

平成 29 年度
観光の状況

平成 30 年度
観光施策

要旨

第 196 回国会（常会）提出

この文章は、観光立国推進基本法（平成 18 年法律第 117 号）第 8 条第 1 項の規定に基づく平成 29 年度の観光の状況及び講じた施策並びに同条第 2 項の規定に基づく平成 30 年度において講じようとする観光政策について報告を行うものである。

目次

第Ⅰ部 平成 29 年 観光の動向	5
第 1 章 世界の観光の動向	5
第 1 節 世界のマクロ経済の概況	5
第 2 節 2017 年（平成 29 年）の世界の観光の状況	5
第 2 章 日本の観光の動向	11
第 1 節 訪日旅行の状況	11
第 2 節 出国日本人数の状況	18
第 3 節 国内旅行の状況	19
第 4 節 宿泊旅行の状況	21
第 5 節 東日本大震災からの復興の状況	24
第 6 節 地域における観光の状況	25
第 7 節 地域における観光振興の取組	27
第Ⅱ部 日本経済における存在感が高まりつつある「観光」	33
第 1 章 近年の訪日外国人旅行者による消費動向	33
第 2 章 近年の訪日外国人旅行者及び旅行消費額の増加がもたらす影響	34
第 1 節 消費（売上高）への影響	34
第 2 節 輸出への影響	35
第 3 節 投資への影響	40
第 4 節 国際収支への影響	42
第 5 節 景況感への影響	44
第 6 節 地域経済への影響	45
第 3 章 観光の日本経済全体への貢献	54
第 4 章 これまでの分析のまとめと今後の課題	56
第Ⅲ部 平成 29 年度に講じた施策	61
第 1 章 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に	61
第 1 節 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放	61
第 2 節 文化財の観光資源としての開花	61
第 3 節 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化	61
第 4 節 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	61
第 5 節 滞在型農山漁村の確立・形成	61
第 6 節 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進	61
第 7 節 新たな観光資源の開拓	61
第 8 節 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	61
第 9 節 広域観光周遊ルートの世界水準への改善	62
第 10 節 「観光立国ショーケース」の形成の推進	62
第 11 節 東北の観光復興	62
第 2 章 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	62
第 1 節 観光関係の規制・制度の総合的な見直し	62
第 2 節 民泊サービスへの対応	62
第 3 節 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化	62
第 4 節 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	62
第 5 節 世界水準の DMO の形成・育成	63
第 6 節 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開	63
第 7 節 次世代の観光立国実現のための財源の検討	63
第 8 節 訪日プロモーションの戦略的高度化	63
第 9 節 インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化	63
第 10 節 MICE 誘致の促進	63
第 11 節 IR に係る法制上の措置の検討	63

第12節	ビザの戦略的緩和	63
第13節	訪日教育旅行の活性化	63
第14節	観光教育の充実	63
第15節	若者のアウトバウンド活性化	63
第3章	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	63
第1節	最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現	63
第2節	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	64
第3節	キャッシュレス環境の飛躍的改善	64
第4節	通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現	64
第5節	多言語対応による情報発信	64
第6節	急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実	64
第7節	「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境	64
第8節	「地方創生回廊」の完備	64
第9節	地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進	65
第10節	クルーズ船受入の更なる拡充	65
第11節	公共交通利用環境の革新	65
第12節	休暇改革	65
第13節	オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進	65
第IV部	平成30年度に講じようとする施策	66
第1章	観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に	66
第1節	魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放	66
第2節	文化財の観光資源としての開花	66
第3節	国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化	66
第4節	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	66
第5節	滞在型農山漁村の確立・形成	66
第6節	古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進	66
第7節	新たな観光資源の開拓	66
第8節	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	66
第9節	広域観光周遊ルートの世界水準への改善	67
第10節	「観光立国ショーケース」の形成の推進	67
第11節	東北の観光復興	67
第2章	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	67
第1節	観光関係の規制・制度の総合的な見直し	67
第2節	民泊サービスへの対応	67
第3節	産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化	67
第4節	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	68
第5節	世界水準のDMOの形成・育成	68
第6節	「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開	68
第7節	次世代の観光立国実現のための財源の検討	68
第8節	訪日プロモーションの戦略的高度化	68
第9節	インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化	68
第10節	MICE誘致の促進	68
第11節	IRに係る法制上の措置の検討	68
第12節	ビザの戦略的緩和	68
第13節	訪日教育旅行の活性化	68
第14節	観光教育の充実	69
第15節	若者のアウトバウンド活性化	69
第3章	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	69
第1節	最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現	69
第2節	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	69

第3節	キャッシュレス環境の飛躍的改善	69
第4節	通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現	69
第5節	多言語対応による情報発信	70
第6節	急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実	70
第7節	「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境.....	70
第8節	「地方創生回廊」の完備.....	70
第9節	地方空港のゲートウェイ機能強化と LCC 就航促進	70
第10節	クルーズ船受入の更なる拡充	70
第11節	公共交通利用環境の革新.....	70
第12節	休暇改革.....	71
第13節	オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進	71

第 I 部 平成 29 年 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

内閣府の「世界経済の潮流」によると、2016 年（平成 28 年）後半の世界経済は、中国経済に持ち直しの動きが現れたことや、先進国を中心に生産と輸出が増加したこと等により、緩やかな回復基調にあった。2017 年（平成 29 年）の世界経済は、こうした貿易拡大の流れを受けて、一部に改善の遅れもみられたユーロ圏経済が年央ごろより回復の勢いが増すことなどにより、緩やかな回復が続いた。

表 I-1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

(単位:%)

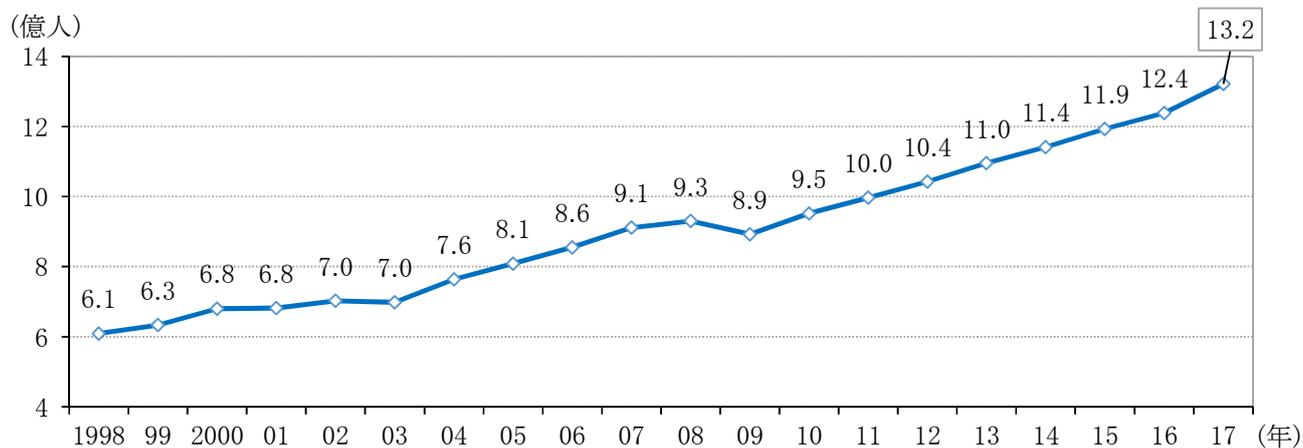
	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	-1.1	-5.4	4.2	-0.1	1.5	2.0	0.4	1.4	0.9	1.7
米国	-0.3	-2.8	2.5	1.6	2.2	1.7	2.6	2.9	1.5	2.3
EU(欧州連合)	0.7	-4.2	2.0	1.8	-0.3	0.3	1.8	2.4	2.0	2.7
中国	9.6	9.2	10.6	9.5	7.9	7.8	7.3	6.9	6.7	6.9
ASEAN(5カ国)	5.4	2.4	6.9	4.7	6.2	5.1	4.6	4.9	5.0	5.3
中南米カリブ海諸国	4.0	-2.0	6.1	4.6	2.9	2.9	1.3	0.3	-0.6	1.3
中東・北アフリカ	4.6	0.8	4.9	4.4	5.1	2.5	2.6	2.4	4.9	2.2
サハラ以南アフリカ	5.9	3.9	7.0	5.1	4.4	5.3	5.1	3.4	1.4	2.8

資料：IMF「World Economic Outlook Database, April 2018」に基づき観光庁作成

第 2 節 2017 年（平成 29 年）の世界の観光の状況

UNWTO¹（国連世界観光機関）の 2018 年（平成 30 年）1 月の発表では、2017 年（平成 29 年）の世界全体の国際観光客数は前年より 8,300 万人増（対前年比 6.7%増）となり 13.2 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 8 年連続での増加となった（図表 I-2）。

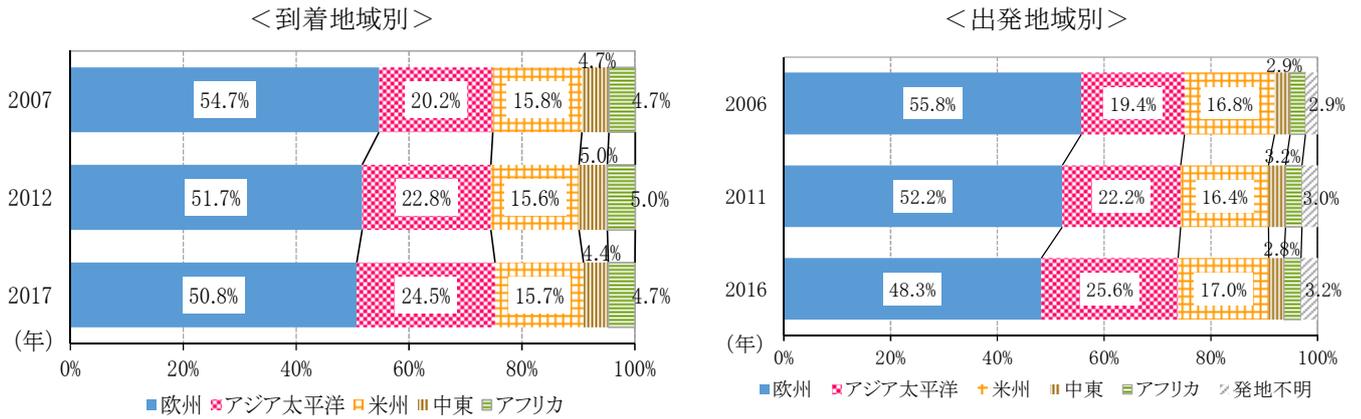
図表 I-2 国際観光客数の推移



国際観光客数の地域別シェアは、到着地域別及び出発地域別ともに依然として欧州が半数程度を占めているが、過去 10 年間では減少傾向にある。到着地域別にみると、アジア太平洋は、2007 年（平成 19 年）に 20.2%であったが、2017 年（平成 29 年）は 24.5%にまで拡大している。米州は、2007 年（平成 19 年）から 16%程度で推移している。中東、アフリカは、ともに 5%前後で推移している。また、出発地域別のシェアをみるとアジア太平洋は 2006 年（平成 18 年）に 19.4%であったが、2016 年（平成 28 年）は 25.6%まで拡大している（図表 I-5）。

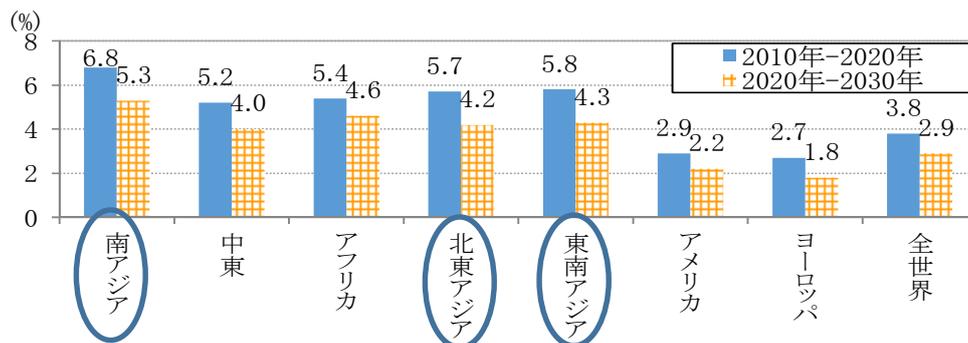
¹ 国連の専門機関 World Tourism Organization の略

図表 I-5 国際観光客数の地域別シェア



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が見込まれている。前述のように、アジア太平洋は近年拡大しているが、今後についても、南アジア、北東アジア及び東南アジアは中東やアフリカとともに、欧米に比べ、高い伸びが予測されている（図表 I-6）。

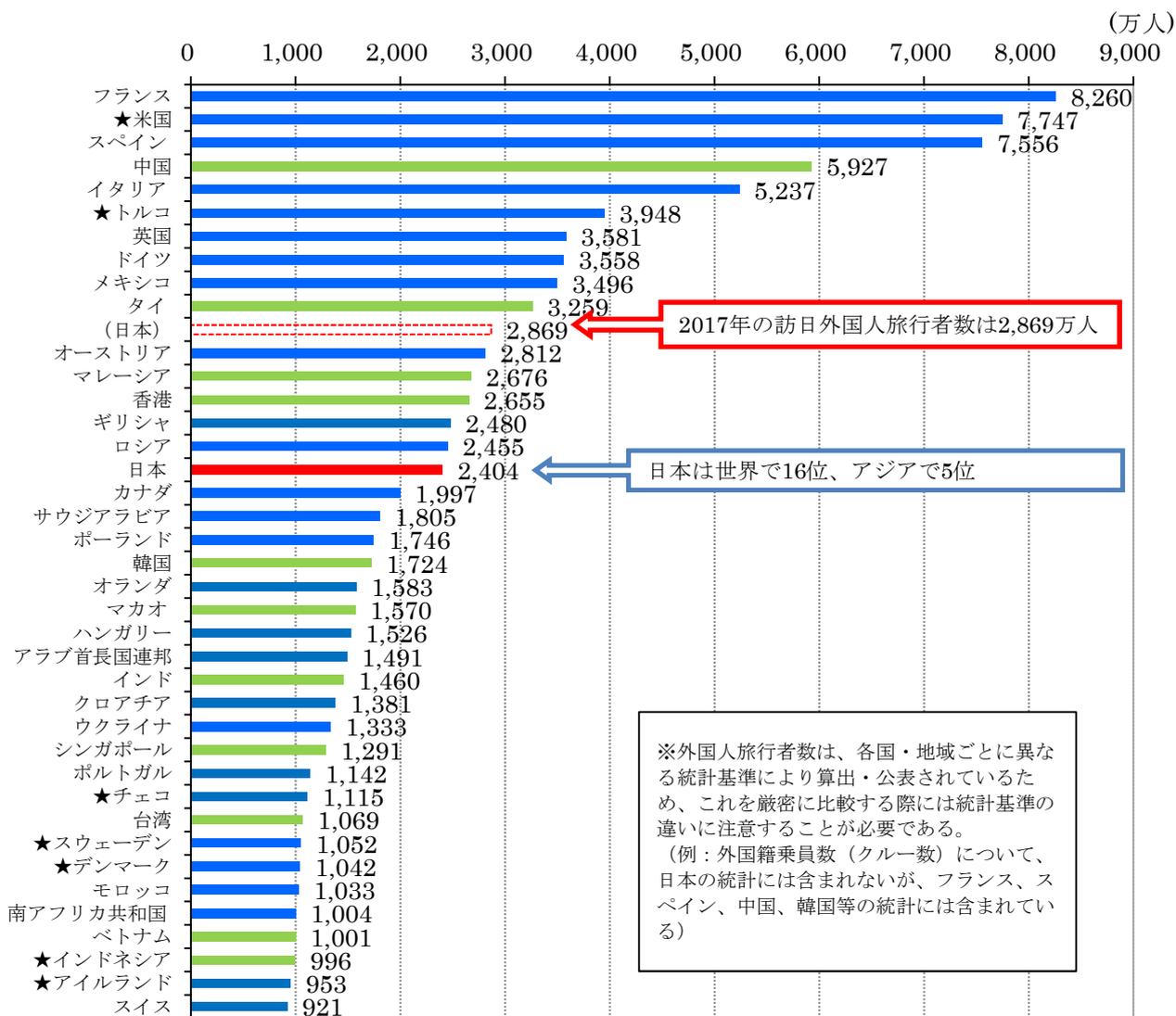
図表 I-6 国際観光客の年平均伸び率の予測



2016年（平成28年）の外国人旅行者受入数は、前年に引き続き、フランスが8,260万人で1位となり、米国が7,747万人で2位、スペインが7,556万人で3位であった。日本は2015年（平成27年）の1,974万人（16位（アジアで5位））から2,404万人（16位（アジアで5位））となり、人数は増加したものの、順位は変わらなかった。

なお、2017年（平成29年）の訪日外国人旅行者数は、前年比19.3%増の2,869万人であり、2016年（平成28年）の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-7）。

図表 I-7 外国人旅行者受入数ランキング(2016年(平成28年))



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき日本政府観光局（JNTO）作成

注1：本表の数値は2017年6月時点の暫定値である。

注2：★印を付した米国、トルコ、チェコ、デンマーク、インドネシア、アイルランドは、2016年の数値が不明であるため、2015年の数値を、スウェーデンは2014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。

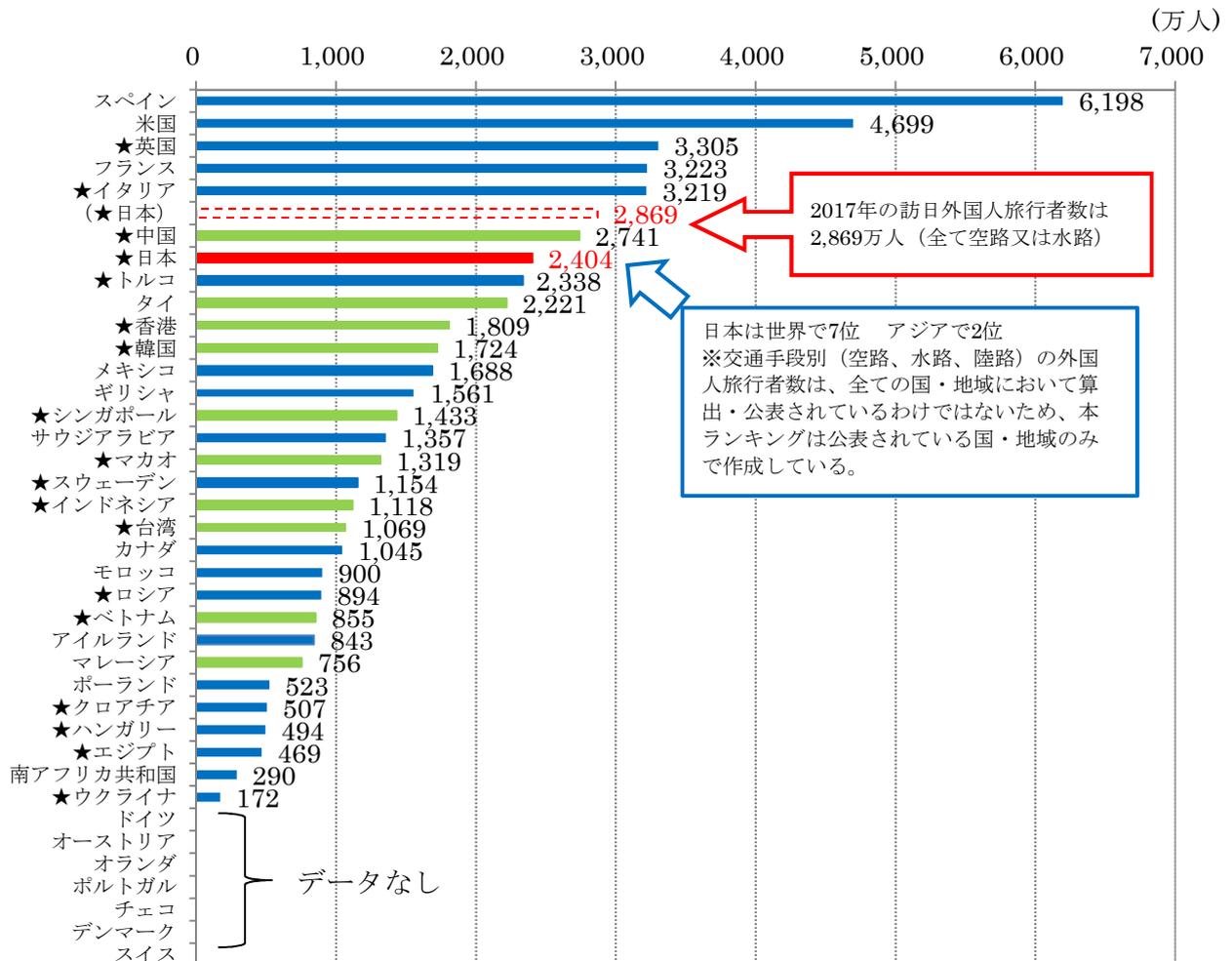
（例：外国籍乗員数（クルー数））について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている）

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。

2016 年（平成 28 年）は、スペインが 6,198 万人で 1 位となり、米国が 4,699 万人で 2 位、英国が 3,305 万人で 3 位であった。日本は 2,404 万人（7 位（アジアで 2 位））であり、2015 年（平成 27 年）の 1,974 万人（9 位（アジアで 3 位））から順位を上げた。

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(2016 年(平成 28 年))



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき日本政府観光局（JNTO）作成

注1：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際には統計基準の違いに注意することが必要。

注2：本表の数値は 2018 年 2 月時点の値である。

注3：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。

注4：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

注5：タイ、スウェーデン、ギリシャ、ロシアは 2016 年の数値が不明であるため、タイは 2013 年、スウェーデンは 2014 年、ギリシャ、ロシアは 2015 年の数値を採用した。

注6：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。

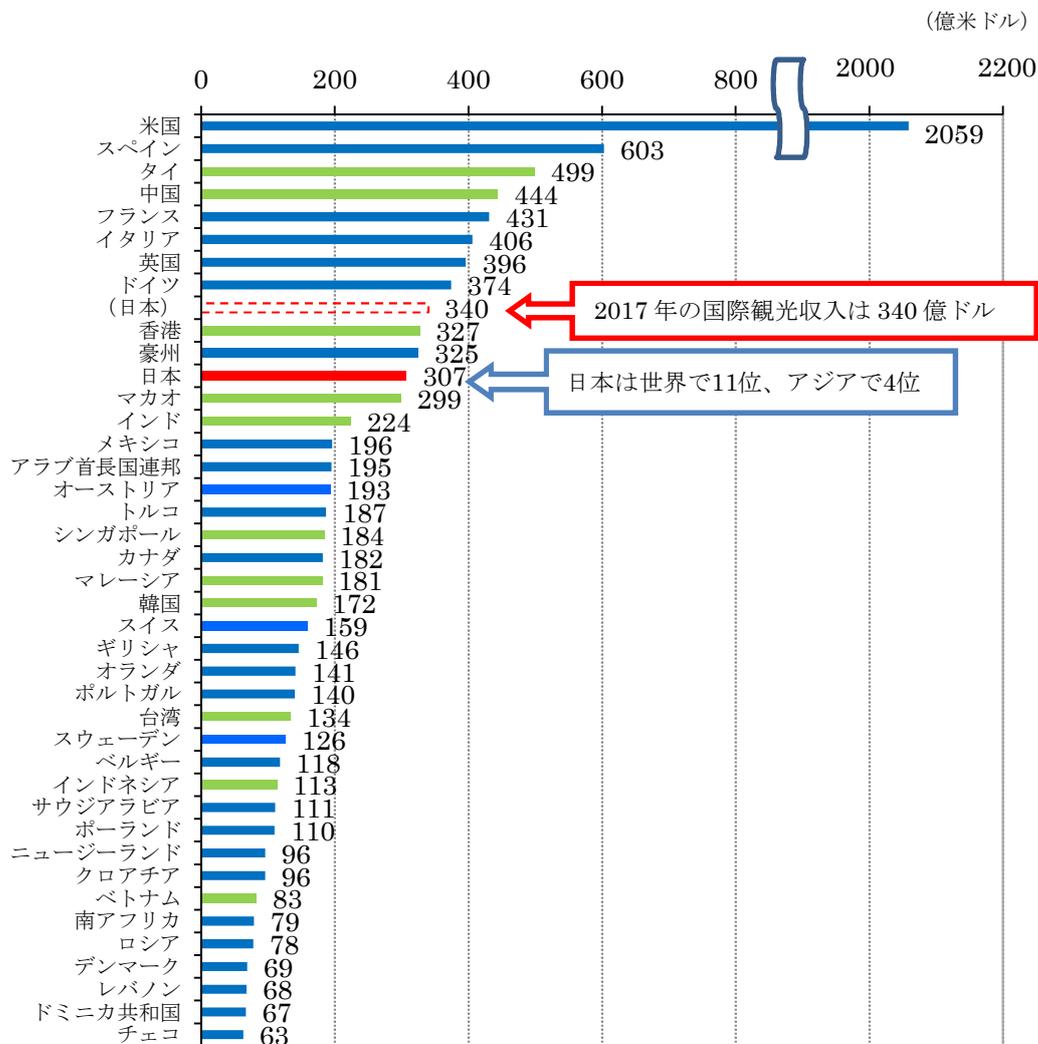
注7：ドイツ、オーストリア、オランダ、ポルトガル、チェコ、デンマーク、スイスは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。

注8：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。

2016年（平成28年）の各国・地域の国際観光収入については、1位が米国2,059億ドル、2位がスペイン603億ドル、3位がタイ499億ドルとなった。

日本は307億ドル（11位（アジアで4位））と、2015年（平成27年）の250億ドル（13位（アジアで5位））に比べ、順位を上げている。アジアについて見ると、タイが中国を上回り1位となった。なお、2017年（平成29年）の日本の国際観光収入は340億ドルであり、2016年（平成28年）のランキングでは9位に相当する（図表I-9）。

図表 I-9 国際観光収入ランキング(2016年(平成28年))



資料：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

注1：本表の数値は2017年（平成29年）6月時点の暫定値である。

注2：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。

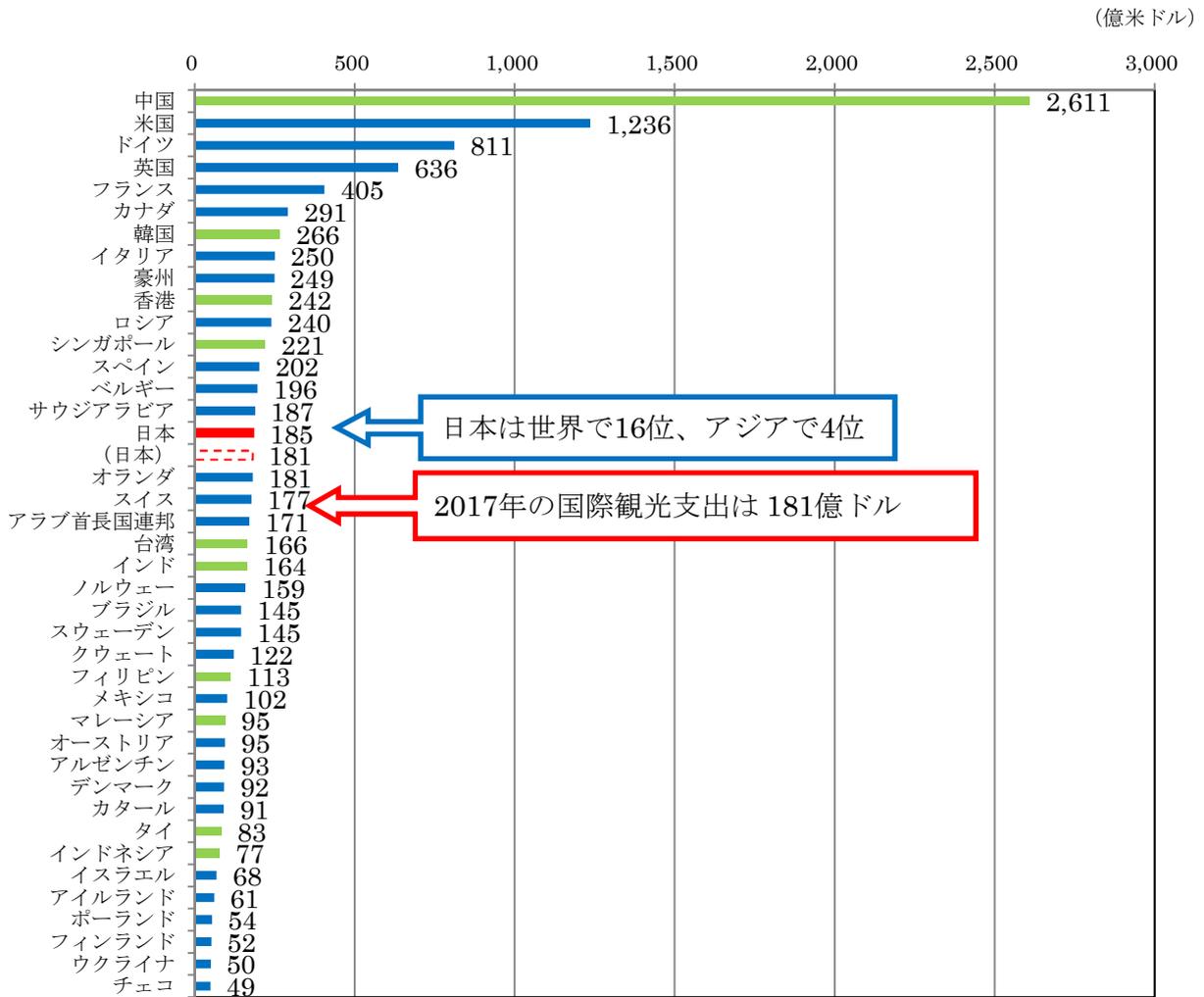
注3：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。

