

V-1 観光庁による観光政策

成長戦略で観光の重要性が確認される
観光庁初のアクション・プログラムの策定と更新
ビザ緩和や免税対象の拡大など
インバウンド振興に向けた取り組みが目立つ

(1) 政府戦略に見る観光の位置付け

●日本再興戦略における観光の位置付け (表V-1-1)

13年6月14日に政府は日本再興戦略「JAPAN is BACK-を閣議決定した。3つのアクションプランのうちの「戦略市場創造プラン」の中で観光について言及されている。30年のあるべき姿と数値目標、重要施策は表V-1-1の通りである。

表V-1-1 日本再興戦略における観光の位置付けと目標

成長への道筋に沿った成果目標	
2013年に訪日外国人旅行者数1,000万人を達成し、2030年には3,000万人を超えることを目指す。	
アクションプラン 戦略市場創造プラン	
2030年の在るべき姿	観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会
数値目標	訪日外国人の我が国国内での旅行消費額 1.3兆円(2010年)→4.7兆円(2030年) 訪日外国人の旅行消費がもたらす雇用効果 25万人(2010年)→83万人(2030年)
解決の方向性と戦略分野 (市場・産業) 及び重要施策	<ul style="list-style-type: none"> 訪日プロモーションに関する省庁・関係機関の横断的計画策定と実行 査証発給要件緩和、入国審査迅速化等の訪日環境の改善 外国人旅行者の滞在環境の改善 新たなツーリズムの創出 産業資源の活用・結集・ブランド化 国際会議等(MICE)誘致体制の構築・強化 国際的な大規模イベントの招致・開催

※「訪日プロモーションに関する省庁・関係機関の横断的計画策定と実行」及び「国際会議等(MICE)誘致体制の構築・強化」は国際展開戦略においても言及されている。

(2) 観光庁による観光政策

●2013年の観光関連予算

13年の観光庁予算については、102.3億円(前年度比0.99倍)であった。内訳は、「訪日外国人3,000万人プログラム」82.1億円(前年度比99%)、「観光を核とした地域の再生・活性化」4.3億円(同145%)、「観光産業の再生・活性化」2.0億円(同117%)、「ワークライフバランスの実現に資する休暇取得」0.2億円(同20%)、「観光統計の整備」5.2億円(同58%)となっている。

復興枠では、「東北地域観光復興対策事業」2.0億円、「福島県における観光関連復興支援事業」3.8億円となった。

その後、13年12月に成立した第1次補正予算では、「訪日促進キャンペーンなどによる観光立国の推進」に15億円が計上された。

●アクション・プログラムの策定 (表V-1-2)

観光立国推進閣僚会議は13年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を取りまとめた。2013年はビジット・ジャパン事業の開始から10周年を迎える年であった。訪日外国人旅行者数1,000万人の達成、さらには2,000万人へと拡大させるためには政府一丸となって観光立国の実現に向けた取り組みを強化することが必要だとの意識のもと、観光立国推進閣僚会議を立ち上げ、観光立国の実現に向けた施策を取りまとめたのが、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」である。

アクション・プログラムの策定を受け、観光庁、経済産業省、日本政府観光局(JNTO)、日本貿易振興機構(JETRO)の4者による「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」を策定した。計画では、①海外での訪日観光促進に関する連携、②クール・ジャパンとビジット・ジャパンの連携による訪日観光促進、③国内の地域資源の海外展開に合わせた訪日観光促進、④ビジット・ジャパンとインベスト・ジャパンの連携による訪日観光促進、⑤日本を国際的なプラットフォームとする取り組み、⑥組織間の連携促進のための各種協議体制を構築することが確認された。

