

平成 23 年度 観光の状況

第 I 部 観光施策の新たな展開

第 1 章 政府を挙げた観光施策の推進

第 1 節 成長分野としての観光行政の位置付け

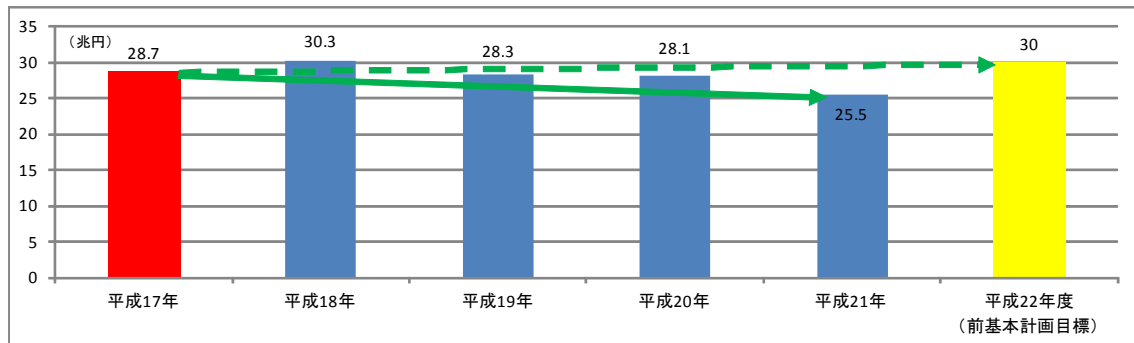
「観光立国の実現」は、21 世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な国家的課題とされている。そのため、平成 18 年 12 月に「観光立国推進基本法」を制定し、平成 19 年 6 月に「観光立国推進基本計画」（以下、「前基本計画」）の閣議決定を行った。また、平成 20 年 10 月 1 日には、「観光庁」が発足した。さらに、近年の情勢の変化を踏まえ、平成 24 年 3 月 30 日には、新たな「観光立国推進基本計画」（以下、「基本計画」）を閣議決定した。

第 2 節 前基本計画の目標の達成状況等

1 国内における旅行消費額（目標：平成 22 年度までに 30 兆円、平成 21 年実績：25.5 兆円）

団塊の世代の退職に伴う余暇活動が想定ほど伸びなかったこと、年次有給休暇取得率が微増に留まったこと、消費者物価指数が想定ほど上昇しなかったこと等により、国内における旅行消費額が伸びなかった。

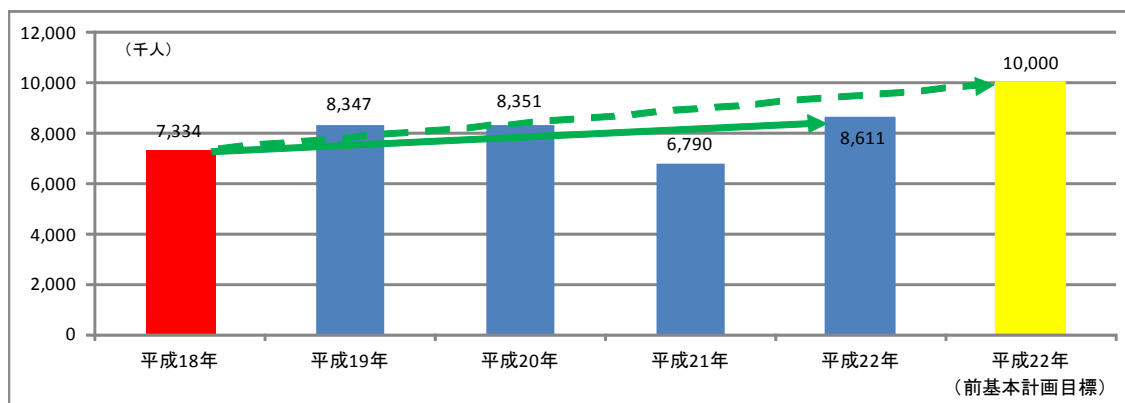
国内における旅行消費額の推移



2 訪日外国人旅行者数（目標：平成 22 年までに 1,000 万人、平成 22 年実績：861 万人）

ビジット・ジャパン・キャンペーンを開始した平成 15 年以降、着実に訪日外国人旅行者数は増加し、平成 19 年には 835 万人に達した。しかしながら、平成 20 年のリーマンショックに端を発した世界的な景気低迷、平成 21 年の新型インフルエンザ流行の影響等により、平成 21 年は 679 万人へ落ち込んだ。翌平成 22 年は、尖閣諸島中国漁船衝突事故に伴う中国人訪日旅行者数の減少等があったものの、過去最高の 861 万人を記録した。

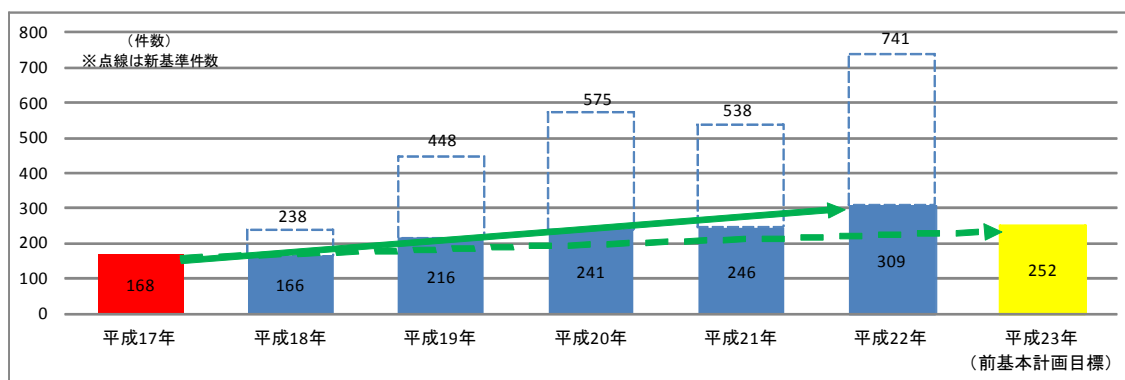
訪日外国人旅行者数の推移



3 国際会議の開催件数 (目標:平成23年までに5割以上増(252件)、平成22年実績:309件)
 前基本計画の策定以降、着実に国際会議の開催数は増加しており、UIA (国際団体連合:Union of International Associations) の※旧基準によると168件(平成17年)から309件(平成22年)へと増加し、5割以上増(252件)の目標を達成した。また、UIAの※新基準によると開催件数は741件(平成22年)となり、アジア首位を獲得した。

主な要因は、アジア地域の経済成長に伴いアジア域内での国際会議が増加していることや国内会議が国際化していることなどが挙げられる。特に、平成22年は、アジア太平洋経済協力(以下、「APEC」)、生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)の関連会議が多数開催されたこともあり、大きな伸びとなった。

国際会議の開催件数の推移



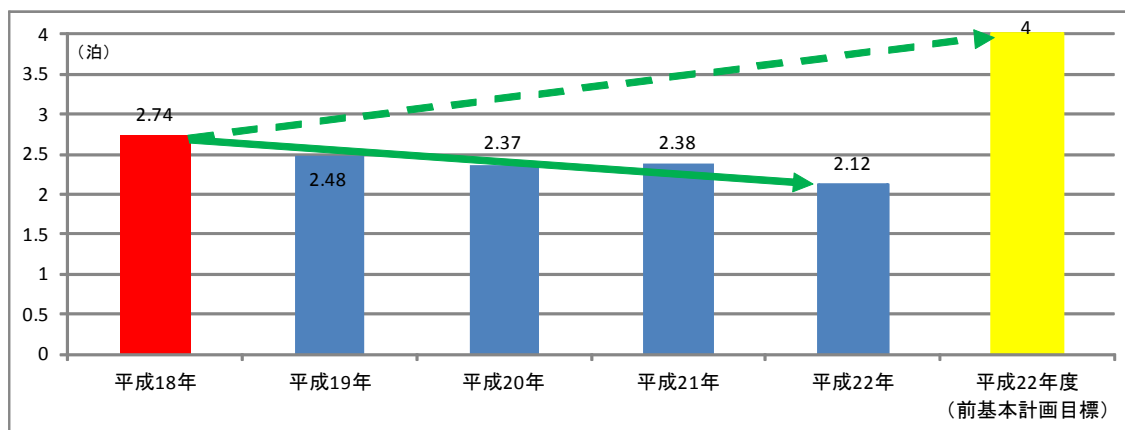
※UIAの旧基準と新基準

主催者	旧基準(平成18年まで)	新基準(平成19年以降)
国際機関・団体	①参加者数:50人以上 ②参加国数:3箇国以上 ③開催期間:1日以上	①参加者数:50人以上 ②参加国数:3箇国以上 ③開催期間:1日以上
国内機関・団体	①参加者数:300人以上かつ40%以上が主催国以外の参加者 ②参加国数:5箇国以上 ③開催期間:3日以上	①参加者数:300人以上(参加者は40%以上が主催国以外であること)、もしくは参加者数は不明でも、併催展示会があれば、参加者数の要件を満たすものとする。 ②参加国数:5箇国以上 ③開催期間:3日以上

4 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数（目標：平成22年度までに年間4泊、平成22年実績：2.12泊）

日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数は、世界的な金融危機による景気低迷の影響や趣味・レジャーの多様化による旅行の魅力の相対的な低下により、減少傾向にある。団塊の世代の退職に伴う余暇活動が想定ほど伸びなかったこと、年次有給休暇取得率が微増に留まったことも一因と考えられる。

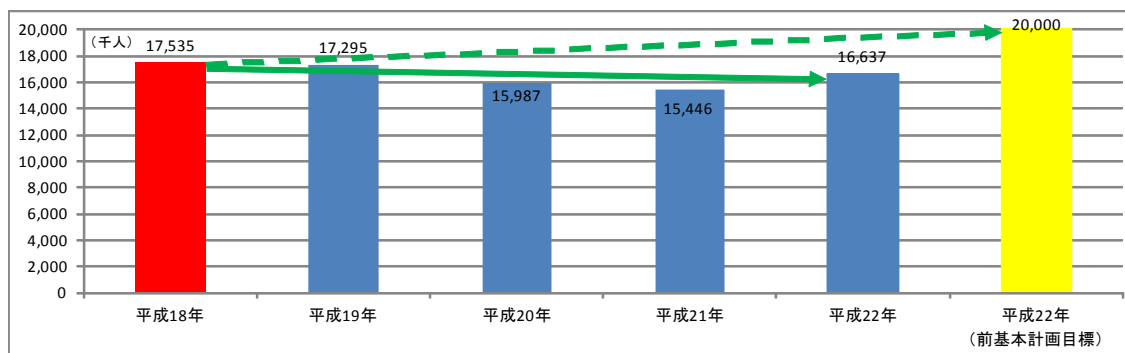
日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数の推移



5 日本人の海外旅行者数（目標：平成22年までに2,000万人、平成22年実績：1,664万人）

前基本計画の策定以降、世界的な金融危機、新型インフルエンザ流行の影響等により、日本人の海外旅行者数は減少傾向であったが、平成22年は回復し、1,664万人となった。

日本人の海外旅行者数の推移



第2章 新たな観光立国推進基本計画

第1節 基本的な方針

観光立国推進基本法の目的である「国民経済の発展」、「国際相互理解の増進」、「国民生活の安定向上」に加え、東日本大震災を踏まえて、「震災からの復興」を柱として掲げた。

第2節 基本計画の策定の方向性

1 観光の裾野の拡大

(1) 国際観光の拡大

訪日外国人旅行者数の増加を図るため、平成15年のビジット・ジャパン・キャンペーンの開始以降、海外プロモーション事業に取り組んできた。しかし、外国人旅行者数の誘致については国際的な競争が激しくなっていることや、外的な要因による訪日外国人旅行者の伸びの鈍化に直面することもあることから、今後、一層戦略的なプロモーション活動が求められている。

また、国際会議や展示会などのMICE (=Meeting, Incentive, Convention, Exhibition/Event)は、その経済波及効果が大きく、ビジネス機会を創出する効果もあるなど、幅広い経済的意義を有している。このため、国は、地方公共団体やコンベンションビューロー、さらには民間企業等によるMICEの誘致・開催に関する活動や競争力強化に向けた取組を支援する必要がある。

一方、日本人の海外旅行の促進は、国際感覚の向上のみならず、諸外国との双方向の交流拡大（ツーウェイツーリズムの推進）を通じたインバウンドの拡大にも貢献し得るなど、高い意義を有していることから、国民が海外旅行に出かける環境を整える必要がある。

(2) 国内観光の拡大

団塊の世代の旅行需要は想定ほど伸びず、現役世代の年次有給休暇取得率は微増にとどまっている。また、近年、旅行実施率が減少する傾向にあり、一年に一度も旅行にいかない、いわゆるゼロ回層は、現在、既に国民の半分以上を超えている。特に、将来の旅行需要を支える若者の旅行回数が減少すると、将来にわたって観光市場を縮小させる要因になりかねない。このような状態を打開するため、ゼロ回層や若者をはじめ各層に対して、旅行の促進を図る必要がある。

一方、旅行の魅力は、趣味・レジャーの多様化により相対的に低下していることから、旅行の魅力自体を高めることが重要である。しかしながら、所得や時間による制約、高齢者等が安全に安心して旅行する環境が十分整備されていないことなど諸課題も存在するため、これらの課題に対応しなければならない。

3 観光の質の向上

日本の観光について国際競争力を強化するためには、ポテンシャルを十分にいかして、国内外から選好される観光地域づくりを進める必要がある。このためには、地域の幅広い関係者（観光産業、農林水産業、商工業、行政、NPO等）が参画・協働して、地域のコンセプトの明確化と的確なマーケティングを行いつつ、観光資源を十分に活用した戦略的な観光地域づくりを継続的に行うことにより、国内外の観光客から日本を代表する「ブランド」としての評価を確立することが重要である。また、複数の観光地域がテーマ性を持った周遊・滞在ルートを構築して有機的な連携を強化することや、分かりやすい案内板の設置などの外客受入環境を更に充実させ、訪日外国人旅行者の満足度を高めること、観光産業に従事する人材を育成し、観光地域における経営能力の強化を図るこ

と等が重要である。

第3節 平成28年までの観光立国実現に関する目標

基本計画の策定に当たっては、観光地域や旅行サービスの質の向上を図るため、前基本計画の基本的な5つの目標に加え、訪日外国人旅行者の満足度及び観光地域の旅行者満足度を新たな目標として設定した。

平成28年までの観光立国実現に関する目標

目標の分類	観光立国の実現に関する目標	
観光による国内消費の拡大	1. 国内における旅行消費額	30兆円
	2. 訪日外国人旅行者数	1,800万人
国際観光の拡大・充実	3. 訪日外国人旅行者の満足度【新規】	「大変満足」45%、「必ず再訪したい」60%
	4. 国際会議の開催件数	5割以上増、アジア最大の開催国
	5. 日本人の海外旅行者数	2,000万人
国内観光の拡大・充実	6. 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数	2.5泊
	7. 観光地域の旅行者満足度【新規】	総合満足度「大変満足」、再来訪意向「大変そう思う」いずれも25%程度

