

第3章

観光立国の実現と美しい国づくり

第1節 観光をめぐる動向

1 観光立国の意義

観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等、国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、国際相互理解を推進し、急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の需要を取り込むことによって、力強い日本の経済を取り戻すための極めて重要な成長分野である。

2 観光の現状

(1) 国民の観光の動向

平成25年の国内宿泊観光旅行の平均宿泊数は2.35泊（前年2.14泊）、平均回数は1.43回（前年1.35回）、帰省・ビジネスも含めた国内宿泊旅行の消費額は約15.8兆円（前年15.3兆円）であり、前年に比べ宿泊数、回数、消費額共に増加した。

また、25年の海外旅行者数は、対前年比5.5%（約102万人）減の約1,747万人となり、25年の海外旅行消費額は約4.6兆円と、前年（約4.7兆円）に比べて減少した。

(2) 外国人の訪日旅行の動向

平成25年の訪日外国人旅行者数は、約1,036万人（対前年比24%増）となり、15年のビジット・ジャパン事業開始以来の政府目標であった年間「訪日外国人旅行者数1,000万人」を初めて達成した。

国籍・地域別では、韓国が約246万人（対前年比20%増）、次いで台湾が約221万人（対前年比51%増）、中国が約131万人（対前年比8%減）の順となっている。また、ビジット・ジャパンの訪日市場別では、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、インド、オーストラリア、フランスが過去最高を記録した。

25年の訪日外国人旅行消費額は、前年比30.6%増（3,321億円増）の1兆4,167億円となった。

コラム

史上初の訪日外国人旅行者数1,000万人達成！

平成25年12月20日、史上初の訪日外国人旅行者数1,000万人を達成しました。

これまでのビザの発給要件緩和やオールジャパン体制での訪日プロモーション等が功を奏し、24年の訪日外国人旅行者数は約836

万人となり、震災等の影響からほぼ回復しました。そして25年には、訪日外国人旅行者数1,000万人達成に向けて、様々な訪日旅行促進の取組みを実施しました。具体的には、7月以降実施してきた東南アジアへのビザの発給

要件緩和、訪日プロモーションの実施等、政府を挙げて官民一丸となって取り組んできた諸施策に加え、観光庁が実施するビジット・ジャパン事業を可能な限り年内に前倒しするとともに、新規事業を追加実施しました。更には自治体、経済団体、企業等、国内外の関係者に日本への視察旅行招請等の実施について協力を依頼しました。

こうした取組みの結果、ビジット・ジャパン事業開始10周年目の節目となった25年12月20日、史上初の「訪日外国人旅行者数1,000万人」を達成することができました。

12月20日の1,000万人達成日には、太田国土交通大臣出席のもと、成田国際空港において1,000万人達成記念セレモニーを開催しました。セレモニーでは、太田大臣より1,000万人達成宣言がなされ、1,000万人到達者として、家族旅行で訪日されたタイの方へ、記念品等の贈呈がなされました。

今後、2020年に向けて、訪日外国人旅行者

2,000万人の高みを目指し、オリンピック・パラリンピック東京開催決定、富士山の世界文化遺産の決定、和食の無形文化遺産の決定などの国際的な注目度を最大限に活かして、日本が世界に誇る美しい四つの季節、豊かな観光資源に加え、安全で清潔で快適な「まち」、そして「おもてなしの心」など、世界の人々の心に響く素晴らしい魅力を世界に発信し、1人でも多くの外国人の方にお越しいただける取組みを実施していきます。

1,000万人達成セレモニーの様子



資料) 観光庁

(3) 観光産業の動向

① 旅行業

平成25年度の主要旅行業者58社の取扱額は、約6兆4,855億円（対前年度比3.7%増）となった。取扱額の内訳については、海外旅行が約2兆2,705億円（対前年度比1.0%減）、国内旅行が約4兆1,318億円（同6.0%増）、訪日外国人旅行が約832億円（同26.1%増）となった。

