組んだ。

また、日本政府観光局(JNTO)は、2015年(平成27年)12月9日に東京(東京国際フォーラム)において、国内の国際会議主催者を対象とした「国際会議主催者セミナー」を開催した。約50名の参加者に対し、日本政府観光局(JNTO)の寄附金・交付金制度の説明及びAmerican Society of Association Executives(米国団体役員協会)⁵²より講師を招き、国際会議と学会等団体組織経営に関する講演を行った。

さらに、2016年(平成28年)1月19日に広島(合人社ウエンディひと・まちプラザ)にて広島観光コンベンションビューロー、広島大学、広島市と連携し、国内の国際会議主催者を対象とした「国際会議主催者セミナー」を開催した。約80名の参加者に対し、日本における国際会議の現状の説明や実際に国際会議を主催した教授による講演を実施し、国際会議・学会の開催を検討する主催者へ地方自治体や大学からの支援内容を紹介した。

2 戦略的な国際会議の誘致

(1) MICE誘致アンバサダー

2013年度(平成25年度)より観光庁が運営していた「MICEアンバサダープログラム」を2015年

⁵² American Society of Association Executives(米国団体役員協会)は、各種協会、学会などの役員等で構成され、非営利団体の運営技術の向上を目指して、総会・研修会の開催等を行っている。

度(平成27年度)より日本政府観光局(JNTO)が引き継ぎ、「MICE誘致アンバサダープログラム」として実施した。この新たなプログラムにおいては、従来の日本国内における国際会議開催の意義についての普及啓発活動に加え、それぞれの専門分野において具体的な国際会議の日本への誘致活動を行っている者を特定し「MICE誘致アンバサダー」に認定することとしており、2015年度(平成27年度)は、16名を認定した。

また、これまでの「MICEアンバサダー」の活躍により、2015年度(平成27年度)は、3件の大型国際会議の誘致に成功した。



MICE誘致アンバサダーのロゴマーク

(2) ユニークベニューの開発・利用促進

国際会議等のMICEの開催に際し、博物館や美術館、歴史的建造物、世界遺産などをレセプション会場、イベント会場として使用するケースが増えている。このように特別に開放された会場を「ユニークベニュー」(Unique Venue: 特別な場所)という。ユニークベニューでのイベントは、話題を呼ぶとともに参加者に文化や歴史的な体験を提供する機会を与え、MICEの成功と開催地を強く印象づけることができる。

2014年度(平成26年度)に取り組んだユニークベニューとして活用可能な施設・文化財等のリスト化を踏まえ、日本学術会議と連携し、国内利用者となる学会関係者への周知を図ったほか、日本政府観光局(JNTO)のホームページに掲載し海外向けに情報発信を行うとともに、一元的な問い合わせ窓口の設置を行った。

(3) MICEブランディングの展開

2014年度(平成26年度)に日本の新しいMICEブランドの構築・ブランディング事業を実施し、2015年度(平成27年度)から新しい日本のMICEブランドを市場に導入した。その一環として、2015年(平成27年)5月の「IMEX in Frankfurt」を皮切りに、日本のMICEブランドを体現したコンセプトやロゴを海外向けに発表した。また、海外の主権者向け広報活動として、統一感を持たせたデザインで日本のMICEブランドの認知度向上と差別化を図った。

また、2016年(平成28年)3月には、MICEの誘致・開催に取り組む地方自治体、コンベンション・ビューロー、MICE関連事業者等を対象として、シンポジウム「MICE誘致促進に向けたブランド戦略」を開催した。江崎玲於奈氏の基調講演をはじめ、海外都市からのプレゼンテーションやブランディングに関するパネルディスカッション等に



MICEブランドのロゴマーク



IMEX in Frankfurt



IMEX America

より、MICE関係者のグローバルな視点の造成、日本のMICEブランドの活用・各都市におけるブランディングの強化等を図り、オールジャパンでの広報・誘致体制を促進した。

3 インセンティブ旅行における重点市場の設定

インセンティブ旅行の重要市場である中国、韓国、タイ、台湾、インドネシア、マレーシアにおいて、日本政府観光局(JNTO)主催により、地方自治体やコンベンション・ビューロー等とともに、現地バイヤーを対象としたインセンティブセミナー及び商談会を実施した。また、広くネットワーキングの構築及びビジネスチャンネルの確保を図るため、米国、欧州、豪州等で開催される国際的なMICE見本市に出展した。



JAPANインセンティブセミナー(マレーシア会場)



JAPANインセンティブセミナー(シンガポール会場)

第3節 IRについての検討

統合型リゾート(IR)については、観光振興、地域振興、産業振興等に資することが期待されるが、その前提となる犯罪防止・治安維持、青少年の健全育成、依存症防止等の観点から問題を生じさせないための制度上の措置の検討も必要なことから、「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律案」の状況やIRに関する国民的な議論を踏まえ、関係省庁において検討を進めた。

第4節 富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進

1 海外富裕層の地方誘客に向けた訪日プロモーション

日本政府観光局(JNTO)は、2015年(平成27年)11月30日～12月3日にフランス・カンヌにて開催された「International Luxury Travel Market CANNES 2015」(ILTM CANNES 2015)に、富裕層向けの商品を取り扱う日本の旅行会社及び旅館等12社と共同で出展した。「ILTM CANNES」は、約3,000名が参加する高級・豪華旅行をテーマとした完全事前アポイント制商談会であり、高級旅行商品を取り扱う海外の旅行会社等と訪日旅行商品の造成促進に向けて、約500件の商談を実施した。

2 外国人長期滞在制度の利用促進

2015年(平成27年)6月に、一定の要件を満たした外国人の長期滞在を可能とする制度が創設された。長期滞在制度の利用促進を図るため、日本政府観光局(JNTO)のウェブサイトや海外事務所主催のセミナー等を通じて制度内容の周知を図った。

第5節 質の高い観光交流の促進

1 文化資源、歴史的遺産の観光への活用

(1) 文化財の英語解説の改善・充実

【再掲】第Ⅲ部第3章第2節2(5)

(2) 世界文化遺産を活用した地域活性化

2015年度(平成27年度)に開始した「世界文化遺産活性化事業」により、世界文化遺産に登録された地域が行う多言語によるガイドツアーや文化財保存修理の見学会、保存修理作業の模擬体験プログラム等の企画・情報発信・普及活動等の取組を財政的に支援し、世界文化遺産が所在する地域の活性化及び地域への誘客を図った。初年度は、20件の事業に対し補助を行った。

(3) 「日本遺産 (Japan Heritage)」事業の創設

地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを認定し、魅力ある文化財群を地域主体で総合的に整備・活用し、国内外に発信することにより、地域活性化を図る「日本遺産」を創設した。2015年度(平成27年度)は18件を認定し、認定地域が行う情報発信・人材育成、普及啓発、公開活用のための整備に対する財政支援のほか、6月に日本遺産フォーラム、11月にパリで日本遺産展を開催する等、日本遺産及び地域の魅力ある文化財の国内外への発信を行った。

日本遺産の例



「信長公のおもてなし」が息づく戦国城下町・岐阜
(長良川の鵜飼漁の技術)



相良700年が生んだ保守と進取の文化
～日本でもっとも豊かな隠れ里一人吉球磨～(臼太鼓踊り)

(4) 文化資源、歴史的遺産の観光への活用

東京都上野地区の文化施設が連携し、年間3,000万人の集客を可能とするハード・ソフト両面にわたる施策を、上野「文化の杜」新構想として取りまとめた。その実行組織として、上野「文化の杜」実行委員会を2015年(平成27年)9月に立ち上げ、その第1弾の施策として、上野11施設による共通パスポート事業を展開した(2016年(平成28年)1月～5月)。

(5) 先住民族であるアイヌ文化等の発信

先住民族政策は、米国、北欧、豪州等先進国に共通する重要課題であり、我が国としても積極的

に取り組んでいる。国内外の多くの方にアイヌの歴史や文化、我が国のアイヌ政策を理解してもらうため、アイヌ文化復興等に関するナショナルセンターとして、北海道白老町に「民族共生の象徴となる空間」(以下「象徴空間」という。)を整備し、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に合わせて一般公開する予定である。

2015年度(平成27年度)は、象徴空間の具体化に向けた取組として、国立のアイヌ文化博物館(仮称)や国立の民族共生公園(仮称)の基本計画の作成、象徴空間における体験交流等活動プログラムの検討を行った。また、アイヌ語の挨拶「イランカラプテ」(こんにちは)を北海道のおもてなしのキーワードとし、アイヌ文化の普及啓発と一体となった観光振興の取組を展開するとともに、海外に向けた情報発信の強化に向け検討を開始した。

(6) 北海道における歴史・文化を活用したインバウンド観光の振興

北海道における独自性ある歴史・文化コンテンツを観光資源として活用し、インバウンド観光需要の拡大を図るため、国内在住外国人によるモニターツアー等により外国人の視点による関心の高いコンテンツの発掘を行うとともに、外国人旅行者を惹きつけるためのストーリーにより構成された歴史・文化コンテンツを海外向けPR冊子として整理した。



モニターツアーの様子
(北海道網走市「北海道立北方民族博物館」)

(7) 産業遺産等を活用した産業観光の推進

産業観光の関係者のモチベーションを高めるため、産業観光による観光まちづくりを実践し、他の地域の模範となる地域を表彰する産業観光まちづくり大賞(主催:公益社団法人日本観光振興協会)について、知多半島観光圏協議会等の5団体を表彰した。

2 文化芸術を通じた国際交流の推進

外国人芸術家が一定期間滞在し、制作活動等を実施するアーティスト・イン・レジデンスの取組を推進し、地域の魅力の再発見や文化芸術の創造活動を促進した。

また、アート・アニメ等のポップカルチャーの発信を強化するとともに、在外公館・国際交流基金(JF)を通じて、海外ネットワークを活用し、日本の多様な魅力を海外に伝えるべく、文化事業、専門家の派遣等の人的交流事業を実施した。

例えば、2015年(平成27年)7月のミュンヘン日本祭りでは、在外公館が現地団体と共催し、日本舞踊等の日本文化を紹介する事業を実施した。また、国際交流基金(JF)では、2015年度(平成



ミュンヘン日本祭りの様子



北陸朝日放送「金沢百景」(C)HAB



NHK「カーネーション」(C)NHK

27年度)より、商業ベースでは日本のコンテンツが放送されない国・地域に対し、日本のテレビ番組を集中的に無償提供する取組を新たに開始しており、中南米、アフリカ等の一般市民に向け、アニメやドラマ等の放送を通じ、日本文化や社会の魅力を紹介した。

3 歴史・文化等に関心の高い観光客層の取り込み

(1) 日中韓三国の取組

【再掲】第Ⅲ部第1章第3節4

(2) 現地の日系人コミュニティ等と連携した訪日プロモーション

【再掲】第Ⅲ部第1章第3節3

第1節 オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション

1 大規模スポーツ国際大会を契機とした訪日プロモーション

ラグビーワールドカップ2015イングランド大会を訪日促進に資する好機と捉え、ロンドン市内に設置されたジャパンパビリオンにおいて、2015年(平成27年)10月24日～30日に、官民一体となって日本の魅力を世界に発信する「ジャパンプレゼンテーション事業」として、「PRESENTING JAPAN」を開催した。具体的には、訪日プロモーション映像の放映や観光コンシェルジュブースの設置により、世界中から集まるラグビーファンやメディアに向けて、日本の観光情報を発信した。

2 2020年東京大会を見据えたICTを活用した多言語対応の推進

2015年(平成27年)7月に国や東京都、大会会場周辺の地方公共団体や民間団体等で構成される「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」が関連のICTを保有している企業・府省庁の協力も得て、「多言語対応・ICT化推進フォーラム～人と技術によるおもてなし～」を開催し、訪日外国人旅行者の受入環境整備等を行う全国の地方自治体・民間団体を対象に先進的取組事例や最新のICTの技術動向などの情報提供を行った。

第2節 全国各地での文化プログラムの開催

1 文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議

「2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」(2015年(平成27年)11月27日閣議決定)において、日本文化の魅力を発信していくこととしており、我が国の地域性豊かで多様性に富む文化を通じた機運醸成に関する情報共有及び連携等を目的として、関係省庁、東京都、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会を構成員とする「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議」を開催した。

2 全国各地での文化プログラムの開催

2015年(平成27年)7月に「文化プログラムの実施に向けた文化庁の基本構想」を策定・公表した。同基本構想を踏まえ、文化庁と組織委員会、内閣官房、東京都等が連携して、文化プログラムの実施に向けた検討を進め、2016年(平成28年)3月には、政府・東京都が一体となって文化プログラム(「beyond2020プログラム」)を推進することを発表した。

また、地域の様々な魅力ある文化・芸術の取組や文化・芸術の担い手の育成に関する支援、芸術団体や劇場・音楽堂等によるトップレベルの舞台芸術活動等への取組支援、国立文化施設の観覧・鑑賞機会の充実等の環境整備を実施した。

第3節 オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備

1 無料公衆無線LAN環境の整備・多言語対応の徹底

「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」と連携して、多言語対

応の改善・強化を行い、先進事例の共有を行った。

「無料公衆無線LAN整備促進協議会」の体制を活用した働きかけにより、2015年度(平成27年度)から都営地下鉄等において無料公衆無線LAN環境の提供を開始した。2016年度(平成28年度)からは東京地下鉄等においても提供開始を予定している。

2 東京駅の案内等の改善

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の玄関口の一つとなる東京駅において、案内サインの分かりやすさや連続性についての現状調査、訪日外国人旅行者や障害者等の移動制約者の視点を踏まえた改善点の把握、モデル的な案内サインシステムの構築を検討するための検討会が行われ、国土交通省は鉄道事業者とともに参画した。同検討会においては、東京駅における案内サインの改善方策が取りまとめられた。

また、新宿駅を対象として分かりやすい案内サインを実現するために設置された検討会に参画し、分かりやすい案内サインなどの基本ルールが取りまとめられた。

3 道路標識改善の推進

2016年(平成28年)1月、道路標識適正化委員会東京都部会において、東京都内を対象に、「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた道路標識改善の取組方針」を策定し、同年2月より、秋葉原、蒲田(羽田空港周辺)において、英語表記改善、路線番号の活用、ピクトグラム・反転文字の活用、通称名表記・文字サイズ拡大、歩行者系標識の充実等による道路標識の改善に着手した。また、周辺地域(千葉県、埼玉県、神奈川県)においても、道路標識改善の取組方針の策定に向けて検討を実施した。

第4節 オリンピック・パラリンピック開催効果の地方への波及

1 スポーツ振興を通じた国内外からの誘客

(1) スポーツ振興を通じた国内外からの誘客

地方公共団体、スポーツ団体、企業(スポーツ産業、観光産業)等が一体となってスポーツを核とした地域活性化を行う組織である「地域スポーツコミッション」が行う、スポーツを地域資源としたツーリズムの推進やイベントの開催・大会誘致等の取組に対し支援を行った(2015年度(平成27年度)は8地域の取組を支援)。



2015年度(平成27年度)スポーツによる地域活性化推進事業「地域スポーツコミッションへの活動支援」採択地域

(2) ラグビーワールドカップ2015イングランド大会を通じた日本の魅力発信

【再掲】第Ⅲ部第6章第1節1

(3) ラグビーワールドカップ2019日本大会等の国際大会の着実な開催

ラグビーワールドカップ2019日本大会については、政府の方針として、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会と一体的な準備を進めることとされている。

総務省においても、試合開催自治体の相談窓口を設置するとともに、過去のニュージーランド大会やイングランド大会の試合開催都市を対象に、国際的なスポーツ大会を通じた地域活性化の手法について調査研究を行い、2019日本大会開催自治体等に周知を行った。

ラグビーワールドカップ2019日本大会以外の国際大会については、スポーツ庁において、2017札幌アジア冬季競技大会、2019世界女子ハンドボール選手権、関西ワールドマスターズゲームズ2021、2021年世界水泳選手権大会などの国際競技大会の招致や開催に向けた協力・支援を行っている。

2 地方への旅行の促進

(1) 企画乗車券の利便性向上

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会観戦のために訪日した外国人旅行者が、東京のみならず日本各地を訪問するよう、企画乗車券の造成等を促進してきており、多種多様な企画乗車券が販売されている。各事業者に取組を促してきたところ、企画乗車券の開発・改善が進み、JR東日本では、東京から東北・北海道エリアを利用できる「JR East-South Hokkaido Rail Pass (JR東日本・北海道レールパス)」(2016年(平成28年)4月1日から)が発売されるほか、現在発売中の「JR EAST PASS」を2つのエリアに分け「JR EAST PASS[Tohoku Area] (JR東日本パス(東北エリア))」、「JR EAST PASS[Nagano, Niigata Area] (JR東日本パス(長野・新潟エリア))」に見直すことにするなど、利用者の利便性の向上が図られた。

(2) オリンピック・パラリンピックに向けての訪日外国人旅行者の鉄道利用についての課題共有

訪日外国人旅行者が鉄道利用に大きな関心を寄せるよう、大会機運の醸成を兼ねた取組を検討することが必要であり、国土交通省と鉄道事業者が課題について情報共有を実施した。

3 ホストタウンの推進

「2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」(2015年(平成27年)11月27日閣議決定)において、地域の活性化等を推進するため、事前キャンプ誘致等を通じ大会参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図る地方公共団体を「ホストタウン」として全国各地に広げることとしており、2016年(平成28年)1月、第1次登録団体(44組)を公表した。

第5節 オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速

1 オリンピック・パラリンピックに向けた更なるバリアフリー化

2014年度(平成26年度)に国土交通省内に設置した「バリアフリーワーキンググループ」において、2020年(平成32年)に向けて今後重点的に取り組むべきバリアフリー施策について検討し、2015年(平成27年)8月に取りまとめを公表した。また、空港から競技会場周辺駅等までの連続的

なエリアにおいてバリアフリー化に向けた調査を実施し、具体的な施策の検討を行うとともに、地方の主要な観光地の調査を行い、バリアフリー化評価指標の作成に向けた検討を行った。

2 ホームドアの整備促進

視覚障害者をはじめ、全ての駅利用者のホームからの転落を防止するための設備としてホームドア等は非常に効果が高く、「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)(バリアフリー法)に基づく基本方針及び交通政策基本計画を踏まえ、その整備を促進した。また、車両扉位置の相違やコスト低減等の課題に対応可能な新たなタイプのホームドアの技術開発を推進した。

3 鉄道車両の車椅子スペース、ハンドル形電動車椅子の利用について

「バリアフリー整備ガイドライン(車両等編)」において、鉄道車両の車椅子スペースについては、各路線の利用実態を踏まえ、車椅子利用者等の利用が多い場合には、車椅子スペースを増設することが望ましいとしており、鉄道事業者に周知した。

ハンドル形電動車椅子による鉄道利用においては、障害者手帳等の提示によりハンドル形電動車椅子が真に必要なことを示すことが必要であり、外国人に対応したルールとなっていない。このため、利用者の要件の合理化に向けた検討を進めるよう、鉄道事業者に要請した。

4 航空分野のバリアフリー化

空港及び航空機のバリアフリー化について、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、世界トップクラスのバリアフリー化の実現という目標を掲げ、検討を進めた。具体的には、ロンドン大会時の取組事例の調査や、空港ビル会社、航空会社といった関係者との意見交換を実施し、「みんなが使いやすい空港旅客施設計画」の改定に向けた検討を行った。

5 首都圏の更なるバリアフリー化等の推進

成田・羽田空港ターミナル、主要ターミナル駅、大会競技施設までのルート及び最寄り駅、東京の人気観光スポット及び最寄り駅等を結ぶ連続的なエリアにおいてバリアフリー化と連続的な案内サインの整備に向けた調査を実施し、具体的な施策の検討を行った。

羽田空港においては、国際線の出国エリアに案内カウンターを増設し、案内や介助を必要とする旅客への支援体制の強化を図ったほか、国内線の到着階でより利用しやすいトイレの新設等に関する取組を進めた。また、情報ユニバーサルデザインの実証実験(ICTを活用した支援)等を行った。

成田空港においては、車椅子等の台数増設を行った。また、旅行会社と連携し、聴覚障害のある方、ご高齢による中途失聴・難聴者の方等が気軽に海外旅行を楽しめることを目的として、旅の玄関口である空港内のバリアフリー設備等の見学講座を実施した。

6 ユニバーサルツーリズムの促進

高齢者や障害者等を含む誰もが旅行を楽しむことができる環境を整備するため、これまで行ってきた地域の受入体制強化及び旅行業者取組拡大に係る効果検証を行った。また、引き続き地域の受入体制を強化するため、バリアフリー旅行相談窓口の多言語化を含めた活動強化を行った。さらに、乳幼児連れや妊産婦の旅行についても調査・検討を行い、その結果を踏まえ「子育て家族にやさしい旅行促進シンポジウム」を開催するなど、ユニバーサルツーリズムの更なる普及促進を図った。

第1節 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備

1 観光振興等に資する地域づくり、街並み整備

大型クルーズ船誘致のための港湾施設の整備検討、新たな観光拠点の創出のための基盤整備の検討等、官民が連携し、民間の事業活動と一体的に実施する地域活性化に資する基盤整備事業について、その事業化検討経費を支援した。

世界遺産「富士山」を望む美しい港清水港の観光を核とした地域活性化検討調査(平成27年度実施事例:静岡県)

民間の取組

- ・PFIによる既存上屋の大規模改修及び撤去する上屋の跡地における地域交流施設の整備と運営
- ・既存水上バスの拡充や、レンタサイクル事業などの社会実験を予定

【調査内容】
清水港において、更なる大型クルーズ船の積極的な誘致活動を進めるにあたり、早急に必要な港湾施設を整備するとともに、物流から交流空間への転換を適切に図るため、観光機能の拡充に向けて、交流拠点機能強化の検討、上屋跡地における地域交流施設整備のPFI導入検討、港内交流拠点のネットワークの検討等を行う。

JR勝沼ぶどう郷駅及び周辺地区における地域活性化に関する調査(平成27年度実施事例:甲州市)

民間の取組

- ・PPP/PFI事業者による地域交流施設の整備・運営管理
- ・JR東日本によるびゅう旅行商品の新設
- ・JAフルーツ山梨による果物販売施設とレストランの新設

【調査内容】
甲州市勝沼ぶどう郷駅において、勝沼ぶどう郷駅改修に伴い、来訪者に対する対流拠点、物販拠点づくりを進め、行政と民間が連携しながら役割分担を行い効果的に整備を推進するため、対流拠点物販拠点づくりに際し、PPP/PFI導入可能性検討、基盤整備における機能・活用手法等の検討を行う。

官民連携基盤整備推進調査費の活用事例

広域観光振興等による地域の自立と活性化を図るため、複数都道府県が連携・協力して作成する「広域的な地域活性化基盤整備計画」に対する支援を実施している。2015年度(平成27年度)は、広域観光の活性化等を目的とした計画を作成している31府県52計画に対して「広域的な地域活性化のための基盤整備に関する法律」(平成19年法律第52号)に基づき交付金を交付した。

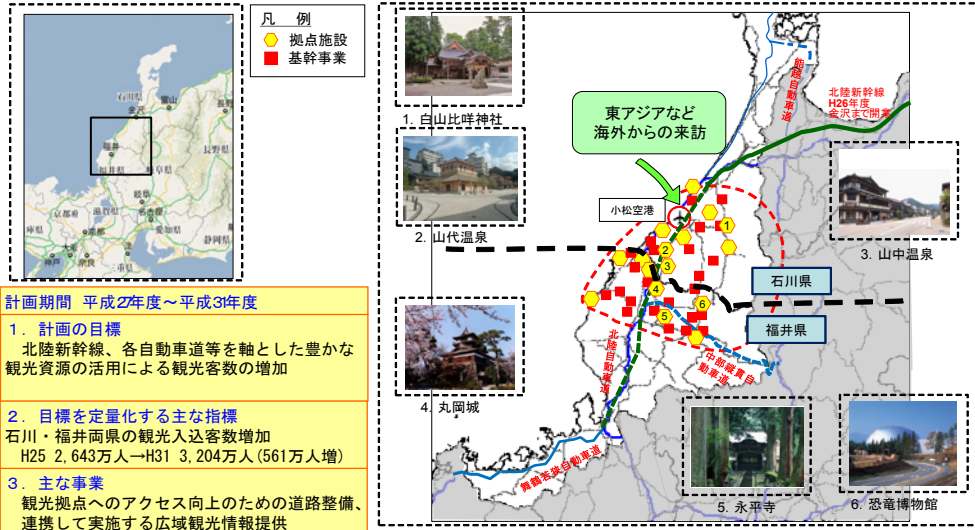
【広域連携事業】

【石川県、福井県が連携】

高速交通ネットワークを軸とした石川～福井における広域観光活性化計画

計画の概要

温泉や優れた自然景観、歴史・文化施設など、数多くの観光拠点施設を有する石川県と福井県が密接に連携し、優れた地域資源の充実を図るとともに、北陸新幹線の金沢開業、中部縦貫自動車道の整備促進等、石川県と福井県の高速交通体系が大きく進展することを契機として、高速交通ネットワークを軸とした観光拠点施設同士を連絡する広域的な周遊観光ルートを整備することにより、観光交流人口を増大させ、地域振興を図る。



計画期間 平成27年度～平成31年度

1. 計画の目標

北陸新幹線、各自動車道等を軸とした豊かな観光資源の活用による観光客数の増加

2. 目標を定量化する主な指標

石川・福井両県の観光入込客数増加
H25 2,643万人→H31 3,204万人(561万人増)

3. 主な事業

観光拠点へのアクセス向上のための道路整備、連携して実施する広域観光情報提供

複数県が連携した広域観光活性化の取組事例

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、広域的な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した。

2 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進

駅周辺をはじめとした中心市街地等において、地域の観光の拠点となる商業施設等の建築物や、道路、駅前広場等の公共施設の整備を行うことにより、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を図った。

第2節 旅行業務に関する消費者保護

旅行業務の適正な運営とともに、旅行取引の公正の維持や旅行者の安全確保等、引き続き消費者保護に取り組んだ。特に、2014年度(平成26年度)に策定した「OTA(オンライン旅行取引業者)ガイドライン」については、対象となるオンライン事業者に遵守を働きかけたほか、観光庁ホームページ、政府広報等で消費者に対する周知を行った。

第3節 旅行事業者における安全対策

2016年(平成28年)1月に長野県軽井沢町におけるスキーバス事故が発生したことを受け、旅行業者に対し、再発防止策や旅行の安全確保を図るよう周知を行うとともに、抜き打ちの立入検査及び指導を行った。さらに、有識者から成る「軽井沢バスツアー事故対策検討委員会」を開催し、再発防止策等について議論を行った。また、ツアーを催行した主催旅行業者3社に対しては、3月に登録行政庁から業務停止命令又は登録取消しの措置を講じた。

第4節 高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備

1 公共施設等のバリアフリー化

公共交通機関等の旅行関連施設のバリアフリー化については、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」(バリアフリー法)等を踏まえ、関係者が必要に応じて緊密に連携しながら、バリアフリー法に基づく移動等円滑化の促進に関する基本方針に定められた目標を達成することを目指す等、一体的・総合的なバリアフリー化を推進している。

(1) 公共交通機関等

旅客施設においては、地域の実情に鑑み、高齢者、障害者等の利用の実態等を踏まえてバリアフリー化を推進し、原則として1日当たりの平均的な利用者数が3,000人以上である旅客施設のバリアフリー化を優先的に行った。また、車両等においては、鉄軌道車両やバス車両、タクシー車両について、バリアフリー化を行った。

(2) 歩行空間

道路においては、重点整備地区内の主要な生活関連経路を構成する道路等について、幅の広い歩道等の整備や歩道の段差・傾斜・勾配の改善、無電柱化、視覚障害者誘導用ブロックの整備といったバリアフリー化を行った。その他、音響式信号機、経過時間表示機能付き歩行者用灯器、歩車分離式信号等のバリアフリー対応型信号機、高輝度標識等の見やすく分かりやすい道路標識・道路標示等の整備を実施した。

(3) 都市公園等

都市公園の整備に当たっては、安全で安心できる利用のため、バリアフリー法に基づく基準や支援制度により、出入口や園路の段差解消、高齢者や障害者等が利用可能なトイレの設置等を進めた。

また、身近な自然空間である河川等の魅力を誰もが享受できるよう、まちづくりと一体となった水辺整備等を実施した。

2 ユニバーサルツーリズムの促進

【再掲】第Ⅲ部第6章第5節6

3 地域公共交通の活性化・再生

観光振興を図る上では、観光旅客等の来訪者の移動の利便性や回遊性向上の観点からも、地域公共交通の充実が重要である。2014年(平成26年)11月に改正された「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律」(平成26年法律第41号)に基づき、地方公共団体を中心として地域の関係者との合意の下で、まちづくりや観光施策と連携した、面的な地域公共交通ネットワークを再構築することとしている。このため、国としては、計画作成のための手引きの作成・公表や、地方公共団体の担当者向けの研修の充実、地方運輸局の組織体制の整備などを行い、2016年(平成28年)3月末までに92件の地域公共交通網形成計画が国土交通大臣に送付された。

また、2015年(平成27年)8月には、「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律」及び「独立行

政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構法」(平成14年法律第180号)が改正され、BRT⁵³やLRT⁵⁴、ICカードシステム導入等のための支援メニューの多様化が図られた。

4 バスの利便性向上

GPS等を利用し、停留所やウェブ上でバスの位置情報が得られる「バスロケーションシステム」について、引き続き導入支援を図った。

5 道路交通の円滑化

信号機、道路標識等の交通安全施設等の整備を推進するとともに、交通管制システムにより、車両感知器等で収集した交通量や走行速度等のデータを分析し、その分析結果に基づき信号の制御や交通情報の提供を行うことにより、複雑・過密化した交通を効率的かつ安全に管理して、交通の安全と円滑の確保を図った。

6 自転車利用環境の整備

国土交通省と警察庁が2012年(平成24年)11月に共同で策定した「安全で快適な自転車利用環境創出ガイドライン」の周知や技術的助言を通じて、自転車ネットワーク計画の作成や自転車通行空間(自転車専用通行帯等)の整備等を推進した。さらに、これらの作成・整備等を促進するため、国土交通省と警察庁が共同で有識者による検討委員会を開催し、現行のガイドライン改定に向けた検討を実施した。

第5節 観光地域における環境の保全等

1 国立・国定公園の保護と利用の推進

吉野熊野国立公園の大規模拡張や京都丹波高原国定公園の新規指定、広範な関係者の協力体制による質の高い利用サービスの提供を行うなど、国立・国定公園の保護及び適正な利用を図り、自然公園の魅力の向上を図った。

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を推進するため、遊歩道、休憩所・広場、駐車場、公衆便所等の安全で快適な公園利用施設のユニバーサルデザインを推進するとともに、自然公園指導員及びパークボランティアの研修等を実施し、利用者指導の充実を図った。

2 世界自然遺産地域の適正な保全・管理

世界自然遺産の「知床」、「白神山地」、「小笠原諸島」及び「屋久島」について、科学的知見に基づき適切な保全・管理を行った。小笠原諸島では侵略的外来種であるグリーンアノールの重点的防除対策を継続し、屋久島では登山者が集中する縄文杉デッキの改修を行った。世界自然遺産の国内候補地である奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島については、自然環境の保全方策の検討や保全体制の構築等、遺産登録に向けた取組を進めた。

⁵³ BRT(Bus Rapid Transit)とは、連節バス、PTPS(公共車両優先システム)、バス専用道、バスレーン等を組み合わせることで、速達性・定時性の確保や輸送能力の増大が可能となる高次の機能を備えたバスシステムのことをいう。

⁵⁴ LRT(Light Rail Transit)とは、低床式車両(LRV)の活用や軌道・電停の改良による乗降の容易性、定時性、速達性、快適性などの面で優れた特徴を有する次世代の軌道系交通システムのことをいう。

3 皇室関連施設の魅力の発信

新任の外国の特命全権大使が信任状を天皇陛下に捧呈する儀式である信任状捧呈式は年に30回程度行われている。その捧呈式に臨む新任大使の送迎を行う馬車列の運行予定について、宮内庁及び日本政府観光局(JNTO)のホームページにそれぞれ日本語と英語で掲載した。また、観光関係団体、ホテル、旅館等に対して周知を図るため専用メーリングリストを作成した。

第6節 観光に関する統計の整備

観光庁は、国民を対象として旅行回数、時期、旅行消費の内容など旅行動向を把握する「旅行・観光消費動向調査」、宿泊施設を対象として延べ宿泊者数、稼働率などの動向を把握する「宿泊旅行統計調査」、訪日外国人旅行者を対象として訪日の目的、訪問地、消費額などの消費動向を把握する「訪日外国人消費動向調査」の結果について公表している。

上記の統計のうち、「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」は四半期周期で公表しているが、「宿泊旅行統計調査」は、2015年度(平成27年度)より公表周期を四半期から月次に変更し、調査対象月の翌月末に1次速報、翌々月末に2次速報を公表することとした。

また、地域レベルの観光統計について、観光地域経済の「見える化」推進事業を実施し、地域における入込客数、消費額等のデータの収集・分析手法について、モバイルデータなどの活用も含めた検討結果を取りまとめた。さらに、これらの手法を各地域が活用できるよう、DMOシンポジウム等で普及に努めた。

都道府県別の旅行者数、観光消費額の把握について、既存の観光統計データを用いた推計手法の検討を行った。

第Ⅳ部

平成28年度に
講じようとする施策

第IV部 平成28年度に講じようとする施策

第1章 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に

第1節 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

1 我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放

我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設を、大胆に、一般向けに公開・開放する。

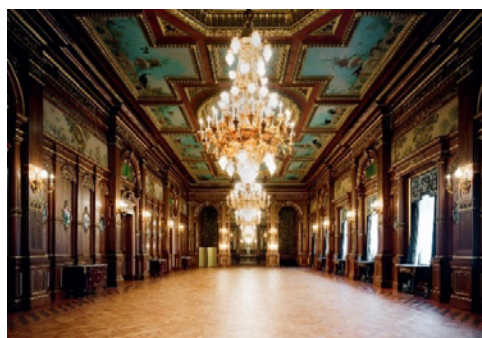
(1) 赤坂迎賓館(東京都港区)

歴史と伝統に溢れる施設の魅力を内外に発信するため、2016年(平成28年)4月19日から接遇等に支障のない限り通年で一般公開を実施する。前庭については、人数制限のない自由参観とし、本館・主庭については、事前申込制と当日受付制を併用する(1日当たりの定員を2,000人から4,000人へ拡大)。また、別館については、事前申込制とし、1日当たり120人の受入れを見込む。その際、多言語音声端末を導入する。

加えて、2016年度(平成28年度)第一四半期を目途として、我が国最高の「おもてなし」空間を接遇等に支障のない限り特別に開放し、体験的に利用させ、その魅力を内外に発信する「特別開館」の試行を開始する。



赤坂迎賓館



(2) 京都迎賓館(京都府京都市)

毎年夏の10日間、定員1日当たり1,300人の一般参観を実施していたが、2016年(平成28年)4月28日から5月9日までの期間に、1日当たりの定員を前半1,500人、後半2,000人へ拡大して試験公開を実施した。この結果を踏まえ、7月下旬を目途に、接遇等に支障のない限り通年で一般公開を実施する。その際、多言語音声端末を導入する。

また、赤坂迎賓館の特別開館の結果を踏まえつつ、その実施を検討する。



京都迎賓館



(3) その他の公的施設

a) 総理大臣官邸 (東京都千代田区)

従来の夏休み期間中の見学に加え、小・中学生の見学を、2016年(平成28年)9月から、総理大臣官邸執務に支障のない範囲で毎月2日間(土曜日・日曜日)、抽選により実施することを検討する。見学の拡充回数は年間88回程度を想定する。

b) 皇居 (東京都千代田区)

従来参観日でなかった土曜日の参観についても、2016年度(平成28年度)中に実施する。当日受付のほか、旅行者の便宜を考慮し事前予約も受け付ける。これらにより、1回当たりの参観定員を300人から500人に増加することを想定する。また、多言語音声端末について、対応言語の拡充を予定する(英語に加え、フランス語・中国語・韓国語を予定する)。なお、施設整備のため、月曜日については休園とする。

乾通りの一般公開の開催期間について、2016年度(平成28年度)から、春季・秋季のそれぞれ5日間から7日間に拡大する。

c) 皇居東御苑 (東京都千代田区)

2016年度(平成28年度)以降、三の丸尚蔵館の増築、富士見多聞の公開、富士見櫓前の開放、江戸城模型の設置を順次実施する。これらに際しては、英語・中国語・韓国語の案内板の新設によるガイダンス機能の強化、音声ガイダンスの拡充、広報の充実等を行う。

d) 京都御所 (京都府京都市)

従来の参観及び一般公開を再編し、試行を経た上で、2016年度(平成28年度)中に、土曜日・日曜日を含め通年で、入園者数制限のない一般公開を実施する。事前予約は不要とするとともに、希望者には、英語・中国語のガイド案内を実施する。なお、園内整備のため月曜日は休園とする。

e) 仙洞御所・桂離宮・修学院離宮 (京都府京都市)

従来の参観日でなかった土曜日(これまで春期・秋期は毎週実施、その他の時期は毎月第三土曜日のみ実施)・日曜日についても、試行を経た上で、2016年度(平成28年度)中に参観を本格実施する。多言語音声端末について、対応言語の拡充を予定する(英語・フランス語・中国語に加え、韓国語・スペイン語を予定する。)とともに、新たに当日受付も実施する。仙洞御所については、参観回数を1日当たり2回から5回に増加する。なお、いずれの施設についても、園内整備のため月曜日は休園とする。

f) 御料牧場 (栃木県塩谷郡高根沢町)

2016年度(平成28年度)中に、年2回程度の地元外からの見学会を試行し、その結果を踏まえ、拡充策を検討する。

g) 鴨場 (千葉県市川市、埼玉県越谷市)

2016年度(平成28年度)中に、従来の見学会に加え猟期外に年10回程度の地元外からの見学会を試行し、その結果を踏まえ、拡充策を検討する。

h) 信任状捧呈に係る馬車列

2016年(平成28年)春から、信任状捧呈式の実施に係る閣議決定の期日を捧呈式の1週間前までに行うことを原則とすることにより、広報時期を前倒す(ただし、国会会期中を除く。)とともに、宮内庁及び日本政府観光局(JNTO)ホームページに加え広報媒体の多様化や情報提供先の拡大を図ることにより、周知を強化する。



信任状捧呈式の馬車列

i) 造幣局本局(大阪府大阪市)

造幣博物館について、年末年始や展示品入替日等を除き、原則として休日開館を実施する。貨幣工場の見学については、当日受付・事前予約制を併用する。これらについては、2016年(平成28年)秋から実施する。

j) 東京大学宇宙線研究所スーパーカミオカンデ(岐阜県飛騨市神岡町)

事前予約制の一般開放日の創設について、試行した上で、2016年度(平成28年度)中に拡充策を検討する。予約定員は1日当たり約400人を想定する。また、宇宙線研究所(東京大学柏キャンパス)に、一般見学者向け展示コーナーを新設する。

k) 首都圏外郭放水路(埼玉県春日部市)

個人見学の一部(1日当たり3回の個人見学のうち1回)について、調圧水槽見学を中心とした簡易コースで実施することにより、見学者定員を1回当たり25人から50人に増加する。また、新たに毎月1回土曜日に個人見学を実施する。これらについては、2016年(平成28年)6月から試行した上で、見学機会の拡充策を検討する。

l) 大本営地下壕跡(東京都新宿区)

2016年度(平成28年度)中に、市ヶ谷台ツアーの経路に、地下壕内部のパネル写真、図面、映像資料等を展示する。また、米国公文書館、建設工事施工会社等に対して大本営地下壕に関する資料の調査を実施し、展示内容の拡充を図る。

m) 日本銀行(東京都中央区)

本店本館について、事前予約不要かつ英語にも対応した見学枠を新設し、当日立ち寄った外国人・日本人旅行者の見学を可能にする。日本語・英語に加え、中国語のパフレットを作成して多言語案内の充実を図る。これらについては、2016年(平成28年)6月から試行を実施する。

2 地域振興に資する観光を通じたインフラの活用

ダム、長大橋、歴史的な砂防設備、下水道など、世界に誇る土木技術等を観光資源として積極的に活用し、地域振興を図るインフラツーリズムを推進する。また、インフラツーリズムについて、国土交通省内の関係部局が連携した「国土交通省インフラツーリズム推進連絡会」を活用し、推進を図る。

第2節 文化財の観光資源としての開花

1 「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」の策定

「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」を2016年度(平成28年度)当初に策定し、これを踏まえ、文化財単体ではなく地域の文化財を一体とした面的整備や分かりやすい多言語解説など、以下の取組を2020年までに1,000事業程度実施し、日本遺産をはじめ、文化財を中核とする観光拠点を全国200拠点程度整備する。

(1) 支援制度の見直し

a) 文化財活用事業の支援に係る指標への観光客数などの追加

我が国の歴史・文化を体現する文化財の価値・魅力を外国人旅行者に対して多言語で伝える事業の支援に際し、地方自治体が策定する事業計画の審査指標に観光客数などを追加する。

b) 地域の文化財の一体的整備・支援

地域の文化財について、指定・未指定を問わず、その周辺環境も含めて一体的に保存・活用を図るための基本的な指針である「歴史文化基本構想」の地方自治体による策定を支援する。また、地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統をストーリーで表現する日本遺産について、2020年までに100件程度認定する。さらに、ストーリーを語る上で不可欠な、魅力ある有形・無形の文化財群を、地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信するとともに、日本遺産のブランド化を推進することにより、地域活性化を図る。

c) 適切な修理周期による修理・整備

国宝・重要文化財建造物、登録有形文化財建造物、重要伝統的建造物群保存地区の建造物の価値を損なうことなく次世代へ継承するため、適切な修理周期による保存修理を行う。

d) 観光資源としての価値を高める美装化への支援

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会までの間、重要文化財建造物の美装化を重点的に図るための「美しい日本探訪のための文化財建造物活用事業」を実施し、国内外の人々に美しい日本の旅を提供する。

文化財建造物等の快適性や安全性を高めるための施設・設備を充実させる「公開活用事業」を実施し、ユニークベニュー⁵⁵等の観光利用の促進を図る。また、宿泊可能な登録有形文化財建造物に関する情報を広く提供する等の事業を展開する。

e) 修理現場の公開(修理観光)や修理の機会をとらえた解説整備への支援

国宝・重要文化財建造物、登録有形文化財建造物、重要伝統的建造物群保存地区の建造物の価値を損なうことなく次世代へ継承するため、適時適切な保存修理や、防災施設整備、耐震対策等の充実を図るとともに、修理現場の公開(修理観光)や修理の機会をとらえた解説整備への支援を行う。

⁵⁵ ユニークベニューとは、歴史的建造物や公的空間等、会議・レセプション・イベント等を開催する際に特別感や地域特性を演出できる会場をいう。

(2) 観光コンテンツとしての質向上

a) 文化財の分かりやすい解説の充実、解説の多言語化

美術館・博物館等の文化施設において、展示解説や館内案内板における外国語表示、ICTを活用した情報提供、外国人向け体験メニューの充実等に対する支援を行い、多言語化対応を進めるとともに、「文化財の英語解説の在り方に関する有識者会議」における、ICTの活用や、英語での分かりやすい解説表示の在り方・ポイント等に関する検討結果を踏まえ、文化財の日本語・外国語での情報発信に対する支援を行う。

b) 文化財の宿泊施設やユニークメニュー等への観光活用の促進

【再掲】第IV部第1章第2節1(1)d

c) 学芸員や文化財保護担当者等に対する講座の新設及び質の高いヘリテージ・マネージャー等の養成・配置

2016年度(平成28年度)から、学芸員・文化財保護担当者等を対象とする、文化財を活用した観光振興に関する講座を新設する。

質の高いヘリテージ・マネージャー⁵⁶の養成と配置に資する取組を行い、良質な管理を伴う文化財の持続的活用を行える体制づくりを支援する。

d) 全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの構築

全国で展開される文化プログラムに関する情報を多言語で国内外に発信する文化情報プラットフォーム(ポータルサイト)を2016年(平成28年)秋頃に構築する。

e) 美術館や博物館の観覧者の満足度向上

美術館・博物館における観覧者の満足度を向上させるため、参加・体験型教育プログラムの充実や障害者を対象とした鑑賞支援を推進するとともに、ニーズを踏まえた開館時間の延長を促進する。

f) 文化プログラムをはじめとする文化芸術活動との連携

全国で展開される文化プログラムをはじめとする文化情報を多言語で国内外に発信する。

2 文化庁の京都への移転

文化庁について、今後一層の取組強化が求められる地方創生や文化財の活用など、文化行政上の新たな政策ニーズ等への対応を含め、京都という土地柄も活かして機能強化を図りつつ、数年のうちに全面的に京都に移転する。

関係省庁及び京都をはじめとする関西地域の地方自治体、産業界、大学、地域コミュニティ等の官民挙げた協力により、地域の文化資源を活用した観光振興・地方創生の拡充に向けた対応を強化する。

我が国の文化の国際発信力の向上を図るための手法を2016年度(平成28年度)中に検討し、実行に移す。

⁵⁶ ヘリテージ・マネージャー(Heritage Manager)とは、良質な管理を伴う文化財の持続的活用を行える人材をいう。

3 世界文化遺産の観光への活用

2015年度(平成27年度)からスタートした「世界文化遺産活性化事業」により、多言語によるガイドツアーや文化財保存修理の見学会、保存修理作業の模擬体験プログラム等の企画、情報発信等の取組を支援し、世界文化遺産が所在する地方への誘客により地域の活性化を図る。

4 観光地域魅力創造の推進

「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」により、文化財、国立公園、食文化、農業体験等、地域の魅力的な観光資源や学び・体験プログラムを活かした観光地域づくりの取組を支援する。

5 文化芸術資源を活用した地域活性化

芸術祭開催等の文化芸術活動による観光振興、地域の名産品と文化芸術との融合による新たな商品開発・販売促進を通じた街おこしなど、産学官及び劇場、音楽堂等の連携による地域経済活性化の取組や、それを担う人材育成を行う。

6 「日本遺産 (Japan Heritage)」による地域の魅力発信

【再掲】第Ⅳ部第1章第2節1(1)b

7 上野「文化の杜」新構想

上野「文化の杜」新構想の実現に当たって、2016年度(平成28年度)においては、「文化の杜」ロゴマークの作成・公表、「文化の杜」ポータルサイトの構築、発信をはじめ、リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック大会後の2020年(平成32年)に向けた文化プログラムとして、連携イベント等の各種取組を推進する。

第3節 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

1 美しい自然資源の観光資源としての利用促進

(1) 国立公園の受入環境の整備及び情報発信の強化

世界に通用する美しい自然資源を有する国立公園を外国人や障害者、高齢者等、あらゆる人にとって快適な場所とし、利用を促進するため、ビジターセンターの職員等に対する研修の実施等により受入環境を整備するとともに、アクセス環境、施設情報等の充実及びICTを活用した情報発信の強化を図る。

(2) エコツーリズムの推進

エコツーリズムを普及・推進するための広報強化を行うとともに、多様なガイド技術を有する優れた人材の養成、優れた自然景観やジオパーク、温泉等の自然資源を活用した魅力あるプログラム開発、外国人向けツアーガイドの育成等のインバウンド対応など、地域における自然観光資源の魅力向上や多様な利用を図るためのエコツーリズム推進等の取組に対し支援を行う。

(3) 統一性のある情報提供等の推進

「自然公園等施設技術指針」を関係機関へ周知し、2020年(平成32年)までに全ての国立公園における統一性・連続性のある標識・サイン等の整備を進め、トイレ等のユニバーサルデザイン対応を図る。また、「自然環境整備交付金」により地方自治体が行う多言語化のための整備を一層推進する

とともに、民間事業者に対しても統一性・連続性のある標識・サイン等の整備を促すため、各国立公園の管理運営計画及び「自然公園公共標識の標準表示例2015年版」等の活用を図る。

(4) 誘導案内等の多言語化の推進

2020年度(平成32年度)までに、全ての国立公園において、デザイン等の統一性を図った切れ間のない誘導案内を行う多言語標識等の整備を推進する。また、早急な対応が必要な自然災害等に係る情報の周知・解説や、避難誘導に係る情報提供の多言語化を進める。

2 「国立公園満喫プロジェクト」の推進

「国立公園満喫プロジェクト」として、民間活用により、外国人向け満喫メニューの整備・支援、国立公園における上質感の創出、海外への情報発信強化といった取組を計画的、集中的に実施するため、2016年度(平成28年度)内に、まずは5箇所(国立公園)において、「国立公園ステップアッププログラム2020」(仮称)を策定し、国立公園に外国人を呼び込むための以下の取組を開始する。

(1) 自然満喫メニューの充実・支援

外国人向け自然満喫メニューの整備・支援を行うため、自然や温泉を活かしたアクティビティの充実、質の高いガイドの育成、ビジターセンターにおける民間ツアーデスクの設置等インバウンド受入環境の整備、入場料の徴収、保護すべき区域と観光に関する区域の明確化、ICT活用による観光・安全に関する情報提供等に向けた取組を実施する。

(2) 上質感のある滞在環境の創出

国立公園における上質感のある滞在環境を創出するため、ビューポイントを核とした優先改善、エリア内の景観デザインの統一・電線の地中化、集客力アップに資する宿泊施設等の民間施設の誘致に向けた基準の明確化等に向けた取組を実施する。

(3) 海外への情報発信強化

関係省庁が連携し、国立公園の魅力を訪日外国人旅行者に対して視覚的に訴える映像コンテンツを作成するなど、海外への情報発信の強化に向けた取組を実施する。

(4) 観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組

関係省庁、関係地方自治体、関係団体等から成る協議会の設置等により、観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組の強化を図る。

3 観光地域魅力創造の推進

【再掲】第Ⅳ部第1章第2節4

第4節 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

1 景観計画の策定促進及び無電柱化の推進

(1) 景観計画の策定促進

主要な観光地において景観計画の策定を促進し、景観の優れた観光資源の保全・活用による魅力ある観光地づくりを推進する。

(2) 景観形成を促進するモデル地区の選定

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、目に見える形での景観形成を促進するモデル地区を選定し重点支援する。

(3) 無電柱化の推進

観光地の魅力向上、歴史的街並みの保全、伝統的祭り等の地域文化の復興等を図るため、無電柱化を推進する計画を策定するとともに、PPP/PFI手法の活用や低コスト手法の導入に向けた取組により、「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)(歴史まちづくり法)の重点区域等で無電柱化を推進する。

2 国営公園の魅力的な景観などの活用

国営公園における魅力的な景観などの観光資源を活用するため、案内サインの多言語化等の環境整備、周辺の観光資源と連携した外国人ガイドツアーの開催、海外への情報発信等を実施する。

3 美しい自然・景観等の観光への活用

(1) 森林景観の活用

京都の東山、嵐山や奈良の大和三山等、日本の歴史的・文化的な景観を形成する森林等について、その景観の保全を図るとともに、訪日外国人旅行者を含む観光客へのPRを強化する。

(2) 日本風景街道の取組等の推進

「日本風景街道」の取組の推進等を通じ、地域と道路管理者等が連携した多様な活動や道路景観を美しくする取組を進めるとともに、道路空間の使い方を工夫することにより、景観の美しい、快適なドライブ環境を創出する。

(3) 超小型モビリティの活用

コンパクトな車体で環境にやさしい電気自動車である「超小型モビリティ」を活用して、通常の車両では進入困難な観光資源の活用や新たな周遊ルートの創出を図ることで観光地の魅力向上を図りつつ、観光地における環境保全に貢献する。



