

東日本大震災を受けた観光施策の展開

平成23年9月15日

1. 東日本大震災後の旅行の動向

東日本大震災の影響

○ ホテル・旅館の宿泊予約キャンセル

- ・東北 約61%
- ・関東 約48%
- ・全国 約36% ※ 3・4月、観光庁サンプル調査

○ ホテル・旅館の震災関連倒産 30件

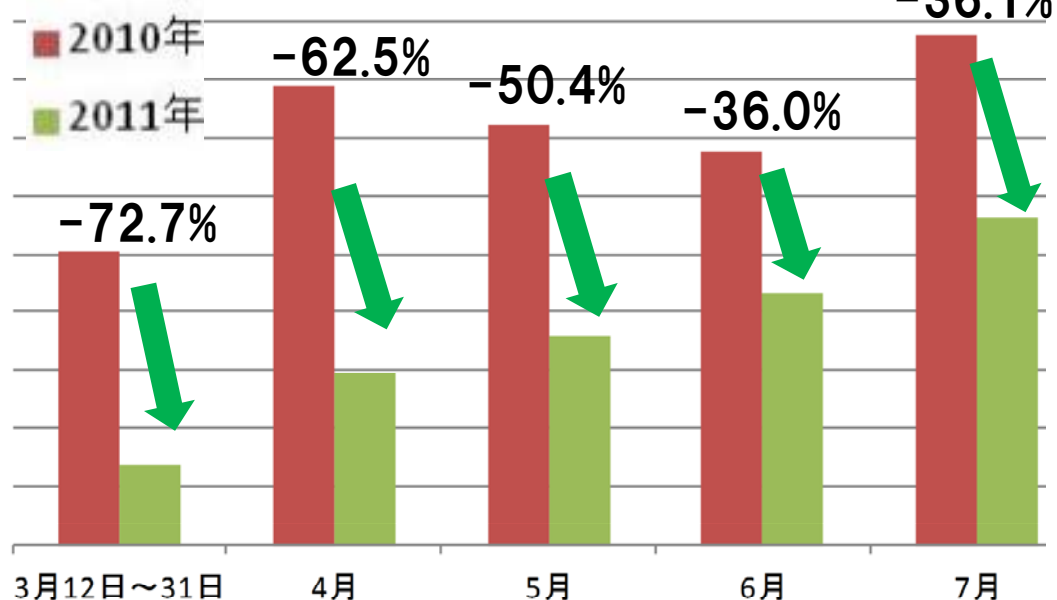
(倒産件数合計 258件)

※ 帝国データバンク調べ(7月31日時点累計)

○ 主要旅行業者の国内旅行取扱額

- ・3月 約 -31%
- ・4月 約 -27%
- ・5月 約 -17%
- ・6月 約 -10%
- ・7月 約 -8%

○ 訪日外国人旅行者数



【国内旅行】

(国内宿泊旅行実施者数 -3.2% 国内宿泊旅行消費額 -3.1%)

○GWは、全般的に回復傾向

○GWに震災復興や支援活動等のために国内宿泊旅行を実施した者が全体の21%。

○GW後は再び厳しい予約状況の地域も。

○夏休みは、東北・関東は、一部を除き低調。東北、関東以外は、昨年並みに回復。家族旅行、安近短、東北支援の需要が高まる。

【訪日外国人旅行】

○各国外交当局による日本向け渡航情報は、震災発生直後と比べれば、緩和の方向へ。

○震災発生直後と比べ、訪日外客数の減少幅は縮小。

ホテル・旅館における売上高

ホテル・旅館における過去年との売上高増減率
(2009～2011年 3～5月計)

※1施設当たりの平均額

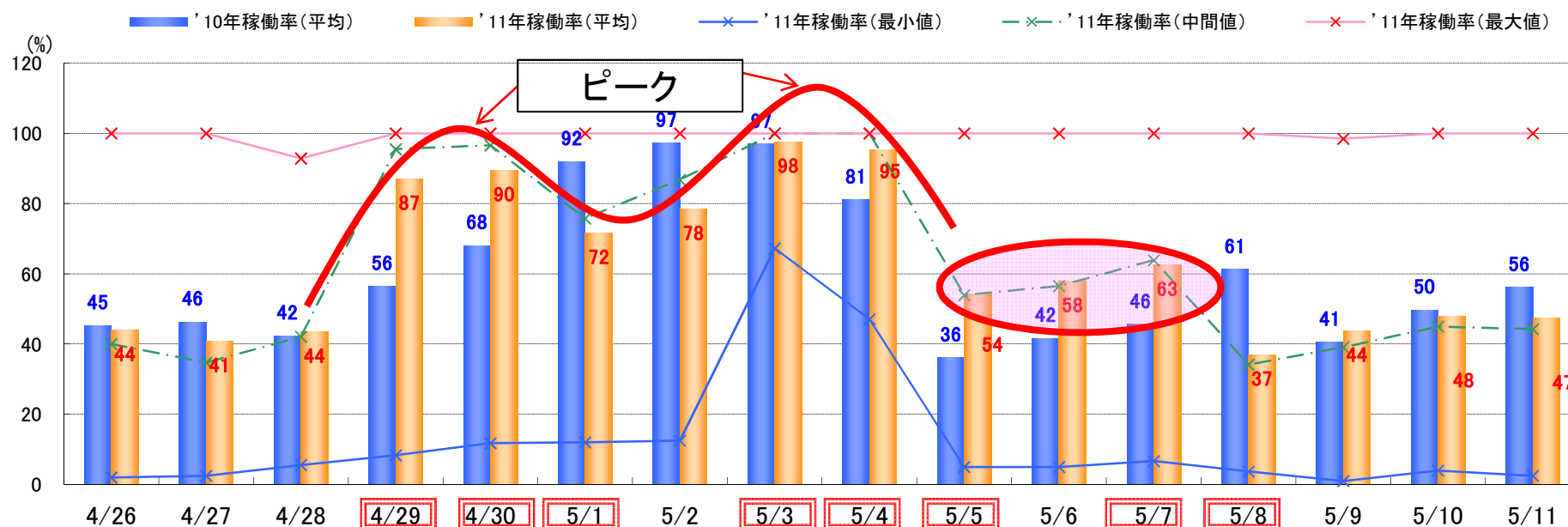
		回答施設数	有効回答施設数	2011年売上高 (千円)	11年／10年	2010年売上高 (千円)	11年／9年	2009年売上高 (千円)
全 体		587	567	188,334	71.8%	262,181	71.2%	264,388
都道府県	北海道	43	43	195,473	82.2%	237,670	78.6%	248,779
	青森県	11	11	62,057	52.3%	118,618	50.0%	124,213
	岩手県	7	6	145,179	62.0%	234,212	65.7%	220,822
	宮城県	12	9	57,911	93.9%	61,692	89.2%	64,951
	秋田県	10	10	25,237	33.1%	76,356	32.1%	78,554
	山形県	23	23	77,954	67.2%	115,965	65.2%	119,564
	福島県	55	54	60,544	40.2%	150,693	37.8%	160,058
	茨城県	21	20	44,687	53.7%	83,281	53.9%	82,975
	栃木県	20	19	73,154	41.3%	177,138	40.1%	182,574
	群馬県	14	14	46,260	61.8%	74,900	59.4%	77,859
地域別	北海道エリア	43	43	195,473	82.2%	237,670	78.6%	248,779
	東北エリア	118	113	65,395	49.8%	131,269	47.8%	136,765
	関東エリア	147	143	277,097	61.7%	448,950	61.3%	451,914
	北陸信越エリア	52	50	152,621	103.5%	147,430	96.0%	158,965
	中部エリア	83	80	133,043	83.2%	159,960	80.0%	166,336
	近畿エリア	70	68	368,093	90.8%	405,345	92.8%	396,777
	中国エリア	13	13	178,874	94.7%	188,876	87.9%	203,525
	四国エリア	24	22	149,454	82.3%	181,558	91.6%	163,188
	九州・沖縄エリア	37	35	93,782	81.7%	114,754	85.5%	109,718

GWの旅行の動向

- 国内宿泊旅行実施者数は約2,000万人。昨年比約3.2%減。
- 国内宿泊旅行消費額は8,981億円。昨年比約3.1%減。
- 宿泊施設の稼働率は5/3、5/4がピーク。GW後半においても昨年を上回る稼働率。

	2011年(4/26~5/11)	2010年(4/26~5/11)	増減
国内宿泊旅行人数(万人)	2,000	2,066	-3.2%
国内宿泊旅行消費額(億円)	8,981	9,272	-3.1%
国内宿泊旅行実施率(%)	19.5	20.2	-0.7ポイント
国内日帰り旅行人数(万人)	2,893	3,584	-19.3%
国内日帰り旅行消費額(億円)	4,396	4,454	-1.3%
国内日帰り旅行実施率(%)	28.2	35.0	-6.8ポイント

宿泊施設のゴールデンウィーク期間の稼働率



夏の国内旅行動向について

○ 夏の動向

【概観】

- ・夏休みは、東北・関東は、一部を除き低調。東北・関東以外は、昨年並みに回復。家族旅行、安近短、東北支援の需要が高まる。
- ・方面別で北海道や西日本(特に九州)が好調。全体として、「西へ」という傾向。首都圏及びその周辺においても、近郊の避暑地(長野など)は好調。

【特記事項】

- ・夏休みの予約は、間際化の傾向が顕著。
- ・家族旅行の予約は、前年同期より5%増と好調(7月25日時点、じゃらんリサーチセンター調べ)。
- ・長期滞在型旅行商品の販売が好調。

○ 航空の交通状況に関して、旅客数は昨年並みに回復。

○ 道路の交通状況に関して、高速道路、観光地周辺の一般国道における、お盆時期の交通量は昨年並み。

○ 鉄道の交通状況に関して、新幹線、特急、急行列車の交通量は東日本を除き、昨年並み又は増加。

なかでも、JR九州は前年度比120%(夏期比較)と、大きな増加が見られる。

■航空各社の交通状況

8月12日(金)～8月21日(日)の
利用実績

【航空各社国内線合計】

	旅客数	旅客数前 年比
国内線 合計	2,978,979	101.6%

■道路の交通状況

○高速道路の交通状況

【日平均交通量】お盆時期における全国の高速道路
の主な区間

平成23年お盆 (台/日)	平成22年お盆 (台/日)	対前年同期比
58,000	56,600	102%

○観光地周辺の一般国道の主な地点の交通量

【日平均交通量】お盆時期における観光地周辺の一
般国道の主な地点の交通量

平成23年お盆 (台/日)	平成22年お盆 (台/日)	対前年同期比
30,200	29,800	101%

※8月10日(水)～16日(火)の7日間

■JR各社の交通状況

特急・急行列車輸送量、単位:万人

会社別 調査区間	全 期 間:7月22日(金)～8月18日(木) (対前年同日比較):28日間 上下線合計		
	本年	前年	対比
JR北海道(4区間)	92.3	91.4	101%
JR東日本(17区間)	1,031.5	1,090.2	95%
JR東海(9区間)	842.5	839.3	100%
JR西日本(11区間)	581.9	559.9	104%
JR四国(3区間)	34.8	34.3	101%
JR九州(3区間)	180.9	150.6	120%
JR各社合計	2,763.8	2,765.8	100%

