

訪日外国人2,000万人時代の実現へ
— もてなしの心によるあこがれの国づくり（第二の開国）—

国家成長戦略として明確に位置付け

（ 施策 の 方向 ）

（ 目 標 ）

国際交流
（相互理解）

経済活性化
（全国、地域）



- 海外プロモーション（日本ブランドの確立）
 - ・プレミアム・デスティネーションとして差別化
 - ・ブランド展開は「多様性」を機軸に
 - ・地方の魅力発信を重視
 - ・重点市場の拡大
- 受入体制の整備（円滑、満足、安全な観光）
 - ・関係者の役割分担と計画的協働を
 - ・国の役割（目標設定、環境（基盤）整備、しくみづくり）
 - 課題例 —
 - ・出入国 ・空港/港湾 ・表示/案内 ・景観 ・観光統計整備 等
- 観光産業の国際競争力強化（「価格」から「価値」競争へ）
 - ・アジアをはじめとする世界の成長を取り込む企業戦略
 - ・観光関連産業の待遇改善、人材育成
 - 課題例 —
 - ・旅行業： 訪日市場への取組（海外での規制緩和）
 - ・宿泊業： 待遇改善（設備活用、商慣習是正） 等
- 国際会議・イベント
 - ・MICEの振興へ対象を拡大、国をあげての推進体制
 - ・国際競争力強化（施設、アクセス等）

（留意点）

高質な観光 を提供する意識で

連携と協働
（産、官、民）

国民運動の
展開
（国際性の涵養）



訪日外国人のもつ懸念を杞憂に (施策との関連)

(訪日客のもつ懸念)

(当面の取組み—中長期戦略)

●遠方感

(遠い国)

●割高感

(観光物価)

●不安感

(言語慣習)

(1)ビザの発給(迅速化、円滑化)

(2)入国審査の改善(時間短縮等)

(3)空港、港湾の整備改善(寄港等)

(4)通貨(両替)対策

(5)情報提供の充実

(6)外国人向け表示案内、接遇の改善

(交通・宿泊施設、博物館、通訳案内)

(7)国内移動の円滑化

(エンターテインメント充実を含む)

(8)緊急時対応

(医療、保険サービス等)