

平成25年度
観光の状況

平成26年度
観光施策

第186回国会（常会）提出

この文書は、観光立国推進基本法（平成18年法律第117号）第8条第1項の規定に基づく平成25年度の観光の状況及び講じた施策並びに同条第2項の規定に基づく平成26年度において講じようとする観光施策について報告を行うものである。

目次

平成25年度 観光の状況

第1部 平成25年度 観光の動向

第1章 世界の観光の動向	1
第1節 世界のマクロ経済の概況	1
第2節 平成25年度の世界の観光の状況	2
第2章 日本の観光の動向	10
第1節 訪日旅行の状況	10
1 訪日旅行の状況	10
2 国際コンベンションの開催状況	14
(1) 世界及び地域別の開催状況	14
(2) アジア主要国と我が国の開催状況	15
第2節 訪日外国人旅行者数1,000万人達成の要因検証	17
1 日本を取り巻く経済情勢の変化	18
2 官民一体となった訪日プロモーション	21
3 ビザ要件の緩和	22
4 航空ネットワークの充実	25
第3節 海外旅行の状況	27
第4節 国内旅行の状況	28
第5節 東日本大震災からの復興の状況	31
第6節 地域における観光の状況	32
1 北海道	34
2 東北	34
3 関東	34
4 北陸信越	34
5 中部	34
6 近畿	34
7 中国	34
8 四国	35
9 九州	35
10 沖縄	35
第7節 各地域における観光振興の取組	36
1 北海道	36
2 東北	36
3 関東	37
4 北陸信越	37

5	中部	38
6	近畿	38
7	中国・四国	39
8	九州	39
9	沖縄	40

第Ⅱ部 観光とオリンピック・パラリンピック

第1章 日本で過去に開催された大会	44
第1節 1964年東京大会	44
第2節 1972年札幌大会及び1998年長野大会	44
第2章 2012年ロンドン大会の取組	45
第1節 ロンドン大会に向けた体制の整備	45
第2節 大会効果を持続的なものとするための施策・取組	46
1 海外メディア対策	46
2 大会を挟み4年にわたる長期キャンペーン ～「Britain - You're Invited」	46
3 国際的イメージ・キャンペーン～「GREAT」キャンペーン	46
4 大会終了後も大会効果を持続させるためのプロモーション	47
第3節 大会効果を全国に波及させるための施策・取組	48
1 開催地だけでなく国全体を訴求するプロモーション	48
2 地方への波及を狙った関連イベント開催	48
(1) 聖火リレー	48
(2) カルチュラル・オリンピアド	49
(3) プレゲーム・トレーニング・キャンプ	50
第4節 観光客の移動に関する施策・取組	51
第5節 観光戦略の効果	52
1 訪英外国人旅行者	52
2 経済効果	53
3 地方への波及	55
(1) 地方を訪問した外国人旅行者数	55
(2) 地方における外国人旅行者の消費	57
(3) 地方でのイベント	58
4 その他	58
第3章 2010年バンクーバー大会の取組	59
第1節 大会効果を持続的なものとするための取組・施策	59
1 大会を挟み4年にわたる長期キャンペーン	59
(1) フェーズ1：ブランド構築	59
(2) フェーズ2：メディアとの関係構築	59
(3) フェーズ3：大会の余韻効果の刈取り	59
2 国際会議等誘致の促進	60
第2節 大会効果を全国に波及させるための施策・取組	60
1 観光地を巡る聖火リレー	60
2 アスリートの地方観光体験を海外向けに発信～「The Connecting with Canadians」プログラム	61

第3節	観光客の移動に関する施策・取組	61
第4節	観光戦略の効果	62
1	訪加外国人旅行者	62
2	経済効果	63
第4章	過去の大会から得られた教訓	64

目次

平成26年度 観光施策

第Ⅲ部 観光に関して講じた施策／講じようとする施策

第1章 観光立国推進閣僚会議における「アクション・プログラム」の決定	65
第2章 インバウンドのさらなる推進に向けた戦略的展開	66
第1節 オールジャパン体制による連携の強化・拡大	66
1 訪日外国人旅行者数1,000万人達成に向けたV J事業の実施	66
2 訪日プロモーションの実施体制の整備	66
3 政府一体となった日本の魅力の海外発信	66
4 関係機関と連携した日本ブランドの発信	67
5 内閣官房のプラットフォームを活用した国際観光展などの機を捉えた各分野の連携	68
6 4者共同行動計画の策定	68
7 二国間関係	69
8 国際機関等への協力を通じた国際観光促進	69
第2節 クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信	70
1 コンテンツを通じた日本ブランドの発信	70
2 クールジャパンを活用した効果的な情報発信	71
3 海外における日本ブランドの発信	72
4 青少年交流事業の実施	72
5 文化財の活用による観光振興・地域活性化	73
6 我が国の多様な文化芸術を活かした観光振興	73
7 クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信	73
8 映画・アニメを活用した観光振興	74
9 日本食・食文化の魅力発信	74
10 空港における食の海外展開等の取組	74
第3節 新たな視点に立った訪日プロモーションの実施	75
1 世界遺産等を活用した訪日プロモーション	75
2 外国人の視点を活かしたプロモーション	75
3 オープンスカイを契機とした訪日プロモーション	76
4 ツーウェイツーリズムの更なる拡大	76
第3章 ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化	77
第1節 ビザ要件の緩和	77
第2節 利用しやすい宿泊施設や交通機関の周知	77
1 外国人旅行者への情報発信	77

2	宿泊施設、交通機関、観光案内所等における外国人旅行者向けの 情報提供の充実	78
第3節	クルーズの振興	78
1	クルーズ船の寄港促進	78
2	フライ・アンド・クルーズによる訪日促進	79
第4節	航空ネットワークの更なる充実	79
第5節	出入国手続の改善	81
1	出入国手続の迅速化・円滑化	81
	(1) クルーズ船乗客に対する出入国手続の迅速化・円滑化	81
	(2) 空港におけるファストレーン設置に向けた検討	81
	(3) 空港での出入国手続の迅速化	81
	(4) 「トラステッド・トラベラー・プログラム」の創設	82
	(5) 出入国審査手続に対する地方自治体等による協力	82
第4章 世界に通用する魅力ある観光地域づくり		83
第1節	観光地域のブランド化	83
第2節	新たな観光地域のモデルとなる先進的取組	84
第3節	ニューツーリズムの創出	85
1	ニューツーリズムの創出・流通	85
2	各ニューツーリズムの推進	85
	(1) エコツーリズムの推進	85
	(2) グリーン・ツーリズムの推進	85
	(3) 海洋観光の振興	86
	(4) 船旅の魅力向上の推進	86
	(5) 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした 海上交通の活性化	86
	(6) スポーツツーリズムの推進	86
	(7) 医療と連携した観光の促進	87
	(8) インフラツーリズムの推進	87
	(9) サイクルツーリズムの推進	87
3	沖縄及び離島地域における観光振興	87
第4節	インフラプロジェクトと連動した観光振興	88
第5節	地域の観光ポテンシャルの最大化	88
1	日本政府観光局（JNTO）地域コンサルティング窓口	88
2	魅力ある観光地づくり	90
3	観光立国推進のための不動産関係事業者協議会	90
4	地域間交流を深める運動の促進	91
5	日本風景街道の推進	91
6	レンタサイクルの利用促進	91
7	農山漁村の地域資源の魅力の情報発信	91
8	沖縄における国際競争力を有する観光地の形成	92
9	自然公園の魅力向上を通じた地域の観光振興	92

10	先住民族としてのアイヌ文化等の発信	93
11	水辺とまちの未来創造プロジェクトの推進	93
第6節	被災地における旅行需要の喚起	94
1	被災地における旅行需要の喚起	94
2	「新しい東北」の創造に向けて	94
3	国立公園を核としたグリーン復興の取組	95
第7節	関係省庁との連携	95
第5章	外国人旅行者の受入環境整備	96
第1節	移動しやすい環境の整備	96
1	交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備	96
	(1) 訪日外国人旅行者の移動手段の充実・利便性の向上	96
	(2) 都心直結線の整備に向けた検討	96
	(3) バス・タクシー・レンタカーによる訪日外国人旅行者の利便性や満足度の向上	96
	(4) 羽田空港における空港アクセスの改善に向けた取組	97
2	多言語対応の改善・強化	97
	(1) 多言語対応の改善・強化のためのガイドライン策定	97
	(2) 道路案内標識の英語表記	97
	(3) ユビキタス技術を活用した情報提供の取組	98
3	宅配運送サービスを利用した「手ぶら観光」の促進	99
第2節	滞在しやすい環境の整備	99
1	多言語対応の改善・強化	99
	(1) 多言語対応の改善・強化のためのガイドライン策定	99
	(2) 自然公園施設の多言語化推進	99
	(3) 多言語対応の改善・強化	100
2	観光産業の外国人旅行者の対応の向上等	100
	(1) ツアーオペレーター認証制度の導入と定着	100
	(2) 外国人旅行者への情報発信	100
3	観光案内機能の強化	100
	(1) 外国人観光案内所のネットワーク拡大	100
	(2) 「道の駅」、SA・PAの観光等の機能強化	101
	(3) 通訳ガイドの質・量の充実	101
4	ムスリム旅行者への対応	102
5	訪日外国人旅行者の利便性の向上	102
	(1) 無料公衆無線LAN環境の促進	102
	(2) 決済環境の充実	103
	(3) 海外発行クレジットカード対応ATMの設置促進	103
6	外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充	103
第3節	観光産業の国際競争力強化	104
第4節	観光の振興に寄与する人材の育成	104
1	観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実	104

(1) 産学官の連携強化	104
2 観光事業に従事する者の知識及び能力の向上	105
(1) 宿泊産業における人材育成	105
(2) 観光分野における女性の人材育成	105
3 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進	106
第5節 観光旅行の容易化及び円滑化	106
1 休暇を取得しやすい職場環境の整備	106
2 小・中学校の休業の多様化と柔軟化	106
3 旅行業務に関する取引の公正の維持等	107
4 観光の意義に関する国民の理解の増進	107
(1) 若者の旅行の促進、ゼロ回層対策の強化	107
第6節 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	108
1 ホテル・旅館の諸課題への対応	108
(1) ホテル・旅館の建物に係る固定資産評価の見直し	108
(2) ホテル・旅館における飲食施設のメニュー誤表示対応	108
2 観光振興に資する地域づくり、街並み整備	108
(1) 広域的な連携による地域活性化の推進	108
(2) 官民連携による地域活性化のための基盤整備の推進	109
(3) 良好な街なみ環境整備の推進	110
3 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進	110
4 景観等に配慮した道路整備の推進	110
5 観光振興に資する道路空間の有効活用等	111
第7節 観光旅行者に対する接遇の向上	111
1 我が国の伝統の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	111
(1) 地域ブランドの振興	111
(2) 皇室関連施設の魅力の発信	111
第8節 観光旅行者の利便の増進	112
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	112
(1) 公共施設等のバリアフリー化	112
(2) ユニバーサルツーリズムの促進	112
(3) 地域公共交通の活性化・再生	113
(4) バスの利便性向上	113
(5) 道路交通の円滑化	113
(6) 自転車利用環境の整備等	114
(7) 身体障害者等の運賃等の割引	115
(8) 道路の整備等	115
第9節 観光旅行の安全の確保	116
1 国内外の観光地における事故、災害等に関する情報の提供	116
(1) 防災情報の提供	116

(2) 避難態勢の強化	116
(3) 外国人観光旅行者等の災害被害軽減	117
2 観光旅行における事故の発生の防止	117
(1) 公共交通機関の安全対策の推進	117
(2) 道路交通の防火安全対策の推進	117
(3) 宿泊施設の防火安全対策の推進	118
(4) 海外における事故・事件への対応と安全対策	118
(5) テロ対策の推進	119
第10節 観光地域における環境及び良好な景観の保全	119
1 観光地域における環境の保全	119
(1) 国立・国定公園の保護と利用の促進	119
(2) 世界自然遺産地域の適正な保全管理	120
(3) 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	120
(4) 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出	121
2 観光地域における良好な景観の保全	121
(1) 「景観法」の活用促進、基本理念の普及啓発	121
(2) 観光地における屋外広告物に関する制度の充実	121
(3) 歴史まちづくりの推進	122
(4) 歴史的風致維持向上推進等調査の実施	122
(5) 歴史・文化・風土を生かしたまちづくり支援	122
第11節 観光に関する統計の整備	122
第6章 MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み	124
第1節 MICEの誘致・開催の促進	124
第2節 国を挙げた一体的なMICE誘致体制の構築	126
1 グローバルMICE戦略都市の育成	126
2 産学官におけるオールジャパンの取組	126
3 MICEアンバサダーによる誘致活動の推進	127
第3節 都市のMICE受入環境の整備	127
第4節 国際競技大会の招致・開催の支援等	127
第5節 外国人ビジネス客の取り込み強化	128

目次

資料編

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	129
資料2	国際観光収支の状況（2012年（平成24年））	129
資料3	日本の国際観光収支の推移	130
資料4	海外旅行者数ランキング（2011年（平成23年））	130
資料5	海外旅行者数上位20か国の国民1人当たり海外旅行回数 （2011年（平成23年））	131
資料6	国別の国際会議開催件数（2013年（平成25年））	131
資料7	アジア・大洋州地域の都市別国際会議（2013年（平成25年））	132
資料8	日本人の延べ宿泊者数の月別推移（2013年（平成25年））	133
資料9	外国人延べ宿泊者数の月別推移（2013年（平成25年））	133
資料10	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（2013年（平成25年））	134
資料11	都道府県別延べ宿泊者数（2013年（平成25年））	135
資料12	都道府県別外国人延べ宿泊者数（2013年（平成25年））	136
資料13	都道府県別の延べ宿泊者数の構成（2013年（平成25年））	137
資料14	都道府県別の外国人延べ宿泊者数の構成（2013年（平成25年））	138
資料15	国・地域別の外国人延べ宿泊者数の構成・上位5都道府県 （2013年（平成25年））	139
資料16	都道府県別宿泊施設の定員稼働率（2013年（平成25年））	140
資料17	都道府県別宿泊施設の客室稼働率（2013年（平成25年））	141
資料18	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人当たり平均宿泊数（2013年（平成25年））	142
資料19	都道府県別の実宿泊者数（2013年（平成25年））	143
資料20	都道府県別の外国人実宿泊者数（2013年（平成25年））	144
資料21	都道府県別の実観光入込客数・観光消費額	145
資料22	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）	146
資料23	日本人海外旅行者の性別構成比の推移	148
資料24	日本人海外旅行者数の性別・年齢階層別の推移	148
資料25	出国日本人の旅客輸送の状況	149
資料26	日本人海外旅行者の滞在期間比率の状況	149
資料27	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	150
資料28	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	151
資料29	訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者数（2013年（平成25年））	151
資料30	訪日外国人旅行者数の月別推移（2013年（平成25年））	152
資料31	訪日外国人旅行者の訪問率上位都道府県の推移	152
資料32	訪日外国人旅行者数の目的別推移	153
資料33	訪日外国人旅行者の目的別割合（2013年（平成25年））	153

資料34	国・地域別訪日外国人旅行者の目的別比率（2013年（平成25年））	154
資料35	国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率 （全目的）（2013年（平成25年））	155
資料36	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）（2013年（平成25年））	155
資料37	入国外国人の旅客輸送の推移	156
資料38	訪日外国人旅行者の滞在期間比率の状況	156
資料39	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行消費額（2013年（平成25年））	157
資料40	訪日外国人旅行者1人1回当たりの旅行総支出額	157
資料41	訪日外国人旅行者の国・地域別1人当たり旅行総支出額 （2013年（平成25年））	158
資料42	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行支出構成比（2013年（平成25年））	159
資料43	訪日外国人旅行者の満足度・再訪意向	160
資料44	日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額	160
資料45	旅行消費額の推計（2012年（平成24年））	161
資料46	国内の旅行消費額の市場別内訳（2012年（平成24年））	161
資料47	日本国内における旅行消費額の経済効果（2012年（平成24年））	162
資料48	旅行消費が日本国内にもたらす経済効果（2012年（平成24年））	162
資料49	旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果（2012年（平成24年））	163
資料50	旅行関連の支出の推移	163
資料51	日本国内の輸送機関別旅客輸送量の推移	164
資料52	今後の生活の力点	164
資料53	今後の生活の力点の推移	165
資料54	余暇活動の潜在需要上位10種目（2012年（平成24年））	165
資料55	現在の生活に対する満足度（2013年（平成25年））	166
資料56	観光庁関係予算（平成26年度）	167
資料57	観光庁関係予算の推移	167
資料58	観光庁最近の主な取組一覧（平成25年度）	168

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	2
図表 I-2	国際観光客到着数の推移	2
図表 I-3	国際観光客到着数と実質世界GDPの推移	3
図表 I-4	国際観光客受入数の地域別シェア (2003年(平成15年) - 2013年(平成25年))	4
図表 I-5	地域別国際観光客数(2013年(平成25年))	5
図表 I-6	国際観光客の年平均伸び率	5
図表 I-7	外国人旅行者受入数ランキング(2012年(平成24年))	6
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 (2012年(平成24年))	7
図表 I-9	国際観光収入ランキング(2012年(平成24年))	8
図表 I-10	国際観光支出ランキング(2012年(平成24年))	9
図表 I-11	訪日外国人旅行者数の推移	10
図表 I-12	訪日外国人旅行者の内訳2013年(平成25年)	11
図表 I-13	延べ宿泊者数の日本人・外国人別の増加分2013年(平成25年)	12
図表 I-14	客室稼働率の推移	12
図表 I-15	宿泊施設別の外国人の延べ宿泊者数の構成比 2012年(平成24年) - 2013年(平成25年)	13
図表 I-16	都道府県別、ホテルの種類別の客室稼働率 2013年(平成25年)	14
図表 I-17	旅行消費額の推移	14
図表 I-18	世界及び地域別の国際会議開催件数の推移	15
図表 I-19	アジア・大洋州における主要国の国際会議開催件数 (1991年(平成3年) - 2013年(平成25年))	16
図表 I-20	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(1991年(平成3年) - 2013年(平成25年))	16
図表 I-21	訪日外国人旅行者数の推移	17
図表 I-22	訪日外国人旅行者数と国際観光客到着数の推移	18
図表 I-23	東アジア、ASEAN(6か国平均)の経済成長の推移(H15=100)	19
図表 I-24	2003年(平成15年)以降の東アジア、ASEAN 6か国の 訪日旅行者の推移	20
図表 I-25	2003年(平成15年)以降の円・ドルレートの推移	21
図表 I-26	2000年(平成12年)以降に実施された主なビザの緩和	22
図表 I-27	ビザ免除(2004年(平成16年)4月1日実施)前後の 訪日旅行者数の推移(香港)	23
図表 I-28	ビザ免除(2005年(平成17年)3月1日実施)前後の 訪日旅行者数の推移(韓国)	23
図表 I-29	ビザ免除(2005年(平成17年)3月11日実施)前後の 訪日旅行者数の推移(台湾)	24
図表 I-30	ビザ免除(2013年(平成25年)7月1日実施)前後の 訪日旅行者数の推移(タイ)	24

図表 I -31	ビザ免除（2013年（平成25年）7月1日実施）前後の 訪日旅行者数の推移（マレーシア）	25
図表 I -32	国際線の日本発着便数の推移	25
図表 I -33	国際線の日本発着便数の構成比	26
図表 I -34	羽田空港・成田空港の発着枠の拡大	26
図表 I -35	LCC（ローコストキャリア）国際線の路線数の推移	27
図表 I -36	日本人の海外旅行者数の推移	28
図表 I -37	日本人の海外旅行者数の月別推移 2013年（平成25年）	28
図表 I -38	国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移 2013年（平成25年）	29
図表 I -39	国内日帰り観光旅行延べ人数、国内宿泊観光旅行延べ人数の推移	29
図表 I -40	日本人の国内日帰り観光旅行延べ人数の月別推移 2013年（平成25年）	30
図表 I -41	日本人の国内宿泊観光旅行延べ人数の月別推移 2013年（平成25年）	30
図表 I -42	観光客中心の宿泊施設の延べ日本人宿泊者数（2011年（平成23年）－ 2013年（平成25年）の対2010年（平成22年）同月比の推移）	31
図表 I -43	観光客中心の宿泊施設の訪日外国人延べ宿泊者数（（2011年（平成23年）－ 2013年（平成25年）の対2010年（平成22年）同期比の推移）	32
図表 I -44	ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数（2011年（平成23年）－ 2013年（平成25年）の対2010年（平成22年）同月比の推移）	32
図表 I -45	地域ブロック別延べ宿泊者数（2013年（平成25年））	33
図表 I -46	延べ宿泊者、外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比 2013年（平成25年）	33
図表 I -47	地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国籍・地域別構成比 2013年（平成25年）	35
図表 II -1	ロンドン大会の運営組織	45
図表 II -2	プレゲーム・トレーニング・キャンプの開催地	51
図表 II -3	訪英外国人旅行者数の推移	52
図表 II -4	四半期での訪英外国人旅行者数の推移（対前年同期比）	53
図表 II -5	訪英外国人旅行者の消費額の推移	54
図表 II -6	訪英外国人旅行者の消費額の推移（四半期）	55
図表 II -7	地方別の訪英外国人旅行者数の推移	56
図表 II -8	地方別の訪英外国人旅行者数（1月～9月の計）の対前年同期比	56
図表 II -9	地方別の訪英外国人旅行者の消費額の推移	57
図表 II -10	地方別の訪英外国人旅行者の消費額（1月～9月の計）の 対前年同期比	58
図表 II -11	訪加外国人旅行者数の推移	62
図表 II -12	訪加外国人旅行者消費額	63
図表 II -13	オリンピック前後の外国人旅行者数	64

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

近年の世界経済は、2007年（平成19年）～2009年（平成21年）の期間ではサブプライムローン問題、リーマンショックの影響から、世界的に大きく景気が後退したが、その後は多くの地域は回復基調にある。ただ、景気後退から回復までの動きについては、次のように地域により異なっている。

IMF¹（国際通貨基金）によると、米国は、リーマンショック発生の直前3年間、実質経済成長率は1.8～3.4%の間であったが、2008年（平成20年）、翌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1.8～2.8%の間で推移している。

EU²（欧州連合）は、リーマンショック翌年の2009年（平成21年）にギリシャに端を発した欧州ソブリン危機が発生し、実質経済成長率は-4.4%まで低下した。2010年（平成22年）は2.0%まで好転し、2011年（平成23年）も1.6%を記録したが、2012年（平成24年）には-0.7%と再び後退しており、不安定な状況が続いている。

これに対し、新興国では、リーマンショックの影響は見られるものの、比較的高い経済成長が続いている。中国は、2003年（平成15年）から2007年（平成19年）までの5年間、毎年10%以上の成長を達成しており、特に2007年（平成19年）は14.2%を記録した。リーマンショック後は、成長の勢いは鈍化したものの7.7～10.4%で推移している。

ASEAN³（東南アジア諸国連合）も、主要6か国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム）については、リーマンショックの影響により、実質経済成長率が6か国平均で1.1%まで低下したものの、2010年（平成22年）以降は4.5%～8.4%で推移している。

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20年）は6.0%とリーマンショック前の2007年（平成19年）の5.8%を超える回復を見せた。その後はやや勢いが弱まり、2012年（平成24年）は3.1%であった。

中東・北アフリカでは、景気後退が最も大きかった2009年（平成21年）でも3.0%で落ち込みは小さかったが、その後は3.9～5.5%前後で推移している。サハラ以南アフリカは、2009年（平成21年）に2.6%まで低下したが、その後は4.9～5.6%で推移している。（[図表 I-1](#)）

1 International Monetary Fundの略。

2 European Unionの略。

3 Association of South-East Asian Nationsの略。

■ 図表I-1 ■ 主要国・地域の実質経済成長率の推移

(単位: %)

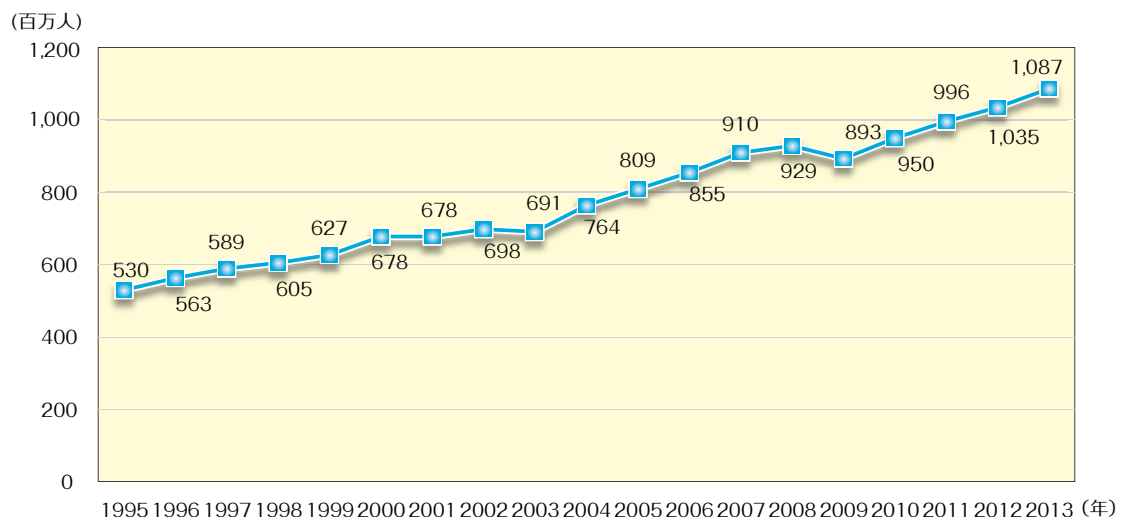
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
米国	3.4	2.7	1.8	-0.3	-2.8	2.5	1.8	2.8
EU(欧州連合)	1.7	3.3	3.0	0.4	-4.4	2.0	1.6	-0.7
中国	11.3	12.7	14.2	9.6	9.2	10.4	9.3	7.7
ASEAN(6か国平均)	5.8	6.2	6.7	4.1	1.1	8.4	4.5	5.3
中南米カリブ海諸国	4.6	5.6	5.8	4.3	-1.3	6.0	4.6	3.1
中東・北アフリカ	5.6	6.8	6.0	5.1	3.0	5.5	3.9	4.1
サハラ以南アフリカ	6.2	6.3	7.1	5.7	2.6	5.6	5.5	4.9

注) IMF (国際通貨基金) 資料を基に観光庁作成。

第2節 平成25年度の世界の観光の状況

UNWTO⁴ (国連世界観光機関) の2014年 (平成26年) 1月の発表によると、2013年 (平成25年) の世界全体の国際観光客到着数は前年比で5%増となり、10億8,700万人を記録した。(図表I-2)

■ 図表I-2 ■ 国際観光客到着数の推移

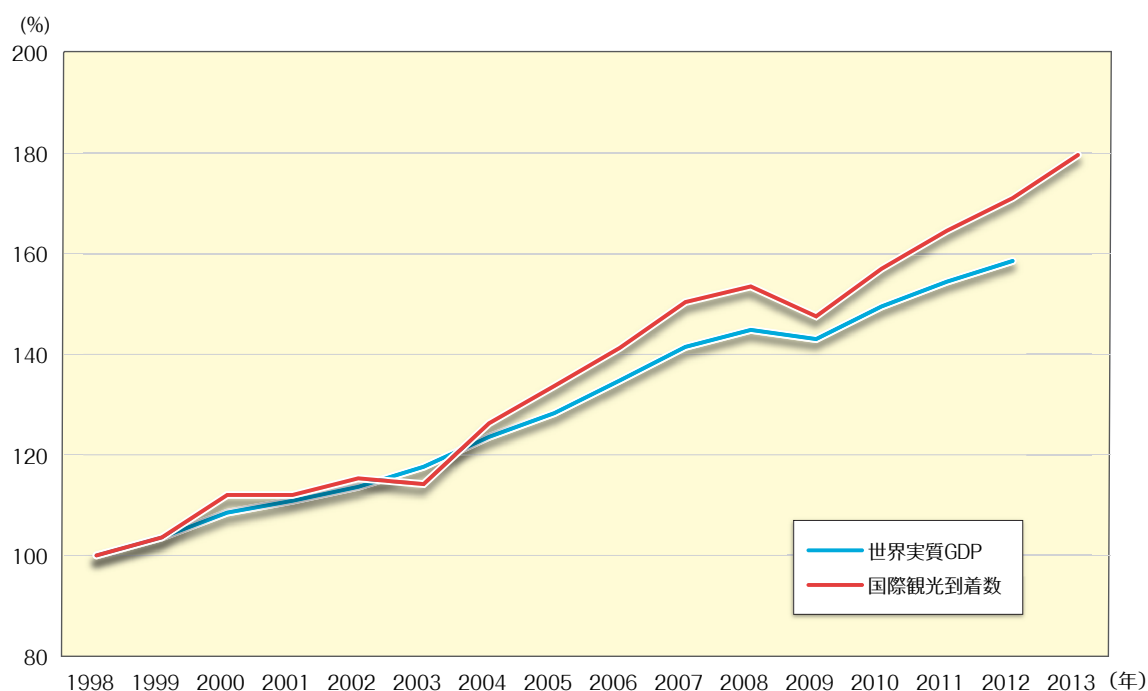


注) UNWTO (国連世界観光機関) 資料に基づき観光庁作成。

国際観光客到着数と実質世界GDPの伸びの推移を比較すると、同じように推移しているが、国際観光客到着数の方が伸びはやや上回っている。(図表I-3)

4 国連の機関World Tourism Organizationの略。

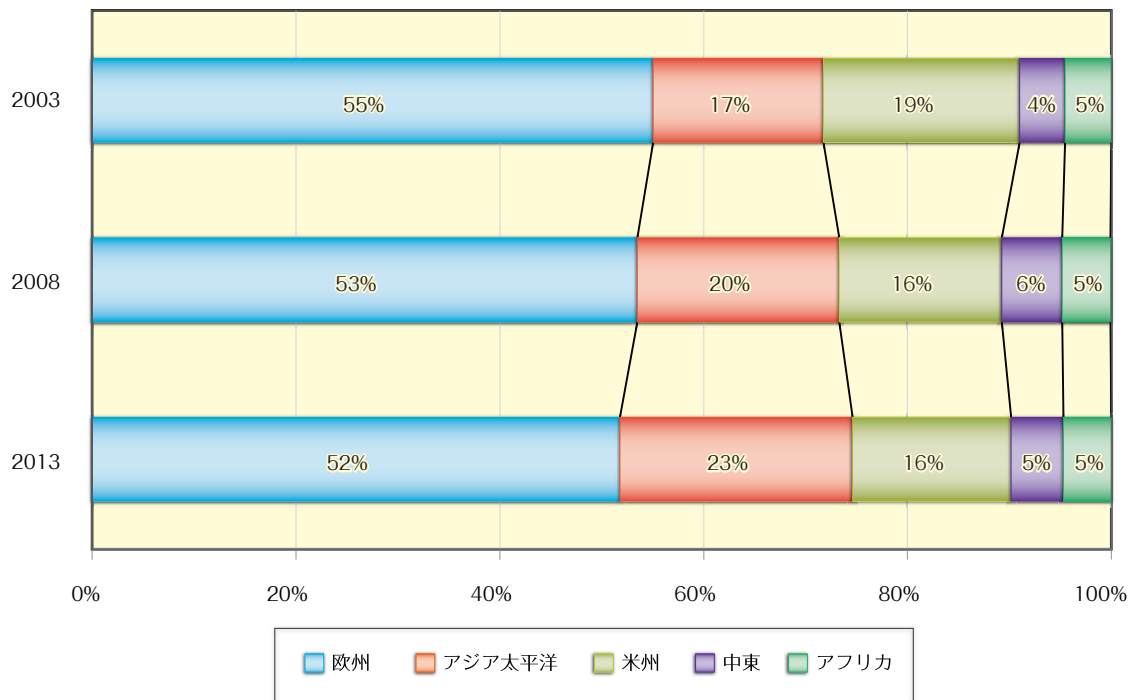
図表I-3 国際観光客到着数と実質世界GDPの推移



注1) 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2) 1998年 (平成10年) を100として指数化。
 注3) 実質世界GDPは2012年 (平成24年) まで。

国際観光客受入数の地域別シェアは、欧州が過半を占めているが、徐々に減少している。米州は2003年 (平成15年) に19%であったが、2013年 (平成25年) には16%になり減少している。これに対し、アジア太平洋はシェアが順調に伸びてきており、2003年 (平成15年) に17%であったが、2013年 (平成25年) は23%にまで拡大しており、特に著しい成長を見せている。中東、アフリカの2013年 (平成25年) のシェアは、ともに5%前後である。(図表I-4)

【図表I-4】 国際観光客受入数の地域別シェア（2003年（平成15年）－2013年（平成25年））



注）UNWTO（国連世界観光機関）資料をもとに観光庁作成。

前述のUNWTO（国連世界観光機関）の2014年（平成26年）1月の発表によると、地域別では、欧州を訪れた国際観光客数は2011年（平成23年）及び2012年（平成24年）に引き続き増加傾向にあり、2013年（平成25年）では前年に比べ2,900万人増加し、5億6,300万人となった。

アジア太平洋を訪れた国際観光客数は、前年に比べ1,400万人増加し、2億4,800万人となった。増加率は6%と、各地域の中で最も高い増加率となった。

米州を訪れた国際観光客数は、前年に比べ600万人増加（対前年比3.6%増）し、1億6,900万人となった。

アフリカを訪れた国際観光客数は、前年に比べ300万人増加（対前年比5.6%増）し、5,600万人となった。（図表I-5）

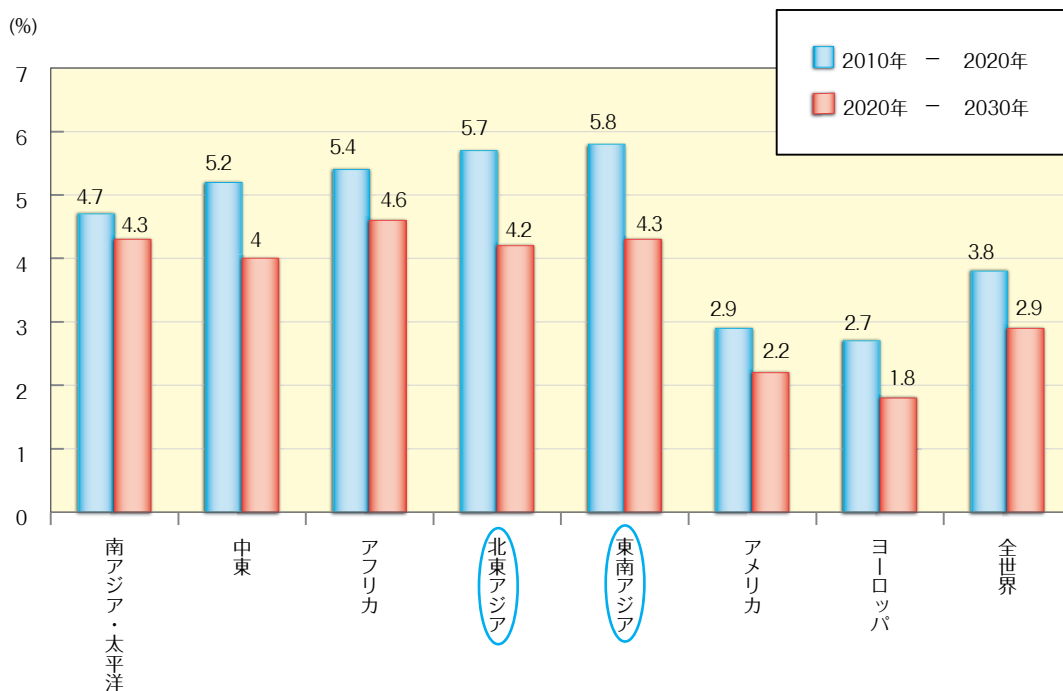
【図表I-5】 地域別国際観光客数（2013年（平成25年））

	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	108,700	5,200	5.0%
欧州	56,300	2,900	5.4%
アジア太平洋	24,800	1,400	6.0%
米州	16,900	600	3.6%
アフリカ	5,600	300	5.6%
中東	5,200	10	0.3%

注) 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にあると見られている。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、北東アジア・東南アジアは世界の中でも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

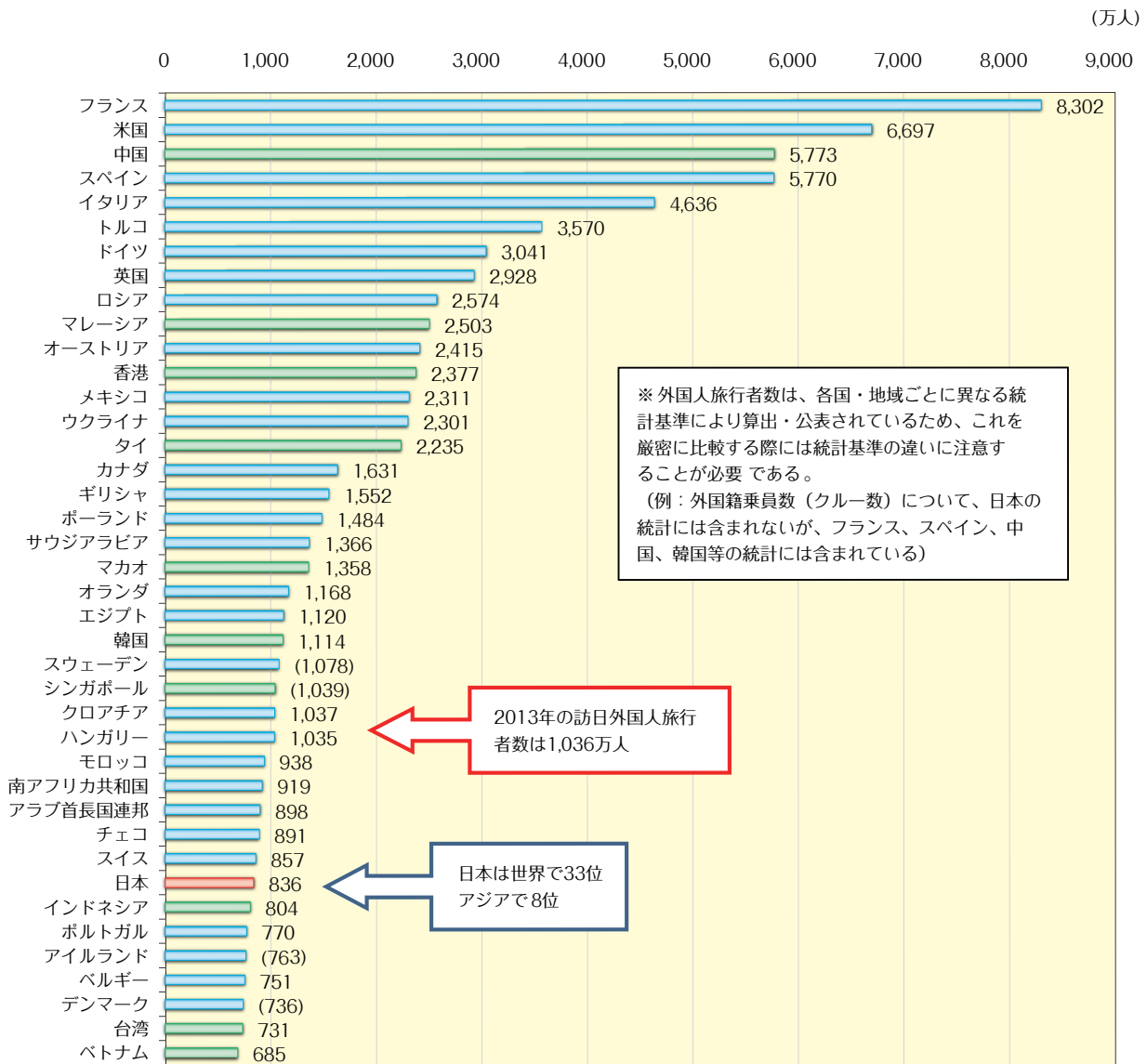


注) UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成。

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し、公表している。このため、厳密に比較する際には、統計基準の違いに注意する必要があるが、2012年（平成24年）の外国人旅行者受入数については、前年に引き続き、フランスが8,302万人で首位となり、米国が6,697万人で2位、中国が5,773万人で3位であった。日本は東日本大震災のあった2011年（平成23年）の622万人（39位（アジアで10位））から836万人（33位（アジアで8位））となり、人数、順位ともに上昇した。（図表I-7）

なお、2013年（平成25年）の訪日外国人旅行者数は、前年比24.0%増の1,036万人であり、2012年（平成24年）の外国人旅行者受入数ランキングでは27位の水準に相当する。

【図表I-7】外国人旅行者受入数ランキング（2012年（平成24年））



- 注1) UNWTO（国連世界観光機関）と各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局（JNTO）作成。
- 注2) 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較する際には統計基準の違いに注意することが必要。
- 注3) 本表の数値は2013年（平成25年）6月時点の暫定値である。
- 注4) スウェーデン、シンガポール、アイルランド、デンマークは、2012年（平成24年）の数値が不明であるため、2011年（平成23年）の数値を採用した。
- 注5) アラブ首長国連邦は、連邦を構成するドバイ首長国のみ数値が判明しているため、その数値を採用した。
- 注6) 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泊以上した外国人旅行者数である。
- 注7) 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、そのつど順位が変わり得る。

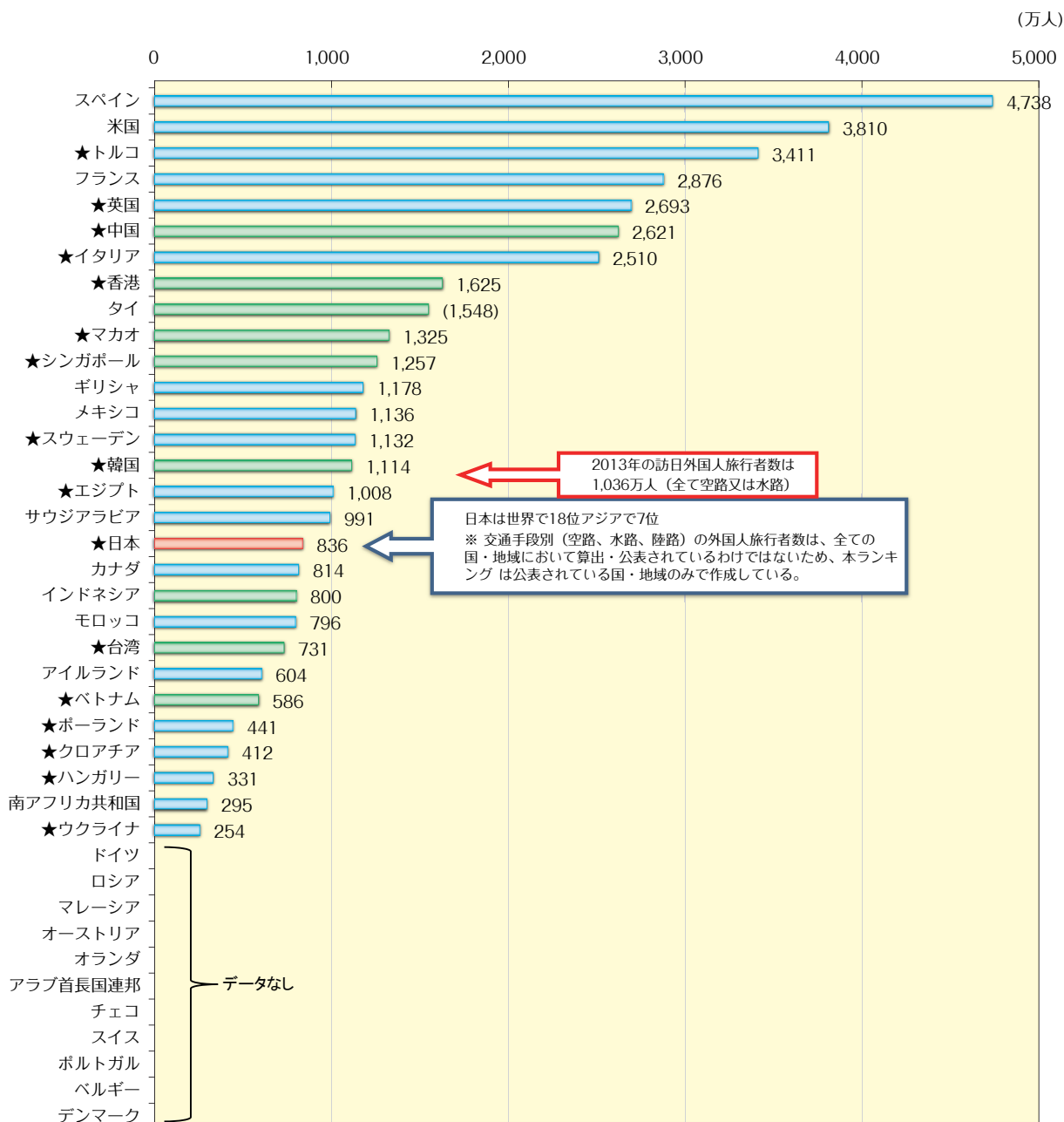
日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる。一方、欧州など多くの国が隣国と陸続きで自動車等による入国も多いことから、我が国と同様の条件で比較したのが図表I-8である。

2012年（平成24年）の空路又は水路による外国人旅行者受入数については、スペインが4,738万人で首位となり、米国が3,810万人で2位、トルコが3,411万人で3位であった。日本は836万人（18位（アジアで7位））であった。（図表I-8）

なお、2013年（平成25年）の空路又は水路による訪日外国人旅行者数は、前年比24.0%増の1,036万人であり、2012年（平成24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16位の水準に相当する。

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（2012年（平成24年））

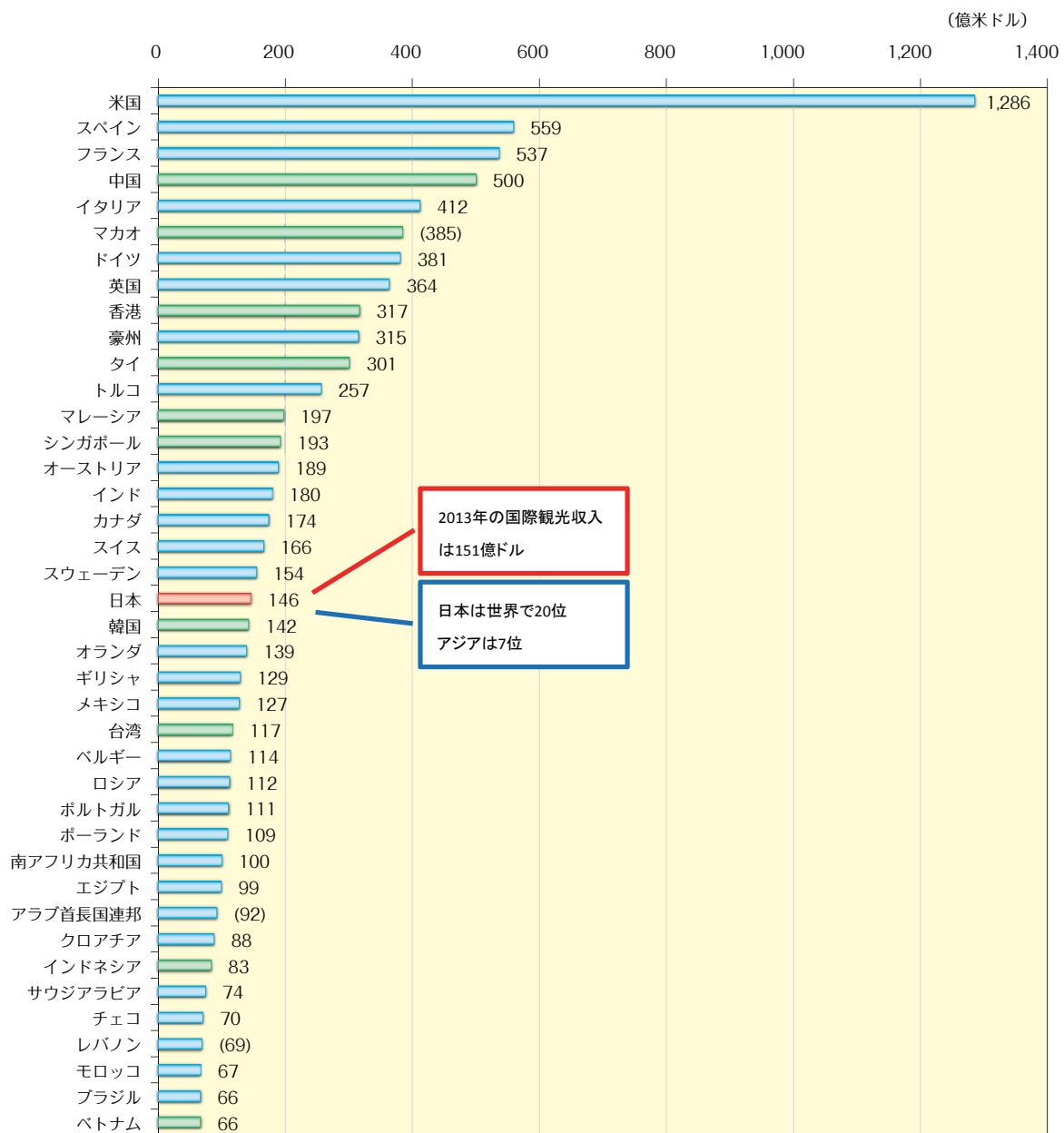


注1) UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成。
 注2) 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較するには統計基準の違いに注意することが必要。
 注3) 本表の数値は2014年（平成26年）2月時点の暫定値である。
 注4) タイは、2012年（平成24年）の数値が不明であるため、2011年（平成23年）の数値を採用した。
 注5) 本表で採用した数値は、★印を付した国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。
 注6) 本表で採用した数値は、空路、水路、陸路の交通手段のうち、陸路（自動車等による入国）を除いた外国人旅行者数である。
 注7) ドイツ、ロシア、マレーシア、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8) 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、そのつど順位が変わり得る。

2012年（平成24年）の各国・地域の国際観光収入については、2011年（平成23年）と比べ、順位の変動はあるものの上位10か国の国・地域は変わらなかった。米国が1,286億ドルで2011年（平成23年）に引き続き首位、スペインが559億ドルで2位、フランスが537億ドルであった。日本は146億ドル（20位（アジアで7位））と、2011年（平成23年）の110億ドル（28位（アジアで10位））に比べ金額、順位ともに上昇している。アジアについて見ると、中国が2011年（平成23年）に引き続き首位であった。

なお、2013年（平成25年）の日本の国際観光収入は、前年比3.8%増の151億ドルであり、2012年（平成24年）の国際観光収入ランキングでは20位の水準に相当する。（図表I-9）

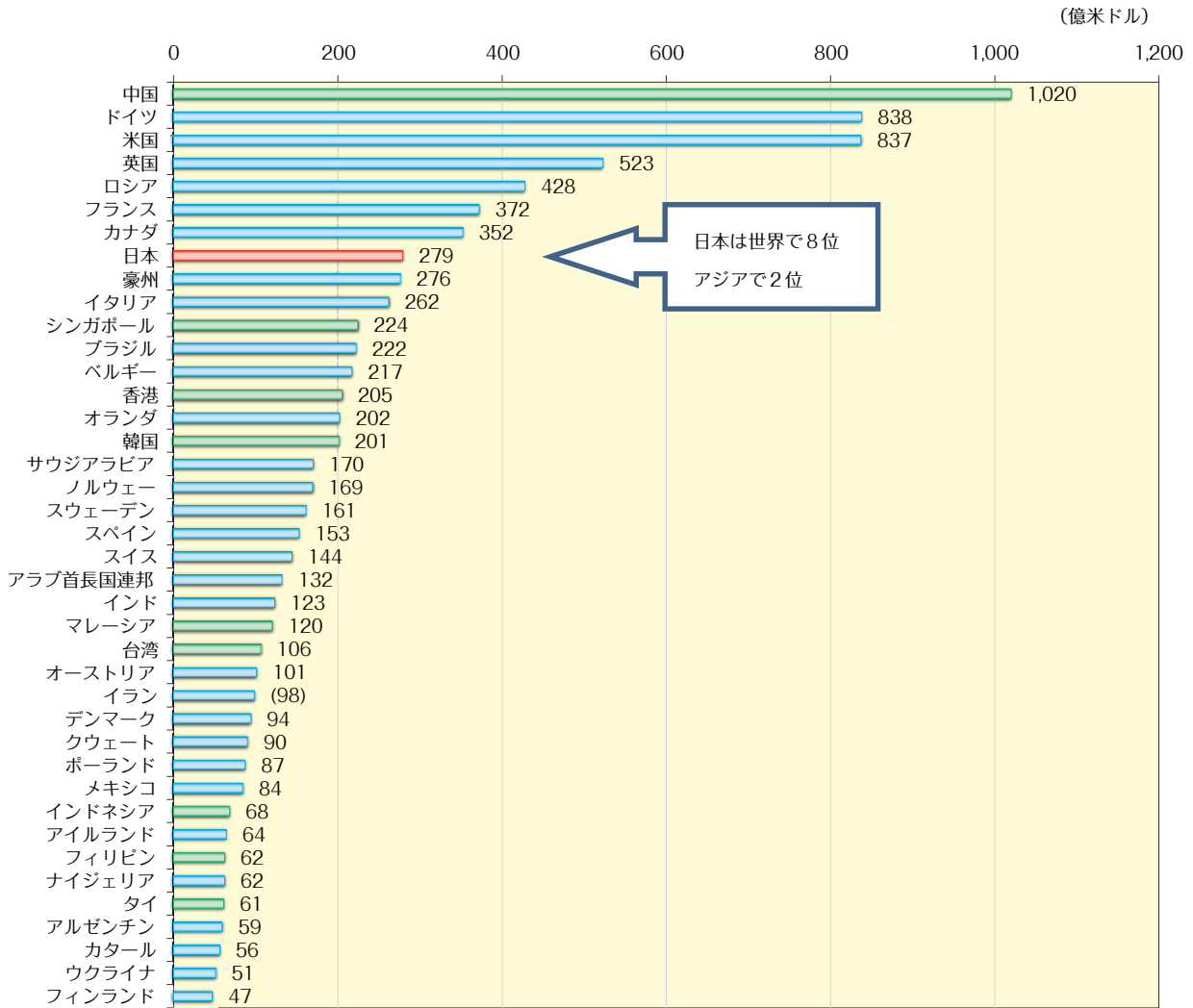
図表I-9 国際観光収入ランキング（2012年（平成24年））



注1) 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2) 本表の数値は2013年（平成25年）6月時点の暫定値である。
 注3) マカオ、アラブ首長国連邦、レバノンは2012年（平成24年）の数値が不明であるため、2011年（平成23年）の数値を採用した。
 注4) 本表の国際観光収入には、国際旅客運賃は含まれていない。
 注5) 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、そのつど順位が変わり得る。

2012年（平成24年）の各国・地域の国際観光支出については、中国が1,020億ドルと首位となった。ドイツが838億ドルで2位となり、2011年（平成23年）の首位から順位を一つ下げた。米国が837億ドルで3位となり、ドイツと同様に2011年（平成23年）の2位から順位を一つ下げた。日本は279億ドル（8位（アジアで2位））となり、2011年（平成23年）の272億ドル（9位（アジアで2位））に比べて金額、順位ともに上昇した。（図表I-10）

図表I-10 国際観光支出ランキング（2012年（平成24年））



注1) 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2) 本表は国際観光支出には、国際旅客運賃は含まれていない。
 注3) 本表の数値は2013年（平成25年）6月時点の暫定値である。
 注4) アラブ首長国連邦、イランは2012年（平成24年）の数値が不明であるため、2011年（平成23年）の数値を採用した。
 注5) 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、そのつど順位が変わり得る。

第2章 日本の観光の動向

2013年（平成25年）の日本経済は、金融緩和、財政出動、成長戦略の「三本の矢」による「アベノミクス」で株高となり、内閣府「日本経済2013-2014」によると、景気は緩やかに回復しつつあると判断されている。

2013年（平成25年）は、観光においても日本が世界に誇るべき出来事が多かった年である。6月には「富士山－信仰の対象と芸術の源泉」が世界遺産となり、12月には「和食；日本人の伝統的な食文化」が無形文化遺産になるという輝かしい出来事が続いた。さらに、9月には、2020年のオリンピック・パラリンピックが東京において開催されることが決まり、日本中が歓喜に包まれた。

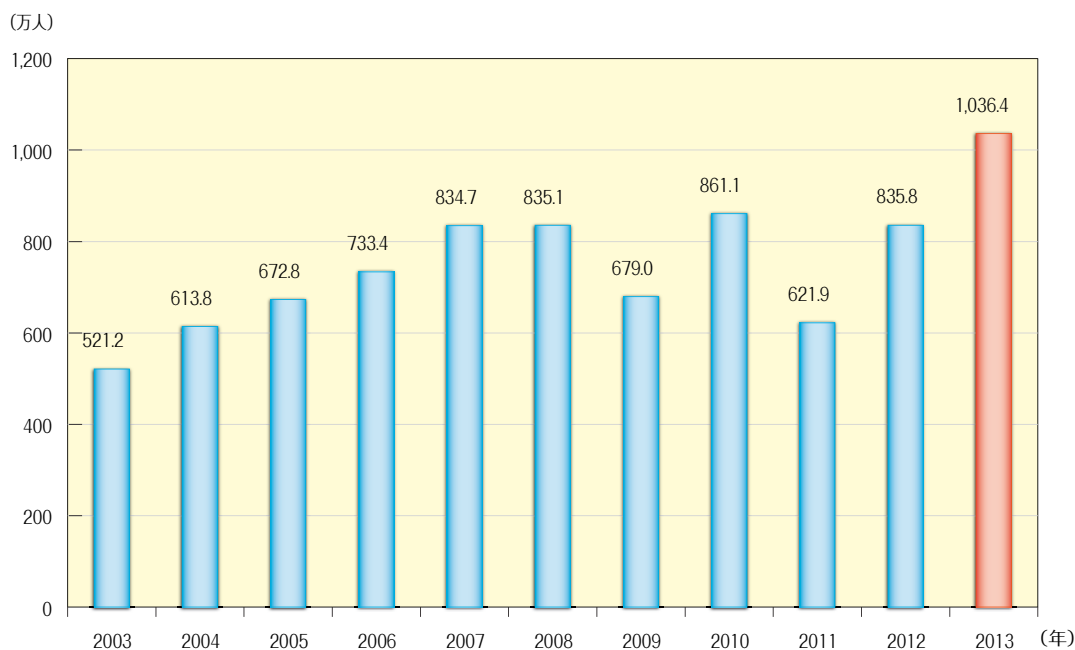
また、2013年（平成25年）は日本各地で様々な行事やイベントが開催された。4月には、東京ディズニーランドが30周年を迎えたほか、東京銀座にリニューアルした歌舞伎座がオープンした。更には、首都圏だけでなく、伊勢神宮の式年遷宮や出雲大社の本殿遷座祭など、地方にも注目が集まった。

第1節 訪日旅行の状況

1 訪日旅行の状況

2013年（平成25年）の訪日外国人旅行者数は、1,036万人（対前年比24.0%増）となり、これまで過去最高であった2010年（平成22年）の861万人を上回り、初めて年間1,000万人を突破した。（**図表I-11**）

図表I-11 訪日外国人旅行者数の推移



注) 日本政府観光局 (JNTO) 資料をもとに観光庁作成。

国・地域別に見ると、アジア（台湾、香港、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、インド）の8か国・地域と、豪州、フランスを加えた合計10か国・地域において年間訪日旅行者数の最高を記録した。

韓国については、8月以降の放射能汚染水の風評被害等により、訪日旅行者数の伸び率は減速したものの、2007年（平成19年）の260万人に次いで過去2番目の246万人（対前年比20.2%増）となり、訪日外国人全体に占める割合は23.7%であった。

中国については、一昨年9月の尖閣諸島三島の取得・保有の影響により、年初から8月まで前年同月比を大きく下回ったが、9月以降に急回復し、年間では過去3番目の131万人（対前年比7.8%減）となり、訪日外国人全体に占める割合は12.7%であった。

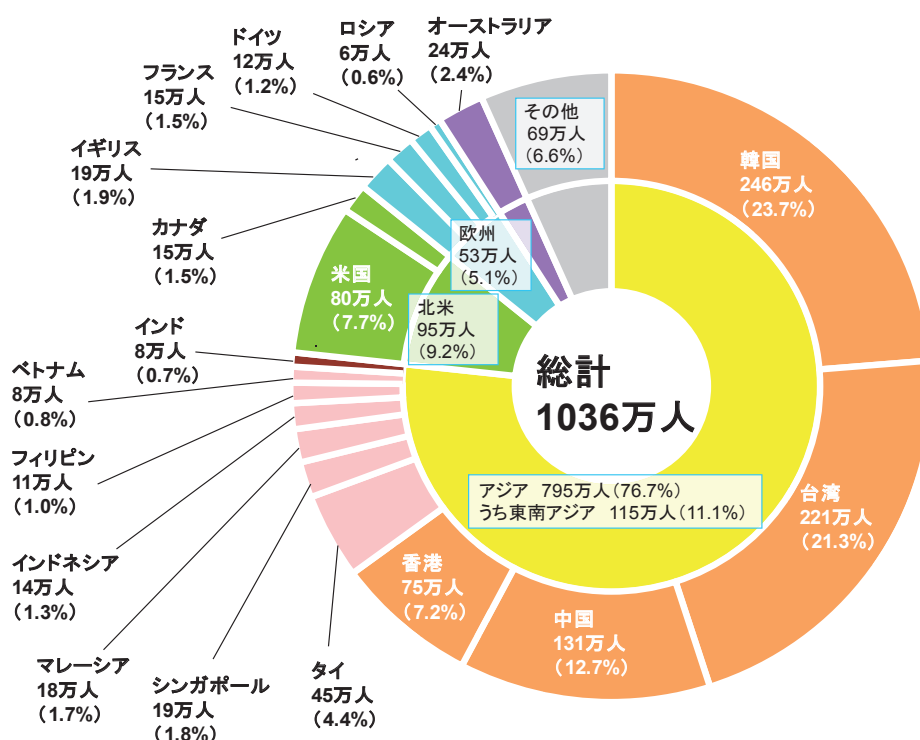
台湾と香港については、LCC（ローコストキャリア）の新規就航等による座席供給量の拡大、円安方向への動きによる旅行需要の増大などにより訪日旅行者が大幅に増加し、台湾では221万人（対前年比50.8%増）、香港では75万人（対前年比54.9%増）と、ともに過去最高を記録した。訪日外国人全体に占める割合は、それぞれ、21.3%、7.2%であった。

東南アジア6か国（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）については、2013年（平成25年）は過去最高の合計115万人（対前年比48.3%増）となり、訪日外国人全体に占める割合は11.1%であった。

欧米豪については、フランスを中心に、前年比10%台の堅調な伸びを示した。

その他の地域では、南米は5.0万人、アフリカは2.7万人であった。（図表I-12）

図表I-12 訪日外国人旅行者の内訳2013年（平成25年）



注1) 日本政府観光局（JNTO）資料より観光庁作成。

注2) () 内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア

注3) 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。

訪日外国人旅行者数の増加は、国内の宿泊業にも影響を与えている。

2013年（平成25年）（暫定値）の延べ宿泊者数は、日本人が約4.23億人泊（対前年比2.3%増）、外

国人は約0.33億人泊（対前年比26.3%増）となり、日本人、外国人ともに調査開始以来の最高値を記録したが、その中でも、外国人の伸びが特に顕著であり、日本人も含めた全体の伸びに占める寄与率は42%に達した。（**図表I-13**）

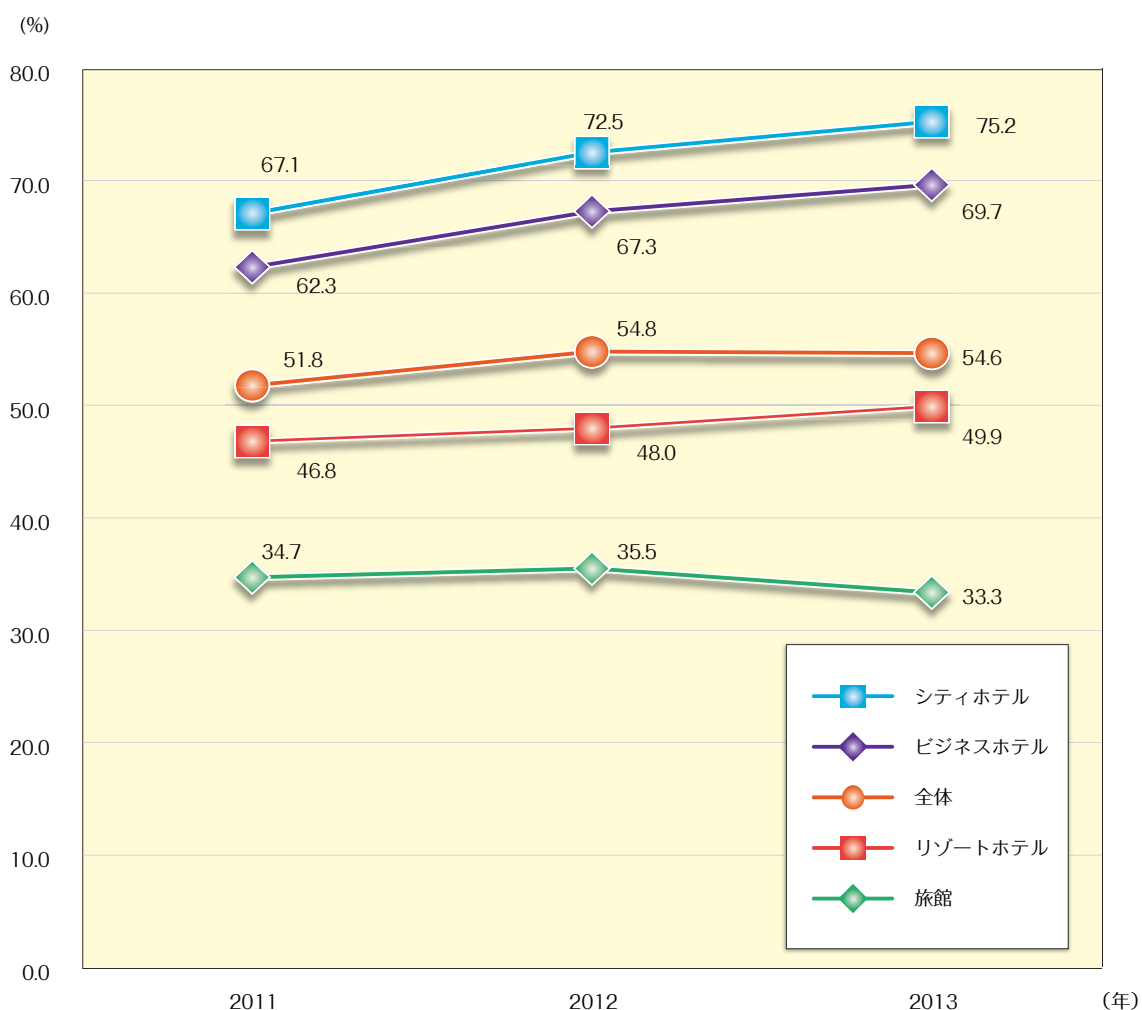
図表I-13 延べ宿泊者数の日本人・外国人別の増加分2013年（平成25年）

	延べ宿泊者数	日本人延べ宿泊者数 (全体に占める割合)	外国人延べ宿泊者数 (全体に占める割合)
平成24年(確定値)	439	413 (94%)	26 (6%)
平成25年(暫定値)	456	423 (93%)	33 (7%)
増加分 (全体に占める割合)	17	10 (58%)	7 (42%)

注) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

客室稼働率については、宿泊施設ごとに傾向に違いが見られる。過去3年間（2011年（平成23年）－2013年（平成25年））の客室稼働率は、ビジネスホテル、シティホテルは上昇傾向にあるが、旅館は2013年（平成25年）に33.3%へ低下している。（**図表I-14**）

図表I-14 客室稼働率の推移



注) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

また、宿泊施設別の外国人延べ宿泊者数構成比を見ると、いずれの施設分類も、2013年（平成25年）は2012年（平成24年）と比べ増加しているが、その中でも、シティホテルにおける外国人の伸びが特に顕著であり、外国人旅行者数の増加がシティホテルの客室稼働率の増加（2012年（平成24年）：72.5%、2013年（平成25年）：75.2%）に寄与していると考えられる。（[図表I-14](#)、[図表I-15](#)）

図表I-15 宿泊施設別の外国人の延べ宿泊者数の構成比 2012年（平成24年）－2013年（平成25年）

	延べ宿泊者数 (単位：百万人泊)		外国人延べ宿泊者数 (単位：百万人泊)		外国人構成比 (単位：%)	
	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)
旅館	106	103	2	3	2.0	2.9
リゾートホテル	65	67	3	4	4.7	6.5
ビジネスホテル	170	180	8	10	4.7	5.4
シティホテル	67	72	12	15	17.3	20.6
全体	439	456	26	33	6.0	7.3

(注) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。2013年（平成25年）の数値は暫定値である。

例年ピークとなる7月から9月にかけての客室稼働率を見ると、シティホテルについては、主に首都圏、近畿圏や北海道、愛知県、広島県等の大都市を有する地域を中心に80%を超えている。（[図表I-16](#)）

【図表I-16】 都道府県別、ホテルの種類別の客室稼働率 2013年（平成25年）

H25年7月-9月 客室稼働率(%)	宿泊施設タイプ			H25年7月-9月 客室稼働率	宿泊施設タイプ		
	リゾート ホテル	ビジネス ホテル	シティ ホテル		リゾート ホテル	ビジネス ホテル	シティ ホテル
全国	61.1	73.0	78.8	三重県	59.6	76.2	70.8
北海道	62.4	81.9	84.9	滋賀県	57.8	57.1	72.3
青森県	61.0	75.9	64.7	京都府	63.9	81.0	84.2
岩手県	42.3	73.3	73.6	大阪府	73.9	81.5	84.2
宮城県	47.8	82.5	72.3	兵庫県	56.1	71.3	75.2
秋田県	56.0	68.0	65.8	奈良県	40.3	61.9	72.6
山形県	49.3	76.1	64.3	和歌山県	50.7	48.6	69.3
福島県	45.0	84.8	80.5	鳥取県	22.3	77.5	77.2
茨城県	41.0	60.1	63.3	島根県	35.6	80.7	67.2
栃木県	56.6	65.4	49.3	岡山県	31.6	68.7	60.1
群馬県	45.6	61.0	64.0	広島県	61.5	72.1	83.0
埼玉県	38.6	82.1	71.3	山口県	50.1	61.7	63.7
千葉県	86.8	71.3	83.1	徳島県	30.2	62.5	71.6
東京都	77.7	81.7	82.7	香川県	72.3	54.7	70.0
神奈川県	70.7	80.1	82.3	愛媛県	38.6	60.0	64.2
新潟県	36.7	67.2	69.6	高知県	51.5	55.5	64.4
富山県	66.6	71.0	74.6	福岡県	62.0	75.8	78.7
石川県	56.4	69.0	72.2	佐賀県	53.5	62.4	53.6
福井県	50.5	65.2	55.2	長崎県	59.3	68.7	67.6
山梨県	71.9	70.5	63.7	熊本県	67.4	66.9	73.6
長野県	51.9	73.0	81.0	大分県	68.0	62.8	65.9
岐阜県	55.6	61.9	67.8	宮崎県	47.7	54.9	61.6
静岡県	55.9	65.3	66.0	鹿児島県	44.0	63.8	67.6
愛知県	47.2	66.7	80.1	沖縄県	80.1	70.0	72.6

注) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。2013年（平成25年）の数値は暫定値である。

旅行消費額を見ると、訪日外国人旅行者数の増加が国内における消費額にも大きな影響を与え、訪日外国人旅行消費額は、2012年（平成24年）の1.1兆円から2013年（平成25年）の1.4兆円へ30.6%増加した。日本人国内旅行消費額については、2012年（平成24年）の19.8兆円から2013年（平成25年）の20.6兆円へ4.0%増加した。（図表I-17）

【図表I-17】 旅行消費額の推移

	(兆円)			
	2010年(平成22年)	2011年(平成23年)	2012年(平成24年)	2013年(平成25年)
訪日外国人旅行消費額	1.1	0.8	1.1	1.4
日本人国内旅行消費額	20.8	20.1	19.8	※20.6

注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。※暫定値

2 国際コンベンションの開催状況

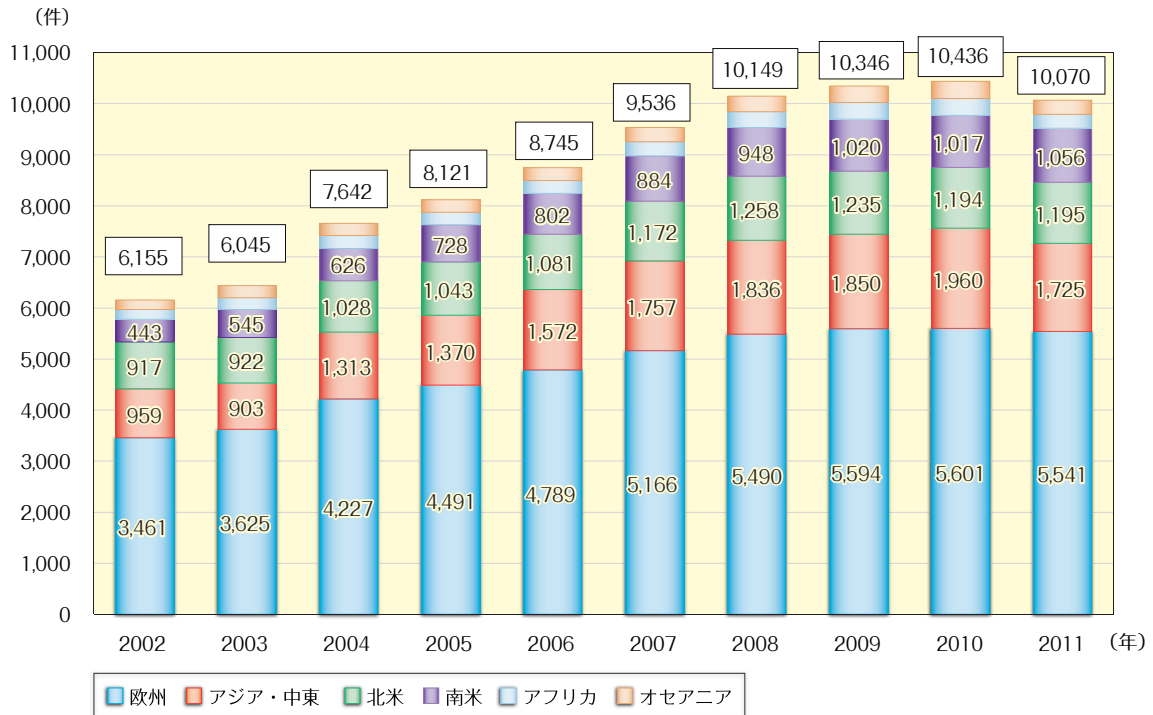
(1) 世界及び地域別の開催状況

国際会議関連団体・事業者を会員とする国際団体ICCA⁵（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年々増加している。地域別の開催件数については、国際機関・学会の

5 International Congress and Convention Associationの略。

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・中東や南米地域は特に開催件数の伸びが高い。アジア・中東及び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1.8倍、約2.4倍に増加している。(図表I-18)

図表I-18 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



注) ICCA (国際会議協会)「Statistics Report 2002-2011」を基に観光庁作成。

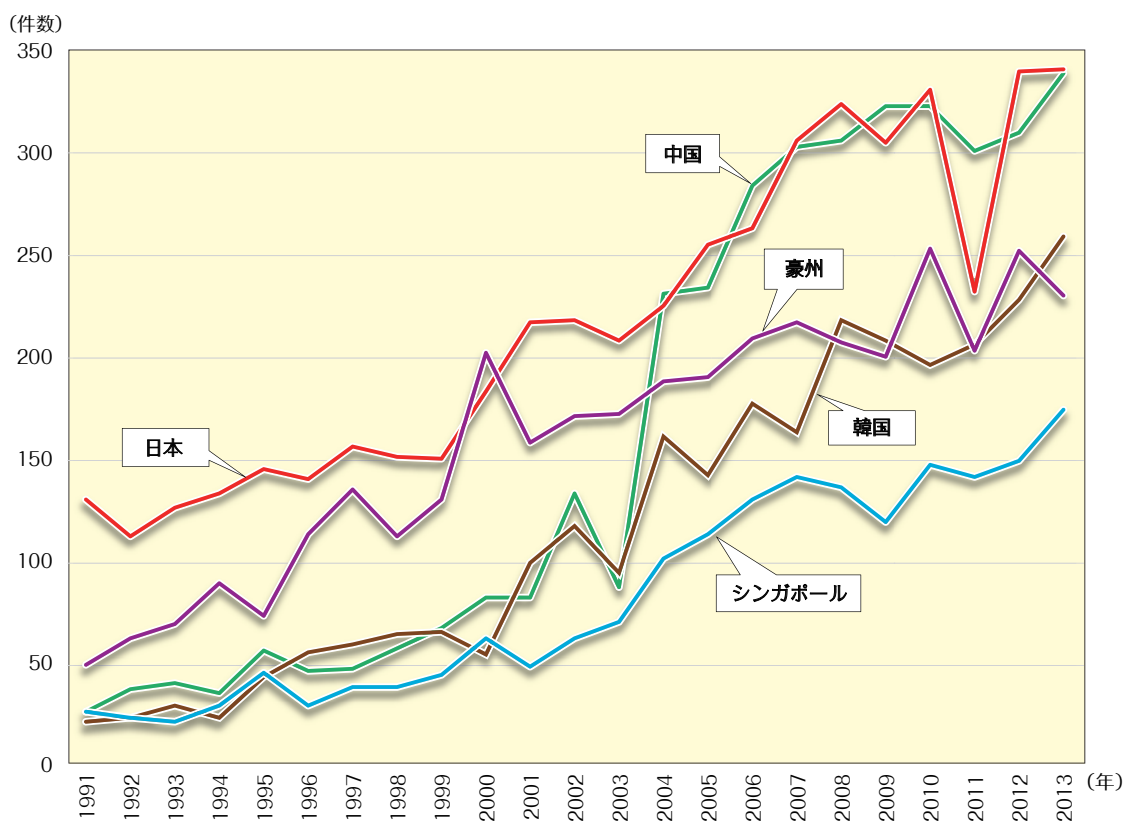
(2) アジア主要国と我が国の開催状況

アジア太平洋地域における国際会議開催件数を国別に見ると、近年、我が国を含む全ての主要国において、開催件数が伸びている。(図表I-19)

地域内の主要5か国(日本、中国、韓国、シンガポール、豪州)の総開催件数に占める我が国のシェアは、約20年前には51%を占めていたが、その後低下し、2011年(平成23年)には中国に抜かれ2位になった。2013年(平成25年)は25%となり、地域内において2年連続で首位となった。(図表I-20)

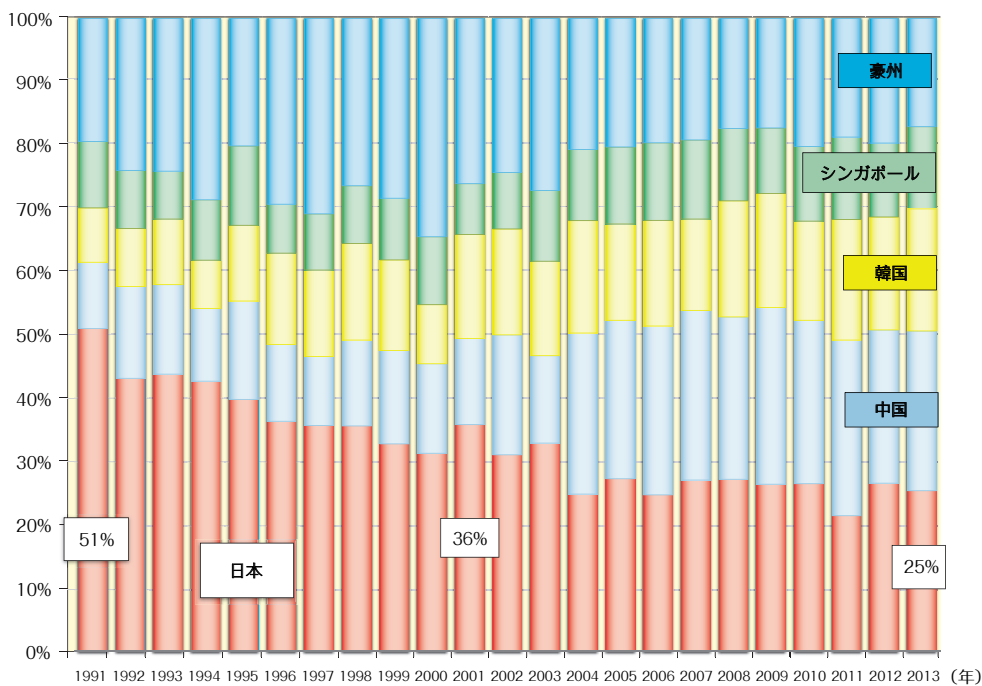
2013年(平成25年)は、日本政府観光局(JNTO)を中心とした、オールジャパンでの誘致の取組が成果として現れ始めた年で、第23回世界神経学会(2017年(平成29年)京都開催、7,000名)、第22回国際栄養学会議(2021年(平成33年)東京開催、4,500名)等の大型国際会議の日本開催が立て続けに決まった。

【図表I-19】 アジア・大洋州における主要国の国際会議開催件数（1991年（平成3年）－2013年（平成25年））



注) ICCA (国際会議協会) 統計を基に観光庁作成。

【図表I-20】 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（1991年（平成3年）－2013年（平成25年））



注) ICCA (国際会議協会) 統計を基に観光庁作成。

第2節 訪日外国人旅行者数1,000万人達成の要因検証

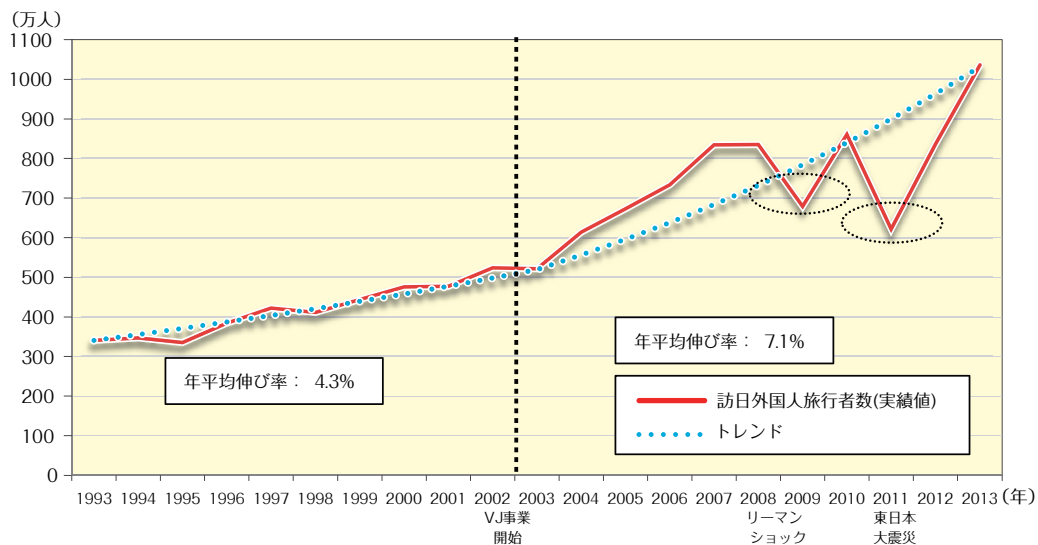
前述のとおり、2013年（平成25年）は、年間の訪日外国人旅行者数が初めて1,000万人を超えた年となった。訪日外国人旅行者数の増加は、ビジット・ジャパン事業（以下、VJ事業）開始後の我が国の観光政策における主要目標の一つであり、訪日外国人旅行者数は、VJ事業を開始した2003年（平成15年）の521万人から2013年（平成25年）の1,036万人まで、10年間で約2倍に増加した。



訪日外国人旅行者1,000万人達成記念セレモニー
（2013年（平成25年）12月20日成田空港）

過去20年間の訪日外国人旅行者数の推移を見ると、VJ事業開始以前の2003年（平成15年）以前とそれ以降ではトレンドに変化が見られ、伸び率が大きくなっている。2003年（平成15年）以降には、リーマンショック、東日本大震災の旅行需要を大きく後退させる事態が発生したが、この期間の訪日外国人旅行者数の年平均伸び率は7.1%と、同時期の世界の国際観光客数の年平均伸び率4.6%を大きく上回っている。（[図表I-21](#)、[図表I-22](#)）

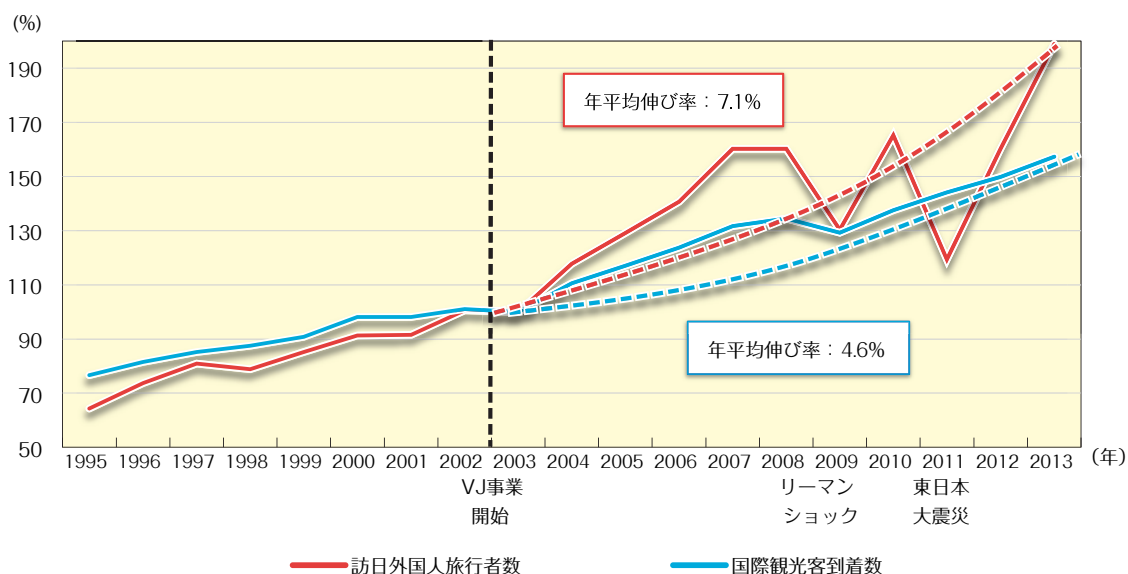
【図表I-21】 訪日外国人旅行者数の推移



注1) 日本政府観光局（JNTO）資料をもとに観光庁作成。

注2) 訪日外国人旅行者数のトレンド：1993年（平成5年）～2003年（平成15年）、2003年（平成15年）～2013年（平成25年）の期間において一定の年間伸び率として推計。

図表I-22 訪日外国人旅行者数と国際観光客到着数の推移



注) UNWTO (国連世界観光機関) 資料、日本政府観光局 (JNTO) 資料をもとに観光庁作成。

上述のように、訪日外国人旅行者数の年平均伸び率が高くなった原因としては、アジア諸国を始めとする世界各地の経済成長の影響のほか、2003年(平成15年)以降に講じた観光政策(VJ事業を始めとする諸施策)の効果も現れていると考えられる。

本節では、日本を取り巻く経済情勢の変化、VJ事業等の観光関連諸施策の効果等についての影響を検証する。

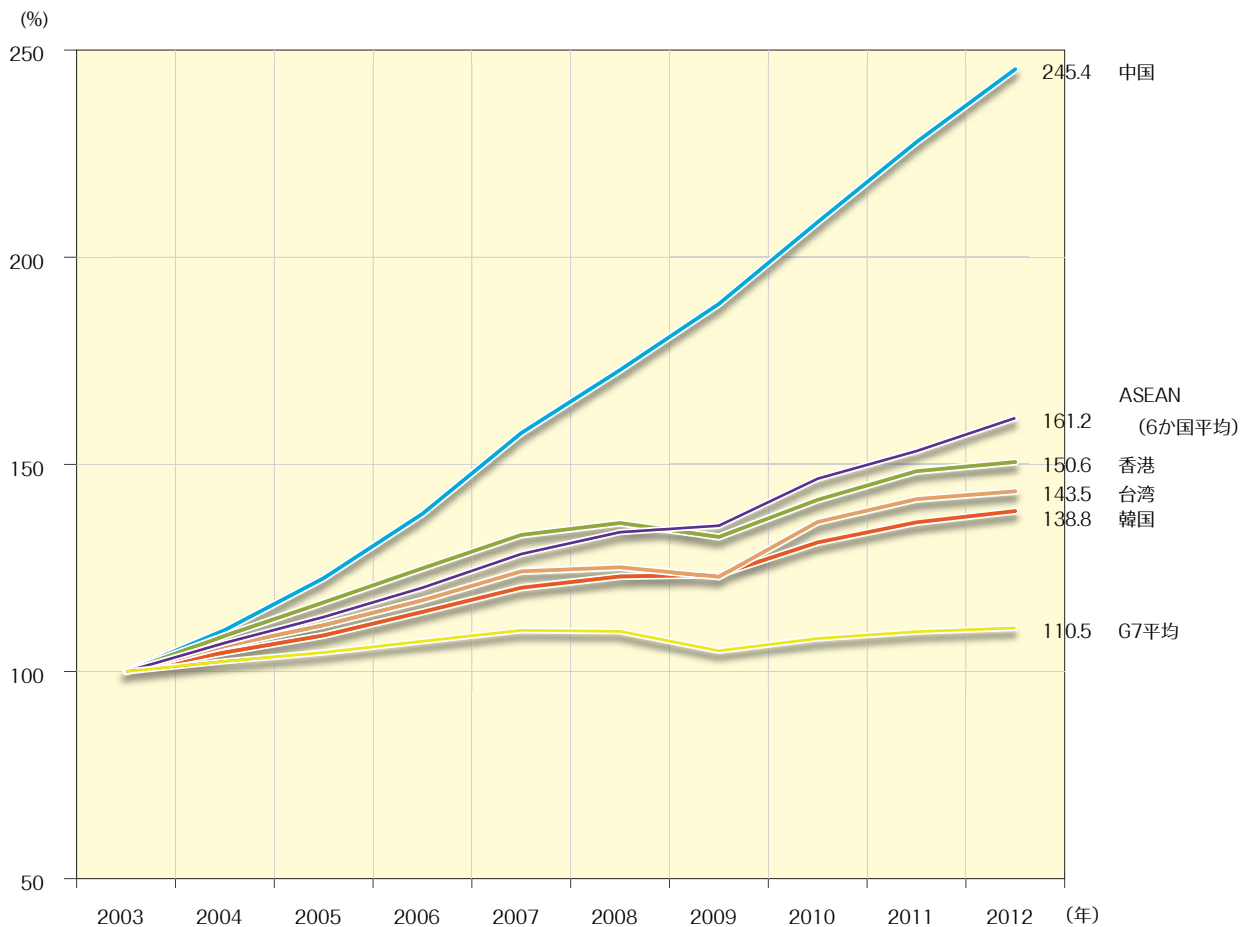
1 日本を取り巻く経済情勢の変化

海外旅行を行う際には、時間、費用等の面で近距離にある国の方が訪問しやすいため、訪日外国人旅行者数に占めるアジアの割合は76.7%に達している。このため、近隣の国々において、経済成長により所得の高い国民が増加することは、外国人旅行者の増加に寄与するものと考えられる。

2003年(平成15年)以降、日本の近隣の東アジア(中国、韓国、香港、台湾)、ASEAN(東南アジア諸国連合)6か国(シンガポール、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム)の実質GDPは、先進国(G7)に比べ大きく拡大している。

2003年(平成15年)を100とした指数では、2012年(平成24年)の実質GDPの水準はG7平均では110.5であるが、中国:245.4、ASEAN(東南アジア諸国連合)6か国平均:161.2、香港:150.6、台湾:143.5、韓国:138.8といずれもG7平均よりも高い数値となっている。(図表I-23)

図表I-23 東アジア、ASEAN（東南アジア諸国連合）（6か国平均）の経済成長の推移（H15=100）

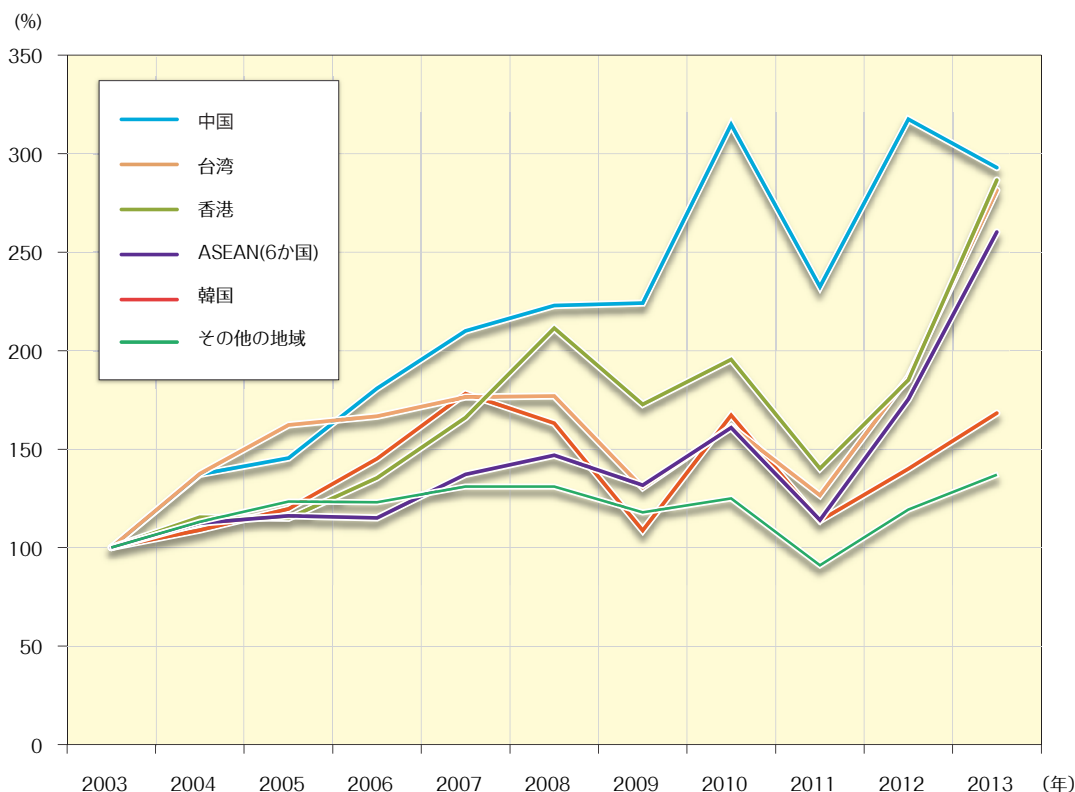


注1) IMF (国際通貨基金)「World Economic Outlook Database」による。
 注2) 2003年(平成15年)の実質GDPを100にして指数化。

一方、訪日外国人旅行者については、2003年(平成15年)の訪日外国人旅行者を100とした場合、近隣の中国、香港、台湾、韓国、ASEAN(東南アジア諸国連合)(6か国)の2013年(平成25年)の訪日外国人旅行者数は、中国、香港、ASEAN(東南アジア諸国連合)(6か国)、台湾が250を超え、韓国も168.3となっている。(図表I-24)

このように、東アジア、ASEAN(東南アジア諸国連合)の近隣諸国の堅調な経済成長が、国際旅行を行うことが可能な所得を有する人々を増加させ、我が国の訪日外国人旅行者数の伸びに寄与している。

図表I-24 2003年（平成15年）以降の東アジア、ASEAN6か国の訪日旅行者の推移



注1) 日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。
 注2) 2003年（平成15年）の訪日旅行者の水準を100として指数化。

2012年（平成24年）末以降の短期的な要因としては、為替レートの日安方向への推移が挙げられる。

円・ドルレートは、サブプライム・ローン問題の深刻化、リーマンショックによる欧米経済の悪化等から円高方向へ推移した。2012年（平成24年）末頃からは円安方向へ推移し、その後は1ドル100円前後で推移している。（図表I-25）

この結果、2012年（平成24年）末以降は訪日旅行に割安感が生じ、特に2013年（平成25年）における訪日外国人旅行者が急増する一因になったと考えられる。

図表I-24によると、円安へ推移後の2013年（平成25年）における香港、台湾、ASEAN（東南アジア諸国連合）（6か国）の訪日旅行者の伸び率が特に大きくなっている。

図表I-25 2003年（平成15年）以降の円・ドルレートの推移



注1) 日本銀行「時系列統計データ検索サイト」に基づき観光庁作成。
注2) 東京市場ドル・円 スポット（17時時点）の月中平均。

2 官民一体となった訪日プロモーション

訪日プロモーションの具体的取組であるVJ事業は、2003年（平成15年）に開始し、2013年（平成25年）現在では14の国と地域を重点市場と位置付けて実施しており、これまで重点市場に対し優先的に予算を投入して、海外旅行先としての日本の認知度向上と、現地旅行会社等を通じた日本への送客支援について、積極的な取組を行ってきた。

具体的には、VJ事業により、東京から富士山を経て京都、大阪に至るいわゆる「ゴールデンルート」について、初期段階から海外各国でプロモーションを行った結果、現在では各国からの初訪日の際の人気ルートとして定着した。そのほか、桜の歴史から花見文化、桜を見ながらの露天風呂、桜餅など、「桜と日本人とのストーリー性を持たせた日本の桜」をテーマに、中国市場や台湾市場を始めとした海外主要国においてプロモーションを実施してきた結果、既に「日本への観桜ツアー」が各国で定着している。また、台湾や香港、東南アジア向けには立山黒部アルペンルート、豪州向けにはニセコ、韓国向けには九州など、各国のニーズに合わせた訪日プロモーションを実施したことで、各地の人气が高まるなど、この10年間のVJ事業により日本の海外旅行先としての認知度が高まった。

また、VJ事業の実施に際しては、地方自治体、観光関係団体等や、在外公館など海外に拠点を有する機関との連携を強化するとともに、民間企業等が持つブランド力や海外ネットワークも活用して、オールジャパンの体制で効率的なプロモーションを行ってきた。

2011年（平成23年）には東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故の発生などのマイナス要因があったが、迅速かつ正確な情報発信や風評被害対策に特化したプロモーションの実施等により、訪日外国人旅行者数の落ち込みを最小限に食い止めている。

このようにVJ事業により訪日プロモーションを継続的に実施してきた中で、2013年（平成25年）には、7月下旬の原発汚染水報道の影響により、最大市場である韓国からの訪日客が減速し始めたことから、観光庁では、国土交通省とともに、8月以降、「訪日外国人旅行者数1,000万人目標達成に向けた緊急対応」施策を実施した。これは、観光庁が実施するVJ事業を可能な限り年内に前倒しするとともに新規事業を追加し、更には観光庁と国土交通省が、観光関係者に限らず、地方自治体や経済団体・企業など国内外のあらゆる関係者に協力を依頼し、日本への視察旅行等を実施して頂く、といった取組である。

VJ事業による継続的な訪日プロモーションに加え、日本国中が「訪日1,000万人」という目標を共有し、意識的に取組をして頂いたことが、史上初の訪日1,000万人達成の大きな原動力になった。

3 ビザ要件の緩和

ビザ要件の緩和は、訪日外国人旅行者数の増加に寄与する施策である。

外国人が我が国に入国する際、事前にビザを取得する必要があるが、先進国向けについては、既に、ほとんどの国に対して短期滞在ビザが免除されているが、一部の新興国向けについては、緩和が進められてきている。（図表I-26）

図表I-26 2000年（平成12年）以降に実施された主なビザの緩和

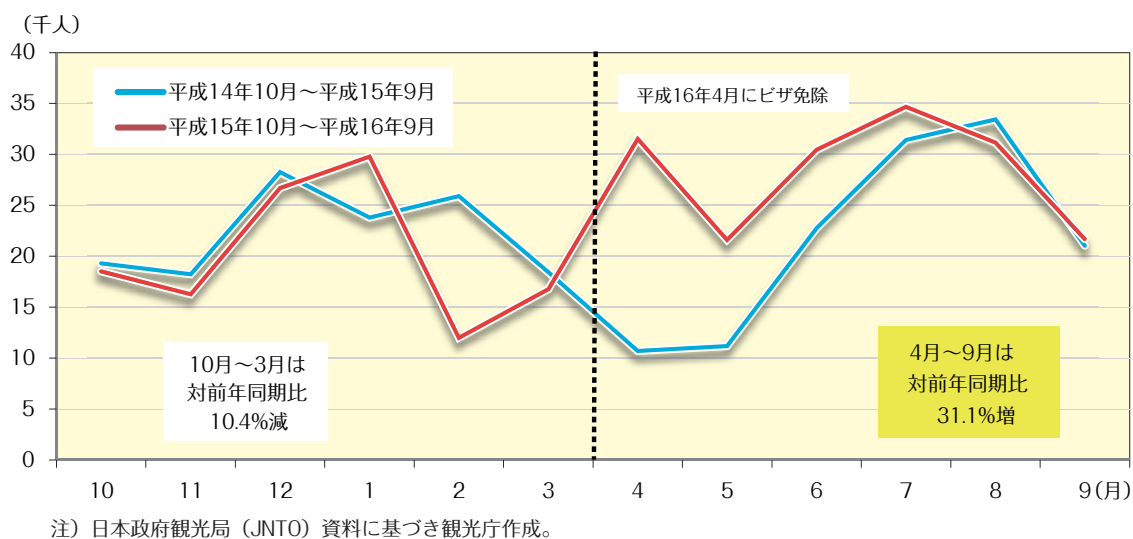
	旅行者の 国籍・地域	ビザの緩和内容
2000年9月	中国	団体観光ビザ発給開始（北京市・上海市・広東省在住者）
2004年4月	香港	ビザ免除
2004年9月	中国	団体観光ビザ発給地域の拡大（遼寧省、山東省及び天津市並びに江蘇省及び浙江省在住者）
2005年3月	韓国	暫定免除（引き続き2006年3月より期間限定なしに免除）
2005年3月	台湾	暫定免除（引き続き2006年9月より期間限定なしに免除）
2005年7月	中国	団体観光ビザ発給地域の全国化
2009年7月	中国	個人観光ビザ発給開始（北京・上海・広州の3公館）
2010年7月	中国	個人観光ビザ発給地域の全国化
2011年7月	中国	沖縄数次ビザ発給開始
2012年7月	中国	東北三県（岩手・宮城・福島）数次ビザ発給開始
2013年7月	タイ	ビザ免除
2013年7月	マレーシア	ビザ免除
2013年7月	インドネシア	数次ビザの滞在期間延長（15日→30日）
2013年7月	フィリピン	数次ビザ発給開始
2013年7月	ベトナム	数次ビザ発給開始
2013年11月	カンボジア	数次ビザ発給開始
2013年11月	ラオス	数次ビザ発給開始
2014年1月	ミャンマー	数次ビザ発給開始

注）黄色はビザ免除

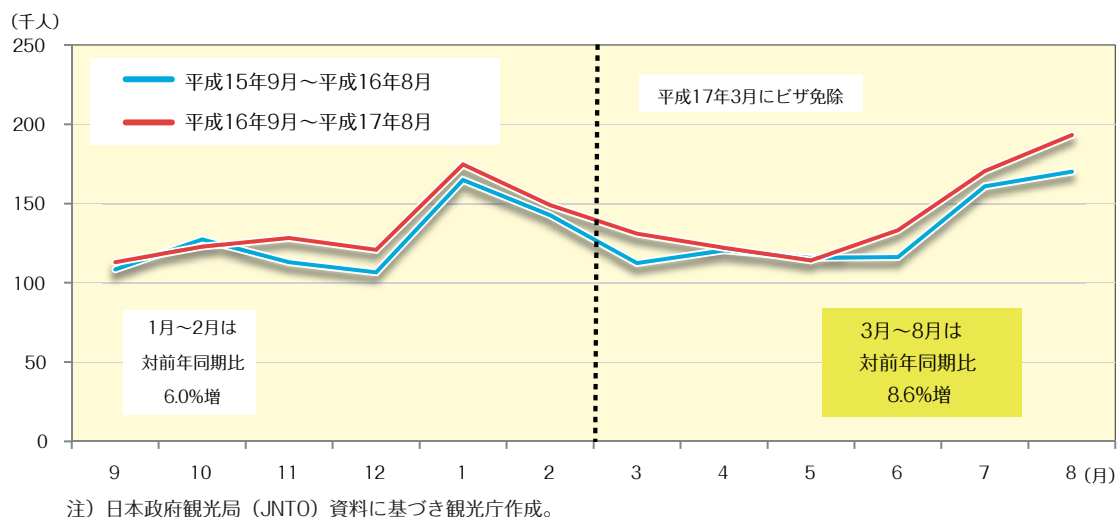
現在の訪日外国人旅行者数の過半を占める東アジア諸国向けについては、2004年（平成16年）4月に香港、2005年（平成17年）3月に韓国及び台湾向けにビザ免除が行われた。

ビザ免除が行われた香港、韓国及び台湾について、ビザ免除前後での訪日旅行者数の推移で比較すると、香港については、2004年（平成16年）4月～9月の対前年同期比は31%増、韓国及び台湾については、2005年（平成17年）3月～8月の対前年同期比は韓国が9%増、台湾が18%増となっており、ビザ免除以降の方が対前年同期比の伸び率が大きくなっている。（**図表I-27**、**図表I-28**、**図表I-29**）

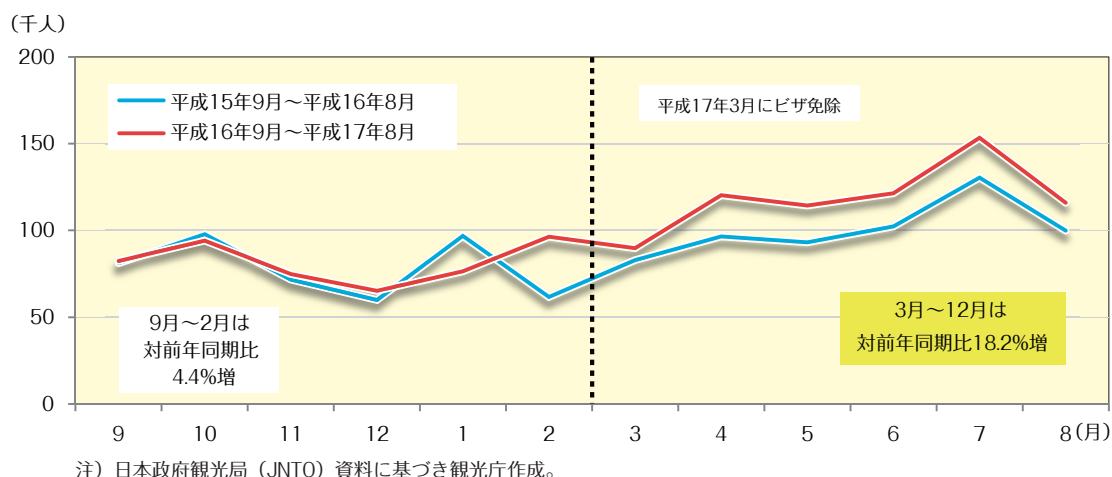
【**図表I-27**】 ビザ免除（2004年（平成16年）4月1日実施）前後の訪日旅行者数の推移（香港）



【**図表I-28**】 ビザ免除（2005年（平成17年）3月1日実施）前後の訪日旅行者数の推移（韓国）



【図表I-29】ビザ免除（2005年（平成17年）3月11日実施）前後の訪日旅行者数の推移（台湾）

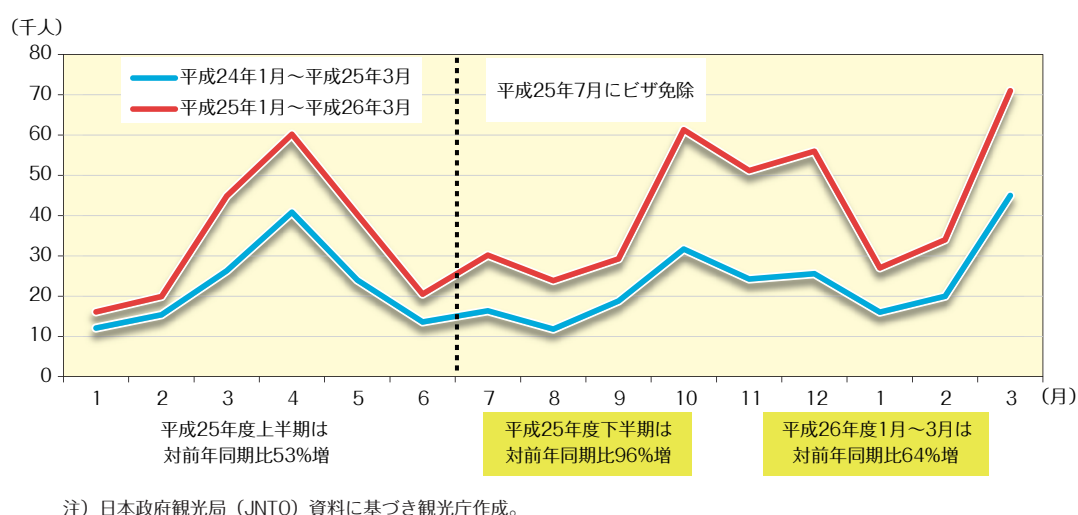


ASEAN（東南アジア諸国連合）向けについては、日・ASEAN友好協力40周年に当たる2013年（平成25年）7月、5か国に対しビザ緩和が実施された。特に、タイ及びマレーシア向けにはビザ免除が行われ、為替等の経済環境や航空ネットワークの充実等の諸施策の効果が相まって、急激な訪日旅行者数の増加につながった。

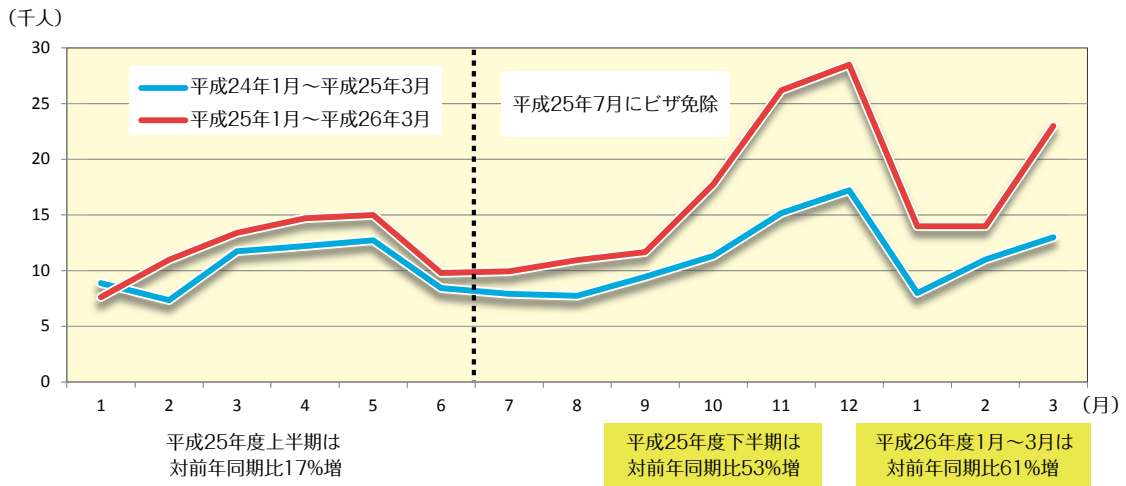
ビザ免除が行われたタイ、マレーシアについては、2012年（平成24年）と2013年（平成25年）の訪日旅行者数の推移を比較すると、下半期（7月以降）の方が対前年比の伸び率が大きくなってきており、2013年（平成25年）下半期の対前年同期比はタイが96%増、マレーシアが53%増となった。

また、2014年（平成26年）に入ってから引き続き増加傾向は続いており、1月～3月の訪日旅行者数の対前年同期比はタイが64%増、マレーシアが61%増となった。（図表I-30、図表I-31）

【図表I-30】ビザ免除（2013年（平成25年）7月1日実施）前後の訪日旅行者数の推移（タイ）



【図表I-31】 ビザ免除（2013年（平成25年）7月1日実施）前後の訪日旅行者数の推移（マレーシア）



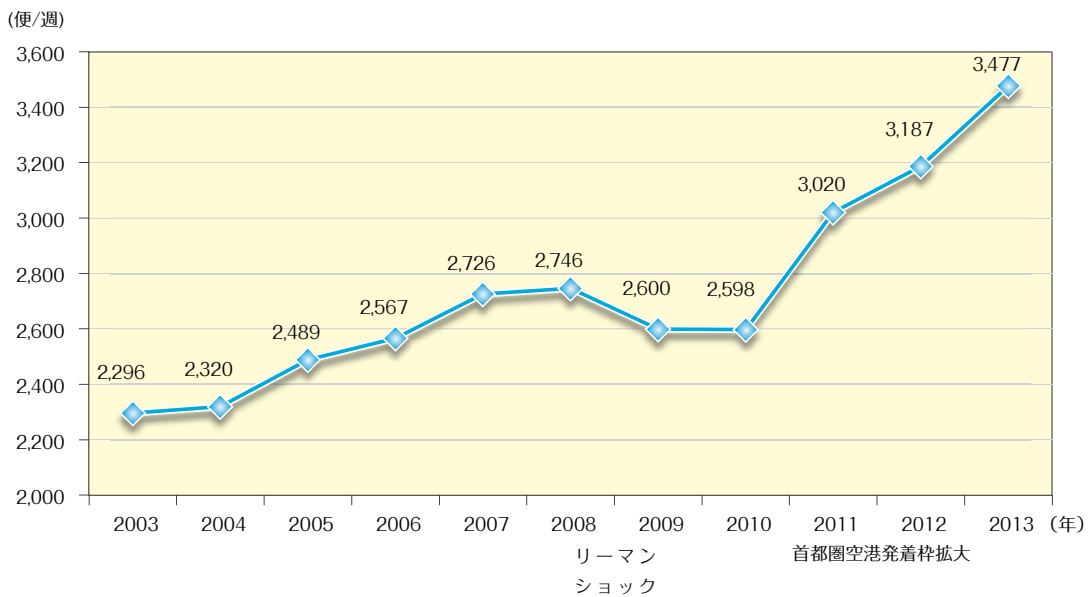
注) 日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。

4 航空ネットワークの充実

国際線の日本発着便数は、2003年（平成15年）以降ではリーマンショックの影響で2009年（平成21年）、2010年（平成22年）に減少したが、それ以外の年は堅調に増加の傾向を示している。2013年（平成25年）の3,477便／週は、2003年（平成15年）の2,296便／週の1.5倍以上となっている。（図表I-32）

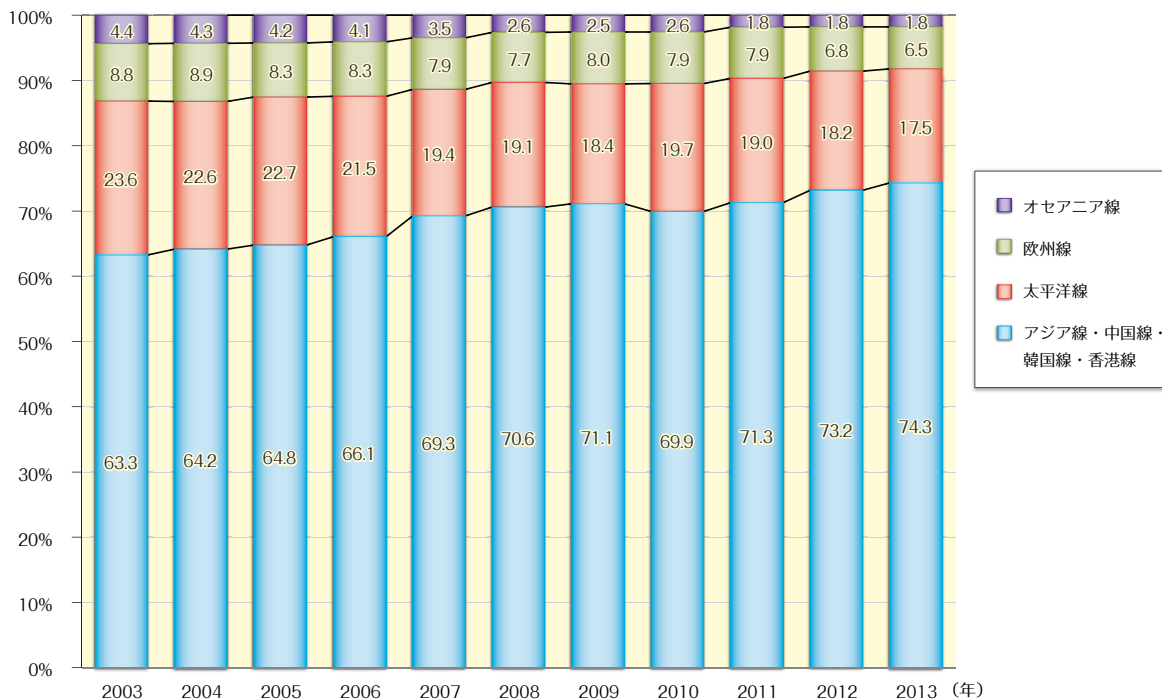
特に、東アジア、ASEAN（東南アジア諸国連合）に向けた中国線、韓国線、香港線、アジア線の伸び率が大きく、日本発着便数の総数に占める割合は、2003年（平成15年）の63.3%から2013年

【図表I-32】 国際線の日本発着便数の推移



注) 一般財団法人 航空振興財団「数字でみる航空」に基づき観光庁作成。

【図表I-33】 国際線の日本発着便数の構成比

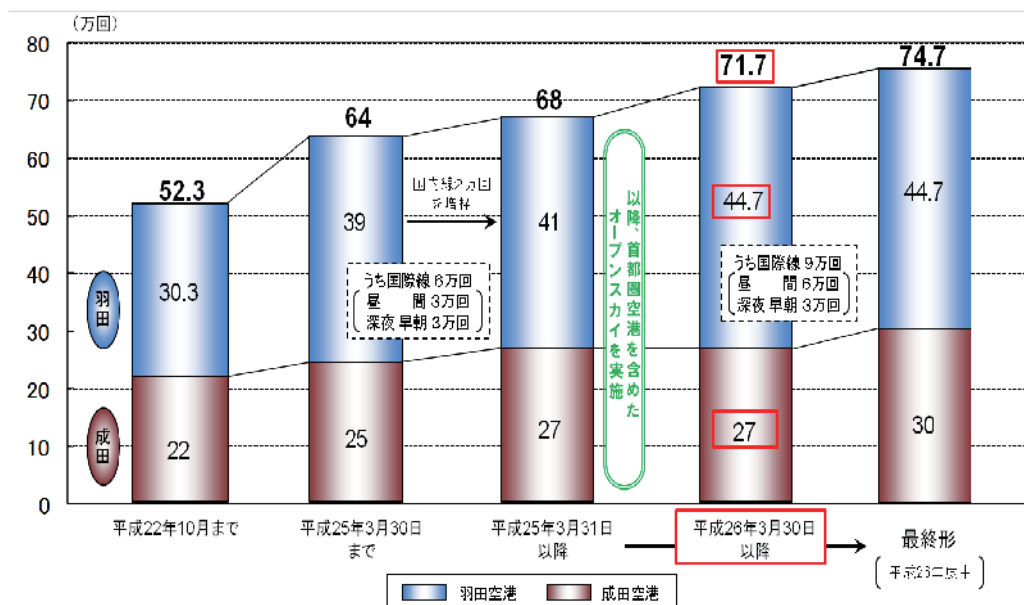


注) 一般財団法人 航空振興財団「数字でみる航空」に基づき観光庁作成。

(平成25年)の74.3%にまで上昇している。(図表I-33)

この背景には、首都圏空港の発着枠の拡大やLCC（ローコストキャリア）路線数の増加等がある。首都圏空港（羽田・成田）の発着枠は、2010年（平成22年）10月では52.3万回であったが、平成

【図表I-34】 羽田空港・成田空港の発着枠の拡大

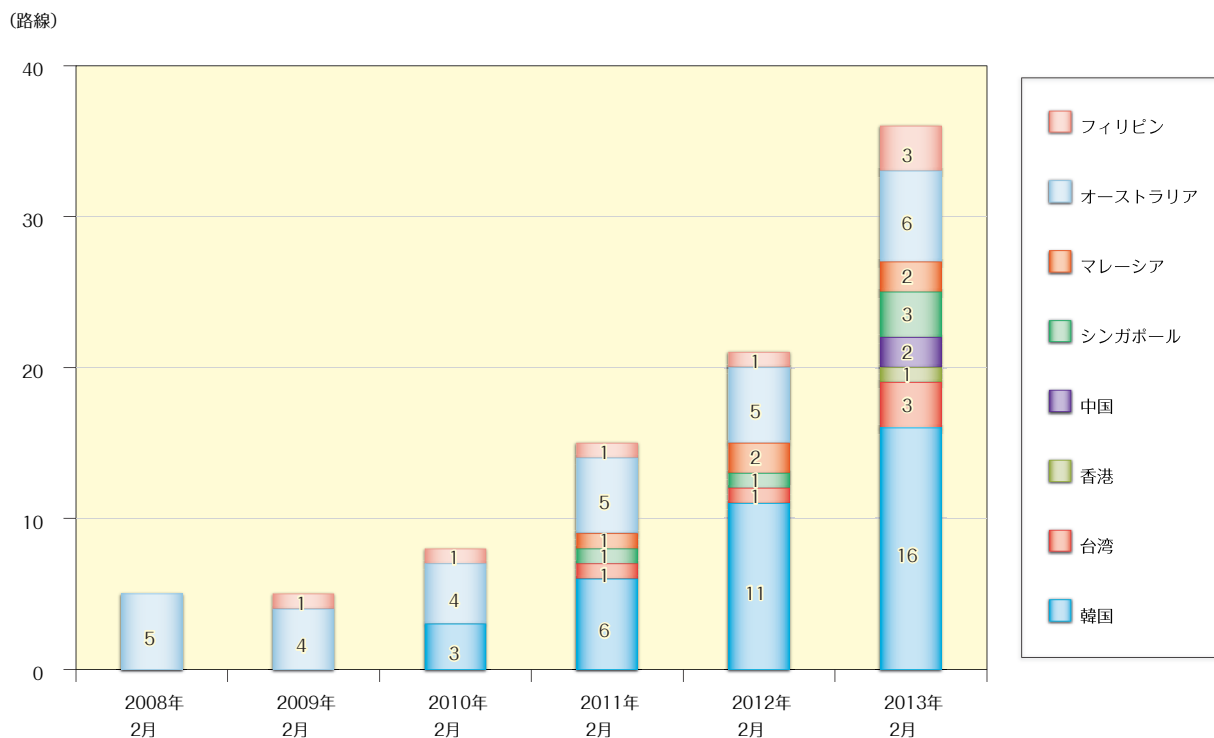


注1) 国土交通省航空局作成。
 注2) ずれも年間当たりの回数である。
 注3) 回数のカウントは、1離陸で1回、1着陸で1回のため、1離着陸で2回とのカウントである。
 注4) 羽田空港の発着枠の中には、深夜早朝の国際チャーター便等の運航に使われる枠数も含まれる。

26年度中に74.7万回に増加する予定である。(図表 I-34)

LCC (ローコストキャリア) 国際線については、2010年 (平成22年) 以降に東アジア、ASEAN (東

図表 I-35 LCC (ローコストキャリア) 国際線の路線数の推移



注1) JTB時刻表2008 (平成20年) ~ 2013年 (平成25年) の各年2月号を基に観光庁作成。
 注2) LCCとはLow Cost Carrierの略で、運航コストや人件費などを削減し、大手旅行会社に比べ安い航空運賃を提供している。
 注3) 定期チャーター便は含まない。なお、例えば同一路線を航空会社2社が運航している場合、路線数は「2」とカウントした。

南アジア諸国連合) の国・地域における路線数が急速に増加している。(図表 I-35)

日本は島国であり、海外からの訪日の主たる手段は空路となることから、航空ネットワークの充実
 は訪日外国人旅行者の増加に大きな影響を与えるものと考えられる。

以上のように、VJ事業開始以降の訪日外国人旅行者の急速な伸びは、近隣諸国の経済成長、為替等の経済環境に加え、訪日プロモーション、ビザ要件の緩和、航空ネットワークの充実等の諸施策の効果が相まって実現したものと考えられる。

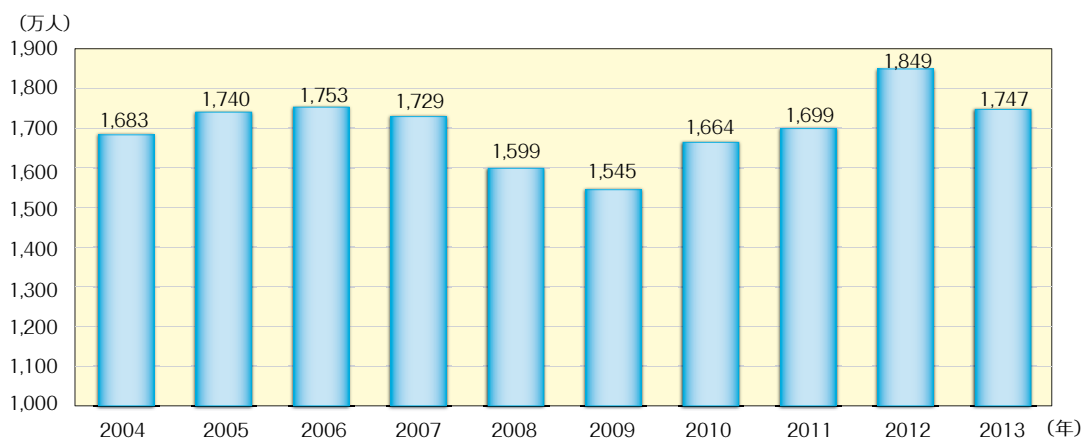
なお、最近、訪日外国人旅行者数が大きく増加する中で、特定の時期、特定の地域に訪日外国人旅行者が集中する傾向が見られるため、今後のプロモーションに当たっては、時期や地域の分散を促すことが重要である。

また、2020年 (平成32年) に向け、訪日外国人旅行者2,000万人の高みを目指すに当たっては、訪日外国人旅行者数の変動の背景や要因について、より定量的に分析を進めるとともに、分析結果に基づき、より効果的に施策を講じていくことが必要である。

第3節 海外旅行の状況

2013年 (平成25年) の日本人の海外旅行者数は、昨今の日中・日韓関係の影響や円安方向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たことによる割高感から1,747万人 (対前年比5.5%減) と減少し、前年の過去最高から一転、4年ぶりの減少となった。(図表 I-36)

図表I-36 日本人の海外旅行者数の推移



注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

月別に見ると、1月と10月以外は対前年同月比がマイナスとなった。(図表I-37)

図表I-37 日本人の海外旅行者数の月別推移 2013年(平成25年)



注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

2013年(平成25年)における日本人の海外旅行者数を国・地域別に見ると、中国では64万人減少(対前年比18.2%減)、韓国では77万人減少(対前年比21.9%減)しており、この2か国だけで141万人の減少となっている。一方、タイ(対前年比12.0%増)、マレーシア(対前年比9.2%増)、ベトナム(9.2%増)等、増加している国も存在する。

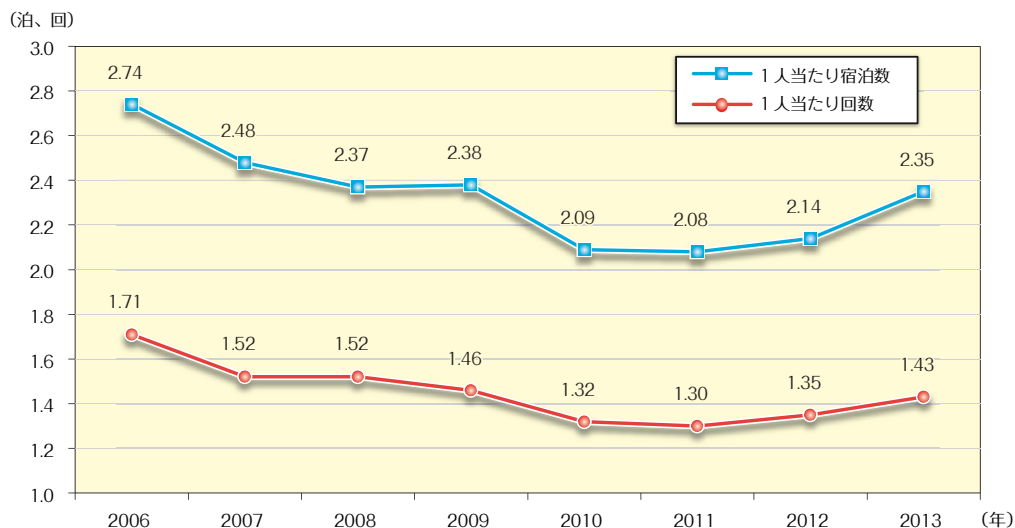
第4節 国内旅行の状況

2013年(平成25年)の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.43回(前年比5.9%増・暫定値)、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は2.35泊(同9.8%増・暫定値)であった。国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数ともに、2011年(平成23年)

までは減少していたが、それ以降は増加している。(図表I-38)。

これは、昨今の日中・日韓関係の影響、円安方向の動きによる旅行代金の割高感等により、海外旅行から国内旅行にシフトする動きが出てきたことが主な要因として考えられる。また、2013年(平成25年)については、伊勢神宮の式年遷宮、富士山の世界遺産登録等の旅行需要を創出する出来事があったことが一因として考えられる。

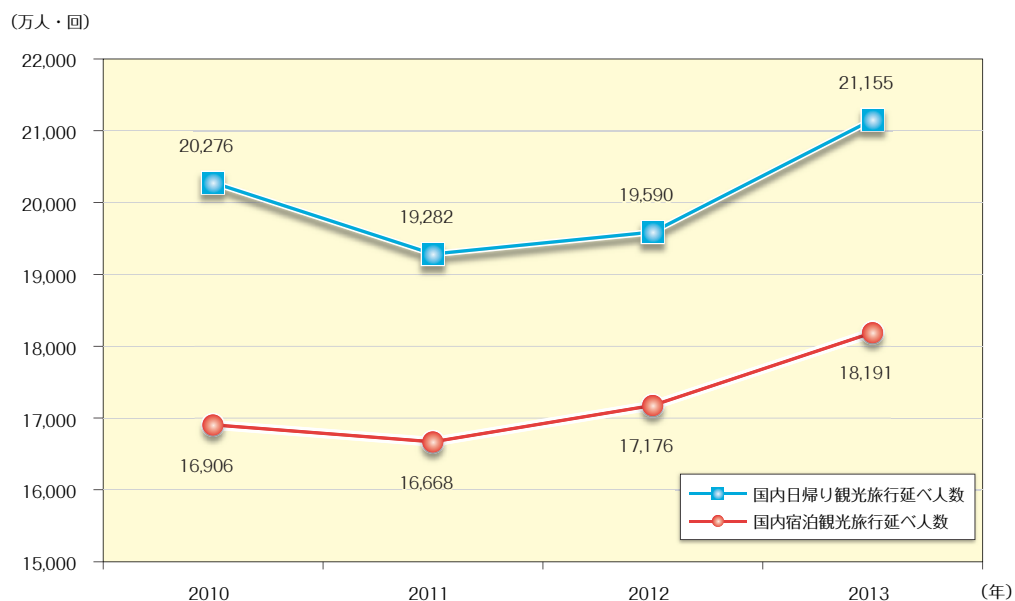
図表I-38 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移 2013年(平成25年)



