

観光立国へのスキーム ～地域の資源を活用してツーリズムの確立へ～

平成28年11月14日

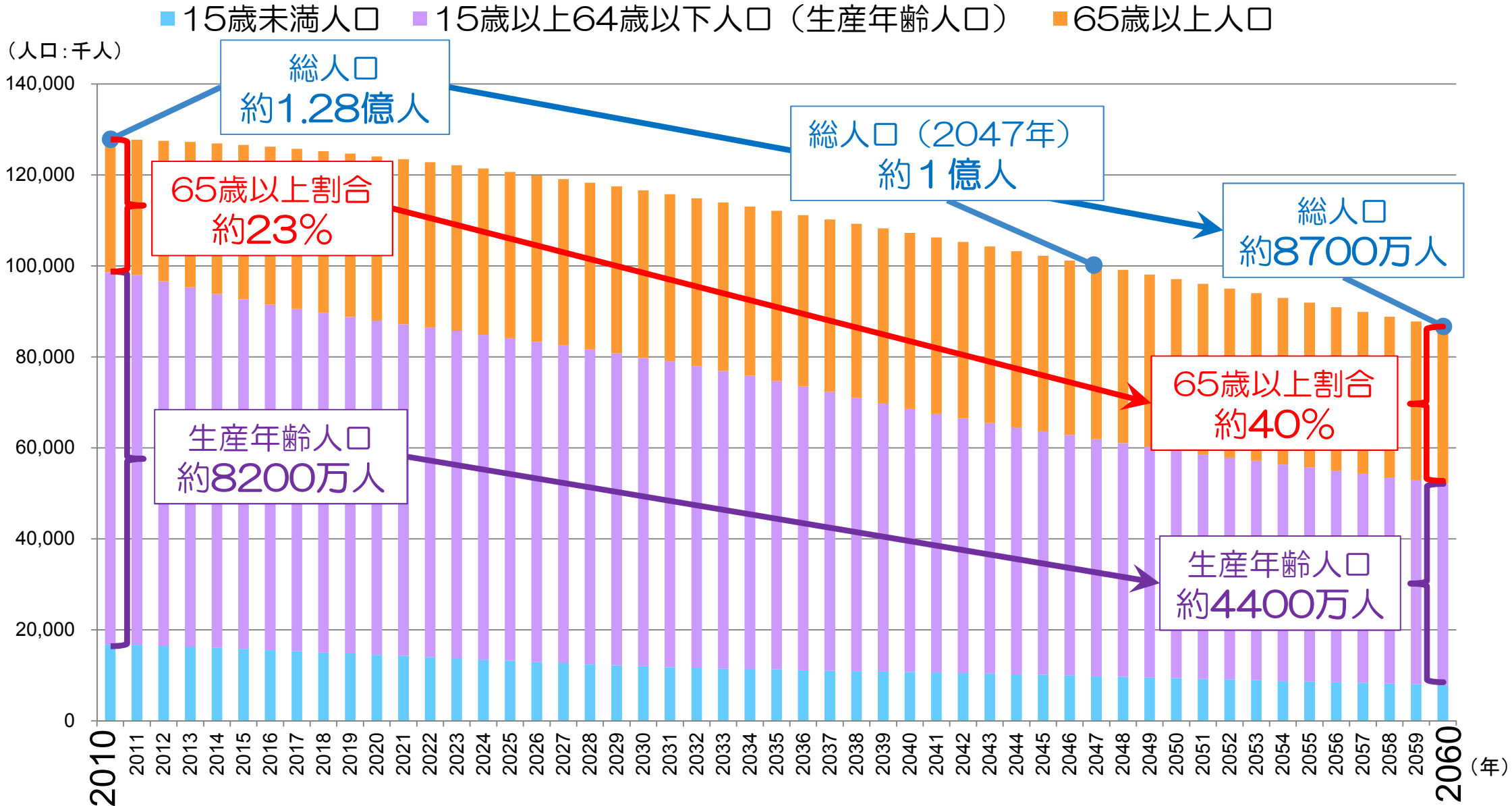
観光庁観光地域振興部観光資源課

太田 雄也

1. 観光を取り巻く現状

人口減少・少子高齢化の推移・予測

- 今後、人口減少が進み、2047年には1億人程度となる見通し。
- 少子高齢化が急速に進行しており、2060年には総人口の約40%が65歳以上になる見通し。
- それにより、生産年齢人口は現在の2060年には現在の半分近くまで減少。



観光交流人口増大の経済効果(2015年)

○定住人口1人当たりの年間消費額(125万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)25人分、国内旅行者(日帰り)80人分にあたる。

定住人口=1億2,711万人
1人当たり年間消費額=125万円

旅行消費額

訪日外国人旅行3.5兆円

国内旅行(海外分除く)20.4兆円

うち宿泊旅行 15.8兆円
うち日帰り旅行 4.6兆円

訪日外国人旅行者

1,974万人

国内旅行者(宿泊+日帰り)

6億0,472万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億2,199万人
うち日帰り 2億9,173万人

