

第2章 観光立国の実現と美しい国づくり

第1節 観光をめぐる動向

1 観光立国の意義

観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等、国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、国際相互理解を推進するという意義を有するものであり、観光立国の実現は、我が国の成長戦略の柱として最も重要なものの一つである。

2 観光の現状

(1) 国民の観光の動向

平成21年の国内宿泊観光旅行の平均宿泊数は2.38泊、帰省・ビジネスも含めた国内宿泊旅行の消費額は約17.4兆円であり、20年（それぞれ2.37泊、約19.0兆円）に比べ宿泊数は微増、消費額は微減となった。他方、海外旅行者数の減少等により、21年の海外旅行消費額は約4.7兆円と、20年（約5.4兆円）に比べて減少した。

また、22年の海外旅行者数は、前年比7.7%増（約119万人増）の約1,664万人となった。

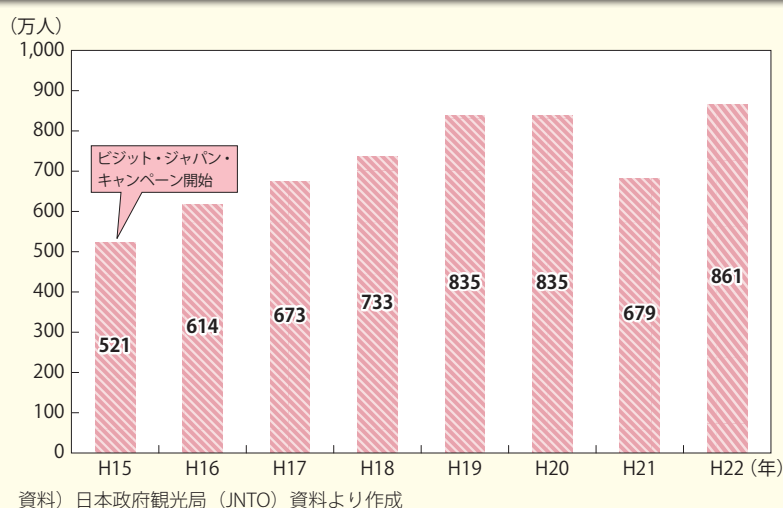
(2) 外国人の訪日旅行の動向

平成22年の訪日外国人旅行者数は約861万人（対前年比26.8%増）となり、世界的な金融危機や新型インフルエンザ流行の影響から大きく落ち込んだ21年の679万人から、大阪万博以降最高の伸び率で力強く回復し、過去最高の訪日外国人旅行者数を記録した。

特に、22年度に最重点市場と位置付けてプロモーション強化に取り組んだ韓国と中国からの旅行者数が大幅に増加（増加分全体の68%）し、全体をけん引した。

また、21年の訪日外国人旅行消費額は、前年比約14.3%減（約0.2兆円減）の約1.2兆円となった。

図表Ⅱ-2-1-1 訪日外国人旅行者数の動向



(3) 観光産業の動向

①旅行業

平成21年度の主要旅行業者63社の取扱額は、前年度比13.9%減の約5兆5,402億円となった。

景気の低迷や新型インフルエンザの流行により、海外旅行については、前年度比 19.3%減の約 1 兆 9,541 億円、国内旅行については、前年度比 10.6%減の約 3 兆 5,338 億円となった。訪日外国人旅行についても、景気の低迷や新型インフルエンザの流行、円高の進展により、前年度比 15.8%減の約 522 億円となった。

②ホテル・旅館業

平成21年度の主要登録ホテル・旅館の客室利用率は、ホテルで67.9%（前年度比4.0ポイント減）、旅館で57.4%（同5.8ポイント減）となった。また、主要登録ホテル・旅館のうち黒字施設の割合は、ホテルで41.3%（前年度比5.4ポイント減）、旅館で51.6%（同1.3ポイント増）となった。

第2節 観光立国の実現に向けた取組み

観光立国推進基本法及び観光立国推進基本計画に基づき、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る。観光立国の実現は政府の「新成長戦略」においても、今後の我が国の成長戦略の柱として位置付けられており、観光を巡る情勢の変化等も踏まえ、観光立国推進基本計画の見直しを進めている。さらに、政府としての取組みを一体的・総合的に推し進めるため、観光立国推進本部において、関係省庁間の調整・連携強化を図っている。

