

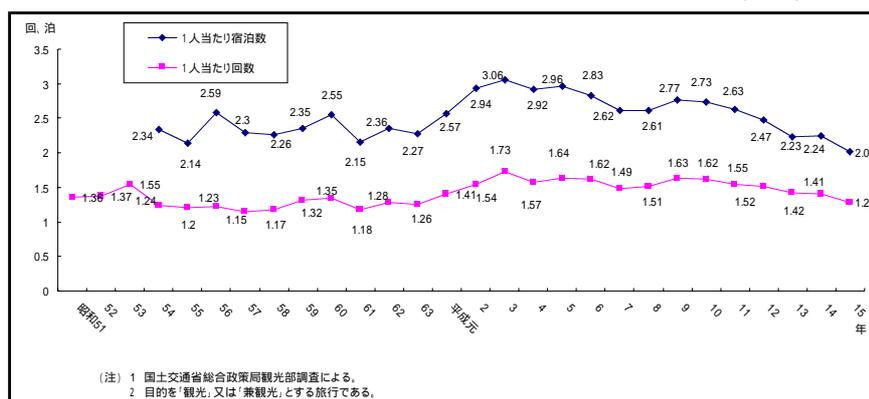
平成 15 年度観光の状況に関する年次報告

第 1 章 観光の現状

1 国民の観光の動向

平成 15 年の国内宿泊旅行を行った回数は国民 1 人当たり平均 2.11 回（対前年比 15% 減）うち宿泊観光旅行は 1.28 回（対前年比 9% 減）。宿泊日数は国民 1 人当たり平均 3.96 泊（対前年比 15% 減）うち宿泊観光旅行は平均 2.01 泊（対前年比 10% 減）を示した。

図 1 - 1 国民 1 人当たりの宿泊観光旅行回数及び宿泊数の推移(平均)



このように、国民の国内宿泊旅行は、10 年程度のスパンで見ると平成初期からの減少傾向が引き続き継続している。その原因は、個人消費の低迷や、割安な海外旅行商品が販売されていることもあると考えられる。

しかしながら、国民の国内宿泊旅行は、全体としては減少傾向にあるが、地域別にみると観光客が増加し、賑わいをみせる地域も多数ある。

(例) 観光客増加の例(観光カリスマの貢献)

入込み客数：平成 10 年度 平成 14 年度

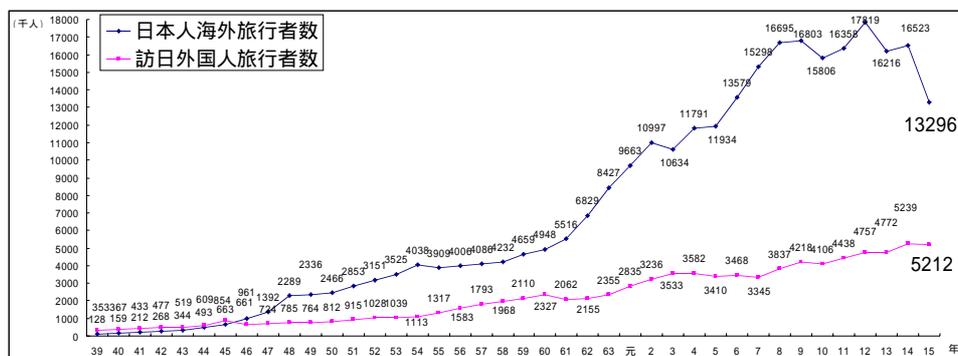
山梨県高根町 (259 万人 694 万人)

宮崎県西米良村 (5 万人 13 万人)

2 国民の海外旅行の動向

平成 15 年の海外旅行者数は約 1,330 万人（対前年比 19.5% 減）と大幅な減少となった。この主因は S A R S と考えられる。

図 1 - 2 日本人海外旅行者数、訪日外国人旅行者数の推移



3 旅行関連消費支出の推移

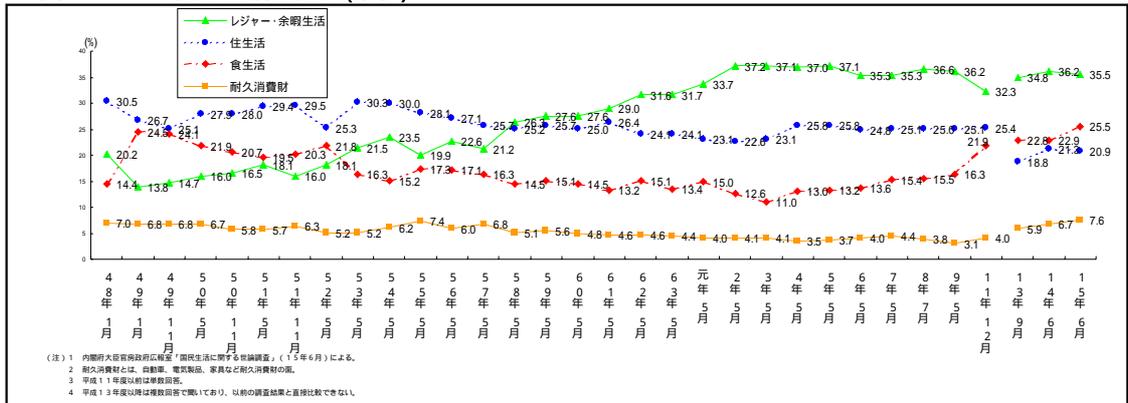
家計調査によれば、平成15年の1世帯当たりの旅行関連消費支出（国内旅行、海外旅行の区別は無い）は、12万4,921円（対前年比5.8%減）であり、近年の減少傾向が継続している。