1人1回当たり消費額
17万6,167円

1人1回当たり消費額
宿泊 5万0,520円
日帰り 1万5,758円

+

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

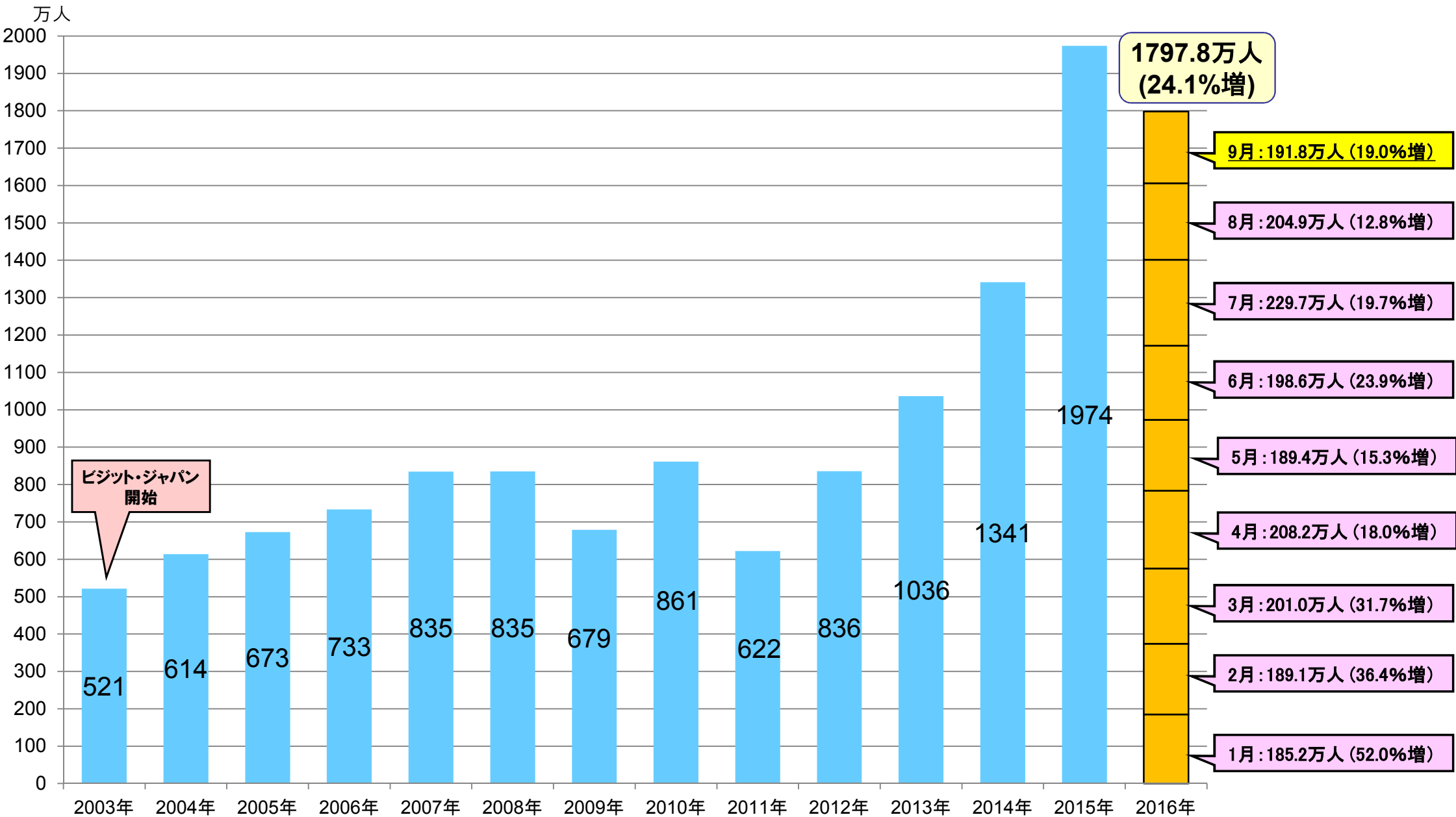
国内旅行者(宿泊)25人分

又は

国内旅行者(日帰り)80人分

定住人口は2015年国勢調査 人口速報集計結果(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2015年家計調査(総務省)による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2015年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。
訪日外国人旅行者はJNTO(2015年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2015年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。(※観光庁資料)

訪日外国人旅行者数の推移



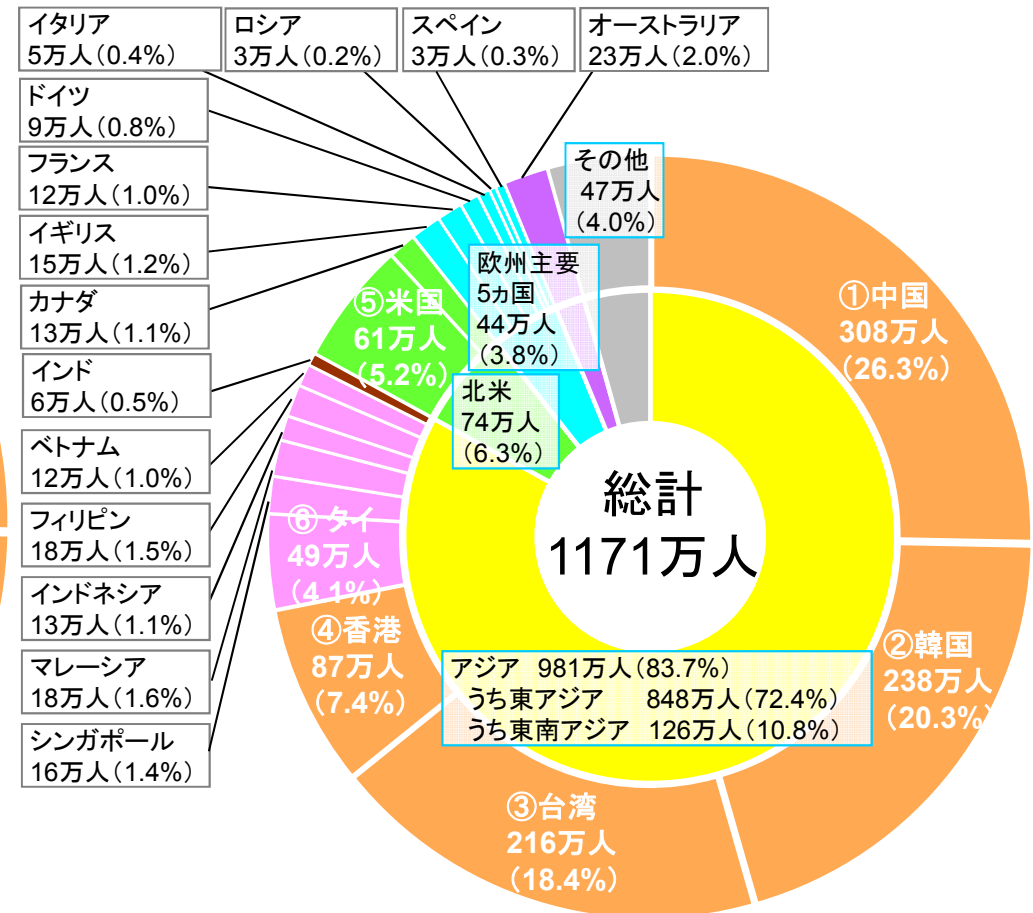
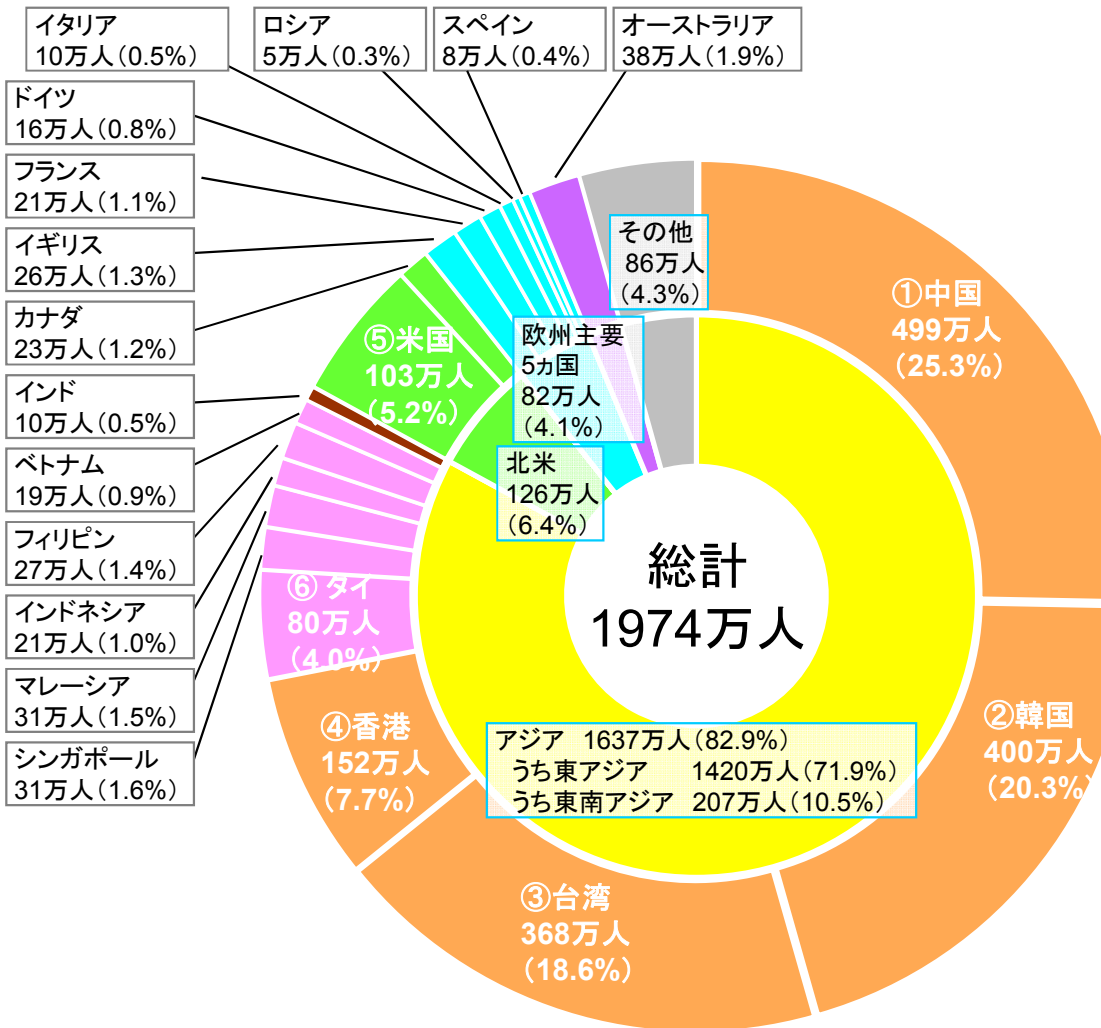
注) 2015年の値は確定値、2016年1～7月の値は暫定値、2016年8月～9月の値は推計値、%は対前年(2015年)同月比

