

平成26年度

観光庁関係
予算概算要求概要

平成25年8月

観光庁

目 次

1. 平成26年度観光庁関係予算概算要求の基本方針	1
2. 平成26年度観光庁関係予算概算要求総括表	2
3. 具体的施策	
(1) 訪日外国人旅行者数拡大に向けたインバウンド政策の推進	
・ 戦略的訪日拡大プランの推進	3
・ 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	4
・ 宿泊施設の情報提供促進事業	6
・ 通訳ガイド制度の充実・強化	6
・ 国際会議等（MICE）の誘致・開催の促進	7
(2) 観光地域づくり支援	
・ 観光地ビジネス創出の総合支援	8
・ 観光地域ブランド確立支援事業	9
・ 地域観光環境改善事業	10
(3) 旅行振興	
・ 旅行の安全の確保・向上方策検討調査	10
・ ユニバーサルツーリズム促進事業	11
(4) 観光統計の整備	
・ 観光統計の整備	11
(5) 復興枠	
・ 東北地域観光復興対策事業	12
・ 福島県における観光関連復興支援事業	12
4. 参考資料	13

1. 平成26年度観光庁関係予算概算要求の基本方針

平成26年度については、下記の基本方針により、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」（平成25年6月11日観光立国推進閣僚会議決定）及び「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」（平成25年6月14日閣議決定）に基づく施策を着実に推進する等、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の観光立国を実現するために必要な事業に重点化を図ります。

その際、事業計画、計画の実施、事業評価、評価結果の反映というPDCAサイクルを確実に回し、効率的かつ効果的な施策の実施を確保します。

（1）訪日外国人旅行者数拡大に向けたインバウンド政策の推進

訪日外国人旅行者数200万人の高みを目指す新たなスタートの年として、以下の取組を戦略的に推進する。

戦略的訪日拡大プランの推進

- ①ビザ要件の緩和が実施されている東南アジア諸国への集中プロモーションの実施
- ②今後の送客拡大が期待できる新たな市場において、日本の認知度向上の取組

訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）

- ①現地消費者に向けて直接情報発信をする市場の拡大（シンガポール、タイ、マレーシアを追加）
- ②首都圏空港の発着枠拡大等と連動させた訪日プロモーションの展開
- ③新たな客層の訪日への関心喚起やリピーターの定着を目指したプロモーションの実施

また、国際会議等（MICE）の誘致・開催を促進するため、我が国のMICE競争力の強化に集中的に取り組むほか、訪日外国人の受入環境整備を推進する。

（2）観光地域づくり支援

地域ごとの問題意識や発展段階に応じた幅広い支援策によって、交流人口を拡大し、地域の観光ポテンシャルを最大化する。

観光地ビジネス創出の総合支援

- 観光資源の発掘と磨き上げによる旅行商品造成等により、観光地づくりをビジネスにつなげる取組を支援

観光地域ブランド確立支援事業

- 地域独自のブランドを確立し、国内外から選好される魅力ある観光地域の創出を目指す地域の取組を支援

（3）旅行振興

旅行の安全の確保・向上方策検討調査、ユニバーサルツーリズム促進事業

- 旅行の安全・安心の確保に努めるとともに、誰もが旅行をしやすい環境を整備

2. 平成26年度観光庁関係予算概算要求総括表

(単位：百万円)

	26年度 要求額 (A)	前年度 予算額 (B)	対前年度 倍率 (A/B)
1. 訪日外国人旅行者数拡大に向けたインバウンド政策の推進	9,598	8,208	1.17
◎ 戦略的訪日拡大プランの推進	2,006	0	皆増 } 1.26 0.91
○ 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	5,153	5,686	
○ 宿泊施設の情報提供促進事業	12	0	皆増
○ 通訳ガイド制度の充実・強化	20	25	0.81
○ 国際会議等（MICE）の誘致・開催の促進	495	405	1.22
○ 日本政府観光局（JNTO）運営費交付金 前年度限り	1,911 0	1,837 255	1.04 皆減
2. 観光地域づくり支援	1,051	545	1.93
◎ 観光地ビジネス創出の総合支援	600	0	皆増
○ 観光地域ブランド確立支援事業	279	343	0.81
○ 地域観光環境改善事業	85	99	0.86
○ 観光地域動向調査事業	38	38	0.99
○ 観光地域評価事業 前年度限り	49 0	49 16	0.99 皆減
3. 旅行振興	65	100	0.65
○ 旅行の安全の確保・向上方策検討調査	25	25	1.01
○ ユニバーサルツーリズム促進事業 前年度限り	40 0	39 36	1.03 皆減
4. 観光統計の整備	433	518	0.84
5. その他（経常事務費等）	294	284	1.03
合 計	11,441	9,655	1.19
（うち 新しい日本のための優先課題推進枠	2,606	0	）

復興枠

● 東北地域観光復興対策事業	200	199	1.01
● 福島県における観光関連復興支援事業	695	378	1.84
合 計	895	577	1.55

総 計	12,336	10,232	1.21
------------	---------------	---------------	-------------

◎新しい日本のための優先課題推進枠

●復興庁計上分

3. 具体的施策

(1) 訪日外国人旅行者数拡大に向けたインバウンド政策の推進

《新しい日本のための優先課題推進枠》

○戦略的訪日拡大プランの推進【新規】

(参事官(日本ブランド発信・外客誘致担当))

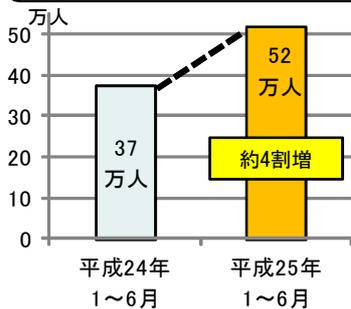
要求額 2,006百万円

経済成長を背景に海外旅行需要が大幅に伸びるとともに、平成25年7月1日からビザの緩和措置が実施されている東南アジア諸国を、東アジア各国と並ぶ訪日市場へと育成するため、集中プロモーションを実施する。

また、来たるべき訪日2000万人時代を見据え、戦略的なプロモーションにより訪日外国人旅行者数の大幅な増加が期待できる市場(欧州、ブラジル、トルコ等)において、旅行先としての日本の認知度向上に取り組む。

① 東南アジア横断集中プロモーション

東南アジア主要6カ国の訪日成長率
(平成25年上半年)



平成25年度に「東南アジア訪日100万人プラン」を開始し、東南アジア諸国からの訪日は急成長中

訪日ビザ緩和の概要
(平成25年7月1日実施分)

旅行者の国籍	従来の訪日ビザ (平成24年訪日旅行者数)	緩和内容 (平成25年7月~)
タイ	数次ビザ (約26万人)	ビザ免除
マレーシア	数次ビザ (約13万人)	ビザ免除
インドネシア	数次ビザ (約10万人)	数次ビザの滞在期間延長
ベトナム	一次ビザ (約6万人)	数次ビザ
フィリピン	一次ビザ (約9万人)	数次ビザ

東南アジア主要6カ国から日本と韓国への訪問数比較
(平成23年)

	訪日人数(人)	訪韓人数(人)
シンガポール	111,354	124,565
タイ	144,969	309,143
マレーシア	81,516	156,281
インドネシア	61,911	124,474
ベトナム	41,048	105,531
フィリピン	63,099	337,268

訪日ビザ緩和以前、隣国韓国との間で、東南アジアからの旅行者数には大幅な格差

訪日ビザ緩和を契機に、東南アジアに特化した大規模商談会開催等の集中プロモーションを実施

② 訪日外国人旅行者数の大幅な増加が期待できる市場での事業展開

ビジット・ジャパン事業未実施の主要国から日本と中国への訪問数比較(平成23年)

	訪日人数(人)	訪中人数(人)	訪中/訪日
イタリア	34,035	235,041	7倍
スペイン	20,814	139,876	7倍
オランダ	23,450	197,530	8倍
スイス	16,410	75,294	5倍
フィンランド	10,943	65,288	6倍
ブラジル	18,470	97,912	5倍
トルコ	6,577	98,787	15倍

