

平成27年度

観光庁関係予算概要

平成27年1月

観光庁

目 次

1. 観光庁関係予算総括表	1
2. 具体的施策	
(1) 訪日2000万人時代に向けたインバウンド政策の推進	
・ 訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)	2
・ 国際会議等(MICE)の誘致・開催の促進	2
・ 日本政府観光局(JNTO)運営費交付金	2
・ 広域観光周遊ルート形成促進事業	6
・ ICTを活用した訪日外国人観光動態調査	7
・ 通訳ガイド制度の充実・強化	7
(2) 観光地域づくり支援	
・ 地域資源を活用した観光地魅力創造事業	8
・ 観光地域ブランド確立支援事業	9
・ 観光地ビジネス創出の総合支援	9
(3) 観光産業振興	
・ ユニバーサルツーリズム促進事業	10
・ 旅館の経営改善・情報発信促進事業	10
(4) 観光統計の整備	
・ 観光統計の整備	11
(5) 復興枠	
・ 東北地域観光復興対策事業	12
・ 福島県における観光関連復興支援事業	12
3. 参考資料	13

1. 観光庁関係予算総括表

(単位:百万円)

	27年度 予算額 (A)	26年度 予算額 (B)	倍率 (A/B)	26補正+ 27当初 (C)	倍率 (C/B)
1. 訪日2000万人時代に向けたインバウンド政策の推進	8,451	8,497	0.99	12,417	1.46
訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)	1,297	6,106	} 0.95	1,297	} 1.35
国際会議等(MICE)の誘致・開催の促進	190	450			
日本政府観光局(JNTO)運営費交付金	6,542	1,912			
広域観光周遊ルート形成促進事業	304	0	皆増	554	皆増
ICTを活用した訪日外国人観光動態調査	100	0	皆増	100	皆増
通訳ガイド制度の充実・強化	20	19	1.06	20	1.06
地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業	0	0	-	300	皆増
前年度限り	0	11	皆減	0	皆減
2. 観光地域づくり支援	628	522	1.20	748	1.43
地域資源を活用した観光地魅力創造事業	290	0	皆増	290	皆増
観光地域ブランド確立支援事業	257	274	0.94	257	0.94
観光地ビジネス創出の総合支援	44	72	0.61	44	0.61
観光地域動向調査事業	38	39	0.96	38	0.96
地域観光振興緊急対策事業 (「ふるさと休日」促進等)	0	0	-	120	皆増
前年度限り	0	136	皆減	0	皆減
3. 観光産業振興	62	60	1.03	122	2.02
ユニバーサルツーリズム促進事業	35	37	0.96	35	0.96
旅館の経営改善・情報発信促進事業	27	0	皆増	27	皆増
地域観光振興緊急対策事業 (人材育成等)	0	0	-	60	皆増
前年度限り	0	24	皆減	0	皆減
4. 観光統計の整備	460	429	1.07	560	1.30
5. その他(経常事務費等)	309	302	1.02	309	1.02
合 計	9,910	9,811	1.01	14,156	1.44

復興枠

東北地域観光復興対策事業	106	175	0.61	106	0.61
福島県における観光関連復興支援事業	374	374	1.00	374	1.00
合 計	480	548	0.88	480	0.88

総 計	10,390	10,359	1.00	14,636	1.41
------------	---------------	---------------	-------------	---------------	-------------

※「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(2013年12月24日閣議決定)により、平成26年度まで観光庁で実施してきた「訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)」及び「国際会議等(MICE)の誘致・開催の促進」については、一部観光庁で引き続き実施する分を除き、JNTOを事業の実施主体とする。(P.34参照)

2. 具体的施策

(1) 訪日2000万人時代に向けたインバウンド政策の推進

○訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）【継続】

○国際会議等(MICE)の誘致・開催の促進 【継続】

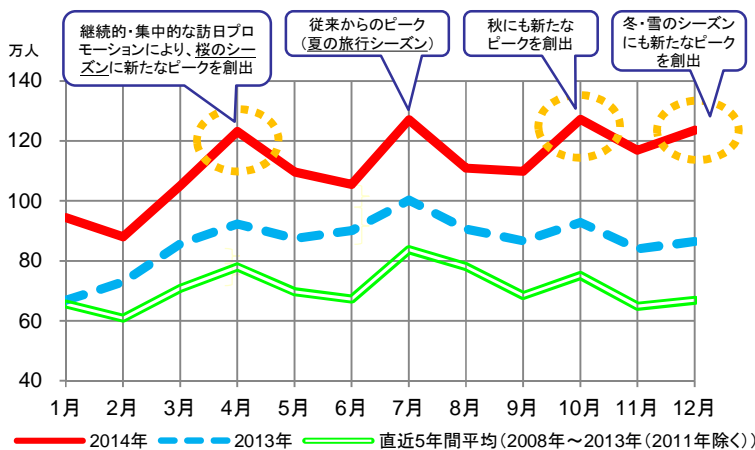
○日本政府観光局（JNTO）運営費交付金 【継続】

（国際観光課、参事官（日本ブランド発信・外客誘致担当）、参事官（国際会議等担当））

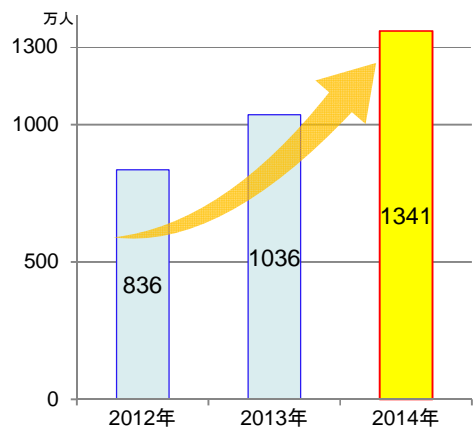
予算額 8,028百万円

訪日外国人旅行者数 2000 万人時代に向けて、訪日プロモーション体制の抜本的見直しを契機に、より戦略的にインバウンド政策を推進する。

【訪日外国人旅行者数の月別推移】



【訪日外国人旅行者数の推移】



《継続的・集中的な訪日プロモーションにより、新たな訪日シーズンを創出し、これを定着へ》

○ビザ要件の緩和、免税店拡大、航空路線の新規就航等の機会を捉えたプロモーションの実施

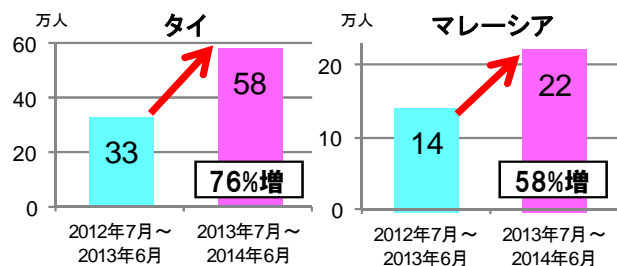
①ビザ要件の緩和を契機として集中的なプロモーションを実施

【主なビザ要件の緩和内容】

旅行者の国籍	以前の措置	2013年の緩和内容	2014年の緩和内容
中国	一次ビザ(団体観光・個人観光) 沖縄・東北三県数次ビザ(個人観光)	-	数次ビザの要件緩和 (2015年1月実施)
タイ	数次ビザ	ビザ免除	
マレーシア	数次ビザ	ビザ免除	
インドネシア	数次ビザ	数次ビザの滞在期間延長	ビザ免除 (在外公館へのIC旅券事前登録)
フィリピン	一次ビザ	数次ビザ	一次ビザの実質ビザ免除 数次ビザの大幅緩和
ベトナム	一次ビザ	数次ビザ	一次ビザの実質ビザ免除 数次ビザの大幅緩和
インド	一次ビザ	-	数次ビザの発給開始
ブラジル	一次ビザ	-	数次ビザの導入決定

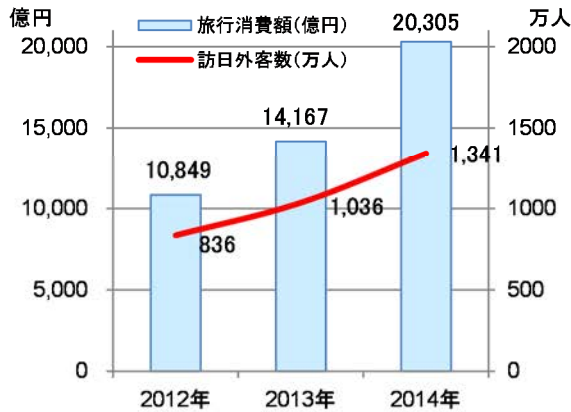
【ビザ要件緩和の効果】

2013年7月のビザ免除措置以降、タイ・マレーシアからの訪日旅行者数は急増



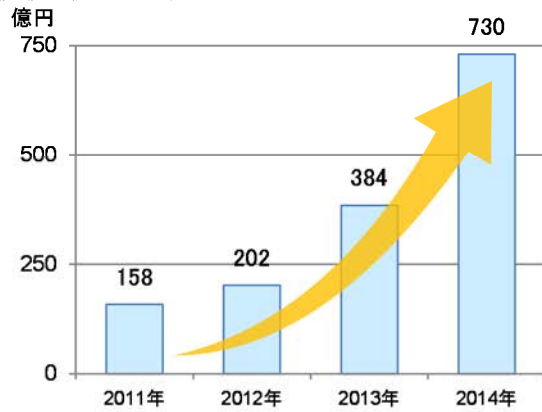
②免税店拡大と連動して日本でのショッピングの魅力を海外へ情報発信

【訪日外国人旅行消費額の推移】



【百貨店における外国人観光客による売上高の推移】

(免税手続きベース)



出典: 日本百貨店協会 作成: 観光庁

【国際旅行収支】

- 過去3兆円を超えていた赤字が、2013年は0.7兆円の赤字に改善
- 2014年4月には、約44年ぶりに単月で黒字を計上(その後、5月・7月・10月・11月と黒字を計上)

ショッピング・ツーリズムの振興へ

【外国人旅行者が日本で実施した活動】

(観光庁調査)

全体	
1位	日本食を食べること
2位	ショッピング
3位	繁華街の街歩き
4位	自然・景勝地観光
5位	旅館に宿泊

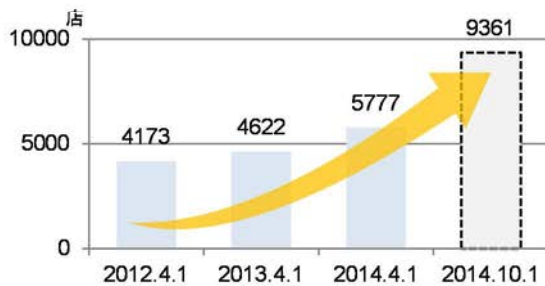


【消費税免税制度の拡充】

- 家電、バッグ、衣料品に加え、食品類、飲料類、たばこ、薬品類、化粧品類など、全ての品目を免税対象とするとともに、免税手続きを簡素化(2014年10月1日運用開始)
- 地方における免税店の更なる増加を目指し、免税手続きの第三者への委託を可能とし、商店街や物産センター等において、免税手続きの一括カウンターの設置等を実現(2015年4月1日運用開始予定)

【免税店数の推移】

外国人旅行者向け免税店の飛躍的拡大を推進



出典: 国税庁 作成: 観光庁



③航空路線の新規就航やクルーズ船の寄港拡大等と連動し、海外からのアクセス向上のメリットを最大限活用したプロモーションを実施

【航空路線の新規就航事例】

市場	路線	時期
ベトナム	ハノイ=羽田	2014.7~
カナダ	トロント=羽田	2014.7~
ロシア	ウラジオストク=成田	2014.7~
タイ	バンコク=関西	2014.9~
中国	上海=札幌	2014.10~
米国	サンフランシスコ=羽田	2014.10~
マレーシア	クアラルンプール=成田	2014.11~
フィリピン	セブ=関西	2014.12~
インドネシア	ジャカルタ=中部	2015.3~
米国	ロサンゼルス=関西	2015.3~



航空会社等と連携し、アクセス向上の機会を捉えて効果的にプロモーションを展開

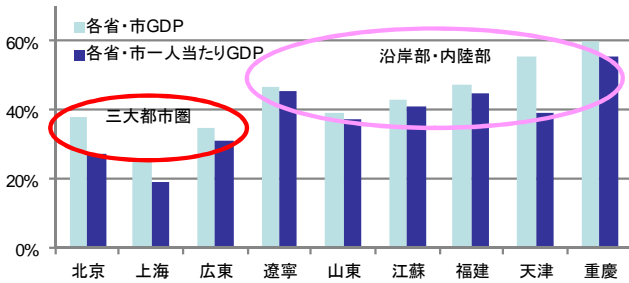


外国船社クルーズ船の日本への寄港拡大の機会を捉え、クルーズ会社等との連携も強化
(港湾局等とも連携)