注1) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
注2) 2013年(平成25年)の数値は暫定値

2013年(平成25年)においては、日帰り旅行は延べ2億1,155万人・回(8.0%増)、宿泊旅行については延べ1億8,191万人・回(5.9%増)となっており、2011年(平成23年)以降増加している。(図表I-39)

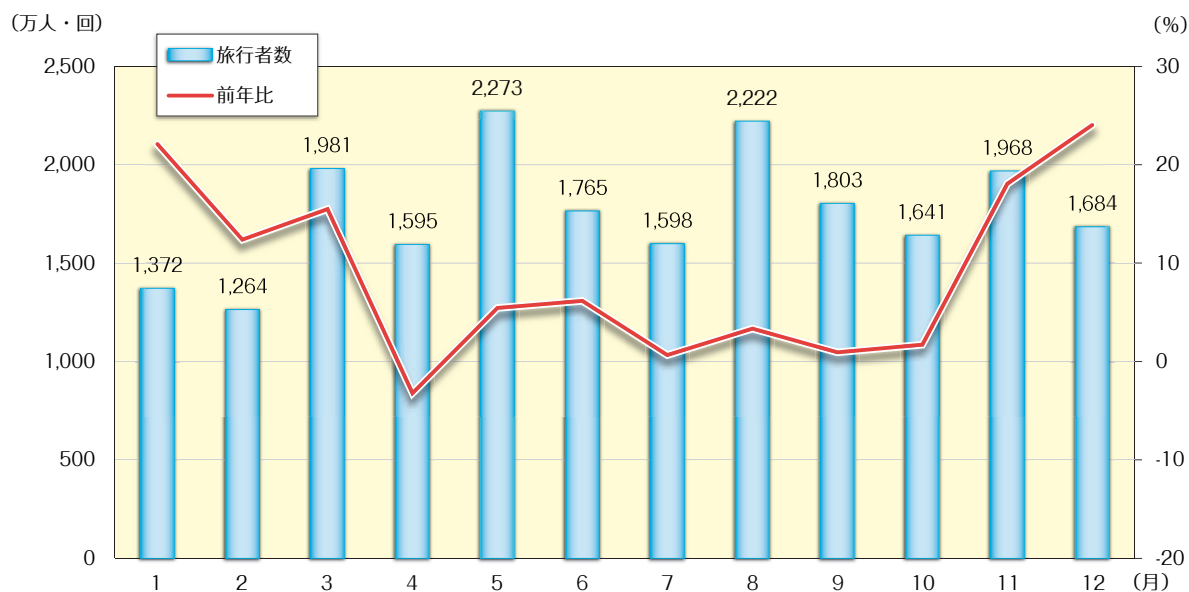
図表I-39 国内日帰り観光旅行延べ人数、国内宿泊観光旅行延べ人数の推移



注1) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
注2) 2013年(平成25年)の数値は暫定値。

2013年（平成25年）の日本人の国内日帰り観光旅行延べ人数の月別の推移を見ると、1月～3月、11月及び12月において、対前年同月比で10%を超える高い伸びを示している。（図表I-40）

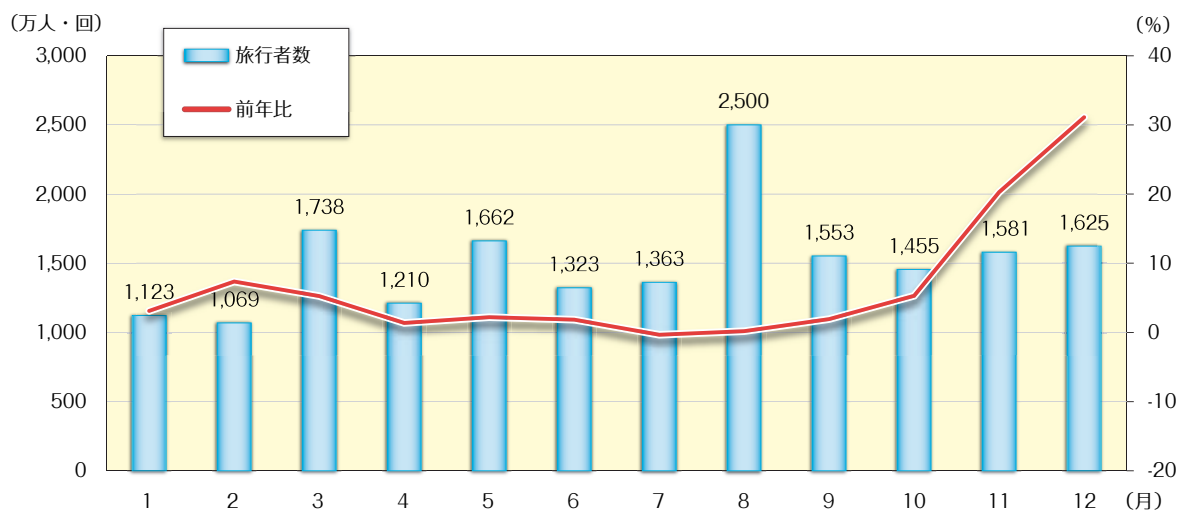
【図表I-40】 日本人の国内日帰り観光旅行延べ人数の月別推移 2013年（平成25年）



注1) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
 注2) 2013年（平成25年）の数値は暫定値。

2013年（平成25年）の日本人の国内宿泊観光旅行延べ人数の月別の推移を見ると、11月、12月において、対前年同月比で20%を超える高い伸びを示している。（図表I-41）

【図表I-41】 日本人の国内宿泊観光旅行延べ人数の月別推移 2013年（平成25年）



注1) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
 注2) 2013年（平成25年）の数値は暫定値。

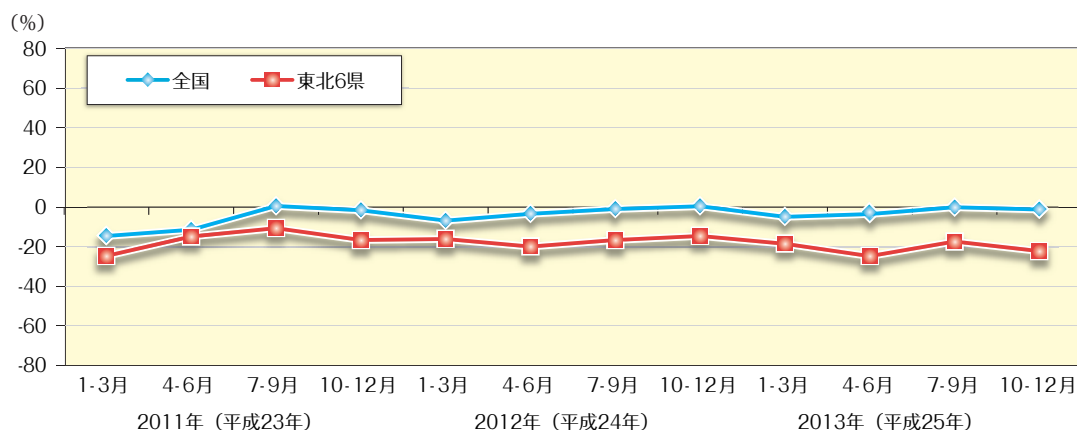
第5節 東日本大震災からの復興の状況

全国と東北6県（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）の宿泊者数について、2011年（平成23年）から2013年（平成25年）までのデータを、東日本大震災以前の2010年（平成22年）と比較することにより、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況について把握する。

まず、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、東北6県において、2011年（平成23年）以降の毎期、対2010年（平成22年）同期比約20%減前後を推移しており、震災以前の水準にはまだ回復していない。これに対し、全国では2011年（平成23年）7-9月期に、2010年（平成22年）の水準に回復しており、その後も震災前の水準の前後で維持している。

以上から、日本人の宿泊については、東北6県は全国に比べて回復が遅れている様子が見取れる。（**図表I-42**）

【**図表I-42**】 観光客中心の宿泊施設の延べ日本人宿泊者数（2011年（平成23年）-2013年（平成25年）の対2010年（平成22年）同月比の推移）



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

注2) 2010年（平成22年）同月比の算出にあたり、1～3月は従業員10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全施設の実績を使用。

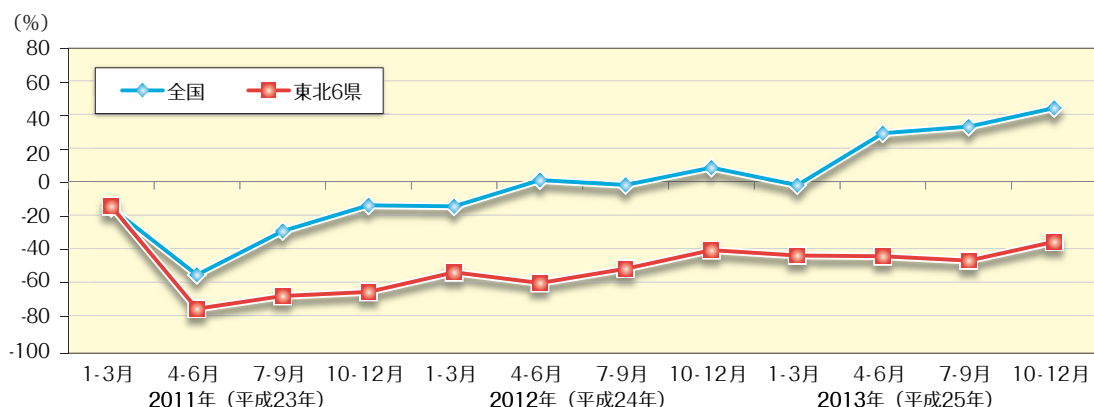
注3) 2010年（平成22年）～2012年（平成24年）の数値は確定値、2013年（平成25年）の数値は暫定値を使用。

次に、観光客中心の宿泊施設の訪日外国人延べ宿泊者数については、全国では、震災後の2012年（平成24年）4-6月期に2010年（平成22年）の水準に回復し、その後も増加傾向にある。

一方、東北6県では、好調な全国とは異なり回復が大きく遅れている。2011年（平成23年）4-6月期以降、回復傾向にはあるが、2013年（平成25年）10-12月期では、対2010年（平成22年）同期比40%減の水準であった。

以上から、訪日外国人の宿泊については、東北6県は全国に比べて大幅に回復が遅れている様子が見取れる。（**図表I-43**）

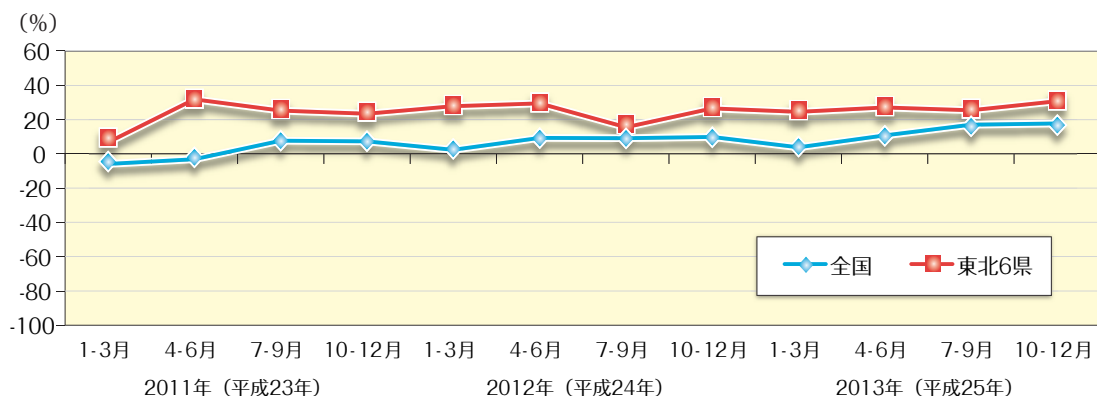
【図表I-43】観光客中心の宿泊施設の訪日外国人延べ宿泊者数（2011年（平成23年）—2013年（平成25年）の対2010年（平成22年）同期比の推移）



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 2010年（平成22年）同月比の算出にあたり、1～3月は従業員10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全施設の実績を使用。
 注3) 2010年（平成22年）～2012年（平成24年）の数値は確定値、2013年（平成25年）の数値は暫定値を使用。

一方、ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数については、東北6県では復興関連の需要が続いており、全国水準を上回って推移している。（図表I-44）

【図表I-44】ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数（2011年（平成23年）—2013年（平成25年）の対2010年（平成22年）同月比の推移）

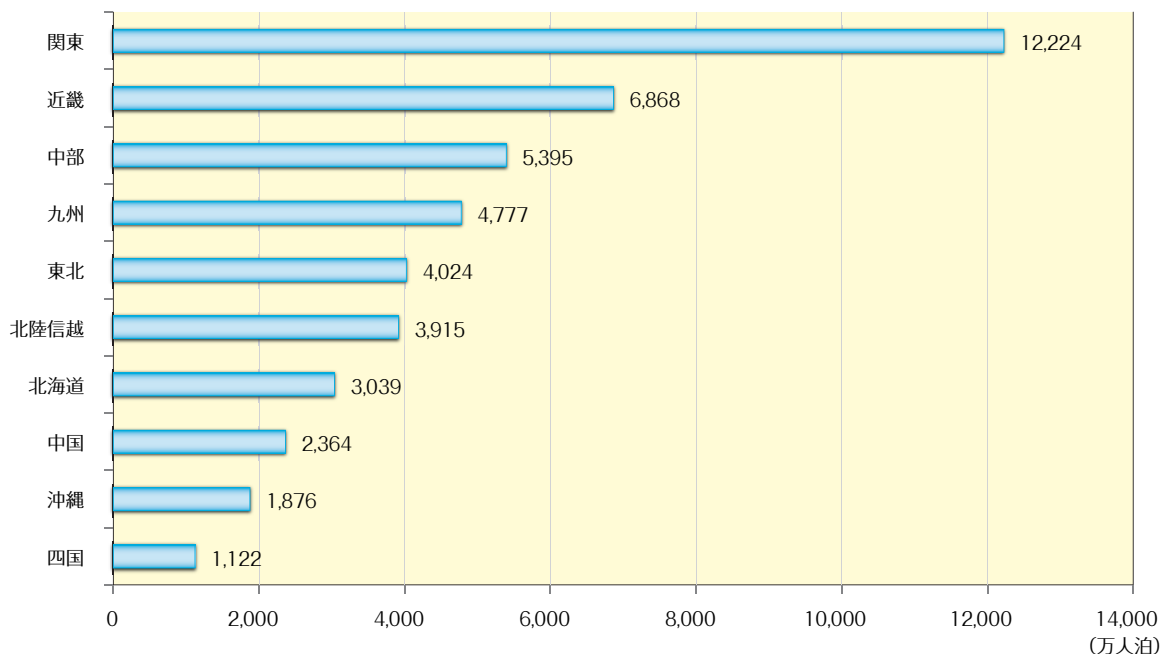


注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 2010年（平成22年）同月比の算出にあたり、1～3月は従業員10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全施設の実績を使用。
 注3) 2010年（平成22年）～2012年（平成24年）の数値は確定値、2013年（平成25年）の数値は暫定値を使用。

第6節 地域における観光の状況

2013年（平成25年）の全国の延べ宿泊者数は、4億5,605万人泊（対前年比3.8%増）となった。このうち、地方ブロック別では、関東地方（1億2,224万人泊（全体の26.8%））、近畿地方（6,868万人泊（全体の15.1%））及び中部地方（5,395万人泊（全体の11.8%））が上位を占めた。（図表I-45）

【図表I-45】 地域ブロック別延べ宿泊者数（2013年（平成25年））

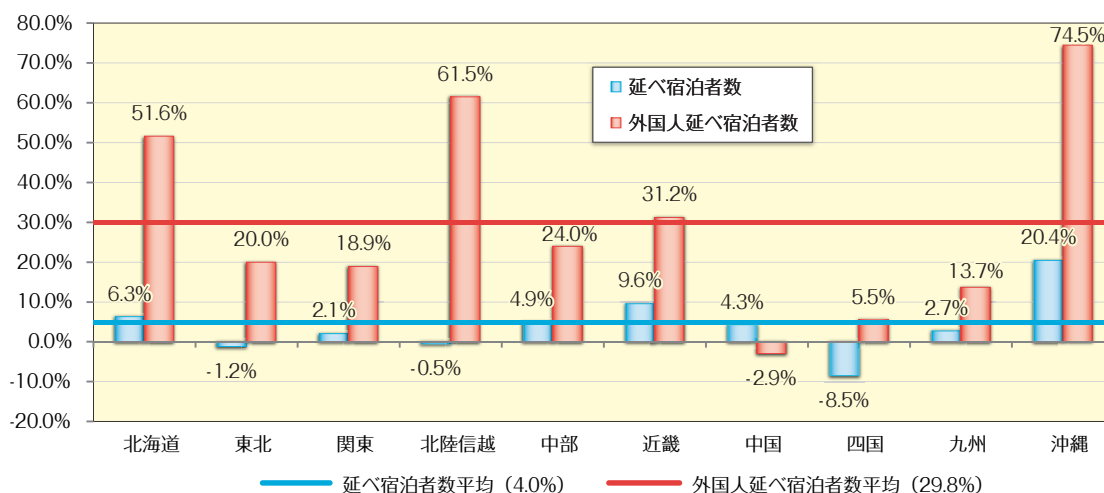


注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
注2) 2013年（平成25年）の数値は暫定値。

2013年（平成25年）における延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比については、沖縄（20.4%増）、近畿地方（9.6%増）及び北海道（6.3%増）が上位を占める一方で、四国地方、東北地方及び北陸信越地方では減少した。

2013年（平成25年）における外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比については、中国地方が2.9%減となった以外はすべての地域で増加し、特に、沖縄（74.5%増）、北陸信越地方（61.5%増）及び北海道（51.6%増）が大幅に増加した。（図表I-46）

【図表I-46】 延べ宿泊者、外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比2013年（平成25年）



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
注2) 2013年（平成25年）の数値は暫定値。

地方ブロックごとの分析は以下のとおりである。

1 北海道

延べ宿泊者数については、人気ロックバンドのコンサート等集客力のあるイベント開催や北海道新幹線関連工事に伴う宿泊者数の増加、LCC（ローコストキャリア）の新規就航が増加に寄与したと考えられる。

外国人延べ宿泊者数については、新千歳空港－バンコク線直行便の毎日運航化、ニセコエリアの好調さ等が増加に寄与したと考えられる。

2 東北

延べ宿泊者数については、復興関連の需要が多く含まれており、観光目的の宿泊需要は震災前水準には戻っていない。

外国人延べ宿泊者数については、回復傾向にあるものの、韓国等風評被害が根強い地域もあり、回復スピードは鈍い。

3 関東

外国人延べ宿泊者数については、東日本大震災の風評被害等の残る地域はあるものの、富士山の世界文化遺産登録や2020年オリンピック・パラリンピック東京大会開催決定等による国内外からの注目が増加に寄与したと考えられる。

4 北陸信越

外国人延べ宿泊者数については、立山黒部アルペンルート（台湾、東南アジア）、白馬・志賀・野沢・妙高のスキー場（オーストラリア）等の好調さが増加に寄与したと考えられる。

5 中部

外国人延べ宿泊者数については、昇龍道プロジェクトによる誘客促進が増加に寄与したと考えられる。

6 近畿

外国人延べ宿泊者数については、関西国際空港を拠点とするLCC（ローコストキャリア）の増便拡充等が増加に寄与したと考えられる。

7 中国

延べ宿泊者数については、2013年（平成25年）7月－9月に広島で実施されたJR西日本デザインেশョンキャンペーンや、出雲大社の本殿遷座際が増加に寄与したと考えられる。

8 四国

延べ宿泊者数については、瀬戸内国際芸術祭2013等の開催による入込み客数の増加が見られたものの、猛暑や台風、秋雨前線の停滞による豪雨、多雨の影響等が、延べ宿泊者数の減少につながったものと考えられる。

外国人延べ宿泊者数については、台北からの定期便の就航（高松）、成田からのLCC（ローコストキャリア）の就航（高松・松山）、瀬戸内国際芸術祭2013の開催、ALL SHIKOKU Rail Passを利用した四国観光周遊の好調さが増加に寄与したと考えられる。

9 九州

外国人延べ宿泊者数については、ASEAN（東南アジア諸国連合）、韓国との観光交流や旅行者誘致推進が増加に寄与したと考えられる。

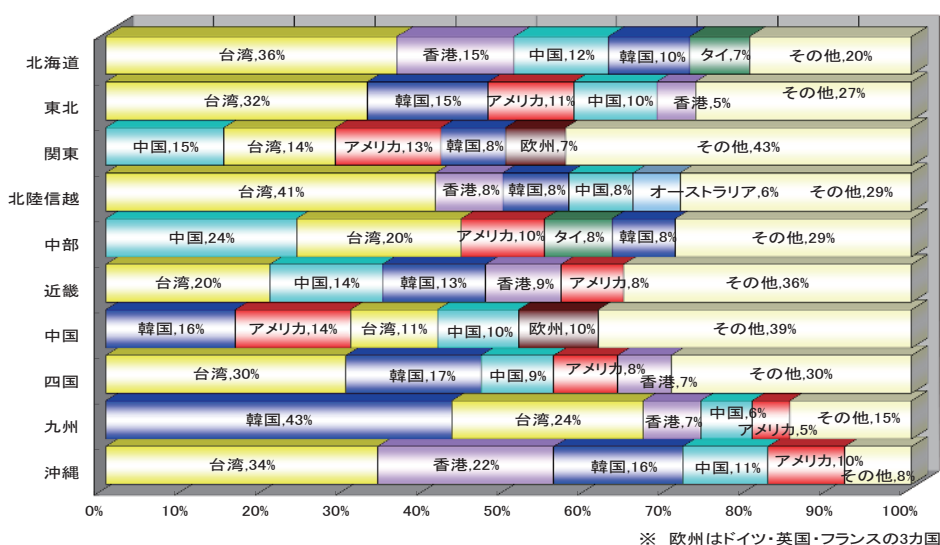
10 沖縄

延べ宿泊者数については、航空路線の拡充や新石垣空港の開港が増加に寄与したと考えられる。

外国人延べ宿泊者数については、那覇空港新国際線ターミナルや那覇港クルーズ船旅客ターミナルの供用開始とこれに伴う航空路線の拡充やクルーズ寄港増が増加に寄与したと考えられる。

2013年（平成25年）の地方ブロック別外国人延べ宿泊者の国籍・地域別構成比については、北海道、東北地方、北陸信越地方、近畿地方、四国地方及び沖縄は台湾からの宿泊者が、中国地方及び九州地方は韓国からの宿泊者が、関東地方及び中部地方は中国からの宿泊者が多い。（図表I-47）

図表I-47 地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国籍・地域別構成比2013年（平成25年）



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
注2) 2013年（平成25年）の数値は暫定値。

第7節 各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

2012年（平成24年）に策定された北海道観光推進戦略に基づき、スポーツツーリズムの振興やムスリム対応等の受入環境整備の強化が進められるとともに、地域の暮らしを支える交通と観光交流を連携させ確保する取組が推進された。

○留学生スキーインストラクター育成プロジェクト

2013年（平成25年）11月、北海道運輸局、北海道スキー連盟、NPO法人北海道スキー海外普及振興協会、札幌大学等により構成される産学官連携の「おもてなしスノーレンジャー」育成チームが

結成され、道内の留学生をスキーインストラクターへ育成するプロジェクトが開始された。

このプロジェクトには、4つの国・地域（中国、台湾、韓国、バングラデシュ）出身の28名の留



指導員からレッスンを受ける留学生

学生から応募があり、日本スキー連盟の2級検定に受講者18名中11名が合格するとともに、うち6名が認定指導員試験に合格した。

このような合格者は、今後、札幌やルスツ等でスキーインストラクターとしての活動が予定されており、外国人に対するレッスン体制の充実及びSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を通じた情報発信により、北海道へのスキー観光需要の増加につながることを期待される。



プロジェクトに際し作成したロゴ

○離島ツーリズムの推進

観光及び交通による離島振興を図るため、北海道運輸局、自治体、交通事業者、旅行会社等の連携により、2013年（平成25年）5月、公共交通を利用した個人・小グループ向けの旅行商品（フェリー、バス、宿泊を組み合わせた商品）が造成された。その結果、北海道の離島航路の利用者が前年に比べ1.9%（12,567人）増加した。

2 東北

東北地方では、東日本大震災から3年が経過した現在も、観光客、とりわけ、外国人観光客の回復が遅れている。このため、東北運輸局、東北観光推進機構、地方公共団体、観光事業者、住民等の連携により、東北地方の観光面での早期回復・拡大に向けた取組が推進された。

○東北地方の観光復興と再生

「東北の観光復興と再生」をテーマとして、各種メディア・イベントとの連携による「復興商店

街でつなぐ旅スタンプラリー」や、地域観光の旬な情報をアップデートで配信するポータルサイト「東北物語」の開設・運営、東北6県の知事等が参加する「東北観光がんばります!!～東日本大震災から3年～シンポジウム」開催（2014年（平成26年）3月）等の取組が行われた。

「復興商店街でつなぐ旅スタンプラリー」については、商品応募件数が880件から5,203件に伸びるなど、太平洋沿岸エリアの認知度向上、旅行需要の喚起につながった。また、シンポジウムでは、東北が一丸となって観光復興・発展に取り組む姿を国内外に発信することができた。さらに、シンポジウム開催に併せて、外国人旅行者誘致のイベントでの活用を目的として作成した「TOHOKU JAPAN」ロゴマークを公表するなど、関係機関との連携が深まった。



「復興商店街でつなぐ旅」ポスター等



東北観光がんばります!!シンポジウム

3 関東

2013年（平成25年）6月に富士山が世界遺産登録されたが、地域との連携に基づき、富士山の世界遺産登録を活用した外国人旅行者誘致や、世界遺産登録を契機とした魅力ある観光地域づくりの取組が推進された。

○富士山の世界遺産登録を活用した外国人旅行者誘致の取組

富士山の魅力を世界に向けて情報発信し、日本及び富士箱根伊豆エリアの認知度向上と誘客を図ることを目的に、2013年（平成25年）7月、富士山の歴史的・文化的な観光資源ニーズがある米国及びフランスのメディアをターゲットとした招請事業が実施され、欧米からの誘客促進が図られた。

この取組を通じ、富士山周辺の地元酒蔵や神社等も高い評価を得、富士山と併せての観光資源として来訪者の動機づけとなることを認識できた。

○富士山の世界遺産登録を契機とした魅力ある観光地域づくり

富士山国際ノルディック協会や富士河口湖町等との連携により、四季折々の富士山を体感でき、その背景にある歴史や文化などの構成資産も同時に楽しむことができるノルディックウォーキングを通じた地域一丸となったまちづくりが推進された。

4 北陸信越

2015年（平成27年）春の北陸新幹線金沢延伸開業によって、首都圏・関西圏は、北陸信越地域への移動時間が大幅に短縮され、多岐にわたる分野での地域間交流が促進されることになる。このた

め、北陸信越運輸局、地方公共団体、観光・交通事業者等の連携により、北陸新幹線開業を活かした地域観光の活性化に向けた取組が推進された。

○北陸新幹線開業を活かした地域観光の活性化

関係者の連携を強化するため、「北陸新幹線の金沢延伸開業に向けた観光振興シンポジウム」(2013年(平成25年)7月)や、沿線6県と観光関係者、関係JR各社による「かがやき・はくたか観光会議」(2013年(平成25年)11月)が開催され、広域で連携したプロモーションや情報発信等の具体的な取組をさらに推進していくことが確認された。



北陸新幹線沿線観光マップ

5 中部

将来的な目標である年間外国人旅行者600万人泊の高みを目指し、中部地方への最大の送客元である中華圏からの更なる旅行者誘致、広域連携によるプロモーションの実施、無料公衆無線LAN環境の整備、ムスリム対応の強化、中部国際空港と各観光地のアクセス改善等の取組が推進された。

○中華圏からの更なる旅行者誘致の推進(「昇龍道プロジェクト」の推進)

中華圏(中国、香港、台湾)から中部北陸地域への旅行者誘致推進のため、2012年(平成24年)3月、「昇龍道プロジェクト推進協議会」が設置されるとともに、台湾への「昇龍道台湾ミッション」の派遣(2013年(平成25年)5月)や、「昇龍道プロジェクトアクション・プラン」の策定(2013年(平成25年)9月)、観光ガイドブックの多言語での製作・配布、訪日外国人旅行者向けに特典を提供する「昇龍道ウェルカムカード」の配付等の取組が行われた。



「昇龍道プロジェクト」ポスター

6 近畿

2011年(平成23年)9月に大水害を引き起こした台風12号からの早期復旧・復興に向け、関係ブロック機関、地方公共団体等の連携により、紀伊半島の観光振興と社会資本整備に関する取組が推進された。

○紀伊半島の観光振興と社会資本整備の推進

国(近畿運輸局、近畿地方整備局、近畿農政局等)や地方公共団体(三重県、奈良県、和歌山県等)の連携により、「紀伊半島の観光振興と社会資本整備に関する連絡会議」が開催(2012年(平成24年)11月)されるとともに、平成25年度は、紀伊半島各地の観光資源や社会資本整備に関するパンフレット「近くなる紀伊半島」の作成や、各イベントでの配付・PRが実施された。



JR大阪駅にて開催した「紀伊半島 観光PR展」



PRパンフレット「近くなる紀伊半島」

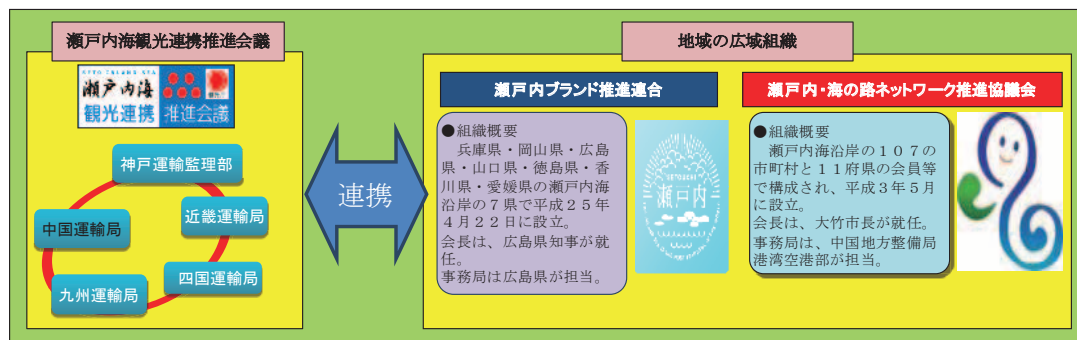
7 中国・四国

複数の運輸局や地方公共団体等の連携により、瀬戸内海の観光資源を活かした魅力ある地域づくり、地域経済の活性化に向けた取組が推進された。

○瀬戸内海観光の推進

2011年（平成23年）7月、「瀬戸内海観光連携推進会議」が設立されるとともに、瀬戸内海を巡る観光周遊ルートへの構築に向けたモデルルート調査や、瀬戸内海へのクルーズ船寄港の誘致を目的とした「瀬戸内海クルーズセミナー」の開催（2013年（平成25年）10月）、「せとうちサイクルーズPASS」の利用促進の取組が行われた。

これらの取組を通じ、「せとうちサイクルーズPASS」の発行実績は対前年度比5.6%増となった。



瀬戸内観光振興の体制

8 九州

ASEAN（東南アジア諸国連合）市場や韓国からの旅行者誘致が推進されるとともに、九州の玄関口である福岡空港のアクセスを中心とした外国人旅行者受入環境整備、国内外から選好される魅力ある観光地域づくり等の取組が推進された。

○経済成長著しいASEAN（東南アジア諸国連合）からの旅行者誘致推進

タイと九州の交流促進を図る「タイ・九州相互観光交流シンポジウム」が開催（2013年（平成25年）5月）された。また、JATA⁶（日本旅行業協会）九州支部とTTAA⁷（タイ国旅行業協会）に

6 Japan Association of Travel Agents

7 Association of Thai Travel Agents

よる観光交流促進に関する覚書の締結支援、2WAYチャーターの実施、タイにおける観光セミナー開催等、官民連携による取組が行われた。

これらの取組を通じ、2013年（平成25年）、ASEAN（東南アジア諸国連合）からの入国者が増加し、その中でも、特にタイからの入国者数は過去最高を記録した。



タイ・九州相互観光交流シンポジウム

○韓国からの旅行者誘致推進

2013年（平成25年）末、韓国からの訪日旅行者が減少傾向となる中、訪日外国人旅行者1,000万人達成に向けた緊急的な取組として、韓国からのインバウンドの維持拡大を図るため、九州運輸局、福岡市、(株)トヨタレンタリース福岡、JR九州高速船(株)の連携により、韓国からの誘客に強みのある福岡を対象とした韓国人訪九州旅行者向けキャンペーンが実施された。

この取組を通じ、韓国からの入国者数が2013年（平成25年）に2年連続で過去最高を記録した。

9 沖縄

新石垣空港の開港（2013年（平成25年）3月）や那覇空港新国際線ターミナルの供用開始（2014年（平成26年）2月）、那覇港のクルーズ船旅客ターミナルの供用開始（2014年（平成26年）4月）等、観光交流を拡大させる新たな交通インフラを活用し、ASEAN（東南アジア諸国連合）向けのプロモーションの強化や、クルーズ船誘致のための関係者招請等、外国人旅行者の更なる誘致に向けた取組が推進された。

○クルーズ船誘致の推進

2013年（平成25年）9月、米国シルバーシークルーズ社副社長を招請し、沖縄本島・宮古島・石垣島等の寄港地としての魅力をPRするとともに、沖縄総合事務局、沖縄県等の連携により、日本と台湾のクルーズ振興に関する関係者が一堂に会する「クルーズ・シンポジウムin沖縄」（2013年（平成25年）12月）が開催された。

これらの取組を通じ、沖縄へのクルーズ船の寄港は、2014年（平成26年）には167回が予定（2013年（平成25年）実績124回）され、このうち、那覇港97回、石垣港67回と両港ともに過去最高となる見込みである。



那覇空港新国際線ターミナル



那覇港クルーズ船旅客ターミナル（写真・那覇港管理組合提供）



(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 観光とオリンピック・パラリンピック

2013年（平成25年）9月8日、アルゼンチンの首都ブエノスアイレスで開催された第125次IOC⁸（国際オリンピック委員会）総会において、東京が2020年オリンピック・パラリンピック競技大会の開催都市に選定された。

オリンピック・パラリンピック競技大会はスポーツの祭典であるが、その開催国に選ばれることは、その国自身の文化や魅力を世界に発信するまたとない機会である。その意味で、オリンピック・パラリンピック大会の開催は我が国のインバウンド観光の拡大における強力な追い風であり、今後、2020年に向けて2,000万人の高みを目指していく上では、この追い風を最大限活かすことが必要となる。

第Ⅱ部においては、過去のオリンピック・パラリンピック大会における施策や取組を検証し、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けて参考となる教訓を分析する。

⁸ International Olympic Committeeの略。

第1章 日本で過去に開催された大会

第1節 1964年東京大会

前回の東京大会は、日本の国際観光の草創期である1964年（昭和39年）に開催された。オリンピック開催期間中の訪日外国人旅行者数は、約5万人（うち、選手を含む大会関係者約9,000人、一般観光客約4万1,000人）であった。

東京大会に向けては、戦後最大規模の国際イベントを成功させるべく、東海道新幹線や高速道路の建設、宿泊施設の整備や接遇の向上が意欲的に推進され、外国人旅行者を受け入れるための基礎的なインフラが整備された。海外宣伝については、同年に設立された特殊法人国際観光振興会（現在のJNTO（日本政府観光局））の海外事務所等を通じて、欧米を中心に日本の観光事情、具体的な旅程や費用の紹介が行われた。

第2節 1972年札幌大会及び1998年長野大会

1972年（昭和47年）に開催された札幌オリンピックは、世界35か国約1,700人の選手・役員を迎え、国内外から約66万人の観客を集めて開催された。外国人旅行者の誘致については、国際観光振興会の海外宣伝事務所等を通じて、大会関係のPRを挿入した海外向け宣伝パンフレットの配布等、積極的に宣伝誘致活動を行った。

1998年（平成10年）に開催された長野オリンピック・パラリンピックは、長野市、山ノ内町、白馬村、軽井沢町及び野沢温泉村で開催された。大会には、世界72か国・地域から約5,000人の選手・役員が参加し、当時、冬季オリンピックとしては史上最大の規模となった。また、国内外からオリンピックに120万人、パラリンピックに15万人を超える観客が集まった。大会前年10月には長野新幹線が開通する等、鉄道交通網の整備が図られた。

第2章 2012年ロンドン大会の取組

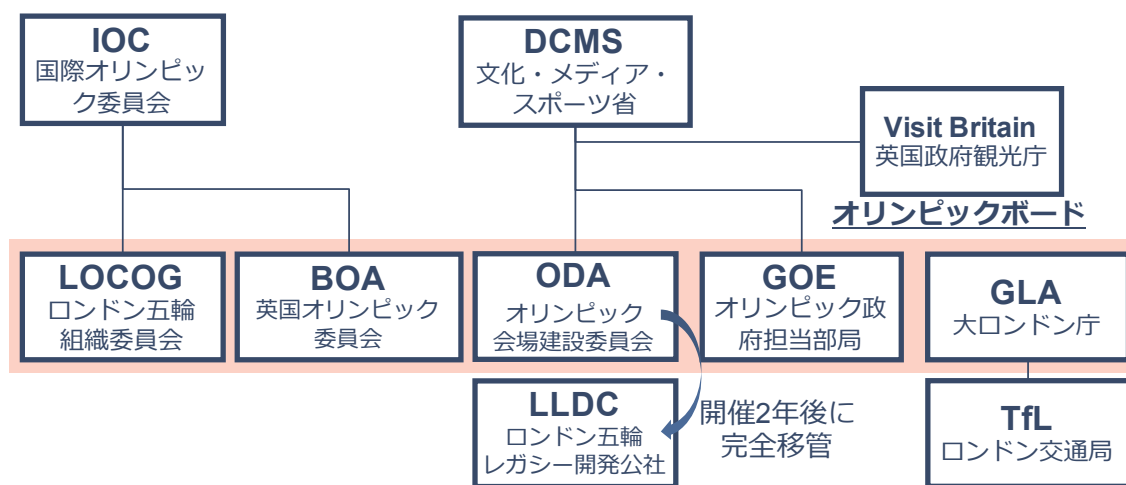
過去のオリンピック・パラリンピック大会については、まず、2012年ロンドン大会を取り上げ、①オリンピック・パラリンピックの効果を一過性で終わらせることなく、持続的なものとする、②オリンピック・パラリンピックの効果を開催地だけでなく、全国に波及させる、の二つの観点から、その施策・取組を以下のとおり整理・分析した。

第1節 ロンドン大会に向けた体制の整備

ロンドン大会では、LOCOG⁹（ロンドン五輪組織委員会）、BOA¹⁰（英国オリンピック委員会）、ODA¹¹（オリンピック会場建設委員会）、GLA¹²（大ロンドン庁）等がオリンピックボードを組成し、これが中核となり、他の行政機関、地方政府、民間企業等と連携して、オリンピック・パラリンピックの開催に向けた戦略・計画の立案や推進が行われた。

観光分野については、観光担当の行政機関であるDCMS¹³（文化・メディア・スポーツ省）の下部組織であるVB¹⁴（英国政府観光庁）が中核となり、英国内の4地域（イングランド、スコットランド、ウェールズ、北アイルランド）の観光局及びロンドン市観光局等と連携し、オリンピック・パラリンピックに向けた観光戦略「Government Tourism Policy」を策定、推進した。（図表Ⅱ-1）

図表Ⅱ-1 ロンドン大会の運営組織



注）英国の機関等へのヒアリングにより、観光庁作成。

また、ロンドン大会に向けた国と地方との連携を推進するため、大会誘致前の2003年（平成15年）に、NRG¹⁵（全国・地域団体）が設立された。NRG（全国・地域団体）は、「国民全員参加のオリンピック実現のため、英国全体でオリンピックへの関心を高め、オリンピックによる恩恵を最大化すること」を目標に、イングランドの9つの地域及びスコットランド、北アイルランド、ウェールズの12地域等により構成された国と地方行政機関による組織である。

9 London Organising Committee of the Olympic and Paralympic Gamesの略。

10 British Olympic Associationの略。

11 Olympic Delivery Authorityの略。

12 Greater London Authorityの略。

13 Department of Culture, Media and Sportの略。

14 Visit Britainの略。

15 Nations and Regions Groupの略。

具体的には、国のオリンピック・パラリンピック関連施策に対する地域レベルでの支援や、英国各地のメディアの大会会場への招請ツアー等を実施したほか、地方での事前トレーニングキャンプ開催等も支援した。

第2節 大会効果を持続的なものとするための施策・取組

ロンドン大会では、大会以降も見据えた長期的な戦略に基づき、様々なプロモーションが行われた。

1 海外メディア対策

VB（英国政府観光庁）は、英国のポジティブイメージ構築を目的として、世界各国向けに英国をプロモーションする観点から、2007年（平成19年）以降、ロンドン大会を主要テーマとして、毎年、1,000人程度の海外メディアを招請している。また、2008年（平成20年）には、オリンピック関係の画像・映像のデータベースを作成し、海外メディア向けにオリンピック関係の無料情報提供を開始した。

2012年（平成24年）には、世界中から35名の国際的ジャーナリストを招請し、英国国内の観光情報や地域情報を提供するとともに、大会会場や歴史的・文化的な地域・行事を取り上げた32編の短編映像を作成し、海外の放送局に提供した。

2 大会を挟み4年にわたる長期キャンペーン～「Britain - You're Invited」

VB（英国政府観光庁）は、開催前の2011年（平成23年）から開催後の2015年（平成27年）までの長期間にわたり、開催都市のロンドンだけでなく英国全体のプロモーションを図る「Britain - You're Invited」キャンペーンを展開している。

VB（英国政府観光庁）は、自ら5,000万ポンド（約86.4億円¹⁶）を出資するとともに、アメリカン・エクスプレス、ブリティッシュ・エアウェイズ等の民間事業者から5,000万ポンド（約86.4億円）を調達し、1億ポンド（約172.7億円）のマッチングファンドを組成した。

本キャンペーンは、「Britain - You're Invited」スローガン・ロゴを用い、2011年（平成23年）6月より開始され、著名人を起用した英国紹介CMの海外TVでの放映、VB（英国政府観光庁）の関連サイトやYouTubeでの放映、世界の主要都市におけるイベントの開催等を行った。

3 国際的イメージ・キャンペーン～「GREAT」キャンペーン

「Britain - You're Invited」の2年目に当たり、ロンドン大会開催年でもある2012年（平成24年）においては、英国の観光・文化交流やビジネス機会の拡大を目的として、大規模な国際的イメージ・キャンペーンである「GREAT」キャンペーンが実施された。

本キャンペーンのうち、観光関連はVB（英国政府観光庁）が、ビジネス関連はUKTI¹⁷（英国貿易投資総省）が、教育関連はBritish Councilが担当し、三者の連携により実施された。本キャンペーンの実施に当たっては、DCMS（文化・メディア・スポーツ省）よりVB（英国政府観光庁）に2,500

16 ポンドを日本円に換算する際のレートは、1ポンド=172.7円（2014年（平成26年）5月6日時点）。

17 UK Trade & Investmentの略。

万ポンド（約43.2億円）の追加予算が投入されるとともに、民間企業からも資金を調達し、総額は2,790万ポンド（約48.2億円）に達した。



GREATキャンペーンの例

2012年（平成24年）2月から、海外9か国（オーストラリア、ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、インド、日本、米国）の主要都市において、「GREAT」ロゴを使用したキャンペーンがCM、ウェブサイト等で展開された。PR内容は、英国全土のショーケース化を図る観点から、文化、遺産、スポーツ、音楽、田園地帯、ショッピング、飲食に加え、ビジネス・投資・教育における創造性や知的財産の分野における英国の魅力など、多岐にわたった。



ドイツにおける「GREAT」キャンペーン

4 大会終了後も大会効果を持続させるためのプロモーション

VB（英国政府観光庁）は、ロンドン大会終了後も効果継続を狙ったプロモーションを展開している。2012年（平成24年）10月から2013年（平成25年）3月にかけて、ブリティッシュ・エアウェイズとの間で組成したマッチングファンドの資金を活用し、海外8か国（中国・日本・インド・米国・UAE・カ



ジェームズボンド50周年プロモーション「Bond is GRERAT」

ナダ・ブラジル・ロシア)において「The Big British Invited」キャンペーンを行った。

同キャンペーンにおいては、「Memories are GREAT」というテーマに基づき、ロンドン大会の映像を活用したCMを作成し、海外TV局や、VB（英国政府観光庁）の関連サイトや旅行・ライフスタイルの関連サイトで放映された。

また、このキャンペーンの一環として、2012年（平成24年）10月の有名映画007の新作公開のタイミングに合わせ、ジェームズボンド50周年プロモーション（「Bond is GREAT」）とタイアップし、映画館や新聞、VB（英国政府観光庁）の関連サイト等において英国の観光地を紹介した。

「GREAT」キャンペーンは、2013年（平成25年）、2014年（平成26年）も継続され、観光だけでなく、学習、投資、ビジネスについても、英国が最良の場所であるというプロモーションを展開し、大会を遺産（レガシー）として積極的に活用している。

第3節 大会効果を全国に波及させるための施策・取組

1 開催地だけでなく国全体を訴求するプロモーション

VB（英国政府観光庁）による「Britain - You're Invited」プロモーションでは、文化、遺産、スポーツ、音楽、田園地帯、ショッピング及び飲食の7つのテーマで英国をアピールしている。

また、VB（英国政府観光庁）は、2012年（平成24年）の大会会場や英国各地の観光資源、英国国内の歴史的・文化的な行事を取り上げた32編の短編映像を作成し、海外の放送局に提供した。

このように、VB（英国政府観光庁）は、開催都市のロンドンだけではなく、英国全体を訴求するプロモーションを展開した。

2 地方への波及を狙った関連イベント開催

(1) 聖火リレー

ロンドン大会の聖火リレーは、「英国本土及び英国領諸島の住民の95%以上が1時間以内に応援に行ける」ことをコンセプトとして掲げ、そのルートは、英国全土を網羅するとともに、英国内の湖水地方やストーンヘンジ等の観光地を含めた1,000以上のエリアを通るように設定された。VB（英国政府観光庁）は、聖火リレーの状況を世界に向けて発信し、英国全土の観光資源のプロモーションを図った。



ロンドン大会における英国内の聖火リレールート

(2) カルチュラル・オリンピアド

DCMS（文化・メディア・スポーツ省）、ロンドン市等により構成されるCOBM¹⁸（オリンピック・文化プログラム理事会）は、北京大会後の2008年（平成20年）からロンドン大会の2012年（平成24年）までの4年間にわたり、「カルチュラル・オリンピアド」と題した大規模な文化プログラムを英国各地で展開した。この文化プログラムは、約1億2,700万ポンド（約219.3億円）の予算を投じ、英国の音楽や演劇、ダンス、美術、映画、ファッション等について紹介するもので、COBM（オリンピック・文化プログラム理事会）の推計によれば、英国全土の1,000以上の開催地において約18万件にも及ぶ様々なイベントが開催され、延べ約4,300万人の人々が参加した。

また、オリンピック開催直前の6月からパラリンピック閉幕の9月までの12週間にわたり開催された「ロンドン 2012フェスティバル（London 2012 Festival）」では、全体の19%にあたる33,631件のイベントが開かれた。



Piccadilly Circus © Mayor of London

18 Cultural Olympiad Board Membersの略。



Artist: Sue Austin © www.wearefreewheeling.org

カルチュラル・オリンピックにおけるパフォーマンス

カルチュラル・オリンピックの地方への波及効果については、COBM（オリンピック・文化プログラム理事会）は、延べ参加者約4,300万人のうち、約2,580万人がロンドン以外の地域のイベントに参加したと推計しており、カルチュラル・オリンピックは、ロンドン以外の英国各地の活性化に貢献したと考えられる。

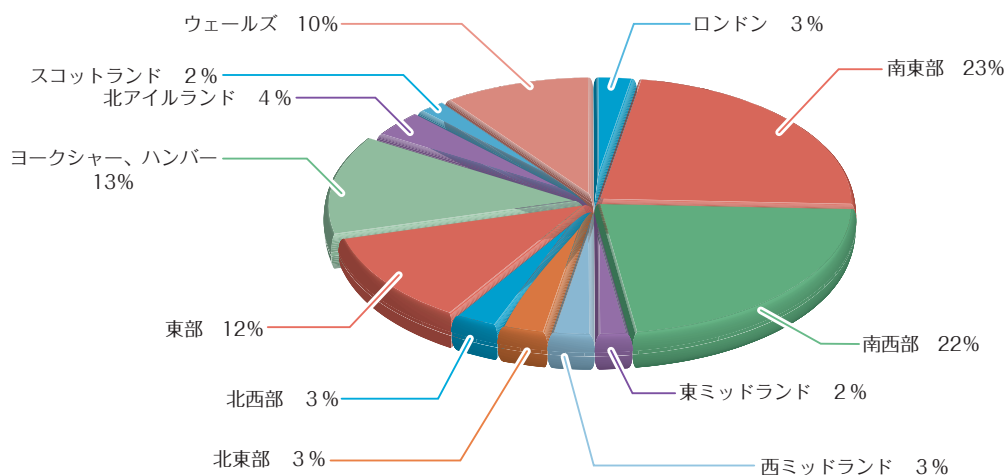
DCMS（文化・メディア・スポーツ省）による観光面での効果の推計によれば、ロンドン2012フェスティバルへの外国人参加者数は約13万人¹⁹、英国人については一泊以上した観光客は約34万人、日帰り観光客は約300万人とされている。

（3）プレゲーム・トレーニング・キャンプ

DCMS（文化・メディア・スポーツ省）の調査によれば、オリンピック・パラリンピックに先立って行われるプレゲーム・トレーニング・キャンプ（Pre-Games Training Camps（以下、PGTC））は、計266件実施されたと推計されており、このうち226件がイングランドで、40件がイングランド以外で実施された。ロンドン近辺（イングランドの南部）にキャンプ会場が集中しているが、英国各地でキャンプが実施された。（図表Ⅱ-2）

19 2012年におけるオリンピック目的の外国人訪英者数は約47万人と推計されている。

【図表II-2】 プレゲーム・トレーニング・キャンプの開催地



注) DCMS (文化・メディア・スポーツ省) 資料による。

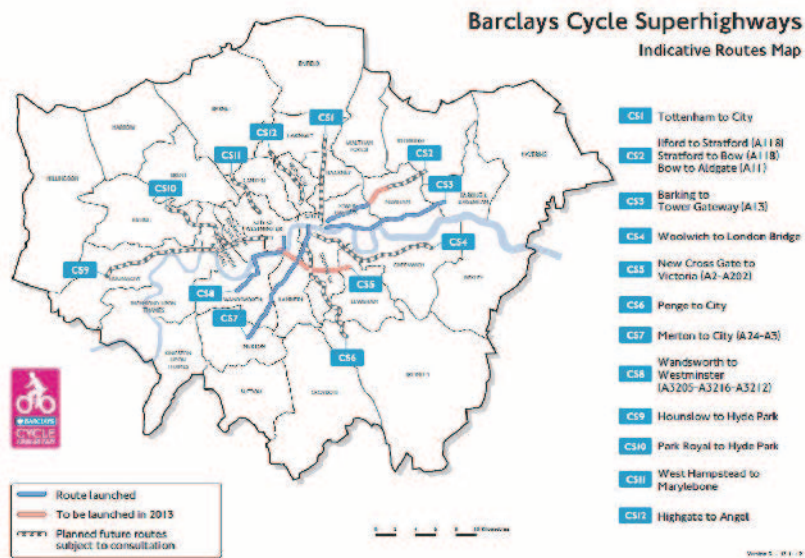
DCMS (文化・メディア・スポーツ省) の調査によれば、これらのPGTCが英国経済に1,000万ポンド (約17.3億円) の直接的な経済的恩恵を生み出したとされ、また、開催地の53%が観光面で好影響があったと回答している。

第4節 観光客の移動に関する施策・取組

ロンドン市では慢性的な交通渋滞が社会問題となっており、オリンピック・パラリンピックを開催する上で、選手、役員、観光客の円滑な移動の確保は重要な課題となっていた。このため、ロンドン大会では、公共交通機関による移動を促進する観点から、オリンピック・パークが建設されたロンドン東部地区への公共交通ネットワークの整備が行われ、地下鉄についてはオリンピック・パークの最寄りの3駅に10路線が乗り入れるようになった。

また、公共交通機関の活用に加え、徒歩や自転車による移動を促進するため、ロンドン市内の全域にわたり、自転車道の整備や歩道拡幅等が行われた。ロンドン市は、2010年 (平成22年) 7月からレンタル自転車制度を導入し、オリンピックパークを含むエリアでサービスの提供を開始した。

ロンドン大会では、移動におけるバリアフリー対策も講じられた。大会会場が集中していたロンドン東部地区を中心に、駅構内や車両のバリアフリー化が進められるとともに、駅から大会施設までの移動については、車椅子に対応した駅・会場間のシャトルバスが運行された。各競技施設付近では、ボランティア等による人的サポート体制も整備された。



ロンドン市における自転車道の整備計画²⁰

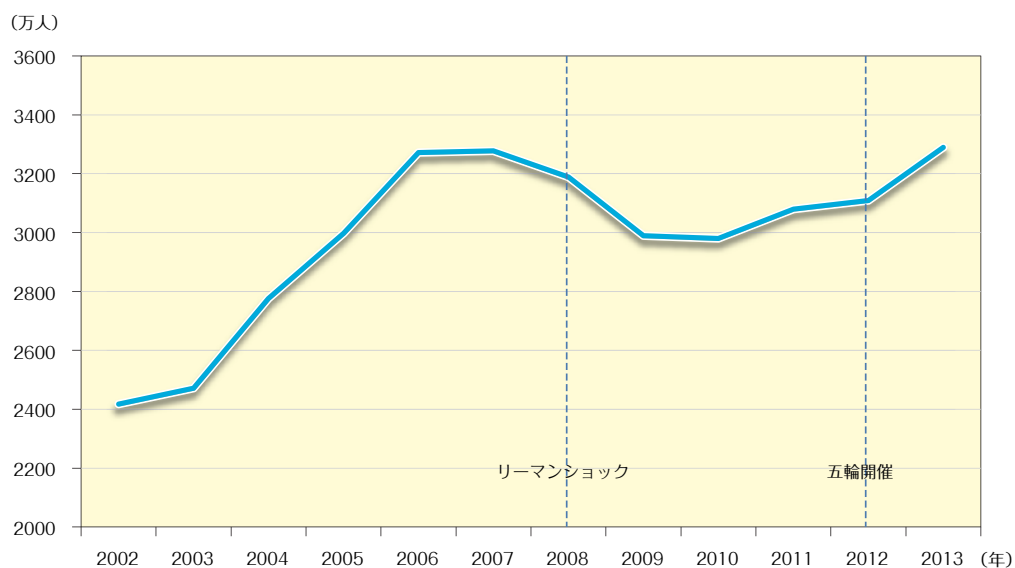
第5節 観光戦略の効果

1 訪英外国人旅行者

2008年（平成20年）に発生したリーマンショック以降、訪英外国人旅行者数は減少傾向であったが、2011年（平成23年）以降は増加に転じている。訪英外国人旅行者数は、2012年（平成24年）は3,108万人（対前年比0.9%増）、2013年（平成25年）は3,281万人（対前年比5.6%増）となり、増加傾向となるとともに、リーマンショック以前の水準を上回った。（図表Ⅱ-3）

2012年（平成24年）について詳細に見ると、ロンドン大会開催時の2012年（平成24年）第Ⅲ四半期だけは対前年同期比4.2%減となった。

図表Ⅱ-3 訪英外国人旅行者数の推移

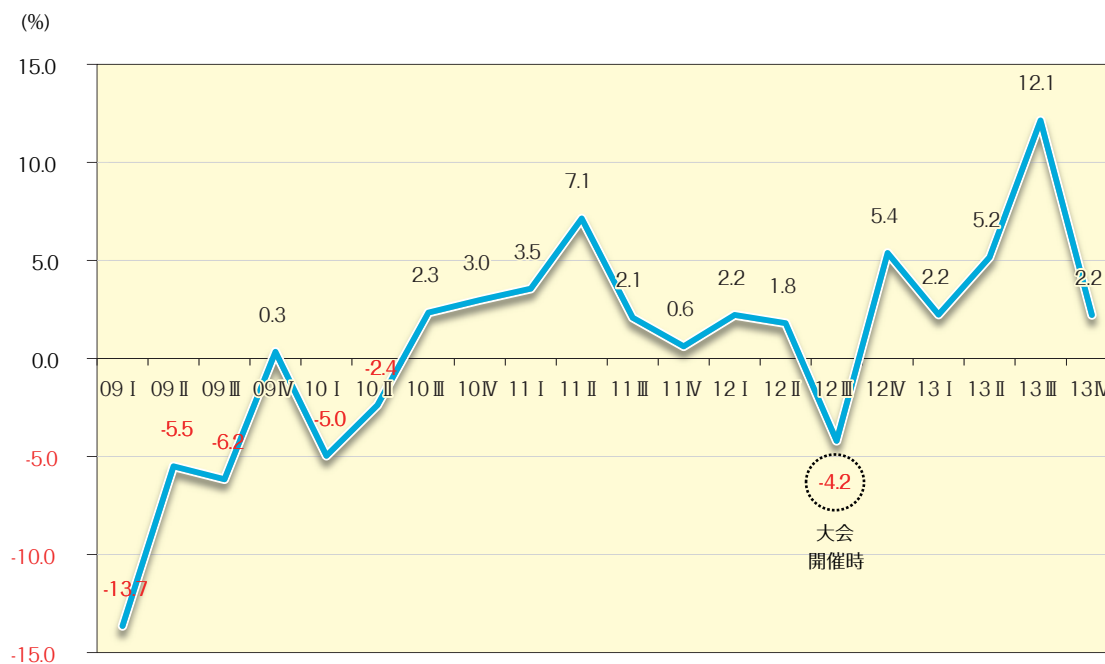


20 ロンドン大会開催時に開通したのは4路線。

この原因について、ETOA²¹（欧州ツアーオペレーター協会）は、オリンピック・パラリンピックに関心のない観光客の一部が大会開催時のロンドンにおける交通・宿泊等の混雑や宿泊代等の価格高騰を回避しようとしたためと分析している。（**図表Ⅱ-4**）

2 経済効果

図表Ⅱ-4 四半期での訪英外国人旅行者数の推移（対前年同期比）



注) ONS（英国国家統計局）、「Overseas Travel and Tourism」より観光庁作成。

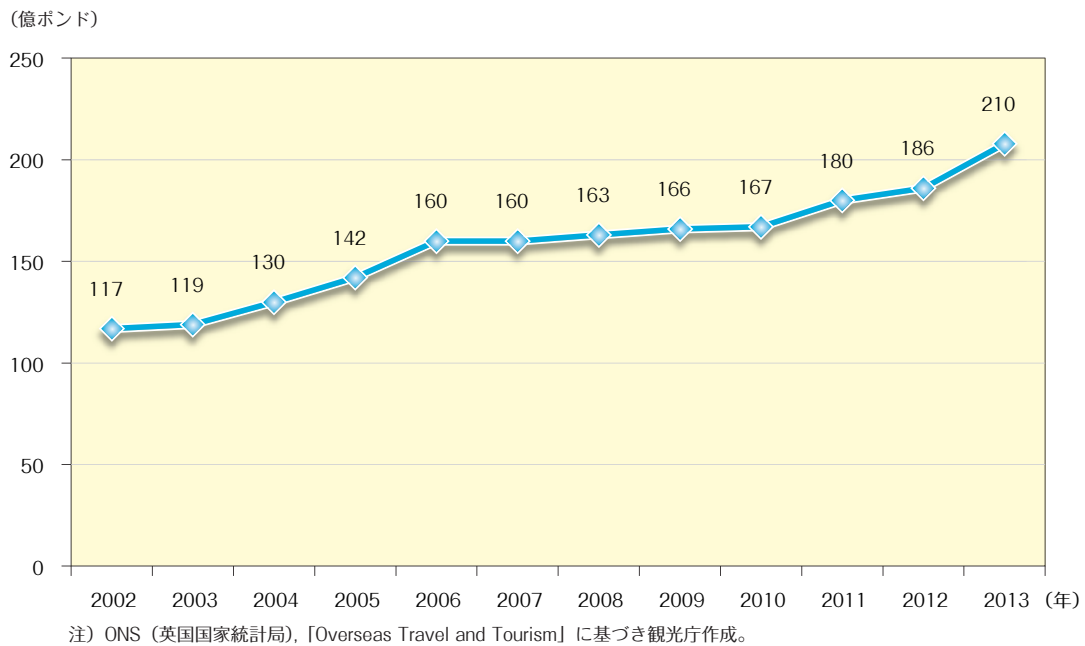
訪英外国人旅行者の消費額は、長期的に上昇傾向にある。

2007年（平成19年）－2010年（平成22年）においては、リーマンショックの影響等から、伸び率が低下しているが、2011年（平成23年）以降においては伸び率が大きくなってきている。

ロンドン大会開催年2012年（平成24年）の訪英外国人旅行者消費額は約186億ポンド（約3.2兆円）で、前年比3.6%増となった。（**図表Ⅱ-5**）

21 European Tour Operators Associationの略。

図表Ⅱ-5 訪英外国人旅行者の消費額の推移

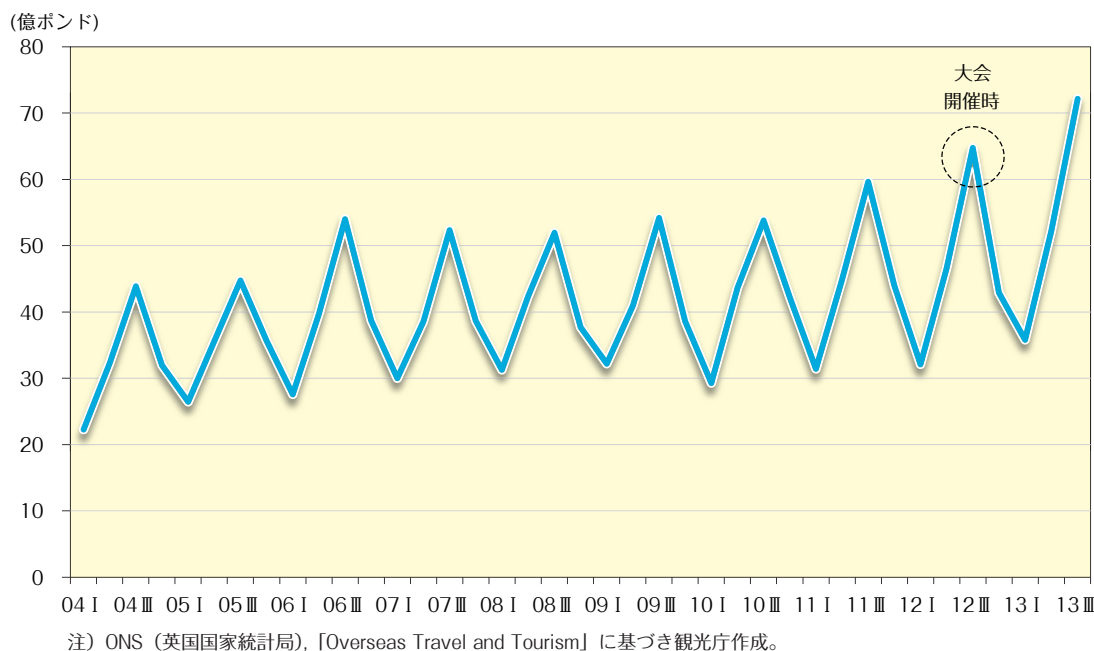


四半期別では、オリンピック・パラリンピック開催時の2012年（平成24年）7月－9月の訪英外国人旅行者消費額は約65億ポンド（約1.1兆円）で、対前年同期比8.5%増と大きな伸びを示している。特に、ONS²²（英国国家統計局）の発表によれば、オリンピック・パラリンピックを主目的とする訪英外国人旅行者の滞在中の平均支出額は1,510ポンド（約26.1万円）で、同時期に他目的で訪英した外国人旅行者の約2倍となった。

消費額については季節変動が大きいですが、2013年（平成25年）は前年同期を上回って推移している。
(図表Ⅱ-6)