出典: JNTO(日本政府観光局)

訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

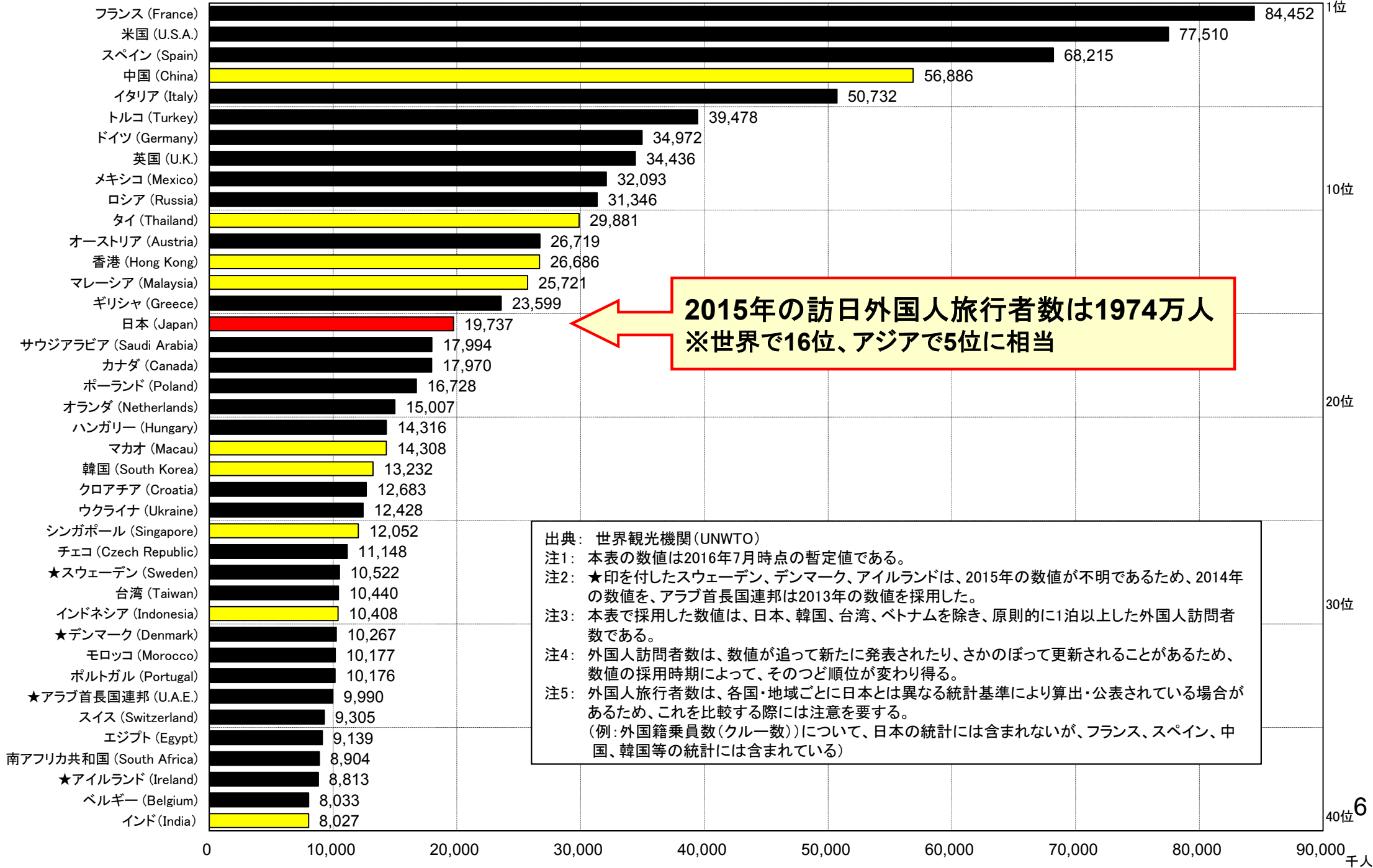
【2015年(確定値)】

【2016年上半期(推計値)】



※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

外国人旅行者受入数の国際比較(2015年)



