

2016年11月4日

横浜市 観光・創造都市・国際戦略特別委員会

「明日の日本を支える観光ビジョン」

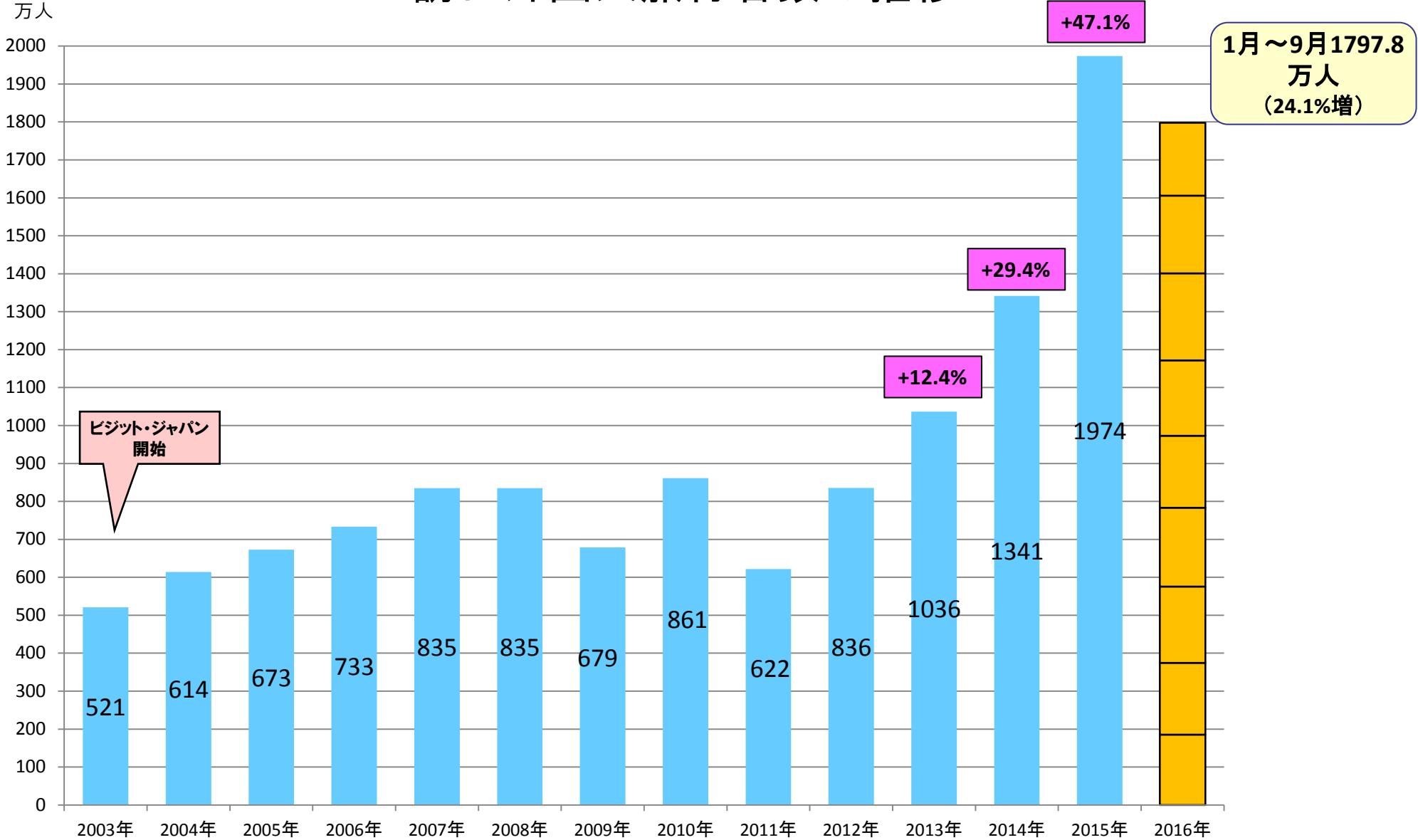
東京工業大学特任教授・首都大学東京特任教授

観光庁参与