東北における観光の位置付け

(1) 東北各県への延べ宿泊者数

※平成21年1-12月確定値

	青森県	秋田県	山形県	岩手県	宮城県	福島県
日本人	341万人泊 (30位)	285万人泊 (32位)	396万人泊 (23位)	409万人泊 (23位)	649万人泊 (15位)	707万人泊 (14位)
外国人	5.9万人泊 (29位)	4.5万人泊 (34位)	4.2万人泊 (36位)	6.5万人泊 (28位)	11.5万人泊 (20位)	5.7万人泊 (31位)

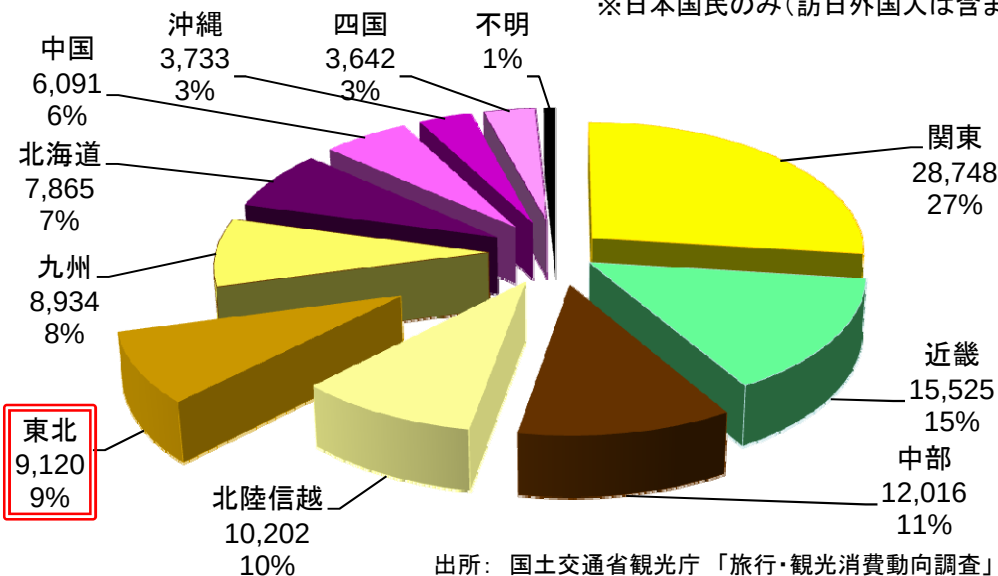
出所: 国土交通省「宿泊旅行統計調査」 従業者数10人以上のホテル、旅館及び簡易宿所を調査
・延べ宿泊者数(日本人)は、「延べ宿泊者数」から「外国人延べ宿泊者数」を除いた数値

(2) 東北の観光消費額

全国に占めるシェアは9%。九州7県・北海道よりも多い。

【図表】 平成22年4-9月 運輸局別 観光消費額

※日本国民のみ(訪日外国人は含まず)

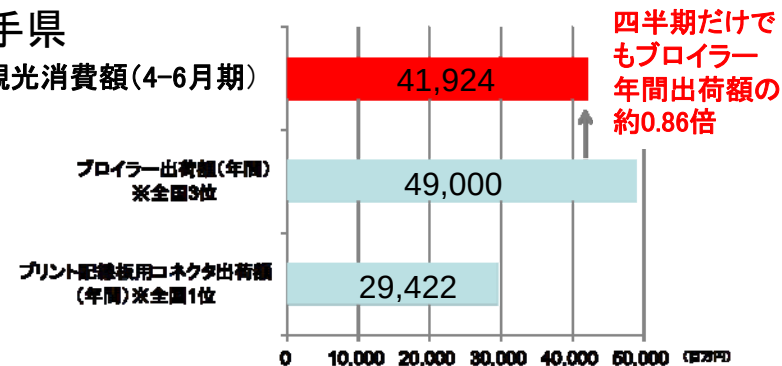


出所: 国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」
平成22年 4-6月期【確報】 7-9月期【確報】より算出

(3) 東北3県の代表的な産業・商品の出荷額と観光消費額の規模比較

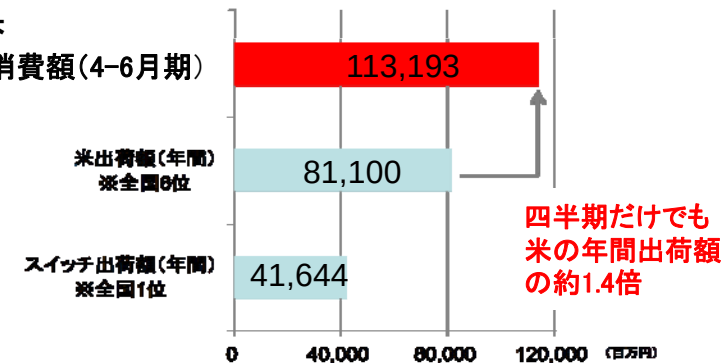
① 岩手県

観光消費額(4-6月期)



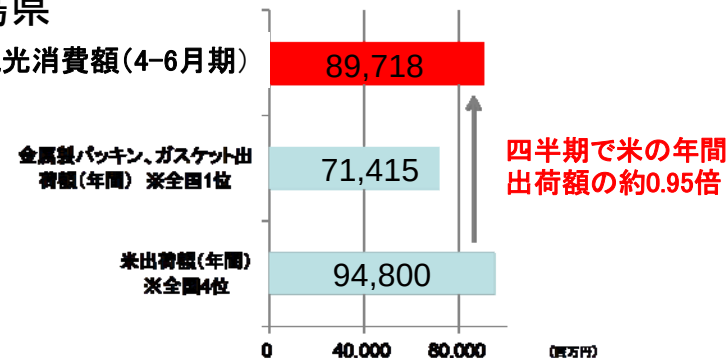
② 宮城県

観光消費額(4-6月期)



③ 福島県

観光消費額(4-6月期)



震災からの復興に向けて観光が果たす役割

経済的側面

東北への旅行

旅行滞在による観光消費

東北経済の直接的な活性化

国内他地域への旅行

観光消費による経済活動

地域経済の活性化を通じて復興に寄与

被災地の新しい産業としての観光

観光資源を活かした新しい
集客モデルへのチャレンジ

自然、食、伝統文化等の恵まれた観光資源を活かし
地域が誇れる観光地として復興

非経済的側面

東北への旅行を通じた人的交流

被災者の支援、「絆」の醸成

被災者への直接の応援
被災地にとっての有形無形の将来への財産

国内各地域への旅行

震災前の日常活動の回復

震災による精神的ダメージからの解放

震災の記録の保存・活用

震災の爪痕を残し来訪者に伝える

震災の経験の共有
将来の国民の防災意識の醸成

外国人旅行者の来訪

外国人の目を見た日本の生の姿
の体験・発信

消費者目線に立った情報発信による
風評被害の拡大防止

震災後の生活に対応する旅行

ボランティアツアーや節電を契機
とした旅行の推進

多面的な目的を有する長期滞在型の活動を通じ
観光に新たな価値を付与

2. 震災後の観光施策

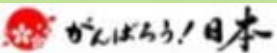
- 観光は、即効的で、すそ野の広い経済効果あり(東北においても、農業等と比べても遜色ない主要産業)。
- しかしながら、観光関連施設、交通インフラ等の震災被害による影響のみならず、自粛風潮や風評被害により、被災地以外の地域も含め、広域的に国内旅行及び訪日旅行の需要が減退。



正確な情報の発信や旅行需要の喚起策が急務。

【国内旅行】

自粛風潮を打破するためのメッセージの発信

官民合同観光振興キャンペーン 

復興イベント(スポーツ大会等)に対する支援

ツアー造成の支援

電力需給緩和に向けた長期滞在旅行の推進

地域や観光・交通関係業界と連携しながら、
一層の旅行振興策の検討

観光圏や観光地域づくりプラットフォームの形成
に対する支援

【訪日外国人旅行】

日本の安全・安心に関する正確な情報の発信

中国・韓国など主要国政府との連携

海外のメディアや旅行会社を日本へ招請

海外消費者向けプロモーション活動

海外旅行会社の訪日販売に対する支援強化

国際会議(MICE)のキャンセル防止
及び誘致・開催の促進

外国人旅行者の受入環境の整備

○国内旅行及び訪日外国人旅行の需要を回復・促進し、地域経済を活性化

2. ①国内観光振興施策

溝畑長官より、当面の観光に関する取組について(通知)を発出(4月12日)

この度の東日本大震災により被災された皆様に、心からお見舞い申し上げます。

現在、我が国は、この大地震や津波、それに伴う原子力発電所事故の発生により、未曾有の危機に置かれています。

全国のような分野で多大な影響が生じておりますが、様々な活動の自粛等もあり、観光に関しても、直接の被害があった地域だけでなく、それ以外の観光地においても旅行者が著しく減少するなど、各地域にとって深刻な状況となっております。

現時点は、被災地におけるインフラ等の復旧作業や医療活動などの被災者への直接的な支援が重要な局面にあります。その一方で、被災を免れた各地域から観光により「日本の元気」を積極的に発信していくことも、被災地への経済的かつ精神的な応援になると考えております。

こうした観光の役割を踏まえて、観光関係者の皆様が、例えば、祭事等をはじめとする季節に対応した地域行事、文化やスポーツ等の地域資源を活かしたニューツーリズムへの取組、国際会議や外国人旅行者の誘致への取組など、現在の厳しい状況を踏まえつつ積極的な観光に関する取組を行うことは、我が国の置かれている困難な状況を経済を萎縮させずに乗り越え、世界に日本の元気な姿を示していくためにも、意義があるものと思います。

