

観光立国推進基本計画

平成24年3月30日閣議決定

この計画は、観光立国推進基本法（平成18年法律第117号）第10条第4項の規定に基づき、国会に報告するものである。

目 次

第1 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針	
1. はじめに	1
2. 基本的な方針	1
3. 計画期間	3
第2 観光立国の実現に関する目標	
1. 前観光立国推進基本計画の目標の達成状況	4
2. 基本計画の策定の方向性	6
（1）観光の裾野の拡大	6
①国際観光の拡大	6
②国内観光の拡大	7
（2）観光の質の向上	8
3. 観光立国の推進に関する目標	9
（参考）観光立国の推進に関する目標を支える主な取組	11
第3 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策	
1. 基本的考え方	15
2. 観光庁が主導的な役割を果たすべき主な施策	15
2-1 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり（観光地域の ブランド化・複数地域間の広域連携等）	15
（1）観光地域のブランド化	16
（2）外客受入環境の充実	16
（3）大都市における観光の推進	17
（4）複数地域間の広域連携	17
（5）新たな観光地域づくりのモデルとなる先進的取組	17
（6）観光産業の参画	17
（7）観光分野における人材の育成	17
（8）関係省庁をはじめとする関係者間の連携	18
2-2 オールジャパンによる訪日プロモーションの実施	19
（1）プロモーションの高度化	19
（2）観光産業の参画	20
（3）関係省庁をはじめとする関係者間の連携	20
2-3 国際会議等のMICE分野の国際競争力強化	22
（1）MICEマーケティング戦略の高度化	22

(2)	M I C E産業の競争力強化	23
(3)	M I C Eに関する受入環境の整備	23
2-4	休暇改革の推進	25
(1)	休暇を取得しやすい職場環境の整備	25
(2)	小・中学校の休業の多様化と柔軟化	26
(3)	休暇取得の分散化	26
3.	政府全体により講ずべき施策	27
3-1	基本的考え方	27
3-2	国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成	27
(一)	国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成	27
①	地方公共団体と観光事業者その他の関係者との連携による 観光地域の特性を生かした良質なサービスの提供の確保	27
②	宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関連する施設 及び公共施設の整備	27
(二)	観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地域 の形成	29
①	ニューツーリズムを核に据えた持続可能な観光地域の形成	29
②	文化財に関する観光資源の保護、育成及び開発	29
③	歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発	30
④	優れた自然の風景地に関する観光資源の保護、育成及び開発	31
⑤	良好な景観に関する観光資源の保護、育成及び開発	31
⑥	温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び 開発	32
(三)	観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備	35
①	国際交通機関の整備	35
②	国際交通機関に関連する施設の整備	36
③	国内の幹線交通に係る施設の整備	36
④	国内の地域交通に係る施設の整備	37
3-3	観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の 育成	38
(一)	観光産業の国際競争力の強化	38
(二)	観光の振興に寄与する人材の育成	39
①	観光地域及び観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育 の充実	39
②	観光事業に従事する者の知識及び能力の向上	39

③ 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進	39
3-4 国際観光の振興	39
(一) 外国人観光旅客の来訪の促進	39
① 我が国の観光魅力の重点的かつ効果的な発信	39
② 国内における交通、宿泊その他の観光旅行に要する費用に 関する情報の提供	42
③ 国際会議その他の国際的な規模で開催される行事の誘致の 促進	42
④ 外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善、通訳案内サー ビスの向上その他の外国人観光旅客の受入体制の確保等	43
(二) 国際相互交流の促進	45
① 外国政府との協力の推進	45
② 我が国と外国との間における地域間交流の促進	46
③ 青少年による国際交流の促進	46
3-5 観光旅行の促進のための環境の整備	47
(一) 観光旅行の容易化及び円滑化	47
① 休暇の取得の促進及び観光旅行の需要の特定の時季への 集中の緩和	47
② 旅行業務に関する取引の公正の維持等	48
③ 観光の意義に対する国民の理解の増進	48
④ 旅行のサービス内容に応じた価格設定	48
(二) 観光旅行者に対する接遇の向上	48
① 接遇に関する教育の機会の提供	48
② 旅行に関連する施設の整備	48
③ 我が国の伝統ある優れた食文化その他の生活文化、産業等の 紹介の強化、我が国又は地域の特色を生かした魅力ある商品の 開発	49
(三) 観光旅行者の利便の増進	49
① 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	49
② 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供	52
(四) 観光旅行の安全の確保	52
① 国内外の観光地域における事故、災害等の発生の状況に関する 情報の提供	52
② 観光旅行における事故の発生の防止	54
(五) 新たな観光旅行の分野の開拓	55

① ニューツーリズムの創出・流通	55
② 各ニューツーリズムの推進	55
③ その他の新たな観光需要の開拓	57
(六) 観光地域における環境及び良好な景観の保全	58
① 観光地域における環境の保全	58
② 観光地域における良好な景観の保全	59
(七) 観光に関する統計の整備	59

第4 観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために 必要な事項

1. 多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化	60
2. 政府が一体となった施策の推進	61
3. 施策の推進状況の点検と計画の見直し	61
4. 地域単位の計画の策定	62

観光立国推進基本計画
～観光でつくる日本のチカラと地域の魅力～

第1 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針

1. はじめに

未曾有の被害をもたらした東日本大震災は、被災した観光地域に壊滅的な打撃を与え、さらに、国民の自粛ムードや訪日旅行への不安により国内外の旅行者が減少し、全国の観光分野に深刻な影響を及ぼした。一方で、復興を支援するために国内外から寄せられた支援の輪は、多くの観光交流を生み出すきっかけにもなった。

これまでも、観光には、経済活性化の起爆剤として大きな期待が寄せられており、「新成長戦略」（平成22年6月18日閣議決定）は、長らく経済が低迷し地域が疲弊する中、人口減少・少子高齢化の閉塞状況を打ち破り、急速に経済成長するアジアの観光需要を取り込んで元気な日本を復活させるため、7つの戦略分野の一つとして、観光立国の実現を掲げた。さらに震災を経て、地域経済の復興に貢献する役割も、期待されるようになった。「東日本大震災からの復興の基本方針」（平成23年7月29日東日本大震災復興対策本部決定）は、国内外の旅行需要の回復・喚起と東北ならではの観光スタイルを構築することを示し、「日本再生の基本戦略」（平成23年12月24日閣議決定）は、国の光を示す“観光”の振興が日本再生に不可欠であることを示した。

一方で、国内では、旅行に出かけない風潮が一部に見られる。特に、全く旅に出ない若者の割合が大きくなっていることが深刻であり、これが定着し、長期的に国民全体の旅行行動が鈍ることも、危惧されている。このような中、震災で節電が求められ、休暇取得に変化が生じたことは、日本人に新たなライフスタイルのあり方を問いかけている。

こうした観光をめぐる近年の情勢の変化を踏まえ、観光立国推進基本法（平成18年法律第117号）第10条の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、国民経済の発展、国民生活の安定向上、及び国際相互理解の増進を図るため、ここに新たな観光立国推進基本計画（以下「基本計画」という。）を定めることとする。

2. 基本的な方針

この基本計画においては、特に以下の方針に基づいて、政府を挙げて観光立国の実現に向けた施策を推進することとする。

（1）震災からの復興 ―観光が、復興を支え、日本を元気づける―

観光は、農林水産業とともに被災地を支える基幹の産業であり、地域の復興を先導し、さらに、被災から復興した地域を支えることができる。このため、政府、自治体、住民が一体となり、地域づくりに当たって、長年育まれてきた自然や文化をかけがえのないものとして守っていくとともに、伝統や環境に根付いた地域の生活の中に、観光交流を生み出す仕組みを一から組み込む。また、国内外からの支援の中で生まれた人の絆を大切にし、末長い観光交流が続くように育む。

一方で、震災・福島原子力発電所の事故で失われた日本ブランドの信頼の回復・強化に向けて、観光が広告塔として大きな役割を果たしていく。このため、政府を挙げて、正確で消費者の目線に立った情報の発信に努め、風評被害の発生や拡大を防ぎ、かつ、外国人旅行者にありのままの日本を見てもらうことで、地道に日本ブランドの信頼を再構築する。特に、福島県をはじめとする被災地の風評被害等の対策には長期的に取り組む。なお、台風等の大規模災害により被災した観光地域の復興にも積極的に取り組む。

さらに、今まで意識されなかった観光活動の意義を普及することで、震災後の日本人の生活を豊かにしていく。このため、ボランティア、地域交流など社会的な目的を有する観光活動、節電にも貢献する長期滞在型の観光活動を育み、被災地の復興を支援するとともに、日本全体を元気づける。

(2) 国民経済の発展 —観光が、日本経済と地域を再生する—

この先、人口が減り、少子高齢化が進む中、我が国が目指すべきは交流人口の拡大である。観光は、交流人口の拡大に大きく貢献するため、観光関連産業を我が国の成長産業と位置づけ、発展させていく。観光は、産業の裾野が極めて広く、総合的戦略産業と言い得るものであり、そのポテンシャルは限りなく大きい。国内外の多くの人々に対して日本の観光を促進し、新たな消費や雇用を生み、投資を呼び込み、日本経済を力強く引っ張っていく。

また、地域でも、一丸となって個性にあふれる観光地域を作り上げ、その魅力を地域自らが積極的に売り込んでいくことで、広く観光客を呼び込み、地域の経済を潤し、ひいては、住民にとって誇りと愛着の持てる、活力にあふれた地域社会を築いていく。

一方で、目を海外に転じれば、急速に拡大するアジアの観光マーケットを取り込むため、各国で激しい誘致競争が繰り広げられており、国内外の人々から我が国の観光地域が選好されるよう、国際競争力を高めていく。

このため、国内外の旅行者の嗜好をしっかりと捉え、観光地域が伝統と環境に根ざして発展し続けるよう、その質と集客力を高めるとともに、埋もれた旅行ニーズを掘り起こす。また、我が国の魅力を広く世界に発信するとともに

に、外国人が旅をしやすい環境を整える。国や地方自治体、企業、住民、NPO等、観光の立役者が一丸となり、役割分担をしっかりと果たすことで、観光が、21世紀の日本経済と地域を再生する。

(3) 国際相互理解の増進 —観光が、世界を惹きつける—

我が国が、国際平和の中で先人が築いた現在の地位を高め、将来にわたってその責務を果たすため、観光により世界の人々と絆を深め、草の根から外交や安全保障を支えるだけでなく、優れた我が国のコンテンツを世界に広め、さらに、決断力や適応力が高く、国際感覚に優れた人材を育てていく。

このため、特に若い世代をはじめ、双方向で国際交流を進め、日本人の世界に通用する素養を育み、また、外国の人々の我が国への理解を深めるとともに、旅する外国人を「おもてなしの心」で快く迎える大切さを普及する。そして、優れた歴史・産業・文化で培った英知に根ざした我が国のソフトパワーで、諸外国の人々や企業を惹きつける。

(4) 国民生活の安定向上 —観光が、人生を楽しく豊かにする—

内向きと言われる日本社会を変えるため、旅のもたらす感動と満足感で、誰もが楽しく人生を生き抜く活力を生み出す。また、観光により学習・社会貢献・地域交流の機会を得て、家族の絆を育むことで、観光によりワーク・ライフ・バランスを充実させ、現代人が心豊かに過ごすスパイスを与えていく。

このため、新たなスタイルの旅を開拓し、より観光を魅力的にするとともに、特に若者や高齢者を中心に、観光に関心を持ち、実際に旅に出られるよう、環境を整える。そして、国民みんなが観光に参加し、旅行者と心を通わせて観光の魅力を形づくり、観光とともに将来を歩む。

3. 計画期間

この基本計画の期間は、より長期的な展望を視野に入れつつ、平成24年度から平成28年度までとする。

第2 観光立国の実現に関する目標

1. 前観光立国推進基本計画の目標の達成状況

平成19年6月に閣議決定した観光立国推進基本計画（以下「前基本計画」という。）では、観光立国を進める上で代表的かつ分かりやすい目標として5つの目標を掲げ、観光立国の実現に関する施策を推進してきた。以下、各目標の達成状況と分析結果を示す。

- ① 国内における旅行消費額：平成22年度までに30兆円（平成21年：約25.5兆円）
団塊の世代で、「老後の生活設計」、「自分の健康」等の悩みや不安を感じている人の割合が増加傾向にあり、消費意欲が盛り上がりにくくなっていること等から当該世代の退職に伴う余暇活動が想定ほど伸びなかった。このほか、年次有給休暇取得率が48.1%（平成22年）と微増にとどまったことや、消費者物価指数も想定ほど上昇していないことも一因と考えられる。また、訪日外国人による消費に関しても、平成20年のリーマンショックに端を発した世界的な景気低迷、平成22年の尖閣諸島沖中国漁船衝突事故に伴う中国人訪日旅行者数の減少や円高等による旅行受取額の減少等により、消費額が伸びなかった。
- ② 訪日外国人旅行者数：平成22年までに1,000万人（平成22年実績：約861万人、平成23年推計：約622万人）
ビジット・ジャパン・キャンペーンを開始した平成15年以降、着実に訪日外国人旅行者数は増加し、平成19年には835万人に達したが、平成20年のリーマンショックに端を発した世界的な景気低迷、平成21年の新型インフルエンザ流行の影響等により、平成21年に679万人へ落ち込んだ。その後、訪日外国人旅行者数は急速な回復を見せ、平成22年は、尖閣諸島中国漁船衝突事故に伴う中国人訪日旅行者数の減少等があったものの、過去最高の861万人を記録した。しかしながら、平成22年までに1,000万人との目標達成には至らなかった。
平成23年は、3月の東日本大震災の影響等により622万人となり、再び大きく落ち込んだ。
- ③ 国際会議の開催件数：平成23年までに5割以上増(252件)（平成22年実績：309件）
目標設定以降、着実に国際会議の開催数は拡大しており、UIAの旧基準※で168件（平成17年）から309件（平成22年）と開催件数で5割増（252件）という目標を達成した。また、UIAの新基準※での開催件数は741件（平成22年）となり、アジアの首位も獲得したところである。増加の主な要因は、アジア地域の堅調な経済成長に伴いアジア域内の学会の成長等を通じて域内国際会議が増加していること、国内会議の国際化の動きなどが挙げられる。特に、平成22年はAPEC、COP10の関連会議が多数開催されるなどの特殊要因もあり、大きな伸びとなった。

- ④ 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数：平成22年度までに年間4泊（平成22年実績：2.12泊）

日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数は、世界的な金融危機による景気低迷の影響や趣味・レジャーの多様化による旅行の魅力の相対的な低下により、減少傾向にある。団塊の世代の退職に伴う余暇活動が想定ほど伸びなかったことや、年次有給休暇取得率が微増にとどまったことも一因と考えられる。

- ⑤ 日本人の海外旅行者数：平成22年までに2,000万人（平成22年実績：約1,664万人、平成23年推計：約1,699万人）

出国日本人数は、世界的な金融危機が起きた平成20年は1,599万人、新型インフルエンザ流行の影響があった平成21年は1,545万人となっており、前基本計画を策定した平成19年の1,730万人より減少した。しかしながら、平成22年は4年ぶりに回復して1,664万人、さらに平成23年は1,699万人となった。これは世界的な金融危機以降の円高傾向で、旅行需要が支えられた側面もあると考えられる。

前基本計画の期間において、各目標に沿って施策を推進した結果、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）の成立とこれに基づく観光圏の整備、羽田・成田・関西の各空港の滑走路の整備、大学の観光関係学部・学科の拡大、ビジット・ジャパン・キャンペーンの強力な推進、国際会議等の誘致・開催、中国人個人観光ビザの発給要件緩和等、一定の成果を見た。

しかしながら、日本の成長を牽引するべくこれから5年間に更なる飛躍をするためには、2. のとおり、従来からの取組に加え、観光の裾野の拡大を図り、観光の質の向上を図ることが重要である。

※UIA（国際団体連合）統計の国際会議選定基準

主催者	2006年統計までの旧基準	2007年統計からの新基準
国際機関・団体	①参加者数：50人以上 ②参加国数：3か国以上 ③開催期間：1日以上	①参加者数：50人以上 ②参加国数：3か国以上 ③開催期間：1日以上
国内機関・団体	①参加者数：300人以上かつ40%以上が主催国以外の参加者 ②参加国数：5か国以上 ③開催期間：3日以上	①参加者数：300人以上（参加者は40%以上が主催国以外であること）、もしくは参加者数は不明でも、併催展示会があれば、参加者数の要件を満たすものとする。 ②参加国数：5か国以上 ③開催期間：3日以上

