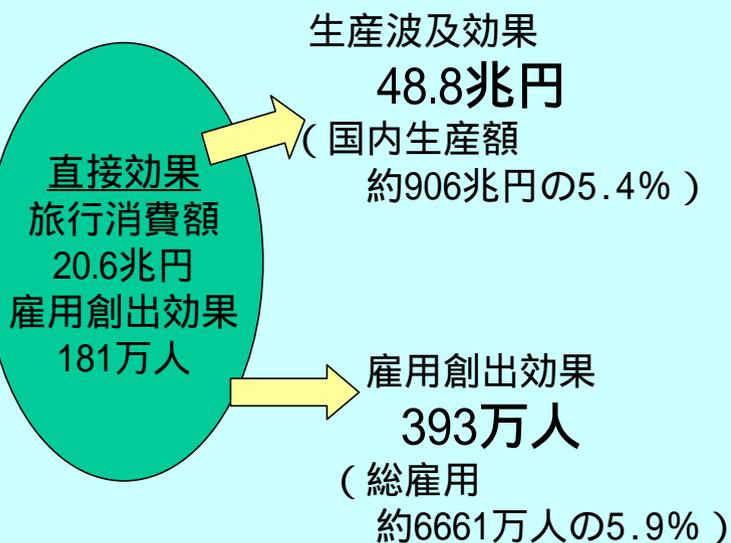


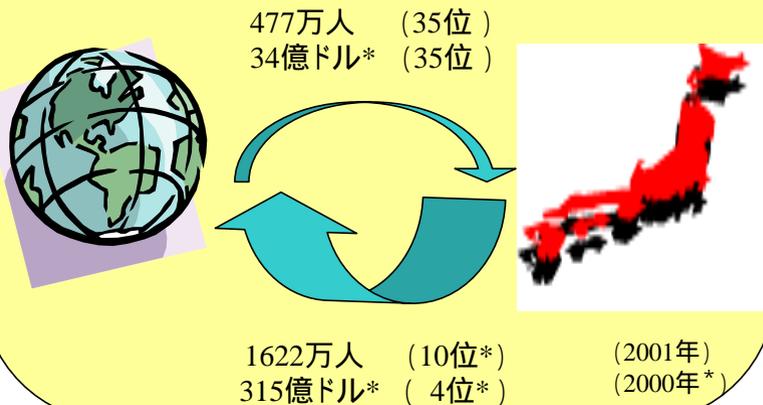
グローバル観光戦略及び  
ビジット・ジャパン・キャンペーン  
について

## 観光の経済効果



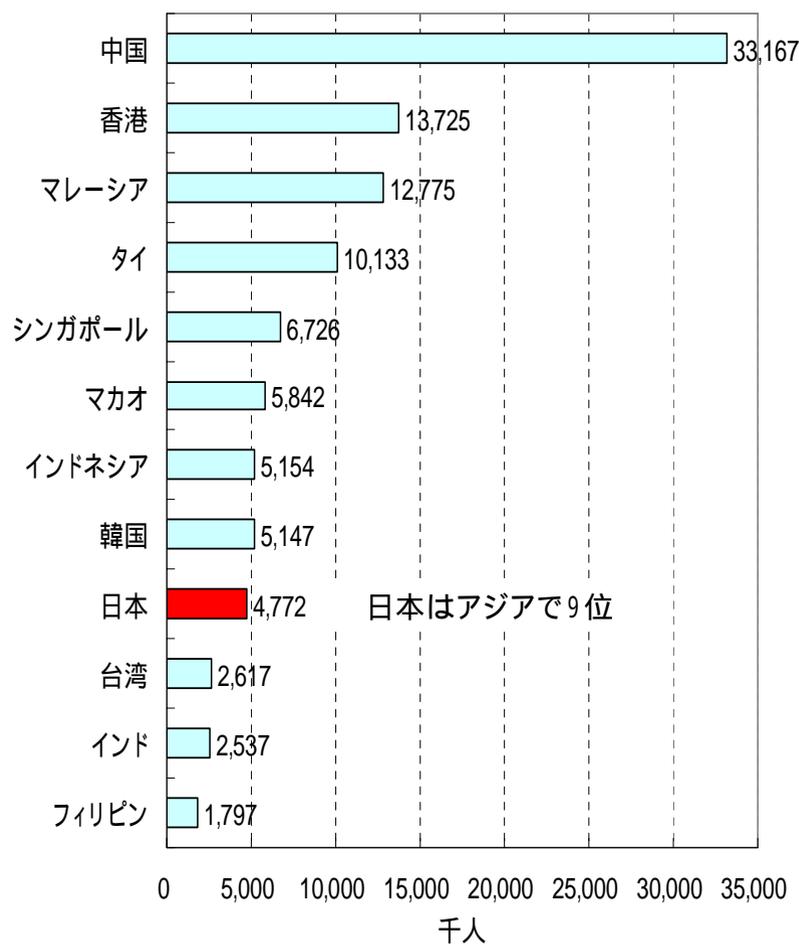
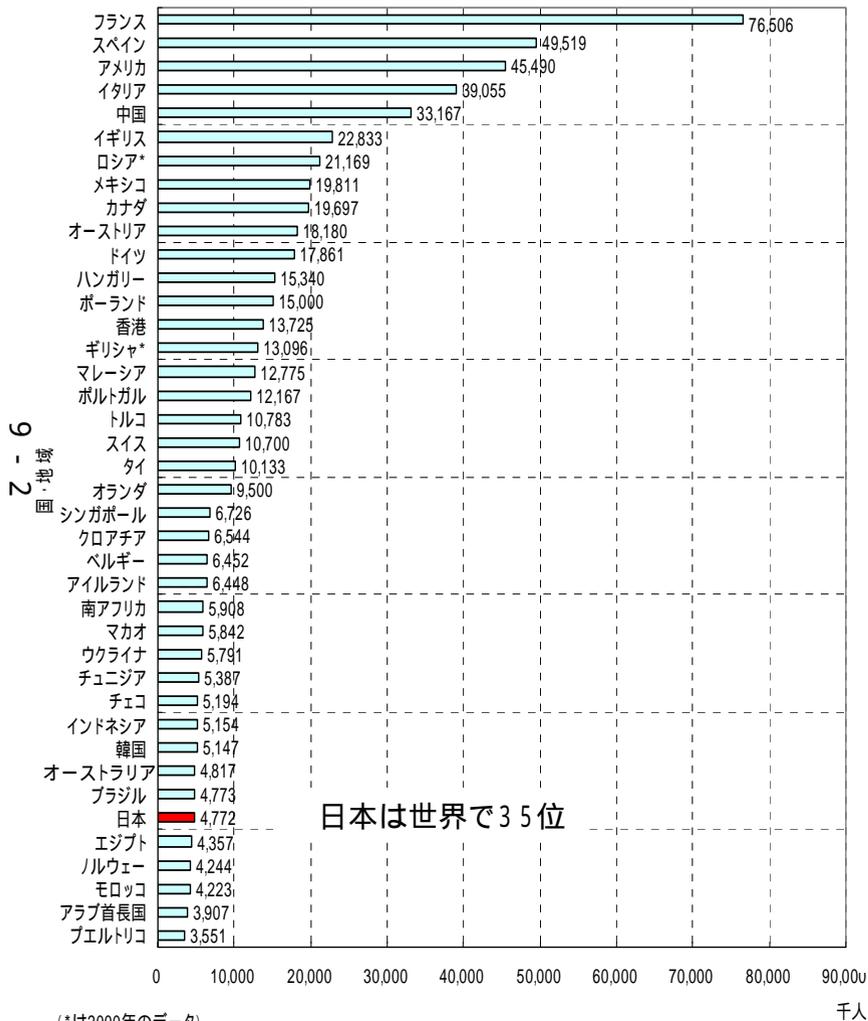
## 国際観光の動向

- ・訪日外国人旅行者数は、日本人海外旅行者数の約4分の1
  - ・国際旅行収支は、約3.6兆円の赤字(2001年)
- という片方向の交流



～外国人旅行者受入数国際ランキング(2001年)～

～外国人旅行者受入数アジアランキング(2001年)～



出典：世界観光機関(WTO)

(\*は2000年のデータ)

# グローバル観光戦略

(平成14年12月24日策定)