中国へは日本への5~15倍の旅行者が訪問
→東アジア地域訪問への高い関心を訪日旅行へ向けさせることが必要

旅行先としての認知度向上に向けたプロモーションイメージ



テレビCMには世界遺産“富士山”も活用

これに加え、実際の訪日旅行に繋げるため、在外公館等連携事業(商談会開催等)なども併せて実施

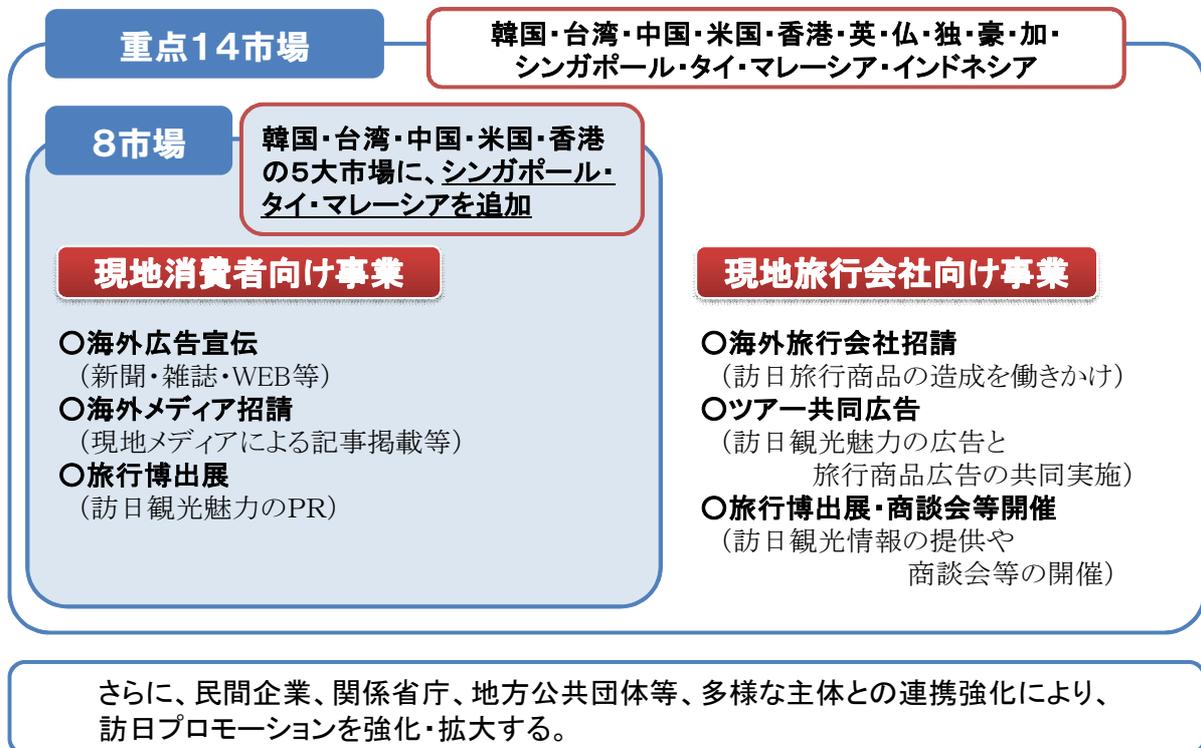
○訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）【継続】

（参事官（日本ブランド発信・外客誘致担当））

要求額 5, 153百万円

観光立国実現に向けたアクション・プログラム及び日本再興戦略に掲げられた訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指したビジット・ジャパン事業の新たなスタートとして、「クールジャパン」、「インベストジャパン」等と一体となった日本ブランドの発信に強力に取り組む。

①現地消費者向け情報発信の対象市場の拡大や、多様な主体との連携強化による日本ブランド発信力の強化



②首都圏空港の発着枠拡大等と連動させた訪日プロモーションの展開

航空会社等との連携強化



オープンスカイ施策や25年度末の羽田の国際線3万回拡大、26年度中の成田の発着容量30万回化を機会と捉え、欧州・東南アジア方面の新規路線開設・増便と連携してビジット・ジャパン事業を戦略的に展開

	羽田空港 (うち国際線)	成田空港	首都圏空港全体
22年10月まで (羽田D滑走路供用前)	30.3万回	22万回	52.3万回
25年3月30日まで	39万回 (6万回)	25万回	64万回
現在 (25年3月31日以降)	41万回 (6万回)	27万回	68万回
以降、首都圏空港を含めたオープンスカイを実施			
最終形 (羽田:25年度末 成田:26年度中)	44.7万回 (9万回)	30万回	74.7万回

*1. いずれも年間当たりの回数。
*2. 回数のカウントは、1離陸で1回、1着陸で1回のため、1離着陸で2回。
*3. 羽田空港の発着枠数の中には、深夜早朝の国際チャーター便等の運航に使われる枠数も含まれる。

クルーズ会社等との連携強化

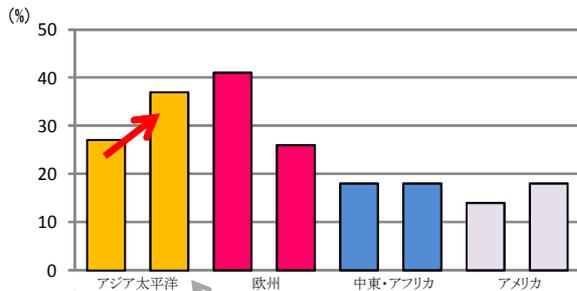


近年の外国船社クルーズ船の日本への寄港拡大の機会を捉え、クルーズ会社等と連携してビジット・ジャパン事業を戦略的に展開 (外国船社クルーズ船の寄港数:平成18年 251隻→平成24年 476隻)

③新たな客層の訪日への関心喚起やリピーターの定着を目指し、訪日旅行の品質向上に向けた取組を強化

- ◎莫大な旅行消費額を通じた国内経済の活性化
- ◎本物志向の富裕層による訪日情報の再発信

【富裕層による旅行先需要(左:現在/右:今後の期待)】

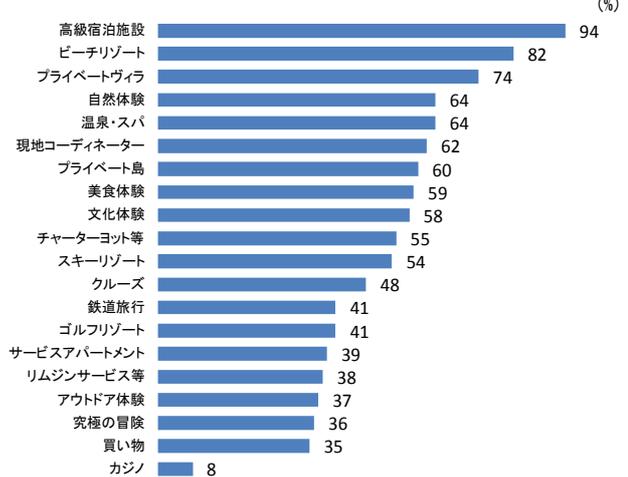


人気都市:東京、シンガポール、香港

日本各地を人気都市へと育成

(出典:Horwath HTL/Horwath HTL・ILTM The Future of Luxury Travel JUNE2011)

【富裕層が関心を持つ旅行商品】 (%)



(出典:ILTM(富裕層旅行商談会)参加バイヤーアンケート2012年)

高級宿泊施設・自然・温泉・美食・文化体験など、全国各地の観光資源を最大限活用し、富裕層向け旅行博への出展や、富裕層市場動向等の国内へのフィードバックなどを実施

さらに、ムスリム旅行者の受入環境の整備、多言語対応や快適・円滑な移動環境の実現等、良好な受入環境に係る情報発信を強化

○宿泊施設の情報提供促進事業【新規】

(観光産業課)

要求額 12百万円

訪日外国人を始めとする旅行者が旅行する前に宿泊施設を選択しやすくするためには、ホテル・旅館等の施設・設備の状況や各種サービスの有無等について情報を得られるように積極的に情報提供を行う必要がある。

一方で、我が国の旅館等の宿泊施設の多くは、効果的な情報提供のノウハウがない。そこで、情報提供を効果的に行うため、情報提供項目の精査、関係者等へのアンケート調査、既存サイトの問題点の整理・分析、ガイドラインの策定・活用方法の検討を行う。