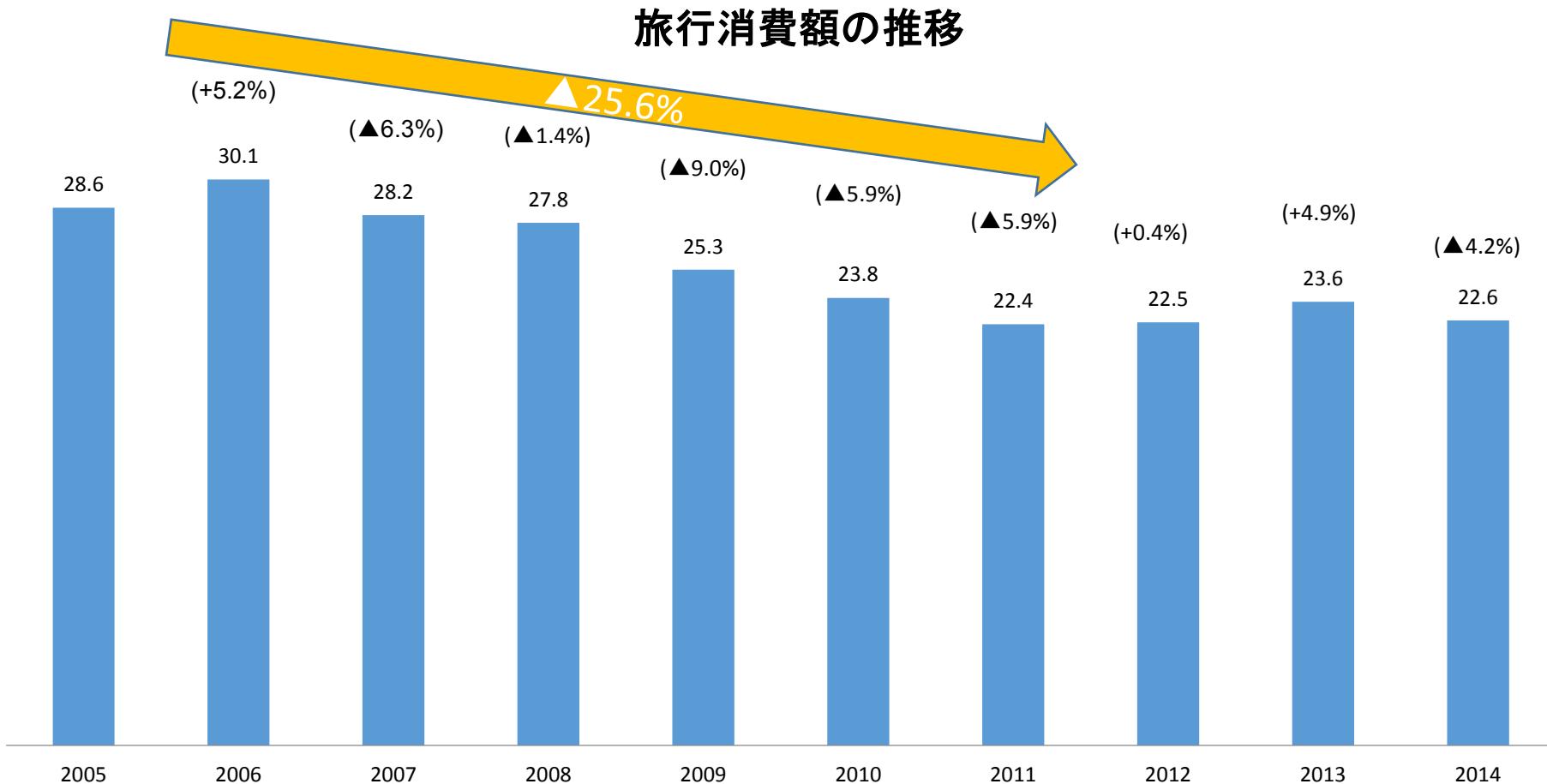
UNWTOアジア太平洋センター代表

本保 芳明

訪日外国人旅行者数の推移



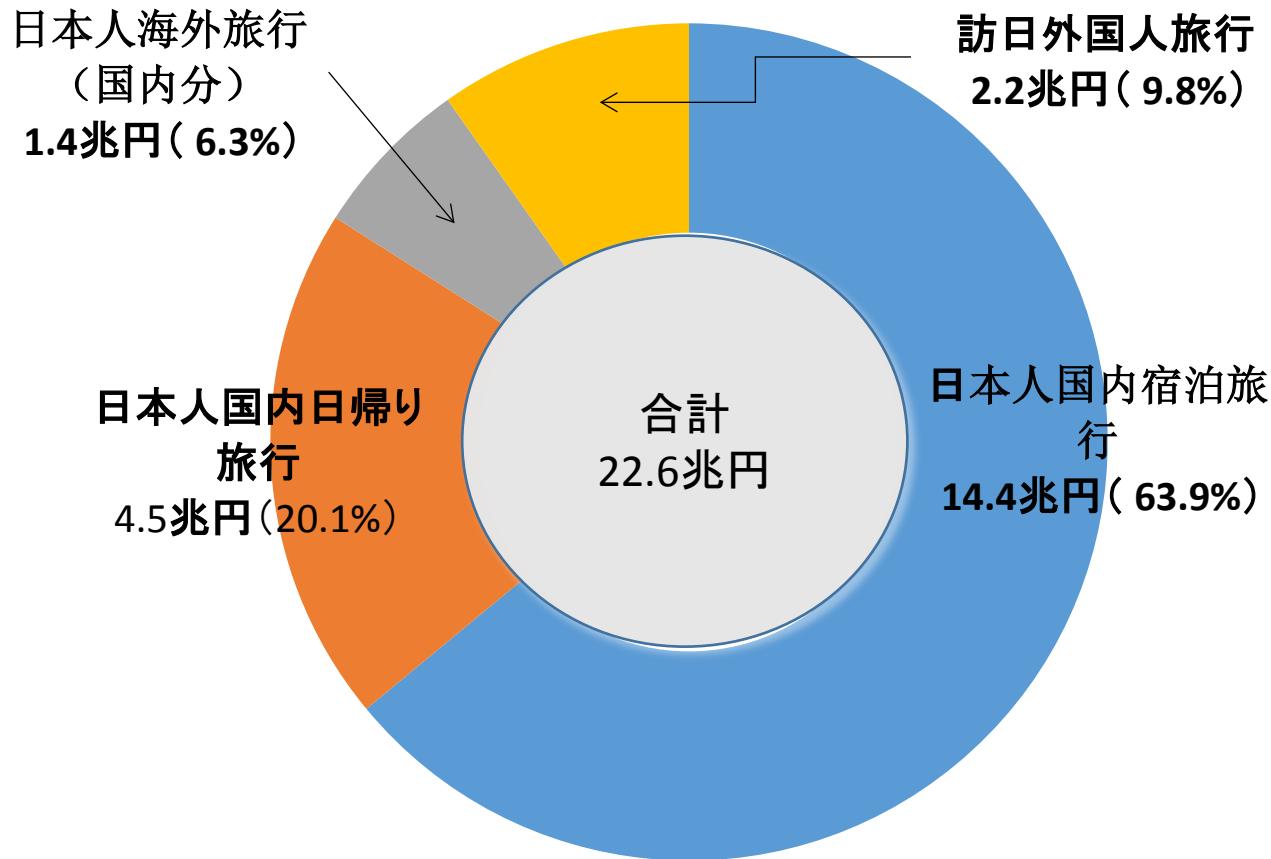
国内市場の縮減(旅行消費額の推移)



(単位:兆円)
(括弧内は対前年増減)

