

観光立国推進ワーキングチーム 中間とりまとめ

平成 25 年 5 月 20 日

観光は、日本の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野である。今後人口減少・少子高齢化が見込まれる中、国内の観光需要を喚起するとともに、急速に成長するアジアを始めとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域経済の活性化、雇用機会の増大などにつなげていくことが重要である。

外国人観光客の消費による地域への直接的な経済効果は大きいですが、訪問した外国人観光客が、様々な観光資源を消費・体験することで地域の魅力を発見し、その素晴らしさを海外に伝播することによる波及効果はさらに大きなものとなる。

本年は、ビジット・ジャパン事業が開始され、観光立国の実現に向けた取組を本格化して 10 周年を迎える節目の年である。この節目の年に、史上初めて、訪日外国人旅行者数 1000 万人を達成し、さらに、2000 万人の高みを目指すためには、政府一丸となって取組を強化する必要がある。

このため、内閣は、成長戦略により力強い日本経済を立て直し、近隣諸国以上に魅力にあふれる観光立国の実現に向け強力に施策を推進すべく、本年 3 月、観光立国推進閣僚会議を開催し、アクション・プログラムの作成に着手した。以来、観光立国推進ワーキングチームにおいて有識者会議のご意見を伺いながら議論を行い、主に、訪日外国人旅行の促進に関する新規性の高い施策をとりまとめたものが、この「中間とりまとめ」である。

訪日外国人旅行を促進し、世界の人たちを惹きつける観光立国を実現するためには、

- ①知ってもらう（外国人に「日本」をよく知ってもらい、「行きたい」きっかけをつくる）
- ②来ってもらう（「行きたい」と思った外国人旅行者に、実際に日本に来てもらう）
- ③満足してもらう（リピーターとして訪れたい、周りの人に訪日を勧めたい、と強く思わせる）

④人と知恵、更には投資を惹きつける（国際会議等の誘致や投資の促進を図ることにより、多くの人や優れた知見を日本に呼び込む）ことが重要であり、それぞれの段階に存在する隘路を打開するための施策を効果的に講じる必要がある。本中間とりまとめにおいては、上記の考え方に沿って必要な施策のうち、新規性の高いものを中心にとりまとめている。なお、既に取り組んでいるこの他の施策を継続して進めていくことは当然である。

1. 知ってもらう（外国人に「日本」をよく知ってもらい、「行きたい」きっかけをつくる）

昨年の訪日外国人旅行者数は、震災前の平成 22 年の水準まで回復したものの、約 837 万人にとどまっている。しかし、平成 22 年の水準でも日本は世界で 30 位、アジアで 8 位であり、隣の韓国では既に昨年 1100 万人を超えている。このような現状を踏まえれば、諸外国における今以上の日本ブランドの浸透、訪日誘客に向けた取組のさらなるステップアップが必要不可欠である。このため、外国人に「日本」をよく知ってもらい、「行きたい」きっかけをつくるべく、以下の施策を効果的に推進することとする。

（1）オールジャパン体制による連携の強化・拡大

○「ビジット・ジャパン」、「クールジャパン」、「インベスト・ジャパン」、日本食の海外展開等の取組については、これまではそれぞれの文脈で進められ、日本ブランドとしての統一感が不十分であり、プロモーションの事業実施段階でも個別のイベントにおけるアドホックな協調に限られがちであるなど、「日本」トータルの海外消費者に対するブランド波及効果には限界があった。今後、オールジャパン体制の下、様々な地域資源の活用も含め、戦略性を持って「日本」ブランドを発信するとともに、計画的に共同してプロモーションを実施する。

具体的には、

- ・従来の外務省・在外公館、観光庁・日本政府観光局（JNTO）の間の計画的な連携に加え、関係省庁、日本貿易振興機構（J E

TRO)、国際交流基金、自治体国際化協会等において、「ビジット・ジャパン」、「クールジャパン」、日本食の海外展開、テレビ番組・映画等の海外展開、日本文化の海外紹介等を含めた日本ブランドの発信について、関連するイベント・カレンダーの共有等を通じて、共同・連携事案の計画を作成し、実施する。

- ・新たに官邸において開催されることとされた「国際広報強化連絡会議」において、国際広報の重要課題の一つとして観光立国推進を取り上げ、各府省庁の広報機会・手法・コンテンツを共有し、政府一体となって訪日の魅力を海外に発信する。
- ・観光庁、日本政府観光局（JNTO）、経済産業省、日本貿易振興機構（JETRO）は、訪日外国人増加を目的とした、4者の「ビジット・ジャパン」、「クールジャパン」及び「インベスト・ジャパン」に関する取組について、共同行動計画を定め、それに沿って具体的な連携を進める。

