

平成 2 9 年度

観 光 庁 関 係 予 算 概 要

平成 2 9 年 1 月

観 光 庁

目 次

1. 平成29年度観光庁関係予算総括表	1
2. 具体的施策	
(1) 観光産業の革新と国際競争力の強化	
・訪日プロモーションの強化	2
・MICEの誘致の促進	5
・観光人材育成支援事業	6
・通訳ガイド制度の充実・強化	6
・健全な民泊サービスの普及	7
・旅行業における情報セキュリティの強化支援事業	7
(2) ストレスフリーで快適な旅行環境の実現	
・訪日外国人旅行者のストレスフリーな移動・滞在の実現	8
・ユニバーサルツーリズム促進事業	9
(3) 地方創生の礎となる観光資源の魅力向上	
・広域観光周遊ルート形成促進事業	10
・観光地域ブランド確立支援事業	11
・地域資源を活用した観光地魅力創造事業	11
・テーマ別観光による地方誘客事業	12
・観光統計の整備	12
(4) 東北の復興	
・東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業 (東北観光復興対策交付金)	13
・JNTO（日本政府観光局）による訪日プロモーション (東北観光復興プロモーション)	13
・福島県における観光関連復興支援事業	13
3. 平成29年度税制改正	14
4. 平成28年度観光庁関係第2次補正予算	15
5. 参考資料	16

1. 平成29年度観光庁関係予算総括表

(単位:百万円)

	29年度 予算額 (A)	28年度 予算額 (B)	倍 率 (A/B)
1. 観光産業の革新と国際競争力の強化	9,382	8,867	1.06
訪日プロモーションの強化	8,701	8,283	1.05
MICEの誘致の促進	201	199	1.01
観光人材育成支援事業	370	365	1.02
通訳ガイド制度の充実・強化	30	20	1.53
健全な民泊サービスの普及	70	0	皆増
旅行業における情報セキュリティの強化支援事業	10	0	皆増
2. ストレスフリーで快適な旅行環境の実現	8,550	8,032	1.06
訪日外国人旅行者のストレスフリーな移動・滞在の実現等	8,550	8,032	1.06
3. 地方創生の礎となる観光資源の魅力向上	2,761	2,756	1.00
広域観光周遊ルート形成促進事業	1,612	1,640	0.98
観光地域ブランド確立支援事業	205	251	0.82
地域資源を活用した観光地魅力創造事業	270	296	0.91
テーマ別観光による地方誘客事業	151	70	2.17
観光統計の整備	522	500	1.05
4. その他（経常事務費等）	342	360	0.95
合 計	21,035	20,015	1.05

東北の復興（復興枠）

東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業 (東北観光復興対策交付金)	3,265	3,265	1.00
J N T O（日本政府観光局）による訪日プロモーション (東北観光復興プロモーション)	1,000	1,000	1.00
福島県における観光関連復興支援事業	300	266	1.13
合 計	4,565	4,530	1.01
総 計	25,599	24,545	1.04

2. 具体的施策

(1) 観光産業の革新と国際競争力の強化

○ 訪日プロモーションの強化

(国際観光課)

予算額 881百万円、7,820百万円の内数(JNTO運営費交付金)

「観光ビジョン」で示された、2020年に、訪日外国人旅行者数を4000万人、訪日外国人旅行者消費額を8兆円とする目標の達成のため、既存市場の確保に加え、欧米豪、富裕層、若年層などの新しい市場の開拓が必要である。

プロモーションに当たっては、映像の力を最大限活用し、日本各地の多様な魅力をグローバルメディアを活用して効果的に世界中に発信して地方への誘客を図るとともに、ICTを活用して、個人旅行者層にもきめ細やかに情報を提供する。次のオリパラ開催国として知名度が高まる機会を活用したプロモーションも展開する。

また、JNTOについて、アドバイザリー・ボードの設置等により、実施体制を強化し、市場毎の現地目線でのプロモーション展開を徹底する。

1. 欧米豪市場や富裕層市場等新たな市場の開拓

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会とその先を見すえ、質の高い訪日観光のブランドイメージを確立し、滞在期間の長い欧米豪市場を中心に新たな需要を掘起こすとともに、欧米豪を中心とした富裕層市場の開拓により消費拡大を目指す。

世界的な広告代理店の活用

世界的な広告代理店を活用し、欧米豪市場に対して質の高い訪日観光のブランドイメージを戦略的に展開。



イギリス政府観光局によるロンドンオリンピック時の「グレート・キャンペーン」の事例



ブランドUSAのグローバル・キャンペーンの事例
※2016年12月までの広告キャンペーンで使用

グローバルメディアの活用

海外の著名人による地域の多様な文化や自然を体験する様子を映像化し、日本全国の魅力を世界的なネットワークを持つグローバルメディアを通じて世界に発信。



富裕層に特化した招請事業による情報発信

口コミなどの限定された情報を重視する富裕層の需要を取り込むため、富裕層専門メディアや旅行会社を集中的に招請して日本を体感してもらい、体験に基づく情報発信を促進。



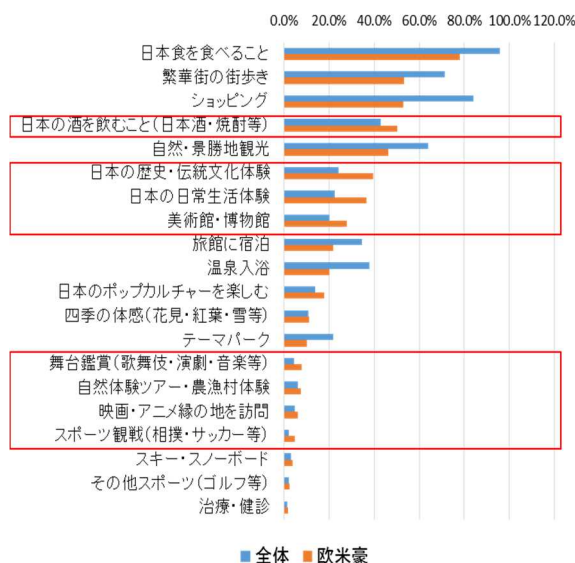
メディアや旅行会社の招請



歴史や伝統文化の体験

滞在期間が長い欧米豪からの旅行者は体験型の観光コンテンツへの関心が高い

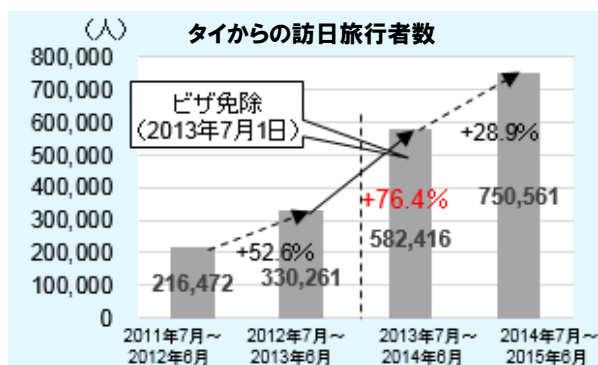
【今回体験したこと（複数回答）】



出典：「平成27年度訪日外国人消費動向調査」年計（観光庁）
欧米豪：英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、米国、カナダ、豪州の合計

戦略的ビザ緩和と連動したプロモーション

ビザの戦略的緩和の機会を捉えたプロモーションを実施することで、インドやロシア等からの効果的な誘客を図る。



＜市場別方針例＞

インド：「日印友好交流年」によるPR効果を最大限活用
ロシア：ビザ緩和を活用し、集中的にプロモーションを展開

【明日の日本を支える観光ビジョン（抜粋）】

訪日に当たってビザが必要な5カ国（中国・フィリピン・ベトナム・インド・ロシア）を対象に、政府全体で、プロモーションによる認知度向上や受入環境の整備と連携して、ビザ緩和を戦略的に実施。

※ この他、アジア市場においては、スマホ普及に対応したSNS対策を強化するほか、中国市場では増加する個人旅行に特化したプロモーションを、台湾・香港市場ではリピーターに向けて地方周遊商品のプロモーションを行う。

2. 訪日教育旅行の促進による若年層市場の開拓

訪日教育旅行の促進により、将来の訪日リピーターとなることが期待できる若年層市場を開拓する。

- ・教育関係者・旅行会社の招請
- ・海外におけるセミナーや商談会等の実施

等



台湾と日本の高校生の交流の様子

3. 地域の魅力発信による地方への誘客

LCC やクルーズ等の地方への誘致や、自治体等との連携による多様な魅力の発信により地方への誘客を強力に促進する。

LCCやクルーズ等の地方への誘致促進

- ・新規就航や増便と連動した共同広告の実施
- ・商談会への出展
- ・クルーズ関係者の招請 等

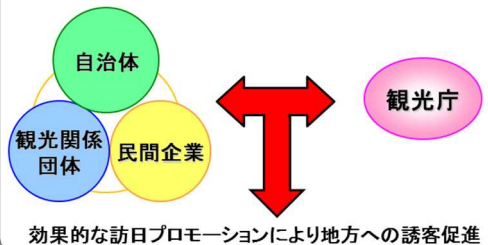


クルーズ関係者の招請

国と地方の連携による訪日プロモーション

- ・インバウンドに取り組む地域の連携により、多様なニーズに即した誘客を促進。
- ・大規模国際会議等各種イベントなど国内での情報発信の機会を活用した訪日プロモーションを実施。

相互に連携して事業を計画・実施

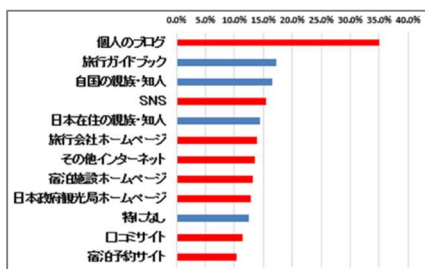


4. ICTを活用したプロモーション

ICT を活用した個人旅行者に対するきめ細やかな情報提供を強化し、地方誘客と消費拡大を図る。また、国際的に活用が急速に進んでいるデジタル・マーケティングを活用してPDCAを強化し、プロモーションの向上を図る。