2. 基本計画の策定の方向性

(1) 観光の裾野の拡大

①国際観光の拡大

訪日外国人旅行者数の増加を図るため、平成15年のビジット・ジャパン・キャンペーンの開始以降、当初5市場を重点市場として実施した海外プロモーション事業は平成23年には15市場を重点市場とするに至っている。現在訪日旅行者数が多い市場あるいは今後訪日旅行者数の拡大が見込まれる市場を対象としたプロモーション展開により、平成22年には訪日外国人旅行者が861万人に達し、1,000万人時代が視野に入ってきた。しかし、外国人旅行者の国際的な誘致競争の更なる激化とマクロ経済・外交関係等の外的要因によって、訪日外国人旅行者の伸びが鈍化する場面にも直面し、一層戦略的なプロモーション活動が求められている。さらに、東日本大震災による風評被害等の影響は、ここまで順調な回復が見られているものの、訪日外国人旅行者数の増加を図る上で大きな制約要因となる可能性もあり、いまだ予断を許さない状況にある。

このような状況の中、将来的に3,000万人を目指すことを視野に入れつつ、訪日外国人旅行者数の増加を図るためには、訪日プロモーションについて、過去の枠組や手法にとらわれず、海外消費者の趣向に即した、より機動的で、効果的な事業展開が求められている。また、これまで重点をおいてプロモーションを実施してきた市場に加え、東南アジアをはじめとする今後富裕層・中間層等急速な拡大が見込まれる市場の旅行者を他国に遅れることなく効果的・効率的に取り込む戦略が必要とされている。

さらに、一部市場で新規訪日が一巡しているが、新規訪日旅行者のみならずリピーターを獲得するための新たな魅力の発掘・訴求が急務である。このため、国と地域一体でのゴールデンルートの次の目的地の開拓・情報発信、観光分野にとどまらず、日本食、文化、先端技術など日本が抱える魅力的なコンテンツの更なる発掘や観光促進への活用が必要とされている。さらに、草の根レベルの日本の観光大使でありリピーターとなり得る留学生の増加・活用、修学旅行の促進を図ることも有効である。

加えて、激しい誘致競争に勝ち抜くにはプロモーションを戦略的に一層強化する必要があり、日本政府観光局（独立行政法人国際観光振興機構又は「独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」（平成24年1月20日閣議決定）に基づき平成26年4月を目指して創設される新たな法人制度に位置づけられ、政府観光局機能を移行することが見込まれる日本政府観光局たる機能を有する組織。以下同じ。）の組織見直しとともに、海外事務所への経営資源・権限のシフト、地方公共団体・経済界との連携等プロモーション体制の強化等に取り組む必要がある。さらに、言語、旅行コスト、入国管理等の課題に対する対応を行い、3,000万人時代を見据えて、関係省庁・地方公共団体・民間と連携し、外国人旅行者が来訪しやすい環境の整備を国を挙げて行う必要がある。

さらに、国際観光の拡大を考える上では、訪日外国人旅行者の数だけではなく、経済効果を念頭に置く必要がある。このため、訪日外国人旅行者の滞在を伸ばし、消費額を増やすための施策を採るとともに、消費単価の高い旅行者を誘致することが重要である。

なお、これらの取組を進めるに当たっては、震災による影響を的確に見極めつつ実施していくことが重要であることは言うまでもない。

また、いわゆる観光分野だけでなくビジネス分野を見れば、国際会議や展示会などのMICE(=Meeting, Incentive, Convention, Exhibition/Event)は、その経済波及効果の大きさや、ビジネス機会の創出効果等、幅広い経済的意義を有するものであり、近年、アジア主要国などから注目を集めている。アジア太平洋地域を中心にMICEビジネスは今後とも拡大していく見込みであるが、その一方、アジア主要国の取組強化に代表されるMICE誘致の国際競争激化に伴い、我が国の競争力が相対的に低下しつつあるとも懸念されている。MICEの誘致や開催は、地方公共団体やコンベンションビューロー、さらには民間企業等の誘致関係者が主役であるが、こうした各主体のマーケティングや誘致体制・受入体制は、競合国に比較して十分とは言えず、国はこれらの主体の誘致・開催に関する活動や競争力強化に向けた取組を支援し、その環境整備等を図る必要がある。

一方、日本人の海外旅行の促進は、国際感覚の向上のみならず、開発途上国の観光開発や、国際相互理解の増進による政府間外交の補完、更に、諸外国との双方向の交流拡大(ツーウェイツーリズムの推進)を通じて、インバウンドの拡大にも貢献し得るなど、高い意義を有していることから、国民が海外旅行に出かける環境を整える必要がある。

②国内観光の拡大

前基本計画では、団塊の世代の退職に伴う余暇活動の拡大、年次有給休暇取得率の増加等による国内観光の拡大・増加を見込んでいたが、団塊の世代の旅行需要は想定ほど伸びず、また、現役世代の年次有給休暇取得率は微増にとどまった。

さらに、全体的には、近年、旅行実施率が毎年減少する傾向にある。一年に一度も旅行にいかない、いわゆるゼロ回層は、現在、既に国民の半分を超えている。特に、将来の旅行需要を支える若者の旅行回数が減少すると、将来にわたって観光市場を縮小させる要因になりかねない。

このような状態を打開するには、旅行需要の縮小傾向に歯止めをかけ、裾野の拡大を図るべく、ゼロ回層対策を強化するとともに、若者旅行を促進する必要がある。一方で、旅行に出かける層に対し、更なる宿泊観光旅行を促進するとともに、平成24年(2012年)から65歳以上になる団塊の世代の旅行を促進する必要がある。

一方、旅行の魅力は、趣味・レジャーの多様化により相対的に低下していると捉えられていることから、旅行の魅力自体を高めることが重要であるが、所得の制約、時間的

制約や、高齢者への対応等旅行の妨げとなる諸課題がある。このため、旅行のサービス内容に応じた価格設定、休暇改革の推進、消費者のニーズに応じた旅行環境の整備等を行う必要がある。

(2) 観光の質の向上

我が国は、北は北海道から南は沖縄までの多様な自然や暮らし、歴史、文化等を有し、多様な人々のニーズを受け入れる観光資源が豊富にあり、観光のポテンシャルは極めて高い。この利点を活かし、日本の観光について国際競争力を強化するため、従来から魅力ある観光地域づくりを推進しており、観光地域づくりの体制の整備、着地型旅行商品の造成、ニューツーリズムの推進等の取組が進められつつある。

しかしながら、観光のポテンシャルを活かしきれていない地域が多く、近年、観光目的が国内外の観光地間の国際的な旅行者獲得競争にさらされる中、訪日外国人旅行のリピーターを確保し、また、国内のゼロ回層を旅行に誘導して、既に旅行に行っている層をさらに活発化させるためには、ポテンシャルを十分に活かして、国内外から選好される観光地域づくりを進める必要がある。

このためには、地域の幅広い関係者（観光産業、農林水産業、商工業、行政、NPO等）が参画・協働し、地域のコンセプトの明確化、的確なマーケティングを行いつつ、観光資源を十分に活用した戦略的な観光地域づくりを継続的に行い、国内外の観光客から日本を代表する「ブランド」としての評価を確立することが重要である。また、複数の観光地域間において、テーマ性を持った周遊・滞在ルートを構築し、有機的な連携を強化していくことも必要である。さらに、旅行者に十分な満足感を提供するべく様々なニーズに応えられる多様性に富んだ魅力ある旅行商品を提供・発信することも必要である。

また、訪日外国人旅行者が感じる不便・不満としては、案内板等の標識、観光案内所、言葉、クレジットカード、交通、街中環境等の問題が上位を占めている。訪日して不満を感じた旅行者はリピーターとしての再訪を期待できないことから、満足度を高めることが極めて重要である。このため、旅行者の移動の容易化、接遇の向上、利便性の増進、街中環境の改善等の課題に対応し、外客受入環境の更なる充実を図る必要がある。

さらに、日本の観光産業は、中小企業が多くを占め、経営基盤が盤石とは言えず、経験と勘に頼った経営をしている面も否めない。このような状態を変革し、国際競争力を強化するためには、観光産業に従事する人材を育成し、観光地域における経営能力の強化を図る必要がある。

3. 観光立国の推進に関する目標

今般、基本計画の策定に当たっては、観光地域や旅行サービスの質の向上を図るため、基本的な目標に満足度の指標（訪日外国人旅行者の満足度及び観光地域の旅行者満足度）を追加する。また、参考指標として、基本的な目標の達成に資する重要な構成要素に係る指標（若年層に係る指標等）や基本的な目標の中に含まれる重要な視点に係る指標（雇用効果、地方の活性化に係る指標等）を掲げ、基本的な目標の達成状況の確認に活用する。

○観光による国内消費の拡大

1. 国内における旅行消費額

平成 28 年（2016 年）までに 30 兆円にする。

[平成 21 年（2009 年）実績：25.5 兆円]

	【参考指標】	【実績値】
1. (1)	平成 28 年（2016 年）までに、日本人国内宿泊旅行消費額 18 兆円、日本人国内日帰り旅行消費額 6.5 兆円、訪日外国人旅行消費額 3 兆円	平成 21 年（2009 年）：日本人国内宿泊旅行 17.4 兆円、日本人日帰り旅行 5.5 兆円、訪日外国人旅行 1.2 兆円
1. (2)	雇用効果 平成 28 年（2016 年）までに 539 万人分相当	平成 21 年（2009 年）：462 万人分

○国際観光の拡大・充実

2. 訪日外国人旅行者数

平成 32 年（2020 年）初めまでに 2,500 万人とすることを念頭に、平成 28 年（2016 年）までに 1,800 万人にする。

[平成 22 年（2010 年）実績：861 万人、平成 23 年（2011 年）推計：622 万人]

3. 訪日外国人旅行者の満足度

平成 28 年（2016 年）までに、訪日外国人消費動向調査で、「大変満足」と回答する割合を 45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を 60%とすることを旨とする。

[平成 23 年（2011 年）実績：「大変満足」の回答割合 43.6%、「必ず再訪したい」の回答割合：58.4%]

4. 国際会議の開催件数

我が国における国際会議の開催件数を平成 28 年（2016 年）までに 5 割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。

[平成 22 年（2010 年）実績：国際会議の開催件数 741 件]

※平成 28 年（2016 年）の開催件数 1,111 件以上。

<p>「国際会議の開催件数」の国際会議は、国際団体連合（U I A）の基準によるもの。</p> <p>5. 日本人の海外旅行者数 平成 28 年（2016 年）までに 2,000 万人にする。 [平成 22 年（2010 年）実績：1,664 万人、平成 23 年（2011 年）推計：1,699 万人]</p>	
【参考指標】	【実績値】
2. (1) 訪日外国人のいわゆるゴールデンルート以外の地域（東京都、千葉県、大阪府、京都府以外の地域）における延べ宿泊者数 平成 28 年（2016 年）までに 2,400 万人程度	平成 22 年（2010 年）：約 1,000 万人
2. (2) リピーターの多い市場（韓国、台湾、香港、シンガポール）を中心として、訪日外国人旅行者に占めるリピーター数 平成 28 年（2016 年）までに 1,000 万人程度	平成 22 年（2010 年）：515 万人
4. (1) 国際会議、展示会、研修等参加の訪日外国人参加者数 平成 28 年（2016 年）までに 170 万人	平成 22 年（2010 年）：130 万人
5. (1) 日本人の若年層（20-29 歳）の海外旅行者数 平成 28 年（2016 年）までに 300 万人	平成 22 年（2010 年）：270 万人

○国内観光の拡大・充実

<p>6. 日本人の国内観光旅行による 1 人当たりの宿泊数 平成 28 年（2016 年）までに年間 2.5 泊とする。 [平成 22 年（2010 年）実績：2.12 泊]</p> <p>7. 観光地域の旅行者満足度 観光地域の旅行者の総合満足度について「大変満足」と回答する割合及び再来訪意向について「大変そう思う」と回答する割合を平成 28 年（2016 年）までにいずれも 25%程度にする。 [実績値無し]</p>	
【参考指標】	【実績値】
6. (1) 年間に国内宿泊観光旅行を全く行わない国民の割合 平成 28 年（2016 年）までに 40%程度（そのうち、特に、若年層における割合 40%程度）	平成 22 年（2010 年）：64.4% (若年層における割合 63.6%)
6. (2) 日本人の若年層の国内宿泊観光旅行による 1 人当たりの宿泊数 平成 28 年（2016 年）までに年間平均 3 泊	平成 22 年（2010 年）：2.56 泊
6. (3) 三大都市圏以外の地方を主目的地とする国内旅行消費額 平成 28 年（2016 年）までに 12 兆円 ※旅行中支出のみ	平成 22 年（2010 年）：10.1 兆円

(参考) 観光立国の推進に関する目標を支える主な取組

○訪日外国人旅行者数

①オールジャパンによる訪日プロモーションの実施	施策 2-2	P. 19
②観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備 ・国際交通機関の整備	施策 3-2 (三)	P. 35
③外国人観光客の来訪の促進 ・我が国の観光魅力の重点的かつ効果的な発信 ・国内における交通、宿泊その他の観光旅行に要する費用に関する情報の提供 ・外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善、通訳案内サービスの向上その他の外国人観光旅客の受入体制の確保等	施策 3-4 (一)	P. 39

○訪日外国人旅行者の満足度

①国内外から選好される魅力ある観光地域づくり（観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等）	施策 2-1	P. 15
②観光産業の国際競争力の強化	施策 3-3 (一)	P. 38
③外国人観光旅客の来訪の促進 ・外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善、通訳案内サービスの向上その他の外国人観光旅客の受入体制の確保等	施策 3-4 (一)	P. 39
④観光旅行者に対する接遇の向上 ・接遇に関する教育の機会の提供 ・旅行に関連する施設の整備（観光地域における案内表示の整備等情報提供の充実） ・我が国の伝統ある優れた食文化その他の生活文化、産業等の紹介の強化、我が国又は地域の特色を生かした魅力ある商品の開発	施策 3-5 (二)	P. 48
⑤観光旅行者の利便の増進 ・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 ・情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供	施策 3-5 (三)	P. 49

○国際会議の開催件数

①国際会議等のMICE分野の国際競争力強化	施策 2-3	P. 22
-----------------------	--------	-------

②観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備 ・国際交通機関の整備	施策 3-2 (三)	P. 35
③外国人観光旅客の来訪の促進 ・我が国の観光魅力の重点的かつ効果的な発信 ・国内における交通、宿泊その他の観光旅行に要する費用に関する情報の提供 ・国際会議その他の国際的な規模で開催される行事の誘致の推進 ・外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善、通訳案内サービスの向上その他の外国人観光旅客の受入体制の確保等	施策 3-4 (一)	P. 39

○日本人の海外旅行者数

①休暇改革の推進	施策 2-4	P. 25
②国際相互交流の促進 ・我が国と外国との間における地域間の交流の促進(日本人の海外旅行の促進)	施策 3-4 (二)	P. 46
③観光旅行の容易化及び円滑化 ・観光の意義に対する国民の理解の増進(団塊世代や若者の旅行の促進、ゼロ回層対策の強化等)	施策 3-5 (一)	P. 48

○日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数

①国内外から選好される魅力ある観光地域づくり(観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等)	施策 2-1	P. 15
②休暇改革の推進	施策 2-4	P. 25
③国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成 ・地方公共団体と観光事業者その他の関係者との連携による観光地域の特性を活かした良質なサービスの提供の確保(地域独自の魅力を生かした旅行商品の創出) ・宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関連する施設及び公共施設の整備	施策 3-2 (一)	P. 27
④観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地域の形成 ・文化財に関する観光資源の保護、育成及び開発 ・歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発	施策 3-2 (二)	P. 29

<ul style="list-style-type: none"> ・優れた自然の風景地に関する観光資源の保護、育成及び開発 ・良好な景観に関する観光資源の保護、育成及び開発 ・温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発 		
<p>⑤観光旅行の容易化及び円滑化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光の意義に対する国民の理解の増進（団塊の世代や若者の旅行の促進、ゼロ回層対策の強化等） ・旅行のサービス内容に応じた価格設定 	施策 3-5 (一)	P. 47
<p>⑥観光旅行者の利便の増進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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（消費者のニーズに応じた旅行環境の整備） 	施策 3-5 (三)	P. 49

○観光地域の旅行者満足度

<p>①国内外から選好される魅力ある観光地域づくり（観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等）</p>	施策 2-1	P. 15
<p>②国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方公共団体と観光事業者その他の関係者との連携による観光地域の特性を活かした良質なサービスの提供の確保（地域独自の魅力を生かした旅行商品の創出） ・宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関連する施設及び公共施設の整備 	施策 3-2 (一)	P. 27
<p>③観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地域の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化財に関する観光資源の保護、育成及び開発 ・歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発 ・優れた自然の風景地に関する観光資源の保護、育成及び開発 ・良好な景観に関する観光資源の保護、育成及び開発 ・温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発 	施策 3-2 (二)	P. 29
<p>④観光旅行者に対する接遇の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接遇に関する教育の機会の提供 ・旅行に関連する施設の整備 ・我が国の伝統あるすぐれた食文化その他の生活文化、産業等の紹介の強化、我が国又は地域の特色を生か 	施策 3-5 (二)	P. 48