(2) クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信

○日本関連コンテンツのローカライズ・プロモーション支援、テレビ番組の国際共同制作、新たに創設予定の株式会社海外需要開拓支援機構(仮称)等を通じた、海外のテレビ番組枠の確保、海外で日本関連コンテンツの放送等を行ういわゆる「ジャパン・チャンネル」への支援、いわゆる「ジャパンモール」の海外展開への支援等により、関係省庁(観光庁、経済産業省、総務省等)と民間企業が連携して、日本ブランド向上及び観光促進に資する関連コンテンツの継続的海外発信を促進する。

その他にも、

- ・コンテンツ等の国内イベントの機会におけるバイヤー招請事業の重点的な実施、イベントの集中的な開催と海外への効果的な情報発信等による関係省庁と民間企業の連携を通じ、国内に外国人観光客を呼び込むクールジャパン観光を推進する。
- ・青少年の国際交流を推進することにより、将来の親日層形成や訪日外国人旅行者の増加を図るとともに、我が国の強みや魅力、日本的な価値への国際理解を増進させる。
- ・国宝、重要文化財の呼称も含め検討し、地域の文化財の保存・整備を図るとともに、観光資源として積極的に国内外へ発信するなど、

活用を図る。

- ・伝統文化だけでなく、アートやアニメーション等の芸術文化を含めた、魅力的な文化芸術の創造・発信や文化芸術による創造都市機能の取組を発信することにより、インバウンドを推進する。
- ・アニメーション等のメディア芸術をはじめとする芸術文化の総合的な振興を図るとともに、伝統文化やポップカルチャーとの融合を含めた日本発の芸術作品を海外に発信する。
- ・空港における食の海外展開等の取組を促進するため、主要な国際空港で日本のお酒や農産物、その加工品等の魅力を発信する。

(3) 新たな視点に立った訪日プロモーションの実施

- 海外プロモーションを実施する際、影響力ある個人や先進的な民間アイデアを活用する。また、外国人留学生や在日外国人を通じた日本の観光魅力・旅行情報の発信等、個人を活用したプロモーションを強化するほか、外国人目線を活用したPR映像、ウェブサイト、ガイドブックの作成等を促進する。
- 首都圏空港を含めたオープンスカイの実施を契機として、航空会社による新規路線展開や空港会社等による新規就航・増便のための取組とビジット・ジャパン事業を戦略的に連携させた訪日プロモーションを本格化する。

2. 来てもらう（「行きたい」と思った外国人旅行者に、実際に日本に来てもらう）

外国人が日本に関心を持ち、日本に「行きたい」と思っても、「ビザ等の手続きが煩雑で時間がかかる」、「日本への旅行費用が高い」といったことが障壁となり、実際の訪日行動につながらず、結果的に外国人旅行者が他国に流れている実態がある。このため、日本に「行きたい」と思った外国人に実際に日本に来てもらうべく、以下の施策を迅速に推進し、訪日旅行を実現する際の障壁を取り除くこととする。

(1) ビザ要件の緩和

- 2013年に訪日外国人旅行者数1000万人を達成し、さらに、2000万人の高みを目指すとの目標を掲げ、世界最先端の観光立国を実現

するため、日・ASEAN友好協力40周年を契機として、治安への十分な配慮を前提としつつ、年内のできるだけ早期に、ASEAN諸国からの観光客に対して、ビザ要件の緩和を更に進める。

また、一定の要件を満たした外国人の長期滞在を可能とする制度の導入について検討する。

(2) 利用しやすい宿泊施設や交通機関の周知

○ホテル・旅館等の宿泊施設について、施設・設備の状況や各種サービスの有無等についての外国人旅行者向けの情報提供のための仕組みの導入・普及を図る。

○ホテル・旅館等の宿泊施設、交通機関、観光案内所等の情報について、外国人旅行者向けの情報提供の充実を図る。

具体的には、

- ・利用しやすい宿泊施設
 - ・交通機関における外国人向け割引商品（日本国内線エアーパス、鉄道会社のパス、交通系ICカードの全国相互利用化、訪日外国人向け高速道路割引商品等）
 - ・日本政府観光局（JNTO）の認定を受けた外国人観光案内所ネットワーク
- についての情報提供の充実を図る。

特に、

- ・海外の外国人に対して、日本政府観光局（JNTO）のホームページのみならず、あらゆる媒体で情報を提供することにより、外国人が訪日前の段階で十分な情報を得られるようにする。

