

観光に関する最近の話題と観光地域づくり

平成29年3月18日

観光庁 観光地域振興課長

後藤 貞二

1. 観光の現状

観 光

観国之光、利用賓于王

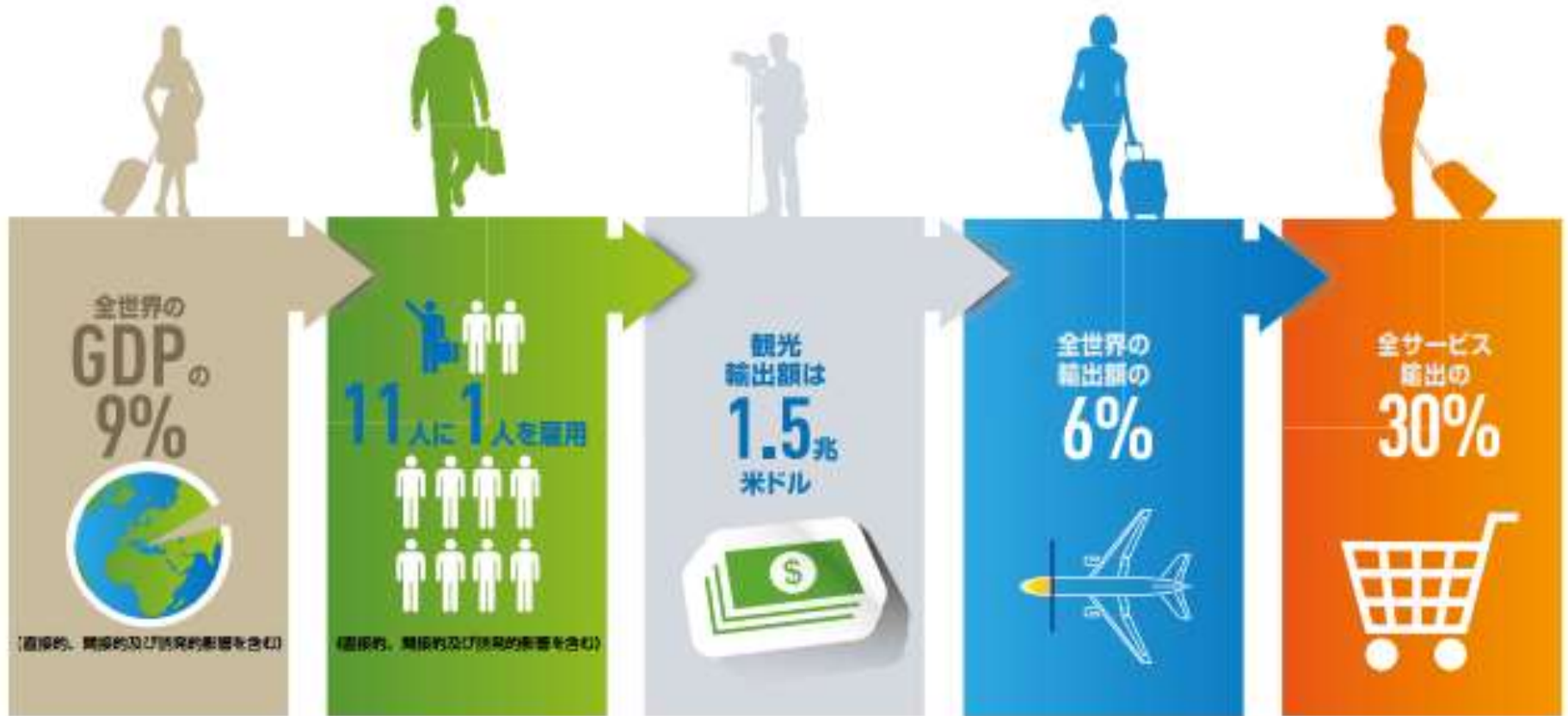
国の光を観るは、もって王に賓たるによろし。（くにのひかりをみるは、もっておうにひんたるによろし）

「易経」より、「光」は文物、政治、暮らし向き、風俗などのこと、「観」はただ漠然と見ることではなく「よくみる」、「しめす」の意味もある。つまり観る、観せるの意味をもつ※。

国の光を観る、観せる

我が国で「観光」が使われ始めたのは、江戸時代末期。広く大衆が認知したのは、オランダ国王から徳川幕府に贈られた蒸気船に付けた「観光丸」。その意図は、進んでいる海外の実情を観るとともに、我が国の意気を観せることにある。

※ 出典)UNWTO(国連世界観光機関)



日本の場合 (2014年)

7.5%

14人に1人
※7.1%

207.9億米ドル
※2.2兆円

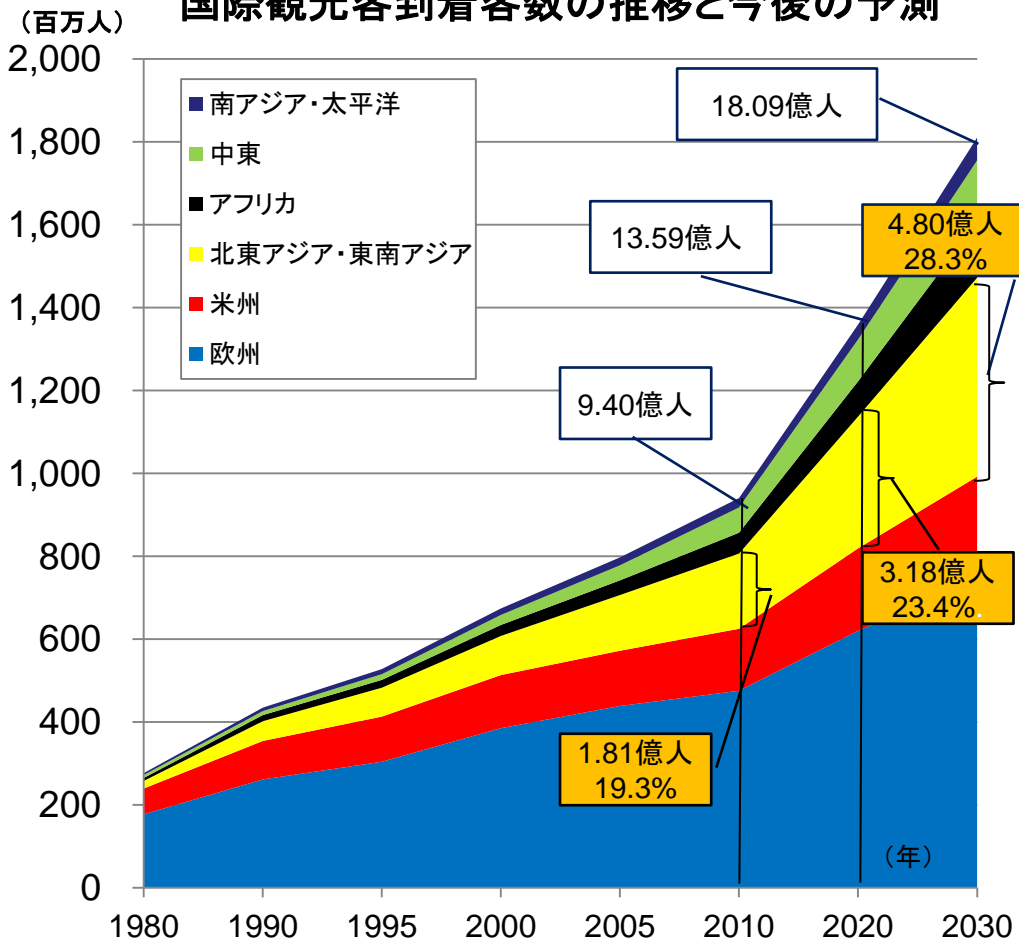
2.6%

17%

拡大する国際観光市場(長期予測)

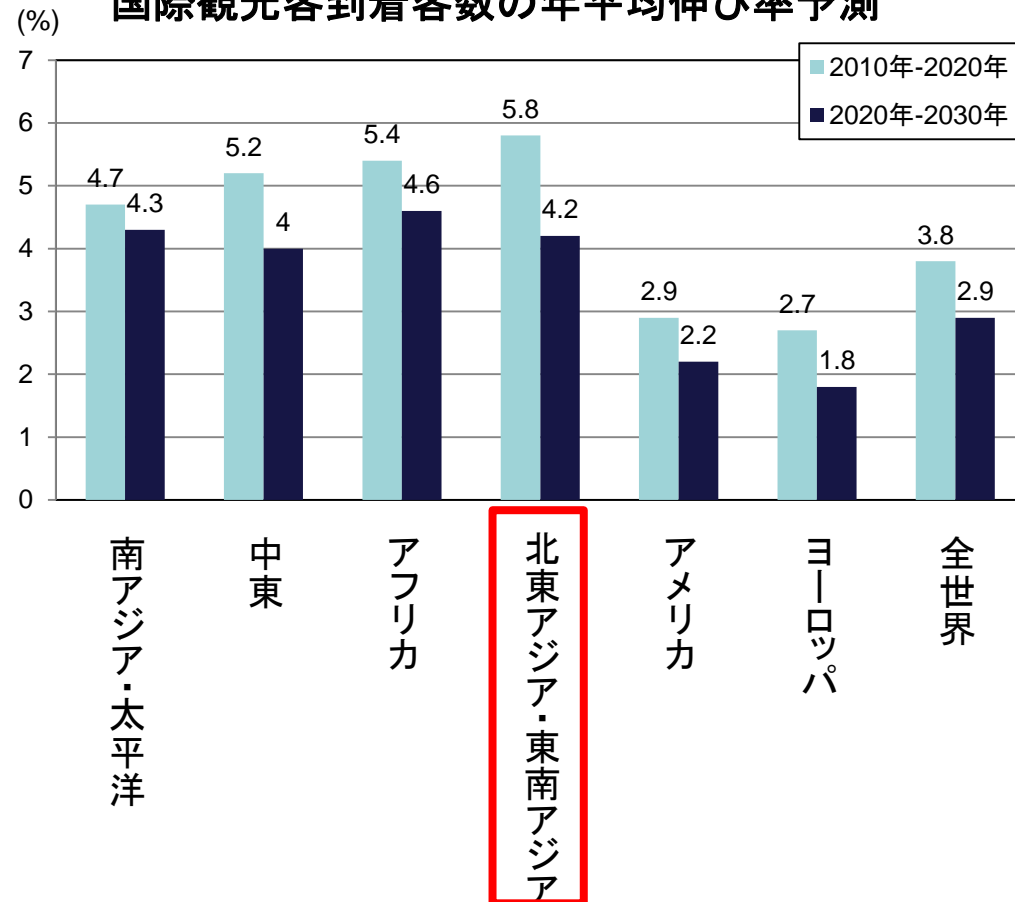
○北東アジア・東南アジア地域は世界の中で最も高い伸びが予測される国際観光市場。

国際観光客到着客数の推移と今後の予測



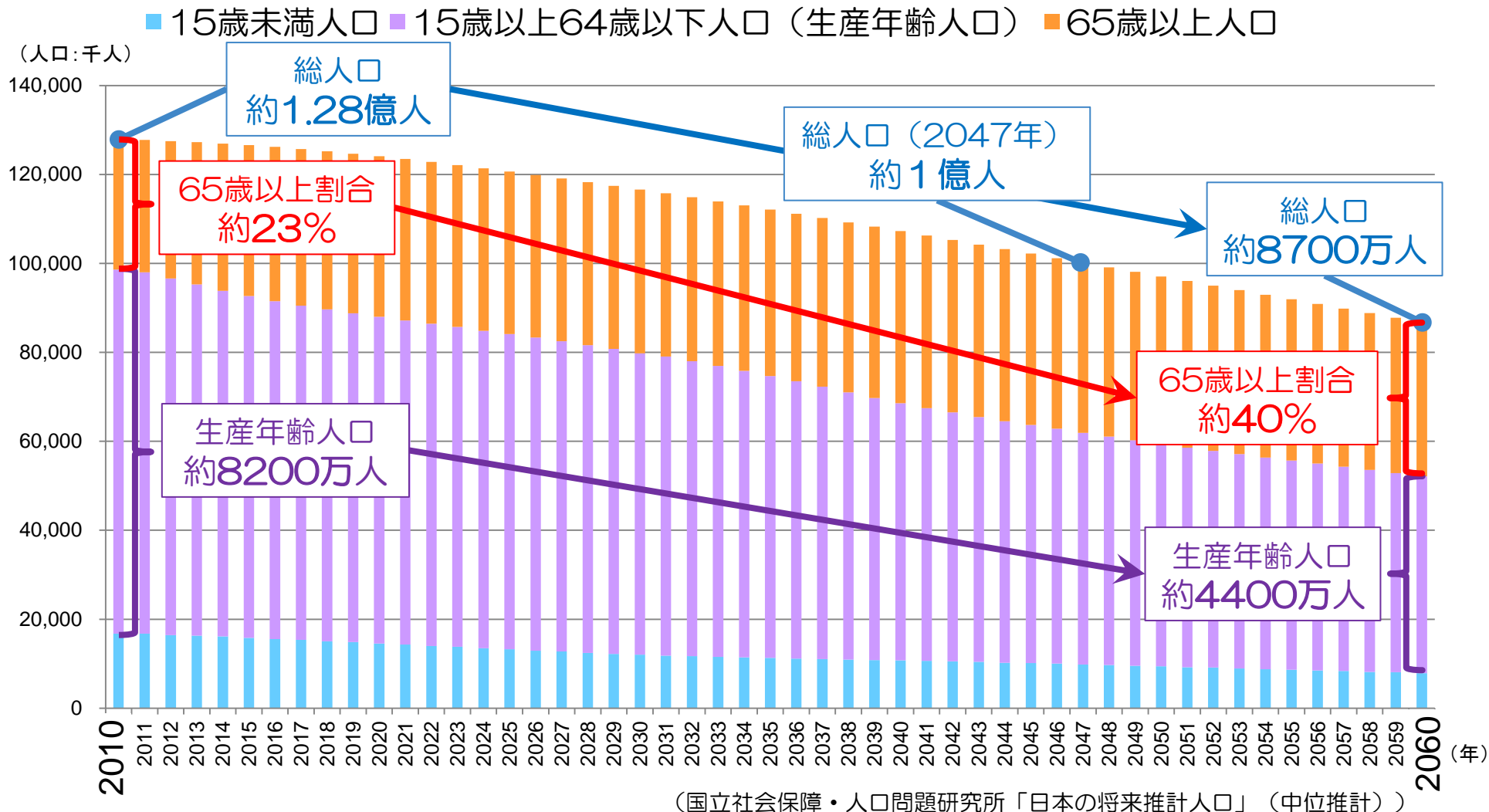
(出展)UNWTO「Tourism Towards2030」

国際観光客到着客数の年平均伸び率予測



人口減少・少子高齢化の推移・予測

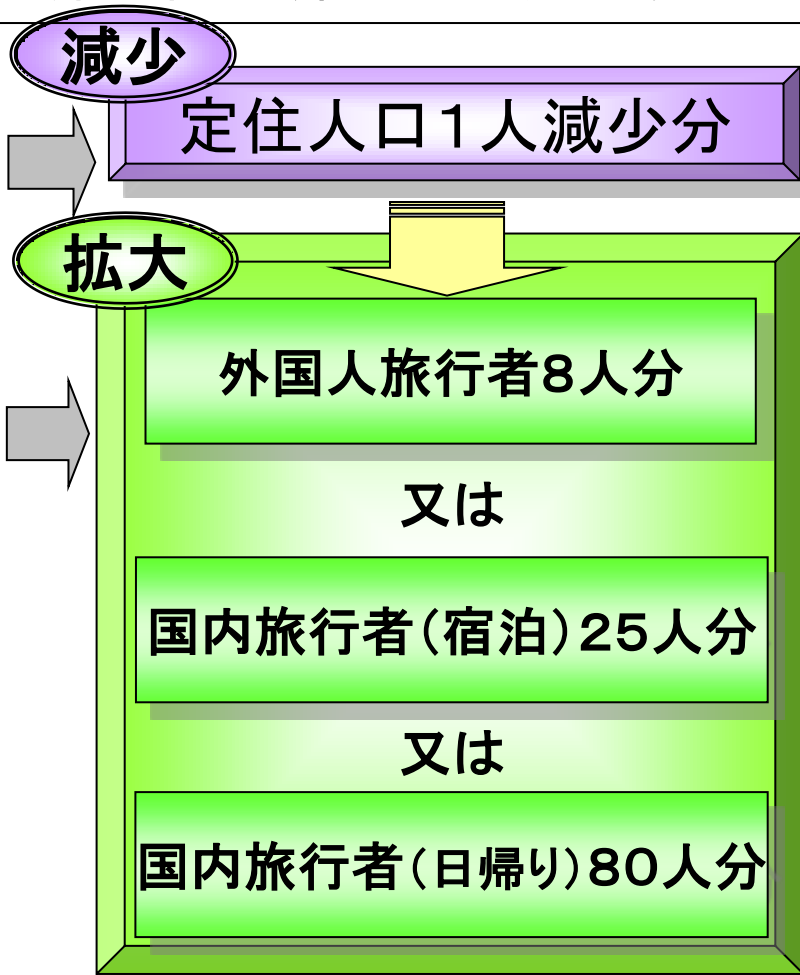
- 今後、人口減少が進み、2047年には1億人程度となる見通し。
- 少子高齢化が急速に進行しており、2060年には総人口の約40%が65歳以上になる見通し。
- それにより、生産年齢人口は現在の2060年には現在の半分近くまで減少。



観光交流人口増大の経済効果(2015年)

定住人口1人当たりの年間消費額(125万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、日本人国内旅行者(宿泊)25人分、日本人国内旅行者(日帰り)80人分にあたる

定住人口=1億2,711万人
1人当たり年間消費額=125万円



<p>旅行消費額</p> <p>訪日外国人旅行 3.5兆円</p>	<p>日本人国内旅行(海外分除く) 20.4兆円</p> <p>うち宿泊旅行 15.8兆円 うち日帰り旅行 4.6兆円</p>
<p>訪日外国人旅行者</p> <p>1,974万人</p> <p>1人1回当たり消費額 17万6,167円</p>	<p>国内旅行者(宿泊+日帰り) 6億472万人 <延べ人数></p> <p>うち宿泊 3億2,199万人 うち日帰り 2億9,173万人</p> <p>1人1回当たり消費額 宿泊 5万 520円 日帰り 1万5,758円</p>

●定住人口は2015年国勢調査、人口速報集計結果(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2015年家計調査(総務省)による。●旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2015年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。●訪日外国人旅行者はJNTO(2015年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。●訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2015年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。●定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。(※観光庁資料)

旅行・観光消費の生産波及効果(2014年)

2014年 日本国内における旅行・観光消費の生産波及効果 46.7兆円

交通・宿泊・飲食等 15.8兆円

鉄道旅客輸送	2,875
道路旅客輸送	656
水運	197
航空輸送	2,351
旅行・その他の運輸付帯サービス	1,880
貸自動車業	327
スポーツ施設提供業・公園・遊園地	507
その他娯楽	294
飲食店	2,925
宿泊業	3,755

(単位10億円)

左記以外 30.9兆円

耕種農業	530	水道・廃棄物処理	493
その他農業・林業	331	卸売	2,683
漁業	226	小売	2,140
鉱業	72	金融・保険	2,090
農産食料品	422	不動産仲介・住宅賃貸料	731
水産食料品	257	住宅賃貸料(帰属家賃)	1,393
菓子類	868	鉄道貨物輸送	9
その他食料品	2,066	道路貨物輸送	633
繊維製品	410	道路輸送施設提供	141
パルプ・紙・木製品	510	その他運輸付帯サービス	488
化学製品	784	その他運輸	120
石油・石炭製品	1,685	通信・放送	779
履物・皮革製品	115	新聞・出版	247
窯業・土石製品	139	その他情報通信	596
鉄鋼	259	公務	72
非鉄金属	88	社会教育	189
金属製品	208	その他教育・研究	454
一般機械	124	医療・保健・社会保障・介護	303
電気機械	126	その他の公共サービス	169
情報・通信機器	213	物品賃貸業(除貸自動車業)	585
電子部品	150	その他対事業所サービス	2,406
輸送機械	991	理容業・美容業	268
精密機械	95	写真業	41
その他製造工業製品	904	その他対個人サービス	659
建設	434	事務用品	85
電力・ガス・熱供給	927	分類不明	197



観光産業以外の幅広い産業に大きな効果

成長戦略の柱

急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り込むことによって、日本の力強い経済を取り戻す。

地域の発展の鍵

人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し、社会を発展させる。

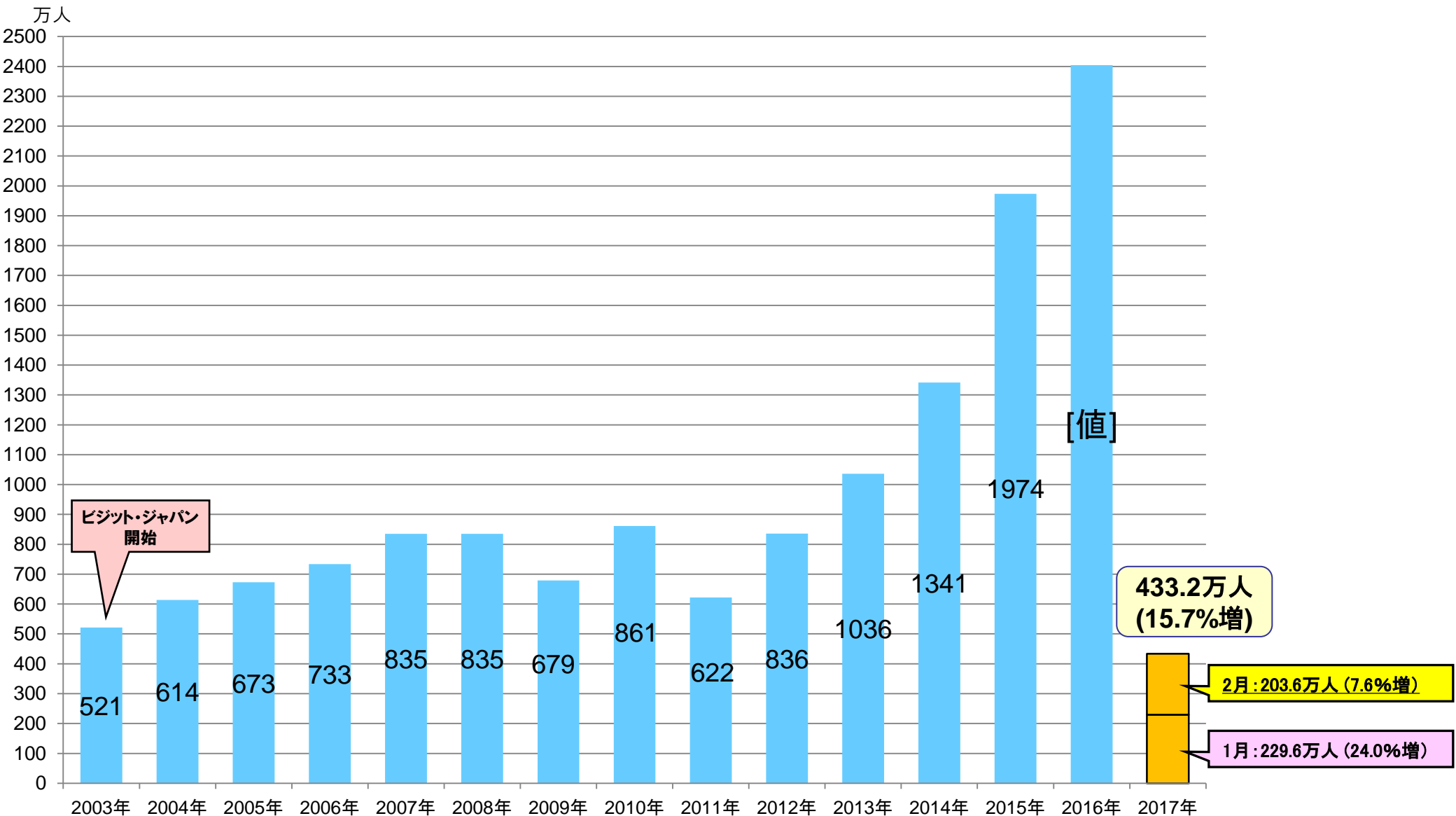
国際社会での日本のパワー

諸外国との双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化する。日本のソフトパワーの向上によって、国際社会での日本の地位を確固たるものとするために、極めて重要。

自らの文化・地域への誇り

観光で国を開き、外国の人々に日本文化や日本人の本質に触れて貰うことを通じて、日本人自らも、その価値を再認識し、自らの文化や地域を誇りに思う。

訪日外国人旅行者数の推移

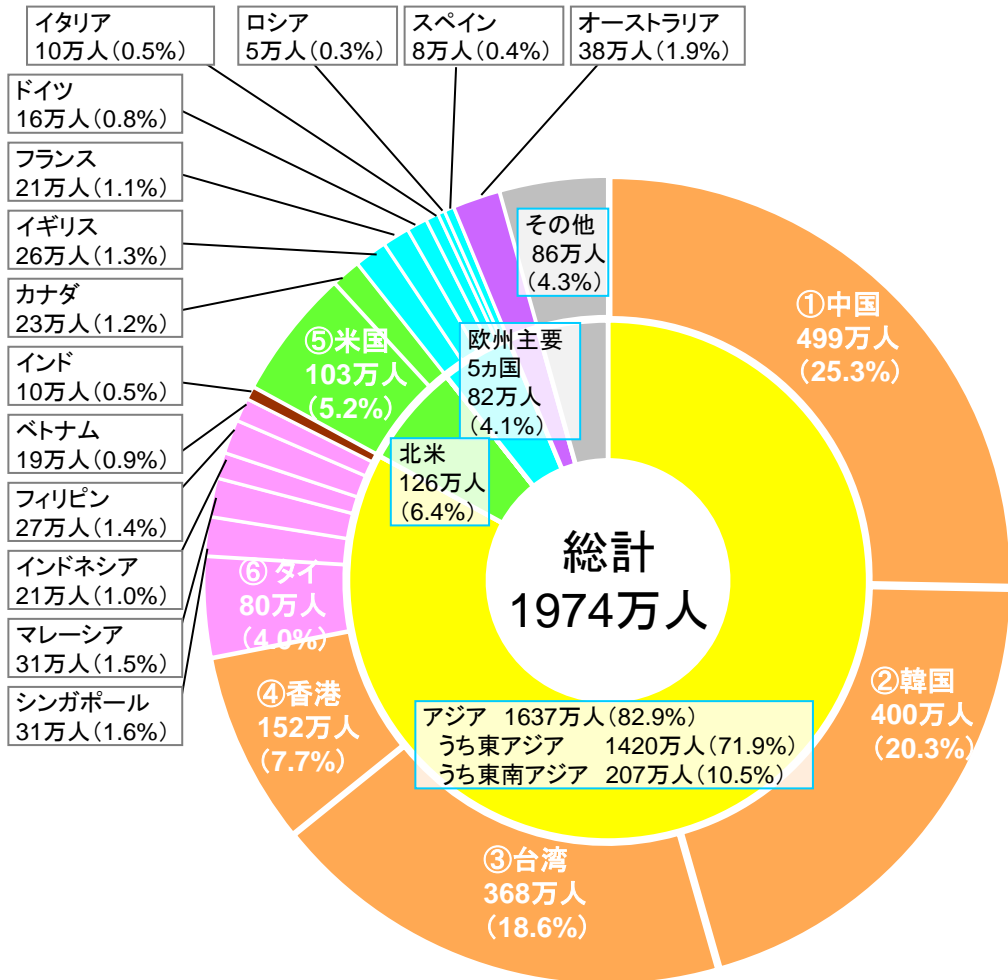


注) 2015年の値は確定値、2016年の値は暫定値、2017年1月～2月の値は推計値、%は対前年同月比

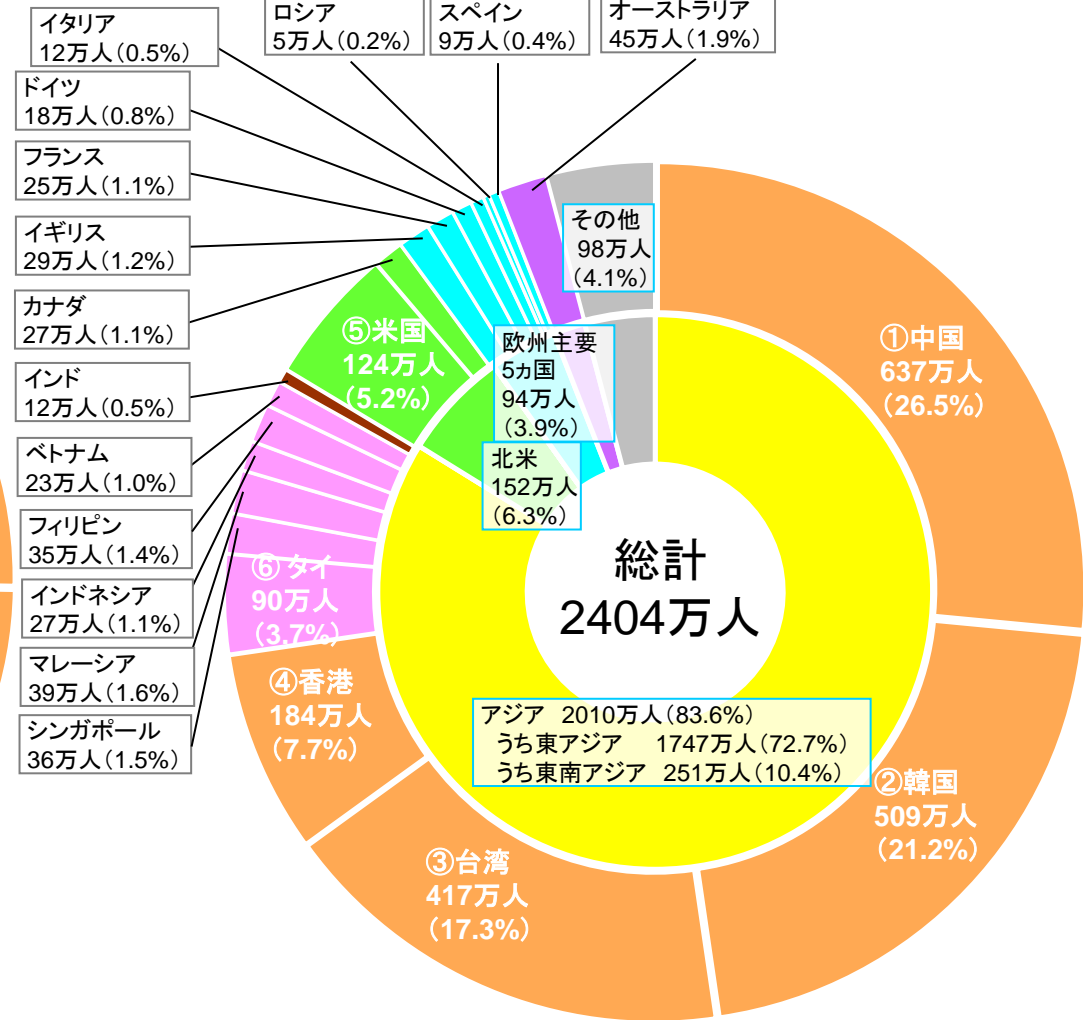
出典: JNTO(日本政府観光局)

訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

【2015年(確定値)】

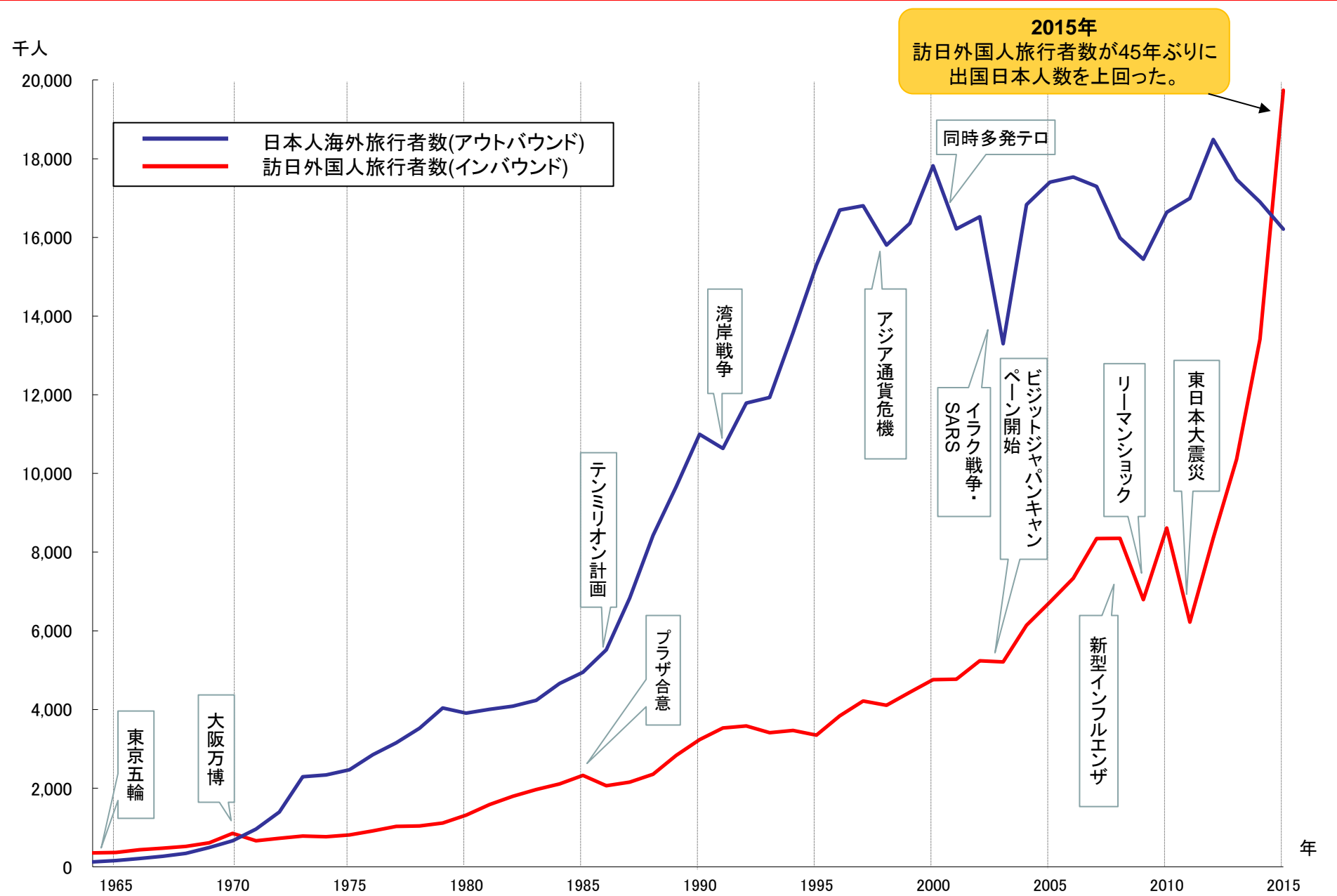


【2016年(推計値)】

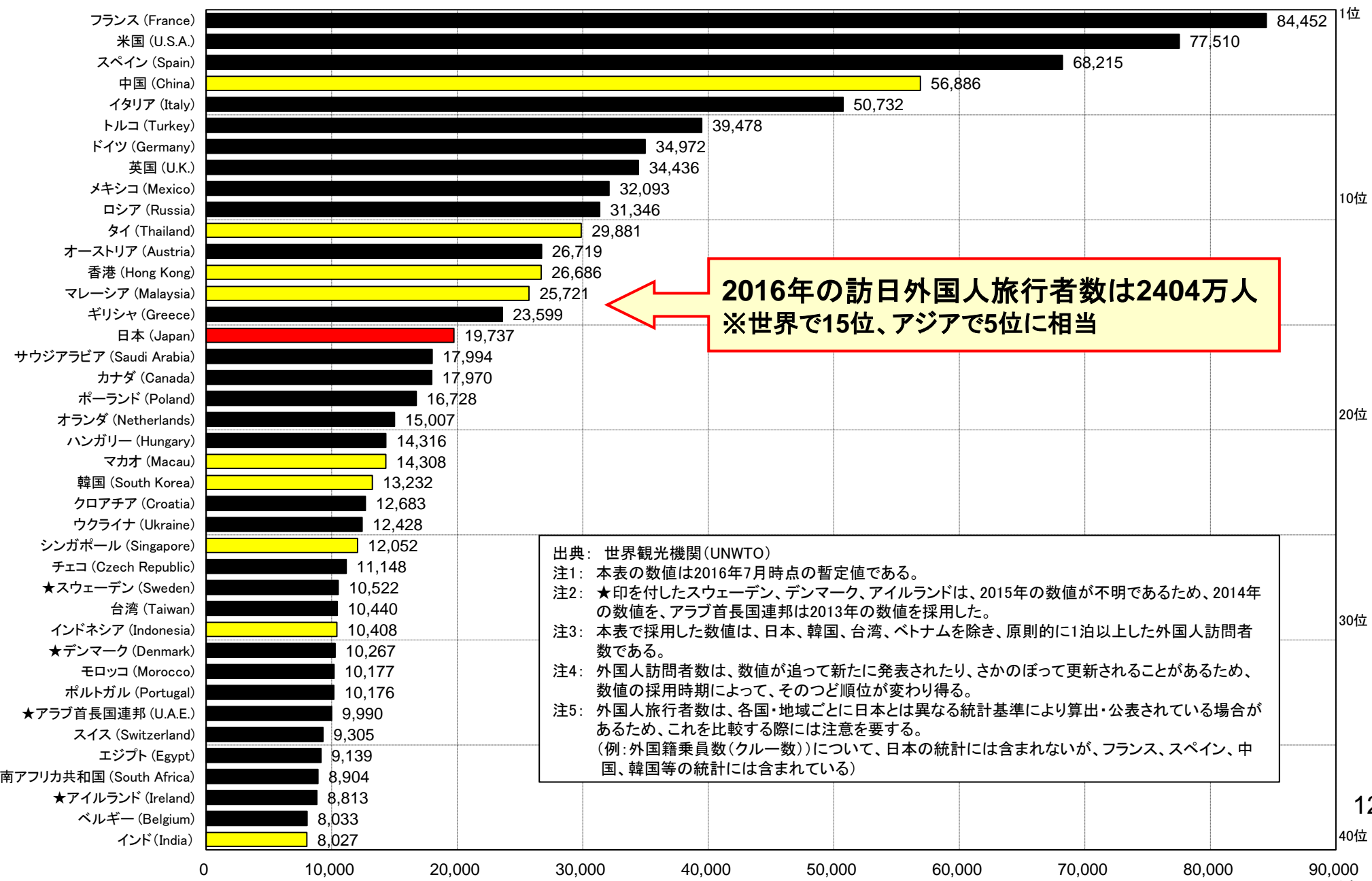


※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によるため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

訪日外客数と出国日本人数の推移(1964年～2015年)



外国人旅行者受入数の国際比較(2015年)

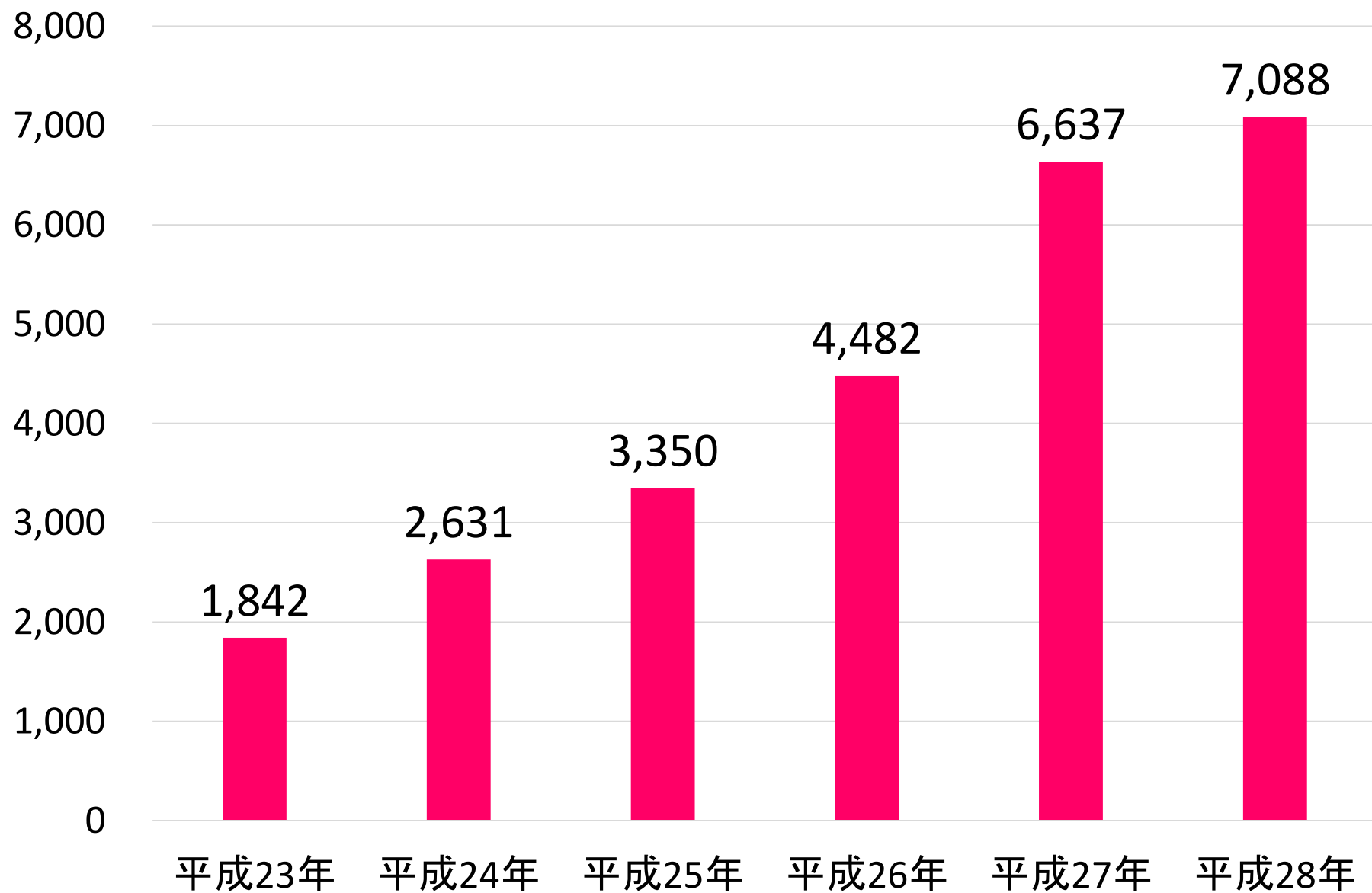


2016年の訪日外国人旅行者数は2404万人
 ※世界で15位、アジアで5位に相当

出典：世界観光機関 (UNWTO)
 注1：本表の数値は2016年7月時点の暫定値である。
 注2：★印を付したスウェーデン、デンマーク、アイルランドは、2015年の数値が不明であるため、2014年の数値を、アラブ首長国連邦は2013年の数値を採用した。
 注3：本表で採用した数値は、日本、韓国、台湾、ベトナムを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。
 注4：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。
 注5：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。
 (例：外国籍乗員数(クルー数))について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている)

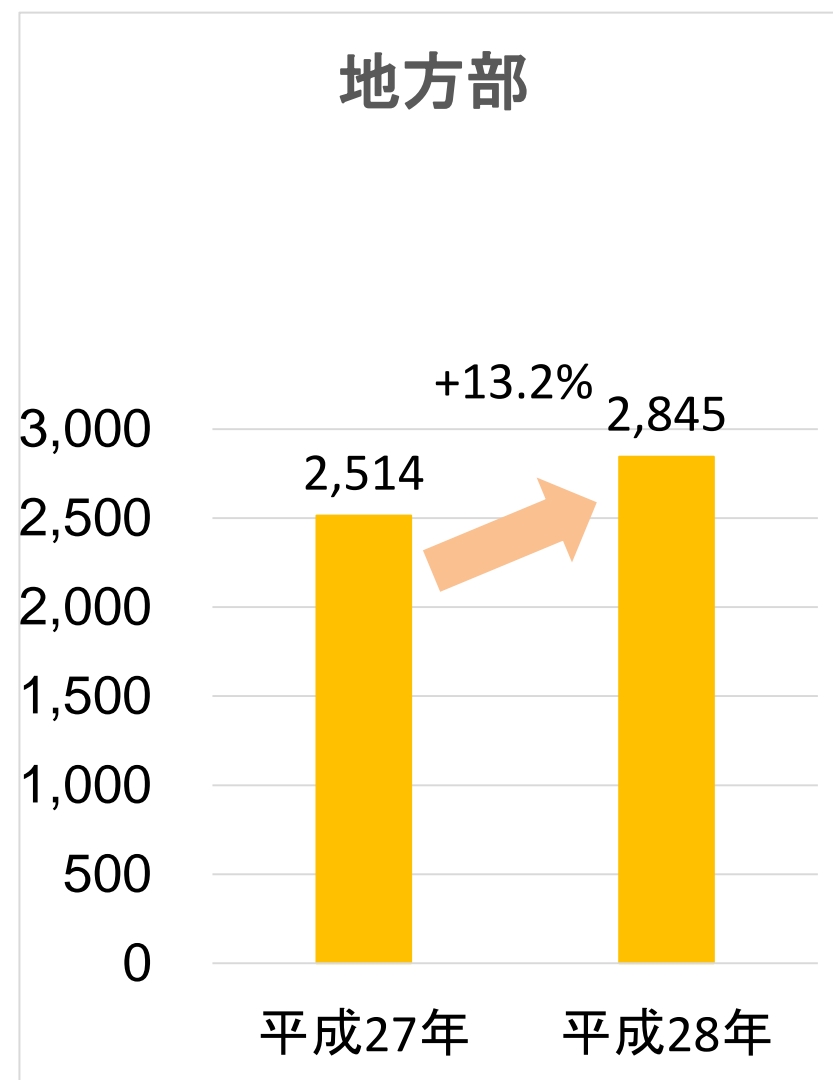
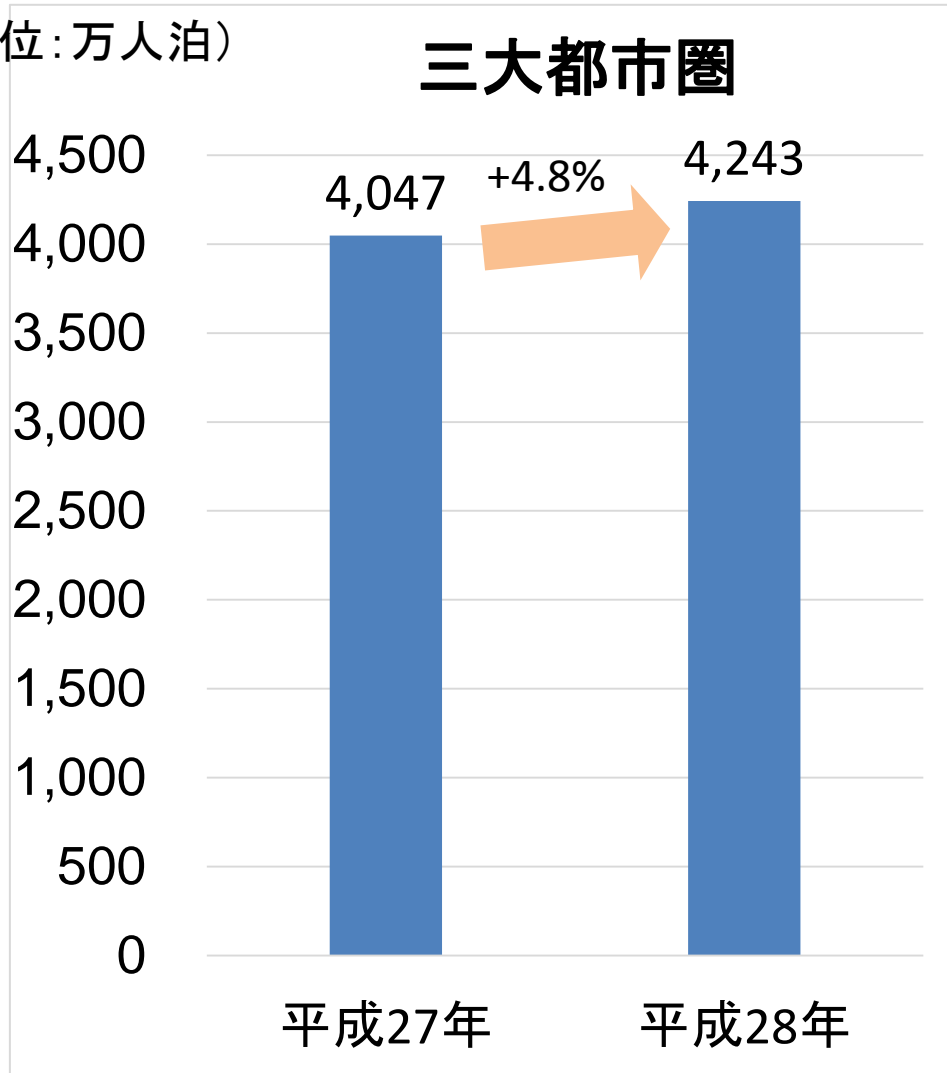
外国人延べ宿泊者数推移

(単位:万人泊)



三大都市圏と地方部における外国人延べ宿泊者数

(単位:万人泊)

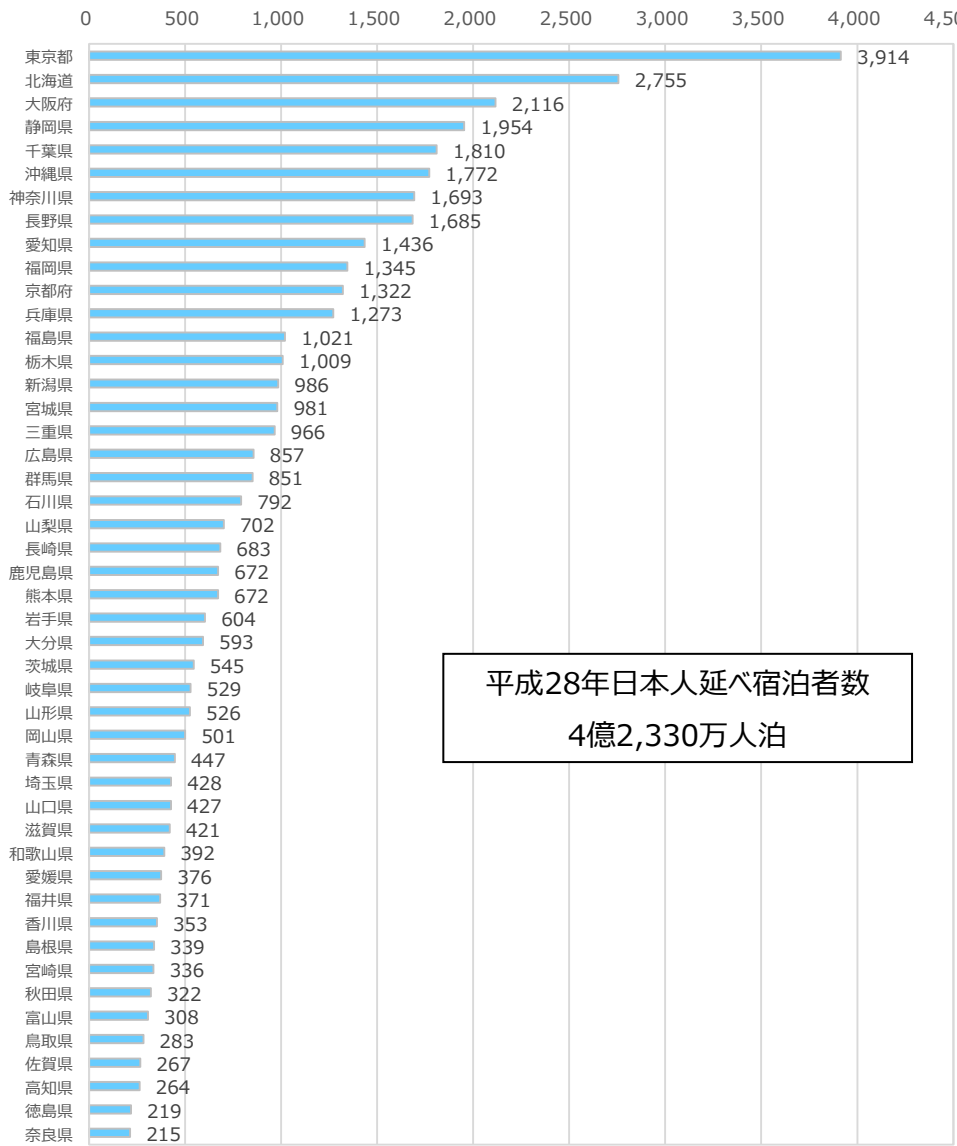


※) 三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県をいう。地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数 (2016年 (平成28年) ・速報値)

日本人延べ宿泊者数

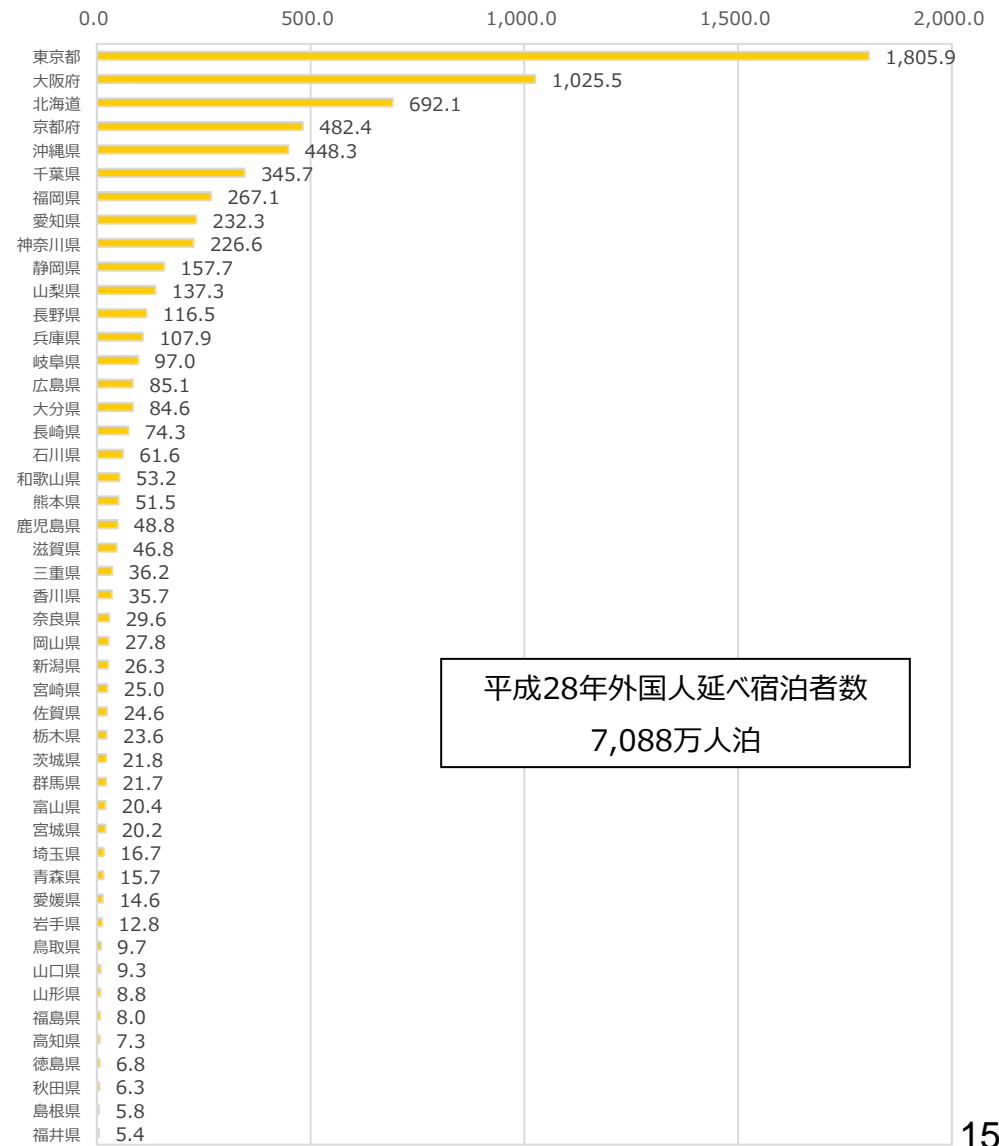
(単位：万人泊)