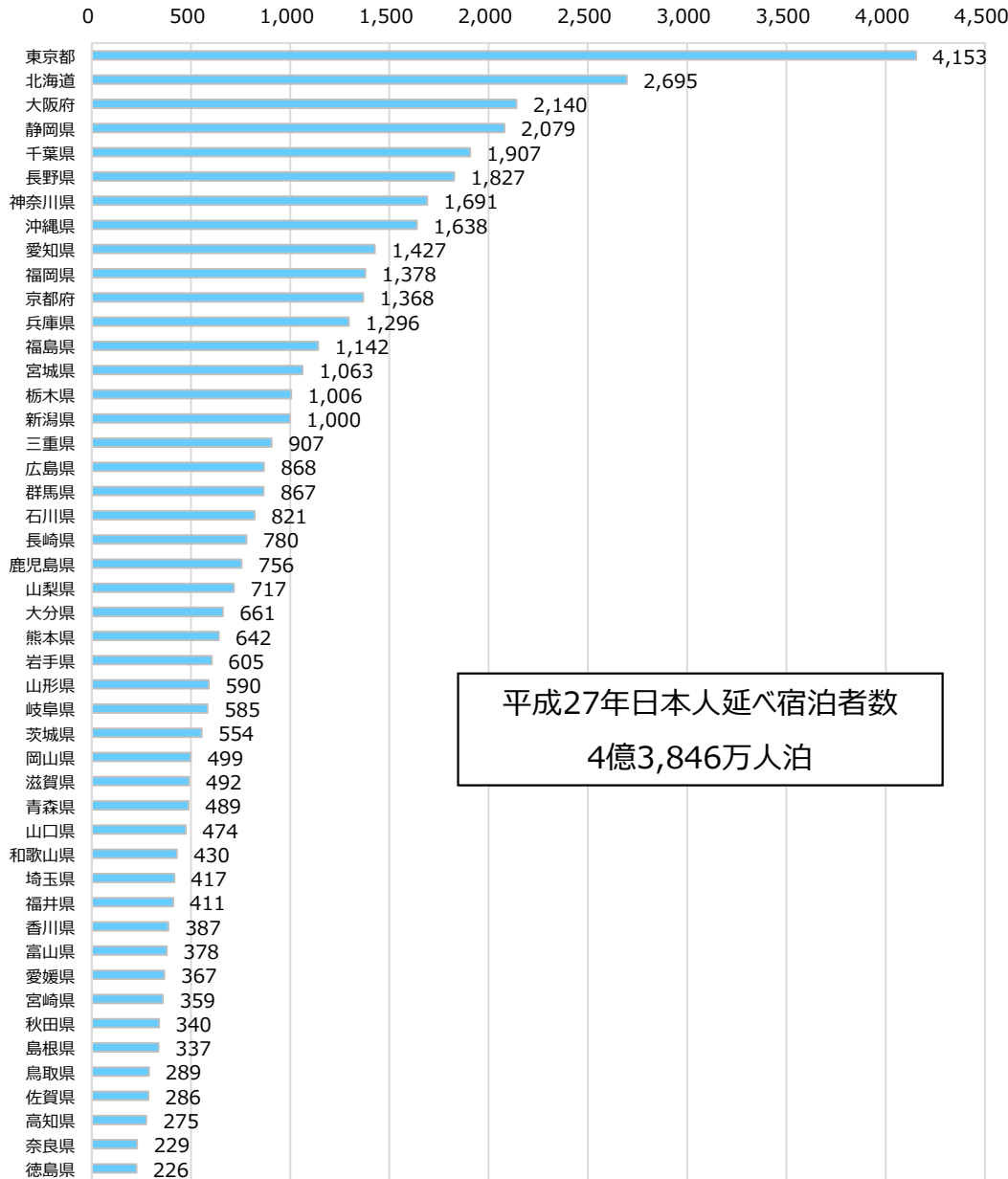
**2015年の訪日外国人旅行者数は1974万人
※世界で16位、アジアで5位に相当**

出典: 世界観光機関 (UNWTO)
 注1: 本表の数値は2016年7月時点の暫定値である。
 注2: ★印を付したスウェーデン、デンマーク、アイルランドは、2015年の数値が不明であるため、2014年の数値を、アラブ首長国連邦は2013年の数値を採用した。
 注3: 本表で採用した数値は、日本、韓国、台湾、ベトナムを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。
 注4: 外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。
 注5: 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。
 (例: 外国籍乗員数(クルー数))について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている)

都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数(2015年(平成27年))

日本人延べ宿泊者数

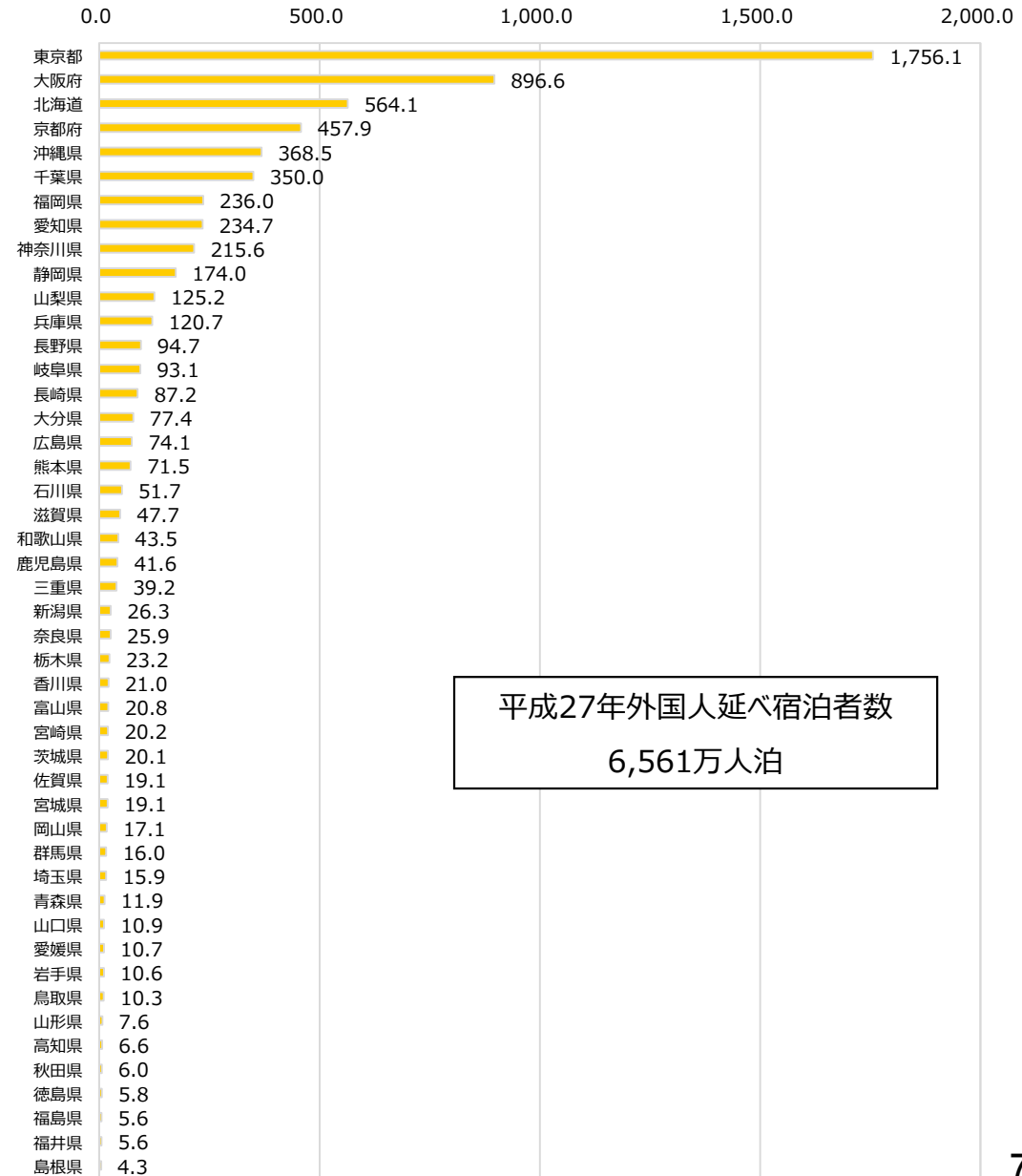
(単位：万人泊)



平成27年日本人延べ宿泊者数
4億3,846万人泊

外国人延べ宿泊者数

(単位：万人泊)