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。

2016年（平成28年）の各国・地域の国際観光支出については、1位が中国2,611億ドル、2位が米国1,236億ドル、3位がドイツ811億ドルとなり、2015年（平成27年）と同順位となった。

日本は185億ドル（16位（アジアで5位））となり、2015年（平成27年）の160億ドル（19位（アジアで5位））から金額、順位ともに上昇した。なお、2017年（平成29年）の日本の国際観光支出は181億ドルとなり2016年（平成28年）と同順位となる。（図表I-10）。

図表 I-10 国際観光支出ランキング(2016年(平成28年))



資料：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

注1：本表の数値は2017年（平成29年）5月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3：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。

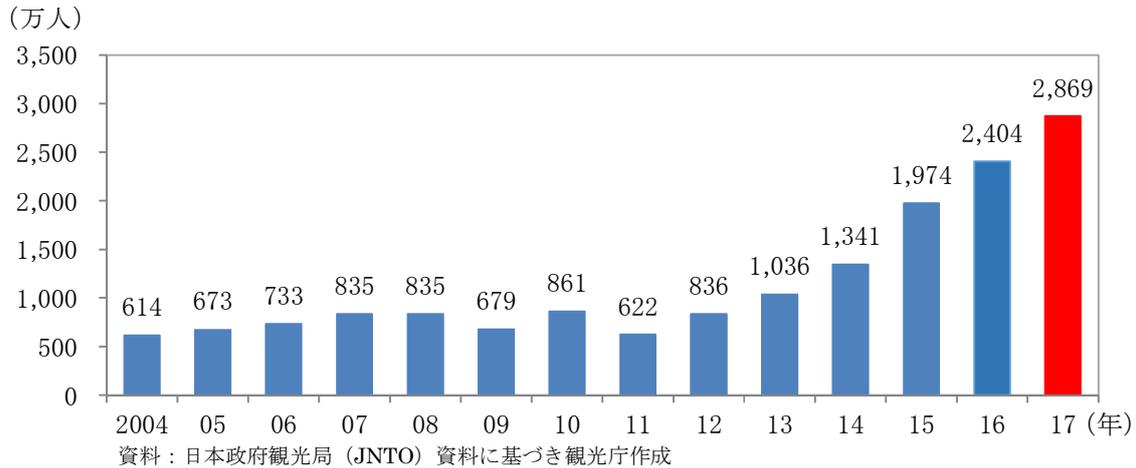
第2章 日本の観光の動向

第1節 訪日旅行の状況

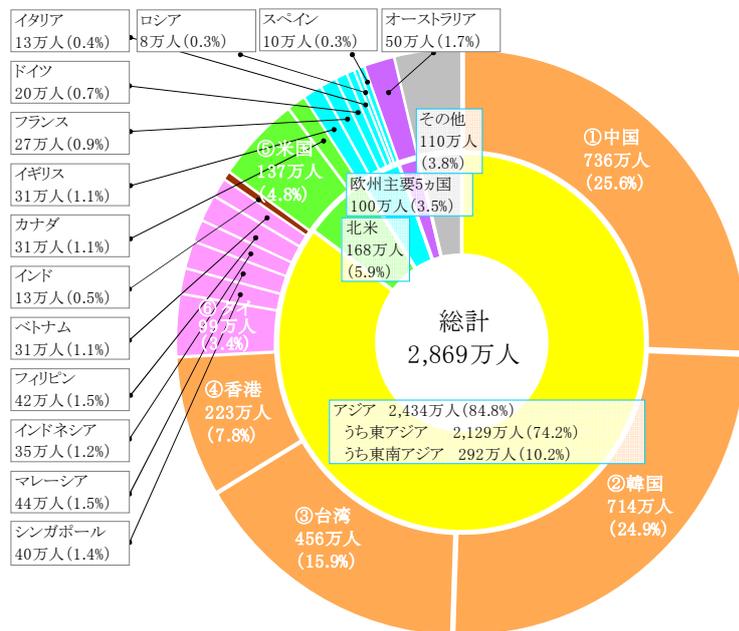
1 訪日旅行の状況

2017年（平成29年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高であった2016年（平成28年）の2,404万人を更に上回る2,869万人（対前年比19.3%増）となり、5年連続で過去最高を更新し、2020年（平成32年）に4,000万人にするとの目標に向け堅調に推移している（図表I-11）。

図表 I-11 訪日外国人旅行者数の推移



図表 I-12 訪日外国人旅行者の内訳(2017年(平成29年))



資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成

注1：（ ）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

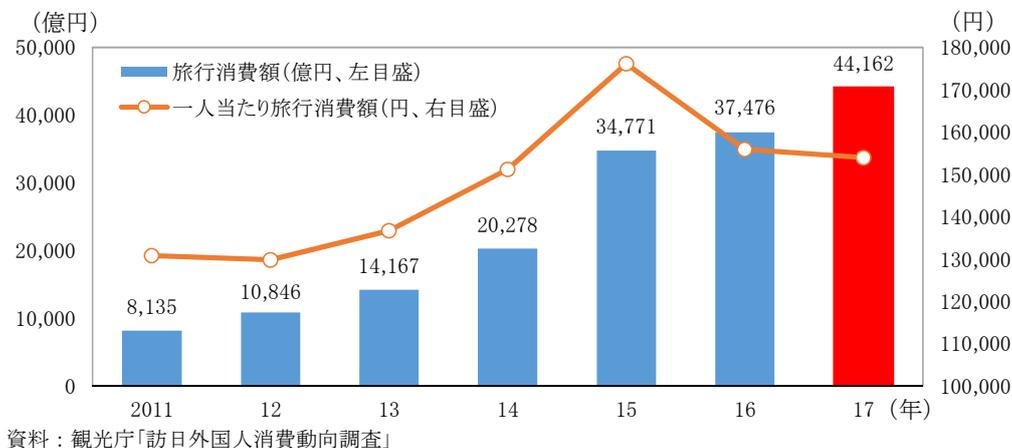
注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

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24年）以降急速に拡大し、2017年（平成29年）は前年比17.8%増の4兆4,162億円となった。他方、訪日外国人旅行者一人当たりの旅行支出は、2017年（平成29年）は前年比1.3%減の153,921円となった（図表I-13）。この背景には、比較的滞在期間が短く、一人当たり旅行支出が相対的に少ない韓国からの旅行者数が前年比で40.3%増加したことなどが全体の平均泊数や一人当たり旅行支出を押し下げる

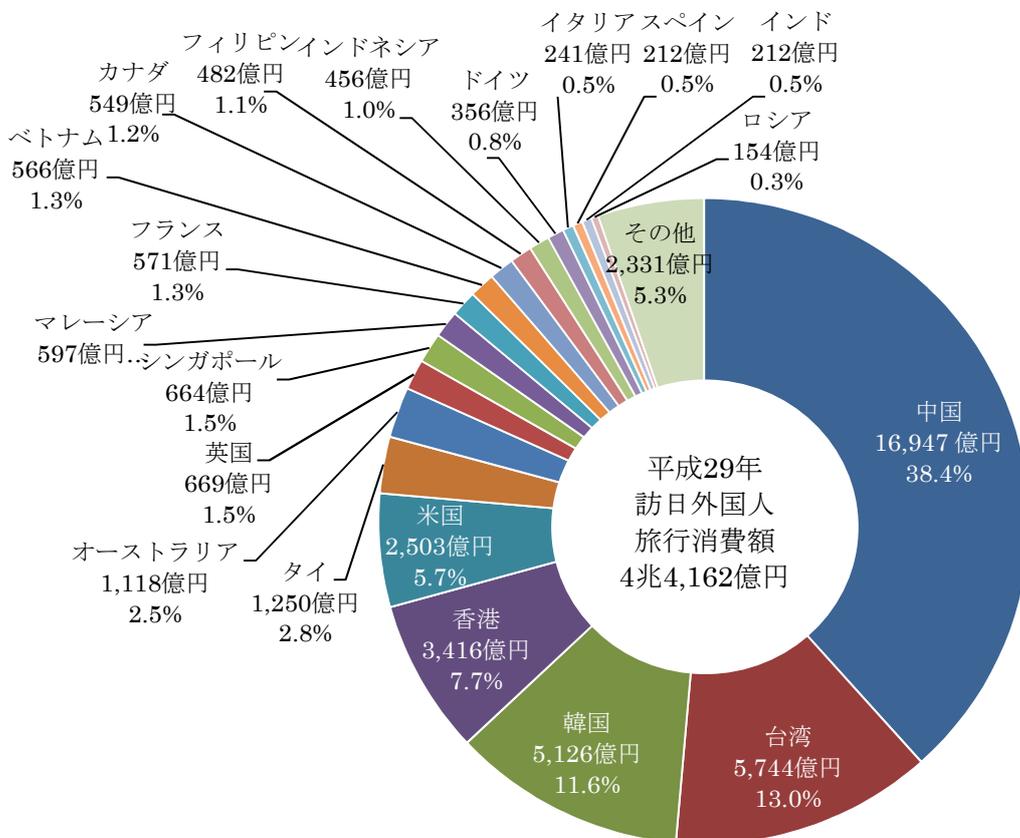
要因となったことが挙げられる。2020年（平成30年）に訪日外国人旅行消費額を8兆円にするとの目標に向け、一人当たり旅行支出の増加が必要であり、そのためには、比較的一人当たり旅行支出が高い傾向にある欧米豪からの旅行者の掘り起こしや富裕層の獲得、滞在期間の長期化等が重要である。

図表 I-13 訪日外国人旅行者による消費の推移



2017年（平成29年）の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、中国が1兆6,947億円となり、総額の38.4%を占めた。次いで、台湾5,744億円（構成比13.0%）、韓国5,126億円（同11.6%）、香港3,416億円（同7.7%）、米国2,503億円（同5.7%）の順となっており、これら上位5箇国で総額の76.4%を占めた（図表I-15）。

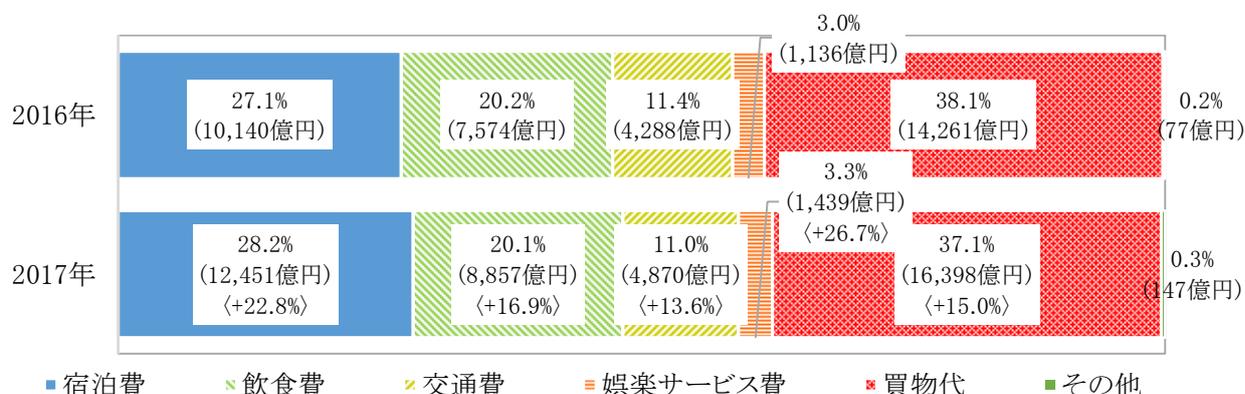
図表 I-15 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2017年（平成29年）の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、買物代が37.1%と最も高い割合となったが、前年（38.1%）に比べ縮少した。一方、宿泊費、娯楽サービス費は前年に比べ拡大し、前年比の伸び率では娯楽サービス費の伸びが最も大きくなった（図表 I-16）。

図表 I-16 費目別にみる訪日外国人旅行消費額



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：（ ）内は費目別旅行消費額。

注2：〈 〉内は前年比の伸び率。

また、国籍・地域別に費目別旅行消費額をみると、買物代では、中国が8,777億円と高い。次いで台湾、韓国、香港となっており、それぞれ1,000億円を超えている（図表 I-17）。

図表 I-17 国籍・地域別にみる費目別旅行消費額

国籍・地域	総額		訪日外国人旅行消費額(億円)					
	前年比		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	44,162	+17.8%	12,451	8,857	4,870	1,439	16,398	147
韓国	5,126	+43.3%	1,598	1,316	535	262	1,394	21
台湾	5,744	+9.5%	1,503	1,187	652	203	2,184	14
香港	3,416	+15.9%	953	739	392	103	1,228	0
中国	16,947	+14.9%	3,508	2,816	1,346	408	8,777	91
タイ	1,250	+8.6%	365	230	145	41	467	2
シンガポール	664	+12.4%	255	135	77	18	179	0
マレーシア	597	+14.3%	187	124	93	20	173	0
インドネシア	456	+23.2%	150	81	78	18	128	0
フィリピン	482	+23.5%	133	101	57	23	168	0
ベトナム	566	+30.1%	151	134	51	7	223	0
インド	212	+19.2%	93	42	29	4	42	0
英国	669	+25.8%	302	159	101	21	86	0
ドイツ	356	+13.7%	160	76	55	8	57	0
フランス	571	+19.1%	233	121	104	22	90	0
イタリア	241	+2.1%	109	50	45	7	29	0
スペイン	212	+3.1%	78	49	45	7	33	0
ロシア	154	+47.0%	49	32	19	7	47	0
米国	2,503	+17.5%	1,055	575	392	91	386	6
カナダ	549	+29.6%	220	128	93	22	87	0
オーストラリア	1,118	+1.7%	441	248	175	70	184	0
その他	2,331	+29.9%	908	514	387	76	436	10

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2017年（平成29年）の訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出を費目別にみると、買物代が5万7,154円と最も高く、次いで宿泊費（4万3,397円）、飲食費（3万869円）の順となっている。

国籍・地域別にみると、宿泊費は、英国、オーストラリア、フランス、イタリア、ドイツ、スペイン、米国等の欧米豪の国々が上位を占めている。買物代では中国が11万9,319円となり、前年に引き続き最も高かった。（図表I-18）。

図表 I-18 国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出(2017年(平成29年))

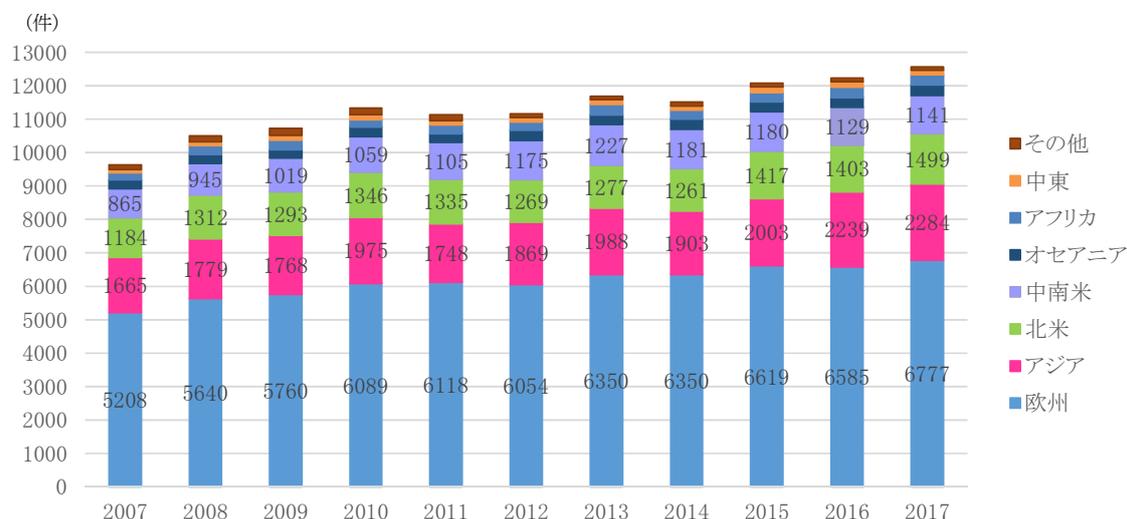
国籍・地域	訪日外国人1人当たり旅行支出(円/人)							平均泊数	
	総額	前年比	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代		その他
全国籍・地域	153,921	-1.3%	43,397	30,869	16,974	5,014	57,154	513	9.1
韓国	71,795	+2.2%	22,378	18,435	7,492	3,665	19,530	294	4.3
台湾	125,847	-0.0%	32,939	26,004	14,286	4,458	47,846	314	6.7
香港	153,055	-4.5%	42,690	33,129	17,586	4,628	55,017	5	6.1
中国	230,382	-0.5%	47,690	38,285	18,295	5,550	119,319	1,243	10.9
タイ	126,569	-0.8%	36,957	23,281	14,696	4,107	47,316	212	10.1
シンガポール	164,281	+0.7%	63,084	33,308	19,005	4,414	44,350	120	7.7
マレーシア	135,750	+2.6%	42,533	28,261	21,106	4,508	39,303	39	9.1
インドネシア	129,394	-5.3%	42,593	23,084	22,188	5,098	36,431	1	12.4
フィリピン	113,659	+1.3%	31,469	23,765	13,366	5,405	39,654	0	19.7
ベトナム	183,236	-1.6%	48,861	43,314	16,382	2,372	72,307	0	35.2
インド	157,443	+9.1%	69,506	31,212	21,875	3,268	31,583	0	23.1
英国	215,392	+18.5%	97,303	51,289	32,390	6,811	27,600	0	12.2
ドイツ	182,207	+6.5%	81,933	39,036	27,867	4,245	29,125	0	15.5
フランス	212,442	+12.4%	86,882	45,017	38,882	8,142	33,400	120	15.7
イタリア	191,482	-3.3%	86,746	39,659	35,968	5,634	23,311	163	13.1
スペイン	212,584	-5.1%	77,944	49,082	45,486	7,166	32,794	112	13.4
ロシア	199,236	+4.4%	63,122	41,499	24,908	9,074	60,512	121	19.4
米国	182,071	+6.2%	76,719	41,791	28,477	6,603	28,071	411	13.8
カナダ	179,525	+15.8%	71,951	41,757	30,316	7,095	28,315	91	13.8
オーストラリア	225,845	-8.5%	89,060	50,066	35,375	14,089	37,195	59	13.2
その他	212,750	+16.2%	82,832	46,900	35,299	6,967	39,796	956	14.7

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2 国際会議及び国際展示会の開催状況

国際会議関連団体及び事業者を会員とする国際会議協会（ICCA²）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おり、前年比ではオセアニアと北米の開催件数の伸びが高い（図表 I-20）。

図表 I-20 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA（国際会議協会）「A Modern History of International Association Meetings 1963-2012」、ICCA「ICCA Statistics Report2013」「同 2014」「同 2015」「同 2016」「同 2017」に基づき観光庁作成

注1：ICCAは開催件数4件以下の国は地域分類をしておらず、「その他」に一括計上されている。

注2：2018年（平成30年）5月時点

注3：本表の各地域は、国連世界観光機関（UNWTO）の区分に基づいている。従って、イスラエル、トルコ、キプロス、コーカサス諸国、中央アジア諸国は「欧州」に、エジプトは「中東」に、イランは「アジア」に、メキシコは「北米」にそれぞれ計上されている。

我が国の国際会議開催件数は、国際会議協会（ICCA）の統計によると、2017年（平成29年）は414件で世界第7位となっている（図表 I-21）。

図表 I-21 国別国際会議開催件数(2017年(平成29年))

順位	国名	件数
1	米国	941
2	ドイツ	682
3	英国	592
4	スペイン	564
5	イタリア	515
6	フランス	506
7	日本	414
8	中国	376
9	カナダ	360
10	オランダ	307
11	ポルトガル	298
12	オーストリア	281
13	韓国	279
14	オーストラリア	258
15	スウェーデン	255

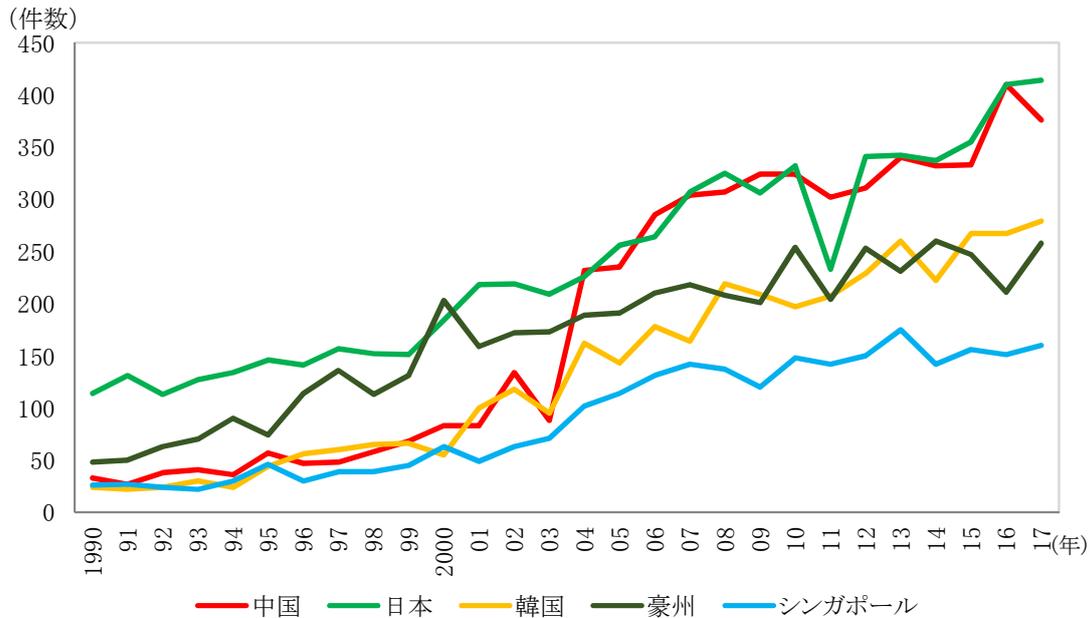
資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report(2017)」

注1：2018年（平成30年）5月時点

² International Congress and Convention Association の略。

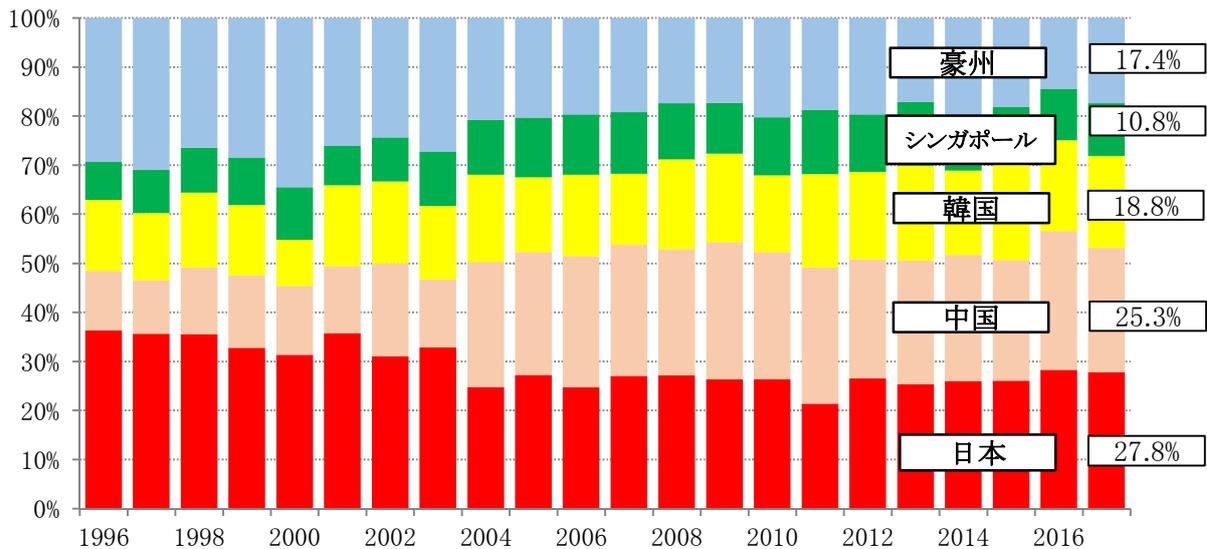
アジア大洋州地域における国際会議開催件数を国別に見ると、近年、我が国を含む主要5箇国（日本、中国、韓国、シンガポール、オーストラリア）の開催件数は増加傾向にあった。しかし、2017年（平成29年）は、急成長していた中国の開催件数は減少に転じた。オーストラリアは大きく開催件数を伸ばしたものの、日本、韓国、シンガポールは微増だった（図表I-22）。これにより、主要5箇国の総開催件数に占める我が国のシェアは27.8%となり、6年連続の首位を保っているものの、他地域も成長を続けていることから、競争は激しくなっている（図表I-23）。

図表 I-22 アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数
(1990年(平成7年)－2017年(平成29年))



資料：国際会議協会（ICCA）「A Modern History of International Association Meetings 1963-2012」、
「ICCA Statistics Report2013」「同2014」「同2015」「同2016」「同2017」に基づき観光庁作成
注1：2018年（平成30年）5月時点

図表 I-23 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
(1996年(平成8年)－2017年(平成29年))

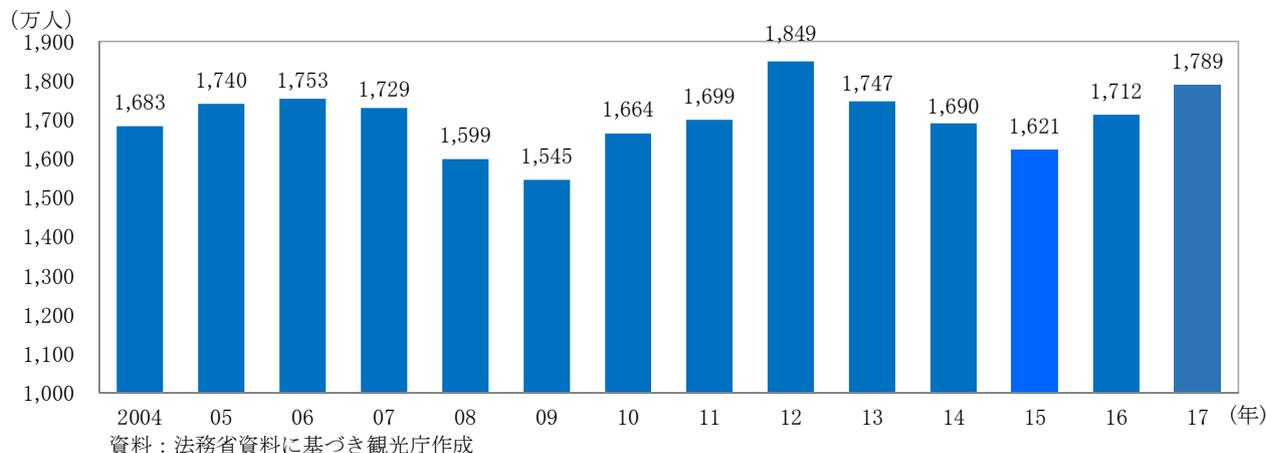


資料：国際会議協会（ICCA）「A Modern History of International Association Meetings 1963-2012」、
「ICCA Statistics Report2013」「同2014」「同2015」「同2016」「同2017」に基づき観光庁作成
注1：2018年（平成30年）5月時点

第2節 出国日本人数の状況

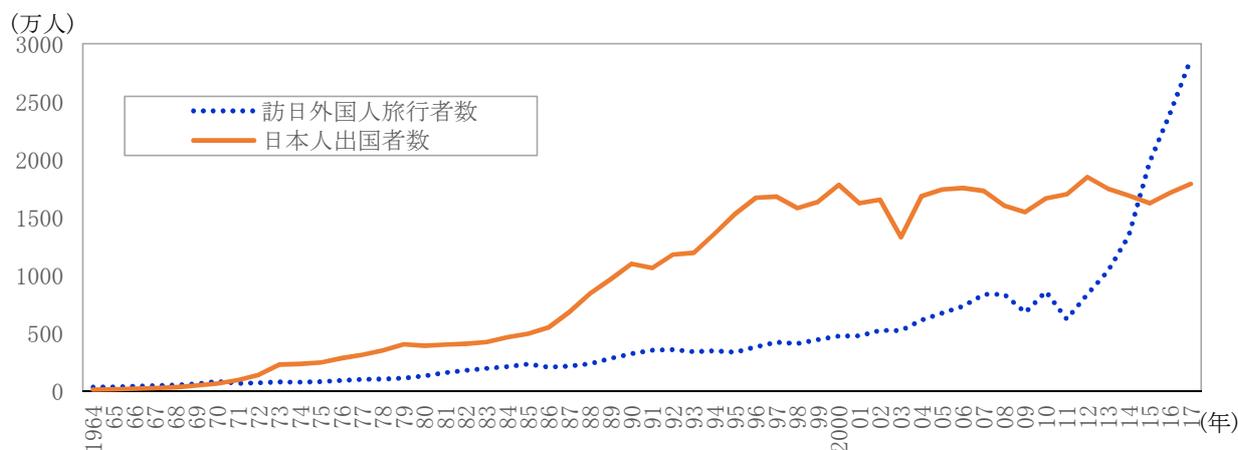
2017年（平成29年）の出国日本人数は1,789万人（前年比4.5%増）となり、2012年（平成24年）以来4年ぶりに増加に転じた2016年（平成28年）の値を上回った（図表I-25）。

図表 I-25 出国日本人数の推移



2017年（平成29年）は出国日本人数が1,789万人、訪日外国人旅行者数は2,869万人となり、前年に引き続き、3年連続で訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回った（図表I-26）。

図表 I-26 訪日外国人旅行者数の推移



日本人出国者の訪問先については、2016年（平成28年）は1位が米国、2位が中国、3位が韓国であった（図表I-27）。

図表 I-27 国・地域別 日本人訪問者数(上位5位)