22 Office for National Statisticsの略。

| 図表Ⅱ-6 | 訪英外国人旅行者の消費額の推移（四半期）



3 地方への波及

(1) 地方を訪問した外国人旅行者数

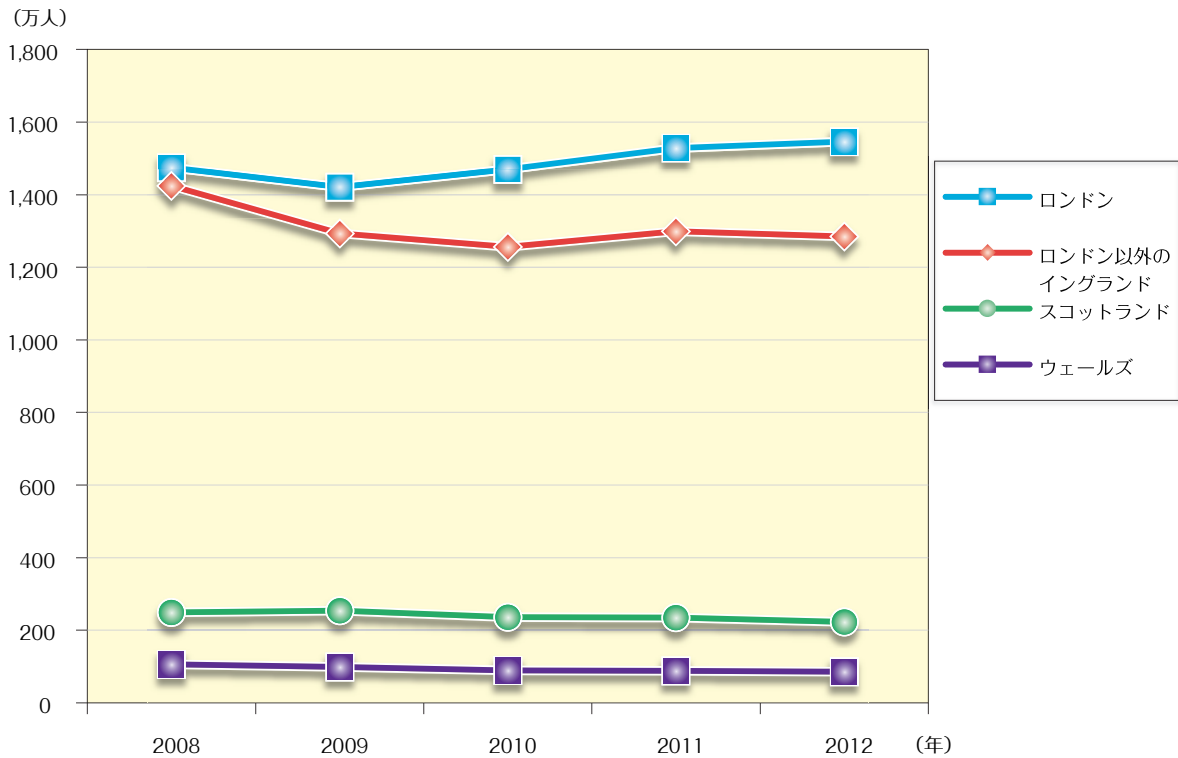
2012年（平成24年）の地方別外国人旅行者数は、ロンドン：1,546万人、ロンドン以外のイングランド：1,285万人、スコットランド：223万人、ウェールズ：85万人となった。

2011年（平成23年）との比較では、ロンドンは対前年比1.2%増となったが、ロンドン以外の地方ではいずれも減少し、ロンドンを除くイングランド：対前年比1.2%減、スコットランド：対前年比5.3%減、ウェールズ：対前年比2.9%減となった。

一方、2013年（平成25年）の地方別外国人旅行者数は、第Ⅲ四半期までの比較では、すべての地方において対前年同期比4%以上の伸びを示している。

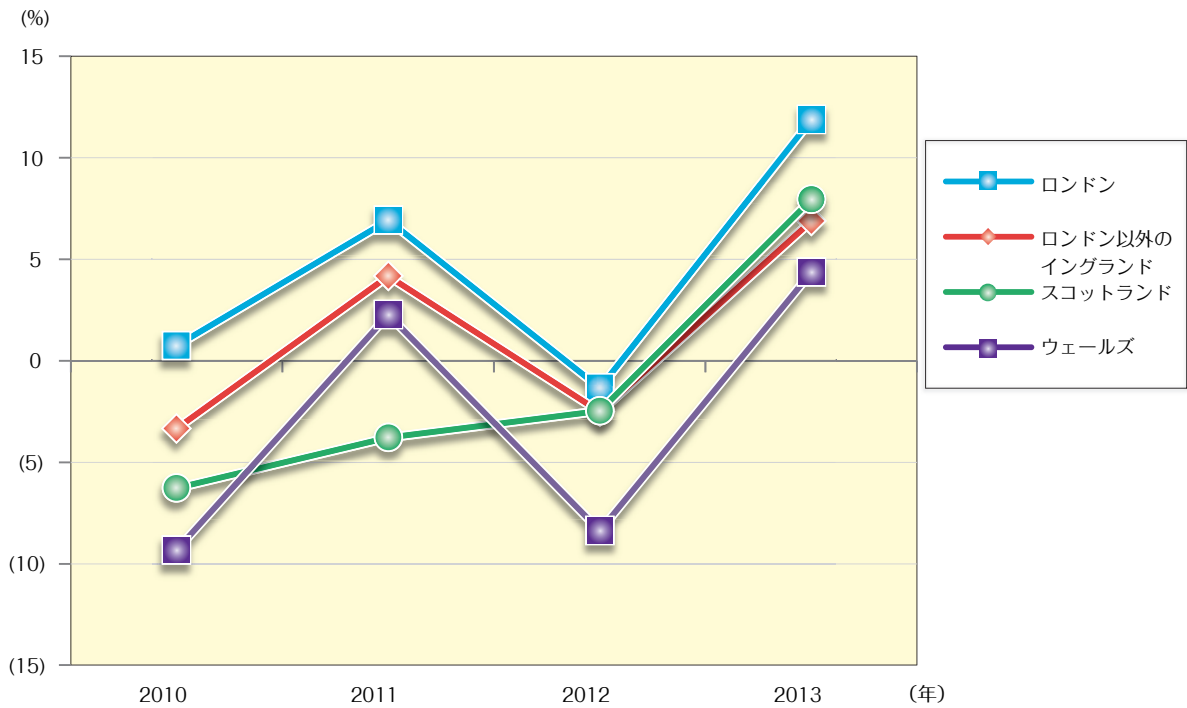
リーマンショック以降、地方は外国人旅行者数が伸び悩んでいたが、2013年（平成25年）には増加に転じてきている。（図表Ⅱ-7、図表Ⅱ-8）

図表II-7 地方別の訪英外国人旅行者数の推移



注) ONS (英国国家統計局), 「Overseas Travel and Tourism」に基づき観光庁作成。

図表II-8 地方別の訪英外国人旅行者数(1月～9月の計)の対前年同期比



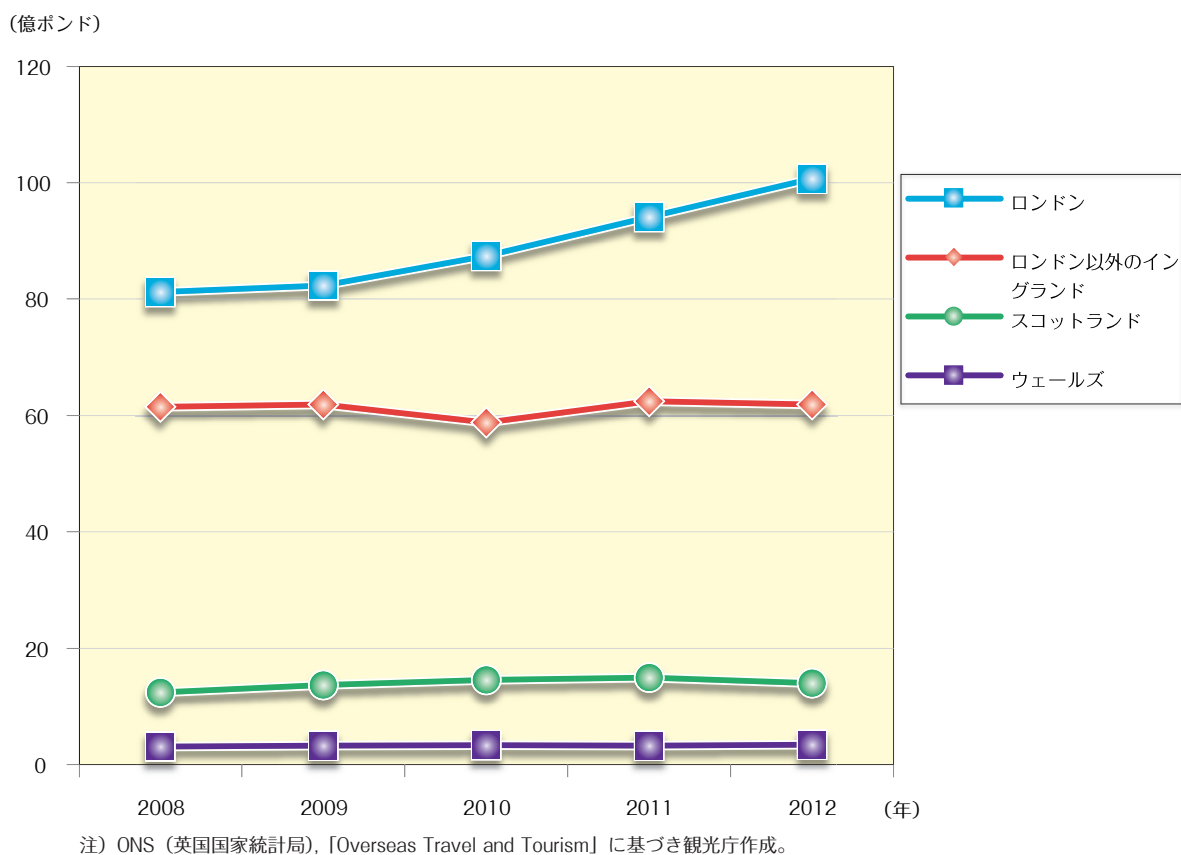
注1) ONS (英国国家統計局), 「Overseas Travel and Tourism」より観光庁作成。

注2) 2013年のデータは暫定値

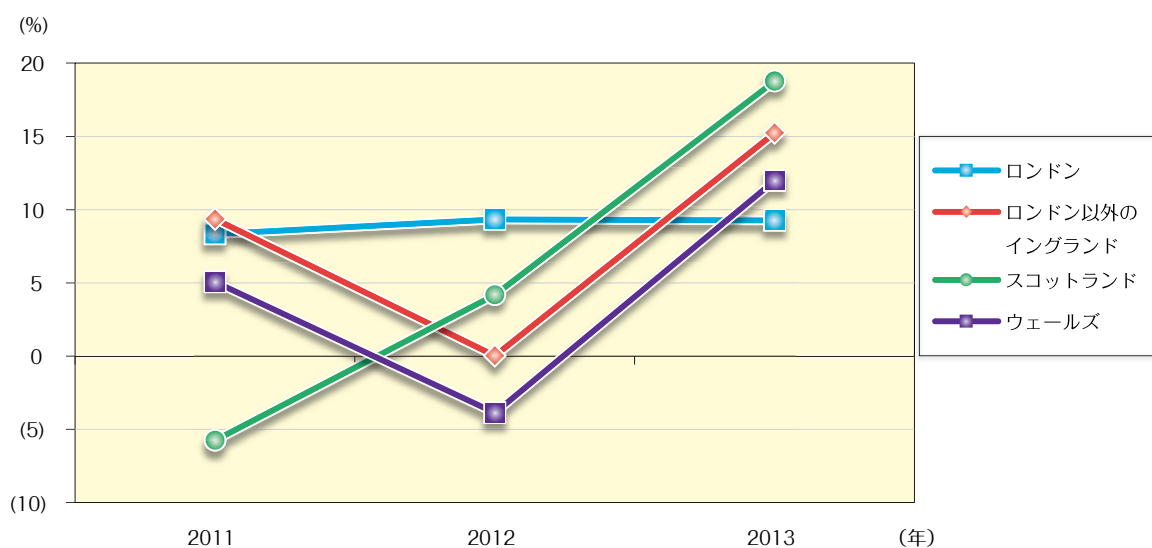
(2) 地方における外国人旅行者の消費

外国人旅行者の消費についても、2012年（平成24年）までは外国人旅行者数と同様にロンドンに集中する傾向が見られたが、2013年（平成25年）の地方別外国人旅行者消費額は、第Ⅲ四半期まですべての地方において対前年同期比で9%以上の伸びを示しており、特に、ロンドン以外の地方ではいずれも10%超の大きな伸びを示している。（[図表Ⅱ-9](#)、[図表Ⅱ-10](#)）

■ [図表Ⅱ-9](#) ■ 地方別の訪英外国人旅行者の消費額の推移



【図表Ⅱ-10】 地方別の訪英外国人旅行者の消費額（1月～9月の計）の対前年同期比



注1) ONS (英国国家統計局), 「Overseas Travel and Tourism」に基づき観光庁作成。
注2) 2013年(平成25年)のデータは暫定値

(3) 地方でのイベント

前述のとおり、カルチュラル・オリンピアドは、英国全土の1,000以上の開催地において、約18万件のイベントが開催され、延べ参加者数は約4,300万人と推計されており、訪英外国人旅行者を含め多くの観光客が地方を訪問したものと見られる。

4 その他

英国は、2012年(平成24年)のWEF²³(世界経済フォーラム)による国際観光競争力ランキングにおいて、第5位(2011年(平成23年)は第7位)に上昇した。

23 World Economic Forumの略。

第3章 2010年バンクーバー大会の取組

ロンドン大会と同様、①オリンピック・パラリンピックの効果を一過性で終わらせることなく、持続的なものとする、②オリンピック・パラリンピックの効果を開催地だけでなく、全国に波及させる、の二つの観点から、2010年バンクーバー大会における施策・取組を以下のとおり整理・分析した。

第1節 大会効果を持続的なものとするための施策・取組

1 大会を挟み4年にわたる長期キャンペーン

CTC（カナダ観光局）は、2007年（平成19年）、オリンピック・パラリンピックに伴う観光戦略の立案とその実行のため、2008年（平成20年）-2012年（平成24年）における「Leveraging Canada's Games: 2008-2012 Olympic Games tourism Strategy」を策定し、3つのフェーズにおけるプロモーションを推進した。

- ・フェーズ1：ブランド構築（2008年-2009年9月）
- ・フェーズ2：メディアとの関係構築（2009年10月-2010年4月）
- ・フェーズ3：大会の余韻効果の刈取り（2010年のオリンピック・パラリンピック前後-2012年）

(1) フェーズ1：ブランド構築

大会前の2008年（平成20年）-2009年（平成21年）9月においては、カナダのブランド構築のための活動が進められた。CTC²⁴（カナダ観光局）は、2008年（平成20年）2月、バンクーバーオリンピック・パラリンピック組織委員会と提携し、非営利のライセンス契約を締結した。この契約により、オリンピック・パラリンピックブランドの使用が可能になり、大会開幕までの18か月で、340件以上のイベントで使用された。

(2) フェーズ2：メディアとの関係構築

バンクーバー大会開催中を含む2009年（平成21年）10月-2010年（平成22年）4月の期間においては、CTC（カナダ観光局）が国外メディアとの関係構築を進めた。特に、世界的なメディアに対し、カナダに対する関心を惹くような観光地の映像を提供する等の情報発信活動を展開した。²⁵

(3) フェーズ3：大会の余韻効果の刈取り

大会終了後も引き続きカナダに関心をもってもらうため、CTC（カナダ観光局）は、2010年（平成22年）7月から、海外の旅行会社等に対し、カナダの観光地を疑似体験できるオンライントレーニング「カナダ・スペシャリスト・プログラム」を提供している。このプログラムは、海外の旅行会社によるカナダ向け旅行商品開発の支援を目的として行われた。

24 Canada Tourism Commissionの略。

25 後述の「The Connecting with Canadians」等も、この一環として展開された。



CANADA SPECIALIST PROGRAM

2 国際会議等誘致の促進

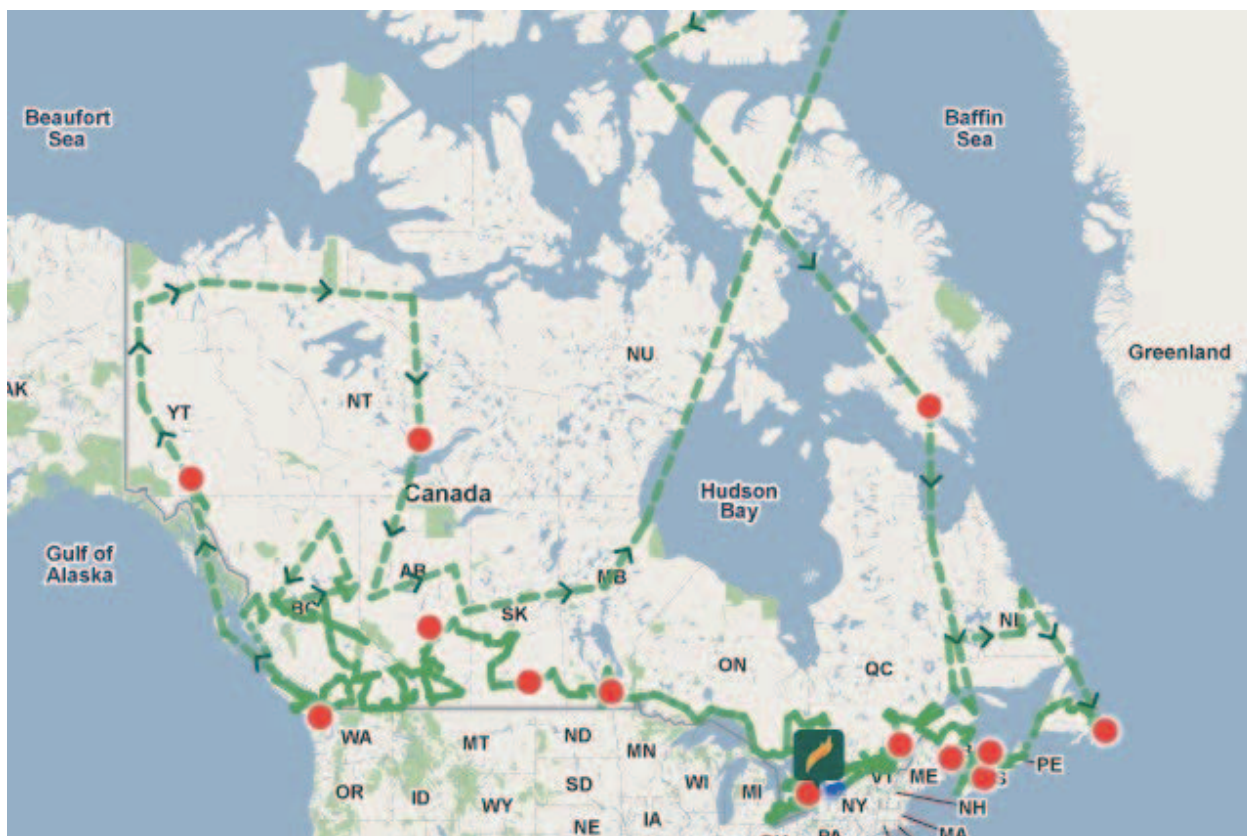
CTC（カナダ観光局）は、2010年（平成22年）2月、バンクーバー大会に伴う観光戦略の一環として、カナダの国際会議誘致PRと併せ、カナダが国際会議の開催能力を有することを世界規模の国際イベントの実行により示す「Behind the Scenes」プログラムを実施した。

大会開催中には、海外企業の経営者等を招請し、国際会議開催国としてのカナダの魅力をアピールするとともに、国際会議の企画に携わる専門家等を招請し、イベント開催の企画・実行プロセスを見せ、カナダの国際イベントの実行力を示した。

第2節 大会効果を全国に波及させるための施策・取組

1 観光地を巡る聖火リレー

CTC（カナダ観光局）は、国際メディアが聖火リレーを取り上げることを活用し、カナダ全土を聖火リレーのルートに設定するとともに、多くの観光地のプロモーションを行った。聖火ランナーとなる著名人には、リレー実施前に現地の観光をしてもらい、その模様を海外9か国（米国、英国、ドイツ、フランス、メキシコ、日本、中国、韓国、オーストラリア）で放映した。各聖火ランナーが走るカナダの景観は、聖火リレー開催中や、オリンピック・パラリンピック開催中にも多数放映され、カナダ各地のプロモーションに貢献した。



バンクーバー大会の聖火リレールート

2 アスリートの地方観光体験を海外向けに発信～「The Connecting with Canadians」プログラム

CTC（カナダ観光局）は、アスリートによるカナダの地方観光の映像を国外で放映する「The Connecting with Canadians」プログラムを展開した。本プログラムは、国際メディア・消費者のオリンピック・パラリンピック及びアスリートへの興味を高めることを目的とし、オリンピック・パラリンピック開催前にアスリートにカナダの地方を訪問してもらい、その際の映像をドキュメンタリー化して、YouTube等を通じて、海外向けに幅広く放映した。

第3節 観光客の移動に関する施策・取組

バンクーバー大会は、環境配慮の観点から「持続可能な大会」を目標として掲げており、バンクーバー市は、2009年（平成21年）3月、円滑な大会運営と持続可能な観点から、「オリンピック開催都市交通計画」を策定した。

同計画においては、大会中の関係者の移動の確保や将来に向けた持続可能な交通体系の整備が目的として掲げられ、公共交通、自転車、徒歩、自動車の相乗りを推奨するとともに、バンクーバー国際空港とバンクーバー市中心部等を結ぶ鉄道など公共交通ネットワークの整備や、歩道の拡幅等が行われた。

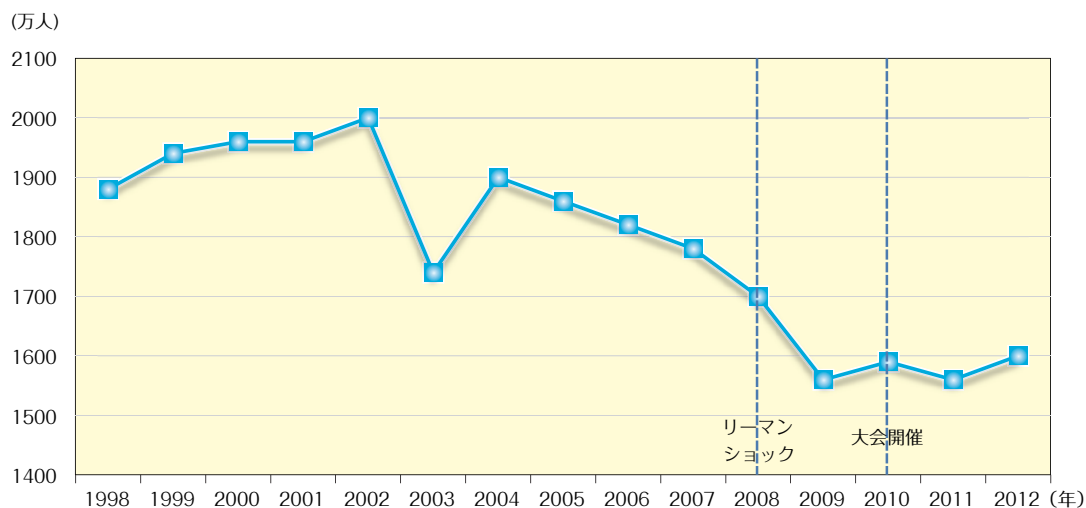
ブリティッシュ・コロンビア州は、このような取組を行っているバンクーバー市をとりあげて、自然美と機能性、環境への高い意識が育んだ「世界一住みやすい」都市として観光プロモーションを行っている。

第4節 観光戦略の効果

1 訪加外国人旅行者

近年、訪加外国人旅行者数は減少傾向にあったが、2010年（平成22年）の訪加外国人旅行者数は増加に転じ、1,590万人（対前年比1.9%増）となった。（[図表Ⅱ-11](#)）

■ 図表Ⅱ-11 ■ 訪加外国人旅行者数の推移

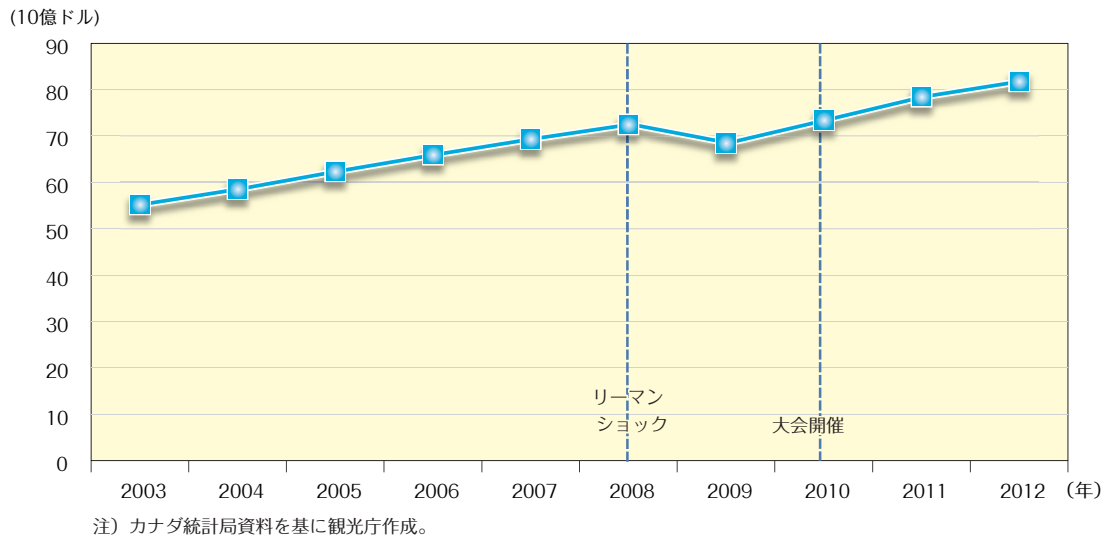


注) カナダ統計局資料を基に観光庁作成。

2 経済効果

近年、訪加外国人旅行者消費額は増加傾向にあり、2010年（平成22年）の訪加外国人旅行者消費額は約73.5億ドル²⁶（約6,872億円）（対前年比7.2%増）となった。訪加外国人旅行者消費額は大会開催後も順調に増加しており、2012年（平成24年）は過去最高の81.8億ドル（約8,209億円）となった。（図表Ⅱ-12）

図表Ⅱ-12 訪加外国人旅行者消費額



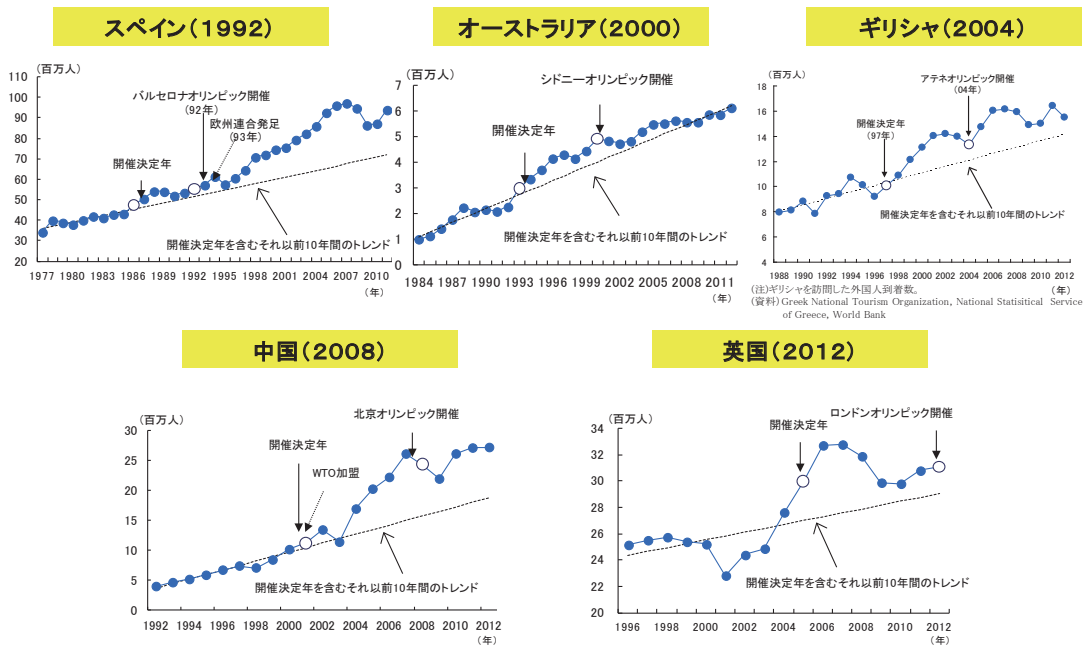
26 カナダドルを日本円に換算する際のレートは、1カナダドル=93.5円（2014年（平成26年）5月8日時点）

第4章 過去の大会から得られた教訓

過去のオリンピック・パラリンピック大会の開催国の外国人旅行者数を見ると、開催決定後は、開催決定年を含むそれ以前の10年間のトレンドを上回って推移していく傾向が見られる。

このように、過去の大会では、オリンピック・パラリンピックが、インバウンド観光にとって追い風になっている。(図表Ⅱ-13)

図表Ⅱ-13 | オリンピック前後の外国人旅行者数



注) みずほ総合研究所「2020東京オリンピックの経済効果 ～五輪開催を触媒に成長戦略の推進を～ (緊急レポート)」による。

この傾向の要因としては、オリンピック・パラリンピックの機会を捉え、有効な取組・施策を講じたことが挙げられるであろう。

第2章及び第3章で取り上げたロンドン大会、バンクーバー大会のいずれも、開催前の早い段階から、複数年にわたるプロモーションや、海外メディア対策・国際会議の誘致、公共交通ネットワークの整備、バリアフリー対策等に取り組み、大会効果を持続的なものとする上で成果を上げた。

また、両大会とも、国と地方の連携により、国全体を発信するプロモーションや地方への波及を狙ったイベント開催に取り組み、大会効果を開催地のみならず全国に波及させる上で成果を上げた。

我が国も、これらの過去に開催された大会に学び、今から直ちに取組を始めることが必要である。6年後に迫る「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催国という国際的注目度を十分活かした戦略を持ち、大会効果を一過性的・一時的なものに終わらせることなく、大会終了後も長期間にわたって持続させるとともに、東京のみならず日本全国に開催効果を波及させることが求められる。

第1章 観光立国推進閣僚会議における「アクション・プログラム」の決定

2013年（平成25年）は、ビジット・ジャパン事業（以下、VJ事業）が開始され、観光立国の実現に向けた取組を本格化して10周年を迎える節目の年であった。この節目の年に、訪日外国人旅行者数1,000万人を達成するためには、政府一丸となって取組を強化する必要があることから、2013年（平成25年）3月、観光立国推進閣僚会議が立ち上げられた。

2013年（平成25年）6月、第2回観光立国推進閣僚会議において、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が決定された。このアクション・プログラムの実施に政府一丸、官民一体となって取り組んだ結果、2013年（平成25年）の訪日外国人旅行者数は約1,036万人と、2012年（平成24年）の約836万人から大きく飛躍し、2003年（平成15年）のVJ事業開始以来の政府目標であった訪日外国人旅行者数年間1,000万人を史上初めて達成することができた。

これにとどまることなく、「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催という絶好の機会を捉え、これを追い風として、更なる観光立国の推進を図るべく、2014年（平成26年）1月、第3回観光立国推進閣僚会議において、安倍内閣総理大臣から、2020年（平成32年）に向けて2,000万人の高みを目指し、現行のアクション・プログラムを改定するよう指示があった。

本総理指示を受け、現在、観光立国推進閣僚会議においては、2014年（平成26年）6月のアクション・プログラムの改定に向け、検討を行っているところである。

第2章 インバウンドのさらなる推進に向けた戦略的展開

第1節 オールジャパン体制による連携の強化・拡大

1 訪日外国人旅行者数1,000万人達成に向けたVJ事業の実施

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）7月下旬の原発汚染水報道の影響で、最大の訪日市場である韓国からの訪日客が減速し始めたことを受け、日本再興戦略（2013年（平成25年）6月14日閣議決定）で定められた2013年（平成25年）の訪日外国人旅行者数1,000万人の目標達成に向け、「1,000万人目標達成のための緊急対応」を実施した。

具体的には、観光庁が実施するVJ事業を可能な限り前倒しするとともに、航空会社や旅行会社の共同広告等の事業の追加実施を行った。また、観光庁及び国土交通省が、観光関係者に限らず、自治体、経済団体、企業など国内外のあらゆる関係者に対して目標達成に向けた協力を要請した。

この結果、2013年（平成25年）12月20日に、史上初となる訪日外国人旅行者数1,000万人を達成し、成田空港において、太田国土交通大臣出席のもと、タイから訪日されたご夫妻をお迎えし、1,000万人達成セレモニーを開催した。

2 訪日プロモーションの実施体制の整備

<平成25年度に講じた施策>

VJ事業については、2003年（平成15年）の事業開始以来、観光庁が発注主体となり実施してきたが、今後、訪日外国人旅行者2,000万人の高みを目指すにあたり、海外における訪日プロモーションの貴重な機会を逃さず、迅速な意思決定による事業の実施を可能とするため、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（2013年（平成25年）12月24日閣議決定）において、観光庁が実施する訪日プロモーション事業については、原則として日本政府観光局（JNTO）が発注主体となって実施することが決定された。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成27年度から新たな実施体制による訪日プロモーション事業へ移行すべく、必要な体制の整備を進めることとする。

3 政府一体となった日本の魅力の海外発信

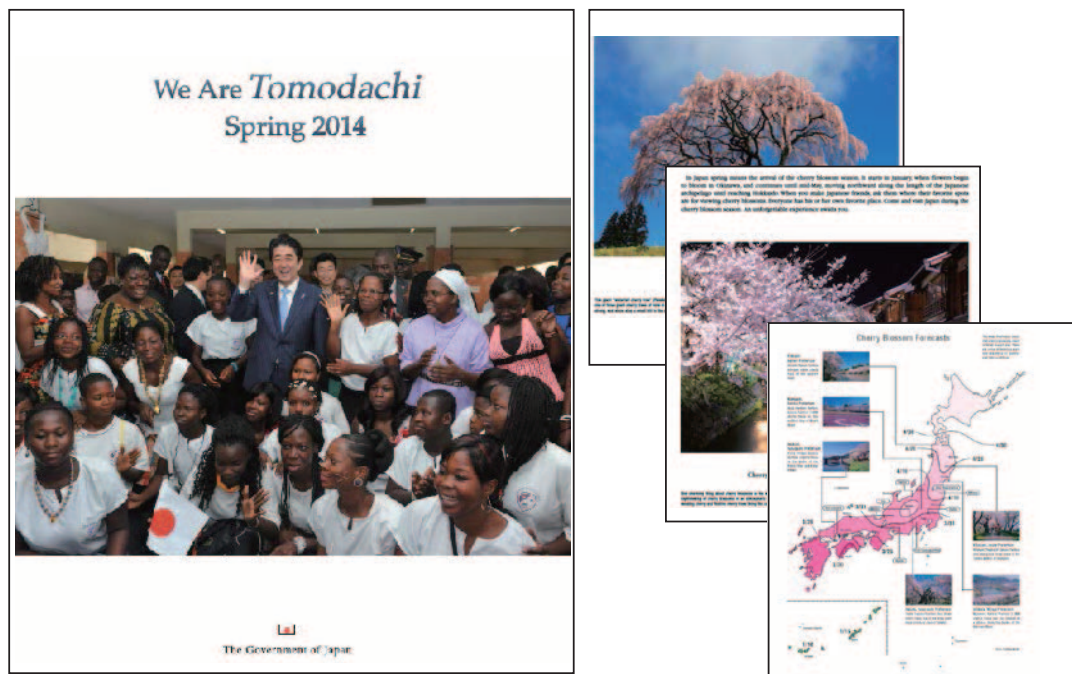
<平成25年度に講じた施策>

新たに官邸において開催されることとなった「国際広報強化連絡会議」において、国際広報の重要課題の一つとしてビジット・ジャパンを取り上げるとともに、ビジット・ジャパン、クールジャパン合同ワーキンググループを開催し、その際に共有された観光庁のPR映像「DISCOVER the SPIRIT of JAPAN」や内閣府作成の国際広報



映像を各種イベントにおいて省庁横断的に活用した。

また、同じく官邸開催の「対外広報戦略企画チーム」において、観光をテーマに含む海外に発信すべき広報コンテンツのパッケージとして「We Are Tomodachi」サイトを開設し、広く拡散を図るとともに、関係府省申し合わせを行い、外国要人の訪日に際して地方を訪問いただき、各地の魅力や「おもてなし」を対外的に発信する取組を実施した。



We Are Tomodachiサイト：URL：http://japan.kantei.go.jp/letters/

4 関係機関と連携した日本ブランドの発信

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）5月にクールジャパン推進会議で取りまとめた「クールジャパン発信力強化のためのアクションプラン」において、クールジャパン戦略とVJ事業との効果的な連携を図ることとした。

具体的には、2013年（平成25年）6月、9月及び12月にクールジャパン推進会議関係府省連絡会議を開催し、アクションプランの実施状況について確認した。また、アクションプランの実施カレンダーを作成し、今後とも更新を行っていくこととした。

在外公館等との連携では、平成25年度に海外30市場にて計57件の出展事業やイベントを実施した。例えば、タイでは、在タイ日本国大使館と連携し、訪日ビザの免除措置を契機として、個人旅行者を対象とした「Visit Japan FIT 旅行フェア」等を開催した。この結果、約38,000名が来場し、訪日旅行商品販売数620件の実績を挙げた。

また、農林水産省が行った日本食の魅力を発信する国際放送において、観光庁が訪日プロモーション映像をCMで流すなど、農林水産省とも連携を図ることにより、効果的な訪日プロモ-



タイ・Visit Japan FIT旅行フェアの様子

ションを実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

2014年（平成26年）4月にクールジャパン関係府省連絡・連携会議を新たに開催、今後も同会議を定期的で開催し、クールジャパン推進会議で取りまとめた「クールジャパン発信力強化のためのアクションプラン」について、これまでの実施状況・成果の検証及び課題の抽出を行っている。また、アクションプランの実施カレンダーについても適宜更新し、VJ事業とクールジャパン戦略の効果的な連携を図っていく。

平成26年度は、第1弾として、パリで開催される欧州最大の日本ポップカルチャーの祭典「Japan Expo」への参加など、海外21市場、計44件の実施予定事業を決定した。第2弾は、2014年（平成26年）9月頃に実施事業の募集開始を予定している。

さらに、東南アジア地域等からの外国人観光客に向け、HOP²⁷（北海道国際輸送プラットフォーム）サービスを活用して北海道産品の購入・宅配を行う「海外おみやげ宅配便」の実施及びWEBサイト・テレビによるPR、鮮度保持技術輸送により高付加価値化した北海道産品の試食商談会等の現地での実施や、同輸送の効果検証等、北海道の食の輸出拡大や魅力を発信する。

5 内閣官房のプラットフォームを活用した国際観光展などの機を捉えた各分野の連携

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度は、クールジャパン推進会議関係府省連絡会議などを通じて、ビジット・ジャパンとクールジャパンとの一定の連携を図っているが、更なる連携の強化・拡大のため、内閣官房の触媒機能を十分に発揮したプロジェクトメイキングを行う必要がある。このため、内閣官房がプラットフォームとなって、観光庁や日本政府観光局（JNTO）が関与する国際観光展、観光イベント等において、食、コンテンツやその他、従来より幅広い分野の所管官庁が連携し、日本ブランドの包括的・効果的なPRを行っていく。

6 4者共同行動計画の策定

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）6月20日に、観光庁、経済産業省、日本政府観光局（JNTO）、JETRO²⁸（日本貿易振興機構）の4者により、訪日外国人増加に向けた共同行動計画を策定した。また、定期的な4者会合を実施し、イベントカレンダーを共有すること等により、国際旅行博等における連携を図った。

<平成26年度に講じようとする施策>

引き続き、平成26年度においても定期的に4者会合を実施し、例えばインドネシアで開催される「ジャカルタ日本祭り」等、訪日旅行促進イベント等において積極的な連携を図り、効果的な訪日プロモーションを展開していく。

27 Hokkaido export Platformの略

28 Japan External Trade Organizationの略

7 二国間関係

<平成25年度に講じた施策>

インドにおいて2014年（平成26年）1月21日に官民フォーラムを開催し、1月22日にインド観光省と観光分野における協力推進や共同作業部会設置等を内容とする「日印観光覚書」の署名を実施した。



日印観光覚書
久保観光庁長官（左）ドワン インド観光省次官（右）

<平成26年度に講じようとする施策>

引き続き、主要国との間で、観光分野における二国間関係を強化する。

8 国際機関等への協力を通じた国際観光促進

<平成25年度に講じた施策>

観光は、国際社会においても経済成長のための強力な原動力であるとして、世界各国の関心が高まっており、政策的な国際連携が進展している。

2013年（平成25年）5月、坂井国土交通大臣政務官がスペイン・マドリッドのUNWTO（国連世界観光機関）本部を訪問し、UNWTO（国連世界観光機関）関連会合の日本開催や人的交流をはじめ、我が国とUNWTO（国連世界観光機関）との連携を強化していくことで合意した。8月の第20回UNWTO（国連世界観光機関）総会（サンビア・ジンバブエの共催）には、鶴保前国土交通副大臣が出席し、ビザ緩和等に関する我が国の取組を紹介した。9月には、タレブ・リファイUNWTO（国連世界観光機関）事務局長が来日し、鶴保前国土交通副大臣、坂井国土交通大臣政務官と会談を行い、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を成功裏に開催するため、UNWTO（国連世界観光機関）と連携を密にしていくことで一致した。2014年（平成26年）1月の第13回ASEAN+3観光大臣会合（マレーシア・クチン）には、高木国土交通副大臣が出席し、ASEAN諸国に対する観光協力を進めていく旨を表明するなど、ハイレベルでの取組を進めた。

この他、UNWTO（国連世界観光機関）アジア太平洋センター（奈良）や東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター（日本アセアンセンター）とも途上国支援やムスリム観光客の受入整備などに協力して取り組んだ。また、UNWTO（国連世界観光機関）との関連では、2013年（平成25年）8月、本保芳明氏（首都大学東京教授／観光庁参与）が、持続可能な観光の実現を目的として設置されたUNWTO（国連世界観光機関）世界観光倫理委員会のメンバーに日本人として初めて選任された。さらに、我が国のOECD（経済協力開発機構）加盟50周年（2014年（平成26年））に向け、OECD（経済協力開発機構）観光委員会の活動にも積極的に参加しており、観光統計グローバルフォーラムを欧州以外では初めて、2014年（平成26年）11月に奈良で開催することが決定した。

<平成26年度に講じようとする施策>

観光庁と奈良県は、2014年（平成26年）11月17日、18日にOECD（経済協力開発機構）、EU（欧州連合）統計局とともに第13回観光統計グローバルフォーラムを、11月20日、21日にUNWTO（国連世界観光機関）とともにUNWTO観光統計スペシャルワークショップを、奈良県奈良市に

において開催する。11月17日－21日の一週間において上記の2つの国際会議を行うが、これを奈良観光統計ウィークと称して実施する。

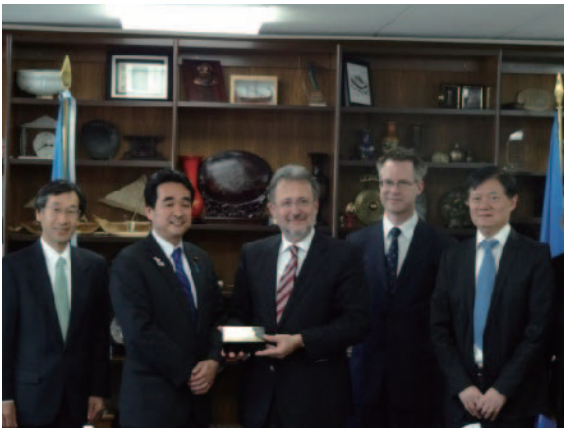
奈良観光統計ウィークでは、国内外の観光関係者、統計関係者が参加して、論文発表等を通じて観光統計の調査設計、分析方法等に関する議論を行う。



第20回UNWTO総会
(我が国の観光政策について説明を行う鶴保前国土交通副大臣（中央）)



第13回ASEAN+3観光大臣会合
(各国観光大臣と壇上に上がる高木国土交通副大臣（右から二人目）)



UNWTO本部を訪問した坂井国土交通大臣政務官（左から二番目）

第2節 クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信

1 コンテンツを通じた日本ブランドの発信

<平成25年度に講じた施策>

我が国の生活文化の特色を生かした商品又は役務（例えば、コンテンツ、衣食住関連商品、サービス、先端テクノロジー、レジャー、地域産品、伝統産品、教育、観光等）の海外展開を支援するため、2013年（平成25年）11月より(株)海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）が本格稼働した。

また、近年、アニメ、エンタメ、文化全般を継続発信する“ジャパン・チャンネル”が、アジア中心に各国で立ち上がりつつある。ジャパン・チャンネルの拡大にあわせ、海外放送・配信可能なコンテンツを飛躍的に増加させるため、コンテンツの海外展開に必要なローカライズ（現地

化)、プロモーション(売り込み)支援を実施した。

さらに、2013年(平成25年)11月21日に、観光庁、総務省、日本政府観光局(JNTO)、放送コンテンツの海外展開をサポートする官民連携の横断的組織であるBEAJ²⁹(一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構)の4者による意見交換の場を設け、映像コンテンツを活用した訪日プロモーションについて意見交換を実施した。海外のテレビ局招請による観光地紹介番組の制作・放映等の訪日プロモーションを実施した。

<平成26年に講じようとする施策>

BEAJ(一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構)と日本政府観光局(JNTO)との意見交換を開始済みであり、今後、2者間の連携により映像コンテンツを活用した訪日プロモーションの方策について検討を具体化する。

さらに、平成26年度官民連携事業として、海外の放送局とネットワークを有する企業と連携した日本旅行番組等の制作や、クールジャパンイベントの海外ネットワークを活用した情報発信などにおいて、連携事業を検討中である。

2 クールジャパンを活用した効果的な情報発信

<平成25年度に講じた施策>

2013年(平成25年)10月と2014年(平成26年)3月、アジア、欧米を中心としたファッション・ライフスタイルを専門とする51社、72名の海外メディア及びバイヤーを招請し、ファッションショーやファッションブランドの展示会、インテリア・ライフスタイル雑貨のデザインイベント、百貨店やデパートといった商業施設、その他クールジャパン商材等を自ら体験し、取材してもらうことで海外へ向けてより効果的に日本の魅力や価値を発信することの活発化を図った。

さらに、ゲーム、マンガ、映画といったコンテンツ産業等の各種イベントが連携して開催する世界最大規模の統合的コンテンツフェスティバルであるコ・フェスタにおいて、バイヤー及びインフルエンサーの招請を実施した。加えて、外国人留学生及び海外の学生を中心に「コ・フェスタアンバサダー」を任命・組織し、海外ファンからの視線を重視した日本ブランドの発信を行っているところである。(33か国で約150名)。

<平成26年度に講じようとする施策>

ビジット・ジャパン「官民連携事業」においては、平成26年度から新たに事業アイデアを海外進出日系企業やグローバル企業等民間企業・団体等に対して幅広く公募することとしており、今後、提案のあった事業アイデアの中から効果的な事業アイデアを選定し、実施する予定である。

引き続き、関係省庁と民間企業の連携を通じ、国内に外国人観光客を呼び込むクールジャパン観光を推進する。

29 Broadcast Program Export Association of Japanの略

3 海外における日本ブランドの発信

<平成25年度に講じた施策>

海外で現地ニーズに即したクールジャパン事業を実施・展開し、クールジャパン・コンテンツの浸透力・持続力を高めるため、11か国13都市（ソウル、上海、香港、シンガポール、ハノイ、ニューデリー、ロンドン、パリ、ニューヨーク、ロサンゼルス、サンパウロ、ジャカルタ、バンコク）に設置されているクールジャパン支援現地タスクフォースを通じ、在外公館や国際交流基金、JETRO（日本貿易振興機構）、日本政府観光局（JNTO）、商工会議所・日系企業等が参加して情報共有や意見交換等を行っている。

また、平成25年度から「日本ブランド発信事業」として各分野の専門家を海外に派遣し、講演会やネットワーキングの機会となる交流会等を行っている。平成25年度は、日本酒、安全文化、ファッション、プロダクト・デザイン、ショートフィルム等に関する事業を8か国9都市で実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

日本の魅力、強みや価値を積極的に発信し、日本あるいは日本文化に対する好感度や理解度を高め、クールジャパン事業が展開しやすい環境基盤を整備すべく、「日本ブランド発信事業」を、平成26年度は派遣専門家の人数を拡充して実施し、更に多様な分野の専門家を海外に派遣して講演会等を実施する。

4 青少年交流事業の実施

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）1月より、「JENESYS2.0」及び「KAKEHASHI Project - The Bridge for Tomorrow -」のスキームの下、アジア大洋州諸国及び北米との間で3万5,000人規模の青少年交流事業を実施している。本件事業は、日本経済の再生に向けて、我が国に対する潜在的な関心を増進させ、訪日外国人の増加を図るとともに、クールジャパンを含めた我が国の強みや魅力等の日本ブランド、日本の価値観への国際理解を増進させることを目指している。なお、本件事業は平成26年度も継続して実施していく。

さらに、平成25年度に次代を担う青年リーダーなどの海外派遣及び日本招聘を行い、相互交流を図る「青少年国際交流推進事業」や東アジアを中心とした海外の青少年と日本の青少年との交流（青少年教育施設を中核に、スポーツ・文化施設や高校・大学等と連携して自然体験・スポーツ体験・文化体験等を実施）を通して、東アジアの中核を担う日本の次世代リーダーを養成する「青少年教育施設を活用した国際交流事業」を実施した。また、海外の青少年と日本の青少年が日本国内で交流する



日本酒紹介・普及のための講演会（於：メキシコ、平成25年度日本ブランド発信事業）



「第16回日本ジャンボリー」で国内外の青少年が交流

「国際社会で活躍できる青少年を育む国際交流事業」を実施した。

2015年（平成27年）には、162の国と地域から約3万人の青少年が集うボーイスカウトの世界大会「第23回世界スカウトジャンボリー」が山口県山口市きらら浜で開催される予定である。平成25年度はその事前大会として、「第16回日本ジャンボリー（兼第30回アジア太平洋地域スカウトジャンボリー）」が同地で開催され、約1万4,000人の青少年が参加した。

5 文化財の活用による観光振興・地域活性化

<平成25年度に講じた施策>

地域の観光資源である文化遺産を活かした地域活性化を推進するため、文化庁は、文化遺産の保護団体等により構成される実行委員会や伝統文化に関係する活動を行う団体等が実施する多様な取組に対して支援を行った。

また、我が国の文化遺産の情報をインターネット上で公開するポータルサイト（「文化遺産オンライン」）の整備を進めた。

さらに、文化財に係る情報発信・活用方法の在り方について、2013年（平成25年）12月に取りまとめられた「今後の文化財保護行政の在り方について」（文化財審議会文化財分科会企画調査会）において、文化財保護法上の類型にとらわれず、統一的なコンセプトで文化財の情報を海外へ発信していくことの重要性等が提言された。

<平成26年度に講じようとする施策>

各地域の文化財や文化・伝統を地域全体として一体的に活用することを通じて、その魅力を国内外へ効果的・戦略的に発信するため、世界遺産暫定一覧表に記載された文化遺産等を「日本遺産（Japan Heritage）（仮称）」という呼称で海外に発信する手法等についての調査研究を行う。

6 我が国の多様な文化芸術を活かした観光振興

<平成25年度に講じた施策>

伝統文化だけでなく、アートやアニメーション等の芸術文化を含めた魅力的な文化芸術の創造・発信や「東アジア文化都市」など、地域の文化資源を活かしたまちづくりを推進する文化芸術創造都市の取組を支援することにより、我が国の多様な文化芸術の海外への情報発信力を強化し、世界からのインバウンドの促進を図った。

7 クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信

<平成25年度に講じた施策>

アニメーション等のメディア芸術をはじめとする芸術文化の総合的な振興を図るとともに、外務省は観光展開等の機会も利用しながら、在外公館や国際交流基金の海外ネットワークを活用し、伝統文化やポップカルチャーまで、広範な文化芸術分野において、講演や展示、演奏会、映画の上映会の実施等を通じて、日本の芸術作品の多様な魅力を海外に向けて発信した。

また、芸術文化の総合的な振興のために必要な施策を実施するとともに、芸術作品の海外発信に資するクールジャパン関連施策を実施した。

8 映画・アニメを活用した観光振興

<平成25年度に講じた施策>

映画・ドラマやアニメのロケ地、作品の舞台となった地域への訪問が観光の一つの形として定着しつつある。それらをロケツーリズムと位置づけ、ロケの観光面での活用に力点を置き、地域活性化につながる取組を促進している。

具体的には、ロケを契機とする地域に根差した観光振興のあり方について、他の地域への展開の可能性を含めて検討するため、観光庁の呼び掛けで「ロケツーリズム連絡会」が発足した（第1回会合は2013年（平成25年）10月9日に開催し、平成25年度は計3回開催）。ロケツーリズムを効率的・効果的に推進するために、「ロケ支援度の向上」、「ロケ地行楽度の向上」、「ロケ地との連携」、「観光客増加・リピーター確保」の4つの視点を中心に地方公共団体・民間事業者等の先進的な取組事例を事例集としてまとめ、地方公共団体等へ配布するとともに観光庁ホームページで公表した。

各地のフィルムコミッションが持つ情報を集約したポータルサイトや冊子を活用し、国内外に向け情報提供を実施している。

札幌コンテンツ特区において、特区ガイドの養成を図るとともに、撮影環境整備に向けた取組を支援した。

<平成26年度に講じようとする施策>

ロケを契機とする地域に根差した観光振興のあり方を検討する「ロケツーリズム連絡会」を開催し、情報共有、事例集の充実等を通じて、地域の取組を促進する。

9 日本食・食文化の魅力発信

<平成25年度に講じた施策>

海外において日本食の理解の深化を図るため、海外レストラン、日本食の料理人等の世界的ネットワークを活用した日本食の魅力を発信する取組などを支援した。また、日本食・食文化を発信する日本食フェスティバルや日本食・食文化の普及伝道師の育成、世界のハブ都市における日本食・食文化情報発信拠点の設置、日本食文化週間の開催、海外メディアに対する国内の取組紹介、被災地産品の輸出回復のためのプロモーション等を一体的、戦略的に展開するプロジェクトを実施した。

10 空港における食の海外展開等の取組

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）10月から2014年（平成26年）3月末までの6か月間、成田・羽田・中部・関西の4つの国際空港において、外国人にとって関心の高い日本産酒類等の魅力を発信し、訪日外国人の増加を目指すための取組として「日本の酒キャンペーン」を実施した。

このキャンペーンは、酒造組合中央会と各空港会社が主体となり、関係省庁が後援する初めての試みであり、具体的には、各空港の出発免税エリア内にPR用のブースを設置し、外国人旅行者を対象にした日本酒・焼酎の試飲や外国人が見学可能な酒蔵情報等の紹介等を行った。当該期間中に4空港あわせて8万人を超える外国人旅行者がキャンペーンブースを訪れている。また、



空港における「日本の酒キャンペーン」の様子

平成26年度においても、これら4つの国際空港において当該キャンペーンを継続して実施している。

第3節 新たな視点に立った訪日プロモーションの実施

1 世界遺産等を活用した訪日プロモーション

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）6月に「富士山」が世界文化遺産として登録された。これを契機として、ビジット・ジャパン地方連携事業により、富士山周辺を周遊する観光ルートについて、メディア・旅行会社を招請し、世界文化遺産である富士山をはじめとする日本の魅力についてプロモーションを実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

2013年（平成25年）11月に「和食」がユネスコ無形文化遺産として登録された。これを契機として、ビジット・ジャパン官民連携事業において、多数の国において放映されている国際的なチャンネルを活用するとともに、世界的に有名な日本食の料理人と連携し、無形文化遺産「和食」を中心に映像を活用して日本の魅力を発信することとする。

今後とも、世界遺産登録に伴う国際的な注目度を活かした訪日プロモーションを実施していく。

2 外国人の視点を活かしたプロモーション

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）9月25日に、9か国14名の日本在住留学生と、訪日プロモーションに関する意見交換を実施した。また、外国人目線による各地域の新しい魅力を海外に発信するため、我

が国の観光資源を紹介する記事・写真を外国人留学生や在日外国人等に投稿してもらい、SNS等を活用して海外に発信した。

さらに2014年（平成26年）3月11日には、コ・フェスタアンバサダー（留学生）と、観光庁が制作した訪日プロモーション映像について、留学生と観光庁における意見交換を実施した。

引き続き、平成26年度においても、民間アイデアを活用するとともに、外国人留学生等による情報発信や、個人を活用したプロモーションを強化する。

3 オープンスカイを契機とした訪日プロモーション

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）10月5日から10月8日までの4日間、ラスベガスにて開催されたWorld Routes 2013（航空路線の商談会）に航空会社、空港会社や観光関係団体とともに観光庁も参加し、訪日プロモーションを実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

オープンスカイ施策や2014年（平成26年）3月30日の羽田空港の国際線発着枠3万回増枠、平成26年度中の成田国際空港の年間発着枠30万回化を訪日プロモーションの機会と捉え、欧州・東南アジア方面の新規路線開設・増便と連携してVJ事業を戦略的に展開する。

4 ツーウェイツーリズムの更なる拡大

<平成25年度に講じた施策>

国内外の旅行ツアー商品紹介や世界と日本各地の伝統舞踊が披露されるステージなど、海外旅行・訪日旅行・国内旅行すべての旅行需要を喚起する旅の祭典である「JATA旅博2013」（主催：JATA（一般社団法人日本旅行業協会））への支援や、旅博の前夜祭であり、日本の観光の魅力を紹介する「TABIHAKU NIGHT 2013」での共催を通じてツーウェイツーリズムの推進を図った。

<平成26年度に講じようとする施策>

2014年（平成26年）9月に公益社団法人日本観光振興協会が主催する「旅フェア」とJATA（一般社団法人日本旅行業協会）が主催する「JATA旅博」が統合された新しい旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン」と訪日ツアーの造成と訪日海外旅行の拡大を図るためのインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベルマート2014」が同時開催される予定であり、ツーウェイツーリズム促進のため、観光庁においても開催を支援していく。



TABIHAKU NIGHT 2013で挨拶をする鶴保前国土交通副大臣

第3章 ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化

第1節 ビザ要件の緩和

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）は、近年成長著しいASEAN諸国に目を向け、同年の日ASEAN友好協力40周年を契機として、7月1日からタイ及びマレーシア向けのビザ免除、ベトナム及びフィリピン向けの数次ビザの導入並びにインドネシア向けの数次ビザの滞在期間の延長措置を開始した。また同年11月18日からカンボジア及びラオス向け、2014年（平成26年）1月15日からミャンマー向けの数次ビザを導入した。

また、海外の富裕層の長期滞在需要の取り込みにつなげるべく、一定の要件を満たした外国人の観光目的による長期滞在を可能とする制度の導入について検討するため、諸外国の制度について調査し、調査結果も参考としつつ、制度の検討を開始した。

<平成26年度に講じようとする施策>

2,000万人の高みを目指すとの目標を掲げ、世界最先端の観光立国を実現するため治安への十分な配慮を前提としつつ、更なるビザ緩和の検討を行う。

第2節 利用しやすい宿泊施設や交通機関の周知

1 外国人旅行者への情報発信

<平成25年度に講じた施策>

人口減少が進みつつある中、我が国の旅行人口が中長期的に減少していくことは明らかであり、宿泊産業界にとって、外国人旅行者、特にこれから大きな伸びが予想される個人の外国人旅行者（FIT³⁰）の取り込みは必須であり、FIT層に向けた効果的な情報発信が重要である。

一方で、宿泊施設の多くは、外国人旅行者の集客のために自ら情報発信に取り組む意識は低く、効果的な情報発信を行っている宿泊施設は少数にとどまっている。

このため、今後の情報発信について検討を行った結果、宿泊施設経営者が外国人の宿泊を積極的に受け入れようとする意識の醸成や、日本の魅力の発信と併せて、旅館に対する外国人の認識を高め、情報発信していくための「旅館ブランド」の構築が必要であるとの結論を得た。また、多様な日本の宿泊施設の全体像を発信するための窓口サイトの開設や、FITが必要とする各宿泊施設の基本的な情報を簡単に入手できる共通フォーマット（ファクトシート）に基づいた情報発信の実施等を提案した。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度における議論の結果を踏まえ、宿泊施設経営者の意識改革、旅館ブランドの構築、多様な宿泊施設に関する情報発信を行う窓口サイトの開設に向けた日本政府観光局（JNTO）の取組の検討や、FITが必要とする情報を発信する共通フォーマット（ファクトシート）の作成等

について、宿泊業界団体とともに検討していく。

2 宿泊施設、交通機関、観光案内所等における外国人旅行者向けの情報提供の充実

＜平成25年度に講じた施策＞

宿泊施設、交通機関、観光案内所等の情報について、日本政府観光局（JNTO）のグローバルサイトにて、外国人旅行者向けの情報提供を実施した。また、更なる情報提供の充実策について検討した。平成26年度についても、引き続き、外国人旅行者向けの情報提供を実施し、更なる情報提供の充実策について検討する。

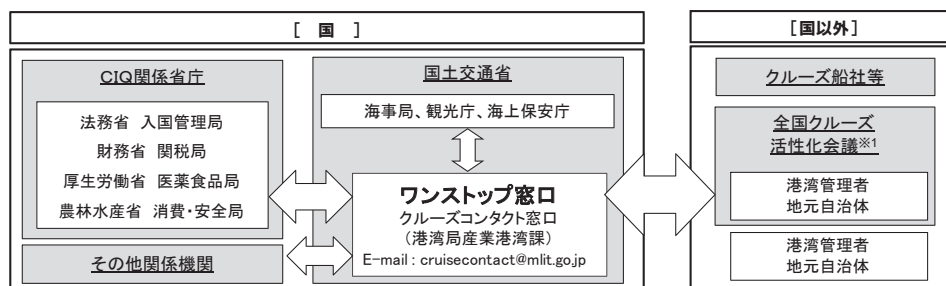
第3節 クルーズの振興

1 クルーズ船の寄港促進

＜平成25年度に講じた施策＞

経済成長とともにアジアにおけるクルーズ人口の急増が予想される中、この需要を取り込み地域経済の活性化、雇用機会の増大などにつなげるため、クルーズ船の寄港促進に取り組んでいる。このため、海外のクルーズ船社の我が国の港湾への寄港に関する検討を支援するため、関係者の間で連携を図り、外国クルーズ船社に一元的に対応するワンストップ窓口を国土交通省港湾局に開設した。また、全国の港湾管理者等99団体が参加する「全国クルーズ活性化会議」と連携しつつ、各港の諸元や連絡先などの情報及びクルーズ船の寄港地からアクセスできる観光情報を提供するウェブサイトを開設した。さらに、近隣地域との観光交流の拡大に向けた「クルーズ・シンポジウム in 沖縄」（2013年（平成25年）12月）及び「日韓クルーズ・定期旅客船活性化フォーラム」（2013年（平成25年）12月）の開催、我が国の観光の玄関口である旅客船ターミナルの整備等、クルーズ船の寄港促進を通じた地域振興のためソフト・ハード両面における環境整備を進めた。

■外国クルーズ船社に一元的に対応するワンストップ窓口



※1 クルーズの振興を通じて、地域振興等に資することを目的とした団体（全国の港湾管理者等99団体が参加）

■クルーズ船の寄港地からアクセスできるウェブサイト

 **CRUISE PORT GUIDE OF JAPAN**
— 各港の観光インフォメーション —
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/cruise/jp/>

寄港地の観光情報を掲載



<平成26年度に講じようとする施策>

クルーズ船の寄港を促進するため、外国クルーズ船社に一元的に対応するワンストップ窓口が効果的に活用されるよう、海外で開催されるクルーズコンベンション等でその周知を図るとともに、「全国クルーズ活性化会議」の活動を支援し、全国レベルでのクルーズ振興・誘致を図る。

また、外航クルーズ船の寄港増や大型化に対応するため、既存の港湾施設の利活用を図りつつ、必要な旅客船ターミナルの整備等のハード面の機能を強化するとともに、港湾における多言語対応等の改善を推進し、クルーズ船による訪日外国人旅行者の受入環境の改善、近隣地域との観光交通の拡大に向けたシンポジウムの開催等により、クルーズ船の寄港促進のためのソフト・ハード両面における環境整備を進める。

2 フライ・アンド・クルーズによる訪日促進

<平成25年度に講じた施策>

外国から日本への就航を促進するだけでなく、日本周辺でのフライ・アンド・クルーズの外国人旅行者の利用を促進するため、航空会社との共同広告等を実施した。

また、海洋を活用した観光を促進するため、①クルーズ船から屋形船まで広がる「船旅の再発見」、②離島や海岸の風景・歴史・文化を観光資源とした「海からのおもてなし」、③海が有する豊かな自然を活用して「海を楽しむ」マリレジャーの促進に取り組んだ。

クルーズ事業の振興として、①地方におけるクルーズ船利用と寄港促進を目的とした「クルーズ振興地方協議会」の設立促進、②旅行会社でのクルーズ商品販売のスペシャリストの育成を目的とした「クルーズ・アドバイザー認定制度」、③良質のクルーズ商品を提供した事業者を表彰する「クルーズ・オブ・ザ・イヤー」の支援を通じて、クルーズ事業の振興に取り組んだ。

<平成26年度に講じようとする施策>

フライ・アンド・クルーズ利用促進のため、クルーズに関するセミナーやシンポジウムの開催、外国で開催されるクルーズイベントへの参加を通じ、近隣諸国との連携を深めるとともに、ASEAN（東南アジア諸国連合）とクルーズ振興戦略を構築し、ASEAN（東南アジア諸国連合）との連携を図る。

上記取組等を通じて大型外航客船の誘致を積極的に行うとともに、日本のクルーズ船への外国人旅行者の利用を促進する。

この他、①地方におけるクルーズ船利用と寄港促進を目的とした「クルーズ振興地方協議会」の設立促進、②旅行会社でのクルーズ商品販売のスペシャリストの育成を目的とした「クルーズ・アドバイザー認定制度」、③良質のクルーズ商品を提供した事業者を表彰する「クルーズ・オブ・ザ・イヤー」の支援を通じて、クルーズ事業の振興に取り組む。

また、引き続き、日本周辺でのフライ・アンド・クルーズの外国人旅行者の利用を促進するため、共同広告等を実施する。

第4節 航空ネットワークの更なる充実

<平成25年度に講じた施策>

航空ネットワークの更なる充実を図るため、首都圏空港の容量拡大（羽田空港における2014年（平成26年）3月末の国際線発着枠3万回増枠による年間発着枠44.7万回化、成田国際空港にお

ける平成26年度中の年間発着枠30万回化)を背景とした首都圏空港を含めたオープンスカイを戦略的に進めた結果、平成25年度はスイス、フィリピン、ミャンマー及びオーストリアと合意し、全体における合意国・地域は27か国・地域(日本発着総旅客数の割合94%)となった。また、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会やその先を見すえ、75万回化達成以降の首都圏空港の更なる機能強化に向けた具体的な方策の検討に着手した。具体的には、2013年(平成25年)9月の交通政策審議会航空分科会基本政策部会で航空政策上の課題について整理を行った。それに続き、同年11月に、同部会の下に、学者・専門家で構成する首都圏空港機能強化技術検討小委員会を新たに設置し、首都圏空港の機能強化策にかかる技術的な選択肢について、検討を行っている。