また、東京電力・東北電力管内の観光関係者におかれましても、被災地域の状況や被災された皆様の心情に十分配慮するとともに、様々な工夫による節電努力を行いながら、観光に関する取組を継続的に行うことは、地域全体の活性化に資するものと思います。

こうした取組の実施に際しては、被災された皆様の意向も踏まえたチャリティの実施や観光施設への招待など、被災された皆様への支援にも寄与する形を並行して実施していただければ、なお望ましいものになると考えております。

今後の被災地への対応については、地域のそれぞれの実状に応じ、地元のご要望を踏まえつつ、観光庁としても最大限の支援をしていきたいと考えております。

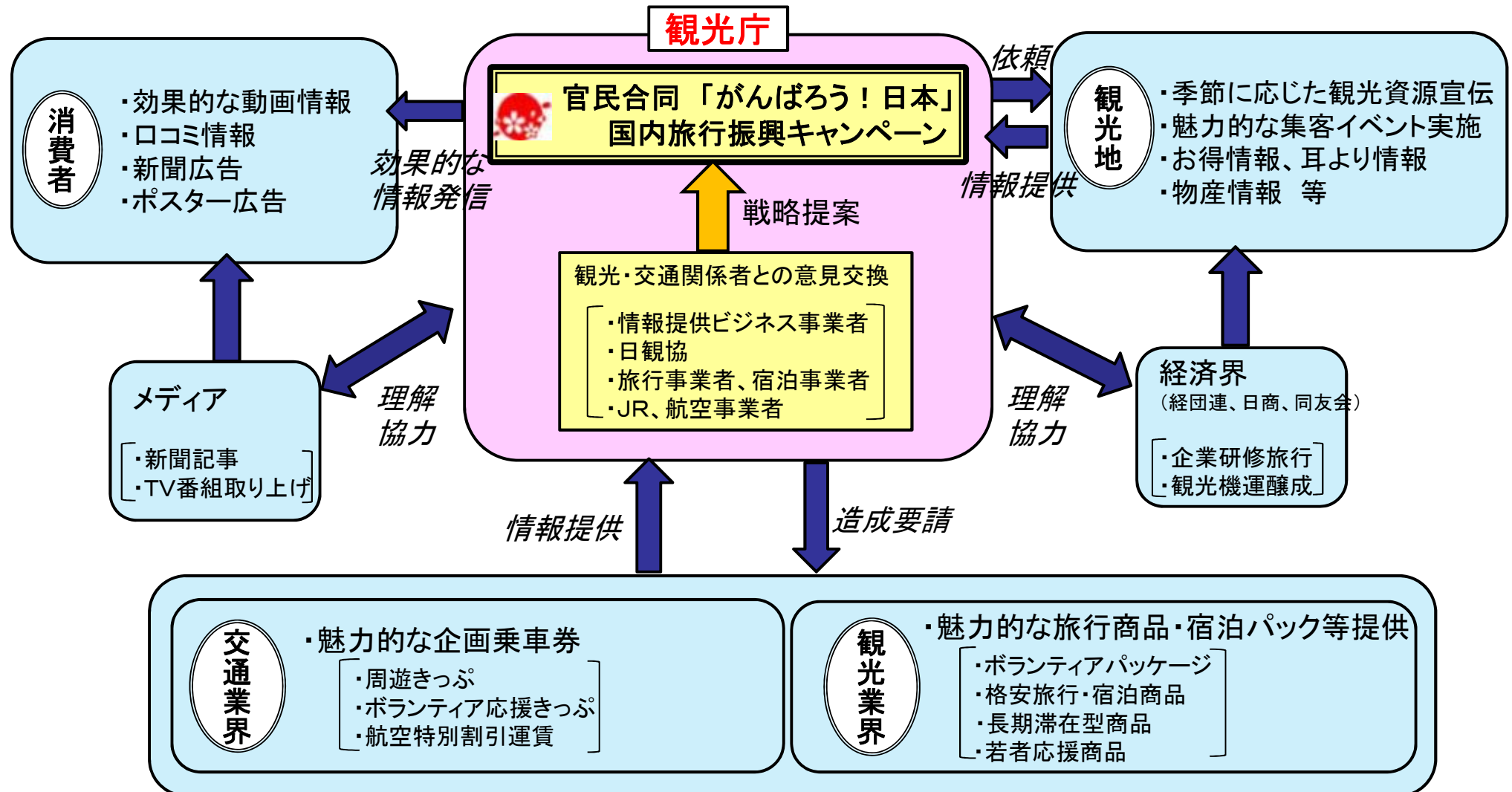
今後、復興が進めば、観光産業は、被災から新生した地域を支える大きな柱となります。その時のためにも、関係各位におかれましては、日本全体の観光産業をもり立て、「観光で日本を元気に」「復興する日本の姿を世界の人々に見ていただく」という強い気概を持って、日々の業務に邁進していただければと存じます。

国内旅行需要の喚起に向けた取り組み

目的

- ◎ 正確な情報発信等による自粛等の解消
- ◎ 消費者への効果的な旅行地情報の伝達
- ◎ 魅力的な旅行商品・企画乗車券等の造成
- ◎ 東北被災地支援＋日本全国への旅行促進

- ・ 官民一体で大きなムーブメント
- ・ 官民の適切な役割分担



国内旅行振興キャンペーン事業概要

各種メディアを活用した効果的な情報発信

観光庁が、新聞、テレビ、ポスター等、以下の各種媒体を通じて、大々的に宣伝

新聞広告、テレビCM

- ・全国紙3紙(7月13日)
- ・東京ローカルTVCM

ポスター

- ・空港、ターミナル駅、電車内等に掲示(約3万枚)

インターネット

- ・ポータルサイトへ誘引
- ・口コミ情報発信(有力ブロッガー、ツイッター活用)



東北・東日本観光復興支援

- ・東北観光推進機構「東北観光復興ポータルサイト」との連携
- ・Yahoo! JAPAN「東北地方観光支援特集サイト」等との連携
- ・「関東観光ポータルサイト」との連携

→東北・東日本の観光魅力(世界遺産、祭り、食など)、活躍する人の奮闘ぶり、東北向け各種旅行商品等を動画を含め、発信



Yahoo! JAPAN「東北地方観光支援特集サイト」

キャンペーンポータルサイトへの誘導バナー

夏休みの宿泊旅行推進

「日本の夏を元気に、旅で笑顔に。」

宿泊旅行の推進

→特典付きの3泊以上のおすすめ旅行や、長期滞在旅行の情報発信

国内旅行振興キャンペーンに賛同して、通常よりも一層の旅行者への特典付与がある3泊以上の旅行商品・プランを「キャンペーンポータルサイト」において、「3泊以上のおすすめ旅行」と露出を高めて発信する他、長期滞在型旅行メニューや地域情報の紹介を実施。

作文コンクールの実施

→子供を通じ、旅行促進

小中学校で作文コンクールを実施し、優秀者には観光庁長官賞などを授与。

魅力的な各地の観光情報発信

各観光地のナマの情報を提供

→ブログ、ツイッター等を活用

消費者の参加

「日本再発見。～もう一度日本を見つけよう～」

=短文と写真の投稿、抽選で賞品を授与

→ポータルサイトの魅力向上、消費者の意識拡大・深化



震災前後における休暇改革に関する議論

○震災前の議論

休暇改革

「休暇取得の分散化」

- ・日本人は、有給休暇より公休日に休みがちである点に着目。
- ・民主党PTにおいて、与野党協議に向けて、「秋先行・2～3ブロック」案を取りまとめ。

「家族の時間づくり」プロジェクト

- ・地域ぐるみの取組で、大人と子どもの休みのマッチングを図る。
- ・「家族の時間」がもたらす教育的・社会的効果、取組課題を検証し、成果を普及。

有給休暇取得向上に向けた各種取組

- ・好事例紹介（『経営によく効く休暇』等）
- ・ワーク・ライフ・バランスへの意識啓発等

賛否両論あるものの、様々な取組・議論を通じて、「休むこと」と「働くこと」を真剣に考える気運が形成されつつあった。

東日本大震災発生

○震災後

- ・当面は議論休止。
- ・電力需給問題やサプライチェーンなど、震災の影響を見つつ、議論の再開時期を判断。

※「日本再生のための戦略に向けて」（平成23年8月5日閣議決定）

- ・地域ぐるみの取組として、平成23年度事業を実施。
- ・平成24年度の実施についても検討。

- ・震災を受けた、ライフスタイルの見直しの動き
- ・電力需給逼迫を受けた取組の必要性
- ・「ポジティブ・オフ」運動への発展

ポジティブ・オフ運動

目的とキャッチ・コピー：

- 「休暇を前向きにとらえ、楽しむ」運動を展開。
- 今夏は、節電を契機として取組開始。しかし、ゆくゆくは、休暇を楽しむライフスタイルやワーク・ライフ・バランスの実現など、「**ライフスタイル・イノベーション**」につなげる。
- キャッチ・コピーを「**ポジティブ・オフ**」運動とする。

ロゴとキャッチ・コピーの意味：

PÖSITIVE  **FF**

- ・「オフ」を前向きにとらえよう。
- ・「オフ」（節電）をライフスタイル変革の契機にしよう。
- ・「オフ」には、自分磨きをしよう。
- ・「オフ」には、家族との絆を深めよう。

- ・節電のための「オフ」
- ・家／オフィスから離れる「オフ」
- ・休暇を取る「オフ」
- ・日常から離れる「オフ」
- ・自分の心と体をリセットする「オフ」

「ポジティブ・オフ」運動の実施と賛同企業・団体について

★「ポジティブ・オフ」運動の実施

観光庁等	「ポジティブ・オフ」運動賛同企業・団体の取組を、ウェブや新聞広告等で紹介。
賛同企業・団体	【第一段階】従業員に、休暇の取得と外出／旅行の促進を呼びかけ。可能なら、福利厚生でのサポートや、新たな休暇制度の創設も。
	【第二段階】「ポジティブ・オフ」運動賛同企業・団体であることを、自社イメージ広告等で宣言。さらに、「ポジティブ・オフ」運動関連商品・サービスも展開。



様々な取組で、
運動のすそ野を
拡大！

★「ポジティブ・オフ」運動の賛同企業・団体になるには？

賛同規約で定められた取組（従業員に対し、社内メール等で、休暇の取得と外出／旅行の促進を呼びかける、それらに福利厚生のサポートをつける、等）を実施することを条件に、賛同申請書を提出すればOK。