順位	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年		2016年	
	訪問先	訪問者数(人)										
1	中国	3,658,169	米国	3,698,073	米国	3,730,287	米国	3,620,224	米国	3,758,297	米国	3,576,955
2	韓国	3,289,051	韓国	3,518,792	中国	2,877,533	中国	2,717,600	中国	2,497,700	中国	2,587,440
3	米国	3,249,569	中国	3,518,153	韓国	2,747,750	韓国	2,280,434	韓国	1,837,782	韓国	2,297,893
4	台湾	1,294,758	台湾	1,432,315	タイ	1,536,425	台湾	1,634,790	台湾	1,586,489	台湾	1,841,339
5	香港	1,283,687	タイ	1,373,716	台湾	1,421,550	タイ	1,267,886	タイ	1,349,388	タイ	1,416,903

資料：日本政府観光局（JNTO）「2011年～2016年 各国・地域別 日本人訪問者数」に基づき観光庁作成

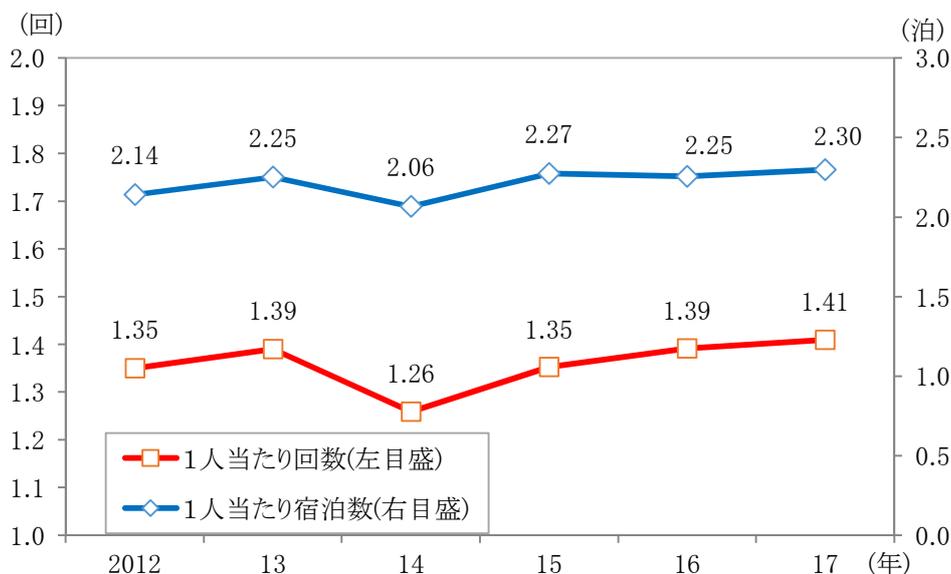
注1：米国の数値には、米国本国（全米50州とコロンビア特別区）への入国者のほか、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島などの地域への入域者が含まれる。

注2：各国の数値は、推計値から確定値への変更、統計基準の変更、数値の非整合性などの理由により、その都度、過去にさかのぼって変更されることがある。数値は、2018年3月現在のものである。

第3節 国内旅行の状況

2017年（平成29年）においては、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.41回（前年比1.3%増）、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.30泊（同1.9%増）であった。国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに、2014年（平成26年）は同年4月の消費税率引き上げの影響もあり落ち込んだが、ここ数年は回復傾向にある（図表I-28）。

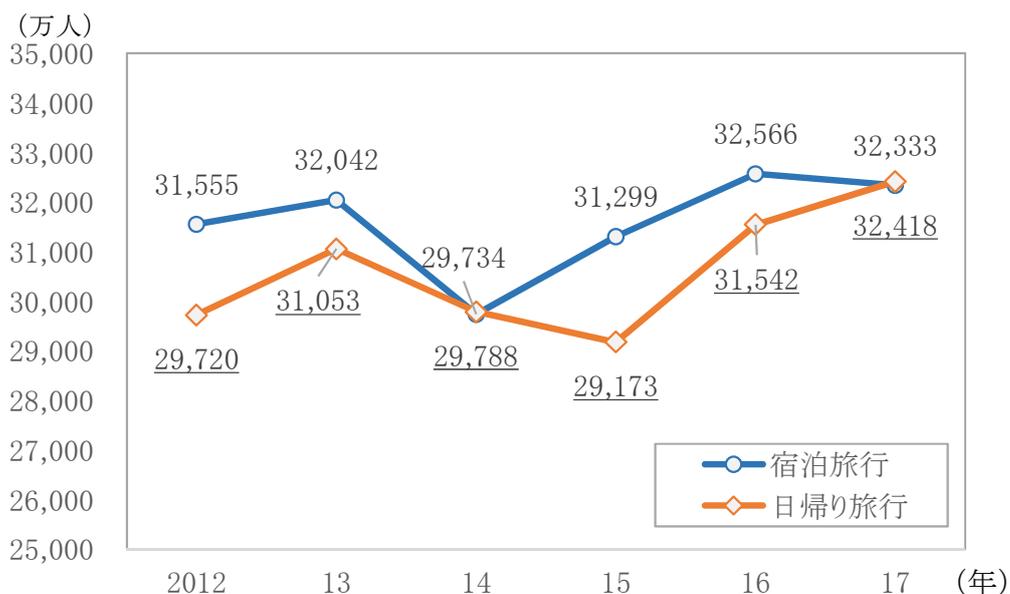
図表 I-28 日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2017年（平成29年）に国内宿泊旅行に行った人数は延べ3億2,333万人（前年比0.7%減）、国内日帰り旅行は延べ3億2,418万人（前年比2.8%増）となった（図表I-29）。年後半に週末や3連休に大雨や台風が到来したこと等が宿泊旅行にマイナスに作用したものである。

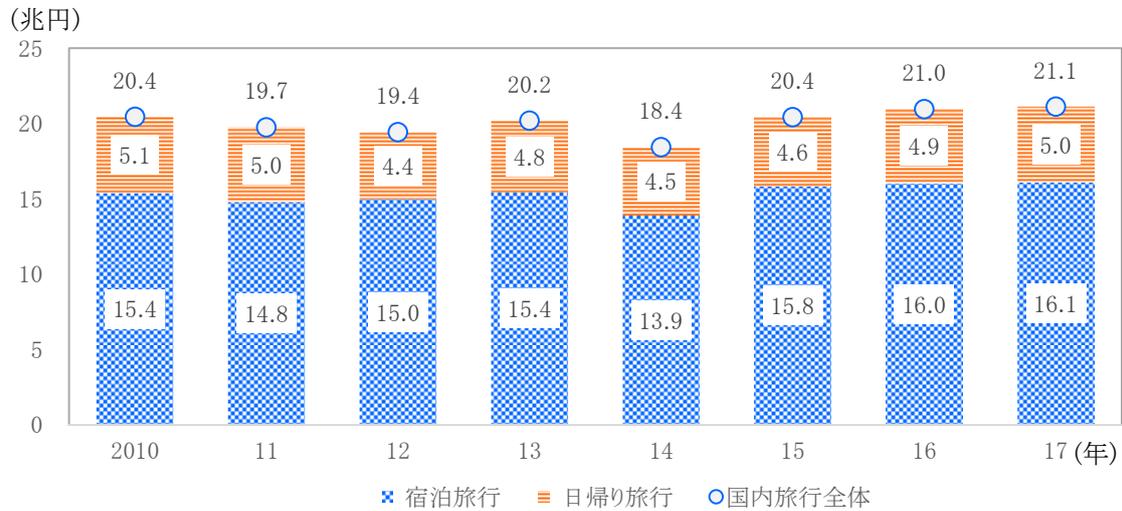
図表 I-29 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2017年（平成29年）の日本人国内旅行消費額については、宿泊旅行及び日帰り旅行ともに増加し、21.1兆円（前年比0.8%増）であった（図表I-30）。

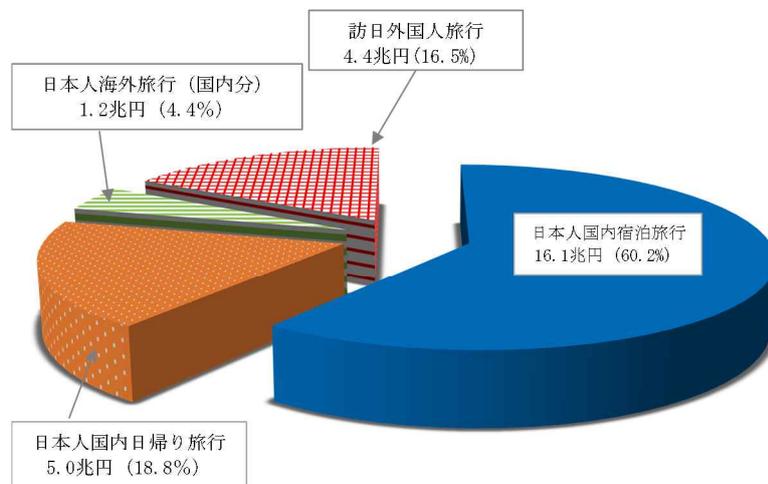
図表 I-30 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2017年（平成29年）の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、26.7兆円（前年比3.6%増）となり訪日外国人旅行者による旅行消費額は初めて全体の15%を超えた（図表I-31）。

図表 I-31 日本国内における旅行消費額



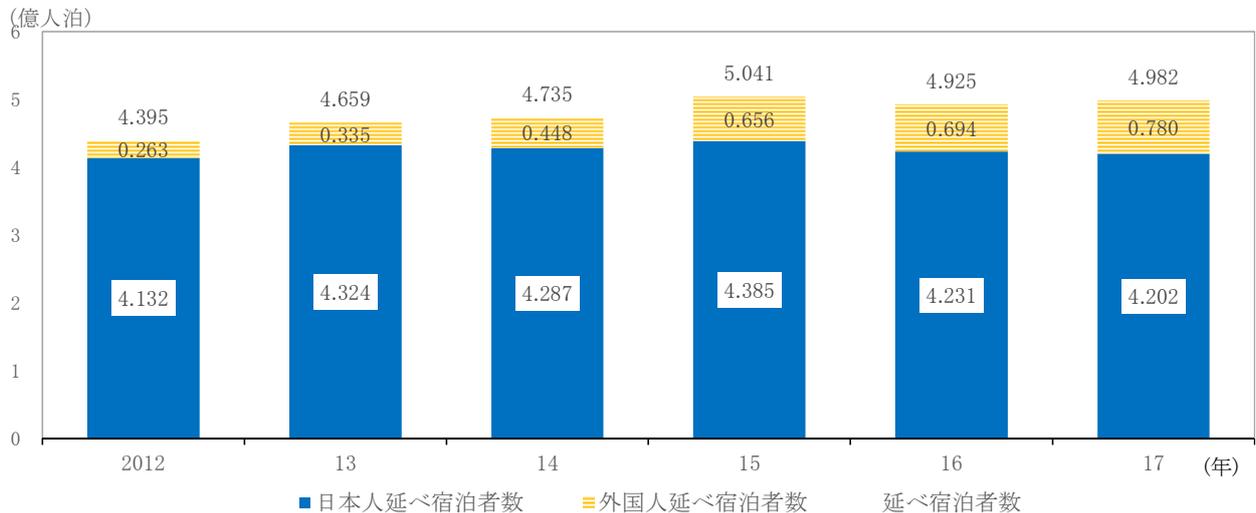
	(兆円)					
	2012年	13	14	15	16	17
日本人国内宿泊旅行	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1
日本人国内日帰り旅行	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0
日本人海外旅行 (国内分)	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2
訪日外国人旅行	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4
合計	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成

第4節 宿泊旅行の状況

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、2017年（平成29年）は4億9,819万人泊（前年比1.2%増）であった。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億2,019万人泊、前年比で0.7%の減少となった。年後半において週末や3連休に大雨や台風が到来したこと等がマイナスに作用した。一方、外国人延べ宿泊者数は7,800万人泊（前年比12.4%増）であった（図表I-32）。

図表 I-32 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



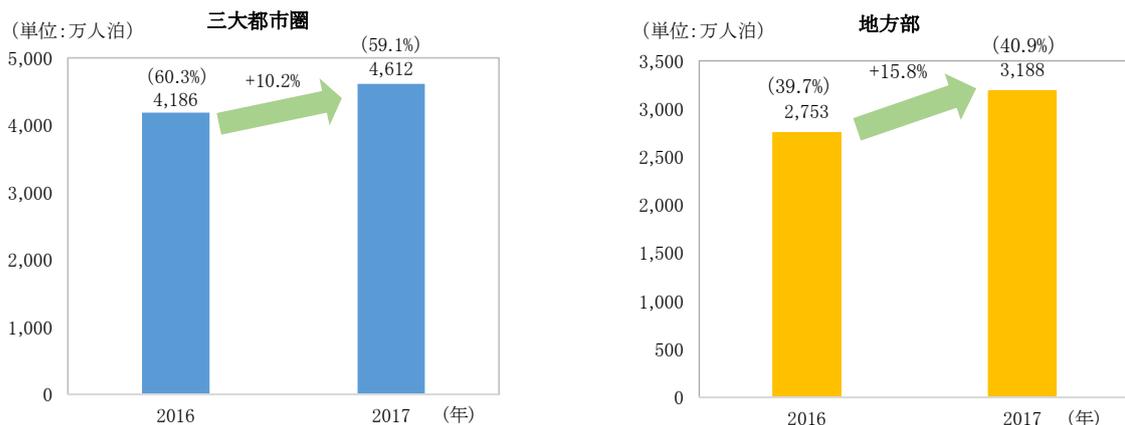
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2017年（平成29年）は速報値。

注2：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏と地方部で比較すると、2017年（平成29年）は三大都市圏で10.2%増、地方部で15.8%増となっており、地方部の伸びが三大都市圏の伸びを大きく上回るとともに、地方部のシェアが年間で初めて4割を超えた（図表I-33）。

図表 I-33 三大都市圏及び地方部の延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

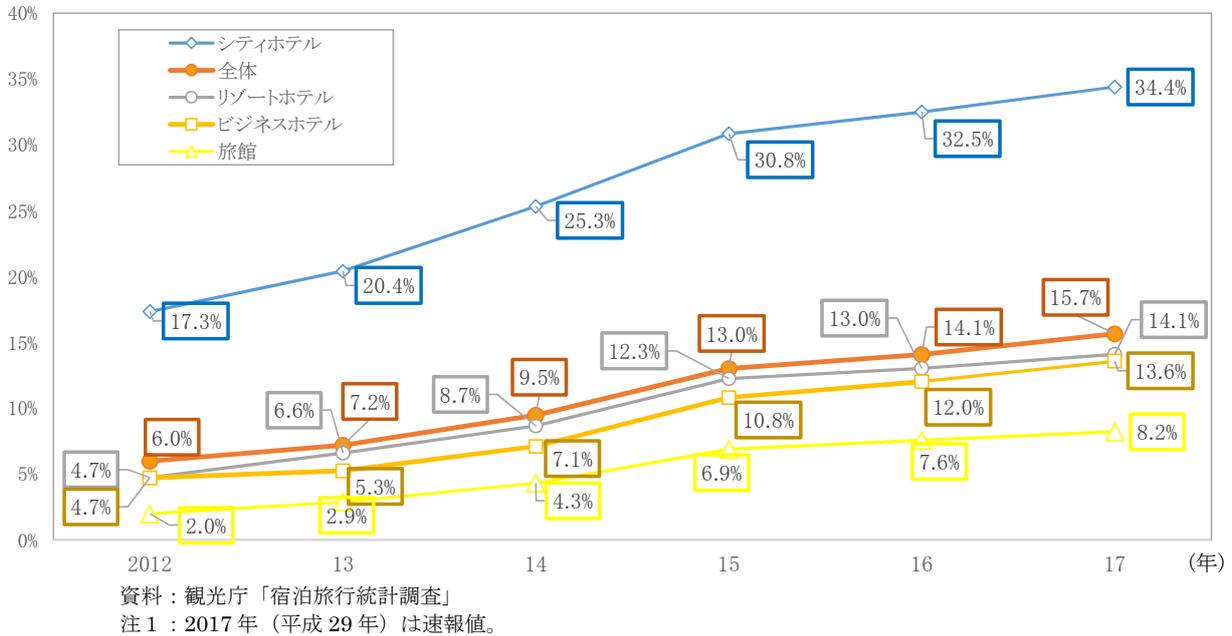
注1：2017年（平成29年）は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

注3：（ ）内は構成比を表している。

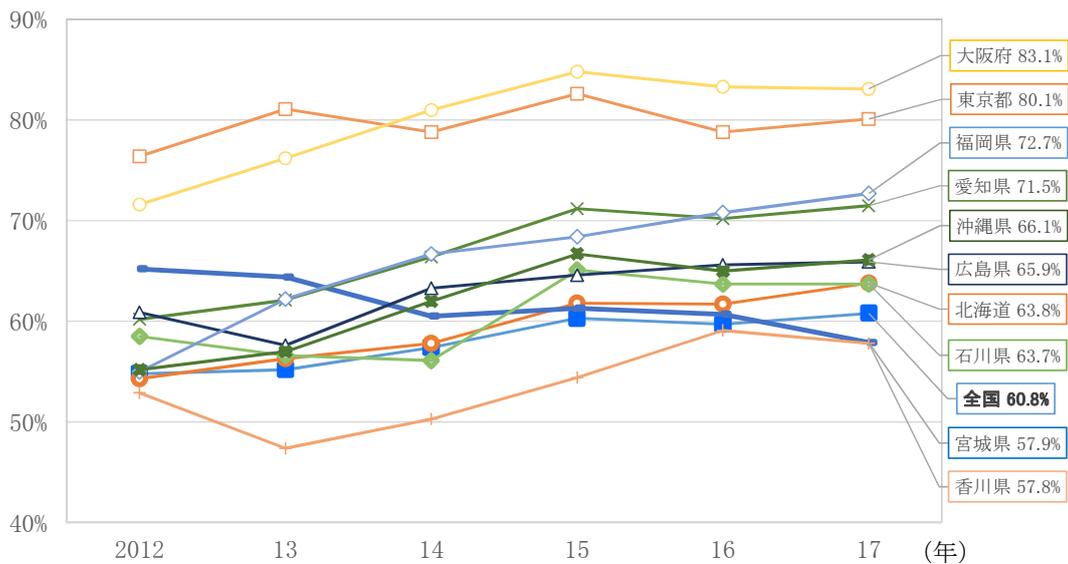
延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合をみると2017年（平成29年）は15.7%であった。宿泊施設タイプ別では、特にシティホテルにおける外国人の割合が高く、2012年（平成24年）は17.3%であったが2017年（平成29年）には34.4%にまで上昇した（図表I-34）。

図表 I-34 宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊数の割合の推移



客室稼働率（全国）は2015年（平成27年）の60.3%から2016年（平成28年）は59.7%に減少したが、2017年（平成29年）は60.8%となり、減少前の2015年（平成27年）を上回った。また、東京都と大阪府の客室稼働率は引き続き高い水準にあり、2017年（平成29年）はそれぞれ80.1%、83.1%となっている（図表I-35）。

図表 I-35 客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2017年（平成29年）の数値は速報値。

また、客室稼働率が80%を超えた都道府県は、シティホテル8箇所（2016年（平成28年）：11箇所）、ビジネスホテル3箇所（同：3箇所）、リゾートホテルは2箇所（同：2箇所）であった（図表I-37）。また、全体の稼働率で全国で最も高かった大阪では、旅館、リゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテル、簡易宿所の施設タイプ別においても、それぞれ全国で最も高い値であった。

図表 I-37 都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率
2017年(平成29年)

	宿泊施設タイプ					
	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所
全国	60.8	38.1	57.8	75.4	79.4	27.6
北海道	63.8	49.6	52.5	74.4	78.3	34.5
青森県	57.5	38.3	44.9	70.7	63.1	21.1
岩手県	52.0	37.9	44.3	70.5	66.2	31.4
宮城県	57.9	39.3	45.1	71.3	68.8	38.6
秋田県	47.8	35.5	37.7	66.1	70.5	11.9
山形県	49.2	37.8	29.5	67.6	65.7	8.9
福島県	47.1	35.7	47.5	69.1	67.0	13.6
茨城県	54.0	26.8	49.7	66.2	69.7	10.9
栃木県	54.6	40.7	54.2	75.3	66.1	16.8
群馬県	51.3	44.6	45.1	73.0	62.9	14.9
埼玉県	65.7	38.3	33.1	74.4	78.2	22.3
千葉県	68.2	30.7	83.5	74.0	80.4	21.2
東京都	80.1	57.2	72.6	84.8	82.9	50.6
神奈川県	66.4	42.3	70.4	77.5	83.2	43.2
新潟県	43.1	26.1	29.4	67.2	64.3	26.9
富山県	51.9	32.4	49.9	66.0	68.1	13.4
石川県	63.7	51.2	55.6	73.2	79.5	22.7
福井県	41.1	27.5	35.0	74.0	58.7	9.2
山梨県	42.2	37.7	52.0	72.7	64.5	16.3
長野県	37.6	26.8	39.8	71.4	75.5	12.7
岐阜県	50.0	39.8	56.1	69.8	71.6	15.5
静岡県	54.9	45.4	56.5	72.0	74.3	15.9
愛知県	71.5	30.7	55.7	79.0	79.5	53.2
三重県	51.1	35.6	51.7	64.5	74.2	12.6
滋賀県	55.2	44.7	59.3	66.6	73.6	19.0
京都府	67.7	43.4	52.5	84.0	81.2	37.6
大阪府	83.1	58.1	90.6	85.1	89.3	59.4
兵庫県	57.5	40.8	57.5	75.7	76.7	12.5
奈良県	49.0	33.5	60.2	65.4	71.0	21.8
和歌山県	45.3	33.0	56.4	68.9	70.1	22.0
鳥取県	51.5	35.3	55.3	70.9	75.3	20.0
島根県	57.5	45.7	41.1	73.3	73.7	16.3
岡山県	57.8	30.3	22.3	77.2	68.7	29.0
広島県	65.9	39.6	45.4	76.7	84.8	36.1
山口県	55.7	43.3	46.3	63.5	63.4	31.9
徳島県	48.9	25.4	55.8	69.6	60.4	16.8
香川県	57.8	43.0	62.8	71.6	64.1	30.1
愛媛県	55.1	38.8	75.5	69.9	74.9	15.1
高知県	47.2	33.2	48.9	68.5	76.0	11.1
福岡県	72.7	30.6	61.2	78.8	83.8	34.0
佐賀県	62.0	47.5	61.5	75.6	68.0	16.9
長崎県	57.5	38.1	58.7	73.4	71.1	18.0
熊本県	61.7	44.4	52.0	76.3	77.9	26.6
大分県	56.2	48.6	65.7	70.9	66.0	10.1
宮崎県	53.0	38.4	42.6	64.0	54.9	13.7
鹿児島県	54.9	43.2	43.9	70.2	68.3	19.8
沖縄県	66.1	33.5	75.2	78.1	80.0	31.9

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2017年（平成29年）の数値は速報値。

注2：宿泊施設タイプ別にみたとき、客室稼働率が最も大きかった都道府県を朱書きで示している。

また、客室稼働率が90%を超えている都道府県は黄色、80%を超えている都道府県は青色で示している。

第5節 東日本大震災からの復興の状況

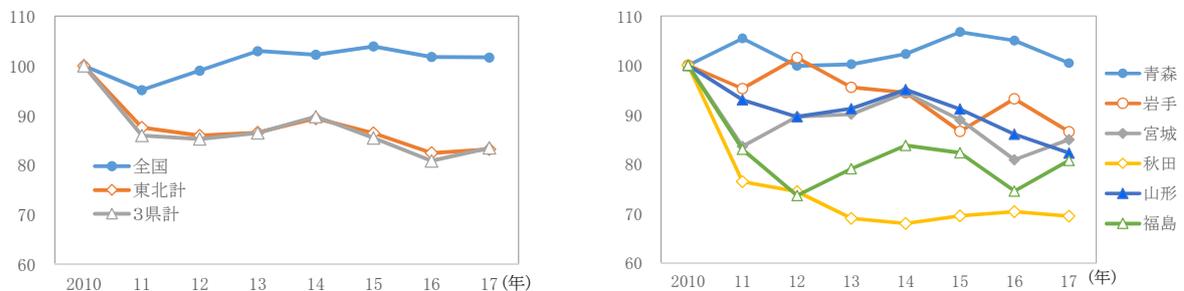
全国、東北計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）、そのうち被災の激しかった3県計（岩手県、宮城県、福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の2010年（平成22年）を100として指数化して、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況を把握する。

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における日本人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった2011年（平成23年）には95.1まで低下したが、翌年の2012年（平成24年）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、3県計は、2011年（平成23年）に80台にまで低下し、2017年（平成29年）では、前年を若干上回ったものの、それぞれ83.2、83.4と80台前半で推移している（図表I-38）。

図表 I-38 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)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

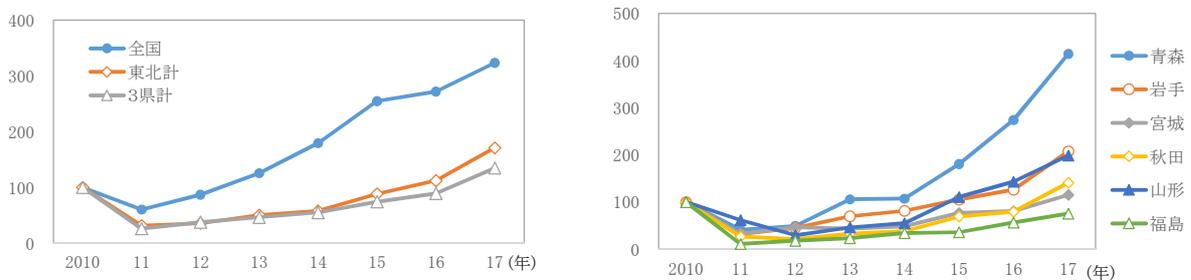
注2：2017年（平成29年）の数値は速報値。

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における外国人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった2011年（平成23年）に60.5まで低下したが、翌年から回復の兆しをみせ、2013年（平成25年）に震災前の水準を超え、それ以降も上昇が続き、2017年（平成29年）は323.4となった。

これに対し、東北計、3県計では、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。その後、東北計では2016年（平成28年）に112.5となり震災前の水準を上回り、3県計でも2017年（平成29年）に134.9と、震災後初めて震災前の水準を上回った（図表I-39）。

図表 I-39 観光客中心の宿泊施設の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)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

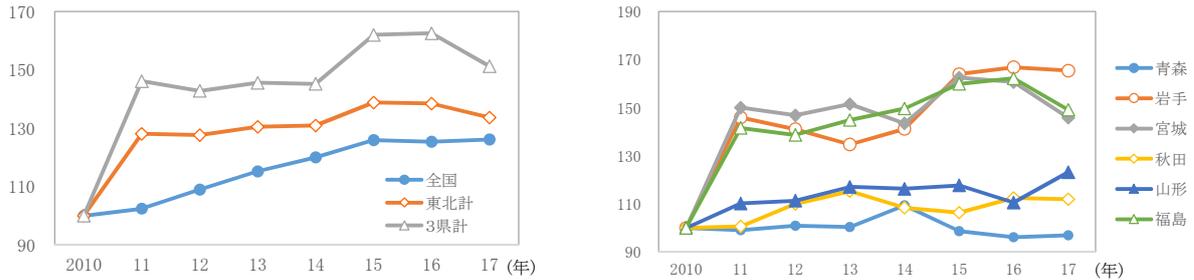
注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2017年（平成29年）の数値は速報値。

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における延べ宿泊者数について、全国では、震災のあった 2011 年（平成 23 年）に前年を上回っており、上昇傾向は 2015 年（平成 27 年）まで続いた。その後横ばいとなり、2017 年（平成 29 年）は 126.1 であった。東北計、3 県計は、2011 年（平成 23 年）に大きく上昇し、その後も高い水準で推移した。これは、被災の激しかった 3 県における復興関連の需要の影響と考えられる。2015 年（平成 27 年）には、それぞれ 138.8、161.9 まで上昇、2016 年（平成 28 年）はほぼ同水準であったが、2017 年（平成 29 年）は、それぞれ 133.6、151.2 と前年から減少となった（図表 I-40）。

図表 I-40 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)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

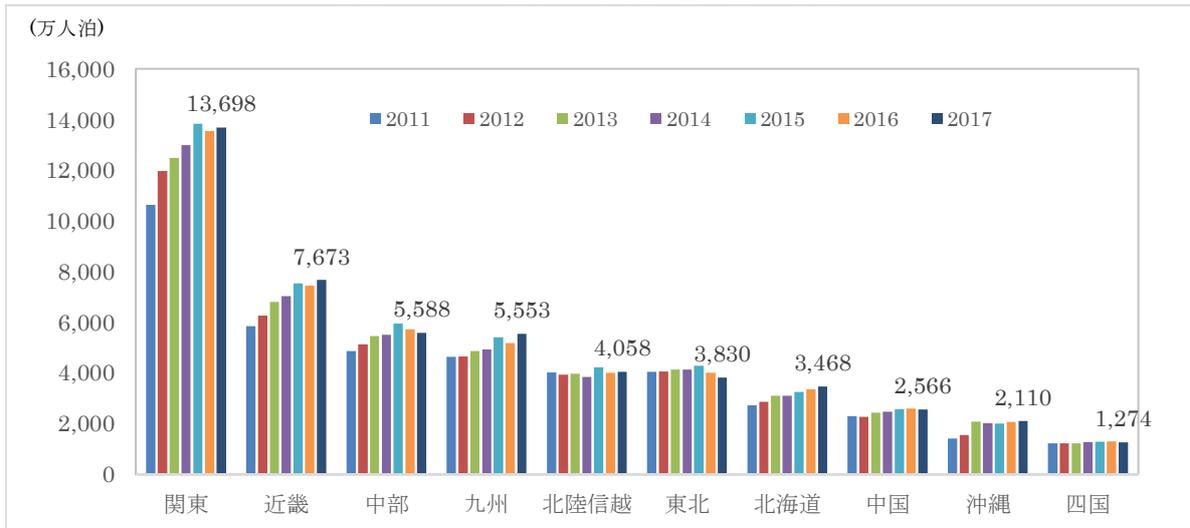
注 1：従業員 10 人以上で観光目的の宿泊者が 50%未満の宿泊施設の実績を使用。