超小型モビリティ

(4) 離島・半島地域の観光振興

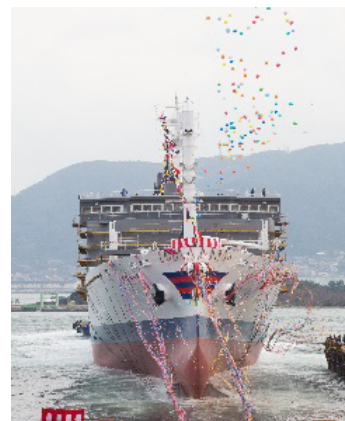
離島・半島地域の資源を活用した新たな観光振興を図るべく、水産資源・景観・伝統・文化など、多様な地域の資源をフル活用した「創生プラン」を形成する。その際、市町村・漁協・観光組合等が地域の関係者をつなげる中間支援組織としての役割を果たすモデル事業を立ち上げる。

(5) 沖縄観光の強化

沖縄の美しい自然や文化を活かし、外国人観光客受入体制強化や独自の観光メニューの提供への支援等、「沖縄振興特別推進交付金」等を通じた沖縄観光の強化を図る。

(6) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興及び交通アクセスの改善

奄美群島及び小笠原諸島の特性を最大限に活かした観光の振興に関する地域の主体的な取組を支援する。特に、奄美群島においては、奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島の世界自然遺産登録を見据えて、歴史的・文化的つながりが強い沖縄県との連携を強化し、交流を活性化するため、交通アクセスの改善を図るとともに、小笠原諸島においては、定期船「おがさわら丸」の代替船の就航に向け、支援を行う。



定期船「おがさわら丸」の代替船

(7) 河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成

「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によるオープンカフェ・川床の設置など、民間事業者等との連携により、河川空間とまち空間を融合させ、旅行者を魅了する良好な空間の形成を推進する。

(8) 観光まちづくりの推進

良好な景観形成、歴史まちづくり、国際的ビジネス環境整備等の関連施策と連携しつつ、観光まちづくりを総合的に推進していく。「観光まちづくりガイドライン」でケーススタディとして取り上げた地区のフォローアップを行うとともに、相談窓口を通じて地方自治体の支援を行っていく。

第5節 滞在型農山漁村の確立・形成

① 美しい農山漁村において日本の自然や生活を体感し満喫してもらうための取組

(1) 「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」の選定

強い農林水産業や美しく活力ある農山漁村の実現のため、農山漁村の有するポテンシャルを引き出すことにより地域の活性化及び所得向上に取り組んでいる優良な事例を「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」として毎年約20地域選定し、全国に発信することにより、農山漁村の地域住民の意欲・機運を向上させる。

(2) 「食と農の景勝地」の認定

地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図る地域での取組を「食と農の景勝地」として認定し、そのブランド化を強力に推進することにより、我が国が誇る農山漁村の食の魅力を世界に向けて強力かつ一体的に発信する。

(3) 「農泊」の推進

日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域全体の人々との交流を楽しむ「農泊」という滞在手段を提供する農山漁村地域を2020年(平成32年)までに全国各地の農山漁村に50地域創出することに向け、体験プログラム構築等の地域の取組の支援、日本の農山漁村地域や「農泊」の魅力の情報発信等を実施する。

2 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備

国・地域別に、動植物検疫上、持ち出しが可能となっている品目の周知を行うため、パンフレットの作成・配布を行う。

主要空港に加え、新千歳空港の旅客ターミナルに輸出検疫カウンターを設置して、円滑に輸出検査を行う体制を構築する。

また、訪日外国人旅行者が直売所や「道の駅」などで購入した農畜産物を動植物検疫を経て空港やクルーズ船の寄港地で受け取れる体制を整備する。

さらに、外国人旅行者による国産農畜産物の持ち帰りが可能な国・品目を拡大するため、輸出相手国と協議を進める。

3 インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進

訪日外国人が帰国後も日本食・食材を消費・購入できるように、訪日外国人旅行者に対する観光庁等による各種調査結果の情報を集約し、海外でのプロモーション、商談会、インスタアショップの品揃え等に活用する。

4 農業遺産の観光への活用

農山漁村地域の伝統的農林水産業の価値及び認知度向上を図るため、2016年(平成28年)4月に創設した「日本農業遺産」制度について、地域の掘り起こしと認定を行うとともに、「世界農業遺産」認定地域の情報発信を強化する。

5 広域観光周遊ルート上の農山漁村地域への支援

広域観光周遊ルート上の農山漁村地域に対して、訪日外国人旅行者による農林水産物等に関する新たな需要を創出するための販売拠点等の受入体制づくりの支援を実施する。

6 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進

「道の駅」等を核として、周辺の農林漁業者等と連携し、農林水産物や、地域の特色を活かして開発された6次産業化商品の販売を拡大する。

第6節 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大

1 地方における消費税免税店数の増加

地方における消費税免税店数の目標を2020年(平成32年)に2万店規模へ増加させるとしていたところ、これを2018年(平成30年)に前倒しする。

2 地方商店街の活性化に向けた免税商店街の更なる拡大

2016年度(平成28年度)税制改正により、2016年(平成28年)5月1日から、商店街区内の大規模小売店舗を設置している者が商店街の組合員である場合、大規模小売店舗と、この商店街区を一つの特設商業施設として、免税手続きカウンターの設置が可能になる。経済産業省とも連携して商店街に対して本制度の周知を行い、地方商店街の活性化に向け、商店街が一体となった免税店化を加速する。

3 免税販売の対象となる購入下限額の引下げ

2016年度(平成28年度)税制改正により、2016年(平成28年)5月1日から、一般物品の免税販売の対象となる購入下限額を「10,000円超」から「5,000円以上」に引き下げる。これにより、地方における比較的単価の低い民芸品や伝統工芸品についても免税で購入しやすくなることで、外国人旅行者の地方での消費拡大を促進する。

4 免税品の海外直送による免税販売手続の簡素化

2016年度(平成28年度)税制改正により、2016年(平成28年)5月1日から、免税対象物品を免税店から一定の運送事業者を利用して海外の自宅や空港等へ直送する場合、購入記録票の作成が省略されるなど、免税販売手続が簡素化される。この制度を活用した配達サービスの提供を促進し、訪日外国人旅行者が自ら免税で購入した物品を持ち運ぶことなく旅行することができる「手ぶら観光」を活性化する。

5 保税売店の市中展開による買い物魅力の向上

関税、酒税、たばこ税、消費税の免税を受けることができる保税売店の市中展開を促進するため、市中の保税売店で販売した商品の引渡しに必要な空港内カウンターの設置について、羽田空港・成田空港、福岡空港に加え、関西空港で実現するとともに、その他の空港における引渡カウンターの設置を促進する。

6 商店街等に対する支援

全国のインバウンド需要獲得に取り組む商店街・中心市街地・観光地において、免税手続カウンターの設置、Wi-Fi環境整備、キャッシュレス端末整備、外国人コンシェルジュサービスの提供、多言語案内表示、店舗のおもてなし強化等の取組に対して支援を行い、地域の稼ぐ力を引き出すことで地域経済の活性化を図る。また、商店街におけるインバウンド需要獲得のための取組事例を収集・周知し、他の商店街への波及を目指す。

7 ふるさと名物応援事業の推進

市区町村が旗振り役となり、地域の関係者と連携しながら、「ふるさと名物」を応援することを宣言する「ふるさと名物応援宣言」を促進することで、積極的な情報発信による「ふるさと名物」の知名度向上や、地域ぐるみの取組を通じた「地域ブランド」の育成・強化を図り、地域活性化につなげる。

訪日外国人旅行者の地方への誘客を拡大するため、ふるさと名物応援事業を通じて、各地の魅力ある地域資源を活用した商品・サービスの開発や販路開拓を支援する。

8 優れた地方産品等の活用による地方への誘客

まだ世界に知られていない優れた地方産品を500品目選定する「The Wonder 500」を活用し、日本の地域資源の海外への発信や、訪日外国人旅行者の誘致につなげていく。このため、事業者による販売事業の進捗を踏まえつつ、国内外での売上の把握手法の検討及び2020年(平成32年)の目標設定を行う。

日本貿易振興機構(JETRO)が、魅力ある地域産品と観光資源を海外に発信し輸出や対日投資につなげる「地域貢献プロジェクト」において、日本政府観光局(JNTO)のメディア招へい事業と連携し、ファムトリップに合わせた体験型プログラム(製作体験、工場見学等)を組み込んで実施し、

地方への誘客につなげる。

9 伝統的工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入れ促進

伝統的工芸品産地に訪日外国人旅行者などを呼び込み、製造現場等の見学・体験を通じて、伝統的工芸品の魅力を体感してもらうことで、外国人富裕層等の購買意欲をかき立てるとともに、海外有識者の産地招へい、広報強化を通じ、外国人目線での伝統的工芸品の魅力発信等を行う。

10 地域の消費に係る統計の充実

地域(都道府県レベル)の旅行消費に係る統計の精度向上のため、既存の統計の見直し、予備調査の実施等を行う。

11 ショッピングエリアを巡るコースの磨き上げ

2016年(平成28年)3月に策定した「全国津々浦々の魅力あるショッピングエリアを巡るコース」について、地域の人気の高い名産品等の海外への発信や免税店化の促進、コースの充実や新設等により、消費の拡大を図る。

12 北海道における観光消費の拡大

北海道における、訪日外国人旅行者向けの冷蔵・冷凍国際宅配サービス「海外おみやげ宅配便」の利用拡大に向けて、通訳サービスによる利用者の利便性向上や帰国後もおみやげ品購入が可能となる「HOP1 ECサイト⁵⁷」の利用促進を図る。

13 消費単価の拡大に向けた取組

地域における訪日外国人旅行者の消費単価の向上を通じ地域経済の活性化を図るため、地域の関係者(商工会議所・商工会、宿泊事業組合、観光協会、商工業者、市町村等)が有識者の協力の下連携して取り組む、新たなサービス等の創出や消費を喚起する魅力的な街並み整備に向けた地域戦略の策定を支援する。

14 地域経済活性化のための地域観光資源の磨き上げ

地域の中小企業や団体等が、海外ニーズを熟知した外部人材を活用し、魅力ある地域資源の磨き上げ、地域ブランディング、海外での誘客プロモーション・セールス等をプロデュースする取組に対する支援を行う。また、ニューツーリズム振興施策の一環として、地域資源を活用したヘルスツーリズムに係る商品開発やマーケティング、実証実験、プロモーション活動等に積極的に取り組む地域に対する支援を実施する。

第7節 広域観光周遊ルートの世界水準への改善

1 広域観光周遊ルートに対する専門家チーム(パラシュートチーム)の派遣

広域観光周遊ルートに対して、専門家チーム(パラシュートチーム)を派遣することにより、修景、体験プログラム開発等を重点的に実施する。

⁵⁷ HOP1 ECサイトとは、「海外おみやげ宅配便」に加盟している販売店の北海道産品を、海外から注文し、自宅まで取り寄せられるネット通販サイトのことをいう(2016年(平成28年)4月現在の対象国は、香港とシンガポール)。

2 テーマ別観光ルートを選定

エコツーリズム、酒蔵ツーリズム、ロケーションツーリズム等、各地域の魅力ある観光資源をテーマ別につなぐ観光ルートを、コンテスト方式で2016年度(平成28年度)早期に選定し、集中支援する。

3 国、地方、民間等が連携した新たな協議会の設置

観光振興を図ろうとする地域において、道路に係る様々なニーズや課題に対し、国、地方、民間等が連携した協議会を新たに設置し、道案内の充実など地域固有の魅力の更なる向上策を展開する。

4 都市周遊ミニルートを選定

広域観光周遊ルート内で「都市周遊ミニルート」を選定し、歴史的道すじの再生、トイレ・休憩施設等の設置、地域のまちづくり団体の活動等をパッケージで重点支援する。

5 観光地における渋滞対策の強化

観光地の魅力を高め、今後の更なるインバウンド観光需要に対応するため、地域や公共交通と連携し、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・空間を賢く使い、即効性のある渋滞対策を強化する。

6 訪日外国人流動データの整備

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可能な訪日外国人流動データを整備することにより、広域観光周遊ルートの形成や戦略的なプロモーション施策の企画立案・見直しに資する基礎データとしての活用を促進する。

7 広域産業観光事業の実施

日本貿易振興機構(JETRO)において、地域の産業を観光資源として発掘し、体験・見学を通じて日本人のものづくりに触れられる「広域産業観光事業」を実施することで、広域観光周遊ルートのモデルづくりを推進する。実施するに当たり、日本政府観光局(JNTO)の協力を得て、メディア関係者の招へい等を通じて対外発信を強化し、産業と観光のプロモーションを実施する。

8 観光地域魅力創造の推進

【再掲】第Ⅳ部第1章第2節4

9 「観光立国地方ブロック戦略会議」(仮称)の設置・運営

地方運輸局において、新たに関係省庁の地方支分部局をメンバーとする「観光立国地方ブロック戦略会議」(仮称)を設置・運営して連携を強化し、各省庁にまたがる課題であっても迅速に解決を図る等、地域における観光行政のワンストップサービス化を推進する。

第8節 東北の観光復興

訪日外国人旅行者が全国的に急増する中、東北地方では風評被害等の影響もあり、外国人の延べ宿泊者数は2015年(平成27年)にようやく震災前の状況に回復したところである。このため、訪日

外国人旅行者急増の効果を東北地方にも波及させることにより、東北の復興・創生を図っていくため、東北地方の各地域が自らの発案に基づき実施する訪日外国人誘客の取組を支援する交付金（東北観光復興対策交付金）を2016年度（平成28年度）に新たに設け、観光資源の磨き上げ等を支援するとともに、東北地方の魅力を海外へ強力に発信する取組を重点的に実施する。

1 東北6県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組

東北6県の外国人宿泊者数を2020年（平成32年）に150万人泊（2015年（平成27年）の3倍）とするため、海外の旅行会社やメディア関係者等の招請、交通フリーパスの改善、広域観光周遊ルート形成の促進、旅館の再生・活性化等の取組を実施する。

2 復興観光拠点都市圏への重点的な支援

東北観光の拠点として、仙台市及び仙台空港を含む周辺エリアを「復興観光拠点都市圏」とし、多言語案内表示板の設置や広域観光案内所の整備など、重点的な支援を実施する。

3 全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンの実施

日本初となる全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンとして、海外において観光地としての認知度が他地域と比べて低い傾向にある東北を対象として、観光地としての知名度向上を図るための情報発信を日本政府観光局（JNTO）において強力に行い、市場別のニーズにきめ細やかに対応した訪日プロモーションを戦略的に実施する。

4 「東北六県見るもの・食べもの・買いもの100選」の発信

「東北六県見るもの・食べもの・買いもの100選」を国内外に強力に発信する。

5 東北観光復興対策交付金による重点的な支援

体験・滞在プログラムの造成等、地域の観光資源の磨き上げに係る取組について、「東北観光復興対策交付金」により重点的に支援する。

6 ホストタウンの推進及び海外への情報発信の支援

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の事前キャンプの誘客等により、大会参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を目指す地方自治体を「ホストタウン」として広げる取組を東北を含め全国で進めるとともに、ホストタウンに登録された地方自治体の海外への情報発信を支援する。

7 防災学習も含めた教育旅行の再興

PTA等に対するファムトリップの実施により東北への教育旅行の再興を促進する。

8 仙台空港のLCC拠点化の促進

東北地方へのアクセス充実に向けてLCC等による新規就航等を促進するため、日本政府観光局（JNTO）において、航空会社と連携した共同広告、メディア招請、旅行会社招請等のプロモーションを強化する。

9 「グリーン復興プロジェクト」の推進

「グリーン復興プロジェクト」として、長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」の早期全線開通を目指すとともに、情報発信拠点となるトレイルセンターや多言語に対応した標識の整備、英語マップの作成等を行う。また、三陸復興国立公園においてビジターセンターの整備を行うなど、自然体験活動を通してエコツーリズムや環境教育を推進する「里山・里海フィールドミュージアム事業」を実施する。

10 新たな復興ビジネスモデルの支援

個人の体験に基づいた情報の発信・拡散を通して風評被害の払拭につなげるため、東北への外国人の交流人口拡大や受入環境の改善につながる10のビジネスモデルを立ち上げ、東北が全国のモデルとなる観光先進地を目指す新たな試みに官民連携して取り組む。

第2章 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

第1節 観光関係の規制・制度の総合的な見直し

近隣アジア諸国からの訪日旅行者数の増加への受入体制整備、スキーツアーバス事故を踏まえた旅行における安全確保、生産性が高く、国際競争力のある基幹産業の育成・強化の観点から、観光関係の規制・制度の見直しを実施する。

1 通訳案内士

多様な旅行者のニーズに対応するとともに、通訳案内サービスの供給量の拡大を図るため、一定の品質確保を前提に、「業務独占規制」等、通訳ガイド制度を見直す。

また、全国ガイド及び特例ガイド等の登録情報を一元管理したマッチングサイトを構築することにより、訪日外国人旅行者の通訳ガイドへのアクセシビリティを改善し、マーケットの拡大を図る。

2 ランドオペレーター

利益優先の質の低い又は安全性の低い旅行商品が提供されることを防ぐため、ランドオペレーターについて、登録制等の導入により実態を把握するとともに、問題のある事業者に対して適切に指導・監督できる制度を検討する。

3 宿泊業

(1) 生産性向上

2015年度(平成27年度)に引き続き、「旅館ホテル生産性向上協議会」と連携して、モデル旅館ホテルへのコンサルティングによる課題の抽出やモデル事例の創出等を行い、それらの全国展開を通じて宿泊業全体の生産性向上を目指す。

また、宿泊施設のインバウンド対応促進事業(Wi-Fi環境整備、多言語対応等)を実施すること等により、クラウド等のICT化やマルチタスク化等の業務運営体制の見直しによる宿泊業の業務効率化・生産性向上に取り組む。

さらに、2015年度(平成27年度)の無料オンライン講座「旅館経営教室」が受講生約3,200名を集めるなど好評だったため、内容を更に充実させて配信する。

(2) 多様な宿泊サービスの提供促進

a) 「民泊サービスのあり方に関する検討会」における検討

厚生労働省と観光庁で開催している「民泊サービスのあり方に関する検討会」において検討を進め、2016年(平成28年)6月を目途に最終報告書を取りまとめ、同取りまとめを踏まえて必要な法整備に取り組む。

b) 「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活用

民間資金の呼び水機能を有する「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)を最大限活用し、観光地(温泉街等)の再生・活性化を図り、賑わいを創出する。

c) 宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の運用明確化

宿泊施設の供給を促進するため、宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の運用を明確化する

指針を策定し、地方公共団体へ通知を発出し周知を図る。

d) 民間による宿泊施設の評価制度の導入

旅行者の多様なニーズへ対応するため、公平性・中立性に配慮した、民間による宿泊施設の評価制度の導入に向け、評価の実施主体、評価方法等の運営手法の検討や課題の抽出について、宿泊業界とともに取り組む。

4 旅行業

第三種旅行者や宿泊事業者等、地域に密着した事業者が着地型旅行商品を企画・提供しやすい制度の整備を図る。

5 観光地再生・活性化ファンド(仮称)

観光地再生・活性化ファンド(仮称)について、観光地や宿泊施設の再生・活性化を図り、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光地を面的に整備する投資ノウハウ・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の整備を検討する。

第2節 民泊サービスへの対応

1 民泊サービスのルールづくりに向けた検討

住宅(戸建住宅、共同住宅等)の全部又は一部を活用して宿泊サービスを提供するいわゆる「民泊サービス」については、急増する訪日外国人旅行者のニーズや大都市部での宿泊需給の逼迫状況への対応及び地域活性化の観点から活用を図ることが求められている一方、感染症まん延防止やテロ防止などの適正な管理、地域住民等とのトラブル防止に留意したルールづくりが求められている。これを踏まえ、「民泊サービス」に係るルール整備等については、厚生労働省と観光庁で開催している「民泊サービスのあり方に関する検討会」において引き続き検討を進め、2016年(平成28年)6月を目途に最終報告書を取りまとめ、同取りまとめを踏まえて必要な法整備に取り組む。

2 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応

「国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業」の実施状況等について検証を行い、具体的な課題を把握した上で、制度のより一層の利用が図られるよう検討を行う。

第3節 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

1 観光産業の担い手の3層構造による育成

(1) 観光経営を担う人材育成

観光産業をリードするトップレベルの経営人材の恒常的な育成拠点を大学院段階(MBAを含む。)に形成するために、業界ニーズを踏まえながら産学官において実践的・専門的な教育プログラムの開発に着手する。

(2) 観光の中核を担う人材育成の強化

地域観光の中核を担う人材育成の強化を図るため、既存の大学観光学部等のカリキュラムの変革に向けた標準カリキュラムの開発に係る調査検証を行うとともに、産学による自立的かつ持続的実

施が可能となる仕組みづくりを支援する。具体的には、2015年度(平成27年度)に小樽商科大学において実施した「旅館・ホテルの経営人材育成講座」のカリキュラムについて、ブラッシュアップを行うとともに新たに複数大学で実施する。

また、観光分野の人材についても産業界のニーズに対応して育成していくとしている実践的な職業教育を行う新たな高等教育機関の制度化については、2019年度(平成31年度)の開学に向け、中央教育審議会が2016年(平成28年)年央までに結論をまとめ、2016年(平成28年)中に所要の制度上の措置を講ずることを目指す。

(3) 即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化

地域の観光産業を支え、旅行者の多様なニーズに応える人材を育成するため、専修学校等の教育機関と産業界が連携し、教育プログラムの改善・向上を図る。

2 「道の駅」における人材育成

地域の観光資源が集まる「道の駅」において、観光や地域振興を学ぶ学生の課外活動やインターンシップの場として活用する大学連携の取組を拡大していく。

第4節 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供

宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供を図るため、以下の取組を実施する。

1 旅館等に対する投資促進

(1) 旅館等に対するインバウンド対応促進支援

旅館、ホテル等宿泊施設に対するインバウンド対応促進支援(Wi-Fi環境整備、多言語化対応等の事業に要する経費の1/2(上限100万円)の支援)を行い、訪日外国人旅行者にとって利用しやすくすることにより、宿泊施設不足の解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供を促進する。

(2) 「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活用

【再掲】第Ⅳ部第2章第1節3(2)b

2 旅館等の空室の有効活用

ホテル等宿泊施設の高稼働率地域における潜在的な空室情報について、クラウド等を活用し、駅や空港などの観光案内所等の情報拠点や既存の予約サイト等における強力な情報発信を支援し、既存ストックの有効活用を図る。

3 宿泊産業従事者の人材育成

【再掲】第Ⅳ部第2章第3節1

4 多様なニーズへの対応

【再掲】第Ⅳ部第2章第1節3(2)d

5 宿泊施設整備の促進

(1) 宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の運用明確化

【再掲】第Ⅳ部第2章第1節3(2)c

(2) 古民家の宿泊施設へのリノベーションに対する金融支援

古民家を宿泊施設にリノベーションする事業等に対して地域の資金を活用したまちづくりファンドによる金融支援を行うことについて検討を行う。

6 海外宿泊事業者等の日本進出支援

日本貿易振興機構(JETRO)において、海外の有望な観光関連企業(LCC、ホテル、ツアーオペレーター等)を発掘し、日本に誘致するとともに、観光分野の既進出外資系企業に対して、日本企業とのビジネス機会の提供等の支援を実施する。

第5節 世界水準のDMOの形成・育成

1 「日本版DMO候補法人」に対する支援

日本版DMOの候補となりうる法人を登録し、登録法人に対して、関係省庁と連携した支援の重点実施や相談へのワンストップ対応等を実施する。

2 世界水準のDMOの形成に向けた支援の実施

(1) 情報支援・ビッグデータの活用促進

観光地域のマネジメント・マーケティングを「誰でも、簡単に、効率的に」行うことを可能とするシステム・ツール「DMOクラウド」を開発し、DMO形成を行う者に対して提供する。

GPSの位置情報やSNSによる訪日外国人旅行者のつぶやき等のビッグデータの活用による訪日外国人旅行者の動態及び関心事項の調査・分析に基づき、全国各地のDMO等の観光関係者がビッグデータを活用するための手引きを公表する。

サービス産業の生産性向上に向け、市区町村単位で訪日外国人旅行者等の宿泊・属性データや地域の観光資源等のビッグデータを集約し、誰でも分析できるようにオープン化した「観光予報プラットフォーム」の普及・拡充を促進する。

(2) 人的支援

海外知見も取り入れ、我が国のニーズに対応した人材育成プログラムを策定し、研修を実施するとともに、育成した人材が特定の地域のみならず全国各地で活躍できる仕組みを構築する。

地域の課題となっている人材不足に迅速に対応するため、専門的な知識を有するマーケットと地域をマッチングさせ、実際の派遣までを一体的に支援する。

(3) 財政金融支援

a) 「地方創生推進交付金」による支援

関係府省庁が連携して、「地方創生推進交付金」なども活用し、組織の立ち上げから自律的な運営まで日本版DMOに対する総合的な支援を実施する。

b) 官民ファンド等による支援

官民ファンド、関係機関、広域DMO等が連携・参画する枠組みを案件に応じて設置し、規制改革に関する働きかけを行うとともに、民間による1兆円規模の事業に対する支援を実施する。

c) 政府系金融機関による支援

政府系金融機関(日本政策金融公庫、商工中金、日本政策投資銀行)において、新たに観光産業を行う者及び既存事業者に対する融資や成長資金供給等の支援を行う。具体的には、各種融資制度(日本政策金融公庫の新事業育成・起業のための融資制度、商工中金の観光産業も含めた地域中核企業や地域内で連携した企業への融資制度等)や、日本政策投資銀行等による日本版DMOの設立等のための資金・経営面での支援等を実施する。

第6節 「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の継続的な展開

1 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の安定的・継続的提供

温泉街等のまとまりのあるエリアを一体で丸ごと再生し、観光地としてのポテンシャルを強力に引き出すため、「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)を全国で継続的に展開していく。

(1) 政府系金融機関による支援

【再掲】第IV部第2章第5節2(3)c

(2) 「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活用

【再掲】第IV部第2章第1節3(2)b

(3) 株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)によるファンド組成終了後の支援体制の整備の検討

それぞれの「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活動状況を踏まえつつ、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株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)によるファンド組成終了後も安定的・継続的に提供できる体制の整備を検討する。

2 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)による観光地域作りファンド支援

株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)は、瀬戸内地域の地方銀行7行等とともに、2016年(平成28年)4月1日、同地域の観光関連事業に成長資金を供給する総額90億円のファンド「せとうち観光活性化ファンド」を組成し、10億円を上限とするLP出資⁵⁸を決定した。

本事業は、瀬戸内7県による広域DMOを構築する取組と連動するものとなっている。これにより、同地域が訪日外国人旅行者向け観光サービスを拡充させ、世界中の旅行者から選ばれる目的地になるとともに、域内の観光産業発展と海外からの交流人口増加により地域経済を活性化することを目指す。

第7節 次世代の観光立国実現のための財源の検討

観光立国の実現による経済再生と財政健全化を両立させる観点から、引き続き観光関係予算の適

⁵⁸ LP出資とは、出資額の範囲においてのみ責任を負う有限責任組合員(Limited Partner)が行う出資のことをいう。

切な確保に努めるとともに、今後のインバウンド拡大等増加する観光需要に対して高次元で観光施策を実行するため、国の追加的な財源の確保策について検討を行う。

第8節 訪日プロモーションの戦略的高度化

1 オリパラ後も見据えた訪日プロモーションの取組

(1) 欧米豪に対するプロモーション

欧米豪からの旅行者の訪問地域、訪問時期や訴求コンテンツの一層の多様化を図るため、プロモーション対象とするスノーリゾートの拡大、サイクリング、ハイキング、エコツアー等の情報発信強化と商品造成の積極的な働きかけを行う。

(2) 質の高い観光地としての日本の観光ブランドイメージの確立

ビジット・ジャパン事業において、日本の歴史、伝統文化等をテーマにした発信を強化し、質の高い観光地としての日本の観光ブランドイメージを確立するため、以下の取組を行う。

- ・ブランドイメージの確立に向けて、世界的な広告会社の活用や、海外の知日派による日本版アドバイザリーボードの設置及びその知見の活用などによる効果的なプロモーションを展開する。
- ・BBC、CNN等、欧米豪において影響力のあるメディアにおいて、日本の歴史・伝統文化等を数多く発信する。また、海外の著名人やメダリストに日本の歴史・伝統文化等を体験してもらい、その映像を欧米のキー局で強力に発信する。
- ・外国人目線で中長期的に活用する訴求メッセージを開発し、一貫したブランドイメージの下、統一のキャッチコピーやビジュアルを活用した露出を拡大する。
- ・有力雑誌等のメディアや旅行会社を日本各地に数多く招請するなどにより、日本の歴史・伝統文化等を強力に発信する。

(3) 地方自治体のインバウンド誘致活動に対する支援体制強化

日本政府観光局(JNTO)が、各地域にて開催するインバウンド関係者を対象としたセミナー等の機会を活用し、インバウンド誘致活動について各地域の地方自治体等が直接的に相談できる機会を積極的に設ける。

(4) オリパラを活用した訪日プロモーション

a) オリパラ等を契機とした魅力の発信

①ラグビーワールドカップを契機とした欧米豪旅行会社への訪日旅行商品造成支援

2019年ラグビーワールドカップを契機とする訪日を促進すべく、欧米豪の旅行会社による、大会に関連した訪日旅行商品の造成を支援する。

②文化プログラムの活用

文化庁及び日本政府観光局(JNTO)において2016年リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック競技大会終了後に本格実施される文化プログラムを活用し、日本の各地域が誇る歴史・文化、マンガ・アニメ等のメディア芸術や食文化等の魅力を、主に欧米豪に向けて強力に発信する。

③メディア芸術に関する発信の強化

メディア芸術祭20周年企画展の実施や人材育成を通じ、現代アートやマンガ・アニメ・ゲー

ム等のメディア芸術の創造・発信を強化する。

④オリパラに向けた観光促進策の強化

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、2016年リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック競技大会終了後に関係者協議体を設置し、2020年(平成32年)以降のレガシーを見据えた観光促進策を検討し、施策に反映させる。

⑤リオデジャネイロ大会に際しての日本の魅力発信

2016年リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック競技大会で開催される日本PRイベント「TOKYO 2020 JAPAN HOUSE」において、日本各地の観光魅力を発信するほか、関係省庁と日本貿易振興機構(JETRO)等の関係機関が連携し、日本のものづくり技術やクールジャパンの発信、対日投資を促進するための広報等を実施する。また、観光庁・日本政府観光局(JNTO)において、外国メディアが無料で映像、画像を入手できる映像・画像プラットフォームを構築する。

⑥ホストタウンの推進及び海外への情報発信の支援

【再掲】第Ⅳ部第1章第8節6

⑦「オリパラアンバサダー」(仮称)導入の検討

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等を契機に我が国の魅力を世界に発信するため、地域に来訪する選手や観光客等に外国語で道案内を行ったり、地域の歴史や文化を紹介するボランティア人材を育成・普及する仕組みとして、「オリパラアンバサダー」(仮称)導入の検討を進める。

⑧「beyond2020プログラム」の推進

2020年(平成32年)以降を見据え、日本の強みである地域性豊かで多様性に富んだ文化を活かし、成熟社会にふさわしい次世代に誇れるレガシー創出に資する文化プログラムを国と東京都が一体となって「beyond2020プログラム」として推進し、日本全国での展開、盛り上げを図る。「beyond2020プログラム」を通じて、我が国の文化向上に取り組むとともに、すべての人の当該文化プログラムへの参画の機会を確保するため、バリアフリー対応や多言語対応の強化の促進を図り、企業等の行動に変革を促し、我が国での旅行に対する潜在需要も取り込んでいく。

b) スポーツツーリズムの推進

スポーツ庁、文化庁、観光庁の三庁において「スポーツ文化ツーリズム百選」(仮称)を選定する。

スポーツツーリズムなどに取り組む地域スポーツコミッションが実施する新たなスポーツイベントの創出や誘致等を支援するとともに、地域における優良事例を収集し横展開を図る。

訪日旅行の目的となる、見るスポーツ、参加するスポーツについて、開催時期、場所等の詳細情報を日本政府観光局(JNTO)のウェブサイト、フェイスブック等で発信する。

c) 日中韓三国による連携

今後の平昌や北京でのオリンピック・パラリンピック競技大会開催を契機とし、日中韓三国の観光当局が連携し、米国及び英国をターゲット市場として、三国の現地事務所による「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」の共同プロモーションを実施する。

2 大規模国際競技大会の開催を活用した観光客の誘致

(1) 大規模国際競技大会の確実な開催による国内外からの誘客

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会やその事前合宿、2019年ラグビーワールドカップ(全国12会場で開催)やそのチームキャンプのほか、2017年冬季アジア競技大会、2019年世

界女子ハンドボール選手権、2021年世界水泳選手権及び2021年関西ワールドマスターズゲームズなど、日本で開催される大規模国際競技大会等の確実な開催により、各地域に国内外からの誘客を図る。

(2) スポーツ・文化・ワールド・フォーラムの開催

2019年ラグビーワールドカップ、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、2021年ワールドマスターズゲームズ等に向けて、観光とも連動させつつ、スポーツ、文化、ビジネスによる国際貢献や有形・無形のレガシー等について議論・情報発信し、国際的な機運を高めるためのキックオフイベントとしての国際会議を、2016年リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック競技大会直後の秋に、京都と東京で開催する。

3 欧米豪を中心とした訪日層の拡大

(1) 海外のオンライン旅行会社との連携強化

個人旅行者の旅行手配におけるオンライン旅行会社の利用率の高まりを踏まえ、海外のオンライン旅行会社との連携を強化し、価格訴求力のあるキャンペーンの共同展開等を実施し、誘客の拡大を図る。

(2) 「JAPAN WEEKEND」の実施

日本貿易振興機構(JETRO)・日本政府観光局(JNTO)は、政府関係機関や業界団体、現地日系企業等と協力し、音楽・食・ファッションなどのクールジャパンとビジット・ジャパンのプロモーションを一体的に行う「JAPAN WEEKEND」を、2016年(平成28年)から2017年(平成29年)までの間、新規開催となるアジアの主要都市や、欧米豪市場等において、複数回実施する。

(3) 「ジャパニーズライフスタイル」(仮称)の作成

海外のビジネス関係者向けに日本の衣食住に関わる商品やサービスの魅力を伝えるため、現代の日本の生活様式を世界に伝える媒体「ジャパニーズライフスタイル」(仮称)を日本貿易振興機構(JETRO)が作成し、訪日体験需要増加にも貢献する。

4 日本各地の観光資源を活用した地方への誘客促進

(1) 外国語対応が可能な着地型・体験型プログラムの情報発信

全国各地で開発が進んでいる外国語対応が可能な着地型・体験型プログラムを一覧・検索できるページを日本政府観光局(JNTO)のウェブサイト内に整備する。

(2) 東京、大阪、京都から日帰りや1泊2日で訪問できる観光地等の情報発信

東京、大阪、京都を訪問している外国人にその周辺地域に足を延ばしてもらうため、これらの都市を起点として、日帰りや1泊2日で訪問できる観光地やルートをまとめて、日本政府観光局(JNTO)のウェブサイトで発信する。

(3) 現地において高い発信力を有する者の招請

現地において高い発信力を有する者を招請し、現地の旅番組などを通じて、おもてなしや地方の魅力、日本の高品質なサービス等に関する情報について海外の隅々にまで発信する。

(4) 「海外VIPおもてなしツアー」(仮称)の実施

日本貿易振興機構(JETRO)は訪日外国人旅行者の拡大に加え、外国企業による対日投資、日本の製品・サービスの海外展開につなげるべく、世界のビジネスリーダーや有力投資家などを地方に招へいすることでビジネス交流を促し、日本の伝統的・先進的なものづくり・サービス等の強みを見せ、体験させ、発信させるプログラム「海外VIPおもてなしツアー」(仮称)を実施する。

5 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし

各国の訪日旅行のニーズや動向を踏まえた上で、各国の訪日旅行の閑散期及び日本側の閑散期である冬期の訪日旅行需要の底上げを図り、年間を通じた訪日需要を創出する。

6 日本政府観光局(JNTO)の海外事務所新設と現地におけるプロモーション強化

東南アジアや欧州における訪日需要を更に取り込むため、2016年度(平成28年度)以降、マレーシア、フィリピン、ベトナム、インド、イタリア、スペイン、ロシアの7市場において、日本政府観光局(JNTO)の海外事務所を新設し、現地における訪日プロモーション体制を強化する。また、海外現地において、日本政府観光局(JNTO)の海外事務所を中心に、政府関係機関(国際交流基金(JF)、日本貿易振興機構(JETRO)等)や現地日系企業等が参画する「訪日プロモーション現地推進会(仮称)」の設立を進める。

7 G7伊勢志摩サミット開催に合わせた情報発信

2016年(平成28年)5月のG7伊勢志摩サミットの開催に合わせ、主要な国際空港において、デジタルサイネージ等を活用した地方の観光魅力の発信を実施し、訪日外国人旅行者の地方誘客を図る。

8 海外のガイドブック編集者等の地方への招請

訪日外国人旅行者の更なる地方への誘客を図るため、海外のガイドブック編集者等を地方に招請し、各地域に特化した観光情報の掲載を促すことで、地方の魅力的な観光資源や観光情報を発信する。

9 「オンライン・メディアセンター」の開設

2020年(平成32年)の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした日本の国際的注目度の高まりを活かし、更なる訪日促進を図るべく、海外メディア等に対して、日本の観光資源等の映像素材集をオンライン上で提供するウェブサイト(オンライン・メディアセンター(仮称))を開設する。海外メディア等を通じて、日本全国の観光資源を広くPRすることで、2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催効果を全国津々浦々に波及させる。

10 全国各地での文化プログラムの開催

地域の様々な魅力ある文化・芸術の取組や文化・芸術の担い手の育成に関する支援、芸術団体や劇場・音楽堂等によるトップレベルの舞台芸術活動等への取組支援、国立文化施設の観覧・鑑賞機会の充実等の環境整備を実施するとともに、文化情報を多言語により、国内外に発信する。

11 文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議

関係省庁、東京都、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会を構成

員とする「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議」の開催等により、我が国の地域性豊かで多様性に富む文化を通じた日本全国での大会に向けた機運の醸成を図る。

12 スポーツ振興を通じた国内外からの誘客

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催効果を東京のみならず広く地方に波及させるため、引き続き、スポーツツーリズムの発展、スポーツイベントの開催、誘致等の活動に対して支援を行うことが重要であり、全国各地で新たなスポーツコミッションを設立する動きがあることから、2016年度(平成28年度)においても「地域スポーツコミッション」の活動へ支援を行い、成功事例の創出を通じて啓蒙・普及を行う。

13 アスタナ国際博覧会への日本館出展

“Future Energy”「未来のエネルギー」をテーマに、2017年(平成29年)6月10日から9月10日までの3箇月間、カザフスタン・アスタナ市内でアスタナ国際博覧会が開催される。世界共通の課題に対する日本の取組や日本の魅力を世界に発信するため、日本館出展に向けた準備を実施する。



アスタナ国際博覧会の会場及びイベントのイメージ図

第9節 インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

1 インターネットを活用した取組

日本政府観光局(JNTO)のウェブサイトについて、外国人の視点を取り入れて充実を図るとともに、スマホアプリを作成し、訪日外国人旅行者が必要とする情報を一元的に発信する。

ビッグデータやICTを活用して、訪日外国人旅行者の行動を調査分析し、専門家の意見等も踏まえつつ、プロモーションに使用する媒体やコンテンツを決定するなどの効果的なマーケティングを実施し、日本政府観光局(JNTO)のウェブサイトやフェイスブックの機能高度化を図る。

在外公館等のSNSを活用することにより、外国メディアでの日本事情に関する報道や放映・配信を効果的に拡散する。

2 欧米豪を中心とする富裕層をターゲットとした旅行先としての日本のブランドイメージの確立

(1) 質の高い観光地としての日本の観光ブランドイメージの確立

【再掲】第IV部第2章第8節1(2)

(2) 富裕層向けの情報発信等の取組

富裕層をターゲットにした旅行業界団体、国際的な旅行商談会主催者等との連携を一層拡大し、日本向けツアーの造成数の増加につなげる。また、海外の有力雑誌等のメディアや富裕層向け旅行商品を扱う海外の旅行会社を日本各地に年間100人招請し、ストーリー性のある日本の伝統・文化を発信するとともに、ターゲットに訴求する日本向けツアーの造成を促進する。

3 在外公館や放送コンテンツ等の活用による日本の魅力の発信

(1) 在外公館等の活用による親日層の開拓

a) ジャパン・ハウス等の活用

「ジャパン・ハウス」において、関係省庁が連携し、日本の文化体験等に関する情報発信やイベント開催を行う。

b) 地方自治体によるプレゼンテーションの実施

外務省と地方自治体が共催して、地方自治体が在京外交団等に対し、地方自治体の国際的施策等のプレゼンテーション及び物産の展示、観光地の紹介等を内容とするセミナーを複数回開催する。また、在京外交団が地方自治体を訪問し、各地方の文化・産業等施設を見聞するツアーを実施する。

c) 地方の観光地としての魅力の発信

被災地を含む地方自治体と連携し、海外現地での風評被害の払拭に加えて、各地方の観光地等の魅力を効果的に発信する。

d) 飯倉公館におけるレセプションの実施

飯倉公館を活用し、外務大臣が地方自治体首長等と共催で在京外交団等に対して地方の魅力を発信し、外国とのネットワーキング構築をレセプション形式により支援する。その際、地方自治体がブースを出展し、地場産品、観光客誘致等のPRを実施する機会も提供する。

e) 文化事業等を通じた訪日需要の喚起

在外公館・国際交流基金(JF)による文化事業等を通じ、我が国の多様な文化の魅力を発信することにより、諸外国の日本への興味・関心を高め、訪日需要を喚起する。

日本政府観光局(JNTO)と国際交流基金(JF)による本部事務所共用化を見据え、日本政府観光局(JNTO)による訪日教育旅行促進事業と国際交流基金(JF)による海外での日本語教育普及事業を相互に連携させるなど、双方の事業機会や知的資産を有機的に結びつけ、質の高い訪日旅行及び国際文化交流を促進する。

(2) 放送コンテンツの途上国等のテレビ局への提供

外務省及び観光庁が連携し、アニメ、ドラマ、ドキュメンタリー等日本の放送コンテンツを海外に無償で提供する際に、日本の各地域の魅力を併せて発信することで、訪日魅力を効果的に発信し、地域発の商品・サービスの需要拡大や地方への観光客誘致につなげる。

(3) 放送コンテンツ制作等による日本の魅力のPR

a) 放送コンテンツを通じた日本の地域の魅力の効果的発信

放送コンテンツの制作、字幕・吹き替え付与やプロモーションに対する支援を実施することにより、日本の地域の魅力をコンテンツを通じて効果的に発信する。

b) 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)等による支援

株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)の出資により、広域連携型のDMOの活動と連携することで魅力ある観光地作りを行うための事業や日本コンテンツ専用チャンネルを確保して海外での日本の魅力のPR等を実施する事業に対して支援を行うほか、海外の消費者に対して影

響力のある人材を活用した情報発信により日本の高品質なサービス事業のインバウンド需要の拡大等を支援する。

c) 株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構による支援

株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構(JICT)を活用し、我が国の事業者による海外での放送事業を支援することを通じて、日本コンテンツの継続的な発信を促進する。

d) NHKワールドTVによる発信

「放送法」(昭和25年法律第132号)の規定に基づき、NHKにテレビ国際放送(NHKワールドTV)の実施を要請することにより、英語及びその他の言語を用いて日本の文化・産業等の情報や魅力を世界に発信するとともに、関係機関との協力の下、国内外における周知広報や受信環境の整備・改善、放送番組の充実等の取組を一層推進する。

e) 地域経済グローバル循環創造ポータルサイトによる日本国内の魅力ある地域産品等の情報発信

地域産品の海外への販路開拓等に係る情報を一元的に集約した「地域経済グローバル循環創造ポータルサイト」を活用して、日本国内の魅力ある地域産品等の情報を世界に発信し、地域の産品や食をきっかけとして、訪日外国人旅行者の地方部への誘致を推進する。

f) 地方自治体プロモーション動画の放映

「全国移住ナビ」に掲載された地方自治体プロモーション動画のうち、優れた作品を多言語化し、2016年リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック競技大会で設置される「Tokyo 2020 JAPAN HOUSE」をはじめ、海外において放映することで、日本の地方の魅力を世界に発信する。

g) 関係省庁連携による日本の各地域の魅力の発信

総務省、経済産業省、外務省、観光庁、農林水産省等の関係省庁が連携し、コンテンツを海外に展開する際に、日本の各地域の魅力を併せて発信することで、訪日魅力を効果的に発信し、地域発の商品・サービスの需要拡大や地方への観光客誘致につなげる。

(4) 国内観光情報サイトの多言語化

2016年度(平成28年度)以降、日本観光振興協会の観光情報サイト「全国観るナビ」の多言語化(英語、中国語、韓国語)を順次実施し、各観光地の魅力を広くPRする。

(5) 放送コンテンツの権利処理の一層の迅速化

新たに製作する番組について、国内での初回放送以降、早期の海外展開を可能とするため、番組の企画・製作段階から放送事業者及び権利者(著作権者・著作隣接権者)の当事者間における事前の連絡・調整が必要とされていることから、このような放送コンテンツの権利処理の一層の迅速化に向けた当事者間における情報の共有及び連絡・調整の円滑な実施を支援し、対外発信の強化を図る。

(6) 日本語教育の拡充による親日層の育成

国際交流基金(JF)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取組を実施し、海外における日本語教育の質の向上、安定的提供等に寄与する。特に、日本語教師の質・量の

不足するASEAN諸国に対しては、国際交流基金(JF)を通じ、現地の授業の補助等の日本語教育支援を行う「日本語パートナーズ」の派遣を対象国・人数ともに拡大して実施する。

(7) 海外日本庭園の再生

日本庭園の伝統技術を通じたインバウンド促進や国際交流を推進するため、海外日本庭園の再生を目的として我が国の造園技術者を定期的に派遣する仕組みの構築に向けて、海外日本庭園の現状や派遣可能な専門技術者に関する情報収集を進める。

4 風評被害を最小限に抑えるプロモーション

災害発生から一定期間が経過し、当該地域の安全性が確保されるようになった後は、引き続き正確な情報を発信するとともに、被災地域の自治体等と連携し、必要に応じて、風評被害を最小限に抑えるべく、訪日プロモーションを実施する。

5 観光分野における多国間枠組みへの貢献

UNWTO(国連世界観光機関)やASEAN+3をはじめとする観光分野における多国間関係の枠組みにおいて主導的な役割を果たすほか、我が国のインバウンド観光政策等のベスト・プラクティスを紹介・共有する等、加盟国・地域のインバウンド観光政策の向上に積極的に貢献する。さらに、UNWTO(国連世界観光機関)においては、2015年(平成27年)の執行理事国就任を契機として、我が国の観光政策等を積極的にインプットするため、UNWTO(国連世界観光機関)・観光庁の共催による国際会議を国内で開催する。

6 二国間関係の強化による双方向交流の拡大

主要国政府間でハイレベルでの観光に関する政策対話を引き続き精力的に進めるとともに、駐日外国公館や外国政府関係機関等と情報交換等を行い、観光分野における二国間関係の強化を図ることに加え、旅行関係団体と密に連携を取ることでインバウンド・アウトバウンド双方向での交流拡大(ツーウェイツーリズム)を更に進める。

7 先住民族としてのアイヌ文化等の発信

2016年度(平成28年度)は、象徴空間の具体化に向けた取組として、国立のアイヌ文化博物館(仮称)の施設・展示の設計、国立の民族共生公園(仮称)の設計等を実施するとともに、象徴空間における管理運営体制について検討を行う。

また、アイヌ文化復興の取組の要である「民族共生の象徴となる空間」への年間目標来場者数を、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の効果等を見込んで100万人とし、海外に向けたアイヌ文化等の情報発信や空港等における展示を充実させるなど、PR活動等の強化を図る。

8 外国メディア招へいやフォーリン・プレスセンターも活用した情報発信

外国メディア関係者を招へいし、海外への情報発信を支援するとともに、公益財団法人フォーリン・プレスセンターを通じ、地方自治体の対外発信及び外国メディアの国内取材活動を支援する。

9 世界の主要都市における広告

世界の主要都市において、多くの人々の視線が集まるスポット等を活用し、日本の観光魅力を伝える広告を実施することで、効果的に訪日意欲を喚起する。

10 放送コンテンツ・ジャパンチャンネルを活用した日本の魅力の発信

関係省庁が連携して、コンテンツ制作・現地化(字幕付与等)から発信・プロモーションまで、一体的、総合的かつ切れ目なく戦略的に展開する。具体的には、放送関係者等と他分野・他産業の関係者が幅広く協力し、日本の魅力を伝える放送コンテンツを制作・発信等する取組を支援するほか、株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)が支援する「日本のコンテンツを24時間365日放送するジャパンチャンネル」を2020年(平成32年)までに世界22カ国に拡大すべく、アジアを中心に新規開局を進め、日本の観光情報等の発信を強化する。さらに、観光地域づくりを行う事業者又はファンド等に出資を行う等、ジャパンチャンネル等をきっかけに訪日する外国人旅行者の宿泊施設や飲食施設等を整備することにより、インバウンド需要の獲得につなげる。

11 文化芸術を通じた国際交流の推進

(1) 国内外芸術家の滞在型創作活動等の支援

国内のアーティスト・イン・レジデンス(AIR)実施団体が行う国内外芸術家の滞在型創作活動等を支援することにより、海外のAIR実施団体との国際的な協力関係を活発にし、双方向の国際文化交流を促進するとともに、地域の魅力の再発見や文化芸術の創造活動を促進する。

(2) メディア芸術に関する発信の強化

【再掲】第Ⅳ部第2章第8節1(4)a③

第10節 MICE誘致の促進

1 MICE誘致促進に向けた支援体制の構築

(1) 「MICE推進関係府省連絡会議」(仮称)の設置

MICE誘致・開催を政府横断的に支援するため、観光庁が事務局となり、2016年(平成28年)内に「MICE推進関係府省連絡会議」(仮称)を設置し、政府横断的に支援するMICE案件について支援策の検討等を進める。

(2) ユニークベニューの利用促進

ユニークベニューの利用拡大・普及促進のため、施設管理者と利用者のニーズの齟齬や課題を整理し、施設側とも課題について情報共有を行う。また、海外の先進事例、特に国や政府関連施設のユニークベニューの運営方法等を調査し、国内の公的施設をユニークベニューとして活用する上での方策を検討する。

(3) 会議施設等の整備に対する支援

グローバル企業のビジネス活動を支える会議施設、外国語対応医療施設等について、これらの施設を整備する民間都市開発事業に対する支援制度を創設するとともに、民間都市開発推進機構の金融支援(共同型都市再構築業務・メザニン支援業務)を拡充することにより、当該施設の整備を促進する。

(4) MICEの経済波及効果の調査

MICEの意義を幅広い層に説明する観点から、MICE主催者や参加者に対し、アンケート調査等によるデータの収集を行い、MICEの経済波及効果を調査する。

(5) インセンティブ旅行の誘致促進

インセンティブ旅行のデスティネーションとして日本をPRするための都市の情報を集めた情報集約サイトを構築し、インセンティブ旅行の誘致を促進する。また、海外からのインセンティブ旅行のベストプラクティスについて、表彰を行い、国内外での周知を図る。