第4節 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

観光庁が主導的な役割を果たしつつ取り組むべき施策のうち主なもの（4項目）について、以下のとおり定めている。

- 1 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり（観光地域のブランド化と複数地域間の広域連携等）
観光地域が旅行者の国際的な誘致競争にさらされる中、国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域の早急な形成が必要である。このため、日本を代表し得る観光地域について、恒常的な評価等を行い、地域の取組段階に応じた戦略的な観光地域づくり等を促進する。
- 2 オールジャパンによる訪日プロモーションの実施
諸外国との誘致競争に勝ち抜くためには、今後の顕著な成長拡大が見込める東南アジアをはじめとする新興国の中間層、平均滞在日数の長い欧米豪市場、莫大な消費が期待される富裕層市場からの誘客を効果的・効率的に拡大する必要がある。このため、オールジャパンによる訪日プロモーションを実施する。
- 3 国際会議等のMICE分野の国際競争力強化
国際会議や展示会などのMICEは、その経済波及効果が大きく、ビジネス機会を創出する効果もあるなど、幅広い経済的意義を有するが、近年、アジア各国との国際的な誘致・開催競争が激化し、我が国の競争力が相対的に低下する懸念がある。このため、国際競争力を強化するための取組を推進する。
- 4 休暇改革の推進
顕在化していない需要を掘り起こし、交流人口の拡大による地域経済の活性化を図るために、休暇改革を推進する。

第3章 東日本大震災の影響と復興

第1節 東日本大震災が観光分野に与えた影響

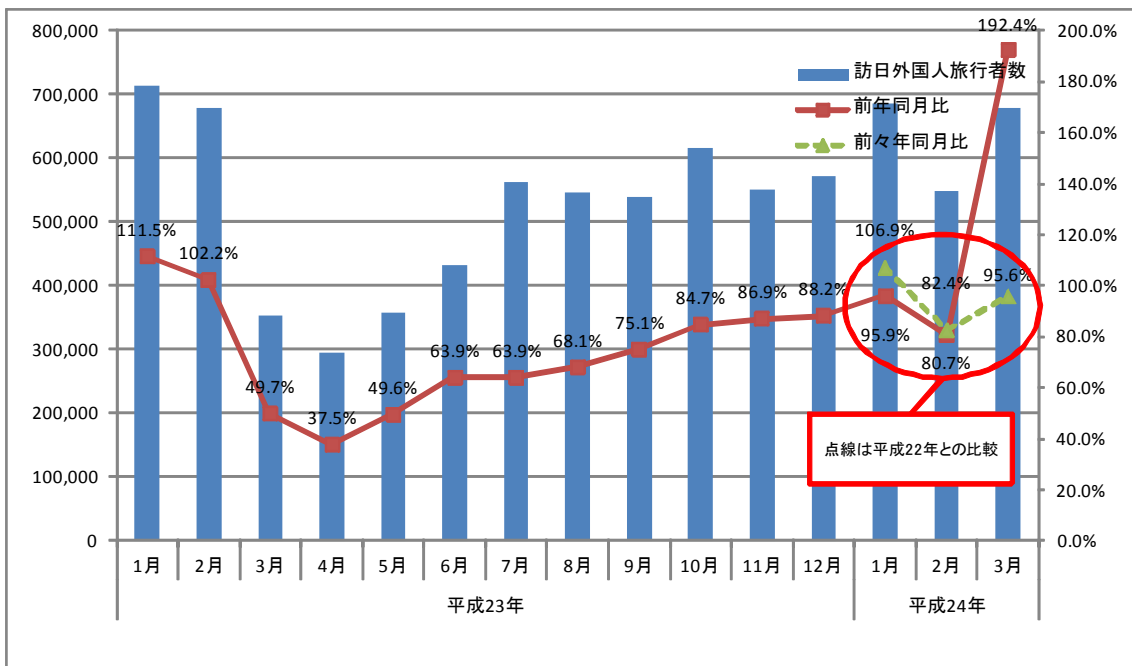
1 訪日外国人旅行者数の動向

訪日外国人旅行者数については、平成23年2月までは前年を上回る推移を示していたものの、東日本大震災が発生した同年3月は前年同月比49.7%と大幅に減少した。特に、震災発生前（平成23年3月1日～11日）は前年同期比104%であったが、震災発生後（平成23年3月12日～31日）は前年同期比27%と大幅に減少した。平成23年の訪日外国人旅行者数は622万人となり、過去最高の861万人を記録した平成22年の72.2%に留まった。特に、震災直後の平成23年4月については前年同月比37.5%となり、単月の減少幅としては過去最大であった。

しかし、平成23年5月以降は、前年同月比の減少幅は徐々に縮小し、訪日外国人旅行者数は回復基調にあると言える。

震災直後は、訪日旅行への不安が大きかったことや各国が自国民に対し我が国への渡航の自粛、延期や我が国からの退避を求める情報を発出したこと等が訪日外国人旅行者数の動向に大きく影響していたと思われる。しかし、その後、我が国から海外への正確な情報発信や、主要国政府への働きかけ等により、訪日旅行への不安が軽減されてきたものと考えられる。

訪日外国人旅行者数の推移



(注) 1 日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

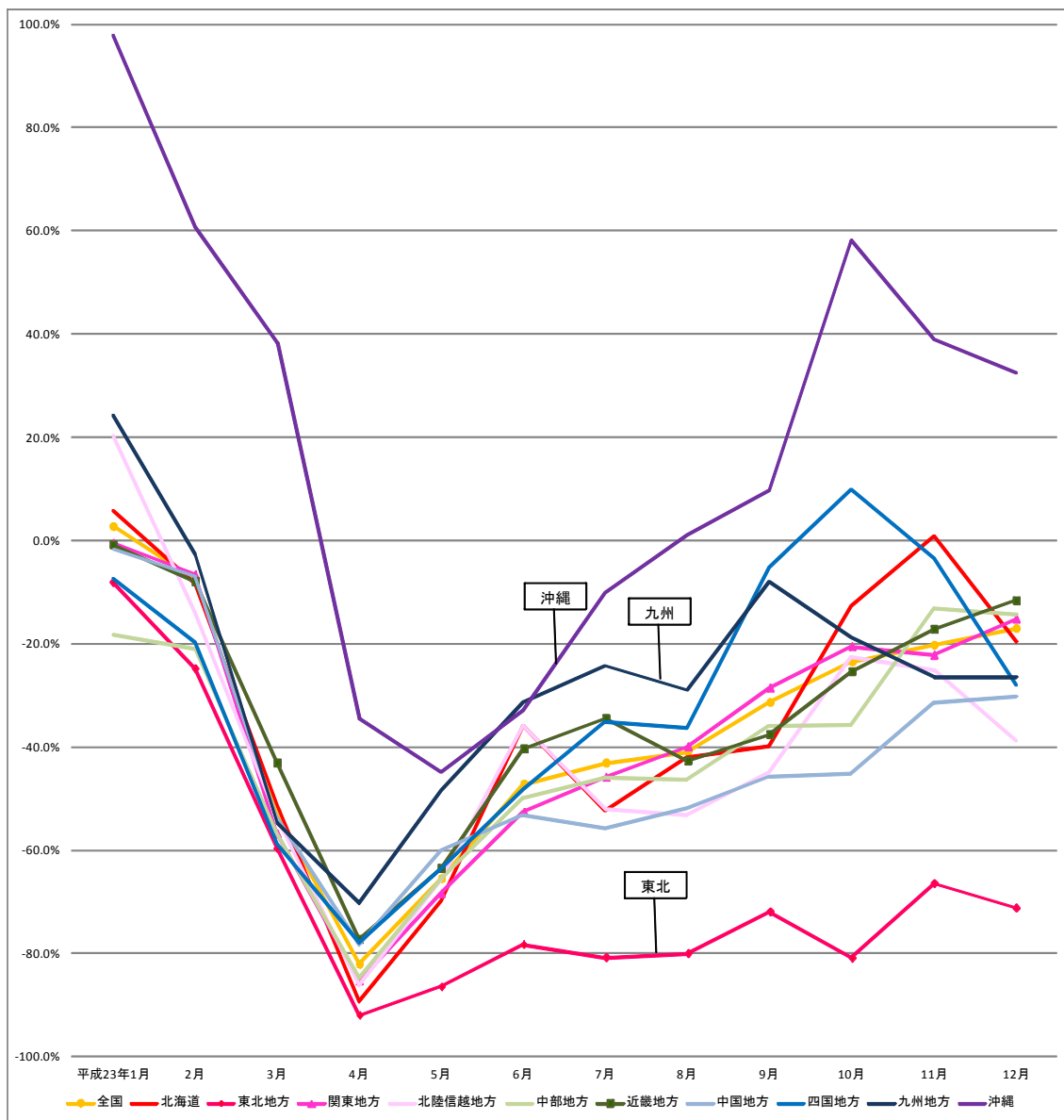
2 平成23年3月は東日本大震災の影響により訪日外国人旅行者が著しく減少したため、平成24年3月の前年同月比は大幅に上昇している。

3 平成24年2月の前年同月比が減少しているのは、旧正月が、平成23年は2月上旬であったが、平成24年は1月下旬だったことによる。

4 平成24年1～2月期合計の前年同期比は88.5%、前々年同期比は94.4%である。

訪日外国人旅行者の宿泊者数（延べ人数）について前年同月比の推移を地方別に見ると、震災直後に全ての地方で大幅に減少した後、各地方で徐々に回復しており、中でも、九州地方や沖縄は全国平均に先行して回復している。しかし、東北地方は大きく減少したままであり、全国的には回復基調にある中で、東北地方は依然として厳しい状況に置かれていることが分かる。

訪日外国人旅行者の地方別宿泊者数の前年同月比推移



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 前年同月比の算出にあたり、1～3月は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全宿泊施設の実績を使用。

3 関東地方は山梨県含む。

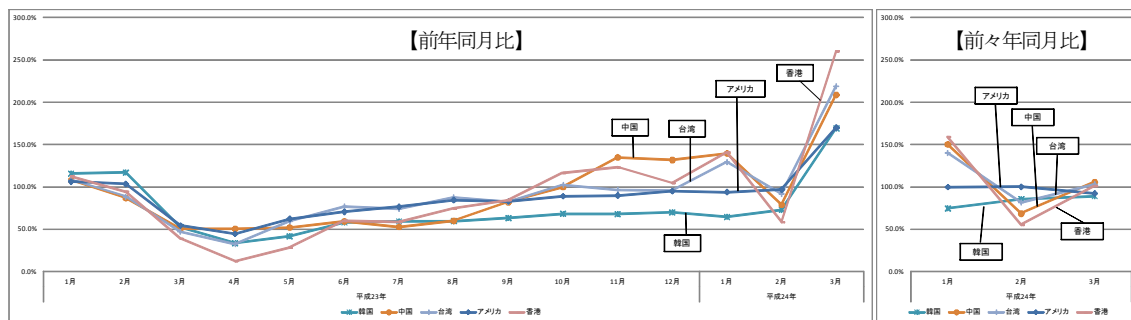
4 北陸信越地方は、新潟県、富山県、石川県、長野県。

5 中部地方は、福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県。

6 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。

五大市場（韓国、中国、台湾、アメリカ、香港）からの訪日外国人旅行者数の前年同月比の推移を国・地域別に見ると、韓国の回復が遅れている。これは、韓国においては未だに原子力発電所事故に関する報道が多いため、放射能の影響に対する不安が他国に比べ強く残っていると推察されること、円高・ウォン安が続いていることが原因と考えられる。このため、韓国市場については、安全・安心を伝えるための発信を効果的に行うなど、韓国人消費者の心情に応じたきめ細かな対応が必要と考えられる。

五大市場（韓国、中国、台湾、アメリカ、香港）からの訪日外国人旅行者数の前年同月比、前々年同月比推移



(注) 1 日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

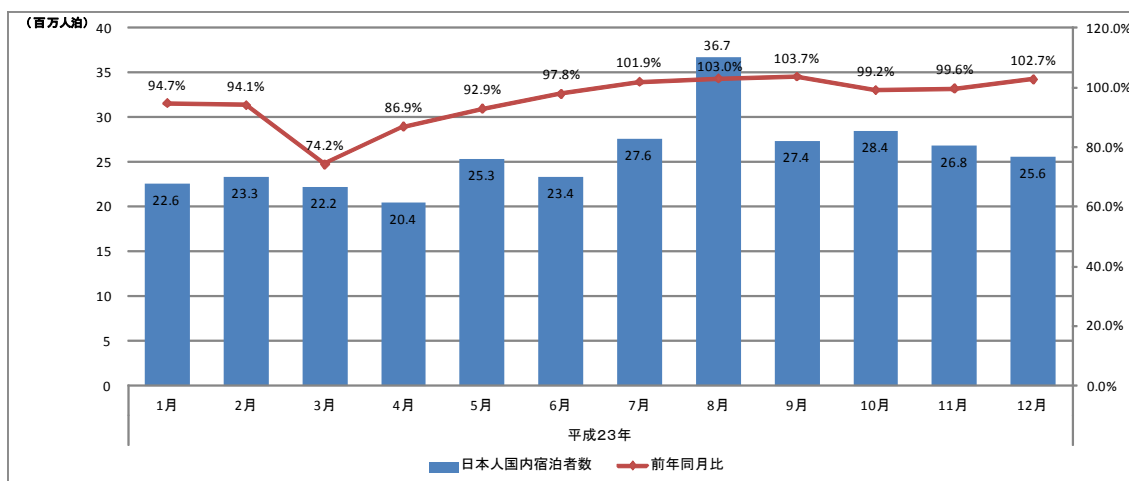
- 2 平成23年3月は東日本大震災の影響により訪日外国人旅行者が著しく減少したため、平成24年3月の前年同月比は大幅に上昇している。
- 3 平成24年2月の前年同月比が減少しているのは、旧正月が、平成23年は2月上旬であったが、平成24年は1月下旬だったことによる。
- 4 平成24年1～2月期合計の前年同期比は88.5%、前々年同期比は94.4%である。

2 日本人国内宿泊者数の動向

日本人国内宿泊者数（延べ人数。以下同じ）については、平成23年3月は前年同月比74.2%となった。平成23年4月以降は、前年同月比の減少幅は徐々に縮小し、同年12月は前年同月比102.7%にまで持ち直しており、日本人国内宿泊者数もまた回復してきていると言える。

