

平成25年度

観光庁関係  
予算決定概要

平成25年1月

観光庁



# 目 次

1. 平成25年度観光庁関係予算総括表	1
2. 観光行政をめぐる最近の動き	2
3. 具体的施策	
(1) 訪日外国人3,000万人プログラム	
・訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	3
・東南アジア・訪日100万人プラン	3
・訪日外国人旅行者の受入環境整備事業	5
(2) 観光を核とした地域の再生・活性化	
・観光地域ブランド確立支援事業	6
・観光地域評価事業	7
・観光地域動向調査事業	7
(3) 観光産業の再生・活性化	
・ユニバーサルツーリズム促進事業	8
・地域宿泊産業再生支援事業	9
・旅行の安全の確保・向上方策検討調査	10
・地域観光環境改善事業	11
・ニューツーリズム普及促進モデル事業	12
(4) ワークライフバランスの実現に資する休暇取得の促進	
・地域における家族の時間づくり促進事業	13
(5) 観光統計の整備	
・観光統計の整備	14
<b>復興枠</b>	
・東北地域観光復興対策事業	15
・福島県における観光関連復興支援事業	16

# 1. 平成25年度観光庁関係予算総括表

(単位：百万円)

	25年度 予算額 (A)	前年度 予算額 (B)	対前年度 倍率 (A/B)
1. 訪日外国人3,000万人プログラム	8,208	8,290	0.99
○ 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	5,491	4,927	1.11
○ 東南アジア・訪日100万人プラン	599	0	皆増
○ 訪日外国人旅行者の受入環境整備事業	280	854	0.33
○ 日本政府観光局(JNTO)運営費交付金 前年度限り	0	624	皆減
2. 観光を核とした地域の再生・活性化	430	297	1.45
○ 観光地域ブランド確立支援事業	343	0	皆増
○ 観光地域評価事業	49	0	皆増
○ 観光地域動向調査事業 前年度限り	0	258	皆減
3. 観光産業の再生・活性化	199	170	1.17
○ ユニバーサルツーリズム促進事業	39	9	4.36
○ 地域宿泊産業再生支援事業	20	0	皆増
○ 旅行の安全の確保・向上方策検討調査	25	0	皆増
○ 地域観光環境改善事業	99	15	6.58
○ ニューツーリズム普及促進モデル事業 前年度限り	0	124	皆減
4. ワークライフバランスの実現に資する休暇取得 の促進	16	80	0.20
○ 地域における家族の時間づくり促進事業 前年度限り	0	50	皆減
5. 観光統計の整備	518	887	0.58
6. その他（経常事務費等）	284	281	1.01
合 計	9,655	10,004	0.97

## 復興枠

●：復興庁計上分

● 東北地域観光復興対策事業	199	0	皆増
● 福島県における観光関連復興支援事業 前年度限り	0	334	皆減
合 計	577	334	1.73

総 計	10,232	10,339	0.99
-----	--------	--------	------

## 2. 観光行政をめぐる最近の動き

- 平成15年 4月 ビジット・ジャパン・キャンペーン開始
- 平成18年12月 観光立国推進基本法が成立（全会一致）
- 平成19年 6月 観光立国推進基本計画を閣議決定
- 平成20年10月 観光庁設置
- 平成21年 7月 中国個人観光ビザ発給開始  
10月 「訪日外国人3,000万人プログラム」を打ち出し  
（平成22年度予算概算要求）  
12月 第1回「観光立国推進本部」を開催
- 平成22年11月 第2回「観光立国推進本部」を開催
- 平成23年 3月 東日本大震災 発生  
5月 日中韓サミット首脳宣言  
（平成27年（2015年）までに三箇国間の人的交流規模を  
2,600万人に拡大）
- 平成24年 3月 第3回「観光立国推進本部」を開催  
観光立国推進基本計画を閣議決定
- 平成25年 1月 「日本経済再生に向けた緊急経済対策」を閣議決定

### I. 復興・防災対策

1. 東日本大震災からの復興加速  
(2) 産業の復興と雇用機会の創出  
・東北地方における旅行需要創出

### II. 成長による富の創出

3. 日本企業の海外展開支援等  
・訪日外国人旅行者の誘致強化：個人旅行の促進、  
東南アジアからの誘客強化、ビジネス観光(MICE)への取組強化等

### III. 暮らしの安心・地域活性化

2. 地域の特色を生かした地域活性化  
(1) 地域の魅力の発信、観光の振興  
・官民協働した魅力ある観光地の再建・強化  
・訪日外国人旅行者の誘致強化(再掲)  
(2) 公共交通の活性化など地域経済・産業の活力向上に資する取組の推進  
・官民協働した魅力ある観光地の再建・強化(再掲)

### 3. 具体的施策

#### (1) 訪日外国人3,000万人プログラム

○訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)【継続】

(国際交流推進課、参事官(MICE担当)、観光資源課)

○東南アジア・訪日100万人プラン【新規】

(国際交流推進課)

予算額 6,090百万円

観光立国推進基本計画に定められた「平成28年：訪日外国人旅行者数1,800万人」の達成のため、10周年を迎える訪日旅行促進事業について、訪日個人旅行の促進、国際会議等のMICE誘致・開催の推進、送客元の多様化により、外的要因(震災や外交関係等)の影響を受けにくい訪日外客構造への転換を図るとともに、関係省庁、地方自治体、民間企業と連携したオールジャパンによる訪日促進や震災で傷ついたイメージの改善と競合国と差別化された訪日ブランドの強化等により、安定的で着実な訪日外国人旅行者数の増加に取り組む。

#### 外的要因(震災や外交関係等)の影響を受けにくい訪日外客構造への転換

##### 1. 訪日個人旅行の促進

○オープンスカイやLCCの就航により、多くの新規路線・増便が見込まれる機会を捉え、個人手配による訪日客の増加のため、航空会社等と連携し、戦略的に訪日促進の取組(メディア招請、共同広告等)を展開。

○個人旅行の情報源として広く活用されているインターネット上の「口コミ」を促進するため、日本の魅力・価値をSNSで発信。

##### 2. 国際会議等のMICEの推進

○ビジネス機会等の創出につながる産業基盤であるMICE(国際会議、展示会等)の誘致・開催を促進するため、特に効果が高いと期待される都市を対象に、マーケティング戦略を高度化。