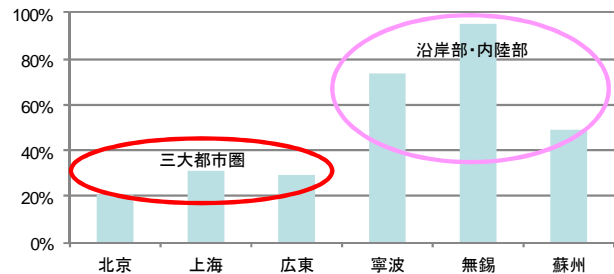
○今後大幅な成長が期待できる市場の取り込み

①中国において、三大都市圏（北京・上海・広東）に加えて、沿岸部・内陸部へのプロモーションを強化

各省・市のGDPと一人当たりGDPの伸率比較
(2013年と2010年の比較)



各市の海外旅行者数の伸率比較
(2013年と2012年の比較)



沿岸部・内陸部主要都市の方が高い伸率

②訪日プロモーション重点市場に、今後更なる成長が見込める6市場を追加

【2013年訪日数上位20市場】

順位	国・地域	訪日旅行者		人口 (千人)	順位	国・地域	訪日旅行者		人口 (千人)	順位	国・地域	訪日旅行者		人口 (千人)	
		人数	伸率				人数	伸率				人数	伸率		
1	韓国	2,456,165	20.2%	50,220	8	英国	191,798	10.2%	64,087	15	フィリピン	108,351	27.4%	97,484	
2	台湾	2,210,821	50.8%	23,374	9	シンガポール	189,280	33.1%	5,399	16	ベトナム	84,469	53.1%	89,691	
3	中国	1,314,437	-7.8%	1,360,763	10	マレーシア	176,521	35.6%	29,620	17	インド	75,095	9.0%	1,243,337	
4	米国	799,280	11.5%	316,373	11	フランス	154,892	18.8%	63,660	18	イタリア	67,228	29.8%	59,685	
5	香港	745,881	54.9%	7,244	12	カナダ	152,766	12.9%	35,105	19	ロシア	60,502	20.6%	142,929	
6	タイ	453,642	74.0%	68,229	13	インドネシア	136,797	34.8%	247,954	20	スペイン	44,461	26.3%	46,610	
7	豪州	244,569	18.5%	23,207	14	ドイツ	121,776	11.8%	80,800	追加6市場					
既存の重点14市場															

○ビザ緩和や人口規模の大きさ等から高い伸びが期待できるフィリピン、ベトナム、インド
○遠距離にありながら同条件の英国・フランス・ドイツに対して伸率が高いイタリア、ロシア、スペイン

○オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた訪日プロモーション

オリンピック・パラリンピック東京大会に向け、ロンドン五輪等の成功事例を参考に、戦略的にプロモーションを展開するため、海外メディア向け広報素材の提供準備等を進める。

大会効果を全国に波及させるための取組事例



英国全土で開催された文化プログラム



英国全土を巡る聖火リレー

大会効果を持続的なものとするためのプロモーション事例

2012年
【ロンドン五輪の取組事例】



国際的イメージ・キャンペーン「GREAT」キャンペーン



海外メディア対策（広報素材の無償提供）

○カルチュラル・オリンピアド（文化プログラム）

英国全土で、音楽・演劇・ダンス・美術・映画・ファッション等の文化イベントを実施。イベント総数約18万件、総参加者数約4300万人（うち約2580万人がロンドン以外の地域のイベントに参加）。

○さらに、在外公館や関係府省庁、地方公共団体、民間企業等との連携を推進し、オールジャパン体制により、効率的にプロモーションを実施する。また、「質の高い」日本各地の魅力の発信を強化し、地方への誘客を促進する。

○グローバルレベルのMICE都市の育成とMICE誘致のプロモーションの強化

※ 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

アジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築くため、都市のMICE誘致力を高めるとともに、プロモーションを強化する。



○広域観光周遊ルート形成促進事業 【新規】

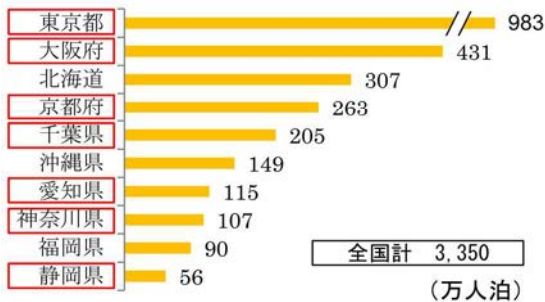
(参事官(日本ブランド発信・外客誘致担当)、
参事官(外客受入担当)、観光地域振興課、観光資源課)

予算額 304百万円

複数の都道府県を跨って、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク化して、外国人旅行者の滞在日数(平均6日~7日)に見合った、訪日を強く動機づける「広域観光周遊ルート」(骨太な「観光動線」)の形成を促進し、海外へ積極的に発信する。

ゴールデンルート

都道府県別外国人延べ宿泊者数(2013年)



定住人口減少に対する消費の効果

地域の定住人口1人分の年間消費は、

- ①外国人旅行者10人分
 - ②国内旅行者(宿泊)26人分
 - ③国内旅行者(日帰り)83人分
- の旅行消費に相当

「歴史的風致活用国際観光支援事業」
(国土交通省都市局)と連携



高山市上三之町



高山陣屋

広域観光周遊ルートのイメージ

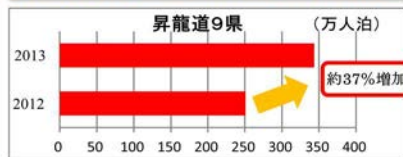
昇龍道の取組(中部・北陸・近畿)

中部北陸9県を「昇龍道」として知名度向上のための官民挙げたプロジェクトを開始

主に中華圏から中部北陸9県へのインバウンドを推進するため、「昇龍道プロジェクト推進協議会」を設立。能登半島を龍頭に見立て、中華圏に人気の龍をモチーフとして「昇龍道」と命名し、昇龍道ブランドとしてプロモートするプロジェクト。



外国人宿泊者数 全国との比較(1月~12月)



(参考: 全国平均約27%増)

(注) 1. 従業者数9人未満の宿泊施設を含む
2. 出典: 観光庁 宿泊旅行統計調査

<参考>ドイツ7街道(ドイツ)



<ドイツの街道観光>

特定のテーマに従って史跡、遺跡、風光明媚な風景などの「観光資源」を結んだルートをドイツ政府観光局や自治体等が連携して設定。

代表例: ロマンチック街道

(中世の古城や宗教建築等歴史情緒を感じる) 街道沿いに中世都市や美しい城、宗教建築、工芸品などが点在し、ワインやドナウ川のます料理など観光資源が豊富なルートであり、もともと人気の高い観光街道。
・訪問者年間2400万人
・宿泊者500万泊超
(「ロマンチック街道協会」HPより)

広域観光周遊ルート形成促進事業(広域の関係者による取り組み)

- 広域観光周遊ルート形成計画の策定
- 数値目標の設定とPDCAサイクルの整備
- 外国人受入環境の整備(免税店の整備、多言語表記、無料公衆無線LAN環境の整備、手ぶら観光の推進等)
- 広域周遊のための交通アクセスの円滑化
- 地域の観光資源を活かした滞在コンテンツの充実
- 広域の関係者の官民連携による体制づくり等

国の支援

- 計画策定に係る費用
- マーケティング費用
- 広域での外国人受入環境の整備
- 広域周遊のための交通アクセスの円滑化
- 海外への情報発信等

○ICTを活用した訪日外国人観光動態調査 【新規】

(観光地域振興課)

予算額 100百万円

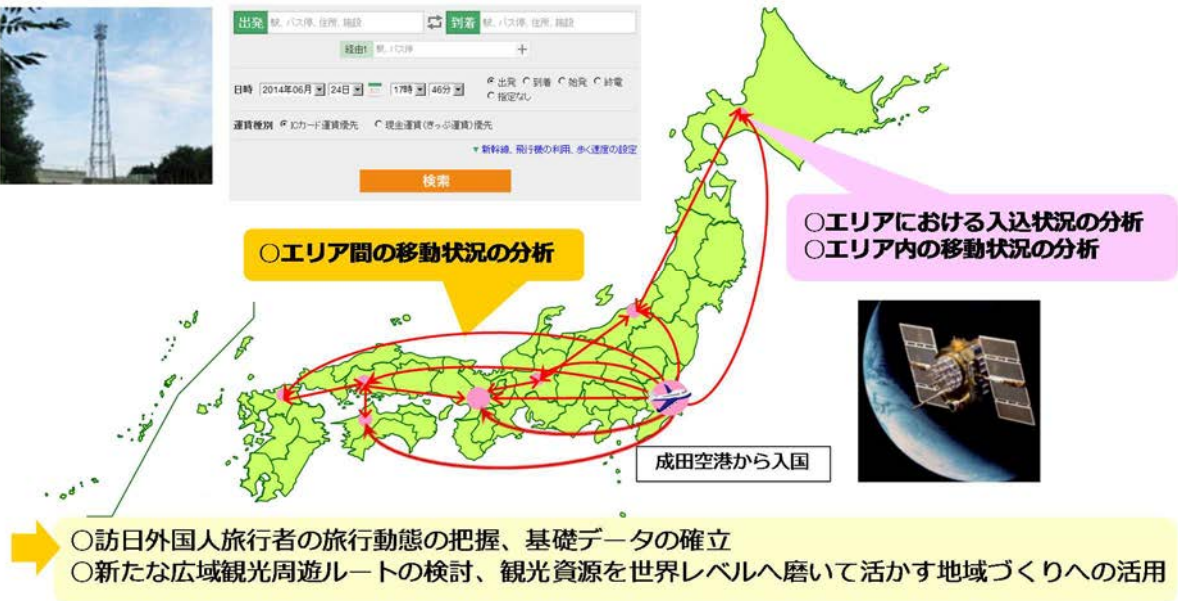
訪日外国人旅行者の旅行動態及び潜在的なニーズを把握するため、ICTを活用した動態調査を実施し、新たな広域観光周遊ルートの検討や、観光資源を世界レベルへ磨いて活かす地域づくり等への活用方法の検討を行う。

事業実施内容 ○位置情報データベース等を活用した訪日外国人旅行者の動態調査



○エリア間の移動状況の分析

○エリアにおける入込状況の分析
○エリア内の移動状況の分析



- 訪日外国人旅行者の旅行動態の把握、基礎データの確立
- 新たな広域観光周遊ルートの検討、観光資源を世界レベルへ磨いて活かす地域づくりへの活用

○通訳ガイド制度の充実・強化 【継続】

(観光資源課)

予算額 20百万円

試験を要せず、研修の修了をもって地域限定の通訳案内士の資格を取得できる特例制度が設けられて3年が経過したことを踏まえ、実態調査を行い、外国人旅行者の多様なニーズに応えるための改善策等を検討する。

①特例ガイドに関する実態調査

- 資格取得者の詳細
- 活動状況 (営業形態、活動頻度等)

②制度の検証

- 一般ガイドと特例ガイドの満足度や能力等のモニター比較
- 特例ガイドに対する顧客ニーズの分析

③通訳ガイドの改善方策の検討

- 試験、研修のあり方
- 資格取得者増加方策
- ガイド制度の普及促進策

○訪日外国人の満足度向上
→リピーターの増加

(2) 観光地域づくり支援

○地域資源を活用した観光地魅力創造事業【新規】

(参事官 (外客受入担当)
観光地域振興課、観光資源課)

予算額 290百万円

地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるため、歴史的景観、美しい自然、海洋資源、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の観光資源を活かした地域づくり施策と、体制づくり、受入環境整備、二次交通の充実等の観光振興のための施策を一体で実施する。

地域づくりの取組と連携した観光地域の例 (各省事業と連携)

豊かな農山漁村の魅力 (北海道帯広市)

《「農」の優位性を活かした
産業と観光の融合》



日本食文化の発信 (三重県鳥羽市)

《地産から地消までを観光客
とともに創りあげる地域》



文化資源・科学技術との連携 (群馬県富岡市等)

《産業遺産を核とした広域
連携での観光振興》



観光関係者による取組

協議会: 市町村、観光協会、交通事業者、関係行政機関その他
地域づくりの取組を実施する者等により構成

取組の評価を踏まえた計画の見直し

計画の策定 (数値目標、取組体制、事業内容等)

マーケティングの実施

地域の魅力を高める取組の実施

①滞在コンテンツの充実・強化

②来訪需要の喚起

③来訪者の利便性等向上

④外国人受入環境整備

等

国による支援

- 計画策定に係る費用
- マーケティング費用
- 着地型旅行商品等の滞在コンテンツの企画・作成費用
- 二次交通の整備に係る実証実験等の実施費用
- 受入環境整備、おもてなしの向上に係る費用 等

＜観光による活性化事例(埼玉県川越市)＞



[歴史的景観]

川越市外国人入込観光客数
2013年 45,000人
2007年 31,000人
(川越市HP「観光統計資料」より)
⇒ 2007年比45%増

歴史的景観を活かしつつ、
・滞在コンテンツの充実
・外国人受入環境の整備
等を総合的に実施

[多言語表記案内板]