平成28年日本人延べ宿泊者数
4億2,330万人泊

外国人延べ宿泊者数

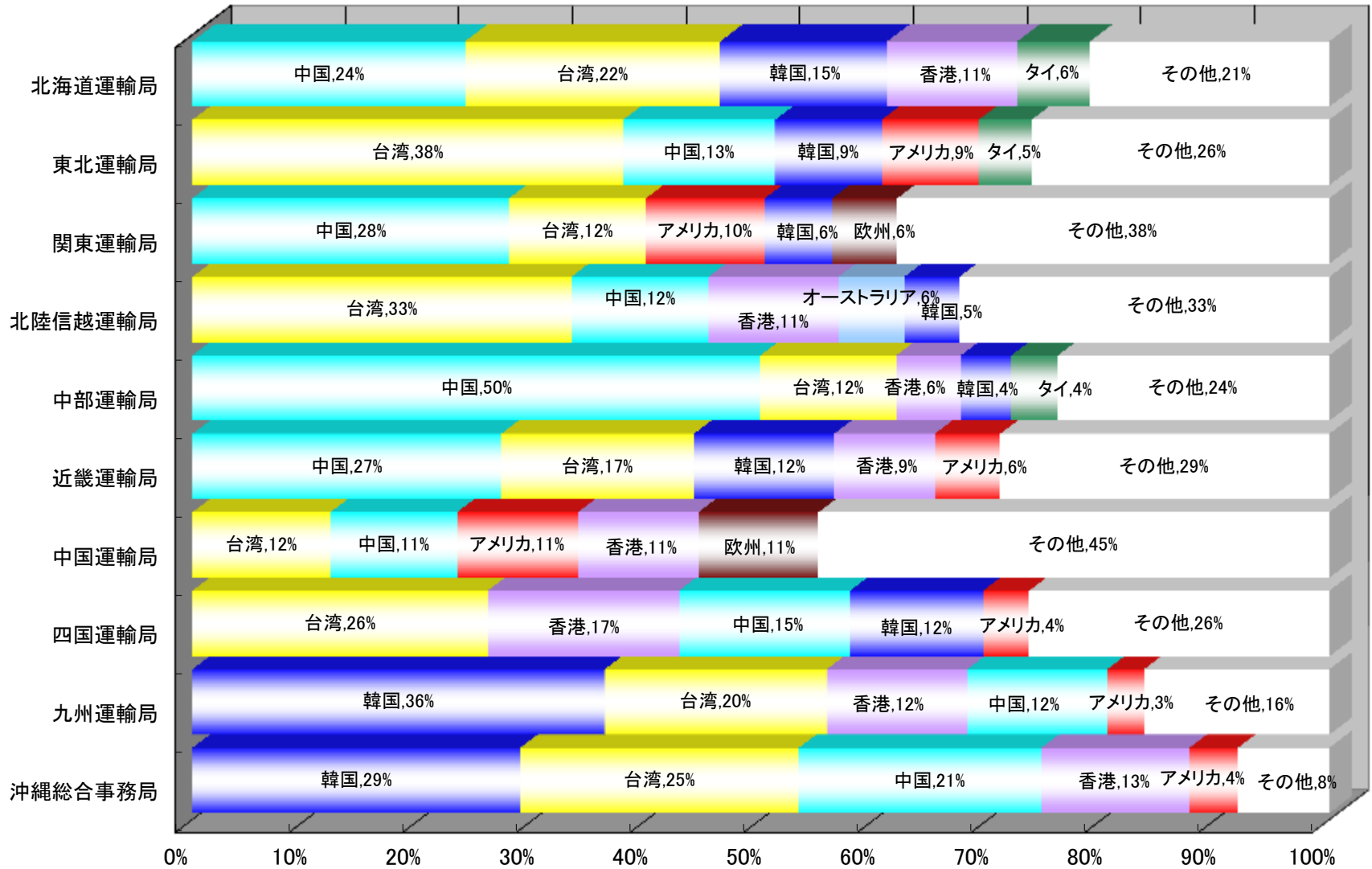
(単位：万人泊)



平成28年外国人延べ宿泊者数
7,088万人泊

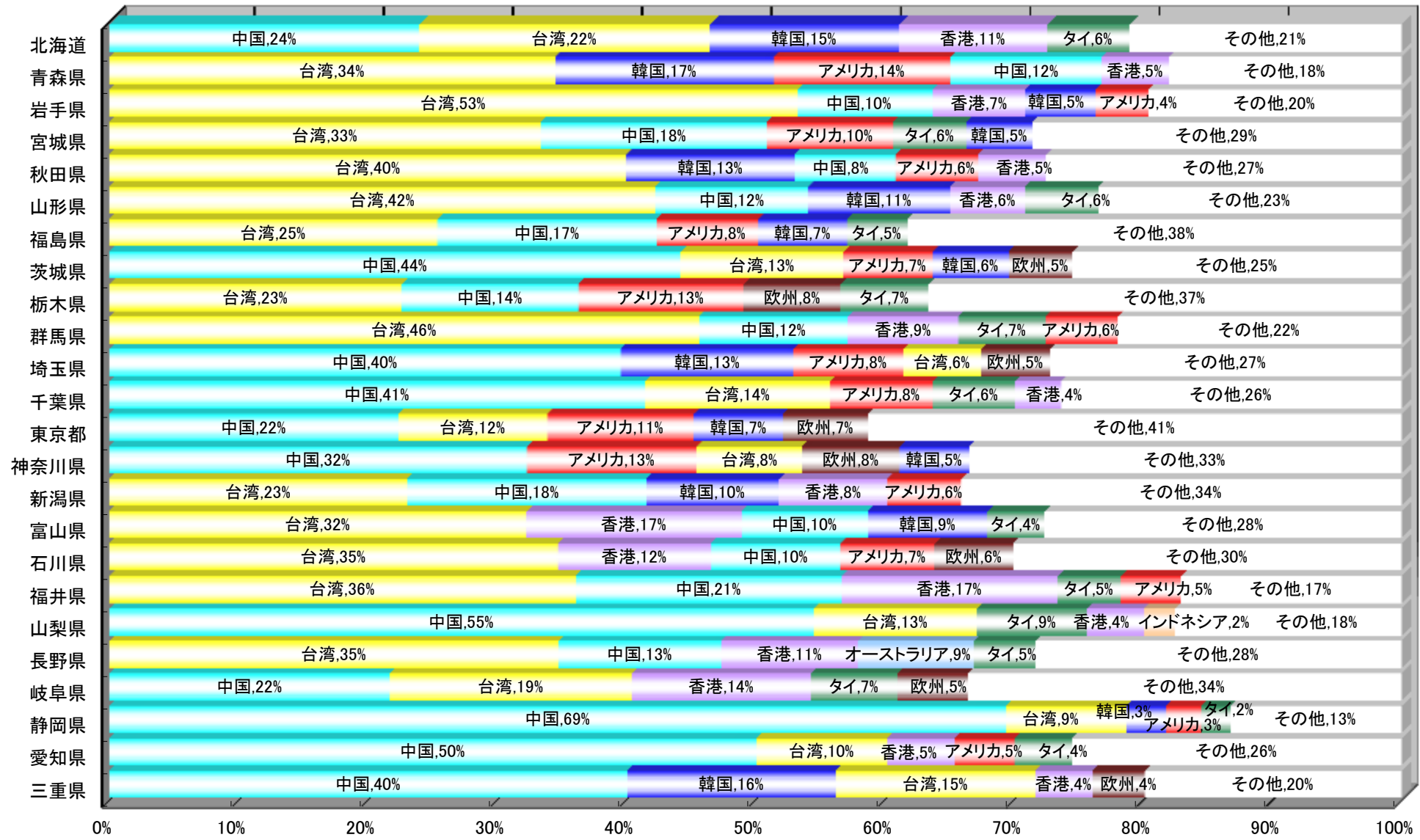
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。

運輸局別・国籍別外国人延べ宿泊者数構成比(2016年(速報値))



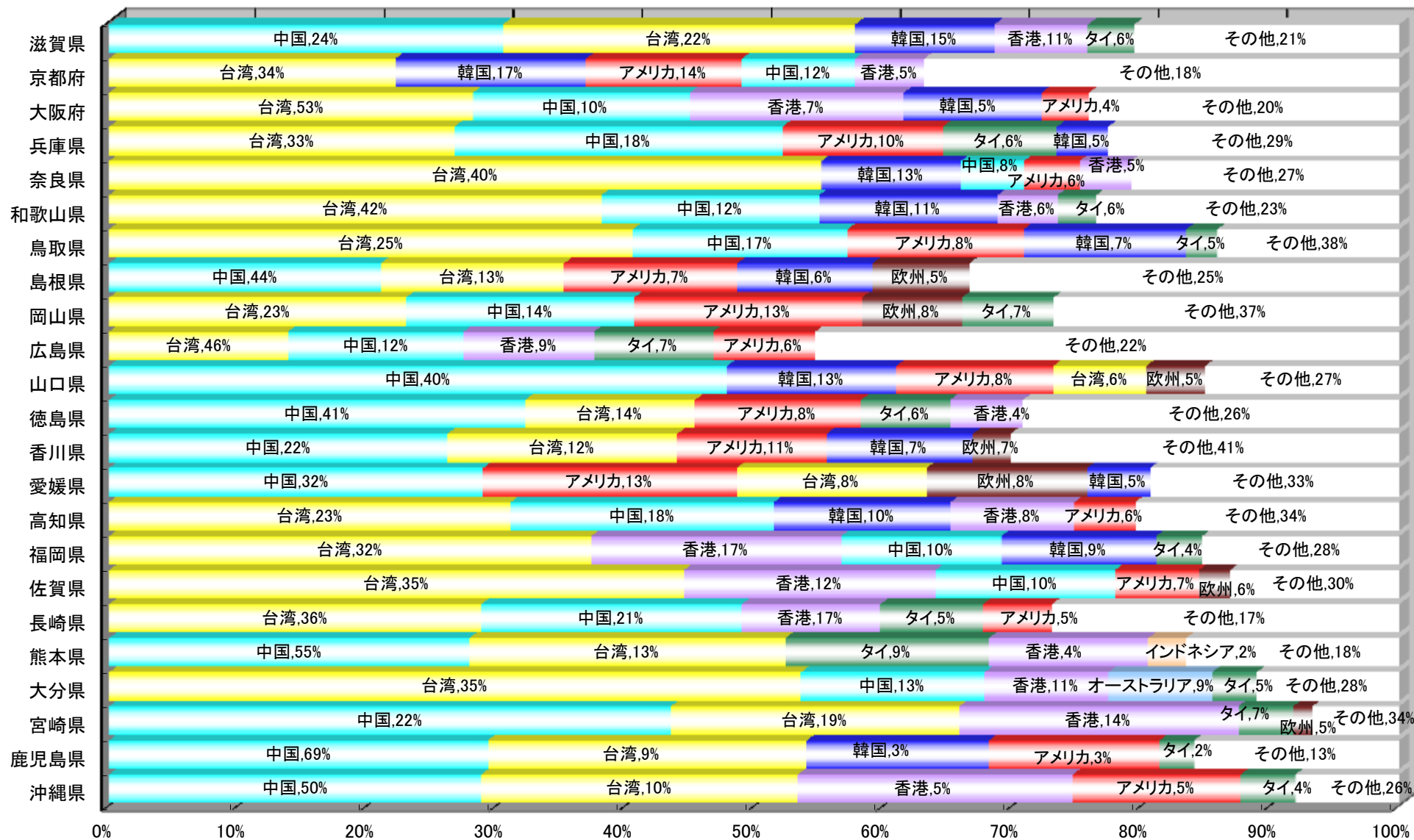
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」従業員数10人以上の施設に対する調査から作成
 ※欧州はドイツ・イギリス・フランスの3ヶ国
 ※平成27年4月分調査よりイタリア、スペインを追加

都道府県別、国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数構成比(2016年(速報値))①



出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」従業員数10人以上の施設に対する調査から作成
 ※欧州はドイツ・イギリス・フランスの3ヶ国
 ※平成27年4月分調査よりイタリア、スペインを追加

都道府県別、国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数構成比(2016年(速報値))②

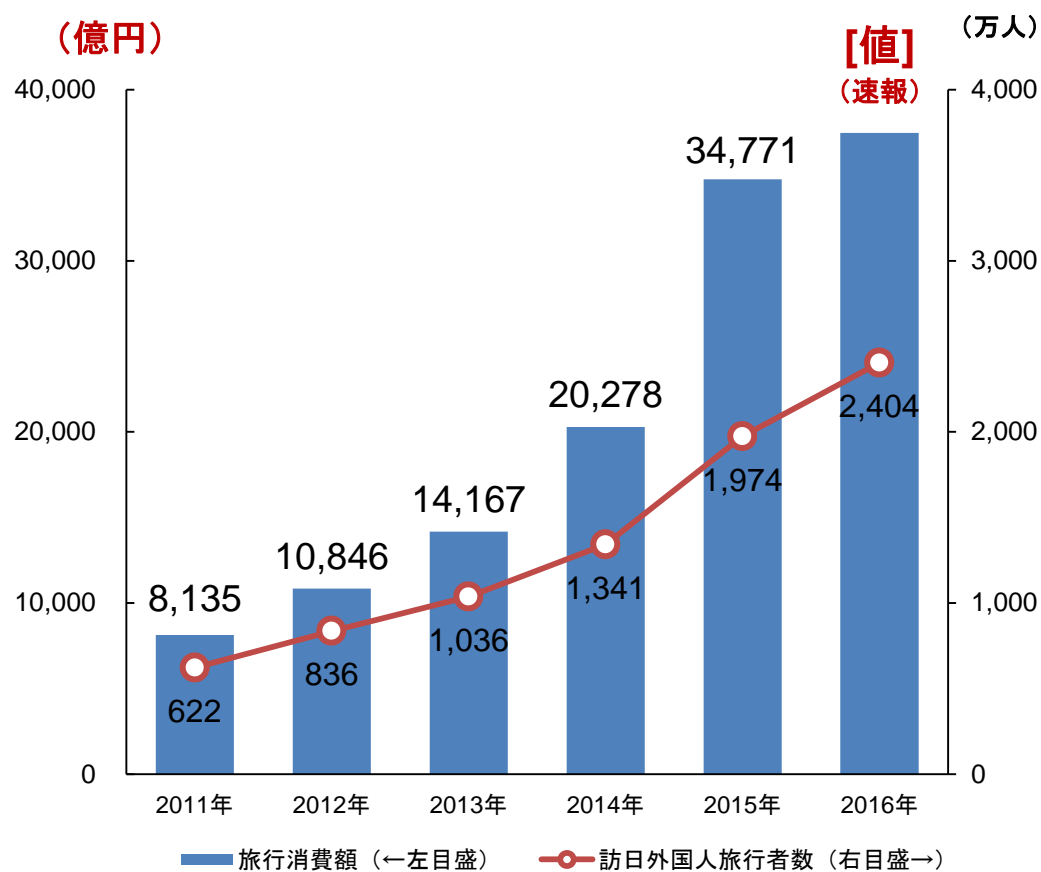


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」従業員数10人以上の施設に対する調査から作成
 ※欧州はドイツ・イギリス・フランスの3ヶ国
 ※平成27年4月分調査よりイタリア、スペインを追加

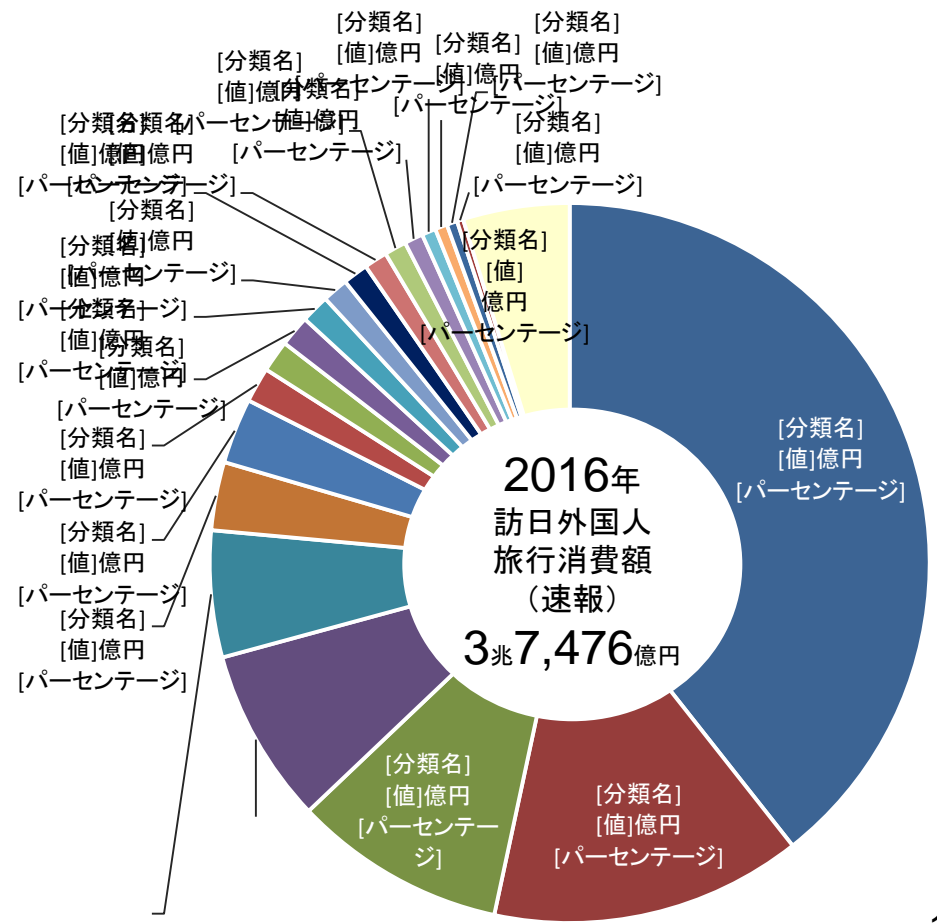
2016年の訪日外国人旅行消費額について

- 2016年の訪日外国人旅行消費額（速報値）は、前年（3兆4,771億円）に比べ7.8%増の3兆7,476億円となり、過去最高となった。
- 国籍・地域別に旅行消費額をみると、中国が14,754億円（対前年比4.1%増）と最も大きく、全体の約4割を占めている。次いで、台湾5,245億円（同0.7%増）、韓国3,578億円（同18.9%増）、香港2,947億円（同12.2%増）、米国2,130億円（同17.4%）の順となっており、これら上位5カ国で旅行消費額全体の76.5%を占めている。

旅行消費額と訪日外客数の推移



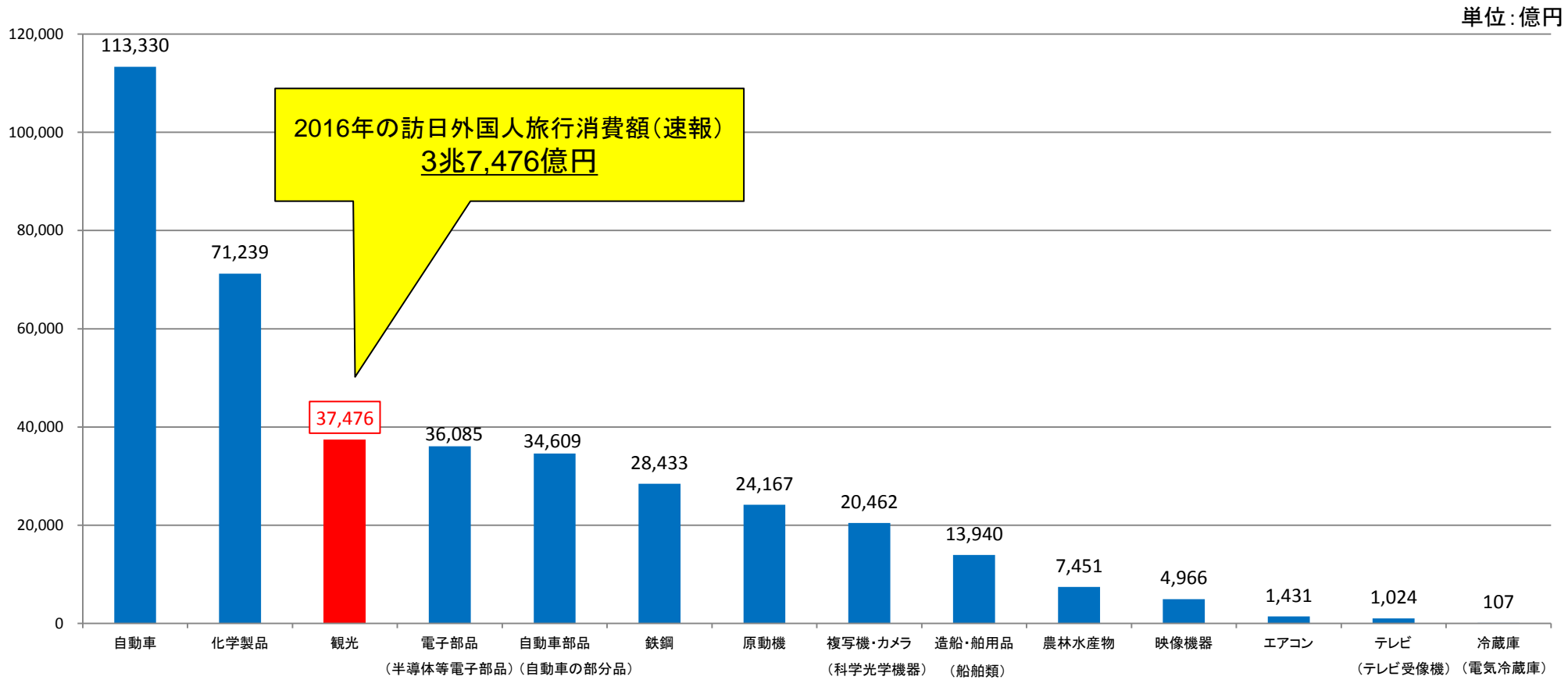
国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



注) 2015年までは確報値。2016年は速報値につき今後数値が更新される可能性がある。
 出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較(2016年速報値)

○ 2016年の訪日外国人旅行消費額(速報)は3兆7,476億円で、電子部品の輸出額を超える水準となっている。



※観光、造船・舶用品、農林水産物、エアコン、冷蔵庫以外の各製品の金額は貿易統計(財務省)速報より算出。
 ※造船・舶用品、農林水産物、エアコン、冷蔵庫以外の金額は2016年の速報値。
 ※エアコン、冷蔵庫は2015年の確報値で、貿易統計(財務省)より算出。
 ※造船・舶用品の金額は2014年の確報値で、海事局データより算出。
 ※農林水産物の金額は農林水産省公表値で、2015年の確報値。
 ※映像機器にはテレビの輸出額を含む。
 ※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

費目別訪日外国人旅行消費額(2016年速報値)

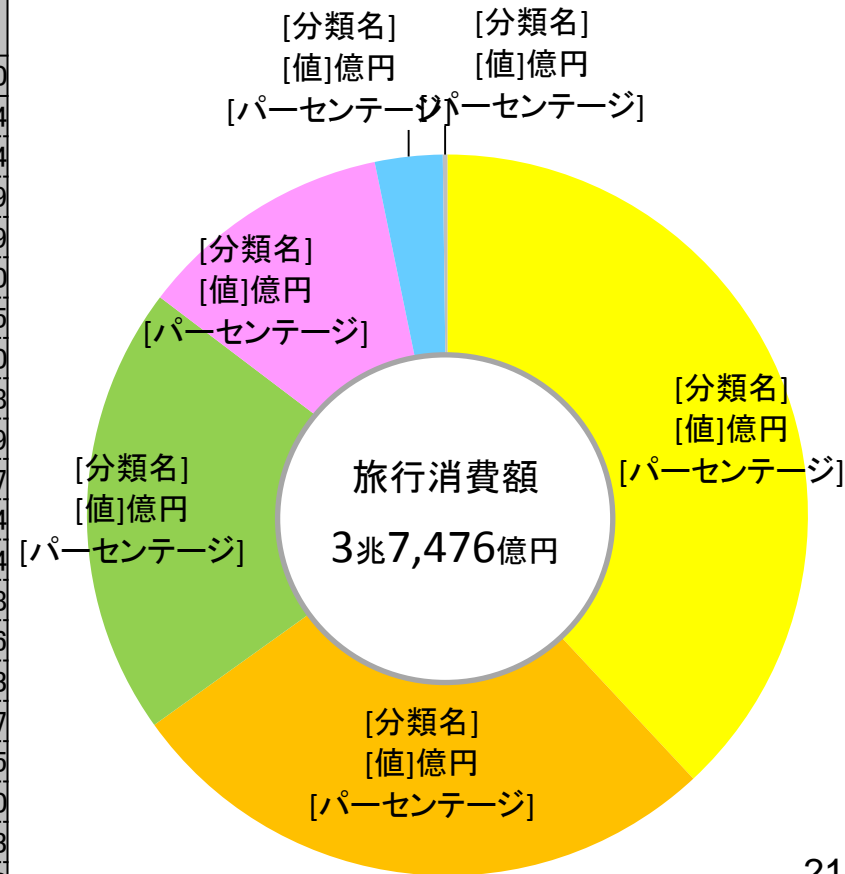
○2016年の訪日外国人旅行消費額のうち、買物代は約4割、宿泊費は約3割を占める。
 ○1人当たり旅行支出の費目別・国別では、宿泊料金は、オーストラリア、スペイン、英国、ドイツ、イタリア等の欧米豪の国々が上位を占めている。一方、買物代は中国で12万3千円と最も高く、1人当たり支出総額の53.1%を占めている。

【費目別1人当たり旅行支出】

(円/人)

国籍・地域	旅行支出 総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
全国籍・地域	155,896	42,182	31,508	17,838	4,725	59,323	320
韓国	70,281	22,090	17,847	7,505	3,042	19,562	234
台湾	125,854	33,634	26,611	14,126	4,137	47,122	224
香港	160,230	41,501	34,570	17,328	4,412	62,389	29
中国	231,504	44,126	38,943	19,917	5,014	122,895	609
タイ	127,584	34,532	25,858	16,529	4,821	45,414	430
シンガポール	163,210	58,462	34,903	24,891	3,242	40,428	1,285
マレーシア	132,354	41,048	27,753	19,799	3,671	40,023	60
インドネシア	136,616	47,116	22,585	27,171	5,051	34,665	28
フィリピン	112,229	33,192	26,506	13,419	4,959	34,093	59
ベトナム	186,133	49,312	54,180	19,556	4,125	58,883	77
インド	144,261	61,347	27,377	19,712	2,783	32,968	74
英国	181,795	80,131	41,220	30,011	6,408	24,000	24
ドイツ	171,012	78,851	36,899	29,716	5,068	20,350	128
フランス	189,006	75,462	40,799	34,590	7,830	30,299	26
イタリア	198,001	78,596	45,299	38,901	9,315	25,596	293
スペイン	224,064	92,209	49,101	44,165	6,482	32,050	57
ロシア	190,881	61,848	31,005	21,813	7,258	64,892	4,065
米国	171,418	70,707	41,137	27,856	5,427	26,111	180
カナダ	154,977	55,365	36,319	28,508	5,184	29,327	273
オーストラリア	246,866	99,802	51,201	40,169	17,958	37,587	150
その他	183,086	67,698	41,890	29,633	6,505	37,335	24

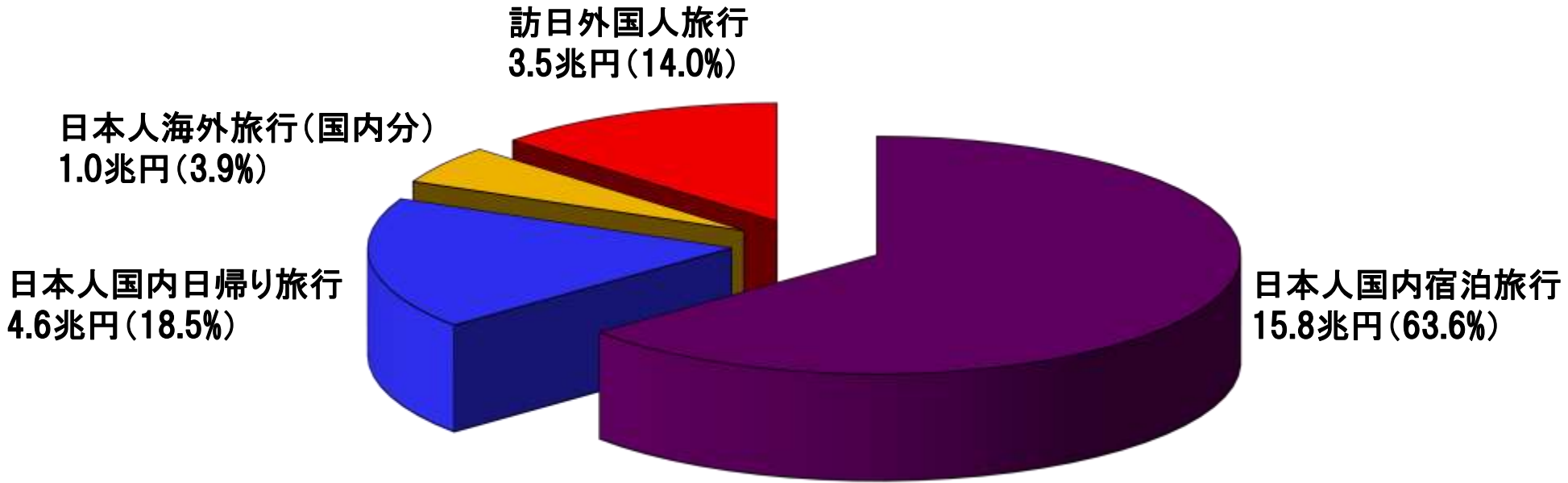
【費目別旅行消費額】



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成28年速報値)