★「ポジティブ・オフ」運動の賛同企業・団体一覧 77団体（9月5日現在）

ITホールディングス株式会社
 アクセンチュア株式会社
 アサヒビール株式会社
 イケア・ジャパン株式会社
 株式会社イチネン ホールディングス
 有限会社インバウンド
 ウシオ電機株式会社
 株式会社内田洋行
 医療法人 永和会
 NECビッグロブ株式会社
 株式会社NTTデータ
 MS&ADインシュアランス グループ ホールディングス株式会社
 王子製紙株式会社
 小田急電鉄株式会社
 カゴメ株式会社
 キッコーマン株式会社
 九州旅客鉄道株式会社
 近畿日本ツーリスト株式会社
 クラスメソッド株式会社

株式会社ぐるなび
 京王電鉄株式会社
 公益社団法人経済同友会事務局
 京成電鉄株式会社
 京浜急行電鉄株式会社
 国際航業ホールディングス株式会社
 コクヨ株式会社
 JX日鉱日石エネルギー株式会社
 株式会社ジェイティービー
 四国旅客鉄道株式会社
 住友化学株式会社
 住友ベークライト株式会社
 西武グループ
 株式会社セノン
 株式会社セブン-イレブン・ジャパン
 セントラル警備保障株式会社
 全日本空輸株式会社
 株式会社損害保険ジャパン
 第一生命保険株式会社

株式会社タナチョー
 TSUCHIYA 株式会社
 株式会社電通
 東海旅客鉄道株式会社
 東京海上日動火災保険株式会社
 東京急行電鉄株式会社
 東京地下鉄株式会社
 株式会社 東芝
 東武鉄道株式会社
 凸版印刷株式会社
 西日本旅客鉄道株式会社
 日本経済新聞社
 日本航空株式会社
 日本システムウエア株式会社
 日本電気株式会社
 日本ヒューレットパッカード株式会社
 日本マイクロソフト株式会社
 日本ユニシス株式会社
 株式会社日本旅行

ネスレ日本株式会社
 パルシステム生活協同組合連合会
 株式会社バンダイナムコホールディングス
 びあ株式会社
 東日本電信電話株式会社
 東日本旅客鉄道株式会社
 FUN.GOLF.SCHOOL
 富士部品工業株式会社
 株式会社ベネフィット・ワン
 北海道旅客鉄道株式会社
 株式会社マーケティング・ボイス
 丸紅株式会社
 三井不動産株式会社
 株式会社三菱ケミカルホールディングス
 三菱重工株式会社
 株式会社リクルート カスタマーアクションプラット
 フォームカンパニー
 株式会社ルクサ
 株式会社ローソン
 ワタミ株式会社
 国土交通省観光庁

東日本大震災におけるボランティア・ツーリズムについて

背景

ボランティアに関する事情

被災地の一刻も早い復旧・復興のためには、多くのボランティアの力が欠かせないが…

- ・ 受入環境が十分でない被災地域で、準備不足のままボランティアを受け入れると、かえって負担に。
- ・ ボランティア未経験者や初心者にとって、身の回りのすべてを自前で調達して参加するのは大きなハードル。

観光に関する事情

- ・ 直接的被災や自粛等による観光客・宿泊客激減。
- ・ 観光収入の減少による地域経済、地域雇用への負の影響。

ボランティア・ツーリズムがあると…

メリット

- ・ 旅行業者があらかじめ、受け入れ先の災害ボランティアセンター等と調整を済ませた上、出発地～宿舎間と宿舎～活動地間の交通手段、活動・滞在中の食事、活動地近隣の宿泊場所を確保することで、被災地負担を軽減。
- ・ 未経験者・初心者にとっても、身の回りの準備の負担が軽くなり、より多くの善意が活動につながる。

観光は、経済効果のすそ野が広い。

- ボランティア参加者が周辺で観光して、地域を活性化。
- 観光が難しい場合でも、被災地の宿に滞在し、飲食・宿泊といった消費活動で、地域の経済復興に貢献。

○ボランティア・パッケージの展開

＜ボランティア活動中心：復旧段階＞
ボランティア活動を中心とした旅行商品が各旅行業者から展開。

（パッケージの一例）

- ・ 4泊5日（車中泊2泊、旅館・ホテル泊2泊）、原則3食つき
- ・ 現地のボランティアセンターの指示に基づき、3日間ボランティア活動



○ボランティアツアーの展開

＜ボランティア＋観光：復興段階＞
ボランティア活動と観光をセットにした旅行商品が各旅行業者から展開。

（ツアーの一例）

- ・ 3泊4日（旅館・ホテル泊3泊）、原則3食つき
- ・ 現地のボランティアセンターの指示に基づき、2日間ボランティア活動、残り2日間は被災地周辺を観光。



【中尊寺】

2. ②訪日外国人旅行振興施策

JNTOのWebsiteにて、正確な情報と日本の“いま”を発信

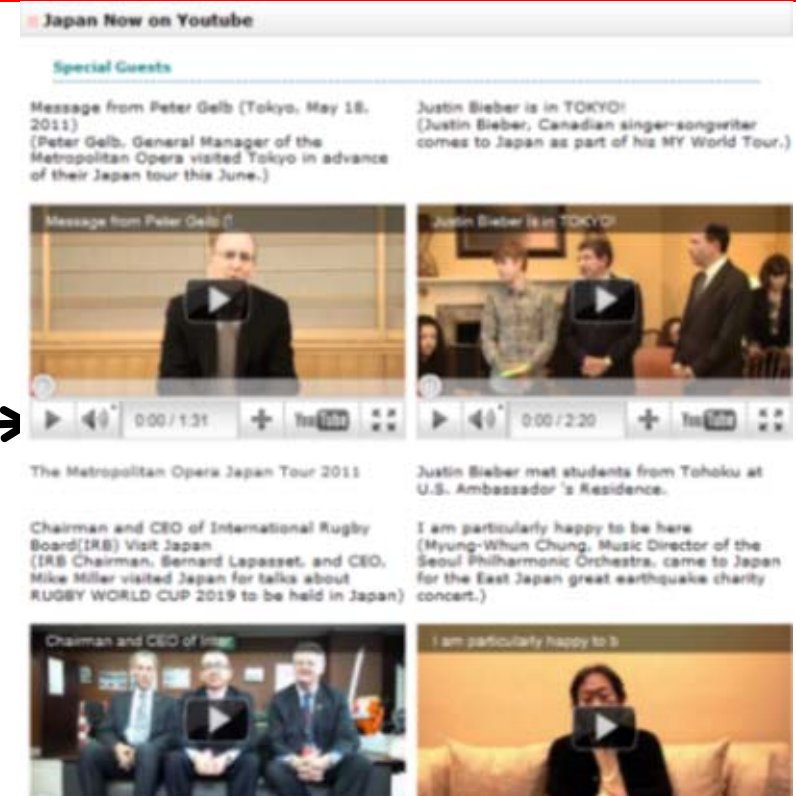
主に、**国内にいる外国人旅行者**に向けた情報提供(英・中(簡体/繁体)・韓)を震災当日より実施

災害関係情報 ・震災関連情報 ・原発関連情報 ・計画停電情報	公的機関情報 ・行政機関関連情報 ・国連機関関連情報 ・在日外国公館情報
交通情報 ・エアライン運航情報 ・鉄道・バス運行情報	その他 ・災害時医療通訳サービス ・安否確認情報

発信情報の追加

主に、**海外にいる外国人消費者**に向けた情報(英・中(簡体/繁体)・韓)を提供

災害関係情報 ・ <u>地図を使った正確な情報</u> (特に原発関連情報)	公的機関情報
交通情報 ・ <u>地図を使った正確な情報</u> ・ <u>エリアごとの交通情報</u>	エリア別の旅行情報 ・ <u>主要観光施設情報</u> ・ <u>イベント情報</u> ・ <u>動画・写真を使った日本の“いま”の発信</u>
	その他



※ ジャスティン・ビーバー氏等の著名人や日本にいる外国人の動画を掲載

今後の情報発信の4つのポイント

1. 海外ではわからない日本の“いま”の発信
2. 被災地とその他の地域と分けた情報提供
3. 情報をより分かりやすく発信
4. 海外の外国人旅行者を意識した情報発信

日中韓サミット・日中韓観光大臣会合

1. 日中韓サミット首脳宣言(2011.5.22)

【日本語仮訳】

- ・我々は、三箇国間の観光促進は経済の刺激、特に災害の影響を受けている日本の観光部門の刺激につながるとともに、他国に対する理解を深めることができることを確認した。
- ・我々は、2010年の第5回日中韓観光大臣会合の際に設定された、2015年までに三箇国間の人的交流規模を2600万人に拡大するという目標を支持した。
- ・我々は、こうした目標の実現や観光及び友好的な交流の促進にとって好ましい環境を生みだし、堅持していくために、三箇国が共に努力していくべきであるとの考えで一致した。
- ・我々はまた、ビザ手続の迅速化に向けた取組を確認した。
- ・我々は姉妹・友好都市交流の拡大を推進することが重要であるとの考えで一致した。

2. 第6回日中韓観光大臣会合

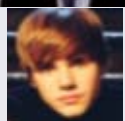
- (1) 開催地 カンウォン 韓国江原道・ピョンチャン 平昌(2018年冬期五輪立候補地)
- (2) 日程 5月28日(土) 二国間会談、開幕式
 29日(日) 三大臣会合、観光地視察
 30日(月) 観光地視察、閉幕式(春川)チュンチョン
- (3) 三大臣会合において、訪日旅行の安全・安心に対する懸念払拭のため、経済産業省審議官に同行を求め、原子力発電所事故の現状、国内の放射線量の状況等についてプレゼンテーション
- (4) 三大臣会合の成果文書として、「危機管理マニュアル」の共同開発などを内容とする「共同声明」に署名
- (5) 大畠大臣から次回会合は2012年に日本の東北地方で開催することを提案し、中韓大臣も同意