② 登録ホテル・旅館

平成24年度の主要登録ホテル・旅館の客室利用率は、ホテルで73.3%（対前年度比5.5%増）、旅館で58.5%（同0.7%増）となった。また、主要登録ホテル・旅館のうち、黒字施設の割合は、ホテルで68.1%（対前年度比20.2%増）、旅館で59.3%（同16%増）となった。

第2節 観光立国の実現に向けた取組み

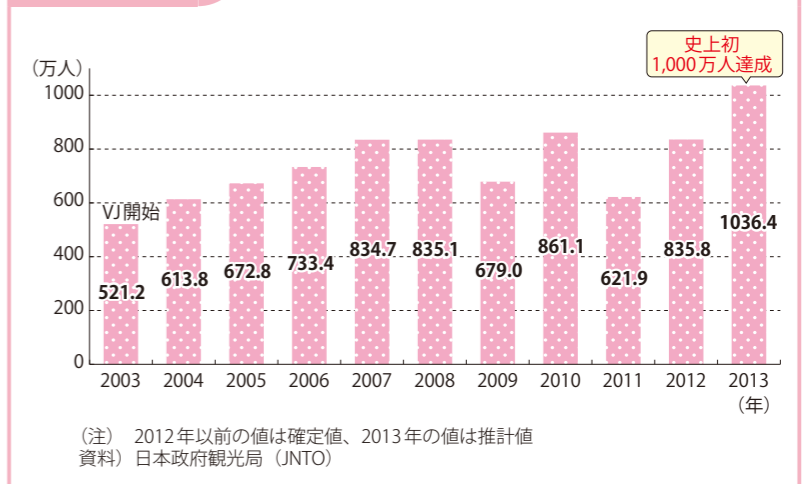
内閣総理大臣主宰による観光立国推進閣僚会議にて、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を平成25年6月11日に決定し、政府一丸、官民一体となってこのアクション・プログラムの実施に取り組んだ。25年の目標であった訪日外国人旅行者数1,000万人達成後、26年1月の同閣僚会議において、安倍内閣総理大臣の指示を受け、2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指していくべく、現行のアクション・プログラムの改定にむけた検討を開始した。

1 日本ブランドの作り上げと発信

官民一体となったオールジャパンの体制により、我が国の観光魅力を海外に発信することによって、訪日を促進するビジット・ジャパン事業を展開している。

具体的には、①海外旅行会社の招請やツアー共同広告の実施等の現地旅行会社向け事業、②海外広告宣伝や海外メディアの招請等の現地消費者向け事業、③広域で連携した外国人誘客の取組みを地域と運輸局等が共同で実施する地方連携事業、④在外公館をはじめとする関係省庁や民間企業と連携したオールジャパンによる訪日旅行促進における取組みをビジット・ジャパンの訪日市場（韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、オーストラリア、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ）を中心に実施した。

図表 II -3-2-1 訪日外国人旅行者数の推移

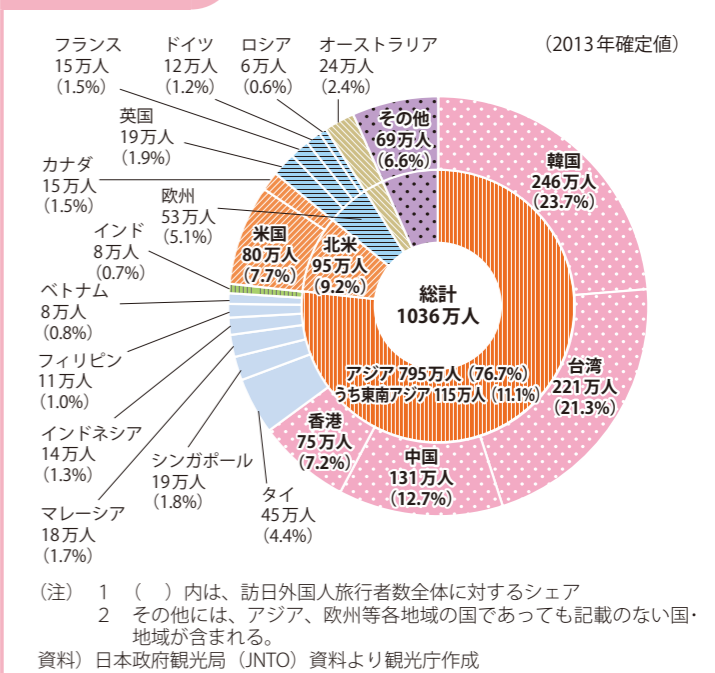


2 ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進

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のビザ免除、ベトナム及びフィリピンの数次ビザの導入、インドネシア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日よりカンボジア及びラオス、26年1月15日よりミャンマー向けの数次ビザの導入を開始した。

