

## 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22年の国内宿泊観光旅行の平均宿泊数は2.12泊、帰省・ビジネスも含めた国内宿泊旅行の消費額は約16.1兆円であり、21年（それぞれ2.38泊、約17.3兆円）に比べ宿泊数、消費額共に減少した。他方、22年の海外旅行消費額は約4.7兆円と、21年（約4.5兆円）に比べてほぼ横ばいであった。

また、23年の海外旅行者数は、前年比2.1%増（約36万人増）の約1,699万人となった。

##### (2) 外国人の訪日旅行の動向

平成23年の訪日外国人旅行者数は、東日本大震災の影響等により、約622万人（対前年比27.8%減）となり、過去最高の訪日旅行者数を記録した22年から大幅な減少となったものの、23年12月には、中国、香港等前年同月を上回る旅行者が訪日している市場も出てくるなど、着実な回復基調にある。また、23年の訪日外国人旅行消費額は、前年比約29.2%減（約3,355億円減）の約8,135億円となった。

##### (3) 観光産業の動向

###### ①旅行業

平成22年度の主要旅行業者61社の取扱額は、前年度比2.9%増の約5兆9,303億円となった。

海外旅行については、前年度比12.1%増の約2兆2,013億円、国内旅行については、前年度比2.1%減の約3兆6,648億円となった。また、訪日外国人旅行については、前年度比19.0%増の約641億円となった。

###### ②ホテル・旅館業

平成22年度の主要登録ホテル・旅館の客室利用率は、ホテルで72.3%（前年度比4.4%増）、旅館で59.9%（同2.5%増）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45.0%（前年度比3.7%増）、旅館で42.9%（同8.7%減）となった。



## ③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平成31年までに2,500万人、将来的に3,000万人にするとの目標を達成するため、我が国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。具体的には、①海外旅行会社の招請やツアー共同広告の実施等の現地旅行会社向け事業、②海外広告宣伝や海外メディアの招請等の現地消費者向け事業、③広域で連携した外国人誘客の取組みを地域と運輸局が共同で実施する地方連携事業を、韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、豪州、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、マレーシア、インド、ロシアの15の国・地域を重点市場として位置付けて実施した。

## (2) MICE(国際会議等)の誘致・開催の推進

MICE<sup>注</sup>の誘致・開催の推進は、①経済波及効果、②ビジネス機会創出・イノベーション創出、③都市の競争力・ブランド力向上といった幅広い意義を有する。これらの経済効果は極めて大きく、経済成長のエンジンであると同時にインフラと位置付けられる。

MICEの重要性と市場の拡大を理由にアジアの競合国では積極的な誘致活動を展開しており、国際競争が激化していることから、我が国として海外プロモーション事業等、MICE誘致・開催の推進のための取組みを行った。具体的には、我が国のMICEブランドの強化を図るため、欧州、米国、アジアの各地域における見本市への出展や我が国へのインセンティブ旅行を検討している海外の旅行会社等の招請といった市場開拓を強化するとともに、日本側主催者・自治体等が行う誘致活動の支援や国土交通大臣又は観光庁長官による招請状を发出するなど、MICE開催地決定権者等への働きかけを行った。このほか、国内のMICE人材の裾野の拡大と将来の我が国のMICE界をリードする人材の育成やMICEの実態把握のための関連調査を実施し、MICEの受入環境の整備等を行った。

なお、UIA(国際団体連合)統計によると、平成22年の我が国の国際会議件数は741件となっており、世界で第2位、アジアでは第1位となっている。

## (3) 訪日外国人旅行者の受入体制の確保

訪日外国人3,000万人プログラムの達成には、海外市場でのプロモーションと並んで、国内における受入環境の整備が喫緊の課題となっている。このため、平成23年度は、訪日外国人旅行者が安心して快適に移動・滞在・観光することができる環境を提供することにより、訪日外国人旅行者の訪問を促進するとともに、満足度を高めることでリピーターの増加を図るため、戦略拠点・地方拠点として選定された全国26地域で受入環境整備水準の評価を行った。また、先進的・モデル的な事業を実施し、地域での自立的な受入環境の整備及び他地域への普及を図るとともに、日本在住の留学生等を受入環境整備サポーターとして観光地等へ派遣し、受入環境整備が遅れている部分に対して、外国人目線による改善策を提案してもらうことで、自主的な訪日外国人旅行者の受入環境整備を促進した。

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

注 「MICE」とは、企業等の会議(Meeting)、企業が行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive(Travel))、国際会議(Convention)、展示会・見本市(Exhibition)の頭文字