JNTOウェブサイト等の充実・強化

- ・外国人の視点からのコンテンツの充実、利便性の向上
- ・携帯端末向けサイトの多言語化
- ・携帯端末向けアプリの開発 等



旅行前に役立った旅行情報源（観光庁「訪日外国人消費動向調査2016年1-6月」）

国・地域名	2016年
韓国	91%
台湾	82%
マレーシア	81%
豪州	80%
中国	79%
英国	74%
米国	72%
タイ	70%
ドイツ	68%
フランス	64%

各国のスマートフォン普及率
出典：Consumer Barometer with Google



<コンテンツイメージ>

観光エリア・スポット情報、交通機関・宿泊施設情報、行催事情報、JNTO 認定観光案内所、外国人受入れ可能病院、ATM、割引切符 など

デジタル・マーケティングの強化

- ・JNTO ウェブサイトやオンライン広告等のアクセス解析等から市場の嗜好を分析。
- ・分析に基づき、市場毎、ターゲット毎にきめ細かな情報発信を実施。



OTAへの広告掲載（ドイツ）

予算額 201百万円、7, 820百万円の内数(JNTO運営費交付金)

民間視点・ノウハウを活用したMICE商品の開発を通じ、官民関係者の連携を強化し、都市のMICE誘致・開催力をグローバルレベルに引き上げるとともに、我が国で初めてとなる、MICE全体を対象とした経済波及効果の調査により、幅広くMICEの重要性を訴求する。また、日本のMICE統一ブランドを活用し、我が国初の年間を通じた大規模なグローバル・ブランド・キャンペーンの展開等、JNTOによる海外プロモーションを強化する。

MICE 誘致の国際競争力の強化・開催地の魅力向上

グローバルMICE戦略・強化都市等に対し、**MICE商品の企画・開発支援**を実施

経済波及効果簡易測定モデル改訂を実施し、MICEの重要性を訴求

ユニークベニューにおけるMICE開催の普及・啓発のための実証事業を実施

都市のMICE誘致・開催力をグローバルレベルに引き上げ

MICEに対する支援体制の拡大

開催地としての魅力を向上

MICE商品の開発

ニーズに合致したコンテンツの充実

テクニカル
ビジット
(視察)

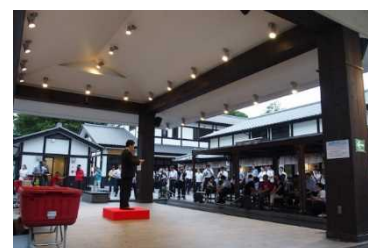
エクス
カーション
(体験)

ポスト
コンベンション
(スポーツ・文化)

開催中の
サービス
(共通バス等)

GDPへのMICEの貢献

《経済波及効果の調査事例》



《ユニークベニュー活用の例》
(桜の馬場 城彩苑 親水広場 (熊本市))

JNTO による海外プロモーションの強化

- ◆ 日本のMICE統一ブランドを活用した我が国初の年間を通じた大規模キャンペーンの展開
- ◆ 専門ノウハウを活用しJNTO・コンベンションビューローのマーケティング機能強化
- ◆ 海外MICE専門見本市への出展
- ◆ 海外のインセンティブ取扱会社等に対する商談会・セミナー
- ◆ 国際会議を誘致する者を支援するMICEアンバサダープログラム

日本のMICE開催地としての認知度を向上・具体的な誘致案件を発掘

I M E X フランクフルト2016
(独・フランクフルト)



日本MICEブランドの活用例



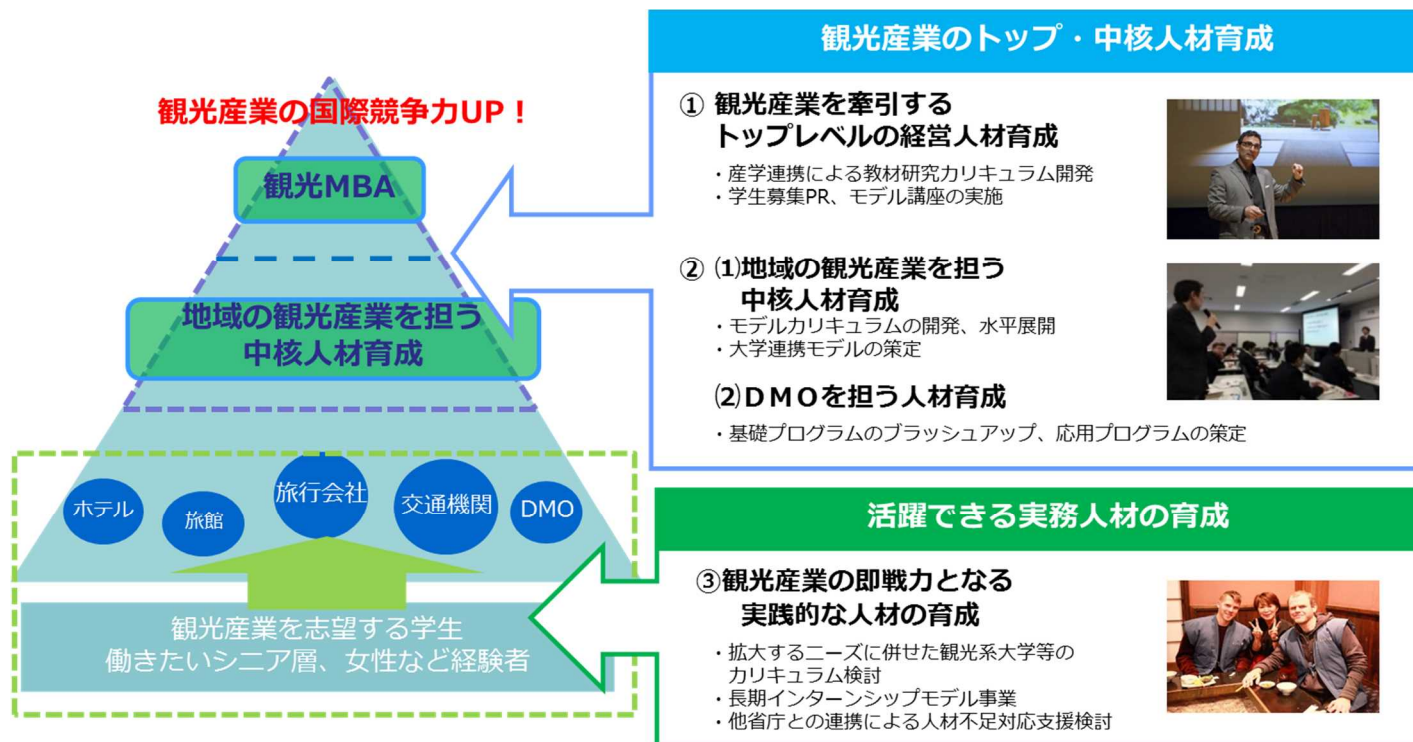
海外インセンティブ商談会
(マレーシア)

○ 観光人材育成支援事業

(観光産業課)

予算額 370百万円

観光先進国の実現を目指して、観光産業を我が国の成長に資する基幹産業とするため、3層構造の各段階において、観光産業の担い手の育成・強化を図る。



観光人材を育成するための恒常的な仕組みを各層で構築し、
我が国の観光産業の国際競争力を高める。

○ 通訳ガイド制度の充実・強化

(観光資源課)

予算額 30百万円

各地において日常的に外国人旅行者をもてなし、活発な異文化交流が育まれる真に世界へ開かれた国を実現するため、通訳案内士制度を見直し、名称独占資格へ移行を図ることとし、これに対応して通訳案内士としての品質を確保するための取組（研修など）を進める。

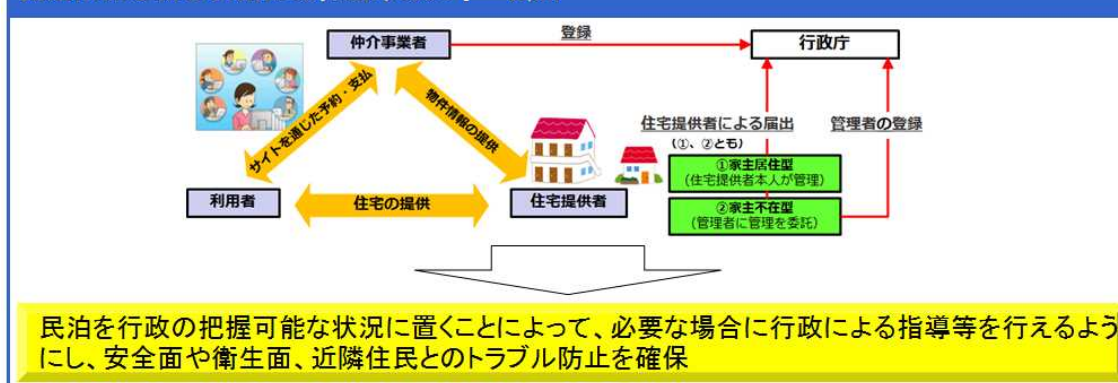
○ 健全な民泊サービスの普及【新規】

(観光産業課)

予算額 70百万円

民泊は、多様化する旅行者ニーズへの対応や空きストックの活用等、観光先進国の実現の観点から、新たな宿泊モデルとして期待される一方、近隣住民とのトラブル等の外部不経済が発生するおそれもあり、民泊の新たなルールに係る相談窓口の設置等により、健全な民泊の普及を図る。