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を検討するため、諸外国の制度について調査し、調査結果を参考としつつ、制度の検討を開始した。

図表 II -3-2-2 2013年の訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)



3 外国人旅行者の受入の改善

2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指していくためには、訪日外国人旅行者の快適・円滑な移動・滞在のための環境整備を図ることによって、訪日外国人旅行者が日本に来てよかったと満足して帰国し、リピーターとして再度訪日することが極めて重要である。

このため、平成25年度は、6月に決定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」に基づき、美術館、博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等において、外国人目線に立った共通ガイドラインの策定等により、多言語対応の改善・強化に取り組んだ。また、これまで戦略拠点・地方拠点として選定された全国49拠点で、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いる。併せて、空港や港での出入国手続の迅速化・円滑化、個人旅行者の増大に対応した公共交通の利便性向上、無料公衆無線LANの自主的整備の促進、海外発行クレジットカードに対応したATMの設置の促進、ムスリム旅行者の受入環境整備等に取り組んだ。

また、全国49拠点のうち、25年度は15拠点で受入環境整備事業を行い、これら地域での先進的な受入環境の整備と他地域への普及を図り、地域における訪日外国人旅行者の受入環境整備を促進した。

さらに、訪日外国人旅行者が安心して日本を訪れ、滞在を楽しむことができるよう、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、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や、IT（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、地方公共団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に取り組んだ。

通訳案内士については、訪日外国人旅行者のニーズの多様化に的確に対応するため、通訳案内士試験の筆記試験の免除対象拡大や準会場制度の導入など、通訳案内士制度の改善・充実を図った。さらに、「総合特別区域法」等に基づく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特例措置の着実な実施を図った。

4 国際会議等のMICE分野の国際競争力強化

国際会議等（MICE）^注は海外の人と知恵を我が国に呼び込む重要なツールであり、誘致・開催を促進することは、ビジネス機会・イノベーションの創出や地域への大きな経済効果を生み出し、国・都市の競争力・ブランド力の向上を促す等の幅広い意義を有している。そのようなMICEの重要性向上と市場の拡大を背景に、アジアの競合国では積極的な誘致活動を展開している。そのため、日本のMICEの国際競争力が相対的に低下しつつある中、これを強化することが必要である。

平成25年6月に閣議決定された「日本再興戦略」において、「2030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」という目標が掲げられ、これを実現するため、新たな施策として、①海外競合都市との厳しい誘致競争に打ち勝つことのできる「グローバルMICE戦略都市」の選定と育成、②国際会議誘致の啓蒙・広報活動等を行う「MICEアンバサダー」に、学会等で国内外に影響のある方々を任命、③歴史的建造物や公的空間等で会議・レセプションを開催することにより

注 「MICE」とは、企業等の会議（Meeting）、企業の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際会議（Convention）、展示会・見本市（Exhibition）の頭文字

特別感や地域特性を演出するユニークベニューの利用促進等の取組みを実施した。

MICE誘致の取組みの結果、9月には、2017年の「第23回世界神経学会議」（参加予定人数7,000名）、2018年の「第11回国際水協会世界会議」（同6,000名）、2021年の「第22回国際栄養学会議」（同4,500名）等の大型国際会議の日本開催が決定した。