主要国の外交当局による日本向け渡航情報について

国・地域	当初	内容	最新	内容
韓国	3/17	渡航禁止地域:対象地域なし 渡航制限地域:福島第一原発から半径30キロ以内 渡航自粛地域:青森、岩手、宮城、福島、茨城県 渡航注意地域:東京都と千葉県	6/16	宮城及び岩手県内陸、茨城県全域を「渡航自粛」から「渡航注意」に緩和 渡航禁止地域:対象地域なし 渡航制限地域:福島第一原発から半径30キロ以内+福島県飯舘村、川俣町、田村市、南相馬市 渡航自粛地域:福島県、宮城県(仙台市含む)及び岩手県沿岸地域 渡航注意地域:宮城及び岩手県内陸地域、茨城県全域
中国	3/15	被災地への渡航延期を勧告。	4/29	福島などの深刻な被災地への訪問は自粛し、日本の他の地区を訪問予定の中国人観光客は、訪問先の衛生状態及び日本の関係当局が出す情報に注意を払うよう求める。
台湾	3/15	東北地区、関東地区の全域(東京を含む)並びに北海道東部及び南部沿岸地区を「赤色警報(渡航に適しない)」とし、沖縄を除く「赤色警報」地域以外の日本各地方については「灰色警報(注意喚起)」地域に指定。	6/13	「赤色警報(渡航に適しない)」が発出されていた東北地方のうち、福島県を除く全県の赤色警報を解除した。また、沖縄県を除き日本全域に適用されていた「灰色警報(注意喚起)」についても解除した。(これにより、福島県を除く全域で一切の渡航制限が解除された。)
香港	3/15	「黒色警報(渡航禁止):福島、宮城、岩手、茨城県 「赤色警報(渡航自粛)」:その他の地域	6/10	福島県、宮城県、岩手県、茨城県の4県に対する「黒色警報(渡航禁止)」を「赤色警報(渡航自粛)」に下げる。ただし、福島原発半径80Km以内は旅行しないよう警告する。日本の他の地域は、「黄色警報(渡航注意勧告)」を解除する。
米国	3/13	政府関係者の不要不急の渡航の延期や、一般市民の観光などの自粛を勧告。	7/19	米政府科学者の評価を受け、福島第一原発から50マイルの退避区域の境界外縁付近に位置している仙台空港及び同空港と県道25号線をつなぐ鉄道幹線・道路の利用による、健康上及び安全上の危険は低いと判断。
英国	3/13	東京や東北地方へのすべての不必要な渡航自粛を勧告。	4/18	退避勧告地域を福島第一原子力発電所から半径60キロ圏内に緩和。

各国の来日著名人によるメッセージビデオ (Japan Now on Youtube)

http://www.jnto.go.jp/eq/eng/06_video.htm#sg

	名 前	写真	国籍 (性別)	職 業
1	ポール・スミス		英国 (男性)	ファッションデザイナー (服飾全般) ※若者に人気のあるファッションブランド
2	アニヤ・ハインドマーチ		英国 (女性)	ファッションデザイナー (主に女性向けのファッションバッグ) ※マドンナをはじめモデル・ハリウッド女優などのセレブが愛用
3	ケイシー・パターソン		米国 (男性)	ビーチバレーボール選手 ※今年は、西村晃一選手とパートナーを組みツアー参戦中
4	イ・スンヨプ		韓国 (男性)	プロ野球選手 (オリックス・バッファローズ 野手) ※韓国球界を代表する「国民的打者」。日本でも千葉ロッテ、巨人で活躍しファンに愛されている。現在はオリックス・バッファローズに所属。
5	チョン・ミョンフン		韓国 (男性)	指揮者・ピアニスト ※東京フィルハーモニー交響楽団のスペシャル・アーティスト・アドバイザーを歴任、NHK交響楽団を指揮
6	ピエール・ガニエール		仏 (男性)	ミシュランで三つ星を獲得している有名シェフ ※ANAインターコンチネンタルホテル東京(36階)に出店
7	ピーター・ゲルブ		米国 (男性)	メトロポリタンオペラハウス総裁 オペラのライブビューイングを開拓 ※米タイム誌「世界で最も影響力のある100人」にも選出
8	ジャスティン・ビーバー		カナダ (男性)	世界的に有名な男性シンガー ※twitterの検索No.1、フォロワー数世界第2位(970万人)
9	アラン・デュカス		仏 (男性)	ミシュランで初の六つ星を獲得した有名シェフ ※震災直後にフランス政府による【日本に寄せるメッセージ】に参加。

各界著名人を通じた情報発信(Lady Gagaとのタイアップ)

- 6/23 震災復興チャリティイベント出演のために来日しているLady Gagaによる国内・海外メディア向けの記者会見にルース駐日米国大使とともに溝畑観光庁長官が出席。
- 溝畑長官から、Lady Gagaの来日を歓迎し、彼女が取り組んだ震災直後からの一連のチャリティ活動や訪日と呼びかけるメッセージ発信に対する感謝状を贈呈。
- Lady Gagaは会見で”It is so important that we continue to raise money. But it is also important that we remind the world that Japan is now safe and that the doors are open for tourists from all over the world to come in and enjoy the beautiful country.義援金を集めることも大事だけれど、日本がすでに安全だということ、この美しい国の扉は世界中の観光客に対して大きく開かれているんだってことを、世界に思い出させることも大事”とコメント。
- 会見の様子は世界主要メディアでも取り上げられ、全世界にLady Gagaが訪日旅行を訴える様子が報道された。



長官から感謝状の贈呈



ルース大使、バキッシュMTV社長とともに



長官からおきあがり小法師の贈呈 -23-

メッセージ・フィルム『Message from Japan』について

-大幅な落ち込みの続く訪日旅行の本格的な回復の実現に向け、震災の直後からこれまでに多くの国や地域から頂いた物心両面にわたるご支援に対する日本人の深い感謝の気持ちを改めてお伝えしつつ、元気を取り戻しつつある国内各地で多くの人々が海外からのお客様を心からお待ちしているというメッセージを伝えることを目的として、“観光立国日本の顔”である「観光立国ナビゲーター」としてご活躍頂いている「嵐」の皆さんの全面的なご協力の下で制作。

-「招き猫」をモチーフにしつつ、「嵐」の皆さんが日本の観光地を実際に訪問し、各地の皆さんと共に訪日観光の多様な魅力を紹介することを通じて、「日本のひとりひとりがあなたをお待ちしています」というメッセージを伝える内容。(下図参照)

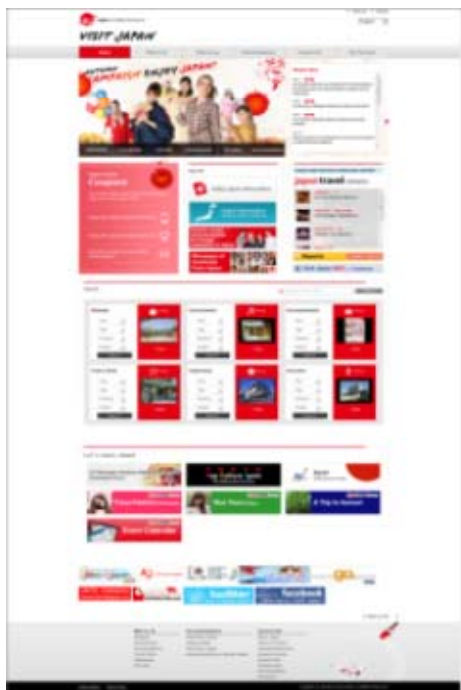
-東日本大震災の発生から4カ月を迎えた7月11日、外務省飯倉公館で松本外務大臣、溝畑観光庁長官から記者発表を行い、アメリカ ニューヨーク タイムズスクエアの大型ビジョンでの放映を皮切りに、世界各国の在外公館や屋外ビジョン、ビジット・ジャパン事業における海外イベント、各国・地域の国際空港や航空会社のご協力のもと構内・機内のモニター等、全世界133カ国・地域以上でこのフィルムを公開し、世界各地の人々に日本からの感謝と歓迎のメッセージを伝えていくこととしている。



Visit Japan おもてなしキャンペーン

東日本大震災からのインバウンド復興を図るため「ビジット・ジャパン事業」(VJ事業)の1つとして、日本全国で外国人旅行者をお迎えする気運を高める取組みを中心としたおもてなしキャンペーンを2011年9月～2012年3月にかけて実施。

- ☆過去最高の4,568施設・店舗(9月14日時点)による日本中でのおもてなし体制
- ☆安全情報やミス日本グランプリ・外国人レポーターなどによる最新情報発信
- ☆クーポン機能を持つ“Visit Japan Card”を外国人の方々へ直接配布
- ☆専用スマートフォンアプリ(Android)の開発、提示による各種特典の提供と検索機能



キャンペーンポータルサイト
<http://www.visitjapan.jp/>



Visit Japan Cardや、
専用スマートフォンアプリによる特
典の提供



キャンペーン広報ポスター

海外向けの情報発信について

これまでの取組

○ 現地説明会

・JNTO(日本政府観光局)及び在外公館等の関係機関と連携し、現地メディア、旅行会社、政府関係者向けに、原子力発電所事故の状況やこれに伴う訪日旅行への影響についての説明会を随時実施(7月までに海外16ヶ国・地域で延べ100回以上実施)。

○ トップによる働きかけ

・5月下旬の「日中韓観光大臣会合」(韓国・平昌)において、大畠国土交通大臣から韓国、中国の観光担当に直接状況をご説明し、訪日観光を呼びかけ。

・5月下旬に「日中観光交流の集い」(東京)、7月中旬に「日韓観光交流拡大の夕べ」(東京)を開催。大畠国土交通大臣より各国の観光のキーマンに対して、訪日観光拡大の働きかけを実施。

・8月下旬の「第7回北京－東京フォーラム」(中国・北京)へ溝畑観光庁長官が出席し、復興が進む日本の現状、観光庁の取り組みについて説明を実施。

○ 海外メディア・旅行会社招請

・ビジット・ジャパン「緊急対応事業」として、7月までに延べ約800社、約1,000名の海外メディア・旅行会社を招請。

○ 海外メディアブリーフィング

・4月に外国特派員協会(FCCJ)、7月にフォーリンプレスセンター(FPCJ)において、震災後の状況について溝畑観光庁長官が在京海外メディア向けにブリーフィングを実施。



4/20 外国特派員協会



5/18 台湾メディア・旅行会社の招請



7/20 フォーリンプレスセンター



8/21 第7回 北京－東京フォーラム

今後の取組

○ 海外現地での説明会や現地メディア等の招請を引き続き随時実施するとともに、官邸国際広報室や外務省主催の在京メディア・在京外交団向け説明会の機会にも観光庁長官が随時参加して、きめ細かな情報発信を継続。

