

平成28年版
観光白書

お問い合わせ先

内容等についてお気づきの点がございましたら、下記までご連絡ください。

〒100-8918

東京都千代田区霞が関2丁目1番地3号

観光庁観光戦略課調査室

電話03-5253-8325（直通）

観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>

観光白書は1963年(昭和38年)に制定された観光基本法に基づき、翌年1964年(昭和39年)4月に初めて作成された。現在は、平成18年に制定された観光立国推進基本法に基づいて作成されており、平成28年版観光白書は、通算で第53号となる。

日本を訪れる外国人旅行者は2015年(平成27年)に1,974万人となり、大阪万博が開催された1970年(昭和45年)以来、45年ぶりに出国日本人数を上回った。また、外国人旅行者が家電製品や日用品を大量に購入することを指す「爆買い」が2015年(平成27年)の新語・流行語大賞に選ばれており、その存在が広く認知され、注目が高まっている。外国人旅行者の日本における消費(インバウンド消費)額は3兆4,771億円となり、自動車部品産業の輸出総額に匹敵する規模となっている。インバウンド消費の増加により旅行収支(インバウンド消費額と日本人の海外旅行における消費額の差)も改善し、1962年(昭和37年)以来53年ぶりに黒字に転化した。

外国人旅行者の行き先は東京・大阪などのゴールデンルートが中心であるものの、地方部でも外国人旅行者が増加しつつあり、各地方でインバウンド消費をさらに取り込み、観光による地方創生を実現しようとする動きが活発になっている。外国人旅行者数とその消費額は、2016年(平成28年)に入ってから引き続き増加している。

世界に目を向けると、世界全体の国際観光客到着数(海外旅行に行く人の数)は増加傾向が続いており、2015年(平成28年)は11.8億人であった。UNWTO(国連世界観光機関)によると、2030年には18億人に達すると予測しており、特にアジア地域で高い伸びが予測されている。

従来の政府目標であった訪日外国人旅行者数2,000万人の達成がいよいよ間近となったことを受け、政府においては2015年(平成27年)11月に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を開催し、次の時代の新たな目標と、そのために必要な対応の検討を行った。この結果として、2016年(平成28年)3月30日に、我が国が今後目指すべき新たなビジョンとして「明日の日本を支える観光ビジョン」(観光ビジョン)をとりまとめた。

以上のような昨今の動きを踏まえ、本年の観光白書では、平成27年度の観光の状況、平成28年度の観光施策に加え、成長する世界の旅行市場を我が国の活力とするための課題と対応について特集した。

日本を訪れる外国人旅行者は増加しているものの、世界にはさらに多くの旅行者から多くの収入を得ている国が多数存在する。我が国が「世界を訪れたくなる国」となり、増加する世界の旅行者をより多く呼び込んでいくためには、こうした観光先進国の取組に学ぶことも重要である。

我が国には豊富で多様な観光資源が存在しているが、それらを十分に活用し、より多くの旅行者を呼び込む努力が不足している面が多い。各地に保存されている文化財や保護されている自然といった地域の資源を、その質を保ちながら旅行者に視点に立って整備し、活用していくことが必要である。

また、拡大する世界の旅行市場では、各国がより多くの旅行者獲得を目指して努力を続けている。我が国が少しでも多くの旅行者を呼び込むためには、観光を支える産業が、質の高い、国際競争力のある産業へと変革していく必要がある。しかしながら、我が国の観光産業は宿泊業の生産性の低さや、旅行業が急増する外国人の訪日旅行をビジネスとして結びつけられていないこと、変化する市場やニーズに対応した人材育成の仕組みが十分に構築されていないといった課題が指摘されている。外国人旅行者数を伸ばしていくためには、観光客だけでなく、多くのビジネス客を呼び込む国

際会議等の誘致についても一層強化していくことが必要である。

さらに、外国人旅行者の急増によって宿泊施設の不足といった課題も生じているが、受入環境を整備・充実させ、外国人旅行者の満足度を一層高め、リピーターを増やしていかなければならない。また、旅行消費額の約8割を占める国内観光の振興を図るためにも、観光地等のユニバーサルデザインの推進など、移動が不自由な障害者や高齢者も含めた全ての旅行者が快適に観光を満喫できる環境整備を進めていくことが求められている。

このため、本書では、観光ビジョンの柱となる3つの視点、観光資源の活用、観光産業の革新、旅行者の受入環境整備等に沿って、我が国を取り巻く課題を明らかにするとともに、各国の取組を分析し、今後の方向性を示している。

観光は「地方創生」への切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱であり、観光を我が国の基幹産業へと成長させる必要がある。我が国は、「観光先進国」の実現に向け、政府一丸、官民を挙げて、常に先手を打って攻めていく。本白書がその一助となれば幸いである。

目次

平成 27 年度 観光の状況

第 1 部 平成 27 年 観光の動向

第 1 章 世界の観光の動向	3
第 1 節 世界のマクロ経済の概況	3
第 2 節 2015 年(平成 27 年)の世界の観光の状況	4
第 2 章 日本の観光の動向	11
第 1 節 訪日旅行の状況	11
1 訪日旅行の状況	11
2 国際会議及び国際展示会の開催状況	19
(1) 国際会議開催状況	19
(2) 国際展示会開催状況	23
第 2 節 海外旅行の状況	25
第 3 節 国内旅行の状況	26
第 4 節 宿泊旅行の状況	27
第 5 節 東日本大震災からの復興の状況	31
1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数	31
2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数	32
3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数	33
第 6 節 地域における観光の状況	34
1 北海道	36
2 東北	36
3 関東	36
4 北陸信越	37
5 中部	37
6 近畿	37
7 中国	37
8 四国	37
9 九州	37
10 沖縄	37
第 7 節 地域における観光振興の取組	38
1 北海道	38
2 東北	39
3 関東	40
4 北陸信越	40
5 中部	41

6	近畿	42
7	中国	43
8	四国	44
9	九州	45
10	沖縄	46

第II部 成長する世界の旅行市場を我が国の活力に ～「世界が訪れたいくなる日本」への飛躍～

第1章 世界の中の日本市場	50
第1節 世界的な国際観光客の増加	50
第2節 各国の国際観光収入と観光の経済への波及	52
1 平均滞在日数	54
2 来訪者の居住国	55
3 国家ブランド指数	56
第2章 「世界が訪れたいくなる日本」の実現に向けた課題と対応	58
第1節 質の高い観光資源づくりに向けて	59
第2節 質の高い観光サービスを支える観光産業の革新	64
1 宿泊業	64
(1) 宿泊業の抱える課題と今後の方向性	64
(2) 人材育成	70
2 旅行業	74
3 ランドオペレーター	79
4 通訳案内士	80
5 DMO	82
6 富裕層	85
第3節 質の高いビジネス客を取り込む国際会議等の誘致	87
1 MICEに関するデータの整備	87
2 国際会議誘致の主催者支援	88
3 コンベンション・ビューローの体制	90
4 国際会議開催地としての魅力向上	92
第4節 すべての旅行者が快適に観光を満喫できる環境の整備	94
1 受入環境整備	94
2 全国への快適な旅行の実現	95
3 国内旅行需要の喚起	96
(1) 休暇改革	97
(2) ユニバーサルデザインの推進	98
第3章 「明日の日本を支える観光ビジョン」	101

第Ⅲ部 平成 27 年度に講じた施策

第 1 章 インバウンド新時代に向けた戦略的取組	107
第 1 節 「色とりどりの魅力を持つ日本」の発信と地方への誘客	107
1 広域観光周遊ルートの形成・発信等による地方への誘客	107
(1) 広域観光周遊ルートの形成・発信	107
(2) 地方空港への LCC 等の新規就航の促進	107
(3) ドライブ観光や鉄道旅行の魅力発信	107
(4) 海外での発信力を有する者を活用した訪日プロモーション	107
(5) 動画を活用した訪日外国人旅行者の地方誘客に向けた取組	107
2 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし	108
(1) 訪日シーズンの分散化	108
(2) 新たな訪日需要の掘り起こし	108
(3) 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与	108
第 2 節 未来を担う若い世代の訪日促進	108
1 海外からの教育旅行の拡大に向けた取組	108
2 第 23 回世界スカウトジャンボリーの開催	108
第 3 節 欧米からの観光客の取り込み	109
1 欧米における訪日プロモーション事業	109
2 国際イベントを活用した訪日プロモーション事業	109
3 現地の日系人コミュニティ等と連携した訪日プロモーション	109
4 日中韓三国の取組	109
第 4 節 現地における訪日プロモーション基盤の強化	110
1 重点市場の拡大	110
2 現地企業や政府関係機関との連携による強力なプロモーションの実施	110
3 訪日観光情報の総合的発信に向けた日本政府観光局 (JNTO) ウェブサイトの機能強化	110
4 「地方の魅力発信プロジェクト」	110
5 日本の生活習慣・マナーに関する情報発信	111
第 5 節 オールジャパン体制による連携の強化	111
1 日本の放送コンテンツ等の海外展開の促進	111
2 地域の魅力の情報発信の強化	112
3 地方創生支援 飯倉公館活用対外発信事業	112
4 国際放送の充実強化	112
5 「地域の魅力発信セミナー・ツアー」	112
6 政府一体となった日本の魅力の海外発信	112
第 6 節 ビザ要件の戦略的緩和	113
第 7 節 インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進	113
1 二国間関係の強化	113
2 日中韓三国の取組	113
3 国際機関等への協力を通じた国際観光促進	114

4	双方向交流の推進	114
第2章 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		
		115
第1節	「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム	115
1	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地方における消費拡大	115
	(1) 免税手続カウンター制度の活用	115
	(2) 地方における消費税免税店の拡大	115
	(3) 免税商店街の海外への情報発信	115
	(4) 商店街における訪日外国人旅行者受入れのための環境整備	115
	(5) 海外発行カード対応 ATM の設置促進	115
	(6) 地域の魅力あるショッピングエリアを巡るコースの設定	116
	(7) 春節に向けた訪日プロモーション	116
	(8) 北海道産の農水産品等による観光の推進	116
2	地方の農林水産物・食品の販売促進	116
	(1) 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備	116
	(2) クルーズ埠頭における地域の農林水産品・食品の消費の拡大	116
	(3) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	116
3	保税売店の市中展開による買い物魅力の向上	116
4	日本政府観光局(JNTO)によるインバウンドビジネスの 新規参入拡大への取組	117
第2節	観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成など	117
1	訪日外国人旅行者に向けた宿泊施設の情報発信の促進	117
2	観光産業における人材育成	117
3	観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等	117
4	ホテル・旅館等の業務に従事する外国人の在留資格の明確化	117
5	外国人スキーインストラクターの在留資格要件の検討	117
6	海外の有望な観光関連企業の誘致	117
7	ツアーオペレーター認証制度の定着	118
8	宿泊業の生産性向上	118
第3章 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興		
		119
第1節	広域観光周遊ルートの形成・発信	119
1	広域観光周遊ルートの形成・発信	119
2	道路の整備等	119
第2節	来訪者が地域の魅力を体感し、再び訪れたくなる観光地域づくり	120
1	「観光地域経営」の視点から観光地域づくりを担う 主体の形成・支援	120
	(1) 日本版DMOの形成・確立	120
	(2) 観光立国ショーケースの形成	120

	(3) 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)による 観光地域作りファンド支援	120
2	地域の観光振興の促進	120
	(1) 観光地域のブランド化	120
	(2) 観光地域づくり事例集による観光振興の促進	121
	(3) 着地型旅行商品の造成促進・販路拡大に向けた制度の検討	121
	(4) 通訳案内士制度の見直し	121
	(5) 文化財の英語解説の改善・充実	121
	(6) 地域ストーリー作りの支援	121
	(7) 「ふるさと名物」の開発・販路拡大	122
	(8) 株式会社地域経済活性化支援機構との連携協定に基づく施策	122
	(9) 自家用有償旅客運送における周遊案内	122
	(10) 地域の観光振興の促進(トランジット旅客の取込)	122
	(11) インフラツーリズムの推進	123
	(12) 交差点名標識への観光地名称の表示	123
	(13) ICTを活用した訪日外国人観光動態調査	123
	(14) 地域の観光統計整備	123
3	「道の駅」を核とした地域における観光振興	123
第3節	世界に通用する地域資源の磨き上げ	123
1	魅力ある空間の形成	123
	(1) 観光まちづくりの推進	123
	(2) 無電柱化の推進	124
	(3) 「かわまちづくり」による魅力ある地域づくり	124
	(4) 世界遺産サミットの開催	124
2	美しい自然を生かして	124
	(1) スノーリゾートの振興	124
	(2) 国立公園に関する戦略的な情報発信	125
	(3) エコツーリズムの推進	125
	(4) 離島・半島の地域資源を活用した新たな観光振興	125
	(5) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興	125
	(6) 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成	125
第4節	豊かな農山漁村、日本食・食文化の魅力	125
1	グリーン・ツーリズムの更なる振興	125
2	農山漁村や食の魅力の発信による観光需要の取り込み	125
3	2015年ミラノ国際博覧会における日本食・食文化の魅力発信	126
4	訪日外国人旅行者の農家民宿への受入促進	126
5	北海道産食の魅力発信	126
第5節	観光振興による被災地の復興支援	127
1	被災地における旅行需要の喚起	127
2	スノーリゾートなどを含む東北地方の魅力発信	127
3	国立公園を核としたグリーン復興の取組	127
4	福島県における観光関連復興支援	127

5	東北への外国人旅行者の回復に向けた取組	127
第6節	「LCC等・高速バス支援・国内旅行活性化」プログラム	127
1	LCC・高速バスの持続的な成長に向けた取組	127
2	LCCの持続的な成長に向けた取組	128
3	高速バス情報プラットフォームの構築	128
4	高速バスの外国人旅行者向けフリーパスの普及拡充	128
5	高速バスと「道の駅」との連携推進	128
第7節	日本の魅力を生かした船旅の活性化	128
1	船旅の活性化と瀬戸内海での取組	128
2	2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた 舟運の活性化	129
3	ASEANとの連携によるクルーズの振興	129
第8節	レンタカーによるドライブ観光の活性化	129
1	レンタカーの利便性向上	129
2	高速道路利用によるドライブ観光の活性化	129
3	レンタカーによるドライブ観光の活性化	129
4	電気自動車の充電施設及び無料公衆無線LANの整備	129
5	北海道における外国人ドライブ観光の推進	130
第9節	鉄道の旅の魅力向上	130
1	新たな日本の魅力ある観光資源と地方における 特色あるクルーズトレイン	130
2	地方鉄道における外国人向けサービスの充実等	130
第10節	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	130
第11節	国民の旅行振興に向けた意識醸成・環境整備	130
1	観光への興味や理解を促す教育活動の充実	130
2	若者旅行の振興	130
3	休暇取得の促進を通じた旅行需要の喚起	131
4	「海の日」の意義の国民理解増進に向けた取組	131
5	ツイッターイベント「#観光地ウィーク」の開催	131
第4章 先手を打っての「攻め」の受入環境整備		132
第1節	空港ゲートウェイ機能の強化、出入国手続きの迅速化・円滑化	132
1	空港ゲートウェイ機能の強化	132
	(1) 首都圏空港・関西空港・中部空港の機能強化	132
	(2) 地域の拠点空港等の機能強化	132
2	出入国手続きの迅速化・円滑化	132
	(1) CIQの体制整備	132
	(2) 自動化ゲートの利用拡大	132
	(3) 旅客の円滑な入国と水際対策の両立に向けた取組	133
	(4) プレクリアランスの実施	133
第2節	宿泊施設の供給確保	133

	1 「旅館」及び「地方部」への誘客	133
	2 民泊サービスへの対応	133
	3 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応	134
	4 羽田空港沖合展開事業等により生じた跡地の活用	134
第3節	貸切バスの供給確保、貸切バスによる路上混雑の解消	134
	1 貸切バスの営業区域の弾力化	134
	2 貸切バスの路上混雑解消	134
第4節	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	134
	1 通訳案内士制度の見直し	134
	2 通訳ガイドのデータベース構築	134
第5節	「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	134
第6節	多言語対応の強化	135
	1 空港、駅、車両、道路、旅客船ターミナル	135
	(1) デジタルサイネージ等の活用	135
	(2) 多言語対応の強化	135
	(3) 鉄道駅のナンバリング導入の促進	135
	(4) 災害等による鉄道の輸送障害時の情報提供	135
	(5) 道路案内標識における英語表記改善	135
	(6) 旅客船ターミナルの多言語対応	135
	(7) 東京ベイエリアにおける舟運案内情報の整備	135
	2 美術館・博物館	135
	3 自然公園	136
	4 飲食店	136
	5 多言語翻訳アプリ・ナビゲーション・地図の開発	136
	(1) 「グローバルコミュニケーション計画」の推進	136
	(2) ICT を活用した歩行者移動支援	136
	(3) 地図の多言語対応	137
	(4) 外国人運転者にも分かりやすい道路標識の検討	137
第7節	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	137
第8節	公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備	137
	1 IC カード・企画乗車券の利便性向上と情報発信	137
	2 美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入	138
	3 空港アクセスの改善	138
	(1) 鉄道による東京圏の空港アクセス改善に向けた取組	138
	(2) 羽田空港における深夜早朝時間帯のアクセスバス改善への 取組	138
	(3) 定額運賃タクシーの利用促進	139
	(4) 成田空港における空港アクセスの改善	139
	4 外国人が利用しやすいタクシーサービス	139

	(1) 外国人が利用しやすいタクシーサービスの利用促進 (長距離観光タクシー関係)	139
	(2) 外国人が利用しやすいタクシーサービスの利用促進 (翻訳アプリ、外国語対応タクシー優先乗り場関係)	139
	(3) 通訳案内士制度の見直し	139
	5 手ぶら観光の推進	139
第9節	「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善	140
	1 ウェブサイトを通じた情報発信	140
	2 クルーズ船社へのプロモーション、商談会の開催	141
	3 クルーズ船の受入環境改善	141
第10節	ムスリム旅行者の一層の受入促進	141
第11節	外国人旅行者の安全・安心確保	142
	1 災害対応	142
	(1) デジタルサイネージ等を活用した外国人旅行者への情報提供	142
	(2) 災害対応(外国人旅行者に向けた災害時の情報提供)	142
	(3) 災害対応(「Safety tips」の周知・PR)	142
	2 不慮の怪我・病気への対応	143
	(1) 国内の医療機関における国際化への対応	143
	(2) 外国人旅行者への医療機関や海外旅行保険に関する情報提供	143
	3 事件・事故等への対応	143
	(1) 交番等における外国人とのコミュニケーションの 円滑化に向けた取組	143
	(2) 我が国警察に係る制度、手続等の分かりやすさの 確保に向けた取組	143
第12節	観光案内拠点の充実、外国人旅行者への接遇の向上等	143
	1 外国人観光案内所のネットワークの拡大	143
	2 「道の駅」の機能強化	143
	3 駅における多言語対応の案内強化	144
	4 観光案内拠点における案内機能の強化	144
	5 「ジャパンマーク」の統一	144
	6 接遇研修プログラムの構築	144
	7 消費生活相談体制の強化	144
第5章 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		145
第1節	外国人ビジネス客の取り込み強化	145
	1 空港におけるファーストレーンの設置	145
	2 観光立国推進のための一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の 円滑化の実施	145
	3 ビジネスジェットの利用環境の改善	145
第2節	MICEに関する取組の抜本的強化	145
	1 MICE誘致による地域の活性化	146

	(1) 寄附金の損金算入の特例等の対象となる国際会議の範囲の 拡大	146
	(2) 日本政府観光局 (JNTO) による地方都市のニーズ、 体制に応じたきめ細かなコンサルティング	147
	(3) グローバル MICE 都市事業	147
	(4) 大学関係者等 MICE 主催者の掘り起こし	147
	2 戦略的な国際会議の誘致	147
	(1) MICE 誘致アンバサダー	147
	(2) ユニークベニューの開発・利用促進	148
	(3) MICE ブランディングの展開	148
	3 インセンティブ旅行における重点市場の設定	149
第3節	IR についての検討	149
第4節	富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進	149
	1 海外富裕層の地方誘客に向けた訪日プロモーション	149
	2 外国人長期滞在制度の利用促進	149
第5節	質の高い観光交流の促進	150
	1 文化資源、歴史的遺産の観光への活用	150
	(1) 文化財の英語解説の改善・充実	150
	(2) 世界文化遺産を活用した地域活性化	150
	(3) 「日本遺産 (Japan Heritage)」事業の創設	150
	(4) 文化資源、歴史的遺産の観光への活用	150
	(5) 先住民族であるアイヌ文化等の発信	150
	(6) 北海道における歴史・文化を活用したインバウンド観光の 振興	151
	(7) 産業遺産等を活用した産業観光の推進	151
	2 文化芸術を通じた国際交流の推進	151
	3 歴史・文化等に関心の高い観光客層の取り込み	152
	(1) 日中韓三国の取組	152
	(2) 現地の日系人コミュニティ等と連携した訪日プロモーション	152
第6章	「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」を見据えた観光振興の加速	153
第1節	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	153
	1 大規模スポーツ国際大会を契機とした訪日プロモーション	153
	2 2020年東京大会を見据えた ICT を活用した多言語対応の推進	153
第2節	全国各地での文化プログラムの開催	153
	1 文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議	153
	2 全国各地での文化プログラムの開催	153
第3節	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	153
	1 無料公衆無線 LAN 環境の整備・多言語対応の徹底	153

	2 東京駅の案内等の改善	154
	3 道路標識改善の推進	154
第4節	オリンピック・パラリンピック開催効果の地方への波及	154
	1 スポーツ振興を通じた国内外からの誘客	154
	(1) スポーツ振興を通じた国内外からの誘客	154
	(2) ラグビーワールドカップ 2015 イングランド大会を通じた日本の魅力発信	155
	(3) ラグビーワールドカップ 2019 日本大会等の国際大会の着実な開催	155
	2 地方への旅行の促進	155
	(1) 企画乗車券の利便性向上	155
	(2) オリンピック・パラリンピックに向けての訪日外国人旅行者の鉄道利用についての課題共有	155
	3 ホストタウンの推進	155
第5節	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	155
	1 オリンピック・パラリンピックに向けた更なるバリアフリー化	155
	2 ホームドアの整備促進	156
	3 鉄道車両の車椅子スペース、ハンドル形電動車椅子の利用について	156
	4 航空分野のバリアフリー化	156
	5 首都圏の更なるバリアフリー化等の推進	156
	6 ユニバーサルツーリズムの促進	156
第7章 観光旅行の環境整備		157
第1節	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	157
	1 観光振興等に資する地域づくり、街並み整備	157
	2 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進	158
第2節	旅行業務に関する消費者保護	158
第3節	旅行事業者における安全対策	158
第4節	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	159
	1 公共施設等のバリアフリー化	159
	(1) 公共交通機関等	159
	(2) 歩行空間	159
	(3) 都市公園等	159
	2 ユニバーサルツーリズムの促進	159
	3 地域公共交通の活性化・再生	159
	4 バスの利便性向上	160
	5 道路交通の円滑化	160
	6 自転車利用環境の整備	160
第5節	観光地域における環境の保全等	160

1	国立・国定公園の保護と利用の推進	160
2	世界自然遺産地域の適正な保全・管理	160
3	皇室関連施設の魅力の発信	161
第6節	観光に関する統計の整備	161