表V-1-2 観光立国実現に向けたアクション・プログラム

①日本ブランドの作り上げと発信	<ol style="list-style-type: none"> 1) オールジャパン体制による連携の強化・拡大 2) クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信 3) 新たな視点に立った訪日プロモーションの実施
②ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進	<ol style="list-style-type: none"> 1) ビザ要件の緩和 2) 利用しやすい宿泊施設や交通機関の周知 3) クルーズの振興 4) 航空ネットワークの更なる充実
③外国人旅行者の受入の改善	<p>【出入国手続の改善】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 出入国手続の迅速化・円滑化 <p>【移動しやすい環境の整備】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備 2) 多言語対応の改善・強化 3) 宅配便運送サービスを利用した「手ぶら観光」の促進 <p>【滞在しやすい環境の整備】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 多言語対応の改善・強化 2) 観光産業の外国人旅行者対応の向上等 3) 観光案内機能の強化 4) ムスリム旅行者への対応 5) 訪日外国人旅行者の利便性の向上 6) 免税制度のあり方の検討 <p>【魅力ある観光地域づくり】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ニューツーリズムの創出 2) インフラプロジェクトと連動した観光振興 3) 地域の観光ポテンシャルの最大化 4) 被災地における旅行需要の喚起
④国際会議等(MICE)の誘致や投資の促進	<ol style="list-style-type: none"> 1) 国を挙げた一体的なMICE誘致体制の構築 2) 都市のMICE受入環境の整備 3) 共同行動計画による関係機構の連携 4) IR(統合型リゾート) 5) 国際競技大会の招致・開催の支援等

資料：観光庁ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-3 観光立国実現に向けたアクション・プログラム (2014)

<p>①「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション 2) オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備 <ul style="list-style-type: none"> 〈空港のゲートウェイ機能の強化〉 〈空港アクセスの改善〉 〈無料公衆無線LAN環境の整備・多言語対応の徹底〉 〈多機能フリーパスの検討〉 〈観光案内拠点・観光ガイドの充実〉 3) オリンピック・パラリンピック開催効果の地域への波及 <ul style="list-style-type: none"> 〈航空による地方へのアクセスの充実〉 〈地方への鉄道旅行の促進〉 4) オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速 	<p>⑤外国人旅行者の受入環境整備</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 多言語対応の改善・強化 <ul style="list-style-type: none"> 〈多言語対応ガイドラインの徹底〉 〈多言語アプリの活用〉 〈外国人旅行者に分かりやすい地図・ナビゲーション〉 〈道路の案内標識等〉 〈鉄道の駅施設・車両・外国語案内等〉 〈外国人が利用しやすいタクシーサービス等〉 〈美術館・博物館での展示解説〉 〈公園内の施設〉 〈ホテル・旅館の外国語放送〉 2) 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善 3) 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備 <ul style="list-style-type: none"> 〈ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信〉 〈美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通バスの導入〉 〈空港アクセスの改善〉 〈貸切バスの供給確保〉 〈レンタカーの利便性向上〉 〈手ぶら観光の実現〉 4) 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善 <ul style="list-style-type: none"> 〈出入国手続きの円滑化〉 〈情報発信とターミナルの機能強化〉 5) ムスリムおもてなしプロジェクトの実施 6) 「外国人旅行者向け消費税免税制度」の拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と決済環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> 〈ショッピング・ツーリズムの振興〉 〈決済環境の整備〉 7) 外国人旅行者の安全・安心確保 <ul style="list-style-type: none"> 〈災害対応〉 〈不慮の怪我・病気への対応〉 8) 多様な滞在ニーズへの対応と宿泊施設の情報提供の充実 9) 観光産業の人材育成
<p>②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) インバウンド推進の担い手の拡大 2) 訪日プロモーションの戦略的拡大 3) 訪日プロモーションの新たな切り口での展開 4) 訪日プロモーションの実施体制の整備 5) 効果的なメディア戦略 6) オールジャパン体制による連携の強化 	<p>⑥MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) MICEに関する取組の抜本的強化 <ul style="list-style-type: none"> 〈取組対象の抜本的拡大〉 〈MICE戦略・強化都市への多面的支援〉 〈MICEの受入環境整備〉 2) 外国人ビジネス客の取り込み強化 <ul style="list-style-type: none"> 〈訪日アクセス等の利便性向上〉 〈ビジネス環境の整備〉 3) IR(統合型リゾート)についての検討
<p>③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ビザ要件の戦略的緩和 2) 外国人長期滞在の促進 3) 出入国手続の迅速化・円滑化 4) 本邦航空会社による新規路線の開設やLCCの参入促進等による、利用しやすい旅行商品の創出 	
<p>④世界に通用する魅力ある観光地域づくり</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 地域連携による情報発信力強化と新たな広域周遊ルートの形成 2) 地域の魅力を来訪者に体感してもらうための仕組みづくり <ul style="list-style-type: none"> 〈規制制度面での環境整備〉 〈地域の観光振興の促進〉 〈観光地域づくりを担う主体への支援制度〉 3) 世界に通用する地域資源の磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> 〈魅力ある空間の形成〉 〈美しい自然を活かして〉 〈海洋観光の展開〉 〈豊かな農山漁村の魅力〉 〈日本食文化の発信〉 〈文化資源・科学技術との連携〉 4) 観光振興による被災地の復興支援 	

