

平成25年度

観光庁関係  
予算概算要求概要

平成24年9月

観光庁



# 目 次

1. 平成25年度観光庁関係予算概算要求総括表	1
2. 観光行政をめぐる最近の動き	2
3. 具体的施策	
(1) 訪日外国人3,000万人プログラム	
・訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	3
・東南アジア・訪日100万人プラン	5
・訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）（再掲）	6
・訪日外国人旅行者の受入環境整備事業	6
(2) 観光を核とした地域の再生・活性化	
・観光地域ブランド確立支援事業	7
・観光地域評価事業	8
・テーマ性を持った広域連携のあり方調査事業	9
・観光地域動向調査事業	9
(3) 観光産業の再生・活性化	
・ユニバーサルツーリズム促進事業	10
・地域宿泊産業再生支援事業	11
・旅行の安全の確保・向上方策検討調査	12
・地域観光イノベーション促進事業	13
・新しい分野のニューツーリズム普及促進モデル事業	14
(4) ワークライフバランスの実現に資する休暇改革の推進	
・地域における家族の時間づくり促進事業	15
・柔軟な学校休業の設定に関する調査事業	15
(5) 観光統計の整備	
・観光統計の整備	16
復興枠	
・東北地域観光復興対策事業	17
・福島県における観光関連復興支援事業	18
・災害時における訪日外国人旅行者に向けた情報提供のあり方に関する調査事業	18
4. 参考資料	20

# 1. 平成25年度観光庁関係予算概算要求総括表

(単位：百万円)

	25年度 要求額 (A)	前年度 予算額 (B)	対前年度 倍率 (A/B)
<b>1. 訪日外国人3,000万人プログラム</b>	8,822	8,290	1.06
○ 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	5,843	4,927	1.19
◎ 東南アジア・訪日100万人プラン	599	0	皆増
○ 訪日外国人旅行者の受入環境整備事業	520	854	0.60
○ 日本政府観光局(JNTO)運営費交付金 前年度限り	1,859 0	1,884 624	0.99 皆減
<b>2. 観光を核とした地域の再生・活性化</b>	367	297	1.23
○ 観光地域ブランド確立支援事業	245	0	皆増
○ 観光地域評価事業	50	0	皆増
○ テーマ性を持った広域連携のあり方調査事業	32	0	皆増
○ 観光地域動向調査事業 前年度限り	40 0	39 258	1.02 皆減
<b>3. 観光産業の再生・活性化</b>	201	170	1.18
○ ユニバーサルツーリズム促進事業	40	9	4.46
○ 地域宿泊産業再生支援事業	50	0	皆増
○ 旅行の安全の確保・向上方策検討調査	25	0	皆増
○ 地域観光イノベーション促進事業	70	15	4.64
○ 新しい分野のニューツーリズム普及促進モデル事業 前年度限り	16 0	22 124	0.73 皆減
<b>4. ワークライフバランスの実現に資する休暇改革 の推進</b>	29	80	0.36
○ 地域における家族の時間づくり促進事業	19	30	0.63
○ 柔軟な学校休業の設定に関する調査事業 前年度限り	10 0	0 50	皆増 皆減
<b>5. 観光統計の整備</b>	390	887	0.44
<b>6. その他(経常事務費等)</b>	296	281	1.05
<b>合 計</b>	<b>10,104</b>	<b>10,004</b>	<b>1.01</b>

◎：重点要求

●：復興庁計上分

## 復興枠

● 東北地域観光復興対策事業	300	0	皆増
● 福島県における観光関連復興支援事業	721	0	皆増
○ 災害時における訪日外国人旅行者の在り方調査	52	30	1.72
● 前年度限り	0	304	皆減
<b>合 計</b>	<b>1,072</b>	<b>334</b>	<b>3.21</b>

<b>総 計</b>	<b>11,177</b>	<b>10,339</b>	<b>1.08</b>
------------	---------------	---------------	-------------

## 2. 観光行政をめぐる最近の動き

平成15年4月	ビジット・ジャパン・キャンペーン開始
平成18年12月	観光立国推進基本法が成立（全会一致）
平成19年6月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成20年10月	観光庁設置
平成21年7月	中国個人観光ビザ発給開始
10月	「訪日外国人3,000万人プログラム」を打ち出し（平成22年度予算概算要求）
12月	第1回「観光立国推進本部」を開催
平成22年5月	国土交通省成長戦略会議 取りまとめ
6月	新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～を閣議決定

- ・「観光立国・地域活性化戦略」が7つの戦略分野の一つに選定される。
- ・「訪日外国人3,000万人プログラム」と「休暇取得の分散化」が国家戦略プロジェクトに選定される。

平成23年3月	東日本大震災 発生
5月	日中韓サミット首脳宣言 （平成27年（2015年）までに三箇国間の人的交流規模を2,600万人に拡大）
8月	「日本再生のための戦略に向けて」を閣議決定
12月	「日本再生の基本戦略～危機の克服とフロンティアへの挑戦～」を閣議決定

1. 東日本大震災からの復興
  - ・東北観光博（仮称）や東北応援ツアーの実施
4. 新成長戦略の実行加速と強化・再設計
  - ⑤観光振興
    - ・訪日外国人旅行者の増大に向けた取組と受入環境水準の向上
    - ・MICEの誘致、開催の推進
    - ・観光需要拡大と雇用創出のための地域の取組支援
    - ・ニューツーリズム等の取組支援

平成24年3月	観光立国推進基本計画を閣議決定
7月	「日本再生戦略」を閣議決定

- 「観光立国戦略」が11の戦略分野の一つに選定される。
- （重点施策：訪日外国人旅行者の増大に向けた取組、受入環境水準の向上）
  - ・オールジャパンの訪日プロモーションの推進
  - ・外客受入環境の整備
  - ・外国人の出入国審査の迅速化に資する方策の検討・促進 等
- （重点施策：観光需要の喚起）
  - ・ニューツーリズムの振興
  - ・MICEの誘致・開催の推進
  - ・戦略的な観光地域づくりの推進
  - ・休暇改革の推進 等

### 3. 具体的施策

#### (1) 訪日外国人3,000万人プログラム

##### ○訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）【継続】

（国際交流推進課、参事官（MICE担当）、観光資源課）

要求額 5,843百万円

観光立国推進基本計画に定められた「平成28年：訪日外国人旅行者数1800万人」の着実な達成のため、マーケティング・リサーチや効果測定等を踏まえた市場別プロモーション方針に基づき、関係省庁、国と地方、官と民の連携を強化したオールジャパン体制により、効果的・効率的な訪日促進プロモーションを実施する。

また、震災後の落ち込みが継続する市場における観光客目線での風評被害の軽減に引き続き取り組むとともに、ニューツーリズムのインバウンド展開によるリピーター化の促進やオープンスカイを契機としたエアポートセールスと連携した訪日促進プロモーションに取り組む。

加えて、国際会議等のMICEの誘致・開催についても、都市を中心としたマーケティング戦略の高度化及び誘致対象の掘り起こし等を通じて、国際競争力の強化を図る。

なお、執行にあたっては、観光庁と日本政府観光局の機能の分化を徹底し、より効果的で機動的な訪日促進プロモーション体制の確立を図る。

#### 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）

##### 中核事業

###### 1. 現地旅行者向け事業

○観光魅力・旅行情報の発信（新聞、雑誌、WEB等）

○旅行関連メディア招請事業 **5大市場**（韓、中、台、米、香）

###### 2. 現地旅行会社向け事業

○旅行会社との共同広告

○旅行会社招請

○セミナー・商談会・旅行博出展

**14市場**

（5大市場+豪、タイ、英、星、加、仏、独、マレーシア、インドネシア）

###### 3. 海外現地オールジャパン連携事業

○在外公館等との連携事業

○現地進出日系企業との連携事業

※海外現地における連携内容の充実度によって選定（訪日旅行者数1万人以上の市場に限る。）

##### 訪日需要創出事業

###### 1. 観光客目線での風評被害対策

○放射能不安の残る市場において、訪日観光場面に応じた情報発信や放射線医学の専門家派遣による旅行会社等への説明会等を実施。

○併せて落ち込みが深刻な修学旅行、家族旅行回復に向けた訪日促進プロモーションの展開。

###### 2. ニューツーリズムのインバウンド展開

○エコツーリズム、アグリツーリズム等のニューツーリズム各分野について、外国人目線で見えて有望で、かつ、受入に積極的な地域を「モデル地域」として選定。

○関係省庁と連携し、受入体制のチェック・改善及び訪日促進プロモーションにより、訪日新資源の魅力を発信。

###### 3. オープンスカイ連携訪日促進プロモーション

○首都圏空港を含むオープンスカイ開始の機を捉え、国際拠点空港と連携し、新規就航・増便を通じた訪日客増加を推進。

○新規就航や増便可能性の高い都市において、戦略的に訪日促進プロモーション（メディア招請、共同広告等）を展開。

##### 地方連携事業

○都道府県単独では難しい「広域」で連携した海外からの誘客促進プロモーションについて、国と地方で共同実施。

○東日本大震災後、外国人旅行者数が落ち込む東北・北関東地域については、国による負担割合を拡大し回復を後押し。

# 中核事業の概要



## 観光客目線での風評被害対策(例)

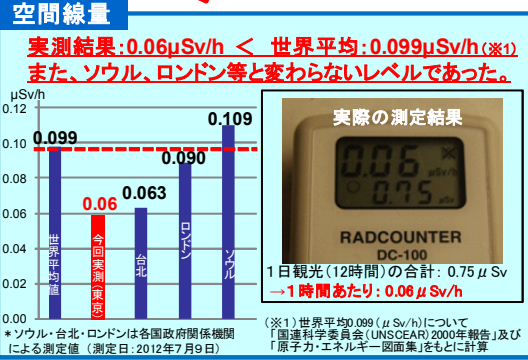
- 日本を観光する外国人に放射線測定器を携帯していただき、1日の被放射線量を実測。
- 併せて、観光中に摂取する三食分の食事を検査機関に持ち込み、含まれる放射性物質について検査。
- 測定結果について、関連情報とともに編集し、ウェブサイトへの掲載など様々な機会を通じて海外発信。

### <平成24年7月9日 東京での実施例>

8:00~ 築地市場      10:00~ 浅草寺      12:00~ 上野恩賜公園      15:30~ 六本木ヒルズ(20:00終了)

朝食(9:00)      検査機関へ持ち込み      昼食(12:00)      夕食(18:00)

