資料３

地域の活性化にかかる観光庁の諸施策について

令和元年度
第１回北陸信越スノーリゾート地域の活性化推進検討会
令和元年10月30日

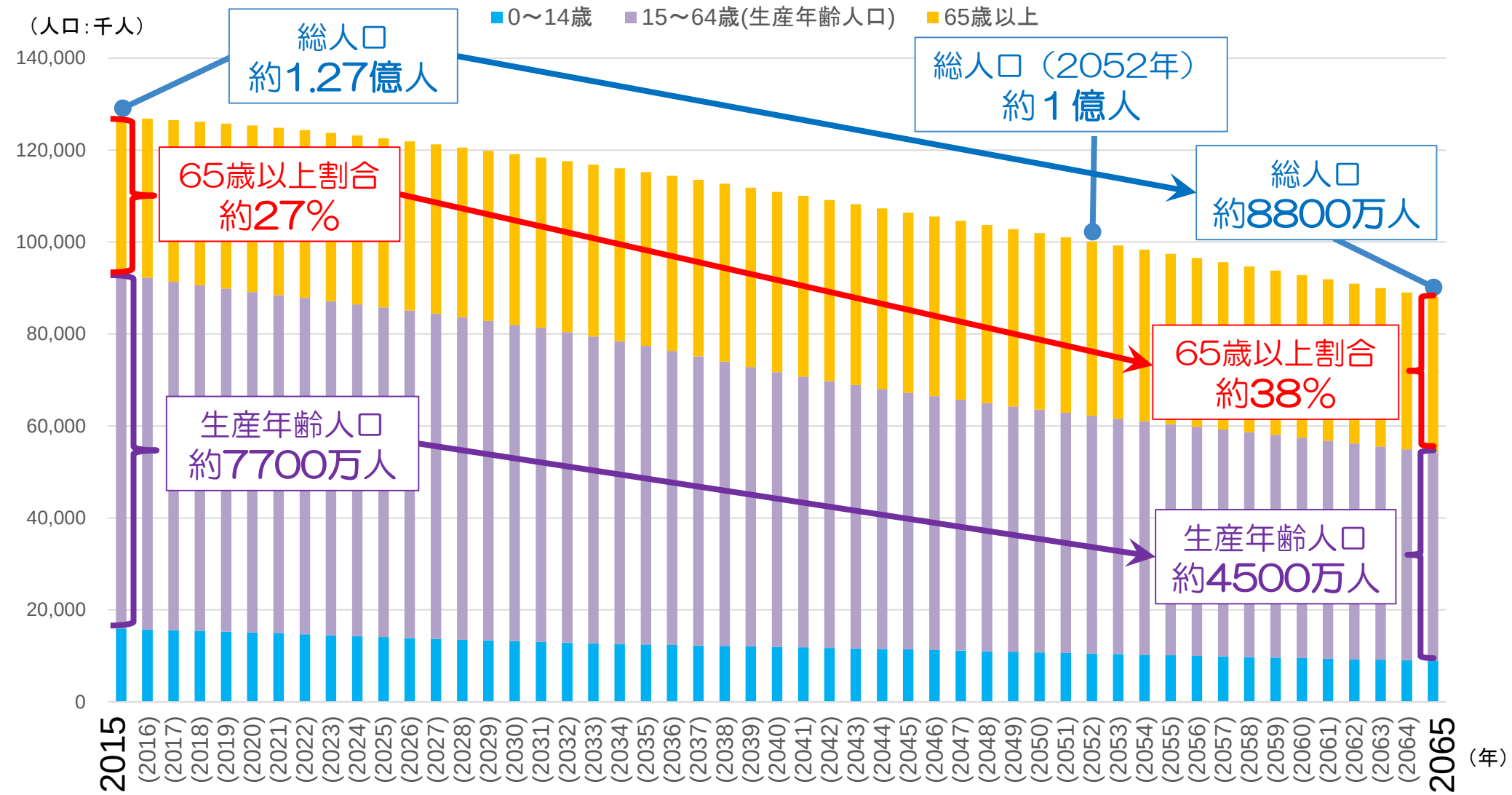
北陸信越運輸局 観光部

1．観光の意義

人口減少・少子高齢化の推移・予測

国土交通省
北陸信越運輸局

○　今後、人口減少が進み、2052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、2065年には総人口の約38%が65歳以上になる見通し。
○　それにより、生産年齢人口は2065年には現在の6割近くまで減少。



（国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（中位推計））

観光交流人口増大の経済効果（2018年）

○定住人口１人当たりの年間消費額（127万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）23人分、国内旅行者（日帰り）73人分にあたる。

定住人口＝1億2,644万人
１人当たり年間消費額＝127万円

旅行消費額

訪日外国人旅行4.5兆円

国内旅行（海外分除く）20.5兆円

うち宿泊旅行　15.8兆円
うち日帰り旅行　4.7兆円

訪日外国人旅行者
3,119万人

１人１回当たり旅行支出
15万3,029円

＋

国内旅行者（宿泊＋日帰り）
5億6,178万人 <延べ人数>

うち宿泊　2億9,105万人
うち日帰り　2億7,073万人

１人１回当たり消費額
宿泊　5万4,300円
日帰り　1万7,285円

減少
定住人口1人減少分

拡大
外国人旅行者8人分
又は
国内旅行者（宿泊）23人分
又は
国内旅行者（日帰り）73人分

定住人口は2018年10月1日現在人口推計（総務省）、定住人口１人当たり年間消費額は2018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（2018年）より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2018年）より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局（2018年）発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2018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（2018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（2018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）

我が国にとっての観光の意義

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。

＜訪日客で賑わう百貨店（銀座・三越）＞

＜訪日客で賑わう大型商業施設（鳥取県・境港市）＞

地方創生の鍵

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。

＜中国・韓国の旅行者でにぎわう地方空港（富士山静岡空港）＞

国際社会での日本の地位向上

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。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。

＜茶道体験をする外国人旅行者＞

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。

＜我が国の伝統文化（秋田県「なまはげ」＞

我が国が持つ「観光先進国」への可能性

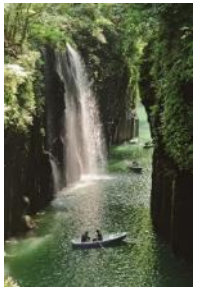
気候　自然　食　文化

我が国は、観光振興に必要な４要素、すなわち、「気候」「自然」「食事」「文化」が全て備わっている、フランスと並んで世界でも稀な存在である。

「新・観光立国論」デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社代表取締役社長）

「気候」スキー・ビーチリゾートを楽しめる風土

「自然」　手つかずの自然、山岳、豊富な動植物



「食」　世界文化遺産の「和食」、質の高い洋食

「文化」　和の伝統文化、現代文化

2. インバウンドの現状

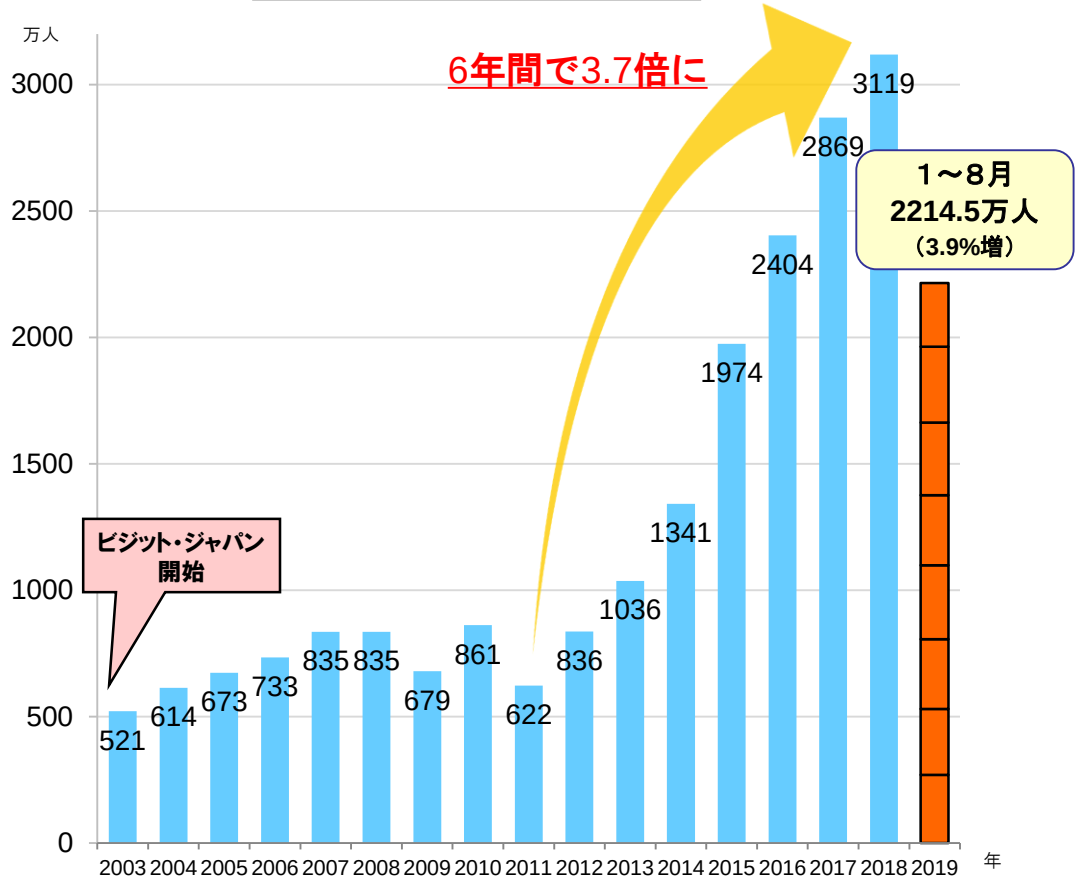
訪日外国人旅行者数の推移

○ 2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数は、**3,119万人（対前年比8.7%増）**と初めて3,000万人を突破し、過去最高を記録した。（外国人旅行者受入数：**世界で11位、アジアで3位に相当※**）