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●アクション・プログラムの更新 (表V-1-3)

さらに、「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催決定を踏まえ、政府は早くもアクション・プログラムの見直しに着手し、14年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を作成した。訪日外国人旅行者数2,000万人の高みという、これまでとは次元の異なる目標を達成するために必要な施策を盛り込んでおり、観光振興の新たな柱として、①「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興、②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組、③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化、④世界に通用する魅力ある観光地域づくり、⑤外国人旅行者の受入環境整備、⑥MICEの誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み、を立てた。この柱に沿って必要となる具体的な施策について、新たに盛り込む必要があるものや13年のアクション・プログラムのうち改善・強化して取り組む必要があるものや、継続して取り組む必要があるものが記載された。

(3) インバウンド観光の振興政策

●訪日外国人旅行者の受入環境整備 (表V-1-4)

観光庁は訪日外国人3,000万人の達成に向けて、海外市場

でのプロモーション事業だけでなく、国内における受入環境の整備が重要であるとして「訪日外国人旅行者の受入環境整備事業」を10年度から実施している。

13年度は重要事業課題として1) ムスリム旅行者向けの受入環境の整備、2) 観光施設等におけるICTを活用した外国語対応、決済環境改善、3) 地域特性や資源を活用した受入環境整備、4) 認定観光案内所の機能向上・地域内連携を定め、各戦略拠点および地方拠点からの提案を募集した。14年度はそれぞれの課題について計15拠点の提案が選ばれ、モデル的に受入環境の整備が実施されている。

●外国人旅行者向け消費税免税制度の改正 (表V-1-5)

「平成26年度税制改正の大綱」(13年12月24日閣議決定)において外国人旅行者向けの消費税免税制度の改正が決まった。14年10月より、免税対象品目が拡大する他、免税手続きについても簡素化される。

また、免税店の利便性を高めるため、免税店の情報発信の強化と免税店の拡大に向けた取り組みを実施している。免税店の情報発信は、外国人旅行者の認知度を高めるシンボルマークを創設し、免税店の拡大については、現在東京や大阪などの都市部に集中している免税店を、地方にも拡大する。

表V-1-4 訪日外国人旅行者の受入環境整備採択事業および地域

重要事業課題	採択地域
ムスリム旅行者向けの受入環境の整備	札幌 登別 横浜
観光施設等におけるICTを活用した外国語対応、決済環境改善	仙台・松島 富士河口湖・笛吹 倉敷 鹿児島
地域特性や資源を活用した受入環境整備	松本 浜松 金沢 伊勢志摩
認定観光案内所の機能向上・地域内連携	富良野 会津若松 名古屋 広島

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-5 消費税免税制度の改定

	2014年9月30日まで	2014年10月1日から（予定）
免税対象品目	通常生活の用に供する物品	左記の通常生活の用に供する物品に加え、食品類、飲料類、薬品類、化粧品類等の消耗品
免税対象外品目	食品類、飲料類、たばこ、薬品類及び化粧品類並びにフィルム、電池その他消耗品	—
免税対象となる購入金額	1店舗当たり（税抜）10,001円以上	生活用物品（既存免税対象品目）は1店舗当たり（税抜）10,001円以上、消耗品（新規免税対象品目）は1店舗当たり（税抜）5,001円以上50万円以下
その他注意事項	—	新規免税対象品目は、旅行中に消費されないように、店舗にて定められた方法で包装する。購入者は購入後30日以内の国外への持ち出しを購入誓約書において誓約することが必要

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●東南アジア諸国に対する査証発給要件の緩和（表V-1-6）

13年度は東南アジア各国の訪日観光客のビザ免除・緩和が大幅に進んだ年となった。13年は日・ASEAN友好協力40周年であり、それに合わせて実施されたものである。

さらに政府はインドネシア、フィリピン、ベトナムの3カ国に対するビザの免除を検討している他、引き続き他国への要件緩和と拡大を働き掛けていきたいとしている。

●MICE（表V-1-7）

前述の「日本再興戦略」において、「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という目標が掲げられた他、アクション・プログラムにおいても「国際会議等（MICE）の誘致や投資の促進」が柱の一つに掲げられるなど、MICEの誘致・開催の促進は観光立国実現に向けた重要な課題として認識されている。