放射線測定器を常時携帯



**食品検査**

世界で最も厳しい規制の一つである日本の規制値より大幅に小さい値を検出下限に設定。検査結果は、3食とも「不検出」。

品名	検出結果	検出下限値
朝食 寿司(魚・米)	不検出	3Bq/kg
昼食 サンドイッチ(野菜・チーズ・パン)	不検出	
ドーナツ	不検出	
カフェラテ(ミルク・水・コーヒー)	不検出	
夕食 とんかつ定食(豚肉・米)	不検出	

ゲルマニウム半導体検出器

品名	日本	EU
水	10	200
ミルク	50	200
肉・魚	100	500
野菜	100	500
乳幼児食品	50	—

食品に含まれる放射性物質の規制値 (Bq/kg)

《 重点要求 》

○東南アジア・訪日100万人プラン【新規】

(国際交流推進課)

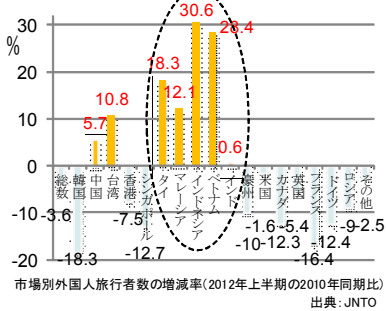
要求額 599百万円

震災後も高い伸びを示し、今後も大きな拡大が予想される東南アジア市場について、平成25年に「日ASEAN交流40周年」を迎えるのを契機に、オールジャパンによる訪日促進プロモーションを本格的に展開する。

東南アジア市場を韓国、中国等の5大市場に並ぶ主要市場へ成長させることで、「平成28年：1800万人」目標達成のエンジンとするとともに、送客元の多様化により、特定市場に過度に依存しない構造を作り上げ、訪日外客促進のリスク分散を図る。

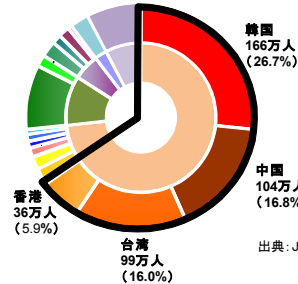
現状

1. 震災後も高い伸び率を示す 東南アジアからの訪日

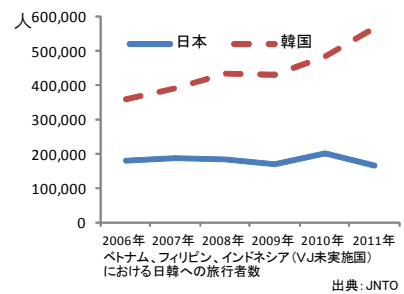


2. 日本への外国人旅行者は 東アジア4市場に偏重

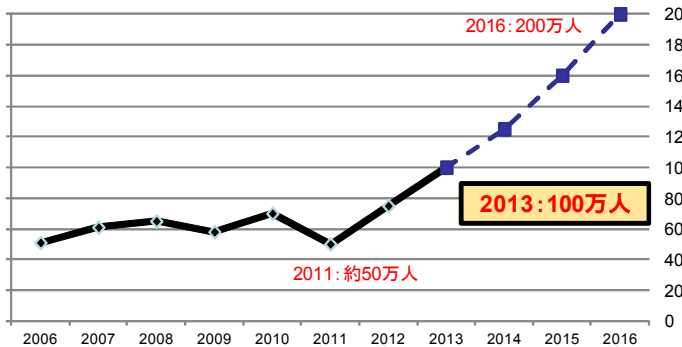
2011年訪日外国人旅行者数全体: 622万人  
うち、東アジア4市場で405万人(約65%)



3. VJ事業の未実施国で競合国が躍進



2013年目標: 「東南アジアからの訪日旅行者数: 100万人」



見込まれる消費額: 約1,450億円  
(国内宿泊旅行296万人回、  
国内日帰り旅行905万人回に相当)  
見込まれる生産波及効果: 約3,150億円

【参考】  
「日本再生戦略」(平成24年7月閣議決定)  
(前略) 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、莫大な消費が期待される富裕層市場の誘客を、市場別目標に沿って効果的・効率的に拡大する。(後略)

政策の総動員

オールジャパンによる訪日促進プロモーション

- ①「日ASEAN交流40周年」、クールジャパン、日本食の海外展開等のイベントと連携した訪日促進プロモーションの展開
- ②日本に関心を持つ東南アジア人が立ち寄るポータルサイトを設置し、  
- 留学生等の在日東南アジア人による日本の観光魅力の発信  
- 東南アジアからの誘客に積極的な自治体・民間企業等による観光魅力の発信  
- 現地旅行会社による訪日旅行商品の紹介  
等により、安心できる日本の観光魅力を総合的に発信し、訪日意欲を喚起
- ③上記サイトにおける人気観光コンテンツを活用した機動的・効果的な訪日促進プロモーション(情報発信、イベント等)の展開

<非VJ予算事項>

- 受入環境整備  
・ハラルフード対応  
・祈祷所の情報提供 等
- 日本政府観光局(JNTO)の体制強化  
海外事務所の機能強化 等
- 外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善  
タイ人に対する一般短期滞在数次ビザ開始  
(平成24年6月~)



○訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）【継続】（再掲）  
（国際交流推進課、参事官（MICE担当）、観光資源課）

要求額 5,843百万円（再掲）

MICE誘致・開催の推進

※MICEとは、Meeting（企業等のミーティング）、Incentive（企業等の報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会/イベント）の総称。

<背景>

○国際会議等のMICEの誘致・開催の推進は、①経済波及効果、②ビジネス機会の創出・イノベーションの創出、③都市の競争力・ブランド力向上といった幅広い意義を有する。アジア諸国等がMICE誘致に官民を挙げて取り組む中、我が国の国際競争力は相対的に低下傾向。

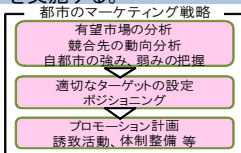
<課題>

○海外の競合先は、市場/競合先等の分析から、ターゲティング、プロモーション・誘致活動等に至る総合的なマーケティング戦略に基づく効果的なMICE誘致を進めており、我が国も都市を中心としマーケティング戦略の高度化を図ることが急務。  
○さらに、今まで誘致に至っていない潜在的な案件の掘り起こしについても我が国の取り組みは遅れているのが現状。

<施策>

マーケティング戦略の高度化 ～都市のMICE誘致競争力の強化～

海外競合先との誘致競争に打ち勝つため、特に効果が高いと期待される都市を対象に、試行的にマーケティング戦略の高度化のための取り組みを実施する。



- アドバイザー派遣
- マーケティング戦略の実施支援
- 市場/競合都市の調査分析
- 地域経済波及効果測定モデルの開発

誘致対象の掘り起こし ～新たな需要の発掘～

これまで誘致活動に至っていない国際会議等が相当数あることから、国としてあらゆる機会、手段、ネットワークを総動員しつつ、誘致案件の掘り起こしに取り組む。

- MICE専門見本市への出席
- メディア招請
- 誘致促進委員会の設置



※ 国立京都国際会館については、平成24年度実施の国費を投入しないPFI事業手法の検討調査結果を踏まえ、事業化を検討（項目として要求）

○訪日外国人旅行者の受入環境整備事業【継続】

（国際観光政策課、観光資源課）

要求額 520百万円

訪日外国人旅行者3,000万人時代の実現に向けて、国内における外国人旅行者の移動、滞在、観光等の利便性・快適性の向上を図り、満足度を高め、リピーター化を進めていくことが求められている。このため、マーケティングの視点も踏まえた戦略拠点及び地方拠点の整備・受入環境の改善による受入環境水準の向上、訪日旅行客の増加・ニーズの多様化を踏まえた通訳案内士試験手法の見直し等を行い、訪日外国人旅行者の受入環境の整備を行う。

受入を担う環境の整備（受入環境水準向上事業）

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

戦略拠点・地方拠点の整備

○既に多数の外国人旅行者が訪れている地域を戦略拠点、外国人旅行者の訪問の増加が見込まれる地域を地方拠点として、選定された自治体等を中心に受入環境整備水準の評価を行い、自治体等の強みと弱みを把握した上で、マーケティングの視点も踏まえた受入環境の向上に資する事業を実施。

受入環境の改善

○日本在住の留学生等を、受入環境整備サポーターとして全国の観光地へ派遣することで、受入環境整備が遅れている部分を外国人の目線から明確にし、改善策を提案してもらうことで、訪日外国人旅行者の受入環境整備を促進。

通訳案内士試験手法の見直し

- 通訳案内士試験手法の見直し
  - ・ 受験機会の拡大に繋がる試験方法等の調査を実施し、通訳案内士試験の実施手法の抜本的な見直しを実施。
- 特区ガイドの効果検証
  - ・ 通訳案内士法の特例を設けた「総合特別区域法」に基づく特区ガイド制度の効果を検証。

## (2) 観光を核とした地域の再生・活性化

### ○観光地域ブランド確立支援事業【新規】

(観光地域振興課)

要求額 245百万円

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促進するため、地域の取組段階に応じ、地域独自の「ブランド」の確立を通じた日本の顔となる観光地域の創出に向けた取組を支援する。

具体的には、地域の取組段階に応じて、以下の取組を支援。

- (1) 目指すべき地域の将来像の策定、マーケティングの実施等を通じたブランド戦略の構築。
- (2) ブランド戦略に基づき、来訪者の豊かな旅行を支える応接環境の整備、地域資源の価値を最大限に活かした空間の形成、取組の恒常的实施・改善を通じたブランド管理等の実施。

また、観光地域ブランド確立支援事業の取組効果を最大限に発揮するため、補助事業について、第三者委員会による事前・事後評価等を実施する。

### 支援事業イメージ

観光地域づくり  
プラットフォームを  
有する観光圏



ブランド観光地域  
〔地域独自の価値を活かした「ブランド」が確立された  
日本の顔となる地域を評価し登録〕

※ 観光圏整備法に基づく基本方針の見直しを実施するとともに、「ブランド化」に係る評価を通じた登録制度も別途創設予定

### 支援制度の概要

#### 観光地域ブランド化基盤づくり支援

- 観光圏の取組みが一定程度地域に浸透し、かつ、地域独自の価値を戦略的に創出・提供することにより、「ブランド」の評価の確立を目指す地域
  - ・補助対象事業：ブランド戦略の策定（マーケティング調査、満足度調査、ターゲット・ポジショニングの設定、ブランドイメージの設定等）
  - ・補助対象者：地域のマネジメントを中心的に担う民間団体等
  - ・補助額：上限500万円