※ 2017年またはそれ以前の数値との比較で暫定順位であり、変動があり得る。

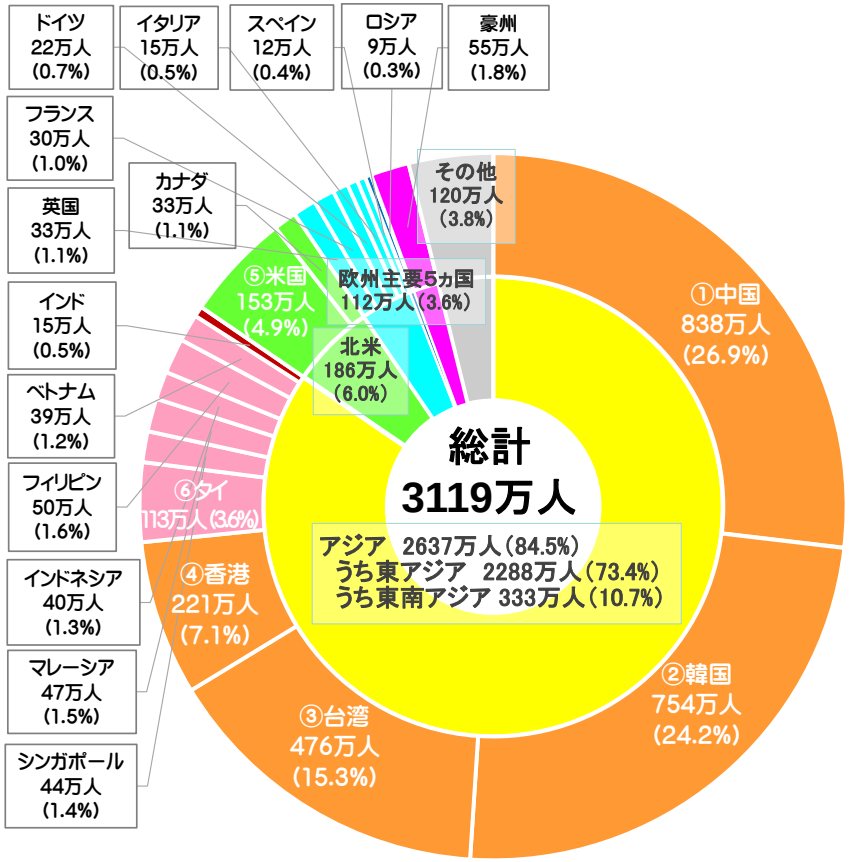
○ 訪日外国人旅行者数の内訳は、アジア全体で2,637万人（全体の84.5%）となった。また、市場別では中国で800万人を、米国で150万人を、タイで100万人をそれぞれ初めて突破した。

訪日外国人旅行者数の推移



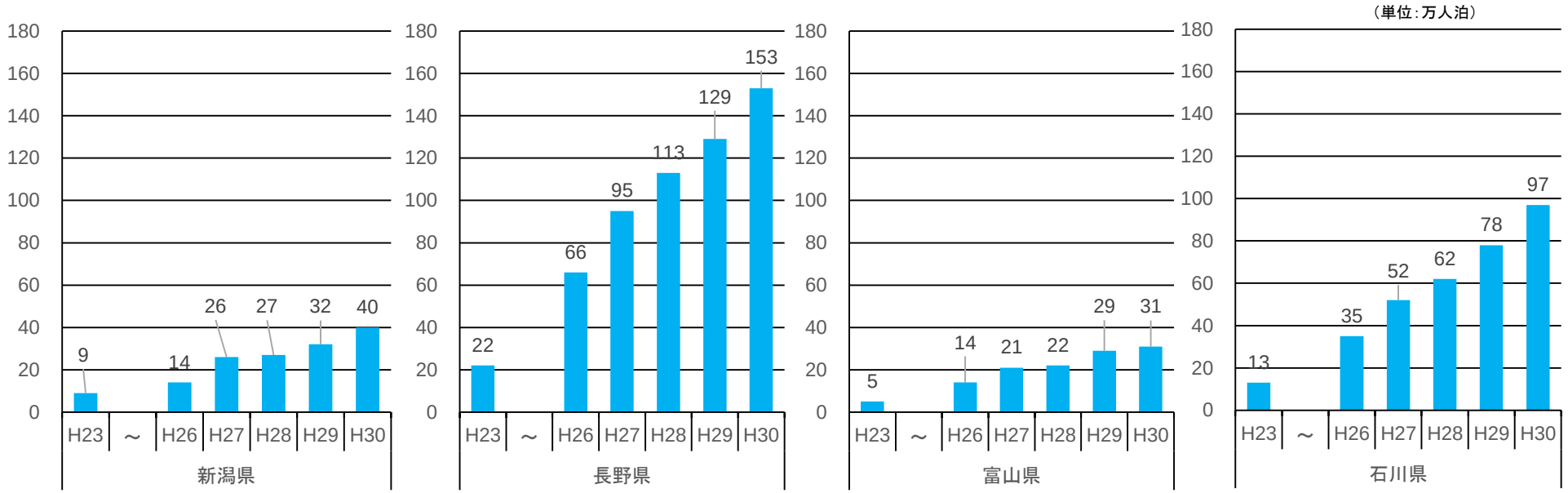
資料：日本政府観光局（ＪＮＴＯ）資料に基づき観光庁作成
注）2018年以前の値は確定値、2019年1月～6月の値は暫定値、2019年7月～8月の値は推計値、
%は対前年同月比

訪日外国人旅行者数の内訳（2018年（平成30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。

外国人延べ宿泊者数の推移



（単位：人泊）

	平成23年	～	平成26年	対前年比(%)	平成27年	対前年比(%)	平成28年	対前年比(%)	平成29年	対前年比(%)	平成30年	対前年比(%)
新潟県	91,250		135,520	127.2	262,500	193.7	267,020	101.7	315,400	118.1	404,890	128.4
長野県	224,140		660,480	121.6	947,450	143.4	1,134,940	119.8	1,289,960	113.7	1,527,160	118.4
富山県	51,160		142,070	104.2	207,790	146.3	222,270	107.0	287,720	129.4	306,200	106.4
石川県	126,260		348,290	106.7	517,430	148.6	623,460	120.5	777,240	124.7	973,950	125.3
北陸信越運輸局	492,800		1,286,360	115.7	1,935,180	150.4	2,247,700	116.1	2,670,330	118.8	3,212,210	120.3
全　国	18,415,690		44,824,600	133.8	65,614,600	146.4	69,388,940	105.8	79,690,590	114.8	94,275,240	118.3

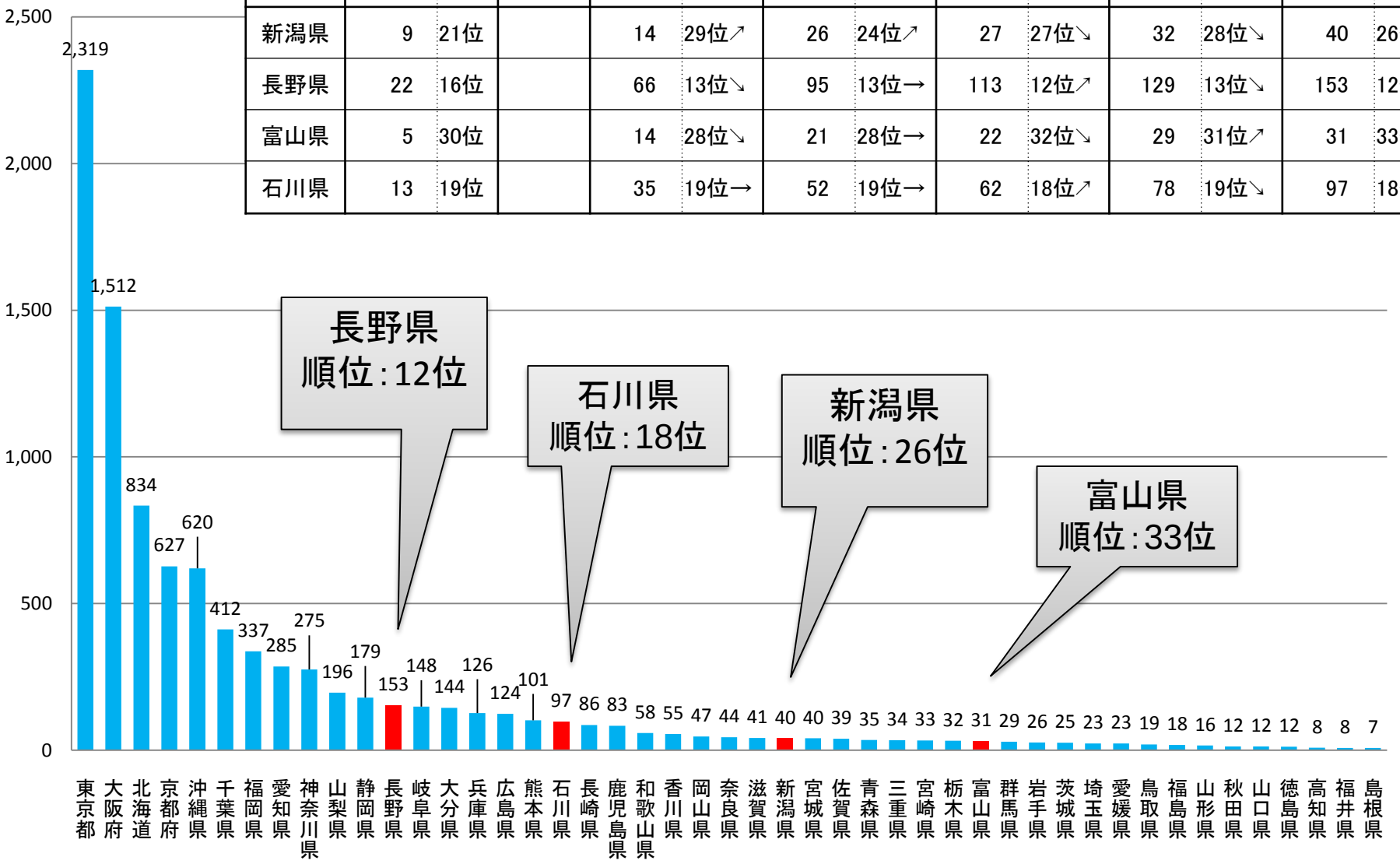
※観光庁「宿泊旅行統計調査」による（確定値）。

外国人延べ宿泊者数の順位

【平成30年】

（単位：万人泊）

	H23	順位	～	H26	順位	H27	順位	H28	順位	H29	順位	H30	順位
新潟県	9	21位		14	29位↗	26	24位↗	27	27位↘	32	28位↘	40	26位↗
長野県	22	16位		66	13位↘	95	13位→	113	12位↗	129	13位↘	153	12位↗
富山県	5	30位		14	28位↘	21	28位→	22	32位↘	29	31位↗	31	33位↘
石川県	13	19位		35	19位→	52	19位→	62	18位↗	78	19位↘	97	18位↗