国内における旅行消費額（2015年）

24.8兆円

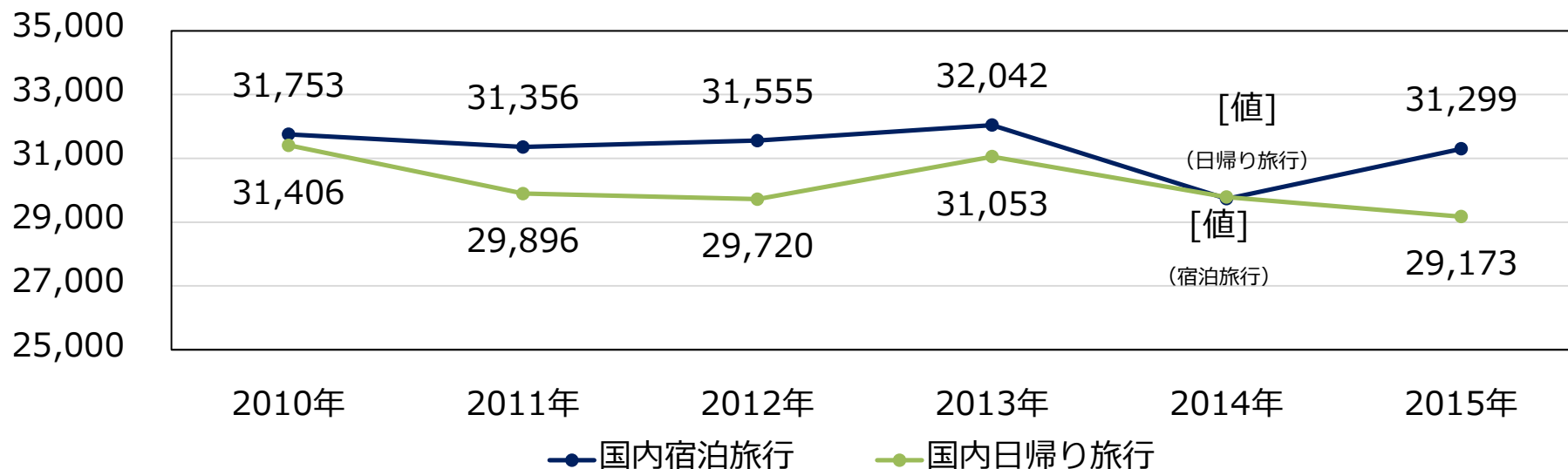


観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より算出

(図) 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

2010～2015年

(万人)



日本人国内宿泊旅行、国内日帰り旅行の消費額の推移

2010～2015年

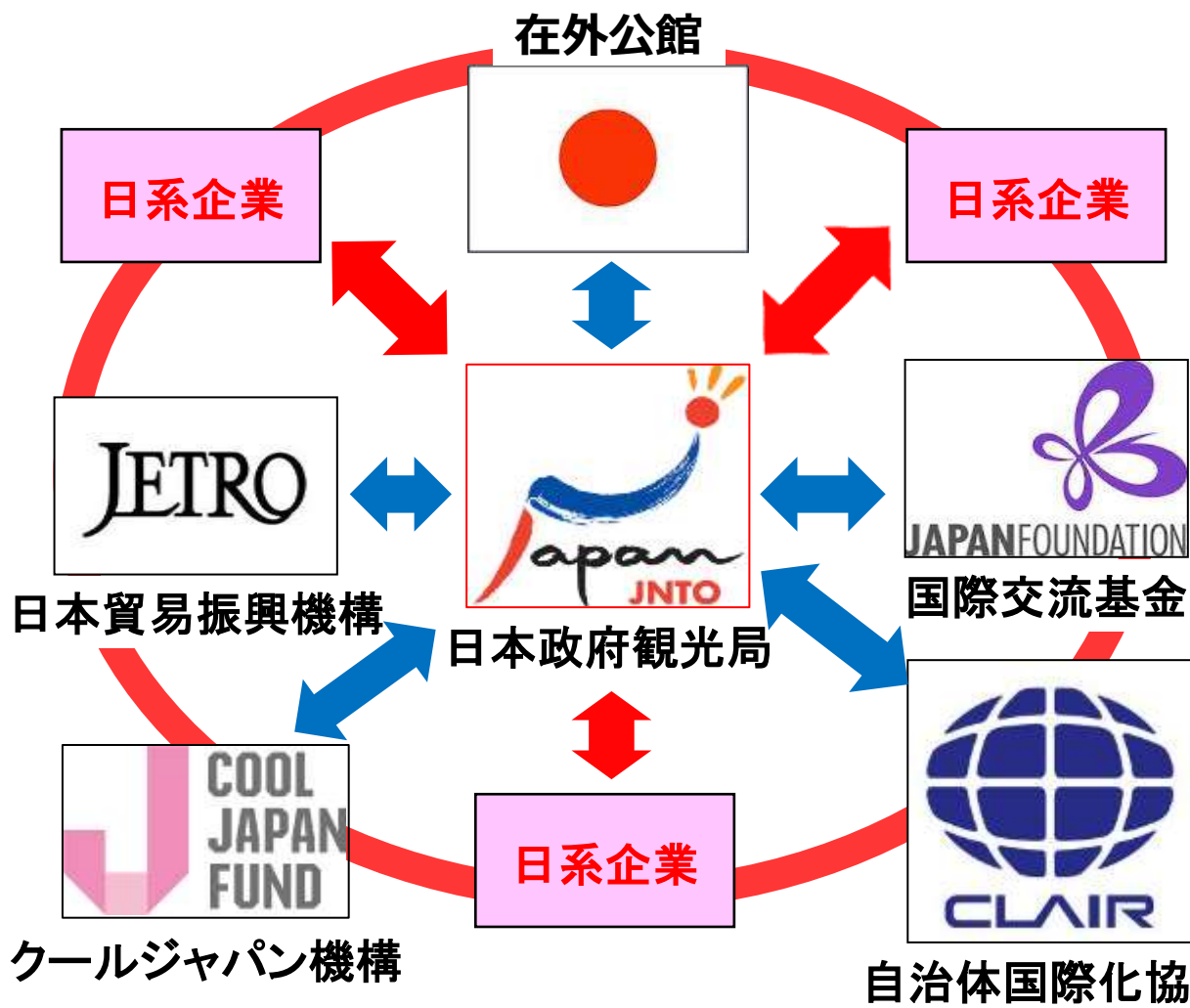
単位: 億円

()内は対前年比増減率

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
国内宿泊旅行	153,723	147,841 (-3.8%)	149,710 (1.3%)	154,101 (2.9%)	138,909 (-9.9%)	158,120 (13.8%)
国内日帰り旅行	50,632	49,529 (-2.2%)	44,498 (-10.2%)	47,770 (7.4%)	45,295 (-5.2%)	45,970 (1.5%)

2. インバウンド増加の背景と これまでの政府の取組

政府関係機関等との連携イメージ



在外公館等連携事例：
Visit Japan FIT旅行フェア
(タイ・バンコク)

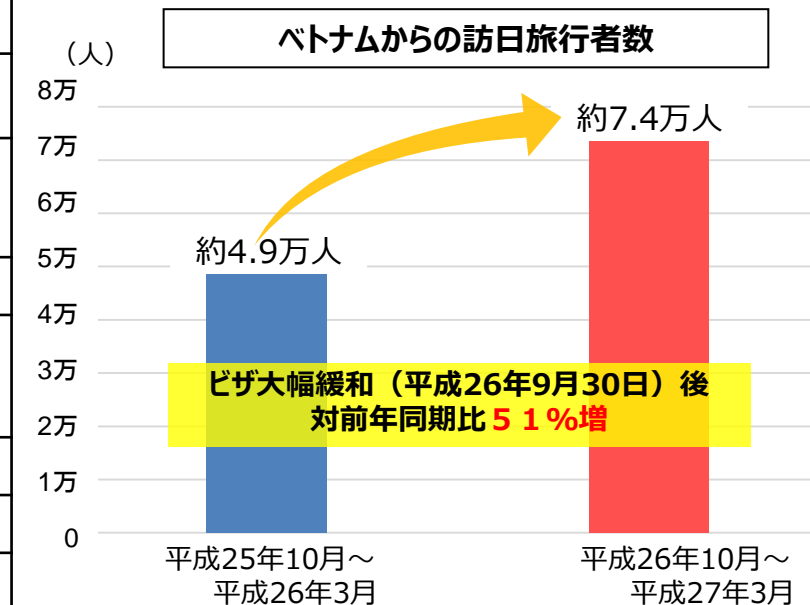
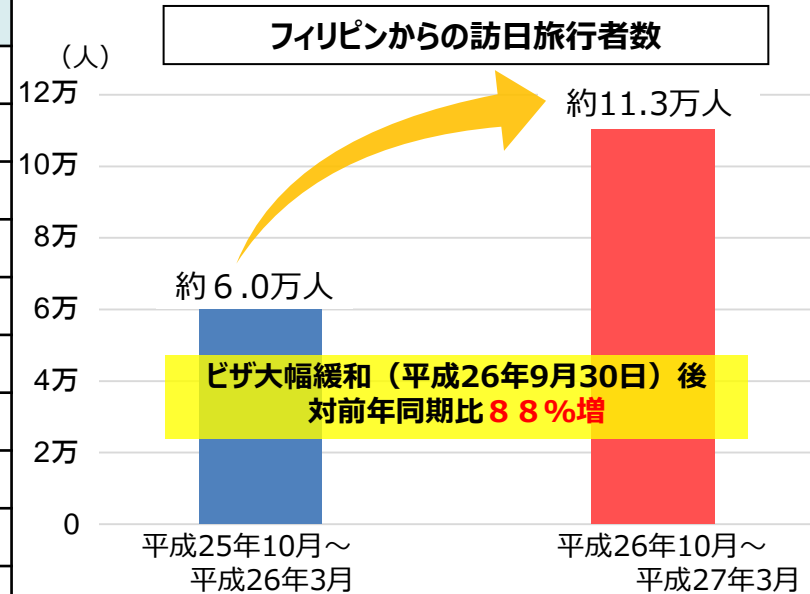


ビザの戦略的緩和

最近のビザ発給要件緩和

	開始日	国名(緩和措置(最長滞在期間))
平成25年	7月1日	タイ(IC旅券ビザ免除(15日))
		マレーシア(ビザ免除再開(90日))
		ベトナム(数次ビザ(15日))
		フィリピン(数次ビザ(15日))
		インドネシア(数次ビザの滞在期間延長(30日))
	10月15日	アラブ首長国連邦(数次ビザ(90日))
11月18日	カンボジア(数次ビザ(15日))	
	ラオス(数次ビザ(15日))	
11月25日	パプアニューギニア(数次ビザ(15日))	
平成26年	1月15日	ミャンマー(数次ビザ(15日))
	7月3日	インド(数次ビザ(15日))
	9月30日	インドネシア、フィリピン、ベトナム (数次ビザ発給要件の大幅緩和(30日))
	11月20日	インドネシア、フィリピン、ベトナム (指定旅行会社パッケージツアー参加者用一次観光ビザ 申請手続き簡素化(15日))
12月1日	インドネシア(IC旅券事前登録制によるビザ免除(15日))	
平成27年	1月19日	中国 (沖縄・東北三県数次ビザの発給要件の緩和(30日)) (相当の高所得者に対する個人数次ビザの導入(90日))
	6月15日	ブラジル(数次ビザ(30日))
	8月10日	モンゴル(数次ビザ(30日))
平成28年	1月11日	インド(数次ビザ発給要件の大幅緩和(30日))

ビザ緩和による訪日旅行者数の増加



消費税免税制度の拡充

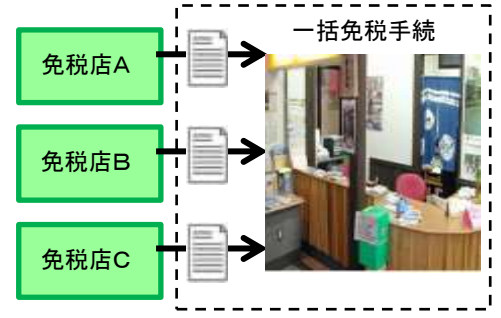
〈拡充第1段〉 2014年10月1日～

- 全ての品目が消費税免税の対象となり、地方の名産品にも対象が拡大。



〈拡充第2段〉 2015年4月1日～

- 免税手続きの第三者委託が可能となり、商店街等での、免税手続きの一括カウンターの設置が実現。



〈拡充第3段〉 2016年5月1日～

- 免税の対象となる、一般物品の最低購入金額の「10,000円超」から「5,000円以上」へ引き下げ。
- 免税店から免税購入物品を海外の自宅や空港等へ直送する場合の手続き簡素化。



消費税免税店(輸出物品販売場)の都道府県別分布(2016年10月1日現在)

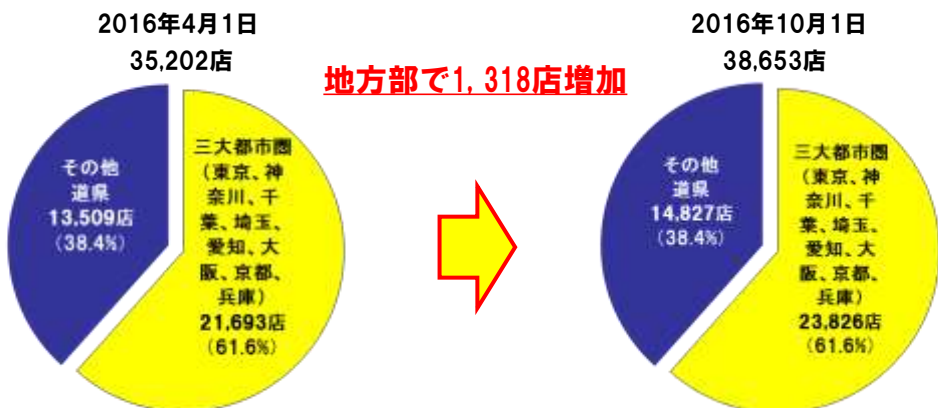
	店舗数		増加数	対前回比率
	2016.4.1	2016.10.1		
札幌国税局	1,881	2,051	170	109.0%
北海道	1,881	2,051	170	109.0%
仙台国税局	1,149	1,366	217	118.9%
青森	149	164	15	110.1%
岩手	110	122	12	110.9%
宮城	579	730	151	126.1%
秋田	74	86	12	116.2%
山形	94	113	19	120.2%
福島	143	151	8	105.6%
関東信越国税局	2,521	2,756	235	109.3%
茨城	341	369	28	108.2%
栃木	292	316	24	108.2%
群馬	174	197	23	113.2%
埼玉	1,060	1,179	119	111.2%
新潟	244	256	12	104.9%
長野	410	439	29	107.1%
東京国税局	12,946	14,283	1,337	110.3%
千葉	1,663	2,025	362	121.8%
東京	9,040	9,811	771	108.5%
神奈川	2,072	2,259	187	109.0%
山梨	171	188	17	109.9%

	店舗数		増加数	対前回比率
	2016.4.1	2016.10.1		
金沢国税局	679	731	52	107.7%
富山	313	332	19	106.1%
石川	324	344	20	106.2%
福井	42	55	13	131.0%
名古屋国税局	2,783	3,043	260	109.3%
岐阜	291	322	31	110.7%
静岡	787	857	70	108.9%
愛知	1,315	1,447	132	110.0%
三重	390	417	27	106.9%
大阪国税局	7,186	7,810	624	108.7%
滋賀	278	313	35	112.6%
京都	1,288	1,434	146	111.3%
大阪	4,008	4,328	320	108.0%
兵庫	1,247	1,343	96	107.7%
奈良	200	208	8	104.0%
和歌山	165	184	19	111.5%
広島国税局	1,204	1,292	88	107.3%
鳥取	90	95	5	105.6%
島根	52	62	10	119.2%
岡山	368	391	23	106.3%
広島	587	621	34	105.8%
山口	107	123	16	115.0%

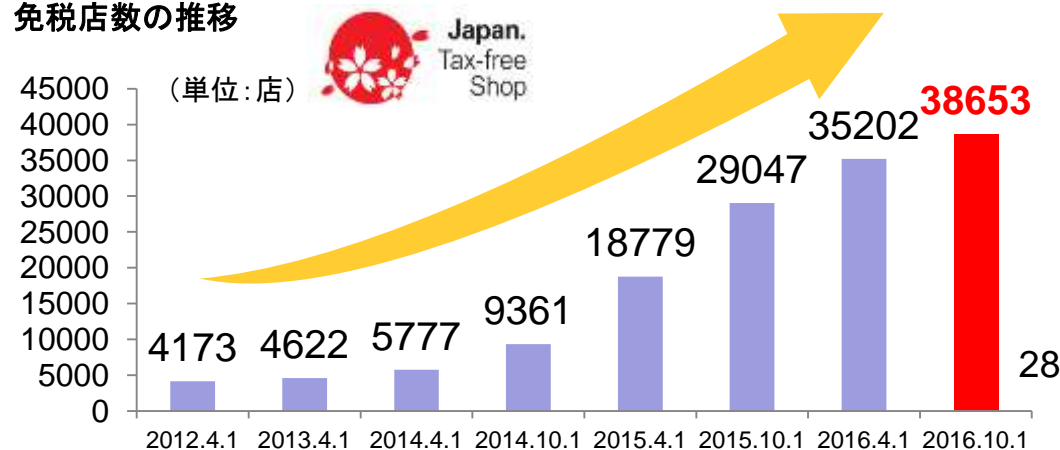
	店舗数		増加数	対前回比率
	2016.4.1	2016.10.1		
高松国税局	512	539	27	105.3%
徳島	60	62	2	103.3%
香川	192	199	7	103.6%
愛媛	156	170	14	109.0%
高知	104	108	4	103.8%
福岡国税局	2,480	2,798	318	112.8%
福岡	1,923	2,194	271	114.1%
佐賀	179	192	13	107.3%
長崎	378	412	34	109.0%
熊本国税局	1,126	1,178	52	104.6%
熊本	338	351	13	103.8%
大分	292	308	16	105.5%
宮崎	149	162	13	108.7%
鹿児島	347	357	10	102.9%
沖縄国税事務所	735	806	71	109.7%
沖縄	735	806	71	109.7%
合計	35,202	38,653	3,451	109.8%

2016年10月1日現在: 国税局所管地域別(国税庁集計)

三大都市圏と地方部の免税店数



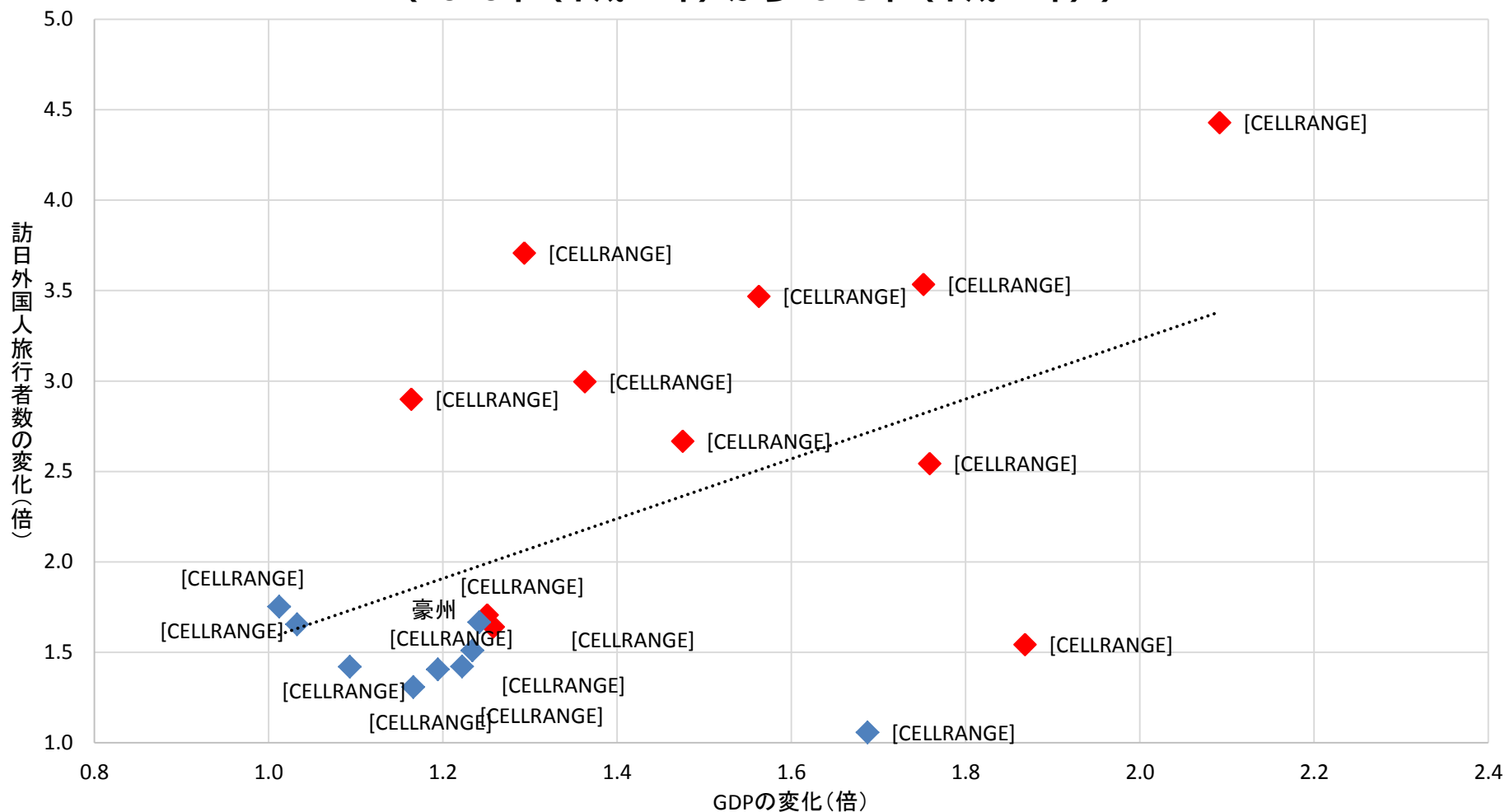
免税店数の推移



GDPの変化と訪日外国人旅行者数の変化との関係

○訪日外国人旅行者数が多い国・地域において、GDPの増加に伴い、訪日数も増加している。

(図) GDPの変化と訪日外国人旅行者数の変化との関係
(2010年(平成22年)から2015年(平成27年))



出典：GDPはIMF資料。訪日外国人旅行者数はJNTO資料。

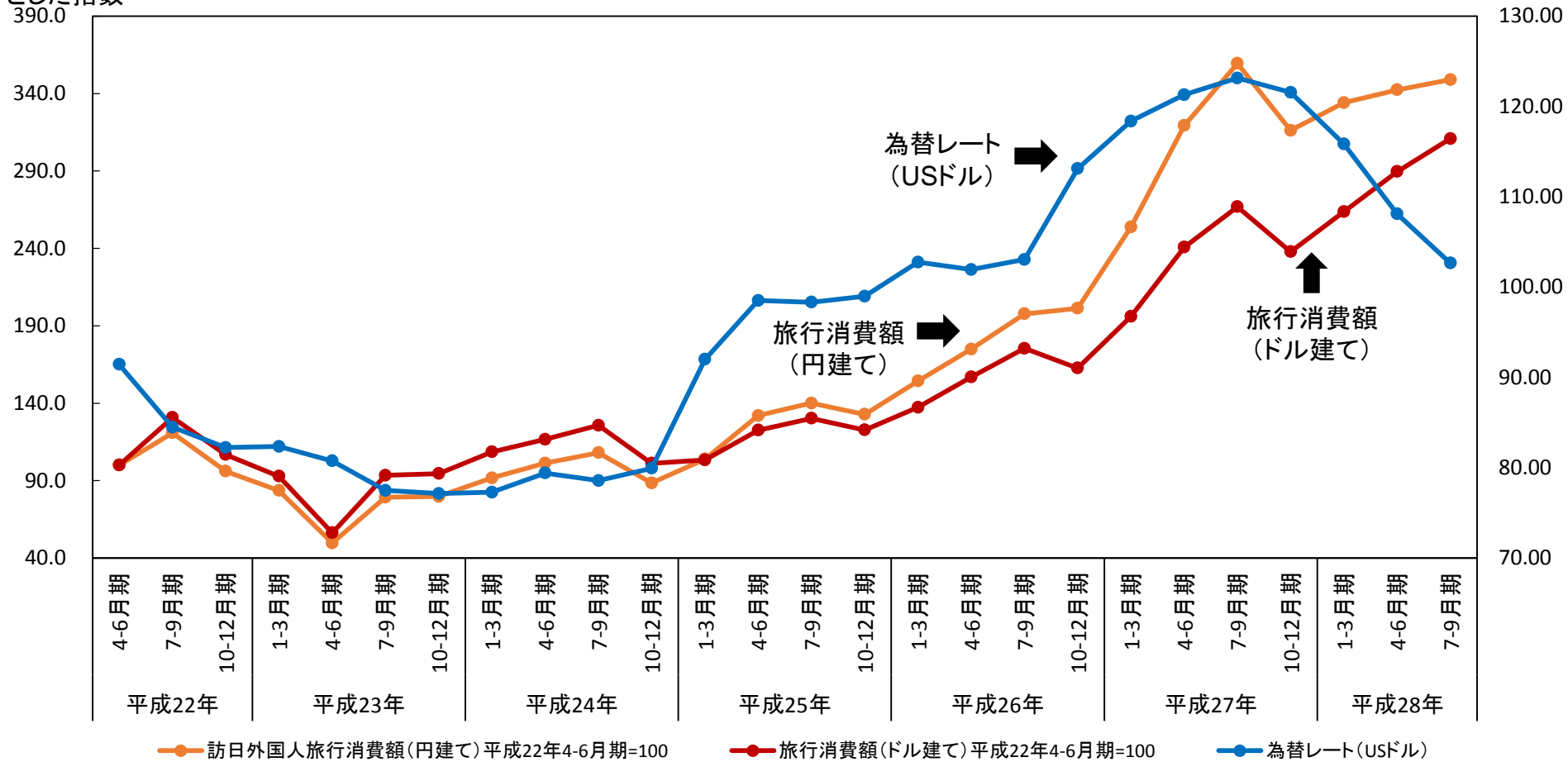
為替レートと旅行消費額の推移

○円安の進行とともに、旅行消費額は増加している。

平成22年4-6月期=100
とした指数

(図) 為替レートと旅行消費額の推移

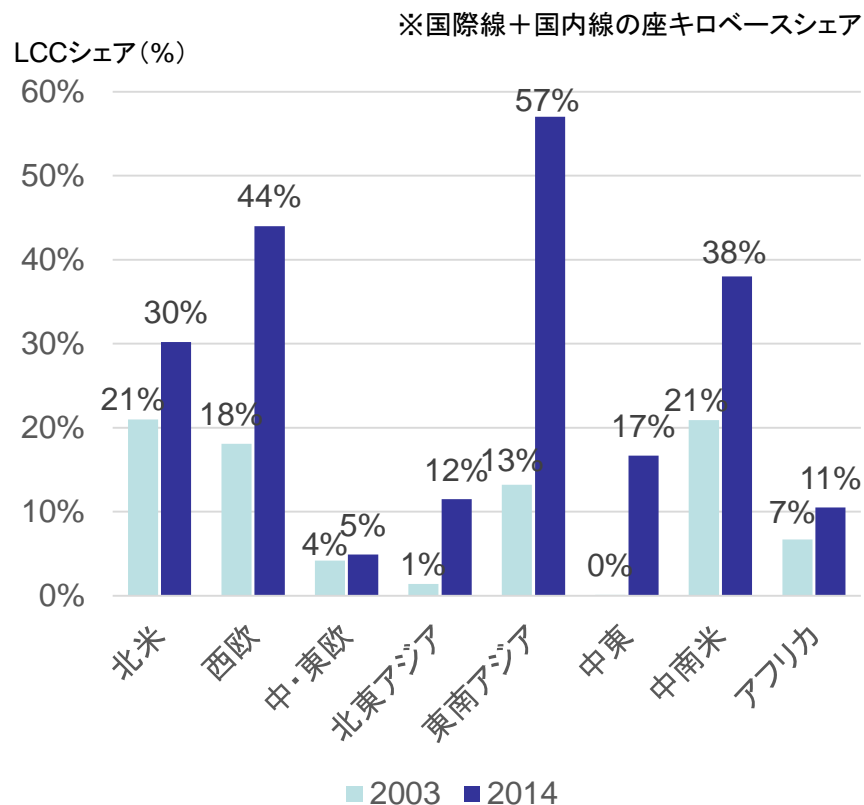
為替レート(USドル)
単位:円



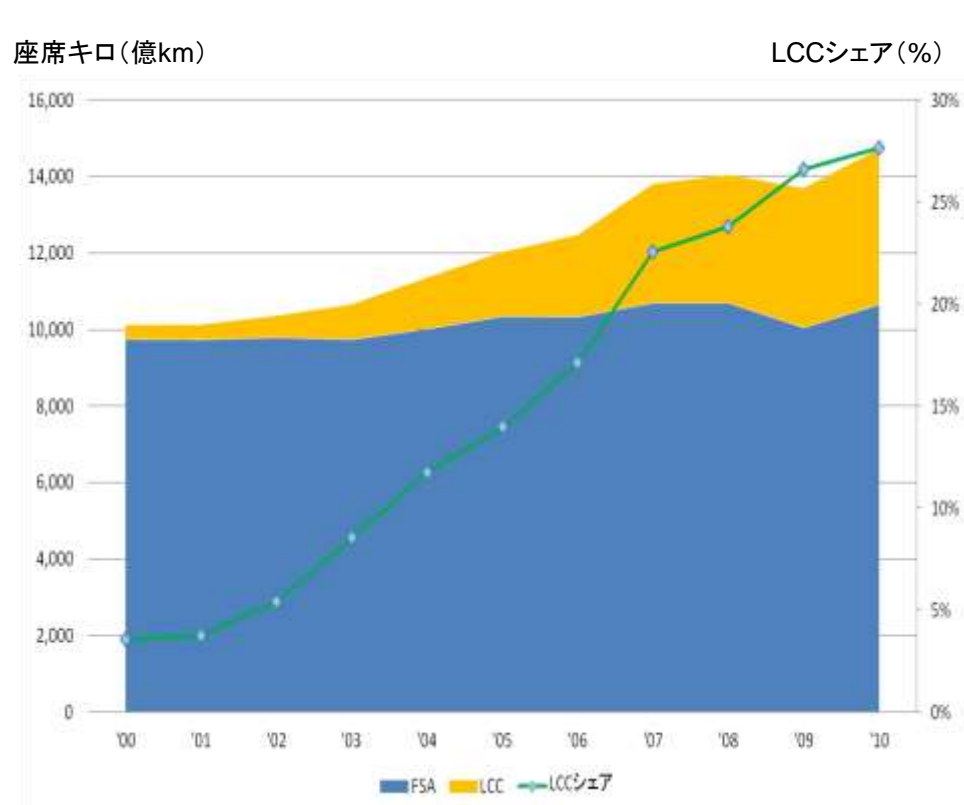
出典:(旅行消費額) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」
(為替レート) IMF ※期間中平均