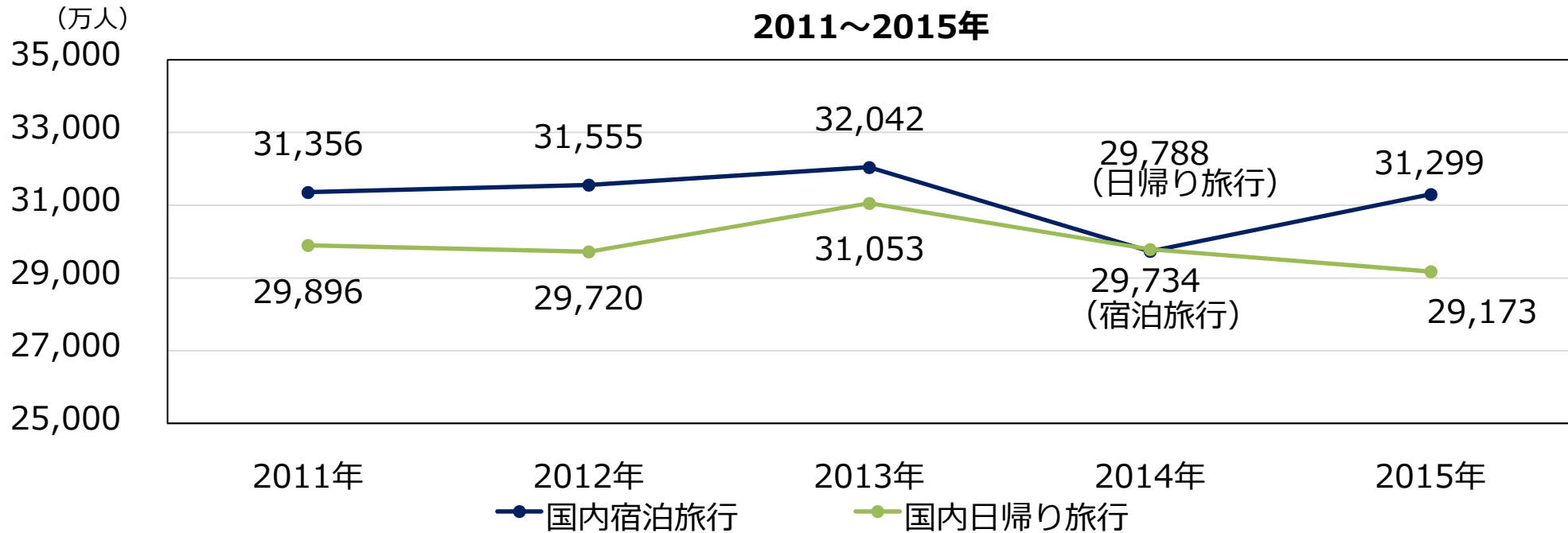
平成27年外国人延べ宿泊者数
6,561万人泊

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。

日本の観光の動向(国内旅行・宿泊の状況)

(図) 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



日本人国内宿泊旅行、国内日帰り旅行の消費額の推移

2011~2015年

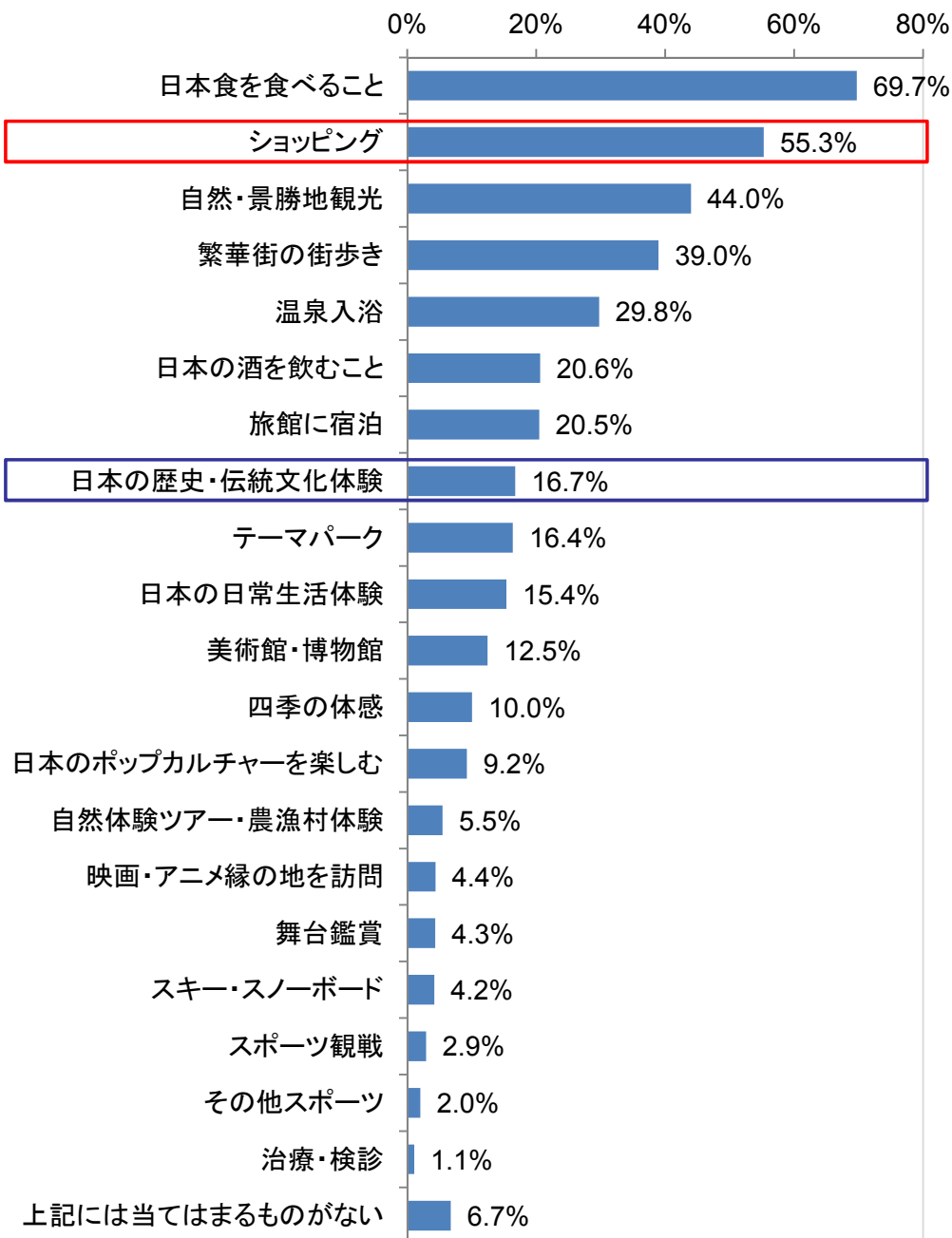
単位: 兆円

()内は対前年比増減率

	2011	2012	2013	2014	2015
国内宿泊旅行	14.8 (-3.8%)	15.0 (1.3%)	15.4 (2.9%)	13.9 (-9.9%)	15.8 (13.8%)
国内日帰り旅行	5.0 (-2.2%)	4.4 (-10.2%)	4.8 (7.4%)	4.5 (-5.2%)	4.6 (1.5%)

(図) 訪日前に期待していたこと (2015年(平成27年))

(単位: %)