民泊に係る新しい法律の枠組みのスキーム図



広報・ヘルプデスク設置等による健全な民泊の普及

- 民泊事業開始のために必要な手続きの解説、Q&A等を掲載したサイト等による周知を実施。
- その上で、民泊に関する相談、問い合わせ等にワンストップできめ細かく対応するためのヘルプデスクを設置。



○ 旅行業における情報セキュリティの強化支援事業【新規】

(観光産業課)

予算額 10百万円

最近の旅行業者に対するサイバー攻撃、個人情報漏洩事案の続発を踏まえ、旅行業における情報セキュリティ強化を図る。

旅行業に対するサイバー攻撃

JTB情報漏洩 約680万件の情報漏洩の可能性(平成28年6月発表)

札幌通運情報漏洩 約2,500件の情報漏洩(平成28年6月発表)

- 旅行業は多くの顧客情報を有しており、金融機関とともに、不正アクセスやサイバー攻撃を受けやすいと言われている。

・専門家委員会を設けて緊急対策をとりまとめ(平成28年7月)。業界として、情報共有や対策が必要との意見

・ロンドンオリンピックでは、期間中に2億回のサイバー攻撃

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、早急な対策が必要



情報共有体制を構築するための調査実施等により、我が国の旅行会社の情報セキュリティ対策を推進

(2) ストレスフリーで快適な旅行環境の実現

○ 訪日外国人旅行者のストレスフリーな移動・滞在の実現

(参事官(外客受入担当))

予算額 8,530百万円

訪日外国人旅行者数4,000万人、6,000万人の実現に向けて、外国人旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できるよう、滞在時の快適性・観光地の魅力向上や、観光地までの移動円滑化等を図るとともに、SNS等のビッグデータも活用した外国人旅行者の不満・要望の把握・検証や、地域における新たな課題の調査検討を行い、具体的な改善を図る。

1. 滞在時の快適性・観光地の魅力向上

(1) 観光案内所、観光拠点情報・交流施設の機能向上を支援

■観光案内所



デジタルサイネージ



案内地図



無料公衆無線
LAN環境整備



ホームページ等
コンテンツ



スタッフ研修

■観光拠点情報・交流施設



観光情報



多言語表示・展示室



体験・学習スペース



休憩室・洋式トイレ



無料公衆無線
LAN環境整備

(2) 外国人旅行者にも利用しやすい公衆トイレの洋式化等、ホテル・旅館の快適な環境への改善等を支援

■ホテル・旅館



無料公衆無線
LAN環境整備



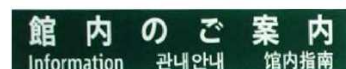
トイレの洋式化



段差の解消



タブレット端末の整備



館内案内表示の多言語化

■公衆トイレの洋式化等



■手ぶら観光



2. 観光地までの移動円滑化

ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現する取組を支援

■多言語化



■無料公衆無線LAN環境の整備



■鉄道駅・バスターミナル等における移動円滑化

3. 訪日外国人旅行者の要望・不満調査

訪日外国人旅行者の滞在・移動等の受入環境に関する不満・要望をSNS等のビッグデータも活用しながら調査・検証し、具体的な解決策を検討

○ ユニバーサルツーリズム促進事業

(観光産業課)

予算額 20百万円

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会及び我が国を含む東アジア諸国の急速な高齢化を控え、障がい者や高齢者、インバウンドを含む誰もが旅行を楽しめる旅行環境整備のため、宿泊施設のバリアフリー評価制度の検討及びより使い勝手の良いバリアフリー相談窓口の整備促進を図る。

(3) 地方創生の礎となる観光資源の魅力向上

○ 広域観光周遊ルート形成促進事業

(観光地域振興課)

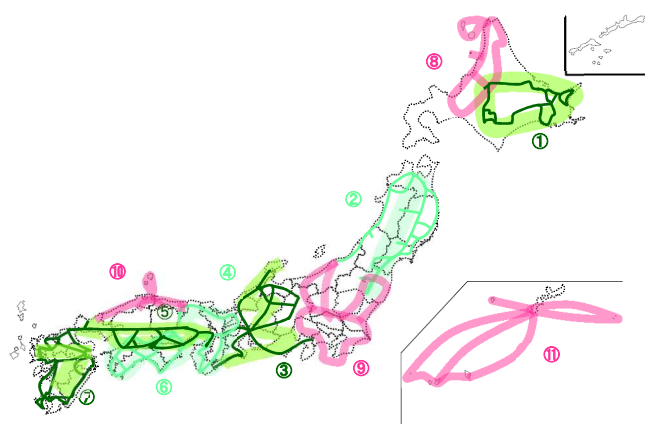
予算額 1,612百万円

訪日外国人旅行者の地方誘客に資するテーマ・ストーリーを持ったルートの形成を促進するため、具体的なモデルコースを中心に、地域の観光資源を活かした滞在コンテンツの充実、ターゲット市場へのプロモーション等、外国人旅行者の周遊促進の取組を支援する。

広域観光周遊ルートの形成

広域観光周遊ルートの認定

平成27年6月に、7ルート进行認定
平成28年6月に、4ルートを追加認定
(全国11ルート)



モデルコースの策定

具体的なモデルコースを策定し、
磨き上げ、海外へ発信



金沢市・兼六園



白川村・白川郷

地域の取組を支援

地域資源の磨き上げ

- 体験型滞在プログラムの開発・提供
- 旅行商品の造成



金箔貼り体験



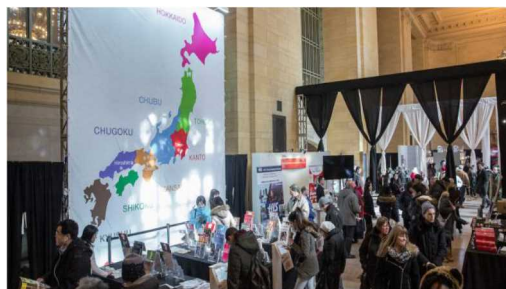
紙すき体験

海外へのプロモーション

- 地方公共団体及び関係団体が広域に連携したプロモーション



商談会の実施



旅行博への出展

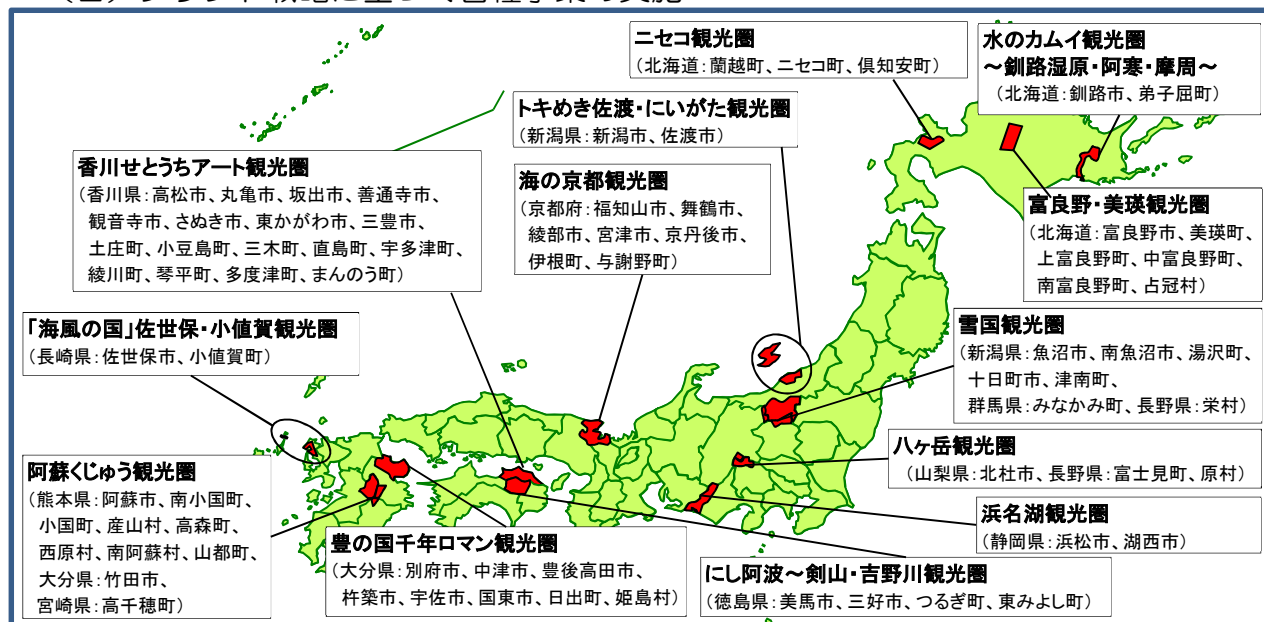
○ 観光地域ブランド確立支援事業

(観光地域振興課)

予算額 205百万円

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、認定された観光圏を対象に、地域独自の「ブランド」の確立をめざして、地域の関係者が連携して行う滞在交流観光の推進に向けた取組を支援する。

- (1) 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く各種事業の実施



○ 地域資源を活用した観光地魅力創造事業

(観光資源課)

予算額 270百万円

地域の伝統文化、美しい自然、歴史的景観、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の地域資源を磨き上げ、魅力あふれる観光地域づくりを進めるため、単一の市町村・観光協会・交通事業者等により構成される協議会を対象とし、着地型旅行商品の造成や名産品開発などを支援する。

■ 事業イメージ



○ テーマ別観光による地方誘客事業

(観光資源課)

予算額 151百万円

酒蔵や産業遺産など、特定の観光資源に魅せられて全国各地を訪れる「テーマ別観光」は、旅行者に複数地域への来訪動機を与えるものであることから、テーマ毎の新たな旅行需要を創出するため、各地域の組織から構築されるネットワーク組織を対象として、全国各地に点在するテーマ毎の観光資源のネットワーク化による情報発信力の強化等を支援する。

