

平成27年版観光白書について(概要版)

観光庁
平成27年6月

平成27年版観光白書の構成

観光白書は観光立国推進基本法第8条に基づき毎年国会に提出。以下の四部で構成。

第Ⅰ部 平成26年 観光の動向

- 第1章 世界の観光の動向
- 第2章 日本の観光の動向

第Ⅱ部(テーマ章) 拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域

- 近年のインバウンド消費の動向
- インバウンド消費の拡大の要因(旅行消費額の大宗を占めるアジア諸国からの旅行者を中心に要因を分析)
- インバウンド消費の拡大に伴い変貌する産業・地域

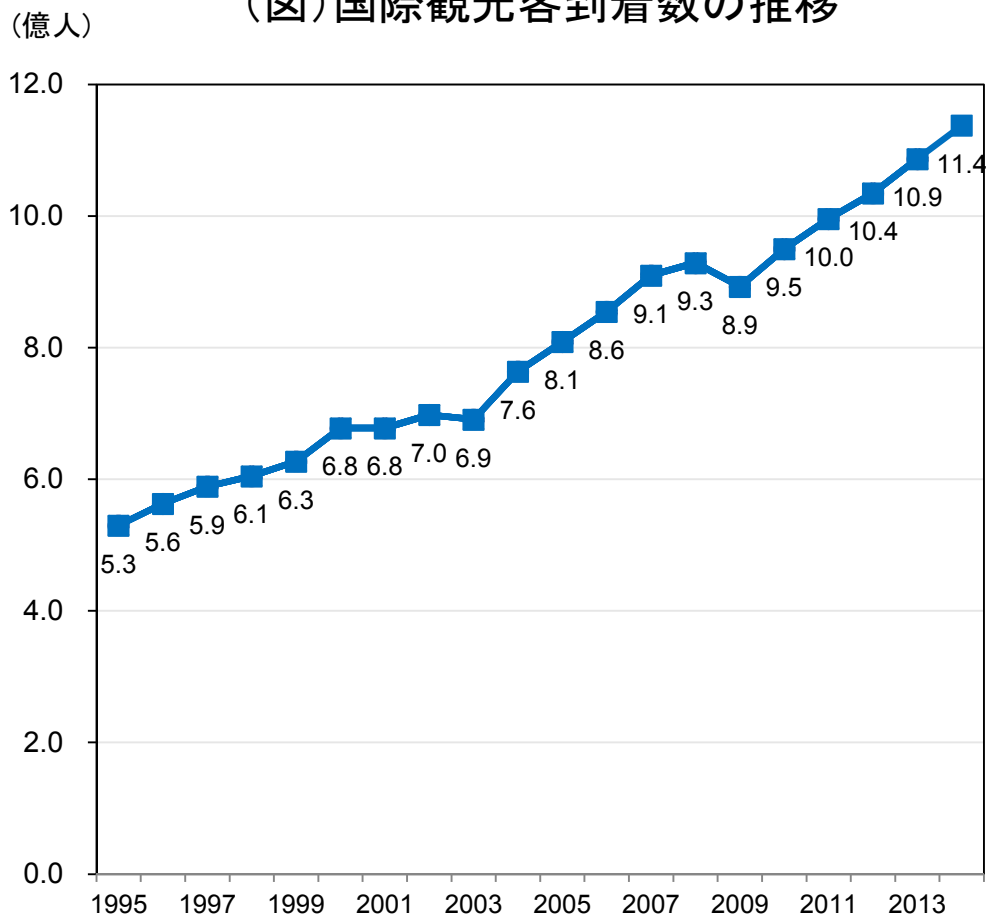
第Ⅲ部 平成26年度に講じた施策／第Ⅳ部 平成27年度に講じようとする施策

- 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興
- インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組
- ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
- 世界に通用する魅力ある観光地域づくり
- 外国人旅行者の受入環境整備
- MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み 等

【第1部】平成26年世界の観光の動向

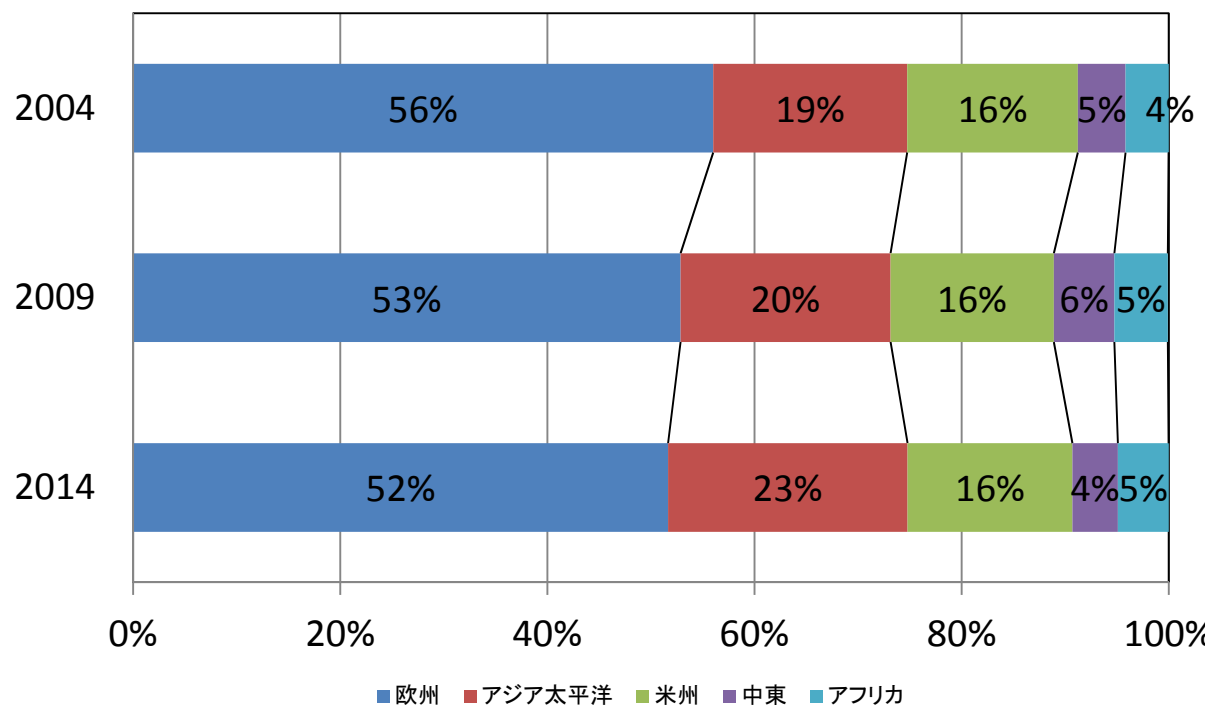
- 国連世界観光機関（UNWTO）発表の世界観光動向によると、2014年（平成26年）の国際観光客は前年比5100万人増の11億3800万人（対前年比4.7%増）となった。
- 国際観光客到着数における欧州のシェアは過半を占めるが、徐々に減少している。これに対し、アジア太平洋のシェアが直近10年で4.0%ポイント増と、特に著しい成長を見せている。

