



観光立国 日本
実現に向けてさらに加速！

観光を地域経済の活性化、雇用機会の増大につなげる

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す。今後、少子高齢化が進む人口減少社会のなかで、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はじ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す。

訪日外国人旅行者数は、平成23年の東日本大震災の後、一時、600万人台にまで落ち込みました。しかし、平成24年には震災前と同水準の800万人台に戻り、その後、ビジット・ジャパン事業開始から10年が経った平成25年12月には、史上初めて、訪日外国人旅行者数1000万人を達成。

総論

観光庁観光戦略課

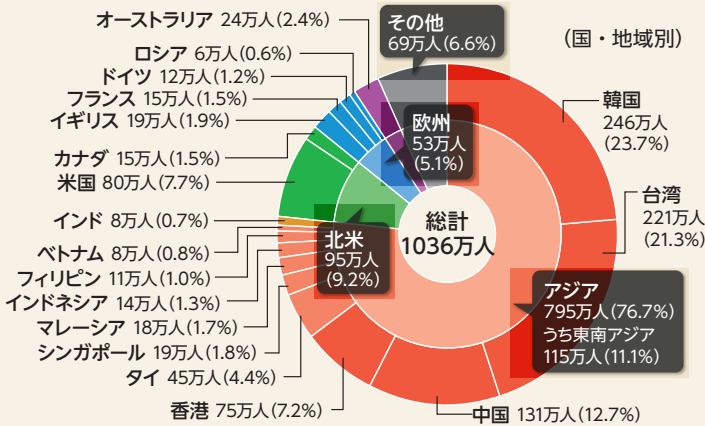
訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指す
観光立国実現に向けて

訪日外国人旅行者を国別で見ると、1位は韓国、2位が台湾、3位が中国です。諸外国を見ても近隣国からの来訪が多い傾向がありますので、今後は、中国の内陸部や沿岸部からの訪日も増加が見込めるでしょう。

さらに多くの外国人を迎え、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、平成25年3月、政府は観光立国推進閣僚会議を立ち上げました。以来、観光立国推進ワーキングチームが中心となって有識者会議の意見を聞きながら議論を行い、観光立国の実現に向けた施策を「アクション・プログラム」にとりまとめました。

観光立国推進閣僚会議は、安倍総理が主宰。全閣僚がメンバーとなっています。平成26年1月17日開催の第3回会議では、安倍総理から、「現行の

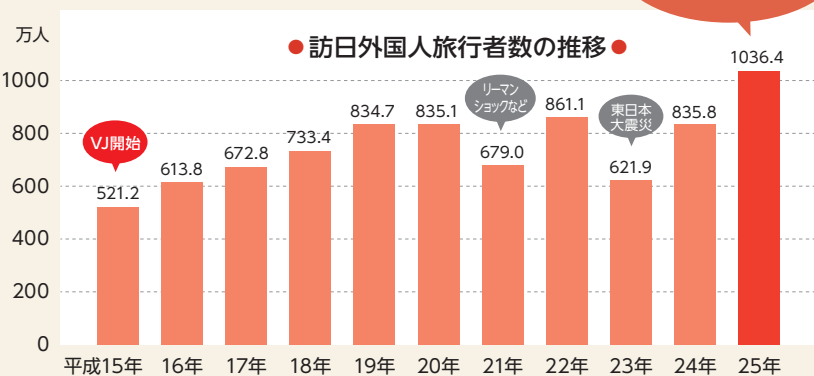
●平成25年訪日外国人旅行者数及び割合●



アクション・プログラムを改定し、政府一丸となって観光立国を加速できるよつ、協力を」との指示が出ています。また、2020年にはオリンピック・パラリンピック東京大会が開催されます。これを追い風として2020

※()内は、訪日外国人旅行者全体に対するシェア
※その他には、アジア、欧州など各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる
出典：日本政府観光局 (JNTO) 資料より観光庁作成

ついに
訪日外国人旅行者が
1000万人を突破



出典：日本政府観光局 (JNTO)

年に向けて、訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指すとの方

針のもと、現在、平成26年6月のアクション・プログラム改定に向けて、検討作業を進めているところです。

観光立国実現に向けた アクション・プログラムの 主要施策

平成25年6月にとりまとめたアクション・プログラムには次の4本の柱があります。

- 1 日本ブランドの作り上げと発信
- 2 ビザ要件の緩和などによる訪日旅行の促進
- 3 外国人旅行者の受入の改善
- 4 国際会議など(MICE)の誘致や投資の促進

1 本目の柱である、「日本ブランドの作り上げと発信」は、「訪日プロモーション」と言われている分野です。観光庁が行うビジット・ジャパンのほか、



フランスで行われたジャパンエキスポの様子

省庁横断で取り組むクールジャパン・インベスト・ジャパン、日本食の海外展開などがありますが、これらをオールジャパンの体制で連携強化し、推進していく方針です。



平成21年4月から訪日観光を海外市場でPRする際などに使用しているキャッチフレーズとロゴ

2 本目の柱、「ビザ要件の緩和などによる訪日旅行の促進」は、訪日時の要件であるビザを緩和することによって訪日外国人旅行者を増やすこと、航空ネットワークのさらなる充実を図り、訪日に向けたハードルをより低くするというものです。

3 本目の柱の「外国人旅行者の受入の改善」とは、旅行者の受入環境整備の分野です。出入国手続の改善、多言語対応の改善・強化、無料公衆無線LANの整備や海外発行クレジットカード

ドに対応したATM設置の促進、外国人旅行者向け消費税免税制度に係る対象品目の拡大及び手続の簡素化などが挙げられます。

4 本目の柱の「国際会議など(MICE)の誘致」は、大きな国際会議を日本で開催することによって、実際に観光目的で日本に来る方々だけではなく、日本をあまり知らない外国人の方にも訪日の機会をつくり、日本を知ってもらえるイベントとして、今後、力を入れていくべきポイントとなっています。

現在、これらに加え、次のような施策も盛り込んだ改定案の策定を検討しているところです。

「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた 観光振興

2020年オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、開催効果を東京のみならず全国に広げていくことが重要であり、国内外の観光客を地域へ呼び込むための施策を充実させることが求められます。このため、例えば、聖火リレーや文化プログラムなどの機会を活用して、さまざまな地域で、日本ならではの文化や多彩な観光の魅力を伝え、実際に体験してもらうための取り組みを実施していくことが必要です。



国際会議の誘致も観光戦略の一環

世界に通用する 魅力ある観光地域づくり

訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指すためには、「東京・富士山」大阪の「観光のゴールデンルート」と言われる主要観光ルートや東京周辺の地域など訪日外国人旅行者の需要が集中する地域だけではなく、外国人に魅力のある新たな広域周遊ルートの設定が必要です。このため、個々の地域がバラバラに情報発信をするのではなく、地域間の広域連携を強化して、情報発信力を高めるとともに、ストーリー性やテーマ性に富んだ多様な広域ルートを開発・提供し、海外へ積極的に発信していくことが重要です。今後、これらの施策により、世界に通用する魅力ある観光地域づくりを進めていきます。