事業概要



平成28年度の選定テーマ

- ・エコツーリズム
- ・街道観光
- ・近代建築ツーリズム
- ・酒蔵ツーリズム
- ・社寺観光 巡礼の旅
- ・明治日本の産業革命遺産
- ・ロケツーリズム

国による支援例

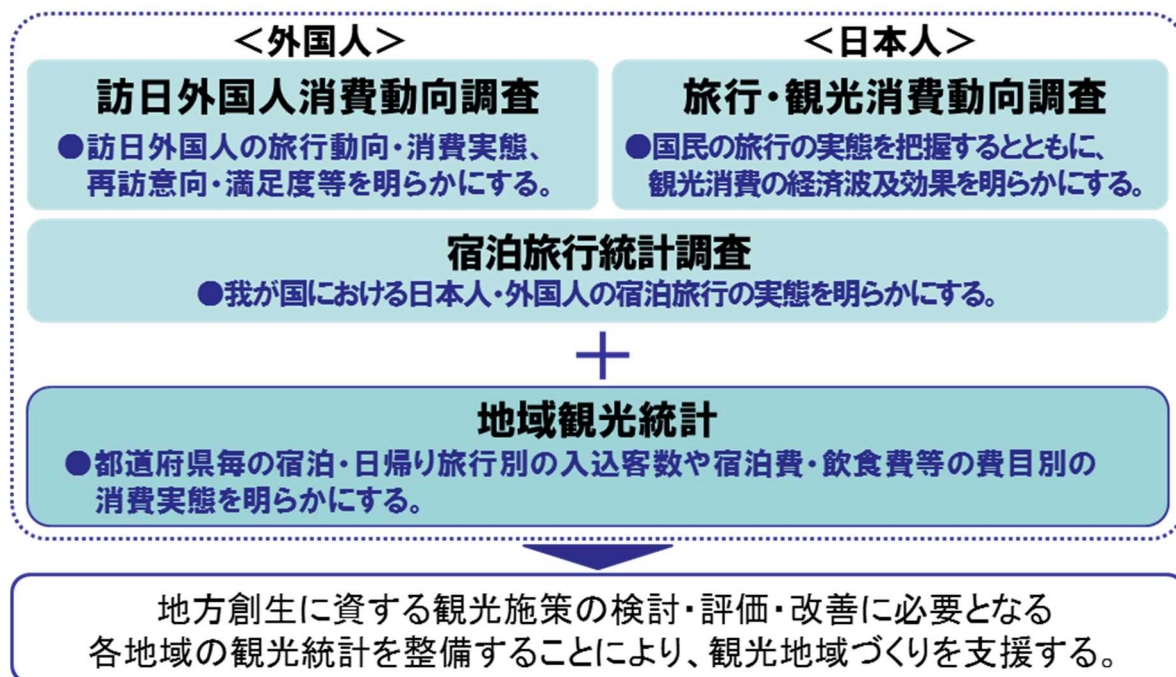
- ・ネットワークの構築
- ・ネットワーク間の共同での取組
- ・ネットワークの拡大推進 等

○ 観光統計の整備

(観光戦略課)

予算額 522百万円

地方への誘客や消費の拡大を進めるべく、外国人・日本人旅行者の全国レベルの消費動向等に加え、都道府県レベルの入込客数・消費額を明らかにする。



（４）東北の復興（復興枠）

東北観光については、風評被害の影響等により、全国的なインバウンド急増の流れから大きく遅れ、依然として厳しい状況にある中、2020年に東北6県の外国人延べ宿泊者数を2015年の3倍に当たる150万人泊とすることを目標に、東北の観光復興に向けた取組を強力に推進する。

○ 東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業 （東北観光復興対策交付金）

（観光地域振興課）

予算額 3,265百万円

東北の観光復興の加速化に向けて、地域からの発案に基づき実施される滞在コンテンツの充実・強化等のインバウンドを呼び込むための取組を支援する。

（交付率：総事業費の8/10）

○ JNTO(日本政府観光局)による訪日プロモーション （東北観光復興プロモーション）

（国際観光課）

予算額 1,000百万円

東北地方の観光魅力を世界に向けて集中的に発信し、東北への誘客を強力に促進する。

東北観光復興プロモーション

- ・知名度向上（グローバルメディア等を活用した情報発信）
- ・メディアや旅行会社の招請（祭り等のイベントや商談会の活用）
- ・送客促進（オンライン旅行会社等と連携した送客促進、共同キャンペーンによる航空路線の新規就航支援）



航空会社と連携した共同キャンペーン



祭り等のイベントを活用した招請

○ 福島県における観光関連復興支援事業

（観光地域振興課）

予算額 300百万円

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、同県が実施する国内向け風評被害対策や、特に教育旅行の再生などの震災復興に資する観光関連事業を支援する。

（補助率：総事業費の8/10）

3. 平成29年度税制改正

訪日外国人旅行者等向けに製造場で販売した酒類に係る酒税の免税制度の創設

地方における酒蔵ツーリズム^{※1}を振興し、酒蔵を訪れる外国人旅行者の増加と旅行消費の拡大を図るため、訪日外国人旅行者等向け酒税免税制度を創設する。

※1 酒蔵ツーリズムとは、酒蔵を巡り、地酒を味わい、そのお酒が育まれた土地を散策しながら郷土料理や伝統文化を楽しむこと。



酒蔵見学の様子



試飲の様子

【制度内容】

消費税免税店（輸出物品販売場）の許可を受けた酒類製造場において、訪日外国人旅行者等の非居住者へ販売する酒類について、消費税に加え酒税を免税とする制度。



対 象 者：訪日外国人旅行者等の非居住者
場 所：輸出酒類販売場

（消費税の輸出物品販売場の許可を受けた酒類の製造場であることその他の要件に該当する販売場として、当該酒類の製造場の所在地を所轄する税務署長の許可を受けた酒類の販売場）

対 象 酒 類：日本産酒類の全品目

制度開始時期：平成29年10月1日（予定）

（注）輸出酒類販売場の許可については、平成29年4月1日から申請を受け付ける予定。

○外国人旅行者の方々が「日本の酒」をより買い求めやすくすることで、酒蔵ツーリズムをさらに推進し、増加する外国人旅行者の地方への誘客を進める。

○全国には3,096箇所の酒蔵があり（平成27年3月31日現在）、本制度創設を契機により多くの酒蔵が免税店の許可を受け^{※2}、訪日外国人旅行者の「日本の酒」に対するニーズを取り込むことで、さらなる消費の拡大につなげる。

※2 消費税免税店の許可を受けている酒蔵数：45箇所（平成28年4月1日）

4. 平成28年度観光庁関係第2次補正予算

予算額 20,800百万円

○ 訪日外国人旅行者受入基盤整備・加速化事業

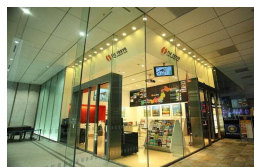
予算額 15,500百万円

訪日外国人旅行者数4,000万人、6,000万人の実現に向けて、ハード・ソフト両面からの受入環境整備を通じた訪問時・滞在時の利便性向上を図り、訪日外国人旅行者の受入環境の面的な整備を加速化する。

訪日外国人旅行者受入基盤整備事業 ＜ハード系事業＞

＜支援メニューの具体例＞

- ・観光案内所その他観光拠点情報・交流施設の整備・改良



訪日外国人旅行者受入加速化事業 ＜ソフト系事業＞

＜支援メニューの具体例＞

- ・宿泊施設（無料公衆無線LAN環境の整備、トイレの洋式化等）



○ 地方誘客のための緊急訪日プロモーション

予算額 4,500百万円

地方誘客を図るため、日本の各地域が誇る観光資源について、欧米豪や東アジア市場等を対象として、旅行博出展や招請等のプロモーションを集中的に実施する。

欧米豪旅行者の地方誘客

● 欧米豪に対してプロモーションを集中展開

春の旅行シーズンに向けて切れ目ないプロモーションを実施



旅行博出展（フランス）



旅行博出展（米国）



メディア招請（ドイツ）

熊本地震の影響払拭

● 東アジア各国等に対してプロモーションを集中展開



九州各地にプロガーや旅行会社を招請（中国）



旅行博において九州の魅力を積極的にPR（韓国）

○ 東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業

予算額 800百万円

地域からの発案に基づき実施されるインバウンドを呼び込む取組を支援し、東日本大震災の影響により大きく落ち込んだ訪日外国人旅行者を回復させ、インバウンド急増の効果を波及させることにより、観光を通じて復興を促進する。



東北観光復興対策交付金

東北の観光復興の加速化に向けて、地域からの発案に基づき実施されるインバウンドを呼び込む更なる取組を強力に支援する。



東北各地の地域資源を効果的に訴求

5. 参考資料

目 次

(1) 観光先進国の実現に向けた政府の取組	17
(2) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議	18
(3) 新たな目標値について	18
(4) 「明日の日本を支える観光ビジョン」概要	19
(5) 「明日の日本を支える観光ビジョン」施策概要	19
(6) 訪日外国人旅行者数の推移	20
(7) 訪日外国人旅行者数及び割合〔国・地域別〕(2016年)	20
(8) 外国旅行者受入数の国際比較(2015年)	21
(9) 訪日外国人旅行消費額(2016年)	21
(10) 国際旅行収支の改善について	22
(11) 国内における旅行消費額(2015年)	22
(12) 日本人海外旅行者数の推移	23
(13) 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	23
(14) 都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数(2015年)	24
(15) 地方における消費税免税店の拡大について	24