なお、平成23年の日本人国内宿泊者数は※3億968万人となり、平成22年と比較すると95.9%に留まった。

日本人国内宿泊者数の推移



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 従業員数10人以上の宿泊施設の実績。

3 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。

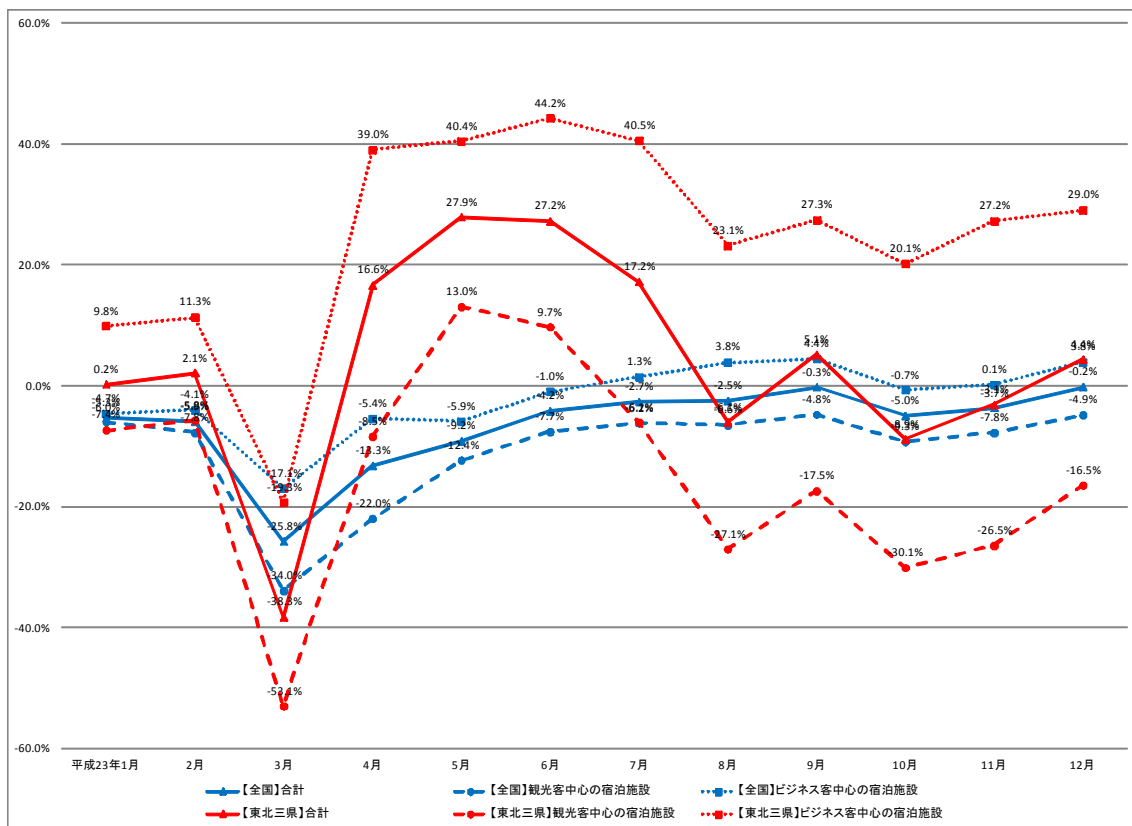
※1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 従業員数10人以上の宿泊施設の実績。

3 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。

日本人国内宿泊者数の前年同月比の推移について、震災の被害が特に大きかった岩手県、宮城県、福島県（以下、「東北三県」と全国を比較すると、東北三県の※ビジネス客中心の宿泊施設については、平成23年4月以降一貫して大きな増加傾向を示している。これは、震災からの復旧・復興の関係者や被災者が多く宿泊したためと推察される。東北三県の※観光客中心の宿泊施設については、震災直後にはビジネス客中心の宿泊施設と同様の宿泊需要があったと思われる、増加傾向を示しているが、平成23年7月以降は減少に転じている。これは、順次被災者の仮設住宅への入居等が進んだことなどが影響していると考えられるが、その一方で、観光需要は十分に回復していない状況が見て取れる。

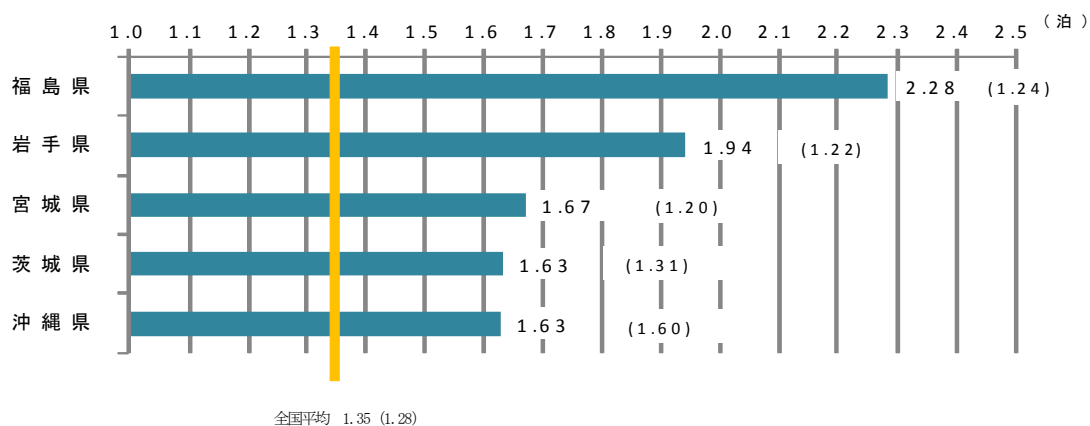
日本人国内宿泊者数の前年同月比の比較（東北三県）



- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 前年同月比の算出にあたり、1～3月は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全宿泊施設の実績を使用。
 3 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。
- ※1 ビジネス客中心の宿泊施設とは「観光目的の宿泊者が50%未満」の宿泊施設である。
 2 観光客中心の宿泊施設とは「観光目的の宿泊者が50%以上」の宿泊施設である。

また、同一施設における一人あたり平均宿泊数を見ると、例年は沖縄県、東京都、京都府が上位を占めているが、平成23年4月～6月期においては福島県をはじめとする東北三県と茨城県が上位を占めており、震災からの復旧・復興の関係者や被災者がこれらの県に長期滞在したことが影響していると推察される。

同一施設における1人あたり平均宿泊数
【平成23年4～6月期の平均宿泊数の上位5県】



	平成22年				平成23年			
	1～3月期	4～6月期	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～6月期	7～9月期	10～12月期
第1位	沖縄県	沖縄県	沖縄県	沖縄県	沖縄県	福島県	福島県	沖縄県
第2位	東京都	東京都	東京都	東京都	東京都	岩手県	沖縄県	福島県
第3位	京都府	滋賀県	京都府	京都府	徳島県	宮城県	宮城県	東京都
第4位	秋田県	京都府	茨城県	大阪府	京都府	茨城県	茨城県	宮城県
第5位	北海道	広島県	兵庫県	神奈川県	宮城県	沖縄県	秋田県	茨城県

(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

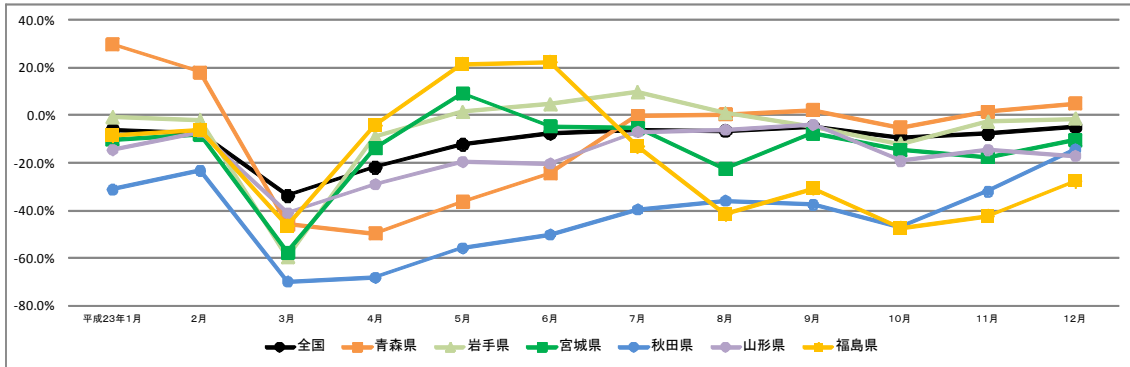
2 括弧内の数値は平成22年4～6月期の平均宿泊数実績

3 平成22年1～3月期は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、平成22年4～6月期以降は全宿泊施設の実績

4 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。

東北三県を除く東北各県の日本人国内宿泊者数の前年同月比の推移を見ると、観光客中心の宿泊施設については、一時的に復旧・復興需要があったと考えられる東北三県に比べ、震災直後から厳しい状況に置かれていた様子が伺える。しかし、全体的な推移としては回復傾向にあり、次第に観光需要が回復している様子が見て取れる。ビジネス客中心の宿泊施設については、東北三県に見られた復旧・復興需要が発生していない様子が伺える。

観光客中心の宿泊施設の日本人国内宿泊者数の前年同月比の比較（東北各県）

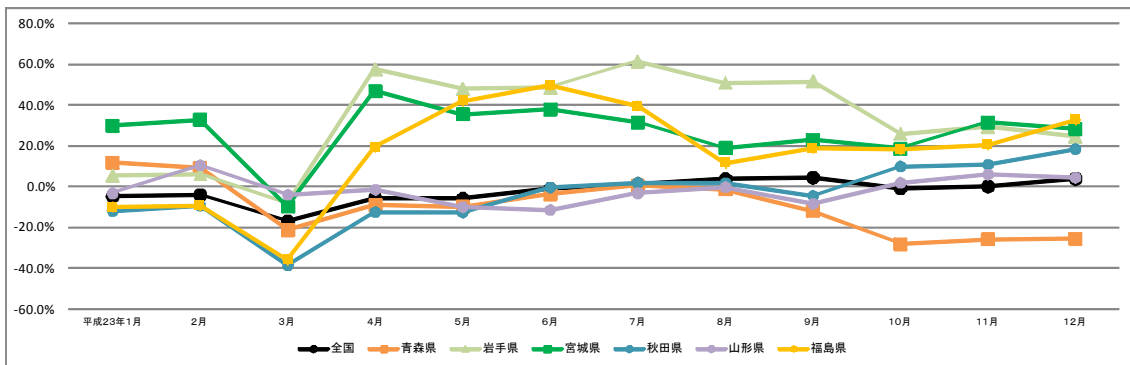


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 前年同月比の算出にあたり、1～3月は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全宿泊施設の実績を使用。

3 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。

ビジネス客中心の宿泊施設の日本人国内宿泊者数の前年同月比の比較（東北各県）



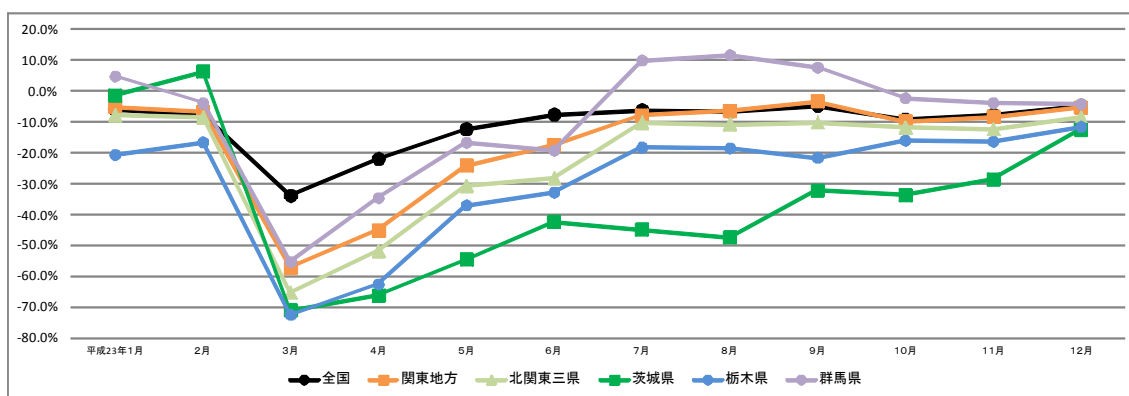
(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 前年同月比の算出にあたり、1～3月は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全宿泊施設の実績を使用。

3 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。

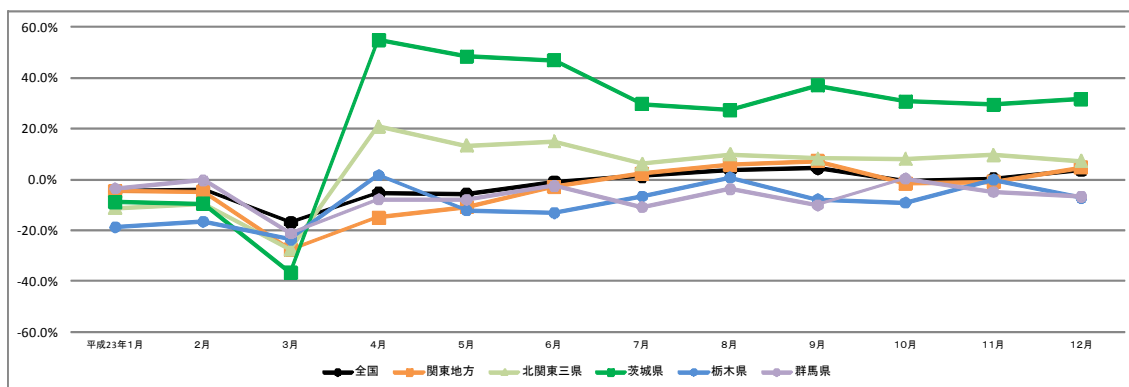
同様に北関東三県（茨城県、栃木県、群馬県）について見ると、観光客中心の宿泊施設については、特に平成23年6月までは全国平均と比べて大きな影響を受けていた様子が見て取れる。一方、ビジネス客中心の宿泊施設については、茨城県のみが全国を大きく上回る水準で推移しているが、これは、復旧・復興の関係者が、茨城県内に宿泊したためと推察される。

観光客中心の宿泊施設の日本人国内宿泊者数の前年同月比の比較（関東地方）



- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 前年同月比の算出にあたり、1～3月は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全宿泊施設の実績を使用。
 3 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。
 4 関東地方は山梨県含む。

ビジネス客中心の宿泊施設の日本人国内宿泊者数の前年同月比の比較（関東地方）

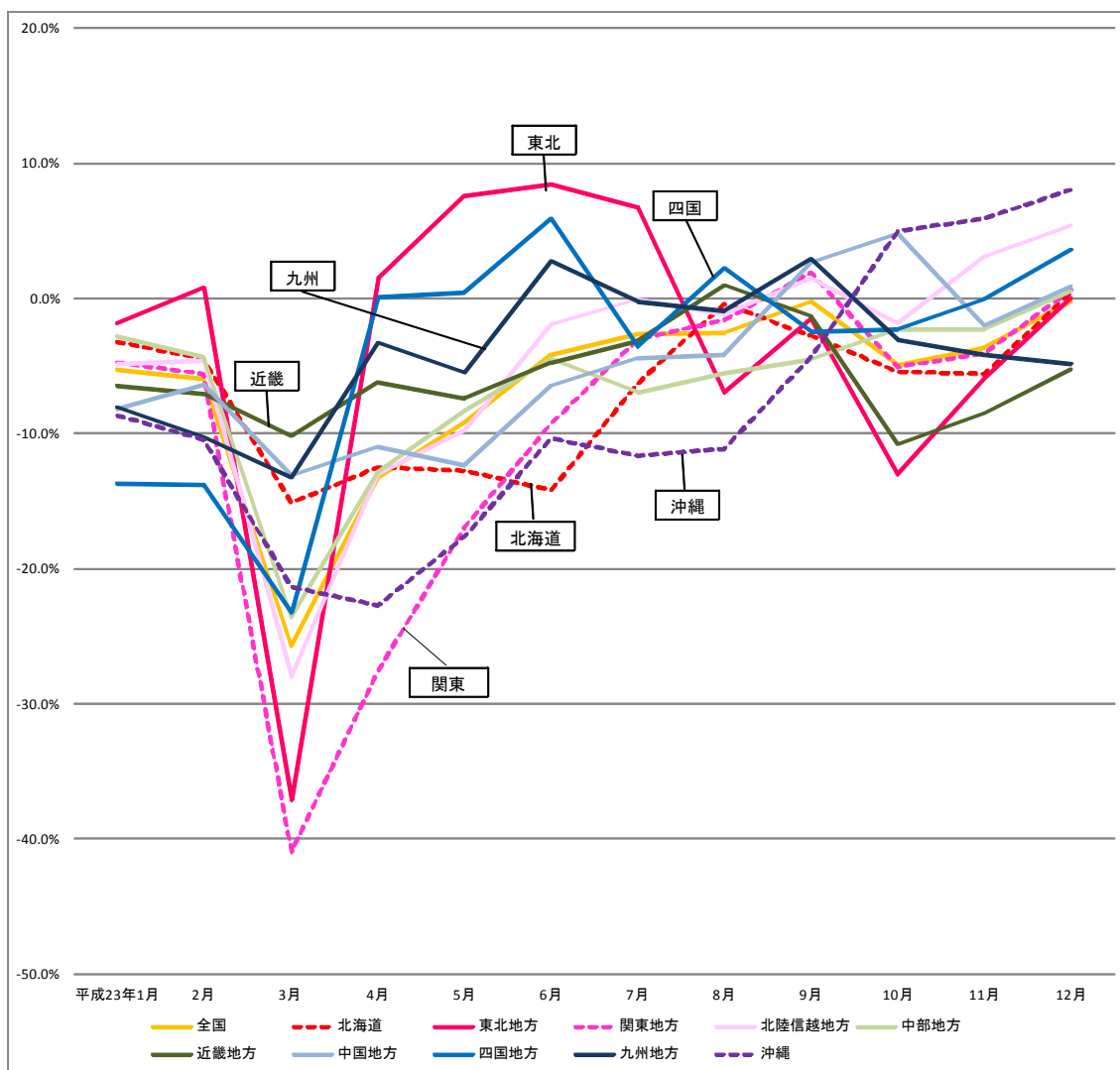


- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 前年同月比の算出にあたり、1～3月は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全宿泊施設の実績を使用。
 3 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。
 4 関東地方は山梨県含む。