旅行関連消費支出の自由時間関連支出に占める割合をみると、おおむね横ばいとなっており、自由時間の中での旅行の位置付けは消費支出面では変わっていないことが伺える。

4 国民の旅行等に関する意識の動向

(1) 「国民生活に関する世論調査」(平成15年6月)によると、今後の生活で特に重点をおきたい分野としては、「レジャー・余暇生活」を挙げる者が35.5%あり、「食生活」などを抑えて最も高い。

図1-3 今後の生活の力点(推移)



(2) (財)社会経済生産性本部の調査によれば、国民の余暇活動の潜在需要を参加希望率から実際の参加率を引いた数値で見ると、第1位は性・年齢を問わず「海外旅行」、第2位が「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」となっている。このように、観光旅行に対する潜在需要は多様な余暇活動のなかで依然として高いことがうかがえる。

5 外国人訪日観光の動向

(1) 平成15年の訪日外国人旅行者数は、521万人(対前年比0.5%減)であった。年度で見ると、15年度は534万人(前年度比0.5%増)であった。

1-4 訪日外国人旅行者の推移(平成15年1月~平成16年3月)



4月以降前年比で大幅な減少がみられたのはSARSの影響と考えられ、5月は34.2%もの減少であったが、8月は大幅な増加に転じ、単月で過去最高の55万人を記録するなど、暦年で見ると、ワールドカップサッカー大会が開催され史上最高であった前年にほぼ匹敵し、年度ではやや上回る結果となった。

平成14年の外国人旅行者受け入れ数の国際ランキングは、日本は世界で33位、アジアの中でも8位となっている。

注 1) 法務省資料に基づき(国土交通省総合政策局観光部集計による。
2) 「訪日外国人旅行者数」とは、国籍に基づき(法務省集計による外国人正規入国者数から日本に居住する外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。
3) 平成16年2月・3月は、推計値。

図1 - 5 平成15年上位5カ国・地域からの訪日旅行者数月別推移

(2) 平成15年の国籍別訪日外国人旅行者数は、全般的に伸び悩む中、韓国が14.7%増の146万人と順調な伸びを維持し、5年連続で首位となった。以下、台湾79万人(10.5%減)、アメリカ66万人(10.4%減)、中国45万人(0.8%減)、香港26万人(10.5%減)の順となっている。

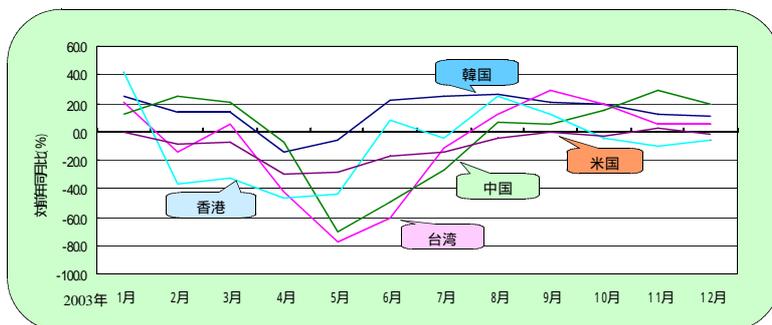


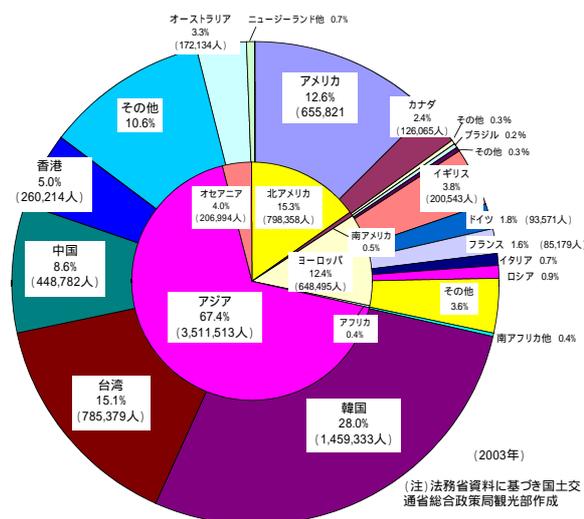
図1 - 6 外国人旅行者受け入れ
アジアランキングの推移

外国人旅行者受け入れアジアランキングの推移(単位:万人)

1990年	受入者数	2002年	受入者数
マレーシア	745	中国	3,680
香港	658	香港	1,657
タイ	530	マレーシア	1,329
シンガポール	484	タイ	1,087
日本	324	シンガポール	700
韓国	296	マカオ	657
マカオ	251	韓国	535
インドネシア	218	日本	524
台湾	193	インドネシア	503
中国	175	台湾	273
アジア全体	5,260	アジア全体	11,152*

*印は、2001年

図1 - 7 州別、国・地域別
訪日外国人旅行者の割合



6 世界における国際観光の状況

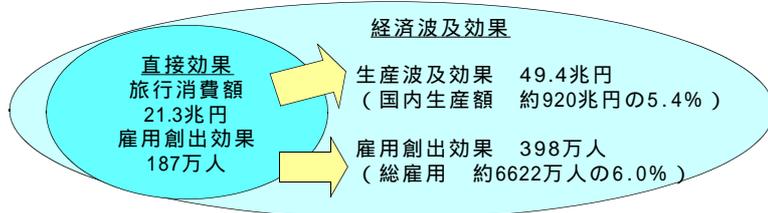
世界観光機関(WTO)によると、平成14年に各国が受け入れた外国人旅行者総数は7億264万人(対前年比2.7%増)、各国旅行収入総計は4,742億ドル(対前年比3.2%増)となり、いずれも前年に比べ増加している。

また世界観光機関(WTO)は、平成12年、東アジア・太平洋地域の国際観光客到着数は平成12年から22年間に年平均7.7%という大きな伸びを示して、22年には1億9,500万人に達するという推計を発表した。ちなみに、欧州は年平均3.0%、米国は年平均3.9%の伸び率と推計している。このように、日本を含む東アジア・太平洋地域は、これから急成長が期待される到着地ととらえられており、我が国にとっては、国際観光交流増進のチャンスとみることができる。