した魅力ある商品の開発		
<p>⑤観光旅行者の利便の増進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供 	施策 3-5 (三)	P. 49
<p>⑥新たな観光旅行の分野の開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ニューツーリズムの創出・流通 ・各ニューツーリズムの推進（エコツーリズムの推進、グリーンツーリズムの推進、文化観光の推進、産業観光の推進、ヘルスツーリズムの推進、スポーツツーリズムの推進、ファッション・食・映画・アニメ・山林・花等を観光資源としたニューツーリズムの推進） ・その他の新たな観光需要の開拓（若年層の旅行需要の喚起、長期滞在型観光の推進、船旅の魅力向上の推進、医療と連携した観光の推進） 	施策 3-5 (五)	P. 55

第3 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

1. 基本的考え方

観光は、良好な景観の形成、街並み整備等による地域の魅力向上、交通ネットワーク整備等による人の交流の拡大、文化財や農山漁村等の多様な観光資源の活用による旅行の魅力向上など、多様な関係者による様々な取組によって支えられるものである。

例えば、魅力ある観光地域の形成に当たっては、地域の事業者による情報発信やサービスの提供といった取組だけで十分な成果を得ることは困難であり、良好な景観の形成や街並み整備、自然や景観、歴史、伝統、文化、産業等の観光資源の活用、観光旅行者の来訪に必要な空港、鉄道、道路等の交通施設の整備等、地域内の多様な関係者（観光産業、農林水産業、商工業、行政、NPO等）の取組が欠かせない。

したがって、各関係者があらゆる取組を推進するに当たっては、自らの取組の目的にとらわれることなく、観光の観点も念頭に置きながらその取組を推進することで、より大きな効果を発現させるとともに、観光を通じて自らの取組と他の関係者による取組とを有機的に連携させることにより、相乗効果を発揮させることが重要である。また、厳しい財政状況の中、限られた財源で効果的かつ効率的に施策を推進することも重要である。

このため、観光立国の実現に当たって、関係者の間で緊密な連携・協働を図りつつ、政府が総合的かつ計画的に施策を講ずべき施策について、以下のとおり定めることとする。

2. 観光庁が主導的な役割を果たすべき主な施策

基本的な目標を達成する上で観光庁が主導的な役割を果たしつつ取り組むべき施策のうち主なものについて、以下のとおり定めることとする。

2-1 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり (観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等)

- ・観光地域が旅行者の国際的な誘致競争にさらされる中、国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域を早急に形成する必要がある。このため、日本を代表し得る魅力ある観光地域について、恒常的な評価等を行い、地域の取組段階に応じた戦略的な観光地域づくりを促進する。
- ・日本の有する多様な観光資源の潜在能力を最大限に発揮し、テーマ性を持った周遊・滞在ルートを構築するため、複数地域間の広域的な連携を強化する。
- ・魅力ある観光地域づくりをより効果的に進めるため、全国各地の創意工夫を活かした先進的な取組を促進する。
- ・地域づくりの原動力としての役割を果たすべく、観光産業の今後のあり方を検討し、その実現を図る。

従来、地域の幅広い関係者が連携して滞在型の観光地域づくりを行う「観光圏」の取組を推進し、市場との窓口機能等を担う「観光地域づくりプラットフォーム」を形成しつつ、着地型商品の企画・提供や人材育成を行う取組等を促進してきた。しかしながら、観光地域づくりの理念や来訪促進のための戦略が十分明確になっていないこと等により、地域資源の潜在能力をいまだ活かしきれていない地域もある。

このため、これまでの取組を発展させ、より戦略的な観光地域づくりを行うとともに、持続的な観光地域づくりが可能となる体制を構築し、自らのターゲットとする市場から「ブランド」としての評価を確立する。あわせて、地域間や関係者間の連携を深化するとともに、新たなモデルとなる先進的な取組や観光分野における人材の育成等を行うことにより、国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域を形成する。

(施策の内容)

(1) 観光地域のブランド化

地域の特性を最大限に活かした観光地域づくりを行い、滞在型観光を促進するため、基軸となる観光地域づくりの理念（コンセプト）、主たる顧客層（ターゲット）、自地域の位置取り（ポジショニング）等を明確にした戦略的な計画の策定を促進する。さらに、国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを効果的に進めるため、日本を代表する有形・無形の地域資源がある観光地域について、地域の取組段階に応じた戦略的な観光地域づくりを促進する。

具体的には、国が地域の努力や顧客の満足度等の客観的・恒常的な評価を実施し、地域の取組段階に応じた支援を行うこととし、地域の多様な者が参画した観光地域づくりを一元的かつ継続的に進める組織体の構築、当該組織体の運営や具体的な事業の企画・調整等を行う観光地域づくりの中核となる人材の育成、コンセプトに基づく地域資源の観光資源化、顧客の自由度や選択性を高める移動の利便性の向上や情報発信等、地域の状況に応じた適切な取組を促進する。

(2) 外客受入環境の充実

訪日外国人旅行者が安心して快適に、移動・滞在・観光することができる環境を提供することにより、訪日外国人旅行者の訪問を促進するとともに、満足度を高め、リピーターの増加を図る。

外国人旅行者が日本を旅行する際に不自由を感じることがないように、外国人旅行者が旅行の際に必要な実践的で実用的な旅行関連情報を、インターネット等を通じて提供し、訪日への不安を解消させ、外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるとともに、インターネットを利用する上で不可欠となる無料公衆無線LAN環境の整備を促進する。

外国人旅行者が我が国を安心して旅行することができるよう、外国人観光案内所

網を構築し、外国人旅行者の受入れに必要な機能を満たした案内所の認定制度によるブランドの確立を図るとともに、必要とされる機能をカテゴリー別に分類することで機能向上と裾野の拡大を図る。また、その中核を担うことが期待される、日本政府観光局が委託する外国人観光案内所については、民間のノウハウを取り入れることで日本トップ水準のサービスを提供するとともに、海外にむけた積極的な広報活動等により、日本における観光案内のナショナルセンターとなることを目指す。

(3) 大都市における観光の推進

大都市の観光は国際的に大きく注目されており、我が国の大都市も観光のポテンシャルが極めて高いことから、その底上げを図ることが必要である。このため、関係者間の連携を強化して、大都市ならではの観光資源の更なる活用、観光ルートの設定、外客受入環境の充実、積極的なプロモーション等の取組を一層促進する。

(4) 複数地域間の広域連携

更なる国内外の観光客を惹きつけ、滞在型観光を推進するとともに、観光客が各地域を周遊する環境を整備するためには、我が国の有する多様な観光資源の潜在能力を最大限に発揮させることが重要である。このため、複数の観光地域間において、テーマ性を持った周遊・滞在ルートを構築し、有機的な連携を強化していく。

具体的には、テーマに基づき、魅力ある周遊・滞在ルートの設定、地域間の連動性に富んだ商品の企画・提供、それらを活用した戦略的な情報発信、地域間の相互送客の強化等を促進する。

(5) 新たな観光地域づくりのモデルとなる先進的取組

魅力ある観光地域づくりの新たなモデルとなるような地域の創意工夫を活かした先進的取組を促進し、地域が主体となった新たな観光地域づくりの取組を全国に展開する。

(6) 観光産業の参画

旅行者のニーズの多様化や高齢者及び訪日外国人旅行者の増加等、観光を取り巻く国内外の環境は大きく変化しており、観光産業は既存のビジネスモデルに捉われず、より付加価値の高いサービスを提供するとともに地域の雇用・経済を支えることで、地域社会への貢献を図ることが重要である。このため、地域づくりの原動力としての役割を果たすべく、「売り手よし、買い手よし、世間よし」というビジネスの原点に立ち、観光産業の国際競争力の強化や観光地域づくりへの参画の観点から、中長期的な今後の観光産業のあり方について平成 24 年度から検討を行い、段階的にその実現を図る。

(7) 観光分野における人材の育成

観光分野における人材育成のため、教育プログラムや教材の開発・普及を進めてきたが、今後は、人材育成の地方展開を図りつつ、PDCAサイクルを通じた継続的な取組内容の改善を行い、各地の観光産業を活性化させるとともに、国際競争力の強化につなげる。

(8) 関係省庁をはじめとする関係者間の連携

観光地域の魅力向上のためには、観光地域づくりの理念に沿った良好な景観の形成、街並み整備等が重要であるとともに、地域の文化財の保存・活用、農作業体験や農林漁家民泊等の機会の拡大、ニューツーリズムの推進等観光資源を活用した様々な取組を推進することが重要である。また、観光地域内の移動しやすい交通を確保するとともに、観光地域へのアクセスや観光地域間の周遊の利便性を向上することも重要である。このため、関係省庁、日本政府観光局等の政府関係機関における緊密な連携・協働を図り、さらに、地方公共団体、(社)日本観光振興協会等の観光・交通関係団体等とも一体となって、総合的かつ計画的に施策を推進する。

(工程表)

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
・観光地域のブランド化 ・新たな観光地域づくりのモデルとなる 先進的取組	恒常的な評価の構築	評価等を通じた戦略的な観光地域づくりの促進 反映			
		新たな観光地域づくりのモデルとなる先進的取組の促進			
・複数地域間の広域連携	連携手法の検討	複数地域間の広域連携の促進			
・大都市における観光の推進	大都市との連携強化・あり方検討	魅力強化・発信強化 (観光ルートの設定、外客受入環境の充実、積極的なプロモーション等)			
・観光分野における人材の育成	観光地域づくりを支える人材の育成 (人材育成の地方展開→PDCAサイクルを通じた継続的な取組内容の改善)				
・外客受入環境の充実	外客受入環境の充実 (PDCAサイクルを通じた継続的な取組改善プロセスの確立→地域における自主的な受入環境整備の促進) (新たな制度による外国人観光案内所網の構築→全国的な普及・質の向上)				
・観光産業の参画	観光産業のあり方検討	検討結果の段階的な実施			

2-2 オールジャパンによる訪日プロモーションの実施

- ・ 諸外国との誘致競争に勝ち抜くためには、これまでの5大市場を中心としたプロモーションに加え、今後の顕著な成長拡大が見込める東南アジアをはじめとする新興国の中間層、平均滞在日数の長い欧米豪市場、莫大な消費が期待される富裕層市場の誘客を効果的・効率的に拡大する必要がある。
- ・ このためには、これまで以上に、限られた資源で高い効果をあげることが求められており、
 - ① 既存のプロモーションの枠組・手法にとらわれない海外消費者の趣向に即した、より機動的・効果的なプロモーション手法の追求、
 - ② 観光庁・日本政府観光局のみならず、在外公館をはじめとする関係各省庁、地方公共団体、経済界における連携強化によるオールジャパンによる訪日プロモーション体制の実現が求められている。
- ・ また、これら官民、国と地方が一体となった効果的プロモーション活動に当たっては、その基盤として、各市場の現場レベルでのきめ細かな情報収集・営業活動が不可欠であり、これを担う専門性の高い職員からなる日本政府観光局海外事務所の体制強化を行う。
- ・ さらに、観光産業においてインバウンドが経営の柱となるための方策を検討する。

ビジット・ジャパン・キャンペーンを開始した平成15年以降、関係省庁をはじめとする関係者間の連携を図りつつ、訪日プロモーションを実施した結果、訪日外国人旅行者数は着実に増加したが、平成22年までに1,000万人との目標達成はならなかった。これは、マクロ経済・外交関係等の外的要因による影響が大きいことが、既存のプロモーションの枠組・手法にとらわれていた面があること、観光産業も含め訪日プロモーションへの参加の広がりが限定的であったことも否めない。

訪日プロモーションは「新成長戦略」等に掲げられた国家的プロジェクトである。このような基本的認識に立ち、外国人旅行者の誘致競争が国際的にますます激化する中において、我が国として、将来的に3,000万人を目指すことを視野に入れつつ、平成28年までに1,800万人の誘致目標を実現するには、これまでの5大市場（韓国、中国、台湾、米国、香港）を中心としたプロモーションに加え、今後の顕著な成長拡大が見込める東南アジアをはじめとする新興国の中間層、平均滞在日数の長い欧米豪市場、莫大な消費が期待される富裕層市場からの誘客を効果的・効率的に拡大する必要がある。

このためには、より機動的・効果的なプロモーション手法を追求するとともに、訪日プロモーション関係者の連携強化や海外現地における活動を中心に据えた体制の強化等を図ることが必要である。

(施策の内容)

(1) プロモーションの高度化

震災により落ち込んだ訪日需要の一刻も早い回復のため、回復の遅い市場を中心に、正確な情報発信や海外旅行会社・メディアへの働きかけ等の徹底した風評被害対策を引き続き実施する。

市場の回復状況を見極めつつ、ネガティブイメージの払拭に加えて、ポジティブな日本観光の魅力の発信に当たっては、マーケティング調査に基づく各市場ニーズの把握やプロモーションの効果測定を徹底し、事業の不断の改善により、事業の効果的展開、効率化を図る。また、これら市場別ニーズに基づく市場別プロモーションに加え、あらゆる訪日プロモーションの統一的基盤として、震災で改めてその価値に気付かされた日本が世界に誇る「普遍的な魅力」をコンテンツとしてとりまとめ、外国人旅行者への訴求はもとより、日本人自らが誇りをもって世界へ打ち出す基盤とする。

プロモーションの実施に当たっては、ブログやSNSの活用など、より効果的な手法を追求するとともに、訪日観光と親和性の高い日本文化、日本食、日本の先端技術などの日本ならではのコンテンツとの相乗効果を追求する。また、観光庁、日本政府観光局と在外公館をはじめとする関係省庁、インバウンドへの取組を加速する地方公共団体、日本ブランドの海外展開を進める経済界との連携、日本で開催される国際会議の活用やオープンスカイ政策による新規路線の就航等、あらゆる関係者・機会を総動員したオールジャパン体制で海外プロモーション事業を展開する。

プロモーションの体制については、「独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」等を踏まえ、日本政府観光局の組織の見直しとともに、本部事務所から海外事務所への経営資源と権限のシフトを行いつつ、他の国際関係法人の拠点を活用することで、プロモーションの高度化を支える機能的な体制を構築する。また、観光庁と日本政府観光局の機能の分化を徹底し、観光庁は訪日プロモーション政策の企画立案等に重点を置いてその機能を深化・特化するとともに、日本政府観光局は訪日プロモーション事業の海外現地における事業実施の推進機関として位置付ける。

(2) 観光産業の参画【再掲】

旅行者のニーズの多様化や高齢者及び訪日外国人旅行者の増加等、観光を取り巻く国内外の環境は大きく変化しており、観光産業は既存のビジネスモデルに捉われず、より付加価値の高いサービスを提供するとともに地域の雇用・経済を支えることで地域社会への貢献を図ることが重要である。このため、「売り手よし、買い手よし、世間よし」というビジネスの原点に立ち、観光産業の国際競争力の強化や観光地域づくりへの参画の観点から、中長期的な今後の観光産業のあり方について平成24年度に検討を行い、段階的にその実現を図る。

(3) 関係省庁をはじめとする関係者間の連携

訪日外国人の来訪の促進のためには、留学生の増加・活用等国际相互交流の推進、

査証発給、出入国手続の迅速化・円滑化、医療と連携した観光の推進等、様々な取組を推進することが重要であることから、関係省庁、日本政府観光局等の政府関係機関における緊密な連携・協働を図り、総合的かつ計画的に施策を推進する。

(工程表)

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
・プロモーションの高度化	風評被害対策 (ネガティブ情報の払拭→ポジティブな魅力の発信) (日本全体→東北・北関東→福島)				
	オールジャパン訪日促進体制の構築 機動的・効果的なプロモーション手法の追求		オールジャパンによる機動的・効果的な 訪日プロモーションの実施		
	普遍的な日本の魅力 のコンテンツの作成		普遍的な日本の魅力の発信		
・観光産業の参画	観光産業のあり方検討		検討結果の段階的な実施		

