

観光政策をめぐる現状と課題

平成31年2月13日
観光庁長官
田端 浩



Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

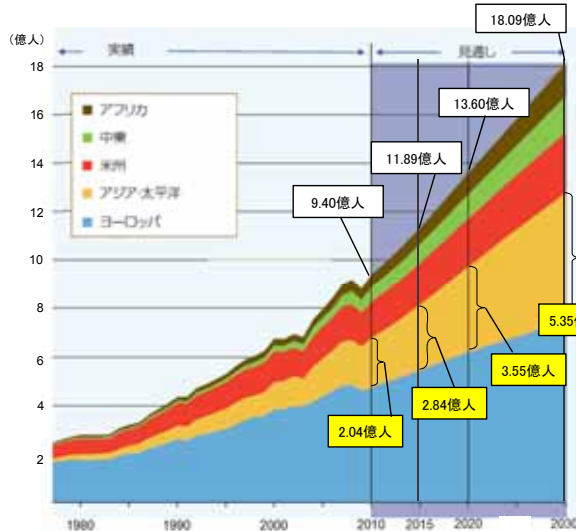


1. 観光の現状

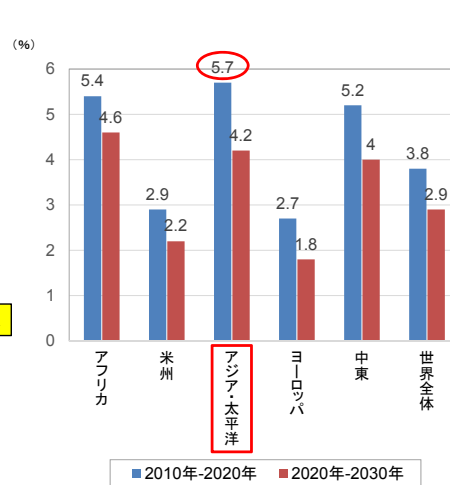
拡大する国際観光市場(長期予測)

アジア・太平洋地域は世界の中で最も高い伸びが予測される国際観光市場。

国際観光客到着客数の推移と今後の予測



国際観光客到着客数の年平均伸び率予測

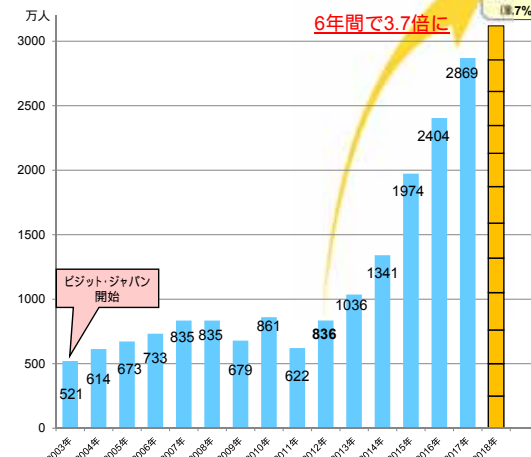


(出展)UNWTO

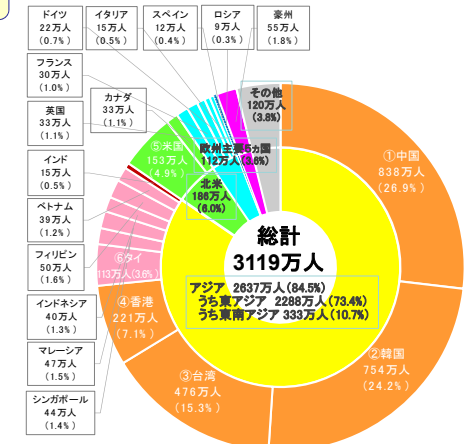
訪日外国人旅行者数の推移

- 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



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。

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(速報)は、過去最高の4兆5,064億円。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1兆5,370億円(構成比34.1%)と最も大きい。次いで、韓国5,842億円(同13.0%)、台湾5,839億円(同13.0%)、香港3,355億円(同7.4%)、米国2,890億円(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)	4兆5,064億円

【2018年(速報値)】



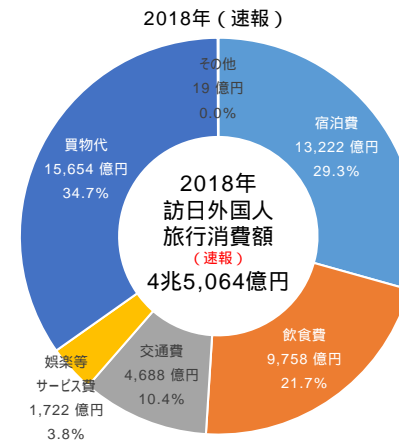
資料: 訪日外国人消費動向調査(観光庁)
 注) 従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したところ。従来ベースの推計方法で2018年の旅行消費額を推計すると、4兆8千億円となる。

注) 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) 速報値につき、今後、数値が更新される可能性がある。
 44

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(速報)