また、観光の振興、発展に多大な貢献をした個人・団体に対し、平成21年度より「観光庁長官表彰」を行っており、これまでに21の個人・団体を表彰している。

1 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

「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（観光圏整備法）」に基づき、観光地が広域的に連携した「観光圏」を整備し、国内外の観光客が2泊3日以上滞在できるエリアの形成を目指すこととされている。国は地域が連携して行う取組みに対して総合的な支援をしており、観光圏整備事業補助制度[※]では、民間組織が実施する宿泊魅力向上事業や観光資源活用事業等について、農山漁村活性化プロジェクト支援交付金による事業と連携しつつ支援を行い、平成22年度は観光圏整備実施計画を15件認定している。

また、観光を軸とした地域づくりの取組みを所管の事業や施策により総合的に支援する「観光地域づくり実践プラン」の認定を行い、観光圏整備の促進に係る社会資本整備等の支援を行うとともに、21年度より各観光圏において観光と社会資本整備の関係者による連絡会議を設置し、社会資本整備等の改善に向けた現地調査や具体的な対応方策等に関する意見交換を推進している。22年度までに15の観光圏で現地調査を実施した。

なお、地域の観光まちづくりに関する優れた事例を掲載した事例集を取りまとめ、内外に情報発信し、地域の観光地づくりの取組みをサポートしている。

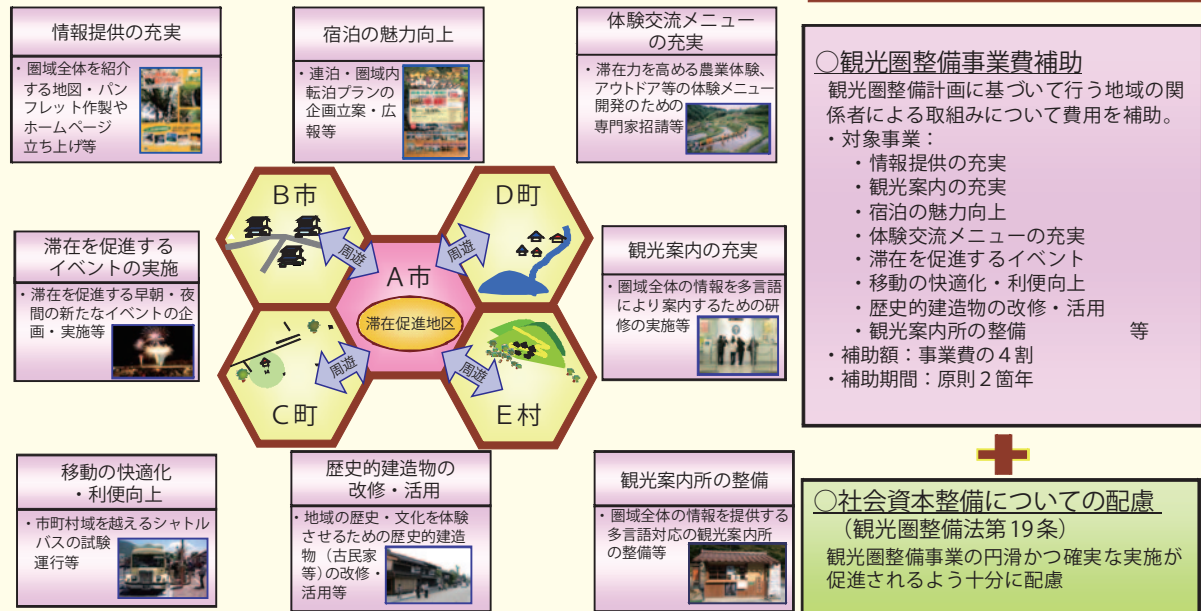
注 地方公共団体が作成する観光圏整備計画に沿って観光圏整備事業を行う者が観光圏整備実施計画を作成し、国土交通大臣から認定され、さらに第三者委員会である観光圏整備事業検討会の推薦を受け、採択されると、事業経費の補助支援を受けることができる。