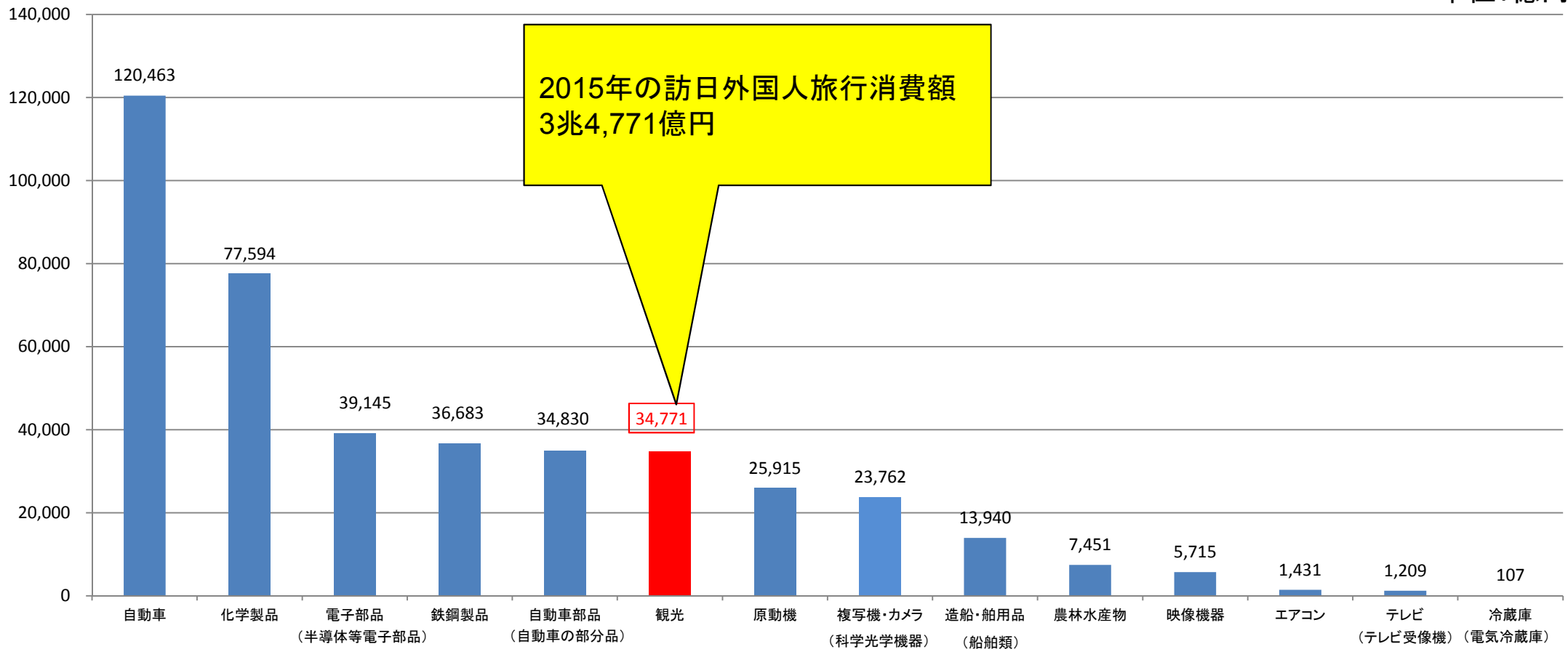
日本食を食べること		ショッピング		日本の歴史・伝統文化体験	
オーストラリア	81.2	香港	68.4	スペイン	44.7
イタリア	80.6	タイ	67.1	英国	39.4
フランス	80.3	中国	63.5	カナダ	38.8
スペイン	79.8	台湾	63.0	フランス	38.7
タイ	79.7	ベトナム	61.0	イタリア	38.0
フィリピン	78.5	マレーシア	57.4	米国	36.6
カナダ	78.2	シンガポール	55.0	オーストラリア	36.5
香港	77.7	フィリピン	54.1	ベトナム	30.2
ドイツ	77.0	インドネシア	51.6	ドイツ	29.5
米国	76.5	オーストラリア	49.9	ロシア	26.2
シンガポール	76.0	韓国	43.1	インドネシア	24.8
マレーシア	73.7	イタリア	42.9	タイ	24.5
英国	73.7	フランス	42.6	フィリピン	23.8
インドネシア	72.4	カナダ	42.4	シンガポール	22.3
ベトナム	71.5	ロシア	42.3	マレーシア	20.4
台湾	68.3	米国	37.7	インド	18.3
ロシア	66.7	インド	37.5	台湾	14.2
韓国	65.2	スペイン	35.0	中国	11.6
中国	63.9	ドイツ	32.1	香港	10.6
インド	52.7	英国	32.0	韓国	7.2
その他	79.8	その他	43.8	その他	36.1

東アジア
 他のアジア(東南アジア等)
 欧米等

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較(2015年)

○2015年の訪日外国人旅行消費額は3兆4,771億円で、自動車部品の輸出額に近い水準となっている。

単位: 億円



※観光、造船・舶用品および農林水産物以外の各製品の金額は貿易統計(財務省)より算出。
 ※造船・舶用品以外の金額は2015年の値。
 ※造船・舶用品の金額は2014年の値で、海事局データより算出。
 ※農林水産物の金額は農林水産省公表値。
 ※映像機器にはテレビの輸出額を含む。
 ※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

2. 明日の日本を支える観光ビジョン

「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」について

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

訪日外国人旅行者数2000万人の目標達成が視野に入ってきたことを踏まえ、次の時代の新たな目標の設定とそのために必要な対応の検討を行う。



2015年11月9日【第1回本会議】

【議長】 内閣総理大臣
 【副議長】 内閣官房長官、国土交通大臣
 【構成員】 副総理兼財務大臣、地方創生担当大臣、一億総活躍担当大臣、総務大臣、法務大臣、外務大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣

(民間有識者)

石井 至	石井兄弟社（旅行ガイド出版社）社長
井上 慎一	Peach Aviation（株）代表取締役CEO
大西 雅之	鶴雅グループ代表
小田 真弓	旅館 加賀屋 女将
唐池 恒二	九州旅客鉄道（株）会長
デービッド・アトキンソン	小西美術工藝社社長
李 容淑	大阪国際大学客員教授



〈議長：安倍内閣総理大臣〉



〈副議長：石井国土交通大臣〉

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議ワーキンググループ

- 第1～5回WGにおいて、有識者ヒアリングを実施。
- 第6回WGにおいて、それまでの議論を踏まえた検討課題を整理。
- 第7～9回WGにおいて、テーマ別の議論を実施し、具体的な施策の打ち出し内容を集中的に検討。

【座長】 内閣官房長官
 【座長代理】 国土交通大臣
 【構成員】 内閣官房副長官、内閣総理大臣補佐官、内閣官房副長官補、関係省庁局長 等



〈座長：菅内閣官房長官〉

2016年3月30日【第2回本会議】最終とりまとめ（新たな目標設定と必要な対応方策）

これを踏まえ、「観光ビジョン実現に向けたプログラム」において観光ビジョンの取組の進捗をフォロー

新たな目標値について

安倍内閣3年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

- ・ **訪日外国人旅行者数**は、**2倍増の約2000万人**に
(2012年) 836万人 ⇒ (2015年) 1974万人
- ・ **訪日外国人旅行消費額**は、**3倍増の約3.5兆円**に
1兆846億円 ⇒ 3兆4771億円

新たな目標への挑戦！

訪日外国人旅行者数

2020年： **4,000万人**
(2015年の約2倍)

2030年： **6,000万人**
(2015年の約3倍)

訪日外国人旅行消費額

2020年： **8兆円**
(2015年の2倍超)

2030年： **15兆円**
(2015年の4倍超)

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： **7,000万人泊**
(2015年の3倍弱)

2030年： **1億3,000万人泊**
(2015年の5倍超)