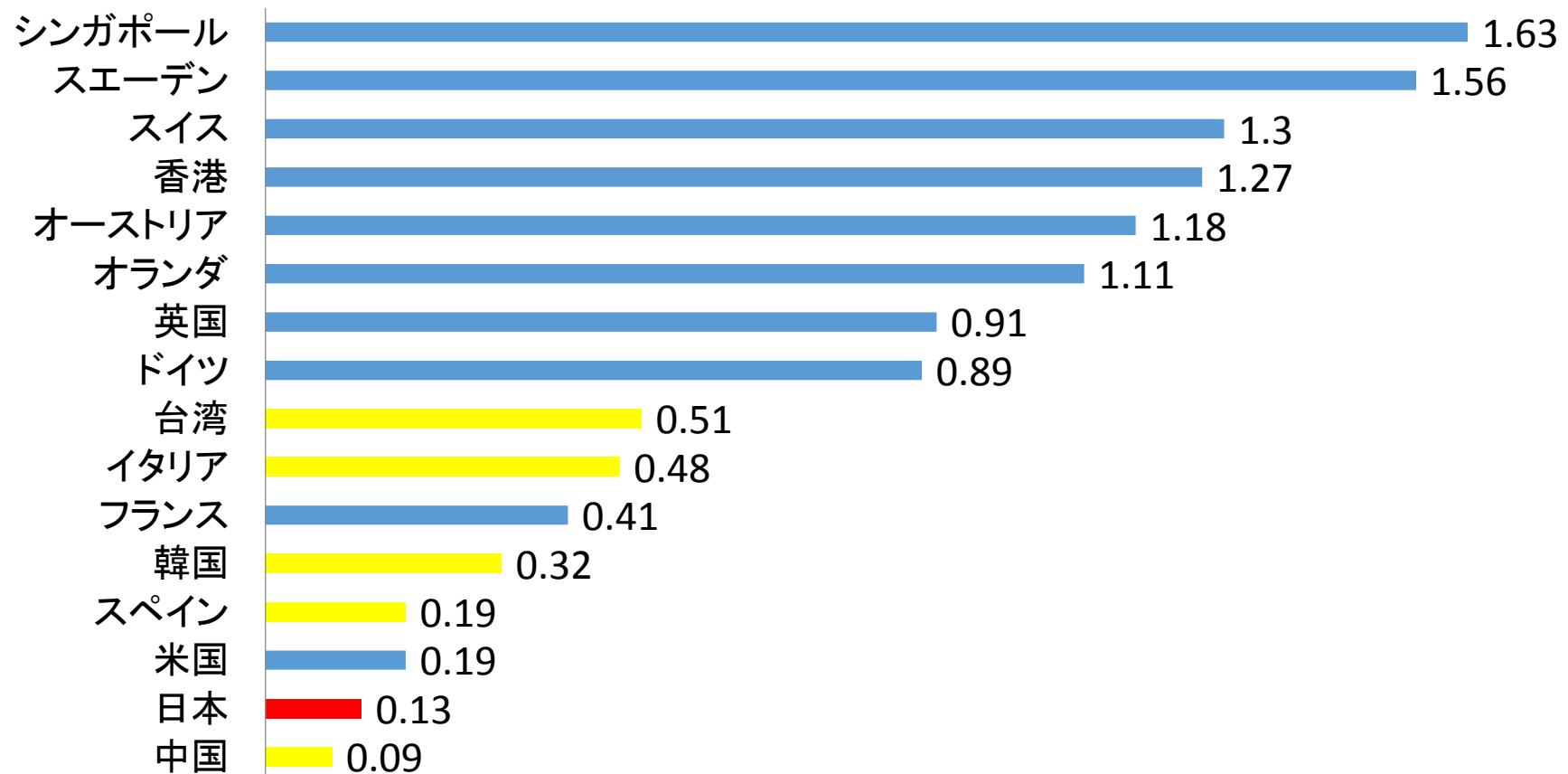
観光庁資料により作成
TSAベース

2014年国内旅行消費額



国民一人当たり年間海外旅行回数

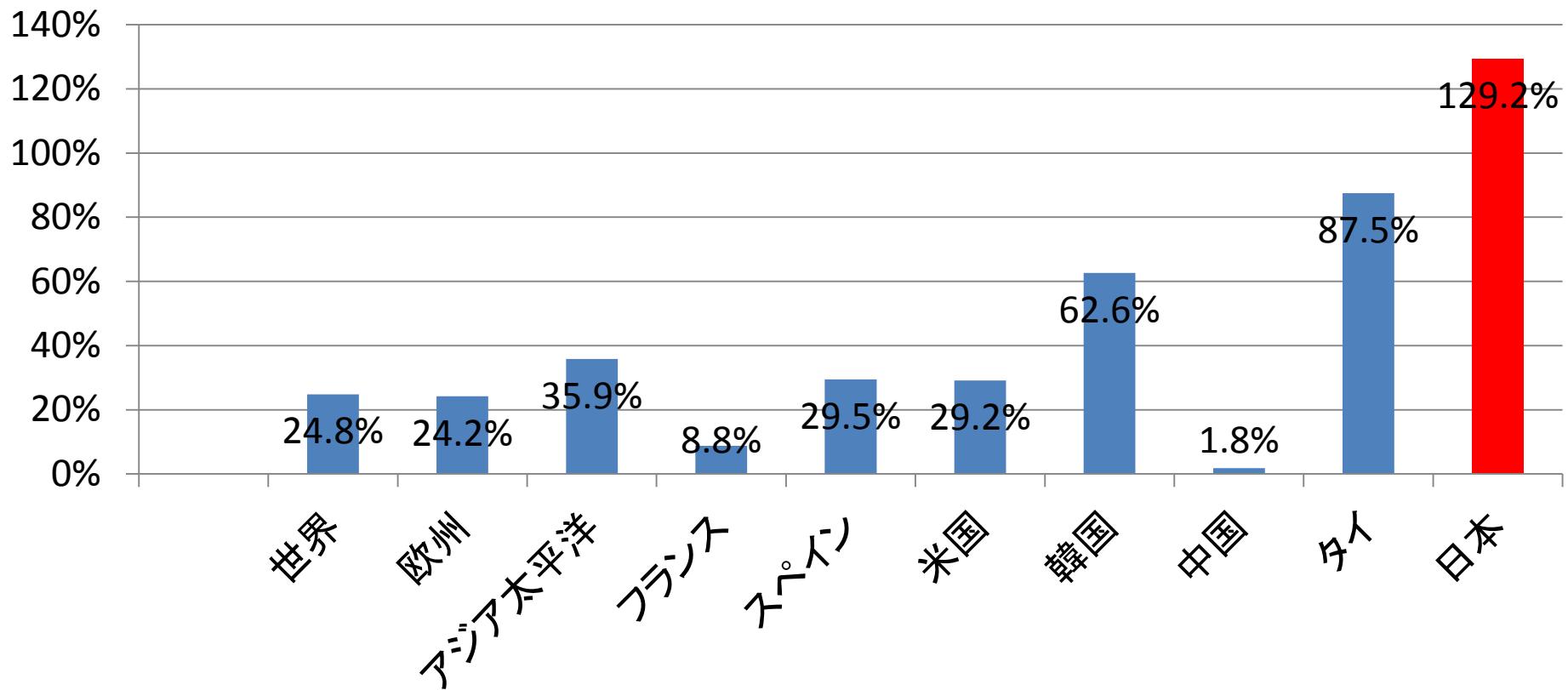
(2011年(一部2014年))



中国、韓国、台湾、香港及びシンガポールについては、「JNTO訪日旅行データハンドブック2015」による2014年データ、それ以外については、平成26年度版観光白書による2011年データにより作成

インバウンド成長率の国際比較

2015/2010



出典:UNWTO Tourism Highlights2016

インバウンド急拡大の背景

(1) 訪日需要拡大に有利な環境が整ったこと

- アジアの経済成長によるアジアからの海外旅行者増
- 円安による訪日旅行の割安感

(2) 訪日しやすい環境整備の効果

- ビザの大幅緩和
- 免税拡大
- CIQ体制の整備

(3) 日本への国際的な注目度が高まっていること

- 2020東京オリンピック・パラリンピック大会招致決定
- 富士山や富岡製糸場の世界文化遺産登録
- 日本食の無形文化遺産登録

(4) 観光庁やJNTOによるプロモーション効果の発揮

(5) 空港容量の拡大、LCC時代

観光立国推進閣僚会議

第一回会議(20130326)の様子



- ・安倍総理はあいさつの中で、次のように述べました。
- ・「観光は、我が国の経済成長や地域の活性化を支える極めて重要な成長分野であります。
また、関係各国との相互理解を深めるためにも、世界に向けて「ジャパンブランド」を発信し、この日本の美しい姿を、世界中の人们に直接見ていただきたいと思います。
是非とも、世界の人々を惹きつける観光立国を推進していかなければなりません。
特に、小泉政権の下で始まった「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が、本年で10周年を迎えます。この節目の年において、史上初めて、訪日外国人旅行者数1000万人の大台を超えることを目標に、全力を挙げていくことが重要です。
このため、私の内閣では、成長戦略により力強い日本経済を立て直し、近隣諸国以上に魅力にあふれる観光立国に向けて、強力に施策を推進していきたいと考えています。
今後、観光立国実現に向けたアクションプログラムをこの閣僚会議で策定し、政府一丸となって取り組んでまいります。」