(6) 国内外のステークホルダーへの働きかけ

国内外のステークホルダーに対し、国内主催者向けセミナーや海外MICE見本市等あらゆる機会を活用し、MICEブランドの周知及びプロモーションについての検討を行う。

(7) 日本政府観光局 (JNTO) によるグローバルネットワークの構築

国際的に有力なMICE主催者との関係を構築してMICEデスティネーションとしての日本のプレゼンスを上げる観点から、日本政府観光局 (JNTO) はMICEの国際団体が主催するイベントや商談会等への参加及びこれら団体の理事会の日本開催を通じ、グローバルネットワークの構築・強化を図る。

(8) 大学関係者等MICE主催者の掘り起こし

日本政府観光局 (JNTO) は、各地方自治体のコンベンション・ビューローと連携し、大学教員・研究者等国際会議主催者及び大学・学協会事務局を対象とするセミナー等を実施し、国際会議誘致・開催の重要性の普及・啓発を行い、大学教員・研究者が国際会議の誘致・開催に取り組みやすい環境の整備を促進する。

(9) 国内で開催されるイベントに関する情報提供

日本国内で開催されるイベントに積極的に訪日外国人旅行者を呼び込み、インバウンド効果を最大限に実現させるため、イベントに関する情報提供を日本政府観光局 (JNTO) のネットワークを活用し実施する。

(10) 産業観光プログラムの充実

観光庁・日本政府観光局 (JNTO) が中心となっていく MICE 誘致に向けて、日本貿易振興機構 (JETRO) と連携して地域の生産現場の見学、企業関係者との意見交換会、ファミトリップ等の産業観光プログラムの充実を図る。

(11) グローバルMICE都市事業

2015年度 (平成27年度) に選定した「グローバルMICE強化都市」の5都市に対して、継続してアドバイザー派遣やプロモーション等の集中的な支援を行い、予算・体制の強化やステークホルダーとの連携強化等の成果を出すとともに、自律的な誘致の取組を促進する。

また、コンベンション・ビューローのMICE誘致に関する国際競争力・体制強化のために、グローバルMICE強化都市に対して、マーケティングの高度化に向けた支援事業を実施する。加えて、国内のコンベンション・ビューローの誘致競争力を高めるために、海外におけるコンベンション・ビューローの誘致に向けた取組の調査を実施する。

(12) 日本政府観光局 (JNTO) による地方都市のニーズ、体制に応じたきめ細かなコンサルティング

2015年度 (平成27年度) 同様、「インバウンド旅行振興フォーラム」の中で開催される「個別相談

会]、「MICE説明会」等を通じ、地方自治体、コンベンション・ビューロー、MICE関連事業者に対し、個々のニーズに応じたコンサルティングを行っていく。

(13) MICE誘致アンバサダー

国内外に影響力があり、特定の誘致案件がある者を20名程度「MICE誘致アンバサダー」に認定し、誘致活動を支援することで日本でのMICE開催件数の増加を図る。

(14) 商談会への参加及びセミナーの実施

国際団体や企業が主催するMICEの専門見本市、ネットワークイベントや商談会へ参加し、またセミナーを実施するとともに、これらのイベントや商談会の日本での開催を働きかけ、国際会議、ミーティング及びインセンティブ旅行の取り込みを強化する。また、グローバルに展開する大手インセンティブ取扱旅行会社へのセミナー・商談会の実施、大手ミーティングプランナーのコンソーシアムとの連携により、インセンティブ及びミーティングの誘致につなげる。

2 IRについての検討

統合型リゾート(IR)については、観光振興、地域振興、産業振興等に資することが期待されるが、その前提となる犯罪防止・治安維持、青少年の健全育成、依存症防止等の観点から問題を生じさせないための制度上の措置の検討も必要なことから、「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律案」の状況やIRに関する国民的な議論を踏まえ、関係省庁において検討を進める。

第11節 ビザの戦略的緩和

ビジット・ジャパン事業の重点20カ国・地域のうち、訪日に当たってビザが必要な5カ国(中国・フィリピン・ベトナム・インド・ロシア)を対象に、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携して、ビザ緩和を戦略的に実施する。

第12節 訪日教育旅行の活性化

1 地域における調整・相談窓口の構築及び地域の観光部局と教育部局の連携の促進

観光庁は文部科学省と連携し、訪日教育旅行の受入側と来訪側のマッチングに関する先進的取組及びノウハウを収集し、地域の観光部局や教育部局等の関係者に共有を図る。

2 海外と地域をつなげる一元的な相談窓口の設置

訪日教育旅行に関する一元的な相談窓口を日本政府観光局(JNTO)に設置し、海外のニーズを地域に紹介する等、受入側と来訪側のマッチング等を実施する。

3 訪日教育旅行に対する理解の促進

一元的な相談窓口の設置等を踏まえて、訪日教育旅行の教育的意義について、教育部局・学校に対し理解を促進するための周知を行う。

台湾をはじめとする訪日教育旅行に関心のある市場において、海外の学校関係者等を対象として、セミナーを開催する。

日本政府観光局(JNTO)において、海外のニーズを把握し、受入側学校との調整において配慮す

べき事項等を積極的に情報発信する。

4 訪日教育旅行の地方への誘致

台湾をはじめとする訪日教育旅行に関心のある市場において、訪日教育旅行を取り扱う旅行会社等を対象として、日本各地域への招請事業等を実施するなど、東北をはじめとする地方へ誘致するためのプロモーションを集中的に展開する。

第13節 観光教育の充実

1 観光・旅に関する教育の充実に向けた取組

学校教育において、子どもたちが地元や日本各地の魅力的な観光資源を理解し、関心を喚起することができる教材・事例集等を作成する。

高等学校における新しい必修科目としての「地理総合」(仮称)の設置等に向けて中央教育審議会において検討しており、2016年度(平成28年度)中を予定に結論を得る。

2 若者世代の旅行需要喚起

「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」を活用し、地域における着地型旅行商品作りに若者を参画させる取組を支援することにより、若者世代の興味・関心を喚起させる新規性のある魅力的な商品の造成を促す。

3 若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

(1) 「若旅★授業」の全国展開

若年層の観光需要を創出するため、若者に旅の意義や素晴らしさを伝える「若旅★授業」について、各地方運輸局等と連携し、首都圏のみならず地方部を含めた全国展開を図るとともに、若者世代の興味・関心を喚起する旅行商品の造成等の支援を実施する。

(2) 「道の駅」における大学連携

【再掲】第Ⅳ部第2章第3節2

第14節 若者のアウトバウンド活性化

1 旅行費用軽減をはじめとする若年層の海外旅行促進

若者のアウトバウンド活性化を図るため、旅行業団体等との旅行費用軽減に向けた議論を開始し、若者割引等のサービスの開発・普及の促進に取り組む。

関係省庁と旅行業団体による若者のアウトバウンド活性化に向けた議論を開始し、2016年度(平成28年度)内を目途に結論を得る。

2 観光分野における多国間枠組みへの貢献

【再掲】第Ⅳ部第2章第9節5

3 二国間関係の強化による双方向交流の拡大

【再掲】第Ⅳ部第2章第9節6

第1節 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

1 世界初の出入国審査パッケージの導入、世界最高水準の技術の活用等の取組

世界初の出入国審査パッケージの導入や世界最高水準の技術を活用し、2016年度(平成28年度)において空港での入国審査待ち時間20分以内の目標を目指すことなどを踏まえ、革新的な出入国審査を実現するため、以下の取組を実施する。

(1) バイオカートの導入

我が国の空港における入国審査に要する時間を短縮するため、審査待ち時間を活用して指紋等の個人識別情報を前倒しで取得するバイオカードを2016年(平成28年)中に特に効果が高い関西、高松、那覇の各空港に導入するとともに、以後、拡大を目指す。

(2) プレクリアランスの早期実現に向けた協議の加速

我が国の空港における入国審査に要する時間を短縮するため、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)の2017年度(平成29年度)以降の早期実現に向けて、具体的な対象や実施方法・効果等の検討及び相手国・地域との調整協議を加速する。

(3) トラストイド・トラベラーの自動化ゲートの対象化

出入国管理上のリスクが低く、頻繁に我が国に入国する外国人を「信頼できる渡航者」(トラストイド・トラベラー)として特定し、自動化ゲートの対象とする制度について、2016年(平成28年)中に導入するとともに、導入後の運用状況を検証しつつ、対象者の更なる拡大を目指す。

(4) 顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入

日本人出帰国手続における顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入に向けて必要な準備を進め、2018年度(平成30年度)以降早期に導入し、日本人の自動化ゲート利用の大幅な拡大を目指す。

(5) 指紋情報を活用した出国時の自動化ゲート利用

我が国の空港における出国手続に要する時間を短縮するため、外国人の入国時に提供を受けた指紋情報を活用し、出国時の自動化ゲート利用を可能とすべく、具体的な利用対象者の範囲や実施方法等の検討を進める。

(6) 入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間の公開

入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間をインターネット上で公開できるよう、速やかに検討し、2016年(平成28年)内に結論を得る。

2 先進的な保安検査機器の導入

国際テロの脅威が高まる中で、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催や訪日外国人旅行者の急増を踏まえ、出発時の航空保安検査の円滑化を図りつつ厳格化を図るため、先進的なボディスキャナーを2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会までに国内の主要

空港に順次導入することとし、まずは、2016年度(平成28年度)中は成田・羽田・関西・中部の4空港に導入する。

3 出入国審査に係る物的・人的体制の整備

訪日外国人旅行者の更なる増加に対応し、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、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、審査ブースの増設やCIQに係る予算・定員の充実を図り、必要な物的・人的体制の整備を進める。

4 ファーストレーンの整備促進

国際会議の参加者や重要ビジネス旅客の空港での入国手続の迅速化を図るため、2015年度(平成27年度)にファーストレーン設置が実現した成田空港・関西空港の運用状況を見ながら、対象範囲の拡大等利用者の利便性改善に努めるとともに、羽田空港をはじめとする国内の他の主要空港における早期導入の検討を進める。

5 乗客予約記録の分析・活用の高度化

増加する旅客の円滑な入国と国の安全を確保するための水際対策を両立させるため、税関・入国管理当局において、全ての乗客の乗客予約記録(PNR)の電子的な取得を一層進め、更なる情報分析・活用の高度化を図る。あわせて、情報を迅速かつ的確に最大限活用するために、関係機関との連携を強化し、必要な情報が迅速かつ的確に共有されるための情報共有体制の構築を図るほか、入国審査時に提供を受けた顔画像とテロリスト等の顔画像情報とを照合する顔画像照合機能の活用強化等を推進する。

第2節 民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進

1 ボトルネックとなっている宿泊施設、観光バス乗降場等の整備促進

(1) 宿泊施設の整備の促進

【再掲】第Ⅳ部第2章第1節3(2)

【再掲】第Ⅳ部第2章第4節5

(2) 観光バスの駐停車対策

地域が行う道路外における「空き空間」を有効活用した観光バスの駐停車スペースの確保に関する取組について支援する。

民間都市開発における観光バス乗降場の一体的整備を誘導するため、容積率緩和制度の活用を促進する。

2 公共デジタルサイネージの設置促進

公共デジタルサイネージについて、広告収入の管理費等への充当等を条件に広告掲出を可能とし、その設置を促進するため、広告物規制の運用弾力化を促す。

3 都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築

都市公園内の施設で得られた収益を管理の質の向上に充当する仕組みなどの先進的な事例の周知等により、官民連携によるまちの賑わい創出、都市公園のサービス水準の向上を促進する。

4 都市公園内への観光案内所等の設置促進

観光案内所等を都市公園内に設置できる占用特例制度の創設・活用促進を行う。

5 会議施設等の整備や統一的な案内サイン、バリアフリー化等の整備への重点支援

(1) 会議施設等の整備に対する支援

【再掲】第IV部第2章第10節1(3)

(2) 拠点駅及びその周辺における統一的な案内サインの整備等の支援

拠点駅及びその周辺を対象に、関連する地方自治体、交通事業者、都市開発事業者等から成る協議会に対し、統一的な案内サインの整備等を支援し、分かりやすく使いやすい歩行空間のネットワーク等の構築を促進する。

6 日本の都市の魅力を海外に発信するシティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)構想の推進

日本の都市の魅力を発信し、インバウンド需要の取り込み、都市開発の海外展開につなげるため、世界都市・東京などの成り立ちや都市開発の変遷、また未来図を一元的に体感できる場の創設に向けて、シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)構想の検討を進める。

7 道路空間と観光の連携の推進

道路空間の再編による歩道の拡幅等により道路空間の利便性や快適性の向上を図り、地域の観光資源を活かした賑わいの場を創出する。また、道路協力団体等、道路空間を利活用する団体との連携を推進する。

第3節 キャッシュレス環境の飛躍的改善

1 海外発行カード対応ATMの設置促進

3メガバンクの海外発行カード対応ATMについて、従来、2020年(平成32年)までに、全ATM設置拠点の約半数で整備(計約3千台)する方針であるが、これの大幅な前倒しを要請(2018年(平成30年)中にその大半を設置)する。

また、ATM設置に有用なデータを提供し、ニーズが高い場所での優先的な設置を行う等の戦略的な取組を促すとともに、取組状況をフォローアップする。

地方銀行に対しても、3メガバンクと同様に海外発行カード対応ATM設置に有用なデータを提供し、海外発行カード対応の環境が整っていない観光地へのATMの設置を促すとともに、取組状況をフォローアップする。

海外発行クレジットカード等が利用可能なATMの情報を、日本政府観光局(JNTO)のホームページや海外ガイドブック等で提供する。

2 クレジットカード決済対応等の取組

(1) クレジットカード決済端末の普及支援

2020年(平成32年)までに、外国人が訪れる主要な商業施設、宿泊施設及び観光スポットにおいて「100%のクレジットカード決済対応」及び「100%の決済端末のIC対応」を実現するため、クレジットカード決済・IC対応端末の普及を促進する。

(2) 「おもてなしプラットフォーム」の構築

訪日外国人旅行者の属性情報・行動履歴等を事業者間で活用することを可能にする「おもてなしプラットフォーム」を構築し、様々な事業者が訪日外国人旅行者から提供される情報を活用した高度で先進的なサービス、決済等を体験できる環境を整備し、当該仕組みを2020年までに社会実装する。2016年度（平成28年度）においては、企業・団体等が特定の地域等で構築する事業者間連携のためのプラットフォームと、それらの地域等で構築される複数のプラットフォームを接続し、より広い事業者間連携を可能とするプラットフォームについて、それぞれ実証を行う。

(3) クレジットカードに係るセキュリティ対策

クレジットカードを安全に利用できる環境整備を推進するため、2020年（平成32年）までに「クレジット決済端末の100%のIC対応」の実現等、国際水準のセキュリティ環境の実現を目指し、クレジット取引に係る事業者等が策定した「クレジットカード取引におけるセキュリティ対策の強化に向けた実行計画」の円滑な実施を促進するとともに、その実効性を確保するため、加盟店等におけるセキュリティ対策を義務付けることを含め、必要な法制上の措置を講ずる。

第4節 通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現

1 通信環境の飛躍的向上

(1) 主要な観光・防災拠点における無料Wi-Fi環境の整備

主要な観光・防災拠点における重点整備箇所において、無料Wi-Fi環境の整備を推進する

(2) 災害用統一SSIDの周知・広報

災害時における携帯電話事業者Wi-Fiを含むWi-Fiの無料開放を促進するため、地方自治体、観光施設等のエリアオーナー等に対して災害用統一SSID⁵⁹の周知・広報を行う。

(3) シームレスなWi-Fi利用環境の実現

「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を活用し、2018年（平成30年）までに既設のWi-Fiアクセスポイントの有効活用を推進すること等により、20万箇所以上のシームレスなWi-Fi利用環境を実現するとともに、外国人旅行者に分かりやすい共通シンボルマーク『Japan.Free Wi-Fi』の普及・活用を図る。



共通シンボルマーク『Japan.Free Wi-Fi』

外国人旅行者に分かりやすい共通シンボルマーク『Japan.Free Wi-Fi』の普及・活用を図る。

(4) プリペイドSIMの販売促進等による通信環境全体の改善

2020年（平成32年）までのプリペイドSIM⁶⁰販売拠点の倍増に向け、複数国からの国際便が乗り入れる空港や、訪日外国人旅行者が訪問する拠点の店舗においてSIM販売拠点の拡大に取り組むとともに、日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトを活用して訪日外国人旅行者に対して販売拠点

⁵⁹ SSIDとは、Service Set identifierの略であり、Wi-Fiにおけるアクセスポイントの識別名である。

⁶⁰ プリペイドSIMとは、携帯電話に差し込むことにより、前払いした料金分だけ携帯電話サービスが利用可能なICカードのことをいう。日本の通信事業者は、訪日外国人旅行者が自分の携帯電話に差し込んで日本の携帯電話サービスを利用できるプリペイドSIMを空港やコンビニエンスストア、ホテル等で販売している。

の周知を図る。

オリンピック・パラリンピック大会開催会場が集まる選手村の周辺8km程度の範囲や、空港と都心を結ぶ路線をはじめ、鉄道や空港アクセスバス・高速バス等において、列車内など移動中でも情報の円滑な収集・発信ができるよう、駅外の観光施設等との接続の連続性を確保することに留意しつつ、訪日外国人旅行者が利用しやすいWi-Fi環境の整備の取組を進めるとともに、SIMカード・モバイルWi-Fiルーターのサービスの促進、国際ローミング料金の低廉化を通じて多面的な通信環境の改善を図る。

(5) 新幹線トンネル内における携帯電話利用環境の整備

新幹線トンネル内において携帯電話が利用できるようにするため、「電波遮へい対策事業」により、未対策トンネルの対策を強化する。

2 誰もが一人歩きできる観光の実現等に向けた取組

(1) 多言語音声翻訳システムの普及

世界の「言葉の壁」をなくしグローバルで自由な交流を実現する「グローバルコミュニケーション計画」を着実に進めるため、多言語音声翻訳技術の精度を向上させるとともに、旅行会話に加え、減災・防災分野や生活分野への技術の拡大を図る。また、多言語音声翻訳システムの認知度向上と更なる普及拡大に向けて、地方の商業施設や観光地等での実証実験を行う。

(2) IoTおもてなしクラウド事業の実施

交通系ICカードやスマートフォン、デジタルサイネージ等と連携して共通のクラウド基盤を活用し、訪日外国人旅行者に対して、災害時等の緊急時の一斉情報配信や言語等の個人の属性に応じた情報提供、支払手続の簡略化等について実証実験（IoTおもてなしクラウド事業）を行う。小売、交通、宿泊等における利便性向上等に資する基盤を構築し、2020年（平成32年）までに社会実装を行う。

(3) 観光分野におけるビッグデータ・オープンデータ利活用のモデルケース構築

観光分野におけるビッグデータ・オープンデータ利活用のモデルケース構築を目標に、観光分野のデータ利活用を推進している地域の取組を調査し、社会実証を行うための要件について検討を行う。

(4) IoTを活用した革新的な観光ビジネス・サービスモデルの創出支援

センサーを含めたIoT実証テストベッド⁶¹への支援を通じ、IoTを活用した革新的な観光ビジネス・サービスモデルの創出を支援する。

(5) サービスの質の「見える化」の取組

我が国のサービス産業の活性化・生産性向上に向け、サービスの質を「見える化」する「おもてなし規格」を作り、2016年（平成28年）7月頃の運用開始を目指す。

⁶¹ IoT実証テストベッドとは、インターネットに多様かつ多数の物が接続されるIoT(Internet of Things)の実現に資する新たな電気通信技術の開発・実証のための施設のことをいう。

3 観光案内拠点の充実

日本政府観光局（JNTO）認定の外国人観光案内所について、認定に係る申請を通年可能とすることにより、受入関係者による申請手続きの利便性向上を図るとともに、外国人目線を活用し、外国人観光案内所のサービス水準の向上を図る。

コンビニエンスストアや郵便局等について、地方自治体、観光協会、外国人観光案内所と連携を図りながら、観光案内機能を強化する。

「道の駅」について、免税店や外国人案内所の設置などのインバウンド対応を促進し、地域の情報発信の拠点とする取組を進める。

4 ムスリム対応の強化

「ムスリムおもてなしガイドブック」（2015年（平成27年）8月公表）を踏まえた地方自治体等におけるムスリムの受入対応や情報発信の先進事例について周知を図り、他地域への普及に取り組む。

5 訪日外国人旅行者の移動円滑化に資する情報の整備

訪日外国人旅行者に分かりやすい地図の普及のため、地名の英語表記方法及び地図記号のガイドラインを地方自治体や民間に周知し、活用を促進するとともに、100万分1及び20万分1地図に記載される自然地名の英語表記リスト及びそれを反映したウェブ地図を作成し、公開する。

外国人サイクリストにも通行ルールを分かりやすく伝えるため、ピクトグラムや路面標示の仕様を標準化し、安全で快適な自転車利用環境を創出する。

6 「道の駅」の通信環境等の整備

ドライブ観光の促進のため、「道の駅」の電気自動車（EV）の充電施設及びWi-Fiの整備を推進する。

7 受入環境向上に向けた調査の実施

訪日外国人旅行者の滞在・移動等の受入環境に関する不満・要望をSNS等を活用して調査・検証し、具体的な解決策を検討する。

第5節 多言語対応による情報発信

1 中小企業者による取組

中小企業のウェブサイトの多言語化や海外ネット広告導入等に係る費用を支援することで、訪日外国人旅行者へのサービス充実・利便性向上を通じた生産性向上を図る。

観光客のニーズに対応したサービスを充実させるため、レジアプリ等の導入を支援するための検討を行い、会計処理業務の効率化やマーケティング力の向上を図る。

2 「多言語対応ガイドライン」に基づく取組の加速

「多言語対応ガイドライン」（2014年（平成26年）3月）に基づく多言語対応の実施状況を踏まえ、積極的な取組を加速させるため、統一性・連続性の確保に向けた必要な取組を進める。

また、「自然公園等施設技術指針」（2015年（平成27年）8月環境省）の改訂に基づき、自然公園の表示における多言語対応を促進する。さらに、港湾管理者に対しクルーズ船等の旅客船が利用するターミナルにおいて多言語対応を促進するため、多言語対応ガイドラインに基づき、案内標識等の

統一化や多言語化を要請する。

さらに、国や東京都、地方公共団体や民間団体等から構成される「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」において策定された取組方針に沿って、交通、道路、観光・サービスにおける多言語対応の取組を行政と民間の双方において積極的に推進する。2016年(平成28年)秋以降に第5回の協議会を開催し、取組の進捗状況や先進的事例の情報共有を図り多言語対応の更なる普及拡大に努める。

3 空港、道路、旅客船ターミナル

(1) デジタルサイネージ等の活用

国際拠点空港以外の空港においても、デジタルサイネージ等の活用により、交通情報を一覧性をもって表示するなどの取組の検討を進める。

(2) 道路案内標識における英語表記改善

道路案内標識について、鉄道駅やバスターミナル等の交通結節点において他の機関が設置する案内看板と連携した案内標識の設置、歩道に設置された道路案内標識を中心に英語表記の改善・充実、観光案内ガイドブックやパンフレット等と連携した分かりやすい道案内の取組を一層推進する。また、先行的に道路案内標識の英語表記を進める全国の主要観光地49拠点については、2016年度(平成28年度)中に全ての拠点において、現地施工に着手する。

道路案内標識と国土地理院が公表予定の英語版地図(100万分1)に用いる「道路関連施設」や「山等の自然地名」の英語表記の整合を図る。また、道路案内標識と国土地理院が作成予定の英語版地図(20万分1)に用いる「道路関連施設」や「山等の自然地名」の英語表記の整合を図るため、各都道府県の道路標識適正化委員会において観光関係者を含む関係機関との調整を実施する。

(3) 旅客船ターミナルの多言語対応

2015年度(平成27年度)に引き続き、ガイドラインの周知および案内標識等の統一化や多言語化を推進する。

また、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた訪日外国人旅行者向けの外国語による情報提供の充実等を図るため、一般社団法人日本旅客船協会のPTで取りまとめた旅客船業界の考え方等を東京都が独自で検討している施策に反映させていくとともに、国としても、旅客船ターミナル周辺の観光情報を分かりやすく提供するため、陸上交通事業者等の関係者を含めた協議会を立ち上げ、多言語やピクトグラムの整備の促進を図る。

4 美術館・博物館

我が国の国立美術館、国立博物館、国立科学博物館の多言語対応については、従前から多様な入館者の受入れの取組を進めている。2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に際して、文化プログラムが進められ、訪日外国人旅行者の増加が想定されるため、Wi-Fiやスマートフォンの活用等のICT技術を駆使した多言語対応について推進していく。

また、地域の美術館・歴史博物館については、多言語化による国際発信に係る事業を支援することにより、訪日外国人旅行者対応を促進していく。

5 自然公園

【再掲】第Ⅳ部第1章第3節1(3)及び(4)

6 飲食店

訪日外国人旅行者の言語や食習慣の違いに対応した飲食店を拡大していくため、飲食施設等における多言語対応や、ムスリム・ベジタリアン等の訪日外国人旅行者の多様な食文化への対応を促す研修会の実施等の取組を推進する。

7 多言語翻訳アプリの開発

2015年度(平成27年度)に引き続き、多言語音声翻訳システムを様々な地域・場面で社会実装する上で不可欠な技術等の研究開発や、病院、商業施設、鉄道、タクシー等の実際の現場での性能評価等を通じて、多言語音声翻訳技術の精度向上を図る。

また、多言語音声翻訳システムを広く普及させることを目的として、全国各地の商業施設や観光案内等での利活用実証を実施し、地域の観光産業の活性化に寄与する。

第6節 急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実

1 「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施

医療通訳・外国人向けコーディネーター等が配置された拠点病院や外国人患者受入れ医療機関認証制度(JMIP)の認証病院等を中心に、2015年度(平成27年度)に選定した外国語診療が可能な「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」(約320箇所)を更に充実する。

外国人が安心・安全に日本の医療サービスを受けられる体制を充実するため、医療通訳・医療コーディネーターの配置支援、院内資料の多言語化等の支援、外国人患者受入れ医療機関認証制度(JMIP)の認証病院の拡大を通じて、「外国人患者受入れ体制が整備された医療機関」を2016年度(平成28年度)までに40箇所程度へ拡大する。

その他の医療機関に対し、外国語対応支援ツールの活用促進や「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」への誘導ができるよう、周知を実施する。

2 訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化

訪日外国人旅行者が不慮のケガ・病気になった際に、外国語対応にも留意しつつ、スムーズに訪日外国人旅行者受入れ医療機関にアクセスできるよう、日本政府観光局(JNTO)ホームページやガイドブック等を活用し、宿泊施設、観光案内所、地方自治体等と連携を図りながら、訪日外国人旅行者に対する情報提供を強化する。

3 訪日外国人旅行者の保険加入促進

訪日外国人旅行者が医療費の不安なく治療が受けられるように、訪日外国人旅行者向け通訳・キャッシュレス診療サービスの付いた旅行保険等のPRを行い、加入への働きかけを行うとともに、地方自治体等と連携し、外国人患者へ医療機関の紹介、通訳サービスを提供する方式の実証実験を実施する。

第7節 「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備

1 交番等における訪日外国人旅行者対応の強化

訪日外国人旅行者等と警察職員とのコミュニケーションの円滑化のため、交番等におけるコミュニケーションを支援するための資料・資機材の活用、観光地等の外国人対応の機会が多い交番等へ

の外国語による対応が可能な警察職員の配置等に努める。

遺失届・拾得物の受理等の各種手続に係る外国語による対応の推進、防犯・防災等に資する情報の外国語による提供、我が国の警察制度・警察活動に関する情報を外国人旅行者等が容易に入手できる環境の整備等に努める。

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活用に努める。

消防庁において、各消防本部が、外国語による119番通報への対応を適切に行い、現場において必要な対応を的確に実施できるような多言語対応体制の整備を促進する。

2 救急活動時における多言語音声翻訳システムの活用促進

救急活動時における多言語コミュニケーションツールや多言語音声翻訳システムの活用を促進する。

3 熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供

特に夏期に訪日する外国人旅行者が気をつけるべき熱中症対応も含めた、救急車利用ガイド(外国語版)の提供を行う。

熱中症の説明や予防法など、訪日外国人旅行者等に対して発信すべき情報の内容と提供手段のあり方について検討を進め、検討した情報と提供手段に基づき多言語による情報発信を順次開始する。

4 気象情報の外国語での提供

訪日外国人旅行者が、気象庁が発表する気象情報をウェブサイトやアプリ等を通じて取得し、安心・安全な移動や滞在を可能とするため、民間事業者等に対して、気象情報の利活用に関する講習会・ワークショップ等を開催し、その利活用の拡大を図る。

5 多言語による情報伝達の優れた事例等の全国での共有

我が国における訪日外国人旅行者の円滑な移動や安全・安心で快適な滞在の実現を図るため、「2020年東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」において、訪日外国人旅行者への多言語による情報伝達の優れた事例や多言語対応のためのICT関連技術や製品を全国の地方自治体や企業と共有する仕組みを構築するとともに、標準化された防災ピクトグラム等の普及拡大に努める。

6 災害時の避難受入施設に関する体制強化

ホテル・旅館を災害時の避難受入施設として位置付けるべく、一般社団法人日本旅館協会等と地方自治体との間で利用に関する協定の締結を促進すると同時に、同協定における宿泊施設の提供が災害時に迅速に行えるような体制の強化を行う。

7 感染症対策の着実な実施

新型インフルエンザ、SARS⁶²、エボラ出血熱、MERS⁶³等による発生国への経済面・観光面へ

⁶² SARS(Severe Acute Respiratory Syndrome)とは、重症急性呼吸器症候群のことをいう。

⁶³ MERS(Middle East Respiratory Syndrome)とは、中東呼吸器症候群のことをいう。

の甚大な影響を教訓とし、また、2016年リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック競技大会や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会も念頭に、公衆衛生の観点から、外国人旅行者が安心して訪日できる環境を整備するため、「国際的に脅威となる感染症対策関係閣僚会議」で決定された「国際的に脅威となる感染症対策の強化に関する基本計画」(2016年(平成28年)2月9日)、同会議にて報告された「ジカウイルス感染症に関する追加的な対応(第3弾)について」(2016年(平成28年)3月)に掲げる施策をはじめとした感染症対策を着実に推進する。

8 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の強化

「地方消費者行政推進交付金」の活用等により、都道府県及び政令市に設置されている消費生活センターのほか、各市区町村に設置されている消費生活センターを含む消費生活相談窓口における訪日外国人旅行者の国内での消費活動に係る相談体制を強化する。また、国民生活センターにおける訪日外国人旅行者に対する消費生活相談の状況を踏まえ、必要な体制の強化を行う。

第8節 自然災害発生時の対応の強化

1 自然災害発生への備え

我が国は、地震、火山、台風などの自然災害の発生が多い国であるが、訪日外国人旅行者が安心して旅行できるようにするためには、自然災害発生時に訪日外国人旅行者への迅速な情報提供等を行える体制の整備が必要である。

このため、自然災害発生時における日本政府観光局(JNTO)認定の外国人観光案内所の情報提供機能の強化を図る。具体的には、観光案内所が所在する地域や近隣地域において自然災害が発生した場合、各種交通機関の運行状況や外国人を受入可能な医療機関の情報を提供することに加え、避難所の開設状況に関する情報を発信できるようにする。

また、これまで訪日外国人旅行者向けにプッシュ型で緊急地震速報等の災害情報を発信するアプリ「Safety tips」の提供を無料で行ってきているが(5言語(日・英・中(繁・簡)・韓)に対応)、緊急時への備えを万全にするためには、同アプリのダウンロードをより一層促進していく必要がある。このため、空港や駅に加え、外国人がよく訪れる小売店やレンタカー事業所等でポスターの掲示やチラシの配布を行うとともに、外国人がよく閲覧するアプリやウェブサイトと連携してPRを行い、普及促進を図る。

さらに、災害発生時においては、地方自治体が防災に係る事務や業務を定めた地域防災計画に従って対応が行われることとなるが、現段階では訪日外国人旅行者への対策という直接的な項目出しを行いその内容を記載するに至っていない地方自治体も少なくない。災害時の訪日外国人旅行者の安全確保のためには、外国語での情報提供や避難誘導等について地域防災計画に記載し、平常時から準備をしておくことで、緊急時に迅速に対応することが可能となる。このため、地域防災計画作成の際に「訪日外国人旅行者の安全確保のための手引き」を参考にしてもらえよう、都道府県への働きかけを強化する。

地域の観光施設・宿泊施設においても、災害発生時の対応を記載したマニュアルを作成する機会が多いが、訪日外国人旅行者が当該施設に滞在していることを前提に、日本人観光客とは異なる具体的な対応をマニュアルに記載してもらうことが重要であることから、「自然災害発生時の訪日外国人への初動対応マニュアル策定ガイドライン」の活用についても、都道府県等への周知を強化する。

2 自然災害発生直後の対応

日本国内で大きな災害が発生した際には、滞在している外国人旅行者が正確な情報を得て適切な対応をとることができるよう、各国の在京大使館や領事館と連携して次のような情報発信に取り組んでいく。

- ・日本政府観光局(JNTO)のグローバルサイトにおいて、主要な災害の発生情報や空港、鉄道、高速道路等の状況について、関係する各社へのリンクに加え、各社が提供する主要な運行情報を英語に翻訳して提供する。
- ・東京のJNTO ツーリスト・インフォメーションセンター(TIC)において、多言語による電話問合せ対応を行う。

また、災害情報発信アプリ「Safety tips」を通じて緊急地震速報等の安全情報を提供する。

さらに、被災地を訪問していた外国人旅行者が安全な場所に速やかに避難できるよう、必要があれば、関係各国の大使館・領事館と協力し、代替交通手段や帰国便に関する支援などについて、適切に対応していく。

3 自然災害発生から一定期間経過後の対応

災害発生から一定期間が経過し、当該地域の安全性が確保されるようになった後は、引き続き正確な情報を発信するとともに、被災地域の自治体等と連携し、必要に応じて、風評被害を最小限に抑えるべく、メディア、旅行会社等に対し、日本に関する正確な報道や訪日旅行商品の造成・販売を促す取組を実施していく。

第9節 「地方創生回廊」の完備

1 新幹線、高速道路などの高速交通網の活用

(1) ジャパン・レールパスの日本到着後購入可能化に向けた実証実験の開始

これまで出発前に海外の限られた旅行代理店でしか購入できなかった「ジャパン・レールパス」の日本到着後の購入を可能にするため、2016年度(平成28年度)に実証実験を開始する。

(2) 観光地へのアクセス交通の充実等による地方への人の流れの創出

全国をダイナミックに移動し、快適な旅を実現する「地方創生回廊」の完備に向け、地方空港の着陸料軽減、グランドハンドリング要員の機動的配置を可能にする基準の柔軟化、CIQ機能の強化など、ゲートウェイから地方、地方と地方を結ぶ低廉かつ持続可能な航空網を構築する。

観光地へのアクセスの利便性を向上させるため、地域ごとに観光地周辺での交通や既存の共通乗車船券等の現状と、観光客の行動の整合性とを総点検した上で、観光客のニーズにあ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・改善を図るとともに、外国語による効果的な情報発信や、プロモーションを行う。

新幹線全駅(108駅)において観光拠点としての機能の強化が図られるよう、地方自治体、観光協会、関係鉄道事業者等との調整を進める。

高速バスネットワークの強化を図るため、SA(サービスエリア)・PA(パーキングエリア)の乗継拠点整備、高速バス停留所におけるパークアンドライドを推進するとともに、立体道路制度の拡充により鉄道等との乗継強化の取組を官民連携で推進し、交通モード間の接続(モーダルコネクト)

の強化を図る。また、地域バスの利用環境の向上に向けた、タウン・モビリティマネジメント⁶⁴、バス待ち環境の改善、「道の駅」のデマンドバスやカーシェアリングの乗継拠点化、BRT⁶⁵等による輸送効率化・省人化などの取組を官民連携で推進する。

(3) 道路利用者にわかりやすい道案内の実現

a) 高速道路ナンバリングの検討

2019年(平成31年)の東名高速道路全通50周年や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会などを見据え、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ことを目的として、高速道路の路線に番号を付ける「高速道路ナンバリング」について検討を進める。

b) 道路案内標識における英語表記改善

【再掲】第IV部第3章第5節3(2)

c) 交差点名標識への観光地名称の表示

観光地に隣接する、又は観光地へのアクセス道路の入口となる交差点の交差点名標識に観光地名称を表示することにより、旅行者にとって観光地への分かりやすい案内となるよう、改善を推進する。

(4) 規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会も見据え、大都市を訪れる訪日外国人旅行者に水のまちとしての魅力も楽しんでもらうため、東京ベイエリア等を対象として「船旅活性化モデル地区」を指定し、モデル地区で旅客船事業の規制の弾力的運用を実験的に実施し、舟運をはじめとする船旅の活性化を図る。

過疎地等の交通が著しく不便な地域における訪日外国人旅行者をはじめとする観光客等の移動がより便利で快適なものとなるよう、「国家戦略特別区域法」(平成25年法律第107号)の枠組みを活用して、自家用自動車の活用拡大を図る。

2 鉄道の観光資源としての魅力発信

全国の観光列車、鉄道博物館、駅弁など、我が国の鉄道が持つ魅力を一体的にアピールするためのポータルサイトを立ち上げる。

3 外国人旅行者のドライブツーリズムの促進

運転ルールやETCの利用、雪道ドライブなどを総合的に紹介するポータルサイトを立ち上げ、外国人のスムーズなレンタカー利用を促進し、ドライブツーリズムの拡大を図る。

4 外国人旅行者向け周遊ドライブパスの展開

高速道路会社が、国、地方自治体、レンタカー事業者等と連携して、地方の高速道路において、

⁶⁴ タウン・モビリティマネジメントとは、大規模・個別的な呼びかけにより、多様な交通手段の利用を促進するコミュニケーション施策のことをいう。

⁶⁵ BRT(Bus Rapid Transit)とは、連節バス、PTPS(公共車両優先システム)、バス専用道、バスレーン等を組み合わせることで、速達性・定時性の確保や輸送能力の増大が可能となる高次の機能を備えたバスシステムのことをいう。

定額で何回でも利用できる外国人旅行者向け周遊ドライブパスなどの企画割引を展開する。

5 北海道におけるドライブツーリズム振興と消費拡大

北海道における地域間・季節間の旅行需要の偏在緩和に向けて、道内の関係団体が連携し、レンタカーを利用する外国人ドライブ観光客に特典を提供することにより地方部又は閑散期に誘導する社会実験を実施する。

6 「道の駅」を核とした地域振興

(1) 重点「道の駅」における支援

重点「道の駅」において地産地消の促進及び小さな拠点の形成等の取組を関係機関が連携して重点的に支援する。

(2) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進

【再掲】第Ⅳ部第1章第5節6

(3) 着地型旅行商品の販売

「道の駅」が旅行者となり着地型旅行商品の販売を行うことにより、地域の総合観光窓口としての機能強化を図る。

(4) 「道の駅」における大学連携

【再掲】第Ⅳ部第2章第3節2

(5) 「道の駅」における情報提供等の推進

日本政府観光局(JNTO)認定の外国人観光案内所、地域の特産品が購入できる免税店、無料公衆無線LANなど、訪日外国人旅行者のニーズが高いサービスを提供する「道の駅」を拡大するとともに、道路情報の提供やインバウンドも含めた観光案内を充実するため、無料公衆無線LANを活用した道路情報提供システム(道の駅SPOT)の整備を進めていく。

また、「道の駅」を地域の歴史・文化、地域資源を発信する「ローカルクールジャパン・ショーケース」として活用し、地域の海外発信の拠点とする取組を推進する。

7 道路の整備等

高規格幹線道路をはじめとする幹線道路ネットワークの整備を促進し、観光旅行者の来訪の促進や利便性の向上を図る。なお、2016年度(平成28年度)には、東九州自動車道(椎田南～豊前)などの開通を予定している。

また、既存の高速道路を有効活用し、地域経済の活性化や渋滞の軽減等に寄与することを目的とした「スマートインターチェンジ(ETC専用インターチェンジ)」を引き続き整備する。

近畿圏の料金体系については、ネットワーク整備の進展に合わせて、地域固有の課題等について整理した上で、検討を進める。

8 高速バス情報プラットフォームの構築

前年度に整理した課題を踏まえ、2016年度(平成28年度)中に高速バスに関する情報プラットフォームの構築を目指す。

9 高速バスの外国人旅行者向けフリーパスの普及拡充

2015年度(平成27年度)の「国内観光の振興・国際観光の拡大に向けた高速バス・LCC等の利用促進協議会」での検討を踏まえ、引き続き関係者間で高速バスのフリーパスの普及拡充が進むよう検討を行う。

第10節 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進

1 複数空港の一体運営の推進

地方空港のゲートウェイ機能を強化し、広域的な観光振興を図るため、北海道において、複数空港の一体運営(コンセッション等)を推進する。

2 地方空港の着陸料軽減

地方空港への国際線就航を促進し、「地方イン・地方アウト」の流れをつくるため、地域が実施する国際線誘致等の取組と協調して、地方空港の国際線の着陸料を軽減する。

3 首都圏空港の容量拡大

首都圏空港の機能強化に向けて、羽田空港の飛行経路の見直し等について、2016年(平成28年)夏までに環境影響等に配慮した方策を策定するなど、2020年(平成32年)までの空港処理能力約8万回の拡大について最優先に取り組む。また、2020年(平成32年)以降については、成田空港の抜本的な容量拡大などの機能強化方策の具体化に向けて、引き続き、関係地方自治体等と検討を進める。

4 首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善

羽田空港においては、ビジネスジェットの運航希望に対して、発着枠・駐機スポット不足を原因とする運航不成立が多く発生していたことから、2016年(平成28年)4月に、ビジネスジェット用の発着枠の拡大や、発着枠内の優先順位の引上げ等を実施し、併せて、駐機可能機数の増加を図るため、個々のスポットの稼働率を高めるための駐機可能期間の短縮を実施した。今後は、羽田空港においては、駐機可能スポットの増設を行うとともに、成田空港における受入環境改善の検討を進める。さらに、羽田・成田両空港の連携による更なる受入れを図る。

5 地方空港のLCC・チャーター便の受入促進

(1) 操縦士・整備士の養成・確保

LCC等の更なる就航において、人材の不足がボトルネックとならないよう、産官学の関係者で連携しつつ、操縦士自社養成の促進、民間操縦士養成機関の供給能力拡充、航空大学校における着実な操縦士養成の実施や、ポータルサイト等の情報発信ツールの充実による航空を志望する若年者の裾野拡大等、操縦士・整備士の養成・確保のための対策を実施する。

(2) 空港における地上取扱業務実施体制の拡充支援

空港における地上取扱業務実施体制の拡充を支援するため、2016年度(平成28年度)中に、安全確保を前提としつつ、空港内の車両運転許可の条件としている講習・試験のあり方や、牽引免許などの現行の運転資格要件の見直しを図るとともに、空港制限区域内立入りの際のランプパス⁶⁶申

⁶⁶ ランプパスとはとは、空港管理者が交付する空港制限区域(滑走路、誘導路、エプロン等)への立入承認証のことをいう。

請手続きの効率化等、ランプパスの取扱いについて関係者間で協議を進める。

(3) 出入国審査に係る人的・物的体制の整備

【再掲】第Ⅳ部第3章第1節3

(4) 地方空港を発着する国際包括旅行チャーター便に係る規制緩和

地方空港を発着する国際包括旅行チャーター便の個札販売に係る規制緩和を行うため、速やかに関係通達の改正を行う。

(5) 新千歳空港の発着枠の拡大

北海道への一層の観光客誘致を図るため、北海道の玄関である新千歳空港について、2017年(平成29年)3月下旬からの夏ダイヤより、1時間当たりの発着枠を32回から42回へ拡大するほか、2016年(平成28年)10月下旬からの冬ダイヤより、国際線航空便の発着枠を月曜日から木曜日の12時から17時、金曜日の12時以降、土曜日・日曜日の全日に大幅に拡大する。

6 コンセッション空港等における到着時免税店制度の研究・検討

コンセッション空港等における到着時免税店制度の研究・検討を行う。

7 新規誘致に係る日本政府観光局(JNTO)の協働プロモーション支援

地方空港や地方自治体と連携しながら、初の日本開催となる「Routes Asia⁶⁷ 2017」等の場において、海外の航空会社に対し、新規就航や増便を積極的に働きかける。また、地方空港や地方自治体が発着枠を誘致するに際し、インセンティブとして日本政府観光局(JNTO)が協働でプロモーションによる支援を行う。

8 LCCターミナル等の整備

関西空港について、第1ターミナルの入国審査場の拡張等や新たなLCC専用ターミナルの整備(2016年度(平成28年度)供用開始予定)を実施する。

中部空港について、LCCの拠点化を推進するため、LCC専用ターミナルの整備(2019年度(平成31年度)供用開始予定)に着手する。

那覇空港及び福岡空港の滑走路増設事業、並びに両空港や新千歳空港等のターミナル地域の機能強化等を行い、地域の拠点空港等の機能強化を図る。

9 高速バス・LCC等の利用促進

高速バス・LCC等に関する情報プラットフォームの構築に加え、LCC拠点空港を軸としたイメージプロモーション等に協議会構成員が中心となって官民一体となって取り組み、高速バス・LCC等の国内外への認知度向上を図り、国内観光の振興及び国際観光の拡大に努める。

10 海外LCC企業等の日本進出支援

【再掲】第Ⅳ部第2章第4節6

⁶⁷ Routes Asia(アジア地域国際航空路線振興フォーラム)とは、アジアを中心とした航空ビジネス関係者が一同に会する航空業界専門見本市・商談会のことをいう。

11 首都圏空港アクセスの利便性向上

羽田空港について、空港アクセスバスの路線数の拡大や深夜便の運行本数の増便等に関して多言語でパンフレットを作成し、情報提供を行うこと等により、利用者への周知を図る。成田空港について、訪日外国人旅行者が空港から都心へのアクセス中に鉄道駅や高速バス車内で利用可能なWi-Fiに関するPRを行う。

12 コンセッション方式等の活用の推進

インバウンドの拡大等による大幅な需要拡大が期待される空港、港湾、観光等の成長分野において積極的にコンセッション方式を活用し、施設のポテンシャルを最大限活かすことにより、地域における成長の起爆剤とする。また、公共施設にコンセッション方式を活用することにより、観光資源の開発や利用者の満足度向上を図り、コストセンターからプロフィットセンターへの転換を視野に入れた取組を推進する。

第11節 クルーズ船受入の更なる拡充

1 世界的なクルーズ市場の実現に向けた取組

(1) クルーズ船寄港の「お断りゼロ」の実現

クルーズ船の寄港増加や大型化に対応するため、既存施設を活用しつつ、岸壁の係船柱や防舷材の整備やドルフィン⁶⁸・栈橋等の整備を推進するとともに、寄港地を探しているクルーズ船社と、クルーズ船を受け入れたい港湾管理者（地方公共団体）との間の、需要と供給の「マッチング」サービスを国（国土交通省港湾局）において開始し、利用可能な岸壁をクルーズ船社に紹介するなどの取組を行い、クルーズ船寄港の「お断りゼロ」を実現し、我が国へのクルーズ船の寄港を促進する。

(2) 世界に誇る国際クルーズの拠点形成

クルーズ船の寄港増加や大型化に対応するため、既存施設を活用しつつ、岸壁の係船柱や防舷材の整備やドルフィン・栈橋等の整備を推進するとともに、民間による創意・工夫が盛りこまれた旅客ターミナルビルの整備を無利子貸付制度で支援し、CIQエリアや商業機能等を備えた国際クルーズ拠点を形成する。

(3) 国内クルーズ周遊ルートの開拓及びラグジュアリークルーズ商品の造成の促進

フライ&クルーズ⁶⁹等による訪日外国人旅行者の増加を図るため、日本が世界に誇る海洋観光資源や日本独自の伝統文化を海外に対してプロモーションするほか、ラグジュアリークルーズ商品の造成を促進する。

(4) クルーズ旅客による地域産品の消費拡大

クルーズ埠頭における臨時の免税店届出制度の活用促進等のための港湾管理者向けガイドラインの作成、「みなとオアシス」における農水産品等の販売環境の改善等により、クルーズ旅客による地域産品の消費を拡大する。

⁶⁸ ドルフィンとは、海域に独立して設けられた柱状構造物で、陸岸から離れたところに設けて、係留施設として利用するものをいう。

⁶⁹ フライ&クルーズとは、飛行機（フライ）と船（クルーズ）を組み合わせる旅行のことをいう。

(5) クルーズ船の受入環境の向上

「全国クルーズ活性化会議」における知見の共有や、旅客船ターミナルにおけるユニバーサルデザインへの対応、港湾管理者が指定する港湾協力団体によるクルーズ船歓迎イベントや清掃活動等により、クルーズ船の受入環境の向上を推進する。

(6) 寄港地の全国展開に向けたプロモーション

クルーズ船の寄港地を全国津々浦々に広めるため、これまで寄港実績の少ない東日本の港を中心として、「全国クルーズ活性化会議」との連携の下、港湾管理者及び地方自治体の商談会等を実施する等、港湾と観光が一体となったプロモーションを展開する。

日本の特色を活かした訪日クルーズ商品のASEAN市場への展開を図るため、ASEAN諸国(タイ、シンガポール等)において、現地旅行会社を対象としたセミナーを開催し、情報発信・プロモーションを強化する。

2 地域密着型のクルーズ観光振興

「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」を活用し、クルーズ船による外国人観光客を対象に、地域の観光施設や地元商店街等への訪問を盛り込んだ地域密着型の旅行商品の造成を支援する。

3 ウェブサイトを通じた情報発信

我が国へのクルーズ船の寄港促進を図るため、クルーズ船社が寄港スケジュールの立案に必要な港湾施設の諸元や寄港地周辺の観光情報について、引き続き充実を図り発信する。

4 日本の魅力を活かした船旅の活性化と瀬戸内海での取組

船旅活性化協議会において検討しているテーマについて、具体的かつ魅力的な商品となるようブラッシュアップして事業化を加速させるとともに、効果的な情報発信の方策についても検討する。

また、「瀬戸内・海の路ネットワーク推進協議会」と連携し、瀬戸内の豊かな自然環境や歴史的な地域文化の保全・継承、瀬戸内ブランドの価値の向上など地域活性化につながる取組に対し積極的な支援を行い、瀬戸内地域全体の魅力を高めるとともに魅力を発信する。

5 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた舟運の活性化

「水のまち東京における舟運活性化に関する関係者連絡会」の場で作成を予定している東京ベイエリアにおける共通の航路マップを周知・PRするとともに、エリア全体での楽しみ方とセットになる情報発信を図るため、東京都が独自に行うPR施策との連携を検討する。

第12節 公共交通利用環境の革新

1 訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けた取組

(1) 主要な公共交通機関の海外インターネット予約の可能化

全ての新幹線において外国語によるインターネット予約を可能とすべく、JR各社との推進体制を整備する。

海外からの予約が可能な高速バスの情報発信を強化すべく、外国人向け高速バス予約ポータルサイトを構築するため、2016年度(平成28年度)中に関係者間で調整を進める。

(2) 全国の公共交通機関を網羅した経路検索に係る協議

全国の公共交通機関を網羅した経路検索を外国語対応を含め可能にするため、2016年度(平成28年度)中に関係者間で調整を進める。

(3) 都市交通ナンバリングの充実

2016年度(平成28年度)末までに、JRも含めた東京23区内の鉄道駅のナンバリングを完成する。

訪日外国人旅行者にも路線バスを利用しやすくするため、大都市バス路線におけるアルファベット・数字表記等のナンバリングの実施に向け、関係団体や事業者との調整を進める。

