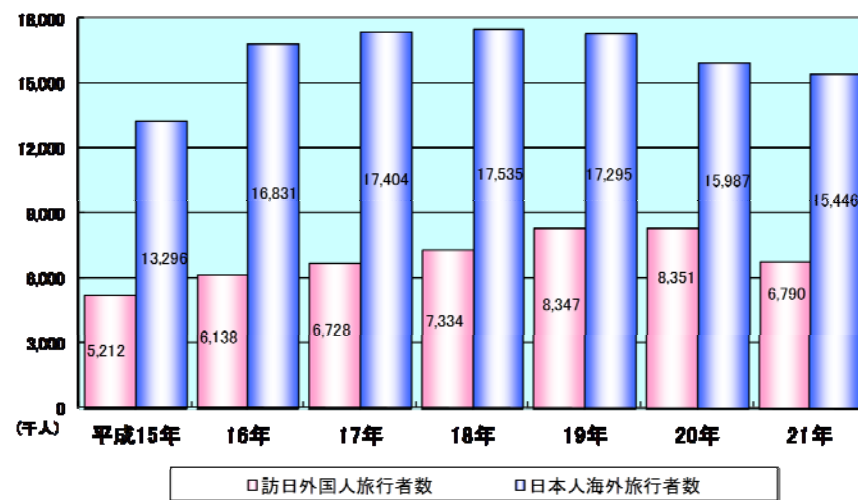


●平成21年度観光白書（概要） （「平成21年度観光の状況・平成22年度観光施策」）

-観光の現状-

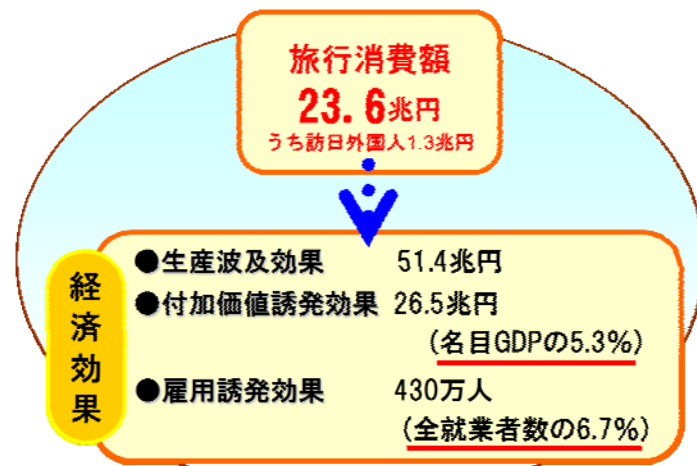
(1) 平成21年の訪日外国人旅行者数は、世界経済の低迷、円高、更には新型インフルエンザの流行などの影響から、前年に比べ約156万人少ない679万人と大きく減少した。
日本人海外旅行者数については、8月以降は燃油サーチャージの廃止等により回復基調に転じたものの、景気後退による個人消費の落ち込み、新型インフルエンザの感染拡大などのマイナス要因によって前年に比べ約54万人少ない1,544万6千人となった。

<訪日外国人旅行者数・日本人海外旅行者数>



(3) 平成20年度の国内の旅行消費額は23.6兆円であり、その生産誘発効果は51.4兆円、付加価値誘発効果は26.5兆円(国内総生産(名目GDP)497.7兆円の5.3%)、雇用誘発効果は430万人(全就業者数6,445万人の6.7%)と推計。

<平成20年度旅行消費の我が国経済への貢献(経済効果)>



※観光、ビジネス、帰省を含む数字

観光立国推進基本計画 (平成19年6月29日閣議決定)

【目標】

1. 訪日外国人旅行者数1,000万人に(平成22年まで)
2. 日本人海外旅行者数2,000万人に(平成22年まで)
3. 国内観光旅行消費額を30兆円に(平成22年度まで)
4. 国内観光旅行宿泊数を1人年間4泊に(平成22年度まで)
5. 国際会議開催件数を5割以上増(平成23年まで)