新たな目標値について

安倍内閣3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、航空ネットワーク拡大など、大胆な「改革」を断行。

- | | | |
|-----------------------------------|---------------|----------------|
| ・訪日外国人旅行者数は、 <u>2倍増の約2000万人</u> に | (2012年) 836万人 | (2015年) 1974万人 |
| ・訪日外国人旅行消費額は、 <u>3倍増の約3.5兆円</u> に | 1兆846億円 | ⇒ 3兆4771億円 |

新たな目標への挑戦！

訪日外国人旅行者数

2020年：4,000万人
(2015年の約2倍)

2030年：6,000万人
(2015年の約3倍)

訪日外国人旅行消費額

2020年：8兆円
(2015年の2倍超)

2030年：15兆円
(2015年の4倍超)

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年：7,000万人泊
(2015年の3倍弱)

2030年：1億3,000万人泊
(2015年の5倍超)

外国人リピーター数

2020年：2,400万人
(2015年の約2倍)

2030年：3,600万人
(2015年の約3倍)

日本人国内旅行消費額

2020年：21兆円
(最近5年間の平均から約5%増)

2030年：22兆円
(最近5年間の平均から約10%増)

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に①

1. 公的施設

「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、
そして世界に開放

- 「技」の粋がつくされた日本ならではの空間を世界に -

赤坂迎賓館



2016年4月19日から一般公開を
通年で実施。

京都迎賓館



2016年4月28日～5月9日の試験
公開の結果を踏まえ、
2016年7月21日から一般公開を
通年で実施。

ホーフブルク王宮（オーストリア）

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



王宮全景



宮殿内

2. 文化財

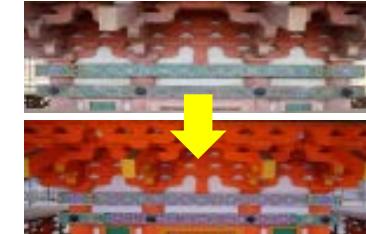
「文化財」を、「保存優先」から
観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ

- 「とっておいた文化財」を「とっておきの文化財」に -

「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」
を2016年4月に策定。
2020年までに、文化財を核とする観光拠点を
全国で200整備、わかりやすい多言語解説など
1000事業を展開し、集中的に支援強化。



観光拠点の面的整備
(福島県大内宿の茅葺き民家群)



修復整備の拡充と美装化
(清水寺三重塔の美装化)



わかりやすい多言語解説
(日光東照宮新宝物館)



結婚式場等への活用
(西日本工業俱楽部会館)

視点 1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に ②

3. 国立公園

「国立公園」を、 世界水準の「ナショナルパーク」へ

–世界中から休日をすごしにくる上質感あふれる空間に–



2020年を目標に、全国8箇所の公園について、保護すべき区域と観光活用する区域を明確化し、民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善。

イエローストーン国立公園（米国）

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



野生動物を間近で観察



専門家によるガイドツアー



ビジターセンターでの旅行案内



魅力的なホテル

4. 景観

おもな観光地で「景観計画」をつくり、 美しい街並みへ

–ひと目見れば忘れない、ひと目見ただけで場所がわかる景観に–



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

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

京都市

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



屋外広告物の適正化が進んだ四条大通
(2007年→2015年)

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

5. 観光産業

古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ

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

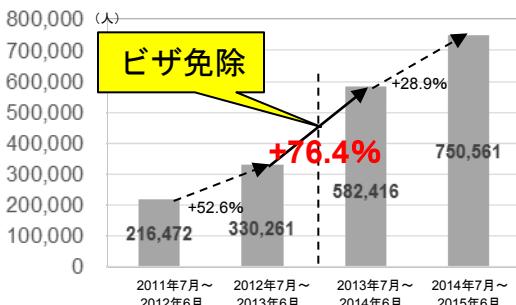
6. 市場開拓

あたらしい市場を開拓し、
長期滞在と消費拡大を同時に実現

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

ビザ緩和による効果

タイからの訪日数（ビザ免除：2013年7月1日）



今後のビザ緩和対象5ヶ国

- ・中国
- ・フィリピン
- ・ベトナム
- ・インド
- ・ロシア

7. 観光地経営

疲弊した温泉街や地方都市を、
未来発想の経営で再生・活性化

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

湯田中温泉（長野県山之内町）

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



湯田中温泉



廃業した旅館や飲食店舗をリノベーション



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

8. 滞在環境

ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現

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

9. 地方交流

「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現

– 隅から隅まで日本の旅を楽しめるように –

「ジャパン・レーパー入」を訪日後でも購入可能化。また、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の充実を実現。