○あらゆる機会、手段、ネットワークを総動員しつつ、誘致案件の掘り起こしに取り組む。

##### 3. 送客元の多様化

○「日ASEAN友好交流40周年」を契機に、東南アジア市場での本格的な訪日プロモーションを展開し、韓国、中国等の5大市場に並ぶ主要市場へ育成。

○送客元の多様化により、特定市場に過度に依存しない訪日外客構造を構築。

#### 質が高く、裾野が広い誘客を図るため、オールジャパン関係者による連携の強化

##### 1. 現地旅行会社向け事業(★現地旅行会社との連携)

○旅行会社との共同広告

○旅行会社招請

○セミナー・商談会・旅行博出展

※14市場(5大市場+豪、タイ、英、シンガポール、加、仏、独、マレーシア、インドネシア)

##### 2. 海外現地オールジャパン連携事業(★在外公館等との連携)

○在外公館等との連携事業

○現地進出日系企業との連携事業

※海外現地における連携内容の充実度によって選定(訪日1万人以上市場)

##### 3. 地方連携事業

(★自治体及び経済界との連携)

○都道府県単独では難しい「広域」で連携した海外からの誘客促進プロモーションについて、国と地方で共同実施。

○東日本大震災後、外国人旅行者数が落ち込む東北・北関東地域については、回復を後押し。

#### 震災で傷ついたイメージの改善と競合国と差別化された訪日ブランドの強化

##### 1. 現地消費者向けの情報発信

○観光魅力・旅行情報の発信(新聞、雑誌、WEB等)

○旅行関連メディア招請事業 ※5大市場(韓、中、台、米、香)

##### 2. 観光客目線での風評被害対策

○放射能不安の残る市場において、訪日観光場面に応じた情報発信や専門家派遣による旅行会社等への説明会等を実施。

# MICE誘致・開催の推進

※MICEとは、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。

## <背景と課題>

○国際会議等のMICEの誘致・開催の推進は、①経済波及効果、②ビジネス機会の創出・イノベーションの創出、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。アジア諸国等がMICE誘致に官民を挙げて取り組む中、我が国の国際競争力は相対的に低下傾向。



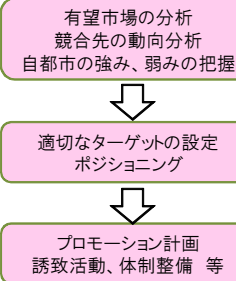
○海外の競合先は、市場/競合先等の分析から、ターゲティング、プロモーション・誘致活動等に至る総合的なマーケティング戦略に基づく効果的なMICE誘致を進めており、我が国も都市を中心としマーケティング戦略の高度化を図ることが急務。  
○今まで誘致に至っていない潜在的な案件の掘り起こしについても我が国の取り組みは遅れている。

## <施策>

### マーケティング戦略の高度化 ～都市のMICE誘致競争力の強化～

国際的な誘致競争に打ち勝つため、特に効果が高いと期待される都市を対象に、マーケティング戦略の高度化のための取り組みを実施する。

#### 都市のマーケティング戦略



- アドバイザー派遣
- マーケティング戦略の実施支援
- ステークホルダーの連携促進
- 市場/競合都市の調査分析
- 地域経済波及効果測定モデルの開発

### 誘致対象の掘り起こし ～新たな需要の発掘～

これまで誘致活動に至っていない国際会議等が相当数あることから、国としてあらゆる機会、手段、ネットワークを総動員しつつ、誘致案件の掘り起こしに取り組む。

- MICE専門見本市への出展
- メディアを活用した認知度向上
- 誘致促進委員会の設置



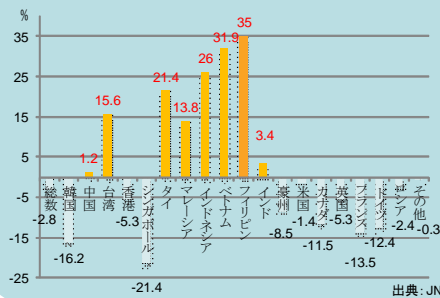
○歴史的遺産等を活用した地域の共働による国際会議等の誘致促進の検討

## 東南アジア・訪日100万人プラン

### 現状

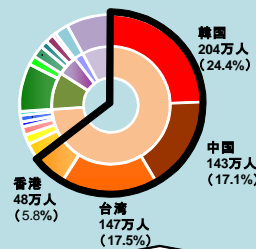
1. 震災後も高い伸び率を示す東南アジアからの訪日

市場別外国人旅行者数の増減率(2012年の2010年比)

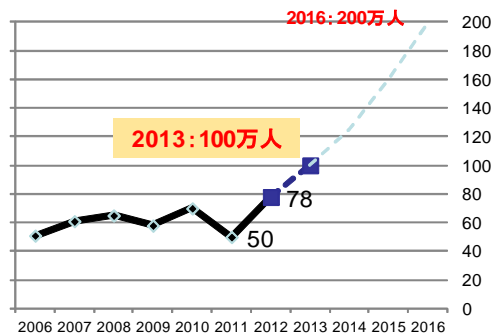


2. 日本への外国人旅行者は東アジア4市場に偏重

2012年訪日外国人旅行者数全体837万人のうち、東アジア4市場で542万人(約65%)



2013年目標:  
「東南アジアからの訪日旅行者数:100万人」



### 政策の総動員

#### オールジャパンによる訪日促進プロモーション

- ①「日ASEAN交流40周年」、クールジャパン、日本食の海外展開等のイベントと連携した訪日促進プロモーションの展開
- ②訪日に関心を持つ東南アジア人が立ち寄るポータルサイトを設置し、  
-留学生等の在日東南アジア人による日本の観光魅力の発信  
-東南アジアからの誘客に積極的な自治体・民間企業等による観光魅力の発信  
-現地旅行会社による訪日旅行商品の紹介  
等により、安心できる日本の魅力を総合的に発信
- ③上記サイトにおける人気観光コンテンツを活用した機動的・効果的な訪日促進プロモーションの展開