各地域における拠点的な空港については、那覇空港において2014年(平成26年)1月に滑走路増設事業に着手し、2020年(平成32年)3月末の供用開始に向けて整備を推進するとともに、福岡空港においては平成24年度より滑走路増設に係る環境影響評価の手続きを進めている。

LCC(ローコストキャリア)の参入促進については、成田国際空港ではLCC(ローコストキャリア)専用ターミナルの整備(平成26年度中に完成予定)、関西国際空港では新たなLCC(ローコストキャリア)専用ターミナルの整備をすることとしている(2016年(平成28年)下期供用開始予定)。

ビジネスジェットの利用環境整備も進めており、多国籍ビジネスチャーター機が我が国に乗り入れる場合において、一定の条件を満たす場合に、それに接続する国内区間を許可対象とする措置を実施(2013年(平成25年)10月開始)し、そのほかに小型チャーター事業を対象とした運航に係る包括的な基準を策定(2013年(平成25年)12月施行)した。

<平成26年度に講じようとする施策>

航空ネットワークの更なる充実を図るため、着陸料について、羽田空港の国際線深夜早朝旅客便の増便割引制度や、提案割引制度を2014年(平成26年)11月より新設する。また、東南アジアの成長をより一層取り込むために、ASEAN(東南アジア諸国連合)と地域的な航空協定の締結に向けた交渉を推進していく。

また、平成25年度より継続して、平成26年度中の成田空港の年間発着枠30万回化を着実に推進し、首都圏空港の年間合計発着枠75万回化を最優先課題として取り組むとともに、75万回化達成後の首都圏空港の更なる機能強化に向けた具体的な検討を進める。具体的には、首都圏空港機能強化技術検討小委員会において技術的な選択肢をとりまとめた後、機能強化方策の具体化に向けて関係自治体や航空会社等関係者と検討・協議を行っていく。那覇空港においては、オリンピック・パラリンピック東京大会の開催年である2020年(平成32年)の3月末の供用開始に向けて、滑走路増設事業の整備を推進する。

ビジネスジェットの受け入れ推進も継続して行い、成田空港では夏ごろに専用ターミナルとスポット間の動線が整備され、羽田空港では9月末にビジネスジェット専用動線の供用開始が予定されている。

上記のほかに、航空ネットワークの拡充に伴い、ボトルネックとなり得る操縦士・整備士の養成・確保の具体的方策について、2014年(平成26年)の夏前を目途に必要な項目を抽出し、取組を実施する予定である。

第5節 出入国手続の改善

1 出入国手続の迅速化・円滑化

(1) クルーズ船乗客に対する出入国手続の迅速化・円滑化

＜平成25年度に講じた施策＞

クルーズ船乗客に対する出入国審査手続については、クルーズ船が入港する海港を担当する地方入国管理官署の入国審査官だけでなく、必要に応じ、東京入国管理局など他の比較的規模の大きい地方入国管理官署からも入国管理官を派遣して、円滑な審査を行う体制をとっている。

また、2012年（平成24年）6月以降、クルーズ船が寄港した際、「寄港地上陸許可制度」を活用した入国審査を実施しているところ、さらに、寄港地上陸許可の対象とならない航路のクルーズ船乗客の手続の簡素化等のため、2014年（平成26年）3月、第186回通常国会に入管法改正法案を提出した。

なお、入国審査官があらかじめ船舶に乗船し、寄港前に入国審査手続の一部を行う海外臨船審査については、公海上で個人識別情報を取得することについて外国政府の了解を得ることの可否等の課題について検討を進めた。

(2) 空港におけるファストレーン設置に向けた検討

＜平成25年度に講じた施策＞

国際会議の開催地やビジネス拠点の選択に当たり、玄関口たる空港の果たす役割は大きく、空港における出入国手続を迅速に行い、都心部へ移動しやすくすることは、大都市圏の立地競争力強化の観点から大きな課題である。諸外国の主要空港においては、ファストレーンを設置し、VIP/CIP（Commercially Important Person）に対して、一般旅客とは異なるサービスを提供している。

このような状況を踏まえ、我が国の国際拠点空港でのVIP/CIP等を対象としたファストレーンの設置に向け、関係者による検討会を開催した。2013年（平成25年）10月から年度内に4回にわたり開催し、対象旅客の範囲、費用負担のあり方等について検討を行った。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

ファストレーンの設置については、関係者による検討会をこれまで4回にわたり開催し、対象旅客の範囲、費用負担のあり方等について検討を行ったが、引き続き、施設の詳細な設計など具体化に向けた議論を深め、主要空港での早期導入の実現に向けて検討を進める。

(3) 空港での出入国手続の迅速化

＜平成25年度に講じた施策＞

出入国審査に要する時間の短縮を図るため、上陸審査における「セカンダリ審査（二次的審査）」、「事前旅客情報システム（APIS）」の効果的活用等を実施したほか、審査場の混雑状況に応じて、日本人用審査ブースと外国人用審査ブースの機動的かつ適切な運用を行った。

また、自動化ゲートの利用を促進するため、2013年（平成25年）8月以降、空港会社・航空会社の協力を得て、ポスター掲示・リーフレット配布、自動化ゲート事前登録場所の案内看板の設置、航空機の機内誌への掲載、航空会社ホームページでの広報等を実施したほか、都道府県旅券事務所へ出張し、旅券取得者等を対象とした自動化ゲート事前登録を行ったり、ディズニー映画

「プレーンズ」とタイアップして作成したポスターを地方自治体等の協力を得て全国的に掲示した。

その結果、2013年（平成25年）（1月～12月）の自動化ゲート利用者数は、前年より約29万人（27.5%）増加し、約132万人と過去最多となった。

<平成26年度に講じようとする施策>

空港においては、成田空港、羽田空港、中部空港及び関西空港に設置している自動化ゲートを増設し、その利用促進に努めるとともに、海港においても、クルーズ船の入港に対応するため、審査体制を整備するほか、出入国管理システムを適切に運用・更新すること等により、出入国手続の迅速化・円滑化を図る。

（4）「トラステッド・トラベラー・プログラム」の創設

<平成25年度に講じた施策>

出入国手続の迅速化を図るため、自動化ゲートの利用対象者を拡大し、頻繁に我が国に入国する外国人のうち出入国管理上のリスクが低い者をあらかじめ特定し、これらの外国人に自動化ゲートの利用を認める制度（トラステッド・トラベラー・プログラム）を創設すべく、2014年（平成26年）3月、第186回通常国会に入管法改正法案を提出した。

（5）出入国審査手続に対する地方自治体等による協力

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）6月、有識者からの提言等を踏まえて、出入国審査の迅速化のため、地方公共団体や民間の協力を得る方策について検討を開始した。出入国審査手続に係る審査場の案内、クルーズ船内での誘導等の協力については、地方自治体等の負担も生じるため、地方自治体等から協力の申入れがあることを前提とした方策について検討を進めた。

第4章 世界に通用する魅力ある観光地域づくり

第1節 観光地域のブランド化

<平成25年度に講じた施策>

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（観光圏整備法）」に基づき、滞在交流型観光に対応できる区域として「観光圏」の整備を促進しており、平成25年度は富良野・美瑛観光圏等6観光圏を認定した。

あわせて、当該6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。

また、観光を軸とした地域づくりの取組を国の所管の事業や施策により総合的に支援する「観光地域づくり実践プラン」について、平成25年度は八ヶ岳観光圏の認定を行い、観光圏整備の促進に係る社会資本整備等の支援を行った。さらに、各観光圏において観光と社会資本整備の関係者による連絡会議を開催し、平成26年3月までに19の観光圏（改正前の観光圏整備基本方針に基づく認定観光圏も含む）において現地調査を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

観光地域のブランド化を支援する「観光地域ブランド確立支援事業」について、訪日外国人旅行者誘致及び外客受入環境整備に係る事業を地域が強化するよう運用を変更する。また、地域ならではの魅力を体感でき、かつ、旅行者が滞在交流型の観光を行うことができる地域を、次世代の魅力ある観光地域として登録する制度の創設に向けた検討を実施する。



観光圏の整備イメージ

第2節 新たな観光地域のモデルとなる先進的取組

<平成25年度に講じた施策>

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先進的取組に対して支援を実施している。平成25年度は、高知県須崎市を始めとする3地域において実証事業を行った。高知県須崎市では、旅行者の滞在時間の延伸を目的とし、県内外の作家が市内に滞在しながら須崎の価値を反映したアート作品を制作し、その制作現場を公開することで、来訪者と交流する取組や、Iターン・Uターンの女性を中心としたまち歩きツアーの造成・情報発信に対して支援を実施し、その取組の普及・展開等に向けた検討を実施した。また、GPS機能により蓄積される位置情報を活用し、これまで調査票の調査ではわからなかった観光客の行動・動態を調査・分析する手法の検討・確立を行った。

<平成26年度に講じようとする施策>

既存の統計による指標を用いた評価に加え、来訪者の観光行動をビッグデータ等により定量的に調査・分析を行うことでこれまでの取組を評価し、観光客のニーズを踏まえた効率的・効果的な取組につなげていくとともに、観光地域の情報発信のあり方を検討するなど、ICT（情報通信技術）の観光への活用を図る。

また、各地域に眠っている地域資源を利用し、それらを融合、ネットワーク化した新たなビジネスモデルの構築により、交流人口の増大に繋がる取組を行う。例えば、沖縄が国家戦略特区（国際観光拠点）として指定されたことを踏まえ、世界水準の観光リゾート地を目指し、地域の強みを活かした観光ビジネスを振興するとともに、新たなビジネスモデルを創出し、訪日外国人旅行者等の飛躍的な増大を図る。



まち歩きパンフレット（高知県須崎市）

第3節 ニューツーリズムの創出

1 ニューツーリズムの創出・流通

<平成25年度に講じた施策>

エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、文化観光、産業観光、ヘルスツーリズム、スポーツツーリズム等のニューツーリズムを推進するため、「ニューツーリズム普及促進モデル事業」を実施し、各地域の特色ある観光資源を活用して造成された旅行商品について、その普及を促進するための方策を検討し、ニューツーリズム実施事業者向けのプロモーションの手引き書を作成し、関係者へ配布するとともに観光庁ホームページで公表した。

<平成26年度に講じようとする施策>

観光地ビジネス創出の総合支援事業において、モデル調査の対象地域として45地域を選定し、観光地づくりの取組を進める主体が自ら販路を開拓し、収益をさらなる着地型旅行商品開発に充てることが可能となるビジネスモデルの構築を支援する。さらに、地域間のノウハウ共有のためのポータルサイト構築、研修機会の提供、商談会等を実施し、各地域が本事業で得た知見をもとに、観光地域づくりの取組を自主的かつ継続的なものとすることを目指す。

2 各ニューツーリズムの推進

(1) エコツーリズムの推進

<平成25年度に講じた施策>

我が国の豊富な観光資源を活かすため、エコツーリズムでは地域の自然観光資源を活用した地域振興に取り組む協議会等に対して、推進体制の強化、資源調査、ルールづくり、人材育成、ツアープログラムの企画・立案、モニターツアーの実施、ネットワーク構築等について支援を実施した。引き続き、平成26年度においても、エコツーリズムの推進の取組を実施していく。

(2) グリーン・ツーリズムの推進

<平成25年度に講じた施策>

小学生を始めとする子供の農山漁村における体験教育活動、滞在型市民農園、農家民宿等を活用したグリーン・ツーリズムの普及拡大を図るため、集落連合体による「食」を観光、教育、福祉等に活用する地域の手づくり活動、都市住民が「農」を楽しめる暮らしづくりの支援や訪日外国人の受入れや訪日教育旅行の受入れなどインバウンドの取組についての支援、地域を越えた人と情報の広域ネットワークの構築、都市と農山漁村の共生・対流に係る優良事例の表彰等を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

引き続き、小学生を始めとする子供の農山漁村における体験教育活動、滞在型市民農園、農家民宿等を活用したグリーン・ツーリズムの普及拡大を図るための取組を支援する。

また、「農観連携の推進協定」に基づき、農山漁村の魅力と観光需要を結びつける取組により、新たな観光需要の開拓や訪日外国人旅行者を農山漁村へ呼び込むための施策を推進する。

(3) 海洋観光の振興

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）4月に閣議決定された海洋基本計画において「海洋観光の振興」の文言が明記されたことを受け、有識者等からなる「海洋観光の振興に関する検討会」を開催し、海洋観光の振興に関する課題や取組の方向性について議論を重ねた。同検討会の議論を踏まえ、2014年（平成26年）3月に「海洋観光に関するシンポジウム」を開催した。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度に引き続き「海洋観光の振興に関する検討会」を開催し、最終とりまとめを行う。同検討会の結果を踏まえ、海洋観光の魅力の発信、海洋観光関連施策の総合的な推進を図る。

(4) 船旅の魅力向上の推進

<平成25年度に講じた施策>

フェリー・離島航路等による「普段着の船旅」の魅力向上に向けて、国・旅客船業界・旅行業界・地域の関係者等が連携し、情報発信の強化やニーズに合った旅行商品の開発・販売促進の取組等の展開を進めている。平成25年度は、日本旅客船協会、日本旅行業協会と連携し、旅行者の企画・販売担当者を対象とした「体験航海（ファミトリップ）」を実施し、旅行業界に向けて、伊豆・駿河湾の船上から世界文化遺産「富士山」を臨むフェリー航路のPR活動を行った。

(5) 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした海上交通の活性化

<平成26年度に講じようとする施策>

オリンピック・パラリンピックを契機として、東京の舟運の魅力さをさらに向上させるため、旅客船事業者、東京都をはじめとする関係行政機関等による情報共有・意見交換の場として、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」を設置した。本連絡会を活用して、外国人観光客の誘客方法や舟運の魅力向上に向けた取組の検討を促進していく。

(6) スポーツツーリズムの推進

<平成25年度に講じた施策>

我が国のスポーツツーリズム中核的組織として、地域スポーツコミッションの設立や、国際スポーツイベントの誘致・開催への支援等を担うJSTA³¹（一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構）と連携を図り、2013年（平成25年）5月にロシアで開催された「スポーツアコード会議」で、日本のスポーツ、観光及び文化を紹介する取組を支援するとともに、7月には韓国で「マラソン・ジャパン」を初開催し、日本の多種多様なマラソン大会を積極的に発信した。

<平成26年度に講じようとする施策>

JSTA（一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構）と連携し、広域的にスポーツツーリズムを推進する。具体的には、2014年（平成26年）4月にトルコで開催される「スポーツアコード会議」での日本紹介の取組に対する支援や日本のマラソンやサイクリング大会をPRする「マラソン&サイクリング・ジャパン」を台湾で開催する。

31 Japan Sport Tourism Allianceの略

(7) 医療と連携した観光の促進

<平成25年度に講じた施策>

世界的に良質な医療を求めて他国に渡る患者が増える中、我が国が信頼できる渡航先として認識され、多くの外国人患者が訪れるよう、関係者間で意見交換や情報共有を行う場を設定するなど、関係者の取組を促進した。

<平成26年度に講じようとする施策>

我が国が信頼できる渡航先として認識され、多くの外国人患者が訪れるよう、関係者間で意見交換や情報共有を行う場を設定するなど、関係者の取組を促進していく。

(8) インフラツーリズムの推進

<平成25年度に講じた施策>

「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業」や「将来的な商品化に向けた観光資源磨きのモデル調査」の一環として、インフラツーリズムに関連する事業を実施し、観光資源の磨き上げにより旅行商品の造成に向けた取組を支援し、インフラ施設を観光資源として活用する際の課題の抽出・検討を行い、ダム等の取組事例の情報発信を行った。

<平成26年度に講じようとする施策>

「観光地ビジネス創出の総合支援」の一環として、インフラツーリズムに関連する事業を実施し、インフラ施設を観光資源として活かし開発した着地型旅行商品を、地域自らが自立的・継続的に開発・販売できるようなビジネスモデルの構築を支援するとともに、ダム等について民間ツアー会社と連携したツアーを実施する。

(9) サイクルツーリズムの推進

<平成26年度に講じようとする施策>

北海道の観光資源を活かした観光需要を創出するため、広大な地形を活かしたサイクルツーリズムの推進を図る。

3 沖縄及び離島地域における観光振興

<平成25年度に講じた施策>

沖縄においては、沖縄振興一括交付金（内閣府）を活用し、沖縄独自の観光プログラムの創出、MICE・スポーツキャンプなどの誘致及び離島観光の活性化に向けて、沖縄観光プログラムに関する広告プロモーションや商談会などにより国内外に向けて沖縄観光の魅力を発信した。また、地域が主体となった観光資源の創出事業等に対して支援を行った。

一般離島においては、平成25年度より創設した「離島活性化交付金」により、離島における地域活性化を推進し、定住の促進を図るため、離島における地域情報の発信、交流拡大のための仕掛けづくり、島外住民との交流の実施等による交流拡大促進の取組を支援した。また、離島地域において、交流人口



全国の離島が集まり交流事業情報を都市住民に発信する「アイランダー」の様子

拡大による自立的発展を促進する観点から、全国の離島が集まり交流事業情報を都市住民に発信する交流事業イベント「アイランダー」を2013年（平成25年）11月に東京で開催した。

<平成26年度に講じようとする施策>

沖縄県においては、沖縄振興一括交付金（内閣府）を活用し、観光閑散期対策として「沖縄感動体験プログラム」を策定し、沖縄の歴史や文化等の地域観光資源を活用し、沖縄の魅力を体験する観光モデルの実証事業を行う。

第4節 インフラプロジェクトと連動した観光振興

<平成25年度に講じた施策>

2013年（平成25年）8月6日に第1回「インフラ整備等と一体となった観光振興連絡調整会議」を開催した。また、社会資本整備と一体となった観光地域振興策の事例を取りまとめた。今後、さらにインフラ整備等と観光振興の取組を強化する。

また、街なみ環境の整備改善事業等の支援を実施した。観光地における街なみ環境の整備モデルとなる事例を蓄積し、事例集としてとりまとめ、2013年（平成25年）11月にホームページで公開した。さらに、観光庁の主催する会議等を活用し当該事業の事例・手法について周知を図った。平成26年度においても、観光行政と連携し、まちづくり行政のこれらの取組を継続する予定である。

河川空間を利用したまちのにぎわいの創出に向けた取組としては、身近にある川や水辺の様々な魅力や価値を再認識するとともに、他の地域の水辺の風景に接することにより、今後の水辺づくりを考えるきっかけとすることを目的に、観光庁とも協力し、地域のシンボルとなっている「美しい水辺とまち」をテーマに風景写真を募集し、国土交通省ホームページで公表するなどの取組を実施した。引き続き、河川空間を利用したまちのにぎわいの創出に向けた取組等を実施していく予定である。



地域のシンボルとなっている「美しい水辺とまち」の例（大阪府大川）

<平成26年度に講じようとする施策>

「インフラ整備等と一体となった観光振興連絡調整会議」を活用して、インフラプロジェクトの進捗状況や供用情報の共有を図り、これらと歩調を合わせた観光振興の取組を実施するとともに、観光面からのニーズを把握・共有し、各分野のインフラ整備において配慮する。

第5節 地域の観光ポテンシャルの最大化

1 日本政府観光局（JNTO）地域コンサルティング窓口

<平成25年度に講じた施策>

日本政府観光局（JNTO）は、インバウンドの最前線で活動する専門機関としてのノウハウを活かし、地域における外国人旅行者の誘致を促進するため、地域の観光資源の海外展開を支援す

る取組を開始した。

上記取組の一つとして、2013年（平成25年）8月に設置した地域コンサルティング窓口においては、外国人旅行者の誘致を検討している地方自治体や民間事業者向けに、VJ事業の市場実施状況・スケジュールを説明するとともに、海外向け観光情報の発信や海外におけるセールスに関するアドバイスを実施した。

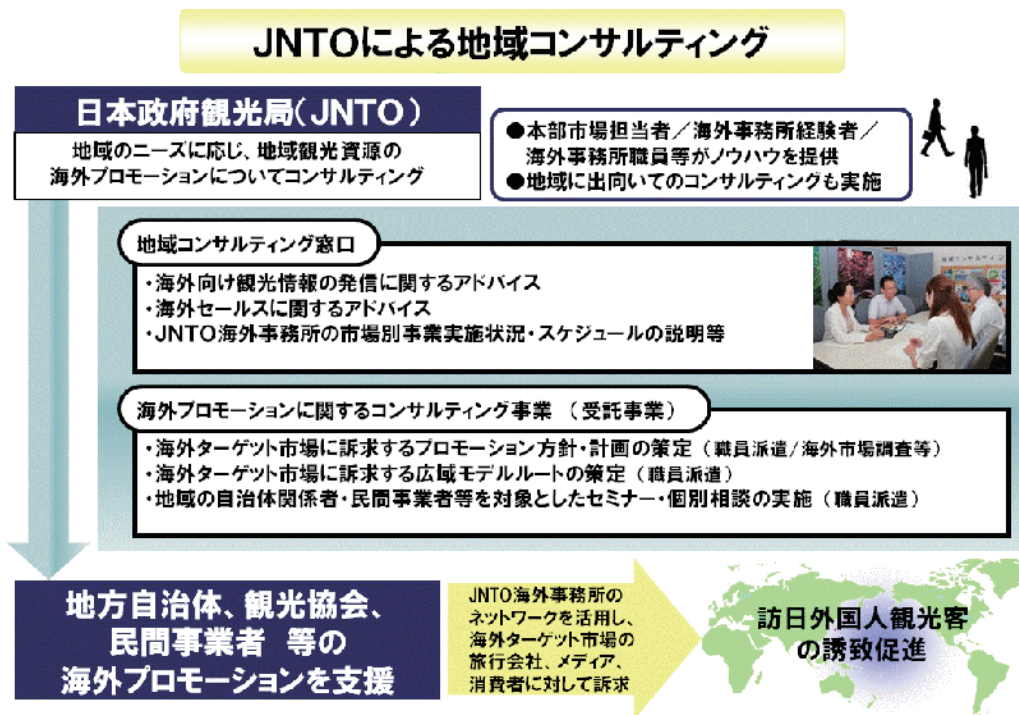
また、地域に出向き、海外プロモーションに関するコンサルティングを行う事業も平成25年度より開始した。初年度は、富山県南砺市からの委託を受け、同市がインバウンド誘客に取り組むべき有望ターゲット市場を選定するため、重要な市場である台湾、香港、シンガポール、米国、フランス、豪州にて現地調査を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

日本政府観光局（JNTO）は、世界14都市に海外事務所を有し、インバウンドの最前線で活動する専門機関としてのノウハウを活かし、地域における外国人旅行者の誘致を促進するため、地域の観光資源の海外展開を支援する取組を実施していく。

具体的には、地元の観光資源、交通アクセス等を勘案したターゲット市場の選定を始めとして、ターゲット市場に訴求する広域モデルルートの策定やターゲット市場に対する効果的なPR方法の提案を行う。さらに、そのプロセスを国内各地のインバウンド関係者に情報提供することにより、観光資源の海外展開に関するノウハウの共有化を図る。

また、日本政府観光局（JNTO）が主催するインバウンドフォーラム（年2回、9月・1月）や、本部に設置している地域コンサルティング窓口において、外国人観光客誘致に関する相談を受け付けるほか、地域に出向いて海外プロモーションに関するコンサルティング事業を実施する。



2 魅力ある観光地づくり

<平成25年度に講じた施策>

「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業」では、全国78地域において、地域の特色ある資源を活用した旅行商品の開発に取り組んだ。2013年（平成25年）12月までに、各地域で造成した旅行商品のモニターツアーを実施し、商品内容を改善するとともに、2014年（平成26年）2月には、一般の消費者からの評価を受けるためのコンテストを実施した。

2013年（平成25年）11月に日本の食ブランドを代表する地域の特産物を活かしたお土産を発掘するため、「世界にも通用する究極のお土産フォーラム」を開催した。最終的に、「世界にも通用する究極のお土産」として9品のお土産を選定した。選定商品をはじめとした地域のお土産は大手百貨店での催事、書籍化、インターネットでの特集等の民間事業者との連携企画として採用され、地域の魅力を国内外に向けて発信した。



タビカレ学園祭（2014年（平成26年）2月1日東京ビッグサイト）



世界にも通用する究極のお土産フォーラム（2013年（平成25年）11月29日明治記念館）

<平成26年度に講じようとする施策>

観光地ビジネス創出の総合支援事業において、モデル調査の対象地域として45地域を選定し、観光地づくりの取組を進める主体が自ら販路を開拓し、収益をさらなる着地型旅行商品開発に充てることが可能となるビジネスモデルの構築を支援する。さらに、地域間のノウハウ共有のためのポータルサイト構築、研修機会の提供、商談会等を実施し、各地域が本事業で得た知見をもとに、観光地域づくりの取組を自主的かつ継続的なものとすることを目指す。

3 観光立国推進のための不動産関係事業者協議会

<平成25年度に講じた施策>

アウトレットモール等の商業施設やリゾート施設については、外国人観光客の誘客上、引き続き有力なコンテンツとなることが期待され、更なる外国人観光客の受入環境の整備が重要であることから、当該施設を所有・運営する不動産事業者との「観光立国推進のための不動産関係事業者協議会」を2013年（平成25年）6月から11月にかけて計3回開催し、多言語対応、決済環境改善等、外国人の誘客に効果が高いと思われる対策等についての情報共有を図り、事業者による先進的な取組等について取りまとめた。取りまとめの内容については、国土交通省、観光庁及び日本政府観光局（JNTO）のホームページを通じて公開しているところ。

・国土交通省ホームページ：

http://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000033.html

・観光庁ホームページ：

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/ukeire.html>

・日本政府観光局（JNTO）ホームページ

http://www.jnto.go.jp/jpn/site_info/links.html

4 地域間交流を深める運動の促進

<平成25年度に講じた施策>

「北前船寄港地フォーラム」など、交流人口の拡大や国内MICEの推進を目的とする行事を後援し、地域間交流を深める運動を推奨した。

5 日本風景街道の推進

<平成25年度に講じた施策>

多様な主体による協働の下、道を舞台に、地域資源を活かした美しい国土景観の形成を図り、観光の振興や地域の活性化に寄与することを目的とする「日本風景街道」を推進した。2014年（平成26年）3月末現在132ルートが風景街道として登録されており、地域の方々による沿道の植樹・植栽、ビューポイントの整備や清掃活動など、道路を活用した美しい景観形成や地域の魅力向上に資する活動を実施しており、引き続き推進する。



地域の方々との協働による花の植え込み風景【江戸・東京・みらい街道（東京都中央区）】

<平成26年度に講じようとする施策>

多様な主体による協働の下、道を舞台に、地域資源を活かした美しい国土景観の形成を図り、観光の振興や地域の活性化に寄与することを目的とする「日本風景街道」の取組において、地域の方々による沿道の植樹・植栽、ビューポイントの整備や清掃活動など、道路を活用した美しい景観形成や地域の魅力向上に資する活動について引き続き推進する。

6 レンタサイクルの利用促進

<平成25年度に講じた施策>

自転車通行空間を整備するとともに、歩道等の道路空間にレンタサイクルの駐輪場等を確保することで引き続き利用促進を図る。さらに、にぎわい・交流創出のための道路占用許可の特例制度等も活用し、道路空間におけるレンタサイクルの駐輪場等を確保することで引き続き利用促進を図る。

7 農山漁村の地域資源の魅力の情報発信

<平成25年度に講じた施策>

農林漁業・食品産業・農山漁村がもつ素晴らしい価値を広く国民・世界に伝え、ジャパンプランドの再構築を図ることを目的とした「食と農林漁業の祭典」の一環として、都市と農山漁村の

間の「人・もの・情報」の往来（おうらい）を盛んにすることによって、日本全国の元気（All right）を目指すため、「オーライ！ニッポン大賞」として優良事例を表彰し、シンポジウムを開催した。

また、次世代へ継承すべき持続的な農業システムをFAO³²（国連食糧農業機関）が認定するGIAHS^{33, 34}（世界農業遺産）は、佐渡、能登地域に加え、2013年（平成25年）5月に静岡県掛川周辺地域、熊本県阿蘇地域及び大分県国東半島宇佐地域が認定され、これら5地域における農林水産物のブランド化や観光振興等の取組により、農山漁村地域の振興を図った。

<平成26年度に講じようとする施策>

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、所得向上に取り組んでいる地域の活性化、所得向上に取り組んでいる優良事例を「農山漁村の宝」として全国から発掘（ディスカバー）・発信する。

また、「食と農林漁業の祭典」の一環として、優良事例の表彰とシンポジウムの開催等を行うとともに、訪日外国人旅行者向けの受入体制の構築及びプロモーションの推進を行う。

さらに、FAO（国連食糧農業機関）のGIAHS（世界農業遺産）に認定された国内5地域（佐渡、能登、掛川周辺、阿蘇及び国東宇佐）については、農林水産物のブランド化やGIAHSを活用した観光振興、認定地域のネットワーク化の促進等により、農山漁村地域の振興を図る。

8 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成

<平成25年度に講じた施策>

沖縄県においては、沖縄振興一括交付金（内閣府）を活用し、市場特性に応じた誘客プロモーション、航空路線の拡充及びクルーズ船運航会社へのセールス活動を行うほか、人材育成、多言語観光案内サインなどの受入体制の整備を図っている。

<平成26年度に講じようとする施策>

政府においては、平成26年度税制改正で沖縄の観光地形成促進地域制度における投資税額控除の拡充及び沖縄路線航空機燃料税の軽減措置の拡充・延長を実施し、沖縄振興特別措置法の一部を改正する法律（平成26年法律第7号）において所要の規定を改正した。

沖縄県においては、沖縄振興一括交付金（内閣府）を活用し、沖縄の文化である空手を観光資源としてスポーツコンベンションの更なる推進を図るとともに、今後の空手道振興に寄与するため、「世界空手道連盟プレミアリーグ」の沖縄開催を支援する。また、空手を文化遺産として保存・継承・発展させるための拠点づくりとして、空手道会館（仮称）建設に向けて取り組む。

9 自然公園の魅力向上を通じた地域の観光振興

<平成25年度に講じた施策>

世界自然遺産や国立公園など我が国を代表する貴重な自然地域については、観光利用による影響を軽減するための対応、希少種保護等の質の高い適切な自然環境保全を進めることにより、観

32 The Food and Agriculture Organization of the United Nationsの略

33 Globally Important Agricultural Heritage Systemsの略

34 GIAHSは、FAOが2002年（平成14年）から開始した、次世代に継承すべき重要な農法や景観、文化、生物多様性を有する農業システムを認定する制度。

光資源としての魅力の維持・強化に貢献しつつ、関連する施設の高質化、効率的な情報発信、充実した運営管理等を実施し、観光を通じて優れた自然資源を有する地方の活性化を図った。

<平成26年度に講じようとする施策>

世界自然遺産や国立公園など我が国を代表する貴重な自然地域については、観光利用による影響を軽減するための対応、希少種保護等の質の高い適切な自然環境保全を進めることにより、観光資源としての魅力の維持・強化に貢献しつつ、関連する施設の高質化、効率的な情報発信、充実した運営管理等を実施し、観光を通じて優れた自然資源を有する地方の活性化を図る。

10 先住民族としてのアイヌ文化等の発信

<平成25年度に講じた施策>

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。特に、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象徴空間を整備することとしており、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、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に間に合うように取組を進めている。

平成25年度は、博物館の整備・運営に関する在り方及び方向性を示した『『民族共生の象徴となる空間』における博物館基本構想』、象徴空間における文化伝承等の在り方を取りまとめた。また、象徴空間における公園的な土地利用の基本構想策定に向けた調査を実施した。さらに、アイヌ語の挨拶「イランカラテ」(こんにちは)を北海道のおもてなしのキーワードとして普及させ、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した。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成26年度は、博物館の整備・運営に関する在り方及び方向性を示した『『民族共生の象徴となる空間』における博物館基本構想』に基づき、より具体化を図るための基本計画を策定する。また、象徴空間における公園的な土地利用の在り方等を取りまとめた基本構想を策定する。さらに、象徴空間で展開する体験交流等活動について、具体的なプログラムを策定するための検討に着手する。平成25年度に引き続き、アイヌ語の挨拶「イランカラテ」(こんにちは)を北海道のおもてなしのキーワードとして普及させ、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。

11 水辺とまちの未来創造プロジェクトの推進

<平成26年度に講じようとする施策>

世界の都市には、その都市を代表する川や水辺と周辺の街並みが一体となった、美しく風格のある空間が形成されているところが多い。国内においても各地で川が持つ豊かな自然や美しい風景を活かして観光により地域振興を図ろうとする動きが活発化している。世界中から人と活力を惹きつける魅力ある水辺空間をまちづくりと一体となって生み出し、賑わい・活力や自然豊かな景観等



ロゴを用いた機運を高める取組み

を保全・創出するための取組を、住民、企業、行政が一体となって推進する。

第6節 被災地における旅行需要の喚起

1 被災地における旅行需要の喚起

<平成25年度に講じた施策>

平成25年度からは、東北地域の太平洋沿岸エリア等において、広報展開・情報発信強化、地域ならではの旅行商品・復興ツアーの造成促進、震災の記憶の伝承及び滞在交流促進の仕組みの構築に対する取組支援を実施している。

まず、13のゾーン・エリアにおいて、地域連絡協議会という組織体を立ち上げ、地域内における連携を図りながら観光による復興を推進する体制を構築した。

また、太平洋沿岸エリア等における復興に向けた最新の取組や旬の話題等について、観光関係者のみならず、地域住民も主体となって情報発信するポータルサイト「東北物語」を開設した。このポータルサイトでは、観光に限らず、地域の復興等に向けた取組の最新情報（滞在・体験プログラム、語り部ツアー、ボランティア、復興商店街、イベント、食、求人情報等）について、各地域の住民がリアルタイムに発信することができ、アクセス数は、17万件を超えている（2013年（平成25年末）時点）。



ポータルサイト「東北物語」トップページ

さらに、観光協会等の地域が作った滞在コンテンツと、旅行会社をつなぐことで、着地型旅行商品の造成を行う「旅の市場」というシステムを構築し、この「旅の市場」を活用して造成された、復興ツアーのモニターツアーを40件採択した。

福島県に対しては、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「福島県における観光関連復興支援事業」を実施しており、平成25年度は、首都圏キャラバンや、誘客イベント、海外プロモーション等を支援した。

また、国・東北6県・官民の観光関係者等が連携し、観光による復興を更に加速させ、東北が一丸となって取り組む姿を、東北内外に、さらには海外へと強力に発信するため、3月2日に仙台、3月9日に東京でシンポジウムを開催した。

2 「新しい東北」の創造に向けて

<平成25年度に講じた施策>

復興庁では、単に従前の状態に復旧するのではなく、震災復興を契機として、被災地が抱える課題を克服し、我が国や世界のモデルとなる「新しい東北」を創造すべく、取組を進めている。

平成25年度「新しい東北」先導モデル事業では、①グローバル市場における「旅館」の競争力を向上させるために、アライアンスを組み情報発信力を強化するとともに、国外の個人旅行者を取り込むためのB to Cサイトの構築を実施する「「旅館」ブランドの再構築・発信」、②観光資源の魅力の多面的な見方や、その発信・ブランディング方法を学ぶ場を作り、観光資源のポテンシャルを活かせる人材育成を行う「地域資源発掘モデルスクール」、③被災地で防災や復興のプ

ロセスを学ぶ研修ツアーを、地方公共団体や企業をターゲットとした観光資源として、積極的に活用していく「復興ツーリズム」等の事業を支援した。

3 国立公園を核としたグリーン復興の取組

<平成25年度に講じた施策>

陸中海岸国立公園に青森県の種差海岸たねさしかい階上岳はしかみだけ立自然公園を編入し、三陸復興国立公園を創設（2013年（平成25年）

5月24日指定）するとともに、全線で700kmの設定を予定している東北太平洋岸自然歩道「みちのく潮風トレイル」の一部区間（青森県八戸市から岩手県久慈市までの約100km）を11月29日に開通した。また、岩手県、宮城県、福島県の5地域におけるエコツーリズムの推進を図るモデル事業の実施や被災した国立公園の利用施設の再整備等のグリーン復興プロジェクトを推進した。

<平成26年度に講じようとする施策>

三陸復興国立公園については、南三陸金華山国定公園の編入を進めるとともに、東北太平洋岸自然歩道「みちのく潮風トレイル」の平成27年度中の全線開通に向けて路線検討を進める。また、岩手県、宮城県、福島県の5地域におけるエコツーリズムの推進を図るモデル事業の実施や、被災した国立公園の利用施設の再整備等のグリーン復興プロジェクトを推進する。



グローバル市場における旅館の価値向上を目指し、海外からの予約が可能な旅館専用の予約サイトや、海外の旅行会社等との商流を活性化させる在庫管理システムを導入。【モデル事業】

第7節 関係省庁との連携

<平成25年度に講じた施策>

観光地域づくりを推進するために必要な連携施策を検討するため、「観光地域づくりの支援に関する関係省庁勉強会」を開催し、地域が活用可能な支援メニューをとりまとめた「観光地域づくり関連支援メニュー集」を作成し、都道府県等への周知を図った。

また、2020年（平成32年）に向けた観光振興・文化振興の基盤整備が求められる中、日本のすばらしさを海外に対して強力に発信し、日本ブランドを作り上げるとともに、日本が文化交流のハブとなることを目指すために、観光庁と文化庁において、2013年（平成25年）11月に包括的連携協定を締結した。2014年（平成26年）2月に観光庁は、この協定に基づき、文化庁、そして、英国の公的な国際文化交流機関であるブリティッシュ・カウンシルとの共催で、文化政策・観光関係者及び行政関係者向けに「2012年ロンドンオリンピック・パラリンピック競技大会の文化プログラムに関する情報連絡会」を開催した。

さらに、農山漁村の魅力と観光需要を結びつける取組の推進のため、観光庁と農林水産省において、2014年（平成26年）1月には「農観連携の推進協定」を締結し、ユネスコ無形文化遺産となった「和食：日本人の伝統的な食文化－正月を例として－」を活用した訪日プロモーションや、グリーン・ツーリズムにおける外国人旅行者受入の促進等の連携施策の推進を図ることとした。

<平成26年度に講じようとする施策>

引き続き、平成25年度に協定を締結した省庁との連携施策を検討・実施していくとともに、平成26年度においては、株式会社地域経済活性化支援機構と連携協定を締結するなど、関係省庁、関係機関との連携の促進を図る。

第5章 外国人旅行者の受入環境整備

第1節 移動しやすい環境の整備

1 交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備

(1) 訪日外国人旅行者の移動手段の充実・利便性の向上

<平成25年度に講じた施策>

訪日外国人旅行者の鉄道、バス・タクシー等の利用環境改善に向け、外国人目線を活用した交通系ICカードに関する効果的な情報提供手法の検討・実施を目的とした調査、及び訪日外国人旅行者のタクシー、レンタカーの利用環境改善に向け、外国人目線を活用した改善方策の検討・実施を目的とした調査を実施した。また、国際線を運航している本邦社、日本乗り入れ外国航空会社に対して、訪日促進に資するキャンペーン等の検討を要請した。

あわせて、訪日外国人旅行者の増加や移動手段の充実・利便性の向上・魅力向上等の実現に向け、意見交換会（航空関係（2013年（平成25年）6月）、鉄道関係（2013年（平成25年）4月及び10月）、バス・タクシー、レンタカー関係（2013年（平成25年）8月））を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

引き続き、訪日外国人旅行者が航空、鉄道、レンタカー、バス・タクシー等を利用しやすいよう、移動手段の充実・利便性の向上・魅力向上、情報の発信の強化などに向け、関係事業者との意見交換会の開催などに取り組む。

(2) 都心直結線の整備に向けた検討

<平成25年度に講じた施策>

都心と首都圏空港とのアクセスの改善に向け、都心と首都圏空港とを直結し、短時間かつ乗換なしでの移動を可能とする「都心直結線」について、整備に関する計画の検討の深度化を図るため、現況調査等の整備に関する調査を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

都心直結線について、前年度に引き続き、現況調査等を進める他、建設計画の具体化や事業採算性の精査等を行い、検討の更なる深度化を図る。

(3) バス・タクシー・レンタカーによる訪日外国人旅行者の利便性や満足度の向上

<平成25年度に講じた施策>

空港からの都心アクセスをさらに使いやすくするため、中部国際空港と名古屋市内中心部を結ぶ空港アクセスバスの運行にあたり、地方経済界・地方公共団体等と連携して、国内外への周知宣伝活動を実施した。

また、訪日外国人旅行者のタクシー・レンタカーの利用環境改善に向け、外国人目線による観光タクシーのルート拡充、日本の交通ルールや日本で運転可能な免許証を記載したリーフレット・DVDの作成などによるレンタカーの情報提供手法の検討・実施を目的とした調査を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

バス・タクシー・レンタカーの受入環境整備や情報発信の強化を行うとともに、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、バリアフリーの強化、従業員の外国語対応能力の向上など、訪日外国人旅行者の利便性や満足度の向上を図る。

(4) 羽田空港における空港アクセスの改善に向けた取組

<平成25年度に講じた施策>

羽田空港の更なる利便性の向上には、航空ネットワークの拡充だけでなく、空港アクセスの充実が重要であるため、2013年（平成25年）3月に、関係行政機関及び事業者団体等とともに「東京国際空港の望ましいアクセスのあり方に関する検討会」を開催した。空港アクセスに関して課題とされている深夜早朝時間帯の空港アクセスの充実や繁忙期における空港内駐車場の混雑緩和等の対応策について重点的に検討し、関係者間で調整を行い、2014年（平成26年）3月に検討状況を取りまとめた。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成26年度は空港と都心を結ぶバスの実証運行を含む、深夜早朝時間帯における空港アクセス改善に向けた調査等の対応策を関係機関と連携して実施するとともに、「東京国際空港の望ましいアクセスのあり方に関する検討会」にて、対応策の効果の検証を行いながら、引き続き、課題の解決に向けた検討を行う。

2 多言語対応の改善・強化

(1) 多言語対応の改善・強化のためのガイドライン策定

<平成25年度に講じた施策>

美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関など幅広い分野で共通するガイドラインを策定するための検討会を2013年（平成25年）10月に開催し、各分野の関係者からヒアリングを行い、道路案内標識の取組を共有しつつ、検討会を5回開催した。検討会として取りまとめた案を基に、観光庁としてガイドラインを策定・公表した。本ガイドラインは、特に多言語対応に焦点を当て、地方公共団体や国の既存のガイドラインの内容を踏まえて深掘りしたものであり、多言語での表記方法や400以上の用語・文例について対訳語を記載したほか、外国人向けに補足すべき解説文章への対応や非常時における対応、また、多言語対応推進における表記の統一性・連続性の確保等についても記載している。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度に策定した美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関など幅広い分野で共通するガイドラインを関係者に周知して積極的な取組を促した上、外国人目線を活用して各地域の取組事例を点検した結果を周知・広報すること等により、関係者の取組の改善・強化を一層促進していく。

(2) 道路案内標識の英語表記

<平成25年度に講じた施策>

国会議事堂周辺にある道路案内標識の分かりにくい「ローマ字」を「英語」へ試行的に改善し

た。また、全国の主要な観光地49か所で、外国人留学生等と協力しながら、道路案内標識が外国人旅行者にも分かりやすいものとなるよう、「ローマ字」から「英語」への改善に先行的に取り組んでおり、引き続き取り組む。

<平成26年度に講じようとする施策>

2014年（平成26年）3月に改正した「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」において、道路案内標識に用いる英語表示の方法を定めた。今後、同命令等に基づき、適切な道路案内標識の整備を推進する。

また、外国人旅行者に対する分かりやすい道案内を実現できるよう、公共交通機関や観光案内パンフレット等と連携した更なる道路案内標識の充実を図る。

(3) ユビキタス技術を活用した情報提供の取組

<平成25年度に講じた施策>

外国人旅行者がスマートフォン、タブレット端末等で多言語翻訳・通訳アプリを介したコミュニケーションの円滑化及び観光アプリ等で容易に観光情報を得られるように、開発を進めている事業者へのヒアリング・意見交換等を実施した。その中で先進的な取組について、観光庁のホームページ等において情報発信を行っている。

また、国土地理院では、電子国土基本図等の地図の配信及び情報発信のための技術的な支援を行っている。

さらに、気象庁の英語版ホームページでは、気象や地震等に関する情報が随時掲載されており、日本政府観光局（JNTO）が行っている災害時情報提供ポータルサイト「Safety tips for travelers」など、訪日外国人旅行者を対象とした様々なウェブページにリンクを掲載している。

<平成26年度に講じようとする施策>

外国人旅行者がスマートフォン、タブレット端末等で多言語翻訳・通訳アプリを介したコミュニケーションの円滑化及び観光アプリ等で容易に観光情報を得られるように、観光庁は引き続き、開発を進めている事業者に関する情報をヒアリング・意見交換等を通じて収集する。その中で先進的な取組については、観光庁のホームページ等において情報発信を行っていく。

また、ユニバーサル社会に向けて、高齢者や障害者をはじめ、誰もが積極的に活動できるバリアフリー環境の構築をソフト施策の面から推進することが重要であるため、移動しやすい環境の整備として、バリアフリー経路案内等に活用できるICT³⁵（情報通信技術）による歩行者移動支援サービスの普及・活用の促進に向けた環境整備のための検討を行う。

さらに、国土地理院では、電子国土基本図等の地図の配信及び情報発信のための技術的な支援を行うとともに、地図等における多言語表記に向けて検討を行う。

加えて、総務省では、「グローバルコミュニケーション計画」を策定し、多言語音声翻訳システムの翻訳精度の向上と対応言語の拡大のための研究開発を実施するとともに、多言語音声翻訳システムを美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等の様々な場面で活用するためのアプリケーションの開発・社会実証に向けた検討を行う。

35 Information and Communication Technologyの略

3 宅配運送サービスを利用した「手ぶら観光」の促進

<平成25年度に講じた施策>

訪日外国人旅行者の多くは個人旅行であり、自分で大きな荷物を持って日本国内を移動している。荷物の持ち運びの負担を減らし、訪日旅行の利便性や満足度を向上させるため、「手ぶら観光」の促進に関する検討を開始し、観光及び物流分野の関係事業者や団体をメンバーとする検討会を2013年（平成25年）10月から開催している。平成25年度は、訪日外国人旅行者の滞在日数、主な訪問地、買い物金額、旅行情報の取得先等を分析するとともに、その結果を踏まえ、代表的な旅行ルートにおける外国人によるモニターツアーや空港における訪日外国人へのアンケートを実施し、既存サービスの認知度や利用意向、改善点等を調査し、目指すべき方向及び課題を整理した。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度に実施した、訪日外国人旅行者の主な訪問地、買い物金額、旅行情報の取得先等に関する分析や、外国人によるモニターツアー、空港における訪日外国人旅行者へのアンケート調査により抽出したニーズや課題を踏まえ、今後の取組内容について検討する。具体的には、外国で手荷物の宅配運送サービスを利用する習慣のない外国人が安心して利用できるよう配慮しながら、海外において認知度が低い日本の宅配運送サービスについて効果的に周知する方法や、多言語対応を始めとした既存の宅配運送サービスの改善等について、観光及び物流分野の関係事業者、団体等とともに検討を進める。

第2節 滞在しやすい環境の整備

1 多言語対応の改善・強化

(1) 多言語対応の改善・強化のためのガイドライン策定

【再掲】 第5章第1節2（1）

(2) 自然公園施設の多言語化推進

<平成25年度に講じた施策>

国立公園における公園利用施設の整備にあたり、外国人に向けたインフォメーション機能の強化を図るため、情報提供施設の展示や案内標識等の多言語表示等を推進した。また、国定公園、長距離自然歩道において、地方公共団体が行う案内標識等の多言語化を図る整備に対し交付金を交付し、支援した。

<平成26年度に講じようとする施策>

国立公園における公園利用施設の整備にあたり、外国人に向けたインフォメーション機能の強化を図るため、情報提供施設の展示や案内標識等の多言語表示等を推進する。また、国定公園、長距離自然歩道において、地方自治体が行う案内標識等の多言語化を図る整備に対し交付金を交付し、支援する。

(3) 多言語対応の改善・強化

<平成25年度に講じた施策>

国立博物館、美術館、劇場において、海外の来訪者に対する多言語対応は従前から引き続き実施しているところであるが、平成25年度は、東京国立博物館の総合文化展のスマートフォンを用いたガイド「トーハクナビ」に、iPhone、iPadなどのiOS端末用のアプリ（日・英）を公開するとともに、国立劇場では、外国人観光客に対して羽田・成田空港観光案内所とホテルに歌舞伎・文楽リーフレット（英・中・韓・仏）及び英語版公演スケジュール表を提供し、多言語対応の充実に努めた。

また、地域の博物館等における館のパンフレットやホームページの多言語化等の取組に対して支援した。

<平成26年度に講じようとする施策>

国立博物館、美術館、劇場において、海外の来訪者に対する多言語対応は従前から引き続き実施しているところであるが、平成26年度においては、東京国立博物館が総合案内パンフレット（7言語）の中国語に簡体字に加え繁体字版を作成し8種を制作・配布するとともに、総合文化展のスマートフォンを用いたガイド「トーハクナビ」について、Android端末用のアプリの改訂にあたり、日本語版に加え英語版を追加するなど、更なる多言語対応の充実化を図っている。

また、引き続き、地域の博物館等における館のパンフレットやホームページの多言語化等の取組に対して支援していく。

2 観光産業の外国人旅行者の対応の向上等

(1) ツアーオペレーター認証制度の導入と定着

<平成25年度に講じた施策>

インバウンドの手配を行うツアー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、JATA（一般社団法人日本旅行業協会）では、平成25年度よりツアーオペレーター業務を行う企業を対象として、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の運用を開始し、年度内に33社が認証を取得した。観光庁では、ホームページや商談会において、同制度及び認証取得事業者のアピールに努めた。

<平成26年度に講じようとする施策>

訪日外国人旅行者に対して提供する観光サービスの品質の確保と一層の向上を図るため、JATA（一般社団法人日本旅行業協会）が実施するツアーオペレーター品質認証制度の周知を図る。

(2) 外国人旅行者への情報発信

【再掲】 第3章第2節1

3 観光案内機能の強化

(1) 外国人観光案内所のネットワーク拡大

<平成25年度に講じた施策>

平成25年度の認定外国人観光案内所（以下、「認定案内所」という。）の申請を日本政府観光局

(JNTO) が募集し、年度内に27件の新規、2件のカテゴリー変更を認定した(2014年(平成26年)4月現在365か所)。また、認定案内所を対象とした全国対象の総合的な研修会に加え、地域研修会の新規開催及び認定案内所専用サイトの開設等により、日本政府観光局(JNTO)を含む認定案内所相互間での情報を共有し、連携を促進することで、認定案内所の質の向上を図った。

<平成26年度に講じようとする施策>

認定案内所の新規募集に際して、自治体への働きかけを強化し、更なるネットワークの拡充に努める。また、引き続き、研修会や認定案内所専用サイト及びメールマガジン等を通じて認定案内所への情報提供を実施し、案内所の質の向上を図る。

(2) 「道の駅」、SA・PAの観光等の機能強化

<平成25年度に講じた施策>

「道の駅」は道路利用者への安全で快適な道路交通環境の提供ならびに地域振興に寄与することを目的とした施設で、市町村が設置し、国土交通省で登録している。「道の駅」は平成25年度に10か所追加登録し、平成25年度末で1,014か所となり、各地の観光情報等の提供を実施した。

SA・PAにおいては、東日本高速道路株式会社、中日本高速道路株式会社、西日本高速道路株式会社、首都高速道路株式会社、阪神高速道路株式会社及び本州四国連絡高速道路株式会社が管理するSA・PAにおける観光等情報提供の取組の現状を確認するとともに、各社に対し、取組内容の充実・強化を要請した。

<平成26年度に講じようとする施策>

「道の駅」が、個性ある取組、地域の魅力を高める拠点になるよう支援していく。観光機能強化に向けては、面的な情報提供など「道の駅」相互が連携した取組の推進を図る。また、外国人旅行者の受入環境整備のため、英語表記による情報提供や無料公衆無線LAN環境の充実を図る。

SA・PAにおいては、東日本高速道路株式会社、中日本高速道路株式会社、西日本高速道路株式会社、首都高速道路株式会社、阪神高速道路株式会社及び本州四国連絡高速道路株式会社が管理するSA・PAにおける観光等情報提供の取組の現状を確認するとともに、引き続き、各社に対し、取組内容の充実・強化を要請する。

(3) 通訳ガイドの質・量の充実

<平成25年度に講じた施策>

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会開催を契機に、訪日外国人旅行者2,000万人の実現に向けて、地域の受入環境の充実や通訳ガイドの質・量の充実に掲げており、訪日外国人旅行者に質の高い通訳案内サービスを提供する「通訳案内士」をはじめとした通訳ガイドの充実に取り組んでいる。

平成25年度は、筆記試験の免除が受けられる制度を拡充し、地理能力検定と、国家試験としては初めてTOEICと連携し外国語(英語)の免除対象に追加するなど、受験者の利便を向上し通訳案内士の供給拡大につながる措置を講じた。また、学生が普段使っている教室で試験を受けられる準会場制度を導入し、平成25年度は3つの専門学校を準会場とした。

外国人観光旅行者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「総合特別区域法」等に加え、「奄美群島振興開発特別措置法」及び「小笠原諸島振興開発特別措置法」に特例措置を設けた。

このような取組を進めて行く中で、「通訳案内士」は16,779人（2013年（平成25年）4月時点）、「地域限定通訳案内士」は354人（2013年（平成25年）4月時点）、「特区ガイド」は244人（2014年（平成26年）3月時点）の登録者数となった。

<平成26年度に講じようとする施策>

外国人観光旅行者の需要の多様化に的確に対応するため、「中心市街地の活性化に関する法律の一部を改正する法律案」に通訳案内士法の特例を措置し、通訳案内士以外の者が研修を受けることにより通訳ガイドを行うことを可能とする特区ガイド制度を拡充する。また、通訳案内士の資格を持たずにガイド行為を行う、いわゆる無資格ガイド対策として、旅行会社、ランドオペレーター等に通訳案内士制度の周知を図り、法令の遵守を促すとともに、訪日外国人旅行者に注意を促すことで、質の悪いツアーの抑制を図る。

4 ムスリム旅行者への対応

<平成25年度に講じた施策>

ムスリム旅行者に対する受入環境の整備やサービスの充実を図るため、平成25年度は、札幌・登別・横浜の3拠点でモデル事業を実施した。

札幌ではムスリム旅行者に配慮したサービスを提供できる飲食店、食品製造業等の民間事業者等を増やすことを目的としたモデル事業を実施した。

登別ではムスリム旅行者向けの礼拝環境・サービスを提供できる宿泊施設、観光施設等の民間事業者等を増やすことを目的としたモデル事業を実施した。

横浜では地域内のムスリム居住者が有する食事や礼拝施設等に関する情報を、WebサイトやSNSを通してムスリム旅行者と効率的に共有することで、ムスリム旅行者の不安軽減と満足度を向上させるモデル事業を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

今後更なる成長が期待される東南アジアを始めとするイスラム圏のムスリム旅行者は、日本において食の問題や礼拝場所の問題等で不便を感じることも多いため、ムスリム旅行者の声をしっかりと把握して対応することが重要である。現在、観光庁及び日本政府観光局（JNTO）が中心となって、海外のムスリム旅行者に対する情報発信と国内の受入環境整備の2つの視点で、様々な取組を行っており、今後更に一層、関係省庁と連携しつつ、ムスリム旅行者へのおもてなしを強化していく。

5 訪日外国人旅行者の利便性の向上

(1) 無料公衆無線LAN環境の促進

<平成25年度に講じた施策>

無料公衆無線LAN環境整備を促進すべく、地方公共団体や民間事業者など観光関係者に働きかけ、先進的な各地の取組について観光庁のホームページ等で積極的に情報発信した。また、既に整備されている無料公衆無線LANについて、利用場所や手続きが分かりやすいものとなるよう、地方公共団体や民間事業者などに情報発信を働きかけるとともに、観光庁としても積極的に情報発信した。

<平成26年度に講じようとする施策>

無料公衆無線LAN環境整備を促進すべく、地方自治体や民間事業者など観光関係者等に働きかけ、2014年（平成26年）夏を目途に官民一体での推進体制を構築するとともに、先進的な各地の取組について観光庁のホームページ等で積極的に情報発信する。また、引き続き、既に整備されている無料公衆無線LANについて、利用場所や手続が分かりやすいものとなるよう、地方自治体や民間事業者などに情報発信を働きかけるとともに、観光庁としても積極的に情報発信していく。

(2) 決済環境の充実

<平成25年度に講じた施策>

外国人旅行者でも利用可能な電子マネーやクレジットカードを利用できる施設の拡大や利用可能であることの表示について促進すべく、観光庁にてクレジットカード事業者等、関係事業者との意見交換等を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

外国人旅行者でも利用できる電子マネーやクレジットカードを利用可能な施設の拡大や利用可能であることの表示について促進すべく、引き続き関係事業者との意見交換等を実施していく。

(3) 海外発行クレジットカード対応ATMの設置促進

<平成25年度に講じた施策>

海外発行クレジットカードで現金が引き出せるATMの設置促進に向けた関係事業者への働きかけの結果、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」に賛同頂き、2013年（平成25年）12月、メガバンク3行（みずほ銀行、三菱東京UFJ銀行、三井住友銀行）にて海外発行クレジットカードに対応するATMの設置に取り組むことが決定した。早ければ、平成27年度より設置を予定しているメガバンクもあり、順次拡充される見込みとなっている。

<平成26年度に講じようとする施策>

海外発行クレジットカードで現金が引き出せるATMに関する情報を、観光庁ホームページをはじめ多くの媒体にて提供する等の支援を行うことにより、当該ATMの設置を促進する。

6 外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充

<平成25年度に講じた施策>

外国人旅行者の訪日動機において、「ショッピング」は「日本食を食べること」に次いで2位であり、また訪日外国人旅行消費全体の約30%をショッピングが占めている。特にアジア地域を中心にショッピングについての期待は高い。

しかし、輸出物品販売場における消費税免税制度においては、食品類、飲料類、化粧品類等の消耗品が、免税対象品目から除外されていた。一方で、アジアからの観光客を中心に、食品類、薬品類、化粧品類等について、土産物として購入する実態が多



2014年（平成26年）10月より免税対象品目となる物品の例

く見られ、化粧品の88%、医薬品の75%、菓子類の67%が帰国後に使用する目的で購入されていた。(2013年(平成25年)7月 観光庁調べ)

これらの状況を受け、観光立国の推進や地域活性化の観点から、「平成26年度税制改正の大綱」(2013年(平成25年)12月24日 閣議決定)において、一定の不正防止措置を講じることを前提に、免税対象品目を拡大し、全ての品目を免税対象品目とするとともに、利便性の観点から免税手続を簡素化することとなった。

<平成26年度に講じようとする施策>

2014年(平成26年)10月から始まる免税対象品目拡大の効果を最大化し、地域経済の活性化につながるように、地域の輸出物品販売場(免税店)拡大に取り組む。国土交通省及び経済産業省は、協力して免税店に関する普及啓発を行うとともに、地方運輸局及び経済産業局等に免税店相談窓口を設置し、免税制度やPRに関する相談の受付を開始した。



免税店シンボルマーク

また、免税店の認知度向上のため、免税店シンボルマークを創設し、2014年(平成26年)1月から運用を開始した。2014年(平成26年)4月末時点で約1,400店の免税店が使用している。

今後、本制度を広く海外に周知するとともに、ショッピングを活用した訪日プロモーションに取組み、訪日外国人の増加及び国内の旅行消費額の拡大につなげていく。

第3節 観光産業の国際競争力強化

<平成25年度に講じた施策>

2013年(平成25年)4月にとりまとめられた「観光産業政策検討会提言」を受け、今後の旅行産業のあり方、現行諸制度の見直しの方向性等について検討を行う「旅行産業研究会」等の検討会を開催し、有識者による議論を行った。

<平成26年度に講じようとする施策>

2014年(平成26年)5月公表の「旅行産業研究会」の取りまとめを踏まえ、インターネットによる旅行契約を安心して行うことができるようにするためのガイドラインの策定や、観光新興国の台頭・海外ホテルの取消料の多様化・インターネット普及に伴う旅行商品のキャンセル増等といった環境の変化を踏まえた標準旅行業約款制度の見直しについて検討を行う。

第4節 観光の振興に寄与する人材の育成

1 観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実

(1) 産学官の連携強化

<平成25年度に講じた施策>

観光産業を支える人材の育成を図るため、産学官連携を通じて、経営マネジメント人材等の育成に関する取組や高等教育機関における観光教育の充実を推進した。

具体的には、2013年(平成25年)7月9日に、大学教育のあり方を議論する「観光教育に関す

る学長・学部長等会議」を開催し、また、観光産業に対する理解の促進と就業意識の醸成のため、観光関係団体や観光関連企業の協力を得て、インターンシップモデル事業を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

観光産業が求める人材と今後の観光教育について、大学・観光関係団体・観光産業界等が一堂に会する会議体の開催を通じて、相互間での問題意識の共有や連携の強化等を図る。

また、観光産業に対する理解の促進と就業意識の醸成のため、観光関係団体や観光関連産業の協力を得て、昨年度に引き続きインターンシップ事業を実施する。

2 観光事業に従事する者の知識及び能力の向上

(1) 宿泊産業における人材育成

<平成25年度に講じた施策>

旅館事業者の効率的な経営を支援するため、平成25年度に「宿泊業経営検討会」を開催し、旅館向けの管理会計システムについて検討を行い、中小規模の旅館でも導入可能な「旅館管理会計システム」及び「旅館経営管理マニュアル」を取りまとめた。

また、地域の観光が魅力あるものとなるためには、その中核である宿泊産業が活力を維持・増進していくことが不可欠であり、高い経営能力を有した人材を育成する必要がある。

このため、産学官が連携し、山形大学及び山口大学において、旅館・ホテルの次世代の経営者等を対象にしたセミナーを実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度に取りまとめた「旅館管理会計システム」及び「旅館経営管理マニュアル」を業界団体等に周知し、活用を呼びかける。

また、平成25年度に山形大学・山口大学において実施した旅館・ホテルの次世代の経営者等を対象としたセミナーの継続実施を検討するとともに、他地域でも同様のセミナーを実施できるように働きかけを行う。

(2) 観光分野における女性の人材育成

<平成25年度に講じた施策>

地域の課題解決に向けた主体的な取組を支援するため、地方公共団体、地域団体、女性関連団体等の求めに応じ、課題解決のための活動の充実等に際し、適切な指導・助言ができる地域における男女共同参画促進を支援するためのアドバイザーの派遣事業を公募した。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度に取りまとめた「旅館管理会計システム」及び「旅館経営管理マニュアル」を業界団体等に周知し、活用を呼びかける。

平成25年度に山形大学・山口大学において実施した旅館・ホテルの次世代の経営者等を対象としたセミナーの継続実施を検討するとともに、他地域でも実施できるように働きかけを行う。

観光産業が求める人材と今後の観光教育について、大学・観光関係団体・観光産業界等が一堂に会する会議体の開催を通じて、相互間での問題意識の共有や連携の強化等を図る。

また、観光産業に対する理解の促進と就業意識の醸成のため、観光関係団体や観光関連産業の

協力を得て、昨年度に引き続きインターンシップ事業を実施する。

3 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進

＜平成25年度に講じた施策＞

子どもに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、観光教育の普及促進のために教育関係者や観光関係団体が連携して開催する「観光・まちづくり教育全国大会」、「観光甲子園」、「全国高等学校観光教育研究大会」を後援し、「観光立国教育」の推進を図っている。

学校教育においては、学習指導要領に基づき、小学校、中学校、高等学校を通じて、地域の固有の文化や歴史等に関する指導を行っている。例えば、小学校社会科では、古くから残る暮らしに関わる道具や地域に残る文化財、年中行事等地域の人々の生活について調査や年表にまとめるなどの学習を行うとともに、人物や文化遺産を中心に、我が国の歴史に対する興味・関心と理解を深める学習を行った。平成26年度においても、引き続き、実施していく。

第5節 観光旅行の容易化及び円滑化

1 休暇を取得しやすい職場環境の整備

＜平成25年度に講じた施策＞

2012年（平成24年）の1年間における労働者1人平均の年次有給休暇の付与日数等について見ると、付与日数は18.3日、そのうち労働者の取得した日数は8.6日で、取得率は47.1%となっている。

こうした中、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、休暇取得の促進に取り組んでいる。そのひとつとして、関係省庁が連携し、休暇を取得して外出や旅行などを楽しむことを積極的に促進し、オフ（休暇）をポジティブ（前向き）に捉えて楽しもうという「ポジティブ・オフ」運動を実施している。運動の主旨に共感している企業等を増加させることで運動の拡大を図っており、2014年（平成26年）3月末現在、386の企業・団体が本運動に賛同している。

「ポジティブ・オフ」運動の賛同企業の中には、従業員に社会貢献活動への積極的な参加を推進するためボランティア休暇制度の充実に努めるなど、従業員の積極的な休暇取得に努めている賛同企業が生まれている。このように、休暇を前向きにとらえ有意義に過ごす本運動の活動が促進されている。

平成26年度も引き続き「ポジティブ・オフ」運動を推進していく。

2 小・中学校の休業の多様化と柔軟化

＜平成25年度に講じた施策＞

各地域において地域独自の学校休業日を柔軟に設定して、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11市区町で実施した。例えば、静岡県島田市及び川根本町においては、本プロジェクトの一環として「SLフェスタ」を地元の鉄道事業者と共同で開催することにあわせ、学校の4連休を創設し、親子連れを対象とした博物館の

無料開放等を行った。

平成26年度も引き続き「家族の時間づくりプロジェクト」を推進していく。

3 旅行業務に関する取引の公正の維持等

<平成25年度に講じた施策>

旅行取引の公正の維持や旅行者の安全の確保等、消費者保護について取り組んでいる。

旅行業法においては、旅行者と旅行者との間の契約について標準旅行業約款制度を定めているところであるが、昨今の旅行業を取り巻く社会情勢の変化を踏まえ、標準旅行業約款のあり方について検討してきた。

