

平成 19 年度観光の状況

第 I 部 観光政策の新たな展開

第 1 章 政府を挙げた観光政策の推進と観光行政の体制強化

第 1 節 観光立国推進基本計画の策定とその推進

観光が 21 世紀の我が国の重要な政策の柱であることを明確に位置づけた「観光立国推進基本法」（以下、「基本法」という。）が平成 19 年 1 月 1 日から施行された。

この基本法に基づき、平成 19 年 6 月 29 日には、観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針や①訪日外国人旅行者数を 1,000 万人にする、②日本人の海外旅行者数を 2,000 万人にする、③観光旅行消費額を 30 兆円にする、④国内旅行による 1 人当たりの宿泊数を年間 4 泊にする、⑤国際会議の開催件数を 5 割以上増やす、などの目標を掲げるとともに、その達成のために必要な政府の施策等を定めた「観光立国推進基本計画」（以下、「基本計画」という。）が閣議決定された。

今後、基本計画に基づき、政府一丸となって、観光立国を推進する施策を総合的かつ計画的に実施していくこととしている

第 2 節 観光庁の創設に向けて

観光立国の実現に向けた施策を総合的かつ計画的に推進していくためには、国全体として、官民を挙げて取り組む組織体制の整備が喫緊の課題となっている。

そこで、観光行政の責任を有する組織を明確化するとともに、機能的かつ効果的な施策の実施を可能とする体制を整備するため、国土交通省への観光庁の設置に係る関連法案を第 169 回国会に提出していたが、平成 20 年 4 月 25 日に成立、5 月 2 日に公布され、平成 20 年 10 月 1 日から観光庁を設置することとしている。

第 2 章 環境保全を通じた持続的かつ魅力ある観光

近年、環境を巡る議論が活発に行われ、環境と開発を相反するものではなく共存しうるものと捉え、環境保全に配慮した開発を進めることにより、現在世代だけでなく将来世代の利益も確保すべきであるとする「持続可能な開発」の実現が提唱されている。

一方、観光活動においても、観光の持つ社会的・文化的・経済的意義の重要性への認識が高まり、平成 18 年の観光立国推進基本法の成立により、観光立国は、国全体で官民を挙げて取り組むべき、21 世紀の重要な政策として明確に位置付けられることとなった。

この「観光立国推進基本法」では、観光地における環境及び良好な景観の保全も重要な施策の一つとして位置付けられている。

そこで、観光産業や観光地が環境保全の取組を強化することが、観光地の魅力向上につながり、ひいては、観光地の持続的な発展や「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに貢献することを検証する。

第 1 節 観光と環境を巡る国際的動向

世界観光機関 (UNWTO) によると、2006 年において各国が受け入れた外国人旅行者数の総数は 8 億 4,639 万人（前年比 5.4%増）と過去最高を記録するなど、近年、観光分野は世界規模で着実に発展しており、観光による人的交流や経済活動の更なる進歩及び発展が期待されている。

そうした中、世界観光機関 (UNWTO)、経済協力開発機構 (OECD)、アジア太平洋経済協力 (APEC) 等では、「持続可能な観光」の重要性が認識され、環境問題が観光分野に与える影響及び環境問題への観光分野

の対応方策に関する議論が活発に議論されている。

第2節 我が国観光産業の環境保全に関する取組の現状と課題

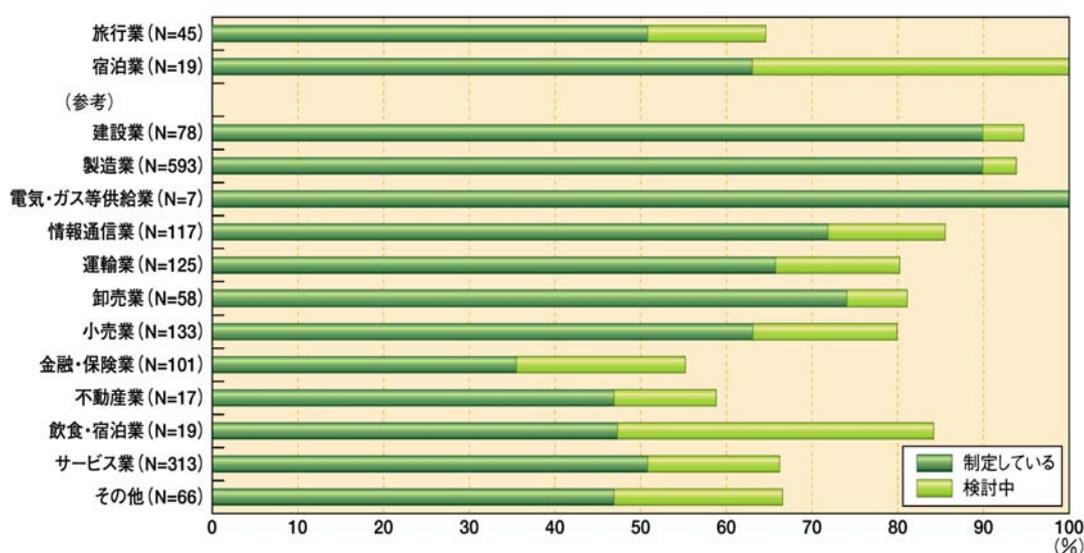
国際的な動向に対して、我が国の観光分野における環境保全に関する動向は如何なる状況にあるのか、観光産業（旅行業者、宿泊業者、イベント業者）を対象としたアンケート¹を基に観光産業における環境保全に関する取組の現状と課題を分析する。

1 取組の現状

(1) 観光産業における環境保全の取組状況

環境保全に対する観光産業約 1,200 社の取組状況を見ると、約 4 割の事業者は環境への取組に関して何らかの体制を整えており、特に大企業（従業員 500 人以上）でみれば、その取組体制は製造業には遅れをとるものの、金融・保険業、不動産業等の他の非製造業と比較しても遜色ない状況と言える。

大企業（従業員500人以上）における環境に関する経営方針の策定状況



- (注) 1 旅行業、宿泊業については「平成19年度観光産業の観光と環境に関する意識調査」から従業員500人以上の企業(旅行業45社、宿泊業19社)を抽出。
2 (参考)は、環境省「環境に優しい企業行動調査」(平成18年度)より「従業員500人以上の非上場企業及び事業所」1,636社の結果を利用。
3 各産業の調査回答数はグラフ中に表記(1,636社中9社は「回答なし」)。

(2) 環境保全の取組による効果

環境保全の取組による実際の効果としては、「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」といった事業者内で得られる効果のみならず、「周辺の環境や景観の維持保全」、「地域全体での環境の取組の活発化」、「観光地全体の活性化や魅力の向上」といった、地域全体に波及する効果も多く挙げられている。

¹ 国土交通省「平成19年度観光産業の観光と環境に関する意識調査」の概要

調査実施期間 : 平成19年12月7日～平成19年12月21日

調査実施対象 : 旅行業者、宿泊業者、イベント業者

配布・回収方法 : 郵送配布・郵送回収

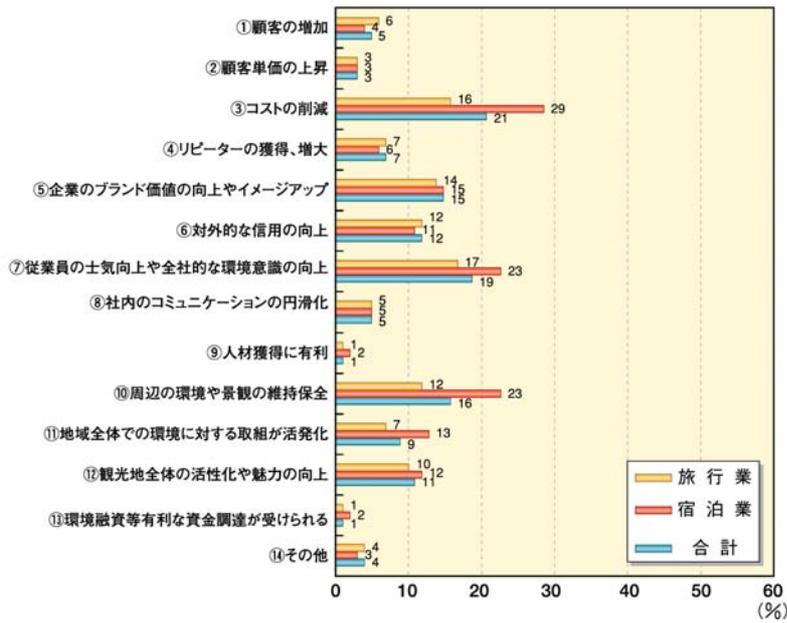
配布・回収状況

配布 : 旅行業者 : 2,250 票、宿泊業者 : 1,725 票、イベント業者 : 87 票

有効回収 : 旅行業者 : 718 票、宿泊業者 : 462 票、イベント業者 : 9 票

有効回収率 : 旅行業者 : 31.9%、宿泊業者 : 26.8%、イベント業者 : 10.3%

環境保全の取組による効果（観光産業）



(注) 1 「平成19年度観光産業の観光と環境に関する意識調査」による。
2 合計にはイベント業も含まれている。

2 課題

多くの事業者は、環境保全の取組の課題として、「コストの増大・投資回収が困難」、「作業効率の低下や不便の発生」、「取組に対する従業員の理解や意思統一が困難」等の事業運営・経営上の課題と、「顧客に環境取組の意図が伝わりにくい」、「顧客の不便や負担」といった顧客の理解・協力を得る上での課題を挙げている。