日本人国内宿泊者数の前年同月比について地方別に見ると、東北地方については先に述べたように復旧・復興需要が発生した様子が見て取れるものの、地理的に被災地に近接している関東地方やビジネス目的より観光目的が宿泊理由の多くを占めている北海道、沖縄については、震災発生直後に全国平均に比べ宿泊者数が大きく減少している様子が分かる。一方、近畿、四国、九州の各地方については、全国平均と比較しても、宿泊者数の減少幅が相対的に小さかった様子が見

て取れ、東日本大震災が各地方の日本人国内宿泊者数に与えた影響は、相対的に西日本の方が小さかった傾向が認められる。

日本人国内宿泊者の地方別宿泊者数の前年同月比推移



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 前年同月比の算出にあたり、1～3月は従業員数10人以上の宿泊施設の実績、4～12月は全宿泊施設の実績を使用。

3 関東地方は山梨県含む。

4 北陸信越地方は、新潟県、富山県、石川県、長野県。

5 中部地方は、福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県。

6 平成22年の数値は確定値、平成23年の数値は暫定値を使用。

以上見てきたように、震災直後に大きく落ち込んだ訪日外国人旅行者数や日本人国内宿泊者数は、西日本が先行しつつ、全国的には回復してきていることが確認できる。この回復基調は、世界旅行ツーリズム協議会（World Travel and Tourism Council（以下、「WTTC」））が想定した我が国の観光分野の復興シナリオの予想を上回っている。しかし、同時に、東北地方については、一部に復旧・復興需要は認められるものの、観光需要については十分回復していないことが分かる。このため、引き続き、全国的に観光需要を喚起するための取組を講じていく必要がある。特に東北地方については、国内外から多くの観光客が訪れるための取組を進め、復興を支えていく必要がある。

第2節 観光分野における東日本大震災への対応

1 初動対応

(1) 旅行者、宿泊施設、訪日外国人への対応

地震発生後、関係者が連携して、国内旅行者の安否確認、旅館・ホテルの被害確認を行うとともに、災害救助法の制度を活用して旅館・ホテルにおける県境を越えた被災者の受入れを支援した。

訪日中あるいは訪日を検討している外国人に対しては、日本政府観光局（正式名称：（独）国際観光振興機構（JNTO）、以下、「日本政府観光局」）のホームページにおいて国内交通インフラに関する情報等の各種情報の提供を多言語で行った。また、同局の訪日外国人旅行者向け観光案内所であるツーリスト・インフォメーション・センター（TIC）において多言語による電話照会対応を24時間体制で行った。

(2) 被災地の復旧

①交通網の復旧

災害復旧活動を実施する上で不可欠であり、さらに、東北地方への観光流動を早期に回復させる上でも重要である陸海空の交通網について、迅速に復旧がなされた。

②被災地支援ボランティア活動への対応

震災直後のボランティア活動に対応するために、政府としても、（一社）日本旅行業協会（以下、「JATA」）及び（社）全国旅行業協会（ANTA）に対し、積極的にボランティアツアーを造成するよう働きかけ、旅行者によりボランティアツアーが造成された。



ボランティア活動の様子

2 その後の対策

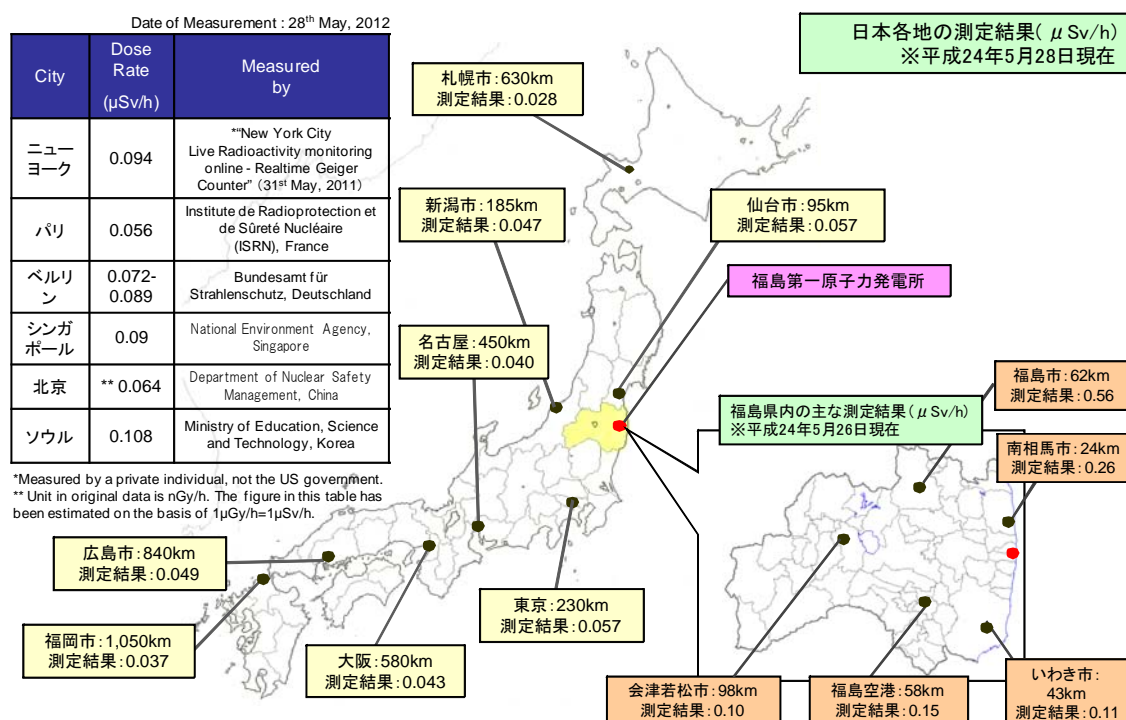
(1) 訪日外国人旅行促進施策

震災直後から、正確な情報発信に努めるとともに、主要国政府への働きかけやメディア、旅行会社招へい、一般消費者への働きかけを段階的に実施し、日本に対する渡航情報の是正、日本に関する正確な報道や訪日旅行商品の造成と販売を促した。

① 正確な情報と日本の“いま”の発信

日本各地及び世界主要都市の放射線のモニタリング調査結果を客観的なデータとして随時公表するなど放射線等に関する情報をJNTOホームページにて発信した。

放射線のモニタリング調査結果の情報発信



② 主要国政府への渡航情報見直しの働きかけ

海外各国が発出した渡航禁止、制限、自粛、注意などの渡航情報について、最新の科学的情報に基づき見直すよう主要国政府へ要請した。

③ 国際会議等の日本開催に向けた取組

国際会議等の主催者に対し正確な情報を迅速に提供するとともに、日本での開催を依頼し、キャンセル拡大の防止に努めた。



世界体操 2011in 東京開催維持を訴える様子（アメリカ・サンノゼにおける評議会）

④ビジット・ジャパンおもてなしキャンペーン

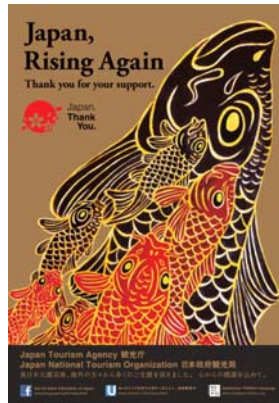
日本全国で外国人旅行者をお迎えする気運を高める取組を中心としたおもてなしキャンペーンを実施した。

⑤「Japan. Thank You.」キャンペーン

平成 24 年 2 月から、日本と世界の絆を強め、訪日需要の回復に繋げるため、あらためて世界へ感謝（Thank You）を伝える取組を行った。



Japan. Thank You.



特別ロゴ

特別ポスター



ワン・タイムズスクエア・ビルでの掲示

⑥WTTCグローバルサミットの開催等

平成 24 年 4 月 16 日～19 日にかけて、世界の観光産業トップが集まる「第 12 回WTTCグローバルサミット」が東京及び仙台で開催された。

セッションでの議論及び被災地等の現地視察を通じて、世界の観光産業トップ及び海外マスコミに対し、被災地を中心とした我が国の復興状況や安全な現状を発信し、我が国の安全に対する懸念等を払拭した。



野田総理大臣

前田国土交通大臣(当時)

西田日本組織委員会委員長

フレンツェルWTTC会長

(2) 国内観光振興施策

①国内旅行振興キャンペーン事業の実施

震災後に見られた観光に関する取組の自粛等を解消するため、都道府県や観光・交通関係業界等に対して、継続的な取組が復興に資すること等を呼びかけた。

また、平成23年4月より、観光・交通関係業界と連携し、官民合同による「国内旅行振興キャンペーン」を実施した。

②東北観光博の実施

震災後、大きく落ち込んだ東北地方への観光需要を喚起するため、平成24年3月から、東北地方全体を一種の博覧会会場と見立てた「東北観光博」を本格実施している。東北地方の主要な28の観光地域を核となる「ゾーン」とし、官民一体となって東北地方への誘客等を図っている。

③東北・北関東への訪問運動の展開

震災から1年が経過することを契機に、官民が一体となって、東北・北関東において各種会議を開催すること等により東北・北関東の復興を応援する国民運動を平成24年3月末より本格展開している

④東北地方関連の各種イベントの支援

復興のために開催された東北地方関連の各種イベントに対して支援を行った。

第3節 国内外の観光分野に影響を与えた災害からの復旧・復興の事例

1 国内の事例

(1) 阪神・淡路大震災

神戸市では、平成10年には観光客数が震災前の水準に回復している。特に大きな回復要因となったのは「神戸ルミナリエ」の開催である。「神戸ルミナリエ」は、犠牲者の鎮魂と都市の復興・再生を祈って平成7年12月から毎年開催され、現在では神戸市を代表する行事となっている。これは、行事そのものの魅力もさることながら、行事に“震災の記憶を語り継ぐこと”、“犠牲者を鎮魂すること”といったテーマが設定されていることが大きな意味を持っていると考えられる。「神戸ルミナリエ」は、観光という側面とともに、鎮魂という行事の意義と精神性について、訪れる人々の共感を得たことが大きな集客につながったのではないかと考えられる。

震災から7年後の平成14年に神戸市に開設された「人と防災未来センター」もまた、被災の記憶を新たな観光資源とした例である。震災から得た教訓を後世に継承することなどを目的に設立されたこの施設を訪れた人々は、語り部である被災者から体験談を聞き、震災の追体験をすることができる。年間50万人以上を数える入館者には、多くの修学旅行生も含まれる。



「人と防災未来センター」

(2) 能登半島地震

プロモーション活動をはじめ復興に向けた取組の内容は多岐にわたるが、ここで注目したいのは、被災市町等が連携して取り組んだ「能登ふるさと博」と「加賀四湯博」が、取組当初は想定していなかった効果をもたらしたことである。「能登ふるさと博」については能登地方の4市5町が、「加賀四湯博」については加賀市と小松市の4温泉（山中温泉、山代温泉、片山津温泉、栗津温泉）が連携して、平成20年から展開しているキャンペーンである。これらの取組を通じて、復興という共通の目標の下、地域が連携して行動する動きが促進されたことが大きな財産になっている。

例えば、「能登ふるさと博」では、“灯り”をテーマに4市5町を結ぶイベントとして「灯りでつなぐ能登半島」を実施している。稲刈り後の棚田の畔を3万本のろうそくで飾る「白米千枚田あぜの万燈（あかり）」（輪島市）など4市5町それぞれで開催される灯りのイベントが、幻想的な風景を生み出し、訪れた人々に震災被害への鎮魂の想いを伝え続けている。

加賀独自のユニークな情報発信である「レディー・カガ」は、加賀四湯の関係者の連携の中から生まれたものである。この取組は、平成23年10月に石川県旅館ホテル生活衛生同業組合青年部加賀支部が立ち上げ、加賀四湯で働く女将をはじめとする女性達100人以上が「レディー・カガ」の名でグループを結成したものであり、ウェブやメディアを活用して加賀四湯の魅力を発信し続けている。



「レディー・カガ」

出典：「レディー・カガ オフィシャルサイト」

2 海外の事例

(1) スマトラ島沖地震（タイ）

タイ国政府は、平成19年に、我が国の日本政府観光局に当たるTAT（Tourism Authority of

Thailand) 内に、災害等の発生時に観光産業が大きな影響を受けることを未然に防ぐため、国内外の情報を収集・分析することを使命とする T I C (Tourism Intelligence Unit and Crisis Management Centre) を設立した。

このように、タイでは、災害等の発生時に観光が風評被害により大きな打撃を受けたという教訓を活かし、被災後に風評被害を未然に防ぐ又は最小限に留めることなどを目的とした体制の整備を行っている。

また、被災後は、観光客等の安全確保対策に意を注いでいる。被災後は、災害発生時に迅速に災害情報をホテル、飲食店、小売店などに伝達するネットワークを構築するとともに、各地で津波を想定した避難訓練が実施されている。また、災害時に外国人観光客の安全を確保するために、今後、通訳ボランティアの養成を実施することとしている。

(2) ハリケーン・カトリーナ (アメリカ・ニューオリンズ市)

ニューオリンズ市では、災害時における観光客の安全確保策について定めている「観光危機管理計画」を被災後に大幅に見直し、災害時における住民や観光客とのコミュニケーション手段を確保することにより、観光客の安全確保にも万全を期すこととしている。

観光客が市外に避難することが必要となった場合は、観光危機管理計画に定められた手順に従って計画的に避難させることとしている。

このように、ニューオリンズ市は、平時から観光客の安全を確保する体制を構築している。この他にも、毎年ニューオリンズ市民を対象とした避難訓練を実施するとともに、観光危機管理計画を毎年改訂し、常に最適な状態で観光客や住民の安全を確保するようにしている。