図表Ⅱ-2-2-1 観光圏整備事業費補助

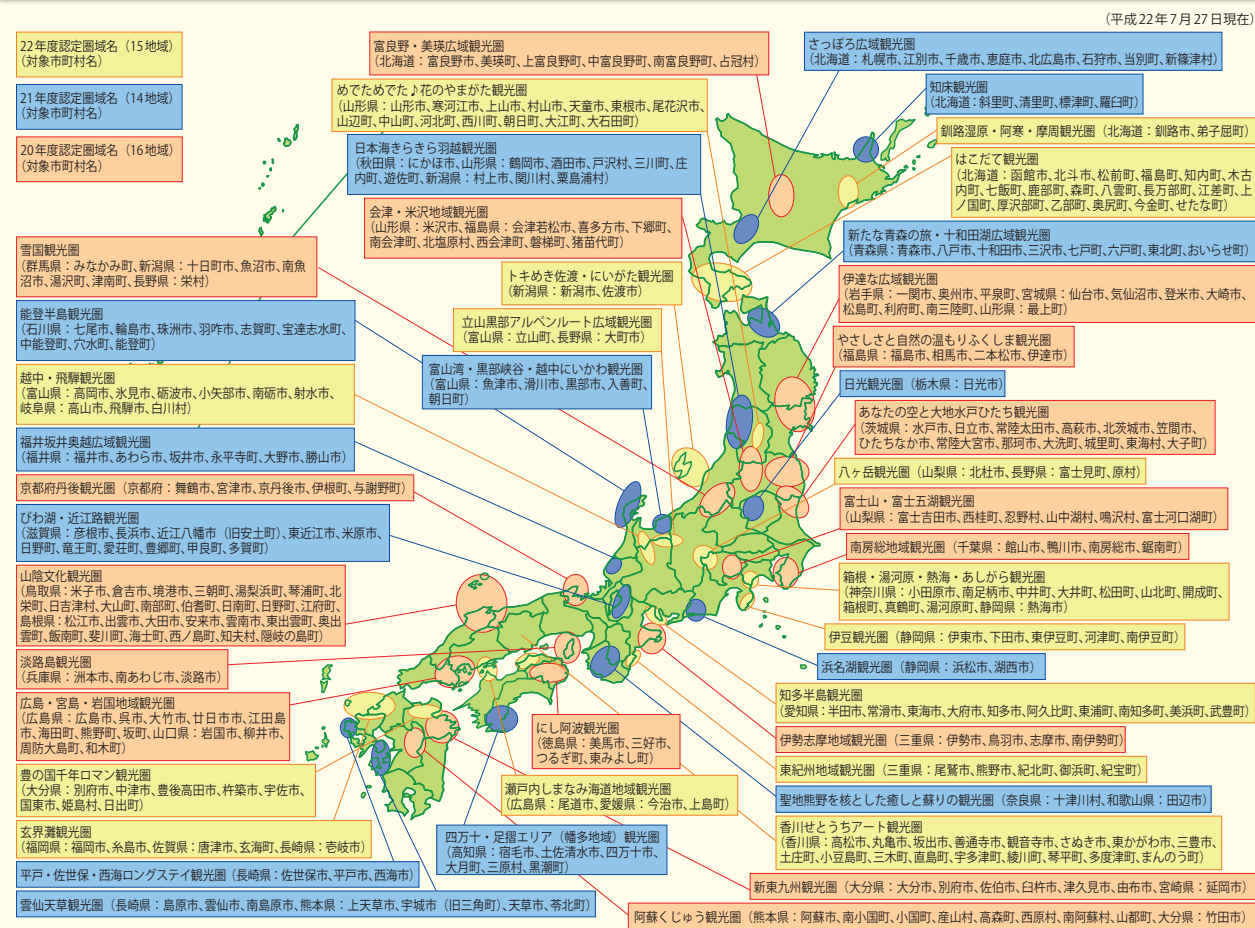
広域的な連携・役割分担による観光地づくりの成功事例を早期に構築するため、国内外からの観光客の2泊3日以上滞る型観光が可能な「観光圏」の形成に向けた地域の関係者の連携による取組みを支援。