外国人リピーター数

2020年： **2,400万人**
(2015年の約2倍)

2030年： **3,600万人**
(2015年の約3倍)

日本人国内旅行消費額

2020年： **21兆円**
(最近5年間の平均から約5%増)

2030年： **22兆円**
(最近5年間の平均から約10%増)

課題

■ 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。

■ 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。

■ CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。

■ 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- **「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放**
 - ・ 赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放
- **「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ**
 - ・ 2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- **「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ**
 - ・ 2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- **おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ**
 - ・ 2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- **古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ**
 - ・ 60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、民泊ルールの整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援
- **あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現**
 - ・ 欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
 - ・ MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
 - ・ 首都圏におけるビジネスジェットの受入環境改善
- **疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化**
 - ・ 2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
 - ・ 観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- **ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現**
 - ・ 世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
 - ・ ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現
 - ・ キャッシュレス観光を実現
- **「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現**
 - ・ 「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化
 - ・ 新幹線開業やコンセクション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現
- **「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現**
 - ・ 2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
 - ・ 家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

3.テーマ別観光を活用した観光施策

テーマ別観光の振興

観光立国推進基本計画（平成24年3月30日閣議決定）

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

★ニューツーリズムとは・・・従来の物見遊山的な観光旅行に対して、特定のテーマに絞った、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態。テーマ別観光の別称。

テーマ別観光の一例

エコ ツーリズム

自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ当該自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深める活動

文化観光

日本の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とするもの

ヘルス ツーリズム

自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持するもの

ファッション・ 食・映画・ アニメ・ 山林・花等

その他、左記を観光資源としたニューツーリズム
 （例）ロケツーリズム：
 映画、ドラマ、アニメのロケを契機に、ロケ地を観光資源として活用するなど、地域に根ざした観光振興を通じて、地域活性化を推進

グリーン・ ツーリズム

農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動（農作業体験、農林漁家民泊、食育など）

スポーツ観光

スポーツを「観る」「する」ための旅行に加え、スポーツを「支える」人々との交流や、旅行者が旅先で多様なスポーツを体験できる環境の整備も含むもの

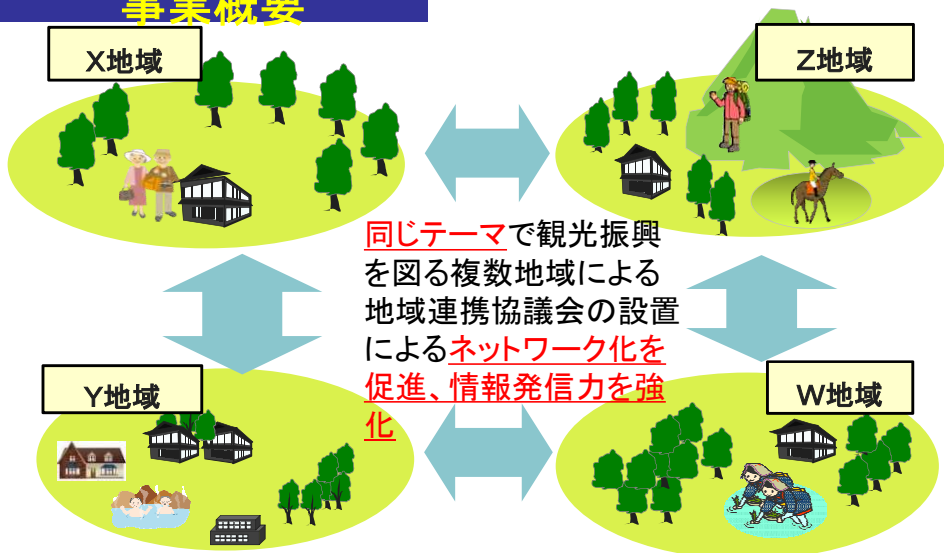
産業観光

歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの

（例）酒蔵ツーリズム®：
 単なる製造工程の酒蔵見学や一過性のイベントにとどまらず、酒文化の体験、地域の伝統文化・食・工芸等との連携、地域観光資源との連携等も含めた通年的な観光振興を通じて、地域活性化を推進

共通の観光資源(世界遺産、日本遺産、社寺、酒蔵等)により、観光振興を図る各地域をネットワーク化し、共同プロモーション等の取組を通じた、モデルケース形成を支援する。
地方誘客の促進とネットワークの自立、継続する仕組み構築を目指す。