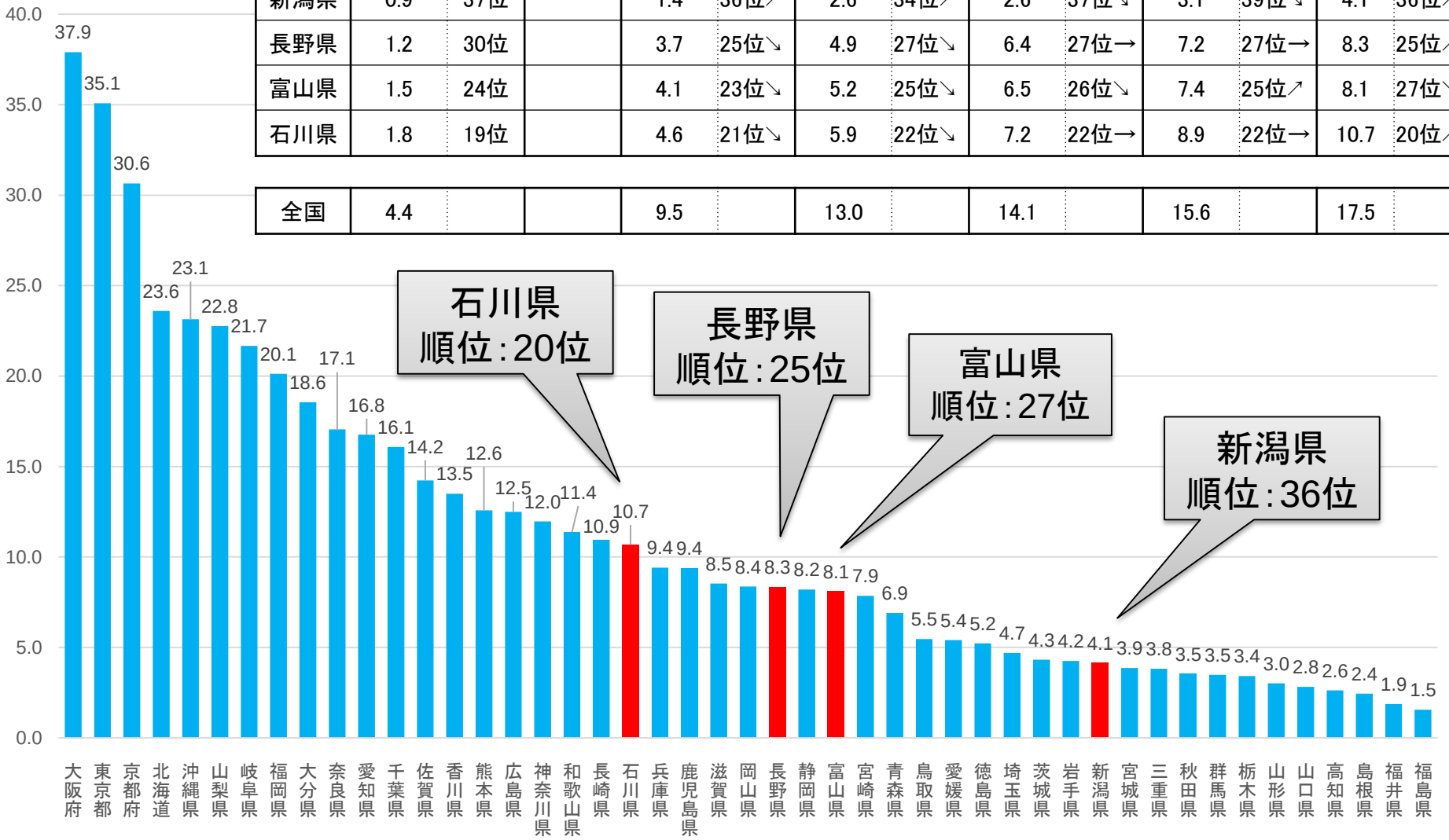
※観光庁「宿泊旅行統計調査」による（確定値）。

外国人比率の順位

【平成30年】

（単位：%）

	H23	順位	～	H26	順位	H27	順位	H28	順位	H29	順位	H30	順位
新潟県	0.9	37位		1.4	36位↗	2.6	34位↗	2.6	37位↘	3.1	39位↘	4.1	36位↗
長野県	1.2	30位		3.7	25位↘	4.9	27位↘	6.4	27位→	7.2	27位→	8.3	25位↗
富山県	1.5	24位		4.1	23位↘	5.2	25位↘	6.5	26位↘	7.4	25位↗	8.1	27位↘
石川県	1.8	19位		4.6	21位↘	5.9	22位↘	7.2	22位→	8.9	22位→	10.7	20位↗
全国	4.4			9.5		13.0		14.1		15.6		17.5	



※観光庁「宿泊旅行統計調査」による（確定値）。

※ 「外国人比率」とは、延べ宿泊者数に対する外国人延べ宿泊者数の割合。
［外国人比率（単位：%）］＝［外国人延べ宿泊者数］÷［延べ宿泊者数］×100

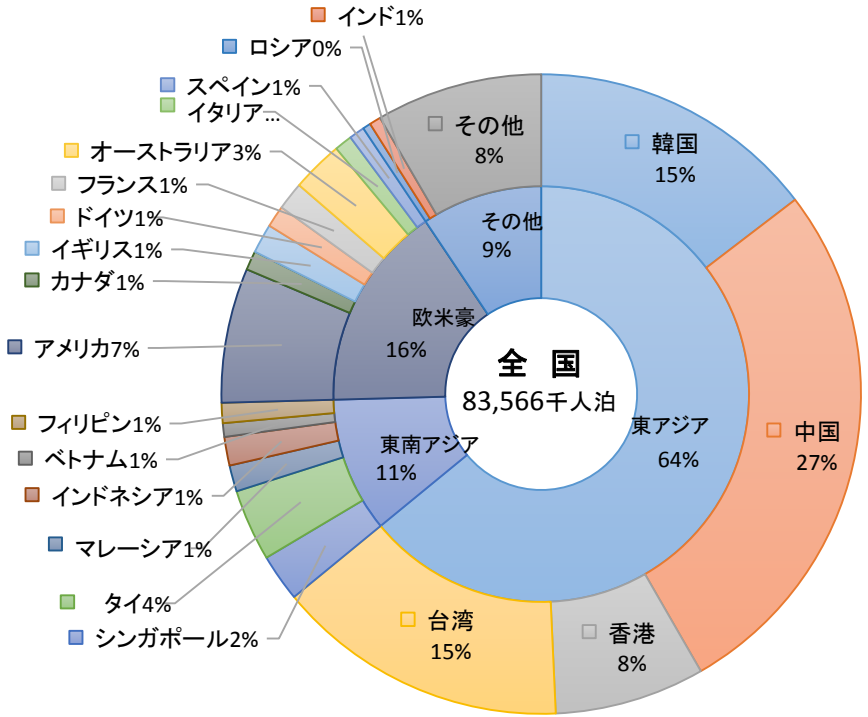
外国人延べ宿泊者数の国籍（出身地）別比率

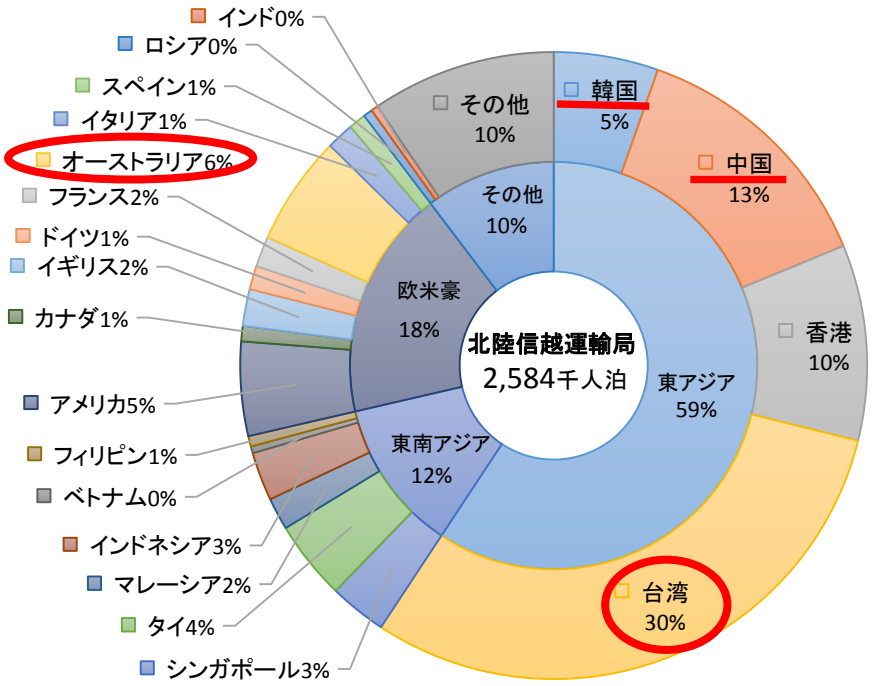
①全国と管内との比較（H30年）

（北陸信越地域の特徴）

- 全国の傾向と比較して、台湾の割合が2倍と高い比率となっている。
- 一方、韓国は全国の1／3、中国は1／2と低い比率となっている。
- オーストラリアの比率が高いのも特徴。