○ 情報提供項目の検討

- ・情報提供項目の精査
- ・アンケート・ヒアリング調査の実施
(関係団体、宿泊事業者、旅行者を対象に幅広く調査)
- ・既存サイトの問題点の整理・分析

ガイドライン
の策定・活
用方法の
検討

効果的な
情報発信
の実施

- ・旅行者の利便向上
- ・宿泊施設のサービスの品質向上
- ・外国人旅行者に対するサービス向上を通じたインバウンドの拡大

○通訳ガイド制度の充実・強化【継続】

(観光資源課)

要求額 20百万円

外国人旅行者が安心して快適に観光することができる環境を提供し、満足度を高め、リピーター化を進めていくことが必要である。

しかしながら、無資格ガイドによる質の悪いツアーが旅行者の満足度を低下させているとの指摘もあり、これを放置しておくとしリピーター化を妨げることになりかねない。

そのため、無資格ガイド行為と質の悪いツアーの実態を把握する調査を行い、効果的な対策を構築し、訪日外国人旅行者の不満を誘発する質の悪いツアーの抑制を図る。

- 外国人旅行者への消費実態調査
- 無資格ガイド行為に関する実態調査
- 取扱事業者への対応状況調査

訪日外国人旅行者の満足度を低下させる質の悪いツアーの実態を把握し、対象と手法を絞った効果的な対策につなげる

無資格ガイド対策を
全国で展開

○国際会議等（MICE）の誘致・開催の促進【継続】

（参事官（国際会議等担当））

要求額 495百万円

日本再興戦略で掲げられた「2030年には、アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」との目標達成に向け、我が国のMICEの国際競争力の強化が必要。このため、

- ① アドバイザー派遣等を通じたマーケティング能力の向上支援等による世界トップレベルのMICE都市の育成
- ② MICE開催地としての日本の魅力向上・確立と世界への発信
- ③ ユニークベニュー（※）の開発、利用促進や人材育成を通じたMICEの受入環境・体制の構築・強化

等を行うことにより、国際会議等（MICE）の誘致・開催を促進する。

（※）歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場

※MICEとは、Meeting(企業等のミーティング)、Incentive(企業等の報奨・研修旅行) Convention(国際会議)、Exhibition/Event(展示会/イベント)の総称。

- ◆国際会議等(MICE)の誘致・開催の推進は、①経済波及効果創出、②ビジネス機会、イノベーションの創出、③国・都市の競争力・ブランド力の向上につながる。
- ◆我が国のMICEの国際競争力を強化するため、グローバルMICE戦略都市の競争力の強化、MICE開催地としての日本の魅力向上・確立、受入環境・体制の整備等に取り組む。



【目標】 2030年には、アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く(「日本再興戦略」より)

(2) 観光地域づくり支援

《新しい日本のための優先課題推進枠》

○観光地ビジネス創出の総合支援【新規】

(観光資源課)

要求額 600百万円

観光を切り口とした地域の活性化を進めるためには、地域のポテンシャルを最大限活用するとともに、それを自立かつ継続的な取組につなげることが必要とされている。

そのため、地域の資源を活用した売れる旅行商品を開発するとともに、継続して観光地づくりに取り組む地域の担い手を育成し、自立的经营へ誘導することにより、観光地づくりをビジネスにつなげる取組を支援する。

○観光地づくりをビジネスにつなげることにより観光地づくりの取組を自立かつ継続的なものとする。
○売れる旅行商品を開発し(①)、観光地づくりの取組を継続する地域の担い手を育成し(②)、自立的经营へ誘導する(③)ことにより、観光地づくりをビジネスにつなげる取組を支援。

①売れる商品開発

収益を生み出すことができる売れる旅行商品を開発。

②観光地の担い手育成

観光地づくり及び商品化の目利きによるOJTと研修を通して、観光地づくりの担い手にノウハウを蓄積。

③自立的经营への誘導

自主財源の確保、運営の独立などによる自立的经营での観光地づくりの促進。

自立かつ継続的な観光地づくりの取組の拡大・発展

具体的な取組

観光地づくりの目利き

○旅行メディア
○地域活性化プランナー等

行政

観光協会

各種産業

観光地の担い手

体験プログラム提供者

宿泊施設

飲食店

交通事業者

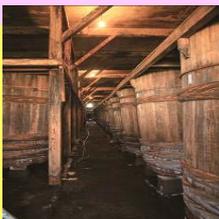
商品化の目利き

○旅行商品のバイヤー等

【具体的事例】

1. 資源の発掘、磨き上げ

○これまで観光資源と見なされていなかった酒蔵を地域の魅力の中核として活用。観光地づくり及び商品化の目利きとともに旅行商品として磨き上げを実施。



2. 資源の商品化

○酒蔵を活用した試行ツアーの実施



3. 交流人口拡大

○旅行商品の定着、現地での滞在時間・消費額の増加

○観光地域ブランド確立支援事業【継続】

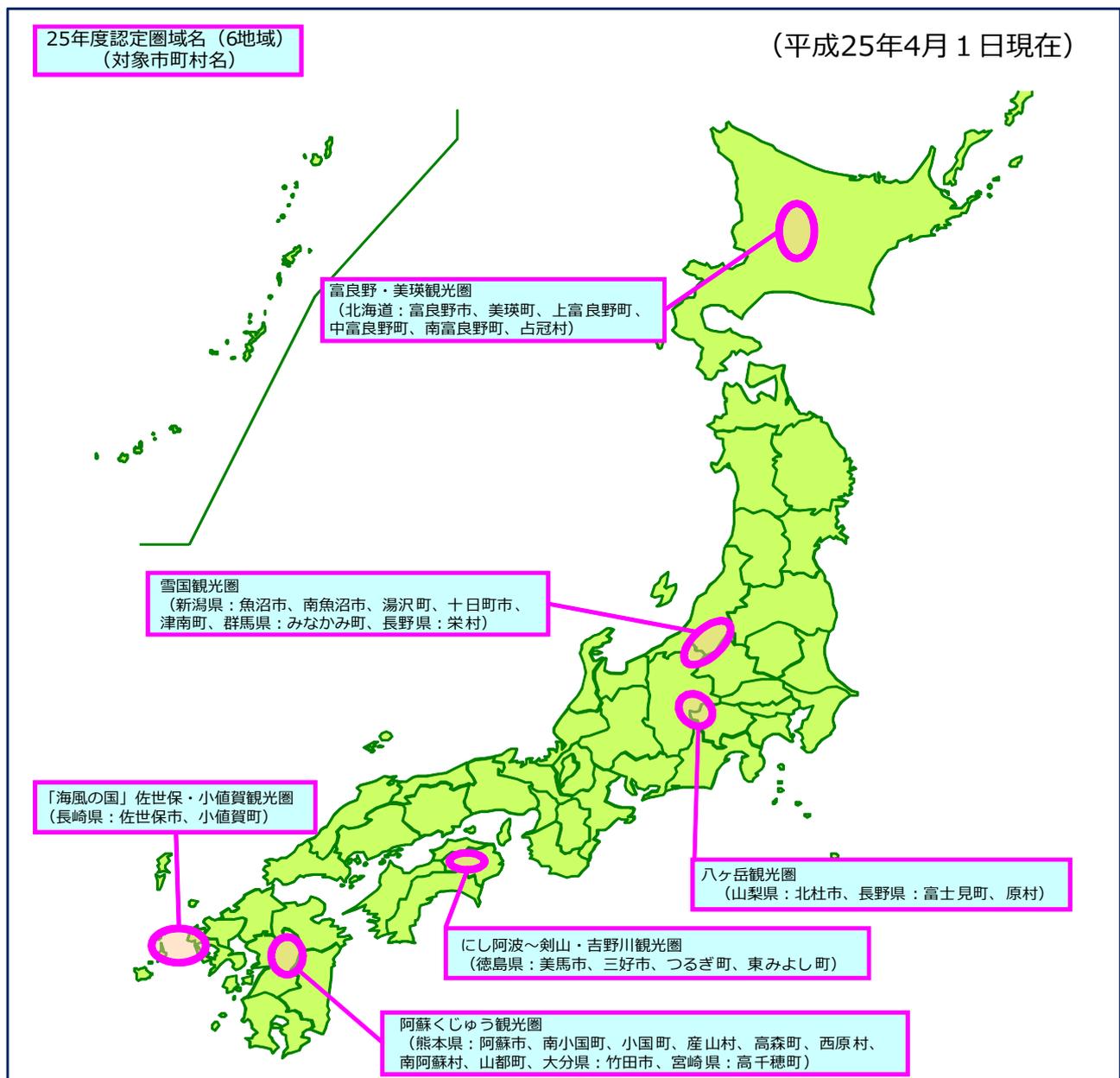
(観光地域振興課)