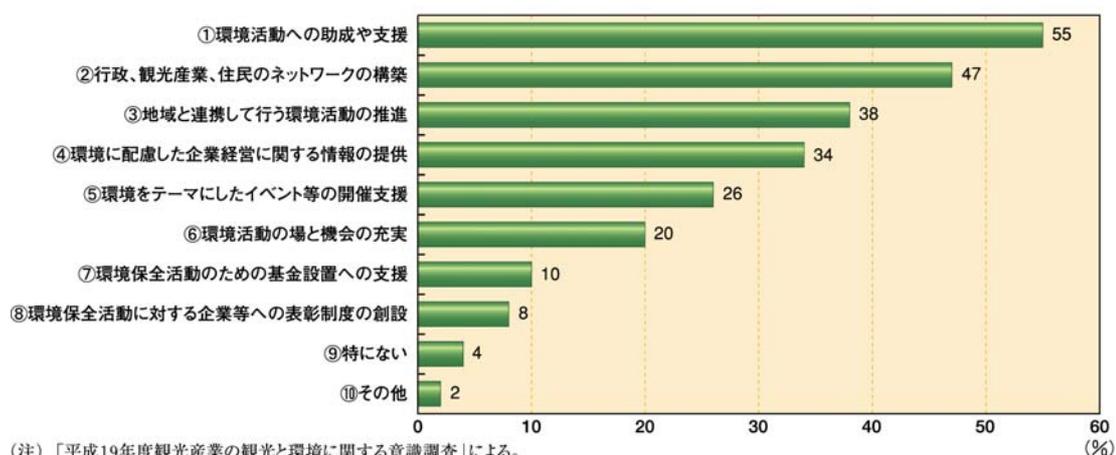
また、課題解決に向けて、「環境活動への助成や支援」を求める声が多かったほか、「行政、観光産業、住民のネットワークの構築」、「地域と連携して行う環境活動の推進」、「環境に配慮した企業経営に関する情報提供」も強く求められており、観光産業における環境保全の取組の促進のためには、資金、情報面での支援と、地域ぐるみの取組の促進が重要である。

環境保全に取り組む上での課題（観光産業）



(注) 「平成19年度観光産業の観光と環境に関する意識調査」による。

環境保全に取り組むために望まれる支援・制度（観光産業）



第3節 我が国観光地における環境保全の取組と地域活性化の現状と課題

前節では、観光産業という「業」に着目して環境保全の取組を見てきたが、本節では、環境保全の取組が特に観光地の活性化にどのような影響を与えるのかを検証するため、観光地という「地域」に着目して分析を行った。

1 観光地における地方公共団体の取組と課題

(1) 取組の現状

観光地を擁する市町村に対するアンケート調査を行ったところ、約 300 の市町村から回答が得られた²。その約 6 割が環境保全に取り組む際の政策上の位置付けとして、「知名度を向上させるチャンスとして積極的に取り組んでいる」又は「行政の長期的な課題として一定の取組をしている」と、環境保全に前向きに取り組んでいる状況がうかがえる。特に積極的に行われている取組としては、「自然・生態系・文化・歴史遺産等の保護」、「工芸品、伝統芸能、風俗慣習、祭り等の地方文化の保全・継承」のほか、「地域の農産品や水産物の魅力のアピール」、「県外や遠方の観光客を誘致する活動」といったプロモーション活動、さらに「行政と観光産業との連携」等が挙げられ、観光資源を守り、これを外部にアピールすること、また官民連携による施策推進が積極的に行われている状況が見られる。

また、これらの取組の効果としては、「地域の取組がマスコミ等で取り上げられる機会の向上」のほか、「地域の農水産品、郷土料理等の普及」、「県外や遠方からの来客数の増大」といった観光面、「地域の自然景観の魅力向上」、「地域住民の環境保全活動への参加向上」「歴史的遺産の保全状態の向上」等の環境面の効果も共に挙げられている。

² 国土交通省「平成19年度地方公共団体の観光と環境に関する意識調査」の概要

調査実施期間 : 平成19年12月7日～平成20年1月18日

調査実施対象 : 402市町村の観光施策担当者: 国土交通省や環境省の各種観光地100選及び観光地における環境対応の事例、又は各都道府県の観光客動態調査(入込客数調査)結果から新たな観光施設のオープン等で注目された観光地・地方公共団体を選定。

配布・回収方法 : 郵送配布・郵送回収

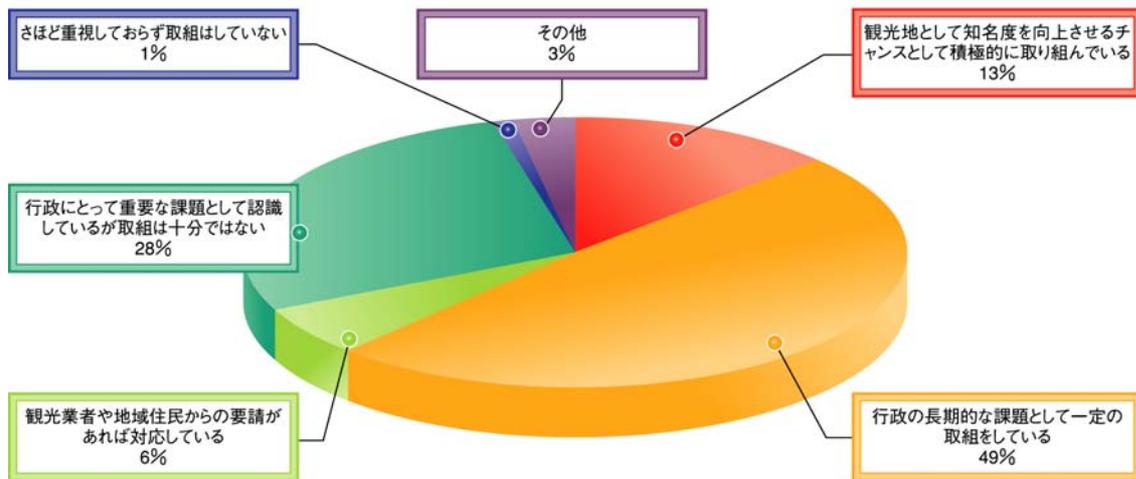
配布・回収状況

配布 : 402票

有効回収 : 285票

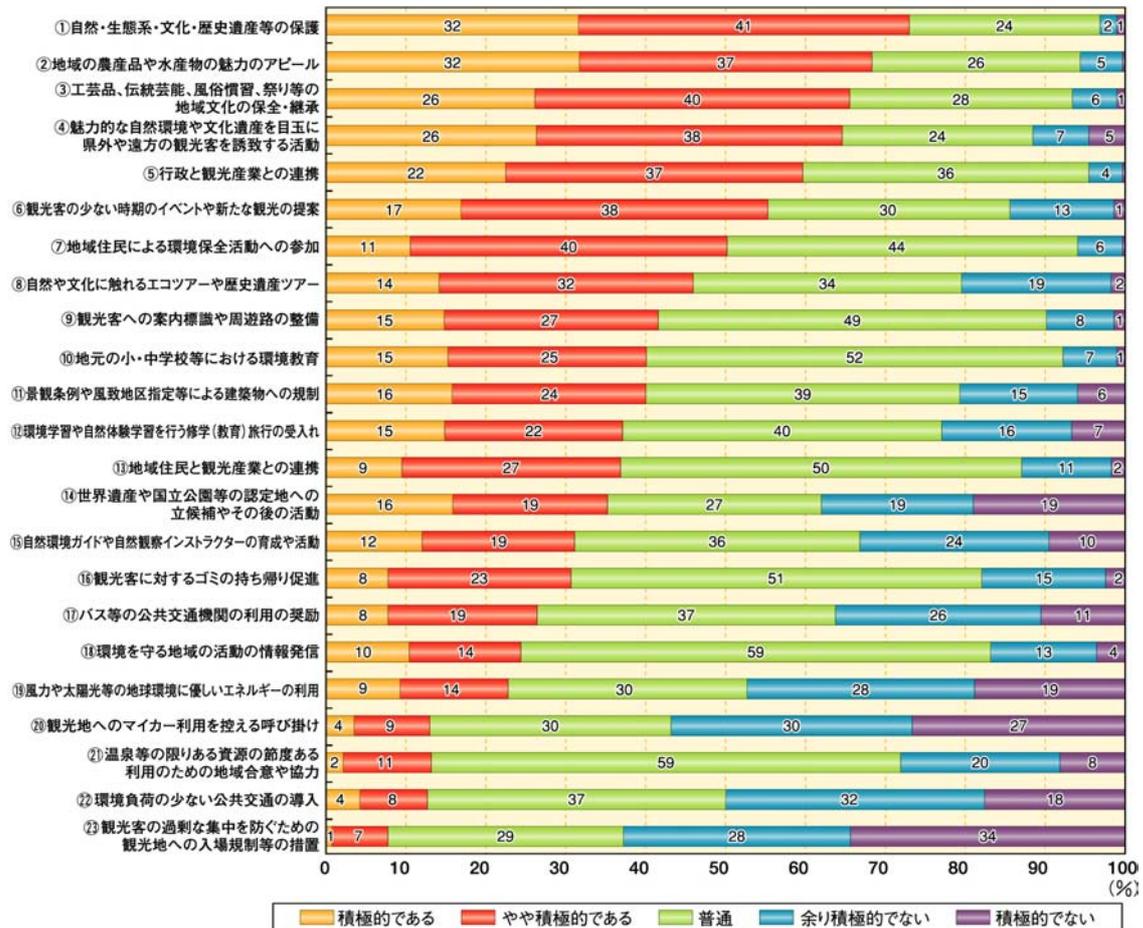
有効回収率 : 70.96%

環境保全に取り組む際の政策上の位置付け(市町村)