第IV部 平成 28 年度に講じようとする施策

第 1 章	観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に	165
第 1 節	魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放	165
1	我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放	165
	(1) 赤坂迎賓館(東京都港区)	165
	(2) 京都迎賓館(京都府京都市)	165
	(3) その他の公的施設	166
2	地域振興に資する観光を通じたインフラの活用	167
第 2 節	文化財の観光資源としての開花	168
1	「文化財活用・理解促進戦略プログラム 2020」の策定	168
	(1) 支援制度の見直し	168
	(2) 観光コンテンツとしての質向上	169
2	文化庁の京都への移転	169
3	世界文化遺産の観光への活用	170
4	観光地域魅力創造の推進	170
5	文化芸術資源を活用した地域活性化	170
6	「日本遺産(Japan Heritage)」による地域の魅力発信	170
7	上野「文化の杜」新構想	170
第 3 節	国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化	170
1	美しい自然資源の観光資源としての利用促進	170
	(1) 国立公園の受入環境の整備及び情報発信の強化	170
	(2) エコツーリズムの推進	170
	(3) 統一性のある情報提供等の推進	170
	(4) 誘導案内等の多言語化の推進	171
2	「国立公園満喫プロジェクト」の推進	171
	(1) 自然満喫メニューの充実・支援	171
	(2) 上質感のある滞在環境の創出	171
	(3) 海外への情報発信強化	171
	(4) 観光資源の有効活用を目的とした一体的な取組	171
3	観光地域魅力創造の推進	171
第 4 節	景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上	171
1	景観計画の策定促進及び無電柱化の推進	171
	(1) 景観計画の策定促進	171
	(2) 景観形成を促進するモデル地区の選定	172
	(3) 無電柱化の推進	172
2	国営公園の魅力的な景観などの活用	172
3	美しい自然・景観等の観光への活用	172
	(1) 森林景観の活用	172
	(2) 日本風景街道の取組等の推進	172

	(3) 超小型モビリティの活用	172
	(4) 離島・半島地域の観光振興	172
	(5) 沖縄観光の強化	172
	(6) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興及び 交通アクセスの改善	173
	(7) 河川空間とまち空間の融合による良好な空間の形成	173
	(8) 観光まちづくりの推進	173
第5節	滞在型農山漁村の確立・形成	173
	1 美しい農山漁村において日本の自然や生活を体感し 満喫してもらうための取組	173
	(1) 「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」の選定	173
	(2) 「食と農の景勝地」の認定	173
	(3) 「農泊」の推進	173
	2 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備	174
	3 インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進	174
	4 農業遺産の観光への活用	174
	5 広域観光周遊ルート上の農山漁村地域への支援	174
	6 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	174
第6節	地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大	174
	1 地方における消費税免税店数の増加	174
	2 地方商店街の活性化に向けた免税商店街の更なる拡大	174
	3 免税販売の対象となる購入下限額の引下げ	175
	4 免税品の海外直送による免税販売手続の簡素化	175
	5 保税売店の市中展開による買い物魅力の向上	175
	6 商店街等に対する支援	175
	7 ふるさと名物応援事業の推進	175
	8 優れた地方産品等の活用による地方への誘客	175
	9 伝統的工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入れ促進	176
	10 地域の消費に係る統計の充実	176
	11 ショッピングエリアを巡るコースの磨き上げ	176
	12 北海道における観光消費の拡大	176
	13 消費単価の拡大に向けた取組	176
	14 地域経済活性化のための地域観光資源の磨き上げ	176
第7節	広域観光周遊ルートの世界水準への改善	176
	1 広域観光周遊ルートに対する専門家チーム(パラシュートチーム)の 派遣	176
	2 テーマ別観光ルートの選定	177
	3 国、地方、民間等が連携した新たな協議会の設置	177
	4 都市周遊ミニルートの選定	177
	5 観光地における渋滞対策の強化	177
	6 訪日外国人流動データの整備	177
	7 広域産業観光事業の実施	177

8	観光地域魅力創造の推進	177
9	「観光立国地方ブロック戦略会議」(仮称)の設置・運営	177
第8節	東北の観光復興	177
1	東北6県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組	178
2	復興観光拠点都市圏への重点的な支援	178
3	全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンの実施	178
4	「東北六県見るもの・食べもの・買いもの100選」の発信	178
5	東北観光復興対策交付金による重点的な支援	178
6	ホストタウンの推進及び海外への情報発信の支援	178
7	防災学習も含めた教育旅行の再興	178
8	仙台空港のLCC拠点化の促進	178
9	「グリーン復興プロジェクト」の推進	179
10	新たな復興ビジネスモデルの支援	179
第2章 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に		180
第1節	観光関係の規制・制度の総合的な見直し	180
1	通訳案内士	180
2	ランドオペレーター	180
3	宿泊業	180
	(1)生産性向上	180
	(2)多様な宿泊サービスの提供促進	180
4	旅行業	181
5	観光地再生・活性化ファンド(仮称)	181
第2節	民泊サービスへの対応	181
1	民泊サービスのルールづくりに向けた検討	181
2	国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応	181
第3節	産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化	181
1	観光産業の担い手の3層構造による育成	181
	(1)観光経営を担う人材育成	181
	(2)観光の中核を担う人材育成の強化	181
	(3)即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化	182
2	「道の駅」における人材育成	182
第4節	宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供	182
1	旅館等に対する投資促進	182
	(1)旅館等に対するインバウンド対応促進支援	182
	(2)「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活用	182
2	旅館等の空室の有効活用	182
3	宿泊産業従事者の人材育成	182
4	多様なニーズへの対応	182
5	宿泊施設整備の促進	183
	(1)宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度の運用明確化	183
	(2)古民家の宿泊施設へのリノベーションに対する金融支援	183

	6 海外宿泊事業者等の日本進出支援	183
第5節	世界水準のDMOの形成・育成	183
	1 「日本版DMO候補法人」に対する支援	183
	2 世界水準のDMOの形成に向けた支援の実施	183
	(1) 情報支援・ビッグデータの活用促進	183
	(2) 人的支援	183
	(3) 財政金融支援	183
第6節	「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の継続的な展開	184
	1 観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の 安定的・継続的提供	184
	(1) 政府系金融機関による支援	184
	(2) 「観光地再生・活性化ファンド」(仮称)の活用	184
	(3) 株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)による ファンド組成終了後の支援体制の整備の検討	184
	2 株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)による 観光地域作りファンド支援	184
第7節	次世代の観光立国実現のための財源の検討	184
第8節	訪日プロモーションの戦略的高度化	185
	1 オリパラ後も見据えた訪日プロモーションの取組	185
	(1) 欧米豪に対するプロモーション	185
	(2) 質の高い観光地としての日本の観光ブランドイメージの確立	185
	(3) 地方自治体のインバウンド誘致活動に対する支援体制強化	185
	(4) オリパラを活用した訪日プロモーション	185
	2 大規模国際競技大会の開催を活用した観光客の誘致	186
	(1) 大規模国際競技大会の確実な開催による国内外からの誘客	186
	(2) スポーツ・文化・ワールド・フォーラムの開催	187
	3 欧米豪を中心とした訪日層の拡大	187
	(1) 海外のオンライン旅行会社との連携強化	187
	(2) 「JAPAN WEEKEND」の実施	187
	(3) 「ジャパニーズライフスタイル」(仮称)の作成	187
	4 日本各地の観光資源を活用した地方への誘客促進	187
	(1) 外国語対応が可能な着地型・体験型プログラムの情報発信	187
	(2) 東京、大阪、京都から日帰りや1泊2日で訪問できる 観光地等の情報発信	187
	(3) 現地において高い発進力を有する者の招請	187
	(4) 「海外VIPおもてなしツアー」(仮称)の実施	188
	5 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし	188
	6 日本政府観光局(JNTO)の海外事務所新設と現地における プロモーション強化	188
	7 G7伊勢志摩サミット開催に合わせた情報発信	188
	8 海外のガイドブック編集者等の地方への招請	188
	9 「オンライン・メディアセンター」の開設	188

10	全国各地での文化プログラムの開催	188
11	文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議	188
12	スポーツ振興を通じた国内外からの誘客	189
13	アスタナ国際博覧会への日本館出展	189
第9節	インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化	189
1	インターネットを活用した取組	189
2	欧米豪を中心とする富裕層をターゲットとした旅行先としての日本のブランドイメージの確立	189
	(1) 質の高い観光地としての日本の観光ブランドイメージの確立	189
	(2) 富裕層向けの情報発信等の取組	189
3	在外公館や放送コンテンツ等の活用による日本の魅力の発信	190
	(1) 在外公館等の活用による親日層の開拓	190
	(2) 放送コンテンツの途上国等のテレビ局への提供	190
	(3) 放送コンテンツ制作等による日本の魅力のPR	190
	(4) 国内観光情報サイトの多言語化	191
	(5) 放送コンテンツの権利処理の一層の迅速化	191
	(6) 日本語教育の拡充による親日層の育成	191
	(7) 海外日本庭園の再生	192
4	風評被害を最小限に抑えるプロモーション	192
5	観光分野における多国間枠組みへの貢献	192
6	二国間関係の強化による双方向交流の拡大	192
7	先住民族としてのアイヌ文化等の発信	192
8	外国メディア招へいやフォーリン・プレスセンターも活用した情報発信	192
9	世界の主要都市における広告	192
10	放送コンテンツ・ジャパンチャンネルを活用した日本の魅力の発信	193
11	文化芸術を通じた国際交流の推進	193
	(1) 国内外芸術家の滞在型創作活動等の支援	193
	(2) メディア芸術に関する発信の強化	193
第10節	MICE 誘致の促進	193
1	MICE 誘致促進に向けた支援体制の構築	193
	(1) 「MICE 推進関係府省連絡会議」(仮称)の設置	193
	(2) ユニークベニューの利用促進	193
	(3) 会議施設等の整備に対する支援	193
	(4) MICE の経済波及効果の調査	193
	(5) インセンティブ旅行の誘致促進	194
	(6) 国内外のステークホルダーへの働きかけ	194
	(7) 日本政府観光局(JNTO)によるグローバルネットワークの構築	194
	(8) 大学関係者等 MICE 主催者の掘り起こし	194
	(9) 国内で開催されるイベントに関する情報提供	194
	(10) 産業観光プログラムの充実	194
	(11) グローバル MICE 都市事業	194

	(12) 日本政府観光局 (JNTO) による地方都市のニーズ、 体制に応じたきめ細かなコンサルティング	194
	(13) MICE 誘致アンバサダー	195
	(14) 商談会への参加及びセミナーの実施	195
	2 IR についての検討	195
第 11 節	ビザの戦略的緩和	195
第 12 節	訪日教育旅行の活性化	195
	1 地域における調整・相談窓口の構築及び地域の観光部局と 教育部局の連携の促進	195
	2 海外と地域をつなげる一元的な相談窓口の設置	195
	3 訪日教育旅行に対する理解の促進	195
	4 訪日教育旅行の地方への誘致	196
第 13 節	観光教育の充実	196
	1 観光・旅に関する教育の充実に向けた取組	196
	2 若者世代の旅行需要喚起	196
	3 若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実	196
	(1) 「若旅★授業」の全国展開	196
	(2) 「道の駅」における大学連携	196
第 14 節	若者のアウトバウンド活性化	196
	1 旅行費用軽減をはじめとする若年層の海外旅行促進	196
	2 観光分野における多国間枠組みへの貢献	196
	3 二国間関係の強化による双方向交流の拡大	196
第 3 章 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に		197
第 1 節	最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現	197
	1 世界初の出入国審査パッケージの導入、 世界最高水準の技術の活用等の取組	197
	(1) バイオカードの導入	197
	(2) プレクリアランスの早期実現に向けた協議の加速	197
	(3) トラストイド・トラベラーの自動化ゲートの対象化	197
	(4) 顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入	197
	(5) 指紋情報を活用した出国時の自動化ゲート利用	197
	(6) 入国審査待ち時間を含む空港での諸手続に要する時間の公開	197
	2 先進的な保安検査機器の導入	197
	3 出入国審査に係る物的・人的体制の整備	198
	4 ファーストレーンの整備促進	198
	5 乗客予約記録の分析・活用の高度化	198
第 2 節	民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進	198
	1 ボトルネックとなっている宿泊施設、 観光バス乗降場等の整備促進	198
	(1) 宿泊施設の整備の促進	198
	(2) 観光バスの駐停車対策	198

2	公共デジタルサイネージの設置促進	198
3	都市公園内に設置される民間施設からの収益を 公園管理費に充当する仕組みの構築	198
4	都市公園内への観光案内所等の設置促進	199
5	会議施設等の整備や統一的な案内サイン、 バリアフリー化等の整備への重点支援	199
	(1) 会議施設等の整備に対する支援	199
	(2) 拠点駅及びその周辺における統一的な案内サインの 整備等の支援	199
6	日本の都市の魅力を海外に発信するシティ・フューチャー・ギャラリー (仮称) 構想の推進	199
7	道路空間と観光の連携の推進	199
第3節	キャッシュレス環境の飛躍的改善	199
1	海外発行カード対応 ATM の設置促進	199
2	クレジットカード決済対応等の取組	199
	(1) クレジットカード決済端末の普及支援	199
	(2) 「おもてなしプラットフォーム」の構築	200
	(3) クレジットカードに係るセキュリティ対策	200
第4節	通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現	200
1	通信環境の飛躍的向上	200
	(1) 主要な観光・防災拠点における無料 Wi-Fi 環境の整備	200
	(2) 災害用統一 SSID の周知・広報	200
	(3) シームレスな Wi-Fi 利用環境の実現	200
	(4) プリペイド SIM の販売促進等による通信環境全体の改善	200
	(5) 新幹線トンネル内における携帯電話利用環境の整備	201
2	誰もが一人歩きできる観光の実現等に向けた取組	201
	(1) 多言語音声翻訳システムの普及	201
	(2) IoT おもてなしクラウド事業の実施	201
	(3) 観光分野におけるビッグデータ・オープンデータ利活用の モデルケース構築	201
	(4) IoT を活用した革新的な観光ビジネス・サービスモデルの 創出支援	201
	(5) サービスの質の「見える化」の取組	201
3	観光案内拠点の充実	202
4	ムスリム対応の強化	202
5	訪日外国人旅行者の移動円滑化に資する情報の整備	202
6	「道の駅」の通信環境等の整備	202
7	受入環境向上に向けた調査の実施	202
第5節	多言語対応による情報発信	202
1	中小企業者による取組	202
2	「多言語対応ガイドライン」に基づく取組の加速	202
3	空港、道路、旅客船ターミナル	203

	(1) デジタルサイネージ等の活用	203
	(2) 道路案内標識における英語表記改善	203
	(3) 旅客船ターミナルの多言語対応	203
4	美術館・博物館	203
5	自然公園	203
6	飲食店	204
7	多言語翻訳アプリの開発	204
第6節	急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実	204
1	「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」等の更なる整備と その他の医療機関への周知の実施	204
2	訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化	204
3	訪日外国人旅行者の保険加入促進	204
第7節	「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備	204
1	交番等における訪日外国人旅行者対応の強化	204
2	救急活動時における多言語音声翻訳システムの活用促進	205
3	熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供	205
4	気象情報の外国語での提供	205
5	多言語による情報伝達の優れた事例等の全国での共有	205
6	災害時の避難受入施設に関する体制強化	205
7	感染症対策の着実な実施	205
8	訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制の強化	206
第8節	自然災害発生時の対応の強化	206
1	自然災害発生への備え	206
2	自然災害発生直後の対応	207
3	自然災害発生から一定期間経過後の対応	207
第9節	「地方創生回廊」の完備	207
1	新幹線、高速道路などの高速交通網の活用	207
	(1) ジャパン・レールパスの日本到着後購入可能化に向けた 実証実験の開始	207
	(2) 観光地へのアクセス交通の充実等による 地方への人の流れの創出	207
	(3) 道路利用者にわかりやすい道案内の実現	208
	(4) 規制の弾力化等を通じた多様なアクセス交通の実現	208
2	鉄道の観光資源としての魅力発信	208
3	外国人旅行者のドライブツーリズムの促進	208
4	外国人旅行者向け周遊ドライブパスの展開	208
5	北海道におけるドライブツーリズム振興と消費拡大	209
6	「道の駅」を核とした地域振興	209
	(1) 重点「道の駅」における支援	209
	(2) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	209
	(3) 着地型旅行商品の販売	209
	(4) 「道の駅」における大学連携	209

(5)「道の駅」における情報提供等の推進	209
7 道路の整備等	209
8 高速バス情報プラットフォームの構築	209
9 高速バスの外国人旅行者向けフリーパスの普及拡充	210
第10節 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進	210
1 複数空港の一体運営の推進	210
2 地方空港の着陸料軽減	210
3 首都圏空港の容量拡大	210
4 首都圏におけるビジネスジェットの入受環境の改善	210
5 地方空港のLCC・チャーター便の入受促進	210
(1) 操縦士・整備士の養成・確保	210
(2) 空港における地上取扱業務実施体制の拡充支援	210
(3) 出入国審査に係る人的・物的体制の整備	211
(4) 地方空港を発着する国際包括旅行チャーター便に係る 規制緩和	211
(5) 新千歳空港の発着枠の拡大	211
6 コンセッション空港等における到着時免税店制度の研究・検討	211
7 新規誘致に係る日本政府観光局(JNTO)の 協働プロモーション支援	211
8 LCCターミナル等の整備	211
9 高速バス・LCC等の利用促進	211
10 海外LCC企業等の日本進出支援	211
11 首都圏空港アクセスの利便性向上	212
12 コンセッション方式等の活用の推進	212
第11節 クルーズ船受入の更なる拡充	212
1 世界的なクルーズ市場の実現に向けた取組	212
(1) クルーズ船寄港の「お断りゼロ」の実現	212
(2) 世界に誇る国際クルーズの拠点形成	212
(3) 国内クルーズ周遊ルートの開拓及びラグジュアリークルーズ商品の 造成の促進	212
(4) クルーズ旅客による地域産品の消費拡大	212
(5) クルーズ船の入受環境の向上	213
(6) 寄港地の全国展開に向けたプロモーション	213
2 地域密着型のクルーズ観光振興	213
3 ウェブサイトを通じた情報発信	213
4 日本の魅力を活かした船旅の活性化と瀬戸内海での取組	213
5 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた 舟運の活性化	213
第12節 公共交通利用環境の革新	213
1 訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の 実現に向けた取組	213
(1) 主要な公共交通機関の海外インターネット予約の可能化	213

	(2) 全国の公共交通機関を網羅した経路検索に係る協議	214
	(3) 都市交通ナンバリングの充実	214
	(4) 世界水準のタクシーサービスの充実	214
2	手ぶら観光の推進	214
3	相互利用可能な交通系 IC カードの普及促進	214
4	安全対策を前提とした貸切バスの利用促進	215
	(1) 貸切バス事業者の営業区域の弾力化措置に係る検討	215
	(2) 軽井沢スキーバス事故を踏まえた徹底的な再発防止策の 検討・実施	215
	(3) 貸切バスによる路上混雑の解消	215
5	地方ブロックごとのきめ細かな受入環境整備	215
6	バリアフリールート・所要時間検索システムの実現	215
7	鉄道車両内における走行位置案内アプリによる情報提供の実現	215
8	ハンドル形電動車いすの鉄道車両等への乗車要件の見直し	215
9	美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入	216
第 13 節	休暇改革	216
1	働き方・休み方改革の推進	216
2	休暇取得の分散化等による観光需要の平準化	216
3	「海の日」を活用した観光需要拡大	216
第 14 節	オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進	216
1	「ユニバーサルデザイン 2020」の取りまとめ	216
2	ユニバーサルデザインの街づくり	217
	(1) 道路におけるバリアフリー化の推進	217
	(2) 道路案内標識改善の推進	217
	(3) 移動等円滑化基準等の改正の検討	217
	(4) 多機能トイレの正しい利用の推進	217
	(5) 観光地のバリアフリー評価指標の普及	217
	(6) 鉄道におけるバリアフリー化の推進	217
	(7) 自動車におけるバリアフリー化の推進	217
	(8) 旅客船におけるバリアフリー化の推進	218
	(9) 空港におけるバリアフリー化の推進	218
3	「心のバリアフリー」	218
4	歩行者移動支援のための位置情報サービスの提供推進	218
5	障害者の芸術・文化活動支援	219

資料Ⅰ 観光に関する各種データ

資料 1	地域別の外国人旅行者受入れ数及び国際観光収入	223
資料 2	国際旅行収支の状況(2014年(平成26年))	223
資料 3	日本の国際観光収支の推移	224
資料 4	海外旅行者数ランキング(2014年(平成26年))	224
資料 5	海外旅行者数上位20カ国の国民1人当たり海外旅行回数(2014年(平成26年))	225
資料 6	アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議(2014年(平成26年))	225
資料 7	日本人延べ宿泊者数の月別推移(2015年(平成27年))	226
資料 8	外国人延べ宿泊者数の月別推移(2015年(平成27年))	226
資料 9	都道府県別の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数・宿泊施設の定員稼働率、客室稼働率(2015年(平成27年))	227
資料 10	都道府県別延べ宿泊者数(2015年(平成27年))	228
資料 11	都道府県別外国人延べ宿泊者数(2015年(平成27年))	229
資料 12	都道府県別の延べ宿泊者数の構成(2015年(平成27年))	230
資料 13	都道府県別の外国人延べ宿泊者数の構成(2015年(平成27年))	231
資料 14	国・地域別の外国人延べ宿泊者数の構成・上位5都道府県(2015年(平成27年))	232
資料 15	都道府県別宿泊施設の定員稼働率(2015年(平成27年))	233
資料 16	都道府県別宿泊施設の客室稼働率(2015年(平成27年))	234
資料 17	都道府県別の実宿泊者数・1人当たり平均宿泊数・外国人実宿泊者数・外国人1人当たり平均宿泊者数(2015年(平成27年))	235
資料 18	都道府県別の実宿泊者数(2015年(平成27年))	236
資料 19	都道府県別の外国人実宿泊者数(2015年(平成27年))	237
資料 20	都道府県別の実入込客数・観光消費額(2014年(平成26年))	238
資料 21	日本人海外旅行者の国・地域別訪問者数(受入れ国(地域)統計)	239
資料 22	日本人海外旅行者の性別構成比の推移	241
資料 23	日本人海外旅行者数の性別・年齢階層別の推移	241
資料 24	出国日本人の旅客輸送の状況	242
資料 25	日本人海外旅行者の滞在期間比率の状況	242
資料 26	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	243
資料 27	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	243
資料 28	訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者数(2015年(平成27年))	244
資料 29	訪日外国人旅行者数の月別推移(2015年(平成27年))	244
資料 30	訪日外国人旅行者の訪問率上位都府県の推移	245
資料 31	訪日外国人旅行者数の目的別推移	245
資料 32	訪日外国人旅行者の目的別割合(2015年(平成27年))	246
資料 33	国・地域別訪日外国人旅行者の目的別比率(2015年(平成27年))	246
資料 34	国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(全目的)(2015年(平成27年))	247
資料 35	国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(観光・レジャー目的)(2015年(平成27年))	247

資料 36	入国外国人の旅客輸送の推移	248
資料 37	訪日外国人旅行者の滞在期間比率の状況	248
資料 38	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行消費額(2015年(平成27年))	249
資料 39	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行支出構成比(2015年(平成27年))	250
資料 40	訪日外国人旅行者の満足度・再訪意向	250
資料 41	日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額	251
資料 42	旅行消費額の推計(2014年(平成26年))	251
資料 43	国内の旅行消費額の市場別内訳(2014年(平成26年))	252
資料 44	日本国内における旅行消費額の経済効果(2014年(平成26年))	252
資料 45	旅行消費が日本国内にもたらす経済効果(2014年(平成26年))	253
資料 46	旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果(2014年(平成26年))	253
資料 47	1世帯あたり旅行関連の支出の推移	254
資料 48	日本国内の輸送機関別旅客輸送量の推移	254
資料 49	今後の生活の力点	255
資料 50	今後の生活の力点の推移	256
資料 51	余暇活動の潜在需要上位10種目(2014年(平成26年))	256
資料 52	現在の生活に対する満足度(2015年(平成27年))	257
資料 53	宿泊業労働者の労働時間及び給与額(2015年(平成27年))	258
資料 54	観光関連産業の事業所に関する集計－産業横断的集計(売上(収入)金額等)	259
資料 55	各産業のGDPに対する割合(2014年(平成26年))	260
資料 56	観光庁関係予算(平成28年度)	261
資料 57	観光庁関係予算の推移	262

