

平成27年版
観光白書

お問い合わせ先

内容等についてお気づきの点がございましたら、下記までご連絡ください。

〒100-8918

東京都千代田区霞が関2丁目1番地3号

観光庁観光戦略課調査室

電話 03-5253-8325（直通）

観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>

はじめに

観光白書は1963年（昭和38年）に制定された観光基本法に基づき、翌年1964年（昭和39年）4月に初めて作成され、平成27年版は第52号となる。

日本を訪れる外国人旅行者は2013年（平成25年）に初めて年間1000万人を超えたが、その勢いはとどまらず、2014年（平成26年）には1341万人に達した。最近では地方を訪れる外国人旅行者も増加している。なかでも中国をはじめとするアジアからの旅行者の増加が著しく、大量の家電や日用品などを購入する姿が大きな注目を集めている。このような外国人旅行者の日本における消費（以下、インバウンド消費）は、2014年（平成26年）にはじめて2兆円を突破し、日本経済を下支えするまでになっている。2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開催されることなどから、日本への国際的注目度が高まっており、インバウンド消費は2015年（平成27年）に入ってから順調に増加している。

以上のような昨今の動きを踏まえ、本年の観光白書では、平成26年度の観光の状況、平成27年度の観光施策に加え、インバウンド消費の動向、急拡大の要因分析、インバウンド消費を取り込もうとする企業・地域の動きについて特集した。

インバウンド消費の大宗を占めるのがアジアからの旅行者による消費であり、買い物を目的として日本を訪れる旅行者も多い。急拡大の要因として、アジアの経済発展による所得の増加（所得要因）、日本製品の品質への信頼感（品質要因）とともに、円安や消費税免税対象品目の拡大による日本における消費の割安感（価格要因）が挙げられる。

このようなインバウンド消費の拡大を受け、観光関連産業にとどまらず、製造業や金融業などの様々な分野で訪日外国人旅行者に向けたサービスが展開されるようになった。また、多くの地域において外国人旅行者を誘致し、地域での消費を促進する様々な取組が行われている。

2014年（平成26年）6月、「観光立国推進閣僚会議」において、2020年に向けて訪日外国人旅行者2000万人の高みを目指すとの目標を決定したが、その後の訪日外国人旅行者数の増加により、いまや2000万人の実現が視野に入ってきた。こうした状況を受け、2015年（平成27年）6月の同会議では、「2000万人時代」を万全の備えで迎えるべく、交通機関や宿泊施設の供給能力が制約とならないよう、受入環境整備を急ピッチで進めていくことを決定した。

観光関連産業は日本経済の基幹産業としての役割が期待されるようになっており、生産性の向上などによって「稼ぐ力」を一層高めていかなければならない。さらに、インバウンド観光は地域に新たな需要を生み出し、雇用の創出につながることを期待されている。観光関連産業は活力にあふれた地域経済の牽引役となり、「地方創生」へ貢献することが求められている。

観光立国の実現に向け、こうした取組を官民間わず、様々な主体が一体となって強力に推進しなければならない。本白書がその一助となれば幸いである。

目次

平成26年度 観光の状況

第1部 平成26年度 観光の動向	3
第1章 世界の観光の動向	3
第1節 世界のマクロ経済の概況	3
第2節 平成26年度の世界の観光の状況	4
第2章 日本の観光の動向	11
第1節 訪日旅行の状況	12
1 訪日旅行の状況	12
2 国際コンベンションの開催状況	16
(1) 世界及び地域別の開催状況	16
(2) アジア主要国と我が国の開催状況	16
第2節 海外旅行の状況	18
第3節 国内旅行の状況	19
第4節 宿泊旅行の状況	20
第5節 東日本大震災からの復興の状況	23
1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数	23
2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数	23
3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数	24
第6節 地域における観光の状況	25
1 北海道	28
2 東北	28
3 関東	28
4 北陸信越	28
5 中部	28
6 近畿	28
7 中国	29
8 四国	29
9 九州	29
10 沖縄	29
第7節 地域における観光振興の取組	29
1 北海道	29
2 東北	30
3 関東	31
4 北陸信越	32
5 中部	32
6 近畿	33
7 中国	34
8 四国	34

9 九州	35
10 沖縄	36

第II部 拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域	39
第1章 近年のインバウンド消費の現状	40
第1節 インバウンド消費の推移	40
第2節 国際収支の動向	40
第3節 費目別の消費実態	41
1 費目別の消費実態	41
2 買い物における品目別消費実態	42
第4節 国・地域別の消費実態	44
1 国・地域別の消費実態（全般）	45
2 国・地域別の費目別消費実態	46
3 国・地域別の買い物における品目別消費実態	48
4 国・地域別の買い物場所	50
5 国・地域別の決済手段	51
第2章 インバウンド消費拡大の要因	52
第1節 所得要因	52
第2節 品質要因	53
第3節 価格要因	54
1 為替レート	54
2 我が国の外国人旅行者向け消費税免税制度	56
第4節 その他の要因	62
1 海外での訪日プロモーション	62
2 国内でのプロモーション	62
3 免税店の情報発信	62
第3章 インバウンド需要を取り込み変貌する産業・地域	63
第1節 産業	63
1 製造業	63
2 小売業	63
3 金融業	64
4 運送業	65
5 旅行業	65
6 宿泊業	66
7 新たなビジネス創造	66
第2節 地域	67
1 北海道二セコ町	67
2 青森県弘前市	68
3 岩手県平泉町	68
4 山梨県	68
5 富山県等	69
6 石川県鳳珠郡能登町	69
7 岐阜県高山市	70
8 和歌山県	71
9 広島県廿日市市	71

10 徳島県祖谷地区	72
11 九州	72
12 沖縄県	73

第Ⅲ部 平成26年度に講じた施策	77
第1章 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興	77
第1節 オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション	77
1 オリンピック・パラリンピック開催国という国際的注目度を活かした オールジャパンによる訪日プロモーション	77
2 近隣諸国の政府観光局と連携した広域プロモーション	77
3 大規模スポーツ国際競技大会との連携	77
第2節 オリンピック・パラリンピックを機にした訪日外国人旅行者の受入環境整備	77
1 空港のゲートウェイ機能の強化	77
(1) 空港のゲートウェイ機能の強化	77
(2) CIQ体制の整備	78
(3) LCCの持続的な成長に向けた取組	78
(4) 首都圏空港におけるビジネスジェットの利用環境の整備	78
2 空港アクセスの改善	78
3 無料公衆無線LAN環境の整備・多言語対応の徹底	79
(1) 無料公衆無線LAN環境整備	79
(2) クルーズ船等が利用するターミナルにおける 無料公衆無線LANの整備・多言語対応	79
(3) 2020年オリンピック・パラリンピックに向けた多言語対応の改善・強化	79
4 多機能フリーパスの検討	79
5 観光案内拠点・観光ガイドの充実	80
(1) 外国人観光案内所のネットワークの拡大	80
(2) 通訳案内士制度の見直しに向けた取組	80
(3) 地域における受入環境整備支援	80
第3節 オリンピック・パラリンピック開催効果の地域への波及	81
1 航空による地方へのアクセスの充実	81
(1) 羽田空港における乗換利便性の向上	81
(2) 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与	81
(3) 地方空港におけるCIQ体制の整備	81
2 地方への鉄道旅行の促進	81
3 ホストシティ・タウン構想の推進	81
第4節 オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速	82
1 公共施設等のバリアフリー化	82
(1) 公共交通機関等	82
(2) 歩行空間	82
(3) 都市公園等におけるバリアフリー化	82
(4) ホームドアの整備促進	82
2 バリアフリー車両の導入促進	83
第2章 インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組	84
第1節 インバウンド推進の担い手の拡大	84
第2節 訪日プロモーションの戦略的拡大	84
1 より科学的なマーケティングの実施	84

2	ビザ緩和にあわせた集中的なプロモーション	84
第3節	訪日プロモーションの新たな切り口での展開	84
1	「質の高い」日本の魅力を広めてくれる 成熟した訪日旅行者層（「目利き」）へのプロモーション	84
2	若年層の交流拡大に向けたプロモーション	84
3	トランジット旅客の取込	85
4	地方への誘客に向けたプロモーション	85
5	地方の港湾への誘客に向けた訪日プロモーション	85
6	訪日シーズンの分散化のためのプロモーション	85
7	「和食」の魅力発信	85
第4節	訪日プロモーションの実施体制の整備	86
1	日本政府観光局（JNTO）の訪日プロモーション事業の執行機関化	86
2	アジア最大の国際観光イベントの実現	86
3	二国間関係の強化	86
4	国際機関等への協力を通じた国際観光促進	87
第5節	効果的なメディア戦略	88
1	日本コンテンツの活用	88
2	海外の有力メディアの積極的招請	88
3	放送コンテンツの海外展開に向けた連携	88
4	国際放送による情報発信の強化	88
第6節	オールジャパン体制による連携の強化	88
1	クールジャパン等と一体となった効果的な訪日促進	88
2	政府一体となった日本の魅力の海外発信	89
3	伝統文化やポップカルチャーを活用した観光振興	89
第3章	ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化	91
第1節	ビザ要件の戦略的緩和	91
1	ビザ要件の戦略的緩和	91
2	新たなビザ要件の緩和対象国向けの集中的プロモーション	91
第2節	外国人長期滞在の促進	91
第3節	出入国手続の迅速化・円滑化	91
1	CIQ体制の整備	91
2	空港におけるファーストレーンの設置	91
3	トランジット旅客の取込	92
4	一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施	92
5	自動化ゲートの利用改善・促進等	92
第4節	本邦航空会社による新規路線の開設やLCCの参入促進等による、 利用しやすい旅行商品の創出	92
1	航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与	92
2	LCCの持続的な成長に向けた取組	92
第4章	世界に通用する魅力ある観光地域づくり	93
第1節	地域連携による情報発信力強化と新たな広域周遊ルートの形成	93
1	広域観光周遊ルートの形成促進	93

2	地域間交流を深める運動の促進	93
3	道路の整備等	93
4	道の駅を核とした地域における観光振興	93
5	外国人が周遊しやすい地域公共交通の確保	94
第2節	地域の魅力を来訪者に体感してもらうための仕組みづくり	94
1	規制制度面での環境整備	94
	(1) 着地型旅行商品の造成促進・販路拡大に向けた制度の検討	94
	(2) 自家有用償旅客運送における周遊案内	94
	(3) 貸切バスの営業区域の弾力化	94
	(4) ツアーオペレーター認証制度の定着	94
2	地域の観光振興の促進	95
	(1) 観光地域のブランド化	95
	(2) 魅力ある観光地づくり	95
	(3) 観光地域づくりの人材の有効活用	95
	(4) ICTを活用した訪日外国人観光動態調査、受入環境整備	95
	(5) 休暇取得の促進	95
	(6) 先進事例の情報提供の強化	96
3	観光地域づくりを担う主体への支援制度	96
	(1) 株式会社地域経済活性化支援機構との連携協定に基づく施策	96
	(2) 地域ブランドの振興	96
	(3) 地域経済の活性化に向けた決済環境や無料公衆無線LANの整備	96
第3節	世界に通用する地域資源の磨き上げ	96
1	魅力ある空間の形成	96
	(1) 景観等に配慮した道路整備の推進	96
	(2) 観光振興に資する道路空間の有効活用等	97
	(3) 魅力ある水辺空間を活用した賑わいの創出	97
	(4) 良好な街なみ環境整備の推進、魅力ある空間の形成	97
	(5) 一般自動車道の魅力発信	97
	(6) インフラツーリズムの推進	97
2	美しい自然を活かして	97
	(1) 日本の自然を活かした地域活性化	97
	(2) サイクルツーリズムの推進	98
	(3) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興	98
	(4) 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成	98
	(5) 国家戦略特区を活用した沖縄における観光振興	98
3	海洋観光の展開	98
	(1) 日韓定期旅客航路の活性化	98
	(2) 瀬戸内海の豊富な海洋資源を活用した観光の振興	99
	(3) 新たなマリンレジャービジネスの創出	99
	(4) 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした 海上交通の活性化	99
4	豊かな農山漁村の魅力	99

(1) 外国人旅行者の農山漁村への滞在の促進	99
(2) 普及指導員を通じた農業者の農観連携への取組の推進	99
(3) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	99
(4) 森林資源の観光への活用	100
5 日本食文化の発信	100
(1) 日本食文化・日本食材の魅力の発信	100
(2) 観光分野における地域食材の活用を促進する取組	100
(3) 空港における食の海外展開等の取組	100
(4) 日本食の情報発信	100
6 文化資源・スポーツ資源・科学技術との連携	101
(1) 「日本遺産 (Japan Heritage)」創設に向けた取組	101
(2) 先住民としてのアイヌ文化等の発信	101
(3) 産業遺産等を活用した観光の普及促進	101
(4) 文化資源・科学技術、科学館・博物館を中核とした科学技術の世界発信	101
第4節 観光振興による被災地の復興支援	101
1 被災地における旅行需要の喚起	101
2 福島県における観光関連復興支援	102
3 国立公園を核としたグリーン復興の取組	102
4 第3回国連防災世界会議を契機とした被災地観光振興	102
第5章 外国人旅行者の受入環境整備	103
第1節 多言語対応の改善・強化	103
1 多言語対応ガイドラインの徹底	103
2 多言語アプリの活用	103
3 地図の多言語対応	103
4 外国人旅行者に分かりやすい地図・ナビゲーション	103
5 道路の案内標識等	104
6 「道の駅」における受入環境整備	104
7 鉄道の駅施設・車両・外国語案内等	104
(1) 災害等による鉄道の輸送障害時の情報提供	104
(2) 多言語対応の案内強化	104
8 外国人が利用しやすいタクシーサービス等	104
(1) タクシーの利用促進に向けた取組	104
(2) 従業員に対する外国語研修の充実	104
9 美術館・博物館での展示解説	105
10 自然公園等の標識・情報提供施設	105
11 ホテル・旅館の外国語放送	105
第2節 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善	105
1 無料公衆無線LAN環境整備を促進するための取組	105
2 外国人旅行者が持込み端末を利用しやすい環境の整備	105
第3節 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備	106
1 ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信	106
(1) ICカード・企画乗車券の普及・利便性拡大の推進	106

(2) ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信	106
(3) 企画乗車券の利便性向上と情報発信	107
(4) 高速バスの外国人向けフリーパスについての普及促進	107
2 美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入	107
3 空港アクセスの改善	107
(1) 鉄道による東京圏の空港アクセス改善に向けた取組	107
(2) バスによる首都圏空港のアクセス改善に向けた取組	107
4 貸切バスの供給確保	107
5 レンタカーの利便性向上	108
6 手ぶら観光の実現	108
第4節 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善	108
1 出入国手続の円滑化	108
2 情報発信とターミナルの機能強化	108
(1) 情報発信とターミナルの機能強化	108
(2) クルーズ船の日本への寄港を増加させるための取組	108
(3) クルーズ振興を通じた地域活性化	109
(4) 港湾におけるターミナル機能の強化等	109
第5節 ムスリムおもてなしプロジェクトの実施	110
1 「ムスリムおもてなしの姿勢」の発信	110
2 受入関係者への情報提供の促進	110
第6節 「外国人旅行者向け消費税免税制度」の拡充を契機とした	
ショッピング・ツーリズムの振興と決済環境の整備	110
1 ショッピング・ツーリズムの振興	110
(1) 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大に向けた取組	110
(2) 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備	110
(3) 北海道産の農水産品等による観光の推進	110
2 決済環境の整備	111
(1) 決済環境の整備	111
(2) 海外発行クレジットカード等対応ATMの設置推進	111
第7節 外国人旅行者の安全・安心確保	111
1 災害対応	111
(1) 災害時における訪日外国人旅行者への情報提供	111
(2) 宿泊施設の避難所としての活用および耐震化の促進	112
(3) 主要駅周辺等における帰宅困難者対策	112
(4) 地下街の安心安全対策	112
2 不慮の怪我・病気への対応	112
(1) 国内の医療機関における国際化への対応	112
(2) 訪日外国人旅行者への医療に関する情報発信	112
(3) 自動車事故被害者の救済	112
第8節 多様な滞在ニーズへの対応と宿泊施設の情報提供の充実	113
(1) 国家戦略特区制度を活用した多様な滞在ニーズへの対応	113
(2) 外国人旅行者に向けた宿泊施設の情報発信の促進	113

第9節 観光産業の人材育成	113
第6章 MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み	114
第1節 MICEに関する取組の抜本的強化	114
1 取組対象の抜本的拡大	114
(1) MICEブランディングの構築	114
(2) ミーティング&インセンティブ旅行の取組み	115
2 MICE戦略・強化都市への多面的支援	115
(1) グローバルMICE都市事業	115
(2) MICEアンバサダープログラム	115
3 MICEの受入環境整備	116
第2節 外国人ビジネス客の取込強化	116
1 訪日アクセス等の利便性向上	116
(1) 首都圏空港の機能強化	116
(2) 空港におけるファーストレーンの設置	116
(3) 一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施	116
(4) 首都圏空港におけるビジネスジェットの利用環境の整備	116
2 ビジネス環境の整備	116
(1) 国際的なビジネス・生活環境の形成及びシティセールスの支援	116
(2) 無料公衆無線LAN環境整備を促進するための取組	117
(3) その他通信環境の整備	117
第3節 IRについての検討	117
第7章 観光旅行の環境整備	118
第1節 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備	118
1 観光振興に資する地域づくり、街並み整備	118
(1) 官民連携による地域活性化のための基盤整備の推進	118
(2) 広域的な連携による地域活性化の推進	118
(3) 良好な街並み環境整備の推進	119
2 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進	119
第2節 旅行業務に関する取引の公正の維持等	119
第3節 旅行の安全確保	120
第4節 若者の旅行促進	120
第5節 高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備	120
1 公共施設等のバリアフリー化	120
2 ユニバーサルツーリズムの促進	121
3 地域公共交通の活性化・再生	121
4 バスの利便性向上	121
5 道路交通の円滑化	121
6 自転車利用環境の整備	121
7 身体障害者等の運賃等の割引等	122
第6節 観光地域における環境の保全等	122
1 国立・国定公園の保護と利用の推進	122
2 世界自然遺産地域の適正な保全・管理	122

3	環境対応車の普及促進による観光地域の環境の保全及びその魅力の向上	122
4	自然と調和した港湾環境の保全・創出	123
5	皇室関連施設の魅力の発信	123
第7節	観光地域における良好な景観の保全	123
1	「景観法」の活用促進、基本理念の普及啓発	123
2	歴史まちづくりの推進	123
3	歴史的風致維持向上推進等調査の実施	124
4	観光地における屋外広告物に関する制度の充実	124
第8節	観光に関する統計の整備	124

平成27年度 観光施策

第IV部 平成27年度に講じようとする施策	129
第1章 インバウンド新時代に向けた戦略的取組	129
第1節 「色とりどりの魅力を持つ日本」の発信と地方への誘客	129
1 広域観光周遊ルートの形成・発信等による地方への誘客	129
(1) 地域連携による情報発信力強化と新たな広域周遊ルートの形成	129
(2) 地方への誘客に向けたプロモーションの実施	129
(3) 地方空港・港湾への誘客に向けた訪日プロモーション	129
(4) 日本政府観光局（JNTO）が先頭に立っての地方誘客	129
2 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし	129
(1) より科学的なマーケティングの実施	129
(2) 訪日シーズンの分散化	130
(3) 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与	130
(4) 海外の有望な観光関連企業の誘致	130
第2節 欧米からの観光客の取り込み	130
第3節 現地における訪日プロモーション基盤の強化	130
1 日本政府観光局（JNTO）の訪日プロモーション事業の執行機関化	130
2 訪日旅行者数の大幅な増加が見込める市場へのプロモーション	130
(1) 今後大幅な増加が期待できる市場への集中的なプロモーション	130
(2) 中国の内陸部や今後の成長が見込める沿岸部へのプロモーション	130
3 日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトの機能強化	131
4 我が国の生活習慣やマナーに関する情報の積極的な発信	131
第4節 オールジャパン体制による連携の強化	131
1 クールジャパンと一体となった効果的な訪日促進	131
2 我が国の多様な芸術文化を生かした観光振興	131
3 海外における日本コンテンツの放送	131
4 国際放送による情報発信の強化	131
5 地域の魅力の情報発信の強化	132
第5節 インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進	132
1 二国間関係の強化	132
2 国際機関等への協力を通じた国際観光促進	132
3 日本人の海外旅行需要の喚起	132
第2章 観光旅行消費の一層の拡大、 幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化	133
第1節 「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム	133
1 消費税免税制度拡充を契機とした ショッピング・ツーリズムの振興と地方における消費拡大	133
(1) 免税店の拡大支援	133
(2) 決済環境の充実	133
(3) 海外発行クレジットカード等対応ATMの設置推進	133

2	地方の農林水産物・食品の販売促進	133
(1)	訪日外国人旅行者向け農林水産物及び食品の販売促進	133
(2)	農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備	133
(3)	農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	133
(4)	北海道産の農水産品等による観光の推進	134
3	質の高い日本文化体験プログラムへの参加促進及び滞在期間の長期化	134
(1)	「日本遺産 (Japan Heritage)」事業の創設	134
(2)	日本文化体験プログラムの充実	134
(3)	先住民族としてのアイヌ文化等の発信	134
(4)	着地型旅行商品の造成促進・販路拡大に向けた制度の検討	134
第2節	幅広い産業のインバウンドビジネスへの参入促進	134
第3節	観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等	135
1	観光産業における人材育成	135
2	ツアーオペレーター認証制度の定着	135
第3章 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興		136
第1節	広域観光周遊ルートの形成・発信	136
1	広域観光周遊ルートの形成促進	136
2	道路の整備等	136
3	外国人が周遊しやすい地域公共交通の確保	136
第2節	来訪者が地域の魅力を体感し、再び訪れたい観光地域づくり	136
1	「観光地経営」の視点から観光地域づくりを担う主体の形成・支援	136
2	地域の観光振興の促進	136
(1)	観光地域のブランド化	136
(2)	魅力ある観光地づくり	137
(3)	地域の新商品・新サービスの開発の支援	137
(4)	地域経済の活性化に向けた決済環境や無料公衆無線LAN環境の整備	137
(5)	株式会社地域経済活性化支援機構との連携協定に基づく施策	137
(6)	ICTを活用した訪日外国人の観光動態調査、受入環境整備	137
(7)	地域ごとの休日の設定による地域活性化	138
3	「道の駅」を核とした地域における観光振興	138
(1)	「道の駅」を核とした地域における観光振興	138
(2)	農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進	138
第3節	世界に通用する地域資源の磨き上げ	138
1	魅力ある空間の形成	138
(1)	景観等に配慮した道路整備の推進	138
(2)	観光振興に資する道路空間の有効活用等	138
(3)	魅力ある水辺空間を活用した賑わいの創出	139
(4)	魅力ある空間の形成	139
(5)	インフラツーリズムの推進	139
2	美しい自然を活かして	139
(1)	日本の自然を活かした地域活性化	139
(2)	サイクルツーリズムの推進	139

(3) スノーリゾートの振興	139
(4) 新たなマリレジャービジネスの創出	140
(5) 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした 海上交通の活性化	140
(6) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興	140
(7) 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成	140
(8) 沖縄における観光振興	140
(9) 豊富な海洋資源を活用した観光の振興	141
第4節 豊かな農山漁村、日本食・食文化の魅力	141
1 地域における情報発信や受入環境整備等の取組を一体的に行う体制づくり	141
2 地理的表示産品等を活用した観光需要の取り込み	141
3 外国人旅行者の農村漁村への滞在の促進	141
4 日本食文化・日本食材の魅力の発信	141
5 観光分野における地域食材の活用を促進する取組	142
6 空港における食の海外展開等の取組	142
7 日本食の情報発信	142
8 「和食」の魅力発信	142
9 北海道産食の魅力発信	142
第5節 観光振興による被災地の復興支援	142
1 被災地における旅行需要の喚起	142
2 福島県における観光関連復興支援	143
3 国立公園を核としたグリーン復興の取組	143
第6節 LCC・高速バスの持続的な成長に向けた取組	143
第7節 日本の魅力を活かした船旅の活性化	144
1 情報発信機能の強化	144
2 クルーズ船の日本への寄港を増加させるための取組	144
3 クルーズ船の受入環境改善	144
4 港湾におけるターミナル機能の強化等	144
5 瀬戸内海周遊の促進	145
第8節 レンタカーによるドライブ観光の活性化	145
1 地方での利用促進	145
第9節 鉄道の旅の魅力向上	145
第10節 テーマ別観光に取り組む地域のネットワーク化による 新たな旅行需要の掘り起こし	145
第11節 国民の旅行振興に向けた意識醸成・環境整備	145
1 若者の旅行促進	145
2 休暇取得の促進	145
3 海に親しむ旅行商品の充実	146
4 ボランティアガイドの拡大・組織化	146
第4章 先手を打っての「攻め」の受入環境整備	147
第1節 空港ゲートウェイ機能の強化、出入国手続の迅速化・円滑化	147
1 空港のゲートウェイ機能の強化	147

2	出入国手続の迅速化・円滑化	147
	(1) CIQの体制整備	147
	(2) トランジット旅客の取込	148
	(3) 一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施	148
第2節	宿泊施設の供給確保	148
1	宿泊の需給動向について	148
2	訪日外国人旅行者に向けた宿泊施設の情報発信の促進	148
第3節	貸切バスの供給確保、貸切バスによる路上混雑の解消	148
第4節	通訳案内士制度の見直しによる有償通訳ガイドの供給拡大等	148
第5節	「地方ブロック別連絡会」を最大限活用した、 地域における受入環境整備に係る現状・課題の把握と迅速な課題解決	149
第6節	多言語対応の強化	149
1	空港、駅・車両、道路、旅客船ターミナル	149
	(1) 空港	149
	(2) 駅・車両	149
	(3) 道路	149
	(4) 旅客船ターミナル	149
2	美術館・博物館	149
3	自然公園	150
4	飲食店	150
5	多言語翻訳アプリ・ナビゲーション・地図の開発	150
	(1) 多言語アプリ・ナビゲーションの活用	150
	(2) 地図の多言語対応	150
	(3) 外国人旅行者に分かりやすい地図・ナビゲーション	150
第7節	無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善	151
1	無料公衆無線LAN環境整備を促進するための取組	151
2	その他通信環境の整備	151
第8節	公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備	151
1	ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信	151
2	美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入	151
3	空港アクセスの改善	152
4	外国人が利用しやすいタクシーサービス	152
5	手ぶら観光の推進	152
第9節	「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善	152
1	情報発信とターミナルの機能強化	152
	(1) 情報発信機能の強化	152
	(2) クルーズ船の日本への寄港を増加させるための取組	152
	(3) クルーズ船の受入環境改善	152
	(4) 港湾におけるターミナル機能の強化等	153
第10節	ムスリムおもてなしプロジェクトの実施	153
第11節	外国人旅行者の安全・安心確保	153
1	災害対応	153

(1) 災害時における訪日外国人旅行者への情報提供	153
(2) 宿泊施設の避難所としての活用および耐震化の促進	153
(3) 主要駅周辺等における帰宅困難者対策	153
(4) 地下街の安心安全対策	153
2 不慮の怪我・病気への対応	154
(1) 不慮の怪我・病気への対応	154
(2) 自動車事故被害者の救済	154
第12節 観光案内拠点の充実、外国人旅行者への接遇の向上等	154
1 外国人観光案内所のネットワークの拡大	154
2 「道の駅」の機能強化	154
3 観光案内拠点における案内機能の強化	154
4 通訳案内士制度の見直しに向けた取組	154
第5章 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流	155
第1節 外国人ビジネス客の取り込み強化	155
1 トランジット旅客の取込	155
2 一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施	155
3 ビジネスジェットの利用環境の整備	155
4 空港におけるファーストレーンの設置	155
第2節 MICEに関する取組の抜本的強化	155
1 MICE誘致による地域の活性化	155
(1) MICEブランディングの展開	155
(2) グローバルMICE都市事業	155
2 戦略的な国際会議の誘致	156
(1) MICE誘致アンバサダー	156
(2) MICEの受入環境整備	156
3 インセンティブ旅行における重点市場の設定	156
第3節 IRについての検討	156
第4節 富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進	156
第5節 質の高い観光交流の促進	157
1 文化資源、歴史的遺産の観光への活用	157
(1) 「日本遺産 (Japan Heritage)」事業の創設	157
(2) 先住民族としてのアイヌ文化等の発信	157
(3) 北海道における歴史・文化を活用したインバウンド観光の振興	157
(4) 産業遺産等の活用	157
2 文化芸術を通じた国際交流の推進	157
3 歴史・文化等に関心の高い観光客層の取り込み	157
第6節 多様なニーズへの対応と宿泊施設の情報提供	158
1 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応	158
第6章 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光政策の加速	159
第1節 オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション	159
1 大規模スポーツ国際競技大会との連携	159

2	オリンピック・パラリンピック開催国という国際的注目度を活かした オールジャパンによる訪日プロモーション	159
3	近隣諸国の政府観光局と連携した広域プロモーション	159
4	メディア戦略	159
第2節	全国各地の文化プログラムの開催	159
第3節	オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備	160
1	無料公衆無線LAN環境の整備・多言語対応の徹底	160
(1)	交通アクセスにおける無料公衆無線LAN環境整備	160
(2)	2020年オリンピック・パラリンピックに向けた 無料公衆無線LAN環境整備と多言語対応の改善・強化	160
(3)	クルーズ船等が利用するターミナルにおける 無料公衆無線LANの整備・多言語対応	160
2	多機能フリーパスの検討	160
3	東京駅の案内等の改善	160
第4節	オリンピック・パラリンピック開催効果の地方への波及	160
1	スポーツ振興を通じた国内外からの誘客	160
2	地方への旅行の促進	161
3	ホストシティ・タウン構想の推進	161
4	航空による地方へのアクセスの充実	161
(1)	羽田空港における乗継利便性の向上	161
(2)	航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与	161
(3)	地方空港における税関及び出入国管理の緊急の体制整備	161
第5節	オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化	161
1	公共施設等のバリアフリー化	161
2	ホームドアの整備促進	162
3	航空分野のバリアフリー化	162
第7章 観光旅行の環境整備		163
第1節	宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備	163
1	観光振興等に資する地域づくり、街並み整備	163
2	都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進	163
第2節	旅行業務に関する取引の公正の維持等	163
第3節	旅行の安全確保	163
第4節	高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備	163
1	公共施設等のバリアフリー化	163
2	ユニバーサルツーリズムの促進	163
3	地域公共交通の活性化・再生	164
4	バスの利便性向上	164
5	道路交通の円滑化	164
6	安全で快適な自転車利用環境の創出	164
第5節	観光地域における環境の保全等	164
1	国立・国定公園の保護と利用の推進	164
2	世界自然遺産地域の適正な保全・管理	165

第6節 観光に関する統計の整備	165
-----------------------	-----

資料1	地域別の外国人旅行者受入れ数及び国際観光収入	169
資料2	国際観光収支の状況(2013年(平成25年))	169
資料3	日本の国際観光収支の推移	170
資料4	海外旅行者数ランキング(2012年(平成24年))	170
資料5	海外旅行者数上位20か国の国民1人当たり海外旅行回数(2012年(平成24年))	171
資料6	国別の国際会議開催件数(2014年(平成26年))	171
資料7	アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議(2014年(平成26年))	172
資料8	日本人延べ宿泊者数の月別推移(2014年(平成26年))	173
資料9	外国人延べ宿泊者数の月別推移(2014年(平成26年))	173
資料10	都道府県別の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数・宿泊施設の定員稼働率、 客室稼働率(2014年(平成26年))	174
資料11	都道府県別延べ宿泊者数(2014年(平成26年))	175
資料12	都道府県別外国人延べ宿泊者数(2014年(平成26年))	176
資料13	都道府県別の延べ宿泊者数の構成(2014年(平成26年))	177
資料14	都道府県別の外国人延べ宿泊者数の構成(2014年(平成26年))	178
資料15	国・地域別の外国人延べ宿泊者数の構成・上位5都道府県(2014年(平成26年))	179
資料16	都道府県別宿泊施設の定員稼働率(2014年(平成26年))	180
資料17	都道府県別宿泊施設の客室稼働率(2014年(平成26年))	181
資料18	都道府県別の実宿泊者数・1人当たり平均宿泊数・外国人実宿泊者数・ 外国人1人当たり平均宿泊数(2014年(平成26年))	182
資料19	都道府県別の実宿泊者数(2014年(平成26年))	183
資料20	都道府県別の外国人実宿泊者数(2014年(平成26年))	184
資料21	都道府県別の実観光入込客数・観光消費額(2013年(平成25年))	185
資料22	日本人海外旅行者の国・地域別訪問者数(受入れ国(地域)統計)	186
資料23	日本人海外旅行者の性別構成比の推移	188
資料24	日本人海外旅行者数の性別・年齢階層別の推移	188
資料25	出国日本人の旅客輸送の状況	189
資料26	日本人海外旅行者の滞在期間比率の状況	189
資料27	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	190
資料28	訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移	191
資料29	訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者数(2014年(平成26年))	191
資料30	訪日外国人旅行者数の月別推移(2014年(平成26年))	192
資料31	訪日外国人旅行者の訪問率上位都府県の推移	192
資料32	訪日外国人旅行者数の目的別推移	193
資料33	訪日外国人旅行者の目的別割合(2014年(平成26年))	193
資料34	国・地域別訪日外国人旅行者の目的別比率(2014年(平成26年))	194
資料35	国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(全目的)(2014年(平成26年))	195
資料36	国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率(観光・レジャー目的) (2014年(平成26年))	195

資料37	入国外国人の旅客輸送の推移	196
資料38	訪日外国人旅行者の滞在期間比率の状況	196
資料39	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行消費額（2014年（平成26年））	197
資料40	訪日外国人旅行者の国・地域別旅行支出構成比（2014年（平成26年））	198
資料41	訪日外国人旅行者の満足度・再訪意向	199
資料42	日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額	199
資料43	旅行消費額の推計（2013年（平成25年））	200
資料44	国内の旅行消費額の市場別内訳（2013年（平成25年））	200
資料45	日本国内における旅行消費額の経済効果（2013年（平成25年））	201
資料46	旅行消費が日本国内にもたらす経済効果（2013年（平成25年））	201
資料47	旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果（2013年（平成25年））	202
資料48	旅行関連の支出の推移	202
資料49	日本国内の輸送機関別旅客輸送量の推移	203
資料50	今後の生活の力点	203
資料51	今後の生活の力点の推移	204
資料52	余暇活動の潜在需要上位10種目（2013年（平成25年））	204
資料53	現在の生活に対する満足度（2014年（平成26年））	205
資料54	宿泊業労働者の労働時間及び給与額（2014年（平成26年））	206
資料55	観光関連産業の事業所に関する集計－産業横断的集計（売上（収入）金額等） （2011年（平成23年））	207
資料56	各産業のGDPに対する割合（2013年（平成25年））	208
資料57	観光庁関係予算（平成27年度）	209
資料58	観光庁関係予算の推移	210

図表の目次

図表 I-1	主要国・地域の実質経済成長率の推移	4
図表 I-2	国際観光客到着数の推移	4
図表 I-3	国際観光客到着数と実質世界GDPの推移	5
図表 I-4	地域別国際観光客数（2014年（平成26年））	5
図表 I-5	国際観光客受入数の地域別シェア（2004年（平成16年）－2014年（平成26年））	6
図表 I-6	国際観光客の年平均伸び率の予測	6
図表 I-7	外国人旅行者受入数ランキング（2013年（平成25年））	7
図表 I-8	空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング（2013年（平成25年））	8
図表 I-9	国際観光収入ランキング（2013年（平成25年））	9
図表 I-10	国際観光支出ランキング（2013年（平成25年））	10
図表 I-11	訪日外国人旅行者数の推移	12
図表 I-12	訪日外国人旅行者の内訳（2014年（平成26年））	13
図表 I-13	訪日外国人旅行者数の季節変動	14
図表 I-14	訪日外国人旅行者による消費の推移	15
図表 I-15	訪日外国人消費の四半期の推移	15
図表 I-16	世界及び地域別の国際会議開催件数の推移	16
図表 I-17	アジア・大洋州における主要国の国際会議開催件数 （1995年（平成7年）－2014年（平成26年））	17
図表 I-18	アジア・大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移 （1995年（平成7年）－2014年（平成26年））	17
図表 I-19	日本人の海外旅行者数の推移	18
図表 I-20	訪日外国人旅行者数と出国日本人数の合計の推移	18
図表 I-21	国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移（2014年（平成26年））	19
図表 I-22	国内宿泊観光旅行延べ人数、国内日帰り観光旅行延べ人数の推移	19
図表 I-23	国内旅行消費額の推移	20
図表 I-24	日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移	20
図表 I-25	宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移	21
図表 I-26	客室稼働率の推移	21
図表 I-27	宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊数の割合の推移	22
図表 I-28	都道府県別の外国人延べ宿泊数の割合の推移	22
図表 I-29	観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数 （2010年（平成22年）を100とした指数の推移）	23
図表 I-30	観光客中心の宿泊施設の訪日外国人延べ宿泊者数 （2010年（平成22年）を100とした指数の推移）	24
図表 I-31	ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数 （2010年（平成22年）を100とした指数の推移）	25
図表 I-32	地域ブロック別延べ宿泊者数の推移	25
図表 I-33	地域ブロック別外国人延べ宿泊者数の推移	26

図表 I - 34	延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の伸び率 (2011年(平成23年)から2014年(平成26年)の3年間の平均年伸び率) …	26
図表 I - 35	延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の 地方ブロック別対前年比2014年(平成26年) ……………	27
図表 I - 36	地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の 国・地域別構成比2014年(平成26年) ……………	27
図表 II - 1	訪日外国人旅行者による消費の推移(再掲) ……………	40
図表 II - 2	1996年(平成8年)以降の旅行収支の推移および 2014年(平成26年)1月以降の各月の動き ……………	41
図表 II - 3	訪日外国人旅行消費額の費目別構成比(2014年(平成26年)) ……………	41
図表 II - 4	買物代、宿泊料金、飲食費等の費目別消費額 ……………	42
図表 II - 5	品目別の購入率(2014年(平成26年)) ……………	42
図表 II - 6	品目別の購入者単価(2014年(平成26年)) ……………	43
図表 II - 7	訪日の動機(2014年(平成26年)) ……………	44
図表 II - 8	国・地域別の訪日動機(2014年(平成26年)) ……………	45
図表 II - 9	国・地域別の消費状況(2014年(平成26年)) ……………	45
図表 II - 10	国・地域別の消費額の構成比 ……………	46
図表 II - 11	買物代、宿泊料金、飲食費等の費目別消費額(2014年(平成26年)) ……………	47
図表 II - 12	国・地域別の品目別購入率(2014年(平成26年)) ……………	49
図表 II - 13	国・地域の買い物場所の違い(2014年(平成26年)) ……………	50
図表 II - 14	国・地域による購入方法・決済手段の違い(2014年(平成26年)) ……………	51
図表 II - 15	インバウンド消費拡大の主な要因 ……………	52
図表 II - 16	GDPの変化と訪日外国人旅行者の変化との関係(2009年から2014年) ……………	53
図表 II - 17	訪日外国人旅行者が満足した商品の購入理由(2014年(平成26年)) ……………	53
図表 II - 18	訪日外国人旅行者による旅行消費額と為替レートの推移 ……………	54
図表 II - 19	円・ドル及びアジアの現地通貨における為替レートの推移 ……………	55
図表 II - 20	消費税の免税制度対象品目拡大の概要 ……………	56
図表 II - 21	免税店の店舗数の推移 ……………	56
図表 II - 22	免税店の都道府県別の分布 ……………	57
図表 II - 23	消費税の免税対象品目の拡大等による免税制度利用の変化 (2014年(平成26年)) ……………	58
図表 II - 24	2014年(平成26年)10-12月期における 国・地域別の消費税免税制度利用状況 ……………	58
図表 II - 25	消費税免税制度の利用の有無による消費額の違い(2014年(平成26年)) ……………	59
図表 II - 26	外国人宿泊数の推移 ……………	67
図表 II - 27	高山市における訪日外国人旅行者の宿泊客数の推移 ……………	70
図表 II - 28	外国人延べ宿泊者数の推移 ……………	72

第Ⅰ部

平成26年度 観光の動向

第 1 章 世界の観光の動向

第 1 節 世界のマクロ経済の概況

2007年（平成19年）から2009年（平成21年）までの間、リーマンショックの影響等から世界的に大きく景気が後退したが、その後は多くの地域において、景気は回復基調にある。ただし、景気後退から回復までの動きについては、次のように地域により異なっている。

IMF¹（国際通貨基金）によると、米国では、リーマンショック発生の直前3年間、実質経済成長率が1.8～3.3%の間であったが、2008年（平成20年）、2009年（平成21年）は連続でマイナス成長となった。2010年（平成22年）には2.5%まで好転し、その後は1.6～2.3%の間で推移している。

EU²（欧州連合）では、リーマンショック発生の翌年の2009年（平成21年）にギリシャに端を発した欧州ソブリン危機が発生し、実質経済成長率は－4.4%まで低下した。2010年（平成22年）は2.0%まで好転し、2011年（平成23年）も1.8%となったが、2012年（平成24年）には－0.3%と再び後退しており、不安定な状況が続いている。2013年（平成25年）、2014年（平成26年）はプラス成長となっている。

これに対し、新興国では、リーマンショックの影響は見られるものの、比較的高い経済成長が続いている。例えば、中国では2007年（平成19年）の実質経済成長率が14.2%を記録した。リーマンショックの影響があった2008年（平成20年）、2009年（平成21年）においても9%台で推移した。2011年（平成24年）までは9%台、10%台であったが、2012年（平成24年）以降成長率は鈍化し、7%台で推移している。しかしながら、先進諸国と比較すると、引き続き高い水準を維持している。

ASEAN³（東南アジア諸国連合）も、主要5ヶ国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム）については、2005年（平成17年）から2008年（平成20年）までの実質経済成長率は4.9%～6.2%であったが、リーマンショックの影響により、実質経済成長率が2009年（平成21年）には2.1%まで低下した。しかしながら、2010年（平成22年）以降はリーマンショック以前の水準に戻り4.7%～6.9%の間で推移している。

その他の新興国では、中南米カリブ海諸国は2009年（平成21年）に実質経済成長率が－1.3%とマイナス成長となったが、2010年（平成20年）は6.0%とリーマンショック前の2007年（平成19年）の5.8%を超える回復を見せた。その後はやや勢いが弱まり、2014年（平成26年）は1.3%であった。

中東・北アフリカでは、2009年（平成21年）に実質経済成長率が2.4%まで落ち込んだが、その後2012年（平成24年）までは4%台、5%台で推移している。2013年（平成25年）以降は以前より低下し2%台で推移している。

サハラ以南アフリカは、2009年（平成21年）においても実質経済成長率が4.1%と大きな落ち込みを見せず、その後も4.4～6.9%の間で推移している。（図表 I - 1）

1 International Monetary Fund の略。

2 European Union の略。

3 Association of South-East Asian Nations の略。

図表 I - 1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

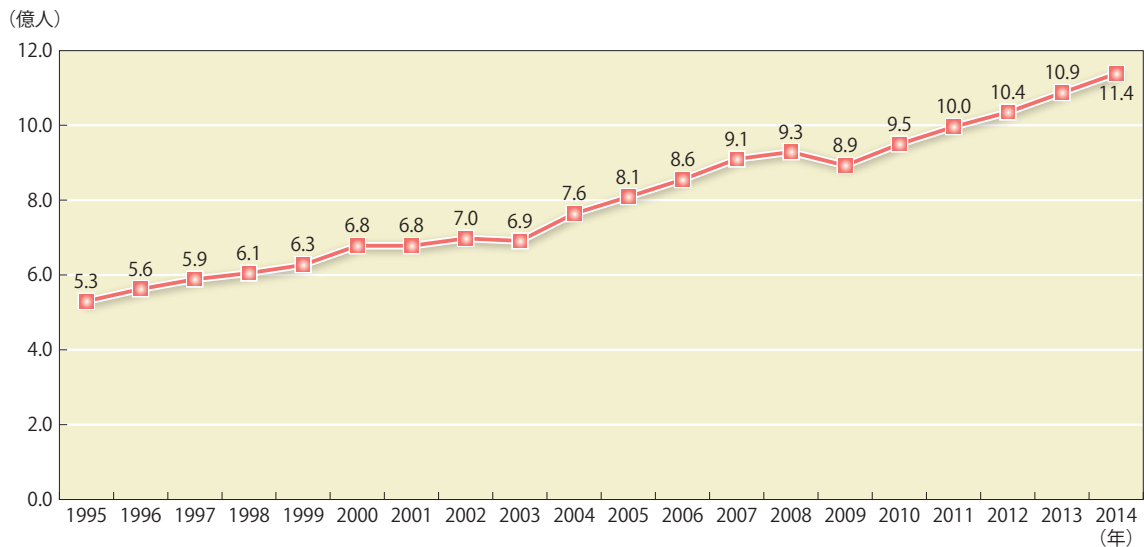
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
日本	1.3	1.7	2.2	-1.0	-5.5	4.7	-0.5	1.5	1.5	0.9
米国	3.3	2.7	1.8	-0.3	-2.8	2.5	1.6	2.3	2.2	2.2
EU(欧州連合)	2.3	3.6	3.4	0.7	-4.4	2.0	1.8	-0.3	0.2	1.4
中国	11.3	12.7	14.2	9.6	9.2	10.4	9.3	7.7	7.7	7.4
ASEAN(5ヶ国)	5.4	5.5	6.2	4.9	2.1	6.9	4.7	6.2	5.2	4.7
中南米カリブ海諸国	4.7	5.7	5.8	3.9	-1.3	6.0	4.5	2.9	2.7	1.3
中東・北アフリカ	5.3	6.8	5.8	5.3	2.4	5.5	4.5	4.8	2.3	2.6
サハラ以南アフリカ	6.6	7.0	7.9	6.3	4.1	6.9	5.1	4.4	5.1	5.1

(注) IMF(国際通貨基金)資料を基に観光庁作成。

第2節 平成26年度の世界の観光の状況

UNWTO⁴(国連世界観光機関)の2015年(平成27年)1月の発表では、2014年(平成26年)の世界全体の国際観光客到着数は5,100万人増(対前年比4.7%増)となり11.4億人を記録した。2009年(平成21年)はリーマンショックの影響から減少したが、それ以降は5年連続での増加となった。(図表 I - 2)

図表 I - 2 国際観光客到着数の推移

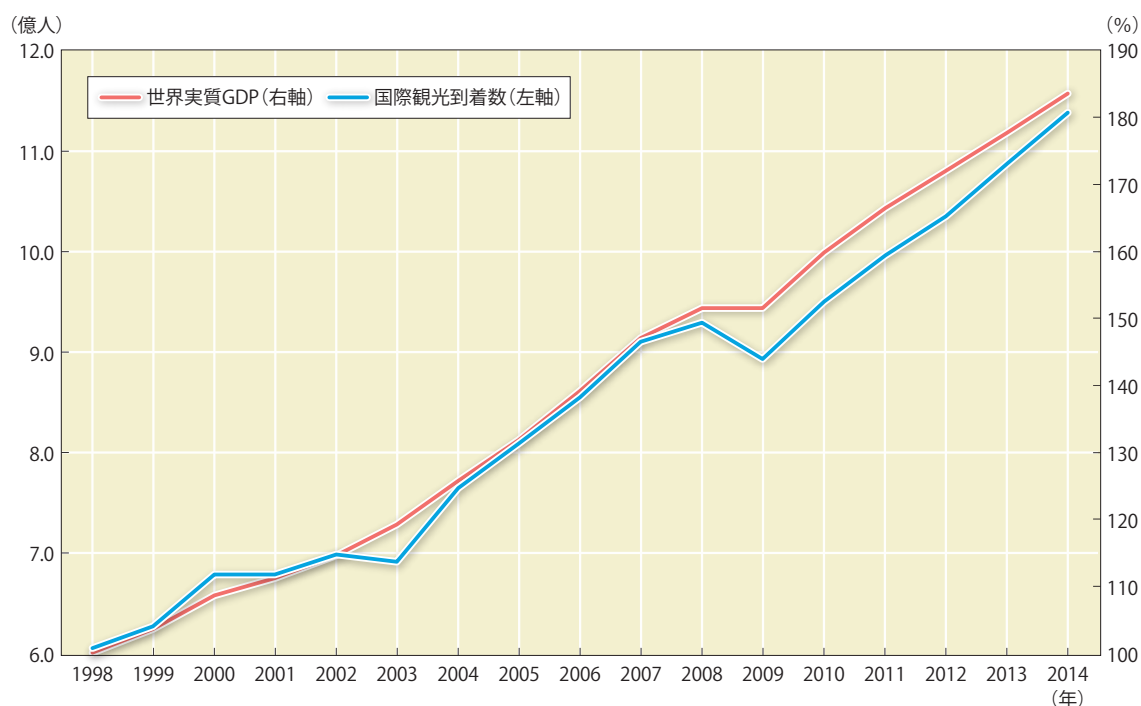


(注) UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁作成

⁴ 国連の専門機関 World Tourism Organization の略。

国際観光客到着数と世界の実質GDPは強い相関が見られるが、国際観光客到着数の伸びがやや上回っている。(図表 I-3)

図表 I-3 国際観光客到着数と実質世界 GDP の推移



(注) 1 UNWTO(国連世界観光機関)、IMF(国際通貨基金) 資料に基づき観光庁作成
 2 1998年を100として指数化。
 3 実質世界GDPのデータは2012年まで。

UNWTO(国連世界観光機関)の2015年(平成27年)1月の発表によると、欧州を訪れた国際観光客数は2011年(平成23年)以降増加傾向にあり、2014年(平成26年)では前年に比べ2,200万人増加(対前年比4%増)し、5億8,800万人となった。

アジア太平洋地域を訪れた国際観光客数は、前年に比べ1,300万人(対前年比5%増)増加し、2億6,300万人となった。

米州を訪れた国際観光客数は、前年に比べ1,300万人増加(対前年比7%増)し、1億8,100万人となり、伸び率は最も高かった。

アフリカ地域を訪れた国際観光客数は、前年に比べ100万人増加(対前年比2%増)し、5,600万人となった。(図表 I-4)

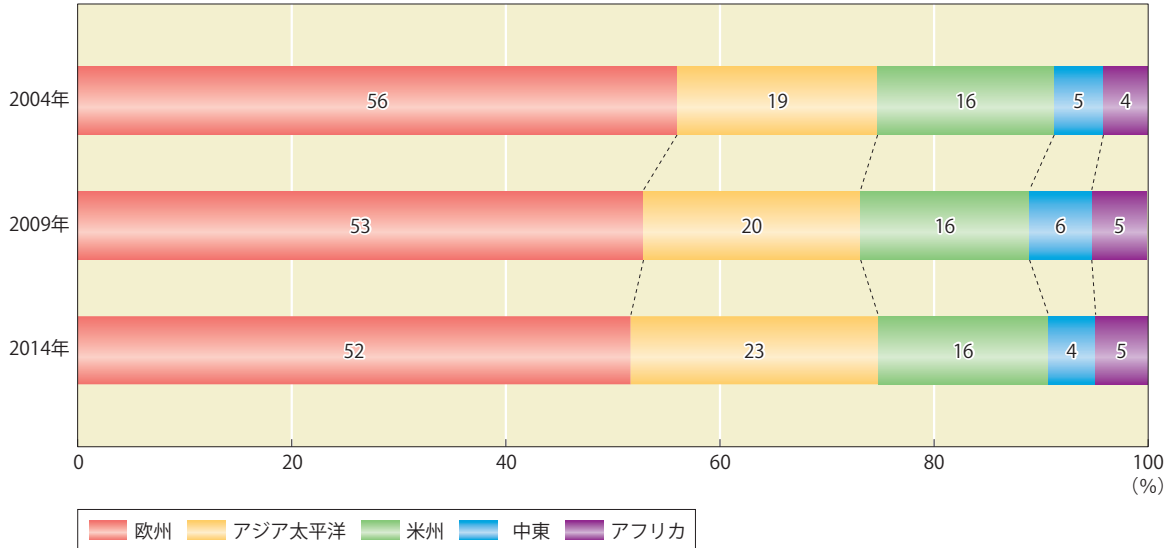
図表 I-4 地域別国際観光客数 (2014年(平成26年))

	国際観光受入数 (単位・万人)	対前年増減数 (単位・万人)	対前年比
世界全体	113,800	5,100	5%
欧州	58,800	2,200	4%
アジア太平洋	26,300	1,300	5%
米州	18,100	1,300	7%
アフリカ	5,600	100	2%
中東	5,000	200	4%

(注) UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき観光庁が作成

国際観光客受入数の地域別シェアは、欧州が過半を占めているが、徐々に減少している。これに対し、アジア太平洋は、2004年（平成16年）に19%であったが、2014年（平成26年）は23%にまで拡大しており、特に著しい成長を見せている。米州は、2004年（平成16年）から16%で推移している。中東、アフリカは、ともに5%前後で推移している。（図表 I - 5）

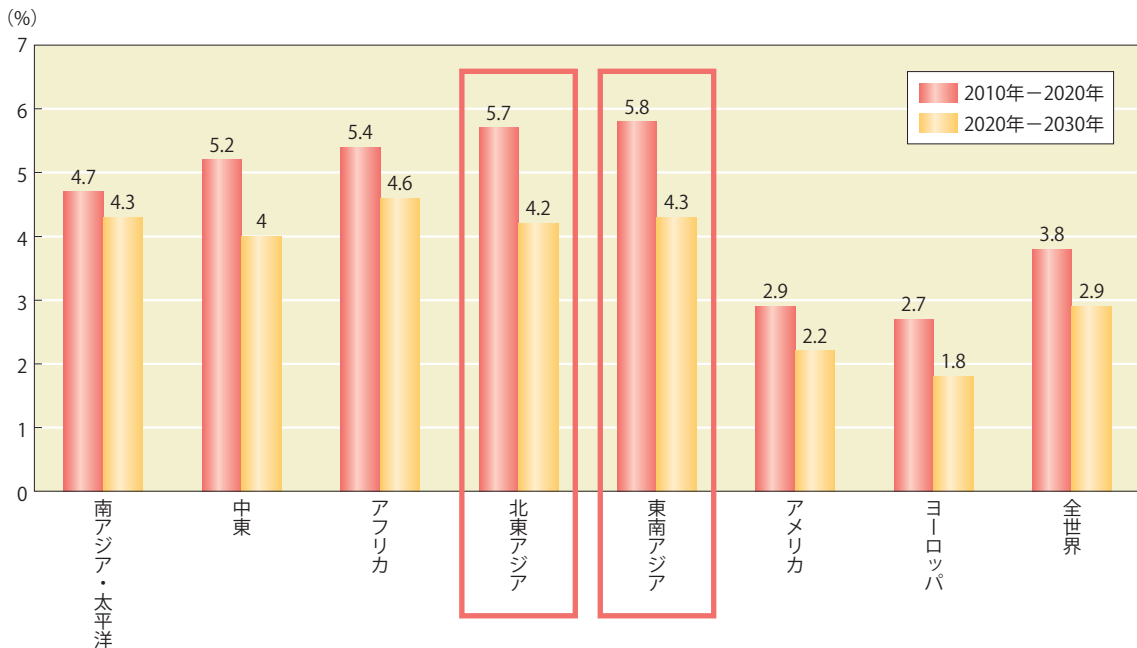
図表 I - 5 国際観光客受入数の地域別シェア（2004年（平成16年）－2014年（平成26年））



（注） UNWTO(国連世界観光機関) 資料をもとに観光庁が作成

UNWTO(国連世界観光機関)によると、今後も世界の国際観光客数は増加傾向であると見られる。前述のように、アジア太平洋は近年急激な伸びを見せているが、今後についても、北東アジア・東南アジアは世界の中でも高い伸びが予測されている。（図表 I - 6）

図表 I - 6 国際観光客の年平均伸び率の予測

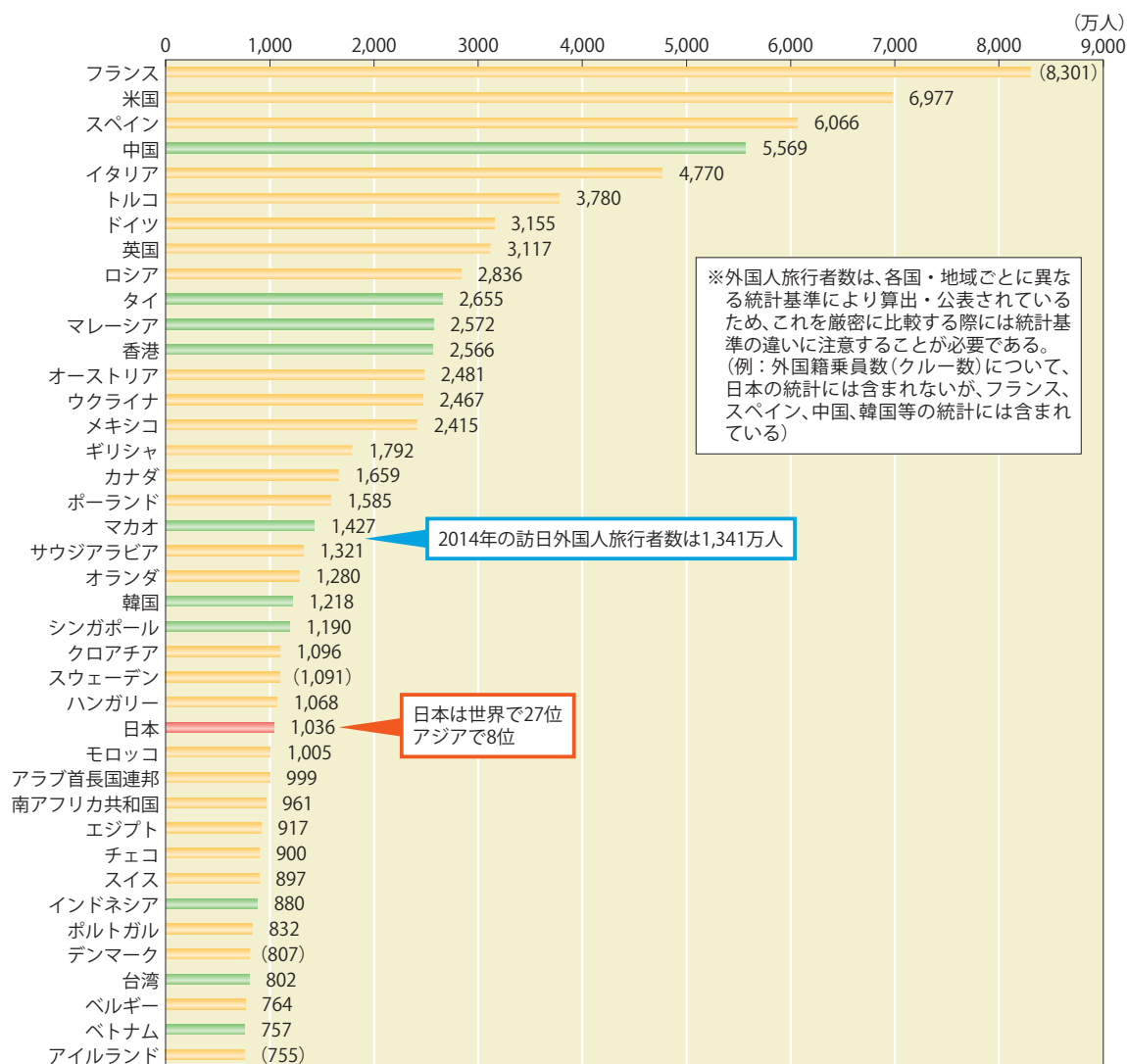


（注） UNWTO(国連世界観光機関) 資料に基づき観光庁作成。

外国人旅行者受入数については、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出されている。このため、比較する際には、統計基準の違いに注意する必要があるが、2013年（平成25年）の外国人旅行者受入数は、前年に引き続き、フランスが8,301万人で1位となり、米国が6,977万人で2位、スペインが6,066万人で3位であった。日本は2012年（平成24年）の836万人（33位（アジアで8位））から1,036万人（27位（アジアで8位））となり、人数、順位ともに上昇した。

なお、2014年（平成26年）の訪日外国人旅行者数は、前年比29.4%増の1,341万人であり、2013年（平成25年）の外国人旅行者受入数ランキングでは20位に相当する。（図表 I-7）

図表 I-7 外国人旅行者受入数ランキング（2013年（平成25年））



- (注) 1 UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成。
 2 本表の数値は2014年6月時点の暫定値である。
 3 フランス、スウェーデン、デンマーク、アイルランドは、2013年の数値が不明であるため、2012年の数値を採用した。
 4 アラブ首長国連邦は、連邦を構成するドバイ首長国のみの数値が判明しているため、その数値を採用した。
 5 本表で採用した数値は、韓国、日本、台湾、ベトナムを除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。
 6 外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。
 7 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。

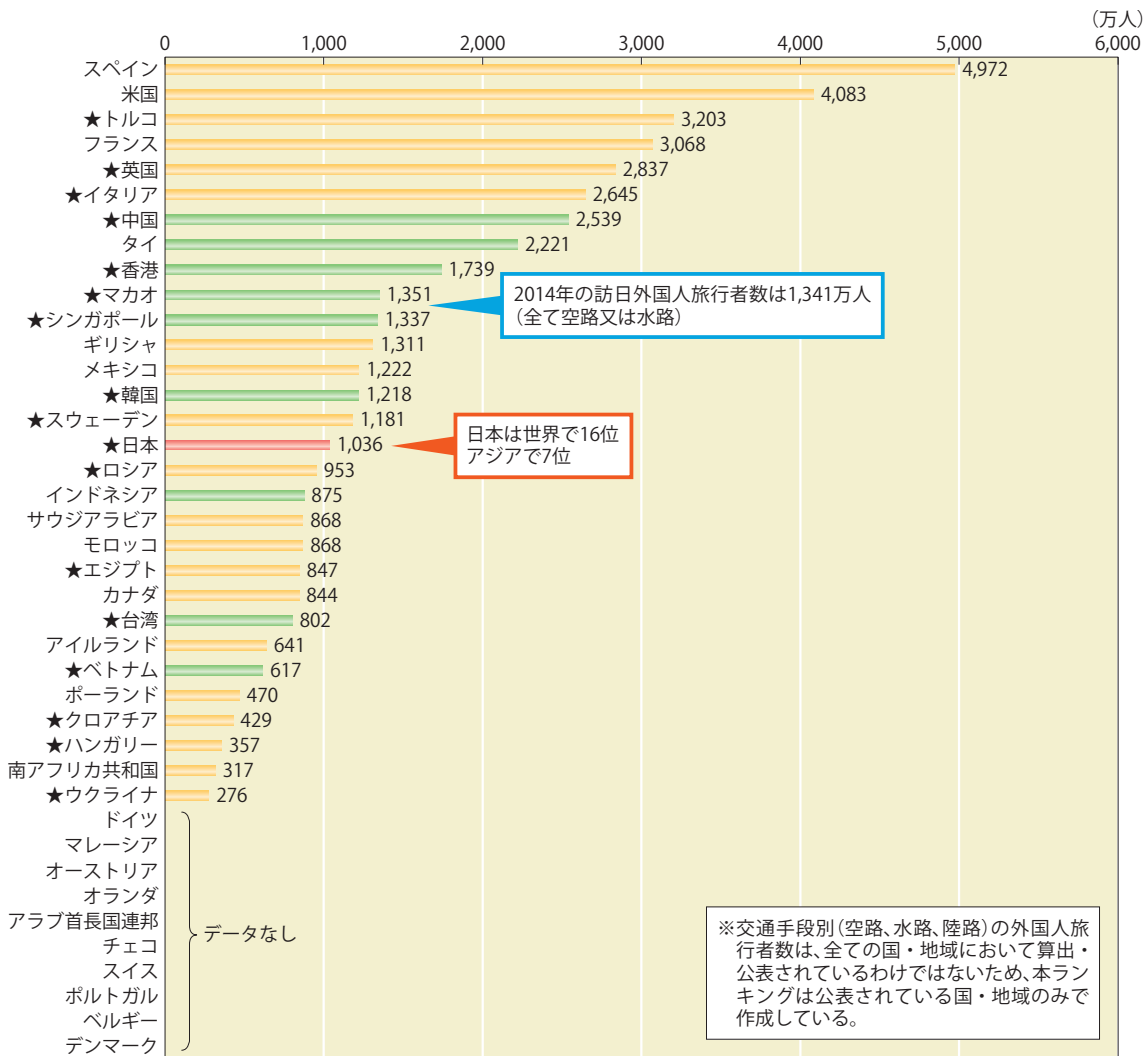
日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる。一方、欧州など多くの国が隣国と陸続きで鉄道、自動車等の陸路による入国も多いことから、我が国と同様の条件となるように空路又は水路による外国人旅行者受入数を比較したのが図表 I-8 である。

2013年（平成25年）は、スペインが4,972万人で1位となり、米国が4,083万人で2位、トルコが3,203万人で3位であった。日本は1,036万人（16位（アジアで7位））であった。

なお、2014年（平成26年）の訪日外国人旅行者数1,341万人は、2013年（平成25年）の空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキングでは11位に相当する。（図表 I-8）

また、このランキングは、空路又は水路による外国人旅行者数が把握できない国・地域は含まれていない点に注意する必要がある。

図表 I-8 空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング（2013年（平成25年））

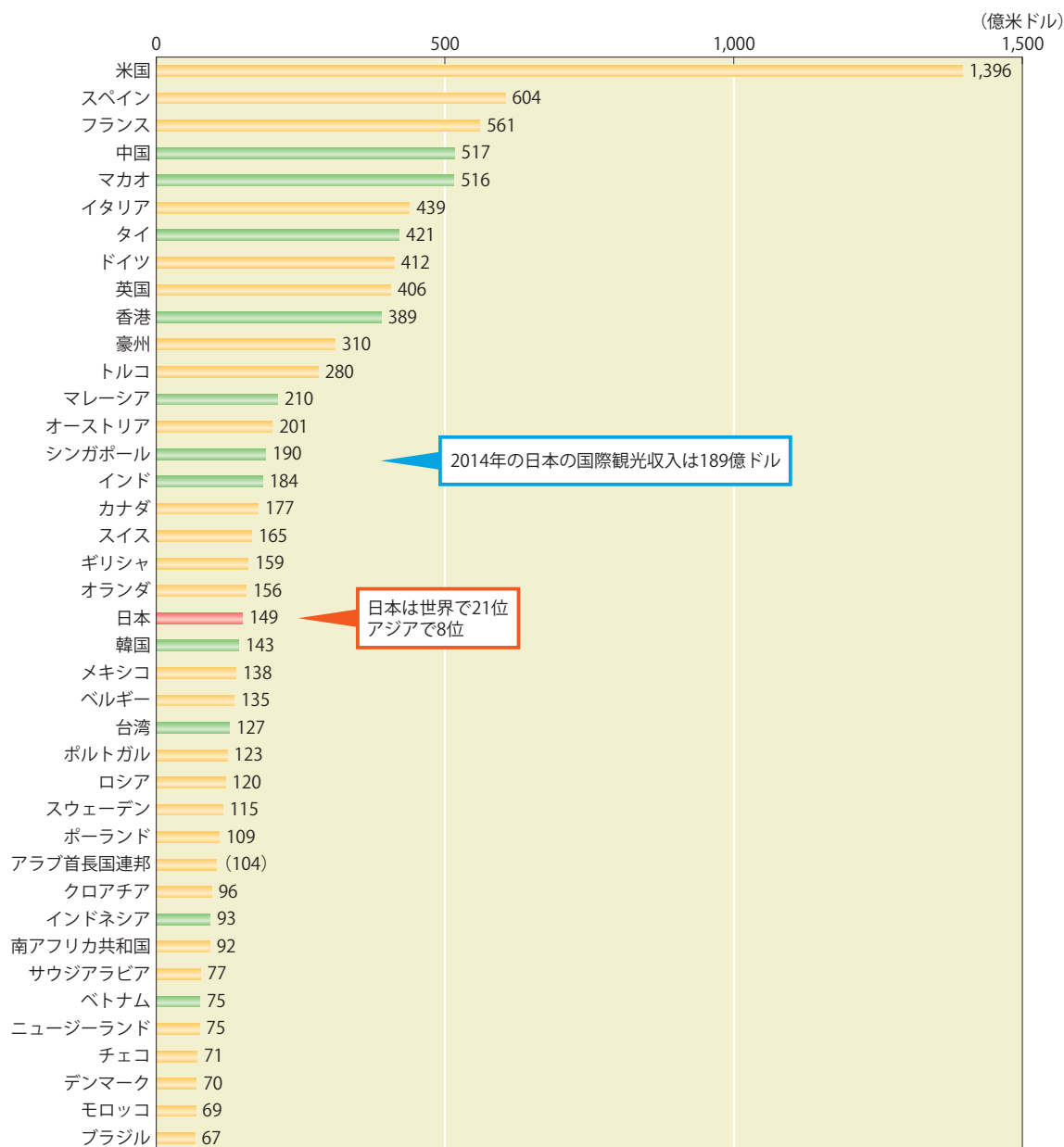


- (注) 1 UNWTO(国連世界観光機関) 資料に基づき観光庁が作成。
 2 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較するには統計基準の違いに注意することが必要。
 3 本表の数値は2015年1月時点の暫定値である。
 4 本表で採用した数値は、★印を付した国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。
 5 本表で採用した数値は、空路、水路、陸路の交通手段のうち、陸路(自動車等による入国)を除いた外国人旅行者数である。
 6 ドイツ、マレーシア、オーストリア、オランダ、アラブ首長国連邦、チェコ、スイス、ポルトガル、ベルギー、デンマークは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。
 7 外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2013年（平成25年）の各国・地域の国際観光収入については、2012年（平成24年）と比べ、タイが11位から7位まで順位を上げている。上位4か国の順位は変わらず、米国が1,396億ドルで2012年（平成24年）に引き続き1位、スペインが604億ドルで2位、フランスが561億ドルで3位であった。日本は149億ドル（21位（アジアで8位））と、2012年（平成24年）の151億ドル（20位（アジアで7位））に比べ、順位を1つ落としている。アジアについて見ると、中国が2012年（平成24年）に引き続き1位であった。

なお、2014年（平成26年）の日本の国際観光収入は189億ドルであった。（図表I-9）

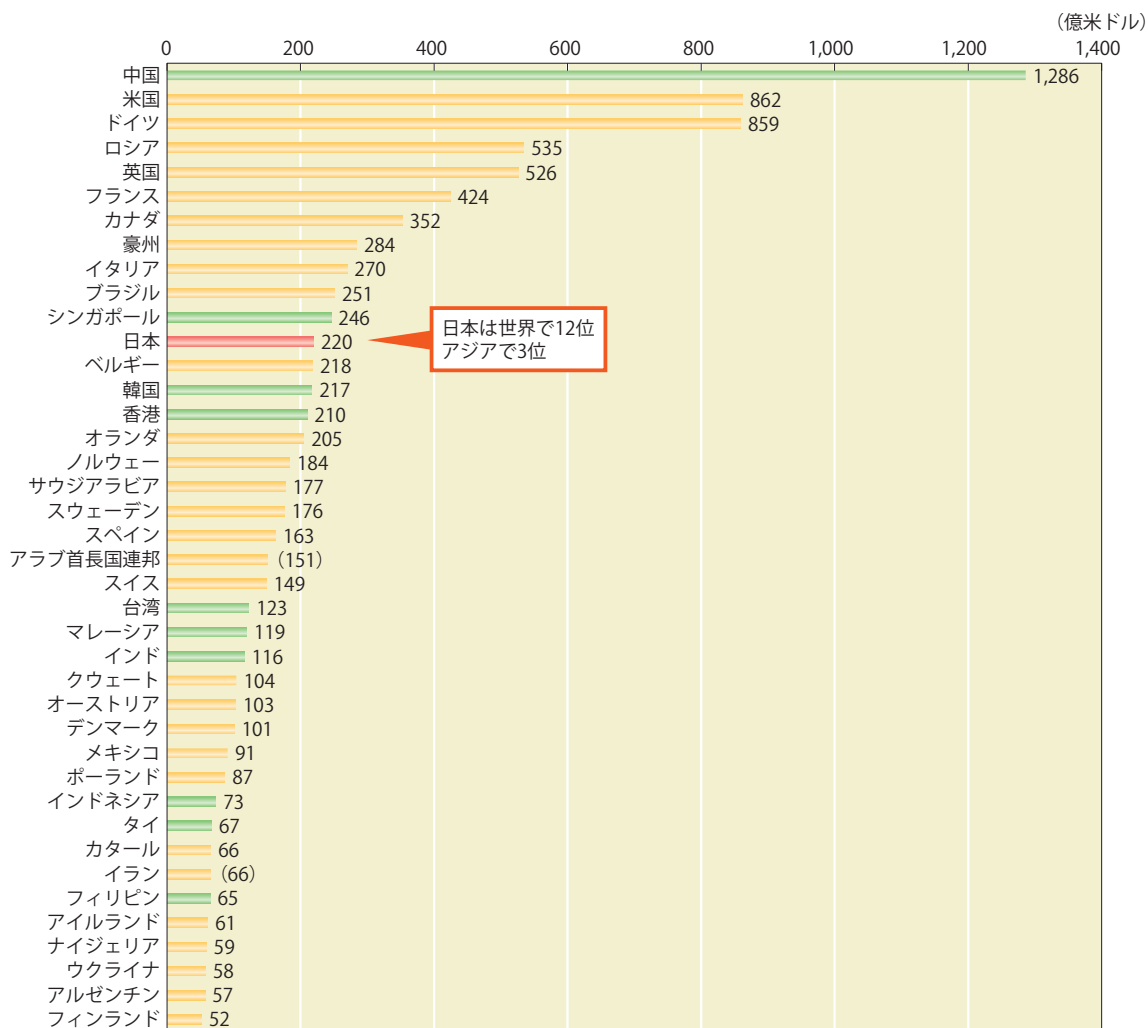
図表 I-9 国際観光収入ランキング（2013年（平成25年））



(注) 1 UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成。
 2 本表の数値は2014年6月時点の暫定値である。
 3 アラブ首長国連邦は、2013年の数値が不明であるため、2012年の数値を採用した。
 4 本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。
 5 国際観光収入は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2013年（平成25年）の各国・地域の国際観光支出については、中国が1,286億ドルで前年に引き続き1位となった。米国が862億ドルで2位となり、2012年（平成24年）の3位から順位を一つ上げた。ドイツが859億ドルで3位となり、2012年（平成24年）の2位から順位を一つ下げた。日本は220億ドル（12位（アジアで3位））となり、2012年（平成24年）の279億ドル（8位（アジアで2位））から金額、順位ともに下降した。（図表I-10）

図表I-10 国際観光支出ランキング（2013年（平成25年））



- (注) 1 UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局(JNTO)作成。
 2 本表は国際観光支出には、国際旅客運賃は含まれていない。
 3 本表の数値は2014年6月時点の暫定値である。
 4 イランは2013年の数値が不明であるため、2012年の数値を利用した。
 5 国際観光支出は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

日本経済は、2013年（平成25年）においては、金融緩和、財政出動、成長戦略の「三本の矢」による「アベノミクス」で株高となり、内閣府「日本経済2013-2014」（2013年（平成25年）12月）によると、景気は緩やかに回復しつつあると判断されていた。

2014年（平成26年）の景気は、内閣府「日本経済2014-2015」（2015年（平成27年）1月）によると、雇用・所得環境の改善に支えられ、緩やかな回復基調を持続しているものの、消費税率引き上げや輸入物価の上昇等による物価上昇の中で個人消費に弱さが見られるとされている。このような消費全般の動向は、観光に対しても影響を与えたと考えられる。

その一方で、2014年（平成26年）は日本の観光資源が世界的に高く評価された一年であった。6月には「富岡製糸場と絹産業遺産群」（群馬県）が我が国の近代産業遺産としては初めてユネスコの世界文化遺産に登録された。さらに、11月には「和紙：日本の手漉（てすき）和紙技術」が同じく無形文化遺産に登録された。7月には、世界で最も影響力をもつ旅行雑誌のひとつである米国「Travel + Leisure」誌の読者投票において、京都市がベストシティランキング世界1位になった。