5 観光産業の強化と人材の育成

（1）観光産業の強化

平成25年4月に取りまとめられた「観光産業政策検討会」の提言を受けて「旅行産業研究会」を開催し、海外OTA（オンライン・トラベル・エージェント）の台頭やインターネット取引の増大に対応した旅行産業の今後のあり方や、観光新興国の台頭等旅行業を取り巻く環境の変化にあわせた標準旅行業約款制度の見直しなどについて、有識者による議論を行った。

（2）観光産業の人材の育成

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るため、ホテル・旅館の若手経営者層・後継者を対象に、高い経営能力を有した人材を育成するために、意欲のある地域・近隣の大学が連携して人材育成プログラムを実施した。

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、大学生を対象としたインターンシップモデル事業を実施した。

（3）観光旅行の安全の確保

平成24年に発生した関越自動車道における高速ツアーバス事故、中国の万里の長城付近における遭難事故等を受け、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結果を踏まえて策定した「高速・貸切バスの安全・安心回復プラン」に基づき、安全性向上に向けた取組みを実施した。

6 魅力ある観光地域づくり

（1）国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

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。

併せて、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み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、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、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。

(2) 観光地域づくり人材を育成する取組みの支援

地域の自主的・自立的な観光地域づくり人材育成の取組みを促進するため、地域の状況に応じた人材育成手法等の策定・試行を行い、その全国的な普及・展開を進めた。

また、将来の地域づくりの担い手を育成するため、観光教育に熱心な学校関係者と連携して、子ども達の「旅をする心」を育む観光立国教育の推進を図った。

(3) 多様化する旅行者のニーズに応じた観光への取組みの促進

自然環境、農業、文化、地場産業等、地域の特性を活かし、多様化する旅行者のニーズに応じた旅行商品を提供する重要性が高まっている。このため、平成24年度に実施した顧客満足度の向上に資する旅行商品造成のための方策の検討に続き、25年度においては、各地域で造成された旅行商品を一般消費者や旅行会社等に普及・浸透させるための方策を検討し、実施事業者向けの手引き書を作成した。

加えて観光庁では、25年11月に文化庁と、26年1月に農林水産省と政策推進の連携協定を結び、これらの協定に基づき、地域の文化財や農山漁村が有する資源を活用し、地域ならではの魅力を来訪者のニーズに即して提供する取組みを促進するとともに、日本ブランドとしてこれらを対外的に情報発信するための連携施策を推進することとした。

また、スポーツツーリズムについては、25年5月にロシア・サンクトペテルブルクで開催された「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みを支援した。7月には韓国・ソウルで「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魅力的なスポーツツーリズム資源として海外で積極的に発信した。

(4) ユニバーサルツーリズムの促進

高齢者・障害者等の移動制約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取組みやユニバーサル旅行商品の供給促進に向けた検討を実施した。

7 休暇取得の促進

観光庁では旅行需要の創出に向け、学校休業日の柔軟な設定により、地域ぐるみで大人と子どもの休みのマッチングを行う「家族の時間づくりプロジェクト」について、平成25年度は全国11地域134校において実施した。

また、企業・団体向けには、内閣府、厚生労働省、経済産業省と共同で休暇（オフ）を前向き（ポジティブ）にとらえて楽しむ「ポジティブ・オフ」運動を推進している。この運動には、25年度末現在で387の企業・団体が賛同している。

8 観光に関する統計の整備

観光政策の戦略的立案及び成果の検証に活用するため、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公表の早期化に努めた。また、これら3つの観光統計の分析方法の紹介を行った。

上記の3つの観光統計の他に、観光産業の基本的構造（事業者数、売上規模、雇用・就労状況等）

や、観光が地域経済に及ぼす影響等を明らかにするための観光地域経済調査を経済センサスの実施年度に合わせ、全国約9万事業所を対象として実施した。その結果、平成25年8月に観光地域経済調査の速報結果を公表することができた。

第3節 良好な景観形成等美しい国づくり

1 良好な景観の形成

(1) 景観法等を活用したまちづくりの推進

「景観法」に基づく景観行政団体^注は平成25年9月30日時点で598団体に増加し、景観計画は399団体に策定されるなど、良好な景観形成の取組みが推進されている。また、景観行政団体となることで都道府県事務であった「屋外広告物法」に基づく条例制定を行った市町村は、26年4月1日時点で62団体に増加しており、総合的な景観まちづくりが進められている。