資料Ⅱ 明日の日本を支える観光ビジョン

(注意) 本報告書に掲載した我が国の地図は、必ずしも、我が国の領土を包括的に示すものではない。

図表の目次

図表 I-1	主要国・地域の実質経済成長率の推移	4
図表 I-2	国際観光客到着数の推移	4
図表 I-3	国際観光客到着数と実質世界 GDP の推移	5
図表 I-4	地域別国際観光客数(2015年(平成27年))	5
図表 I-5	国際観光客受入数の地域別シェア(2005年(平成17年) - 2015年(平成27年))	6
図表 I-6	国際観光客の年平均伸び率の予測	6
図表 I-7	外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))	7
図表 I-8	空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))	8
図表 I-9	国際観光収入ランキング(2014年(平成26年))	9
図表 I-10	国際観光支出ランキング(2014年(平成26年))	10
図表 I-11	訪日外国人旅行者数の推移	11
図表 I-12	訪日外国人旅行者の内訳(2015年(平成27年))	13
図表 I-13	訪日外国人旅行者による消費の推移	14
図表 I-14	訪日外国人旅行消費額の四半期の推移	14
図表 I-15	国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比(2015年(平成27年))	15
図表 I-16	費目別にみる訪日外国人旅行消費額	15
図表 I-17	国籍・地域別にみる費目別旅行消費額(2015年(平成27年))	16
図表 I-18	国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出(2015年(平成27年))	17
図表 I-19	旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移	18
図表 I-20	世界及び地域別の国際会議開催件数の推移	19
図表 I-21	国別国際会議開催件数(2014年(平成26年))	20
図表 I-22	アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数 (1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))	21
図表 I-23	アジア大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移 (1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))	21
図表 I-24	欧米及びアジア大洋州地域主要国における国際会議の規模別開催件数 (2014年(平成26年))	22
図表 I-25	地域別賃貸展示スペース面積の推移	23
図表 I-26	国別総展示場面積(5,000m ² 超)(2011年(平成23年))	24
図表 I-27	主要国別賃貸展示スペース面積(2012年(平成24年))	24
図表 I-28	日本人の海外旅行者数の推移	25
図表 I-29	訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移	25
図表 I-30	国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移	26
図表 I-31	国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移	26
図表 I-32	国内旅行消費額の推移	27
図表 I-33	日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移	27
図表 I-34	三大都市圏及び地方部の延べ宿泊者数の推移	28
図表 I-35	宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊数の割合の推移	28
図表 I-36	客室稼働率の推移	29
図表 I-37	宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移	29

図表 I -38	都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率 (2015 年 (平成 27 年))	30
図表 I -39	観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数 (2010 年 (平成 22 年) を 100 とした指数の推移)	31
図表 I -40	観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数 (2010 年 (平成 22 年) を 100 とした指数の推移)	32
図表 I -41	ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数 (2010 年 (平成 22 年) を 100 とした指数の推移)	33
図表 I -42	地域ブロック別延べ宿泊者数	34
図表 I -43	地域ブロック別外国人延べ宿泊者数	34
図表 I -44	延べ宿泊者数 (全体) 及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比 (2015 年 (平成 27 年))	35
図表 I -45	地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比 (2015 年 (平成 27 年))	36
図表 II -1	地域別国際観光客到着数の年平均伸び率予測 (再掲)	50
図表 II -2	各国の外国人旅行者受入数と年平均成長率 (上位 25 カ国) (2014 年 (平成 26 年))	51
図表 II -3	各国の国際観光収入 (上位 25 カ国) (2014 年 (平成 26 年))	52
図表 II -4	観光産業が GDP に占める割合と雇用 (観光収入上位 25 カ国) = (2014 年 (平成 26 年))	53
図表 II -5	外国人旅行者 1 人当たり観光消費額及び外国人旅行者の有料宿泊施設平均宿泊数 (観光収入上位 10 カ国 + 日本) (2014 年 (平成 26 年))	54
図表 II -6	主要国を訪問する外国人旅行者の地域別構成 (2014 年 (平成 26 年))	55
図表 II -7	日本の国家ブランド指数 (各項目別の日本の順位 (50 カ国中)) (2015 年 (平成 27 年))	57
図表 II -8	古城を改築したホテル	59
図表 II -9	ストーンヘンジ及びビジターセンター	60
図表 II -10	イエローストーン国立公園のガイドツアー	61
図表 II -11	フランスの外国人旅行者の宿泊数の地域別構成 (2014 年)	62
図表 II -12	フランスの最も美しい村“リクヴィル村”	62
図表 II -13	主な宿泊施設数の推移	64
図表 II -14	宿泊業の市場規模	65
図表 II -15	ホテル・旅館における客室稼働率 (全国平均 / 2015 年 (平成 27 年))	65
図表 II -16	【全国】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移 (過去 2 カ年)	66
図表 II -17	【東京】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移 (過去 2 カ年)	66
図表 II -18	【大阪】シティホテル、旅館客室稼働率の年間推移 (過去 2 カ年)	66
図表 II -19	旅館・ホテルにおける正規雇用・非正規雇用の分布	67
図表 II -20	宿泊部門と飲食部門の区分会計実施状況	67
図表 II -21	外国人受入に向けた取組の実施状況	68
図表 II -22	外国人受入に向けた取組 (17.6%) 中の具体的内容 (複数回答)	68
図表 II -23	労働者 1 人当たり付加価値額 (労働生産性)	69
図表 II -24	観光系大学数、学科数、定員数	70
図表 II -25	観光系大学における教育内容の現状	71
図表 II -26	観光系学部・学科卒業生	71

図表Ⅱ-27	コーネル大学の観光関連必修科目の構成	72
図表Ⅱ-28	ローザンヌホテルスクールの観光関連必修科目の構成	73
図表Ⅱ-29	主要旅行業者における旅行取扱額の推移	74
図表Ⅱ-30	訪日外国人旅行取扱額の推移	74
図表Ⅱ-31	主要旅行業者の旅行取扱区分別に見た旅行取扱額の割合 (2013年度(平成25年度))	75
図表Ⅱ-32	業種別消費者向けEC(電子商取引)市場規模(2014年(平成26年))	75
図表Ⅱ-33	第一種旅行業者のインターネット販売比率	76
図表Ⅱ-34	旅行業者代理業者数の推移	76
図表Ⅱ-35	旅行業者数及び旅行業者代理業者数の推移	76
図表Ⅱ-36	旅行業者(第1種)の取扱高営業利益率(他産業との比較)	77
図表Ⅱ-37	米国における旅行業者数の推移	77
図表Ⅱ-38	米国における旅行業者のビジネスモデルの動向	78
図表Ⅱ-39	ランドオペレーター	79
図表Ⅱ-40	通訳案内士の地域別・言語別登録者割合	80
図表Ⅱ-41	各国の通訳案内士制度	81
図表Ⅱ-42	通訳案内士試験の受験者数と合格者数の推移	81
図表Ⅱ-43	各種特例ガイドの導入地域	82
図表Ⅱ-44	ビジット・ナパバレーのウェルカム・センター	83
図表Ⅱ-45	日本版DMOの概要	84
図表Ⅱ-46	モデルツアー「The Amazing Thailand Luxury Fam Trip」の 欧米向けツアーの様子	85
図表Ⅱ-47	各国のMICE市場規模	87
図表Ⅱ-48	国際会議の誘致に立候補／協力したことがある／している研究者が感じる 誘致活動の課題	88
図表Ⅱ-49	米国の大学におけるカンファレンス・サービス	89
図表Ⅱ-50	地域における国際会議誘致に関するアンケート調査結果	90
図表Ⅱ-51	海外のコンベンション・ビューローの組織体制及び予算	91
図表Ⅱ-52	ルーブル美術館	92
図表Ⅱ-53	ケンジントン宮殿	92
図表Ⅱ-54	ユニークベニューを活用したイベントの来場者アンケート	93
図表Ⅱ-55	Automated border control gates の利用方法	94
図表Ⅱ-58	国内旅行消費額の推移(再掲)	96
図表Ⅱ-56	ゴールドコースト空港の乗客数の推移	96
図表Ⅱ-57	ゴールドコースト空港の売上高の推移	96
図表Ⅱ-59	延べ宿泊者数の推移(2013年(平成25年)～2015年(平成27年))	97
図表Ⅱ-60	旅行意向のある人の希望が達成した場合の旅行市場	98
図表Ⅱ-61	日本と英国のバリアフリー化の状況の例	99
図表Ⅱ-62	ロンドンの鉄道駅のホームのかさ上げ	99
図表Ⅱ-63	明日の日本を支える観光ビジョン構想会議	103

第I部

平成27年
観光の動向

第I部 平成27年 観光の動向

第1章 世界の観光の動向

第1節 世界のマクロ経済の概況

2015年(平成27年)の世界経済は、アジア新興国等において弱さがみられるものの、全体としては緩やかな回復が続いた。中国経済の緩やかな減速や資源価格の下落が新興国等の景気を下押しする状況の中、アメリカやヨーロッパなどの先進国の景気は回復した。各地域の経済情勢は、以下のとおり。

IMF¹(国際通貨基金)によると、米国では、リーマンショック発生の直前3年間、実質経済成長率が1.8～3.3%の間であったが、2008年(平成20年)と2009年(平成21年)は連続でマイナス成長となった。2010年(平成22年)には2.5%まで好転し、その後は1.5～2.6%の間で推移している。雇用・所得環境が改善し、個人消費が堅調に推移していることで、景気は回復が続いていた。

EU²(欧州連合)では、リーマンショック発生の翌年の2009年(平成21年)にギリシャに端を発した欧州政府債務危機が発生し、実質経済成長率は-4.3%まで低下した。ギリシャに対しては、2015年(平成27年)8月に第3次支援プログラムが正式決定されたが、その実行に向けて、ギリシャは財政再建と経済成長の両立という困難な課題に直面している。ユーロ圏では、2013年(平成25年)から2015年(平成27年)はプラス成長が続いており、原油価格下落等を背景に、個人消費にけん引され、景気は緩やかに回復していた。

新興国では、全体として景気はやや弱含みの状況である。中国では、2012年(平成24年)から2014年(平成26年)は、実質経済成長率が7%台で推移していたが、2015年(平成27年)は6%台と後退している。不動産開発投資や固定資産投資、輸出、生産活動が弱い動きとなったことにより、中国の景気は緩やかに減速している。2015年(平成27年)8月に3日連続で人民元切下げが実施され、世界の金融市場は大きく動揺した。また、2015年(平成27年)の中国の貿易総額は、6年ぶりに減少した。輸出は、最大の貿易相手であるEU向けや日本向けの輸出が減少した。また、輸入についても減少しており、景気が緩やかに減速していることを裏付ける形となっている。

ASEAN³(東南アジア諸国連合)も、主要5カ国(インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム)については、2006年(平成18年)から2008年(平成20年)までは、実質経済成長率が5.5%～6.2%であったが、リーマンショックの影響により、実質経済成長率が2009年(平成21年)には2.4%まで低下した。しかしながら、2010年(平成22年)以降はリーマンショック以前の水準に戻り、4.6%～6.9%の間で推移している。ASEANは、2015年(平成27年)12月末に、加盟10カ国が域内の貿易自由化や市場統合などを通じて成長加速を目指す広域経済連携の枠組み「ASEAN経済共同体(AEC⁴)」を発足させ、本格始動した。今後の更なる経済成長の促進が期待される。

その他の新興国では、中南米カリブ海諸国は2009年(平成21年)に実質経済成長率が-1.3%とマイナス成長となったが、2010年(平成22年)は6.1%とリーマンショック前の2007年(平成19年)の5.7%を超える回復を見せた。その後はやや勢いが弱まり、2015年(平成27年)は-0.3%と再び景気が後退している。

中東・北アフリカでは、2009年(平成21年)に実質経済成長率は2.2%まで落ち込んだが、その後

1 International Monetary Fundの略。

2 European Unionの略。

3 Association of South-East Asian Nationsの略。

4 ASEAN Economic Communityの略。

2012年(平成24年)までは4%～5%台で推移している。2013年(平成25年)以降は以前より低下し2%台で推移している。シリア内戦やイスラム過激派組織ISILの動き等の政情不安、また、原油価格の急落が今後の経済成長の重しとなっている。

サハラ以南アフリカは、2009年(平成21年)においても4.1%と大きな落ち込みは見せず、2010年(平成22年)以降2014年(平成26年)までは4.3～6.6%の間で推移していたが、2015年(平成27年)は3.8%と成長率が鈍化している(図表I-1)。

図表I-1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
日本	1.7	2.2	-1.0	-5.5	4.7	-0.5	1.7	1.6	-0.1	0.6
米国	2.7	1.8	-0.3	-2.8	2.5	1.6	2.2	1.5	2.4	2.6
EU(欧州連合)	3.7	3.3	0.7	-4.3	2.1	1.8	-0.4	0.2	1.5	1.9
中国	12.7	14.2	9.6	9.2	10.6	9.5	7.7	7.7	7.3	6.8
ASEAN(5カ国)	5.5	6.2	5.4	2.4	6.9	4.7	6.2	5.1	4.6	4.6
中南米カリブ海諸国	5.6	5.7	3.9	-1.3	6.1	4.9	3.1	2.9	1.3	-0.3
中東・北アフリカ	6.5	6.4	5.2	2.2	5.2	4.6	5.0	2.1	2.6	2.3
サハラ以南アフリカ	6.8	7.6	6.0	4.1	6.6	5.0	4.3	5.2	5.0	3.8

資料：IMF「World Economic Outlook Database, October 2015」に基づき観光庁作成

第2節 2015年(平成27年)の世界の観光の状況

UNWTO⁵(国連世界観光機関)の2016年(平成28年)1月の発表では、2015年(平成27年)の世界全体の国際観光客到着数は前年より5,000万人増(対前年比4.4%増)となり11.8億人を記録した。2009年(平成21年)はリーマンショックの影響から減少したが、それ以降は6年連続での増加となった(図表I-2)。

図表I-2 国際観光客到着数の推移

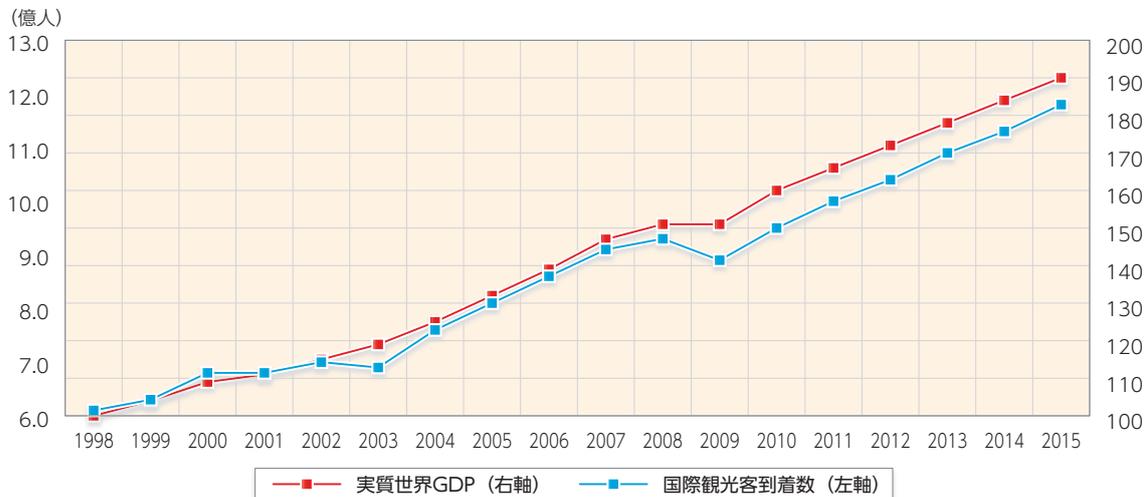


資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

5 国連の専門機関 World Tourism Organization の略。

国際観光客到着数と世界の実質GDPは強い相関が見られるが、国際観光客到着数の伸びが上回っている(図表I-3)。

図表I-3 国際観光客到着数と実質世界GDPの推移



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、IMF(国際通貨基金)資料に基づき観光庁作成
注1：実質世界GDPは、1998年を100として指数化。

UNWTO(国連世界観光機関)の2016年(平成28年)1月の発表によると、欧州を訪れた国際観光客数は2011年(平成23年)以降増加傾向にあり、2015年(平成27年)では前年に比べ2,880万人増加(対前年比5.0%増)し、6億910万人となった。

アジア太平洋地域を訪れた国際観光客数は、前年に比べ1,260万人増加(対前年比4.8%増)し、2億7,700万人となった。

米州を訪れた国際観光客数は、前年に比べ900万人増加(対前年比4.9%増)し、1億9,070万人となった(図表I-4)。

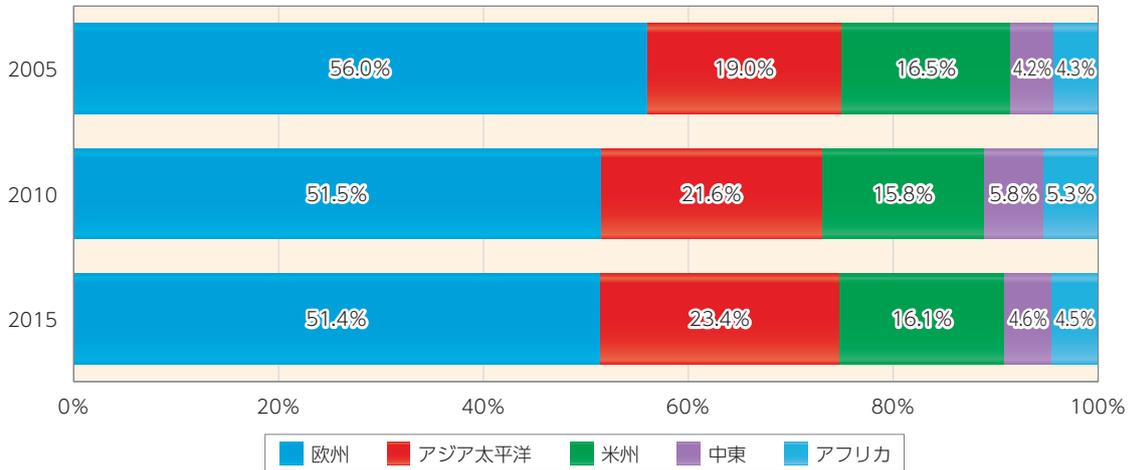
図表I-4 地域別国際観光客数(2015年(平成27年))

	国際観光受入数 (単位・万人)	対前年増減数 (単位・万人)	対前年比
世界全体	118,400	5,000	4.4%
欧州	60,910	2,880	5.0%
アジア太平洋	27,700	1,260	4.8%
米州	19,070	900	4.9%
アフリカ(見込み)	(5,310)	-	(-3.3%)
中東(見込み)	(5,410)	-	(3.1%)

資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成
注1：アフリカ及び中東の数値については見込みである。

国際観光客受入数の地域別シェアは、依然として欧州が過半を占めているが、過去10年間では減少から横ばい傾向にある。これに対し、アジア太平洋は、2005年(平成17年)に19.0%であったが、2015年(平成27年)は23.4%にまで拡大しており、特に著しい成長を見せている。米州は、2005年(平成17年)から16%前後で推移している。中東、アフリカは、ともに5%前後で推移している(図表I-5)。

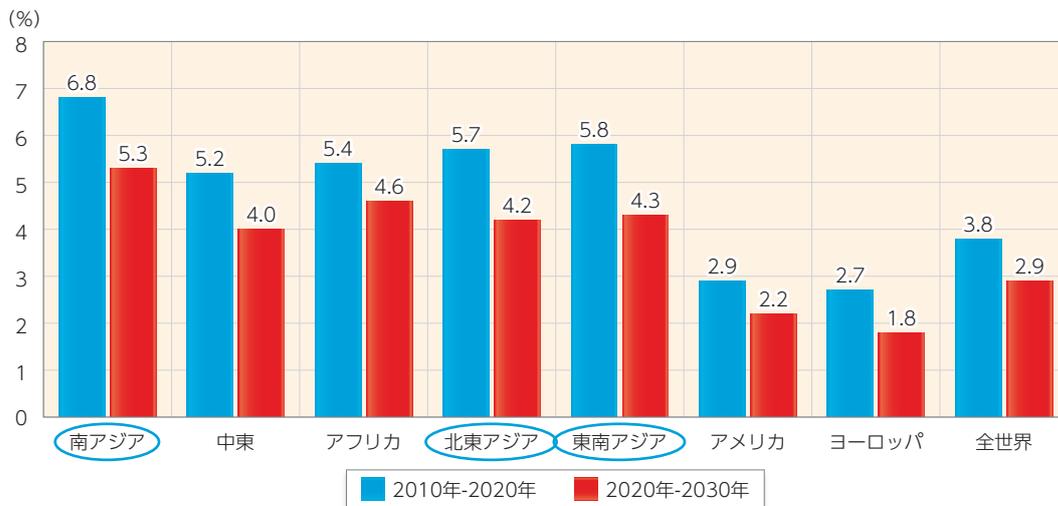
図表I-5 国際観光客受入数の地域別シェア(2005年(平成17年) - 2015年(平成27年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

UNWTO(国連世界観光機関)によると、今後も世界の国際観光客数は増加傾向であると見られる。前述のように、アジア太平洋は近年急激な伸びを見せているが、今後についても、南アジア・北東アジア・東南アジアは、欧米に比べ、高い伸びが予測されている(図表I-6)。

図表I-6 国際観光客の年平均伸び率の予測

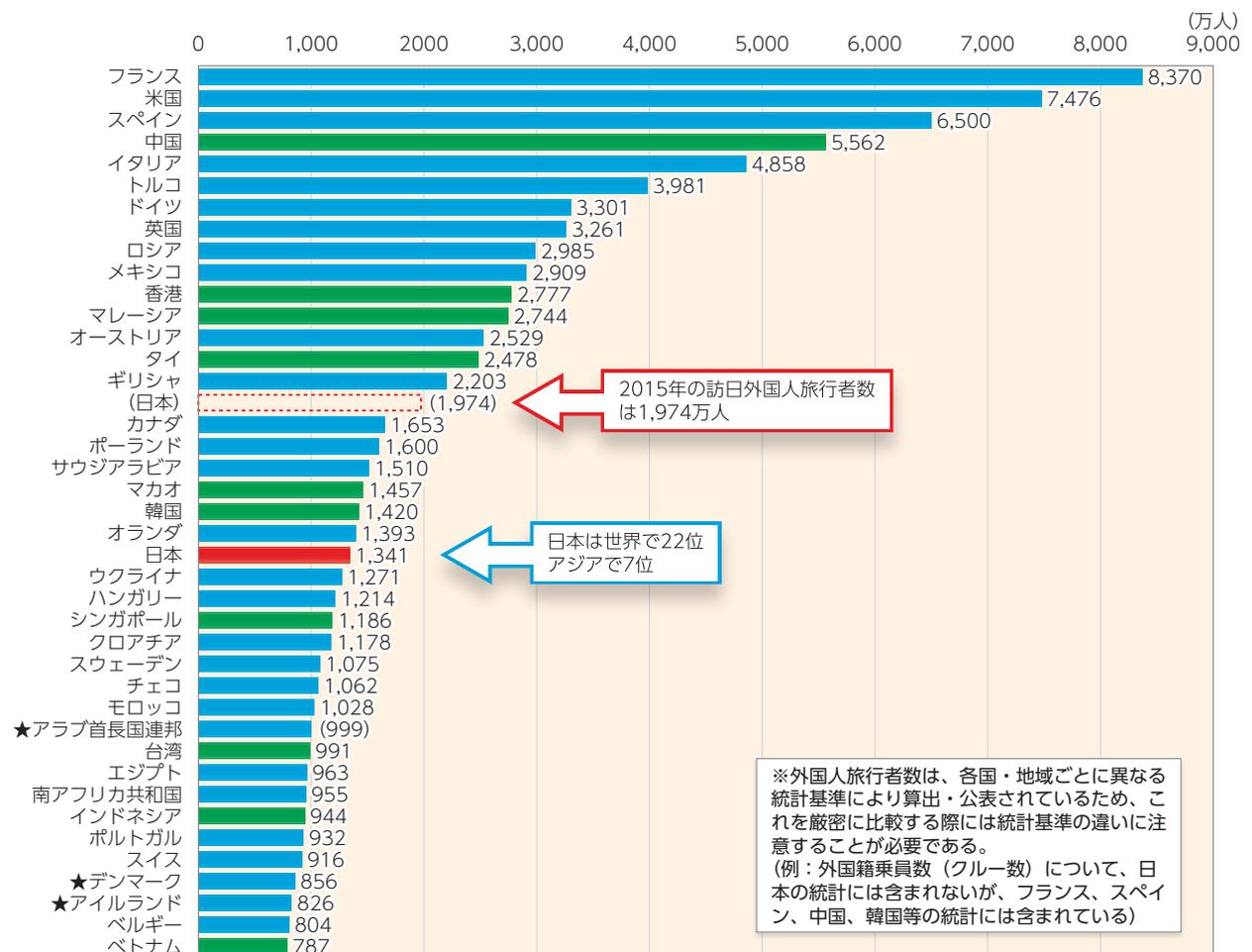


資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

外国人旅行者受入数については、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出されている。このため、比較する際には、統計基準の違いに注意する必要があるが、2014年(平成26年)の外国人旅行者受入数は、前年に引き続き、フランスが8,370万人で1位となり、米国が7,476万人で2位、スペインが6,500万人で3位であった。日本は2013年(平成25年)の1,036万人(27位(アジアで8位))から1,341万人(22位(アジアで7位))となり、人数、順位ともに上昇した。