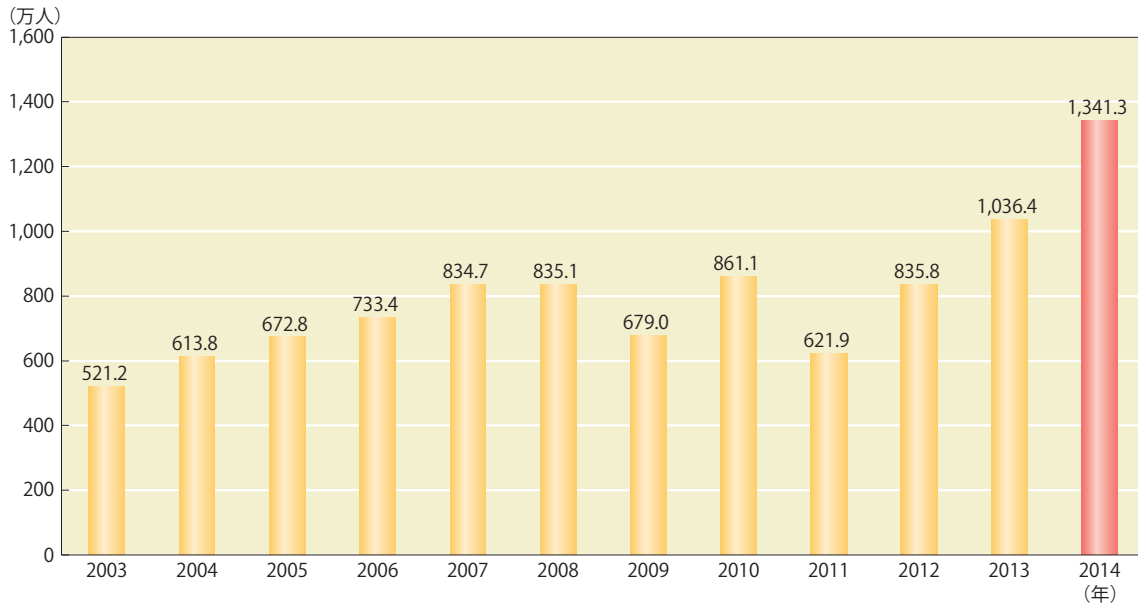
また、2014年（平成26年）は、交通インフラの充実が図られた一年でもあった。まず、航空では、3月30日より、羽田空港の昼間時間帯（6時から23時まで）の国際線の発着枠が年間3万回増加し、年間発着枠が44.7万回となった。また、道路では、6月に圏央道の相模原愛川IC～高尾ICが開通し、圏央道により関越道、中央道、東名高速が接続した。港湾でも、4月に那覇港クルーズターミナルの供用が開始された。

第1節 訪日旅行の状況

1 訪日旅行の状況

2014年（平成26年）の訪日外国人旅行者数は、初めて年間1,000万人を突破した前年をさらに上回り、1,341万人（対前年比29.4%増）となり、2年連続で過去最高を更新した。（図表I-11）

図表I-11 訪日外国人旅行者数の推移



（注）日本政府観光局（JNTO）資料をもとに観光庁作成

このような状況の下で、多くの国・地域からの年間訪日外国人旅行者数が過去最高を記録した。まず、アジアからの訪日外国人旅行者は、1,061万人で前年比33.5%の伸び率となった。訪日外国人旅行者に占める割合は79.1%に達している。

台湾の2014年の訪日旅行者数は283.0万人で、3年連続で過去最高を記録するとともに、全市場における年間の最高記録を更新した。LCC⁵の浸透により個人旅行が活況を帯びており、リピーター比率は75%を超えている。

韓国については、4月中旬に発生した旅客船沈没事故を受け、船舶を利用した外国旅行の自粛や修学旅行のキャンセルが発生し、上半期の訪日旅行に影響を及ぼしたが、夏の旅行シーズンを契機に訪日需要の回復が見られ、年間の訪日旅行者数は275.5万人と過去最高を記録した。（これまでの過去最高は2007年（平成19年）260.0万人）

中国は、2013年（平成25年）9月以降は好調に推移し、2014年（平成26年）は初めて年間200万人を突破し、年間240.9万人の過去最高を記録した。2012年～2013年に訪日旅行需要が伸び悩んだが、大型クルーズ船の寄港や航空便の新規就航などにより大きく反動した。

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要6ヶ国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）のいずれの国においても年間の訪日外国人旅行者数が過去最高となり、2014年（平成26年）は合計160万人（対前年比39.1%増）となった。

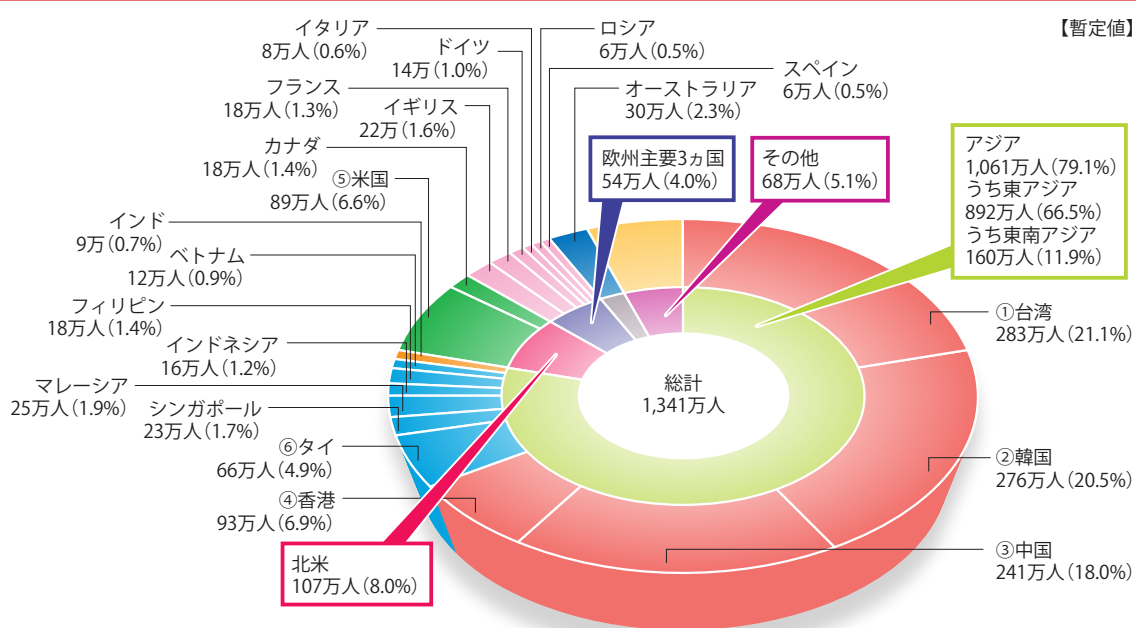
⁵ Low Cost Carrier の略。

香港は、2013年（平成25年）2月以降23ヶ月連続で各月の最高記録を更新しており、12月には単月としては初めて10万人を超えた。

欧州からの訪日外国人旅行者も、初めて年間100万人を超えて105万人に達し、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン等の年間訪日外国人旅行者数が過去最高となった。また、欧州主要3か国（イギリス、フランス、ドイツ）の訪日外国人旅行者数は50万人を超えた。

北アメリカからも同様に好調で、こちらも初めて年間100万人を突破し107万人に達した。オーストラリアからの訪日外国人旅行者は30万人となり、年間30万人を初めて突破した。その他の地域では、南米は6万人、アフリカは3万人であった。（図表 I - 12）

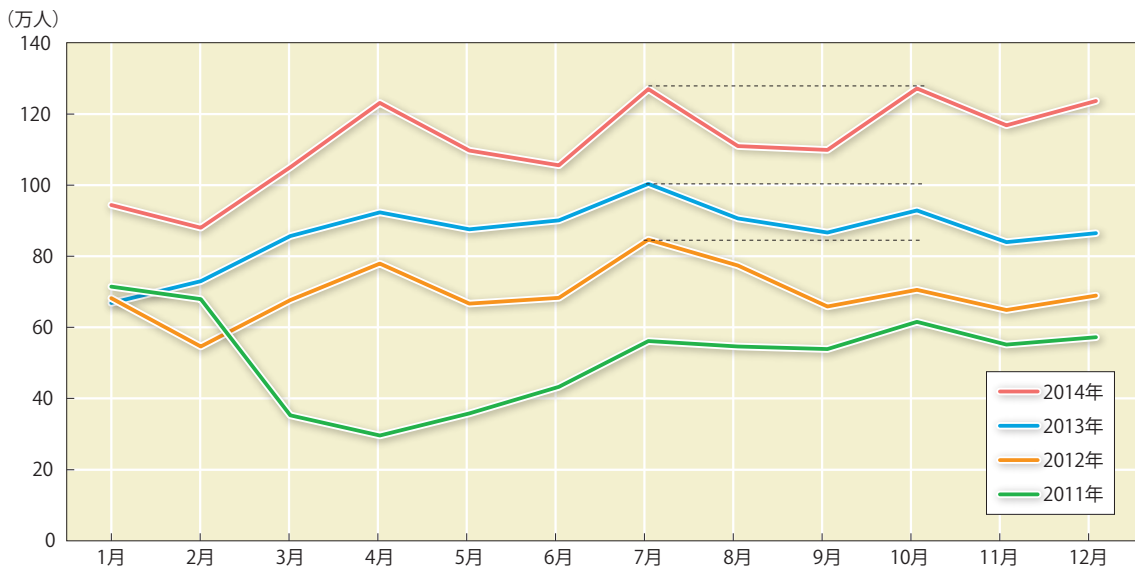
図表 I - 12 訪日外国人旅行者の内訳（2014年（平成26年））



(注) 1 日本政府観光局(JNTO) 資料より作成
 2 () 内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 3 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。

月次の動きでは、東日本大震災が発生した2011年（平成23年）は3月、4月に大きく落ち込み、2012年（平成20年）から2014年（平成22年）とは季節変動が大きく異なっている。2012年（平成24年）、2013年（平成25年）においては、7月がピークで10-12月期は7-9月期を下回る傾向にあったが、2014年（平成26年）は10月がピークとなり10-12月期は7-9月期を上回った。このような10月以降の訪日外国人旅行者数の増加要因としては、円安方向への動きや外国人旅行者向け消費税免税制度の見直し（免税対象品目の拡大等）等が考えられる。（図表 I - 13）

図表 I - 13 訪日外国人旅行者数の季節変動



(注) 日本政府観光局(JNTO) 資料より作成

このように、2011年（平成23年）年以降は訪日外国人旅行者が急速に増加しているが、その要因としては以下が考えられる。

①経済環境：

アジア等の経済成長により海外旅行者数が増加していること、円安方向への動きにより訪日旅行への割安感が拡大していることなど。

②日本への国際的注目度の高まり：

東京オリンピック・パラリンピックの開催決定、「富士山」や「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界文化遺産登録、「和食」や「和紙」の無形文化遺産登録など。

③訪日外国人旅行者の拡大に向けた施策展開：

首都圏空港の発着枠拡大、ビザの大幅緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の見直し、CIQ⁶体制の充実等、政府全体として取り組んだ施策の成果。

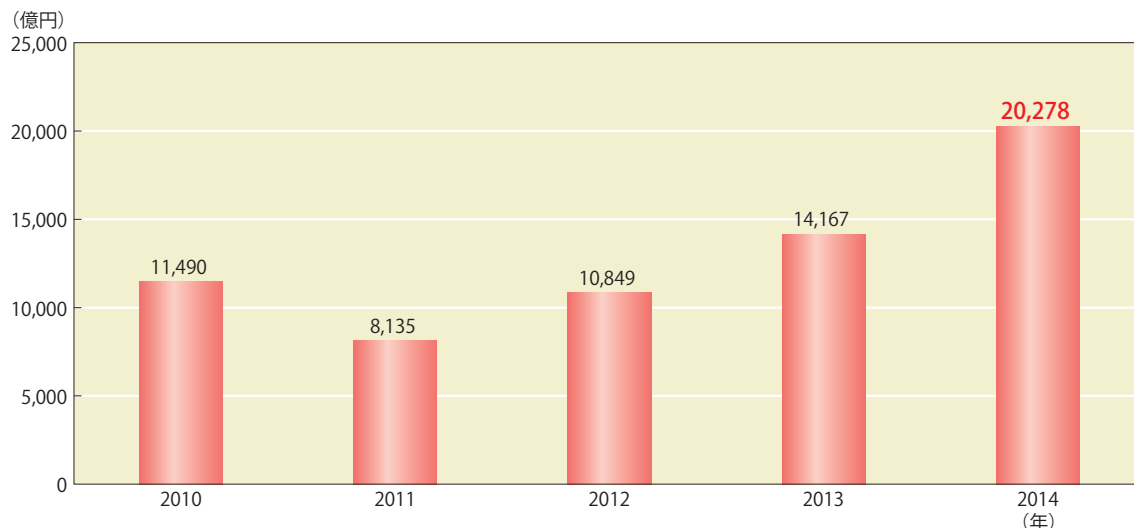
④継続的な訪日プロモーション：

「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（平成26年）は桜をテーマとした国際旅行博への出展や海外現地における広告の掲載等、集中的な取組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し、定着させることに成功した。

6 customs, immigration and quarantine の略。出入国の際の必須手続である税関・出入国管理・検疫のこと。

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012年（平成20年）から2014年（平成22年）で急拡大し、2014年（平成26年）には2兆278億円となり2兆円の大台を超えた。（図表 I-14）

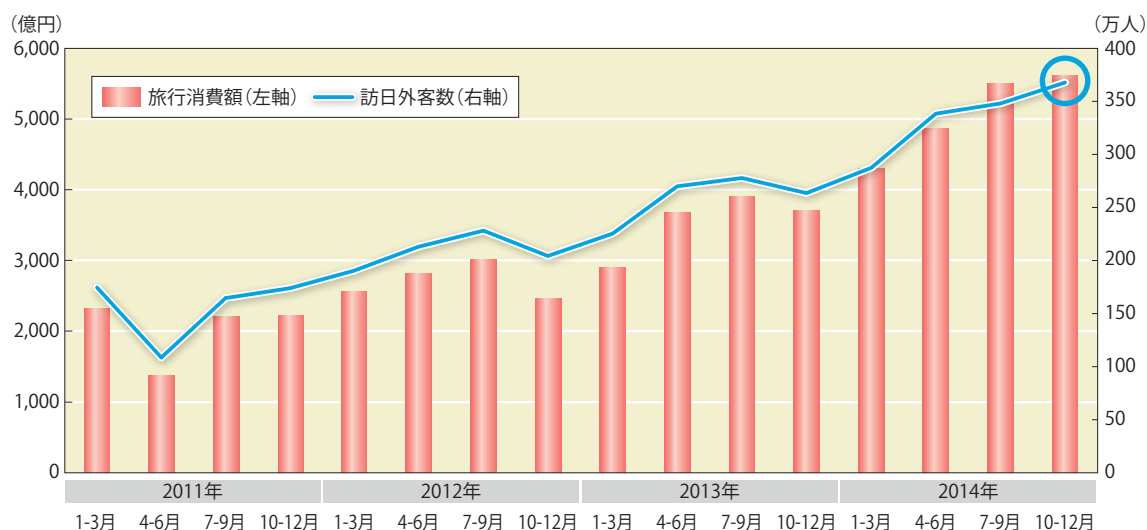
図表 I-14 訪日外国人旅行者による消費の推移



(注) 1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
2 2010年については同年1-3月期に調査を実施していないことから、同年4-12月期の平均値を代用して算出している。

2012年（平成24年）及び2013年（平成25年）の10-12月期は訪日外国人旅行者数が前期から減少したため旅行消費額も減少したが、2014年（平成26年）の10-12月期は訪日外国人旅行者数が増加したため旅行消費額も増加した。（図表 I-15）

図表 I-15 訪日外国人消費の四半期の推移



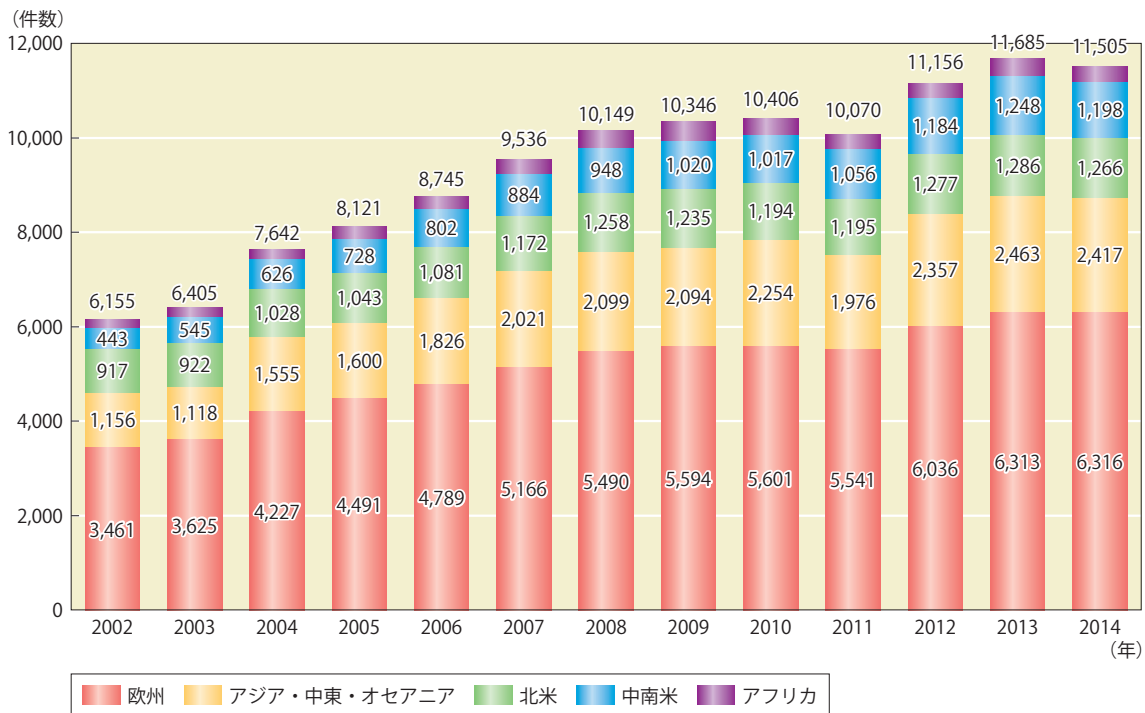
(注) 1 訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局(JNTO) 資料より作成
2 訪日外国人旅行者による消費額は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

2 国際コンベンションの開催状況

(1) 世界及び地域別の開催状況

国際会議関連団体・事業者を会員とする国際団体ICCA⁷（国際会議協会）の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は増加傾向である。地域別の開催件数については、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めているが、急速な経済成長を背景にアジア・中東・オセアニア地域や南米地域は特に開催件数の伸びが高い。アジア、中東、オセアニア地域、中南米地域の国際会議開催件数は、過去10年間で、それぞれ約1.6倍、約1.9倍に増加している。（図表I-16）

図表 I - 16 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



（注）ICCA（国際会議協会）“Statistics Report 2002-2011”を基に観光庁作成

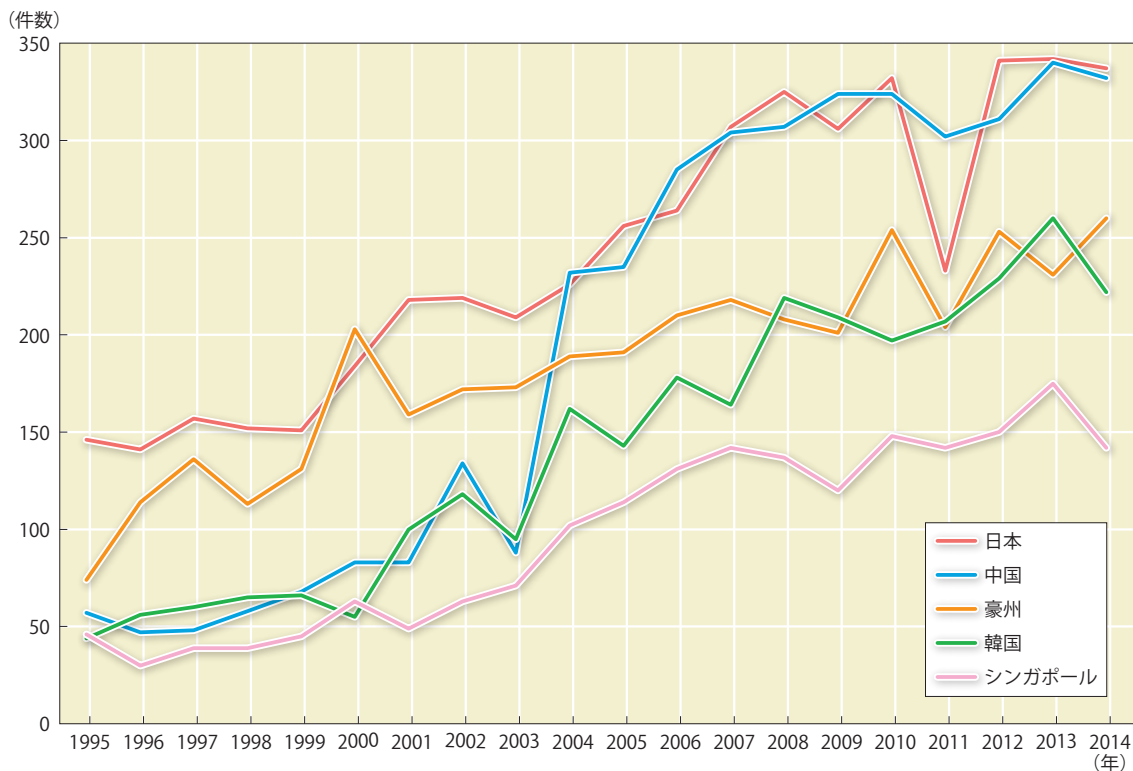
(2) アジア主要国と我が国の開催状況

アジア太平洋地域における国際会議開催件数を国別に見ると、近年、我が国を含む主要5ヶ国（日本、中国、韓国、シンガポール、オーストラリア）の開催件数は増加傾向である。（図表I-17）

地域内の主要5ヶ国の総開催件数に占める我が国のシェアは、1995年（平成7年）の40%から低下を続け、2005年（平成17年）は27%に落ち込んだ後、横ばいが続いているが、26.1%のシェアを確保し、地域内において3年連続首位となった。（図表I-18）

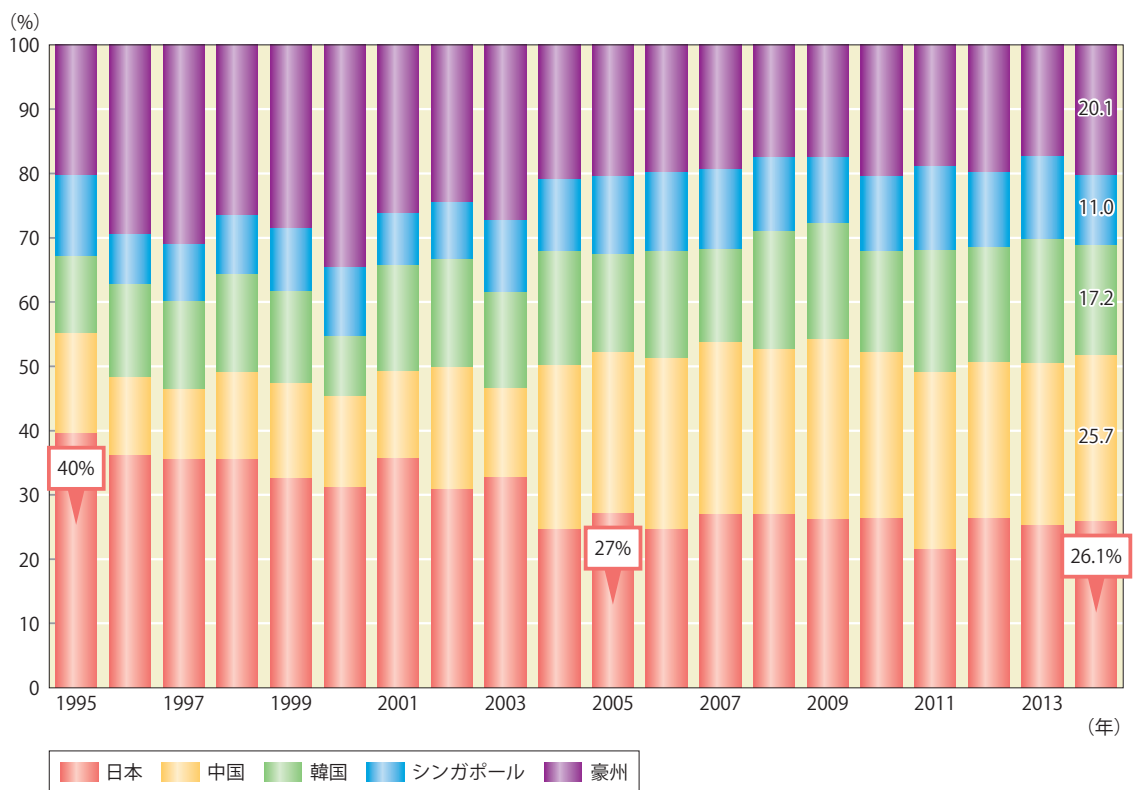
7 International Congress and Convention Association の略。

図表 I - 17 アジア・大洋州における主要国の国際会議開催件数 (1995年 (平成7年) - 2014年 (平成26年))



(注) ICCA(国際会議協会) 統計を基に観光庁作成

図表 I - 18 アジア・大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移 (1995年 (平成7年) - 2014年 (平成26年))

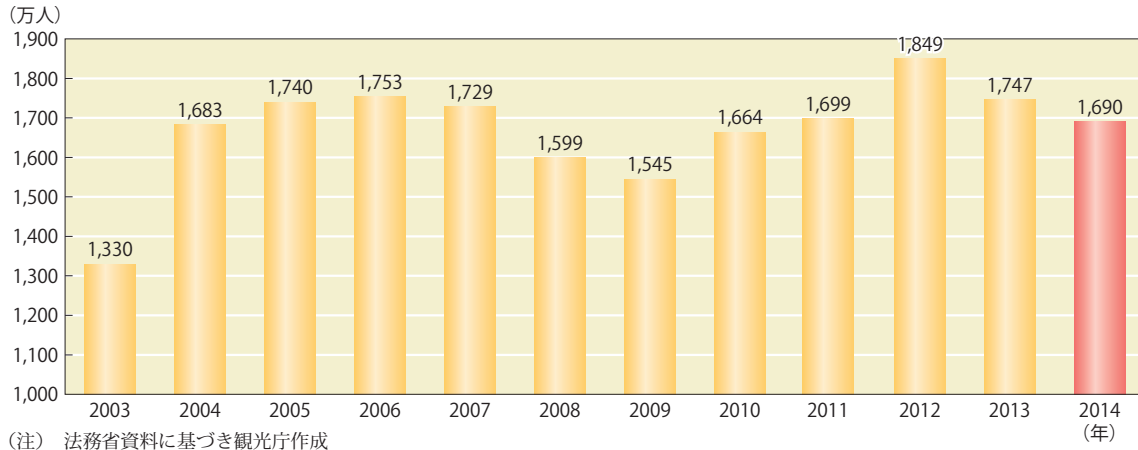


(注) ICCA(国際会議協会) 統計を基に観光庁作成

第2節 海外旅行の状況

2014年（平成26年）の日本人の海外旅行者数は1,690万人（対前年比3.3%減）となり、2年連続の減少となった。これは、円安方向への動きにより現地での買い物も含めた旅行代金が上昇したことによる割高感などによるものと考えられる。（図表 I - 19）

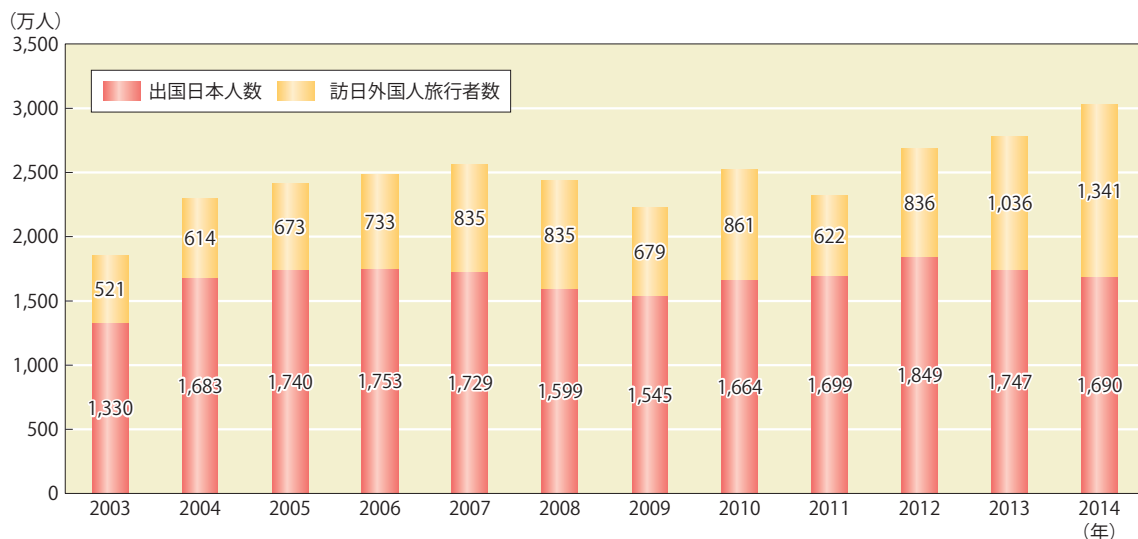
図表 I - 19 日本人の海外旅行者数の推移



2014年（平成26年）における日本人の海外旅行者数を国・地域別に見ると、韓国へは47万人減少（対前年比17.0%減）、タイへは27万人減（対前年比17.6%減）、中国へは16万人減少（対前年比5.6%減）しており、この3ヶ国だけで90万人の減少となっている。一方、台湾（対前年比15.0%増）、ベトナム（対前年比7.3%増）、香港（対前年比2.1%増）等、増加している国・地域も存在している。

なお、2014年（平成26年）は、訪日外国人旅行者数と出国日本人数の合計が初めて3,000万人を突破した。（図表 I - 20）

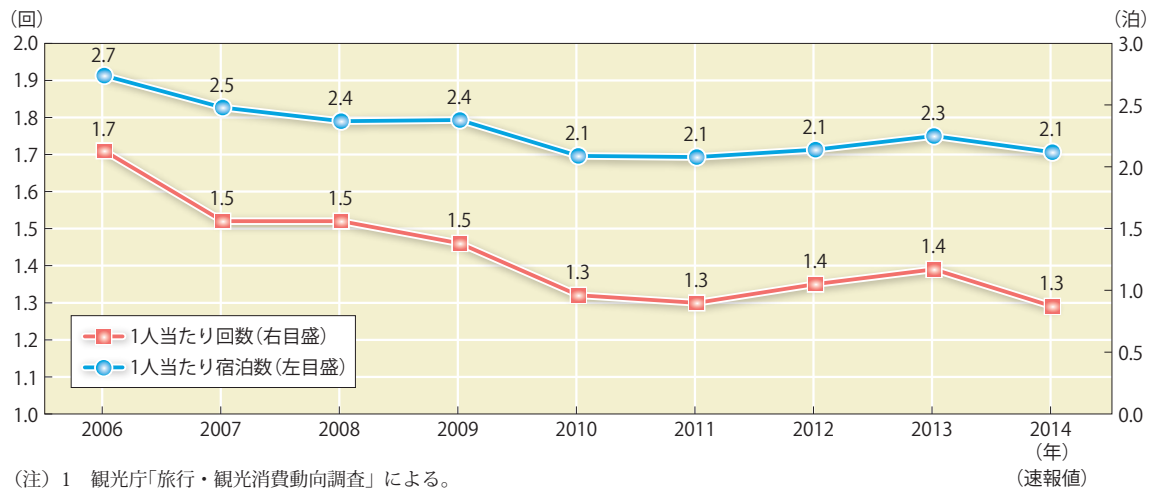
図表 I - 20 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の合計の推移



第3節 国内旅行の状況

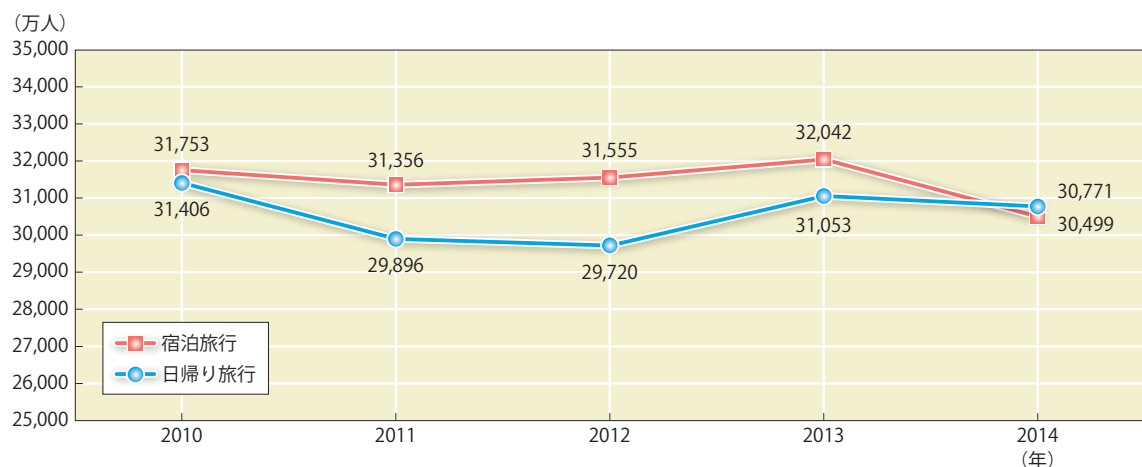
2014年(平成26年)においては、日本人の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.3回(前年比7.2%減)、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.1泊(同5.8%減)であった。国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに、2011年(平成23年)から2013年(平成25年)までは増加していたが、2014年(平成26年)は減少に転じた。(図表I-21)。

図表 I - 21 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移 (2014年(平成26年))



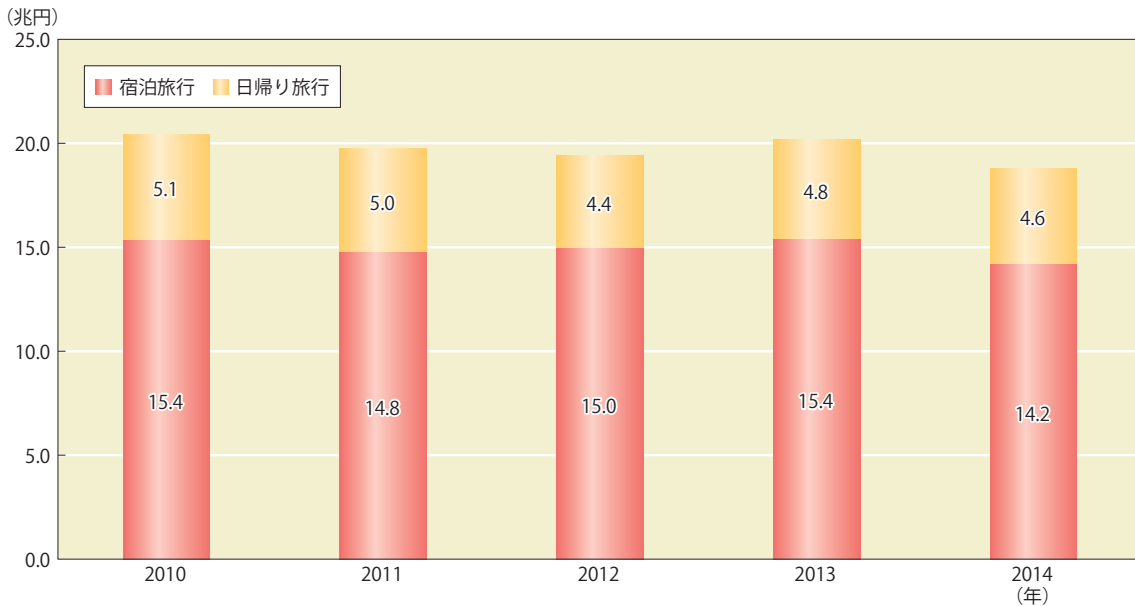
国内宿泊旅行に行った延べ人数は2011年(平成23年)から2013年(平成25年)までは増加していたが、2014年(平成26年)は延べ3億499万人(対前年比4.8%減)となった。国内日帰り旅行は延べ3億771万人(対前年比0.9%減)となった。この要因としては、一般的な消費の動向と同様に、消費税率引き上げや輸入物価の上昇等による物価上昇に所得の上昇が追い付いていないことに加え、駆け込み需要の反動減や天候不順等が影響したためと考えられる。(図表I-22)

図表 I - 22 国内宿泊観光旅行延べ人数、国内日帰り観光旅行延べ人数の推移



国内旅行消費額については、2013年（平成25年）は増加したものの、2014年（平成26年）は6.8%減少し18.8兆円であった。（図表I-23）

図表I-23 国内旅行消費額の推移

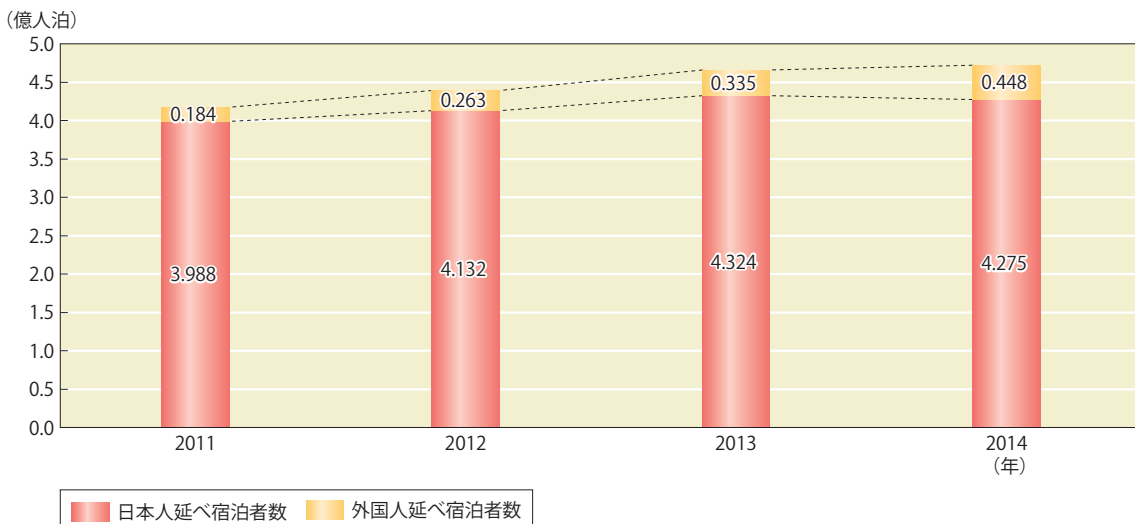


(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

第4節 宿泊旅行の状況

日本における延べ宿泊者数については、2014年（平成26年）は4億7,232万人泊（前年比1.4%増）であった。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億2,750万人泊（前年比1.1%減）、外国人延べ宿泊者数は4,482万人泊（前年比33.8%増）であった。また、延べ宿泊者数全体に占める外国人宿泊者数の割合は9.5%と増加し、外国人延べ宿泊者数の伸びが日本人延べ宿泊者数の減少を補う形となった。（図表I-24）

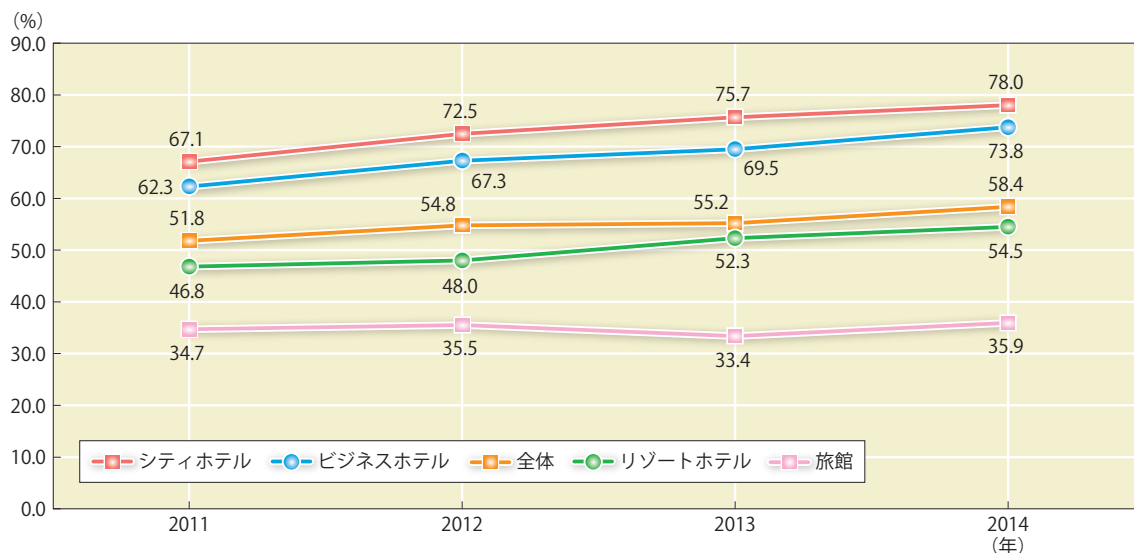
図表I-24 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

2011年（平成23年）以降の客室稼働率は、全国については上昇傾向にあり、2011年（平成23年）の51.8%から2014年（平成26年）の58.4%となっている。宿泊施設タイプ別の客室稼働率は、シティホテル、ビジネスホテル、リゾートホテルについては上昇傾向にあるが、旅館は横ばい傾向である。特に、シティホテル、ビジネスホテルは、2011年（平成23年）から2014年（平成26年）の期間に10%ポイント以上上昇し、それぞれ78.0%、73.8%に達している。（図表I-25）

図表 I - 25 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移

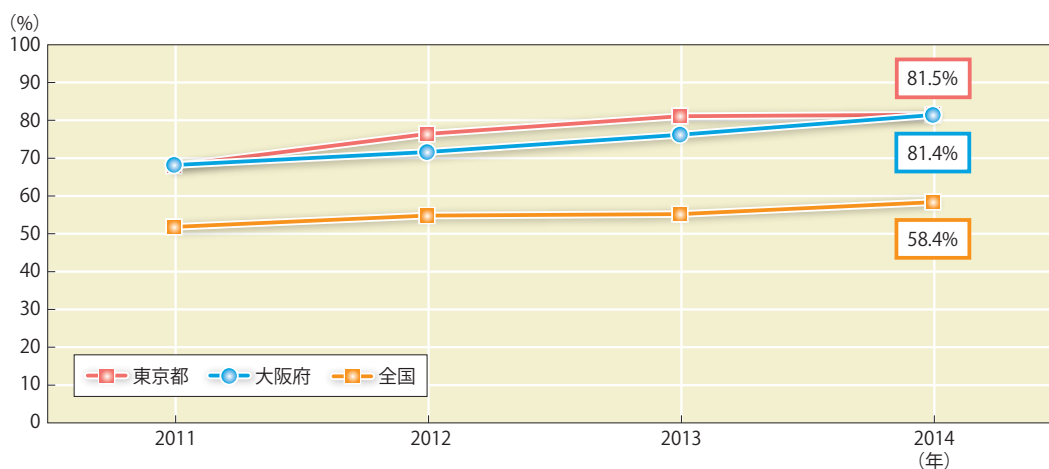


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

東京都と大阪府の2大都市部の客室稼働率の上昇は顕著で、2011年（平成23年）の東京都が68.0%、大阪府が68.2%から、2014年（平成26年）にはそれぞれ81.5%、81.4%と、80%を超える水準となった。

47都道府県の稼働率の標準偏差は、2011年（平成23年）以降に7.7%から2014年（平成26年）は10.2%になり、客室稼働率におけるばらつきが大きくなった。（図表I-26）

図表 I - 26 客室稼働率の推移



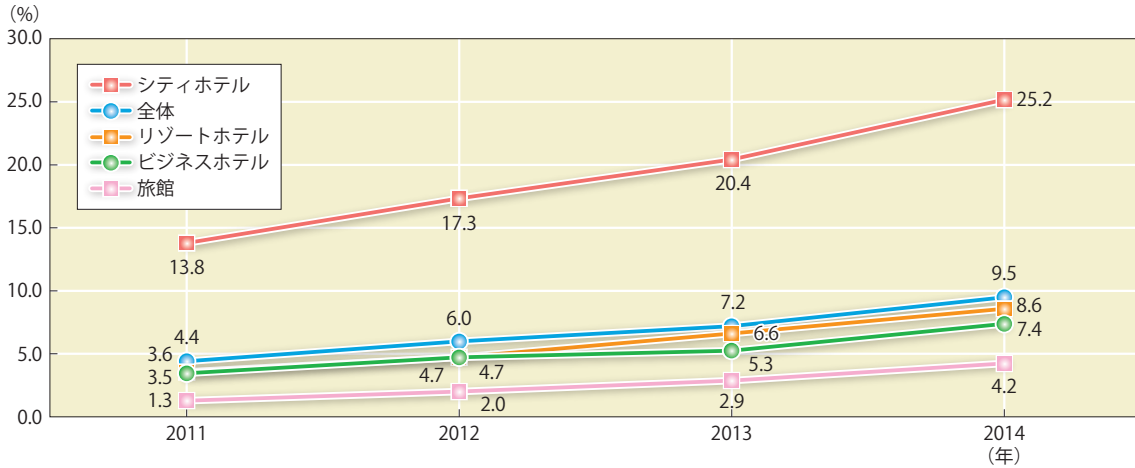
47都道府県の標準偏差	7.7%	8.4%	9.6%	10.2%
	2011	2012	2013	2014

(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)の数値は速報値である。

延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数の割合の推移は、2011年（平成23年）以降に全国については上昇傾向にあり、2011年（平成23年）の4.4%から2014年（平成26年）には9.5%となっている。

シティホテルは、外国人延べ宿泊者数の割合が高く、2011年（平成23年）は13.8%であったが2014年（平成26年）には25.2%となり、宿泊者の4人に1人が外国人である。（図表I-27）

図表I-27 宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊数の割合の推移

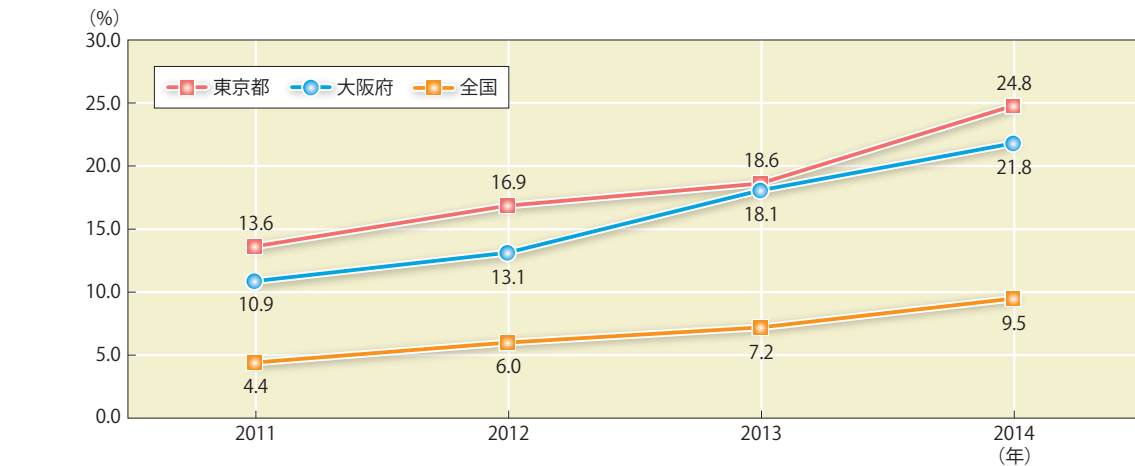


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

東京都、大阪府はこの期間に延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数の割合が10%ポイント以上上昇し、それぞれ24.8%、21.8%となった。

47都道府県の外国人延べ宿泊数の割合の標準偏差は、2011年（平成23年）以降に2.8%から2014年（平成26年）は5.5%になり、ばらつきが大きくなった。（図表I-28）

図表I-28 都道府県別の外国人延べ宿泊数の割合の推移



47都道府県の標準偏差	2011	2012	2013	2014 (年)
	2.8%	3.6%	4.1%	5.5%

(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計」による。
2 2014年(平成26年)の数値は速報値である。

第5節 東日本大震災からの復興の状況

全国、東北計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）、そのうち被災の激しかった三県計（岩手県、宮城県、福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の2010年（平成22年）を100として指数化して、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況を把握する。

1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数

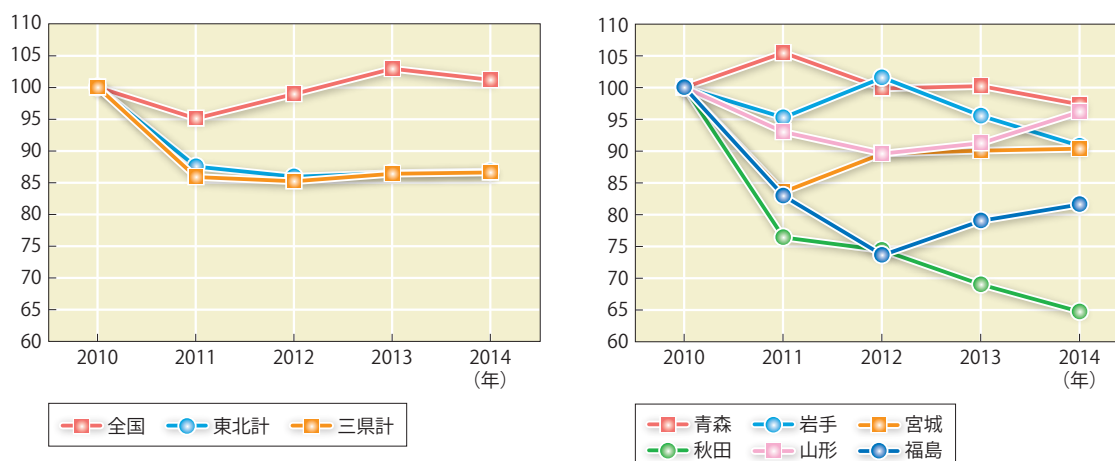
観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数については、全国では、2011年（平成23年）には95.1まで低下したが、2012年（平成24年）には99.0にまで回復し、それ以降は震災前の2010年（平成22年）の水準を上回っている。

これに対し、東北計、三県計は、2011年（平成23年）に80台にまで低下し、その後も80台後半を推移している。

県別にみると、秋田県は2011年（平成23年）以降も大きく低下し続け、2014年（平成26年）には64.8となった。福島県も2012年（平成24年）までは大きく低下したが、それ以降は上昇に転じ、2014年（平成26年）には81.6となった。宮城県は、2011年（平成23年）に83.6まで低下したが、それ以降は90前後で推移している。岩手県は、2011年（平成23年）に95.3に低下し、翌年には2010年（平成22年）の水準を上回ったが、それ以降は再度低下し、2014年（平成26年）には90.8となった。青森県は、2011年（平成23年）に唯一増加したが、2013年（平成25年）以降は低下傾向にあり、2014年（平成26年）には97.3となった。

以上から、日本人観光客の宿泊については、秋田県、福島県を中心に全国に比べて低くなっており、東北全体でも厳しい状況が続いている。（図表 I - 29）

図表 I - 29 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数（2010年（平成22年）を100とした指数の推移）



- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 2010年(平成22年)のデータは、従業員10人以上の宿泊施設の実績を使用。
 3 2010年(平成22年)～2013年(平成25年)の数値は確定値、2014年(平成26年)の数値は速報値を使用。

2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数については、全国では、2011年（平成23年）には60.5まで大きく低下したが、2012年（平成24年）以降は急激に伸びており、2014年（平成

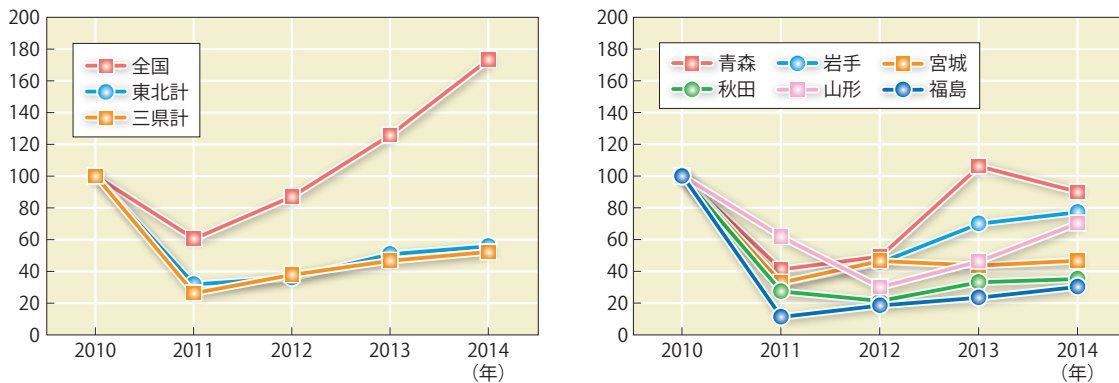
26年)には173.2となり、震災前の2010年(平成22年)の水準を大きく上回っている。

これに対し、東北計、三県計は、2011年(平成23年)にそれぞれ32.0、26.4にまで大きく低下した。2014年(平成26年)にはそれぞれ55.8、55.2で、震災前の2010年(平成22年)の水準を大きく割り込んでいるものの、2012年(平成24年)以降は回復基調にあると言える。

県別にみると、福島県は、2011年(平成23年)に11.3まで大きく低下し、それ以降上昇している。秋田県は、2012年(平成24年)まで低下し続け21.3となったが、それ以降は上昇している。宮城県は、2011年(平成23年)に33.0まで低下し、2012年(平成24年)に46.6まで上昇したが、その後は40台で推移している。山形県は、2012年(平成24年)まで低下し続け30.1となった。それ以降は上昇し2014年(平成26年)に70.3まで回復した。岩手県は、2011年(平成23年)に32.5に低下したが、2012年(平成24年)以降は上昇し2014年(平成26年)には77.2となった。青森県は、2011年(平成23年)に41.3まで低下したが、2013年(平成25年)までは急回復し106.1となったものの、2014年(平成26年)には89.9となり、2010年(平成22年)の水準を下回った。

以上から、訪日外国人観光客の宿泊については、福島県、秋田県、宮城県等において厳しい状況が続いているが、東北全体では回復基調にある。(図表I-30)

図表I-30 観光客中心の宿泊施設の訪日外国人延べ宿泊者数(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 2010年(平成22年)のデータは、従業員10人以上の宿泊施設の実績を使用。

3 2010年(平成22年)～2013年(平成25年)の数値は確定値、2014年(平成26年)の数値は速報値を使用。

3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数

ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数については、全国では、2010年(平成22年)以降上昇傾向にあり、2014年(平成26年)には117.9となった。東北計、三県計は、2011年(平成23年)に大きく上昇し、それぞれ128.0、146.2となった。2012年(平成24年)以降は、東北計、三県計ともに横ばいで推移している。

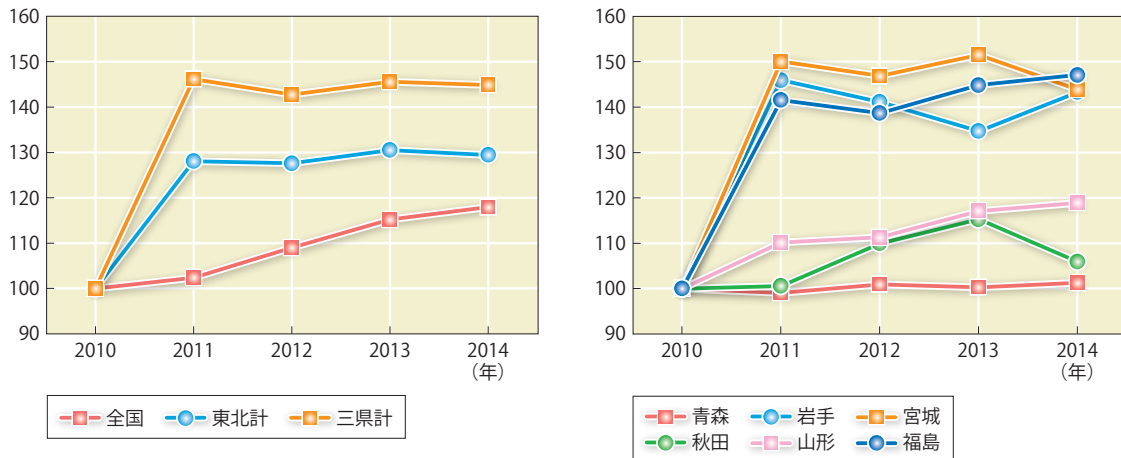
県別にみると、岩手県、宮城県、福島県の三県と青森県、秋田県、山形県は水準が大きく異なっている。岩手県、宮城県、福島県の三県は、2011年(平成23年)に大きく上昇しいずれも140を超える水準となり、2014年(平成26年)においても140台である。

山形県はこの三県の水準を下回るが、2010年(平成22年)以降上昇傾向にあり、2014年(平成26年)には118.9となった。秋田県は、2013年(平成25年)まで上昇し115.3となったが、2014年(平成26年)には105.9に低下した。青森県は、2010年(平成22年)以降大きな変化はなく、100前後で推移している。

ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数については、被災の激しかった三県では復興関連の需

要が続いており、全国水準を大きく上回って推移している。(図表 I - 31)

図表 I - 31 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数 (2010年(平成22年)を100とした指数の推移)

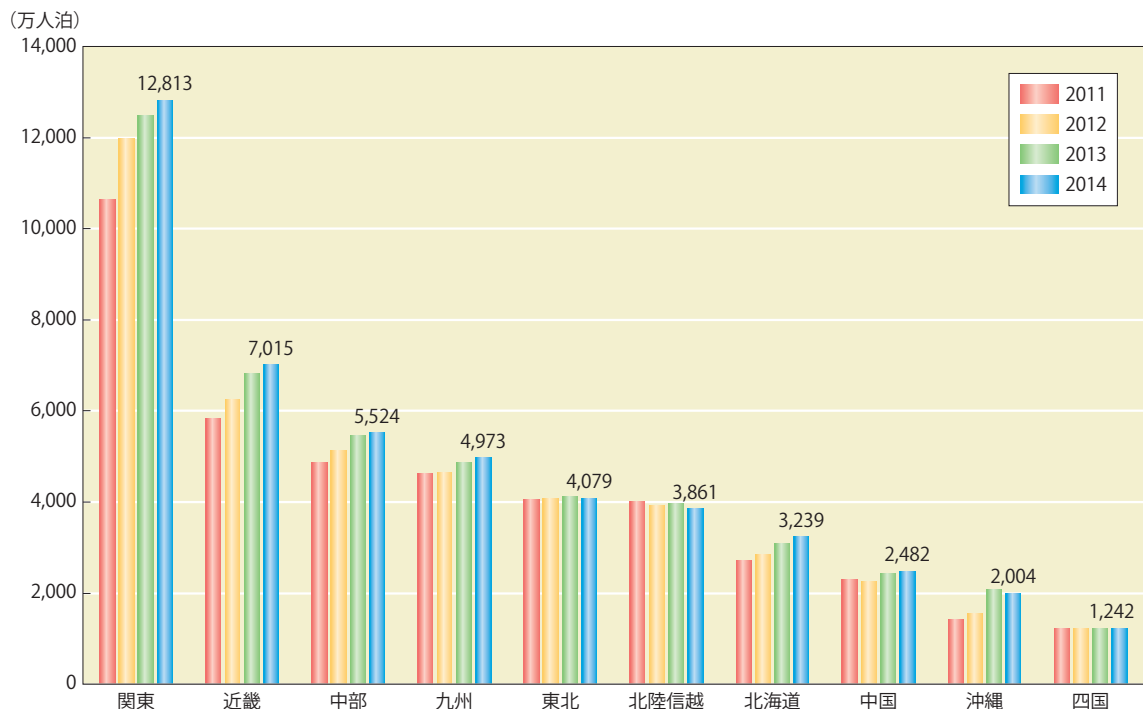


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 2010年(平成22年)のデータは、従業員10人以上の宿泊施設の実績を使用。
 3 2010年(平成22年)～2013年(平成25年)の数値は確定値、2014年(平成26年)の数値は速報値を使用。

第6節 地域における観光の状況

2014年(平成26年)の全国の延べ宿泊者数は、4億7,232万人泊(対前年比1.4%増)となった。地方ブロック別では、関東地方が1億2,813万人泊(全体の27.1%)、近畿地方が7,015万人泊(全体の14.9%)、中部地方が5,524万人泊(全体の11.7%)で上位となり、全国の延べ宿泊者数の53.7%を占めた。これらの3地方と北海道地方及び九州地方において、延べ宿泊者数は2011年(平成23年)以降増加を続けている。(図表 I - 32)

図表 I - 32 地域ブロック別延べ宿泊者数の推移

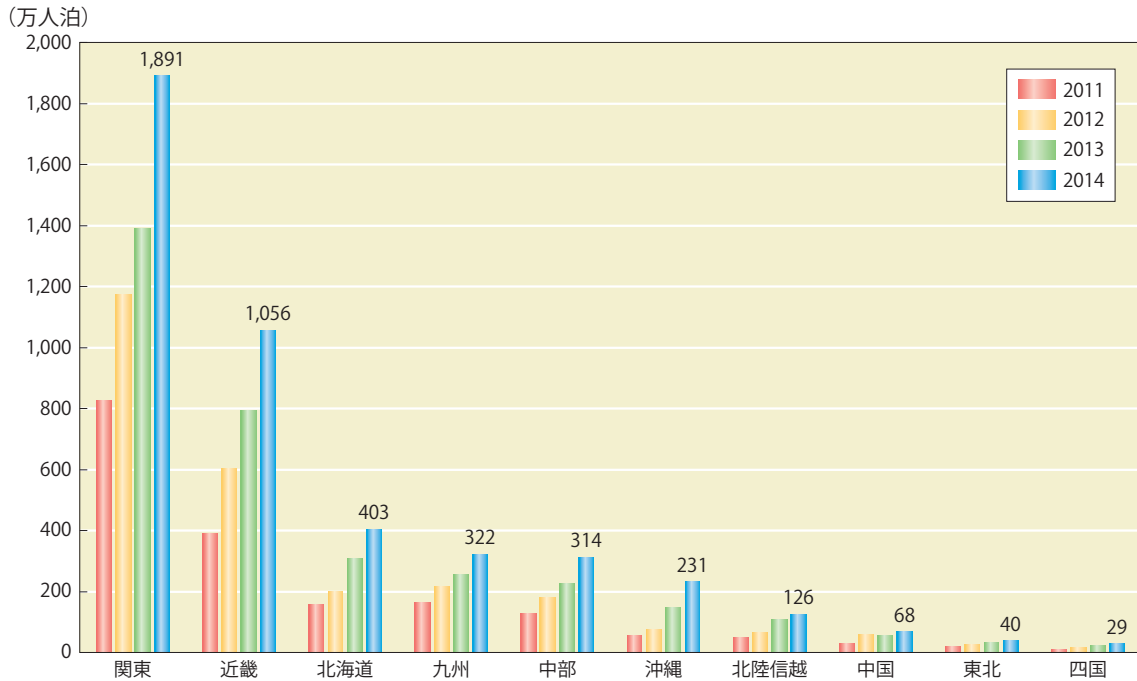


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 2014年(平成26年)は速報値。

このうち外国人の延べ宿泊者数は、4,482万人泊（対前年比+33.8%）となった。地方ブロック別では、関東地方が1,891万人泊（全体の42.2%）、近畿地方が1,056万人泊（全体の23.6%）、北海道地方が403万人泊（全体の9.0%）で上位となり、全国の外国人の延べ宿泊者数の74.8%を占めた。

すべての地方において外国人延べ宿泊者数は、2011年（平成23年）以降増加を続けている。（**図表 I - 33**）

図表 I - 33 地域ブロック別外国人延べ宿泊者数の推移

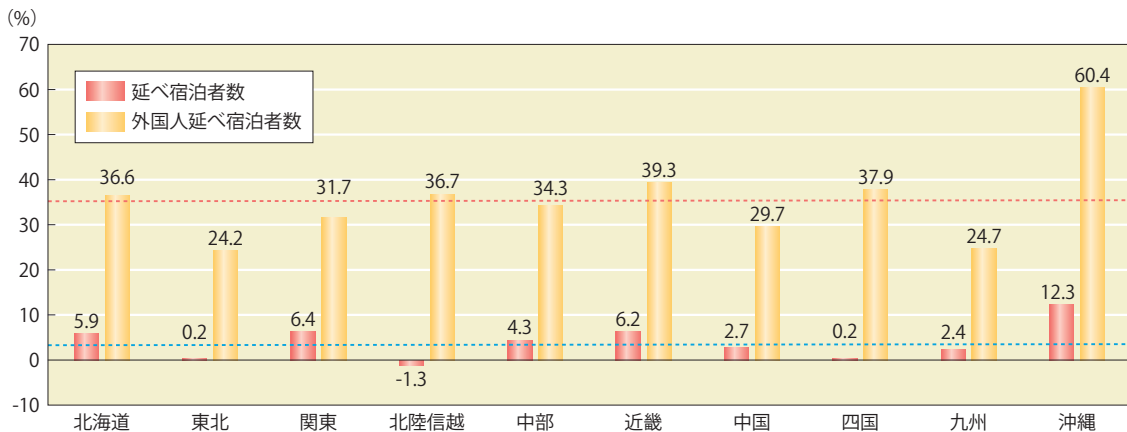


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

2011年（平成23年）から2014年（平成26年）までの3年間の平均年伸び率は、沖縄（12.3%）、関東地方（6.4%）、近畿地方（6.2%）が上位を占める一方で、北陸信越地方は-1.3%となった。

外国人延べ宿泊者数については、すべての地方で20%以上の大きな伸び率を示しているが、特に沖縄が60.4%の著しい伸びを示している。（**図表 I - 34**）

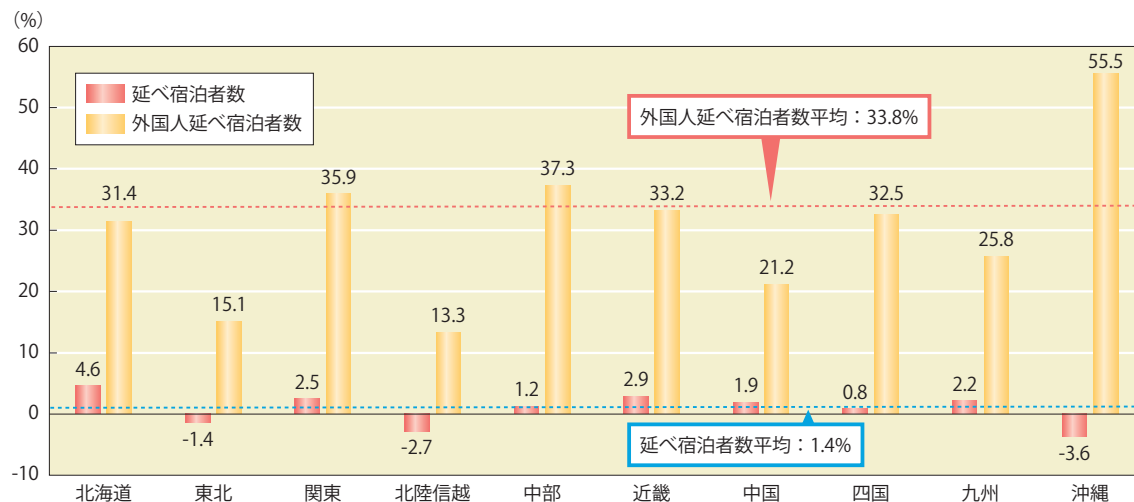
図表 I - 34 延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の伸び率（2011年（平成23年）から2014年（平成26年）の3年間の平均年伸び率）



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

また、2014年（平成26年）の地方ブロック別延べ宿泊者数の伸び率は、北海道、近畿、関東、九州、中国、中部、四国において増加した。外国人延べ宿泊者数は、すべての地方で増加した。特に、沖縄は50%を超える高い伸び率となった。（図表 I - 35）

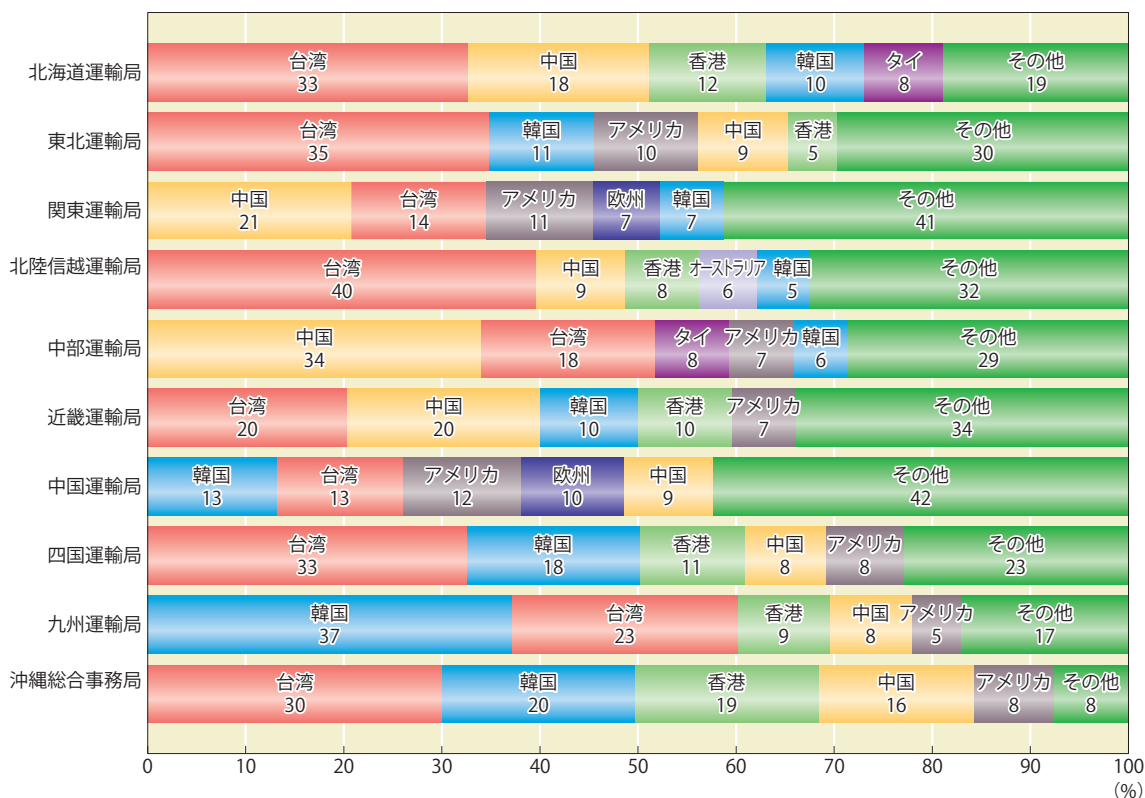
図表 I - 35 延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比2014年（平成26年）



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

2014年（平成26年）における地方ブロック別外国人延べ宿泊者については、北海道、東北、北陸信越、近畿、四国、沖縄は台湾からの宿泊者が、九州、中国は韓国からの宿泊者が多く、関東、中部は中国からの宿泊者が多い。（図表 I - 36）

図表 I - 36 地方ブロック別都道府県別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比2014年（平成26年）



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 欧州はドイツ・英国・フランスの3カ国

地方ブロックごとの動向の分析は以下のとおりである。

1 北海道

延べ宿泊者数については、各地域でのロングステイ化などの取組に加え、休止されていた関西、中部方面からの航空路線（女満別—伊丹、釧路—中部、帯広—中部）が夏季に再開されたことなどにより増加したと考えられる。

外国人延べ宿泊者数については、外航クルーズ船の寄港増や国際航空便の新規就航が増加に寄与したと考えられる。

2 東北

延べ宿泊者数については、観光目的の宿泊需要はわずかながら回復傾向にある。外国人延べ宿泊者数については、着実に回復傾向にある。

3 関東

「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録、円安方向への動きや外国人旅行者向け消費税免税制度の見直し等により、免税店が最も多い東京への外国人観光客の増加等が延べ宿泊者数の増加に寄与したものと考えられる。

4 北陸信越

外国人延べ宿泊者数については、台湾からの立山黒部アルペンルート・兼六園への訪問、オーストラリアからの白馬・志賀・野沢・妙高等のスキー場への訪問が好調であったことが増加に寄与したと考えられる。

5 中部

延べ宿泊者数は微増であった。外国人延べ宿泊者数については、地域の地方公共団体や観光関係者の取組が積極化するとともに、「昇龍道プロジェクト」がその対象地域を中華圏（中国、台湾、香港）から東南アジアへも広げるなど、活動を強化したことが増加に寄与したと考えられる。

6 近畿

延べ宿泊者数における外国人延べ宿泊者数の占める割合が年々増加しており、台湾・中国・香港及び東南アジア各国の宿泊者数は順調に推移している。

関西国際空港では、2014年度（平成26年度）にLCC（ローコストキャリア）を含む国際線発着回数（9万5千回）及び外国人旅客数（699万人）のいずれも過去最高を記録した。また、USJ（ユニバーサルスタジオジャパン）についても新アトラクションのオープン等により入場者数が過去最高を記録した。

7 中国

延べ宿泊者数については、広島県・愛媛県の市町の島しょ部などを舞台に2014年（平成26年）3月から10月の7ヵ月にわたって開催された観光振興イベント「瀬戸内しまのわ2014」などの効果により微増したと考えられる。

また、外国人延べ宿泊者数については、市場別に見ると台湾・オーストラリア・中国・フランスが特に増加しているが、これは地域が連携して実施する中国地方インバウンドフォーラムをはじめとする誘客促進事業が寄与したと考えられる。

8 四国

延べ宿泊者数については、中国地方との連携で開催された「瀬戸内しまのわ2014」などの効果により微増したと考えられる。

外国人延べ宿泊者数の増加については、四国内の全ての鉄道を乗り降り自由で利用可能なフリーパス「ALL SHIKOKU Rail Pass」等による外国人観光客誘致の取組が奏功したと考えられる。

9 九州

延べ宿泊者数の増加については、平成23年度九州新幹線全線開通に伴う沿線県でのホテル数の増加が寄与していると思われる。

外国人延べ宿泊者数は、ビザ緩和やLCC（ローコストキャリア）就航の効果が持続するタイをはじめとしたASEAN（東南アジア諸国連合）市場や中国市場、リピーター層を中心に訪問地の多様化が進む香港市場などが牽引したことにより着実に増加を続けている。

10 沖縄

延べ宿泊者数については、航空路線の拡充や新石垣空港の開港が増加に寄与したと考えられる。

外国人延べ宿泊者数については、那覇空港新国際線ターミナルや那覇港クルーズ船旅客ターミナルの供用開始とこれに伴う航空路線の拡充やクルーズ船の寄港増が増加に寄与したと考えられる。

第7節 地域における観光振興の取組

日本の各地域において、国内外からの観光客誘致や観光地域振興の取組が進められている。以下では、各地方ブロックにおける取組を紹介する。

1 北海道

○観光客の広域分散化に向けた取り組み

世界有数のパウダースノーを有し、外国人観光客が多く訪れるニセコ地域（蘭越町、倶知安町、ニセコ町）では、四季を通じたニセコブランドを国内外に定着させるため、地域内連携の取組を進めており、2014年（平成26年）7月に観光圏整備実施計画の認定を受け、ブランドコンセプト「NISEKO, My Extreme」のもと、独自の国際的共生リゾート文化の創造を目指している。

釧路湿原・阿寒・摩周観光圏では、飲食・宿泊施設で食材に関するピクトグラムや多言語表記を日本で初めて導入し、食の品質管理、情報発信に取り組んでいる。

また、同観光圏は観光庁の受入環境整備事業に選定され、アイヌ文化と希少で貴重な自然を活用した周遊・滞在ルートの構築や移動を楽しむ仕組みづくりを行った。

2015年（平成27年）4月には、水の循環、自然との共生をキーワードに、「水のカムイ観光圏」として観光圏整備実施計画の認定を受けた。

北海道新幹線最初の停車駅となる予定の道南の木古内町では、圏域9町で新幹線木古内駅活用推進協議会を設立し、新幹線を活かした来訪機会の拡大及び域内における滞在時間の増加を目標にしている。平成26年度は、観光庁事業を活用し、外国人の移動に関する受入環境整備ガイドラインの作成及び外国人目線で観光案内看板等のチェックを行い、今後の改善案を策定した。

○Hokkaido Snow Travel Expo 2015 in SAHORO

2015年（平成27年）3月、新得町のサホロリゾートにおいて、アジア最大となるHokkaido Snow Travel Expo 2015 in SAHOROを開催した。これは、北海道が世界を代表するスノーリゾートへ飛躍するために開催している商談会であり、今年で4回目の開催となる。



今回も、アジアのみならずスキー旅行の先行市場であるオーストラリア・北米・欧州を含む15の国・地域から旅行会社やメディアを39社招請し、3日間にわたって開催した。

このイベントの特徴は、参加者がオンシーズンのスノーリゾートを実体験できるところにあり、北海道のスノーリゾートに滞在する素晴らしさを存分に体験した。

前回の2014年（平成26年）3月の商談会では、506商談により、4,551名の送客が確認されており、今回はそれを上回る結果が見込まれている。

2 東北

○観光復興の取組

東日本大震災から4年が経過した東北地方においては、県によってばらつきがあるものの、外国人を含む観光客は徐々にではあるが回復傾向にあり、これまでの取組の成果が現れ始めている。平成26年度は、更なる観光復興に向けて、国内外において、東北運輸局、東北観光推進機構、地方公共団体、観光事業者、地域住民等が連携した様々な取組が推進された。