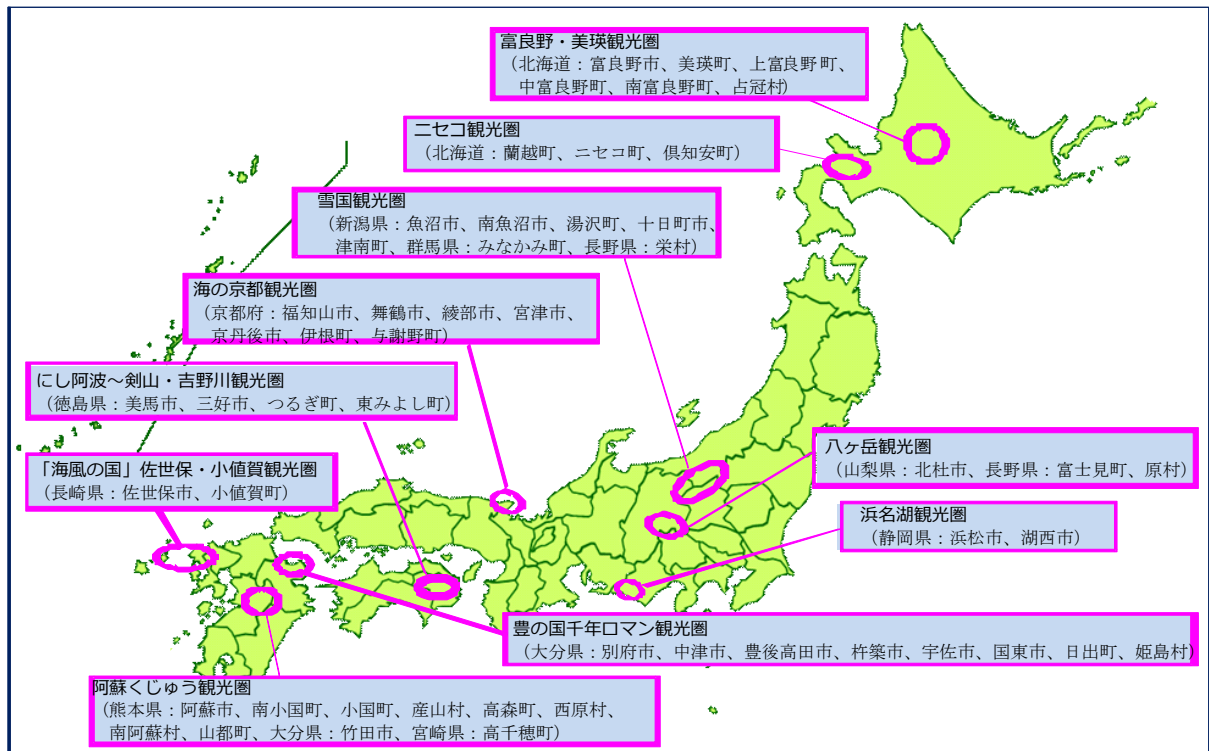
○観光地域ブランド確立支援事業【継続】

(観光地域振興課)

予算額 257百万円

地域の関係者が連携し、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、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」に基づく観光圏整備実施計画の認定を受けた地域について、地域独自の「ブランド」の確立を通じた滞在交流観光の推進に向けた取組みを支援する。

- (1) 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く、各種事業の実施

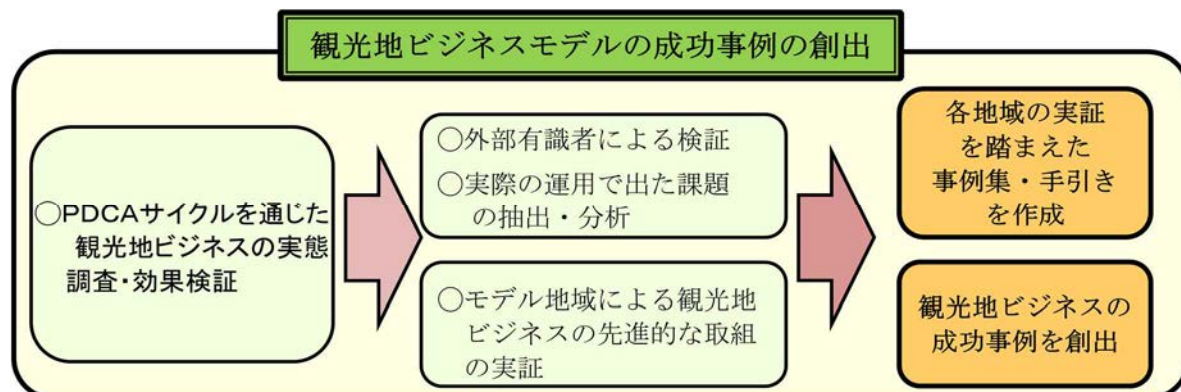


○観光地ビジネス創出の総合支援【継続】

(観光資源課)

予算額 44百万円

各地域の着地型旅行商品を活用した観光地ビジネスを自立的・継続的なものとするため、PDCA サイクルを通じた実態調査と効果検証を実施し、課題の抽出・整理を行うとともに、モデル地域での実証を通じて、観光地ビジネスの成功事例の創出を図る。



(3) 観光産業振興

○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 35百万円

誰もが旅行を楽しむことができる環境を整備するため、これまでの取組に対する効果検証を行うとともに、新たに、乳幼児を連れた旅行に関して調査・検討を行い、乳幼児連れ旅行のモデルを構築し、ユニバーサルツーリズムの更なる普及促進を図る。

【高齢者・障害者向け旅行の効果検証】

- これまでの取組の効果検証
- ・利用者・消費者評価
- ・経済効果分析 等

地域（受け手）と
旅行業界（送り手）の
自立継続的な取組の拡大

【乳幼児連れ旅行の促進】

- 乳幼児連れ旅行の実態調査
- ・消費者調査
- ・地域・観光事業者調査
- ・旅行業者調査
- ・モニター検証による課題抽出 等

調査結果を踏まえ
乳幼児連れ旅行の
モデルを構築

ユニバーサルツーリズム
の更なる促進



○旅館の経営改善・情報発信促進事業【新規】

(観光産業課)

予算額 27百万円

旅館の地域経済における重要性及び観光資源としての価値に鑑み、前近代的な経営からの改善を促すとともに、その自主的な情報発信を促すことで、旅館業の再生・強化並びにこれによる地域経済の活性化及び観光産業の振興を図る。

産学連携による教育プログラムの構築

- ・産学官WGによる「旅館経営モデルカリキュラム案」の作成
- ・産×学によるケース教材の作成・普及



「旅館」の認知度向上のための情報発信

- ・旅館が主体となって、旅館及び地域の魅力を伝える動画・画像を作成
- ・優れた作品をJNTOのウェブサイトを通じて世界に発信



(4) 観光統計の整備

○観光統計の整備【継続】

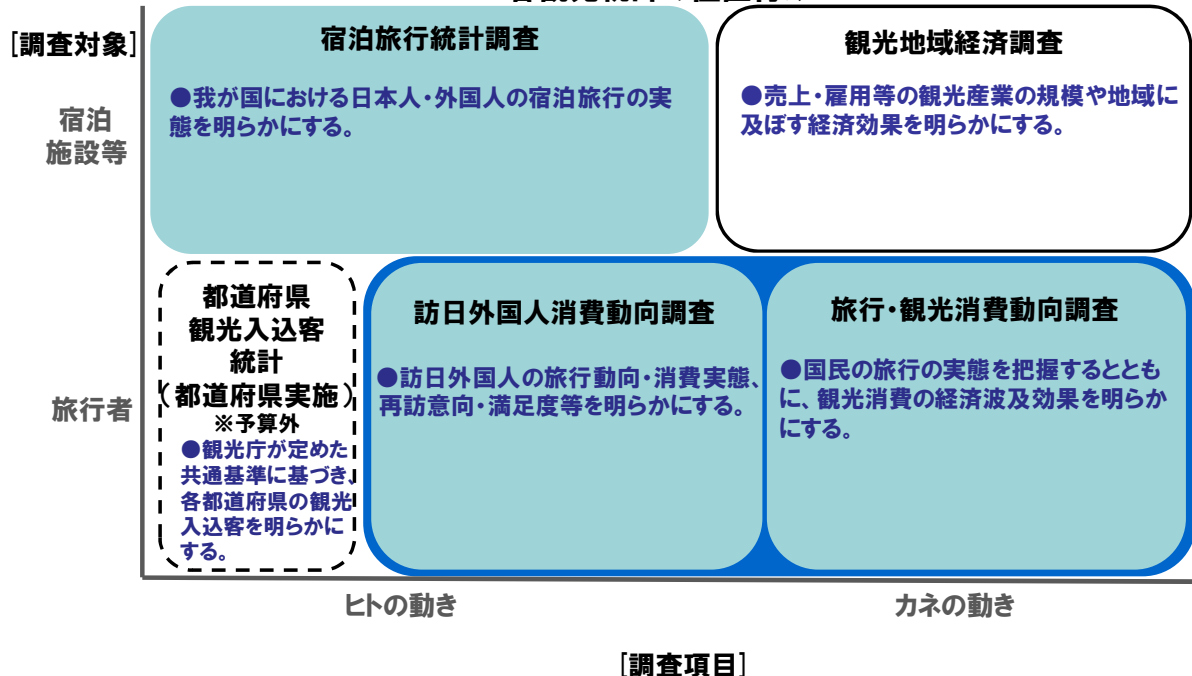
(観光戦略課)

予算額 460百万円

訪日外客誘致施策の更なる強化や、地方創生に資する観光施策の展開が求められる中、行政・民間による取組をP D C Aサイクルに基づいて早急かつ着実に実施するため、観光施策の基本インフラである観光統計の整備を着実に進める。

「宿泊旅行統計調査」は速報性を強化するため、調査期間を四半期毎から毎月に変更する。また、「訪日外国人消費動向調査」は調査内容を拡充し、地方を訪れる訪日外国人の実態をより詳細に把握する。

各観光統計の位置付け



(5) 復興枠

○東北地域観光復興対策事業【継続】

(観光地域振興課)

予算額 106百万円(復興庁計上)

太平洋沿岸エリアの各地域が、復興プロセスに応じた滞在交流促進の体制づくりや取組みを段階的に実施するための支援を行う。併せて、地域の実情に応じ、ツアーの企画・造成等への支援や観光復興に関する課題の抽出や解決策についての調査・検討を実施し、自立した地域づくりに向けた体制確立を図る。

事業概要

1. 滞在を促進する仕組みの構築

2. 風化防止の啓発活動

3. 地域の情報発信体制の確立

4. 地域体制作りの促進

5. 地域の旅行商品の造成促進

6. 復興ツアー等の推進



[ポータルサイト「東北物語」]



[震災語り部]

東北太平洋沿岸エリア13
地域で滞在交流による地域
振興を促進



地域毎の復興の進捗状況に応じた支援を実施

○福島県における観光関連復興支援事業【継続】

(観光戦略課、観光産業課、国際観光課、参事官(日本ブランド発信・外客誘致担当)、参事官(外客受入担当)、参事官(国際会議等担当)、観光地域振興課、観光資源課)

予算額 374百万円(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)

3. 参考資料

目 次

(1) 社会資本整備等と一体となった観光地域振興策の事例	14
(2) 観光立国の実現に向けた政府の取組	27
(3) 観光立国実現に向けた政府の推進体制	28
(4) 観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014	28
(5) 訪日外国人旅行者数の推移	29
(6) 訪日外国人旅行者数及び割合〔国・地域別〕(2014年)	29
(7) 訪日外国人旅行者数の前年比増減率〔国・地域別〕(2014年)	30
(8) 空路又は水路による外国旅行者受入数の国際比較(2012年)	30
(9) 外国人旅行者受入数の国際比較(2013年)	31
(10) 日本人海外旅行者数の推移	31
(11) 国内における旅行消費額(2013年)	32
(12) 国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移	32
(13) 都道府県別延べ宿泊者数(2013年)	33
(14) 独立行政法人国際観光振興機構《日本政府観光局/JNTO》の概要	33
(15) 独立行政法人改革等に関する基本的な方針	34
(16) 平成27年度 観光庁税制改正概要	34
(17) 平成26年度 第1次補正予算(観光関係)	35

社会資本整備等と一体となった
観光地域振興策の事例

社会資本整備等と一体となった観光地域振興策の事例

魅力ある観光地域づくり推進の一環として、各地で景観の改善やインフラプロジェクトと連動した観光振興に向けた取り組みが実施されている。

街なみ環境の整備

【住宅局】

街なみ環境の整備改善を必要とする区域において、地方公共団体が民間事業者や住民等と協力して、美しい景観の形成、良好な居住環境の整備等を行うことを支援する。

○長崎県雲仙市古湯地区

施設の老朽化や閉鎖が増大していた温泉地において、街並みを刷新。20～22年度において大正ロマンをコンセプトとして38棟のファサード改修を実施。デザインの基本案は公募。さらに、散策道整備、交流拠点整備、無電柱化、街灯整備を順次実施。