#### <非JNTO予算事項>

- 受入環境整備  
・ハラルフード対応  
・祈祷所の情報提供 等
- 日本政府観光局(JNTO)の体制強化  
インドネシア・ジャカルタ事務所の設置 等
- 外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善  
タイ人、インドネシア人、マレーシア人に対する  
数次ビザ開始(24年6月～(タイ)、24年9月～(インドネシア、マレーシア))

## ○訪日外国人旅行者の受入環境整備事業【継続】

(国際観光政策課、観光資源課)

予算額 280百万円

訪日外国人旅行者3,000万人時代の実現に向けて、国内における外国人旅行者の移動、滞在、観光等の利便性・快適性の向上を図り、満足度を高め、リピーター化を進めていくことが求められている。このため、マーケティングの視点も踏まえた戦略拠点及び地方拠点の整備、受入環境の改善による受入環境水準の向上を行う。また、訪日外国人旅行者が安心して旅行できる環境を整備するため、自然災害等緊急時において、宿泊施設、観光施設、自治体等が正確かつ適確な初動対応や避難誘導を行い、訪日外国人旅行者の安全を確保することを目的とした情報提供のあり方について調査検討を行う。

訪日旅行者の増加に応じた通訳ガイドサービスの供給拡大に向けて、通訳案内士制度が抱える課題の実態把握調査等を実施する。

### 受入を担う環境の整備（受入環境水準向上事業）

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、リピーターの増加を図る

#### 戦略拠点・地方拠点の整備

○既に多数の外国人旅行者が訪れている地域を戦略拠点、外国人旅行者の訪問の増加が見込まれる地域を地方拠点として、選定された自治体等を中心に受入環境整備水準の評価を行い、自治体等の強みと弱みを把握した上で、マーケティングの視点も踏まえた受入環境の向上に資する事業を実施。

#### 受入環境の改善

○日本在住の留学生等を、受入環境整備サポーターとして全国の観光地へ派遣することで、受入環境整備が遅れている部分を外国人の目線から明確にし、改善策を提案してもらうことで、訪日外国人旅行者の受入環境整備を促進。

#### 災害時における訪日外国人旅行者への情報提供

- 災害発生時に、宿泊施設や観光施設が訪日外国人旅行者を避難誘導するための対応マニュアルを作成。
- 地域における訪日外国人旅行者向けの対応として、観光関連施設における初動対応、消防・警察の対応、自治体による避難所での対応等のあり方を検証し、地域防災計画への位置づけを想定した指針を策定。
- 上記対応マニュアルや指針等の実用性を検証するため、地域において防災訓練等を実施。その際、24年度事業で設定した訪日外国人旅行者向けの情報提供サイトを活用するとともに、ICTを活用したプッシュ型の情報発信の方法も活用することを検討。

### 通訳ガイド制度の見直しに関する事業

- 通訳案内士制度の見直しに係る調査
  - ・通訳案内士制度が抱える課題の抽出を行うとともに解決策について検討し、通訳案内士を取り巻く環境や制度のあり方の抜本的な見直しを図る。
- 特区ガイドの効果検証
  - ・通訳案内士法の特例を設けた「総合特別区域法」に基づく特区ガイド制度の効果を検証。



## (2) 観光を核とした地域の再生・活性化

### ○観光地域ブランド確立支援事業【新規】

(観光地域振興課)

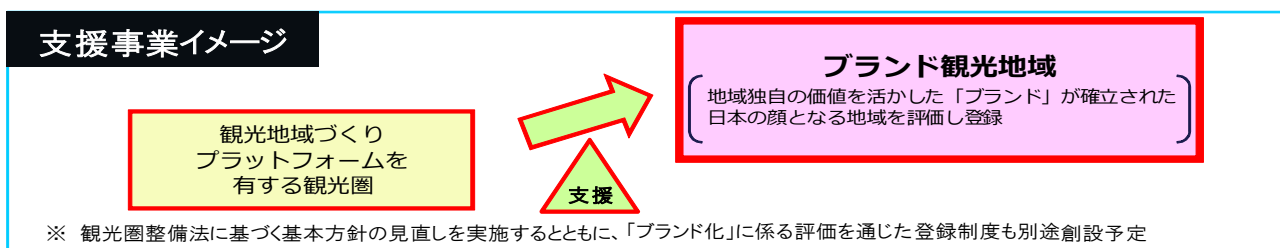
予算額 343百万円

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づくりを促進するため、地域の取組段階に応じ、地域独自の「ブランド」の確立を通じた日本の顔となる観光地域の創出に向けた取組を支援する。

具体的には、地域の取組段階に応じて、以下の取組を支援。

- (1) 目指すべき地域の将来像の策定、マーケティングの実施等を通じたブランド戦略の構築。
- (2) ブランド戦略に基づき、来訪者の豊かな旅行を支える応接環境の整備、取組の恒常的实施・改善を通じたブランド管理、地域資源の価値を最大限に活かした空間の形成等の実施。

また、対象地域等において、GPS機能等により蓄積される「位置情報」等を活用した観光客の行動・動態等の調査・分析を実施し、今後の取組への活用方法の検討を行う。



### 支援制度の概要

#### 観光地域ブランド化基盤づくり支援

- 観光圏の取組みが一定程度地域に浸透し、かつ、地域独自の価値を戦略的に創出・提供することにより、「ブランド」の評価の確立を目指す地域
- ・補助対象事業：ブランド戦略の策定（マーケティング調査、満足度調査、ターゲット・ポジショニングの設定、ブランドイメージの設定等）
  - ・補助対象者：地域のマネジメントを中心的に担う民間団体等
  - ・補助額：上限500万円

#### 観光地域ブランド化確立支援

- ブランド戦略を策定の上、ブランドの維持・向上に向けたアクションプランに基づき事業を実施する地域
- ・補助対象事業：
    - ① 来訪者と地域の交流を支える応接環境の整備（ワンストップ受入環境整備、ブランドイメージを支える滞在プログラム造成等）
    - ② 取組の恒常的实施・改善を通じたブランド管理（品質管理・保証システムの構築、満足度調査、戦略的プロモーション等）
    - ③ 地域らしさを演出する地域独自の空間の形成（滞在プログラム等と連動した修景、移動の利便性向上の取組等）
  - ・補助対象者：地域のマネジメントを中心的に担う民間団体等
  - ・補助額：事業費の4割