- LCCは世界各地域で急成長している。
- 東南アジアではシェアが50%以上あり、日本を含む北東アジアでも12%まで伸びてきている。
- 欧州ではフルサービス航空会社(FSA)の需要を保ちながらLCC市場が拡大してきた。

地域別LCCシェア(座席キロベース)¹⁾



欧州におけるLCC市場の成長²⁾



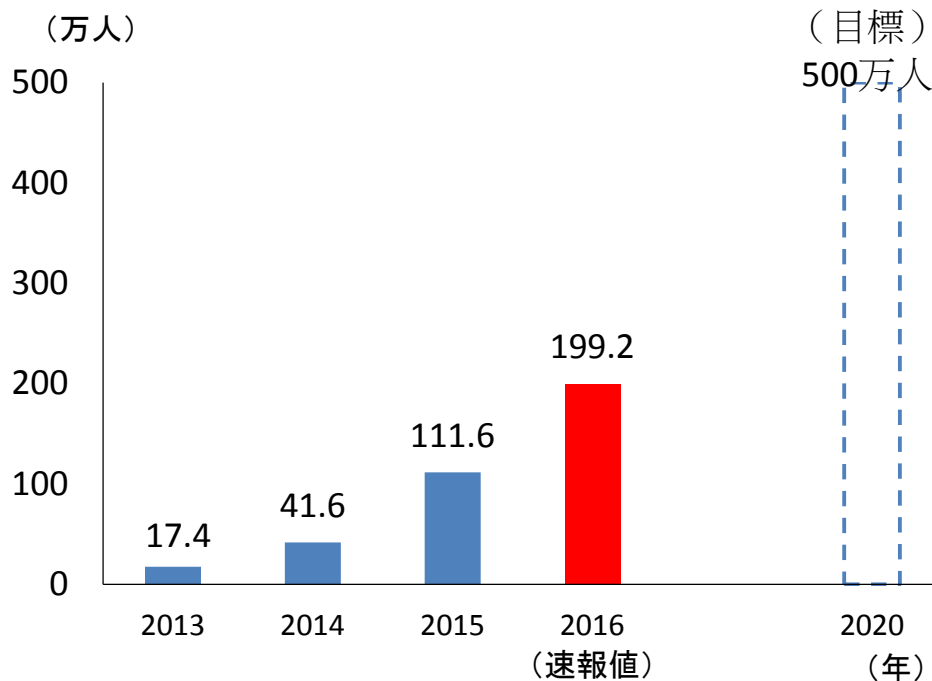
※北東アジア: 日本、韓国、中国、台湾、モンゴル

1. CAPA Centre for Aviation HP ; 2. MRIデータをベースに国土交通省航空局作成

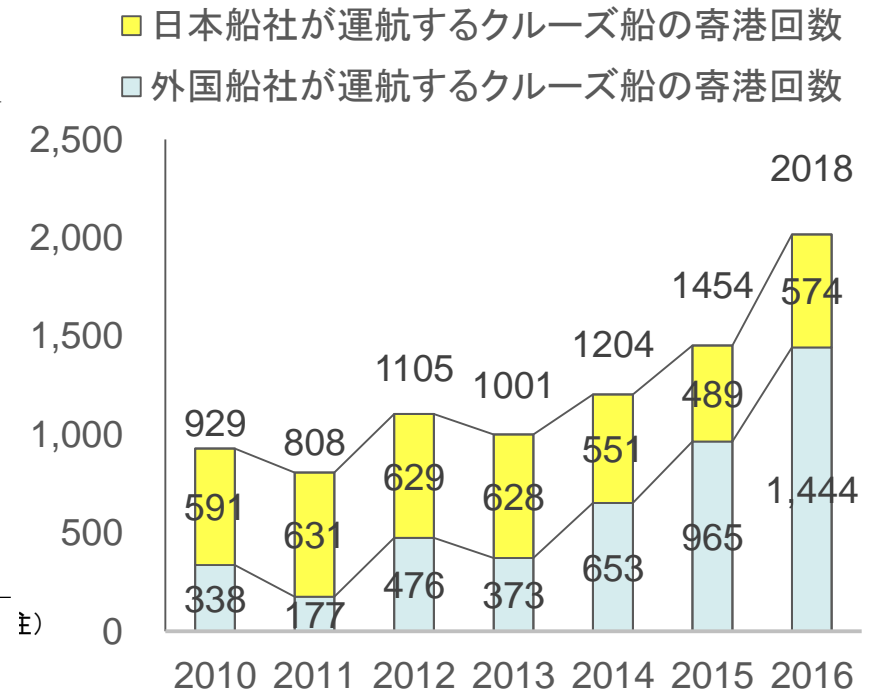
クルーズ船の寄港動向

○2016年中に我が国へクルーズ船により入国した外国人旅客数は、前年比78.5%増の約199.2万人(概数)。
 ○外国船社が運航するクルーズ船の我が国港湾への寄港回数は1,444回、日本船社も含めると2,018回となり、いずれも過去最高。

クルーズ船による外国人入国者数（概数）



我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数



(注)・法務省入国管理局の集計による外国人入国者数で概数(乗員除く)。
 ・1回のクルーズで複数の港に寄港するクルーズ船の外国人旅客についても、(各港で重複して計上するのではなく)1人の入国として計上している。

・本調査では、船内1泊以上を対象としたクルーズ船の寄港回数を対象とし、日帰りクルーズは対象外とした。また、寄港回数には沖に停泊して乗客が通船で上陸した場合も含む。
 ・日本船社が運航するクルーズ船は、飛鳥Ⅱ、にっぽん丸、ぱしふいっくびいなすの3船を対象とした。

港湾局プレスリリース資料より作成

出入国手続きの迅速化・円滑化(CIQ体制の拡充)

2016年度までに空港での入国審査に要する最長待ち時間を20分以下に短縮

◆ 2014年度に131人、2015年度に226人を緊急増員。

◆ 2016年度は447人の増員を予定。

(単位:人)	2014年度		2015年度	
	①当初増員	②緊急増員 (※1)	①当初増員	②緊急増員 (※2)
財務省(税関)	142	71	222	85
法務省(入国管理局)	106	30	202	92
厚生労働省(検疫所)	20	30	24	28
農林水産省	41	0	17	21
動物検疫所	19	0	9	10
植物防疫所	22	0	8	11
合計	309	131	465	226

(※1) 2014年度緊急増員については、(1)2014年7月に計52名(財務省22名/法務省30名)、(2)2014年12月に30名(厚生労働省)、(3)2015年1月に49名(財務省)の計3回実施。

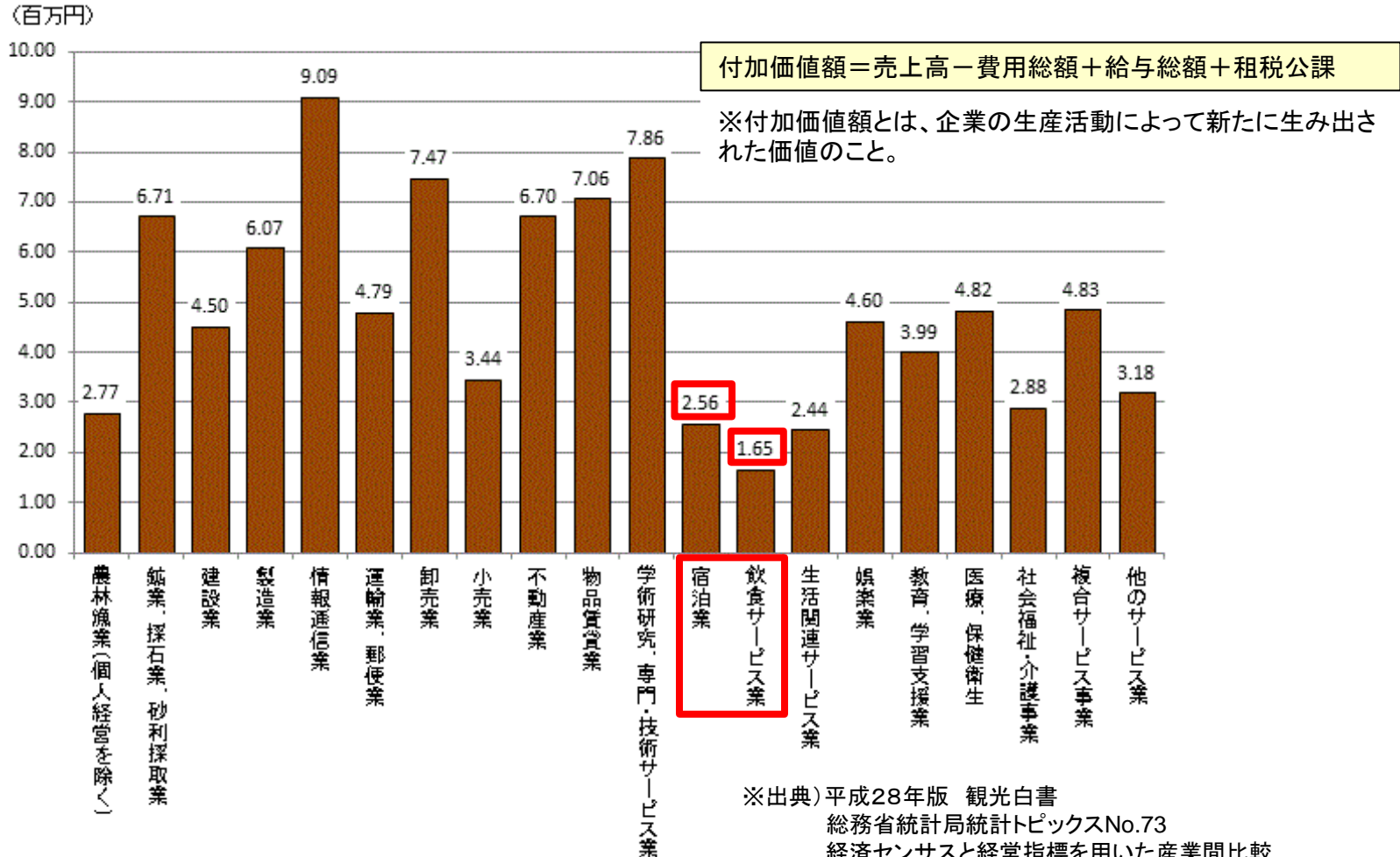
(※2) 2015年度緊急増員については、(1)2015年7月に計118名(財務省34名/法務省35名/厚生労働省28名/農林水産省21名)、(2)2015年12月に計108名(財務省51名/法務省57名)の計2回実施。

3. 課題と観光ビジョン

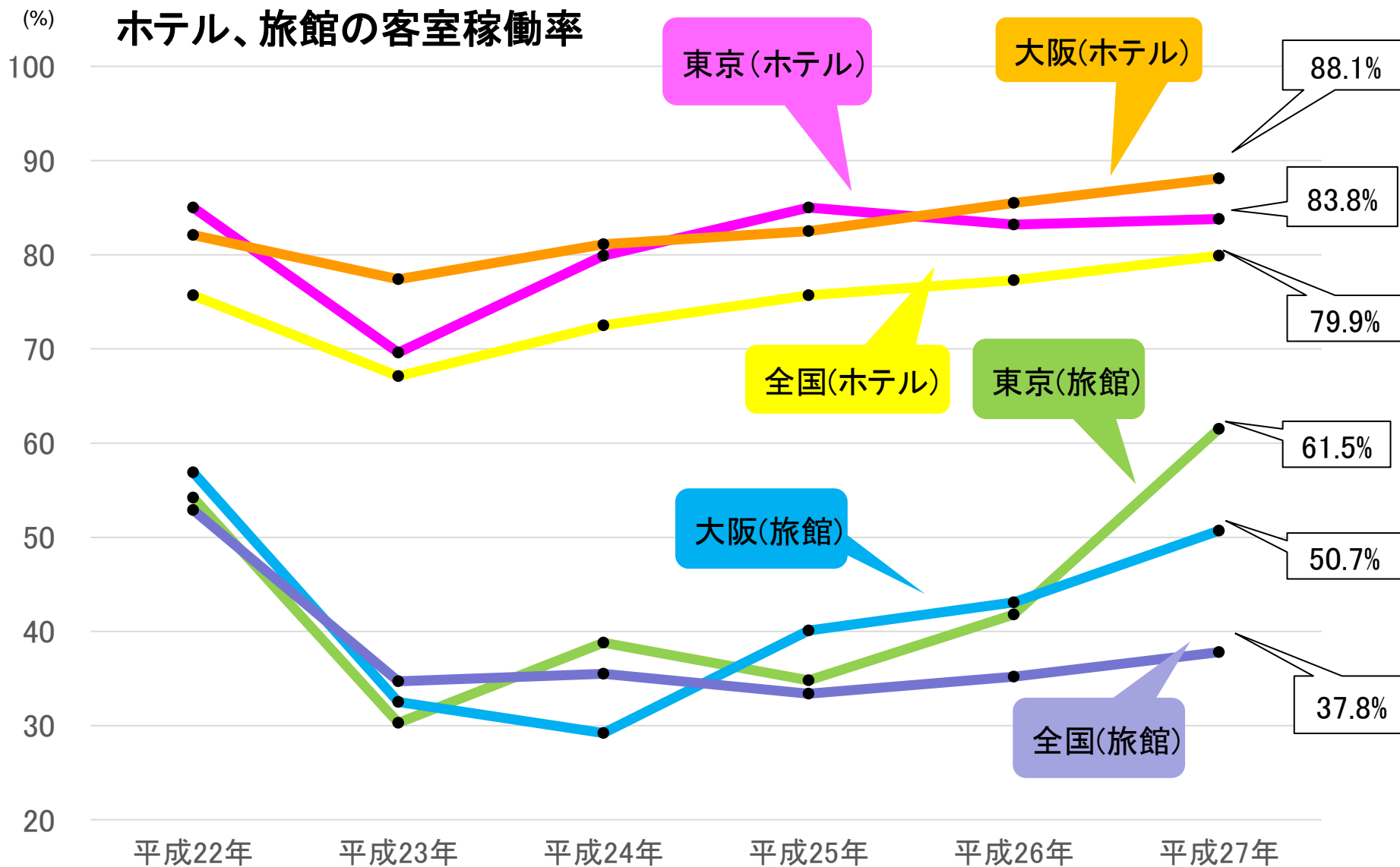
観光産業の労働生産性

○観光産業の生産性は、国内の他の産業と比べて低くなっている。

労働者1人当たり付加価値額（労働生産性）



※出典) 平成28年版 観光白書
 総務省統計局統計トピックスNo.73
 経済センサスと経営指標を用いた産業間比較
 ー平成24年経済センサス-活動調査の分析事例①〔経理項目〕
 ー図表2-1従業員1人当たり付加価値額(労働生産性)



※平成27年は速報値

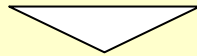
出典：観光庁宿泊旅行統計調査 第8表(ホテルはシティホテルの実績)

地方都市や温泉街の疲弊

- 地方都市において、人口減少、郊外型の大規模店舗の進出等により、中心街がさびれてしまっている。
- 温泉街では、団体旅行が主流の頃に大型ホテルを開発。その後、個人単位への旅行スタイルの変化に伴う新しいニーズに対応できず、風情のない景観が残り、宿泊客が減る悪循環が起きているところも多い。



門前町商店街（熊本県阿蘇市）
2003年 ※整備前



2011年 ※整備後



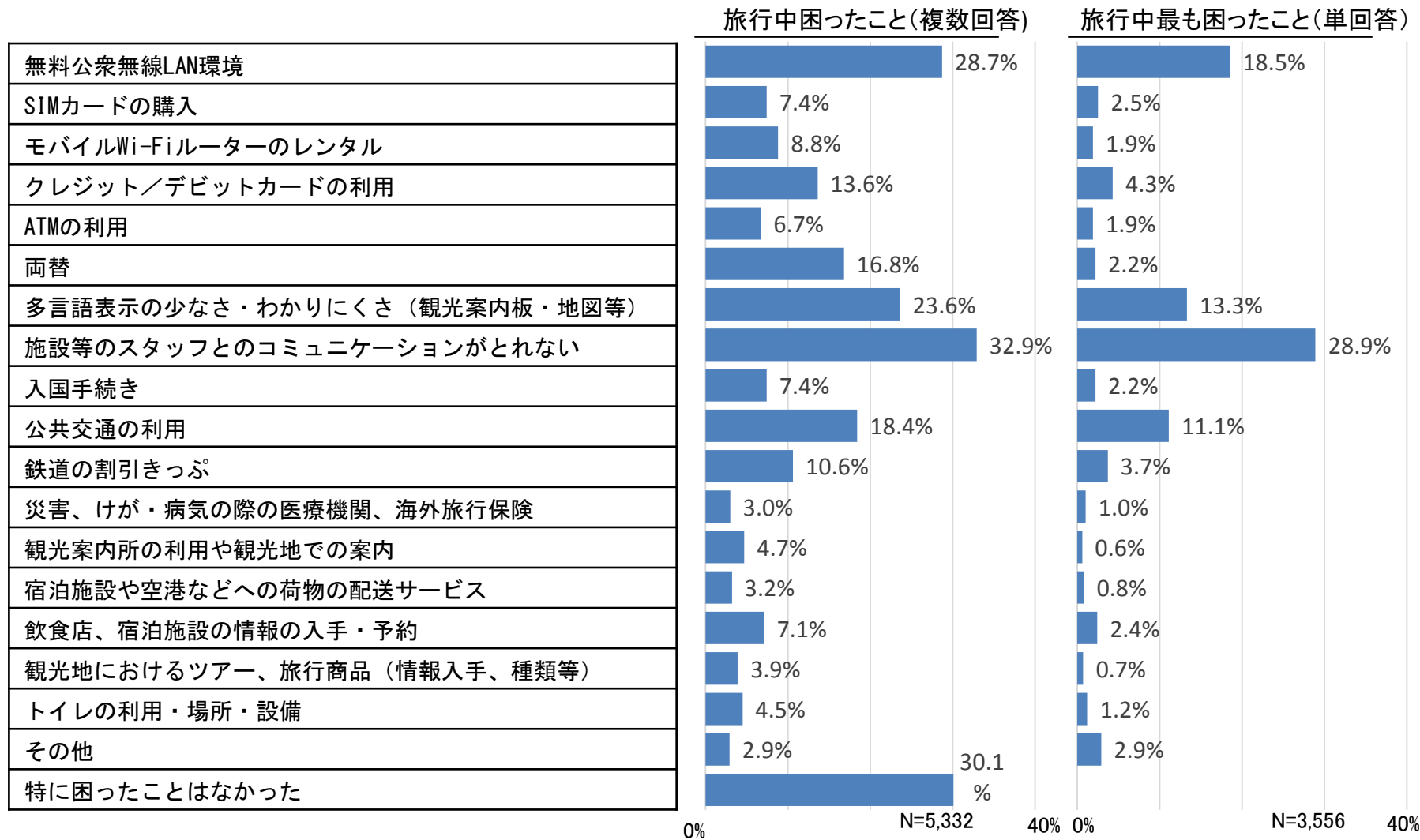
廃業した温泉旅館(長野県)
※リノベーション前



廃業した温泉旅館をバックパッカー向け
ホステルにリノベーション

訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこと(平成28年度調査)

- 旅行中困ったこととしては「**施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない**」が32.9%で最も多い。
- 次いで「**無料公衆無線LAN環境**」が28.7%、「**多言語表示の少なさ・わかりにくさ**」が23.6%となっている。
- 「**困ったことはなかった**」という回答も30.1%となっている。



(明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 (議長：内閣総理大臣) にて
平成28年3月30日にとりまとめ)

今後の方向性



観光振興に必要な4条件

観光振興の4条件

観光資源を真に開花

観光を1億総活躍の場に

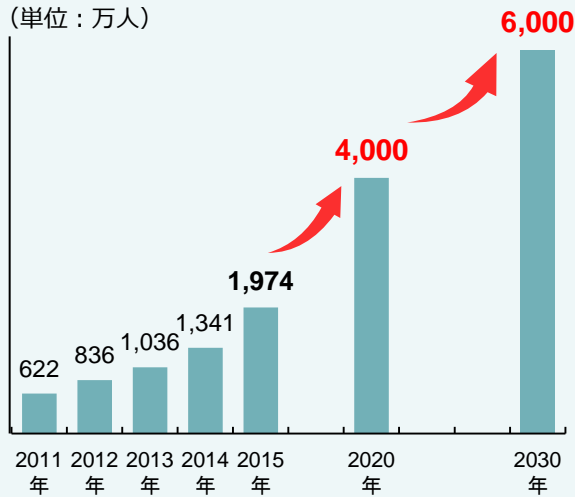
「地方創生」 「GDP600兆円」

観光産業を基幹産業に

我が国を観光先進国に

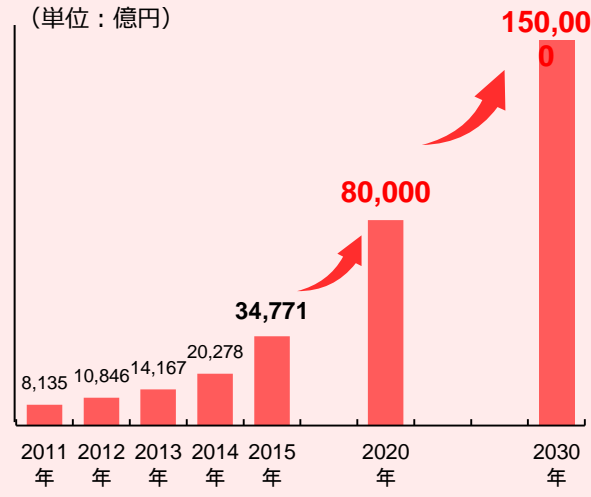
○ 訪日外国人旅行者数

(単位：万人)



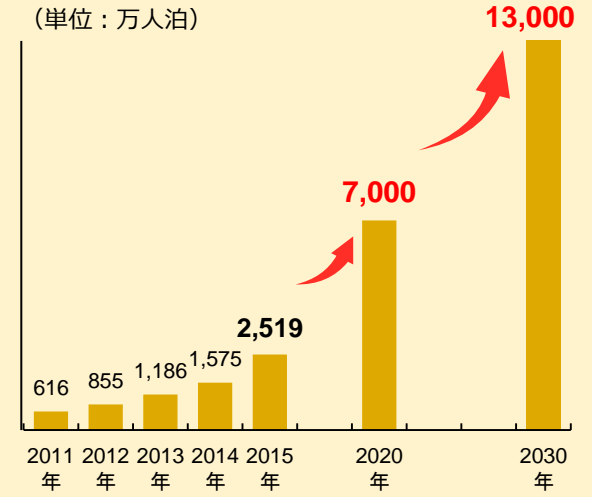
○ 訪日外国人旅行消費額

(単位：億円)



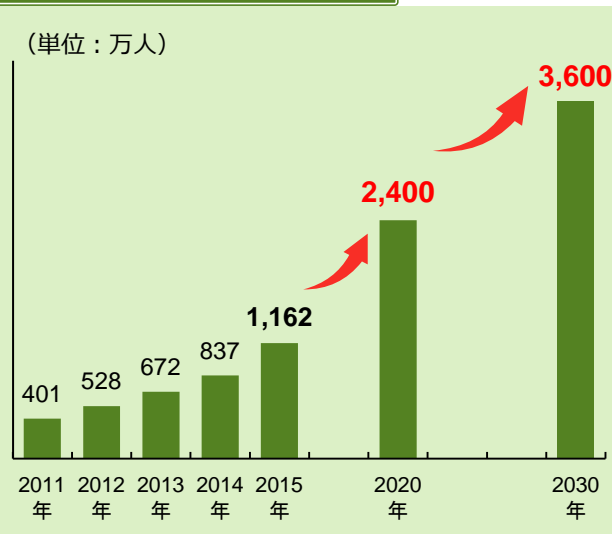
○ 地方部での外国人延べ宿泊者数

(単位：万人泊)



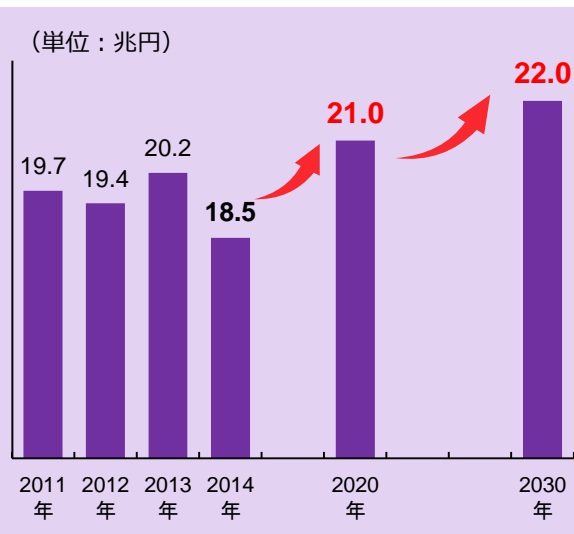
○ 外国人リピーター数

(単位：万人)



○ 日本人国内旅行消費額

(単位：兆円)



課題

■我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。

■観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。

■CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。

■高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、
地方創生の礎に」

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

■ **魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放**

- ・赤坂や京都の迎賓館に加え、我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設を一般向けに公開・開放

■ **文化財の観光資源としての開花**

- ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化

■ **国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化**

- ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力を活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- ・2020年までに、外国人利用者数を1000万人に

■ **景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上**

- ・2020年を目標に、原則として全都道府県、全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定
- ・歴まち法の重点区域などで無電柱化を推進

■ **滞在型農山漁村の確立・形成**

- ・日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進し、2020年までに全国の農山漁村で50地域創出

■ **地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大**

- ・2020年までに、商店街等において、50箇所で街並み整備、1500箇所で外国人受入環境整備
- ・2020年までに、外国人受入可能な伝統的工芸品産地を100箇所以上に