要求額 279百万円

国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを促進するため、地域独自の「ブランド」の確立を通じた滞在交流型観光の推進に向けた取組みを支援する。具体的には、地域の取組段階に応じて、以下の取組を支援。

- (1) 目指すべき地域の将来像の策定、マーケティングの実施等を通じたブランド戦略の構築。
- (2) ブランド戦略に基づき、滞在プログラムを実施するに当たっての課題を解決するための事業、主たる滞在促進地区の魅力向上のために必要な事業、ブランドの管理を行う事業等の実施。

また、このような取組を行う地域の成果に対して評価手法等についての検討を行い、体系的に整理する。



○地域観光環境改善事業【継続】

(観光地域振興課)

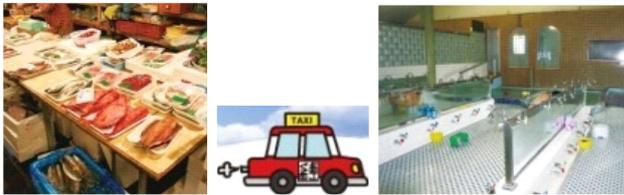
要求額 85百万円

旅行者のニーズの多様化、旅行スタイルの変化等に対応した魅力ある観光地域づくりを推進するため、地域の関係者が協力して取り組む以下の事業を支援することにより、それぞれの地域における自立的かつ持続的な滞在交流の推進を図る。

- ① 地域における課題解決手法の先進的なモデルの構築
- ② 観光地域づくりに関する取組体制の構築や地域における自立的な人材育成の実践

■課題解決手法の例

ビジネス客向けに「朝市」と「朝風呂」のルートを乗合タクシーで送迎し、滞在型の観光需要を創出



■観光地域づくり人材育成の実践



(3) 旅行振興

○旅行の安全の確保・向上方策検討調査【継続】

(観光産業課)

要求額 25百万円

中国万里の長城付近における遭難事故等、近年、旅行業者が企画実施したツアー商品で重大事故が相次いで発生しており、安全に対する旅行業者の意識向上・取組を図ることが強く求められている。

このため、旅行業者の安全対策を組織的に実施する体制・システム(安全マネジメント)を構築するためのガイドラインを策定するとともに、その普及啓発を図る。

○ ガイドラインの策定

- ・安全方針の策定
- ・安全に必要な手順・規則
- ・教育・訓練
- ・取組状況の点検と改善
- ・事故対応 等

○ ガイドラインの普及・促進

- ・中小の事業者を中心にガイドラインの普及促進
- 例：講習会、シンポジウムの開催、
専門家による安全診断の実施 等

経営トップから現場に至るまで、旅行の安全確保を図るための体制を確立

○ユニバーサルツーリズム促進事業【継続】

(観光産業課)

要求額 40百万円

高齢者・障がい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、地方自治体、NPO等の幅広い関係者の協力の下、移動制約者の旅行に関し、地域の受入拠点づくりを進めるほか、旅行商品の造成・普及の促進のための取組を実施する。

○受入拠点づくりの普及・促進

平成25年度に策定する受入拠点マニュアルを複数地域において検証し、各拠点のネットワーク化を推進。

○ユニバーサル旅行商品の普及・促進

旅行会社の啓発、旅行会社と地域の連携・協働を進め、旅行商品の造成・普及を推進。

ユニバーサルツーリズムの市場拡大・普及

(4) 観光統計の整備

○観光統計の整備【継続】

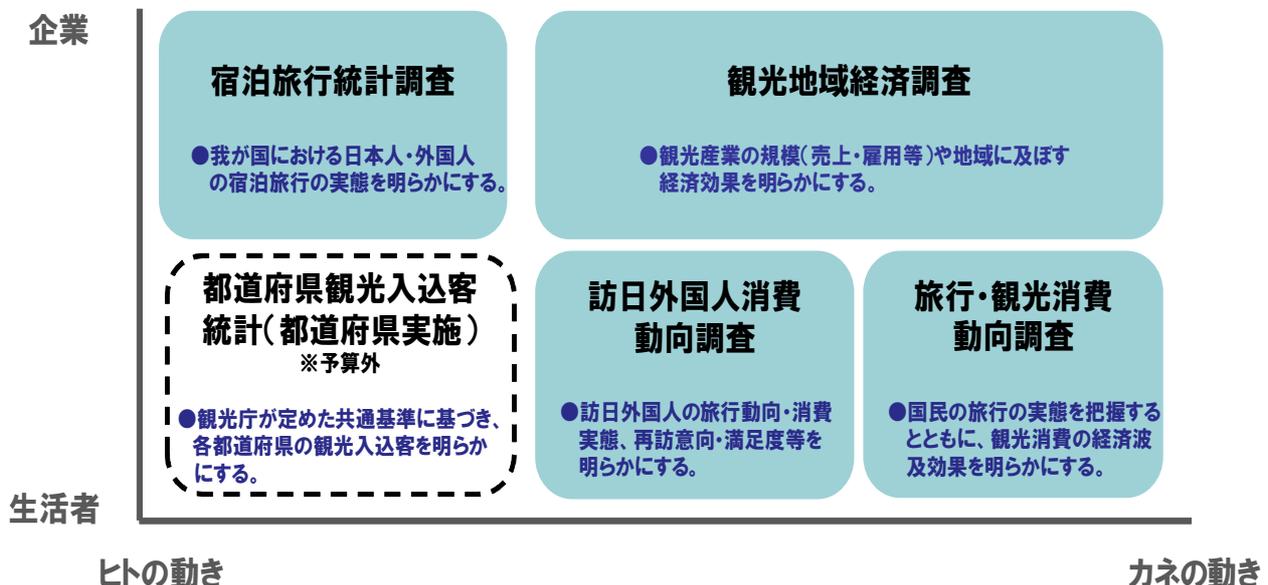
(観光戦略課)

要求額 433百万円

訪日外客誘致施策の更なる強化、地域が主役となった観光政策の展開が求められる中、行政・民間における観光に関する取組をPDCAサイクルに基づき早急かつ着実に実施するため、観光施策の基本インフラである観光統計の整備を着実に進める。

供給側である企業に関する調査として「宿泊旅行統計調査」、「観光地域経済調査」を実施し、需要側である生活者に関する調査として「訪日外国人消費動向調査」、「旅行・観光消費動向調査」を行う。

各観光統計の位置付け



(5) 復興枠

○東北地域観光復興対策事業【継続】

(観光地域振興課)

要求額 200百万円(復興庁計上)

太平洋沿岸エリアにおいて、地域毎の復興プロセスに応じた滞在交流促進のための体制づくり及び取り組みを段階的に実施するとともに、地域における滞在プログラム造成等への支援を行う。併せて、望ましい地域づくりの方向性や取り組みを行う上での課題抽出・解決方法についての調査・検討を実施し、自立した地域づくりに向けた体制確立への支援を行う。

事業概要

1. 地域体制づくり

- 体制構築
- 取組実施に向けた検討
- 滞在交流促進に向けた取組の実施

2. 滞在プログラムの実施支援

- ツアー参加に限らない個人の来訪者に対する滞在プログラムの催行等支援

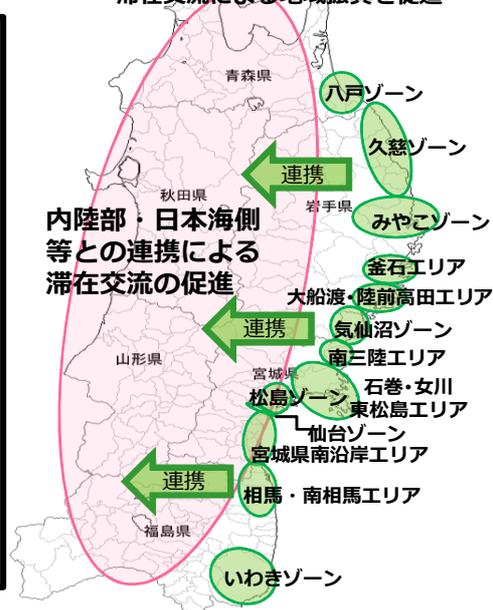
3. 取組段階(復興プロセス)に応じた支援

- 地域の実情に応じたツアーの企画・造成

4. 観光による地域振興に関する問題点の解決

- 広域的な地域づくりの方向性等の検討
- 問題抽出、課題検討

太平洋沿岸エリアで取組を行う13地域で滞在交流による地域振興を促進



○福島県における観光関連復興支援事業【継続】

(観光戦略課、観光産業課、国際観光課、参事官(日本ブランド発信・外客誘致担当)、参事官(外客受入担当)、参事官(国際会議等担当)、観光地域振興課、観光資源課)