※ 関係省庁の施策と連携し、効果的な取組を促進

○観光地域評価事業【新規】

(観光地域振興課)

予算額 49百万円

観光地域づくりに取り組む地域における課題や改善点などの明確化を図るため、観光地域に係る客観的な評価体系を構築し、恒常的な評価を実施することを通じて戦略的な観光地域づくりを促進する。

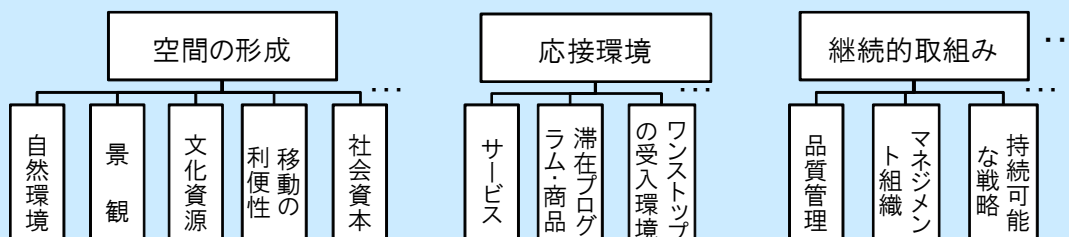
事業概要

多面的(空間の形成、応接環境、継続的取組み等)かつ客観的(顧客、地域関係者、専門家等の視点)な指標による評価制度を構築し、恒常的な評価・分析に基づくコンサルティングを行うとともに、地域において改善を実施。

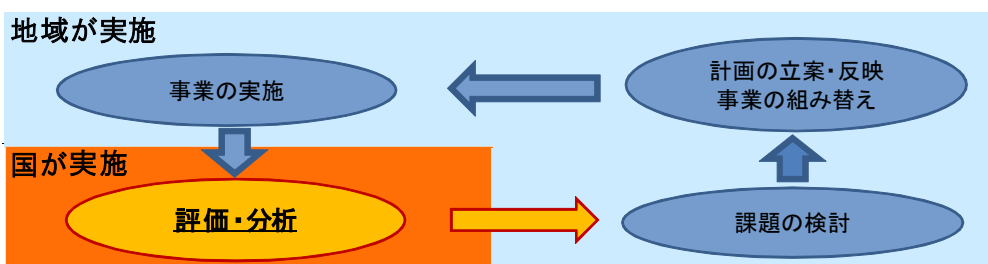
- 観光地域を構成する要素・資源の分類、評価を行うに当たっての視点などを整理・分類
- 評価指標の設定、全体の評価の仕組みを体系化
- 評価指標の測定手法の検討・開発
- 恒常的な評価実施・分析
- 改善等の取組提案

<評価指標のイメージ(例)>

各指標と様々な主体(顧客・地域・専門家等)の視点を連動させ、総合的な分析等を実施



評価の活用イメージ



○観光地域動向調査事業【継続】

(観光地域振興課)

予算額 38百万円

関係者が連携し、地域に密着した効果的な観光地域づくりの推進を図るため、地方共同体、民間事業者、観光関係者等を含めた協議会等を設置し、地域における課題の改善に向けた方策の検討・実証事業等を実施する。

### (3) 観光産業の再生・活性化

○ユニバーサルツーリズム促進事業【継続】

(観光産業課)

予算額 39百万円

高齢者、障害者等の移動制約者を対象とした「ユニバーサルツーリズム」の普及・促進のためには、観光産業だけでなく、地方自治体、NPO、他産業等の幅広い関係者の協力の下、旅行商品としての認知度の向上と商品供給の促進のための取組みが不可欠である。

このため、これまでの課題整理や先進事例調査等を踏まえつつ、ユニバーサルツーリズムに適した商品の認定制度の検討、協議会等による地域の受入体制強化、具体的な効用の検証やシンポジウムを通じた普及啓発等により、ユニバーサルツーリズムの普及・促進を図る。

