

平成 1 7 年度観光の状況

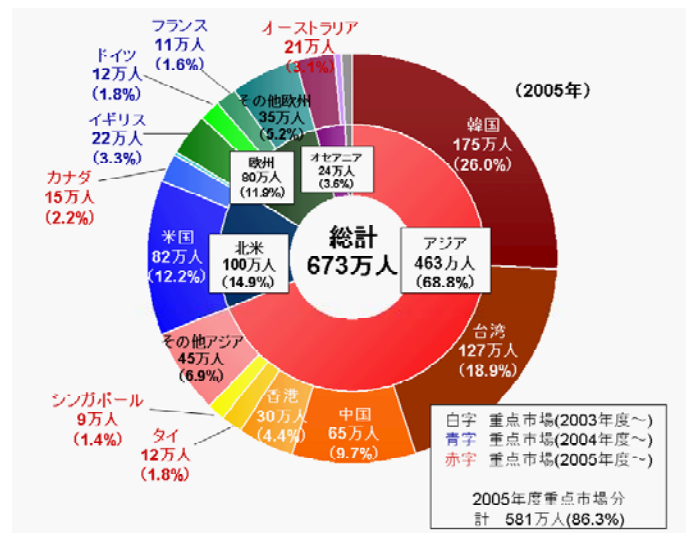
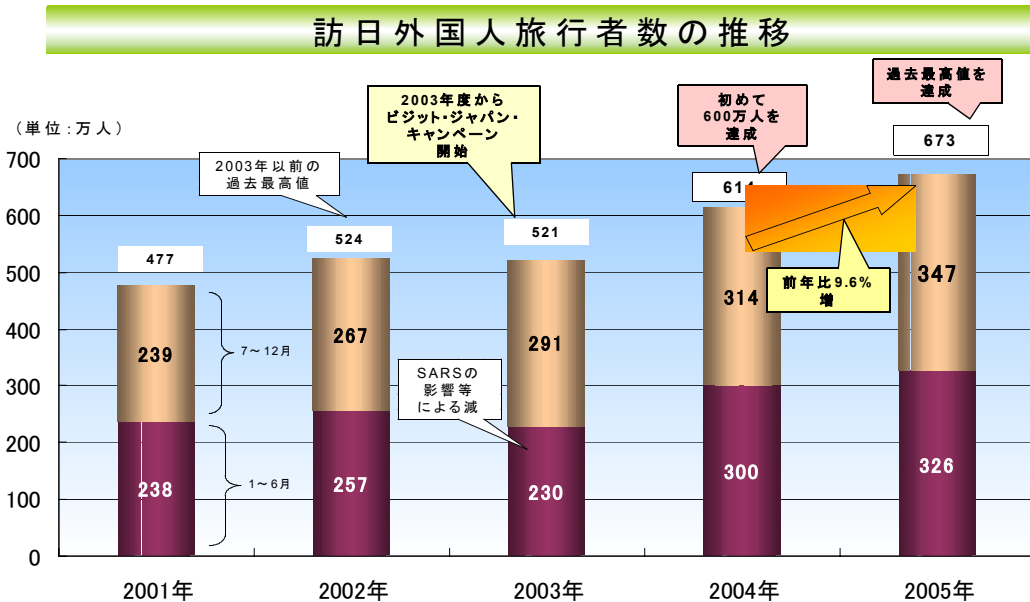
第 1 章 進む、観光立国への動き

第 1 節 進む、観光立国への動き

1 訪日外国人旅行者が過去最高

これまでの我が国の国際観光政策は、経済摩擦問題等から、まずアウトバウンド政策を展開し、日本人海外旅行者数が急速に伸びることとなった。一方で、訪日外国人旅行者数は伸び悩み、アウトバウンド数とインバウンド数の格差が拡大した状況の中、「ビジット・ジャパン・キャンペーン（V J C）」など外客誘致のための取組が推進された結果、平成 1 7 年には、訪日外国人旅行者が、平成 1 6 年の 6 1 4 万人から 5 9 万人増加し、6 7 3 万人となり、前年に引き続き過去最高を記録した。

また、これらの訪日外国人旅行者を国別でみた場合、7 割はアジア地域からの旅行者であり、さらに、韓国、台湾及び中国からの旅行者がその 8 割を占めている。



2 外国人旅行者倍増に向けての主要な取組

(1) ビジット・ジャパン・キャンペーンの強化

① 「愛・地球博」への取組

平成17年3月25日から9月25日にかけて開催された「愛・地球博」をきっかけに多くの外国人旅行者を日本に誘致するため、ビジット・ジャパン・キャンペーンの一環として、地方公共団体等との連携の下、海外への広報宣伝、旅行会社の招請事業・商談会による旅行商品の造成支援、情報提供の充実、各種割引の実施等、万博を契機とした外国人旅行者の訪日旅行促進のための取組を実施した。

万博期間中の海外から中部地方へのツアーの中には関東（東京、富士山等）、関西（大阪、京都等）、中部地区の観光地（高山・白川郷、伊勢、浜名湖、トヨタ博物館等）と組み合わせたツアー（1週間から10日程度のツアーが主流）が90本以上造成された。

「愛・地球博」会場風景 ▶



② YŌKOSO! JAPAN WEEKS

平成18年1月20日（金）から2月20日（月）の間、中華圏・韓国の春節・旧正月に合わせた集中キャンペーン「YŌKOSO! JAPAN WEEKS 2006」を実施した。

平成17年は、「YŌKOSO! JAPAN WEEKS」を2週間（2月5日～2月20日）実施したが、平成18年は、1ヵ月に期間を延長して実施した。

中韓修学旅行生と日本の子供達の折鶴交流 ▶



(2) 諸外国と連携した取組

① 2005年日韓共同訪問年・日韓友情年

日韓国交正常化40周年に当たる2005年（平成17年）を日韓共同訪問年・日韓友情年とし、その一環として青森県のねぶた等が参加した「日韓交流おまつり」（9月24日：ソウル）をはじめ、両国間で700件を超える記念事業を実施した。これらの年間を通じた取組により、韓国からの訪日旅行者は対前年比10%増の伸びを記録した。