（図）国際観光客到着数の推移



出典：UNWTO

（図）国際観光客受入数の地域別シェア
（2004年（平成16年）－2014年（平成26年））

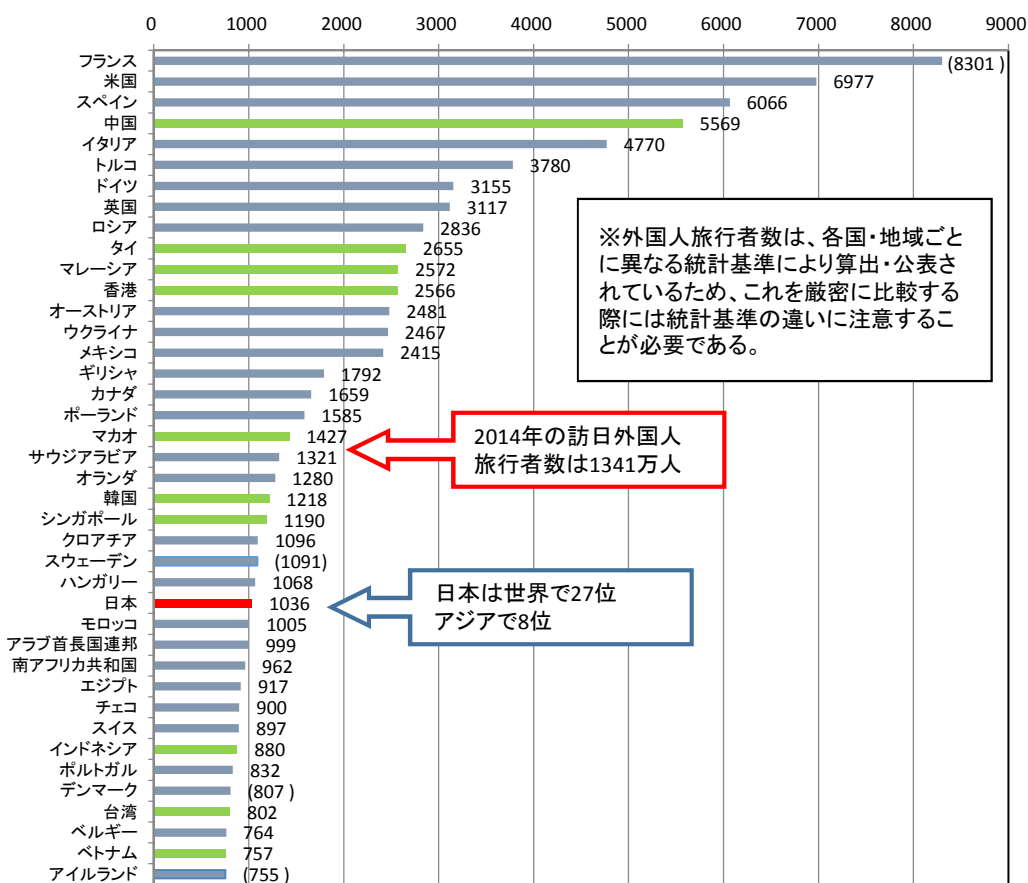


出典：UNWTO

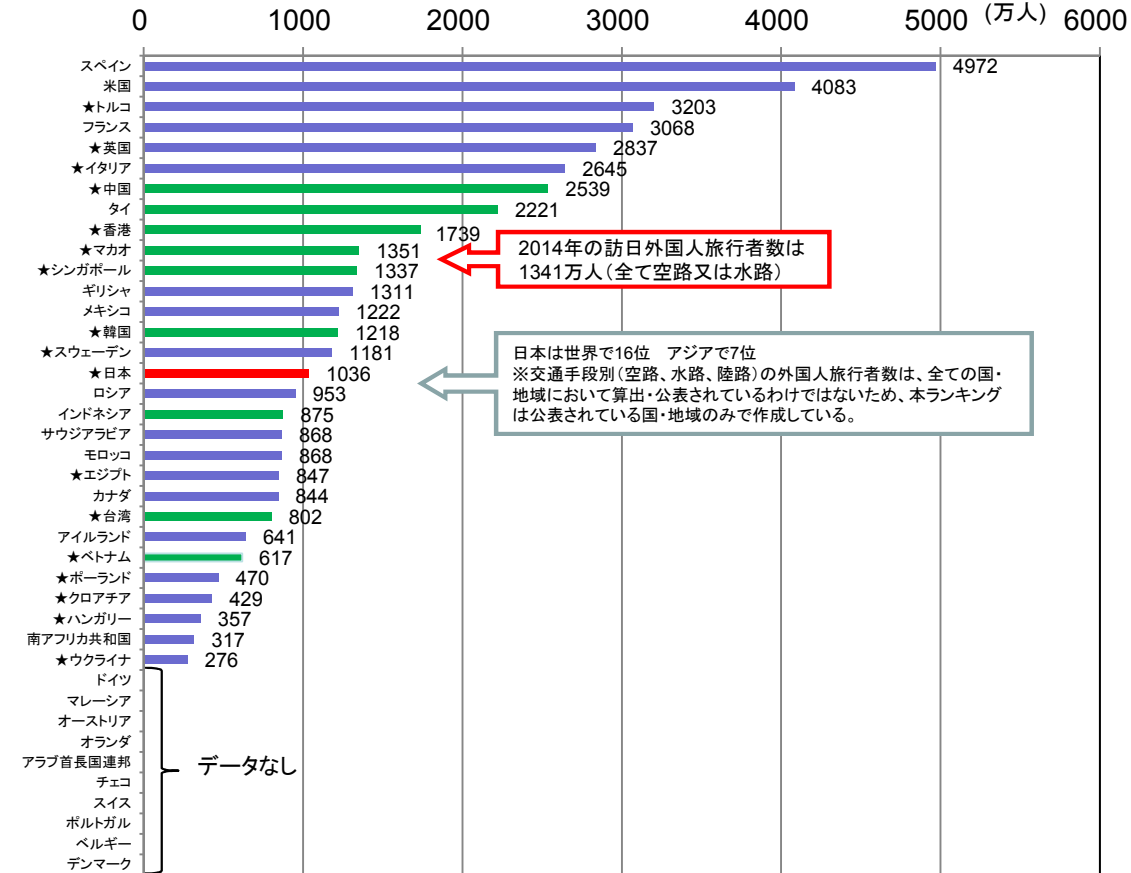
【第1部】平成26年世界の観光の動向

- 2013年(平成25年)の「外国人旅行者受入数ランキング」において、日本は、2012年(平成24年)の836万人(33位(アジアで8位))から1036万人(27位(アジアで8位))となり、人数、順位とともに上昇した。
- 2013年(平成25年)の「空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング」において、日本は、2012年(平成24年)の18位(アジアで7位)から16位(アジアで7位)と順位が上昇した。
- 2014年(平成26年)の訪日外国人旅行者1341万人は、2013年(平成25年)の「外国人旅行者受入数ランキング」では20位に相当し、「空路又は水路による外国人旅行者数受入数ランキング」では11位に相当する。

(図)外国人旅行者受入数ランキング(2013年(平成25年))



(図)空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング(2013年(平成25年))