改修事例を候補とした観光客によるファサードコンテストの対象建築物(20～22年度改修事例)



ファサード改修事例



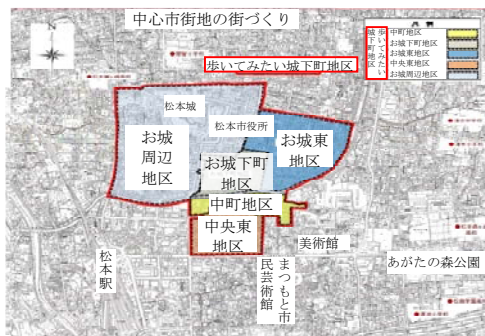
資料: 古湯商店街周辺地区まちづくり協定運営委員会

改装された店舗のGW期間売り上げ額(対前年度比)が、約120～約300%に増大。

観光客アンケートにより、「街並みがとてもきれいになった」「街並みに統一感がある」「まちづくりの意欲を感じて感心」などの声が多数。

○長野県松本市お城下町地区ほか4地区

歴史ある城下町において、城下町の「町割」や明治期の「蔵」などの豊富な歴史的資産を活用。蔵のある街なみを活かした建物の移築や修景、電線の地中化や道路の美化、蔭棚の整備、特定公共賃貸住宅の修景を実施。



ファサード改修事例



歴史的建築物の移築再生事例



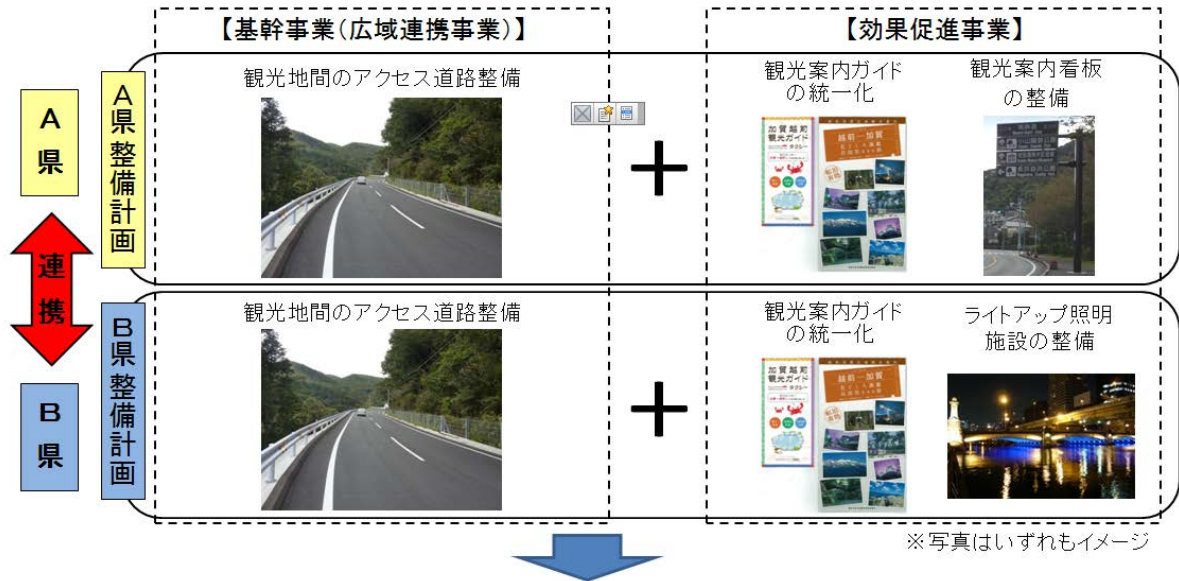
■中町にある『中町蔵の会館(愛称:中町・蔵シック館)』
中町近くの宮村町にあった造り酒屋の母屋、蔵、離れの3棟を平成8年に移築再生。

■お城下町地区の『下町会館』
老朽化した擬洋風の建物を所有者や地元建築士会の協力を得て移転復元し、耐震補強を行って集会施設等として整備した。

中町通りでは空き店舗が無く、来街者の数も増加傾向にある。

広域的な連携による観光活性化を推進し、地域社会の自律的な発展を図るため、都道府県が行う広域的な地域活性化のための基盤整備やソフト対策を支援する。

複数県が連携した広域的な地域活性化の取組【広域連携事業】を基幹事業とした整備計画のイメージ(広域的な周遊観光ルート形成による観光振興)



複数県が連携し周遊観光に係る施策を実施することにより、広域的な観光振興を推進し、地域の活性化を実現

広域連携事業の事例



【観光地間のアクセス道路整備(富山県)】



【ライトアップ照明施設整備(大阪府)】



【周遊観光(ライナーバス運行)実証実験(福井県)】



【観光案内看板整備(福井県)】

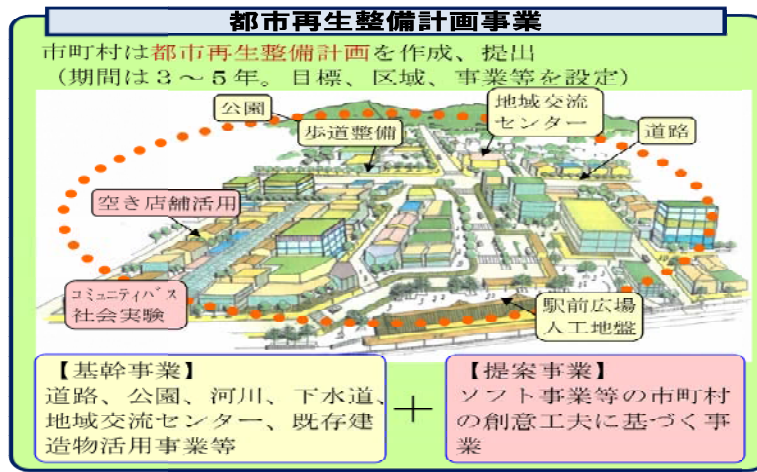


【外国人観光客用パンフレット作成(徳島県)】



【観光ポスター作成(三重県・奈良県・和歌山県連携)】

地域の創意工夫を活かしたまちづくりを推進するため、市町村が作成した都市再生整備計画に基づき実施される、観光振興や観光交流促進等のまちづくりの目標に沿ったハード事業からソフト事業まで幅広い事業を支援する。



【事業イメージ】



(古民家の再生・活用)



(温泉・特産品販売施設の整備)

【観光交流を目標に据えた都市再生整備計画（石川県白山市）】



【駅舎の改修に伴う観光拠点機能の整備（千葉県香取市）】

地域の歴史・文化・自然的資産等を活かし、観光振興の拠点となる都市公園の整備や、多様な生物の生息生育基盤や身近な自然と触れ合う場を確保し、自然と共生する魅力的な都市づくりを推進する。



菱櫓・五十間長屋・橋爪門続櫓



河北門



【金沢城跡の歴史的建造物の復原整備（石川県金沢市）】



【三内丸山遺跡の復原・活用（青森県青森市）】



【公園整備による賑わい創出（北海道岩見沢市）】

「道の駅」をクルマ観光のゲートウェイとして重点的に支援するとともに、わかりやすい道案内の充実を図る。また、観光地の魅力向上を図るため、美しい景観の一端を担う道路の無電柱化を推進するほか、道路空間の活用による観光地の賑わい創出等を図る。

○地域のゲートウェイとなる道の駅の推進

<p>着地型旅行商品の販売</p> <p>○地域の観光資源を生かした旅行商品の企画・販売を推進</p>  <p>▶森林セラピーを売りにしたツアー等を自ら企画・販売 【赤来高原】</p>	<p>各種観光情報の多言語化</p> <p>○HPやガイドマップにおける、道路情報等の多言語での提供を推進</p>  <p>▶北海道内の「道の駅」が連携し、HPや統一マップで道路情報等を多言語で提供 【北海道地区の全道の駅】</p>	<p>Wi-Fiの設置</p> <p>○無線LAN環境の整備を推進し、道路情報や観光情報等も発信</p>  <p>【伊豆のへそ】</p>	<p>観光案内人の常駐</p> <p>○観光協会等と連携し、観光案内機能を強化</p>  <p>▶摩周湖の見え方をコンシェルジュが案内 【摩周温泉】</p>
<p>地元農産品の提供</p> <p>○地域ならではの魅力を発信 ○6次産業化により、地域経済への波及</p>  <p>▶地元農産物を「道の駅」で加工し、18種類の新商品を開発、販売 【もてぎ】</p>	<p>ゲートウェイとなる『道の駅』のイメージ</p>  <p>IC (Information Center) 周遊観光を促進 コンシェルジュ機能 (宿泊施設の集積地区、送迎サービス等、宿の手配・予約) ゲートウェイ型『道の駅』 周辺の観光地等</p>		<p>大学等と連携した交流促進</p> <p>○大学の観光学部等と連携し、道の駅をインターンの場として活用 交流による新たな価値の創造を図る</p>  <p>▶地元の高校生が農産物をPR 【南相馬】</p>

【観光協会等と連携し、ゲートウェイ機能を充実するための取組を推進】

○道路の無電柱化



【街並み保存の取組とあわせて無電柱化 (埼玉県川越市)】



【裏通りへの電線配置により表通りを無電柱化 (福島県南会津郡下郷町大内宿)】

○案内標識の英語表記改善



【観光地域において案内標識の英語表記を改善 (兵庫県神戸市)】

○道路空間を活用した観光地の賑わい創出

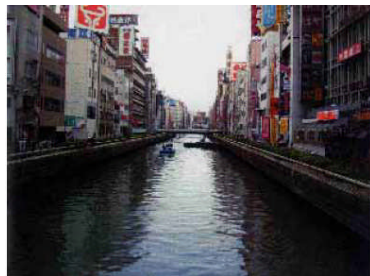


【道路空間の再編と道路占用制度などの施策をパッケージとして活用し、観光地の賑わいを創出 (長野県長野市)】

豊かな河川環境を保全・再生し、川の魅力を生かした都市・地域づくりをさらに進めるため、住民、民間企業等と連携した総合的な取組を実施。



【市街地再開発や公園等の再整備と堤防の耐震対策を合わせて実施（隅田川（東京都））】



【川沿い遊歩道の整備等による景観向上、水辺関連イベントの増加（道頓堀川（大阪府））】



【水質改善等を通じた河川空間の魅力の活用（松江堀川（島根県））】



【河川占用の規制緩和、民間事業者による水辺オープンカフェの設置（京橋川（広島県））】

民間の活動や設備投資と一体的に実施することで、観光振興等地域活性化の効果が高まる基盤整備事業について、事業化に向けた検討経費の一部を国が補助することにより、基盤整備の構想段階から事業実施段階への円滑かつ速やかな移行を支援する。

【平成25年度実施事例】クルーズ等の観光による八重山地域活性化のための基盤整備検討調査(沖縄県石垣市)

①調査の内容

- ・大型旅客船発着のための航路検討調査
- ・小型船だまり整備のための概略検討および係留需要調査

②民間との連携

- ・官民一体となった石垣市クルーズ促進連絡協議会を立ち上げ。クルーズ船誘致のPR活動を強化。大型船の誘致策を検討。
- ・地元旅行会社がオプションツアーの編成・売込み・寄港客のガイドを実施。多言語対応等の体制強化を予定。
- ・観光協会が中心となり、歓迎イベントや船内ショー・地元特産品の試食会等を実施。将来の寄港数増に合わせて再編予定。

③概要図

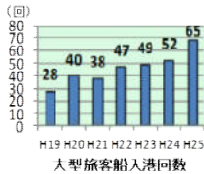


調査対象範囲(石垣港)



④期待される効果

- ・大型旅客船の寄港回数および観光客数が増加
- ・オプションツアーの企画自由度が拡大し、内容がより充実することにより1寄港当たりの観光消費が増大
- ・地域の観光関連産業の活性化



大型船用岸壁の状況
(貨物船と旅客船の岸壁競合が発生)



大型クルーズ船着岸の様子と小型船だまりのイメージ

観光交流を支える地域公共交通の確保等

観光地へのアクセスや観光地内の移動の円滑化・容易化等にも資するよう、地域公共交通の確保・維持を図るとともに、地域公共交通の改善に向けた取組みを支援する。

支援対象メニューの例



低床式路面電車により
都市内の移動を円滑化



地方バス路線への支援により
観光地へのアクセスも確保



ICカード導入により
運賃支払いをスムーズに

ユニバーサルデザインの考え方にに基づき、鉄道駅においてエレベーター等の設置による段差の解消、ホームドア等視覚障害者の転落を防止するための設備の整備、障害者対応型トイレの設置等を、国・関係地方公共団体・鉄道事業者等の関係者一体の取組みにより推進し、観光客の利便性と安全性の向上を図る。

【駅のバリアフリー化を実現した例】

J R東日本 平泉駅（エレベーター設置、跨線橋新設）

<改良前>



<改良後>



駅舎の景観



跨線橋新設



エレベーター設置



跨線橋内通路

超小型モビリティの回遊性の高さや電気自動車のゼロエミッション性などの特性を生かして観光地の魅力の向上を図るため、地方公共団体等による超小型モビリティの先行導入や自動車運送事業者等による電気自動車の導入の取組みについて支援するとともに、バス、タクシー等の快適・円滑な移動環境の実現を図る。