7 旅行の経済に与える影響

(1) 平成 14 年の旅行消費（いわゆる観光旅行のほか、ビジネス旅行等を含む）による生産波及効果は 49.4 兆円、雇用効果は 398 万人と推計される。

図1-8 旅行産業の日本経済への貢献度



(2) 平成 15 年の我が国の国際旅行収支は、受取りが 1 兆 184 億円、支払いは 3 兆 3,417 億円となり、収支は 2 兆 3,233 億円の赤字となった。

8 観光統計の整備状況

国民の観光志向は多様化しつつあり、また外国人旅行者の日本での行動等は国籍や季節等によって異なり、これらの動向を把握しつつ政策に反映させるには、きめ細く速報性のある統計調査が必要である。

しかしながら現在、自治体が行っている観光統計は自治体ごとに個別に行われ、比較や集計ができない状況にあるなど、統計整備に不十分な面が見られる。

第2章 観光立国、この1年の動き

1 観光立国をめぐる政府のこの1年の動き

平成 15 年 4 月以降の観光立国をめぐる政府の動きを順を追って紹介する。

(1) 観光立国懇談会報告書のとりまとめ（平成 15 年 4 月 24 日）

4 回の懇談会と数回にわたる有識者会合が開催され、4 月 24 日、観光立国の意義及び観光立国を実現していくための課題と戦略について提言する報告書をとりまとめた。

(2) 観光立国関係閣僚会議等の開催（平成 15 年 5 月 21 日）

観光立国懇談会の報告書を受け、観光立国実現のための施策の効果的かつ総合的な推進を図るため、全閣僚をメンバーとして、5 月 21 日に第 1 回会議が開催された。

(3) 観光立国行動計画の策定（平成 15 年 7 月 31 日）

7 月 31 日の第 2 回観光立国関係閣僚会議において、関係省庁の 243 もの施策をとりまとめた「観光立国行動計画」を決定した。

(4) 観光立国担当大臣の任命（平成 15 年 9 月 22 日）

平成 15 年 9 月 22 日、小泉連立第 2 次内閣が発足した。その際、観光立国担当大臣が設けられ、石原国土交通大臣が最初の観光立国担当大臣に任命された。

また、平成 16 年 7 月から、国土交通省に総合観光政策審議官が設置されることとなった。

(5) 第 159 回国会における小泉内閣総理大臣施政方針演説（平成 16 年 1 月 19 日）

第 159 回国会の施政方針演説の中で、小泉内閣総理大臣は「観光立国」の積極的推進に言及。

2 観光立国に向けた政府の取組みの主な成果

(1) 21 世紀の進路「観光立国」の浸透

観光政策に関する観光大国・地域の大使等との懇談会

平成 16 年 2 月 18 日、首相官邸に 12 ヶ国・地域の駐日大使等を招いて、小泉内閣総理大

臣が「観光政策に関する観光大国・地域の大使等との懇談会」を開催した。

観光立国シンポジウム

平成 16 年 2 月 16 日、「外国人旅行者を受け入れて素敵な国づくり」をテーマに、観光立国シンポジウムを開催した。

ビジット・ジャパン・キャンペーン国内広報

国民の方々にビジット・ジャパン・キャンペーンの趣旨等を知っていただくために、国内向け広報を行った。

(2) 日本の魅力・地域の魅力の確立

魅力ネットサイト事業

地域の魅力発見を促すとともに、国内外に魅力を発信する魅力ネットサイト事業を実施し、「発見！観光宝探しデータベース」を構築した。魅力の投稿は全国から 1 千件を超えている。

観光カリスマ百選

観光振興を成功に導いた人々を「観光カリスマ百選」として選定作業を行っており、これまで 63 人を選定・公表している。

観光交流空間づくりモデル事業

先進的な観光交流空間づくりを総合的、重点的に支援する「観光交流空間づくりモデル事業」を平成 15 年度より行っており、これまでに 8 地域を選定し、実施している。

「都市と農山漁村の共生・対流」の国民的運動の支援

農林水産省等は、都市と農山漁村の共生・対流の国民的運動を、ホームページやキャンペーンロゴの作成等を通じて支援している。

一地域一観光、全国都市再生、構造改革特区の一体推進

各地方支分部局において、一地域一観光、全国都市再生、構造改革特区の連携により、地域づくり、地域再生を省庁横断的に推進していくため、関係省庁、地方公共団体、経済団体等が連携を図る共通プラットフォームを設置している。

長期家族旅行国民推進会議の開催

長期家族旅行を普及・定着させるための課題について検討し提言をまとめる国民推進会議を開催している。

エコツーリズム推進会議の開催

エコツーリズムの普及・定着を目指した推進方策について議論する「エコツーリズム推進会議」を開催している。

良好な景観形成

緑豊かで良好な景観の形成を図るため、景観法案をはじめとする景観緑三法案を平成 16 年通常国会に提出している。

(3) 日本ブランドの海外への発信

小泉内閣総理大臣や石原国土交通大臣・観光立国担当大臣によるトップセールス

小泉内閣総理大臣及び石原国土交通大臣・観光立国担当大臣は、外国訪問時及び各国首脳来日時に、日本の魅力等についてトップセールスした。また、小泉総理や石原大臣自らが訪日と呼びかけるビデオを作成し、海外等で放映した。

石原大臣は、羽田空港と金浦空港を結ぶチャーター便就航を機にソウルで「日韓観光の夕べ」を開いて、日本の魅力をアピールした。

ビジット・ジャパン・キャンペーン

関係省庁、地方公共団体や J N T O はじめ関係団体及び民間企業等と共同で日本の魅力を海外に戦略的に発信するビジット・ジャパン・キャンペーンを、平成 15 年度より本格的に展開した。