観光先進国の実現に向けた政府の取組

2003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
2006年	12月	観光立国推進基本法が成立
2007年	6月	観光立国推進基本計画を閣議決定
2008年	10月	観光庁設置
2012年	3月	観光立国推進基本計画を閣議決定
2013年	6月	「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（第2回観光立国推進閣僚会議）
	12月	訪日外国人旅行者数1000万人達成
2014年	6月	「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」をとりまとめ(第4回観光立国推進閣僚会議)
	10月	改正「外国人旅行者向け消費税免税制度」運用開始 (【拡充第一弾】免税対象品目拡大・手続き簡素化)
2015年	4月	改正「外国人旅行者向け消費税免税制度」運用開始 (【拡充第二弾】免税手続きカウンター制度・クルーズ ふ頭の臨時販売店制度)
	6月	「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」をとりまとめ(第5回観光立国推進閣僚会議)
	11月	「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を開催
2016年	3月	「明日の日本を支える観光ビジョン」策定
	5月	「観光ビジョン実現プログラム2016」決定
	10月	訪日外国人旅行者数2000万人達成

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

訪日外国人旅行者数2000万人の目標達成が視野に入ってきたことを踏まえ、次の時代の新たな目標の設定とそのため必要な対応の検討を行う。

2015年11月9日【第1回本会議】

【議長】 内閣総理大臣
【副議長】 内閣官房長官、国土交通大臣
【構成員】 副総理兼財務大臣、地方創生担当大臣、一億総活躍担当大臣、総務大臣、法務大臣、外務大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣

（民間有識者）

石井 至 石井兄弟社（旅行ガイド出版社）社長
井上 慎一 Peach Aviation（株）代表取締役CEO
大西 雅之 鶴雅グループ代表
小田 真弓 旅館 加賀屋 女将
唐池 恒二 九州旅客鉄道（株）会長
デービッド・アトキンソン 小西美術工芸社社長
李 容淑 大阪国際大学客員教授



〈議長：安倍内閣総理大臣〉



〈副議長：石井国土交通大臣〉

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議ワーキンググループ

- 第1～5回WGにおいて、**有識者ヒアリングを実施**。
- 第6回WGにおいて、**それまでの議論を踏まえた検討課題を整理**。
- 第7～9回WGにおいて、**テーマ別の議論を実施し、具体的な施策の打ち出し内容を集中的に検討**。

【座長】 内閣官房長官
【座長代理】 国土交通大臣
【構成員】 内閣官房副長官、内閣総理大臣補佐官、内閣官房副長官補、関係省庁局長等



〈座長：管内閣官房長官〉

2016年3月30日【第2回本会議】最終とりまとめ（新たな目標設定と必要な対応方策）

これを踏まえ、「観光ビジョン実現プログラム2016」において観光ビジョンの取組の進捗をフォロー

新たな目標値について

安倍内閣3年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

	(2012年)	(2015年)
・ 訪日外国人 旅行者数 は、 2倍増 の 約2000万人 に	836万人	⇒ 1974万人
・ 訪日外国人 旅行消費額 は、 3倍増 の 約3.5兆円 に	1兆846億円	⇒ 3兆4771億円

新たな目標への挑戦！

訪日外国人旅行者数

2020年： **4,000万人** (2015年の約2倍) 2030年： **6,000万人** (2015年の約3倍)

訪日外国人旅行消費額

2020年： **8兆円** (2015年の2倍超) 2030年： **15兆円** (2015年の4倍超)

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： **7,000万人泊** (2015年の3倍弱) 2030年： **1億3,000万人泊** (2015年の5倍超)

外国人リピーター数

2020年： **2,400万人** (2015年の約2倍) 2030年： **3,600万人** (2015年の約3倍)

日本人国内旅行消費額

2020年： **21兆円** (最近5年間の平均から約5%増) 2030年： **22兆円** (最近5年間の平均から約10%増)

「明日の日本を支える観光ビジョン」－世界が訪れたい日本へー 概要

平成28年3月30日策定

これまでの議論を踏まえた課題

■我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。

■観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。

■CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
■高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
 - ・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放
- 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
 - ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
 - ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
 - ・2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視点 2

「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」

- 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
 - ・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、民泊・Lの整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援
- あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
 - ・欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
 - ・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
 - ・首都圏におけるビジネスの受入環境改善
- 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
 - ・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
 - ・観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

視点 3

「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」

- ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
 - ・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
 - ・ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現
 - ・キャッシュレス観光を実現
- 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
 - ・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化
 - ・新幹線開業やコンベクション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現
- 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現
 - ・2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
 - ・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

「明日の日本を支える観光ビジョン」施策概要

1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- 魅力ある公的施設・インの大胆な公開・開放
 - ・赤坂や京都の迎賓館に加え、我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設を一般向けに公開・開放
- 文化財の観光資源としての開花
 - ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化
 - ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力を活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
 - ・2020年までに、外国人利用者数を1000万人に
- 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
 - ・2020年を目途に、原則として全都道府県、全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定
 - ・歴まち法の重点区域などで無電柱化を推進
- 滞在型農山村の確立・形成
 - ・日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進し、2020年までに全国の農山村で50地域創出
- 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
 - ・2020年までに、商店街等において、50箇所で街並み整備、1500箇所で外国人受入環境整備
 - ・2020年までに、外国人受入可能な伝統的工芸品産地を100箇所に
- 広域観光周遊ルートの世界水準への改善
 - ・修景や体験プログラム開発等に国から専門家チーム（パシフィック）を派遣
- 東北の観光復興
 - ・東北6県の外国人宿泊者数を2020年150万人泊（2015年の3倍）に

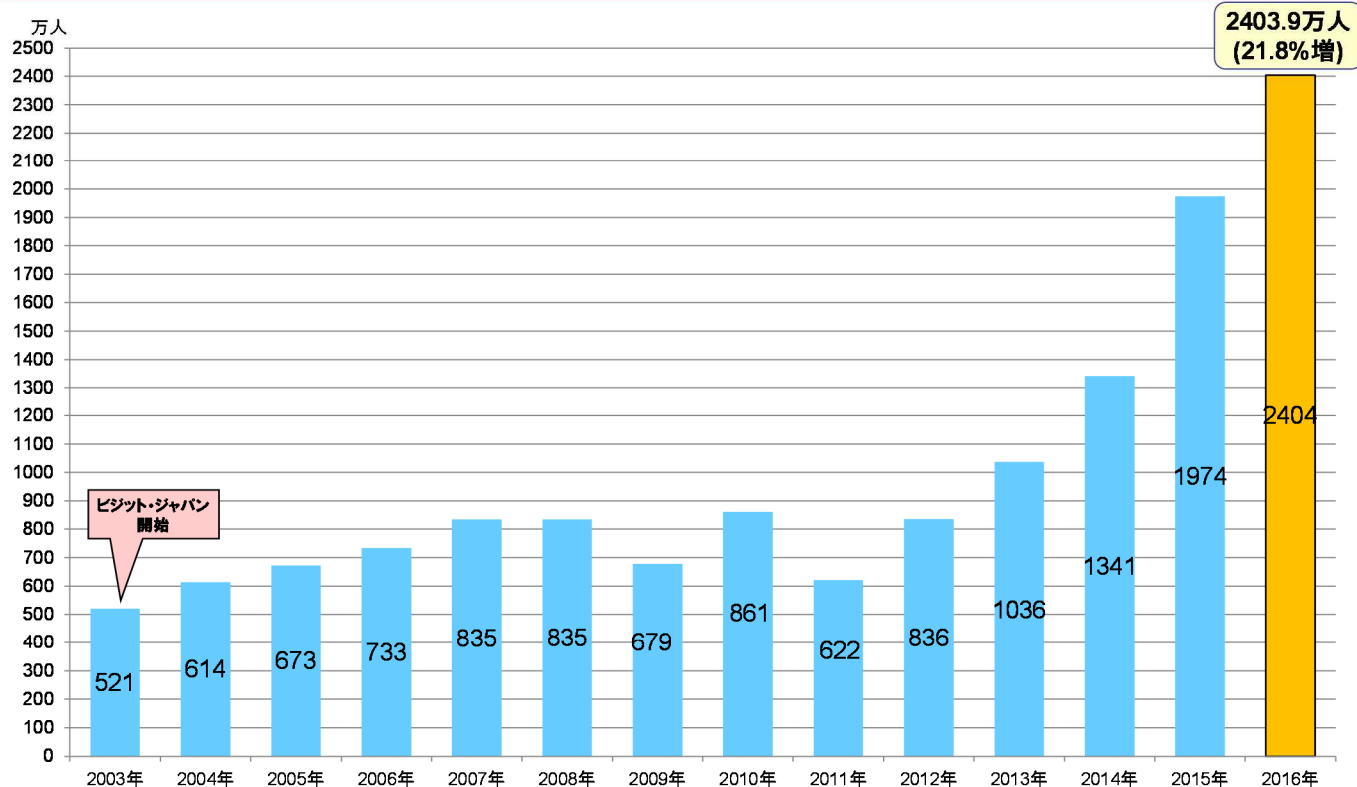
2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- 観光関係の規制・制度の総合的な見直し
 - ・通訳案内士、ガイド、民泊業者等の抜本見直し
- 民泊サービスへの対応
 - ・現行制度の枠組みにとらわれない宿泊法制度の抜本見直し（本年6月中目途に検討会とりまとめ）
- 産業界と連携した観光経営人材の育成強化
 - ・2020年までに、トップレベルの経営人材の恒常的な育成拠点を大学院段階（MBAを含む）に形成
- 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
 - ・観光施策におけるインフラ投資などを促進
- 世界水準のDMOの形成・育成
 - ・2020年までに、世界水準DMOを全国で100形成
- 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開
 - ・観光まちづくりに関する投資や人材支援を安定的・継続的に提供できる体制を整備
- 次世代の観光立国実現のための財源の検討
 - ・観光施策に充てる国の追加的な財源確保策を検討
- 訪日プロモーションの戦略的高度化
 - ・海外著名人の日本文化体験映像を海外キー局で配信
- 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
 - ・在外公館や放送局などを活用した情報発信
- MICE誘致の促進
 - ・政府レベルでの誘致支援体制の構築
- ビザの戦略的緩和
 - ・中国、インド、オーストラリア、ロシアの5ヶ国を対象
- 訪日教育旅行の活性化
 - ・「2020年までに4万人から5割増」の早期実現
- 観光教育の充実
 - ・総合的な学習の時間等における教材の作成・普及
- 若者のインバウンド活性化
 - ・若者割引等のサービス開発を通じた海外旅行の推進