2-3 国際会議等のMICE分野の国際競争力強化

- ・ 国際会議や展示会、イベントなどのMICE (=Meeting, Incentive, Convention, Exhibition /Event)は、地域経済に与える経済波及効果の大きさ、ビジネス機会やイノベーションの創出効果等、幅広い経済的意義を有することから、我が国経済にとって欠くべからざる成長要素であるとともに経済インフラでもある。近年、アジア主要国等がこうしたMICEの意義に注目し、国際的な誘致・開催競争が激化しており、結果として我が国の競争力が相対的に低下しつつあるとも懸念されている。
- ・ 今後、我が国が厳しい国際競争に打ち勝っていくためには、①各誘致主体の徹底したマーケティング戦略の高度化、②誘致関係者の機能強化等を通じたMICE産業の競争力強化、③MICE施設をはじめとしたグローバルな市場のニーズに合った受入環境の整備等を通じ、官民を挙げてMICE分野の国際競争力を強化する必要がある。

我が国は1990年代にはアジアのMICE市場の中で一定の競争力・地位を有していたが、近年、アジア有力国が誘致体制・取組の強化、施設整備等において積極的な対応を進めており、国際競争が激化している。我が国のMICE誘致に向けた施策・取組は必ずしもこうした市場環境の変化に十分対応しておらず、競合国と比して相対的に競争力が低下しつつある。

我が国が再びアジアの中のMICE先進国となるためには、従来からの取組を着実に進めるのみならず、MICE分野の各プレイヤーの競争力強化を図り、グローバルな市場のニーズの変化に積極的かつ機敏に対応していくことが必要である。国としてもこれらの各主体の取組を支援し、その環境整備等を図りつつ、官民を挙げて競合国に先行する施策・取組を強力に進めていくことが求められている。

(施策の内容)

(1) MICEマーケティング戦略の高度化

MICE市場の競争が激しくなる中、戦略的なマーケティングの重要性が増す一方、我が国は他国のマーケティングに比べて遅れを取っていることは否めない。このため、戦略の再構築、プロモーション・誘致活動の強化等について早急に取り組む。

- ① 地方自治体・コンベンションビューロー等の誘致主体のMICEマーケティング戦略を再構築し、市場や顧客のニーズ、市場の成長ポテンシャル等を十分に踏まえつつ、ターゲットを明確化した新たなMICEマーケティング戦略の策定を行うよう国として促していく。
- ② プロモーションや誘致等の活動を適切かつ効率的に実施することを通じて我が国のMICEブランドの構築等に一層努める。特に優先度の高いMICE案件について、国、地方公共団体、日本政府観光局、関係機関等が連携して、

包括的かつ主体的な誘致支援等を行う。

- ③ 我が国の各誘致主体がマーケティング戦略の高度化を図るに当たって必要となるMICE市場動向、競合国の動向等の情報収集・分析を行い、マーケティング戦略立案のプラットフォームを構築する。
- ④ マーケティング活動の基礎となるMICE分野の統計データの整備を進める。

(2) MICE産業の競争力強化

国際会議や展示会等のMICEの誘致や開催を実際に担い、諸外国の誘致関係者と競争を繰り広げる主体は、地方公共団体・コンベンションビューロー、民間企業であり、MICEの一層の推進に当たっては、これらのMICE産業の競争力強化が必要である。このため、いわゆる横並び的な対応から脱却した選択と集中の徹底や、各主体の役割分担の明確化を十分に図りつつ、国全体として効率的かつ効果的な体制を整える。

- ① MICEの誘致・開催で主体的役割を果たす地方公共団体・コンベンションビューローの人的・資金的資源の強化、支援ツール整備等の誘致体制・取組の強化に向けて、海外の先進事例等も参考にしつつ、今後の誘致体制のあり方について国として提言をまとめるとともに、必要に応じてそのための環境整備等を行う。
- ② 観光庁と日本政府観光局の機能の分化を徹底し、観光庁はMICE政策の企画立案等に重点を置いてその機能を深化・特化するとともに、日本政府観光局は、MICE誘致における国内の誘致関係者への支援・連携機能に配慮しつつ、海外事務所及び本部の役割・体制並びにその取組を見直し、MICE分野のプロモーション・誘致機能を強化する。
- ③ MICE分野において国際的に通用する専門人材の育成を図るとともに、旅行業や宿泊業等のMICEビジネスへの取組について検討を行う。
- ④ MICE分野の各主体の取組を促すため、地域経済効果分析手法の開発・普及等により、地方公共団体、企業等に対するMICEの経済的意義・効用の普及・理解の促進を図る。

(3) MICEに関する受入環境の整備

MICEの誘致・開催競争に大きな影響を及ぼす国際会議場や展示場等のMICE施設に関し、国際会議場と展示場の一体整備、展示場規模の大型化、アフターコンベンション機能の充実を図る総合リゾート開発（IR）などの国際的な動きもあるため、我が国の競争力を維持・強化する観点から、まずは既存施設の有効活用を図ることを前提としつつ、求められるMICE施設の運営、整備等のあり方について検討を行う。さらに、MICEの受入に当たって求められるその他の受入環境についても、関係省庁、地方公共団体及び関係機関等とも連携を図りつつ、十分な整備を図る。

(工程表)

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
・MICEマーケティング戦略の高度化	市場・競合国動向調査・分析等	MICEマーケティング戦略の再構築		プロモーション・誘致支援の強化等	
・MICE産業の競争力強化	誘致体制、取組強化の検討	MICE産業の競争力強化のための誘致体制・取組の強化 人材育成、MICEの経済的意義・効用の普及等			
・MICEに関する受入環境の整備	受入環境の整備に関するモデル開発等 (MICE施設の運営、整備のあり方の検討)				

2-4 休暇改革の推進

- ・顕在化していない需要を掘り起こし、交流人口の拡大による地域経済の活性化を図るためには、休暇改革の推進が必要である。
- ・これまでの休暇改革の議論によって、休むことと働くことを真剣に考える機運が高まりつつあり、また、震災を機に、これまでのライフスタイルを見直す動きも見られる。こうした状況を踏まえ、休暇を取得しやすい職場環境の整備や、子どもの休みの多様化・柔軟化など、休暇に対する国民意識の変革に向けた取組を推進し、成熟社会にふさわしい豊かなライフスタイルの実現を目指す。
- ・大型連休を地域別に分散して設定する休暇取得の分散化の本格実施について、震災後の国民生活・経済活動等への影響及び国民的コンセンサスの状況を踏まえ、引き続き検討する。

我が国の年次有給休暇の取得率については、その向上のため様々な主体により様々な取組が行われてきたが、依然として50%未満で推移している。

休暇を取得した場合に行いたい活動としては、旅行・レジャーがトップに挙がっており、年次有給休暇の取得促進により顕在化する旅行需要は大きいと考えられる。一方で、既存の旅行需要の多くは、ゴールデンウィークなどの特定時季に集中する傾向があり、旅行費用の高止まりや混雑による交通遅延などを招来しており、旅行の相対的な魅力の低下の一因となっていることから、需要の平準化によりこれらの状況が改善されることで新たに創出される潜在的需要は一定程度存在すると考えられる。このため、交流人口の拡大による地域経済の活性化を図るためには、柔軟に休暇を取得できる環境づくりに向けて、休暇改革を推進することが必要である。

これまでの休暇改革の議論や東日本大震災の経験を経て、人々の間には、休むことと働くことのバランスを真剣に考え、これまでのライフスタイルを見直す気運が高まりつつある。こうした動向や「新成長戦略」における年次有給休暇の取得率向上の目標（平成32年(2020年)までに70%）を踏まえ、以下の施策を始めとする休暇改革の取組を実施する。

(施策の内容)

(1) 休暇を取得しやすい職場環境の整備

従業員の休暇の取得は、職場の雰囲気や上司の休暇取得に対する姿勢に大きく左右されている。このため、経営者に休暇の効用を示しつつ、経営者からの従業員に対する休暇取得の奨励や、労使の話し合いにより年間の取得日をあらかじめ定めることなどにより労働者が気兼ねなく年休を取得できる仕組みである年次有給休暇の計画的付与制度の導入を一層促進するとともに、労働時間等設定改善法に基づく中小企業・団体への指導、助成を効果的に実施し、休暇を取得しやすい職場環境の整備を行う。

(2) 小・中学校の休業の多様化と柔軟化

学期の区分の見直し、秋休みや地域の独自性を生かした休日の設定など、地域の企業等と連携した小・中学校の休業の多様化・柔軟化の取組を推進するとともに、子どもと過ごす休暇の意義や効用を明らかにすることで、親の休暇取得も促進する。

(3) 休暇取得の分散化

大型連休を地域別に分散して設定する休暇取得の分散化の本格実施について、震災後の国民生活・経済活動等への影響及び国民的コンセンサスの状況を踏まえ、引き続き検討する。

(工程表)

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
・休暇を取得しやすい職場環境の整備	年休の計画的付与制度の導入の促進など休暇を取得しやすい職場環境の整備				
	国からの積極的な働きかけ				
	民間での自律的取組の拡大				
・小・中学校の休業の多様化と柔軟化	促進事業等を通じた、取組事例の蓄積、効果検証				
	促進事業等の結果を踏まえた、取組の拡大の働きかけ				
	地域独自の取組としての定着、自律的拡大				
・休暇取得の分散化	休暇取得の分散化(震災後の状況を見て判断)				

3. 政府全体により講ずべき施策

3-1 基本的考え方

観光立国推進本部の下、関係省庁をはじめとする関係者が政府全体として連携しつつ推進すべき施策について、以下のとおり定めることとする。

これらの施策の推進に当たっては、観光庁が中心となって関係者の緊密な連携を確保するよう必要な働きかけ等を行うものとする。

3-2 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

(一) 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

① 地方公共団体と観光事業者その他の関係者との連携による観光地域の特性を生かした良質なサービスの提供の確保

ア 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり【施策2-1 再掲】

イ 地域独自の魅力を生かした旅行商品の創出

地域の自然、生活文化、地元の人々とのふれあいを求める旅行ニーズに応えるためには、地域独自の魅力を活かした地域密着型の旅行商品の創出が重要であることから、旅行業者が着地型旅行商品の造成を取り扱いやすくするためのあり方について、平成23年度に検討した結果を踏まえ、その早期実現を図る。

ウ 観光の魅力を高める地域産業・ものづくりの支援

地域の観光・集客サービス産業において、地域の特色ある産業やものづくり、中心市街地等の幅広い関係者の参画を得て、観光旅行者のニーズや地域の観光資源の特性を踏まえ、独自の差別化戦略を構築し、新サービスを提供する広域的かつ総合的に行われる取組を支援する。また、本支援事業で実施された取組の先進事例を分析し、観光・集客向上方針を取りまとめる。

観光資源等の地域資源を活用した中小企業の事業活動の促進を図るため、地域資源を活用した新たな商品・サービスを開発しその市場化に取り組む中小企業を総合的に支援する。

エ 総合特区制度等の活用

総合特区制度、構造改革特区制度、地域再生制度、「環境未来都市」構想及び中心市街地活性化制度を活用して、地域の創意工夫を生かした魅力ある観光地域づくりや観光資源の活用に資する取組を支援する。

② 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関連する施設及び公共施設

の整備

ア ホテル・旅館の振興

地域における観光客受入の中核をなす宿泊業については、海外からの旅行者にとって諸外国と遜色のない利便性・快適性を有する宿泊施設の整備を促進する必要がある。さらに、我が国の優れたサービスであるきめ細やかな「おもてなしの心」は、我が国への旅行を魅力的に伝える有力な素材である。このため、旅行者のニーズに対応しつつ、ホテル・旅館の魅力を活かした産業の育成のあり方について、平成 24 年度に検討を行い、段階的にその実現を図る。

イ 観光振興等に資する社会資本整備等の観光振興等への配慮

観光振興に資する地域づくり・街並み整備、道路整備、河川空間等の保全・活用等の社会資本整備等を行う際には、これらの事業担当部局と観光関係部局との連携をしつつ、観光振興や観光交流推進に配慮した整備を行う。

ウ 観光振興等に資する地域づくり・街並み整備

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する。

エ 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、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る。

オ 景観等に配慮した道路整備の推進

道路は周辺と一体となって景観を形成していることをかんがみ、住民と連携しつつ周辺景観と調和した防護柵の設置や道路緑化、歩道緑化等の景観に配慮した道路整備を推進する。また、安全で快適な通行空間の確保、良好な景観・住環境の形成、歴史的街並みの保全、観光振興、地域文化の復興、地域活性化等の観点から、道路管理者、電線管理者、地方公共団体等と連携し、引き続き無電柱化を推進する。

カ 観光振興に資する道路空間の有効活用等

観光を活かした地域づくりを推進するため、道路空間の有効活用等先進

的または斬新な施策の効果や影響を把握するための社会実験を実施するとともに、まちのにぎわい・交流の場の創出など道路空間をより幅広く、有効に使う「道路空間のオープン化」を推進する。

キ 河川空間、都市内水路等の保全・活用のための取組

散策できる河川管理用通路など治水上及び河川利用上の安全・安心に係る河川管理施設の整備を通じ、まちづくりと一体となった水辺整備を支援することで、川を活用したにぎわいのある水辺空間を創出する、かわまちづくりを推進する。

また、観光資源となる水路を保全・再生するための、地方公共団体が水路の保全・再生を図るための地域の取組を支援する。

ク 観光地域における案内表示の整備等情報提供の充実

公共交通機関や徒歩、自動車等によって移動する観光旅行者の多くが必要とする観光情報を現地において適切に提供するため、観光活性化標識ガイドラインに基づく観光地域の案内表示の整備を促進する。また、外国人旅行者が言語面での障害を感じることがないように、多言語による案内表示等の整備を促進するとともに、携帯型端末等を活用した、多言語や視覚情報による移動支援などICTを活用した移動容易化手段の普及促進などを推進する。

(二) 観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地域の形成

① ニューツーリズムを核に据えた持続可能な観光地域の形成

我が国は、自然や景観、歴史、伝統、文化、産業等、豊富な観光資源があり、訪日外国人のみならず、日本人にとっても魅力的な観光メニューを提供することができる。財政支出拡大による地域振興が望めない中、地域が魅力ある観光地域を形成し持続可能な地域経営を行うためには、これらの資源を活用してニューツーリズムを創出することにより、観光旅行者の多様なニーズに応えとともに観光旅行者の宿泊数の増加につなげることが重要である。

このため、体験・交流の要素を取り入れた地域密着型のニューツーリズムを核とした持続可能な観光地域の形成を促進する。

② 文化財に関する観光資源の保護、育成及び開発

ア 文化財の保存・活用

国民的財産である文化財（有形文化財、無形文化財、民俗文化財、記念物、文化的景観、伝統的建造物群）は我が国の歴史、文化等の正しい理解のために欠くことのできないものであるとともに、将来の文化の向上発展の基礎をなすものであり、重要な観光資源ともなるものである。

このため、文化財について国と地方公共団体、所有者、国民が一体となって保存修理や整備等に取り組むことにより、文化財を災害や衰退の危機等から保護して次世代に継承していくとともに、積極的な公開・活用を行っていく。

イ 文化遺産を活かした観光振興・地域活性化

我が国の「たから」である地域の多様で豊かな文化遺産を活用し、文化振興とともに観光振興・地域活性化に資する各地域の実情に即した総合的な取組を推進するため、都道府県・市町村が策定する文化遺産を活かした観光振興・地域活性化に関する計画に盛り込まれた、地域に伝わる伝統芸能等の後継者育成、民俗芸能等の発表機会の確保、地域の美術館・博物館における地域の文化資源・人材を活用した取組や外国人利用者等に対応する取組、重要文化財建造物の公開のための施設・設備の整備、史跡等の復元・公開活用等に対して支援する。

ウ 世界文化遺産の保護

世界遺産への文化遺産の登録は、海外へ日本文化を発信するとともに、我が国の文化を再認識し、歴史と文化を尊ぶ心を培い、また、文化財の次世代への継承を促すことにつながる。

このため、「世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約」（平成4年締結）に基づき、登録推薦の推進、登録後の文化遺産の適切な保護、世界遺産に係る正確な理解の促進及び条約の精神の普及啓発を行う。

エ ナショナルトラスト運動の推進

国民的財産として後世に継承すべき産業・文化遺産や自然等の観光資源を保存・活用するため、現在、財団法人日本ナショナルトラスト、社団法人日本ナショナル・トラスト協会、全国近代化遺産活用連絡協議会等の全国団体や地域の団体等が全国各地でナショナルトラスト運動を展開している。こうした民間レベルの運動は、政府や地方公共団体の取組を補完するとともに、観光資源を大切に守る意識を醸成するものであり、地域の人々や企業の資金協力も含めた参加を得て、適切な保全策を講じつつ、公開や利用に力点を置いた活動を奨励する。

③ 歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発

重要な観光資源である古都を始めとする歴史的風土の消失・質的低下を防止し、適切な保存・活用を図るほか、都市公園の整備に当たっては史跡や名勝、豊かな自然環境など地域の魅力ある観光資源を活かす取組を推進するとともに、特に重要な歴史的・文化的価値を持つ道路を対象に選定した「歴史