要求額 695百万円(復興庁計上)

福島県における早期の観光復興を最大限に促進するため、同県が実施する風評被害対策及び震災復興に資する観光関連事業に対して補助を行う。

(補助率：総事業費の8/10)

4. 参考資料

目	次
①観光立国の実現に向けた政府の取組	1 4
②観光立国実現に向けたアクション・プログラム	1 5
③日本再興戦略-J A P A N is B A C K-	1 5
④訪日外国人旅行者数の推移	1 6
⑤訪日外国人旅行者数の現状（国・地域別）	1 6
⑥訪日外国人旅行者の割合（国・地域別）	1 7
⑦外国人旅行者受入数の国際比較（2010年）	1 7
⑧日本人海外旅行者数の推移	1 8
⑨国内における旅行消費額（2011年）	1 8
⑩国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移	1 9
⑪都道府県別延べ宿泊者数（2012年）	1 9
⑫独立行政法人国際観光振興機構（J N T O）の概要	2 0

観光立国の実現に向けた政府の取組

平成15年 1月	小泉総理が「観光立国懇談会」を主宰
4月	ビジット・ジャパン事業開始
平成18年12月	観光立国推進基本法が成立
平成19年 6月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成20年10月	観光庁設置
平成21年 7月	中国個人観光ビザ発給開始
平成23年 3月	東日本大震災 発生
平成24年 3月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成25年 1月	「日本再生に向けた緊急経済対策」を閣議決定 第1回国土交通省観光立国推進本部を開催
3月	第1回観光立国推進閣僚会議を開催
4月	第2回国土交通省観光立国推進本部を開催 (「国土交通省観光立国推進本部とりまとめ」を公表)
6月	第2回観光立国推進閣僚会議を開催 (「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」 をとりまとめ) 「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」を閣議決定
7月	タイ及びマレーシア向けのビザ免除 ベトナム及びフィリピン向けの数次ビザの導入並びに インドネシア向け数次ビザの滞在期間の延長

観光立国実現に向けたアクション・プログラム

- 6月11日、総理主宰の観光立国推進閣僚会議が開催され、「観光立国実現のためのアクション・プログラム」が決定された。
- 本プログラムは、史上初めて訪日外国人旅行者数1000万人を達成し、さらには、その先の目標である2000万人の高みを目指すために、必要な施策を4つの重点分野としてとりまとめたもの。
 - ①日本ブランドの作り上げと発信、②ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進
 - ③外国人旅行者の受入の改善、④国際会議等(MICE)の誘致や投資の促進

観光立国推進閣僚会議

○ 観光立国を実現するための施策について、関係行政機関の緊密な連携を確保し、その効果的な推進を図るため、観光立国推進閣僚会議を開催。

【構成員】全閣僚(主宰:内閣総理大臣)

<開催実績>

第1回 平成25年3月26日

第2回 平成25年6月11日(アクション・プログラム決定)



参考:官邸HPより

観光立国推進ワーキングチーム

○ 観光立国の実現に向け、関係府省庁横断的に推進する必要がある施策について検討を行うため、観光立国推進ワーキングチームを開催。

【座長】国土交通副大臣

【座長代理】国土交通政務官

【構成員】関係副大臣等

<開催実績>

第1回 平成25年4月10日

第2回 平成25年4月17日

第3回 平成25年5月20日(中間とりまとめ)

第4回 平成25年6月7日(アクション・プログラム(案)とりまとめ)

観光立国推進有識者会議

<開催実績>

第1回 平成25年4月23日

第2回 持ち回り開催

第3回 平成25年7月1日

【構成員】

石井 至	旅行ガイド出版社社長
伊東 信一郎	全日空ホールディングス(株)社長
大家 隆敏	JR東日本(株)相談役
岡田 裕介	東映(株)社長
牧野 アンナ	フランス文学者
白石 隆二	政策研究大学院大学学長
船山 龍二	(株)JTB相談役
三木谷 浩史	楽天(株)会長兼社長
森田 健作	千葉県知事
森本 昌憲	(株)藤田観光会長

日本再興戦略-JAPAN is BACK-(平成25年6月14日閣議決定)(関連部分抜粋)

戦略市場創造プラン -課題をバネに新たな市場を創造-

テーマ4:世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現
②観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の人々を地域に呼び込む社会

○本年に訪日外国人旅行者1,000万人を達成し、さらに2,000万人の高みを目指すとともに、2030年には3,000万人を超えることを目指す。これにより観光収入でアジアのトップクラス入りをする。

○2030年には宿泊客のおよそ6人に1人は外国人となる社会を目指す。

○海外から日本に対し、多くの人や優れた知見、投資を呼び込み、2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く。

○訪日プロモーションに関する省庁・関係機関の横断的計画の策定と実行

- ・日本ブランド発信に向けた政府一体的に取り組む体制の構築
- ・日本関連コンテンツのローカライズ・プロモーション支援、テレビ番組の国際共同制作等

○査証発給要件の緩和、入国審査迅速化等の訪日環境の改善

- ・ASEAN諸国からの観光客に対する査証発給要件の緩和
- ・クルーズ船入港時の入国審査手続の迅速化・円滑化について新たな方策の検討等

○外国人旅行者の滞在環境の改善

- ・案内表示、多言語対応について、外国人目線に立った共通ガイドラインの策定、ガイドラインを踏まえた整備・改善の促進
- ・都心直結線(都心-首都圏空港)整備に向けた検討
- ・日本政府観光局(JNTO)が地域資源の海外展開を支援する取組の開始等

○新たなツーリズムの創出

- ・エコツーリズム、スポーツツーリズム、医療と連携した観光等新たなツーリズムの創出を促進

○国際会議等(MICE)誘致体制の構築・強化

- ・「グローバルMICE戦略都市」の選定
- ・主要分野の国際的リーダーを中心としたMICE誘致体制の構築

○大規模イベントの招致・開催

- ・2020年オリンピック・パラリンピックの東京への招致実現等を通じた国際交流先進国としての日本の姿を海外に発信

国際展開戦略 -拡大する国際市場を獲得-

2. 海外市場獲得のための戦略的取組み
③クールジャパンの推進

○発信力の強化

- ・食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ、伝統文化等の連携により、主要な国際会議・イベント等において「日本の魅力」を効果的に発信