観光圏整備のイメージ

観光圏整備に対する支援



図表Ⅱ-2-2-2 観光圏整備実施計画認定地域（45地域）



2 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

(1) 宿泊産業の活性化

観光産業における新たなビジネスモデルの構築を目的として、旅館街での客室稼働率向上・業務共同化等の先導的な取り組みを支援するため、平成20・21年度の2年間で21件の実証事業を実施しており、22年度はこれらの実証事業の追跡調査及び事業評価を行い、ビジネスモデル構築における成功事例や課題を整理し、ガイドラインを取りまとめるとともに、その普及・啓発を図るためのセミナーを開催した。

(2) 観光の振興に寄与する人材の育成

① 観光関係人材育成のための産学官連携方策の推進

観光産業を担う経営マネジメント人材育成を目的として、平成22年10月に「観光経営マネジメント教育推進ワーキンググループ」を開催し、産学官連携による人材育成を推進している。あわせて、インターンシップ実施における企業・大学双方の受入内容等についての認識の共有化及び手続の簡素化等を目的とした「インターンシップモデル事業」を実施している。

② 観光カリスマ塾の開催

観光地域の活性化の核となる人材育成のため、全国各地の観光カリスマ^注を講師として迎え、成功ノウハウの伝授、現場体験活動等を行う観光カリスマ塾を、平成22年度は9地区で開催した。

③ 観光地域づくり人材を育成する取組みの支援

地域の自主的・自立的な観光地域づくり人材育成の取組みを促進するため、地域の人材育成の指針となるガイドラインの策定に向け、「観光地域づくり人材育成ガイドライン案」に即した研修を実施した。また、平成22年5月に「観光地域づくり人材シンポジウム」を開催するなど、地域のネットワーク化を進めている。

④ 観光立国教育の推進

子ども達の「旅をする心」を育み、「将来の地域づくりの担い手」を育成するため、「観光立国教育」の推進を図っている。

3 国際観光の振興

(1) 我が国観光魅力の海外への発信

訪日外国人旅行者数を将来的に3,000万人、平成25年までに1,500万人、28年までに2,000万人、31年までに2,500万人にするとの目標を達成するため、日本の観光魅力を海外に発信するビジット・ジャパン事業を展開している。

ビジット・ジャパン事業では、訪日旅行者数の多い12の国・地域（韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、豪州、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス）を対象市場としていたが、22年度からは、今後の成長が見込める市場として、インド、ロシア、マレーシアを新たに対象市場に加え、全15市場において、プロモーションを展開している。なかでも、中国、韓国、台湾、香港の東アジア4市場を最重点市場と位置付け、広告宣伝を中心に予算を大幅に拡充して、プロモーション展開を行った。

^注 観光地の魅力を高め、観光振興を成功に導いた人々として、関係省庁と連携した「観光カリスマ百選」選定委員会において認定された観光カリスマが全国で活躍している。

プロモーションは、旅行目的地としての日本を知ってもらうことを目的とした我が国観光魅力の情報発信である認知度向上事業と実際に訪日旅行に結びつけることを目的とした誘客事業に大別され、前者においては、ウェブサイトにおける情報発信、外国のメディアにおける広告宣伝、外国で開催される旅行博覧会等での日本ブースの出展等を行い、後者においては、外国の旅行会社の日本への招請、商談会の実施、訪日旅行商品の共同広告等を行っている。

また、22年4月には、訪日観光プロモーションの新たなキャッチフレーズ・ロゴとして、「尽きることのない感動に出会える国、日本」といったコンセプトの下、「Japan. Endless Discovery.」を導入し、あわせて、東アジア市場でのテレビや紙媒体等を使った海外プロモーションにおいて、日本の顔として活躍する「観光立国ナビゲーター」に人気アイドルグループ「嵐」を起用した。さらに、市場別の取組みとして、例えば、リピーターの多い韓国市場においては、J-ROUTEと銘打ち、旅行者のニーズに合わせた新たな訪日旅行ルートを様々な広告媒体を活用してPRするなど、市場の特性も踏まえたきめ細かいプロモーション活動を実施した。