○日本東北六県感謝祭を開催

東日本大震災に際し、多大なる支援を受けた台湾に対し、東北の感謝と元気を伝えるとともに、関係者が一体となって台湾から東北への旅行拡大を図ることを目的に、台北において「日本東北六県感謝祭」が開催された。

東北運輸局、東北経済産業局、東北観光推進機構、東北各県等150名の関係者が参加した本イベントには、4日間で延べ4万人以上の来場があり、伝統芸能パフォーマンスや文化体験、60種類以上の日本酒の試飲など東北の魅力を経験した。また、会場に設置され多くの励ましや期待のメッセージが寄せ書きされた感謝ボードは、後日仙台駅に1ヶ月間にわたり掲示された。



オープニングセレモニーで挨拶する東北関係者



多くのメッセージが寄せられた感謝ボード

3 関東

○観光広域連携キャンペーンの本格実施

2020年オリンピック・パラリンピックの開催を機会に、官民の観光関係機関の連携をはかることを目的として、関東観光広域連携キャンペーンを平成27年度より本格的に展開する。そのため、平成27年4月に第1回関東観光広域連携キャンペーン事業推進協議会が設置・開催された。関東においては、観光に関する官民の広域連携組織がこれまでは存在しなかったが、協議会の発足により、訪日外国人旅行者への関東の魅力の発信及び受入環境整備が促進されることが期待される。

その先行事業として、まず2014年（平成26年）4月には「公衆無線LAN⁸環境に関するセミナー」が開催された。7月には関東の産学官による意見交換や情報交換を行うために「関東観光広域連携シンポジウム」が開催された。また、関東の歴史や文化の魅力を海外へ発信するため、関東一都七県（東京、神奈川、千葉、埼玉、群馬、茨城、栃木、山梨）及び近県の大学・短期大学・高校・高等専門学校に在籍する学生を対象に『インバウンド広域観光周遊ルート』旅行企画コンテストが開催され、「清真学園高校 起業で学ぶ現代ゼミ」がグランプリを受賞した。

【グランプリ受賞】

テーマ：絹のみち（絹産業ルート）

清真学園高校 起業で学ぶ現代ゼミ

「日仏 絹を結ぶ道 Voyage de soie du Japon」



⁸ Local Area Network の略。ケーブルや無線などを使って、同じ建物あるいはエリア内にあるコンピュータや通信機器、プリンタなどを接続し、データをやり取りするネットワーク。

4 北陸信越

○北陸新幹線金沢延伸開業に向けた官民広域連携事業

2015年（平成27年）3月の北陸新幹線金沢延伸開業を観光客誘致のための絶好の機会と捉え、グランドサークルプロジェクト（構成：北陸信越運輸局、北陸新幹線沿線1都6県及びJR各社）が、海外からの誘客を推進するため、欧米豪・東南アジアを対象として、沿線マップ（6言語）作成、対象国合計9カ国総勢54名の旅行会社関係者の招請、旅行博（4カ国）出展、webサイトへの広告掲載などの取組を行った。



新幹線沿線MAP「Explore Japan」

○北陸信越地域の特徴を活かした事業

白馬・野沢温泉・志賀高原・妙高高原エリアのスキー関係者はオーストラリア、英国、シンガポール、香港などの英語圏を対象として、また、湯沢・十日町市エリアのスキー関係者は東南アジアを対象として、それぞれ海外からのスキー客の誘致を展開しており、上質な雪質やバラエティに富んだコースなどをPRし、知名度及びブランド力の向上を図り、魅力あふれる国際的スノーリゾートエリアとしての地位の確立を目指している。

○御嶽山噴火及び長野県北部を震源とする地震に対する風評被害対策

2014年（平成26年）9月27日に発生した御嶽山噴火により、直接的な被害が発生した地域以外においても、宿泊やツアーのキャンセルが発生した。このような風評被害を防止するため、国内旅行者に対する正確な情報の周知徹底や、訪日外国人旅行者に向けた日本政府観光局（JNTO）のウェブサイト等を通じた正確な情報発信といった取組を行った。また、2014年（平成26年）11月22日に発生した長野県北部を震源とする地震の際は、これらの取組に加え、日本政府観光局（JNTO）シドニー事務所からオーストラリアの旅行会社約120社に対し、メールによる情報発信を行った。

5 中部

中部北陸9県を訪れる外国人旅行者の増加を図るため、地域の官民の多様な主体が広域的に連携して、一貫した海外プロモーションや外国人受入環境の整備に取り組む「昇龍道プロジェクト」を推進している。推進母体である昇龍道プロジェクト推進協議会は、広域観光周遊ルートの形成に先駆的に取り組んだこと等が評価され、第6回観光庁長官表彰を受賞した。

○昇龍道プロジェクトの推進

昇龍道プロジェクトは、2012年（平成24年）のスタート以来、年間外国人宿泊者数に関する数値目標を掲げているが、2014年（平成26年）に当初目標の400万人泊を達成したことを踏まえ、次の目標を2017年（平成29年）600万人泊と定め、実現に向けて積極的に取り組んでいくこととした。

2014年（平成26年）は、東南アジア市場へのプロモーションの強化を図る観点から、ビザ免除やセントレアへの直行便就航に着目してマレーシアに昇龍道ミッション団を派遣するとともに、タイ語を含む4言語で「昇龍道春夏秋冬百選」を作成した。

また、外国人受入環境の整備の観点から、観光業界向けに、「ムスリム旅行者に対する受入環境対策セミナー」を実施したほか、訪日外国人の二次交通利用の円滑化を図る観点から、複数の交通事業者が連携した企画きっぷ「高山・北陸エリアツーリストパス」が発売された。

さらに、酒蔵の観光資源としての活用と日本産酒類の知名度向上や輸出促進を図るため、120の酒造業者、国税局、経済産業局等と連携し、「昇龍道日本銘酒街道」をスタートした。



新たな「昇龍道」のイメージ図

6 近畿

○「関西広域観光戦略」の策定

関西は、世界遺産5か所を含む多くの歴史・文化遺産をはじめ、伝統芸能、祭り、食文化などの観光資源が豊富で魅力ある地域である。また、空港や鉄道などの交通インフラも発達していることから、観光施策を関西全体で一丸となって取り組むことで、さらに飛躍できるポテンシャルを秘めている。

今後、ラグビーワールドカップ2019や2020年オリンピック・パラリンピック、関西ワールドマスタースゲームズ2021など、世界的なスポーツイベントが続く絶好の機会があることから、関西経済連合会が主体となり、近畿運輸局、近畿地方整備局を含めた官民の関係機関が参画して「広域観光研究会」が設置され、2015年（平成27年）1月に「関西広域観光戦略」が取りまとめられた。

関西が目指すべき数値目標として、2020年における関西への訪日外国人旅行者数800万人、外国人延べ宿泊者数2,000万人泊、訪日外国人旅行消費額1兆円を設定し、目標達成のため、「関西への誘客のための情報発信」（関西ブランドの強化・発信、観光ポータルサイトの創設、関西を紹介するテレビ番組の海外放送、プロモーション）と「魅力的な関西観光圏の整備推進」（関西統一交通パス「KANSAI One Pass（仮称）」の創設を含む受入環境の整備、新たなコンテンツやプログラムの開発、マーケティングデータの整備）の大きく2つの観点から関西一丸となって取組を進めていくこととされた。



「はなやか関西」シンボルマーク

7 中国

○瀬戸内海の観光振興に向けた取組

瀬戸内海の観光振興に向けては、近畿運輸局、神戸運輸監理部、中国運輸局、四国運輸局、九州運輸局のトップで構成する「瀬戸内海観光連携推進会議」を設立し、瀬戸内広域連携施策の推進を図っているところである。

今回は、2014年（平成26年）10月31日に広島県宮島で5局の局長が出席して瀬戸内海観光連携推進会議を開催し、クルーズ船誘致に向けた「瀬戸内クルーズセミナー&おもてなし実地研修」、「瀬戸内クルーズ寄港地紹介マップの更新」「公共交通を活用した『瀬戸内観光周遊モデルコース』の実用化に向けた調査と情報発信」等に取り組むとともに、瀬戸内地域の広域的なインバウンドについて精力的に取り組むことを確認した。

○「サイクリングしまなみ」の開催

「瀬戸内しまなみ海道」全長70kmが、2014年（平成26年）6月にCNNの旅行サイト（CNNトラベル）で、世界7大自転車コースに認定され、最近では、「サイクリストの聖地」の呼称も定着しつつある。そして、「瀬戸内しまなみ海道」において、2014年（平成26年）10月26日、海外から600人を含む8,000人が参加し、日本最大級の国際サイクリングイベント「サイクリングしまなみ」が開催された。今後、定期的な開催が予定されており、インバウンド観光の目玉として発展が期待される。

8 四国

○四国霊場（へんろ）開創1200年関連の取組

四国霊場の香川県西部地区の「七カ所まいり」を活用した着地型旅行商品の流通促進に係るアドバイザー会議が実施された。

観光客が公共交通機関を利用して88カ所を巡るために、タイムスケジュールを組み込み、さらにグルメ情報等を加味した16のモデルルートを設定し、冊子として公表した。今後は、冊子を観光案内所、交通結節点等において観光客に配布し、四国へんろの知名度を高めるとともに、へんろを行いやすい環境整備を図る。



○瀬戸内海の観光振興に向けた取組

瀬戸内国際芸術祭実行委員会では「瀬戸内国際芸術祭」を3年ごとに開催している。また、芸術祭をきっかけに整備された主要な施設や作品の一部が各島に残されており、芸術祭の間の年においても「ART SETOUCHI」と銘打って観光客の誘致、情報発信に取り組んでおり、観光資源の一つとして引き続き観光客が訪れている。

各種交通モードを活かした観光振興、広域による観光地域づくり、離島における観光振興策の検討等の取組が推進された。また、各地方公共団体における無料公衆無線LANなど受入環境の整備、官民挙げての海外プロモーションの取組が推進され、2014年（平成26年）の九州への外国人入国者数は前年比33.2%増の167万5,154人となり、3年連続で過去最高となった。特に香港市場、ASEAN（東南アジア諸国連合）市場、欧州市場からの入国者数の伸びは全国平均を大きく上回り、外国クルーズ船の寄港回数については過去最高を記録した。

○訪日外国人旅行者向けレンタカー利用促進

増加する個人の外国人旅行者（FIT⁹）のニーズに対応するため、国（九州運輸局）、地方公共団体（九州7県・3政令市）及び一般社団法人九州観光推進機構の連携による「レンタカーで九州をドライブしよう！」キャンペーンを実施した。西日本高速道路株式会社との共同企画として、2014年（平成26年）10月から12月までの期間、レンタカーを利用する外国人を対象とする定額の周遊割引「Kyushu Expressway Pass」が販売され、2,821台の利用があった。



ドライブキャンペーン チラシ

○離島地域の観光振興

全国の有人離島の約3分の1を有する九州においては、観光振興による離島地域の活性化を図ることは、重要課題の一つとなっている。九州運輸局が実施した「離島における観光振興策に係る調査」の一環として、2014年（平成26年）11月、鹿児島県奄美市で「九州離島観光地域づくりシンポジウム in 奄美群島」が開催された。シンポジウムでは、奄美群島の現状と課題及び今後の方向性について情報を共有するとともに、奄美諸島12市町村による「奄美群島の観光振興に向けた共同宣言」がなされた。



九州離島観光地域づくりシンポジウム
in 奄美群島

○インバウンド誘致促進に係る九州観光のロゴマーク・キャッチコピーの決定

2014年（平成26年）6月、第二期九州観光戦略委員会（委員長：石原進（一社）九州観光推進機構会長）は、九州が誇る「温泉」を入り口に、食、自然、おもてなし等、九州が持つ観光の魅力を世界にアピールするためのロゴマーク・キャッチコピーを選定した。九州の統一的なイメージ化を図り、各県・企業と協力した海外プロモーションを展開している。



9 Foreign Individual Tourist の略。

10 沖縄

航空路線の拡充や那覇空港第二滑走路の着工等の動きの中で、沖縄では観光客の受入体制強化や継続したプロモーション活動を行っており、入域観光客数が国内、国外ともに過去最高を更新した。

このような中、沖縄観光の勢いは今後も続くと思われ、課題である閑散期と言われる時期の来訪が期待できるリゾートウエディング等のプロモーション活動の取組を行った。

○リゾートウエディングプロモーションの推進

重点市場の中でも、特に新規路線の就航等、アクセスの利便性が向上した中国及び韓国の若年層に向けて沖縄リゾートウエディングをPRするべく、テレビやウエディング専門誌の記者等を招請し、県内で人気のあるチャペルでの模擬挙式やビーチでのフォトウエディング、ハネムーンを兼ねた旅行提案を行い、リゾート地としての魅力を発信した。



フォトウエディング

- (注) この節において各地域とは、各地方運輸局等の管内を指す。
- 東北地方(青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県)
 - 関東地方(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県)
 - 北陸信越地方(新潟県、富山県、石川県、長野県)
 - 中部地方(福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県)
 - 近畿地方(滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県)
 - 中国地方(鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県)
 - 四国地方(徳島県、香川県、愛媛県、高知県)
 - 九州地方(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島)

第Ⅱ部

拡大する インバウンド消費と 変貌する産業・地域

第Ⅱ部 拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域

2003年（平成15年）にビジット・ジャパン事業を開始以降、訪日外国人旅行者数は増加傾向にあり、2014年（平成26年）には1,341万人に達した。このようなインバウンド観光の拡大は、国際間の交流による相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を高めるといったソフトパワーの強化に繋がると言える。また、経済面においても効果をもたらしている。近年においては、訪日外国人旅行者による日本の旅行中の消費（以下、インバウンド消費）も急速に拡大しており、2014年（平成26年）には2兆円を超えた。この結果、インバウンド消費は、日本経済に対しても一定のインパクトを有する存在となっている。

以上のような傾向を踏まえ、産業や地域において、インバウンド消費を取り込もうとした動きが見られるようになってきている。

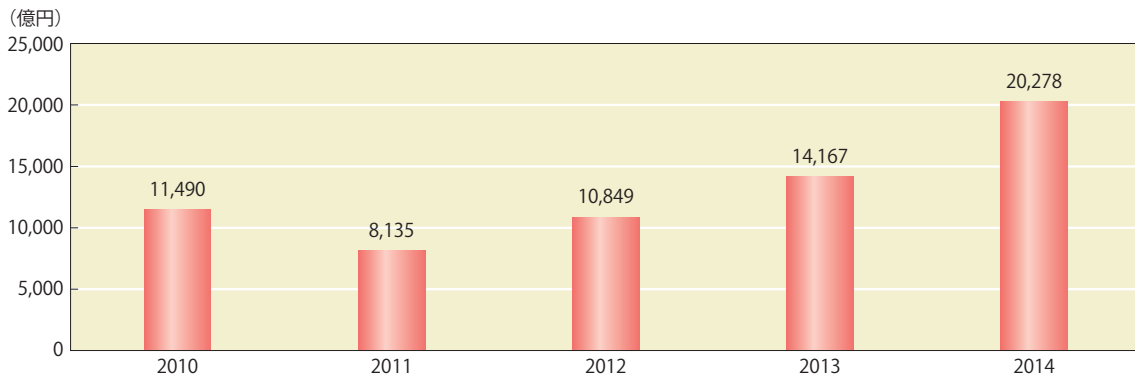
第Ⅱ部では、近年のインバウンド消費の動向や近年急激に拡大した要因、インバウンド消費の拡大に伴い変貌する産業や地域について分析する。

第1章 近年のインバウンド消費の現状

第1節 インバウンド消費の推移

訪日外国人旅行者による旅行中の消費額は、東日本大震災が発生した2011年(平成23年)に8,135億円に落ち込んだが、それ以降は急拡大し、2014年(平成26年)は2兆278億円となり3年間で約2.5倍に膨らんだ。(図表Ⅱ-1)

図表Ⅱ-1 訪日外国人旅行者による消費の推移(再掲)



(注) 1 訪日外国人旅行者による消費額は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
2 2010年については同年1-3月期に調査を実施していないことから、同年4-12月期の平均値を代用して算出している。

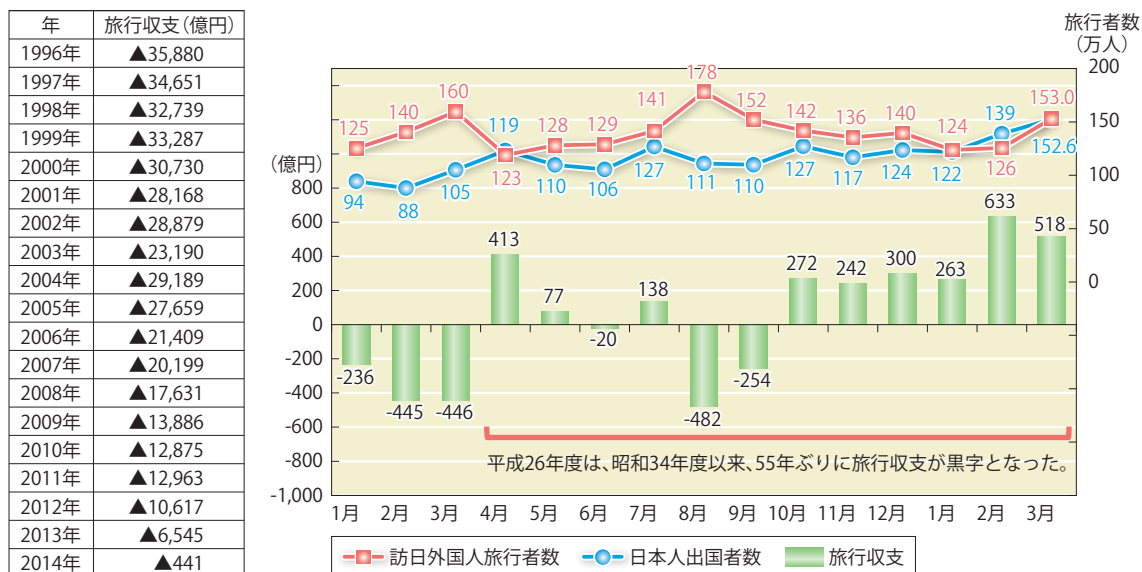
第2節 国際収支の動向

国際収支上では、訪日外国人旅行者の旅行中の消費は輸出と同様の「受取」の扱いとなり、出国日本人の旅行中の消費は輸入と同様の「支払」の扱いとなる。このような国際旅行に伴う消費は、国際収支における旅行収支において取り扱われている。

旅行収支の収支戻は、2000年(平成12年)時点では3兆円を超える赤字であった。2005年(平成17年)以降、4兆円を超えていた旅行支払は縮小し、2014年(平成26年)には2兆円程度になった。一方、旅行受取は2011年(平成23年)以降急増し、2014年(平成26年)には1兆9,974億円となった。このような推移から、2014年(平成26年)には、441億円にまで旅行収支の赤字幅が縮小した。

2014年(平成26年)各月の動きでは、4月には単月ではあるが大阪で万国博覧会が開催された1970年(昭和45年)から44年ぶりに黒字を記録した。また、10月、11月、12月は3ヶ月連続で黒字となり、黒字が恒常化しつつある。なお、平成26年度では、旅行収支が2,099億円の黒字となり、昭和34年度以来、55年ぶりに黒字となった。(図表Ⅱ-2)

図表Ⅱ-2 1996年（平成8年）以降の旅行収支の推移および2014年（平成26年）1月以降の各月の動き



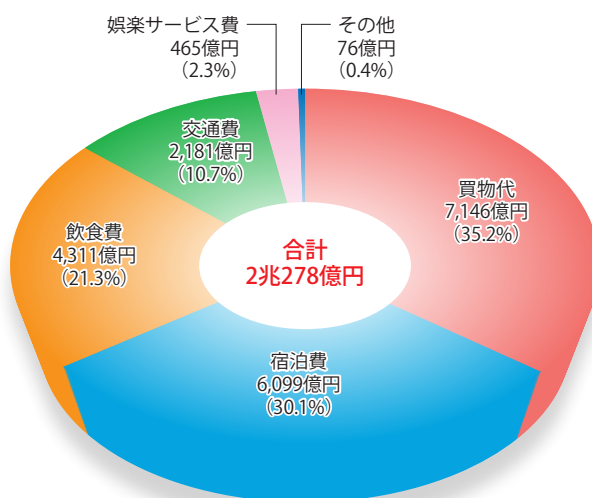
(注) 1 旅行収支は財務省「国際収支統計」、訪日外国人旅行者数は日本政府観光局(JNTO) 訪日外客数、日本人出国者数は法務省「出入国管理統計」による。
 2 旅行収支における2014年1月～12月の値は第2次速報値、2013年以前の値は確報値

第3節 費目別の消費実態

1 費目別の消費実態

2014年（平成26年）の費目別の消費額を見ると、買物代が7,146億円で35.2%を占め、宿泊費（6,099億円（30.1%））を抜いて1位となった。（図表Ⅱ-3）

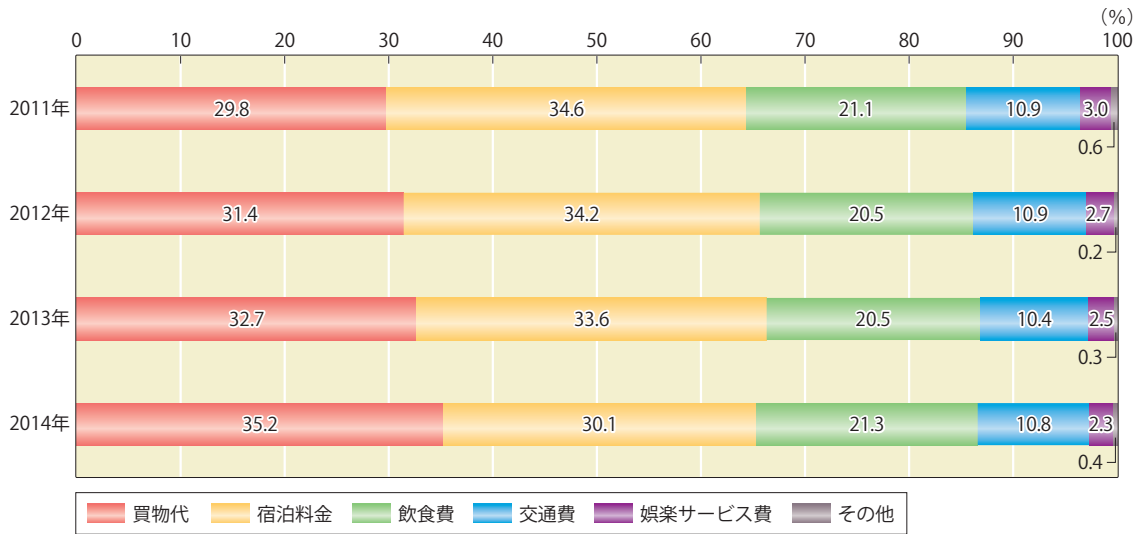
図表Ⅱ-3 訪日外国人旅行消費額の費目別構成比（2014年（平成26年））



(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

買物代の構成比が増加した要因としては、買物代において上位のアジアからの訪日外国人旅行者が近年増加していることが考えられる。これとは逆に宿泊費は減少傾向にある。(図表Ⅱ-4)

図表Ⅱ-4 買物代、宿泊料金、飲食費等の費目別消費額

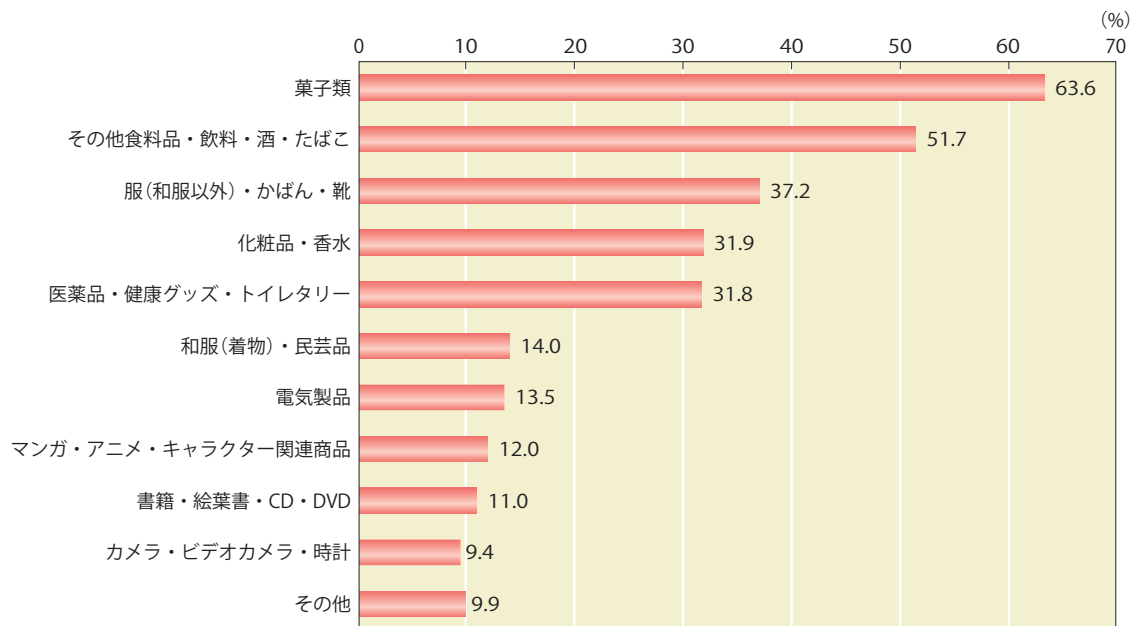


(注) 1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
2 「その他」費目としては、医療費や授業料、携帯電話の通話料金などがあげられる。

2 買い物における品目別消費実態

特定の品目を購入した割合である購入率では、「菓子類」が63.6%、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」が51.7%となっており、食料品に関連する品目の購入率が5割を超えている。3位は「服(和服以外)・かばん・靴」で37.2%、4位は「化粧品・香水」で31.9%、5位は「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」で31.8%であった。(図表Ⅱ-5)

図表Ⅱ-5 品目別の購入率 (2014年 (平成26年))

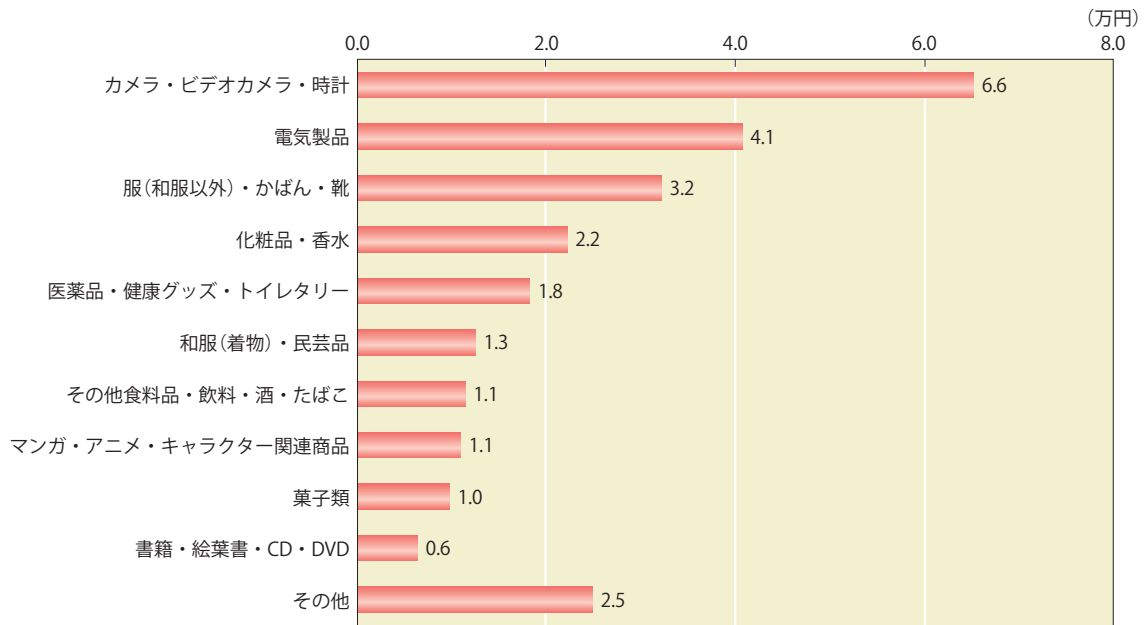


(注) 1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
2 「購入率」とは、その費目を購入した人の割合である。

次に、購入者単価については、もっとも高いのは「カメラ・ビデオカメラ・時計」で6.6万円であった。2位が「電気製品」で4.1万円、3位が「服(和服以外)・かばん・靴」で3.2万円であった。

5割以上の購入率があった「菓子類」、「その他の食料品・飲料・酒・たばこ」は、それぞれ1.0万円、1.1万円であった。(図表Ⅱ-6)

図表Ⅱ-6 品目別の購入者単価 (2014年(平成26年))

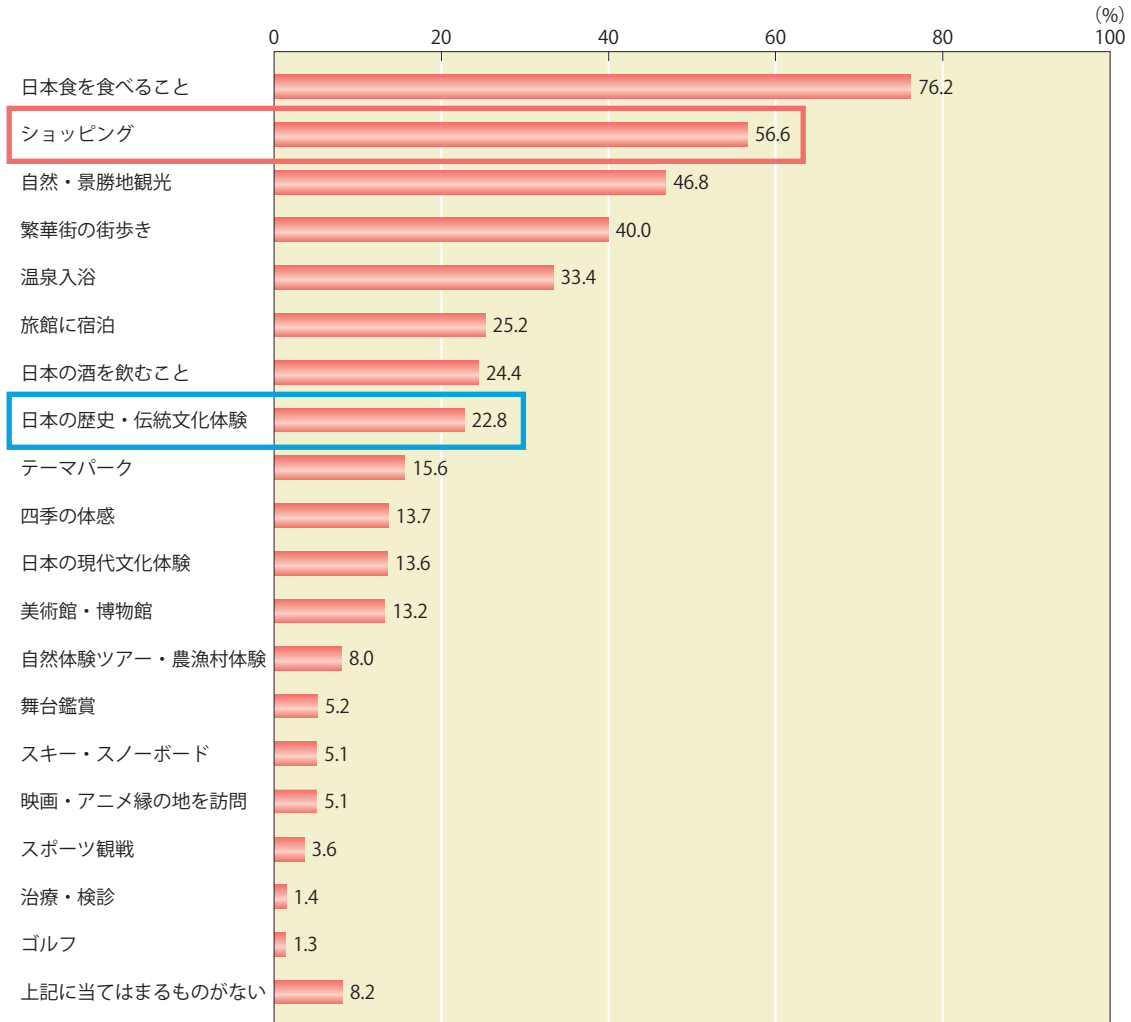


- (注) 1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
 2 「購入者単価」とは、その費目を購入した人における当該費目の1人当たり平均支出である。

第4節 国・地域別の消費実態

訪日外国人旅行者の訪日の動機では、「日本食を食べること」が76.2%で1位であるが、「ショッピング」は56.6%で2位、「日本の歴史・伝統文化体験」は8位で22.8%である。(図表Ⅱ-7)

図表Ⅱ-7 訪日の動機 (2014年(平成26年))



(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

ショッピングを訪日動機として挙げる国・地域別の割合については、タイ(74.1%)、香港(69.6%)、中国(68.0%)、台湾(66.9%)、シンガポール(59.1%)、ベトナム(58.2%)、マレーシア(57.5%)、フィリピン(51.9%)、インドネシア(50.0%)となっており、アジアの国・地域が上位を占めている。

これに対し、「日本の歴史・伝統文化体験」を挙げた割合については、上位に欧米の国・地域がなっており、フランス(46.3%)、米国(43.7%)、カナダ(43.0%)、オーストラリア(41.0%)の4カ国では4割を超えている。(図表Ⅱ-8)

このような訪日動機の違いが、後述する国・地域別の消費行動の違いになって表れていると言える。

図表Ⅱ－8 国・地域別の訪日動機（2014年（平成26年））

（単位：%）

日本食を食べること		ショッピング		自然・景勝地観光		日本の歴史・伝統文化体験	
タイ	83.9	タイ	74.1	台湾	55.1	フランス	46.3
フランス	83.4	香港	69.6	香港	53.1	米国	43.7
シンガポール	82.9	中国	68.0	中国	52.7	カナダ	43.0
カナダ	80.2	台湾	66.9	オーストラリア	52.3	オーストラリア	41.0
香港	79.8	シンガポール	59.1	ベトナム	50.9	ロシア	39.8
ベトナム	79.7	ベトナム	58.2	タイ	50.5	英国	37.8
米国	78.8	マレーシア	57.5	米国	48.8	ベトナム	33.4
オーストラリア	78.5	フィリピン	51.9	カナダ	48.7	ドイツ	31.6
ドイツ	77.4	インドネシア	50.0	シンガポール	48.7	インドネシア	30.4
英国	76.8	オーストラリア	47.1	フランス	48.3	タイ	27.9
ロシア	76.6	ロシア	46.5	英国	44.8	フィリピン	26.8
台湾	76.2	カナダ	46.1	マレーシア	44.1	インド	26.4
インドネシア	75.5	インド	44.8	インドネシア	43.6	シンガポール	25.0
フィリピン	74.9	韓国	44.3	フィリピン	43.0	マレーシア	24.2
韓国	73.8	フランス	42.5	ロシア	38.2	台湾	20.6
マレーシア	72.7	米国	39.0	ドイツ	36.0	中国	16.2
中国	72.6	英国	37.6	インド	34.3	香港	14.2
インド	56.2	ドイツ	30.7	韓国	28.9	韓国	12.2
その他	79.4	その他	41.3	その他	52.0	その他	38.9

（注）1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

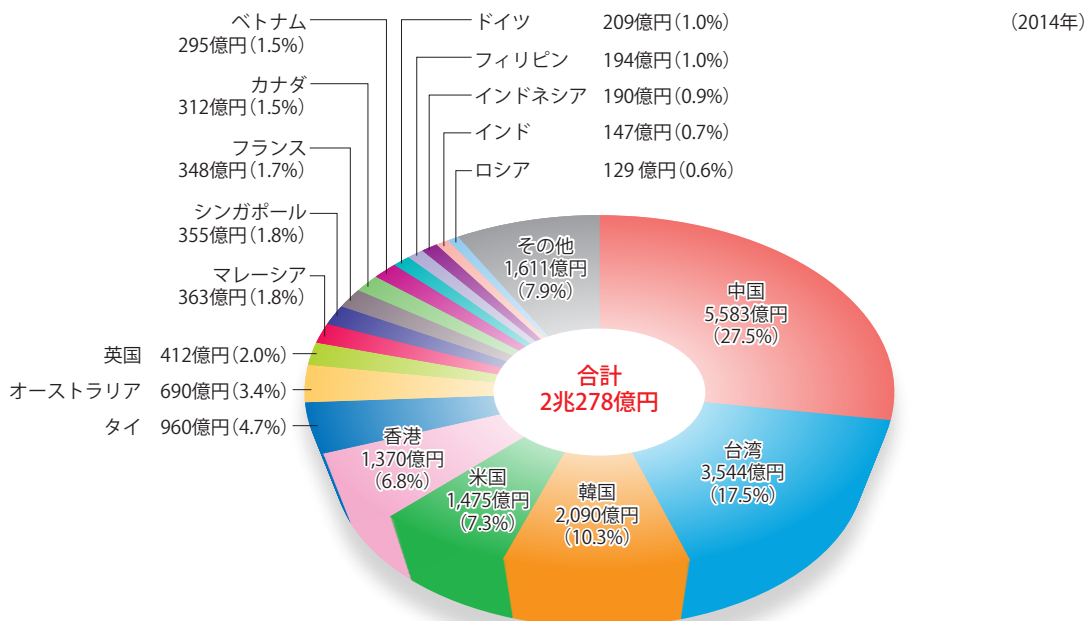
2 国籍・地域の色は、■：東アジア、■：他のアジア（東南アジア等）、■：欧米等。

1 国・地域別の消費実態（全般）

国・地域別では、上位の5つの国・地域が1,000億円を超える消費額となっている。

1位は中国で5,583億円（全体の27.5%）、2位は台湾で3,544億円（全体の17.5%）、3位は韓国で2,090億円（全体の10.3%）であり、この3ヶ国・地域で過半となっている。4位は米国で1,475億円（全体の7.3%）、5位は香港で1,370億円（全体の6.8%）となっている。（図表Ⅱ－9）

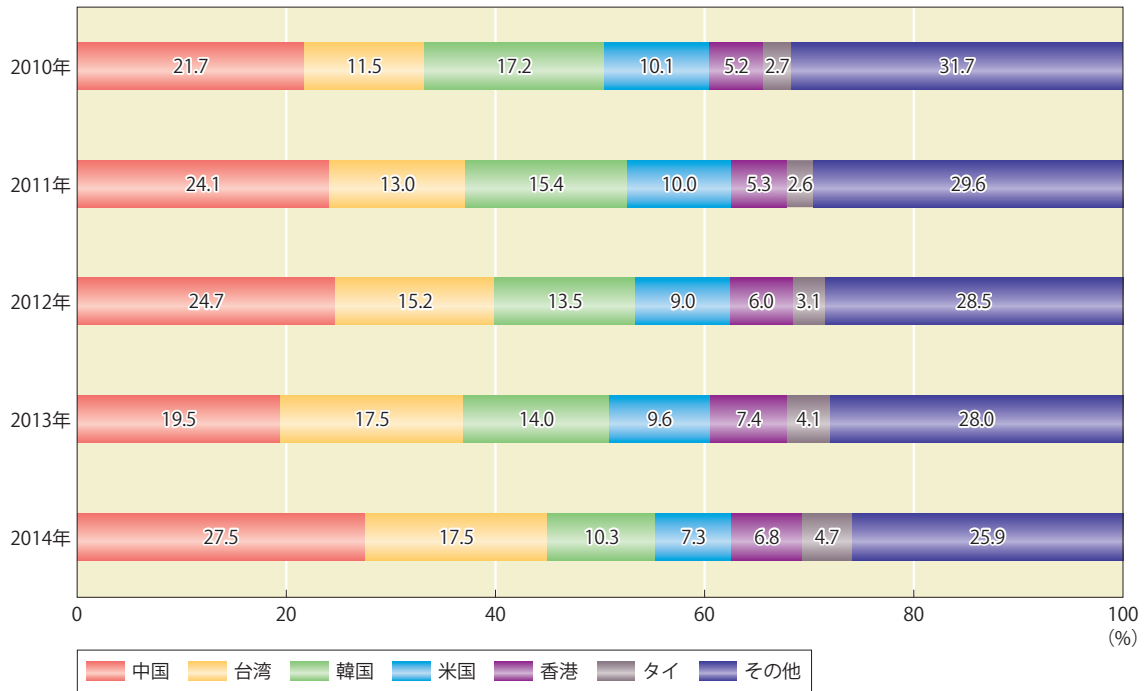
図表Ⅱ－9 国・地域別の消費状況（2014年（平成26年））



（注）観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

中国は、2010年（平成22年）以降、毎年1位である。構成としては、台湾、タイは増加傾向にあり、韓国、米国は減少傾向にある。（図表Ⅱ－10）

図表Ⅱ－10 国・地域別の消費額の構成比



（注）観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

2 国・地域別の費目別消費実態

以下では、訪日外国人一人あたりの費目別消費額を比較する。

買物代では、中国が127,443円で、他の国・地域と比べ相当程度多額の消費を行っている。2位はベトナムで88,814円である。3位はロシアで63,056円である。4位以降には、タイ、香港、マレーシア、台湾、シンガポールが続いており、アジアの国・地域が上位を占めている。

宿泊料金では、オーストラリアが93,484円で1位、英国が81,094円で2位、フランスが77,827円で3位であった。4位以降には、米国、カナダ、ロシア、ドイツが上位を占め、買物代とは対照的にアジア以外の国・地域が上位を占めている。

飲食費では、ベトナムが54,361円で1位、オーストラリアが52,308円で2位、インドが47,536円で3位となっている。

交通費では、オーストラリアが33,755円で1位、フランスが33,052円で2位、英国が28,562円で3位となっている。

娯楽サービス費では、ロシアが8,884円で1位、オーストラリアが7,614円で2位、ベトナムが5,596円で3位となっているが、他の費目よりは少なくすべての国・地域で1万円を下回っている。

なお、ベトナムが買物代、飲食費等で上位を占めている要因としては、企業の研修等の長期滞在（21日以上1年未満）の割合が34.7%と高いこと¹⁰が影響していると考えられる。（図表Ⅱ－11）

10 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

図表Ⅱ－11 買物代、宿泊料金、飲食費等の費目別消費額（2014年（平成26年））

（単位：円／人）

買物代		宿泊料金		飲食費		交通費		娯楽サービス費	
中国	127,443	オーストラリア	93,484	ベトナム	54,361	オーストラリア	33,755	ロシア	8,884
ベトナム	88,814	英国	81,094	オーストラリア	52,308	フランス	33,052	オーストラリア	7,614
ロシア	63,056	フランス	77,827	インド	47,536	英国	28,562	ベトナム	5,596
タイ	56,133	米国	71,783	英国	46,360	インド	26,225	タイ	5,494
香港	51,584	カナダ	71,496	フランス	45,677	カナダ	24,902	フランス	4,864
マレーシア	47,500	ロシア	68,779	米国	42,343	ドイツ	24,577	カナダ	4,334
台湾	46,501	ドイツ	65,762	カナダ	40,963	米国	24,481	英国	3,793
シンガポール	45,485	ベトナム	63,739	ロシア	40,296	ベトナム	23,725	インドネシア	3,673
オーストラリア	39,082	インド	62,668	中国	39,483	ロシア	20,544	マレーシア	3,642
インドネシア	37,563	シンガポール	52,619	シンガポール	38,897	インドネシア	18,582	台湾	3,598
フィリピン	34,011	マレーシア	46,990	ドイツ	33,884	マレーシア	18,422	米国	3,564
フランス	33,233	香港	45,937	香港	31,747	中国	15,668	ドイツ	3,422
インド	28,884	中国	44,661	タイ	28,358	シンガポール	15,555	香港	3,181
カナダ	28,748	タイ	40,803	マレーシア	28,105	香港	15,361	シンガポール	2,984
英国	27,087	インドネシア	37,301	フィリピン	26,866	タイ	14,899	中国	2,812
米国	22,905	台湾	37,021	台湾	25,267	台湾	12,568	韓国	2,371
ドイツ	21,905	フィリピン	30,986	インドネシア	21,840	フィリピン	11,284	インド	2,178
韓国	20,137	韓国	24,280	韓国	19,147	韓国	9,112	フィリピン	2,134
その他	38,193	その他	73,255	その他	50,652	その他	28,763	その他	4,782

(注)1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

2 国・地域の色は、■：東アジア、■：他のアジア（東南アジア等）、■：欧米等。

3 国・地域別の買い物における品目別消費実態

買い物をした品目については、国・地域による違いが見受けられる。

アジアの国・地域では、菓子類、カメラ・ビデオカメラ・時計、電気製品、化粧品・香水、医薬品・健康グッズ・トイレタリー、服・かばん・靴等の購入率が高い。特に、中国の購入率は高く、菓子類、カメラ・ビデオカメラ・時計、電気製品、化粧品・香水では1位、その他食料品・飲料・酒・たばこ、医薬品・健康グッズ・トイレタリーでは2位になっている。

これに対し、和服（着物）・民芸品、書籍・絵葉書・CD・DVDの日本文化との関連性を有する商品については欧米の購入率が高い。マンガ・アニメ・キャラクター関連商品は、欧米ではフランス、アジアでは香港、台湾、中国からの旅行者による購入が多い。フランスは、和服（着物）・民芸品、書籍・絵葉書・CD・DVD、マンガ・アニメ・キャラクター関連商品の3つの品目で1位となっている。（図表Ⅱ－12）

図表Ⅱ-12 国・地域別の品目別購入率（2014年（平成26年））

（単位：%）

菓子類		その他食料品・飲料・酒・たばこ		カメラ・ビデオカメラ・時計		電気製品		化粧品・香水	
中国	76.5	フランス	55.3	中国	26.1	中国	36.7	中国	62.8
台湾	75.3	中国	54.9	ベトナム	22.2	ベトナム	24.2	タイ	49.7
シンガポール	73.2	シンガポール	54.0	フィリピン	16.2	インド	17.8	ベトナム	43.0
タイ	72.9	台湾	53.1	インド	13.5	ロシア	17.4	香港	37.0
韓国	70.2	マレーシア	52.7	ロシア	12.7	台湾	11.8	台湾	31.9
ベトナム	66.3	オーストラリア	52.0	タイ	12.0	フランス	10.5	ロシア	31.1
香港	64.2	韓国	51.3	インドネシア	11.8	インドネシア	10.4	マレーシア	25.3
フィリピン	58.9	香港	51.2	マレーシア	10.6	タイ	9.9	韓国	24.7
インドネシア	55.9	フィリピン	50.4	オーストラリア	7.1	フィリピン	9.3	フィリピン	24.4
ロシア	48.2	英国	50.2	シンガポール	6.5	マレーシア	9.1	シンガポール	23.6
マレーシア	48.2	カナダ	49.9	香港	6.1	香港	8.8	インドネシア	16.5
オーストラリア	42.9	ロシア	47.2	英国	5.6	カナダ	8.7	オーストラリア	12.7
インド	42.1	米国	46.3	カナダ	5.1	シンガポール	7.9	インド	9.5
英国	39.6	ドイツ	46.0	フランス	4.9	英国	7.4	カナダ	9.4
フランス	37.2	タイ	44.9	台湾	4.7	オーストラリア	7.1	英国	9.3
カナダ	34.9	インドネシア	44.4	韓国	3.1	ドイツ	5.3	フランス	7.8
米国	32.1	ベトナム	43.4	ドイツ	2.7	米国	5.1	ドイツ	7.2
ドイツ	29.1	インド	36.9	米国	1.8	韓国	3.5	米国	5.0
その他	29.8	その他	55.1	その他	8.6	その他	10.9	その他	12.3

医薬品・健康グッズ・トイレットリー		和服(着物)・民芸品		服(和服以外)・かばん・靴		マンガ・アニメ・キャラクター関連商品		書籍・絵葉書・CD・DVD	
台湾	61.3	フランス	35.1	香港	59.5	フランス	22.1	フランス	24.6
中国	50.2	カナダ	30.0	マレーシア	47.3	香港	16.0	英国	16.6
香港	43.2	英国	28.1	中国	44.5	台湾	14.6	米国	16.3
ベトナム	33.2	米国	26.4	シンガポール	43.7	中国	13.7	オーストラリア	16.1
ロシア	20.0	オーストラリア	25.5	タイ	43.6	オーストラリア	12.3	カナダ	15.2
韓国	19.2	インドネシア	24.6	台湾	43.3	カナダ	11.8	台湾	13.6
シンガポール	16.4	ロシア	22.4	フィリピン	42.5	インドネシア	10.0	香港	12.6
タイ	14.5	マレーシア	19.3	ベトナム	41.4	英国	9.9	ドイツ	12.5
マレーシア	12.9	インド	17.2	オーストラリア	39.8	米国	9.9	ロシア	12.0
オーストラリア	8.6	ドイツ	17.2	ロシア	39.2	韓国	9.8	中国	11.9
カナダ	7.9	フィリピン	14.9	インドネシア	34.9	タイ	9.3	ベトナム	8.5
英国	7.2	ベトナム	14.7	カナダ	34.4	ロシア	8.2	マレーシア	8.4
フランス	6.2	シンガポール	14.3	インド	29.5	ドイツ	8.0	タイ	8.3
フィリピン	6.2	タイ	12.6	フランス	27.4	シンガポール	7.4	インドネシア	7.0
インドネシア	6.2	香港	12.2	韓国	24.2	フィリピン	7.3	シンガポール	6.3
米国	5.3	中国	11.5	英国	22.6	マレーシア	6.6	インド	5.6
ドイツ	2.5	台湾	10.8	米国	20.0	ベトナム	4.7	韓国	4.5
インド	2.3	韓国	6.0	ドイツ	18.3	インド	2.7	フィリピン	3.2
その他	4.2	その他	27.1	その他	29.3	その他	10.5	その他	13.2

(注)1 観光庁「訪日外国人消費動向調査による。

2 国籍・地域の色は、■：東アジア、■：他のアジア(東南アジア等)、■：欧米等。

4 国・地域別の買い物場所

全体では、スーパー・ショッピングセンター、空港の免税店、コンビニエンスストア、百貨店・デパートが5割を超えている。観光地の土産店も34.4%が利用している。

韓国は、百貨店・デパートの利用が29.2%と少ない。

中国は、家電量販店（秋葉原など）も多く、39.5%が利用している。

タイ、ベトナム、インドでは、100円ショップの利用も多い。

欧米では、空港の免税店、コンビニエンスストア、百貨店・デパートの利用は少なく、5割未満である。（図表Ⅱ－13）

図表Ⅱ－13 国・地域の買い物場所の違い（2014年（平成26年））

(単位:%)

	全体	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド
スーパー・ショッピングセンター	64.6	56.0	75.7	75.6	74.2	68.2	68.6	64.3	58.7	60.5	78.5	57.1
空港の免税店	55.7	49.8	72.6	56.7	78.9	57.0	63.1	51.8	41.9	32.9	37.2	25.6
コンビニエンスストア	52.8	51.3	64.8	61.5	53.3	51.2	50.2	50.7	37.8	48.7	38.9	31.7
百貨店・デパート	52.6	29.2	62.0	73.3	68.1	73.5	59.6	55.6	48.4	48.3	52.2	34.2
観光地の土産店	34.4	17.8	48.4	43.3	33.6	32.7	33.7	38.2	39.5	27.4	23.7	18.0
ファッション専門店	19.3	8.4	23.4	33.1	27.5	22.4	22.2	21.1	11.5	15.7	17.2	6.6
100円ショップ	18.5	14.4	17.0	18.5	16.3	42.3	19.5	23.5	24.4	27.3	40.9	34.7
家電量販店 (秋葉原など)	17.5	7.1	15.8	11.2	39.5	14.7	11.1	14.5	18.5	16.3	25.4	23.9
鉄道駅構内の店舗	15.1	5.4	23.8	20.9	16.8	17.7	16.2	11.8	12.9	6.6	12.5	7.1
アウトレットモール	14.0	9.5	19.7	26.7	16.6	20.6	11.4	11.7	9.3	6.7	9.1	5.8
その他	6.2	7.6	5.5	4.6	5.3	4.3	4.0	5.2	3.0	5.6	8.4	4.1
宿泊施設	6.1	3.0	10.9	9.8	5.6	9.6	5.1	3.3	3.2	1.9	2.3	3.2
買い物はしていない	5.2	6.2	0.7	0.7	0.5	0.6	1.4	2.7	2.7	7.4	2.3	14.4

	英国	ドイツ	フランス	ロシア	米国	カナダ	オーストラリア
スーパー・ショッピングセンター	40.8	43.5	55.2	67.3	40.6	48.0	53.8
空港の免税店	30.2	27.6	37.7	38.9	23.5	32.2	28.9
コンビニエンスストア	41.3	30.8	38.2	38.2	42.1	45.6	55.5
百貨店・デパート	41.6	28.9	46.4	48.2	35.6	47.1	52.5
観光地の土産店	30.8	22.7	40.3	39.3	35.8	39.4	35.5
ファッション専門店	14.5	9.0	20.1	32.8	10.3	15.7	20.7
100円ショップ	16.9	11.8	21.6	27.2	15.5	21.7	21.1
家電量販店 (秋葉原など)	14.1	10.1	17.8	26.5	8.8	15.7	14.6
鉄道駅構内の店舗	9.1	8.5	15.2	15.4	11.1	10.1	12.8
アウトレットモール	6.2	2.5	5.1	10.6	5.4	6.6	8.4
その他	5.9	6.1	7.7	7.4	8.7	6.8	7.5
宿泊施設	3.7	2.5	3.9	9.1	4.1	4.8	9.0
買い物はしていない	20.8	23.8	7.0	5.2	19.8	12.5	12.4

(注)1 観光庁「訪日外国人消費動向調査による。

2 国籍・地域の色は、■：東アジア、■：他のアジア(東南アジア等)、■：欧米等。

3 回答の割合が、■：50%超の場合、■：30%超50%以下の場合。

5 国・地域別の決済手段

クレジットカードによる決済手段については、欧米からの訪日外国人旅行者は、クレジットカードの利用の割合が高く、多くの国・地域において過半数が利用している。これに対し、アジアでは5割を下回っている国・地域も存在する。

中国からの訪日外国人旅行者については、デビットカードの利用が多くなっているが、これは銀聯カードが普及しているためと考えられる。(図表Ⅱ-14)

図表Ⅱ-14 国・地域による購入方法・決済手段の違い (2014年 (平成26年))

(単位:%)

	全体	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド
現金	95.8	96.6	98.3	97.4	94.8	96.4	97.3	98.1	97.7	97.1	97.2	93.7
クレジットカード	50.5	41.0	46.2	51.4	51.9	48.4	58.5	47.1	36.9	35.8	31.1	42.8
デビットカード (銀聯カードなど)	6.9	0.7	1.0	1.7	32.0	0.8	1.1	1.3	0.8	0.2	1.6	4.2
電子マネー (Edy, Suicaなど)	1.2	0.1	1.4	1.1	0.9	0.8	1.5	1.5	1.2	1.1	1.8	2.1
トラベラーズ チェック	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.0	0.0	0.3	0.3	0.0	0.0	2.2

	英国	ドイツ	フランス	ロシア	米国	カナダ	オーストラリア
現金	94.5	87.1	92.6	90.0	90.0	94.1	92.7
クレジットカード	64.0	71.8	65.4	54.6	68.5	68.2	68.5
デビットカード (銀聯カードなど)	4.3	0.3	1.3	4.7	2.2	1.9	4.3
電子マネー (Edy, Suicaなど)	2.0	2.8	2.6	1.4	2.1	2.8	1.2
トラベラーズ チェック	0.4	0.5	0.2	0.0	0.1	0.3	0.5

(注)1 観光庁「訪日外国人消費動向調査による。

2 国・地域の色は、■ : 東アジア、■ : 他のアジア(東南アジア等)、■ : 欧米等。

3 回答の割合が、■ : 90%超の場合、■ : 50%超90%以下の場合、■ : 30%超50%以下の場合。

第2章 インバウンド消費拡大の要因

インバウンド消費が近年急速に拡大しているが、本章ではその要因について特にインバウンド消費の大宗を占めるアジアからの訪日外国人旅行者を中心に検討を行う。

まず、インバウンド消費を拡大させてきたアジアからの訪日外国人旅行者自身の要因としては、個人所得の上昇が挙げられる。

次に、自国・地域と日本を比較した場合の品質及び価格面での消費環境の違いが挙げられる。特に、高級品を中心として、日本製品には品質面での優位性があることや円安方向への動きや外国人旅行者向け消費税免税制度における免税対象品目の拡大等により価格面での割安感が醸成されてきていることが、インバウンド消費が拡大してきている要因と考えられる。

また、インバウンド消費を拡大するための訪日プロモーションも、訪日外国人旅行者の消費意欲を喚起したと考えられる。(図表Ⅱ－15)

本章では、上述のような所得による要因（以下、所得要因）や日本製品の品質の要因（以下、品質要因）、価格の要因（以下、価格要因）等について検討を行う。

図表Ⅱ－15 インバウンド消費拡大の主な要因

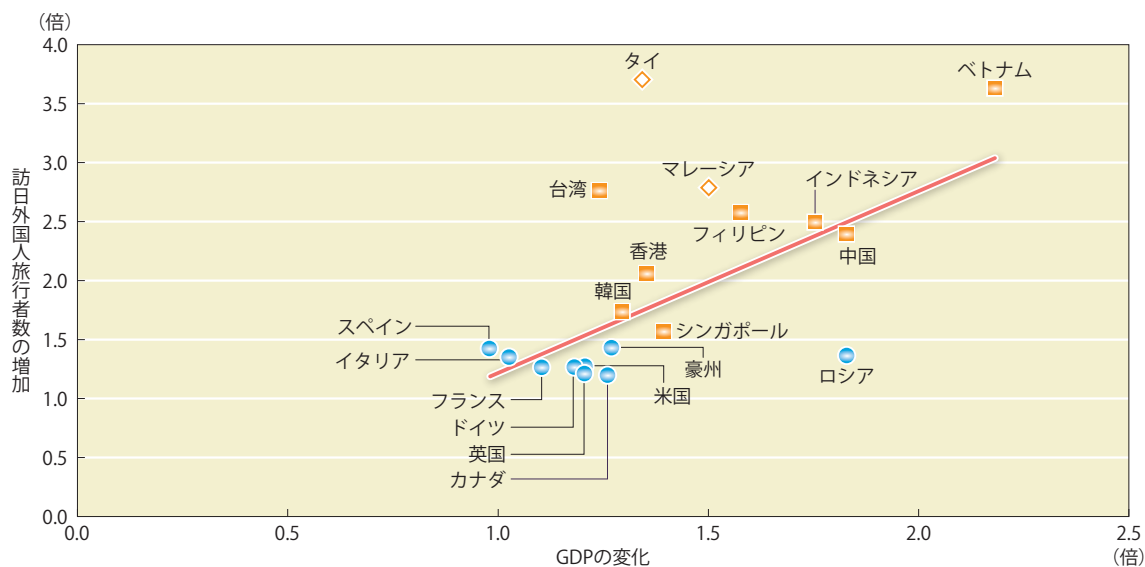
所得要因	経済成長による個人所得の上昇。
品質要因	日本製品の品質に対する根強い信頼感。
価格要因	高級品を中心に割安感が拡大。
割安感の要因	<ul style="list-style-type: none"> ● 円安方向への動き。 ● 消費税免税制度の拡大。
その他	ショッピングをテーマとした訪日プロモーションの実施。

第1節 所得要因

一つの国・地域の所得の増加は、訪日旅行者の増加をもたらすとともに消費額も増加させると考えられる。

訪日外国人旅行者数が多い国・地域に関して、2009年（平成21年）から2014年（平成26年）の間のGDPの変化と訪日外国人旅行者数の変化のプロットからは、GDPが増加すると訪日外国人旅行者数が増加する傾向が見受けられる。また、GDPの増加の大きいアジアの国・地域において訪日外国人旅行者数の増加が大きくなっている。ただし、期間中にビザ免除が行われると訪日外国人旅行者数が急増することがあるため、図表中の近似線の作図には2013年7月にビザ免除が行われたタイ、マレーシアを除いている。(図表Ⅱ－16)

図表Ⅱ－16 GDPの変化と訪日外国人旅行者の変化との関係（2009年から2014年）



(注) 1 GDPはIMF資料による。2014年(平成26年)のGDPは予測値。
2 訪日外国人旅行者数は日本政府観光局(JNTO)による。

第2節 品質要因

観光庁「訪日外国人消費動向調査」では、最も満足した購入商品とその理由について回答が記述されている。品目別に理由は異なっているが、菓子類の「おいしいから」も品質の良さと考ええると、多くの商品分野において「品質が良いから」という理由が1位となっている。

「日本製だから」という理由も、電気製品では26.9%、化粧品・香水では11.8%、医薬品・健康グッズ・トイレタリーでは6.9%、服・かばん・靴では4.7%となっている。

この結果から、自国・地域における消費環境と比較すると、アジアを中心とした訪日外国人旅行者の間には、メイド・イン・ジャパンの製品への信頼感を背景として、日本では品質の良い商品を購入できるという認識があると考えられる。(図表Ⅱ－17)

図表Ⅱ－17 訪日外国人旅行者が満足した商品の購入理由（2014年（平成26年））

(単位:%)

菓子類		電気製品		化粧品・香水		医薬品・健康グッズ・トイレタリー		服・かばん・靴	
おいしいから	68.5	品質が良いから	35.2	品質が良いから	37.9	品質が良いから	65.6	デザインが良い・かわいい・きれい	39.1
お土産にいいから・頼まれたから	16.0	日本製だから	26.9	価格が手頃・自国より安いから	25.2	価格が手頃・自国より安いから	10.9	価格が手頃・自国より安いから	27.1
デザインが良い・かわいい・きれい	3.6	価格が手頃・自国より安いから	20.6	日本製だから	11.8	お土産にいいから・頼まれたから	8.4	品質が良いから	17.0
自国で入手が難しいから	2.6	自国で入手が難しいから	3.9	お土産にいいから・頼まれたから	8.9	日本製だから	6.9	好きなブランド・商品だから	5.2
伝統的・日本独特なものだから	2.3	デザインが良い・かわいい・きれい	2.9	好きなブランド・商品だから	6.6	自国で入手が難しいから	2.7	日本製だから	4.7

(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

第3節 価格要因

前述の購入理由の設問において、「価格が手頃・自国より安いから」を理由として挙げた割合は、服・かばん・靴については27.1%、電気製品については20.6%、化粧品・香水については25.2%、医薬品・健康グッズ・トイレタリーについては10.9%であった。

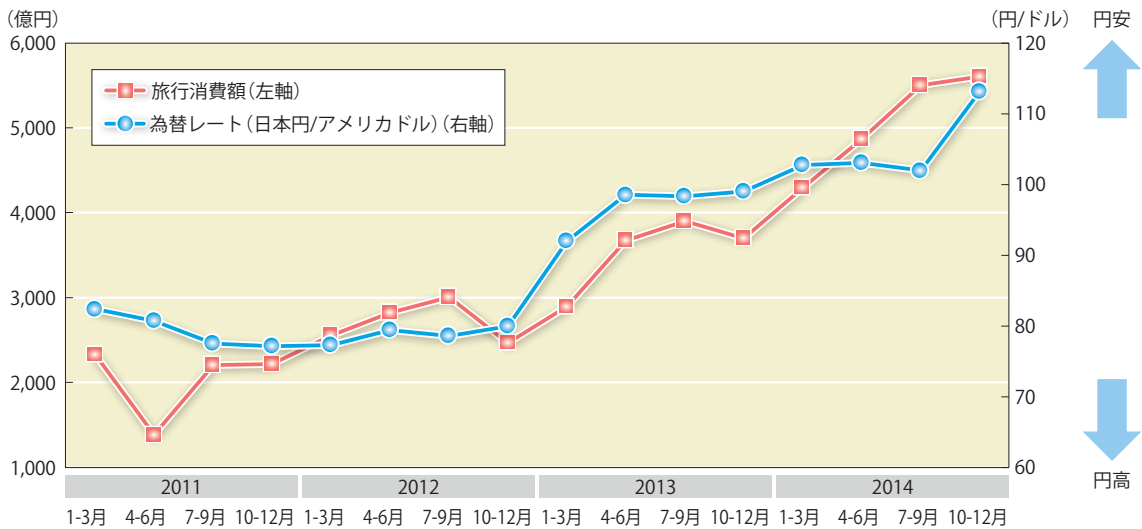
訪日外国人旅行者が日本において消費する場合には、特に高級品の買い物を中心に自国・地域における消費と比較して割安感が醸成されてきていると考えられ、この背景には為替レートの変化、消費税の免税対象品目の拡大等が起因していると考えられる。

以降では、為替レートや消費税免税制度について概観し、その影響についての検討を行う。

1 為替レート

円・ドルレートについては、2012年（平成24年）末以降は円安方向へ推移している。また、同期間に、訪日外国人による旅行消費額は増加している。これは、成長著しいアジア諸国などにおける訪日プロモーション、東南アジアをはじめとする国々におけるビザ緩和や消費税免税制度の拡充といった取組や円安方向への動きにより、訪日外国人旅行者数が増加したとともに、日本の消費において割安感が生じたことから、一人当たり旅行消費額が増加したことが背景にあると考えられる。（図表Ⅱ－18）

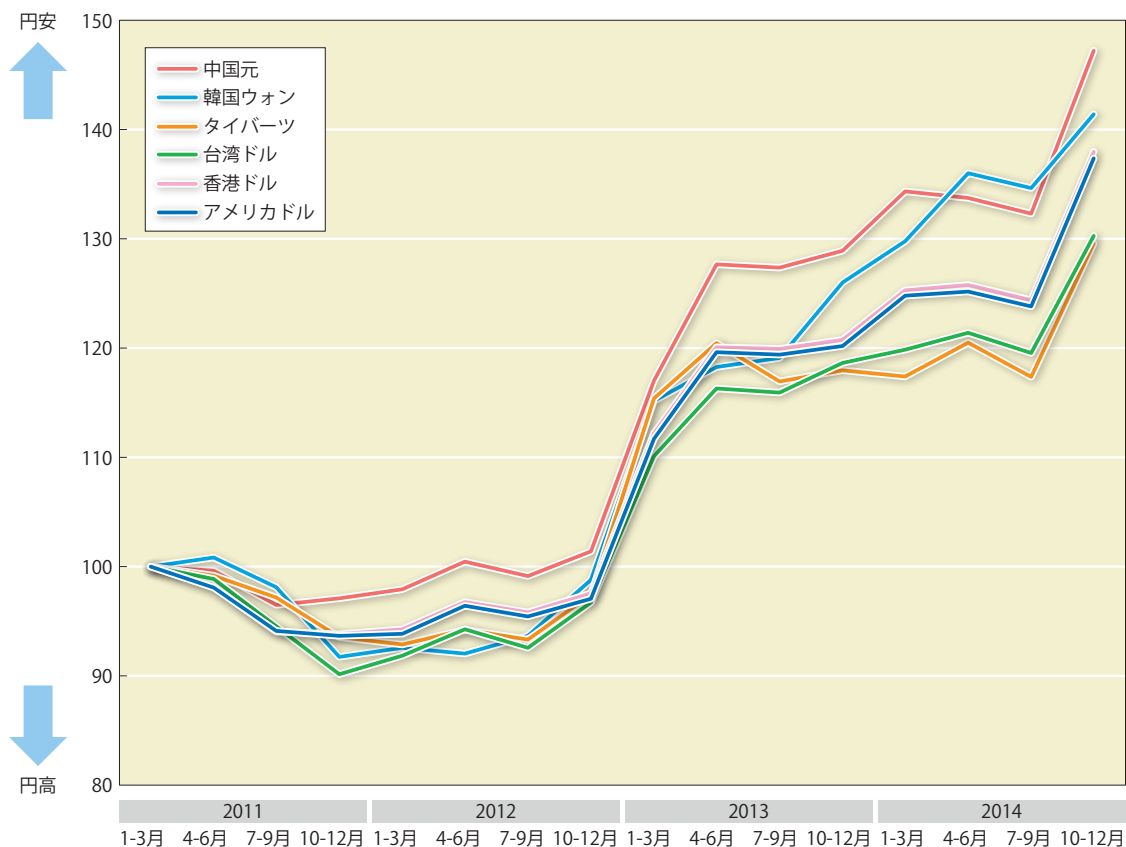
図表Ⅱ－18 訪日外国人旅行者による旅行消費額と為替レートの推移



(注) 1 旅行消費額は観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
2 日本銀行「時系列データ検索サイト」に基づき観光庁作成。

なお、2011年（平成23年）から2014年（平成26年）において、円に対するアメリカドル及びアジアの5カ国・地域の現地通貨（中国元、韓国ウォン、台湾ドル、香港ドル、タイバーツ）の為替レートの四半期ごとの推移を見ると、ばらつきはあるものの全ての通貨に対し、円安方向へ推移している。（図表Ⅱ－19）

図表Ⅱ－19 円・ドル及びアジアの現地通貨における為替レートの推移



(注) 1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」
 2 2011年(平成23年) 1-3月の数値を100として指数化

2 我が国の外国人旅行者向け消費税免税制度

我が国では、平成26年度税制改正において訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の改正が行われた。改正は、図表Ⅱ－20のように従来免税販売の対象ではなかった消耗品（食品類、飲料類、薬品類、化粧品類その他の消耗品）について、一定の不正防止措置を講ずることを前提に免税対象とするもので、2014年（平成26年）10月より施行された。（図表Ⅱ－20）

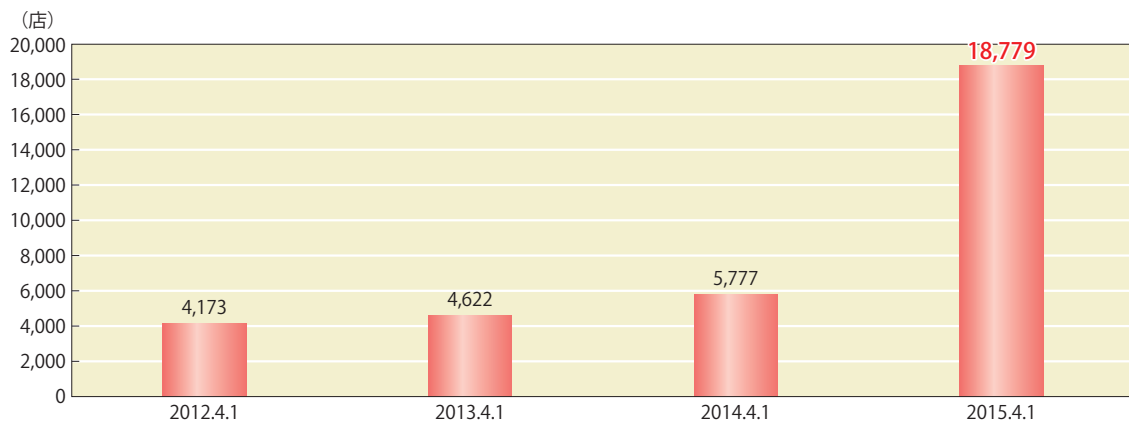
図表Ⅱ－20 消費税の免税制度対象品目拡大の概要



また、平成26年度税制改正では、様式の弾力化及び手続の簡素化が行われ、「購入記録票」及び「購入者誓約書」は、特定の様式を定めず、記載すべき事項を記載していればよいこととなった。

訪日外国人旅行者の急増や上述のような消費税免税制度の改正により、2014年（平成26年）に入り免税店の店舗数が急増し、4月1日時点では5,777店であったが、2015年（平成27年）4月1日時点では約3倍の18,779店（対前年比225.1%増）となった。（図表Ⅱ－21）

図表Ⅱ－21 免税店の店舗数の推移



（注） 国税庁集計資料により作成。

また、2014年（平成26年）4月1日から2015年（平成27年）4月1日までの期間では、都道府県別の免税店の推移を見ると、5倍以上の増加を示している都道府県が20あり、そのうち18は三大都市圏以外である。（図表Ⅱ－22）

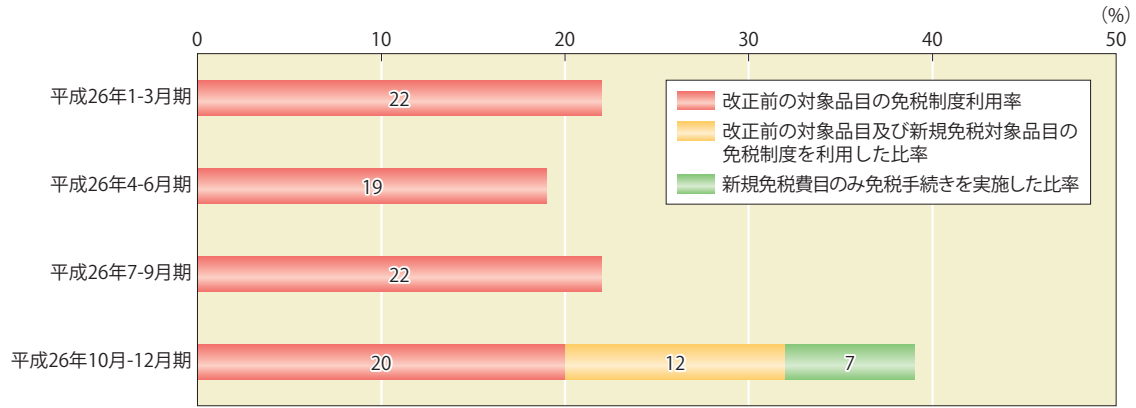
図表Ⅱ－22 免税店の都道府県別の分布

	店舗数		増加数	対前回比率		店舗数		増加数	対前回比率
	2014.4.1	2015.4.1				2014.4.1	2015.4.1		
札幌国税局	283	1,132	849	400.0%	大阪国税局	1,267	4,126	2,859	325.7%
北海道	283	1,132	849	400.0%	滋賀	27	115	88	425.9%
仙台国税局	81	486	405	600.0%	京都	187	772	585	412.8%
青森	5	61	56	1,220.0%	大阪	852	2,316	1,464	271.8%
岩手	2	49	47	2,450.0%	兵庫	180	701	521	389.4%
宮城	58	267	209	460.3%	奈良	13	122	109	938.5%
秋田	2	23	21	1,150.0%	和歌山	8	100	92	1,250.0%
山形	5	39	34	780.0%	広島国税局	126	603	477	478.6%
福島	9	47	38	522.2%	鳥取	6	49	43	816.7%
関東信越国税局	274	1,158	884	422.6%	島根	1	19	18	1,900.0%
茨城	34	149	115	438.2%	岡山	31	169	138	545.2%
栃木	34	134	100	394.1%	広島	68	310	242	455.9%
群馬	16	66	50	412.5%	山口	20	56	36	280.0%
埼玉	93	500	407	537.6%	高松国税局	50	217	167	434.0%
新潟	46	132	86	287.0%	徳島	2	22	20	1,100.0%
長野	51	177	126	347.1%	香川	25	88	63	352.0%
東京国税局	2,674	7,356	4,682	275.1%	愛媛	19	79	60	415.8%
千葉	197	801	604	406.6%	高知	4	28	24	700.0%
神奈川	229	994	765	434.1%	福岡国税局	422	1,262	840	299.1%
東京	2,238	5,469	3,231	244.4%	福岡	371	1,011	640	272.5%
山梨	10	92	82	920.0%	佐賀	24	84	60	350.0%
金沢国税局	99	279	180	281.8%	長崎	27	167	140	618.5%
富山	68	129	61	189.7%	熊本国税局	54	431	377	798.1%
石川	29	142	113	489.7%	熊本	15	99	84	660.0%
福井	2	8	6	400.0%	大分	15	93	78	620.0%
名古屋国税局	365	1,382	1,017	378.6%	宮崎	10	68	58	680.0%
岐阜	28	152	124	542.9%	鹿児島	14	171	157	1,221.4%
静岡	95	352	257	370.5%	沖縄国税事務所	82	347	265	423.2%
愛知	194	672	478	346.4%	沖縄	82	347	265	423.2%
三重	48	206	158	429.2%	合計	5,777	18,779	13,002	325.1%

（注） 国税庁集計資料(2015(平成27年)4月1日時点)

消費税免税制度を利用した割合は、2014年（平成26年）において1-3月期、4-6月期、7-9月期は20%前後で推移していたが、10-12月期は39%と大幅に増加した。これは平成26年度税制改正により、消費税の免税対象品目の拡大等がなされたため、同制度の利用が倍増したことによるものと考えられる。（図表Ⅱ－23）