■ **広域観光周遊ルートの世界水準への改善**

- ・修景や体験プログラムの開発等に国から専門家チーム（パラシューターチーム）を派遣

■ **東北の観光復興**

- ・東北6県の外国人宿泊者数を2020年150万人泊（2015年の3倍）に

2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

■ 観光関係の規制・制度の総合的な見直し

- ・ 通訳案内士、ラドホテラー、宿泊業等の抜本見直し

■ 民泊サービスへの対応

- ・ 現行制度の枠組みにとらわれない宿泊法制度の抜本見直し（本年6月中目途に検討会とりまとめ）

■ 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成強化

- ・ 2020年までに、トップレベルの経営人材の恒常的な育成拠点を大学院段階（MBAを含む）に形成

■ 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供

- ・ 旅館等におけるイノベーション投資などを促進

■ 世界水準のDMOの形成・育成

- ・ 2020年までに、世界水準DMOを全国で100形成

■ 「観光地再生・活性化ファント」の継続的な展開

- ・ 観光まちづくりに関する投資や人材支援を安定的・継続的に提供できる体制を整備

■ 次世代の観光立国実現のための財源の検討

- ・ 観光施策に充てる国の追加的な財源確保策を検討

■ 訪日プロモーションの戦略的高度化

- ・ 海外著名人の日本文化体験映像を海外キー局で配信

■ イノベーション観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

- ・ 在外公館や放送コンテンツなどを活用した情報発信

■ MICE誘致の促進

- ・ 政府レベルでの誘致支援体制の構築

■ ビザの戦略的緩和

- ・ 中国、フィリピン、ベトナム、インド、ロシアの5ヶ国を対象

■ 訪日教育旅行の活性化

- ・ 「2020年までに4万人から5割増」の早期実現

■ 観光教育の充実

- ・ 総合的な学習の時間等における教材の作成・普及

■ 若者のイノベーション活性化

- ・ 若者割引等のサービス開発を通じた海外旅行の推進

3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- **最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現**
 - ・世界最高水準の顔認証技術の導入などを促進
- **民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進**
 - ・宿泊施設や観光バス乗降場等の整備促進
- **キャッシュレス環境の飛躍的改善**
 - ・2020年までに、主要な観光地等における「100%のクレジットカード対応化」などを実現
- **通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現**
 - ・無料Wi-Fi環境とSIMカードの相互補完の利用促進
- **多言語対応による情報発信**
 - ・中小事業者のWEBサイトの約半分を多言語化
- **急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実**
 - ・2020年までに、外国人患者受入体制が整備された医療機関を全国100箇所整備（現在の約5倍）
- **「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備**
 - ・外国語対応可能な警察職員の配置等の体制整備
- **「地方創生回廊」の完備**
 - ・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能に
- **地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進**
 - ・複数空港の一体運営（コンセクション等）の推進
- **クルーズ船受入の更なる拡充**
 - ・2020年に訪日クルーズ旅客を500万人に
- **公共交通利用環境の革新**
 - ・主要な公共交通機関の海外インターネット予約を可能に
- **休暇改革**
 - ・2020年までに年次有給休暇の取得率を70%に
- **ユニバーサルに向けたユニバーサルデザインの推進**
 - ・高い水準のユニバーサル化と心のバリアフリーを推進

視点 1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に ①

1. 公的施設

「**魅力ある公的施設**」を、ひろく国民、
そして世界に**開放**

－「技」の粋がつくされた日本ならではの空間を世界に－



赤坂迎賓館

2016年4月19日から**一般公開**を
通年で実施。



京都迎賓館

2016年4月28日～5月9日に試験
公開を実施した上で、**7月下旬**を
目途に**一般公開**を**通年で実施**予定。

ホーフブルク王宮 (オーストリア)

王宮内は、観光施設として日中見学が可能。一部を
レセプション会場等の利用向けに、一般開放。



王宮全景



宮殿内

2. 文化財

「**文化財**」を、「**保存優先**」から
観光客目線での「**理解促進**」、そして「**活用**」へ

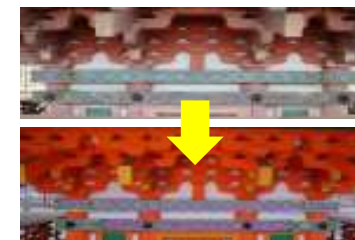
－「とっておいた文化財」を「とっておきの文化財」に－



2020年までに、文化財を核とする**観光拠点**を
全国で**200整備**、わかりやすい多言語解説など
1000事業を展開し、集中的に支援強化。



観光拠点の面的整備
(福島県大内宿の茅葺き民家群)



修復整備の拡充と美装化
(清水寺三重塔の美装化)



わかりやすい多言語解説
(日光東照宮新宝物館)



結婚式場等への活用
(西日本工業倶楽部会館)

視点 1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に ②

3. 国立公園

「国立公園」を、
世界水準の「ナショナルパーク」へ

－世界中から休日をすごしにくる上質感あふれる空間に－



2020年を目標に、全国5箇所の公園について、保護すべき区域と観光活用する区域を明確化し、民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善。

イエローストーン国立公園 (米国)

観光客が豊かな自然を体験するための施設やプログラムを提供。運営費の一部は、入場料やコンセッション料で充当。



野生動物を間近で観察



専門家によるガイドツアー



ビクターセンターでの旅行案内



魅力的なホテル

4. 景観

おもな観光地で「景観計画」をつくり、
美しい街並みへ

－ひと目見れば忘れない、ひと目見ただけで場所がわかる景観に－



2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で、「景観計画」を策定。国が専門家チームを地域派遣し、取組を徹底サポート。

(※) 2015年9月末時点で、20都道府県、472市町村で景観計画を策定済み

京都市

歴史的建造物の保全や景観法規制に加え、屋外広告物の適正化や地域協議会活動など、総合的な取組を展開。



屋外広告物の適正化が進んだ四条大通
(2007年 → 2015年)

5. 観光産業

古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ

規制・制度の抜本見直し（通訳案内士、ランドオペレーター、旅行業など）、トップレベルの経営人材育成、民泊ルールを整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援。

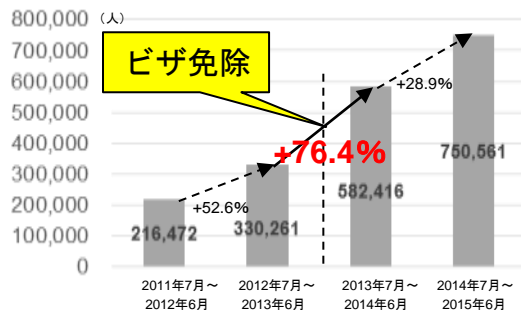
6. 市場開拓

あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現

欧米豪や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的ビザ緩和、MICE誘致支援、首都圏のビジネスジェット受入環境改善などを推進。

ビザ緩和による効果

タイからの訪日数（ビザ免除：2013年7月1日）



今後のビザ緩和対象5ヶ国

- ・中国
- ・フィリピン
- ・ベトナム
- ・インド
- ・ロシア

7. 観光地経営

疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

2020年までに世界水準DMOを全国で100形成。観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現。

湯田中温泉（長野県山之内町）

湯田中温泉街の再生事業に対し、地域経済活性化支援機構（REVIC）と地元金融機関とが、ファンドにより投融資。



湯田中温泉



廃業した旅館や飲食店舗をリノベーション



8. 滞在環境

ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現

世界最高水準の技術活用により出入国審査の風景を一変させるほか、**ストレスフリーな通信・交通利用環境、キャッシュレス観光、ユニバーサルデザイン**などを実現。

9. 地方交流

「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現

— 隅から隅まで日本の旅を楽しめるように —

「ジャポン・レールパス」を訪日後でも購入可能化。また、**新幹線開業やコンセプション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通の充実**を実現。



北海道新幹線の開業



複数空港の一体運営（新千歳）

10. 休暇

「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

— 国民一人ひとりが「仕事も」「休日も」楽しめるように —

2020年までに、**年次有給休暇取得率70%に向上。**また、**家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化**による観光需要の平準化などを推進。

家族の時間づくり（熊本県人吉市）

地域の伝統的な祭り開催日に、市内の全小・中学校を休業日とし、地元企業への有給休暇取得を働きかけ。



おくんち祭り



地域協議会の様子

觀光資源

文化財の観光資源としての開花

目指すべき将来像

大内宿の茅葺き民家郡再生（福島県）



1981年



展示施設の整備



電柱の地中化



駐車場整備



建物の保存修理



2009年

1988年
11万人

再生事業開始

2009年
116万人

過去最高

東日本大震災

2011年
58万人

一時的に
観光客半減

震災復興

2015年
80万人

過去最高の
7割まで回復

国立公園満喫プロジェクト（環境省）

- 日本の国立公園を、世界水準の「ナショナルパーク」としてブランド化を図るため、平成28年7月25日、先行的・集中的に取り組む8つの国立公園を選定。
- 今後、上質で快適な利用環境や多様なプログラムの整備などを集中的に実施していく。

先行的・集中的に取り組む8つの国立公園

名称	選定のポイント	都道府県
阿寒国立公園	観光立国ショーケース エコツーリズム全体構想	北海道
十和田八幡平国立公園	震災復興、温泉文化	青森、岩手、秋田県
日光国立公園	欧米人来訪の実績	福島、栃木、群馬県
伊勢志摩国立公園	伝統文化 エコツーリズム全体構想	三重県
大山隠岐国立公園	オーバーユースに対する 先進的取組	岡山、鳥取、島根県
阿蘇くじゅう国立公園	災害復興 カルデラと千年の草原	熊本、大分県
霧島錦江湾国立公園	多様な火山と 「環霧島」の自治体連携	宮崎、鹿児島県
慶良間諸島国立公園	地元ダイビング事業者による サンゴ保全の取組 エコツーリズム全体構想	沖縄県



阿寒国立公園



日光国立公園



霧島錦江湾国立公園

「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」について

歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース

明日の日本を支える観光ビジョンに基づき、農山漁村を含めた地方に広く存在する古民家等を活用した魅力ある観光まちづくりを推進。

1. 検討事項

- (1) 農山漁村を含む地域の古民家等の活用・再生事例の収集・比較
- (2) 成功の要因と課題の抽出
- (3) 具体的な支援策を含む全国展開方策の検討等

2. スケジュール（平成28年～）

- 9月 5日：第1回開催（有識者ヒアリング）
- 10月 18日：第2回開催（有識者ヒアリング）
- 11月 14日：第3回開催（有識者ヒアリング、検討課題の整理）
- 12月 21日：第4回開催（関係各省プレゼン、中間とりまとめ）

） 中間とりまとめを踏まえ、関係省庁と課題への対応を議論

- 平成29年3月：とりまとめ（予定）

【議長】内閣官房長官
【議長代理】国土交通大臣
【副議長】内閣府特命担当大臣（地方創生担当）、農林水産大臣
【構成員】内閣官房副長官（政務・事務）
内閣総理大臣補佐官（地方創生担当）
内閣官房副長官補（内政担当）
内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）
内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）兼観光庁次長
内閣官房まち・ひと・しごと創生本部地方創生総括官補
金融庁監督局長
総務省大臣官房総括審議官
消防庁次長
文化庁次長
厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部長
農林水産省農村振興局長
経済産業省商務情報政策局長
国土交通省都市局長
国土交通省住宅局長
観光庁長官



集落丸山（篠山市）



多様なニーズへの対応



景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

目指すべき将来像

地域固有の景観を、観光資源として「守り」、より魅力的に「育て」、まちづくりを通して「活用」する取組を強力に進める。

京都市



屋外広告物の
適正化が進んだ
四条大通
(2007年
→ 2015年)



「守る」視点と「育て」「活用」する
視点、**総合的に景観形成を推進**

関門海峡（下関市・北九州市）



関門海峡
固有の良好な
景観形成を
図る



県境を越えて関門景観協議会を組織し、
広域的な景観のマスタープランを策定

景観の改善事例：熊本県阿蘇市(門前町商店街)

- 「水基」の設置や、植栽活動の実施、統一した看板の整備等の取組により、商店街の魅力向上
- まち歩き等のコース整備により、商店街を訪れる来訪者が増加

- ・ 古くから住民が生活用水・飲用水として利用してきた、町の至るところから出る湧き水を観光資源として活かし、木や石造りの「水基（みずき）」と呼ばれる水飲み場を設置し、来訪者等に提供。
- ・ 水基の整備にあわせ、商店街の店舗整備も行い、まちあるきが楽しめるようにし、県内外の来訪者を惹きつける。



【左写真：水基（阿蘇市HPより）】（※）「阿蘇ゆるっと博」資料より引用・作成

観光地域づくり

広域観光周遊ルート形成計画(全国11地域):外国人旅行者の地方誘客(1週間程度以上)

平成27年6月12日大臣認定(■)

各ルートでの取組例

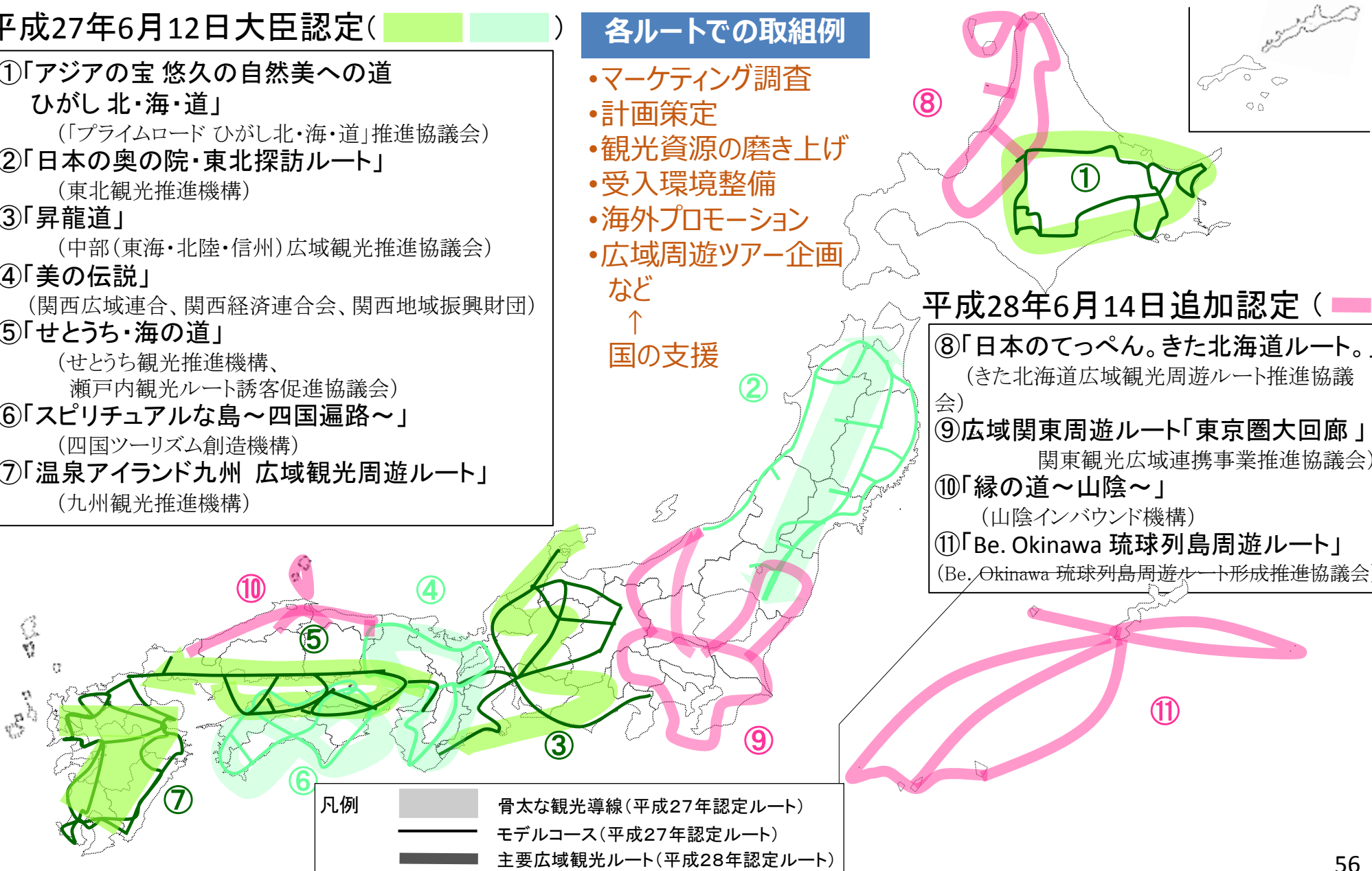
- マーケティング調査
 - 計画策定
 - 観光資源の磨き上げ
 - 受入環境整備
 - 海外プロモーション
 - 広域周遊ツアー企画など
- ↑
国の支援

- ①「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」
(「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会)
- ②「日本の奥の院・東北探訪ルート」
(東北観光推進機構)
- ③「昇龍道」
(中部(東海・北陸・信州)広域観光推進協議会)
- ④「美の伝説」
(関西広域連合、関西経済連合会、関西地域振興財団)
- ⑤「せとうち・海の道」
(せとうち観光推進機構、瀬戸内観光ルート誘客促進協議会)
- ⑥「スピリチュアルな島～四国遍路～」
(四国ツーリズム創造機構)
- ⑦「温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート」
(九州観光推進機構)

平成28年6月14日追加認定(■)

- ⑧「日本のでっぺん。きた北海道ルート。」
(きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会)
- ⑨広域関東周遊ルート「東京圏大回廊」
関東観光広域連携事業推進協議会)
- ⑩「縁の道～山陰～」
(山陰インバウンド機構)
- ⑪「Be. Okinawa 琉球列島周遊ルート」
(Be. Okinawa 琉球列島周遊ルート形成推進協議会)

- 凡例
- 骨太な観光導線(平成27年認定ルート)
 - モデルコース(平成27年認定ルート)
 - 主要広域観光ルート(平成28年認定ルート)



広域観光周遊ルート(ひがし北海道)でのモデルコースの例

【モデルコース名】
Explore the Wonderland in summer

【コンセプト】
ガーデン街道から世界自然遺産知床と4つの国立公園を
ゆく大自然満喫

【対象市場】
最重点市場:台湾
重点市場:香港、タイ
その他市場:欧州、オーストラリア、中国



【対象市場の設定理由】

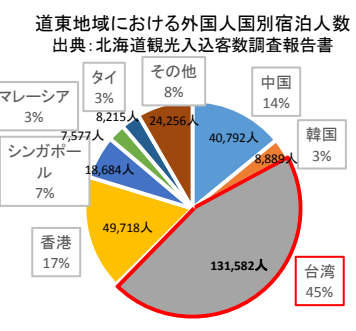
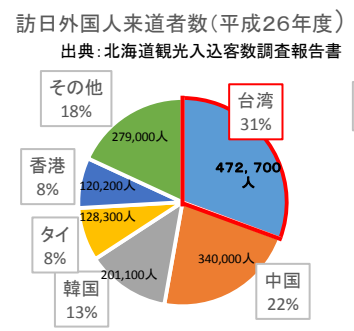
〔最重点市場 台湾〕

- 北海道において約31%と圧倒的な母数を確保しているばかりか、道東道北においてもシェア1位の最大の来訪国。
- 未だ団体旅行が44.4%で、その後の個人旅行への進化は停滞気味。
- 2次交通整備を進める中で、FIT化の促進、リピーターの増を目指し20~30代女性層を主ターゲットとし事業を展開。
- 本市場に訴求する夏の観光資源は、芝桜やチューリップなどをテーマにした施設である。(JNTO資料より)

〔重点市場 香港、タイ〕

- 香港は道内での道東宿泊シェアが10%を越えており、道東の自然の認知度が高い。個別手配、個人向けパッケージ商品利用者(FIT)率も高く(75.2%)、交通利便性の改善等により更なる集客が期待できる。
- タイは北海道が来訪県3位であり、千歳便が毎日運航されているが、現時点の道東シェアはわずか(3%)。個別手配、個人向けパッケージ商品利用者(FIT)率も高く(66.2%)、潜在的な伸びしろを期待できる市場である。
- 本重点市場に訴求する夏の観光資源は、両市場とも芝桜やラベンダーなどをテーマにした施設である。(JNTO資料より)

※JNTO資料:JNTO旅行誘致ハンドブック2013(アジア6市場編)



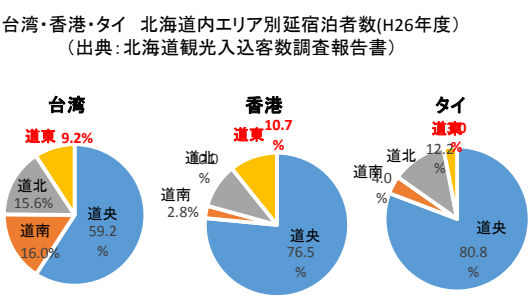
北海道の観光地の認知度
(出典:日本政策投資銀行2014調査)

単位: %

	北海道	札幌	函館	帯広/十勝	ニセコ	知床	釧路/阿寒
韓国	54	62	13	2	2	1	3
中国	74	52	18	10	14	12	7
台湾	81	70	51	15	4	8	16
香港	75	65	41	15	5	14	13
タイ	65	48	11	4	4	3	4
シンガポール	63	41	13	3	4	4	4
マレーシア	63	25	6	2	5	3	3
インドネシア	46	28	3	4	2	3	2
8カ国全体	65	49	20	7	5	6	6

台湾・香港・タイ
訪日観光客の旅行手配方法
(出典:JNTOデータブック2015)

	台湾	香港	タイ
個別手配	37.6%	44.9%	60.0%
個人向けパッケージ商品	18.0%	30.3%	6.2%
団体ツアー	44.4%	24.7%	33.8%



【コンセプトを体現する主たる観光資源】

<p>①ファーム富田 (中富良野町)</p> <p>紫一色のラベンダー畑に癒やされる</p>	<p>②四季彩の丘(美瑛町)</p> <p>丘陵を埋め尽くす色とりどりの花々</p>	<p>③十勝千年の森 (清水町)</p> <p>5ヘクタールの広大な芝の大地</p>	<p>④芝桜(大空町東藻琴)</p> <p>山肌一面がピンクに染まる</p>	<p>⑤メルヘンの丘 (女満別町)</p> <p>広大な大地と空地平線まで続く</p>	<p>⑥釧路川カヌー体験 (標茶町など)</p> <p>手つかずの自然湿原の息吹</p>	<p>⑦摩周湖(弟子屈町)</p> <p>霧に包まれた朝焼けに染まる湖</p>	<p>⑧ホエールウォッチング (羅臼町)</p> <p>知床岬をバックにクジラ・イルカに会う</p>
--	--	--	--	---	--	---	--

- 東北の高速バス各路線をネットワーク化し、エリア内で共通利用できるフリーパスを導入。
- パスの対象旅客は、訪日外国人旅行者とし、東北へのインバウンドを促進。
- 東北の広域観光周遊ルート形成の取組とも連携。

(1) 対象路線

東北6県内を運行する高速バス(61路線)

(2) 利用期間及び発売額

4日間 10,000円

7日間 13,000円

(→SUNQパスでは最長4日間14,000円)

(3) 発売箇所

パス発売専用WEBサイト、旅行代理店

(4) 利用者

訪日外国人旅行者

(長期滞在者、留学生等は対象外)

(5) 発売日

平成28年10月21日～

Treasureland TOHOKU JAPAN 東北
TOHOKU HIGHWAY BUS TICKET
 On sale from October 21, 2016!

Unlimited rides throughout Tohoku!
 This money-saving unlimited ticket allows you to ride on some bus routes operating between cities and highway bus routes departing/arriving in the 6 prefectures of Tohoku for a period of 4 or 7 days.

13,000 yen for 7 days

10,000 yen for 4 days

Look for this sticker!

The TOHOKU HIGHWAY BUS TICKET can be used for buses showing the sticker at left.

Please view the website for details.
 TOHOKU HIGHWAY BUS TICKET



昇龍道における主な取組 高速バスきっぷ（外国人旅行者対応）

（資料）
昇龍道
ホームページ等

[昇龍道高速バスきっぷ]

①対象区間

- 名古屋・高山・白川郷・金沢・富山を結ぶ高速バス
- 名古屋～中部国際空港、
金沢～小松空港を結ぶ
空港アクセス

②金額：7,000円（税込）

③利用期間：3日間

[昇龍道高速バスきっぷワイド]

①対象区間

- 名古屋・高山・白川郷・金沢・
富山・高岡・平湯・下呂・
新穂高・松本を結ぶ高速バス

②金額：14,000円（税込）

③利用期間：5日間



運行主体：名鉄バス、濃飛バス、JR東海バス

（平成28年11月時点） 59

観光圏の認定地域(13地域) : 国内外の観光客の滞在促進(2泊3日以上)

(平成28年4月1日現在)

25年度認定(6地域)

26年度認定(4地域)

27年度認定(3地域)

水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～
(北海道:釧路市、弟子屈町)

富良野・美瑛観光圏
(北海道:富良野市、美瑛町、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村)

ニセコ観光圏
(北海道:蘭越町、ニセコ町、倶知安町)

トキめき佐渡・にいがた観光圏
(新潟県:新潟市、佐渡市)

雪国観光圏
(新潟県:魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、群馬県:みなかみ町、長野県:栄村)

海の京都観光圏
(京都府:福知山市・舞鶴市・綾部市・宮津市・京丹後市・伊根町・与謝野町)

香川せとうちアート観光圏
(香川県:高松市、丸亀市、坂出市、善通寺市、観音寺市、さぬき市、東かがわ市、三豊市、土庄町、小豆島町、三木町、直島町、宇多津町、綾川町、琴平町、多度津町、まんのう町)

豊の国千年ロマン観光圏
(大分県:別府市、中津市、豊後高田市、杵築市、宇佐市、国東市、日出町、姫島村)

「海風の国」佐世保・小値賀観光圏
(長崎県:佐世保市、小値賀町)

阿蘇くじゅう観光圏
(熊本県:阿蘇市、南小国町、小国町、産山村、高森町、西原村、南阿蘇村、山都町、大分県:竹田市、宮崎県:高千穂町)

観光圏整備実施計画
(観光圏整備法に基づき国土交通大臣認定)

地域の実施主体が共同して、計画を作成【実施内容(例)】

- ブランド戦略策定
- 宿泊魅力の向上(おもてなし向上研修等)
- 滞在コンテンツ充実(体験メニュー作成等)
- 移動利便性の向上(交通機関共通パス等)
- 情報発信の充実・強化

支援措置

- 観光地域ブランド確立支援事業(補助事業)
- 旅行業法の特例
- 社会資本整備についての配慮
- 農山漁村活性化法の特例

ハヶ岳観光圏
(山梨県:北杜市、長野県:富士見町、原村)

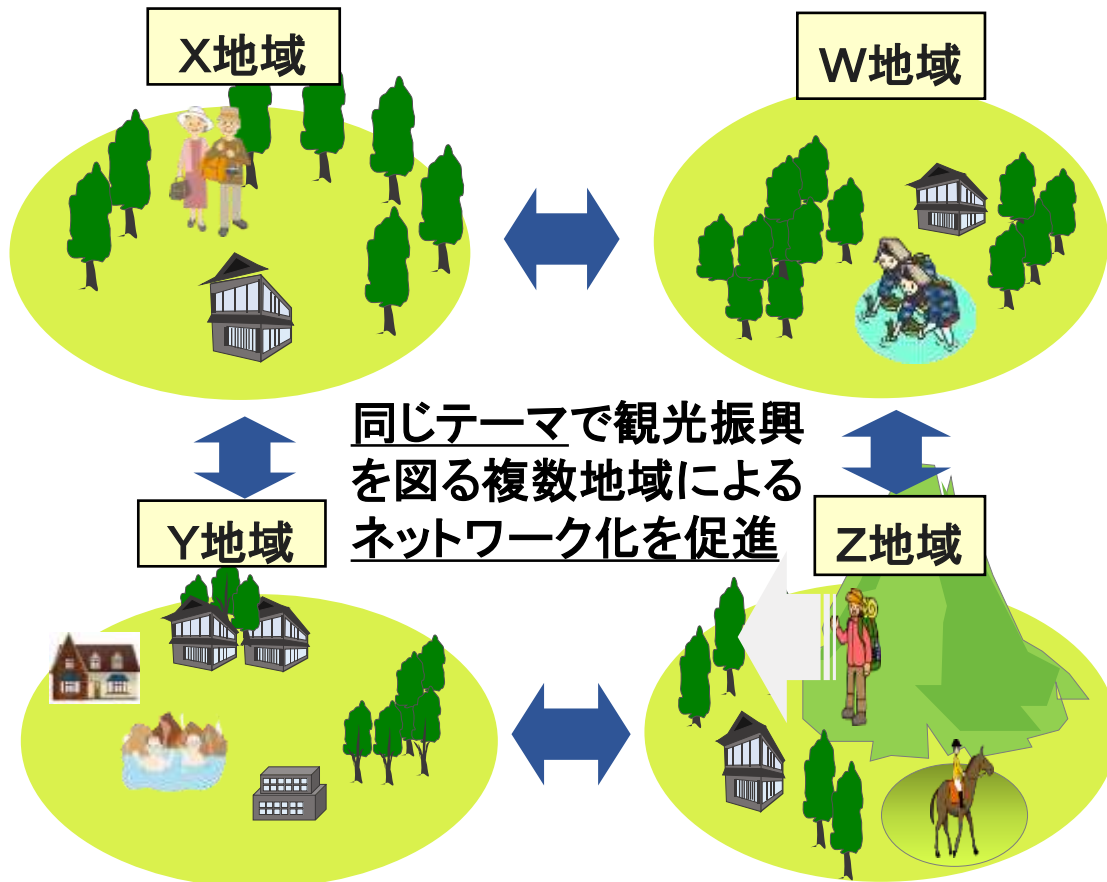
浜名湖観光圏 (静岡県:浜松市、湖西市)