(4) 世界水準のタクシーサービスの充実

a) 多言語翻訳機の搭載やスマホアプリによる配車等の導入促進

タクシー車両への多言語翻訳機の搭載やスマホアプリによる配車等により、訪日外国人旅行者にとって利用しやすいタクシーサービスを実現する。

b) 観光客のニーズに応じたタクシー運賃・料金設定の実現

2016年度(平成28年度)中に、タクシー初乗運賃の割高感解消に向けた実証実験(初乗運賃の短縮・引下げの試験的導入)を行うとともに、観光ガイドサービスや高級車等の車種指定等のサービスに対する料金設定を促すことにより、観光客のニーズに応じたタクシーの運賃・料金設定の実現を図る。

c) ユニバーサルデザインタクシー等の導入促進

バス・タクシーのバリアフリー車両の導入促進のために必要な支援を行う。特に導入が遅れている空港アクセスバス(リフト付きバス等)及びUD(ユニバーサルデザイン)タクシーについて、重点的に支援を行う。

d) プライベートリムジンの導入に向けた検討

富裕層をはじめとする旅行者の国内における柔軟な移動へのニーズについて調査を実施する等、個人旅行者等を対象とするハイヤーサービス(「プライベートリムジン」)の導入に向けた検討を進める。

2 手ぶら観光の推進

2020年(平成32年)までに手ぶら観光カウンターを全主要交通結節点に設置し、手ぶら観光の基幹ネットワークの形成を図るため、2016年度(平成28年度)末までに現行のカウンター数(80程度)を倍増させる。

国土交通省・日本政府観光局(JNTO)が連携し、ホームページやSNS等を利用した情報発信を行い、手ぶら観光のPRを行う。

2020年(平成32年)までの国際手ぶら観光サービスの実現に向け、2016年度(平成28年度)中に実証実験を行う。

3 相互利用可能な交通系ICカードの普及促進

2020年(平成32年度)までに、相互利用可能な交通系ICカードを利用できない都道府県をゼロにするため、2015年度(平成27年度)に「交通系ICカードの普及・利便性拡大に向けた検討会」で取

りまとめた結果について全国の関係事業者等へ周知するとともに、地域での取組の後押しを行う。

4 安全対策を前提とした貸切バスの利用促進

(1) 貸切バス事業者の営業区域の弾力化措置に係る検討

訪日外国人旅行者の更なる増加に対応するとともに、バス事業者が安全対策に取り組むインセンティブを与えるため、自主的に安全対策に取り組んだ貸切バス事業者に限って、その営業区域を地方ブロック単位及び営業所所在の隣接県まで拡大する弾力化措置を2016年(平成28年)9月まで実施するとしているところであるが、2016年(平成28年)1月15日に発生した軽井沢スキーバス事故を契機とした再発防止策検討との関係に留意しつつ、弾力化措置の恒久化も含め、今後の対応方針を検討する。

(2) 軽井沢スキーバス事故を踏まえた徹底的な再発防止策の検討・実施

2016年(平成28年)1月に軽井沢スキーバス事故が発生したことを踏まえ、規制緩和後の貸切バス事業者の大幅な増加と監査要員体制、人口減少・高齢化に伴うバス運転者の不足等の構造的な問題を踏まえつつ徹底的に再発防止策について検討し、結論の得られたものから速やかに実施する。

(3) 貸切バスによる路上混雑の解消

貸切バスによる路上混雑の解消を図るため、地方自治体、事業者等と連携して、地域の実情に即して、貸切バスに対するショットガン方式の実証実験の実施、マナー啓発など路上混雑緩和のための施策を実施する。

5 地方ブロックごとのきめ細かな受入環境整備

急増する訪日外国人旅行者を受け入れる体制を充実させるべく、国土交通省の地方の出先機関を中心に2015年(平成27年)3月に設置した地方ブロック別連絡会について、更なる勢いで増加する訪日外国人旅行者に、より一層の対応を図るべく、2016年(平成28年)末を目途に各地方ブロックにおいて取りまとめを行うとともに、「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」を活用し、課題解決を強力に図る。

6 バリアフリールート・所要時間検索システムの実現

バリアフリールート・車いす利用者の所要時間検索システムの実現を目指し、有識者、障害当事者、関係交通事業者等を委員とする検討会を速やかに設置し、2016年度(平成28年度)末までに対応方針を取りまとめる。

7 鉄道車両内における走行位置案内アプリによる情報提供の実現

外国人、視覚障害者、聴覚障害者向けに、音声や文字情報(多言語)による鉄道車両内での走行位置案内を行うスマートフォンアプリの導入実現に向けて、2016年度(平成28年度)末までに適用可能な技術の調査を実施し、早期の実現を目指す。

8 ハンドル形電動車いすの鉄道車両等への乗車要件の見直し

ハンドル形電動車いすの鉄道車両等への乗車要件の見直しを検討する検討会を2016年度(平成28年度)中に設置し、同年度末を目処に結論を得る。

9 美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入

公共交通機関の乗継ぎに係る乗車券の購入や観光施設等での入場券の支払は、訪日外国人旅行者にとって極めて煩雑であることから、旅行者利便の向上、移動の円滑化、費用の低廉化等を図るため、公共交通機関、美術館・博物館、観光施設等で相互利用可能な共通パスの導入に向けて検討を進める。特に、上野地区の文化施設間での共通パスポートの取組については、2016年度(平成28年度)も引き続き実施するとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の文化プログラム実施を見据えた検討を行う。

第13節 休暇改革

1 働き方・休み方改革の推進

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する「労働基準法」(昭和22年法律第49号)の改正案の早期成立を図る。

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など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行う。

地域において、関係労使、地方自治体、NPO等が協議会を設置し、地域のイベント等に合わせた計画的な年次有給休暇取得を企業、住民等に働きかけ、地域の休暇取得促進の気運を醸成する。

2 休暇取得の分散化等による観光需要の平準化

教育機関の柔軟な休業日の設定に合わせ、有休取得を年間3日増やすよう産業界に働きかけることで、平日の家族旅行を推進する。また、閑散期の需要創出に向けた経済的インセンティブについて、地域への経済効果や海外事例の調査を行う。

地域において家族で学ぶ機会の充実を図る観点から、更に各地で学校休業日の柔軟な設定等のための様々な取組が進むように教育委員会や学校等に対して一層の周知を図る。

教育機関の柔軟な休業日の設定に合わせ、年次有給休暇取得を年間3日増やすよう産業界に働きかけることで、平日の家族旅行を推進する。また、閑散期の需要創出に向けた経済的インセンティブについて、地域への経済効果や海外事例の調査を行う。

国家公務員について、学校休業日に合わせた年次休暇取得を促進する。

3 「海の日」を活用した観光需要拡大

国民の祝日「海の日」の意義の国民的理解を深めるとともに、祝日三連休制度を活かした観光需要の拡大を図るため、官民が協力して、フェリーを活用した周遊旅行など、海に親しむ旅行商品の充実を図るとともに、キャンペーンを推進する。

第14節 オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

1 「ユニバーサルデザイン2020」の取りまとめ

「Tokyo2020アクセシビリティ・ガイドライン」の考え方に沿った街づくりや心のバリアフリーを全国に展開することにより、国内外の障害者による我が国での旅行に対する潜在需要を取り込むとともに、高齢者や子育て世代も快適に旅行できる環境を整備することで消費活動を活性化するため、障害者団体等のヒアリングを重ね、障害者の意見を反映し、2016年(平成28年)8月を目途に中間取りまとめを行い、2016年(平成28年)内を目途に「ユニバーサルデザイン2020」として最終取

りまとめを行う。

2 ユニバーサルデザインの街づくり

(1) 道路におけるバリアフリー化の推進

全国の主要な鉄道駅や観光地周辺のバリアフリー化の状況を公表するとともに、地方自治体の積極的なバリアフリー化の取組を支援する。

アクセシブルルートに加え、競技会場と周辺の駅を結ぶ道路を国が重点整備区間として提示し、連続的・面的なバリアフリー化を推進する。

交通結節点整備に併せて、待ち合わせ空間等、利用しやすい道路空間の整備を推進する。

鉄道との結節点における自由通路等の歩行空間のバリアフリー化を重点支援する。

(2) 道路案内標識改善の推進

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、オリンピック・パラリンピック施設周辺エリア、主要な観光地、これらを結ぶ直轄国道等において、英語表記改善、路線番号の活用、ピクトグラム・反転文字の活用、通称名表記・文字サイズ拡大、歩行者系標識の充実等による道路案内標識の改善を推進する。

(3) 移動等円滑化基準等の改正の検討

インバウンド4,000万人時代に対応して、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」に基づく交通施設の義務化基準等（移動等円滑化基準・ガイドライン）の改正内容を議論する検討会を速やかに設置し、2016年度（平成28年度）末を目処に結論を得る。

(4) 多機能トイレの正しい利用の推進

多機能トイレに関する基準・ガイドラインの見直し内容を議論する検討会を立ち上げ、2016年度（平成28年度）末を目処に結論を得るとともに、多機能トイレの利用に係るマナー改善に向けたキャンペーンを実施し、正しい利用方法の周知・徹底を図る。

(5) 観光地のバリアフリー評価指標の普及

2016年度（平成28年度）において、2015年度に（平成27年）作成した観光地のバリアフリー評価指標を用いたモデル的な評価を実施し公表することにより、評価指標の普及を図り、全国の観光地における情報提供を促進する。

(6) 鉄道におけるバリアフリー化の推進

車いす利用時の待ち時間や、多数の車いす利用者が集中して鉄道車両に乗車しようとする際の対応など、車いす利用環境の改善について、関係者の意見を調整するための検討会を2016年度（平成28年度）中に立ち上げる。

アクセシブルルートに係る鉄軌道駅をはじめとするオリンピック・パラリンピック関連駅へのエレベーターの増設やホームドアの整備などのバリアフリー化を重点支援する。

(7) 自動車におけるバリアフリー化の推進

a) ユニバーサルデザインタクシー等の導入促進

【再掲】第Ⅳ部第3章第12節1(4)c

b) 図柄入りナンバープレート制度の活用

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会特別仕様ナンバープレートをはじめとした図柄入りナンバープレートの寄付金を活用し、UDタクシー、リフト付きの空港アクセスバス等の整備促進・利便性向上を図るため、2016年度(平成28年度)中に図柄入りナンバープレートの制度を取りまとめる。

(8) 旅客船におけるバリアフリー化の推進

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、船旅メジャールート(東京の舟運や瀬戸内海航路等)における先進的なバリアフリー化及び旅客船全体のバリアフリー化のため、2016年度(平成28年度)中にバリアフリー優良事例のPRと実効性を確認した上でのバリアフリー基準の見直しを行う。

全国の主要な旅客船ターミナルについて、旅客船の乗降口から公共バス・タクシー等の乗降場所までの連続的なバリアフリー化の対応状況を2016年度(平成28年度)中に点検し、その結果を踏まえバリアフリー化を促進する。

(9) 空港におけるバリアフリー化の推進

成田空港第1・第2ターミナル、羽田空港国際線ターミナルから競技会場までのバリアフリー状況の点検結果や今後策定される東京版アクセシビリティガイドライン等を踏まえ、旅客ターミナルビルの対応に関する数値目標を2016年度(平成28年度)中に設定するとともに、取組の方向性について決定する。

羽田空港国際線ターミナルにおいて、利用者利便の向上を図るため、UDタクシー及び一般タクシーの乗り場の再配置について、施設管理者及び交通事業者団体とともに検討し、検討結果を踏まえた整備を2016年度(平成28年度)中に完了する。

2012年ロンドンオリンピック・パラリンピック競技大会開催時のバリアフリーに関する取組事例の調査結果等を日本の空港ビル会社に共有するとともに、国土交通省航空局が定める空港のバリアフリーに関するガイドラインの改訂に向けた検討を行い、更なるバリアフリー化を促進する。

3 「心のバリアフリー」

学校における心のバリアフリー教育を実現するために、国土交通省と文部科学省が連携し、2016年度(平成28年度)中に学校教育用副教材を作成し、全国の小中学校への配布・活用を図る。

航空旅客ターミナルにおける「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」(平成25年法律第65号)(障害者差別解消法)に基づく障害者への不当な差別の禁止等に係る対応指針を2016年度(平成28年度)中に策定する。

ユニバーサルツーリズムの促進により、国内外の高齢者や障害者、乳幼児連れ等も安心して旅行できる環境を整備するため、地域においてバリア及びバリアフリー情報の収集・発信や移動支援、相談対応等を行う「バリアフリー旅行相談窓口」の開設や活動強化を支援し、全国各地における取組を拡大させる。

4 歩行者移動支援のための位置情報サービスの提供推進

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催を契機に、訪日外国人旅行者を含む誰もがストレスを感じずに移動・活動できる社会を実現するため、必要な技術開発を進めつつ、空港や競技場、主要駅・地下街等の屋内の電子地図・測位環境の整備・活用実証等を実施するとともに

に、歩行者移動支援に必要なデータのオープン化に取り組むなど、歩行者移動支援等の多様な位置情報サービス創出に向けた環境づくりを推進する。

5 障害者の芸術・文化活動支援

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、文化プログラムの一環として、障害者の芸術文化活動を推進し、国内外の障害者が創作した優れた作品の紹介等を通じて日本の魅力を高める。

資料編

資料 I 観光に関する各種データ

資料1 地域別の外国人旅行者受入れ数及び国際観光収入

(単位：上段(万人)、下段(百万米ドル))

年	区分	2013年			2014年		
		外国人観光客数 国際観光収入	対前年比	構成比	外国人観光客数 国際観光収入	対前年比	構成比
欧州		56,645	4.9%	52.1%	58,177	2.7%	51.4%
		491,718	8.2%	41.1%	508,897	3.5%	40.9%
米州		16,752	3.1%	15.4%	18,097	8.0%	16.0%
		264,165	5.9%	22.1%	273,996	3.7%	22.0%
アジア太平洋地域		24,978	6.8%	23.0%	26,331	5.4%	23.2%
		360,725	9.5%	30.1%	376,815	4.5%	30.3%
アフリカ		5,437	4.7%	5.0%	5,568	2.4%	4.9%
		35,493	2.1%	3.0%	36,432	2.6%	2.9%
中東		4,844	-3.1%	4.5%	5,104	5.4%	4.5%
		45,238	-5.3%	3.8%	49,303	9.0%	4.0%
計		108,656	4.6%	100.0%	113,276	4.3%	100.0%
		1,197,339	7.3%	100.0%	1,245,443	4.0%	100.0%

資料：UNWTO(国連世界観光機関)「Tourism Highlights 2015」に基づき観光庁作成

資料2 国際旅行収支の状況(2014年(平成26年))

(単位：百万米ドル)

	収入	支出	収支
米国	177,200	110,800	66,400
スペイン	65,200	18,200	47,000
タイ	38,400	7,000	31,400
イタリア	45,500	28,800	16,700
香港	38,400	22,000	16,400
マレーシア	22,600	12,400	10,200
オーストリア	20,600	10,800	9,800
フランス	55,400	47,800	7,600
メキシコ	16,300	9,700	6,600
豪州	32,000	26,300	5,700
インド	19,700	14,600	5,100
インドネシア	10,300	7,700	2,600
ポーランド	10,900	8,900	2,000
スイス	17,400	16,600	800
台湾	14,600	14,000	600
日本	18,900	19,300	-400
シンガポール	19,200	23,900	-4,700
韓国	18,100	23,500	-5,400
スウェーデン	12,700	18,500	-5,800
アラブ首長国連邦	(11,600)	(17,700)	-6,100
オランダ	14,700	21,400	-6,700
ベルギー	14,300	23,800	-9,500
英国	45,900	56,900	-11,000
サウジアラビア	8,200	24,100	-15,900
カナダ	17,400	33,800	-16,400
ブラジル	6,800	25,600	-18,800
ロシア	11,800	50,400	-38,600
ドイツ	43,300	92,200	-48,900
中国	56,900	164,900	-108,000

資料：日本政府観光局(JNTO)資料(出典：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局)に基づき観光庁作成

注1：アラブ首長国連邦は2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を利用した。

資料3 日本の国際観光収支の推移

(単位：億円)

区分		年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
国際観光収支 (旅客輸送を含まない)	受取		10,991	11,185	9,642	11,586	8,752	11,630	14,767	19,974	30,240
	支払		31,189	28,818	23,529	24,461	21,716	22,247	21,312	20,419	19,334
	収支		△20,199	△17,633	△13,885	△12,875	△12,964	△10,619	△6,545	△443	10,905
国際観光収支 (旅客輸送を含む)	受取		14,610	14,253	11,704	13,462	9,977	12,923	16,501	22,067	33,047
	支払		43,844	40,274	32,490	34,390	31,671	32,660	31,452	30,235	28,043
	収支		△29,233	△26,020	△20,784	△20,930	△21,698	△19,742	△14,953	△8,167	5,003
貿易収支	受取		674,030	733,073	468,191	559,429	643,413	672,562	776,497	845,401	758,940
	支払		797,254	773,350	508,571	639,219	627,248	614,421	669,791	740,747	752,654
	収支		123,225	40,277	40,378	79,788	△16,165	△58,142	△106,707	△104,652	△6,289

資料：財務省資料に基づき観光庁作成

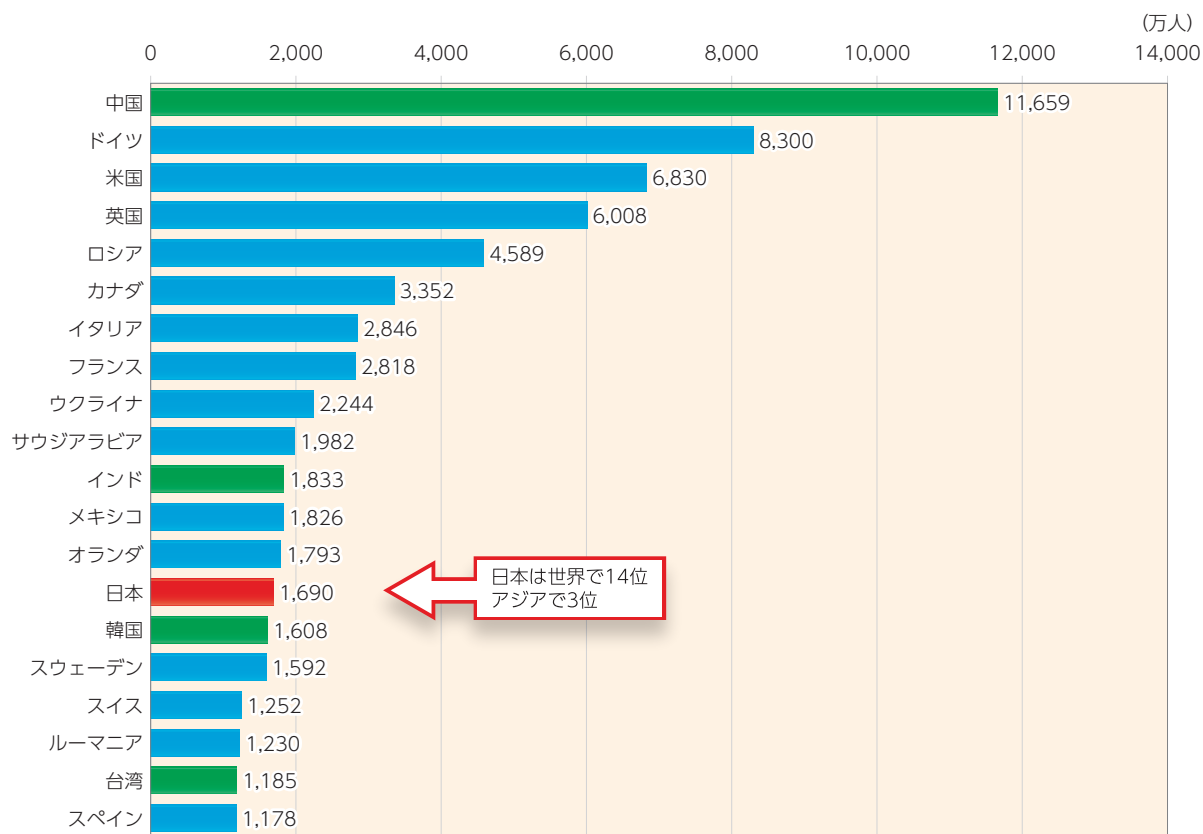
注1：「国際観光収支」は、以下の定義に基づき観光庁で集計した。

「国際観光収支(旅客輸送を含まない)」は国際収支統計の旅行収支をいい、「国際観光収支(旅客輸送を含む)」は上記の旅行収支に輸送収支のうち旅客輸送に係るサービスの収支を合算したもの。

注2：△印は赤字を示す。

注3：2015年(平成27年)の数値は速報値。

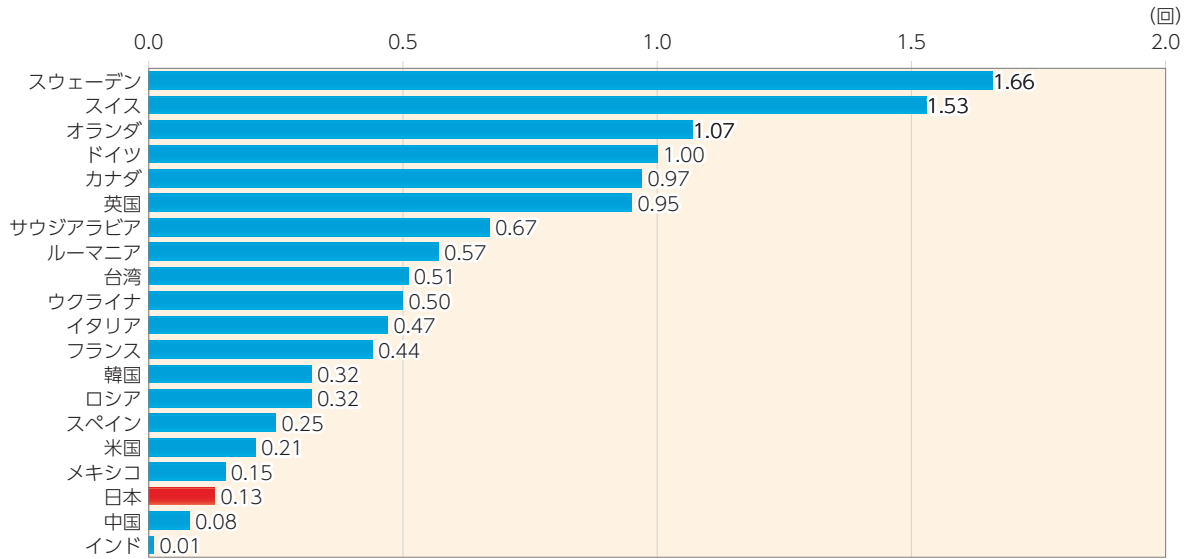
資料4 海外旅行者数ランキング(2014年(平成26年))



注1：世界観光機関(UNWTO)「Compendium of Tourism Statistics Data 2010-2014 2016Edition」に基づき観光庁作成。

注2：スウェーデンは、2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を利用した。

資料5 海外旅行者数上位20カ国の国民1人当たり海外旅行回数(2014年(平成26年))



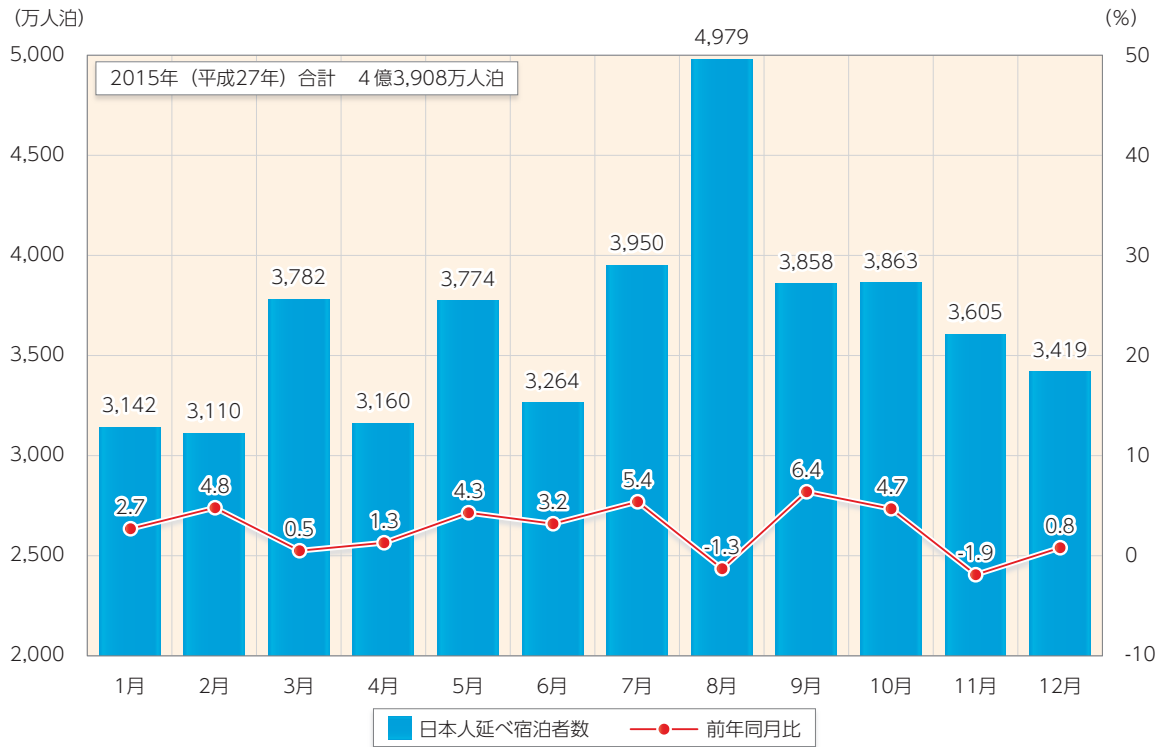
注1) UNWTO(世界観光機関)「Compendium of Tourism Statistics Data 2010 - 2014 2016 Edition」、国連人口基金「世界人口白書 2014」、日本政府観光局「訪日旅行データハンドブック 2015」に基づき観光庁作成。
 注2) 各国の海外旅行者数を各国の人口で除して算出した。
 注3) スウェーデンは、2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を利用した。

資料6 アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議(2014年(平成26年))

2014年 アジア大洋州・中東地域順位	2014年 世界順位	都市	2014年 開催件数
1位	7位	シンガポール	142件
2位	14位	北京	104件
3位	15位	ソウル	99件
4位	16位	香港	98件
5位	20位	台北	92件
6位	22位	東京	90件
7位	25位	シドニー	82件
8位	28位	クアラルンプール	79件
9位	29位	バンコク	73件
		上海	73件
11位	37位	メルボルン	61件
12位	44位	ドバイ	56件
13位	54位	京都	47件
14位	58位	済州	41件
15位	66位	パリ	38件
16位	67位	ブリズベン	37件
17位	69位	釜山	35件
		ニューデリー	35件
26位	125位	札幌	19件
30位	134位	横浜	18件
34位	152位	奈良	16件
		沖縄	16件
38位	164位	福岡	15件
		神戸	15件
47位	208位	名古屋	11件
49位	222位	大阪	10件

資料：ICCA(国際会議協会)統計に基づき観光庁作成

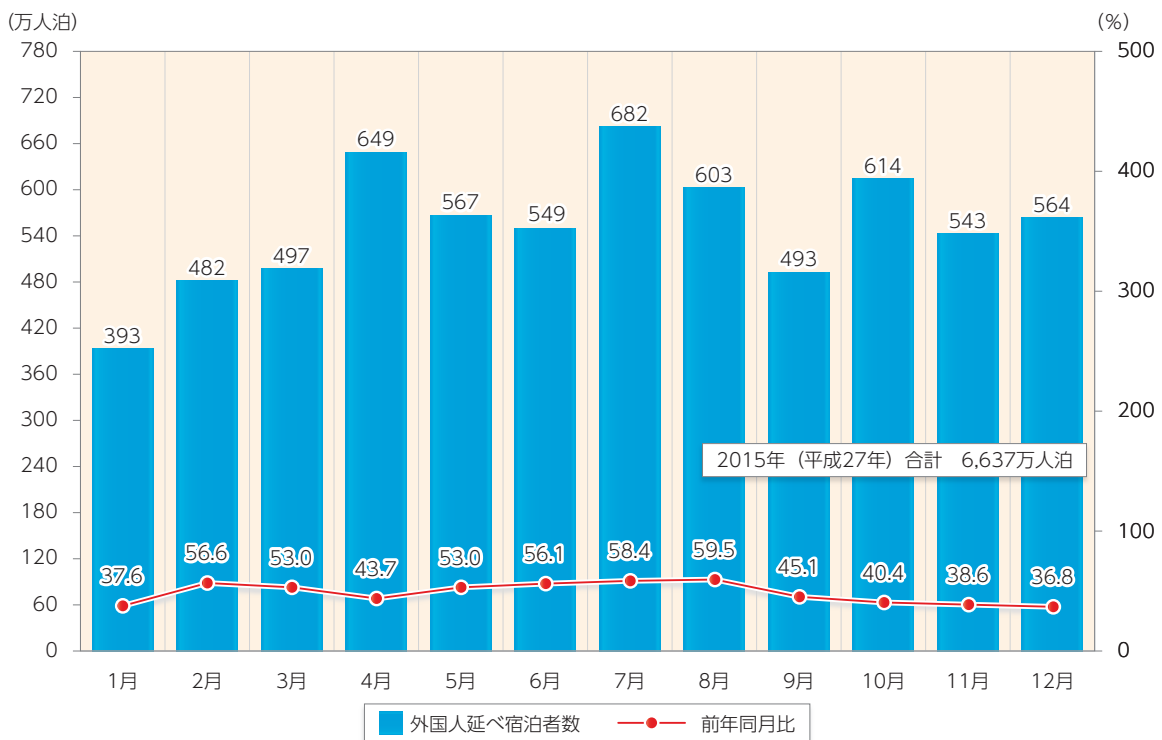
資料7 日本人延べ宿泊者数の月別推移 (2015年 (平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年 (平成27年) の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料8 外国人延べ宿泊者数の月別推移 (2015年 (平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注2：2015年 (平成27年) の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料9 都道府県別の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数・宿泊施設の定員稼働率、客室稼働率(2015年(平成27年))

	延べ宿泊者数 (万人泊)	外国人延べ宿泊者数 (万人泊)	定員稼働率 (%)	客室稼働率 (%)
全国	50,545	6,637	40.0%	60.5%
北海道	3,217	548	42.8%	61.5%
青森県	502	12	33.7%	50.4%
岩手県	610	11	30.3%	52.5%
宮城県	1,088	19	43.5%	62.2%
秋田県	320	5	25.4%	44.0%
山形県	590	7	26.0%	48.4%
福島県	1,115	5	31.0%	52.5%
茨城県	580	20	33.3%	51.8%
栃木県	1,017	20	29.9%	47.6%
群馬県	907	16	33.3%	50.7%
埼玉県	436	16	45.8%	66.3%
千葉県	2,246	348	53.6%	70.7%
東京都	5,955	1,778	69.0%	82.3%
神奈川県	1,896	217	49.6%	66.7%
新潟県	1,131	26	24.2%	43.7%
富山県	398	20	31.7%	55.3%
石川県	852	51	40.0%	64.9%
福井県	423	6	26.5%	43.2%
山梨県	854	131	26.3%	48.3%
長野県	1,883	96	21.4%	35.7%
岐阜県	669	92	31.2%	50.2%
静岡県	2,264	176	35.4%	54.9%
愛知県	1,669	225	52.5%	70.9%
三重県	981	38	32.8%	49.9%
滋賀県	541	46	36.9%	60.5%
京都府	1,874	481	52.4%	71.4%
大阪府	3,090	934	76.9%	85.2%
兵庫県	1,416	119	37.6%	58.9%
奈良県	262	28	26.7%	46.3%
和歌山県	484	43	29.3%	47.7%
鳥取県	294	10	28.9%	51.1%
島根県	321	4	31.2%	54.4%
岡山県	542	18	35.4%	57.0%
広島県	932	74	43.3%	65.5%
山口県	417	9	39.1%	58.3%
徳島県	224	6	26.6%	47.9%
香川県	425	22	37.0%	55.6%
愛媛県	357	11	32.5%	53.5%
高知県	289	7	26.8%	48.0%
福岡県	1,622	238	50.2%	68.7%
佐賀県	315	20	35.1%	56.4%
長崎県	818	84	40.4%	59.9%
熊本県	748	74	34.1%	55.5%
大分県	698	68	38.7%	53.6%
宮崎県	398	23	33.9%	53.0%
鹿児島県	787	42	36.0%	52.4%
沖縄県	2,089	392	51.8%	67.7%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注2：「外国人」には国・地域(出身地)不詳を含む。

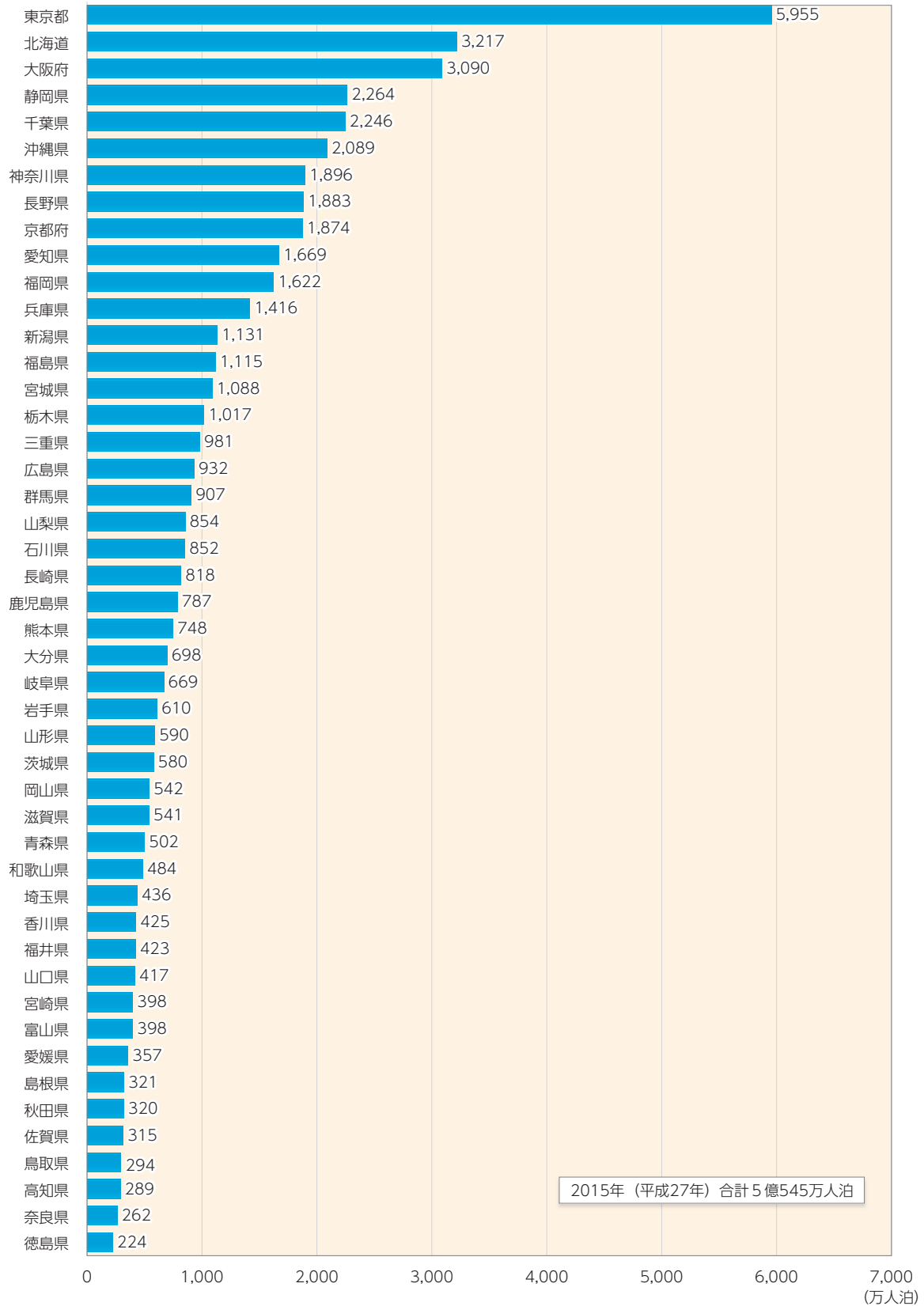
注3：定員稼働率とは、総客室定員数に対する宿泊者数の割合を計算したものであり、例えば、定員2名の客室に1名が宿泊した場合、定員稼働率は50%となる。

注4：客室稼働率とは、総客室数に対する利用客室数の割合を計算したものであり、例えば、総客室数2室のうち1室を利用した場合、客室稼働率は50%となる。

注5：本表において、延べ宿泊者数は外国人の延べ宿泊者数を含む。

注6：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

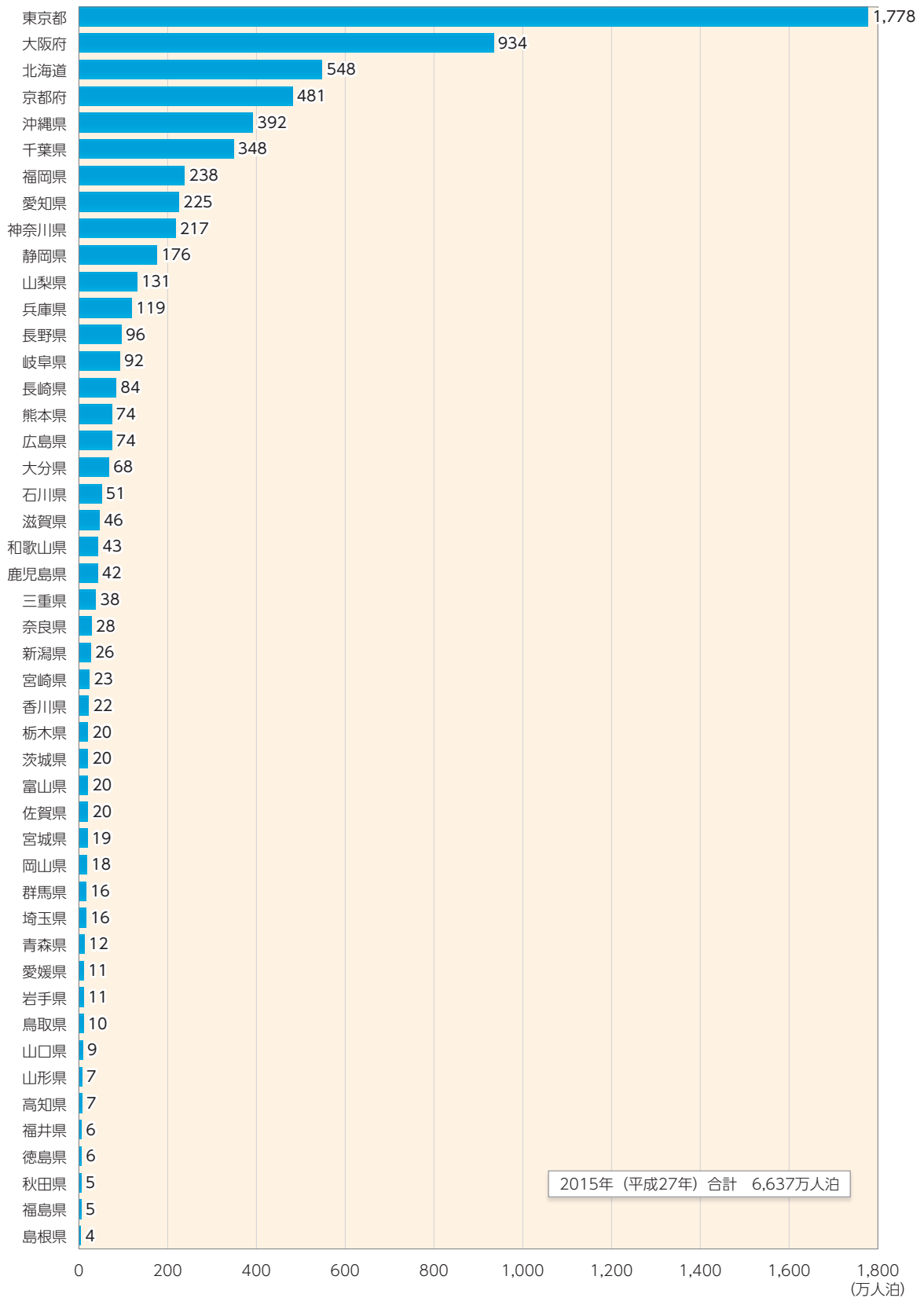
資料10 都道府県別延べ宿泊者数(2015年(平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料11 都道府県別外国人延べ宿泊者数 (2015年 (平成27年))

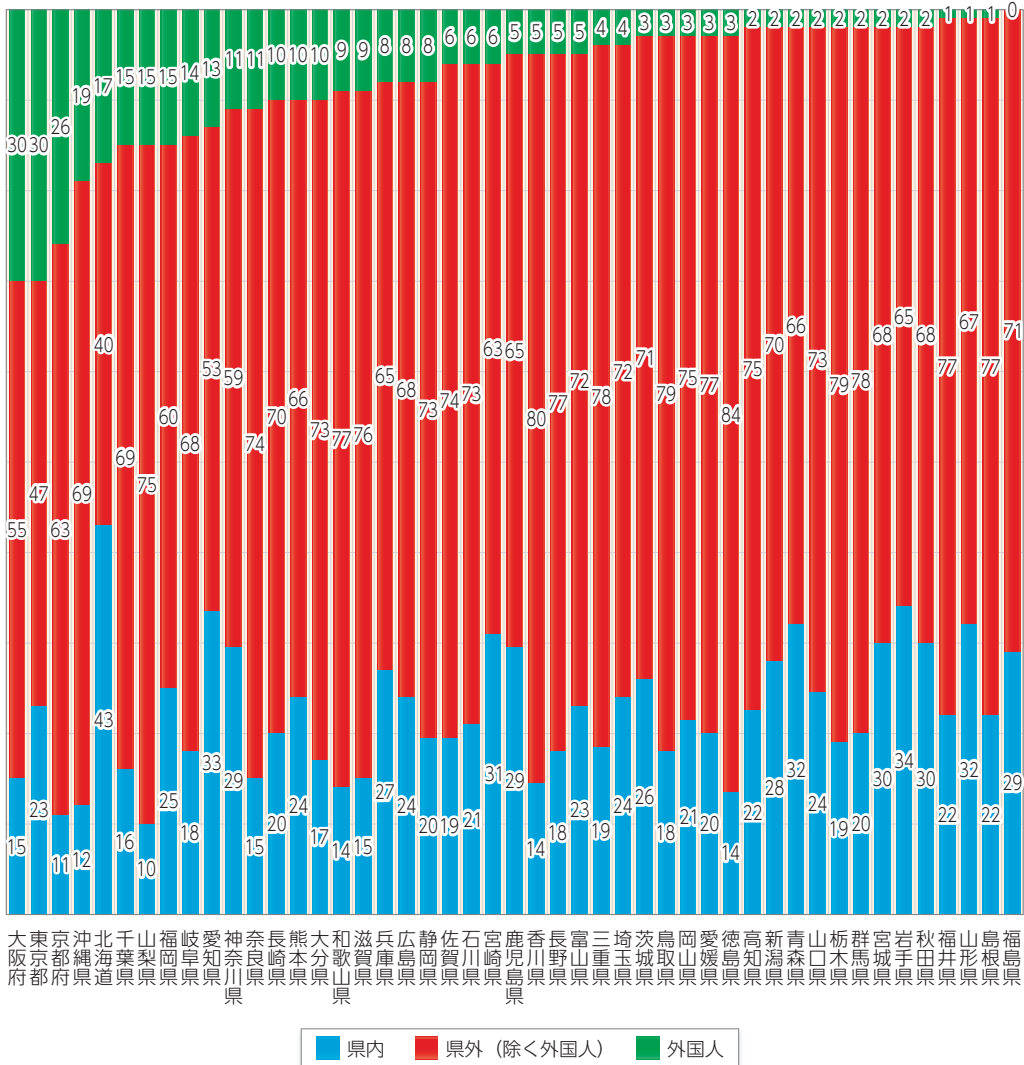


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注2：2015年 (平成27年) の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料12 都道府県別の延べ宿泊者数の構成 (2015年(平成27年))



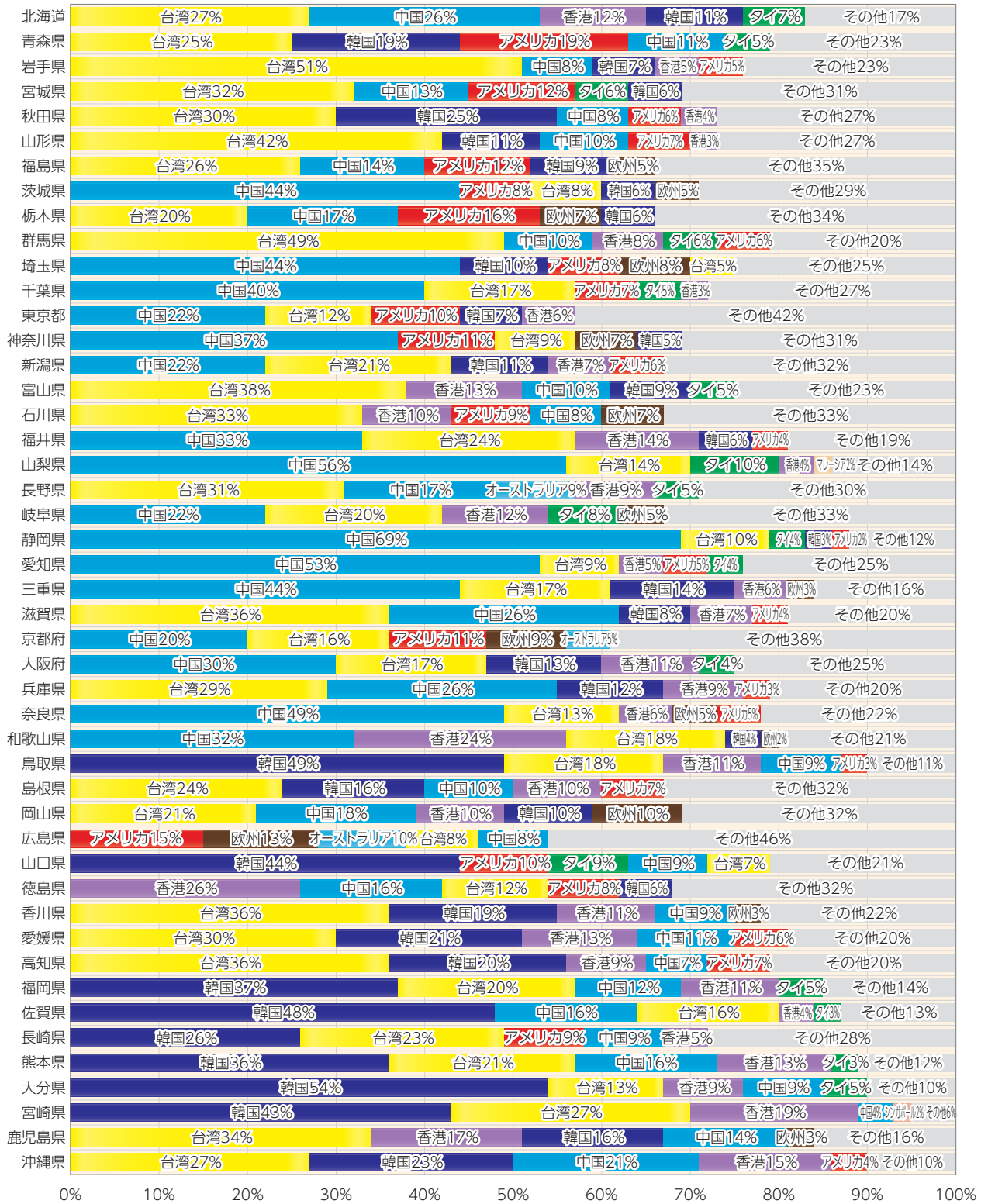
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：構成比の算出に当たって、日本人宿泊者数のうち、県内・県外別の不詳分は、県内・県外別の比率で按分し、各々に割り振った。

注2：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注3：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料13 都道府県別の外国人延べ宿泊者数の構成 (2015年(平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

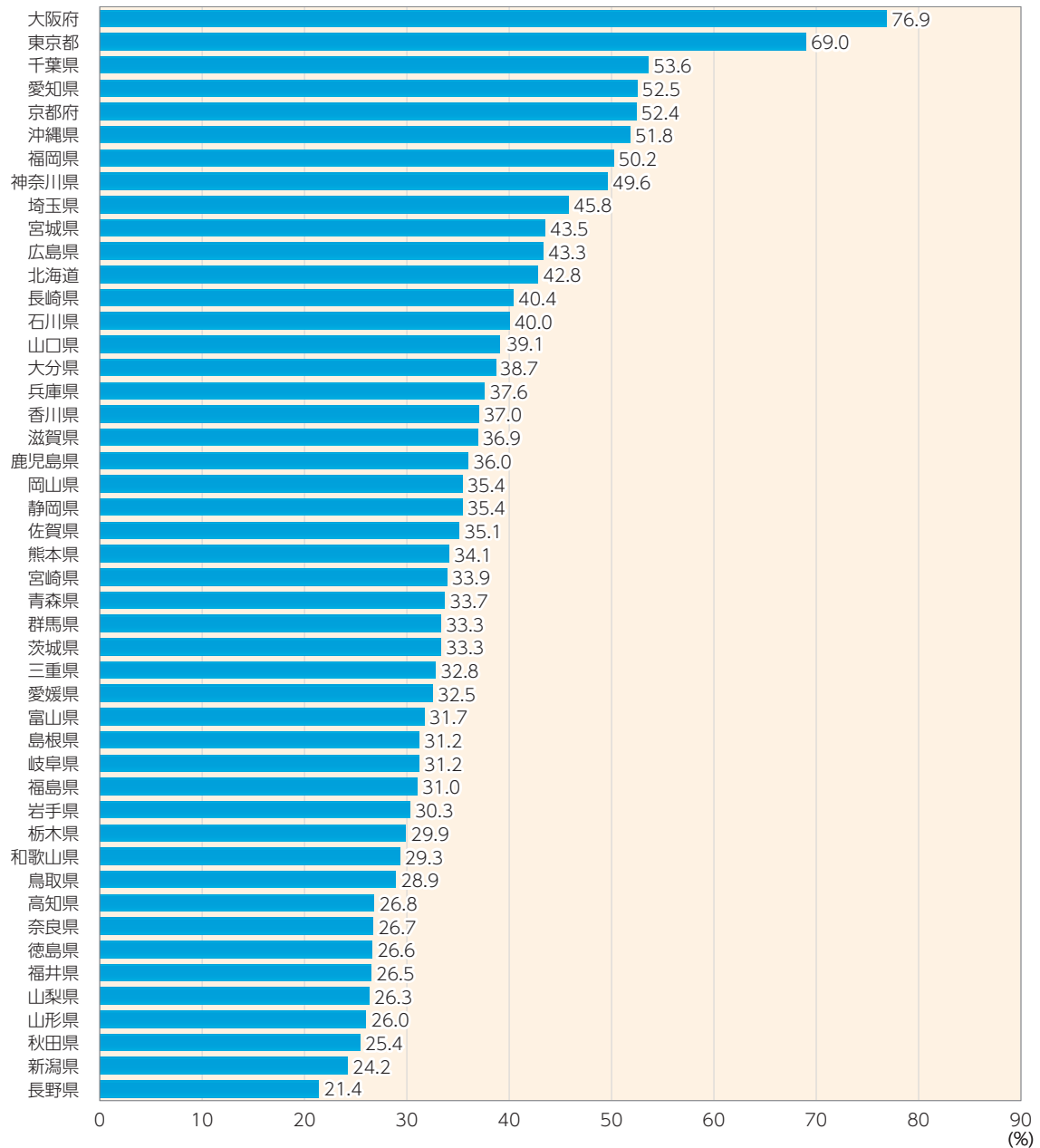
注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注2：欧州はドイツ・英国・フランスの3カ国