(2) 社会資本整備における景観検討の取組み

景観に配慮した社会資本整備を進めるため、地域住民や学識経験者等の多様な意見を聴取しつつ、事業後の景観の予測・評価を行い、事業案に反映させる取組みを推進している。

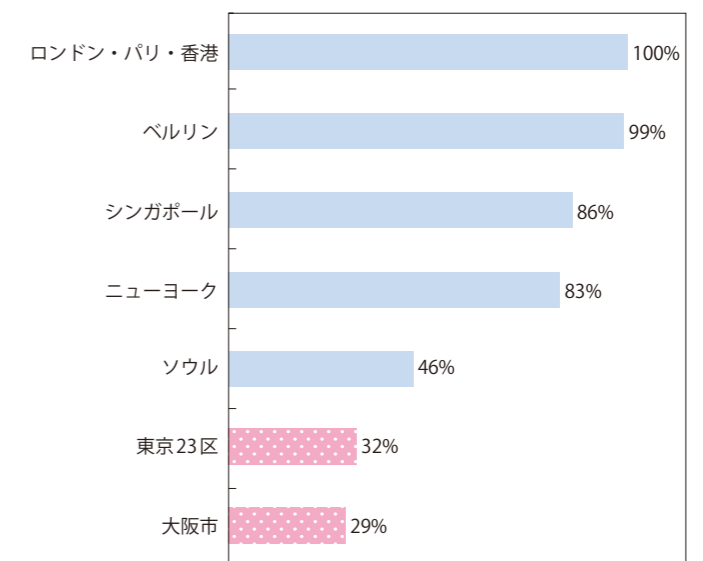
(3) 無電柱化の推進

良好な景観の形成や観光振興、安全で快適な通行空間の確保、道路の防災性の向上等の観点から、道路の新設又は拡幅との同時整備などの多様な整備手法の周知等により無電柱化を推進している。

(4) 「日本風景街道」の推進

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修景・緑化を進め、観光立国の実現や地域の活性化に寄与することを目的に「日本風景街道」を推進している。平成26年3月末現在132ルートが日本風景街道として登録されており、道の駅との連携を図りつつ、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支援している。

図表 II -3-3-1 欧米主要都市等と日本の電線地中化の現状



(注) 1 ロンドン、パリは海外電力調査会調べによる2004年の状況（ケーブル延長ベース）
 2 香港は国際建設技術協会調べによる2004年の状況（ケーブル延長ベース）
 3 ベルリンは国土交通省調べによる2012年の状況（ケーブル延長ベース）
 4 シンガポールは海外電気事業統計による1997年の状況（ケーブル延長ベース）
 5 ニューヨークは国土交通省調べによる2011年の状況（ケーブル延長ベース）
 6 ソウルは国土交通省調べによる2011年の状況（ケーブル延長ベース）
 7 日本は電気事業連合会調べによる2012年度末の状況（ケーブル延長ベース）
 （地中化率＝地中線延長／（架空線延長＋地中線延長）×100）
 資料）国土交通省

注 都道府県、政令指定都市、中核市又は都道府県知事とあらかじめ協議した上で、景観行政事務（「景観法」第2章第1節から第4節まで、第4章及び第5章の規定に基づく事務）を処理する市町村をいう。

(5) 水辺空間等の整備の推進

河川が有する固有の自然・文化・歴史等を踏まえ、「多自然川づくり」、「『かわまちづくり』支援制度」、「水辺の楽校プロジェクト」等により、誰もが身近な自然空間として利活用できるよう親水性、景観等に配慮した河川整備を推進している。

また、公共下水道雨水渠等の空間を活用した、せせらぎ水路の整備や下水処理水をせせらぎ用水として活用するための施設整備等を推進し、下水道の持つ施設空間や下水処理水を活用した水辺の再生・創出に取り組んでいる。さらに、汚水処理の適切な実施により、良好な水環境を保全・創出している。