(4) 観光立国に向けた環境整備

外国人による環境整備状況の診断（モニター）

エコツーリズムをテーマに、交通機関、宿泊施設、観光施設・資源等について外国人診断員に評価・診断していただくモニターツアーを実施した。

外国人旅行者にもやさしい案内標識等の整備

案内標識整備のガイドラインの検討を行っている。

複数通貨対応機能を有したICカードの研究

東アジア地域の複数都市において共通に利用できる交通系ICカードの研究を推進している。

中国からの訪日団体観光旅行に関する入国手続きの円滑化等

中国訪日団体観光旅行に関しては、外務省在広州総領事館での査証申請受理が平成15年12月から開始され、また査証発給対象地域の拡大についても中国当局と協議に入っている。

韓国人修学旅行生、香港旅券所持者等に対する査証の免除

平成16年3月1日より、韓国の小・中・高校の修学旅行生に対する査証の免除を始めた。

成田空港、羽田空港における入国審査手続きの時間短縮

成田空港において、審査場ごとの混雑の偏りの解消等の緩和対策を取った。また、羽田空港において、フォークライン方式を導入したほか、審査ブースの増強等を行った。

事前旅客情報システム（APIS）の導入

出発港において搭乗した旅客等に関する情報を航空機等の目的国到着前に送付し、問題のある人物の有無を事前に確認するシステムであるAPIS導入に向けて準備を進めている。

羽田 - 金浦チャーター便の就航

平成15年6月の日韓首脳会談における共同声明を受け、同年11月30日より、羽田 - 金浦間の国際旅客チャーター便の運航を開始した。

旅行の低コスト化

国内の主要な航空会社、鉄道会社による外国人旅行者向け割引運賃の導入や、店等で割引等の優遇措置を受けられるウェルカムカードが16年3月現在11地域で導入されている。

宿泊施設に係る情報提供

外国人旅行者を受け入れる宿泊施設について、英・韓・中3言語で情報を提供し、予約も可能なホームページ「Accommodations JAPAN」を開設した。

3 観光立国に向けた地域の動き

(1) 外客誘致に動き出した地方

地方ブロックレベルの組織的な動き ~ 関西国際観光推進センターの例 ~

平成15年12月1日、関西の2府7県3市、7経済団体が発起人となって、官民が連携協力して関西エリアへの外国人観光客誘致を推進する「関西国際観光推進センター」が設立された。常駐職員を置いた形での広域的な外客誘致活動としては先駆けであり、今後の活動が期待されるところである。

都道府県、市町村が一体となった外客誘致の取組み ~ 長崎県「キリシタン紀行」 ~

長崎県と同観光連盟は、世界中のカトリック信者が訪れる素地が長崎の殉教の歴史にはあると判断し、九州運輸局と共同で平成14年度「観光まちづくりプログラム推進事業」を実施して、「新キリシタン紀行」のモデルルートを5本策定。韓国の旅行会社とタイアップして巡礼ツアーを企画、平成15年5月に試験的に始めた。韓国人ガイドの養成や多言語の観光案内標識を設置、宿泊等関係者を集めた韓国人受入れ研修なども行われている。

各地で展開される外客誘致促進のための事業
ビジット・ジャパン・キャンペーンと連携して、
各地で数多くの外客誘致促進のための事業が行わ
れている。

外国人旅行者受入れを支えるボランティア活動
外国人との草の根的な交流の一例として、首都
圏S G Gクラブを紹介する。

- ・ 東京オリンピックの年に始まった「善意通
訳普及運動」は、その後熱心な善意通訳の方
々が集まってS G G (Systematized Goodwill
Guide) クラブの組織づくりが始まった。「首
都圏S G Gクラブ」は、昭和58年に結成さ
れ、国際観光振興機構の東京ツーリスト・イン
フォメーション・センターや、台東区か
らの要請による浅草文化観光センター、その他
上野や築地にも拠点を置いて活動を行って
いる。平成15年には年間で2万数千名の外国
人旅行者に対し、観光情報の提供や、部分的
に同行案内を行っている。

(2) 観光魅力を高める取組み

近年、地域の観光魅力を高める動きが各地で見られるようになってきた。その取組みのいくつかを紹介する。

観光カリスマが進める観光魅力づくり

1) 佐藤和志さん(秋田県田沢湖町): 温泉、宿泊

佐藤さんは、元はといえばさびれた湯治場に過ぎなかった鶴の湯を、今では年間13万人もの観光客が訪れる有名温泉地とした。

2) 坂本勲生さん(和歌山県本宮町): 歴史的空間

坂本さんは、熊野本宮大社を有する本宮町を訪れる人々に熊野古道の歴史と魅力を案内する「本宮町語り部の会」の会長として活躍している。

3) 福島順二さん(富山県八尾町): イベント

「越中おわら風の盆」は毎年25万人もの観光客が押し寄せるが、その他の時期は人も少なかった。そのため、福島さんは、おわら風の盆を活性化の起爆剤にしようと考え、通年にわたって観光客がおわら風の盆を楽しむことができる環境作りを行った。

4) 若松進一さん(愛媛県双海町): 新しい観光資源

若松さんは、「しずむ夕日が立ちどまるまち」~「夕日」をコンセプトとしたアイデアと実行により、現在の双海町を作り上げた。そして平成10年に20万人が訪れていた双海町は、5年後には55万人が訪れる町となった。

5) 田中まこさん(兵庫県神戸市): 国際交流・外客受入

映像をPRの手段と捉えて、自分たちの街を映像に収めてもらうべくロケ撮影を誘致しようという「フィルムコミッション」の活動が全国に広がっているが、田中さんは、その先駆けと言える「神戸フィルムオフィス」の代表として活躍している。