注 2：2017 年（平成 29 年）の数値は速報値。

第 6 節 地域における観光の状況

2017 年（平成 29 年）の全国の延べ宿泊者数は、4 億 9,819 万人泊（前年比 1.2%増）となった。地方ブロック別では、関東地方が 1 億 3,698 万人泊（全体の 27.5%）、近畿地方が 7,673 万人泊（全体の 15.4%）、中部地方が 5,588 万人泊（全体の 11.2%）となり、当該 3 地方で全国の延べ宿泊者数の 5 割以上を占めた。北海道地方においては、2011 年（平成 23 年）以降増加を続けている（図表 I-41）。

図表 I-41 地方ブロック別延べ宿泊者数



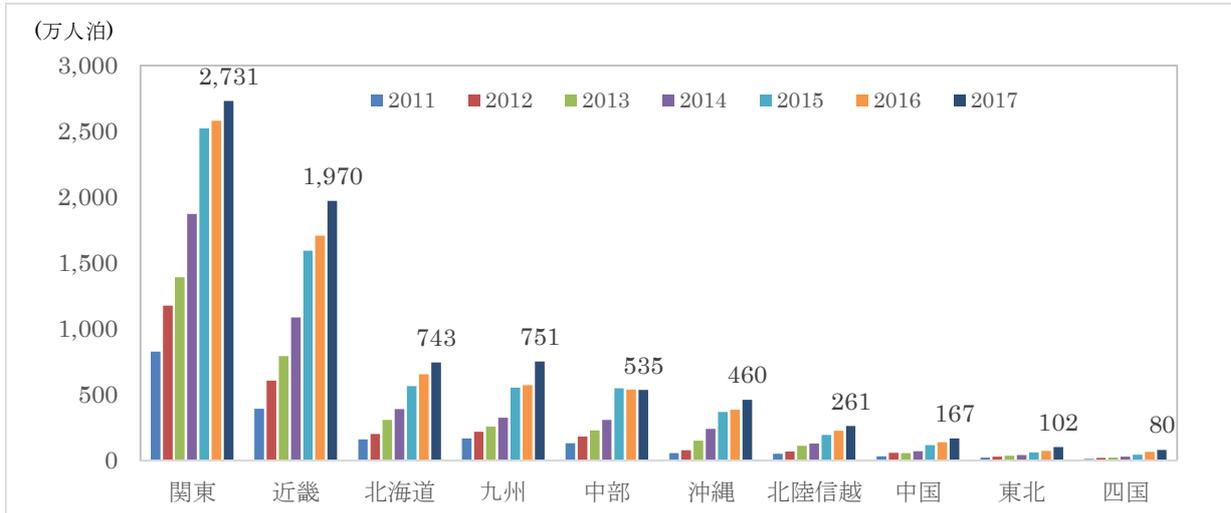
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注 1：2017 年（平成 29 年）の数値は速報値。

このうち外国人延べ宿泊者数は、7,800 万人泊（前年比 12.4%増）となった。地方ブロック別では、関東地方が 2,731 万人泊（全体の 35.0%）で最も多く、次いで近畿地方が 1,970 万人泊（全体の 25.3%）であり、当該 2 地方で、全国の外国人延べ宿泊者数の 60.3%を占めた。

また、10 地方のうち 8 地方において、2011 年（平成 23 年）以降増加を続けており、2017 年（平成 29 年）の外国人延べ宿泊者数全体における地方部のシェアが、調査開始以来初めて 4 割を超えた。（図表 I-42）。

図表 I-42 地方ブロック別外国人延べ宿泊者数



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注 1：2017 年（平成 29 年）の数値は速報値。

2017 年（平成 29 年）における地方ブロック別外国人延べ宿泊者について、国籍・地域別にみると、中国からの宿泊者が北海道・関東・中部・近畿の 4 地方で、韓国からの宿泊者が九州・沖縄の 2 地方で、台湾からの宿泊者が東北・北陸信越・中国・四国の 4 地方で最も高い比率を占めた（図表 I-44）。

図表 I-44 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 2017 年(平成 29 年)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注 1：欧州は英国・フランス・ドイツの 3 箇国

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

○北海道観光の新たな柱へ アドベンチャートラベルの推進

アドベンチャートラベルは、①自然との関わり、②身体活動、③異文化体験、この3要素のうち少なくとも2つを含む旅行と定義されており、欧州、北米、南米ではこのような旅行スタイルが市場を形成している。また、UNWTO（国連世界観光機関）「Global Report on Adventure Tourism」によると、長期滞在の旅行者が多いことから、旅行費用の65.6%は地元に着ると言われており、ここに大きな将来性がある。北海道には全ての要素が揃っており、パウダースノーをはじめとする自然環境、野生動物等がある。

加えて、独自のアイヌ文化が残る北海道は、この分野において世界有数のデスティネーションとなる大きな可能性がある。

2017年度（平成29年度）、北海道運輸局では、ワンストップ窓口となる「北海道アドベンチャートラベル協議会」の設立と同協議会のウェブサイトの開設、「Adventure Travel World Summit」（アルゼンチン）への参加、海外トップレベルの講師を招いた。人材育成プログラムの実施などに取り組み、広大なフィールドを有する北海道の新たな観光の柱としてアドベンチャートラベルを推進した。



北海道アドベンチャートラベル協議会ウェブサイト

2 東北

○「東北観光復興対策交付金」を活用した観光復興

東北地方は、東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故に伴う風評被害の影響等により、全国的な訪日外国人旅行者の拡大傾向と比べると、依然として厳しい状況にある。こうした中、2016年度（平成28年度）から東北の観光復興の加速化に向けて、地域からの発案に基づき実施する滞在コンテンツの充実・強化等の訪日外国人旅行者を呼び込むための取組を支援している。

事業の一例として、東北太平洋沿岸に点在する地域資源を訪日外国人旅行者の視点で再編し、広域語り部ガイドの育成や多言語ツールの整備、教育旅行の受け入れ態勢整備を進め、訪日外国人旅行者の東北地方への誘客及び域内での周遊促進を図った。



東北太平洋沿岸みどころマップ

3 関東

○観光地域振興の取組

訪日外国人旅行者に対し、観光資源の周知が十分でない地域の魅力を直接発信する「インバウンド誘客セミナー〈栃木市おもてなしナイト〉」を行った。また、これに併せて、訪日外国人旅行者等による情報発信及び受入体制の検証を目的に、栃木市において滝行やそば打ちなどの日本文化を体験できるモニターツアーを実施した。当該地域の観光関係者の連携構築と地域への誘客を促進する取組となった。



インバウンド誘客セミナー及び滝行モニターツアーの様子

4 北陸信越

○北陸はひとつ「金・福・富お宝街道」旅行商品化プロモーション

北陸新幹線敦賀延伸を見据え、北陸3県（富山県・石川県・福井県）が連携して広域観光の誘客を図るため、「足を引っぱるより、手を引っぱれ」を合い言葉に金沢の宣伝マンとして最前線で活動を行っている金澤八家（金沢市内の都市型ホテルの社長等による金沢ホテル懇話会）の呼びかけにより、昨年9月、富山、福井にホテル懇話会が発足した。

3懇話会での初の取組として、2017年（平成29年）11月、福井市内で『北陸はひとつ「金・福・富お宝街道」旅行商品化プロモーション』を合同開催し、旅行会社や交通事業者、自治体、国など約100名が参加した。会議では、福井・金沢・富山の市長等が各市の「お宝」となる観光資源をアピールし、旅行会社や交通事業者が旅行プランや周遊パスなどの報告をするとともに、ラグビーワールドカップ2019日本大会、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を目前に、感動を与えるこだわりの食や自然、伝統文化の体験プログラム等による「北陸滞在型プラン」の商品化を目指すことを確認しあった。今後は、海外へもPRを行う。



プロモーションの様子

5 中部

○昇龍道プロジェクトの更なる推進

「昇龍道日本銘酒街道」、「昇龍道龍伝説紀行」、「昇龍道山岳紀行」等の昇龍道における広域共通の観光テーマに基づき、各テーマごとのアクティビティの充実や情報発信などを行い、昇龍道の更なる魅力向上を推し進めた。

また、昇龍道プロジェクトに関しては、中部経済連合会、北陸経済連合会等の地元経済界と連携し、ミッション団をタイに派遣しての昇龍道トップセールスや商談会を実施した。その後、タイ国際航空の中部空港～バンコク線について、2018年（平成30年）7月から1日2便に増便することが発表されるなど、一定の成果が上がっている。



タイでの昇龍道トップセールス

遍路の情報発信や世界遺産登録に向けた機運醸成等を図っている。

四国運輸局と四国ツーリズム創造機構では、2017年（平成29年）7月21日から同年9月24日までスペイン・ガリシア州で開催された「四国遍路展」において、個人旅行者向けに四国の観光に関する情報発信を行うとともに、マドリード、パリ及びローマで現地旅行会社向けに四国遍路や四国の観光に関するセミナーを開催し、四国への旅行商品の造成を図るなど、四国の認知度向上と四国への誘客促進に取り組んだ。



四国遍路展



四国遍路展パンフレット

9 九州

○訪日外国人旅行者の安全の確保への取組

訪日外国人旅行者の方々が突然の病気やケガに見舞われた際に十分な対応が受けられないリスクを防ぐため、長崎市及び同市内の医療機関の協力を得て、アンケート、ヒアリング、多言語コールセンター、外国人モニターの活用等により調査を行い、訪日外国人旅行者の受入を想定した現場検証を実施した。その取組の成果として、受付・診療時における基本的な対応、医療費未払いリスク対策等を含み様々な場面に対応できる「受付・診療マニュアル」を作成し、九州域内の医療機関関係者への情報発信等、訪日外国人旅行者と医療機関の双方が安心して治療に専念できる環境の整備に取り組んだ。



モニター調査の様子



受付・診療マニュアル

10 沖縄

○訪日外国人旅行者向けマナー動画作成による効果検証事業

沖縄を訪れる旅行者が急増する一方、諸外国と日本のマナー等の違いにより、地元商店街や飲食店・ホテル・交通機関・公共施設等で、トイレの使用方法・食事のマナー・大声で話す・白タクの利用等、施設側や地元住民が混乱をきたしている事例がある。このような状況に対応するため、外国人受入施設・事業者からの要望が高い項目等について、日本のマナー周知のための動画を作成し、那覇空港国際線ターミナルの審査場内、那覇クルーズターミナル内において放映し、普及啓発を行った。

一方、習慣の違いを周知するのみではなく、相互理解を深めるため飲食店などの受入施設側と外国人留学生を交えたワークショップを開催し、受入側でも対応すべきことや、すぐにでもできる改善策

について話し合い、理解を深める取組を行った。



那覇てんぶす大型ビジョンでの放映



ワークショップの様子

【マナー動画抜粋】



導入（沖縄の紹介）



ビュッフェでは取り過ぎない



大声で話さない



清算前の商品は開封しない

コラム I - 6 明治 150 年 明治期の産業発展を学ぶ旅へ ～「明治日本の産業革命遺産」を例に～

2018 年（平成 30 年）は明治維新から 150 年の節目の年。全国各地では、明治期に由来する建造物、歴史、文化等を観光資源として活用し、観光客を国内外から呼び込もうとする動きが多く見られる。

その中でも、2015 年（平成 27 年）に世界文化遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の遺産群は、ひとつの観光資源や地域だけにとどまらず、各地が連携して観光振興に取り組んでいる好事例であると言える。我が国は、19 世紀半ばから 20 世紀の初頭にかけて、西洋諸国からの産業技術を積極的に取り入れ、日本の風土に合わせて導入したこと等により、重工業（製鉄・製鋼、造船、石炭）分野において急速な産業化を成し遂げ、工業立国の土台を築いた。九州及び山口を中心に 8 県 11 市に分布する 23 の資産からなる同遺産群は、世界史における類い稀な産業化の局面を証言する遺産群であり、その構成資産の中には、長崎県の旧グラバー住宅や我が国初の近代的な工場群である鹿児島県の旧集成館等が含まれている。

国内外から訪れる観光客を誘客し、これら構成資産の周遊促進を目的として、構成資産を持つ自治体のほか、観光業界、航空、鉄道等の団体及び企業が一体となって「明治日本の産業革命遺産世界遺産ルート推進協議会」を発足し観光振興に取り組んでおり、観光庁では、2016 年度（平成 28 年度）より「テーマ別観光による地方誘客事業」を活用してこれらの取組の一部を支援している。

具体的な協議会の活動としては、基礎的なガイドツール（パンフレット、アプリ及びウェブサイト）の開発、国内外からの来訪者に対しての一元的な PR 活動や、訪日外国人旅行者を対象としたモニターツアーの実施等である。

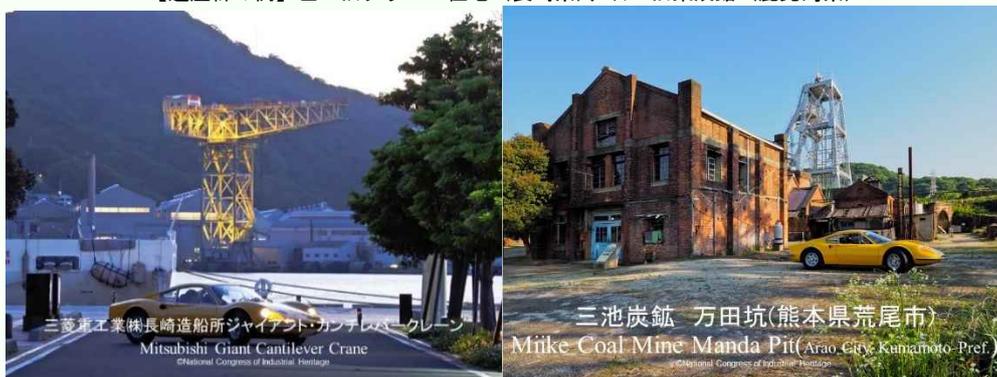
これらの取組には、随所に観光客に対して周遊を促す工夫が見られる。例えば、ターゲットを車好きの富裕層とし、自動車で各資産を回っていくことがイメージできるような広報素材を作成した。一見関連性がないように見える構成資産を、同じ黄色いクラシックカーが爽快に駆け抜けていく様子は、明治期にタイムスリップして一緒にドライブをしているような印象を与える。

また、23 の構成資産を 1 枚にまとめて紹介しているパンフレットは、英語と中国語でも作成しており、アプリの AR 機能や各資産の周遊によるポイント加算機能等に連動し、より詳細な情報を受け取ることができる。

今後はこのようなツール等を活用し、観光客に対して周遊を促すようなモデルルートの設定や、ツアーの造成等に取り組み、引き続き効果的な誘客についての検討を進めることとしている。



【遺産群の例】 左：旧グラバー住宅（長崎県）、右：旧集成館（鹿児島県）



【広報素材の例】 左：ジャイアント・カンチレバークレーン（長崎県）、右：三池炭坑（熊本県）

第Ⅱ部 日本経済における存在感が高まりつつある「観光」

第Ⅰ部で紹介したとおり、訪日外国人旅行者数や訪日外国人旅行消費額は近年大幅に増加している。日本人旅行者による消費額も含め、旅行消費が日本経済全体に占める割合は、諸外国と比較して決して高いとは言えないものの、近年の訪日外国人旅行消費額増加は、日本経済に様々な影響をもたらしている。

そこで、第Ⅱ部では、近年の訪日外国人旅行者数の増加がもたらす影響について、旅行消費のみならず様々な観点から分析し、日本経済に与える影響を検証する。

第1章 近年の訪日外国人旅行者による消費動向

（5年間で訪日外国人旅行者数は3.4倍、旅行消費額は4.1倍に）

5年前（2012年）と比較すると、訪日外国人旅行者数は2012年（平成24年）の836万人から2017年（平成29年）は2,869万人と3.4倍、訪日外国人旅行消費額は2012年（平成24年）の1兆846億円から2017年は4兆4,162億円と4.1倍となった。

図表Ⅱ-1 訪日外国人旅行者数及び旅行消費額の推移

	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)	増加幅	倍
訪日外国人旅行者数	(万人) 836	(万人) 2,869	(万人) 2,033	3.4
訪日外国人旅行消費額	(億円) 10,846	(億円) 44,162	(億円) 33,316	4.1
宿泊費	3,713	12,451	8,738	3.4
飲食費	2,229	8,857	6,628	4.0
交通費	1,179	4,870	3,691	4.1
娯楽サービス費	293	1,439	1,146	4.9
買物代	3,406	16,398	12,992	4.8
その他	26	147	121	5.7

(資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」

（中国の訪日旅行消費額が大きく増加）

訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、過去5年で最も増加したのが中国であり、2012年（平成24年）の2,678億円が2017年（平成29年）には16,947億円と6.3倍になっている。特に、買物代は、2012年（平成24年）の1,370億円が2017年（平成29年）には8,777億円と6.4倍になっている。

図表Ⅱ-2 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額の推移

	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)	増加幅	倍
中国	2,678	16,947	14,269	6.3
うち買物代	1,370	8,777	7,407	6.4
台湾	1,647	5,744	4,097	3.5
韓国	1,465	5,126	3,661	3.5
香港	655	3,416	2,761	5.2
北米	1,194	3,052	1,858	2.6
欧州	662	1,596	933	2.4
オーストラリア	407	1,118	712	2.8

(資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：欧州は、英国・ドイツ・フランスの合計。

第2章 近年の訪日外国人旅行者及び旅行消費額の増加がもたらす影響

第1節 消費（売上高）への影響

（宿泊業で外国人宿泊者のシェアが大きく上昇）

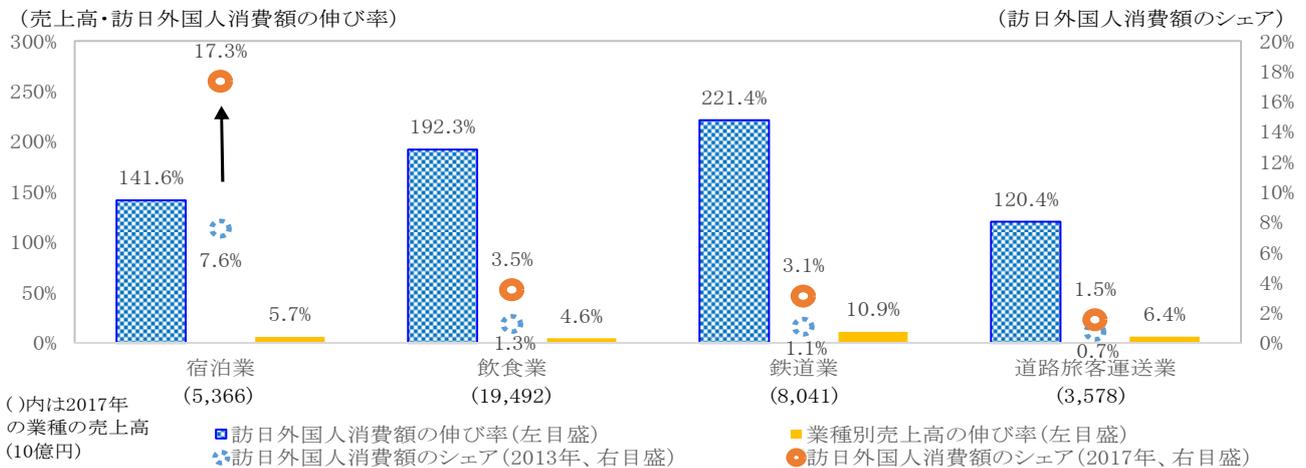
宿泊業の売上全体に占める訪日外国人旅行者の割合を試算すると、2013年（平成25年）の7.6%から2017年（平成29年）には17.3%となり、9.7%ポイント程度拡大している。

訪日外国人旅行者による飲食費支出が飲食産業全体の売上高に占める割合を試算すると、2013年（平成25年）の1.3%から2017年（平成29年）には3.5%となり、2.3%ポイント程度拡大している。

訪日外国人旅行者による交通費支出（鉄道関係）が鉄道業全体の売上高に占める割合を試算すると、2013年（平成25年）の1.1%から2017年（平成29年）には3.1%となり、2.0%ポイント程度拡大している。

訪日外国人旅行者による交通費支出（バス・タクシー関係）が道路旅客運送業全体の売上高に占める割合を試算すると、2013年（平成25年）の0.7%から2017年（平成29年）には1.5%となり、0.8%ポイント程度拡大している。

図表 II-3 業種別、業態別の売上高に占める訪日外国人旅行者のシェアの変化①
(2013年と2017年の比較)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、総務省「サービス産業動向調査」に基づき観光庁作成

注1：業種別の売上高のデータ（サービス産業動向調査）の調査方法が2012年から2013年にかけて変更されたため、2013年の値と比較している。

注2：2013年の訪日外国人の消費額（鉄道）には、スキーリフト代が含まれている。

（小売業：医薬品・化粧品小売業でシェアが大きく拡大）

小売業については、訪日外国人消費動向調査や有価証券報告書を活用して訪日外国人の消費額が把握可能な以下の業種についてシェアの変化を試算した。

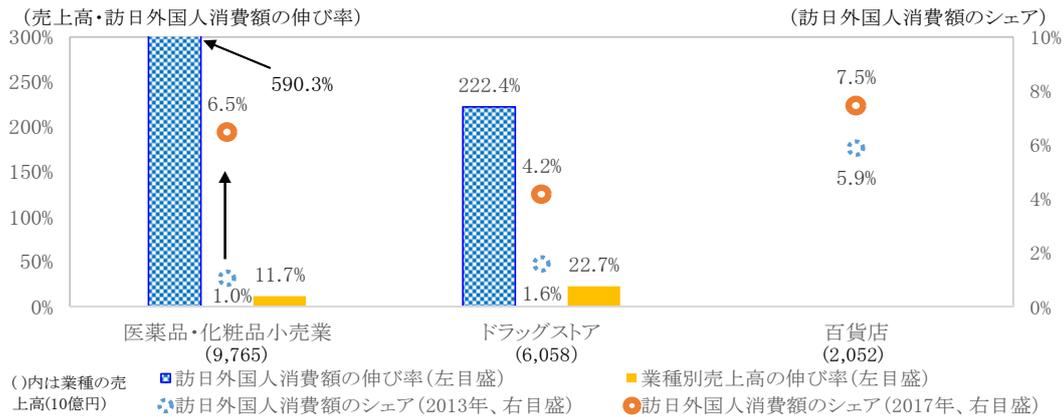
最近、訪日外国人旅行者の間で人気のある化粧品等を販売する医薬品・化粧品小売業では、売上高に占める割合は、2013年（平成25年）の1.0%から2017年（平成29年）には6.5%となり、5.4%ポイント程度拡大している。

ドラッグストアについては、訪日外国人旅行者による消費額（医薬品・健康グッズ・トイレタリー）が2014年（平成26年）から2017年（平成29年）にかけて約3倍に増加し、売上高に占める訪日外国人旅行者の割合は、同期間で1.6%から4.2%となり、2.6%ポイント程度拡大している³。

また、百貨店については、訪日外国人消費動向調査から訪日外国人旅行者への売上額が明らかでなく、主要企業の有価証券報告書から試算したところ、売上高全体に占める免税品の割合は、2015年度（平成27年度）の5.9%から2017年度（平成29年度）上半期には7.5%に拡大している。

³ 「訪日外国人消費動向調査」の費目区分が2014年（平成26年）から変更されたため、2014年（平成28年）と2017年（平成29年）を比較している。

図表 II-4 業種別、業態別の売上高に占める訪日外国人旅行者のシェアの変化②



(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、経済産業省「商業動態統計」、有価証券報告書に基づき観光庁作成
 注1：医薬品・化粧品小売業は、2013年と2017年の比較。()内の売上高は2017年の値
 注2：ドラッグストアは2014年と2017年の比較。()内の売上高は2017年の値
 注3：百貨店は、有価証券報告書から免税売上が把握可能な大手3社を対象とし、売上全体に占める免税売上の割合を算出。2015年度と2017年度上半期の比較。()内は2016年度の手当3社の売上高

第2節 輸出への影響

1 越境 EC の動向

(越境 EC の規模は毎年 20~30%増加)

経済産業省の調査報告書によると、全世界の越境 EC の売上高の推計値は 2015 年(平成 27 年)が約 3,040 億ドルで、その後、毎年対前年比で 20~30%程度の成長が見込まれ、2020 年(平成 32 年)には 9,940 億ドルに達すると推計されている⁴。

図表 II-5 世界の越境 EC の市場規模



(出所) Alizila, Jan2017
 (資料) 経済産業省「平成 28 年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」に基づき観光庁作成

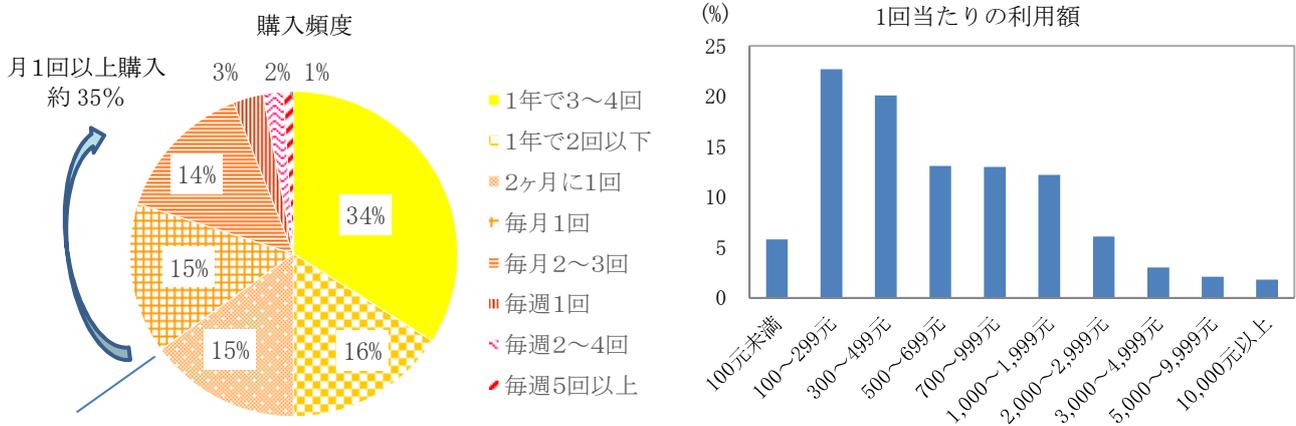
また、同調査報告では、日本、米国、中国の 3 箇国の越境 EC の市場規模を調査⁵しており、米国における越境 EC を通じた日本からの製品の購入額は 2016 年(平成 28 年)に 6,156 億円、中国における越境 EC を通じた日本からの製品の購入額は 2016 年(平成 28 年)に 10,366 億円とされており、日本にとっては中国への越境 EC の規模が大きくなっている。

⁴ 経済産業省「平成 28 年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」。データは中国の電子商取引企業の情報サイトから引用したもので、売上高には、旅行、チケットは含まれていない。
⁵ ヒアリング情報等を基に 3 国間の越境電子商取引の規模を推計しており、物販のみならず、サービス系分野(旅行、飲食、チケット販売、金融、理美容等)、デジタル系分野(電子書籍・電子雑誌、有料音楽配信、有料動画配信、オンラインゲーム等)も含まれている。

(人気の日本製品は化粧品・食品、医薬品関連)

中国における越境 EC の利用状況を見ると、月に 1 回以上購入すると回答した割合を合計すると約 35% となっている。1 回当たりの利用額については、700 元（日本円で 12,000 円程度）を超える利用額の割合も 3 割を超えている。

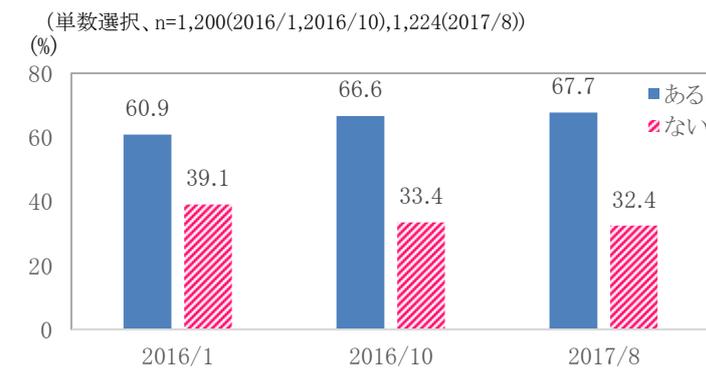
図表 II-7 中国の電子商取引市場における利用状況



(資料) JETRO 提供資料 (iResearch 「2016 年中国越境ショッピング利用者研究報告」に基づき JETRO 作成) に基づき観光庁作成

また、JETRO が実施した中国の消費者の日本製品等に対する意識調査⁶によると、越境 EC を通じた日本輸入品の購買経験については、近年、購買経験者の割合が上昇しており、2017 年（平成 29 年）8 月時点での調査では、約 67.7% が購買経験ありと回答している。購入した日本製品については、「化粧品」が 48.5%、「食品」が 41.6%、「医薬品」が 35.5% と高くなっている。購買理由については、「中国内では店頭で販売されていない製品だから」の 44.4% に次いで「日本に旅行をしたときに購入して気に入った製品だから」が 40.4% を占めていることから、近年の訪日外国人旅行者の増加が中国における越境 EC を通じたの日本製品の購入増に大きく貢献していることがうかがえる。また、購買理由の「日本に旅行をしたときに購入して気に入った製品だから」は、1 年前の調査の 22.7% から大きく上昇している。