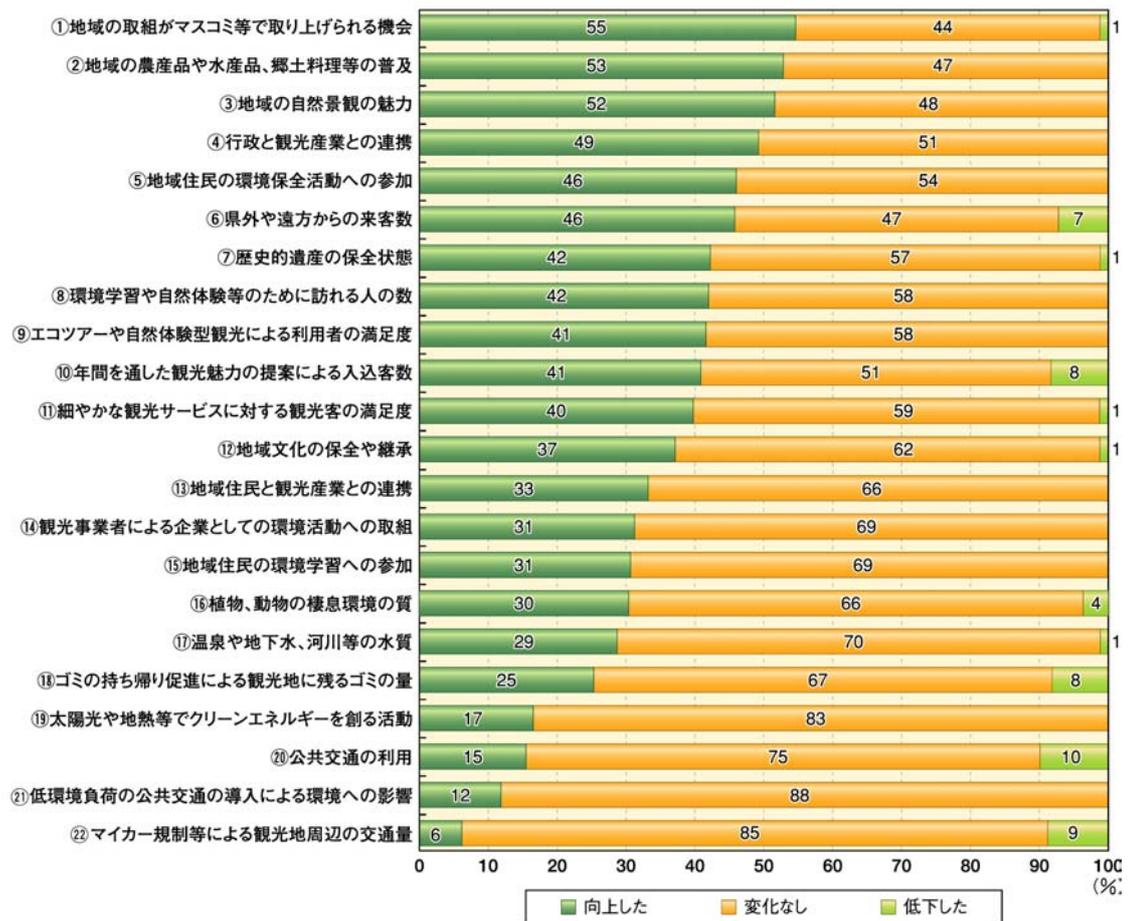
(注) 「平成19年度地方公共団体の観光と環境に対する意識調査」による。

環境保全の具体的取組(市町村)



(注) 「平成19年度地方公共団体の観光と環境に関する意識調査」による。

環境保全の取組の効果(市町村)

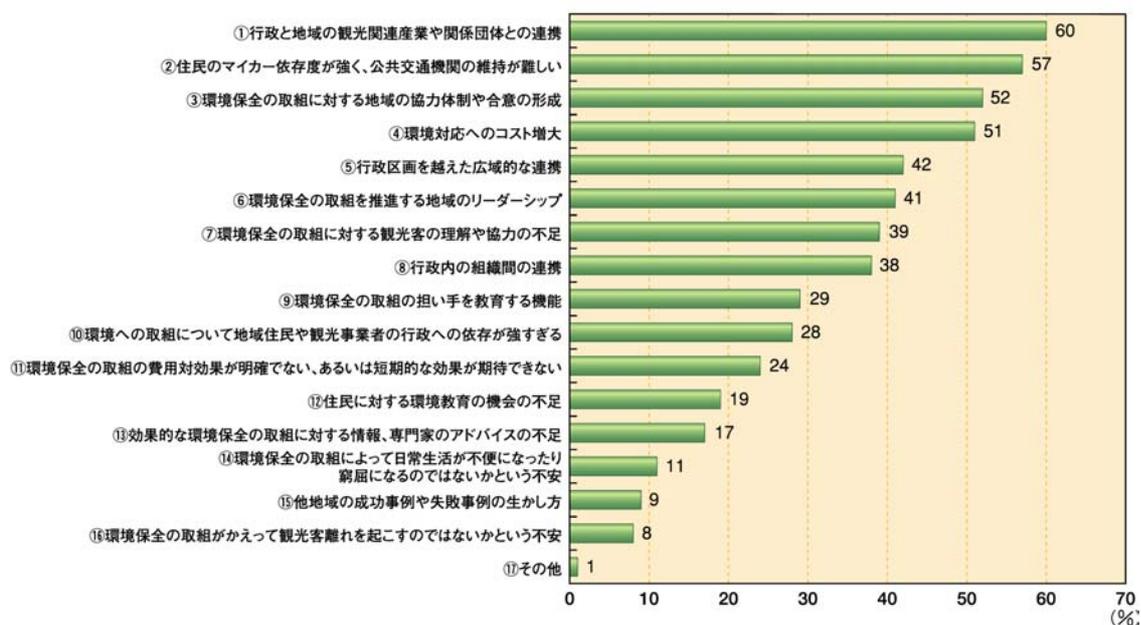


(注) 「平成19年度地方公共団体の観光と環境に関する意識調査」による。

(2) 課題

市町村の半数以上が、環境保全に関する取組に当たり、「行政と地域の観光関連産業や関係団体との連携」、「地域の協力体制や合意の形成」、「行政区画を超えた広域的な連携」といった協力体制構築の課題や「マイカー依存度が強く、公共交通機関の維持が難しい」、「環境対応へのコスト増大」といった課題を挙げている。一方では、環境保全を行う上で懸念される「日常生活が不便や窮屈になるのではないかという不安」、「観光客離れを起こすのではないかという不安」といった懸念はそれほど強くない。

環境保全に取り組む上での課題(市町村)



(注) 「平成19年度地方公共団体の観光と環境に関する意識調査」による。

2 観光地における環境保全の取組と観光地活性化の分析

環境保全の具体的な取組がそれぞれどのような成果に結びつきやすいのか、環境保全に関して先進的な取組を行う19の観光地を対象を絞った上で、地方公共団体のほか、地域住民や地域の観光事業者等、さらには観光客にまで対象を拡大して調査・分析した³。なお、対象19地域の選定に当たっては、地域特性や観光地の特性、環境取組の特性を勘案し、できるだけ多様な地域がカバーされるように選定した。

観光地における環境保全の取組等の分析対象19地域

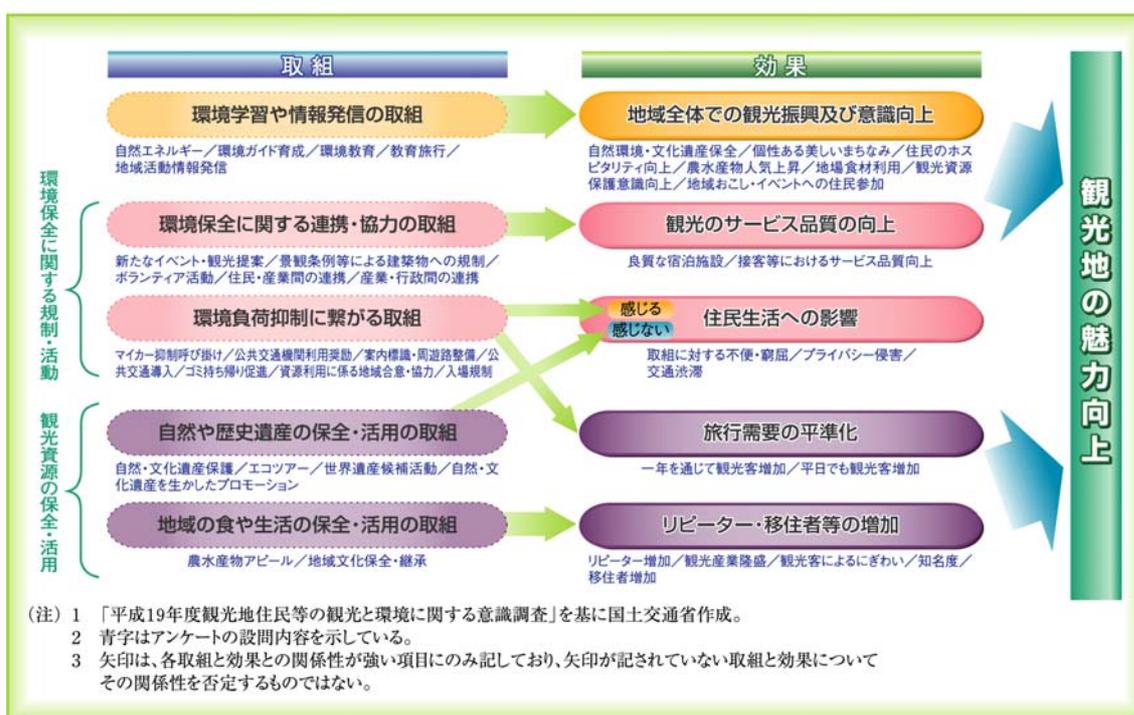
| 環境取組 | 環境教育・自然体験 | 環境保全 | 環境負荷軽減 |
|---------|-------------------|-------------------------|-------------------------|
| 観光地分類 | | | |
| 自然観光地 | 綾川渓谷(綾町) | 摩周湖(弟子屈町) | 知床(斜里町) |
| 温泉観光地 | 草津温泉(草津町) | 由布院(由布市) | 湯原温泉(真庭市) |
| 歴史観光地 | | 石見銀山(大田市) 松江城堀川(松江市) | 鎌倉市中心部(鎌倉市) 白川郷(白川村) |
| 農山漁村観光地 | 勝山市 鳥羽の離島(鳥羽市) | かぶ(り)ぬま 蕪栗沼(大崎市) | 南阿蘇村 |
| 都市観光地 | | | 響灘(北九州市) |
| その他 | 水俣市 | コウノトリの郷公園(豊岡市) | 葛巻町 直島町 |

³本分析は、地域住民等や観光客に対するアンケート調査を基にした分析であること、市町村の行政区画内の一部に当たる観光地を調査対象としているため、行政区画単位で集計される統計調査等の客観的数値データを用いることが困難であること等から、分析の精度には一定の制約(限界)がある。

(1) 観光地の住民等から見た取組とその成果

環境保全に関する取組とその成果を具体的に分析するため、環境保全の先進 19 地域の住民等を対象に「観光地住民等の観光と環境に関する意識調査⁴」を実施し、調査から得られたデータを基に共分散構造分析⁵という手法を用いて環境保全に関する取組とその効果との因果関係について分析を行った結果、以下のような結果が得られた。