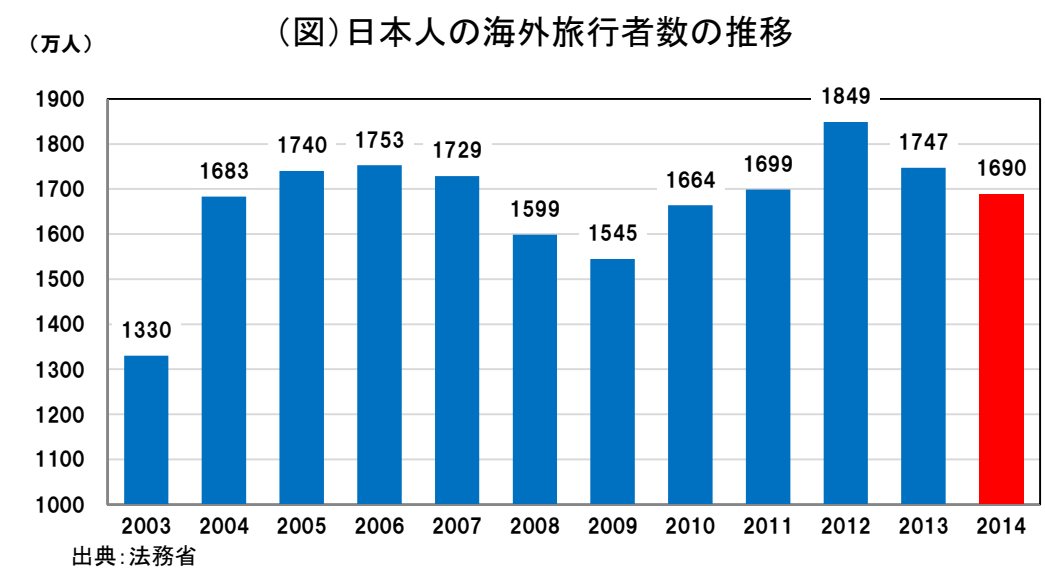
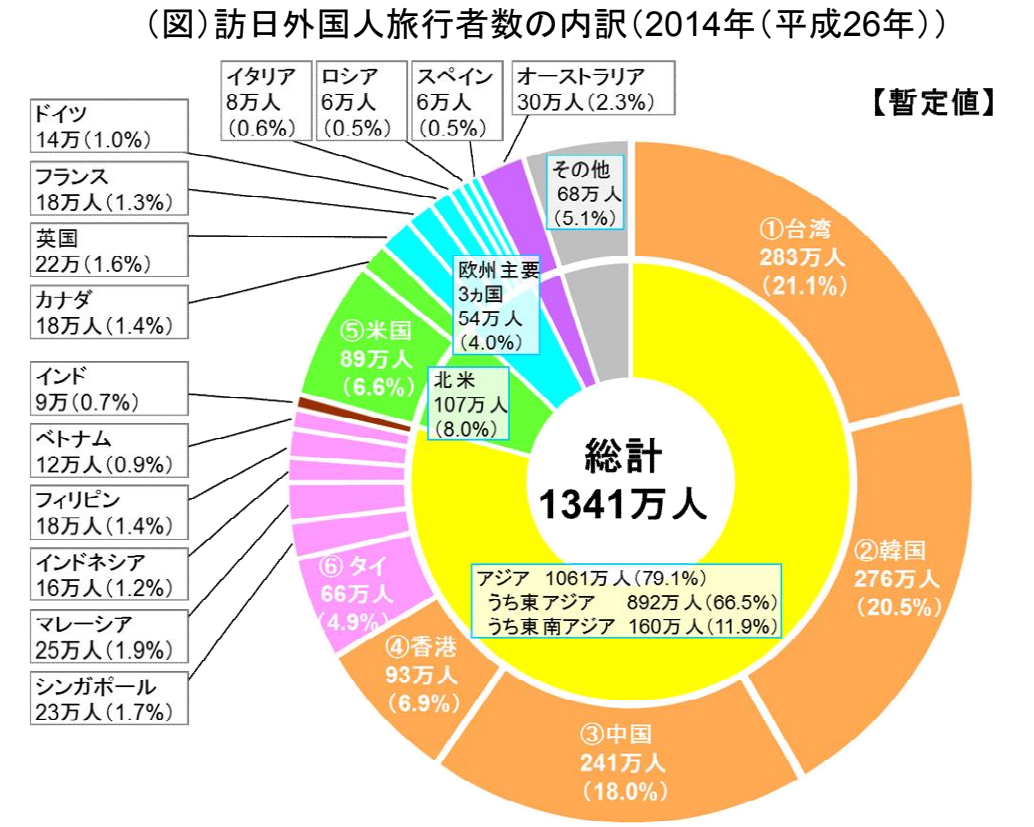
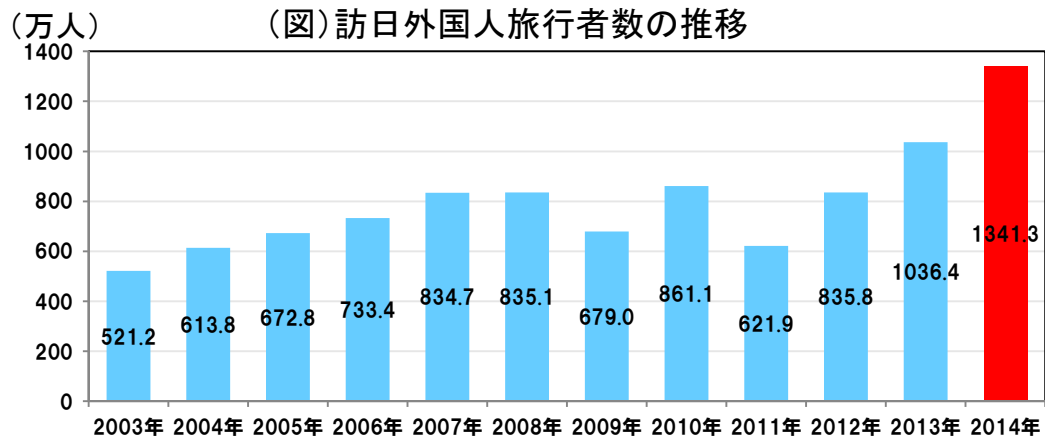


出典: UNWTO
 注1) 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較する際には統計基準の違いに注意することが必要。
 注2) 本表の数値は2014年(平成26年)6月時点の暫定値である。
 注3) フランス、スウェーデン、デンマーク、アイルランドは、2013年の数値が不明であるため、2012年の数値を採用した。
 注4) アラブ首長国連邦は、連邦を構成するドバイ首長国のみ数値が判明しているため、その数値を採用した。
 注5) 本表で採用した数値は、韓国、日本、台湾、ベトナムを除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。
 注6) 外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

出典: UNWTO
 注1) 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較する際には統計基準の違いに注意することが必要。
 注2) 本表の数値は2015年1月時点の暫定値である。
 注3) 本表で採用した数値は、★印を付した国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。
 注4) 本表で採用した数値は、空路、水路、陸路の交通手段のうち、陸路(自動車等による入国)を除いた外国人旅行者数である。
 注5) ドイツ、マレーシア、オーストリア、オランダ、アラブ首長国連邦、チェコ、スイス、ポルトガル、ベルギー、デンマークは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。
 注6) 外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

【第1部】平成26年日本の観光の動向(インバウンド・アウトバウンドの状況)

- 2014年(平成26年)の訪日外国人旅行者数は、1341万人(対前年比29.4%増)となった。
- 訪日外国人旅行者数の内訳は、アジア全体は1061万人(全体の79.1%)となった。東アジアでは892万人(全体の66.5%)となり、ASEAN諸国(6ヶ国)でも160万人を突破(全体の11.9%)、北米も100万人を超え、欧州主要3か国(英・仏・独)も50万人を超えた。
- 2014年(平成26年)の日本人の海外旅行者数は、1690万人(対前年比3.3%減)と昨年に引き続き減少した。円安により現地での買い物も含めた旅行代金が上昇したことによる割高感などによるものと考えられる。

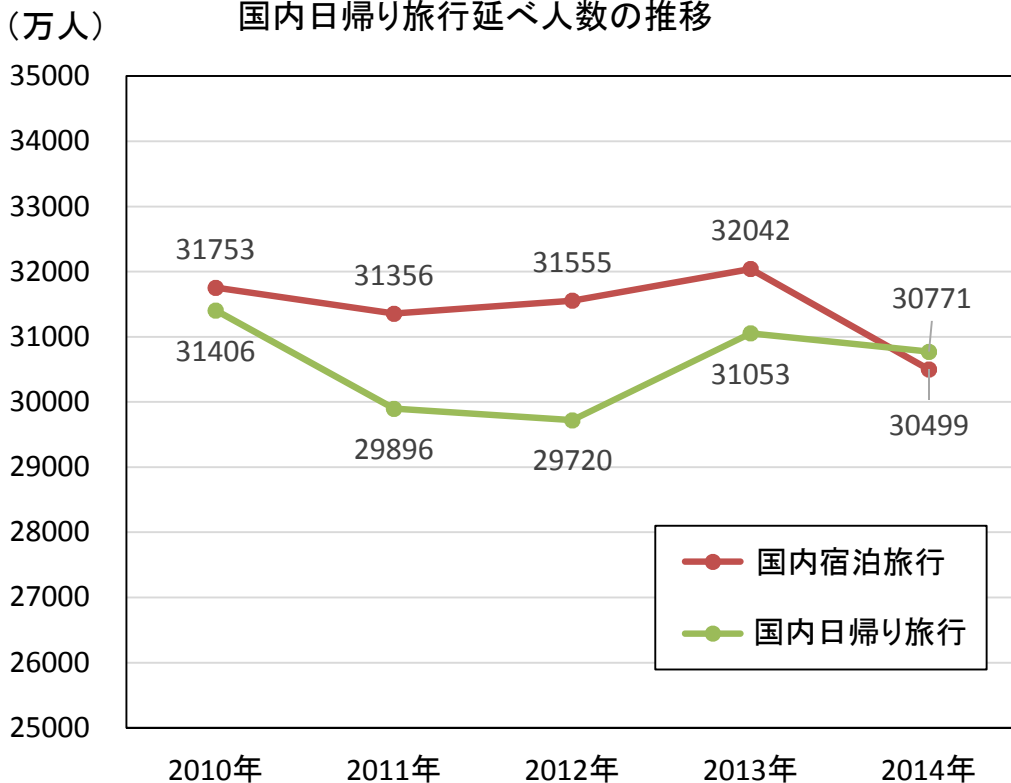


出典: JNTO
 注1) ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 注2) その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 注3) 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

【第1部】平成26年日本の観光の動向(国内旅行・宿泊の状況)