主な要因：台湾→立山黒部アルペンルート（雪の大谷）、湯沢等での雪遊び、佐渡のたらい舟
オーストラリア→白馬や妙高等でのスキー客

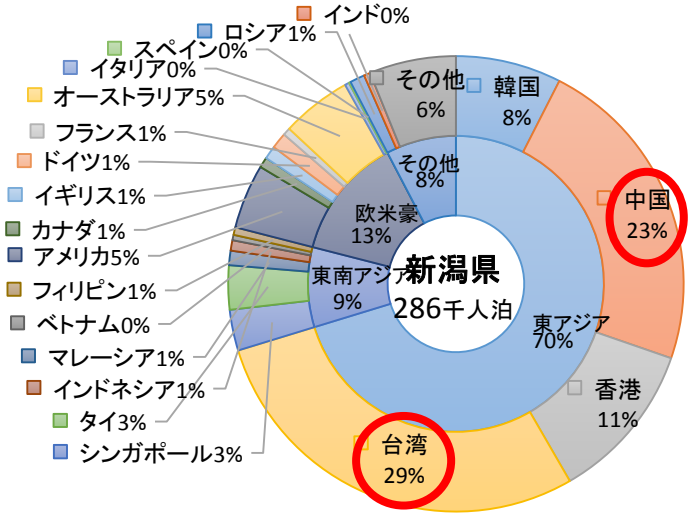


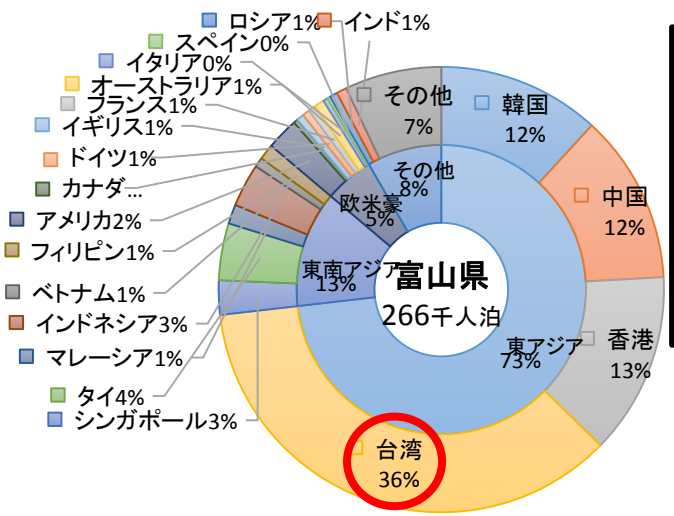


※観光庁宿泊旅行統計調査より（従業者数10人以上の施設：確定値）
なお、比率は、国籍不詳者数を除いた値で算出した。

外国人延べ宿泊者数の国籍(出身地)別比率

②各県の状況(H30年)

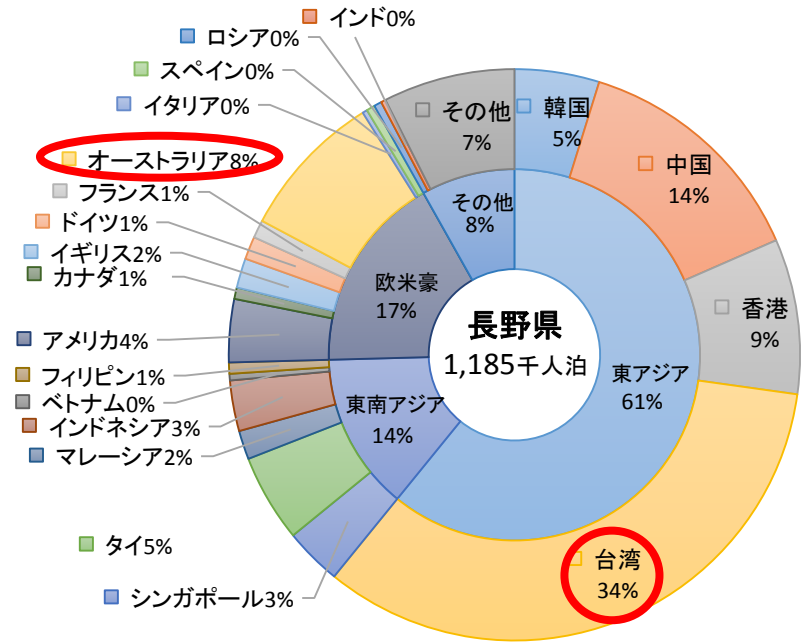


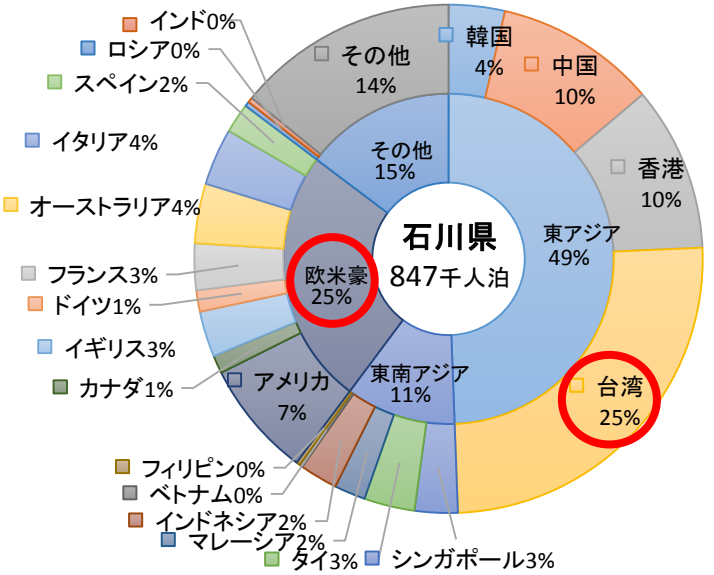


(特徴)

- 新潟県:台湾と中国の比率が高い。
- 長野県:台湾とオーストラリアの比率が高い。
- 富山県:台湾の比率が高い。
- 石川県:台湾、欧米豪の比率が高い。

※観光庁宿泊旅行統計調査より
(従業者数10人以上の施設:確定値)
なお、比率は、国籍不詳者数を除いた値で算出した。





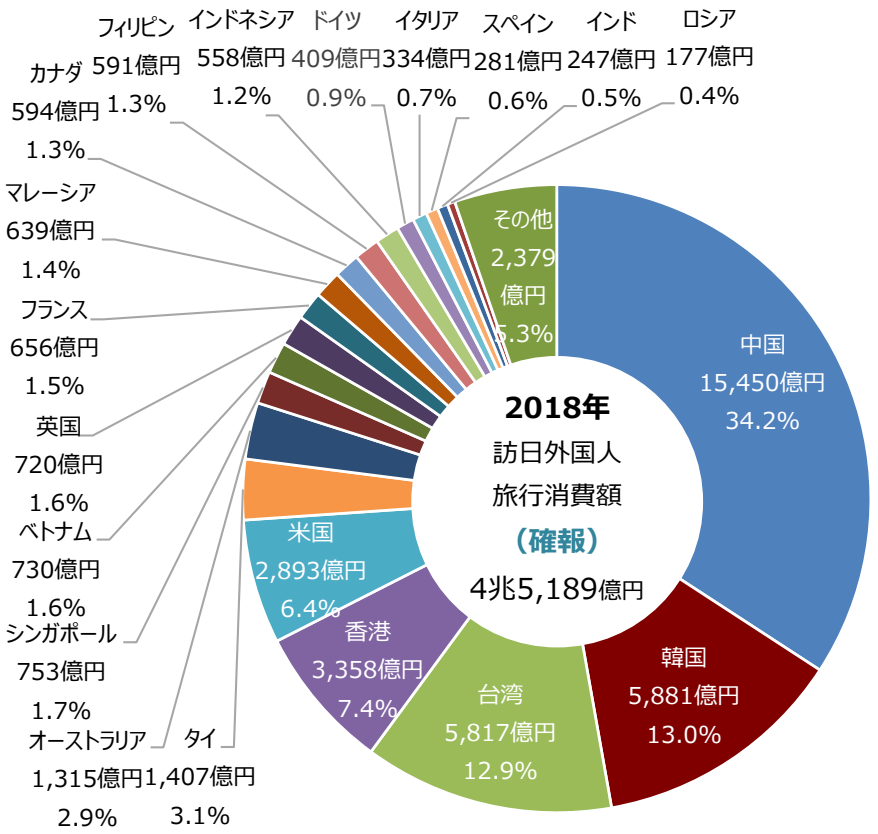
2018年の訪日外国人旅行消費額について

○2018年の訪日外国人旅行消費額は、過去最高の4兆5,189億円。2012年（1.1兆円）以降７年連続対前年増を継続。
○国籍・地域別に旅行消費額をみると、中国が1兆5,450億円（構成比34.2%）と最も大きい。次いで、韓国5,881億円（同13.0%）、台湾5,817億円（同12.9%）、香港3,358億円（同7.4%）、米国2,893億円（同6.4%）の順であり、これら上位5カ国・地域で全体の73.9%を占める。

訪日外国人旅行消費額の推移

年	訪日外国人旅行消費額
2012年（平成24年）	1兆846億円
2013年（平成25年）	1兆4,167億円
2014年（平成26年）	2兆278億円
2015年（平成27年）	3兆4,771億円
2016年（平成28年）	3兆7,476億円
2017年（平成29年）	4兆4,162億円
2018年（平成30年）	**4兆5,189億円**

国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比

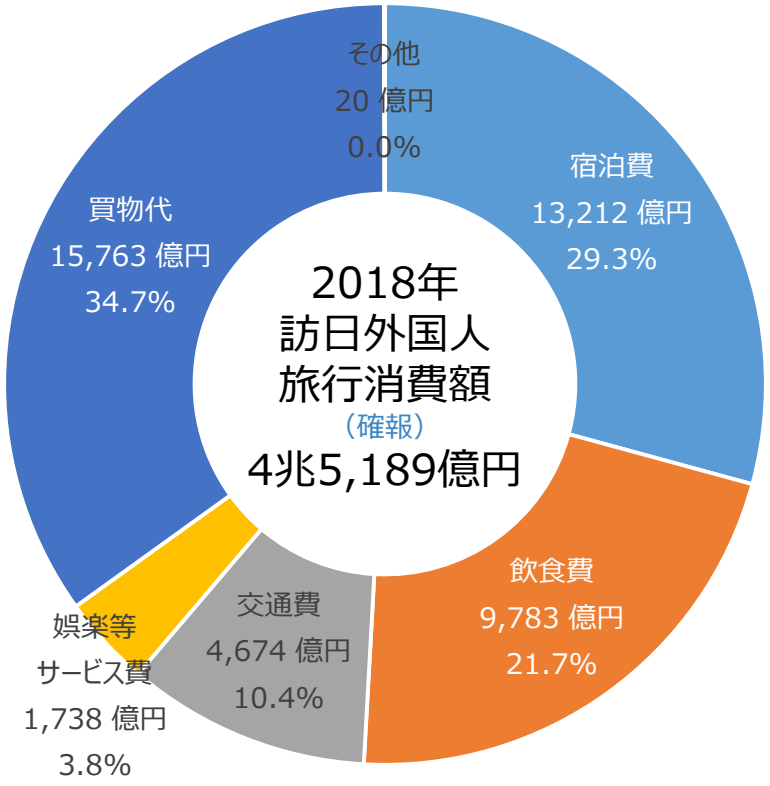


資料：訪日外国人消費動向調査（観光庁）
注1）従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したところ。従来ベースの推計方法で2018年の旅行消費額を推計すると、4兆8千億円となる。
注2）パーセンテージは、訪日外国人旅行消費額全体に対する割合。