これまでの取組

【平成23年度】

○旅行業サイド(送り手)の課題調査

→旅行催行のノウハウや受け地の情報不足等から旅行商品の造成を躊躇

【平成24年度】

○観光地(受け手)の体制強化に向けた先進事例調査

#### 平成25年度における取組み

##### 【認定制度導入の調査・検討】

現状…ユニバーサルツーリズムに適した「旅行商品」が選択できない

「旅行商品」の認定制度



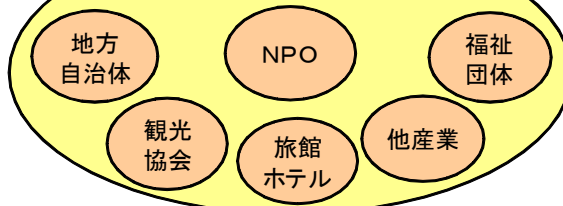
##### 【具体的な効用の検証】

旅行者個人の健康増進や社会への貢献等の効用に関するデータの整理・分析等により、関係者の理解を促し、ユニバーサルツーリズムの普及促進を図る。

##### 【地域における受入体制の強化】

現状…地域の推進体制の欠如・理解不足

関係者による協議会を設置し、地域の推進体制・活動拠点を確立



##### 【シンポジウムの開催】

様々な課題や先進的な取組み等についての情報共有や、対外的な情報発信により、ユニバーサルツーリズムに対する社会的認知度を向上させる。

○地域宿泊産業再生支援事業【新規】

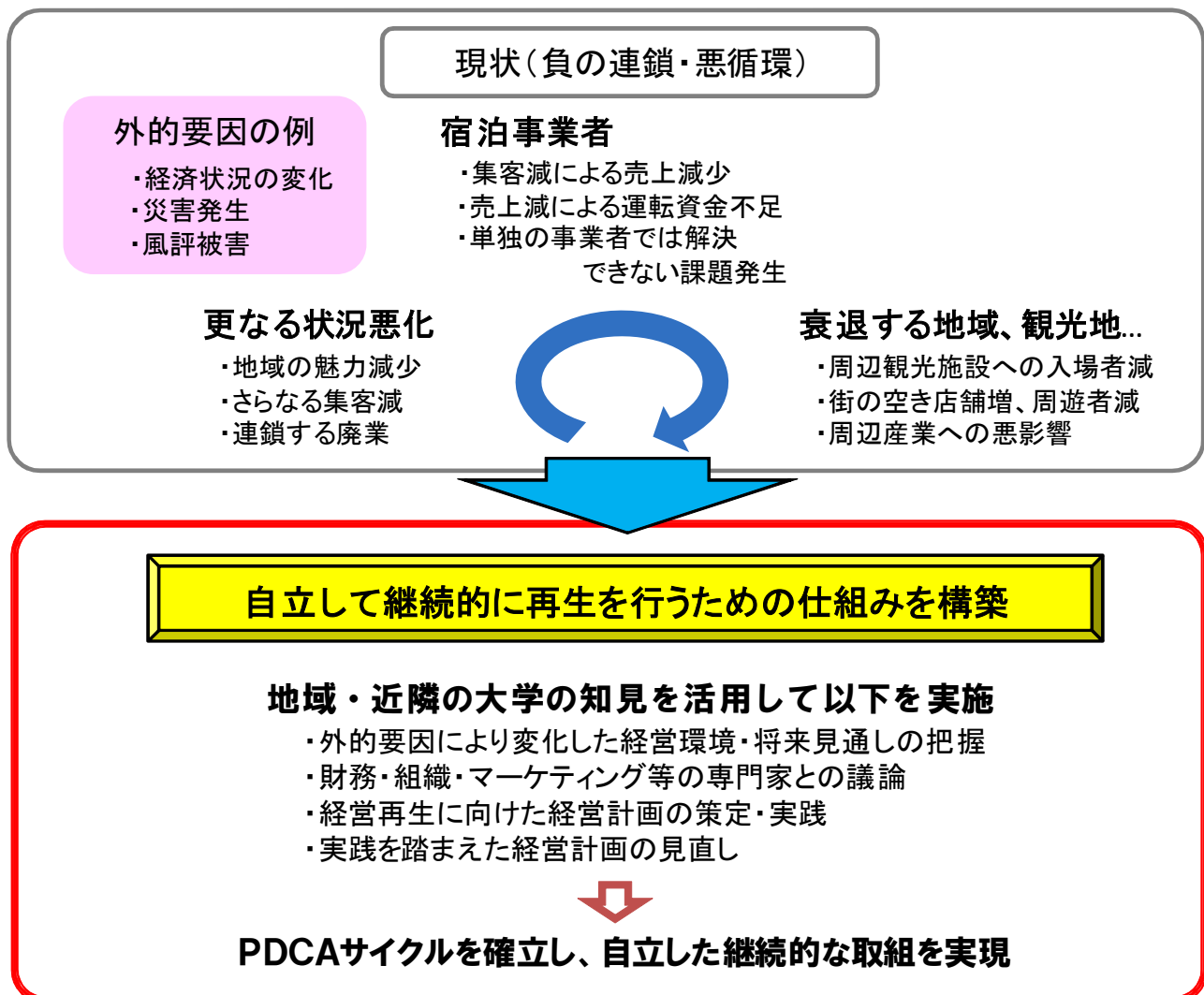
(観光産業課)

予算額 20百万円

地域の観光が、国内外から選好される魅力あるものとなるためには、その中核である地域の宿泊産業が活力を維持・増進していくことが不可欠である。

しかしながら、これらの宿泊産業は中小事業者が大半であり、資力や経営ノウハウが十分でなく、外的要因により経営が悪化した際には、自力で事態を好転させることが非常に困難となっている。その結果、しばしば地域全体の衰退を招くなど悪循環に陥ることになってしまう。

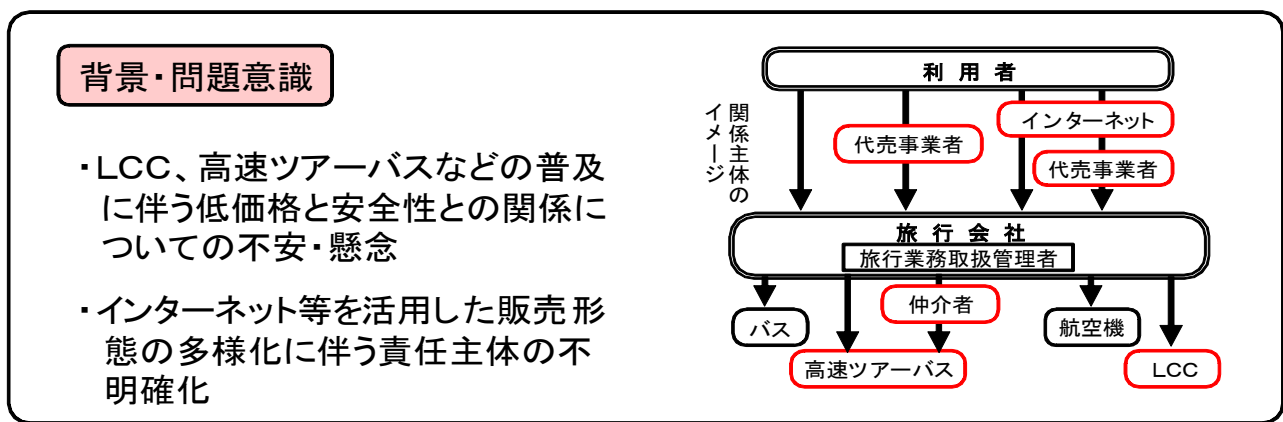
このため、地域の宿泊産業が困難に直面した際に、財務・労務・マーケティング等の知見を蓄積した、意欲ある地域・近隣の大学を活用しつつ、自立して継続的に再生の取組が可能となるような支援の仕組みを構築する。