観光地住民等から見た環境保全の取組とその効果の関係



① 環境学習や情報発信の取組

地域における環境学習や環境保全の取組の情報発信を積極的に行うことは、住民のホスピタリティ向上・環境資源保護の意識向上、地産地消の推進、地域おこしイベントへの住民参加といった、地域ぐるみでの活動につながっている。特に、環境学習や情報発信の取組とその効果の関係は、他の関係よりも強いという結果が出ており、取組に応じた効果の得られる期待が高いものと推察される。

4 国土交通省「平成19年度観光地住民等の観光と環境に関する意識調査」の概要

調査実施期間：平成19年12月21日～平成20年1月25日

調査実施対象：19地域の住民及び地元観光産業、観光・地域づくりNPO、商工・観光団体等

配布・回収方法：郵送あるいは直接配布・郵送あるいは地方公共団体による回収

配布・回収状況

配布：住民向け各200通（200通すべてを配布していない場合あり）

観光産業等向け各30通（30通すべてを配布していない場合あり）

有効回収：住民向け1,403通 地元観光産業等向け296通 計1,699通

有効回収率：全ての調査票を配布していない地域が複数あり実際の配布総数が把握できないため、有効回収率は算出できない

⁵直接測定できない事柄の因果関係を、観測された現象に基づいて定量的に示す分析方法。測定できる観測変数（例えば「戸別訪問数」、「顧客数」、「売上高」）から、直接測定できない構成概念（例えば「営業努力」、「営業能力」）を導出し、その構成概念間（「営業努力」と「営業能力」）の因果関係を明らかにすることができる。本分析では上図の青字の取組及び成果に関する設問をアンケート調査による観測変数として、楕円で囲んだ「環境学習や情報発信の取組」や「地域全体での観光振興及び意識向上」等の構成概念を導出し、環境保全の取組とその効果との因果関係を共分散構造分析により求めている。

② 環境保全に関する連携・協力の取組

景観条例等による規制、地域関係者の連携強化の取組は、地域で観光資源を守り、発展させていこうという合意の表れと考えられ、そのことが、地域内にある宿泊施設の品質向上、接客サービス向上等にもつながっているのではないかと考えられる。

環境保全に関する規制の導入事例としては、大分県由布市（旧湯布院町）が、「潤いのあるまちづくり条例」によって大型のホテル等の進出を抑制した事例がある。この取組は、田園風景と由布岳の景観や観光資源を守ることににより、「由布院らしさ」の価値を高め、その地域ブランドを維持し、質の高いサービスを提供することに結びついているものと考えられる。

③ 環境負荷抑制につながる取組

マイカー利用抑制の呼び掛けや公共交通機関利用の奨励等、環境負荷抑制に直接つながる取組は、地域住民がその取組に不便・窮屈を感じるなど、観光地域住民等にとっては必ずしも肯定的な効果が出ているとは言えない。しかし、観光地へのマイカー流入によって住民生活にも渋滞や環境悪化等の悪影響がでるようになった神奈川県鎌倉市、岐阜県白川村、島根県大田市等は、逆にパーク&ライド等の抑制策を導入している。

他方で、環境負荷抑制の取組は、混雑期における過剰集中を抑制する効果があると見られ、年間を通じた観光客増加や平日の観光客増加等、旅行需要の平準化に寄与する可能性も示された。

④ 自然や歴史遺産の保全・活用の取組

自然・文化遺産の保護や世界遺産の指定を得るなどの活動は、地域住民等にとって窮屈を感じたり観光客の集中による交通渋滞等の不便をもたらす可能性も考えられるが、地域の住民生活にマイナスの影響は感じさせないとの結果が得られており、観光地住民等はむしろ好意的に捉えているとも推察される。

⑤ 地域の食や生活の保全・活用の取組

地域の農水産物や地域文化の保全・アピールを積極的に行うことは、その地域への観光客のリピーターの増大、知名度向上、移住者増加等その地域の魅力やにぎわいの向上につながっていると考えられる。

例えば、宮城県大崎市では、^{かぶくりぬま}蕉栗沼周辺の「ふゆみずたんぼ」で野鳥と田園の共生を図ることで、当地で収穫される米の安全性が認識され、ブランド米になるなど付加価値を高めることに成功した。同時に、自然生態系保全の取組と併せて環境に優しい地域としての発信力・知名度を高める効果が得られ、地域イメージが向上し、Jターン等の移住者も引き寄せられている。

(2) 観光客から見た取組とその成果

観光地としての魅力を測るため、観光客に対するアンケート調査⁶に基づき、同様に共分散構造分析の手法を活用し、分析を行った。

⁶ 国土交通省「平成19年度観光客の観光と環境に関する意識調査」の概要

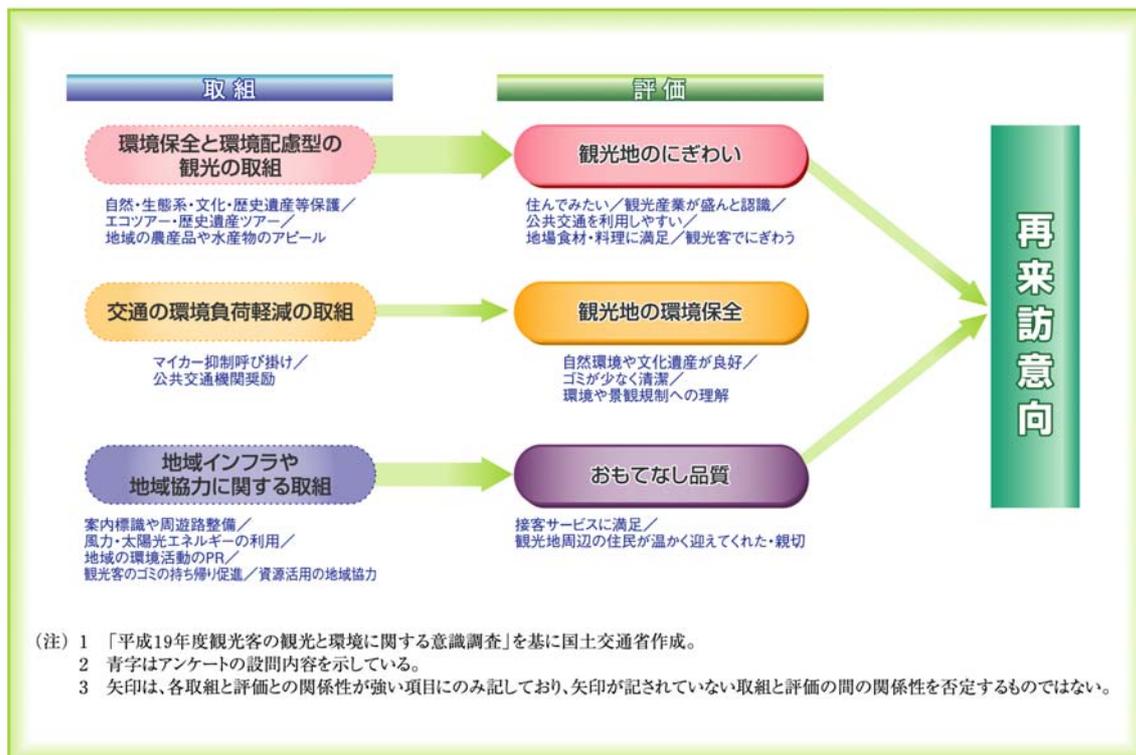
調査実施期間：平成20年1月～平成20年3月

調査実施対象：19地域への来訪者（観光客）

配布・回収方法：観光地周辺での聞き取り及び観光拠点施設等での留置

配布・回収状況：回収：433票

観光客から見た環境保全の取組とその評価の関係



① 環境保全の取組とその評価の関係

自然・歴史等遺産の保護や地場産品のアピール等の取組は、観光地に住んでみたいと感じさせたり、観光産業が盛んと認識させるなど、観光地のにぎわいを感じさせることに効果があると示唆される。また、交通の環境負荷軽減の取組は、観光地の環境がよく保全されているという認識につながっている。地域インフラや地域協力に関する取組はおもてなし品質の向上につながっており、これは、案内標識や周遊路整備、観光客のゴミの持ち帰り促進といった、観光客に向けた取組が観光地住民等のおもてなしの意識を向上させているものと考えられる。

② 再来訪意向への影響

観光客の再来訪意向に影響を与える要因としては、観光地のにぎわい向上とおもてなし品質がほぼ等しく関係しているとの結果が出ている。集客に関する観光地の競争力としては、初めて観光地を訪れようとする観光客にとっては観光地の知名度や価格要因が大きいと思われるが、本分析からは、観光客が再び同じ観光地を訪れたいと思うためには、接客サービス等おもてなし品質も大きな要因になると考えられる。

観光地選びの決定要因は、価格からサービス品質に移ってきており、さらに今後、サービス品質の競争でしのぎを削るようになってくると、差別化要因として観光地の環境保全の取組の在り方が競争力を持つてくるとも言われており、今後の動向を注目する必要がある。

(3) 市町村・観光地住民等・観光客の認識の違いと課題

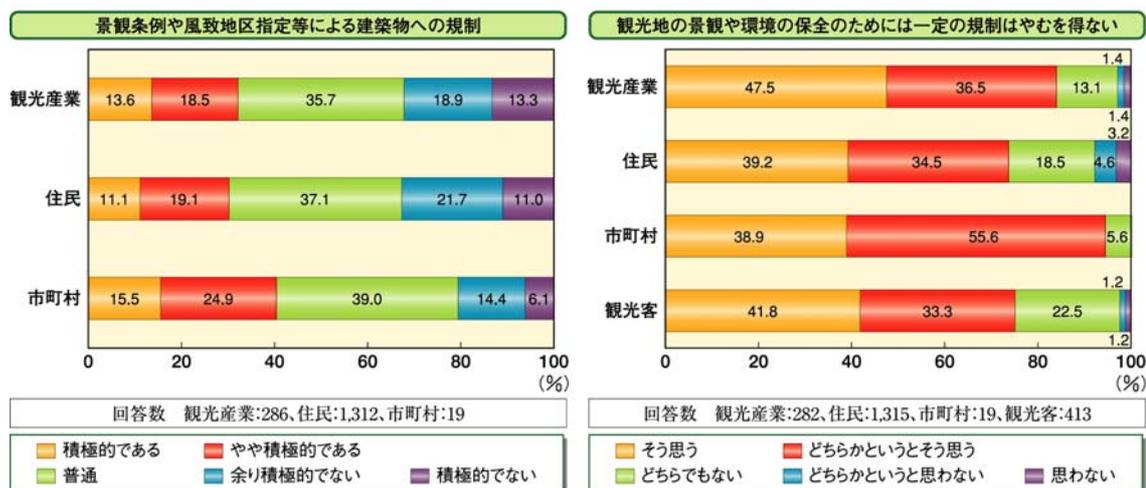
環境面での取組姿勢やその成果については、全般的に、観光地住民等や観光客は市町村に比べ厳しい評価を示す傾向にある。