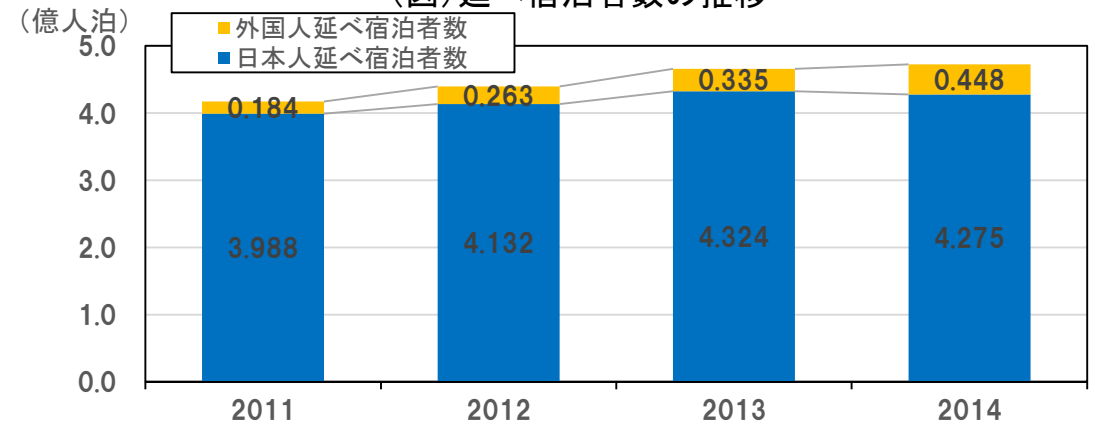
- 2014年(平成26年)の日帰り旅行は延べ3億771万人(対前年比0.9%減)、宿泊旅行は延べ3億499万人(対前年比4.8%減)となっており、2013年(平成25年)に比べて減少した。一般的な消費の動向と同様に、消費税引き上げや輸入物価の上昇等による物価上昇に所得の上昇が追いついていないことに加え、駆け込み需要の反動減や天候不順等が影響したためと考えられる。
- 2014年(平成26年)の延べ宿泊者数は4億7230万人泊(前年比1.4%増)と増加傾向であったが、日本人延べ宿泊者数の減少(前年比1.2%減)を外国人延べ宿泊者数の増加(前年比33.8%増)が補う形となった。
- 過去4年間の客室稼働率の推移において、全国で2014年(平成26年)は58.4%と調査開始以来、過去最高を記録した。特に、東京都、大阪府は80%を超える高い客室稼働率となった。

(図)国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

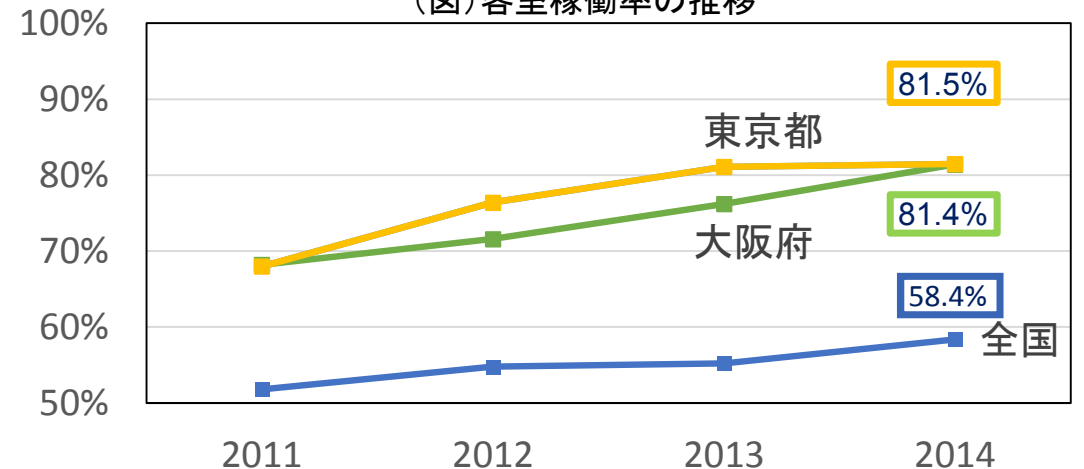


出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」
注)2014年(平成26年)は速報値。

(図)延べ宿泊者数の推移



(図)客室稼働率の推移

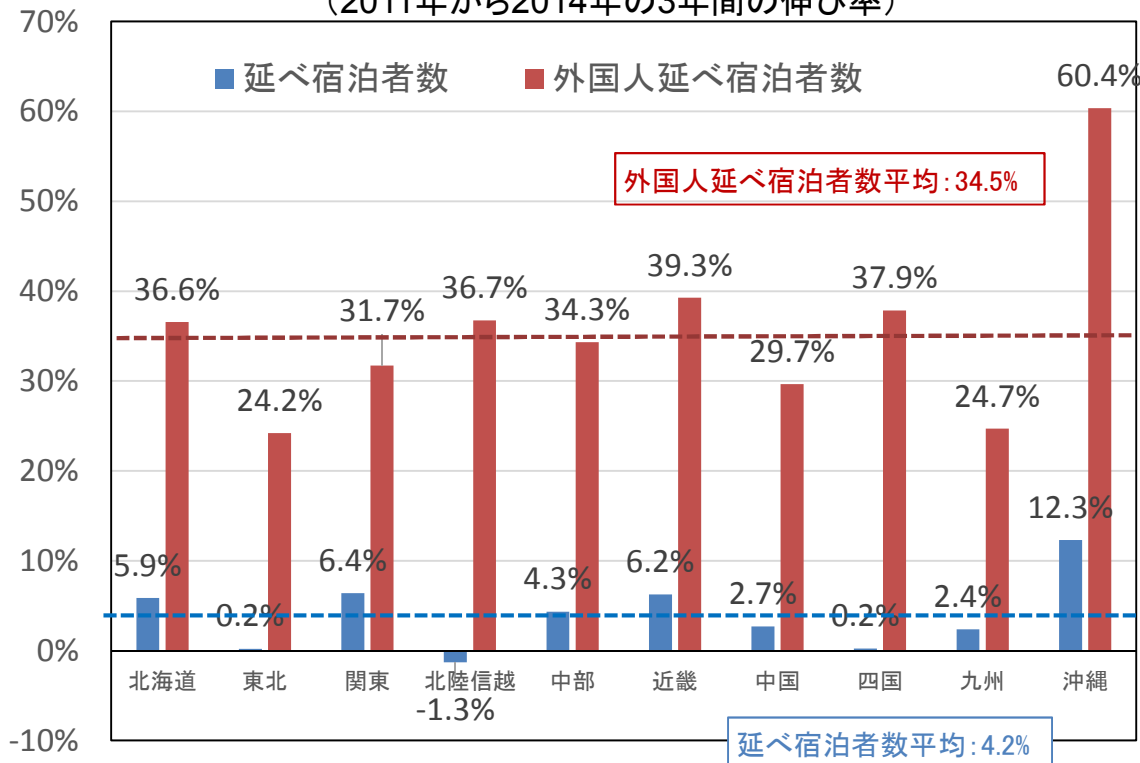


出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」注)2014年(平成26年)は速報値。

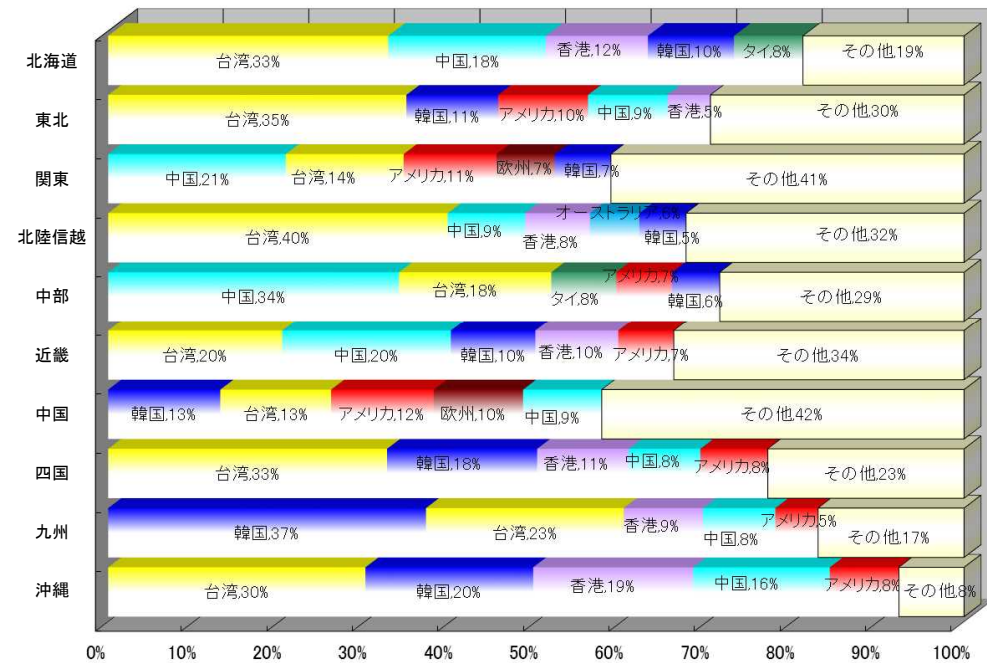
【第1部】平成26年日本の観光の動向(地域における観光の動向)