訪日外国人3,000万人プログラム

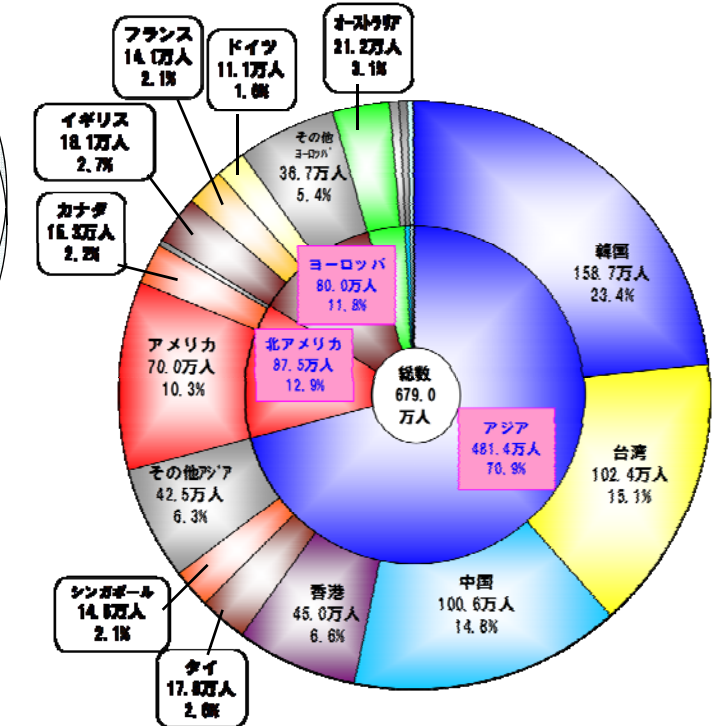
○訪日外国人旅行者数目標

【第1期】2013年までに1,500万人【第3期】2019年までに2,500万人
【第2期】2016年までに2,000万人【将来目標】3,000万人

「新成長戦略(基本方針)～輝きのある日本～」
(平成21年12月30日閣議決定)に明記

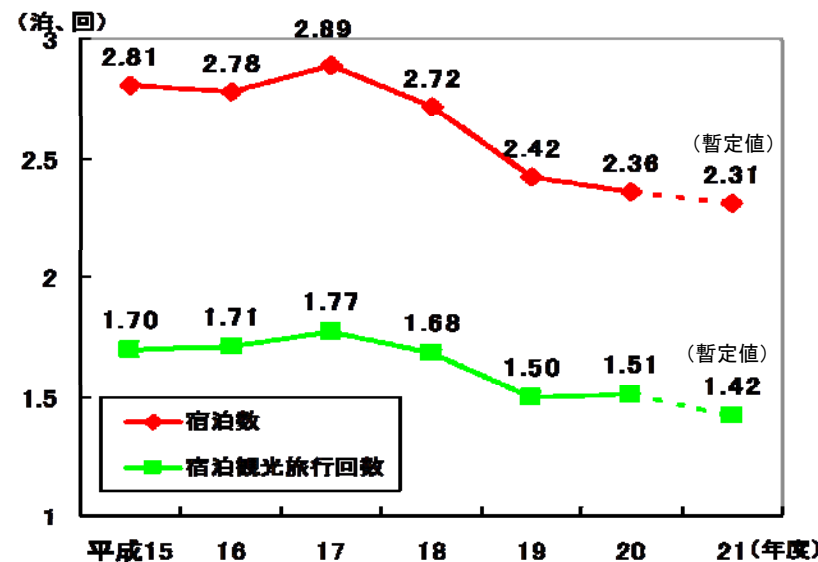
(2) VJC重点市場国のうち、中国を除く全市場で訪日客が減少した。特に韓国、台湾の2大市場からの訪日客が前年比で大幅に減少したことが、訪日客全体の下げ幅を拡大させる結果となった。