事業概要



地域連携協議会の構成

各地域の市町村や関係団体等から構成

事業の流れ

地域連携協議会の設立・準備

↓
地域連携協議会の設立

↓
ネットワーク化

↓
各地域間の情報共有と共通した取組の実施

国による支援例

ネットワークの構築

・地域連携協議会の設立

ネットワーク間の共同での取組

- ・マーケティング
- ・共通パンフレット
- ・周遊クーポン等の作成
- ・周遊プランの形成
- ・共同プロモーション
- ・共同サイト開設

ネットワークの拡大推進

- ・シンポジウム開催
- ・共通マニュアル作成 等

支援計画

ネットワークの自立、継続のため、必要に応じ複数年の支援も予定

例

1年目

- ・ネットワークの構築
- ・マーケティング

2年目

- ・共同サイト開設
- ・共同プロモーション
- ・モニターツアー開催

3年目

- ・共通マニュアル作成
- ・周遊プラン形成

4年目～

- ・**ネットワークの自立性、継続性の確立**

テーマ別観光の例

酒蔵ツーリズム

- ・酒造りの現場見学会の開催
- ・杜氏を交えた利き酒会
- ・酒の副産物を活用した商品開発



期待される効果

旅行者

- ・我が国の固有のテーマを探求したいリピーター等に質の高い旅行を提供し、特定のテーマに関心の高い旅行者にとって、**より魅力的な旅行を享受**

各地域

- ・新たなテーマ設定による地域の観光資源の発掘
- ・旅行者の地方誘客動機を促し、**新たな需要を創出**

地域連携協議会

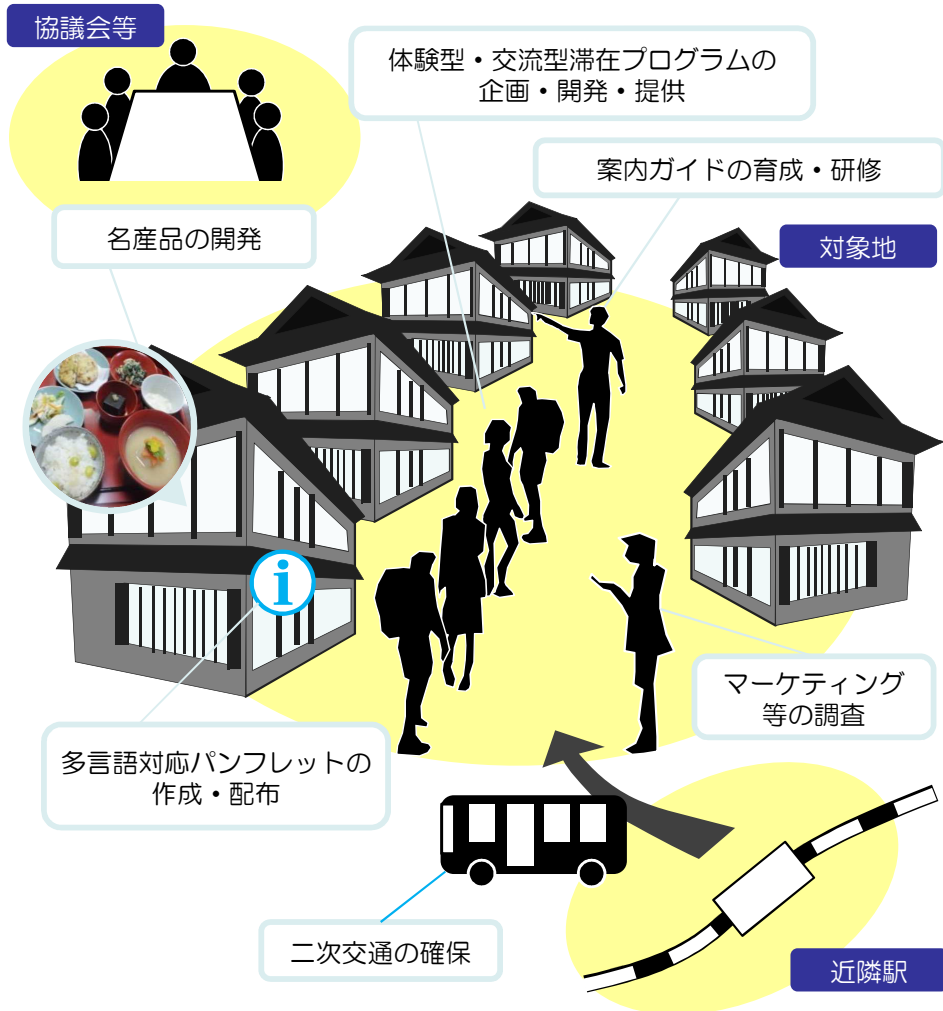
- ・地域間で課題や**成功事例を共有**することによる、**効果的な観光振興策の推進**

平成28年度テーマ別観光による地方誘客事業選定一覧（7件）

テーマ	協議会名 (協議会の代表者)	概要
エコツーリズム	エコツーリズム地域推進協議会(予定) (NPO法人日本エコツーリズム協会)	○北海道や群馬等エコツーリズムを進める地域をネットワーク化し、着地型旅行商品の販売方法や地域内の連携方法を情報共有させるため、インバウンド向けの調査や商談会、コンテンツの作成等を行う。
街道観光	街道観光推進会議(日本歴史街道ネットワーク)(予定) (NPO法人全国街道交流会議)	○全国の街道地域をネットワーク化し、街道に関係する城下町や宿場町などの歴史的風土を活かした「街道観光」をテーマに、共同でのプロモーションやモニターツアーの実施等を行う。
近代建築ツーリズム	近代建築ツーリズムネットワーク(予定) (青森県弘前市)	○国立西洋美術館を含むル・コルビュジエの建築群が世界文化遺産登録され、近代建築の文化的価値に対する関心が高まっていることを踏まえ、まず今年度は同氏の弟子であった前川國男建築にゆかりのある全国各地をネットワーク化する。前川氏の作品を巡るモニターツアーの開催やシンポジウム、PRツールの作成等を行う。
酒蔵ツーリズム	酒蔵ツーリズム推進協議会(予定) ((株)アサツー ディ・ケイ)	○全国各地の酒蔵を新たにネットワーク化し、共同プロモーションに向けた基礎調査やモニターツアーの実施等を行う。
社寺観光 巡礼の旅	社寺観光地域連携協議会(予定) ((一社)全日本社寺観光連盟)	○全国に点在する社寺を巡礼の地としてつなげる「社寺観光」を推進するため、今年度は徳川家康公没後400周年にゆかりの深い社寺(静岡・愛知・埼玉・栃木・宮城)をネットワーク化し、インバウンド向けモニターツアーや多言語サイトの構築等を行う。
明治日本の産業革命遺産	明治日本の産業革命遺産世界遺産ルート推進協議会(予定) ((一財)産業遺産国民会議)	○世界遺産「明治日本の産業革命遺産」(8県11市)をネットワーク化し、多言語ガイドマップやホームページ製作等を通じ、各地域への訪問者が周遊する仕組みの構築を行う。
ロケツーリズム	ロケツーリズム協議会(予定) ((株)地域活性プランニング)	○ロケツーリズムに取り組む全国各地をネットワーク化し、どの地域でも実践できるロケ誘致から観光客向け情報発信に至るノウハウのマニュアル化、モデル地域におけるロケ地マップの制作、ロケ地ツアーの商品化等を行う。

○歴史的景観、美しい自然、海洋資源、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の観光資源を活かした着地型旅行商品と、体制づくり、受入環境整備、二次交通の充実等の施策を一体的に支援することにより、観光地域づくりを推進。

事業イメージ



パッケージとして観光地域づくりを支援

支援対象

単一市町村、観光協会、交通事業者、地域づくりの取組を実施する者等により構成される協議会

支援内容

個別事業の実施に必要な経費の総額の2分の1以内の金額を予算の範囲内で負担

個別事業の例

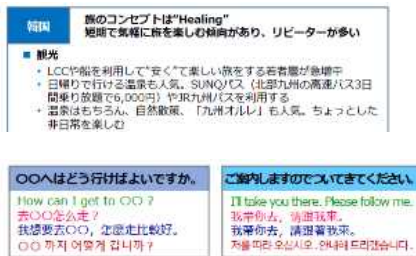
観光地域づくり等に関する計画の策定	
マーケティング調査の実施	
滞在コンテンツの充実・強化	<ul style="list-style-type: none"> 着地型旅行商品の造成 地産地消の推進 街歩き、見所を理解するためのガイド育成 宿泊施設の魅力向上
地元での消費拡大	<ul style="list-style-type: none"> 着地型旅行商品の予約システムの検討 地域の農産品等を活かした名産品の開発
来訪者の利便性等向上	<ul style="list-style-type: none"> 観光地周遊バスの実証運行 遊休施設を活用した情報発信
外国人受入環境整備	<ul style="list-style-type: none"> 観光案内の多言語表記化 Wi-Fi環境の導入検討 免税店の導入検討

飫肥城などに代表される日南市が有する観光資源を活用して、交流型の観光メニューなどによる、日南らしいおもてなしを行うことによって、外国クルーズ船で訪れる外国人観光客等に快適な旅を提供するとともに、受入体制の構築や交流人口の拡大に向けた仕組み作りを促進させる

これまでの取組み

○クルーズ客を対象とした受入体制整備

- ・観光客受入マニュアルの作成



- ・着地型商品の造成とモニターツアー



- ・おもてなし研修の実施



今年度の取組み

1. 課題

- 観光客が行動しやすくなるためのツールの充実
- 外国人を含む観光客の受入環境整備
- 体験メニュー作成のためのニーズ調査

2. 総事業費（うち、国の負担額）

25,383千円（12,000千円）

3. 取組み内容

- 観光案内サイン整備計画
 - ・城下町における観光客向けサインの統一的なデザイン、設置場所等の検討
- 受入環境整備
 - ・wi-fi整備事業
 - ・鵜戸神宮内の改修事業
- 観光消費額アップコーディネート事業
 - ・鵜戸地区内の消費額アップのための戦略検討
- マーケティング調査
 - ・クルーズ船寄港時のニーズ調査及びマニュアルのブラッシュアップ
 - ・市内の観光客動向把握のためのシステム構築