訪日外国人1人当たり旅行支出（2018年）

○2018年の訪日外国人旅行消費額の費目別構成比は、買物代が34.7%と最も多く、次いで宿泊費（29.3%）、飲食費（21.7%）の順で多い。
○国籍・地域別に1人当たり旅行支出を費目別にみると、宿泊費・飲食費・交通費は欧米が多く、買物代は中国を初めとした東アジア・東南アジアにおいて高い傾向がある。
○「モノ消費」から「コト消費」の流れを受けて、娯楽サービス費の拡大が課題。

訪日外国人費目別旅行消費額
2018年（確報）



2018年暦年（確報）　　（泊）

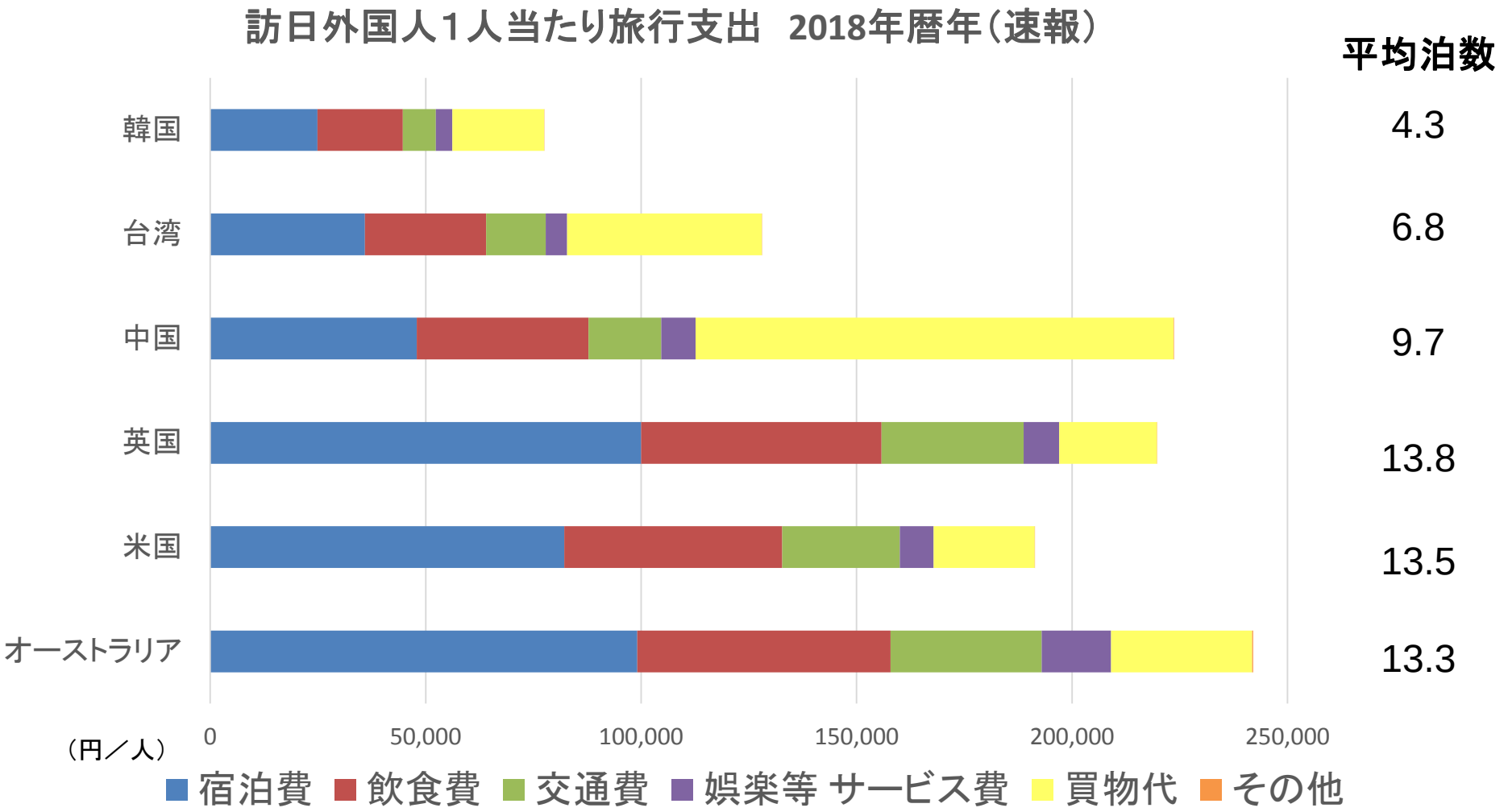
	国籍・地域	訪日外国人１人当たり旅行支出 総額	前年比※	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	平均泊数
	全国籍・地域	**153,029**	-0.6%	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67	9.0
一般客	韓国	78,084	+8.8%	24,974	19,961	7,636	3,917	21,549	47	4.4
一般客	台湾	127,579	+1.4%	35,312	28,190	13,548	5,059	45,441	30	6.8
一般客	香港	154,581	+1.0%	45,625	36,887	16,683	5,063	50,287	36	6.3
一般客	中国	224,870	-2.4%	47,854	39,984	16,834	7,998	112,104	95	9.7
一般客	タイ	124,421	-1.7%	36,836	27,740	15,033	4,416	40,248	149	8.8
一般客	シンガポール	172,821	+5.2%	63,311	41,406	19,890	6,467	41,691	54	8.3
一般客	マレーシア	137,612	+1.4%	44,950	30,400	16,371	6,466	39,422	3	10.2
一般客	インドネシア	141,419	+9.3%	48,117	29,156	20,946	5,585	37,599	17	12.1
一般客	フィリピン	121,921	+7.3%	31,448	30,074	14,459	6,077	39,596	268	24.6
一般客	ベトナム	188,376	+2.8%	55,818	43,846	18,900	5,923	63,649	240	38.0
一般客	インド	161,423	+2.5%	75,371	34,026	21,864	3,747	26,415	0	18.9
一般客	英国	220,929	+2.6%	100,691	56,050	33,172	8,341	22,641	34	13.8
一般客	ドイツ	191,736	+5.2%	84,555	47,536	28,333	5,974	25,250	87	13.9
一般客	フランス	215,786	+1.6%	85,544	56,933	33,438	7,358	32,472	41	18.4
一般客	イタリア	223,555	+16.8%	87,652	57,803	39,204	7,552	31,057	287	15.2
一般客	スペイン	237,234	+11.6%	92,543	62,129	42,159	7,620	32,783	0	14.3
一般客	ロシア	188,256	-5.5%	62,710	43,837	22,038	7,973	51,554	143	17.2
一般客	米国	191,539	+5.2%	82,286	50,630	27,318	7,865	23,406	34	13.5
一般客	カナダ	183,218	+2.1%	74,857	47,469	27,579	7,993	25,176	144	12.1
一般客	オーストラリア	242,041	+7.2%	99,175	58,878	34,892	16,171	32,688	236	13.3
一般客	その他	199,728	-6.1%	84,529	48,463	29,455	6,354	30,912	14	15.9
	クルーズ客	44,227	-	24	1,928	465	179	41,627	5	0.7

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

訪日外国人１人当たり旅行支出（2018年）

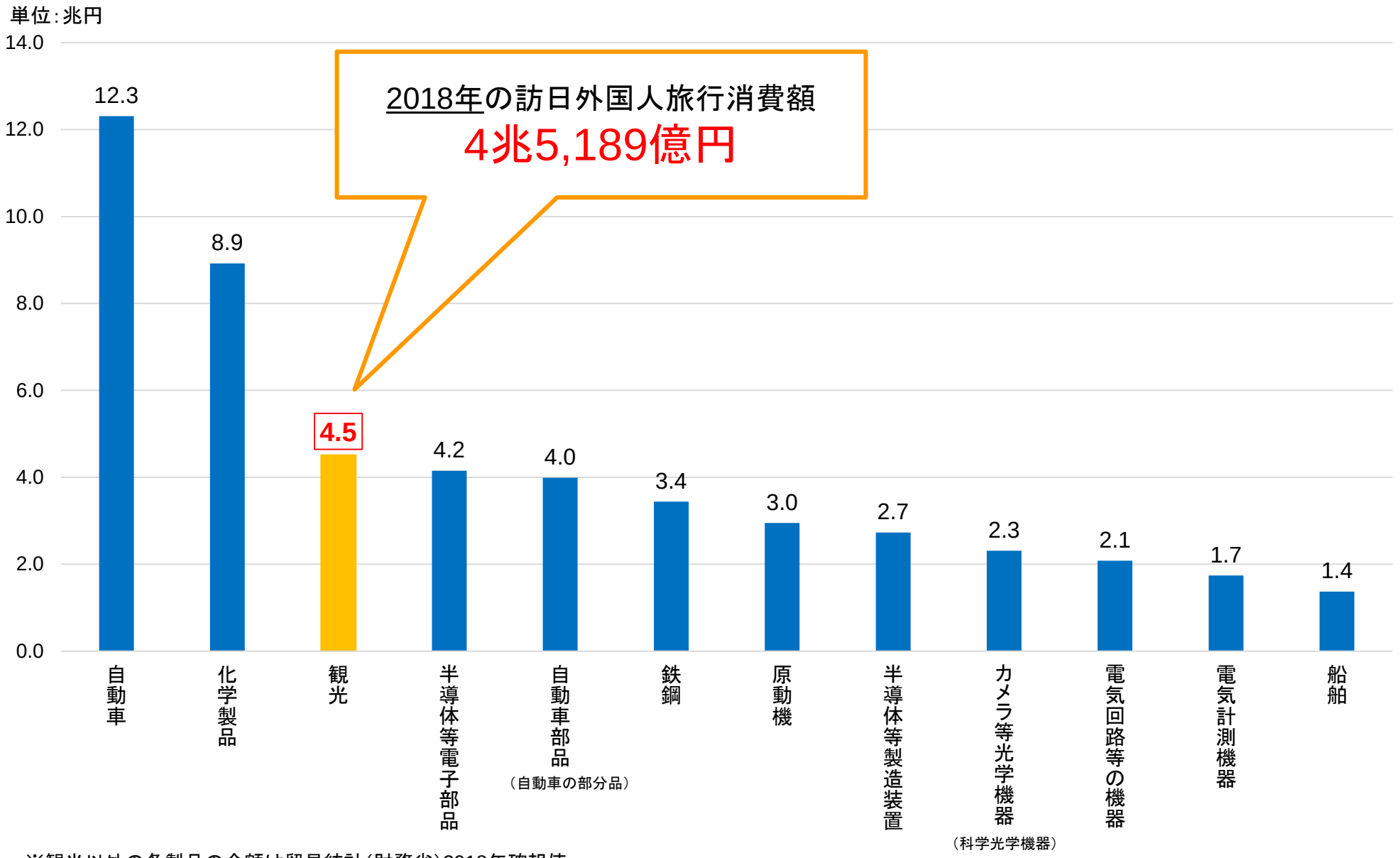
○国籍・地域別に1人当たり旅行支出を費目別にみると、宿泊費・飲食費・交通費は欧米が多く、買物代は中国を初めとした東アジアにおいて高い傾向がある。