6) 田口久義さん(秋田県田沢湖町): グリーンツーリズム

実際に農業を体験し、自分が普段食べているものがどうやって作られていくのか等を学習する一方で、自分で収穫した果物や野菜を食べるのは最高の思い出になるに違いない。田口さんは、農業体験をプランに入れた修学旅行の受入を一括して行うNPO「田沢湖ふるさとふれあい協議会」の会長として活躍している。

観光カリスマと観光交流空間づくりモデル事業で見せている地域~伊勢・二見地域
伊勢市、二見町は、平成25年の神宮式年遷宮に向け、観光カリスマとNPOが相まって

販わう「北海道ビジネスフォーラム」

ブース展示会場



国土交通省の観光交流空間づくりモデル事業を活用した快適交流空間づくりを進め、2005年開港する中部国際空港から国内外観光客の誘致につなげる観光都市再生を目指し、伊勢市・二見町全体が活気あふれた地域となる取り組みが進められている。

都市再生、構造改革特区等と連動した住民参加による観光まちづくり ～松山市の例～

政府は、地域の自立的な活性化を促す取り組みとして、都市再生、構造改革特区、地域再生などを行っており、これらの手法を活用して観光を軸に活性化を図ろうとする地域も少なくない。ここでは住民も積極的にまちづくりに参加している松山市の取り組みを紹介する。

松山市は「坂の上の雲」(司馬遼太郎著)を軸としたまちづくり構想を掲げ、「『坂の上の雲』フィールドミュージアム構想」を策定した。この構想は、まち全体を屋根のない一つの博物館と捉え、名所をネットワーク化することによって、物語のある観光都市を構築しようとするものである。松山市は、この構想をもとに、市民・NPO・地元企業などに参加を呼びかけ、ともに協力しながら、全国都市再生モデル調査(若者が創る「坂の上の雲」まちづくりモデル調査-元気な志民プロジェクト-)、構造改革特区(松山市観て歩いて暮らせるまちづくり交通特区)を行い、観光まちづくりを進めている。

松山市は、さらに地域再生のテーマとしても取り上げており、今後さらにこの取り組みは加速されるものと期待される。

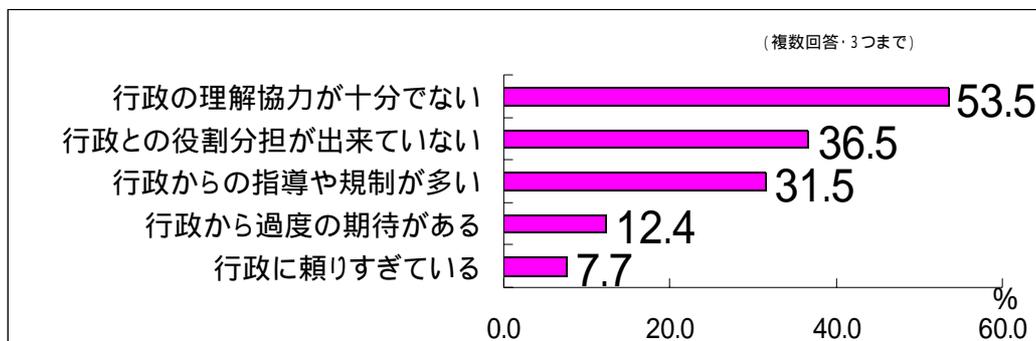
(3) アンケート調査にみる観光関連NPO法人の活動と課題

観光立国に向けた地域の動きを先導している主体の一つがNPOである。そこで、観光関連の活動を行っているNPO法人に対しアンケート調査を行った。

この中で、観光関連活動をより活発にするためには、「活動資金の充実」が7割近く、次いで「活動への参加者・利用者の増加」が約5割、また、「行政の理解・協力」も約4割あった。行政との関係では、現在「関係がある」が約6.5割、「現在は関係ないが、今後、関係したい」約3割であった。しかし、一方で、行政との関係の問題点・課題を尋ねると、「行政の理解・協力が十分でない」が半数を超え、「行政との役割分担が出来ていない」も多く、行政とNPO法人との対話の必要性が感じられる結果となっている。また、「行政からの指導や規制が多い」という回答も3割近くみられる。

にぎわいのある観光地づくりには、情熱を持った個人やNPO法人が支えている場合がある。行政機関は、このようなNPO法人の動きがある場合には、対話を通じて理解し、協力関係を築き、良好なパートナーシップの下でにぎわいのある観光地づくりを進めていく必要があるものと思われる。

図2-1 行政との関係の問題点・課題



4 国際観光交流の意義の再認識

(1) 訪日外国人旅行者の感想文等による国際観光交流の意義の再認識

外国人旅行者の訪日促進には、大きく 国際相互理解の増進、地域の自信と誇りの醸成による地域活性化、わが国経済の活性化の意義がある。

このうち、「国際相互理解の増進」は「国際観光交流」が最も効果的な手段の一つである。ここでは、平成 15 年度のビジット・ジャパン・キャンペーンの事業の結果得られた訪日外国人旅行者の感想文等及び日本人の海外旅行体験を紹介する。

初めて日本（九州北部）を訪れた中国人の印象

- ・ 日本人との最初の接触は入国手続きを処理する時である。カウンターの向こう側で、制服姿の日本の女性職員が手続きをする観光客に微笑を見せていた。160 人以上のお客さんに対し、160 回以上の真心を込めた微笑、さすがに日本の女性は礼儀が正しい。
- ・ 日本での 5 日間の中で、私は日本人の奉仕精神に感動した。私達の手荷物等の運搬は、途中ずっとドライバーがしてくれる。又、チップももらおうとしない。
- ・ 私達のバスがホテルを離れるとき、ホテルの従業員は一列になって、手を振って別れを告げる。バスが視線にある限り、彼らの手は止まらない。バスが曲がり、最後のお辞儀をしてから、送別の儀式は完成となる。私は、このお客さんが見えないところでも、真面目に作業を規定に順じてやるという仕事奉仕の精神を尊敬する。