① 景観条例等の規制

景観条例等の規制については、市町村は積極的に取り組んでいると自負している反面、観光地住

民等はそれほど積極的に行われているとは感じていない。また、今回調査の対象とした19地域では、約3割の市町村が観光地を対象に景観条例を制定しているほか、風致地区指定等一定の規制が導入されているが、観光地住民等の約8割は「環境保全のための一定の規制はやむを得ない」と考えている。このことから、地域の住民等は、地方公共団体が意識している以上に、規制に対する容認姿勢が大きいものと考えられる。

観光地における市町村・観光地住民等の主体間の意識の比較



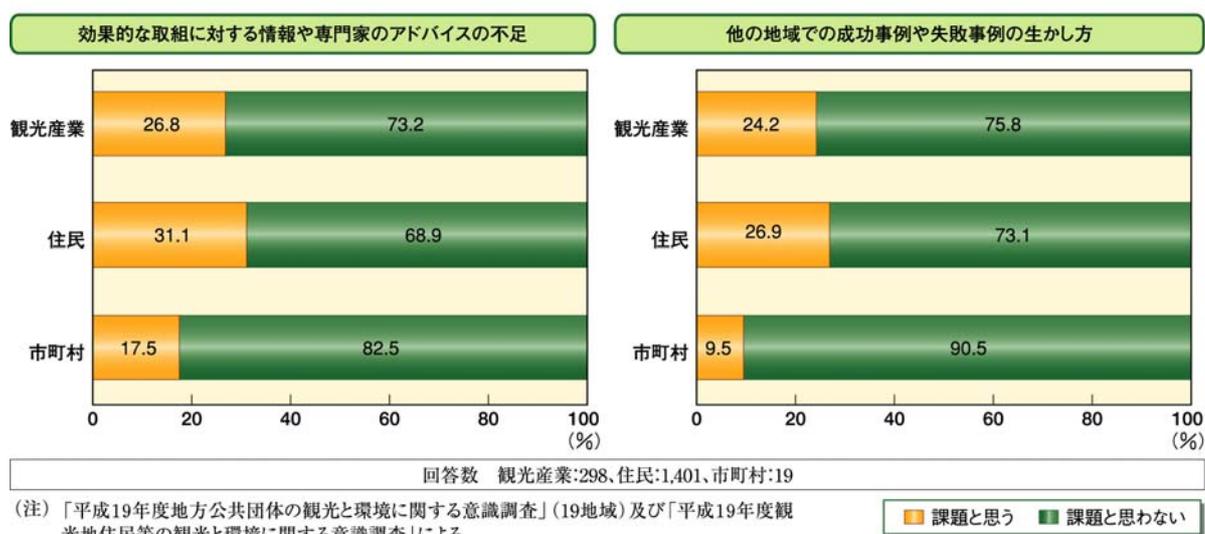
(注) 「平成19年度地方公共団体の観光と環境に関する意識調査」(19地域)、「平成19年度観光地住民等の観光と環境に関する意識調査」、「平成19年度観光客の観光と環境に関する意識調査」による。

② 専門家や他地域の事例活用

「効果的な取組に対する情報や専門家不足」、「他地域での成功事例や失敗事例の生かし方」等の課題は、観光地住民等は強く意識している反面、市町村は、その認識は相対的に弱い。

今後、地方公共団体は、既に積極的に取り組んでいる観光客誘致活動や農水産物のアピールのみならず、地域の住民等に対するきめ細かい情報提供や他地域の事例紹介、地域内の人材育成を積極的に行うことが期待される。

観光地における市町村・観光地住民等の主体間の意識の比（環境保全に取り組む上で課題と感ずる項目）



③ 環境保全の取組と居住・来訪意向

「生活する場所としても魅力的」と感じる観光地住民等の多い観光地や「また訪れたい」と思った観光客が多い観光地では、観光地住民等が環境保全への取組に伴う不便等は余り感じず、景観や環境保全のための一定の規制の必要性に対する認識は強いという結果が出ている。まさに「住んでよし、訪れてよし」の観光地となっていることが伺えると同時に、環境保全と観光地としての活性化が相乗効果を持つことを示唆しているものと考えられる。

第4節 環境保全を通じた持続的かつ魅力ある観光の在り方

環境への取組が分野を問わず最重要課題となっている今日、我が国の観光分野においても地方公共団体、住民、観光産業等の様々な主体が環境保全に向けた取組を着実に進めており、そうした取組を進める中で、単独主体による取組を越えた協力体制の構築の必要性等が強く認識されるようになってきている。

観光産業は、一旦破壊・滅失されると再生することが困難な自然観光資源に代表される観光資源にその存立を大きく依存する資源依存型産業である。そのため、環境保全の取組は、観光産業にとってその持続的な発展の根幹をなすとともに、観光産業そのものが、地域における環境保全の取組を通じて他を先導し得るものであると考えられる。

前節までの分析から、環境保全の取組は、観光の持続可能な発展に不可欠であるだけでなく、観光地の魅力向上にも大きく関係していることが明らかになった。このことは、環境保全の取組により観光客を惹きつけられる時代、若しくは環境保全の取組を行わないと観光客を惹きつけられないという時代が到来することを示唆しているとも言える。したがって、地域資源に依存する観光は、環境意識が高まりつつある今日を付加価値向上の絶好の機会と捉え、関係者の連携・協力を一層強化し、観光振興、環境保全、観光客の再来訪促進の3つの要素の相乗効果を発揮させた、持続的かつ魅力ある「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに取り組むことが求められている。

第Ⅱ部 平成19年度の観光の状況及び施策

第1章 観光の現状

第1節 国民の観光の動向

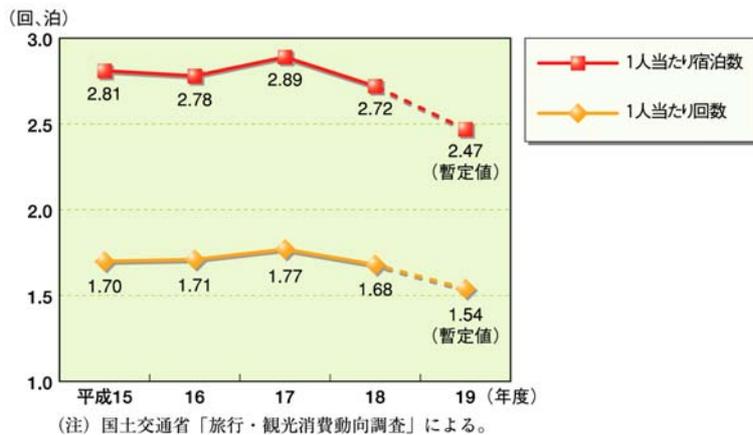
1 国民の国内宿泊旅行の動向

(1) 国内宿泊観光旅行の概況

平成19年度における国民1人当たりの国内宿泊観光旅行回数は、1.54回と推計され、対前年度比で8.3%減となっている。また、国民1人当たりの国内観光旅行宿泊数は、2.47泊と推計され、対前年度比9.2%減となっている。

国内宿泊観光旅行の減少の背景として、労働者1人平均年次有給休暇の取得日数の減少や、限られた余暇を外食、テレビゲーム等比較的手軽なレジャーに消費するという余暇活動の動向等が考えられるが、今後、さらなる調査・分析が必要である。

国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移

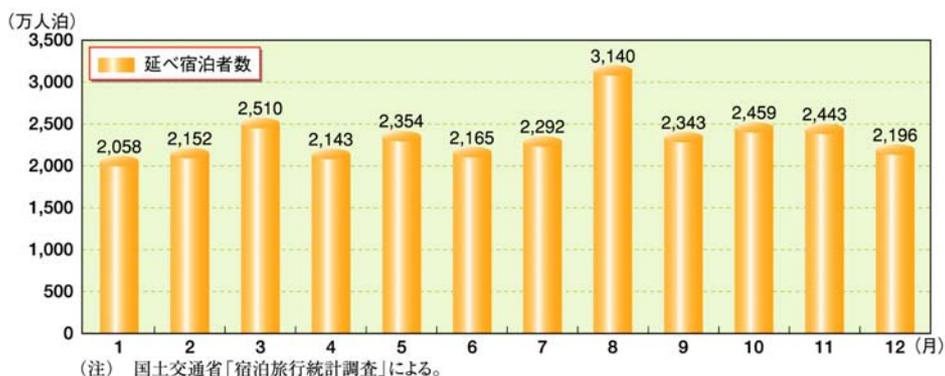


(2) 宿泊の概況

平成19年1月より①全国統一基準により、②すべての都道府県を対象に、③従業者数10人以上のホテル、旅館及び簡易宿所のすべての宿泊者数等を調査する「宿泊旅行統計調査」を開始した。この調査結果によると、平成19年1月から12月における延べ宿泊者数は全体で3億445万人泊であり、このうち、国民の延べ宿泊者数は全体で2億8,254万人泊であった。

これを月別に見ると8月が3,140万人と一番多く1月が2,058万人と一番少なくなっている。

国民の月別延べ宿泊者数(平成19年)