② 2006年日中観光交流年、日本・シンガポール観光交流年、日豪交流年

平成17年7月に北側国土交通大臣と邵琪偉（しょう・きい）中国国家旅游局長が会談し

2006年（平成18年）を日中観光交流年とすることが合意され、平成18年3月にオープニング行事（「日中観光交流年記念講演会」）が東京で開催された。

また、2006年は日本・シンガポール外交関係樹立40周年の年に当たるため、「日本・シンガポール観光交流年」と定め、両国が密接に協力して観光交流の拡大に向け、共通の観光交流促進ポスターの作成等の諸施策を展開することとした。

さらに、2006年は日豪友好協力基本条約署名30周年に当たり、日豪交流年として芸術文化、教育、科学技術、スポーツ、観光等の分野で両国の友好関係、相互理解をさらに進めることとし、同年1月にオープニング式典が開催された。

③姉妹都市交流の促進

平成17年9月に開催された YŌKOSO! JAPAN トラベルマートの期間中、日中韓姉妹都市交流を通じた観光交流拡大に関するシンポジウムが開催され、姉妹都市交流の意義や今後の方向性について話し合われた。

（3）訪日教育旅行の促進

平成17年7月より関係省庁及び関係団体等の参加を得て、「訪日教育旅行の促進のための検討会」を開催し、同年9月に報告書を取りまとめた。報告書では訪日教育旅行の現状や訪日教育旅行促進に向けた課題を分析するとともに、これら課題解決の具体的方策について言及された。

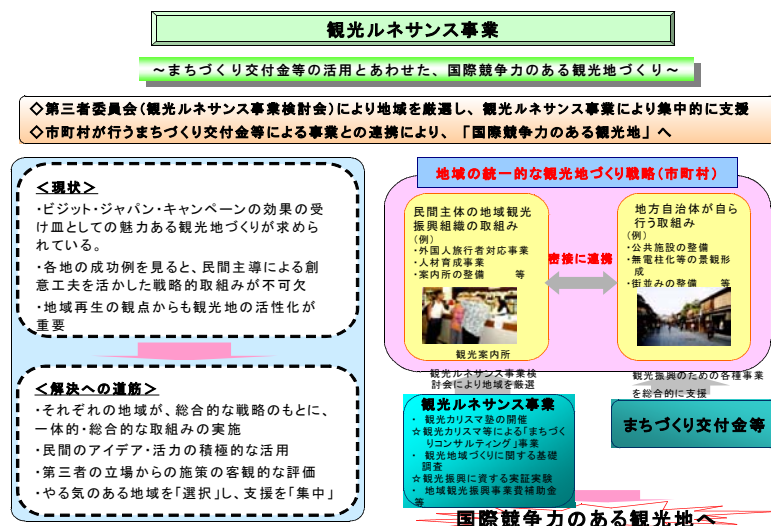
平成17年12月に第1回訪日教育旅行促進全国協議会を開催し、官民の関係者の連携、訪日教育旅行受入に熱心な地域による訪日教育旅行促進地域協議会の立上げ、訪日する若年層の倍増計画である「フレンドシップ・ジャパン・プラン」の実施、相手国・地域の希望と受入体制のマッチング機能確立することにより、訪日教育旅行受入の促進を図っている。

第2節 国際競争力のある観光地づくりへの主な取組

1 魅力ある観光地づくりに向けた取組

（1）観光ルネサンス事業

国際競争力のある観光地づくりに向けた地域の主体的な取組を支援するため、平成17年度より観光ルネサンス事業を創設し、観光地域づくりに関する基礎調査や、地域ブランドの構築、人材育成、情報発信等、民間組織による地域観光振興の取組に対する支援等を行っている。



(2) 地域と旅行会社の連携・協働による地域観光マーケティングの促進

近年、旅行スタイルは、従来の通過型・団体型の観光から、訪れる地域の自然・生活文化・人との触れ合いを求める交流型・個人型へと転換してきており、旅行者は旅行先の検討に当たって、旅行パンフレット、テレビ、雑誌、ウェブサイト等に溢れる多種多様な情報をもとに、国内外を問わず自らのニーズを満たす地域を選択するようになってきている。

そのため各地域には、従来型の旅行業者主導の「受け身」の観光振興策ではなく、宿泊業者や土産業者といった狭義の観光関係者に加え、行政や地域住民、農林水産業者、商工業者等幅広い関係者が一体となって、当該地域にしかない観光魅力＝「オンリーワン資源」を発掘するとともにそれを観光商品に組み込み、市場に積極的に流通させていく「攻め」の観光振興策が求められていることから、こうした課題に対応するため「創意工夫豊かな地域の企画旅行商品の流通促進に関する検討委員会」を立ち上げ、地域と旅行会社の連携・協働による地域観光マーケティング促進のあり方等を検討した。

2 外国人受入体制の整備

(1) 公共交通機関等における外国語等による情報提供

「外国人観光旅客の来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法律」の一部が改正され、平成18年4月1日より、外国語等による案内情報の提供の促進が公共交通事業者等の努力義務とされるとともに、多数の外国人観光旅客が利用する区間又は外国人観光旅客の利用の増加が見込まれる区間として国土交通大臣が指定した区間については、外国語等による案内情報の提供の計画的な実施が義務付けられることとなった。

また、個別の案内表示等について、外国人有識者、外国人留学生等に点検してもらい、分かりにくい点、不足している点等を抽出し、改善方策を検討するため、成田空港と接続駅をモデルケースとした外国人による「ひとり歩き点検隊」を平成18年3月に実施した。

(2) 案内標識の整備

観光地での分かりやすい案内標識の整備を進めるため、平成17年6月に「観光活性化標識ガイドライン」を取りまとめ、公表した。

(3) 観光統計の整備

観光統計は、国や地域における観光政策の立案や、観光産業における戦略の策定等に不可欠なものであるが、我が国の観光統計については、観光立国推進戦略会議報告書や「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2005」（いわゆる「骨太方針」）等において、その体系的整備が必要であることが言及されたことから、「観光統計の整備に関する検討懇談会」（座長：山内弘隆一橋大学大学院商学研究科教授）を開催し、宿泊旅行統計の整備を図ることとした。

(4) 通訳ガイド制度の改善

外国人観光客の受入体制の整備に当たっては、外国人旅行者に対する対応能力と「おもてなしの心」を持った人材の育成を進めることが重要な課題となっている。なかでも、通訳ガイドは、我が国の魅力について理解を深めてもらうために非常に重要な役割を果たしており、「民間外交官」としてその活躍が期待されていることから、現在の「通訳案内業」の免許制から「通訳案内士」の登録制への変更、都道府県の区域に限って報酬を得て通訳案内を業として行う「地域限定通訳案内士」制度の創設を主な内容とする「通訳案内業法」及び「外国人観光旅客の来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法律」（外客誘致法）の改正を行い、平成18年4月1日より施行することとなった。