国道」について、その保存、復元及び活用を図り、地域の魅力向上を図る。

さらに、地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（歴史まちづくり法）に基づき、文部科学省、農林水産省、国土交通省の連携により、歴史的風致維持向上計画の策定を推進し、文化財を核とした良好な市街地の環境の維持・向上を図る。

④ 優れた自然の風景地に関する観光資源の保護、育成及び開発

ア 優れた自然の風景地を生かした地域づくりの推進

優れた自然の風景地には、森林、河川、湖沼、山地、海岸、サンゴ礁など、我が国の豊かで貴重な自然環境が多く含まれている。これらは重要な観光資源でもあることから、その保全を図るとともに、適正に利用される必要がある。

このため、自然保護思想の普及や自然公園、国有林における保護林、世界自然遺産の保護管理を推進すること等により、自然環境の保全及び野生生物の保護に取り組むとともに、こうした自然観光資源や明瞭な四季、雪、流氷等の国内外の人々を魅了する我が国固有の美しい自然を生かし、地域住民等と行政が連携することにより、観光地域としても魅力的な地域づくりを推進する。

また、大都市圏においても、関係機関が連携したまとまりのある自然環境の保全・再生・創出の取組を推進することで、地域住民だけでなく広く圏域住民の交流を推進する。

さらに、多様な主体による協働のもと、道を舞台に景観・自然・歴史・文化等の地域資源を生かした美しい国土景観の形成を図る運動（日本風景街道等）を促し、人々の交流の拡大等を通じて、地域活性化や観光振興を推進する。

イ 快適な散策ネットワークの整備

歩きやすさに十分配慮しつつ、周辺景観や地域の個性を生かした歩行者専用道路整備を目的としたベンチ等の休憩施設、デザイン等を工夫した案内標識及び来訪者の発着拠点となる駐車場等の整備を支援する。

⑤ 良好な景観に関する観光資源の保護、育成及び開発

国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成のためには、観光交流人口の拡大を生む地域固有の資源である良好な景観形成を図ることが重要な課題となる。このため、地域の景観上重要であって、特に交流人口の拡大の効果が大きく見込まれる景観法に基づく景観重要建造物及び景観重要樹木の保全活用を中心とした取組を推進する。また、重要文化的景観の選定を行うとともに、重要文化的景観の構成要素となる物件の修理・修景等、保存・活用のために

必要な措置に対し支援する。

さらに、市民、企業等とも協働しつつ、都市に残された貴重な緑地の保全及び緑化を推進するとともに、緑に関する行催事等を通じ、世界に誇る花と緑豊かな魅力ある都市を形成する。

⑥ 温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発

ア 温泉の保護並びに可燃性天然ガスによる災害の防止及び適正な利用の確保

温泉は、古くから国民の療養、保養及び休養等に広く利用されてきている貴重な自然資源であり国内のみならず国際的にも関心が高い観光資源であるが、拡大する温泉利用による資源枯渇のおそれや温泉の採取等に伴い発生する可燃性天然ガスによる災害のおそれがあることから、大自然の恵みである温泉を将来世代に引き継ぐため温泉の保護対策及び可燃性天然ガスによる災害の防止対策の充実を図るための調査研究等を推進する。

また、多様化する国民のニーズに対応するため、利用者が好みの温泉の種類や温泉地を容易に選択できるよう、温泉の成因等の科学的な情報を発信するとともに、利用者にとって魅力ある温泉地をつくり、はぐくむための施策を展開する。

イ 文化観光の推進

文化観光とは、日本の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光である。観光立国の実現のためには、観光による交流を単に一回限りの異文化、風習との出会いにとどめることなく、より深い相互理解につなげていくことが重要である。このため、国においては、文化財や歴史的風土に関する観光資源を活用した観光交流への取組を促進する。

ウ 地域の伝統芸能等の活用

財団法人地域伝統芸能活用センターによる「地域伝統芸能全国フェスティバル」の開催や地域伝統芸能の海外公演を通じた訪日観光プロモーション事業等により地域に伝承されてきた伝統芸能や伝統行事を発信することにより、地域の伝統芸能等の魅力を活用した文化観光を推進する。

エ 舞台芸術の振興、情報発信等

歌舞伎や文楽、能楽等の伝統的な芸能及び国際的に比肩しうる高い水準のオペラ、バレエ、演劇等の現代舞台芸術は観光資源となり得るものであり、これを広く国民に提供するため、国立劇場、新国立劇場や地域の劇場・音楽ホール及びトップレベルの芸術団体における創造発信等を推進する。

また、国立劇場、国立能楽堂等において、訪日外国人旅行者が伝統的な芸能を気軽に鑑賞できるようサービスの充実を図る。

オ 国民の各種文化活動の発表、競演、交流の場の提供

国民が行っている各種の文化活動を全国的規模で発表、競演、交流する場を設けることにより、観光交流の拡大を図る。

カ 外国人富裕層向けの和のコンテンツの情報発信

外国人富裕層を誘致するため、富裕層向けの伝統芸能・工芸・文化・旅館・食等の「本物の和」のコンテンツの情報発信などの取組を推進する。

キ 産業観光の推進

産業観光とは、歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うものである。このため、地域における産業観光資源を巡るツアーの造成や遺構の優れた価値の普及等の取組のほか、全国レベルでも産業観光推進懇談会や全国産業観光推進協議会において、これらの取組を推進する活動が行われている。

今後、特色ある地域の産業や工場、商店街、異業種等の幅広い事業者の連携など、個別の事業者では対応が困難な立ち上がり期における共通基盤づくり等の新たな観光・集客サービスの開発を支援する動きを一段と加速する。

ク スポーツツーリズムの推進

スポーツツーリズムとは、スポーツを「観る」「する」ための旅行に加え、スポーツを「支える」人々との交流や、旅行者が旅先で多様なスポーツを体験できる環境の整備も含むものであり、国内旅行需要の喚起やゴルフ、スキー等スポーツへの指向性の高い外国人旅行者の訪日促進に寄与するものである。

MICE推進の要となる国際スポーツイベントの招致活動は、訪日プロモーションやシティセールスと連動することで相乗効果を有するものである。

このため、平成23年度に策定された「スポーツツーリズム推進基本方針」に基づき、地域スポーツコミッションの設立を促すとともに、情報の集約・発信、国際スポーツイベントの誘致・開催支援などを担うスポーツツーリズム推進連携組織を創設する。また、2019年のラグビーワールドカップの日本招致成功の経験を活かし、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの招致に取り組む。

ケ 離島地域等における観光振興

離島地域においては、交流人口拡大による自立的発展を促進する観点から、地理的・自然的特性を生かしつつ、産業等の振興や観光開発につながる体験滞在等を通じて、国内外との交流を促進する。

半島地域においては、優れた自然景観と多様な資源に恵まれるとともに、海を通じた交易・交流の拠点として栄えてきた歴史を持つことから、これらの独自の自然・文化資源を活用し、魅力ある広域的な観光ルートの形成、体験滞在型余暇活動の促進等を図る。

豪雪地帯においては、雪国の多様で豊かな自然環境、生活文化等各種観光資源の発掘・再評価を行うとともに、雪国の特性を活かした観光・レクリエーションの振興等による多様な交流を促進する。

コ 総合保養地域の活用

定年後の田舎暮らしや二地域居住などが注目される中で、これらの活動の受け皿となる総合保養地域において、地域の資源を活用した独自の魅力の向上、施設の運営・経営や利活用の工夫、利用促進、人材の育成などのソフト面の充実、これらを生かした地域間交流の促進を支援する。

サ マリンレジャーを活用した地域観光の振興等

ボートパークの整備等による収容保管能力の向上と放置等禁止区域の指定拡充等の規制措置を両輪としてプレジャーボートを円滑に収容し、公共水域の適正な利用促進を図るほか、マリンレジャーや地域活性化の拠点である「海の駅」の設置支援及びネットワーク化を推進し、レンタルボート、チャータークルーズ等の幅広いマリンレジャーの体験機会を創出する。また、地方公共団体や地元観光事業者等との連携による地域の特性を活かしたイベントの開催や観光情報の提供を促進する。

シ 水辺における環境学習・自然体験活動の推進等

水辺に近づきやすくする河岸を整備するとともに、学習プログラムの紹介等の水辺での活動に対する支援を行い、身近な水辺における環境学習・自然体験活動を推進する。また、みなとの良好な自然環境の市民による利活用を促進し、自然環境の大切さを学ぶ機会の充実を図るため、地方公共団体やNPOなどが行う自然・社会教育活動等の場ともなる海浜等の整備を行う。

ス 農山漁村の地域資源の活用支援

地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農

農林水産物の利用促進に関する法律に基づく事業計画の認定や6次産業化の先達・民間の専門家による個別相談の実施、新商品の開発等の取組の支援等のほか、6次産業に取り組む事業者への成長資本の提供や経営支援を実施するためのファンドの活用により、農林水産物、風景、伝統文化等の農山漁村に由来する幅広い「資源」と、食品産業、観光産業、エネルギー産業などの「産業」とを結びつけ、地域ビジネスの展開等を図る「農山漁村の6次産業化」を推進する。また、国連食糧農業機関（FAO）の世界農業遺産（GIAHS）等の仕組みを、農林水産物のブランド化や観光振興等へ活用し、農山漁村地域の振興を図る。

セ 総合特区制度等の活用【施策3-2（一）①エ 再掲】

（三）観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備

① 国際交通機関の整備

ア 国際拠点空港の整備等

訪日観光客の増加による内需拡大・雇用増を通じて日本経済の活性化に資するためには、アジアを中心に世界とのヒト・モノ・カネの流れの障壁をできるだけ除去することが必要である。

このため、羽田空港については、今後、24時間国際拠点空港化を着実に推進することとしており、最短で平成25年度中に年間発着容量を昼夜あわせて44.7万回まで、そのうち国際線は、現在の6万回（昼間3万回・深夜早朝3万回）から昼間3万回を基本として増枠し、昼間においても、現在のアジア近距離路線のみならず、欧米や長距離アジアを含む高需要・ビジネス路線を展開するため、国際線旅客ターミナル及びエプロン等の拡充を行う。また、深夜早朝時間帯に就航する長距離国際線の輸送能力増強を図るため、C滑走路延伸事業を推進する。

成田空港については、地元合意を踏まえ、平成23年度中に25万回、平成24年度中に27万回まで拡大するとともに、27万回実現と併せて、オープンスカイを推進する。さらに、最短で平成26年度中に年間発着容量を30万回まで拡大するとともに、更なる国際ネットワークの強化、国内フィーダー路線の拡充、平成23年度中のビジネスジェット専用ターミナルの整備及び平成24年度の早い時期でのビジネスジェットの発着枠及び駐機場の使用申請のウェブ化、LCCの受入体制を強化することにより、アジア有数のハブ空港としての地位を確立する。

また、関西国際空港については、伊丹空港との経営統合による収益改善やLCCの拠点化等の関空の国際競争力強化に向けた施策を積極的に講じることにより、国際拠点空港として再生・強化する。

さらに、各地域における拠点的な空港については、東アジアをはじめと

する諸外国との直接交流を促進するとともに、内外の広域的な交流拠点としての必要な機能強化を図る。併せて、民間の能力を活用した空港経営改革を推進することにより、地域活性化の核となる真に魅力ある空港の実現を目指す。

イ 空港・港湾の旅客ターミナル等の整備

国際拠点空港・港湾は、訪日外国人旅行者にとっては我が国に入国するための玄関に相当する施設であり、おもてなしの心で迎えるためには、旅客の快適性の確保に配慮する必要がある。

このため、旅客ターミナル等の施設を充実させるとともに、両替や案内等のサービス機能の多様化・高度化を図る。

また、中国等からの訪日旅行者の増加に向けて、外国クルーズ船の日本寄港促進のためのソフト・ハードの取組を推進する。

ウ 航空交通システム・海上航路の整備

航空交通の安全確保を最優先としつつ、観光立国の推進等に必要となる、航空交通量の増大や多様化するニーズ等に対応のため、航空交通システム（航空交通管理、機上装置、地上施設等）を大胆に変革することで、その高度化を推進する。

また、クルーズによる観光交流を振興するためには、クルーズ船を受け入れる環境を整備する必要があり、航路の開発、保全を行う。

② 国際交通機関に関連する施設の整備（空港・港湾・鉄道駅へのアクセス向上）

国際拠点空港への鉄道アクセスの更なる改善のため、東京から羽田空港へのアクセス 20 分台、東京から成田空港へのアクセス 30 分台、両空港間のアクセス 50 分台を目標として、都営浅草線押上駅付近から東京駅を經由し泉岳寺駅付近を結ぶ短絡線整備について調査・検討を実施するほか、関西国際空港へのアクセス改善方策についても調査・検討を実施する。また、拠点的な空港・港湾・鉄道駅と高速道路等を結ぶアクセス道路の現状の再点検等を行うとともに、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、空港・港湾・鉄道駅へのアクセスの向上を図る。

③ 国内の幹線交通に係る施設の整備

ア 空港の整備

羽田空港については、今後も国内拠点空港としての役割を果たしつつ、最短で平成 25 年度中に年間発着容量を昼夜あわせて 44.7 万回まで拡大するため、エプロン等の整備を行うとともに、既存施設の空港能力、利便性、

安全性の向上を図る機能向上を実施することにより、国内航空ネットワークを拡充する。また、成田空港についても、LCCの受入体制を強化するとともに、国内フィーダー路線の拡充を図る。

さらに、各地域における拠点的な空港については、国内航空ネットワークの充実を図る上で基盤的な役割を担い、地域活力の向上、観光立国の推進等に不可欠な社会基盤であるため、広域的な交流拠点としての必要な機能強化を図る。

イ 幹線鉄道の整備

整備新幹線について、建設中の区間（平成26年度末完成予定長野・白山総合車両基地間、平成27年度末完成予定新青森・新函館間）の予定どおりの完成・開業を目指して着実に整備を進める。また、新たな3区間（新函館・札幌間、白山総合車両基地・敦賀間、武雄温泉・長崎間）について、「整備新幹線の取扱いについて」（平成23年12月26日政府・与党確認事項）に従い、いわゆる「着工5条件」が整い、かつ各線区の課題について対応が示されていることを確認した区間から、所要の許認可手続を経て着工する。これらの高速鉄道ネットワークの拡充を通じ、地域間の移動時間を短縮させ、観光旅行者の広域的な移動の高速化・円滑化を図る。

ウ 高速道路の整備等

観光地域へのアクセスや観光地域間の周遊の利便性を向上させることにより、地域全体の魅力をより高めるため、観光地域へのアクセスや地域間の交流・連携の強化を図る高速道路等の整備を推進する。

スマートインターチェンジ（ETC専用IC）を含めインターチェンジを既存の路線に追加するなどして、観光旅行者の利便性の向上を図る。また、平成20年度以降、高速道路料金の引下げによる既存高速ネットワークの効率的活用のための措置等を講じており、弾力的な料金の導入により、高速道路を観光旅行者にとって利用しやすいものとする。

④ 国内の地域交通に係る施設の整備

ア 地域公共交通の活性化・再生

観光振興の観点から、地域に訪れた観光客の地域内の移動手段として良質な公共交通を確保することが重要である。便利で利用しやすい公共交通は観光地域の魅力増大に貢献し、車両や輸送サービス自体が観光資源となる場合もあることから、地域公共交通の活性化・再生を図る必要がある。

このため、地域公共交通の活性化及び再生に関する法律を積極的に活用し、地域の関係者が地域公共交通について総合的に検討し、当該地域にとって最適な公共交通のあり方について合意形成を図り、合意に基づき各主

体が責任を持って推進する取組を総合的に支援していく。

また、高速道路と鉄道駅の連結や民間活力を活用した駅前広場の高度利用の促進などにより、公共交通の利用促進や都市機能の集積による活力向上を実現する。

イ 都市鉄道等の整備

地下鉄の新線建設（仙台市東西線動物公園駅・荒井駅間等）や輸送障害対策等のための施設整備、既存の鉄道を結ぶ連絡線等の整備による都市鉄道の利便増進（相鉄・JR直通線西谷駅・羽沢駅間等）、交通機関相互の結節機能の向上（阪神三宮駅等）、相互直通運転化による乗継負担の軽減やLRTの整備等を推進することにより、公共交通のネットワークの充実度を高め、外国人旅行者をはじめとする観光旅行者が円滑に移動できるようにする。また、都市圏毎に鉄道・バス等の各事業者間で相互利用可能な共通ICカードシステムの導入の推進により公共交通ネットワークを観光利用者にとっても利用しやすいものとする。