なお、2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数は、前年比47.1%増の1,974万人であり、2014年(平成26年)の外国人旅行者受入数ランキングでは16位に相当する(図表I-7)。

図表I-7 外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：★印を付したアラブ首長国連邦、デンマーク、アイルランドは、2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

注3：アラブ首長国連邦は、連邦を構成するドバイ首長国のみの数値が判明しているため、その数値を採用した。

注4：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泊以上した外国人訪問者数である。

注5：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、その都度順位が変わり得る。

注6：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。

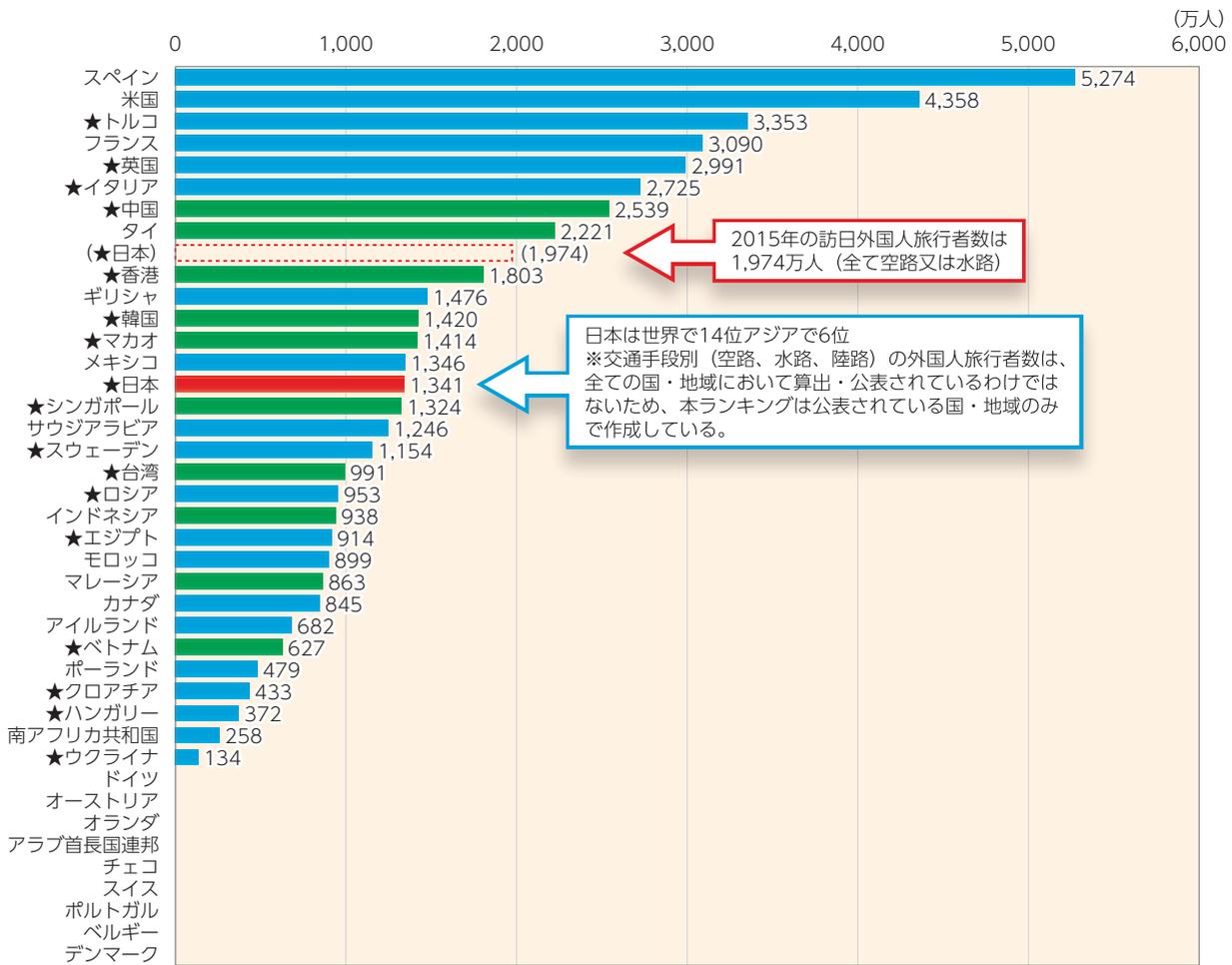
日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる。一方、欧州など多くの国が隣国と陸続きで鉄道、自動車等の陸路による入国も多いことから、我が国と同様の条件となるように空路又は水路による外国人旅行者受入数を比較したのが図表I-8である。

2014年(平成26年)は、スペインが5,274万人で1位となり、米国が4,358万人で2位、トルコが3,353万人で3位であった。日本は1,341万人(14位(アジアで6位))であり、2013年(平成25年)の1,036万人(16位(アジアで7位))から順位を上げた。

なお、2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数1,974万人は、2014年(平成26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では9位に相当する。

また、このランキングは、空路又は水路による外国人旅行者数が把握できない国・地域は含まれていない点に注意する必要がある。

図表I-8 空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

注1：本表の数値は2016年(平成28年)2月時点の暫定値である。

注2：中国、タイは2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

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。

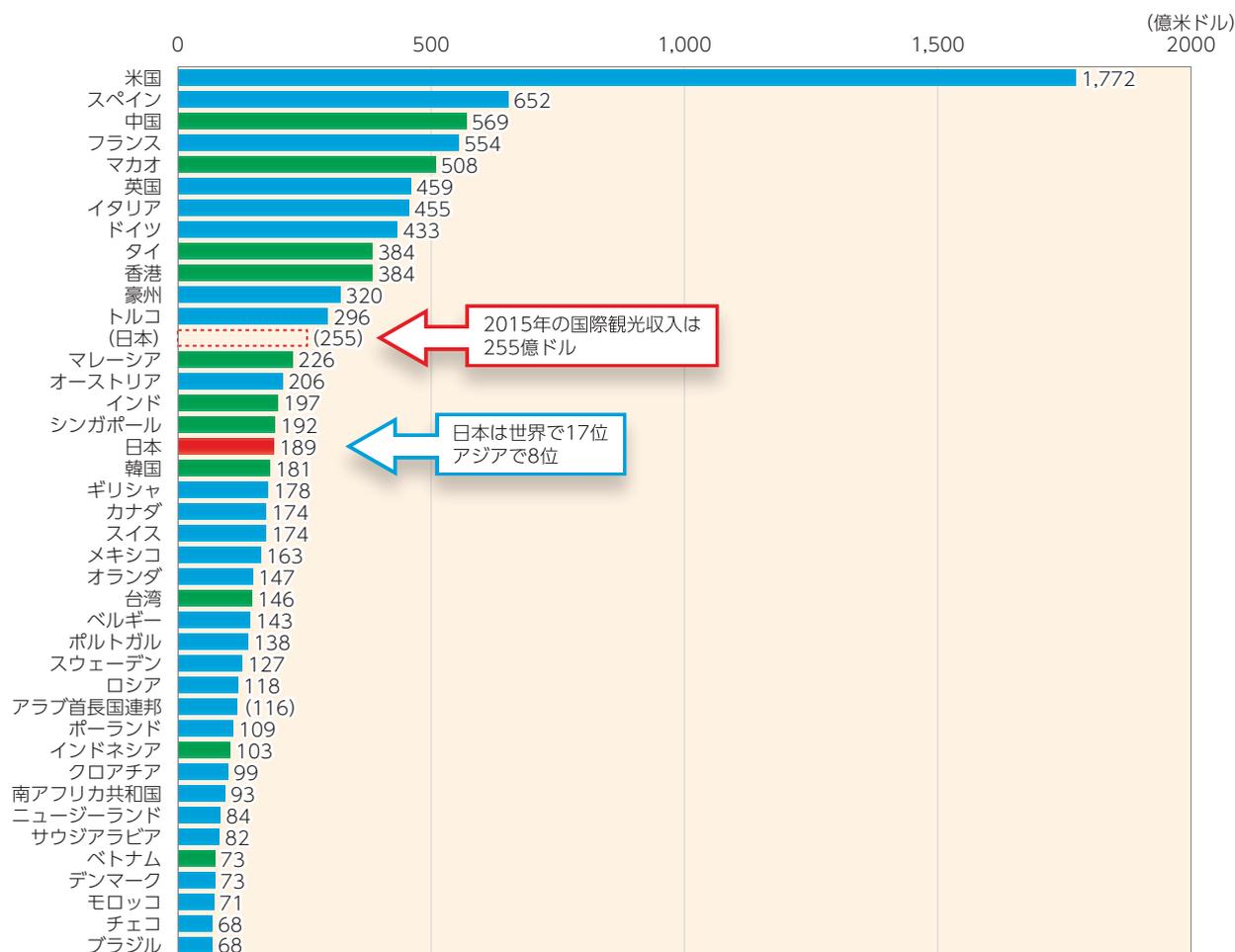
注4：ドイツ、オーストリア、オランダ、アラブ首長国連邦、チェコ、スイス、ポルトガル、ベルギー、デンマークは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。

注5：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、その都度順位が変わり得る。

注6：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。

2014年(平成26年)の各国・地域の国際観光収入については、米国が1,772億ドル、スペインが652億ドルで、それぞれ2013年(平成25年)に引き続き1位及び2位であった。中国が569億ドルで3位、フランスが554億ドルで4位となり、2013年(平成25年)と比べ、3位と4位が逆転した。2013年(平成25年)と比べ、英国が9位から6位まで順位を上げている。日本は189億ドル(アジアで8位)と、2013年(平成25年)の149億ドル(21位(アジアで8位))に比べ、順位を上げている。アジアについて見ると、中国が2013年(平成25年)に引き続き1位であった。なお、2015年(平成27年)の日本の国際観光収入は255億ドルであり、2014年(平成26年)の国際観光収入ランキングでは13位に相当する(図表I-9)。

図表I-9 国際観光収入ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：アラブ首長国連邦は、2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

注3：本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

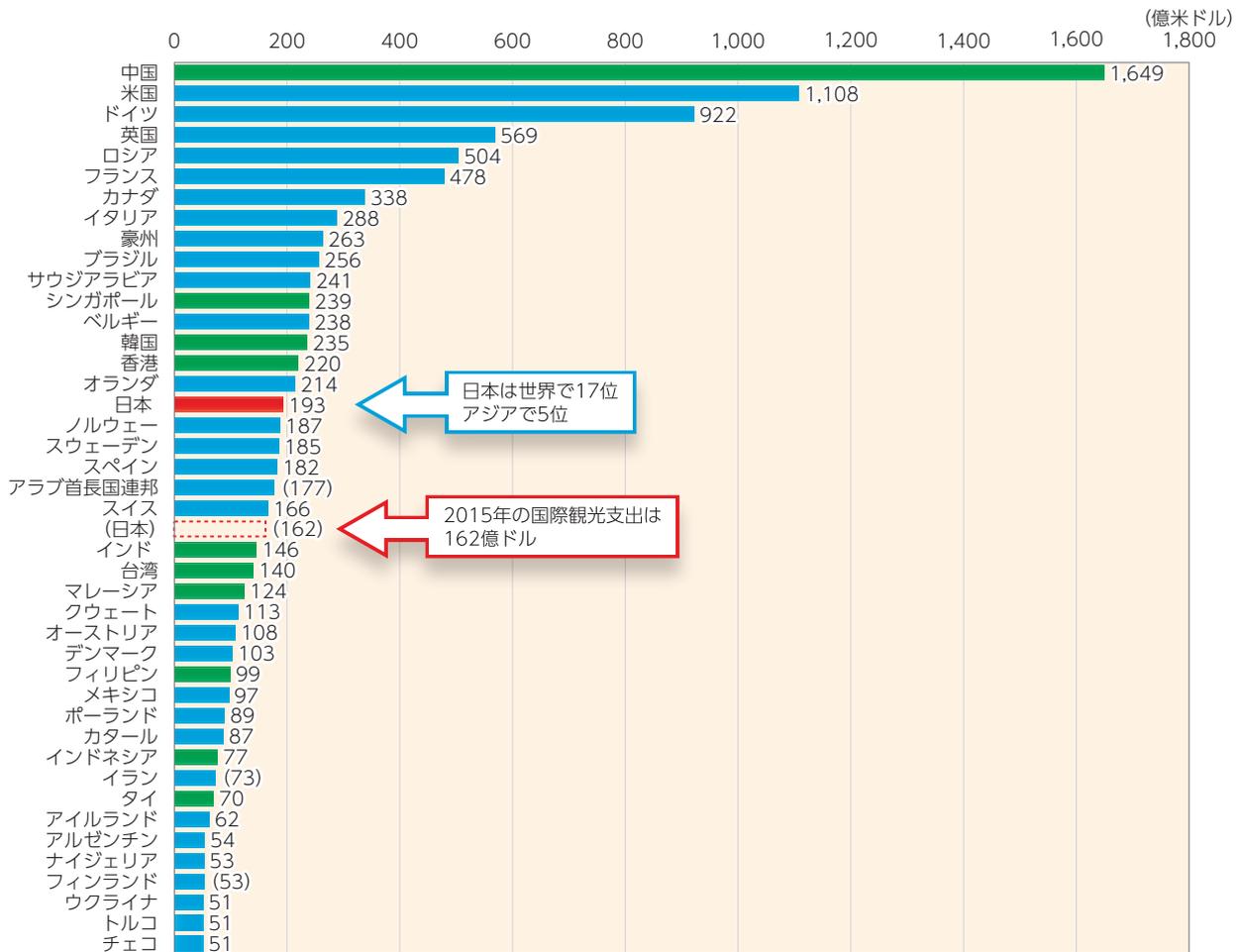
注4：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。

また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

そのため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

2014年(平成26年)の各国・地域の国際観光支出については、中国が1,649億ドルで2013年(平成25年)に引き続き1位となった。米国が1,108億ドルで2013年(平成25年)に引き続き2位となり、ドイツについても922億ドルで2013年(平成25年)に引き続き3位となった。日本は193億ドル(17位(アジアで5位))となり、2013年(平成25年)の220億ドル(12位(アジアで3位))から金額、順位ともに下降した。なお、2015年(平成27年)の日本の国際観光支出は162億ドルであった(図表I-10)。

図表I-10 国際観光支出ランキング(2014年(平成26年))



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成

注1：本表の数値は2015年(平成27年)6月時点の暫定値である。

注2：アラブ首長国連邦、イラン、フィンランドは2014年(平成26年)の数値が不明であるため、2013年(平成25年)の数値を採用した。

注3：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注4：国際観光支出は、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。

また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

そのため、数値の採用時期によって、その都度順位が変わり得る。

第2章 日本の観光の動向

2015年(平成27年)の日本経済は、内閣府「日本経済2015-2016」(2015年(平成27年)12月)によると、雇用・所得環境の改善傾向に支えられ、前年と同様に景気は緩やかな回復基調が続いているが、物価上昇に対して賃金の改善が緩慢であること、消費者マインドの持ち直しに足踏みがみられること、6月の天候不順の影響などにより、個人消費は総じてみれば底堅い動きとなっており、力強さを欠いているとされている。

2015年(平成27年)は、前年に続き日本の魅力を海外に発信した1年であった。6月には2016年(平成28年)の主要国首脳会議(サミット)が5月26日～27日に伊勢志摩で開催されることが発表された。7月には「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」がユネスコの世界文化遺産として登録された。これは、岩手・静岡・山口・福岡・佐賀・長崎・熊本・鹿児島 の8県に点在する全23資産により構成されており、八幡製鐵所修繕工場のように現在でも稼働している施設を含む世界遺産は日本では初めてのものである。

2015年(平成27年)には、交通インフラの整備も着実に進められた。鉄道では、3月14日に北陸新幹線(長野～金沢間)が開業し、東京～金沢間の所要時間は開業前の約3時間50分から最速で2時間28分と大幅な短縮が図られた。航空では、増大するLCCへの需要に対応するため、4月8日に成田国際空港においてLCC専用となる第3旅客ターミナルの供用が開始された。また、道路では、圏央道が3月、6月及び10月に埼玉県・千葉県においてそれぞれ部分開通するとともに、九州においては3月に東九州自動車道佐伯IC～蒲江IC間が開通したことにより北九州～大分～宮崎がほぼつながり、移動時間の短縮が図られた。

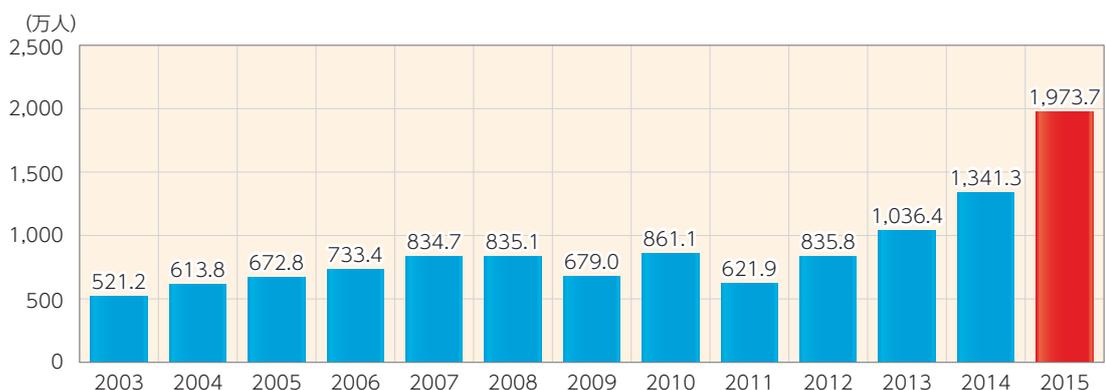
一方、5月には鹿児島県口永良部島の噴火、6月には群馬県と長野県の県境にある浅間山のごく小規模な噴火、6月から7月にかけて神奈川県箱根山(大涌谷周辺)のごく小規模な噴火、9月には熊本県阿蘇山の噴火及び台風18号による関東・東北豪雨やそれに伴う鬼怒川決壊など、自然災害が発生した1年でもあった。

第1節 訪日旅行の状況

1 訪日旅行の状況

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数は、過去最高であった2014年(平成26年)の1,341万人をさらに上回り、1,974万人(対前年比47.1%増)となり、3年連続で過去最高を更新したと同時に、統計を取り始めた1964年(昭和39年)以降で最大の伸び率を記録した(図表I-11)。

図表I-11 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成

このような状況の下で、主要20市場⁶のうち、ロシアを除く19市場が年間での過去最高を記録するなど、多くの国・地域からの年間訪日旅行者数が過去最高を記録した。

まず、アジアからの訪日旅行者は、1,637万人で前年比54.3%の伸び率となった。訪日外国人旅行者に占める割合は82.9%に達している。

中国は、日中関係が比較的安定していたこと、また、中間層の成長、外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充や円安方向への動きなどにより、訪日需要が高まった。それに相まって、航空路線の新規就航や既存路線の増便、クルーズ船寄港の大幅増加などにより、年間の訪日旅行者数は499.4万人で全体の25.3%を占め、国別の訪日旅行者数では中国は前年の2位から1位となった。

韓国については、5月に発生した中東呼吸器症候群(MERS)の影響を受け、6月の訪日旅行者数の伸びが鈍化したものの、その後徐々に回復し、年間の訪日旅行者数は400.2万人となり、初めて400万人を超えた。

台湾は、LCC⁷をはじめとした航空路線の拡充やチャーター便の運航、クルーズツアーの人気などにより、年間の訪日旅行者数は367.7万人となった。

香港は、航空路線の拡充や円安方向への動きなどにより、年間の訪日旅行者数は152.4万人となり、初めて100万人を超えた。

東南アジアは、ASEAN(東南アジア諸国連合)の主要6カ国(タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)の年間の訪日旅行者数の合計が207.0万人となり、初めて200万人を超えた。

欧州からの年間の訪日旅行者数は124.5万人となり、このうち主要3カ国(英国、フランス、ドイツ)の訪日旅行者数は60万人を超えた。

一方、ロシアの訪日旅行者は、経済制裁による自国通貨の下落や経済の低迷等の影響もあり、2011年(平成23年)以来4年ぶりに伸び率がマイナスとなった。

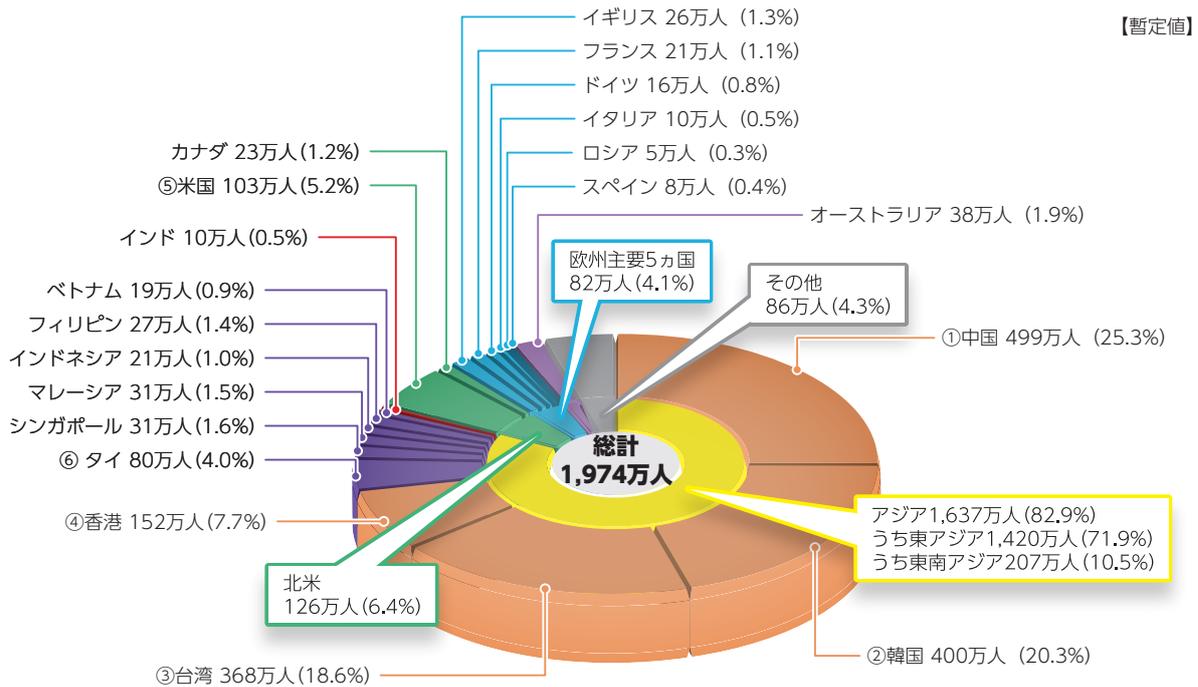
北米は、米国が103.3万人と欧米市場では初めて年間100万人を超え、米国とカナダを合わせた北米市場では126.5万人に達した。