2 国民の海外旅行の動向

平成19年の海外旅行者数は、約1,729万人となった。前年に比べると約24万人減少し、対前年比1.4%減であった。

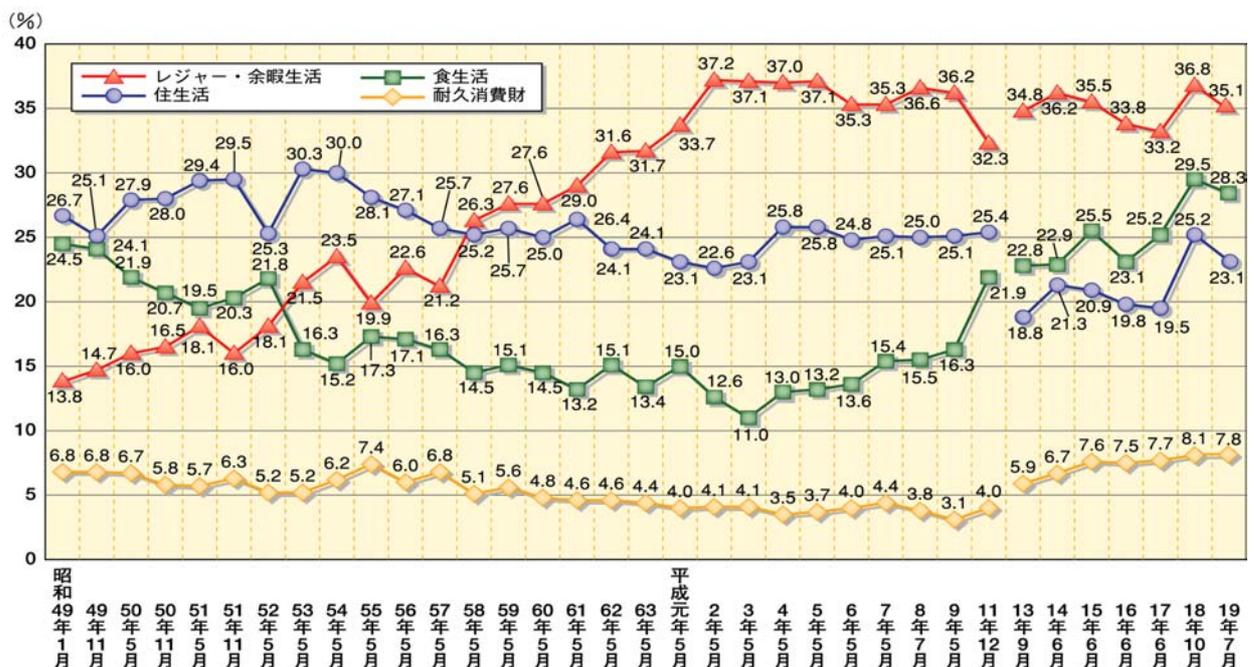
日本人の海外旅行者数の推移



3 国民の旅行等に関する意識の動向と実態

今後の生活で重点をおきたい分野は「レジャー・余暇生活」を挙げるものが35.1%と最も多く、以下「所得・収入」、「食生活」と続いている。

今後の生活の力点の推移



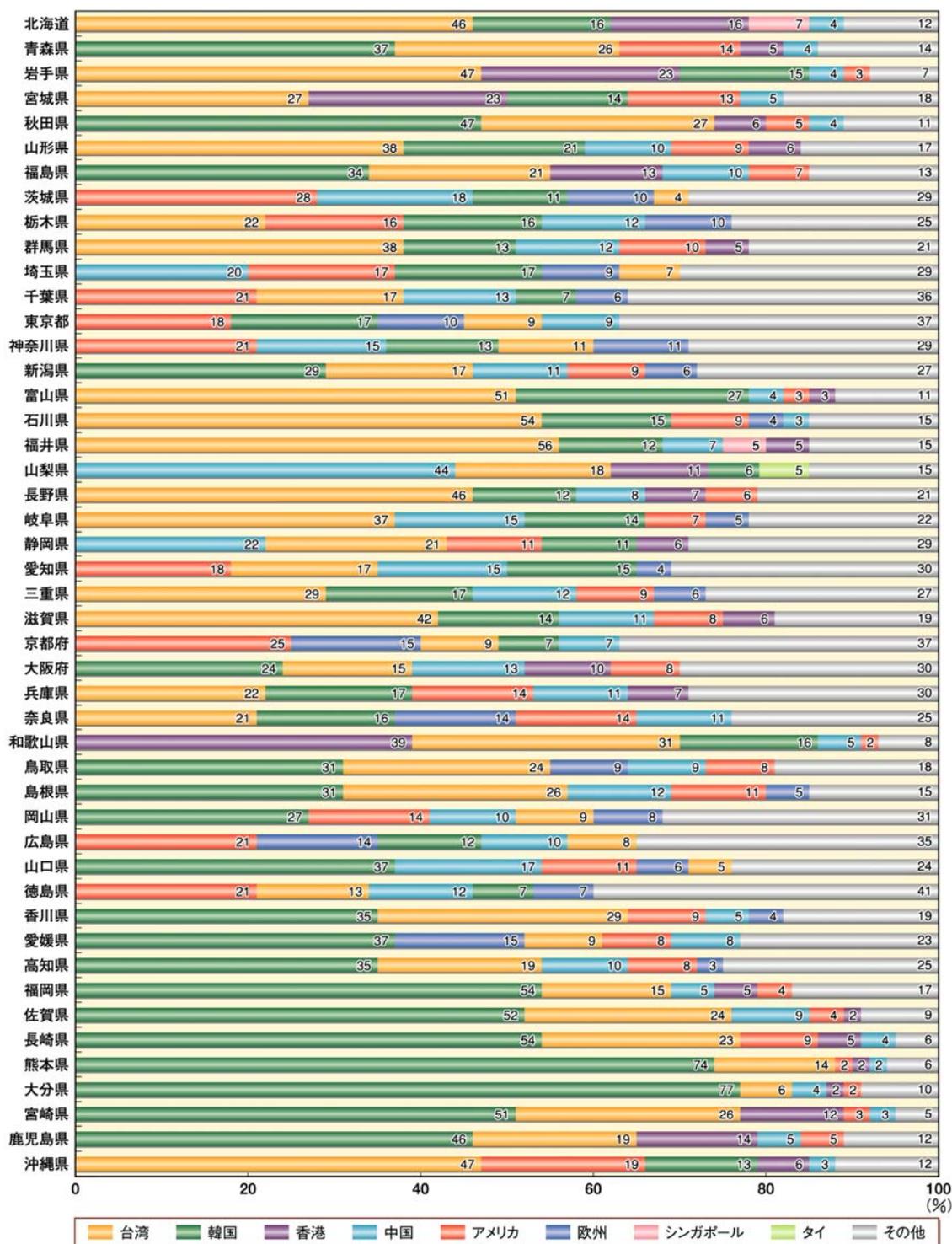
第2節 外国人の訪日旅行の動向

1 外国人宿泊旅行の動向

(1) 宿泊の概況

「宿泊旅行統計調査」の調査結果によると、平成19年1月から12月における外国人延べ宿泊者数は全体で2,191万人泊となり、都道府県別外国人延べ宿泊者数を国・地域別に構成比で表すと九州には韓国から、北海道・北陸には台湾から、首都圏・京都にはアメリカからの旅行者が多い。

都道府県別、国・地域別外国人延べ宿泊者数構成比(平成19年)



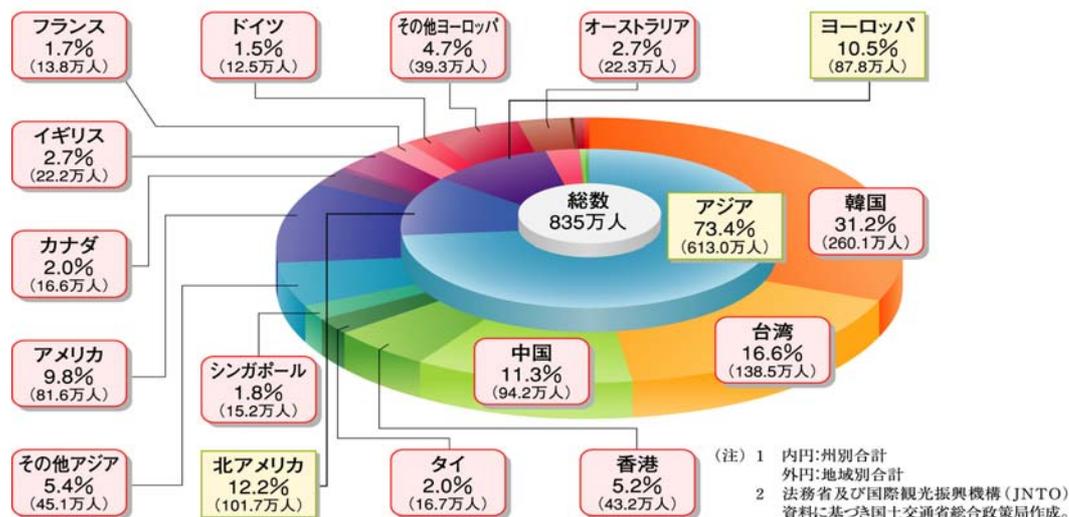
(注) 1 国土交通省「宿泊旅行統計調査」による。
 2 「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。
 3 欧州はドイツ・イギリス・フランスの3か国。

(2) 旅行者数とその国籍

平成 19 年の訪日外国人旅行者数は、834.7 万人（前年比 13.8%増）となり過去最高値を達成した。

国・地域別に経年変化をみると、韓国が 22.8%増の 260 万人と極めて高い伸びを維持し、9 年連続で首位となった。以下、台湾 139 万人(5.8%増)、中国 94 万人（16.1%増）、アメリカ 82 万人(0.1%減)、香港 43 万人(22.6%増)の順となっており、特に韓国、香港が高い伸びを示した。

訪日外国人旅行者の割合（平成19年）



2 国際コンベンションの動向

我が国における国際会議の開催件数についてみると、平成 15 年には 247 件とアジアにおいて首位であったが、平成 18 年には 166 件と減少し、シンガポール、中国、韓国に次いでアジアで 4 位に後退している。