ウ 旅客ターミナルの整備

離島をはじめとする各地域の玄関に相当する旅客船ターミナル等の施設を充実させるとともに、地域情報の提供や案内等のサービス機能の多様化・高度化を図る。

エ 地域内の道路の整備等

観光の振興に寄与し地域の経済・社会を支えるため、地方の自主性を活かしつつ、観光施設、インターチェンジ等へのアクセス確保など地域内の道路の整備を支援する。また、一般道路において「休憩機能」「情報発信機能」「地域の連携機能」の3つを併せ持つとともに、それ自体が観光資源にもなる「道の駅」の整備を進める。

オ みなとに係る施設等の整備の推進

港湾について、人流・物流の交流拠点としての機能に加え、周辺に運河や倉庫群が数多く残されていること、海の親水性のある港湾緑地が存在すること等の魅力を生かしつつ、港湾の施設整備などのハード施策やみなとオアシスの登録等のソフト施策により、美しい港湾空間の形成を図る。みなとオアシスについては、平成23年度までに59港において登録を行っており、引き続き普及拡大を推進していく。

3-3 観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

(一) 観光産業の国際競争力の強化

観光産業の参画【施策2-1(6) 再掲】

(二) 観光の振興に寄与する人材の育成

① 観光地域及び観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実

ア 産学官の連携強化

地域の観光産業において優秀な人材を確保するため、地方を含めた産学官の連携を強化し、観光産業における経営課題やその解決策に関する研究を促進するとともに、この成果を人材育成・経営改善につなげる。

また、観光に関する様々な形態のインターンシップにより観光産業に対する社会的関心・就業意欲を高め、優秀な人材の確保を図る。

② 観光事業に従事する者の知識及び能力の向上

ア 観光分野における人材育成【施策2-1(7) 再掲】

イ 観光分野における女性の人材育成

観光業界において旅行者を迎える女将の「おもてなし」が日本のサービスレベルの高い評価を支えているとともに、観光旅行において旅行需要は概ね各年代を通じて女性が牽引している傾向にあるなど、観光分野における女性の役割は大きく、観光業界における経営についても、女性のより一層の参画が期待されている。このため、観光産業において女性が活躍している優良事例を収集し、広く普及するとともに、観光分野の女性の人材育成に資する専門家の派遣を行う。

③ 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進

学校における地域固有の文化、歴史等に関する学習を進めることにより、次世代を担う子どもたちに対し観光に対する興味及び理解を早い段階から促す。

3-4 国際観光の振興

(一) 外国人観光旅客の来訪の促進

① 我が国の観光魅力の重点的かつ効果的な発信

ア オールジャパンによる訪日プロモーションの実施【施策2-2 再掲】

イ 国を挙げた日本ブランドの海外発信の推進

関係者が日本の国としてブランドについて認識を共有した上で、日本ブランドを基礎とした海外プロモーション活動を、国を挙げて様々なレベルで推進する。

ウ 地域の魅力の海外発信等

訪日外国人旅行者数の拡大においては、初来日の旅行者を中心としてゴールデンルートのニーズが引き続き高いが、地域経済の活性化の観点では、様々な地域に外国人旅行者を誘致することも重要な課題である。このため、例えば、韓国、香港、台湾、シンガポールなどはリピーターが比較的多い市場であるが、ゴールデンルートの旅行経験者はもちろんのこと、初来日の旅行者も含め、これらの国々からゴールデンルート+ α の地域への誘客を図る意欲がある地方公共団体等と連携して実施していくこととする。その際には、都道府県単独では難しい「広域」で連携した外国人旅行者誘致の取組を、地方の観光推進機構などとも連携して進める。

エ 大使・総領事公邸等を活用した観光プロモーション等の推進

大使・総領事の公邸、広報文化センター等在外公館施設を、地方公共団体が実施する観光広報関連事業等においても活用することにより、相手国の政界、財界のハイレベル及び観光業界幹部の集客やこれら要人を含め相手国に幅広く地方公共団体の観光の魅力を宣伝し、現地における観光広報を推進する。

オ 駐日各国大使等による我が国の魅力の発信

駐日各国大使等に各地方が誇る文化・産業施設等の魅力を直接見聞してもらい、任期中・離任後を通じ我が国の魅力を各国に発信する。また、地方公共団体が取り組んでいる姉妹・友好都市交流、投資・観光誘致等の諸情報を駐日外交団に対し広報し、発信する事業を行う。

カ 地域レベルの国際交流・国際協力の推進

地域レベルの国際交流・国際協力を一層推進することを目的として、国際交流に携わる幅広い団体からの参加者を対象とした会議等を開催する。

キ クールジャパンの海外展開

海外で高い評価を得ている我が国の優れたコンテンツ、ファッション、食、生活日用品、伝統工芸品等の製品・サービスをクールジャパンとして世界に提供することにより、日本の魅力を発信し、海外からの観光の誘致につなげる。このため、クールジャパンの海外売り込み、政府間対話及び官民による国際的対話を通じた海外での事業環境整備等を実施する。

ク 日本文化に関する情報の総合発信

在外公館において、日本文化や社会、更には日本人の価値観に対する理

解を深め、日本への信頼へとつなげていくための努力を行う。

また、芸術家、文化人等で各専門分野により海外で講演や実演等を行う者を指名し、世界の人々の日本文化への理解の深化につながる活動を展開する。

東アジア諸国の文化人、芸術家、学識経験者等が一堂に会する「東アジア共生会議」を日本国内で開催する。また、日中韓3カ国で選定した都市において、東アジア各国の文化芸術関連事業を集中的に実施することを通して、東アジア内の相互理解の促進、新たな文化芸術の創造を図ることを目的としつつ、当該地域の観光振興にも資する「東アジア共生文化都市」（仮称）の立ち上げを行う。

さらに、異文化交流の担い手となる外国人芸術家の積極的受け入れや、国際的な文化芸術創造によるまちづくりといった各地域において取り組まれている特色ある国際文化交流事業（アーティスト・イン・レジデンス等）を国として強力に支援することで、日本各地に文化創造と国際的発信の拠点づくりを推進する。

ケ 日本食・日本食材等の海外への情報発信

農林水産物・食品の輸出額を平成32年までに1兆円水準にすることを目指し、食文化をテーマとしたイベントにおける日本食の紹介、国際食品見本市へのジャパンパビリオンの出展や既存の「食」関連コンテンツを活用して、日本食・日本食材等の魅力等の発信を行うことにより、海外の消費者に対して日本食・日本食材等への関心を高めることで、海外における日本食の普及と日本への観光客の誘致に繋げる。

また、ビジットジャパン事業における海外現地メディアの日本への招請、旅行博覧会へのブース出展等において、コンテンツの提供等を通じた「食」の観点からの連携を強化する。

コ 皇室関連施設の魅力の発信

皇室関連施設について、その案内リーフレット及びホームページなどにより、我が国の皇室関連施設の観光資源としての魅力を発信する。

サ 外国人富裕層向けの和のコンテンツの情報発信【施策3-2(二)⑥カ再掲】

シ 国際放送による情報発信の強化

我が国の文化、産業その他の事情を海外に紹介するため、平成21年2月に開始され、伝統文化やポップカルチャー等、日本の魅力を発信する多彩な番組が英語で放送されている外国人向けテレビ国際放送について、世

界各国における視聴世帯数の更なる拡大及び認知度向上等の取組を行う。

② 国内における交通、宿泊その他の観光旅行に要する費用に関する情報の提供

ア 旅行費用に関する情報の提供

割高といった声の多い我が国への旅行のイメージを改善するため、諸外国と我が国の物価を比較し、飲食店や宿泊施設等の価格の実態に係る情報をホームページ等で紹介するほか、国内事業者と連携し、訪日外国人旅行者に対する大胆な割引・特典セールの実施・海外発信等を行う。

イ ICカード・乗車船券の導入・共通化支援

乗車距離に応じて運賃が変動するバス運賃の支払いや、複数の鉄道を乗り継ぐ際の切符購入等は、観光旅行者や不慣れな利用者にとって大変煩雑であることから、利用者の利便向上、移動の円滑化及び旅行費用の低減化を図るため、各交通機関間で相互利用可能な共通ICカードシステムや共通乗車船券の広域的な導入が効果的である。平成13年度のSuica以降、PASMO、PiTaPaといった共通ICカードの導入が進んでいる。相互利用についても首都圏等で拡大しつつあり、平成25年春には、JR東日本等JR各社と首都圏、名古屋圏、近畿圏、九州圏の主な私鉄がそれぞれ発行する、合計10種類のICカード乗車券の相互利用が開始される予定であり、今後もこのような取組を促進していく。

③ 国際会議その他の国際的な規模で開催される行事の誘致の促進

ア 国際会議等のMICE分野の国際競争力強化【施策2-3 再掲】

イ MICEに関するワンストップ型情報発信機能の強化

国際的なMICE関係者に対して、日本政府観光局海外事務所による情報発信を強化するとともに、国内のMICE開催に関する施設や支援制度等をまとめたプロモーションツールを整備し、一覧性ある情報発信を行うことにより、日本でのMICE開催の潜在需要の喚起を図る。

ウ 国際的な展示会の振興

我が国の展示会産業(MICE)の国際化を推進するため、展示会統計の整備、認証制度の確立・運用など展示会統計に係る透明性、信頼性の向上を図るとともに、人材育成、受入体制の整備などの産業の基盤整備に向けた取組を推進する。

エ アジア拠点化の推進を通じた国際ビジネス交流の拡大

「アジア拠点化推進法案」の早期成立を目指すとともに、世界レベルで魅力あるビジネス・生活環境の整備に向けた「アジア拠点化・対日投資促進プログラム」を促進することにより、国際会議、展示会等MICEの開催の促進を始めとした国際ビジネス交流の拡大を図る。

オ MICEの受入環境整備

ユニークベニュー開発等我が国でMICEを誘致・開催するに当たって、主催者たる事業者等や参加者に必要となる各種の受入環境について、主たる競合国に遜色ないレベルを目標に、関係省庁・地方公共団体等において連携を図りつつ対応を図る。

④ 外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善、通訳案内サービスの向上その他の外国人観光旅客の受入体制の確保等

ア 外客受入環境の充実【施策2-1(2) 再掲】

イ 査証発給手続の迅速化・円滑化

二国間の人的交流を促進するため、査証申請人の利便性向上につながる円滑かつ迅速な査証発給手続を推進する。

ウ 出入国手続の迅速化・円滑化

観光立国の推進に資するため、空港での審査に要する待ち時間を20分以下に短縮することを目標に出入国手続の迅速化・円滑化を図る。

具体的には、事前旅客情報システム(API S)の効果的な活用や、入国審査の際、不審な旅客を別室で審査し、他の旅客の審査を滞らせないようにする「セカンダリ審査(二次的審査)」などを実施する。また、バイオメトリクス情報取得機器操作や出入国カード記載の案内を行うこと等により、審査待ち時間の短縮に取り組む。

加えて、平成25年に最終報告がされる予定である「訪日外国人2,500万人時代の出入国管理行政検討会議」(法務大臣の私的懇談会)における出入国管理行政の在り方の検討結果を受け、短時間で円滑かつ厳格な審査を確実に実施できる将来の出入国審査の方法等について検討を進め、実施可能な施策から随時措置する。

また、地方空港への国際線乗り入れ状況等を踏まえ、出入国管理体制の充実を目指す。

エ 通訳ガイドの質・量の充実

外国人観光旅客の需要の多様化に的確に対応するため、通訳案内士以外の者による有償ガイド行為を可能とするための特例措置を規定した「総合

特別区域法」の着実な実施及び効果検証を図るとともに、伝統文化など専門性の高い通訳ガイド育成に向けた専門性研修や、通訳ガイドの増加を目的とした養成研修などを実施し、引き続き訪日外国人旅行者3,000万人時代の実現に向けて通訳ガイドの質・量の充実を図る。

オ 首都圏空港を含めたオープンスカイの推進

「国を開く」施策の一環として、航空会社の新規参入や増便の促進、航空会社間の競争促進による運賃低下等のサービス水準の向上を図るべく、国際航空輸送における企業数、路線及び便数に係る制限を二国間で相互に撤廃するオープンスカイを推進する。

従来のオープンスカイは、容量に厳しい制約のある首都圏空港を対象から除外していたが、成田空港の30万回化に向けた地元合意及び羽田空港の国際化により、首都圏空港の国際線発着容量が今後急速に拡大すると見込まれることから、首都圏空港を含めたオープンスカイの実現を目指し、各国との間で戦略的かつ積極的に航空交渉を推進する。

平成22年10月の米国との実施に続き、東アジア・ASEANの国・地域を対象に首都圏を含めたオープンスカイの枠組みを構築してきたが、今後もその枠組みを引き続き世界各国に拡大し、国際空港ネットワークの一層の拡充を図る。

この際、首都圏空港以外の空港については、以遠地点への輸送（相手国で旅客・貨物を積み込み、第3国へ積みおろす輸送）を含めた自由化に合意できるよう努める。

さらに、国際チャーター便及び国際航空運賃に係る規制について、平成22年10月に見直した制度の十分な活用を促進するとともに、引き続き、不断の見直しを行う。

カ 首都圏空港の強化【施策3-2（三）①アの一部再掲】

キ 農山漁村での外国人が快適に観光できる環境の整備

グリーン・ツーリズムの一環として、外国人旅行者の受け入れを目指す農村地域の体験コンテンツの開発や人材育成など観光関係者と農村地域が連携して行う取組を支援する。

ク 博物館・美術館等における外国人への対応の促進

独立行政法人国立文化財機構（国立博物館4館）及び独立行政法人国立美術館（国立美術館5館）における外国人向け案内については、展示作品のキャプションの基本情報は英語表示を完全実施しており、その多言語化の向上を図るほか、博物館・美術館紹介パンフレットやホームページの多

言語化、案内所における多言語対応など、引き続き外国人にも分かりやすい情報の提供を行う。また、外国人向け観光情報誌への掲載など、地元の地方公共団体の観光関係部局、観光協会等と連携して情報発信等の充実を図る。

ケ 伝統芸能における外国人への対応の促進

日本の伝統芸能を紹介する観点から英文パンフレットを作成したが、多言語化を含め、さらにその内容・種類を充実する。また、国立劇場、国立能楽堂等における外国語解説のイヤホンガイドや座席字幕表示システム等の導入等を引き続き推進する。

コ 国立公園等における外国人観光旅行者に向けた情報提供

我が国の国立公園の見所、利用案内等を掲載した外国語版ホームページ、パンフレットの充実を図るとともに、ビジターセンター、誘導標識、案内標識等の公園利用施設における多言語表示を推進し、外国人旅行者にわかりやすい情報の提供を行う。

(二) 国際相互交流の促進

① 外国政府との協力の推進

ア 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

日中韓三国間域内外の観光交流の拡大とその協力強化のため、平成 18 年に設置され、毎年開催されている日中韓観光大臣会合において合意される取組を、日中韓三国が連携協力して着実に実施することにより、日中韓三国域内外の観光交流の一層の拡大を図る。

平成 22 年の第 5 回日中韓観光大臣会合の共同声明において設定され、平成 23 年の第 4 回日中韓サミットの首脳宣言の中で支持された、平成 27 年までに三箇国間の人的交流規模を 2,600 万人に拡大するとの目標の実現に向け、三箇国間の交流を促進する。

また、平成 23 年の第 6 回日中韓観光大臣会合の共同声明に基づき、災害等発生時における危機管理に関して 3 カ国間の連携を強化するとともに、地域間及び域外からの観光交流拡大のための日中韓観光ゴールデンルートの設定等を推進する。

イ 二国間の観光交流の取組の推進

二国間の交流人口の拡大に向け、二国間の観光交流事業、観光見本市への相互出展等を通じ、二国間の連携協力を強化し、観光交流の拡大に積極的に取り組む。

ウ 国際機関等への協力を通じた国際観光促進

世界観光機関（UNWTO）、経済協力開発機構（OECD）等の国際機関及びアジア太平洋経済協力（APEC）等の国際協力枠組みにおいて行われる活動及び事業への協力を行っていく。

エ 開発途上国等の観光振興に対する協力

開発途上国等に対して、独立行政法人国際協力機構等を通じ、観光振興を行うに当たって必要となる情報提供や提言を行うなどの協力を、相手国のニーズ、援助の効果等を勘案しつつ実施していく。

② 我が国と外国との間における地域間交流の促進

ア 日本人の海外旅行の促進

日本人の海外旅行の促進は、国際感覚の向上のみならず、開発途上国の観光開発や、国際相互理解の増進による政府間外交の補完など、高い意義を有している。さらに、諸外国との双方向の交流拡大（ツーウェイツーリズムの推進）を通じて、インバウンドの拡大にも貢献し得る。しかしながら、日本人の海外旅行者数は、1,634万人程度（平成19年～平成22年の平均）で概ね横ばい傾向となっていることから、官民ミッションの派遣や周年事業の活用等による旅行環境の整備を進めるとともに、経済界等との連携による促進策を検討するなど官民一体となった取組を引き続き推進する。