#### 観光地域ブランド化確立支援

- ブランド戦略を策定の上、ブランドの維持・向上に向けたアクションプランに基づき事業を実施する地域
  - ・補助対象事業：
    - ① 地域らしさを演出する地域独自の空間の形成（まちなみ等に配慮した色彩の統一、移動の利便性向上の取組等）
    - ② 来訪者の豊かな旅行を支える応接環境の整備（ワンストップ受入環境整備、ブランドイメージを支える滞在プログラムの造成等）
    - ③ 取組の恒常的实施・改善を通じたブランド管理（品質管理・保証システムの構築、満足度調査、戦略的プロモーション等）
  - ・補助対象者：地域のマネジメントを中心的に担う民間団体等
  - ・補助額：事業費の5割

※ 関係省庁の施策と連携し、効果的な取組を促進

## ○観光地域評価事業【新規】

(観光地域振興課)

要求額 50百万円

観光地域づくりに取り組む地域における課題や改善点などの明確化を図るため、観光地域に係る客観的な評価体系を構築し、恒常的な評価を実施することを通じて戦略的な観光地域づくりを促進する。

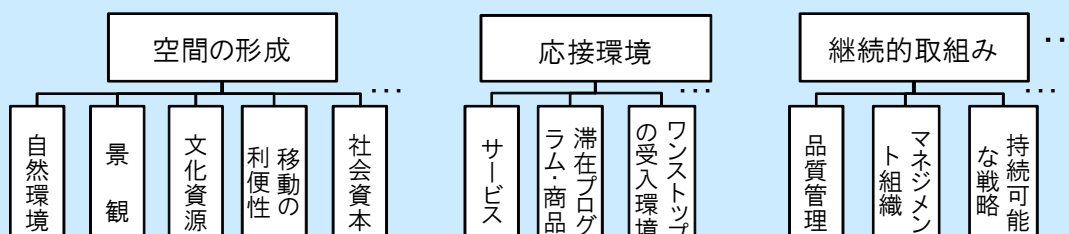
### 事業概要

多面的(空間の形成、応接環境、継続的取組み等)かつ客観的(顧客、地域関係者、専門家等の視点)な指標による評価制度を構築し、恒常的な評価・分析に基づくコンサルティングを行うとともに、地域において改善を実施。

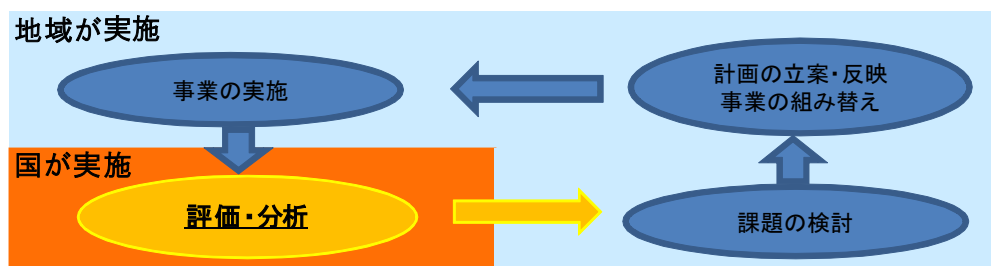
- 観光地域を構成する要素・資源の分類、評価を行うに当たっての視点などを整理・分類
- 評価指標の設定、全体の評価の仕組みを体系化
- 評価指標の測定手法の検討・開発
- 恒常的な評価実施・分析
- 改善等の取組提案

#### <評価指標のイメージ(例)>

各指標と様々な主体(顧客・地域・専門家等)の視点を連動させ、総合的な分析等を実施



### 評価の活用イメージ



○テーマ性を持った広域連携のあり方調査事業【新規】（観光地域振興課）

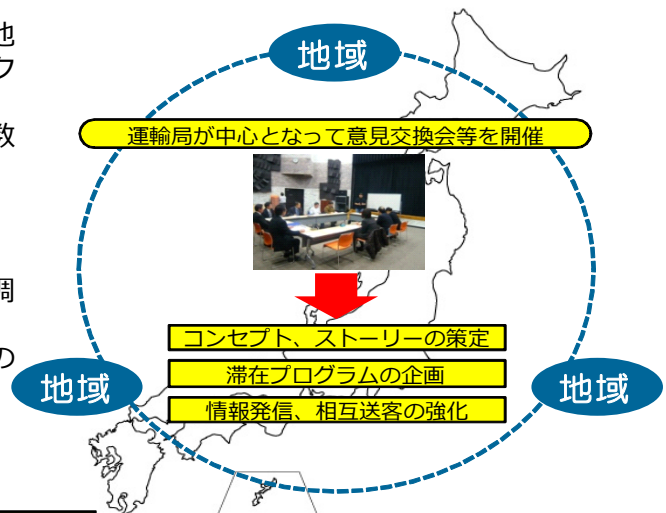
要求額 32百万円

日本の有する多様な観光資源の潜在能力を発揮させるため、複数の観光地域間において、テーマ性を持った広域連携のあり方を調査・検討し、地域間の連動性に富んだ商品の企画・提供、戦略的な情報発信、地域間の相互送客の強化等有機的な連携の強化を図り、広域連携の取組を促進する。

調査の概要

1. これまでの広域連携事例に関する調査  
これまでの国内外の広域連携事例を収集した上で、効果や課題の整理・分析を行い、他の地域への応用可能性について検討する。
2. 広域連携促進実証調査  
広域ブランドの構築や相互送客の促進などに向け、広域連携に取り組む地域について、連携に係る各種戦略の策定、各種方策の実施、課題の整理等を通じて、効果の検証を行い、今後の広域連携の促進に活用する。
  - (1) 対象地域（全国3テーマ程度）
    - ・ 共通テーマ、ストーリーに基づいた地域ブランドが構築可能な広域ブロック
    - ・ 位置関係を問わず、共通テーマ、ストーリーなどの関係性を重視した複数の地域
  - (2) 調査対象経費の例
    - ・ コンセプト、ストーリーの策定
    - ・ テーマ設定の魅力度等に関する意識調査（旅行者向けアンケート等）
    - ・ 地域間の連動性ある滞在プログラムの企画
    - ・ 情報発信、相互送客の強化

広域連携促進実証調査のイメージ



広域ブランドの先進モデルの創出  
統一的なテーマ設定、品質管理を通じた相互送客スキームの創出

○観光地域動向調査事業【継続】

（観光地域振興課）

要求額 40百万円

関係者が連携し、地域に密着した効果的な観光地域づくりの推進を図るため、地方公共団体、民間事業者、観光関係者等を含めた協議会等を設置し、地域における課題の改善に向けた方策の検討・実証事業等を実施する。

### (3) 観光産業の再生・活性化

○ユニバーサルツーリズム促進事業【継続】

(観光産業課)

要求額 40百万円

高齢者、障害者等の移動制約者を対象とした「ユニバーサルツーリズム」の普及・促進のためには、観光産業だけでなく、地方自治体、NPO、他産業等の幅広い関係者の協力の下、旅行商品としての認知度の向上と商品供給の促進のための取組みが不可欠である。

このため、これまでの課題整理や先進事例調査等を踏まえつつ、ユニバーサルツーリズムに適した商品の認定制度の検討、協議会等による地域の受入体制強化、具体的な効用の検証やシンポジウムを通じた普及啓発等により、ユニバーサルツーリズムの普及・促進を図る。