ビジット・ジャパン緊急対応事業について

大震災後に生じた訪日需要の壊滅的な落ち込みに対し、当初予算の執行計画を組み替えて、海外メディア・旅行会社の招請・旅行会社との共同広告を集中的に実施。

＜メディア・旅行会社の招請＞旅行事業者約530社、610名、メディア約270社、390名を招請（以下に代表的な事業内容を抜粋）

国・地域	時 期	対 象	内 容
韓国	6月23日～25日	訪日旅行商品の販売実績が多い韓国の大手旅行会社24社の社長	・韓国の航空会社との連携で、東京、鎌倉、箱根等の視察を実施。 ・安心な旅行を体験していただき、訪日旅行商品の販売促進を目指す。
中国	5月～7月	北京、青島、瀋陽、大連、天津、杭州、上海、江蘇省、広西自治区、海南省、西南地区(四川省・雲南省・貴州省、重慶市)等、中国の広範囲地域から旅行会社70社70名、メディア33社	・東京、中部、関西、九州方面に招請し、訪日旅行の本格販売再開を促す。
香港	6月	香港の人気司会者エリック・チャン氏とその芸能人仲間20名ほど	・東京、大阪を巡る旅番組を制作。 ・香港の大人気TV局のゴールデンタイムで7月11日～5夜連続放送が決定しており、知名度の高い芸能人自らの安心な旅のアピールを通して、早期の訪日旅行回復を狙う。
シンガポール	7月上旬～中旬	日本ファン5名 (シンガポールで12万人を超える日本ファンが登録するFacebook上の、一般消費者による理想の訪日旅行の旅程公募による)	・実際に訪日していただき、自らの訪日旅行体験をFacebook及び一般紙上で情報発信してもらう。 ・消費者目線の情報発信で、安心感の醸成と需要喚起を図る。
米国	9月	米国の旅行者にとって影響力のある雑誌の人気記者	・3週間の日本滞在記をリアルタイムで同誌ウェブサイト・SNS等を通じ、一般消費者に発信。 ・風評被害を払拭し、日本各地の安全な観光魅力を紹介。

＜共同広告＞（以下に代表的な事業内容を抜粋）

国・地域	時 期	内 容
台湾	6月～7月の2カ月間	・日系及び台湾の航空会社5社と共同で、新聞・ラジオを使用し、日本の夏のバーゲン時期を対象とした東京へのキャンペーン旅行商品広告を実施。 ・台湾で7万人の日本ファンが登録するFacebookと連動したキャンペーンサイトを制作し、安心な東京行き旅行商品について、ユーザー同士の情報共有による口コミ効果を醸成。
タイ	6月中	・5月に訪日したタイの旅行業界幹部によって、日本の視察後に商品化された訪日旅行商品の販売を支援するため、旅行会社と共同でタイの一般紙、旅行雑誌等で広告を実施。
豪州	6～8月	・豪州の有力紙にて4頁の日本特集の記事制作を支援。(オンライン版でも掲載) ・自治体、航空会社、旅行会社等との共同広告を実施し、安心して楽しめる旅行先の日本をアピール。
英国	7～8月	・英国の大手オンライン旅行会社との共同広告を実施。 ・個人旅行客向けの情報発信を強化し、英国を皮切りに欧州他市場からの訪日需要回復も目指す。

国際会議等の日本開催に関するキャンセル等への対応について

- 国際会議等の開催については、復興を海外に向けてアピールし、また、地域に大きな経済波及効果をもたらすことが期待されるため、復興を図る観点から極めて重要
- 東日本大震災を受け、被災地以外においても、開催に特段の支障がないと考えられるにもかかわらず、主催者において開催を見直す動きがある
- このため、国際会議の主催者等に対して、観光庁から、正確な情報を迅速に提供することとし、特に、キャンセルを検討している主催者等に対しては、観光庁長官から、開催地の状況に関する情報とともに、「復興を支援していただくためにも日本で開催していただくようお願いする」旨のレターを発出し、キャンセルの拡大の防止に努めているところ

【震災後キャンセルが決定した事例】

国際会議名称	開催日程	総参加者数(人)	外国人参加者数(人)	開催都市
金融関係の国際会議	5月	150	100	東京都
電気通信系の国際会議	10月	1,050	750	神戸市
医学系の国際会議	11月	5,500	1,000	神戸市
医学系の国際会議	2012年10月	5,000	3,000	横浜市

【レターを発出した案件のうち、予定通り我が国で開催されることとなった事例】

会 議 名:第23回国際血栓止血学会 (ISTH 2011)
 開 催 期 日:2011年7月23日－28日
 開 催 都 市:京都市(国立京都国際会館)
 学 会 の 内 容:心筋梗塞、脳血栓等の血栓症、更に血友病の様な出血性疾患の病態、診断、予防、治療等について発表、討論する
 参 加 人 数:約6,000名(海外4,000名、国内2,000名)約80カ国

会 議 名: Academy of International Business 2011
 Annual Meeting
 開 催 期 日:2011年6月24日－28日
 開 催 都 市:ウインクあいち(愛知県産業労働センター)
 学 会 の 内 容: 国際経営の研究・実務に関して発表、討論する
 参 加 人 数:1,000名(海外800名、国内200名)約77カ国

会 議 名:Worldsleep2011
 開 催 期 日:2011年10月16日－20日
 開 催 都 市:京都市(国立京都国際会館)
 学 会 の 内 容:睡眠学の進歩・発展に貢献することを目的とした会議
 参加予定人数:2,500名(海外900名、国内1,600名)約49カ国(予定)

会 議 名:万国外科学会
 開 催 期 日:2011年8月28日－9月1日
 開 催 都 市:横浜市(パシフィコ横浜)
 学 会 の 内 容:外科系複数領域の研究発表、を討論する
 参加予定人数:3,000名(海外1,500名、国内1,500名)約30カ国(予定)

中国人訪日個人観光ビザの取得要件追加緩和等について

○ 中国人訪日個人観光ビザの取得要件追加緩和(2011年9月実施)

①「一定の職業上の地位要件」の撤廃

「一定の『職業上の地位』及び『経済力』を有する者」⇒「一定の『経済力』を有する者」

②滞在期間の延長

15日 ⇒ 旅行日程に応じて15日又は30日のいずれか

【参考①】 個人観光ビザ 創設（2009年7月～）

【対象者】「十分な経済力のある者」

【実施時期】2009年7月から北京、上海、広州の公館において試行開始

【参考②】 個人観光ビザ 取得要件緩和（2010年7月～）

【対象者】「一定の『職業上の地位』及び『経済力』を有する者」

【実施時期】2010年7月から中国全土7公館で受付開始

【参考③】 沖縄を訪問する中国人個人観光客に対するマルチビザ

対象者	十分な経済力を有する者及びその家族
一次／数次	数次※有効期間は3年
日本での滞在期間	90日以内
訪問地域に関する 発給条件	1回目は必ず沖縄を訪問 2回目以降沖縄訪問は条件とならない
施行日	2011年7月

東北地方における訪日外国人旅行者の受入環境整備

東日本大震災以降、風評被害や渡航制限による東北地方への訪日旅行者の大幅減に対応し、外国人旅行者が安心して快適に移動、滞在、観光することができる環境を提供するとともに、留学生等により観光地の魅力や安心・安全を情報発信することにより、東北地方の観光復興に取り組む

訪日外国人の受入環境水準の向上

訪日3,000万人プログラム達成に向け、訪日への期待を高める海外プロモーションに加え、訪日時の満足度を高めリピーターの増加につなげるための環境を整備することで、外国人旅行者が安心して、快適に、移動・滞在・観光することができる環境を提供

外客受入戦略拠点

札幌、函館、登別、浦安、東京（秋葉原、銀座、蒲田）、横浜、富士河口湖・笛吹、京都、大阪、福岡

外客受入地方拠点

平泉、仙台・松島、会津若松、箱根・湯河原・熱海、湯沢、金沢、高山、伊勢志摩、奈良、田辺・白浜、松江、高知、別府、鹿児島

東北において、平泉、仙台・松島、会津若松の3地域を拠点として選定し、被災地復興のシンボルとする

実施内容

- 地域の課題、ニーズ等の調査・分析
- 受入環境水準の向上に繋がるプロジェクトを実施
- 自立的・継続的な受入環境整備のためのプラン策定
- 他地域への普及・活用

観光振興を目的とした受入環境整備

大勢の観光客が見込まれる夏期における観光の一層の振興を期して、地域の宝であるお祭りなどにおける外国人旅行者の受入環境整備を緊急に実施することで、外国人旅行者の参加を促進するとともに、地域の外客誘致に向けた機運を醸成

実施地域



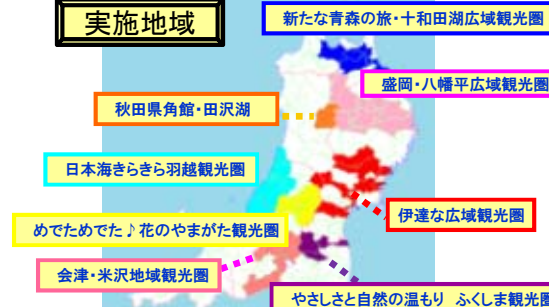
実施内容

- 外国人旅行者の受入環境の現状を調査
- 多言語対応のインフォメーションセンターやホームページ、パンフレット等を作成
- イベントへの参加が可能となる体制を構築

受入環境整備サポーターの派遣

日本在住の留学生等を受入環境整備サポーターとして観光地へ派遣することで、地域の観光資源を発掘するとともに、受入環境整備が遅れている部分を外国人の目線から明確にし、外国人旅行者の増加に向けた情報発信や改善策を提案

実施地域



実施内容

- 外国人留学生を選定し、一地域20名程度派遣
- 各地域において、受入環境整備に関する調査を実施
- サポーターと観光地とのネットワークを構築
- 留学生のブログ等を通じて観光地の状況を母国に向け情報発信

2. ③東北地方におけるイベント等 の支援

楽天イーグルス & ベガルタ仙台の本拠地開幕戦における取組

東北運輸局、東北観光推進機構、観光庁が中心となり、4月29日(金・祝)のプロ野球球団・東北楽天ゴールデンイーグルス及びJリーグ・ベガルタ仙台の本拠地開幕戦を、震災からの復興に向けたターニングポイントとして位置付け、各種連携策を推進しました。

東北楽天ゴールデンイーグルス
VS オリックスバファローズ(13時～)
@日本製紙クリネックススタジアム宮城



1. 東北の食と観光のPRブースの設置

球場外に東北の食と観光のPRブースを設置し、復興に向けた情報発信を行いました。

(例)名産品の配布、食の安全や観光のPR、復興に向けた取り組みの紹介、著名人からのメッセージの紹介 等



ブース状況

2. テレビ放送との連携

TBSに全国的な発信に協力いただき、「絆-きずな-プロジェクト」と連携した展示を行いました。



球団作製ワッペン

ベガルタ仙台
VS 浦和レッドダイヤモンズ(14時～)
@ユアテックスタジアム



1. オーロラビジョンによる東北応援メッセージ

溝畑長官×トータルテンボス(コラボ)からの東北応援ビデオを放映しました。



×



Jリーグ復興応援
ロゴ&キャッチフレーズ

青森デスティネーションキャンペーン(DC)に関する取り組み(4月29日)