イ 姉妹・友好都市提携の活用

姉妹・友好都市提携に基づく国際交流には、住民が参加できる機会も多く、パブリック・ディプロマシーの一助となるものとして大変重要である。また、文化、スポーツ等の様々な分野における交流事業の契機となるほか、姉妹・友好都市の市民にそれぞれの地域の魅力を見つめ直す機会を与えてくれるものである。これらを踏まえ、姉妹・友好都市関係を生かした観光プロモーションなどによる交流の拡大を支援する。

③ 青少年による国際交流の促進

ア 留学生の増加と活用

日本への質の高い外国人留学生及び海外への日本人留学生の増加は、我が国の高等教育のグローバル化、観光客の誘致及び国際相互理解の増進に資するものである。また、留学生は日本観光の魅力についての発信力を有するとともに、日本への外国人留学生はリピーターとしての訪日を期待できる。

このため、質の高い外国人学生の受入れを30万人、我が国から海外へ

の日本人学生等の留学・研修等の交流を 30 万人とすることを目指し、外国大学との単位相互認定の拡大、外国人教職員・外国人学生の受入れの促進、外国人留学生の就職支援等を進めるとともに、日本人学生等の留学・研修への支援等海外経験を増やすための取組を行う。さらに、関係省庁が連携して、外国人留学生の誘致、外国人留学生を活用した外客受入環境の充実、外国人留学生に関する各情報発信ツールやネットワークを活用した日本観光の魅力の発信等を行う。

イ 訪日教育旅行の促進

青少年の訪日旅行の形態である「訪日教育旅行」と総称される団体旅行は、若年層の交流拡大による国際相互理解の増進、学校における実践的な国際理解教育の推進や地域の活性化にも有益であるとともに、訪日教育旅行により我が国を訪れた青少年は、将来、リピーターとなり得る。

このため、海外の教育関係者の招請や訪日教育旅行に関するセミナーの開催等を積極的に推進し、訪日教育旅行の拡大を図る。

ウ ワーキング・ホリデーの促進

二国間の取り決めに基づき、各々の国が、相手国の青少年に対して自国の文化や一般的な生活様式を理解する機会を提供するためのワーキング・ホリデー制度について、人的交流の拡大と青少年の相互理解を促進するとの観点から、既存の導入国 11 ヶ国・地域以外の諸国との間における新規導入についても随時検討する。

エ 海外の青少年との交流促進

海外の青少年の招聘事業を実施するとともに、同事業で我が国に滞在中の青少年同士や日本人関係者との交流を図る。

特に、成長著しいアジアとの交流人口を拡大し、将来の親日層形成・日本へのリピーター訪問客拡大を目指し、青少年を日本に招くとともに、日本の青少年もアジア各国に派遣する事業を行う。また、ボーイスカウトの世界大会である第 23 回世界スカウトジャンボリー(23WSJ) (平成 27 年) 等の日本での開催を契機として、青少年団体、大学、民間団体等との連携を強化し、国内外の青少年の異文化体験や国際交流等の機会の充実を図る。

3-5 観光旅行の促進のための環境の整備

(一) 観光旅行の容易化及び円滑化

- ① 休暇の取得の促進及び観光旅行の需要の特定の時季への集中の緩和
【施策 2-4 再掲】

② 旅行業務に関する取引の公正の維持等

旅行業法に基づき、旅行取引に係る規制の遵守状況に関する監査を適時適切に実施することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図る。

また、標準旅行業約款の規定の明確化等について、検討した結果を踏まえ、旅行者保護の適正化を図る。

③ 観光の意義に対する国民の理解の増進

ア 団塊の世代や若者の旅行の促進、ゼロ回層対策の強化等

団塊世代の旅行需要や現役世代の有給休暇取得率が前基本計画の想定ほど伸びていない。また、旅行に行かないゼロ回層が国民の半分以上を占め、旅行実施率が減少傾向にある。このため、この基本計画に定める各施策を講ずることにより、団塊の世代の旅行促進や旅行に出かける層の活性化を図るとともに、ゼロ回層や若者の旅行を促進する。

イ 国民全体の理解の増進

国民の観光に関する意義、マナーの普及や観光資源の保全等を図るため、観光関係団体と協力しながら、広く国民に対し積極的に広報活動を行い、国民全体の理解の増進を図るとともに、国民的な運動を支援する。

また、観光の発展に係る取組について、特定の観光事業の枠を超えて地域の観光振興、経済発展等に寄与した団体や個人を表彰することにより、こうした取組を広くPRし、国民の認識を深めて普及推進を図る。

④ 旅行のサービス内容に応じた価格設定

国内観光旅行に出かけない理由として所得的制約が挙げられ、特に、家族層は金銭的余裕がないことを多く挙げている。また、旅行先としての日本に対するイメージとして、日本に対する旅行費用が高いことを挙げる訪日外国人が多い。一方、旅行者の価値観が多様化する中で、良質なサービスや高付加価値の商品等に対するニーズも高い。

これらを踏まえ、公共交通や宿泊について、新たな需要の掘り起こしをするため、サービスの簡素化・効率化や費用の高さにこだわらない付加価値の提供等、旅行者の多様なニーズに応じた取組を検討・促進する。

(二) 観光旅行者に対する接遇の向上

- ① 接遇に関する教育の機会の提供（通訳ガイドの質・量の充実【施策3-4（一）④エ 再掲】）

② 旅行に関連する施設の整備

ア 外客受入環境の充実【施策2-1(2)再掲】

イ 観光地域における案内表示の整備等情報提供の充実【施策3-2(一)

②ク 再掲】

③ 我が国の伝統ある優れた食文化その他の生活文化、産業等の紹介の強化、我が国又は地域の特色を生かした魅力ある商品の開発

ア 地域ブランドの振興

各地域の「強み」である地域資源（産地の技術、地域の農林水産品、観光資源）を活用した新商品・新サービスの開発・市場化を総合的に支援するとともに、地域ブランドの振興を図る。

また、地域ブランド化を目指す取組のための共通基盤の構築を図るため、関係者が情報交換・情報発信する場としての協議会等の運営を支援するとともに、農林水産物・食品の地域ブランド化のため、商標、地域団体商標等の知的財産制度を用いた保護・活用について専門家が指導・助言等を行う。さらに、食材・食文化の専門家、知的財産の専門家等からなる委員会において、先進事例調査を行い知的財産面における課題・対策等について体系的に整理・分析するほか、農林水産業、販売業、飲食業、宿泊業等の複数の分野の人材が連携して、地域の料理の工夫や見直し、又は創作料理の開発等を行い、地域の食に対する認知度向上を図り、知的財産権の取得を目指す取組を支援する。加えて、地域ブランド農林水産物をはじめとした農山漁村の地域資源等を活用し、国の内外からの観光客の誘致を促進する取組を支援する。

北海道においては、高品質な食と、関連する良好な景観・建築物、もてなし等の各要素が揃う地域を認証し、地域の風土・歴史に根差した地域ブランドを創出する制度の構築等、地域産業の活性化や観光振興を図る。

イ 産業観光の推進【施策3-2(二)⑥キ 再掲】

ウ 皇室関連施設の魅力の発信【施策3-4(一)①コ 再掲】

(三) 観光旅行者の利便の増進

① 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

ア 公共施設等のバリアフリー化

観光振興の観点から、公共施設等のバリアフリー化を推進し、観光客の移動上及び施設の利用上の利便性及び安全性の向上を図ることは重要であり、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、以下のとおり、バリアフリー法第3条第1項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する。

- ・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する。その際には、原則として1日あ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う。
- ・車両等においては、鉄道車両及び軌道車両の約70%についてバリアフリー化を行い、バス車両(適用除外認定車両を除く)について約70%をノンステップバスに、適用除外認定車両について約25%をリフト付きバス又はスロープ付きバスとし、タクシー車両について約28,000台の福祉タクシーを導入し、旅客船の約50%、航空機の約90%についてバリアフリー化を行う。
- ・道路においては、原則として重点整備地区内の主要な生活関連経路を構成する全ての道路について、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うほか、全ての当該道路において、バリアフリー対応型信号機、道路標識等の交通安全施設等の整備等を実施する。また、鉄道駅等の周辺の道路等のバリアフリー化を推進する。
- ・都市公園においては、車いす利用者も利用できるよう、園路及び広場の約60%、駐車場の約60%、便所の約45%についてバリアフリー化を行う。
- ・路外駐車場においては、特定路外駐車場の約70%についてバリアフリー化を行う。
- ・建築物においては、床面積2,000㎡以上のホテル、病院、劇場、観覧場等の不特定かつ多数の者が利用し、又は主として高齢者、障害者等が利用する建築物の総ストックの約60%についてバリアフリー化を行う。
なお、河川においても、水辺にアプローチしやすいスロープ、手摺り、緩傾斜堤防の整備等のバリアフリー化を推進する。

イ ユニバーサルデザインの考え方に基づく観光の促進

観光産業だけでなく、地方自治体やNPO、他の産業等の幅広い関係者による協力のもと、高齢者や障害者が安心して参加できるユニバーサルツーリズムを促進するため、関係者間において地域における先進的な取組や課題解決に向けた取組を共有し、それぞれが段階的に向上していくための仕組みを平成24年度に検討し、その普及に向けた取組を行う。

ウ 地域公共交通の活性化・再生【施策3-2(三)④ア 再掲】

エ バスの利便性向上

バスの位置情報や遅延情報を提供するバスロケーションシステムについて、今後も普及促進を図るとともに、乗り継ぎ案内、運行情報が入手しやすくなるバス総合情報システムの高度化を進めること等により、バスの利便性の向上を図る。

オ 道路交通の円滑化

道路ネットワークの整備やボトルネック解消策などの交通容量拡大策に加えて、車利用者の交通行動の変更を促す交通需要マネジメント施策の実施や、カーナビゲーションに道路交通情報をリアルタイムに提供する道路交通情報通信システム(VICS)の情報提供エリアの拡大、情報内容・精度の改善・充実を図るとともに、ITSスポットによる広範囲の渋滞データで賢くルート選択が可能であるダイナミックルートガイダンスサービスの活用により、道路交通の円滑化を図ることで、観光旅行者の来訪の促進や利便性の向上を図る。

観光客が多く通行する道路等において、季節や時間による交通流の変動に的確に対応するため、信号機等の交通安全施設等の整備を推進するとともに、プローブ情報を活用した交通管制システムの高度化、ムーブメント信号制御方式・プロファイル信号制御方式による信号制御の高度化等を推進することにより、交通渋滞を緩和し、交通アクセスの改善を図る。

カ 自転車利用環境の整備

環境負荷の小さい都市内交通体系の実現と自転車等の事故対策のため、道路空間の再配分などにより、歩行者・自転車・自動車を適切に分離し、安全で快適な自転車走行空間のネットワーク化を推進し、観光の振興を支援する。

キ 身体障害者等の運賃等の割引等

身体障害者手帳、療育手帳又は精神障害者保健福祉手帳の交付を受けた利用者に対し、鉄道等各公共交通機関において運賃割引を実施しており、引き続き理解と協力を求めていくとともに、国営公園及び国立の文化施設において入園料等の減免措置を引き続き実施していく。

ク 公共交通事業者等による情報提供促進措置の促進

公共交通機関については、「公共交通機関における外国語等による情報提供促進措置ガイドライン」等に基づいて空港、鉄道駅、バスターミナル、

旅客船ターミナルや車船内における案内表示を充実させるとともに、鉄道駅におけるナンバリングの導入を促す。

ケ 道路における案内表示の充実など外国人観光旅行者への対応

観光地域へ至る経路上の道路における案内表示については、通り名での道案内方式の実施、ルート番号等を表示した案内標識の設置を行う。また、道路種別によらず一連で機能を果たす路線を分かりやすく表示するためのナンバリングによる路線の案内、外国人の道路利用者に対する目的地や経路の適切な案内のため、道路標識における外国語表記の充実などの検討を行う。

また、レンタカーにおいて外国語で案内するカーナビゲーションの導入等を進め、外国人旅行者への対応を図る。

コ 消費者のニーズに応じた旅行環境の整備

旅行に行きたくても妨げとなる様々な課題が世代ごとに存在するが、今後増加が見込まれる高齢者等の旅行需要を喚起するため、そのニーズを的確に把握した上で、質の高い旅行サービスを提供するための方策について検討し、旅行に出掛けやすい環境を整える。

② 情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供

ア インターネットの活用【施策2-1(2)再掲】

観光案内やPRに利用される地図の殆どが国の機関や地方公共団体が作成した地図をベースにしていることから、当該ベースとなる地図を国が一元的にウェブ配信し、地元が地域情報を併せて発信できる環境を用意することにより、観光に関する情報発信を支援する。

また、文化遺産情報を総覧するポータルサイト「文化遺産オンライン」の整備及び運用、「文化遺産オンライン」整備のための調査研究、普及啓発活動を実施することにより、国民の貴重な財産である有形・無形の文化遺産の積極的な公開・活用を進める。

イ ICカード・乗車船券の導入・共通化支援【施策3-4(一)②イ再掲】

(四) 観光旅行の安全の確保

① 国内外の観光地域における事故、災害等の発生の状況に関する情報の提供

ア 防災情報の提供

台風や高潮、地震・津波、火山の情報等、提供する防災気象情報を高度化させるとともにその充実を推進し、観光旅行者が必要に応じて安全かつ

快適な旅行先と経路を選択できる環境を整えるとともに、旅行先で自然災害に遭遇した場合の適時・的確な対応を支援する。ホームページによる防災気象情報の提供を充実させるとともに、外国語での情報提供の充実に努める。

また、河川氾濫時の浸水想定区域等に係るハザードマップ作成を促進するために、市町村の技術的支援を行うとともに、市街地への標識の整備促進の支援を行うなど、洪水時の円滑かつ迅速な避難を可能とするために市町村等に対し情報提供や技術的支援等を行う。また、インターネットや携帯電話、地上デジタル放送等の様々な伝達手段を通じ、きめ細やかな河川情報の提供を行う。

さらに、火山の多くは観光資源である一方、災害をもたらすおそれがあることから、観光旅行者の安全確保等を図るため、火山活動の監視及び噴火警報等の提供を充実するとともに、国・地方公共団体・火山専門家等から構成される火山防災協議会における共同検討を通じて、噴火時等にとるべき避難等の防災対応を踏まえて火山活動の状況を5段階に区分した「噴火警戒レベル」の導入を平成27年度を目途に新たに10火山で進め、避難計画や火山防災マップの策定を推進する。また噴火時の災害をできる限り軽減するための火山噴火緊急減災対策砂防計画の策定、異常な土砂の動き等を監視・情報伝達するために必要な機器の設置等を推進する。

イ 避難体制の強化

観光旅行者に対し、災害危険箇所及び避難場所・避難路等について周知する必要があるため、地方公共団体に要請して、事前に避難路及び避難計画を定めるとともに、避難場所等の安全性についての点検、統一的な図記号等を利用した分かりやすい案内板等による観光旅行者等への迅速かつ確実な情報伝達及び十分余裕をもった避難の勧告・指示等避難誘導體制全般の整備促進を図る。

また、災害時における道路利用者の利便の向上及び安全で円滑な道路交通の確保を目指し、通行止め情報等の集約を強化するとともに、道路情報板や携帯端末等による道路の災害情報の提供を推進する。

ウ 外国人観光旅行者等の災害被害軽減

災害の発生時には、災害の状況、二次災害の危険性に関する情報、大使館等への安否連絡、交通施設等の復旧状況等、被災者等に役立つ情報を、外国人等災害時要援護者への伝達に配慮しつつ提供するよう努める。

また、訪日外国人旅行者等を対象に、正確な情報を迅速に提供するための情報提供について、地方公共団体や民間主体など、官民が連携して、訪日外国人旅行者向け情報提供を実施することができる体制を平成24年度

に検討し、その実現を図る。

② 観光旅行における事故の発生の防止

ア 公共交通機関の安全対策の推進

鉄道・自動車交通・海上交通・航空の公共交通機関等について、ハード面においては保安設備の整備、技術開発等の措置、ソフト面においては、事故を防止するため、公共交通事業者等への運輸安全マネジメント評価及び保安監査の実施等の措置を講じ、引き続き旅行者の安全な輸送の確保を図る。