注3：従業者数10人以上の施設に対する調査から作成。

注4：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料15 都道府県別宿泊施設の定員稼働率(2015年(平成27年))

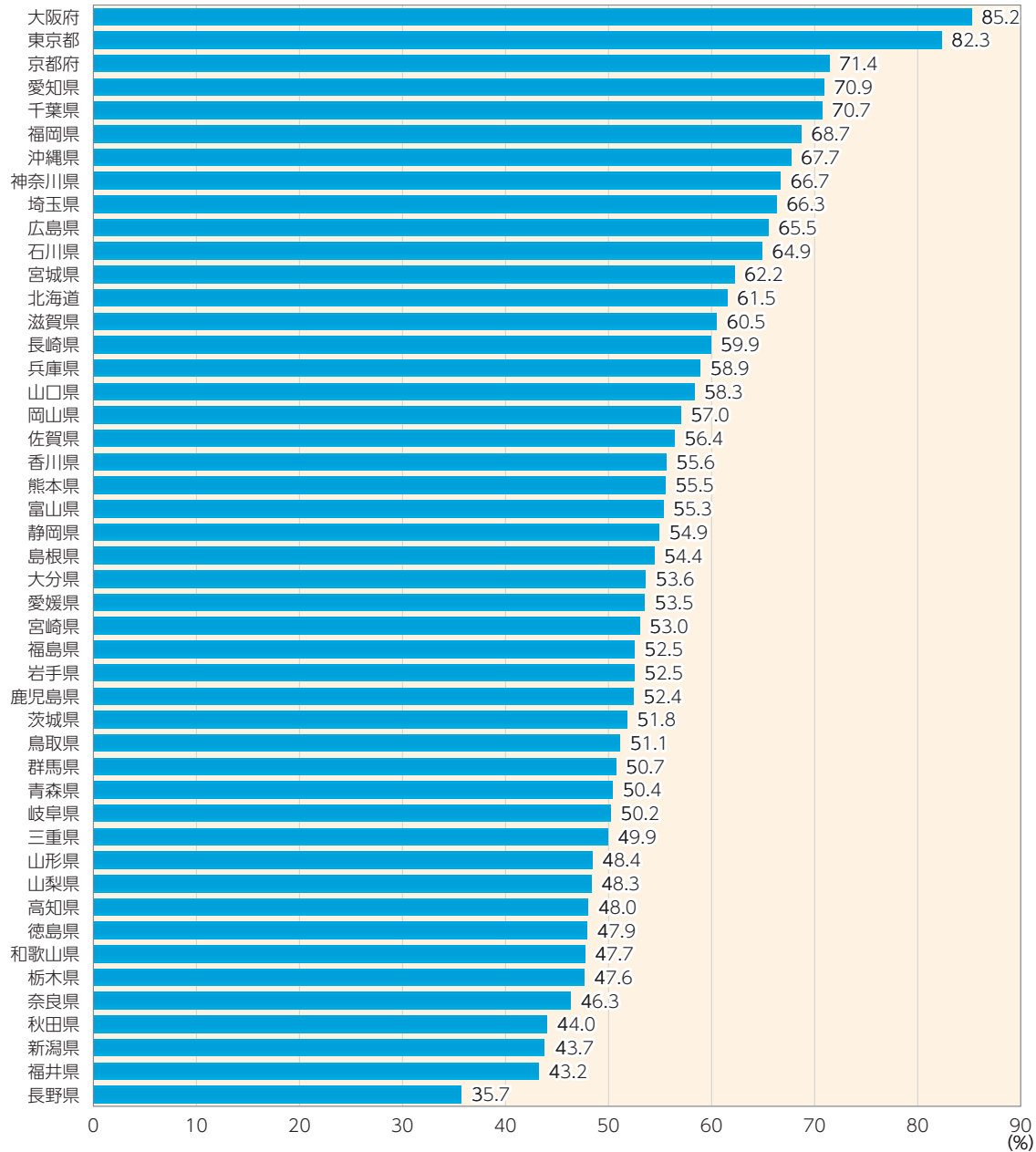


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：定員稼働率とは、総客室定員数に対する宿泊者数の割合を計算したものであり、例えば、定員2名の客室に1名が宿泊した場合、定員稼働率は50%となる。

注2：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料16 都道府県別宿泊施設の客室稼働率 (2015年(平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：客室稼働率とは、総客室数に対する利用客室数の割合を計算したものであり、例えば、総客室数2室のうち1室を利用した場合、客室稼働率は50%となる。

注2：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料17 都道府県別の実宿泊者数・1人当たり平均宿泊数・外国人実宿泊者数・外国人1人当たり平均宿泊者数(2015年(平成27年))

	実宿泊者数(人)	1人当たり平均宿泊数	外国人実宿泊者数(人)	外国人1人当たり平均宿泊数
総数	379,510,060	1.33	42,664,140	1.56
北海道	24,238,970	1.33	4,013,800	1.37
青森県	3,947,080	1.27	84,170	1.38
岩手県	4,561,700	1.34	78,200	1.35
宮城県	7,922,690	1.37	121,400	1.57
秋田県	2,401,530	1.33	37,930	1.40
山形県	4,576,440	1.29	49,850	1.50
福島県	8,039,350	1.39	37,600	1.39
茨城県	4,065,610	1.43	126,290	1.60
栃木県	8,094,380	1.26	145,270	1.41
群馬県	7,755,570	1.17	137,010	1.19
埼玉県	3,258,860	1.34	105,070	1.54
千葉県	17,443,150	1.29	2,814,400	1.24
東京都	39,916,420	1.49	8,982,700	1.98
神奈川県	14,757,470	1.28	1,537,760	1.41
新潟県	8,660,380	1.31	155,290	1.68
富山県	3,276,540	1.21	163,040	1.24
石川県	6,902,170	1.23	387,140	1.33
福井県	3,481,080	1.21	44,970	1.32
山梨県	6,895,620	1.24	1,242,310	1.06
長野県	14,252,660	1.32	659,800	1.46
岐阜県	5,567,540	1.20	764,870	1.21
静岡県	18,201,060	1.24	1,552,440	1.13
愛知県	12,770,330	1.31	1,689,920	1.33
三重県	8,082,230	1.21	290,480	1.32
滋賀県	4,227,440	1.28	358,440	1.29
京都府	12,686,600	1.48	2,613,780	1.84
大阪府	21,394,260	1.44	5,573,820	1.68
兵庫県	11,231,390	1.26	849,850	1.40
奈良県	2,170,360	1.21	226,310	1.23
和歌山県	4,135,440	1.17	376,830	1.15
鳥取県	2,410,630	1.22	77,310	1.29
島根県	2,619,560	1.23	30,890	1.25
岡山県	4,206,220	1.29	133,480	1.35
広島県	7,271,290	1.28	512,720	1.44
山口県	3,215,210	1.30	55,550	1.56
徳島県	1,723,100	1.30	44,640	1.29
香川県	3,398,980	1.25	176,130	1.26
愛媛県	2,974,860	1.20	79,910	1.33
高知県	2,321,910	1.24	37,580	1.85
福岡県	12,702,900	1.28	1,665,160	1.43
佐賀県	2,391,660	1.32	148,740	1.34
長崎県	6,384,490	1.28	617,560	1.35
熊本県	6,075,840	1.23	615,620	1.20
大分県	5,839,040	1.20	610,860	1.12
宮崎県	3,060,310	1.30	144,990	1.58
鹿児島県	6,028,530	1.30	323,680	1.29
沖縄県	11,971,450	1.74	2,168,780	1.81

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

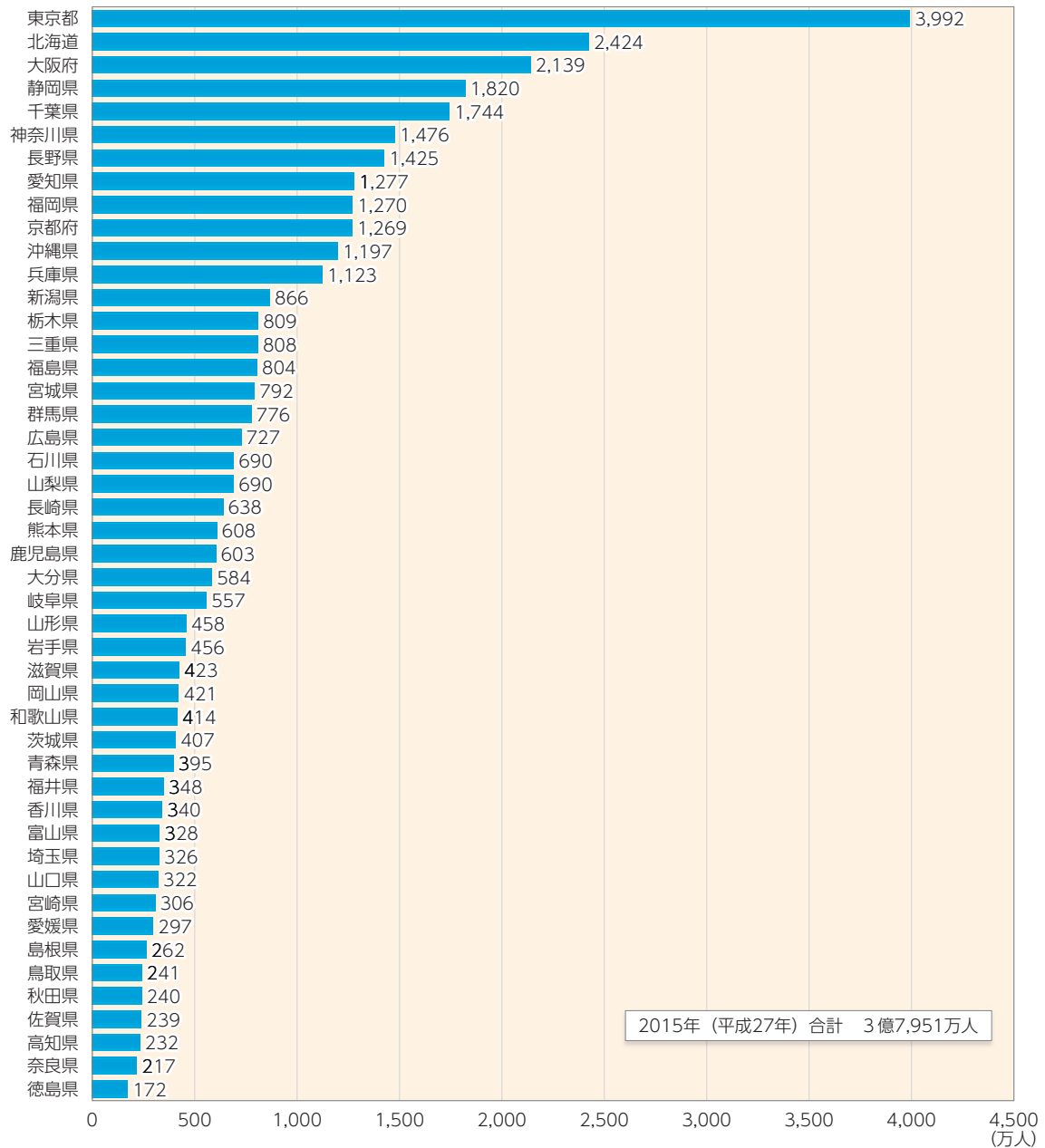
注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注2：ここでいう平均宿泊数とは、同一施設における1人当たりの平均宿泊数を意味する。

注3：本表において、実宿泊者は外国人の実宿泊者数を含む。

注4：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

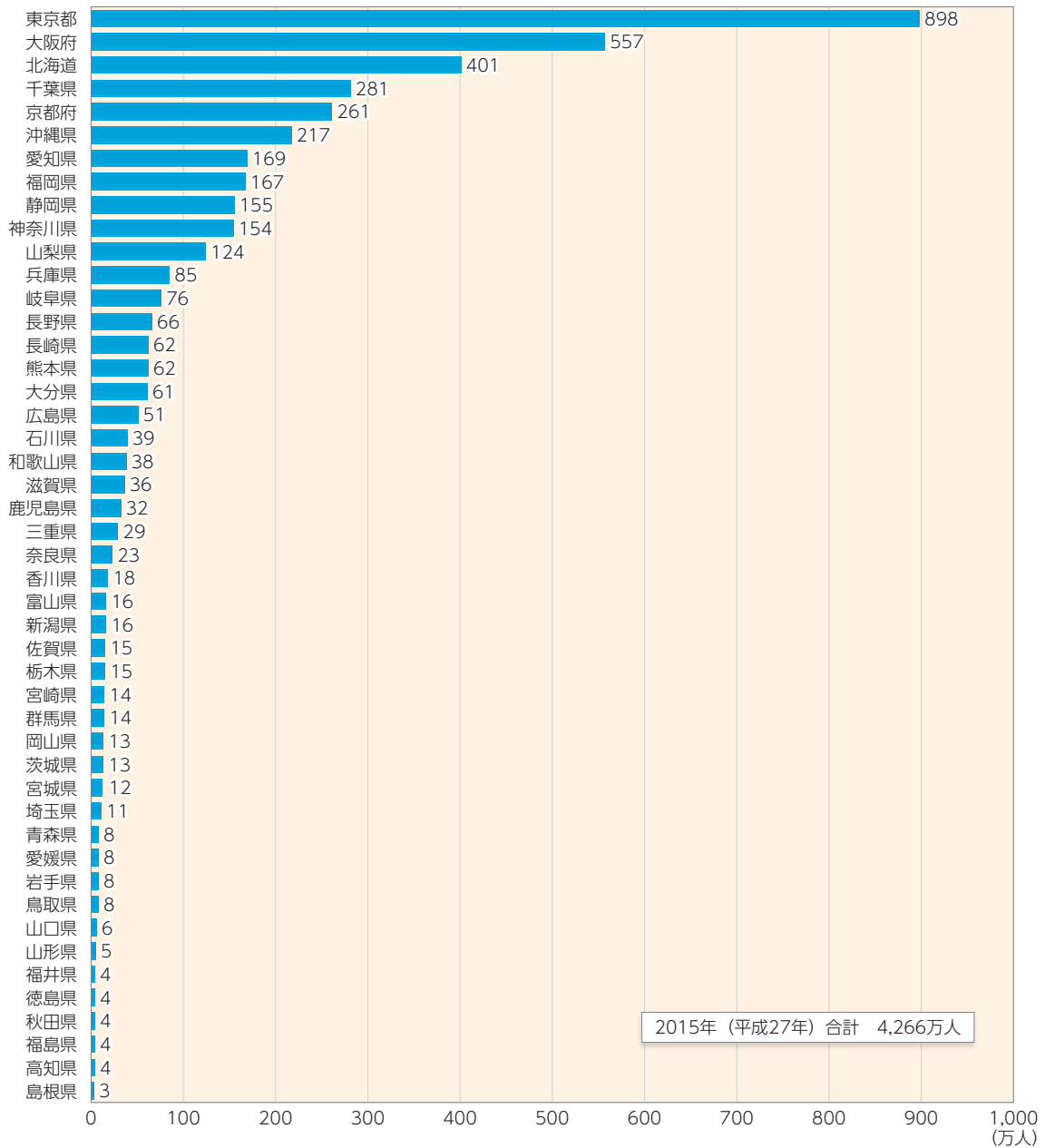
資料18 都道府県別の実宿泊者数(2015年(平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料19 都道府県別の外国人実宿泊者数 (2015年 (平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注2：2015年(平成27年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料20 都道府県別の実入込客数・観光消費額(2014年(平成26年))

都道府県	入込客数(万人回)	観光消費額(億円)
北海道	5,356	8,462
青森県	1,497	1,493
岩手県	1,150	1,603
宮城県	2,987	3,582
秋田県	1,204	1,638
山形県	2,021	2,109
福島県	2,147	2,794
茨城県	3,345	2,261
栃木県	4,516	4,684
群馬県	2,984	2,559
埼玉県※1	—	—
千葉県※1	—	—
東京都	51,512	55,509
神奈川県	10,496	9,601
新潟県	3,724	3,608
富山県	1,238	1,292
石川県	1,811	2,642
福井県※1	—	—
山梨県	3,002	4,460
長野県	3,595	6,572
岐阜県	3,686	2,694
静岡県※1	—	—
愛知県	10,544	7,270
三重県	3,192	3,359
滋賀県	1,899	1,734
京都府	6,385	6,286
大阪府※2	—	—
兵庫県	7,399	7,122
奈良県	2,094	1,252
和歌山県	1,143	1,576
鳥取県	920	1,039
島根県	1,265	1,020
岡山県	1,422	1,607
広島県※1	—	—
山口県	1,754	1,420
徳島県	1,137	1,196
香川県	1,712	1,589
愛媛県	1,461	1,221
高知県	570	857
福岡県※1	—	—
佐賀県	1,862	3,043
長崎県※1	—	—
熊本県	2,578	3,872
大分県	1,890	2,247
宮崎県	1,447	1,503
鹿児島県	1,699	2,627
沖縄県※1	—	—

資料：各都道府県「観光入込客数統計に関する共通基準に基づく観光入込客統計」に基づき観光庁作成

注1：埼玉県、千葉県、福井県、静岡県、広島県、福岡県、長崎県及び沖縄県は集計中。

注2：大阪府は共通基準未導入。

注3：数値は平成28年4月15日時点のものであり、日本人(観光目的・ビジネス目的)及び訪日外国人の合算で算出している。

資料21 日本人海外旅行者の国・地域別訪問者数(受入れ国(地域)統計)

	訪問先	基準	平成21年		平成22年		平成23年		平成24年		平成25年		平成26年	
			人	前年比(%)	人	前年比(%)	人	前年比(%)	人	前年比(%)	人	前年比(%)	人	前年比(%)
アジア	中国	N/F/V	3,317,459	-4	3,731,200	12	3,658,169	-2	3,518,153	-4	2,877,533	-18	2,717,600	-6
	韓国	N/F/V	3,053,311	28	3,023,009	-1	3,289,051	9	3,518,792	7	2,747,750	-22	2,280,434	-17
	香港	R/F/V	1,204,490	-9	1,316,618	9	1,283,687	-3	1,254,602	-2	1,057,033	-16	1,078,766	2
	台湾	R/F/V	1,000,661	-8	1,052,541	5	1,242,652	18	1,392,557	12	1,381,142	-1	1,634,790	18
	タイ	N/F/T	1,004,453	-13	980,424	-2	1,103,073	13	1,341,063	22	1,515,718	13	1,265,307	-17
	シンガポール	R/F/V	489,987	-14	528,951	8	656,417	24	757,116	15	832,845	10	824,741	-1
	ベトナム	R/F/V	359,231	-9	442,089	24	481,519	9	576,386	20	604,050	5	647,956	7
	マレーシア	R/F/T	395,746	-9	415,881	5	386,974	-7	470,008	21	513,076	9	553,106	8
	マカオ	R/F/V	379,241	3	413,529	9	396,050	-4	396,010	0	290,622	-27	299,849	3
	インドネシア	R/F/T	475,766	-13	418,971	-12	412,623	-2	450,687	9	479,305	6	486,687	2
	フィリピン	R/F/T	324,980	-10	358,744	10	375,496	5	412,474	10	433,705	5	463,744	7
	インド	N/F/T	124,756	-14	168,019	35	193,525	15	220,015	14	220,283	0	219,516	0
	カンボジア	R/F/V	146,286	-11	151,795	4	161,804	7	179,327	11	206,932	15	215,788	4
	モルジブ	N/F/T	36,641	-4	38,791	6	35,782	-8	36,438	2	39,463	8	38,817	-2
	ラオス	N/F/V	28,081	-11	34,076	21	37,833	11	42,026	11	48,644	16	44,877	-8
	ネパール	N/F/T	22,445	-4	23,332	4	26,283	13	28,642	9	26,694	-7		
	ミャンマー	N/F/T	13,809	27	16,186	17	21,321	32	47,690	124	68,761	44	83,434	21
	モンゴル	N/F/V	11,496	-24	14,140	23	14,988	6	17,119	14	18,178	6	18,893	4
	スリランカ	R/F/T	10,931	3	14,352	31	20,586	43	26,085	27	31,505	21	39,136	24
パキスタン	N/F/T	6,705	-19	7,077	6	9,918	40	8,242	-17	N.A.	N.A.			
バングラデシュ	N/F/T	N.A.	-	N.A.	-	5,675	-	5,573	-2	4,456	-20			
オセアニア	グアム	R/F/T	825,129	-3	891,929	8	820,312	-8	925,312	13	889,452	-4	807,112	-9
	豪州	R/F/V	355,456	-22	390,550	12	325,740	-17	348,050	7	324,320	-7	326,500	1
	北マリアナ諸島	N/F/V	191,111	-10	185,032	-3	142,946	-23	153,259	7	141,745	-8	109,793	-23
	ニュージーランド	R/F/V	78,426	-23	87,735	12	68,963	-21	72,080	5	74,560	3	81,136	9
	パラオ	R/F/V	26,688	-11	29,318	10	37,800	29	39,353	4	35,642	-9	37,986	7
	ニューカレドニア	R/F/T	18,926	-6	18,534	-2	18,455	0	17,430	-6	15,674	-10	19,053	22
	タヒチ	R/F/T	16,353	-13	13,761	-16	12,990	-6	12,989	0	13,175	1	12,527	-5
フィジー	R/F/T	14,975	-32	12,011	-20	9,616	-20	7,069	-26	7,314	3	5,858	-20	
中央アジア・中東・北アフリカ	トルコ	N/F/V	147,641	-1	195,404	32	188,312	-4	203,592	8	174,150	-14	170,550	-2
	モロッコ	N/F/T	19,149	23	24,366	27	22,861	-6	30,306	33	32,184	6		
	ヨルダン	N/F/V	13,052	-5	19,052	46	12,829	-33	15,321	19	15,279	0		
	パーレーン	N/F/V	N.A.	-	N.A.	-	17,129	-	21,543	26	22,050	2		
	イスラエル	R/F/T	9,768	-33	13,165	35	13,444	2	16,011	19	13,516	-16	13,042	-4
	アルメニア	R/F/T	11,900	7	11,730	-1	12,973	11	12,968	0	13,011	0		
	オマーン	N/HA/T	12,953	26	5,977	-32	6,989	17	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.		
	チュニジア	N/F/T	11,073	-1	13,385	21	3,120	-77	8,002	156	6,460	-19		
	サウジアラビア	N/F/T	6,539	-55	9,210	41	16,410	78	11,803	-28	13,477	14		
	シリア	N/F/V	8,764	5	13,361	50	3,174	-76	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.		
アフリカ	カザフスタン	R/F/V	4,292	-14	4,428	4	4,720	7	6,049	28	5,202	-14		
	クウェート	N/F/V	4,606	-26	4,959	8	4,798	-3	5,291	10	5,072	-4		
	エジプト	N/F/V	92,409	-15	126,393	37	27,635	-78	39,008	41	31,181	-20		
	南アフリカ	R/F/T	20,513	-26	27,577	34	26,284	-5	34,415	31	41,099	19		
	ナイジェリア	N/F/V	27,130	4	27,340	1	26,300	-4	41,988	60	24,231	-42		
	ジンバブエ	R/F/V	18,389	24	18,593	1	32,784	76	18,032	-45	20,374	13		
	ケニア	R/F/V	10,150	37	40,800	8	43,000	5	41,900	-3	48,100	15		
欧州	ザンビア	R/F/T	5,373	27	8,341	55	11,346	36	3,535	-69	5,531	56		
	フランス	R/F/T	697,000	3	595,977	-14	612,259	3	731,369	19	682,384	-7	479,305	-30
	ドイツ	R/AA/T	537,984	-10	605,231	12	642,542	6	734,475	14	711,529	-3	711,529	0
	スペイン	R/F/T	229,856	-3	332,930	45	342,979	3	357,671	4	374,175	5		
	イタリア	N/F/T	320,591	13	340,210	6	314,239	-8	353,547	13	454,465	29		
	スイス	R/HA/T	275,505	-1	507,138	7	479,743	-5	509,757	6	491,651	-4		
	英国	R/F/V	235,471	-1	223,000	-5	237,000	6	242,700	2	221,000	-9	222,000	0
	オーストリア	R/AA/T	191,321	-5	213,581	7	228,559	7	261,261	14	259,184	-1		
	クロアチア	R/AA/T	163,400	14	147,119	-10	131,630	-11	155,088	18	160,025	3		
	チェコ	N/AA/T	114,777	-7	133,052	16	121,663	-9	136,557	12	137,844	1		
オランダ	R/HA/T	99,300	-13	119,000	20	110,500	-7	136,300	23	150,000	10	147,000	-2	

	訪問先	基準	平成21年		平成22年		平成23年		平成24年		平成25年		平成26年	
			人	前年比 (%)	人	前年比 (%)	人	前年比 (%)	人	前年比 (%)	人	前年比 (%)	人	前年比 (%)
	ベルギー	R/AA/T	74,509	22	81,026	1	91,414	13	111,690	22	112,278	1		
	ロシア	N/F/V	74,159	-14	78,188	5	76,204	-3	86,806	14	102,408	18	105,220	3
	ハンガリー	N/AA/T	71,124	-5	76,317	7	69,154	-9	76,180	10	76,586	1		
	フィンランド	R/AA/T	65,949	-18	68,747	4	75,680	10	91,783	21	106,769	16		
	ポルトガル	R/AA/T	57,641	-9	61,690	7	58,492	-5	64,578	10	78,797	22		
	スウェーデン	R/AA/T	45,549	-9	48,377	6	46,718	-3	45,723	-2	39,762	-13		
	スロベニア	N/AA/T	48,182	21	40,455	-16	35,321	-13	41,398	17	36,437	-12		
	ポーランド	N/F/T	35,000	-17	50,499	47	39,202	-22	41,080	5	49,245	20	50,693	3
	デンマーク	R/AA/T	30,726	-8	33,837	10	20,687	-39	24,267	17	21,667	-11		
	ノルウェー	N/F/T	25,000	-14	28,000	12	27,000	-4	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.		
	スロバキア	N/AA/T	11,351	-17	11,523	2	8,865	-23	10,117	14	9,444	-7		
	アイルランド	R/F/T	11,000	-21										
	ルーマニア	R/F/V	10,345	-21	12,333	19	13,544	10	14,252	5	16,974	19		
	ブルガリア	R/F/V	8,458	-14	9,969	18	10,236	3	11,148	9	17,641	58		
	アイスランド	N/AA/T	12,454	11	9,842	-21	12,683	29	21,571	70	12,363	-43		
	リトアニア	R/AA/T	7,599	-19	7,654	1	8,528	11	9,465	11	10,079	6		
	エストニア	R/AA/T	7,253	6	7,235	0	8,732	21	8,778	1	10,768	23		
	ギリシャ	N/F/T	6,765	-38	10,021	48	10,125	1	8,841	-13	13,141	49		
	ラトビア	R/AA/T	6,690	11	5,428	-19	5,843	8	7,322	25	8,988	23		
	ウクライナ	R/F/T	5,439	-16	6,206	14	7,585	22	8,528	12	8,252	-3		
	モナコ	N/HA/T	5,124	-15	4,526	-12	4,997	10	5,576	12	5,474	-2		
北米	米国	R/F/T	2,918,268	-10	3,386,076	16	3,249,569	-4	3,698,073	14	3,730,287	1	3,579,363	-4
	(ハワイ州)	R/F/T	1,168,080	-1	1,229,762	5	1,241,805	1	1,458,335	17	1,518,517	4	1,510,938	0
	カナダ	R/F/V	205,639	-28	235,510	15	211,062	-10	226,215	7	224,858	-1	258,457	15
中南米	メキシコ	N/F/T	52,229	-25	66,164	27	72,339	9	85,687	18	97,226	13	107,366	10
	ブラジル	R/F/T	66,655	-18	59,742	-10	63,247	6	73,102	16	87,225	19		
	ペルー	R/F/T	40,018	-13	30,604	-24	43,794	43	56,526	29	67,639	20	61,998	-8
	チリ	N/F/T	13,129	-4	14,261	9	12,693	-11	15,059	19	14,704	-2	15,053	2
	ボリビア	N/HA/T	8,035	-7	6,683	-17	7,813	17	11,873	52	15,486	30		
	グアテマラ	N/F/V	5,110	-22	7,081	39	6,956	-2	8,853	27	7,220	-18		
	キューバ	R/F/V	5,460	-2	6,372	17	5,420	-15	7,348	36	5,896	-20		
	コロンビア	N/F/V	4,987	-6	4,312	-14	4,769	11	5,578	17	5,805	4		
	エクアドル	N/F/V	4,868	-12	5,106	3	5,114	0	5,342	4	5,576	4		
	コスタリカ	N/F/T	4,746	-12	5,026	6	4,758	-5	5,117	8	4,932	-4		
パナマ	R/F/V	3,133	-52	3,988	27	4,525	13	5,043	11	4,515	-10			

資料：UNWTO(国連世界観光機関)、PATA(太平洋アジア観光協会)、各国政府観光局、各国統計局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

◆備考：基準

R：居住地別統計 N：国籍別統計 F：国境到着者数 AA：登録観光宿泊施設到着者数 HA：ホテル到着者数
AN：登録観光宿泊施設泊数 HN：ホテル泊数 V：日帰りを含む旅行者数 T：宿泊を伴った旅行者数

注1：本表では、主に日本人訪問者数が5千人を超える国・地域を対象とした。

注2：本表には国境到着者数、ホテル到着者数などの統計が混在しており、集計基準が異なるため、同一指標としての比較はできない。特にヨーロッパの比較においては注意を要する。

注3：アメリカの数値には、アメリカ本国(全米50州とコロンビア特別区)への入国者のほか、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島などの地域への入域者が含まれる。

注4：ハワイ州の数値は米国内数である。

注5：サイパンは北マリアナ諸島に属する。

注6：ペルーの数値は全て暫定値である。

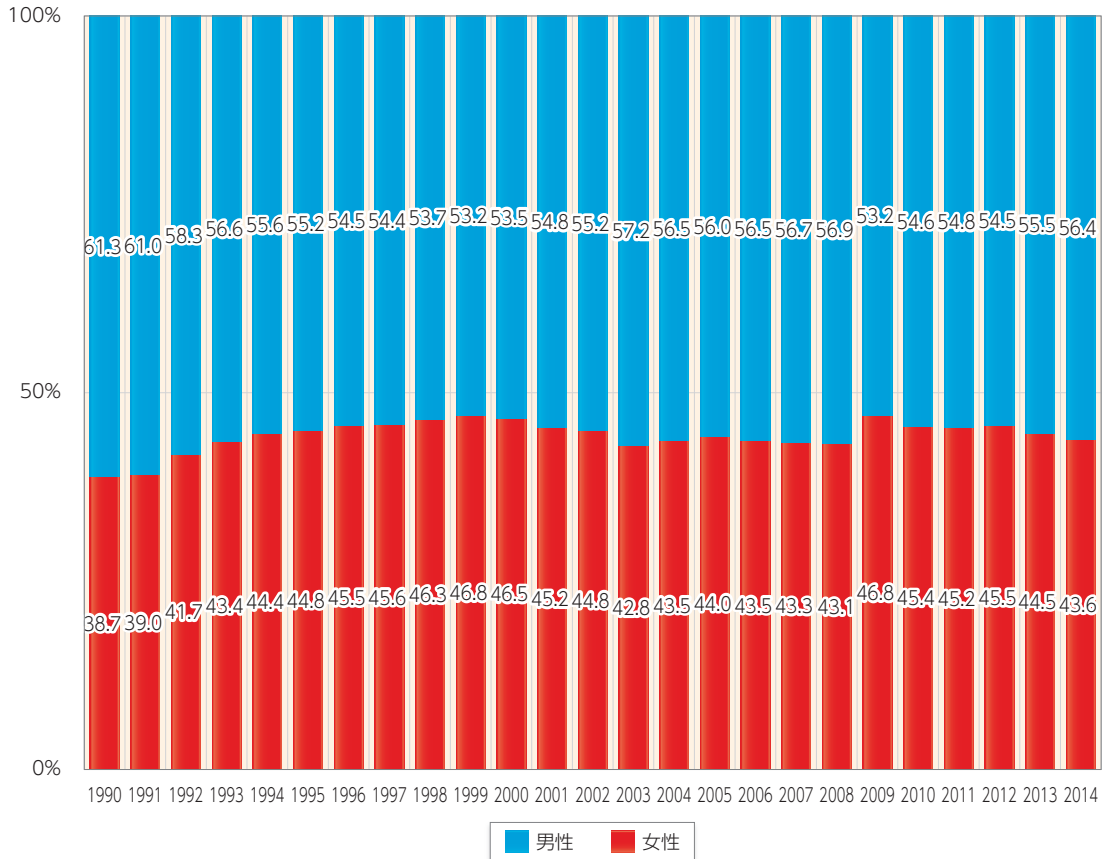
注7：北朝鮮、ウズベキスタン、アラブ首長国連邦、カタール、ルクセンブルク、マルタ、ベリーズ、ハイチ、スーダン、モザンビーク、ナミビア、コートジボワール、セネガルなどは、日本人訪問者数が不明である。

注8：各国の数値は、推計値から確定値への変更、統計基準の変更、数値の非整合性などの理由により、その都度、過去にさかのぼって変更されることがある。

注9：本表の数値は2015年(平成27年)6月現在のものである。

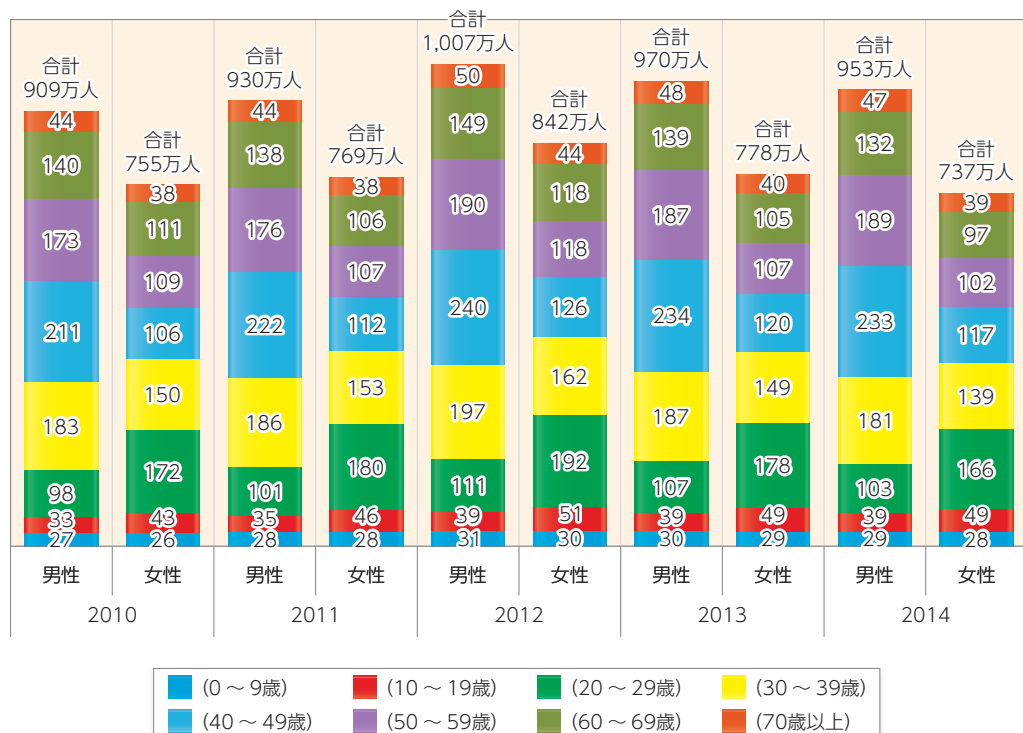
注10：アイルランドについては、2010年以降の数値の公表予定はあるものの、2015年(平成27年)6月時点では公表されていない。

資料22 日本人海外旅行者の性別構成比の推移



資料：法務省資料に基づき観光庁作成

資料23 日本人海外旅行者数の性別・年齢階層別の推移



資料：法務省資料に基づき観光庁作成

資料24 出国日本人の旅客輸送の状況

(単位：千人)

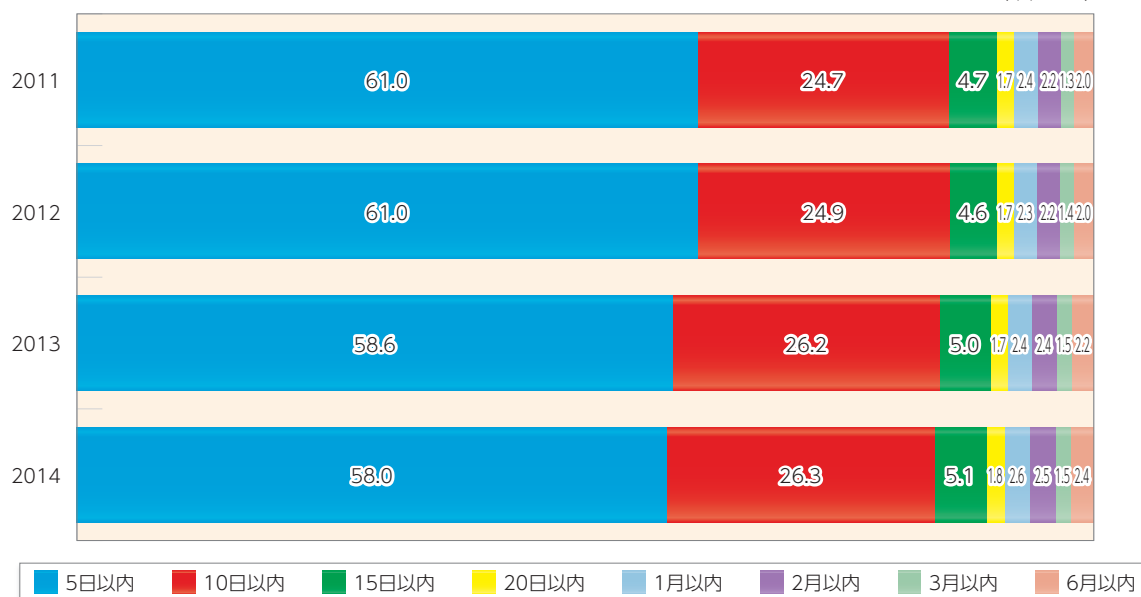
地点 年	航空輸送									海上輸送	合計
	小計	新千歳	成田国際	東京国際 (羽田)	中部国際	関西国際	福岡	那覇	その他 地方空港		
2007	17,107	102	9,548	466	1,974	3,688	679	49	602	188	17,295
	(98.9)	(0.6)	(55.2)	(2.7)	(11.4)	(21.3)	(3.9)	(0.3)	(3.5)	(1.1)	(100.0)
2008	15,791	90	8,751	640	1,782	3,337	633	42	516	196	15,987
	(98.8)	(0.6)	(54.7)	(4.0)	(11.1)	(20.9)	(4.0)	(0.3)	(3.2)	(1.2)	(100.0)
2009	15,240	103	8,281	780	1,576	3,184	676	46	595	205	15,446
	(98.7)	(0.7)	(53.6)	(5.1)	(10.2)	(20.6)	(4.4)	(0.3)	(3.9)	(1.3)	(100.0)
2010	16,450	114	8,713	1,194	1,640	3,349	732	45	663	187	16,637
	(98.9)	(0.7)	(52.4)	(7.2)	(9.9)	(20.1)	(4.4)	(0.3)	(4.0)	(1.1)	(100.0)
2011	16,798	132	7,590	2,606	1,617	3,389	816	56	592	197	16,994
	(98.8)	(0.8)	(44.7)	(15.3)	(9.5)	(19.9)	(4.8)	(0.3)	(3.5)	(1.2)	(100.0)
2012	18,280	155	8,320	2,838	1,669	3,623	918	61	697	210	18,491
	(98.9)	(0.8)	(45.0)	(15.3)	(9.0)	(19.6)	(5.0)	(0.3)	(3.8)	(1.1)	(100.0)
2013	17,308	137	8,052	2,664	1,530	3,439	861	58	568	165	17,473
	(99.1)	(0.8)	(46.1)	(15.2)	(8.8)	(19.7)	(4.9)	(0.3)	(3.3)	(0.9)	(100.0)
2014	16,746	123	7,069	3,502	1,446	3,225	838	66	476	158	16,903
	(99.1)	(0.7)	(41.8)	(20.7)	(8.6)	(19.1)	(5.0)	(0.4)	(2.8)	(0.9)	(100.0)

資料：法務省資料に基づき観光庁作成

注1：()内は構成比(%)を示す。

資料25 日本人海外旅行者の滞在期間比率の状況

(単位：%)