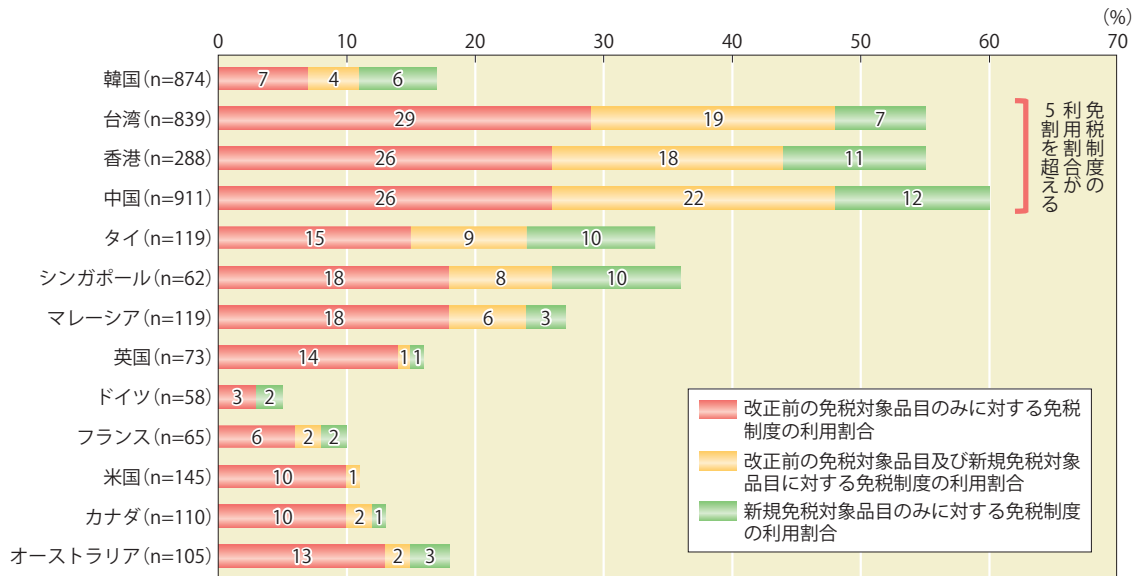
図表Ⅱ－23 消費税の免税対象品目の拡大等による免税制度利用の変化（2014年（平成26年））



（注）観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

国・地域別にみた消費税免税制度の利用割合は、中国からの旅行者が60%、香港が55%、台湾が55%で50%超となっている。タイ、シンガポールも3割を超えており、アジアの国・地域からの旅行者の利用が多い。その一方で、欧米やオーストラリアからの旅行者の消費税免税制度の利用割合は2割を切っている。この要因としては、図表Ⅱ－12のように欧米やオーストラリアからの旅行者は、日本においてアジアからの旅行者よりも買い物をしていないことが考えられる。（図表Ⅱ－24）

図表Ⅱ－24 2014年（平成26年）10-12月期における国・地域別の消費税免税制度利用状況

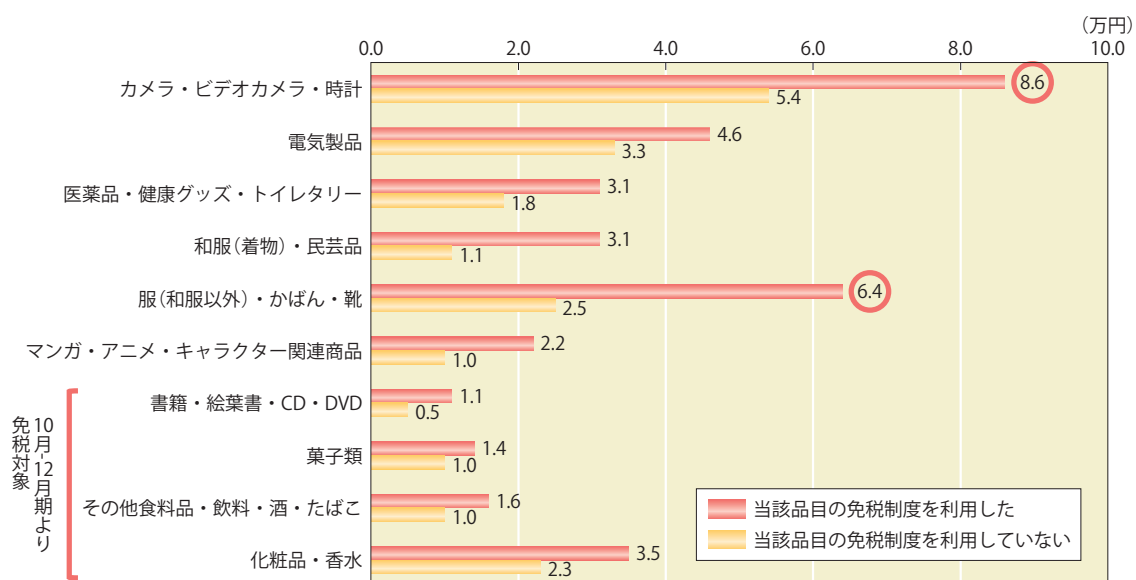


（注）1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
2 サンプル数が50を超える国・地域のみ集計している。

いずれの品目においても、消費税免税制度を利用した旅行者の方が利用していない旅行者よりも多くの消費をしている。

服（和服以外）・かばん・靴では、消費税免税制度を利用した場合は6.4万円で、利用していない場合よりも3.9万円も多く消費している。また、カメラ・ビデオカメラ・時計では、消費税免税制度を利用した場合は8.6万円で、利用していない場合よりも3.2万円多く消費している。（図表Ⅱ－25）

図表Ⅱ－25 消費税免税制度の利用の有無による消費額の違い（2014年（平成26年））



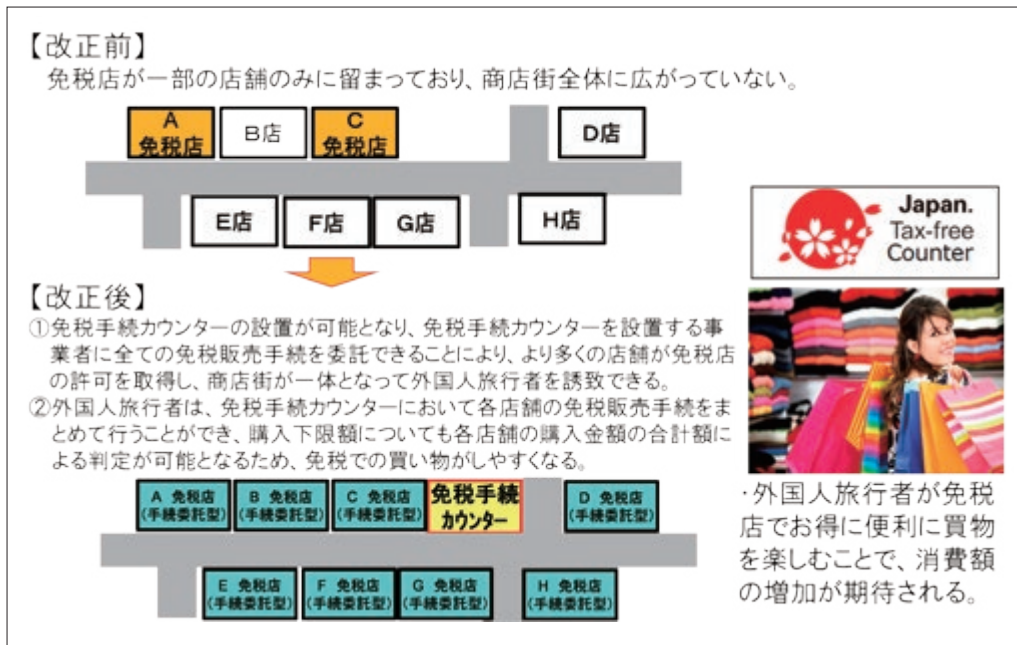
(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

10月、12月
免税対象
期より

さらに、消費税免税店の拡大及び利便性向上を図る観点から、平成27年度税制改正において、2015年（平成27年）4月1日からは、全ての免税販売手続を、免税手続カウンターを設置する他の事業者に代理させることを前提とした許可制度を創設するとともに、外航クルーズ船が寄港する港湾における輸出物品販売場に係る届出制度が創設された。

①手続委託型輸出物品販売場制度の創設

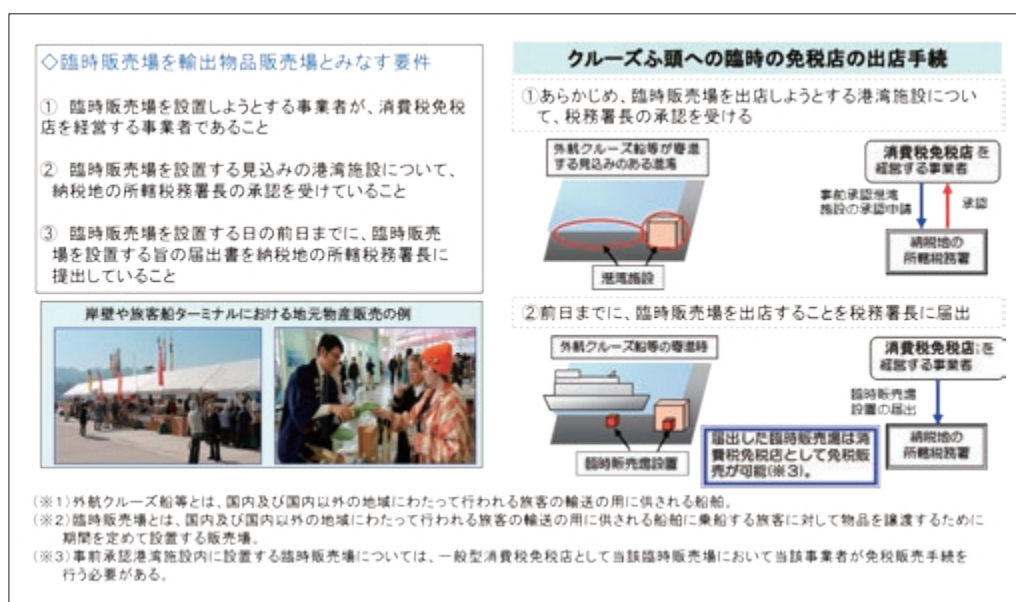
全ての免税販売手続を、免税手続カウンターを設置する他の事業者に代理させることを前提とした許可制度（手続委託型輸出物品販売場制度）が創設された。免税手続カウンターでは、購入下限額について、各店舗の購入金額の合算による判定が可能となる（ただし、一般物品と消耗品は区別）。これにより、外国語対応への不安や免税手続の煩雑さが解消され、地方の商店街等において免税店が増えるとともに、訪日外国人旅行者の免税店での買い物がより利便性の高いものとなり、消費額の増加による地域の活性化が期待される。



商店街における免税手続カウンターの設置イメージ

②外航クルーズ船が寄港する港湾における輸出物品販売場に係る届出制度の創設

既に輸出物品販売場を経営する事業者が、あらかじめ臨時販売場を設置する見込みの港湾施設について、税務署長の承認を受けていれば、出店の前日までに、具体的な臨時販売場の場所及び期間等を税務署長に届け出ることにより、免税販売が出来るようになった。この結果、クルーズ船（クルーズ船の接岸岸壁や旅客船ターミナル等）への免税店の臨時出店が容易となる。これにより、免税品を購入後直ちに船に持ち込めるクルーズ船において、訪日外国人旅行者による地元物産品等の購入が促進され、地方創生にも資することが期待される。



事前承認港湾施設内に設置する臨時販売場に係る届出制度の概要

第4節 その他の要因

インバウンド消費を促進するために、ビジット・ジャパン（VJ）事業により、海外での訪日プロモーション、国内でのプロモーション、免税店の情報発信（免税店シンボルマーク、ホームページなど）が展開された。このような施策の実施も、インバウンド消費の拡大に寄与したものと考えられる。

1 海外での訪日プロモーション

海外において、消費税免税制度を含むショッピング・ツーリズムを振興させる訪日プロモーションを展開した。

台湾では、2014年（平成26年）9月に開催された大規模旅行即売会に出展し、ブースを設置してダイレクトに日本のショッピングの良さを訴求した。また、香港では、雑誌広告において漫画仕立てで消費税免税制度をわかりやすく解説するとともに、免税店の紹介を行った。

2 国内でのプロモーション

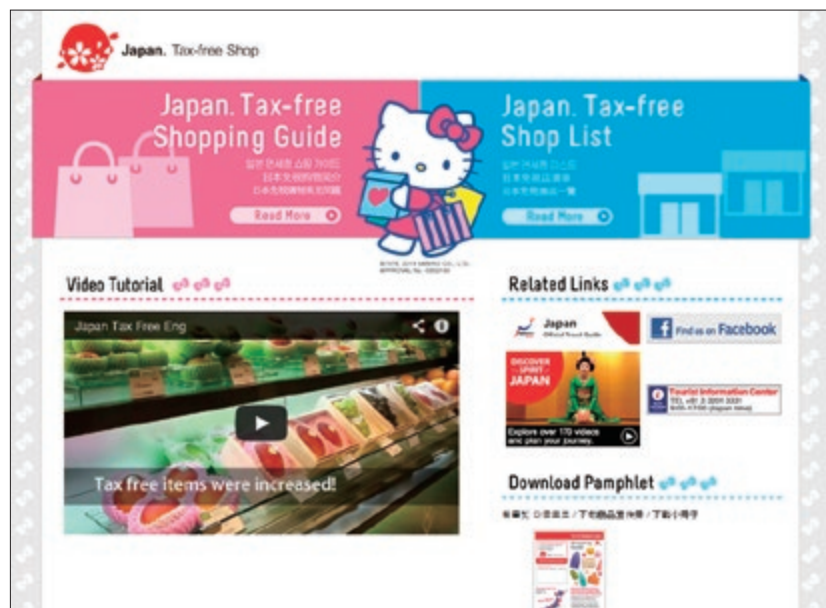
2014年（平成26年）12月から2015年（平成27年）2月には、冬期の訪日需要を創出するため、ジャパン・ショッピング・フェスティバルが北海道、東北、関東、中部、関西、福岡、沖縄の都市部を中心に開催され、免税店舗を含む百貨店、ショッピングセンター等において、イベントや割引セールがこの期間限定で実施された。このイベントへの参加店舗数は、400施設、20,000店以上に及んだ。

3 免税店の情報発信

免税店のブランド化・認知度向上のため免税店シンボルマークを創設し、2014年（平成26年）1月より使用を開始した。このシンボルマークの掲示により、訪日外国人旅行者にとって免税店の存在が分かりやすくなった。



また、2015年（平成27年）10月1日に消費税免税店サイトを設け、免税店の検索ができるようにした。このサイトは、英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語に対応している。



©1976, 2015 SANRIO CO.,LTD. APPROVAL No.G560604

近年のインバウンド観光の拡大に伴い、それに関連する需要を観光関連産業だけでなく幅広い産業において取り込もうとする動きが顕著になってきた。また、地域においても、地方創生を実現するためにインバウンド観光による活性化を図ろうとする取組が各地で見られる。

本章では、インバウンド需要の取り込みを目指して変貌を見せる我が国の産業・地域の動きを紹介する。

第1節 産業

インバウンド需要を取り込もうとする動きは、旅行業、宿泊業、交通運輸業等の従来からの観光関連産業だけにとどまらず、製造業、小売業、金融業等の多様な産業に広がりを見せている。また、新たな事業機会を模索するために、複数の企業等の参画によるICTを活用した社会実験等が試みられている。

このように、幅広い需要が見込まれているが、その起点となる外国人の受入を担う観光関連産業には日本の基幹産業としての役割が期待されていると言える。

1 製造業

昨今のインバウンド消費の拡大が、国内工場における生産の増加につながっている。前述のように、訪日外国人旅行者の製品購入の理由として、品質の良さが挙げられており、訪日外国人旅行者の間ではメイド・イン・ジャパンの製品を評価する傾向がある。インバウンド消費の拡大を受け、国内工場での生産能力を高める動きが多くメーカーにおいて見られ、国内（特に工場のある地方）における雇用の維持につながっている。

事例：コーセー

中高価格帯の化粧品が訪日外国人旅行者の間で好評を得ており、平成27年3月期の業績は過去最高となり、今後の生産量増加に対応するため、群馬県伊勢崎市に新たな生産棟を建設することを決定している。同社の昨今の動向は、株式市場からも評価され、2015年（平成27年）年初から4月6日までに50%超の株価上昇が見られる。

2 小売業

アジアからの訪日外国人旅行者を中心に、買い物代が顕著な伸びを見せていることから、多くの小売業において訪日外国人旅行者をターゲットとした取組が進められている。特に消費税の免税対象品目が拡大された2014年（平成26年）10月1日にあわせて、百貨店、スーパー、家電量販店等の大手小売事業者では、以下のような訪日外国人旅行者に対する受入環境を充実させた。

- ・免税カウンターの拡充
- ・免税販売手続の短縮のためのPOSシステムの改善
- ・無料公衆無線LANの導入

・通訳スタッフの増強 他

百貨店におけるインバウンド消費は2014年（平成26年）10月以降急増し、2014年（平成26年）の年間での消費税免税に伴う売上高は730億円に達している¹¹。

家電量販店等の他の業態においても、消費税免税に伴う売上を増加させている企業が多い。また、アウトレットでは、売上の拡大を見込み、増床を行った事業者もある。

事例：株式会社三越伊勢丹ホールディングス

百貨店業界では、全般的に積極的なインバウンド需要への対応が行われているが、三越伊勢丹ホールディングスは、訪日外国人、出国日本人の利便性向上のために、2015年（平成27年）より、空港ではなく市中での空港型免税売店（保税売店）を展開すると発表した。免税等の販売に携わってきた日本空港ビルディング、成田国際空港およびNAAリテイリングと合併会社を設立し、沖縄以外のエリアでは初めて市中での空港型免税売店を銀座に開設する予定である。

3 金融業

地方創生の実現に向け、インバウンド観光の振興に対する注目が高まってきていることから、観光関連事業者等への金融面での支援のために、政府系金融機関や地域金融機関等との間で連携が進んできている。

また、訪日外国人旅行者に向けても、サービスが改善されてきている。これまで日本の多くのATM¹²では、カードの読み取り方式の違いから海外発行のクレジットカードが利用できないため、訪日外国人旅行者にとっては旅行中の現金の引き出しに対する不満の声があった。いくつかの金融機関では海外発行クレジットカードによる現金の引き出しが可能なATMの整備に着手しているが、訪日外国人旅行者の増加に伴い、平成27年度以降に、主要銀行においても今後は海外発行クレジットカードでも現金の引き出しが可能なATMを整備していくことが発表されている。コンビニ系、スーパー系の金融機関でも、同様な発表がなされており、ATMの海外発行クレジットカードへの対応が進んできている。

事例：株式会社セブン銀行

訪日外国人旅行者の利便性向上のため、2007年（平成19年）7月より海外発行カード対応サービスを開始した。

同行のATMは、観光地（岐阜県高山市等）や駅ビル、空港、パーキングエリア等の交通拠点での設置を進めている。また、2014年（平成26年）1月より、取引画面の9言語による外国語対応を開始した。このような取組から、2014年（平成26年）においては、海外発行カードの利用件数は359万件（前年比56%増）となった。

11 日本百貨店協会「2015年2月外国人旅行者の売上高・来店動向【速報】」による。調査対象店舗は54店舗。

12 automated teller machine の略。銀行等の現金自動預け入れ払い出し機。

4 運送業

訪日外国人旅行者の66.7%が個人旅行¹³であり、その多くが自分でスーツケース等の大きな荷物を持って日本国内を移動している。ゴルフバッグやスキー用品等の宅配運送サービスが浸透している日本において、このようなサービスを訪日外国人旅行者が活用できれば、訪日旅行の利便性が向上し満足度の向上が期待できる。

運送事業者の中には、主要な空港・駅等の交通の拠点に宅配カウンターを設置して、訪日外国人旅行者が手ぶらで観光できるようなサービスを推進する動きを見せている。サービスメニューは、交通拠点から近接ホテルへのスーツケース等の配送、商業施設からホテル・交通拠点等へのお土産の配送、交通拠点における手荷物一時預かり等であり、宅配カウンターではスタッフが英語などでも対応している。

事例1：佐川急便株式会社

東京観光を行う旅行者の利便性向上を目的に、手荷物の一時預かり及び宿泊先への手荷物即日配送などを提供する宅配カウンターを東京駅構内に設置し、2014年（平成26年）3月より営業を開始した。

東京駅の宅配カウンターは、訪日外国人旅行者が立ち寄りやすい英語表記の多い店舗となっている。また、法被姿のスタッフは英語での対応が可能で、中には中国語や韓国語での対応が可能な者もいる。午前11時までに預けた荷物は、東京23区内であれば当日中に配送される。

2014年（平成26年）3月から2015年（平成27年）2月において、東京駅の宅配カウンターでは43万個（日本人旅行者による利用分を含む）の取り扱い実績があった。

事例2：ヤマト運輸株式会社

中部国際空港内に「Tourist Information & Service」を開設（2014年（平成26年）10月）したのにあわせ、午前11時までの受付で愛知県、岐阜県、三重県のホテル・旅館へ当日中（一部地域を除く）に配送するサービスを開始した。送り状は英語併記の専用のものを用意している。また、「Tourist Information & Service」では、昇龍道エリアの観光情報を案内しており、英語、中国語、韓国語によるカウンターでの説明や観光地パンフレットの設置を行っている。

5 旅行業

従来、我が国の旅行会社の多くは日本人の海外旅行や国内旅行のサービスに重点を置いた事業展開をしていたが、昨今の訪日外国人旅行者の急増を受け、訪日外国人旅行者に対し直接商品を販売する体制の構築が進められている。

海外事業者や国内の他業界との提携やM & Aを実施することにより、積極的に日本の旅行商品を企画しそれを海外において販売しようとする動きや、外国人旅行者の多様な旅行ニーズに対応できるシステムや販売体制を構築しようとする動きが見られる。

13 観光庁「訪日外国人消費動向調査」において、旅行手配方法の質問に対し個人手配又は個人旅行パッケージと回答した割合。

事例1：株式会社びゅうトラベルサービス

訪日外国人旅行者向けに東京と地方のスキー場を組み合わせた旅行商品を設定・販売した。台湾、香港、他のアジアの国・地域において旅行商品を流通させるために、現地の旅行会社との間でコンソーシアムを構築した。この結果、平成26年度における商品の発売は国内外合わせて、去年の2.2倍にあたる3万人程度にまで増加した。

事例2：H.I.S.ANAナビゲーションジャパン株式会社<略称：HAnavi（ハナビ）>

株式会社エイチ・アイ・エスとANAセールス株式会社は、2014年（平成26年）11月に訪日旅行需要の創出と日本各地の活性化を目的とした合弁会社を設立した。

同社は、ANAが有する日本国内の航空ネットワークと、H.I.S.の宿泊予約サイトを通じて国内のホテルを自由に組み合わせ、海外店舗網を活用して販売することにより、訪日外国人旅行者の多様なニーズに対応する個人型の日本旅行を提供している。

6 宿泊業

都市圏では、訪日外国人旅行者の宿泊増加による客室稼働率の上昇が顕著になっており、特に東京においては設備投資も活発で、2015年（平成27年）において客室数を相当数増加させる見通しで、その動きは都心部から郊外へと広がりを見せている。

また、各施設とも、無料公衆無線LANの整備拡張や多言語による訪日外国人旅行者の問合せ対応の強化等の滞在時の受入体制を強化している。

さらに、誘客についても、訪日外国人旅行者が急増しているアジア等を中心に、セールス拠点の設立、現地商談会の開催、テレビCMの放映、海外企業との提携による共同でのセールス等を積極的に行っている。

7 新たなビジネス創造

訪日外国人旅行者の満足度を高め、インバウンド消費をより一層拡大させるためには、マーケティングが重要であるが、そのためにはICTの活用が必要と考えられる。

このため、携帯電話におけるアプリを訪日外国人旅行者に提供し、それを通じて属性や観光行動等を把握し、インバウンド消費に伴う新しい事業機会を模索するために、ビッグデータを活用する社会実験が試みられるようになっている。

さらに、訪日外国人旅行者の旅行中の行動を支援するアプリを開発するベンチャー企業も出現してきている。

事例：「TRAVEL JAPAN Wi-Fi」プロジェクト

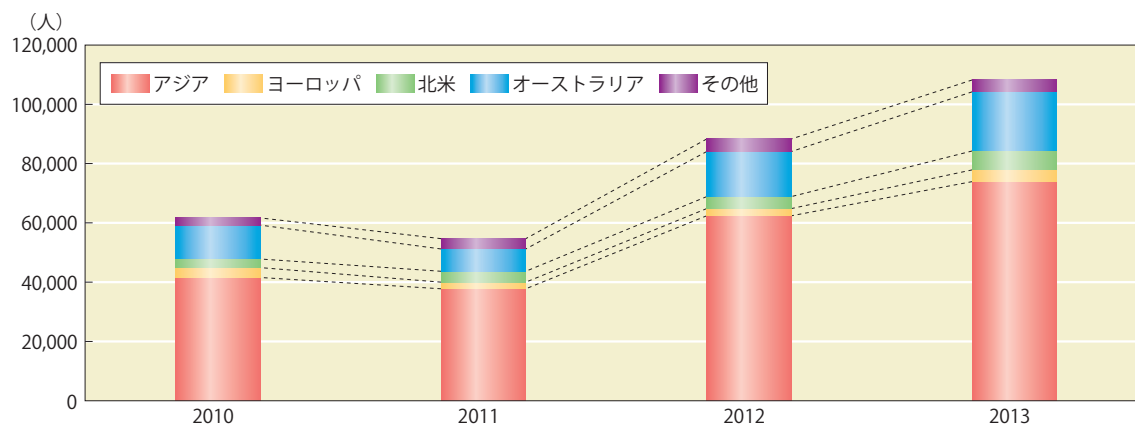
株式会社ワイヤ・アンド・ワイヤレスは、企業・地方公共団体の16団体とともに、2014年（平成26年）12月より共同プロジェクトを開始した。本プロジェクトでは、訪日外国人旅行者向けに、全国20万カ所以上の公衆無線LANスポットへの無償接続と国内の観光情報、施設情報の配信機能を有するスマートフォンアプリを提供している。このアプリを通じ、プロジェクト参画企業・地方公共団体の情報等が配信されると同時に、承諾を得た訪日外国人旅行者の属性や行動経路等の情報を取得することができる。これらの情報をもとにマーケティング分析を行うことで、訪日外国人旅行者に向けたサービスを向上させるとともに、新たな事業の創造を目指している。

第2節 地域**1 北海道ニセコ町**

ニセコ町は、オーストラリアのスキー愛好家による口コミ人気拡大を契機として、2005年（平成17年）頃からオーストラリアメディア招請等を実施して、ニセコのパウダースノーの魅力を発信した結果、オーストラリアからのスキー客が増加した。さらに、昨今では、ラフティングやカヌー、ゴルフや登山などのアウトドアスポーツのアクティビティを用意してきた。

ニセコ町では4名の外国人職員を採用し、外国旅行代理店への電話プロモーションを実施したり、各国のニーズに対応したニュースレター（英語・韓国語・ドイツ語など）を旅行代理店500社に配信している。また、町内8割以上の飲食店がメニュー表の多言語化や10年前より町内の通信環境の整備を促進し、積極的に受け入れ体制を整えた。

この結果、ニセコ町を訪れるスキー目的のオーストラリア人が増加しただけでなく、香港、韓国、中国、台湾やタイ、マレーシアからも増加しており、2013年（平成25年）の外国人宿泊数は、2010年（平成22年）比約76%増の10.8万人に達している。（**図表Ⅱ－26**）

図表Ⅱ－26 外国人宿泊数の推移

（注）ニセコ町商工観光課調べによる。

また、ニセコに定住する外国人も増えてきており、平成20年度以降、年度末時点の外国人登録者が100名を超えている。そのため、2012年（平成24年）1月には古い幼稚園を改装した北海道インターナショナルスクール・ニセコ校が開校している。

2 青森県弘前市

青森県弘前市は観光団体や経済団体等と連携し、訪日外国人旅行者の増加に向けた取組を強化している。市経営計画の中で「外国人観光客の誘致促進」を掲げ、2014年（平成26年）4月に観光団体、商工団体、宿泊業団体等と「市インバウンド推進協議会」を結成した。

弘前市に宿泊する訪日外国人旅行者の半数以上を占めるのは、台湾、中国、韓国からの旅行者であり、従来から英語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）、韓国語の4種類の観光マップを製作していた。さらに、2014年（平成26年）9月には、東南アジア諸国からの旅行者を増大させるため、タイ語を加えた5カ国語のPRチラシを作成した。同月に東京で開かれた商談会では、12カ国の旅行会社計23社と商談を行った。また、11月には市長がベトナム、タイ両国を訪問し、トップセールスを展開し、現地旅行会社に弘前市の魅力をPRした。

弘前市における2013年（平成25年）の外国人宿泊者数は5,324人と、2010年（平成22年）の3,620人から大幅に増加している。

3 岩手県平泉町

岩手県平泉町では、中尊寺、毛越寺、観自在王院跡、無量光院跡、金鶏山が「平泉—仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群—」として2011年（平成23年）6月に世界遺産登録されている。訪日外国人旅行者は、2008年（平成20年）には約1万8,000人に達したが、2011年（平成23年）3月に発生した東日本大震災により4,000人を下回る水準にまで減少した。

平泉町は、震災以前より積極的に各種サインの多言語表示に取り組んでおり、2008年（平成20年）に「平泉町サイン計画」を策定した。平泉町は、町内に宿泊施設が少ないため、周辺地域との連携により宿泊客を呼び込もうとしている。一関市との連携はその一環で、平成21年度に一ノ関駅から世界遺産エリアを巡回するルートにおいて案内表示を細かくチェックする活動を行い、「平泉・一関における外国人観光客受入体制整備における多言語案内表示ガイドライン」を作成した。周辺地域との連携については、甚大な被害を受けた太平洋側沿岸部地域を結ぶ観光ルートの形成も進めている。平成24年度には、外国人モニターによるチェックを行い、一層の高度化を図った。また、主要観光地を回る巡回バスでは、外国人向けのバスの乗り方のパンフレットを配布している。

このような取組の結果、訪日外国人旅行者数は回復してきており、2014年（平成26年）には1万4,000人を超え、大震災以前の2010年（平成22年）の水準に回復した。

4 山梨県

山梨・富士山のプロモーションについては、2013年（平成25年）7月にフランス市場を対象としたメディア招請を行って以降、中国・台湾・香港・マレーシア・インドネシア・タイ・米国などを対象に積極的なプロモーション活動が進められている。

また、2012年（平成24年）以降には、国際スポーツイベント「ULTRA TRAIL Mt. FUJI（UTMF）」が、2県10市町村の協力により、2012年（平成24年）以降毎年開催されている。このイベント

は欧州で開催されている世界最高峰ウルトラトレイル・デュ・モンブランとの世界初の姉妹大会である。大会参加者数は約1,000名で、そのうち海外からの参加者は世界40カ国207名に達している。コース上に10カ所のエイドステーションが設けられ、選手サポート、観戦会場となっている。大会ボランティアは1,000名を超える。

このような取組の結果、山梨県における外国人の延べ宿泊者数は、2011年（平成23年）は25万人泊であったが、2014年（平成26年）には94万人泊に急増している¹⁴。

5 富山県等

2005年（平成17年）頃から、富山県などは海外メディア・旅行会社招請等を実施し、春の「雪の大谷」や秋の紅葉の魅力を発信してきた。特に、最大の観光市場である台湾については、台北市内の地下鉄でラッピング広告をした電車を走らせるなど大規模な屋外広告を実施するとともに、メディアや著名なブロガーを招へいし発信してもらうなど、積極的なプロモーションを展開している。また、アルペンルートや黒部峡谷鉄道が営業を休止する冬場の誘客を図るため、温泉や食の魅力などに加え、雪景色やスキー・雪遊びなど冬の観光資源のPRを強化している。中部北陸が連携して行っている昇龍道プロジェクトなどを通じ、中国での認知度向上と来訪促進にも取り組んだ。

立山黒部アルペンルートの訪日入込客は、2008年（平成20年）に12.8万人であったが、リーマンショックや東日本大震災の影響で2011年（平成23年）には4.6万人にまで減少した。しかし、このような取組の結果、2014年（平成26年）には17.1万人に達し、過去最高の水準となった¹⁵。

6 石川県鳳珠郡能登町

石川県鳳珠郡能登町宮尾・酒尾地区は、町内でも高齢化率が高く、過疎化の問題を抱える地域であった。その脱却に向け、「グリーンストック 水と緑を後世に引き継ごう」をテーマとした農村・農業の再生に取り組むために、1996年（平成8年）に春蘭の里実行委員会を設立した。実行委員会では、森林、農地等を里山の自然の中で、農業やいちご等の摘み取り等の体験を通じ、都会に住む人が癒やしを感じるようなむらづくりに取り組んだ。1997年（平成9年）に開業した農家民宿第1号の「春蘭の宿」では、囲炉裏や五右衛門風呂等を有する農家で、伝統的な地域料理で「一日一客」をもてなす密着度の高い取組を開始した。農家民宿は宮地・酒尾地区のみならず、隣接する瑞穂地区にまで拡大し、現在30軒にまで増えた。

2011年（平成23年）6月に能登の里山里海が世界農業遺産の認定を受けたことや、10月にはBBCワールドニュースで取り上げられたことなどから、世界的に知名度が向上し、外国人旅行者も着実に増加している。特に、2014年（平成26年）はイスラエルからの観光客が急増している。イスラエルからの誘客に強い旅行会社が当地をツアーに組み込んだことが契機となり、5月10日までに2014年（平成26年）のイスラエル人の訪問は419人となり、外国人旅行者の9割を占めている。

14 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

15 立山黒部観光（株）の調べによる。

7 岐阜県高山市

岐阜県高山市の中心部は江戸時代以来の城下町・商家町の姿が保全され、「飛騨の小京都」と呼ばれている。また、日本一広い市域には、北アルプス等の豊かな自然を有している。日本三大美祭である高山祭（4月の山王祭、10月の八幡祭の総称で、16世紀後半から続いている）を開催している。高山市は、このような観光資源を有する上に、「外国人観光客が安心してひとり歩きできるまちづくり」を推進してきた。1986年（昭和61年）に「国際観光都市」の宣言を行い、翌年には飛騨高山国際協会を設立した。



高山市における受入体制の整備については、1986年（昭和61年）より英文を併記した観光案内誘導看板の整備に着手されている。

1990年（平成2年）より五ヶ国語会話集（英、仏、独、韓、中）の作成を行っており、外国人の受入環境整備等を進めた結果、訪日外国人旅行者数が順調に増加している。

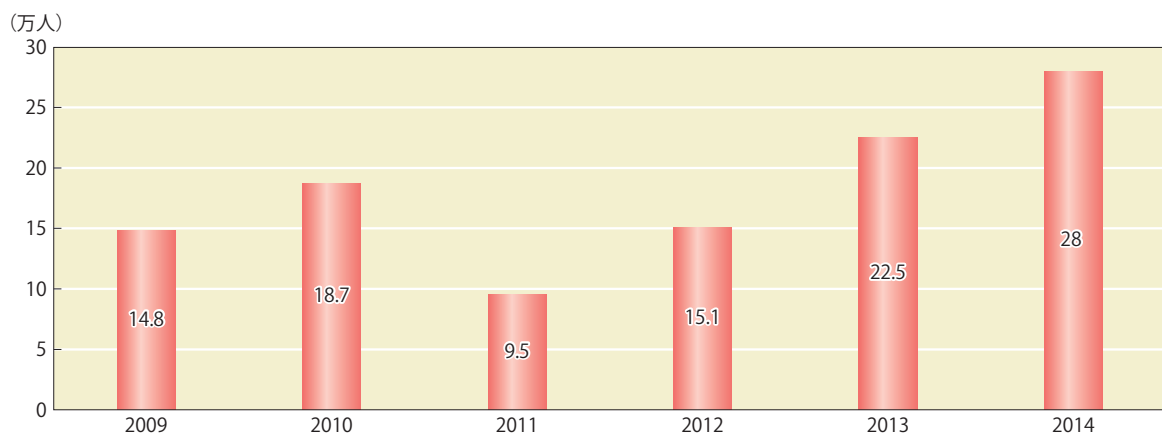
また、ホームページによる観光案内においても、1996年（平成8年）に英文ページを開設し、2002年（平成14年）に中国語（繁体字）・韓国語、2003年（平成15年）に中国語（簡体字）、2004年（平成16年）にドイツ語、フランス語、イタリア語、2008年（平成20年）にタイ語が追加され、現在では11言語に対応している。

このような取組が評価され、2009年（平成21年）に飛騨高山はミシュランのグリーンガイドジャポンに三ツ星で掲載されることになった。

現在、9言語の散策マップ、6言語の観光パンフレットを用意し、11言語の外国語ホームページを整備している。

高山市の人口は、2015年（平成27年）1月1日時点では約9.2万人であるが、2014年（平成26年）においては人口の3倍以上である28万人の訪日外国人旅行者の宿泊客を受け入れている。（[図表Ⅱ-27](#)）

図表Ⅱ-27 高山市における訪日外国人旅行者の宿泊客数の推移



（注）高山市「平成26年観光統計」より作成。

8 和歌山県

前述の消費税免税制度の拡充を、訪日外国人旅行者の誘致と地域振興の絶好の機会として活用した地方自治体も存在する。

和歌山県は、県内事業者が新制度を効果的に活用できるように、免税店許可申請のためのマニュアルを作成し、改正免税制度に関する説明会を開催するとともに200カ所以上の関係事業者の個別店舗に働きかけを行った。また、相談窓口を設置し、店舗への対応を強化した。

免税店情報のガイドブック掲載、海外プロモーションにおける免税店の情報発信を強化した。さらに、免税店のブランド化・認知向上のための統一シンボルマークを活用した。

この結果、2014年（平成26年）4月1日から1年間に、和歌山県内の免税店数は8店から100店に急増した。和歌山県の調べでは、2014年（平成26年）時点は所在地の多数が和歌山市であったが、橋本市、海南市、田辺市、御坊市、有田町、白浜町等でも免税店が許可されており、地域的な広がりが見られるようになった。また、2014年（平成26年）時点は他県に本店がある事業者の店舗が多かったが、和歌山県内に本店がある地元事業者の許可が多数となった。和歌山県における免税店舗の増加のための取組の結果、このように地域的な広がりや事業者の多様性が見られるようになってきている。

9 広島県廿日市市

世界遺産の宮島を有する広島県廿日市市は、訪日外国人旅行者の誘客を促進するためにいくつかの戦略を実施してきた。

日本国内における周遊・回遊性を高めることが廿日市への誘客にも有効と考え、京都市や岡山県との連携を進めた。例えば、京都市との間では、京都・広島国際観光客誘致推進協議会を設置し、旅行エージェント等招請事業、連携パンフレット作成、京都・広島連携海外誘客事業などを実施した。また、宮島との類似性のあるモン・サン＝ミッシェルとの観光友好都市連携を結んだ。

さらに、廿日市市が海外向けプロモーション事業を委託した広島YMCAから外国人スタッフが派遣され、同市の専属スタッフとしてプロモーション事業の企画等に当たった。

このような取組の結果、廿日市市の2013年（平成25年）の外国人観光客数は11.9万人に達している¹⁶。

16 廿日市市の調べによる。

10 徳島県祖谷地区

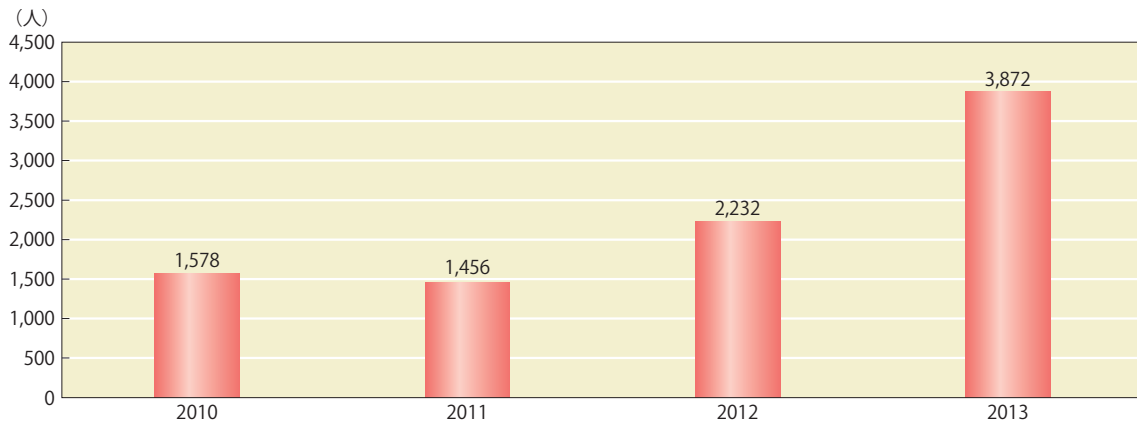
にし阿波～剣山・吉野川観光圏では、『千年のかくれんぼ』～分け入るごとに、時は遡り～」をコンセプトに地域ブランドの確立に向けた取組を行った。

地域の観光資源である茅葺屋根の古民家（落合集落）を修復し、宿泊施設として貸出を行っている。宿泊施設は現在6棟であるが、今後も増やしていく予定である。

秘境「落合地区」の暮らしに触れるボンネットツアー、秘境の奥地にある道なき高地集落を訪れるツアー、宿泊客限定の夜間ツアー・早朝ツアーなどの滞在交流型観光を推進する取組を行った。

毎年地道に進めてきた取組が功を奏し、中心地区の祖谷地区は訪日外国人旅行者が増加傾向にある。2013年（平成25年）は対前年比1.7倍で3,872人になり、2014年（平成26）年は上半期だけで2,555人と前年を上回るペースで伸びている。（図表Ⅱ－28）

図表Ⅱ－28 外国人延べ宿泊者数の推移



(注) 1 大歩危祖谷いってみる会
2 5宿泊施設の合計の宿泊者数

11 九州

福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、福岡市、九州観光推進機構が共同申請し2013（平成25）年2月、地域資源を生かす「地域活性化総合特区」の一つとして特区指定され、九州アジア観光アイランド特区ガイドを導入している。本来、外国人に対し、外国語で、有料で旅行に関する案内を業として行う場合は、通訳案内士試験に合格し、通訳案内士の資格を取得することが必要であるが、九州7県、福岡市及び（一社）九州観光推進機構が共同で実施する研修を履修し九州独自の口述試験に合格した後、福岡県知事の登録を受けることにより、総合特区の区域内（九州域内）において、外国語での有料による通訳案内（通訳ガイド）を行うことができるようにしたものである。九州アジア観光アイランド総合特区では、2013（平成25）年度から中国語、韓国語の特区ガイドの育成を開始し、2014（平成26）年度からはタイ語の特区ガイドの育成にも取り組んでおり、2013、2014年度の2ヶ年度において合格者数は145名（中国語93名、韓国語44名、タイ語8名）に達している。

12 沖縄県

沖縄では、那覇港旅客船ターミナル、平良港複合一貫輸送ターミナル、石垣港旅客船ターミナルにおいて、大型クルーズ船の受け入れ施設の整備を進めている。近年、中国を中心に、アジアのクルーズ市場が拡大する中、欧米や地中海を中心に運航していたクルーズ船社が航路をアジア方面に拡大してきており、沖縄県ではクルーズ船誘致に関連する事業により寄港経費を助成している。また、観光コンベンションビューローや港湾管理者が一体となったポートセールスを展開している。たとえば、那覇港管理組合では、平成25年度には、台湾、香港、中国広東省などを訪問し、中国旅行社のチャータークルーズの誘致に成功した。また、ドイツで開催された「シートレード・ヨーロッパ」に参加し、韓国のチャータークルーズの誘致に成功している。

このような活動の成果として、2014年（平成26年）には162回（速報値）の寄港があったが、2015年（平成27年）には、203回の寄港が予定されている¹⁷。

¹⁷ 内閣府沖縄総合事務局の資料による。

第Ⅲ部

平成26年度に 講じた施策

第Ⅲ部 平成26年度に講じた施策

第1章 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興

第1節 オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション

1 オリンピック・パラリンピック開催国という国際的注目度を活かしたオールジャパンによる訪日プロモーション

2020年オリンピック・パラリンピックの開催国として、「スポーツ・フォー・トゥモロー」プログラムに取り組むなど、スポーツを通じた国際交流を行っている。

また、2020年オリンピック・パラリンピックを契機とした訪日外国人旅行者の誘致に向け、文化プログラム・スポーツイベントを実施した。さらに、オリンピック・パラリンピック・ムーブメントを国際的に高めるキックオフイベントとして、国際会議「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム（仮称）」の2016年（平成28年）秋開催の準備を進めている。

2 近隣諸国の政府観光局と連携した広域プロモーション

2015年（平成27年）3月にマイアミで開催されたクルーズ見本市「クルーズ・ SHIPPING・マイアミ2015」において、東アジアでのクルーズを通じた広域プロモーションの推進について近隣諸国の政府観光局のクルーズ関係者と意見交換を実施した。

3 大規模スポーツ国際競技大会との連携

2014年（平成26年）6月に、FIFAワールドカップブラジル大会に合わせてリオデジャネイロ市内に設置したジャパンパビリオンにおいて、関係省庁が連携して日本の魅力を海外に発信する「ジャパンプレゼンテーション事業」を実施した。

第2節 オリンピック・パラリンピックを機にした訪日外国人旅行者の受入環境整備

1 空港のゲートウェイ機能の強化

(1) 空港のゲートウェイ機能の強化

首都圏空港については、成田空港におけるLCCターミナル（第3ターミナル）の整備等により、2015年（平成27年）3月に羽田・成田両空港の年間合計発着枠75万回化を達成した。また、75万回化達成以降の更なる機能強化に向けた取り組みも実施した。具体的には、関係地方公共団体等が参画する「首都圏空港機能強化の具体化に向けた協議会」を設置、開催するなど、羽田空港の飛行経路の見直しを含む機能強化方策の具体化に向けて、関係地方公共団体等との協議を進めた。

関西空港については、新たなLCC専用ターミナルの整備（2016年（平成28年）下期供用開始予定）を進めた。

中部空港については、LCC等の新規就航、増便に対応するためのエプロン整備に着手した。

沖縄県と国内外とを結ぶ人流・物流の拠点として極めて重要な役割を果たしている那覇空港については、更なる沖縄振興を図るため、2014年（平成26年）1月に着手した滑走路増設事業を推進した。

また、慢性的に発生しているピーク時の航空機混雑を解消する必要がある福岡空港については、滑走路増設に係る環境影響評価手続を実施した。

(2) CIQ体制の整備

出入国管理業務について、2014年（平成26年）7月に10空港（函館、旭川、茨城、富山、小松、富士山静岡、高松、有明佐賀、熊本、宮崎空港）において緊急増員を実施した。

税関業務について、外国人旅行者が我が国への出入国を円滑かつ快適に行えるよう、X線検査装置や不正薬物・爆発物探知装置（Trace Detection System）等の取締・検査機器を整備するとともに、税関職員を増員することにより、入国旅客の携帯品検査体制を強化した。

検疫業務について、国内に常在しない感染症の国内への侵入を防止するため検疫所職員を増員し、検疫体制を強化した。

また、動植物の病害虫の侵入を防止することも必要であることから、植物防疫官及び家畜防疫官の増員・再配置等による携行品検査等、多岐にわたる検疫業務の体制を整備し、水際での携行品等検査を一層強化したところである。

さらに、地方空港への国際定期便、チャーター便の乗り入れが拡大するなかで、一部空港ではピーク時間帯において出入国導線等が狭隘となっている。このような状況を踏まえて、各空港におけるCIQ施設の混雑状況等を把握し、一部の空港では出国待合スペースの一部を入国審査場に転換する施設改良に着手した。

(3) LCCの持続的な成長に向けた取組

LCCの参入を促進するため、成田空港において第3ターミナル（LCCターミナル）を整備し、2015年（平成27年）4月8日に供用開始した。関西空港においても新たなLCC専用ターミナルの整備（2016年（平成28年）下期供用開始予定）を進めた。中部空港においては、LCC等の新規就航、増便に対応するためのエプロン整備に着手した。また、LCCが使用する機材（100t以下）に着目した着陸料の引き下げの継続等を行った。

(4) 首都圏空港におけるビジネスジェットの利用環境の整備

首都圏空港におけるビジネスジェットの利便性向上のため、羽田空港では、専用動線の整備を行い出入国やターミナルビルまでの移動に掛かる時間・距離の短縮を図った。成田空港では、新たなアクセスルートを整備し移動時間の短縮を図った。また、羽田・成田両空港において、大型機材対応スポットの整備等を行った。

2 空港アクセスの改善

2014年（平成26年）12月26日より、国家戦略特区内の空港を発着する空港アクセスバスについて、運賃設定を上限認可制から事前届出制へ緩和するとともに、運行計画の変更を30日前の届出から7日前の届出とする特例措置を講じた。

3 無料公衆無線LAN環境の整備・多言語対応の徹底

(1) 無料公衆無線LAN環境整備

訪日外国人旅行者が快適に利用できる無料公衆無線LAN環境の整備を促進するため、総務省及び観光庁が事務局となり、駅や空港等のエリアオーナー、地方公共団体、通信事業者等から構成された「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を2014年（平成26年）8月に設立した。本協議会の下に整備促進PT、周知・広報PT、認証連携PTを立ち上げ、各種取組を推進した。



整備促進PTでは、エリアオーナーにアンケートを実施し、整備状況やビジネスモデル等の現状把握を行った。

周知・広報PTでは、利用場所の視認性を高めるための共通シンボルマーク（Japan.Free Wi-Fi）の策定や海外への情報発信の取組の検討を行った。

認証連携PTでは、事業者の垣根を越えて利用手続きが簡素化できる方策を検討し、訪日外国人旅行者が利用しやすい環境整備を進めた。

(2) クルーズ船等が利用するターミナルにおける無料公衆無線LANの整備・多言語対応

無料公衆無線LAN整備促進協議会の情報を「全国クルーズ活性化会議」（全国108団体の港湾管理者等が参加）や「みなとオアシス」全国協議会（全国103団体等のみなとオアシス運営主体等が参加）を通じて周知するとともに、「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」を周知するなど、クルーズ船等が利用するターミナルにおける、多言語対応の促進や無料公衆無線LAN環境の提供の普及に向けた取組を推進した。

(3) 2020年オリンピック・パラリンピックに向けた多言語対応の改善・強化

2014年（平成26年）11月に東京都主催の「2020オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」において、東京都が交通、道路、観光・サービスの3つの分野で今後取り組むべき方針について策定した。また本協議会での検討を経て、2015年（平成27年）3月に東京都で「国内外旅行者のためのわかりやすい案内サイン標準化指針」を改定・公表した。

4 多機能フリーパスの検討

東京都において検討を進めている観戦チケット・IC乗車券一体化フリーパスについて、東京都及び組織委員会と意見交換を行い、現状及び課題について認識を共有した。

5 観光案内拠点・観光ガイドの充実

(1) 外国人観光案内所のネットワークの拡大

訪日外国人旅行者の拠点となる観光案内所等に対して日本政府観光局（JNTO）の行う認定制度の取得・カテゴリー変更の働きかけ等を行った結果、「カテゴリー3」の外国人観光案内所は、昨年度の7件から18件へと増加した。エリアについても、昨年度、首都圏と関西のみだったものが、中部、九州の各空港や駅等へ拡大した。カテゴリー1・2・3及びパートナー施設の全体数においても、昨年度の365件から528件（2015年（平成27年）3月31日現在）に大幅に増加した。

また、外国人観光案内所の質の向上を図るため、全国対象の総合的な研修会および地域研修会等を開催するとともに、外国人観光案内所専用サイトの開設及びメールマガジンを発信した。

日本政府観光局（JNTO）外国人観光案内所の認定区分及び主な基準

カテゴリー3	常時英語による対応が可能。その上で、英語を除く2以上の言語での案内が常時可能な体制がある。全国レベルの観光案内を提供。原則年中無休。Wi-Fiあり。ゲートウェイや外国人来訪者の多い立地。
カテゴリー2	少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐。広域の案内を提供。
カテゴリー1	常駐でなくとも何らかの方法で英語対応可能。地域の案内を提供。
パートナー施設	観光案内を専業としない施設であっても、外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立な立場で地域の案内を提供。

(2) 通訳案内士制度の見直しに向けた取組

通訳案内士制度は、創設以来60年以上が経過し、地域的偏在や、言語面における需給のミスマッチなど、様々な課題が指摘されている。

そこで、改善方策を検討するため、2014年（平成26年）12月に「通訳案内士制度のあり方に関する検討会」を開催し、各関係者から意見聴取を行った上で、次年度に議論する論点整理を行った。

また、地方公共団体が実施する研修を修了した場合には、外国人に対する有償での通訳案内を可能とするため、「構造改革特別区域法の一部を改正する法律案」を提出した。

さらに、訪日外国人旅行者の満足度向上とリピーター化を進めていくため、国内外の旅行会社やランドオペレーター、訪日外国人旅行者等に対し、通訳案内士制度の周知とともに、無資格ガイドによる質の悪いツアーに関する注意喚起を行った。

(3) 地域における受入環境整備支援

2020年オリンピック・パラリンピックの開催効果を広く地域にも波及させるため、訪日外国人旅行者が魅力ある地方を多く訪れ、その魅力を体験して貰う必要がある。そのため、全国9地域で訪日外国人旅行者の受入環境整備に係わるモデル事業をICTの活用、受入施設における接遇向上、多言語による情報提供の促進、ユニバーサルツーリズムの充実といった切り口で実施した。



第3節 オリンピック・パラリンピック開催効果の地域への波及

1 航空による地方へのアクセスの充実

(1) 羽田空港における乗換利便性の向上

羽田空港の国際線・国内線地区を結ぶ既設連絡トンネルは、幅員が狭く大型のバスが走行できない。2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けて、インバウンド需要の高まりにより、国際線と国内線の乗継の一層の増加が想定され、円滑な乗継に支障を生じる恐れがある。このことから、効率的な導線を確保するため、大型バスが走行可能な国際線地区と国内線地区を結ぶトンネルの整備を進めている。

(2) 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与

航空路線の新規就航・増便を促進するため、航空会社から徴収する着陸料を軽減した。具体的には、羽田空港に23時～5時59分間に離着陸する国際旅客便の着陸料（新規就航・増便分に限る。）を、2014年（平成26年）11月～2015年（平成27年）10月において1/2、2015年（平成27年）11月～2016年（平成28年）10月において7/10、2016年（平成28年）11月～2017年（平成29年）10月において4/5に軽減する制度を新設した。また、従来行っている羽田以外の国管理空港における国際線着陸料の軽減（チャーター便：1/2、定期便：7/10）も継続した。

(3) 地方空港におけるCIQ体制の整備

【再掲】 第三部第1章第2節1（2）

2 地方への鉄道旅行の促進

オリンピック・パラリンピック観戦のために訪日した外国人に、東京のみならず日本各地を訪問するよう、企画乗車券の造成等を促進してきており、多種多様な企画乗車券が販売された。

3 ホストシティ・タウン構想の推進

「経済財政運営と改革の基本方針2014」（平成26年6月24日閣議決定）においては、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機に、大会の参加国・地域と全国の自治体との相互交流を一層活発に行うことによって、我が国の地域活性化や観光振興等を図ることを目的に「ホストシティ・タウン構想」を推進することとされた。

これを踏まえ、平成26年7月、東京オリンピック・パラリンピック担当大臣主催により、関係府省庁の局長級を集めた連絡会議を開催し、全国の自治体に対してアンケートを実施するなど構想の具体化に向けた取り組みを実施した。

第4節 オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速

1 公共施設等のバリアフリー化

関係者が必要に応じて緊密に連携しながら、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」（平成18年法律第91号。以下、「バリアフリー法」という。）等に基づく移動等円滑化の促進に関する基本方針に定められた目標を達成すること等、一体的・総合的な公共交通機関等の旅行関連施設のバリアフリー化を推進している。また、2020年東京オリンピック・パラリンピックやその後の超高齢社会を見据え、国土交通省内に設置（平成26年9月）した「バリアフリーワーキンググループ」において、大会を契機とした鉄道駅・空港における複数ルートのバリアフリー化など、今後重点的に取り組むべき施策について検討している。

(1) 公共交通機関等

旅客施設においては、地域の実情に鑑み、高齢者、障害者等の利用の実態等を踏まえてバリアフリー化を推進し、原則として1日当たりの平均的な利用者数が3,000人以上である旅客施設のバリアフリー化を優先的に行っている。また、車両等においては、鉄軌道車両やバス車両、タクシー車両のバリアフリー化を行っている。

(2) 歩行空間

誰もが安心して歩ける歩行空間を形成するため、原則として重点整備地区内の主要な生活関連経路を構成する全ての道路について、幅の広い歩道等の整備や歩道の段差・傾斜・勾配の改善、無電柱化、視覚障害者誘導用ブロックの整備といったバリアフリー化を行った。その他、音響式信号機、経過時間表示機能付き歩行者用灯器、歩車分離式信号等のバリアフリー対応型信号機、高輝度標識等の見やすく分かりやすい道路標識等の整備を実施した。

(3) 都市公園等におけるバリアフリー化

都市公園の整備にあたっては、安全で安心した利用のためバリアフリー法に基づく基準や支援制度により、出入口や園路の段差解消、高齢者や障害者等が利用可能なトイレの設置等を進めている。

また、身近な自然空間である河川等の魅力を誰もが享受できるよう、まちづくりと一体となった水辺整備等を実施している。

(4) ホームドアの整備促進

ハンドル形電動車イスによる鉄道利用においては、障害者手帳等の提示によりハンドル形電動車イスが真に必要なことを示すことが必要であり、外国人に対応したルールとなっていない。このため、利用者の要件の合理化に向けた検討を進めるよう、鉄道事業者に求めた。

また、視覚障害者をはじめ、すべての駅利用者のホームからの転落を防止するための設備としてホームドア等は非常に効果が高く、バリアフリー法に基づく基本方針や社会資本整備重点計画等を踏まえ、その整備を促進している。また、車両扉の位置の相違等の課題に対応可能な新たなタイプのホームドアの技術開発を推進している。



昇降ロープ式ホームドア



昇降バー式ホームドア



昇降ロープ式ホームドア(支柱伸縮型)



マルチドア対応ホームドア

新たなタイプのホームドア例

2 バリアフリー車両の導入促進

空港アクセスバスのバリアフリー化に向けて、関係者が連携した取組を推進中である。また、ユニバーサルデザインタクシーにおいては、車両メーカーとの打合せを実施し、普及方策等について検討している。

第2章 インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組

第1節 インバウンド推進の担い手の拡大

外国人旅行者向け消費税免税制度改正を契機としたショッピングツーリズム事業に取り組んだ。訪日外国人旅行者向けに、2014年（平成26年）10月1日に改正された外国人旅行者向け消費税免税制度の内容や免税対象店舗リスト等の情報発信を行うWEBサイトを製作し、海外でのPRを実施した。

第2節 訪日プロモーションの戦略的拡大

1 より科学的なマーケティングの実施

2014年（平成26年）4月、外部のマーケティング専門家も参画する「マーケティング戦略本部」を観光庁で開催し、2014年（平成26年）7月に、平成26年度プロモーション方針を策定した。プロモーションの方針は、市場（国・地域）毎に、訪日旅行等の実態を踏まえ、ターゲット層や訴求コンテンツ、プロモーション実施時期等を定め、科学的・合理的にマーケティングを実施した。

2 ビザ緩和にあわせた集中的なプロモーション

2013年（平成25年）7月にビザ免除が行われたタイやマレーシアをはじめ、2014年（平成26年）にビザ免除となったインドネシアや、ビザ緩和が実施されたフィリピン、ベトナムにおいて、航空会社との共同広告や各国で開催されるイベントへのブース出展を通じて、訪日プロモーションを展開した。

第3節 訪日プロモーションの新たな切り口での展開

1 「質の高い」日本の魅力を広めてくれる成熟した訪日旅行者層（「目利き」）へのプロモーション

2014年（平成26年）12月1日から4日にフランス・カンヌにて開催された世界最大規模の富裕層向けBtoB商談会（ILTM）に出展し、「質の高い」日本の魅力を広めてくれる成熟した訪日旅行者層（目利き）へのプロモーションを実施した。

また、2014年（平成26年）11月に富裕層をターゲットにしている豪州の旅行会社に対して、日本の伝統工芸品等に触れてもらうことを目的とした東京・金沢・富山への招請旅行を実施する等「質の高い」日本の魅力の発信を図った。

2 若年層の交流拡大に向けたプロモーション

中国、台湾、シンガポール、豪州、米国等からの教育旅行などの機会に、若者に日本の伝統技術・

歴史・文化・芸術体験や日本人との触れ合いを行う等日本の魅力を発信することで、若年層の交流拡大に向けた訪日プロモーションを強化した。

3 トランジット旅客の取込

トランジット旅客のうち、日本に入国しないで乗り継ぐ予定であった者（国際線通過旅客）に、入国旅客への移行を図り、訪日外国人旅行者の増加を図るとともに、我が国の良さに触れてもらうことで空港周辺地域の活性化や次回の訪日につながることを期待される。

このため、空港会社、航空会社、地方自治体等の関係者によるトランジットプログラムの充実、プログラムのプロモーション、寄港地上陸許可制度の活用等を目的とした「トランジット旅客の訪日観光促進協議会」を2014年（平成26年）9月に設置し、主に成田国際空港周辺におけるトランジットプログラムについて検討を行った。

2015年（平成27年）3月1日より成田国際空港周辺において、ボランティアガイドを活用した、日本の自然や文化等を体験できる「Narita Transit Program」を開始した。



「Narita Transit Program」チラシ

4 地方への誘客に向けたプロモーション

海外の旅行会社やメディアの招請事業等を通じて、地域の観光資源の魅力を海外にPRした。また、日本政府観光局（JNTO）の海外向けウェブサイトにおいても、観光地の魅力を発信している。

5 地方の港湾への誘客に向けた訪日プロモーション

我が国へのクルーズ船の寄港促進やこれに伴う地域活性化を図るため、2014年（平成26年）11月から2015年（平成27年）2月にかけて、クルーズ船社等3社のキーパーソンと港湾管理者等16港17団体との商談会を3回開催（試行）した。

6 訪日シーズンの分散化のためのプロモーション

2014年（平成26年）は、春・秋等訪日外国人旅行者が比較的少ないシーズンの需要の掘り起こしを目指し、「桜」をテーマとした継続的な訪日プロモーションを集中的に実施した。

7 「和食」の魅力発信

「和食」のユネスコ無形文化遺産登録等により、国内外で日本食への関心が高まる中、2015年（平成27年）5月から10月までの間イタリアのミラノ市で開催される、食をテーマとした「2015年ミラノ国際博覧会」において、官民一体となって「Harmonious Diversity –共存する多様性–」をテーマとした日本館の建築や広報等を実施している。

2015年ミラノ国際博覧会のテーマ
「地球に食料を、生命にエネルギーを」
 Feeding the Planet, Energy for Life

日本館イメージ



日本館のテーマ
 Harmonious Diversity
－共存する多様性－



<p>建築 多様性のうつつ</p> <p>日本古来からの知恵と技を現代の日本の最先端技術を用いて応用し、伝統と革新が共存する木材等を活用した日本館を建築。</p>	<p>展示 食生活と農業生産の多様性</p> <p>自然と共生する「農林水産業」をベースに、深遠な知恵と技が凝縮された日本の「食」と「食文化」が、持続可能な未来社会を切り拓くことをアピール。</p>
<p>レストラン Feel the Japanese Passion</p> <p>展示の理解を共感に変えるため、だし等の日本の優れた食を体験できる場として、高級日本食レストランとフードコートを展開。</p>	<p>催事 日本館イベント広場</p> <p>食関連産業や食による町おこしに取り組んでいる自治体等の地域関係者、様々な食に関する取り組みを行っている団体等が、日本館内に設置されるステージを活用して、それぞれ独自のイベントを実施。</p>

第4節 訪日プロモーションの実施体制の整備

1 日本政府観光局（JNTO）の訪日プロモーション事業の執行機関化

訪日プロモーション事業は、2007年（平成19年）の事業開始以来、観光庁が発注主体となり実施してきたが、海外における訪日プロモーションの貴重な機会を逃さず、迅速な意思決定による事業の実施が求められる。そこで、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（2013年（平成25年）12月24日閣議決定）等において、訪日プロモーション事業は原則として日本政府観光局（JNTO）が実施主体となって実施することが決定された。

これを受け、日本政府観光局（JNTO）は、平成26年度補正予算事業より、訪日プロモーション事業の直接執行を開始した。

2 アジア最大の国際観光イベントの実現

2014年（平成26年）9月、「VISIT JAPAN トラベルマート」と「ツーリズムEXPO ジャパン」の同時開催を実現した。国内最大のインバウンド商談会である「VISIT JAPAN トラベルマート」では、旅行会社347社（28カ国・地域）、海外メディア12社（10カ国・地域）が参加、観光関係者400団体が参加し、世界最大級の旅行博覧会「ツーリズムEXPO ジャパン」では、1,129団体（151カ国・地域）が参加し、情報収集を効率的かつ効果的に実施した。

3 二国間関係の強化

2014年（平成26年）12月に、東京において、「第29回日韓観光振興協議会」を開催し、10月には「第6回日越観光協力委員会」を開催するなど、双方向の観光交流拡大に向けての意見交換を行った。

また、2015年（平成27年）2月に、東京においてカタール国政府観光局との間で、観光分野における協力関係の強化を内容とする覚書を作成した。さらに、3月にはベトナム社会主義共和国 ホー・アイン・トゥアン文化スポーツ観光省副大臣が鈴木国土交通大臣政務官を表敬訪問し、

2005年（平成17年）に署名された観光協力に関する共同声明から10年の節目を迎えることを受け、10年間の両国間の交流の進展をふり返り、二国間の交流が、より一層活性化されるよう努力することなど、両国の観光交流の促進について意見交換を行った。



トゥアン副大臣の表敬訪問を受ける
鈴木国土交通大臣政務官

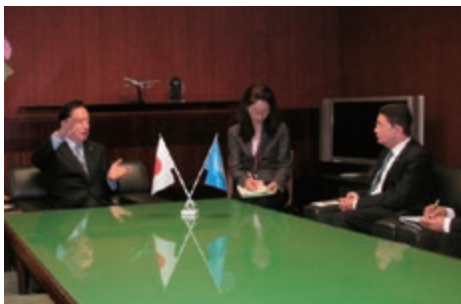
4 国際機関等への協力を通じた国際観光促進

UNWTO（国連世界観光機関）、OECD¹⁸（経済開発協力機構）、ASEAN（東南アジア諸国連合）+3、APEC（アジア太平洋経済協力）等の主要な多国間枠組みに積極的に参加し、世界の国際観光発展に向けた政策基盤の形成への貢献を行っている。

2014年（平成26年）5月、UNWTO（国連世界観光機関）地域委員会（フィリピン・レガスピ）では、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」等、訪日外国人旅行者数2,000万人に向けた我が国の取り組みを報告した。9月には第8回APEC観光大臣会合（中国・マカオ）に出席した。この会合では域内の経済協力及び人的・文化的交流の促進における観光の重要性、域内の持続可能な発展に向けた観光とその他産業との連携の重要性等について議論を行い、「マカオ宣言」が採択された。また同月、タリブ・リファイUNWTO事務局長が来日し、太田国土交通大臣との間で我が国とUNWTOの協力関係の強化に向けた意見交換を行った。

11月には、OECD、EU（欧州連合）統計局、UNWTO（国連世界観光機関）及び奈良県の協力のもと、観光統計に関する2つのイベント（「第13回観光統計グローバルフォーラム」、「UNWTO観光統計スペシャルワークショップ」）を「奈良観光統計ウィーク」として開催し、観光統計の充実に向けた取組を進めた。また、これに合わせ来日したシュテファン・カプファーラーOECD事務次長が西村国土交通副大臣を表敬訪問し、OECDと日本の協力関係の強化について意見交換した。

東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター（日本アセアンセンター）との協力のもと、双方向の観光及び人的交流の拡大を図るため、若年層向けの交流事業やムスリム観光客の受入整備等に取り組んだ。また、2015年（平成27年）1月の第14回ASEAN+3観光大臣会合（ミャンマー・ネピドー）では、「ASEAN+3観光協力ワークプラン2013-2017年」の進展報告が行われ、ASEAN+3域内における双方向の観光交流拡大に向けた協力を強化していく旨を確認した。



リファイUNWTO（国連世界観光機関）事務局長と
意見交換を行う太田国土交通大臣



カプファーラーOECD事務次長の
表敬訪問を受ける西村副大臣

18 Organisation for Economic Co-operation and Development の略。

❁ 第5節 効果的なメディア戦略

1 日本コンテンツの活用

クールジャパン機構において、日本のファッション、地域産品、観光などの周辺産業への波及効果の高いコンテンツ配信プラットフォームの整備を推進した。例えば、平成26年度には、アジアや欧米等、世界22カ国で24時間365日、日本番組を放送し、日本のコンテンツを海外に発信するとともに、関連する商品・サービスの物販、訪日観光客の拡大等を行う事業への支援を決定した。

また、日本コンテンツの海外展開を促進するため、字幕付与・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展、広告出稿等のプロモーションの支援を実施した。これまで約2年間で約3,800件の案件を支援し、非コンテンツ企業を含む幅広い事業者の海外展開を後押しした。

2 海外の有力メディアの積極的招請

2014年（平成26年）は多くの海外の有力メディアを招請し、海外において訪日の魅力を積極的に発信する取組を実施した。

3 放送コンテンツの海外展開に向けた連携

総務省事業において、日本各地の魅力を紹介する鉄道旅行番組「Welcome To The Railworld 日本編」をマレーシアと共同で製作し、同国内で継続的に放送する取組（全10話）等を支援した。本番組の製作にあたっては、観光庁、総務省、日本政府観光局（JNTO）、放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）の4者が連携してロケ地選定を行った。

4 国際放送による情報発信の強化

日本の情報や魅力を世界に発信するため、NHKのテレビ国際放送（NHKワールドTV）の充実強化の一環として、国際空港でのモニター設置や航空機内でのスポット広告放映等による周知広報、受信環境の整備等の取組を推進した。また、放送法改正により、テレビ国際放送の放送番組を国内放送事業者に提供することを恒常的に可能とし、国内在住外国人やホテル滞在の外国人に対する情報発信の機会拡充を図った。

❁ 第6節 オールジャパン体制による連携の強化

1 クールジャパン等と一体となった効果的な訪日促進

クールジャパン事業と連携した、3つのイベント（①観光庁・日本政府観光局（JNTO）：「Visit Japan FIT Travel Fair」、②JETRO（日本貿易振興機構）・PROMIC（一般財団法人音楽産業・文化振興財団）：「J POP Signature in Bangkok 2014」、③国際ドラマフェスティバルin TOKYO実行委員会：「J Series Festival」）を『JAPAN WEEKEND』として、同時期に、同じエリアで開催すること

により、タイ・バンコクにおいて効率的にビジット・ジャパン事業を実施した。

クールジャパン機構では、2014年（平成26年）9月に日本政府観光局（JNTO）との業務提携を行い、日本のコンテンツ、食・サービス、ファッション・ライフスタイルなどの発信と訪日促進との更なる連携強化を図った。

2 政府一体となった日本の魅力の海外発信

官邸主宰の「対外広報戦略企画チーム」における議論を踏まえ、観光をテーマに含む海外に発信すべき広報コンテンツをまとめた電子書籍「We Are Tomodachi」（英語・仏語・西語）を定期的に発行するとともに、政府公式英文ウェブサイト「JapanGov」及びアプリ「JapanGov App」を構築し、政府公式SNSと連動して発信することで情報の浸透を図った。

また、外国要人の訪日に際し、地方を訪問してもらうことで、各地の魅力や「おもてなし」を対外的に発信する取組を実施した。



政府公式英文ウェブサイト「JapanGov」
URL: <http://www.japan.go.jp/>



アプリ
「JapanGov App」

3 伝統文化やポップカルチャーを活用した観光振興

外務省及び国際交流基金では、海外ネットワークを活用し、日本の多様な魅力を海外に向けて発信した。例えば2015年（平成27年）1月に上海で行われた民間企業が主体の訪日観光促進イベントにおいて、在外公館が和太鼓演奏や華道デモンストレーションなどの日本文化紹介イベントを実施した。また、2013年（平成25年）12月に安倍総理より発表された「文化のWA（和・環・輪）プロジェクト」の芸術文化交流事業として、2015年（平成27年）1月～3月には、国際交流基金が東南アジア4カ国にてストリートダンス公演を実施し、日本の舞台芸術の多様性を紹介した。

文部科学省では、横浜トリエンナーレ、東京国際映画祭といった我が国を代表する国際フェスティバルや、「東アジア文化都市」などの文化芸術創造都市の取組に対して支援を行った。また、文化庁メディア芸術祭（第18回）受賞作品展の実施に加え、当該受賞作品等をFILE2014（ブラジル・サンパウロ）やルッカ・コミックス・アンド・ゲームズ（イタリア・ルッカ）等、19の海外芸術祭に展示するなど、我が国の多様な文化芸術の海外への情報発信力を強化し、世界からのインバウンドの促進を図った。

経済産業省では、2014年（平成26年）10月に、映像・アニメ・音楽等の主要コンテンツが統合された国際見本市「JCS（Japan Content Showcase）」を主催した。世界の約30の国と地域から300以上の出展者、世界39の国と地域から1,000人以上のバイヤーが集結し、総来場者数は約2


万人となった。また、2015年（平成27年）3月には、日本最大級の国際見本市「AnimeJapan2015」の開催を支援し、総来場者数は12万人以上となった。イベントの開催を通じ、広く海外にアピールすることで、日本コンテンツの海外展開を促進した。



上海での阿波踊り公演の様子



ハノイでのストリートダンス公演の様子
(c)Dance Dance Asia

 第1節 ビザ要件の戦略的緩和

1 ビザ要件の戦略的緩和


2014年（平成26年）は、7月にインド向け数次ビザの導入、8月にブラジル向け数次ビザの導入を決定した。その他、インドネシア、フィリピン及びベトナムに対し、9月に数次ビザの発給要件の大幅緩和、11月に指定旅行会社パッケージ参加者用一次観光ビザの申請手続簡素化を行った。12月には、IC旅券事前登録制によるインドネシア向けビザ免除を開始した。さらに、2015年（平成27年）1月19日から、中国人向け数次ビザの発給要件を緩和した。

2 新たなビザ要件の緩和対象国向けの集中的プロモーション

【再掲】 第三部第2章第2節2

 第2節 外国人長期滞在の促進

外国人富裕層の観光目的による我が国への長期滞在需要を取り込むべく、一定の要件を満たした外国人の長期滞在を可能とする制度の導入について検討を進めた。

 第3節 出入国手続の迅速化・円滑化

1 CIQ体制の整備

【再掲】 第三部第1章第2節1（2）

2 空港におけるファーストレーンの設置

国際会議の開催地やビジネス拠点の選択に当たり、玄関口たる空港の果たす役割は大きく、空港における出入国手続きを迅速に行い都心部へ移動しやすくすることは、大都市圏の立地競争力強化の大きな課題である。また、諸外国の主要空港においては、ファーストレーンを設置し、VIP（Very Important Person）／CIP（Commercially Important Person）に対して、一般旅客とは異なるサービスを提供しているところである。このような状況を踏まえ、ファーストレーンの設置について関係者による検討会を開催し、成田国際空港・関西国際空港ごとの部会を設置した。平成27年度中のファーストレーン設置の実現を見据えて、施設の詳細な設計等の検討を進めた。

3 トランジット旅客の取込

【再掲】 第三部第2章第3節3

4 一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施

2014年（平成26年）の「出入国管理及び難民認定法の一部を改正する法律（平成26年法律第74号）」により、出入国管理上のリスクが低く、頻繁に我が国に入国する外国人を「信頼できる渡航者」（トラステイド・トラベラー）として特定し、自動化ゲートの対象とする新たな枠組みを構築することとされた。

5 自動化ゲートの利用改善・促進等

2014年（平成26年）4月以降、主要空港における自動化ゲート利用希望者登録カウンターを拡充し、同年11月末には自動化ゲートを40台から70台に増配備した。その結果、同年における自動化ゲート利用希望者登録数は、12万9,684人（対前年比4万1,013人（46.3%）増）、自動化ゲート利用者数は169万557人（対前年比36万8,123人（27.8%）増）となった。

また、審査ブースの機動的運用を継続的に実施している。

第4節 本邦航空会社による新規路線の開設やLCCの参入促進等による、利用しやすい旅行商品の創出

1 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与

【再掲】 第三部第1章第3節1（2）

2 LCCの持続的な成長に向けた取組

【再掲】 第三部第1章第2節1（3）



第1節 地域連携による情報発信力強化と新たな広域周遊ルートの形成

1 広域観光周遊ルートの形成促進

複数の都道府県に跨って、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、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」）の形成を促進する施策について、「世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会」を設置し、2回にわたり開催するなど、ルート形成に当たっての基本的な方針等の検討を実施した。