第4節 結び

被災後に風評被害に苦しんだ例は多い。風評の発生を完全に封じることが難しいものの、風評による被害を最小限に留めるための取組が必要である。スマトラ島沖地震の例で見たとおり、風評被害を防ぐためには、正確な情報を迅速に収集し、的確に発信することが大切である。そのため、タイでは、非常時に一元的に情報を収集・発信する体制を整備したのである。このように、平時から有事に対応できる体制を構築しておくことは、重要な視点である。

また、観光客が安心して旅行するためには、災害時等に観光客の安全が確保されることは基本的な条件とも言える。ハリケーン・カトリーナの例で見たように、被災を契機にそのことに気づき、体制を整備する例も参考になる。

さらに、被災の記憶そのものが、新たな観光資源として魅力を持ちうることも過去の経験から学ぶことができる。「神戸ルミナリエ」の例に見られるように、そこを訪れる意義に人々が共感することにより、大きな集客効果が発揮されるのではないか。戦争の悲惨な記憶を刻む原爆ドームも、いまや我が国を代表する観光地となっているのである。人々は、被災の記憶に触れることで、自然の脅威とともに、その脅威に立ち向かった人々の力を感じることになるだろう。

観光振興とは、そもそも、人がわざわざそこを訪れるだけの魅力を創出することである。各地域の文化、伝統や自然に根ざした揺るぎない魅力は大切にしつつも、既存の観光資源や過去の成功体験に安住することなく、常に新たな魅力を創出し、発信していくことが大切である。東日本大震災という危機を乗り越えて我が国の魅力を再発見し、それを新たな観光資源として形づくっていくことができれば、東北地方のみならず我が国の観光に新たな地平が開かれることになるのではないだろうか。

第Ⅱ部 平成23年度の観光の状況及び施策

第1章 観光の現状

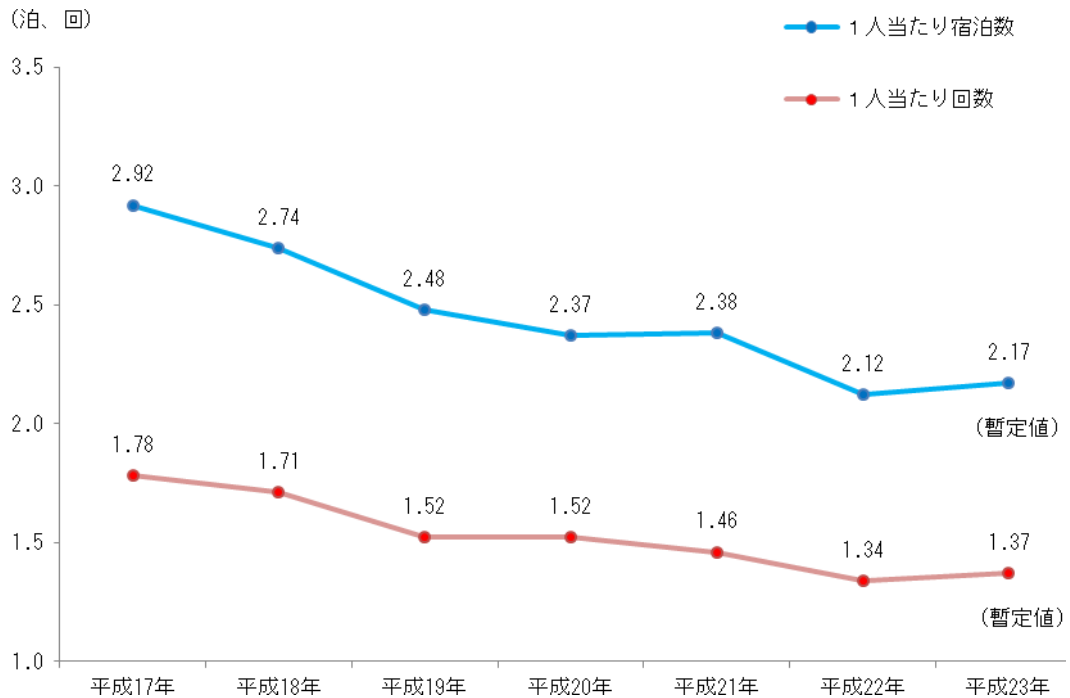
第1節 国民の観光の動向

1 国民の国内宿泊観光旅行の動向

(1) 国内宿泊観光旅行の概況

平成23年の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行回数は、1.37回と推計され、対前年比で2.2%増となった。また、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は、2.17泊と推計され、対前年比2.4%増となった。

国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



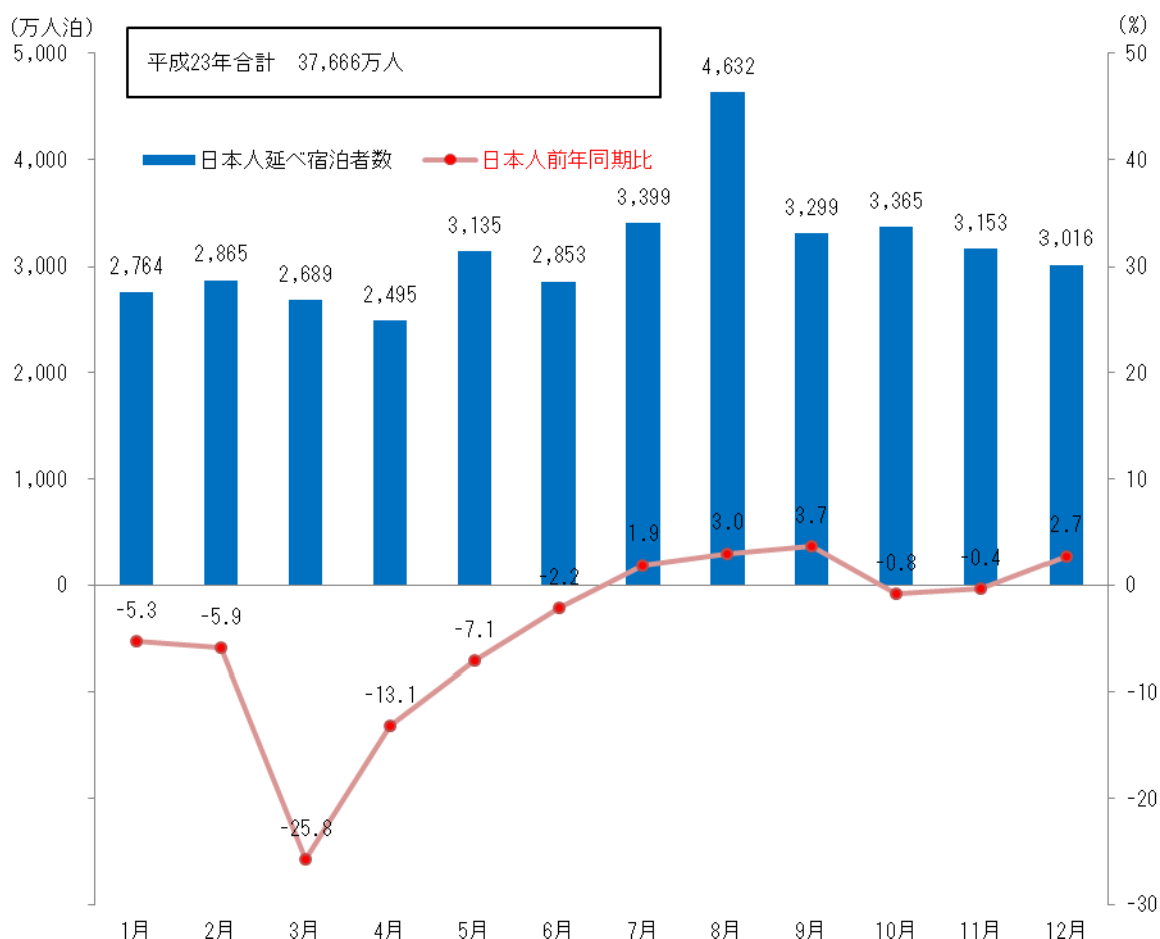
(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

2 平成23年の値は暫定値である。

(2) 宿泊の概況

平成23年の延べ宿泊者数は全体で3億9,422万人泊であり、このうち、日本人延べ宿泊者数は全体で3億7,666万人泊であった。これを月別に見ると8月が4,632万人泊と最も多く、4月が2,495万人泊と最も少なくなった。前年同月比を見ると、3月は大きく前年を下回った

月別日本人延べ宿泊者数（平成23年）



- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 前年同月比は、従業員数10人以上の宿泊施設の実績。
 3 年間の新設・廃業宿泊施設のデータを反映させる前の数値であり、確定値では若干の変更がある。

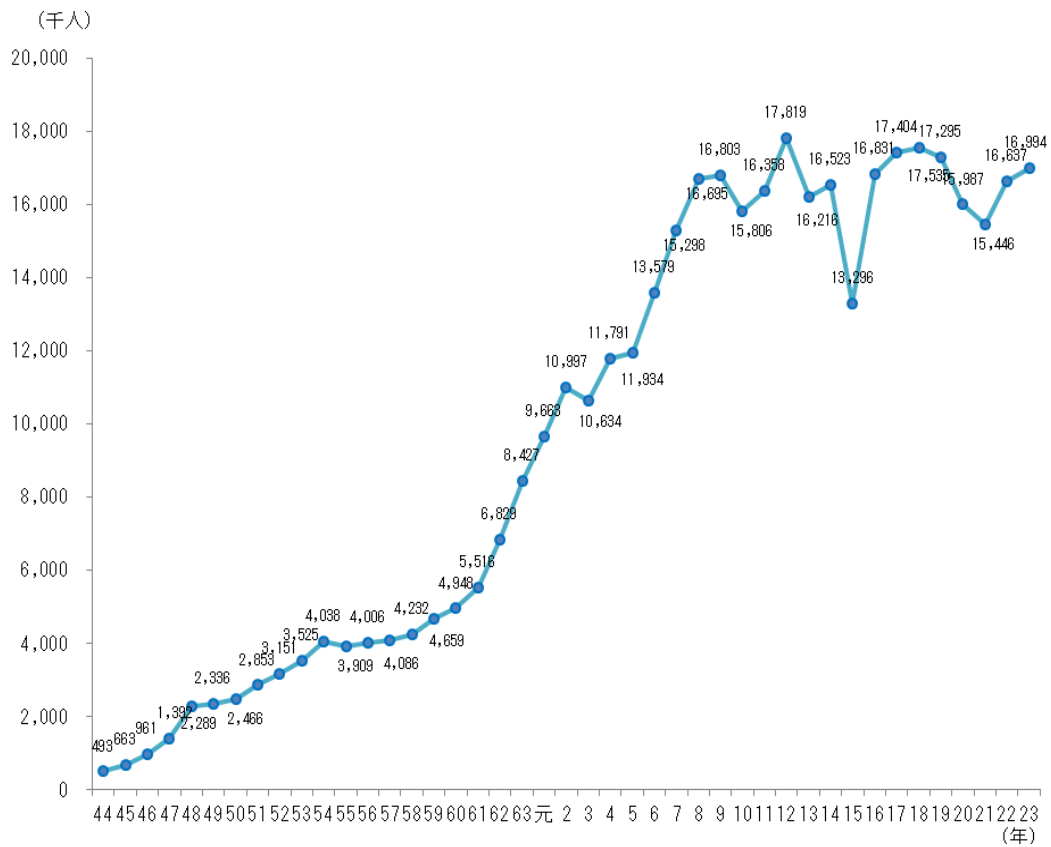
2 国民の海外旅行の動向

(1) 海外旅行者数の推移

平成23年の海外旅行者数は、1,699万人となった。前年に比べると約36万人増加し、対前年比2.1%増であった。

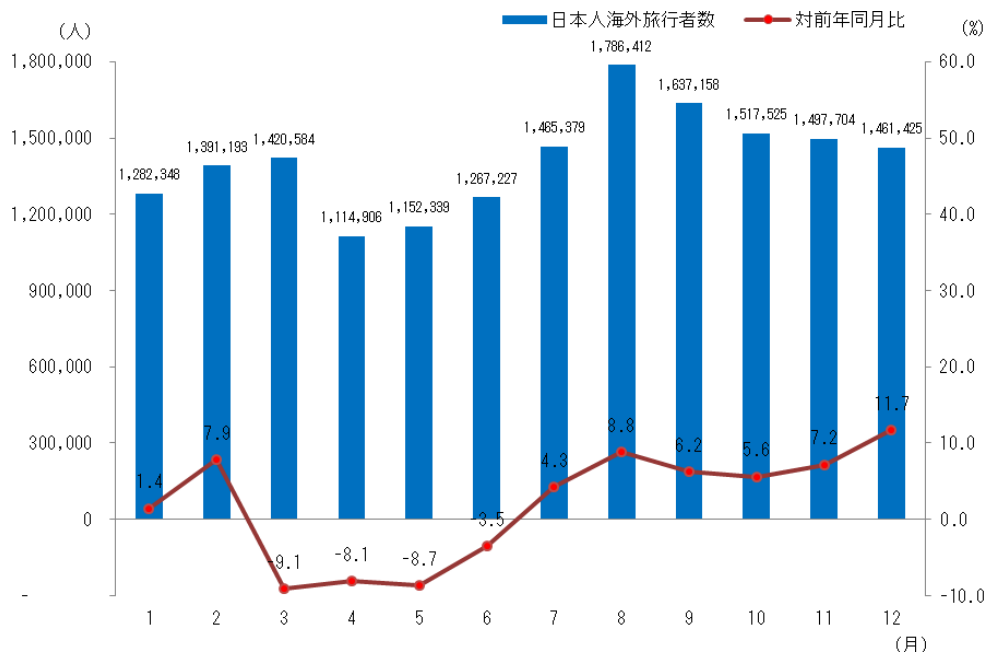
前年同月比を見ると、12月が最も伸び率が高く、3月から6月は落ち込んだ。

日本人海外旅行者数の推移



(注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

日本人海外旅行者数の月別推移 (平成 23 年)