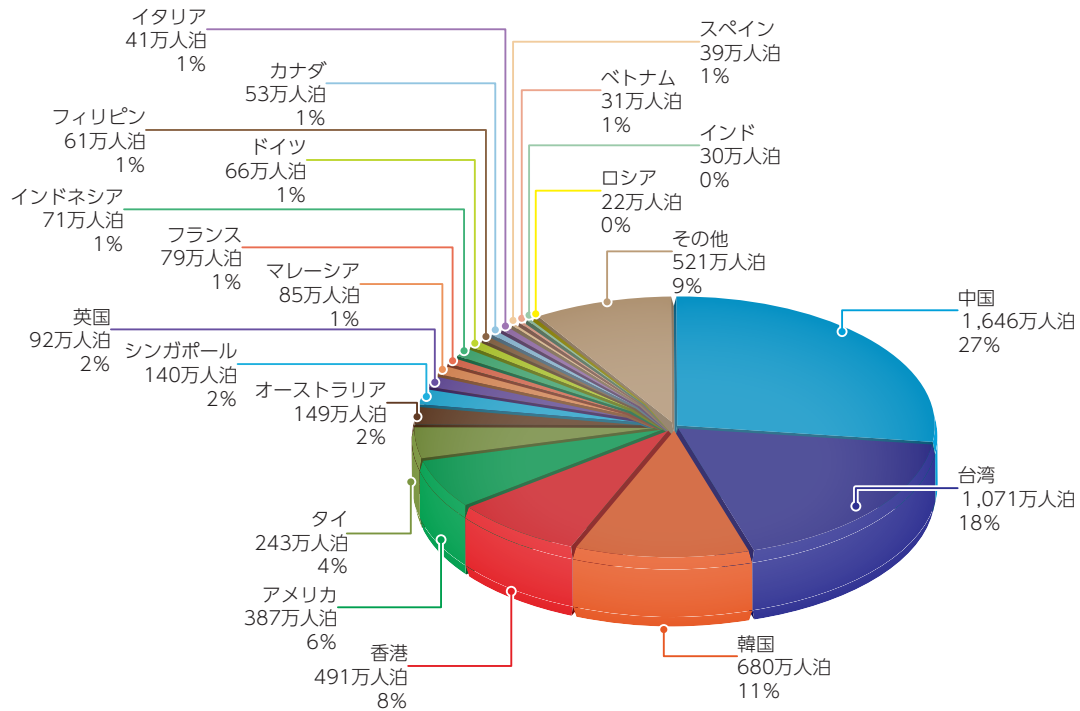
資料：法務省資料に基づき観光庁作成

注1：滞在期間が6月以内の帰国日本人数について集計した。

資料26 訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移

国・地域	2008			2009			2010			2011			2012			2013			2014			2015																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)	人数 (人)	構成比 (%)	前年比 (%)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
北米																										米国	768,345	9.2	94.2	699,919	10.3	91.1	727,234	8.4	103.9	565,887	9.1	77.8	716,709	8.6	126.7	799,280	7.7	111.5	891,668	6.6	111.6	1,033,258	5.2	115.9		カナダ	168,307	2.0	101.4	152,756	2.2	90.8	153,303	1.8	100.4	101,299	1.6	66.1	135,355	1.6	133.6	152,766	1.5	112.9	182,865	1.4	119.7	231,390	1.2	126.5		メキシコ	24,194	0.3	85.8	16,454	0.2	68.0	19,248	0.2	117.0	13,080	0.2	68.0	18,502	0.2	141.5	23,338	0.2	126.1	30,436	0.2	130.4	36,808	0.2	120.9		その他	6,279	0.1	90.5	5,488	0.1	87.4	6,111	0.1	111.4	4,780	0.1	78.2	5,835	0.1	122.1	6,597	0.1	113.1	7,348	0.1	111.4	9,150	0.1	124.5		小計	967,125	11.6	95.1	874,617	12.9	90.4	905,896	10.5	103.6	685,046	11.0	75.6	876,401	10.5	127.9	981,981	9.5	112.0	1,112,317	8.3	113.3	1,310,606	6.6	117.8		東米																										ブラジル	20,981	0.3	111.3	16,899	0.2	80.5	21,393	0.2	126.6	18,470	0.3	86.3	32,111	0.4	173.9	27,106	0.3	84.4	32,310	0.2	119.2	34,017	0.2	105.3		その他	17,596	0.2	96.9	16,582	0.2	94.3	18,088	0.2	109.1	13,292	0.2	73.5	19,404	0.2	143.2	22,824	0.2	119.9	24,563	0.2	107.6	40,181	0.2	163.6		小計	38,577	0.5	104.2	33,481	0.5	86.8	39,481	0.5	117.9	31,762	0.5	80.4	51,515	0.6	161.0	49,930	0.5	97.6	56,873	0.4	113.9	74,198	0.4	130.5		欧州																										英国	206,554	2.5	93.1	181,460	2.7	87.8	184,045	2.1	101.4	140,099	2.3	76.1	173,994	2.1	124.2	191,798	1.9	110.2	220,060	1.6	114.7	258,488	1.3	117.5		フランス	147,580	1.8	107.1	141,251	2.1	95.7	151,011	1.8	106.9	95,438	1.5	63.2	130,412	1.6	136.6	154,892	1.5	118.8	178,570	1.3	115.3	214,228	1.1	120.0		ドイツ	126,207	1.5	100.8	110,692	1.6	87.7	124,360	1.4	112.3	80,772	1.3	65.0	108,898	1.3	134.8	121,776	1.2	111.8	140,254	1.0	115.2	162,580	0.8	115.9		イタリア	56,243	0.7	104.1	59,607	0.9	106.0	62,994	0.7	104.7	34,035	0.5	54.5	51,801	0.6	152.2	67,228	0.6	129.8	80,531	0.6	119.8	103,198	0.5	128.1		ロシア	66,270	0.8	103.2	46,952	0.7	70.8	51,457	0.6	109.6	33,793	0.5	65.7	50,176	0.6	148.5	60,502	0.6	120.6	64,077	0.5	105.9	54,365	0.3	84.8		スペイン	40,852	0.5	122.0	42,484	0.6	104.0	44,076	0.5	103.7	20,814	0.3	47.2	35,207	0.4	169.2	44,461	0.4	126.3	60,542	0.5	136.2	77,186	0.4	127.5		オランダ	34,487	0.4	103.6	31,186	0.5	90.4	32,837	0.4	105.3	23,450	0.4	71.4	30,266	0.4	129.1	33,861	0.3	111.9	39,866	0.3	117.7	49,973	0.3	125.4		スウェーデン	30,129	0.4	101.1	26,384	0.4	87.6	29,188	0.3	110.6	21,806	0.3	72.2	30,458	0.4	139.7	36,206	0.3	118.9	40,125	0.3	110.8	46,977	0.2	117.1		スイス	24,364	0.3	101.5	23,091	0.3	94.8	26,005	0.3	112.6	16,410	0.3	63.1	24,329	0.3	148.3	28,322	0.3	116.4	33,150	0.2	117.0	40,398	0.2	121.9		ベルギー	15,773	0.2	106.4	13,899	0.2	88.1	15,981	0.2	115.0	10,708	0.2	67.0	14,608	0.2	136.4	16,558	0.2	113.3	18,934	0.1	114.3	24,354	0.1	128.6		デンマーク	14,486	0.2	101.3	13,116	0.2	90.5	14,606	0.2	111.4	10,821	0.2	74.1	13,594	0.2	125.6	15,065	0.1	110.8	17,901	0.1	118.8	21,717	0.1	121.3		アイルランド	12,513	0.1	91.5	10,450	0.2	83.5	10,738	0.1	102.8	8,294	0.1	77.2	10,358	0.1	124.9	11,258	0.1	108.7	12,596	0.1	111.9	14,318	0.1	113.7		その他	111,255	1.3	100.3	99,513	1.5	89.4	106,468	1.2	107.0	72,839	1.2	69.1	101,739	1.2	139.7	122,205	1.2	120.5	142,125	1.1	116.3	177,188	0.9	124.7		小計	886,723	10.6	101.0	800,085	11.8	90.2	853,166	9.9	106.6	569,279	9.2	66.7	775,840	9.3	136.3	904,132	8.7	116.5	1,048,731	7.8	116.0	1,244,970	6.3	118.7		アフリカ																										アフリカ	24,498	0.3	104.7	20,621	0.3	84.2	22,665	0.3	109.9	19,361	0.3	85.4	24,725	0.3	127.7	26,697	0.3	108.0	28,336	0.2	106.1	31,918	0.2	112.6		アジア																										韓国	2,382,397	28.5	91.6	1,586,772	23.4	66.6	2,439,816	28.3	153.8	1,658,073	26.7	68.0	2,042,775	24.4	123.2	2,456,165	23.7	120.2	2,755,313	20.5	112.2	4,002,095	20.3	145.3		中国	1,000,416	12.0	106.2	1,006,085	14.8	100.6	1,412,875	16.4	140.4	1,043,246	16.8	73.8	1,425,100	17.1	136.6	1,314,437	12.7	92.2	2,409,158	18.0	183.3	4,993,689	25.3	207.3		台湾	1,390,228	16.6	100.4	1,024,292	15.1	73.7	1,268,278	14.7	123.8	993,974	16.0	78.4	1,465,753	17.5	147.5	2,210,821	21.3	150.8	2,829,821	21.1	128.0	3,677,075	18.6	129.9		香港	550,190	6.6	127.3	449,568	6.6	81.7	508,691	5.9	113.2	364,865	5.9	71.7	481,665	5.8	132.0	745,881	7.2	154.9	925,975	6.9	124.1	1,524,292	7.7	164.6		タイ	191,881	2.3	114.6	177,541	2.6	92.5	214,881	2.5	121.0	144,969	2.3	67.5	260,640	3.1	179.8	453,642	4.4	174.0	657,570	4.9	145.0	796,731	4.0	121.2		シンガポール	167,894	2.0	110.6	145,224	2.1	86.5	180,960	2.1	124.6	111,354	1.8	61.5	142,201	1.7	127.7	189,280	1.8	133.1	227,962	1.7	120.4	308,783	1.6	135.5		マレーシア	105,663	1.3	104.7	89,509	1.3	84.7	114,519	1.3	127.9	81,516	1.3	71.2	130,183	1.6	159.7	176,521	1.7	135.6	249,521	1.9	141.4	305,447	1.5	122.4		インドネシア	66,593	0.8	103.8	63,617	0.9	95.5	80,632	0.9	126.7	61,911	1.0	76.8	101,460	1.2	163.9	136,797	1.3	134.8	158,739	1.2	116.0	205,083	1.0	129.2		フィリピン	82,177	1.0	91.8	71,485	1.1	87.0	77,377	0.9	108.2	63,099	1.0	81.5	85,037	1.0	134.8	108,351	1.0	127.4	184,204	1.4	170.0	268,361	1.4	145.7		インド	67,323	0.8	99.6	58,918	0.9	87.5	66,819	0.8	113.4	59,354	1.0	88.8	68,914	0.8	116.1	75,095	0.7	109.0	87,967	0.7	117.1	103,084	0.5	117.2		その他	149,065	1.8	116.2	140,990	2.1	94.6	163,584	1.9	116.0	141,300	2.3	86.4	184,249	2.2	130.4	248,799	2.4	135.0	332,981	2.5	133.8	461,203	2.3	138.5		小計	6,153,827	73.7	100.4	4,814,001	70.9	78.2	6,528,432	75.8	135.6	4,723,661	76.0	72.4	6,387,977	76.4	135.2	8,115,789	78.3	127.0	10,819,211	80.7	133.3	16,645,843	84.3	153.9		オセアニア																										豪州	242,031	2.9	108.8	211,659	3.1	87.5	225,751	2.6	106.7	162,578	2.6	72.0	206,404	2.5	127.0	244,569	2.4	118.5	302,656	2.3	123.8	376,075	1.9	124.3		ニュージーランド	33,682	0.4	97.0	31,567	0.5	93.7	32,061	0.4	101.6	23,996	0.4	74.8	31,853	0.4	132.7	36,954	0.4	116.0	41,622	0.3	112.6	49,402	0.3	118.7		その他	3,275	0.0	92.7	2,987	0.0	91.2	3,060	0.0	102.4	2,576	0.0	84.2	3,256	0.0	126.4	3,363	0.0	103.3	3,061	0.0	91.0	3,549	0.0	115.9		小計	278,988	3.3	107.0	246,213	3.6	88.3	260,872	3.0	106.0	189,150	3.0	72.5	241,513	2.9	127.7	284,886	2.7	118.0	347,339	2.6	121.9	429,026	2.2	123.5		集計	1,107	0.0	117.8	640	0.0	57.8	663	0.0	103.6	493	0.0	74.4	498	0.0	101.0	489
米国	768,345	9.2	94.2	699,919	10.3	91.1	727,234	8.4	103.9	565,887	9.1	77.8	716,709	8.6	126.7	799,280	7.7	111.5	891,668	6.6	111.6	1,033,258	5.2	115.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
カナダ	168,307	2.0	101.4	152,756	2.2	90.8	153,303	1.8	100.4	101,299	1.6	66.1	135,355	1.6	133.6	152,766	1.5	112.9	182,865	1.4	119.7	231,390	1.2	126.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
メキシコ	24,194	0.3	85.8	16,454	0.2	68.0	19,248	0.2	117.0	13,080	0.2	68.0	18,502	0.2	141.5	23,338	0.2	126.1	30,436	0.2	130.4	36,808	0.2	120.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
その他	6,279	0.1	90.5	5,488	0.1	87.4	6,111	0.1	111.4	4,780	0.1	78.2	5,835	0.1	122.1	6,597	0.1	113.1	7,348	0.1	111.4	9,150	0.1	124.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
小計	967,125	11.6	95.1	874,617	12.9	90.4	905,896	10.5	103.6	685,046	11.0	75.6	876,401	10.5	127.9	981,981	9.5	112.0	1,112,317	8.3	113.3	1,310,606	6.6	117.8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
東米																										ブラジル	20,981	0.3	111.3	16,899	0.2	80.5	21,393	0.2	126.6	18,470	0.3	86.3	32,111	0.4	173.9	27,106	0.3	84.4	32,310	0.2	119.2	34,017	0.2	105.3		その他	17,596	0.2	96.9	16,582	0.2	94.3	18,088	0.2	109.1	13,292	0.2	73.5	19,404	0.2	143.2	22,824	0.2	119.9	24,563	0.2	107.6	40,181	0.2	163.6		小計	38,577	0.5	104.2	33,481	0.5	86.8	39,481	0.5	117.9	31,762	0.5	80.4	51,515	0.6	161.0	49,930	0.5	97.6	56,873	0.4	113.9	74,198	0.4	130.5		欧州																										英国	206,554	2.5	93.1	181,460	2.7	87.8	184,045	2.1	101.4	140,099	2.3	76.1	173,994	2.1	124.2	191,798	1.9	110.2	220,060	1.6	114.7	258,488	1.3	117.5		フランス	147,580	1.8	107.1	141,251	2.1	95.7	151,011	1.8	106.9	95,438	1.5	63.2	130,412	1.6	136.6	154,892	1.5	118.8	178,570	1.3	115.3	214,228	1.1	120.0		ドイツ	126,207	1.5	100.8	110,692	1.6	87.7	124,360	1.4	112.3	80,772	1.3	65.0	108,898	1.3	134.8	121,776	1.2	111.8	140,254	1.0	115.2	162,580	0.8	115.9		イタリア	56,243	0.7	104.1	59,607	0.9	106.0	62,994	0.7	104.7	34,035	0.5	54.5	51,801	0.6	152.2	67,228	0.6	129.8	80,531	0.6	119.8	103,198	0.5	128.1		ロシア	66,270	0.8	103.2	46,952	0.7	70.8	51,457	0.6	109.6	33,793	0.5	65.7	50,176	0.6	148.5	60,502	0.6	120.6	64,077	0.5	105.9	54,365	0.3	84.8		スペイン	40,852	0.5	122.0	42,484	0.6	104.0	44,076	0.5	103.7	20,814	0.3	47.2	35,207	0.4	169.2	44,461	0.4	126.3	60,542	0.5	136.2	77,186	0.4	127.5		オランダ	34,487	0.4	103.6	31,186	0.5	90.4	32,837	0.4	105.3	23,450	0.4	71.4	30,266	0.4	129.1	33,861	0.3	111.9	39,866	0.3	117.7	49,973	0.3	125.4		スウェーデン	30,129	0.4	101.1	26,384	0.4	87.6	29,188	0.3	110.6	21,806	0.3	72.2	30,458	0.4	139.7	36,206	0.3	118.9	40,125	0.3	110.8	46,977	0.2	117.1		スイス	24,364	0.3	101.5	23,091	0.3	94.8	26,005	0.3	112.6	16,410	0.3	63.1	24,329	0.3	148.3	28,322	0.3	116.4	33,150	0.2	117.0	40,398	0.2	121.9		ベルギー	15,773	0.2	106.4	13,899	0.2	88.1	15,981	0.2	115.0	10,708	0.2	67.0	14,608	0.2	136.4	16,558	0.2	113.3	18,934	0.1	114.3	24,354	0.1	128.6		デンマーク	14,486	0.2	101.3	13,116	0.2	90.5	14,606	0.2	111.4	10,821	0.2	74.1	13,594	0.2	125.6	15,065	0.1	110.8	17,901	0.1	118.8	21,717	0.1	121.3		アイルランド	12,513	0.1	91.5	10,450	0.2	83.5	10,738	0.1	102.8	8,294	0.1	77.2	10,358	0.1	124.9	11,258	0.1	108.7	12,596	0.1	111.9	14,318	0.1	113.7		その他	111,255	1.3	100.3	99,513	1.5	89.4	106,468	1.2	107.0	72,839	1.2	69.1	101,739	1.2	139.7	122,205	1.2	120.5	142,125	1.1	116.3	177,188	0.9	124.7		小計	886,723	10.6	101.0	800,085	11.8	90.2	853,166	9.9	106.6	569,279	9.2	66.7	775,840	9.3	136.3	904,132	8.7	116.5	1,048,731	7.8	116.0	1,244,970	6.3	118.7		アフリカ																										アフリカ	24,498	0.3	104.7	20,621	0.3	84.2	22,665	0.3	109.9	19,361	0.3	85.4	24,725	0.3	127.7	26,697	0.3	108.0	28,336	0.2	106.1	31,918	0.2	112.6		アジア																										韓国	2,382,397	28.5	91.6	1,586,772	23.4	66.6	2,439,816	28.3	153.8	1,658,073	26.7	68.0	2,042,775	24.4	123.2	2,456,165	23.7	120.2	2,755,313	20.5	112.2	4,002,095	20.3	145.3		中国	1,000,416	12.0	106.2	1,006,085	14.8	100.6	1,412,875	16.4	140.4	1,043,246	16.8	73.8	1,425,100	17.1	136.6	1,314,437	12.7	92.2	2,409,158	18.0	183.3	4,993,689	25.3	207.3		台湾	1,390,228	16.6	100.4	1,024,292	15.1	73.7	1,268,278	14.7	123.8	993,974	16.0	78.4	1,465,753	17.5	147.5	2,210,821	21.3	150.8	2,829,821	21.1	128.0	3,677,075	18.6	129.9		香港	550,190	6.6	127.3	449,568	6.6	81.7	508,691	5.9	113.2	364,865	5.9	71.7	481,665	5.8	132.0	745,881	7.2	154.9	925,975	6.9	124.1	1,524,292	7.7	164.6		タイ	191,881	2.3	114.6	177,541	2.6	92.5	214,881	2.5	121.0	144,969	2.3	67.5	260,640	3.1	179.8	453,642	4.4	174.0	657,570	4.9	145.0	796,731	4.0	121.2		シンガポール	167,894	2.0	110.6	145,224	2.1	86.5	180,960	2.1	124.6	111,354	1.8	61.5	142,201	1.7	127.7	189,280	1.8	133.1	227,962	1.7	120.4	308,783	1.6	135.5		マレーシア	105,663	1.3	104.7	89,509	1.3	84.7	114,519	1.3	127.9	81,516	1.3	71.2	130,183	1.6	159.7	176,521	1.7	135.6	249,521	1.9	141.4	305,447	1.5	122.4		インドネシア	66,593	0.8	103.8	63,617	0.9	95.5	80,632	0.9	126.7	61,911	1.0	76.8	101,460	1.2	163.9	136,797	1.3	134.8	158,739	1.2	116.0	205,083	1.0	129.2		フィリピン	82,177	1.0	91.8	71,485	1.1	87.0	77,377	0.9	108.2	63,099	1.0	81.5	85,037	1.0	134.8	108,351	1.0	127.4	184,204	1.4	170.0	268,361	1.4	145.7		インド	67,323	0.8	99.6	58,918	0.9	87.5	66,819	0.8	113.4	59,354	1.0	88.8	68,914	0.8	116.1	75,095	0.7	109.0	87,967	0.7	117.1	103,084	0.5	117.2		その他	149,065	1.8	116.2	140,990	2.1	94.6	163,584	1.9	116.0	141,300	2.3	86.4	184,249	2.2	130.4	248,799	2.4	135.0	332,981	2.5	133.8	461,203	2.3	138.5		小計	6,153,827	73.7	100.4	4,814,001	70.9	78.2	6,528,432	75.8	135.6	4,723,661	76.0	72.4	6,387,977	76.4	135.2	8,115,789	78.3	127.0	10,819,211	80.7	133.3	16,645,843	84.3	153.9		オセアニア																										豪州	242,031	2.9	108.8	211,659	3.1	87.5	225,751	2.6	106.7	162,578	2.6	72.0	206,404	2.5	127.0	244,569	2.4	118.5	302,656	2.3	123.8	376,075	1.9	124.3		ニュージーランド	33,682	0.4	97.0	31,567	0.5	93.7	32,061	0.4	101.6	23,996	0.4	74.8	31,853	0.4	132.7	36,954	0.4	116.0	41,622	0.3	112.6	49,402	0.3	118.7		その他	3,275	0.0	92.7	2,987	0.0	91.2	3,060	0.0	102.4	2,576	0.0	84.2	3,256	0.0	126.4	3,363	0.0	103.3	3,061	0.0	91.0	3,549	0.0	115.9		小計	278,988	3.3	107.0	246,213	3.6	88.3	260,872	3.0	106.0	189,150	3.0	72.5	241,513	2.9	127.7	284,886	2.7	118.0	347,339	2.6	121.9	429,026	2.2	123.5		集計	1,107	0.0	117.8	640	0.0	57.8	663	0.0	103.6	493	0.0	74.4	498	0.0	101.0	489																																																																																																																																																												
ブラジル	20,981	0.3	111.3	16,899	0.2	80.5	21,393	0.2	126.6	18,470	0.3	86.3	32,111	0.4	173.9	27,106	0.3	84.4	32,310	0.2	119.2	34,017	0.2	105.3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
その他	17,596	0.2	96.9	16,582	0.2	94.3	18,088	0.2	109.1	13,292	0.2	73.5	19,404	0.2	143.2	22,824	0.2	119.9	24,563	0.2	107.6	40,181	0.2	163.6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
小計	38,577	0.5	104.2	33,481	0.5	86.8	39,481	0.5	117.9	31,762	0.5	80.4	51,515	0.6	161.0	49,930	0.5	97.6	56,873	0.4	113.9	74,198	0.4	130.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
欧州																										英国	206,554	2.5	93.1	181,460	2.7	87.8	184,045	2.1	101.4	140,099	2.3	76.1	173,994	2.1	124.2	191,798	1.9	110.2	220,060	1.6	114.7	258,488	1.3	117.5		フランス	147,580	1.8	107.1	141,251	2.1	95.7	151,011	1.8	106.9	95,438	1.5	63.2	130,412	1.6	136.6	154,892	1.5	118.8	178,570	1.3	115.3	214,228	1.1	120.0		ドイツ	126,207	1.5	100.8	110,692	1.6	87.7	124,360	1.4	112.3	80,772	1.3	65.0	108,898	1.3	134.8	121,776	1.2	111.8	140,254	1.0	115.2	162,580	0.8	115.9		イタリア	56,243	0.7	104.1	59,607	0.9	106.0	62,994	0.7	104.7	34,035	0.5	54.5	51,801	0.6	152.2	67,228	0.6	129.8	80,531	0.6	119.8	103,198	0.5	128.1		ロシア	66,270	0.8	103.2	46,952	0.7	70.8	51,457	0.6	109.6	33,793	0.5	65.7	50,176	0.6	148.5	60,502	0.6	120.6	64,077	0.5	105.9	54,365	0.3	84.8		スペイン	40,852	0.5	122.0	42,484	0.6	104.0	44,076	0.5	103.7	20,814	0.3	47.2	35,207	0.4	169.2	44,461	0.4	126.3	60,542	0.5	136.2	77,186	0.4	127.5		オランダ	34,487	0.4	103.6	31,186	0.5	90.4	32,837	0.4	105.3	23,450	0.4	71.4	30,266	0.4	129.1	33,861	0.3	111.9	39,866	0.3	117.7	49,973	0.3	125.4		スウェーデン	30,129	0.4	101.1	26,384	0.4	87.6	29,188	0.3	110.6	21,806	0.3	72.2	30,458	0.4	139.7	36,206	0.3	118.9	40,125	0.3	110.8	46,977	0.2	117.1		スイス	24,364	0.3	101.5	23,091	0.3	94.8	26,005	0.3	112.6	16,410	0.3	63.1	24,329	0.3	148.3	28,322	0.3	116.4	33,150	0.2	117.0	40,398	0.2	121.9		ベルギー	15,773	0.2	106.4	13,899	0.2	88.1	15,981	0.2	115.0	10,708	0.2	67.0	14,608	0.2	136.4	16,558	0.2	113.3	18,934	0.1	114.3	24,354	0.1	128.6		デンマーク	14,486	0.2	101.3	13,116	0.2	90.5	14,606	0.2	111.4	10,821	0.2	74.1	13,594	0.2	125.6	15,065	0.1	110.8	17,901	0.1	118.8	21,717	0.1	121.3		アイルランド	12,513	0.1	91.5	10,450	0.2	83.5	10,738	0.1	102.8	8,294	0.1	77.2	10,358	0.1	124.9	11,258	0.1	108.7	12,596	0.1	111.9	14,318	0.1	113.7		その他	111,255	1.3	100.3	99,513	1.5	89.4	106,468	1.2	107.0	72,839	1.2	69.1	101,739	1.2	139.7	122,205	1.2	120.5	142,125	1.1	116.3	177,188	0.9	124.7		小計	886,723	10.6	101.0	800,085	11.8	90.2	853,166	9.9	106.6	569,279	9.2	66.7	775,840	9.3	136.3	904,132	8.7	116.5	1,048,731	7.8	116.0	1,244,970	6.3	118.7		アフリカ																										アフリカ	24,498	0.3	104.7	20,621	0.3	84.2	22,665	0.3	109.9	19,361	0.3	85.4	24,725	0.3	127.7	26,697	0.3	108.0	28,336	0.2	106.1	31,918	0.2	112.6		アジア																										韓国	2,382,397	28.5	91.6	1,586,772	23.4	66.6	2,439,816	28.3	153.8	1,658,073	26.7	68.0	2,042,775	24.4	123.2	2,456,165	23.7	120.2	2,755,313	20.5	112.2	4,002,095	20.3	145.3		中国	1,000,416	12.0	106.2	1,006,085	14.8	100.6	1,412,875	16.4	140.4	1,043,246	16.8	73.8	1,425,100	17.1	136.6	1,314,437	12.7	92.2	2,409,158	18.0	183.3	4,993,689	25.3	207.3		台湾	1,390,228	16.6	100.4	1,024,292	15.1	73.7	1,268,278	14.7	123.8	993,974	16.0	78.4	1,465,753	17.5	147.5	2,210,821	21.3	150.8	2,829,821	21.1	128.0	3,677,075	18.6	129.9		香港	550,190	6.6	127.3	449,568	6.6	81.7	508,691	5.9	113.2	364,865	5.9	71.7	481,665	5.8	132.0	745,881	7.2	154.9	925,975	6.9	124.1	1,524,292	7.7	164.6		タイ	191,881	2.3	114.6	177,541	2.6	92.5	214,881	2.5	121.0	144,969	2.3	67.5	260,640	3.1	179.8	453,642	4.4	174.0	657,570	4.9	145.0	796,731	4.0	121.2		シンガポール	167,894	2.0	110.6	145,224	2.1	86.5	180,960	2.1	124.6	111,354	1.8	61.5	142,201	1.7	127.7	189,280	1.8	133.1	227,962	1.7	120.4	308,783	1.6	135.5		マレーシア	105,663	1.3	104.7	89,509	1.3	84.7	114,519	1.3	127.9	81,516	1.3	71.2	130,183	1.6	159.7	176,521	1.7	135.6	249,521	1.9	141.4	305,447	1.5	122.4		インドネシア	66,593	0.8	103.8	63,617	0.9	95.5	80,632	0.9	126.7	61,911	1.0	76.8	101,460	1.2	163.9	136,797	1.3	134.8	158,739	1.2	116.0	205,083	1.0	129.2		フィリピン	82,177	1.0	91.8	71,485	1.1	87.0	77,377	0.9	108.2	63,099	1.0	81.5	85,037	1.0	134.8	108,351	1.0	127.4	184,204	1.4	170.0	268,361	1.4	145.7		インド	67,323	0.8	99.6	58,918	0.9	87.5	66,819	0.8	113.4	59,354	1.0	88.8	68,914	0.8	116.1	75,095	0.7	109.0	87,967	0.7	117.1	103,084	0.5	117.2		その他	149,065	1.8	116.2	140,990	2.1	94.6	163,584	1.9	116.0	141,300	2.3	86.4	184,249	2.2	130.4	248,799	2.4	135.0	332,981	2.5	133.8	461,203	2.3	138.5		小計	6,153,827	73.7	100.4	4,814,001	70.9	78.2	6,528,432	75.8	135.6	4,723,661	76.0	72.4	6,387,977	76.4	135.2	8,115,789	78.3	127.0	10,819,211	80.7	133.3	16,645,843	84.3	153.9		オセアニア																										豪州	242,031	2.9	108.8	211,659	3.1	87.5	225,751	2.6	106.7	162,578	2.6	72.0	206,404	2.5	127.0	244,569	2.4	118.5	302,656	2.3	123.8	376,075	1.9	124.3		ニュージーランド	33,682	0.4	97.0	31,567	0.5	93.7	32,061	0.4	101.6	23,996	0.4	74.8	31,853	0.4	132.7	36,954	0.4	116.0	41,622	0.3	112.6	49,402	0.3	118.7		その他	3,275	0.0	92.7	2,987	0.0	91.2	3,060	0.0	102.4	2,576	0.0	84.2	3,256	0.0	126.4	3,363	0.0	103.3	3,061	0.0	91.0	3,549	0.0	115.9		小計	278,988	3.3	107.0	246,213	3.6	88.3	260,872	3.0	106.0	189,150	3.0	72.5	241,513	2.9	127.7	284,886	2.7	118.0	347,339	2.6	121.9	429,026	2.2	123.5		集計	1,107	0.0	117.8	640	0.0	57.8	663	0.0	103.6	493	0.0	74.4	498	0.0	101.0	489																																																																																																																																																																																																																																																																				
英国	206,554	2.5	93.1	181,460	2.7	87.8	184,045	2.1	101.4	140,099	2.3	76.1	173,994	2.1	124.2	191,798	1.9	110.2	220,060	1.6	114.7	258,488	1.3	117.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
フランス	147,580	1.8	107.1	141,251	2.1	95.7	151,011	1.8	106.9	95,438	1.5	63.2	130,412	1.6	136.6	154,892	1.5	118.8	178,570	1.3	115.3	214,228	1.1	120.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
ドイツ	126,207	1.5	100.8	110,692	1.6	87.7	124,360	1.4	112.3	80,772	1.3	65.0	108,898	1.3	134.8	121,776	1.2	111.8	140,254	1.0	115.2	162,580	0.8	115.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
イタリア	56,243	0.7	104.1	59,607	0.9	106.0	62,994	0.7	104.7	34,035	0.5	54.5	51,801	0.6	152.2	67,228	0.6	129.8	80,531	0.6	119.8	103,198	0.5	128.1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
ロシア	66,270	0.8	103.2	46,952	0.7	70.8	51,457	0.6	109.6	33,793	0.5	65.7	50,176	0.6	148.5	60,502	0.6	120.6	64,077	0.5	105.9	54,365	0.3	84.8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
スペイン	40,852	0.5	122.0	42,484	0.6	104.0	44,076	0.5	103.7	20,814	0.3	47.2	35,207	0.4	169.2	44,461	0.4	126.3	60,542	0.5	136.2	77,186	0.4	127.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
オランダ	34,487	0.4	103.6	31,186	0.5	90.4	32,837	0.4	105.3	23,450	0.4	71.4	30,266	0.4	129.1	33,861	0.3	111.9	39,866	0.3	117.7	49,973	0.3	125.4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
スウェーデン	30,129	0.4	101.1	26,384	0.4	87.6	29,188	0.3	110.6	21,806	0.3	72.2	30,458	0.4	139.7	36,206	0.3	118.9	40,125	0.3	110.8	46,977	0.2	117.1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
スイス	24,364	0.3	101.5	23,091	0.3	94.8	26,005	0.3	112.6	16,410	0.3	63.1	24,329	0.3	148.3	28,322	0.3	116.4	33,150	0.2	117.0	40,398	0.2	121.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
ベルギー	15,773	0.2	106.4	13,899	0.2	88.1	15,981	0.2	115.0	10,708	0.2	67.0	14,608	0.2	136.4	16,558	0.2	113.3	18,934	0.1	114.3	24,354	0.1	128.6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
デンマーク	14,486	0.2	101.3	13,116	0.2	90.5	14,606	0.2	111.4	10,821	0.2	74.1	13,594	0.2	125.6	15,065	0.1	110.8	17,901	0.1	118.8	21,717	0.1	121.3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
アイルランド	12,513	0.1	91.5	10,450	0.2	83.5	10,738	0.1	102.8	8,294	0.1	77.2	10,358	0.1	124.9	11,258	0.1	108.7	12,596	0.1	111.9	14,318	0.1	113.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
その他	111,255	1.3	100.3	99,513	1.5	89.4	106,468	1.2	107.0	72,839	1.2	69.1	101,739	1.2	139.7	122,205	1.2	120.5	142,125	1.1	116.3	177,188	0.9	124.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
小計	886,723	10.6	101.0	800,085	11.8	90.2	853,166	9.9	106.6	569,279	9.2	66.7	775,840	9.3	136.3	904,132	8.7	116.5	1,048,731	7.8	116.0	1,244,970	6.3	118.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
アフリカ																										アフリカ	24,498	0.3	104.7	20,621	0.3	84.2	22,665	0.3	109.9	19,361	0.3	85.4	24,725	0.3	127.7	26,697	0.3	108.0	28,336	0.2	106.1	31,918	0.2	112.6		アジア																										韓国	2,382,397	28.5	91.6	1,586,772	23.4	66.6	2,439,816	28.3	153.8	1,658,073	26.7	68.0	2,042,775	24.4	123.2	2,456,165	23.7	120.2	2,755,313	20.5	112.2	4,002,095	20.3	145.3		中国	1,000,416	12.0	106.2	1,006,085	14.8	100.6	1,412,875	16.4	140.4	1,043,246	16.8	73.8	1,425,100	17.1	136.6	1,314,437	12.7	92.2	2,409,158	18.0	183.3	4,993,689	25.3	207.3		台湾	1,390,228	16.6	100.4	1,024,292	15.1	73.7	1,268,278	14.7	123.8	993,974	16.0	78.4	1,465,753	17.5	147.5	2,210,821	21.3	150.8	2,829,821	21.1	128.0	3,677,075	18.6	129.9		香港	550,190	6.6	127.3	449,568	6.6	81.7	508,691	5.9	113.2	364,865	5.9	71.7	481,665	5.8	132.0	745,881	7.2	154.9	925,975	6.9	124.1	1,524,292	7.7	164.6		タイ	191,881	2.3	114.6	177,541	2.6	92.5	214,881	2.5	121.0	144,969	2.3	67.5	260,640	3.1	179.8	453,642	4.4	174.0	657,570	4.9	145.0	796,731	4.0	121.2		シンガポール	167,894	2.0	110.6	145,224	2.1	86.5	180,960	2.1	124.6	111,354	1.8	61.5	142,201	1.7	127.7	189,280	1.8	133.1	227,962	1.7	120.4	308,783	1.6	135.5		マレーシア	105,663	1.3	104.7	89,509	1.3	84.7	114,519	1.3	127.9	81,516	1.3	71.2	130,183	1.6	159.7	176,521	1.7	135.6	249,521	1.9	141.4	305,447	1.5	122.4		インドネシア	66,593	0.8	103.8	63,617	0.9	95.5	80,632	0.9	126.7	61,911	1.0	76.8	101,460	1.2	163.9	136,797	1.3	134.8	158,739	1.2	116.0	205,083	1.0	129.2		フィリピン	82,177	1.0	91.8	71,485	1.1	87.0	77,377	0.9	108.2	63,099	1.0	81.5	85,037	1.0	134.8	108,351	1.0	127.4	184,204	1.4	170.0	268,361	1.4	145.7		インド	67,323	0.8	99.6	58,918	0.9	87.5	66,819	0.8	113.4	59,354	1.0	88.8	68,914	0.8	116.1	75,095	0.7	109.0	87,967	0.7	117.1	103,084	0.5	117.2		その他	149,065	1.8	116.2	140,990	2.1	94.6	163,584	1.9	116.0	141,300	2.3	86.4	184,249	2.2	130.4	248,799	2.4	135.0	332,981	2.5	133.8	461,203	2.3	138.5		小計	6,153,827	73.7	100.4	4,814,001	70.9	78.2	6,528,432	75.8	135.6	4,723,661	76.0	72.4	6,387,977	76.4	135.2	8,115,789	78.3	127.0	10,819,211	80.7	133.3	16,645,843	84.3	153.9		オセアニア																										豪州	242,031	2.9	108.8	211,659	3.1	87.5	225,751	2.6	106.7	162,578	2.6	72.0	206,404	2.5	127.0	244,569	2.4	118.5	302,656	2.3	123.8	376,075	1.9	124.3		ニュージーランド	33,682	0.4	97.0	31,567	0.5	93.7	32,061	0.4	101.6	23,996	0.4	74.8	31,853	0.4	132.7	36,954	0.4	116.0	41,622	0.3	112.6	49,402	0.3	118.7		その他	3,275	0.0	92.7	2,987	0.0	91.2	3,060	0.0	102.4	2,576	0.0	84.2	3,256	0.0	126.4	3,363	0.0	103.3	3,061	0.0	91.0	3,549	0.0	115.9		小計	278,988	3.3	107.0	246,213	3.6	88.3	260,872	3.0	106.0	189,150	3.0	72.5	241,513	2.9	127.7	284,886	2.7	118.0	347,339	2.6	121.9	429,026	2.2	123.5		集計	1,107	0.0	117.8	640	0.0	57.8	663	0.0	103.6	493	0.0	74.4	498	0.0	101.0	489																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
アフリカ	24,498	0.3	104.7	20,621	0.3	84.2	22,665	0.3	109.9	19,361	0.3	85.4	24,725	0.3	127.7	26,697	0.3	108.0	28,336	0.2	106.1	31,918	0.2	112.6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
アジア																										韓国	2,382,397	28.5	91.6	1,586,772	23.4	66.6	2,439,816	28.3	153.8	1,658,073	26.7	68.0	2,042,775	24.4	123.2	2,456,165	23.7	120.2	2,755,313	20.5	112.2	4,002,095	20.3	145.3		中国	1,000,416	12.0	106.2	1,006,085	14.8	100.6	1,412,875	16.4	140.4	1,043,246	16.8	73.8	1,425,100	17.1	136.6	1,314,437	12.7	92.2	2,409,158	18.0	183.3	4,993,689	25.3	207.3		台湾	1,390,228	16.6	100.4	1,024,292	15.1	73.7	1,268,278	14.7	123.8	993,974	16.0	78.4	1,465,753	17.5	147.5	2,210,821	21.3	150.8	2,829,821	21.1	128.0	3,677,075	18.6	129.9		香港	550,190	6.6	127.3	449,568	6.6	81.7	508,691	5.9	113.2	364,865	5.9	71.7	481,665	5.8	132.0	745,881	7.2	154.9	925,975	6.9	124.1	1,524,292	7.7	164.6		タイ	191,881	2.3	114.6	177,541	2.6	92.5	214,881	2.5	121.0	144,969	2.3	67.5	260,640	3.1	179.8	453,642	4.4	174.0	657,570	4.9	145.0	796,731	4.0	121.2		シンガポール	167,894	2.0	110.6	145,224	2.1	86.5	180,960	2.1	124.6	111,354	1.8	61.5	142,201	1.7	127.7	189,280	1.8	133.1	227,962	1.7	120.4	308,783	1.6	135.5		マレーシア	105,663	1.3	104.7	89,509	1.3	84.7	114,519	1.3	127.9	81,516	1.3	71.2	130,183	1.6	159.7	176,521	1.7	135.6	249,521	1.9	141.4	305,447	1.5	122.4		インドネシア	66,593	0.8	103.8	63,617	0.9	95.5	80,632	0.9	126.7	61,911	1.0	76.8	101,460	1.2	163.9	136,797	1.3	134.8	158,739	1.2	116.0	205,083	1.0	129.2		フィリピン	82,177	1.0	91.8	71,485	1.1	87.0	77,377	0.9	108.2	63,099	1.0	81.5	85,037	1.0	134.8	108,351	1.0	127.4	184,204	1.4	170.0	268,361	1.4	145.7		インド	67,323	0.8	99.6	58,918	0.9	87.5	66,819	0.8	113.4	59,354	1.0	88.8	68,914	0.8	116.1	75,095	0.7	109.0	87,967	0.7	117.1	103,084	0.5	117.2		その他	149,065	1.8	116.2	140,990	2.1	94.6	163,584	1.9	116.0	141,300	2.3	86.4	184,249	2.2	130.4	248,799	2.4	135.0	332,981	2.5	133.8	461,203	2.3	138.5		小計	6,153,827	73.7	100.4	4,814,001	70.9	78.2	6,528,432	75.8	135.6	4,723,661	76.0	72.4	6,387,977	76.4	135.2	8,115,789	78.3	127.0	10,819,211	80.7	133.3	16,645,843	84.3	153.9		オセアニア																										豪州	242,031	2.9	108.8	211,659	3.1	87.5	225,751	2.6	106.7	162,578	2.6	72.0	206,404	2.5	127.0	244,569	2.4	118.5	302,656	2.3	123.8	376,075	1.9	124.3		ニュージーランド	33,682	0.4	97.0	31,567	0.5	93.7	32,061	0.4	101.6	23,996	0.4	74.8	31,853	0.4	132.7	36,954	0.4	116.0	41,622	0.3	112.6	49,402	0.3	118.7		その他	3,275	0.0	92.7	2,987	0.0	91.2	3,060	0.0	102.4	2,576	0.0	84.2	3,256	0.0	126.4	3,363	0.0	103.3	3,061	0.0	91.0	3,549	0.0	115.9		小計	278,988	3.3	107.0	246,213	3.6	88.3	260,872	3.0	106.0	189,150	3.0	72.5	241,513	2.9	127.7	284,886	2.7	118.0	347,339	2.6	121.9	429,026	2.2	123.5		集計	1,107	0.0	117.8	640	0.0	57.8	663	0.0	103.6	493	0.0	74.4	498	0.0	101.0	489																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
韓国	2,382,397	28.5	91.6	1,586,772	23.4	66.6	2,439,816	28.3	153.8	1,658,073	26.7	68.0	2,042,775	24.4	123.2	2,456,165	23.7	120.2	2,755,313	20.5	112.2	4,002,095	20.3	145.3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
中国	1,000,416	12.0	106.2	1,006,085	14.8	100.6	1,412,875	16.4	140.4	1,043,246	16.8	73.8	1,425,100	17.1	136.6	1,314,437	12.7	92.2	2,409,158	18.0	183.3	4,993,689	25.3	207.3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
台湾	1,390,228	16.6	100.4	1,024,292	15.1	73.7	1,268,278	14.7	123.8	993,974	16.0	78.4	1,465,753	17.5	147.5	2,210,821	21.3	150.8	2,829,821	21.1	128.0	3,677,075	18.6	129.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
香港	550,190	6.6	127.3	449,568	6.6	81.7	508,691	5.9	113.2	364,865	5.9	71.7	481,665	5.8	132.0	745,881	7.2	154.9	925,975	6.9	124.1	1,524,292	7.7	164.6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
タイ	191,881	2.3	114.6	177,541	2.6	92.5	214,881	2.5	121.0	144,969	2.3	67.5	260,640	3.1	179.8	453,642	4.4	174.0	657,570	4.9	145.0	796,731	4.0	121.2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
シンガポール	167,894	2.0	110.6	145,224	2.1	86.5	180,960	2.1	124.6	111,354	1.8	61.5	142,201	1.7	127.7	189,280	1.8	133.1	227,962	1.7	120.4	308,783	1.6	135.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
マレーシア	105,663	1.3	104.7	89,509	1.3	84.7	114,519	1.3	127.9	81,516	1.3	71.2	130,183	1.6	159.7	176,521	1.7	135.6	249,521	1.9	141.4	305,447	1.5	122.4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
インドネシア	66,593	0.8	103.8	63,617	0.9	95.5	80,632	0.9	126.7	61,911	1.0	76.8	101,460	1.2	163.9	136,797	1.3	134.8	158,739	1.2	116.0	205,083	1.0	129.2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
フィリピン	82,177	1.0	91.8	71,485	1.1	87.0	77,377	0.9	108.2	63,099	1.0	81.5	85,037	1.0	134.8	108,351	1.0	127.4	184,204	1.4	170.0	268,361	1.4	145.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
インド	67,323	0.8	99.6	58,918	0.9	87.5	66,819	0.8	113.4	59,354	1.0	88.8	68,914	0.8	116.1	75,095	0.7	109.0	87,967	0.7	117.1	103,084	0.5	117.2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
その他	149,065	1.8	116.2	140,990	2.1	94.6	163,584	1.9	116.0	141,300	2.3	86.4	184,249	2.2	130.4	248,799	2.4	135.0	332,981	2.5	133.8	461,203	2.3	138.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
小計	6,153,827	73.7	100.4	4,814,001	70.9	78.2	6,528,432	75.8	135.6	4,723,661	76.0	72.4	6,387,977	76.4	135.2	8,115,789	78.3	127.0	10,819,211	80.7	133.3	16,645,843	84.3	153.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
オセアニア																										豪州	242,031	2.9	108.8	211,659	3.1	87.5	225,751	2.6	106.7	162,578	2.6	72.0	206,404	2.5	127.0	244,569	2.4	118.5	302,656	2.3	123.8	376,075	1.9	124.3		ニュージーランド	33,682	0.4	97.0	31,567	0.5	93.7	32,061	0.4	101.6	23,996	0.4	74.8	31,853	0.4	132.7	36,954	0.4	116.0	41,622	0.3	112.6	49,402	0.3	118.7		その他	3,275	0.0	92.7	2,987	0.0	91.2	3,060	0.0	102.4	2,576	0.0	84.2	3,256	0.0	126.4	3,363	0.0	103.3	3,061	0.0	91.0	3,549	0.0	115.9		小計	278,988	3.3	107.0	246,213	3.6	88.3	260,872	3.0	106.0	189,150	3.0	72.5	241,513	2.9	127.7	284,886	2.7	118.0	347,339	2.6	121.9	429,026	2.2	123.5		集計	1,107	0.0	117.8	640	0.0	57.8	663	0.0	103.6	493	0.0	74.4	498	0.0	101.0	489																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
豪州	242,031	2.9	108.8	211,659	3.1	87.5	225,751	2.6	106.7	162,578	2.6	72.0	206,404	2.5	127.0	244,569	2.4	118.5	302,656	2.3	123.8	376,075	1.9	124.3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
ニュージーランド	33,682	0.4	97.0	31,567	0.5	93.7	32,061	0.4	101.6	23,996	0.4	74.8	31,853	0.4	132.7	36,954	0.4	116.0	41,622	0.3	112.6	49,402	0.3	118.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
その他	3,275	0.0	92.7	2,987	0.0	91.2	3,060	0.0	102.4	2,576	0.0	84.2	3,256	0.0	126.4	3,363	0.0	103.3	3,061	0.0	91.0	3,549	0.0	115.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
小計	278,988	3.3	107.0	246,213	3.6	88.3	260,872	3.0	106.0	189,150	3.0	72.5	241,513	2.9	127.7	284,886	2.7	118.0	347,339	2.6	121.9	429,026	2.2	123.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
集計	1,107	0.0	117.8	640	0.0	57.8	663	0.0	103.6	493	0.0	74.4	498	0.0	101.0	489																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		

資料28 訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者数(2015年(平成27年))



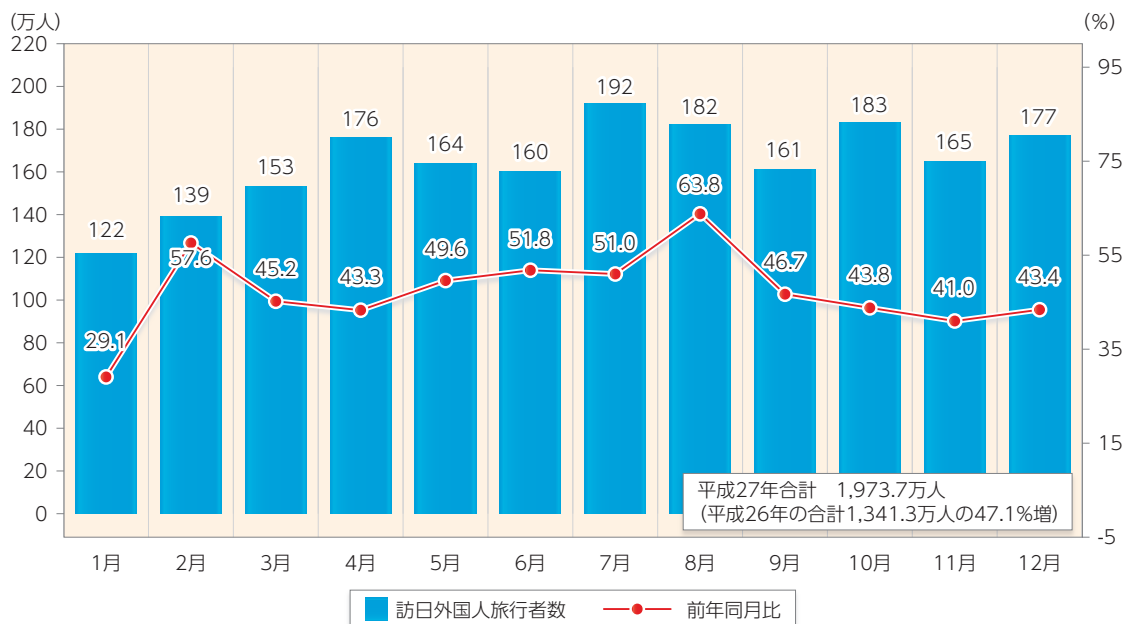
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

注2：従業員数10人以上の施設に対する調査から作成。

注3：年間の新設・廃業施設のデータを反映させる前の数値であり、確定値では若干の変更がある。

資料29 訪日外国人旅行者数の月別推移(2015年(平成27年))



資料：日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成

資料30 訪日外国人旅行者の訪問率上位都府県の推移

(単位：%)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	東京都 58.9	東京都 58.8	東京都 60.3	東京都 50.6	東京都 51.3	東京都 47.3	東京都 51.4	東京都 52.1
2	大阪府 25.0	大阪府 24.4	大阪府 26.1	大阪府 25.2	大阪府 24.0	大阪府 25.1	大阪府 27.9	千葉県 44.4
3	京都府 21.4	京都府 20.6	京都府 24.0	京都府 16.7	京都府 17.3	京都府 18.9	京都府 21.9	大阪府 36.3
4	神奈川県 16.0	神奈川県 16.7	神奈川県 17.8	神奈川県 11.8	神奈川県 12.7	神奈川県 11.2	神奈川県 12.3	京都府 24.4
5	千葉県 11.8	千葉県 12.7	千葉県 15.0	福岡県 9.7	千葉県 9.8	千葉県 9.6	千葉県 11.7	神奈川県 11.3
延べ訪問率	234.3	230.2	248.4	192.9	198.8	201.5	214.3	262.4

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び日本政府観光局（JNTO）「JNTO訪日外客訪問地調査」に基づき観光庁作成

注1：訪問率とは、「今回の旅行中に当該地を訪問した」と答えた回答者数 ÷ 全回答者数 × 100により求めたもの。

注2：延べ訪問率とは、各都道府県の訪問率を足し合わせたもの。

注3：2010年（平成22年）までは「JNTO訪日外客訪問地調査」、2011年（平成23年）からは「訪日外国人消費動向調査」による推計値であるため、2010年（平成22年）以前と2011年（平成23年）以降の調査結果は直接比較できない。

注4：2015年（平成27年）から訪問地に入出国空港の所在地が含まれる。

資料31 訪日外国人旅行者数の目的別推移

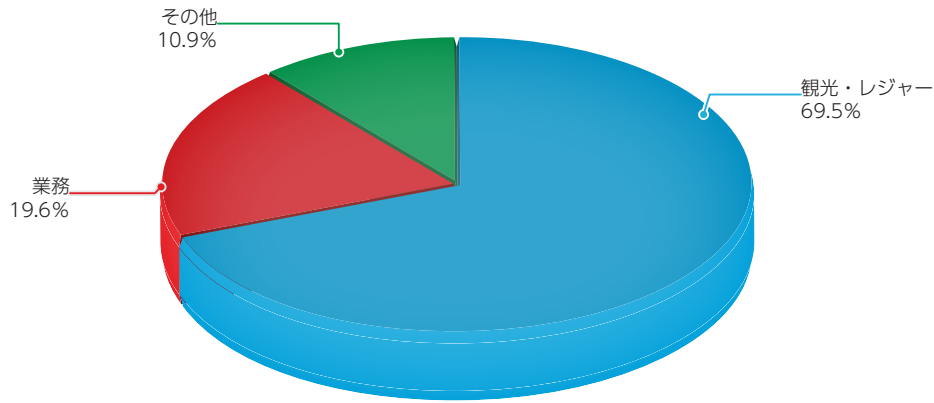
(単位：人)

人数	合計	観光客	商用客 その他の客
2007	8,346,969 [100.0] (113.8)	5,954,180 [71.3] (118.3)	2,392,789 [28.7] (104.0)
2008	8,350,835 [100.0] (100.0)	6,048,681 [72.4] (101.6)	2,302,154 [27.6] (96.2)
2009	6,789,658 [100.0] (81.3)	4,759,833 [70.1] (78.7)	2,029,825 [29.9] (88.2)
2010	8,611,175 [100.0] (126.8)	6,361,974 [73.9] (133.7)	2,249,201 [26.1] (110.8)
2011	6,218,752 [100.0] (72.2)	4,057,235 [65.2] (63.8)	2,161,517 [34.8] (96.1)
2012	8,358,105 [100.0] (134.4)	6,041,645 [72.3] (148.9)	2,316,460 [27.7] (107.2)
2013	10,363,904 [100.0] (124.0)	7,962,517 [76.8] (131.8)	2,401,387 [23.2] (103.7)
2014	13,413,467 [100.0] (129.4)	10,880,604 [81.1] (136.6)	2,532,863 [18.9] (105.5)
2015	19,737,409 [100.0] (147.1)	16,969,126 [86.0] (156.0)	2,768,283 [14.0] (109.3)

資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成

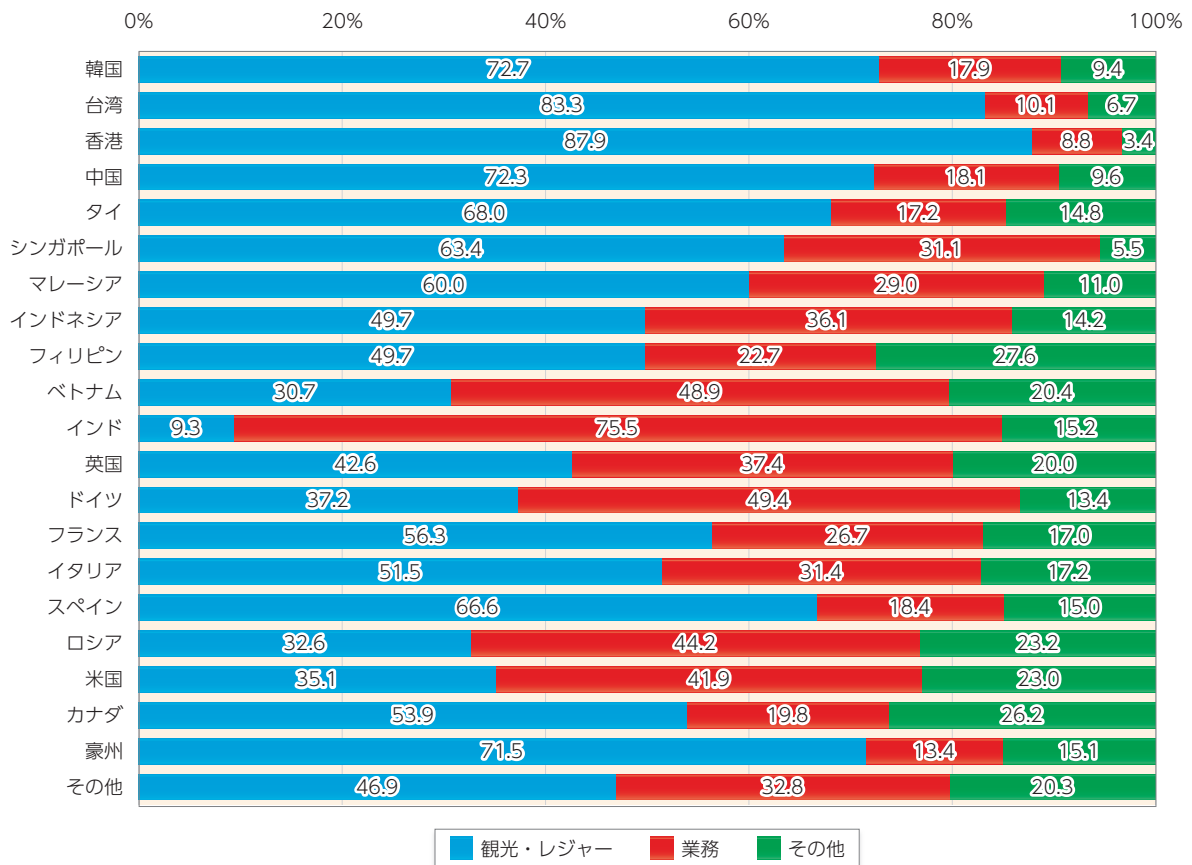
注1：[]内は構成比（%）を、()内は前年比（%）を示す。

資料32 訪日外国人旅行者の目的別割合 (2015年(平成27年))



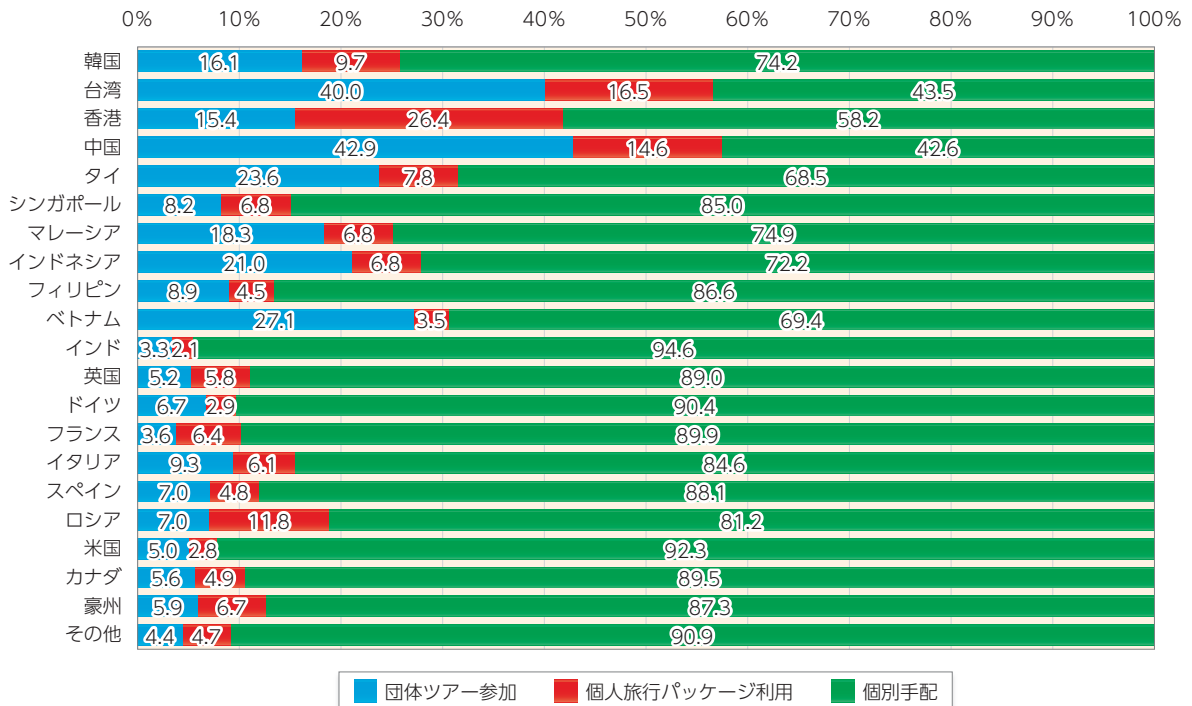
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

資料33 国・地域別訪日外国人旅行者の目的別比率 (2015年(平成27年))