○(株)海外需要開拓支援機構(クール・ジャパン推進機構)を活用したクールジャパンの戦略的推進

- ・(株)海外需要開拓支援機構クール・ジャパン推進機構を設立し、リスクマネーを供給することにより、クールジャパンを戦略的に推進

○コンテンツ等の海外展開の促進

- ・海外市場へのプロモーション強化、海外放送局のチャンネルや放送枠・配信サイトなどの日本コンテンツの流通チャンネルの確保等

○日本食、食文化の海外展開・日本産酒類の輸出促進

- ・国際イベント・外交上のレセプション・会食、主要な国際空港、「酒蔵ツーリズム」などを通じた発信等

○海外広報体制の強化

- ・「国際広報強化連絡会議」を最大限に活用し、クールジャパンやビジット・ジャパン、インベスト・ジャパン等の施策について海外広報を強化

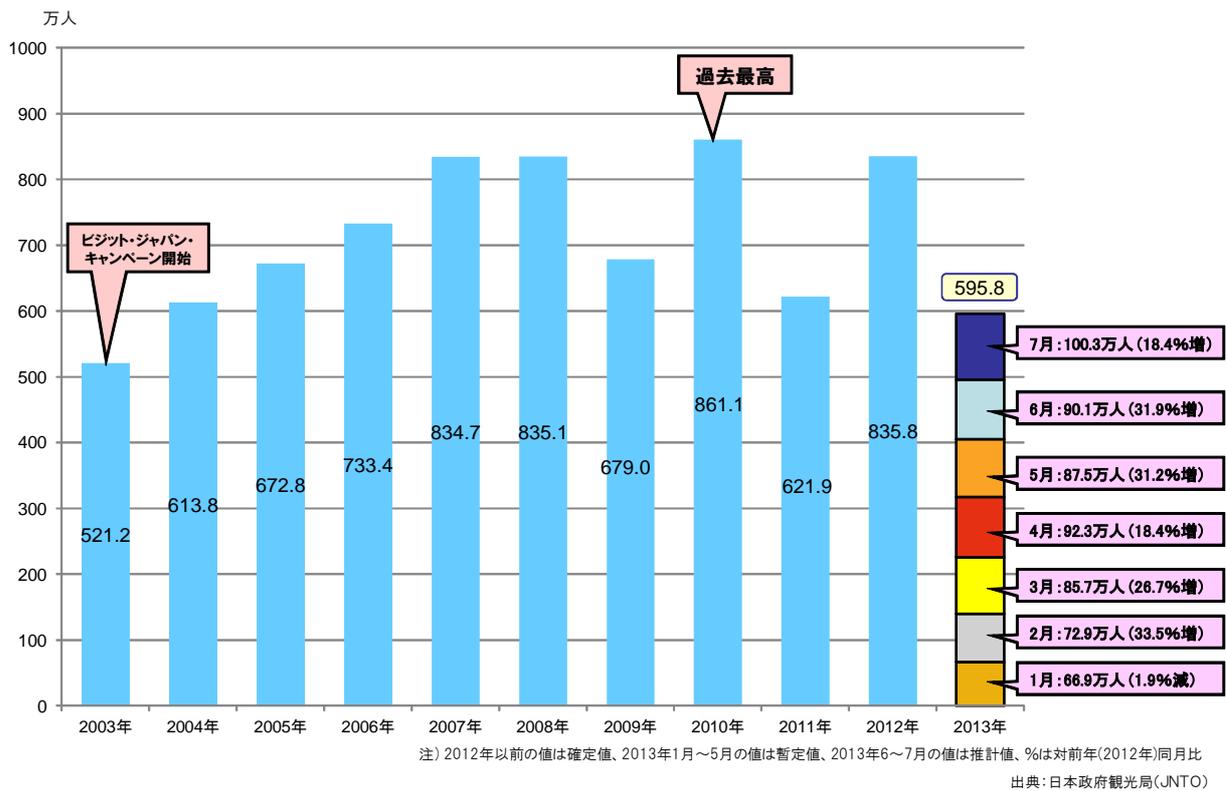
○訪日プロモーションに関する省庁・関係機関の横断的計画の策定と実行【再掲】

3. 我が国の成長を支える資金・人材等に関する基盤の整備

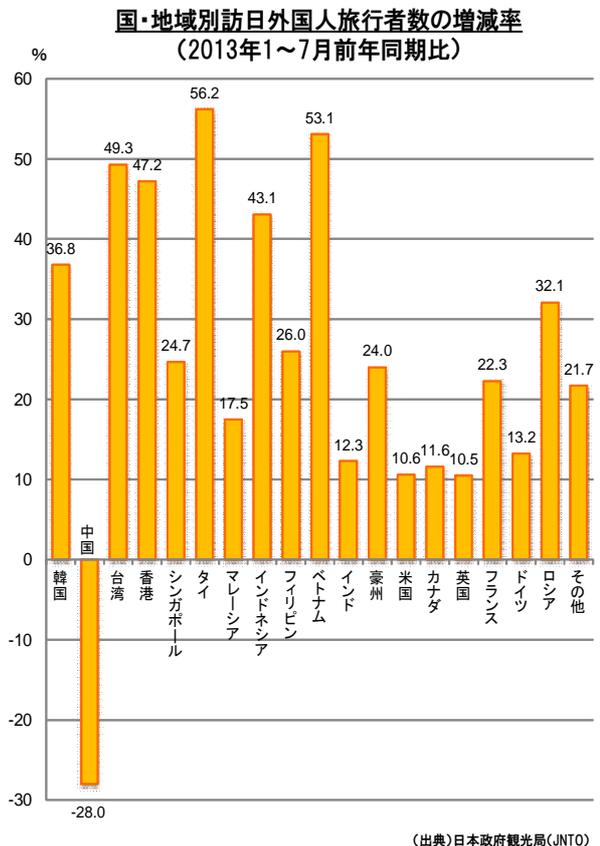
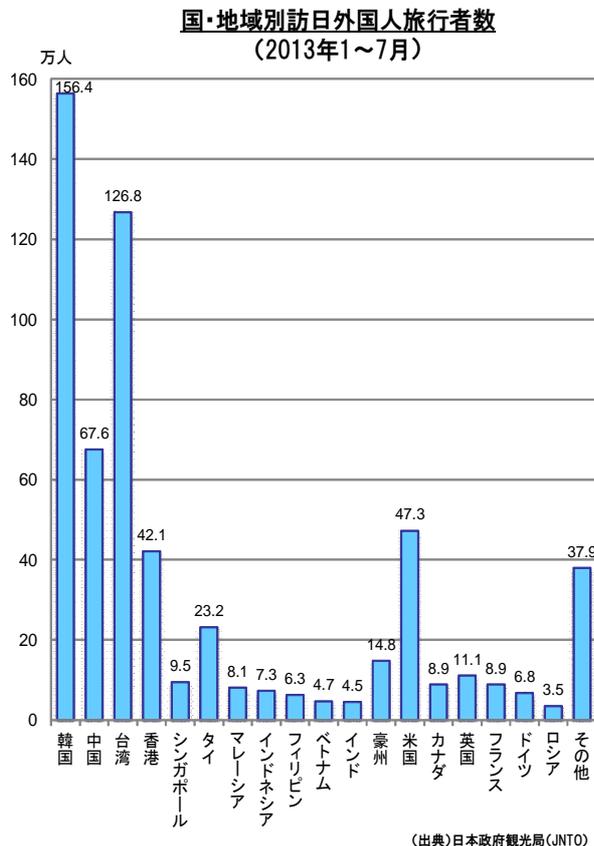
①対外直接投資の活性化