させないよう、交通拠点における案内表示に加え、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、23年度は、全国26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。他方、公共交通事業者等の取組みとしても、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)の普及が進んでいるなど、訪日外国人旅行者の利便性の向上が図られている。

外国人旅行者の需要の多様化に的確に対応するため、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」の着実な実施を図るとともに、通訳案内士の専門性を高めるための研修等、ガイドの質の向上に関する事業を行い、通訳案内士制度の充実を図った。

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、23年12月末現在、1,023軒のホテル及び1,658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) 休暇の取得促進・旅行需要の平準化等に向けた取組み

休暇の取得を促進し、旅行需要の創出及び平準化を図るため、観光庁では休暇改革を推進している。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」について、平成23年度は全国10地域98校(22年度は9地域68校)において実施した。

また、休暇を取得して外出や旅行等を楽しむことを積極的に促進し、休暇(オフ)を前向き(ポジティブ)にとらえて楽しむ「ポジティブ・オフ」運動を23年7月に開始した。この運動は、休暇を取得しやすい職場環境を整えつつ、休暇を活用した外出・旅行等による経済活性化にも貢献し、長期的には、ワーク・ライフ・バランスの実現や休暇を楽しむライフスタイル等の「ライフスタイル・イノベーション」へつなげていくことを目的としており、内閣府、厚生労働省、経済産業省と共同して提唱・推進している。

なお、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」については、東日本大震災後の国民生活・経済活動等への影響及び国民的コンセンサスの状況を踏まえ、引き続き検討することとしている。

## コラム 「ポジティブ・オフ」運動～「ポジティブ」な「オフ」で日本を元気に～

「ポジティブ・オフ」運動は、賛同する企業・団体の自主的な取組みをベースとしており、現在、100を超える企業・団体が賛同しています。賛同企業・団体は、従業員に対し、休暇の取得と外出や旅行等を奨励し、福利厚生等による支援を行うこととしています。賛同企業の取組みとして、①繁忙期で連続休暇の無かった8月に5連休の創設、②社内通達で「ポジティブ・オフ」のコンセプトの周知、ポスター制作・掲出等でカフェテリアアプラ<sup>注</sup>の利用促進、③休暇を活用したボランティアツアーの組織、旅費の福利厚生によるサポート等が行われています。また、「ポジティブ・オフ」運動の普及・啓発のため、観光庁と賛同企業とでコラボレーション企画を実施するなど、運動の更なる拡大に向け、官民協働で取り組んでいます。

職場の上司や周囲への配慮等、休むことに対して後ろめたいという気持ちの方も多く、我が国の有給休暇の取得率はここ数年50%未満で推移しています。また、「上司が休暇取得に積極的であるほど、休暇の取り残しが少なくなる」という調査結果もあります。休みを取り、その時間を活用して様々な経験をすることは、個人だけでなく、企業、社会にとってもメリットがあるということを広く発信することで、「オフ」を取ることを「ポジティブ」にとらえられる社会を作っていきます。

注 企業の福利厚生制度などを社員が自由に選択できるようにした制度



(2) 旅行取引を取り巻く環境の変化への対応

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、標準旅行業約款の見直しの検討等、観光庁と消費者庁が連携して取り組んでいる。

(3) 日本人の海外旅行促進のための取組み

Visit World Campaign (ビジット・ワールド・キャンペーン)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。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。

(4) ニューツーリズムの推進

エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、文化観光、産業観光、スポーツツーリズム、海洋観光、医療観光等、地域の特性を活かしつつ、多様化する旅行者のニーズに即した観光を提供するニューツーリズムの推進を図っている。スポーツツーリズムについては、平成23年度に策定された「スポーツツーリズム推進基本方針」に基づき、地域スポーツコミッションの設立を促すとともに、情報の集約・発信、国際スポーツイベントの誘致・開催支援等を担うスポーツツーリズム推進連携組織の創設に向けた検討を実施した。

(5) 観光統計の整備・利活用の推進

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や利活用の推進等を行っている。

観光産業の基本的構造(事業者数、売上規模、雇用・就労状況等)や、観光が地域経済に及ぼす影響等を明らかにするための「観光地域経済調査」について、平成22年度に試験調査、23年度に予備的調査を実施した。24年度からは、経済センサスと連動し、全国約16万事業所を対象として調査を本格実施する。15年度から実施している「旅行・観光消費動向調査」について、調査対象者数等の拡充に伴い、四半期毎の集計・公表を行うとともに、旅行者の年代別等の追加分析を併せて実施した。その他の観光統計についても、公表の早期化や分析方法の積極的な紹介等に取り組むなど、行政や産業界が施策を立案するに際し、タイムリーに活用できるようなデータ提供を行い、利活用を推進している。