(2) MICE（国際会議等）の開催・誘致の推進

これまで国際会議の開催・誘致を中心に取り組んできたが、企業等の会議、企業の行う報奨・研修旅行、イベント、展示会・見本市等を含めた広義の国際会議（MICE^注）も、訪日外国人旅行者の増大、経済効果、地域の国際化・活性化等に大きな意味を持っている。

そこで、国際会議だけでなくMICE全般を振興していくため、「MICE推進アクションプラン」を着実に実施することにより、MICEの開催・誘致を積極的に推進している。

特に、22年はMICE元年として、「Japan MICE Year」と定め、我が国がMICEの開催適地であることを集中・積極的に海外に向けてアピールするとともに、国内的にまだ浸透しているとは言い難いMICEの意義等について広く国民に啓発するなど、MICEの推進に取り組んだ。

(3) 外国人観光客の受入れ体制の確保

公共交通事業者等の取組みとして、主に都市部の地下鉄等において、路線名と駅名にアルファベットや数字を併記するナンバリング（番号制）が導入されるなど、外国人旅行者の利便性の向上が図られている。また、交通拠点から目的地（主要観光地等）までの行程において、外国人旅行者に言語面での障害を感じさせないよう、交通拠点における電子看板等の案内表示に加え、交通機関内での車内放送等、様々な手段を用いて、点から線への多言語対応等を実施しており、平成22年度は、全国13地域において言語バリアフリーな移動環境の実現を図った。

また、22年度は、国・地方公共団体・民間事業者等が十分に連携しつつ、外国人旅行者の受入環境の整備・充実を総合的に推進することにより、外国人旅行者の移動等の容易化及び満足度の向上を

^注 企業等の会議（Meeting）、企業の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive（Travel））、国際会議（Convention）、イベント、展示会・見本市（Event／Exhibition）の頭文字



図る必要があるため、外国人旅行者受入の中核的な役割を担うべき戦略拠点を定めるとともに、官民連携による受入環境整備のための事業を全国5都市で実施することにより、具体的な効果分析と課題抽出を行った。

外国人旅行者に対する接遇の向上を図り国際観光振興に寄与するため、報酬を得て、外国人旅行者に対し、通訳案内を行う通訳ガイドについては、「通訳案内士法」に基づき、通訳案内士試験を実施しており、22年4月現在、通訳案内士登録者数は14,559人となっている。また、訪日外国人旅行者数3,000万人時代に対応した受入環境整備のため、通訳案内士制度のあり方について検討を行っており、通訳案内士以外の者による有償ガイド行為を可能とするための特例措置を規定した「総合特別区域法案」を第177回国会に提出した。

他方、「国際観光ホテル整備法」に基づき、ハード・ソフトの両面から見て外国人旅行者の宿泊に適したホテル・旅館の登録を行っており、同年12月末現在、1,020軒のホテル及び1,672軒の旅館が登録されている。

4 観光旅行の促進のための環境の整備

(1) 休暇の取得・分散化の促進

ピーク時に集中する旅行需要を平準化し、旅行コストの低減や観光産業における生産性の向上・雇用の安定化等を通じたサービス水準の向上等により、顕在化していない旅行需要を掘り起こし、地域経済の活性化を図ることを目的として、大型連休を地域別に分散して設定する休暇取得の分散化に取り組んでいる。観光立国推進本部休暇分散化ワーキングチームにおいて、休暇の分散化案や実施スケジュール等について関係省庁と検討・調整を行ったほか、産業界等へのヒアリング、ピーク需要調査、内閣府特別世論調査、地方ブロック説明会の開催等、休暇取得の分散化に関する国民各層の意見や効果・影響等を把握するための取組みを実施した。

また、各界を代表する委員から構成される「休暇改革国民会議」を開催し、休暇改革に関する課題や対応案等について議論を行うなど、国民的なコンセンサス形成に向けた取組みを実施している。

あわせて、地域ぐるみの「家族の時間づくり」を目的として、企業における有給休暇取得促進と学校休業の柔軟な設定により、大人と子どもの休みのマッチングを行う「家族の時間づくり」プロジェクト（休暇取得・分散化促進実証事業）を全国9地域において実施した。