超小型モビリティの活用事例

横浜市の中心エリアである、みなとみらい地区の3×4kmの範囲に無人貸渡しステーションを高密度に配置し、超小型モビリティを100台によるワンウェイ型カーシェアリングを実施する。観光地における低炭素な移動手段としての有用性やビジネスモデルの検討等を行う。



導入車両：日産「ニューモビリティコンセプト」

超小型モビリティを導入するエリアの概要



電気自動車の活用事例

福岡県北九州市において、太陽光発電と電気バスを組み合わせ、ゼロエミッション交通システム(全くCO2を排出しない交通システム)を構築し、地域の環境対策を推進するとともに、当該事業を通じて関連企業の誘致による地域振興及び環境未来都市をテーマとした観光振興を図るもの。

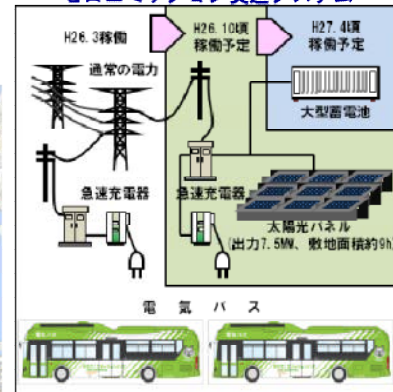


- JR戸畑線～エコタウンセンター1日2便(往復約9km、所要時間往復約41分)
- 電気バスの所有は、ゼロエミッション交通システム開発企業の出資法人が行い、当該車両を運行する北九州市交通局に無償貸与。

電気バス運行予定路線の概要



ゼロエミッション交通システム



外航クルーズ客に多様なサービスを提供する場として「みなとオアシス」の活用を図るなどクルーズ客の円滑な周遊を可能とするための環境整備を図るとともに、既存施設を有効に活用しつつ、クルーズ船の寄港増や大型化への対応、多言語表記・無料公衆無線LAN環境の整備などの旅客船ターミナルの強化を図る。

【輪島港】

みなとオアシス「輪島マリンタウン」

クルーズ船歓迎セレモニーとして、輪島キリコ太鼓演奏、地元物産販売等を行うとともに、案内ブース設置、観光ガイドブック配布により観光情報を提供。



「輪島マリンタウン」(H22年5月認定)



輪島港大型客船バース (H22年5月供用)



輪島キリコ太鼓演奏



地元物産販売

【那覇港】

旅客船ターミナルの整備とイベント等

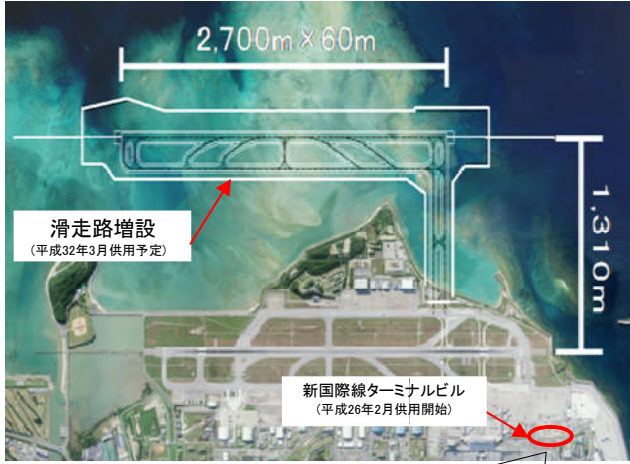
オーバーステイするクルーズ船の乗船客に対し、クルーズターミナルバース内での市内ナイトイベントと連携したJAZZ演奏、琉球舞踊の披露などとともに、案内ブースを設け、観光情報を提供。



(イメージ)

地方を直接訪問する外国人旅行者数の拡大に向けて、滑走路増設やエプロン整備等の空港施設の機能強化や関係省庁と連携した地方空港におけるC I Q体制の充実を推進。

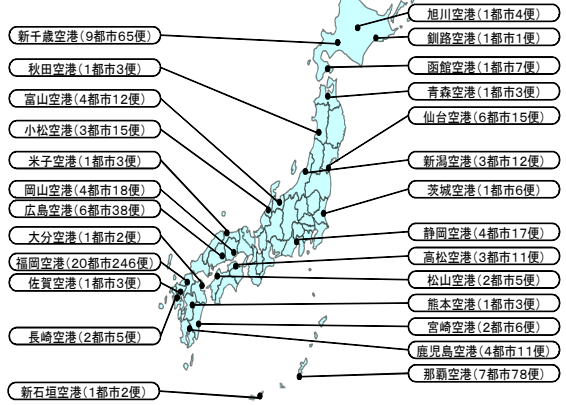
那覇空港の機能強化



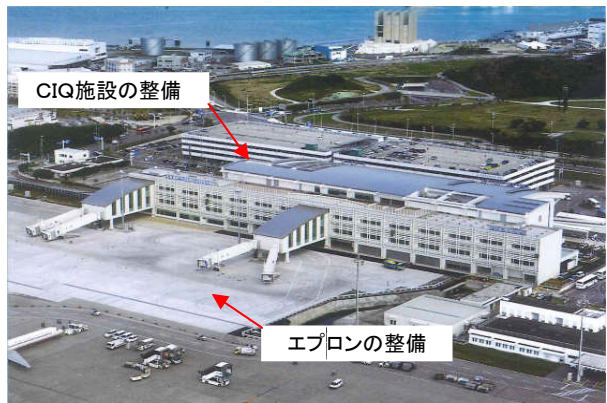
地方空港の国際ネットワーク

2014年夏期当初計画の定期旅客便数。
便数は週当たりの往復便数。経由便の場合、
経由地も1便としてカウント。
就航都市数には経由地も含む。

地方空港26空港において
週591便の定期国際旅客便が就航
就航都市数:24都市



増大する国際線旅客の利便性向上のため、ターミナルビル会社の国際線旅客ターミナルビル移転・拡張と合わせ、関連するC I Q施設及びエプロン等を整備。



参考：政府全体の平成26年度観光関連予算

《観光庁の事業以外の主要施策》

国際観光の振興

計：444.2億円

- テレビ国際放送の実施【総務省】
- 観光立国実現のための出入国審査の充実【法務省】
- 観光誘致関連広報【外務省】
- 学生の双方向交流【文部科学省】
- 東アジア共生会議の開催【文化庁】
- 芸術家・文化人等による文化発信推進事業【文化庁】
- 日本食・食文化魅力発信プロジェクト【農林水産省】

等

国際競争力の高い魅力ある観光地の形成等

計：2,383.3億円

- 成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進【文部科学省】
- かけがえのない文化財の保存・活用及び継承等【文化庁】
- 世界遺産普及活用・推進のための事業推進【文化庁】
- 国民文化祭【文化庁】
- 文化芸術の海外発信拠点形成事業【文化庁】
- 文化遺産を活かした地域活性化事業【文化庁】
- 良好な水辺空間の形成等【国土交通省】
- 街なみ環境整備事業【国土交通省】
- 広域的な連携による観光活性化の推進【国土交通省】
- 官民連携による地域活性化のための基盤整備推進支援事業【国土交通省】
- 地域資源を活かしたまちづくりの推進【国土交通省】
- 都市の緑地保全と観光への活用等【国土交通省】
- 旅客船ターミナル等の整備【国土交通省】
- 国際競争力の強化に繋がる空港の整備と有効活用【国土交通省】
- 整備新幹線整備事業【国土交通省】
- コミュニティ・レール化等の推進【国土交通省】
- 良好な道路空間の形成、アクセスの改善等【国土交通省】
- 都市鉄道の利便増進【国土交通省】
- 地下高速鉄道の整備【国土交通省】

等

観光旅行のための環境の整備

計：128.0億円

- 文化遺産オンライン構想の推進【文化庁】
- 過重労働の解消及び仕事と生活の調和の実現に向けた働き方・休み方の見直し【厚生労働省】
- 農産漁村活性化プロジェクト支援交付金【農林水産省】
- 6次産業化支援対策【農林水産省】
- 都市農村共生・対流総合対策交付金【農林水産省】
- 美しい農村再生支援事業【農林水産省】
- 地域公共交通確保維持改善事業【国土交通省】
- 国立公園等民間活用特定自然環境保全活動(グリーンワーカー)事業費【環境省】
- 自然公園等事業費【環境省】
- エコツーリズム総合推進事業【環境省】

等

観光関連予算概算決定額の合計 2,956億円

※観光関連部分を特定できない額の場合は総額には含めていない。

※額には観光庁の事業も含まれる。

補足

記載した事例は、社会資本整備総合交付金を活用するなどした観光振興に資する事例である。
なお、社会資本整備総合計画のうち、「観光」を名称の一部に用いた計画へ配分された国費の合計額は335億円となっている。

(平成26年度当初配付分8,982億円の4%。同交付金の平成26年度予算額は9,124億円)

観光立国の実現に向けた政府の取組

2003年	1月	小泉総理が「観光立国懇談会」を主宰
	4月	ビジット・ジャパン事業開始
2006年	12月	観光立国推進基本法が成立
2007年	6月	観光立国推進基本計画を閣議決定
2008年	10月	観光庁設置
2012年	3月	観光立国推進基本計画を閣議決定
2013年	3月	第1回観光立国推進閣僚会議を開催
	6月	第2回観光立国推進閣僚会議を開催 (「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」 をとりまとめ) 「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」を閣議決定
	7月	タイ及びマレーシア向けのビザ免除 ベトナム及びフィリピン向けの数次ビザの導入並びに インドネシア向け数次ビザの滞在期間の延長
	11月	カンボジア及びラオス向けの数次ビザの導入
	12月	訪日外国人旅行者数1000万人達成
2014年	1月	ミャンマー向けの数次ビザの導入 第3回観光立国推進閣僚会議を開催
	6月	第4回観光立国推進閣僚会議を開催 (2020年に向けて、2000万人の高みを目指すべく、 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」 を決定) 「日本再興戦略改定2014-未来への挑戦-」を閣議決定
	7月	インド向けの数次ビザの導入
	9月	インドネシア、フィリピン、ベトナム向け数次ビザの大幅緩和
	10月	改正「外国人旅行者向け消費税免税制度」運用開始(免税対象を全 品目に拡大・免税手続を簡素化)
	11月	インドネシア、フィリピン、ベトナム向け一次ビザの申請手続き 簡素化
	12月	インドネシア向けIC旅券事前登録制によるビザ免除
2015年	1月	中国向け数次ビザ発給要件緩和及び新たな数次ビザ導入

観光立国実現に向けた政府の推進体制

- 2013年3月に観光立国推進閣僚会議が設置され、政府一丸となって観光立国を進める体制が整った。
- 2013年6月11日、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を決定し、政府一丸となって取組を強化した結果、2013年は史上初の訪日外国人旅行者数1,000万人を達成した。
- 2014年1月17日、総理よりアクション・プログラムの改定について指示を受け、2020年に向けて、2,000万人の高みを目指すべく、6月17日に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を決定した。

観光立国推進閣僚会議

- 観光立国を実現するための施策について、関係行政機関の緊密な連携を確保し、その効果的な推進を図るため、観光立国推進閣僚会議を開催。

【構成員】全閣僚(主宰:内閣総理大臣)

<開催実績>

- 第1回 2013年3月26日
- 第2回 2013年6月11日
- 第3回 2014年1月17日
(アクション・プログラム改定指示)
- 第4回 2014年6月17日
(アクション・プログラム2014 決定)



内閣広報室提供

観光立国推進ワーキングチーム

- 観光立国の実現に向け、関係府省庁横断的に推進する必要がある施策について検討を行うため、観光立国推進ワーキングチームを開催。

【座長】国土交通副大臣 【座長代理】国土交通大臣政務官

【構成員】関係副大臣等

<開催実績>

- | | |
|----------------|----------------|
| 第1回 2013年4月10日 | 第5回 2013年9月20日 |
| 第2回 2013年4月17日 | 第6回 2014年1月23日 |
| 第3回 2013年5月20日 | 第7回 2014年4月16日 |
| 第4回 2013年6月7日 | 第8回 2014年5月29日 |

《安倍内閣総理大臣発言》(2014年6月17日第4回観光立国推進閣僚会議)

- 昨年、訪日外国人旅行者数1000万人を史上初めて達成したが、観光立国に向け、この数字に甘んじるわけにはいかない。
- 「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催を追い風として、「2020年・2000万人の高み」を目指すべく、本日、アクション・プログラム2014を決定した。
- 今後、このアクション・プログラムについて、しっかり進捗管理し、毎年見直しを行いながら、全力で取り組んで行くため、各閣僚のご協力をお願いする。

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014(主な項目(例))

1. 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興

- 「オリパラ」開催国としての国際的注目度を活かした訪日プロモーション
- 文化プログラムを活用した日本文化の発信
- 「東京オリパラ」開催効果の全国への波及
- 道の駅・郵便局・コンビニの活用を含めた、外国人旅行者への観光情報提供拠点の充実

2. インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組

- 様々な業種の参画による新たな取組の創出(エンタメ、ファッション、食、流通、IT等様々な業種を担い手に)
- 訪日プロモーションの戦略的拡大(中国沿岸部・内陸部、東南アジア、インド・ロシア等への展開)
- JNTOを実施主体とした訪日プロモーションの実施体制の整備

3. ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化

- 戦略的なビザ要件の緩和(インドネシア向けビザ免除、フィリピン・ベトナム向け実質ビザ免除等)
- CIQに係る体制整備(地方空港における緊急的な体制整備等)

4. 世界に通用する魅力ある観光地域づくり

- 多様な広域ルートの開発・提供と発信
- 地域内の周遊観光をしやすいするための仕組みづくり
- 和食文化の発信、農山漁村での滞在促進
- 観光振興による被災地の復興支援

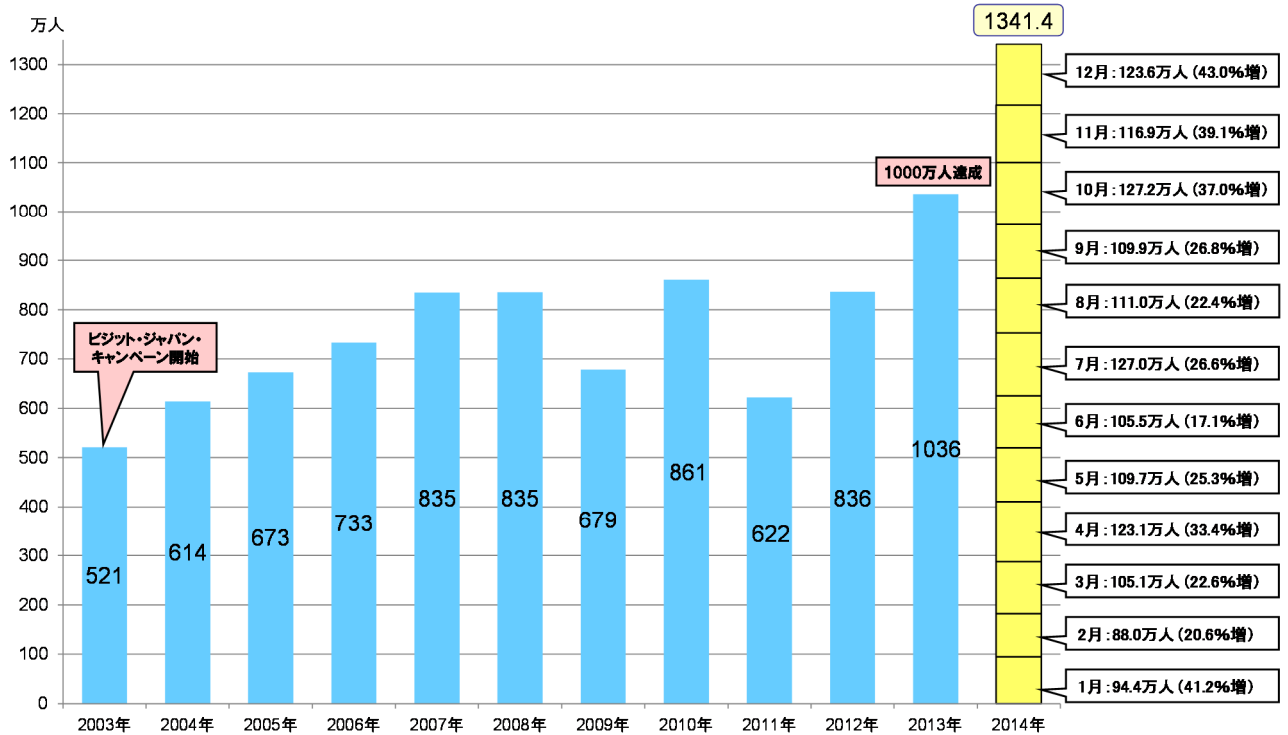
5. 外国人旅行者の受入環境整備

- 免税制度の拡充を契機とした免税店の拡大(全品目に対象拡大、全国で10000店規模へ倍増)
- 無料Wi-Fiの整備促進、多言語対応の強化
- ムスリム旅行者への適切な情報提供
- 安全・安心の確保(災害や病気・怪我への対応)

6. MICEの誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み

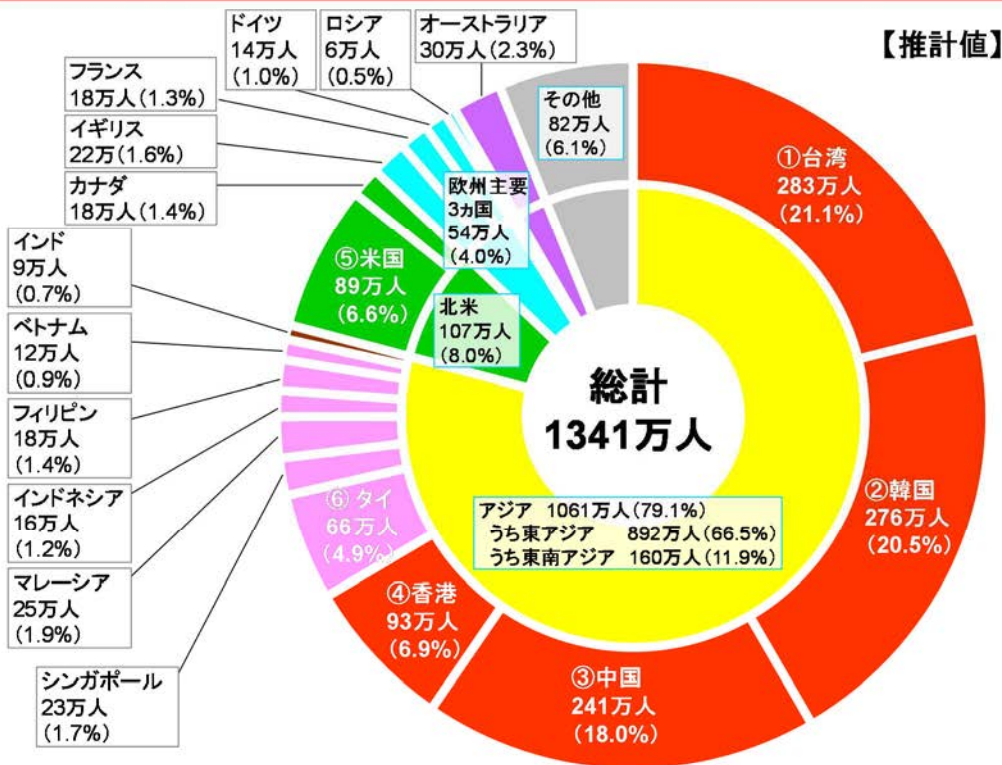
- MICEに関する取組の抜本的強化
- ファーストレーンの設置、「信頼できる渡航者」の自動化ゲート対象化
- IRについての検討

訪日外国人旅行者数の推移



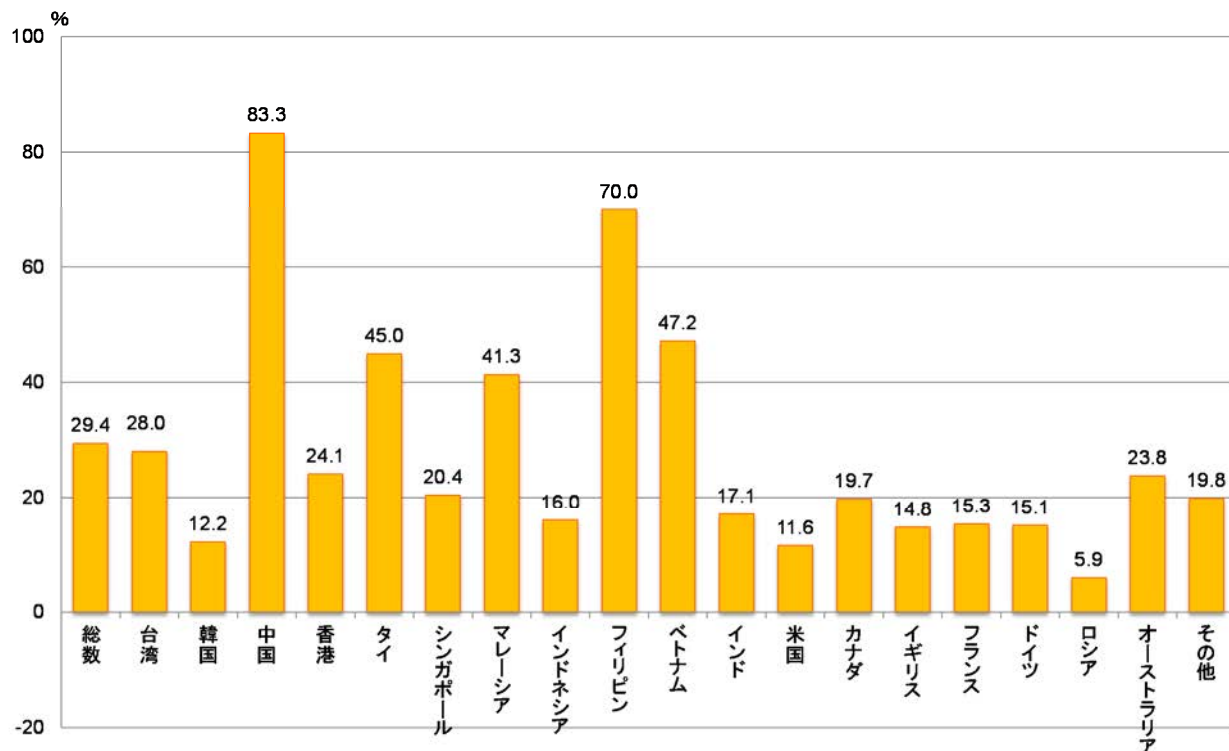
注) 2013年以前の値は確定値、2014年1～10月の値は暫定値、2014年11～12月の値は推計値、%は対前年(2013年)同月比
 出典：日本政府観光局(JNTO)

訪日外国人旅行者数及び割合 [国・地域別] (2014年)



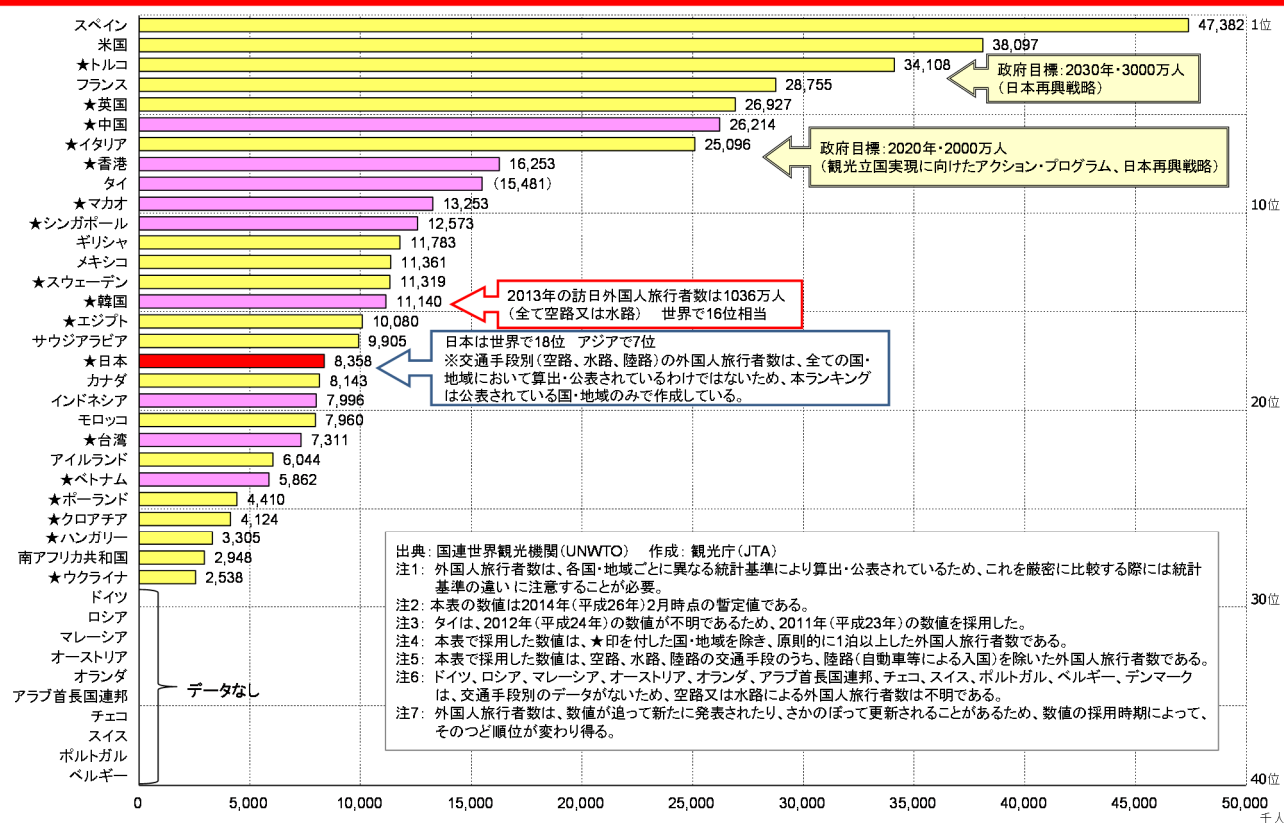
※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によるため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