#### これまでの取組

##### 【平成23年度】

- 旅行業サイド(送り手)の課題調査  
→旅行催行のノウハウや受け地の情報不足等から旅行商品の造成を躊躇

##### 【平成24年度】

- 観光地(受け手)の体制強化に向けた先進事例調査

#### H25年度における取組み

##### 【認定制度導入の調査・検討】

現状…ユニバーサルツーリズムに適した「旅行商品」が選択できない

「旅行商品」の認定制度



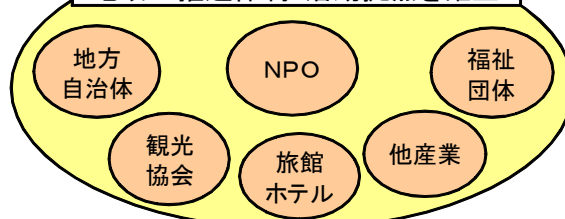
##### 【具体的な効用の検証】

旅行者個人の健康増進や社会への貢献等の効用に関するデータの整理・分析等により、関係者の理解を促し、ユニバーサルツーリズムの普及促進を図る。

##### 【地域における受入体制の強化】

現状…地域の推進体制の欠如・理解不足

関係者による協議会を設置し、地域の推進体制・活動拠点を確立



##### 【シンポジウムの開催】

様々な課題や先進的な取組み等についての情報共有や、対外的な情報発信により、ユニバーサルツーリズムに対する社会的認知度を向上させる。



## ○地域宿泊産業再生支援事業【新規】

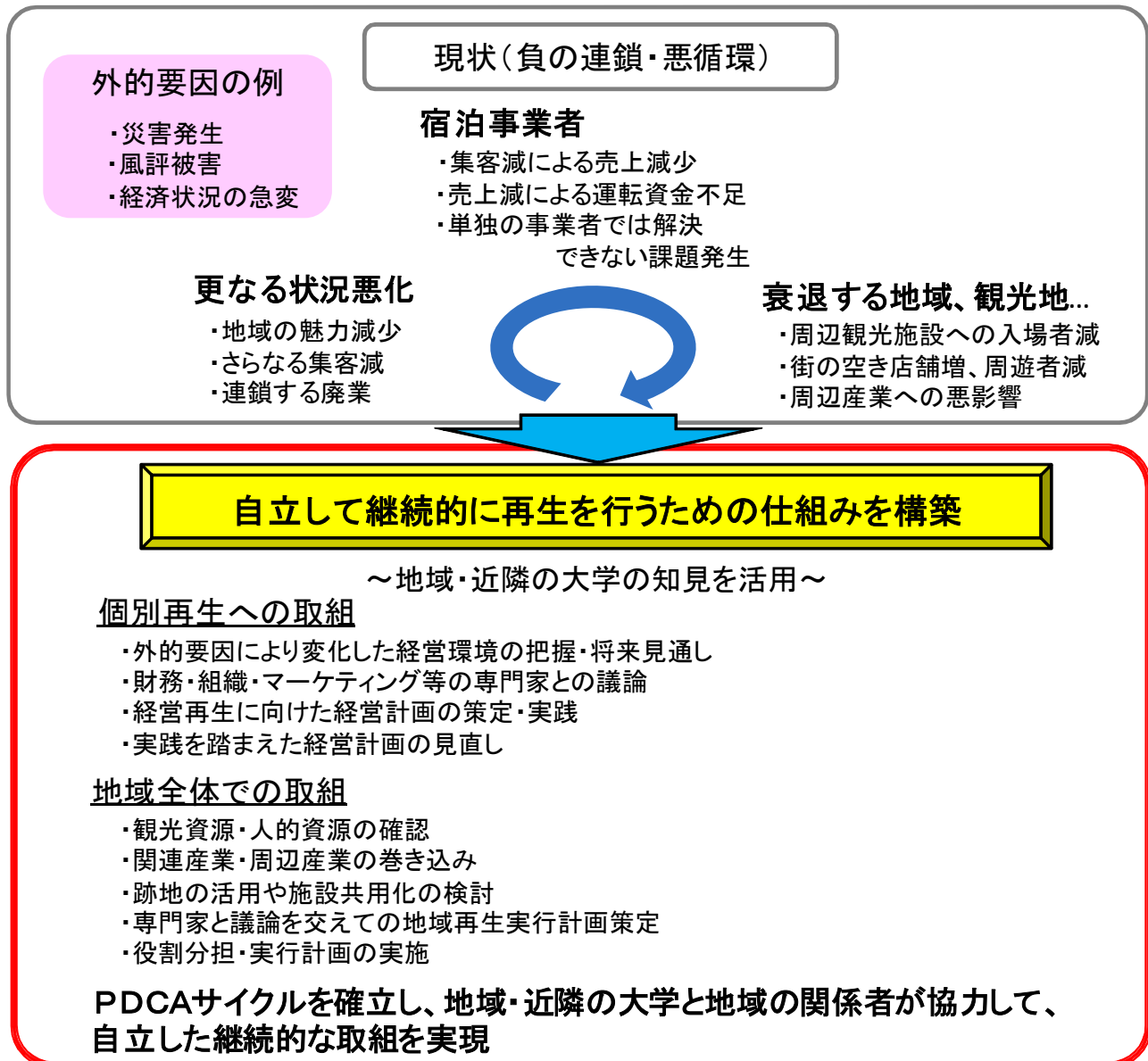
(観光産業課)

要求額 50百万円

地域の観光が、国内外から選好される魅力あるものとなるためには、その中核である地域の宿泊産業が活力を維持・増進していくことが不可欠である。

しかしながら、これらの宿泊産業は中小事業者が大半であり、資力や経営ノウハウが十分でなく、大規模な災害や風評被害、経済状況の急激な変化等の外的要因により経営が悪化した際には、自力で事態を好転させることが非常に困難となっている。その結果、しばしば地域全体の衰退を招くなど悪循環に陥ることになってしまう。

このため、地域の宿泊産業が困難に直面した際に、観光経営や地域づくりについての知見を蓄積した、意欲ある地域・近隣の大学を活用しつつ、地域全体の力を結集し、自立して継続的に再生の取組が可能となるような支援の仕組みを構築する。



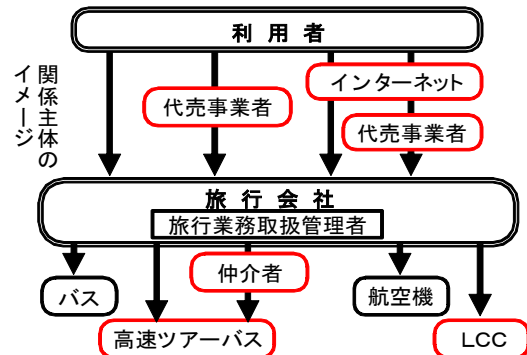
要求額 25百万円

LCC等低価格の輸送サービスの普及やインターネットの活用等販売形態の多様化が進む中、関越道における高速ツアーバスの事故等を契機に、旅行の安全の確保・向上を求めるニーズが非常に高まっている。

このため、旅行会社として経営陣を含めた組織的な安全マネジメントを行うことの必要性・課題、社内で安全に関する実務を担う「旅行業務取扱管理者」の業務の充実など、現在の事業環境を踏まえた安全管理体制の構築・充実に向けた調査・検討を行う。

### 背景・問題意識

- ・LCC、高速ツアーバスなどの普及に伴う低価格と安全性との関係についての不安・懸念
- ・インターネット等を活用した販売形態の多様化に伴う責任主体の不明確化



旅行の安全の確保・向上を目指す

### 検討・調査の内容

#### 検討の視点

- ・旅行会社として経営陣も含めた組織的な安全マネジメントのあり方
- ・輸送事業者やインターネット事業者との責任分担
- ・「旅行業務取扱管理者」が行う安全関係業務の充実

#### 具体的内容

- ・実態把握、先進事例調査、他分野の取組例
- ・ガイドライン、認定制度、法制度等の導入の是非

## ○地域観光イノベーション促進事業【継続】

(観光地域振興課)

要求額 70百万円

旅行者のニーズの多様化、旅行スタイルの変化等に対応した魅力ある観光地域づくりを推進するため、新たなモデルの構築につながる観光地域づくりの先進的取組について支援を行い、観光地域における全国共通の課題に対する解決策を導き出すことによって、全国各地での応用・発展に結びつけ、それぞれの観光地域における自立かつ先進的な取組の実施を促進する。

### 具体的な事業の流れ・主な取組の例

#### 課題・テーマの設定

観光地域における全国共通の課題を洗い出し、具体的なテーマを設定。

〔例〕

■テーマ：二次交通の確保

■目的・背景：観光地域内を周遊する際、路線バスの運行時間、ルート等に制約が多く、自由で気ままな計画が立てづらい状況。一方、マイカーの流入が増加すれば、自然環境や交通渋滞の問題が発生し、観光地の魅力が低下。旅行者のニーズの多様化への対応や、観光地の魅力向上等の工夫を図りながら、持続可能な二次交通の確保に向けた取組を検討する。

#### 公募・提案

全国各地からテーマに沿った取組を公募する  
【取組例】

A案(〇〇市)  
ITを活用した乗合タクシー予約システムの導入

B案(××町)  
マイカー流入量の調整手法(駐車場料金設定、公共交通機関の割引制度等)の試行

C案(△△市)  
ビジネス客向けに「朝市」と「朝風呂」のルートに乗合タクシーで送迎

公募の中から複数件を採択

#### 取組の実施

##### ①計画

各地域で取組の計画を立案。

##### ②事前評価

各地域が集合して、それぞれの計画案を提示。意見交換等により計画を改善。

##### ③実施

事前評価における議論を踏まえ、各地域で取組を実施。

##### ④事後評価

各地域が集合して、それぞれの実施結果を報告。意見交換等により次のステップの課題整理。

#### 効果検証

各地域で成果及び課題をとりまとめて、他の地域に向けた成果報告会を開催。  
各地の取組全般についての効果検証を行った上、全国各地への普及・展開方策をとりまとめ。

全国各地の観光地域での応用・発展



○新しい分野のニューツーリズム普及促進モデル事業【継続】

(観光資源課)

要求額 16百万円

多様化する消費者ニーズに応える新しい分野のニューツーリズムについて平成24年度に策定した旅行商品の品質向上策を活用するとともに、地域が連携した普及促進戦略策定などを通して、認知度を向上させる取組をモデル化し、その普及を促進する。

【背景】

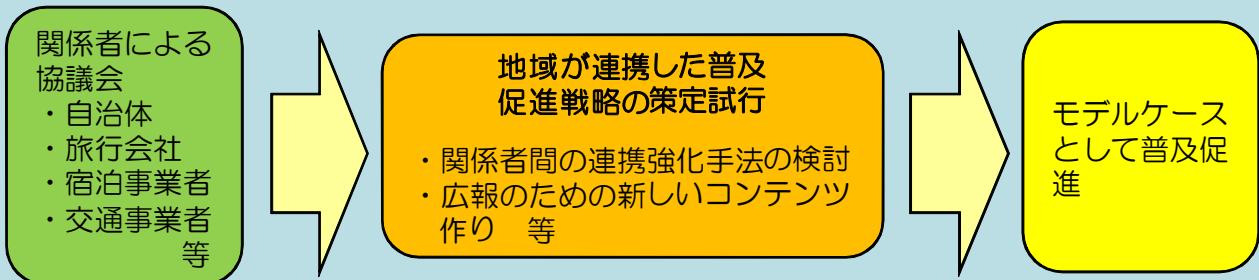
- 新しい分野のニューツーリズムは、大きな注目を集めることが少なく、認知度が低いため、自治体、宿泊事業者、交通事業者等の地域関係者と連携した取組に至っていない。
- そのため普及が進まず、旅行需要の創出につながっていないが、今後は、大いに活用が期待される。



【目標】

品質向上策と相まって活用できる新しい分野のニューツーリズムの普及促進のためのモデルケースを示し、多種多様な消費者ニーズに応えられる新しい分野のニューツーリズムの普及を促進。ニューツーリズムの裾野を拡大し、旅行需要の創出につなげる。