(3) クルーズの振興

○海外のクルーズ船社が我が国港湾への寄港を検討するに当たり、一元的窓口がない、あるいは各種情報が不足しているとの声があることから、関係者の間で連携を図り、外国クルーズ船社に対応するワンストップ窓口を国土交通省に設置し、諸外国のクルーズ船社に周知する。

○外国から日本への就航を促進するだけでなく、日本周辺でのフライ・アンド・クルーズの外国人旅行者の利用を促進する。

(4) 航空ネットワークの更なる充実

- 首都圏空港の容量拡大を背景とした首都圏空港を含めたオープンスカイの戦略的な推進、LCCの参入促進等による航空ネットワークの充実を図る。また、ビジネスジェットの利用環境を整備する。

3. 満足してもらう（リピーターとして訪れたい、周りの人に訪日を勧めたいと、と強く思わせる）

外国人旅行者が訪日した際にどのような印象を持って帰るかは極めて重要なことである。例えば、到着時に入国手続で待たされる、空港からのアクセスが不便、観光地等における外国語表記が未整備、あるいは内容が分かりづらいなどの印象を持てば、リピーターとして訪れたい、周りの人に訪日を勧めたいと思わなくなる恐れがある。このため、訪日外国人旅行者に満足してもらうべく、出入国手続の改善、移動しやすい環境の整備、滞在しやすい環境の整備、魅力ある観光地域づくり等の取組を強化する。

<出入国手続の改善>

(1) 出入国手続の迅速化・円滑化

- クルーズ船入港時の入国審査手続の迅速化・円滑化を図るため、可能な航路の大型クルーズ船について、海外臨船審査の実施並びに自治体及び港湾管理者の協力等による新たな方策を検討する。
- 国際会議参加者やVIPなどの空港での出入国手続の迅速化を図るため、所要の出入国手続の要員等が確保されることを前提に、これらの者を対象としたファーストレーンを導入する。
- 空港での出入国手続の迅速化を図るため、自動化ゲートの利用を促進するとともに、審査場の混雑状況に応じて、日本人用審査ブースと外国人用審査ブースを機動的に運用する。
- 新規来日外国人の出入国審査の迅速化を図るため、国際連携によることも含め、出入国管理上のリスクが低い者を「信頼できる渡航者」として特定し、それらの者を自動化ゲートの対象とする等の新たな枠組みを構築することについて検討する。

<移動しやすい環境の整備>

(1) 交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備

- 訪日外国人旅行者が航空、鉄道、レンタカー、バス・タクシー等を利用しやすいよう、移動手段の充実・利便性の向上・魅力向上、情報の発信、割引商品の造成・拡大の促進等に向けた検討
- 都心と国際空港間の更なるアクセス改善を図るため、「都心－空港・郊外直結鉄道（都心直結線）」の検討
- 訪日外国人旅行者が空港・市内間の移動や市内・周遊観光等にバス・タクシー・レンタカーを幅広く利用することで訪日旅行の利便性や満足度を高めること
- 海外の発着空港や機内での空港アクセスバスの案内・発券等、空港アクセスバスの使いやすさの改善
- 乗合バスのナンバリングの導入、空港・都心での外国人用タクシー乗り場の設置、外国人向けレンタカーサービスの全国展開の促進
- タクシー運転者との円滑な意思疎通を図るためのコミュニケーションツールの更なる検討、レンタカーにおける多言語カーナビゲーションアプリの導入促進等に取り組む。

(2) 多言語対応の改善・強化

- 美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等において、共通するガイドラインの策定により多言語対応の改善・強化を図るとともに、取組の評価を行う。

特に、

- 道路の案内表示について、英語表記の統一や表示の連続性確保等の課題に対して適正化を推進するなど、案内表示の充実に取り組む。

その他にも、

- ・多言語変換ツールと組み合わせ、スマートフォン、タブレット端末等で観光情報を得られるようにするなど、ユビキタス技術を活用した情報提供の取組を行う。

(3) 宅配便運送サービスを利用した「手ぶら観光」の促進

- 訪日外国人旅行者の荷物の持ち運びの負担を減らし、訪日旅行の利便性や満足度を向上させるため、信頼性や利便性の高い我が国の宅配便運送サービスを利用した「手ぶら観光」の促進方策について検

討する。

＜滞在しやすい環境の整備＞

（１）多言語対応の改善・強化

○美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等において、共通するガイドラインの策定により多言語対応の改善・強化を図るとともに、取組の評価を行う。（再掲）