北海道新幹線の開業



複数空港の一体運営（新千歳）

10. 休暇

「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

– 国民一人ひとりが「仕事も」「休日も」楽しめるように –

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

家族の時間づくり（熊本県人吉市）

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

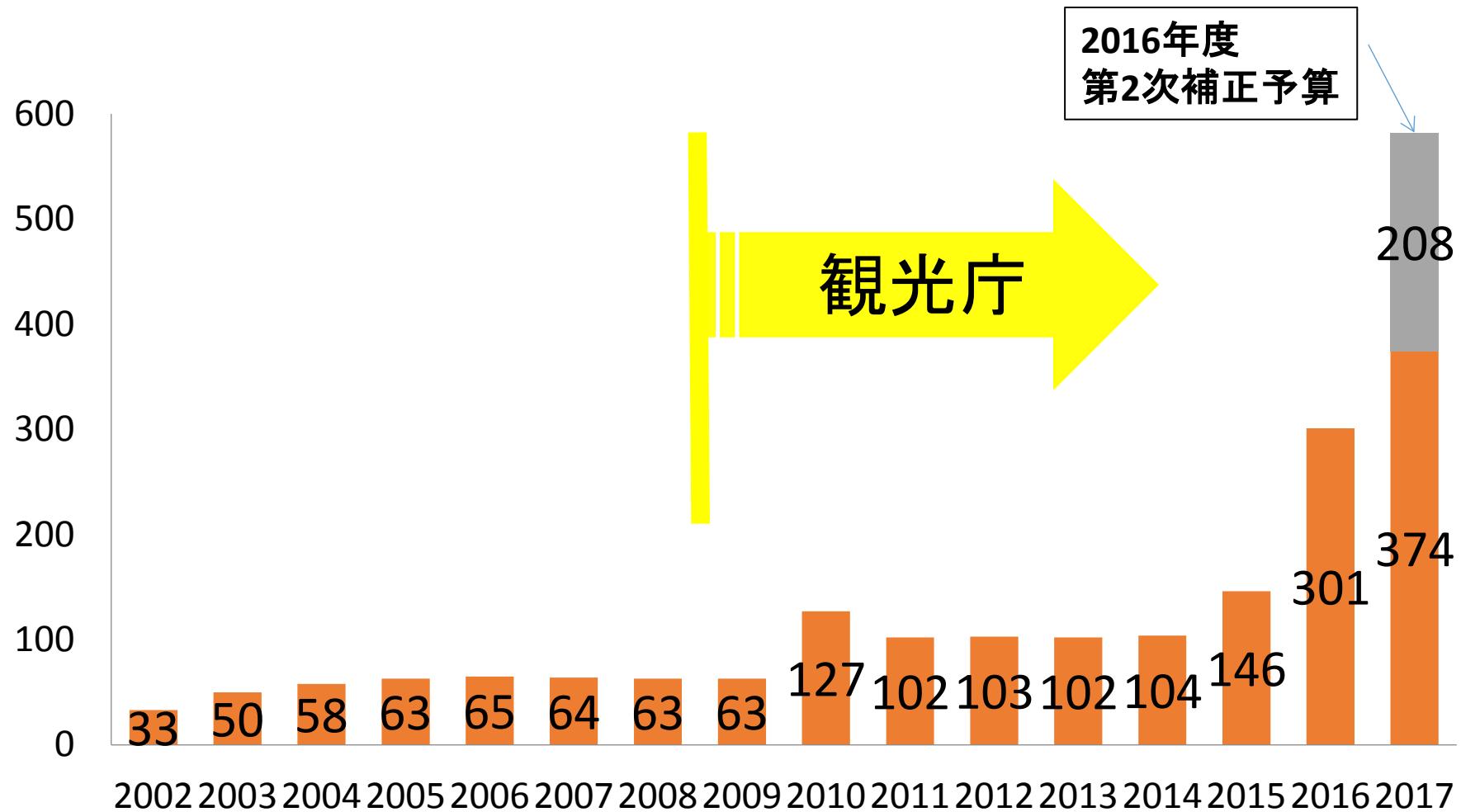


おくんち祭り



地域協議会の様子

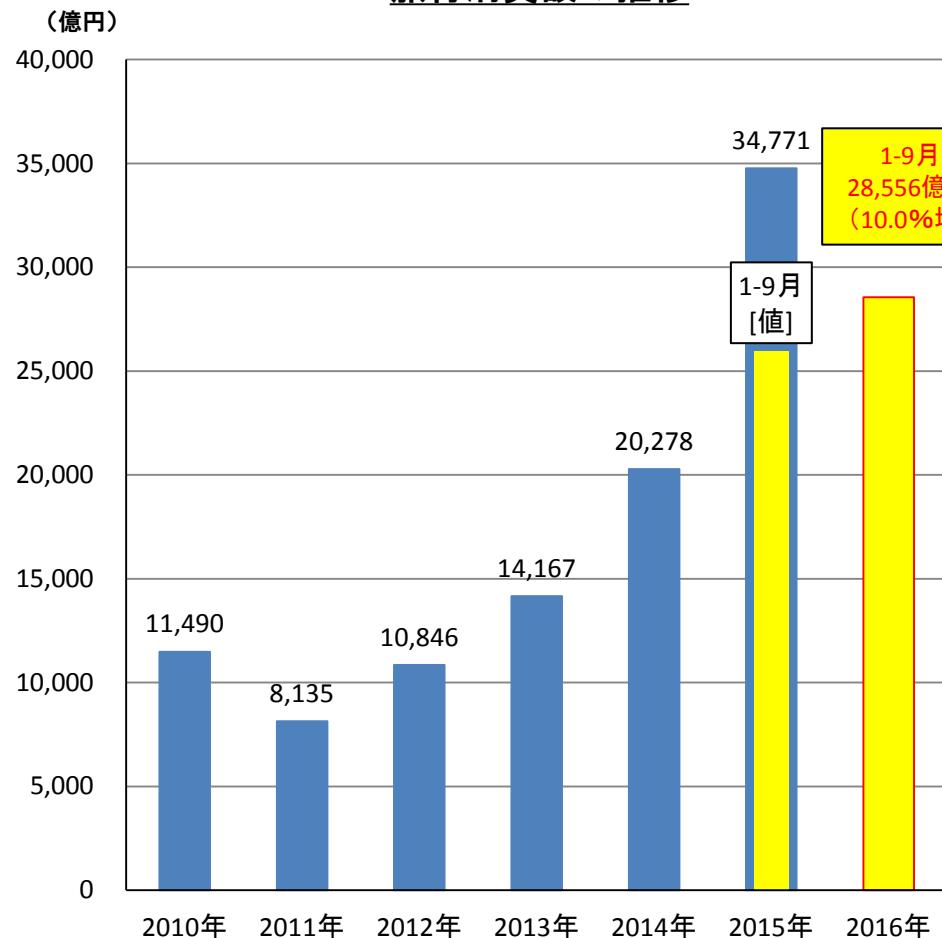
観光庁予算額の推移



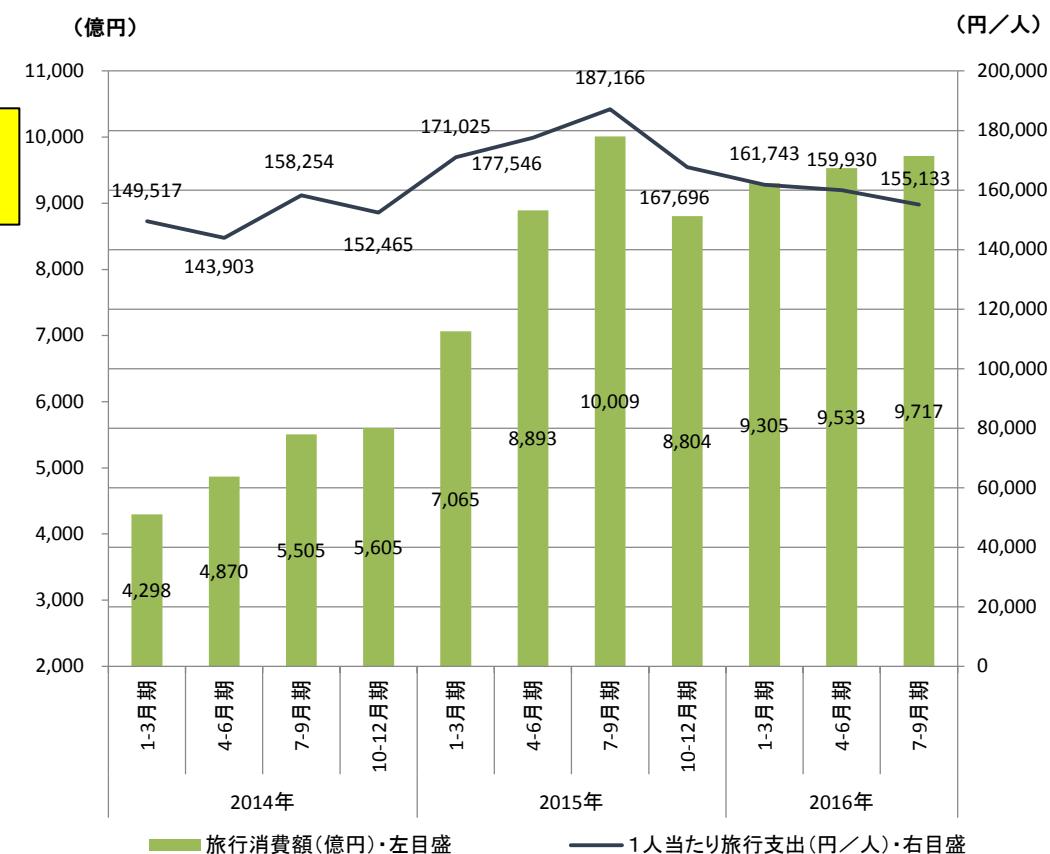
2016年7-9月期の訪日外国人旅行消費額について