この検討を踏まえ、従来あいまいであった同約款の取消料表における「旅行開始後」の定義等について明確化を図り、また、暴力団排除条項に関する規定を新設することについて合意に至ったことを受けて、2014年（平成26年）4月に同約款の関係規定について所要の改正を行った。

旅行業における公正な競争を確保し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため、「旅行業公正取引協議会」に対し、「募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約」及び「旅行業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」が適正に運用されるよう指導を行った。また、同協議会において旅行に関する新聞広告やパンフレットを収集し、表示内容を検討する「表示適正化検討会」を2013年（平成25年）7月に中部地区で開催した。

さらに、観光土産品における公正な競争を確保し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため、「全国観光土産品公正取引協議会」に対し、「観光土産品の表示に関する公正競争規約」が適正に運用されるよう指導を行った。加えて、同協議会の各地方協議会において観光土産品の審査会を実施し、適正な表示が行われていると認めた観光土産品について、同協議会が認定証を交付した。

<平成26年度に講じようとする施策>

旅行業法や標準旅行業約款をはじめとする現行制度の現代的視点からの検討、ICTの普及に対応した消費者保護のあり方の整理等を通じ、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の確保等、消費者保護について取り組んでいく。

特に、標準旅行業約款に関して、これまで開催された「標準旅行業約款の見直しに関する検討会」において結論に至らなかった募集型企画旅行に係る取消料の見直しについては、関係者間で引き続き議論を行う。

4 観光の意義に関する国民の理解の増進

(1) 若者の旅行の促進、ゼロ回層対策の強化

<平成25年度に講じた施策>

若者旅行の振興に資する優良な取組を応援するため、平成24年度に創設した「若者旅行を応援する観光庁長官賞」について、第一回として2013年（平成25年）6月に観光庁長官賞を始めとする9つの取組を表彰し、それを含めた25の取組を事例集として公表した。平成26年度も引き続き、応募のあった取組の中から観光庁長官賞等の表彰を実施する。



若者旅行振興「若旅」ロゴマーク

平成24年度より実施している、学生に旅の意義・素晴らしさを伝える「若旅★授業」について、平成25年度は、計6校（累計7校）にて実施した。また、「若旅★授業」の授業映像を収録したDVD等を作成・配布し、より多くの学校での普及につとめた。平成26年度も引き続き、「若旅★授業」を実施する。

2014年（平成26年）3月には、このような観光庁の取組について報告・レビューを行い今後の施策に反映させるために、大学関係者、民間企業、学生団体をメンバーとする若者旅行振興連絡会を開催した。

第6節 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

1 ホテル・旅館の諸課題への対応

(1) ホテル・旅館の建物に係る固定資産評価の見直し

＜平成26年度に講じようとする施策＞

「平成26年度税制改正の大綱」において、ホテル・旅館の使用実態に即した固定資産評価とするため、鉄骨鉄筋コンクリート造及び鉄筋コンクリート造のホテル・旅館の用に供する家屋に係る固定資産評価の経過年数を現行の50年から45年に短縮し、平成27年度の評価替えから適用することとしている。

(2) ホテル・旅館における飲食施設のメニュー誤表示対応

＜平成25年度に講じた施策＞

一部のホテルのメニュー誤表示を発端に、200件を超えるホテル・旅館でのメニュー誤表示が明らかになった。

このようなことは、海外や外国人観光客から安全・安心と評価が高い「日本ブランド」の信頼性にも影響しかねず、我が国の宿泊業界がこれまで積み上げてきた高い信頼を揺るがしかねない重大な問題であったため、宿泊業団体に対して、景品表示法の考え方等について周知を図り、メニュー等における表示の適正化に取り組むよう指示した。

これを受け、宿泊業団体においては、メニュー表示の見直し、メニュー表示に関する講習会、メニューの適正表示に関する手引書の作成など再発防止の取組を行った。

2 観光振興に資する地域づくり、街並み整備

(1) 広域的な連携による地域活性化の推進

＜平成25年度に講じた施策＞

広域観光振興等による地域の自立と活性化を図るため、都道府県が民間と連携して作成する「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。

平成25年度には、広域観光の活性化を目的とした計画を作成している33府県43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」に基づき交付金を交付した。

尾道松江線沿線地域における観光ブランド力向上にむけた広域観光活性化計画

計画のポイント

風光明媚な瀬の浦、世界遺産の石見銀山、尾道市周辺の神社仏閣といった歴史的資産など、多くの観光施設を有する広島県と島根県が連携し、広域的な周遊観光ルートを形成することにより、広く地域外からの来訪者の増加を図り、地域の活性化に寄与する。このため、観光地周辺の道路を整備し、尾道松江線沿線地域における観光ブランド力向上を図る。

計画期間 平成25年度～平成29年度

1 計画の目標

多くの観光施設を有する広島県と島根県が連携し、広域的な周遊観光ルートを形成することにより、広く地域外からの来訪者の増加を図り、地域の活性化に寄与する。

2 目標を定量化する主な指標

尾道松江線沿線地域における観光入込客数の増加
→平成29年度 2,926千人増(対平成22年度)

3 主な事業




- ・尾道松江線のインターチェンジと観光文化資源をつなぐ交通ネットワークの強化や、観光地周辺の環境整備
- ・大規模な自転車道路ネットワークの構築
- ・総合的な案内サインの設置

観光振興等に資する地域づくり・街並み整備

(2) 官民連携による地域活性化のための基盤整備の推進

<平成25年度に講じた施策>

クルーズ船誘致のための港湾施設整備の検討、流水を核とした賑わい創出のための基盤整備の検討、環境教育のための風力発電設備導入に係る実証実験等、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事業等について、その事業化検討経費を支援した。

クルーズ船誘致のための港湾施設整備の検討(平成25年度実施事例:石垣市)		
<p>民間の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オプションツアーの企画・観光ガイド(離島クルーズ・マリンレジャー) ・大型客船の誘致、歓迎イベント開催 	 <p>八重山諸島 石垣島 石垣港</p> <p>大型船 航路 小型船 船だまり</p>	<p>【調査内容】</p> <p>全国有数のクルーズ船寄港地である石垣港において、観光事業者等と連携し、石垣市が大型船発着のための基盤整備検討調査を行う。</p>
流水を核とした賑わい創出のための基盤整備の検討(平成25年度実施事例:紋別市)		
<p>民間の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光船のバリアフリー化、観光情報の外国人対応、オホーツクタワーの改修検討 ・キャンプ場整備・新たな観光ツアー企画 ・工場見学・体験施設の整備 	 <p>ガリヤ地区 岸壁 港湾緑地(人工海水浴場等) 道の駅 流水砕水船</p>	<p>【調査内容】</p> <p>流水観光拠点である紋別地域において、市民ボランティアや観光事業者等と連携し、紋別市が、観光客の利便性向上等のための港湾緑地等リニューアルについて検討を行う。</p>
環境教育のための風力発電設備導入に係る実証実験(平成25年度実施事例:静岡市)		
<p>民間の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民協働の太陽光発電事業を実施する民間企業により発電事業展開中 ・NPO法人によるエネルギー環境教育・再生可能エネルギー普及啓発活動 		<p>【調査内容】</p> <p>池田山自然公園において、NPO、民間事業者らと連携し、静岡市が、小型風力発電施設を設置した実証実験を行い、当該公園の環境教育機能強化とそれによる来園者の増加を図るための課題等について検討する。</p>

官民連携による観光振興等地域活性化に資する基盤整備の検討調査事例

(3) 良好な街なみ環境整備の推進

＜平成25年に講じた施策＞

「街なみ環境整備事業」により、住宅等の外観の修景、電線の地中化、道路・公園等の地区施設の整備、景観重要建造物の整備等を引き続き支援するとともに、観光地における街なみ環境の整備モデルとなる事例集を国土交通省ホームページで公開した。

さらに、観光振興等に資する地域づくり・街なみの整備を推進するため、市町村が作成した都市再生整備計画に基づいて実施される観光振興や観光交流促進等の地域のまちづくりの目標に沿ったハード事業からソフト事業まで幅広い事業を支援した。また、土地区画整理事業の施行者と住民等が協力したまちづくり委員会等の設置・運営、地域の特性に応じた公共施設のグレードアップ等を支援しており、引き続き実施する。

3 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進

＜平成25年度に講じた施策＞

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を形成する取組を推進している。引き続き、平成26年度においても同様の取組を推進していく。

4 景観等に配慮した道路整備の推進

＜平成25年度に講じた施策＞

道路は周辺と一体となって景観を形成していることにかんがみ、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等の景観に配慮した道路整備を推進しており、引き続き実施することとしている。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、歴史的街なみの保全、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。



街なみ環境整備事業による住宅等の外観の修景、電線の地中化等【今井町地区（奈良県橿原市）】



美観を損ねる電柱・電線

＜平成26年度に講じようとする施策＞

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等の景観に配慮した道路整備を推進する。また、美しい景観の一端を担う道路の無電柱化を推進し、観光地の魅力向上を図る。さらに、2020年オリンピック・

パラリンピック東京大会の開催や訪日外国人旅行者2,000万人に向けた国民的な取組として、電線管理者など関係機関と連携し、本格的に無電柱化を展開する。

5 観光振興に資する道路空間の有効活用等

＜平成25年度に講じた施策＞

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した。都市再生整備計画で都市再生に資する施設として位置づけられたオープンカフェを始めとした食事施設等については、道路管理者が指定した区域内において占用許可基準が緩和されたことから、同制度を活用したまちの賑わいの創出等を引き続き推進している。さらに、国家戦略特別区域における国際的な経済活動の拠点の形成等を図るための計画で定められた区域において、来訪者・滞在者の増加に資するオープンカフェ等についての道路の占用の許可の特例制度を創設した。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

都市再生整備計画で都市再生に資する施設として位置づけられたオープンカフェを始めとした食事施設等については、道路管理者が指定した区域内において占用許可基準が緩和されたことから、同制度を活用したまちの賑わいの創出等を引き続き推進するとともに、中心市街地活性化基本計画の認定を受けた区域において、その賑わい創出のための道路の占用許可基準の特例制度を創設する。

第7節 観光旅行者に対する接遇の向上

1 我が国の伝統の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

(1) 地域ブランドの振興

＜平成25年度に講じた施策＞

観光資源等の地域の産業資源を活用して、中小企業が新商品・新サービスの開発を行い、その新商品等の市場化への取組を、補助金や日本政策金融公庫による低利融資などにより、総合的に支援した。

(2) 皇室関連施設の魅力の発信

＜平成25年度に講じた施策＞

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、宮内庁のホームページ（<http://www.kunaicho.go.jp>）に日本語と英語で、また、日本政府観光局（JNTO）のホームページ（<http://www.jnto.go.jp/eng/>）に英語で掲載しており、引き続き実施する。



信任状捧呈式の馬車列

第8節 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

(1) 公共施設等のバリアフリー化

<平成25年度に講じた施策>

誰もが安心して歩ける歩行空間を形成するため「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)に基づき、駅、官公庁施設、病院等を結ぶ道路において、幅の広い歩道等の整備、歩道の段差・傾斜・勾配の改善、無電柱化、視覚障害者用誘導用ブロックやバリアフリー対応型信号機、道路標識等の整備を実施しており、引き続き実施していくこととしている。

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、バリアフリー法等を踏まえ、国・地方公共団体・公共交通事業者等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。

i) 公共交通機関等

旅客施設においては、地域の実情にかんがみ、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ている。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ている。

ii) 歩行空間

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、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。

iii) 都市公園等におけるバリアフリー化

都市公園の整備にあたっては、安全で安心した利用のため「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ている。

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への支援を行っている。

<平成26年度に講じようとする施策>

引き続き、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等に定められた目標に向けて着実に整備を進めていくとともに、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、また、その後の我が国の高齢社会に対応したあらゆる人に優しいまちづくりにもつながるように、さらなるバリアフリー化に向けた取組を進めていく。

(2) ユニバーサルツーリズムの促進

<平成25年度に講じた施策>

高齢者や障害者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、地域の受入体制を強化するためのマニュアルを作成したほか、ユニバーサルツーリズムに取り組む旅行者者を拡

大し、全体の底上げを図るための検討を行った。

<平成26年度に講じようとする施策>

地域の受入体制を強化するためのマニュアルの検証、旅行商品の供給促進に向けた取組及びシンポジウム等を通じた普及啓発を行うことにより、ユニバーサルツーリズムに対応した観光地づくりを促進するとともに、ユニバーサルツーリズムの更なる普及促進を図る。

(3) 地域公共交通の活性化・再生

<平成25年度に講じた施策>

観光振興を図る観点からも地域公共交通の活性化・再生を推進することが重要となっているところ、地方公共団体が先頭に立って、まちづくりや観光振興などの観点も踏まえつつ、地域にとって最適な交通ネットワーク及び交通サービスを合意の下で実現していくための枠組みづくりを行う目的で、2013年（平成25年）9月より、交通政策審議会交通体系分科会地域公共交通部会を5回にわたり開催し、2014年（平成26年）1月に中間とりまとめ「地域公共交通の充実に向けた新たな制度的枠組みに関する基本的な考え方」が取りまとめられた。これを受け、国土交通省では、「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律の一部を改正する法律案」を第186回国会に提出した。

また、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した。また、自動車の走行履歴情報（プローブ情報）を活用した交通管制システムの高度化により、交通渋滞を緩和し、交通アクセスの改善を図った。

<平成26年度に講じようとする施策>

「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律の一部を改正する法律案」に基づき、地方公共団体が中心となって、まちづくりや観光振興と連携し、地域公共交通ネットワークを再構築する取組を推進する。

(4) バスの利便性向上

<平成25年度に講じた施策>

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」については、2013年（平成25年）3月末現在11,689系統で導入されている。

<平成26年度に講じようとする施策>

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。



バスロケーションシステム

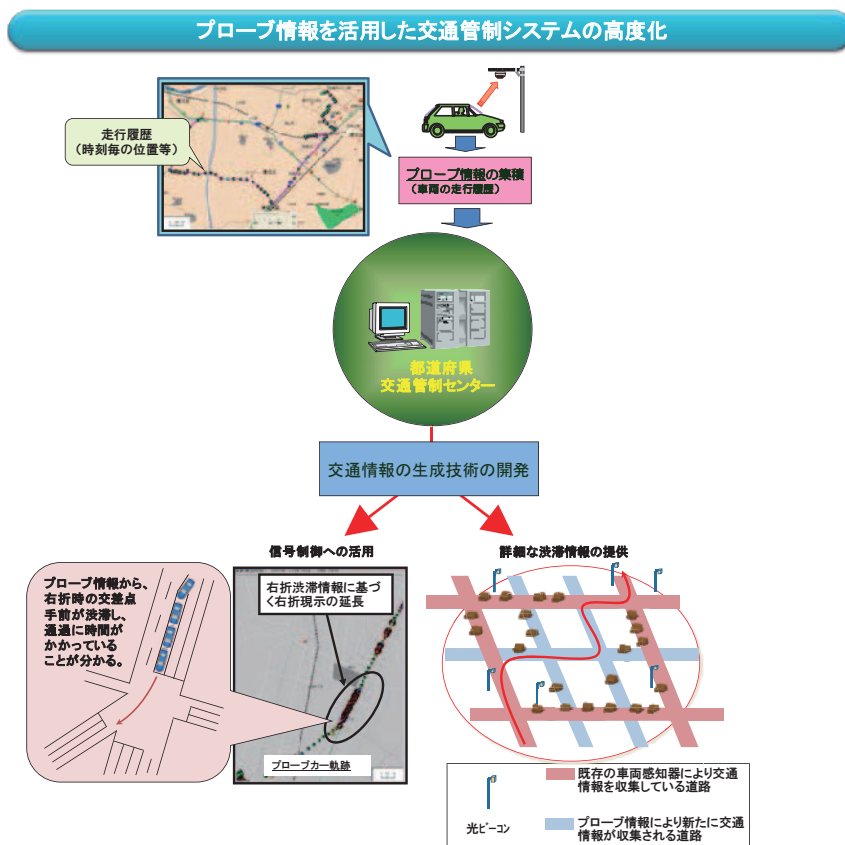
(5) 道路交通の円滑化

<平成25年度に講じた施策>

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、道路を賢く使

うため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った。

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した。また、自動車の走行履歴情報（プローブ情報）を活用した交通管制システムの高度化により、交通渋滞を緩和し、交通アクセスの改善を図った。



(6) 自転車利用環境の整備等

＜平成25年度に講じた施策＞

道路管理者や都道府県警察が自転車ネットワーク計画やその整備、通行ルールの徹底等を進めるため、国土交通省と警察庁が共同で策定した「安全で快適な自転車利用環境創出ガイドライン」(2012年(平成24年)11月)の周知を引き続き行う。

これらを踏まえ、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通行空間のネットワーク化の推進及び観光振興の支援を引き続き行う。

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やベンチ等の休憩施設、案内標識及び駐車場等の整備を支援した。

(7) 身体障害者等の運賃等の割引

<平成25年度に講じた施策>

各公共交通機関において、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運賃割引を実施しており、引き続き身体障害者等の運賃等の割引について各事業者の理解と協力を求めている。

(8) 道路の整備等

<平成25年度に講じた施策>

高規格幹線道路を始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、平成25年度は近畿自動車道紀勢線（海山～紀伊長島）等、新たに195kmが開通し、合計10,685km（2014年（平成26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）」の開通か所については、平成25年度は新たに6か所が開通し、70か所で開通、59か所で事業中（2014年（平成26年）3月末現在）である。

さらに、高速道路の緊急経済対策として、土日祝日の普通車以下（ETC車に限る）の高速道路利用者を対象に終日5割引等の施策を実施し、地域の観光振興を図った。

加えて、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した。

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った。

<平成26年度に講じようとする施策>

高規格幹線道路を始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、平成26年度には、近畿自動車道敦賀線（小浜～敦賀JCT）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。

高速道路の料金については 国土幹線道路部会（座長：寺島実郎 一般財団法人日本総合研究所理事長）の中間答申などを踏まえ、様々な観点から検討を進め、「新たな高速道路料金に関する基本方針」やパブリックコメントを踏まえ、2014年（平成26年）4月より新たな高速道路料金を導入しており、観光需要を喚起し、地域活性化を図るため、地方部の普通車以下の休日割引について、割引率を3割として継続する。ただし、経済対策による激変緩和措置として、2014年（平成26年）6月末までの間は、現行の割引率の5割を継続する。

第9節 観光旅行の安全の確保

1 国内外の観光地における事故、災害等に関する情報の提供

(1) 防災情報の提供

＜平成25年度に講じた施策＞

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・的確な対応を支援している。また、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を努めている。

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っている。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っている。

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」の運用を進め、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。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

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するとともにその充実を図る。また、洪水時の円滑かつ迅速な避難を可能とするための情報提供や技術的支援等を引き続き推進する。さらに火山噴火に対しては、「噴火警戒レベル」の運用や避難計画や火山防災マップの策定の推進、火山噴火緊急減災対策砂防計画の策定等を進めていく。

(2) 避難体制の強化

＜平成25年度に講じた施策＞

観光旅行者は、一般に地理等に不案内であるため、これらの人々に対し災害危険箇所及び避難場所、避難経路等について周知徹底を図る必要がある。こうしたことから、地方公共団体に対し、災害危険箇所の点検、避難路や避難所の安全性の確保、確実な避難情報等の伝達、防災関係機関と連携した実践的な防災訓練の実施等を要請した。

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。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

警察が提供する交通情報に民間事業者が保有するプローブ情報（自動車の走行履歴）を加え、

国民に災害時の交通情報を迅速に提供するシステムの整備を推進する。

(3) 外国人観光旅行者等の災害被害軽減

<平成25年度に講じた施策>

一般道路において交通安全施設等の整備を推進した。このうち行楽地等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）」に取り組んだ。

地震・津波等の災害時における訪日外国人旅行者への初動対応体制を構築すべく、2013年（平成25年）10月、「災害時における訪日外国人旅行者への情報提供のあり方に関するWG」を開催し、宿泊事業者や地方自治体、外国人等の意見を聴きながら、宿泊施設・観光施設における訪日外国人旅行者への対応マニュアルの作成、ICT（アプリ）を活用した訪日外国人旅行者への情報提供システムの整備、地方自治体が訪日外国人旅行者への対応を地域防災計画等に盛り込むための指針の作成等を実施した。

<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度に作成した、宿泊施設・観光施設における訪日外国人旅行者への対応マニュアル、地方自治体が訪日外国人旅行者への対応を地域防災計画等に盛り込むための指針について、全国の宿泊施設・観光施設、地方自治体等関係者への周知を図る。また、訪日外国人旅行者への情報提供システムとして開発しているプッシュ型情報発信アプリについて、利用のPRをするとともにアプリの更なる機能向上を検討し、より迅速かつ正確な情報提供の実現を図る。

2 観光旅行における事故の発生の防止

(1) 公共交通機関の安全対策の推進

<平成25年度に講じた施策>

鉄道・自動車・海運・航空の公共交通機関等での一層の安全確保を図るため、従来の保安監査に加え、運輸事業者において経営トップの主体的な関与の下で現場を含む組織が一丸となり安全管理体制を構築・改善し、国がその実施状況を確認する運輸安全マネジメント制度を導入している。制度導入から2013年（平成25年）12月末までに、延べ5,971社（鉄道1,020社、自動車747社、海運4,078社、航空126社）に対して運輸安全マネジメント評価を実施した。今後も、運輸安全マネジメント制度の充実や保安監査の強化を行うなど公共交通機関等の安全性の一層の向上を図る。

(2) 道路交通の防火安全対策の推進

<平成25年度に講じた施策>

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た。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を行った。

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）」に取り組んだ。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した。

（3）宿泊施設の防火安全対策の推進

＜平成25年度に講じた施策＞

旅館・ホテルの利用者である国民及びその事業者に対し、建築物の防火・防災管理点検制度の周知を図るとともに、消防法令違反のある建築物に対しては、違反是正の徹底を図っている。また、事業所の防火・防災管理者に対する講習や資格者による防火・防災管理点検の実施により、火災や地震災害時の旅館・ホテル等の実質的な防火・防災安全体制の維持及び充実に努めた。さらに、旅館、ホテル等で、特に既存不適格建築物について、建築物防災週間の機会をとらえて防災査察を実施するなど、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」に基づき定期的にその状況について報告を求め、必要な改善指導を行い、防火・避難上の安全の確保を図っている。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

ホテル・旅館等の関係者からの申請に基づき、消防機関が審査した結果、消防法令のほか、重要な建築構造等に関する一定の防火の基準に適合していると認められた建物に表示マークを交付する「表示制度」の運用を2014年（平成26年）4月から開始し、建物の情報を利用者に提供することにより、不特定多数の者が宿泊するホテル・旅館等における防火安全体制の確立を図り、また、消防法令違反のある建築物に対しては、違反是正の徹底を図る。

（4）海外における事故・事件への対応と安全対策

＜平成25年度に講じた施策＞

海外旅行者に向けては、旅行業協会を通じて渡航先の安全情報等を周知するとともに、旅行業者に対しては、海外情勢に関する注意喚起等を行った。

また、旅行の安全性の向上を図るため、旅行業における組織的な安全マネジメントのあり方の検討を行った。

さらに、関越自動車道における高速ツアーバス事故を受けて開催した検討会の検討結果を踏まえて2013年（平成25年）4月に策定した「高速・貸切バスの安全・安心回復プラン」に基づき、高速ツアーバスについて新高速乗合バスへの移行を完了させるなど、安全性向上に向けた取組を実施した。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

2013年（平成25年）4月に策定した「高速・貸切バスの安全・安心回復プラン」に基づき、高速ツアーバスの新高速乗合バスへの移行・一本化、交替運転者の配置基準の策定等、高速バスの安全確保に関する様々な措置について、平成25・26年度の2年間にわたって集中的に実施することとしており、引き続きバス事業の安全性向上・信頼回復に向けた取組を進める。

特に、同プランに基づき、平成26年度から安全コスト等が反映された新たな貸切バスの運賃・

料金制度に移行されたことを踏まえ、旅行事業者に対して適正な運賃・料金収受の徹底を図る。

また、JATA（一般社団法人日本旅行業協会）が2013年（平成25年）12月に取りまとめた「観光危機管理体制における組織的マネジメントのあり方」を踏まえ、同協会が中心となって、旅行業界全体に安全マネジメントの導入が徹底されるように支援する。また、地方運輸局と連携しつつ、貸切バスの安全性向上に向けた取組を実施する。

（5）テロ対策の推進

＜平成25年度に講じた施策＞

「犯罪に強い社会の実現のための行動計画2008」（2008年（平成20年）12月犯罪対策閣僚会議決定）等に基づき、水際危機管理体制の強化や、公共交通機関等におけるテロ対策の徹底を始め、各種テロ対策を推進するとともに、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を控えた今後7年間の視野に、犯罪を更に減少させ、国民の治安に対する信頼感を醸成し、「世界一安全な国、日本」を実現することを目標として、2013年（平成25年）12月に「世界一安全な日本」創造戦略」を犯罪対策閣僚会議で決定した後、同日開催された閣議において閣議決定し、水際対策、テロの手段を封じ込める対策の強化、情報収集機能の強化、国際連携を通じたテロの脅威等への対処等に関する施策を推進することとした。

第10節 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

（1）国立・国定公園の保護と利用の促進

＜平成25年度に講じた施策＞

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定期的な見直しを行っている。平成25年度は、三陸復興国立公園の指定や慶良間諸島国立公園の新規指定等を実施した。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った。

東北地方太平洋沿岸においては、三陸復興国立公園の創設を核として、東北太平洋岸自然歩道「みちのく潮風トレイル」の一部（青森県八戸市から岩手県久慈市）を開通し、被災した施設の再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った。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

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。

(2) 世界自然遺産地域の適正な保全管理

<平成25年度に講じた施策>

我が国では、世界遺産条約に基づき、2014年（平成26年）3月現在で、4件の自然遺産が世界遺産一覧表に記載されている。各世界自然遺産では、世界遺産地域管理計画等に基づき、関係機関が連携して適切な保全管理を行った。小笠原諸島については、2013年（平成25年）3月に兄島で新たに確認された侵略的外来種グリーンアノールについて、関係省庁、地方公共団体及び地元関係者の協働により早急かつ集中的な対策を講じた。白神山地については、関係省庁及び県が、2013年（平成25年）10月に新しい「世界遺産地域管理計画」を策定した。2013年（平成25年）は、屋久島と白神山地が我が国で初めての世界自然遺産として世界遺産一覧表に記載されて20周年に当たることから、関係省庁、地方公共団体及び地元関係者の協働、共催等により記念式典やシンポジウム等を開催した。世界自然遺産の国内候補地である奄美・琉球については、平成25年度に専門家による「奄美・琉球世界自然遺産候補地科学委員会」を開催し、世界遺産候補区域の選定を行った。

<平成26年度に講じようとする施策>

屋久島、白神山地、知床及び小笠原諸島は、世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約（世界遺産条約）に基づき、自然遺産として世界遺産一覧表に記載されている。これらの世界自然遺産について、地元の意見と科学的な知見を管理に反映させるための管理体制と保全施策の充実を図るとともに、関係省庁、地方公共団体、地元関係者及び専門家の連携により、引き続き適正な保全・管理を進める。

また、世界自然遺産の国内候補地である奄美・琉球については、関係省庁、地方公共団体、地元関係者及び専門家との連携・協働により、世界的に優れた自然環境の価値を保全するために必要な方策の検討、保全管理体制の整備及び保全の推進等の取組を進める。



観光地における超小型モビリティの導入
(左：香川県小豆郡土庄町豊島 右：兵庫県神戸市)

(3) 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

<平成25年度に講じた施策>

環境との親和性の高い電気自動車を導入する自動車運送事業者等への支援を行った。また、回遊性の高さを生かし立寄り地点を増加させるとともに、乗ること自体が楽しい魅力的な交通手段として、観光地の魅力向上・集客増加が期待される超小型モビリティについて、地方公共団体等による導入の取組の支援を行った。



燃料電池自動車の例（トヨタ自動車株式会社 TOYOTA FCV CONCEPT）

<平成26年度に講じようとする施策>

環境との親和性の高い電気自動車や2015年（平成27年）に市場投入が予定されている燃料電池自動車を導入する自動車運送事業者等を支援していくとともに、回遊性の高さを生かし観光地における立寄り地の増加が期待できる超小型モビリティについても引き続き地方公共団体等による導入を支援していく。

(4) 自然と調和した港湾・河川環境の保全・創出

<平成25年度に講じた施策>

港湾において、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等を有効活用し干潟・藻場等を再生・創出した。

また、汚濁が著しい河川における水質改善、多自然川づくりの推進等により、良好な河川空間を保全・創出した。

2 観光地域における良好な景観の保全

(1) 「景観法」の活用促進、基本理念の普及啓発

<平成25年度に講じた施策>

景観法に基づき各種事務を行う地方公共団体である景観行政団体の景観計画策定（2014年（平成26年）3月末現在429団体が策定済）等、「景観法」の活用による良好な景観形成の推進を図るため、先進事例に関する情報提供等の取組を行った。また、同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の促進等の取組を行っており、引き続き実施する。

(2) 観光地における屋外広告物に関する制度の充実

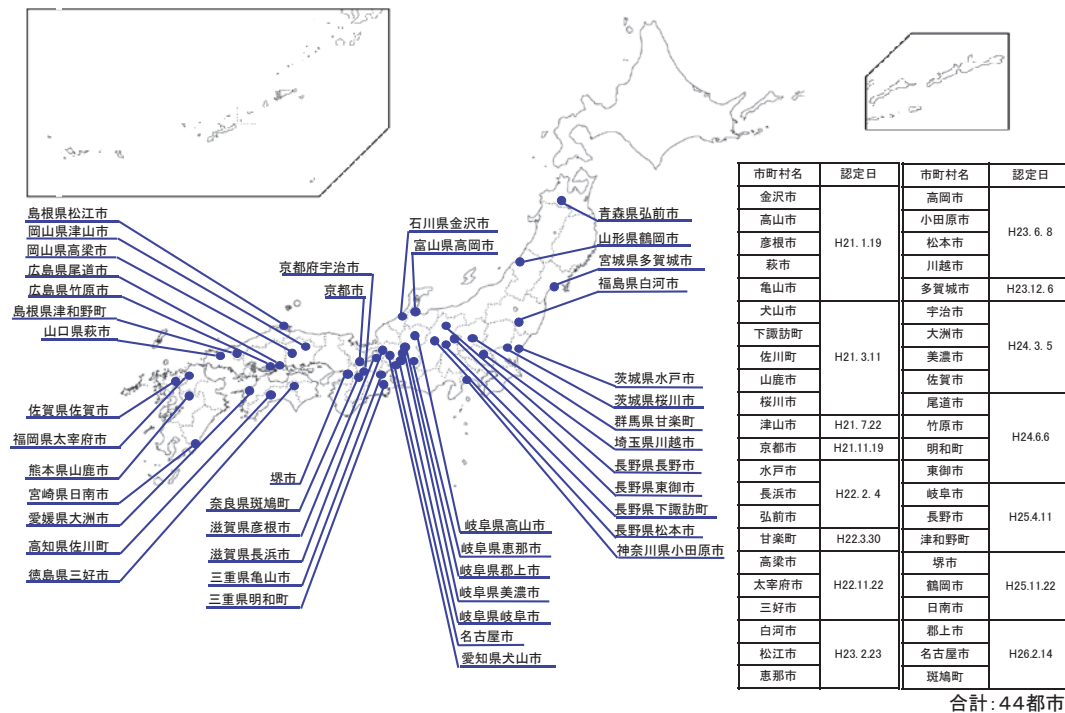
<平成25年度に講じた施策>

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した。

(3) 歴史まちづくりの推進

＜平成25年度に講じた施策＞

城、神社等の歴史的な建物や町家、武家屋敷等のまちなみと、祭礼行事等の歴史や伝統を反映した活動があいまって形成される地域の歴史的な風情、情緒を生かしたまちづくりを推進するため、2008年（平成20年）に施行された「歴史まちづくり法（正式名：地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律）」に基づき、44市町（2014年（平成26年）3月末現在）の歴史的風致維持向上計画を認定し、計画に基づく取組を支援した。



歴史的風致維持向上計画認定状況（平成26年3月末現在）

(4) 歴史的風致維持向上推進等調査の実施

＜平成25年度に講じた施策＞

良好な景観や歴史的街なみの形成における共通課題の解決に向けた取組の募集を行い、優れた提案について調査を委託した。平成25年度は、13の地域で調査を実施するとともに、これらの調査結果を広く情報提供することにより、景観形成・歴史まちづくりの取組を推進した。

(5) 歴史・文化・風土を生かしたまちづくり支援

＜平成25年度に講じた施策＞

歴史的街なみ史跡等卓越した歴史的風致の残る地区（奈良県橿原市今井地区等）において、歴史的風致の保全と連携して、無電柱化や沿道の街なみとの調和に配慮した歴史のみちすじなどの整備を行うことにより、来訪者の快適な歩行環境の確保等を図っている。

第11節 観光に関する統計の整備

＜平成25年度に講じた施策＞

観光庁では、政策立案への利活用のため「旅行・観光消費動向調査」、「宿泊旅行統計調査」、「訪日外国人消費動向調査」及び「観光地域経済調査」を実施している。

旅行・観光消費動向調査は、国民を対象として、旅行回数、時期、旅行消費の内容など国民の旅行動向や観光の経済波及効果を把握するため、2003年（平成15年）より四半期ごとに実施している。宿泊旅行統計調査は、宿泊施設を対象として、延べ宿泊者数、稼働率など宿泊施設の動向を把握するため、2007年（平成19年）から四半期ごとに実施している。訪日外国人消費動向調査は、訪日の目的、宿泊地、消費額など訪日外国人の消費動向を把握するため、2010年（平成22年）から四半期ごとに実施している。

観光地域経済調査は、観光関連事業所の規模や地域に及ぼす影響について2012年（平成24年）に調査を実施し、平成25年度はその結果を速報値として集計し、公表した。

さらに、これらの統計の説明を行うために、2013年（平成25年）9～11月に各地方運輸局において、都道府県・市町村の地方公共団体職員、シンクタンク、報道関係者等への説明会を開催する等、広報活動に努めた。

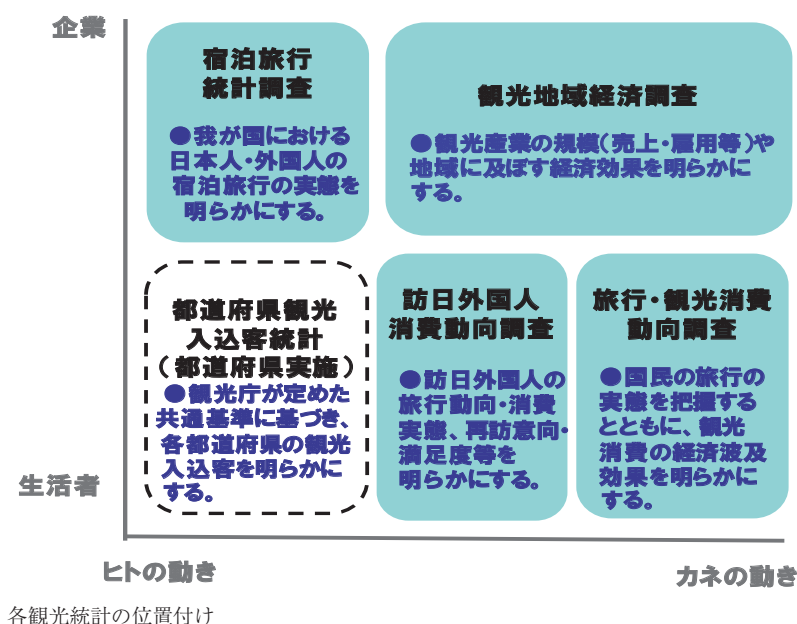
<平成26年度に講じようとする施策>

統計法（平成19年法律第53号）に基づき、社会経済情勢の変化等を踏まえて、2014年（平成26年）を始期とする新たな「公的統計の整備に関する基本的な計画」が2014年（平成26年）3月25日に閣議決定された。

本計画は、公的統計の整備に関する目標や具体的な取組を政府全体で共有し、総合的かつ計画的な統計整備をするため、平成26年度から5年間に取り組む具体的な措置等を示している。

観光庁では、この計画に基づき「宿泊旅行統計調査」、「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」の精度向上に取り組むとともに「観光地域経済調査」のあり方を含め観光統計の体系的整備について検討していく。

観光地域経済調査については、平成26年度に経済センサスの結果を用いたより精度の高い確報集計を行い、公表する予定である。



第6章 MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み

第1節 MICEの誘致・開催の促進

<平成25年度に講じた施策>

国際的なMICE誘致競争が激化する中で、平成25年度は、日本のMICE分野の競争力の抜本的な強化を図るべく、国際会議の誘致・開催の促進を中心とした戦略が策定され、その具体化が開始された重要な年となった。まず、MICE市場動向等の現状分析、MICE分野のマーケティング戦略・取組のあり方、我が国のMICE誘致関係主体の国際競争力強化方策等を検討するため、2012年（平成24年）11月に設置された「MICE国際競争力強化委員会」において、6回にわたり議論を行った。グローバルMICE戦略都市の育成、MICEアンバサダープログラムの導入、ユニークベニューの開発や利用促進といった同委員会の提言は、「2030年（平成42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」と目標を掲げた「日本再興戦略」や「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」にも盛り込まれ、2013年（平成25年）8月に最終とりまとめとして公表された。

また、MICEブランドの構築・発信のためのプロモーションも積極的に実施した。平成25年度は、IMEX2013（フランクフルト）、AIME2014（メルボルン）等の5つの海外MICE見本市に対して、地方公共団体・コンベンションビューロー等と共同で出展を行い、日本の認知度向上とMICE誘致の促進を図った。2013年（平成25年）12月には、「IME2013（国際ミーティング・エキスポ）」を日本政府観光局（JNTO）及びJCCB³⁶（一般社団法人日本コンgres・コンベンション・ビューロー）と共に開催した。IME2013は、日本で唯一のMICE見本市として、約3,300名の来場者が訪れるなど活況を示した。

さらに、2020年オリンピック・パラリンピックの東京開催決定の追い風も受け日本政府観光局（JNTO）が中心となりオールジャパンで誘致に取り組んできた第23回世界神経学会（2017年（平成29年）京都開催、7,000名）、第22回国際栄養学会議（2021年（平成33年）東京開催、4,500名）等の大型国際会議の日本開催が立て続けに決まった。

36 Japan Congress Convention Buroの略

我が国のMICE国際競争力の強化に向けて
～アジアNO.1の国際会議開催国として不動の地位を築く～
MICE国際競争力強化委員会最終とりまとめ(概要)

MICEプレイヤーへの6つの提言

～都市、コンベンションビューロー(CB)、ホテル、会議運営事業者、旅行者、運輸事業者等のMICEプレイヤーへの提言～

- ① 行動基準をグローバルスタンダードに (競争相手は海外の都市・事業者)
- ② MICEマーケティングの高度化 (リサーチ、重点目標設定、差別化等)
- ③ チームとしての協力・連携の推進 (チームジャパン、チーム●●シティの構築)
- ④ 顧客視点のソリューション提供ビジネスの強化
- ⑤ 組織強化と人材育成への対応
- ⑥ MICEの戦略的活用

MICEプレイヤー毎の課題・役割

<p>◆自治体・CBの課題・役割</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都市のMICEマーケティング全体に責任を持つ司令塔 →マーケットリサーチ徹底 →重点分野の設定 →競合都市との差別化 等 ・都市戦略実現ツールとしての活用 ・大学・産業界等の主催者との連携強化 ・域内MICE関係者の連携構築 ・国際ネットワークの強化 ・CBの体制整備・財源強化 ・MICE施設等の受入環境整備 等 	<p>◆ホテル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・CBとホテル、ホテル相互の連携強化 ・顧客への価値提供ビジネス ・MICE専門家育成 等 ◆会議運営事業者(PCO) ・ソリューションビジネスの強化 ・企画提案型MICEの強化 等 ◆DMC・旅行者 ・企画力の一層の強化 等 ◆運輸事業者、MICE施設事業者、展示会事業者 等 	<p>◆国・JNTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国レベルでのMICEの司令塔 ・日本のMICEブランディングやプロモーション ・情報収集、ノウハウ共有、コンサルティング ・MICEプレイヤーに対する必要な支援 ・MICE案件発掘・誘致 ・MICE推進に向けた啓蒙 ・政府系会議の推進 等 	<p>◆学会・協会等の国内主催者</p> <p>誘致への取組が期待されるが下記が課題。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多忙等の時間制約や人手不足 ・資金面での不安 ・会議開催の経験・ノウハウ不足 ・国際本部とつながる国際人材の育成
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

国が支援すべき4つのテーマと18のアクション

1 都市の誘致競争力の強化

- ◆「グローバルMICE戦略都市」の育成 (海外専門家によるマーケティング能力向上支援、海外競合都市調査等)
- ◆CBと民間事業者の連携促進・情報共有の強化
- ◆ユニークベニューの開発・利用促進
- ◆MICE視点での都市機能の強化(エアリマネジメント組織との連携等)
- ◆出入国手続の迅速化・円滑化

3 チームジャパンの誘致体制の構築

- ◆MICEアンバサダープログラムの導入
- ◆日本の新しいMICEブランドの構築・強化
- ◆MICEの意義・効果の啓蒙
- ◆「日本の顔」の育成(海外ネットワークの強化)
- ◆政府の横断的体制の構築
- ◆在外公館や関係府省との連携
- ◆MICE相談窓口の設置

2 MICEプレイヤーの強化

- ◆CBの組織強化への取組支援(民間的手法の活用等)
- ◆MICE関係事業者の組織化支援
- ◆研究者等のMICE誘致環境の改善
- ◆MICE分野の人材育成

4 国・都市の戦略実現ツールとしてのMICEの活用

- ◆成長分野をターゲットとしたMICE誘致・開催に向けた連携
- ◆MICEを活用した日本の情報発信・ブランディング活動の展開

MICE国際競争力強化委員会最終とりまとめ(概要)

<平成26年度に講じようとする施策>

平成26年度においては、日本のMICE適地としての優位性を海外に発信するMICEブランドの構築を図る。

また、企業が主体となるミーティング・インセンティブ旅行の誘致戦略の策定に向けて、市場調査を実施する。

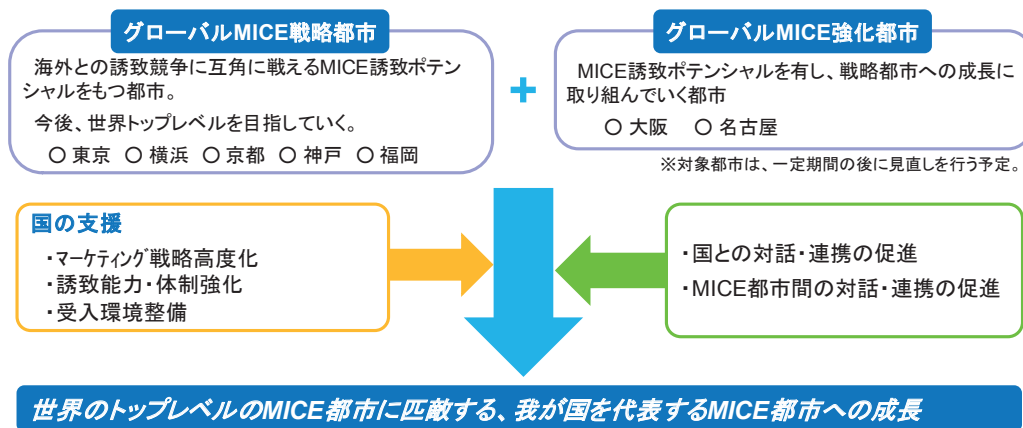
さらに、海外見本市での出展事業の展開、人材育成の観点からあらゆるMICEプレイヤーを対象とした国内セミナーを開催する等の事業を継続的に行う。

第2節 国を挙げた一体的なMICE誘致体制の構築

1 グローバルMICE戦略都市の育成

<平成25年度に講じた施策>

我が国のMICE誘致を牽引し、誘致能力・体制・受入環境において世界トップレベルのMICE都市を育成するため、2013年（平成25年）6月に東京、横浜、京都、神戸及び福岡の5都市を「グローバルMICE戦略都市」、大阪及び名古屋を「グローバルMICE強化都市」として選定し、海外アドバイザー派遣等を通じて、都市のマーケティング能力の向上を支援した。こうした支援も踏まえ、各都市においても、コンベンションビューローの体制強化を始めMICE関連取組を積極化させている。



<平成26年度に講じようとする施策>

平成25年度に選定した「グローバルMICE戦略・強化都市」を世界トップレベルのMICE都市に育成するため、平成25年度の事業成果と各都市のニーズを踏まえて支援を深化させる。また、2年間の事業の成果と評価を踏まえ、選択と集中の考えのもと、支援対象都市の絞り込みや入れ替えの実施を検討する。

2 産学官におけるオールジャパンの取組

<平成25年度に講じた施策>

政府としてMICE誘致・開催に関する取組を一体的に推進するため、2013年（平成25年）12月に「国際会議等（MICE）誘致・開催に関する府省庁会議」を設置し、関係府省庁のMICE誘致・開催に関する情報共有・連携強化を図るとともに、各府省庁所管分野における積極的なMICE誘致の働きかけを行った。このほか、海外の国際会議主催者に対する働きかけを強化するため、内閣総理大臣及び関係大臣からの招請レターを発出するとともに、在外公館を活用した誘致活動を行った。

また、観光庁及び日本政府観光局（JNTO）にMICE相談窓口を設置し、地域のMICE誘致・開催におけるサポートを行った。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

平成25年度に実施した施策を継続するとともに、MICE誘致・開催に関するベスト・プラクティス共有のために取組を強化する。

3 MICEアンバサダーによる誘致活動の推進

＜平成25年度に講じた施策＞

海外の主要国・都市では、国際会議の潜在的受容の掘り起こしのため、国内外に強い影響力を有する人材をアンバサダーに任命し、啓発活動や誘致活動を行っている。我が国でも、名だたるビジネスパーソンや有力な学会・研究機関等が数多く存在しており、2013年（平成25年）12月に観光庁長官が有識者等8名をMICEアンバサダーに委嘱した。



MICEアンバサダー委嘱式及び第1回MICE誘致促進委員会
（平成25年（2013年）12月9日帝国ホテル）

＜平成26年度に講じようとする施策＞

平成26年度は、更に産業界や女性を含むキーパーソンをMICEアンバサダーに委嘱するなど、同プログラムの拡充を図る。

第3節 都市のMICE受入環境の整備

＜平成25年度に講じた施策＞

会議やレセプション等の会場として、都市が有する歴史的建造物や文化施設等をユニークベニューとして活用することは、開催地としての魅力向上につながることから、官民関係者からなるユニークベニュー利用促進協議会を2013年（平成25年）8月に開催し、課題や対策について議論をした。同協議会での議論を踏まえ、博物館・美術館におけるユニークベニューとしての利用促進・円滑化を図るための手引書（ハンドブック）を作成した。

＜平成26年度に講じようとする施策＞

平成25年度の事業を通じ、ベニューの開放の遅れ、限定的な利用・煩雑な手続き、情報発信不足等の様々な課題が明らかになった。そのため、ユニークベニューの質的・量的な拡大を目的に全国各地で魅力を有する施設・空間の掘り起こしを行うとともに、制度運用上の課題・対策について検討を進める。

第4節 国際競技大会の招致・開催の支援等

＜平成25年度に講じた施策＞

2020年オリンピック・パラリンピック競技大会について、東京都、JOC（公益財団法人日本オリンピック委員会）、招致委員会（NPO法人東京2020オリンピック・パラリンピック招致委員会）を中心として、プロモーション活動が積極的に行われた。政府としても、安倍内閣総理大臣の

リーダーシップの下、閣僚級会合や国際会議、海外要人との会合など様々な機会を捉えて、招致活動を支援するとともに、IOC（国際オリンピック委員会）に対して安倍総理、麻生副総理等がプレゼンテーションを行った。このように、オールジャパン体制による招致活動の結果、2013年（平成25年）9月のIOC総会において、同大会の開催都市として東京が選出された。開催都市決定後、下村文部科学大臣が東京オリンピック・パラリンピック担当大臣に就任するとともに、大臣を支える事務体制として、内閣官房に、大会の円滑な準備に資するための行政各部の事務の調整を担当するオリンピック・パラリンピック東京大会推進室を設置した。

<平成26年度に講じようとする施策>

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の成功に向けて、2014年（平成26年）1月に設立された東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会を中心に、東京都、JOC³⁷（公益財団法人日本オリンピック委員会）、JPC³⁸（公益財団法人日本パラリンピック委員会）及び政府が一丸となって大会準備に取り組む。

また、2015年（平成27年）年3月までに、2019年（平成31年）ラグビーワールドカップの試合開催会場を決定することになっており、ラグビーワールドカップ2019組織委員会の大会準備のための取組を支援する。

第5節 外国人ビジネス客の取り込み強化

<平成26年に講じようとする施策>

アジア諸国を中心に成長著しいビジネス需要を取り込むべくビジネス目的の外国人が訪日・滞在しやすく、ビジネスしやすい環境整備を抜本的に進めていく。

37 Japan Olympic Committeeの略

38 Japan Paralympic Committeeの略

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 地域	区分	2011年			2012年		
		外国人観光客数	対前年度比	構成比	外国人観光客数	対前年度比	構成比
		国際観光収入			国際観光収入		
欧州		51,641	6.4%	51.9%	53,417	3.4%	51.6%
		466,722	13.3%	44.8%	457,832	-1.9%	42.6%
米州		15,596	3.7%	15.7%	16,312	4.6%	15.8%
		197,944	9.5%	19.0%	212,623	7.4%	19.8%
アジア太平洋地域		21,821	6.4%	21.9%	23,356	7.0%	22.6%
		298,614	17.2%	28.6%	323,865	8.5%	30.1%
アフリカ		4,944	-0.8%	5.0%	5,236	5.9%	5.1%
		32,705	7.2%	3.1%	33,585	2.7%	3.1%
中東		5,494	-5.6%	5.5%	5,199	-5.4%	5.0%
		46,442	-11.1%	4.5%	47,031	1.3%	4.4%
計		99,496	4.8%	100.0%	103,520	4.0%	100.0%
		1,042,427	12.0%	100.0%	1,074,936	3.1%	100.0%

注) UNWTO「Tourism Highlights 2013」による。

資料2 国際観光収支の状況(2012年(平成24年))

(単位：百万米ドル)

	収入	支出	収支
米国	128,555	83,700	44,855
スペイン	55,916	15,300	40,616
タイ	30,092	6,100	23,992
フランス	53,697	37,200	16,497
イタリア	41,185	26,200	14,985
香港	31,680	20,500	11,180
オーストリア	18,894	10,100	8,794
マレーシア	19,703	12,000	7,703
インド	17,971	12,300	5,671
メキシコ	12,720	8,400	4,320
豪州	31,534	27,600	3,934
ポーランド	10,938	8,700	2,238
スイス	16,581	14,400	2,181
インドネシア	8,342	6,800	1,542
台湾	11,707	10,600	1,107
スウェーデン	15,429	16,100	-671
シンガポール	19,261	22,400	-3,139
アラブ首長国連邦	(9,204)	(13,200)	-3,996
韓国	14,231	20,100	-5,869
オランダ	13,887	20,200	-6,313
サウジアラビア	7,432	17,000	-9,568
ベルギー	11,381	21,700	-10,319
日本	14,576	27,900	-13,324
ブラジル	6,645	22,200	-15,555
英国	36,373	52,300	-15,927
カナダ	17,363	35,200	-17,837
ロシア	11,187	42,800	-31,613
ドイツ	38,114	83,800	-45,686
中国	50,028	102,000	-51,972

注1) 日本政府観光局資料(出典：世界観光機関(UNWTO)、各国政府観光局)に基づき観光庁作成。

注2) アラブ首長国連邦は2012年の数値が不明であるため、2011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
国際観光収支 (旅客輸送を含まない)	受取		10,990	11,186	9,641	11,586	8,752	11,631	14,574
	支払		31,189	28,818	23,527	24,462	21,716	22,248	21,456
	収支		△ 20,199	△ 17,631	△ 13,886	△ 12,875	△ 12,963	△ 10,617	△ 6,882
国際観光収支 (旅客輸送を含む)	受取		14,611	14,254	11,702	13,460	9,975	12,920	16,306
	支払		43,844	40,275	32,487	34,393	31,673	32,661	31,559
	収支		△ 29,233	△ 26,019	△ 20,785	△ 20,932	△ 21,697	△ 19,741	△ 15,252
貿易収支	受取		716,309	797,253	773,349	639,218	627,248	614,421	669,694
	支払		621,665	674,030	733,071	559,429	643,412	672,562	776,093
	収支		94,644	123,223	40,278	79,789	△ 16,164	△ 58,141	△ 106,399

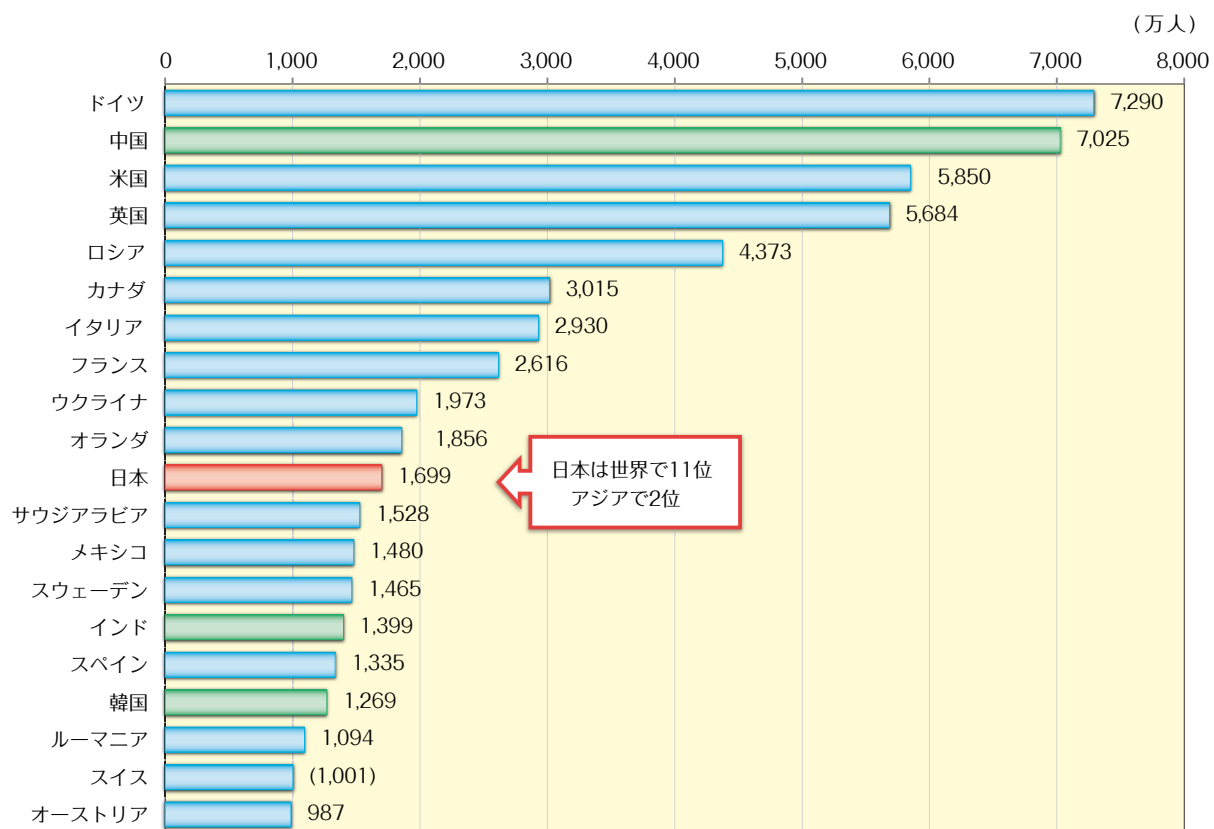
注1) 財務省資料に基づき観光庁作成。

注2) 「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)」は国際収支統計の観光収支をいい、「国際観光収支(旅客輸送含む)」は上記の観光収支に輸送収支のうち旅客輸送に係るサービスの受払を合算したもの。

注3) △印は赤字を示す。

注4) 平成25年の数値は速報値。

資料4 海外旅行者数ランキング (2011年(平成23年))

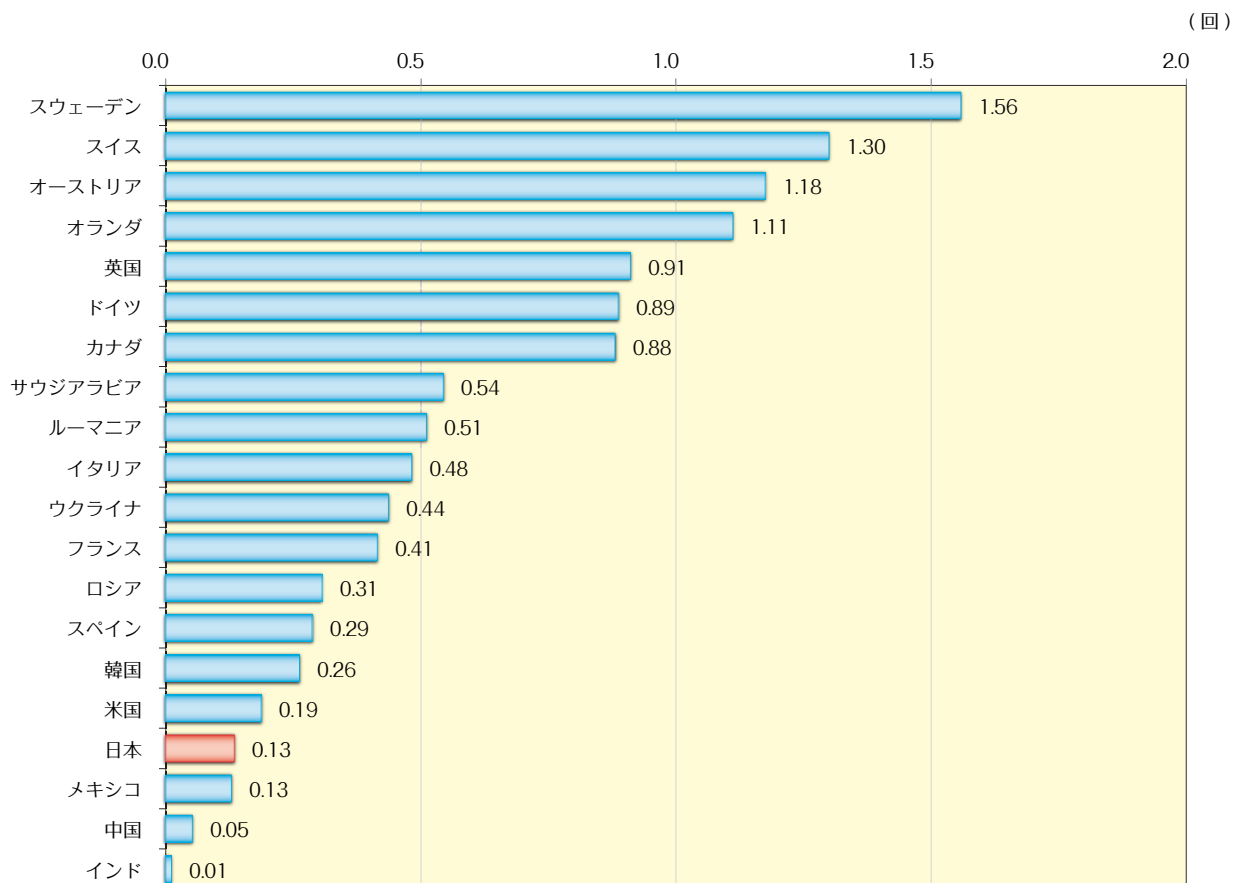


注1) 日本政府観光局(JNTO)資料(出典:UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局)に基づき観光庁作成。

注2) 数値は、2013年(平成25年)6月時点の暫定値。

注3) スイスは、2011年(平成23年)の数値が不明であるため、2010年の数値を利用した。

資料5 海外旅行者数上位20か国の国民1人当たり海外旅行回数（2011年（平成23年））



注1) 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）、国連人口基金

「世界人口白書」に基づき観光庁作成。

注2) 各国の海外旅行者数に各国の人口を除いて算出した。

注3) 数値は、2013年（平成25年）4月時点の暫定値。

注4) スイスは2011年（平成23年）の数値が公表されていないため、2010年（平成22年）の数値を利用した。

資料6 国別の国際会議開催件数（2013年（平成25年））

2013年 世界順位	国名	2013年 開催件数
1	米国	829
2	ドイツ	722
3	スペイン	562
4	フランス	527
5	英国	525
6	イタリア	447
7	日本	342
8	中国	340
9	ブラジル	315
10	オランダ	302
11	カナダ	290
12	韓国	260
13	ポルトガル	249
14	オーストリア	244
15	スウェーデン	238
16	オーストラリア	231

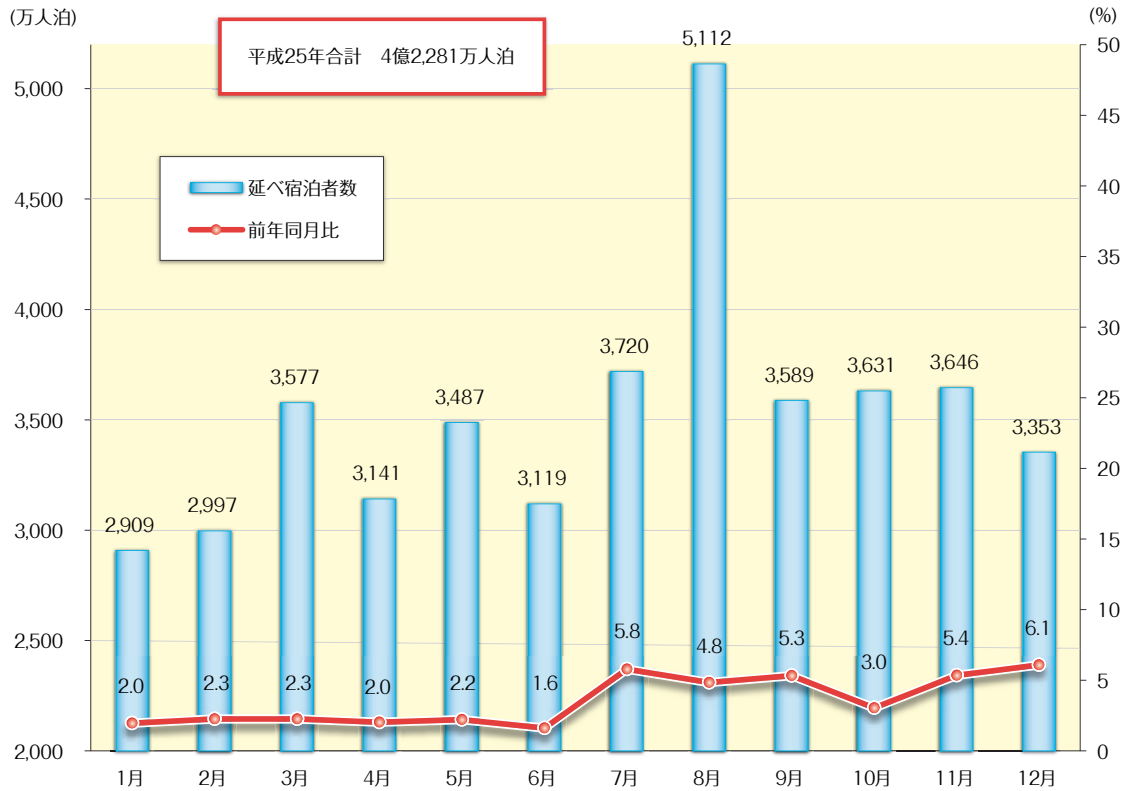
注) ICCA（国際会議協会）統計より観光庁作成。

資料7 アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議開催件数（2013年（平成25年））

2013年 アジア大洋州・中東地域順位	2013年 世界順位	都市	2013年 開催件数
1位	6位	シンガポール	175件
2位	9位	ソウル	125件
3位	18位	北京	105件
4位	20位	バンコク	93件
		シドニー	93件
6位	23位	香港	89件
7位	26位	東京	79件
8位	28位	台北	78件
9位	29位	上海	72件
10位	33位	クアラルンプール	68件
11位	40位	パリ	55件
12位	44位	メルボルン	52件
13位	52位	済州	45件
14位	55位	京都	43件
15位	63位	ドバイ	37件
16位	65位	ニューデリー	35件
17位	68位	釜山	34件
18位	89位	マニラ	28件
23位	117位	大阪	20件
28位	136位	神戸	18件
30位	148位	横浜	17件
35位	159位	名古屋	15件
42位	182位	札幌	13件
44位	193位	福岡	12件
		奈良	12件
55位	242位	沖縄	9件