特に、

- ・美術館・博物館において、外国人旅行者が展示物の本質的な価値をより深く理解できるよう、解説の多言語対応の推進・改善を進める。
- ・自然公園において、外国人旅行者の利用が促進されるよう、公園の利用施設の案内表記の多言語対応を進める。
- ・国立文化施設等の機能を強化するとともに、地域の博物館等において館のパンフレットやホームページの多言語化、国際会議の招致・開催、海外の美術館・博物館との交流等を促進し、外国人観光旅客の来訪の促進に向けた受入体制の確保等を実施する。

（２）観光産業の外国人旅行者対応の向上

○訪日外国人旅行者に対して宿泊施設や食事、交通機関等の手配を行うツアーオペレーター（ランドオペレーター）の認証制度の導入・充実

○ホテル・旅館等の宿泊施設の無料公衆無線LAN、外国語放送等の普及促進

○ホテル・旅館等の宿泊施設について、施設・設備の状況や各種サービスの有無等についての外国人旅行者向けの情報提供のための仕組みの導入・普及（再掲）等に取り組む。

（３）観光案内機能の強化

○日本政府観光局（JNTO）の認定を受けた外国人観光案内所のネットワークを拡大させるとともに、外国人の訪日前と訪日後それぞれの段階で周知を図り、訪日外国人に利用してもらう。

特に、

- ・「道の駅」及びSA・PA、民間サービス業における観光情報の提

供箇所の拡大、観光等情報提供機能の充実・強化

- ・通訳案内士の増加、訪日外国人旅行者の観光案内の担い手となるボランティアガイドのネットワーク化及び周知・活用の促進等に取り組む。

(4) ムスリム旅行者への対応

- 東南アジアからの訪日促進を強化する中で、ムスリム旅行者に配慮した食事や礼拝スペースの確保等、これまで対応が遅れていたムスリム旅行者に対する受入環境の整備やサービスの充実を図る。

(5) 訪日外国人旅行者が利用可能なATMやクレジットカードの拡大

- 外国人旅行者でも利用できる電子マネーやクレジットカードを利用可能な施設の拡大や利用可能であることの表示について促進する。
- 海外クレジットカードで現金が引き出せるATMの設置を促進する。併せて、利用可能なATMの情報をあらゆる媒体にて提供する。

(6) 免税制度のあり方の検討

- 外国人旅行者向け消費税免税制度について、外国人旅行者の利便性や執行上の観点も踏まえた上で、税制改正要望の過程において制度の見直しも含め検討する。

<魅力ある観光地域づくり>

(1) ニューツーリズムの創出

- 我が国の豊富な観光資源を活かすため、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、医療と連携した観光等、新たな観光旅行分野について、関係省庁や関係者が広く連携しながら、ニューツーリズム創出を促進するとともに、情報発信の強化を図る。
- 世界に誇るべき耐震・免震技術や優れた環境性能を有する先進的な建築物、ダムとその周辺地域の特徴的な施設等、特徴あるインフラ施設を観光資源として活用する「インフラツーリズム」を推進する。
- 沖縄振興一括交付金に加え、新たに創設した離島活性化交付金を活用し、観光を通じた沖縄や離島の活性化を図る。

(2) インフラプロジェクトと連動した観光振興

○河川、道路、鉄道、港湾等の各種インフラプロジェクトの整備等を契機とした観光振興の取組を強化する。具体的には、インフラプロジェクトの進捗状況の共有を図り、これらと歩調を合わせた観光振興の取組を実施するとともに、観光面からのニーズを把握・共有し、各分野のインフラ整備において配慮する。

(3) 地域の観光ポテンシャルの最大化

○日本政府観光局（J N T O）による地域の観光資源の掘り起こし・海外展開を始める。

○観光資源の発掘と磨き上げを行い、確実な商品化と効果的な情報発信を実施することにより、観光地域の魅力向上を図るほか、地域の取組を支援する新ビジネスの育成を促進する。

○アウトレットモール等の商業施設やホテル等を所有・運営する不動産事業者との協議会を設置し、外国人の誘客に効果が高いと思われる対策等についての情報共有を図るなど、訪日外国人にとって親しみやすい地域づくりを推進する。

その他にも、

- ・「日本風景街道」の取組における修景・緑化を推進し、取組情報を広く発信するとともに、美しい景観の一端を担う道路における無電柱化の推進を図る。また、自転車通行空間を整備するとともに、歩道等にレンタサイクルの駐車場等を確保し、利用促進を図る。
- ・三陸復興国立公園の創設を核として、長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」の設定、エコツーリズムの推進、国立公園の利用施設の再整備等のグリーン復興プロジェクトを実施する。