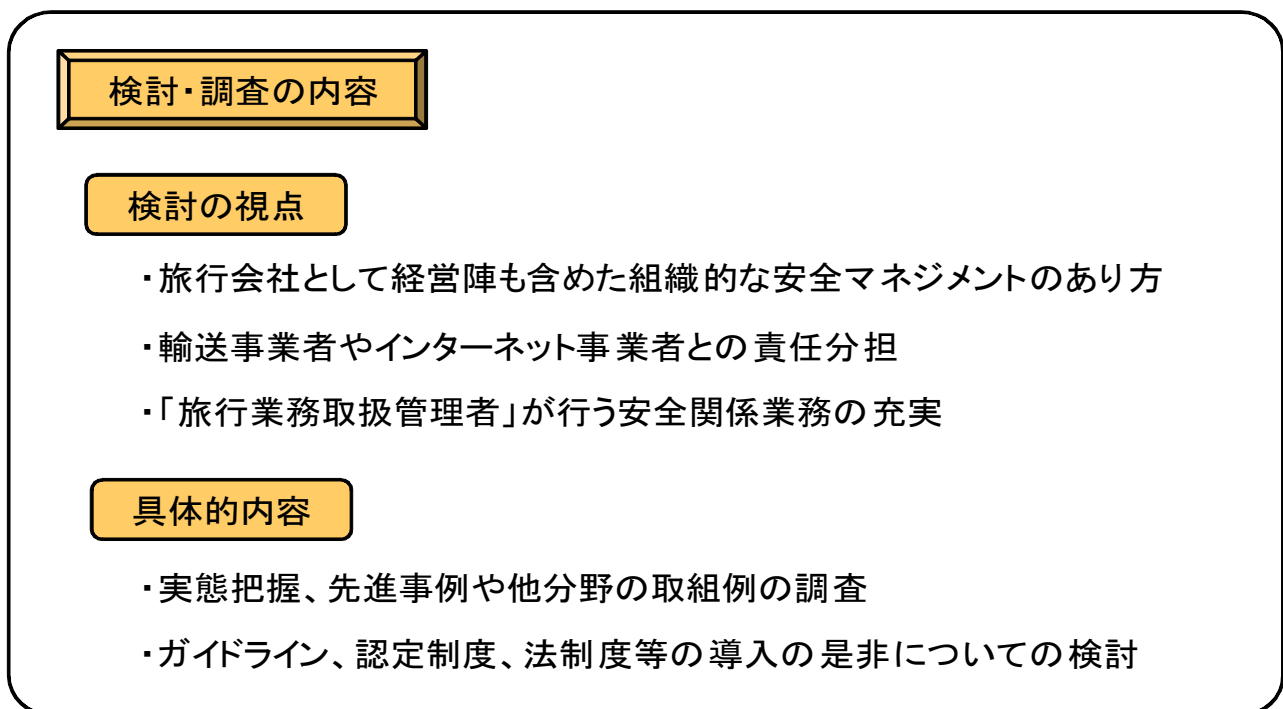
予算額 25百万円

LCC等低価格の輸送サービスの普及やインターネットの活用等販売形態の多様化が進む中、関越道における高速ツアーバスの事故、中国万里の長城付近におけるツアー登山の事故等を契機に、旅行の安全の確保・向上を図ることが強く求められている。

このため、旅行会社として経営陣を含めた組織的な安全マネジメントを行うことの必要性・課題、社内で安全に関する実務を担う「旅行業務取扱管理者」の業務の充実など、現在の事業環境を踏まえた安全管理体制の構築・充実に向けた調査・検討を行う。



旅行の安全の確保・向上を目指す



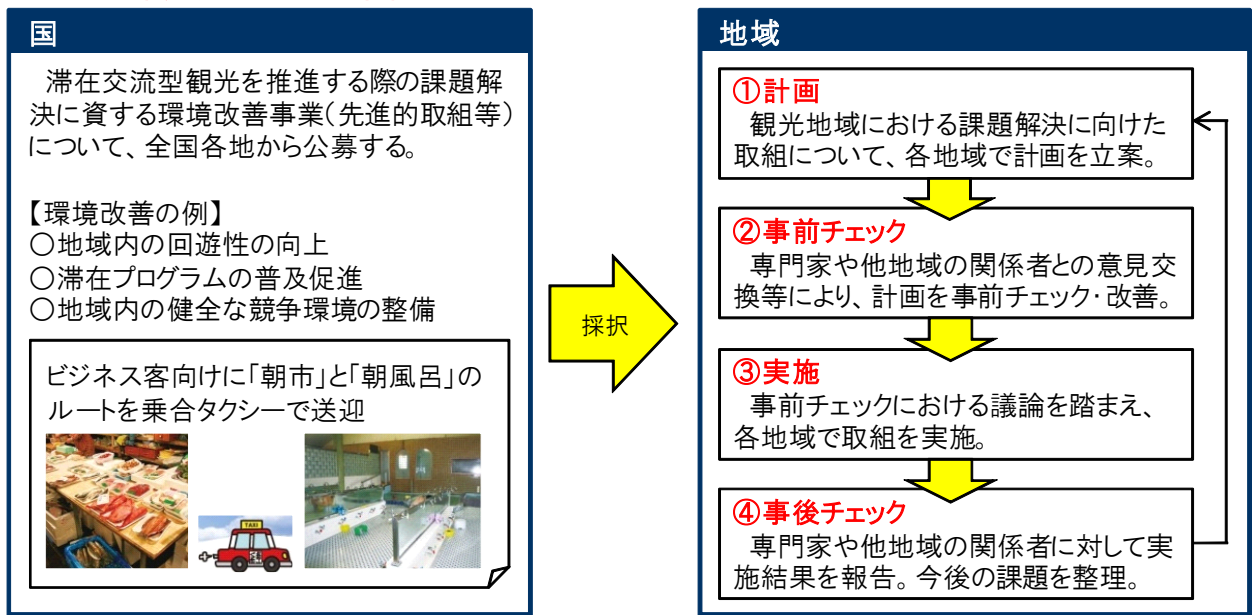
○地域観光環境改善事業【継続】

(観光地域振興課)