○「モノ消費」から「コト消費」の流れを受けて、娯楽サービス費の拡大が課題。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較



※観光以外の各製品の金額は貿易統計（財務省）2018年確報値。
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

訪日環境の変化の状況①

訪日外国人旅行者数

訪日外国人旅行者数

2012年：836万人　2018年：3,119万人　2020年：4,000万人（目標）

3.7倍

訪日外国人旅行消費額

訪日外国人旅行消費額

2012年：1兆846億円　2018年：4兆5,189億円　2020年：8兆円（目標）

4.2倍

（参考）主な製品別輸出額
- 自動車：12兆3,076億円
- 化学製品：8兆9,242億円
- 半導体等電子部品：4兆1,502億円
- 自動車部品：3兆9,910億円
- 鉄鋼：3兆4,415億円

リピーター数の増加

リピーター数

2012年：528万人　2018年：1,938万人　2020年：2,400万人（目標）

3.7倍

地方部を訪れる外国人旅行者数

地方部を訪れる外国人旅行者数

2012年：383万人　2018年：1,800万人

4.7倍

※地方部とは「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県以外の道県をいう

【出典】 訪日外国人旅行者数：日本政府観光局/訪日外国人旅行消費額：訪日外国人消費動向調査（観光庁）/リピーター数：訪日外国人旅行者数（日本政府観光局）
地方部を訪れる外国人旅行者数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）・訪日外国人旅行者数（日本政府観光局）に基づき、観光庁作成。

訪日環境の変化の状況②

スマートフォンを最大限活用した旅行スタイルへの変化

日本滞在中に役に立った旅行情報源として
スマートフォンと回答した割合（複数回答）

2012年：23.5%　　2017年：69.9%　　⇒ 46.4ポイント増

団体旅行（パッケージツアー）から個人旅行（FIT）への移行

中国からの旅行者における個人旅行手配の割合

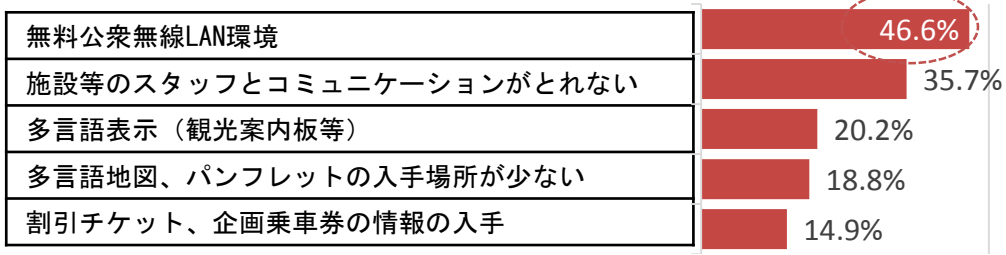
2012年：28.5%　　2018年：68.6%　　⇒ 40.1ポイント増

（参考）全国籍	60.8%	81.6%	⇒ 20.8ポイント増
香港	70.8%	91.5%	⇒ 20.7ポイント増

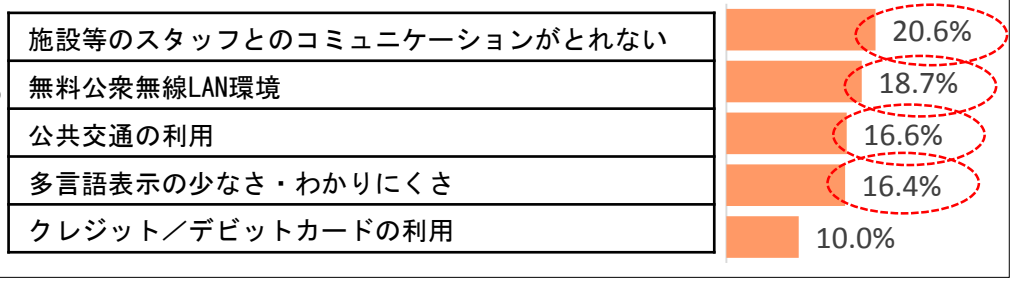
訪日外国人旅行者が旅行中困ったこと

「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」調査結果
旅行中に困ったこと（複数回答）

【2014年度調査】※旅行中困ったこと（複数回答）の上位5項目を抜粋



【2018年度調査】※旅行中困ったこと（複数回答）の上位5項目を抜粋



【出典】 日本滞在中に役立った旅行情報源・個人旅行手配の割合：訪日外国人消費動向調査（観光庁）訪日外国人旅行者が旅行中困ったこと/訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート（2014）、（2018）調査結果より、観光庁作成

訪日環境の変化の状況③

1人1回当たりの旅行支出

訪日外国人1人1回当たり旅行支出

2012年：13.0万円　2015年：17.6万円　2018年：15.3万円

（参考）中国人観光客の買物代
2012年：9.6万円　2015年：16.1万円　2018年：11.2万円

モノ消費からコト消費への移行

外国人観光客の消費支出に占める娯楽等サービス費の割合

2012年：1.1%　2018年：3.8%

（参考）諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合
アメリカ（2015）：12.2%　フランス（2015）：11.1%
カナダ（2016）：10.9%

訪日外国人旅行者数に占めるアジアからの旅行者の割合

アジアからの旅行者の割合

2012年：74.9%　2018年：84.5%　⇒ 9.6ポイント増

滞在日数

平均泊数

2012年：12.3泊　2018年：9.0泊

（参考）アジア：10.9泊　アジア：7.0泊
その他：16.1泊　その他：16.6泊

【出典】訪日外国人1人1回当たり旅行支出・外国人観光客の消費支出に占める娯楽等サービス費の割合・平均泊数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）
諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合：2012年の値はTSA（観光庁）・Tourism Trends and Policies 2016(OECD)より観光庁作成。2018年の値は訪日外国人消費動向調査（観光庁）。
アジアからの旅行者の割合：訪日外国人旅行者数（日本政府観光局）

訪日前に期待していたこと（複数回答） ※観光・レジャー目的の旅行

平成30年（2018年）

（単位）選択率：%

調査項目	台湾	香港	中国	韓国	米国	豪州	タイ	シンガポール	フランス
日本食を食べること	63.9	73.4	61.5	76.0	86.9	88.4	85.0	77.1	90.8
日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	18.1	15.2	15.6	29.7	47.5	49.8	20.2	23.8	44.2
旅館に宿泊	21.6	20.4	26.9	11.4	28.2	31.5	19.4	24.9	32.4
温泉入浴	27.6	31.3	34.9	29.5	29.9	38.7	30.6	29.0	38.9
自然・景勝地観光	53.5	53.9	55.3	35.8	63.3	66.2	59.2	60.3	60.0
繁華街の街歩き	44.9	43.3	49.2	34.4	55.4	57.7	53.3	60.0	53.0
ショッピング	57.4	62.2	63.7	51.3	53.8	57.6	77.8	66.1	53.7
美術館・博物館・動植物園・水族館	22.1	17.5	17.4	13.9	46.3	48.4	26.3	28.4	51.3
テーマパーク	19.6	17.2	20.1	15.5	14.5	26.9	24.4	30.2	13.2
スキー・スノーボード	5.5	4.1	5.1	0.4	5.3	22.6	12.0	3.7	2.3
その他スポーツ（ゴルフ等）	2.1	2.1	1.3	1.0	2.5	4.4	3.0	2.6	2.0
舞台・音楽鑑賞	3.2	2.4	3.0	2.1	11.5	8.9	4.5	3.4	5.1
スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	1.9	1.4	1.3	0.4	9.8	11.4	2.8	1.7	8.6
自然体験ツアー・農漁村体験	5.7	6.1	3.7	1.3	16.9	16.3	19.9	15.6	15.6
四季の体感（花見・紅葉・雪等）	16.6	11.6	11.8	3.7	21.2	32.1	20.6	26.9	23.4
映画・アニメ縁の地を訪問	3.8	3.2	5.5	3.3	11.8	10.6	5.5	9.2	11.3
日本の歴史・伝統文化体験	18.9	11.2	18.2	6.9	59.9	59.3	26.6	27.8	62.5
日本の日常生活体験	15.9	8.5	10.2	8.5	45.1	38.8	20.5	23.8	45.8
日本のポップカルチャーを楽しむ	9.4	7.8	8.5	6.9	22.6	22.7	15.9	13.1	31.0

出典：観光庁「訪日外国人の消費動向　平成30年度」

3. 観光振興の取組

明日の日本を支える観光ビジョン －世界が訪れたくなる日本へ－ 概要

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」と「１０の改革」

視　点　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」を、ひろく国民、そして世界に開放**
・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放

■**「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**
・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」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ**
・2020年を目標に、全国５箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善

■**おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ**
・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