オーストラリアからの年間の訪日旅行者は37.6万人となった。その他の地域では、南米は7.4万人、アフリカは3.2万人であった(図表I-12)。

⁶ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペインの計20カ国のことを指す(2016年(平成28年)3月現在)。

⁷ LCC(Low Cost Carrier)とは、低コストかつ高頻度の運航を行うことで低運賃の航空サービスを提供する航空会社のことである。

図表I-12 訪日外国人旅行者の内訳 (2015年(平成27年))



資料：日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成

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。

このように、近年、訪日外国人旅行者の急速な増加が続いているが、その要因としては以下が考えられる。

① 経済環境：

アジア新興国等の経済成長により海外旅行者数が増加していること、円安方向への動きにより訪日旅行への割安感が拡大していること、燃油サーチャージの値下がりにより航空運賃が低下していること、クルーズ船の寄港が増加したことなど。

② 日本への国際的注目度の高まり：

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催決定、「富士山」や「富岡製糸場と絹産業遺産群」、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界文化遺産登録、「和食」や「和紙」の無形文化遺産登録など。

③ 訪日外国人旅行者の拡大に向けた施策展開：

首都圏空港の発着枠拡大、ビザの大幅緩和や外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ⁸体制の充実等、政府全体として取り組んだ施策の成果。

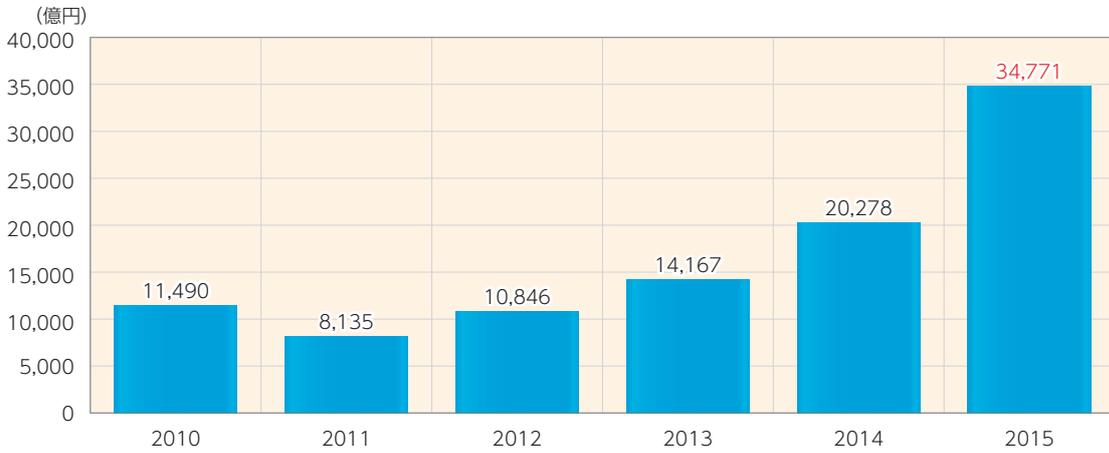
④ 継続的な訪日プロモーション：

桜のシーズンに加え、紅葉や雪など新たな訪日シーズンの創出・定着化に向けた訪日プロモーションの実施、また、東京周辺やゴールデンルートに次ぐ需要を創出するべく、訪日外国人旅行者の地方への誘客を図るため、諸外国の主要駅など訴求力の高いエリアで我が国の地方の観光魅力をPRする広告を掲出するなど、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションの効果。

8 customs, immigration and quarantineの略。出入国の際の必須手続である税関・出入国管理・検疫のこと。

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012年(平成24年)から2015年(平成27年)にかけて急速に拡大し、2015年(平成27年)は3兆4,771億円と、前年の2兆278億円を大きく上回る71.5%増となった(図表I-13)。

図表I-13 訪日外国人旅行者による消費の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：2010年(平成22年)については同年1-3月期に調査を実施していないことから、同年4-12月期の平均値を代用して算出している。

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行消費額を四半期ごとにみると、全四半期において、対前年同期比で増加した(図表I-14)。

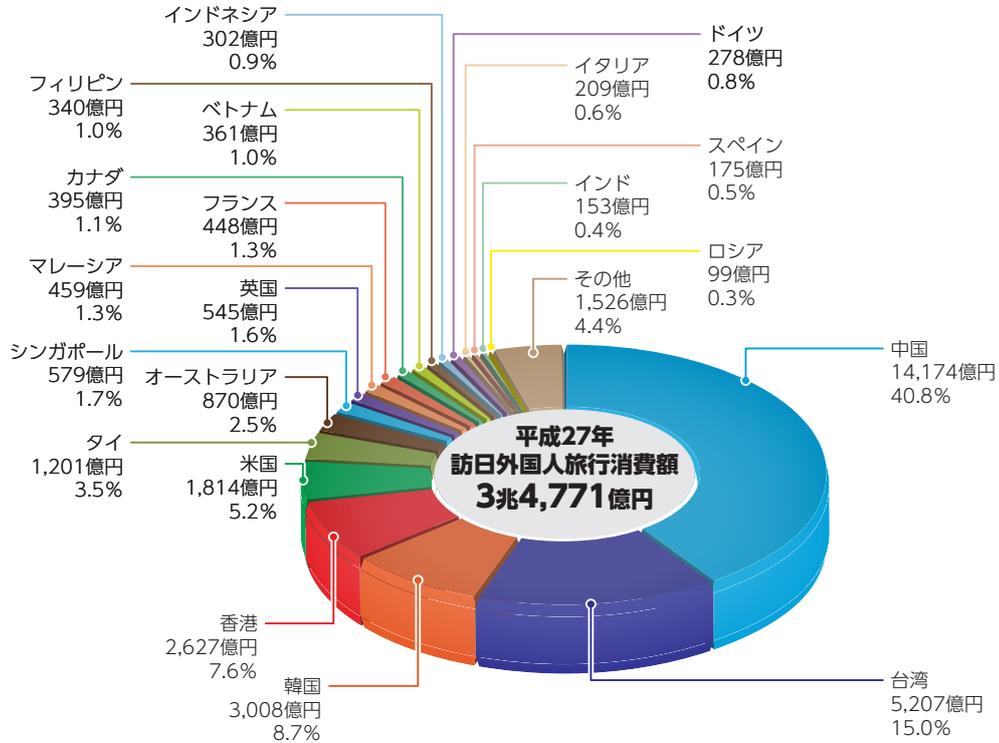
図表I-14 訪日外国人旅行消費額の四半期の推移



資料：訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成
訪日外国人旅行消費額は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、中国が初めて1兆円を超え、総額の4割を占めた(図表I-15)。

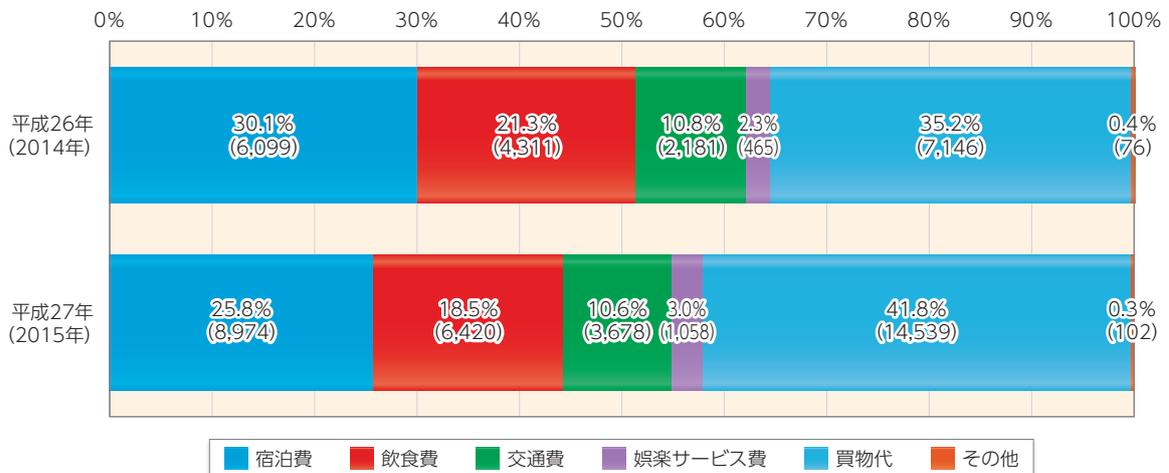
図表I-15 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比(2015年(平成27年))



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、買物代の構成比(41.8%)が前年(35.2%)に比べ拡大している(図表I-16)。

図表I-16 費目別にみる訪日外国人旅行消費額



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：()内は費目別旅行消費額(単位：億円)

また、国籍・地域別に費目別旅行消費額をみると、中国の買物代が8,088億円（前年比163.4%増）と突出して高い。次いで台湾と香港の買物代が高く、それぞれ1,000億円を超えている（**図表I-17**）。

図表I-17 国籍・地域別にみる費目別旅行消費額（2015年（平成27年））

国籍・地域	訪日外国人旅行消費額（億円）							
	総額		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
		前年比						
全国籍・地域	34,771	+71.5%	8,974	6,420	3,678	1,058	14,539	102
韓国	3,008	+43.9%	900	729	337	132	888	22
台湾	5,207	+46.9%	1,326	948	562	183	2,188	1
香港	2,627	+91.8%	643	540	262	72	1,100	10
中国	14,174	+153.9%	2,503	2,113	1,094	315	8,088	61
タイ	1,201	+25.0%	332	229	162	46	428	3
シンガポール	579	+62.9%	197	120	63	12	187	0
マレーシア	459	+26.6%	137	99	53	19	151	0
インドネシア	302	+58.6%	104	57	50	8	83	0
フィリピン	340	+75.1%	98	73	39	15	115	0
ベトナム	361	+22.3%	93	77	41	10	139	1
インド	153	+3.8%	61	38	20	2	32	0
英国	545	+32.2%	251	120	77	16	81	0
ドイツ	278	+33.3%	112	57	57	13	39	0
フランス	448	+29.0%	181	89	79	20	79	0
イタリア	209	—	81	51	40	6	32	0
スペイン	175	—	65	40	35	7	29	0
ロシア	99	-23.2%	32	19	13	4	30	1
米国	1,814	+23.0%	765	422	263	61	302	1
カナダ	395	+26.6%	141	84	72	20	78	0
オーストラリア	870	+26.2%	343	199	137	53	138	1
その他	1,526	—	610	316	223	44	333	1

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：イタリア及びスペインは、2015年（平成27年）から新たに調査対象として追加されたことから、前年比が「—」表示となっている。

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出を費目別にみると、買物代が7万3,662円と最も高く、次いで宿泊料金(4万5,465円)、飲食費(3万2,528円)の順で高い。

国籍・地域別にみると、買物代は中国で16万1,973円と突出して高く、次いでベトナムと香港で7万円台と高い。宿泊料金は英国で最も高く9万7,220円、次いでオーストラリアで9万1,177円となっている。飲食費はオーストラリアで最も高く5万2,927円、次いでスペインで5万1,629円である(図表I-18)。

アジア諸国は買物代が最も高い国が多いのに対し、欧米豪諸国は宿泊料金が最も高い国が多い。これは、アジア諸国は、比較的短期間の滞在で買い物を目的として来訪する旅行者が多く、欧米豪諸国は、比較的長期間の滞在で、日本の歴史・伝統文化体験などを目的として来訪する旅行者が多いためと考えられる。

図表I-18 国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出(2015年(平成27年))

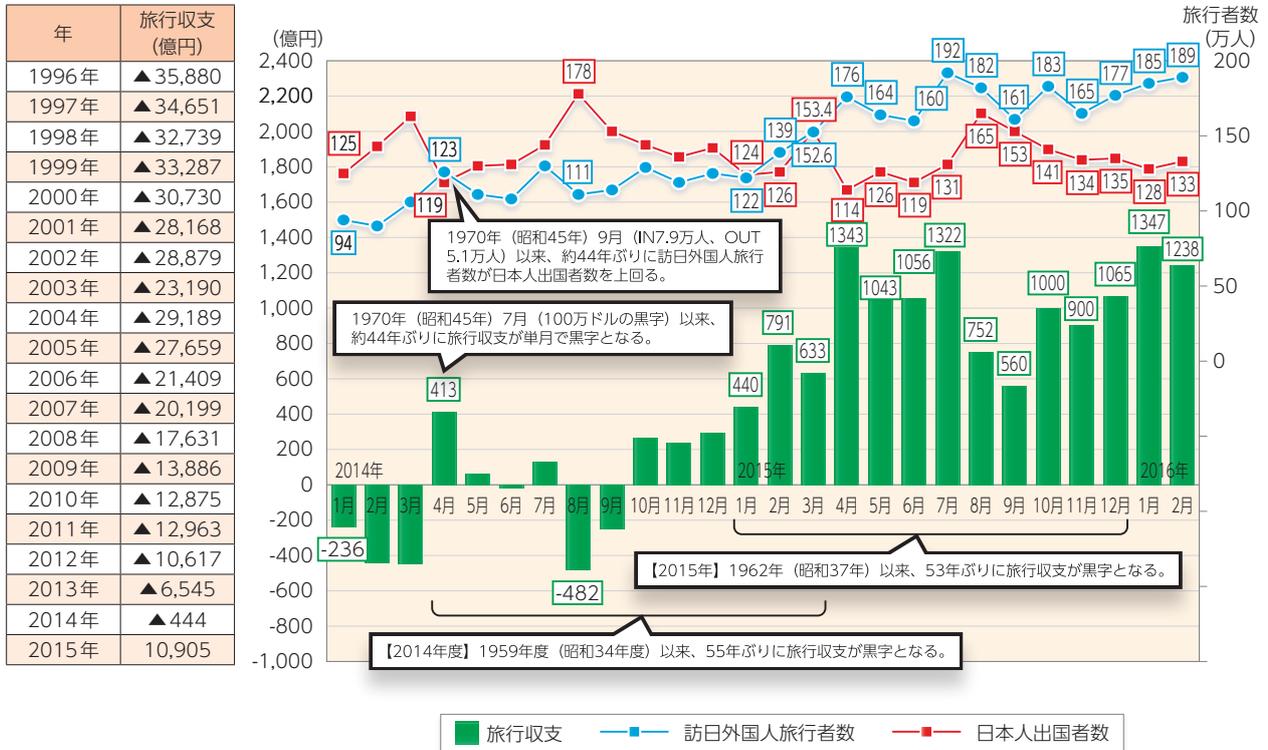
国籍・地域	訪日外国人1人当たり旅行支出(円/人)							
	総額		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
		前年比						
全国籍・地域	176,167	+16.5%	45,465	32,528	18,634	5,359	73,662	518
韓国	75,169	-0.9%	22,495	18,203	8,421	3,306	22,195	549
台湾	141,620	+13.1%	36,048	25,794	15,286	4,965	59,500	28
香港	172,356	+16.5%	42,165	35,439	17,203	4,752	72,145	652
中国	283,842	+22.5%	50,116	42,307	21,908	6,308	161,973	1,230
タイ	150,679	+3.2%	41,653	28,751	20,363	5,817	53,694	400
シンガポール	187,383	+20.3%	63,677	38,761	20,524	3,968	60,415	39
マレーシア	150,423	+3.4%	44,737	32,477	17,506	6,242	49,454	7
インドネシア	147,149	+22.7%	50,840	27,734	24,327	3,889	40,338	20
フィリピン	126,567	+20.2%	36,403	27,379	14,510	5,411	42,809	55
ベトナム	194,840	-18.0%	50,360	41,368	21,889	5,642	75,164	416
インド	148,340	-11.5%	58,847	36,729	19,080	2,266	31,255	162
英国	210,681	+12.5%	97,220	46,367	29,667	6,188	31,239	0
ドイツ	171,031	+15.0%	69,160	35,072	34,755	7,783	24,262	0
フランス	209,333	+7.5%	84,677	41,704	36,968	9,169	36,760	55
イタリア	202,077	-	78,102	49,158	38,393	5,614	30,680	131
スペイン	227,288	-	84,472	51,629	45,109	8,424	37,654	0
ロシア	182,484	-9.5%	59,267	34,689	24,538	8,193	54,270	1,527
米国	175,554	+6.2%	74,017	40,889	25,465	5,883	29,247	53
カナダ	170,696	+0.1%	60,886	36,387	31,107	8,652	33,635	30
オーストラリア	231,349	+1.5%	91,177	52,927	36,338	14,079	36,605	224
その他	178,179	-9.0%	71,163	36,909	25,982	5,110	38,908	108

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：イタリア及びスペインは、2015年(平成27年)から新たに調査対象として追加されたことから、前年比が「-」表示となっている。

こうした訪日旅行の好調な状況を背景に、国際収支における旅行収支は改善している。2015年(平成27年)は全ての月において黒字となり、暦年としては1962年(昭和37年)以来53年ぶりに黒字(1兆905億円)に転化した(図表I-19)。

図表I-19 旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移



資料：旅行収支は財務省国際収支統計、訪日外国人旅行者数は日本政府観光局(JNTO)、訪日外国人数及び日本人出国者数は法務省出入国管理統計に基づき観光庁作成

注1：旅行収支における2016年1～2月の値は速報値、2014年10月～2015年12月の値は第2次速報値、2014年9月以前の値は確報値。

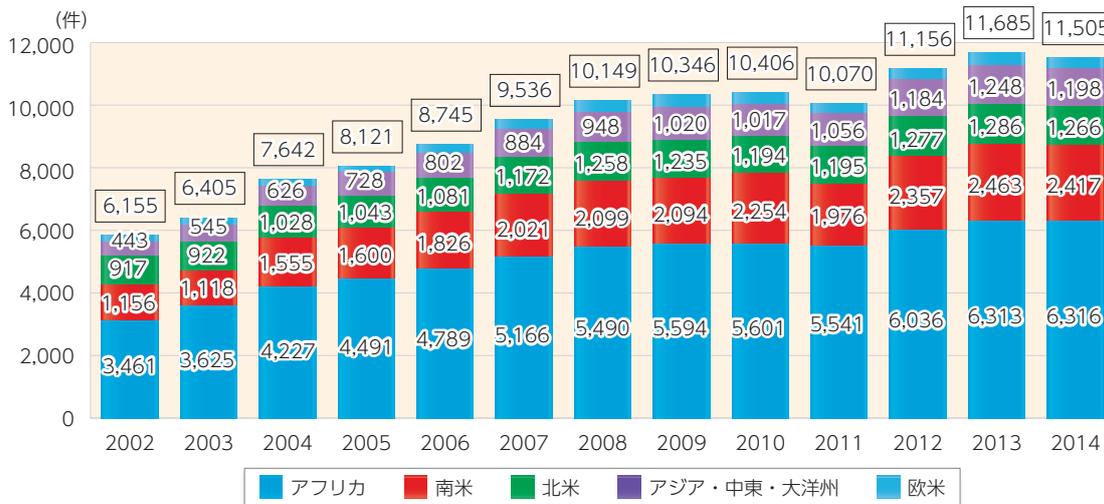
注2：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

2 国際会議及び国際展示会の開催状況

(1) 国際会議開催状況

国際会議関連団体及び事業者を会員とする国際団体ICCA⁹（国際会議協会）の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は増加傾向である。地域別の開催件数については、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めているが、急速な経済成長を背景にアジア・中東・太平洋地域や南米地域は特に開催件数の伸びが高い。アジア・中東・太平洋地域、南米地域の国際会議開催件数は、過去10年間で、それぞれ約1.6倍、約1.9倍増加している（図表I-20）。

図表I-20 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA 統計に基づき観光庁作成

注1：2015年（平成27年）のデータは5月下旬に公表予定となっている。

9 International Congress and Convention Associationの略。

我が国の国際会議開催件数は、ICCAの統計によると、2014年(平成26年)は337件で世界第7位となっている(図表I-21)。

図表I-21 国別国際会議開催件数(2014年(平成26年))

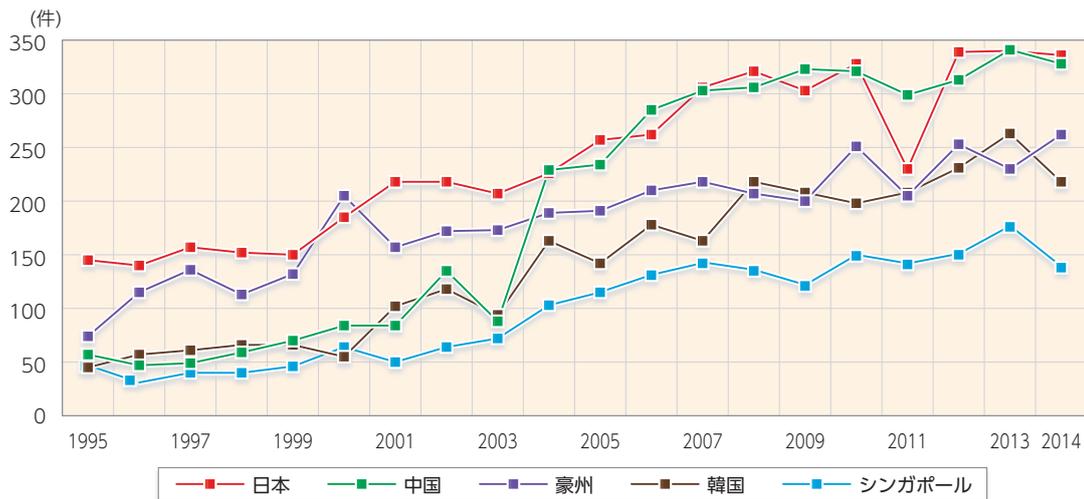
順位	国名	件
1	米国	831
2	ドイツ	659
3	スペイン	578
4	英国	543
5	フランス	533
6	イタリア	452
7	日本	337
8	中国	332
9	オランダ	307
10	ブラジル	291
11	オーストリア	287
12	カナダ	265
13	オーストラリア	260
14	スウェーデン	238
15	ポルトガル	229
16	スイス	226

資料：ICCA統計に基づき観光庁作成

注1：2015年(平成27年)のデータは5月下旬に公表予定となっている。

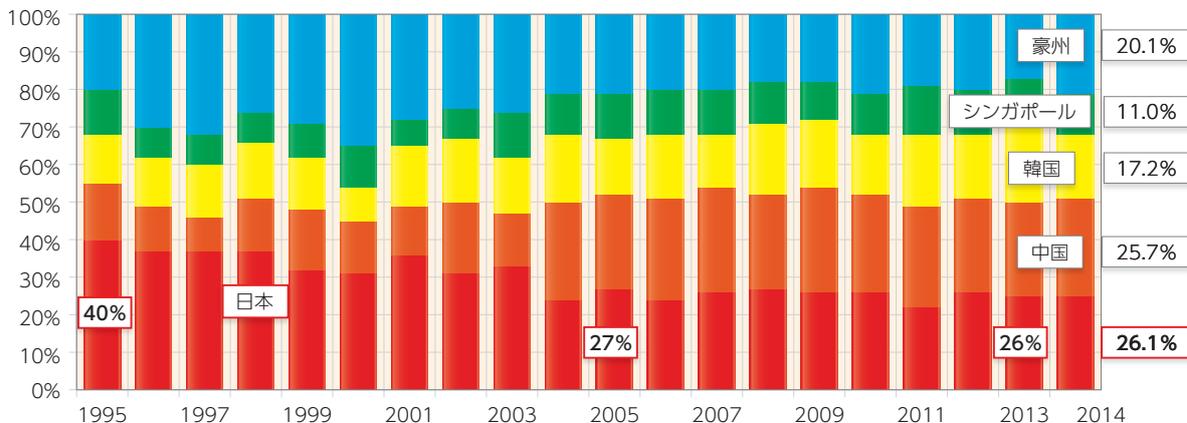
アジア大洋州地域における国際会議開催件数を国別に見ると、近年、我が国を含む主要5カ国（日本、中国、韓国、シンガポール、オーストラリア）の開催件数は増加傾向である（図表I-22）が、地域内の主要5カ国の総開催件数に占める我が国のシェアは、低下傾向にある（図表I-23）。1995年（平成7年）のシェアは40%であったが、2014年（平成26年）は26.1%となり、地域内において、辛うじて3年連続の首位を保っているものの、地域内の競争は激しくなっている。