(2) ユニバーサルデザインの考え方に基づく観光の促進

ユニバーサルデザインの考え方に基づく観光について、全国における取組内容の調査を行うとともに、今後の普及・促進を考える上で、必要な情報発信のあり方や相互連携について検討を行った。

(3) 旅行取引を取り巻く環境の変化に対応した消費者保護への取組み

旅行取引の公正の維持や旅行者の安全の確保を図るため、旅行業法における消費者保護について、観光庁と消費者庁が連携して取り組んでいる。

(4) 日本人の海外旅行促進のための取組み

VWC^注への協力等を通じて海外旅行需要の喚起を図っている。

注 VWC（Visit World Campaign：ビジット・ワールド・キャンペーン）とは、（社）日本旅行業協会が中心となり、海外旅行の関係者と一体となって取り組んでいる海外旅行の需要喚起を図る活動。

また、海外旅行者の安全を確保するため、観光庁は、外務省等と緊密な連絡をとりつつ、海外旅行者に対する渡航情報の周知徹底や、旅行業者の緊急連絡体制の整備を図っている。

(5) 新たな旅行形態の創出等

観光立国推進本部の下に設置された「観光連携コンソーシアム」において、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、文化観光、産業観光、スポーツ観光、医療観光等、多様な観光メニューについて、関係省庁の連携による総合的な振興策の検討を行っている。

(6) 観光統計の整備

観光政策の戦略的立案及び成果検証に活用するため、各種観光統計の整備拡充を行った。将来的に訪日外国人旅行者数を3,000万人とする目標の達成に向け、訪日外国人の消費動向を把握するための訪日外国人消費動向調査を平成22年度から開始したほか、都道府県における観光入込客に関する統計について、調査手法等の共通化を図るための「観光入込客統計に関する共通基準」の普及促進を行っており、22年4－6月期調査分より、共通基準による統計結果の公表を開始した。

また、従来から実施している宿泊旅行統計調査及び旅行・観光消費動向調査について、調査対象者数等の拡充を行うとともに、国際的に導入が進みつつあるTSA^{注1}を本格導入したことで、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可能となる。

さらに、観光産業の事業者数や売上規模、雇用・就労状況等を明らかにする観光地域経済調査（仮称）の実施に向け、予備的調査等に取り組むこととしている。

第3節 良好な景観形成等美しい国づくり

1 良好な景観の形成

(1) 景観緑三法に基づく取組みの推進

「景観法」に基づく景観行政団体^{注2}は平成23年3月1日現在486団体に増加し、景観計画は270団体で策定されるなど、良好な景観形成の取組みが推進されている。また、「屋外広告物法」の改正による屋外広告業の登録制度の導入や景観行政団体である市町村による屋外広告物条例の制定（22年4月現在38団体で条例を制定済み）等、屋外広告物行政が進められている。さらに、「都市緑地法」に基づく緑化地域制度が名古屋市、横浜市及び東京都世田谷区で適用されるなど、良好な景観形成と緑豊かで暮らしやすいまちづくり等を推進している。

(2) 社会資本整備における景観検討の取組み

景観に配慮した社会資本整備を進めるため、事業の影響を受ける地域住民や学識経験者等の多様な意見を聴取しつつ景観評価を行い、事業案に反映させる取組みを推進している。

注1 TSA（Tourism Satellite Account：旅行・観光サテライト勘定）は、国民経済計算（SNA）の枠組みのなかで、観光経済を体系付けるための勘定。サテライト勘定とは、従来の枠組みにはない経済活動をSNAの中で体系付け、新しい経済概念に対応していくときに用いられる枠組みであり、日本では環境、介護、NPO等の分野で試行されている。