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」

■**古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ**
・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、ﾄｯﾌﾟﾚﾍﾞﾙの経営人材育成、民泊ﾙｰﾙの整備、宿泊業の生産性向上など、総合ﾊﾟｯｹｰｼﾞで推進・支援

■**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**
・欧州・米国・豪州や富裕層などをﾀｰｹﾞｯﾄにしたﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ、戦略的なﾋﾞｻﾞ緩和などを実施
・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
・首都圏におけるﾋﾞｼﾞﾈｽｼﾞｪｯﾄの受入環境改善

■**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100形成
・観光地再生・活性化ﾌｧﾝﾄﾞ、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

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」

■**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
・ｽﾄﾚｽﾌﾘｰな通信・交通利用環境を実現
・ｷｬｯｼｭﾚｽ観光を実現

■**「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**
・「ｼﾞｬﾊﾟﾝ・ﾚｰﾙﾊﾟｽ」を訪日後でも購入可能化
・新幹線開業やｺﾝｾｯｼｮﾝ空港運営等と連動した、観光地へのｱｸｾｽ交通充実の実現

■**「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**
・2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
・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

明日の日本を支える観光ビジョン　目標値と進捗状況

安倍内閣６年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

	（2012年）		（2018年）
・**訪日外国人旅行者数**は、**約3.7倍増**の**3,119万人**に	836万人	⇒	3,119万人
・**訪日外国人旅行消費額**は、**約4.2倍増**の**4.5兆円**に	１兆846億円	⇒	4兆5,189億円

観光ビジョンで掲げた目標の達成に向けては施策の一層の推進が不可欠

訪日外国人旅行者数	2012年:	**836万人**	2018年:	**3,119万人**	2020年:	**4,000万人** (2015年の約2倍)※
訪日外国人旅行消費額	2012年:	**1.1兆円**	2018年:	**4.5兆円**	2020年:	**8兆円** (2015年の2倍超)※
地方部での外国人延べ宿泊者数	2012年:	**855万人泊**	2018年:	**3,848万人泊**	2020年:	**7,000万人泊** (2015年の3倍弱)※
外国人リピーター数	2012年:	**528万人**	2018年:	**1,938万人**	2020年:	**2,400万人** (2015年の約2倍)※
日本人国内旅行消費額	2012年:	**19.4兆円**	2018年:	**20.5兆円**	2020年:	**21兆円** (最近5年間の平均から約5%増)※

※()内は観光ビジョン策定時である2015年時点との比較

広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

事業概要

訪日外国人旅行者等の各地域への周遊を促進するため、ＤＭＯが中心となって行う、調査・戦略策定からそれに基づく滞在コンテンツの充実、広域周遊観光促進のための環境整備、情報発信・プロモーションといった、地域の関係者が広域的に連携して観光客の来訪・滞在促進を図る取組に対して総合的な支援を行う。

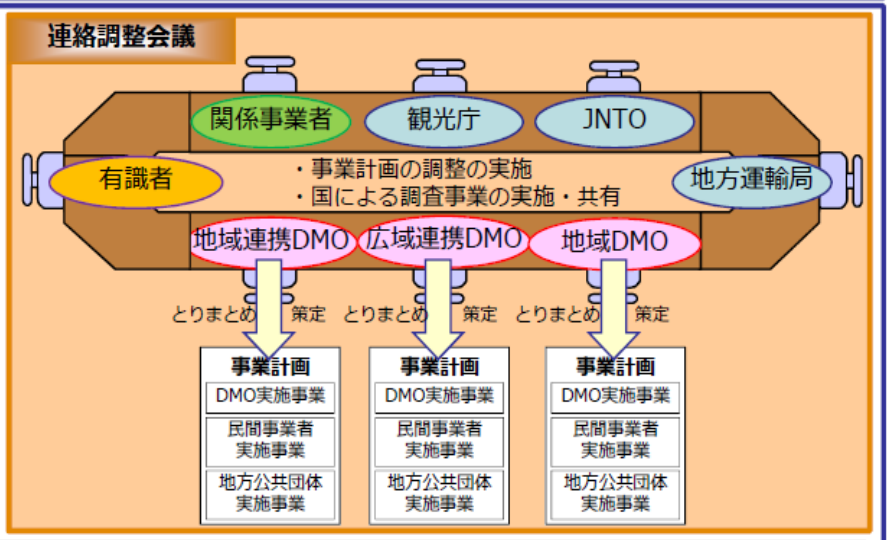
支援制度

・補助対象事業：

各DMO策定の事業計画に位置づけられた外国人旅行者の誘客を目的とする以下の取組（ただし、地方ブロック毎に開催される連絡調整会議における調整を行ったものに限る）

※DMO（観光地域づくりの舵取り役）:Destination Management/Marketing Organization

①調査・戦略策定
②滞在コンテンツの充実
③広域周遊観光促進のための環境整備
④情報発信・プロモーション



具体的な支援イメージ

データに基づき、外国人旅行者に対して訴求力のある各種取組を実施するための調査・戦略策定に係る取組に対して支援。

マーケティング調査

調査結果や策定された戦略に基づき、外国人旅行者の滞在の促進に繋がるコンテンツの充実に係る取組に対して支援。

クルーズ船を活用したコンテンツの開発

滞在コンテンツの充実とあわせて、エリア内での周遊を促すための環境整備に係る取組に対して支援。

二次交通検索サイトの整備

調査結果や策定された戦略に基づき、エリア内のコンテンツの魅力や周遊を促すための受入環境に関する情報の効果的な発信に係る取組に対して支援。

SNS等による情報発信

・補助対象者：

事業計画に位置づけられた事業の実施主体
（訪日外国人旅行者のニーズに応える取組を行うDMOその他民間事業者、地方公共団体）

・補助率：

定額（調査・戦略策定）
事業費の1/2（滞在コンテンツの充実、広域周遊観光促進のための環境整備、情報発信・プロモーション）

※継続事業については2年目:2/5、3年目:1/3

訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業

事業概要

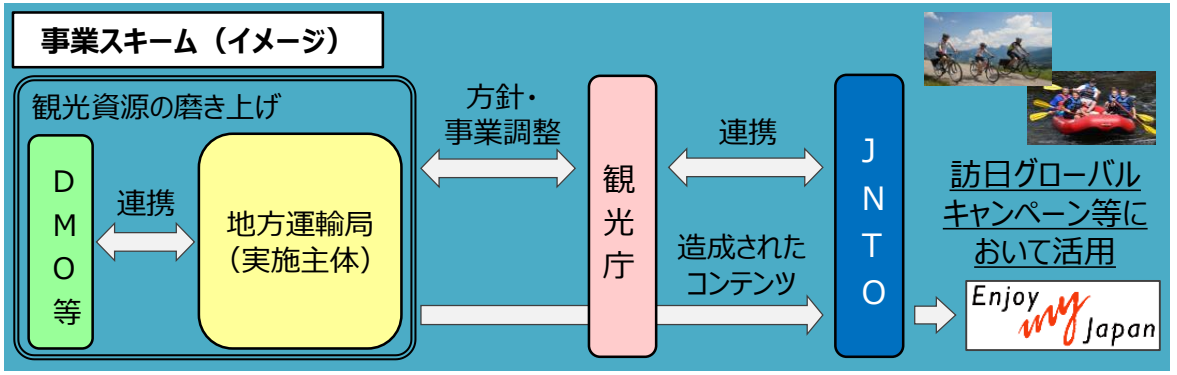
欧米豪市場を中心とした、海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層をターゲットとした、観光庁・JNTOによる情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」に活用できる新たな滞在型コンテンツ等について、地方運輸局とDMO等が連携し、特に地方部をはじめ全国各地域に創出する。

事業内容

・**対象事業**：欧米豪９市場（独・英・仏・米・加・豪・伊・西・露）の訪日無関心層に訴求する滞在型コンテンツ等を造成する以下の取組。

①事業対象の地域資源に関する調査
②地域資源を活用したコンテンツの企画・立案
③モデルツアーの実施

・**実施主体**：地方運輸局（ＤＭＯ等と連携）



滞在型コンテンツ例

「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」における７つのパッション（興味・関心）に対応した滞在型コンテンツを造成する。

Tradition
伝統文化や歴史的遺跡・建築等を楽しむ

江戸時代から続く茅葺き屋根を活かした体験メニュー

City
大都市の刺激、エンターテイメントを楽しむ

工場夜景とクルーズ船を組み合わせたコンテンツ

Art
アートやデザインを楽しむ

富裕層向けのアートツーリズム

Cuisine
食事やお酒を楽しむ

レストランバスを通じたガストロノミーツーリズム

Nature
豊かな自然を楽しむ

たき火を活用した地域住民交流型の夜間体験プログラム

Relaxation
リゾートや宿泊施設での滞在を楽しむ

空き家を改修し、茅葺民家ステイとして地域一体での提供

Outdoor
アウトドアアクティビティを楽しむ

夏期、冬期それぞれの季節にあったトレッキングツアー

地域の観光資源を活用したプロモーション事業

○ 地域の観光資源について熟知している地方運輸局が、自治体や地域の交通事業者等の民間等と広域かつ機動的に連携して行う**訪日プロモーション事業**。

○ 国立公園や文化財等地域の魅力ある観光資源を、ＪＮＴＯのノウハウ等を活用しつつ戦略的なプロモーションを行うことで効果的に発信し、**地方部への訪日外国人旅行者の誘客を加速**させる。

過年度事業の改善点分析結果／ノウハウを活用した計画の立案

地方・運輸局

実施方針

訪日プロモーション方針

市場 × ターゲット × 訴求テーマ（アクティビティ、文化、日本食…）

今後政府として活用を推進していく地域の観光資源等

① 国立公園（全国34箇所）

② 世界遺産、日本遺産、文化財保護法の規定に基づく指定文化財等

③ SNS等で訪日外国人旅行者からの興味・関心が高まりつつある地域の魅力ある観光資源

公園内でのウォーターボール体験

妻籠宿保存地区

鍋ヶ滝（熊本県）

事後評価

■ 地域の観光情勢に精通した外部有識者による事業評価

■ 統一フォーマットを使用した地方運輸局による自己評価

事業実施要件

＜実施主体＞
国（全国の地方運輸局及び沖縄総合事務局）と地方（自治体及び民間企業（※） 等）
※地域の交通事業者との連携を要件化

＜事業期間＞ 最長３年間

＜総事業費＞
原則１０，０００千円以上

＜負担割合＞
● 旅行博出展、メディア招請、旅行会社招請、共同広告、Web制作等の事業については、総費用の１／２を上限に負担
● 上記事業に付随して行うような印刷物制作等については、総費用の１／３を上限に負担