平成23年4月29日(祝) 弘前公園本丸未申櫓跡(旧天守)にて「東北復興プロジェクト in 弘前」が開催され、観光庁からは武藤次長が来賓として出席。青森県知事らと共に一丸となった東北復興とDCの盛り上げに決意を示しました。その後、会場では郷土芸能が披露され、おかみの会によるメッセージで締めくくられました。

式典の様子



三村青森県知事

「新たな思いでの再スタートを迎えた。それぞれの地域ができることを一つ一つ始めて、一つ一つの光をともし、光を大きくすることで東北の、日本の未来の希望の光としていこう」と述べました。



葛西弘前市長の挨拶

「弘前の日本一の桜を見れば『また始まる』という力がきつと湧く。一緒に元気になっていきましょう。きょうがリスタートだ」と決意を述べました。



武藤観光庁次長

「日本全国から東北に行き、まず東北を元気にしよう」と述べました。



清野JR東日本社長

「3月11日から50日目にして東北新幹線が全線で運転を再開したことは良かった。われわれの役割、責任の大きさを改めて感じている。今後、できる限りDCをPRして声を掛けていきたい」と述べました。



郷土芸能・津軽三味線合奏

津軽三味線合奏の他にもねぶた囃子演奏が行われ、最後に県旅館ホテル生活衛生同業組合女性会による「頑張ろう」メッセージで氣勢を上げ、閉会となりました。

DCの概要 & 新聞記事

DC＝デスティネーションキャンペーンとは・・・
Destination(目的地・行き先)とCampaign(宣伝)の造語

- JR6社と地域観光関係者や地方自治体等が協力して実施する日本最大規模の観光キャンペーン。
- 開催地の決定にあたっては、地元自治体による立候補を受け、JRグループが地域を選定。
- やる気のある地域により発掘され磨き上げられた素材を、DCを契機に商品化及び全国的な集中宣伝を図る。

4月30日 東奥日報



宮城県観光関係者との意見交換会(5月19日)

宮城県観光関係者との意見交換会 @宮城県庁

県庁にて村井宮城県知事や伊藤仙台市副市長をはじめ県内の観光関係者との意見交換や激励を行いました。

長官による地元関係者への挨拶と激励の様子



村井宮城県知事の挨拶の様子

松島町における関係者との意見交換会 @松島町「カフェ・ベイランド」

松島町を視察し、大橋松島町長をはじめ地元の観光関係者との意見交換や激励を行いました。

長官による地元関係者への挨拶と激励の様子



地元観光関係者の挨拶の様子



福島県の観光に関する取組について(6月4日)

6月4日に会津若松市で開催された「会津鶴ヶ城歴史ウォーク」に溝畑観光庁長官が参加。開会式に登壇し、挨拶。
その後、猪苗代町で開催された「GAMBARUZO！ ふくしま 2Days in いなわしろ」に参加。福留功男氏らと一緒にチャリティーウォークに参加し、参加者との会話を楽しみながら、猪苗代湖畔を8km歩くなどした。

会津若松市

「会津鶴ヶ城歴史ウォーク」では長官が開会式に登壇し、挨拶を行った。開会式終了後は、菅家会津若松市長と一緒に動画撮影を行い、「サムライシティー」会津若松市の安全と観光魅力をPRした。

(動画は観光庁TVや菅家市長のブログにて配信中)



開会式に長官が登壇し、挨拶



会津鉄砲隊によるスタート合図



菅家会津若松市長と一緒に会津若松市の安全と観光魅力をPR



6月5日
福島民報

6月5日 河北新報

猪苗代町

「GAMBARUZO！ ふくしま 2Days in いなわしろ」では福留功男氏らと一緒にチャリティーウォークに参加。その後、高橋まことさんと一緒にステージに登壇し、激励した。

その後、イベント会場に隣接するホテルリステル本館に立ち寄り、双葉町災害対策本部猪苗代支所や避難所にいる双葉町の被災者を訪問し、激励した。



一般の参加者と一緒に猪苗代湖畔をウォーキング



参加者全員で記念撮影



町内のホテルにある双葉町災害対策本部猪苗代支所などを訪問



福島の皆さんに向けたメッセージ

日本の元気再生PROJECT Project Japan in FUKUSHIMA ～始まりのAIZU～(6月26日)

会津若松市で東北復興キックオフイベント「日本の元気再生PROJECT Project Japan in FUKUSHIMA ～始まりのAIZU～」(観光庁共催)を開催。以下のような取組を実施し、世界的に風評被害を受ける福島県から日本へ、世界へメッセージを発信した。

長官・知事・市長登壇

溝畑観光庁長官、佐藤福島県知事、菅家会津若松市長が登壇し、復興に向けたメッセージを発信。



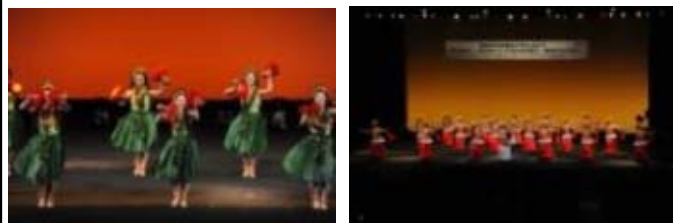
地元中学生によるオープニング演奏

会津若松市一箕中学校の吹奏楽部・合唱部によるオープニング演奏を実施。



フラガールのフラダンス

震災後の県下で初となるスパリゾートハワイアンズのフラガールによるホール公演を実施。



復興支援LIVE

シンガーソングライターの川嶋あい氏、被災地・仙台市出身の稲垣潤一氏による復興支援LIVEを実施。



アントニオ猪木の「闘魂注入」

「闘魂注入」を受ける菅家会津若松市長。その後、登壇者全員で「1! 2! 3! ダー!」を実施。



観光PRと絵ろうそくの点灯

「復興」への願いを込めて会津伝統の民芸品「起き上がり小法師」を来場者にプレゼント。帰り際に会場の外に絵ろうそくを展示することで、会津伝統文化の紹介とキャンドルライトによる癒しの演出を実施。



長官＆市長の記者会見

長官と市長とで記者会見を実施。



東日本大震災復興支援プロジェクト 追悼と復興の花火大会 LIGHT UP NIPPON について<8月11日>

- 8月11日19時より東日本大震災による津波の被害を受けた岩手県、宮城県、福島県の太平洋沿岸を中心とした合計11カ所で、「追悼」と「復興」の祈りを込めて同日同時刻に一斉に花火を打ち上げる。
- 観光庁からは南相馬市の会場に溝畑長官が出席し、南相馬会場のイベントについて側面支援。
- 観光庁の「国際的な観光需要創出調査事業」として支援。



概要

イベント名称： LIGHT UP NIPPON（ライト・アップ・ニッポン）

内容：「追悼」と「復興」の祈りを込めて、東日本大震災による津波の被害を受けた岩手県、宮城県、福島県の太平洋沿岸を中心とした合計11カ所で、同日同時刻に一斉に花火を打ち上げる。

開催日： 2011年8月11日（木） 19:00～（雨天決行、荒天中止）

開催地： 岩手県宮古市、山田町、大槌町、釜石市、大船渡市、宮城県気仙沼市、石巻市、多賀城市、福島県南相馬市、いわき市、会津美里町

主催： LIGHT UP NIPPON 実行委員会

後援： 国土交通省、観光庁、経済産業省、総務省、環境省、水産庁、宮城県、多賀城市、東京都、京都市、武雄市、多賀城・七ヶ浜商工会、駐日米国大使館、駐日韓国大使館、韓国文化院、駐日中国大使館、駐日仏国大使館

開催地マップ



公式サイト

<http://lightupnippon.jp/>



2. ④その他

復興への提言～悲惨のなかの希望～(平成23年6月25日 東日本大震災復興構想会議)

④ 観光

地域観光資源の活用と新たな観光スタイルの創出

観光業は裾野の広い経済効果を生み、農林水産業と並び、復興を支える主要産業である。美しい海など自然の景観や豊かな「食」、祭・神社仏閣等の原文化、国立公園や世界遺産などのブランドなどの地域観光資源を広く活用して、東北ならではの新しい観光スタイルを作り上げ、「東北」を全国、そして全世界に発信することが期待される。

その際、復興の過程において、美しい景観に配慮した地域づくりを行い、観光資源とすることも重要である。また、農林水産業等の地場産業への観光の視点を盛り込み、海からのアプローチも意識した新たな観光ルートを形成するなどの創意工夫が必要である。

また、人材育成などを通じ、観光産業にかかわる者だけではなく、農林水産業などの地場産業、地域づくりNPOなど地域の幅広い関係者が「地域ぐるみ」で観光客を受け入れるような体制（プラットフォーム）を形成することが求められる。

復興を通じた人の交流と観光振興

短期的には、風評被害防止のための正確な情報発信や観光キャンペーンの強化などにより、国内外旅行の需要の回復、喚起に早急に取り組むべきである。

また、震災を機に生まれた絆を大切にし、復興プロセスを被災地以外の人々が分かち合うことも大切である。

東日本大震災からの復興の基本方針(平成23年7月29日 東日本大震災復興対策本部)

⑥ 観光

- (i) 農林水産業と並ぶ主要産業である観光業について、風評被害防止のための情報発信や観光キャンペーンの強化、外国人観光客の受入環境の整備などを効果的・集中的に行い、国内外の旅行需要を回復、喚起する。また、地域からの災害記録情報の発信により復興を通じた国内外の交流を進める。
- (ii) 人材育成や幅広い関係者による地域プラットフォームの形成等により、自然の景観、豊かな文化・「食」、国立公園や世界遺産などの地域の豊かな観光資源を活用した東北ならではの観光スタイルを構築する。
- (iii) 陸中海岸国立公園などの既存の自然公園を再編し三陸復興国立公園（仮称）とし、防災上の配慮を行いつつ被災した公園施設の再整備や長距離海岸トレイルの新規整備を検討する。また、農林水産業と連携したエコツーリズムの推進など各種事業を行う。