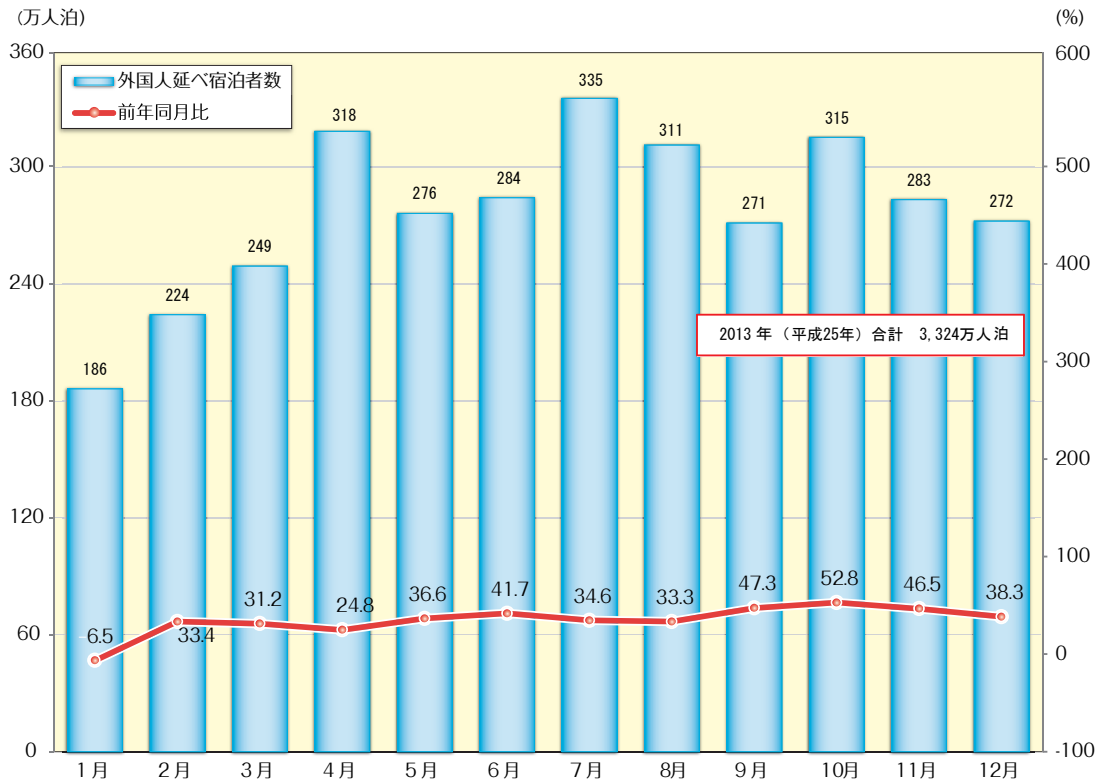
注) ICCA（国際会議協会）統計より観光庁作成。

資料8 日本人の延べ宿泊者数の月別推移 (2013年 (平成25年))



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 年間の新設・廃棄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。
 注3) 前年同月比は、従業員数10人以上の施設に対する調査から作成 (2012年 (平成24年) のみ確定値)。

資料9 外国人延べ宿泊者数の月別推移 (2013年 (平成25年))



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 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) 年間の新設・廃棄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。
 注4) 前年同月比は、従業員数10人以上の施設に対する調査から作成 (2012年 (平成24年) のみ確定値)。

資料10 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(2013年(平成25年))

(単位:万人泊、%)

	延べ宿泊者数	外国人延べ宿泊者数	定員稼働率	客室稼働率
全国	45,605	3,324	35.9%	54.6%
北海道	3,039	305	37.6%	55.5%
青森県	473	6	30.2%	47.8%
岩手県	570	6	32.2%	50.8%
宮城県	1,077	10	42.9%	64.5%
秋田県	351	4	26.7%	45.3%
山形県	537	3	24.2%	43.8%
福島県	1,017	4	27.4%	46.8%
茨城県	510	8	29.6%	46.5%
栃木県	946	18	32.1%	47.1%
群馬県	847	10	28.8%	44.0%
埼玉県	403	9	39.8%	61.6%
千葉県	1,979	199	48.8%	65.2%
東京都	5,148	998	65.6%	78.6%
神奈川県	1,695	106	46.4%	62.3%
新潟県	965	11	21.5%	38.2%
富山県	372	13	29.0%	49.9%
石川県	726	31	36.8%	56.8%
福井県	319	3	20.8%	33.7%
山梨県	695	48	22.2%	39.7%
長野県	1,852	53	20.5%	32.7%
岐阜県	602	41	28.3%	43.4%
静岡県	2,030	54	30.0%	47.5%
愛知県	1,462	115	44.3%	61.3%
三重県	982	12	28.7%	47.3%
滋賀県	405	13	27.7%	46.1%
京都府	2,063	266	45.8%	67.7%
大阪府	2,409	431	68.0%	75.1%
兵庫県	1,308	49	33.0%	51.2%
奈良県	236	17	21.7%	42.2%
和歌山県	447	18	24.5%	37.8%
鳥取県	349	5	30.7%	52.1%
島根県	316	2	30.7%	51.6%
岡山県	519	9	32.3%	53.1%
広島県	775	37	41.0%	58.2%
山口県	406	5	34.6%	50.9%
徳島県	200	3	28.5%	45.6%
香川県	301	8	33.9%	51.0%
愛媛県	349	6	30.2%	48.4%
高知県	272	2	25.0%	41.4%
福岡県	1,456	92	38.8%	56.0%
佐賀県	253	5	31.6%	50.2%
長崎県	691	40	33.1%	50.3%
熊本県	717	43	32.7%	52.0%
大分県	604	35	36.1%	50.6%
宮崎県	353	13	32.6%	45.7%
鹿児島県	703	20	34.3%	47.7%
沖縄県	1,876	136	48.9%	58.2%

注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

注2) 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り得る。

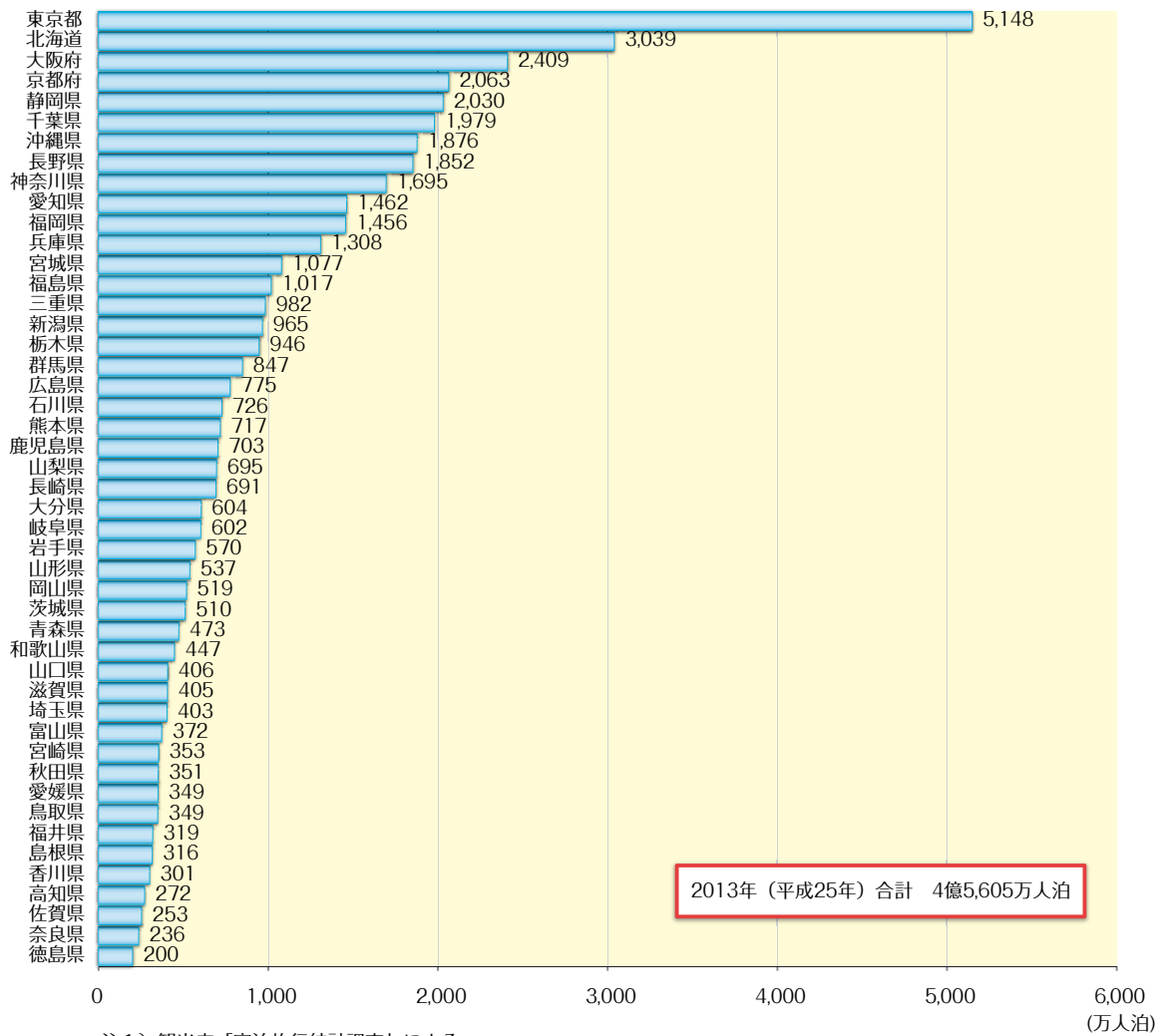
注3) 外国人には国・地域(出身地)不詳を含む。

注4) 定員稼働率とは、客室定員数に対する宿泊者数の稼働率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5) 客室稼働率とは、総客室数に対する客室数の稼働率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。

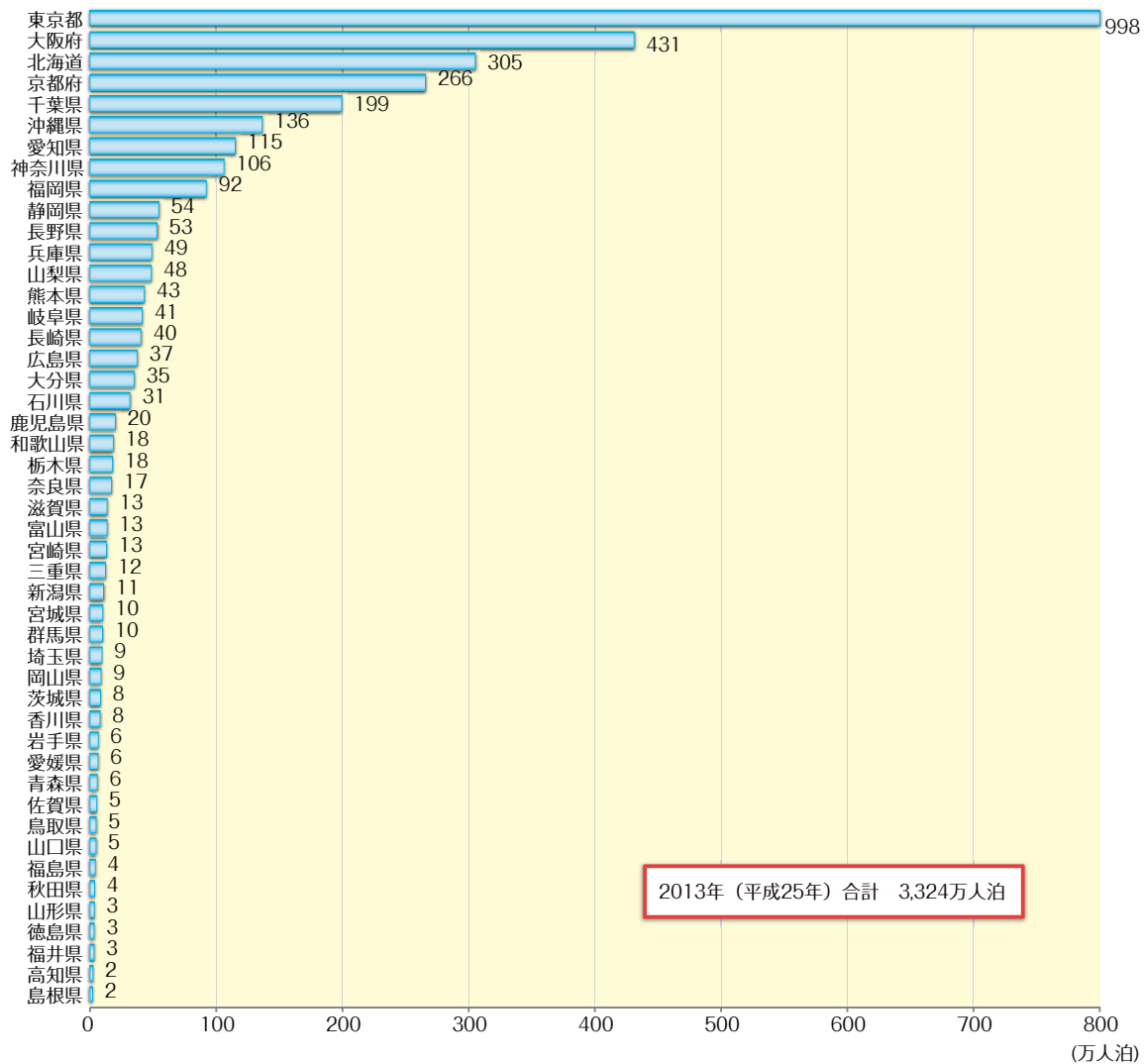
注6) 本表において、延べ宿泊者は外国人の延べ宿泊者数を含む。

資料11 都道府県別延べ宿泊者数 (2013年 (平成25年))



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 年間の新設・廃棄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12 都道府県別外国人延べ宿泊者数（2013年（平成25年））

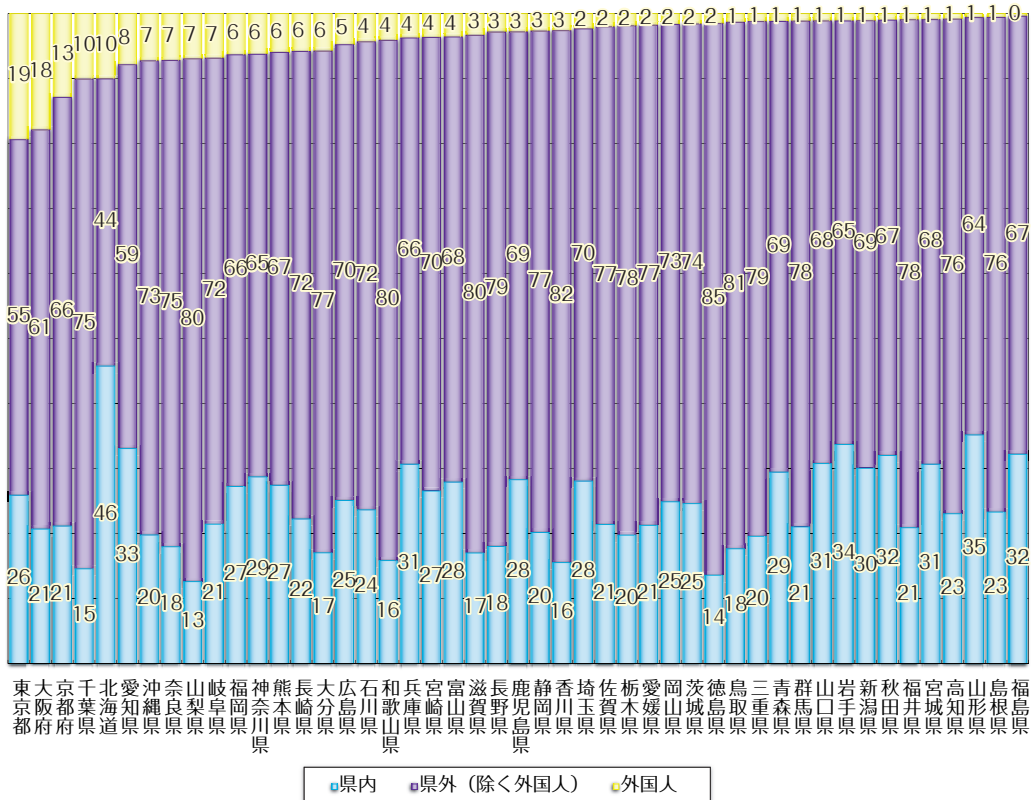


注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

注2) 「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。

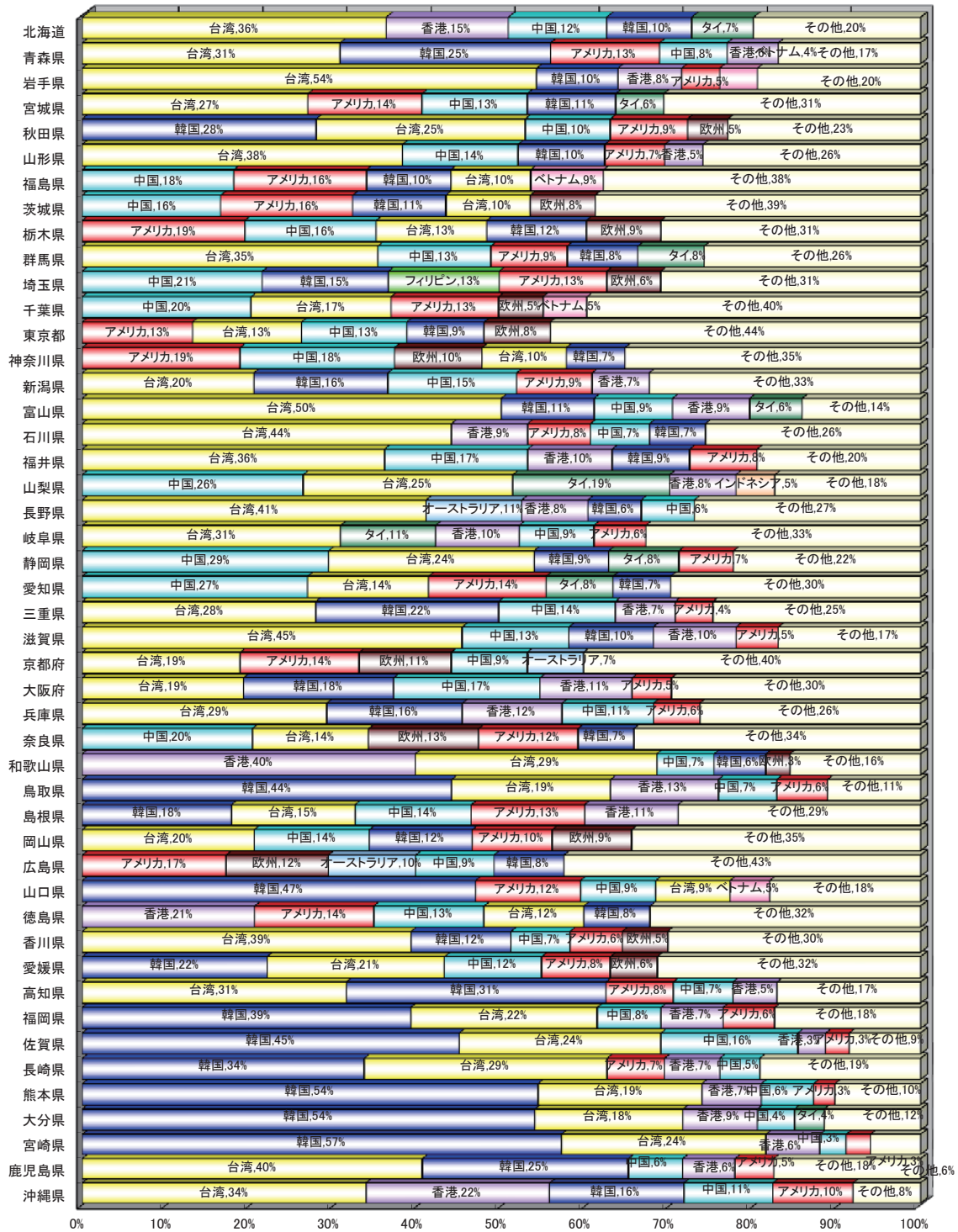
注3) 年間の新設・廃棄施設のデータを反映させる前の数値であり、確定値では若干の変更がある。

資料13 都道府県別の延べ宿泊者数の構成 (2013年 (平成25年))



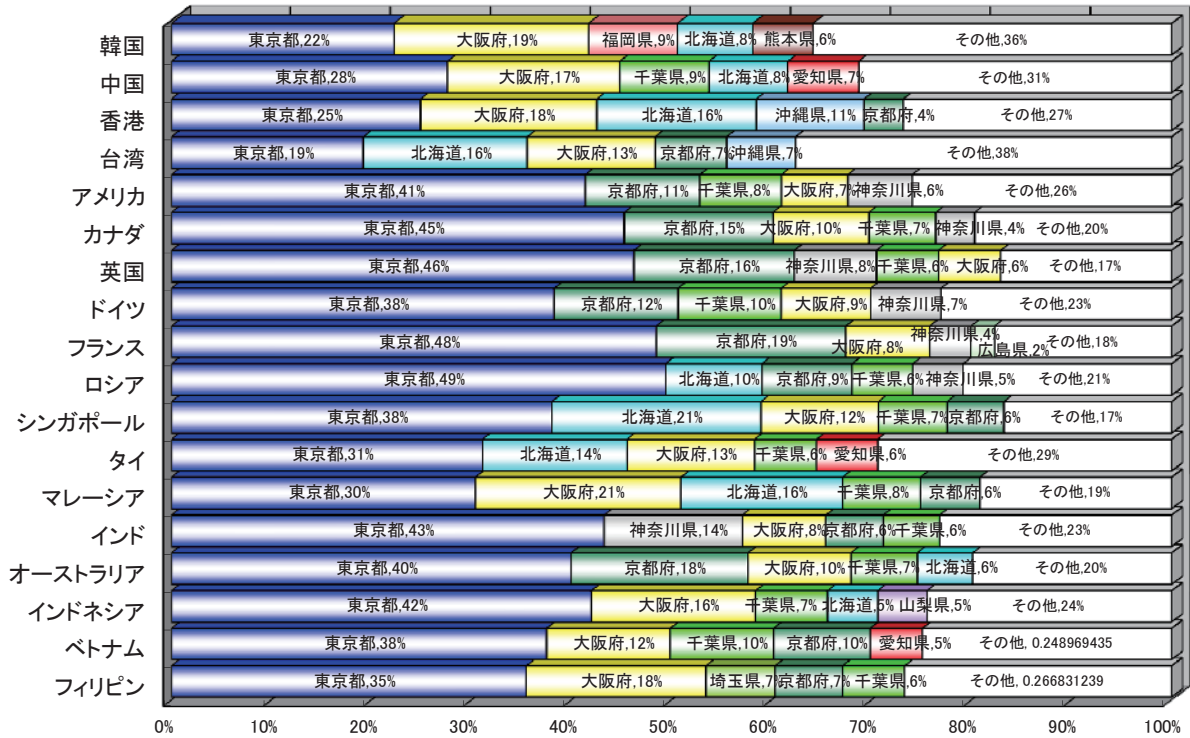
注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 構成比の算出に当たって、日本人宿泊者数のうち、県内・県外別の不詳分は、県内・県外別の比率で案分し、各々に割り振った。
 注3) 「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。
 注4) 年間の新設・廃棄施設のデータを反映させる前の数値であり、確定値では若干の変更がある。

資料14 都道府県別の外国人延べ宿泊者数の構成 (2013年 (平成25年))



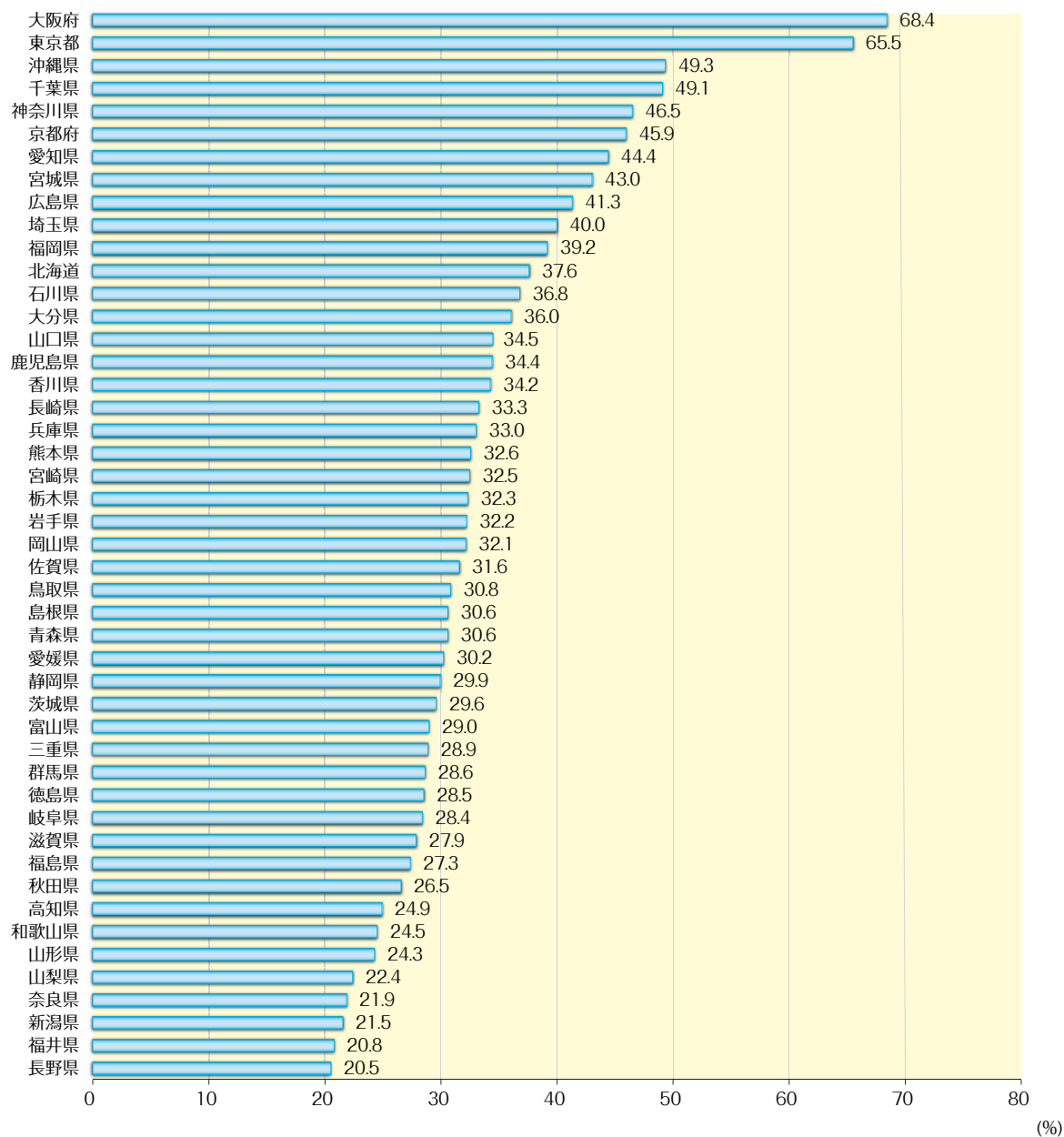
注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 欧州はドイツ・英国・フランスの3か国
 注3) 従業員数10人以上の施設に対する調査から作成
 注4) 2013年(平成25年)の数値は暫定値。

資料15 国・地域別の外国人延べ宿泊者数の構成・上位5都道府県（2013年（平成25年））



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 2013年（平成25年）の数値は暫定値。

資料16 都道府県別宿泊施設の定員稼働率 (2013年 (平成25年))

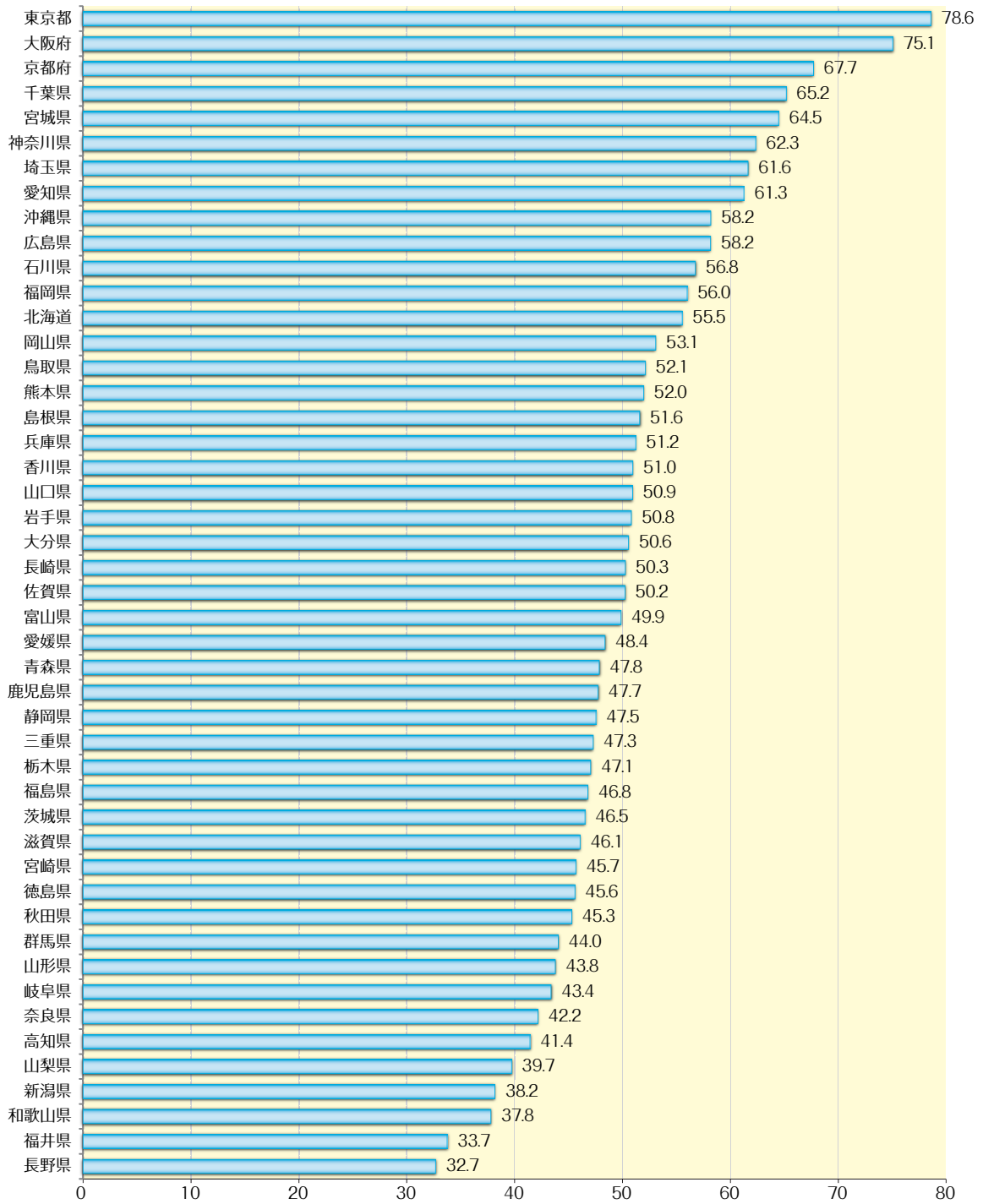


注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

注2) 定員稼働率とは、客室定員数に対する宿泊者数の稼働率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3) 年間の新設・廃棄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17 都道府県別宿泊施設の客室稼働率（2013年（平成25年））



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 客室稼働率とは、総客室数に対する客室数の稼働率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3) 年間の新設・廃棄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18 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(2013年(平成25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	342,178,250	1.33	21,049,170	1.58
北海道	23,176,290	1.31	2,316,920	1.32
青森県	3,829,280	1.23	39,930	1.43
岩手県	4,374,570	1.30	51,360	1.25
宮城県	8,627,510	1.25	73,870	1.36
秋田県	2,641,160	1.33	23,330	1.52
山形県	4,312,220	1.25	22,470	1.48
福島県	7,329,230	1.39	26,820	1.51
茨城県	3,537,180	1.44	45,140	1.82
栃木県	7,706,560	1.23	131,050	1.36
群馬県	7,001,450	1.21	68,320	1.45
埼玉県	2,864,020	1.41	41,980	2.26
千葉県	15,007,500	1.32	1,614,270	1.23
東京都	34,706,410	1.48	4,867,500	2.05
神奈川県	12,985,260	1.31	698,560	1.52
新潟県	7,233,900	1.33	64,600	1.64
富山県	2,923,340	1.27	112,110	1.19
石川県	6,030,060	1.20	242,460	1.30
福井県	2,613,840	1.22	22,460	1.34
山梨県	5,690,600	1.22	447,530	1.08
長野県	13,857,800	1.34	341,320	1.55
岐阜県	4,968,270	1.21	330,790	1.25
静岡県	16,347,730	1.24	437,750	1.24
愛知県	10,961,900	1.33	749,680	1.53
三重県	7,785,020	1.26	80,880	1.50
滋賀県	3,231,350	1.25	107,400	1.25
京都府	13,499,570	1.53	1,434,750	1.85
大阪府	17,413,100	1.38	2,788,200	1.55
兵庫県	10,110,900	1.29	347,030	1.41
奈良県	1,835,160	1.29	106,440	1.60
和歌山県	3,807,320	1.17	153,600	1.19
鳥取県	2,690,770	1.30	35,960	1.30
島根県	2,524,790	1.25	13,500	1.36
岡山県	4,039,080	1.28	66,300	1.31
広島県	5,952,820	1.30	242,870	1.53
山口県	3,176,110	1.28	34,230	1.35
徳島県	1,562,030	1.28	23,570	1.31
香川県	2,434,800	1.23	62,220	1.26
愛媛県	2,785,830	1.25	39,060	1.59
高知県	2,245,210	1.21	15,100	1.51
福岡県	11,219,230	1.30	665,470	1.38
佐賀県	2,026,050	1.25	43,880	1.18
長崎県	5,424,690	1.27	316,140	1.27
熊本県	5,732,620	1.25	368,210	1.16
大分県	5,060,030	1.19	301,360	1.15
宮崎県	2,627,910	1.34	91,330	1.42
鹿児島県	5,392,180	1.30	156,870	1.26
沖縄県	10,875,700	1.73	784,620	1.74

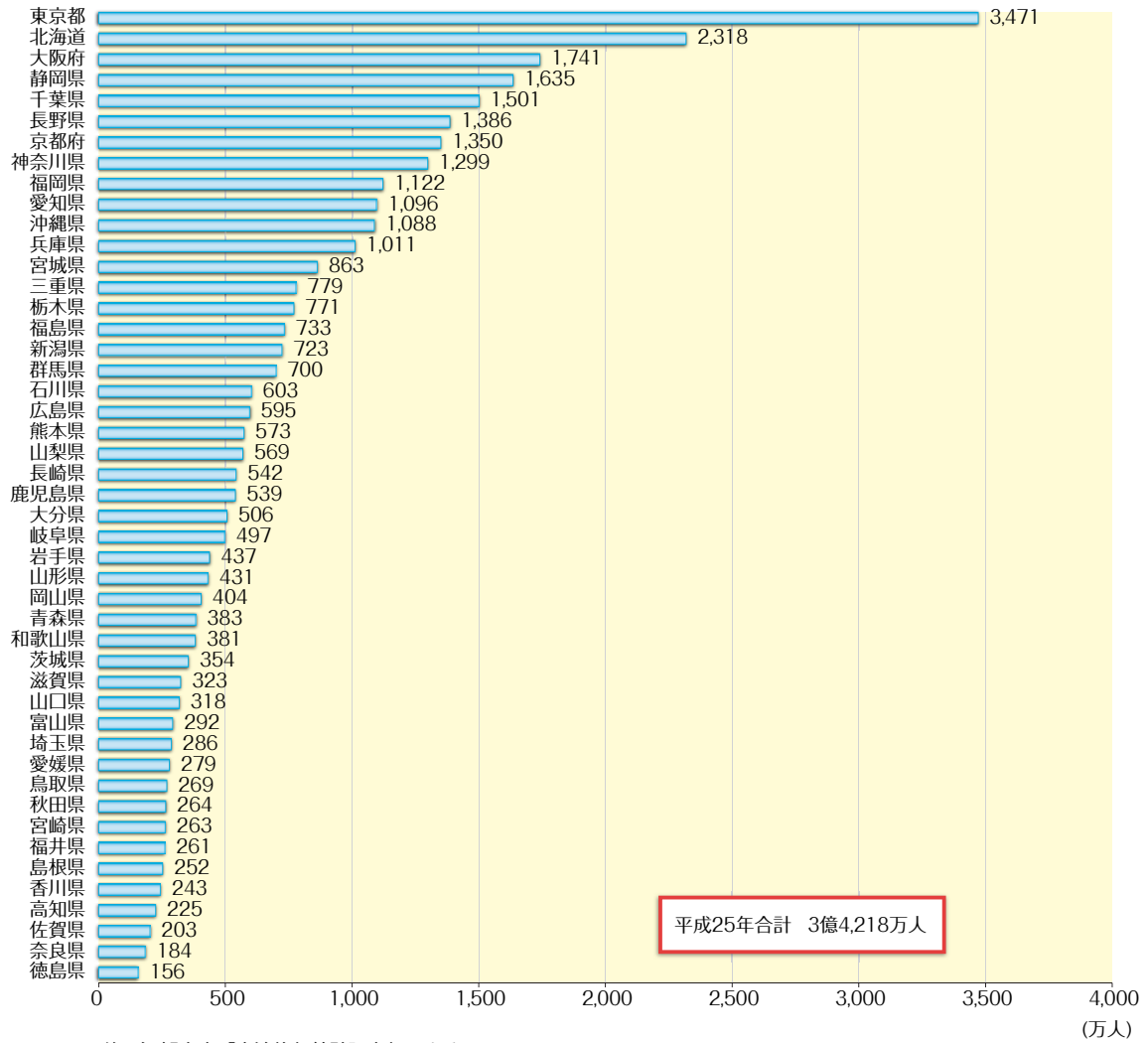
注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

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) 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り得る。

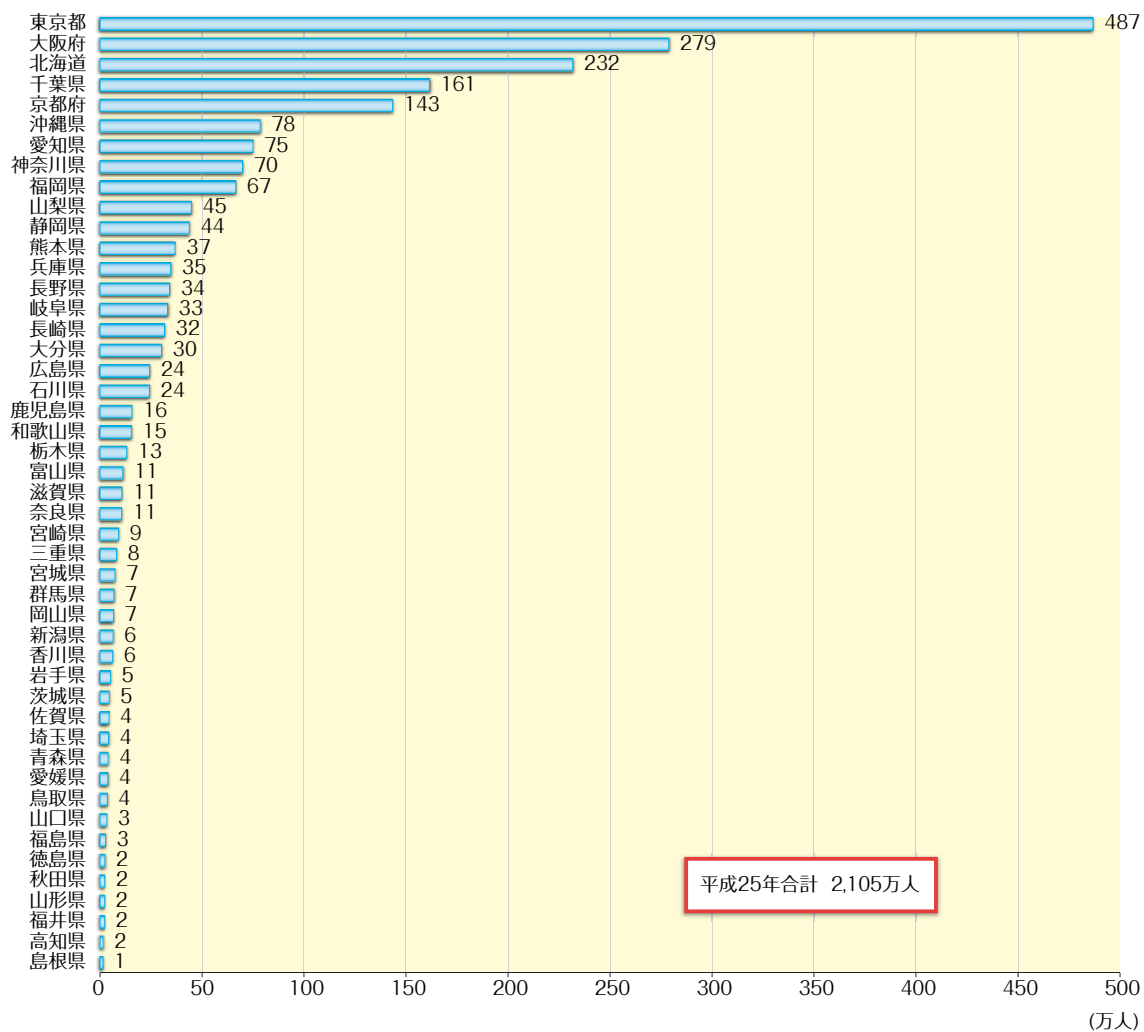
注4) 本表において、実宿泊者は外国人の実宿泊者数を含む。

資料19 都道府県別の実宿泊者数（2013年（平成25年））



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 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20 都道府県別の外国人実宿泊者数（2013年（平成25年））



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

注2) 年間の新設・廃棄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21 都道府県別の実観光入込客数・観光消費額（2012年（平成24年））

都道府県	入込客数(万人回)	観光消費額(億円)
北海道	5,271	7,548
青森県	1,389	1,938
岩手県	1,286	2,062
宮城県	3,051	3,284
秋田県	1,041	1,429
山形県	1,656	1,992
福島県	2,173	3,536
茨城県	3,258	2,335
栃木県	4,223	4,732
群馬県	2,910	2,487
埼玉県	10,005	4,272
千葉県 注1)	0	0
東京都	47,482	49,913
神奈川県	7,115	7,064
新潟県	2,952	3,276
富山県 注1)	0	0
石川県	1,221	1,886
福井県 注1)	0	0
山梨県	2,735	3,215
長野県	3,787	5,624
岐阜県	3,619	2,737
静岡県	6,257	9,110
愛知県	9,362	5,659
三重県	2,749	2,938
滋賀県 注1)	0	0
京都府 注1)	0	0
大阪府 注2)	0	0
兵庫県	7,026	6,137
奈良県	1,936	1,278
和歌山県	1,192	1,514
鳥取県	767	940
島根県	1,119	999
岡山県	1,322	1,495
広島県	2,303	2,280
山口県	1,729	1,668
徳島県	941	751
香川県	1,546	1,454
愛媛県	1,356	1,259
高知県	632	1,111
福岡県 注1)	0	0
佐賀県	1,302	1,017
長崎県	1,438	2,654
熊本県	2,473	2,766
大分県	1,754	2,078
宮崎県	1,390	1,567
鹿児島県	1,647	2,575
沖縄県	1,047	4,843

注1) 千葉県、富山県、福井県、滋賀県、京都府、福岡県は集計中。

注2) 大阪府は共通基準未導入。

注3) 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4) 日本人（観光目的・ビジネス目的）及び外国人の合算で算出している。

資料22 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20年		平成21年		平成22年		平成23年		平成24年		平成25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	3,446,117	-13.4	3,317,459	-3.7	3,731,200	12.5	3,658,200	-2.0	3,518,153	-3.8	2,877,500	-18
	韓国	N/F/V	2,378,102	6.4	3,053,311	28.4	3,023,009	-1.0	3,289,051	8.8	3,518,792	7.0	2,747,750	-22
	香港	R/F/V	1,324,797	0.0	1,204,490	-9.1	1,316,618	9.3	1,283,687	-2.5	1,254,602	-2.3	1,057,033	-16
	台湾	R/F/V	1,086,691	-6.8	1,000,661	-7.9	1,080,153	7.9	1,294,758	19.9	1,432,315	10.6	1,421,550	-1
	タイ	N/F/T	1,153,868	-9.7	1,004,453	-12.9	993,674	-1.1	1,127,893	13.5	1,373,716	21.8	1,537,979	12
	シンガポール	R/F/V	571,040	-3.9	489,987	-14.2	528,817	7.9	656,417	24.1	757,116	15.3		
	ベトナム	R/F/V	393,091	-4.5	359,231	-8.6	442,089	23.1	481,519	8.9	576,386	19.7	604,050	5
	マレーシア	R/F/T	433,462	17.9	395,746	-8.7	415,881	5.1	386,974	-7.0	470,008	21.5	513,076	9
	マカオ	R/F/V	366,920	22.6	379,241	3.4	413,507	9.0	396,023	-4.2	395,989	0.0	290,622	-27
	インドネシア	R/F/T	546,713	7.4	475,766	-13.0	418,971	-11.9	412,623	-1.5	450,687	9.2		
	フィリピン	R/F/T	359,306	-9.0	324,980	-9.6	358,744	10.4	375,496	4.7	412,474	9.8		
	インド	N/F/T	145,352	-0.1	124,756	-14.2	168,019	34.7	193,525	15.2	220,015	13.7		
	カンボジア	R/F/V	163,806	1.1	146,286	-10.7	151,795	3.8	161,804	6.6	179,327	10.8		
	モルジブ	N/F/T	38,193	-7.1	36,641	-4.1	38,791	5.9	35,782	-7.8	36,438	1.8		
	ラオス	N/F/V	31,569	6.0	28,081	-11.0	34,076	21.3	37,833	11.0	42,026	11.1		
	ネパール	N/F/T	23,383	-13.6	22,445	-4.0	23,332	4.0	26,283	12.6	28,642	9.0		
	ミャンマー	N/F/T	10,881	-30.4	13,809	26.9	16,186	17.2	21,321	31.7	47,690	123.7		
	モンゴル	N/F/V	15,036	-13.1	11,496	-23.5	14,279	24.2	15,336	7.4	17,642	15.0		
	スリランカ	R/F/T	10,578	-25.9	10,931	3.3	14,998	37.2	20,951	39.7	26,085	26.7		
	パキスタン	N/F/T	8,294	-24.8	6,705	-19.2	7,090	5.7	9,918	40.1	8,242	-16.9		
バングラデシュ	N/F/T	N.A.	-	N.A.	-	N.A.	-							
オセアニア	グアム	R/F/T	850,034	-8.7	825,129	-2.9	893,667	8.3	824,005	-7.8	929,229	12.8	893,118	-4
	豪州	R/F/V	457,232	-20.2	355,456	-22.3	398,188	12.0	332,700	-16.4	353,993	6.4	328,900	-7
	北マリアナ諸島	N/F/V	213,299	6.6	191,111	-10.4	185,032	-3.2	142,946	-22.7	153,259	7.2		
	ニュージーランド	R/F/V	102,482	-15.8	78,426	-23.5	87,735	11.9	68,963	-21.4	72,080	4.5	74,560	3
	パラオ	R/F/V	30,018	2.8	26,688	-11.1	29,318	9.9	37,800	28.9	39,353	4.1		
	ニューカレドニア	R/F/T	20,225	-24.4	18,926	-6.4	18,534	-2.1	18,455	-0.4	17,430	-5.6		
	タヒチ	R/F/T	18,769	-19.2	16,353	-12.9	13,761	-15.9	12,990	-5.6	12,989	0.0		
	フィジー	R/F/T	21,918	-3.9	14,975	-31.7	12,011	-19.8	9,616	19.9	7,069	-26.5		
中央アジア・中東・北アフリカ	トルコ	N/F/V	149,731	-11.3	147,641	-1.4	195,404	32.4	188,312	-3.6	203,592	8.1	174,150	-15
	モロッコ	N/F/T	15,607	-7.7	19,149	22.7	24,366	27.2	22,861	-6.2	30,306	32.6		
	ヨルダン	N/F/V	13,810	7.7	13,052	-5.5	19,052	46.0	12,829	-32.7	15,321	19.4		
	バーレーン	N/F/V	N.A.	-	N.A.	-	N.A.	-	17,129	-				
	イスラエル	R/F/T	14,506	35.9	9,768	-32.7	13,957	42.9	14,112	1.1	16,011	19.1		
	アルメニア	R/F/T	11,110	9.5	11,900	7.1	11,730	-1.4	12,973	10.6	12,968	0.0		
	オマーン	N/HA/T	10,275	33.1	12,953	26.1	8,982	-30.7	6,989	16.9				
	チュニジア	N/F/T	11,206	-1.8	11,073	-1.2	13,385	20.9	3,120	-76.7	8,002	156.5		
	サウジアラビア	N/F/T	14,590	17.3	6,539	-55.2	9,210	40.8	16,410	78.2	11,803	-28.1		
	シリア	N/F/V	8,325	19.6	8,764	5.3	11,600	32.4	3,174	-76.2				
	カザフスタン	R/F/V	5,013	-4.0	4,292	-14.4	4,528	5.5	4,720	6.6	6,049	28.2		
	クウェート	N/F/V	6,215	-5.1	4,606	-25.9	4,959	7.7	4,798	-3.2	5,291	10.3		
	アフリカ	エジプト	N/F/V	108,225	-16.5	92,409	-14.6	126,393	36.8	27,635	-78.1	39,008	41.2	
南アフリカ		R/F/T	27,621	-13.3	20,513	-25.7	27,577	34.4	26,284	-4.7	34,415	30.9		
ナイジェリア		N/F/V	26,087	11.1	27,130	4.0	27,340	0.8	26,300	-3.8	41,988	59.7		
ジンバブエ		R/F/V	14,803	14.3	18,389	24.2	18,593	1.1	32,784	76.3	18,032	-45.0		
ケニア		R/F/V	7,411	-41.8	10,150	37.0	10,866	7.1						
ザンビア		R/F/T	4,241	-12.3	5,373	26.7	8,341	55.2	11,346	36.0	3,535	-68.8		
マダガスカル		N/F/T	7,500	1.4	1,627	-78.3	1,960	20.5	2,925	49.2				
欧州		フランス	R/F/T	674,000	-3.4	697,000	3.4	595,977	-14.5	621,541	4.3	732,283	19.6	
	ドイツ	R/AA/T	597,655	-9.7	537,984	-10.0	605,231	12.5	642,542	6.2	734,475	14.3		
	スペイン	R/F/T	237,493	-31.4	229,856	-3.2	332,930	44.8	334,314	0.4	362,081	5.6	374,175	3
	イタリア	N/F/T	283,819	-11.5	320,591	13.0	340,210	6.1	314,239	-7.6	353,547	12.5		
	スイス	R/HA/T	277,657	-14.4	275,505	-0.8	297,562	8.0	275,923	-7.3	295,991	7.3		
	英国	R/F/V	238,910	-22.3	235,471	-1.4	223,000	-5.3	237,000	6.3	242,700	2.4		
	オーストリア	R/AA/T	200,791	-12.5	191,321	-4.7	206,217	7.8	220,691	7.0	261,261	14.3		
	クロアチア	R/AA/T	143,704	66.3	163,400	13.7	147,119	-10.0	131,630	-10.5	155,088	17.8		
	チェコ	N/AA/T	123,275	-9.7	114,777	-6.9	133,052	15.9	121,663	-8.6	136,557	12.2		
	オランダ	R/HA/T	114,400	-11.2	99,300	-13.2	119,000	19.8	110,500	-7.1	136,300	23.3		
ベルギー	R/AA/T	94,948	-8.2	74,509	21.5	75,976	2.0	86,778	14.2	111,690	22.2			

	訪問先	基準	平成20年		平成21年		平成22年		平成23年		平成24年		平成25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 (%)
欧州	ロシア	N/F/V	86,237	3.1	74,159	-14.0	78,188	5.4	76,204	-2.5	86,806	13.9		
	ハンガリー	N/AA/T	75,261	-20.7	71,124	-5.5	76,862	8.1	69,724	-9.3	77,093	10.6		
	フィンランド	R/AA/T	80,180	-2.8	65,949	-17.7	68,747	4.2	75,680	10.1	91,783	21.3		
	ポルトガル	R/AA/T	63,486	-4.5	57,641	-9.2	61,690	7.0	60,700	-1.6	64,578	10.4		
	スウェーデン	R/AA/T	50,020	-3.4	45,549	-8.9	48,377	6.2	46,718	-3.4	45,723	-2.1		
	スロベニア	N/AA/T	39,733	62.1	48,182	21.3	40,428	-16.1	35,292	-12.7	41,398	17.2		
	ポーランド	N/F/T	42,000	-11.6	35,000	-16.7	60,000	71.4	45,000	-25.0	40,000	-11.1		
	デンマーク	R/AA/T	33,233	-3.9	30,726	-7.5	33,837	10.1	20,687	-38.9	24,267	17.3		
	ノルウェー	N/F/T	29,000	-9.4	25,000	-13.8	28,000	12.0	27,000	-3.6				
	スロバキア	N/AA/T	13,743	1.8	11,351	-17.4	11,523	1.5	8,865	-23.1	10,117	14.1		
	アイルランド	R/F/T	14,000	-12.5	11,000	-21.4								
	ルーマニア	R/F/V	13,095	-15.6	10,345	-21.0	12,333	19.2	13,544	9.8	14,252	5.2		
	ブルガリア	R/F/V	9,830	-19.1	8,458	-14.0	9,969	17.9	10,236	2.7	11,148	8.9		
	アイスランド	N/AA/T	11,205	3.8	12,454	11.1	9,842	-21.0	12,683	28.9	21,571	70.1		
	リトアニア	R/AA/T	9,349	2.7	7,599	-18.7	7,654	0.7	8,528	11.4	9,465	11.0		
	エストニア	R/AA/T	6,862	0.9	7,253	5.7	7,235	-0.2	8,732	20.7	8,778	0.5		
	ギリシャ	N/F/T	10,926	-62.0	6,765	-38.1	10,021	48.1	10,125	1.0	8,841	-12.7		
	ラトビア	R/AA/T	6,043	-0.4	6,690	10.7	5,428	-18.9	5,843	7.6	7,322	25.3		
	ウクライナ	R/F/T	6,437	-6.8	5,439	-15.5	6,206	14.1	7,585	22.2	8,528	12.4		
	モナコ	N/HA/T	6,017	-6.6	5,124	-14.8	4,526	-11.7	4,997	10.4	5,576	11.6		
サンマリノ	N/F/V	3,170	-4.1	N.A.	-	N.A.	-	3,590	-16.1	2,933	-18.3			
北米	米国	R/F/T	3,249,578	-8.0	2,918,268	-10.2	3,386,076	16.0	3,249,569	-4.0	3,698,073	13.8		
	(ハワイ州)	R/F/T	1,175,199	-9.4	1,168,080	-0.6	1,239,307	6.1	1,241,805	0.2	1,465,654	18.0	1,523,302	4
	カナダ	R/F/V	287,198	-16.4	205,639	-28.4	243,040	18.2	218,813	-10.0	240,000	9.7		
中南米	メキシコ	N/F/T	69,716	-3.0	52,229	-25.1	66,164	26.7	72,338	9.3	85,687	18.5		
	ブラジル	R/F/T	81,270	28.2	66,655	-18.0	59,742	-10.4	63,247	5.9	73,102	15.6		
	ペルー	R/F/T	46,059	15.5	40,018	-13.1	30,604	-23.5	43,794	43.1	56,526	29.1		
	アルゼンチン	N/F/T	N.A.	-	N.A.	-								
	チリ	N/F/T	15,553	6.0	13,129	-4.4	14,261	8.6	12,693	-11.0	15,059	18.6		
	ボリビア	N/HA/T	8,631	25.9	8,035	-6.9	6,683	-16.8	7,813	16.9	11,873	52.0		
	グアテマラ	N/F/V	6,521	-4.0	5,110	-21.6	7,081	38.6	6,956	-1.8	8,853	27.3		
	キューバ	R/F/V	5,550	-16.5	5,460	-1.6	6,372	16.7	5,420	-14.9	7,348	35.6		
	コロンビア	N/F/V	5,302	8.9	4,987	-5.9	4,312	-13.5	4,769	10.6	5,578	17.0		
	エクアドル	N/F/V	5,533	16.2	4,868	-12.0	5,106	4.9	5,113	0.1	5,342	4.5		
	コスタリカ	N/F/T	5,368	-1.3	4,746	-11.6	5,026	5.9	4,758	-5.3	5,117	7.5		
パナマ	R/F/V	6,475	13.8	3,133	-51.6	3,988	27.3	4,525	13.5	5,043	11.4			

作成：JNTO（日本政府観光局）/出典：UNWTO（国連世界観光機関）、太平洋アジア

◆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）への入国者の他、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の内数である。

注5）サイパンは北マリアナ諸島に属する。

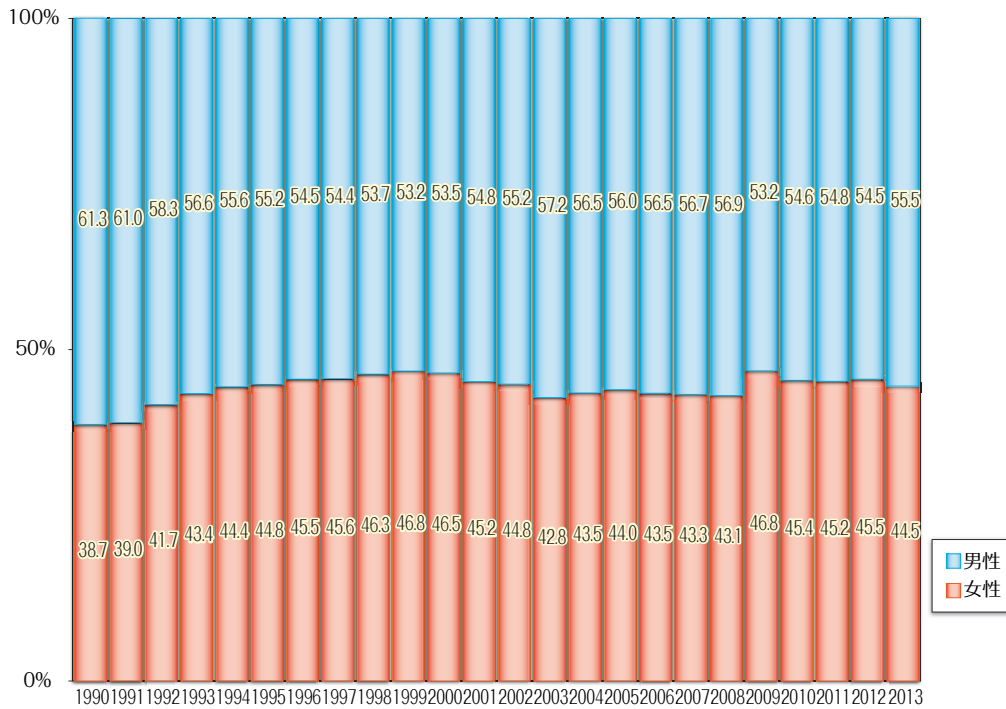
注6）ペルーの数値は全て暫定値である。

注7）北朝鮮、ウズベキスタン、イラン、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。

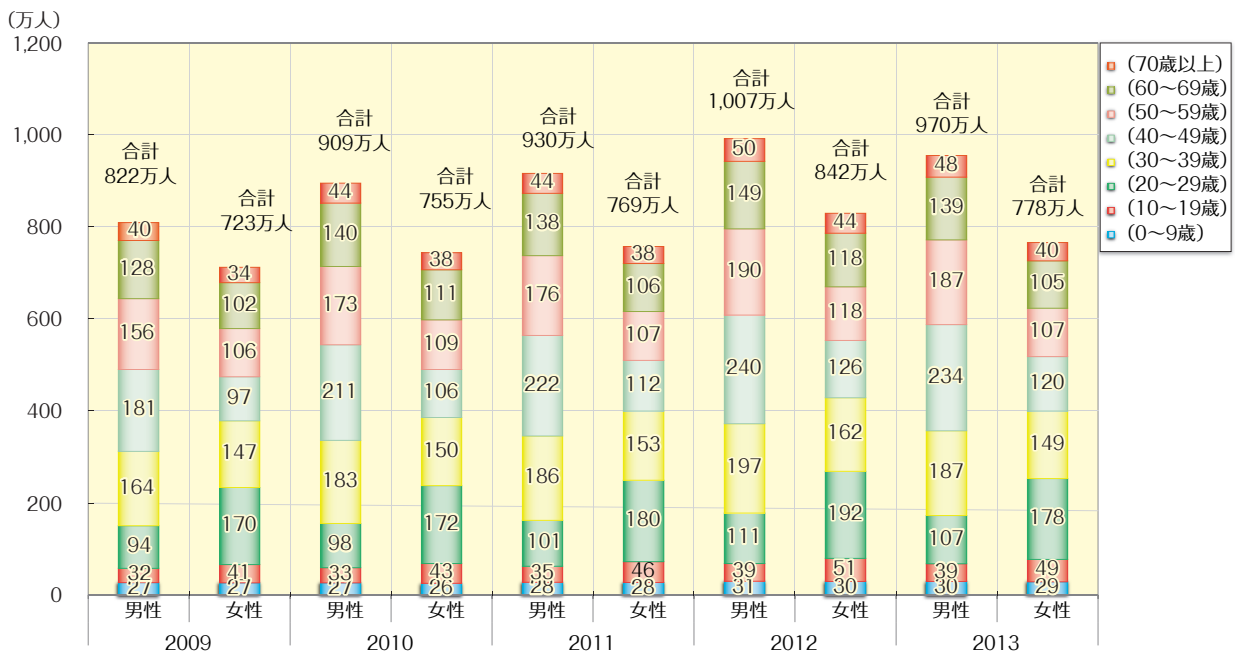
注9）本表の数値は2014年3月現在のものがある。

資料23 日本人海外旅行者の性別構成比の推移



注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

資料24 日本人海外旅行者数の性別・年齢階層別の推移



注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

資料25 出国日本人の旅客輸送の状況

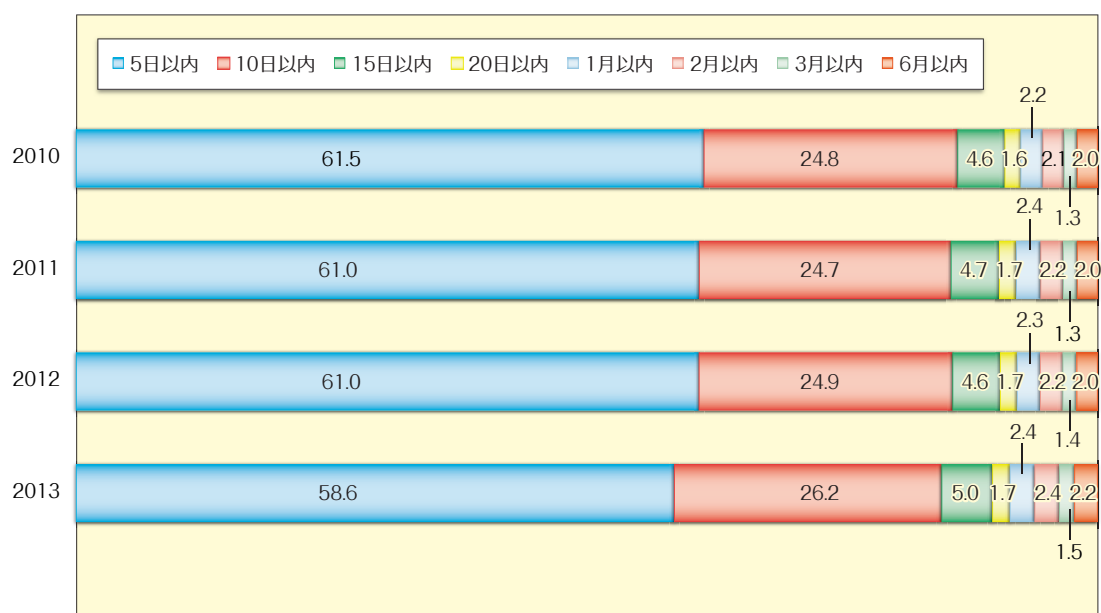
(単位：千人)

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)	