日本人高校生との交流で来日したある韓国人高校生の印象

- ・ 日本の友達は面白く、カリキュラムも楽しく工夫されていた。私はまだ高校 1 年生だから次回またこんな企画にもう一度必ず参加したい。今回のキャンプを通じて私の日本に対する先入観は完全に変わった。日本、いや日本人は親切だった。他人を配慮することができる人達だ。
- ・ 今回のキャンプで多くのことを学べ、友達もたくさん出来たようで嬉しかった。特に日本人の友達と過ごしたのが印象深かったし次回また会いたい。楽しい旅行だったし、この旅行を通じて共同心と譲歩することを学ぶことができた。今回の旅行から学んだことを韓国に帰ってからも使えれば良いと思う。

在日カナダ人女性の印象

- ・ 私は 2001 年 1 月から日本に住んでいます。日本に来る前は、私は、日本という国は、芸者、日本庭園、相撲、仏閣など外国人が日本と言えば誰でも連想する古い部分と、電化製品や自動車など日本ブランドとも言うべき製品を作る近代的設備とがばらばらに混在する国だと思っていました。ところが、日本に来て、東京、鎌倉、京都、奈良を訪れただけで、私は、伝統的なものと近代的なものとがいかに見事に融合しているかということ、そして日本の人々がそのような全く異質のものを調和させることをいかに簡単に成し遂げてしまうかということに深い感動を覚えました。
- ・ 私は、日本の食べ物の質の高さと多様性にも感銘をうけました。私は、本当においしいお寿司やお刺身を食べることに幸福を感じるだけでなく、日本料理というものが最初想像していたものよりもずっと奥が深く、洗練されたものであることに気付きました。
- ・ また、日本はどこに行っても安全だと思いますし、世界的な大都市の通りを、何の心配もなく、夜歩き回れることは素晴らしいことだと思いました。
- ・ それから、私が会った日本の人々は本当に礼儀正しくて、二つか三つの英語の単語で私を一生懸命助けてくれた人もいました。

日本人が海外で感じたうれしい体験

- ・ 10 年ほど前、初めての海外旅行でドイツに一人旅をしました。フランクフルト中央駅に到着してユースホステルに行くときに、近くの人に尋ねたところ、一人目の人はそのあたりの地理に詳しくなく、次の人は英語がわからなくて困っていたところ、初めに尋ねた人が通訳をしてくれて、かつその周りの人が私が乗る路面電車の運転士や周りの乗客の人に私がユースホステルに行くことを説明してくれました。その上、その停留所に着くと、運転士が運転席から車外に出てきてくれて、ユースホステルまでの説明をしてくれました。初めての旅行でかつ夜だったので、ドイツの人たちの優しさに感激しまし

た。それ以来、ドイツには5回ほど行くぐらいはまってしまいました。

- ・ 旅行会社の韓国4日間のツアーに参加。総勢20数名。年配者が多かった。現地の女性ガイドはまだ20代の新人。日本語もたどたどしく、観光地の説明もノートをみながらのもの。初めは「これはついてないな」と思いましたが、彼女の一生懸命のガイドと誠意あふれる姿勢にいつの間にかツアー客全員が暖かく彼女を応援する空気になっていました。最後のガイドさんの涙顔でのお別れの挨拶を聞きながら、私達は韓国に対する言い知れぬ親近感を覚え、またこの旅行が本当に楽しかったと感ずることができました。
 - ・ アメリカの西海岸を貧乏旅行をしていたとき、他には一人の日本人も乗っておらず、いかにも治安の悪そうなバスに乗っていたら、かなり怖そうな感じの人が話しかけてきました。英語もよく分からなかったし、びびりながら話していると、私の乗っているバスが間違っていることが判明！！するとその人は30分に一度しか走っていないそのバスと一緒に降りて、少し離れた電車の駅まで案内してくれました。さらに、電車の中の人に向かって、「　　に行く人はいないかー？」「この子、　　まで行くから連れて行ってやってくれ」と見ず知らずの人に丁寧にも頼んでくれたんです。あのときほど、人は見かけによらないなあと思ったことはありません。そのことがあって以来、私も日本に来ている外国人を見かけるたびに笑顔で話しかけるようにしています。
- (2) 一方、平成15年8月の内閣府の世論調査によると、外国人旅行者について「増えて欲しい」が約48%いる一方、「増えて欲しくない」も約32%いる。

増えて欲しくない者の理由(複数回答)は、「犯罪の増加につながるものが心配」が9割を超え圧倒的であり、この点に関する課題の克服に努める必要性が認識できる。

- (3) 国際観光交流の意義の再認識に向けて

国民に国際観光交流の意義、とりわけ国際相互理解の増進の重要性をご認識いただくとともに、言語が通じなくとも思い出に残る楽しいコミュニケーションができる、ということをも事例をもって情報として提供していくことが重要である。

5 観光立国、この1年の動き

観光立国1年目はSARSなど特殊事情で出鼻をくじかれたような形でスタートしたが、15年度でみると534万人とワールドカップで史上最高となった14年度をやや上回る結果となった。これはビジット・ジャパン・キャンペーンや全国各地で観光立国に向けた取組みが活性化したからとも思われる。観光立国2年目は、1年目の実績を厳しく検証しながら、「PLAN・DO・SEE」のマネジメント・サイクルに則り、より効果的、効率的に施策を推進していく必要がある。

具体的成果が求められる2年目である。

第3章 訪日促進を中心とする国際観光交流促進施策

1 ビジット・ジャパン・キャンペーンを中心とした日本の魅力のPR活動

- (1) ビジット・ジャパン・キャンペーン

2010年までに訪日外国人旅行者数を1000万人にするという目標を達成するため、平成15年度より、国、地方公共団体及び民間が共同して取り組む「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を「YOKOSO! JAPAN」のロゴ・キャッチフレーズのもと、展開している。本キャンペーンでは、訪日促進の重点国・地域を絞り(平成15年度は、韓国、台湾、米