訪日外国人旅行者数の前年比増減率 [国・地域別] (2014年)

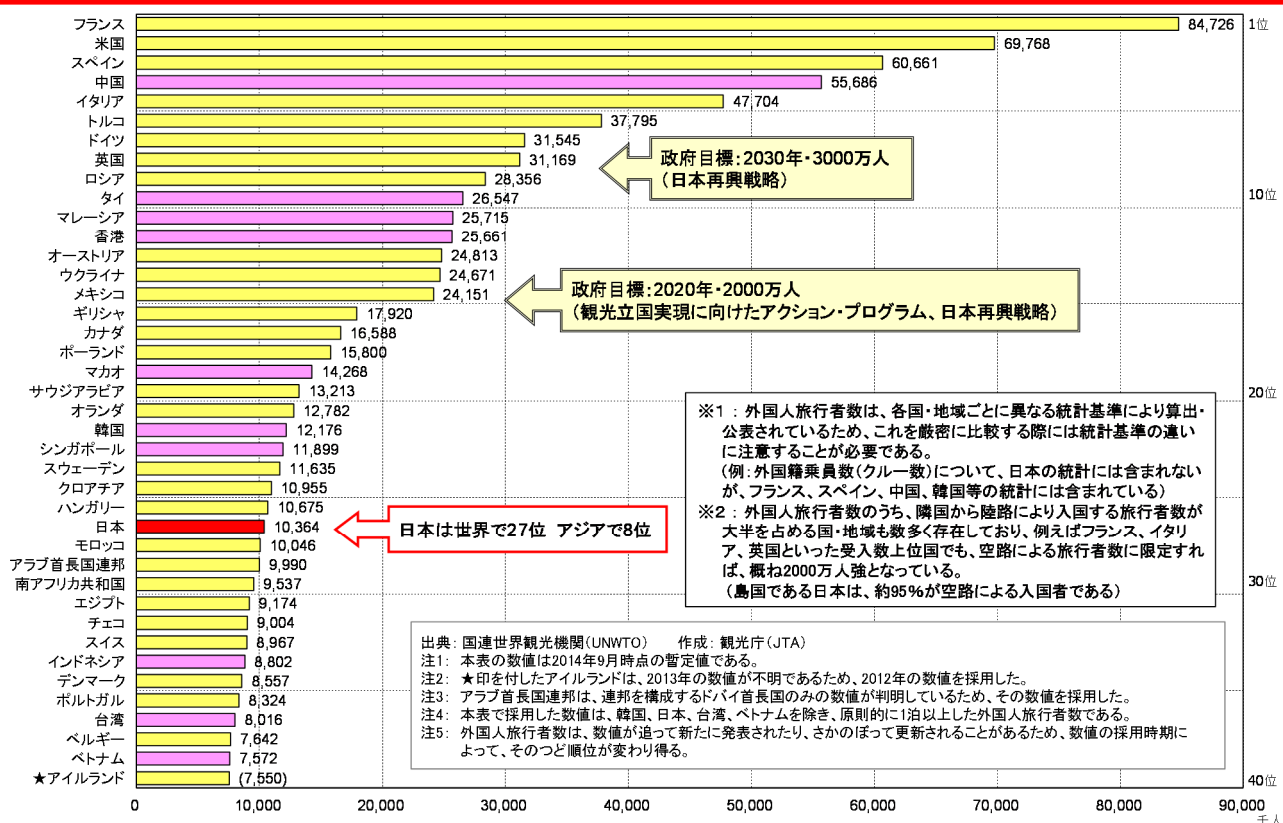


(出典)日本政府観光局(JNTO)

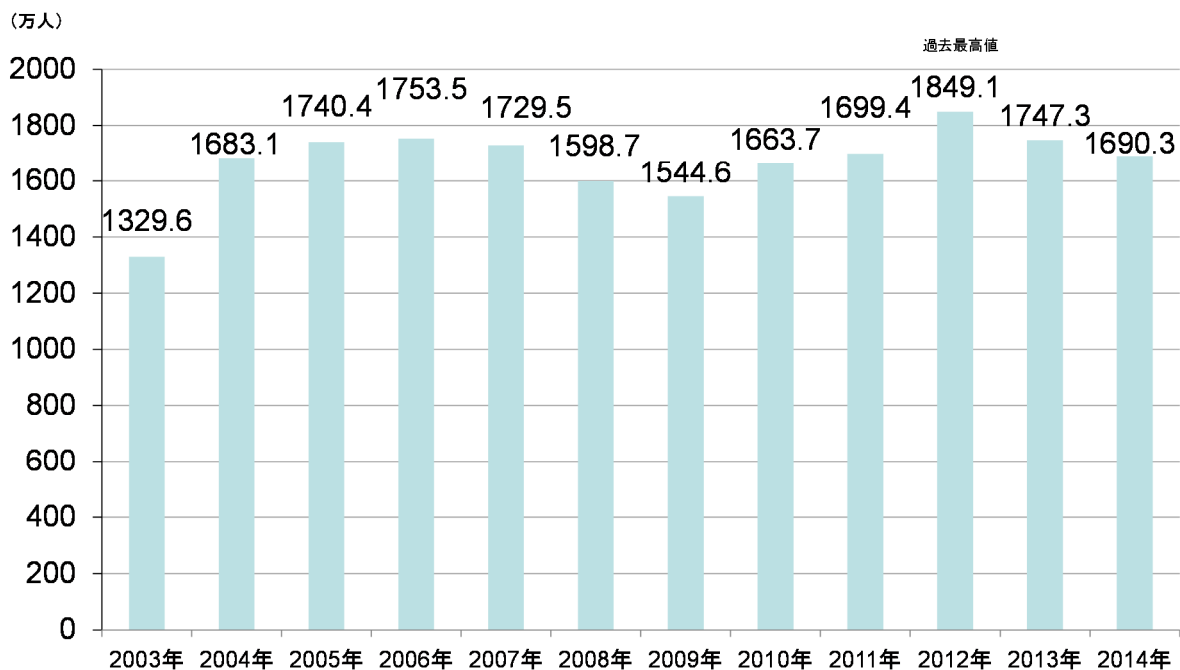
空路又は水路による外国人旅行者受入数の国際比較(2012年)



外国人旅行者受入数の国際比較(2013年)

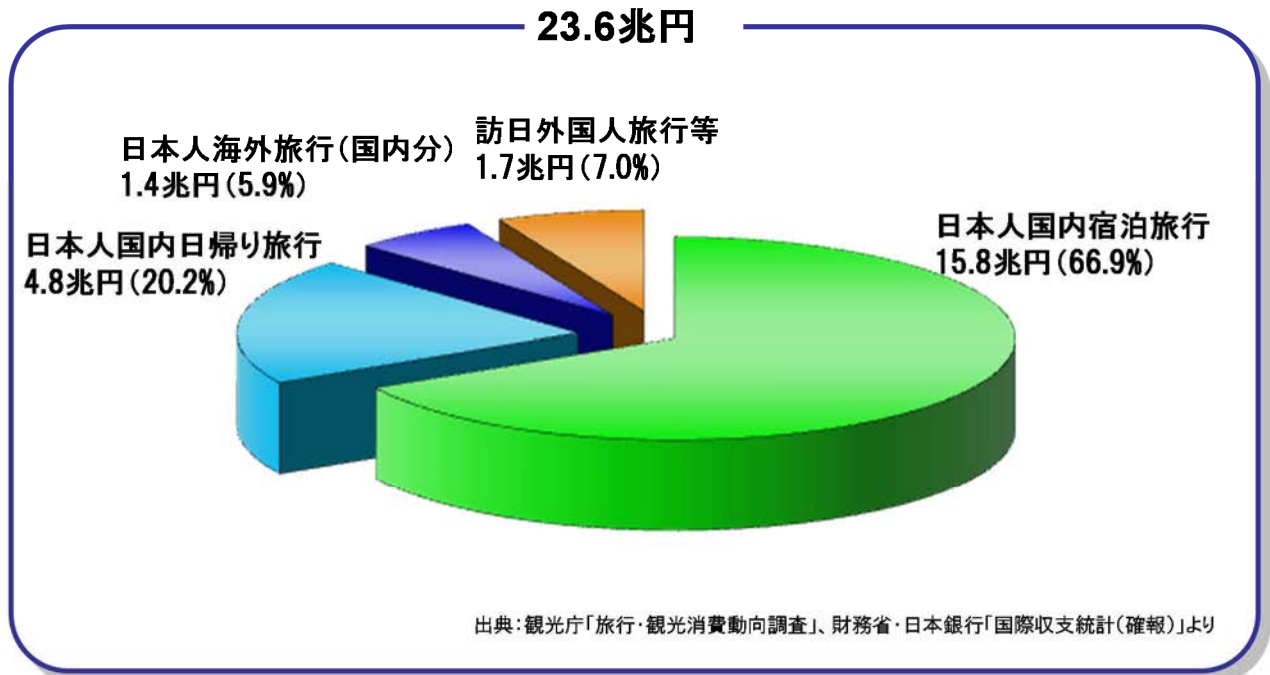


日本人海外旅行者数の推移



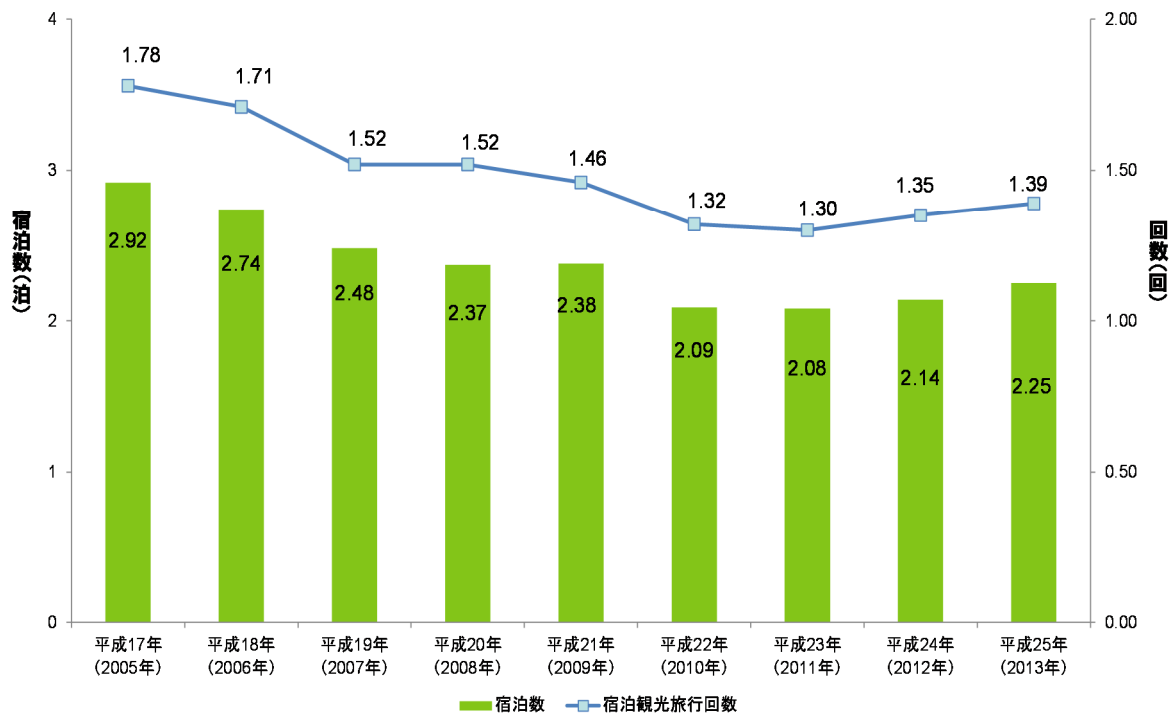
出典: 法務省資料 作成: 国土交通省観光庁
※2014年は暫定値

国内における旅行消費額(2013年)