地域が連携した新しい分野のニューツーリズムの普及促進のモデル化



※新しい分野のニューツーリズムの例  
ジオパークや廃線鉄道等を活用したツーリズム

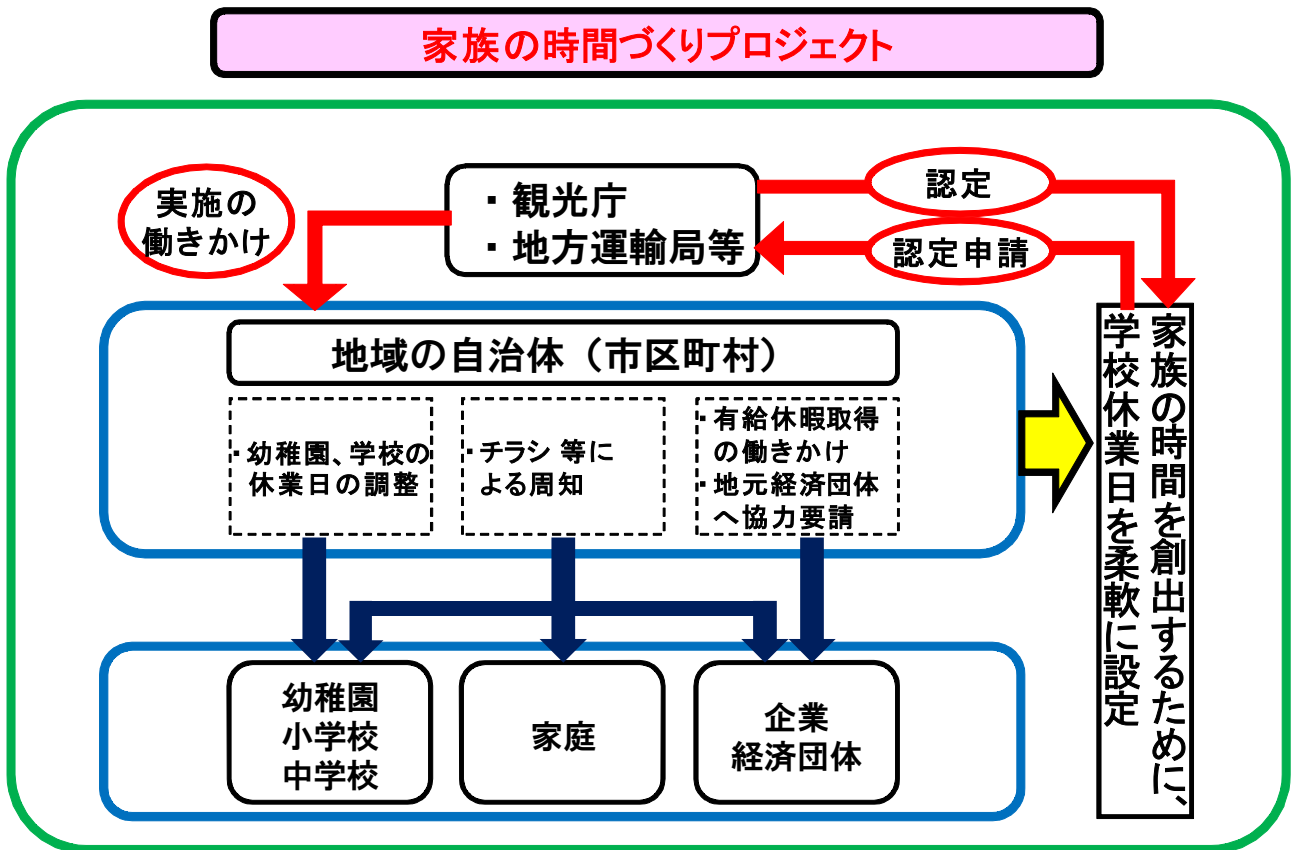
#### (4) ワークライフバランスの実現に資する休暇改革の推進

##### ○地域における家族の時間づくり促進事業【継続】

(参事官 (観光経済担当))

要求額 19百万円

「休暇改革の推進」のため、各地域で大人（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」について、各地方運輸局等が中心となって、市区町村に対し、一層の周知を図るとともに、同プロジェクトの実施を広く働きかける。



##### ○柔軟な学校休業の設定に関する調査事業【新規】

(参事官 (観光経済担当))

要求額 10百万円

家族旅行の需要を喚起するため、小・中学校の学校休業日を柔軟に設定することにより、親の休みに合わせて、子どもが欠席扱いされことなく学校を休業することができる手法について調査する。

## (5) 観光統計の整備

### ○観光統計の整備【継続】

(参事官(観光経済担当))

要求額 390百万円

訪日外客誘致施策の更なる強化、地域が主役となった観光政策の展開が求められる中、行政・民間における観光に関する取組をPDCAサイクルに基づき早急かつ着実に実施するため、観光施策の基本インフラである観光統計の整備を進める。

#### 旅行・観光消費動向調査【平成15年度～】

➤ 国民の旅行の実態を把握するとともに、観光消費の経済波及効果を明らかにする。

- 調査対象 日本国民(25,000人に対して半年毎に2回調査を実施)
- 調査方法 郵送調査(年4回)
- 調査項目 旅行回数、支出額 等

#### 宿泊旅行統計調査【平成19年～】

➤ 我が国における日本人・外国人の宿泊旅行の実態を明らかにする。

- 調査対象 全国の宿泊施設  
従業者数10人以上…全数調査(約1万2千施設)  
" 5～9人…標本調査(約3千施設)  
" 0～4人…標本調査(約3千施設)
- 調査方法 郵送調査(年4回)
- 調査項目 宿泊者数、稼働率 等

#### 訪日外国人消費動向調査【平成22年度～】

➤ 訪日外国人の旅行動向・消費実態、再訪意向・満足度等を明らかにする。

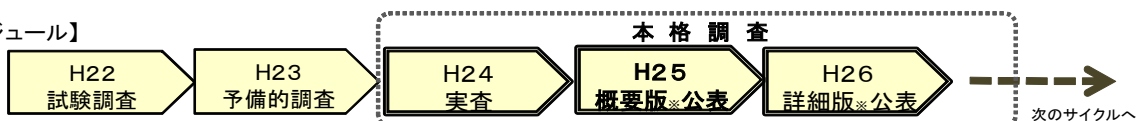
- 調査対象 日本を出国する訪日外国人(6,500人×4回…計26,000人)
- 調査方法 11空海港での調査員調査(年4回)
- 調査項目 品目別支出額、訪問地、再訪意向 等

#### 観光地域経済調査【平成22年度～】

➤ 観光産業の規模(売上・雇用等)や地域に及ぼす経済効果を明らかにする。

- 調査対象 観光産業に関わる全国約10万事業所(飲食、宿泊、小売り等)
- 調査方法 郵送調査(5年に1度(総務省 経済センサスにあわせて実施))
- 調査項目 売上金額、売上金額における観光割合、年間営業費用の支払先地域別割合 等

【スケジュール】



※概要版: H24実査結果を基にした単独集計、  
詳細版: 経済センサスデータを活用した集計・分析

## 復興枠

### ○東北地域観光復興対策事業【新規】

(観光地域振興課)

要求額 300百万円(復興庁計上)

復興の基盤が整いつつある太平洋沿岸エリアの旅行需要回復と、東北観光博の仕組みを踏まえた滞在交流型観光の実施に対する支援を行う。

また、東北観光博で構築した仕組みを地域に定着させるため、東北観光博の検証を行うとともに、東北観光博の仕組みの改善と地域の自立的な実施に向けた支援を行う。

#### ●太平洋沿岸エリアにおける事業内容

##### 東北観光博の仕組みを踏まえた滞在交流型観光の実施に向けた支援

###### 【旅のサロン・旅の駅】

- ・「旅のサロン」「旅の駅」開設支援
- ・情報の管理・集約の支援
- ・地域密着の情報発信支援
- ・ゾーンの運営支援
- ・ゾーン内の説明会実施支援等



###### 【地域の魅力向上】

###### 地域パンフレット作成



###### 滞在プログラム企画支援等



###### 【地域観光案内人】

###### ①案内人研修の実施支援



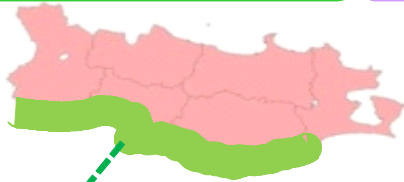
###### ②他地域の案内人との連携支援等



シンポジウムの開催



情報交換会の実施



太平洋沿岸エリア(青森県、岩手県、宮城県、福島県の太平洋沿岸部)

##### 「旅行需要回復」に向けた支援

- ・観光客受入に関する情報発信
- ・震災語り部の育成
- ・ガイドの育成
- ・ボランティアツアー
- ・教育旅行の受入
- ・復興イベント
- ・プロモーション
- ・ファムトリップ

等の支援

#### ●東北地域全体における事業内容

- ・東北観光博の仕組みの検証、改善策の検討
- ・「東北パスポート」を活用した地域間の移動分析を通じた広域連携策の策定
- ・「地域観光案内人」の連携支援による新たな滞在プログラム・周遊プランの開発促進等

## ○福島県における観光関連復興支援事業【新規】

(参事官(観光経済担当)、参事官(MICE担当)、観光産業課、国際観光政策課、国際交流推進課、観光地域振興課、観光資源課)

要求額 721百万円(復興庁計上)

福島県における早期の観光復興を最大限に促進するため、同県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。

(補助率：総事業費の8/10)

## ○災害時における訪日外国人旅行者に向けた情報提供のあり方に関する調査事業【継続】

(国際観光政策課)

要求額 52百万円

訪日外国人旅行者が安心して旅行できる環境を整備するため、自然災害等緊急時において、宿泊施設、観光施設、自治体等が正確かつ適確な初動対応や避難誘導を行い、訪日外国人旅行者の安全を確保することを目的とした情報提供のあり方について調査検討を行う。

### 事業の内容

#### ① 訪日外国人旅行者を誘導するための対応マニュアル作成

○宿泊施設や観光施設が、初動対応時に訪日外国人旅行者を誘導するための対応マニュアルを、訪日外国人旅行者への聞き取り調査等をもとに作成。これにより、日本人に対しての誘導と同水準の迅速性と正確性をもって避難誘導することを目指す。

#### ② 地域防災計画に訪日外国人旅行者への対応を記載するための指針を作成

○地域における訪日外国人旅行者向けの対応として、観光関連施設における初動対応、消防・警察の対応、自治体による避難所での対応等のあり方を検証し、地域防災計画への位置づけも念頭においた指針を策定。

#### ③ 対応マニュアルや指針等を活用した初動対応の検証

○観光関連施設や自治体等が対応マニュアルや指針等を十分活用し、緊急時に訪日外国人旅行者の安全を確保することができるよう、地域において防災訓練等を実施し、対応マニュアルや指針等の実用性を検証。その際、24年度事業で設定した訪日外国人旅行者向けの情報提供サイトを活用するとともに、アプリ等のICTを活用したプッシュ型の情報発信の方法も活用することを検討。



## 4. 参考資料

目	次
①日本再生戦略（平成24年7月31日閣議決定）	2 1
②観光立国推進基本計画（平成24年3月31日閣議決定）	2 2
③訪日外国人旅行者数の現状	2 3
④訪日外国人旅行者数の現状（市場別・地域別）	2 3
⑤国・地域別訪日外国人旅行者の割合	2 4
⑥外国人旅行者受入数の国際比較（平成23年）	2 4
⑦拡大する北東アジア・東南アジアの国際観光市場	2 5
⑧日本人海外旅行者数の推移	2 5
⑨国内における旅行消費額（平成22年）	2 6
⑩国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移	2 6
⑪都道府県別延べ宿泊者数（平成23年）	2 7
⑫独立行政法人国際観光振興機構（JNTO）の概要	2 7