国、中国、香港。平成 16 年度より、これに英国、ドイツ、フランスが追加されることとなっている。) 各国・地域ごとの特性に応じて、様々な事業を組み合わせ実施している。

ビジット・ジャパン・キャンペーン のロゴ・キャッチフレーズ



外国人向け宿泊情報予約サイト



(2) 国際観光振興機構による広報・宣伝活動

平成 15 年 10 月 1 日、特殊法人国際観光振興会が、新たに独立行政法人国際観光振興機構 (JNTO) として発足した。国際観光振興機構は、世界の主要 12 都市に海外宣伝事務所を設けたり、海外での訪日旅行促進キャンペーンや 6 言語によるウェブサイト運営するなど、在外公館、地方公共団体、関係団体等と協力、連携しながら、積極的に日本の観光魅力の広報、宣伝活動を行っている。

(3) 在外公館等による日本の紹介活動

在外公館は、対日理解の増進のため様々な努力を行っており、特に 34 カ所に「広報文化センター」を設置し、広報・文化活動を活発に行い、日本の魅力を発信している。また、独立行政法人国際交流基金の事業や日本放送協会 (NHK) の国際放送などでも、我が国の文化等の紹介を行っている。

2 外国人旅行者の受入れ体制の整備

- (1) 外国人による診断に基づく受入れ体制の整備を推進する「外客受入重点地域整備促進事業」を、熊野古道 (和歌山県) 及び富士樹海 (山梨県) を中心とする地域において実施した。
- (2) 国際観光テーマ地区に「国際交流拠点」や「快適観光空間」を整備している。
- (3) 外国人総合観光案内所や「i」案内所と、案内標識の整備を推進した。
- (4) 通訳案内業法により通訳案内業の質の向上を図るとともに、善意通訳 (グッドウィル・ガイド) の普及・拡大を図っている。
- (5) 日本郵政公社の全ての ATM (現金自動預払機) において、外国で発行されたクレジットカード (現在 5 社) を用いるキャッシングが可能となっている。
- (6) 東アジアの複数都市と日本とで共通に利用できる交通系 IC カードの研究を行っている。

3 低コスト観光の提供

ウェルカムカード、外国人旅行者向け割引運賃、低廉旅行情報等の提供など、外国人旅行者の旅行費用の低廉化の取り組みも各方面でなされている。

4 国際コンベンション等の振興

国際コンベンションの誘致や、2005 年日本国際博覧会の開催に向けた支援などを行った。

5 外国人旅行者の出入国手続きの円滑化

出入国管理、査証発給手続き、検疫、通関等の各種手続きの円滑化を図った。例えば平成16年3月1日からは韓国人修学旅行者に対する査証免除措置をとっている。またサーモグラフィ一等を活用しSARS等発熱性疾患の早期発見に努めている。

6 世界の国々との観光交流強化の取組み

- (1) 日韓、日米等との二国間の観光協議を行うとともに、ASEAN+3など国際機関等への協力を通じた国際観光促進の取組みや、開発途上国の観光振興に対する協力を行った。
- (2) 平成15年6月の日韓首脳共同声明を受けて、昼間時間帯1日最大4便までの羽田-金浦間の国際旅客チャーター便の運航を平成15年11月から開始した。
- (3) 中国国民訪日団体観光旅行は、査証(ビザ)の発給が、北京、上海に続き平成15年12月1日より在広州総領事館でも開始された。
- (4) 国際民間交流の拡大に向けてワーキング・ホリデー制度は、7カ国との間で実施している。

第4章 国民の観光旅行促進施策

1 国民の観光需要の喚起

- (1) 地方公共団体と観光産業が協力して行う「旅フェア2003」の開催を支援した。

旅フェア2003(パシフィコ横浜)



- (2) 地理情報システム(GIS)を活用した携帯情報端末への観光情報の提供について、官民を挙げて、その整備・利用促進を図っている。
- (3) 「オーライ!ニッポン」の促進を図り、都市と農山漁村の共生・対流の推進等を推進した。

2 休暇取得の促進

- (1) 労働時間は昭和63年以降大幅に減少しているが、平成15年における労働者1人平均の年次有給休暇の付与日数等についてみると付与日数は18.2日、そのうち労働者の取得した日数は8.8日で、取得率は48.1%となっている。

長期家族旅行国民推進会議



- (2) 長期家族旅行の普及・定着のための環境整備について検討するため、関係省庁が連携し、国民各層から幅広い参加を得て「長期家族旅行国民推進会議」を開催している。
- (3) 社団法人日本ツーリズム産業団体連合会では、「秋休みキャンペーン」を実施している。

3 多様な旅行商品の提供

- (1) 旅行に関わるインターネット取引は急速に拡大しており、その市場規模は、2007年には1兆8,000億円に拡大すると予測されている。
- (2) 航空、乗合バス、タクシー、鉄道等公共交通機関や高速道路において、各種割引運賃・チケット等が設定されるなど、多様な商品提供が行われている。

4 旅行業等における公正な競争の確保

旅行業及び観光土産品の公正取引協議会に対し、各種公正競争規約が適正に運用されるよう指導を行うなど、公正な競争を確保を図った。

5 日本人の海外旅行の円滑化

出入国管理、査証発給手続き、検疫、通関等の各種手続きの円滑化を図った。感染症の流行地域からの入国者に対しては健康状態のチェックや、医師による健康相談を行っている。