<州別、国・地域別訪日外国人旅行者の割合>



(4) 国内宿泊観光旅行1人当たり回数は1.42回、1人当たり宿泊数は2.31泊となった。

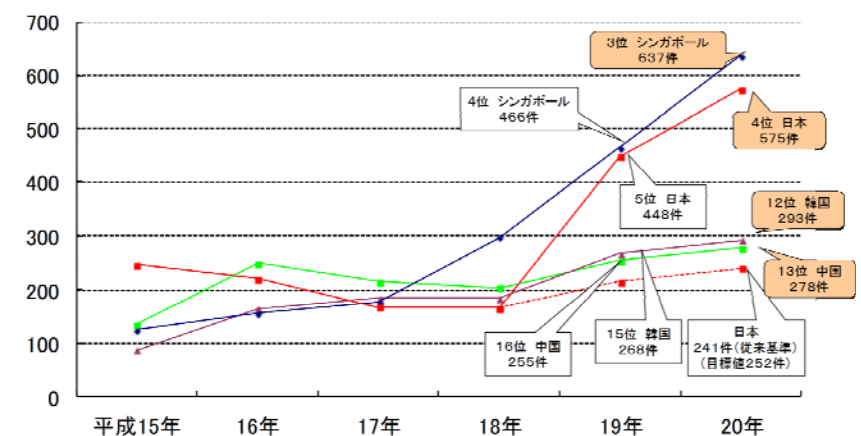
<国内宿泊観光旅行の動向>



※観光のみの数字(ビジネス、帰省を含まない。)

(5) 平成20年の国際会議開催件数は、平成19年の448件から575件と件数を伸ばし、アジア2位を堅持した(世界4位)。なお、平成19年に国際会議の統計基準が緩和されているが、「観光立国推進基本計画」に定められた目標値における基準に照らすと、平成20年の国際会議開催件数は241件であると推察される。

<国際会議開催件数の推移>



※平成19年より基準が変更されている。

第I部 旅行環境に関する国際比較

主要8カ国の旅行状況の比較

日本は国内総旅行量(回数×泊数)、海外旅行とも8カ国で最低クラス。

2008年		日本	韓国	フランス	イギリス	ドイツ	アメリカ	オーストラリア	中国(参考)
国内	宿泊旅行回数(回)	2.8	2.2	3.4	1.9	2.2	3.2	3.4	-
	1回あたり泊数(日/回)	2.0	2.7	5.8	3.2	3.4	4.4	3.9	-
海外	旅行回数(回)	0.13	0.25	0.39	1.12	1.04	0.21	0.25	0.03

※旅行回数・泊数にはビジネス旅行を含む

出典: 各国観光統計資料より観光庁作成(中国は統計情報の収集が完全ではないため、参考とした)

観光に特化した詳細調査

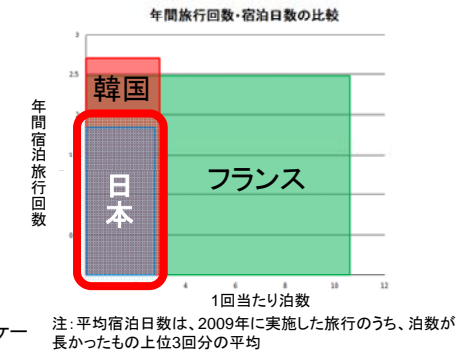
- ・フランス 世界トップレベルの観光大国
- ・韓国 旅行総量は日本とほぼ同じ 日本との観光交流人口も最多

日・仏・韓3カ国の旅行環境の比較

1. 年間宿泊旅行回数・泊数(国内・海外合計)の比較

日本は回数、泊数とも最低。
フランスは回数は韓国に劣るが泊数は圧倒的に長い。

2009年	年間旅行回数	1回あたり泊数
日本	1.78	2.93
フランス	2.51	10.42
韓国	2.72	2.99



※「平成21年度旅行環境の国際比較調査」
日・仏・韓、それぞれ18歳以上の国民1,000名を対象に国内・海外のビジネス目的を除く宿泊旅行についてアンケートを実施

2. 旅行のための休暇取得の状況

- ・フランスは、旅行に行く場合は長い休みを複数回取得し、その殆どを宿泊旅行に使う。
- ・韓国は、旅行に行く休暇の期間は短いですが、フランス同様宿泊旅行に使う割合が多い。
- ・日本は、旅行に行く場合でも、取得した休暇の3~6割程度しか使わない。