第2章 観光の現状

第1節 国民の観光の動向

1 国民の国内宿泊観光旅行の動向

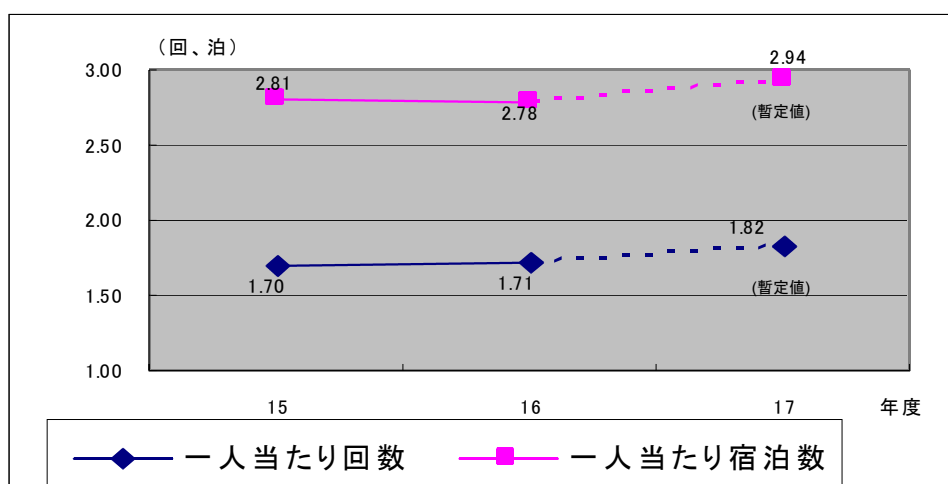
旅行・観光産業の経済効果を明らかにするため、平成15年度から、世界標準的な統計手法であるTSA(Tourism Satellite Account)にのっとり、承認統計「旅行・観光消費動向調査」を実施している。

それによると、平成16年度は記録的な集中豪雨や過去最多(10個)の台風上陸、猛暑、豪雪といった悪天候もあり、特に宿泊数が減少したが、平成17年度は、景気の回復基調を背景に、国民一人あたりの国内宿泊観光旅行の回数・宿泊数ともに増加しており、国内宿泊観光旅行に回復の兆しが見られる。

国民一人当たり宿泊観光旅行の回数は1.82回(対前年比6.4%増)

宿泊観光旅行の泊数は2.94泊(対前年比5.8%増)

▼図 国民一人当たりの年間宿泊観光旅行回数及び宿泊数の推移(平均)

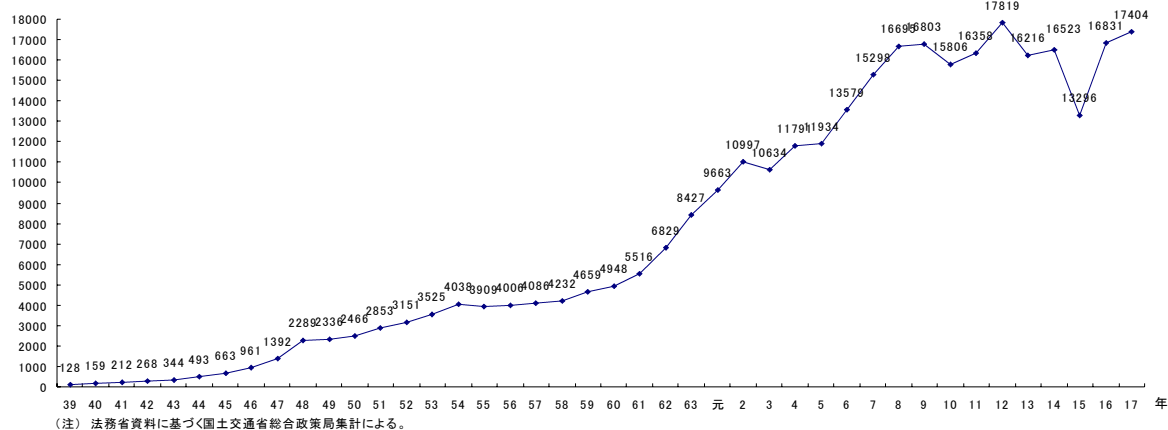


2 国民の海外旅行の動向

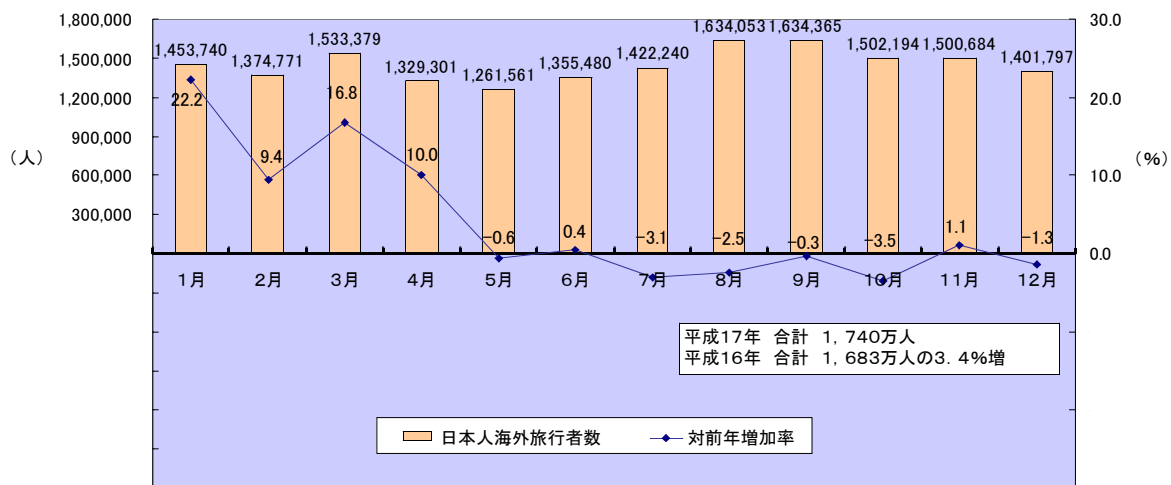
平成17年の海外旅行者数は約1,740万人と、過去最高を記録した平成12年の1,782万人に次ぐ人数となった。前年に比べると約57万人、3.4%増であった。月別にみると1月から4月は前年同期と比べて増加しているが、5月以降は総じて減少傾向であった。1月から4月については、新型肺炎(SARS)の流行による海外旅行の手控えが続いていた反動に加え、円高の進行により、海外旅行に割安感が働いたものと考えられる。5月からは、竹島領有権を巡る日韓間の対立や中国各地で発生した反日デモの影響により、中韓両国への旅行を避ける傾向があったものの、総じて、各月とも前年並みに推移したものと考えられる。