東京電力(株)福島原子力発電所事故による原子力損害の範囲の判定等に関する中間指針について

平成23年8月5日
原子力損害賠償
紛争審査会決定

経緯

- 原子力損害賠償紛争審査会は、賠償を円滑に進めるため、原子力損害の範囲の判定等のための指針を原子力損害に該当する蓋然性の高いものから、順次策定。
- ・第一次指針(4月28日):政府指示等に伴う損害
 - ・第二次指針(5月31日、6月20日追補):
いわゆる風評被害や避難生活等に伴う精神的損害

中間指針の位置付け

- これまでの指針で示された損害の範囲も含め、原子力損害の範囲の全体像を中間指針として取りまとめ。
- 中間指針に示されなかったものが直ちに賠償の対象とならないというものではなく、個別具体的な事情に応じて相当因果関係のある損害と認められ得る。
- 今後も、事故の収束、避難区域見直し等状況変化に伴い、必要に応じて指針で示すべき事項について検討。

地域的分類

政府指示等の対象地域等		政府指示等の対象外地域等
I 避難等に伴う損害 (避難区域〔警戒区域〕、屋内退避区域、計画的避難区域、緊急時避難準備区域、 特定避難勧奨地点 、 南相馬市より一時避難要請があった区域) ○避難、一時立入、帰宅費用 ・避難費用(交通費、宿泊費、家財道具移動等) ○検査費用(人) ○生命・身体的損害 ・避難等によって生じた健康状態悪化等による治療費等 ○精神的損害 ・事故後6ヶ月間(第1期)は月額10万円(体育館等12万円) ・第1期終了から6ヶ月間(第2期)は月額5万円等 ○財物価値の喪失又は減少等 ○営業損害 (農林水産業、製造業等事業一般) ・営業、取引等の減収分 ・商品廃棄、拠点移転等の追加的費用 ○就労不能等に伴う損害 ○検査費用(物) ・商品の汚染検査費用	II 航行危険区域、<u>飛行禁止区域</u>設定に係る損害 ○営業損害 (漁業者、海運業者、旅客船事業者、 <u>航空運送事業者</u> 等) ・操業困難による減収分 ・航路迂回による費用増加分 ○就労不能等に伴う損害	V いわゆる風評被害(別紙参照) 【一般的基準】 ・放射性物質による汚染の危険性を懸念して敬遠したくなる心理が平均的・一般的な人を基準に合理的な場合。 ・原則として損害と認める類型を提示。 ○営業損害 ・取引数量減少、価格低下による減収分 ・商品廃棄費用等の追加的費用 ○就労不能等に伴う損害 ○検査費用(物) ※農林漁業・食品産業、観光業、製造業等、輸出を類型化(詳細は別紙)
	III 農林水産物(<u>加工品含む</u>)及び<u>食品</u>の出荷制限指示等に係る損害 (出荷、作付制限、放牧、牧草等給与制限、 <u>食品衛生法に基づく販売禁止、検査等</u>) ○営業損害 (農林漁業者・流通業者等) ・出荷断念等による減収分 ・商品廃棄費用等の追加的費用 ○就労不能等に伴う損害 ○検査費用(物)	
	IV <u>その他の政府指示等に係る損害</u> (水に係る摂取制限、上下水道副産物取扱指導、 <u>学校等校舎・校庭利用に関する通知等</u>) ○営業損害 ・代替水提供、汚泥保管、校庭の線量低減対策費用等 ○就労不能等に伴う損害 ○検査費用(物)	VI いわゆる間接被害 上記Ⅰ～Ⅴの損害を受けた1次被害者との関係で、「 <u>取引に代替性のない場合(事業の性質上、販売先又は調達先が地域的に限定されている事業で必然的に生じたもの)</u> 」を相当因果関係のある損害と認める。 (間接被害者の営業損害の例) ・顧客の大半が避難したことで売上げが減少した避難区域に近接する商店等 ・操業停止で水揚げがない漁港の製氷業者、仲買人等
		VII その他 【放射線被曝による損害】 ・復旧作業に従事した原発作業員・自衛官等または住民等の急性・晩発性放射線障害 【各種給付金等と損害賠償金との調整】 【地方公共団体等の財産的損害】 ※斜体太字部は中間指針での追加事項

いわゆる風評被害について

中間指針では、第二次指針(平成23年5月31日)での対象(農林漁業及び観光業の一部)に加え、**専門委員による詳細な被害の実態調査結果を踏まえ、風評被害の範囲を明示。**

【「風評被害」の一般的基準】

- ・放射性物質による汚染の危険性を懸念して敬遠したくなる心理が平均的・一般的な人を基準に合理的な場合。

【「風評被害」の範囲】

- ・類型化された業種(農林漁業・食品産業、観光業、製造業・サービス業等、輸出)
- ・類型化できない個別の被害について、一般的基準に照らし、個別に相当因果関係を立証。

農林漁業・食品産業に係る風評被害

【農林産物(茶・畜産物を除き、食用に限る)】

福島県、茨城県、栃木県、群馬県、**千葉県、埼玉県**

【茶】福島県、茨城県、栃木県、群馬県、**千葉県、埼玉県、神奈川県、静岡県**

【畜産物】福島県、茨城県、**栃木県、千葉県**

【花き】福島県、茨城県、**栃木県、千葉県、新潟県、岐阜県、静岡県、三重県**

【その他の農林産物(木材等)】**福島県**

【水産物】福島県、茨城県、**栃木県、群馬県、千葉県**

【農林水産物の加工品・食品】

- ・主たる事務所又は工場が福島県に所在するもの
- ・主たる原材料が上記の産品であるもの 等

【上記以外の被害】

- ・買い控えの発生状況、出荷制限の内容等を考慮し、相当因果関係が認められる場合は賠償の対象。

【牛肉(セジウムに汚染された牛飼料)】北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、新潟、岐阜、静岡、三重、島根(注)

(注)これらの道県以外で新たに汚染された稲わらの流通・使用による牛肉の価格下落等が確認された場合、同様の扱い。

製造業・サービス業等に係る風評被害

【国内の製造業・サービス業等】

- ・福島県で製造・販売を行う物品・サービス等に係る損害
(例:福島県内で製造された繊維製品)
- ・事業者が福島県へ来訪拒否することにより生じた損害
(例:美術展覧会等のイベント中止)
- ・上下水道汚泥(原材料とする製品含む)の引き取り忌避により生じた損害 等

【外国人来訪によるサービス等】

- ・本年5月末までの解約(日本全体)
(例:外国人アーティストの来日拒否、外国船舶の寄港拒否)

観光業に係る風評被害

【少なくとも相当因果関係が認められる地域】

福島県、**茨城県、栃木県、群馬県**

【外国人観光客に係る損害】

本年5月末までの通常の解約率を上回る解約
(日本全体(上記4県除く))

【上記以外の被害】

- ・個別具体的な事情に応じ、解約・予約控え等の被害について、相当因果関係が認められる場合は、地域等を問わず賠償の対象。

輸出に係る風評被害

【輸出先国の要求による検査費用・証明書発行費用等】

- ・輸出先国の輸入規制や取引先からの要求によって現実に生じた検査費用・証明書発行費用等(当面の間、日本全体)

【輸入拒否による損害】

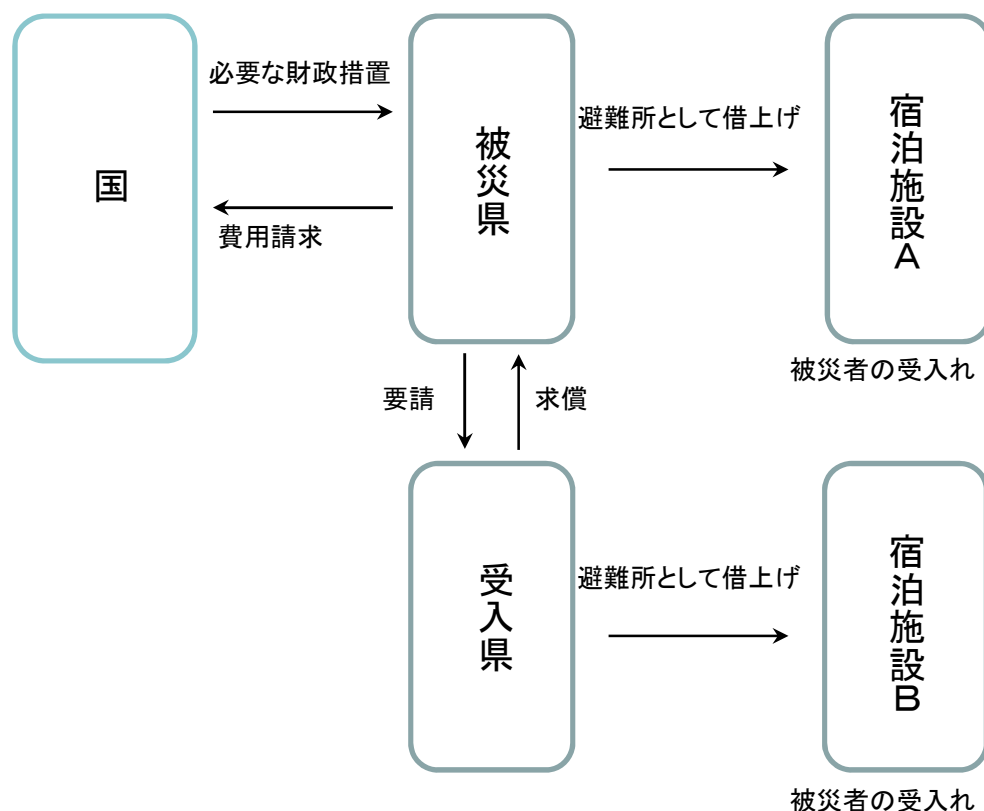
- ・輸出先国の輸入拒否(輸入規制や取引先の輸入拒否)がされた時点で、既に輸出又は生産・製造を開始した場合の現実に生じた損害(日本全体)

※**斜字体部分**は中間指針での追加事項

県境を越えた被災者の旅館・ホテル等への受入れについて

- 観光庁では、厚生労働省等の関係省庁と連携し、災害救助法の制度の活用により、県境を越えた旅館・ホテルでの被災者の受入れを支援。

災害救助法によるホテル・旅館での被災者の受入れ



ホテル・旅館への二次避難の状況

被災県	県 内	県 外	総 数
岩手県	2, 032名	0名	2, 032名
宮城県	2, 035名	317名	2, 352名
福島県	20, 370名	3, 049名	23, 419名
合 計	24, 437名	3, 366名	27, 803名

(※)災害救助法の適用を受けているもの

平成23年7月21日現在