イ 道路交通の安全対策等の推進

行楽地を中心に必要に応じた交通規制、交通整理及び交通指導取締りの強化に努める。また、行楽期には、事前広報や臨時交通規制を実施するとともに、交通量の変動に対応した信号制御を行うほか、交通渋滞情報等の提供により迂回を促すなどして、行楽車両の適切な配分誘導に努める。

一般道路において交通安全施設等の整備を推進し、このうち行楽地の生活道路において歩道の整備等による安心して移動できる歩行空間ネットワークの整備、最高速度 30km/h の区域規制と路側帯の設置・拡幅、車道中央線の抹消等を行う「ゾーン 30」等を推進するとともに、幹線道路においては重点的・集中的に交通事故の撲滅を図る「事故ゼロプラン（事故危険区間重点解消作戦）」に取り組む。

高速自動車国道等においても、交通安全施設の整備等事故防止に向けた交通安全対策を推進するとともに、付加車線の整備等による渋滞対策、道路交通情報提供装置の整備等利用者サービスの向上を推進する。

ウ 宿泊施設の防火安全対策の推進

防火対象物定期点検報告制度及び自主点検報告表示制度について、防火セイフティマーク（防火基準点検済証、防火優良認定証）や自主点検済証の活用も含め、利用者である国民及び事業者である旅館・ホテル等の管理権原者に対する積極的な周知・広報や消防法令違反に対する是正の徹底を促進する。

また、火災時における初動対応能力の向上、防火管理体制が手薄となる夜間の体制整備、高齢者等の災害時要援護者に対する火災安全対策等の推進を図る。

さらに、旅館、ホテル等については、防火査察を実施し、既存不適格建築物について改善指導に努めるとともに、一定規模以上の旅館、ホテル等に対しては建築基準法に基づき定期的に維持保全の状況報告を求め、必要な改善指導を行い、防火・避難上の安全の確保を図る。

エ 海外における事故・事件への対応と安全対策

海外で日本人が安全に楽しく旅行できるよう、関係省庁が連携をしながら、旅行業者やホームページ等を通じ海外における危機や安全対策に関する知識の増進を図るとともに、事故・事件への対応及び安全対策に取り組む。また、海外旅行者に対して渡航先における児童買春等の犯罪防止のための啓発を推進する。

オ テロ対策の推進

「犯罪に強い社会の実現のための行動計画 2008」（平成 20 年 12 月犯罪対策閣僚会議決定）等に基づき、航空、鉄道及び自動車運送等の交通機関におけるテロ対策を含め、各種テロ対策を推進することにより、テロ事件による被害の発生を未然に防止する。

(五) 新たな観光旅行の分野の開拓

① ニューツーリズムの創出・流通

我が国は、自然や景観、歴史、伝統、文化、産業等、豊富な観光資源があり、訪日外国人のみならず、日本人にとっても魅力的な観光メニューを提供することができる。観光旅行者の多様なニーズに応えるためには、これらの資源を活用して地域密着型のニューツーリズムを創出することはもちろんのこと、地域発の旅行商品と観光旅行者とを結ぶための工夫や地域発の旅行商品が旅行市場において広く流通するための工夫が必要である。

このため、地域発のニューツーリズム旅行商品について、優良事例の選定等を通じて顧客ニーズの把握や旅行商品化に向けたノウハウの蓄積に努め、関係省庁とも広く連携しながら創出を促進するとともに、消費者への訴求力を一段と向上させるため、地域による情報発信の強化、旅行会社との連携強化等により流通を促進する。

② 各ニューツーリズムの推進

ア エコツーリズムの推進

エコツーリズムとは、観光旅行者が、自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ当該自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深める活動であり、自然観光資源の適切な利用を促進し、新たな観光需要を掘り起こすとともに、持続可能な観光のあり方として重要なものである。

このため、エコツーリズム推進法に基づき、エコツーリズムの実施状況に関する情報の収集、整理、広報活動等のほか、地域協議会に対する技術的助言等を実施する。

イ グリーン・ツーリズムの推進

グリーン・ツーリズムとは、農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動であり、農作業体験や農産物加工体験、農林漁家民泊、さらには食育などがこれに当たる。

グリーン・ツーリズムの普及拡大を図るため、良好な景観や歴史的風土に恵まれた農山漁村において、都市との交流の取組の中心となる人材の育成を支援するとともに、都市住民の農山漁村情報に接する機会の拡大、都市と農山漁村の出会いの場の設定、小学生の農山漁村における宿泊体験活動、都市住民等の多様な主体によるボランティア活動、市民農園、交流拠点施設等の整備を推進する。また、都市と農山漁村の共生・対流に係る国民的な運動を推進する。

ウ 文化観光の推進【施策3-2(二)⑥イ 再掲】

エ 産業観光の推進【施策3-2(二)⑥キ 再掲】

オ ヘルスツーリズムの推進

ヘルスツーリズムとは、自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光形態であり、医療に近いものからレジャーに近いものまで様々なものが含まれる。長期滞在型観光にもつながるツーリズムであり、地域や民間とも連携して取組を進める。

カ スポーツツーリズムの推進【施策3-2(二)⑥ク 再掲】

キ ファッション・食・映画・アニメ・山林・花等を観光資源としたニューツーリズムの推進

スポーツや医療のほか、ファッションや食、映画、アニメ、山林、花等についても、国内旅行のみならず、最近では訪日旅行の動機にもなる観光コンテンツであるため、これらを活用しながら観光につなげる地域の取組を促進する。

ファッションについては、大きな集客力を持つファッションショーや服飾・宝飾展示会等が各地で開催されている。これらの開催を引き続き支援するとともに、参加者に対して周辺観光を促す地域の取組みを支援する。

食については、各地の気候風土に根差した郷土料理を始め、B級グルメや地酒・地ビール等の飲料も観光コンテンツとして注目を集めている。引き続き、各地の食の魅力を発信するイベントやブランド化等に対する取組

みを支援する。

映画については、国内旅行や訪日旅行において、映画ロケ地への訪問が観光の一つの形として定着しつつある。日本を舞台にした作品制作を促し、各地のフィルムコミッション等と連携してロケ地の誘致を促進する地域の取組みを支援する。

アニメについては、作品の舞台となった地域への訪問など、参加者に対して周辺観光を促す地域の取組みを支援する。

山林については、登山、トレッキング、スキー等、観光に活用可能な重要な資源であり、平成23年には「国際森林年」を契機とした観光振興が図られたところである。山林の保護と利用とのバランスを顧慮しつつ観光につなげる地域の取組みを支援する。

花については、日本の四季折々の多種多様な花が観光旅行者の心を捉え大きな感動を与えることから、花を観光資源としたニューツーリズムをフラワーツーリズムと位置付け潤いのある豊かな観光地域づくりや花とのふれあいによる新しい旅行スタイルを形成する地域の取組みを支援する。

③ その他の新たな観光需要の開拓

ア 若年層の旅行需要の喚起

近年、若者層の旅行回数の落ち込みが顕著であるが、現在及び将来において旅行市場を維持・拡大するという観点や、旅を通じて若者層が自己を見つめ直して成長するという観点、また、地域の魅力に触れることで日本を愛する気持ちを培う機会を増大するという観点等からも、若者層の旅行促進は重要である。

若年層を旅行に促すに当たっては、若年層にとっての明確な目的・新価値の提示やITツール等の効果的な活用、新規顧客獲得としてのアプローチの不十分さが指摘されている。

このため、国、民間、地域は協力して、若者層の旅行実態等を把握するとともに、成功事例の収集・普及、若者層の旅行需要を喚起するための実証実験、旅行の意義の啓発、若年層に係る新たな旅行機会の創出等を通じて若者層の旅行促進を推進する。

イ 長期滞在型観光の推進

長期滞在型観光は、団塊の世代の大量退職時代を迎え国内旅行需要拡大や地域経済の活性化の起爆剤として期待され、東日本大震災からの復興と我が国の経済社会の再生を進める上でもその推進は重要であるが、長期滞在型観光地づくりに成功している地域の数は未だ限定的である。

このため、国においては、長期滞在型観光に係る需要の掘り起こしに努めるとともに、地域による継続的な長期滞在型観光地づくりを促進する。

ウ 船旅の魅力向上の推進

フェリー、離島航路等による「普段着の船旅」の魅力向上に向け、国、関係業界が一致協力して、船の認知度向上のための戦略的な情報発信や利用者ニーズにあった旅行商品の開発・販売等を促進する。

エ 医療と連携した観光の推進

医療と連携した観光について、外国人患者等の受入環境を整備しつつ、医療と連携した観光ツアーの多様化・高付加価値化を推進するとともに、海外における認知度の向上を進める。

(六) 観光地域における環境及び良好な景観の保全

① 観光地域における環境の保全

ア エコツーリズムの推進【施策3-5(五)②ア 再掲】

イ 国立・国定公園の保護と利用の推進

国立・国定公園の保護及び適正な利用を図るため、自然公園法に基づく公園区域や公園計画の概ね5年おきの定期的な見直し、良好な風致及び景観が損なわれないよう必要な保護規制を行うとともに、国、地方公共団体、NPO、地元住民及び民間企業等の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い、自然公園の魅力の向上を図る。

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の推進を図るため、散策路、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整備を進めるとともに、自然公園指導員やパークボランティアによる利用者指導や自然解説の推進、国立公園や美しい自然を紹介したホームページ、パンフレットの充実を図る。

さらに、陸中海岸国立公園等の既存の自然公園を「三陸復興国立公園(仮称)」として再編成し、防災上の配慮を行いつつ森づくりや長距離歩道の整備等に取り組むことにより、東日本大震災からの復興と観光振興を図る。

ウ 世界自然遺産地域の適正な保全管理

知床、屋久島及び白神山地については、科学的知見に基づき、地域関係者との合意形成を図りながら、引き続き保全管理の充実を図る。また、世界自然遺産に新たに登録された小笠原諸島については、外来種対策の実施などの登録時の勧告事項を踏まえた、質の高い保全管理を実施する。このように適切な保全管理を行うことにより、旅行者の利用による自然環境への影響の軽減に努める。さらに、新たな世界自然遺産の記載に向けた条件整備を関係機関と連携して進める。

エ 環境対応車の普及促進による観光地域の環境の保全及びその魅力の向上

観光地域等で使用される営業用自動車については、電気自動車等の環境性能に優れた自動車の導入に対する支援を行うことにより、環境対応車の普及を促進し、観光地域の魅力を高める。

オ 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

港湾において、今後とも親水性を高めるとともに良好な環境・景観を創造するため、港湾整備により発生する浚渫土砂を有効活用し干潟・藻場等を再生・創出する。

また、汚濁が著しい河川の底泥浚渫や浄化用水の導入による水質改善、多自然川づくりの推進等により、良好な河川空間を保全・創出する。

② 観光地域における良好な景観の保全（良好な景観形成・歴史まちづくりの推進）

景観行政団体による景観計画の策定等景観法に基づく制度の活用による良好な景観形成の推進を図り、地域の魅力を増進、創出するため、法制度の効果的な活用のあり方や先進事例に関する情報提供といった取組を行うとともに、法にある基本理念の普及や良好な景観形成に関する国民の意識向上を目的とした各種の啓発活動、多様な主体の参加を図るための景観に関する教育、専門家の育成といったソフト面での各種支援策について充実を図る。

また、地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（歴史まちづくり法）に基づく歴史的風致維持向上計画の策定を推進し、歴史的建造物の修理、無電柱化等を通じて、良好な景観を形成するとともに地域固有の観光資源である歴史・文化・風土を生かしたまちづくりを進める。

さらに、平成 22 年度に設定した屋外広告物適正化旬間において地方公共団体間や関係団体の連携を強化することなどにより、各地方公共団体による一斉パトロール等違反広告物の是正対策を促進する。

（七）観光に関する統計の整備（観光に関する統計の整備・利活用の推進）

平成 24 年度から、経済センサスと連動して「観光地域経済調査」を実施する。「観光入込客統計に関する共通基準」について、すべての都道府県での導入を図る。多様化する宿泊旅行について、その実態を把握するための方策について検討する。各種観光統計について、地方公共団体や観光関連産業等へ具体的・実践的な分析・活用方法を示すなど、施策立案への利活用を推進する。

第4 観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

1. 多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化

観光立国の実現のため、

国は、観光が我が国の経済成長を牽引し、地域経済に活力を与えるという成長戦略の柱としての役割を果たすよう、地方公共団体、観光・交通関係団体・事業者、経済界、マスコミ等幅広い関係者と連携し、オールジャパンの取組で観光立国を実現するべくリーダーシップを発揮するものとする。

具体的には、観光立国推進本部の下、関係省庁が連携して、戦略的に必要な施策を策定し、スピード感を持って実施されるよう工程管理を行う。この際、観光庁が主導的な役割を果たすものとする。

また、観光は、地方公共団体や民間が中心的な役割を果たすことが基本であるが、国は、今後の発展が見込める成長の芽を戦略的に取り込む分野について、先導的な役割を果たすとともに、シンクタンク的な役割を果たすべく、統計の整備・利活用の推進、諸外国の動向把握、国内外の先進事例の収集を行い、幅広い知見に基づき、地方運輸局をはじめとする関係する国の地方支分部局から地域の行政・民間事業者の取組に対して助言を行う。地方公共団体や民間の先進的な取組については、これを支援し、ひいては国全体のレベルが向上することを狙う。

地方公共団体は、国内外の多様なニーズに応えることができる豊富な観光資源を有していることを再認識し、国内外からの観光旅行者を歓迎するまちづくりに努める。また、地域内の多様な関係者（観光産業、農林水産業、商工業、行政、NPO等）と連携しながら、ネットワーク作りの先頭に立ち、他地域の先進的事例を参考としつつ、地域の特性に合った手法を創り出し、さらに、施策の効果的な実施を図るため、広域的な連携協力や地域間の連携協力を一層推進するよう努める。

住民は、観光立国の実現が、観光交流の拡大により精神活動を含めて生活の質の充実に貢献すること、我が国の歴史的・文化的価値を再認識するプロセスであり、日本の魅力の再活性化にもつながることを認識し、国内外の観光旅行者を「おもてなしの心」をもって迎えるよう努める。

観光・交通関係事業者は、観光の魅力が相対的に低下している中、魅力あ

る商品の提供やサービスの質の向上を図ることにより、観光旅行者の関心を呼び込む。また、多様な関係者と連携しながら、観光地域づくりに参画し、客観的なデータに基づくマネジメントを行うことにより、観光地域づくりの自律的な進展を促しつつ地域の雇用・経済を支えていく。そして、持続的な観光の発展のため、住民の福祉に配慮しつつ、満足度の高い魅力ある観光地域の形成に努める。

観光旅行者は、観光が復興にひかりを与え、将来の日本の成長を牽引する大きな柱になることを理解し、国民全体で観光に参加することで日本を元気にするという前向きな気持ちで観光旅行をとらえるとともに、訪れる国又は地域の固有の文化・歴史等に対する理解を深め、観光資源、観光地域等の魅力を損ねることないよう保ち、多くの人々が観光旅行を楽しめるよう努める。

2. 政府が一体となった施策の推進

「1. 多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化」において述べたように、観光立国の実現のためには、幅広い分野にわたる取組が必要である。

このため、「観光立国推進本部」の場を活用するほか、関係省庁、日本政府観光局等の政府関係機関は緊密な連携・協働を図り、さらに、地方公共団体、(社)日本観光振興協会等の観光・交通関係団体、観光・交通関係事業者、経済界、マスコミ等とも一体となって、この基本計画に基づく施策を総合的かつ計画的に推進する。

3. 施策の推進状況の点検と計画の見直し

この基本計画は、観光立国推進基本法において示された基本理念と施策の方向性にしたが、今後5年程度を見通して策定したものであるが、我が国内外の社会経済情勢は刻一刻と変化しており、今後、観光をめぐる諸情勢も大きく変わることが十分考えられる。

このため、この基本計画についても、必要に応じ有識者の助言を受けつつ、毎年度当初に、目標の達成状況、施策の推進状況に関する点検を行うとともに、施策の効果に関する評価を行う。観光庁は、関係省庁に対し、当該点検・評価の結果について翌年の施策に反映させるよう、働きかけを行う。また、震災からの復興状況や景気の動向を含めた観光をめぐる情勢の変化等を踏まえ、おおむね3年後を目途にこの基本計画の見直しを行うものとする。

4. 地域単位の計画の策定

各地域において、観光振興についての基本的な方針や目標等を定めた、行政区域を越えた広域的なものを含む様々なレベルの地域単位の計画が策定されている。観光立国の実現のためには、本基本計画や観光をめぐる情勢の変化等を踏まえ、必要な計画の策定や見直しを行うことが望まれる。

この地域単位の計画については、地方運輸局をはじめとする関係する国の地方支分部局は積極的に支援・協力を行うものとする。