図表I-22 アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数
(1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))



資料：ICCA(国際会議協会) 統計に基づき観光庁作成
注1：2015年(平成27年)のデータは5月下旬に公表予定となっている。

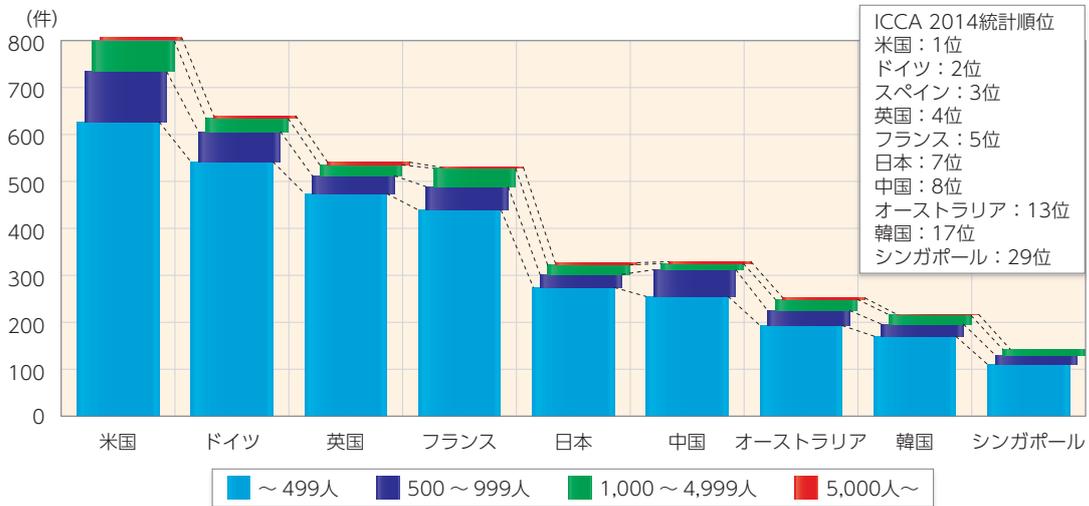
図表I-23 アジア大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移
(1995年(平成7年) - 2014年(平成26年))



資料：ICCA(国際会議協会) 統計に基づき観光庁作成
注1：2015年(平成27年)のデータは5月下旬に公表予定となっている。

我が国は、2013年（平成25年）に閣議決定された「日本再興戦略」の中で、「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という目標を設定しており、厳しさを増す市場の中で、国際会議の誘致力を強化していくことが求められている。国際会議の規模別の開催件数について、我が国と主要国を比較すると、我が国は欧米の主要国に比べて、1,000人以下の国際会議開催件数が低くなっているが、競争の激しいアジア市場で我が国が国際会議開催件数をさらに増やして目標を達成するためには、こうした中小規模の国際会議も着実に誘致していくことが必要となる。また、1,000人を超える大型国際会議は、世界全体でも開催件数があまり多くないが、経済波及効果が大きいことから、引き続き確実に我が国に誘致していくことが求められる。

図表I-24 欧米及びアジア大洋州地域主要国における国際会議の規模別開催件数
(2014年(平成26年))



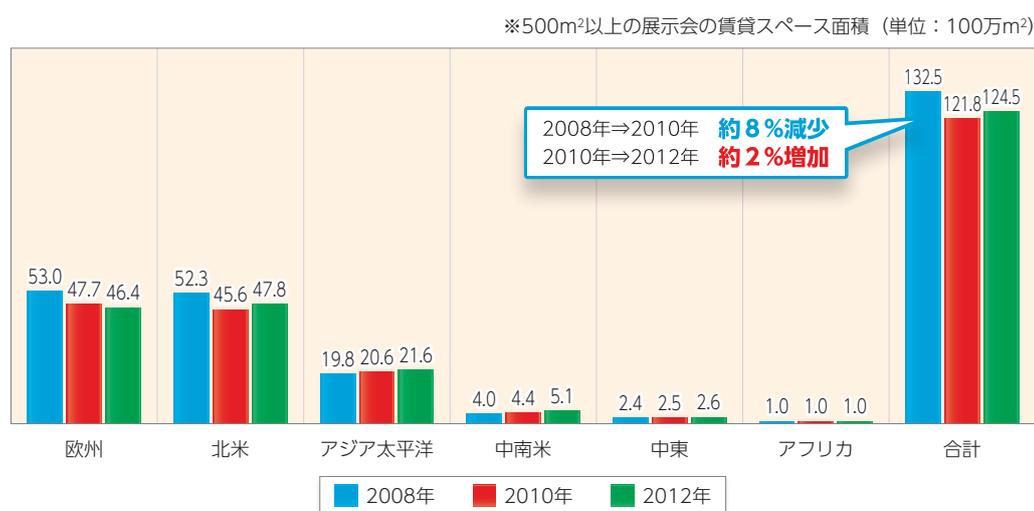
資料：ICCA 統計に基づき観光庁作成

注1：2015年（平成27年）のデータは5月下旬に公表予定となっている。

(2) 国際展示会開催状況

UFI(国際見本市連盟)によると、2012年(平成24年)に世界各国で開催された500㎡以上の展示会は、推定約31,000件(賃貸展示スペース面積(展示会のために賃貸された面積)124百万㎡)で、賃貸展示スペース面積は2008年(平成20年)から2010年(平成22年)にかけて8%減少したが、2010年(平成22年)から2012年(平成24年)は2%増加した。また、欧州は2008年(平成20年)から2012年(平成24年)の間に賃貸展示スペース面積が9%減少しているが、同時期にアジア太平洋の賃貸展示スペース面積は9%伸びている(図表I-25)。

図表I-25 地域別賃貸展示スペース面積の推移



資料: UFI(2014年(平成26年))「Global Exhibition Industry Statistics」に基づき観光庁作成

我が国の5,000㎡以上の展示場面積は、UFI(国際見本市連盟)のデータによると2011年(平成23年)時点で約34万㎡で世界第16位であるが(図表I-26)、賃貸展示スペースを見ると320万㎡で世界の主要展示会開催国の一つとなっており(図表I-27)、中小の展示会場を含めて展示スペースを効率的に活用していることがわかる。アジア太平洋地域の展示会市場は好調であることから、我が国としても、引き続き効率よく展示会を開催し、海外からのビジネス客を取り込んでいくことが重要である。

図表I-26 国別総展示場面積(5,000㎡超)(2011年(平成23年))

順位	国	面積(㎡)	割合
1	米国	6,712,342	20.6%
2	中国	4,755,102	14.6%
3	ドイツ	3,377,821	10.4%
4	イタリア	2,227,304	6.8%
5	フランス	2,094,554	6.4%
6	スペイン	1,548,057	4.8%
7	オランダ	960,530	2.9%
8	ブラジル	701,882	2.2%
9	英国	701,857	2.2%
10	カナダ	684,175	2.1%
11	ロシア	566,777	1.7%
12	スイス	500,570	1.5%
13	ベルギー	448,265	1.4%
14	トルコ	433,904	1.3%
15	メキシコ	431,761	1.3%
16	日本	345,763	1.1%
17	オーストリア	287,475	0.9%
18	韓国	280,190	0.9%
19	インド	278,010	0.9%
20	ポーランド	268,068	0.8%
21	オーストラリア	257,990	0.8%
22	チェコ	252,700	0.8%
23	ギリシア	223,400	0.7%
24	スウェーデン	217,060	0.7%
25	デンマーク	216,070	0.7%
26	シンガポール	203,600	0.6%
27	タイ	200,174	0.6%
28	イラン	198,980	0.6%
29	南アフリカ	178,432	0.5%
30	UAE	177,000	0.5%
	その他	2,839,463	8.7%
	全世界合計	32,569,276	100.0%

資料：UFI「The 2011 World Map of Exhibition Venues」に基づき観光庁作成

図表I-27 主要国別賃貸展示スペース面積(2012年(平成24年))

国	面積(100万㎡)
米国	41.1
中国	13.7
ドイツ	8.7
イタリア	5.9
フランス	5.7
日本	3.2
ブラジル	3.0
ロシア	2.9
スペイン	2.8
英国	2.8

資料：UFI(2014)「Global Exhibition Industry Statistics」に基づき観光庁作成

第2節 海外旅行の状況

2015年(平成27年)の日本人の海外旅行者数は1,621万人(対前年比4.1%減)となり、3年連続の減少となった。これは、円安方向への動きにより現地での買い物も含めた旅行代金が上昇し、割高感が生じていることや、テロなどの地政学リスク等によるものと考えられる(図表I-28)。

図表I-28 日本人の海外旅行者数の推移

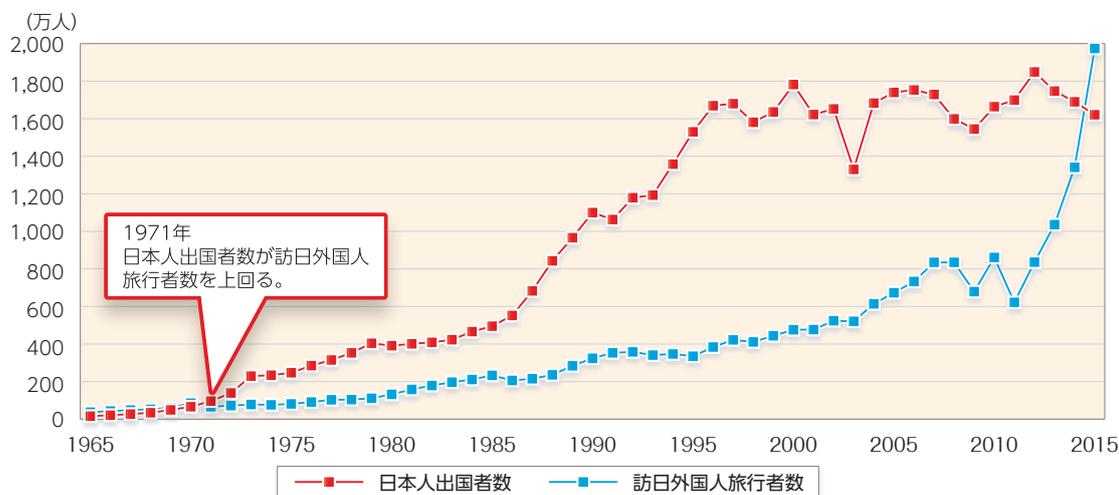


資料：法務省資料に基づき観光庁作成

2015年(平成27年)における日本人の海外旅行者数を国・地域別に見ると、韓国へは44万人減(対前年比19.4%減)、中国へは22万人減(対前年比8.1%減)、香港へは3万人減(対前年比2.7%減)となっており、この3カ国だけで約70万人の減少となっている。

なお、2015年(平成27年)は出国日本人数が1,621万人、訪日外国人旅行者数が1,974万人となり、45年ぶりに訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回った(図表I-29)。

図表I-29 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移

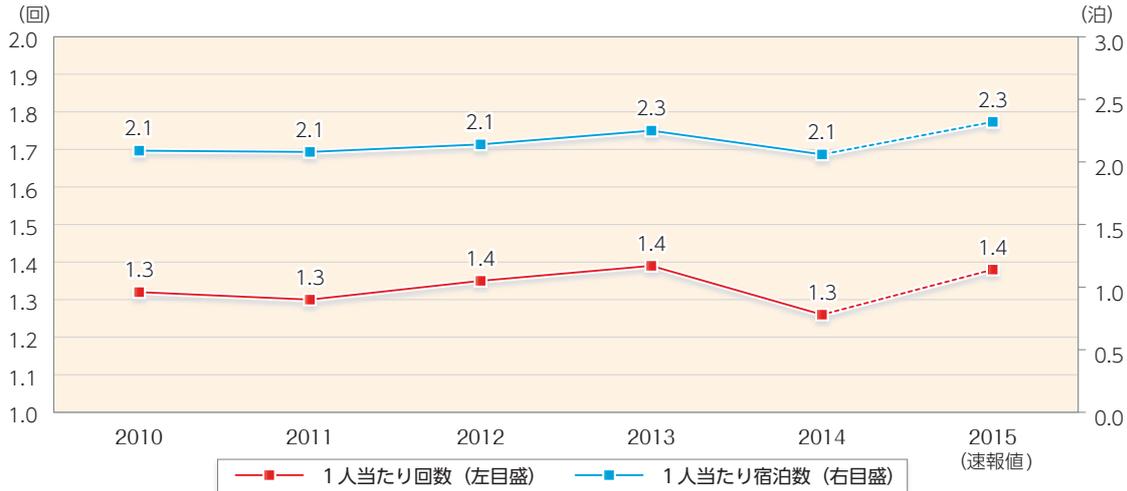


資料：訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成
出国日本人数は、法務省資料に基づき観光庁作成

第3節 国内旅行の状況

2015年(平成27年)においては、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.4回(前年比9.8%増)、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.3泊(同12.3%増)であった。国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに、2014年(平成26年)は同年4月の消費税率引上げの影響もあり減少に転じたが、2015年(平成27年)は、前年の落ち込みの反動もあり、再び増加に転じた(図表I-30)。

図表I-30 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移

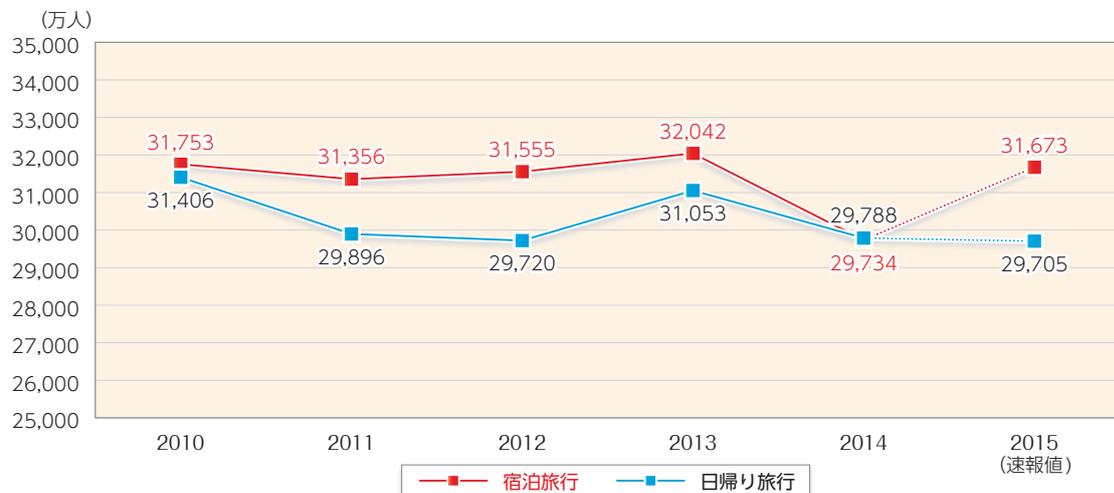


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年(平成27年)の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

2015年(平成27年)に国内宿泊旅行に行った人数は延べ3億1,673万人(対前年比6.5%増)となった。増加要因としては、前年の消費税率引上げによる落ち込みの反動、3月に開業した北陸新幹線の開業効果、9月の大型連休(シルバーウィーク)などが影響したためと考えられる。一方、国内日帰り旅行は延べ2億9,705万人(対前年比0.3%減)となった(図表I-31)。

図表I-31 国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

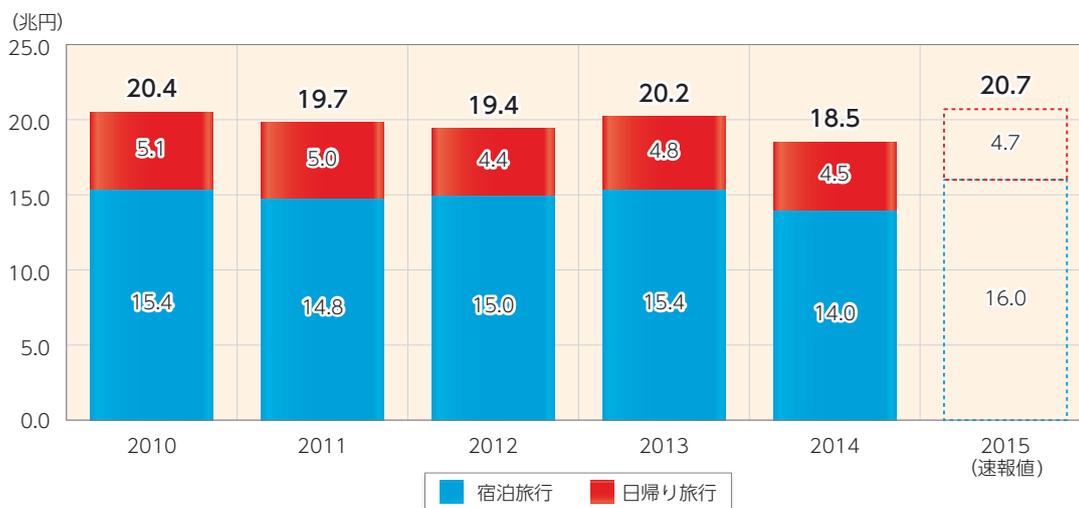


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年(平成27年)の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

国内旅行消費額については、2014年(平成26年)は対前年で減少したものの、2015年(平成27年)は11.7%増加し20.7兆円であった(図表I-32)。

図表I-32 国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年(平成27年)の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

第4節 宿泊旅行の状況

日本における延べ宿泊者数については、2015年(平成27年)は5億545万人泊(前年比6.7%増)と初めて5億人泊を突破した。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億3,908万人泊(前年比2.4%増)、外国人延べ宿泊者数は6,637万人泊(前年比48.1%増)であった。また、延べ宿泊者数全体に占める外国人宿泊者数の割合は13.1%と、初めて1割を超えた(図表I-33)。

図表I-33 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



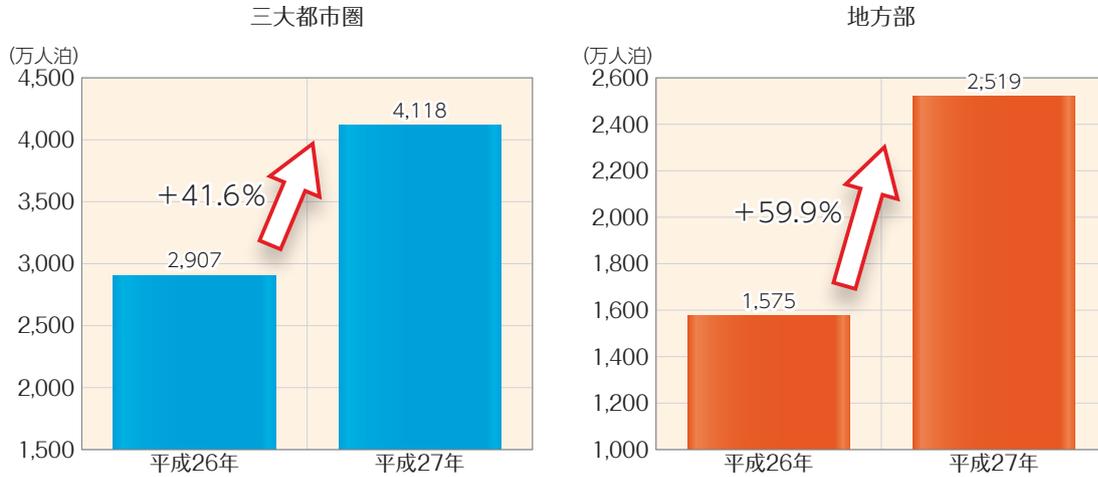
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。

注2：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏と地方部で比較すると、三大都市圏で41.6%増、地方部で59.9%増となっており、地方部の伸びが三大都市圏の伸びを大きく上回った(図表I-34)。

図表I-34 三大都市圏及び地方部の延べ宿泊者数の推移



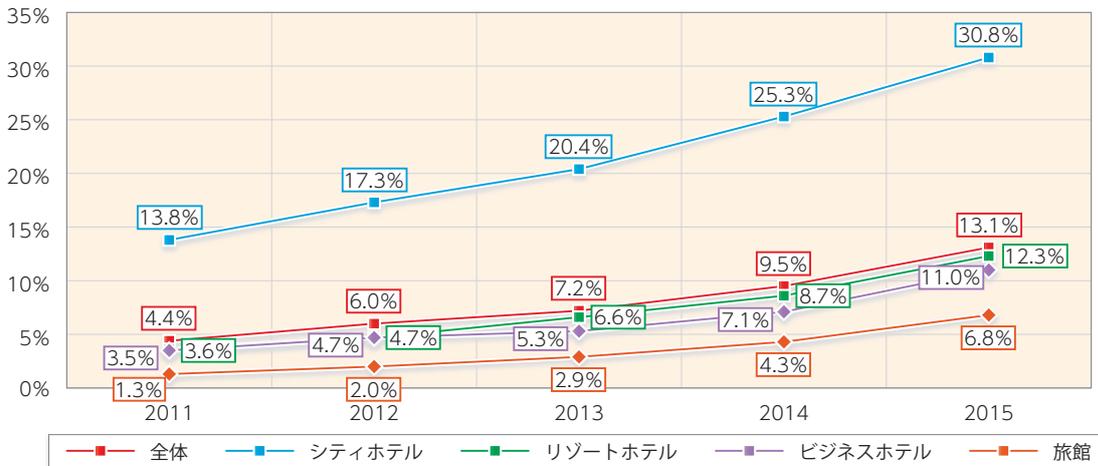
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県をいう。
地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

宿泊施設タイプ別に外国人延べ宿泊者数の割合を見ると、特にシティホテルは外国人の割合が高く、2011年(平成23年)は13.8%であったものが2015年(平成27年)には30.8%に拡大し、宿泊者の約3人に1人が外国人となっている(図表I-35)。

図表I-35 宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊数の割合の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)は速報値。

2011年(平成23年)以降の客室稼働率(全国)は上昇傾向にあり、2011年(平成23年)の51.8%から2015年(平成27年)には60.5%となっている。特に東京都と大阪府の2大都市部の客室稼働率の上昇は顕著で、2011年(平成23年)の東京都68.0%、大阪府68.2%から、2015年(平成27年)にはそれぞれ82.3%、85.2%と、80%を超える水準となった(図表I-36)。

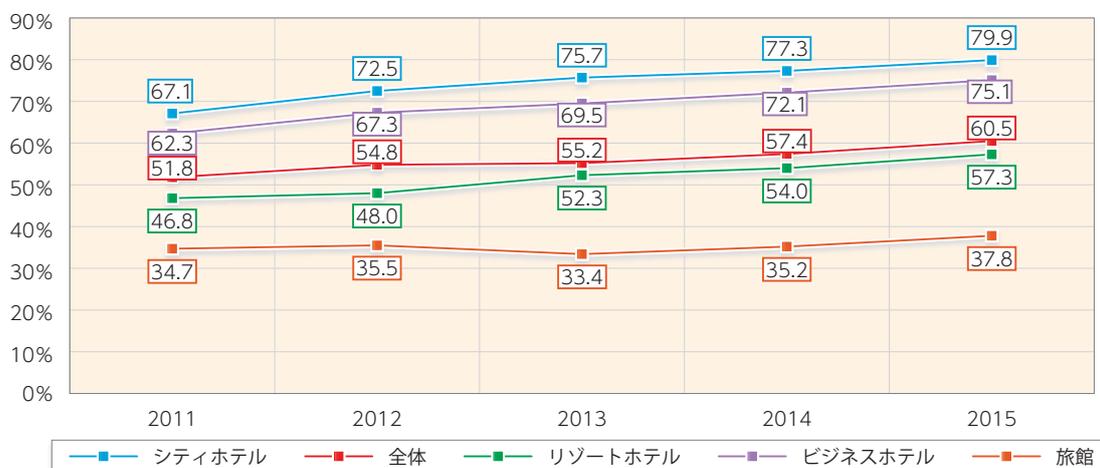
図表I-36 客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