にし阿波～剣山・吉野川観光圏 (徳島県:美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町)

テーマ別観光による地方誘客事業

国内外の観光客が全国各地を訪れる動機となるよう、特定の観光資源に魅せられて日本各地を訪れる「テーマ別観光」のモデルケースの形成を促進し、地方誘客を図る。

ネットワーク化のイメージ



酒蔵ツーリズム®の例

- ・酒造りの現場見学会の開催
- ・杜氏を交えた利き酒会
- ・酒の副産物を活用した商品開発



平成28年度テーマ別観光による地方誘客事業選定一覧（7件）

テーマ	協議会名 (協議会の代表者)	概要
エコツーリズム	エコツーリズム地域推進協議会 (NPO法人日本エコツーリズム協会)	○北海道や群馬等エコツーリズムを進める地域をネットワーク化し、着地型旅行商品の販売方法や地域内の連携方法を情報共有させるため、インバウンド向けの調査や商談会、コンテンツの作成等を行う ○平成28年9月21日(水)に協議会設立総会を実施済。
街道観光	街道観光推進会議 (NPO法人全国街道交流会議)	○全国の街道地域をネットワーク化し、街道に関係する城下町や宿場町などの歴史的風土を活かした「街道観光」をテーマに、共同でのプロモーションやモニターツアーの実施等を行う。 ○平成28年10月24日(月)に協議会設立総会を実施済。
近代建築 ツーリズム	近代建築ツーリズムネットワーク(予定) (青森県弘前市)	○国立西洋美術館を含むル・コルビュジエの建築群が世界文化遺産登録され、近代建築の文化的価値に対する関心が高まっていることを踏まえ、まず今年度は同氏の弟子であった前川國男建築にゆかりのある全国各地をネットワーク化する。前川氏の作品を巡るモニターツアーの開催やシンポジウム、PRツールの作成等を行う。 ○平成28年11月18日(金)に協議会設立済。
酒蔵ツーリズム	酒蔵ツーリズム推進協議会 (株)アサツー ディ・ケイ	○全国各地の酒蔵を新たにネットワーク化し、共同プロモーションに向けた基礎調査やモニターツアーの実施等を行う。 ○平成28年11月1日(火)に協議会設立総会を実施済。
社寺観光 巡礼の旅	社寺観光地域連携協議会 (一社)全日本社寺観光連盟	○全国に点在する社寺を巡礼の地としてつなげる「社寺観光」を推進するため、今年度は徳川家康公没後400周年にゆかりの深い社寺(静岡・愛知・埼玉・栃木・宮城)をネットワーク化し、インバウンド向けモニターツアーや多言語サイトの構築等を行う。 ○平成28年9月28日(水)に協議会設立済。
明治日本の 産業革命遺産	明治日本の産業革命遺産世界遺産ルート推進協議会 (一財)産業遺産国民会議	○世界遺産「明治日本の産業革命遺産」(8県11市)をネットワーク化し、多言語ガイドマップやホームページ製作等を通じ、各地域への訪問者が周遊する仕組みの構築を行う。 ○平成28年6月20日(月)に協議会設立総会を実施済。
ロケツーリズム	ロケツーリズム協議会 (株)地域活性プランニング	○ロケツーリズムに取り組む全国各地をネットワーク化し、どの地域でも実践できるロケ誘致から観光客向け情報発信に至るノウハウのマニュアル化、モデル地域におけるロケ地マップの制作、ロケ地ツアーの商品化等を行う。 ○平成28年10月13日(木)に協議会設立総会を実施済。

テーマ別観光の例：街道観光（街道観光推進会議）

○事業概要（テーマ・コンセプト、目的、意義等）

テーマ：街道観光（日本歴史街道ネットワーク）

- ・日本の津々浦々を結ぶ街道は、人やモノ、情報が往来し、国土における交流の基盤となることで、地域の歴史や文化を育んできた。往古の街道の面影が失われつつある一方で、歴史的街道が現代の歩行者、自転車、自動車等の交通を担う原点として、その文化的・社会的な価値や機能、役割が新たな視点から注目されている。
- ・街道や街道に関係する城下町、宿場町などが有する地域の歴史的風土を活かして『街道観光』をテーマに、全国の街道地域がネットワーク化を図り、共同で国内外に街道の魅力を発信して地方への誘客と、それを通じた地方創生、あわせて、街道の持つ歴史的・文化的価値の後世への継承を目指す。

各地域のテーマへの取組み

○全国街道交流会議

（ネットワーク事務局）

全国大会を全国各地で開催して街道の連携組織を発足させ、街道を活かした地域づくりに取組む

○構成団体の主な取組み

- ・街道観光の調査や勉強会開催
- ・マップやガイドブックの作成
- ・案内板の設置
- ・街道ガイド育成とネットワーク化
- ・街道歩きイベントの実施
- ・ガイドツアー等旅行商品の造成
- ・街道の名物・名産品の開発



「萩往還」



「若狭街道」（鯖街道）



ネットワークの活用方法

- ・個別の街道地域の資源の歴史的なヒトやモノ、事柄などをストーリー化して、全国の街道地域と繋ぎ、価値や魅力を高めるための情報発信に取り組む。
- ・ネットワークを活かして「街道観光」をテーマに国内外の観光客の誘致と受入態勢の整備に取り組む。
- ・ネットワークを活かして共通の誘客ツールの作成や受け入れマニュアルの作成、誘客事業の実施に取り組む。



江戸城



日本橋



箱根関所



長崎出島

取組内容

■基礎調査

- ・街道を活用した観光客誘致に係るニーズ調査
- ・街道における観光素材等の基礎調査

■ネットワーク活用

- ・日本歴史街道ネットワーク設立に係る会議開催等
- ・ネットワーク組織のマネジメントシステム研究
- ・運営資金の開発研究（ファンド他）

■ネットワークの共同の取組

- ・共同サイト開設、活動団体のプラットフォームの研究
- ・「街道観光」アプリケーションとLINEスタンプの研究
- ・ガイドブックの研究（モデルルートのガイドブック作成）
- ・「街道観光」展示会、シンポジウム、セミナー
- ・「街道観光」のマニュアルの検討、立ち寄り拠点等のネットワーク化の検討
- ・「街道観光」のモデルケースの試行

東北地方の観光復興（概要）

○平成28年を「東北観光復興元年」とし、関係機関、地方公共団体や民間団体と連携し、施策を総動員して観光復興に取り組む。

これにより、東北6県の外国人宿泊者数を、2020年に2015年の3倍の150万人泊に押し上げる。

主な措置

◎東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業

訪日外国人が急増する中、東北地方では外国人の延べ宿泊者数は、H27年にようやく震災前の水準を回復したところである。

訪日外国人急増の効果を東北地方へ波及させるため、風評被害を払拭し、東北地方の観光の潜在力を開花させ、観光復興を実現する。

○H28年度に東北観光復興対策交付金を新たに設け、東北の地方公共団体の取組をさらに支援。

○H28年度に日本初となる全世界を対象としたディスティネーション・キャンペーンとして東北への集中的なプロモーションを開始。

◎福島県に関連する対策

○福島県における観光関連復興支援事業

福島県が行う風評被害対策及び観光復興のための国内プロモーション及び教育旅行再生などの取組に対して補助。

○3省庁連携による教育旅行再生の取組

観光庁、復興庁、文部科学省が連携して、全国の都道府県に対し、福島県への教育旅行の実施を呼びかけ。（通知を発出）



教育旅行による被災地の視察（福島県いわき市）

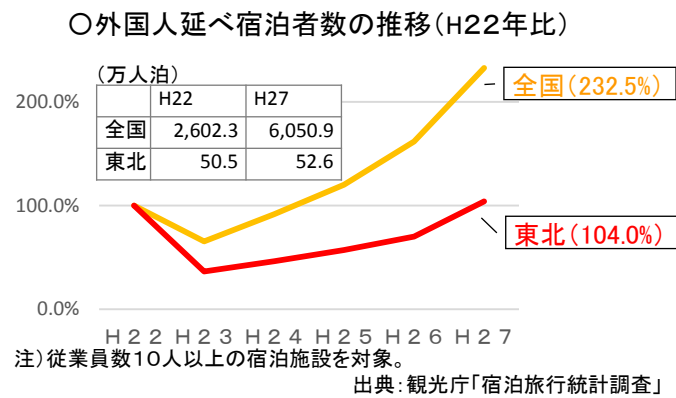
◎広域観光周遊ルートの形成の促進

○東北の各県を跨がって観光地をネットワーク化し、東北の自然、歴史文化や食などを探訪する旅を満喫できるようにする。これにより、訪日外国人観光客の誘客を促進する。

（東北の「日本の奥の院・東北探訪ルート」を含む、全国で11の広域観光周遊ルート形成計画を認定済。）

東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業

- 訪日外国人が急増する中、東北地方では、外国人の延べ宿泊者数が平成27年に、ようやく震災前の水準を回復したところである。
- 訪日外国人急増の効果を東北地方にも波及させるため、風評被害を払拭し、東北地方の観光の潜在力を開花させ、観光復興を実現する。



観光地域づくり(東北観光復興対策交付金)

- 東北地方において、地域からの発案に基づき実施する、インバウンドを呼び込む取組を支援。



インバウンド急増の効果を被災地にも波及



訪日プロモーション(JNTO運営費交付金)

- 日本初となる全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンの第1弾として東北を対象とした集中的な訪日プロモーションを実施。



CNNにおいて東北地方のプロモーション映像を制作



KATA (韓国旅行業協会) の大規模な東北招請



東アジア商談会の実施 (仙台)



宿泊事業者を対象としたセミナー (仙台)

観光産業

宿泊業の現状・課題

- **インバウンドが増大しているにもかかわらず、旅館数は減少し、稼働率も低い**

(最近10年間でホテル数は11%増加しているが、旅館数は25%減少)

客室稼働率 (全国平均/平成27年)

	最高	最低
ホテル	85.2%(8月)	67.8%(1月)
旅館	51.6%(8月)	32.5%(4月)

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査
(ホテルはシティホテルの数値)

- **宿泊業では、需要の季節・曜日・時間帯変動が大きく、業務の繁閑があるため、非正規雇用者の割合が高い**

(正規雇用者と非正規雇用者の割合は、全産業で6：4。ホテル・旅館業では4：6)

- **家業として経営を受け継ぐ旅館が多く、経営手法を長年の経験や勘に依存しているため、抜本的改革が急務**

今後の対応

ICT化や自動化、業務運営体制の見直し（マルチタスク化、泊食分離、所有と経営の分離等）、意欲ある事業者の取組の支援により、**宿泊業の生産性を向上させる。**

○旅館・ホテルのICT化等による生産性向上

- ・ 宿泊事業者におけるタブレット端末導入やWi-Fi整備等に要する費用を支援
- ・ 平成27年度補正予算において約**1,200**、平成28年度当初予算において約**700**の事業者の計画を選定。すでに各事業者が事業を実施している。



厨房連携型注文システムを導入した携帯端末の活用



○全国8つの旅館・ホテルへのコンサルティング

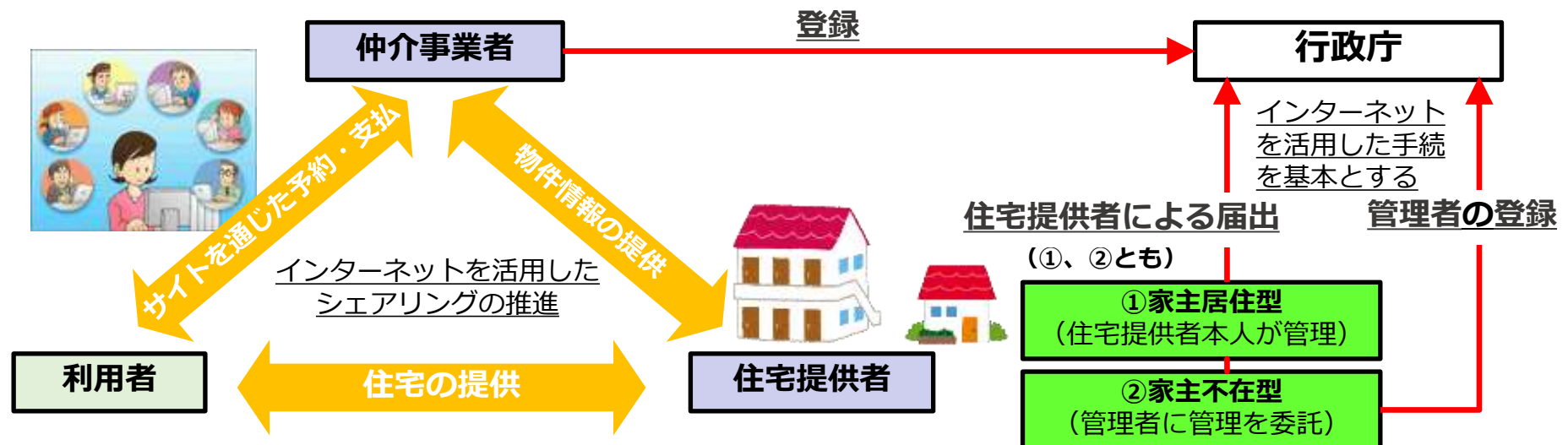
- ・ 平成27年6月に開かれた総理出席の第1回サービス業の生産性向上協議会をうけ、同年10月にサービス業では初の「**第1回旅館ホテル生産性向上協議会**」を開催。**全国8つの旅館・ホテルをコンサルティング対象に選定**
- ・ 選定した旅館・ホテルに（公財）日本生産性本部からコンサルタントを派遣。経営診断を実施した上、**順次コンサルティングを開始**
- ・ 平成28年度中に協議会にて最終報告。**モデル事例を全国展開し、宿泊業全体の生産性向上を図る**

観光関係の規制・制度の総合的な見直し（民泊）

今後の対応

○懸念される課題（治安、衛生、近隣トラブル等）に適切に対応しつつ、多様な民泊サービスの健全な普及が図られるよう、必要な法整備に取り組む。

制度スキーム図



受入環境整備

受入環境整備 地方ブロックごとの課題の把握と対応強化

- 「地方ブロック別連絡会」を活用した地域における受入環境整備の課題の把握
- SNSやアンケートを活用した外国人旅行者の要望や不満の声の把握

○宿泊施設不足への対応

旅館・ホテルの空室情報提供の強化、既存施設の活用等



○貸切バスの路上混雑解消



○安全・安心の確保

ケガ・病気の症状に応じた外国人旅行者向け医療提供体制の強化等



○外国人観光案内所における機能向上

観光案内所間のネットワーク構築による広域案内の展開等



○手荷物の配送・預かり機能の強化



○ICTを活用したわかりやすい案内の充実

交通結節拠点における、デジタルサイネージ等を活用したモード横断的な交通アクセス情報の提供等



受入環境整備のモデルとなる事例の創出

モデル事例を全国に普及させることにより、全国的に取組を加速化

受入環境整備 外国人観光案内所の認定制度について

■認定制度の概要

- ・外国人旅行者に対して観光案内所のサービスの充実度の「見える化」を実施。同時に外国人旅行者にPR。
- ・認定によるブランド化と観光案内所のカテゴリ別の分類により、外国人観光案内所の機能向上を促進し、質を保証。

分類	運営の考え方	多言語対応等	求められる立地
カテゴリ3	<ul style="list-style-type: none"> 観光案内のゲートウェイ 	<ul style="list-style-type: none"> 英語を含む3言語以上での対応(英語はスタッフが常駐)ができ、全国の観光や交通の情報提供ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人旅行者が我が国のゲートウェイとして最初に訪れる地域または特に多く訪れる地域
カテゴリ2	<ul style="list-style-type: none"> 次の目的地への橋渡し 	<ul style="list-style-type: none"> 英語で対応できるスタッフが常駐し、広域の観光や交通の情報提供ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人旅行者が観光の拠点として多く利用し、ローカルな情報に加え、次の移動先などの広域的な情報の提供が求められる地域
カテゴリ1	<ul style="list-style-type: none"> 地域情報の交流拠点 	<ul style="list-style-type: none"> パートタイムで英語対応が可能なスタッフがいる、又は、電話通訳サービス等により英語対応でき、地域内の観光や交通の情報提供ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人旅行者の最終目的地となりローカルな情報の提供が求められる地域

パートナー施設
観光案内を専業としない施設やボランティア団体等により運営され、必要な基準を満たすもの。

外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲のある地域

■認定案内所数

分類	合計
カテゴリ3	50
カテゴリ2	214
カテゴリ1	483
パートナー施設	101
合計	848

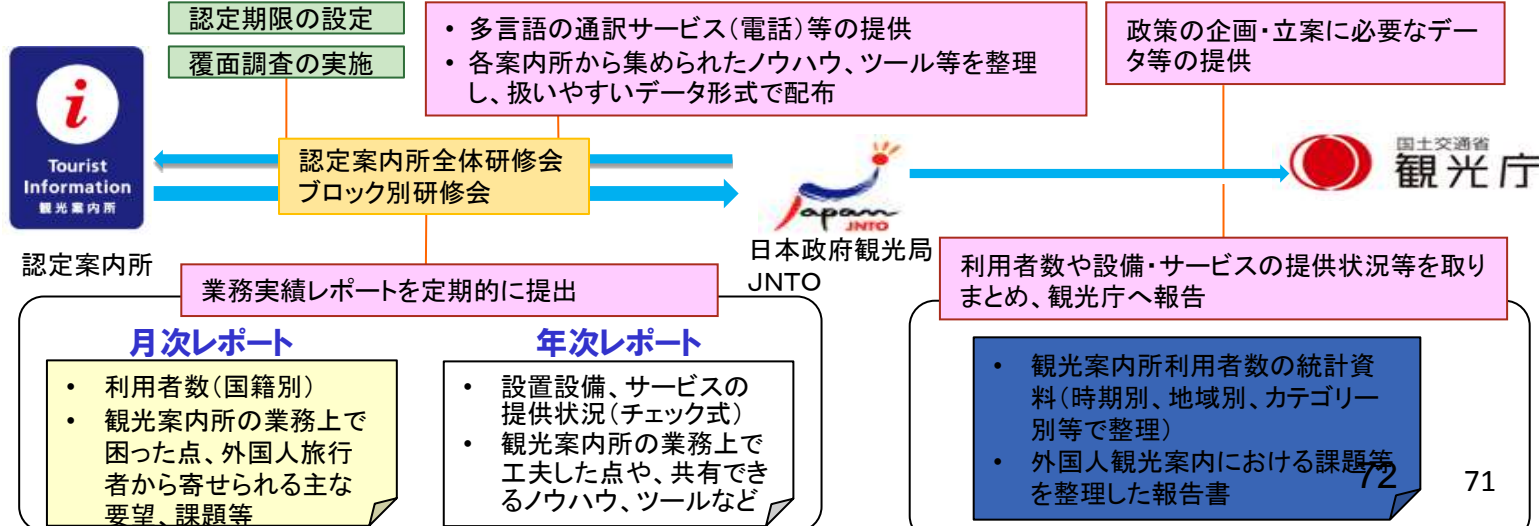
【平成29年2月末現在】

■認定案内所シンボルマーク ■認定案内所への支援方策の概要

(商標登録済み)



- ・JNTOにより認定された案内所であることを示すシンボルマーク。
- ・カテゴリ1～3の案内所は、旅行者の目に付きやすい場所に掲出する必要あり。



- ・多言語の通訳サービス(電話)等の提供
- ・各案内所から集められたノウハウ、ツール等を整理し、扱いやすいデータ形式で配布

政策の企画・立案に必要なデータ等の提供

- ### 月次レポート
- ・利用者数(国籍別)
 - ・観光案内所の業務上で困った点、外国人旅行者から寄せられる主な要望、課題等

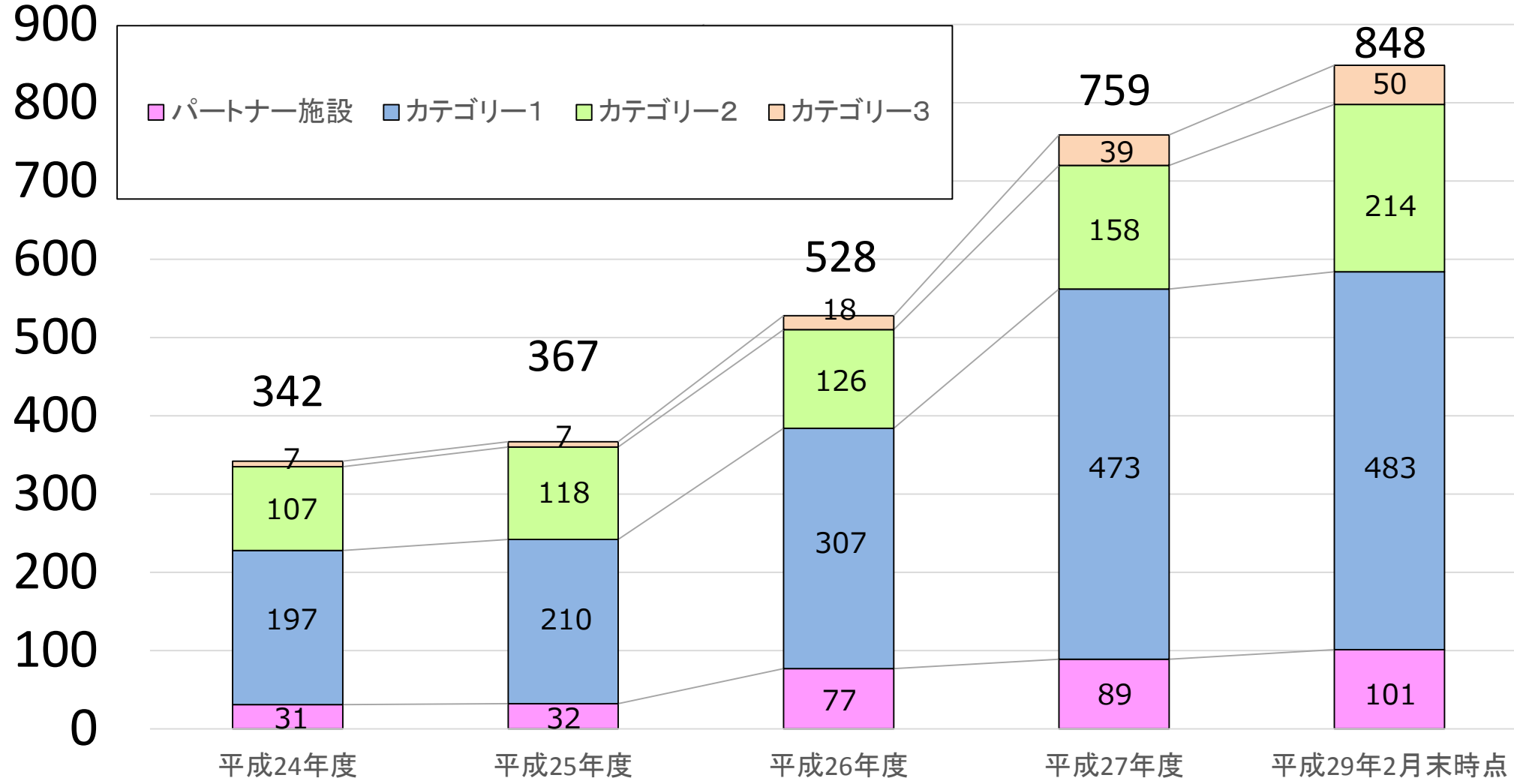
- ### 年次レポート
- ・設置設備、サービスの提供状況(チェック式)
 - ・観光案内所の業務上で工夫した点や、共有できるノウハウ、ツールなど

利用者数や設備・サービスの提供状況等を取りまとめ、観光庁へ報告

- ・観光案内所利用者数の統計資料(時期別、地域別、カテゴリ別等で整理)
- ・外国人観光案内所における課題等を整理した報告書

認定外国人観光案内所数の推移

<全国の認定外国人観光案内所数の推移>



外国人観光案内所 都道府県別件数 (H29.2末現在)

都道府県	合計	カテゴリー			
		3	2	1	P
北海道	45	3	15	25	2
青森県	6		5	1	
岩手県	16		3	12	1
宮城県	16		5	9	2
秋田県	5		3	2	
山形県	10		2	5	3
福島県	9		2	7	
茨城県	10		2	8	
栃木県	14		3	9	2
群馬県	8		3	5	
埼玉県	16		3	13	
千葉県	27	4	7	15	1
東京都	85	14	34	25	12
神奈川県	22		5	10	7
山梨県	19		2	16	1
新潟県	25		5	14	6

都道府県	合計	カテゴリー			
		3	2	1	P
富山県	18		7	9	2
石川県	20		2	9	9
長野県	26		7	14	5
福井県	11		1	8	2
岐阜県	24		5	15	4
静岡県	46	1	5	36	4
愛知県	18	5	3	9	1
三重県	15		3	8	4
滋賀県	17		1	13	3
京都府	35	3	11	16	5
大阪府	34	9	9	12	4
兵庫県	20	2	2	15	1
奈良県	15	3	4	5	3
和歌山県	10		1	9	
鳥取県	4		1	2	1
島根県	5		1	4	

都道府県	合計	カテゴリー			
		3	2	1	P
岡山県	13		1	12	
広島県	26		6	18	2
山口県	10		1	7	2
徳島県	5		2	3	
香川県	10	2	3	5	
愛媛県	13		3	8	2
高知県	10		2	8	
福岡県	26	4	9	12	1
佐賀県	10		1	9	
長崎県	11		4	5	2
熊本県	17		8	9	
大分県	20		4	10	6
宮崎県	8		2	6	
鹿児島県	9		2	7	
沖縄県	9		4	4	1
合計	848	50	214	483	101

受入環境整備 無料公衆無線LAN環境の周知・広報の取組

- 訪日外国人旅行者からの「無料公衆無線LAN環境の利用場所がわからない」といった声に対応するため、共通シンボルマーク(Japan.Free Wi-Fi)を平成27年2月に創設し、外国人旅行者が無料で容易に利用できるWi-Fiスポットの周知・広報に取り組んでいます。
- 共通シンボルマーク(Japan.Free Wi-Fi)の掲出基準を満たすWi-Fiスポットについては、情報検索できるウェブサイトを平成27年4月から開設し、利用場所でのステッカー等の掲出を進めております。
※登録箇所数約4万件→**約12万4千件に増加**(平成29年3月時点)

共通シンボルマーク(Japan.Free Wi-Fi)

訪日外国人旅行者が無料で公衆無線LAN環境を利用できるスポットに対して、視認性を高めるための共通シンボルマークを導入。

○共通シンボル
マークデザイン



<共通シンボルマークの掲出基準>

①利用者の費用

無料であること(利用手続きの費用も含む)。なお、接続時は無料で、一定期間を過ぎると有料の契約を促すものについては対象とする。

②利用手続き

訪日外国人旅行者が容易に利用できること。なお、初期画面や同意画面がある場合は、多言語による案内情報が含まれること。

上記掲出基準を満たす全国のWi-Fiスポットで
共通シンボルマークを普及促進

ウェブサイトとステッカー等の掲出例

URL:<http://japanfreewifi.jnto.go.jp/>



[JR East Travel Service Center、山手
線内各駅等]



[ローソン]



[セブン-イレブン]



[東京地下鉄の各駅]



「Japan.Free Wi-Fi」都道府県別登録件数(H29.3現在)

都道府県	登録施設数	【参考】市区町村数
北海道	6,200	179
青森県	1,253	40
岩手県	2,557	33
宮城県	2,781	35
秋田県	2,034	25
山形県	2,114	35
福島県	2,532	59
茨城県	3,454	44
栃木県	2,741	25
群馬県	2,801	35
埼玉県	5,050	63
千葉県	4,377	54
東京都	12,828	39
神奈川県	7,134	33
新潟県	2,240	30
富山県	1,208	15
石川県	1,015	19
福井県	788	17
山梨県	2,025	27
長野県	3,174	77
岐阜県	1,751	42
静岡県	4,269	35
愛知県	5,274	54
三重県	1,713	29

都道府県	登録施設数	【参考】市区町村数
滋賀県	1,303	19
京都府	2,474	26
大阪府	8,376	43
兵庫県	3,459	41
奈良県	915	39
和歌山県	1,021	30
鳥取県	640	19
島根県	746	19
岡山県	1,690	27
広島県	2,802	23
山口県	1,367	19
徳島県	1,089	24
香川県	1,395	17
愛媛県	1,510	20
高知県	1,010	34
福岡県	4,411	60
佐賀県	824	20
長崎県	1,179	21
熊本県	1,791	45
大分県	1,124	18
宮崎県	1,071	26
鹿児島県	1,534	43
沖縄県	1,369	41
総計	124,413	1,718 76

多言語対応の改善・強化

外国人目線に立って、美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等に共通する**多言語対応ガイドライン**を**平成26年3月に策定**し、各分野において多言語対応の改善・強化が進行中。