(注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

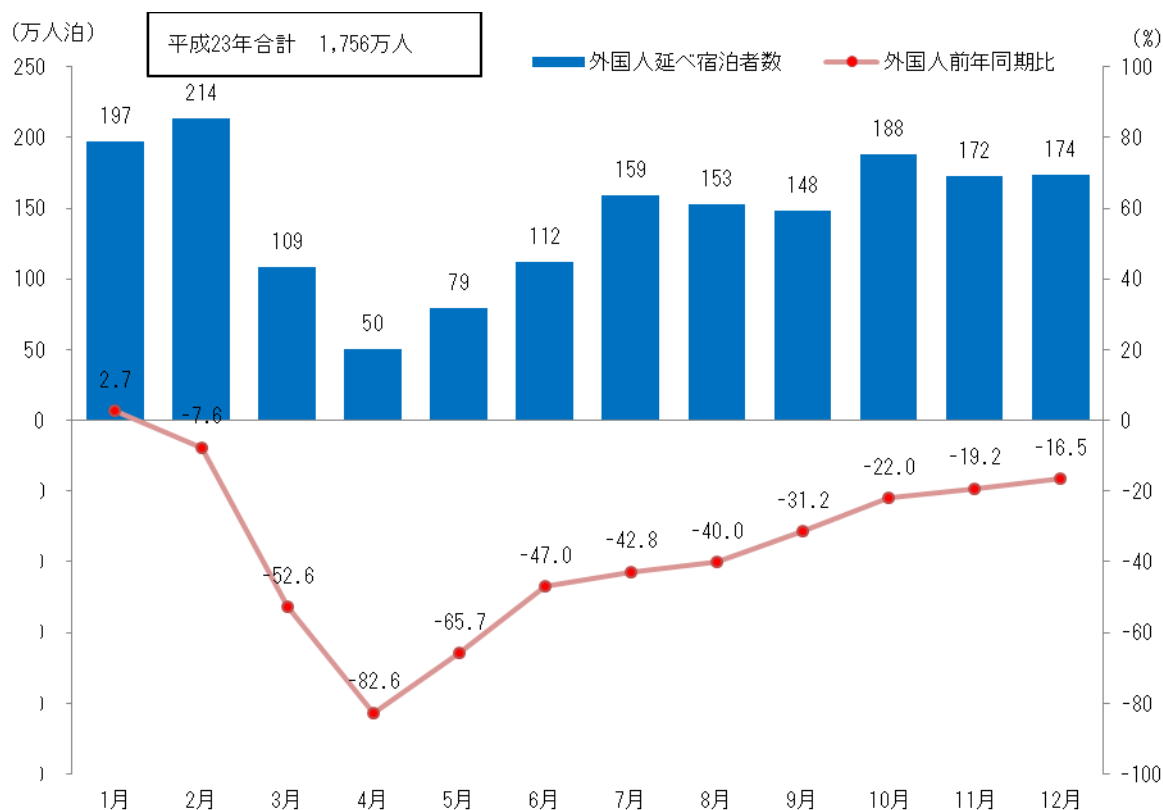
第2節 外国人の訪日旅行の動向

1 外国人宿泊旅行の動向

(1) 宿泊の概況

平成23年の外国人延べ宿泊者数は全体で1,756万人泊（前年比36.2%減）であった。前年同期比を見ると、3月以降は全ての月で大きく前年を下回った。

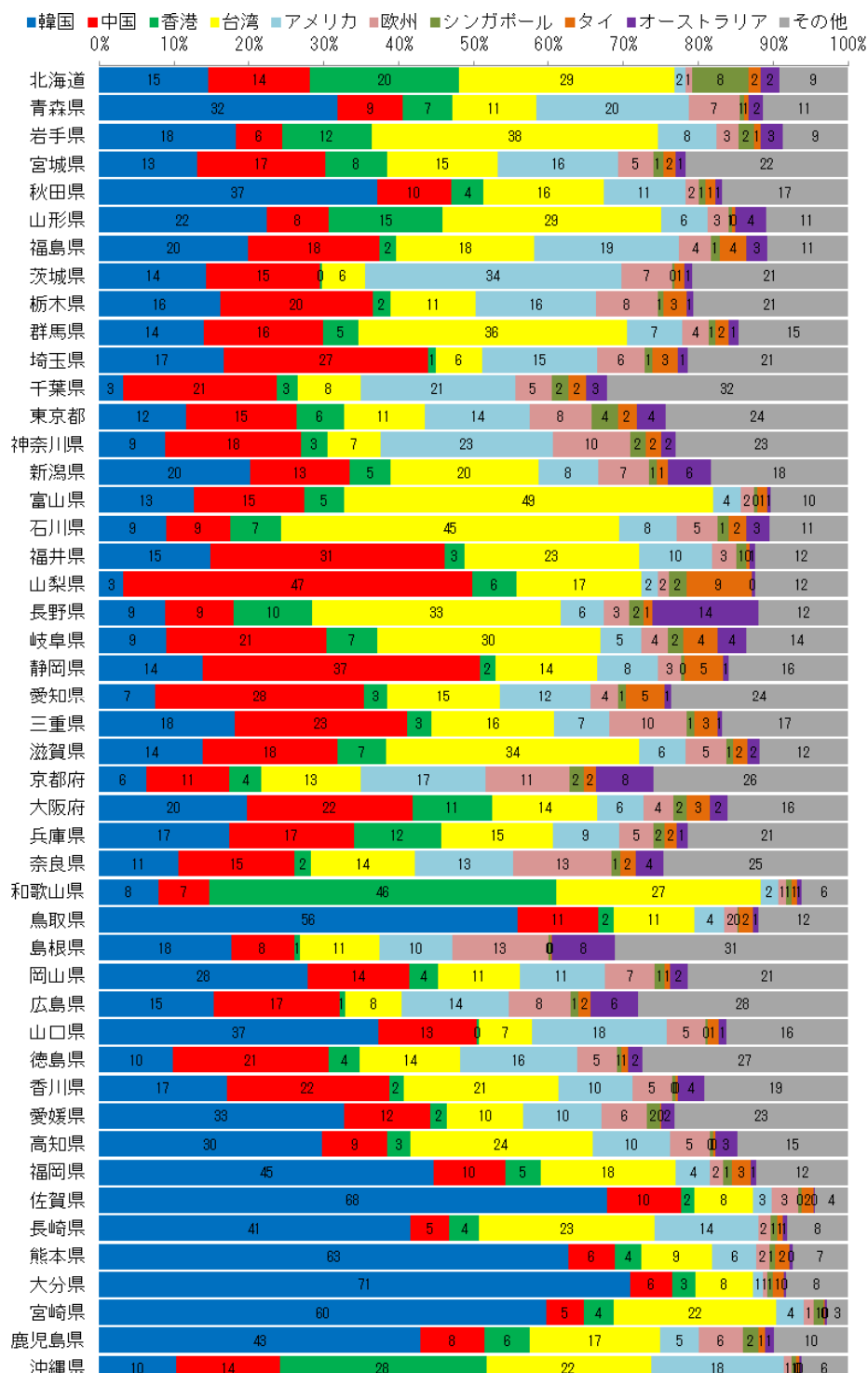
月別外国人延べ宿泊者数（平成23年）



- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。
 3 前年同月比は、従業員数10人以上の宿泊施設の実績。
 4 年間の新設・廃業施設のデータを反映させる前の数値であり、確定値では若干の変更がある。

都道府県別外国人延べ宿泊者数を国・地域別に構成比で見ると、九州には韓国から、北海道、北陸には台湾からの旅行者が多数宿泊していることがうかがえる。

都道府県別、国・地域別外国人延べ宿泊者数構成比（平成23年）



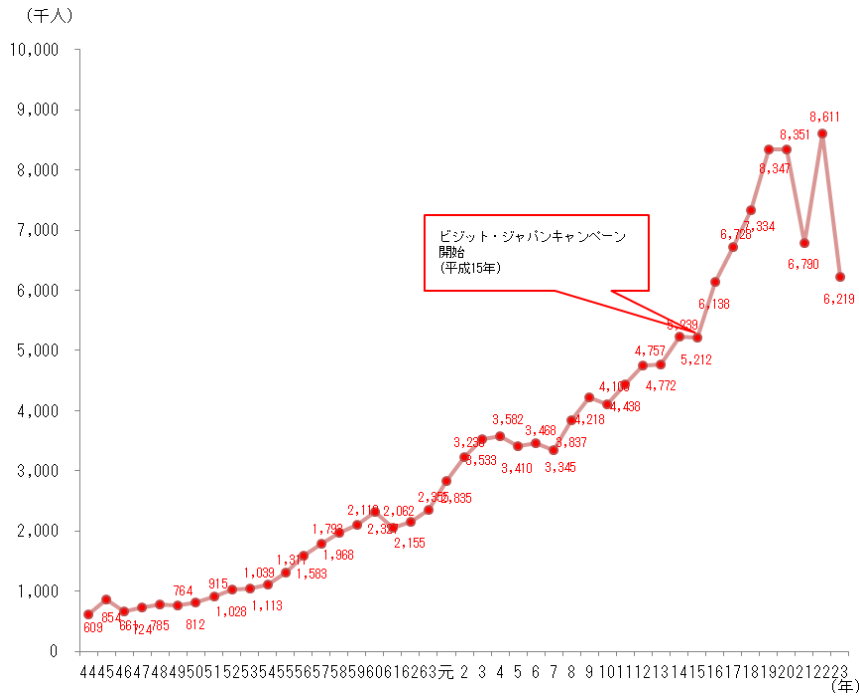
- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。
 3 欧州はドイツ、イギリス、フランスである。
 4 従業員数10人以上の宿泊施設の実績。

5 年間の新設・廃業施設のデータを反映させる前の数値であり、確定値では若干の変更がある。

(2) 旅行者数の概況

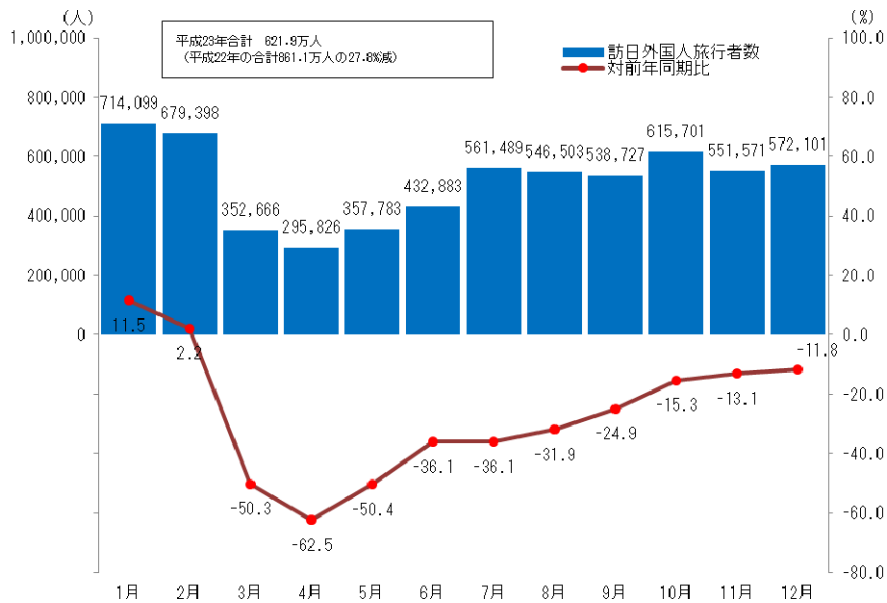
平成23年の訪日外国人旅行者数は、622万人（前年比27.8%減）となり、前年を大きく下回った。月別に見ると、3月以降は全ての月で前年を下回った。

訪日外国人の旅行者数の推移



(注) 日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

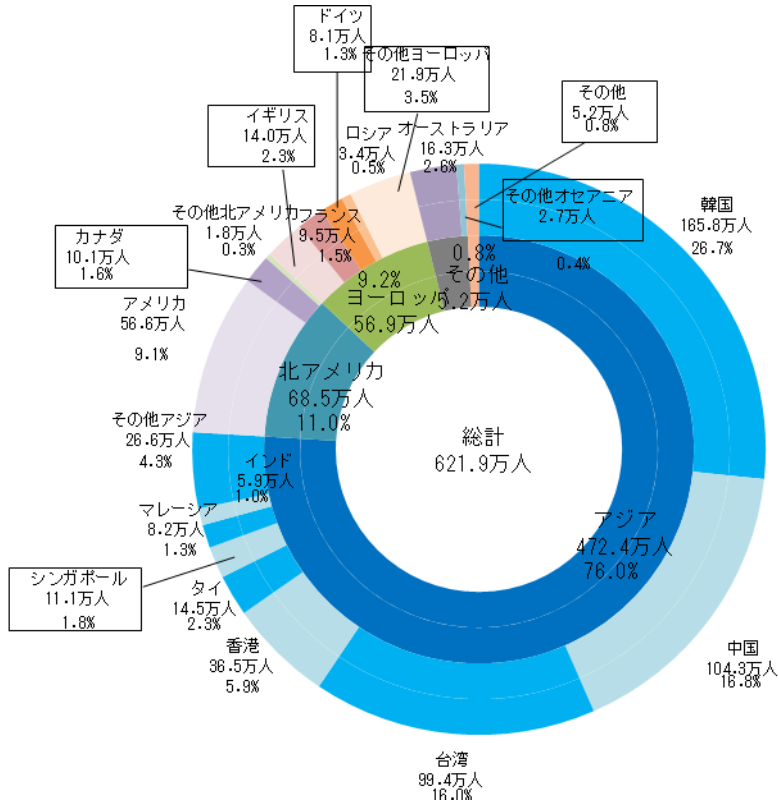
訪日外国人旅行者の月別推移 (平成23年)



(注) 日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

訪日外国人旅行者数を州別に見ると、アジアが472万人で全体の76.0%を占め、次いで北アメリカが69万人(11.0%)、ヨーロッパが57万人(9.2%)、オセアニアが19万人(3.0%)の順となった。国・地域別に見ると、韓国が166万人(前年比32.0%減)で首位となった。以下、中国104万人(同26.2%減)、台湾99万人(同21.6%減)、アメリカ57万人(同22.2%減)、香港36万人(同28.3%減)の順となり、全ての国・地域で前年比減となった。

州別・国・地域別訪日外国人旅行者の割合(平成23年)

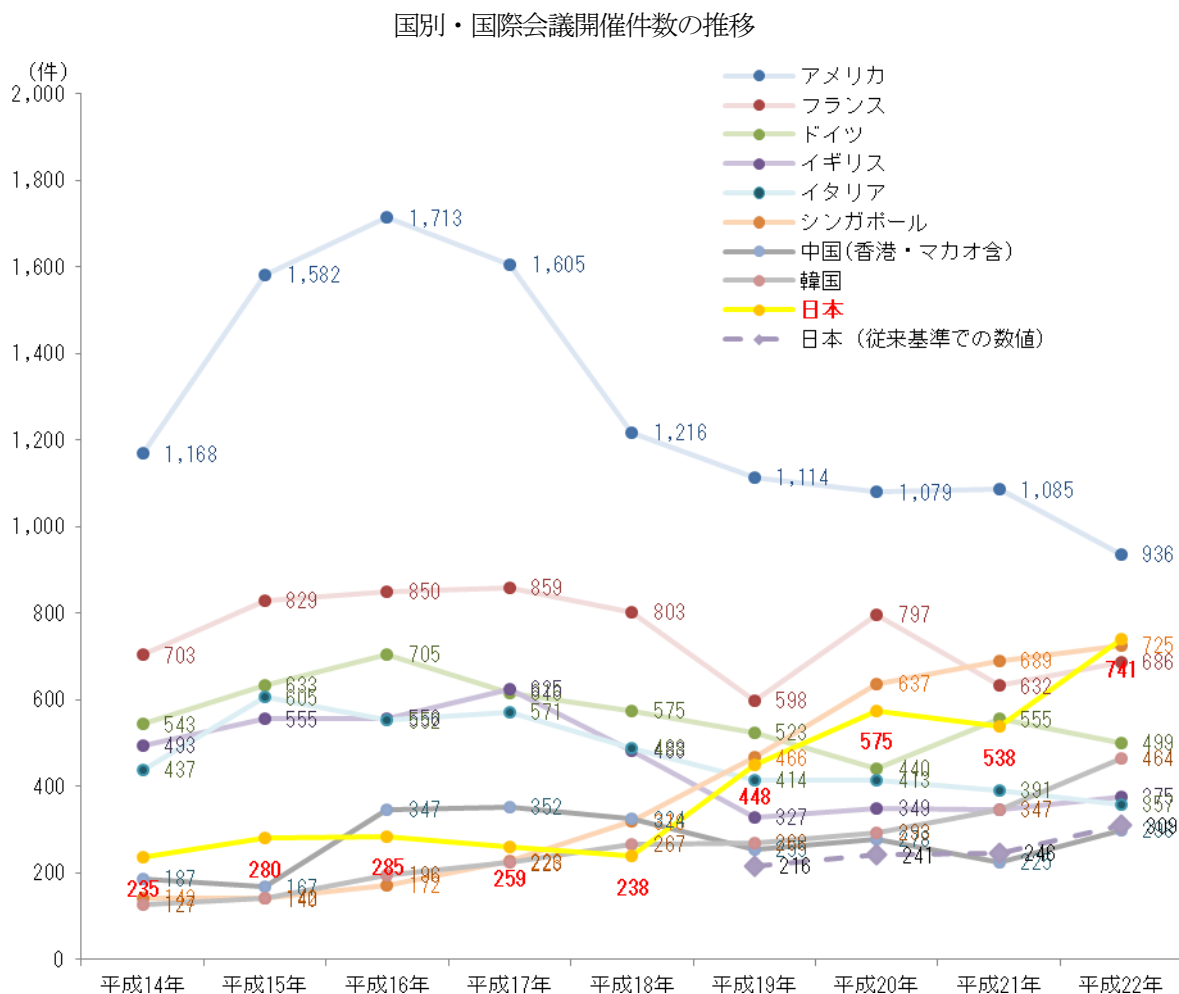


(注) 1 内円：州別合計 外円：地域別合計
2 日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

2 国際コンベンションの動向

(1) 国別・国際会議開催件数の推移

平成22年の我が国における国際会議の開催件数は、741件と世界2位であった。なお、平成19年に従来の国際会議の統計基準が緩和されているが、「前基本計画」に定められた目標値における基準に照らすと、平成22年の国際会議開催件数は309件と推察される。