- 訪日外国人旅行消費額は9,717億円。前年同期(1兆0,009億円)に比べ2.9%減少。前年同期比での減少は、19四半期ぶり(平成23年10-12月期以来)。
- 平成28年7-9月期の訪日外国人1人当たりの旅行支出は155,133円。前年同期(187,166円)に比べ17.1%減少。
- 旅行消費額の高い上位5市場(中国、台湾、韓国、香港、米国)の1人当たり旅行支出を現地通貨ベースでみると、香港を除き前年同期に比べ増加。日本円ベースでの1人当たり旅行支出の減少には、為替レートの円高方向への動きも大きく影響。

旅行消費額の推移



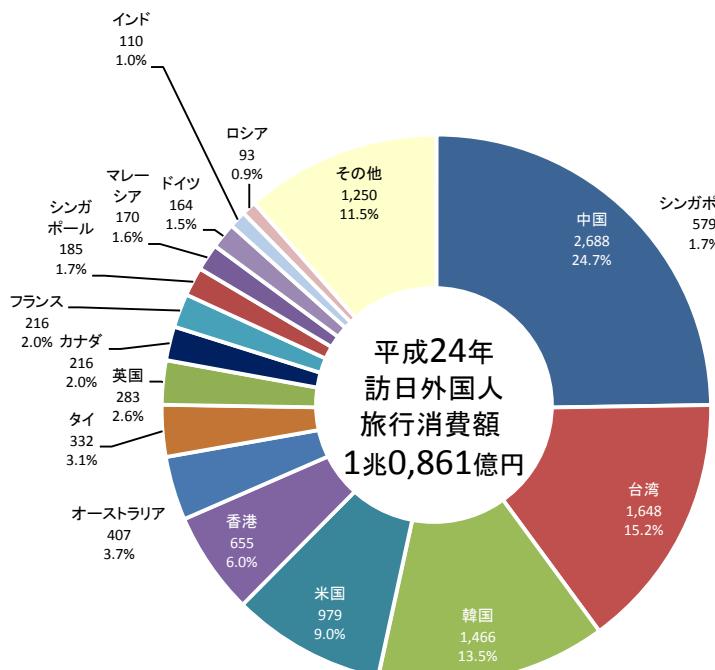
四半期毎の旅行消費額と1人当たり旅行支出の推移



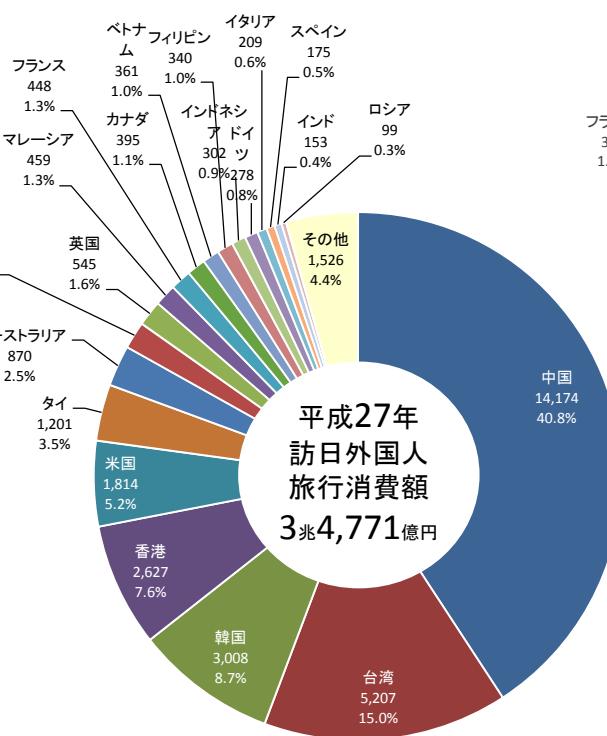
出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」 1

訪日外国人旅行消費額及び割合(国・地域別)