宿泊施設タイプ別の客室稼働率は、特に、シティホテル、ビジネスホテルが2011年(平成23年)から2015年(平成27年)の間に12ポイント以上上昇し、それぞれ79.9%、75.1%に達している。旅館は比較的低い水準であるが、上昇傾向にある(図表I-37)。

図表I-37 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

また、客室稼働率が80%を超えた都道府県は、シティホテル11箇所(2014年(平成26年):5箇所)、ビジネスホテル5箇所(同:3箇所)、リゾートホテルは2箇所(同:2箇所)と増加した(図表I-38)。

図表I-38 都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率(2015年(平成27年))

	宿泊施設タイプ					
	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所
全国	60.5	37.8	57.3	75.1	79.9	27.3
北海道	61.5	46.9	48.3	73.3	77.6	23.4
青森県	50.4	41.3	44.3	61.2	59.2	16.1
岩手県	52.5	39.5	41.5	71.1	65.4	23.1
宮城県	62.2	47.8	41.8	74.3	70.4	34.7
秋田県	44.0	31.5	38.3	59.3	65.0	17.6
山形県	48.4	31.9	31.3	69.2	68.7	12.2
福島県	52.5	39.9	45.0	79.8	75.9	9.5
茨城県	51.8	25.3	44.7	64.9	68.0	12.7
栃木県	47.6	38.8	51.3	68.3	60.1	11.2
群馬県	50.7	46.1	43.8	70.2	72.1	11.5
埼玉県	66.3	25.2	36.7	75.8	80.9	22.3
千葉県	70.7	35.6	84.1	73.7	82.8	21.6
東京都	82.3	61.5	76.4	86.3	83.8	63.5
神奈川県	66.7	48.3	59.4	81.0	82.0	42.0
新潟県	43.7	25.8	31.9	66.6	65.9	22.0
富山県	55.3	37.3	50.7	73.5	71.8	27.6
石川県	64.9	53.6	54.1	79.2	80.7	23.7
福井県	43.2	31.4	43.1	69.3	57.2	9.5
山梨県	48.3	38.1	59.1	72.4	66.8	18.9
長野県	35.7	26.2	37.6	71.1	71.8	12.4
岐阜県	50.2	38.5	51.3	73.3	73.2	20.3
静岡県	54.9	41.0	53.8	71.6	77.5	17.6
愛知県	70.9	31.5	58.7	78.7	84.0	47.3
三重県	49.9	29.9	54.2	66.4	70.2	7.1
滋賀県	60.5	35.2	61.6	75.4	71.2	20.8
京都府	71.4	50.3	54.8	84.2	86.2	39.2
大阪府	85.2	50.7	91.4	87.8	88.1	58.5
兵庫県	58.9	37.1	59.3	80.6	80.8	17.4
奈良県	46.3	31.5	73.2	68.4	78.0	20.2
和歌山県	47.7	42.9	54.4	65.5	70.8	18.5
鳥取県	51.1	38.3	32.4	73.0	77.4	13.2
島根県	54.4	36.0	40.8	74.2	67.6	21.2
岡山県	57.0	32.6	44.2	70.7	67.6	14.8
広島県	65.5	37.5	60.6	79.6	79.5	29.3
山口県	58.3	40.6	54.8	66.4	65.7	37.9
徳島県	47.9	25.8	52.3	65.8	64.1	9.2
香川県	55.6	35.1	58.4	64.9	66.1	19.0
愛媛県	53.5	50.4	45.2	64.8	69.6	15.7
高知県	48.0	31.3	44.5	63.6	70.8	16.5
福岡県	68.7	32.7	66.0	73.0	82.1	31.1
佐賀県	56.4	50.2	68.4	65.6	57.7	10.5
長崎県	59.9	42.8	66.0	72.5	76.5	17.3
熊本県	55.5	40.2	53.8	69.2	72.4	16.9
大分県	53.6	38.2	62.2	67.9	65.3	14.2
宮崎県	53.0	31.2	44.3	66.2	60.9	19.4
鹿児島県	52.4	36.1	43.9	66.3	64.8	15.6
沖縄県	67.7	20.5	76.3	76.8	81.0	33.3

※宿泊施設タイプ別にみたとき、客室稼働率が最も大きかった都道府県を赤字で示している。

また、客室稼働率が80%を超えている都道府県は青色、90%を超えている都道府県は黄色で示している。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

第5節 東日本大震災からの復興の状況

全国、東北計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）、そのうち被災の激しかった3県計（岩手県、宮城県、福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の2010年（平成22年）を100として指数化して、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況を把握する。

1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数

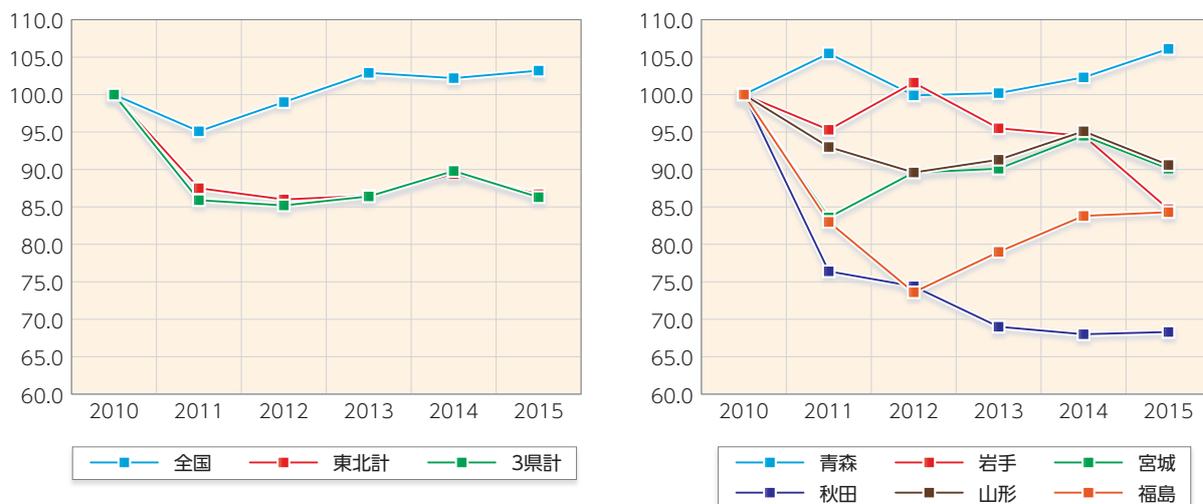
観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数については、全国では、2011年（平成23年）には95.1まで低下したが、2012年（平成24年）には99.0にまで回復し、それ以降は震災前の2010年（平成22年）の水準を上回っている。

これに対し、東北計、3県計は、2011年（平成23年）に80台にまで低下し、2015年（平成27年）においても、それぞれ86.7、86.3と80台後半で推移している。

県別にみると、秋田県は2011年（平成23年）以降も大きく低下し2015年（平成27年）においては68.3となっている。福島県も2012年（平成24年）までは大きく低下したが、それ以降は上昇に転じ、2015年（平成27年）には84.3となった。宮城県は、2011年（平成23年）に83.6まで低下したが、それ以降は90前後で推移している。岩手県は、2011年（平成23年）に95.3に低下し、翌年には2010年（平成22年）の水準を上回ったが、それ以降は再度低下し、2015年（平成27年）には84.7となった。青森県は、2011年（平成23年）に唯一増加したが、2012年（平成24年）には99.9となった。しかしながら、それ以降は2010年（平成22年）の水準を超えて推移しており、2015年（平成27年）には106.1となった。山形県は、2012年（平成24年）まで低下が続いたものの、それ以降は90前後で推移している。

以上から、日本人観光客の宿泊については、岩手県、秋田県、福島県を中心に全国に比べて低い水準となっていることが影響し、東北全体では厳しい状況が続いている（図表I-39）。

図表I-39 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数
（2010年（平成22年）を100とした指数の推移）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2015年（平成27年）の数値は速報値。

2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数

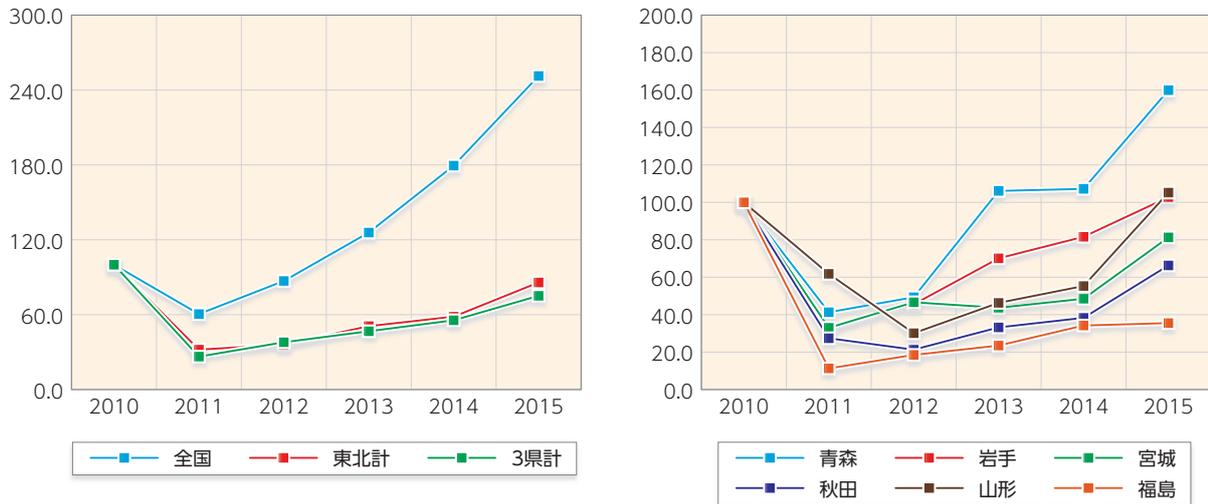
観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数については、全国では、2011年(平成23年)には60.5まで大きく低下したが、2012年(平成24年)以降は急激に伸びており、2015年(平成27年)には251.2となり、震災前の2010年(平成22年)の水準を大きく上回っている。

これに対し、東北計、3県計は、2011年(平成23年)にそれぞれ32.0、26.4にまで大きく低下した。2012年(平成24年)以降は回復基調にあり、2015年(平成27年)にはそれぞれ85.8、75.1まで上昇している。

県別にみると、福島県は、2011年(平成23年)に11.3まで大きく低下し、それ以降上昇傾向にあるものの、2015年(平成27年)は35.5と低い水準にとどまっている。秋田県は、2012年(平成24年)まで低下し続け21.3となったが、それ以降は上昇し、2015年(平成27年)は66.3となっている。宮城県は、2011年(平成23年)に33.0まで低下したが、その後は上昇傾向にあり、2015年(平成27年)は前年の48.5から81.3へと大きく上昇した。山形県は、2012年(平成24年)まで低下し続け30.1となった。それ以降は上昇し、2015年(平成27年)には前年の55.3から105.2へと大きく上昇した。岩手県は、2011年(平成23年)に32.5に低下したが、2012年(平成24年)以降は上昇し、2015年(平成27年)には102.8と震災前の水準にまで回復した。青森県は、2011年(平成23年)に41.3まで低下したが、2013年(平成25年)以降、急回復し、2015年(平成27年)は159.9と、2010年(平成22年)の水準を大きく上回った。

以上から、訪日外国人観光客の宿泊については、福島県、秋田県、宮城県において厳しい状況が続いている。また、東北全体では回復基調にあるものの、2010年(平成22年)の水準には達していない状況である(図表I-40)。

図表I-40 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2015年(平成27年)の数値は速報値。

3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数

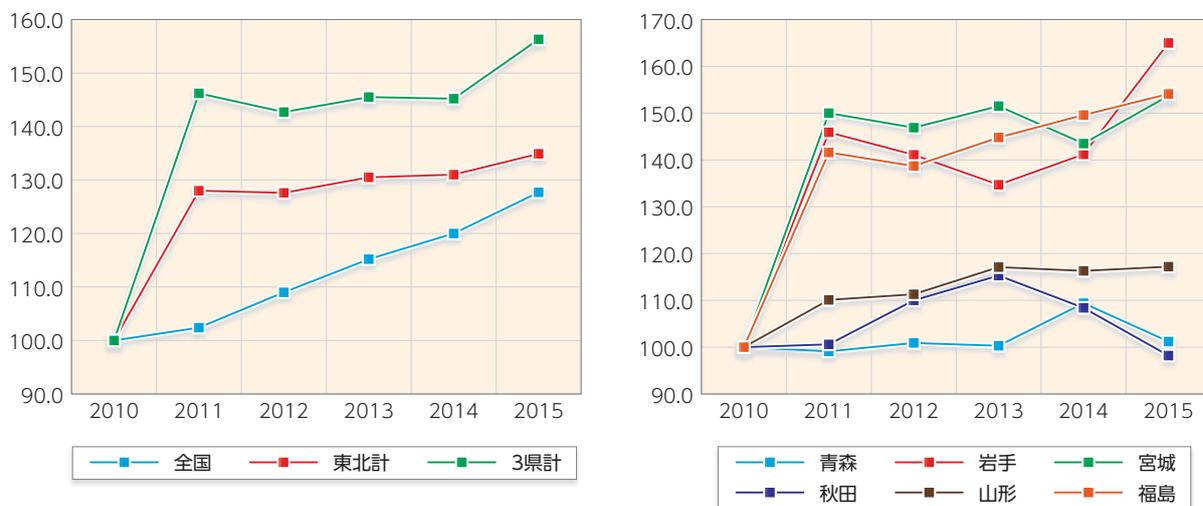
ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数については、全国では、2010年(平成22年)以降上昇傾向にあり、2015年(平成27年)には127.7となった。東北計、3県計は、2011年(平成23年)に大きく上昇し、その後も横ばいから上昇傾向にあって、2015年(平成27年)は、それぞれ134.9、156.3となった。

県別にみると、岩手県、宮城県、福島県の3県と青森県、秋田県、山形県は水準が大きく異なっている。岩手県、宮城県、福島県の3県は、2011年(平成23年)に大きく上昇しいずれも140を超える水準となった。2015年(平成27年)には岩手県の165.0を筆頭に、いずれも150を超える水準となった。

山形県はこの3県の水準を下回るが、2010年(平成22年)以降上昇傾向にあり、2013年(平成25年)に117.1となって以降、117前後を推移し、2015年(平成27年)には117.2となった。秋田県は、2013年(平成25年)まで上昇し115.3となったが、2014年(平成26年)以降、低下傾向にあり、2015年(平成27年)には2010年(平成22年)の水準を下回り、98.2となった。青森県は、2014年(平成26年)には109.4となったが、2015年(平成27年)は、101.2に低下した。

ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数については、被災の激しかった3県では復興関連の需要が続いており、全国水準を大きく上回って推移している(図表I-41)。

図表I-41 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%未満の宿泊施設の実績を使用。

注2：2015年(平成27年)の数値は速報値。

第6節 地域における観光の状況

2015年(平成27年)の全国の延べ宿泊者数は、5億545万人泊(対前年比6.7%増)となった。地方ブロック別では、関東地方が1億3,892万人泊(全体の27.5%)、近畿地方が7,668万人泊(全体の15.2%)、中部地方が6,006万人泊(全体の11.9%)で上位となり、全国の延べ宿泊者数の54.5%を占めた。これらの3地方と北海道地方及び九州地方において、延べ宿泊者数は2011年(平成23年)以降増加を続けている(図表I-42)。

図表I-42 地域ブロック別延べ宿泊者数



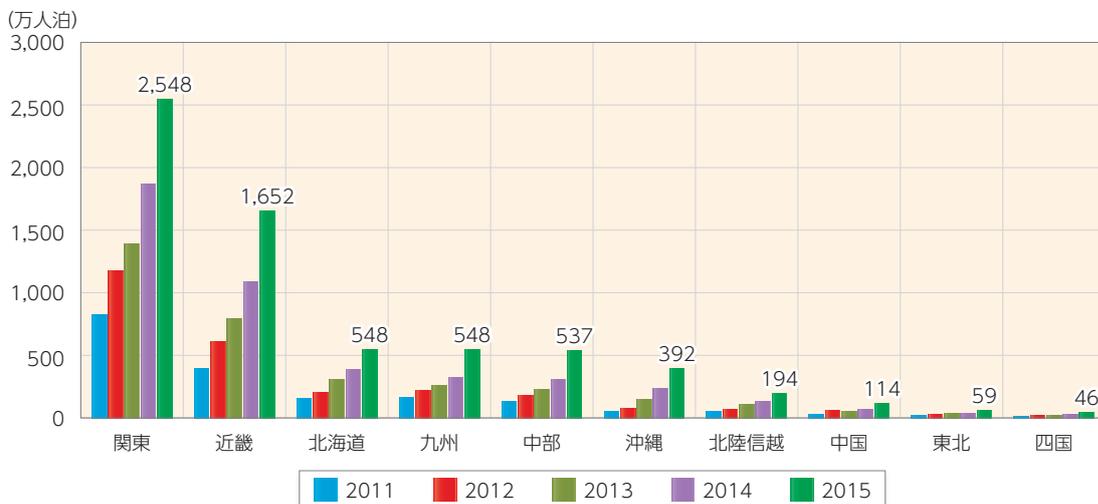
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

このうち外国人延べ宿泊者数は、6,637万人泊(対前年比48.1%増)となった。地方ブロック別では、関東地方が2,548万人泊(全体の38.4%)、近畿地方が1,652万人泊(全体の24.9%)、北海道及び九州地方がそれぞれ548万人泊(それぞれ全体の8.3%)で上位となり、全国の外国人延べ宿泊者数の79.8%を占めた。

全ての地方において、外国人延べ宿泊者数は、2011年(平成23年)以降増加を続けている(図表I-43)。

図表I-43 地域ブロック別外国人延べ宿泊者数

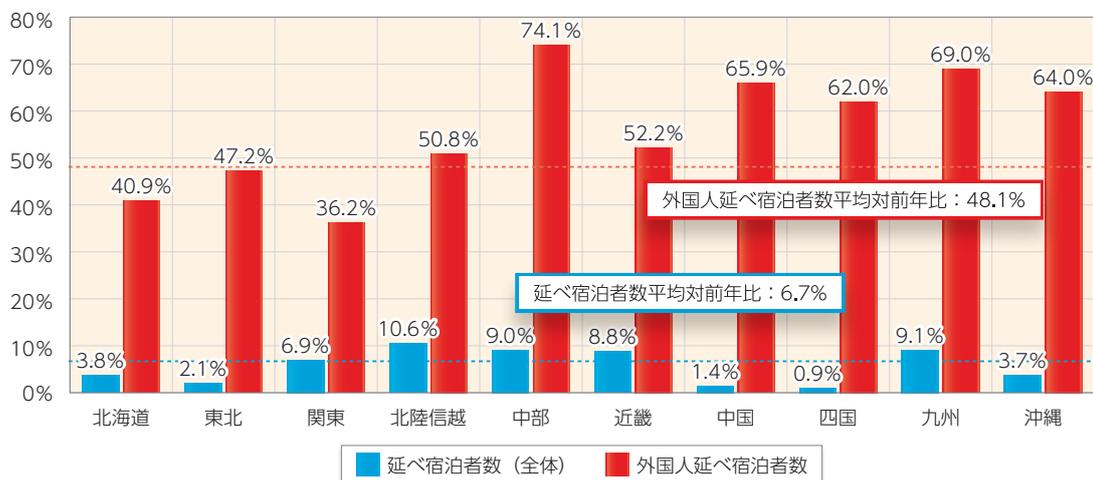


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2015年(平成27年)の数値は速報値。

2015年(平成27年)の地方ブロック別延べ宿泊者数(全体)及び外国人延べ宿泊者数は、全ての地方で増加した。特に、外国人延べ宿泊者数は、10地方のうち7地方で50%を超える高い伸び率となった(図表I-44)。

図表I-44 延べ宿泊者数(全体)及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比(2015年(平成27年))

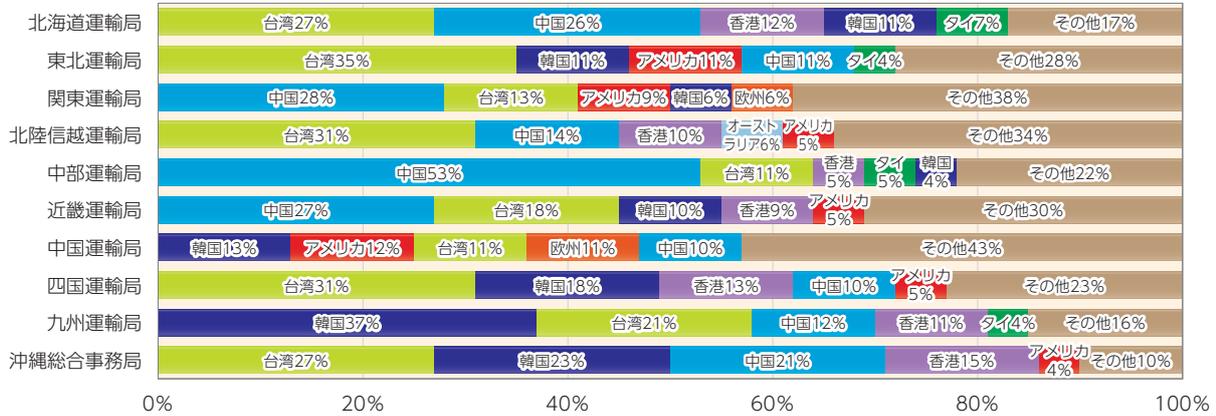


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2014年(平成26年)の確定値と2015年(平成27年)の速報値を比較した。

2015年(平成27年)における地方ブロック別外国人延べ宿泊者については、東北地方、北陸信越地方、四国地方、沖縄地方は台湾からの宿泊者が、関東地方、中部地方、近畿地方は中国からの宿泊者が多く、九州地方は韓国からの宿泊者が多い。また、北海道地方は台湾と中国からの宿泊者が、中国地方は韓国、アメリカ、台湾、欧州からの宿泊者が同程度となっている(図表I-45)。

図表I-45 地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比(2015年(平成27年))



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：欧州は英国・フランス・ドイツの3カ国

地方ブロックごとの動向の分析は以下のとおりである。

1 北海道

ビザの緩和や国際航空便の新規就航が相次いだ中国を筆頭に、韓国・台湾・マレーシアといった国際航空便の新規就航や増便があり、外国人延べ宿泊者数はアジアからの旅行者を中心に増加した。また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

2 東北

桜と雪の回廊などの東北ならではの素材を意識したプロモーションや、2015年(平成27年)3月に仙台で開催された国連防災世界会議等もあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。これにより、外国人延べ宿泊者数は、東日本大震災前の2010年(平成22年)に比して100.9%となった¹⁰。なお、台湾が3割増となり、東北において最大の市場となっている。また、韓国・香港は未だ風評被害の影響等を受け、厳しい状況となっている。

外国人の伸びに加え、アイドルグループのコンサート等の大規模イベントの開催もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

3 関東

ウィンドサーフィンアジア大会やアジア自転車競技選手権などのスポーツイベント、中国やタイからの企業研修などもあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

¹⁰ 従業員10人以上の宿泊施設の実績を使用。観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数(図表I-40)では2010年(平成22年)の水準に達していないものの、全施設での延べ宿泊者数は2010年(平成22年)を上回った。

4 北陸信越

立山黒部アルペンルートや、スキーを楽しむ外国人旅行者が増えたほか、中国・タイからの団体客の増や、MICE¹¹の開催件数の増加もあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