【事例①】道路案内標識における英語表記改善

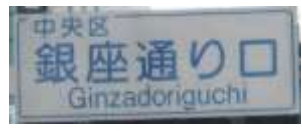
- 全国の主要な観光地49拠点において、わかりにくい「ローマ字」を「英語」に改善中
 - ・全国49拠点のうち48拠点で現地施工に着手【平成28年6月末時点】
- 各機関の案内と連携しつつ、改善を推進

【改善事例】

道路案内標識

観光ガイドマップ

(改善前)



(改善後)



表記を一致 → Ginza-dori Avenue

【事例②】多言語音声翻訳アプリを活用した多言語対応

- (独)情報通信研究機構が開発した翻訳アプリ「Voice Tra」(29言語対応)の活用
 - ・一部の県警ではアプリをインストールしたタブレット端末を主要な交番に試験的に配備。



街中で案内している様子 (出典元:岡山県警)

石川県警: 2カ所に計2台 (平成27年4月~)
 岡山県警: 15カ所に計23台 (平成27年8月~)
 富山県警: 4カ所に計4台 (平成27年8月~)

- ・東京メトロでは全駅の改札口にタブレット端末を導入 (平成27年8月~)
 - 全170駅に計870台



駅で案内している様子 (出典元:東京メトロHP)

※総務省において、平成27年度に引き続き、平成28年度においても全国6箇所の観光地等で利活用実証を7月より開始予定。

観光地経営

: D M O の形成促進

(Destination Management/Marketing Organization)

日本版DMO (Destination Management / Marketing Organization)について

これまでの観光振興の課題

- 農林漁業、商工業等の事業者、文化財等の管理者や住民など多様な関係者の巻き込みが不十分
- 観光客に関するデータの収集・分析が不十分
- 効果的なブランド戦略(ブランディング)やプロモーション等の民間的手法の導入が不十分

等

日本版DMOの形成・確立が必要

日本版DMO

- 「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、内外の人材やノウハウを取り組み、多様な関係者と協同しながら、観光地域づくりの戦略を策定し、着実に実施する調整機能を備えた法人。

日本版DMOの基礎的な機能

(1) 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成

(2) マーケティング、戦略策定、マネジメント

(3) 関係者が実施する事業と戦略との整合性の確保

日本版DMOの役割、多様な関係者との連携

日本版DMOの役割

- ① 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての **多様な関係者の合意形成**
- ② **各種データ等の継続的な収集・分析**、
明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、
KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- ③ 関係者が実施する **観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

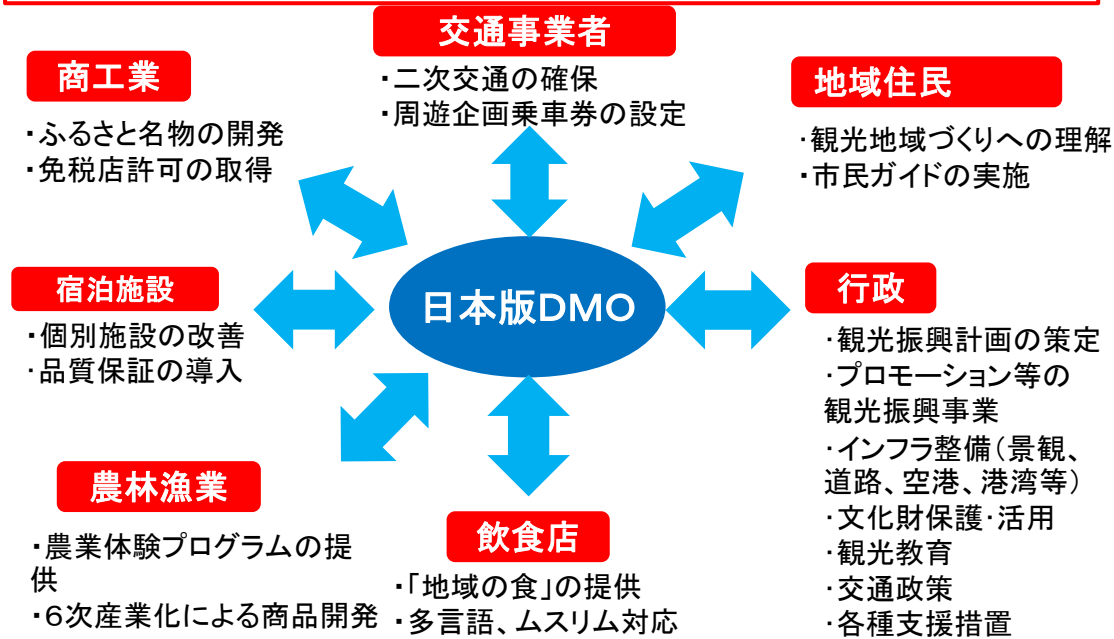


観光地域づくりの一主体として実施する個別事業

(例)・着地型旅行商品の造成・販売、
・ランドオペレーター業務の実施 等

多様な関係者との連携

内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携



地域一体の魅力ある観光地域づくり
戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

観光客の呼び込み

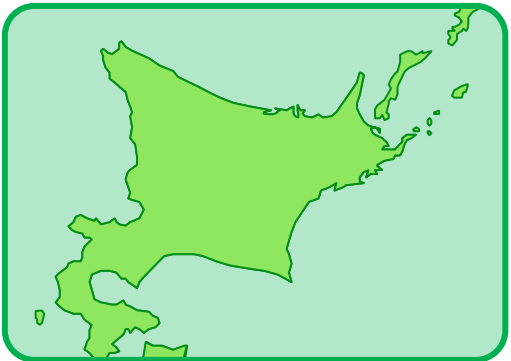
観光による地方創生

「広域連携DMO」日本版DMO候補登録法人(4法人)

広域連携DMO

(平成29年1月20日現在)

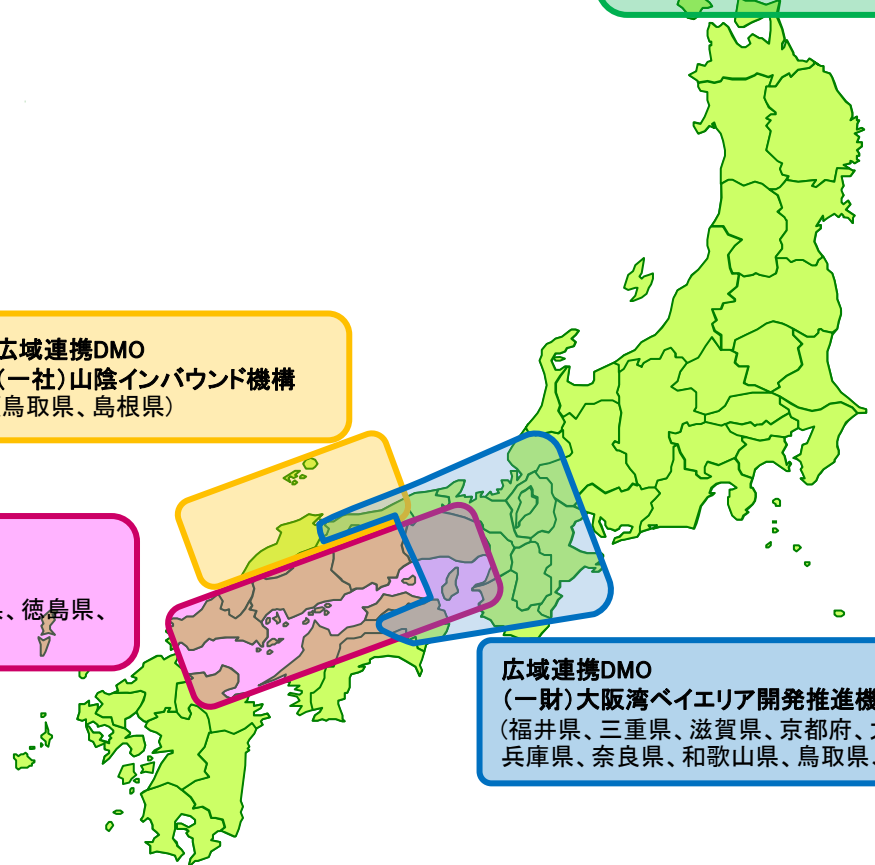
広域連携DMO
(公社)北海道観光振興機構
(北海道)



広域連携DMO
(一社)山陰インバウンド機構
(鳥取県、島根県)

広域連携DMO
(一社)せとうち観光推進機構
(兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、
香川県、愛媛県)

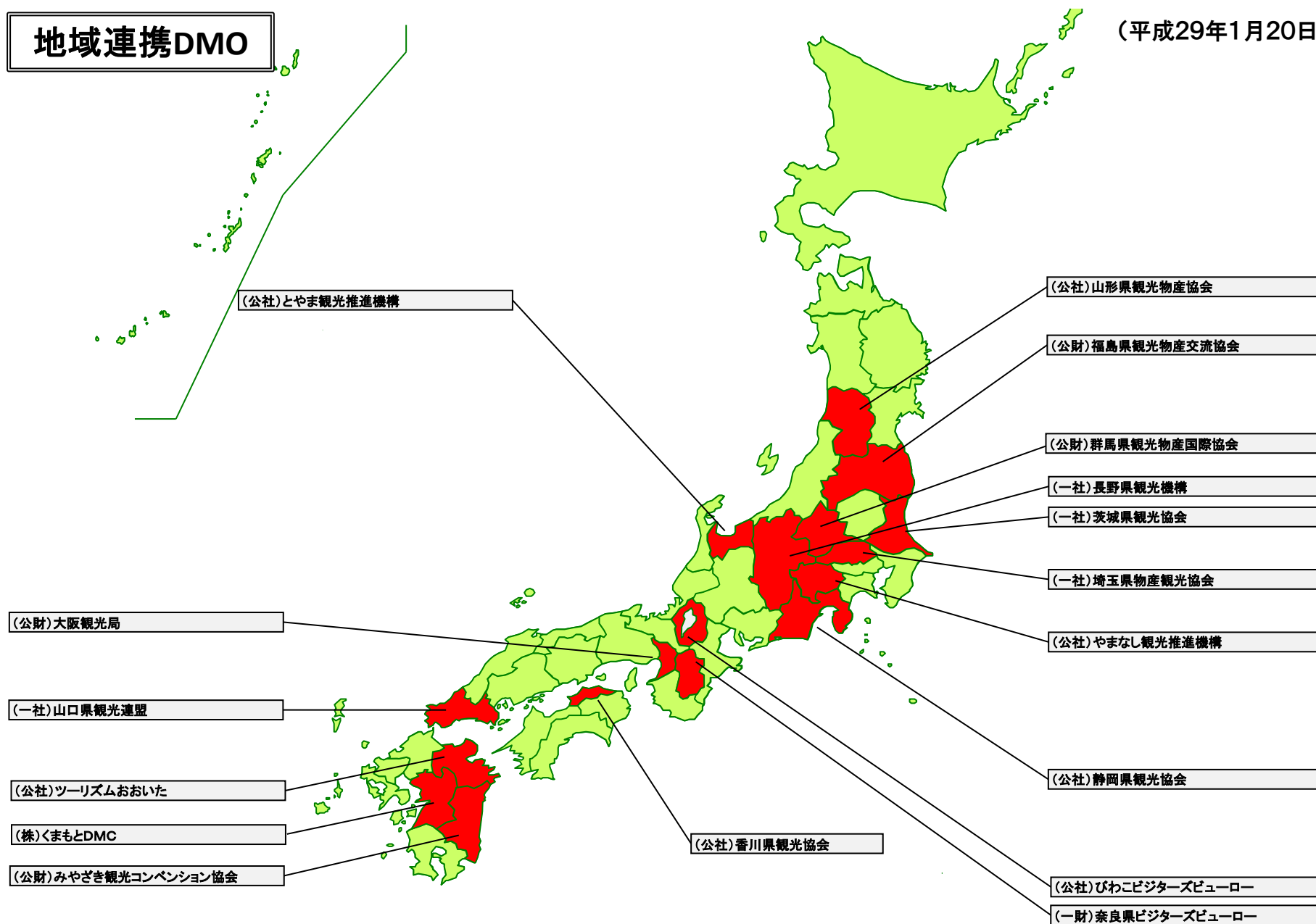
広域連携DMO
(一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構
(福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、
兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県)



「地域連携DMO」日本版DMO候補登録法人(うち単独都道府県によるDMO:17法人)

地域連携DMO

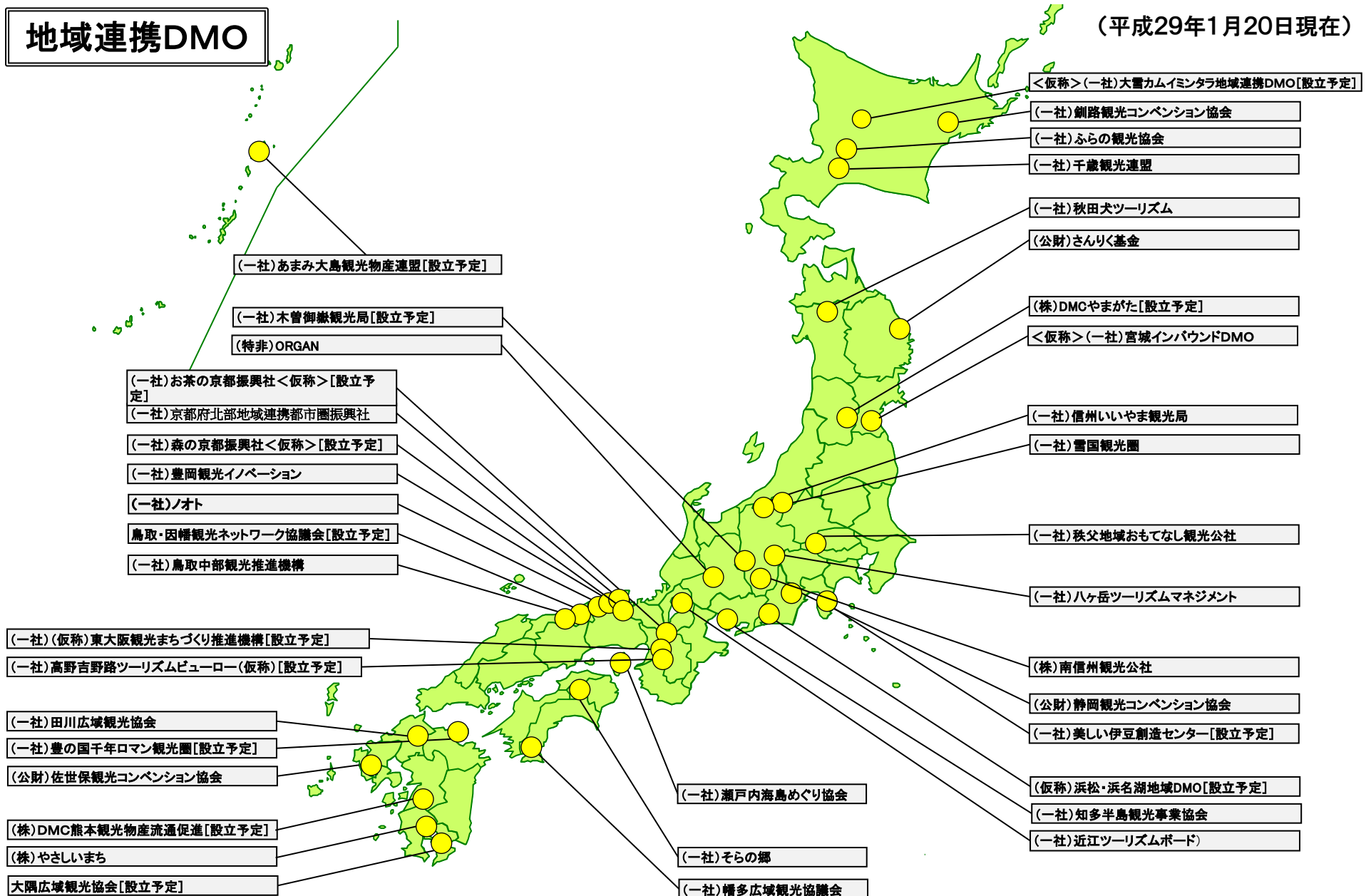
(平成29年1月20日現在)



「地域連携DMO」日本版DMO候補登録法人(うち複数市町村によるDMO39法人)

地域連携DMO

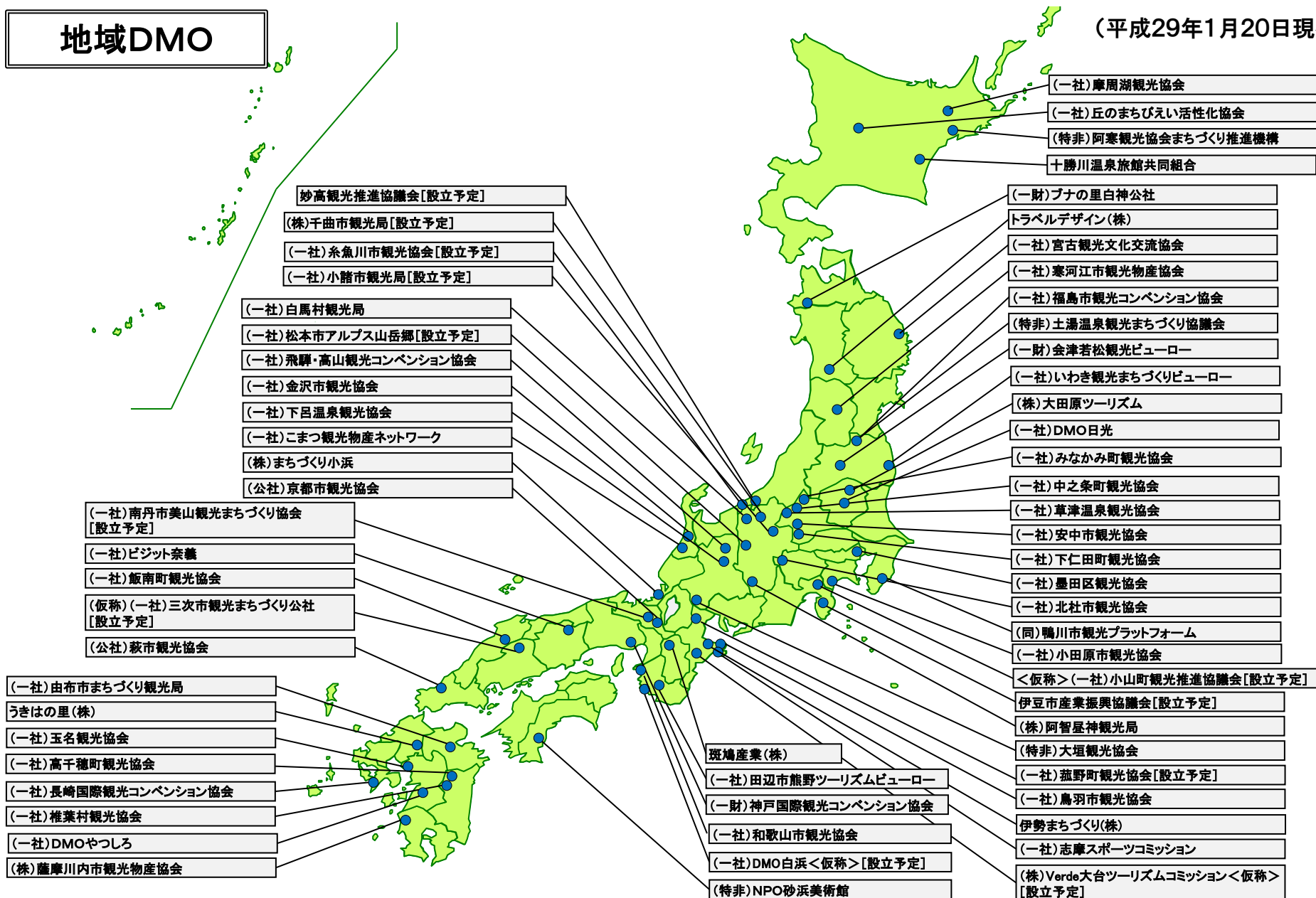
(平成29年1月20日現在)



「地域DMO」日本版DMO候補登録法人(63法人)

(平成29年1月20日現在)

地域DMO



日本版DMOの取組事例（滞在型農山漁村の確立・形成）

取組事例

にし阿波観光圏（徳島県三次市ほか）

- 圏域に**民泊受入農家が170軒**あり、年間**約30校**、**約4,000人泊**の教育旅行を受け入れ。



- 外国人の農家民泊受け入れにも積極的に取り組み、最近4年間で**外国人延べ宿泊者数は約5倍に増加**。
(H24:2,363人泊→H27:11,735人泊)

長崎県小値賀町

- 地元住民によるガイドツアーや農家での料理体験等の「**体験交流型観光**」を推進。
- 空き家をリノベーションし、**宿泊施設（古民家ステイ）**や**古民家レストラン**として活用。



- 宿泊客数の増加**
(H17:17,322人泊→H27:23,903人泊)
- 近年で**約120人の移住者が定住**
(小値賀町全人口の約5%)

観光庁予算の概要

平成29年度 観光庁関係予算(案)

(単位:百万円)
29年度予算額

1. 観光産業の革新と国際競争力の強化 **9,382**

訪日プロモーションの強化	8,701
M I C E 誘致の促進	201
観光人材育成支援事業	370
その他	110

2. ストレスフリーで快適な旅行環境の実現 **8,550**

訪日外国人旅行者のストレスフリーな移動・滞在の実現等	8,550
----------------------------	-------

3. 地方創生の礎となる観光資源の魅力向上 **2,761**

広域観光周遊ルート形成促進事業	1,612
観光地域ブランド確立支援事業	205
地域資源を活用した観光地魅力創造事業	270
テーマ別観光による地方誘客事業	151
観光統計の整備	522

4. その他 (経常事務費等) **342**

合 計 21,035

東北の復興 (復興枠) 4,565

総 計 25,599

観光先進国の実現に向けた取組の推進①

- 「明日の日本を支える観光ビジョン」を踏まえ、訪日外国人旅行者2020年4000万人等の目標達成に向けて、効果的な訪日プロモーション展開、ストレスフリーで快適な旅行環境の実現、観光資源の魅力向上を着実に進め、観光先進国の実現を図る。

観光産業の革新と国際競争力の強化

JNTOによる訪日プロモーション

- グローバルメディアを活用したプロモーションの展開



- 観光に必要な情報を一元的に発信 (JNTOウェブサイト等の充実・強化)



- 地方誘客の促進 (クルーズ関係者の招請)



観光人材育成支援事業



観光MBAによるトップレベルの経営人材の育成 など

観光先進国の実現に向けた取組の推進②

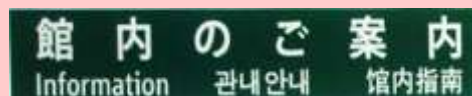
ストレスフリーで快適な旅行環境の実現

訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業

○観光案内所等の機能向上



○快適な宿泊環境への改善 (多言語表示、無料Wi-Fi整備等)



○観光地の公衆トイレの洋式化等



○公共交通機関における移動円滑化



観光先進国の実現に向けた取組の推進③

地方創生の礎となる観光資源の魅力向上

広域観光周遊ルート形成促進事業

- 体験型滞在プログラム開発・提供
(紙すき体験)



- 地方公共団体及び関係団体が広域に連携した
プロモーション
(商談会の実施)



テーマ別観光による地方誘客事業

- テーマごとの着地型旅行商品の開発
(酒造りの現場見学会)



- ネットワーク化による情報発信と地方誘客



インフラとの連携

道の駅を核とした、観光ゲートウェイ機能の強化①（道路）

「道の駅」を観光を支えるゲートウェイと位置づけ、観光情報の発信や地域特産品の開発・販売を実施。また、Wi-Fiの設置や観光案内機能の充実を図りインバウンド観光を支援。道の駅を観光を学ぶ学生の実習場所として活用することにより、将来の観光を支える人材を育成。

地域のゲートウェイとなる「道の駅」のイメージ

観光協会等と連携し、宿泊、体験施設など、地域全体を観光案内



「道の駅」を入口に
地域の魅力を紹介



【道の駅：川場田園プラザ】

着地型旅行商品の販売

地域の観光資源をパッケージ化し、都市部の旅行会社へ販売



【道の駅：とみうら】

特産品を活用した商品販売

地域一体で特産品を6次産業化し、地域全体の活性化に貢献



地域特産品の柚子による加工品
開発、販売

【道の駅：もてぎ】

道の駅を核とした、観光ゲートウェイ機能の強化② (道路)

各種観光情報の多言語化

・「道の駅」の周辺案内や道路情報等の多言語での提供を推進



英語による周辺案内板

【道の駅：阿蘇】



観光スポットを情報提供するオリジナル音声パン

外国人観光案内所認定取得の推進

・観光庁と道路局が連携し、訪日外国人旅行者の観光案内機能を向上



JNTOが認定した「道の駅」で観光案内案内所を示すマーク

【道の駅：ニセコビュープラザ】



Wi-Fiの設置

・無線LAN環境の整備を推進し、道路情報や観光情報等も発信



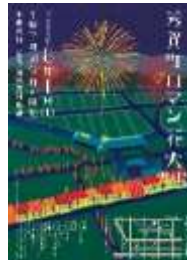
【道の駅：伊豆のへそ】

大学等と連携した交流促進

・大学等との連携により、「道の駅」を学生の実習の場として活用し、交流による新たな価値を創出



全国「道の駅」連絡会と各大学がインターンシップにかかる基本協定締結(宮崎大学の例)



花火大会に向けて学生が作成したポスター



ポスター制作に向けて、大学・「道の駅」・国道事務所での打合せ

【道の駅：はが】

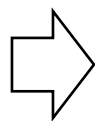
観光地の魅力を高める道路空間の活用等（道路）

○良好な景観形成

歴史的街並みの保全の取組等とあわせ無電柱化を推進し、美しい景観を形成。



（整備前）



（整備後） 【埼玉県川越市】

○道路空間を活用した賑わいの創出

道路占用制度の特例によるオープンカフェの実施等、観光地の賑わいを創出。



【北海道札幌市】

○道路空間を利用したイベントの実施

国際的なサイクルイベントの実施、自転車コースのプロモーションなどを通じた観光振興。



【広島県尾道市、愛媛県今治市】

良好な水辺空間の形成等（河川）

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

水辺整備の取組

川床の整備により、水辺の賑わいと景観の向上に大きく寄与（土佐堀川（大阪市））



北浜テラス整備前



北浜テラス整備後のにぎわい

自然再生の取組

釧路湿原再生の取組により、観光客が増加（釧路湿原（北海道））



釧路湿原



湿原を見学する観光客

水環境改善の取組

水環境改善等を通じた河川空間の魅力の活用（松江堀川（島根県））



昭和50年頃の水質

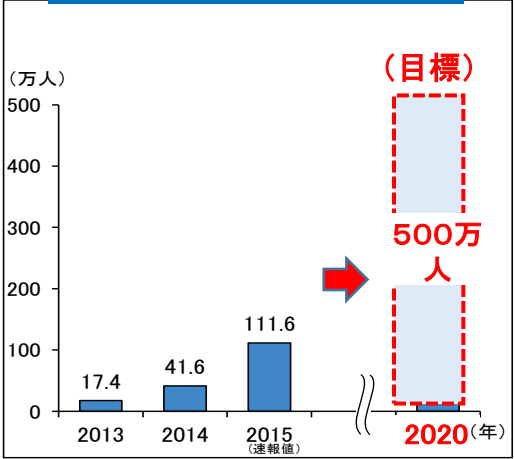


遊覧船の就航

クルーズ船の受入環境の改善（港湾）

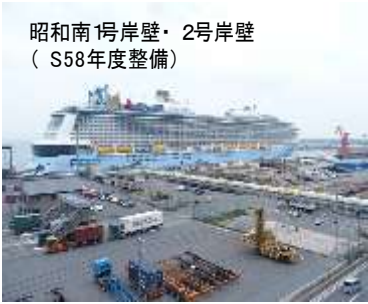
既存施設を有効に活用しつつ、クルーズ船の寄港増や大型化に対応するため、物流ターミナル等におけるクルーズ船の受入環境の改善を進めるとともに、地域製品の販売拡大を図るため、地方整備局が港湾管理者と連携したクルーズ埠頭における臨時の免税店届出制度の活用促進等により、地域の活性化を図る。

訪日クルーズ旅客数の目標（全国）



境港 物流ターミナルでのクルーズ船受入

平成27年7月2日寄港
（がいな万灯）



昭和南1号岸壁・2号岸壁
（S58年度整備）

無料Wi-Fiスポット



お見送りイベント



伏木富山港 臨時の免税店届出制度の活用

クルーズ船「ボイジャー・オブ・ザ・シーズ」の寄港に際し、既存の物流ターミナル（伏木地区万葉ふ頭万葉3号岸壁）において、平成27年4月1日に開始された「臨時の免税店届出制度」が活用され、地域の商店が臨時の免税店を初出し、地域産品等を販売。

平成27年5月18日寄港



万葉3号岸壁（H17年度整備）

免税店出店状況



免税店出店状況