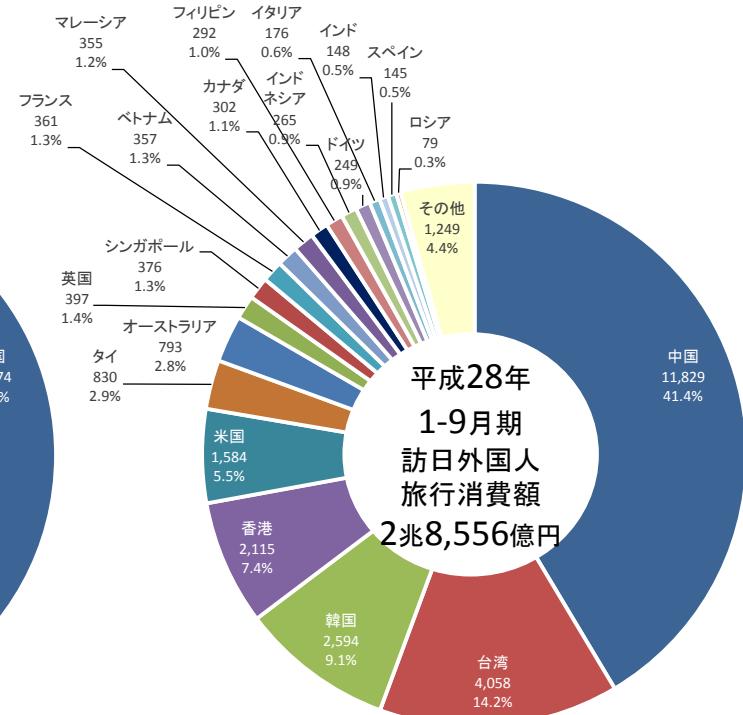
【2012年(確定値)】



【2015年(確定値)】



【2016年1月～9月(速報値)】



注1)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。

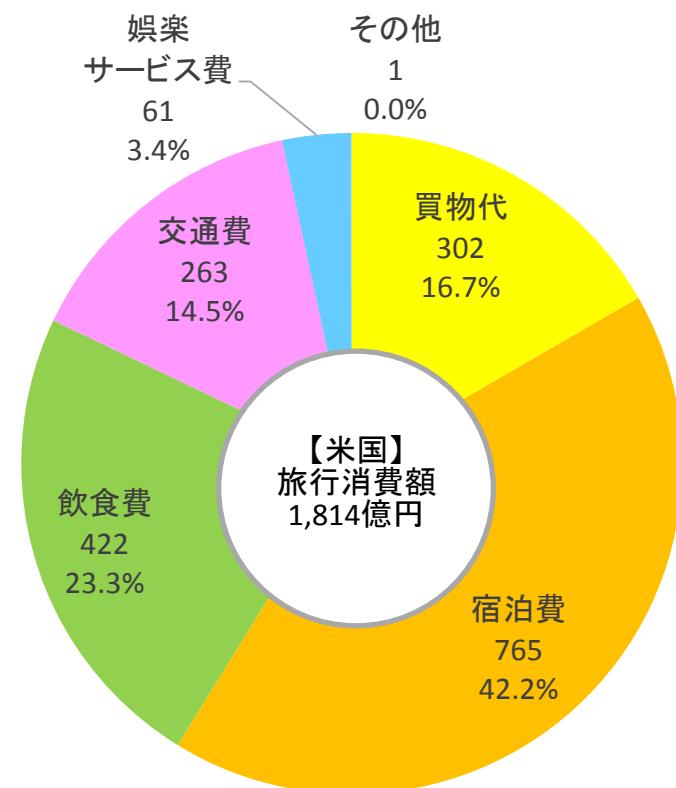
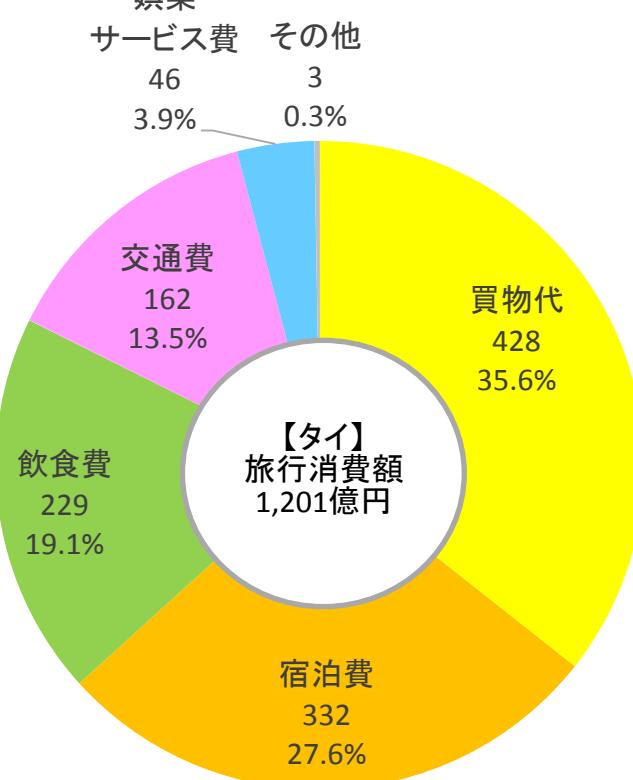
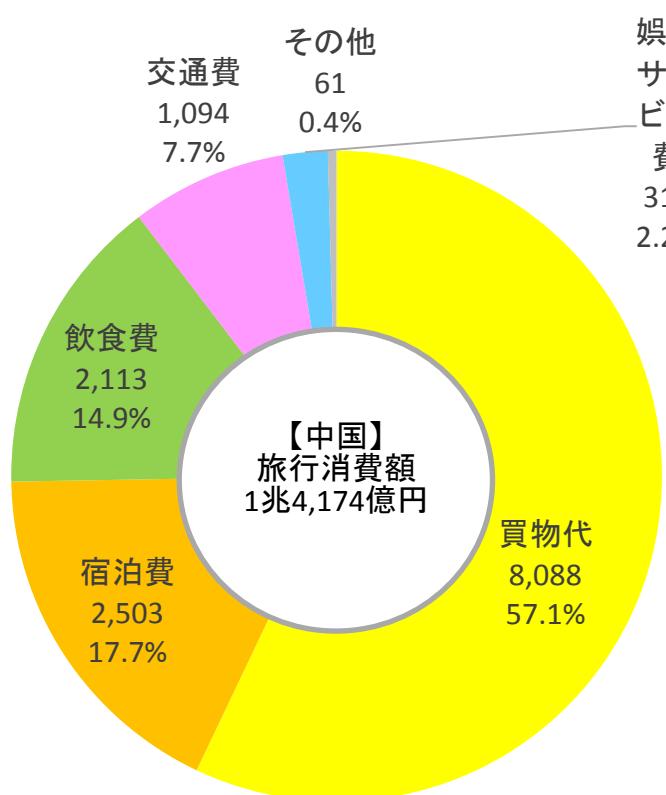
注2)インドネシア・フィリピン・ベトナムは2014年から、イタリア・スペインは2015年から調査対象に追加。

注3)2016年上半年は、速報値につき、今後、数値が更新される可能性がある。

出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

費目別・国別訪日外国人旅行消費額(2015年)

2015年 費目別旅行消費額(中国、タイ、米国)