(千人)

日本人海外旅行者数の推移



日本人海外旅行者数の推移(平成17年月別)

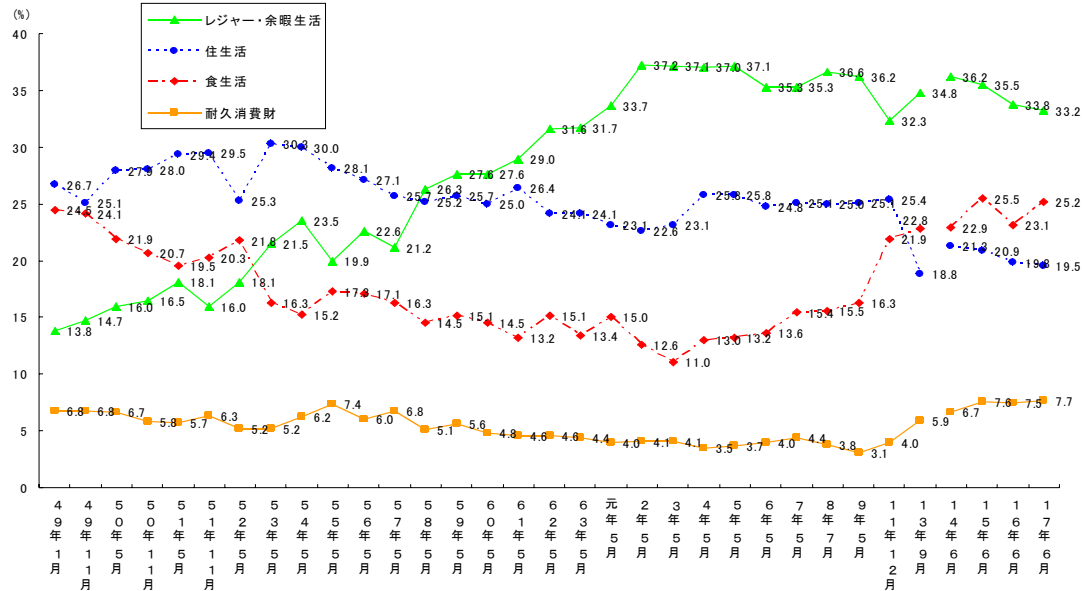


(注) 法務省資料に基づく国土交通省総合政策局集計による。

3 国民の旅行等に関する意識の動向

- (1) 「国民生活に関する世論調査」(平成17年6月)によると、今後の生活で特に重点をおきたい分野としては、「レジャー・余暇生活」を挙げる者が33.2%となっており、「食生活」等を抑えて最も高い。

今後の生活の力点(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」(17年6月)による。
 2 耐久消費財とは、自動車、電気製品、家具など耐久消費財の面。
 3 平成11年度以前は単数回答。
 4 平成13年度以降は複数回答で聞いており、以前の調査結果と直接比較できない。

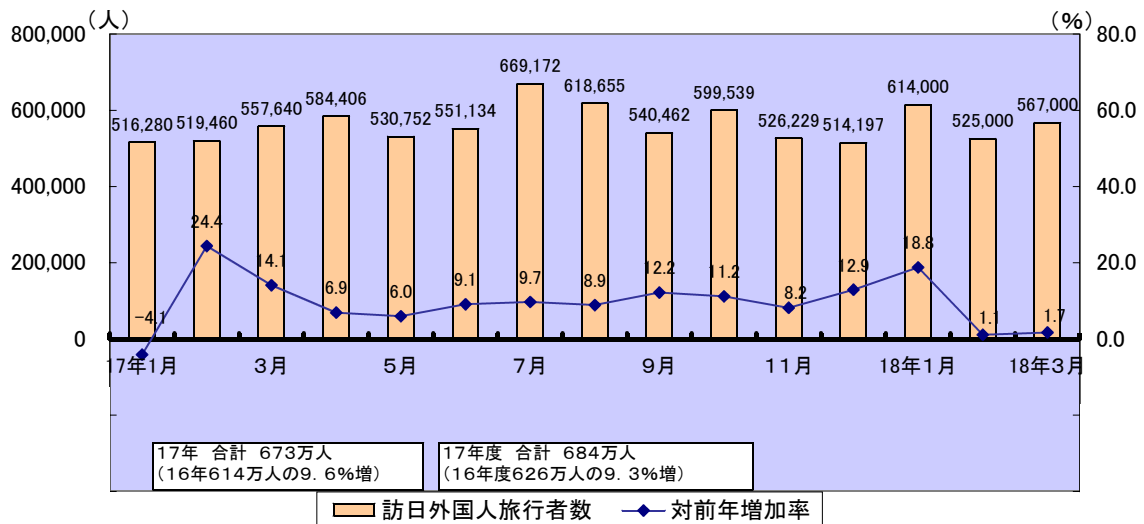
(2) (財) 社会経済生産性本部の調査によれば、国民の余暇活動の潜在需要を参加希望率から実際の参加率を引いた数値で見ると、第1位は性・年齢を問わず「海外旅行」、第2位が「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉等)」となっている。このように、観光旅行に対する潜在需要は多様な余暇活動の中で依然として高いことがうかがえる。

第2節 外国人の訪日観光の動向

平成17年の訪日外国人旅行者数は、前年に比べて9.6%、59万人増の673万人であった。月別にみると、4月及び5月は対日感情の悪化による影響を受けたため、やや低調に推移したが、徐々に持ち直し、平成17年の年間を通してすべての月で50万人以上を達成した。

訪日外国人旅行者数が過去最高を記録した要因としては、愛・地球博の開催、訪日査証発給等の緩和措置、官民を挙げて取り組んだビジット・ジャパン・キャンペーンの推進等、観光立国の実現に向けた取組の成果が現れたものと考えられる。