表V-1-6 東南アジア諸国に対する査証発給要件の緩和

国籍	査証緩和前	査証緩和後	緩和開始年月日
タイ	数次ビザ（有効期間3年・滞在期間90日）	15日を超えない短期滞在のビザ免除	2013年7月1日
マレーシア	数次ビザ（有効期間3年・滞在期間原則15日、最大90日）	短期滞在（3カ月）のビザ免除	2013年7月1日
インドネシア	数次ビザ（有効期間3年・滞在期間15日）	数次ビザの滞在期間を30日へ延長（有効期間は最大3年間のまま）	2013年7月1日
フィリピン	一次ビザ（有効期間3カ月）	短期滞在（15日）数次ビザ発給を開始（有効期間は最大3年間）	2013年7月1日
ベトナム	一次ビザ（有効期間3カ月）	短期滞在（15日）数次ビザ発給を開始（有効期間は最大3年間）	2013年7月1日
カンボジア	一次ビザ（有効期間3カ月）	短期滞在（15日）数次ビザ発給を開始（有効期間は最大3年間）	2013年11月18日
ラオス	一次ビザ（有効期間3カ月）	短期滞在（15日）数次ビザ発給を開始（有効期間は最大3年間）	2013年11月18日
ミャンマー	一次ビザ（有効期間3カ月）	短期滞在（15日）数次ビザ発給を開始（有効期間は最大3年間）	2014年1月15日

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-7 グローバルMICE戦略都市

名称	位置付け	選定都市
グローバルMICE戦略都市	海外との誘致競争に互角に戦えるMICE誘致ポテンシャルを持つ都市	東京、横浜、京都、神戸、福岡
グローバルMICE強化都市	MICE誘致ポテンシャルを有し、戦略都市への成長に取り組んでいく都市	大阪、名古屋

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

観光庁では12年11月より「MICE国際競争力強化委員会」を設置し、その取りまとめとして13年8月に「我が国のMICE国際競争力の強化に向けて～アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く～」を公表した。

また、13年6月には日本を牽引するMICE都市の育成を図る「グローバルMICE戦略都市」および「グローバルMICE強化都市」が選定された。これらの都市に対しては、今後世界トップレベルのMICE都市を目指し、国としての支援を行っていくこととしている。

●多言語対応の改善・強化のためのガイドライン（表V-1-8）

観光庁は「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」にのっとり、14年3月に美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関などにおける多言語対応のガイドライン「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガ

イドライン」をまとめた。これまでも国土交通省や各自治体が独自にガイドラインを作成していたが、本ガイドラインは特徴の9点を包括したものとなっている。

表V-1-8 多言語対応の改善・強化のためのガイドライン

特徴	他のガイドラインとの違い
多言語対応を行う対象・範囲	対象施設を「美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等」として明示し、より幅広い分野を対象とするとともに、展示物等の理解のための文章による解説のあり方を取り上げている
多言語での表記方法	既存のガイドライン例では、「固有名詞」と「普通名詞」の2種類に分けて表記方法を記載しているのに対し、本ガイドラインでは詳細なルール等を記載
解説文章への対応	外国人向けに補足すべき解説文章や補足の考えについても記載
非常時等の対応	災害や事故、火災等の非常時や、公共交通機関における異常運行のほか、外国人がケガや病気になった際の初期対応に参考となる文例も記載
具体的な対訳語	英語・中国語・韓国語で400以上の用語等についての対訳語を記載
多言語表記の統一性・連続性確保	具体的な統一性・連続性の確保の方法や地図事業者等との統一性・連続性について記載
多言語対応推進のあり方	国・地域における対応や取組の評価等を記載
標識やサインのデザインや設置方法に関する留意点	デザインや設置方法に関する留意点は記載しているが、文字の大きさ・書体の考え方については多言語対応に関する考え方の範疇から離れるため、特段記載しない
訪日外国人の利便性や満足度の向上につながる重要な視点	多言語表記の推進だけでなく、多言語対応教育の実施と意識の浸透の重要性等についても記載

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●外国人観光案内所認定制度

観光庁では12年度より外国人観光案内所の認定制度を開始している。13年度は新たに27件の新規認定と2件のカテゴリ変更を認定した。現在までに認定された観光案内所は全国で367件となった。

(4) 国内観光地の魅力向上施策

●観光地域ブランドの構築支援（表V-1-9）

観光庁は14年度より、国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを促進するため、地域の取り組み段階に応じた地域独自の「ブランド」の確立を通じて日本の顔となる観光地域の創出に向けた取り組みを支援している。「観光地域づくりプラットフォーム」を補助対象事業者とした、1) 観光地域ブランド確立基盤づくり支援、2) 観光地域ブランド確立支援より構成される。本年度は6団体が補助採択を受けた。