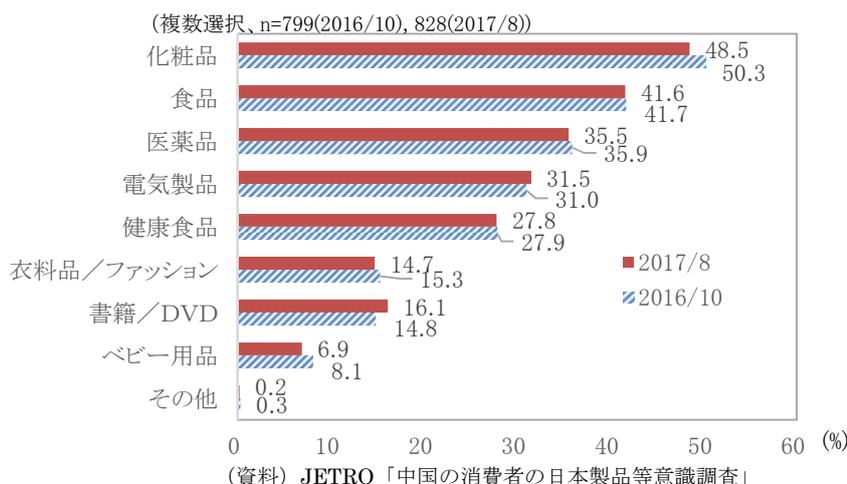
図表 II-8 中国における越境 EC での日本輸入品の購買経験の有無



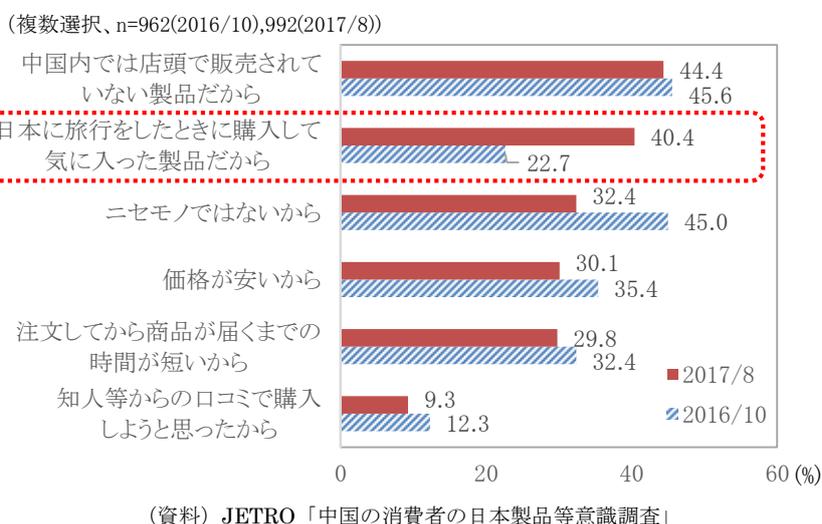
(資料) JETRO 「中国の消費者の日本製品等意識調査」に基づき観光庁作成

⁶ 「中国の消費者の日本製品等意識調査」(2017 年(平成 29 年)12 月)。本調査は、20~49 歳のミドル・ハイエンド層に相当する月収 5,000 円以上の社会人で、3 大都市(北京市、上海市、広東省広州市)及び内陸部都市(湖北省武漢市、重慶市、四川省成都市)に居住する者に対し、インターネット調査により実施されたもの。

図表 II-9 中国における日本からの越境 EC で購入した商品



図表 II-10 中国における越境 EC で日本商品を購入する理由



2 輸出の動向

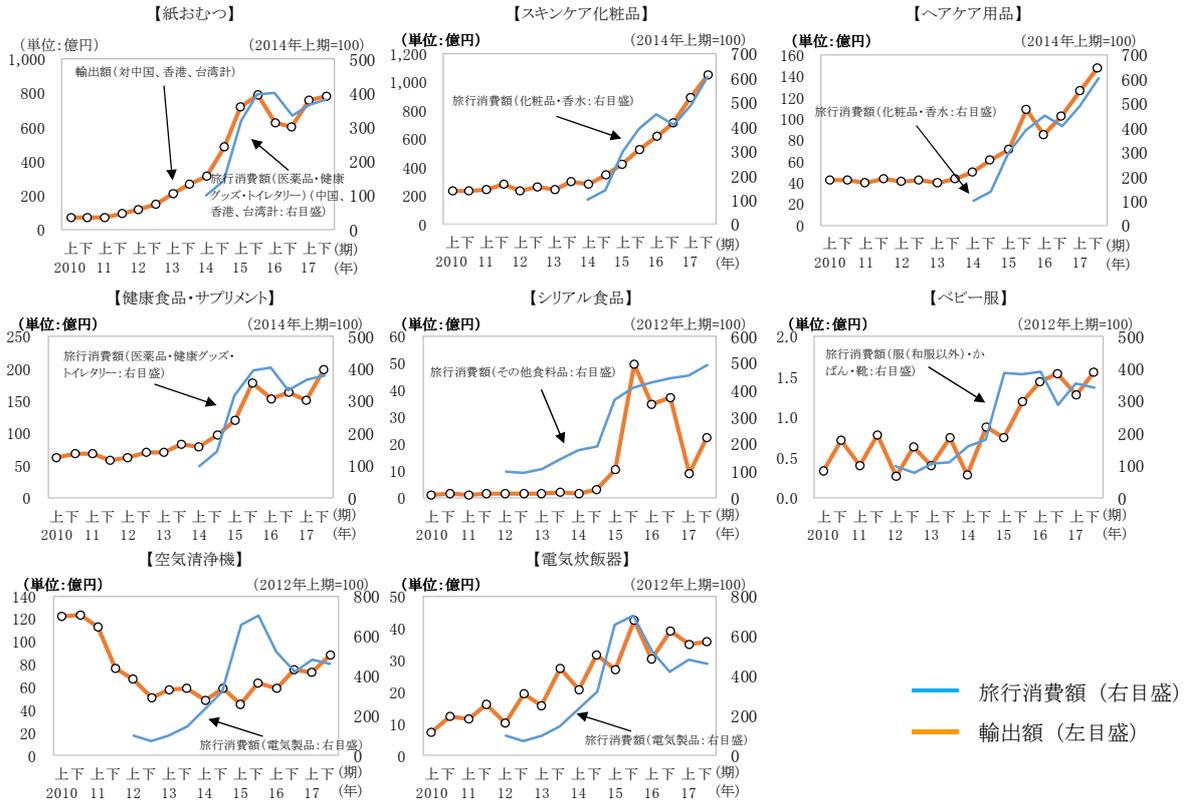
(越境 EC で人気の製品の多くは輸出額が増加)

越境 EC での人気商品の輸出動向を「貿易統計」により確認した（以下では、中国、台湾、香港の動向を示す）⁷。

越境 EC での人気商品については、中国、香港及び台湾はおおむね傾向が似通っており、紙おむつ、スキンケア化粧品、ヘアケア用品、健康食品・サプリメント、シリアル食品、ベビー服、空気清浄機、電気炊飯器が越境 EC で人気商品とされている。これらのうち、紙おむつ、スキンケア化粧品、ヘアケア用品、健康食品・サプリメントについては、品目により差はあるものの、2014年（平成 26 年）あるいは 2015 年（平成 27 年）に旅行消費額の増加とともに輸出額も増加していることがみてとれることから、訪日観光がきっかけとなり、帰国後も何らかの手段で日本製品を購入する動きが広まっていることが示唆される。

⁷ 越境 EC 人気品目の区分は貿易統計で用いられている区分と厳密に合致しないため、その輸出金額については当該品目を含む貿易統計区分の数値をもって充てた。

図表 II-11 越境 EC 人気品目の輸出金額の推移（中国、香港及び台湾）



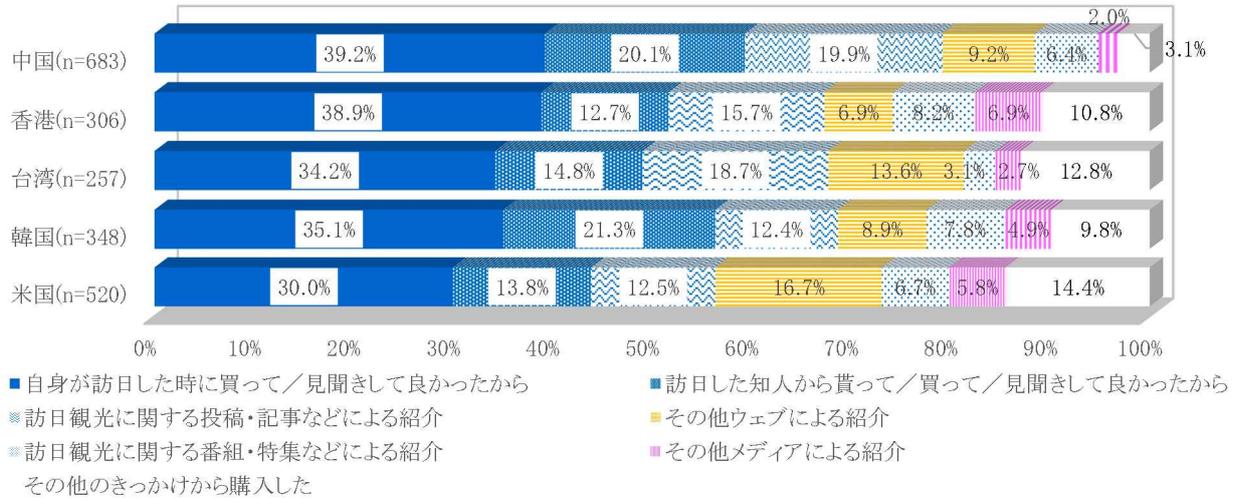
(資料) 財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局 (JNTO)「訪日外客数」に基づき観光庁作成

3 訪日観光をきっかけとした越境電子商取引の増加 (越境 EC の増加に訪日観光が貢献)

観光庁において、実施したアンケート調査⁸によると、日本製品を購入したきっかけについては、「自身の訪日観光がきっかけとなった」と回答した割合が3～4割と最も高く、特に中国ではほぼ4割となっている。また、「訪日した知人から貰って／買って／見聞きして良かったから」との回答も中国や韓国では2割を超え、「訪日観光に関する SNS の投稿や記事、報道等がきっかけとなった」との回答も2割程度存在するなど、日本製品購買の動機として直接、間接に訪日観光が大きく寄与していることがうかがえる。

⁸ 訪日旅行者による旅行消費額が多い上位5箇国・地域（中国、台湾、韓国、香港、米国）を対象に、日本企業による商品の購入動機、購入手段などを調査。

図表 II-14 日本製品の購買のきっかけ



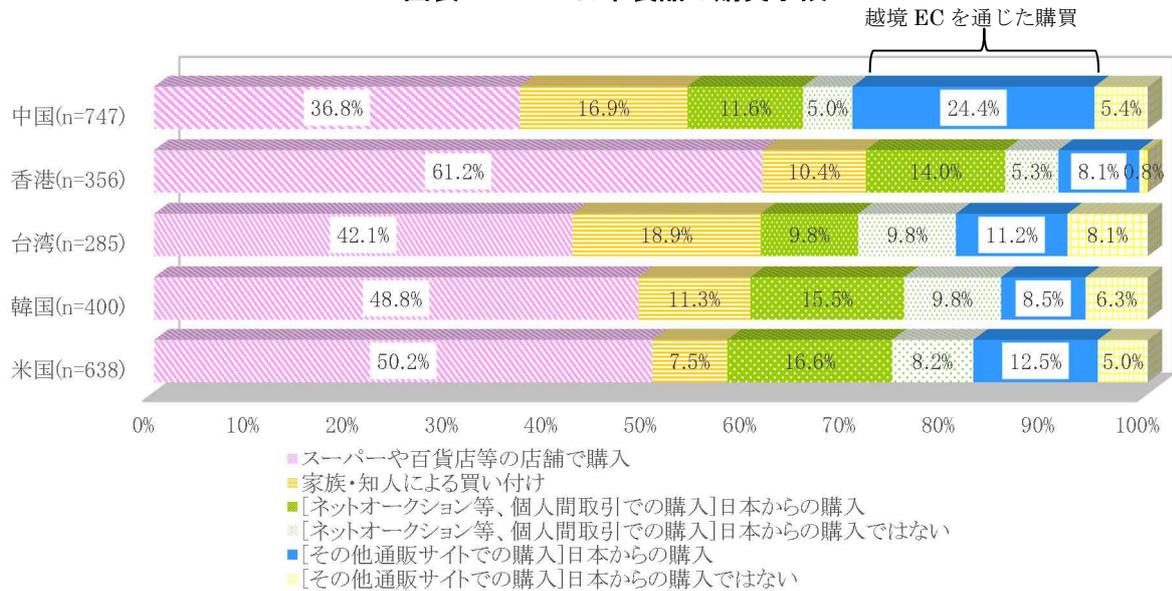
(資料) アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：各国・地域ともに、商品ごとの購買きっかけを合計して単純に構成比を算出したものである。

注2：調査時点 2018年(平成30年)2月

日本製品の購買手段は、B to Cの通販サイトによる日本からの購買(越境EC)が、中国で割合が高く24.4%となっており、日本製品の購買手段として一定程度を占めていることが分かる。

図表 II-15 日本製品の購買手段



(資料) アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：各国・地域ともに、商品ごとの購買手段を合計して単純に構成比を算出したものである。

注2：調査時点 2018年(平成30年)2月

(訪日観光をきっかけとした越境 EC の規模は 6,000~8,000 億円程度)

同アンケート調査結果を活用し、自身の訪日観光をきっかけとした越境 EC による日本製品の購買規模を推計すると、まずは、自身の訪日観光がきっかけとなった購買（狭義の観光きっかけ）については、訪日外国人旅行者による旅行消費額が多い上位 5 箇国・地域全体⁹で 2017 年（平成 29 年）は、約 6,300 億円程度と見込まれる¹⁰。その多くを中国が占めており、3,500 億円程度の規模と見込まれる。また、訪日した家族・知人による購買がきっかけとなって自身が越境 EC を通じて購買した場合は約 1,500 億円程度と見込まれ、間接的な訪日観光の影響を含めれば 8,000 億円程度の越境 EC を通じた取引を創出したものと見込まれる（広義の観光きっかけ）¹¹。

図表 II-16 訪日観光をきっかけとした越境 EC の規模

(単位：億円程度)

	訪日外国人旅行者数 上位 5 箇国・地域全体	うち中国
①自身の訪日観光がきっかけとなった購買額	6,300	3,500
②家族や知人の訪日観光がきっかけとなった購買額	1,500	1,200
越境ECを通じた日本製品購買の全体額	15,500	11,100

(資料) アンケート調査等に基づき観光庁作成

第3節 投資への影響

1 宿泊業における投資動向

(宿泊業の建築物工事予定額は 5 年で 8.4 倍)

国土交通省「建築着工統計調査」によると、宿泊業用建築物の工事費予定額は、2012 年（平成 24 年）の約 1,100 億円が、2017 年（平成 29 年）には約 9,400 億円と 8.4 倍に増加している。

図表 II-17 宿泊業における建築物の工事予定額の推移（全国計）



(資料) 国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

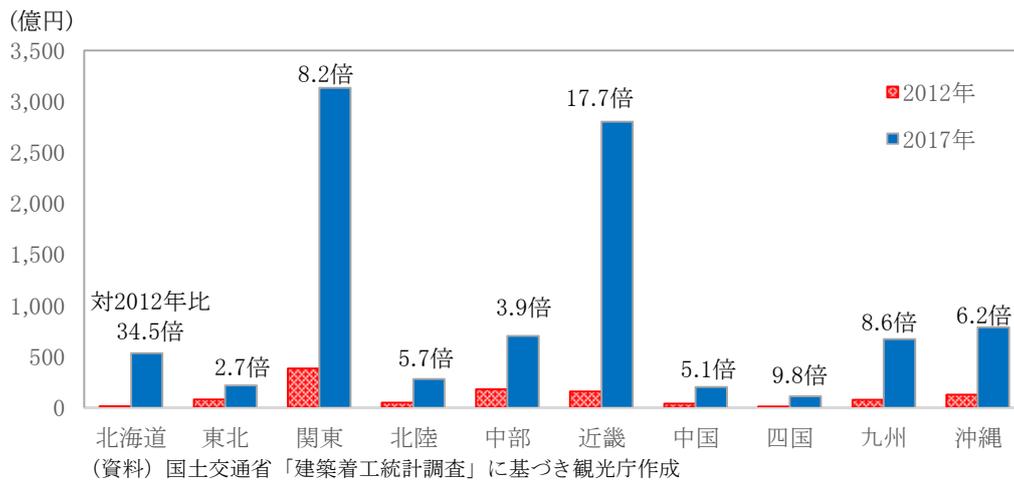
工事予定額を地方ブロック別にみると、北海道、近畿がそれぞれ 34.5 倍、17.7 倍と二桁を超える伸びとなっているほか、四国、九州でも二桁に近い伸びとなっており、地方においても投資が増加している。

⁹ 中国、台湾、韓国、香港、米国

¹⁰ 各国・地域における購買額を示したものであり、例えば越境 EC サイトの手数料等が購買価格に含まれていることから、日本からの

¹¹ 推計方法の詳細は付注 1 参照¹¹ 日本政策投資銀行「2016・2017・2018 年度 設備投資計画調査」(2017 年(平成 29 年) 8 月)。宿泊業を含むサービス業の設備投資について、2015 年度(平成 27 年度) 19.6%、2016 年度(平成 28 年度) 7.7%、2017 年度(平成 29 年度) 28.4%と 3 年連続の増加が見込まれている。

図表 II-20 宿泊業における建築物の工事予定額の推移（地方ブロック別）



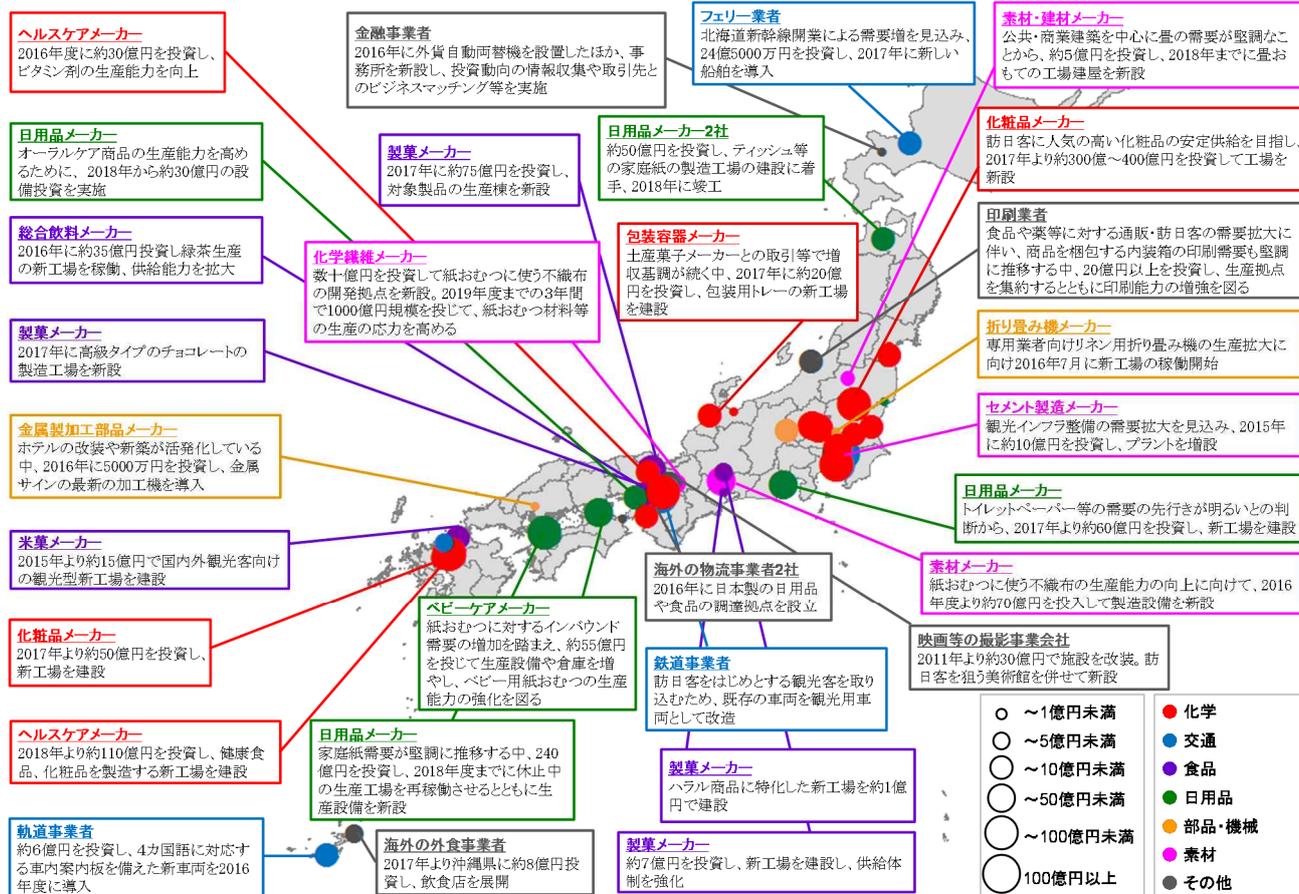
2 インバウンド対応投資

(インバウンド需要は、宿泊業のみならず、製造業含め幅広い業種、かつ全国各地で投資を創出)

2012年（平成24年）1月から2018年（平成30年）4月12日までの新聞記事等において、宿泊業以外で訪日外国人旅行者やその消費の増加等に対応するため実施される企業の設備投資や工場建設に関する投資案件を収集した¹²。これによると、業種別には製造業、サービス業を問わず幅広い業種に及んでおり、例えば、製造業では、化学メーカー（化粧品、製薬）、素材メーカー（繊維、紙、セメント）、食品（製菓、飲料）、部品・機械（金属加工）、プラスチック容器製造等、また、非製造業では、鉄道、物流、金融等の業種にまで及んでいる。また、投資が実施される地域については、北海道から沖縄まで幅広い地域において投資が計画・実施されている。

¹² 投資案件の整理に当たっては、新聞記事、企業のプレスリリース、有価証券報告書を基に、投資目的として訪日外国人旅行者による需要増への対応を含む案件を抽出した。

図表 II-21 インバウンド対応投資の例



(資料) 新聞記事情報等を基に観光庁作成
注1: 新聞記事等の掲載日の順番で記載している。

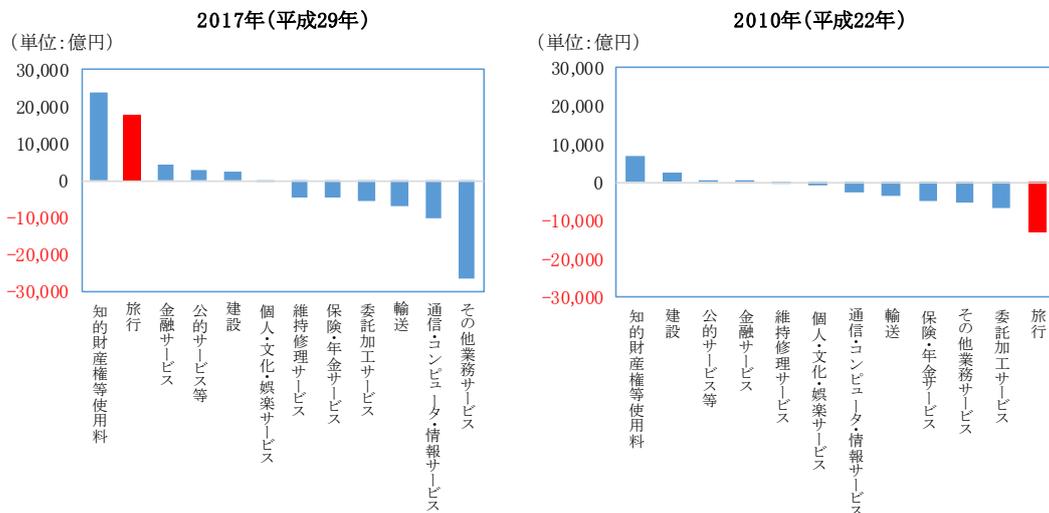
第4節 国際収支への影響

1 サービス収支の構造変化

(サービス貿易で最大の赤字項目であった「旅行」が知財使用料に次ぐ黒字項目へ変化)

2010年(平成22年)にはサービス収支のうち最大の赤字項目であった旅行収支が2017年(平成29年)には、知的財産権等使用料に次ぐ黒字項目に変化している。

図表 II-22 サービス収支の推移



(資料) 財務省、日本銀行「国際収支統計」に基づき観光庁作成

2 観光の比較優位性の変化

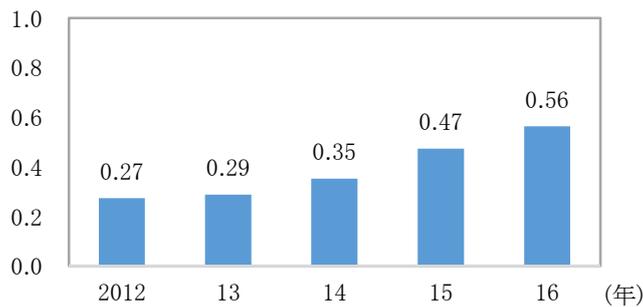
(観光の「比較優位性」が近年大きく改善。観光が日本経済の「稼ぎ手」に変化しつつある。)

観光の比較優位性の水準や変化をみるため、財やサービスの輸出競争力を反映する指標である「顕示比較優位 (RCA : revealed comparative advantage) 指数¹³」を用いて分析した。

これによると、2012年(平成24年)に0.27であった指数は、2014年(平成26年)以降、上昇し、2015年(平成27年)には0.47、2016年(平成28年)には0.56まで上昇しており、観光が日本経済の「稼ぎ手」に変化しつつある様子がうかがえる。

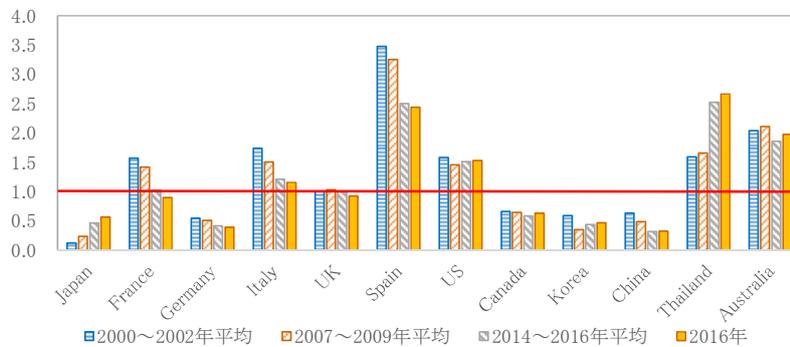
また、財のRCA指数も含めて国際比較をすると、日本は化学製品、輸送機械、一般機械、電気機械でRCA指数が1を超え、これら製造業に比較優位を有するが、近年、やや低下傾向にある。

図表 II-23 観光 RCA 指数の推移



(資料) RIETI TID2015、IMF データベースに基づき観光庁作成

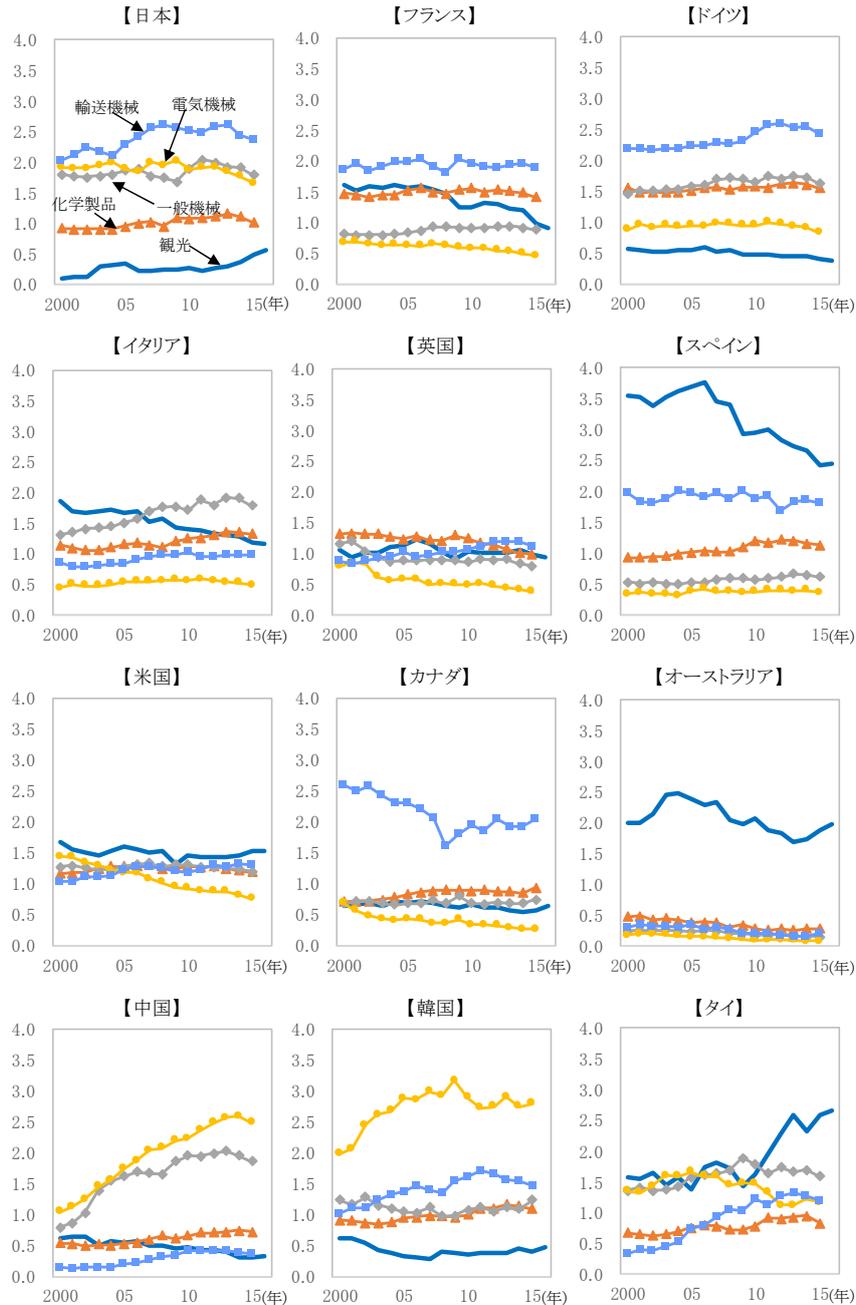
図表 II-24 観光 RCA 指数の国際比較



(資料) RIETI TID2015、IMF データベースに基づき観光庁作成

¹³ RCA 指数 = (i 国の財 (サービス) j の輸出額 / i 国の総輸出額) / (財 (サービス) j の世界全体の輸出額 / 世界総輸出額)。ある項目の数値が 1 を超えると、相対的に当該項目に比較優位があるとされる。