訪日外国人旅行者の月別推移（平成17年）



注 1)法務省資料に基づく国土交通省総合政策局集計による
2)平成18年1月は暫定値、2月・3月の数字は推計値

第3節 世界における観光の動向

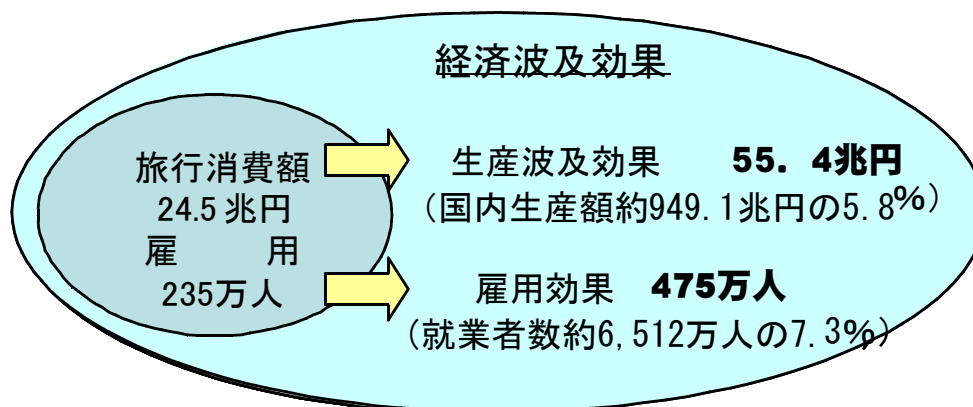
- 1 世界観光機関（WTO）によると、平成16年に各国が受け入れた外国人旅行者総数は7億6,328万人（対前年比10.7%増）、各国旅行収入総計は、6,227億ドル（対前年比18.8%増）といずれも大幅増となり、過去最高を記録した。
- 2 世界観光機関（WTO）は、平成12年、東アジア・太平洋地域の国際観光客は平成12年から平成22年の間に年平均7.7%の大きな伸びを示し、平成22年には1億9,500万人に達するという推計を発表した。

第4節 観光の経済効果

平成16年度の我が国における旅行消費額は24.5兆円、これによる生産波及効果は55.4兆円、雇用創出効果は475万人である。

- ・旅行消費額 24.5兆円
- ・生産波及効果 55.4兆円
- ・雇用創出効果 475万人

▼図 観光消費の経済効果（推計）



注1) 国内生産額約949.1兆円は、産業連関表（2000年）における国内生産額

2) 就業者数約6,512万人は、国民経済計算（2003年度）における就業者数

第3章 訪日促進を中心とする国際観光交流促進施策

第1節 ビジット・ジャパン・キャンペーンを中心とした日本の魅力の戦略的なPR活動

1 ビジット・ジャパン・キャンペーンの推進

2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人にするという目標を達成するため、平成15年度より、国、地方公共団体及び民間が共同して取り組む「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を「YOKOSO! JAPAN」のロゴ・キャッチフレーズのもと、展開している。

本キャンペーンでは、訪日促進の重点国・地域を絞り（韓国、台湾、中国、香港、米国、イギリス、ドイツ、フランスに加え、17年度より、タイ、シンガポール、カナダ、オーストラリアの4カ国を追加し、12カ国・地域）、各国・地域ごとの特性に応じて、様々な事業を組み合わせ実施している。

（1）韓国

日本の大衆文化の開放、サッカー・ワールド・カップの共催で、あらゆるレベルでの両国交流が急展開している。

消費者に対し、ア．韓国人旅行者の訪日を歓迎、イ．気軽に訪問できる、ウ．上質な本物を体感できるというイメージを刷り込む広告を宣伝を行った結果、平成17年の訪日数は175万人（対前年比10.0%増）となった。

今後は、最大の競合国、中国に対して競争優位を保てる高付加価値商品、若年層向けの自由度の高い商品の開発を図る。

（2）台湾

訪日観光旅行で成熟した、最も親日的なマーケットであり、老若男女問わず人気が高い。

消費者に対し、日本の四季の自然と温泉を核としつつ、アニメ、ファッション、都市ライフ等、多彩な日本の魅力をPRした結果、平成17年の訪日数は127万人（対前年比18.0%増）となった。

今後は、若年層向けの自由度の高い商品の開発を図る。

（3）中国

外国旅行、訪日旅行ともに未だ揺籃期の市場であるが、2010年には外国旅行者数が5千万人に達するとWTOが予測している、将来の巨大マーケットである。

消費者に対し、旅行目的地としての日本の認知度向上を進めた結果、平成17年の訪日数は65万人（対前年比6.0%増）となった。

今後は、初心者向けのゴールデン・ルートに、代表的な文化・自然を組み込んだ団体旅行等の開発を図る。

（4）香港

日本の現代文化との共通性が高く、また、嗜好の多様性がある。一般消費者が成熟しており、消費者主導のマーケットである。

消費者に対し、高品質な旅館、食事、アニメ等の積極的なPRを行ったが、平成17年の訪日数は30万人（対前年比0.5%減）にとどまった。

今後は、最大の競合国、韓国に対して競争優位を保てる高付加価値商品の開発を図る。

(5) 北米（米国、カナダ）

メインターゲットの高学歴・高収入のシニア層は、日本の「伝統文化」、「自然」に、また、セカンダリーターゲットの若年層はアニメ、ゲーム等の現代文化に興味を持つ。しかし、依然「遠い、高い、言葉が通じない」という印象が旅行阻害要因となっている。

消費者に対し、日本ならではの伝統文化、自然、アニメ等の日本の魅力やストップオーバーツアーの手軽さ等をPRした結果、平成17年の訪日数は82万人（対前年比8.2%増）、カナダからは15万人（対前年比5.6%増）となった。

今後は、ウェブサイト、有力旅行雑誌、大手新聞等の多様な媒体を複合的に組み合わせ、高学歴・高収入のシニア層に対しては高付加価値商品、若年層やアジア向け旅行者層に対しては低価格で自由度の高い商品の開発を図る。