3 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

- 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現
 - ・世界最高水準の顔認証技術の導入などを促進
- 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
 - ・宿泊施設や観光バス乗降場等の整備促進
- キャッシュレス環境の飛躍的改善
 - ・2020年までに、主要な観光地等における「100%のキャッシュレス対応化」などを実現
- 通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現
 - ・無料Wi-Fi環境とSIMカードの相互補完の利用促進
- 多言語対応による情報発信
 - ・中小事業者のWEBサイトの約半分以上を多言語化
- 急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実
 - ・2020年までに、外国人患者受入体制が整備された医療機関を全国100箇所整備（現在の約5倍）
- 「世界一安全な国、日本」の良好な治安等をを体感できる環境整備
 - ・外国語対応可能な警察職員の配置等の体制整備
- 「地方創生回廊」の完備
 - ・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能に
- 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進
 - ・複数空港の一体運営（コンベクション等）の推進
- クルーズ船受入の更なる拡充
 - ・2020年に訪日クルーズ旅客を500万人に
- 公共交通利用環境の革新
 - ・主要な公共交通機関の海外インターネット予約を可能に
- 休暇改革
 - ・2020年までに年次有給休暇の取得率を70%に
- リバー・ツーリズムの推進
 - ・高い水準のインフラ化と心のバリアフリーを推進

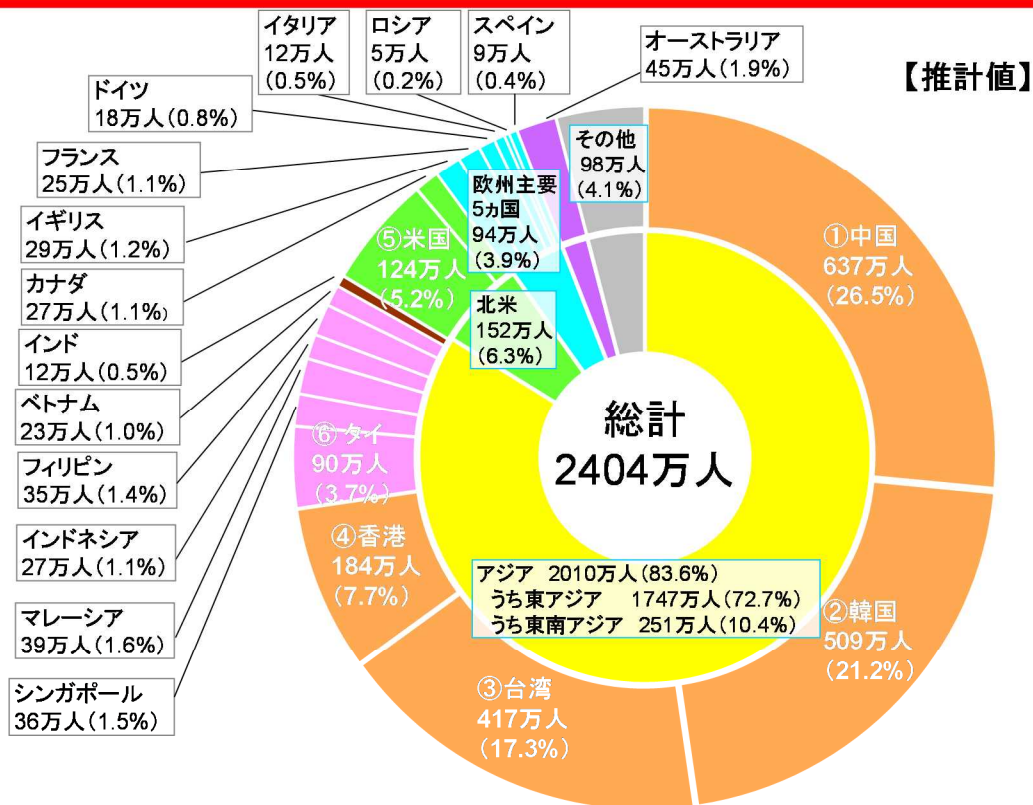
訪日外国人旅行者数の推移



注) 2015年の値は確定値、2016年の値は推計値、%は対前年(2015年)比

出典: JNTO(日本政府観光局)

訪日外国人旅行者数及び割合〔国・地域別〕(2016年)



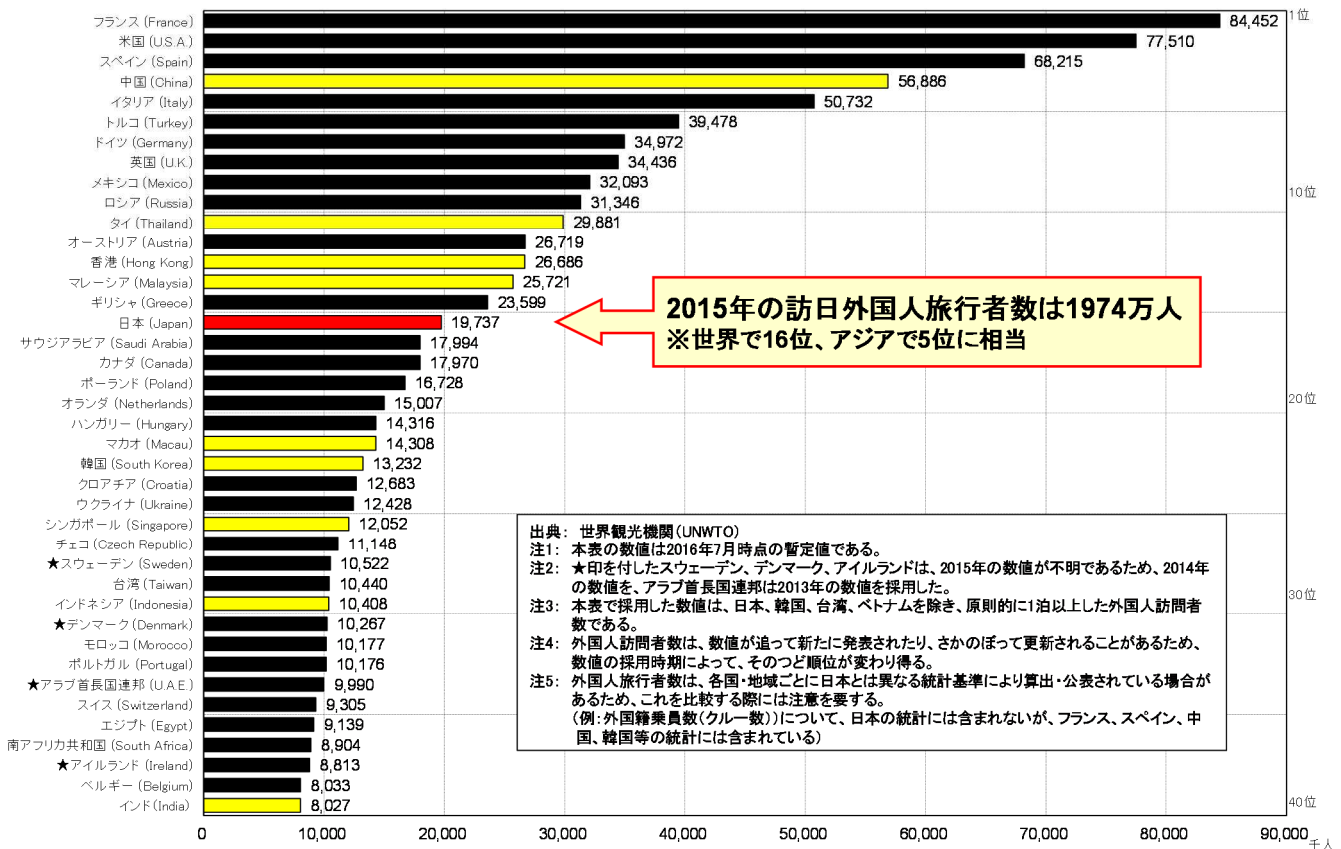
※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア

※ 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。

※ 数値は、それぞれ四捨五入によるため、端数において合計とは合致しない場合がある。

※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

外国人旅行者受入数の国際比較(2015年)