2 地域間交流を深める運動の促進

「北前船寄港地フォーラム」など、交流人口の拡大や国内MICE¹⁹の推進を目的とする行事を後援し、地域間交流を深める運動を推奨した。

3 道路の整備等

高規格幹線道路を始めとする幹線道路ネットワークの整備を促進し、観光旅行者の来訪の促進や利便性の向上を図った。なお、高規格幹線道路の延長については、平成26年度は近畿自動車道敦賀線（小浜～敦賀JCT）等、新たに365kmが開通し、合計11,050km（2015年（平成27年）3月末現在）となった。

また、既存の高速道路を有効活用し、地域経済の活性化や渋滞の軽減等に寄与することを目的とした「スマートインターチェンジ（ETC専用インターチェンジ）」の開通箇所については、平成26年度は新たに7カ所が開通し、77カ所で開通、68カ所で事業中（2015年（平成27年）3月末現在）である。

高速道路の料金については、社会資本整備審議会道路分科会国土幹線道路部会（座長：寺島実郎一般財団法人日本総合研究所理事長）の中間答申などを踏まえ、様々な観点から検討を進め、「新たな高速道路料金に関する基本方針」（平成25年12月20日）やパブリックコメントを踏まえ、2014年（平成26年）4月より新たな高速道路料金を導入しており、観光需要を喚起し、地域活性化を図るため、地方部の普通車以下の休日割引について、割引率を3割として継続している。

環状道路の整備等による道路ネットワークの強化により、拠点的な空港・港湾・鉄道駅へのアクセスの向上を図った。

4 道の駅を核とした地域における観光振興

2015年（平成27年）1月に、「道の駅」の新たな展開として、特に優れた取組を選定し、各省

19 (M) Meeting、(I) Incentive、(C) Convention、(E) Exhibitionの4つのビジネス・セグメントの頭文字をとった略語。

庁と連携して、重点「道の駅」等として支援する取組を実施するとともに、63件の「道の駅」が外国人案内所として認定された。

5 外国人が周遊しやすい地域公共交通の確保

観光振興を図る上では、二次交通としての地域公共交通の充実が重要となっている中、2014年(平成26年)11月に「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律の一部を改正する法律」(平成26年法律第41号)が施行された。これにより、地方公共団体を中心として地域の関係者との合意の下で、まちづくりや観光施策と連携した、面的な地域公共交通ネットワークを再構築する枠組みが整備された。



第2節 地域の魅力を来訪者に体感してもらうための仕組みづくり

1 規制制度面での環境整備

(1) 着地型旅行商品の造成促進・販路拡大に向けた制度の検討

着地型旅行商品の造成促進・販路拡大のため、宿泊施設における着地型旅行商品の造成・販売を促進する制度について、一橋大学大学院 山内弘隆教授を座長とする「旅行産業研究会」(平成25年9月設置)における議論の結果を2014年(平成26年)5月にとりまとめるとともに、それを踏まえ、継続的に検討を行った。

(2) 自家用有償旅客運送における周遊案内

非営利団体を実施主体としている自家用有償旅客運送において、離島や中山間地等における観光客等当該地域外からの来訪者についての周遊観光となる運送も可能となるよう、当該区域又は地域の交通が著しく不便であることや、その他交通手段の確保を図ることが必要な事情があることを当該区域又は地域を管轄する市町村長が認めた場合にあっては、旅客の範囲の規制を緩和した。

(3) 貸切バスの営業区域の弾力化

2014年(平成26年)4月から、安全の優良認定を受けたバス事業者に対して、営業区域を従来の都道府県単位から地方ブロック(地方運輸局)単位に拡大していたが、この特例措置を当該ブロック以外の隣接県まで拡大した上で2015年(平成27年)9月末まで延長した。

(4) ツアーオペレーター認証制度の定着

インバウンドの手配を行うツアーオペレーターのサービスは、日本の観光に対する評価を左右しかねないことから、JATA(一般社団法人日本旅行業協会)では、平成25年度よりツアーオペレーター業務を行う企業を対象として、その提供するサービスの質や当該企業に対する信頼性が一定水準以上であることを明示するための認証制度の運用を開始した。平成26年度、観光庁では、ホームページや海外での商談会等で、同制度及び認証取得事業者のアピールに努めた。

2 地域の観光振興の促進

(1) 観光地域のブランド化

特定のテーマで国内外を訴求する際立った魅力をもつ観光地域を創出するため、「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」（平成20年法律第39号）に基づき、滞在交流型観光に対応できる区域として「観光圏」の整備を促進しており、平成26年度はニセコ観光圏等4観光圏を認定した。

あわせて、当該4観光圏を含む10観光圏に対し、「観光地域ブランド確立支援事業」により、地域のブランド戦略策定及びブランド戦略に基づく事業実施を支援した。

(2) 魅力ある観光地づくり

「観光地ビジネス創出の総合支援事業」に基づき、45地域を選定し、実学に即した研修や、商品化を見据えた旅行会社等との商談会を通じて、観光地づくりの取組を進める主体が自ら販路を開拓し、収益を更なる着地型旅行商品開発に充てることが可能となるビジネスモデルの構築を支援した。

また、「地域資源活用ネットワーク構築事業」に基づき、地方産業競争力協議会の報告を踏まえ、各地域に眠っている地域資源を活用した新たなビジネスモデルの構築により、交流人口の増大に繋がる取組を支援した。

(3) 観光地域づくりの人材の有効活用

地域の特徴を活かした魅力ある観光地域づくりのために、各省庁では、それぞれの観点から、専門家を集約したリストの作成や派遣・支援制度を構築している。その中で、観光の観点からリスト等を更に有効活用するべく、各省庁で作成されたリスト等を取りまとめるとともに、ワンストップで観光関係の相談に対応できる窓口を観光庁内に設置した。今後は、当該窓口を活用し、相談があった地域の実情等を踏まえつつ、適切な人材や支援メニューの紹介や、関係省庁へ連絡・調整により、手続きがスムーズに進むよう支援していく。

(4) ICTを活用した訪日外国人観光動態調査、受入環境整備

従来の取組を評価し、訪日外国人旅行者のニーズを踏まえた効率的・効果的な取組につなげていくため、既存統計に加え、ビッグデータにより訪日外国人旅行者の観光行動を定量的に調査・分析を行うことが必要である。このため、「携帯端末の位置情報や携帯電話の基地局情報を活用した訪日外国人旅行者の観光動態」、「SNSを活用した訪日外国人旅行者の興味・関心に関する小規模な試行調査」を行った。

訪日外国人旅行者は自分の嗜好や属性に合った観光地の情報取得やサービス享受が難しいというのが現状である。各種サービス事業者が訪日外国人旅行者の属性情報とそれに関連する観光情報等を融合させ、各サービス事業の現場で情報共有・連携することで、より満足度の高いサービスを享受し、ストレス無く観光できる環境を整備することが必要である。そのため、様々な企業・団体をメンバーとするおもてなしプラットフォーム研究会を開催し、今後の方向性や課題を整理した。

(5) 休暇取得の促進

2014年（平成26年）の1年間における日本の労働者1人平均の年次有給休暇の付与日数は18.5日、そのうち労働者の取得した日数は9.0日で、取得率は48.8%となっている。

こうした中、国内旅行の需要を喚起し、旅行需要を平準化するため、休暇取得の促進を図ること

が必要である。そこで、企業と連携し、休暇を取得して外出・旅行を楽しむことを積極的に促進する「ポジティブ・オフ」運動（平成26年度末で450団体が賛同）や、学校行事の振替休業日に合わせて有給休暇の所得促進を図る「家族の時間作りプロジェクト」（平成26年度は6地方公共団体が実施）を推進した。

(6) 先進事例の情報提供の強化

観光地域づくりの先進的な取組事例を冊子として取りまとめ、紹介することによって、先進事例の情報提供を強化し、地域における取組の質の向上を図った。

3 観光地域づくりを担う主体への支援制度

(1) 株式会社地域経済活性化支援機構との連携協定に基づく施策

2014年（平成26年）5月、REVIC（株式会社地域経済活性化支援機構）と観光庁との間で、観光を軸とした地域活性化モデルの構築を目的とする包括的連携協定を締結した。同協定に基づき、地域の金融機関、事業者とREVICの現地協議に参加し、両者と関係行政機関等との橋渡しを行うことで取組の円滑化を図り、地域活性化のモデル構築を支援した。

(2) 地域ブランドの振興

観光資源等の地域の産業資源を活用して、中小企業が新商品・新サービスの開発を行い、その新商品等の市場化への取組を総合的に支援した。加えて、中小企業地域資源活用促進法を改正し、農業体験や産業観光等を支援対象に加えるとともに、観光資源などの地域資源を活用した「ふるさと名物」の開発・販路開拓の取組に対する支援の強化を図った。

(3) 地域経済の活性化に向けた決済環境や無料公衆無線LANの整備

地域経済の活性化を図るため、平成25年度補正予算事業を活用し、地方商店街において、決済端末の導入や無料公衆無線LANの整備等に係る支援を行った。

第3節 世界に通用する地域資源の磨き上げ

1 魅力ある空間の形成

(1) 景観等に配慮した道路整備の推進

良好な景観の形成や観光振興、安全で快適な通行空間の確保、道路の防災性の向上等の観点から、無電柱化を推進した。また、地域の活性化、観光振興、美しい道路景観の形成を目指す「日本風景街道」において、地域と道路管理者が連携し、地域の多様な活動



美観を損ねる電柱・電線



地域住民等による道路景観改善のための
除草作業（静岡県富士宮市）

や道路空間を美しくする取組を推進した。

(2) 観光振興に資する道路空間の有効活用等

「都市再生特別措置法」（平成14年法律第22号）などの道路占用許可基準の特例を活用し、道路上におけるオープンカフェ等の設置による地域の活性化や賑わいの創出を引き続き推進している。また、中心市街地活性化基本計画の認定を受けた区域において、その賑わい創出のための道路の占用許可基準を緩和する特例制度を創設した。

(3) 魅力ある水辺空間を活用した賑わいの創出

水辺とまちの未来のかたちをデザインし、「つくる」だけでなく「育てる」ことを視野に入れた持続可能な未来の創造に貢献するため、水辺とまちの未来創造プロジェクトに取り組んでいる。

地域の景観、歴史等の「資源」や地域の創意としての「知恵」を活かし、地方公共団体や地元住民との連携の下で河川や水辺の整備・利用を行う「かわまちづくり」や、住民、企業、行政が連携し、水辺に新しい賑わいを創出する「ミズベリング・プロジェクト」を推進した。



水辺のカフェで夕暮れを楽しむ人々
(新潟県新潟市 信濃川・萬代橋)

(4) 良好な街なみ環境整備の推進、魅力ある空間の形成

景観・歴史資源となる建造物の修理・改修等を含めた景観・歴史的風致形成に資する取組に対して支援を行う「街なみ環境整備事業」により、住宅等の外観の修景、電線の地中化、道路・公園等の地区施設の整備、景観重要建造物の整備等を引き続き支援した。さらに、国土交通省ホームページにおいて、観光地における街なみ環境の整備モデルとなる事例集の情報提供を実施した。



街なみ環境整備事業による住宅等の
外観の修景、電線の地中化等
(奈良県橿原市 今井町地区)

(5) 一般自動車道の魅力発信

テレビドラマの撮影に利用される等、展望のある景観を有する一般自動車道について、自動車道事業者、レンタカー事業者、旅行会社等と連携して、観光資源としての自動車道の魅力発信を強化しており、引き続き実施する。

(6) インフラツーリズムの推進

「観光地ビジネス創出の総合支援事業」の一環として、ダムとその周辺地域の自然環境や長大橋など世界に誇るべき土木技術等を観光資源として活用するインフラツーリズムを取り入れた観光地域づくりの支援を行った。

2 美しい自然を活かして

(1) 日本の自然を活かした地域活性化

優れた自然資源を有する地域への誘客を図るため、世界自然遺産・国立公園において、魅力維持に必要な施設を整備するなど質の高い自然環境保全を進めつつ、利用施設の質の向上、効果的な情

報発信、充実した運営管理等を実施した。また、我が国の豊富な自然観光資源を活かすため、エコツーリズムに取り組む地域協議会等への支援、エコツーリズム推進全体構想の認定・周知、エコツーリズムガイドの養成等を行った。

(2) サイクルツーリズムの推進

今後の増大が見込まれるアジア等からの外国人の観光需要拡大に向けて、台湾から自転車関係団体及びメディア関係者を招き、十勝管内のサイクリングコースの走行や「ツール・ド・北海道2014」市民レースへ参加するファミトリップを実施し、北海道のサイクリング観光の魅力をSNSや雑誌等で発信した。



十勝管内サイクリングコースの走行の様子

(3) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興

奄美群島及び小笠原諸島においては、「奄美群島振興開発特別措置法」(昭和29年法律第189号)及び「小笠原諸島振興開発特別措置法」(昭和44年法律第79号)の有効期限を平成30年度まで延長した。これより、地域が自らの責任のもと主体的に施策を実施する仕組みとして、特例通訳案内士や旅行業法の特例等を認める産業振興促進計画制度を創設し、地方公共団体による下記の施策に対する支援を行った。

奄美群島においては、地域の裁量に基づく施策の展開を後押しする仕組みとして奄美群島振興交付金を創設し、航路・航空路の運賃低減事業、世界自然遺産登録を目指した観光キャンペーン事業等に対する支援を行った。

小笠原諸島においては、平成28年度に終航を予定している定期船「おがさわら丸」の代替船に対応した港湾の整備や自然公園の整備等に対する支援を行った。

(4) 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成

政府においては、平成26年度税制改正で沖縄の観光地形成促進地域制度における投資税額控除の拡充及び沖縄路線航空機燃料税の軽減措置の拡充・延長を実施した。「沖縄振興特別措置法の一部を改正する法律」(平成26年法律第7号)においては、これらの実施に伴う所要の規定を改正した。

沖縄県においては、沖縄振興一括交付金(内閣府)を活用して、市場特性に応じた誘客プロモーション活動等を行ったほか、「国際ダイビング博覧会」、「世界空手連盟プレミアリーグ」の沖縄開催を支援した。

(5) 国家戦略特区を活用した沖縄における観光振興

世界水準の観光リゾート地を目指して、地域の強みを活かした観光ビジネスを振興するとともに、新たなビジネスモデルを創出することにより、外国人観光客等の飛躍的な増大を図るため、沖縄県を国家戦略特区に指定し、規制の特例を活用した事業を盛り込んだ区域計画の素案を作成した。

3 海洋観光の展開

(1) 日韓定期旅客航路の活性化

日韓定期旅客航路の活性化に向けて、訪日・訪韓双方向の観光交流拡大に向けた施策の推進を図るため、2014年(平成26年)10月に、九州地域の官民の連携により、日韓定期旅客航路活性化協議会が設置された。同協議会において、同年に旅客船会社、地元地方公共団体、日韓関係者が連

携し、日韓定期旅客航路利用者を対象としたアンケート調査を実施した。今後、同アンケート結果の分析を通じて、民間3社が日韓定期航路を利用した新たな旅行商品の造成等に取り組むこととしている。

(2) 瀬戸内海の豊富な海洋資源を活用した観光の振興

風光明媚な瀬戸内海の景観を船上からのストリートビューで公開する「瀬戸内・海の路ネットワーク推進協議会」（沿岸107市町村の首長、11府県、国の出先機関で構成）と連携して、瀬戸内海の魅力の発信を推進した。

(3) 新たなマリンレジャービジネスの創出

ヨットチャーター事業者において、海外のヨットチャーター事業者を日本に招聘し、瀬戸内海周辺の観光資源の発掘や洗い出し等、ヨットチャーター事業の実現化に向けた調査を実施。また、瀬戸内地域の自治体、国内旅行代理店、旅行雑誌社及びマリン関係者向けに発掘した観光資源やヨットチャーターの魅力等を説明するセミナーを実施した。

(4) 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした海上交通の活性化

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けて増加が見込まれる訪日外国人や日本人観光客への対応、東京の水辺空間及び舟運のPR等を目的として、2014年（平成26年）2月に「水のまち東京における舟運活性化に関する関係者連絡会」を設置し、平成26年度末までに4回開催している。

2014年（平成26年）9月にはこの取組の1つとして、ツーリズムEXPOジャパンにご来場された外国の旅行事業者を対象とした屋形船のPRを実施した。

4 豊かな農山漁村の魅力

(1) 外国人旅行者の農山漁村への滞在の促進

農山漁村における子供の体験教育活動、農家民宿等を活用したグリーン・ツーリズムの普及拡大を図るための取組を支援した。また、訪日外国人旅行者の農山漁村への滞在を促進するため、訪日外国人旅行者を受け入れることが可能な農林漁業体験民宿について、『Japan.Farm Stay』シンボルマークを掲げる農林漁業体験の民宿の推進を図るとともに、訪日外国人旅行者向けのポータルサイトを開設し、農山漁村地域等の情報を英語で発信した。

(2) 普及指導員を通じた農業者の農観連携への取組の推進

農業者へ新しい農業技術等を指導している普及指導員に対し、農業者が地域の特産物を活用した土産物の開発等に取り組めるよう、メールマガジン配信、会議や研修会を通じて、農観連携等について情報提供を行った。また、旅行者等を呼び込める地域の特産物等の開発につながる、品質・ブランド力など「強み」のある農畜産物を創出する取組を支援した。

(3) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進

農林漁業者と観光事業者等との連携を促しつつ、6次産業プランナーによるアドバイスを行うとともに、新商品開発等の取組に対し、農林漁業成長産業化ファンド等を活用した支援を実施した（2015年（平成27年）3月現在で53件の出資決定案件のうち、観光関連は4件）。

(4) 森林資源の観光への活用

我が国の豊富な森林資源を観光資源として活用するため、森林内での様々な活動を通じた森林環境教育や森林レクリエーション等の取組を支援するとともに、活動の場としての森林空間の整備等を推進した。

5 日本食文化の発信

(1) 日本食文化・日本食材の魅力の発信

海外の主要都市における食文化週間の開催や、国際見本市等の活用、一般生活者が多く集まる場所での食イベントや料理デモンストレーション、食シンポジウム等を複合的に組み合わせることで、日本食・食文化の普及促進を図った。

また、海外給食事業者とのメニュー開発の推進、日本食料理コンテストの開催、料理講習会の開催等を通じて、海外の日本食・食文化の普及を担う料理人等の人材の育成にも努めた。

(2) 観光分野における地域食材の活用を促進する取組

全国の宿泊施設等の観光関連事業者に対し、地域食材の活用推進を呼びかけ、計674の賛同事業者が「日本の食でおもてなしパートナー」として登録された(2015年(平成27年)3月末時点)。また、これらの事業者の施設所在地や取扱食材を検索できる地図を専用ホームページに掲載するとともに、各施設において「日本の食でおもてなし」という統一キャッチフレーズとロゴマークが入ったのぼりやポスターを掲出し、地域食材の消費拡大を推進した。



「日本の食でおもてなし」ロゴマーク



賛同事業者(旅館)の玄関先におけるPRの様子

(3) 空港における食の海外展開等の取組

訪日外国人旅行者を対象にした日本酒・焼酎の試飲や、外国人が見学可能な酒蔵情報の紹介等を行う「日本の酒キャンペーン」を、成田・羽田・中部・関西の4つの国際空港で、2013年(平成25年)より継続して実施している。平成26年度末までの間に、延べ569社の蔵元が参加し、延べ11万人以上の訪日外国人旅行者がキャンペンブースを訪れた。

(4) 日本食の情報発信

海外の旅行博でのジジット・ジャパンプースの出展において、日本食を含む観光の魅力を積極的に発信した。

6 文化資源・スポーツ資源・科学技術との連携

(1) 「日本遺産 (Japan Heritage)」創設に向けた取組

文化財をパッケージ化して歴史的経緯を踏まえたストーリー上に位置付け、国内外に発信する取組について、全国の実態や課題を把握した。また、有識者等からなる検討委員会での議論を通じ、文化財のパッケージ化及びストーリー構築の在り方や国内外への戦略的発信の推進方策等について、「日本遺産調査研究事業」として研究した。これらを踏まえ、地域に眠る潜在的な資産を今後の地域活性化方策につなげていくものとしての「日本遺産」事業の方向性について取りまとめた。

(2) 先住民族としてのアイヌ文化等の発信

先住民族政策は、米国、北欧、豪州等先進国に共通する重要課題であり、我が国としても積極的に取り組んでいる。特に、アイヌ文化復興等に関するナショナルセンターとして北海道白老町に「民族共生の象徴となる空間」（以下「象徴空間」という。）を整備することとしており、国内外の多くの方にアイヌの歴史や文化、我が国のアイヌ政策を理解してもらうため、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に間に合うように取組を進めている。

平成26年度は、象徴空間における博物館の基本計画報告書、公園的土地利用の基本構想を取りまとめるとともに、象徴空間で展開する体験交流等活動について、具体的なプログラムを策定するための検討に着手した。また、平成25年度に引き続き、アイヌ語の挨拶「イランカラナテ」（こんにちは）を北海道のおもてなしのキーワードとして普及させ、アイヌ文化の普及啓発と一体となった観光振興の取組を展開した。

(3) 産業遺産等を活用した観光の普及促進

観光資源として有望な素材である世界遺産について、その活用及び保全策を所在地方公共団体間で情報共有及び意見交換するため、2014年（平成26年）10月に京都市において「世界遺産サミット」を開催した。

また、産業観光の関係者のモチベーションを高めるため、産業観光による観光まちづくりを実践し他の地域の模範となる地域を表彰する「産業観光まちづくり大賞」（主催：日本観光振興協会）において経済産業大臣賞を創設した。

(4) 文化資源・科学技術、科学館・博物館を中核とした科学技術の世界発信

国立科学博物館、科学技術館、日本科学未来館の3科学館長をメンバーとする「社会と文化の中の科学技術に関する懇談会」を開催し、社会と文化の中の科学技術の在り方について意見交換を実施した。懇談会のワーキンググループでは、民間企業の協力の下、外部有識者を迎え、世界に対する我が国の科学研究の蓄積や科学技術発展と最新の成果に係る発信のコンセプトについて、意見の集約を行っている。



第4節 観光振興による被災地の復興支援

1 被災地における旅行需要の喚起

被災地における旅行需要を喚起していくため、太平洋エリアを中心に、ポータルサイト「東北物

語」などによる情報発信の強化、東北沿岸の海の幸など地域ならではの観光資源を活かしたモニターツアーの実施、地域関係者によるワークショップの開催による地域資源の掘り起こしや滞在プログラムの造成、語り部ガイドの研修や教育旅行関係者の招請による震災学習プログラムの磨き上げによる震災の記憶の伝承などの取組に対する支援を実施した。

2 福島県における観光関連復興支援

福島県に対しては、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「福島県における観光関連復興支援事業」を実施している。平成26年度は、パンフレット作成等による国内プロモーション、海外の旅行会社の招請などによる海外プロモーション、教育関係者の招へいなどによる教育旅行再生事業などの風評被害対策及び災害復興に資する観光関連事業に対する支援を実施した。

3 国立公園を核としたグリーン復興の取組

2015年（平成27年）3月31日に、三陸復興国立公園に南三陸金華山国定公園を編入した。また、東北太平洋岸自然歩道「みちのく潮風トレイル」は2014年（平成26年）10月9日に福島県新地町・相馬市の約50kmが新たに開通し、全線700kmのうち約150kmが開通した。さらに、岩手県、宮城県、福島県の5地域（4市2町）におけるエコツーリズムモデル事業の実施や被災した国立公園の利用施設の再整備等のグリーン復興プロジェクトを推進した。

4 第3回国連防災世界会議を契機とした被災地観光振興

2015年（平成27年）3月14日から18日にかけて仙台市で開催された第3回国連防災世界会議では、全世界187カ国から、6,500名以上（うち首脳級25名を含む閣僚級100名）の参加者を得て、「仙台防災枠組2015-2030」及び「仙台宣言」を採択した。また、3月15日には西村国土交通副大臣が同会議のワーキングセッション「巨大災害からの教訓（Lessons from Mega Disasters）」に参加した。併せてブラジル及び南アフリカ要人と会談を行った。会議期間中には、風評被害の低減や観光振興のため、25コース42回のスタディ・ツアーが開催され、600名を超える参加者が東北の被災地を視察した。



第3回国連防災世界会議スタディーツアー
（「農業の復興」コースでの植物工場視察）



会議冒頭にスピーチする
西村国土交通副大臣



1 多言語対応ガイドラインの徹底

「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」(2014年(平成26年)3月観光庁)に基づき、全国4地域でモデル事業を実施、また外国人目線による多言語対応現状調査を全国9地域で実施した。

また、国立公園における多言語表記に関する事例等を取りまとめた。これらの機会などを捉まえ、多言語対応ガイドラインを周知するなど、モードごとの多言語対応の改善・強化の取組も進められた。

さらに、国土交通省は東京都主催の「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」交通分科会に鉄道、バス・タクシー事業者等とともに参画し、今後の取組方針を策定した。

2 多言語アプリの活用

2014年(平成26年)4月に「グローバルコミュニケーション計画」(総務省)を発表した。同計画の推進を目的として、多言語音声翻訳アプリの認知度を高めるために、鉄道、タクシー、商業施設等のサービス提供事業者へのヒアリング等を実施した。加えて、東京都との連携により、地方公共団体等へ翻訳システムのデモンストレーションを実施した。

また、多言語音声翻訳システムの早期実用化に向けて産学官の連携により活動を行う「グローバルコミュニケーション開発推進協議会」が2014年(平成26年)12月に国立研究開発法人情報通信研究機構を中心に設置された。

3 地図の多言語対応

訪日外国人旅行者が快適・安心して移動・滞在するための環境整備に向けた取り組みとして、外国人にわかりやすい多言語対応の地図を作成するための標準を検討した。具体的には、有識者、関係機関等からなる「外国人にわかりやすい地図表現検討会」(国土地理院)を開催し、2014年(平成26年)7月、12月、2015年(平成27年)2月、3月の計4回開催し、地名の英語による表記方法、外国人にもわかりやすい地図記号等について検討した。

4 外国人旅行者に分かりやすい地図・ナビゲーション

2020年オリンピック・パラリンピック開催時に、高精度な測位環境を活用した様々なサービスが実現できる環境づくりに向けて、「東京駅周辺高精度測位社会プロジェクト検討会」を開催し、東京駅周辺の屋内外で測位、地図に関する実証実験を実施するとともに、測位環境や地図の継続的な整備、運用モデル等の検討を行った。

また、高齢者や障害者、外国人旅行者等も含め誰もが、必要に応じて移動に関する情報を入手し、

積極的に活動できるユニバーサル社会の構築に向け、ICT（情報通信技術）を活用した歩行者移動支援の取組を推進している。2014年（平成26年）6月より「ICTを活用した歩行者移動支援の普及促進検討委員会」（委員長：坂村健東京大学大学院情報学環教授）を開催し、普及促進に必要な事項を検討した。

5 道路の案内標識等

2014年（平成26年）3月に改正した「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」において、道路案内標識に用いる英語表示の方法を定め、同命令等に基づき、「ローマ字」から「英語」への表記改善の取組を推進した。

また、訪日外国人旅行者に対する分かりやすい道案内を実現できるよう、公共交通機関や観光案内パンフレット等と連携した更なる道路案内標識の充実を図った。

6 「道の駅」における受入環境整備

道の駅において、外国人旅行者の受入環境整備のため、英語表記による情報提供や無料公衆無線LAN環境の充実を図った。

7 鉄道の駅施設・車両・外国語案内等

(1) 災害等による鉄道の輸送障害時の情報提供

一部の鉄道事業者では、英語での自動音声案内や車内ディスプレイでの英語案内表示機能を搭載した新型車両が導入されている。一方、災害等の緊急事態において、まずは列車内において旅客にどのように行動すべきか指示を行う必要があり、現在の事業者の取組状況を把握、整理した。また、東京都が主催する、「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」の交通分科会に鉄道事業者とともに参加し、案内表記の連続性等の課題について議論を行った。

(2) 多言語対応の案内強化

東京都主催の「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会交通分科会」に鉄道事業者とともに参加し案内表示の連続性やコンシェルジュなどによる案内について、課題を整理するとともに、取組の方向性をまとめた。

8 外国人が利用しやすいタクシーサービス等

(1) タクシーの利用促進に向けた取組

羽田空港国際線のタクシー乗り場において、外国人に対する接遇研修の受講者の入構を可能とする外国人対応優先レーンの運用を開始した。

また、タクシー車両への自動翻訳スマホアプリの導入に関しては、国土交通省が総務省と連携して導入に向けた調整を行っている。

(2) 従業員に対する外国語研修の充実

公益財団法人東京タクシーセンターにおいて、東京のタクシー事業者の管理者や運転者に対する

外国人旅客接客研修の普及・充実を図るため、2014年（平成26年）12月より、当該センターの指定する機関が個々のタクシー会社等の申込みにより外部でも研修が実施できるよう、「東京タクシーセンター認定外国人旅客接客研修」の制度を構築した。

公益財団法人大阪タクシーセンターが実施主体となり、大阪のタクシー、観光等に関する幅広い団体により構成される産官学連携で大阪インターナショナルタクシー創設委員会を2014年（平成26年）3月に設置して、タクシー運転者の外国語研修を実施する仕組み作りを検討している。

9 美術館・博物館での展示解説

国立美術館、国立博物館、国立科学博物館の多言語対応について、館内のサイン表示、解説パネル、音声ガイド、ホームページ等は、日本語と英語を基調とし、さらに、パンフレット等の広報媒体は、日・英のほか、中国語、韓国語、フランス語等、館によっては、8言語で対応するなど、多様な入館者の受入れに努めた。また、地域の美術館・歴史博物館については、展示解説や館内案内表示の多言語化など、外国人旅行者のための環境整備等に対して支援した。

10 自然公園等の標識・情報提供施設

国立公園における外国人向けの情報提供機能を強化するため、標識・情報提供施設の多言語化、トイレの洋式化等の国際化対応が必要な自然公園等施設について、直轄事業での整備を進めるとともに、地方公共団体に対する支援策を創設した。また、国定公園及び長距離自然歩道において、案内標識等の多言語化を図る地方公共団体に対し自然環境整備交付金により支援した。

11 ホテル・旅館の外国語放送

業界団体等を通じた外国語放送の受信環境（無料公衆無線LAN等も含む）の整備状況に関する調査を行い、状況把握に努めた。

第2節 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善

1 無料公衆無線LAN環境整備を促進するための取組

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節3（1）

2 外国人旅行者が持込み端末を利用しやすい環境の整備

訪日外国人旅行者が自身の携帯電話端末に国内SIMを差し替えて利用することを促進するため、関係者間でSIMの利用開始手続の簡素化・迅速化に向けた課題の解決について検討を行うとともに、観光関連事業者へSIMカードの周知等の情報発信を行った。また、我が国に一時的に持ち込まれる携帯電話端末及びWi-Fi端末等については、「電波政策ビジョン懇談会最終報告書」（平成26年12月公表）による提言を踏まえ、国内の電波利用環境を維持しつつその円滑な利用を可能とする内容の電波法の改正を含む「電気通信事業法等の一部を改正する法律案」が第189回国会に提出され、

可決された。さらに、国際データローミング料金の低廉化に向け、豪州等と二国間協議を進めているところである。

第3節 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備

1 ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信

(1) ICカード・企画乗車券の普及・利便性拡大の推進

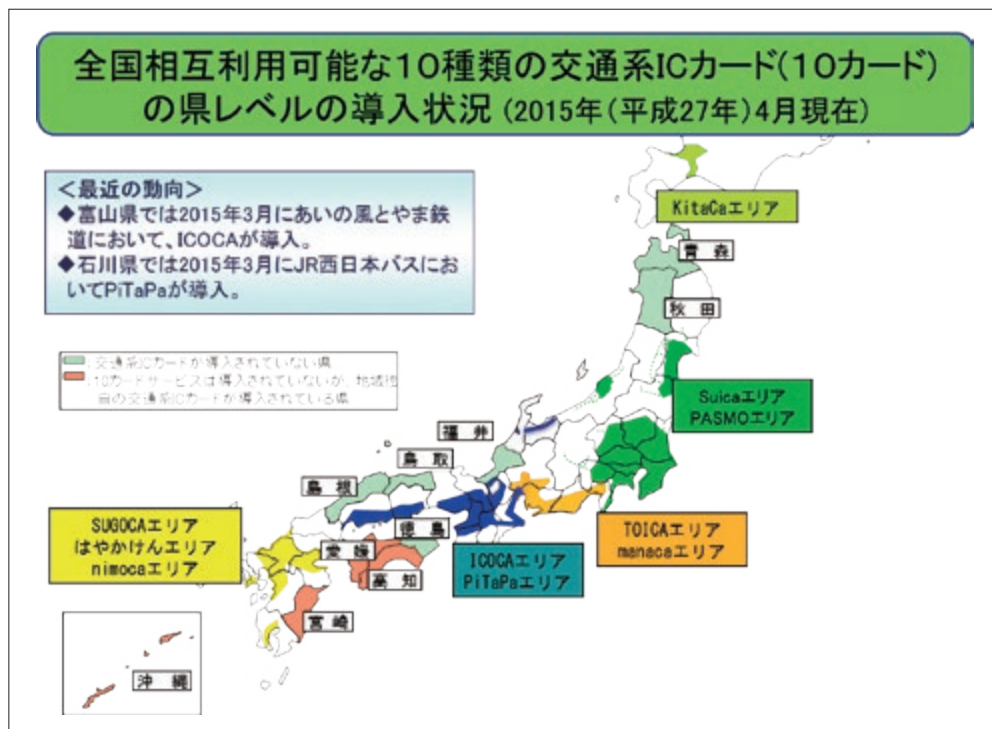
企画乗車券やICカードについて、クレジットカードを利用して購入しやすくするよう、駅等における窓口の拡充、券売機の配置が促進された。

また、交通系ICカードの利便性について海外のガイドブックへの掲載を働きかけるべく、鉄道事業者とともに交通系ICカードのメリットや使用方法等を整理し、説明のためのひな形を作成した。

(2) ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信

我が国の公共交通における交通系ICカードは、2001年（平成13年）にJR東日本がSuicaを導入して以降、全国的に普及・拡大している。2013年（平成25年）3月23日からはSuica等の10種類の交通系ICカードの全国相互利用（10カードサービス）ができるようになり、いずれか1枚のカードがあれば、これらのカードが利用可能な全国各地のバスや鉄道に乗車できるようになった。

また、「交通政策基本法」（平成25年法律第92号）に基づく「交通政策基本計画」（平成27年2月17日閣議決定）においては、訪日外国人旅行者等の国内各地への移動の円滑化のため、「交通系ICカードの利用エリア拡大」について検討することが盛り込まれた。これを受け、交通系ICカードの導入状況の現状把握や、導入に係る課題抽出のためのヒアリングなど、普及・利便性拡大に向けた検討を開始した。



全国相互利用可能な交通系ICカード(10カード)の県レベルの導入状況

(3) 企画乗車券の利便性向上と情報発信

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」（平成26年6月17日関係閣僚会議）の策定以降、観光庁・鉄道局とJR及び大手民鉄をメンバーとする訪日外国人増加に向けた鉄道利用の整備等に関する連絡会を開催し（2014年（平成26年）7月）、各事業者の取組を促してきた。その結果、中部北陸圏の観光ルート「昇龍道」を巡ることのできる「Takayama-Hokuriku Area Tourist Pass」の発売、北陸新幹線（金沢駅～上越妙高駅）を活用した「関西・北陸エリアパス」の発売、「山陰・岡山エリアパス」に智頭急行を追加し有効期間を拡大するなど、広域観光周遊ルートに資する企画乗車券の開発・改善が進んだ。

(4) 高速バスの外国人向けフリーパスについての普及促進

バス事業者に対するアンケート調査を実施しているところであり、取組状況の把握と普及に向けた課題について整理する予定である。

2 美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入

「上野「文化の杜」新構想の中間報告」（平成26年8月）では、上野地区において、各文化施設や交通機関と連携した共通入場券の仕組み（共通パスポートの発行、ICカードやスマートフォンの活用等）を導入することが提言されている。これを受け、上野公園内の国立の博物館や美術館と東京都立文化施設間での共通パスポート導入の取組を国や東京都、各文化施設において開始した。また、東京国立博物館、国立西洋美術館、国立科学博物館の3館において、地元の観光事業者らの協力により、上野東京ライン開通記念による常設展の共通パスポートを発行した。（2015年（平成27年）3月から5月までの期間）

3 空港アクセスの改善

(1) 鉄道による東京圏の空港アクセス改善に向けた取組

2014年（平成26年）4月に交通政策審議会に対して、東京圏における今後の都市鉄道のあり方について諮問し、交通政策審議会陸上交通分科会鉄道部会東京圏における今後の都市鉄道のあり方に関する小委員会において、空港アクセスの改善等について検討を行った。

(2) バスによる首都圏空港のアクセス改善に向けた取組

羽田空港においては、深夜早朝時間帯における空港の更なる利用促進に向けた同時間帯のアクセスの改善を図るため、2014年（平成26年）10月から2015年（平成27年）3月末まで、バス事業者や関係自治体等と連携のうえ、深夜早朝時間帯のバス実証運行を実施した。

成田空港においては、交通事業者、関係行政機関と共に、多様なアクセス手段に対応するモード横断的な情報提供、増加する訪日外国人旅行者等の受入環境の整備等、ソフト面を中心に関係者が連携・協力して取り組む事項をとりまとめ、2015年（平成27年）3月に公表した。

4 貸切バスの供給確保

【再掲】第Ⅲ部第4章第2節1（3）

5 レンタカーの利便性向上

那覇空港新国際線旅客ターミナルビルの開業に合わせ、レンタカー送迎バスの待機場兼乗降場を確保した。また、仙台空港においても同様に乗降場を確保した。

6 手ぶら観光の実現

平成25年度に訪日外国人旅行者に対する「手ぶら観光」に関する意識調査を実施した結果、宅配運送サービスに関する利用経験や認知度が低い、外国語対応が不十分である等の課題が判明した。このため、物流及び観光関係の団体・機関からなる「手ぶら観光促進協議会」を設置し、「手ぶら観光」の統一的なPRを行うための共通ロゴマークの公募・選定及びホームページ・パンフレットの作成、多言語による訪日外国人旅行者へのサービス説明時に使用できる補助媒体の作成等を実施した。

第4節 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善

1 出入国手続の円滑化

2014年（平成26年）の「出入国管理及び難民認定法の一部を改正する法律」（平成26年法律第74号）により、法務大臣が指定するクルーズ船の外国人乗客を対象として簡易な手続で上陸を認める「船舶観光上陸許可制度」及び「短期滞在に係るみなし再入国許可制度」が創設され、2015年（平成27年）1月から施行した。

あわせて、クルーズ船入港時の入国審査手続の迅速化・円滑化を図るべく、海外臨船審査の早期実施に向けて検討している。

2 情報発信とターミナルの機能強化

(1) 情報発信とターミナルの機能強化

全国108の港湾管理者や地方公共団体の首長等が参加する「全国クルーズ活性化会議」（2012年（平成24年）11月設立）と連携し、クルーズ船の寄港促進を図るため、2014年（平成26年）11月から2015年（平成27年）2月にかけて、クルーズ船社等のキーパーソンと港湾管理者等との商談会を3回開催（試行）した。また、港湾管理者や地方公共団体等がクルーズ船社のニーズ等に関する知見を深めるため、2015年（平成27年）1月に「クルーズ・シンポジウム in 横浜」を開催した。さらに、外国クルーズ船社等の更なるニーズに対応するため、港湾施設の諸元や港を起点とした周辺の観光地情報を一元的に発信するウェブサイトの充実を図った。

(2) クルーズ船の日本への寄港を増加させるための取組

外国クルーズ船の日本への寄港を増加させるため、2014年（平成26年）11月開催の第15回北東アジア港湾局長会議（日中韓三国の港湾担当部局の局長で構成）のワーキンググループにおいて、港湾施設の情報を発信する必要性等を中国及び韓国に伝達するなど、東アジア・東南アジア諸国における港湾施設等の情報の統一的な提供を促進した。

また、2014年（平成26年）11月にミャンマーで開催された「日ASEAN交通大臣会合」において、日本とASEAN（東南アジア諸国連合）との間のクルーズによる相互交流を促進することを目的として「日ASEANクルーズ振興戦略」（2014年（平成26年）11月）が採択された。同戦略では、2015年（平成27年）から2019年（平成31年）までの5年間で、日本とASEAN諸国が協力し、旅程表（モデルルート）の開発や質の向上（人材育成）等の「6つの政策の柱」の実現に向けて取り組むこととしている。また、同戦略の成果については、今後、「日ASEAN交通連携ウェブサイト」により情報発信を行うこととなっている。

（3）クルーズ振興を通じた地域活性化

クルーズ振興を通じた地域活性化を図るため、外国人クルーズ客等が地元物産品等を購入しやすい環境を整備するべく、外航クルーズ船が寄港する港湾における輸出物品販売場（臨時の免税店）に係る届出制度を創設した。

また、無料公衆無線LAN整備促進協議会の情報を港湾管理者等からなる「みなとオアシス全国協議会」（全国103団体等のみなとオアシス運営主体等が参加）等を通じて周知した。加えて、「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」を周知するなど、クルーズ船等が利用するターミナルにおける無料公衆無線LAN環境の提供等の普及に向けた取組を推進した。



岸壁や旅客船ターミナルにおける地元物産販売の例

（4）港湾におけるターミナル機能の強化等

クルーズ船の寄港増や大型化に対応した港湾の受入環境を提供するため、物流ターミナル等の既存施設を有効に活用しつつ那覇港等で旅客船ターミナルの機能強化を推進すると共に、メガヨットを受入れるビジターバス情報の提供に向けた検討に着手した。

また、無料公衆無線LAN整備促進協議会の情報や「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」を全国108の港湾管理者や地方公共団体の首長等が参加する「全国クルーズ活性化会議」（2012年（平成24年）11月設立）等を通じて周知するなど、クルーズ船等が利用するターミナルにおける多言語対応の促進や無料公衆無線LAN環境の提供の普及に向けた取組を推進した。

❁ 第5節 ムスリムおもてなしプロジェクトの実施

1 「ムスリムおもてなしの姿勢」の発信

海外や日本におけるムスリム向けのセミナーの機会に合わせて、日本の「ムスリムおもてなしの姿勢」についてメッセージを発信した。

2 受入関係者への情報提供の促進

受入関係者が取り組むべき具体的な対応を掲載する「ムスリムおもてなしガイドブック」の作成に向け、ムスリムの基礎知識や受入に必要な情報等について、国内外での調査、地方公共団体や観光関係団体等との意見交換会を実施した。

❁ 第6節 「外国人旅行者向け消費税免税制度」の拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と決済環境の整備

1 ショッピング・ツーリズムの振興

(1) 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大に向けた取組

平成26年度税制改正において、訪日外国人旅行者にお土産として人気の高い「化粧品」や「飲食品」等の消耗品について、一定の不正防止装置を講ずることを前提に免税対象とされた。さらに、免税手続書類（購入記録表等）の様式の弾力化等を図り、大幅な簡素化・利便性向上を実現した。その結果、地域ならではの銘菓や地酒などの名産品が新たに免税対象となり、全国各地の大型スーパーなどの小売店、ホテルや旅館のお土産コーナー、物産センター、地方空港の売店などにも免税店が広がった。2015年（平成27年）4月1日現在の全国の免税店舗数は合計で18,779店となり、1年間で13,002店増加した。

また、免税店のブランド化・認知度向上のため、新たに「免税店シンボルマーク」を創設した。この免税店シンボルマークの使用申請にあわせて、免税店の店舗情報を提供するため、これを日本政府観光局（JNTO）のホームページで発信する新たな制度を構築した。現在、全国の約8,600の免税店の「活きた情報」を取得し、情報発信に取り組んでいる。さらに、観光庁、経済産業省は、全国で免税制度に関する説明会を開催するとともに、ホームページ等を活用して小売業界等に免税制度を周知した。

(2) 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備

外国人旅行者向け消費税免税制度の改正（食料品が免税対象に追加）等により、訪日外国人旅行者による農畜産物のお土産としての持ち帰りの需要が高まっている。これを踏まえ、2014年（平成26年）10月に動植物検疫に関する事業者向けQ&A及び農産物の主要国検疫条件早見表を作成し、ウェブサイト上に掲載した。

(3) 北海道産の農水産品等による観光の推進

北海道産品を直接かつ安定的に輸出するため、冷蔵・冷凍貨物の小口混載輸送サービスに産学官

連携で取り組んでいる「北海道国際輸送プラットフォーム」を活用した東南アジア地域等からの外国人旅行者に向けた北海道産品の国際宅配輸送サービス「海外おみやげ宅配便」について、導入店舗の拡大やフリーペーパーによるPR、新千歳空港内での販売ブースの設置など利用促進に努めた。



新千歳空港内における特設ブースの設置

2 決済環境の整備

(1) 決済環境の整備

訪日外国人旅行者でも利用できる電子マネーやクレジットカードについて利用可能な施設の拡大や利用可能であることの表示を促進すべく、関係事業者と意見交換を実施した。2014年（平成26年）7月には（一社）日本クレジットカード協会が、日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトウェブマガジン広告を発信する取組を行った。あわせて、関係省庁において、12月に決済の利便性・効率性向上を図るため「キャッシュレス化に向けた方策」についてとりまとめ、公表した。

(2) 海外発行クレジットカード等対応ATMの設置推進

海外発行クレジットカード等で現金が引き出せるATMの設置拡大や表示促進のため、関係事業者との意見交換等も含め、働きかけを行った。既に3メガバンクが海外発行クレジットカード等に対応可能なATM設置を進めることを表明していることに加えて、株式会社イーネットは、2016年（平成28年）春より同社のATMにおいて海外発行クレジットカード等の取り扱いを順次開始することを公表した。あわせて、関係省庁において、12月に決済の利便性・効率性向上を図るため「キャッシュレス化に向けた方策」についてとりまとめ、公表した。

第7節 外国人旅行者の安全・安心確保

1 災害対応

(1) 災害時における訪日外国人旅行者への情報提供

地震・津波等の災害時における訪日外国人旅行者への初動対応体制を構築すべく、観光・宿泊施設向け「自然災害発生時の訪日外国人旅行者への初動対応マニュアル策定ガイドライン」、地方公共団体向け「訪日外国人旅行者の安全確保のための手引き」を2014年（平成26年）10月に公表した。あわせて、関連団体、関係省庁及び地方運輸局等と連携して周知を実施した。

また、訪日外国人旅行者向けプッシュ型情報発信アプリ「Safety tips」を同時に公表し、主要空港や観光案内所等でPRを実施した。



アプリ「Safety tips」

(2) 宿泊施設の避難所としての活用および耐震化の促進

各都道府県等を対象に、各地域の宿泊団体等と災害時に避難民等の受け入れに関する協定の締結状況調査を行った。

また、ホテル・旅館の耐震化を促進するため、「建築物の耐震改修の促進に関する法律」（平成7年法律第123号）に基づき、耐震診断を義務付けられた一定規模以上のホテル・旅館等の耐震診断・耐震改修等に対する支援を行った。

(3) 主要駅周辺等における帰宅困難者対策

人口・都市機能が集積する大都市の主要駅周辺等において、大規模な地震が発生した場合における滞在者等の安全の確保と都市機能の継続を図るため、官民協議会による計画の作成や計画に基づくソフト・ハード両面の取組に対する支援を行った。

(4) 地下街の安心安全対策

2014年（平成26年）4月に国土交通省が策定した「地下街の安心避難対策ガイドライン」に基づき、地震時における地下街の防災対策を推進している。

2 不慮の怪我・病気への対応

(1) 国内の医療機関における国際化への対応

国内の医療機関において、外国人が安全・安心に日本の医療サービスを受けられるよう、外国人患者の受入れに関する環境整備を行う。特に、2020年オリンピック・パラリンピックまでの期間を体制整備の集中期間とし、医療通訳人材育成カリキュラム・外国人患者向け多言語説明資料を作成した。また、医療コーディネーターや複数言語の医療通訳の配置支援を行うことによる地域ごとの拠点病院整備など、外国人患者が安全・安心に日本の医療サービスを受けることができる環境整備を行っている。

(2) 訪日外国人旅行者への医療に関する情報発信

訪日外国人旅行者が医療機関に関する情報をスムーズに得るための仕組づくりを行うため、訪日外国人旅行者が訪日中のケガ・病気で医療が必要になった際の実態について、観光施設・宿泊施設・医療機関等に対して調査を行った。あわせて、保険や医療アシスタンスサービスの有効性についても調査を行った。

(3) 自動車事故被害者の救済

訪日外国人旅行者が自動車事故の被害に遭った場合に、被害者救済を確たるものにするため、自動車損害賠償責任保険に係る保険金支払い手続き等が円滑に行われるような体制整備等に向け、訪日外国人旅行者の自動車事故被害に関する対応状況について、損害保険会社へヒアリングを実施するなどの取組を開始した。



第8節 多様な滞在ニーズへの対応と宿泊施設の情報提供の充実

(1) 国家戦略特区制度を活用した多様な滞在ニーズへの対応

旅館業法の適用が除外される外国人滞在施設経営事業に関する制度を周知すべく東京圏・関西圏等各地域に通知を発出した。

(2) 外国人旅行者に向けた宿泊施設の情報発信の促進

増加する訪日外国人旅行者向けに、効果的な情報発信を行うことが課題となっているため、日本の多様な宿泊施設に関する情報をわかりやすく提供する総合案内サイトを日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトにて設けた。特に、日本特有の宿泊施設である旅館については、「RYOKAN」のブランド化を進め、海外における認知度・関心を高める取組を行った。



第9節 観光産業の人材育成

観光産業における人材育成の観点から、産学官連携による経営マネジメント人材の育成や高等教育機関における観光教育の充実を図る取組を推進した。

具体的には、観光立国の意義及び観光産業の理解促進を目的とした一橋大学等における、産学官連携講座の実施、観光産業への就業意識醸成を目的としたインターンシップ事業の実施、旅館等の次世代経営層を対象とした産学連携人材育成プログラムを運営する山形大学に対する協力を行った。

第6章

MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み

第1節 MICEに関する取組の抜本的強化

海外のMICE見本市出展事業では、2014年（平成26年）5月にドイツ・フランクフルトで開催された「IMEX2014」において、日本からの出展者が過去最大の21団体を数え、日本の認知度向上とMICE誘致の促進を図った。また、2014年（平成26年）9月には、国内最大の旅行イベント「ツーリズムEXPOジャパン」と同時開催された国内最大の訪日旅行商談会「VISIT JAPAN トラベルマート」にMICE専用コーナーを新たに設置し、MICEの商談機会を拡大した。レジャー観光の大規模な商談会と併催することで、バイヤー・セラー双方のMICEの認知度向上につながり、商談の増加は、インセンティブに関するサービスやMICE施設、ユニークベニュー等が海外に発信され、レジャーに留まらない多くのMICE客が訪日すると期待される。

MICE誘致の取組により、2015年（平成27年）の「シーグラフ・アジア2015」の神戸開催（参加予定人数6,000人）、2018年（平成30年）の「世界牛病学会2018」の札幌開催（同2,000人）等の大型国際会議の日本開催が続々と決定した他、台湾から約2,000名規模でインセンティブ旅行が実施される等、大型インセンティブ旅行の催行が増加した。

1 取組対象の抜本的拡大

(1) MICEブランディングの構築

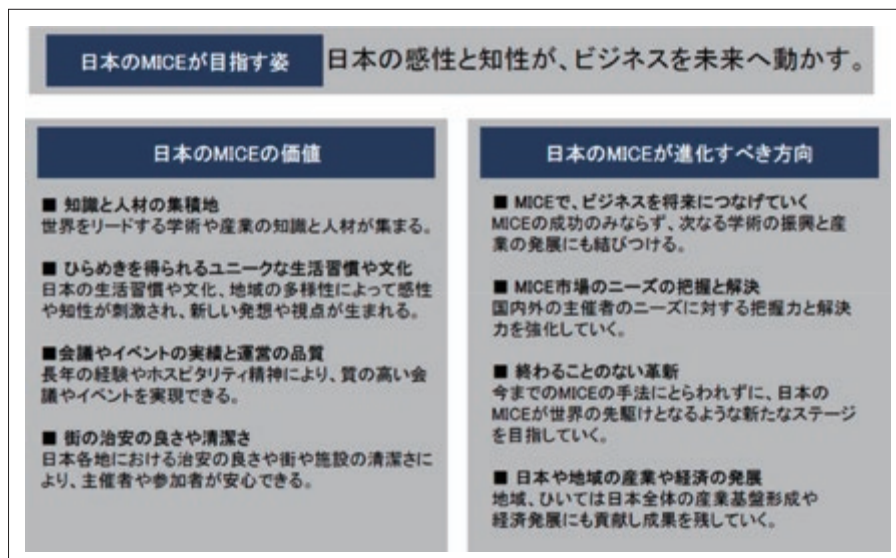
日本のMICEブランド戦略を新たに構築するため、ブランドコンセプト、ブランド名称及びロゴ等を作成するブランディング事業を実施した。

国内のMICE関係者に対し共通の理念や目的意識を統一することで、オールジャパン体制によるMICE誘致・開催を醸成し、海外の主催者に対し日本のMICEブランドの認知度向上と差別化を図り、日本でのMICE開催を誘致するための広報活動の支援を図ることを目的としている。



Japan. Meetings & Events
New ideas start here

日本のMICEブランドの共通ロゴ



日本のMICEブランドのコンセプト

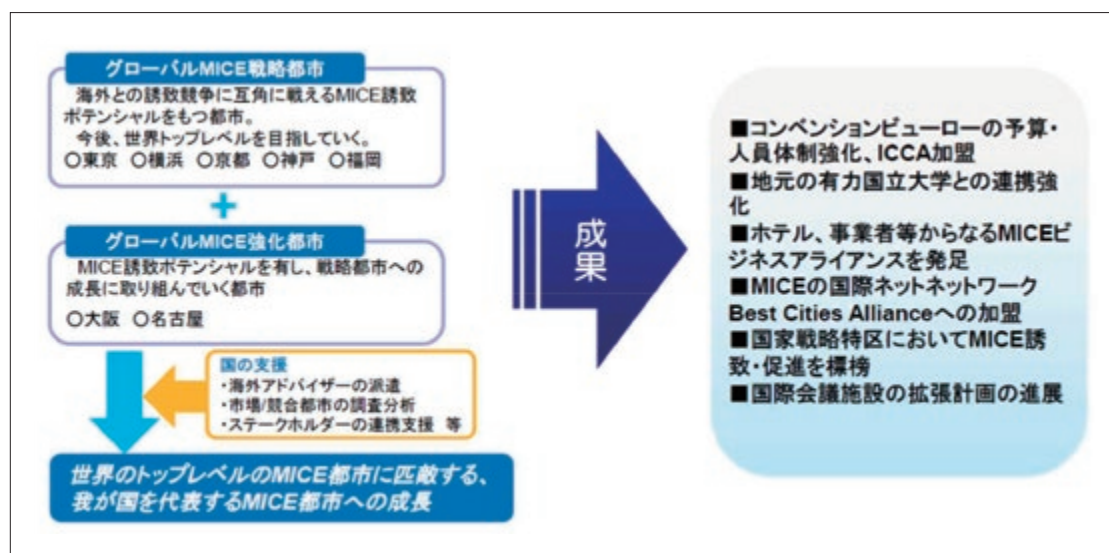
(2) ミーティング&インセンティブ旅行の取組み

これまでの学術会議を中心とした国際会議（C）の誘致に向けた取組に加え、今後、ミーティング（M）・インセンティブ旅行（I）の取組を実施していくに当たり、M/I/C/E市場の経済規模を把握した。さらに、海外競合国・都市の施策や体制、海外誘致対象国の市場規模や定性的傾向などの調査を実施した。

2 MICE戦略・強化都市への多面的支援

(1) グローバルMICE都市事業

我が国のMICE誘致競争を牽引し、世界のトップレベルの誘致能力・体制・受入環境を持つMICE都市を育成するため、選択と集中の下で、平成25年度に5都市を「グローバルMICE戦略都市」、2都市を「グローバルMICE強化都市」として選定した。2カ年にわたる海外アドバイザー等によるマーケティング活動高度化の支援を通じて、予算・体制の強化に向けた動き、ステークホルダーとの連携強化等の一定の成果が得られた。



(2) MICEアンバサダープログラム

海外の主要国・都市では、国際会議等の開催適地としてのプレゼンス向上のため、学識、名声があり専門分野において影響力のある人材をアンバサダーに任命し、国・都市の広報活動や国際会議の誘致活動に取り組んでいる。

我が国でも、大学、産業界等の国内外に影響力のある方々に、「日本の顔」として、日本におけるMICE開催の意義に関する普及・啓発、MICE開催地としての日本のPR、日本への国際会議等の誘致・開催の促進を行って頂くため、観光庁長官が有識者等をMICEアンバサダーとして委嘱し、これまで合計13名の方々が活動を行っている。



MICEアンバサダー委嘱式及び第2回MICE誘致促進委員会（平成26年(2014年)9月2日東京プリンスホテル）

3 MICEの受入環境整備

国際会議等のMICEの開催に際し、博物館や美術館、歴史的建造物、世界遺産などをレセプション会場、イベント会場として使用するケースがあるが、このように特別に開放された会場を「ユニークベニュー」(Unique Venue：特別な場所)という。ユニークベニューでのイベントは、話題を呼ぶとともに参加者に文化や歴史的な体験を提供する機会を与え、会の成功と開催地を強く印象づけることができる。

日本の各地域には、ユニークベニューとしての利用可能性の高い歴史的建造物、文化施設、空間等が数多く存在しており、これらを積極的に活用していくことは、地域の魅力の再発見や向上につながる。

平成26年度は、質的・量的拡大を図るため、全国主要都市の歴史的建造物、神社仏閣、城郭、庭園・公園等の施設に対して、MICE開催時のレセプションやイベント等の会場としての利用開放意向調査を実施し、ユニークベニューの候補となる施設をリスト化した。更に、ユニークベニューとしての利用円滑化のための手引きやベストプラクティス集をとりまとめたほか、ユニークベニューに関する運用上の課題・解決策について検討を行った。

また、文化財建造物及び伝統的建造物群の公開活用を促進するため、保存活用計画の策定と便益設備整備や安全性確保対策等の取組を支援する「文化財建造物等を活用した地域活性化事業」(補助率：原則50%)を引き続き実施した。

国立京都国際会館については、近年の国際会議の大規模化を背景に展示スペース等が不十分となっており、展示施設の整備を行うにあたり設計に着手した。

第2節 外国人ビジネス客の取込強化

1 訪日アクセス等の利便性向上

(1) 首都圏空港の機能強化

【再掲】第Ⅲ部第1章第2節1

(2) 空港におけるファーストレーンの設定

【再掲】第Ⅲ部第3章第3節2

(3) 一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施

【再掲】第Ⅲ部第3章第3節4

(4) 首都圏空港におけるビジネスジェットの利用環境の整備

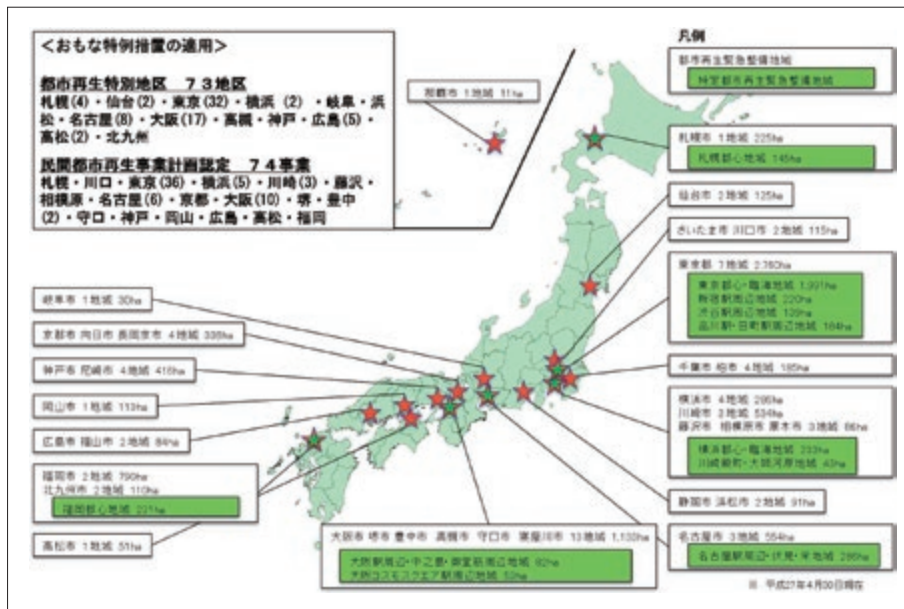
【再掲】第Ⅲ部第1章第2節1(4)

2 ビジネス環境の整備

(1) 国際的なビジネス・生活環境の形成及びシティセールスの支援

都市再生緊急整備地域は、都市再生の拠点として、都市開発事業等を通じて緊急かつ重点的に市

街地の整備を推進すべき地域として、政令で指定する地域であり、現在、62地域が指定されている。特定都市再生緊急整備地域において、外国語対応医療施設等、国際的な求心力を高める都市機能の整備を新たに金融支援の対象とするとともに、官民により構成された都市再生緊急整備協議会が作成する整備計画に位置づけられた国際的ビジネス環境等改善に資する都市機能の向上及びシティセールスに係るソフト・ハード両面の取組に対して、総合的に支援を行った。



都市再生緊急整備地域

(2) 無料公衆無線LAN環境整備を促進するための取組

【再掲】 第三部第1章第2節3 (1)

(3) その他通信環境の整備

【再掲】 第三部第5章第2節2

第3節 IRについての検討

統合型リゾート (IR) については、「『日本再興戦略』改訂2014—未来への挑戦—」(平成26年6月閣議決定)及び「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月関係閣僚会議)に従い、関係省庁において所要の検討を進めた。

第7章

観光旅行の環境整備



第1節 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備

1 観光振興に資する地域づくり、街並み整備

(1) 官民連携による地域活性化のための基盤整備の推進

大型クルーズ船誘致のための港湾施設の整備検討、運河周辺地域における地域活性化のための基盤整備の検討、新たな観光拠点の創出のための基盤整備の検討等、官民が連携し民間の事業活動と一体的に実施する地域活性化に資する基盤整備事業について、その事業化検討経費を支援した。

伏木富山港における大型クルーズ船受入機能強化等基盤整備調査(平成26年度実施事例:富山県)		
民間の取組 <ul style="list-style-type: none"> ・旅行代理店によるクルーズ客向けの観光ツアーの企画 ・大型クルーズ船の誘致 ・クルーズ船客向けのお出迎え、お見送りイベントの実施 ・アウトレットモールの建設 		【調査内容】 伏木富山港において、大型クルーズ船の誘致を目的として、商工関連団体等が実施する歓迎イベントの実施や民間旅行会社によるクルーズ観光ツアーの企画等の取組みと一体的な効果が得られるよう、大型クルーズ船が安全に入出港できる気象条件や船舶機能の確認、港湾設備に必要な機能検討調査を行う。
神戸市兵庫運河周辺地域における地域活性化に関する調査(平成26年度実施事例:神戸市)		
民間の取組 <ul style="list-style-type: none"> ・運河隣接地に大型商業施設の建設 ・新規に遊覧線が就航予定 ・水面・プロムナードを使ったイベントの活発化 		【調査内容】 神戸市の兵庫運河においては、兵庫運河祭をはじめ、レガッタや環境教育活動などの活動が行われている。大型商業施設の進出に際し、さらなる運河の利活用についてマーケティング調査・整備効果を調査し、プロムナード・船着場等について概略検討を行う。
寒川神社東表参道地区における新たな観光拠点の創出に係る調査(平成26年度実施事例:寒川町)		
民間の取組 <ul style="list-style-type: none"> ・商工会や観光協会が寒川地区の利活用方法について提案 ・JAの直売所の拡充予定 ・観光協会による農業と文化遺産を結ぶツアーを企画 ・地元物産販売等の店舗の出店提案 		【調査内容】 寒川神社東表参道地区における新たな観光拠点の創出を目的として、神社等の歴史・文化遺産と農業を結びつけた潜在型観光の取り組みを行っている観光協会・民間事業者等と連携し、観光動向調査・新たな観光拠点の創出に向けた検討調査および道路・公園等の概略設計等を行う。

官民連携基盤整備推進調査費の活用事例

(2) 広域的な連携による地域活性化の推進

広域観光振興等による地域の自立と活性化を図るため、複数都道府県が連携・協力して作成する「広域的地域活性化基盤整備計画」に対する支援を実施している。

平成26年度は、広域観光の活性化を目的とした計画を作成している30県45計画に対して「広域的地域活性化のための基盤整備に関する法律」(平成19年法律第52号)に基づき交付金を交付した。

茨城栃木交流圏域における観光振興による広域的地域活性化

茨城県県北・県西地域と栃木県県東・県南地域においては、豊かな自然や多様な観光地が数多く分布している一方で、人口減少や少子高齢化が顕著で、地域の活力が減少しているところである。
このため、観光バスなどの大型車のすれ違いが困難な幅員狭小箇所や見通しの悪い箇所の道路整備を実施し、茨城・栃木両県境に広がる観光圏域へのアクセス性を高めることにより、当地域の広域的な観光振興を促進させ、地域の活性化を図る。



複数県が連携した広域観光活性化の取組事例

(3) 良好な街並み環境整備の推進

観光振興等に資する地域づくり・街なみの整備を推進するため、市町村が作成した都市再生整備計画に基づいて実施される観光振興や観光交流促進等の地域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した。また、土地区画整理事業においては、地域の特性に応じた公共施設の整備等を支援した。

2 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進

駅周辺をはじめとした中心市街地等において、地域の観光の拠点となる商業施設等の建築物や、道路、駅前広場等の公共施設の整備を行うことにより、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を図った。

第2節 旅行業務に関する取引の公正の維持等

近年増加しているオンライン旅行取引に係る安全・安心の確保、トラブル防止の観点から、一橋大学大学院 山内弘隆教授を座長とした「OTA（オンライン旅行取引業者）ガイドライン策定検討委員会」（平成27年1月観光庁）を開催し、旅行取引サイトの表示に関するガイドラインを策定した。

第3節 旅行の安全確保

近年、旅行者が重大な事件等に巻き込まれる事案が発生しており、旅行業界には、安全に対する意識の向上と具体的な取組が求められている。

観光庁は、旅行業界に安全マネジメントの導入が促進されるよう、啓発パンフレットの作成や、セミナーを開催するなど、業界の意識向上を図った。

第4節 若者の旅行促進

若者旅行振興に取り組む機運を高めるため、「今しかできない旅がある」をキャッチフレーズに若者旅行を応援する取組を募集し、観光庁長官賞として表彰している。平成26年度には、観光庁長官賞を含む10の取組を表彰し、あわせて優秀な取組を事例集として紹介した。

若者に旅の素晴らしさを知ってもらい、「旅に出たい、出よう」という気持ちへ働きかけを行うため、「若旅★授業」を計10校（累計17校）にて実施した。

2015年（平成27年）2月には、このような観光庁の取組について報告・レビューを行い、今後の施策に反映させるために、大学関係者、民間企業、学生団体をメンバーとする若者旅行振興連絡会を開催した。

また、「観光地ビジネス創出の総合支援事業」の中、大学で観光等を専攻している学生に、地域の現場を視察してもらい、観光を通じた地域活性化等を提案募集してもらう事業をメニューとして位置づけた。この事業の採択を受けた富山県立山町においては、「立山町インターカレッジ・コンペティション」を開催し、優れた提案を事業で実現させる等成果を上げている。



若者旅行振興「若旅」のロゴマーク

回数	学校名	実施日	回数	学校名	実施日
第1回	品川女子学院	2013年2月13日	第10回	都立蒲田高校	2014年9月10日
第2回	神田外語学院	2013年6月5日	第11回	千葉大学教育学部附属中学校	2014年10月15日
第3回	文教大学	2013年7月5日	第12回	玉川大学	2014年10月20日
第4回	千葉大学教育学部附属中学校	2013年10月23日	第13回	大成女子高等学校	2014年11月20日
第5回	大妻多摩中学高等学校	2013年10月26日	第14回	大妻多摩中学高等学校	2014年11月22日
第6回	大成女子高等学校	2013年11月7日	第15回	神田外語大学	2014年12月2日
第7回	早稲田大学	2013年11月15日	第16回	神戸学院大学附属高等学校	2015年1月29日
第8回	東洋大学	2014年5月7日	第17回	都立清瀬高校	2015年3月11日
第9回	名古屋市立中央高校(昼間定時制)	2014年7月9日			

第5節 高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備

1 公共施設等のバリアフリー化

【再掲】 第Ⅲ部第1章第4節1

2 ユニバーサルツーリズムの促進

誰もが旅行を楽しむことができる環境を整備するため、地域の受入体制を強化する取組を盛り込んだ事例集の作成及びシンポジウムの開催等の普及啓発を通じて、ユニバーサルツーリズムに対応した観光地づくりを促進した。

また、ユニバーサルツーリズムに取り組む旅行業者を拡大させるための検討を行うとともに、マーケティングデータを整備し、更なる普及促進を図った。

3 地域公共交通の活性化・再生

観光振興を図る上では、二次交通としての地域公共交通の充実が重要となっている中、2014年(平成26年)11月に「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律の一部を改正する法律」(平成26年法律第41号)が施行された。これにより、地方公共団体を中心として地域の関係者との合意の下で、まちづくりや観光施策と連携した、面的な地域公共交通ネットワークを再構築する枠組みが整備された。改正法の施行に当たっては、地方公共団体及び交通事業者向けに制度についての説明会を全国で開催し、制度普及に努めた。

また、地域公共交通ネットワークの再構築を図る事業について、民間資金の呼び水となる出資等を行うことにより支援策の多様化を図るため、「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律及び独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構法の一部を改正する法律案」を第189回国会に提出した。

4 バスの利便性向上

GPS等を利用し、停留所やウェブ上でバスの位置情報が得られる「バスロケーションシステム」については、平成26年3月末現在12,656系統で導入されている。

5 道路交通の円滑化

道路ネットワークの整備やボトルネック解消策などの交通容量拡大策に加えて、車利用者の交通行動の変更を促す交通需要マネジメント施策を実施した。また、カーナビゲーションに道路交通情報をリアルタイムに提供する道路交通情報通信システム(VICS)の情報提供エリアの拡大、情報内容・精度の改善・充実を図った。加えて、ETC2.0サービスの渋滞回避支援等の活用により、道路交通を円滑化させ、観光旅行者の来訪の促進や利便性の向上を図った。

また、信号機、道路標識等の交通安全施設等の整備を推進するとともに、カーナビゲーションシステムに蓄積された走行履歴情報であるプローブ情報を活用した交通管制システムの高度化等により、複雑・過密化した交通を効率的かつ安全に管理して、交通の安全と円滑の確保を図った。

6 自転車利用環境の整備

各地域において、道路管理者や都道府県警察が自転車ネットワーク計画の作成やその整備、通行ルールの徹底等を進められるよう2012年(平成24年)11月に策定した「安全で快適な自転車利用環境創出ガイドライン」を踏まえ、安全で快適な自転車利用環境の創出を推進した。

7 身体障害者等の運賃等の割引等

各公共交通機関において、身体障害者手帳、療育手帳又は精神障害者保健福祉手帳の交付を受けた利用者に対し運賃割引を実施しており、引き続き身体障害者等の運賃等の割引について各事業者の理解と協力を求めている。

第6節 観光地域における環境の保全等

1 国立・国定公園の保護と利用の推進

妙高戸隠連山国立公園の指定や三陸復興国立公園の拡張、広範な関係者の協力によるきめ細かな保護管理を行うなど、観光資源となる国立・国定公園の保護及び適正な利用を通じ、自然公園の魅力の向上を図った。また、自然とのふれあいの推進を図るため、安全で快適な公園利用施設の整備、利用者指導や自然解説、エコツーリズムの推進を行った。

さらに、優れた自然資源を有する地域への訪日外国人等の誘客を図るため、外国人観光者向けモデルツアーやウェブサイトによる情報発信等を行った。

2 世界自然遺産地域の適正な保全・管理

世界自然遺産の「知床」、「白神山地」、「小笠原諸島」及び「屋久島」について、世界遺産の価値を保全するため、関係省庁、地方公共団体、地元関係者及び専門家が連携し、適切な保全・管理を行った。特に小笠原諸島については、侵略的外来種であるグリーンアノールの重点的防除対策を継続した。また、国内候補地の奄美・琉球については、自然環境の価値の保全に必要な方策の検討、保全管理体制の整備及び保全の推進等を行った。

3 環境対応車の普及促進による観光地域の環境の保全及びその魅力の向上

自然豊かな観光地域において環境性能が特に優れた電気自動車の普及を効果的に加速するため、自動車運送事業者等による電気自動車や燃料電池自動車等の導入について、他の事業者等による導入を誘発・促進するような先駆的取組を重点的に支援した。

また、小回りが利き、地域の手軽な移動の足となる超小型モビリティについて、地方公共団体等による先導導入を支援し、観光地域における二次交通として活用することにより観光地域内の回遊性の向上を図った。



環境対応車の導入事例(左:福岡県福岡市、右:奈良県高市郡明日香村)

4 自然と調和した港湾環境の保全・創出

港湾において、親水性を高める取組を行うとともに、良好な環境・景観を創造するため、港湾整備により発生する浚渫土砂等を有効活用し干潟・藻場等を再生・創出した。

5 皇室関連施設の魅力の発信

新任の外国の特命全権大使が信任状を天皇陛下に捧呈する儀式である信任状捧呈式は年に30回程度行われている。その捧呈式に臨む新任大使の送迎を行う馬車列の運行予定について、宮内庁のホームページ (<http://www.kunaicho.go.jp>) に日本語と英語で、また、日本政府観光局 (JNTO) のホームページに英語で掲載しており、引き続き実施した。



信任状捧呈式の馬車列

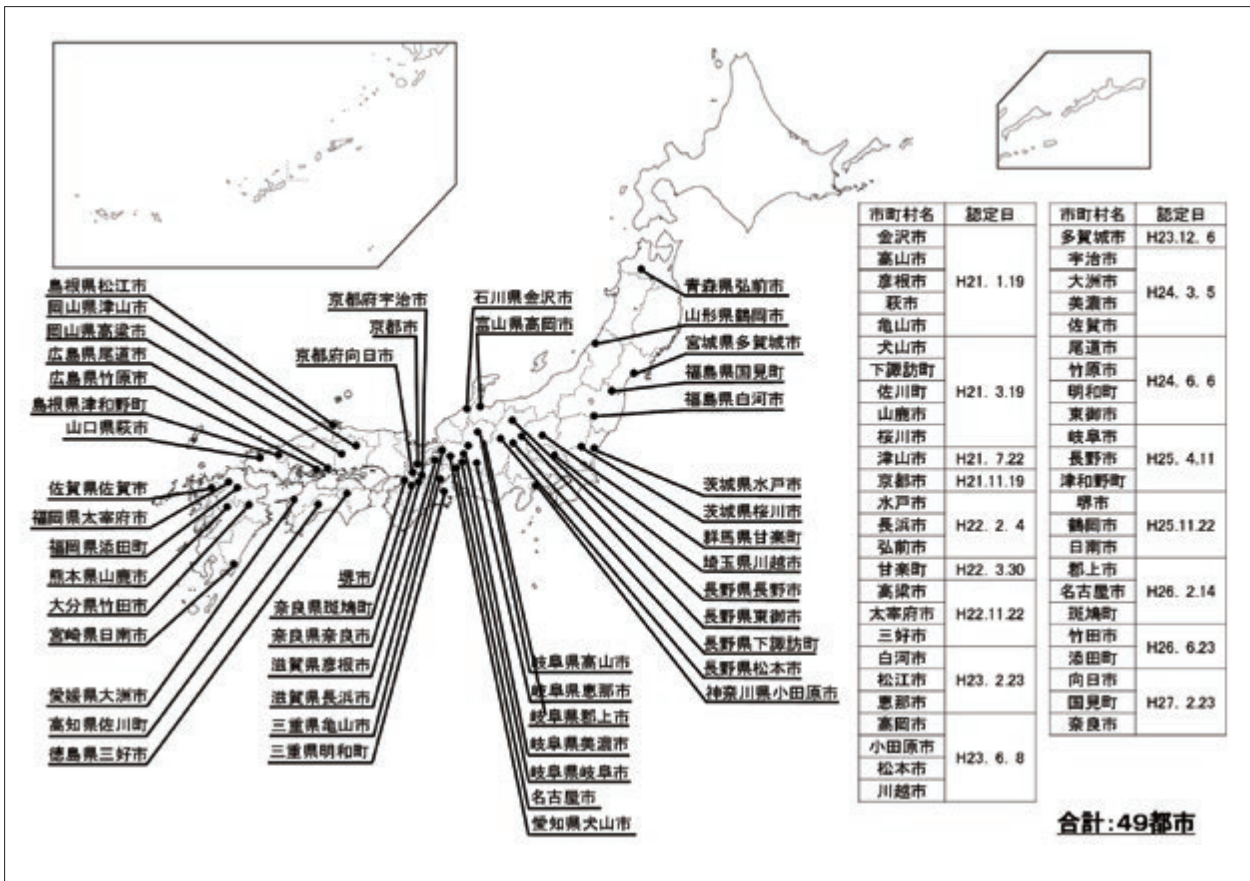
第7節 観光地域における良好な景観の保全

1 「景観法」の活用促進、基本理念の普及啓発

「景観法」(平成16年法律110号)に基づき各種事務を行う地方公共団体である景観行政団体の景観計画策定等、景観法の活用による良好な景観形成の推進を図るため、先進事例に関する情報提供等の取組を行った。また、同法にある基本理念の普及や良好な景観形成に関する国民の意識向上を目的とした各種の啓発活動、多様な主体の参加を図るための景観に関する教育の促進等の取組を行った。