	日本	フランス	韓国
有給休暇取得日数	8.27	34.95	8.93
最も長い休暇 休暇日数	9.05	15.73	4.36
(土日を含む) 泊数	3.27	14.62	3.46
2番目に長い 休暇日数	4.99	8.32	3.36
休暇(同上) 泊数	2.73	7.38	2.78
3番目に長い 休暇日数	3.81	7.09	3.14
休暇(同上) 泊数	2.41	6.38	2.36

※有給休暇取得日数には土日・祝日は含まない
休暇日数は土日・祝日を含んだ連続休暇日数の平均
旅行のための休暇取得状況について調査を実施

3. 観光消費額の比較

国内旅行の消費額について比較

- ・1回あたりは日・仏でほぼ同じだが、1泊当たりは、日本がフランスの2.6倍。
- ・公共交通機関を使う比率が高い。
- ・ホテル・旅館の利用率が高い
- ・日本人の旅行行動における消費は幅広い効果が期待される。

国内旅行	日本(08年)	フランス(07年)	韓国(08年)
1回あたり旅行消費額(円)	55,186	55,297	11,266
1泊あたり旅行消費額(円)	27,593	10,547	4,173

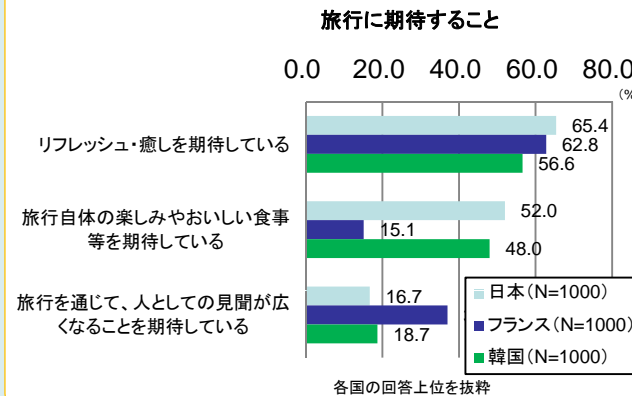
レート: ドル/円=103.359 ユーロ/ドル=0.683 ウォン/ドル=1102.05 (OECD 各年の平均)

交通手段	日本			フランス			韓国		
	日本	フランス	韓国	日本	フランス	韓国	日本	フランス	韓国
自家用車	34.2%	75.4%	70.2%	44.3%	10.4%	3.5%	28.3%	-	-
鉄道	11.1%	12.8%	4.2%	4.1%	10.3%	31.3%	22.4%	58.5%	55.3%
新幹線	16.3%	-	3.6%	12.6%	16.2%	2.2%	-	-	-
飛行機	12.5%	7.0%	3.4%	-	-	-	-	-	-
その他	14.2%	4.9%	16.2%	-	-	-	-	-	-

出典: 観光庁「旅行・観光消費額動向調査」、Memento du Tourisme2009(仏)、2008国民旅行実態調査(韓国)