- 2011年(平成23年)～2014年(平成26年)における地方ブロック別延べ宿泊者数は、沖縄、関東、近畿、北海道、中部、中国、九州、東北、四国において増加した。
- 2011年(平成23年)～2014年(平成26年)の地方ブロック別外国人延べ宿泊者数は、すべての地方で増加した。特に、沖縄は50%を超える高い増加率となった。
- 地方ブロック別外国人延べ宿泊者については、北海道、東北、北陸信越、近畿、四国、沖縄は台湾からの宿泊者が、中国、九州は韓国からの宿泊者が多く、関東、中部は中国からの宿泊者が多い。

(図)延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の伸び率
(2011年から2014年の3年間の伸び率)



(図)地方ブロック別外国人延べ宿泊者の
国・地域別構成比(2014年(平成26年))



※欧州はドイツ・英国・フランスの3カ国

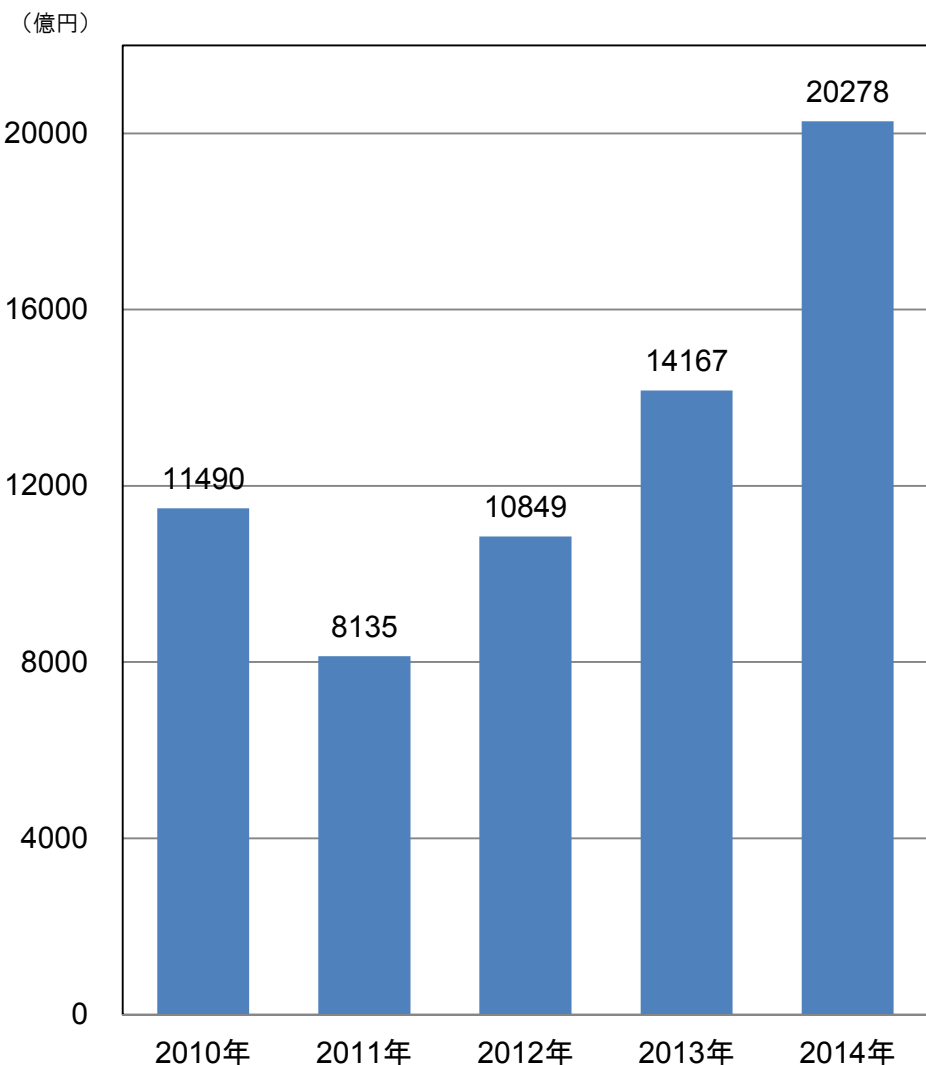
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」
注)2014年(平成26年)は速報値。

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」
注)2014年(平成26年)は速報値。

【第Ⅱ部】拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域(訪日外国人旅行消費額・旅行収支の動向)

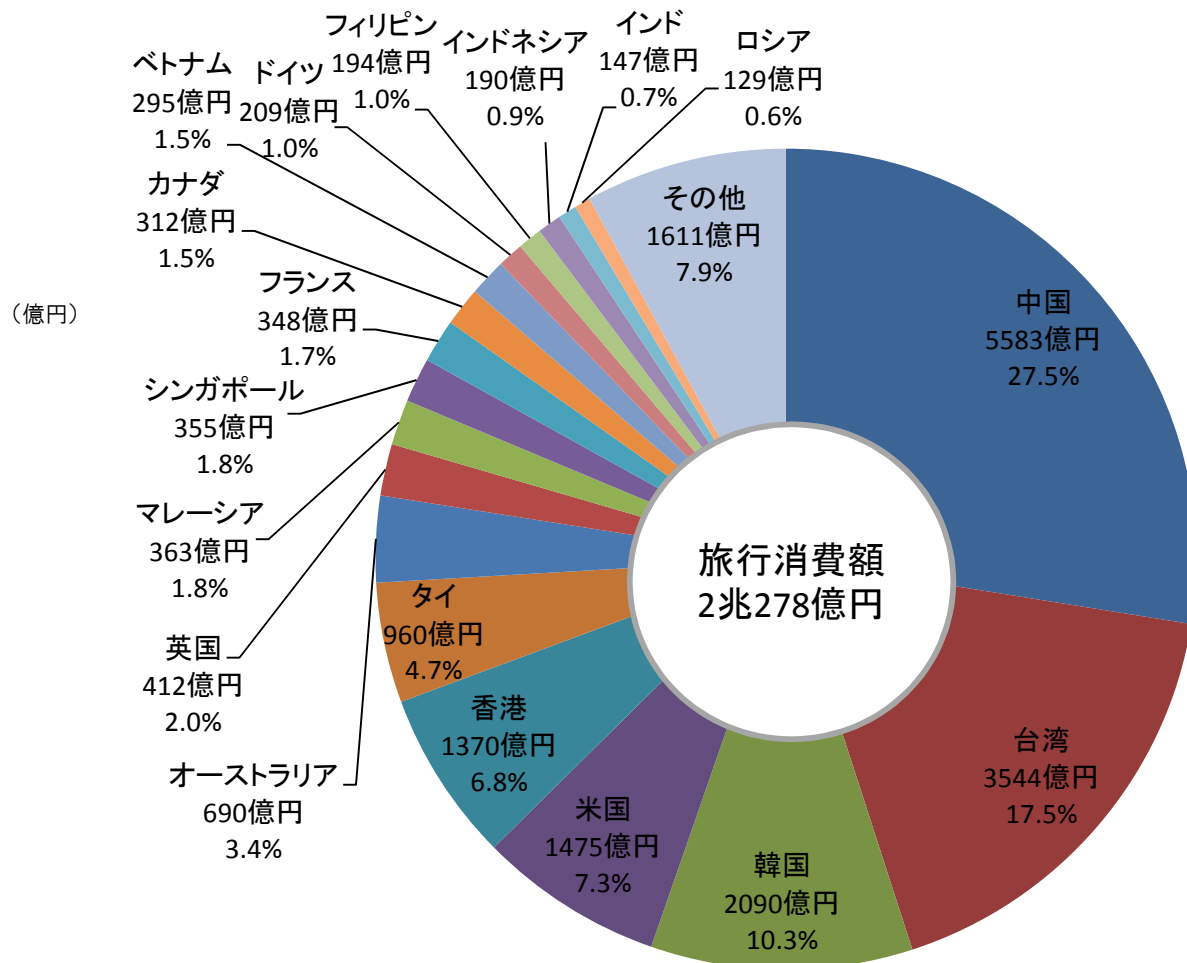
- 2014年(平成26年)の訪日外国人の旅行消費額は、前年比約4割増の2兆278億円と過去最高となった。
- 国・地域別には、中国が対前年2倍を超え、総額の4分の1以上のシェアを占めるまでに増大した。