●東北の観光復興

国と福島県の自治体や観光関係者が連携して福島県の観光復興に向けた観光戦略を検討するため、「福島県観光戦略

表V-1-9 観光地域ブランド確立支援事業 採択地域

観光地域づくりプラットフォーム名	観光圏名
一般社団法人ふらの観光協会	富良野・美瑛観光圏
一般社団法人雪国観光圏	雪国観光圏
一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント	八ヶ岳観光圏
一般社団法人そらの郷	にし阿波～剣山・吉野川観光圏
公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター	阿蘇くじゅう観光圏
公益財団法人佐世保観光コンベンション協会	「海風の国」佐世保・小値賀観光圏

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

会議」が13年12月に創設された。会議では、①福島県における観光復興の現状把握や復興に向けた取り組み方針の策定、具体的施策の検討、②国際会議の福島県への誘致・開催（福島版MICE）の促進、③その他福島県における観光振興に関することについて検討することとされており、14年2月に第1回会議が開催された。

●観光産業の強化に向けた提言の発表（表V-1-10）

観光庁では12年9月より観光産業政策検討会を開催し、観光産業の強化に向けた具体的な方策の検討を重ねてきた。13年3月に開催された第4回観光産業政策検討会の最終議論を踏まえ、提言「世界最高・最先端の観光産業を目指して～観光産業政策検討会提言～」を取りまとめた。提言では下記の通り、6つのテーマに関する具体的な方針が掲げられている。

提言を踏まえ、13年9月より「旅行産業研究会」が開催されている。

表V-1-10 観光産業の強化に向けた提言

テーマ	方針
観光サービスの品質の維持・向上を通じた我が国観光産業のブランド確立	観光サービスの質の向上・明示
	宿泊業についての観光サービスの質の向上等に関する取組みの拡大
先進的な旅行産業への挑戦	世界にチャレンジする旅行産業のあり方・制度の見直し
	高付加価値型・需要創出型サービスの定着・拡大等
	関連産業との関わり、事業の垂直統合・水平展開の可能性
宿泊産業におけるマネジメント・生産性等の改善・向上	インバウンド及びMICEへの取組みの強化・積極的な海外展開
	宿泊産業におけるマネジメント・生産性の向上
	金融機関との連携
	MICEへの取組みの強化・宿泊産業の海外展開
	所有と経営の分離、新たな経営スタイルの導入・促進

旅行の安全の確保	組織的な安全マネジメント等の安全への取り組み
	IT技術の普及に対応した消費者保護のあり方
IT技術の発展に対するニーズの高まり等新しい事象への対応	IT技術の普及への対応
	IT技術を活用した営業戦略の構築、事業展開
	ユニバーサルツーリズムへの対応
	地域との関わり・地域への貢献
	訪日外国人旅行者のニーズへの対応
	統計・データの整備
	日本の観光産業の国際的なプレゼンスの向上
	自然災害発生時の風評被害への対応
観光産業における優秀な人材の確保・育成	労働環境の改善・イメージの向上
	マネジメント層の育成
	実務者層の更なるレベルアップ、優秀な人材の活躍の場の確保・能力の向上
	若年層への教育における観光産業への理解増進、興味喚起

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

(5) 観光統計の充実

観光庁では旅行・観光消費動向調査、宿泊旅行統計調査、訪日外国人消費動向調査、観光地域経済調査の4種類の統計作成を実施している。

そのうち、観光地域経済調査は12年9月より本調査が実施された新しい統計で、観光が地域経済に及ぼす効果を把握するためのものである。観光地域における観光産業の観光売り上げ割合や生産・供給構造、雇用状況などの実態を把握し、観光産業振興施策などの基礎資料を得ることを目的としている。全国904地域の約9万事業所に対し、売上（収入）額および費用、事業別売上（収入）額、主な事業の売上（収入）額の観光割合、主な事業の売上（収入）額の月別内訳など、相手先別収入額の割合・電子商取引の割合、年間営業費用の項目別内訳および支払先地域別割合、事業の実施状況などを尋ねている。

13年8月に観光地域経済調査の結果（速報）が初めて公表された。全国の「観光地域」における観光関連の事業所の概況として、事業所数116.5万、従業者数826万3千人、売上高86.7兆円などの結果が得られた。

（西川亮）