第3節 旅行が我が国全体にもたらす経済効果

1 平成 18 年度の経済効果

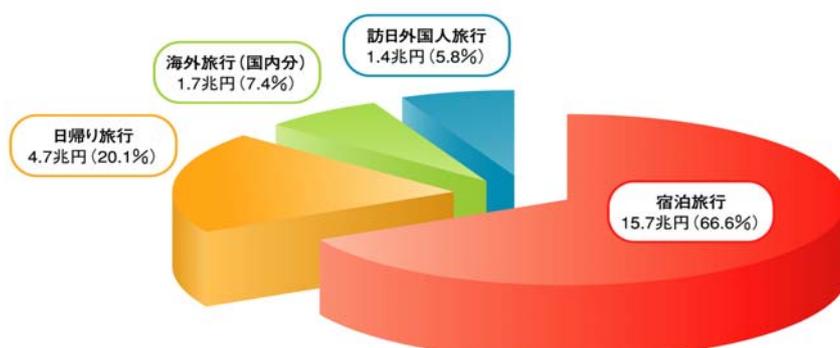
(1) 旅行消費の現状

平成 18 年度における国民の国内での旅行消費額は、宿泊旅行が 15 兆 68 百億円(対前年度比 4.2%減)、日帰り旅行が 4 兆 74 百億円(対前年度比 2.0%増)となった。

また、訪日外国人の我が国国内での旅行消費額は、1 兆 36 百億円(対前年度比 20.2%増)であり、訪日外国人数の増加に伴い、前年度より大幅に増加した。

これらを合計した我が国の国内旅行消費額は、前年度より減少し 23 兆 54 百億円(対前年度比 1.4%減)と推計される。

国内の旅行消費額23.5兆円の市場別内訳（平成18年度）



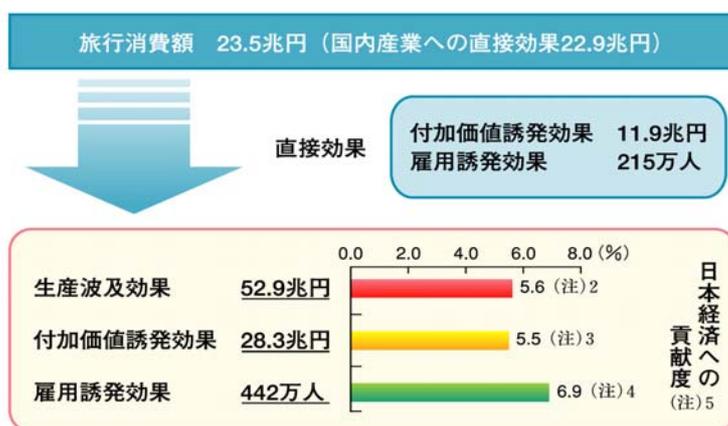
(注) 国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅶ」による。

(2) 旅行が我が国全体にもたらす経済効果

上記の平成18年度国内旅行消費額23兆54百億円による我が国経済にもたらす直接的な経済効果は、直接の付加価値誘発効果が11兆88百億円、雇用誘発効果が215万人と推計される。

さらに、この旅行消費がもたらす間接的な効果を含めた生産波及効果は、52兆89百億円（国内生産額の5.6%）、付加価値誘発効果は28兆33百億円（国内総生産(名目GDP)の5.5%）、雇用誘発効果は442万人（全就業者数の6.9%）と推計される。

我が国経済への貢献(経済効果)

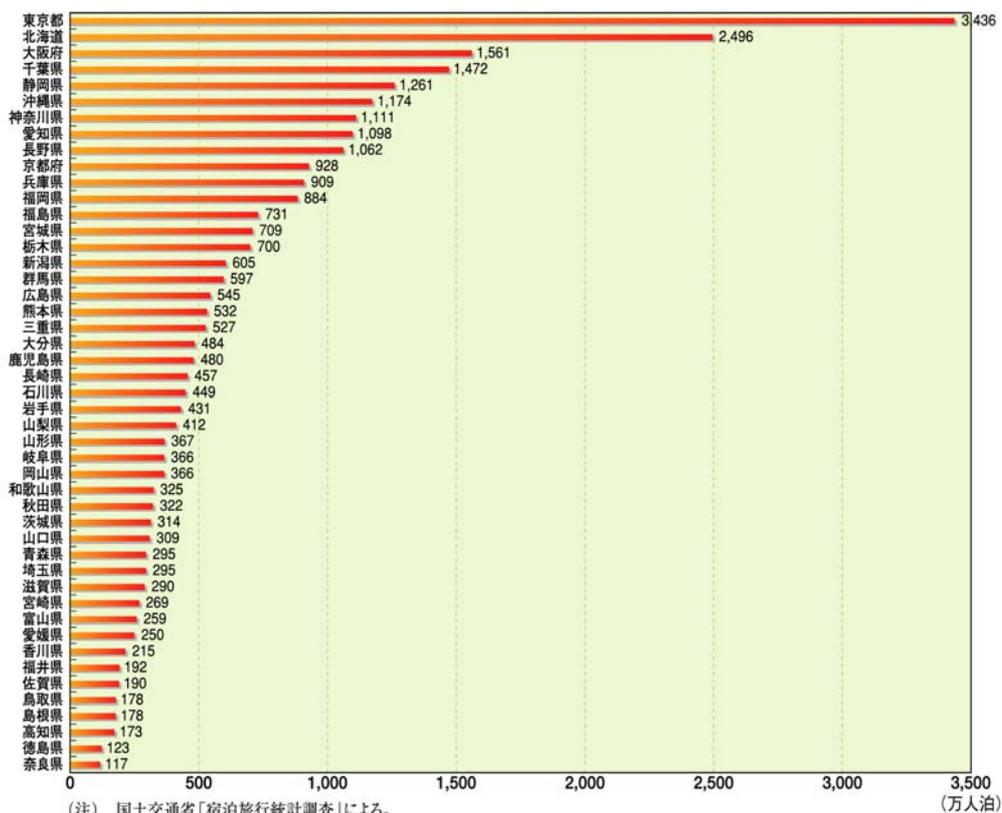


- (注) 1 国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅶ」による。
 2 産業連関表国内生産額949.1兆円に対応(平成12年)。
 3 国民経済計算における名目GDP512.2兆円に対応(平成18年度)。
 4 国民経済計算における就業者数6,425万人に対応(平成18年度)。
 5 ここで言う貢献度とは全産業に占める比率を言う。

第4節 宿泊旅行統計調査からみた都道府県の観光の状況

平成19年の都道府県別に延べ宿泊者数をみると、1位の東京都が3,436万人泊(11.2%)、2位の北海道が2,496万人泊(10.4%)、3位の大阪府が1,561万人泊(4.9%)で、上位3都道府県で全体の約1/4を占めている。

都道府県別延べ宿泊者数(平成19年)



第2章 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

第1節 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

- 1 地方公共団体と観光事業者その他の関係者との連携による観光地の特性を生かした良質なサービスの提供
 - (1) 観光地の活性化に取り組む民間の活動を支援する「観光ルネサンス補助制度」に加え、内外観光客の2泊3日以上滞る滞在型観光を促進する観光圏の形成を促進するため、第169回国会に「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律案」を提出し、平成20年5月16日に成立した。
 - (2) 観光地域づくりの取組を企画・演出するなど集客効果を地域に還元することができる人材を育成・選定し、地域への橋渡しを行う「観光地域プロデューサー」モデル事業を実施している。
 - (3) 地方ブロックごとに「観光カリスマ」や学識経験者、旅行会社等からなる「観光まちづくりアドバイザー会議」を立ち上げ、観光まちづくりに関するアドバイスをを行っている。
- 2 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関連する施設及び公共施設の整備
 - (1) ホテル・旅館の整備を図るため、公庫融資や税制優遇措置を講じている。
 - (2) まちづくり交付金の活用により、ハード事業からソフト事業まで幅広い事業を支援した。
 - (3) 個性あるまちづくりや、住宅等の外観の修景、電線の地中化、道路、公園等の地区施設等の整備改善等を行う街なみ環境の整備、景観に配慮した道路整備等、旅行に関連する施設及び公共施設の整備を行っている。



街なみ環境整備事業による住宅等の外観の修景、電柱の地中化等の実施事例【今井町地区（奈良県橿原市）】

第2節 観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成

- 1 国宝・重要文化財等文化財や世界文化遺産、京都市等古都における歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発等を推進している。
- 2 国立・国定公園、世界自然遺産地域等優れた自然の風景地に関する観光資源の保護、育成及び開発等を推進している。
- 3 良好な景観に関する観光資源の保護、育成及び開発
平成19年度に景観形成総合支援事業を創設し、景観法に基づく景観重要建造物及び景観重要樹木の保全活用を中心とした取組の支援を行った。
- 4 温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発を図った。

第3節 観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備

成田国際空港等国際交通機関の整備や新幹線、高速道路等の整備を推進した。

第3章 観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

第1節 観光産業の国際競争力の強化

- 1 旅行満足度調査等の実施
海外旅行者の旅行満足度調査を実施し、国際相互交流の拡大に向けた施策の検討のための分析を行った。
- 2 宿泊産業の国際競争力の強化
作並温泉等4地域において、泊食分離の実施や長期滞在プランの提供などの実証実験を行った。

第2節 観光の振興に寄与する人材の育成

1 観光地及び観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実

(1) 観光関係学会や観光関係高等教育機関の充実

観光分野の人材育成のための方策を検討するための「観光関係人材育成のための産学官連携検討会議」を開催した。

また、平成19年4月には、観光関連学部・学科が新たに5大学で開設され、入学定員は3,520人(33大学)となり、最近5年間では1,615人増加している。また、平成19年5月現在、専門学校における旅行関係学科の生徒数は11,727人、学科数は156学科となっており、専門学校においても観光関連の人材を育成している。



第3回「産学官連携検討会議」(平成20年3月13日～14日：三田共用会議所)

2 観光事業に従事する者の知識及び能力の向上

(1) 観光マネジメントの強化

宿泊事業従事者が必要とする技能を調査・分析し、評価手法確立に向けた検討を行った。また、全国17カ所において、観光関係従事者を対象とした研修を実施するなど、観光マネジメントの強化を図った。