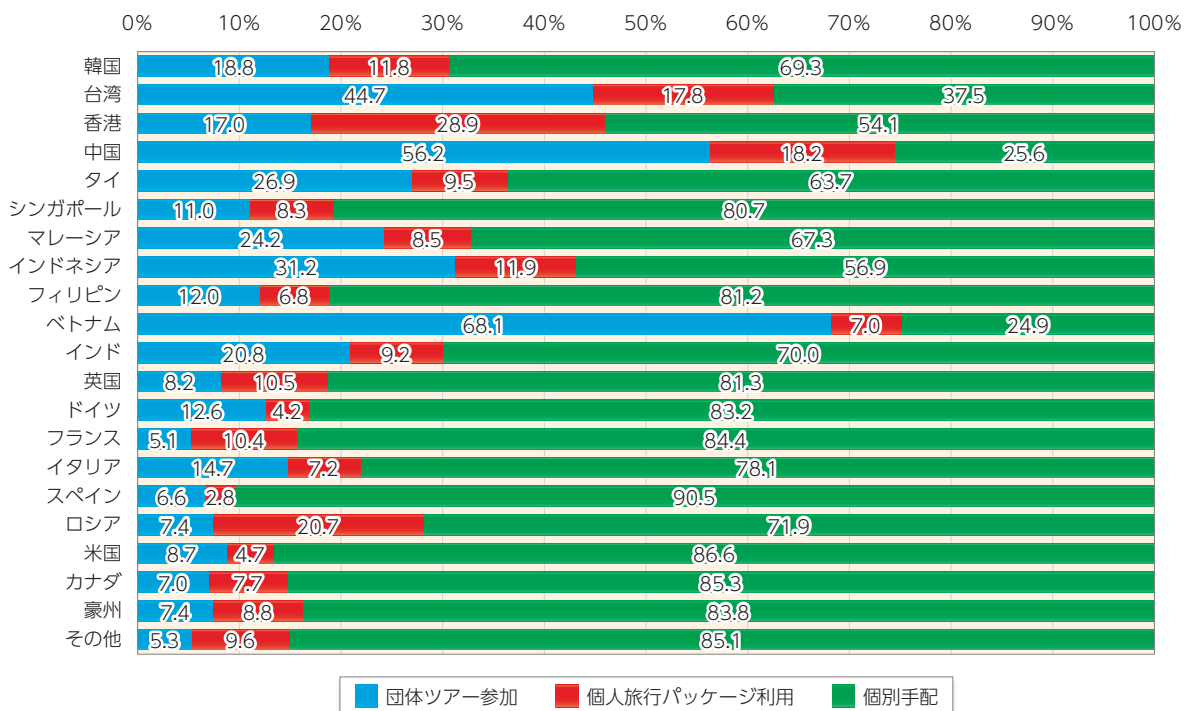
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

資料34 国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(全目的)(2015年(平成27年))



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

資料35 国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(観光・レジャー目的)(2015年(平成27年))



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

資料36 入国外国人の旅客輸送の推移

(単位：千人)

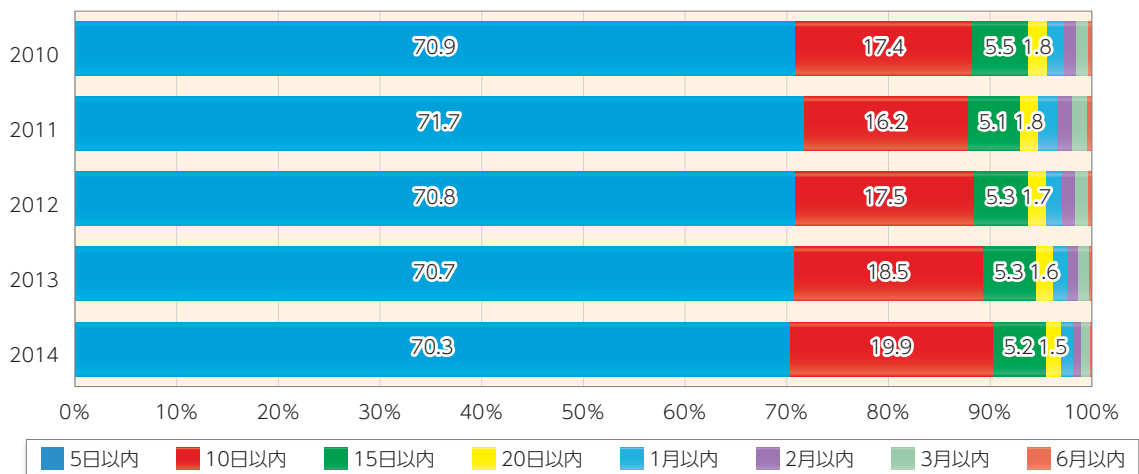
地点 年	航空輸送									海上輸送	合計
	小計	新千歳	成田国際	東京国際 (羽田)	中部国際	関西国際	福岡	那覇	その他 地方空港		
2007	8,486	301	4,376	441	596	1,647	433	84	608	666	9,152
	(92.7)	(3.3)	(47.8)	(4.8)	(6.5)	(18.0)	(4.7)	(0.9)	(6.6)	(7.3)	(100.0)
2008	8,448	311	4,283	533	596	1,641	426	106	550	698	9,146
	(92.4)	(3.4)	(46.8)	(5.8)	(6.5)	(17.9)	(4.7)	(1.2)	(6.0)	(7.6)	(100.0)
2009	7,147	298	3,789	512	415	1,349	320	88	376	435	7,581
	(94.3)	(3.9)	(50.0)	(6.8)	(5.5)	(17.8)	(4.2)	(1.2)	(5.0)	(5.7)	(100.0)
2010	8,741	363	4,196	751	507	1,745	484	140	555	703	9,444
	(92.6)	(3.8)	(44.4)	(8.0)	(5.4)	(18.5)	(5.1)	(1.5)	(5.9)	(7.4)	(100.0)
2011	6,682	290	2,820	908	417	1,339	407	163	338	453	7,135
	(93.6)	(4.1)	(39.5)	(12.7)	(5.8)	(18.8)	(5.7)	(2.3)	(4.7)	(6.4)	(100.0)
2012	8,567	390	3,562	1,098	476	1,792	561	231	458	605	9,172
	(93.4)	(4.3)	(38.8)	(12.0)	(5.2)	(19.5)	(6.1)	(2.5)	(5.0)	(6.6)	(100.0)
2013	10,637	506	4,263	1,293	574	2,323	687	374	616	618	11,255
	(94.5)	(4.5)	(37.9)	(11.5)	(5.1)	(20.6)	(6.1)	(3.3)	(5.5)	(5.5)	(100.0)
2014	13,560	662	4,932	1,752	699	3,170	884	653	808	583	14,143
	(95.9)	(4.7)	(34.9)	(12.4)	(4.9)	(22.4)	(6.3)	(4.6)	(5.7)	(4.1)	(100.0)

資料：法務省資料に基づき観光庁作成

注1：()内は構成比(%)を示す。

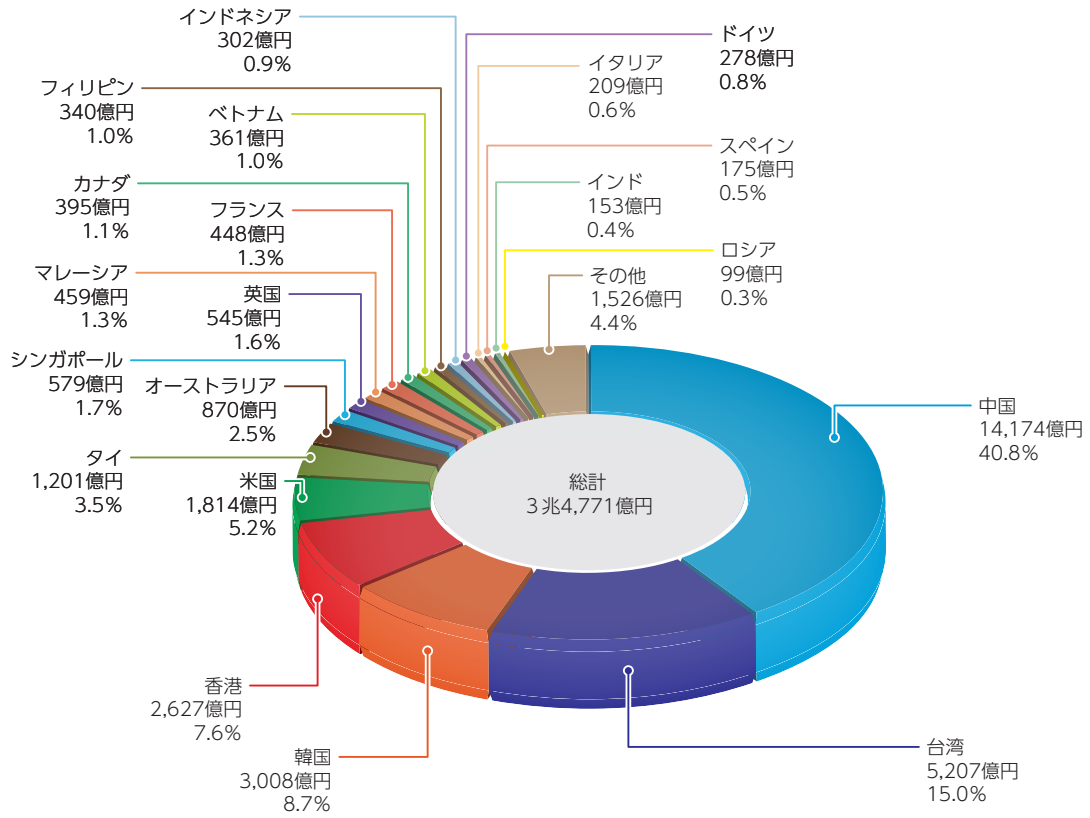
注2：本表は法務省の「出入国管理統計」のデータを使用しているのに対し、日本政府観光局(JNTO)が発表している訪日外国人旅行者数(図表I-11等で使用)は、法務省の同データを基に、外国人正規入国者(当該国発行の旅券を所持した入国者)から日本に居住する外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えて算出した数値であるため、それぞれの数値は一致しない。

資料37 訪日外国人旅行者の滞在期間比率の状況



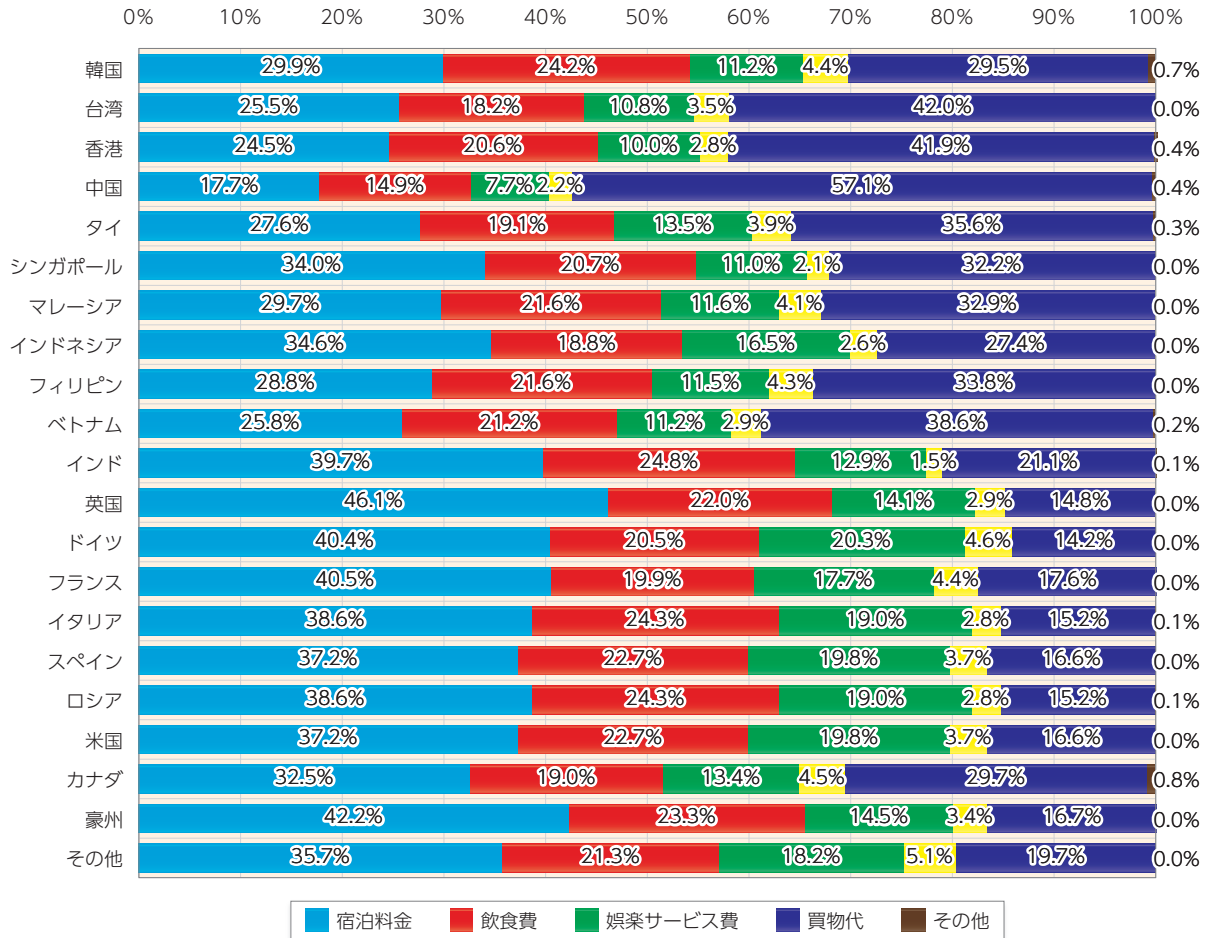
資料：法務省資料に基づき観光庁作成

注1：滞在期間が6月以内の入国人数について集計した。



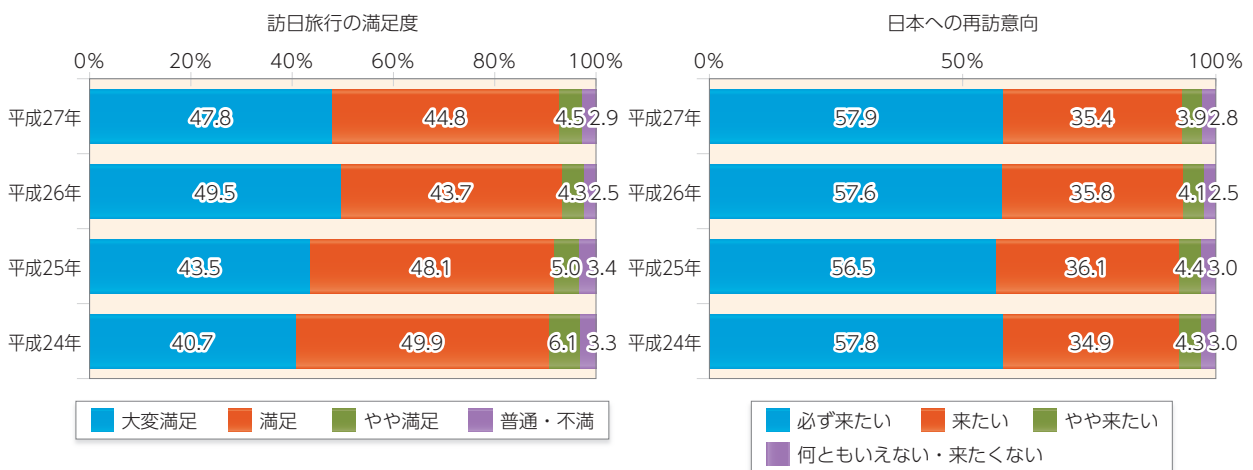
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

資料39 訪日外国人旅行者の国・地域別旅行支出構成比 (2015年(平成27年))



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

資料40 訪日外国人旅行者の満足度・再訪意向



資料：観光庁「訪日外国人旅行消費動向調査」

資料41 日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額

(円/人回)		平成24年	平成25年	平成26年
国内旅行		31,695	31,995	31,165
	宿泊旅行	47,444	48,094	47,125
	観光・レクリエーション	52,938	53,647	53,328
	帰省・知人訪問等	39,148	39,143	37,405
	出張・業務	43,923	45,178	44,124
	日帰り	14,972	15,383	15,232
	観光・レクリエーション	15,211	15,335	15,469
	帰省・知人訪問等	15,607	16,409	14,438
	出張・業務	13,587	14,678	15,123
海外旅行		242,340	253,284	256,021
	観光・レクリエーション	240,941	271,144	276,978
	帰省・知人訪問等	231,738	236,302	232,169
	出張・業務	250,122	210,511	215,115

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：海外旅行については、旅行中の海外での消費額のほか、国内における消費額も含む。

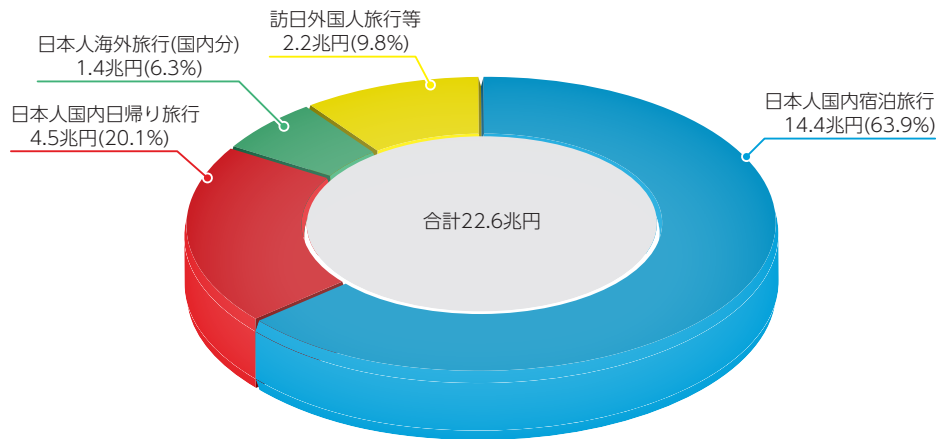
資料42 旅行消費額の推計 (2014年 (平成26年))

(単位：十億円)

費目	a	b	c	d = a + b + c	e	f = d + e
	宿泊旅行 (国内)	日帰り旅行 (国内)	海外旅行 (国内分)	国民の旅行 (国内分)	訪日外国人 旅行等	国内の 旅行消費額
旅行消費額 (旅行中+前後)	14,443	4,535	1,424	20,402	2,207	22,609
対前年比	-8.3%	-4.9%	2.6%	-6.9%	33.7%	-4.0%
旅行前後支出	1,962	672	334	2,967		
旅行前支出	1,866	638	320	2,824		
旅行後支出	96	34	14	144		
旅行中支出	12,044	3,864	1,090	16,998		
旅行会社収入	213	33	170	416		
交通費	4,859	2,011	801	7,671		
宿泊費	2,994	0	25	3,019		
飲食費	1,556	549	24	2,130		
土産代・買物代	1,731	831	63	2,625		
入場料・施設利用料	660	403	1	1,064		
その他	31	37	6	74		
別荘の帰属家賃	437	0	0	437		
			g	h = d + g		
			海外旅行 (海外分)	国民の旅行 (海外分含)		
			3,031	23,433		

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

資料43 国内の旅行消費額の市場別内訳 (2014年 (平成26年))



注：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支統計(確報)」により観光庁作成

資料44 日本国内における旅行消費額の経済効果 (2014年 (平成26年))

	旅行消費額 (最終需要)	生産波及効果 (単位：兆円)			付加価値効果 (単位：兆円)			雇用効果 (単位：万人)		
		直接効果	波及効果 (直接+1次効果)	波及効果 (直接+1次+2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次効果)	波及効果 (直接+1次+2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次効果)	波及効果 (直接+1次+2次効果)
平成26年 日本国内における旅行・観光消費の経済波及効果	22.6	21.5	37.4	47.0	10.8	18.6	23.9	210	322	397
産業全体に占めるシェア※		2.3%	4.0%	5.0%	2.2%	3.8%	4.9%	3.2%	4.9%	6.1%
乗数 (波及効果/直接効果)			1.7	2.2		1.7	2.2		1.5	1.9
平成25年 推計値	23.6	22.4	38.8	48.7	11.3	19.3	24.8	223	340	417
対前年増加率 (平成26年/平成25年)	-4.2%	-4.1%	-3.6%	-3.5%	-4.8%	-3.9%	-3.8%	-6.0%	-5.2%	-4.8%

※産業全体に相当する数値

平成26年産出額

945.8 兆円

平成26年GDP(名目)

486.9 兆円

平成26年就業者数

6,514 万人

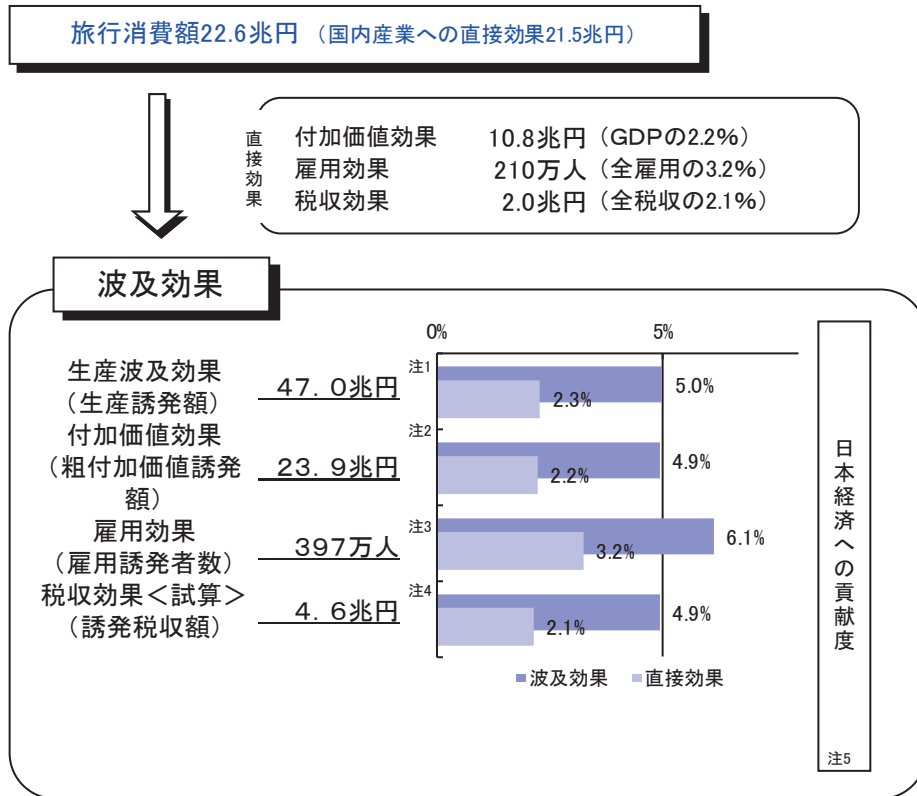
(単位：十億円)

	実効税率	直接効果	波及効果	
			直接効果+1次効果	直接+1次効果+2次効果
間接税	6.0%	645	1,112	1,430
直接税	個人	840	1,415	1,754
	法人	481	966	1,371
合計		1,967	3,493	4,554
平成26年度税収(92.9兆円)に占める割合		2.1%	3.8%	4.9%

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

注1：平成26年度税収は、国税収入(決算額)と地方税収入(見込額)を足し合わせたもの。

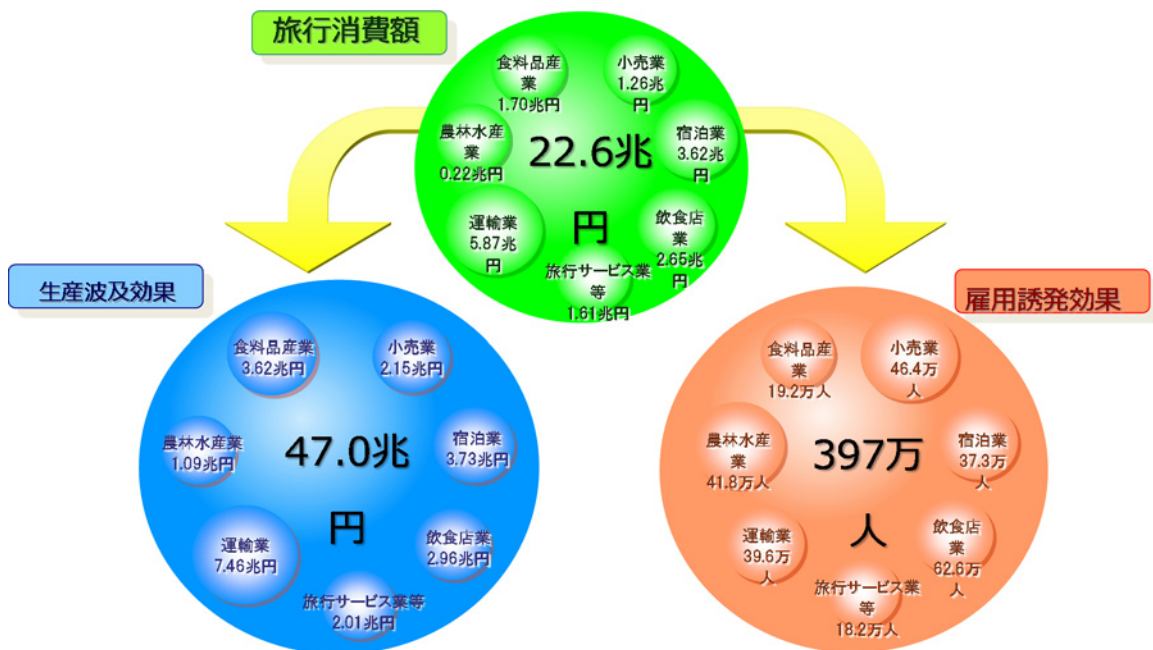
資料45 旅行消費が日本国内にもたらす経済効果 (2014年 (平成26年))



資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

- 注1：国民経済計算における産出額945.8兆円に対応 (平成26年)
- 注2：国民経済計算における名目GDP486.9兆円に対応 (平成26年)
- 注3：国民経済計算における就業者数6,514万人に対応 (平成26年)
- 注4：国税+地方税92.9兆円に対応 (平成26年度)
- 注5：ここで言う貢献度とは全産業に占める比率。

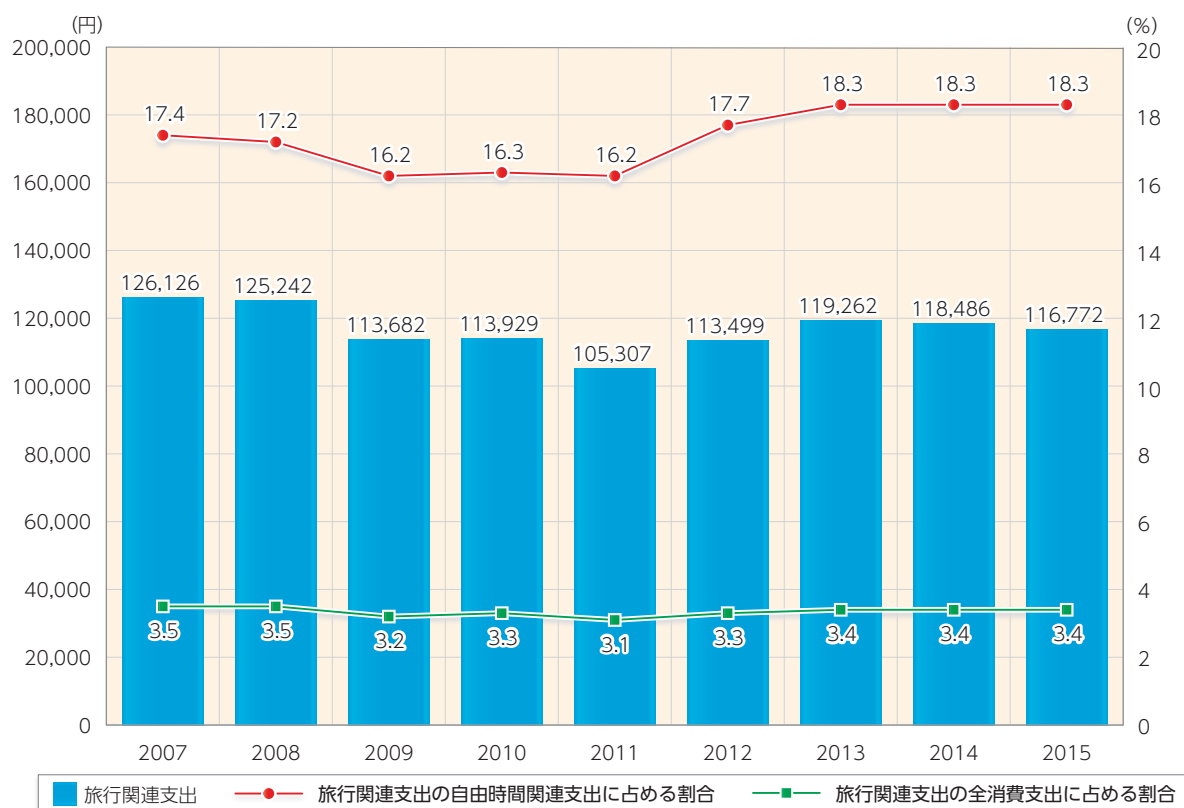
資料46 旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果 (2014年 (平成26年))



資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

- 注1：生産波及効果とは、新たな需要が生じた際に、結果として産業全体に生じた効果を示したもの (例えば、旅行・観光消費が発生し、これらに原材料 (中間財) を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業者の給与の増加によりもたらされた産業全体の新たな生産を反映したもの)

資料47 1世帯あたり旅行関連の支出の推移



資料：総務省統計局「家計調査」(二人以上の世帯(農林漁家世帯を除く))に基づき観光庁作成

注1：自由時間関連支出とは、外食、テレビ・パソコン等の耐久財、読書等の教養娯楽、スポーツ用品等に支出した金額。

注2：旅行関連支出とは、「宿泊費(宿泊料、パック旅行)」、「交通費(鉄道運賃、航空運賃、有料道路料、他の交通)」、「旅行用かばん」に支出した金額。

資料48 日本国内の輸送機関別旅客輸送量の推移

(単位：百万人)

年	区分	鉄道						航空	フェリー
		JR			民鉄				
		定期外 (内数)	新幹線 (内数)	定期外 (内数)					
輸送 人員	2006	22,129	8,740	3,352 (0.7)	303 (0.8)	13,389	5,946 (1.1)	96 (2.0)	3.1 (△ 6.2)
	2007	22,680	8,924	3,454 (3.1)	313 (3.2)	13,756	6,144 (3.3)	96 (△0.8)	3.0 (△ 2.1)
	2008	23,021	9,026	3,501 (1.3)	316 (0.8)	13,995	6,294 (2.4)	93 (△2.8)	2.8 (△ 8.6)
	2009	22,738	8,853	3,373 (△3.6)	290 (△8.2)	13,885	6,208 (△1.4)	84 (△9.6)	2.4 (△13.7)
	2010	22,796	8,876	3,380 (0.2)	295 (2.0)	13,920	6,262 (0.9)	84 (0.5)	2.2 (△ 6.5)
	2011	22,466	8,755	3,291 (△2.6)	299 (1.2)	13,711	6,091 (△2.7)	78 (△8.0)	2.2 (△ 1.9)
	2012	23,099	8,957	3,439 (4.5)	320 (7.1)	14,142	6,358 (4.4)	85 (9.5)	2.2 (△ 0.2)
	2013	23,281	9,019	3,492 (1.5)	329 (2.7)	14,262	6,401 (1.6)	91 (7.1)	2.3 (2.7)
	2014	23,734	9,165	3,535 (1.2)	339 (3.2)	14,569	6,448 (0.7)	95 (3.9)	2.2 (△ 4.1)
	2015	24,158	9,266	3,620 (2.4)	363 (7.1)	14,892	6,623 (2.7)	96 (1.4)	2.3 (7.6)

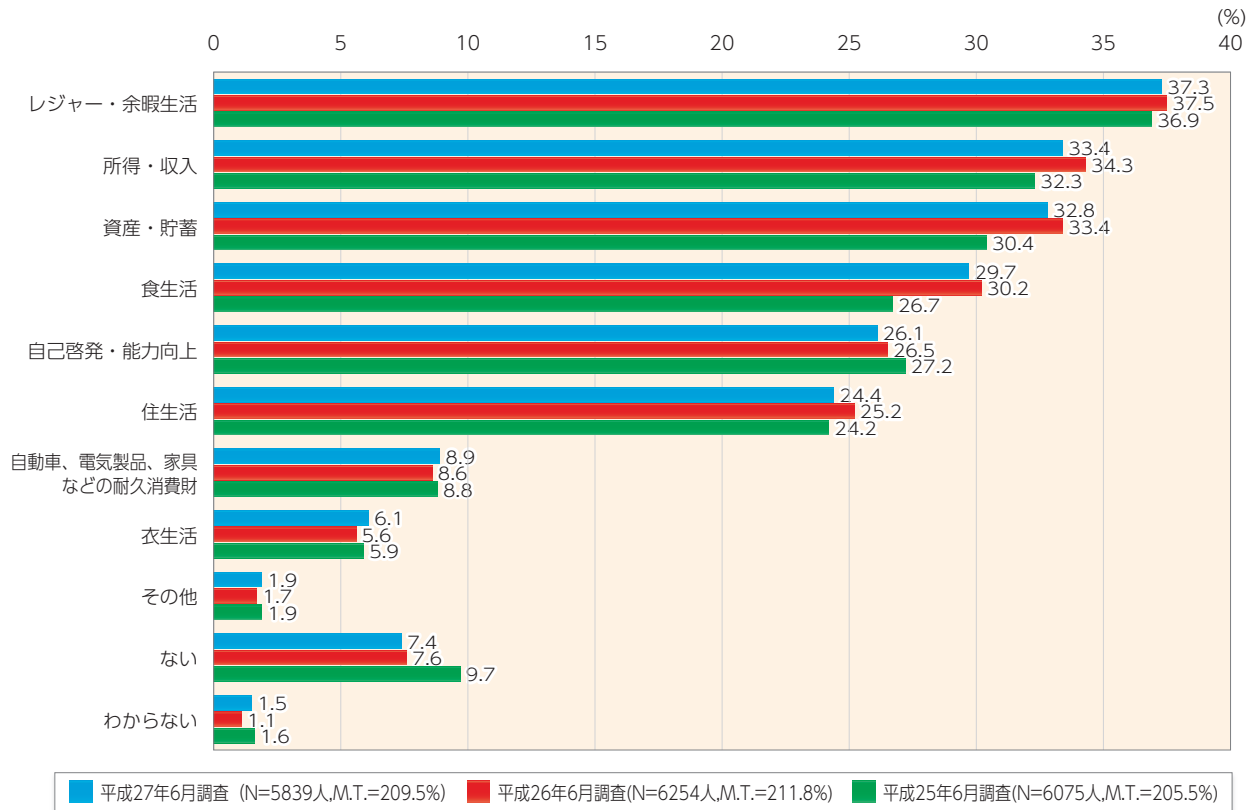
資料：国土交通省「国土交通月例経済」(平成28年3月号)に基づき観光庁作成

注1：()の数値は前年比伸び率を、△は減少を示す。

注2：2015年(平成27年)の値は速報値。

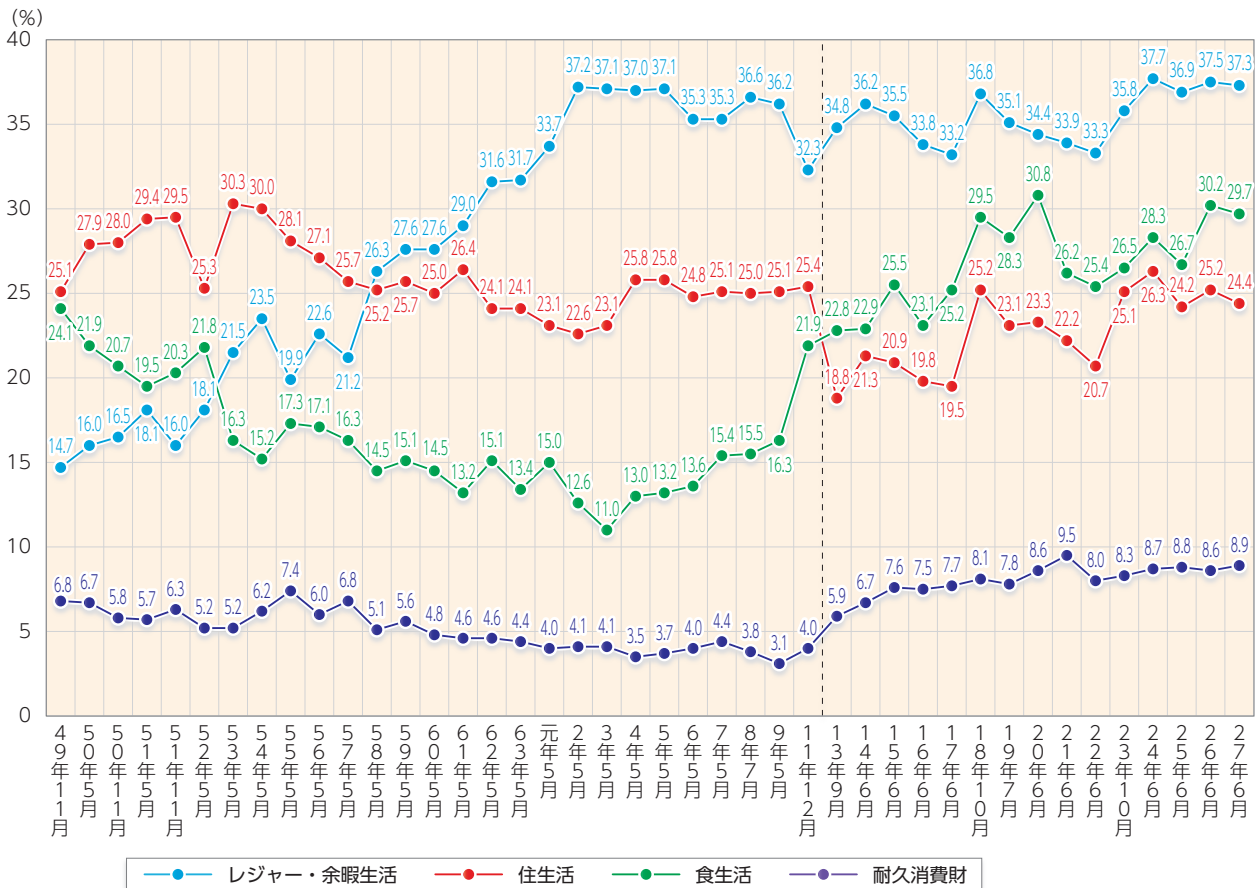
注3：フェリーは長距離の輸送人員を示す。

資料49 今後の生活の力点



資料：内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」に基づき観光庁作成

資料50 今後の生活の力点の推移

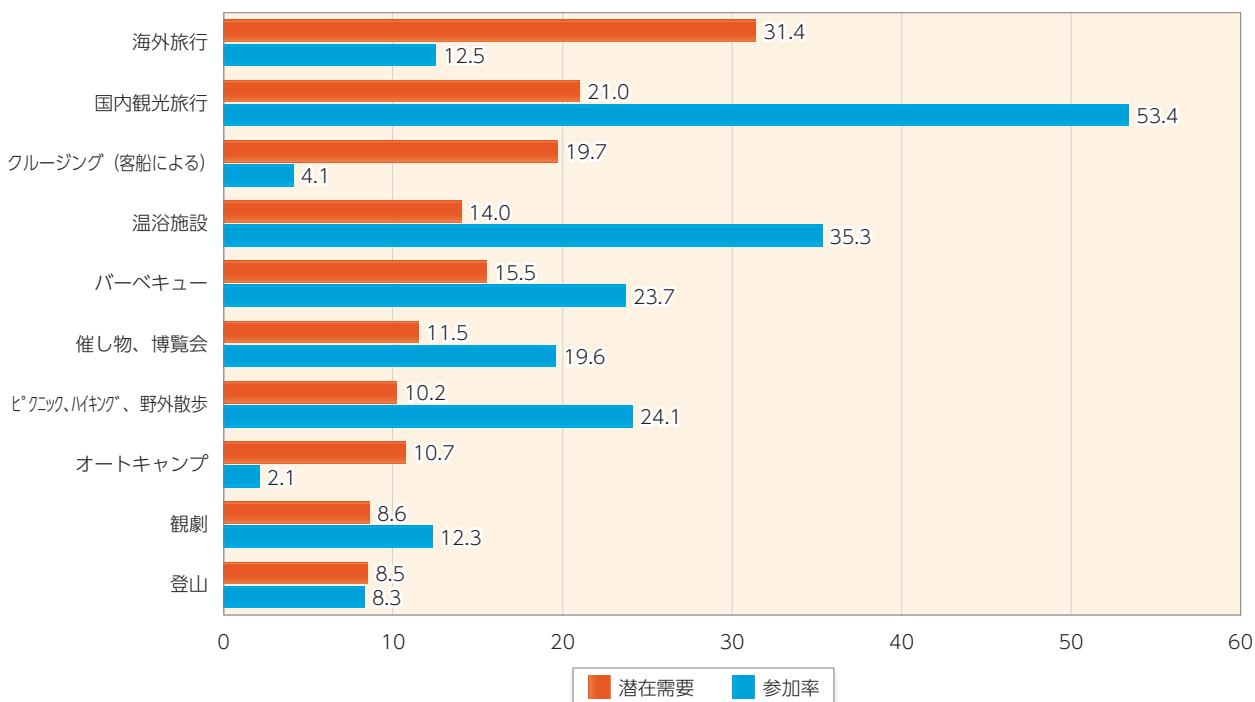


資料：内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」に基づき観光庁作成

注1：耐久消費財とは、自動車・電気製品・家具などの耐久消費財。

注2：平成11年以前は単数回答、平成13年以降は複数回答で聞いているため、平成11年以前と平成13年以降の調査結果は直接比較できない。

資料51 余暇活動の潜在需要上位10種目(2014年(平成26年))



資料：公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2015」に基づき観光庁作成

注1：潜在需要とは、参加希望率から参加率を差し引いて算出したものである。

資料52 現在の生活に対する満足度 (2015年 (平成27年))

	該当者数	満足			不満			どちらとも いえない	わからない
		満足 している	まあ満足 している	不満	やや不満だ	不満だ			
単位	人	%	%	%	%	%	%	%	
総数	5,839	70.1	10.1	60.0	29.0	23.0	6.0	0.7	0.2
(性)									
男性	2,714	68.1	9.0	59.1	30.9	24.5	6.3	0.8	0.2
女性	3,125	71.8	11.1	60.7	27.4	21.7	5.7	0.7	0.1
(年齢)									
20～29歳	453	79.2	16.6	62.7	20.1	15.9	4.2	—	0.7
30～39歳	746	72.8	11.8	61.0	27.1	22.5	4.6	0.1	—
40～49歳	1,057	67.1	8.0	59.0	32.0	27.0	5.0	0.9	0.1
50～59歳	1,016	66.6	10.0	56.6	33.1	27.0	6.1	0.3	—
60～69歳	1,281	69.2	7.9	61.4	29.4	22.3	7.1	1.0	0.3
70歳以上	1,286	71.4	10.9	60.5	27.2	20.1	7.2	1.3	0.1
(性・年齢)									
(男性)	2,714	68.1	9.0	59.1	30.9	24.5	6.3	0.8	0.2
20～29歳	221	74.7	13.1	61.5	24.9	19.9	5.0	—	0.5
30～39歳	334	70.4	11.4	59.0	29.6	24.6	5.1	—	—
40～49歳	488	64.3	8.6	55.7	34.4	29.1	5.3	1.0	0.2
50～59歳	473	66.6	9.5	57.1	33.0	26.8	6.1	0.4	—
60～69歳	622	68.2	6.9	61.3	30.2	21.9	8.4	1.1	0.5
70歳以上	576	68.8	8.2	60.6	29.9	23.4	6.4	1.4	—
(女性)	3,125	71.8	11.1	60.7	27.4	21.7	5.7	0.7	0.1
20～29歳	232	83.6	19.8	63.8	15.5	12.1	3.4	—	0.9
30～39歳	412	74.8	12.1	62.6	25.0	20.9	4.1	0.2	—
40～49歳	569	69.4	7.6	61.9	29.9	25.1	4.7	0.7	—
50～59歳	543	66.7	10.5	56.2	33.1	27.1	6.1	0.2	—
60～69歳	659	70.3	8.8	61.5	28.7	22.8	5.9	0.9	0.2
70歳以上	710	73.5	13.1	60.4	25.1	17.3	7.7	1.3	0.1

資料：内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」(平成27年6月)に基づき観光庁作成

資料53 宿泊業労働者の労働時間及び給与額 (2015年(平成27年))

区分	企業規模計(10人以上)						年間賞与 その他 特別給与額
	年齢	勤続年数	所定内実労働 時間数	超過実労働 時間数	きまって 支給する現金 給与額	所定内 給与額	
単位	歳	年	時間	時間	千円	千円	千円
宿泊業	41.3	8.6	171	12	257.5	236.7	317.9
男女別							
男	43	9.8	172	13	288.7	264.8	390.5
女	38.9	6.9	169	11	212.8	196.3	213.5
学歴別							
中学卒	53.3	10.2	170	11	225.7	209.4	148.4
高校卒	43.4	8.8	172	11	239.2	221.0	238.0
高専・短大卒	37.3	8.2	170	14	265.9	241.0	375.4
大学・大学院卒	39.5	8.5	170	12	292.8	269.9	453.9
年齢別							
～19歳	19.1	0.9	173	12	171.5	157.1	44.8
20～24歳	22.6	2.0	170	15	198.6	178.3	163.1
25～29歳	27.4	4.2	170	16	223.2	197.7	279.2
30～34歳	32.5	6.1	170	16	246.4	219.3	329.9
35～39歳	37.6	8.2	170	14	275.2	248.2	390.1
40～44歳	42.5	10.7	171	13	294.2	269.6	435.6
45～49歳	47.4	11.6	172	11	304.1	283.7	428.3
50～54歳	52.5	12.3	172	9	307.5	290.9	439.8
55～59歳	57.4	13.5	173	8	292.8	278.1	361.6
60～64歳	62.4	13.4	170	7	234.7	222.6	199.3
65～69歳	67	11.7	168	6	198.1	189.4	69.2
70歳～	72.8	14.2	168	5	178.1	171.3	30.1
参考：産業計	42.3	12.1	164	13	333.3	304.0	892.7
男女別							
男	43.1	13.5	165	16	370.3	335.1	1,033.4
女	40.7	9.4	162	8	259.6	242.0	611.9
学歴別							
中学卒	50.7	14.6	169	16	273.2	244.2	405.5
高校卒	44.1	13.0	166	16	294.9	263.2	665.2
高専・短大卒	40.1	10.6	164	11	300.4	276.1	763.6
大学・大学院卒	40.4	11.7	162	12	403.6	374.6	1,285.9
年齢別							
～19歳	19.1	0.9	169	12	189.0	171.8	113.5
20～24歳	23.0	2.2	166	14	225.2	201.0	358.5
25～29歳	27.5	4.5	164	17	267.2	234.5	641.0
30～34歳	32.5	7.1	164	17	303.5	267.8	772.5
35～39歳	37.6	9.9	164	16	334.3	298.6	889.5
40～44歳	42.5	13.1	165	14	363.6	329.8	1,028.5
45～49歳	47.4	15.9	164	13	392.5	361.7	1,185.2
50～54歳	52.4	18.6	164	11	405.0	378.5	1,267.0
55～59歳	57.4	20.6	164	10	387.5	364.6	1,147.7
60～64歳	62.3	18.0	164	8	287.0	273.0	602.6
65～69歳	66.9	15.6	166	7	264.9	253.9	377.3
70歳～	73.4	19.4	168	5	266.0	258.0	288.4

資料：厚生労働省「平成27年賃金構造基本統計調査」に基づき観光庁作成

注1：10人以上の常用労働者を雇用する民営事業所に雇用される常用労働者のうち、一般労働者(短時間労働者を除く)について集計したものである。

注2：「所定内実労働時間数」、「超過実労働時間数」、「きまって支給する現金給与額」、「所定内給与額」は2015年(平成27年)6月分の数値である。

注3：「年間賞与その他特別給与額」は「2014年(平成26年)1月から12月までの1年間における賞与、期末手当等特別給与額」をいう。

資料54 観光関連産業の事業所に関する集計－産業横断的集計(売上(収入)金額等)

産業小分類	事業所数	従業者数(人)	売上(収入)金額(百万円)	1事業所当たり従業者数(人)	1事業所当たり売上(収入)金額(万円)	従業者1人当たり売上(収入)金額(万円)
M 宿泊業、飲食サービス業	560,552	4,049,441	19,934,138	7.2	3,675	511
75 宿泊業	41,261	529,933	4,699,197	12.8	12,031	913
750 管理、補助的経済活動を行う事業所(75宿泊業)	208	2,032	—	9.8	—	—
751 旅館、ホテル	33,852	484,270	4,340,224	14.3	13,065	911
752 簡易宿所	1,322	6,134	28,912	4.6	2,246	482
753 下宿業	996	2,875	11,686	2.9	1,194	411
759 その他の宿泊業	4,883	34,622	318,375	7.1	8,911	1,078
76 飲食店	474,502	3,092,035	13,159,877	6.5	2,859	442
760 管理、補助的経済活動を行う事業所(76飲食店)	2,045	23,650	—	11.6	—	—
761 食堂、レストラン(専門料理店を除く)	43,812	358,345	1,550,731	8.2	3,614	454
762 専門料理店	133,477	1,089,770	5,202,021	8.2	3,989	489
763 そば・うどん店	26,228	176,877	667,598	6.7	2,578	382
764 すし店	20,265	208,296	1,003,807	10.3	5,015	494
765 酒場、ビヤホール	96,990	478,376	2,088,324	4.9	2,220	450
766 バー、キャバレー、ナイトクラブ	71,308	231,022	709,683	3.2	1,031	319
767 喫茶店	57,246	254,103	893,029	4.4	1,599	359
769 その他の飲食店	23,131	271,596	1,044,683	11.7	4,687	405
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	44,789	427,473	2,075,064	9.5	4,817	506
770 管理、補助的経済活動を行う事業所(77持ち帰り・配達飲食サービス業)	273	3,880	—	14.2	—	—
771 持ち帰り飲食サービス業	9,682	64,003	366,904	6.6	3,883	587
772 配達飲食サービス業	34,834	359,590	1,708,160	10.3	5,079	492
N 生活関連サービス業、娯楽業	400,095	1,839,048	35,425,077	4.6	9,101	2,009
78 洗濯・理容・美容・浴場業	315,797	897,894	4,165,090	2.8	1,344	478
780 管理、補助的経済活動を行う事業所(78洗濯・理容・美容・浴場業)	433	2,626	—	6.1	—	—
781 洗濯業	47,583	240,770	1,498,303	5.1	3,233	653
782 理容業	95,377	184,498	472,433	1.9	500	259
783 美容業	151,650	356,695	1,464,505	2.4	982	419
784 一般公衆浴場業	2,763	14,179	66,269	5.1	2,417	473
785 その他の公衆浴場業	2,016	39,254	252,324	19.5	12,861	652
789 その他の洗濯・理容・美容・浴場業	15,975	59,872	411,256	3.7	2,706	718
79 その他の生活関連サービス業	43,068	303,161	6,575,691	7.0	16,263	2,344
790 管理、補助的経済活動を行う事業所(79その他の生活関連サービス業)	166	2,562	—	15.4	—	—
791 旅行業	7,398	72,023	3,692,972	9.7	52,779	5,545
793 衣服裁縫修理業	5,873	17,938	45,093	3.1	788	264
794 物品預り業	2,459	10,605	45,443	4.3	1,991	482
795 火葬・墓地管理業	887	5,332	61,070	6.0	7,672	1,249
796 冠婚葬祭業	8,619	115,765	1,914,000	13.4	24,404	1,752
799 他に分類されない生活関連サービス業	17,666	78,936	817,113	4.5	4,866	1,116
80 娯楽業	41,230	637,993	24,684,296	15.5	63,379	4,041
800 管理、補助的経済活動を行う事業所(80娯楽業)	549	6,480	—	11.8	—	—
801 映画館	439	12,994	205,000	29.6	47,897	1,613
802 興行場(別掲を除く)、興行団	2,057	25,076	718,791	12.2	36,339	2,994
803 競輪・競馬等の競走場、競技団	638	13,180	1,795,815	20.7	289,648	14,345
804 スポーツ施設提供業	11,489	230,391	1,686,841	20.1	15,447	747
805 公園、遊園地	1,242	58,231	760,544	46.9	69,203	1,373
806 遊戯場	14,245	204,037	18,132,046	14.3	132,651	9,299
809 その他の娯楽業	10,571	87,604	1,385,261	8.3	13,537	1,621