※上記の数値は、内閣府「国民経済計算」データによる補正前の数値であり、今後、訂正があり得る。

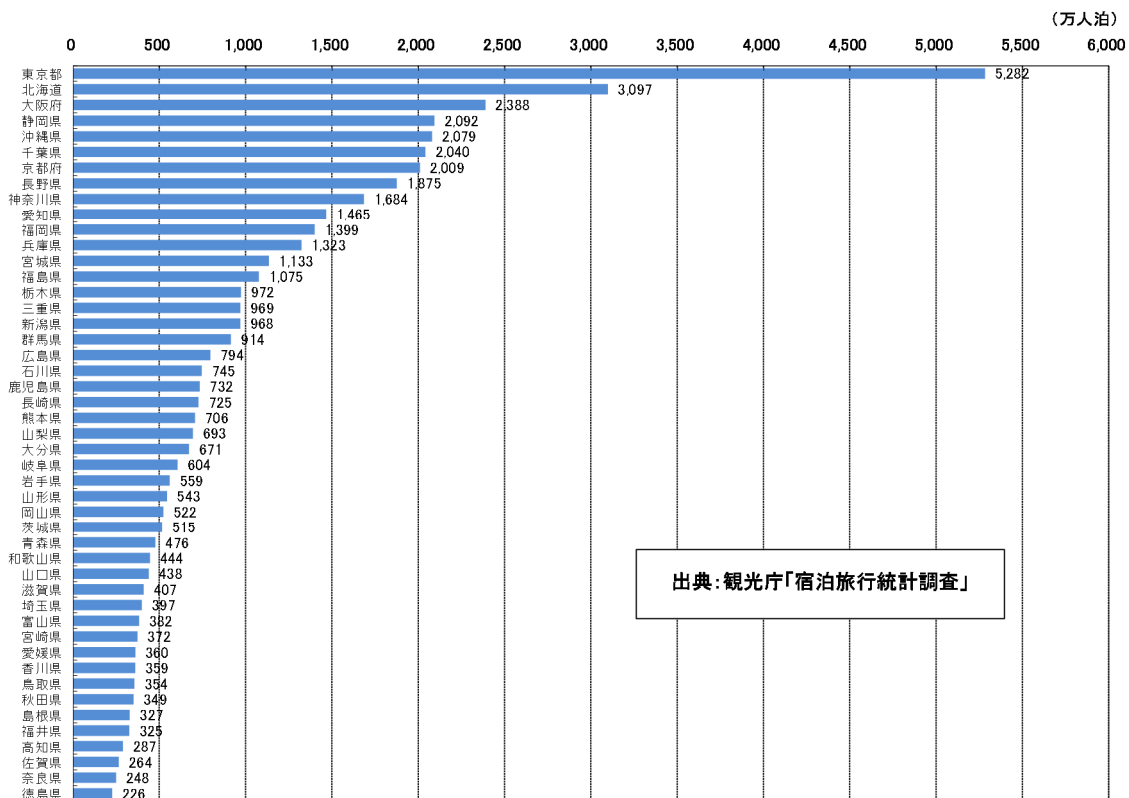
国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



(注)2008年までは、20歳から79歳までが調査対象。
2009年以降は、全年齢が調査対象

出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

都道府県別延べ宿泊者数(2013年)



出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」

独立行政法人国際観光振興機構《日本政府観光局/JNTO》の概要

目的

海外における観光宣伝、外国人観光旅客に対する観光案内、その他外国人観光旅客の来訪の促進に必要な業務を効率的に行うことにより、国際観光の振興を図ることを目的とする。

沿革

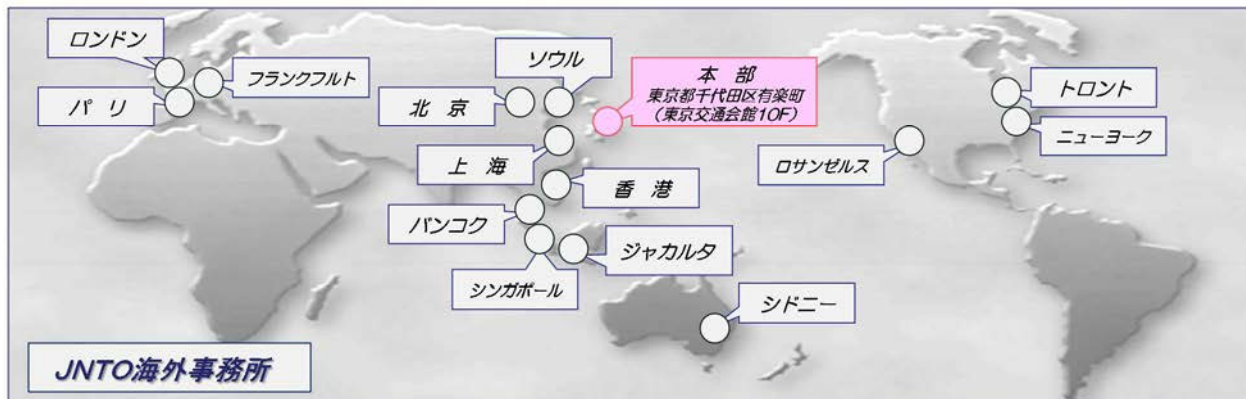
- 1964年 4月 特殊法人国際観光振興会設立
- 2003年10月 独立行政法人国際観光振興機構設立
※(独)国際観光振興機構法(平成14年法律第181号)施行
- 2009年 1月 通称名を従前の「JNTO」から「日本政府観光局」又は「JNTO」に改称
※(独)国際観光振興機構組織規程改正施行

組織・予算

- 役員 : 5人(理事長1、理事2、監事2)
- 職員 : 93人(国内57人、海外36人)
その他海外現地職員36人 ※2014年4月1日現在
- 国内 : 4部制
(経営戦略部、海外マーケティング部、事業連携推進部、コンベンション誘致部)
- 海外 : 14事務所
- 運営費交付金 : 19.1億円(2014年度)

業務

- 外国人観光旅客の来訪促進のための宣伝
- 外国人観光旅客に対する観光案内所の運営 ● 通訳案内士試験事務の代行
- 国際観光に関する調査研究・出版物の刊行 ● 国際会議等の誘致促進、開催の円滑化等
- その他附帯業務



【国際観光振興機構】

- 中期目標管理型の法人とする。
- 本法人と国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所は、事業の連携強化等を図るため、現地における事務所及び所員の法的地位等を保持することに留意し、共用化又は近接化を進める。
- 本法人と国際交流基金は、日本ブランドの確立及び訪日外国人旅行者数の一層の拡大のため事業の連携強化等を図る必要があり、両法人の本部事務所を平成28年度末を目途に、国際交流基金における受入体制が整い次第共用化することを目標とし、平成26年夏までにその具体的な工程表を策定する。
- 観光庁が実施する訪日プロモーション事業については、事業効果を最大化し訪日外国人旅行者数の一層の拡大を図るため、海外の民間事業者のニーズに即応できる体制の整備を行うことが必要であり、原則として本法人が発注主体となって実施する。
 本法人を発注主体とするに当たっては、観光庁及び本法人の総職員数の厳格な管理、予算の適切な執行、契約に係る適正性の確保及び情報の公開、中期目標期間終了時の国庫納付等の措置を講ずる。

平成27年度 観光庁税制改正概要

免税手続の第三者への委託を可能とし、商店街・物産センター等において、免税手続の一括カウンターを設置を実現(平成27年4月1日より制度開始)。
 併せて、一括カウンターでは、店舗を超えて購入金額の合算を認める(ただし、一般物品と消耗品は区別)。

施策の背景

2014年10月1日より全品目が消費税免税の対象となり、地方の名産品にも対象が拡大。外国人旅行者がより一層買い物を楽しむことができるよう、地方の商店街等における免税店の拡大と外国人旅行者の利便性向上が必要。

要望結果の概要

商店街における一括カウンターの設置イメージ

【現状】

免税店が一部の店舗のみに留まっており、商店街全体に広がっていない。



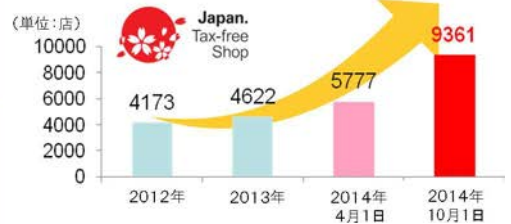
【新制度】

- ①一括カウンターの設置が可能となり、より多くの店舗が免税店許可を取得し、商店街が一体となって外国人旅行者を誘致。
- ②外国人旅行者は、一括カウンターにおいて購入金額を合算できるため免税で買い物がしやすくなり、免税手続もまとめて一度にできる。

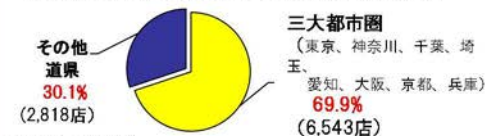


・外国人旅行者が免税店でお得に便利に買物を楽しむことで、消費額の増加が期待される。

【免税店数の増加】



《三大都市圏とその他道県における免税店数の割合》



【地域の商店街】



札幌狸小路商店街 (北海道札幌市)



川越一番街商店街 (埼玉県川越市)

平成26年度 第1次補正予算(観光関係)

①訪日2000万人に向けた新規インバウンド需要創出事業

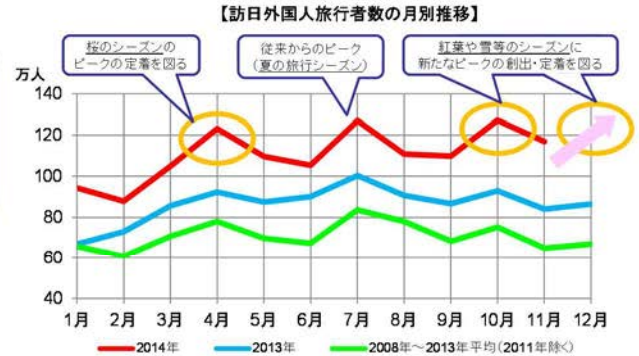
○訪日外国人旅行者数2000万人時代に向けて、4月を中心とした春の桜シーズンなどの新たな訪日シーズンを創出・定着させるとともに、中国沿岸部・内陸部等の新たな市場開拓等を推進するため、集中的なプロモーションを切れ目なく実施。

桜のシーズンなどに向けた集中プロモーション

「桜」をテーマとした継続的な訪日プロモーションに加え、2014年は集中的な取組みを実施したことにより、桜のシーズンに新たなピークを創出することに成功。

今後は、春の訪日旅行シーズンの更なる定着を目指すとともに、紅葉や雪などをテーマに新たなピークを創出し、旅行シーズンの分散化や、訪日リピーターの地方への誘客を促進。

【桜をテーマとしたプロモーションの例】



切れ目のない集中的なプロモーションを実施

ビザ緩和と連動したプロモーション

【ビザ緩和対象国の例】

市場	緩和内容	時期
インドネシア	ビザ免除 (IC旅券事前登録)	2014.12～
フィリピン	実質ビザ免除 数次ビザ大幅緩和	2014.11～ 2014.9～
ベトナム	実質ビザ免除 数次ビザ大幅緩和	2014.11～ 2014.9～

航空路線の新規就航等と連動したプロモーション

【新規就航の例】

市場	路線	時期
カナダ	トロント＝羽田	2014.7～
ロシア	ウラジオストク＝成田	2014.7～
香港	香港＝中部	2014.6～

中国沿岸部・内陸部等の強化

- 中国において三大都市圏(北京、上海、広東)に加えて、沿岸部・内陸部へのプロモーションを強化
- 更なる成長が見込める6市場(フィリピン、ベトナム、インド、イタリア、ロシア、スペイン)へのプロモーションを強化

日韓観光交流強化に向けた集中プロモーション

- 日韓観光交流イベントの開催等を通じて、両国間の交流を一層促進

※上記の他、地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業を実施(総務省、経済産業省、外務省と連携)。

②地域観光振興緊急対策事業

【地域の観光振興における課題】

- 東京周辺やゴールデンルートに訪日外国人が集中しており、来訪者が不便を感じずに地方を周遊・滞在できる広域観光周遊ルートの形成などの環境づくりと国内外への発信力の強化が必要。
- データに基づく観光分野における地域経済の「見える化」を図り、地域ごとの特性と地域課題の抽出が必要。
- 地域を支える観光産業における付加価値向上・人材の育成、新規需要の創出が必要。

地域の観光振興を図るため、以下の取組を早急を実施する必要

①広域観光周遊ルートの形成に向けた取組体制の早期構築

- ニーズ調査、地域の課題把握等の基礎調査
- 協議会設立、計画策定、受入環境整備・滞在コンテンツの充実、情報発信等を前倒し実施
- 観光地域づくり体制(DMO)の形成促進に関する調査

等

②観光分野における地域経済の「見える化」の推進

- 行政機関による公的統計個票データ、大学・地域金融機関等による民間独自データの集計・分析を実施する連携モデルプロジェクトの支援
- 先進事例の調査・分析手法の普及

等

③休暇取得の促進、地域活性化に向けた「ふるさと休日」の設定等に対する取組支援

- 地域独自の休日の設定及び有給休暇取得促進を図るため、地域における協議会等の運営や普及啓発のための宣伝・PR等の取組を支援

等

④観光産業における人材の育成等

- 観光産業従事者を対象とする経営に関する知識・ノウハウ習得、意識啓発のための教材の作成
- 地域におけるバリアフリーツアーセンターの多言語化対応

等

※地域住民生活等緊急対策支援のための交付金等による他の観光関連事業とも連携