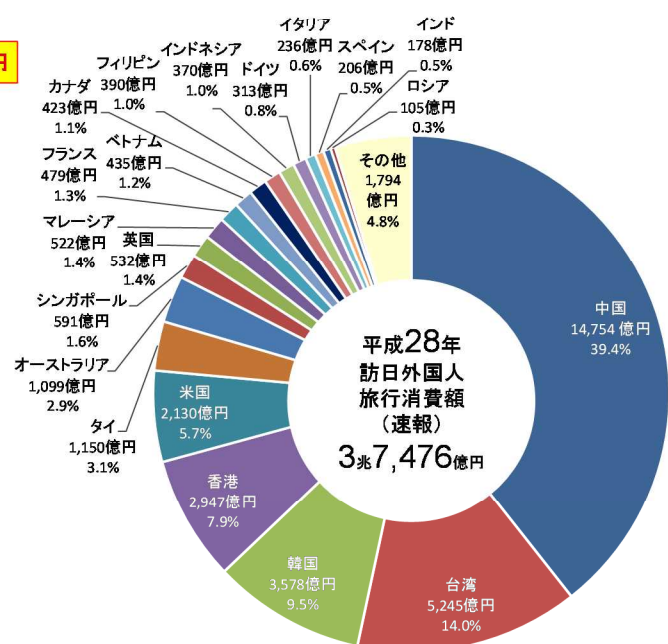
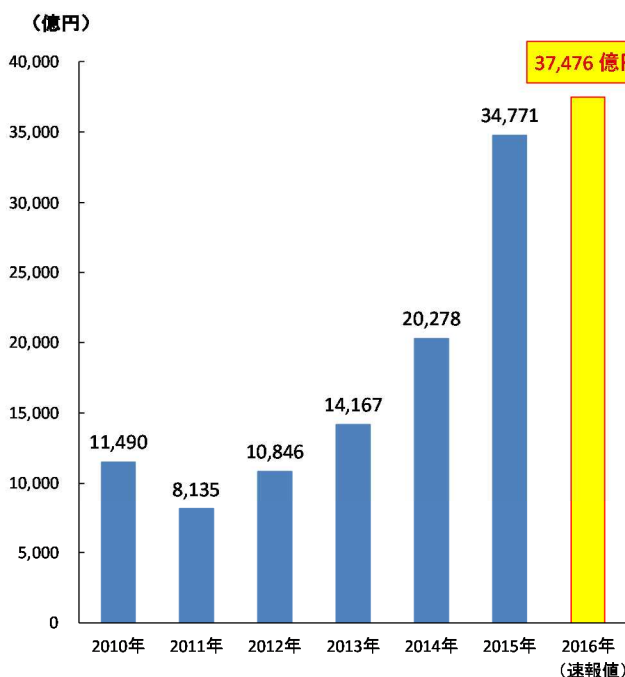


訪日外国人旅行消費額(2016年)

○ 2016年の訪日外国人旅行消費額は、前年比7.8%増の3兆7,476億円となり、過去最高となった。

【旅行消費額の推移】

【2016年(速報値)】



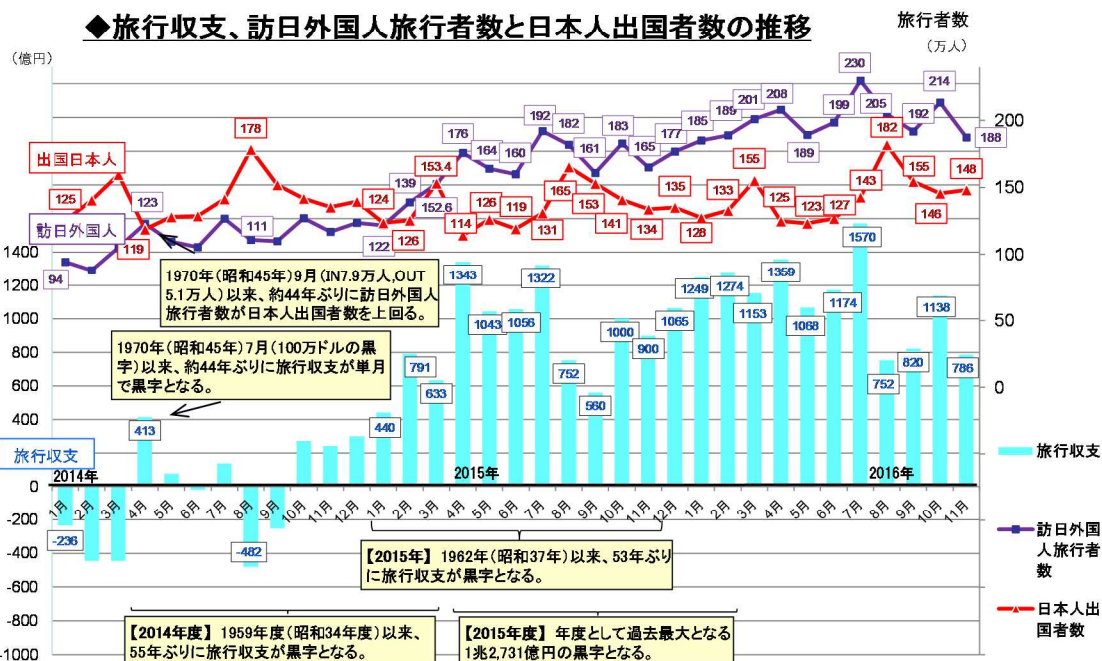
注) 2015年までは確報値、2016年は速報値につき、今後数値が更新される可能性がある。
 出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1) パーセンテージは、訪日外国人旅行消費額全体に対する割合。
 注2) 速報値につき、今後数値が更新される可能性がある。
 出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

国際旅行収支の改善について

- ビジット・ジャパン事業を2003年に開始して以来、国際旅行収支は改善。
- 2015年はすべ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。
- 2016年11月は、前年同月から黒字幅を縮小し、786億円の黒字となった。

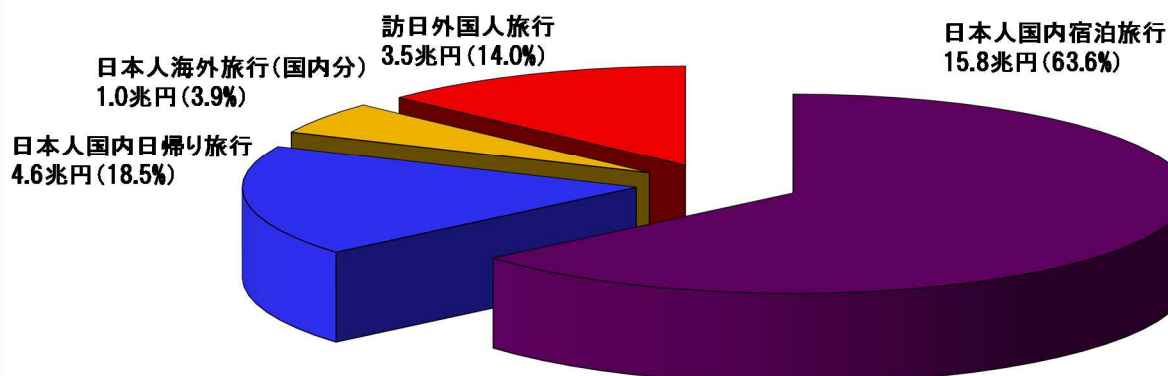
年	旅行収支 (億円)
1996年	▲ 35,880
1997年	▲ 34,651
1998年	▲ 32,739
1999年	▲ 33,287
2000年	▲ 30,730
2001年	▲ 28,168
2002年	▲ 28,879
2003年	▲ 23,190
2004年	▲ 29,189
2005年	▲ 27,659
2006年	▲ 21,409
2007年	▲ 20,199
2008年	▲ 17,631
2009年	▲ 13,886
2010年	▲ 12,875
2011年	▲ 12,963
2012年	▲ 10,617
2013年	▲ 6,545
2014年	▲ 444
2015年	10,905



出典:旅行収支…財務省国際収支統計、訪日外国人旅行者数…日本政府観光局(JNTO)訪日外客数、日本人出国者数…法務省出入国管理統計
 注)旅行収支における2016年10月～11月の値は速報値、2014年10月～2016年9月の値は第2次速報値、2014年9月以前の値は確報値
 期間集計における数値は、それぞれ四捨五入によっているため、増数において合計とは合致しない場合がある。