# 日本再生戦略(平成24年7月31日閣議決定)

## ④観光振興 [観光立国戦略]

### 【2020年までの目標】

訪日外国人旅行者を2020年初めまでに2,500万人、将来的には3,000万人に2,500万人による経済波及効果約10兆円、新規雇用56万人  
新規需要の喚起により航空需要の底上げを図り、国内外航空旅客輸送に占めるLCCの割合を欧米並み(2~3割程度)とする  
休暇改革による国内観光需要の創出効果:約1兆円

### 【2015年度の間目標】

訪日外国人旅行者を1,800万人(2016年)  
空港での外国人入国審査の最長待ち時間20分(2016年度)  
国内における旅行消費額を30兆円(2016年)  
国際会議の開催件数を2010年の741件から5割以上増やす(2016年)

震災や原発事故により落ち込んだ観光需要を回復し、訪日外国人旅行者数の増大に向けた取組と受入環境水準の向上を図るとともに、国内外から選好される魅力ある観光地域づくり、安全性・利便性やコストの面での観光アクセスの改善、観光需要を喚起する大きな潜在力を有する休暇改革等を推進する。

### (重点施策:訪日外国人旅行者の増大に向けた取組、受入環境水準の向上)

政府(関係省庁、在外公館)、地方公共団体、経済界の連携強化によるオールジャパンの訪日プロモーションを推進する。まずは風評被害対策により、東日本大震災で落ち込んだ訪日観光需要の回復を果たす。今後の顕著な成長拡大が見込める東南アジアを始めとする新興国の中間層、莫大な消費が期待される富裕層市場からの誘客を、市場別目標に沿って効果的・効率的に拡大する。また、外国人観光案内所の機能向上等、外客受入環境の整備を行う。

あわせて、訪日外国人旅行者の出入国の円滑化の観点から、日本人等の出入国審査の自動化等、外国人の出入国審査の迅速化に資する方策の検討・促進に努める。東南アジアを始めとする新興国からの訪日客に対する査証発給要件の見直しに取り組む。また、オープンスカイをアジア以外の地域・国にも対象を広げて展開するとともに、首都圏空港の強化や関空の再生と国際競争力の強化に努めるなど国際航空路線の拡充等に伴う受入環境水準の向上を図る。

### (重点施策:観光需要の喚起)

LCC(Low-Cost-Carrier)やビジネスジェットの参入を促進するべく環境整備に取り組む。安全性の確保を前提とした航空会社のコスト削減に資する技術規制の見直しを行う。また、LCCの参入促進にも資するよう、国管理空港等の経営改革の実現を進め、柔軟な着陸料体系の構築等を通じて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。同時に、地域の特性をいかし、かつ多様化する旅行者のニーズに即した観光を提供するニューツーリズム(エコツーリズム、スポーツツーリズム、医療と連携した観光等)振興や、国際見本市や国際会議等のMICE(Meeting, Incentive, Convention, Exhibition/Event)の誘致・開催の推進を図る。地域の取組への評価等に応じた支援による戦略的な観光地域づくり、テーマ性を持ったルートの構築促進、交通インフラの安全性・利便性向上、コストの低減につながる移動手段の検討など、地域の自然や文化等をいかした魅力ある観光地域づくりのための環境整備を推進する。

また、顕在化していない需要を掘り起こし、地域経済の活性化を図るため、学校休業日の柔軟な設定、連続休暇の設定を含む休暇取得の分散化の検討など休暇改革の推進に取り組む。



# 観光立国推進基本計画(平成24年3月31日閣議決定)

- 新たな「観光立国推進基本計画」が平成24年3月30日に閣議決定・国会報告。
- 本計画は、平成19年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として定めている。
- 基本計画の策定の方向性として、「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」を掲げている。

## ○基本計画の見直しの方向性

**観光は、国の成長戦略の柱の一つ**であり、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込むとともに、地域経済の活性化・雇用機会の増大等を図る。

### <観光を取り巻く状況>

- ・諸外国との誘致競争の激化
- ・マクロ経済・外交関係等の外的要因による訪日外国人旅行者減少のリスクの存在
- ・新規訪日旅行者のみならずリピーターを獲得する必要性
- ・旅行の相対的魅力の低下等による国内旅行のゼロ回層の増加等

### 観光の裾野の拡大と観光の質の向上が必要

- ・東南アジア等、富裕層・中間層等急速な拡大が見込まれる市場の旅行者の獲得
- ・ゴールデンルート以外の目的地の開拓・情報発信
- ・観光地域や旅行サービスの質の向上
- ・観光旅行者の滞在日数や消費額の増加等

## ○観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針

東日本大震災を踏まえ、「震災からの復興」を柱の一つに掲載。

- ① 震災からの復興 ② 国民経済の発展 ③ 国際相互理解の増進 ④ 国民生活の安定向上

## ○観光立国の実現に関する目標

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]
2. 訪日外国人旅行者数  
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%程度**、「必ず再訪したい」と回答する割合を**60%程度**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28年(2016年)の開催件数 1,111件以上[平成22年(2010年)実績:国際会議の開催件数741件]
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23年(2011年)推計:1,699万人]
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]
7. 国内観光地域の旅行者満足度  
国内観光地域の旅行者満足度調査において、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「必ず再訪したい」と回答する割合が平成28年(2016年)までに**いずれも25%程度**にする。[実績値なし]

※上記実績値は、観光立国推進基本計画閣議決定時の値である。

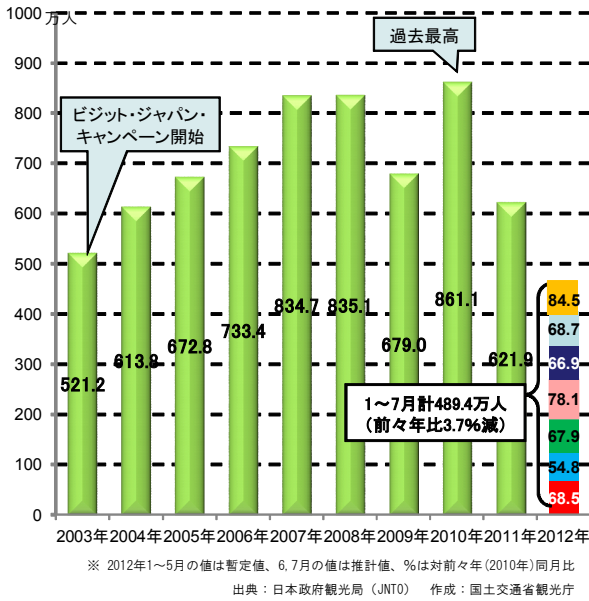
## ○観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

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の向上など、多様な関係者による広範な施策により支えられるものであり、関係省庁間や多様な関係者間で連携を強化しつつ、取組むことが重要。具体的な施策として、**観光庁が主導的な役割を果たすべき主な施策(4項目)**及び政府全体により講ずべき施策を提示。

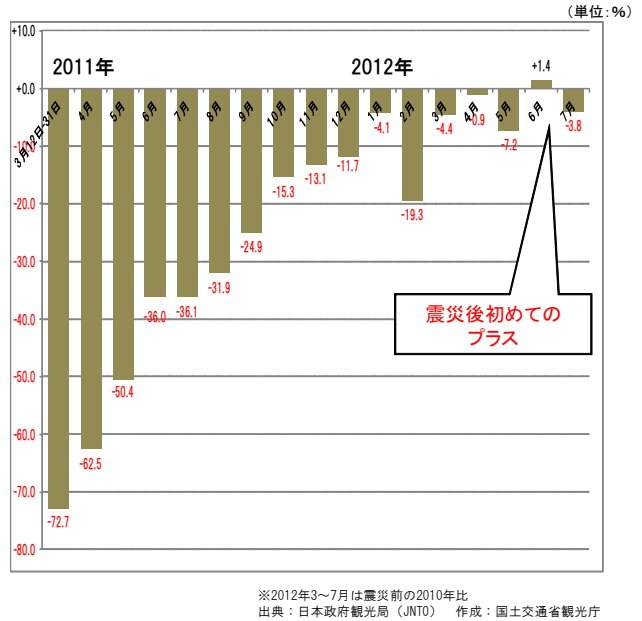
- ①国内外から選好される魅力ある観光地域づくり(観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等)
- ②オールジャパンによる訪日プロモーションの実施 ③国際会議等のMICE分野の国際競争力強化 ④休暇改革の推進