図表 II-25 財・サービス別の RCA 指数の推移



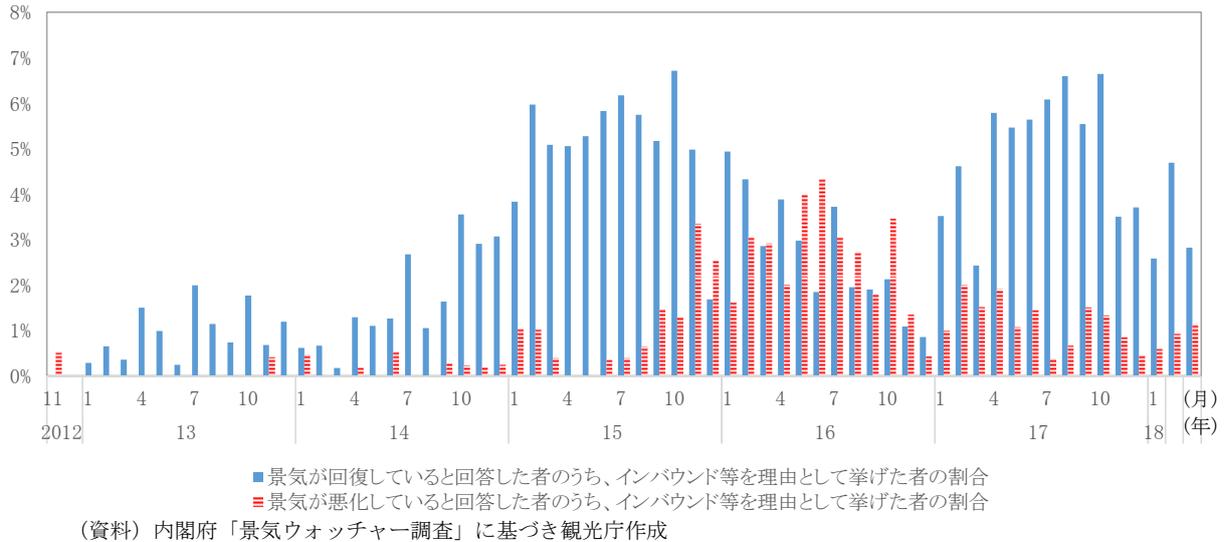
(資料) RIETI TID2015、IMF データベースに基づき観光庁作成

第5節 景況感への影響

(インバウンドの変動が景況感の形成に及ぼす影響が高まっている)

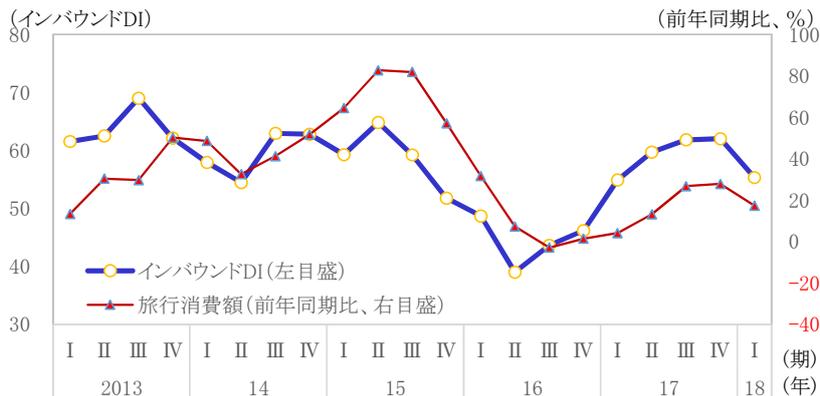
インバウンドの増加が人々の景況の現状認識に与える影響を明らかにするため、内閣府「景気ウォッチャー調査」のコメントを活用し分析を行った。その結果、インバウンド等を景況の判断理由として挙げる者（景況が「良くなっている」又は「やや良くなっている」と回答し、具体的なコメントを記載している者のうち、インバウンド等を判断理由とした者の割合）は、2014年（平成26年）後半以降急速に増加していることが分かる。特に、買物消費が大きく増加した2015年（平成27年）は景況回復の理由としてインバウンド等を挙げた者の割合は大きく増加し、ばらつきはあるものの、7%程度に達する月もある。他方、買物消費が伸び悩んだ2016年（平成28年）は、景況回復の理由としてインバウンド等を挙げた者の割合は減少する一方で、景況が「悪くなっている」又は「やや悪くなっている」と回答した者に占めるインバウンド等の理由が増加している。このように、訪日外国人の旅行消費額の動向が改善、悪化の双方において景況感の変動に与える影響が高まっている。

図表 II-27 景気の判断理由にインバウンド等を挙げた者の割合（2012年（平成24年）11月以降）



集計したインバウンド等のコメントについて、景気ウォッチャー調査同様の方法¹⁴でDIを作成（以下「インバウンドDI」という。）したところ、インバウンドDIの動きは訪日外国人旅行消費額の推移と同様の傾向にあることがみてとれる。

図表 II-28 インバウンドDIと訪日外国人の旅行消費額の推移



(資料) 内閣府「景気ウォッチャー調査」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
 注1：景気ウォッチャー調査は月次の調査のため、月次データを3か月分集約し、DIを計算

第6節 地域経済への影響

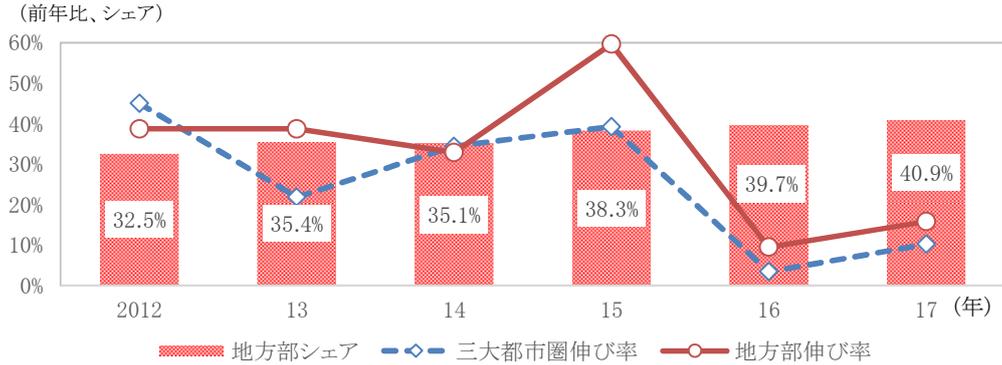
1 インバウンド増加がもたらす効果

（地方部での外国人延べ宿泊者数のシェアが4割を突破）

外国人延べ宿泊者数を三大都市圏、地方部別にみると、直近3年間は地方部の伸びが三大都市圏のそれを上回り、地方部のシェアが年々拡大し、2017年（平成29年）には速報値ではあるが年間値で初めて4割を突破した。

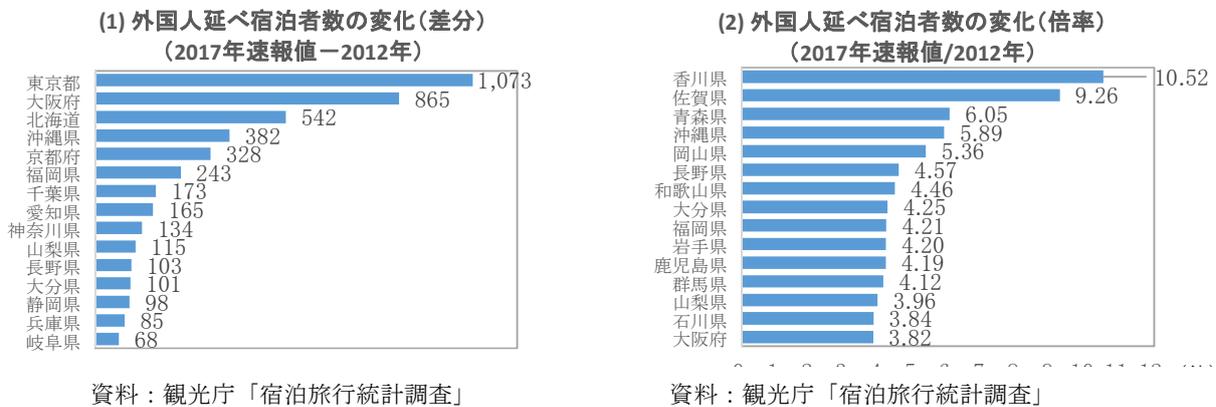
¹⁴ 景気ウォッチャー調査の現状判断DIは、景気の現状に対する5段階の判断に、それぞれ点数を与えて、これらを各回答区分の構成比（%）に乗じてDIを作成している。「良くなっている」：+1。「やや良くなっている」：+0.75、「変わらない」：+0.5、「やや悪くなっている」：+0.25、「悪くなっている」：0。

【図表Ⅱ-30 三大都市圏、地方部別の外国人延べ宿泊者数の伸び率及び地方部のシェアの推移】



過去5年間で外国人延べ宿泊者数の「増加幅」が多い地域は大都市圏に集中しているが、「倍率」で見ると、香川県、佐賀県、青森県など高い伸びを示した県は地方部で多くなっている。

図表Ⅱ-31 外国人延べ宿泊者数の変化



(外国人延べ宿泊者数の伸びが高い県の動向)

外国人延べ宿泊者数が近年大きく伸びている県においては、国際航空便の就航や増便が宿泊者数の増加をもたらすと同時に、観光資源の磨き上げ、地域の資源を活かした戦略的な広報活動、受入体制の整備、直行便の誘致活動等の取組が行われている。以下では、外国人延べ宿泊者数伸びが高い上位5県の動向を紹介する。

【青森県】

2012年(平成24年)に約4万人泊であった外国人延べ宿泊者数は、2017年(平成29年)には約26万人泊と約21万人泊増加(約6倍)した。中でも、青森空港において天津便が就航するとともに台湾からのチャーター便が増加した2017年(平成29年)には中国、台湾を中心に増加し、全体で前年より約10万人泊増(前年比60.3%増)となった。また、中国天津便の誘致・就航に当たっては弘前城等の歴史文化施設、奥入瀬溪流などの景勝地、伝統芸能を体験できる施設等を中国の旅行会社にPRするなど広報活動に取り組んだ。

奥入瀬溪流の氷瀑、サイクリングなど季節に応じたコンテンツ等の磨き上げとともに、青森と北海道を新幹線やフェリーで周遊する立体観光の商品の造成や旅行商品化に当たっての広告支援、ファムトリップの実施などのプロモーションを実施した。



奥入瀬渓谷の氷瀑



青森市文化観光交流施設
ねぶたの家 ワ・ラッセ



弘前城

【岡山県】

2012年（平成24年）に約8万人泊であった外国人延べ宿泊者数は、2017年（平成29年）には約42万人泊と約34万人泊増加（約5倍）した。中でも、岡山空港と台北間にLCCが就航した2016年（平成28年）は前年より約11万人泊増、台北便が増便された2017年（平成29年）は台湾を中心に約14万人泊増と2年間で約25万人泊増加した。

重点地域を台湾、香港、中国、韓国及びタイと定めるとともに、現地にPRデスクを設置してSNSで観光情報を発信している。また、航空会社等と連携したプロモーションに積極的に取り組み、2016年度（平成28年度）は台湾、2017年度（平成29年度）は香港でトッププロモーションを行った。特に、台湾については、桃及び現地で知名度の高い桃太郎を活用したPRに地道に取り組んだ。また、関西から九州、四国、山陰を結ぶ交通結節点としてのアクセスの良さもPRするとともに、スムーズな乗り換えができるよう県が航空会社やバス会社等の間でダイヤの調整等を行った。



岡山県におけるPR活動



【香川県】

2012年（平成24年）に約4万人泊であった外国人延べ宿泊者数が2017年（平成29年）には約45万人泊と約41万人泊増加（約11倍）した。中でも、高松空港において香港便が就航した2016年（平成28年）には前年より約15万人泊増、3月から11月まで定期チャーターの高雄便が就航し、上海便が増便された2017年（平成29年）には約10万人泊増と2年間で約24万人泊増となった。

韓国、中国、台湾、香港を重点市場とし、現地の旅行会社やメディアと連携し、市場ごとの特性に応じたプロモーションを実施するとともに、受入環境整備として原則24時間365日対応の多言語コールセンター（9箇国語対応）を設置し、観光施設、宿泊施設、飲食・小売店等に対して会話の通訳やメールの翻訳等の対応を行っている。また、四国内の各鉄道が乗り放題の「オール四国レールパス」を周知するとともに、香港線の機内で購入できる等FIT化への対応に取り組んでいる。



栗林公園の和船



父母ヶ浜（ちちぶがはま）

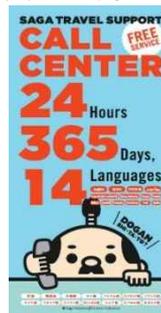
【佐賀県】

2012年（平成24年）に約4万人泊であった外国人延べ宿泊者数が2017年（平成29年）には約38万人泊と約34万人泊増加（約9倍）した。中でも、佐賀空港に台北便が就航、ソウル便が増便された2017年（平成29年）は外国人延べ宿泊者数が前年より約13万人泊増加した。

県内でロケが行われた映画の公開に合わせたイベントやセミナーの開催、佐賀空港に直行便を就航している海外の航空会社と連携した広報を行うなど対象となる国・地域ごとの特性に応じて、売り込む資源を明確に絞り込んだ積極的な現地プロモーションに取り組んできた。また、航空会社に対する運航経費の支援や佐賀空港発着便を利用する旅行会社等に対する補助、手荷物重量制限の緩和など、国際航空便の増加と佐賀空港におけるインバウンドの誘客促進のための取組を実施した。さらに、県内の観光関連施設におけるWi-Fi環境の整備、多言語コールセンターの設置（24時間365日14箇国語対応）、観光アプリ制作など、受入環境整備を進めた。



現地プロモーションの様子



多言語コールセンターの案内

【沖縄県】

2012年（平成24年）に約78万人泊であった外国人延べ宿泊者数が2017年（平成29年）には約460万人泊と約382万人泊増加（約6倍）した。

「Be.Okinawa」をキーコピーにした沖縄観光ブランド戦略とターゲットエリアごとのプロモーション戦略について、民間事業者との共有化を図りつつ、旅行博への出展、キーパーソンの招へい、海外メディアやウェブサイト・SNS等を通じた情報発信等により、アジア地域における認知度の向上に取り組んだ。加えて、航空会社に路線開設や増便、チャーター便の誘致等を働きかけるとともに、ターゲット市場における沖縄の認知度や来訪意向の状況を踏まえつつ、知名度向上キャンペーンや旅行商品造成支援、航空会社に対するチャーター便運航から定期便化を目指すセールス活動等、市場の状況に合わせた段階的な誘致活動等を行った。

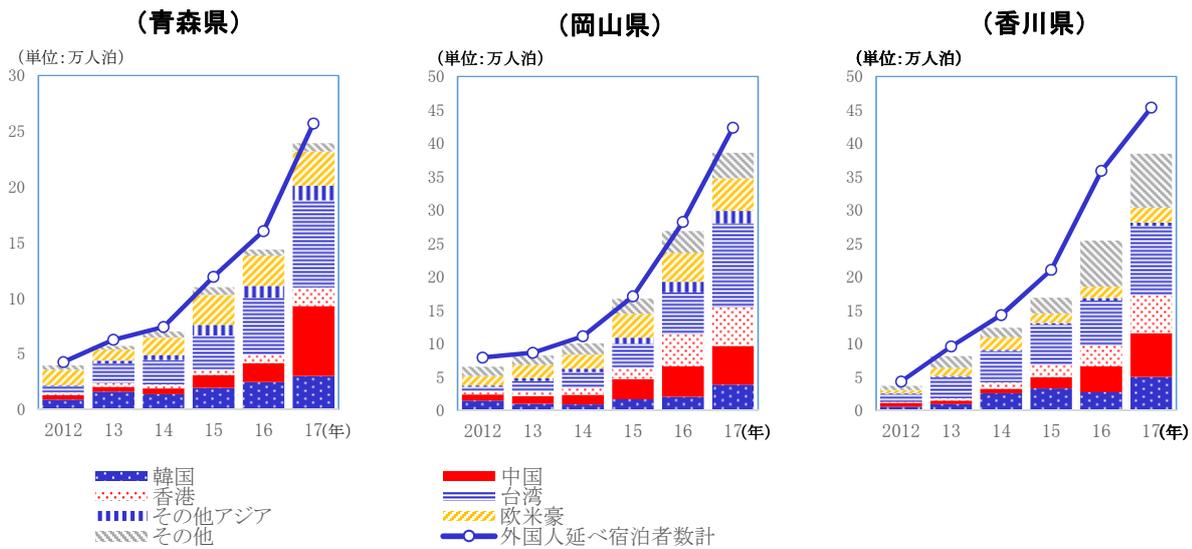


「Be.Okinawa」



タイでの国際旅行フェア

図表 II-32 : 近年インバウンドの伸びが高い県の国籍・地域別外国人延べ宿泊者数の推移



料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：外国人延べ宿泊者数計は従業員10人未満の施設も含む数値、国籍・地域別内訳は従業員10人以上の施設の数値である。

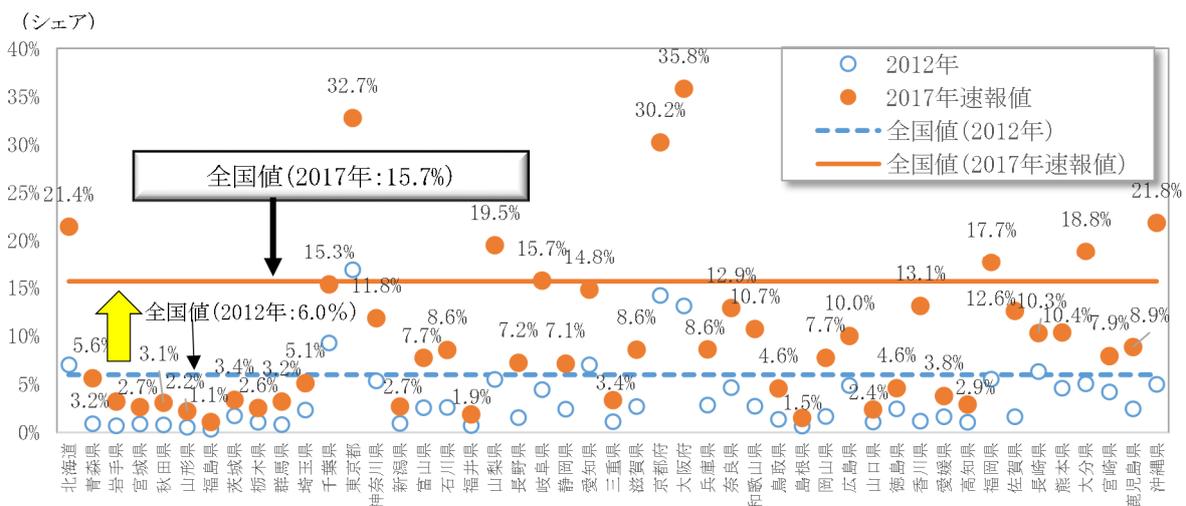
注2：2017年（平成29年）の数値は速報値である。

注3：欧米豪は米国・カナダ・英国・ドイツ・フランス・ロシア・オーストラリア・イタリア・スペイン、その他アジアはシンガポール・タイ・マレーシア・インド・インドネシア・ベトナム・フィリピン、その他は表章していない国籍・地域と国籍・地域不詳の合計。

(延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合が上昇)

2012年（平成24年）から2017年（平成29年）への延べ宿泊者数に占める外国人の割合の変化をみると、2017年（平成29年）において外国人のシェアが最も高いところは大阪府の35.8%、次いで東京都32.7%、京都府30.2%、沖縄県21.8%、北海道21.4%となっている。他方、2012年（平成24年）から2017年（平成29年）への変化幅をみると、最も上昇したのが大阪府の22.7%ポイント増（以下「～%pt増」と表記。）、次いで沖縄県16.8%pt増、京都府16.0%pt増、東京都15.9%pt増、北海道14.4%pt増となっている。

図表 II-33 延べ宿泊者数に占める外国人旅行者のシェアの変化(2012年から2017年の変化)(都道府県別)



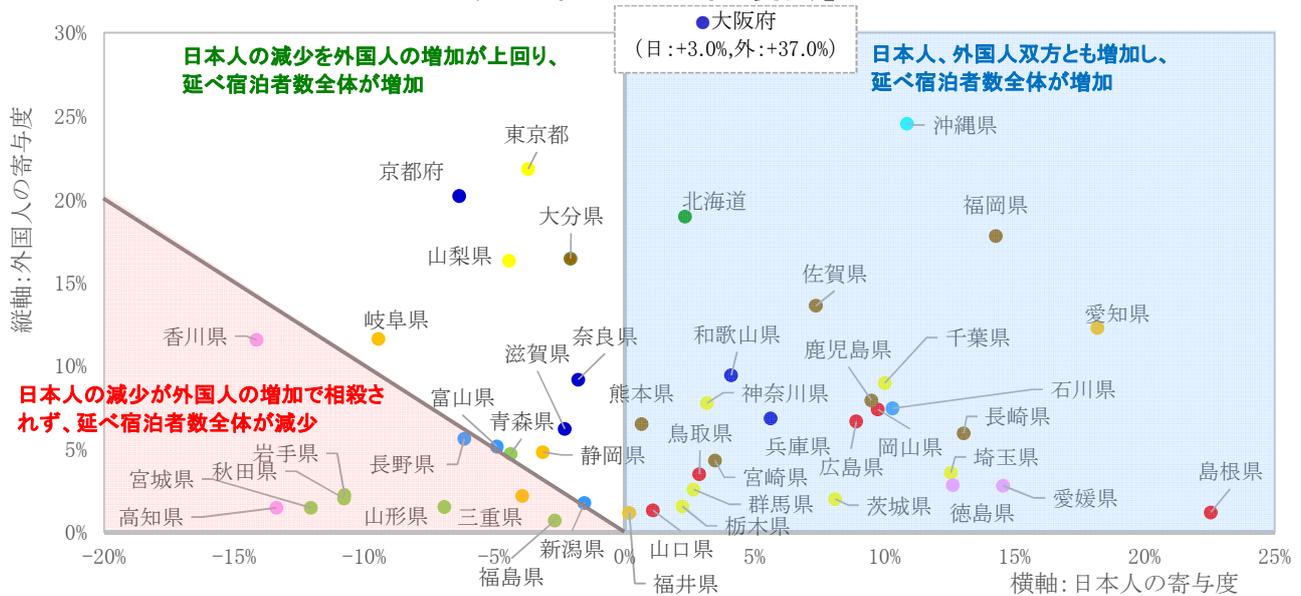
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

各都道府県の延べ宿泊者数全体の伸び率（2012年（平成24年）と2017年（平成29年）の比較）を日本人延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の増減に寄与度分解したところ、過去5年間です

すべての都道府県で外国人延べ宿泊者数は全体の延べ宿泊者数の押し上げに寄与している。他方、日本人延べ宿泊者数が減少している地域、とりわけ地方部において、例えば、大分県、山梨県、岐阜県、滋賀県、奈良県、富山県、静岡県、青森県、新潟県のように日本人延べ宿泊者数の減少分を上回って外国人延べ宿泊者数が増加し、全体をプラスに押し上げている地域がある。また、延べ宿泊者数全体はマイナスであるものの香川県、長野県のように日本人延べ宿泊者数の減少の影響を大きく緩和している地域もみられる。

今後とも、訪日外国人旅行者数の規模が大きくなることで、各地域の宿泊者数全体を押し上げる効果や日本人の宿泊者数の減少を緩和する効果が高まるなど、地域の経済に与えるインパクトがますます高まっていくことが見込まれる。

図表 II-34 都道府県別延べ宿泊者数の伸び率への日本人・外国人別の寄与度散布図
【2012年から2017年の変化】

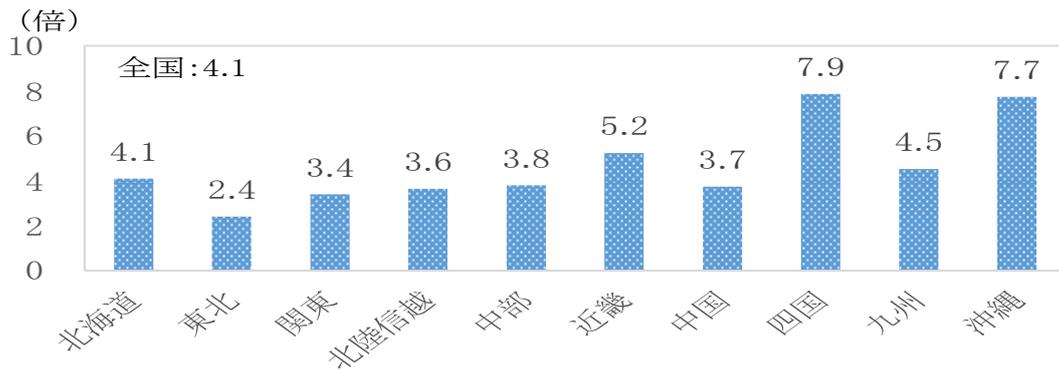


(外国人旅行消費額も拡大)

訪日外国人旅行者の旅行消費額の地方ブロック別の大まかな傾向をみるため、訪日外国人旅行者の日本滞在中の一人当たり旅行支出を訪問地の滞在日数で按分し、消費額を地方ブロック別に配分した¹⁵。2012年(平成24年)と2017年(平成29年)の消費額を比較すると、四国が最も高く7.9倍となり、続いて沖縄が7.7倍、近畿が5.2倍となっている。特に近畿については、全国の消費額に占めるシェアが2012年(平成24年)の23%から2017年(平成29年)は30%に拡大している。

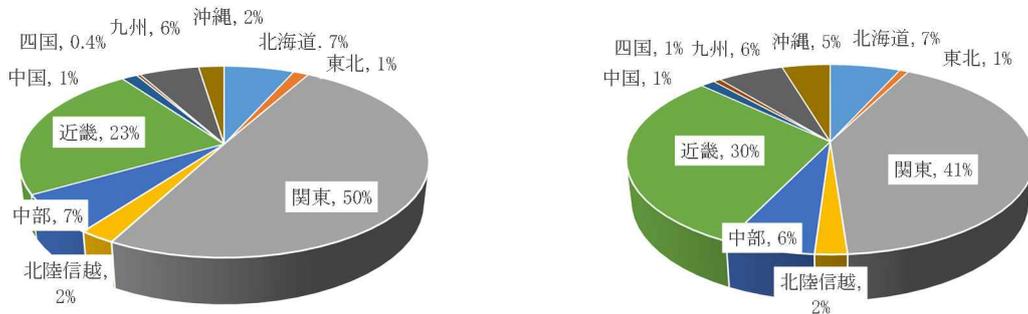
¹⁵ 既存の統計数値を再編加工して簡易な手法により算出した試算値である。

図表 II-35 地方ブロック別の訪日外国人旅行消費額の変化



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

図表 II-36 地方ブロック別の訪日外国人旅行消費額の構成比の変化
(2012年(平成24年)) (2017年(平成29年))

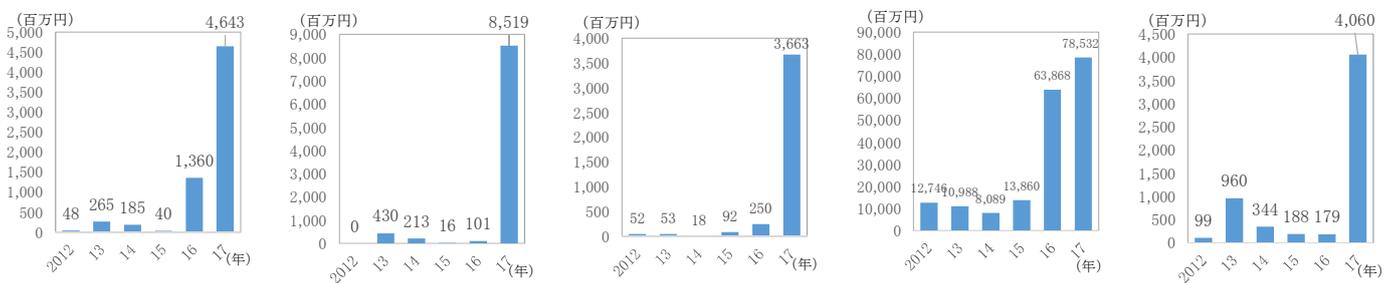


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(インバウンド対応投資も地方で拡大)