「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」(平成14年6月25日閣議決定)に基づき策定

## 外国人旅行者の訪日を促進するために官民で取り組む戦略

<目標> 訪日外国人旅行者数と日本人海外旅行者数との格差をできるだけ早期に是正することを目標とする。当面、訪日外国人旅行者数の目標を2007年に年間800万人台(平成12年の観光政策審議会答申)とし、今後の需要動向等を勘案し、適宜見直しを行う。

### 戦略1：外国人旅行者訪日促進戦略

ビジット・ジャパン・キャンペーン  
ニーズに応じた旅行商品の開発、販売  
査証取得の負担の軽減、発給対象地域の検討  
等

### 戦略3：観光産業高度化戦略

旅行業：外国人旅行者向けツアーの企画・開発  
エンターテインメント施設の充実  
企業間連携の強化(「日本ツーリズム産業団体  
連合会」等の強化)  
等

### 戦略2：外国人旅行者受入れ戦略

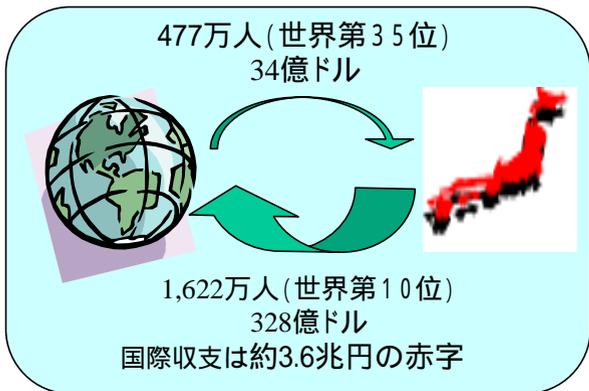
他国に遜色ない国際空港・港湾、アクセスの向上  
複数国で使える多機能ICカード  
外国人にも魅力ある「観光交流空間づくり」  
出入国手続きの円滑化  
等

### 戦略4：推進戦略

政府においては関係府省が一丸となって推進  
国及び自治体、民間企業等が官民一体となっ  
て推進する母体「戦略推進委員会」を設置  
(平成15年初)  
等

は国土交通省で実施すること、は各省に協力をお願いすること。

# ビジット・ジャパン・キャンペーンの背景及び効果



訪日外国人旅行者数と日本人海外旅行者数との格差をできるだけ早期に是正する必要

当面、平成19(2007)年を目途に  
訪日外国人旅行者数を  
800万人にすることが目標

## 各国の政府観光機関の状況

韓国観光公社	119億円
香港政府観光局	91億円
オーストラリア政府観光局	100億円
英国政府観光庁	101億円
カナダ観光局	134億円
国際観光振興会	34億円

「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の本格的な展開  
[国・地方・民間共同による国を挙げての戦略的キャンペーン]

## 訪日外国人旅行者の増加 我が国に大きな経済効果

平成13年の経済効果  
<訪日外国人旅行者数 477万人>

**生産誘発効果**

4兆円

訪日外国人旅行者数  
800万人の経済効果

6兆7,000億円

約2兆7千億円の新たな経済波及効果

**雇用創出効果**

23万人

38万6,000人

約15万6千人の新たな雇用創出効果

# ビジット・ジャパン・キャンペーンの実施体制

訪日ツーリズムの飛躍的拡大のため、政府、地方公共団体、民間が  
一体・一丸となって取り組む国を挙げての戦略的なキャンペーン

## 実施体制

(官民一体となった実施本部の設置)

実施本部：戦略策定、実行指揮  
本部長：国土交通大臣

構成：

- ・日本ツーリズム産業団体連合会  
会長ほか業界代表
- ・地方公共団体代表
- ・広告業、マスコミ代表
- ・経済界代表
- ・関係省庁
- ・各国駐日大使館

海外での体制

- ・JNTO、在外公館、民間の  
海外事務所等が一体となって  
キャンペーンを実施

## 具体的事業

(国、地方、民間の共同事業)



各国ごとの  
市場調査・  
効果測定

市場ごとの  
キャンペーン  
戦略の策定



メディア  
ミックス  
(広告キャンペーン)

海外での  
イベントの  
実施



メディア  
セールス  
(ジャーナリスト招請等)

訪日ツアー  
造成支援



ジャパン・  
トラベル・  
スペシャリスト育成

国内での  
イベントの  
実施



「にっぽん魅力サイト」  
の創設・情報の発信

外客受入  
人材育成



外客受入重点地域整備