# 訪日外国人旅行者数の現状

## 訪日外国人旅行者数の推移

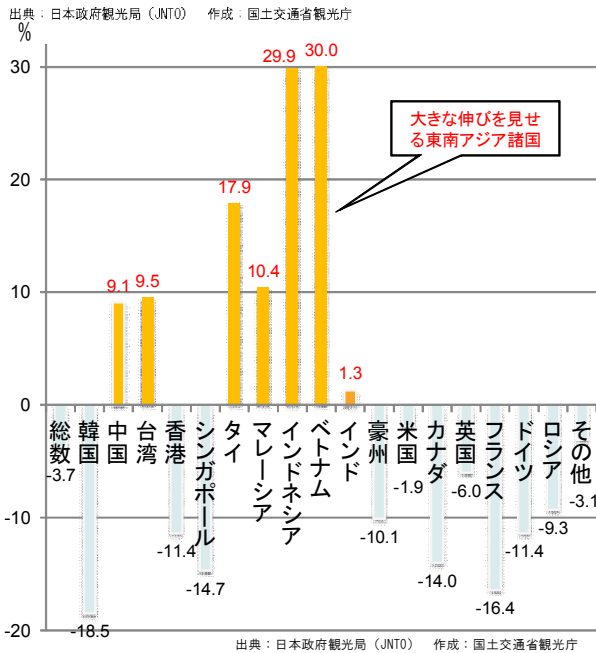


## 震災後の訪日外客数の推移(対前年同月比)

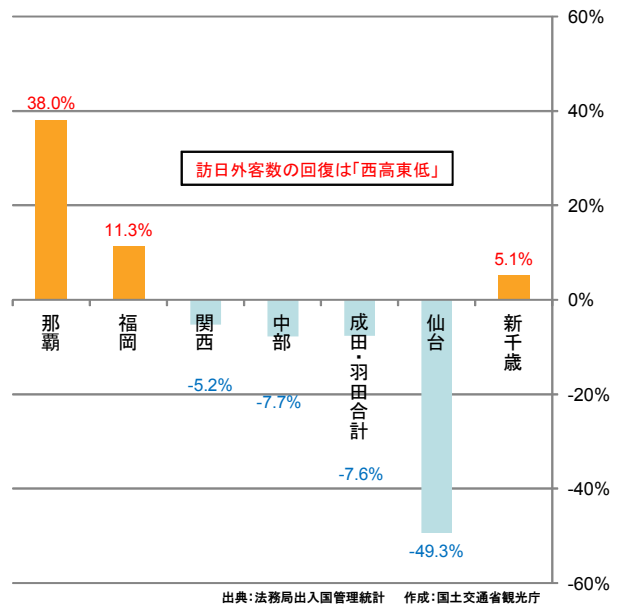


# 訪日外国人旅行者数の現状(市場別・地域別)

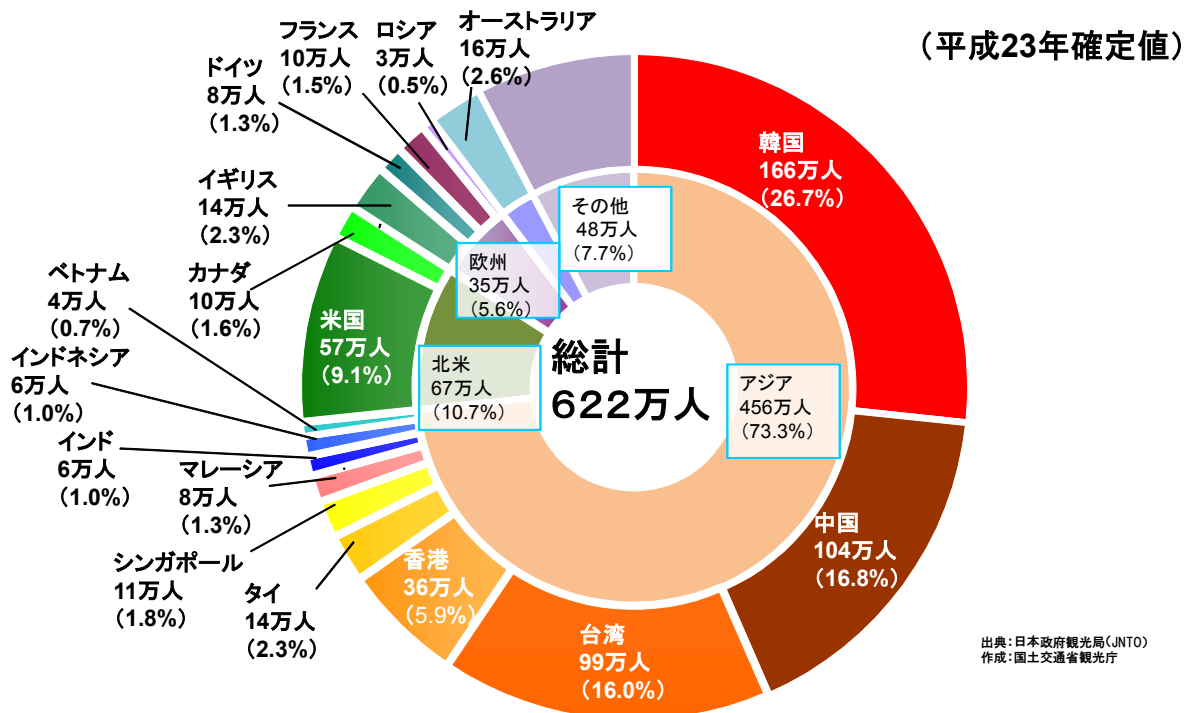
## 市場別外国人旅行者数の増減率 (2012年1月~7月の2010年同期比)



## 主要空港の入国外国人数の増減率 (2012年5月の2010年同月比)

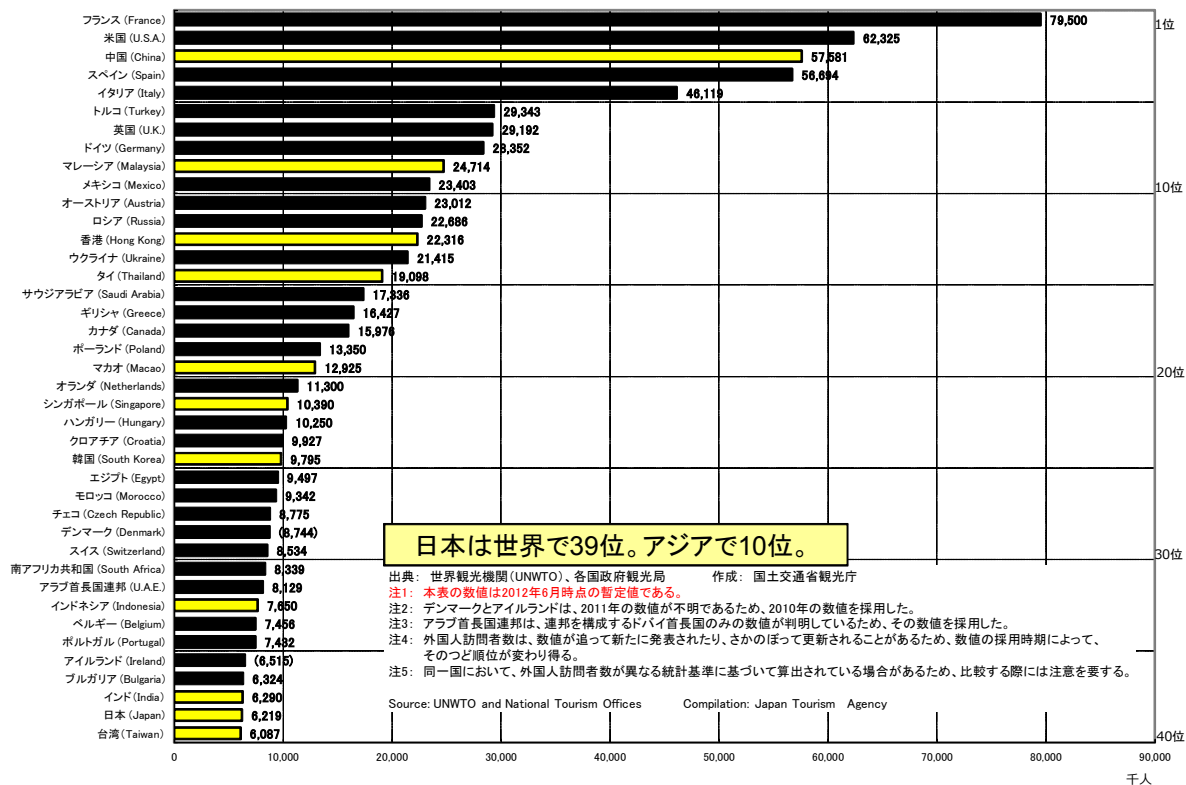


# 国・地域別訪日外国人旅行者の割合



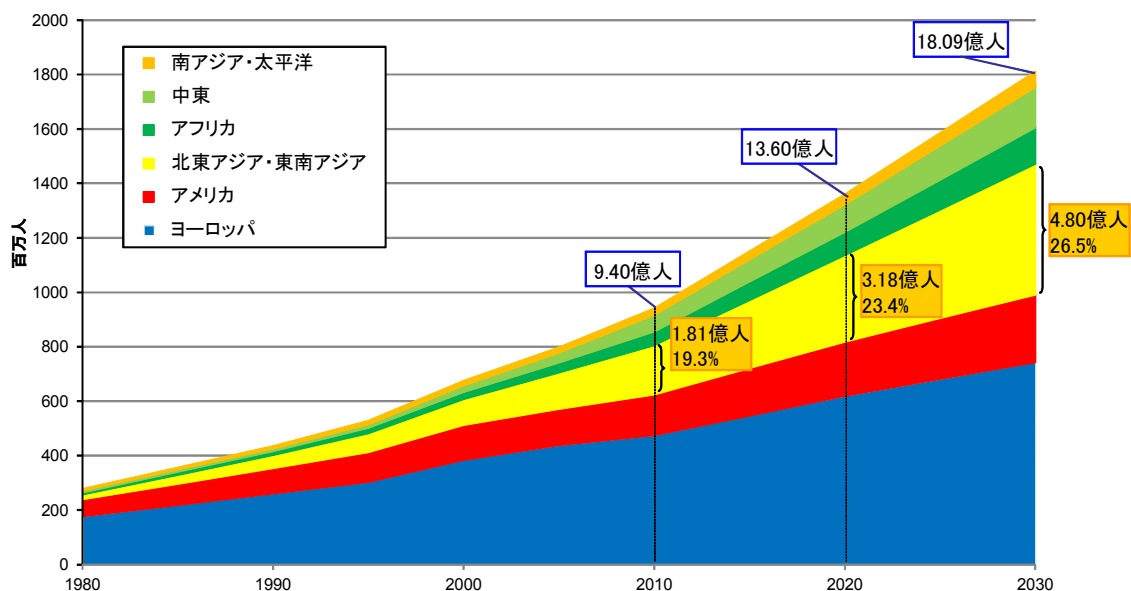
※ ( ) 内は、訪日旅行者全体に対するシェア  
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