(図) 訪日外国人旅行消費額の推移



出典: 訪日外国人消費動向調査

(図) 旅行消費額の国・地域別構成比



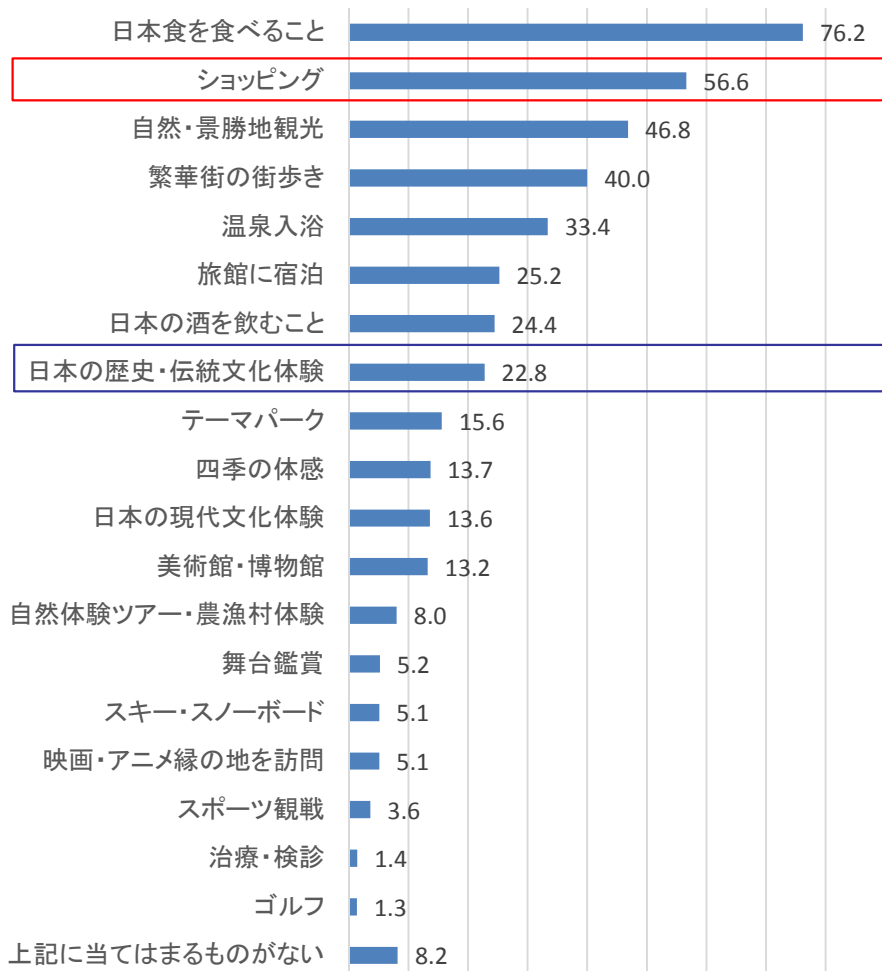
【第Ⅱ部】拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域(訪日動機)

- 訪日外国人の訪日動機(訪日前に期待していたこと)の上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」となっている。
- 訪日動機として「ショッピング」を挙げている割合はアジアで高い。
- 訪日動機として「日本の歴史・伝統文化体験」を挙げている割合は欧米で高い。

(図) 訪日前に期待していたこと(2014年(平成26年))

0.0 10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0 70.0 80.0 90.0

(単位: %)



日本食を食べること		ショッピング		日本の歴史・伝統文化体験	
タイ	83.9	タイ	74.1	フランス	46.3
フランス	83.4	香港	69.6	米国	43.7
シンガポール	82.9	中国	68.0	カナダ	43.0
カナダ	80.2	台湾	66.9	オーストラリア	41.0
香港	79.8	シンガポール	59.1	ロシア	39.8
ベトナム	79.7	ベトナム	58.2	英国	37.8
米国	78.8	マレーシア	57.5	ベトナム	33.4
オーストラリア	78.5	フィリピン	51.9	ドイツ	31.6
ドイツ	77.4	インドネシア	50.0	インドネシア	30.4
英国	76.8	オーストラリア	47.1	タイ	27.9
ロシア	76.6	ロシア	46.5	フィリピン	26.8
台湾	76.2	カナダ	46.1	インド	26.4
インドネシア	75.5	インド	44.8	シンガポール	25.0
フィリピン	74.9	韓国	44.3	マレーシア	24.2
韓国	73.8	フランス	42.5	台湾	20.6
マレーシア	72.7	米国	39.0	中国	16.2
中国	72.6	英国	37.6	香港	14.2
インド	56.2	ドイツ	30.7	韓国	12.2
その他	79.4	その他	41.3	その他	38.9

東アジア 他のアジア(東南アジア等) 欧米等

出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

【第Ⅱ部】拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域(費目別旅行支出額の国・地域別ランキング)

- 買物代では、ショッピング目的で訪日する割合が高い中国人が1人あたり127,443円と最も高い。
- 宿泊料金では、滞在期間が比較的長いオーストラリア人が1人あたり93,484円と最も高い。
- 旅行支出総額は企業の研修で訪日する人数が多いベトナム人が1人あたり237,688円と最も高い。

(表) 費目別旅行支出額(2014年(平成26年))

(円/人)

買物代		宿泊料金		飲食費		交通費		旅行支出総額	
中国	127,443	オーストラリア	93,484	ベトナム	54,361	オーストラリア	33,755	ベトナム	237,688
ベトナム	88,814	英国	81,094	オーストラリア	52,308	フランス	33,052	中国	231,753
ロシア	63,056	フランス	77,827	インド	47,536	英国	28,562	オーストラリア	227,823
タイ	56,133	米国	71,783	英国	46,360	インド	26,225	ロシア	201,588
香港	51,584	カナダ	71,496	フランス	45,677	カナダ	24,902	フランス	194,685
マレーシア	47,500	ロシア	68,779	米国	42,343	ドイツ	24,577	英国	187,239
台湾	46,501	ドイツ	65,762	カナダ	40,963	米国	24,481	カナダ	170,599
シンガポール	45,485	ベトナム	63,739	ロシア	40,296	ベトナム	23,725	インド	167,530
オーストラリア	39,082	インド	62,668	中国	39,483	ロシア	20,544	米国	165,381
インドネシア	37,563	シンガポール	52,619	シンガポール	38,897	インドネシア	18,582	シンガポール	155,792
フィリピン	34,011	マレーシア	46,990	ドイツ	33,884	マレーシア	18,422	ドイツ	148,774
フランス	33,233	香港	45,937	香港	31,747	中国	15,668	香港	147,958
インド	28,884	中国	44,661	タイ	28,358	シンガポール	15,555	タイ	146,029
カナダ	28,748	タイ	40,803	マレーシア	28,105	香港	15,361	マレーシア	145,466
英国	27,087	インドネシア	37,301	フィリピン	26,866	タイ	14,899	台湾	125,248
米国	22,905	台湾	37,021	台湾	25,267	台湾	12,568	インドネシア	119,884
ドイツ	21,095	フィリピン	30,986	インドネシア	21,840	フィリピン	11,284	フィリピン	105,284
韓国	20,137	韓国	24,820	韓国	19,147	韓国	9,112	韓国	75,852
その他	38,193	その他	73,255	その他	50,652	その他	28,763	その他	195,795