4. 人と知恵、更には投資を惹きつける（国際会議等の誘致や投資の促進を図ることにより、多くの人や優れた知見を日本に呼び込む）

国際会議等のM I C E※の誘致・開催の推進は、海外の人と知恵を我が国に呼び込む重要なツールであり、ビジネス機会の創出・イノベーションの創出や地域への大きな経済効果を生み出し、都市の競争力・ブランド力を向上するといった幅広い意義を有する。

しかしながら、近年、韓国・中国・シンガポール・豪州その他のアジア諸国がMICE誘致の取組を強化しており、我が国はより一層厳しい誘致競争にさらされている。アジア・大洋州主要国の国際会議開催件数における日本のシェアは、この20年で5割から2割に大幅に低下するなど、我が国のMICE競争力の低下が懸念される。

このような状況の中、海外競合先との誘致競争に打ち勝つため、国際会議等のMICE分野の国際競争力強化を図る必要がある。

※MICE：Meeting（企業等のミーティング）、Incentive（企業等の報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会・イベント）の総称。

（1）国を挙げた一体的なMICE誘致体制の構築

- 我が国のMICE誘致の牽引役として、誘致ポテンシャルが高い都市に対して、潜在需要の掘り起こしや海外MICE専門家の知見等を活用したマーケティング能力の向上支援等の国の支援や都市自らの努力により、誘致能力・体制・受入環境において世界トップレベルのMICE都市を育成する。
- 海外のキーパーソンやナレッジを我が国に呼び込むツールとしてMICEを戦略的に活用し、ビジネスやイノベーションを振興するため、各府省庁がその所管分野においてMICE誘致の取組を強化し、当該分野の学会・民間企業・団体に対して日本へのMICE誘致・開催を働きかける。また、産業界・学会と誘致を行う自治体・コンベンションビューロー等の情報共有及び誘致取組強化のための連携体制の構築に取り組む。
- 大学、産業界等の有力者を誘致活動の「日本の顔」としてMICEアンバサダーに任命し、アンバサダーを中心とする誘致活動支援体制を構築する。また、多忙で国際会議誘致に取り組むづらい研究者等に対するサポート環境の整備を図る。
- 在外公館と日本政府観光局（JNTO）の海外事務所の連携を図り、海外の国際会議主催者に対する働きかけを強化するとともに、関係府省庁においても大臣招請レター発出等の誘致支援に取り組む。
- 地域のMICE誘致活動を支援するための相談窓口を観光庁、日本政府観光局（JNTO）等に設置し、誘致・開催をサポートする。
- インセンティブ（報奨）旅行や企業ミーティングを我が国に誘致す

るため、データベースの整備や各種プロモーションを実施する。

(2) 都市のMICE受入環境の整備

○MICE開催地としての都市機能を強化するため、海外に後れをとる会議関連施設や宿泊施設等について、各種取組の検討を行うとともに、官民等の関係者への働きかけ等を実施する。

○文化施設や公共空間等のユニークベニュー^{*}を用いたイベント開催の活性化を図るため、関係府省庁の各所管施設の利用の円滑化について検討し、対応を図る。このため、施設関係者、利用事業者、自治体、関係省庁等による協議会を設置する。

^{*}ユニークベニュー：歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催とすることで特別感や地域特性を演出できる会場。

○宿泊業者、会議運営業者、旅行業者等のMICEビジネス関連事業者の競争力強化を図るため、関係事業者の連携体制の構築等を促進する。

(3) 共同行動計画による関係機構の連携

○観光庁、日本政府観光局（JNTO）、経済産業省、日本貿易振興機構（JETRO）は、訪日外国人増加を目的とした、4者の「ビジット・ジャパン」、「クールジャパン」及び「インベスト・ジャパン」に関する取組について、共同行動計画を定め、それに沿って具体的な連携を進める。（再掲）

(4) IR

○統合型リゾート（IR）について、IR推進法案の制定の前提となる犯罪防止・治安維持、青少年の健全育成、依存症防止などの観点から問題を生じさせないために必要な制度上の措置の検討を関係府省庁において進める。

(5) 国際競技大会の招致・開催の支援等

○東京2020年オリンピック・パラリンピック招致委員会及び東京都が行う国内外の招致活動を支援し、同大会の東京招致実現を目指す。また、2019年ラグビーワールドカップの日本開催に向けて、試合会場やキャンプ地の決定等、大会開催に向けた諸準備に対する支援を行うほか様々な国際競技大会の開催支援に取り組む。