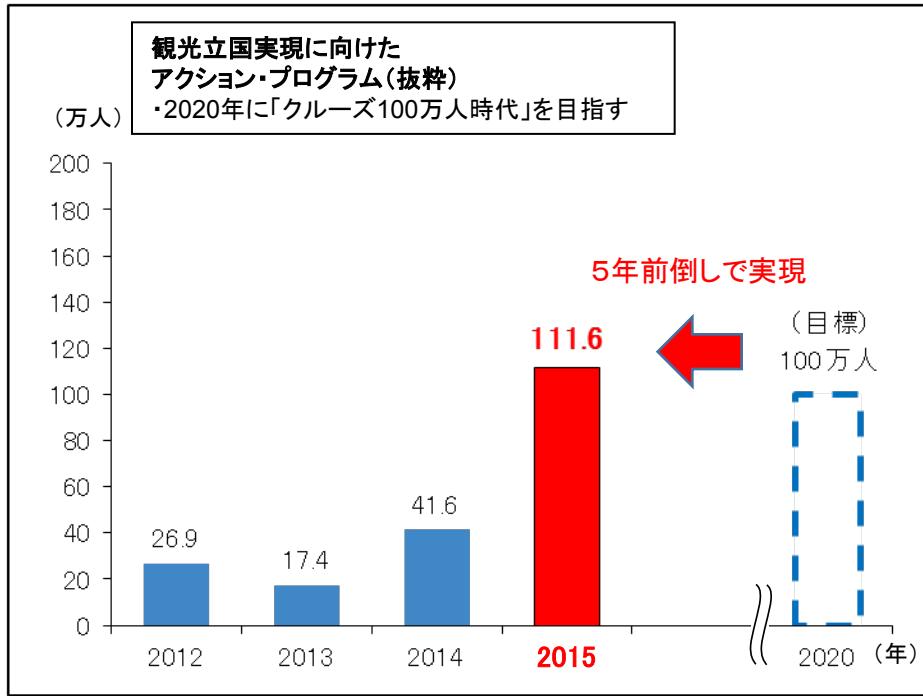


出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

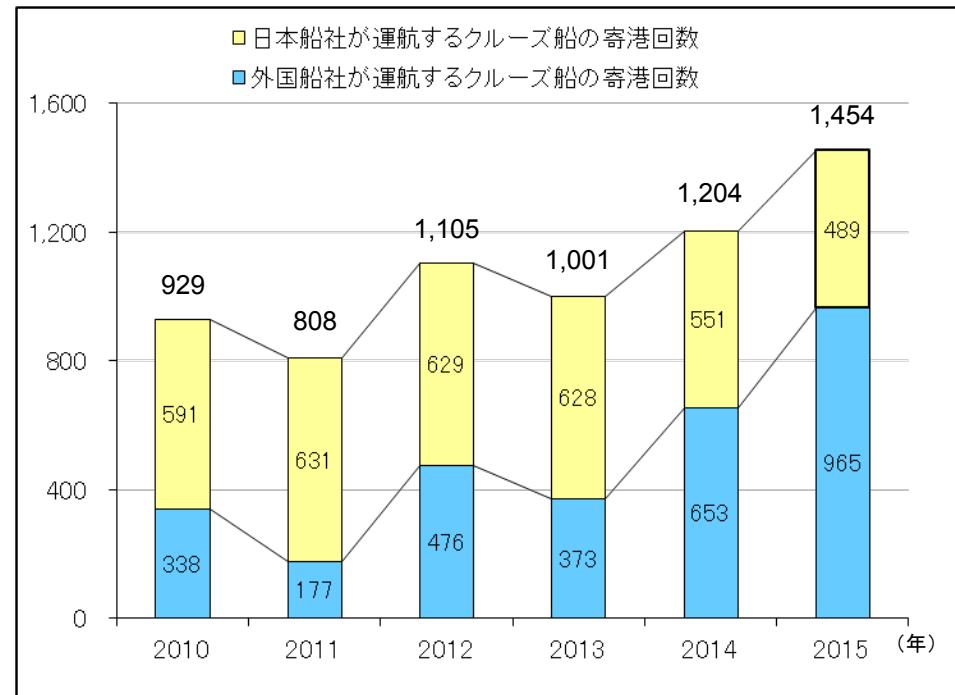
クルーズ船の寄港動向

- 2015年中に我が国へクルーズ船により入国した外国人旅客数は前年比2.7倍の約111.6万人(概数)。
- 外国船社が運航するクルーズ船の我が国港湾への寄港回数は前年比約5割増の965回、日本船社も含めると1,454回となり、いずれも過去最高。
- 我が国は「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」に基づき、2020年にクルーズ船で入国する外国人旅客数100万人(クルーズ100万人時代)を目指し取組を進めてきたが、これを5年前倒して実現したところ。
※クルーズ:レジャーを目的とした船旅で宿泊を伴うもの

クルーズ船による外国人入国者数(概数)



我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数



注1) 法務省入国管理局の集計による外国人入国者数で概数(乗員除く)。

注2) 1回のクルーズで複数の港に寄港するクルーズ船の外国人旅客についても、
(各港で重複して計上するのではなく) 1人の入国として計上している。

出典: 港湾管理者への聞き取りを基に国土交通省港湾局作成

クルーズ船の寄港による経済効果

○大型クルーズ船の寄港地における経済効果は、寄港地の特性等により違いがあるものの、少ない場合でも乗客1人当たり1万円／回程度であり、多い場合には、乗客1人当たり14万円／回程度に及ぶ。

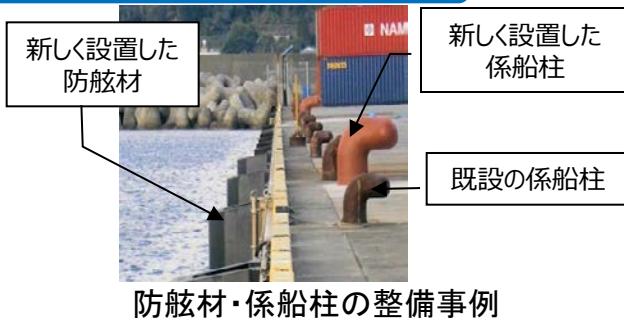


「訪日クルーズ旅客500万人」の実現に向けた取組

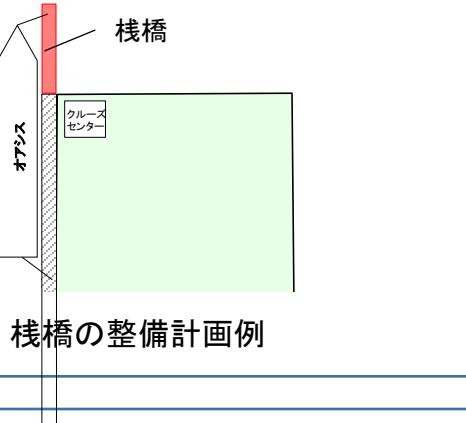
北東アジア海域をカリブ海のような世界的なクルーズ市場に成長させ、クルーズ船の寄港を活かした地方の創生を図るため、目標を「**訪日クルーズ旅客を2020年に500万人**」とし、以下の施策を推進。

「お断りゼロ」の実現

クルーズ船の受入環境の緊急整備

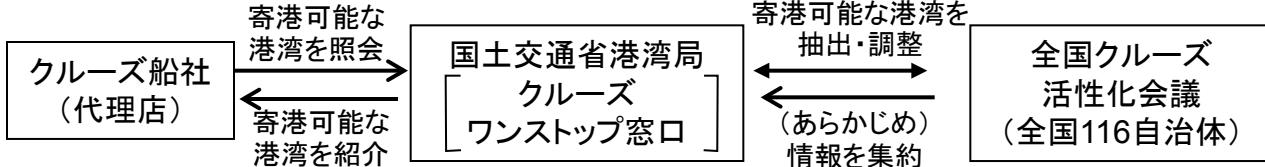


防舷材・係船柱の整備事例



桟橋の整備計画例

クルーズ船寄港地マッチングサービス



国際クルーズの拠点形成

官民連携によるクルーズ拠点の形成



クルーズ拠点の事例(マイアミ港)

・クルーズ船の寄港需要の急速な増加に対応するとともに、観光立国の実現を図るために、官民の連携により、国際クルーズ拠点の形成を図る。

・「官民連携によるクルーズ拠点形成検討委員会(委員長：一橋大学大学院 山内弘隆教授)」を設置し、民間による投資と公共による受入環境の整備(岸壁の優先使用等)を組み合わせた新しいスキームを検討中。

寄港地の全国展開

商談会の開催

- ・「全国クルーズ活性化会議」と連携して、クルーズ船社、自治体等が参加する商談会を開催。



寄港地情報の一元的発信

- ・クルーズ船社が必要とする情報をウェブサイトで一元的に発信
 - ①港湾施設の諸元
 - ②寄港地を起点とした観光情報

地場産品等の購入環境の整備

みなとオアシスの活用