2 自然・歴史や文化を活かした地域づくり

(1) 我が国固有の文化的資産の保存・活用等に資する国営公園の整備

我が国固有の優れた文化的資産の保存及び活用等を図るため、国営公園の整備を推進しており、国営飛鳥・平城宮跡歴史公園をはじめ、17公園が開園している。平成25年度には、国営飛鳥・平城宮跡歴史公園（飛鳥区域）において、キトラ古墳周辺地区等の整備を行った。

(2) 古都における歴史的風土の保存

京都市、奈良市、鎌倉市等の古都においては、「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法（古都保存法）」に基づき、建築物等の新・増・改築、宅地の造成等行為の制限を行うとともに、土地の買入れなどの古都保存事業や普及啓発活動等を実施することにより、歴史的風土の保存を図っている。

(3) 歴史的な公共建造物等の保存・活用

地域のまちづくりに寄与するために、長く地域に親まれてきた歴史的な官庁施設の保存・活用を推進するとともに、歴史的砂防関係施設（平成26年3月31日現在、重要文化財2件、登録有形文化財177件）及びその周辺環境一帯を地域の観光資源の核として位置付け、環境整備を行うなど、新たな交流の場の形成に資する取組みを促進している。

(4) 歴史文化を活かしたまちづくりの推進

地域の歴史や伝統文化を活かしたまちづくりを推進するため、「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（歴史まちづくり法）」に基づき、44市町（平成26年3月31日現在）の歴史的風致維持向上計画を認定し、計画に基づく取組みを支援している。また、歴史的まちなみの形成における共通課題の解決に向け、全国の13地域で実証的な検討調査を実施した。

稲荷山砂防堰堤群（栃木県日光市）
地域を守る歴史的砂防施設を活用した
観光・交流活動を推進



資料) 国土交通省

(5) 水辺とまちの未来創造プロジェクトの推進

美しさと風格を備えた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、にぎわい・活力や自然豊かな景観等を保全・創出するための取組みを、住民、企業、行政が一体となって推進する。特に、東京では、2020年オリンピック・パラリンピック開催も見据え、隅田川等において関連する取組みを推進する。

ロゴを用いた機運を高める取組み



コラム

国内初のクルーズトレイン「ななつ星in九州」運行開始

「ななつ星in九州」は、JR九州管内において、平成25年10月15日から運行を開始したクルーズトレインです。この日本初のクルーズトレインとしてつくられた豪華寝台列車による旅の魅力は、匠の心と技が結集した車両、思いと手間が込められた料理と立寄り先でのおもてなし、そしてクルーとのふれあいであり、それらは、九州という地域の持つ豊かさからつくられたものです。また、列車名の由来は、「九州の7つの県」、「九州の主な7つの観光素材（自然、食、温泉、歴史文化、パワースポット、人情、列車）」及び「7両編成の客車」の表現であるとされています。

列車は、客車7両、機関車1両の8両編成で、全14室を備え、最大定員は30名となっています。列車内では、木やファブリック（布、織物）が様々にあしらわれ、和洋・新旧融合の国内最上級の洗練された空間が演出されています。

コースは、福岡・大分・宮崎・鹿児島・熊本の5県を周遊する3泊4日と、福岡・佐賀・長崎・熊本・大分の九州北部を周遊する1泊2日の2つがあり、3泊4日コースでは霧島温泉郷において列車外での宿泊も用意されて

います。旅行価格は、25年12月現在で、26年8月から11月に行われる1泊2日コースが18～52.5万円、3泊4日コースが43～125万円といった富裕層向けの価格帯であると考えられているにもかかわらず、応募倍率が9倍となるなど、大変な人気を博しています。

「ななつ星in九州」の運行により、23年3月の九州新幹線全線開業とあわせて、国内外から多くの観光客が訪れています。今後も、九州の各観光地だけではなく、「乗ること、見ること」を目的とする多くの観光客が、九州を訪れることでしょう。

クルーズトレイン「ななつ星in九州」HP
<http://www.cruisetrain-sevenstars.jp/>



資料) 九州旅客鉄道株式会社