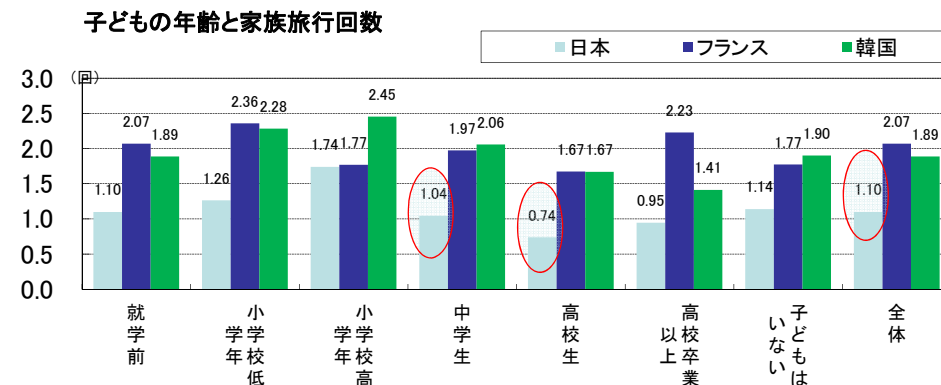
4. 旅行に対する意識

- ・各国ともリフレッシュ・癒しがトップ
- ・日韓は旅行自体や食事
- ・フランスは見聞を広める



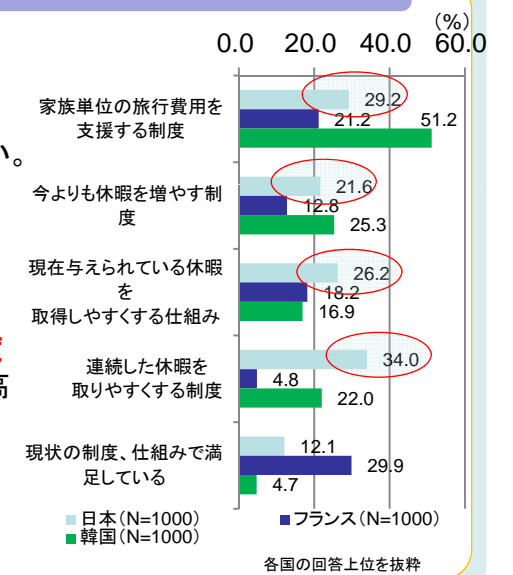
5. 家族旅行の動向

- ・日本は家族旅行回数が少ない。中高生では仏・韓の約半分の水準。
- ・フランスは子どもの年齢に関わらず回数が多く、家族旅行が習慣的になっていると考えられる



6. 宿泊旅行を増やすために必要な仕組み

- 【日本】 休暇に関する制度の整備の回答割合が多い。
- 【フランス】 現状の制度で満足が最多。
- 【韓国】 家族旅行への支援制度への回答割合が特に高い。



取組の方向性

- ・日本は回数、泊数ともに少なく、休暇取得状況も十分ではない。【1,2】
- ・特に家族旅行が少ない。家族旅行の減少は、将来的な旅行低迷につながる。【5】
- ・旅行行動における消費は幅広く、波及効果が期待できる。【2,4】

- ・旅行に対する期待や旅行消費額はフランス・韓国よりも高く、大きなポテンシャルを秘める。【2,4】
- ・ニーズに応える観光地の創出や休暇に関する制度の改善など、旅行しやすい環境整備に取り組むことが重要。【6】

観光立国の実現に向けた推進体制の強化

観光立国推進基本法の成立

平成18年12月13日

観光立国推進基本計画の閣議決定

5つの基本目標の設定
平成19年6月29日

観光庁の発足

観光立国の実現に向けた施策を総合的・計画的に推進するため、観光庁が発足
平成20年10月1日

国土交通省成長戦略会議

平成21年10月

観光立国の実現を含む国土交通行政に係る我が国の成長戦略を議論

観光立国推進本部

平成21年12月

観光立国の実現に向け、観光立国推進本部において、関係省庁間で検討

観光立国の実現へ

第Ⅱ部

平成21年度に講じた主な施策

○国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

地域の幅広い関係者が連携して、2泊3日以上滞る型観光ができるような観光エリアの整備を促進するため、観光圏整備法に基づき、平成21年度は新たに14地域の観光圏整備実施計画の認定を行った。

○観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

・観光産業の国際競争力の強化

旅館街の面的再生を支援するためのセミナーの開催やアドバイザーの派遣等を行った。

・観光の振興に寄与する人材の育成

観光経営マネジメント人材育成のためのカリキュラムモデルの作成及び、観光地域づくり人材育成ガイドライン案の作成やWEBの開設等による情報共有を行った。

○国際観光の振興

・ビジット・ジャパン・キャンペーン

日本の観光魅力を発信するとともに、魅力的な訪日旅行商品の造成支援等を行うビジット・ジャパン・キャンペーンの取組を官民一体で推進した。

・日本香港観光交流年記念事業

平成21年を「日本香港観光交流年」とし、共同ロゴ・ポスターの作成等の取組を実施し、日本香港間の観光交流促進を図った。

・中国における個人観光査証制度の開始

中国からの訪日旅行者に対して、平成21年7月より一定の要件を満たす場合に団体観光の形式によらない「個人観光査証」の発給を北京、上海、広州の在外公館にて開始した。



▲日本香港観光交流年記念ポスター

○観光旅行の促進のための環境の整備

・新型インフルエンザ対策の推進

新型インフルエンザの国内発生以降、観光関連産業に大きな影響が出たことを受け、今後の感染症発生時に備え、「観光関連産業における感染症風評被害対策マニュアル」をとりまとめ、周知徹底を図った。