図表 II-17～20 でみたとおり、インバウンドの増加に対応して宿泊業の建設投資が活発化している。このうち、図表 II-31 でみた、近年外国人延べ宿泊者数の伸び率が高い上位5県における宿泊業の建築物の工事予定額をみると、いずれの県もインバウンドの増加から一定のタイムラグを経て2016年(平成28年)あるいは2017年(平成29年)に大きく増加している。

図表 II-37 外国人延べ宿泊者数の伸び率が高い県の宿泊業の建築物工事予定額の推移
(香川県) (佐賀県) (青森県) (沖縄県) (岡山県)



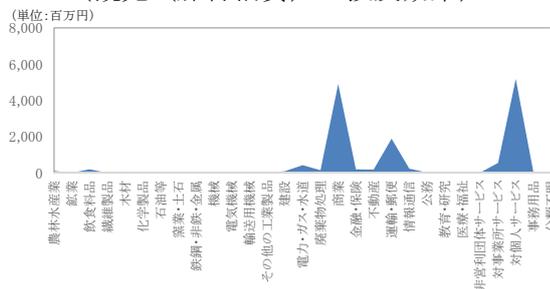
資料：国土交通省「建築着工統計」に基づき観光庁作成

2 「観光」が有する地域経済への波及性 (「観光」は、地域経済の幅広い業種に効果が波及)

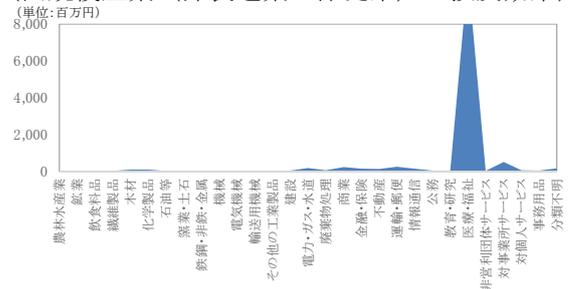
観光は、宿泊業、飲食サービス業、航空輸送業のみならず、幅広い産業に関連する。そこで、観光が地域経済にもたらす波及性をみるため、訪日外国人旅行者による旅行消費額を一定の方法で都道府県別に配分し、産業連関表を活用して、地域経済において観光が及ぼす各業種への波及性を分析する。結果をみると、旅行消費の波及効果は、製造業への波及が小さいものの、商業、対個人サービスを中心に、対事業所サービス、運輸・郵便、電力・ガス・水道といった第三次産業において広く生産を誘発し、また、農林水産業や飲食料品産業といった第一次産業、第二次産業にも波及がみられる。他方、各県において旅行消費と同程度の投入規模の産業と比較すると、製造業、非製造業ともに該当する産業分類においては波及効果が大きくなっているものの、他の産業への広がりといった観点では観光を下回っている。

図表 II-39 「観光」がもたらす地域経済への波及性
 A 県 (人口規模 200 万人程度)

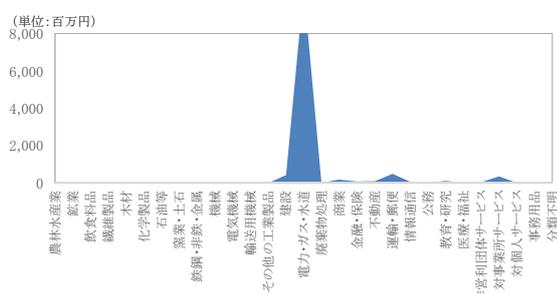
(観光 (旅行消費) の波及効果)



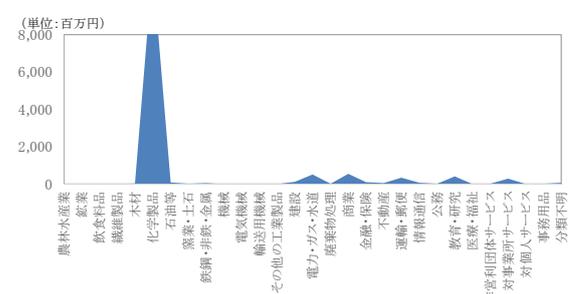
(同規模産業 (非製造業・保健系) の波及効果)



(同規模産業 (非製造業・エネルギー系) の波及効果)

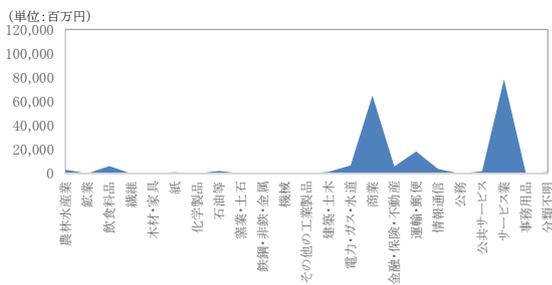


(同規模産業 (製造業・化学系) の波及効果)

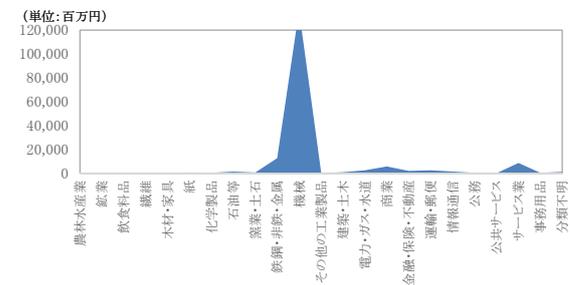


B 県 (人口規模 500 万人程度)

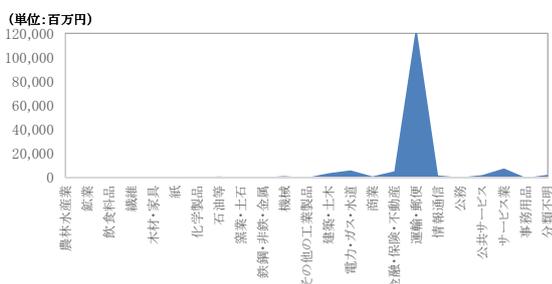
(観光 (旅行消費) の波及効果)



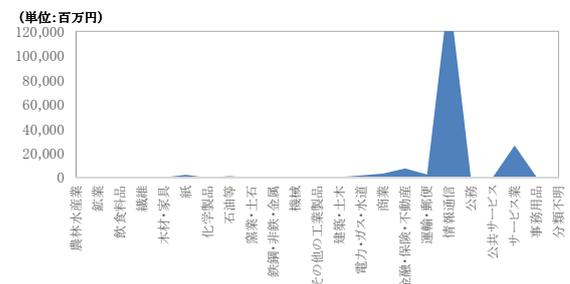
(同規模産業 (製造業・機械系) の波及効果)



(同規模産業 (非製造業・運輸系) の波及効果)

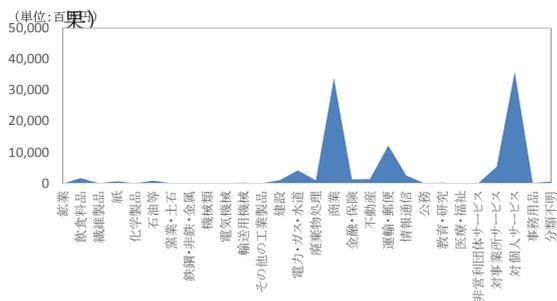


(同規模産業 (非製造業・情報系) の波及効果)

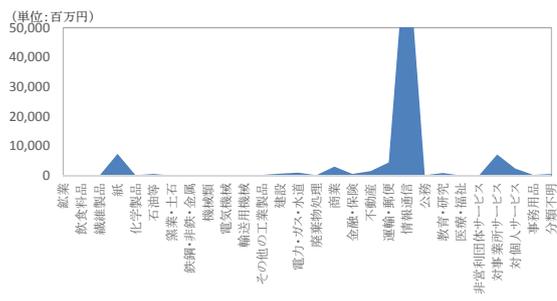


C 県（人口規模 700 万人程度）

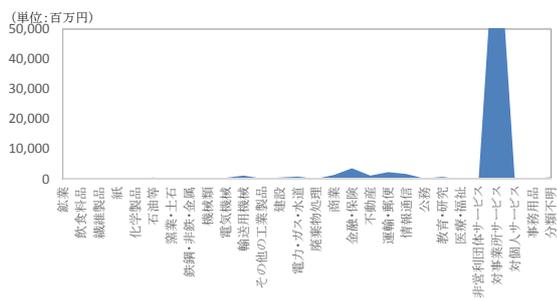
（観光（旅行消費）の波及効果）



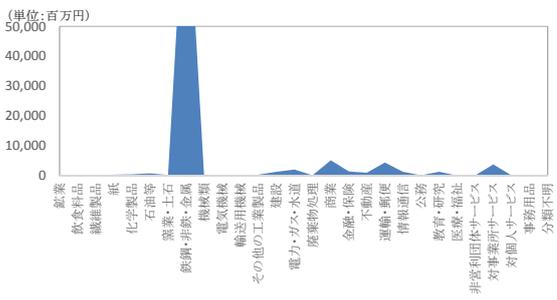
（同規模産業（非製造業・コンテンツ系）の波及効果）



（同規模産業（非製造業・リース系）の波及効果）

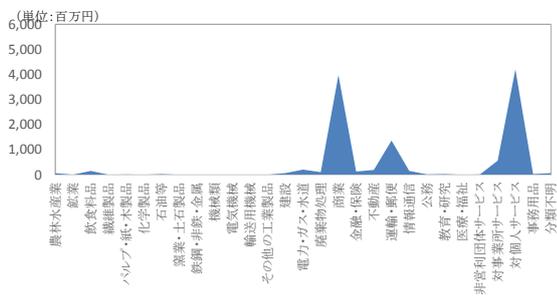


（同規模産業（製造業・金属製品系）の波及効果）

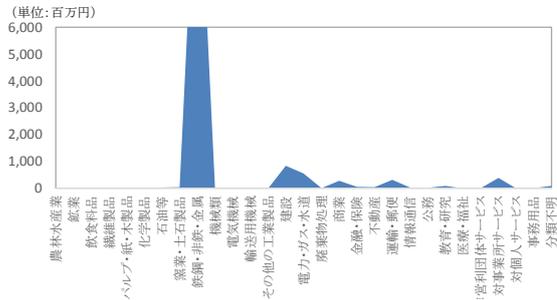


D 県（人口規模 200 万人程度）

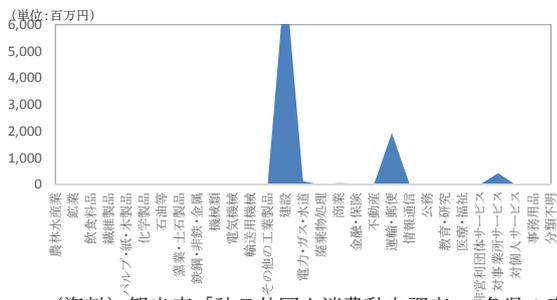
（観光（旅行消費）の波及効果）



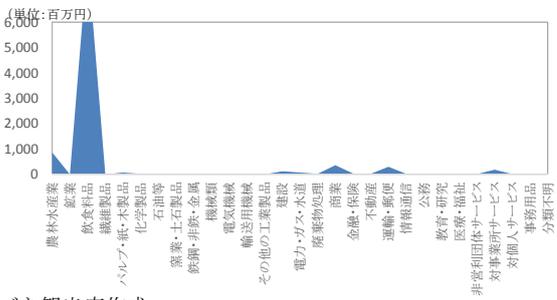
（同規模産業（製造業・素材系）の波及効果）



（同規模産業（非製造業・環境系）の波及効果）



（同規模産業（製造業・化学系）の波及効果）



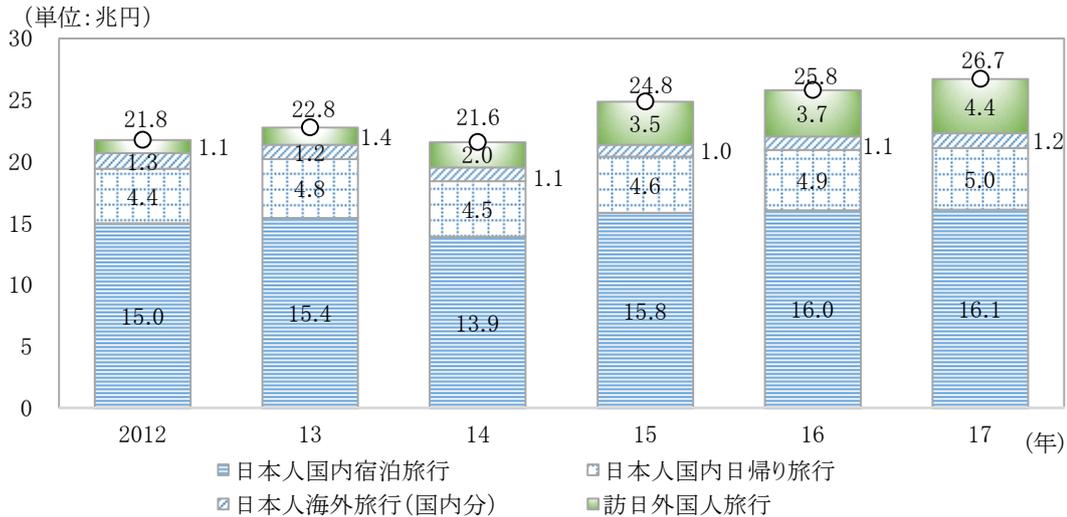
（資料）観光庁「訪日外国人消費動向調査」、各県の産業連関表に基づき観光庁作成

第3章 観光の日本経済全体への貢献

(日本における旅行消費額は22.7%増加)

訪日外国人旅行者及び日本人により日本国内で行われた旅行消費額は、2012年(平成24年)の約21.8兆円から2017年(平成29年)には約26.7兆円と22.7%の増加となっている。このうち、訪日外国人旅行者による消費額が占めるシェアは2012年(平成24年)の5.0%から2017年(平成29年)には16.5%に拡大している。

図表 II-40 日本における旅行消費額の推移



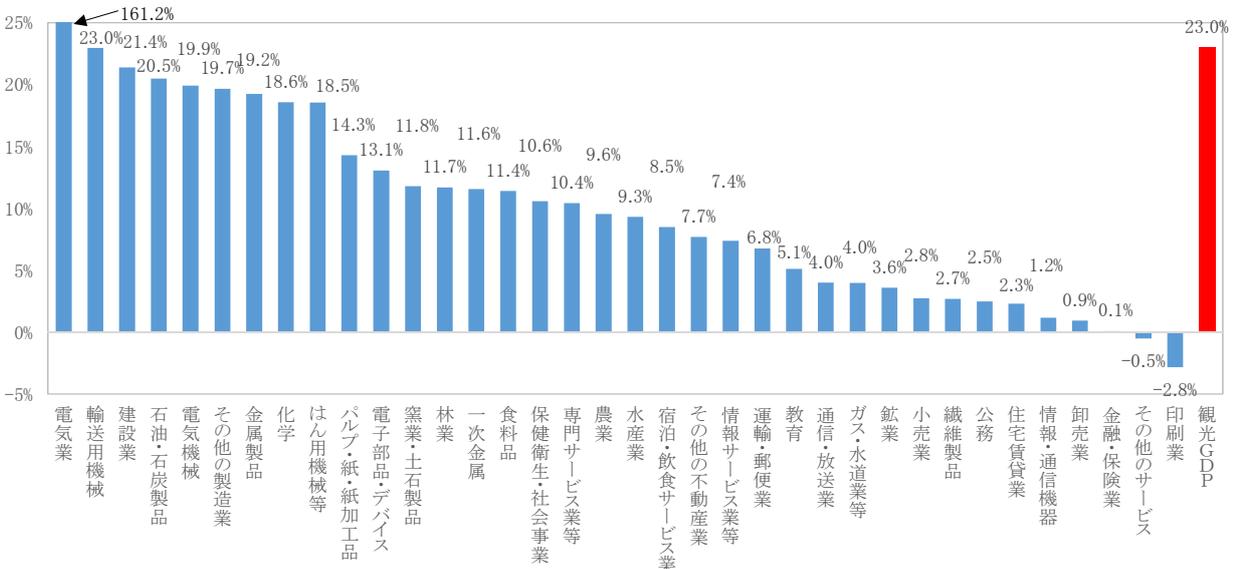
(資料) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(観光GDPの成長率は多くの産業の成長率を上回っている)

観光GDPは2012年(平成24年)には約8.5兆円、GDPに占める割合は約1.7%となっている。他方、近年の訪日外国人旅行者や旅行消費額の増加により、2016年(平成28年)の観光GDPは約10.5兆円に拡大している。内閣府の国民経済計算において経済活動別のGDPが公表されている2016年(平成28年)までの値を用いて各産業との比較を行うと、2012年(平成24年)から2016年(平成28年)の観光GDPの伸び率は約23%であり、他の産業の伸び率と比較して高い伸びとなっている。

図表 II-41 経済活動別の名目GDP成長率の比較

(2012年から2016年への成長率)



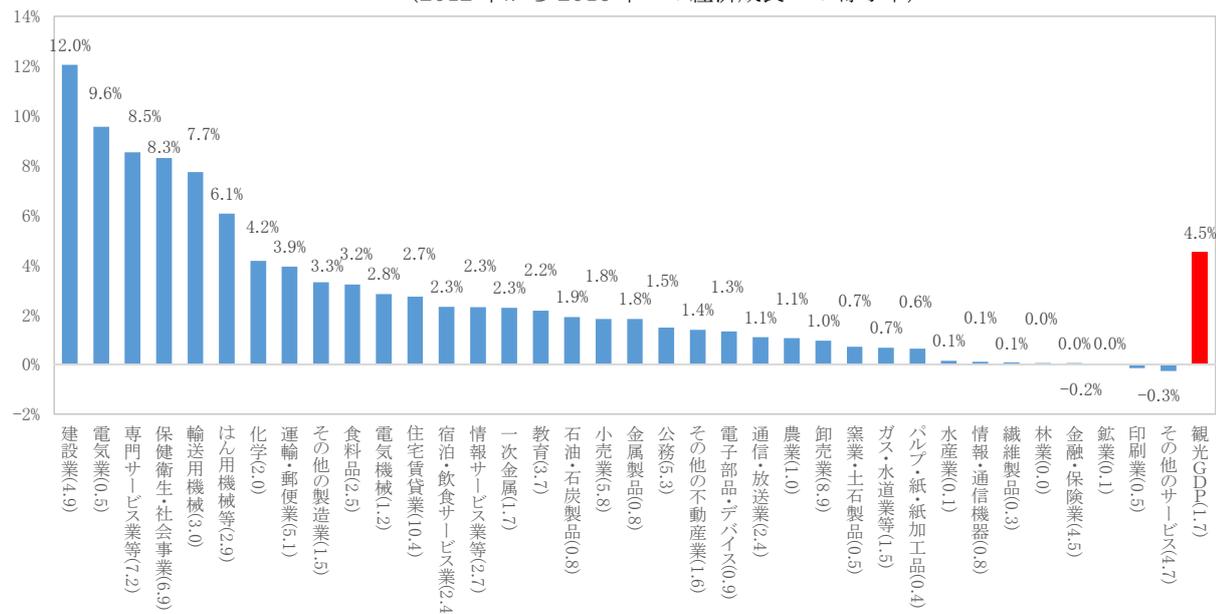
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、内閣府「国民経済計算」等に基づき観光庁作成

(名目GDP成長への観光の寄与の割合は4.5%程度。身の丈の2.6倍程度経済成長に貢献)

2012年(平成24年)から2016年(平成28年)までの間、名目GDPが43兆円程度増加する中、観光GDPは約2兆円増加しており、この間の名目経済成長への観光の寄与の割合(寄与率)は約4.5%となっている。すなわち、2012年(平成24年)において名目GDPに占める割合が約1.7%程度であった観光が、その身の丈(名目GDPに占める割合)の約2.6倍程度経済成長に貢献しており、GDPに占める割合は決して大きくないものの、近年の経済成長において重要な役割を果たしている。参考までに他の産業と比較すると、寄与率については、化学や電気機械、情報サービス業、小売業等を上回り、輸送用機械やはん用機械等に次ぐ貢献となっている。

図表 II-42 近年の名目GDP成長率への寄与の割合の経済活動別比較

(2012年から2016年への経済成長への寄与率)



(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、内閣府「国民経済計算」等に基づき観光庁作成

注1：グラフ中、各産業名の中の()内の数値は、2012年(平成24年)の名目GDPに占めるシェアを示している。

注2：グラフ中、青色の棒グラフは国民経済計算の経済活動別国内総生産における国内総生産の成長率に対する各産業の寄与率を示したものである一方、赤色の棒グラフは「旅行・観光サテライト勘定(TSA)」に基づいて別途作成された、(国内総生産に対する成長率に対する)観光GDPの寄与率を示したものである。

第4章 これまでの分析のまとめと今後の課題

1 これまでの分析のまとめ

(インバウンドの効果は、旅行消費のみならず日本経済に幅広いインパクトを与えている)

以上の分析でみたとおり、訪日外国人旅行者及びその消費の増加といったインバウンドの効果は、約4兆円の「旅行消費」に止まらず、越境 EC（約6,000～8,000億円程度）を通じた輸出の増加を生みだし、これらの需要増に対応するための企業の投資の増加をもたらしている（宿泊業の建築投資だけで約1兆円弱）。また、人々の景況感の形成を左右する重要な要素になっている。こうした変化は、一部の事例の範囲に止まらず、各分野の経済指標に現れるようになってきている。

また、近年の名目 GDP 成長率に対しては、観光がその身の丈（対名目 GDP 比）を大きく上回る規模の貢献をしており、観光が日本経済に与えるインパクトは確実に高まっている。

(幅広い業種、地域での更なる投資が期待される)

特に投資については、宿泊業のみならず、素材、機械などの製造業から飲料、製菓などの食品産業、交通事業者、外食産業など幅広い業種において誘発しており、地域別にも北は北海道から南は沖縄まで幅広い地域に及んでいる。インバウンド効果の恩恵に呼応し、更に幅広い地域や業種において投資が活発化することが期待される。

(観光が日本経済を牽引する「稼ぎ手」に成長しつつある)

第2章第4節でみたとおり、近年、製造業の比較優位性がやや低下する中、観光の比較優位性（観光 RCA 指数）が改善している。現状は、2020年（平成32年）に訪日外国人旅行消費額8兆円を達成するとの目標に向けて、現状はあくまで道半ばであるが、訪日外国人旅行消費額が8兆円程度に達すると、観光の比較優位性や経済成長への貢献度が更に高まり、日本経済の成長を牽引する主要産業へと変貌を遂げていくこととなる。

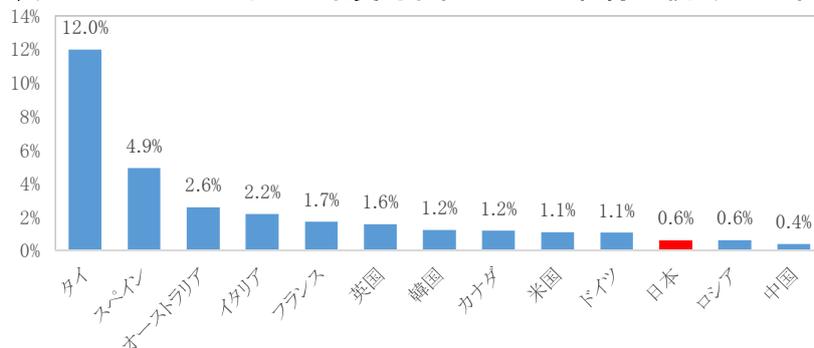
2 今後の課題

(現状はあくまで通過点)

これまでインバウンドを中心として観光が日本経済に与えるインパクトを分析してきたが、現状は、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議策定、以下「観光ビジョン」という。）で掲げられた目標実現に向けての通過点に過ぎない。

例えば、インバウンド消費の規模を対名目 GDP 比で国際的に比較すると、日本の水準は他の先進諸国に比べて依然として低い水準であり、中国の水準は上回っているものの、タイ、韓国といったアジア諸国と比較しても下回っている。しかし、これは見方を変えれば更なる拡大の余地がまだ十分にあるとも捉えられる。

図表 II-43 インバウンド消費対名目 GDP 比の国際比較（2016年）



(資料) UNWTO database, IMF database に基づき観光庁作成

(目標実現に向け、更なる高次元の施策の展開が必要)

2017年（平成29年）に訪日外国人旅行者数が2,869万人に達するなど旅行者数や旅行消費額は近年増加しているが、2020年（平成32年）の目標達成（訪日外国人旅行者数4,000万人等）

は必ずしも容易ではない。これまでは世界経済の持続的な回復やアジア諸国の急速な経済発展による所得の向上など良好なマーケット環境が続く中、ビザの戦略的な緩和や外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充など時宜を得た政策の実行により、訪日外国人旅行者数や旅行消費額は急速に増加した。しかし、2020年（平成32年）の目標実現には、ここからが正念場であり、観光地の更なる魅力向上や観光地域を支えている広い意味での観光産業の更なるレベルアップを図ることが不可欠である。

このため、目標実現に向けて更なる高次元の施策を展開し、観光資源の磨上げ、観光産業の生産性向上、旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できる環境整備等に取り組むことが不可欠である。

（日本人の旅行の活性化、関係者の更なる取組が重要）

一方で、日本人による旅行の活性化も重要である。日本人の国内旅行については、人口減少が進む中、近年、微増に止まっているが、依然として国内における旅行消費額の8割以上を占めており、また、地域経済活性化の観点からは、大都市から地方へ所得を還流させる効果も有することから、その活性化が重要である。

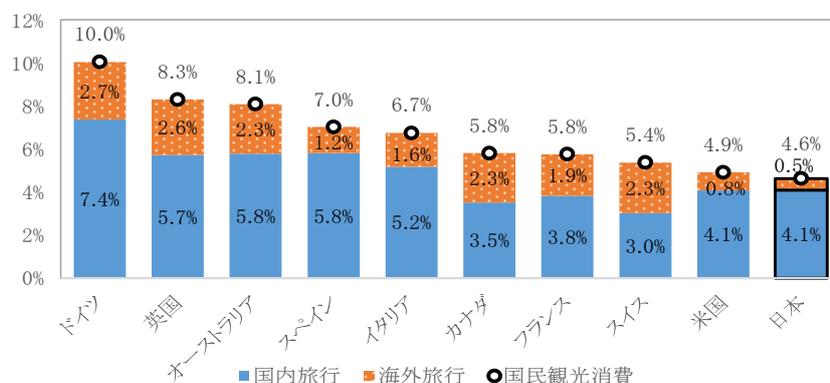
人口減少や余暇の多様化が進むとともに、インターネットやSNS等を活用したバーチャルな体験の機会が増える中、数ある余暇の過ごし方の中から「観光」が選択され、更に具体的な訪問先として選択されるに至ることは容易ではない。

他方、観光ビジョンやその実現のためのアクションプログラムに掲げられ、現在、官民一体となって推進している施策の多くは、インバウンドのみならず、日本人の国内旅行の利便性や満足度の向上にもつながるものである。上述の課題の解決に当たっては、政府などの「官」が環境整備を行う中で、広い意味での観光産業の「民」の主体的な取組が不可欠である。その際、個々の主体の努力のみならず、観光地全体として戦略を構築するとともに、これまでの分析結果で明らかになった観光が有する地域産業への波及性に鑑み、多くの主体を巻き込んだ地域・エリア全体としての取組が不可欠である。

（日本人による旅行は拡大の余地）

国内旅行、海外旅行双方を含めた日本人の旅行消費額の水準は、国際的にみても依然として低い水準に止まっている。OECDのデータを用いて比較すると、国民の国内旅行消費と海外旅行消費額（国民観光消費）の対名目GDP比は、日本は4.6%（2015年）となっている。時点は異なるものの、ドイツ10.0%（2015年）、イギリス8.3%（2014年）、オーストラリア8.1%（2015年）、フランス5.8%（2015年）、アメリカ4.9%（2015年）、等先進諸国と比較して低い水準となっている。今後、人口減少が続くことが見込まれる中、日本人の旅行消費額を増加させていくことは必ずしも容易ではないが、国際的比較の観点からは拡大余地があることが見込まれ、今後、観光地としての魅力向上など関係者の更なる取組とともに、若者のアウトバウンドの促進など、幅広い施策を推進していくことが重要である。

図表 II-44 国民観光消費対名目GDP比の国際比較



（資料）OECD Statに基づき観光庁作成

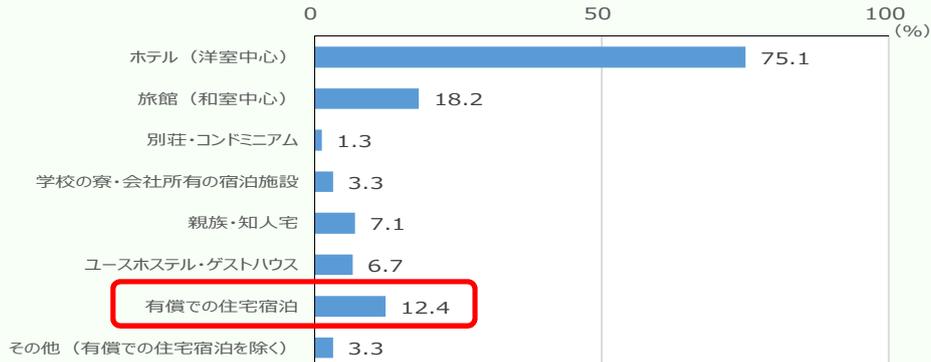
注1：時点は、ドイツは2015年、英国は2014年、オーストラリアは2015年、スペインは2013年、イタリアは2010年、カナダは2016年、フランスは2015年、スイスは2011年、米国は2015年、日本は2015年