資料：総務省・経済産業省「平成26年経済センサス-基礎調査」に基づき観光庁作成

資料55 各産業のGDPに対する割合(2014年(平成26年))

	経済活動別GDP (単位：10億円)	GDPに対する割合 (単位：%)
農林水産業	5,666.0	1.2
鉱業	342.3	0.1
製造業	90,148.7	18.5
食料品	13,065.0	2.7
繊維	570.0	0.1
パルプ・紙	2,086.4	0.4
化学	7,313.1	1.5
石油・石炭製品	4,431.5	0.9
窯業・土石製品	2,732.3	0.6
鉄鋼	6,877.1	1.4
非鉄金属	1,549.9	0.3
金属製品	4,991.8	1.0
一般機械	10,227.3	2.1
電気機械	12,492.1	2.6
輸送用機械	11,849.6	2.4
精密機械	1,603.6	0.3
衣服・身回品	589.9	0.1
製材・木製品	843.7	0.2
家具	646.4	0.1
印刷	2,395.6	0.5
皮革・皮革製品	121.5	0.0
ゴム製品	1,232.9	0.3
その他の製造業	4,529.1	0.9
建設業	29,563.8	6.1
電気・ガス・水道業	9,631.2	2.0
電気業	4,892.0	1.0
ガス・水道・熱供給業	4,739.2	1.0
卸売・小売業	68,577.1	14.1
卸売業	39,308.8	8.1
小売業	29,268.2	6.0
金融・保険業	21,089.4	4.3
不動産業	56,306.8	11.6
住宅賃貸業	49,255.4	10.1
その他の不動産業	7,051.4	1.4
運輸業	24,401.7	5.0
情報通信業	26,668.9	5.5
通信業	10,815.6	2.2
放送業	1,551.6	0.3
情報サービス・映像文字情報制作業	14,301.7	2.9
サービス業	95,385.1	19.6
公共サービス	30,891.5	6.3
対事業所サービス	34,208.1	7.0
対個人サービス	30,285.5	6.2
旅行消費に伴う付加価値	11,035.8	2.3

資料：旅行消費に伴う付加価値は、観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

旅行消費に伴う付加価値以外は、内閣府「国民経済計算」に基づき観光庁作成

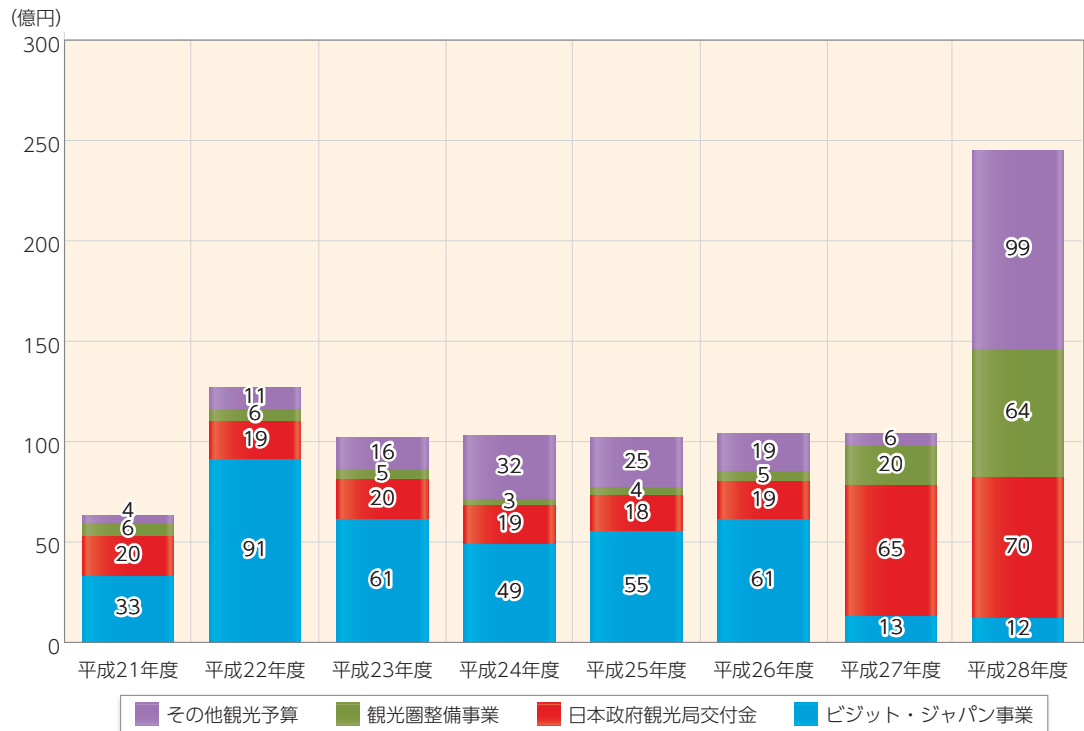
注1：旅行消費に伴う付加価値は、旅行・観光サテライト勘定に基づき、消費された財・サービスの国内生産額に付加価値の割合をかけることにより算出。

注2：ピンの表示は、旅行消費に伴う付加価値のGDPに占める割合を下回るもの。

(単位:百万円)

	28年度 予算額 (A)	27年度 予算額 (B)	対前年度 倍率 (A/B)
1. 「次の時代」に向けたインバウンド受入環境整備・観光産業活性化	8,374	82	102.5
訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業	8,000	0	皆増
産学連携による旅館・ホテルの経営人材育成事業	322	27	12.0
ユニバーサルツーリズム促進事業	32	35	0.90
通訳ガイド制度の充実・強化	20	20	0.99
前年度限り	0	0	-
2. 地方創生のための観光地域づくり	6,367	1,972	3.23
広域観光周遊ルート形成促進事業	1,640	304	5.40
観光地域ブランド確立支援事業	251	257	0.98
地域資源を活用した観光地魅力創造事業	338	290	1.17
テーマ別観光による地方誘客事業	70	0	皆増
統計整備による観光地域づくり支援	500	460	1.09
観光地域動向調査事業	38	38	1.01
東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業【東北観光復興対策交付金・復興枠】	3,265	0	皆増
福島県における観光関連復興支援事業【復興枠】	266	374	0.71
前年度限り	0	144	皆減
前年度限り【復興枠】	0	106	皆減
3. 戦略的訪日プロモーション・MICEの誘致の促進	9,482	8,028	1.18
JNTO(日本政府観光局)によるビジット・ジャパン事業【運営費交付金】	7,037	6,542	1.08
国と地方の連携によるビジット・ジャパン事業	1,245	1,297	0.96
東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業【運営費交付金・復興枠】	1,000	0	皆増
MICEの誘致の促進	199	190	1.05
前年度限り	0	0	-
4. その他(経常事務費等)	322	309	1.04
合計	24,545	10,390	2.36

資料57 観光庁関係予算の推移



注：平成28年度の「その他観光予算」のうち80億円は「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」である。

明日の日本を支える 観光ビジョン

— 世界が訪れたい日本へ —

平成28年3月30日

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

「観光先進国」に向けて

安倍内閣の発足から3年。戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大など、大胆な「改革」に取り組み続けてきた。

この間、訪日外国人旅行者数は2倍以上の約2000万人に達し、その消費額も3倍以上となり、自動車部品産業の輸出総額に匹敵する約3.5兆円に達した。

今年に入っても外国人旅行者数は引き続き増加しており、各月の過去最高記録を更新し続けている。

我が国は、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な4つの条件を兼ね備えた、世界でも数少ない国の一つであり、これらの豊富な観光資源を真に開花させることにより、裾野の広い観光を一億総活躍の場とすることが可能である。

観光は、まさに「地方創生」への切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱。

国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である。

このため、従来の政府目標を大幅に前倒しし、かつ、質の高い観光交流を加速させるべく、以下の新たな目標に向かって進んでいくこととする。

★訪日外国人旅行者数	2020年：4000万人	2030年：6000万人
	(従来目標：2020年2000万人、2030年3000万人)	
★訪日外国人旅行消費額	2020年：8兆円	2030年：15兆円
	(従来目標：2000万人が訪れる年に4兆円)	
★地方部（三大都市圏以外）での外国人延べ宿泊者数	2020年：7000万人泊	2030年：1億3000万人泊
★外国人リピーター数	2020年：2400万人	2030年：3600万人
★日本人国内旅行消費額	2020年：21兆円	2030年：22兆円

めざせ！観光先進国。すなわち、全国津々浦々その土地ごとに、日常的に外国人旅行者をもてなし、我が国を舞台とした活発な異文化交流が育まれる、真に世界へ開かれた国。

そこでは、次々と新たなサービスの創造やイノベーションが起こり、地域の産業・経済の足腰が強化されるといった好循環が創出される。

そのためには、まず、我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていく必要がある。そして、観光の力で、地域に雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していく必要がある。さらに、CIQや宿泊施設、通信・交通・決

済等といった受入環境整備を早急に進める必要がある。あわせて、高齢者や障がい者等を含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていく必要がある。

これらを踏まえ、「観光ビジョン」においては、「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下、以下の3つの視点を柱とし、10の改革をとりまとめた。

「観光先進国」の実現に向け、政府一丸、官民を挙げて、常に先手を打って攻めていく。

- 視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に
- 視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に
- 視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

■「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放

- 「技」の粋がつくされた日本ならではの空間を世界に —
- 赤坂や京都の迎賓館をはじめ、我が国の歴史や文化に溢れる公的施設を、大胆に、一般向けに公開・開放し、観光の呼び水とします。

■「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ

- 「とっておいた文化財」を「とっておきの文化財」に —
- 2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援を強化します。

■「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ

- 世界中から休日をすごしにくる上質感あふれる空間に —
- 2020年を目標に、全国5箇所の公園について、保護すべき区域と観光活用する区域を明確化し、充実した滞在アクティビティなど、民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと生まれ変わらせます。

■おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

- ひと目見れば忘れない、ひと目見ただけで場所がわかる景観に —
- 2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で、「景観計画」を策定します。
- 外国人旅行者向け周遊ルートには、専門家チームを国から派遣し、景観を徹底改善します。

視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

■古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ

- 60年以上経過した規制・制度の抜本見直し（通訳案内士、ランドオペレーター、旅行業など）のほか、トップレベルの経営人材育成、民泊ルール整備、宿泊業の生産性向上などを、総合パッケージで推進・支援します。

■あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現

- 欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和、首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善を実施します。
- MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善し、世界で戦える日本のMICEへと成長させます。

■疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

- 2020年までに、世界水準のDMO (Destination Management/Marketing Organization) を、全国で100形成します。
- 観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現します。

視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

■ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現

- 世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変させます。
- 無料Wi-Fi環境の整備促進や一回の認証手続で利用できる環境の整備、SIMカードとの相互補完利用、多言語翻訳システム、個人のニーズに合わせた観光情報の配信など最適なサービス提供基盤の社会実装化、新幹線や高速バス等における海外からのインターネット予約可能化、JRも含めた東京23区内の駅ナンバリングの完成などにより、ストレスフリーな通信や交通の利用環境を実現します。
- 主要な商業施設や宿泊施設、観光スポットにおける「100%のクレジットカード決済対応」および「100%の決済端末のIC対応」、3メガバンクにおける海外発行カード対応ATMの設置計画の大半の大幅な前倒し要請(2020年→2018年)などにより、キャッシュレス観光を実現させます。
- 2020年までに、訪日外国人が特に多い地域を中心に、外国人患者受入体制が整備された医療機関を、現在の5倍にあたる100箇所を整備します。
- 「ユニバーサルデザイン2020」を策定し、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に、観光地や交通機関において、より高い水準のユニバーサルデザイン化と心のバリアフリーを推進します。

■「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現

— 隅から隅まで日本の旅を楽しめるように —

- 外国人向け「ジャパン・レールパス」を、訪日前だけでなく日本到着後でも購入可能にします。
- 新幹線開業やコンセッション空港運営等と連動し、観光地へのアクセス交通の充実を図ります。

■「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

— 国民一人ひとりが「仕事も」「休日も」楽しめるように —

- 2020年までに、年次有給休暇の取得率を70%(2014年:47.6%)へと向上させます。
- 休暇取得の分散化のため産業界に対し奨励を行うとともに、経済的インセンティブ付与の仕組みの導入を目指します。

新たな目標への挑戦

訪日外国人旅行者数

- 観光先進国という新たなステージへ進むためには、2020年に2000万人という目標に満足することなく、さらなる高みを目指す必要がある。
このため、訪日外国人旅行者数については、2020年には約2倍となる4000万人、2030年には約3倍となる6000万人を目指す。

訪日外国人旅行消費額

- 観光立国の推進は我が国経済成長の大きな鍵であり、消費の増大により地域への経済効果を高め、GDP600兆円への貢献を図ることが重要である。
訪日外国人旅行消費額については、ビジョン施策の実施で訪日外国人旅行者の滞在日数を増加させること等により、2020年には1人当たり単価を20万円という大台にのせ、消費額全体では2015年の2倍を超える8兆円とする。
また、2030年には1人当たり単価を次の節目である25万円に到達させ、消費額全体でも2015年の4倍を超える15兆円を目指す。

地方部での外国人延べ宿泊者数

- 観光を地方創生につなげていくためには、地方部への外国人旅行者の訪問を増大させていくことが必要である。地方部（三大都市圏以外）の外国人延べ宿泊者数の地方部比率の増加傾向を今後も維持し、2020年には50%まで高めるとともに、2030年には三大都市圏との比率を逆転させ、地方部を60%とすることを目指す。
このため、地方部での外国人延べ宿泊者数については、2020年には2015年の3倍近い増加となる7000万人泊、2030年には5倍を超える1億3000万人泊を目指す。

（注）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。

外国人リピーター数

- 我が国の観光の魅力を高め、質の向上を図ることにより、訪日外国人旅行者の満足度を高め、リピーターを増加させることが重要である。
このため、外国人リピーター数について、訪日客数全体の増加に匹敵する伸

びを達成すべく、2020年は現在の約2倍となる2400万人、2030年は約3倍となる3600万人を目指す。

日本人国内旅行消費額

- 我が国の観光消費額は、日本人国内旅行が占める割合が高く、国内旅行を促進し、地域への経済効果をより一層高めることが重要である。今後人口減少が予測される中でも国内旅行が縮小しないよう、ビジョン施策によって日本人が国内旅行に行く回数を増やしていただくこと等で国内旅行消費額の維持に努めることとし、2020年は最近5年間の平均値（約20兆円）から約5%増の21兆円、2030年は約10%増の22兆円を目指す。

これらのほか、民間で調査されている国家ブランド指数を活用し、日本が相対的に弱い点について改善を図っていく。

視点1. 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に

魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

- 赤坂や京都の迎賓館のみならず、我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設を、大胆に、一般向けに公開・開放。
 - ・赤坂迎賓館について、接遇に支障のない範囲で可能な限り、2016年4月19日から一般公開を通年で実施
 - ・京都迎賓館について、2016年4月28日から5月9日の試験公開の結果を踏まえ、接遇に支障のない範囲で可能な限り、2016年7月下旬を目途に一般公開を通年で実施予定
 - ・その他の公的施設についても、観光資源として価値のあるものについて、積極的に公開
 - ・更なる公開・開放する公的施設について、引き続き検討
- 地域振興に資する観光を通じたインフラの活用。
 - ・インフラを観光資源として公開・開放する取組の充実（公開日、時間、回数、内容充実）
 - ・民間ツアー会社が有料ツアーメイキングしやすい仕組みの試行導入
 - ・歴史的土木インフラの活用（万世橋を活用した舟運社会実験等）
 - ・全インフラツアーを紹介するポータルサイトの機能強化

文化財の観光資源としての開花

- 従来の「保存を優先とする支援」から「地域の文化財を一体的に活用する取組への支援」に転換（優先支援枠の設定など）。
- 「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」（仮称）を策定し、文化財単体ではなく地域の文化財を一体とした面的整備や分かりやすい多言語解説など、以下の取組を2020年までに1000事業程度実施し、日本遺産をはじめ、文化財を中核とする観光拠点を全国200拠点程度整備。
 - ・支援制度の見直し
 - ◇地方自治体等の文化財活用事業の支援に際し、観光客数などを指標に追加
 - ◇地域の文化財を一体的に整備・支援
 - ◇適切な修理周期による修理・整備
 - ◇観光資源としての価値を高める美装化への支援
 - ◇修理現場の公開（修理観光）や、修理の機会をとらえた解説整備への支援
 - ・観光コンテンツとしての質向上
 - ◇わかりやすい解説の充実・多言語化
 - ◇宿泊施設やユニークベニュー（※）等への観光活用の促進

(※) 歴史的建造物や公的空間等、会議・レセプション・イベント等を開催する際に特別感や地域特性を演出できる会場

◇学芸員や文化財保護担当者等に対する文化財を活用した観光振興に関する講座の新設、質の高いHeritage Manager (※) 等の養成と配置

(※) 良質な管理を伴う文化財の持続的活用を行える人材

◇全国の文化財や文化芸術活動を発信するポータルサイトの構築

◇美術館や博物館における参加・体験型教育プログラム等への支援、ニーズを踏まえた開館時間の延長

◇文化プログラムをはじめとする文化芸術活動との連携 等

○ 文化庁について、地方創生や文化財の活用など、文化行政上の新たな政策ニーズ等への対応を含め、機能強化を図りつつ、数年の内に全面的に京都に移転。

- ・地域の文化資源を活用した観光振興・地方創生の拡充に向けた対応の強化
- ・我が国の文化の国際発信力の向上

国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

○ 日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」に。

○ 「国立公園満喫プロジェクト」として、まずは5箇所国立公園で、「国立公園ステップアッププログラム2020」（仮称）を策定し、2020年を目標に、以下の取組を計画的、集中的に実施。2020年までに、外国人国立公園利用者数を年間430万人から1000万人に増やすことを目指す。

- ・自然満喫メニューの充実・支援
 - ◇自然や温泉を活かしたアクティビティの充実
 - ◇質の高いガイドの育成
 - ◇ビジターセンターにおける民間ツアーデスクの設置
 - ◇入場料の徴収
 - ◇保護すべき区域と観光に活用する区域の明確化 等
- ・上質感のある滞在環境の創出
 - ◇ビューポイントを核とした優先改善
 - ◇エリア内の景観デザインの統一・電線の地中化
 - ◇質の高い魅力的な宿泊施設等の民間施設誘致（コンセッションの活用など） 等
- ・海外への情報発信強化
- ・観光資源の有効活用を目的とした関係省庁や関係自治体の一体的な取組の強化
- ・国定公園についても、都道府県の取組を促進

景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

- 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上のため、以下の取組を実施。
 - ・2020年を目途に、主要な観光地（原則として全都道府県・全国の半数の市区町村）で、景観計画を策定（2015年9月末時点で20都道府県、472市区町村にて策定）
 - ・目に見えるかたちでの景観形成を促進するため、モデル地区を選定し重点支援
 - ◇行政界を超えた景観形成を促し、観光サイン等のデザインの統一化等による広域的な景観形成を推進
 - ◇広域観光周遊ルート内で「都市周遊ミニルート」を選定し、歴史的道すじの再生、トイレ・休憩施設等の設置、地域のまちづくり団体の活動等をパッケージで重点支援
 - ・歴史まちづくり法の重点区域などで無電柱化を推進
- 観光資源となっている国営公園の魅力的な景観などを活用し、外国人向けガイドツアーの開催やWi-Fi環境の整備等を推進。

滞在型農山漁村の確立・形成

- 美しい農山漁村において日本の自然や生活を体感し満喫してもらうため、以下の取組を一体的に推進。
 - ・「ディスカバー農山漁村の宝」として毎年約20地域を認定し、農山漁村の地域住民の意欲・機運を向上
 - ・「食と農の景勝地」として、地域特有の食とそれに不可欠な食材を生産する農林水産業や景観等を活用して訪日外国人をもてなす取組を、2016年度から認定開始し、一体的に海外に発信
 - ・食と農の景勝地の認定等と連携し、日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進し、2020年までに全国の農山漁村で50地域を創出
 - ・地域の農畜産物をおみやげとして円滑に持ち出すことができるよう、動植物検疫体制の整備を推進 等
 - ・これらの取組を通じた、インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進
【2020年の農林水産物・食品の輸出額1兆円目標の前倒し達成を目指す】

地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大

- 地方における消費税免税店数の目標（現行：2020年に2万店規模へと増加）について、2018年での前倒し達成を目指す（地方部免税店数：2015年10

月1日時点1万1137店舗)。

○ 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大に向け、2020年までに以下の取組を実施。

- ・2020年までに、計50箇所の商店街・中心市街地・観光地で街並み整備を、計1500箇所の商店街・中心市街地・観光地で外国人受入環境(免税手続カウンター、Wi-Fi環境、キャッシュレス端末、多言語案内表示、観光案内所等)を整備
- ・市町村が旗振り役となり、地域資源の活用や農商工等連携による、訪日外国人向けの新商品・新サービスの開発(ふるさと名物の開発)を推進し、開発された「ふるさと名物」の応援を市町村が宣言する「ふるさと名物応援宣言」を促進(2020年までに1000件を実施)
- ・世界に知られていない、日本が誇るべき優れた地方産品を500選定するとともに、それらに係る国内外での売上の把握手法の検討及びそれを踏まえた2020年の目標設定と海外における販売品目数の現状把握及び2020年の目標設定を行うほか、海外販路開拓を実施(2020年までに20の国・地域で展開)
- ・2020年までに、外国人受入可能な伝統的工芸品産地が100箇所以上になることを目指す(現状20箇所程度)

広域観光周遊ルートの世界水準への改善

○ 広域観光周遊ルートの世界水準への改善に向け、以下の取組を実施。

- ・修景、体験プログラムの開発等に国から専門家チーム(パラシュートチーム)を派遣
- ・バードウォッチングやホエールウォッチング等の各地域の観光資源を活かしたエコツーリズムをつなぐルートなど、新たな観光需要を創出できる魅力あるテーマ別観光のルートをコンテスト方式で2016年度早期に選定し、集中支援
- ・国、地方、民間等が連携した協議会を新たに設置し、道案内の充実など地域固有の魅力の更なる向上策を展開
- ・広域観光周遊ルート内で「都市周遊ミニルート」を選定し、歴史的道すじの再生、トイレ・休憩施設等の設置、地域のまちづくり団体の活動等をパッケージで重点支援

東北の観光復興

○ 東北の観光復興に向け、以下の取組を実施。

- ・東北6県の外国人宿泊者数を2020年に150万人泊(2015年の3倍)とするため、今後5年間に2000人規模の海外の旅行会社関係者等の招請、交通フリーパスの改善、広域観光周遊ルート形成の促進、旅館の再生・活性化等の取組を実施
- ・東北観光の拠点として、仙台市及び仙台空港を含む周辺エリアを「復興観光拠点都市圏」

とし、重点的な支援を実施。その成功モデルを東北の各都市に横展開

- ・日本初となる全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンとして、東北プロモーションを実施
- ・「東北6県見るもの・食べもの・買いもの100選」として国内外に強力に発信
- ・新設する交付金（東北観光復興対策交付金）による観光資源の磨き上げ支援
- ・オリパラを契機に、被災地を駆け抜ける聖火リレーやホストタウンでの選手との交流等を通じ、復興を成し遂げつつある姿を世界に発信
- ・PTA等に対するファムトリップを通じた防災学習も含めた教育旅行の再興
- ・コンセッションを通じた仙台空港のLCC拠点化の促進 等

視点2. 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

観光関係の規制・制度の総合的な見直し

○ 近隣アジア諸国からの訪日旅行者数の増加への受入体制整備、スキーツアーバス事故を踏まえた旅行における安全確保、生産性が高く、国際競争力のある基幹産業の育成・強化の観点から、以下の制度見直しを2017年中に実施。

・通訳案内士について

一定の品質確保を前提に、「業務独占規制」の見直しを含め、サービスの供給拡大措置を構築

・ランドオペレーターについて

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安全性の低下を防ぐため、登録制等により実態把握するとともに、問題ある事業者適切に指導・監督できる制度の導入

・宿泊業について

◇生産性向上：

ICT化や自動化、業務運営体制の見直し（マルチタスク化、泊食分離、所有と経営の分離等）、意欲ある事業者の取組の支援

◇多様な宿泊サービスの提供促進：

民泊の活用、施設整備・再生・改修の支援、海外からの投資環境の整備のほか、民間による評価制度の活用を含めた情報表示の徹底

・旅行業について

第三種旅行業者や宿泊事業者等、地域に密着した事業者が着地型旅行商品を企画・提供しやすい制度の整備

・観光地再生・活性化ファンド（仮称）について

観光地や宿泊施設の再生・活性化を図り、官民ファンド、関係機関等と必要な連携を行い、観光地を面的に整備する投資ノウハウ・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

民泊サービスへの対応

○ 自宅等を活用した民泊サービスについて、懸念される課題（治安、衛生、近隣トラブル等）に適切に対応しつつ、多様な民泊サービスの健全な普及が図られるよう、「民泊サービスのあり方に関する検討会」において、ルールづくりに向けて検討（本年6月中を目途に最終とりまとめ）し、必要な法整備に取り組む。

(論点)

- ・「民泊サービス」の定義付け、「一定の要件」設定
- ・仲介業者、管理業者、ホスト、行政のそれぞれの役割・責務と、新たな規制の枠組み
- ・宿泊者名簿や最低限の衛生管理措置の確保、行政による関係情報（ホスト・管理業者や物件の住所等）の把握、緊急時の行政の対応
- ・違反指導に係る十分な体制、罰則
- ・宿泊拒否制限の見直し
- ・近隣への迷惑行為の防止措置（管理規約、賃貸借契約との整理）
- ・仲介事業者等に対する実効性ある規制の検討
- ・現行制度の枠組みにとらわれない、宿泊施設に関わる法制度の抜本的見直し
- ・新たな規制の枠組みを踏まえた用途規制等他法令との関係整理

産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

○ 観光産業人材の抜本的育成・強化に向け、以下の取組を実施。

- ・観光経営を担う人材育成
 - ◇2020年までにトップレベルの経営人材の恒常的な育成拠点を大学院段階（MBAを含む）に形成（まずは、新たな実践的・専門的プログラムの開発に着手）
- ・観光の中核を担う人材育成の強化
 - ◇大学の観光学部のカリキュラム変革による、地域観光の中核を担う人材育成の強化（標準カリキュラムの開発に着手）
 - ◇2019年度の開学を目指している実践的な職業教育を行う新たな高等教育機関の制度化の際には、観光分野の人材についても産業界のニーズに対応して育成
- ・即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化
 - ◇地域の観光分野の専修学校等の活用による人材育成の強化

宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供

○ 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供を図るため、以下の取組を実施。

- ・旅館等に対する投資促進
 - ◇旅館等のインバウンド対応を支援（費用の1/2補助）
 - ◇官民ファンド、関係機関等からのまちづくりと一体となった投融資及びノウハウ支援
- ・旅館等の空室の有効活用
 - ◇クラウド等を活用して地域の実情に沿った旅館等の空室情報の提供体制強化を支援
- ・宿泊産業従事者の人材育成

- ◇経営トップ、中堅幹部、従業員それぞれのプレイヤー向けの育成カリキュラムを創設し、多様なニーズに対応
- ・多様なニーズへの対応
 - ◇公平性・中立性に配慮した、民間による宿泊施設の評価制度の活用を含めた情報表示の徹底
- ・宿泊施設整備の促進
 - ◇宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の創設
 - ◇古民家の宿泊施設へのリノベーションを実施する事業等に対して地域の資金を活用したまちづくりファンドによる金融支援

世界水準の DMO の形成・育成

- 2020 年までに世界水準 DMO を全国で 100 組織を形成するため、以下の取組を実施。
 - ・情報支援・ビッグデータの活用促進
 - ◇クラウドを活用したマーケティングツールである「DMO クラウド」を開発・提供し、「誰でも、簡単に、効率的に」行うことが可能に
 - ◇観光客の宿泊・属性データ、GPS の位置情報や SNS 等のビッグデータの、地域の観光関係者による活用を促進
 - ・人的支援
 - ◇海外知見も取り入れ、世界最先端の人材育成プログラムを開発・提供
 - ◇専門的な知識を有するマーケットターの地域とのマッチングから、実際の地域派遣まで、一気通貫で支援
 - ・財政金融支援
 - ◇地方創生交付金により、KPI の設定と PDCA サイクルの確立の下、組織の立上げから自律的な運営まで総合的に支援、地域再生法を改正し、同法に基づく交付金として位置付け、安定的・継続的な運用を実現
 - ◇官民ファンド、関係機関、広域 DMO 等が連携・参画する枠組みを案件に応じて設置し、規制改革に関する働きかけを行うとともに、民間による 1 兆円規模の事業に対する支援を実施

「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開

- 温泉街等のまとまりのあるエリアを一体で丸ごと再生し、観光地としてのポテンシャルを強力に引き出すため、「観光地再生・活性化ファンド」（仮称）の全国での継続的な展開に向け、以下の取組を実施。
 - ・地域経済活性化支援機構（REVIC）のファンド組成が可能な間に、民間資金の呼び水機能を有する「観光地再生・活性化ファンド」を最大限活用し、観光地（温泉街等）の再生・活性化を図り、賑わいを創出
 - ・それぞれの「観光地再生・活性化ファンド」の活動状況を踏まえつつ、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 REVIC によるファンド組成終了後も安定的・継続的に提供できる体制を整備

次世代の観光立国実現のための財源の検討

- 観光施策を実施するための国の追加的財源を確保するため、観光先進国を参考に、受益者負担による財源確保を検討。
 - ・観光立国の実現による経済再生と財政健全化を両立させる観点から、引き続き観光関係予算の適切な確保に努めるとともに、今後のインバウンド拡大等増加する観光需要に対して高次元で観光施策を実行するため、国の追加的な財源の確保策について検討を行う
 - ・検討に当たっては、他の観光先進国の取組も参考にしつつ、観光立国の受益者の負担による方法により、観光施策に充てる追加的財源を確保することを目指す

訪日プロモーションの戦略的高度化

- オリパラ後も見据えた訪日プロモーションの戦略的高度化に向け、以下の取組を実施。
 - ・増額したプロモーション予算を欧米豪へ重点配分（2016年度）
 - ・世界的な広告会社の活用や、海外の知日派による日本版アドバイザリーボードの設置を通じ、観光ブランドイメージを確立
 - ・海外の著名人やメダリストが各地で日本文化などを体験する様子を映像化し、BBC や CNN など海外キー局で配信
 - ・自治体のインバウンド誘致活動に対する JNTO の支援体制強化
 - ・海外市場において、日本各地を順番に集中 PR するデスティネーション・キャンペーンを実施
 - ・オリパラを活用して訪日プロモーションの効果が最大限発揮されるよう、以下の取組を段階的に実施
 - ◇2019年ラグビーWCの開催や、2020年オリパラ前後を通じて行われる文化プログラム

- (beyond 2020 プログラム)、ホストタウンでの相互交流などを契機とし、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の魅力を、主に欧米豪に向けて強力に発信
- ◇試合の観戦だけでなく地域の魅力を体験するスポーツツーリズム等の各種の滞在プランを造成し、海外に発信
 - ◇閉会後にも、航空会社と共同広告を展開するなど、オリパラ効果を継続させる官民連携キャンペーンを実施
- ・平昌や北京、2024年オリパラ開催候補国などと連携し、共同キャンペーンを展開

インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

- **いつでも・どこでも入手しやすい形で情報発信するため、インターネットを活用した以下の取組を実施。**
 - ・ JNTO のウェブページ（2014 年度実績 10 億ページビュー）について、外国人目線で更なる充実を図ると共に、スマホアプリを作成し、外国人観光客が必要とする情報を一元的に発信
 - ・ 在外公館等の SNS を活用し、外国メディアでの報道や放映・配信を効果的に拡散
- **欧米豪を中心とする富裕層をターゲットとして、旅行先としての日本のブランドイメージを確立するため、以下の取組を実施。**
 - ・ 欧米豪の有力なオピニオンリーダー等に特別な日本体験をしてもらい、その映像を海外のキー局で強力に発信
 - ・ 富裕層をターゲットとする海外の有力雑誌等のメディアや富裕層向け旅行商品を扱う海外の旅行会社を日本各地に年間 100 人招へいし、ストーリー性のある日本の伝統・文化を発信するとともに、ターゲットに刺さる日本向けツアーの造成を促進
- **在外公館や放送コンテンツ等の活用により日本の魅力を分かりやすく発信し、日本ファンを拡大するため、以下の取組を実施。**
 - ・ 在外公館において、準備段階から関係省庁や関係機関と連携しつつ、日本の魅力を広く世界に届け、欧米豪及び大口新興国マーケット、若年層、富裕層を主なターゲットに親日層を開拓
 - ・ アニメ、ドラマといった日本の放送コンテンツを途上国等のテレビ局へ無償で提供（2015 年度から開始）
 - ・ 観光地を PR するコンテンツ制作や字幕付与等への支援（2020 年までに累計 1 万件）、官民共同の出資を通じて海外での日本コンテンツ専用チャンネルを確保（2020 年までに 22 ヶ国、1.5 億人）、NHK ワールド TV の受信環境の一層の整備、地域の産品情報やプロモーション動画の発信等により、日本の魅力を PR

- ・日本観光振興協会の国内観光情報サイトの多言語化によって、各観光地の魅力を広くPR
- ・新たに製作する番組について、早期の海外展開を可能とするため、放送事業者及び権利者間における権利処理の円滑な実施を支援
- ・日本語教育の拡充を通じて親日層を育成し、潜在的な訪日旅行者層を拡大
- ・日本の伝統文化への理解を深めるため、海外日本庭園の再生プロジェクトを実施

MICE 誘致の促進

- MICE の誘致促進に向け、政府レベルで支援する体制を構築するため、関係府省連絡会議を年内に新設し、以下の取組を実施。
 - ・レセプションでの国立施設の使用許可
 - ・ポスト・コンベンション/展示会向け施設の拡充
 - ・グローバル企業のビジネス活動を支える会議施設等の整備への支援 等
- 将来的に、官民連携の横断組織を構築し、オールジャパン体制での支援を実施

ビザの戦略的緩和

- 訪日に当たってビザが必要な国・地域のうち、インバウンド観光の観点から潜在力の大きな市場をターゲットに、以下の取組を実施。
 - ・ビジット・ジャパン事業の重点 20 カ国・地域のうち、訪日に当たってビザが必要な 5 か国（中国・フィリピン・ベトナム・インド・ロシア）を対象に、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携して、ビザ緩和を戦略的に実施

訪日教育旅行の活性化

- 訪日教育旅行者の数値目標（2020年までに4万人から5割増）の早期実現に向け、以下の取組を実施。
 - ・地域における調整・相談窓口の構築及び地域の観光部局と教育部局の連携の促進
 - ◇地域の観光部局が中心となって訪日教育旅行の受入側と来訪側のマッチングを実施する等のために必要な体制整備を促進
 - ◇地域の観光部局と教育部局の役割分担を明確化するとともに、共通理解の醸成を図るよう周知徹底
 - ・海外と地域をつなげる一元的な相談窓口を JNTO に設置
 - ・訪日教育旅行に対する理解の促進
 - ◇訪日教育旅行の教育的意義について教育部局・学校に対し理解を促進
 - ◇スーパーグローバルハイスクール（SGH）の審査において、国際交流の一つとして訪日

教育旅行を評価

- ◇海外の学校関係者等を対象としたセミナーを開催
- ◇海外のニーズ把握や受入側学校との調整において配慮すべき事項を発信
- ・訪日教育旅行を、東北をはじめとする地方へ誘致するためのプロモーションを集中的に展開

観光教育の充実

○ 観光・旅に関する教育の充実に向け、以下の取組を実施。

- ・総合的な学習の時間等において、子どもたちが地元や日本各地の歴史や文化の魅力的な観光資源等を理解し、関心を持ち、その魅力を実感・発信できる機会の増加につながるような、教材・事例集等の作成及び普及
- ・高等学校において、現在は選択科目である地理を共通必修科目「地理総合」（仮称）とするよう検討

若者のアウトバウンド活性化

○ 若者の旅行費用を軽減するなど、アウトバウンドの活性化に向け、以下の取組を実施。

- ・旅行業団体等と連携し、若者割引等のサービスの開発・普及により、若年層の海外旅行を更に促進
- ・関係省庁と旅行業団体による若者のアウトバウンド活性化に向けた議論を開始し、2016年度内を目途に結論を得る

視点3.すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

- 世界初の出入国審査パッケージの導入や世界最高水準の技術を活用し、20分以内の目標を目指すことなどを踏まえ、革新的な出入国審査を実現するため、以下の取組を実施。
 - ・ 入国審査待ち時間を活用したバイオカード導入による個人識別情報の事前取得
(2016年中に、関西・高松・那覇にて実施、以降拡大)
 - ・ 出発地空港で個人識別情報を事前取得し、入国時の手続を簡素化するためのプレクリアランス（事前確認）を早期に実現（2017年度以降の早期の運用開始を目指す）
 - ・ 信頼できる渡航者（トラステイド・トラベラー）として、ビジネス客のみならず、外国人観光客等の自動化ゲートの利用を実現（2020年までの実施を目指す）
 - ・ 日本人の出帰国手続において、世界最高水準の顔認証技術を導入
(2018年度以降早期の導入を目指す)
 - ・ 外国人の出国手続において自動化ゲートの利用を拡大
(入国時に提供された指紋情報を活用し、出国時に自動化ゲートが利用できるよう、速やかに検討)
 - ・ 入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間をインターネット上で公開できるよう、速やかに検討し、年内に結論を得る
- 出発時の航空保安検査に係る旅客の負担を抑え、検査の円滑化を図りつつ厳格化を実現するため、以下の取組を実施。
 - ・ 欧米等で導入が進んでいる先進的な保安検査機器（ボディスキャナー）を導入
(2016年度に成田・羽田・関西・中部に導入し、2020年度までに主要空港へ順次拡大)

民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進

- 遊休不動産の活用や規制の改革等により、民間のまちづくり活動、都市開発を促進し、一体的にまちを再生・活性化。
 - ・ ボトルネックとなっている宿泊施設、観光バス乗降場等の整備促進
(宿泊施設整備の促進)
 - ◇ 宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の創設
 - ◇ 古民家の宿泊施設へのリノベーションを実施する事業等に対し、地域の資金を活用したまちづくりファンドによる金融支援
 - (観光バスの駐停車対策)
 - ◇ 待機ニーズとのマッチングにより空き駐車場等を「賢く使う」観光バス緊急対策

- ◇容積率緩和制度も活用し民間都市開発におけるバス乗降場の一体的整備
- ・公共空間に「稼ぐ」視点を導入
 - ◇公共デジタルサイネージへの広告掲出に係る屋外広告物規制の運用の弾力化
 - ◇都市公園内に設置される民間施設からの使用料など収益を公園管理費に充当する仕組みの構築
- ・都市公園の占用特例により、民間の観光案内所等の設置を促進
- ・グローバル企業のビジネス活動を支える会議施設、外国語対応医療施設等の整備や拠点駅及び周辺における統一的な案内サイン、バリアフリー化等整備への重点支援
- ・日本の都市の魅力を海外に発信するシティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）構想の推進

キャッシュレス環境の飛躍的改善（海外発行カード対応 ATM の設置促進を含む）

- 3メガバンクの海外発行カード対応 ATM について、従来、2020 年までに、全 ATM 設置拠点の約半数で整備（計約 3 千台）する方針であるが、これの大幅な前倒しを要請（2018 年中にその大半を設置）するほか、以下の取組を実施。
 - ・地方銀行も、既存の海外発行カード対応 ATM の設置状況も踏まえつつ ATM 設置を進め、メガバンクの上記取組とあわせて、海外発行カード対応の環境が整っていない観光地の解消を目指す
 - ・利用可能な ATM の場所について、JNTO ホームページによる情報提供を強化
- 2020 年までに、外国人が訪れる主要な商業施設、宿泊施設及び観光スポットにおいて、「100%のクレジットカード決済対応」及び「100%の決済端末の IC 対応」を実現することを含め、以下の取組を実施。
 - ・先進的なサービス・決済等を提供できるプラットフォームを構築し、1 台の端末、カード等で利用可能な仕組みを 2020 年までに社会実装するとともに、生体認証による個人認証などについても普及を支援
 - ・「クレジットカード取引セキュリティ協議会」（官民の約 40 事業者等で構成）において策定した「実行計画」の円滑な実施を促進するとともに、その実効性を確保するため、必要な法制上の措置（加盟店等におけるセキュリティ対策の義務化等）を検討

通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

- 通信環境の飛躍的向上のため、以下の取組を実施。
 - ・2020 年までに、主要な観光・防災拠点における重点整備箇所（推計 29000 箇所（※））に、無料 Wi-Fi 環境の整備を推進（※）箇所数は今後さらに精査

- ・災害用統一 SSID (※) を利用した災害時におけるキャリア Wi-Fi を含む Wi-Fi の無料開放を促進 (※) Service Set identifier の略。Wi-Fiにおけるアクセスポイントの識別名。
- ・2018年までに、20万箇所以上で、事業者の垣根を越えてシームレスに Wi-Fi 接続できる認証連携の仕組みを構築
- ・2020年までに、プリペイド SIM 販売拠点を倍増させ、無料 Wi-Fi 環境と相互補完的に通信環境全体を改善 (複数国からの国際便が乗り入れる全ての空港 (21箇所)、訪日外国人が訪問する拠点の店舗数 1500箇所)
- ・新幹線トンネルにおける携帯電話の通じない区間の解消を加速

○ 誰もが一人歩きできる観光の実現等に向け、以下の取組を実施。

- ・2020年までに、病院・商業施設等における多言語音声翻訳システムの社会実装化
- ・2020年までに、「IoT おもてなしクラウド事業」において、交通系 IC カードやスマートフォン等を活用し、外国人旅行者への言語等の個人の属性に応じた観光・交通情報、災害情報等の選択的配信についての実証実験を経て、社会実装化し、利便性のある ICT 環境を構築
- ・オープンデータ・ビッグデータ利活用のモデルケースとして観光分野を重点的に取り上げ、観光ビッグデータの利活用を推進
- ・センサーを含めた IoT 実証テストベッドへの支援を通じ、IoT を活用した革新的な観光ビジネス・サービスモデルの創出を後押し
- ・サービス産業の活性化・生産性向上に向け、サービスの質を「見える化」する「おもてなし規格」を作り、2020年までに30万社による認証の取得を目指すとともに、国際標準化を目指す

多言語対応による情報発信

○ 中小事業者がインバウンド需要を取り込めるよう、ウェブサイトの多言語化を中心とした IT 化を推進するため、以下の取組を実施。

- ・中小事業者の持つウェブサイトの約半分 (約 76 万件) の多言語化や海外ネット広告等の導入を支援
- ・レジアプリ等の導入を支援し、会計処理業務を効率化、マーケティング力を向上

急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実

○ 2020年までに外国人患者受入れ体制が整備された医療機関を全国に整備するため、以下の取組を実施。

- ・外国語診療が可能な「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」(2016年3月に約320箇所選定)の更なる充実

- ・2020年までに、訪日外国人が特に多い地域を中心に、受付対応等も含めた「外国人患者受入れ体制が整備された医療機関」を、現在の約5倍にあたる100箇所を整備
- ・その他の医療機関に対し、外国語対応支援ツールの活用促進や「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」への誘導ができるよう、周知を実施
- ・訪日外国人旅行者に対し、医療機関情報の提供強化
(JNTO ホームページへの情報掲載 等)
- ・訪日外国人旅行者に通訳・キャッシュレス診療サービスの付いた保険商品の加入促進

「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備

○ 2020年を目途に、日本語を解さない外国人からの急訴・相談、自然災害等に迅速・的確に対応するための体制・環境を整備。

- ・外国人旅行者等と警察職員とのコミュニケーションを支援するための資料・資機材等を整備・活用
- ・外国語対応の多い警察署、交番等において、外国語による対応が可能な警察職員を配置するなど体制を整備
- ・遺失届・拾得物の受理時等の各種手続に係る外国語による対応の推進
- ・防犯、防災等に資する情報を外国語で提供
- ・警察庁・都道府県警察のウェブサイトへ警察制度・警察活動に関する情報を外国語により掲載
- ・110番・119番通報の際に通信指令室と通訳を交えて三者で通話を行う三者通話システムの活用を推進・促進
- ・救急活動時における多言語コミュニケーションツールや多言語音声翻訳システムの活用促進
- ・特に夏期に訪日する観光客が気をつけるべき熱中症対応も含めた、救急車利用ガイド(外国語版)の提供
- ・気象庁が発表する気象情報を、気象庁や民間事業者等が持つウェブサイトやアプリ等を通じて外国語で外国人旅行者に提供
- ・地方公共団体向け手引き、観光・宿泊施設向けガイドライン、外国人旅行者向けアプリ等の周知徹底

「地方創生回廊」の完備

○ 新幹線、高速道路などの高速交通網を活用した「地方創生回廊」の完備に向け、以下の取組を実施。

- ・これまで出発前に海外の限られた旅行代理店でしか購入できなかった「ジャパン・レー

- ルパス」の日本到着後の購入を可能に（2016年度実証実験開始）
- ・新幹線開業、コンセクション空港の運営開始、交通結節点の機能高度化等と連動し、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
 - ◇新幹線の開業、空路開設等に合わせた、観光地周辺までの新たなアクセスルート設定と観光地周辺での交通の充実、新たな旅行商品、乗り放題きっぷ等の造成
 - ◇新幹線全駅（108駅）の観光拠点としての機能強化
 - ◇新宿南口交通ターミナルの開業（2016年4月）をはじめ、交通モード間の接続（モーダルコネクト）を強化し、高速バスネットワークの充実を推進
- ・高速道路ナンバリングや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の実現
- ・規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現
 - ◇舟運の規制見直しによる活性化（2016年度から2年間、東京のベイエリア等をモデル地区として実証実験開始）
 - ◇交通空白地域における観光客の移動手段としての自家用車の活用拡大（国家戦略特別区域法の一部改正法（案）の活用）

地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進

- 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進に向け、以下の取組を実施。
 - ・複数空港の一体運営（コンセクション等）の推進（特に北海道）
 - ・地方空港の着陸料軽減を実施
 - ・首都圏空港の容量拡大（羽田空港の飛行経路の見直し 等）
 - ・首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善
 - ・地方空港のLCC・チャーター便の受入促進（グラハン要員の機動的配置を可能にする基準の柔軟化、CIQ機能の強化、地方空港チャーター便の規制緩和、操縦士・整備士の養成・確保 等）
 - ・コンセクション空港等における到着時免税店制度の研究・検討
 - ・新規誘致に係るJNTOの協働プロモーション支援

クルーズ船受入の更なる拡充

- 北東アジア海域をカリブ海のような世界的なクルーズ市場に（訪日クルーズ旅客を2020年に500万人、日本の各地をカジュアルからラグジュアリーまで幅広く対応したクルーズデスティネーションに）。
 - ・クルーズ船寄港の「お断りゼロ」の実現（クルーズ船受入環境緊急整備（2015年度・10

- 港)、クルーズ船寄港地マッチングサービスの提供 等)
- ・世界に誇る国際クルーズの拠点形成 (旅客ターミナル整備への無利子貸付制度の創設等)
- ・瀬戸内海や南西諸島など新たな国内クルーズ周遊ルートの開拓、ラグジュアリークルーズ船の就航
- ・新たなクルーズビジネスの確立 (官民の関係者からなる地域協議会や全国クルーズ活性化会議の活用、農水産物の販売環境の改善、「みなとオアシス」の活用、港湾協力団体制度の創設 等)
- ・全国クルーズ活性化会議と連携し、寄港地の全国展開に向けたプロモーション

公共交通利用環境の革新

○ 公共交通利用環境の革新に向け、以下の取組を実施。

- ・新幹線や高速バス等主要な公共交通機関の海外インターネット予約の可能化
- ・2020年までに、全国公共交通機関を網羅した経路検索 (外国語対応も含め) の可能化
- ・都市交通ナンバリングの充実
 - ◇2016年度末までに、JRも含めた東京23区内の駅ナンバリングを完成
 - ◇2020年を目途に、大都市バス路線において、アルファベット・数字表記等のナンバリングを実施
- ・世界水準のタクシーサービスの充実
 - ◇東京23区でのタクシー初乗り運賃の引下げ (2017年度初めに実施を目指す)
 - ◇東京23区でのUD (ユニバーサルデザイン) タクシーの拡充 (2020年に25%、2030年に75%)
 - ◇プライベートリムジンの全都道府県への導入
- ・2020年までに手ぶら観光カウンターを全主要交通結節点に設置
 - ◇2016年度末までにカウンター数 (現行80程度) を倍増
 - ◇2020年までに免税品の海外直送 (国際手ぶら観光サービス) を本格実施

休暇改革

○ 2020年までに年次有給休暇の取得率を70%に向上させることや休暇取得の分散化を通じて、休暇の利用による観光の促進を図るため、以下の取組を実施。

- ・働き方・休み方改革を推進し、年次有給休暇の取得を一層促進
 - ◇5日間の年次有給休暇付与を使用者に義務付け (労働基準法の改正)
 - ◇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など

- 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
- ◇地域において、関係労使、自治体、NPO 等が協議会を設置し、地域のイベント等に合わせた計画的な年次有給休暇取得を企業、住民等に働きかけ、地域の休暇取得促進の機運を醸成
 - ・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化
 - ◇分散化などの学校休業日の柔軟な設定における工夫事例を周知するとともに、経済界と連携し、子供の休みに合わせて年次有給休暇取得3日増を目指す
 - ◇休暇取得の分散化のため産業界に対し奨励を行うとともに、経済的インセンティブ付与の仕組みの導入を目指す。このため、2016年度中に、休暇分散の地域への経済効果、海外事例等の調査を実施
 - ◇国家公務員についても、学校休業日に合わせた年次休暇取得を促進

オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

- 2020年東京大会を契機とし、各地の観光地や交通機関において、より高い水準のユニバーサルデザイン化及び心のバリアフリーの推進するため、以下の取組を実施。
 - ・Tokyo2020 アクセシビリティ・ガイドラインの考え方に沿った街づくりや心のバリアフリーを全国に展開することにより、潜在需要を取り込み、消費活動を活性化
 - ・障害者団体等のヒアリングを重ね、障害者の意見を反映し、2016年内を目途に「ユニバーサルデザイン2020」を最終とりまとめ
 - ・ユニバーサルデザインの街づくり：東京大会で適用される高水準のバリアフリー基準を主要な観光地等に面的に展開 等
 - ・「心のバリアフリー」：観光・交通分野の事業者による統一的な接遇対応のガイドラインの策定や学校・企業における心のバリアフリー教育の実施 等