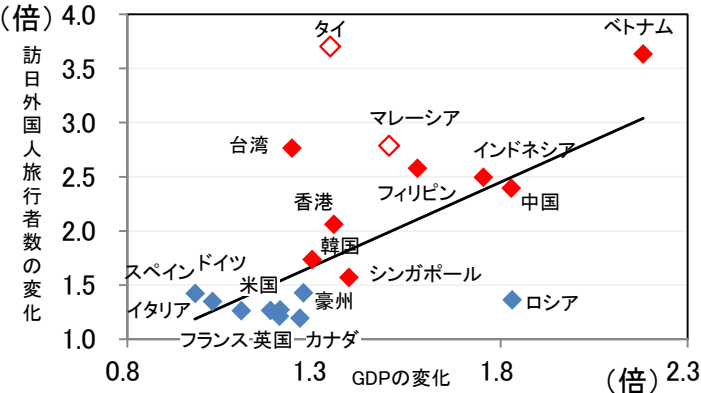
■ 東アジア ■ 他のアジア(東南アジア等) ■ 欧米等

【第Ⅱ部】拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域(要因分析)

所得要因

- 訪日外国人旅行者数が多い国・地域において、GDPの増加に伴い、訪日数も増加している。
- 近似線の作図には、期間中にビザ免除がおこなわれたタイ、マレーシアのデータを除いている

(図) GDPの変化と訪日外国人旅行者数の変化との関係 (2009年(平成21年)から2014年(平成26年))



出典: GDPはIMF資料。訪日外国人旅行者数はJNTO資料。

品質要因

- 訪日外国人が商品を購入した理由は、「おいしいから」や「品質が良い」等、品質に関する回答の割合が高い。

(表) 訪日外国人が満足した商品の購入理由 (単位: %)

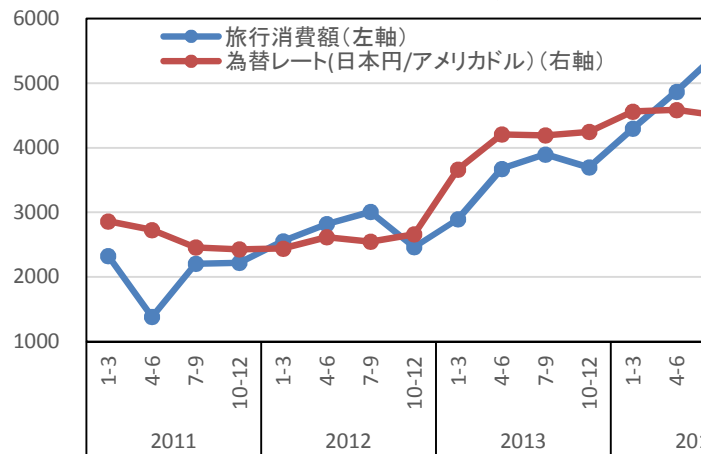
	飲食	菓子類	電気製品	化粧品・香水	医薬品・健康グッズ・イテラリー	服・かばん・靴
おいしいから	85.9	68.5	35.2	37.9	65.6	39.1
品質が良い	5.1	16.0	26.9	25.2	10.9	27.1
価格が手頃・自国より安い	1.7	3.6	20.6	11.8	8.4	17.0
デザインが良い・かわいい・きれい						
お土産にいいから・頼まれたから						
日本製だから						
価格が手頃・自国より安い						
お土産にいいから・頼まれたから						

出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

価格要因

- 円安の進行とともに、旅行消費額は増加している。

(図) 為替レートと旅行消費額の推移 (億円)



出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- 消費税免税制度の拡充 (2014年(平成26年)10月1日運用開始)

・ **全ての品目が消費税免税の対象**となり、**地方の名産品にも対象が拡大**。



・ 「免税店シンボルマーク」を創設。



・ 地方運輸局及び地方経済産業局等に相談窓口を設置。

その他

- ショッピングをテーマとした訪日プロモーション等

JAPAN SHOPPING FESTIVALの開催

- 各店舗が期間を統一して集中的に実施するセールやプレゼント企画等と連携し、ショッピングによる訪日旅行を促進。

開催期間
2014年12月1日
～2015年2月28日

開催場所
北海道、東北、関東、中部、
近畿、福岡、沖縄の都市部
を中心とした全国エリア



【第Ⅱ部】拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域(産業の取組)

製造業

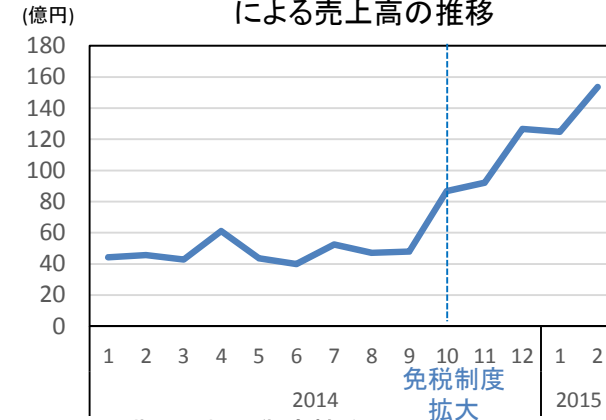
- メイド・イン・ジャパン製品を供給するため、国内工場において生産能力向上のための設備投資の動きが見られる。

企業名	対象商品	投資内容	理由
コーセー	中高級価格帯のメーキャップ化粧品	2017年(平成29年)までに、群馬工場(伊勢崎市)内に新生産棟を建設。 投資額:60億円	<ul style="list-style-type: none"> ・今後の売上拡大に伴う生産量増加への対応。 ・既設設備の老朽化対策。

小売業(三越伊勢丹HD)

- 三越伊勢丹HDでは、2014年(平成25年)10月1日に合わせて、訪日外国人旅行者に対する受入環境を充実させる取組を強化した。

(図)百貨店における訪日外国人旅行者による売上高の推移



取組の例

- ・免税カウンターの拡充(全28店舗中27店舗で対応)
- ・無料Wi-Fiの導入
- ・通訳スタッフの増強

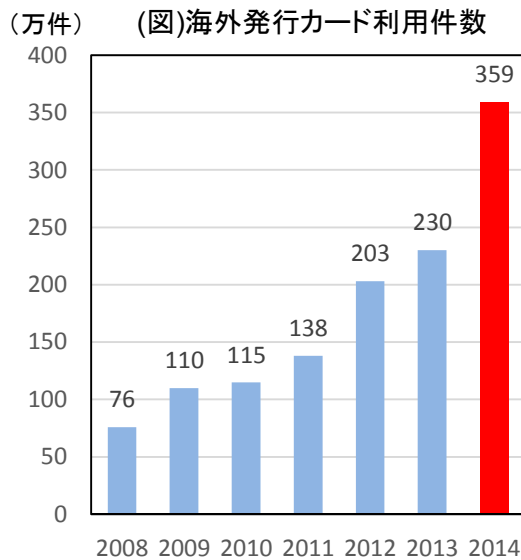
出典:日本百貨店協会
注)調査対象店舗は54店舗

金融業(セブン銀行)

- 2007年(平成19年)より海外発行キャッシュカードやクレジットカードによる日本円引き出しサービスを開始した。

- 現在では、2万か所に設置されたATMで、海外で発行された65億枚以上のカードに、24時間多言語対応している。

- 2014年(平成26年)の海外発行カードの利用件数は過去最高の359万件となった。



出典:セブン銀行

旅行業(H.I.S.とANAセールス)

- H.I.S.の海外店舗網や国内宿泊予約システムとANAの送客力等、両者の強みを生かしインバウンド専用旅行会社(HAnavi(ハナビ))を2014年(平成26年)11月に設立した。2015年(平成27年)4月に営業を開始している。

- HAnavi(ハナビ)は、ANAの強みである51都市115路線の国内線とH.I.S.の宿泊予約サイト『スマ宿』を通じた日本国内のホテルなどを自由に組み合わせることで、訪日外国人旅行者の多様なニーズに対応している。

ウェブサイトイメージ



【第Ⅱ部】拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域(地域の取組)