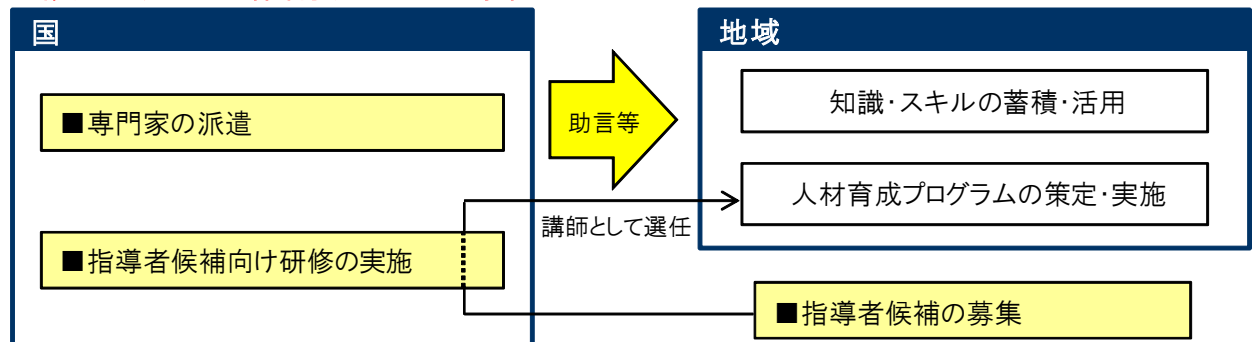
予算額 99百万円

旅行者のニーズの多様化、旅行スタイルの変化等に対応した魅力ある観光地域づくりを推進するため、先進的取組等に対して支援を行うことにより、地域における課題解決手法のモデルを構築するとともに、このような知識やスキルを持続的に蓄積・活用していくため、観光地域づくりの体制強化に向けた取組を支援し、それぞれの地域における自立的かつ持続的な滞在交流型観光の推進を図る。

I. 地域の環境改善に向けた取組



II. 観光地域づくりの体制強化に向けた取組



地域における自立的かつ持続的な滞在交流型観光の推進

○ニューツーリズム普及促進モデル事業【継続】

(観光資源課)

予算額 16百万円

多様化する消費者ニーズに応えるニューツーリズムについて平成24年度に策定した旅行商品の品質向上策を活用するとともに、地域が連携した普及促進戦略策定などを通して、認知度を向上させる取組をモデル化し、その普及を促進する。

品質向上策と相まって活用できるニューツーリズムの普及促進のためのモデルケースを示すことで、ニューツーリズムの裾野を拡大し、旅行需要の創出につなげる。

地域が連携したニューツーリズムの普及促進のモデル化

関係者による協議会

- ・自治体
- ・旅行会社
- ・宿泊事業者
- ・交通事業者
- ・外部有識者  
等

(品質向上策の実践)

地域が連携した普及  
促進戦略の策定試行

- ・関係者間の連携強化による露出拡大
- ・広報のための新しいコンテンツ作り
- ・マーケティングを踏まえたイメージ  
戦略検討

等

モデルケース  
として普及促進



#### (4) ワークライフバランスの実現に資する休暇取得の促進

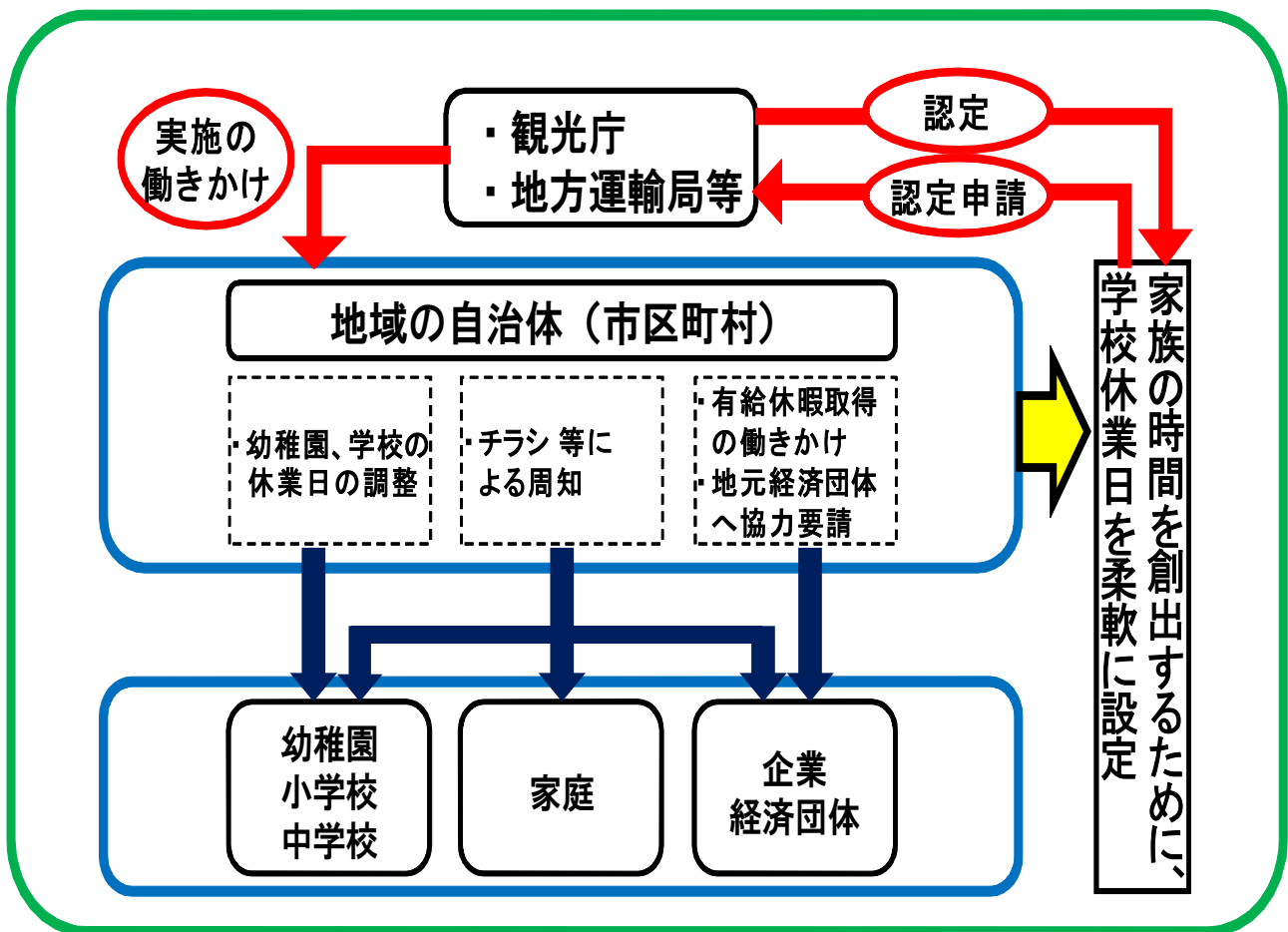
##### ○地域における家族の時間づくり促進事業【継続】

(参事官(観光経済担当))