(6) 欧州（イギリス、ドイツ、フランス）

訪日客のうち、観光目的は20%程度。日本は「遠い、高い、言葉が通じない」という印象が米国以上に強く、訪日旅行の阻害原因となっている。

消費者に対し、日本の伝統文化、食文化に加えて、青少年交流を意識した現代文化の魅力を訴求した結果、平成17年の訪日数は45万人（対前年比7.9%増）となった。

今後は、ゴールデン・ルート中心の団体旅行、日本の伝統文化を追求した旅行商品の開発を図る。

(7) タイ

出国率4.3%で、外国旅行が可能な国民はまだ限られており、揺籃期の市場。派手好みの国民性を踏まえ、あこがれの地としての演出も必要である。

消費者に対し、本物志向の日本の魅力の提案を行った結果、平成17年の訪日数は12万人（対前年比14.7%増）となった。

今後は、ゴールデン・ルート中心の団体旅行の開発を図る。

(8) シンガポール

一人当たりGDPの高さ、中間層の厚さで周辺諸国を大きく上回り、出国率が高く、外国旅行熱は高い。

消費者に対し、日本の四季を前面に出したPRを行った結果、平成17年の訪日数は9万人（対前年比4.6%増）となった。

今後は、目的別旅行、東京、大阪の都市型パッケージ旅行の開発を図る。

(9) オーストラリア

休暇制度が充実し、旅行好きな国民性。国内に魅力的な観光地が多い。観光目的地としては中国、インドネシア、ベトナム等のアジア諸国が競合目的地となっている。また、移民国家という歴史的背景等から、欧米への里帰り旅行者も多い。消費者に対し、日本ならではの伝統文化をPRした結果、平成17年の訪日数は21万人（対前年比6.1%増）となった。また、近年は訪日スキーツアーも好調である。

今後は、ゴールデン・ルート中心の団体旅行、個人向け移動と宿泊のみのツアーのパッケージ商品の開発、ストップオーバー商品の開発・認知拡大、スキーを中心とした目的別旅行の来訪地域の多様化を図る。

2 国際観光振興機構による広報・宣伝活動

独立行政法人国際観光振興機構（J N T O）、世界の主要 1 3 都市に海外宣伝事務所を設け、海外での訪日旅行促進キャンペーンや 6 言語（英語、韓国語、中国語（簡体字・繁体字）、ドイツ語、フランス語）によるウェブサイトを経営するなど、在外公館、地方公共団体、関係団体等と協力、連携しながら、積極的に日本の観光魅力の広報、宣伝活動を行っている。

3 在外公館等による日本の紹介活動

在外公館では、観光展への出展や観光パンフレットの配布等を通じ、日本の魅力を発信する活動を実施するなど、観光客誘致のために積極的に取り組んでいる。また、独立行政法人国際交流基金の国際文化交流事業や日本放送協会（NHK）の国際放送等を通じて、我が国の文化等の紹介を行っている。

第 2 節 愛・地球博への取組

「愛・地球博」（2005 年日本国際博覧会）が、平成 17 年 3 月 25 日から 9 月 25 日までの 185 日間にわたって開催された。入場者は、当初目標の 1, 500 万人を大きく上回る 2, 205 万人が来場した。会期中に実施した外国人入場者数調査によると、愛・地球博に訪れた外国人は約 100 万人と推計されている。

第 3 節 外国人旅行者の受入体制の整備

- 1 外国人旅行者の一人歩きを容易にするための「訪日外国人旅行環境整備事業」として、観光案内所関係者の研修等の人材育成を行うとともに、「観光活性化標識ガイドライン」を作成し、案内標識の外国語表示の充実を図った。
- 2 日本の各地で観光振興に取り組んでいる外国人の方々から、日本人が気づかない日本の魅力や改善すべき点等について意見やアドバイスを頂くことを目的とする「外国人から見た観光まちづくり懇談会」を開催した。
- 3 外国人総合観光案内所、「i」案内所や案内標識の整備を推進した。
- 4 通訳ガイド制度の充実等更なる外国人旅行者受入体制の整備を図るとともに、善意通訳（グッドウィル・ガイド）の普及・拡大を図った。

第 4 節 観光費用の低減のための取組

ウェルカムカード、外国人旅行者向け割引運賃、低廉旅行情報等の提供等、外国人旅行者の旅行費用の低廉化の取組を各方面で推進した。

第 5 節 地方公共団体や民間における国際交流の拡大

地方公共団体においては、世界の都市と活発な姉妹都市交流が行われている。

また、国際民間交流の拡大に向けて 7 カ国との間でワーキング・ホリデー制度を実施している。

さらに、政府が実施する各種若者層の交流プログラムにおいて、日本の家庭でのホームステイの受入れ先を募集するとともに、海外に情報発信を行った。

第 6 節 国際コンベンションの振興

国際コンベンションの誘致や開催に向けた支援等を行った。

第7節 外国人旅行者の出入国手続の円滑化

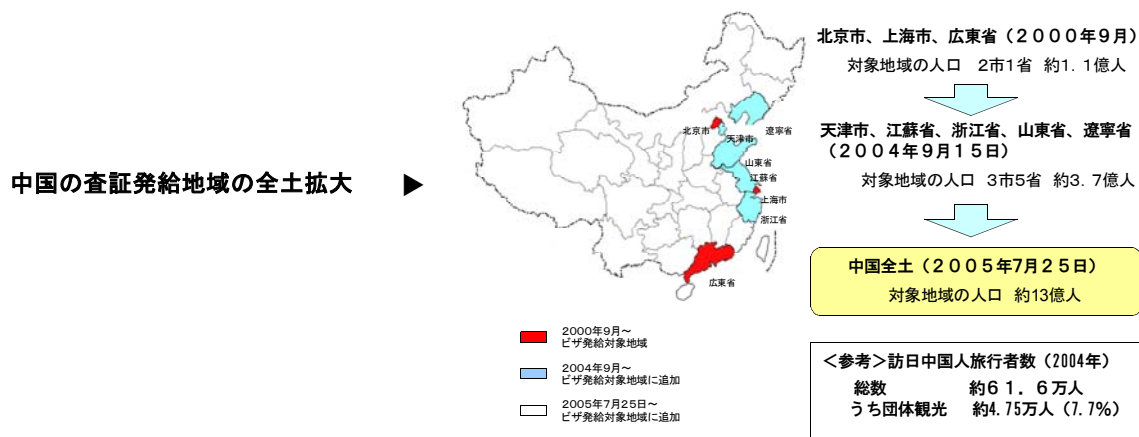
- 1 平成17年は、愛・地球博が開催されたことから、アジア各国・地域に対し次のとおり査証制度の緩和措置が図られた。