(注) 1 国際団体連合 (UIA) の統計に基づき日本政府観光局作成。

2 平成19年以降の値は暫定値である。

第3節 旅行が我が国全体にもたらす経済効果

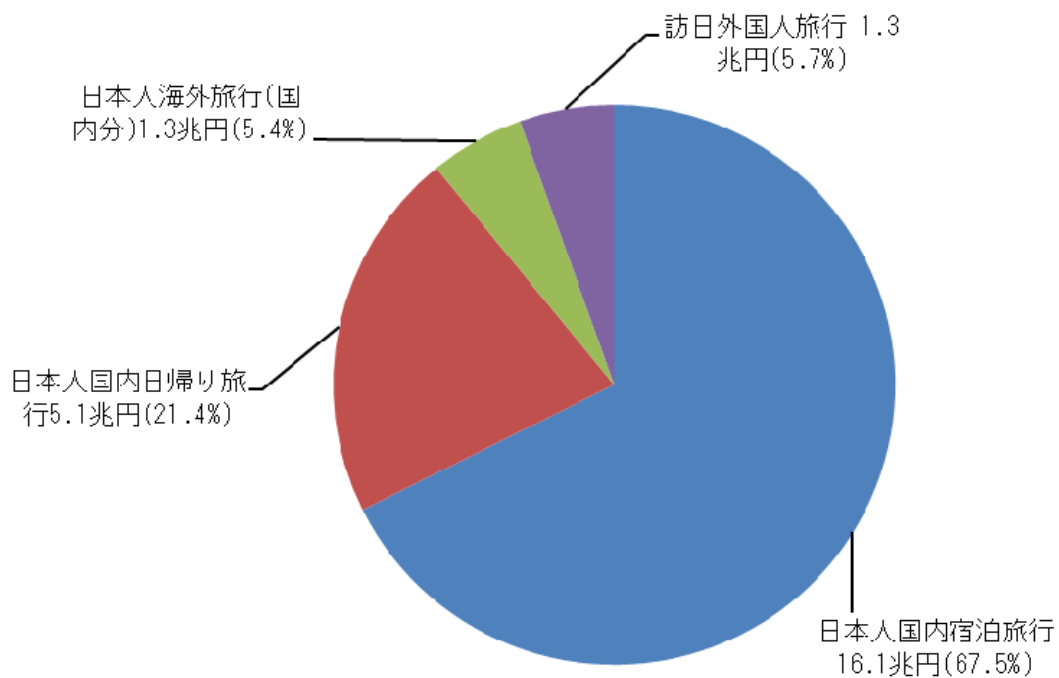
1 平成22年の経済効果

(1) 旅行消費の現状

平成22年の国民の国内旅行の消費額は、宿泊旅行が16.1兆円（対前年比7.4%減）、日帰り旅行が5.1兆円（同8.3%減）となった。また、日本人海外旅行における国内での旅行消費額は1.3兆円（同1.9%増）、訪日外国人による我が国での旅行消費額は1.3兆円（同15.0%増）であった。

これらを合計した国内の旅行消費額は、23.8兆円（対前年比6.1%減）となった。

国内の旅行消費額23.8兆円の市場別内訳（平成22年）



(注) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

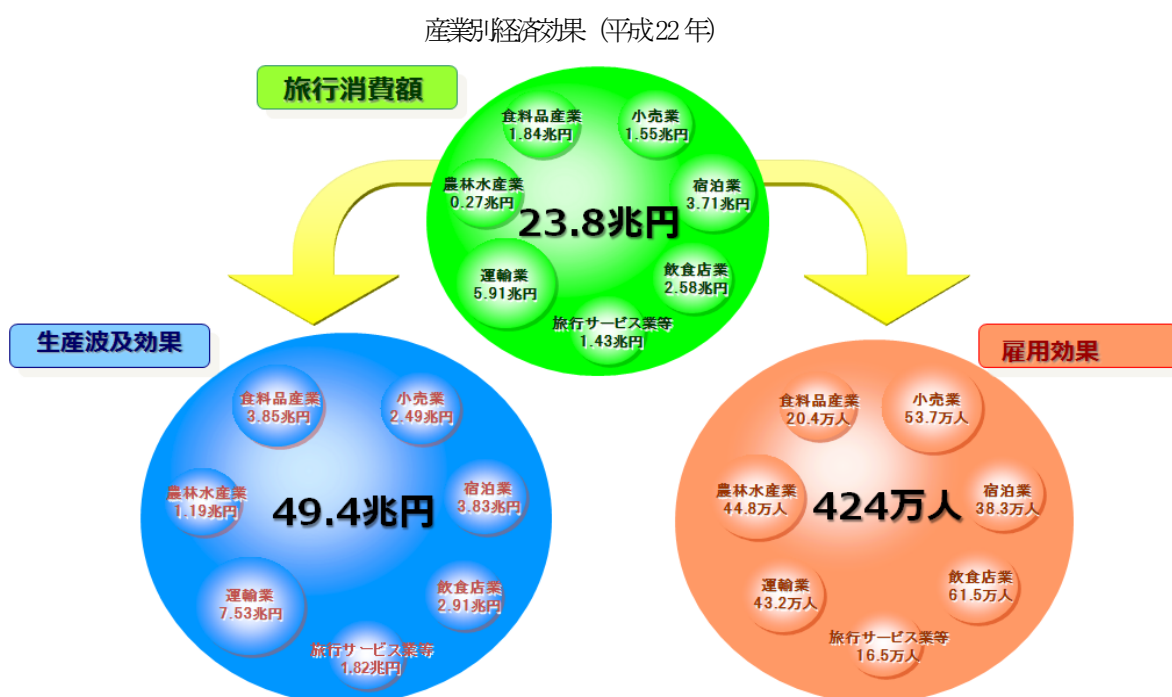
(2) 旅行が我が国全体にもたらす経済効果

平成 22 年における国内の旅行消費が我が国経済にもたらす直接的な経済効果は、付加価値効果が 11.5 兆円、雇用効果が 229 万人と推計される。

さらに、この国内の旅行消費がもたらす間接的な効果を含めた経済効果は、生産波及効果が 49.4 兆円（国内生産額の 5.5%）、付加価値効果が 25.2 兆円（国内総生産（名目 GDP）の 5.2%）、雇用効果が 424 万人（全就業者数の 6.6%）、税収効果が 4.0 兆円（全税収の 5.3%）と推計される。

(3) 旅行の我が国産業への経済効果

我が国の旅行消費は、観光に直接関係する産業のみならず、食料品産業、小売業、農林水産業など、他産業への波及効果も大きいことがわかる。



(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

2 生産波及効果とは、新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけの効果が生じたのかを示したもの（例えば、旅行・観光消費によってこれらに原材料（中間財）を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの）。

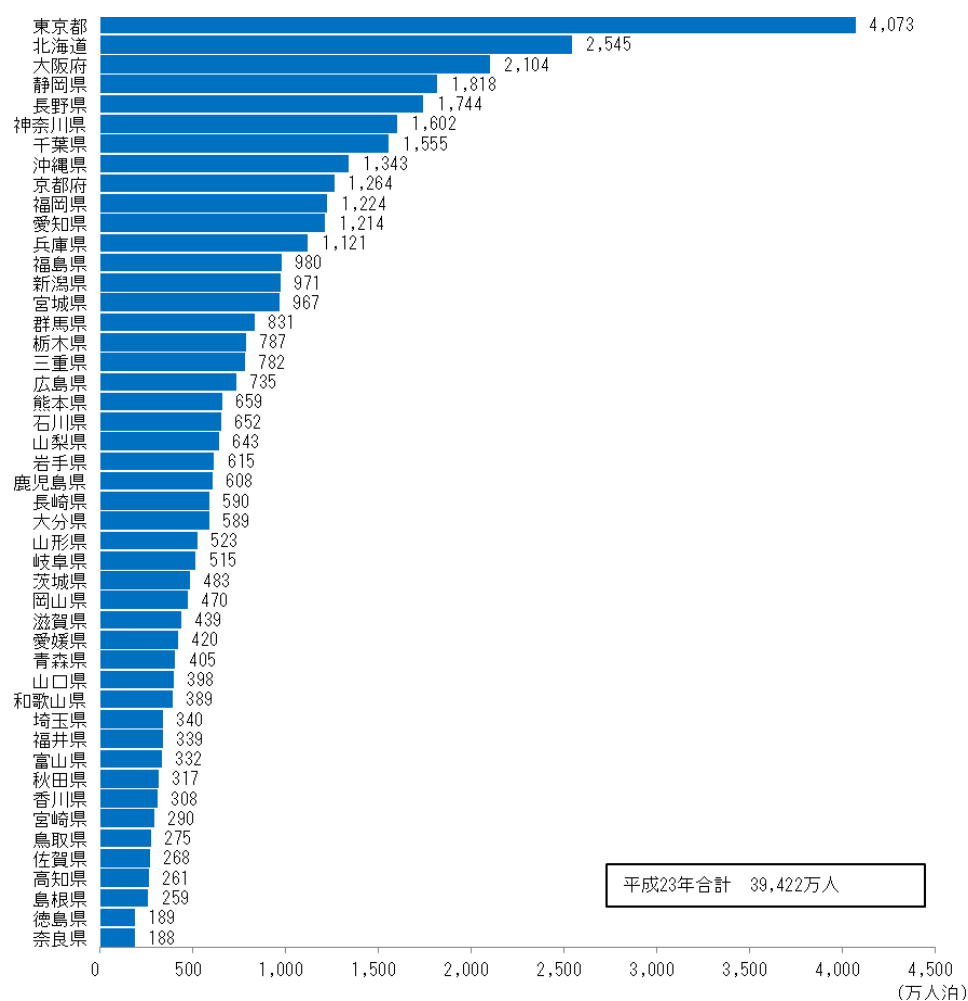
第4節 宿泊旅行統計調査から見た都道府県の観光の状況

1 宿泊者数の現状

(1) 都道府県別延べ宿泊者数

平成23年の延べ宿泊者数は3億9,422万人泊であった。都道府県別に見ると、1位が東京都の4,073万人泊(10.3%)、2位が北海道の2,545万人泊(6.5%)、3位が大阪府の2,104万人泊(5.3%)、4位が静岡県の1,818万人泊(4.6%)、5位が長野県の1,744万人泊(4.4%)であり、上位5都道府県で全体の31.1%を占めている。

都道府県別延べ宿泊者数(平成23年)



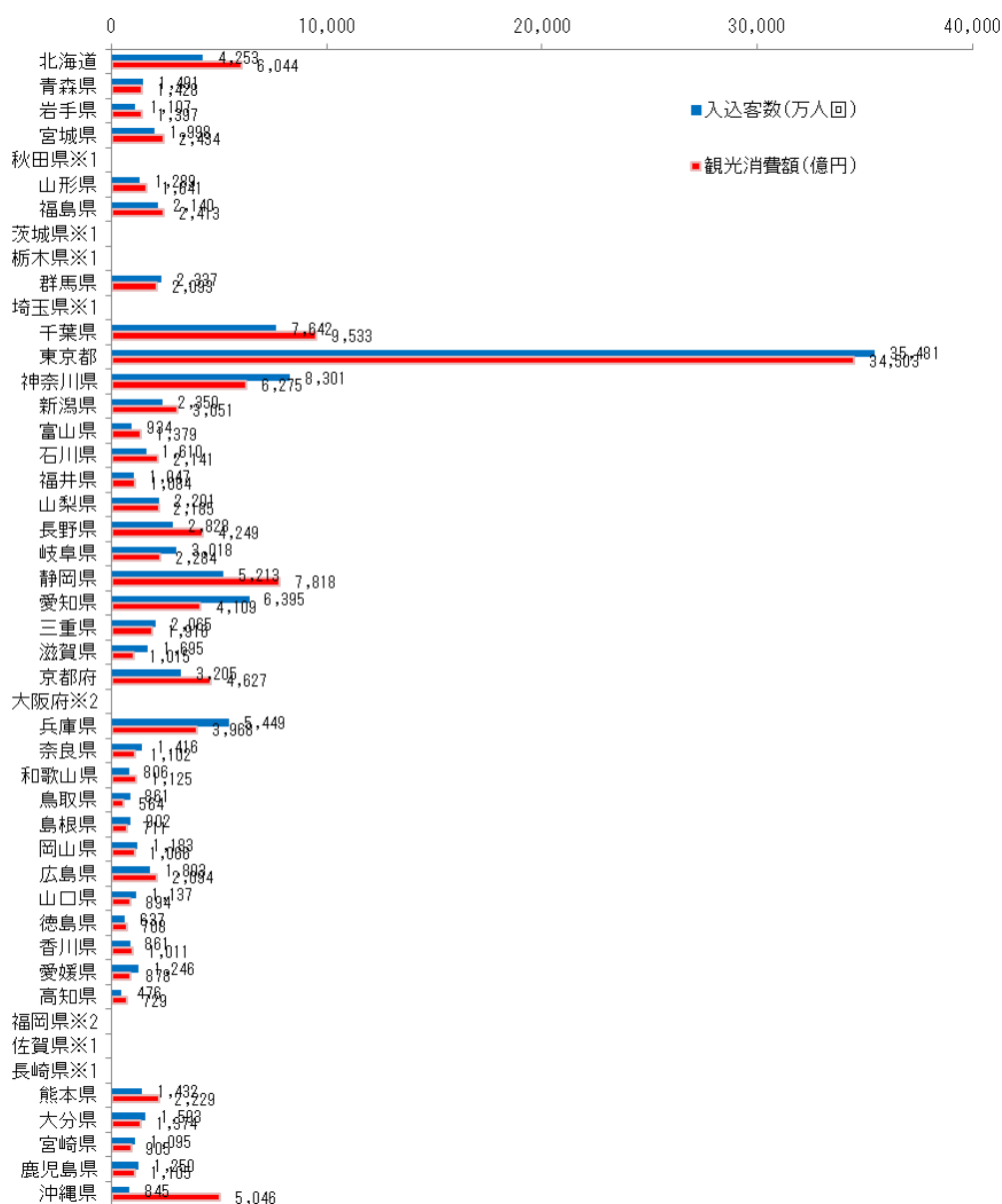
(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 年間の新設・廃業施設のデータを反映させる前の数値であり、確定値では若干の変更がある。