2 歴史まちづくりの推進

城、神社等の歴史的な建物や町家、武家屋敷等のまちなみと、祭礼行事等の歴史や伝統を反映した活動があいまって形成される地域の歴史的な風情、情緒を生かしたまちづくりを推進している。このため、「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」(平成20年法律第40号)に基づき、49市町(2015年(平成27年)3月末現在)の歴史的風致維持向上計画を認定し、計画に基づく取組を支援した。



歴史的風致維持向上計画認定状況(平成27年3月末現在)

3 歴史的風致維持向上推進等調査の実施

良好な景観や歴史的街並みの形成における共通課題の解決に向けた取組の募集を行い、優れた提案について調査を実施した。平成26年度は、10の地域で調査を実施するとともに、これらの調査結果を広く情報提供することにより、景観形成・歴史まちづくりの取組を推進した。

4 観光地における屋外広告物に関する制度の充実

平成22年度に設定した屋外広告物適正化旬間、平成26年度に実施した屋外広告物タウンミーティング等を通じて、地方公共団体間や関係団体の連携の強化を図り、屋外広告物の適正化に関する普及啓発や各地方公共団体による一斉パトロール等違反広告物の是正対策を促進した。

第8節 観光に関する統計の整備

観光庁は、国民を対象として旅行回数、時期、旅行消費の内容など旅行動向を把握する「旅行・観光消費動向調査」、宿泊施設を対象として延べ宿泊者数、稼働率などの動向を把握する「宿泊旅行統計調査」、訪日外国人旅行者を対象として訪日の目的、訪問地、消費額などの消費動向を把握する「訪日外国人消費動向調査」の結果について四半期周期で公表している。

上記統計のうち、「訪日外国人消費動向調査」は、2015年(平成27年)1月より、調査を行う空海港を従来の11から18に増やすとともに、対象とする国・地域にイタリア、スペインを追加した。この結果、同調査の一四半期の標本数は6,600票から9,710票に増加した。また、これまで空

港ラウンジ内での調査は実施していなかったため、空港ラウンジを利用している訪日外国人旅行者の旅行支出を反映するために、CIQ 出口付近の調査を四半期毎に行うこととした。

これらの統計の利用促進のため、2014年（平成26年）10月から2015年（平成27年）2月にかけて都道府県・市町村の地方公共団体職員、シンクタンク、報道関係者等への説明会を開催する等、広報活動を実施した。

第Ⅳ部

平成27年度に
講じようとする施策

第Ⅳ部 平成27年度に講じようとする施策

第1章 インバウンド新時代に向けた戦略的取組

第1節 「色とりどりの魅力を持つ日本」の発信と地方への誘客

1 広域観光周遊ルートの形成・発信等による地方への誘客

(1) 地域連携による情報発信力強化と新たな広域周遊ルートの形成

今後認定を行う広域観光周遊ルートに対し、地域の推進体制が実施する、①広域のマーケティングの実施を踏まえた戦略の策定、②歴史的風致、農林水産資源、日本遺産を始めとする文化財などの地域に豊富に存在する観光資源の磨き上げ、③広域での無料公衆無線LAN環境の整備・多言語表記化などの外国人受入環境整備、などの取組に関するパッケージ支援を行うとともに、海外に強力に発信を行っていく。

(2) 地方への誘客に向けたプロモーションの実施

地方への誘客を図るため、地域が中心となって作り上げる広域周遊ルートや外国人旅行者に魅力のある地域の観光資源について、プロモーションを実施する。

(3) 地方空港・港湾への誘客に向けた訪日プロモーション

オープンスカイ施策を受けた地方空港への航空路線の展開や海外クルーズ船のアジアへの配船を訪日プロモーションの機会と捉え、海外で開催される航空路線商談会及びクルーズ見本市へ、日本ブースを出展するとともに、海外クルーズ船社の寄港地決定権者等のキーパーソンを招請する。

全国クルーズ活性化会議と連携して、我が国各港への寄港の安全性や寄港地周辺の魅力をプロモーションするとともに、この招請の機会を捉え、港湾管理者及び地方公共団体との商談会を開催する。

(4) 日本政府観光局（JNTO）が先頭に立っての地方誘客

日本政府観光局（JNTO）が先頭に立ち、全国の地方空港やその周辺観光地の魅力を直接海外の航空会社に打ち込み、地方空港へのLCC等の新規就航を促進することで、新たな地方への訪日需要を喚起する。

さらに、日本政府観光局（JNTO）が地方自治体との連携を深め、プロモーションの時期・内容について緊密な情報共有を図ることで、現地における効果的なプロモーションを展開する。

2 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし

(1) より科学的なマーケティングの実施

今後も、「マーケティング戦略本部」（平成26年4月観光庁）において事業成果等の検証を徹底し、プロモーション方針・手法を不断に見直すことにより、PDCAサイクルを大幅に強化し、より科学的・合理的な分析を実施していく。

(2) 訪日シーズンの分散化

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、雪や紅葉などを切り口として、切れ目のない集中的な訪日プロモーションを実施することにより、訪日シーズンの分散化を目指す。

(3) 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与

航空路線の新規就航・増便を促進するために、提案割引制度を実施する。具体的には、空港経営の民間委託に前向きな地域から、路線充実に向けた航空会社との共同提案を募集し、創意工夫に優れた提案の路線について、新規就航・増便分の着陸料を1年目1/5、2年目1/2、3年目7/10に軽減する。

(4) 海外の有望な観光関連企業の誘致

JETRO（日本貿易振興機構）において、海外の有望な観光関連企業（LCC、ホテル、ツアーオペレーター等）を発掘して、我が国に誘致し、日本の観光産業の活性化を図る。

❁ 第2節 欧米からの観光客の取り込み

日本の歴史・文化に高い関心を有しつつもまだ十分に取り込めていない欧米からの訪日需要を確実に取り込むべく、欧米向けのプロモーション戦略を今一度練り直し、欧米からの旅行者に訴求する日本の歴史や伝統文化をテーマとしたプロモーションを実施し、体験型訪日ツアー商品の充実を図る。

具体的には、日中韓三国を旅の共通の目的地として、欧米等を対象とした「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」を三国が連携して実施し、東アジア観光周遊モデルルートの商品化等により、域内への観光客の取り込みを力強く進めていく。

❁ 第3節 現地における訪日プロモーション基盤の強化

1 日本政府観光局（JNTO）の訪日プロモーション事業の執行機関化

平成27年度から、日本政府観光局（JNTO）が本格的に訪日プロモーション事業の実施主体となり、海外事務所を活かしたプロモーションを実施する。

2 訪日旅行者数の大幅な増加が見込める市場へのプロモーション

(1) 今後大幅な増加が期待できる市場への集中的なプロモーション

訪日プロモーション事業の重点市場について、平成26年度補正予算より、従来の14市場に加え、今後大幅な増加が期待できる6市場（フィリピン、ベトナム、インド、ロシア、イタリア、スペイン）を追加し、訪日プロモーションを展開することで、旅行先としての日本の認知度の向上を図っていく。

(2) 中国の内陸部や今後の成長が見込める沿岸部へのプロモーション

平成27年度は、中国において、従来中心としてきた三大都市圏（北京、上海、広東）に加え、

今後の大幅な増加が見込める沿岸部、内陸部への本格的なプロモーションを実施していく。

3 日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトの機能強化

日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトについて、日本各地の魅力や外国人旅行者向け企画乗車券の紹介、免税店や無料公衆無線LANスポットの検索など、訪日観光に関する情報を総合的に提供・発信するポータルサイトとして機能強化させる。

4 我が国の生活習慣やマナーに関する情報の積極的な発信

訪日外国人旅行者が旅行を満喫できるよう、我が国の生活習慣やマナーに関する情報を、現地旅行会社の協力を得て、ツアーの参加者に出発前に提供するなど、あらゆる機会を通じて積極的に発信し、徹底を図る。

第4節 オールジャパン体制による連携の強化

1 クールジャパンと一体となった効果的な訪日促進

クールジャパン機構、JETRO（日本貿易振興機構）と日本政府観光局（JNTO）との連携を強化し、クールジャパンとビジット・ジャパンの連携を通じた効果的な訪日の促進を図っていく。

2 我が国の多様な芸術文化を生かした観光振興

平成27年度においては、新たに、ASEAN諸国及び中国、韓国との間で、将来の文化交流の担い手となる中堅・若手の芸術家・文化人等の交流事業等を実施する。

また、平成26年度に引き続き、文化庁メディア芸術祭（第19回）を開催するとともに、我が国の優れた現代美術を海外で紹介する取組を支援するほか、東アジア域内の相互理解・連帯感の形成の促進、東アジアの多様な文化の国際発信力の強化を図るため、「東アジア文化都市」の取組に対して支援を行う。

3 海外における日本コンテンツの放送

「地域の活性化」や「訪日外国人観光客の増加」、「日本食・食文化の魅力発信」、「日本の最先端の音楽・ファッション等の発信」等を目的とした放送コンテンツ等の製作・現地化や海外への継続的な発信、広報等に対する総合的かつ一体的な切れ目のない支援事業を実施する（平成26年度補正予算110億円）。これにより、総務省・外務省・経済産業省・国土交通省が連携し、放送コンテンツ等の海外展開を通じた日本の魅力発信を強力に支援する。

4 国際放送による情報発信の強化

日本の情報や魅力を世界に発信するため、NHKのテレビ国際放送（NHKワールドTV）の充実強

化の一環として、引き続き重点的な周知広報や受信環境の整備等の取組を推進する。特に、現地の視聴実態に合わせたケーブルテレビ等を通じた配信の推進や多言語による情報発信に向けての実証を実施することにより、テレビ国際放送の視聴機会の拡大に努めていく。

5 地域の魅力の情報発信の強化

JETRO（日本貿易振興機構）と日本政府観光局（JNTO）が連携し、「地域貢献プロジェクト」として、海外に売り出そうとする地元工業製品等の発信とともに、当該製品に関連する観光資源を合わせて紹介することで、伝統工芸や科学技術など特定の分野に関心のある層に対して訪日を働きかける。

第5節 インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進

1 二国間関係の強化

日中韓観光大臣会合をはじめ、中国や韓国その他のアジア諸国など主要国政府間でハイレベルでの観光に関する定期的な政策対話を引き続き精力的に進めるとともに、在京大使館や外国政府関係機関等と情報交換等を行い、観光分野における二国間関係の強化を図り、インバウンド・アウトバウンド双方向での交流拡大（ツーウェイツーリズム）を進める。

日中韓三国間での官民連携のもと、姉妹都市・友好都市同士の交流にあわせた交流ツアー、お祭り・伝統芸能・世界遺産等を通じた文化・歴史交流や国際的スポーツ大会を契機とした共同プロモーション等の取組を実施し、日中韓三国間の観光交流の拡大を強力に推進する。

2 国際機関等への協力を通じた国際観光促進

UNWTO（国連世界観光機関）やASEAN＋3をはじめとする観光分野における多国間関係の枠組みにおいて、我が国のインバウンド観光政策等のベスト・プラクティスを紹介・共有する等、主導的な役割を果たし、加盟国・地域のインバウンド観光政策の向上に積極的に貢献する。

3 日本人の海外旅行需要の喚起

世界の100を超える国・地域から政府観光局、旅行関連団体・企業が集結する世界最大規模の相互交流イベントである「ツーリズムEXPOジャパン」の開催支援を行い、世界各地の魅力に触れる機会を通じて、日本人の海外旅行需要を喚起する。

第1節 「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム

1 消費税免税制度拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と地方における消費拡大

(1) 免税店の拡大支援

免税店シンボルマーク『Japan. Tax-Free Shop』に加え、免税手続の場所をわかりやすく示すため、免税手続カウンターのシンボルマーク『Japan. Tax-Free Counter』を新たに制定し、活用を促す。

また、いち早く、免税手続カウンターを活用して、まちぐるみで免税店化を進める商店街をモデル商店街として、日本政府観光局（JNTO）により海外に強力にプロモーションする。

(2) 決済環境の充実

商店街が、「免税商店街」化にあわせて行う、キャッシュレス決済に必要な端末、免税システム、Wi-Fi機器の導入等への支援を拡充し、地方において外国人旅行者が快適に買い物できる環境づくりを進める。

(3) 海外発行クレジットカード等対応ATMの設置推進

海外発行クレジットカード等で現金が引き出せるATMの設置を促進するほか、海外発行クレジットカード等が利用可能なATMの情報を、日本政府観光局（JNTO）のHPや海外ガイドブック等で提供する。

2 地方の農林水産物・食品の販売促進

(1) 訪日外国人旅行者向け農林水産物及び食品の販売促進

訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、「おもてなし」の国として、訪日外国人旅行者の満足度を高め、日本の食の魅力の理解者・応援者を増やしていくため、農林水産物・食品を扱う免税店の拡大や免税店での円滑な購入の支援、多言語対応の推進等、必要な環境の整備を検討する。

(2) 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備

外国人旅行者の利便性向上を図るため、主要空港に農産物の輸出検疫を行うカウンターを設置するとともに、お土産としての持ち帰りが可能な品目等を掲載したパンフレットを作成し、訪日外国人旅行者に配布する。また、訪日外国人旅行者へ農畜産物を販売する事業者が取り組みやすい動植物検疫の受検方法・体制を構築する。さらに、訪日外国人旅行者による国産農畜産物の持ち帰りが可能な国・品目を拡大するため、輸出相手国と協議を進める。

(3) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進

地域における農観連携の推進と関連させた6次産業化の推進体制を強化しつつ、農林漁業成長産業化ファンド等の活用により、農林漁業者と観光事業者等との連携した6次産業化の取組を推進していく。

また、「農林水産物の直売所」と「道の駅」の強みを生かし、観光事業も絡めた連携を進め、農林水産物やその加工品（6次産業化商品）を免税品として販売するなど、インバウンド需要を取り込む取組を検討していく。

(4) 北海道産の農水産品等による観光の推進

北海道産品を直接かつ安定的に輸出するため、冷蔵・冷凍貨物の小口混載輸送サービスについて産学官連携で取り組んでいる「北海道国際輸送プラットフォーム」を活用した東南アジア地域等からの訪日外国人旅行者向け北海道産品の国際宅配輸送サービス「海外おみやげ宅配便」について、現在実施している香港・台湾・シンガポールのほかマレーシアへのサービスの開始や本サービスを導入する国内販売店の拡大など、利用拡大に向けた取組を推進する。

3 質の高い日本文化体験プログラムへの参加促進及び滞在期間の長期化

(1) 「日本遺産 (Japan Heritage)」事業の創設

「日本遺産調査研究事業」にて取りまとめた方向性によると、文化財や伝統文化を通じた地域の活性化を図るためには、歴史的経緯を踏まえたストーリーの下に有形・無形の文化財をパッケージ化し、地域が主体となって総合的な整備・活用を行うとともに、国内外への戦略的な情報発信や人材育成・伝承、環境整備などの取組を進めることが求められる。そのための方策として、我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産 (Japan Heritage)」として認定し、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある文化財群を総合的に活用する取組を支援する事業を創設する。

(2) 日本文化体験プログラムの充実

能や歌舞伎、茶道体験、社寺観光、また、地域の伝統工芸体験や伝統芸能など各地の特色ある地域文化を観光資源化し、日本の歴史・文化に関心の高い欧米等からの旅行者に訴求する質の高い日本文化体験プログラムとして充実させ、体験プログラムへの参加を促進するとともに、滞在期間の長期化を図る。

(3) 先住民族としてのアイヌ文化等の発信

平成27年度は、象徴空間の整備に関する取組として、博物館の設計、公園の基本計画の作成、体験交流等活動の具体的なプログラムの検討を行う。アイヌ語の挨拶「イランカラテ」(こんにちは)を北海道のおもてなしのキーワードとし、アイヌ文化の普及啓発と一体となった観光振興の取組を展開しながら、海外に向けた情報発信の強化を図る。

(4) 着地型旅行商品の造成促進・販路拡大に向けた制度の検討

平成27年度も引き続き、宿泊施設等における着地型旅行商品の造成・販売を促進する制度について、旅行業法令の見直しを視野に入れて検討を行う。



第2節 幅広い産業のインバウンドビジネスへの参入促進

日本政府観光局 (JNTO) において、インバウンドビジネスに新たに参入し、新ビジネスを創出しようとする事業者向けの国内セミナーを全国各地で開催する。



第3節 観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等

1 観光産業における人材育成

これまで実施してきた旅館等の次世代経営者層を対象とした人材育成プログラムについては、地域における自立かつ持続可能な体制構築を支援していくとともに、カリキュラムのブラッシュアップと体系化を図っていく。

また、更なる教育機会の創出として旅館等の経営改善および生産性向上を目的とした教育講座のウェブ配信、意識啓発セミナーを実施する。

2 ツアーオペレーター認証制度の定着

訪日外国人旅行者に対して提供する観光サービスの品質の確保と一層の向上を図るため、JATA（一般社団法人日本旅行業協会）が実施するツアーオペレーター品質認証制度の周知を図る。

第3章 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興

第1節 広域観光周遊ルートの形成・発信

1 広域観光周遊ルートの形成促進

【再掲】第IV部第1章第1節1（1）

2 道路の整備等

高規格幹線道路を始めとする幹線道路ネットワークの整備を促進し、観光旅行者の来訪の促進や利便性の向上を図る。なお、平成27年度には、新東名高速道路（浜松いなさJCT～豊田東JCT）などの開通を予定している。

また、既存の高速道路を有効活用し、地域経済の活性化や渋滞の軽減等に寄与することを目的とした「スマートインターチェンジ（ETC専用インターチェンジ）」を引き続き整備する。

首都圏の料金体系については、国土幹線道路部会の基本方針における、平成28年度より水準の整理・統一及び起終点を基本とした料金を導入すべきとの方針を踏まえ、具体の検討を進める。

3 外国人が周遊しやすい地域公共交通の確保

2014年（平成26年）に改正された「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律」（平成19年法律第59号）に基づく「地域公共交通網形成計画」等の策定を行う地方公共団体を支援し、まちづくり等と連携した、地域公共交通の活性化・再生を促進する。

第2節 来訪者が地域の魅力を体感し、再び訪れたい観光地域づくり

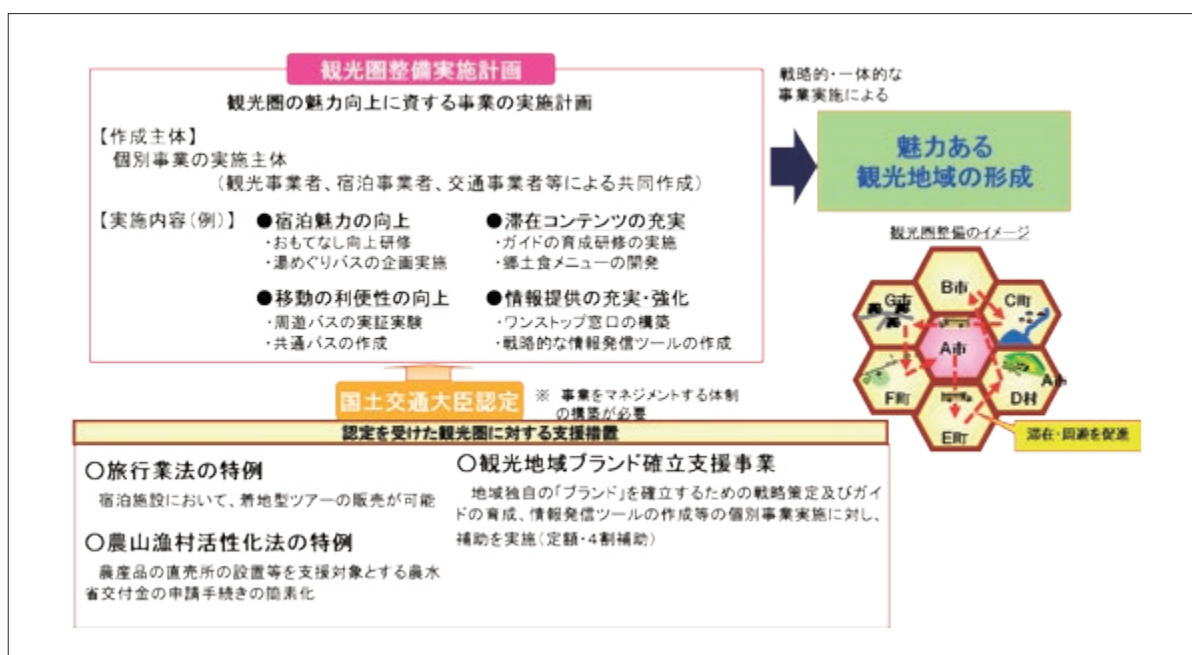
1 「観光地経営」の視点から観光地域づくりを担う主体の形成・支援

全国各地のモデル地域において、観光地域づくりの中心となる組織・機能（日本版DMO）を確立し、当該組織が中心となって実施する関係者の合意形成や、マーケティングに基づく戦略策定、各種の主体が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関するマネジメント等による「観光地経営」や商品造成などの観光振興の取組を支援し、地域の関係者が一体となって観光資源を磨き上げる取組を推進する。

2 地域の観光振興の促進

（1）観光地域のブランド化

地域からの申請に応じて、観光圏の追加認定を行う。あわせて、観光圏に対し、「観光地域ブランド確立支援事業」により、地域のブランド戦略策定及びブランド戦略に基づく事業実施を支援する。



観光圏の整備イメージ

(2) 魅力ある観光地づくり

「観光地ビジネス創出の総合支援事業」について、各取組をフォローアップするとともに、ビジネス化のための取組を全国に波及させる。

また、「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」に基づき、地域の幅広い関係者が官民一体となって、自然・文化・食など、各地域に豊富にある観光資源を徹底的に磨き上げる魅力ある観光地域づくりの支援を行う。

(3) 地域の新商品・新サービスの開発の支援

地域の産業資源を活用して、中小企業が新商品・新サービスの開発を行い、その新商品等の市場化への取組を総合的に支援する。また、「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」(平成19年法律第166号)を改正し、農業体験や産業観光等を支援対象に加えるとともに、地域の観光資源を活用した「ふるさと名物」の開発・販路拡大の取組に対する支援を行う。

(4) 地域経済の活性化に向けた決済環境や無料公衆無線LAN環境の整備

地域経済の活性化を図るため、決済環境や無料公衆無線LAN環境の整備等の支援を行う。

(5) 株式会社地域経済活性化支援機構との連携協定に基づく施策

地域活性化モデルの構築のため、地域の金融機関、事業者、REVIC(株式会社地域経済活性化支援機構)と関係行政機関等との調整及び橋渡し等の必要な支援を行う。

(6) ICTを活用した訪日外国人の観光動態調査、受入環境整備

訪日外国人旅行者の旅行動態および潜在的なニーズを把握するため、平成26年度の小規模な試行実験を拡充する形で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の検討を行う。具体的には、携帯端末のGPS機能を活用した位置情報や携帯電話の基地局情報を活用した訪日外国人旅行者の観光動態、SNSを活用した興味・関心といった嗜好や観光地の評判等について調査を行う。

また、ICTを活用した訪日外国人旅行者向けのサービス提供のあり方について、訪日外国人旅行者目線での検討を引き続き進めていくとともに、訪日外国人旅行者の満足度及び利便性向上を図り、旅行者の行動分析から得られるビッグデータを活用したサービスの品質向上について、個人情報の取扱いに十分留意しつつ必要な検討を引き続き進めていく。

(7) 地域ごとの休日の設定による地域活性化

2014年（平成26年）11月にとりまとめられた「休み方改革ワーキンググループ」（内閣府）の提言を受け、「家族の時間づくりプロジェクト」の対象として、各地域のお祭り等のイベントに合わせた「ふるさと休日」を新たに追加するとともに、プロジェクト対象事業に国から支援を行うこととされており、今後、認定地域の増加に取り組んでいく。

3 「道の駅」を核とした地域における観光振興

(1) 「道の駅」を核とした地域における観光振興

「道の駅」を地域の観光振興の核として位置づけ、優れた取組を行う「道の駅」を全国モデル「道の駅」、重点「道の駅」として選定し、各省庁の施策を総動員して、観光拠点化の取組を支援する。

また、日本政府観光局（JNTO）認定の外国人観光案内所、地域の特産品が購入できる免税店、無料公衆無線LANなど、外国人旅行者のニーズが高いサービスを提供する「道の駅」を拡大し、こうしたインバウンド対応の「道の駅」の認知度向上のため、シンボルマーク『Japan. Michi-no-eki』を創設し、活用・普及を図る。

さらに、「道の駅」を地域の歴史・文化、地域資源を発信する「ローカルクールジャパン・ショーケース」として活用し、地域の海外発信の拠点とする。

(2) 農林漁業者と観光事業者等との連携による6次産業化の推進

【再掲】第IV部第2章第1節2（3）

❁ 第3節 世界に通用する地域資源の磨き上げ

1 魅力ある空間の形成

(1) 景観等に配慮した道路整備の推進

良好な景観の形成や観光振興、安全で快適な通行空間の確保、道路の防災性の向上等の観点から、無電柱化を推進する。また、地域の活性化、観光振興、美しい道路景観の形成を目指す「日本風景街道」において、地域と道路管理者が連携し、地域の多様な活動や道路空間を美しくする取組みを推進するとともに、ルートの詳細情報を発信する仕組みを構築する。

(2) 観光振興に資する道路空間の有効活用等

「都市再生特別措置法」（平成14年法律第22号）などの道路占用許可基準の特例を活用し、道路上におけるオープンカフェ等の設置による地域の活性化や賑わいの創出を引き続き推進する。

(3) 魅力ある水辺空間を活用した賑わいの創出

世界中から人と活力を惹きつける魅力ある水辺空間をまちづくりと一体となって生み出し、賑わい・活力や自然豊かな景観等を保全・創出するための取組を、住民、企業、行政が一体となって推進する。



木曾川水系水門川(岐阜県大垣市)たらい舟下り

(4) 魅力ある空間の形成

広域観光周遊ルートの形成に向けた取組の一環として、歴史的風致維持向上計画認定都市において、受入環境整備に係るソフト・ハード両面の取組に対して総合的に支援することにより、歴史的風致を活用した都市の魅力の向上および賑わいの創出を図る。

あわせて、景観・歴史資源となる建造物の修理・改修等や景観、歴史文化といった地域資源に着目した魅力ある地域づくりに資する取組への支援を行うことにより、地域内外からの人口交流による地域の賑わい等を創出し、地域の活性化を図る。

(5) インフラツーリズムの推進

ダムとその周辺地域の自然環境や長大橋、歴史的な砂防設備、高度で多様な技術が結集した下水道など、世界に誇る土木技術等を観光資源として積極的に活用し、旅行会社と連携してサービス内容を充実させて旅行商品化することにより、インフラツーリズムの高度化を図る。

2 美しい自然を活かして

(1) 日本の自然を活かした地域活性化

優れた自然資源を有する地域への誘客を図るため、世界自然遺産・国立公園において、魅力維持に必要な施設を整備するなど質の高い自然環境保全を進めつつ、利用施設の質の向上、効果的な情報発信、充実した運営管理等を実施する。また、我が国の豊富な観光資源を活かすため、エコツーリズムに取り組む地域協議会等への支援、エコツーリズム推進全体構想の認定・周知、エコツーリズムガイドの養成等を行う。

(2) サイクルツーリズムの推進

北海道でのサイクリングに対する国内外の需要を拡大するため、積雪寒冷地域の道路空間を活かした多様性のある自転車走行環境の創出、サイクルネットワークの形成による地域活性化、サイクリングの魅力発信に関する検討を行う。

また、「ジャパンエコトラック推進協議会」は、昨年11月に鳥取県(境港～大山)をアウトドアスポーツに適した地域として、「エコトラックルート」の第1号に認定し、国内外への情報発信を行っている。

(3) スノーリゾートの振興

既に世界的に高い評価を得ているニセコに加え、北陸新幹線の開業によって羽田・成田等国际拠点空港からのアクセスが格段に向上した白馬・妙高エリアなどを、世界有数のスノーリゾートとして国内外に強力に発信すべく、「地域資源を活用した観光地域魅力創造事業」等を活用し、スノーリゾートとしての総合的な磨き上げ・ブランド化・海外発信等の取組を支援する。

スキーリゾートにおける無料公衆無線LAN、多言語表記、スキースクールの外国人対応の可否・外国人インストラクターの有無など、急増する外国人スキーヤーの利便性向上のために必要な設備・サービスについて、国内スキーリゾート関係者間で情報共有を図るとともに、日本政府観光局（JNTO）のホームページにおいて、各スキー場で利用可能な設備・サービスの情報を一覧性をもって提供する。

(4) 新たなマリレジャービジネスの創出

ヨットチャーター事業者において、ヨットチャーター事業に必要な乗員兼サービス要員を養成する実技研修を夏期に実施する予定である。

(5) 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした海上交通の活性化

「水のまち東京における舟運活性化に関する関係者連絡会」の場を活用して東京ベイエリアにおける屋形船や水上バスを活性化させるため、共通の航路マップの作成、初めて利用する日本人や外国人にも手軽に楽しめる企画商品の開発、海外の旅行業者の乗船体験等を実施することで、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けて増加が見込まれる観光需要への対応等の諸課題について対応していくこととしている。

(6) 奄美群島及び小笠原諸島における観光等産業の振興

奄美群島及び小笠原諸島においては、「奄美群島振興開発特別措置法（昭和29年法律第189号）」及び「小笠原諸島振興開発特別措置法（昭和44年法律第79号）」に基づき、外国人を含めた観光客に対応するため、地方公共団体が行う各種施策に対する支援を実施することにより、観光等の産業振興を図る。

奄美群島においては、沖縄と一体の世界自然遺産登録を目指す中で、沖縄やその他の周辺地域との調和ある振興にも配慮しつつ、今後見込まれる観光客の増加への対応を行うため、奄美群島振興交付金により地方公共団体が行う航路・航空路の運賃低減事業、世界自然遺産登録を目指した観光キャンペーン事業に対する支援を行うとともに、奄美群島特例通訳案内士育成等事業に係る産業振興促進計画の策定を支援する。

小笠原諸島においては、小笠原諸島特例通訳案内士育成等事業及び観光客旅客滞在促進事業の実施に向けた取組、定期船「おがさわら丸」の代替船の整備、新船に対応した港湾の整備、自然公園の施設整備・改修、自然ガイドの育成等、地方公共団体が実施する各種施策に対する支援を行う。

(7) 沖縄における国際競争力を有する観光地の形成

政府においては、沖縄において国際会議を開催するための経費として、新規に3.5億円を計上した。

沖縄県においては、2015年（平成27年）3月に策定した「沖縄観光推進ロードマップ」に基づき、沖縄振興一括交付金（内閣府）を活用して、付加価値の高い観光商品の造成等を行うほか、沖縄の温暖な気候とスポーツ資源を活用したスポーツツーリズムの推進を図る。また、新たな市場の開拓に向けて、沖縄空手会館建設に向けて取り組む。

(8) 沖縄における観光振興

2014年（平成26年）に開催した第1回沖縄県国家戦略特別区域会議において作成した区域計画の素案を踏まえ、エリアマネジメントに係る道路法の特例等を活用し、外国人観光客等が旅行しやすい環境の整備を進めること等により外国人観光客等の飛躍的な増大を図る。

(9) 豊富な海洋資源を活用した観光の振興

海に浮かぶ島々の風景が美しい瀬戸内海において「瀬戸内・海の路ネットワーク推進協議会」と連携し、災害時の人や物の輸送ルートとしての活用を考慮しながら、平時の観光や交流の拡大を目指してクルーズ振興を推進するなど、我が国の海洋観光資源を活用した観光の振興を推進していく。

第4節 豊かな農山漁村、日本食・食文化の魅力

観光による農山漁村の活性化を図るため、日本食・食文化の海外への魅力発信や輸出促進を、「本場」で味わってみたいというインバウンド需要につなげ、それが更に日本の食材への関心・信頼を高める、といった好循環を実現していくことが重要である。

1 地域における情報発信や受入環境整備等の取組を一体的に行う体制づくり

「食」と農山漁村を結び付けた魅力あるコンテンツの磨き上げや、マネジメント、マーケティング等を一体的に推進するため、各地域が実施する、ストーリー性を有した情報発信や外国人旅行者の受入環境整備等を支援するとともに、これらを担う地域単位の体制構築を進める。

2 地理的表示産品等を活用した観光需要の取り込み

地理的表示産品や世界農業遺産の拡大を図るとともに、これらを活用した魅力的な地域づくりの取組を「食と農の景勝地」と位置づけることにより、農山漁村や地域の食の魅力を国内外に強力に発信する仕組みを創設し、観光需要の農山漁村地域への取り込みを図る。

3 外国人旅行者の農村漁村への滞在の促進

農山漁村における子供の体験教育活動、農家民宿等を活用したグリーン・ツーリズムの普及拡大を図るための取組を支援する。また、外国人旅行者の農山漁村への訪問・滞在を促進するため、『Japan.Farm Stay』シンボルマークを利用する農林漁業体験民宿の普及・拡大を図るとともに、外国人旅行者向けのポータルサイトにおける農山漁村地域等の情報の充実や、広域観光周遊ルートとの連携など他の観光との組合せによる新たな観光需要の開発を図る。

4 日本食文化・日本食材の魅力の発信

日本食や料理人の魅力・発信力を踏まえ、海外の食品見本市等における日本ブースの設置、啓蒙的な食イベントの開催、日本食・食文化の伝道師の育成等を通じて、日本食文化・日本食材の魅力を海外に発信する。

また、①日本食・食文化親善大使の制度の創設、②日本食文化サポーター制度の創設、③教育・資格認定制度の創設、④日本食の海外出店等の支援、⑤トップセールスをはじめとするクールジャパン関係府省と連携した取組、⑥外務省、在外公館、JICA（国際協力機構）、海外レストランとの連携、⑦「複合文化パッケージ」による海外発信、⑧日本特産食品認定ロゴの検討、⑨和食継承のための国内への魅力発信、⑩インバウンドの活性化に資する料理人の育成、を内容とする「日本食魅力発信 アクションプラン10」（平成27年2月9日）を策定し、取組を進めている。

5 観光分野における地域食材の活用を促進する取組

全国の宿泊施設等の観光関連事業者に対し、地域食材の活用推進を呼びかけ、「日本の食でおもてなしパートナー」への登録を促進する。地域食材の消費拡大を面的に推進するため、特に観光協会等との連携を重点的に進める。また、専用ホームページ上で、これらの登録された事業者の施設所在地や取扱食材を地図情報から検索できるシステムを充実するとともに、各施設において「日本の食でおもてなし」という統一キャッチフレーズとロゴマークが入ったのぼりやポスターを掲出し、旅行者を誘引することで、地域食材の消費拡大を推進する。

6 空港における食の海外展開等の取組

国際空港内において、和食プロモーションの開催や、日本製品のPRブース設置、国産農林水産物・食品の生産現場や農林水産物の扱い方の展示、レストランでのキャンペーン等を行うことにより、外国人旅行者に国産農林水産物・食品を味わってもらえることができる環境を整備し、帰国後、それらを購入する動機付けにつながるよう、日本食・食文化の理解促進を図っていく。

7 日本食の情報発信

観光庁、日本政府観光局（JNTO）、JETRO（日本貿易振興機構）等と連携して、ウェブ等を活用し、訪日観光を検討している外国人を主な対象として、日本国内の優れた食材を扱う国内外の飲食店を紹介する取組を促進していく。

8 「和食」の魅力発信

「地球に食料を、生命にエネルギーを」がテーマの2015年ミラノ国際博覧会出展のため、日本館の建築、展示物の製作、行催事・広報活動の実施、運営計画の策定等の開催準備等を実施する。

9 北海道産食の魅力発信

食のブランド力や観光地としての魅力向上により北海道産食の海外需要拡大や外国人観光客の増加を図るため、外国人旅行者の間で期待が高く、安全・安心で豊かな北海道の食を外国人旅行者に体験してもらう食と観光の連携によるフードツーリズムの展開を通じた北海道産食の魅力発信について、海外における食の認知度や嗜好、ツーリズムに適した素材やツーリズム展開に当たっての課題の把握、PR手法の強化等を行う。



第5節 観光振興による被災地の復興支援

1 被災地における旅行需要の喚起

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ための体制づくりや取組を段階的に実施するための支援を行う。あわせて、地域の実情に応じたツアーの企画・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。

また、東北地方の祭り・景勝地・郷土食・地酒等、まだ外国人旅行者に十分知れ渡っていない観光資源について、地域を代表するものを選定して磨き上げ、日本政府観光局（JNTO）が世界に向けて強力に発信する。

2 福島県における観光関連復興支援

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支援を実施する。

主要客層である台湾をはじめとするアジア各国に対するプロモーションの強化により、外国人旅行者の回復を図る。

また、首都圏での観光キャラバン等のキャンペーン実施や、教育旅行関係者の招請・モデルコースの造成等による教育旅行再生に向けた取組の支援を実施し、全国各地からの観光客の呼び込みを強化する。

3 国立公園を核としたグリーン復興の取組

三陸復興国立公園について、県立自然公園の編入を検討する。また、「みちのく潮風トレイル」については、全線700kmの早期設定に向けた各地域での路線検討や開通区間における利用促進の取組を進める。さらに、平成24年度から平成26年度まで復興エコツーリズムモデル事業を実施した地域において、引き続き地域の自立した取組を支援するとともに、被災した国立公園の利用施設の再整備等のグリーン復興プロジェクトを推進する。

第6節 LCC・高速バスの持続的な成長に向けた取組

関西空港においては、新たなLCC専用ターミナルの整備（2016年（平成28年）下期供用開始予定）を進める。

中部空港においては、LCC等の新規就航、増便に対応するためのエプロン整備を実施しており、その一部が平成27年度中に供用開始予定である。また、航空会社の動向等を見極めて、新ターミナルの検討をする。

今後もLCCの持続的な成長のボトルネックとなり得る要因を解消する必要があり、操縦士・整備士等の確保・養成対策等も推進していくとともに、着陸料の引き下げなどLCCに資する施策を検討、実施していく。

高速バスに関しては、訪日外国人旅行者にとって、利用しやすいものとなるよう、情報プラットフォームの構築を進める。また、高速バスを活用した周遊観光を促進するため、高速バスの外国人旅行者向けフリーパスの普及拡充を促進する。

さらに、国内外の観光客の高速バスによる広域周遊の拠点づくりとして、地域の観光拠点となる「道の駅」との連携を推進する。

第7節 日本の魅力を活かした船旅の活性化

1 情報発信機能の強化

全国108の港湾管理者や地方自治体の首長等が参加する「全国クルーズ活性化会議」と連携して、クルーズ船社等のキーパーソンを招請し、我が国各港への寄港の安全性や寄港地周辺の魅力をプロモーションするとともに、この招請の機会を捉え、港湾管理者及び自治体との商談会を開催する。また、寄港スケジュールの立案に必要な情報を、ウェブサイト（「Wharf Information」及び「CRUISE PORT GUIDE OF JAPAN」）を活用するなど外国クルーズ船社等に積極的に発信する。

2 クルーズ船の日本への寄港を増加させるための取組

北東アジア港湾局長会議等の枠組みを活用して、東アジア・東南アジア諸国における港湾施設等の情報の統一的な提供を促進する。

また、「日ASEANクルーズ振興戦略」（2014年（平成26年）11月）における「6つの政策の柱」の1つである「旅程表（モデルルート）の開発」に基づき、日本とASEAN（東南アジア諸国連合）との間の新しいクルーズルート（モデルルート）の調査を実施する。さらに、海洋を通じてアジアとのつながりが強い日本国内の都市において、モデルルートをテーマにしたシンポジウムを開催し、ルートとしての魅力をアピールするとともに、魅力的なクルーズ商品の造成を目指す。

3 クルーズ船の受入環境改善

外航クルーズ船が寄港する港湾における輸出品販売場に係る届出制度を活用しつつ、外国人クルーズ客が円滑に地元物産品等を購入できる環境を整備するとともに、地域ぐるみでのクルーズ客のおもてなし等を推進し、クルーズ船の寄港地やその周辺地域の活性化を図る。

また、「みなとオアシス全国協議会」（全国103団体等のみなとオアシス運営主体等が参加）と連携して、クルーズ船等が利用するターミナルにおける多言語対応の促進や無料公衆無線LAN環境の提供の普及を図る。

4 港湾におけるターミナル機能の強化等

物流ターミナルにおけるクルーズ船とバスの乗換導線の改善などのクルーズ船の受入環境の改善を図りつつ、既存ストックを有効に活用しながら、クルーズ船の寄港増や大型化に対応する。



貨物埠頭等の既存ストックを有効活用などしたクルーズ船の受入環境の改善

5 瀬戸内海周遊の促進

官民が協力して、瀬戸内海の魅力を国内外に発信するとともに、フェリー等を活用して瀬戸内海を周遊する旅行商品の造成を進め、その定着を図る。

第8節 レンタカーによるドライブ観光の活性化

1 地方での利用促進

地方部のゲートウェイに到着した外国人旅行者が、レンタカー等を利用して地方での周遊観光ができるよう、モデルコースの設定や多言語のドライブマップの作成等を促進する。

第9節 鉄道の旅の魅力向上

JR九州の「ななつ星in九州」に代表されるトレインクルージングを新たな日本の魅力ある観光資源とすべく、地方における特色あるクルーズトレインの開発、旅行商品の造成を促進する。

特に、地方に外国人旅行者を呼び込むため、和歌山電鐵の「たま電車」や長野電鉄の「スノーモンキー特急」などの優良事例の共有を通じて、地方鉄道における外国人向けサービスの充実を図るとともに、民鉄協や日本政府観光局（JNTO）と連携し、地方鉄道に係る情報をウェブサイトで一元的に発信するなど、情報発信の強化を図る。

第10節 テーマ別観光に取り組む地域のネットワーク化による新たな旅行需要の掘り起こし

個人旅行者の需要・関心の多様化等を踏まえつつ、世界遺産、日本遺産、酒蔵ツーリズム、社寺観光、メディカルツーリズム、アートツーリズム、街道観光、ロケーション等、テーマ別観光に取り組む地域をネットワーク化し、優良事例の選定、共通課題の解決に向けた取り組み、モデルコースの設定、プロモーションの強化等により、新たな旅行需要の掘り起こしを図る。

第11節 国民の旅行振興に向けた意識醸成・環境整備

1 若者の旅行促進

我が国の国民による旅行離れが進展している中、若者旅行の振興に関する取組をより広く周知するべく、これまで、首都圏を中心に実施していた「若旅★授業」を全国的に行うとともに、スタディーツアーやボランティアツアー等、若者参加型の商品造成を産学と連携して推進する。

2 休暇取得の促進

休暇取得促進を通じて旅行需要を喚起すべく、企業における労使一体での休暇の取得向上を促すとともに、「家族の時間づくりプロジェクト」を通じた連休創出を地域一体で推進する。

3 海に親しむ旅行商品の充実

国民の祝日「海の日」の意義の国民的理解を深めるとともに、祝日三連休制度を活かした観光需要の拡大を図るため、官民が協力して、フェリーを活用した周遊旅行など、海に親しむ旅行商品の充実、キャンペーンを推進する。

4 ボランティアガイドの拡大・組織化

国内観光における満足度を高め、さらなる旅行振興につなげるため、ボランティアガイドの拡大・組織化を促進すべく、主要観光地における先進事例を集約し、全国に発信する。



1 空港のゲートウェイ機能の強化

首都圏空港については、羽田・成田両空港の年間合計発着枠75万回化達成以降の首都圏空港の更なる機能強化に向けた取組を引き続き進め、2020年オリンピック・パラリンピック開催までに増枠の実現を図る。羽田空港については、住民説明の進め方等について専門家の意見も聴きつつ、精力的に関係者の理解を得ていく。成田空港については、引き続き、空港と地域が共に発展できる成田空港の将来像等についての共通認識を醸成するため、関係地方公共団体等と議論を深めていく。

関西空港については、新たなLCC専用ターミナルの整備（2016年（平成28年）下期供用開始予定）を進める。

中部空港においては、LCC等の新規就航、増便に対応するためのエプロン整備を実施しており、その一部が平成27年度中に供用開始予定である。また、航空会社の動向を見極めて、新ターミナルの検討をする。

沖縄県と国内外とを結ぶ人流・物流の拠点として極めて重要な役割を果たしている那覇空港において、更なる沖縄振興を図るため、滑走路増設事業を平成27年度も引き続き実施する。

また、福岡空港については、慢性的に発生しているピーク時の航空機混雑を抜本的に解消するため、滑走路増設に係る環境影響評価の手続を引き続き実施するとともに、滑走路増設事業に新規着手する。

訪日需要の急速な増加に対応するため、引き続き、上記の主要空港のみならず、全国の空港への就航を促進するとともに、関係省庁の協力を得て、できるだけ速やかに全国の受入体制を強化する。

2 出入国手続の迅速化・円滑化

(1) CIQの体制整備

『日本再興戦略』改訂2014（平成26年6月閣議決定）などに基づき、2020年（平成32年）の訪日外国人旅行者数2,000万人を達成するため、訪日外国人旅行者数の増加に対応できるよう、計画的に、地方空港・港湾を含めた税関・出入国管理・検疫（CIQ）について、必要な物的・人的体制の整備を進めるため、出入国審査についても、空港の審査ブースの増設及び入国審査官の増員を行い、出入国審査体制を強化する。また、X線検査装置や不正薬物・爆発物探知装置（Trace Detection System）等の取締・検査装置を整備するとともに、税関職員を増員し、入国旅客の携帯品検査体制を強化する。検疫業務について、国内に常在しない感染症の国内への侵入を防止するため検疫所職員を増員し、検疫体制を強化する。さらに、動植物の病害虫の侵入を防止することも必要であることから、植物防疫官及び家畜防疫官の増員・再配置により検疫業務体制を強化し、水際での携行品等検査をより一層強化する。また、動植物検疫ホームページを多言語化し、外国人旅行者に対する動植物検疫制度の周知体制を強化する。

さらに、CIQ施設の改良工事を推進するとともに、空港におけるCIQ機能の向上方策に係る検討もあわせて実施する。

(2) トランジット旅客の取込

2015年（平成27年）3月より開始している「Narita Transit Program」について、安定的・継続的な運営を行いながら、より多くの旅客を取り込むべく、2015年（平成27年）中に、寄港地上陸許可制度を積極的に活用するための適切な枠組みの構築について検討を行う。

(3) 一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施

2014年（平成26年）の「出入国管理及び難民認定法の一部を改正する法律」（平成26年法律第74号）により、出入国管理上のリスクが低く、頻繁に我が国に入国する外国人を「信頼できる渡航者」（トラステイド・トラベラー）として特定し、自動化ゲートの対象とする新たな枠組みを構築することとされたところ、本制度の円滑な実施に向けた取組を進める。



第2節 宿泊施設の供給確保

1 宿泊の需給動向について

近年、東京、大阪等の大都市のホテルにおいて、客室稼働率が高い水準で推移していることから、観光庁として旅行者の受入能力に余裕のある旅館や地方部への誘客を強化していくとともに、政府一丸となって進める観光立国の実現に向け、大幅に増加している訪日外国人旅行者の多様な宿泊ニーズの把握及び対応策の検討を行う。

2 訪日外国人旅行者に向けた宿泊施設の情報発信の促進

日本政府観光局（JNTO）のウェブサイト開設した総合案内サイトにおいて、観光庁、日本政府観光局（JNTO）、宿泊団体が連携し、旅館等の動画を加える等、コンテンツの充実を図るとともに、訪日外国人旅行者の多様なニーズに対応した宿泊施設の情報発信を進める。



第3節 貸切バスの供給確保、貸切バスによる路上混雑の解消

増加する貸切バス需要に柔軟に対応するため、貸切バスの営業区域について、地方ブロック単位及び営業所所在の隣接県まで拡大する弾力化措置を2015年（平成27年）9月末まで実施しており、10月以降の対応方針を検討する。また、観光バスによる路上混雑の解消を図るため、自治体、事業者等と連携して、地域の実情に即して、駐停車スペース・待機場所の確保に取り組む。



第4節 通訳案内士制度の見直しによる有償通訳ガイドの供給拡大等

より多くの訪日外国人旅行者が全国津々浦々を訪れ、その際の満足度が高まるよう、これまで一部地域においてのみ認められていた特区ガイド制度を見直し、地域の発意により地域ガイドを実施する制度の導入を検討する。

また、従来の全国ガイドについても、資格付与のあり方を見直すとともに、質の向上と利用拡大のための仕組みを検討する。

第5節 「地方ブロック別連絡会」を最大限活用した、地域における受入環境整備に係る現状・課題の把握と迅速な課題解決

急増する訪日外国人旅行者を受け入れる体制を充実させるべく、国土交通省の地方の出先機関を中心に2015年3月に設置した「訪日外国人旅行者数2,000万人の受入に向けた地方ブロック別連絡会」を最大限活用し、空港・港湾のCIQ体制、空港容量、貸切バス・宿泊施設等の供給の確保などの事項について、検討を行う。

第6節 多言語対応の強化

「多言語対応ガイドライン」（平成26年3月）に基づき、多言語対応の統一性・連続性の確保に向けて必要な取組を進める。

また、「自然公園等施設技術指針」の改訂により自然公園における多言語対応を推進する。港湾管理者に対しクルーズ船等の旅客船が利用するターミナルにおいて多言語対応を促進するため、多言語対応ガイドラインに基づき、案内標識等の統一化や多言語化を要請する。

1 空港、駅・車両、道路、旅客船ターミナル

(1) 空港

主要空港において、リムジンバス・JR・私鉄等の複数の二次交通がある場合、発車時刻・到着時刻・行き先・料金等の情報を、デジタルサイネージ等の活用により、一覧性をもって表示する。

(2) 駅・車両

鉄道事業者による駅施設・車両等の案内表示の多言語化の取組を促進する。その際、特に、外国人の利用者目線から、鉄道事業者同士の調整や、鉄道施設を出た後の地下街や地上側の関係者等との連携によって、案内表示の連続性の高度化を徹底する。また、外国人旅行者の移動しやすい環境を整備するため、旅行者の利便性を考慮して必要な路線における鉄道駅のナンバリング導入を促進する。

(3) 道路

外国人旅行者に対する分かりやすい道案内を実現できるよう、公共交通機関や観光案内パンフレット等と連携し、道路案内標識の英語表記改善を推進する。

(4) 旅客船ターミナル

陸上交通の運行情報や、浅草・お台場等の旅客船ターミナル周辺の観光情報を多言語で提供するため、旅客船ターミナルにおける案内情報の整備等を行う。

2 美術館・博物館

我が国の国立美術館、国立博物館、国立科学博物館の多言語対応については、従前から多様な入館者の受入れの取組を進めている。2020年オリンピック・パラリンピック開催によって、より多くの訪日外国人旅行者の入館が想定されるため、無料公衆無線LANやスマートフォンの活用等、ICTを駆使した多言語対応について検討していく。

また、地域の美術館・歴史博物館については、多言語化による国際発信に係る事業を支援することにより、訪日外国人旅行者対応を促進していく。

3 自然公園

国立公園における外国人向けの情報提供機能を強化するため、標識・情報提供施設の多言語化、トイレの洋式化等の国際化対応が必要な施設について、直轄事業及び地方公共団体に対する交付金での支援により整備を実施する。また、国定公園及び長距離自然歩道において、案内標識等の多言語化を図る地方公共団体に対し、交付金により支援する。

4 飲食店

飲食店において、多言語メニューの用意等の取組が進むよう、事業者団体と連携しながら、先進的事例の紹介やセミナーの開催を行う。

5 多言語翻訳アプリ・ナビゲーション・地図の開発

(1) 多言語アプリ・ナビゲーションの活用

高齢者や障害者、外国人旅行者等も含め、誰もが必要に応じて移動に関する情報を入手し、積極的に活動できるユニバーサル社会の構築に向け、引き続き、ICT（情報通信技術）を活用した歩行者移動支援を推進する。平成27年度は、歩行者移動支援に必要なデータのオープンデータ化及びその利活用の促進に向けた現地での試行等や必要な支援策の検討を行う。また、視覚障害者や災害時に対応した歩行者移動支援サービスについて、現地での実証等、具体的な検討を行う。

総務省では、「グローバルコミュニケーション計画」（平成26年4月）を着実に進めるため、平成27年度より、多言語音声翻訳システムを様々な地域・場面で社会実装する上で不可欠な、周囲の様々な雑音の中で会話を正確に認識するための雑音抑圧技術等の研究開発や、病院、商業施設、観光地等の実際の現場での性能評価等を行う社会実証を通じて、多言語音声翻訳技術の精度向上を図る。

(2) 地図の多言語対応

訪日外国人旅行者が快適・安心して移動・滞在するための環境整備に向けた取り組みとして、外国人にわかりやすい地図を作成するため、地図等の多言語対応について検討する。具体的には、平成26年度に開催した「外国人にわかりやすい地図表現検討会」の結果を踏まえて、外国人にも理解しやすい地名表記及び地図記号等についての標準を作成する。

(3) 外国人旅行者に分かりやすい地図・ナビゲーション

高精度測位社会の実現にかかる技術的課題を解決するために、測位環境の改善と屋内外測位の相互連携、3次元地図の整備・更新に関する技術開発を行う。また、東京駅周辺において、シームレスなナビゲーションに必要な高精度な測位環境の整備・活用に関する実証実験を実施するとともに、民間事業者による多様なサービスが生まれやすい環境づくりの検討を行う。

第7節 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善

1 無料公衆無線LAN環境整備を促進するための取組

無料公衆無線LAN整備促進協議会を通じて、①事業者の垣根を越えた認証手続の簡素化、②無料公衆無線LAN整備の徹底的な底上げ、③共通シンボルマーク（『Japan. Free Wi-Fi』マーク）の普及・活用による無料公衆無線LANの利用可能な場所の「見える化」の推進と利用可能場所のオープンデータ化によるホームページ、アプリ等の媒体での効果的な情報提供を行う。

2 その他通信環境の整備

訪日外国人旅行者が利用しやすい携帯ルーター・SIMカードの貸出・販売サービスの促進や国際ローミング料金の低廉化を通じて、多面的な通信環境の改善を図る。特に、SIMカードについては、「電気通信事業法等の一部を改正する法律」（平成27年法律第26号）に基づき、料金の低廉化やサービスの多様化を促進し、訪日外国人旅行者が持参した海外端末で利用しやすい通信環境の実現を図る。

第8節 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備

1 ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信

「交通政策基本法」（平成25年法律第92号）に基づき、2015年（平成27年）2月13日に閣議決定した「交通政策基本計画」（平成27年2月13日）では訪日外国人旅行者等の国内各地への移動の円滑化のため、「交通系ICカードの利用エリア拡大」について検討することが盛り込まれた。これを受け、学識経験者、交通事業者等をメンバーとする「交通系ICカードの普及・利便性拡大に向けた検討会」を開催し、普及方策等について検討を行う。

また、広域周遊型乗車券の開発・販売、既存サービスの充実・改善を進めるとともに、複数の広域周遊型乗車券の中から目的にあった乗車券を容易に選択できるようにするための一覧性のある情報提供を促進する。

2 美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入

公共交通機関の乗り継ぎに係る乗車券の購入や観光施設等での入場券の支払いは、外国人旅行者にとって極めて煩雑であることから、旅行者利便の向上、移動の円滑化、費用の低廉化等を図るため、公共交通機関、美術館・博物館、観光施設等で相互利用可能な共通パスの導入に向けて検討を進める。特に、上野公園内の国立の博物館や美術館と東京都立文化施設間での共通パスポート導入の取組については、2020年オリンピック・パラリンピックの文化プログラム実施を見据え、平成27年度も引き続き関係機関による検討を行う。

3 空港アクセスの改善

羽田空港においては、深夜早朝時間帯のアクセスを充実させるため、バス事業者や関係自治体と連携のうえ、アクセスバスの路線数や停留所を拡大するとともに、深夜早朝であることを考慮し、都心のホテルを巡回するコースの設定等、更なる改善に向けた検討を行う。

成田空港においては、2015年（平成27年）夏頃を目処に交通アクセスの方面別時刻表、運行情報等をモード横断的にまとめて提供するとともに、空港から目的地までの経路等を検索する空港内端末及びインターネットサイトを構築する。また、空港アクセスバスのネットワーク拡充等を促進する。

関西空港においては、深夜早朝時間帯のアクセス拡充のため、24時間いずれの時間帯でも1時間に1本は大阪市内へリムジンバスが走るアクセス環境を整備出来るよう取り組む。

4 外国人が利用しやすいタクシーサービス

新たに、観光タクシーの多様な運賃設定（遠隔地周遊向けに距離制・時間制を組み合わせた定額運賃）を認め、長距離観光タクシーの利用促進を図る。また、タクシー車両への自動翻訳スマホアプリの開発・導入や、外国語対応が可能なタクシーの優先乗り場の設置を促進する。

5 手ぶら観光の推進

平成26年度に作成した共通ロゴマークの普及やホームページ・パンフレットの活用により、訪日外国人旅行者に対して「手ぶら観光」をPRする。また、多様な輸送モードを活用した即日配送の一般化、免税店との連携強化、多言語対応可能な窓口の拡大、広域周遊ルート形成に併せたサービス提供等、更なる利便性の向上に向けた方策について事業者とともに検討を行う。さらに、手ぶら観光促進のための評価指標についても検討を行う。



平成26年度に公募・選定した共通ロゴマーク

第9節 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善

1 情報発信とターミナルの機能強化

(1) 情報発信機能の強化

【再掲】第IV部第3章第6節

(2) クルーズ船の日本への寄港を増加させるための取組

【再掲】第IV部第3章第7節2

(3) クルーズ船の受入環境改善

【再掲】第IV部第3章第7節3

(4) 港湾におけるターミナル機能の強化等

【再掲】 第IV部第3章第7節4

第10節 ムスリムおもてなしプロジェクトの実施

ムスリム旅行者が安心して快適に滞在できる環境を整備するため、受入施設におけるムスリム旅行者に対する食事や礼拝環境への取組方法をまとめた「ムスリムおもてなしガイドブック」(2015年6月公表予定)を発行して、自治体、飲食店、商業施設、宿泊施設、旅行業者に普及啓発を図り、ムスリム旅行者に対する受入環境の向上を進める。特に、食事については「ノンポーク・ノンアルコール」の英語併記があるだけで安心するとのムスリム旅行者の声を踏まえ、各受入施設において、基本的な情報提供の促進を図る。

第11節 外国人旅行者の安全・安心確保

旅行中の外国人旅行者が事前災害や事故、不慮の怪我・病気等に巻き込まれる危険に対応して、外国人旅行者の安全・安心を確保するための取組を関係省庁が連携して早急に進める。

1 災害対応

(1) 災害時における訪日外国人旅行者への情報提供

外国人旅行者向け災害時情報提供アプリである「Safety tips」について、従来の地震、津波情報に加え、新たに局地的・集中的な大雨、暴風、大雪、高潮、大規模な火山噴火などの気象情報を提供し、外国人旅行者の初動での適切な行動を促す。

(2) 宿泊施設の避難所としての活用および耐震化の促進

災害時に、宿泊施設を避難所として活用する内容の協定締結を促進すべく、関係府省と連携し、地方公共団体における防災担当部局に働きかけを行う。

また、ホテル・旅館の耐震化について、平成26年度に引き続き支援を行う。

(3) 主要駅周辺等における帰宅困難者対策

人口・都市機能が集積する大都市の主要駅周辺等において、大規模な地震が発生した場合における滞在者等の安全の確保と都市機能の継続を図るため、官民協議会による計画の作成や計画に基づくソフト・ハード両面の取組に対する支援を継続するとともに、特に緊急性が高い地域について、官民協議会による計画作成に係る支援を強化する。

(4) 地下街の安心安全対策

ターミナル駅等地下街が連担している地域における、複数の地下街や関連する地下通路管理者、地方公共団体等で構成される協議会を補助事業者に追加し、関係者が連携して取り組む避難対策を支援する。

2 不慮の怪我・病気への対応

(1) 不慮の怪我・病気への対応

訪日外国人旅行者が不慮の怪我・病気になった際に、症状の段階に応じて、スムーズに医療機関や薬局にアクセスできるための情報提供体制の構築や医療費の不安なく治療が受けられるように渡航前や日本到着時の旅行保険や医療アシスタンスサービスへの加入促進に向けた取組を検討する。

(2) 自動車事故被害者の救済

訪日外国人旅行者の自動車事故被害に関する課題等の把握や、訪日外国人旅行者が自動車事故に遭った際の適切な体制整備に向けた方策を検討するための調査を実施し、適切な被害者保護の実現を図る。



第12節 観光案内拠点の充実、外国人旅行者への接遇の向上等

1 外国人観光案内所のネットワークの拡大

認定外国人観光案内所の一層の拡大を目指すとともに、案内所間の全国的なネットワーク構築による広域案内の展開や通訳案内士、ボランティアガイドの活用により、きめ細やかなサービス提供を行う。

また、地方公共団体や観光協会と連携を図りながら、郵便局やコンビニエンスストア、道の駅、アンテナショップにおける外国人旅行者への観光案内機能を強化する。

2 「道の駅」の機能強化

全国の「道の駅」について、地域の総合観光窓口としての機能を強化し、着地型旅行商品を販売できる「道の駅」を拡大する。

3 観光案内拠点における案内機能の強化

地方公共団体や観光協会と連携を図りながら、郵便局やコンビニエンスストア、道の駅、アンテナショップにおける無料公衆無線LANや多言語対応の改善・強化を含めた観光案内機能を強化する。

4 通訳案内士制度の見直しに向けた取組

【再掲】第IV部第4章第4節



第1節 外国人ビジネス客の取り込み強化

1 トランジット旅客の取込

【再掲】 第IV部第4章第1節2（2）

2 一定範囲の短期滞在者に係る出入国手続の円滑化の実施

【再掲】 第IV部第4章第1節2（3）

3 ビジネスジェットの利用環境の整備

ビジネスジェットの利用環境整備として、羽田空港の利用スポットの拡充等を検討するとともに、成田空港において、ビジネスジェットが駐機可能なスポットを整備する。あわせて、地方空港においても、利用環境の改善を図る。

4 空港におけるファーストレーンの設置

平成27年度に成田空港・関西空港においてファーストレーン設置の実現を図り、両空港における運用状況を踏まえつつ、その他の主要空港についても早期設置に向けて検討していく。



第2節 MICEに関する取組の抜本的強化

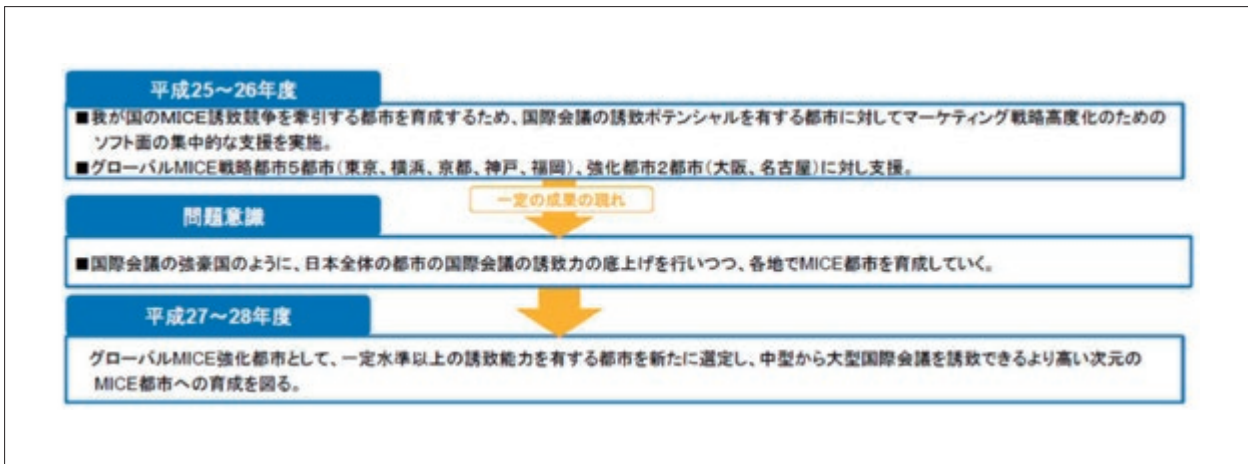
1 MICE誘致による地域の活性化

(1) MICEブランディングの展開

ブランディング事業により設定された日本のMICEブランドを体現したコンセプトやロゴなどを活用し、平成27年度から観光庁と日本政府観光局（JNTO）が中心となって、海外プロモーションと国内の啓発活動などのブランディング事業戦略を実施していく。

(2) グローバルMICE都市事業

平成25、26年度は、特に大型国際会議の誘致ポテンシャルを有する都市に対してマーケティング戦略高度化のための集中的な支援を実施し、一定の成果が得られたところで、今後は支援を踏まえた自律的な誘致の取組みを促す。また、これまでの取組を踏まえつつ、日本全体の国際会議誘致力の視野を拡充するため、MICEポテンシャルを持つ都市を新たに「グローバルMICE強化都市」として選定し、国が集中的な支援を行っていく。



グローバルレベルのMICEの育成と目的

2 戦略的な国際会議の誘致

(1) MICE 誘致アンバサダー

重点分野における国際会議誘致のキーパーソンを「MICE 誘致アンバサダー」（仮称）に認定し、会議の開催場所を実質的に決定する権限を有する者への直接的な働きかけ等により、誘致を強力に進める。

(2) MICEの受入環境整備

平成26年度に行ったユニークベニューに関する運用上の課題・解決策についての検討を踏まえ、海外からの問い合わせについて迅速かつ実効的に対応し、具体的な開催候補地の提案・情報提供を行うために、日本政府観光局（JNTO）に一元的に問い合わせ窓口を設置するとともに、ユニークベニューとして活用可能な施設、文化財等をリストアップして公表する。

3 インセンティブ旅行における重点市場の設定

インセンティブ旅行（研修を含む）による訪日外国人旅行者数について、2015年（平成27年）70万人を目標とし、特に重点市場（中国、韓国、米国、タイ、台湾、インドネシア、マレーシア）に対して、観光庁や日本政府観光局（JNTO）が中心となってプロモーション施策を実施していく。

第3節 IRについての検討

統合型リゾート（IR）については、観光振興、地域振興、産業振興等に資することが期待されるが、その前提となる犯罪防止・治安維持、青少年の健全育成、依存症防止等の観点から問題を生じさせないための制度上の措置の検討も必要なことから、IR推進法案の状況やIRに関する国民的な議論を踏まえ、関係省庁において検討を進める。

第4節 富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進

海外富裕層のニーズに合った特別な体験ができるラグジュアリー・ツアーの造成・発信を通じて、積極的に海外富裕層の観光需要を取り込むとともに、地方への誘客を図る。また、2015年（平成

27年)中に開始する外国人長期滞在制度について、富裕層の利用促進を図るべく、海外向けの情報発信、有望市場における説明会を実施するとともに、国内民間事業者、自治体等に対する説明会を開催する。

第5節 質の高い観光交流の促進

我が国の歴史・文化・芸術を深く理解し、体験を通じて日本や日本人の本質に触れられるような観光交流機会を創出し、我が国の歴史・文化・芸術に関心の高い観光客層の呼び込みを図り、質の高い観光交流の実現を図る。

1 文化資源、歴史的遺産の観光への活用

(1) 「日本遺産 (Japan Heritage)」事業の創設

【再掲】第IV部第2章第1節3 (1)

(2) 先住民族としてのアイヌ文化等の発信

平成27年度は、象徴空間の整備に関する取組として、博物館の設計、公園の基本計画の作成、体験交流等活動の具体的なプログラムの検討を行う。アイヌ語の挨拶「イランカラナテ」(こんにちは)を北海道のおもてなしのキーワードとし、アイヌ文化の普及啓発と一体となった観光振興の取組を展開しながら、海外に向けた情報発信の強化を図る。

(3) 北海道における歴史・文化を活用したインバウンド観光の振興

北海道独自の観光資源を活かしたインバウンド観光需要の拡大を図るべく、今後大きく訪日客の増加が見込まれるアジアや歴史・文化への興味が強い欧米等を対象として、北海道における独自性のある歴史・文化に関する観光資源の掘り起こし、観光資源としてのニーズを踏まえた歴史・文化を活用した観光メニューの創出及び海外へのプロモーション方策の検討を行う。

(4) 産業遺産等の活用

「富岡製糸場と絹産業遺産群」や「明治日本の産業革命遺産」など、産業遺産等を活用した産業観光を、国、自治体、観光協会、商工会議所等が連携して推進する。

2 文化芸術を通じた国際交流の推進

外国人芸術家が一定期間滞在し、制作活動等を実施するアーティスト・イン・レジデンスの取組を推進し、地域の魅力の再発見や文化芸術の創造活動を促進する。また、アート・アニメ等のポップカルチャーの発信を強化するとともに、在外公館・国際交流基金による祭り支援事業や機動的な文化事業等を通じ、我が国の多様な文化の魅力を発信することにより、諸外国の日本への興味・関心を喚起して、訪日のきっかけをつくる。

3 歴史・文化等に関心の高い観光客層の取り込み

能や歌舞伎、茶道体験、社寺観光、また、地域の伝統工芸体験や伝統芸能など各地の特色ある地

域文化を観光資源化し、日本の歴史・文化に関心の高い欧米等からの旅行者に訴求する質の高い日本文化体験プログラムとして充実させ、体験プログラムへの参加を促進するとともに、滞在期間の長期化を図る。

また、日中韓三国を旅の共通の目的地として、欧米等を対象とした「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」を三国が連携して実施し、東アジア観光周遊モデルルートの商品化等により、域内への観光客の取り込みを力強く進めて行く。併せて、欧米の知日派層や、中南米等の日系人コミュニティと連携した訪日プロモーションを展開する。



第6節 多様なニーズへの対応と宿泊施設の情報提供

1 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応

旅館業法の適用が除外される外国人滞在施設経営事業の早期実現を図るため、宿泊者名簿の設置等を含めた適切な対応を検討し、当該制度に基づく事業の実現を図る。



第1節 オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション

1 大規模スポーツ国際競技大会との連携

2016年リオデジャネイロ大会や2018年平昌大会など、大規模スポーツ国際競技大会との連携や、海外でも著名な日本人メダリスト・アスリートの活用など、2020年オリンピック・パラリンピックの開催という注目度を活かしつつ、他の大規模スポーツ国際競技大会と連携した訪日プロモーションを実施する。

2 オリンピック・パラリンピック開催国という国際的注目度を活かしたオールジャパンによる訪日プロモーション

引き続き、2020年オリンピック・パラリンピック開催に向け、より戦略的な訪日プロモーションを展開していく。また、関係省庁が連携し、ラグビーワールドカップ2015においてジャパンパビリオンを設置すべく準備を進めていく。

3 近隣諸国の政府観光局と連携した広域プロモーション

東アジアの近隣諸国と連携して欧米等からの観光客誘致を進めるため、近隣諸国の政府観光局と広域プロモーションについて検討する。

2015年（平成27年）4月に東京にて行われた日中韓観光大臣会合において、各国の交流人口を2020年（平成32年）までに3,000万人にする内容の共同声明を発表した。今後もそのような場を通じて、近隣諸国と連携を進めていく。

4 メディア戦略

東京オリンピック・パラリンピック開催を契機とした訪日旅行のPRのため、海外メディアによる日本紹介の番組等に活用してもらおうべく、無償で映像を取得できるダウンロードサイト「オンライン・メディア・センター」を設置する等、「メディア戦略」を強化する。



第2節 全国各地の文化プログラムの開催

2020年（平成32年）に向けた文化プログラムについて、「2020年に向けた文化イベント等の在り方検討会」における検討結果を踏まえ、2015年（平成27年）夏頃までに実施構想を策定する。

また、平成26年補正予算事業より、日本文化等を含めた多彩な魅力を発信するための、海外メディア向け広報素材の提供準備等、本格的な訪日プロモーションに関連した準備をしていく。

第3節 オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備

1 無料公衆無線LAN環境の整備・多言語対応の徹底

(1) 交通アクセスにおける無料公衆無線LAN環境整備

無料公衆無線LAN整備促進協議会を通じて、①事業者の垣根を越えた認証手続の簡素化、②無料公衆無線LAN整備の徹底的な底上げ、③共通シンボルマーク（『Japan. Free Wi-Fi』マーク）の普及・活用による無料公衆無線LANの利用可能な場所の「見える化」の推進と利用可能場所のオープンデータ化によるホームページ、アプリ等の媒体での効果的な情報提供を行う。

(2) 2020年オリンピック・パラリンピックに向けた無料公衆無線LAN環境整備と多言語対応の改善・強化

オリンピック・パラリンピック大会開催会場が集中する選手村の周辺8km程度の範囲において訪日外国人旅行者が利用しやすい無料公衆無線LAN環境の整備促進を徹底するとともに、「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」と連携して、訪日外国人旅行者が利用する主要な施設において多言語対応の改善・強化を徹底する。

(3) クルーズ船等が利用するターミナルにおける無料公衆無線LANの整備・多言語対応

「全国クルーズ活性化会議」や「みなとオアシス」全国協議会と連携して、クルーズ船等が利用するターミナルにおける、多言語対応の促進や無料公衆無線LAN環境の提供の普及を図る

2 多機能フリーパスの検討

外国人旅行者のオリンピック・パラリンピック観戦にとどまらず、都内及び近郊地域の観光を促進する観点から、「観戦チケット・IC乗車券一体化フリーパス」の検討を促進する。

3 東京駅の案内等の改善

オリンピック・パラリンピックの玄関口となる、東京駅及びその他の主要ターミナル駅において、鉄道・バス・タクシーの一覧性のある分かりやすい案内の充実、多言語対応の向上、アクセスビリティの高い乗り場の確保等に取り組む。

第4節 オリンピック・パラリンピック開催効果の地方への波及

2020年オリンピック・パラリンピックの開催効果を東京のみならず広く地方に波及させるため、観光客を地方へ誘客するための施策を充実させる。

1 スポーツ振興を通じた国内外からの誘客

平成27年度から、「スポーツによる地域活性化推進事業」を実施し、スポーツツーリズムなどに取り組む地域スポーツコミッション等の活動を支援する。

また、2015年（平成27年）秋にイギリスで開催されるラグビーワールドカップにあわせ、クー

ルジャパン施策と連携し、官民一体となって日本の魅力を世界に発信するジャパンパビリオンへの支援を実施する。さらに、2020年東京オリンピック・パラリンピック東京大会やその事前合宿の他、ラグビーワールドカップ2019日本開催をはじめとする他の国際競技大会等の確実な開催により、各地域に国内外からの誘客を図る。

2 地方への旅行の促進

オリンピック・パラリンピック観戦を目的とした訪日外国人が、力強く復興している東北地方をはじめ日本各地を訪問するよう、企画乗車券の造成を促進する。このため、例えば観光資源として魅力のある列車の乗車や文化遺産を巡る等各地のモデルコースを作成し、リーズナブルな価格の新しい旅行商品の造成を促進する。また、外国人旅行者が鉄道利用に大きな関心を寄せ、地方への旅行が促進されるよう、過去のオリンピック・パラリンピック開催国において、メダリストのサイン等をラッピングした列車を運行した事例も参考にしつつ、大会気運の醸成を兼ねた取組を検討する。

3 ホストシティ・タウン構想の推進

全国の自治体において、大会参加国の選手や観客の地域への誘客を図るとともに、大会参加国の歴史・文化等を学ぶ「一枚一国運動」、パラリンピックに関する障がい者との交流等を深めるホストシティ・タウン構想を強力に推進する。