外国人の伸びに加え、北陸新幹線金沢延伸開業に伴う効果、NHK連続テレビ小説「まれ」の効果、7年に1度開催される善光寺御開帳等もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

5 中部

中部国際空港及び富士山静岡空港の海外路線の増便、「昇龍道プロジェクト」の積極的な推進もあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

外国人の伸びに加え、北陸新幹線開業に伴う福井県への波及効果等もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

6 近畿

関西国際空港の就航路線が関東発着よりも1時間フライト時間が短縮される東アジア便を中心に増加し、また、「天下の台所」といわれる関西としての食のプロモーションもあり、外国人延べ宿泊者数は増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

7 中国

外国人延べ宿泊者数は、市場別に見ると、香港～広島の定期路線の新規便やチャーター便による香港からの宿泊者数の伸び率が著しく大きく、全体としても増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

8 四国

台湾～高松定期路線が増便されたほか、韓国や香港等の訪日リピーター層が四国にも来訪し始めたこと等により、外国人延べ宿泊者数は増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

9 九州

韓国からのLCCの新規就航、台湾・香港から南九州エリアへの航空便の増加、中国からの旺盛な訪日需要増加のほか、2014年(平成26年)より実施している個人手配旅行者(FIT)向けの九州ドライブキャンペーン等により、外国人延べ宿泊者数は増加した。

外国人の伸びに加え、主に、2015年(平成27年)7月の「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界文化遺産登録及び関係地方自治体の誘致活動、7～9月の大分県におけるJRデスティネーションキャンペーンに加え、3月の東九州自動車道豊前～宇佐間、佐伯～蒲江間の開通による東九州の交通利便性の向上もあり、延べ宿泊者数全体についても増加した。

10 沖縄

外国人延べ宿泊者数は、重点市場(台湾、韓国、中国、香港)における航空路線の新規就航及び

¹¹ MICEとは、企業会議(Meeting)、企業の報奨・研修旅行(Incentive)、国際会議(Convention)、展示会・イベント(Exhibition/Event)の総称。

既存路線の増便もあり、増加した。

また、外国人の伸びを受け、延べ宿泊者数全体についても増加した。

第7節 地域における観光振興の取組

日本の各地域において、国内外からの観光客誘致や観光地域振興の取組が進められている。以下では、各地方ブロックにおける取組を紹介する。

1 北海道

○広域観光周遊ルート「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」

～Explore the Wonderland Eastern Hokkaido～ 不思議にあふれた土地を探検する

北海道を訪れる外国人旅行者の約7割が札幌市を中心とする道央圏に滞在していることを踏まえ、ひがし北海道エリア（上川、十勝、オホーツク、釧路、根室各地域）において、大自然・北海道ガーデン街道・ひがし北海道3つ星街道等をネットワーク化し、「広域観光周遊ルート」の形成を図った。

2015年（平成27年）6月に、「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会が申請した広域観光周遊ルート形成計画「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」が国土交通大臣により認定され、ターゲットとなる国・地域のマーケティング調査を実施し、対象市場に訴求力の高い上川十勝の雄大なガーデンや、多くの野生生物の生息地である釧路湿原、知床等を結んだモデルコースの策定を行った。

また、重点市場とする台湾、香港、タイのメディア関係者を招請し、エリアの観光資源に加えて空路によるアクセスや2次交通等の個人旅行者が必要とする情報を発信した。

さらには道央圏からエリアまでの長い移動時間を快適に過ごしてもらうため、都市間バス等にWi-Fiルーターを設置し効果検証を行う実証実験、広いエリアの観光情報を一元的に発信するためのウェブサイトの構築、マーケティング、プロモーション、受入環境整備、情報発信等を一体的に実施した。

○他の地域と連携したVJ地方連携事業

北海道には多くの外国人旅行者が訪れているが、富裕層を取り込むことにより旅行消費額を拡大



広域観光周遊ルート「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」

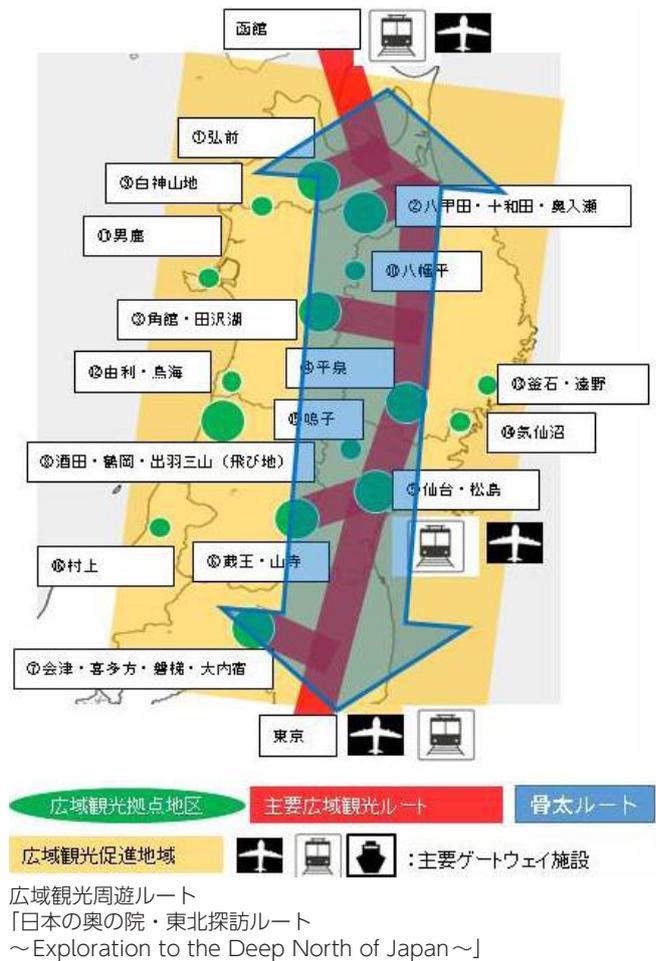
し、観光の稼ぐ力を強化することが必要である。そこで、京都市と連携し、経済成長著しいアラブ首長国連邦(UAE)から旅行会社関係者を招請し、北海道の「雪の魅力」と京都市の「伝統文化」という、外国人旅行者に人気の高い2つのコンテンツを世界でもトップクラスの中東の富裕層へ訴求した。今後も、両地域が持つ「本物の価値」を連携して訴求することで相乗効果が期待される。

2 東北

○広域観光周遊ルート

2015年(平成27年)6月に、東北観光推進機構が申請した広域観光周遊ルート形成計画「日本の奥の院・東北探訪ルート」～Exploration to the Deep North of Japan～が国土交通大臣により認定された。

「色彩あざやかな四季を奏で、多くの文人を魅了してきた美しい自然と風土が育んだ歴史文化と食を探訪する旅」をコンセプトに、台湾、香港、中国(上海・広州)、ASEAN、欧米、オーストラリアをターゲットとしてマーケティングを実施し、市場動向等を把握しつつ多言語でのナビゲーションシステムや専用ホームページの開発等による情報発信、受入環境整備、滞在コンテンツの充実に取り組んだ。



○東北ブランド「桜と雪の回廊」の発信

「桜と雪の回廊が同時に見られる」という東北ならではの魅力をテーマとした4つのコースについて、台湾から4社の旅行会社を招請し、春の東北へのツアー商品造成を働きかけた。また、東南アジア5市場からのメディア取材や香港からのブロガーを通じて海外現地の一般消費者に桜と雪の自然景観や文化体験などに関する情報を発信し、東北への旅行需要の喚起を図った。



3 関東

○「関東観光広域連携キャンペーン事業推進協議会」の設立

2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向けて、増大する外国人の旅行需要を受け入れるためには、関東の観光における広域連携の推進が不可欠なことから、2015年(平成27年)4月に関東1都7県の観光団体、鉄道事業者、旅行業者、小売業者、地方自治体が一丸となって、「関東観光広域連携キャンペーン事業推進協議会」を設立した。

2015年(平成27年)8月にはアクションプランや年度戦略、キャッチフレーズ(「TOKYO & AROUND TOKYO」)、ロゴマークを策定、翌9月にはその公表を行い、今後の関東地方における訪日外国人旅行者受入環境整備の推進及び国際的な観光認知度の向上を図るための体制を整備した。



関東観光広域連携キャンペーンロゴ

4 北陸信越

○北陸新幹線金沢延伸開業

2015年(平成27年)3月14日に北陸新幹線の長野～金沢間が延伸開業し、首都圏のみならず全国各地からの旅行者、さらに訪日外国人旅行者も含め、沿線各地で賑わいを見せている。

旅行者の急増を受けて、金沢市内の主要ホテルでは、空室情報の提供に努め、金沢駅の観光案内所では、当日の宿泊予約の受付機能を強化するなどの対応を行っている。

この賑わいが継続できるように、地方公共団体等による「グランドサークルプロジェクト」や「北陸飛騨3つ星街道誘客推進協議会」など、各地で広域周遊ルートの形成・定着に向けた取組が進められた。

また、外国人旅行者向け消費税免税制度の普及促進を図っている中、2016年(平成28年)2月6日に金沢中心商店街武蔵活性化協議会加盟の5商店街では免税手続カウンターが設置された。



○大地の芸術祭の開催

2015年(平成27年)7月26日～9月13日の50日間、3年に1度の「第6回大地の芸術祭」が、越後妻有地域(新潟県十日町市、津南町)を舞台に開催された。当芸術祭の参加アーティストは35の国と地域から363組に上り、作品も378を数える世界最大級の国際芸術祭であり、国内外から注目を集め、会期中の入込客数は510,690人(前回比104.5%)となった。

5 中部

2015年(平成27年)6月には、昇龍道プロジェクト推進協議会の事務局の一翼を担う中部広域観光推進協議会が申請した「昇龍道」が広域観光周遊ルートの一つとして国土交通大臣により認定された。また、2016年(平成28年)5月には、伊勢志摩サミットの開催が予定されており、それを契機とした中部地域の知名度向上や訪日外国人旅行者の増加に取り組んでいる。

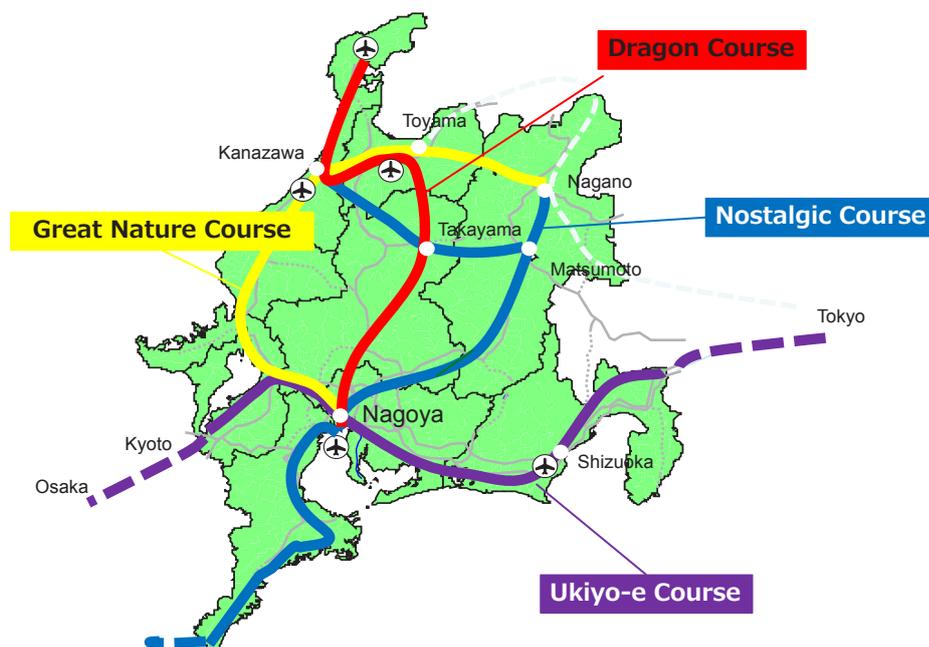
○昇龍道プロジェクトの更なる推進

昇龍道プロジェクト推進協議会は、数値目標として、年間の外国人延べ宿泊者数を2017年(平成29年)までに600万人泊とすることを掲げたが、2015年(平成27年)は751万人泊と2年前倒して大幅に上回ったため、新たな数値目標として2019年(平成31年)までに1,100万人泊という高みを目指すこととした。また、同協議会の会員数は、1,718者(2016年(平成28年)2月末時点)で、前年同月末より314者増加した。

昇龍道を数日かけて広域的に周遊することを外国人個人旅行者や海外旅行会社に働きかけるため、4つのモデルコースを策定した。お酒をテーマとした広域観光を推進するため、昇龍道日本銘酒街道の取組の一環で、「お酒と食の美味しい組み合わせ」を公募の上採択し、ウェブ等で積極的に発信することとした。昇龍道に広く分布する「山車・からくり」をテーマとしたDVDを作成し、海外旅行博等でアピールすることとした。

2次交通の利便性の向上を図るため、「観光交通サミット2016 in 中部」を開催するとともに、中部国際空港への深夜到着便に対応する乗合バスの実証運行を実施したほか、訪日外国人旅行者向けの鉄道やバスの企画きっぷの数や質を充実させた。宿泊施設において積極的に訪日外国人旅行者を受け入れようとする意識の醸成を図るため、「旅館における外国人旅行客受入促進セミナー」を実施した。名古屋の商業施設10者が業界の枠組みを超えて連携して、個人旅行者向けのショッピングガイドを作成し、外国旅行会社や中部国際空港に到着した外国人に配付した。中部国際空港を発着利用する訪日外国人旅行者を対象に、手ぶら観光サービス拡充に向けた実証調査を実施した。

外国人の興味と関心の喚起を図り、昇龍道を訪れる外国人観光客の増加を図るため、女優の中野良子氏と香港の旅行会社社長の袁文英氏に「昇龍道大使」に就任いただいた。



昇龍道の4つのモデルコース

6 近畿

○関西への訪日外国人旅行者の誘客及び交通不便の解消の取組

関西は、ゲートウェイとしての関西国際空港を抱え、現代的、伝統的な観光資源に恵まれており、それらが中心地である大阪から100キロ圏内に集中している。

関西地方のいわゆるゴールデンルートに集中しがちな訪日外国人旅行者を地方へ分散させるため、5つの世界遺産と7つの絶景を巡る広域観光周遊ルート「美の伝説」が国土交通大臣により認定され、関西へ訪日外国人旅行者を集客し、関西の全体目標である、訪日外国人訪問率40%、外国人旅行者数800万人、外国人延べ宿泊者数2,000万人泊、旅行消費額約1兆円を目指して取り組んでいる。

その一つとして、広域的な移動が円滑にできるよう、既存の交通ICカード(ICOCA)をベースにした訪日外国人専用の関西統一交通パス「KANSAI ONE PASS」(鉄道、地下鉄、バス等を含む)の創設を決定し、2016年(平成28年)4月8日より実証実験が開始された。

このパスは、乗換えや切符購入に煩わされない「利便性」を追求し、飲食店や小売店、観光施設、関西国際空港内の41店舗を含め、関西の100以上の施設でカード提示による優待特典が付加されている。さらにモバイルサイトにおいて、利用方法、優待特典施設のほか、関西の観光情報を案内している。

広域観光周遊ルート「美の伝説」と連携するなどして、関西全体への更なる訪日外国人旅行者の誘客を図ることとしている。



(無断転載禁止)



KANSAI ONE PASS

7 中国

○「瀬戸内」観光振興に向けた取組

2015年(平成27年)6月に、兵庫、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛の瀬戸内7県から成る瀬戸内ブランド推進連合及び経済団体をはじめとした民間企業及び観光関係団体から成る瀬戸内観光ルート誘客促進協議会が申請した、広域観光周遊ルート「せとうち・海の道」が国土交通大臣により認定された。

『世界に誇る“瀬戸内”の景色と“瀬戸内”でのみ味わえる貴重な体験』、『“瀬戸内”に溢れる日本の「匠」と「自然風景」』、『ゴールデンルートの延長線上にある随一の確固たる幹線ルート』をコンセプトに、欧米豪等を対象市場とした受入環境整備、滞在コンテンツの充実、情報発信・プロモーション等の事業を強化することとしている。



広域観光周遊ルート「せとうち・海の道」

○商店街における免税手続きカウンターの設置

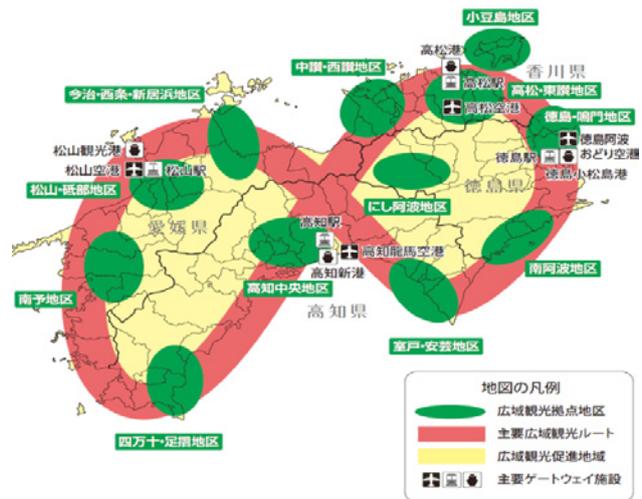
岡山市の表町商店街とロマンチック通り商店街では、2015年(平成27年)5月28日に商店街として全国に先駆けて免税手続きカウンターを同市内の百貨店に設置した。関係者により魅力向上委員会を組織し、商店街店舗の免税店化と併せて、外国人旅行者が快適に買い物できる環境づくりを商店街ぐるみで行い、更なる外国人旅行者の誘客や消費拡大、地域の活性化を図るべく、「MOMOTARO NIGHT in OKAYAMA」等のイベント開催等を通じて、商店街を楽しんでもらう取組を進めている。

8 四国

○広域観光周遊ルート

2015年(平成27年)6月、広域観光周遊ルートとして、四国ツーリズム創造機構が申請した「スピリチュアルな島～四国遍路～」が国土交通大臣により認定された。

同ルートは、開創1,200年を超える歴史を持つ四国遍路に裏付けられ、四国独自の文化として継承されてきた「お接待」という「おもてなし」の精神を、四国内の観光関係者が具現化するものであり、四国を訪れた訪日外国人旅行者にリピーターとなってもらうことを目的に、指針となる「総合戦略」に基づいた受入環境整備、交通アクセスの円滑化、滞在コンテンツの充実、情報発信・プロモーション等の事業強化を行うこととした。



広域観光周遊ルート
「スピリチュアルな島～四国遍路～」

○現存天守4城の意見交換会

全国に現存する木造天守12城を一体的にPRしようと、青森県弘前市が中心となり、「現存12天守同盟」の連携が進められている。

四国内には、12城のうち4城の天守が現存しており、石垣や庭園、さらには城下町のくらしが残されている。全国現存天守の3分の1が集中しているということアピールするとともに、各城間の情報共有等一層の連携を図り、地域間の交流人口の拡大を目指すため、4城の管理者、ボランティアガイドなど観光関係者が参加し、意見交換を行った。

四国に残る現存天守4城



意見交換した具体的内容

- ・各城管理者同士の連携
- ・ガイドの交流
- ・情報共有(他城の案内等)の仕組み
- ・インバウンド対応

9 九州

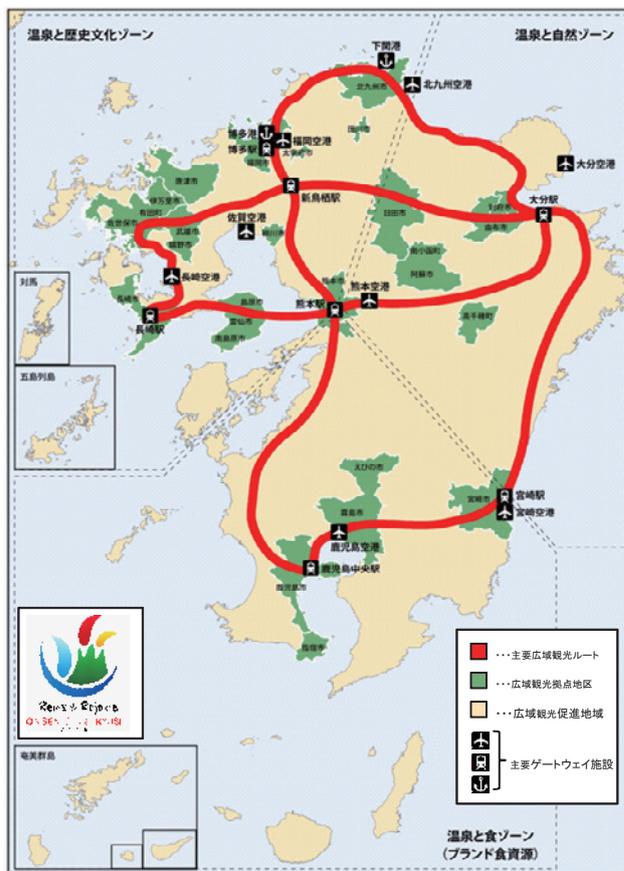
○温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート

2015年(平成27年)6月、訪日外国人旅行者の滞在日数に合わせた広域観光周遊ルートを形成し、訪日外国人旅行者の周遊促進による地域の活性化を図ることを目的とした「温泉アイランド九州広域観光周遊ルート」形成計画が、国土交通大臣により認定された。

初年度は、形成計画の磨き上げに向け、マーケティング調査を実施し、モデルルート具体化を行った。

また、受入環境整備として、レンタカーの長期利用割合が大きいシンガポールでドライブセミナーを開催した。

さらに、海外在住者が参加するブログコンテストや温泉コンテストを行い、外国人の視線で九州広域周遊の魅力を発信した。



広域観光周遊ルート
「温泉アイランド九州広域観光周遊ルート」

○日韓国交正常化50周年を記念したオルレ交流について

2015年(平成27年)11月20日、一般社団法人九州観光推進機構と九州運輸局が連携し、韓国の方々にとって最も身近な海外旅行先であり密接な交流がある九州において、日韓国交正常化50周年を記念し、韓国済州島の人気トレッキングコース「オルレ」を取り入れた「九州オルレ」をテーマとして「九州オルレシンポジウム」を開催した。



パネルディスカッションの様様

10 沖縄

航空路線の拡充やクルーズ船の寄港回数増により、入域観光客数は3年連続で国内客・外国客ともに過去最高を更新した。

特に韓国は、LCCを含む日韓各航空会社の新規就航や増便があったことにより大幅に提供座席数が拡充され、沖縄県へ入域する韓国人観光客数は、2014年(平成26年)以降、香港を抜いて台湾に次ぐ2位へと浮上した。

このような中、韓国の航空会社、旅行会社等を対象に、韓国市場誘客事業を実施した。

○韓国市場誘客事業

これまでの訪沖観光客の送客貢献に感謝を表するとともに、韓国-沖縄間の航空路線が拡充するなど、韓国における訪沖需要が高まっていることを踏まえ、今後も継続した韓国人観光客の送客拡大の協力体制の強化を目的に、2015年(平成27年)10月に首都ソウル特別市で「沖縄観光セミナー・商談会・レセプションin韓国」を開催した。

2015年(平成27年)は日韓国交正常化50周年の節目の年であり、この事業を通して、日韓の観光交流拡大への寄与、相互理解の増進等に努めた。



(写真左) 旅行社・航空会社等を対象とした沖縄観光セミナー
 (写真中) 人気企業のブースには列を作るほど盛況だった商談会
 (写真右) レセプションでの沖縄県副知事と韓国観光協会中央会長との記念品交換

(注) この節において各地域とは、各地方運輸局等の管内を指す。

- 東北地方(青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県)
- 関東地方(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県)
- 北陸信越地方(新潟県、富山県、石川県、長野県)
- 中部地方(福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県)
- 近畿地方(滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県)
- 中国地方(鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県)
- 四国地方(徳島県、香川県、愛媛県、高知県)
- 九州地方(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県)