コラムⅡ-5 持続可能な観光の確立に向けて ～インバウンドの増加がもたらす我が国の観光の課題～

（民泊の急速な普及）

近年、訪日外国人旅行者の宿泊施設利用動向に急速な変化が生じており、その1つとして「民泊」の急速な普及が挙げられる。観光庁において民泊の利用動向を調査したところ、2017年（平成29年）7-9月期において「有償での住宅宿泊」（所謂「民泊」）の利用率は12.4%であり、ホテル（75.1%）が圧倒的に多いものの、旅館（18.2%）に次ぐ高さであった¹⁶。

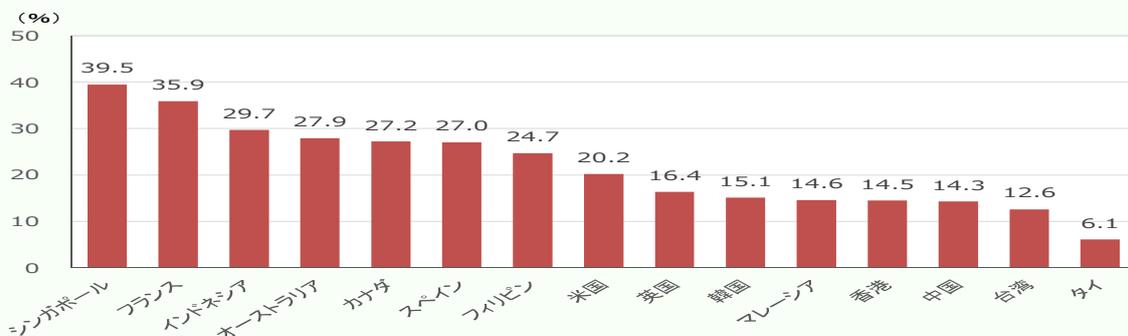
【コラム図表Ⅱ-5-1 日本滞在中の宿泊施設利用率（2017年7-9月期、複数回答）】



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」【全目的】

調査結果によると、訪日外国人観光客¹⁷の民泊利用者には「欧米豪」において割合が高く、「若者」、「長期滞在」が多いという特徴がある。また、訪れた都道府県（都道府県訪問率¹⁸）は、大阪府（63.7%）、京都府（63.7%）、東京都（40.2%）といった都市部が高く、特に大阪府、京都府は民泊非利用者に比べて高くなっている。

【コラム図表Ⅱ-5-2：国籍・地域別にみる「有償での住宅宿泊」利用率（平成29年7-9月期）】



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」【観光・レジャー目的】

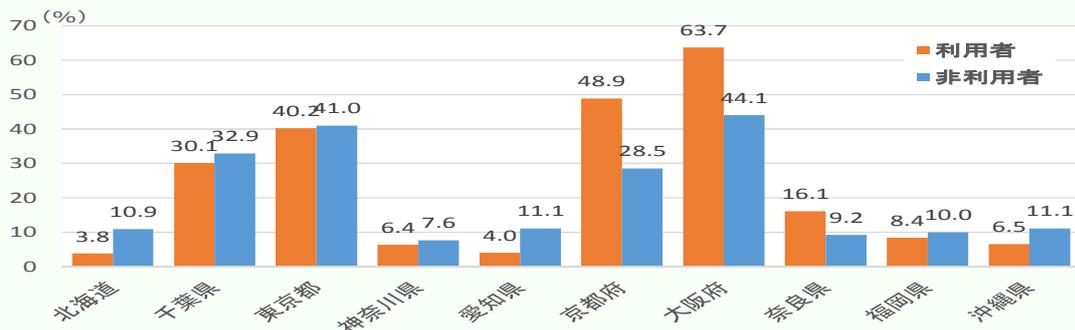
注1：「有償での住宅宿泊」を選択した回答数が5未満の国籍・地域を除く

¹⁶ 観光庁「訪日外国人消費動向調査」において、利用した宿泊施設の選択肢に「有償での住宅宿泊」を追加。本調査は訪日外国人への外国語による聞き取り調査であり、回答者本人が当該種類の宿泊施設を利用したと認識していない場合、他の選択肢を回答している可能性がある。本調査での調査票の「有償での住宅宿泊」の選択肢表記は、「有償での住宅宿泊（Airbnb、自在客など）」である。「利用率」は、旅行中に当該施設を泊数にかかわらず1泊でも利用したとの回答があった場合に利用した者として計上され、複数種類の施設を利用した者については、それぞれの施設を利用した者として計上される。

¹⁷ 「訪日外国人観光客」は観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者であり、業務目的や親戚・友人訪問などは含まない。

¹⁸ 訪問率は、旅行者が各都道府県を訪れた割合。訪問地には出入国空港の所在地が含まれる。

【コラム図表Ⅱ-5-3 「有償での住宅宿泊」利用有無別 都道府県訪問率（平成29年7-9月期）】



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」【観光・レジャー目的】

注1：訪日外国人観光客の訪問率が高い上位10都道府県のみ掲載している

（民泊普及の背景には、多様な外国人旅行者のニーズへの対応不足も一因）

こうした民泊普及の背景には、近年の急速な訪日外国人旅行者数の増加といった要因のみならず、既存の宿泊施設が外国人旅行者の多様なニーズ（例えば、長期滞在者向けの「泊食分離」、家族旅行など比較的多人数で宿泊できるホテルの不足、日本の伝統的な生活体験ができる施設の不足等）に十分に配慮されておらず、その隙間を埋める存在として民泊が増加していったものと考えられる。

（民泊や外国人旅行者の増加がもたらす課題）

また、民泊の増加は、我が国が観光立国を目指す上での様々な課題を明らかにしつつある。例えば、民泊利用者による騒音やゴミ放置など周辺住民の平穏な生活との調和は代表的な例である。こうした民泊がもたらす課題に適切に対応しつつ、健全な民泊サービスの普及を図るために住宅宿泊事業法（平成29年法律第65号）が制定され、2018年（平成30年）6月15日に施行されることとなっている。

さらには、民泊の増加のみならず、近年の訪日外国人旅行者数の急速な増加により、観光地でのマナー違反や文化財・環境への影響といった問題や、一部の地域においては、交通渋滞や交通機関の混雑など市民生活への影響が生じつつある例がある。また、空港における訪日外国人旅行者によるゴミ等の放置といった問題が生じている例もある。海外では、違法民泊への参入が増え、地価や家賃が高騰し、住民生活を圧迫していると指摘される例や、観光都市として有名なスペインのバルセロナやイタリアのベネチアなどでは、観光客の増加が市民生活に大きな負担となり、地元住民が増え続ける観光客への対策を求めたり、観光行政に対する抗議活動が生じているといった例もある。このように、特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような観光の状況は、最近では「オーバーツーリズム（overtourism）」と呼ばれるようになってきている。

（観光立国を目指す上で乗り越えなければならない課題）

上記の海外での例は、都市の人口規模や地理的な状況など様々な要因が絡み合っており、我が国の状況と一概に比較することはできないが、今後、訪日外国人旅行者数の増加が続くと、我が国においても観光地の環境や市民生活との関係で様々な課題が生じることが予想される。

重要なことは、こうした課題に対し、安易に観光客を排除するのではなく、環境や市民生活との調和を図るための様々な努力を地道に積み重ねていくことである。人口減少が続く我が国においては、交流人口の増加により経済成長や地域経済の活性化を図り、さらには、国際的な相互理解を増進するため「観光立国」の実現は不可欠であり、その際、訪日外国人旅行者数の増加と、環境や市民生活との調和を図る「持続可能な観光」の実現は、乗り越えなければならない課題である。

こうした「持続可能な観光」に対する関心は国際的に高まっており、2015年（平成27年）の国連総会において、2017年（平成29年）を「持続可能な観光国際年」（International Year of Sustainable Tourism for Development(IYSTD)）とすることが決議され、同決議に基づき国連世界観光機関（UNWTO）では、関連行事等の実施を通じて本国際年の周知を図り、観光の重要性を更に浸透させるよう各国に要請が行われた。

(地域の実情に応じ、住民参加の下、様々な手法を組み合わせ課題を克服していく必要)

持続的な観光の実現に向けて克服すべき課題については、観光地の環境悪化、交通渋滞、交通機関の混雑、騒音、ゴミ処理など地域に応じて多種多様であることから対応策も一様ではない。一部の観光地では、市民生活との調和を図るための取組が行われており、例えば京都市では条例等において民泊に係る市の独自ルールを定めた。内容としては、周辺住民の生活環境の悪化を防止するために住宅宿泊事業者等が、宿泊者に対して騒音やゴミ出し等に対するルールの説明を行うことや、届出住宅に係る住宅宿泊管理業務を住宅宿泊管理者に委託する場合には、迅速な対応を可能にするため、現地対応管理者を駐在させる場所について、届出住宅に概ね10分以内で到着することができる場所とすること等を定めた。加えて、市バスの一日乗車券の値上げ及び地下鉄・バス一日券の値下げにより地下鉄へ観光客を誘導するなどの取組が行われている。また、鎌倉市では、一部の鉄道が観光客により混雑し、市民生活に支障が生じているため、あらかじめ発行された「沿線住民等証明書」を所持する住民を優先的に乗車させる実証実験の実施やエリア内の一般道を走行する自動車に対して課金する「エリアプライシング」の検討などが行われている。

規制のみならず、インセンティブ政策、税制や価格政策、的確な情報発信など様々な手法を組み合わせ、住民参加の下で地域の課題に応じて対応していくことが求められる。

【コラム図表Ⅱ-5-4 観光客と市民共生】

(京都市における取組)



(鎌倉市における取組)



第Ⅲ部 平成 29 年度に講じた施策

第 1 章 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に

第 1 節 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

- 1 我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放
- 2 地域振興に資する観光を通じたインフラの活用
- 3 公的施設の公開・開放についての情報発信

第 2 節 文化財の観光資源としての開花

- 1 「文化財活用・理解促進戦略プログラム 2020」の策定
- 2 文化庁の京都への移転
- 3 世界文化遺産の観光への活用
- 4 観光地域魅力創造の推進
- 5 文化芸術資源を活用した地域活性化

第 3 節 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

- 1 美しい自然資源の観光資源としての利用促進
- 2 「国立公園満喫プロジェクト」の推進
- 3 観光地魅力創造の推進

第 4 節 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

- 1 景観計画の策定促進及び無電柱化の推進
- 2 国営公園の魅力的な景観等の活用
- 3 美しい自然・景観等の観光への活用

第 5 節 滞在型農山漁村の確立・形成

- 1 美しい農山漁村において日本の自然や生活を体感し満喫してもらうための取組
- 2 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備
- 3 インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進
- 4 農業遺産の観光への活用
- 5 地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信の促進

第 6 節 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

第 7 節 新たな観光資源の開拓

- 1 外国人に対するイベント情報の提供と参加の円滑化
- 2 美術館や博物館の観覧者の満足度向上
- 3 日本エンターテインメントの発信拠点の整備

第 8 節 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

- 1 地方における消費税免税店数の増加
- 2 保税売店の市中展開による買い物魅力の向上
- 3 商店街等に対する支援
- 4 ふるさと名物応援事業の推進
- 5 優れた地方産品等の活用による地方への誘客
- 6 伝統工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入れ促進
- 7 地域の消費に係る統計の充実
- 8 北海道における観光消費の拡大
- 9 ICT を活用したスマートシティの推進

10 消費や投資を促進する観光地高度化計画の策定の推進

第9節 広域観光周遊ルートの世界水準への改善

- 1 広域観光周遊ルートに対する専門家チーム（パラシュートチーム）の派遣
- 2 テーマ別観光ルートの推進
- 3 国、地方、民間等が連携した新たな協議会の設置
- 4 都市周遊ミニルートの選定
- 5 観光地における渋滞対策の強化
- 6 広域産業観光事業の実施
- 7 観光地魅力創造の推進
- 8 「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の設置・運営

第10節 「観光立国ショーケース」の形成の推進

第11節 東北の観光復興

- 1 東北6県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組
- 2 復興観光拠点都市圏への重点的な支援
- 3 全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンの実施
- 4 「東北6県見るもの・食べもの・買い物100選」の発信
- 5 東北観光復興対策交付金による重点的な支援
- 6 ホストタウンの推進及び海外への情報発信の支援
- 7 防災学習も含めた教育旅行の再興
- 8 仙台空港のLCC拠点化の促進
- 9 「グリーン復興プロジェクト」の推進
- 10 新たな復興ビジネスモデルの支援

第2章 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

第1節 観光関係の規制・制度の総合的な見直し

- 1 通訳案内士
- 2 ランドオペレーター
- 3 宿泊業
- 4 旅行業
- 5 観光地再生・活性化ファンド（仮称）
- 6 通訳案内士・ガイドへのアクセシビリティの改善

第2節 民泊サービスへの対応

- 1 民泊サービスのルールづくりに向けた検討
- 2 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応

第3節 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

- 1 観光産業の担い手の3層構造による育成
- 2 国家戦略特別区域制度を活用したクールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進

第4節 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

- 1 旅館等に対する投資促進
- 2 旅館等の空室の有効活用
- 3 宿泊産業事業者の人材育成
- 4 多様なニーズへの対応
- 5 宿泊施設整備の促進
- 6 海外宿泊事業者等の日本進出支援

第5節 世界水準のDMOの形成・育成

- 1 「日本版DMO登録制度」の登録法人に対する支援
- 2 世界水準のDMOの形成に向けた支援の実施

第6節 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開

- 1 観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の安定的・継続的提供

第7節 次世代の観光立国実現のための財源の検討

- 1 国際観光旅客税の創設
- 2 恒久的観光財源確保のための諸制度の検討

第8節 訪日プロモーションの戦略的高度化

- 1 オリパラ後も見据えた訪日プロモーションの取組
- 2 大規模国際競技大会の開催を活用した観光客の誘客
- 3 欧米豪を中心とした訪日層の拡大
- 4 日本各地の観光資源を活用した地方への誘客促進
- 5 新たな季節需要・訪日需要の掘り起こし
- 6 スポーツツーリズム・ムーブメントの創出
- 7 JNTOの機能強化
- 8 現地の旅行代理店販売員の人材育成支援

第9節 インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

- 1 インターネットを活用した取組
- 2 欧米豪を中心とする富裕層をターゲットとした旅行先としての日本のブランドイメージの確立
- 3 在外公館や放送コンテンツ等の活用による日本の魅力の発信

第10節 MICE誘致の促進

- 1 MICE誘致促進に向けた支援体制の構築

第11節 IRに係る法制上の措置の検討

第12節 ビザの戦略的緩和

第13節 訪日教育旅行の活性化

第14節 観光教育の充実

- 1 観光・旅に関する教育の充実に向けた取組
- 2 若者世代の旅行需要喚起
- 3 若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

第15節 若者のアウトバウンド活性化

- 1 旅行費用軽減をはじめとする若年層の海外旅行促進
- 2 観光分野における多国間枠組みへの貢献
- 3 二国間関係の強化による双方向交流の拡大

第3章 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

第1節 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

- 1 世界初の出入国審査パッケージの導入、世界最高水準の技術の活用等の取組
- 2 先進的な保安検査機器の導入
- 3 出入国審査等に係る物的・人的体制の整備
- 4 ファーストレーンの整備促進
- 5 乗客予約記録の分析・活用の高度化

第2節 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

- 1 ボトルネックとなっている宿泊施設、観光バス乗降場等の整備促進
- 2 都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築
- 3 都市公園内への観光案内所等の設置促進
- 4 会議施設等の整備や統一的な案内サイン、バリアフリー化等の整備への重点支援
- 5 日本の都市の魅力を海外に発信するシティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）構想の推進
- 6 道路空間と観光の連携の推進

第3節 キャッシュレス環境の飛躍的改善

- 1 海外発行カード対応 ATM の設置促進
- 2 クレジットカード決済対応等の取組

第4節 通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現

- 1 通信環境の飛躍的向上
- 2 誰もが一人歩きできる観光の実現等に向けた取組
- 3 観光案内拠点の充実
- 4 観光地の公衆トイレの洋式化
- 5 ムスリム対応の強化
- 6 訪日外国人旅行者の移動円滑化に資する情報の整備
- 7 「道の駅」の通信環境等の整備
- 8 受入環境向上に向けた調査の実施
- 9 ICT を活用したスマートシティの推進
- 10 地域における IoT/ICT を活用した観光クラウドシステムの普及展開

第5節 多言語対応による情報発信

第6節 急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実

- 1 「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施
- 2 訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化
- 3 訪日外国人旅行者の保険加入促進

第7節 「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境

- 1 交番等における訪日外国人旅行者対応の強化
- 2 救急活動時における多言語翻訳システムの活用促進
- 3 熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供
- 4 気象情報の外国語での提供
- 5 多言語による情報伝達の優れた事例等の全国での共有
- 6 災害時の避難受入施設に関する体制強化
- 7 感染症対策の着実な実施
- 8 訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制の強化
- 9 外国人運転者にも分かりやすい道路標識の整備
- 10 プッシュ型の洪水情報の配信の推進

第8節 「地方創生回廊」の完備

- 1 新幹線・高速道路等の高速交通網の活用

- 2 鉄道の観光資源としての魅力発信
- 3 外国人旅行者のドライブツーリズムの促進
- 4 外国人旅行者向け周遊ドライブパスの展開
- 5 北海道におけるドライブツーリズム振興と消費拡大
- 6 「道の駅」を核とした地域振興

第9節 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進

- 1 複数空港の一体運営の推進
- 2 地方空港の着陸帳軽減
- 3 首都圏空港の容量拡大
- 4 首都圏におけるビジネスジェットの入受環境の改善
- 5 地方空港のLCC・チャーター便の入受促進
- 6 コンセッション空港等における到着時免税店制度の研究・検討
- 7 新規誘致に係る日本政府観光局（JNTO）の協働プロモーション支援
- 8 LCCターミナル等の整備
- 9 高速バス・LCC等の利用促進
- 10 海外LCC企業等の日本進出支援
- 11 首都圏空港アクセスの利便性向上
- 12 コンセッション方式等の活用の推進
- 13 国内管制空域の抜本的再編による管制処理容量の向上

第10節 クルーズ船受入の更なる拡充

- 1 「北東アジア海域をカリブ海のような世界的なクルーズ市場に」の実現に向けた取組
- 2 地域密着型のクルーズ観光振興

第11節 公共交通利用環境の革新

- 1 訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けた取組
- 2 手ぶら観光の推進
- 3 相互利用可能な交通系ICカードの普及促進
- 4 安全対策を前提とした貸切バスの利用促進
- 5 訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現

第12節 休暇改革

- 1 働き方・休み方改革の推進
- 2 休暇取得の分散化等による観光需要の平準化
- 3 「海の日」を活用した観光需要拡大

第13節 オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

- 1 「ユニバーサルデザイン2020」のとりまとめ
- 2 ユニバーサルデザインの街づくり
- 3 「心のバリアフリー」
- 4 ICTを活用した歩行者移動支援の普及促進
- 5 障害者の芸術・文化活動支援

第IV部 平成30年度に講じようとする施策

第1章 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に

第1節 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

- 1 我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放
- 2 更なる公的施設・インフラの公開・開放の検討
- 3 地域振興に資する観光を通じたインフラの活用
- 4 公的施設の公開・開放についての情報発信

第2節 文化財の観光資源としての開花

- 1 「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」の策定
- 2 文化庁の京都への移転
- 3 世界文化遺産の観光への活用
- 4 観光地域魅力創造の推進
- 5 文化芸術資源を活用した地域活性化

第3節 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

- 1 美しい自然資源の観光資源としての利用促進
- 2 「国立公園満喫プロジェクト」の推進
- 3 観光地域魅力創造の推進

第4節 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

- 1 景観計画の策定促進及び無電柱化の推進
- 2 国営公園の魅力的な景観等の活用
- 3 美しい自然・景観等の観光への活用
- 4 明治記念大磯邸園（仮称）の整備の推進

第5節 滞在型農山漁村の確立・形成

- 1 美しい農山漁村において日本の自然や生活を体感し満喫してもらうための取組
- 2 農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備
- 3 インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進
- 4 農業遺産の観光への活用
- 5 地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信の促進

第6節 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

- 1 人材
- 2 地方公共団体・情報発信
- 3 金融・公的支援
- 4 規制・制度改革

第7節 新たな観光資源の開拓

- 1 「楽しい国 日本」の実現に向けたコンテンツの育成
- 2 地域観光資源の多言語解説整備の支援
- 3 外国人に対するイベント情報の提供と参加の円滑化
- 4 美術館や博物館の観覧者の満足度向上
- 5 日本エンターテインメントの発信拠点の整備

第8節 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

- 1 地方における消費税免税店数の増加

- 2 商店街等に対する支援
- 3 ふるさと名物応援事業の推進
- 4 優れた地方産品等の活用による地方への誘客
- 5 伝統工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入れ促進
- 6 地域の消費に係る統計の充実
- 7 保税売店の市中展開による買い物魅力の向上
- 8 ICTを活用したスマートシティの推進
- 9 消費や投資を促進する観光地高度化計画の策定の推進

第9節 広域観光周遊ルートの世界水準への改善

- 1 広域観光周遊ルートに対する専門家チーム（パラシュートチーム）の派遣
- 2 テーマ別観光ルートの推進
- 3 国、地方、民間等が連携した新たな協議会の設置
- 4 都市周遊ミニルートの選定
- 5 観光地における渋滞対策の強化
- 6 広域産業観光事業の実施
- 7 「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の設置・運営
- 8 ガーデンツーリズムの推進

第10節 「観光立国ショーケース」の形成の推進

第11節 東北の観光復興

- 1 東北6県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組
- 2 復興観光拠点都市圏への重点的な支援
- 3 全世界を対象としたDESTINATION・キャンペーンの実施
- 4 「東北6県見るもの・食べもの・買いもの100選」の発信
- 5 東北観光復興対策交付金による重点的な支援
- 6 ホストタウンの推進及び海外への情報発信の支援
- 7 防災学習も含めた教育旅行の再興
- 8 仙台空港のLCC拠点化の促進
- 9 「グリーン復興プロジェクト」の推進
- 10 新たな復興ビジネスモデルの支援

第2章 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

第1節 観光関係の規制・制度の総合的な見直し

- 1 通訳案内士
- 2 ランドオペレーター
- 3 宿泊業
- 4 旅行業
- 5 観光地再生・活性化ファンド（仮称）
- 6 通訳案内士・ガイドへのアクセシビリティの改善

第2節 民泊サービスへの対応

- 1 民泊サービスのルールづくりに向けた検討
- 2 国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応

第3節 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

- 1 観光産業の担い手の3層構造による育成
- 2 国家戦略特別区域制度を活用したクールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進

第4節 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

- 1 旅館等に対する投資促進
- 2 宿泊産業事業者の人材育成
- 3 多様なニーズへの対応
- 4 宿泊施設整備の促進
- 5 海外LCC企業等の日本進出支援
- 6 宿泊施設のバリアフリー化促進

第5節 世界水準のDMOの形成・育成

- 1 「日本版DMO登録制度」の登録法人に対する支援
- 2 世界水準のDMOの形成に向けた支援の実施

第6節 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開

- 1 観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の安定的・継続的提供

第7節 次世代の観光立国実現のための財源の検討

第8節 訪日プロモーションの戦略的高度化

- 1 オリパラ後も見据えた訪日プロモーションの取組
- 2 大規模国際競技大会の開催を活用した観光客の誘客
- 3 欧米豪を中心とした訪日層の拡大
- 4 日本各地の観光資源を活用した地方への誘客促進
- 5 スポーツツーリズム・ムーブメントの創出
- 6 JNTOの機能強化
- 7 海外の旅行代理店販売員の人材育成支援
- 8 訪日外国人旅行者の満足度向上によるリピーターの拡大

第9節 インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

- 1 インターネットを活用した取組
- 2 欧米豪を中心とする富裕層をターゲットとした旅行先としての日本のブランドイメージの確立
- 3 在外公館や放送コンテンツ等の活用による日本の魅力の発信
- 4 風評被害を最小限に抑えるプロモーション
- 5 観光分野における多国間枠組みへの貢献
- 6 二国間関係の強化による双方向交流の拡大
- 7 先住民族としてのアイヌ文化等の発信
- 8 外国メディア招へいや在京外国メディア記者向けプレスツアーを活用した情報発信
- 9 旅客船・フェリーの観光利用促進のための効果的な情報発信

第10節 MICE誘致の促進

- 1 MICE誘致促進に向けた支援体制の構築

第11節 IRに係る法制上の措置の検討

第12節 ビザの戦略的緩和

第13節 訪日教育旅行の活性化

- 1 地域における調整・相談窓口の構築及び地域の観光部局と教育部局の連携の促進
- 2 海外と地域をつなげる一元的な相談窓口の設置
- 3 訪日教育旅行に対する理解の促進
- 4 訪日教育旅行の地方への誘致

第14節 観光教育の充実

- 1 観光・旅に関する教育の充実に向けた取組
- 2 若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

第15節 若者のアウトバウンド活性化

- 1 旅行費用軽減をはじめとする若年層の海外旅行促進
- 2 観光分野における多国間枠組みへの貢献
- 3 二国間関係の強化による双方向交流の拡大
- 4 旅行安全情報等に関する情報プラットフォームの構築

第3章 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

第1節 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

- 1 世界初の出入国審査パッケージの導入、世界最高水準の技術の活用等の取組
- 2 FAST TRAVEL の推進
- 3 先進的な保安検査機器の導入
- 4 出入国審査ブース・CIQ 体制の充実
- 5 税関検査場電子申告ゲートの整備
- 6 ファーストレーンの整備促進
- 7 乗客予約記録の分析・活用の高度化
- 8 CIQ 体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国審査体制の実施（審査ブース端末の増設等）
- 9 出発国における事前スクリーニングによる渡航防止のための仕組みの導入
- 10 上陸審査等の合理化（ED カード及び在留資格認定証明書の電子化）

第2節 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

- 1 ボトルネックとなっている宿泊施設、観光バス乗降場等の整備促進
- 2 都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築
- 3 都市公園内への観光案内所等の設置促進
- 4 会議施設等の整備や統一的な案内サイン、バリアフリー化等の整備への重点支援
- 5 日本の都市の魅力を海外に発信するシティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）構想の推進
- 6 道路空間と観光の連携の推進

第3節 キャッシュレス環境の飛躍的改善

- 1 海外発行カード対応 ATM の設置促進
- 2 クレジットカード決済対応等の取組

第4節 通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現

- 1 通信環境の飛躍的向上
- 2 誰もが一人歩きできる観光の実現等に向けた取組
- 3 観光案内拠点の充実
- 4 観光地の公衆トイレの様式化
- 5 ムスリム対応の強化
- 6 訪日外国人旅行者の移動円滑化に資する情報の整備
- 7 「道の駅」の通信環境等の整備
- 8 受入環境向上に向けた調査の実施
- 9 ICT を活用したスマートシティの推進
- 10 地域における IoT/ICT を利用した観光クラウドシステムの普及展開
- 11 持続可能な観光地域づくりに向けた対策の強化

第5節 多言語対応による情報発信

第6節 急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実

- 1 「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施
- 2 訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化
- 3 訪日外国人旅行者の保険加入促進

第7節 「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境

- 1 交番等における訪日外国人旅行者対応の強化
- 2 救急活動時における多言語翻訳システムの活用促進
- 3 熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供
- 4 気象情報の外国語での提供
- 5 多言語による情報伝達の優れた事例等の全国での共有
- 6 災害時の避難受入施設に関する体制強化
- 7 感染症対策の着実な実施
- 8 訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制の強化
- 9 外国人運転者にも分かりやすい道路標識の整備
- 10 プッシュ型の洪水情報の配信の推進
- 11 訪日外国人のレンタカー利用時における利便性の向上

第8節 「地方創生回廊」の完備

- 1 新幹線・高速道路等の高速交通網の活用
- 2 鉄道の観光資源としての魅力発信
- 3 訪日外国人旅行者のドライブツーリズムの促進
- 4 訪日外国人旅行者向け周遊ドライブパスの展開
- 5 「道の駅」を核とした地域振興
- 6 地方版図柄入りナンバープレートの導入による地域の魅力の発信
- 7 北海道において観光列車を運行させる外部事業者を公募するための仕組みの検討
- 8 ICT・AIを活用したエリア観光渋滞対策

第9節 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進

- 1 複数空港の一体運営の推進
- 2 地方空港の着陸料軽減
- 3 首都圏空港の容量拡大
- 4 首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善
- 5 地方空港のLCC・チャーター便の受入促進
- 6 新規誘致に係る日本政府観光局（JNTO）の協働プロモーション支援
- 7 空港におけるおもてなし環境・賑わいの創出
- 8 LCCターミナル等の整備
- 9 高速バス・LCC等の利用促進
- 10 海外LCC企業等の日本進出支援
- 11 空港アクセスの利便性向上
- 12 コンセッション方式等の活用の推進
- 13 国内管制空域の抜本的再編による管制処理容量の向上

第10節 クルーズ船受入の更なる拡充

- 1 「北東アジア海域をカリブ海のような世界的なクルーズ市場に」の実現に向けた取組

第11節 公共交通利用環境の革新

- 1 訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けた取組
- 2 手ぶら観光の推進

- 3 相互利用可能な交通系 IC カードの普及促進
- 4 安全対策を前提とした貸切バスの利用促進
- 5 訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現
- 6 新幹線の無料 Wi-Fi 環境等の整備促進
- 7 訪日外国人の移動に関するデータ (FF-Data) の整備
- 8 世界に誇るサイクリング環境の創出

第 12 節 休暇改革

- 1 働き方・休み方改革の推進
- 2 休暇取得の分散化等による観光需要の平準化
- 3 「海の日」を活用した観光需要拡大

第 13 節 オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

- 1 「ユニバーサルデザイン 2020」のとりまとめ
- 2 ユニバーサルデザインの街づくり
- 3 「心のバリアフリー」
- 4 ICT を活用した歩行者移動支援の普及促進
- 5 障害者の芸術・文化活動支援