第5章 観光交流空間の形成

1 観光地の魅力の向上

- (1) 総合的、広域的な観光地づくり支援

地域の個性を活かした魅力ある観光交流空間づくりのための自主的な取組みを総合的、重点的に支援する「観光交流空間づくりモデル事業」を実施している。

都市再生・構造改革特区・地域再生と一体となった観光振興を推進・支援している。

観光振興を成功に導いた人々を「観光カリスマ」として選定し、公表している。

全国の市区町村及び国民に地域の魅力の発見・投稿を呼びかけ、それらを集約して「発見！観光宝探しデータベース」としてインターネットで公開した。

発見！観光宝探しデータベース



「観光まちづくりプログラム策定推進事業」として、観光まちづくりアドバイザーを全国36ヶ所に派遣するとともに、15地域において観光まちづくり実施支援プログラムを策定する等の支援を行った。

自動車旅行者をターゲットに一定のテーマコンセプトをもとに広域観光案内板等を整備する「広域観光テーマルート整備事業」の整備を行った。

「グリーン・ツーリズム」の推進、「エコツーリズム」の推進、「産業観光」振興施策の検討、「フィルムコミッション」活動の

支援、「サイクルツアー」の普及等を図った。

北海道における観光振興策に向けて、観光基盤の整備、観光資源情報ネットワークの充実、アウトドア活動に資する施設整備や農山漁村における自然体験型活動等の積極的支援により、北海道の特色を生かした観光振興の支援を行っている。また、沿道景観整備等による美しいドライブ環境の創造と美しく個性的な北海道づくりを目指す「シーニックバイウェイ北海道」の制度導入に向けた検討、試験的な取り組みを行っている。

沖縄の観光振興を図るため、沖縄振興計画等に基づき、多様なニーズに対応した通年・滞在型の質の高い観光・リゾート地の形成に向け、観光振興地域等の整備をはじめ、人材の育成、国内外に観光情報を提供するための共通プラットフォームの構築等の施策を新たに展開した。また、沖縄の豊かな自然、歴史、文化等を生かして、エコツーリズムや世界遺産の周辺整備、体験滞在交流の促進等、ソフト・ハード両面にわたる取組みを進めるとともに、美しい沖縄の景観形成に配慮した基盤整備に努めた。

平成16年1月に開場した国立劇場おきなわ



豪雪地帯、離島地域、奄美群島・小笠原諸島、半島地域の観光振興に向けた取組みを実施した。

(2) 魅力ある観光地を演出する良好な空間形成

観光立国の実現に資する、美しい国づくりのための基本的考え方と国土交通省のとるべき具体的な施策について、平成15年7月11日に「美しい国づくり政策大綱」を公表した。

これを踏まえ、緑豊かで良好な景観の形成を図るため、平成16年通常国会に景観緑三法案（「景観法案」「景観法の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律案」「都市緑地保全法等の一部を改正する法律案」）を提出した。

良好な街並み、農山漁村空間、水辺空間、道路空間の形成のための事業を実施し、観光地の景観づくりを推進した。

自然を活用した交流の機会づくり、文化遺産を活用した地域づくり、高齢者・障害者等が楽しめる観光地づくり、様々な情報提供等、観光地の魅力の向上に向けた取組みを実施した。

(3) 自然・環境や、文化遺産・世界遺産の保全

自然公園の保護管理や環境保全、温泉の保護、野生生物の保護、観光資源保護活動、環境衛生施設の整備などの施策を推進した。

文化財の保護、歴史的風土の保存、世界遺産の保存等を図るとともに、平成15年10月10日、大津市を「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法」に基づく古都に指定した。

(4) 観光資源保護活動等の推進

「観光道徳の高揚と観光資源の保護週間(観光週間)」(毎年8月1日から7日)等を実施している。また自然保護思想の普及や緑化意識の醸成、文化財愛護思想普及高揚等も図っている。

またナショナル・トラスト活動への支援も行っている。

(5) 観光関連施設の整備

博物館等の文化施設、スポーツ施設や、オートキャンプ場・自然体験施設等の観光レクリエーション施設等の整備を促進した。

また「総合保養地域整備法第一条に規定する整備に関する基本方針」の変更を平成16年2月25日に行い、総合保養地域の整備の再スタートに向けた取組みも行った。

第6章 観光産業の振興

1 S A R Sの影響を受けた旅行関連事業者、航空事業者への支援措置として、中小旅行関連業者の運転資金の確保のための支援措置や、「雇用調整助成金」の要件緩和についての特例措置が講じられた。

2 ホテル・旅館のうち、外客の宿泊に適した一定水準以上の施設を有するものについては、「国

際観光ホテル整備法」に基づき登録し、その施設整備を支援しているほか、これらの登録ホテル・旅館の宿泊情報を外国人に提供している。

- 3 足利銀行一時国有化後の栃木県観光地の活性化対策として、ホテル・旅館等を対象とした相談窓口を設置したほか、旅行事業者や交通事業者に対して、栃木県の観光地への積極的な送客キャンペーンの実施を要請した。また、国内外に対する集客対策を、県や関係市町村と連携しつつ切れ目なく実施し、栃木県内の観光地の活性化を図ることとしている。

4 日本ツーリズム産業団体連合会

社団法人日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)では、ツーリズム産業の重要性についてその社会的な認知と理解を深めるため「ツーリズムサミット 2003」や「訪日ツーリズム元年シンポジウム」を開催したり、秋休みキャンペーン等休暇改革の活動等を行った。

5 観光を考える百人委員会

「観光を考える百人委員会」等は、平成 15 年度は、中部、沖縄、中国及び関西で開催された。

第 7 章 観光に係る安全確保対策

- 1 事件・事故にあった日本人に対して、迅速かつ適切な援護に努める一方、事故防止のため外務省海外安全相談センター等より情報提供、広報活動を行った。
- 2 宿泊施設や林野の火災防止対策を推進した。
- 3 土砂災害やなだれ等、観光地における自然災害防止対策を推進した。
- 4 気象等の観測・監視及び情報提供等を推進した。
- 5 山岳遭難や水難の防止対策を推進した。