また、22年度より実施している「観光入込客統計に関する共通基準」に基づく「都道府県観光入込客統計」について、導入済みの45都道府県の調査結果を取りまとめるとともに、調査結果の活用事例を都道府県と共有し、本統計を観光政策立案に活用するためのノウハウを提供した。

注 (一社)日本旅行業協会(JATA)が中心となり、旅行業界、航空業界、関係省庁等が一丸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

コラム 国際的に評価される我が国の観光統計

観光は、その場で財・サービスが消費されるという特性を持っており、関連産業も多岐にわたっています。そのため、地域における経済や雇用に大きく貢献する「産業分野」として世界的にも注目されています。しかしながら、これらの効果に関しては、定量的に測定する方法が十分に確立されてきませんでした。

そのような問題意識を背景に、観光が地域経済に及ぼす影響を科学的に分析することを目的に、世界観光機関の後援の下、MOVE2011という国際会議が平成23年10月にスペイン・ビルバオで開催されました。

MOVE2011では、各国の担当者が、この分野における先進的な事例や手法を発表し、活発な議論が行われました。観光庁もこの会議に発表者として参加し、観光経済の実態を把握するための統計として、我が国が取り組んでいる「共通基準による観光入込客統計」と「観光地域経済調査」を紹介しました。

個別のケーススタディの紹介が多い中で、我が国が紹介した各都道府県の観光入込客数や消費単価を共通基準で把握する手法や、産業ごとの観光売上高比率、観光産業の地元仕入比率等が体系的に把握できる手法は各国の注目を集め、我が国の観光統計に対する関心の高さがうかがえました。今回の観光庁の発表に関しては、大変意欲的な取組みであるとして世界観光機関事務局からも、非常に高い評価を得るとともに、今後の観光統計整備に関して指導的な立場を發揮してほしいとの講評もいただきました。

観光統計の整備に関しては、国際的にはまだまだ発展途上の段階ではありますが、観光庁としては今後とも国際的に貢献すべく、このような会議で積極的に我が国の観光統計を紹介していきたいと考えています。



資料) 観光庁

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は平成24年3月1日現在531団体に増加し、景観計画は326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(23年4月1日現在41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などを推進している。

(2) 社会資本整備における景観検討の取組み

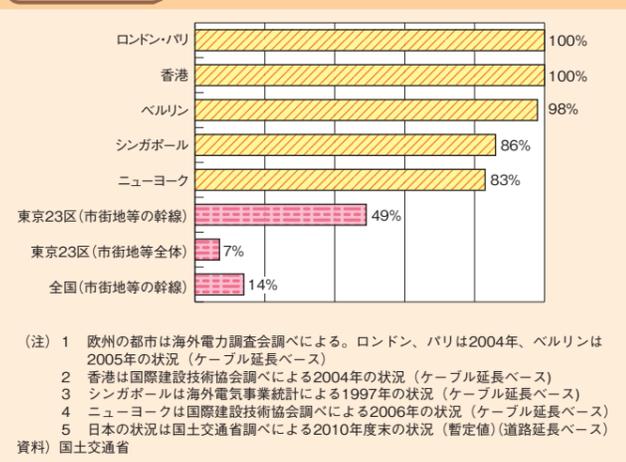
景観に配慮した社会資本整備を進めるため、地域住民や学識経験者等の多様な意見を聴取しつつ、事業後の景観の予測・評価を行い、事業案に反映させる取組みを推進している。

注 都道府県、政令指定都市、中核市又は都道府県知事とあらかじめ協議した上で、景観行政事務(「景観法」第2章第1節から第4節まで、第4章及び第5章の規定に基づく事務)を処理する市町村をいう。

### (3) 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 欧米主要都市等と日本の無電柱化の現状



### (4) 「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24年3月末現在127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。

### (5) 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」、「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。

## 2 自然・歴史や文化を活かした地域づくり

### (1) 我が国固有の文化的資産の保存・活用等に資する国営公園の整備

我が国固有の優れた文化的資産の保存及び活用等を図るため、国営公園の整備を推進しており、国営昭和記念公園をはじめ、17公園が開園している。平成23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、「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法(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、土地の買入れなど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。

### (4) 歴史的風致の維持・向上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24年3月31日現在、31市町の歴史的風致維持向上計画を認定し、計画に基づく取組みを支援している。