(2) 観光カリスマ塾の開催

地域の観光振興を担う人材育成を目指す「観光カリスマ塾」を8地区で開催した。

3 地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進

(1) 学校における地域固有の文化、歴史等に関する教育の充実

「地域紹介・観光ボランティアガイド全国大会」において、児童・生徒によるボランティアガイド活動事例の紹介を行った。

第4章 国際観光の振興

第1節 外国人観光旅客の来訪の促進

1 我が国の観光魅力の重点的かつ効果的な発信

(1) 我が国の観光魅力の海外発信等

① ビジット・ジャパン・キャンペーンの概要

ビジット・ジャパン・キャンペーンの取組を官民一体で推進してきており、平成15年に521万人であった訪日外国人旅行者数は、平成19年には835万人と過去最高を記録している。

② ビジット・ジャパン・キャンペーン事業

日本を訪れる外国人旅行者の多い12か国・地域(韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア)を重点市場として定め、日本の観光魅力を発信するとともに、魅力的な訪日旅行商品の造成等を行うビジット・ジャパン・キャンペーン事業を実施している。また、インド、ロシア、マレーシアを有望振興市場として定め市場調査を開始している。

(2) 北海道洞爺湖サミットを契機とした観光振興の取組

平成19年11月に開催された「第11回観光立国推進戦略会議」において「北海道洞爺湖サミットを契機とした北海道・日本の魅力の世界への発信及び観光振興に関する提言」を取りまとめた。

(3) 独立行政法人国際観光振興機構(JNTO)による情報発信等

(独)国際観光振興機構は、13の海外事務所を設け、現地の旅行会社やメディア等に対する情報発信等を行っている。また、7言語による訪日旅行情報のポータルサイトの運営を行っている。

(4) 地域の魅力の海外発信等

各地方運輸局等は、地方自治体等と連携してビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業を実施



している。

(5) その他、大使・総領事公邸等を活用した観光プロモーション等の実施、芸術家・文化人等による文化発信の推進、日本食・日本食材等の海外への情報発信、ポップカルチャーに関する情報の発信、和のコンテンツの情報発信及びネットワーク化、国際放送による情報発信の強化等を図った。

2 国内における交通、宿泊その他の観光旅行に要する費用に関する情報の提供

(1) 旅行費用に関する情報の提供

日本は物価が高いというイメージを払拭するため、諸外国と我が国の物価を比較し、飲食店や宿泊施設等の価格情報を紹介する「AFFODABLE JAPAN」パンフレットを作成し、海外において配布している。

(2) 公共交通事業者等による情報提供促進措置の促進

「外客来訪促進法」によって、特に多数の外国人観光客が利用する区間等について、公共交通事業者等（平成20年4月現在249事業者）が外国語等による情報提供促進措置事業を実施している。

3 国際会議その他の国際的な規模で開催される行事の誘致の促進

(1) 国際会議等の誘致・開催

観光立国推進基本計画において、「今後5年以内に我が国における国際会議の開催件数を5割以上伸ばし、アジアにおける最大の開催国を目指す」との目標が掲げられた。これを受け、国際会議開催・誘致拡大局長級会合において「国際会議の開催・誘致推進による国際交流拡大プログラム」が取りまとめられ、国を挙げた誘致・開催の促進等を行うこととなった。

4 外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善、通訳案内サービスの向上その他の外国人観光旅客の受入れの体制の確保等を図った。

第2節 国際相互交流の促進

1 外国政府との協力の推進

(1) 日中韓三国間の観光交流と協力の強化

平成19年6月、第2回日中韓観光大臣会合が開催され、青少年交流の推進、観光統計の改善、情報化の推進等を内容とする「日中韓の観光交流・協力の促進に関する青島宣言」を取りまとめた。

(2) 二国間の観光交流の取組の推進

①日韓観光交流拡大のタベ及び日韓観光振興協議会

平成19年9月、日本において「日韓観光交流拡大のタベ」を開催し、平成20年を「日韓観光交流年」に位置付けること等を内容とする共同声明に署名した。

②日中国交正常化35周年記念交流事業

平成19年が日中国交正常化35周年であることを記念して、日本から直行便のある中国の19都市に、約300の訪中団、総勢約24,700人が訪中し、交流を行った。

③日タイ観光交流年記念事業

日タイ修好120周年に当たる平成19年は「日タイ観光交流年」とされ、観光交流の促進が図られた。

④その他、日加官民観光定期協議、日印観光交流年のタベ、日露

観光交流促進協議会・日露合同作業部会等二国間の観光交流の取組が行われた。



日中国交正常化35周年記念交流行事
(平成19年8月22日：上海)

2 我が国と外国との間における地域間の交流の促進

(1) 日本人の海外旅行の促進

航空チャーター便(ITCチャーター)ルールの見直しを行い、地方からの航空チャーター便を増やせる環境を整備した。

(2) 姉妹・友好都市提携の活用

姉妹・友好都市の交流事業を、ビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業により実施している。

3 青少年による国際交流の促進

(1) 訪日教育旅行の促進

官民一体の組織である「訪日教育旅行促進全国協議会」が、訪日教育旅行誘致のための取組を推進した。

(2) ワーキング・ホリデーの活用

平成 19 年 10 月より、デンマークとの間で新たにワーキング・ホリデーを開始した。

(3) 海外の青少年との交流促進

諸外国の青少年を我が国に招き、様々な交流事業を実施している。特に、「青少年交流構想」に基づき、平成 19 年度には、東アジア各国を対象に、合計で約 4,500 名を招へいた。

第 5 章 観光旅行の促進のための環境の整備

第 1 節 観光旅行の容易化及び円滑化

1 休暇の取得の促進

休暇の取得と一体となった国内旅行の需要を喚起する諸方策について検討するため、「国内旅行需要喚起のための休暇のあり方懇談会」を開催し、最終報告を取りまとめた。

2 観光旅行の需要の特定の時季への集中の緩和

地域の独自性を生かした休日の設定、秋休みや 2 学期制、地域行事に連動した学校休業等、小・中学校の休業の多様化と柔軟化が進んでいる。

(社)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」を実施した。

3 観光に係る消費者の利益の擁護

「旅行業における電子商取引に係る検討委員会」の報告書の取りまとめを受けて、インターネット取引を利用する旅行業務に関する取扱いについて指導の徹底を図った。

4 「観光週間」の実施や「旅フェア 2007」「JATA 世界旅行博 2007」等を通じ、観光の意義に対する国民の理解の増進等を図った。

第 2 節 観光旅行者に対する接遇の向上

1 旅行に関連する施設の整備

観光活性化標識ガイドラインの普及・啓発を図るとともに、様々な観光情報提供手段等により観光客の移動を支援する実証実験(まちなめぐりナビプロジェクト)を全国 31 地域で実施した。

また、(独)国際観光振興機構(JNTO)は、外国人向け総合案内所(TIC)で観光情報を提供すると同時に、地方公共団体等が運営する外国人旅行者への対応が可能な観光案内所を「ビジット・ジャパン案内所」(全国 47 都道府県、121 都市・214 箇所(平成 20 年 3 月末現在))としてネットワーク化し、TIC と連携しながら案内や情報の提供を行っている。



鎌倉市観光総合案内所

2 我が国の伝統ある優れた食文化その他の生活文化、産業等の紹介の強化、我が国又は地域の特色を生かした魅力ある商品の開発

「VJC 魅力ある日本のおみやげコンテスト 2008」を実施するなど、地域ブランドの振興を図った。

第 3 節 観光旅行者の利便の増進

1 高齢者、障害者、外国人その他特に配慮を要する観光旅行者が円滑に利用できる旅行関連施設及び公

共施設の整備及びこれらの利便性の向上

- (1) 公共交通機関、宿泊施設・文化施設等のバリアフリー化の促進を図るとともに、ユニバーサルデザインの考え方に基づく観光を定着させるためのガイドラインを策定した。
 - (2) 「バスロケーションシステム」の導入促進等バスの利便性向上、道路交通情報通信システム（VICS）の情報提供エリア拡大等の道路交通の円滑化等を図っている。
 - (3) 道路構造の情報を反映した「走りやすさマップ」のカーナビ等への活用を進める等、道路における案内表示の充実を図っている。
- 2 電子国土 web システムの提供や、文化遺産情報のポータルサイトである「文化遺産オンライン」の整備、バス・鉄道共通 IC カードの導入推進、駐車場の位置や満空情報を提供する駐車場案内システムの導入等、情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供を促進した。

第4節 観光旅行の安全の確保

- 1 気象情報等の提供をはじめ、災害危険箇所及び避難場所・避難路等の周知徹底等国内外の観光地における事故、災害等の発生の状況に関する情報の提供を推進した。
- 2 公共交通機関や道路交通、宿泊施設の安全対策、海外における事故・事件への対応と安全対策等、観光旅行における事故の発生の防止等に取り組んだ。
- 3 「平成 19 年能登半島地震」及び「平成 19 年新潟県中越沖地震」発生後に生じたいわゆる風評被害の払拭のため PR 活動を行った。

第5節 新たな観光旅行の分野の開拓

エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、産業観光、ヘルスツーリズム等の地域密着型の「ニューツーリズム」に係る取組を支援するため、各運輸局ごとに旅行会社や有識者等によるコンサルティングを行うとともにモニターツアーの実施支援等を行い、旅行商品化を進めるためのマニュアルや事例集を作成するとともに、「ニューツーリズム」旅行商品の流通を促進するためデータベースを構築するなど「ニューツーリズム創出・流通促進事業」を進めている。

第6節 観光地における環境及び良好な景観の保全

景観法の活用促進、基本理念の普及啓発、観光地における屋外広告物に関する制度の充実、歴史・文化・風土を生かしたまちづくり支援等観光地における良好な景観の保全に取り組んでいる。

第7節 観光に関する統計の整備

平成 19 年 1 月分から「宿泊旅行統計調査」を四半期毎に実施している。

さらに、日帰り旅行者及びその他の観光旅行者に関する統計について、道府県間で比較可能な統計調査とするための共通基準を策定し、これを平成 22 年の調査から実施できるよう検討するとともに、観光がもたらす経済効果の国際間比較を正確に行うことができるよう、国際的に導入が進みつつある「T S A (Tourism Satellite Account)」について、平成 22 年の本格的な導入に向けた検討を行っている。