国内における旅行消費額（2015年）

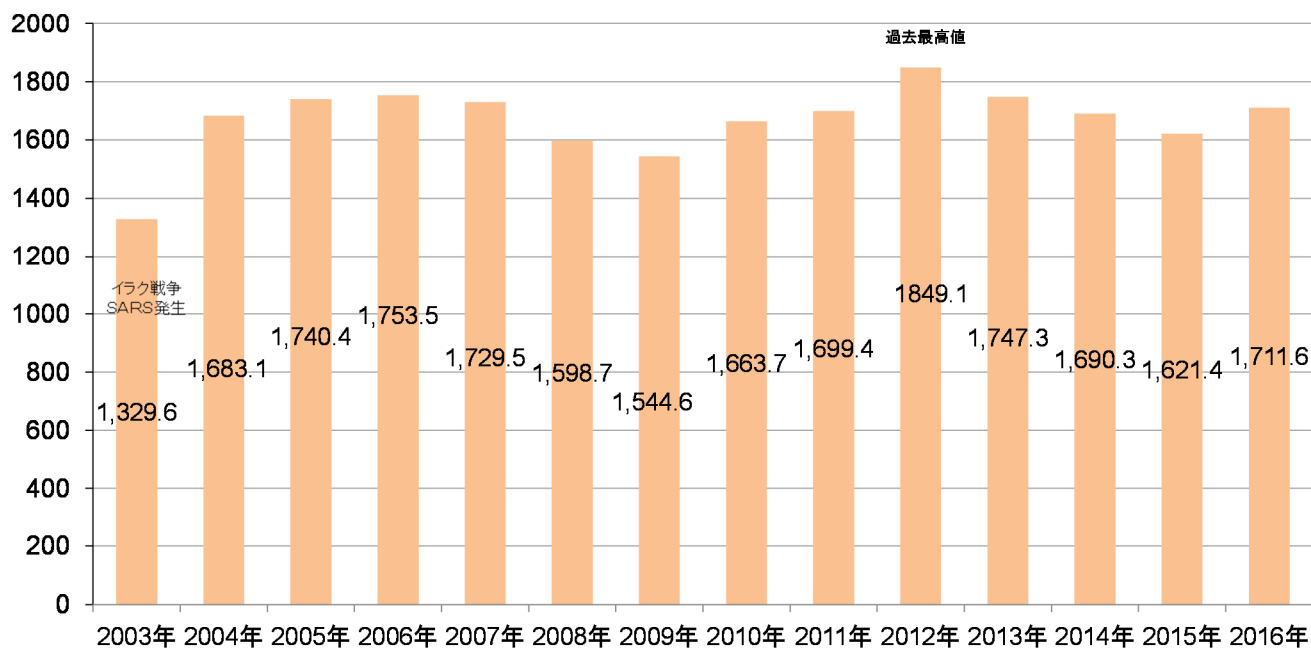
24.8兆円



観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より算出

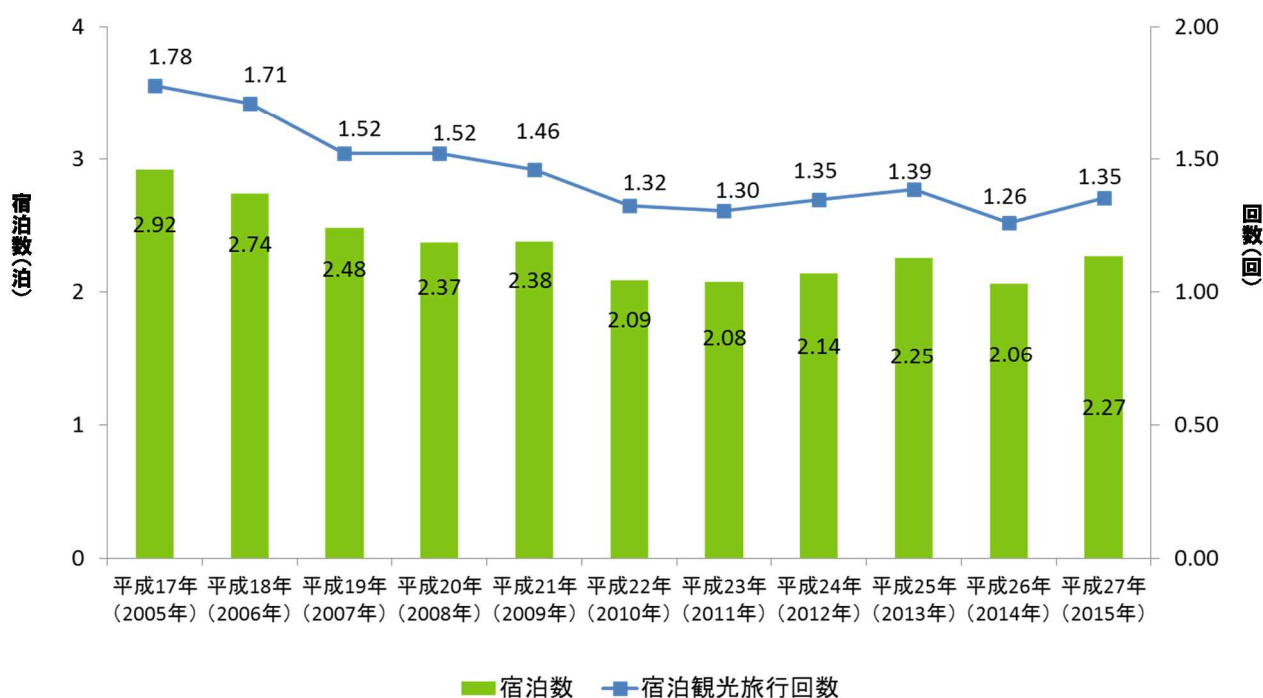
日本人海外旅行者数の推移

(万人)



出典：日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成
※2016年については、推計値

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

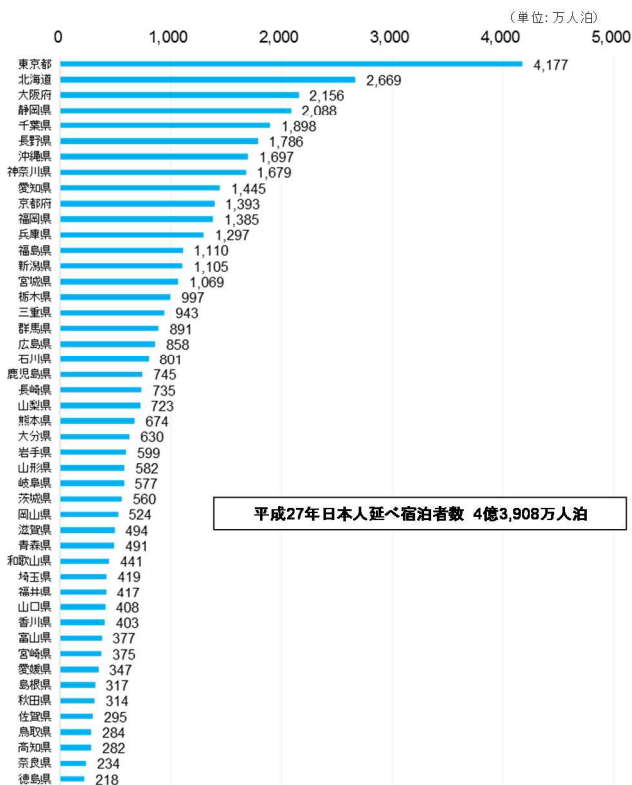


(注)2008年までは、20歳から79歳までが調査対象。
2009年以降は、全年齢が調査対象。

観光庁「旅行・観光消費動向調査」

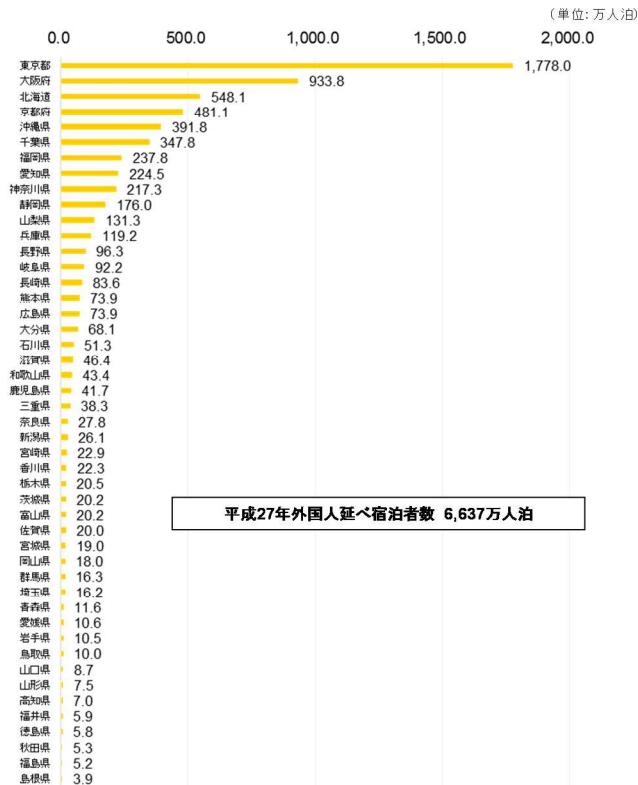
都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数(2015年)

都道府県別 日本人延べ宿泊者数



平成27年日本人延べ宿泊者数 4億3,908万人泊

都道府県別 外国人延べ宿泊者数



平成27年外国人延べ宿泊者数 6,637万人泊

1 出典: 観光庁「宿泊旅行統計調査」(平成27年 速報値) 2 「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。

地方における消費税免税店の拡大について

外国人旅行者による地方での旅行消費を拡大し、地域経済の活性化を図るため、地方の外国人旅行者向け免税店の拡大を推進。

※全国の免税店数: 2015年10月1日 29,047店 → 2016年10月1日 38,653店。1年間で1.3倍以上に。

消費税免税制度の拡充

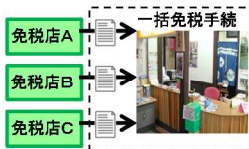
〈拡充第1弾〉(2014年10月1日運用開始)

- 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。



〈拡充第2弾〉(2015年4月1日運用開始)

- 免税手続の第三者への委託を可能とし、商店街や物産センター等において、免税手続の一括カウンターを設置を実現。
- 外航クルーズ船の寄港時に埠頭に臨時出店する仮設店舗の免税許可申請を簡素化。



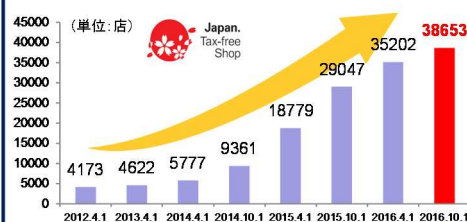
平成28年度税制改正

〈拡充第3弾〉(2016年5月1日運用開始)

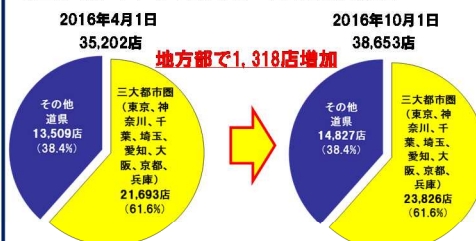
- 免税の対象となる、一般物品の最低購入金額の「10,000円超」から「5,000円以上」への引き下げ。
- ▶ 地方における2,000円～3,000円程度の単価の低い民芸品や伝統工芸品について、2,3個の購入で免税となることで、外国人旅行者の地方での消費を促進。
- 免税店から免税購入物品を海外の自宅や空港等へ直送する場合の手続を簡素化。
- ▶ 自ら免税購入物品を持ち運ぶことなく旅行する「手ぶら観光」を促進。



【免税店数の推移】



【三大都市圏と地方部の免税店数】



「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)、「観光ビジョン実現プログラム2016」(平成28年5月13日観光立国推進閣僚会議決定)及び「日本再興戦略2016」(平成28年6月2日閣議決定)において「地方における消費税免税店数の目標(現行: 2020年に2万店規模へと増加)について、2018年での節減し達成を目指す」ことを目標としている。

(この冊子は、再生紙を使用しています。)