デジタルマーケティングによる分析結果の活用

プロモーション手法のノウハウの活用

JNTOに蓄積されたデータの分析

事業実施例

熊本県へのメディア招請事業
（阿蘇くじゅう国立公園）

海外での旅行博出展
商談会の実施

徳島県への旅行会社招請事業
（農家民宿体験）

事業を通じて得られるデータ ／ 地域の魅力ある観光資源に係る情報（質の高い写真等）

事業によって得られたデータ等をJNTOに還元

JNTO

プロモーションの高度化 → **地方誘客の加速化**

消費税免税店の拡大に向けて

○外国人旅行者による地方での旅行消費を拡大し、地域経済の活性化を図るため、地方の外国人旅行者向け免税店の拡大を推進。

消費税免税制度の拡充

〈拡充第1弾〉（2014年10月1日運用開始）

○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弾〉（2015年4月1日運用開始）

○免税手続の第三者への委託を可能とし、商店街や物産センター等において、免税手続の一括カウンターの設置を実現。等

〈拡充第3弾〉（2016年5月1日運用開始）

○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」への引き下げ。等

〈拡充第4弾〉

○「一般物品」についても特殊包装を行う等を条件に、「一般物品」と「消耗品」の合算を実現。（2018年7月1日運用開始）

○免税手続の電子化により、購入記録票の貼付を不要に。（2020年4月1日運用開始予定）

令和元年度税制改正

〈拡充第5弾〉（2019年7月1日運用開始予定）

○地域のお祭りや商店街のイベント等に7月以内の期間を定めて出店する場合において、あらかじめその承認を受けているときは、届出により免税販売を可能とする。

➡ 「臨時免税店制度」の創設により、地域の特産品等の販売機会を増やし、外国人旅行消費のより一層の拡大を図る。

消費税免税店（輸出物品販売場）の都道府県別分布（2019年4月1日現在）

	店舗数		増加数	対前回比率
	2018.10.1	2019.4.1		
北海道運輸局	2,584	2,758	174	106.7%
北海道	2,584	2,758	174	106.7%
東北運輸局	1,740	1,864	124	107.1%
青　森	199	216	17	108.5%
岩　手	165	191	26	115.8%
宮　城	858	898	40	104.7%
秋　田	115	125	10	108.7%
山　形	172	189	17	109.9%
福　島	231	245	14	106.1%
関東運輸局	20,349	21,661	1,312	106.4%
茨　城	433	485	52	112.0%
栃　木	351	377	26	107.4%
群　馬	243	265	22	109.1%
埼　玉	1,408	1,579	171	112.1%
千　葉	2,496	2,700	204	108.2%
東　京	12,461	13,131	670	105.4%
神奈川	2,705	2,866	161	106.0%
山　梨	252	258	6	102.4%
北陸信越運輸局	1,756	1,799	43	102.4%
新　潟	363	381	18	105.0%
富　山	361	361	0	100.0%
石　川	484	494	10	102.1%
長　野	548	563	15	102.7%

	店舗数		増加数	対前回比率
	2018.10.1	2019.4.1		
中部運輸局	3,989	4,234	245	106.1%
岐　阜	385	402	17	104.4%
静　岡	989	1,025	36	103.6%
愛　知	2,007	2,152	145	107.2%
三　重	530	570	40	107.5%
福　井	78	85	7	109.0%
近畿運輸局	9,065	9,557	492	105.4%
滋　賀	357	374	17	104.8%
京　都	1,678	1,783	105	106.3%
大　阪	4,999	5,284	285	105.7%
兵　庫	1,591	1,662	71	104.5%
奈　良	243	253	10	104.1%
和歌山	197	201	4	102.0%
中国運輸局	1,713	1,757	44	102.6%
鳥　取	124	128	4	103.2%
島　根	82	84	2	102.4%
岡　山	465	476	11	102.4%
広　島	875	899	24	102.7%
山　口	167	170	3	101.8%

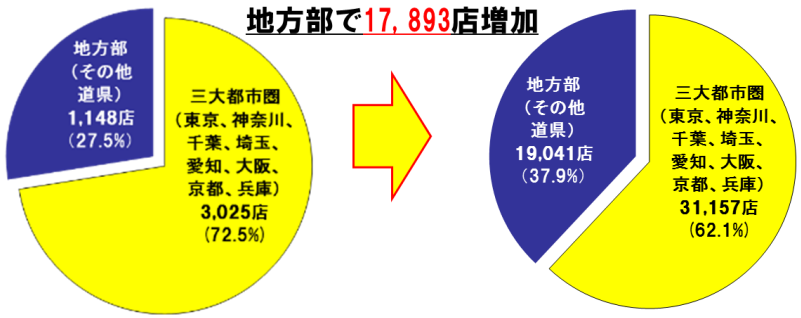
	店舗数		増加数	対前回比率
	2018.10.1	2019.4.1		
四国運輸局	666	705	39	105.9%
徳　島	88	95	7	108.0%
香　川	238	255	17	107.1%
愛　媛	216	223	7	103.2%
高　知	124	132	8	106.5%
九州運輸局	4,605	4,845	240	105.2%
福　岡	2,442	2,571	129	105.3%
佐　賀	221	247	26	111.8%
長　崎	447	471	24	105.4%
熊　本	444	466	22	105.0%
大　分	387	398	11	102.8%
宮　崎	208	219	11	105.3%
鹿児島	456	473	17	103.7%
沖縄総合事務局	974	1,018	44	104.5%
沖　縄	974	1,018	44	104.5%
合計	47,441	50,198	2,757	105.8%

2019年4月1日現在：地方運輸局等管轄地域別
（国税庁集計データを基に観光庁作成）

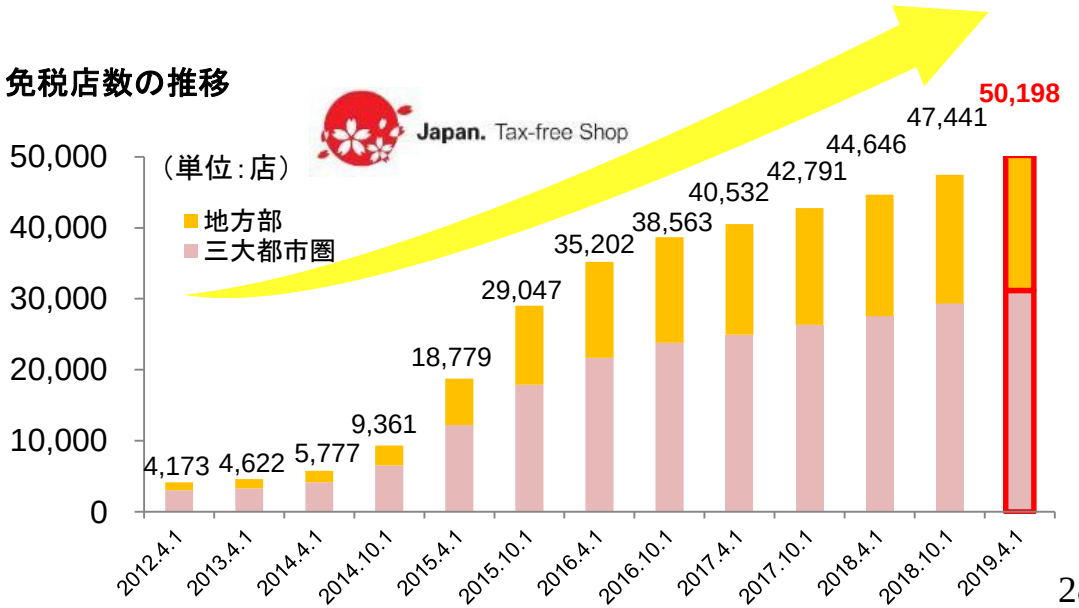
三大都市圏と地方部の免税店数

2012年4月1日
4,173店

2019年4月1日
50,198店



免税店数の推移



公共交通利用環境の革新等

○ 地方部への訪日外国人旅行者の誘致の加速化に向け、我が国へのゲートウェイとなる空港・港湾から訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等に至るまでの公共交通機関の利用環境を刷新するため、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い多言語対応、無料Wi-Fiサービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を一気呵成に進め、シームレスで一貫した世界水準の交通サービスを実現する。

①～④をセットで整備

①多言語対応（事故・災害時等を含む）

■多言語表記等

■スマートフォンアプリの活用等による案内放送の多言語化

■タブレット端末、携帯型翻訳機、多言語拡声装置等の整備

■多言語バスロケーションシステムの設置

②無料Wi-Fiサービス

■旅客施設や車両等の無料Wi-Fiの整備

③トイレの洋式化

■洋式トイレ、多機能トイレの整備

④キャッシュレス決済対応

■全国共通ICカードの導入

■QRコードやクレジットカード対応、企画乗車船券のICカード化

■企画乗車船券の発行

■レンタカーのキャッシュレス対応

※通常は整備が想定されない場合（例：②無料Wi-Fiサービス（レンタカー等）、③トイレの洋式化（バス、タクシー、レンタカー等）等）については、適用除外とする。
※①及び④については、少なくともいずれか１つ実施。

＋（あわせて⑤～⑦を支援可能）

⑤非常時のスマートフォン等の充電環境の確保

■非常用電源装置・ 携帯電話充電設備等

or

⑥大きな荷物を持ったインバウンド旅客のための機能向上

（旅客施設の段差解消）

（LRTシステムの整備）

（インバウンド対応型タクシー）

（インバウンド対応型バス）

（荷物置き場の設置）

■段差解消やスーツケース置き場の確保

or

⑦移動そのものを楽しむ取組や新たな観光ニーズへの対応

■観光列車

■魅力ある観光バス

■サイクルトレイン

空港・港湾 ⇔ 空港・港湾アクセス ⇔ 長距離移動（交通拠点間） ⇔ 二次交通 ⇔ 周遊地域（訪日外国人旅行者の来訪が特に多い観光地等）

補助率

1/2
（①～④のうちのいずれかを実施済の場合は、1/3）

補助対象事業者

公共交通事業者、旅客施設の設置管理者等