# 外国人旅行者受入数の国際比較(平成23年)



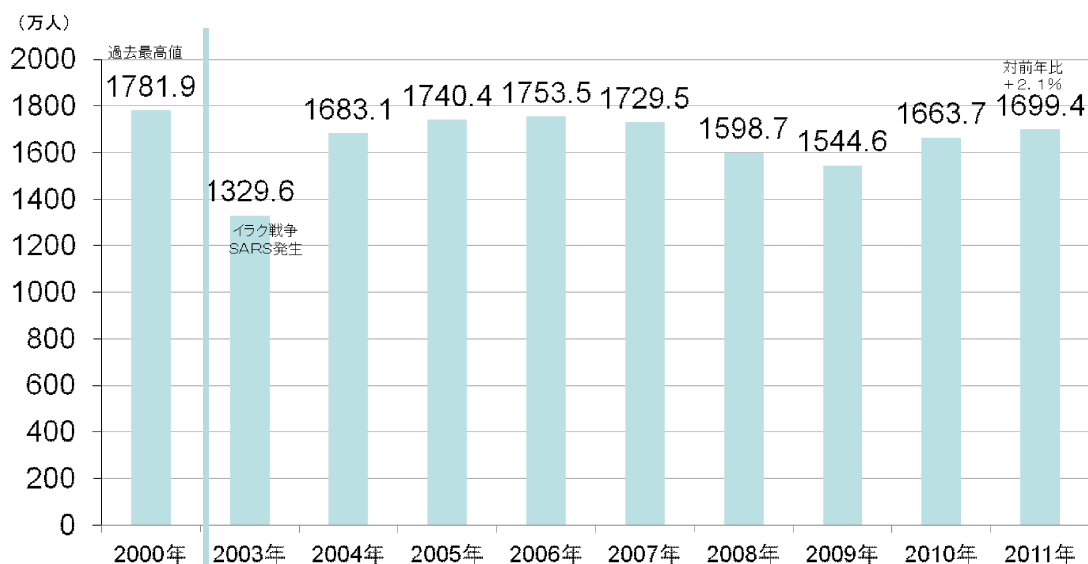
## 拡大する北東アジア・東南アジアの国際観光市場

北東アジア・東南アジア地域は世界の中で最も高い伸びが予測される国際観光市場。



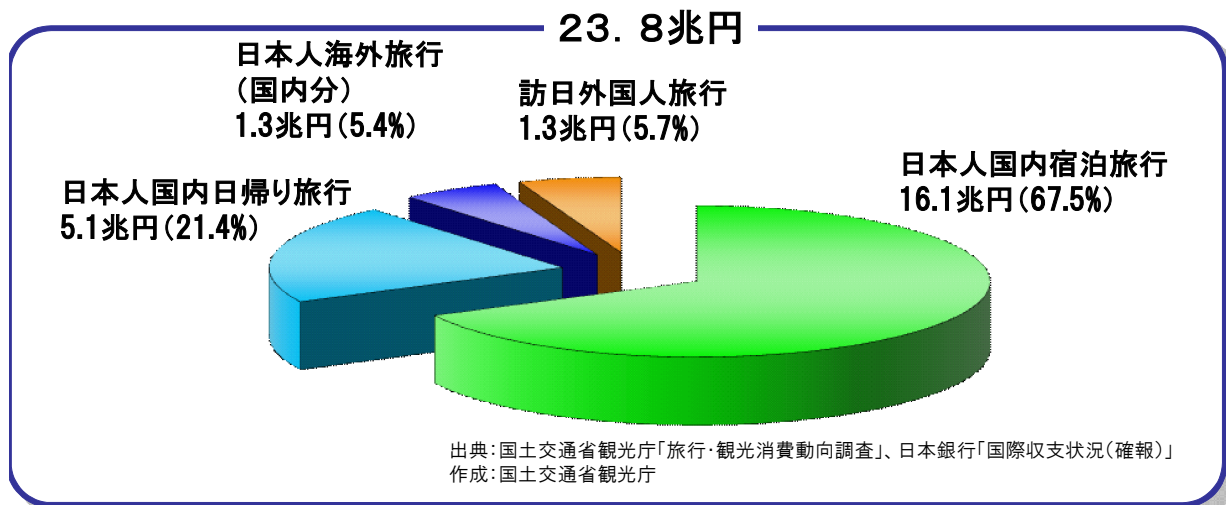
出典：UNWTO「Tourism Towards 2030」  
作成：国土交通省観光庁

## 日本人海外旅行者数の推移



出典：法務省資料 作成：国土交通省観光庁

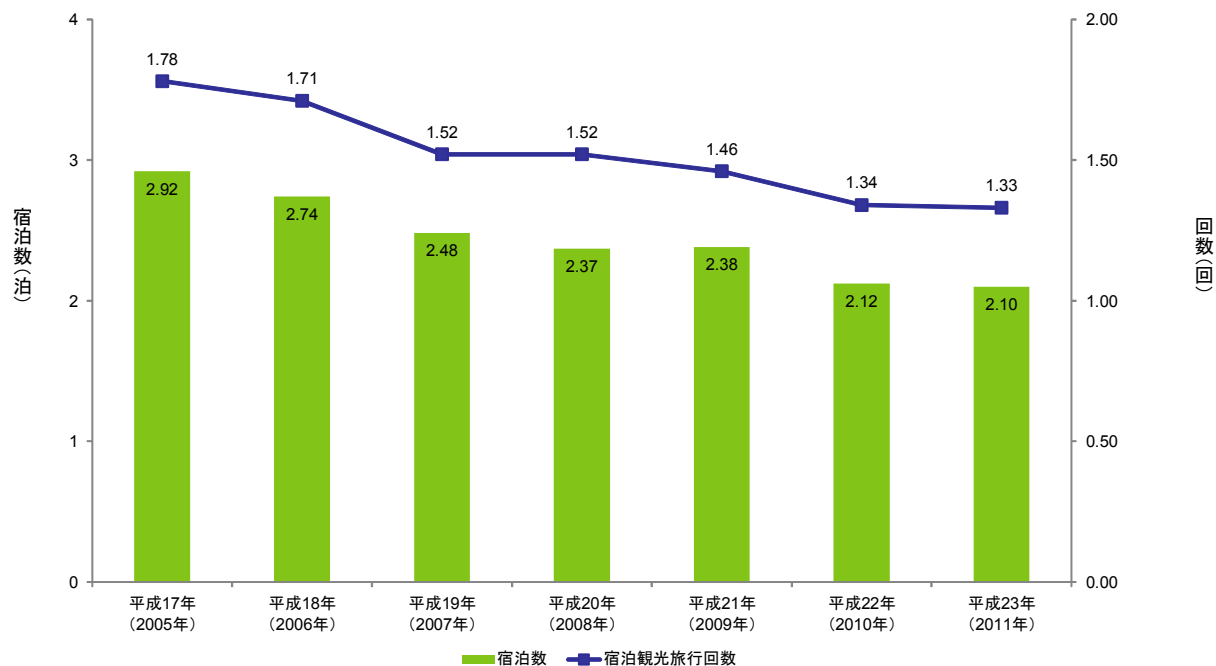
## 国内における旅行消費額(平成22年)



### 我が国経済への貢献度(経済効果)

生産波及効果	49.4兆円	…5.5%(対国民経済計算 産出額)
付加価値誘発効果	25.2兆円	…5.2%(対名目GDP)
雇用誘発効果	424万人	…6.6%(対全国就業者数)
税収効果	4.0兆円	…5.3%(対国税+地方税)

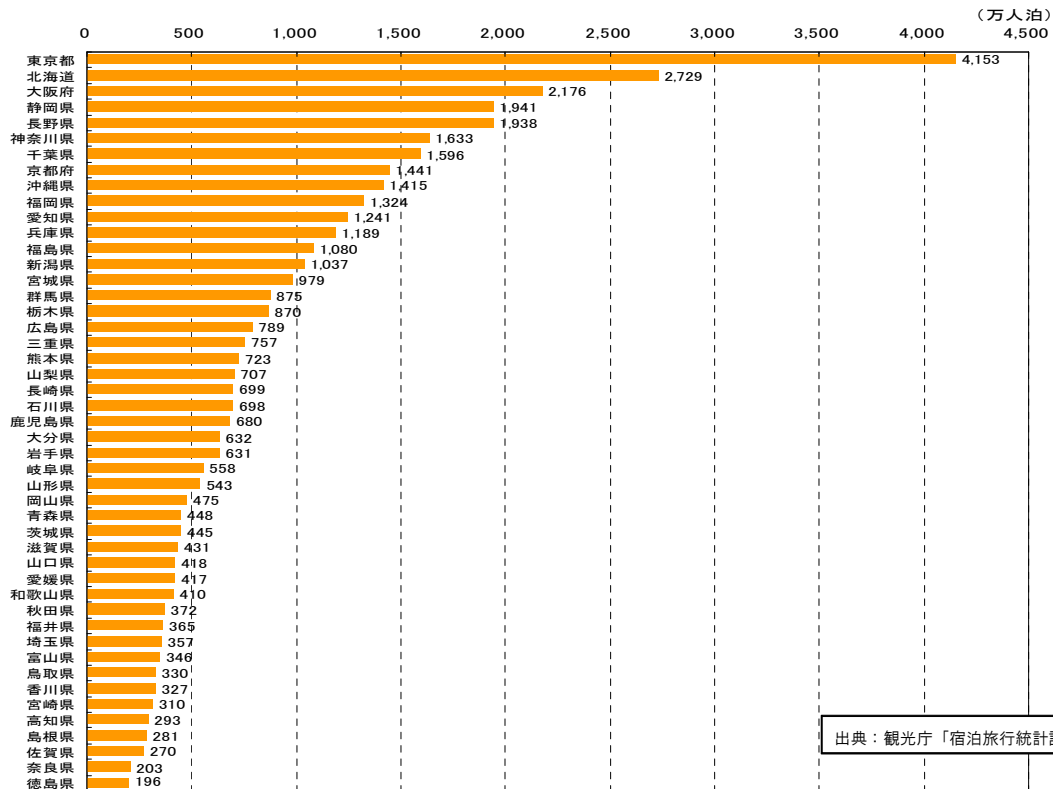
## 国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



(注) 2008年までは、20歳から79歳までが調査対象。  
2009年以降は、全年齢が調査対象

出典:国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」

# 都道府県別延べ宿泊者数(平成23年)



## 独立行政法人国際観光振興機構《通称:日本政府観光局(JNTO)》の概要

<p><b>目的</b></p> <p>海外における観光宣伝、外国人観光旅客に対する観光案内、その他外国人観光旅客の来訪の促進に必要な業務を効率的に行うことにより、国際観光の振興を図ることを目的とする。</p>	<p><b>組織・予算</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●役員：5人(理事長1、理事2、監事2)</li> <li>●職員：91人(国内57人、海外34人) その他海外現地職員37人 ※平成24年4月1日現在</li> <li>●国内：経営戦略部、海外マーケティング部、事業連携推進部 コンベンション誘致部</li> <li>●海外：13事務所</li> <li>●運営費交付金：18.8億円(平成24年度)</li> </ul>
<p><b>沿革</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●昭和39年4月 特殊法人国際観光振興会設立</li> <li>●平成15年10月 独立行政法人国際観光振興機構設立 ※(独)国際観光振興機構法(平成14年法律第181号)施行</li> <li>○平成21年1月 通称名を従前の「JNTO」から「日本政府観光局(またはJNTO)」に改称 ※(独)国際観光振興機構組織規程改正施行</li> </ul>	<p><b>業務</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●外国人観光旅客の来訪促進のための宣伝</li> <li>●外国人観光旅客に対する観光案内所の運営 ●通訳案内士試験事務の代行</li> <li>●国際観光に関する調査研究・出版物の刊行 ●国際会議等の誘致促進、開催の円滑化等</li> <li>●その他附帯業務</li> </ul>