○国際会議等(MICE)誘致体制の構築・強化【再掲】

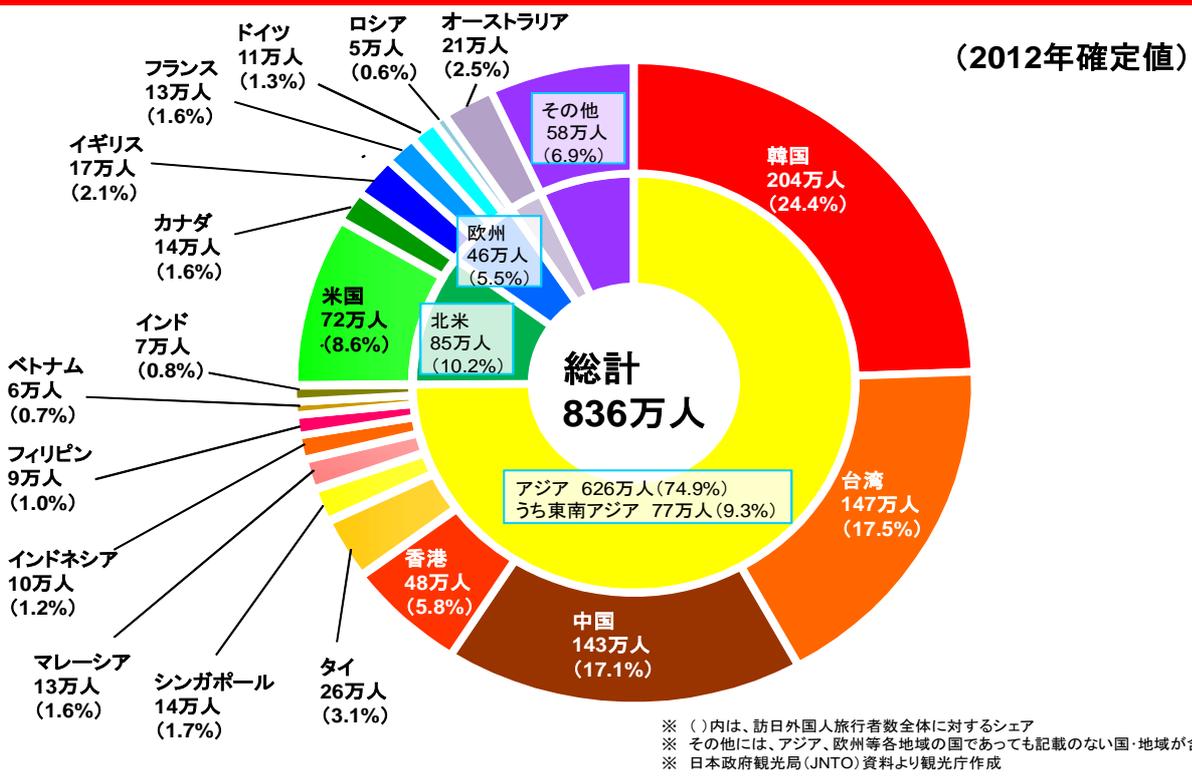
訪日外国人旅行者数の推移



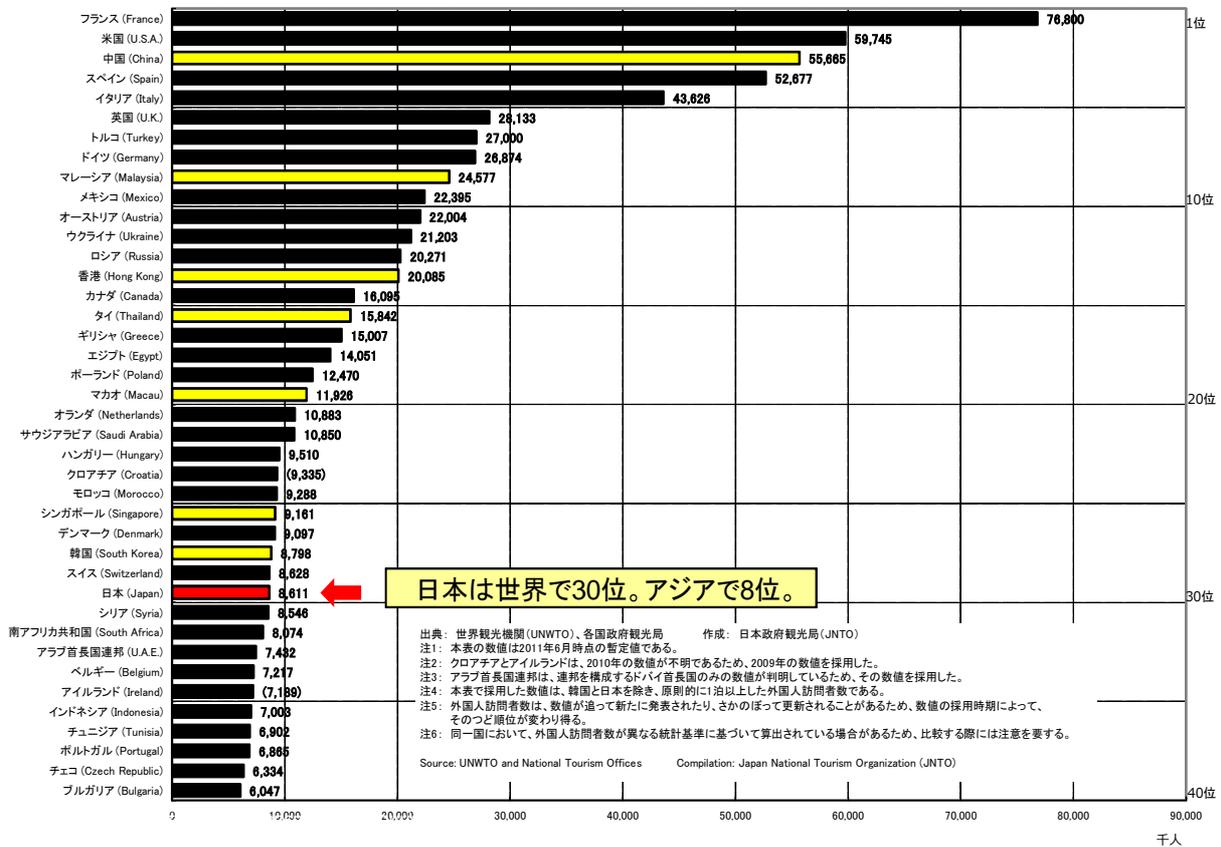
訪日外国人旅行者数の現状(国・地域別)



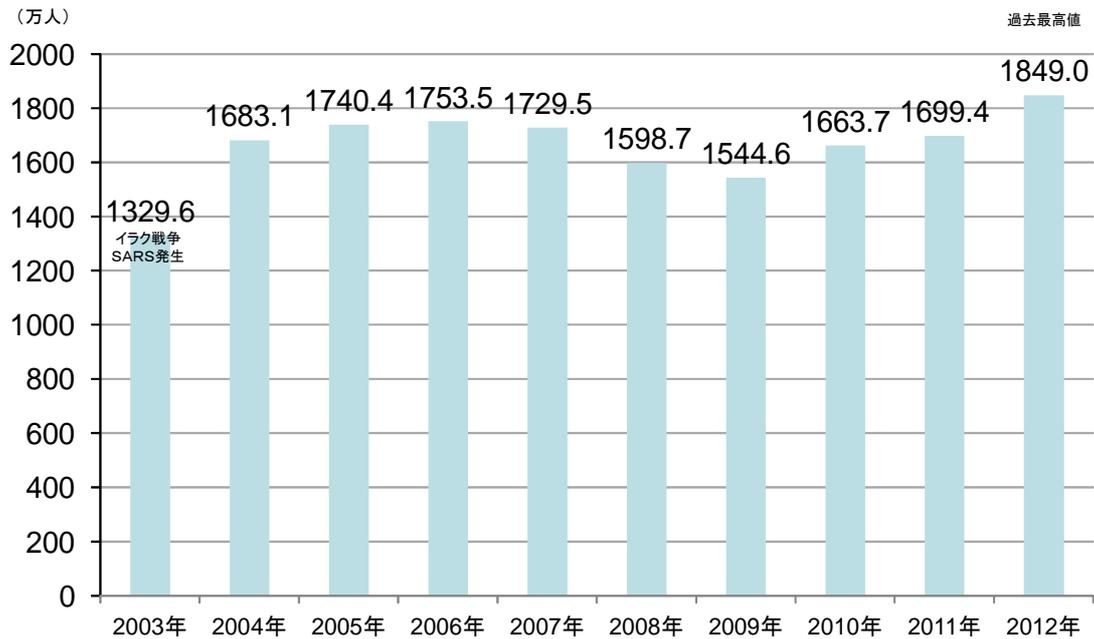
訪日外国人旅行者数の割合(国・地域別)



外国人旅行者受入数の国際比較(2010年)