予算額 16百万円

各地域で大人(企業)と子ども(学校)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、各地方運輸局等が中心となって、市区町村に対し、一層の周知を図るとともに、同プロジェクトの実施を広く働きかける。

### 家族の時間づくりプロジェクト





## (5) 観光統計の整備

### ○観光統計の整備【継続】

(参事官(観光経済担当))

予算額 518百万円

訪日外客誘致施策の更なる強化、地域が主役となった観光政策の展開が求められる中、行政・民間における観光に関する取組をPDCAサイクルに基づき早急かつ着実に実施するため、観光地域経済調査の公表と共に統計の精度向上に資するデータ分析を行う等、観光施策の基本インフラである観光統計の整備を進める。

#### 旅行・観光消費動向調査【平成15年度～】

➤ 国民の旅行の実態を把握するとともに、観光消費の経済波及効果を明らかにする。

- 調査対象 日本国民(25,000人に対して半年毎に2回調査を実施)
- 調査方法 郵送調査(年4回)
- 調査項目 旅行回数、支出額 等

#### 宿泊旅行統計調査【平成19年～】

➤ 我が国における日本人・外国人の宿泊旅行の実態を明らかにする。

- 調査対象 全国の宿泊施設  
従業者数10人以上…全数調査(約1万2千施設)  
" 5~9人…標本調査(約3千施設)  
" 0~4人…標本調査(約3千施設)
- 調査方法 郵送調査(年4回)
- 調査項目 宿泊者数、稼働率 等

#### 訪日外国人消費動向調査【平成22年度～】

➤ 訪日外国人の旅行動向・消費実態、再訪意向・満足度等を明らかにする。

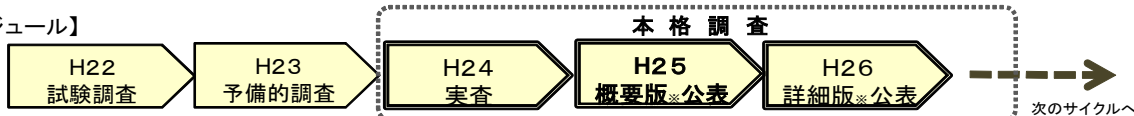
- 調査対象 日本を出国する訪日外国人(6,500人×4回…計26,000人)
- 調査方法 11空港での調査員調査(年4回)
- 調査項目 品目別支出額、訪問地、再訪意向 等

#### 観光地域経済調査【平成22年度～】

➤ 観光産業の規模(売上・雇用等)や地域に及ぼす経済効果を明らかにする。

- 調査対象 観光産業に関わる全国約10万事業所(飲食、宿泊、小売り等)
- 調査方法 郵送調査(5年に1度(総務省 経済センサスにあわせて実施))
- 調査項目 売上金額、売上金額における観光割合、年間営業費用の支払先地域別割合 等

【スケジュール】



※概要版: H24実査結果を基にした単独集計、  
詳細版: 経済センサスデータを活用した集計・分析

## 復興枠

### ○東北地域観光復興対策事業【新規】

(観光地域振興課)

予算額 199百万円(復興庁計上)

復興の基盤が整いつつある太平洋沿岸エリアの旅行需要回復と、東北観光博の仕組みを踏まえた滞在交流型観光の実施に対する支援を行う。

また、東北観光博での取組みを地域に定着させるため、仕組みの改善と地域の自立的な実施に向けた支援を行う。

#### ●太平洋沿岸エリアにおける事業内容

##### 東北観光博の仕組みを踏まえた滞在交流型観光の実施に向けた支援

###### 【旅のサロン・旅の駅】

- ・「旅のサロン」「旅の駅」開設支援
- ・情報の管理・集約の支援
- ・地域密着の情報発信支援
- ・ゾーンの運営支援
- ・ゾーン内の説明会実施支援

等



###### 【地域の魅力向上】

###### 地域パンフレット作成



###### 滞在プログラム企画支援

等



###### 【地域観光案内人】

###### ①案内人研修の実施支援



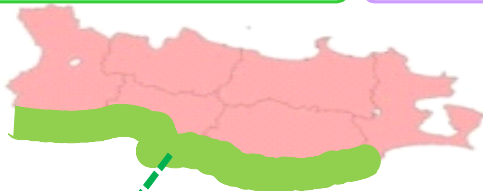
###### ②他地域の案内人との連携支援 等



シンポジウムの開催



情報交換会の実施



太平洋沿岸エリア(青森県、岩手県、宮城県、福島県の太平洋沿岸部)

##### 「旅行需要回復」に向けた支援

- ・震災語り部の育成
- ・ガイドの育成
- ・教育旅行の受入
- ・復興イベント
- ・ファミトリップ

等の支援

#### ●東北地域全体における事業内容

- ・「東北パスポート」等を活用した広域連携策の策定
- ・「地域観光案内人」の連携支援による新たな滞在プログラム・周遊プランの開発促進 等

## ○福島県における観光関連復興支援事業【新規】

(参事官(観光経済担当)、参事官(MICE担当)、観光産業課、国際観光政策課、国際交流推進課、観光地域振興課、観光資源課)

予算額 378百万円(復興庁計上)

福島県における早期の観光復興を最大限に促進するため、同県が実施する風評被害対策及び震災復興に資する観光関連事業に対して補助を行う。

(補助率：総事業費の8/10)

### 【背景】

○福島県は、東日本大震災によって沿岸部を中心に多大な物的被害を被っただけでなく、原発事故に伴う風評被害により観光関連産業は甚大な被害を被っているところ。

○福島県において、観光関連産業は基幹産業であり、かつ、観光による経済波及効果の裾野は広いことから、同県の観光復興を促進することは福島県の復興を促進するために非常に重要な役割を担っている。

### 【要件】

県がその創意工夫を発揮して、その区域の特性に即して自主的かつ主体的に実施されることに十分に配慮しつつ、当該事業の公共性及び国が実施する他の施策との整合性を勘案し行われる

- 1) 東日本大震災による風評被害・被災からの復興との関係が明確である事業又は事務
- 2) 次年度以降も継続的な観光振興に資する事業又は事務
- 3) 福島県観光復興事業計画(仮称)にその実施が記載されている事業又は事務

である。