第5節 共通の基準による都道府県観光入込客統計

都道府県における観光入込客統計を共通の基準で実施するために、「観光入込客統計に関する共通基準」を策定した。平成22年4月より順次、各都道府県は同基準を導入して観光入込客統計を実施している(平成24年3月現在で、大阪府、福岡県を除く45都道府県で導入済み)。同基準の導入により、各都道府県の観光入込客統計が比較可能となった。

都道府県別実観光入込客数・観光消費額（平成22年4～12月）



(注) 1 各都道府県「観光入込客統計に関する共通基準に基づく観光入込客統計」に基づき、観光庁作成。

2 日本人（観光目的・ビジネス目的）及び外国人の合算で算出している。

※1 佐賀県は平成22年10月より、秋田県、茨城県、栃木県、埼玉県、長崎県は平成23年1月より共通基準を導入したため、平成22年4～12月の数値は算出できない。

※2 大阪府、福岡県は共通基準未導入。

第6節 世界における観光の動向

世界観光機関（UNWTO）の推計によると、平成22年において各国が受け入れた外国人旅行者の総数は9億3,986万人（前年比6.6%増）、各国の国際観光収入の総計は9,190億米ドル（同8.0%増）となった。

第2章 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

第1節 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

- 1 地域の幅広い関係者が連携して、2泊3日以上滞り型観光ができるような観光エリアの整備を促進するため、平成23年度までに48地域の「観光圏整備実施計画」の認定を行った。
- 2 ホテル・旅館の整備を図るため、公庫融資や税制優遇措置を講じている。また、地域のまちづくりのため、ハード事業からソフト事業まで幅広い事業を支援した。

第2節 観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成

- 1 文化財・世界文化遺産の保護を図っている。平成23年6月には、平泉が世界文化遺産登録された。
- 2 歴史的風土の保存や国営公園の整備等、歴史風土に関する観光資源の保護、育成及び開発を推進している。
- 3 国立・国定公園、世界自然遺産地域等優れた自然の風景地に関する観光資源の保護、育成及び開発を推進している。平成23年6月には、小笠原諸島が世界自然遺産登録された。
- 4 「景観法」に基づく景観重要建造物及び景観重要樹木の保全活用など、良好な景観に関する観光資源の保護、育成及び開発を図った。
- 5 温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発を図った。

第3節 観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備

- 1 空港や港湾など国際交通機関の整備を推進した。
- 2 空港や港湾へのアクセスの改善を図った。
- 3 新幹線や高速道路等の整備を図った。
- 4 鉄道や道路など国内の地域交通に係る施設の整備を図った。

第3章 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

第1節 観光産業の国際競争力の強化

東日本大震災により甚大な被害を受けた観光産業の再生のため、被災地に専門家を派遣して、被災地を支援した。

第2節 観光の振興に寄与する人材の育成

- 1 経営戦略、マーケティングや会計等を盛り込んだカリキュラムモデルを策定した。また、観光産業の「人材育成」をテーマとした「観光立国推進ラウンドテーブル」を開催した。
- 2 地域の人材育成の取組を促進するため、地域の人材育成の指針となる「観光地域づくり人材育成ガイドライン」の検証・策定を行った。
- 3 観光教育の普及促進のために教育関係者や観光関係団体が連携して開催する「観光・まちづくり教育全国大会」等の取組に対して、開催支援を行い、「観光立国教育」の推進を図っている。

第4章 国際観光の振興

第1節 外国人観光旅客の来訪の促進

- 1 平成23年度のビジット・ジャパン事業として、例えば、韓国市場においては、J-ROUTEと銘打った多様な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した。

- 2 「情報提供促進実施計画」に基づき、公共交通事業者等によって、外国語等による情報提供が実施されている。
- 3 「第12回WTTCグローバルサミット」の開催（平成24年4月）に向けて、関係省庁が連携し、同会議の情報発信や、参加者増加に向けての取組を実施した。
- 4 ビザ発給手続き、出入国手続きの迅速化・円滑化を行っている。また、外国人旅行者に対する観光案内所の整備、通訳案内士制度の充実、グッドウィルガイド（善意通訳）の普及・促進を行った。

第2節 国際相互交流の促進

- 1 平成23年5月、韓国において、第6回日中韓観光大臣会合が開催された。また、平成23年7月には沖縄を訪問する中国人個人観光客に対する数次ビザが創設された。
- 2 JATAが中心となり実施している「ビジット・ワールド・キャンペーン」への協力を図った。
- 3 訪日教育旅行誘致のため、海外の学校関係者や旅行会社との意見交換、交流会を行った。

第5章 観光旅行の促進のための環境の整備

第1節 観光旅行の容易化及び円滑化

- 1 平成22年の1年間における労働者1人平均の年次有給休暇の付与日数等について見ると、付与日数は17.9日、そのうち労働者の取得した日数は8.6日で、取得率は48.1%となっている。
- 2 国民一人ひとりが働き方と休み方を見つめ直し、豊かなライフスタイルを構築できるようにするため、休暇取得の促進等の休暇改革を推進している。
- 3 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」の本格実施について、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。
- 4 旅行業務の適正な運営を図るため、標準旅行業約款の見直しを検討するとともに、旅行取引の公正の維持や旅行者の安全の確保等、消費者保護についても取り組んでいる。
- 5 「JATA国際観光フォーラム・旅博2011」の開催等を通じて、観光の意義に対する国民の理解の増進等を図った。
- 6 東日本大震災後、冷え込んだ国内旅行の需要の底上げを図るため、統一のロゴとキャッチフレーズ（「がんばろう！日本」）を活用した官民合同による国内旅行振興キャンペーンを開始した。

第2節 観光旅行者に対する接遇の向上

- 1 外国人観光客に言語面での障害を感じさせないよう、電子看板等の案内表示に加え、車内放送、バス停のナンバリング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た。
- 2 おみやげを通じて日本の魅力を海外に伝え、日本への来訪を促進するため、平成24年1月に「魅力ある日本のおみやげコンテスト2011」を開催した。

第3節 観光旅行者の利便の増進

- 1 高齢者、障害者、外国人その他特に配慮を要する観光旅行者が、旅行関連施設等を円滑に利用できるように、公共交通機関や歩行・河川・都市公園などの旅行関連施設のバリアフリー化を図った。
- 2 観光に関する地理空間情報の発信や閲覧が誰でも容易に行えるように、「電子国土 Web システム」を提供している。

第4節 観光旅行の安全の確保

- 1 旅行者に対し、気象情報等の提供を始め、災害危険箇所及び避難場所・避難路等の周知徹底等国内外の観光地における事故、災害等の発生に関する情報の提供を推進した。
- 2 公共交通機関や道路・海上交通、宿泊施設の安全対策、海外における事故・事件への対応と安全対策等、観光旅行における事故の発生の防止等に取り組んだ。
- 3 土砂災害の発生のおそれがある観光地について、土砂災害を防止するため砂防設備等の整備やICTを活用した情報基盤の整備などを推進した。

第5節 新たな観光旅行の分野の開拓

- 1 ニューツーリズムを推進するため、地域の観光資源の魅力を活かした旅行商品について、実態を把握するとともに、旅行商品の顧客満足度を高めるための品質向上策の検討を行った。
- 2 平成23年6月に「スポーツツーリズム推進基本方針」を策定した。本方針では、スポーツ観光の推進についての方向性を示した。

第6節 観光地における環境及び良好な景観の保全

- 1 沿岸域の環境改善、生活排水対策、廃棄物の不法投棄等を防ぐ監視体制の強化などを行い、観光地における環境の保全を行った。
- 2 観光地における環境の保全を図るとともに、「景観法」の活用促進、基本理念の普及啓発、観光地における屋外広告物に関する制度の充実、歴史・文化・風土を生かしたまちづくり支援等、観光地における旅行な景観の保全に取り組んでいる。

第7節 観光に関する統計の整備

各種観光に関する統計について公表の早期化を図った。また、観光に関連する産業の基本的構造（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を平成24年度に本格実施することを目指し、36の都道府県に所在する58の観光エリアにおいて、予備的調査を実施し、調査手法等の検証を行った。

平成 24 年度 観光施策

第 1 章 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり

第 1 節 観光地域のブランド化

滞在型観光の促進に向け、基軸となる観光地域づくりの理念（コンセプト）、主たる顧客層（ターゲット）、自地域の位置取り（ポジショニング）等を明確にした戦略的な計画の策定を促進する。

第 2 節 外客受入環境の充実

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、リピーターの増加を図るため、地域の受入観光水準の向上を図る。

第 3 節 大都市における観光の推進

大都市ならではの観光資源の更なる活用、観光ルートの設定、外客受入環境の充実、積極的なプロモーション等の取組を一層促進する。

第 4 節 複数地域間の広域連携

複数の観光地域間にて、テーマ性を持った周遊・滞在ルートを構築し、連携を強化していく。

第 5 節 新たな観光地域づくりのモデルとなる先進的取組

魅力ある観光地域づくりの新たなモデルとなるような地域の創意工夫を活かした先進的取組を促進し、地域が主体となった新たな観光地域づくりの取組を全国に展開する。

第 6 節 観光分野における人材の育成

観光分野における優秀な人材の確保につなげるため、インターンシップ事業では、学生を複数の事業者へ派遣することで、「観光」を俯瞰的に捉える視点を養いつつ、観光産業に対する関心及び就業意欲を高めさせる。

第 2 章 オールジャパンによる訪日プロモーション体制の実現

第 1 節 プロモーションの高度化

- 1 震災により落ち込んだ訪日需要の一刻も早い回復のため、正確な情報発信や海外旅行会社・メディアへの働きかけ等の徹底した風評被害対策を実施する。
- 2 観光庁と日本政府観光局の機能の分化を徹底する。

第 3 章 国際会議等の MICE 分野の国際競争力強化

第 1 節 MICE マーケティング戦略の高度化

地方公共団体等の誘致主体の MICE マーケティング戦略再構築に向けた検討を行う。

第 2 節 MICE 産業の競争力強化

MICE 分野において国際的に通用する専門人材の育成を図る。

第 3 節 MICE に関する受入環境の整備

関係省庁、地方公共団体及び関係機関等が連携を図りつつ、十分な整備を図る。

第4章 休暇改革の推進

国民一人ひとりが働き方と休み方を見つめ直し、豊かなライフスタイルを構築できるようにするため、休暇取得の促進等の休暇改革を推進する。

第5章 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

第1節 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

- 1 旅行業者が着地型旅行商品の造成・販売しやすくするための旅行業のあり方について、平成23年度に検討した結果を踏まえ、その早期実現を図る。
- 2 関係省庁が連携し、観光振興に資する地域づくり・街並み整備、道路整備、河川空間等の保全・活用等の社会資本整備を行う際には、観光振興や観光交流推進に配慮する。

第2節 観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地域の形成

- 1 我が国の世界遺産政策の戦略強化を図る「世界遺産戦略強化事業」を実施する。
- 2 鎌倉等の古都における維持管理状況等の現状把握を行うとともに維持管理方策の充実の検討を行い、世界遺産に相応しい古都における歴史的風土の保存を推進し、古都の魅力向上につなげる。
- 3 世界遺産候補地である「富士山」の構成資産の9割を占める森林については、景観に配慮した適切な森林の整備・保全を推進する。
- 4 外国人富裕層向けの和のコンテンツの情報発信、スポーツツーリズムの推進、マリレジャーによる地域観光振興、環境学習・自然体験活動推進、農山漁村地域資源の活用支援等に取り組む。

第3節 観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備

- 1 羽田空港や成田国際空港の施設整備や年間発着容量の拡大を行う。また、LCCやビジネスジェットの入体体制を強化する。
- 2 空港、高速道路等の整備を行う。
- 3 駅前広場の高度利用の促進などによる公共交通の利用促進、旅客船ターミナル等の施設を充実させる。また、港湾の施設整備やみなとオアシスの登録等により、美しい港湾空間の形成を図る。

第6章 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

第1節 観光産業の国際競争力の強化

- 1 観光産業の国際競争力の強化や観光地域づくりへの参画の観点から、中長期的な今後の観光産業のあり方について検討を行う。
- 2 観光地域づくり人材育成ガイドライン、人材育成手法を普及させる。

第7章 国際観光の振興

第1節 外国人観光旅客の来訪の促進

- 1 国家戦略として日本ブランドの更なる海外展開・強化、我が国の強みと魅力、日本的な「価値」の発信を、国を挙げて推進する。
- 2 国際的なMICE関係者に対して、日本政府観光局の海外事務所による情報発信を強化する。
- 3 ビザ発給手続き、出入国手続きの迅速化・円滑化を図る。また、通訳ガイドの質・量の充実、オープンスカイの推進、農山漁村において外国人が快適に観光できる環境の整備などを行う。

第2節 国際相互交流の促進

- 1 日中国交正常化40周年、日米桜寄贈100周年、日印国交樹立60周年などの機会を活用して、観光交流の拡大に取り組む。
- 2 官民ミッションの派遣や周年事業の活用、経済界との連携による促進策の検討など、官民一体となった取組を推進し、海外旅行需要の喚起を図る。
- 3 震災後も日本で勉学を継続している留学生の生の声の発信等により、広く我が国の正しい現状を発信することで留学生の呼び戻しを図る。

第8章 観光旅行の促進のための環境の整備

第1節 観光旅行の容易化及び円滑化

サービスの簡素化・効率化や費用の高さにこだわらない付加価値の提供等、旅行者の多様なニーズに応じた取組を検討・促進する。

第2節 観光旅行者に対する接遇の向上

農山漁村の地域資源を活用して、国内外からの観光客を呼び込むための取組を支援する。

第3節 観光旅行者の利便の増進

道路交通の円滑化、道路における案内表示の充実など、環境整備を行う。

第4節 観光旅行の安全の確保

- 1 巨大地震の規模の早期把握や、津波警報等の内容や伝え方の見直し等により、津波警報の改善を図る。
- 2 一般道路において交通安全施設等の整備を推進し、幹線道路においては重点的・集中的に交通事故の撲滅を図る「事故ゼロプラン（事故危険区間重点解消作戦）」に取り組む。

第5節 新たな観光旅行の分野の開拓

- 1 各地域において取り組まれている地域の特色ある観光資源を活用して造成された旅行商品について、顧客満足度を高めるための自主的な取組を促進させるための方策を検討する。
- 2 エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、ファッション・食・映画・アニメ・山林・花等を観光資源としたニューツーリズムなどを推進する。
- 3 若年層、医療と連携した観光の推進を行う。また、フェリー、離島航路等による「普段着の船旅」の魅力向上に向け、旅行商品の開発・販売等を促進する。

第6節 観光地域における環境及び良好な景観の保全

- 1 国立・国定公園の保護、世界自然遺産地域の適正な保全管理を行う。
- 2 良好な景観や歴史的まち並みを形成するため民間資金の導入による町家等の歴史的建造物の修理・活用等の促進や広域的な歴史まちづくりの専門家組織の育成などの課題に取り組む。

第7節 観光に関する統計の整備（観光に関する統計の整備・利活用の推進）

観光が地域経済に及ぼす影響等を明らかにする観光地域経済調査について、平成24年度は、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予定である。