4 航空による地方へのアクセスの充実

(1) 羽田空港における乗継利便性の向上

引き続き、羽田空港における乗継利便性の向上のため、国際線地区と国内線地区を結ぶトンネル（際内トンネル）の整備を推進する。

(2) 航空路線の新規就航・増便を促進するインセンティブ付与

【再掲】第IV部第1章第1節2（3）

(3) 地方空港における税関及び出入国管理の緊急の体制整備

【再掲】第IV部第4章第1節2（1）

第5節 オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化

2020年オリンピック・パラリンピックを見据え、また、社会の一層の高齢化を想定して、誰もが安心して旅行を楽しむことができるユニバーサルツーリズムに対応した環境整備、個々の箇所（点）にとどまらず、線的・面的に捉えたバリアフリー対応（ハード面）の徹底、バリアフリーに関する教育などによる「心のバリアフリー」（ソフト面）を進めていくことが重要である。

1 公共施設等のバリアフリー化

「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」（平成18年法律第91号）に基づく「移


動等円滑化の促進に関する基本方針」(平成18年12月)等に定められた目標に向けて着実に整備を進めていくとともに、2020年オリンピック・パラリンピックや、その後の我が国の高齢社会に対応したあらゆる人に優しいまちづくりにもつながるように、国土交通省に設置した「バリアフリーワーキンググループ」での論議を踏まえ、主要ターミナルにおける複数ルートのバリアフリー化や地方の主要な観光地のバリアフリー化、空港から競技施設までのルートや都内の人気観光スポット等を結ぶ連続的なエリアのバリアフリー化等、さらなるバリアフリー化に向けた取組を進めていく。

2 ホームドアの整備促進

「交通政策基本計画」(平成27年2月13日閣議決定)に定める目標(ホームドアの設置駅数を平成32年度までに約800駅)に向けて着実に整備を進めていく。

3 航空分野のバリアフリー化

空港及び航空機の更なるバリアフリー化について、平成27年度中に諸外国の取組事例等の調査や空港ビル会社、航空会社等の関係者との意見交換を実施し、バリアフリー基準や関係ガイドラインの改訂に向けた検討を進める。

 第1節 宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関する施設及び公共施設の整備

1 観光振興等に資する地域づくり、街並み整備

観光振興等に資する地域づくり・街並みの整備を推進するため、市町村が作成した都市再生整備計画に基づいて実施される観光振興や観光交流促進等の地域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。また、土地区画整理事業においては、地域の特性に応じた公共施設の整備等を支援しており、引き続き実施する。

2 都市再生・地域再生に資する市街地再開発事業の推進

駅周辺をはじめとした中心市街地等において、地域の観光の拠点となる商業施設等の建築物や、道路、駅前広場等の公共施設の整備を行うことにより、観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を図る。

 第2節 旅行業務に関する取引の公正の維持等

旅行取引における公正の維持や旅行者の安全確保等、引き続き消費者保護に取り組んでいく。

特に、平成26年度に策定した「OTA（オンライン旅行取引業者）ガイドライン」については、対象となるオンライン事業者に遵守を働きかけるほか、観光庁ホームページ等で消費者に対する周知を行う。

 第3節 旅行の安全確保

平成26年度に作成したパンフレット「旅行安全マネジメントのすすめ」を活用しつつ、旅行者の安全確保及び事件等が発生した場合に適切な対応ができるよう、旅行業界における旅行安全マネジメント普及に努める。

 第4節 高齢者、障害者、外国人その他の観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備

1 公共施設等のバリアフリー化

【再掲】第IV部第6章第5節

2 ユニバーサルツーリズムの促進

これまで行ってきた地域の受入体制強化に係る効果検証を行う。また、引き続き地域の受入体制

強化に向けた取組として、地域における一元的な相談窓口であるバリアフリーセンターのウェブサイトによる多言語対応した情報発信及び、乳幼児を連れた旅行の調査・検討を行い、これまでの取組と相まって、ユニバーサルツーリズムの更なる促進を図る。

3 地域公共交通の活性化・再生

2014年（平成26年）に改正された「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律」（平成19年法律第59号）に基づく「地域公共交通網形成計画」等の策定を行う地方公共団体を支援し、まちづくり等と連携した、地域公共交通の活性化・再生を促進する。

また、「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律及び独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構法の一部を改正する法律」（平成27年法律第28号）に基づき、出資等の制度を創設し、地域公共交通ネットワークの再構築を図る取組を支援する。

4 バスの利便性向上

バスの位置情報や遅延情報を提供するバスロケーションシステムについて、今後も普及促進を図るとともに、乗り継ぎ案内、運行情報が入手しやすくなるバス総合情報システムの高度化を進めること等により、バスの利便性の向上を図る。

5 道路交通の円滑化

民間事業者が保有するプローブ情報（カーナビゲーションシステムに蓄積された走行履歴情報）を活用しつつ、災害時に交通情報を提供するための環境の整備を推進する。

また、道路ネットワークの整備やボトルネック解消策などの交通容量拡大策に加えて、車利用者の交通行動の変更を促す交通需要マネジメント施策を実施する。カーナビゲーションに道路交通情報をリアルタイムに提供する道路交通情報通信システム（VICS）の情報提供エリアの拡大、情報内容・精度の改善・充実を図る。加えて、ETC2.0サービスの渋滞回避支援等の活用により、道路交通を円滑化させ、観光旅行者の来訪の促進や利便性の向上を図る。

6 安全で快適な自転車利用環境の創出

「安全で快適な自転車利用環境創出ガイドライン」（平成24年11月、国土交通省、警察庁）に基づく自転車ネットワーク計画の策定の推進を図るとともに、観光振興、健康増進等自転車を活用した取組と連携し、安全で快適な自転車通行空間の整備を推進する。

第5節 観光地域における環境の保全等

1 国立・国定公園の保護と利用の推進

国立・国定公園において、国、地方公共団体、NPO、地元住民及び民間企業等の広範な関係者の協力体制によるきめ細かな保護管理を進め、観光資源としての自然公園の魅力の向上を図る。

また、自然とのふれあいの推進を図るため、安全で快適な公園利用施設の整備、利用者指導や自然解説、エコツーリズムの推進を行う。さらに、ジオパークを含む優れた自然資源を有する地域への誘客を図るため、国内外への戦略的な情報発信を行う。

2 世界自然遺産地域の適正な保全・管理

世界自然遺産の「知床」、「白神山地」、「小笠原諸島」及び「屋久島」について、科学的知見に基づき、地域関係者との合意形成を図りながら、関係省庁、地方公共団体、地元関係者及び専門家が連携し、引き続き適切な保全・管理を進める。国内候補地の奄美・琉球については、引き続き、同候補地の自然環境の価値を保全するために必要な方策の検討、保全管理体制の整備及び保全の推進等を関係機関等との連携により進める。

第6節 観光に関する統計の整備

データを迅速に提供するために、宿泊旅行統計調査は、平成27年度より公表周期を現行の四半期から月次に変更し、調査対象月の翌月末に1次速報、翌々月末に2次速報を公表する。

都道府県レベルのデータについては、その精度を高めるため、既存の観光統計の見直しを行う。

観光統計の分析については、地域分析の高度化を図るために、平成26年度補正予算事業により、選定したモデル地域においてモバイルデータなどの活用を含めた新たな分析手法の検討を進める。

資料編

資料1 地域別の外国人旅行者受入れ数及び国際観光収入

(単位:上段(万人)、下段(百万米ドル))

年	区分	2012年			2013年		
		外国人観光客数	対前年度比	構成比	外国人観光客数	対前年度比	構成比
		国際観光収入			国際観光収入		
欧州		53,438	3.6%	51.6%	56,344	5.4%	51.8%
		454,047	-2.7%	42.1%	489,253	7.8%	42.2%
米州		16,272	4.3%	15.7%	16,794	3.2%	15.5%
		212,911	7.6%	19.8%	229,179	7.6%	19.8%
アジア太平洋地域		23,353	6.9%	22.6%	24,807	6.2%	22.8%
		329,090	10.2%	30.5%	358,923	9.1%	31.0%
アフリカ		5,295	6.6%	5.1%	5,580	5.4%	5.1%
		34,325	5.0%	3.2%	34,216	-0.3%	3.0%
中東		5,168	-5.4%	5.0%	5,157	-0.2%	4.7%
		47,462	2.2%	4.4%	47,276	-0.4%	4.1%
計		103,526	3.5%	100.0%	108,682	5.0%	100.0%
		1,077,835	3.4%	100.0%	1,158,847	7.5%	100.0%

(注) UNWTO(国連世界観光機関)「Tourism Highlights 2014」による。

資料2 国際観光収支の状況 (2013年 (平成25年))

(単位:百万米ドル)

	収入	支出	収支
米国	139,569	86,200	53,369
スペイン	60,435	16,300	44,135
タイ	42,080	6,700	35,380
香港	38,940	21,000	17,940
イタリア	43,912	27,000	16,912
フランス	56,098	42,400	13,698
オーストリア	20,106	10,300	9,806
マレーシア	21,018	11,900	9,118
インド	18,397	11,600	6,797
メキシコ	13,819	9,100	4,719
豪州	30,979	28,400	2,579
ポーランド	10,938	8,700	2,238
インドネシア	9,337	7,300	2,037
スイス	16,547	14,900	1,647
台湾	12,677	12,300	377
アラブ首長国連邦	(9,204)	(13,200)	-3,996
オランダ	15,580	20,500	-4,920
シンガポール	18,953	24,600	-5,647
スウェーデン	11,485	17,600	-6,115
日本	14,934	22,000	-7,066
韓国	14,272	21,700	-7,428
ベルギー	13,500	21,800	-8,300
サウジアラビア	7,651	17,700	-10,049
英国	40,597	52,600	-12,003
カナダ	17,656	35,200	-17,544
ブラジル	6,711	25,100	-18,389
ロシア	11,988	53,500	-41,512
ドイツ	41,211	85,900	-44,689
中国	51,664	128,600	-76,936

(注)1 日本政府観光局(JNTO)資料(出典:UNWTO(世界観光機関)、各国政府観光局)に基づき観光庁作成。

2 アラブ首長国連邦は2013年の数値が不明であるため、2012年の数値を利用した。

資料3 日本の国際観光収支の推移

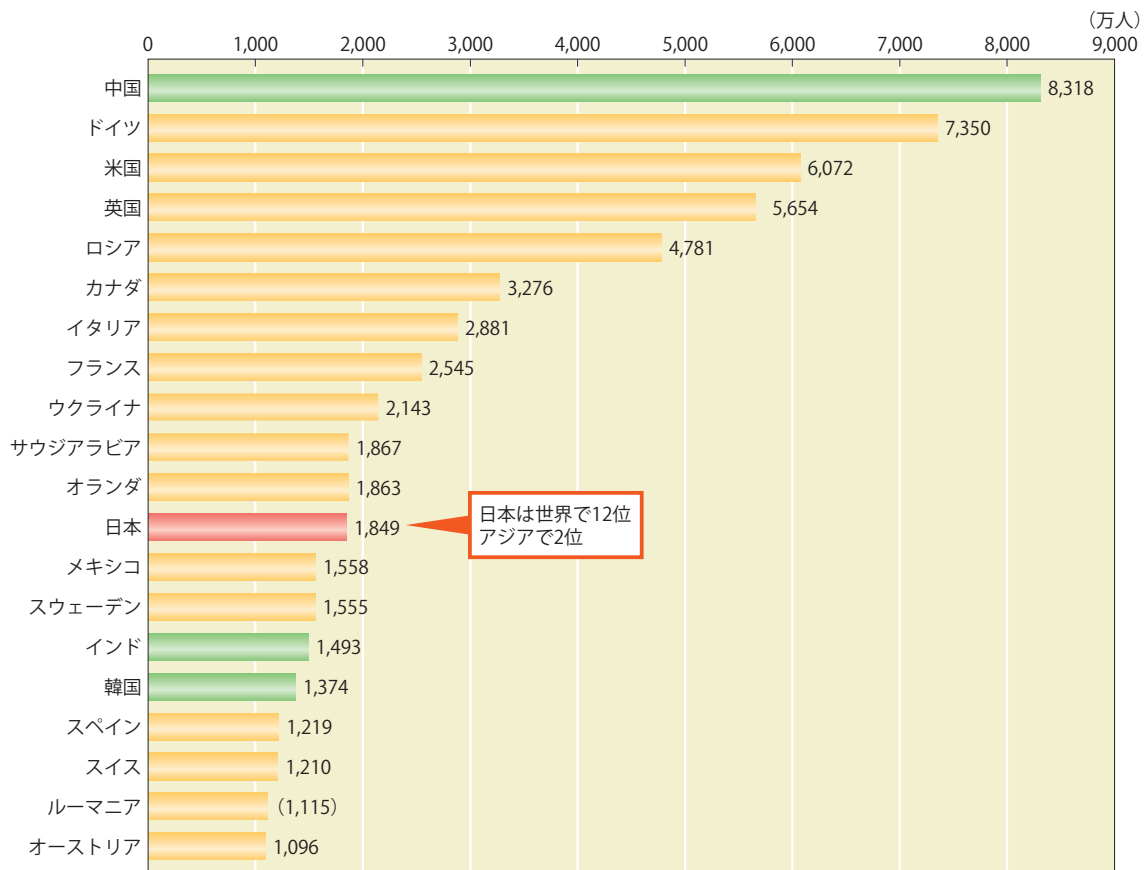
(単位:億円)

区分	年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
	国際観光収支 (旅客輸送を含まない)	受取	10,990	11,186	9,641	11,586	8,752	11,631	14,766
	支払	31,189	28,818	23,527	24,462	21,716	22,248	21,311	20,416
	収支	△ 20,199	△ 17,631	△ 13,886	△ 12,875	△ 12,963	△ 10,617	△ 6,545	△ 441
国際観光収支 (旅客輸送を含む)	受取	14,610	14,254	11,702	13,461	9,976	12,920	16,498	22,067
	支払	43,843	40,274	32,487	34,393	31,673	32,661	31,452	30,233
	収支	△ 29,233	△ 26,020	△ 20,785	△ 20,932	△ 21,697	△ 19,741	△ 14,954	△ 8,166
貿易収支	輸出	800,236	776,111	511,216	643,914	629,653	619,568	678,290	741,016
	輸入	658,364	718,081	457,340	548,754	632,955	662,287	766,024	845,032
	収支	141,873	58,031	53,876	95,160	△ 3,302	△ 42,719	△ 87,734	△ 104,016

(注)1 財務省資料及び日本銀行資料に基づき観光庁作成。

- 「国際観光収支」は、以下の定義に基づき観光庁で集計した。「国際観光収支(旅客輸送を含まない)」は国際収支統計の旅行収支をいい、「国際観光収支(旅客輸送を含む)」は上記の旅行収支に輸送収支のうち旅客輸送に係るサービスの収支を合算したものの。
- △印は赤字を示す。
- 2014年(平成26年)の数値は第2次速報値。

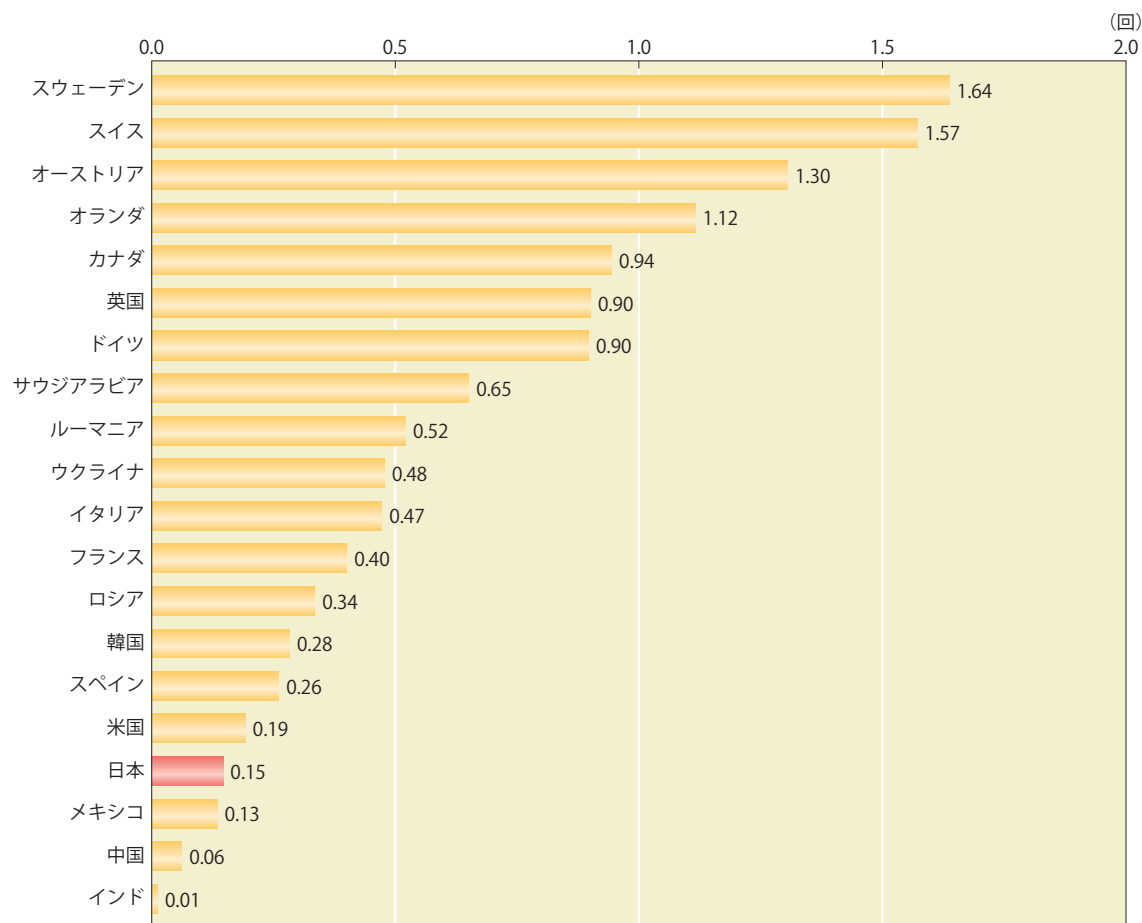
資料4 海外旅行者数ランキング (2012年 (平成24年))



(注)1 日本政府観光局(JNTO) 資料(出展: UNWTO(世界観光機関)、各国政府観光局)に基づき観光庁作成。

- 数値は、2014年6月時点の暫定値。

資料5 海外旅行者数上位20か国の国民1人当たり海外旅行回数（2012年（平成24年））



- (注) 1 日本政府観光局(JNTO) 資料(出展：UNWTO(世界観光機関)、各国政府観光局)、国連人口基金「世界人口白書」に基づき観光庁作成。
 2 各国の海外旅行者数に各国の人口を除いて算出した。
 3 ポーランドは、2012年の数値が不明であるため2011年の数値を、シリアは2010年の数値を利用した。

資料6 国別の国際会議開催件数（2014年（平成26年））

順位	国名	件数
1	米国	831
2	ドイツ	659
3	スペイン	578
4	英国	543
5	フランス	533
6	イタリア	452
7	日本	337
8	中国	332
9	オランダ	307
10	ブラジル	291
11	オーストリア	287
12	カナダ	265
13	オーストラリア	260
14	スウェーデン	238
15	ポルトガル	229
16	スイス	226

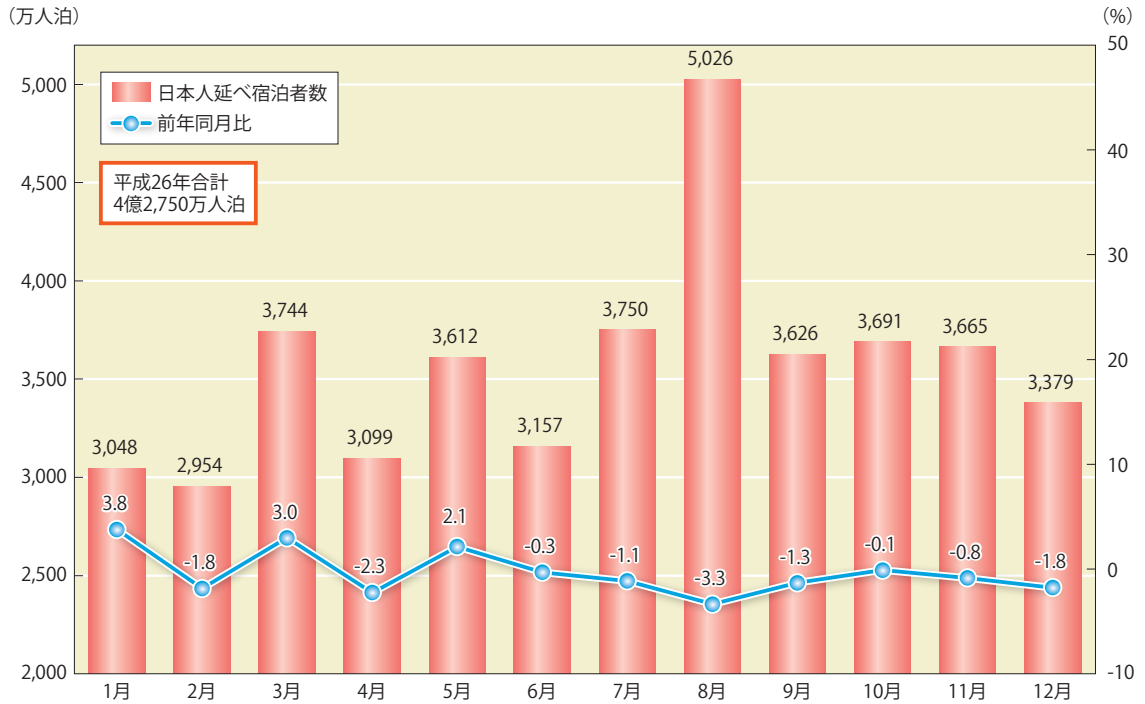
(注) ICCA(国際会議協会)統計より作成。

資料7 アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議（2014年（平成26年））

2014年 アジア大洋州・中東地域順位	2014年 世界順位	都市	2014年 開催件数
1位	7位	シンガポール	142件
2位	14位	北京	104件
3位	15位	ソウル	99件
4位	16位	香港	98件
5位	20位	台北	92件
6位	22位	東京	90件
7位	25位	シドニー	82件
8位	28位	クアラルンプール	79件
9位	29位	バンコク	73件
		上海	73件
11位	37位	メルボルン	61件
12位	44位	ドバイ	56件
13位	54位	京都	47件
14位	58位	済州	41件
15位	66位	パリ	38件
16位	67位	ブリズベン	37件
17位	69位	釜山	35件
		ニューデリー	35件
26位	125位	札幌	19件
30位	134位	横浜	18件
34位	152位	奈良	16件
		沖縄	16件
38位	164位	福岡	15件
		神戸	15件
47位	208位	名古屋	11件
49位	222位	大阪	10件

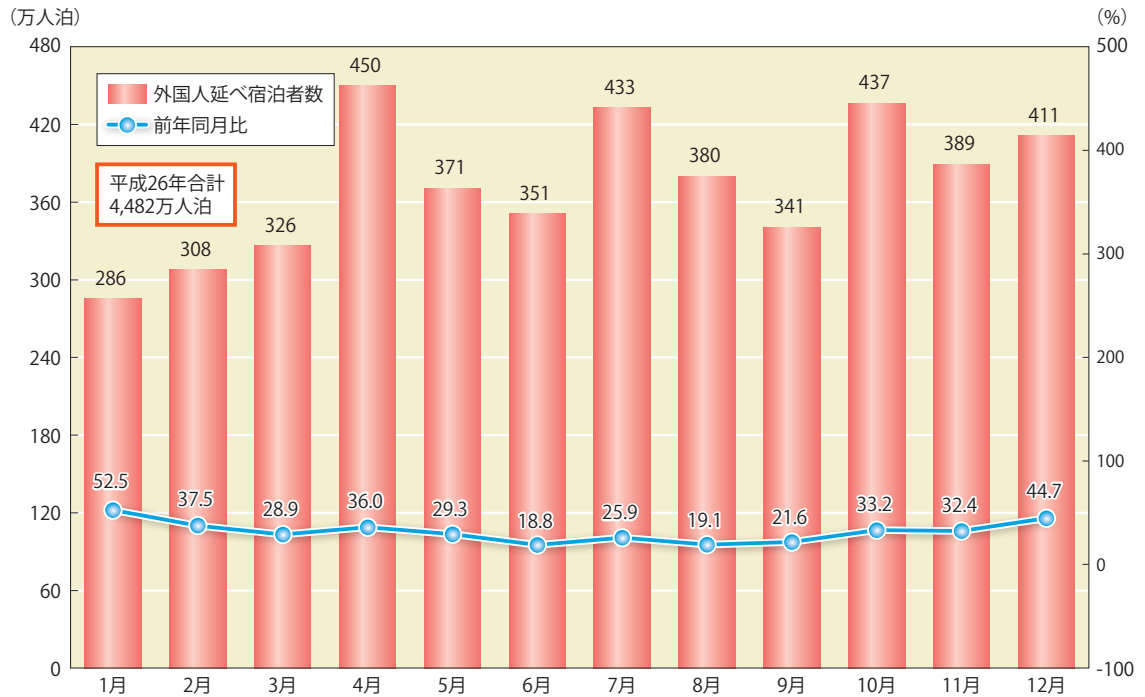
(注) ICCA(国際会議協会)統計より観光庁作成。

資料8 日本人延べ宿泊者数の月別推移（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料9 外国人延べ宿泊者数の月別推移（2014年（平成26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 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

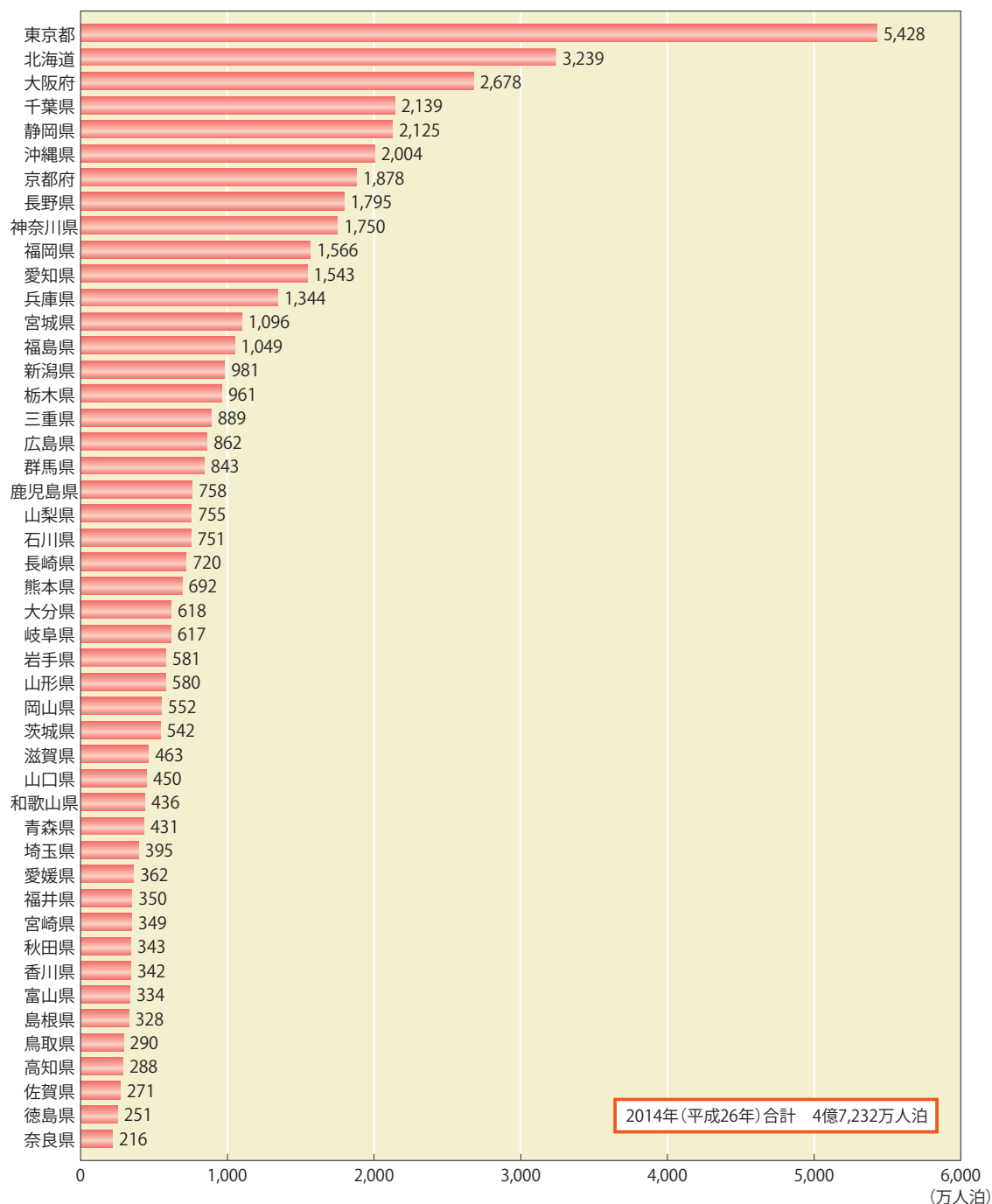
資料10 都道府県別の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数・宿泊施設の定員稼働率、客室稼働率(2014年(平成26年))

(単位:万人泊)

	延べ宿泊者数	外国人延べ宿泊者数	定員稼働率	客室稼働率
全国	47,232	4,482	37.9%	57.7%
北海道	3,239	403	40.9%	58.4%
青森県	431	7	30.7%	48.3%
岩手県	581	7	30.8%	51.6%
宮城県	1,096	13	41.2%	62.5%
秋田県	343	4	27.6%	47.4%
山形県	580	5	24.7%	47.0%
福島県	1,049	4	28.0%	49.2%
茨城県	542	9	32.8%	51.5%
栃木県	961	16	30.6%	48.4%
群馬県	843	11	30.5%	46.4%
埼玉県	395	9	42.8%	65.0%
千葉県	2,139	275	51.4%	67.4%
東京都	5,428	1,345	67.3%	80.6%
神奈川県	1,750	132	49.6%	65.3%
新潟県	981	13	22.3%	39.8%
富山県	334	13	27.8%	48.3%
石川県	751	34	35.0%	55.7%
福井県	350	3	22.9%	36.5%
山梨県	755	94	23.3%	42.9%
長野県	1,795	65	20.9%	34.8%
岐阜県	617	66	30.3%	46.4%
静岡県	2,125	80	33.1%	50.2%
愛知県	1,543	149	48.7%	67.2%
三重県	889	16	29.6%	45.9%
滋賀県	463	23	30.8%	50.8%
京都府	1,878	341	51.6%	71.0%
大阪府	2,678	584	73.0%	80.5%
兵庫県	1,344	66	34.7%	54.8%
奈良県	216	14	24.4%	42.3%
和歌山県	436	29	26.1%	39.7%
鳥取県	290	5	28.2%	49.1%
島根県	328	3	33.1%	54.0%
岡山県	552	11	35.3%	56.8%
広島県	862	44	42.5%	63.3%
山口県	450	5	40.2%	59.2%
徳島県	251	4	30.3%	52.9%
香川県	342	15	31.1%	51.8%
愛媛県	362	7	31.9%	54.4%
高知県	288	4	25.1%	43.7%
福岡県	1,566	133	49.4%	66.4%
佐賀県	271	8	27.7%	50.5%
長崎県	720	50	35.8%	56.3%
熊本県	692	51	31.9%	52.2%
大分県	618	37	36.2%	53.4%
宮崎県	349	17	33.5%	47.4%
鹿児島県	758	27	36.4%	51.7%
沖縄県	2,004	231	48.1%	64.2%

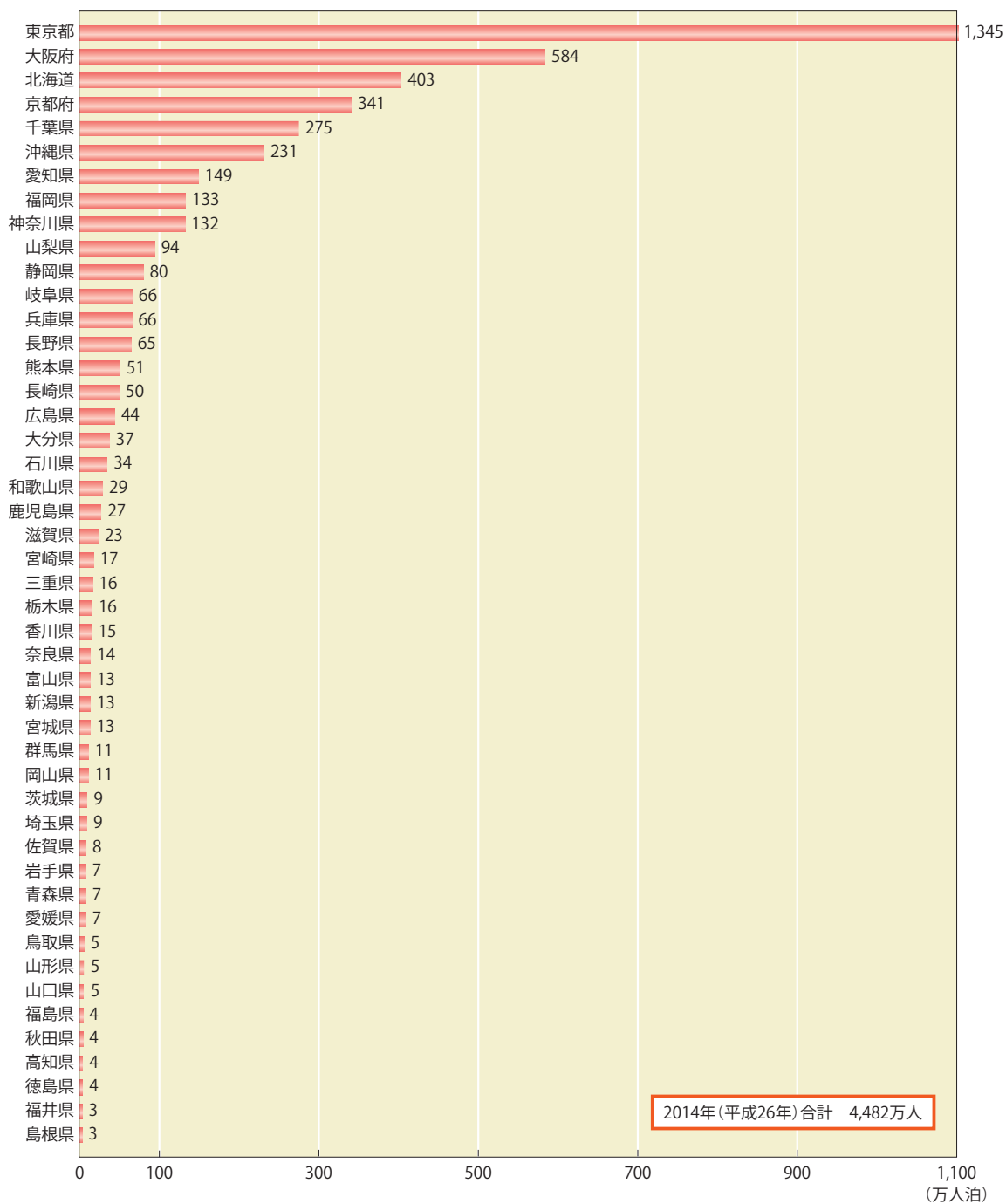
- (注)1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更があり得る。
 3 外国人には国・地域(出身地)不詳を含む。
 4 定員稼働率とは、客室定員数に対する宿泊者数の稼働率を計算したものであり、例えば、定員2名の客室に1名が宿泊した場合、定員稼働率は50%となる。
 5 客室稼働率とは、総客室数に対する客室数の稼働率を計算したものであり、例えば、総客室数2室のうち1室を利用した場合、客室稼働率は50%となる。
 6 本表において、延べ宿泊者は外国人の延べ宿泊者数を含む。

資料11 都道府県別延べ宿泊者数（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料12 都道府県別外国人延べ宿泊者数（2014年（平成26年））

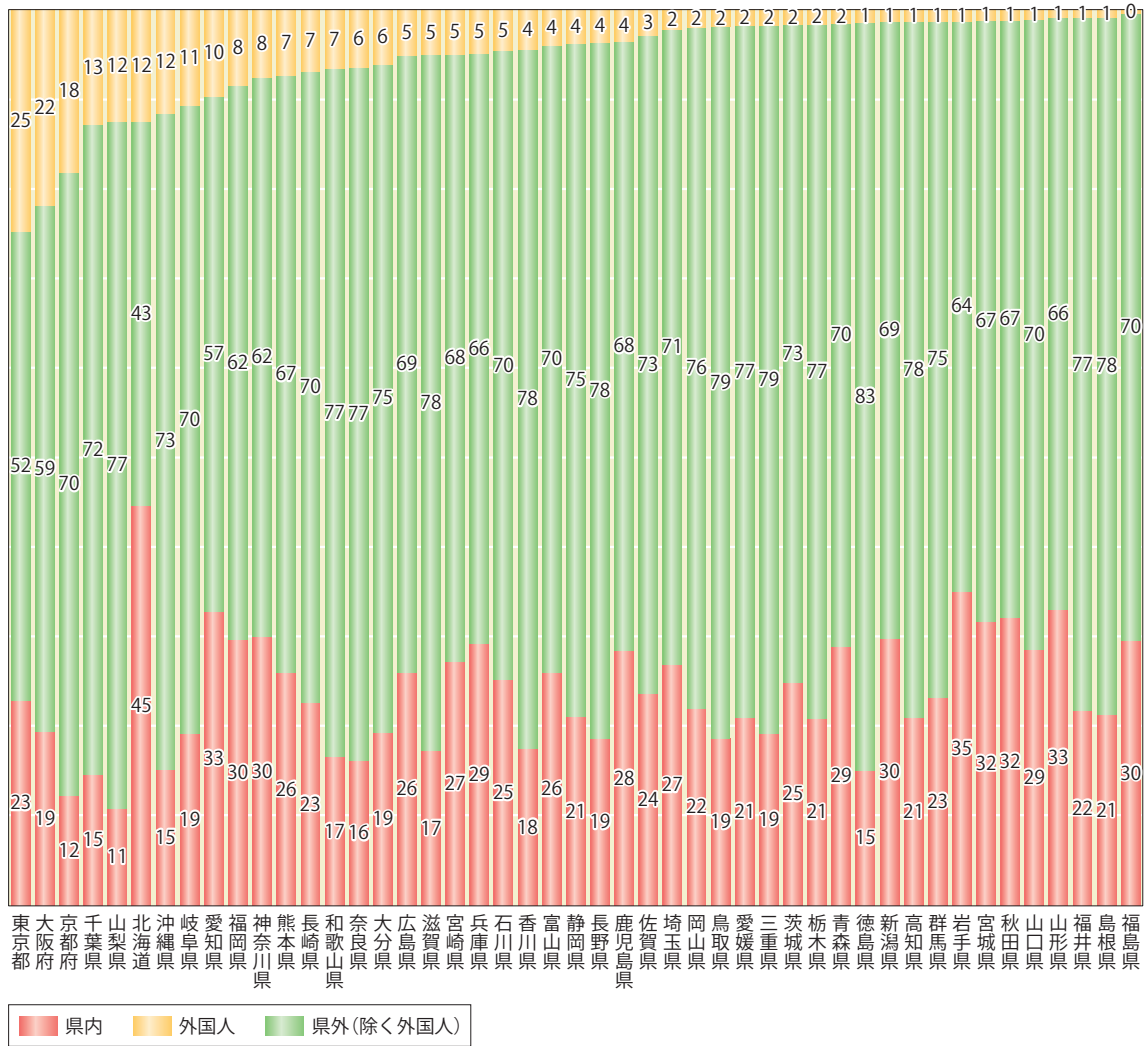


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。

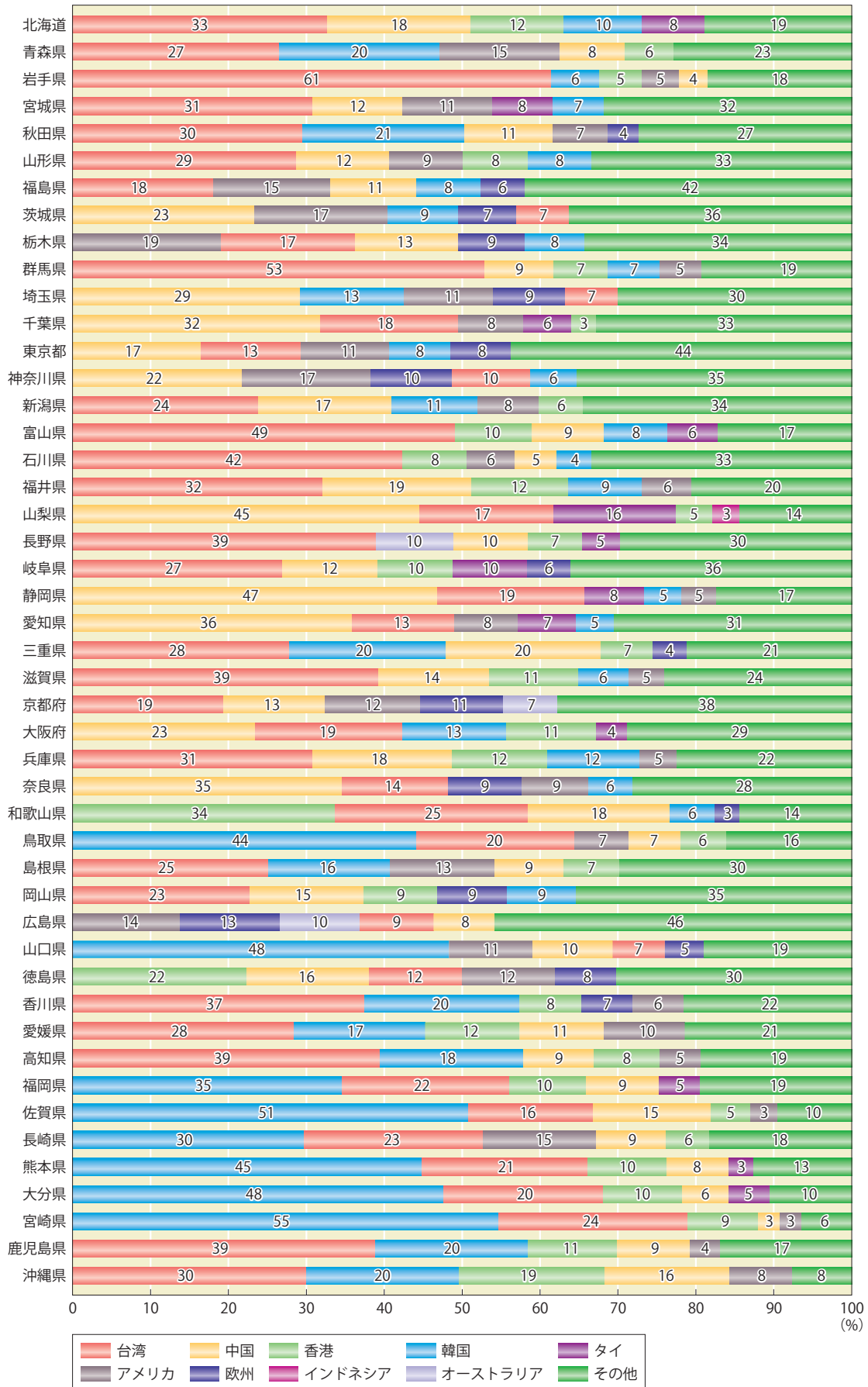
3 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料13 都道府県別の延べ宿泊者数の構成（2014年（平成26年））



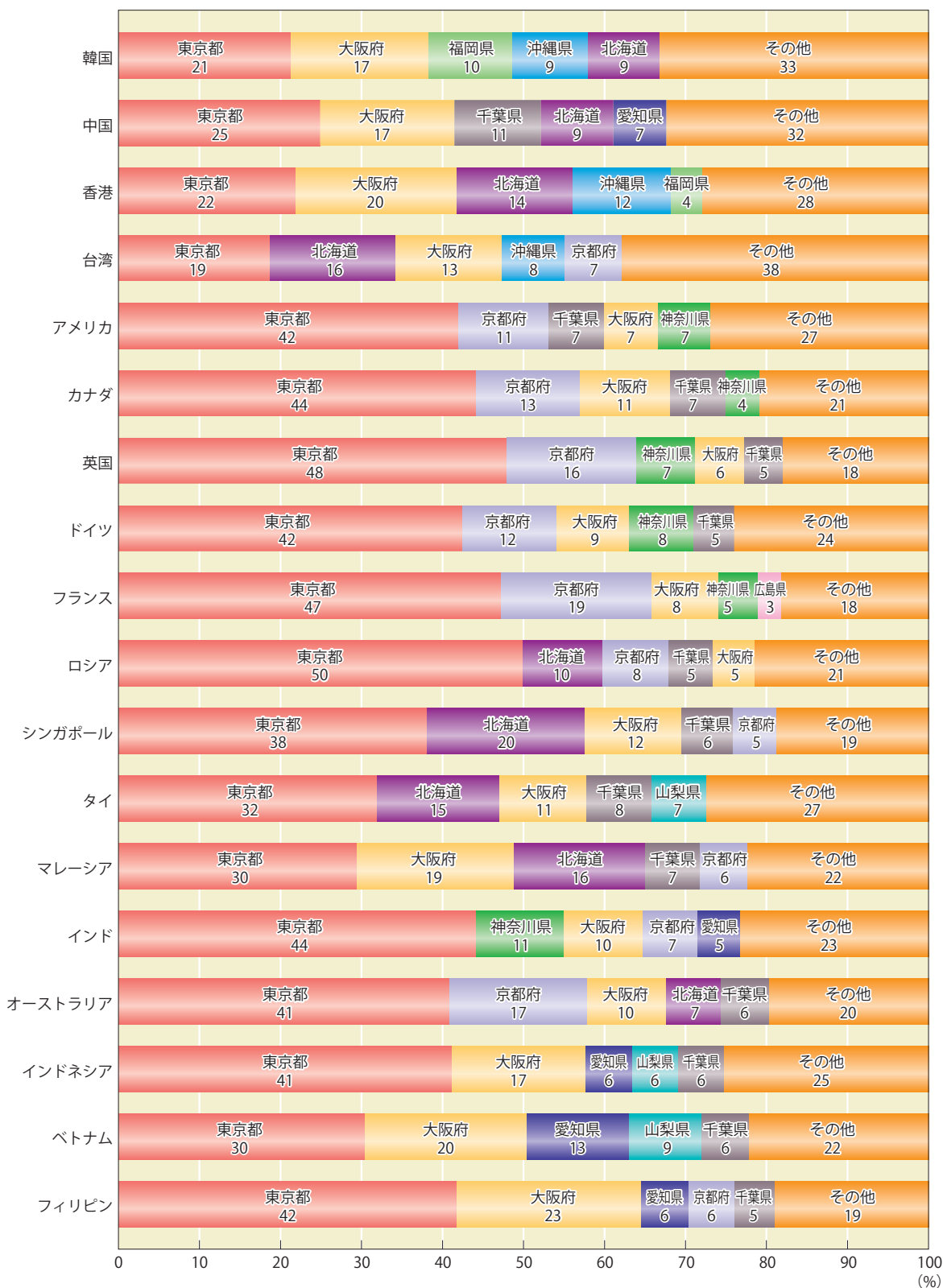
(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 構成比の算出に当たって、日本人宿泊者数のうち、県内・県外別の不詳分は、県内・県外別の比率で按分し、各々に割り振った。
 3 「外国人」とは、日本国内に住所を有しない者をいう。
 4 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料14 都道府県別の外国人延べ宿泊者数の構成（2014年（平成26年））



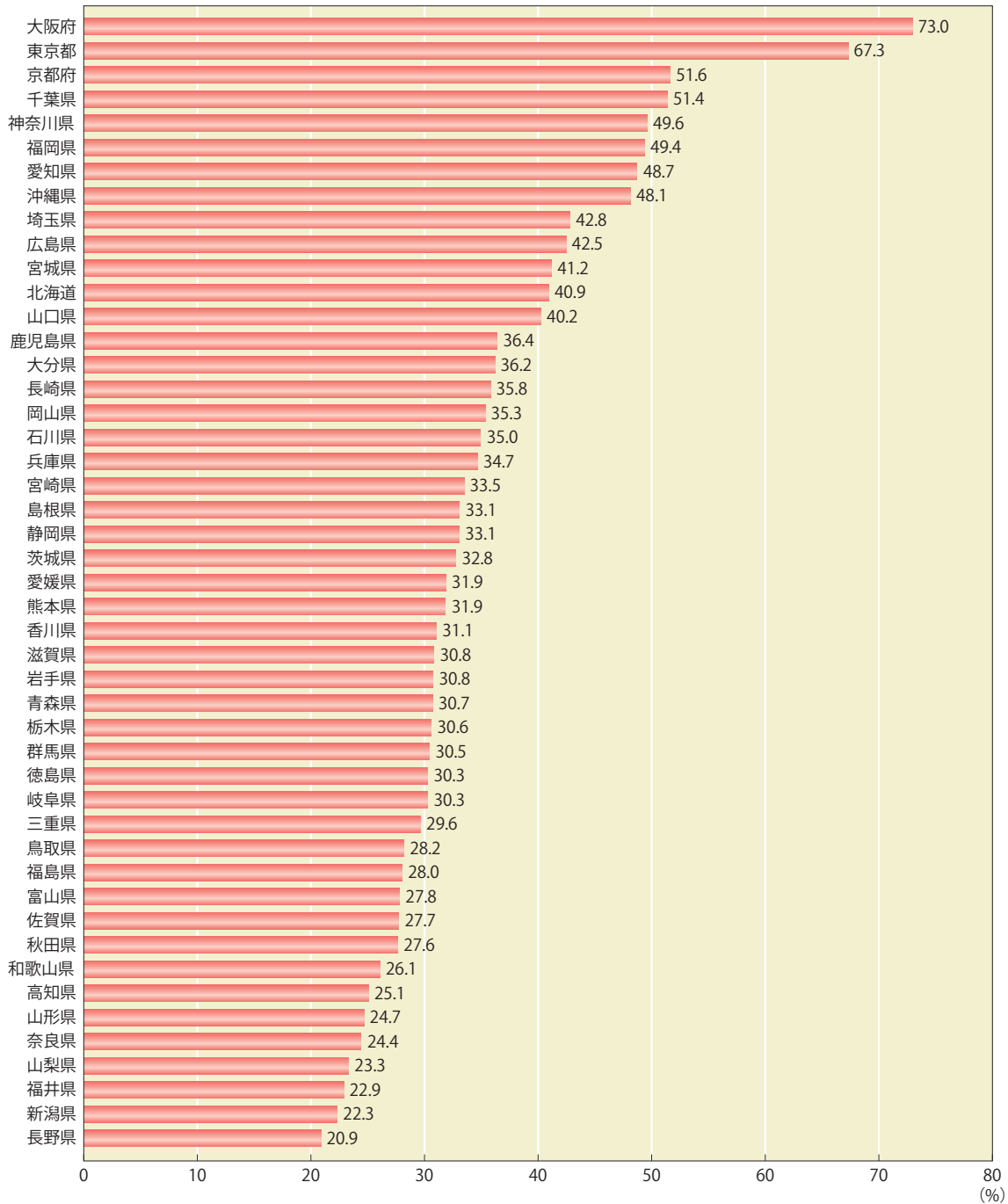
- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 欧州はドイツ・英国・フランスの3カ国
 3 従業者数10人以上の施設に対する調査から作成
 4 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料15 国・地域別の外国人延べ宿泊者数の構成・上位5都道府県（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料16 都道府県別宿泊施設の定員稼働率（2014年（平成26年））

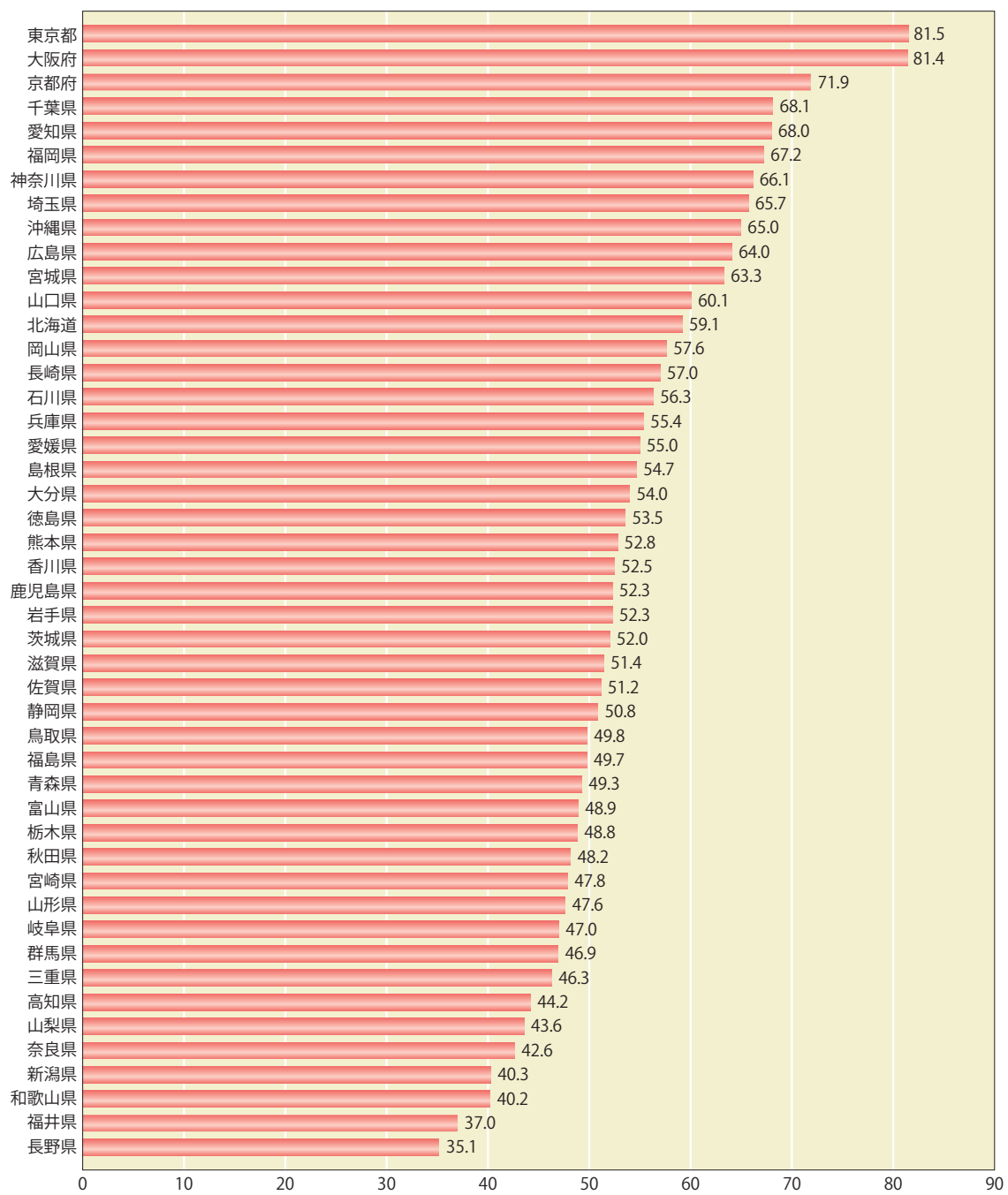


(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 定員稼働率とは、客室定員数に対する宿泊者数の稼働率を計算したものであり、例えば、定員2名の客室に1名が宿泊した場合、定員稼働率は50%となる。

3 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料17 都道府県別宿泊施設の客室稼働率（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 客室稼働率とは、総客室数に対する客室数の稼働率を計算したものであり、例えば、総客室数2室のうち1室を利用した場合、客室稼働率は50%となる。
 3 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料 18 都道府県別の実宿泊者数・1人当たり平均宿泊数・外国人実宿泊者数・外国人1人当たり平均宿泊数(2014年(平成26年))

	実宿泊者数(人)	1人当たり 平均宿泊数	外国人 実宿泊者数(人)	外国人1人当たり 平均宿泊数
総数	353,820,000	1.33	28,528,360	1.57
北海道	24,179,510	1.34	2,966,020	1.36
青森県	3,225,160	1.34	43,390	1.52
岩手県	4,438,430	1.31	56,760	1.32
宮城県	8,538,230	1.28	92,850	1.40
秋田県	2,517,260	1.36	26,160	1.49
山形県	4,416,190	1.31	36,410	1.42
福島県	7,511,120	1.40	28,190	1.48
茨城県	3,770,790	1.44	53,710	1.74
栃木県	7,608,680	1.26	115,720	1.35
群馬県	7,126,090	1.18	90,900	1.20
埼玉県	2,916,640	1.35	49,090	1.78
千葉県	16,380,600	1.31	2,170,180	1.27
東京都	36,591,950	1.48	6,679,240	2.01
神奈川県	13,246,950	1.32	893,880	1.48
新潟県	7,747,160	1.27	89,700	1.48
富山県	2,702,220	1.24	109,970	1.22
石川県	5,997,580	1.25	272,430	1.26
福井県	2,608,530	1.34	22,120	1.41
山梨県	6,334,860	1.19	891,450	1.06
長野県	13,433,220	1.34	439,460	1.48
岐阜県	5,064,050	1.22	524,300	1.26
静岡県	17,125,280	1.24	664,240	1.20
愛知県	11,912,760	1.29	1,037,640	1.43
三重県	7,214,600	1.23	115,570	1.39
滋賀県	3,600,890	1.29	180,790	1.29
京都府	12,597,140	1.49	1,894,340	1.80
大阪府	18,758,400	1.43	3,699,590	1.58
兵庫県	10,584,620	1.27	491,580	1.33
奈良県	1,707,670	1.27	91,580	1.51
和歌山県	3,774,090	1.16	250,350	1.15
鳥取県	2,395,980	1.21	42,860	1.28
島根県	2,640,200	1.24	20,060	1.41
岡山県	4,267,060	1.29	81,340	1.34
広島県	6,725,410	1.28	278,310	1.59
山口県	3,435,900	1.31	35,210	1.42
徳島県	1,819,890	1.38	27,790	1.28
香川県	2,732,610	1.25	125,720	1.21
愛媛県	2,947,480	1.23	51,190	1.28
高知県	2,335,870	1.23	25,570	1.49
福岡県	11,823,440	1.32	914,140	1.45
佐賀県	2,219,920	1.22	65,930	1.20
長崎県	5,670,420	1.27	371,410	1.33
熊本県	5,632,200	1.23	405,770	1.25
大分県	5,046,920	1.22	311,440	1.20
宮崎県	2,685,950	1.30	131,050	1.32
鹿児島県	5,587,770	1.36	209,870	1.28
沖縄県	12,222,330	1.64	1,353,070	1.71

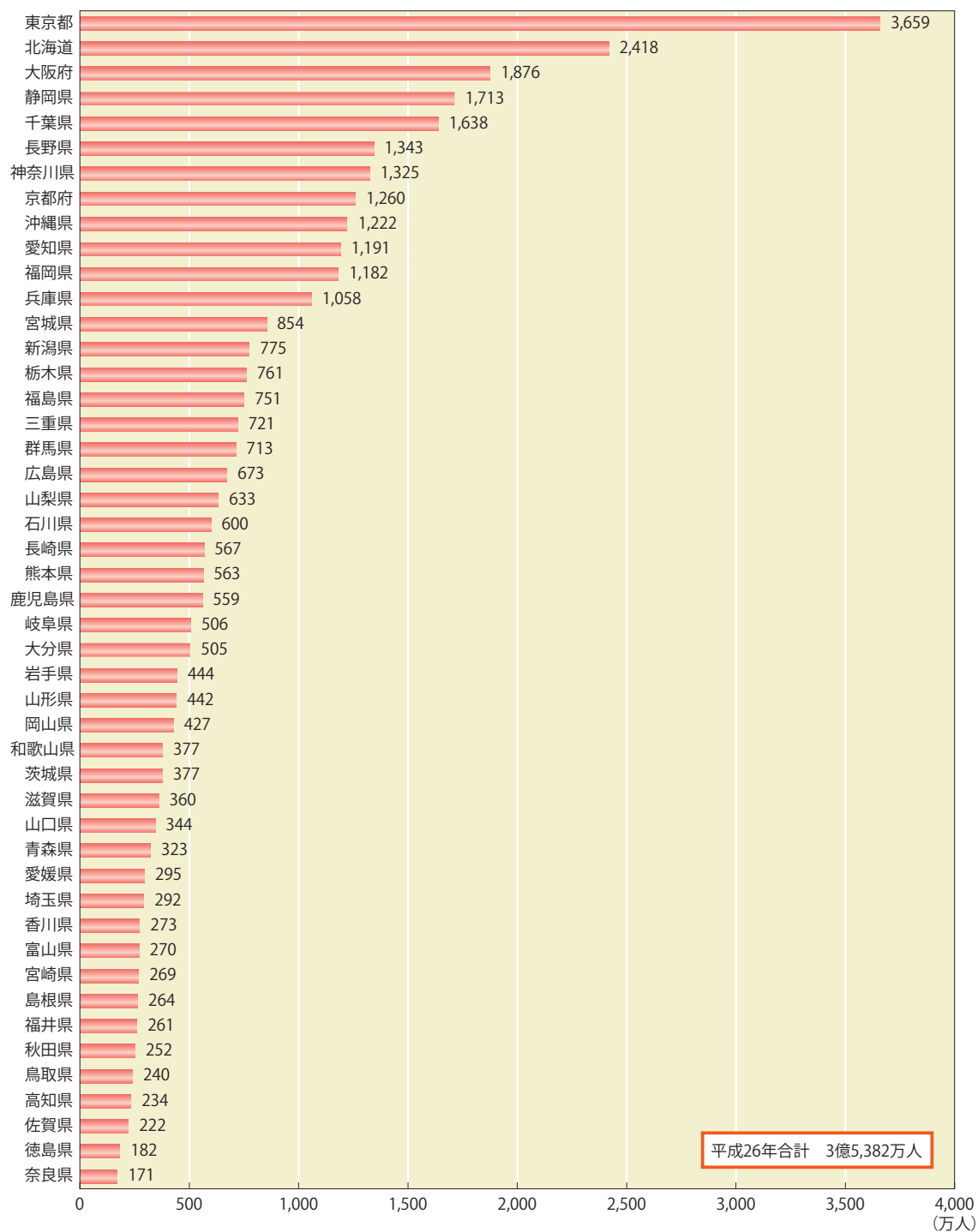
(注)1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 ここでいう平均宿泊数とは、同一施設における1人当たりの平均宿泊数を意味する。

3 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更があり得る。

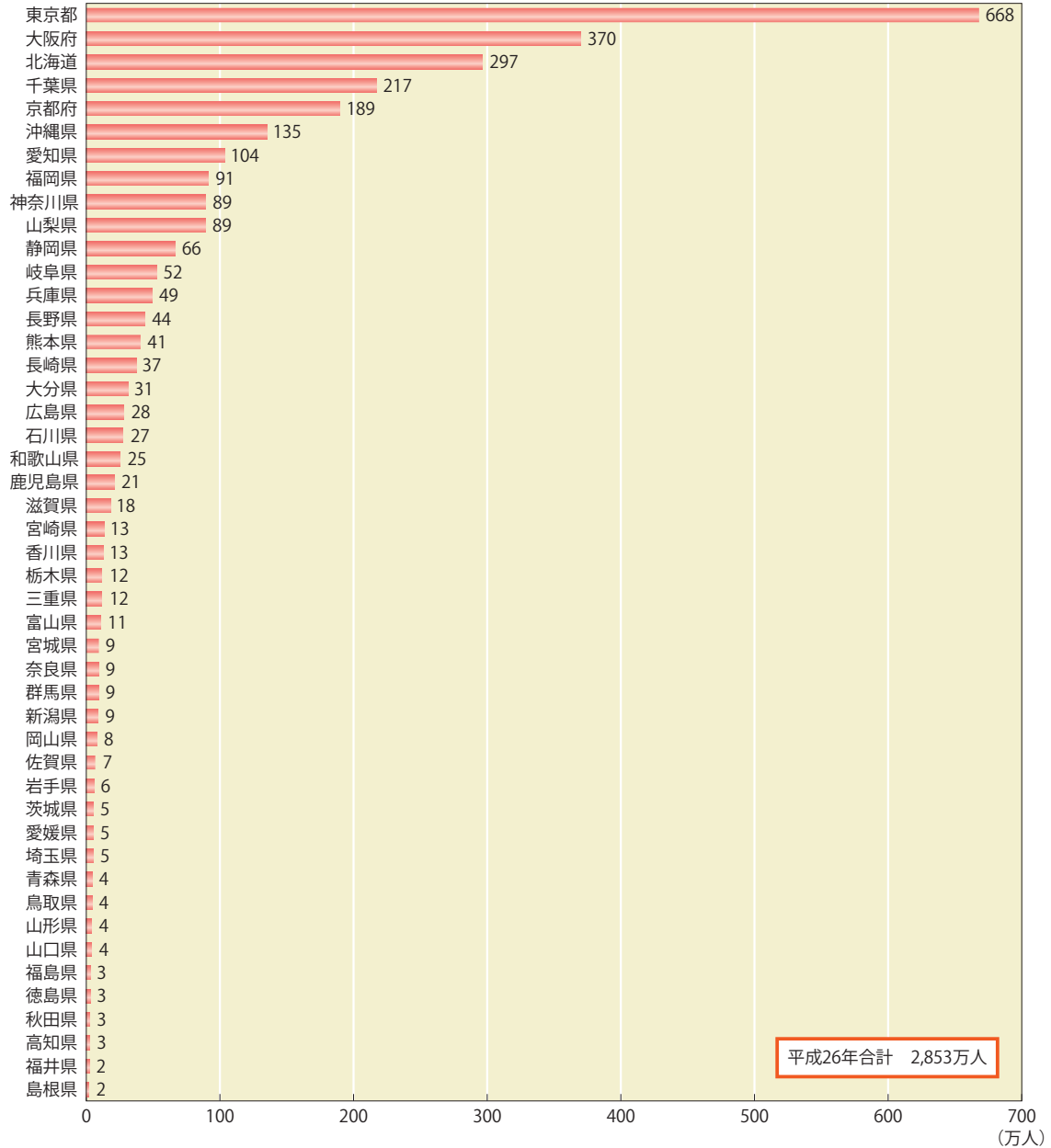
4 本表において、実宿泊者は外国人の実宿泊者数を含む。

資料19 都道府県別の実宿泊者数（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
 2 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料20 都道府県別の外国人実宿泊者数（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

2 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料21 都道府県別の実観光入込客数・観光消費額（2013年（平成25年））

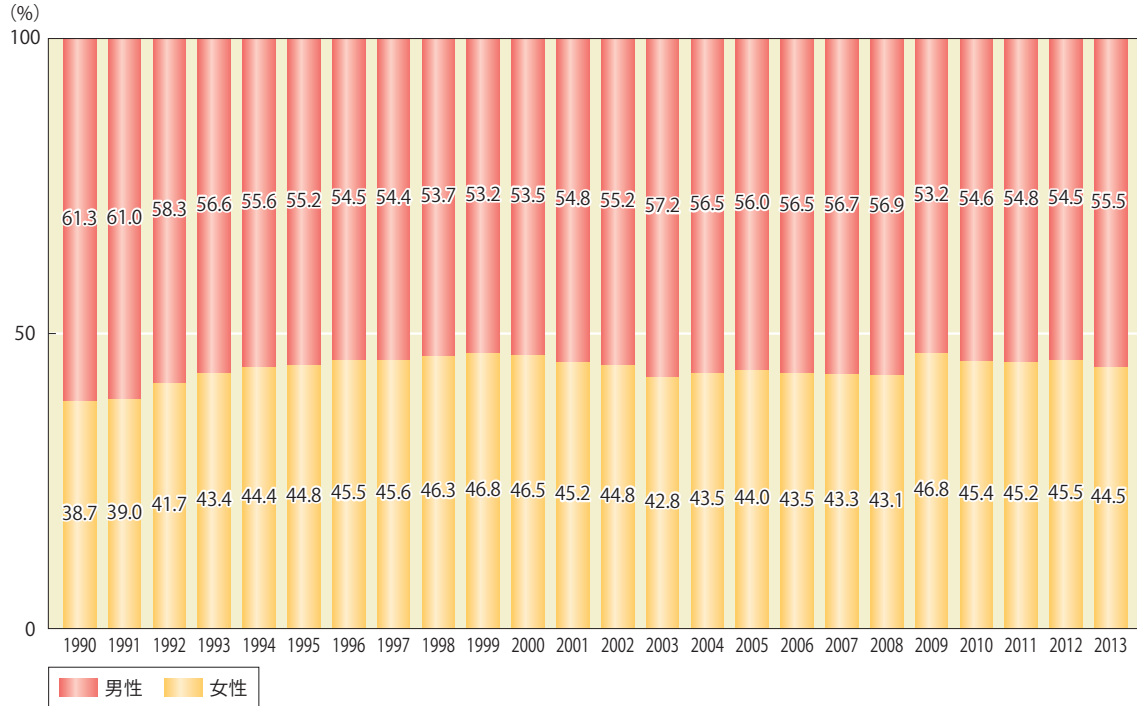
都道府県	入込客数(万人回)	観光消費額(億円)
北海道	5,290	7,941
青森県	1,305	1,478
岩手県	1,136	1,546
宮城県	2,446	2,740
秋田県	1,168	1,595
山形県	1,816	1,843
福島県	2,216	3,034
茨城県	3,224	2,376
栃木県	4,187	4,443
群馬県	2,889	2,424
埼玉県	9,937	3,412
千葉県	8,934	11,797
東京都	51,264	52,463
神奈川県 ^{(注)2}	—	—
新潟県	3,534	3,224
富山県 ^{(注)2}	—	—
石川県	1,635	2,882
福井県 ^{(注)2}	—	—
山梨県	2,968	3,643
長野県	3,761	5,752
岐阜県	3,844	2,659
静岡県	4,714	6,290
愛知県	10,344	6,667
三重県	3,715	3,968
滋賀県	1,864	1,700
京都府	6,129	6,521
大阪府 ^{(注)3}	—	—
兵庫県	7,034	5,970
奈良県	1,985	1,288
和歌山県	1,166	1,369
鳥取県	1,001	1,220
島根県	1,377	1,335
岡山県	1,127	1,344
広島県	2,285	2,263
山口県 ^{(注)2}	—	—
徳島県	1,044	1,134
香川県 ^{(注)2}	—	—
愛媛県	1,311	1,118
高知県	590	925
福岡県 ^{(注)2}	—	—
佐賀県	1,292	1,210
長崎県	1,645	2,586
熊本県	3,403	3,622
大分県	1,756	2,072
宮崎県	1,518	1,545
鹿児島県	1,671	3,284
沖縄県	1,069	5,003

(注)1 各都道府県「観光入込客数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。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。

2 神奈川県、富山県、福井県、山口県、香川県、福岡県は集計中。

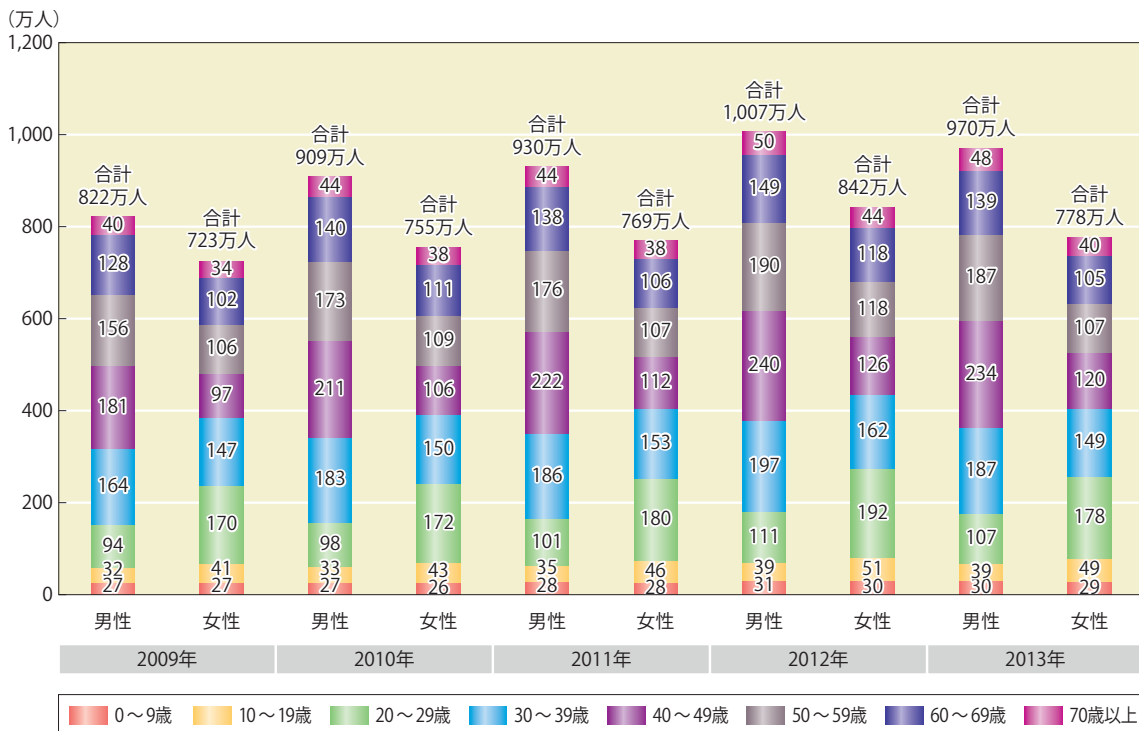
3 大阪府は共通基準未導入

資料23 日本人海外旅行者の性別構成比の推移



(注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

資料24 日本人海外旅行者数の性別・年齢階層別の推移



(注) 法務省資料に基づき観光庁作成。

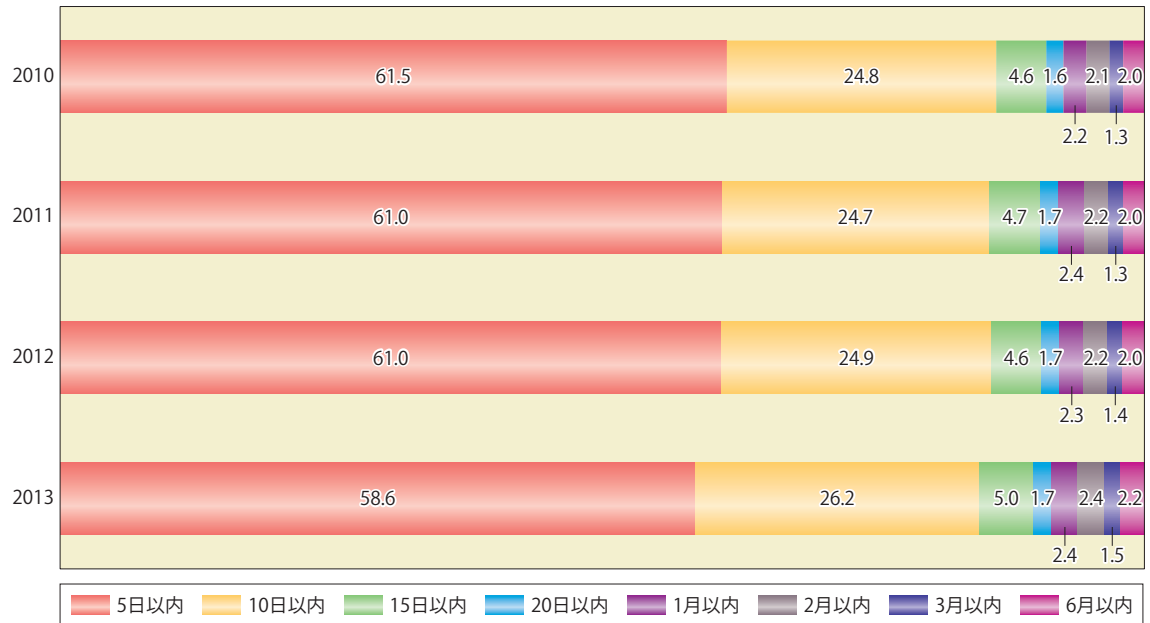
資料25 出国日本人の旅客輸送の状況

(単位:千人)