①中国(台湾、香港を除く。)

中国国民の訪日団体観光旅行は、平成12年6月に日中両国政府間で実施要領が合意され、同年9月より、北京市、上海市、広東省に居住する中国国民を対象に、訪日団体観光査証が発給されている。

平成16年9月15日から、訪日団体観光旅行の査証発給対象地域として、新たに天津市、江蘇省、山東省、遼寧省、浙江省が査証発給対象地域として追加され、これにより潜在的な訪日団体観光旅行の市場規模は、従来の1億1千万人から3億7千万人と約3.4倍に拡大した。

さらに、平成17年7月25日より訪日団体観光旅行の査証発給対象地域を全土に拡大しており、今後の団体観光旅行者の増大が期待されている。



②韓国

2002年サッカー・ワールドカップ日韓共催に当たっては、一定期間中（2002年5月15日～6月30日）、韓国人の訪日査証の免除措置がとられ、期間中の韓国からの訪日観光客は記録的に増加した。

2005年は日韓国交正常化40周年に当たり、「日韓共同訪問の年」「日韓友情年」として、日韓二国間関係の発展と人的交流の促進のため、また、愛知万博の成功という観点から、同博覧会実施期間中の平成17年3月1日から9月30日までの間、短期滞在者に対し査証免除を実施した。その後、平成17年10月1日から平成18年2月28日まで暫定延長したが、その後も査証免除措置を継続することとした。

③台湾

愛・地球博開催期間に合わせ、平成17年3月11日から9月25日までの間、短期滞在者に対し査証免除を実施した。その後も査証免除措置を継続することとした。

- 2 また、多くの問題のない外国人旅行者の上陸審査をスムーズに実施するため、上陸目的等に少しでも疑義がある一部の外国人に対しては、別室で詳しく上陸審査を実施するセカンダリ（二次的）審査を開始した。

第8節 世界の国々との観光交流強化の取組

- 1 日韓、日米等との二国間の観光協議を行うとともに、中国国民訪日団体観光旅行での査証発給対象地域を全土に拡大した。
- 2 A S E A N + 3 会合や国際機関等への協力を通じた国際観光交流の促進を図った。
- 3 国際協力機構を通じた開発途上国の観光振興に対する協力を行った。

第4章 国民の観光旅行促進施策

第1節 休暇取得の促進

- 1 平成17年における労働者1人平均の年次有給休暇の付与日数等についてみると、付与日数は18.0日、そのうち労働者の取得した日数は8.4日で、取得率は46.6%となった。
- 2 平成16年6月に取りまとめられた「長期家族旅行国民推進会議」（座長：島田晴雄内閣府特命顧問）の報告書（「家族仕様」の旅文化を拓く）を踏まえ、平成18年3月に「『長期家族旅行』を考えるフォーラム」を開催したほか、ラジオ番組による政府広報を通じた普及・啓発活動を行った。
- 3 （社）日本ツーリズム産業団体連合会では、「秋休み」を普及・定着させるため、ポスターの掲出や「秋休み」商品の造成、販売を通じて旅行商品の拡大を図った。

第2節 国民の観光需要の喚起

- 1 地方公共団体と観光業界が協力して、平成17年4月22日から3日間にわたり幕張メッセで行い、20万人を超える入場者を記録した「旅フェア2005」の開催を支援した。

旅フェア2005(幕張メッセ) ▶



- 2 民間主体の「オーライ！ニッポン会議」が中心となって、ホームページによる情報提供や都市と農山漁村の共生・対流を進めている優良事例の表彰等を通じて国民的な運動を推進した。

第3節 多様な旅行商品の提供

- 1 近年の旅行商品のインターネット取引の進展等に代表される流通構造の変革は、旅行者にとって自らのニーズに合った旅行商品の選択が可能となり、その結果、時間やお金の浪費を省き、利便性を追求する効率指向の旅行需要を増大させた。一方で、本物の価値を追求し、感動や快適さを得るために時間やお金を贅沢に消費する旅行者層を生むといった旅行市場に

おける消費者行動の二極化に合わせて、旅行業者においても旅行者のニーズを捉えた旅行商品の開発に従来以上に積極的に取り組むようになった。

- 2 航空、乗合バス、タクシー、鉄道等公共交通機関や高速道路において、各種割引運賃・チケット等が設定されるなど、多様な商品提供が行われている。

第4節 旅行業等における競争環境の整備

旅行業及び観光土産品の公正取引協議会に対し、各種公正競争規約が適正に運用されるよう指導を行うなど、公正な競争の確保を図った。

第5節 日本人の海外旅行の円滑化

出入国管理、査証発給手続、検疫、通関等の各種手続の円滑化を図った。検疫感染症の流行地域からの入国者に対しては、機内等で事前に質問票を配布し、検疫手続の円滑化を図っている。

第5章 魅力ある観光地の形成

第1節 観光地の魅力の向上

- 1 総合的、広域的な観光地づくり支援
 - (1) 地域で観光振興に取り組む民間組織が実施する外国人受入環境整備事業や人材育成事業等に要する経費の一部を補助する「観光ルネサンス補助制度」を創設し、平成17年度は、13件を補助金交付対象として選定した。

また、地域の関係者が一体となって観光を軸とした良好な地域づくりを支援している。
 - (2) 都市再生・構造改革特区・地域再生と一体となった観光振興を推進・支援した。
 - (3) 平成15年7月の観光立国関係閣僚会議で決定された「観光立国行動計画」に基づき、昨年度から国土交通省のホームページに掲載している「発見！観光宝探しデータベース」（地域の観光魅力を1千件以上登録）の更なる充実に取り組んだ。
 - (4) 「グリーン・ツーリズム」の推進、「エコツーリズム」の推進、「産業観光」振興施策の検討、「フィルムツーリズム」の活動の支援、「サイクルツアー」の普及等を図った。
 - (5) 北海道における観光振興策の観点から、観光基盤の整備、アウトドア活動に資する施設整備や農山漁村における自然体験型活動等の積極的支援を行った。