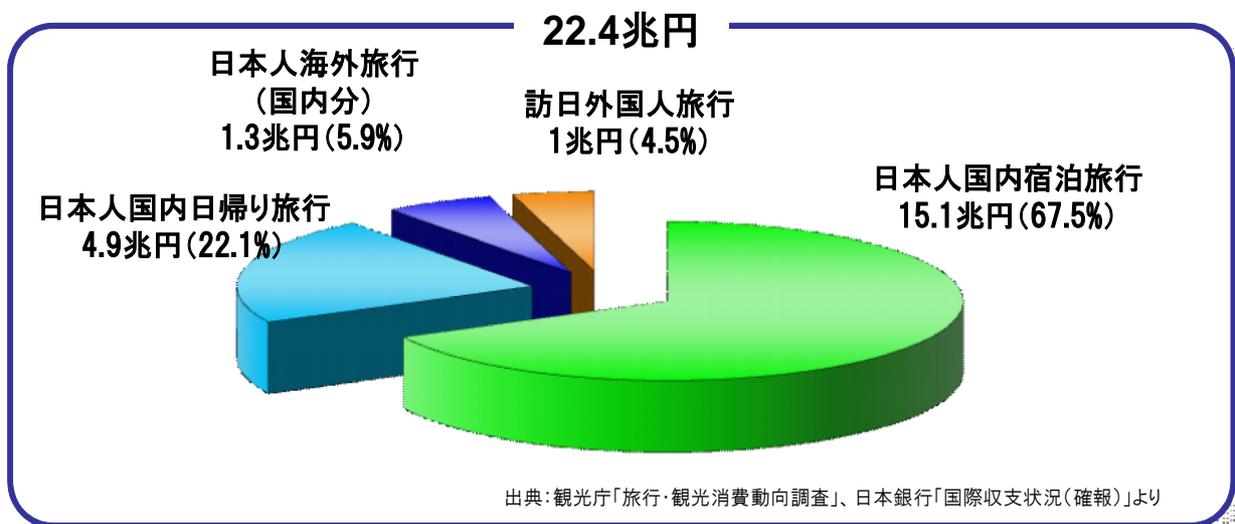


日本人海外旅行者数の推移



出典：法務省資料 作成：国土交通省観光庁
※2012年は暫定値

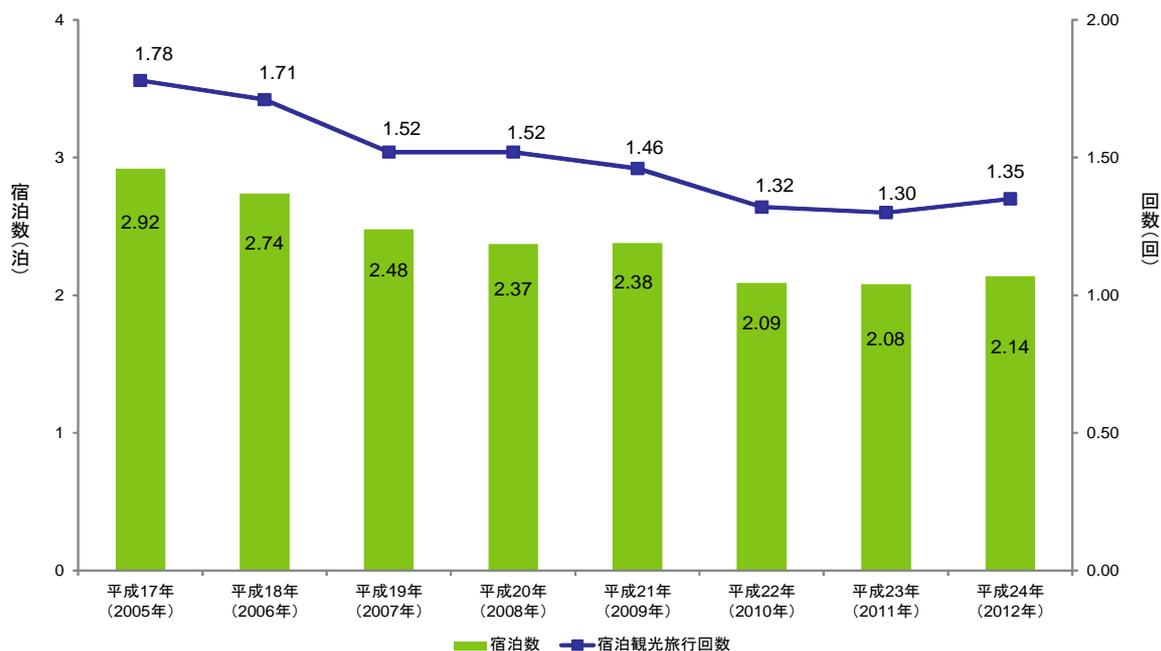
国内における旅行消費額(2011年)



我が国経済への貢献度(経済効果)

生産波及効果	46.4兆円	…5.1%(対国民経済計算 産出額)
付加価値誘発効果	23.7兆円	…5.0%(対名目GDP)
雇用誘発効果	397万人	…6.2%(対全国就業者数)
税収効果	4.0兆円	…5.1%(対国税+地方税)

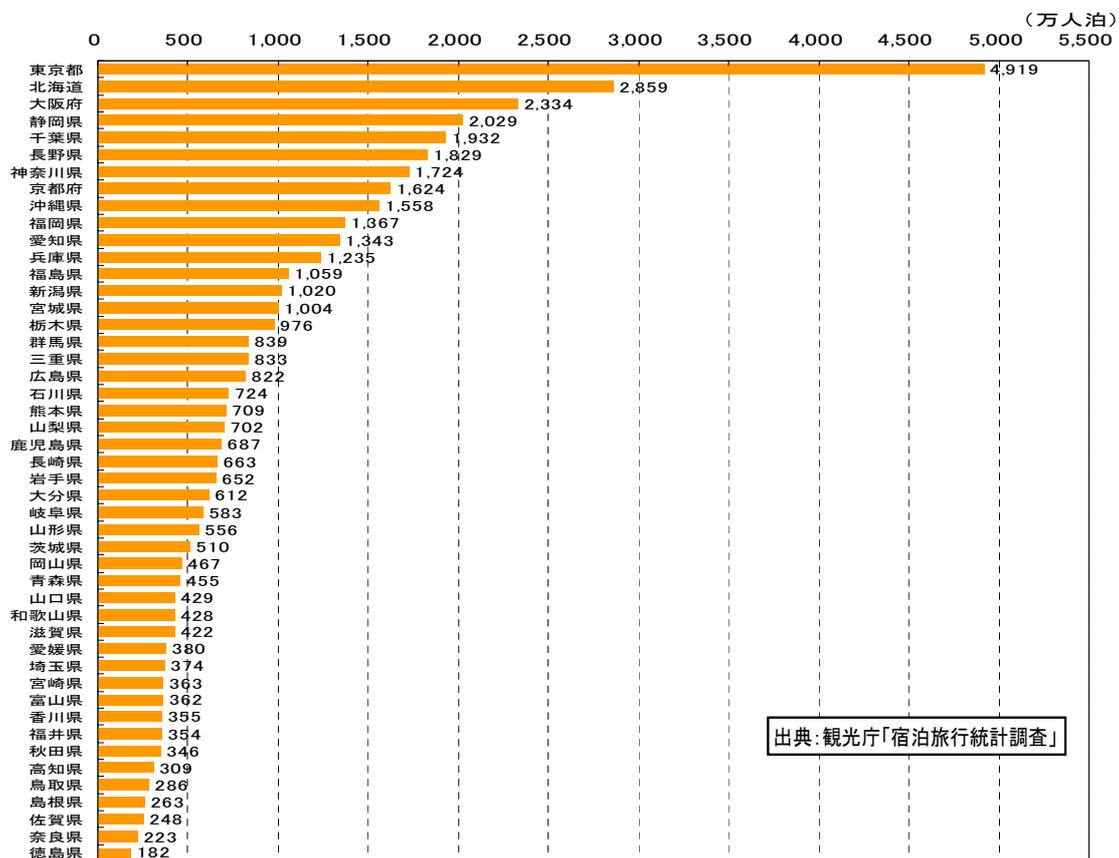
国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



(注)2008年までは、20歳から79歳までが調査対象。
2009年以降は、全年齢が調査対象

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

都道府県別延べ宿泊者数(2012年)



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

独立行政法人国際観光振興機構《JNTO/日本政府観光局》の概要

目的

海外における観光宣伝、外国人観光旅客に対する観光案内、その他外国人観光旅客の来訪の促進に必要な業務を効率的に行うことにより、国際観光の振興を図ることを目的とする。

沿革

- 昭和39年 4月 特殊法人国際観光振興会設立
- 平成15年10月 独立行政法人国際観光振興機構設立
※(独)国際観光振興機構法(平成14年法律第181号)施行
- 平成21年 1月 通称名を従前の「JNTO」から「日本政府観光局(またはJNTO)」に改称
※(独)国際観光振興機構組織規程改正施行

組織・予算

- 役員 : 5人(理事長1、理事2、監事2)
- 職員 : 90人(国内55人、海外35人)
その他海外現地職員37人 ※平成25年4月1日現在
- 国内 : 4部制
(経営戦略部、海外マーケティング部、事業連携推進部、コンベンション誘致部)
- 海外 : 13事務所
- 運営費交付金 : 18.4億円(平成25年度)

業務

- 外国人観光旅客の来訪促進のための宣伝
- 外国人観光旅客に対する観光案内所の運営 ● 通訳案内士試験事務の代行
- 国際観光に関する調査研究・出版物の刊行 ● 国際会議等の誘致促進、開催の円滑化等
- その他附帯業務