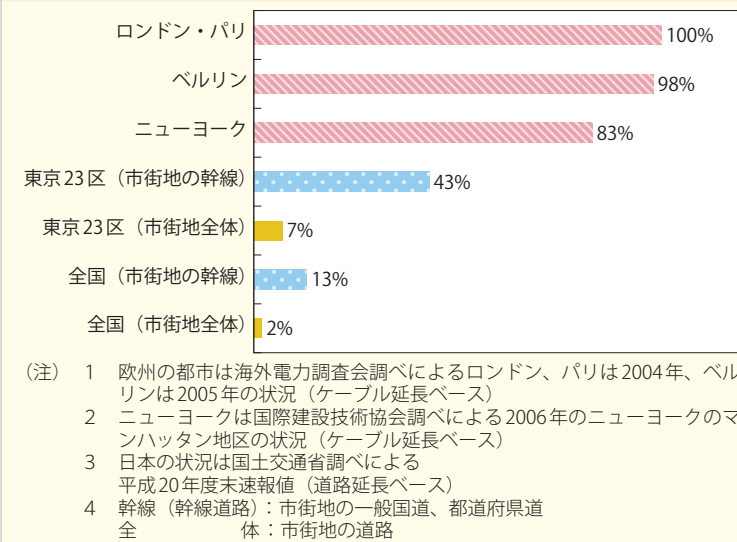
注2 都道府県、政令指定都市、中核市又は都道府県知事と協議、その同意を得て景観行政をつかさどる市町村をいう。

2 誇りを持てる魅力的な景観形成

(1) 無電柱化の推進

安全で快適な通行空間の確保、良好な景観・住環境の形成、災害の防止、情報通信ネットワークの信頼性の向上、歴史的街並みの保全、観光振興、地域文化の復興、地域活性化等を図るため、まちなかの幹線道路に加え、主要な非幹線道路も含めて面的に無電柱化を推進している。

図表 II-2-3-1 欧米と日本の主要都市の無電柱化の現状



(2) 「日本風景街道」の推進

多様な主体による協働の下、道を舞台に、地域資源を活かした美しい国土景観の形成を図り、観光の振興や地域の活性化に寄与することを目的に「日本風景街道」を推進している。平成23年3月末現在120ルートが日本風景街道として登録されており、道路を活用した美しい景観形成や地域の魅力向上に資する活動を支援している。

(3) 水辺空間等の整備の推進

河川が有する固有の自然・文化・歴史等に合わせ、「多自然川づくり」や「かわまちづくり」、「水辺の楽校」等により、誰もが身近な自然空間として利活用できるよう親水性、景観性のある河川整備を推進している。

また、公共下水道雨水渠等の空間を活用したせせらぎ水路の整備や下水処理水をせせらぎ用水として活用するための施設整備等を推進し、下水道の持つ施設空間や下水処理水を活用した水辺の再生・創出に取り組んでいる。加えて、汚水処理の適切な実施により、良好な水環境を保全・創出している。

3 自然・歴史・文化を活かした地域づくり

① 国家的記念事業や我が国固有の文化的資産の保存・活用

国家的な記念行事又は我が国固有の優れた文化的資産の保存及び活用を図るため、国営公園の整備を推進しており、国営昭和記念公園を始め、5公園が開園している。平成22年度には、国営飛鳥・平城宮跡歴史公園（飛鳥区域）において、キトラ古墳周辺地区等の整備を行った。

② 古都における歴史的風土の保存

京都市、奈良市、鎌倉市等の古都においては、古都保存法に基づき、建築物等の新・増・改築、宅地の造成等行為の制限を行うとともに、土地の買入れ等の古都保存事業や普及啓発活動等を実施する

ことにより、歴史的風土の保存を図っている。

③ 歴史的な公共建造物等の保存・活用

地域のまちづくりに寄与するために、長く地域に親しまれてきた歴史的な官庁施設の保存・活用を推進するとともに、歴史的砂防関係施設及びその周辺環境一帯を地域の観光資源の核として位置付け、環境整備を行うなど、新たな交流の場の形成に資する取組みを促進している。

地域を守る歴史的砂防設備



④ 歴史的風致の維持・再生によるまちづくりの推進

「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（歴史まちづくり法）」に基づき、城、神社等の歴史的な建物や町家、武家屋敷等のまちなみと、祭礼行事等の歴史や伝統を反映した活動といった地域の歴史的な風情、情緒を活かしたまちづくりを国が支援している。平成23年3月31日現在、22市町が行う歴史まちづくりが認定を受けている。