また、沿道景観整備等による美しいドライブ環境の創造と美しく個性豊かな北海道づくりを目指す「シーニックバイウェイ北海道」の本格的運用を開始した。
 - (6) 沖縄の観光振興を図るため、沖縄振興計画等に基づき、多様なニーズに対応した通年・滞在型の質の高い観光・リゾート地の形成に向け、世界遺産の周辺整備、離島地域の観光案内標識の整備等を行った。また、観光産業に従事する者の人材の育成や沖縄空手を通じた交流の推進、体験滞在交流の促進等の事業を推進した。
 - (7) 豪雪地帯、離島地域、奄美群島・小笠原諸島、半島地域の観光振興に向けた取組を実施した。
 - (8) 都市景観や安全で快適な通行空間の確保、歴史的街並みの保全を図るため、幹線道路に加え非幹線道路を含めた無電柱化を推進した。
 - (9) 安全な駐車場と、そこから歩いて行ける美しい風景スポットを、ホームページ等で情報提供するため、全国で募集を開始した。

2 観光地の魅力の演出

- (1) 良好な景観の形成を図るため、いわゆる景観緑三法（「景観法」「景観法の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律」「都市緑地保全法等の一部を改正する法律」）が平成16年6月に公布され、平成17年6月に全面施行された。これを受け、新たに創設された制度の技術的指針等の策定・公表を行い、緑豊かで暮らしやすいまちづくりの推進を図った。
- (2) 良好な街並み、農山漁村空間、道路空間、水辺空間等の形成のための事業を実施し、観光地の景観づくりを推進した。

3 自然・環境や文化遺産・世界遺産の保全

- (1) 自然公園の保護管理、野生生物の保護、温泉の保護、環境衛生対策等の施策を推進した。
- (2) 文化財の保護、歴史的風土の保存、世界遺産の保存等を図った。

平成17年7月には、国内で3番目の世界自然遺産として「知床」が登録された。

- (3) 「旅」を通じて日本の歴史や文化を訪ねる「わたしの旅」プランを募集し（「わたしの旅～日本の歴史と文化をたずねて～2005」）、魅力的なプランを100選として選定し、情報提供や広報活動を行った。

わたしの旅パンフレット ▶



- (4) 外国人旅行者の日本への観光交流を一回限りの異文化の出会いにとどめることなく、より深い相互理解につなげていくため、文化観光資源を発掘し、触れ、体験できることを目的とする観光を「文化観光」と位置づけ、「文化観光懇談会」を開催し、その普及方策等の検討を進めている。

4 観光資源保護活動等の推進

「観光道徳の高揚と観光資源の保護週間(観光週間)」(毎年8月1日から7日)等を実施するとともに、自然保護思想の普及や緑化意識の醸成、文化財愛護思想の普及を図った。

また、ナショナル・トラスト活動への支援を行った。

5 観光関連施設の整備

- (1) 博物館・美術館等の文化施設、スポーツ・レクリエーション施設等の整備を促進した。
- (2) 過疎地域の自然・文化・歴史・景観等の優れた地域資源を生かし、交流を図るための遊休施設等の整備を進めた。

第6章 観光産業の育成・高度化

第1節 旅行業

多様化する旅行者のニーズに対応するため、平成17年4月に旅行業法を改正し、新たな旅行契約の基幹的形態として「企画旅行」を明確に位置づけ、それに伴う契約ルールの整備を行った。

旅行商品開発に関しては、近年、熟年向け等のターゲット商品や韓流ブーム等のブームを捉えた商品、地域の魅力づくり支援商品等、付加価値の高い旅行商品の企画・開発が求められている。

第2節 ホテル・旅館業

ホテル・旅館のうち、外国人旅行者の宿泊に適した一定水準以上の施設を有するものについては、「国際観光ホテル整備法」に基づき登録し、その施設整備を支援しているほか、これらの登録ホテル・旅館の宿泊情報を外国人に提供している。

第3節 産業連携の動き

観光は、政府だけでなく、官民一体となった取組や民間による自主的な取組が重要であるが、近年、このような産業連携の動きが加速している。

官民一体となった取組として、民間有識者で構成する「観光立国推進戦略会議」が観光立国関係閣僚会議の下に平成16年5月から開催され、精力的な検討を重ね、同年11月に報告書を取りまとめた。さらに、平成17年5月及び12月に開催された「観光立国推進戦略会議」では、政府はもとより、地方自治体や経済界等の取組の進捗状況等も報告されている。

地方においても、民間が主体となり、行政と連携を図りながら地域観光振興方策を検討する「観光を考える百人委員会」等が開催されている。

第4節 教育関連機関等における人材育成の強化

大学等高等教育機関における観光教育の現状について調査を行うとともに、観光を担う人材育成のあり方について検討を行った。観光関連学部・学科の規模は、入学定員約2,200人、学生数約9,500となっている。

また、ホテル・旅館等の観光関係従事者の訪日外国人対応レベルの向上を図るため、「外国人旅行者接遇研修会」を全国20箇所で開催した。

第5節 サービス産業創出支援事業

関連する事業者が協働・連携し、新たなサービスを提供する先導的な取組を支援している。平成17年度は、15件を事業化支援プロジェクトとして選定した。

第7章 交通機関等の利便向上

第1節 旅客輸送機関等による観光の利便向上

日本の鉄道に不慣れな外国人旅行者でも乗降駅や乗換駅を特定しやすいよう、東京及び大阪の地下鉄等において、路線名や駅名をアルファベットや数字で表すナンバリングを実施した。

また、外国人旅行者をはじめとする地理に不案内な観光客が、道路を迷うことなく目的地に到着できるよう歩行者系の地図標識を活用した多言語表記の実施を推進した。

▼分かりやすい道路案内標識の例



第2節 高齢者・障害者等が楽しめる観光地づくり

高齢者・障害者等の移動の円滑化を図るため、公共交通機関におけるバリアフリー車両の導入促進や、歩道の段差解消、宿泊施設・文化施設等でのスロープやエレベーター等の設置等の一層のバリアフリー化を図った。

第8章 観光に係る安全対策

日本人が海外において事件・事故又はテロや災害等の様々な危機に巻き込まれないように各種の広報啓発活動を展開した。特に注意が必要な国・地域について、「危険情報」を発出（平成17年：302件）し、旅行会社等を通じて旅行者への周知を図った。事件や事故に巻き込まれた日本人に対しては、迅速かつ適切な支援を行った。

また、宿泊施設や林野の火災防止対策の推進、山崩れや雪崩等の災害を防止するための観光地における自然災害防止対策の推進、気象等の観測及び防災気象情報の提供、山岳遭難や水難の防止対策を推進した。