注1) 法務省資料に基づき観光庁作成。

注2) () 内は構成比 (%) を示す。

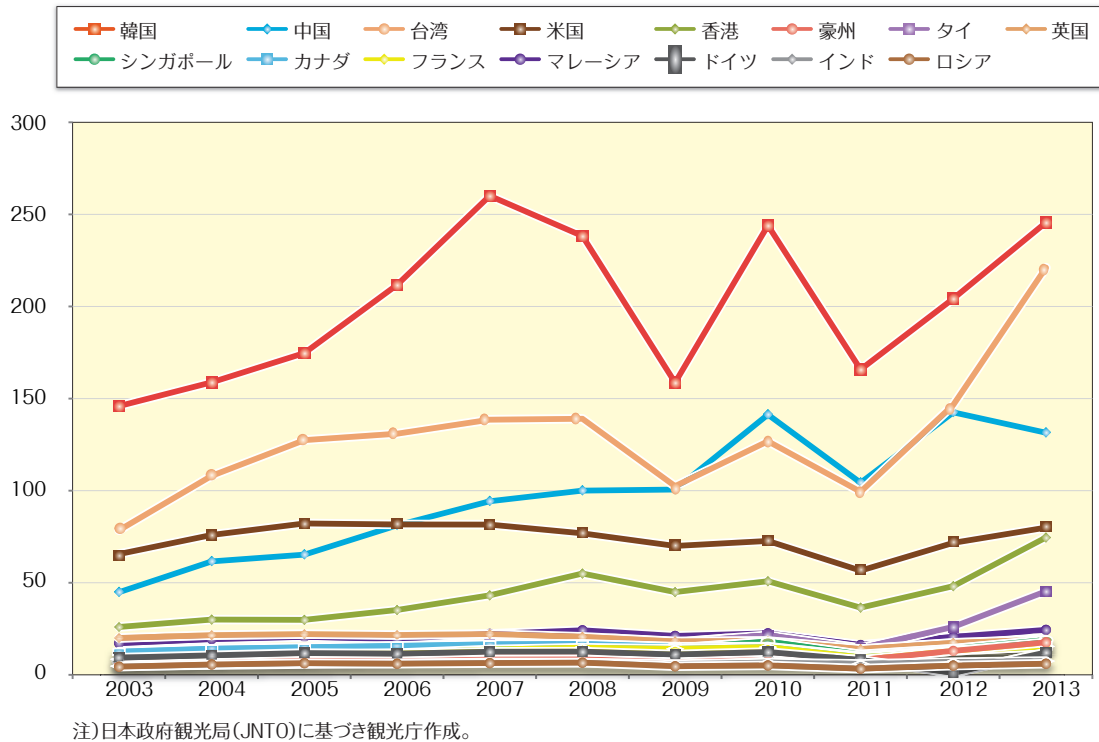
資料26 日本人海外旅行者の滞在期間比率の状況



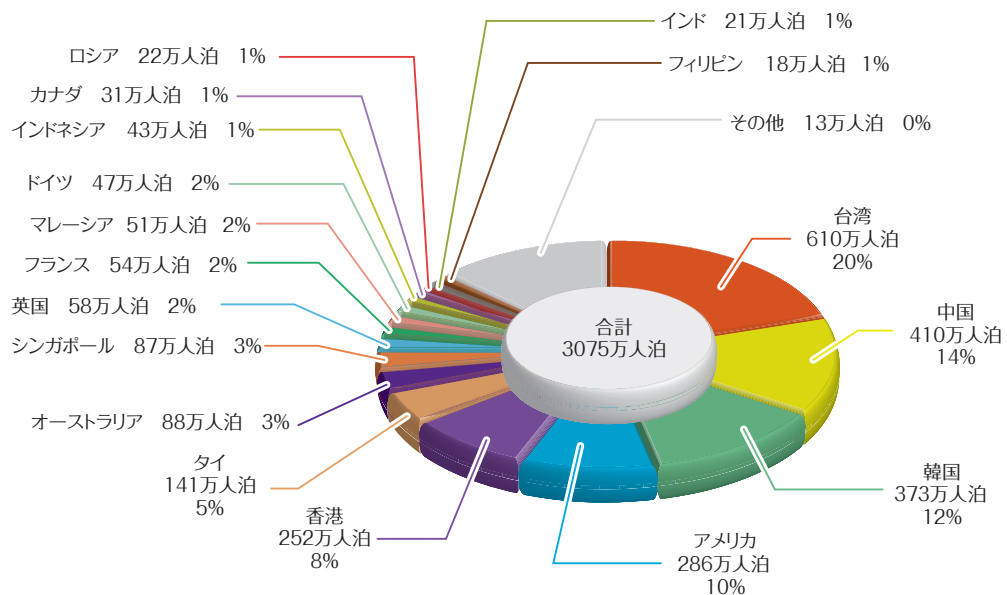
注1) 法務省資料に基づき観光庁作成。

注2) 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28 訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移

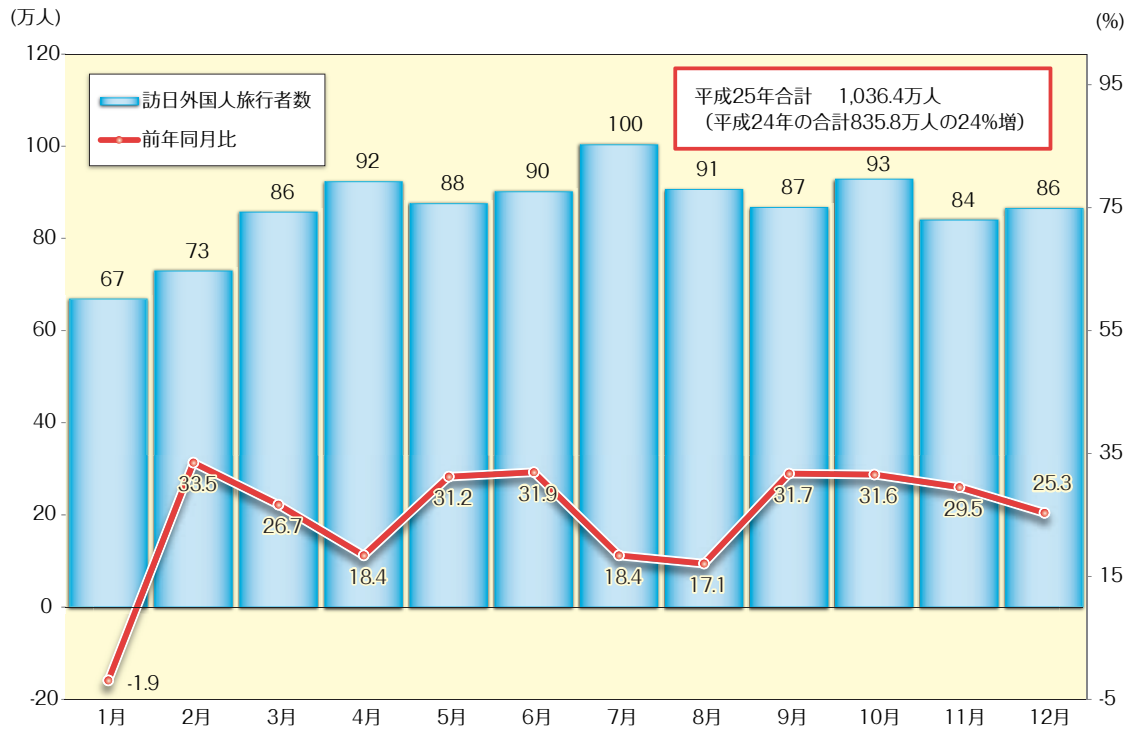


資料29 訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者数 (2013年 (平成25年))



注1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 注2) 「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。
 注3) 従業員数10人以上の施設に対する調査から作成。
 注4) 年間の新設・廃棄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30 訪日外国人旅行者数の月別推移（2013年（平成25年））



注) 日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

資料31 訪日外国人旅行者の訪問率上位都道府県の推移

(単位: %)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	東京都 58.2	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
2	大阪府 25.8	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
3	京都府 21.8	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
4	神奈川県 16.3	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
5	千葉県 11.4	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
延べ訪問率	235.0	234.3	230.2	248.4	192.9	198.8	201.5

注1) 国土交通省観光庁「訪日外国人旅行消費動向調査」及び日本政府観光局 (JNTO) 「JNTO訪日外客訪問地調査2011」による。

注2) 訪問率は、「今回の旅行中に当該地を訪問した」の回答者数÷全回答者数×100により求めたもの。

注3) 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。訪問地は複数回答のため、合計は100%にならない。

注4) 平成19年度までは年度、2011年 (平成23年) 以降は暦年で集計している。

注5) 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、以前の調査結果と直接比較できない。

資料32 訪日外国人旅行者数の目的別推移

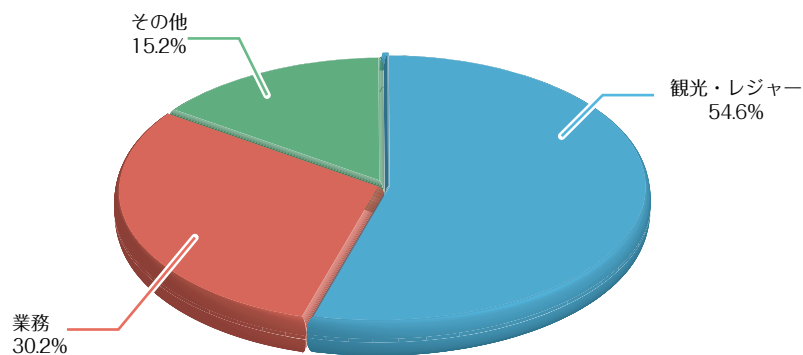
(単位：人)

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 [101.0] (124.0)	7,962,517 [76.8] (131.8)	2,401,387 [23.2] (103.7)

注1) 日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

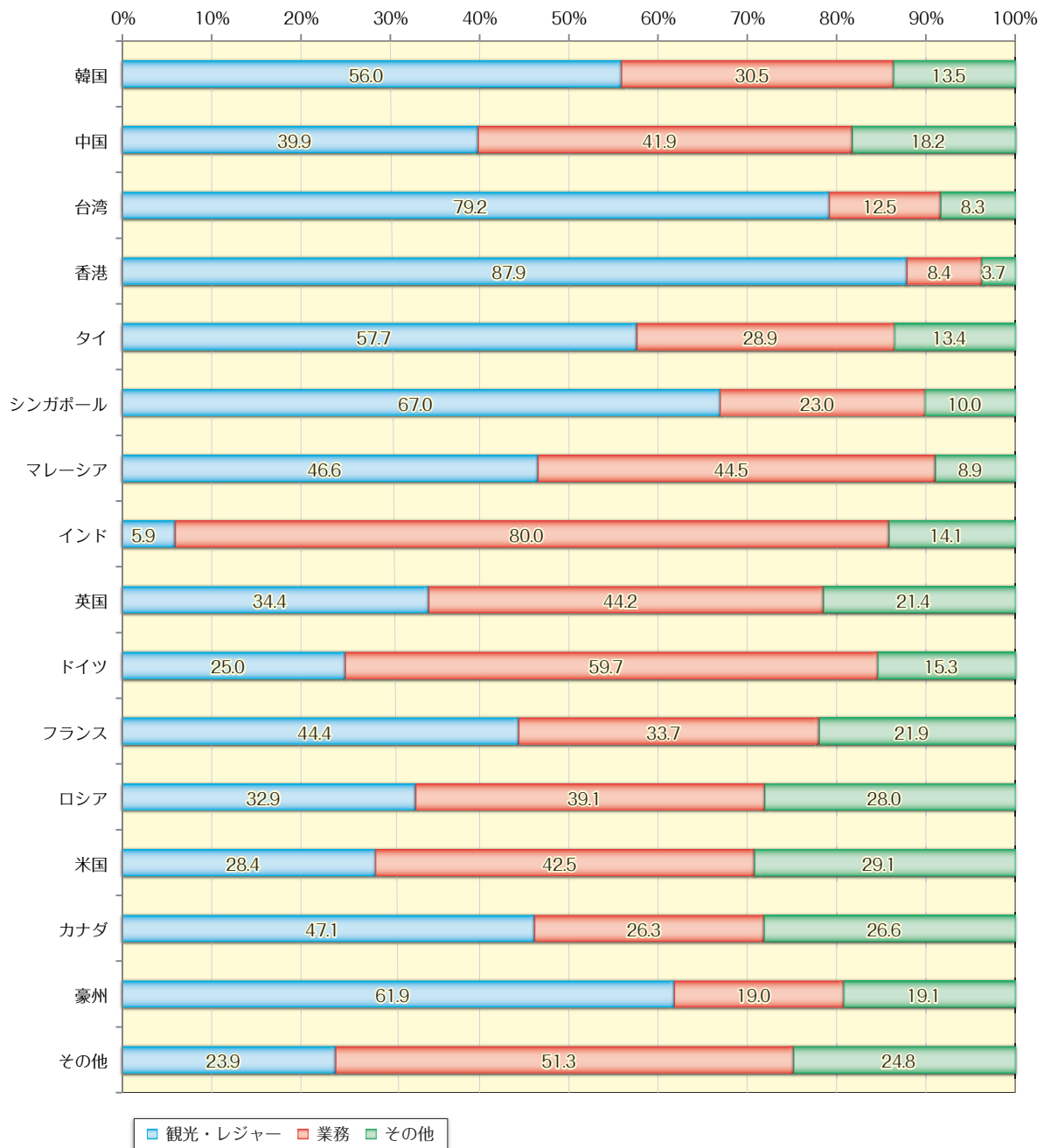
注2) []内は構成比(%)を、()内は前年比(%)を示す。

資料33 訪日外国人旅行者の目的別割合(2013年(平成25年))



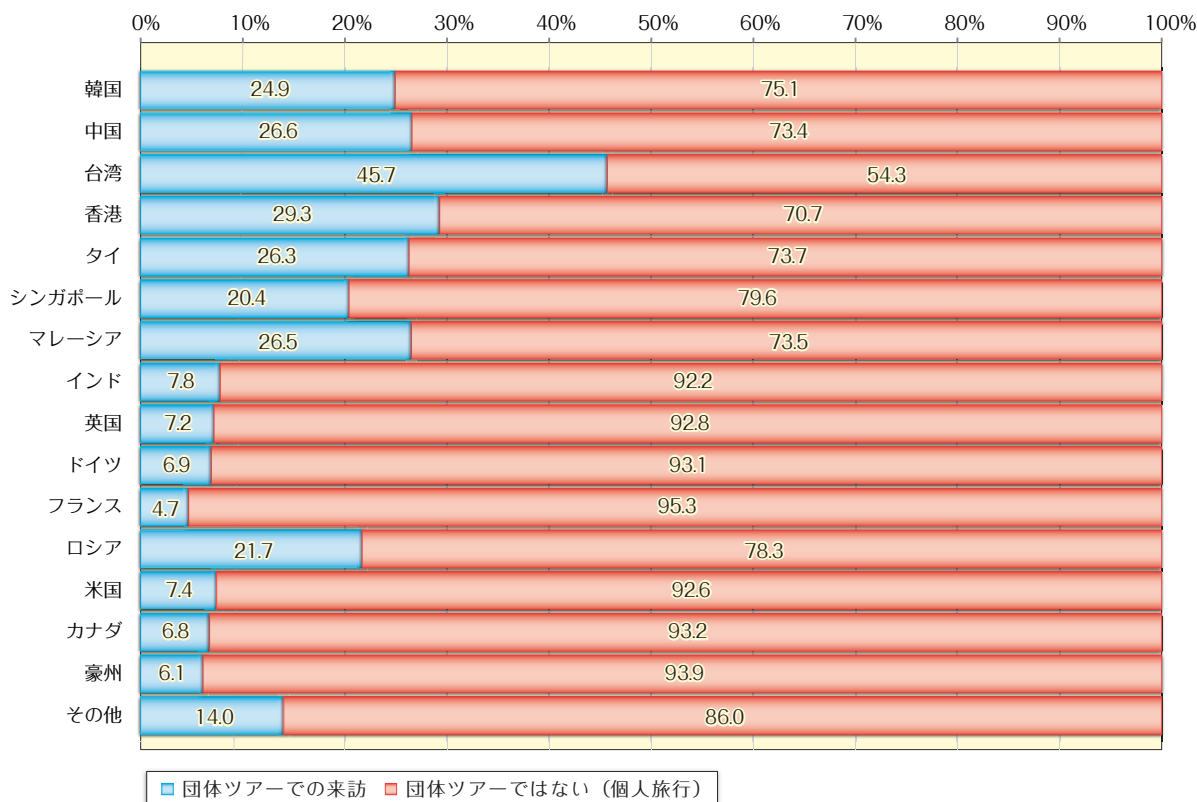
注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料34 国・地域別訪日外国人旅行者の目的別比率（2013年（平成25年））



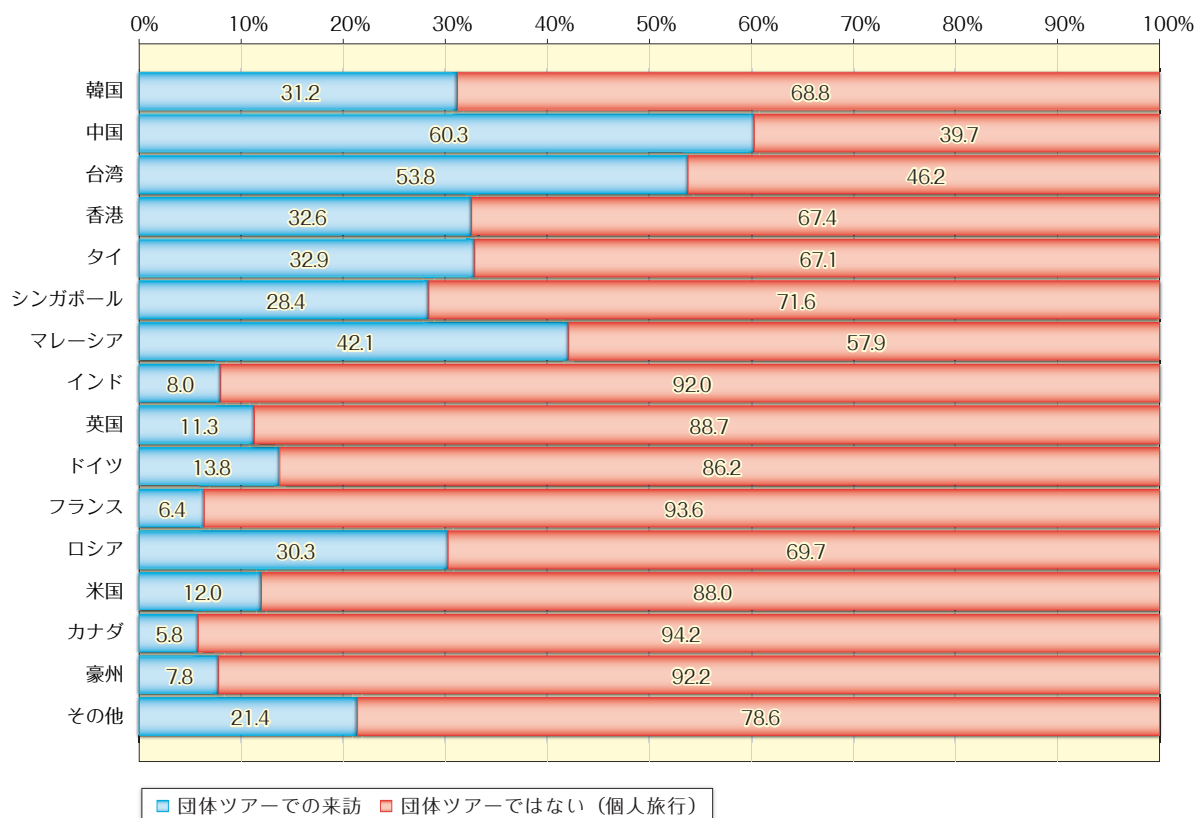
注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料35 国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率（全目的）（2013年（平成25年））



注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料36 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）（2013年（平成25年））



注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料37 入国外国人の旅客輸送の推移

(単位：千人)

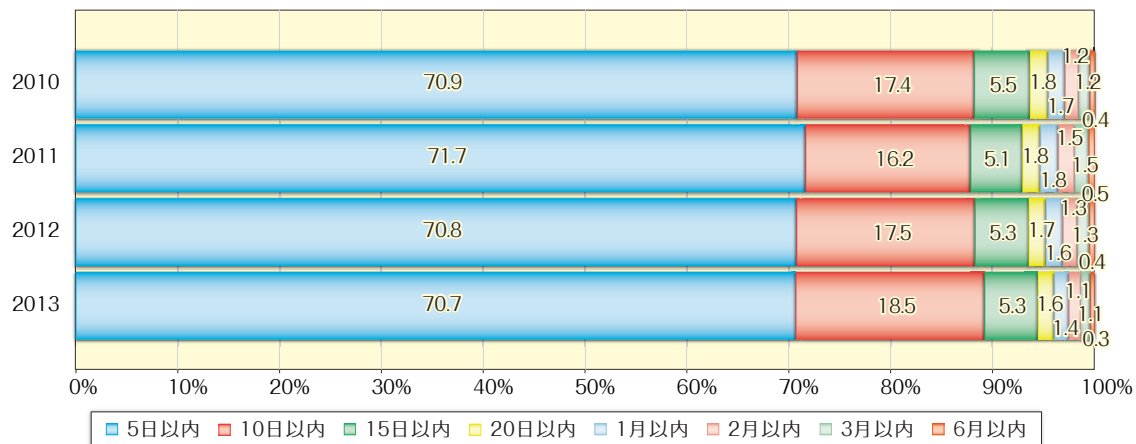
年	地点	航空輸送								海上輸送	合計	
		小計	新千歳	成田国際	東京国際 (羽田)	中部国際	関西国際	福岡	那覇			その他 地方空港
2007		8,486	301	4,376	441	596	1,647	433	84	608	666	9,152
		(92.7)	(3.3)	(47.8)	(4.8)	(6.5)	(18.0)	(4.7)	(0.9)	(6.6)	(7.3)	(100.0)
2008		8,448	311	4,283	533	596	1,641	426	106	550	698	9,146
		(92.4)	(3.4)	(46.8)	(5.8)	(6.5)	(17.9)	(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)

注1) 法務省資料に基づき観光庁作成。

注2) ()内は構成比(%)を示す。

注3) 図表I-11等の訪日外国人旅行者数は、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者(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た外国人旅行者の数であるため、本表の数値とは一致しない。

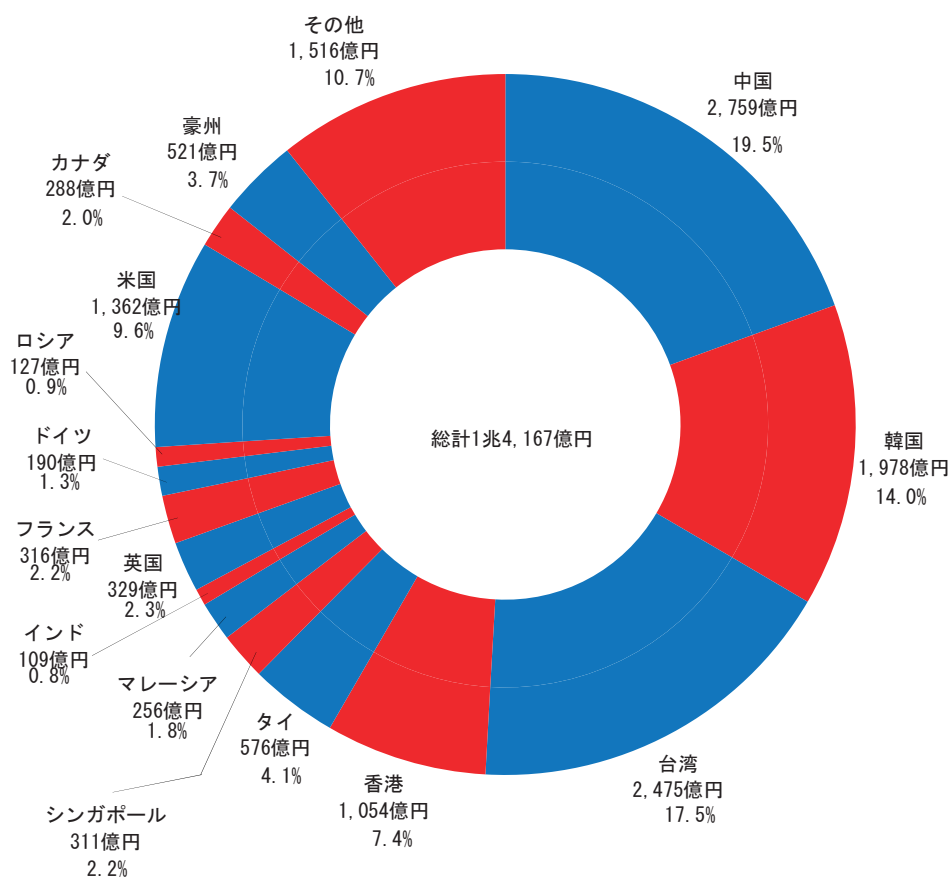
資料38 訪日外国人旅行者の滞在期間比率の状況



注1) 法務省資料に基づき観光庁作成。

注2) 滞在期間が6月以内の入国人数について集計した。

資料39 訪日外国人旅行者の国・地域別旅行消費額（2013年（平成25年））



注1) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

注2) 数値は暫定値。

資料40 訪日外国人旅行者1人1回当たりの旅行総支出額

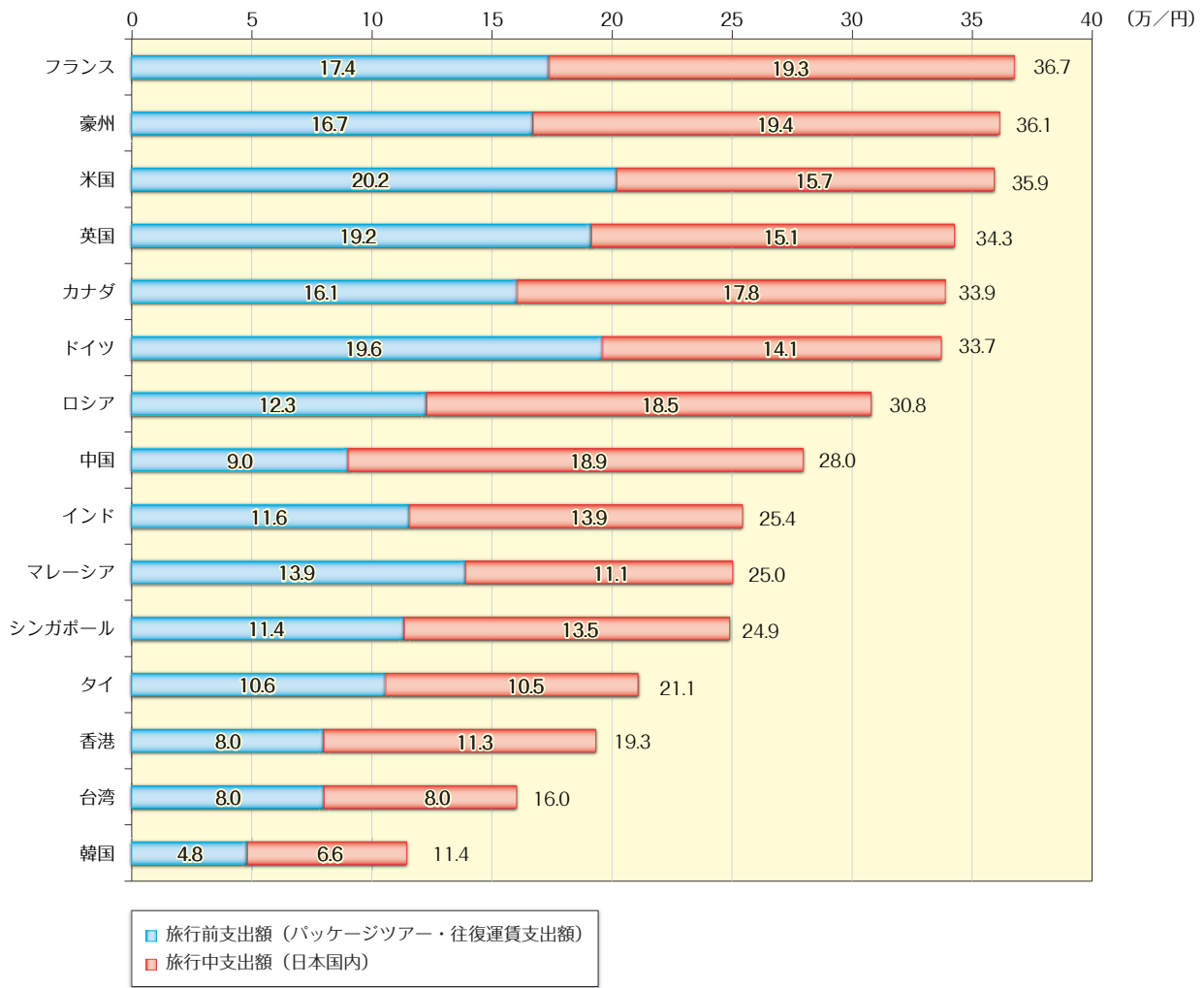
円/人

		旅行前支出額 (パッケージツアー・ 往復運賃支出)	旅行中支出額 (日本国内)	総支出額
訪日外国人 (全国籍)	平成22年	94,946	113,005	207,952
	平成23年	86,820	113,917	200,737
	平成24年	86,823	111,983	198,806
	平成25年	100,687	115,837	216,524
パッケージ ツアー利用者	平成22年	121,039	68,191	189,230
	平成23年	99,845	59,929	159,773
	平成24年	106,102	63,619	169,720
	平成25年	120,814	62,991	183,805
個人手配客	平成22年	82,815	135,860	218,675
	平成23年	81,384	139,828	221,211
	平成24年	79,277	134,551	213,827
	平成25年	91,884	141,929	233,813

注1) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

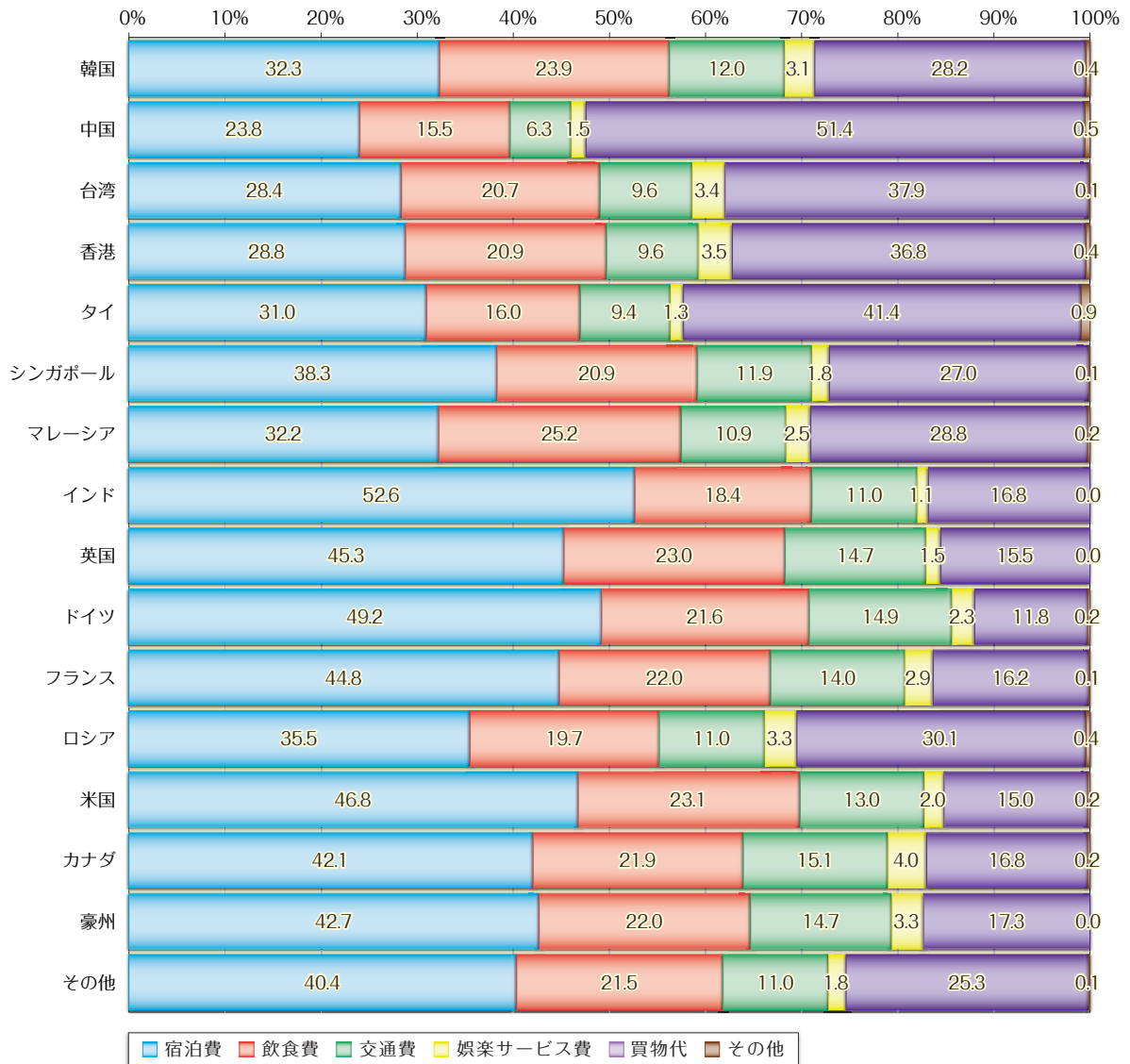
注2) 平成22年は、4-6月期より調査を開始した。

資料41 訪日外国人旅行者の国・地域別1人当たり旅行総支出額（2013年（平成25年））



注) 観光庁「訪日外国人旅行消費動向調査」による。

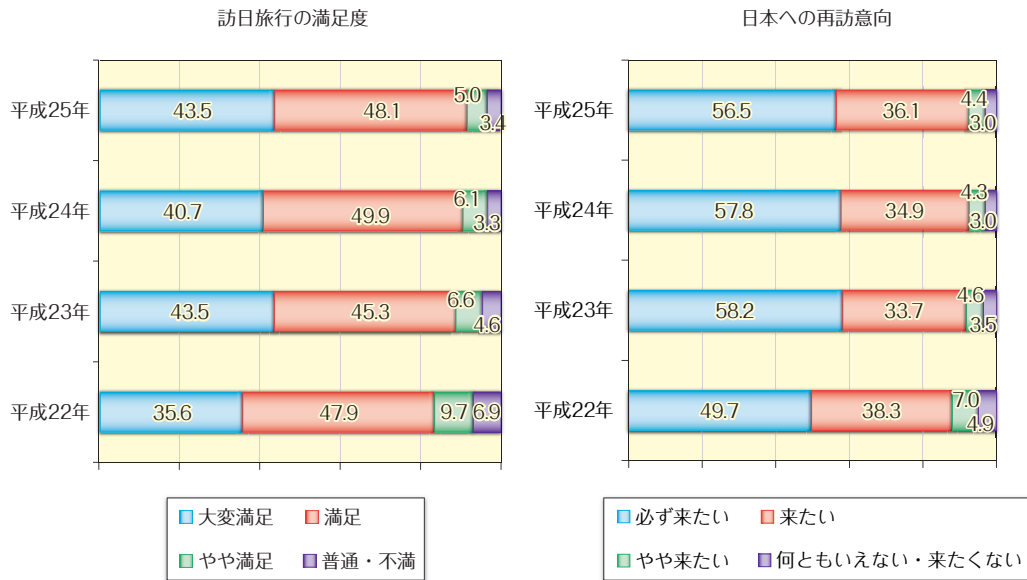
資料42 訪日外国人旅行者の国・地域別旅行支出構成比（2013年（平成25年））



注1) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

注2) 旅行支出とは旅行中支出にパッケージツアー参加費のうちの日本国内に支払われる支出を加えたもの。

資料43 訪日外国人旅行者の満足度・再訪意向



資料44 日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額

(円/人回)

		平成22年	平成23年	平成24年
国内旅行	宿泊旅行	48,412	47,149	47,444
	観光・レクリエーション	53,993	53,166	52,938
	帰省・知人訪問等	39,830	38,787	39,148
	出張・業務	45,573	42,963	43,923
	日帰り	16,122	16,567	14,972
	観光・レクリエーション	16,588	16,314	15,211
	帰省・知人訪問等	17,783	17,730	15,607
海外旅行	出張・業務	13,085	16,357	13,587
		246,457	249,522	242,340
	観光・レクリエーション	247,278	241,758	240,941
	帰省・知人訪問等	267,650	214,820	231,738
出張・業務	232,663	280,674	250,122	

注1) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

注2) 海外旅行については、国内消費額他、旅行中の海外での消費額を含む。

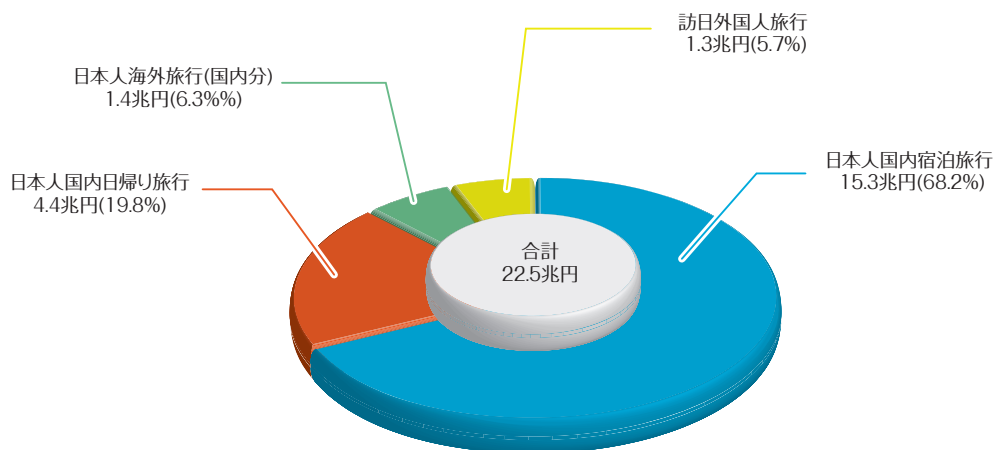
資料45 旅行消費額の推計（2012年（平成24年））

(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	国内の 旅行消費額
旅行消費額（旅行中+前後）	15,323	4,444	1,424	21,192	1,293	22,484
対前年比	1.4%	-10.1%	7.0%	-0.9%	29.6%	0.4%
旅行前後支出	2,245	775	403	3,423		
旅行前支出	2,119	727	387	3,232		
旅行後支出	126	48	16	191		
旅行中支出	12,672	3,669	1,022	17,363		
旅行会社収入	234	33	163	429		
交通費	4,978	1,856	740	7,574		
宿泊費	3,257	0	26	3,283		
飲食費	1,622	501	19	2,142		
土産代・買物代	1,876	867	55	2,798		
入場料・施設利用料	521	364	0	885		
その他	184	48	19	251		
別荘の帰属家賃	406	0	0	406		
			g	h=d+g		
			海外旅行 (海外分)	国民の旅行 (海外分含)		
			3,274	24,466		

注) 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。

資料46 国内の旅行消費額の市場別内訳（2012年(平成24年)）



注) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支状況(確報)」により観光庁作成。

資料47 日本国内における旅行消費額の経済効果（2012年（平成24年））

	旅行消費額 (最終需要)	(単位：兆円)			(単位：兆円)			(単位：万人)		
		生産波及効果			付加価値効果			雇用効果		
		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)	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24年 日本国内における 旅行・観光消費の経済波及効果	22.5	21.5	37.3	46.7	10.9	18.6	23.8	213	325	399
産業全体に占 めるシェア※		2.4%	4.1%	5.1%	2.3%	3.9%	5.0%	3.3%	5.0%	6.2%
乗数（波及効果/直接効果）			1.7	2.2		1.7	2.2		1.5	1.9
平成23年 推計値	22.4	21.4	37.0	46.4	10.8	18.5	23.7	213	323	397
対前年増加率（平成24年/平成23年）	0.4%	0.5%	0.7%	-4.7%	-5.3%	-4.7%	0.5%	-5.3%	0.5%	-5.0%

※産業全体に相当する数値

平成24年産出額

平成24年GDP（名目）

平成24年就業者数

905.0兆円

473.8兆円

6,437万人

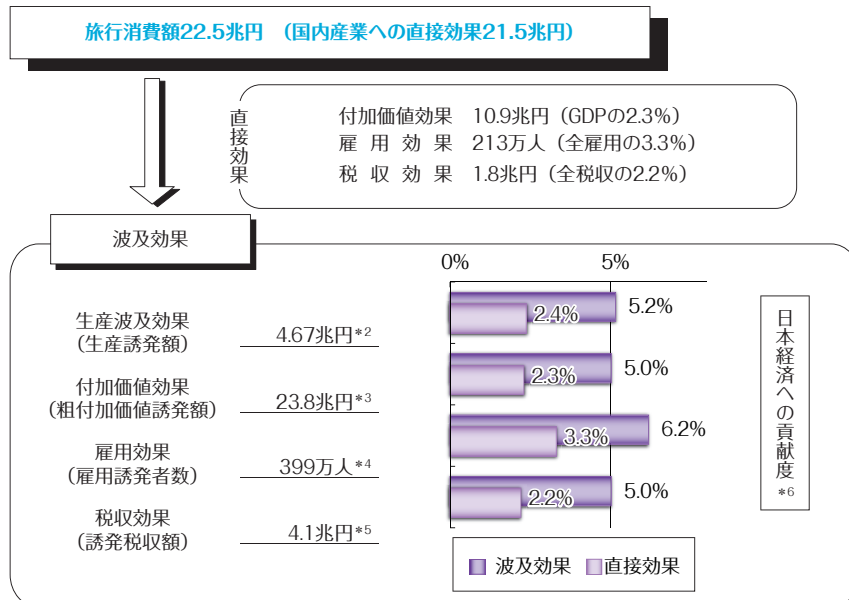
(単位：十億円)

	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	5.0%	542	926	1,187
直接税	個人	786	1,309	1,619
	法人	450	892	1,258
合計		1,778	3,127	4,064
平成24年度税収（78.6兆円）に占める割合		2.2%	3.9%	5.0%

注1）観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。

注2）平成24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48 旅行消費が日本国内にもたらす経済効果（2012年（平成24年））



注1）観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。

注2）国民経済計算における産出額905.0兆円に対応（2012年（平成24年））

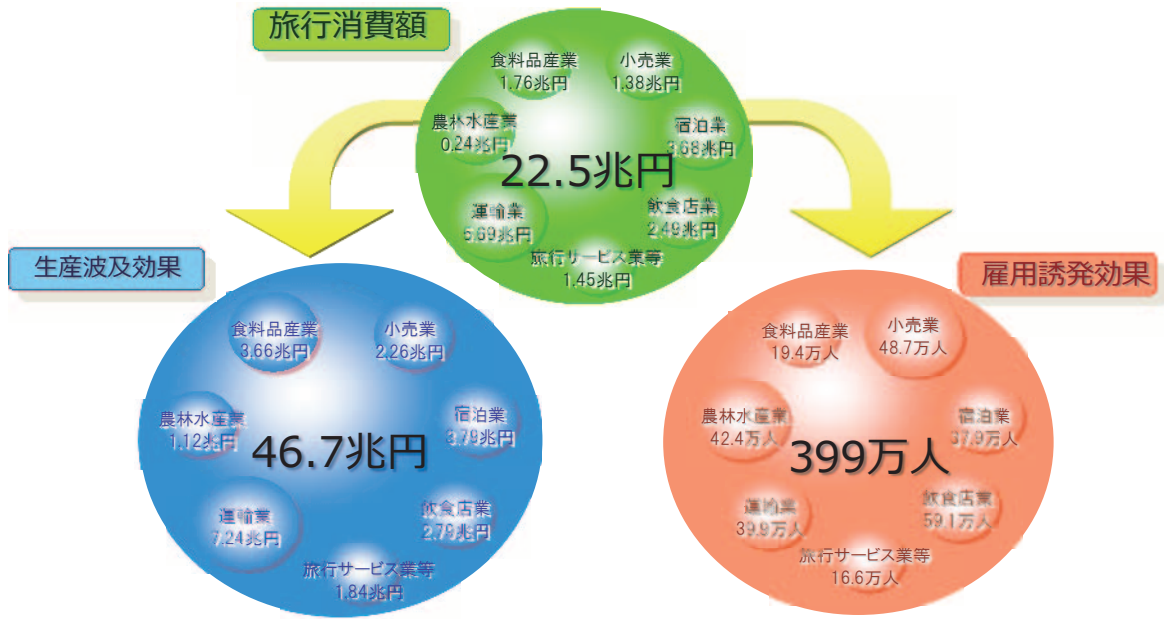
注3）国民経済計算における名目GDP473.8兆円に対応（2012年（平成24年））

注4）国民経済計算における就業者数6,437万人に対応（2012年（平成24年））

注5）国税+地方税80.8兆円に対応（平成24年度）

注6）ここで言う貢献度とは全産業に占める比率。

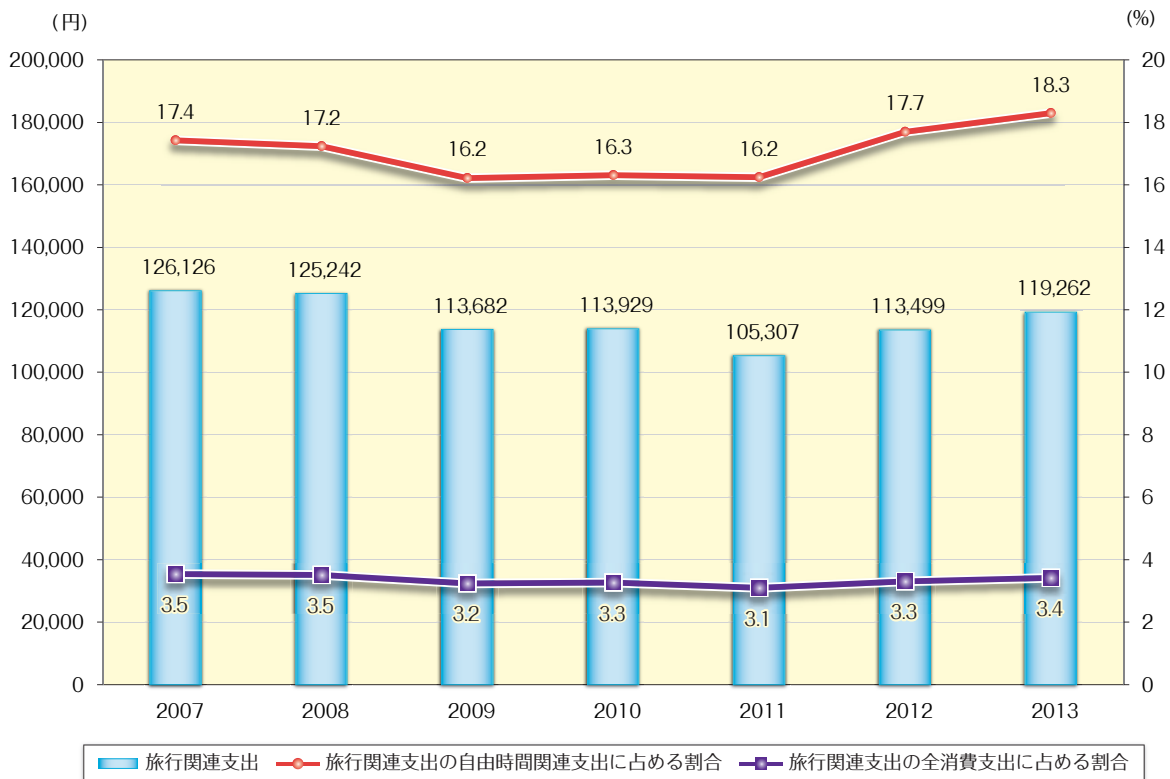
資料49 旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果（2012年（平成24年））



注1) 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。

注2) 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50 旅行関連の支出の推移



注1) 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））により観光庁作成。

注2) 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3) 旅行関連支出とは、「宿泊費（宿泊料、バック旅行）」、「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51 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 (9.4)	2.2 (△0.2)
	2013	23,281	9,019	3,492 (1.5)	329 (2.7)	14,262	6,401 (1.6)	91 (7.2)	2.3 (2.7)

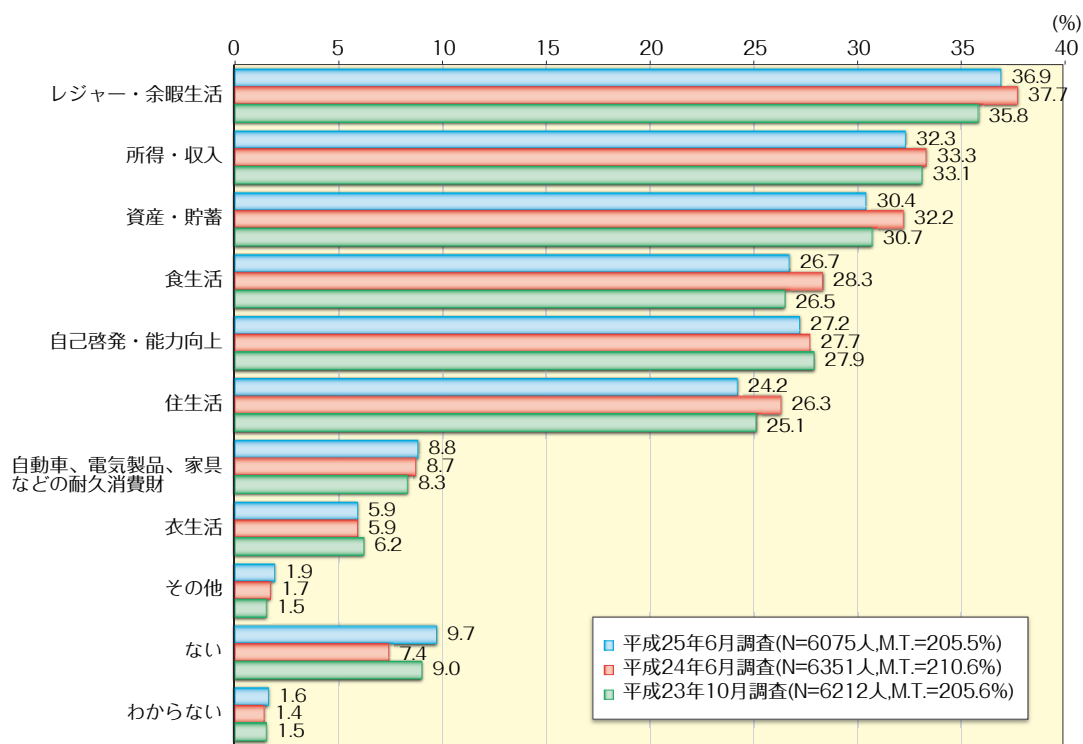
注1) 国土交通省「国土交通月例経済」(平成26年3月号)より観光庁作成。

注2) () の数値は前年比伸び率を示す。

注3) 2012年の値は速報値。

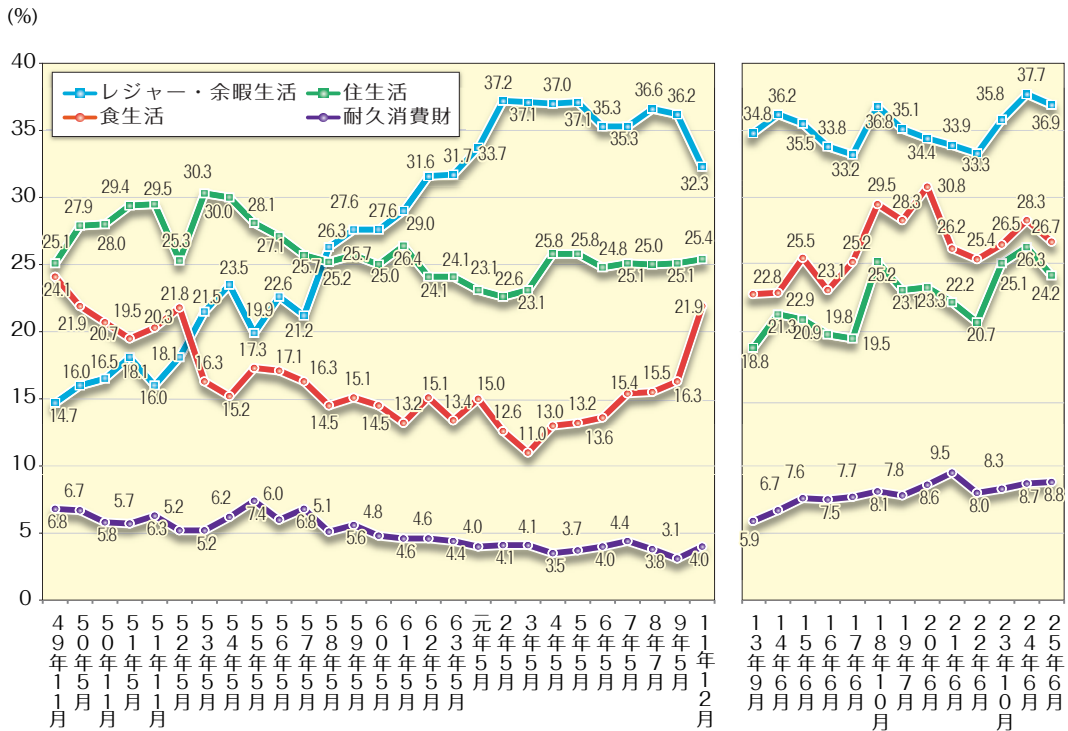
注4) フェリーは長距離の輸送人員を示す。

資料52 今後の生活の力点



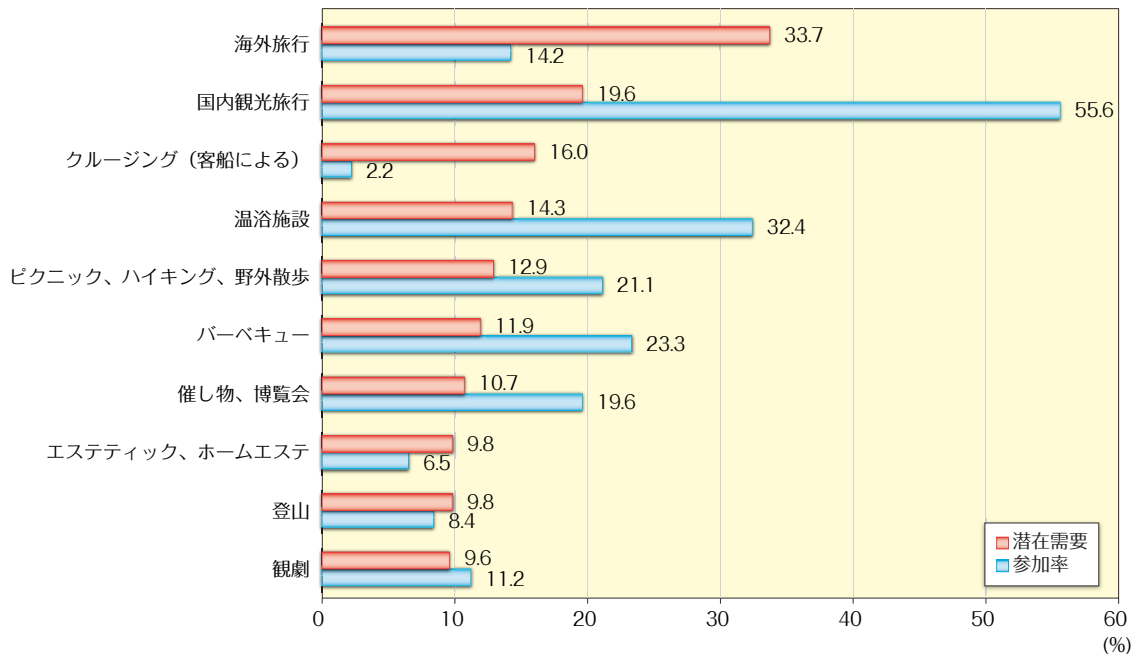
注) 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」による。

資料53 今後の生活の力点の推移



注1) 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」による。
 注2) 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3) 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、以前の調査結果と直接比較できない。

資料54 余暇活動の潜在需要上位10種目 (2012年 (平成24年))



注) 公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2013」による。

資料55 現在の生活に対する満足度 (2013年 (平成25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	6,075	71.0	10.3	60.7	27.6	22.2	5.3	1.1	0.3
〔性〕									
男性	2,813	68.5	9.0	59.4	30.4	23.7	6.6	0.9	0.3
女性	3,262	73.1	11.4	61.7	25.1	20.9	4.2	1.3	0.4
〔年齢〕									
20～29歳	461	78.3	16.1	62.3	20.2	17.1	3.0	1.3	0.2
30～39歳	761	76.0	10.8	65.2	23.7	20.9	2.8	0.4	-
40～49歳	987	66.3	8.4	57.9	32.9	27.1	5.9	0.5	0.3
50～59歳	1,015	65.9	7.4	58.5	33.6	25.5	8.1	0.5	-
60～69歳	1,411	70.0	9.1	60.8	28.0	22.9	5.1	1.6	0.4
70歳以上	1,440	73.8	12.7	61.0	23.7	18.3	5.3	1.8	0.8
〔性・年齢〕									
(男性)	2,813	68.5	9.0	59.4	30.4	23.7	6.6	0.9	0.3
20～29歳	227	77.1	17.2	59.9	21.6	17.2	4.4	1.3	-
30～39歳	357	75.1	9.0	66.1	24.9	21.0	3.9	-	-
40～49歳	459	64.3	8.7	55.6	34.9	28.3	6.5	0.4	0.4
50～59歳	455	62.6	6.4	56.3	37.4	28.1	9.2	-	-
60～69歳	653	67.4	7.0	60.3	30.9	23.9	7.0	1.4	0.3
70歳以上	662	69.9	10.3	59.7	27.9	21.1	6.8	1.5	0.6
(女性)	3,262	73.1	11.4	61.7	25.1	20.9	4.2	1.3	0.4
20～29歳	234	79.5	15.0	64.5	18.8	17.1	1.7	1.3	0.4
30～39歳	404	76.7	12.4	64.4	22.5	20.8	1.7	0.7	-
40～49歳	528	68.0	8.1	59.8	31.3	25.9	5.3	0.6	0.2
50～59歳	560	68.6	8.2	60.4	30.5	23.4	7.1	0.9	-
60～69歳	758	72.2	10.9	61.2	25.5	22.0	3.4	1.8	0.5
70歳以上	778	77.0	14.8	62.2	20.1	15.9	4.1	2.1	0.9

注) 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25年6月)による。

資料56 観光庁関係予算（平成26年度）

(百万円)

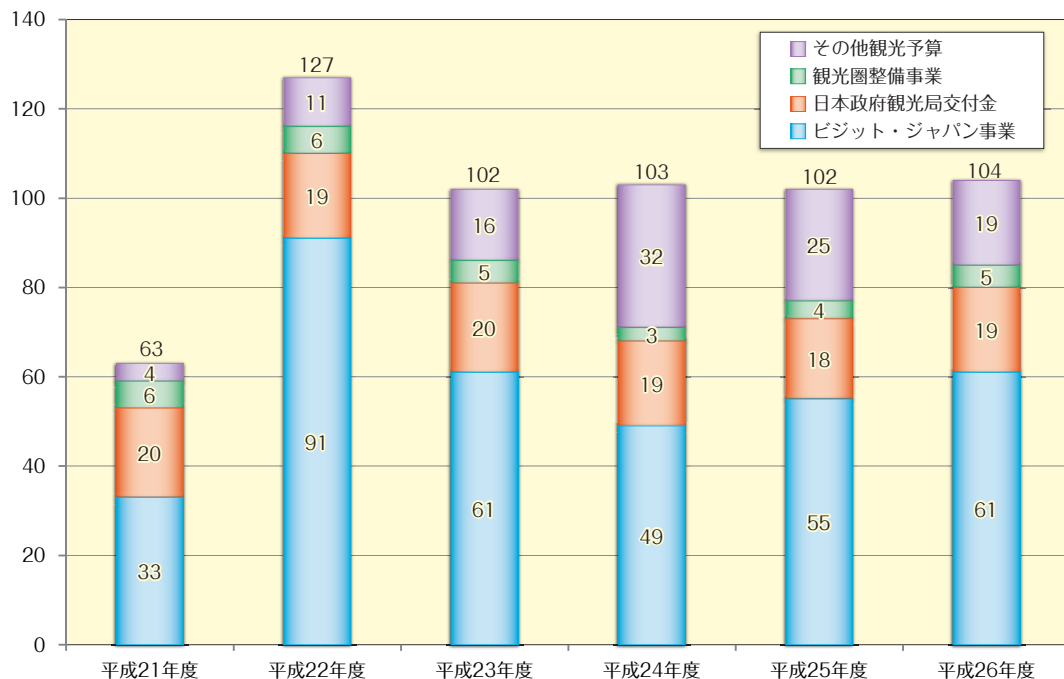
	26年度予算額 (A)	前年度予算額 (B)	対前年度倍率 (A/B)
1. 訪日外国人旅行者数拡大に向けたインバウンド政策の推進	8,497	8,208	1.04
◎ 戦略的訪日拡大プランの推進（ビジット・ジャパン事業）	1,202	0	皆増 0.86
○ 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	4,903	5,686	1.07
○ 宿泊施設の情報提供促進事業	11	0	皆増
○ 通訳ガイド制度の充実・強化	19	25	0.75
○ 国際会議等（MICE）の誘致・開催の促進	450	405	1.11
○ 日本政府観光局（JNTO）運営費交付金 前年度限り	1,912 0	1,837 255	1.04 皆減
2. 観光地域づくり支援	522	545	0.96
◎ 観光地ビジネス創出の総合支援	72	0	皆増
○ 観光地域ブランド確立支援事業	274	343	0.80
○ 地域観光環境改善事業	86	99	0.87
○ 観光地域動向調査事業	39	38	1.03
○ 観光地域評価事業 前年度限り	50 0	49 16	1.02 皆減
3. 旅行振興	60	100	0.60
○ 旅行の安全の確保・向上方策検討調査	24	25	0.95
○ ユニバーサルツーリズム促進事業 前年度限り	37 0	39 36	0.94 皆減
4. 観光統計の整備	429	518	0.83
5. その他（経常事務費等）	302	284	1.06
合計	9,811	9,655	1.02
（うち新しい日本のための優先課題推進枠）	1,274	0	）

復興枠を含めた総計	10,359	10,232	1.01
-----------	--------	--------	------

◎新しい日本のための優先課題推進

資料57 観光庁関係予算の推移

(億円)



1. 観光立国全体の大きな方針の策定について

- 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」の策定と改定
 - ・昨年6月に第2回観光立国推進閣僚会議で決定。「2000万人の高みを目指す」との総理指示を受け、今年6月を目途に改定するべく政府部内で検討中。
（官邸HP） <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kankorikkoku/index.html>
（観光庁HP） http://www.mlit.go.jp/kankocho/category01_000048.html
- 交通政策審議会観光分科会における議論
 - ・本年2月より、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指すための政策の方向性について議論を開始。今年6月に中間取りまとめを行う予定。
（国土交通省HP） https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/s302_kanko01.html

2. 訪日外国人観光客の誘致

- ビジット・ジャパン事業
 - ・海外プロモーションを積極的に行ったことで、2013年に政府目標である訪日外国人旅行者数1000万人を達成。
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/vjc.html>
- ビザ要件の緩和
 - ・タイ及びマレーシア向けビザ免除（平成25年7月1日）等のビザ要件の緩和を実施済。
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/visa/>
- 日本政府観光局（JNTO）の強化
 - ・ビジット・ジャパン事業を効果的に実施するため、平成27年度より同事業の実施主体を原則として観光庁から日本政府観光局（JNTO）へ変更する予定（昨年12月閣議決定）。
 - ・14番目の海外事務所としてジャカルタ事務所を開設した（今年3月）。
http://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/pdf/20140319_jakarta_office.pdf

3. 訪日外国人受入環境の整備

- 多言語対応ガイドラインの策定
 - ・外国人目線に立って、美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等に共通する多言語対応ガイドラインを策定した（今年3月）。
https://www.mlit.go.jp/kankocho/news03_000102.html
- 外国人旅行者向け消費税免税制度の改正、地域における免税店の拡大
 - ・免税対象をお菓子や化粧品などを含む全ての消耗品に拡大することを決定（昨年12月）。今年10月より実施。
 - ・免税店シンボルマークを創設（今年1月）し、免税店相談窓口を設置（今年4月）。
制度改正の内容：http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000197.html
免税店シンボルマーク：http://www.mlit.go.jp/kankocho/news03_000098.html
- 外国人旅行者の決済環境の改善
 - ・観光庁より、メガバンク3行に対して、海外発行クレジットカード対応ATMの設置を要請し

たところ、メガバンク側は平成27年度からの順次設置を決定。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/news03_000095.html

○出入国手続の迅速化・円滑化

- ・ファストレーン（VIP等が優先して使用することのできるレーン）設置に向けた検討会を開催中。主要空港での早期導入の実現に向けて検討中。

4. MICE※（国際会議等）の誘致促進

※Meeting, Incentive, Convention/Conference, Eventの頭文字を取ったもの。

○グローバルMICE都市の育成

- ・「グローバルMICE戦略都市」として5都市「グローバルMICE強化都市」として2都市を選定し、海外アドバイザー派遣等を通じて、都市のマーケティング能力の向上を支援。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/news07_000049.html

○MICEアンバサダープログラムの導入

- ・学会の有力者等8名をMICEアンバサダーに任命し、国際会議の誘致につなげる。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics07_000031.html

○ユニークベニユーの開発、利用促進

- ・博物館・美術館等を会議・レセプションの会場として活用するいわゆるユニークベニユーの利用促進・円滑化を図るための手引書（ハンドブック）を作成。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/news07_000075.html

○奈良観光統計ウィークの誘致・開催

- ・第13回観光統計グローバルフォーラム、UNWTO観光統計スペシャルワークショップを誘致。両イベントを奈良県において今年11月17日～21日に開催。

<http://naratourismstatisticsweek.visitors.jp/>

5. 魅力ある観光地域づくりの促進

○観光による東北の復興

情報発信等を行うことで観光による東日本大震災からの復興を支援。

<http://tohoku-monogatari.org/>

○観光地域づくり関連支援メニュー集

関係省庁による観光地域づくり支援施策を一覧で紹介するメニュー集を作成。

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/shienmenu.html>

○全国自治体・観光協会等リンク集

全国自治体・観光協会等のHP（計2,403）のポータルサイトとして、観光庁HPにリンクを一元的に集約して掲載。

http://www.mlit.go.jp/kankocho/kanko_links.html

○官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業

- ・地域の特色ある素材を商品化していく取り組みを支援し、78件の旅行ツアーの商品化を実現。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/news05_000146.html

- ・700品を超えるお土産の中から日本の食ブランドを代表するお土産10品を選び、その魅力を発信するイベント（究極のお土産フォーラム）を実施済（昨年11月）。

<http://tabicollege.jp/omiyage/>

○おもてなし研究会の開催

観光協会に求められる役割等について有識者による議論を実施中。

http://www.mlit.go.jp/kankocho/news04_000067.html

○国内外から選好される魅力ある観光地域づくりの促進

複数市町村が一体となったエリア（観光圏）における官民連携による観光地域づくりを促進。

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/seibi.html>

6. 観光産業の強化や旅行振興

○旅館向け経営管理支援ツールの策定

・旅館経営者が管理会計や経営管理を行う上で活用できるマニュアルを策定し、公表済。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/news06_000203.html

○地方大学における産学官連携人材育成事業

・各地域の宿泊産業の強化を目指し、ホテル・旅館の若手経営者・後継者を対象としたセミナーを、観光庁と意欲ある大学とで連携して実施済。

http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics06_000041.html

○旅行産業研究会の開催（全8回）

・今後の旅行産業のあり方、現行諸制度の見直しの方向性等についてとりまとめを公表済。

http://www.mlit.go.jp/kankocho/page06_000076.html

○ユニバーサルツーリズムの普及・促進

・高齢者等を含めた誰もが安心して旅行を楽しむことができる環境を整備するため、地域の受入体制の強化、旅行商品の造成・普及に向けたマニュアルを策定し、公表済。

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sangyou/manyuaru.html>