年	航空輸送									海上輸送	合計
	小計	新千歳	成田国際	東京国際 (羽田)	中部国際	関西国際	福岡	那覇	その他 地方空港		
2007	17,107	102	9,548	466	1,974	3,688	679	49	602	188	17,295
	(98.9)	(0.6)	(55.2)	(2.7)	(11.4)	(21.3)	(3.9)	(0.3)	(3.5)	(1.1)	(100.0)
2008	15,791	90	8,751	640	1,782	3,337	633	42	516	196	15,987
	(98.8)	(0.6)	(54.7)	(4.0)	(11.1)	(20.9)	(4.0)	(0.3)	(3.2)	(1.2)	(100.0)
2009	15,240	103	8,281	780	1,576	3,184	676	46	595	205	15,446
	(98.7)	(0.7)	(53.6)	(5.1)	(10.2)	(20.6)	(4.4)	(0.3)	(3.9)	(1.3)	(100.0)
2010	16,450	114	8,713	1,194	1,640	3,349	732	45	663	187	16,637
	(98.9)	(0.7)	(52.4)	(7.2)	(9.9)	(20.1)	(4.4)	(0.3)	(4.0)	(1.1)	(100.0)
2011	16,798	132	7,590	2,606	1,617	3,389	816	56	592	197	16,994
	(98.8)	(0.8)	(44.7)	(15.3)	(9.5)	(19.9)	(4.8)	(0.3)	(3.5)	(1.2)	(100.0)
2012	18,280	155	8,320	2,838	1,669	3,623	918	61	697	210	18,491
	(98.9)	(0.8)	(45.0)	(15.3)	(9.0)	(19.6)	(5.0)	(0.3)	(3.8)	(1.1)	(100.0)
2013	17,308	137	8,052	2,664	1,530	3,439	861	58	568	165	17,473
	(99.1)	(0.8)	(46.1)	(15.2)	(8.8)	(19.7)	(4.9)	(0.3)	(3.3)	(0.9)	(100.0)

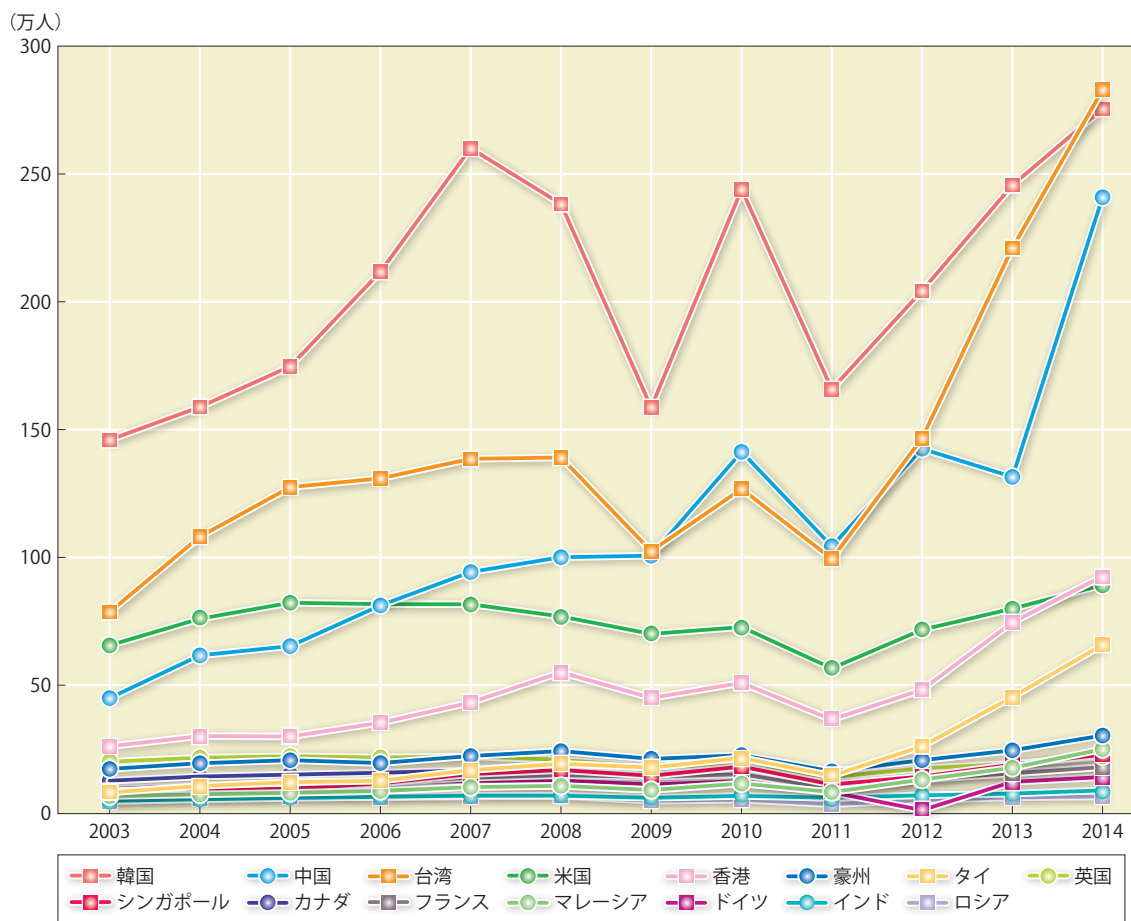
(注)1 法務省資料に基づき観光庁作成。
2 ()内は構成比(%)を示す。

資料26 日本人海外旅行者の滞在期間比率の状況



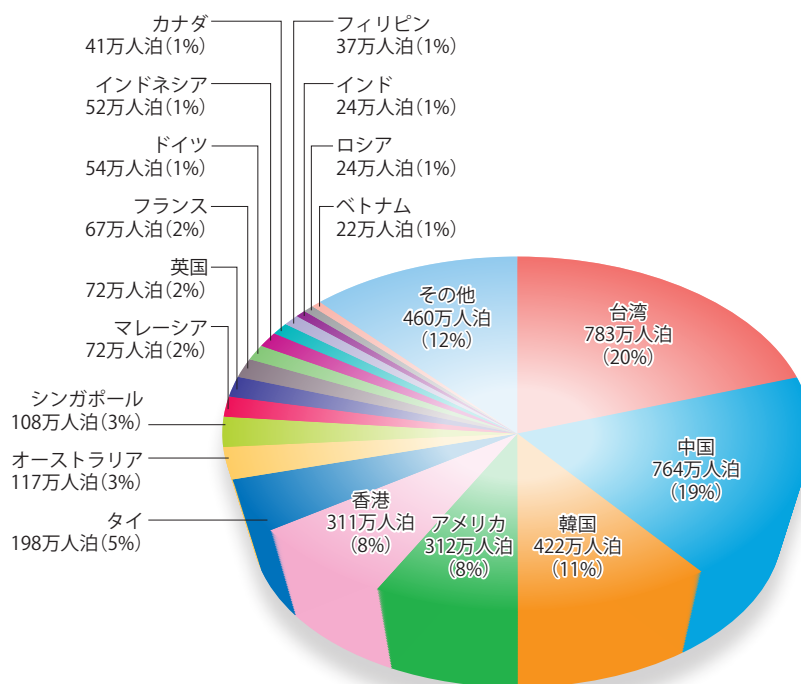
(注) 1 法務省資料に基づき観光庁作成。
2 滞在期間が6月以内の帰国日本人数について集計した。

資料28 訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移



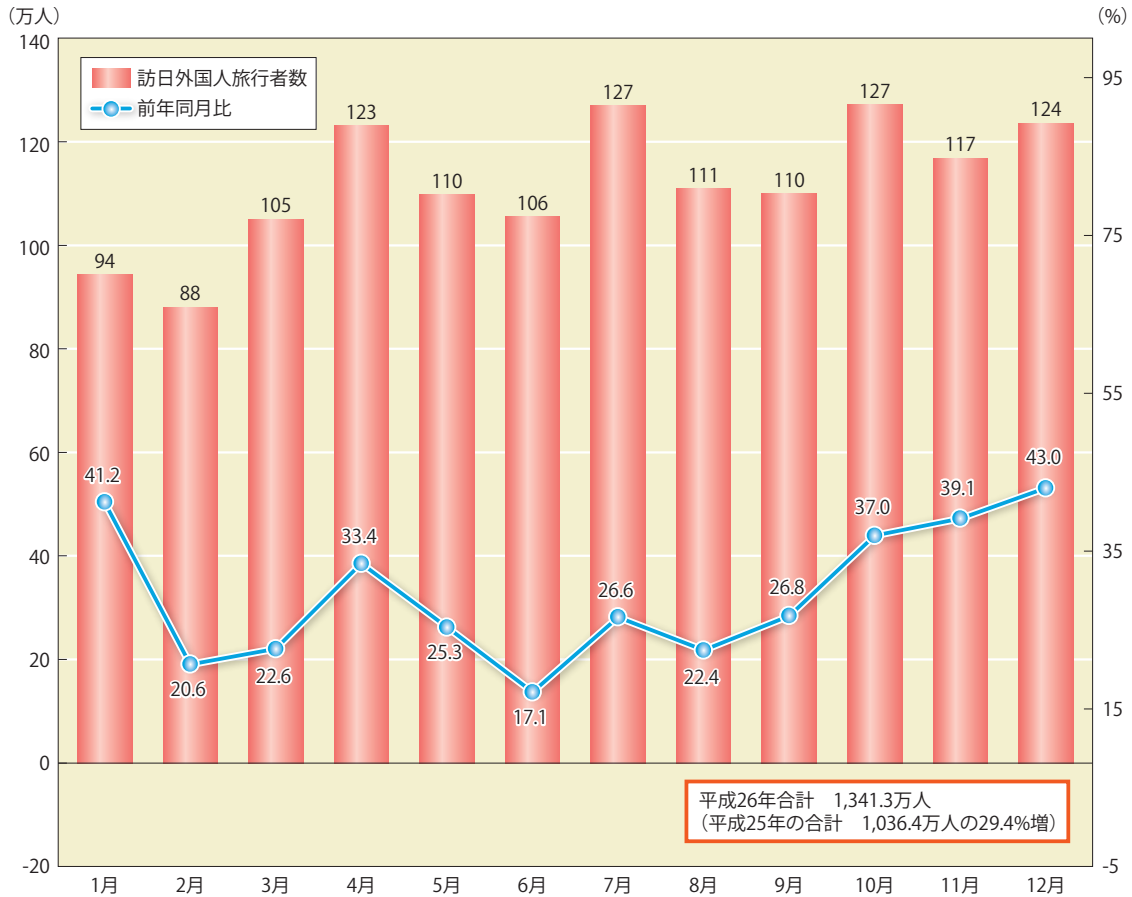
(注) 日本政府観光局(JNTO) 資料に基づき観光庁作成。

資料29 訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者数 (2014年 (平成26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者をいう。
 3 従業員数10人以上の施設に対する調査から作成。
 4 2014年(平成26年)の数値は速報値であり、確定値では若干の変更がある。

資料30 訪日外国人旅行者数の月別推移（2014年（平成26年））



(注) 日本政府観光局(JNTO) 資料に基づき観光庁作成。

資料31 訪日外国人旅行者の訪問率上位都府県の推移

(単位:%)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	東京都 58.2	東京都 58.9	東京都 58.8	東京都 60.3	東京都 50.6	東京都 51.3	東京都 47.3	東京都 51.4
2	大阪府 25.8	大阪府 25.0	大阪府 24.4	大阪府 26.1	大阪府 25.2	大阪府 24.0	大阪府 25.1	大阪府 27.9
3	京都府 21.8	京都府 21.4	京都府 20.6	京都府 24.0	京都府 16.7	京都府 17.3	京都府 18.9	京都府 21.9
4	神奈川県 16.3	神奈川県 16.0	神奈川県 16.7	神奈川県 17.8	神奈川県 11.8	神奈川県 12.7	神奈川県 11.2	神奈川県 12.3
5	千葉県 11.4	千葉県 11.8	千葉県 12.7	千葉県 15.0	千葉県 9.7	千葉県 9.8	千葉県 9.6	千葉県 11.7
延べ訪問率	235.0	234.3	230.2	248.4	192.9	198.8	201.5	214.3

- (注) 1 国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び日本政府観光局(JNTO)「JNTO訪日外客訪問地調査2011」による。
 2 訪問率とは、「今回の旅行中に当該地を訪問した」と答えた回答者数÷全回答者数×100により求めたもの。
 3 延べ訪問率とは、各都道府県の訪問率を足し合わせたもの。
 4 平成19年度までは年度、平成20年以降は暦年で集計している。
 5 平成22年までは「JNTO訪日外客訪問地調査」、平成23年からは「訪日外国人消費動向調査」による推計値であるため、以前の調査結果と直接比較できない。

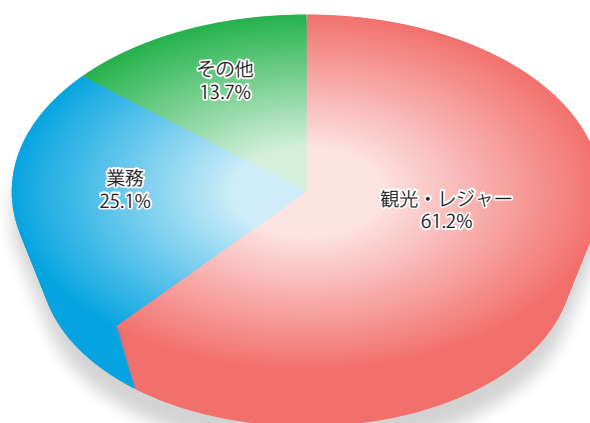
資料32 訪日外国人旅行者数の目的別推移

(単位:人)

人数	合計	観光客	商用客 その他の客
2007	8,346,969 [100.0] (113.8)	5,954,180 [71.3] (118.3)	2,392,789 [28.7] (104.0)
2008	8,350,835 [100.0] (100.0)	6,048,681 [72.4] (101.6)	2,302,154 [27.6] (96.2)
2009	6,789,658 [100.0] (81.3)	4,759,833 [70.1] (78.7)	2,029,825 [29.9] (88.2)
2010	8,611,175 [100.0] (126.8)	6,361,974 [73.9] (133.7)	2,249,201 [26.1] (110.8)
2011	6,218,752 [100.0] (72.2)	4,057,235 [65.2] (63.8)	2,161,517 [34.8] (96.1)
2012	8,358,105 [100.0] (134.4)	6,041,645 [72.3] (148.9)	2,316,460 [27.7] (107.2)
2013	10,363,904 [100.0] (124.0)	7,962,517 [76.8] (131.8)	2,401,387 [23.2] (103.7)
2014	13,413,467 [100.0] (129.4)	10,880,604 [81.1] (136.6)	2,532,863 [18.9] (105.5)

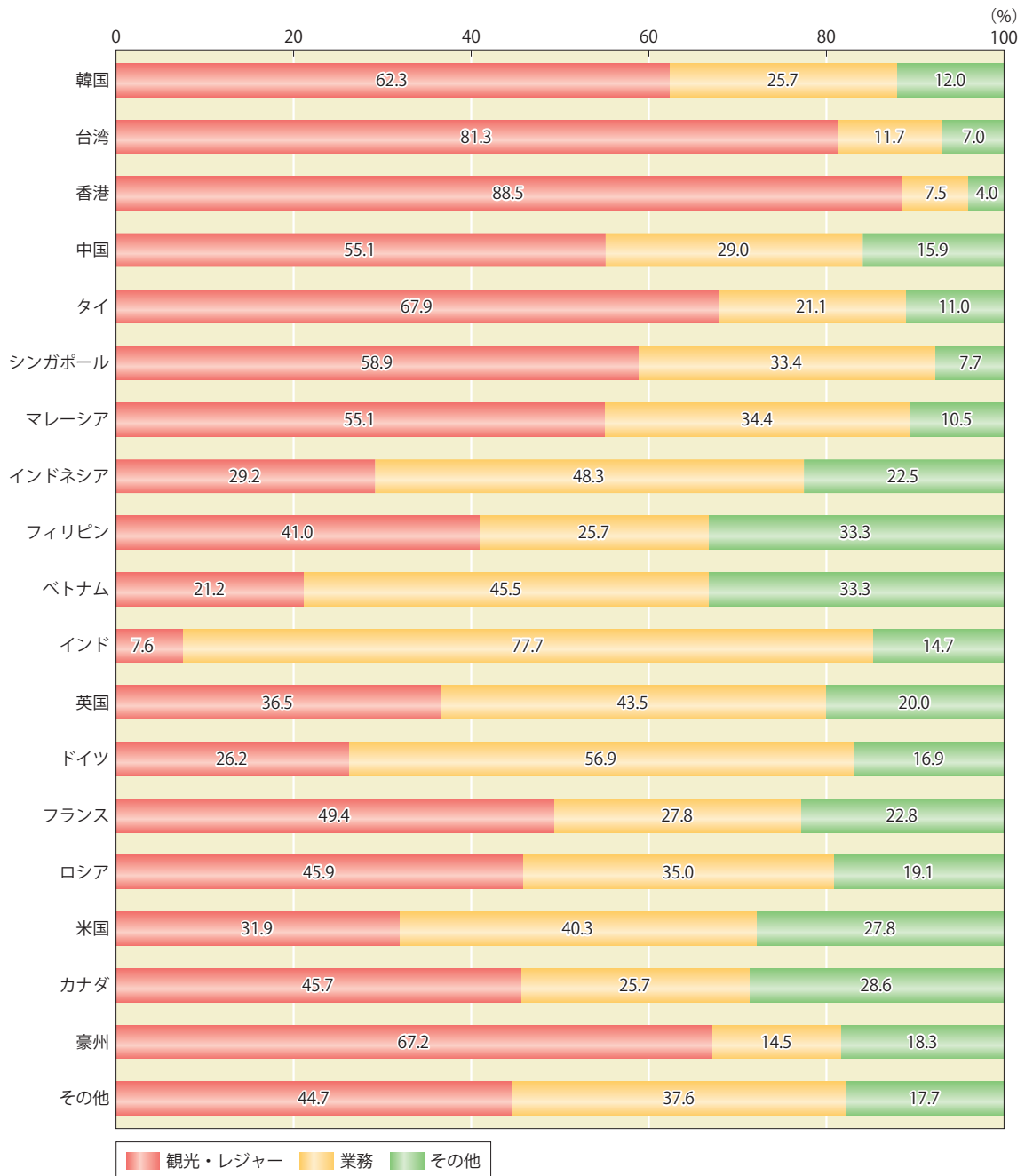
(注)1 日本政府観光局(JNTO)資料に基づき観光庁作成。
2 []内は構成比(%)を、()内は前年比(%)を示す。

資料33 訪日外国人旅行者の目的別割合 (2014年(平成26年))



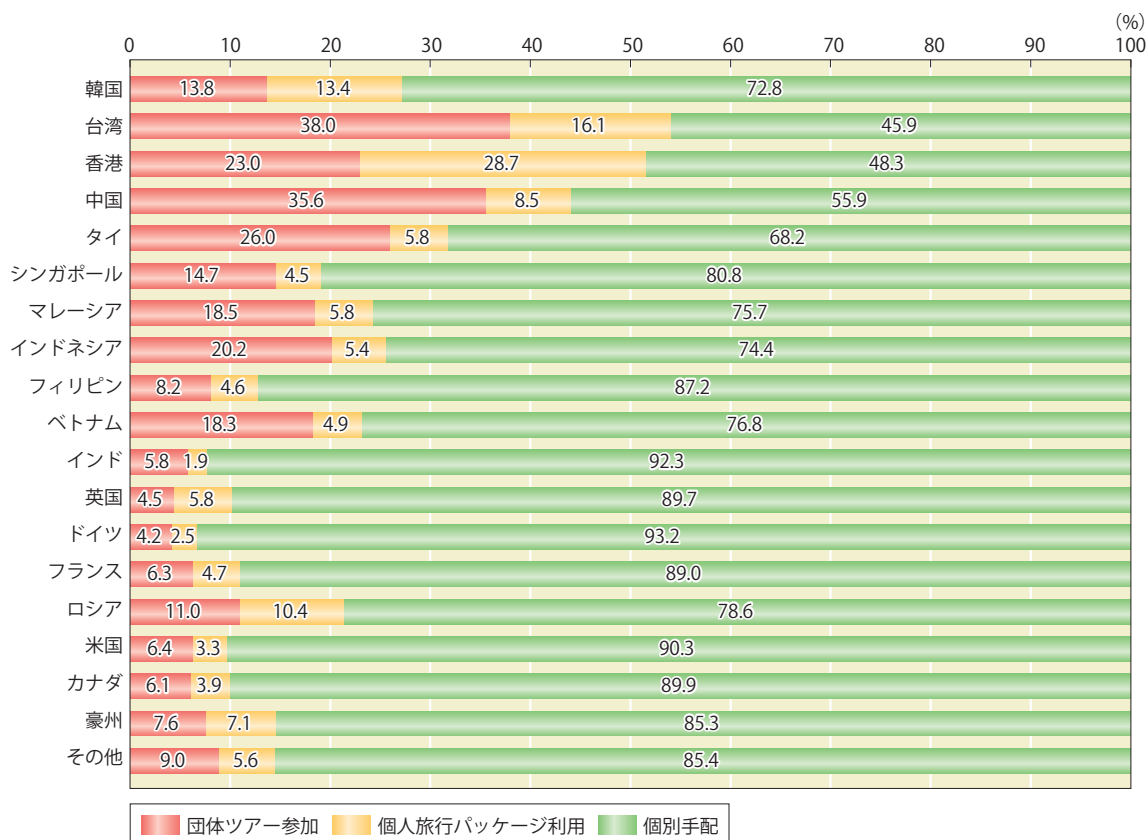
(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料34 国・地域別訪日外国人旅行者の目的別比率（2014年（平成26年））



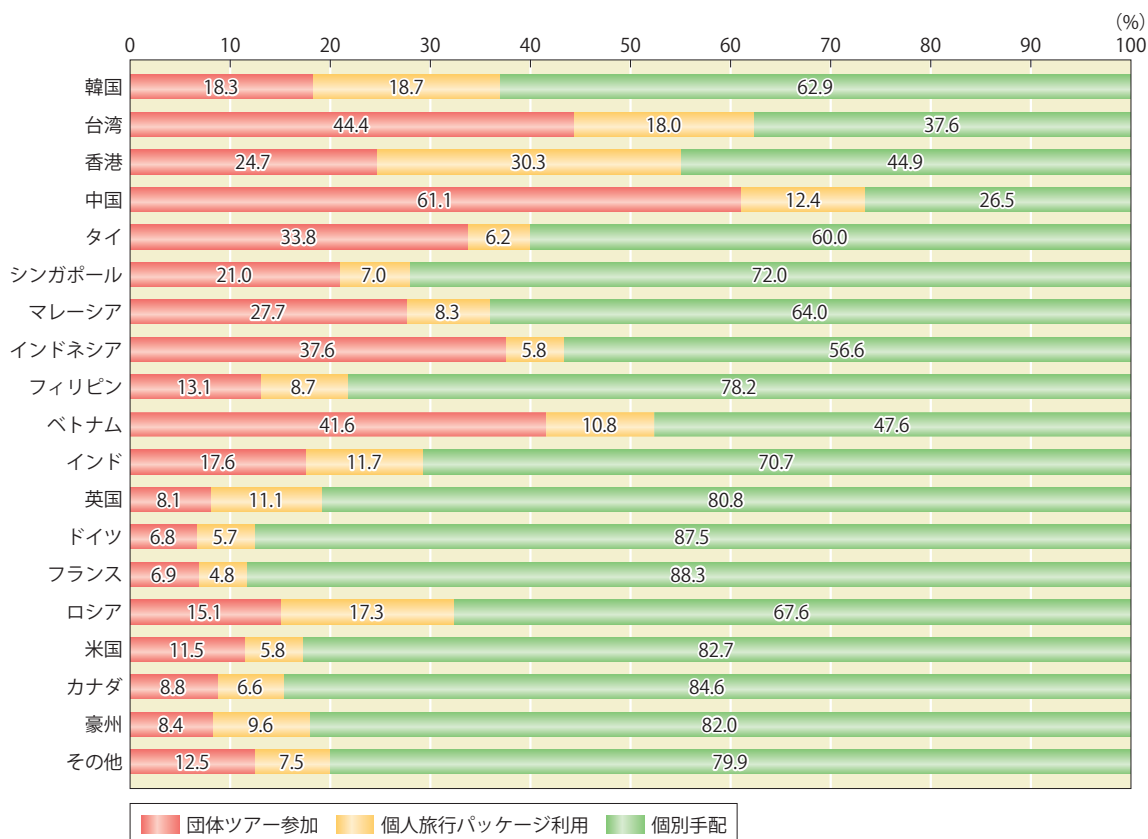
(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料35 国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率（全目的）（2014年（平成26年））



(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料36 国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率（観光・レジャー目的）（2014年（平成26年））



(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

資料37 入国外国人の旅客輸送の推移

(単位:千人)

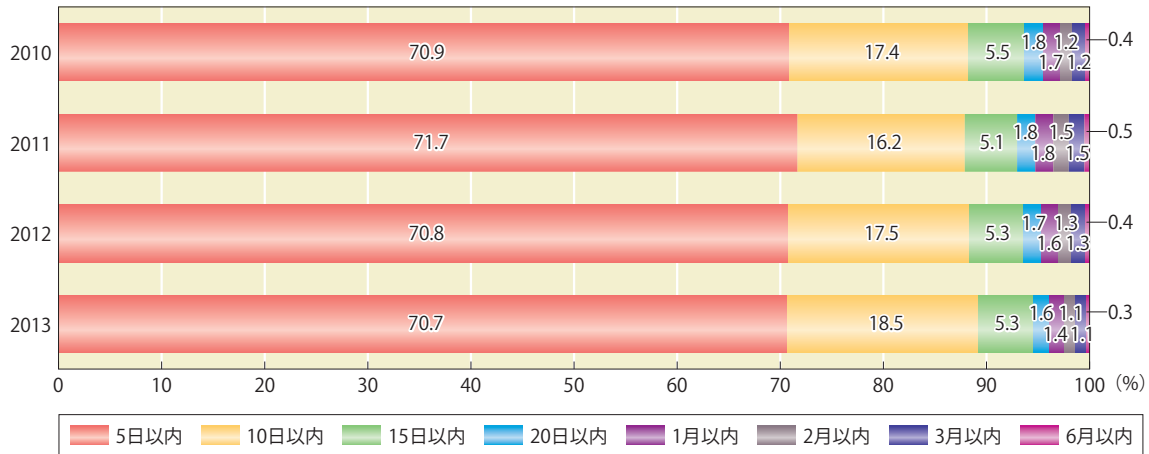
年	航空輸送									海上輸送	合計
	小計	新千歳	成田国際	東京国際 (羽田)	中部国際	関西国際	福岡	那覇	その他 地方空港		
2007	8,486	301	4,376	441	596	1,647	433	84	608	666	9,152
	(92.7)	(3.3)	(47.8)	(4.8)	(6.5)	(18.0)	(4.7)	(0.9)	(6.6)	(7.3)	(100.0)
2008	8,448	311	4,283	533	596	1,641	426	106	550	698	9,146
	(92.4)	(3.4)	(46.8)	(5.8)	(6.5)	(17.9)	(4.7)	(1.2)	(6.0)	(7.6)	(100.0)
2009	7,147	298	3,789	512	415	1,349	320	88	376	435	7,581
	(94.3)	(3.9)	(50.0)	(6.8)	(5.5)	(17.8)	(4.2)	(1.2)	(5.0)	(5.7)	(100.0)
2010	8,741	363	4,196	751	507	1,745	484	140	555	703	9,444
	(92.6)	(3.8)	(44.4)	(8.0)	(5.4)	(18.5)	(5.1)	(1.5)	(5.9)	(7.4)	(100.0)
2011	6,682	290	2,820	908	417	1,339	407	163	338	453	7,135
	(93.6)	(4.1)	(39.5)	(12.7)	(5.8)	(18.8)	(5.7)	(2.3)	(4.7)	(6.4)	(100.0)
2012	8,567	390	3,562	1,098	476	1,792	561	231	458	605	9,172
	(93.4)	(4.3)	(38.8)	(12.0)	(5.2)	(19.5)	(6.1)	(2.5)	(5.0)	(6.6)	(100.0)
2013	10,637	506	4,263	1,293	574	2,323	687	374	616	618	11,255
	(94.5)	(4.5)	(37.9)	(11.5)	(5.1)	(20.6)	(6.1)	(3.3)	(5.5)	(5.5)	(100.0)

(注)1 法務省資料に基づき観光庁作成。

2 内は構成比(%)を示す。

3 図 I-1-2-7等の訪日外国人旅行者数は、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者(当該国発行の旅券を所持した入国者)から日本に居住する外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者の数であるため、本表の数値とは一致しない。

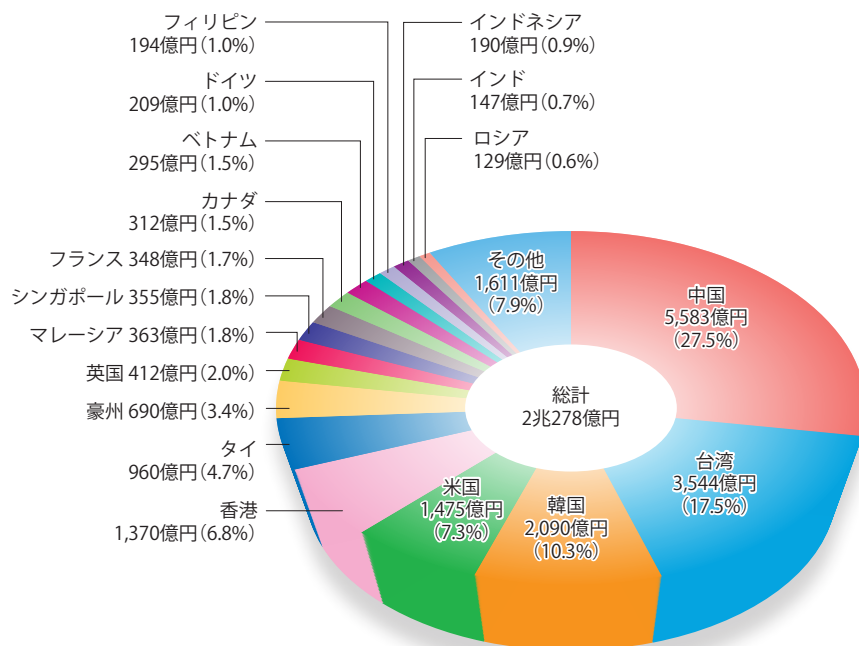
資料38 訪日外国人旅行者の滞在期間比率の状況



(注)1 法務省資料に基づき観光庁作成。

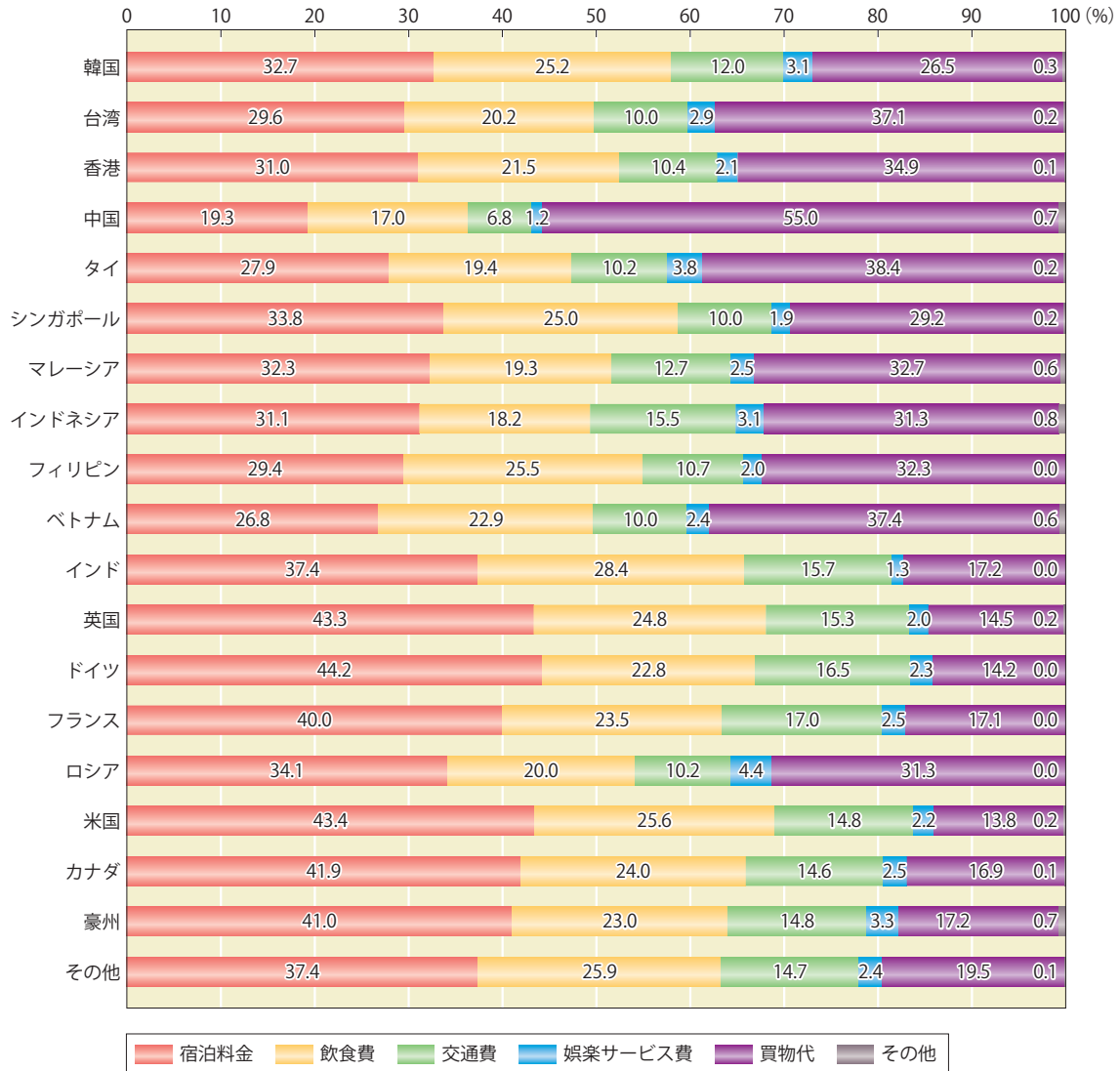
2 滞在期間が6月以内の入国人数について集計した。

資料39 訪日外国人旅行者の国・地域別旅行消費額（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。
 2 数値は暫定値。

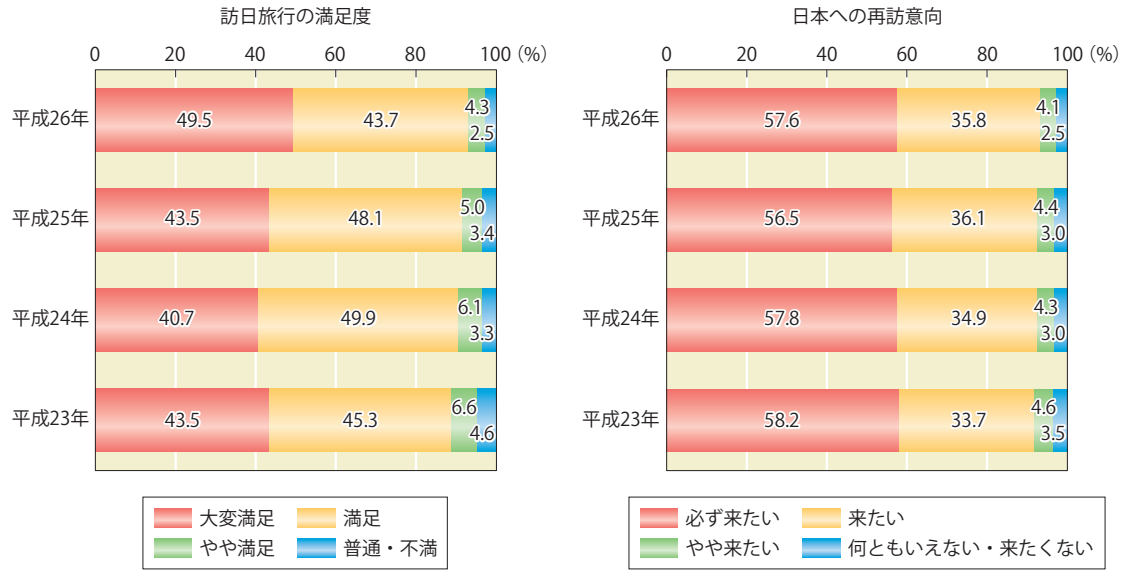
資料40 訪日外国人旅行者の国・地域別旅行支出構成比（2014年（平成26年））



(注) 1 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

2 旅行支出とは旅行中支出にパッケージツアー参加費のうちの日本国内に支払われる支出を加えたもの。

資料41 訪日外国人旅行者の満足度・再訪意向



資料42 日本人旅行者の1人1回当たり旅行消費額

(円/人回)

	平成23年	平成24年	平成25年
国内旅行			
宿泊旅行	47,149	47,444	48,094
観光・レクリエーション	53,166	52,938	53,647
帰省・知人訪問等	38,787	39,148	39,143
出張・業務	42,963	43,923	45,178
日帰り	16,567	14,972	15,383
観光・レクリエーション	16,314	15,211	15,335
帰省・知人訪問等	17,730	15,607	16,409
出張・業務	16,357	13,587	14,678
海外旅行	249,522	242,340	253,284
観光・レクリエーション	241,758	240,941	271,144
帰省・知人訪問等	214,820	231,738	236,302
出張・業務	280,674	250,122	210,511

(注)1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
 2 海外旅行については、国内消費額他、旅行中の海外での消費額を含む。

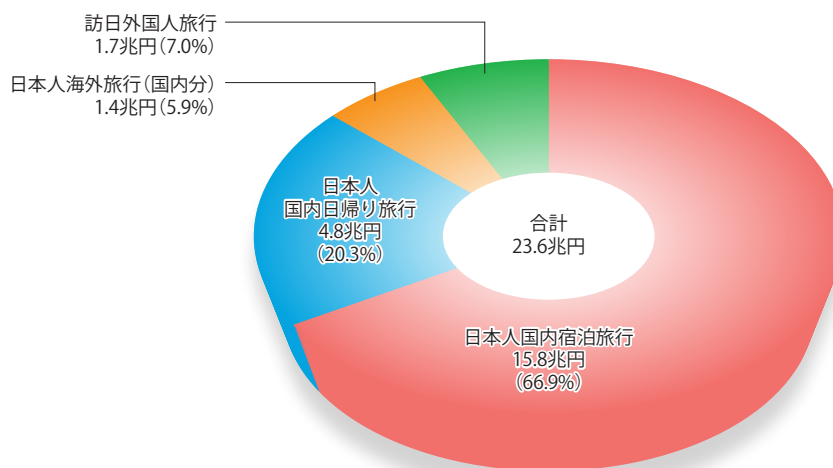
資料43 旅行消費額の推計 (2013年 (平成25年))

(単位:十億円)

費目	a	b	c	d=a+b+c	e	f=d+e
	宿泊旅行 (国内)	日帰り旅行 (国内)	海外旅行 (国内分)	国民の旅行 (国内分)	訪日外国人 旅行	国内の 旅行消費額
旅行消費額 (旅行中+前後)	15,751	4,771	1,388	21,909	1,650	23,559
対前年比	2.7%	7.3%	-2.6%	3.3%	27.7%	4.7%
旅行前後支出	2,347	797	349	3,493		
旅行前支出	2,226	747	330	3,303		
旅行後支出	121	50	18	190		
旅行中支出	12,999	3,973	1,039	18,012		
旅行会社収入	246	34	170	451		
交通費	5,065	2,024	749	7,838		
宿泊費	3,328	0	20	3,348		
飲食費	1,748	540	21	2,309		
土産代・買物代	1,890	921	70	2,882		
入場料・施設利用料	541	398	0	939		
その他	182	55	8	245		
別荘の帰属家賃	404	0	0	404		
			g		h=d+g	
			海外旅行 (海外分)		国民の旅行 (海外分含)	
			3,153		25,062	

(注) 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。

資料44 国内の旅行消費額の市場別内訳 (2013年 (平成25年))



(注) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支統計(確報)」により観光庁作成。

資料45 日本国内における旅行消費額の経済効果（2013年（平成25年））

	旅行消費額 (最終需要)	(単位:兆円)			(単位:兆円)			(単位:万人)		
		生産波及効果			付加価値効果			雇用効果		
		直接効果	波及効果 (直接+1次効果)	波及効果 (直接+1次+2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次効果)	波及効果 (直接+1次+2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次効果)	波及効果 (直接+1次+2次効果)
平成25年 日本国内における旅行・観光消費の経済波及効果	23.6	22.4	38.9	48.8	11.3	19.4	24.9	224	341	419
産業全体に占めるシェア*		2.4%	4.2%	5.1%	2.4%	4.0%	5.2%	3.3%	5.0%	6.2%
乗数(波及効果/直接効果)			1.7	2.2		1.7	2.2		1.5	1.9
平成24年 推計値	22.5	21.5	37.3	46.7	10.9	18.6	23.8	213		399
対前年増加率 (平成25年/平成24年)	4.9%	4.2%	4.2%	4.4%	4.3%	4.3%	4.5%	5.3%	5.0%	5.0%

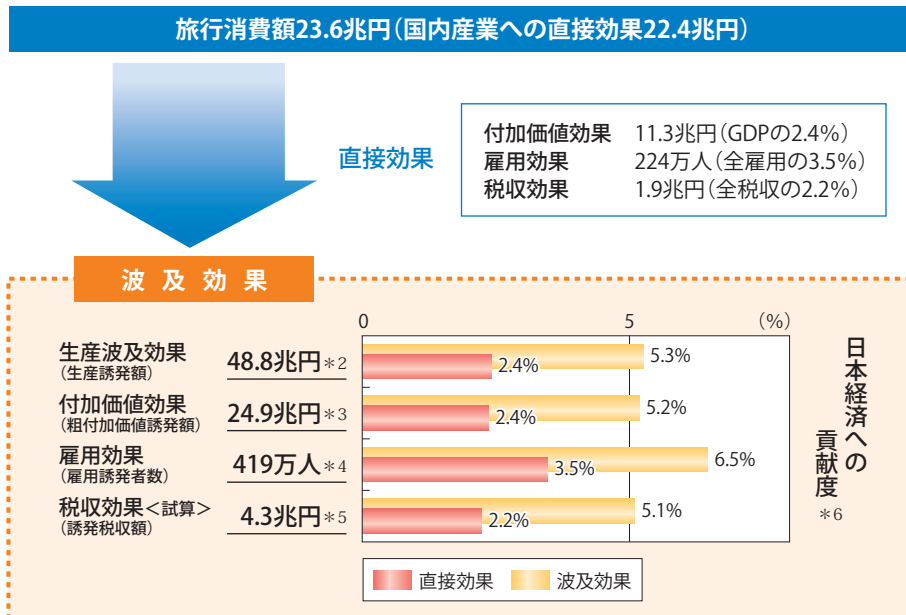
※産業全体に相当する数値
 平成25年産出額 927.7兆円
 平成25年GDP(名目) 480.1兆円
 平成25年就業者数 6,474万人

	実効税率	直接効果	波及効果	
			直接効果+1次効果	直接+1次効果+2次効果
間接税	5.0%	568	971	1,246
直接税	個人	862	1,435	1,778
	法人	473	938	1,324
合計		1,903	3,344	4,348
平成25年度税収(85.3兆円)に占める割合		2.2%	3.9%	5.1%

(単位:十億円)

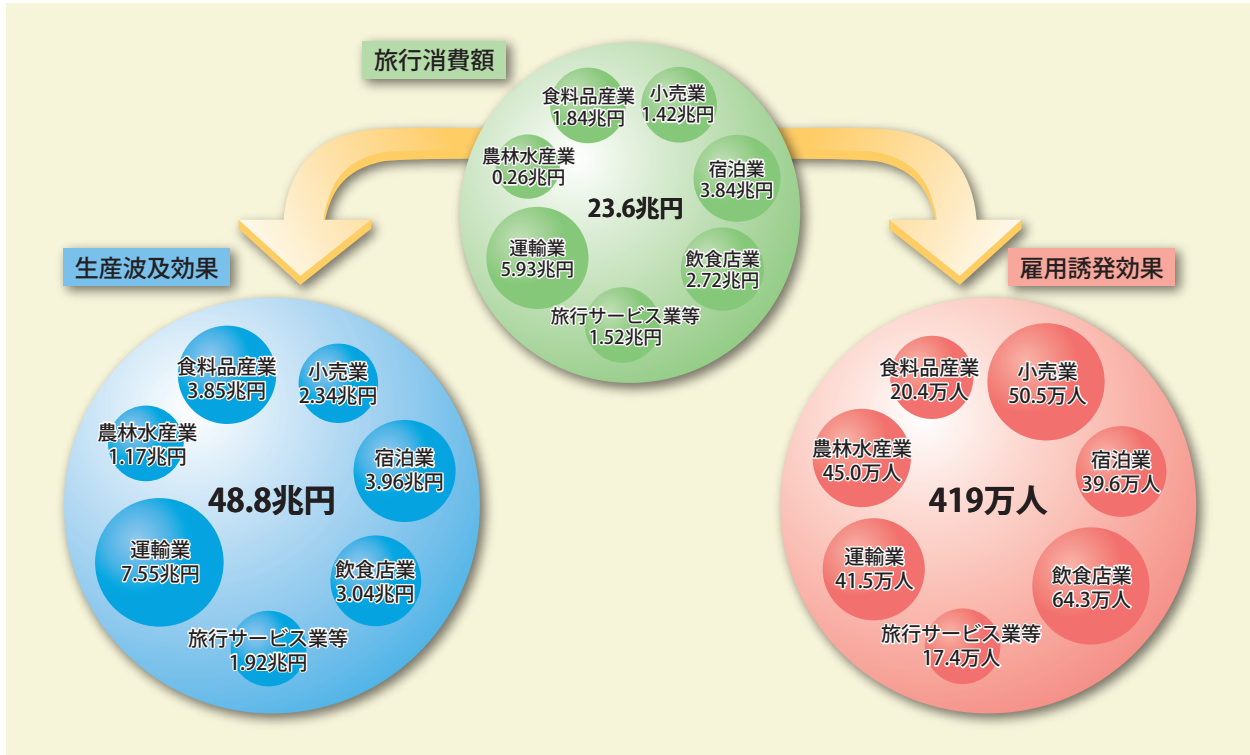
(注)1 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。
 2 平成25年度税収は、国税収入(決算額)と地方税収入(見込額)を足し合わせたもの。

資料46 旅行消費が日本国内にもたらす経済効果（2013年（平成25年））



(注) 1 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。
 2 国民経済計算における産出額927.7兆円に対応(平成25年)。
 3 国民経済計算における名目GDP480.1兆円に対応(平成25年)。
 4 国民経済計算における就業者数6,474万人に対応(平成25年)。
 5 国税+地方税85.3兆円に対応(平成25年度)。
 6 ここで言う貢献度とは全産業に占める比率。

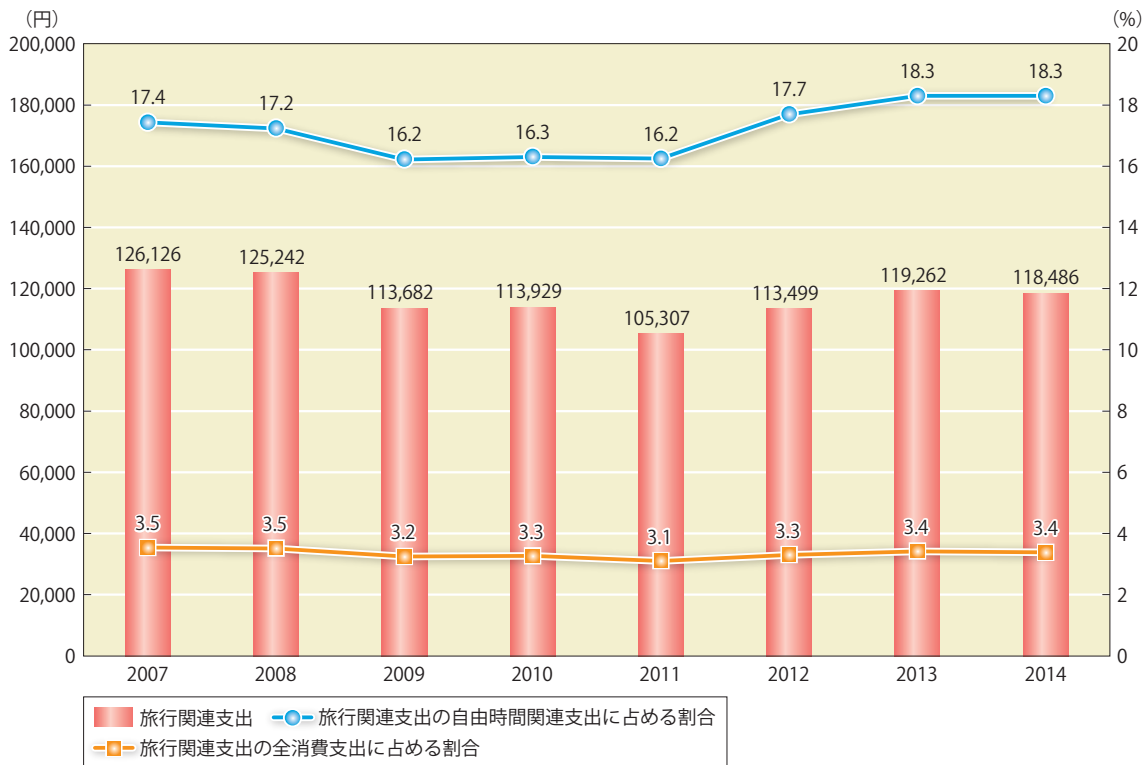
資料47 旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果（2013年（平成25年））



(注) 1 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」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生じた効果を示したものの(例えば、旅行・観光消費が発生し、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者の給与の増加によりもたらされた産業全体の新たな生産を反映したもの)

資料48 旅行関連の支出の推移



(注) 1 総務省統計局「家計調査」(二人以上の世帯(農林漁家世帯を除く))により観光庁作成。

2 自由時間関連支出とは、外食、テレビ・パソコン等の耐久財、読書等の教養娯楽、スポーツ用品等に支出した金額。

3 旅行関連支出とは、「宿泊費(宿泊料、バック旅行)」、「交通費(鉄道運賃、航空運賃、有料道路料、他の交通)」、「旅行用かばん」に支出した金額。

資料49 日本国内の輸送機関別旅客輸送量の推移

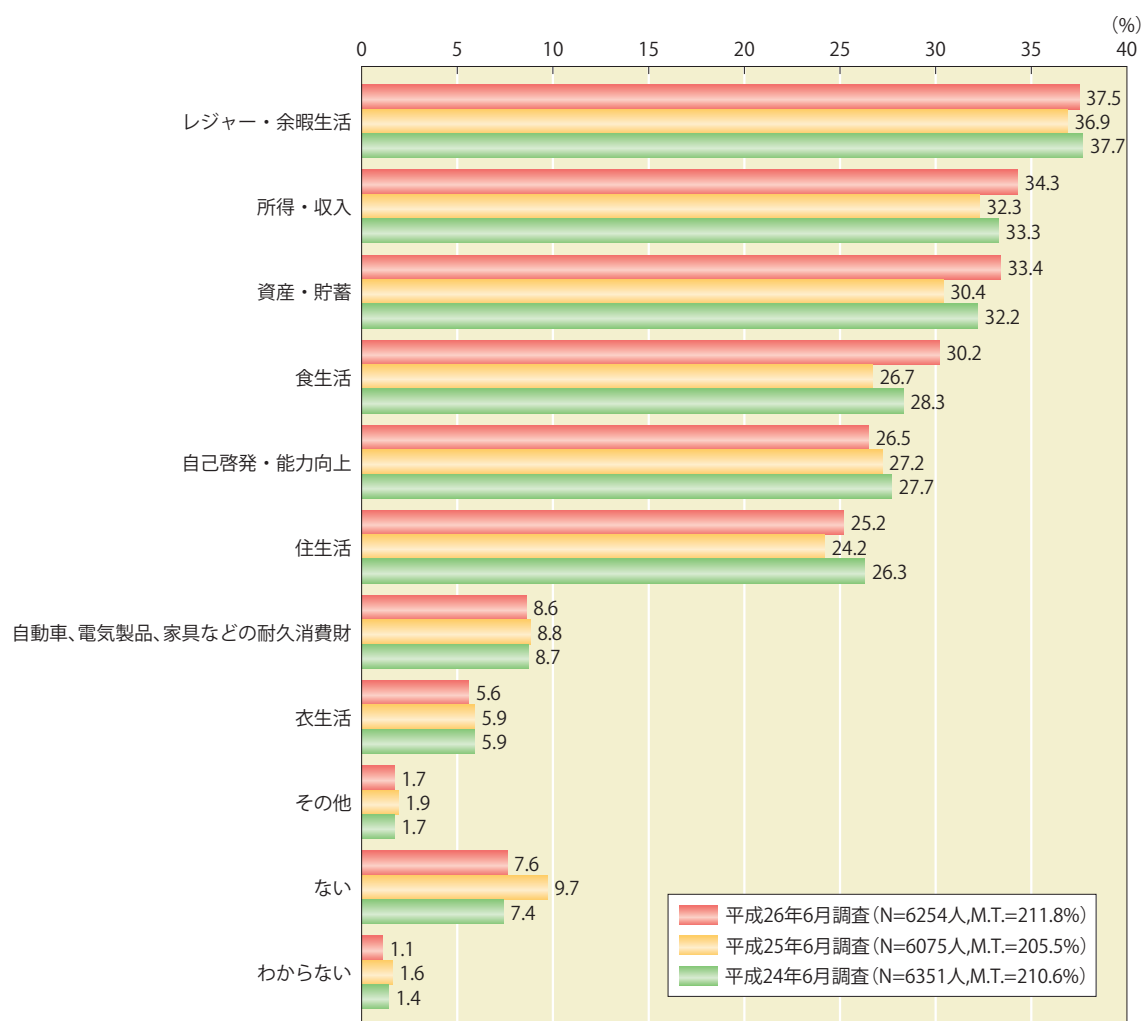
(単位:百万人)

年	区分	鉄道						航空	フェリー
		JR			民鉄				
		定期外 (内数)	新幹線 (内数)	定期外 (内数)					
輸送人員	2006	22,129	8,740	3,352(0.7)	303(0.8)	13,389	5,946(1.1)	96(2.0)	3.1(△6.2)
	2007	22,680	8,924	3,454(3.1)	313(3.2)	13,756	6,144(3.3)	96(△0.8)	3.0(△2.1)
	2008	23,021	9,026	3,501(1.3)	316(0.8)	13,995	6,294(2.4)	93(△2.8)	2.8(△8.6)
	2009	22,738	8,853	3,373(△3.6)	290(△8.2)	13,885	6,208(△1.4)	84(△9.6)	2.4(△13.7)
	2010	22,796	8,876	3,380(0.2)	295(2.0)	13,920	6,262(0.9)	84(0.5)	2.2(△6.5)
	2011	22,466	8,755	3,291(△2.6)	299(1.2)	13,711	6,091(△2.7)	78(△8.0)	2.2(△1.9)
	2012	23,099	8,957	3,439(4.5)	320(7.1)	14,142	6,358(4.4)	85(9.5)	2.2(△0.2)
	2013	23,281	9,019	3,492(1.5)	329(2.7)	14,262	6,401(1.6)	91(7.1)	2.3(2.7)
	2014	23,734	9,165	3,535(1.2)	339(3.2)	14,569	6,448(0.7)	95(3.9)	2.2(△4.1)

(注)1 国土交通省「国土交通月例経済」(平成27年3月号)より観光庁作成。

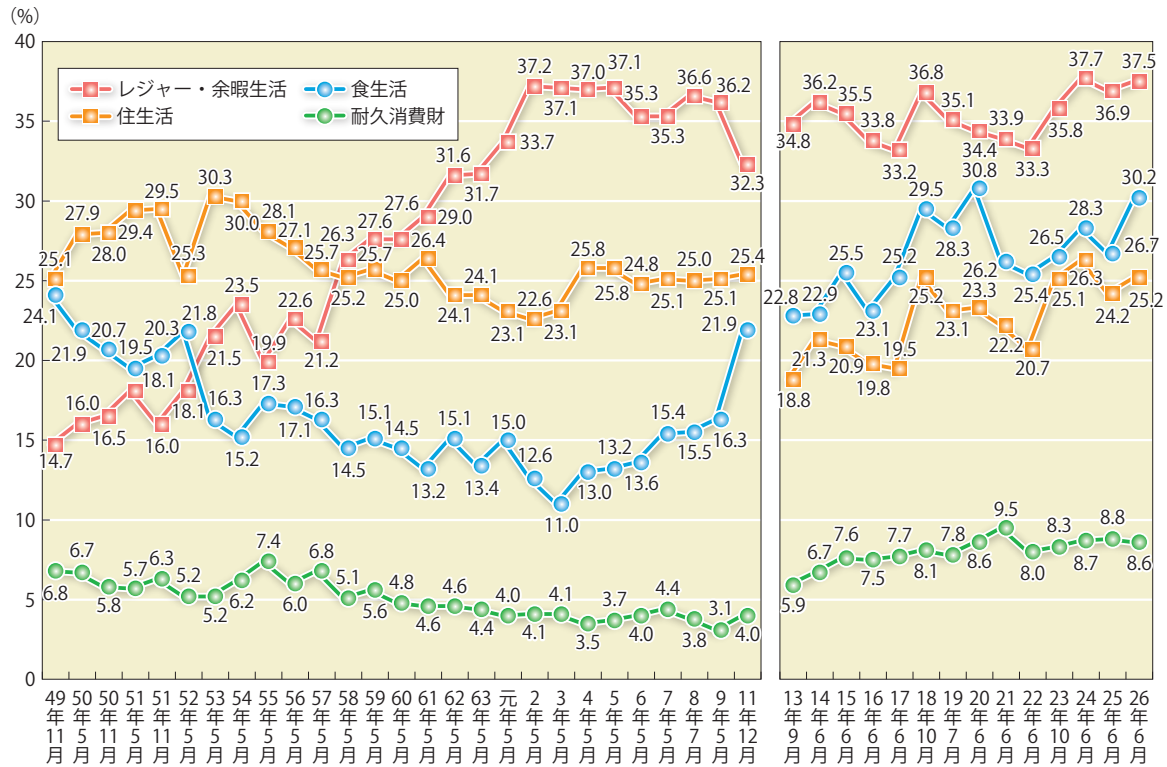
- 2 ()の数値は前年比伸び率を示す。
- 3 2014年(平成26年)の値は速報値。
- 4 フェリーは長距離の輸送人員を示す。

資料50 今後の生活の力点



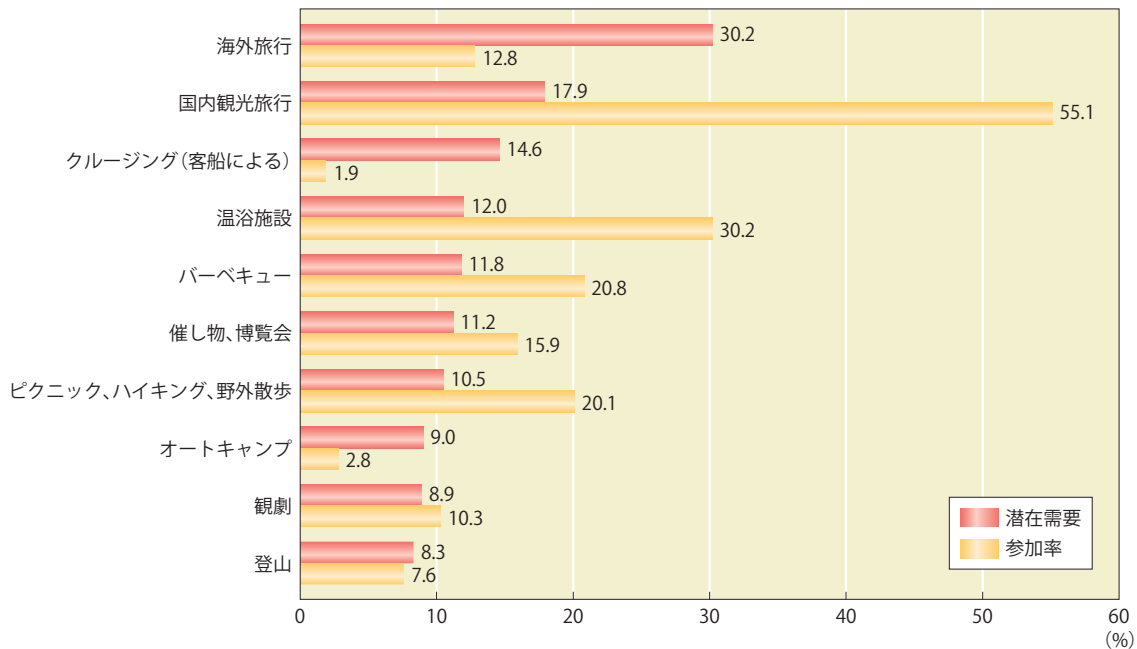
(注) 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」による。

資料51 今後の生活の力点の推移



- (注) 1 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」による。
 2 耐久消費財とは、自動車・電気製品・家具などの耐久消費財。
 3 平成11年以前は単数回答、平成13年以降は複数回答で聞いているため、以前の調査結果と直接比較できない。

資料52 余暇活動の潜在需要上位10種目 (2013年 (平成25年))



(注) 公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2014」による。

資料53 現在の生活に対する満足度（2014年（平成26年））

	該当者数	満足			不満			どちらとも いえない	わからない
			満足している	まあ 満足している		やや 不満だ	不満だ		
単位	人	%	%	%	%	%	%	%	
総数	6,254	70.3	9.5	60.8	29.0	23.0	5.9	0.7	0.1
〔性〕									
男性	2,901	69.5	8.0	61.5	29.9	23.2	6.7	0.5	0.1
女性	3,353	70.9	10.8	60.1	28.2	22.9	5.3	0.9	0.1
〔年齢〕									
20～29歳	436	79.1	16.3	62.8	20.6	17.2	3.4	0.2	—
30～39歳	827	70.7	9.4	61.3	28.5	23.8	4.7	0.7	—
40～49歳	1,128	69.6	7.2	62.4	30.0	24.6	5.4	0.4	—
50～59歳	1,073	65.4	7.5	58.0	33.6	27.7	5.9	0.7	0.3
60～69歳	1,429	68.8	8.3	60.5	30.5	23.4	7.1	0.7	—
70歳以上	1,361	73.0	12.1	60.9	25.9	19.2	6.8	1.0	0.1
〔性・年齢〕									
（男性）	2,901	69.5	8.0	61.5	29.9	23.2	6.7	0.5	0.1
20～29歳	200	78.0	14.5	63.5	22.0	19.0	3.0	—	—
30～39歳	379	70.4	8.2	62.3	28.8	23.2	5.5	0.8	—
40～49歳	504	68.8	7.5	61.3	31.0	25.8	5.2	0.2	—
50～59歳	492	65.4	5.7	59.8	33.7	26.0	7.7	0.4	0.4
60～69歳	703	67.3	7.0	60.3	32.1	23.8	8.4	0.6	—
70歳以上	623	72.6	9.1	63.4	26.8	19.7	7.1	0.6	—
（女性）	3,353	70.9	10.8	60.1	28.2	22.9	5.3	0.9	0.1
20～29歳	236	80.1	17.8	62.3	19.5	15.7	3.8	0.4	—
30～39歳	448	71.0	10.5	60.5	28.3	24.3	4.0	0.7	—
40～49歳	624	70.2	6.9	63.3	29.2	23.6	5.6	0.6	—
50～59歳	581	65.4	9.0	56.5	33.4	29.1	4.3	1.0	0.2
60～69歳	726	70.2	9.5	60.7	28.9	23.0	5.9	0.8	—
70歳以上	738	73.4	14.6	58.8	25.2	18.7	6.5	1.2	0.1

（注） 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」（平成26年6月）による。

資料54 宿泊業労働者の労働時間及び給与額（2014年（平成26年））

区分	企業規模計(10人以上)							
	年齢	勤続年数	所定内 実労働 時間数	超過 実労働 時間数	きまって 支給する 現金給与額	所定内 給与額	年間賞与 その他 特別給与額	
単位	歳	年	時間	時間	千円	千円	千円	
宿泊業	41.4	8.8	171	11	250.8	232.1	290.5	
男女別	男	43.0	10.0	173	12	282.2	260.7	355.5
	女	39.0	7.0	170	10	206.0	191.1	197.7
学歴別	中学卒	53.8	10.6	171	10	221.0	206.3	168.0
	高校卒	43.5	8.9	173	11	235.9	218.9	223.4
	高専・短大卒	36.6	8.4	170	13	259.7	236.7	356.4
	大学・大学院卒	39.2	8.6	170	10	283.6	264.3	406.0
年齢別	～19歳	19.1	0.9	172	11	169.1	157.2	35.0
	20～24歳	22.7	2.2	170	12	190.1	172.9	150.1
	25～29歳	27.5	4.3	170	15	217.0	195.5	250.2
	30～34歳	32.4	6.3	170	14	244.0	220.6	297.0
	35～39歳	37.6	8.6	172	15	266.9	241.6	352.1
	40～44歳	42.4	10.9	172	12	289.4	266.2	420.9
	45～49歳	47.4	12.1	173	10	302.3	284.0	409.2
	50～54歳	52.5	13.2	172	9	295.7	279.7	398.7
	55～59歳	57.5	13.5	173	8	282.7	269.0	312.3
	60～64歳	62.4	12.1	171	8	219.5	207.6	139.3
65～69歳	66.8	11.3	170	6	194.2	185.5	97.4	
70歳～	73.1	14.6	168	5	172.0	166.0	25.8	
参考：産業計	42.1	12.1	163	14	329.6	299.6	841.6	
男女別	男	42.9	13.5	164	17	365.7	329.6	972.0
	女	40.6	9.3	162	9	255.6	238.0	574.0
学歴別	中学卒	50.2	14.2	169	17	266.6	236.7	401.3
	高校卒	43.8	13.0	165	16	294.2	262.0	640.5
	高専・短大卒	39.9	10.5	163	11	297.0	272.6	726.5
	大学・大学院卒	40.2	11.7	161	13	400.0	370.0	1212.7
年齢別	～19歳	19.1	0.9	169	13	186.6	168.2	111.9
	20～24歳	23.0	2.3	165	14	222.2	198.0	347.9
	25～29歳	27.5	4.5	163	17	263.0	230.3	605.4
	30～34歳	32.5	7.1	163	17	298.8	262.5	717.2
	35～39歳	37.6	10.1	163	17	333.0	295.9	838.0
	40～44歳	42.5	13.2	163	15	360.4	325.4	976.4
	45～49歳	47.4	15.9	163	13	389.3	357.7	1,121.4
	50～54歳	52.4	18.8	163	11	399.4	372.6	1,181.7
	55～59歳	57.4	20.8	163	10	383.6	360.8	1,089.7
	60～64歳	62.3	17.7	164	8	280.6	266.5	551.6
65～69歳	66.8	15.1	166	7	263.7	253.1	337.6	
70歳～	73.3	19.2	167	4	262.8	255.2	278.3	

(注)1 厚生労働省「平成26年賃金構造基本統計調査」による。

2 10人以上の常用労働者を雇用する民営事業所に雇用される常用労働者のうち、一般労働者(短時間労働者を除く)について集計したものである。

3 「所定内実労働時間数」、「超過実労働時間数」、「きまって支給する現金給与額」、「所定内給与額」は2014年(平成26年)6月分の数値である。

4 「年間賞与その他特別給与額」は「2013年(平成25年)1月から12月までの1年間における賞与、期末手当等特別給与額」をいう。

資料55 観光関連産業の事業所に関する集計－産業横断的集計（売上（収入）金額等）（2011年（平成23年））

産業小分類	事業所数	従業者数 (人)	売上(収入) 金額 (百万円)	1事業所 当たり 従業者数 (人)	1事業所 当たり 売上(収入) 金額(万円)	従業者1人 当たり 売上(収入) 金額(万円)
M 宿泊業, 飲食サービス業	526,743	3,954,420	19,048,300	7.5	3,654	491
75 宿泊業	40,034	534,905	4,419,870	13.4	11,473	843
750 管理, 補助的経済活動を行う事業所	193	2,027	—	10.5	—	—
751 旅館, ホテル	32,540	485,635	4,045,618	14.9	12,507	841
752 簡易宿所	1,664	8,970	42,550	5.4	2,574	476
753 下宿業	1,068	3,142	13,897	2.9	1,305	444
759 その他の宿泊業	4,472	33,142	305,691	7.4	9,098	1,039
75Z 宿泊業 内格付不能	97	1,989	12,115	20.5	12,489	609
76 飲食店	444,668	2,993,187	12,361,318	6.7	2,801	420
760 管理, 補助的経済活動を行う事業所	1,438	24,830	—	17.3	—	—
761 食堂, レストラン(専門料理店を除く)	45,367	423,519	1,767,773	9.3	3,925	422
762 専門料理店	127,927	1,018,336	4,728,652	8	3,714	468
763 そば・うどん店	25,397	163,249	602,929	6.4	2,380	372
764 すし店	20,224	196,826	926,697	9.7	4,608	479
765 酒場, ビヤホール	80,924	419,763	1,820,314	5.2	2,259	437
766 バー, キャバレー, ナイトクラブ	65,086	224,133	660,693	3.4	1,017	296
767 喫茶店	54,812	232,488	792,563	4.2	1,450	343
769 その他の飲食店	23,493	290,043	1,061,696	12.3	4,553	371
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	38,584	396,963	2,072,414	10.3	5,458	533
770 管理, 補助的経済活動を行う事業所	226	3,946	—	17.5	—	—
771 持ち帰り飲食サービス業	9,923	65,949	325,056	6.6	3,293	497
772 配達飲食サービス業	28,435	327,068	1,747,358	11.5	6,219	541
M2 飲食店, 持ち帰り・配達飲食サービス業 内格付不能	3,457	29,365	194,699	8.5	5,632	663
M2Z 飲食店, 持ち帰り・配達飲食サービス業 内格付不能	3,457	29,365	194,699	8.5	5,632	663
N 生活関連サービス業, 娯楽業	385,295	1,879,275	36,934,707	4.9	9,700	2,031
79 その他の生活関連サービス業	41,631	304,199	8,238,470	7.3	20,305	2,836
790 管理, 補助的経済活動を行う事業所	137	2,037	—	14.9	—	—
791 旅行業	7,390	72,493	5,594,860	9.8	78,032	8,169
80 娯楽業	37,813	631,625	24,533,603	16.7	67,330	4,066
800 管理, 補助的経済活動を行う事業所	454	6,956	—	15.3	—	—
801 映画館	407	14,068	154,621	34.6	39,145	1,116
802 興行場(別掲を除く), 興行団	1,905	27,547	788,684	14.5	41,907	2,890
80A 映画館・興行場, 興行団 格付不能	—	—	—	—	—	—
803 競輪・競馬等の競走場, 競技団	679	18,573	1,834,110	27.4	292,522	10,367
804 スポーツ施設提供業	9,848	195,017	1,454,327	19.8	15,066	773
805 公園, 遊園地	938	54,444	572,568	58	66,269	1,066
806 遊戯場	14,442	233,358	18,480,238	16.2	132,484	8,324
809 その他の娯楽業	9,140	81,662	1,249,054	8.9	13,774	1,549
NZ 生活関連サービス業, 娯楽業 内格付不能	1,890	13,037	118,502	6.9	6,270	909

(注) 総務省・経済産業省「平成24年経済センサス - 活動調査」による。

資料56 各産業のGDPに対する割合（2013年（平成25年））

	経済活動別GDP (単位:10億円)	GDPに対する割合 (単位:%)
農林水産業	5,753.3	1.2
鉱業	310.5	0.1
製造業	88,283.9	18.4
食料品	12,852.4	2.7
繊維	559.2	0.1
パルプ・紙	2,094.6	0.4
化学	7,301.7	1.5
石油・石炭製品	4,993.8	1.0
窯業・土石製品	2,672.9	0.6
鉄鋼	6,438.6	1.3
非鉄金属	1,557.6	0.3
金属製品	4,659.7	1.0
一般機械	10,024.6	2.1
電気機械	11,140.7	2.3
輸送用機械	12,045.8	2.5
精密機械	1,526.9	0.3
衣服・身回品	648.6	0.1
製材・木製品	767.1	0.2
家具	587.7	0.1
印刷	2,355.5	0.5
皮革・皮革製品	116.7	0.0
ゴム製品	1,165.4	0.2
その他の製造業	4,774.6	1.0
建設業	27,913.7	5.8
電気・ガス・水道業	8,381.7	1.7
電気業	3,729.4	0.8
ガス・水道・熱供給業	4,652.3	1.0
卸売・小売業	69,099.2	14.4
卸売業	39,696.3	8.3
小売業	29,402.9	6.1
金融・保険業	21,514.2	4.5
不動産業	56,180.7	11.7
住宅賃貸業	49,253.3	10.3
その他の不動産業	6,927.4	1.4
運輸業	23,254.7	4.8
情報通信業	26,645.3	5.5
通信業	10,828.3	2.3
放送業	1,556.6	0.3
情報サービス・映像文字情報制作業	14,260.4	3.0
サービス業	94,871.7	19.8
公共サービス	30,876.7	6.4
対事業所サービス	34,061.2	7.1
対個人サービス	29,933.7	6.2

旅行消費に伴う付加価値	11,405.0	2.4
-------------	----------	-----

(注)1 旅行消費に伴う付加価値は、観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。旅行消費に伴う付加価値は、旅行・観光サテライト勘定に基づき、消費された財・サービスの国内生産額に付加価値の割合をかけることにより算出。

2 旅行消費に伴う付加価値以外は、内閣府「国民経済計算」による。

3 ピンクの表示は、旅行消費に伴う付加価値のGDPに占める割合を下回るもの。

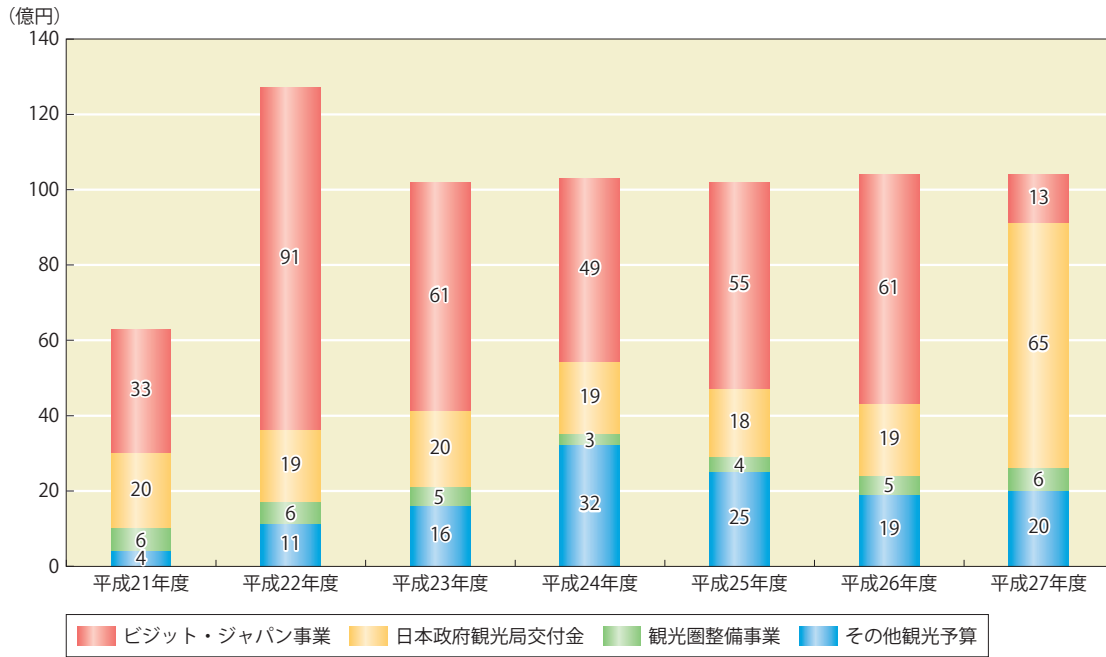
資料57 観光庁関係予算（平成27年度）

（単位：百万円）

	27年度 予算額(A)	前年度 予算額(B)	(A/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
訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)	1,297	6,106	} 0.95
国際会議(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	} 皆増
広域観光周遊ルート形成促進事業	304	0	
ICTを活用した訪日外国人観光動態調査	100	0	皆増
通訳ガイド制度の充実・強化	20	19	1.05
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	—
前年度限り	0	11	皆減
2. 観光地域づくり支援	628	522	1.20
地域資源を活用した観光地魅力創造事業	290	0	皆増
観光地域ブランド確立支援事業	257	274	0.94
観光地ビジネス創出の総合支援	44	72	0.61
観光地域動向調査事業	38	39	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	—
前年度限り	0	136	皆減
3. 観光産業振興	62	60	1.03
ユニバーサルツーリズム促進事業	35	37	0.96
旅館の経営改善・情報発信促進事業	27	0	皆増
地域観光振興緊急対策事業(人材育成等)	0	0	—
前年度限り	0	24	皆減
4. 観光統計の整備	460	429	1.07
5. その他(経常事務費等)	309	302	1.02
合計	9,910	9,811	1.01
復興枠を含めた総計	10,390	10,359	1.00

※「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「MICE(国際会議等)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、日本政府観光局(JNTO)を事業の実施主体とする。

資料58 観光庁関係予算の推移



(注) 「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「MICE(国際会議等)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、日本政府観光局(JNTO)を事業の実施主体とする。