・観光旅行の需要の特定の時季への集中の緩和

旅行需要の創造・平準化等の効果をもたらす「休暇取得の分散化」に向けた取組を推進するため、平成21年12月に観光立国推進本部の下に「休暇分散化ワーキングチーム」を設け、関係省庁間で検討を進めた。

・観光連携コンソーシアムの開催

平成22年1月より、観光立国推進本部の下に設置された「観光連携コンソーシアム」において、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、文化観光、産業観光、スポーツ観光、医療観光等の多様な観光メニューについて、関係省庁の連携による総合的な振興策の検討を行った。

平成22年度に講じようとする主な施策

○国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

(新たに行う主な施策)

国際競争力の高い魅力ある観光地の形成を図り、国内外からの観光旅客の来訪及び滞在を促進するため、地域の民間組織や地方公共団体、地域住民等が一体となった取組を総合的に支援する。

自立して観光まちづくりに取り組む、観光地域づくりプラットフォームの立ち上げを支援し、体制づくりにおける共通の課題・解決策等を整理する。

○観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

観光産業の新たなビジネスモデルの構築や旅館街の面的再生に向けて、課題・問題点の整理を行った上で、そのノウハウの普及・啓発を行い、観光産業の生産性向上や国際競争力の強化を図る。

○国際観光の振興

・我が国の観光魅力の海外発信等

平成22年を「ビジット・ジャパン・イヤー」と定め、民間企業等の協力による集中キャンペーン期間を設定するとともに、インド、ロシア、マレーシアを新たに重点市場に追加し、全15市場で訪日プロモーションを行う。

・「訪日外国人3,000万人プログラム」のもとでの海外プロモーションの展開

将来的に訪日旅行者数3,000万人を達成するため、モデルチェンジした新たなキャッチフレーズ・ロゴや「観光立国ナビゲーター」(「嵐」)を活用した海外プロモーションを効果的に展開していく。



▲訪日観光に関する海外市場向け新キャッチフレーズ・ロゴ

・広義の国際会議(MICE)の誘致・開催

MICE=Meeting, Incentive travel, Convention, Event / Exhibition

国際会議のみならずMICE全般の振興を図るため、平成22年を「Japan MICE Year」として、集中的・積極的に海外に向けてアピールする。



▲「Japan MICE Year」ロゴマーク及びキャッチフレーズ

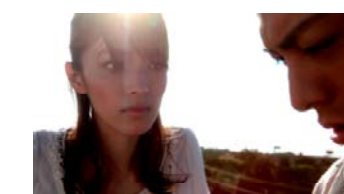
・査証発給手続きの迅速化・円滑化

中国人の個人観光客の査証発給について、平成22年7月より発給要件を緩和する(「一定の職業上の地位及び経済力を有する者」に対して発給、中国本土の全7公館で申請受付、取扱旅行会社を拡大)。

○観光旅行の促進のための環境の整備

・文化観光の促進

日本最大の国際短編映画祭「ショートショートフィルムフェスティバル2010」に観光部門を設立し、全国から寄せられた作品、観光庁制作フィルム「青春マンダラー！」を観光振興のツールとして活用する。



▲観光庁制作フィルム「青春マンダラー！」の一場面

・医療観光の推進

官民が一体となって、積極的な海外プロモーションの展開、外国人患者等の渡航・受入環境整備、地域の特色を生かした医療観光ツアーの多様化・高付加価値化等を総合的かつ戦略的に推進する。

・スポーツ観光の推進

スポーツと観光の相互乗り入れを実現する「スポーツ観光」の促進に向けて、普及啓発や各種取組の支援、地元協議会への参画・助言等を関係省庁との連携により総合的に実施する。

・観光に関する統計の整備

宿泊旅行統計調査及び旅行・観光消費動向調査の調査対象の拡充、訪日外国人の旅行消費に関する統計の整備を行うとともに、観光事業者等の売上や就業実態等の調査手法等の検討を行う。