北海道ニセコ町

- 豪州スキー愛好家の口コミから人気拡大しつつあることを好機と捉え、外国人職員等を活用した積極的な誘客プロモーション等を実施。

積極的な誘客プロモーションの実施

- 4名の外国人職員による各国旅行代理店への電話でのプロモーションを実施。
- 各国のニーズに応じたニュースレターを旅行代理店500社に配信。

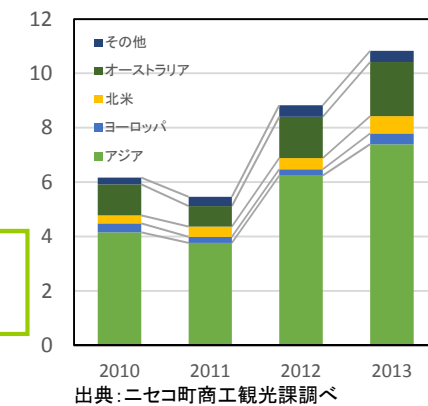
多言語対応強化、通信環境整備

- 町内8割以上の飲食店のメニュー表を多言語化。
- 10年前より通信環境の整備を促進。

外国人旅行者数の変化

2013年(平成25年)の外国人宿泊数は、2010年(平成22年)比約76%増の10.8万人。

(図)外国人宿泊数の推移 (万人)



岐阜県高山市

- 英語版パンフレットの作成(1985年)、ビジット・ジャパン案内所の設置(1987年)等、他地域に先んじて外国人の受入体制の構築に注力。

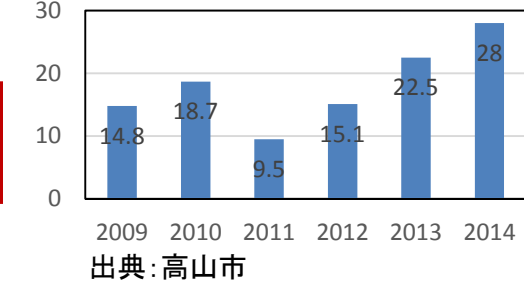
早くからの受入環境整備

- 英語の観光パンフレット整備(1985年(昭和60年))。
- 観光案内誘導看板整備(英文併記)。
- ビジット・ジャパン案内所の設置(1987年(昭和62年))。
- 外国語HPを開設(1996年(平成8年) 現在は11言語)。

外国人旅行者数の変化

2014年(平成26年)の外国人旅行者数は前年比24%増加し、人口の3倍以上にあたる28万人。

(図)外国人宿泊者数の推移 (万人)



和歌山県

- 免税店舗拡大による地方の消費拡大に向けた官民連携。

免税店舗拡大に向けた取組み

① 改正免税制度説明会・個別訪問の実施

- 改正免税制度に関する説明会を開催するとともに、関係事業者を個別訪問し、免税店許可取得を働きかける。
- 所轄税務署との積極的な意見交換。

② 免税店に関する周知・プロモーションの実施

- 免税店情報のガイドブック掲載や海外プロモーションでの露出強化等、免税店の情報発信の強化。
- 免税店のブランド化・認知度向上のための統一シンボルマークを活用。

③ 相談窓口の設置

免税店舗数の変化

2014年(平成26年)4月1日から1年間で免税店数が8店から100店に急増。

徳島県祖谷地区

- にし阿波～剣山・吉野川観光圏では、『「千年のかくれんぼ」～分け入るごとに、時は遡り～』をコンセプトに地域のブランド確立に向けた取組を行った結果、中心地区の祖谷地区では外国人旅行者が増加傾向。

地域資源を活用した取組

茅草屋根の古民家を修復し、宿泊施設として貸出。

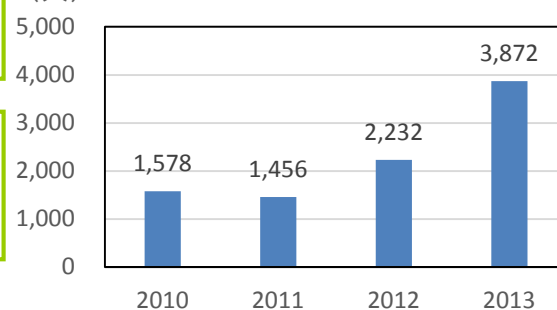
滞在交流型観光の取組

- 暮らしに触れるボンネットバスツアー
- 道なき高地集落を訪れるツアー
- 宿泊客限定の夜間ツアー、早朝ツアー

外国人旅行者数の変化

2013年(平成25年)の外国人旅行者数は前年比約1.7倍の3,872人。

(図)外国人延べ宿泊者数の推移 (人)



【第III部】平成26年度に講じた施策

① 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興

- オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション
- オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備
- オリンピック・パラリンピック開催効果の地域への波及
- オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速

② インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組

- インバウンド推進の担い手の拡大
- 訪日プロモーションの戦略的拡大
- 訪日プロモーションの新たな切り口での展開
- 訪日プロモーションの実施体制の整備
- 効果的なメディア戦略
- オールジャパン体制による連携の強化

③ ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化

- ビザ要件の戦略的緩和
- 外国人長期滞在の促進
- 出入国手続の迅速化・円滑化
- 本邦航空会社による新規路線の開設やLCCの参入促進等による、利用しやすい旅行商品の創出

④ 世界に通用する魅力ある観光地域づくり

- 地域連携による情報発信力強化と新たな広域周遊ルートの形成
- 地域の魅力を来訪者に体感してもらうための仕組みづくり
- 世界に通用する地域資源の磨き上げ
- 観光振興による被災地の復興支援

⑤ 外国人旅行者の受入環境整備

- 多言語対応の改善・強化
- 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善
- 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備
- 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善
- ムスリムおもてなしプロジェクトの実施
- 「外国人旅行者向け消費税免税制度」の拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と決済環境の整備
- 外国人旅行者の安全・安心確保
- 多様な滞在ニーズへの対応と宿泊施設の情報提供の充実
- 観光産業の人材育成

⑥ MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み

- MICEに関する取組の抜本的強化
- 外国人ビジネス客の取り込み強化
- IRについての検討

⑦ 観光旅行の環境整備

- 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備
- 旅行業務に関する取引の公正の維持等
- 旅行の安全確保
- 観光の意義に対する国民の理解の増進
- 道路交通安全対策の推進
- 高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備
- 観光地域における環境の保全等
- 観光地域における良好な景観の保全
- 観光に関する統計の整備

【第Ⅳ部】平成27年度に講じようとする施策

① インバウンド新時代に向けた戦略的取組

- 「色とりどりの魅力を持つ日本」の発信と地方への誘客
- 欧米からの観光客の取り込み
- 現地における訪日プロモーション基盤の強化
- オールジャパン体制による連携の強化
- インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進

② 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化

- 「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム
- 幅広い産業のインバウンドビジネスへの参入促進
- 観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等

③ 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興

- 広域観光周遊ルートの形成・発信
- 来訪者が地域の魅力を体感し、再び訪れたい観光地域づくり
- 世界に通用する地域資源の磨き上げ
- 豊かな農山漁村、日本食・食文化の魅力
- 観光振興による被災地の復興支援
- LCC・高速バスの持続的な成長に向けた取組
- 日本の魅力を活かした船旅の活性化
- レンタカーによるドライブ観光の活性化
- 鉄道の旅の魅力向上
- テーマ別観光に取り組む地域のネットワーク化による新たな旅行需要の掘り起こし
- 国民の旅行振興に向けた意識醸成・環境整備

④ 先手を打っての「攻め」の受入環境整備

- 空港ゲートウェイ機能の強化、出入国手続の迅速化・円滑化
- 宿泊施設の供給確保
- 貸切バスの供給確保、貸切バスによる路上混雑の解消
- 通訳案内士制度の見直しによる有償通訳ガイドの供給拡大等
- 「地方ブロック別連絡会」を最大限活用した、地域における受入環境整備に係る現状・課題の把握と迅速な課題解決

- 多言語対応の強化
- 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善
- 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備
- 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善
- ムスリムおもてなしプロジェクトの実施
- 外国人旅行者の安全・安心確保
- 観光案内拠点の充実、外国人旅行者への接遇の向上等

⑤ 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流

- 外国人ビジネス客の取り込み強化
- MICEに関する取組の抜本的強化
- IRについての検討
- 富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進
- 質の高い観光交流の促進
- 多様なニーズへの対応と宿泊施設の情報提供

⑥ 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光政策の加速

- オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション
- 全国各地の文化プログラムの開催
- オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備
- オリンピック・パラリンピック開催効果の地方への波及
- オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化

⑦ 観光旅行の環境整備

- 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備
- 旅行業務に関する取引の公正の維持等
- 旅行の安全確保
- 高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備
- 観光地域における環境の保全等
- 観光に関する統計の整備