国籍・地域	総額	前年比	訪日外国人1人当たり旅行支出						平均泊数
			宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	
全国籍・地域	152,594	-0.9%	45,822	33,664	16,209	5,952	50,880	67	9.1
韓国	77,559	+8.0%	24,888	19,837	7,660	3,833	21,292	49	4.3
台湾	128,069	+1.8%	35,882	28,164	13,794	4,963	45,236	31	6.8
香港	154,460	+0.9%	45,651	36,743	16,711	5,025	50,294	36	6.3
中国	223,640	-2.9%	47,932	39,854	16,868	7,968	110,923	95	9.7
タイ	124,300	-1.8%	36,880	27,807	15,104	4,379	40,006	124	8.3
シンガポール	171,039	+4.1%	62,409	41,551	19,852	5,902	41,261	64	8.9
マレーシア	137,618	+1.4%	44,858	30,435	16,351	6,450	39,522	3	10.1
インドネシア	141,467	+9.3%	48,111	29,170	20,962	5,593	37,613	17	12.1
フィリピン	121,765	+7.1%	31,567	30,187	14,371	6,036	39,336	268	25.2
ベトナム	189,427	+3.4%	56,062	44,039	18,975	5,873	64,237	241	38.6
インド	161,351	+2.5%	75,362	34,067	21,865	3,734	26,323	0	18.8
英国	219,725	+2.0%	100,009	55,771	32,983	8,278	22,649	34	13.8
ドイツ	191,783	+5.3%	84,397	47,592	28,503	5,962	25,242	87	13.9
フランス	215,733	+1.5%	85,594	56,901	33,415	7,348	32,434	41	18.4
イタリア	224,268	+17.1%	88,116	58,119	39,306	7,579	30,863	286	15.2
スペイン	236,996	+11.5%	92,527	61,910	42,164	7,598	32,797	0	14.2
ロシア	188,530	-5.4%	61,970	43,228	21,745	8,055	53,389	143	16.7
米国	191,352	+5.1%	82,192	50,573	27,282	7,844	23,427	34	13.5
カナダ	184,134	+2.6%	75,220	47,743	27,717	8,250	25,060	143	12.3
オーストラリア	242,050	+7.2%	99,084	58,815	35,046	16,128	32,742	236	13.3
その他	198,291	-6.8%	83,769	48,152	29,280	6,330	30,746	14	16.0

出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」 5

旅行動態の変化の状況

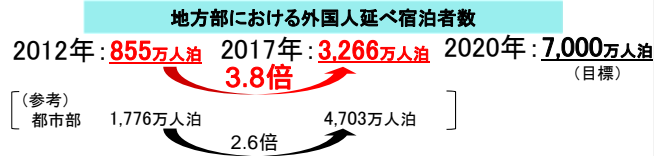
団体旅行(パッケージツアー)から個人旅行(FTT)への移行

個人旅行手配の割合		
2012年:	60.8%	2017年: 76.2%
15.4ポイント増		
(参考) 中国	28.5%	61.8%
33.3ポイント増		
香港	70.8%	90.6%
19.8ポイント増		

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		

都市部から地方部への観光の広がり



リピーター数の増加

リピーター数		
2012年:	528万人	2018年: 1,944万人
3.7倍		
2020年:	2,400万人	(目標)

旅行動態の変化の状況

モノ消費からコト消費への移行

娯楽サービス費購入率		
2012年:	21.5%	2017年: 35.7%
14.2ポイント増		

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:	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%		

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	2018年: 15.3万円
2020年:	20.0万円	(※)
※2020年4,000万人、旅行消費額8兆円目標の達成のためには、1人1回当たり旅行支出20万円が必要		

滞在日数

平均泊数	
2012年:	12.3泊
2018年:	9.1泊

「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

【平成26年度調査】



【平成29年度調査】



2. 今後の観光政策の方向性

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。

・訪日外国人旅行者数は、約3.7倍増の**3,119万人**に (2012年) 836万人 ⇒ (2018年) 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 ⇒ 4兆5,064億円

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	2017年: 3,266万人泊 (2018年の数値は2月下旬に公表)	2020年: 7,000万人泊 (2015年の5倍弱)※
外国人リピーター数	2012年: 528万人	2018年: 1,944万人	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	2017年: 21.1兆円 (2018年の数値は2月中旬に公表)	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

「観光ビジョン実現プログラム2018」(観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2018)の概要

これまでの経緯

- 平成28年3月30日、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議(議長:内閣総理大臣)において、「明日の日本を支える観光ビジョン」を決定。
2020年訪日外国人旅行者数4,000万人、旅行消費額8兆円等の新たな目標を設定。
- 「観光ビジョン実現プログラム」は、新たな観光ビジョン等を踏まえ、政府の今後1年を
目途とした行動計画として、毎年、観光立国推進閣僚会議(主宰:内閣総理大臣)において決定。

概要

- 平成29年9月から平成30年6月にかけて、観光戦略実行推進タスクフォース(内閣官房長官、国土交通大臣、関係閣僚等出席)を計8回開催。タスクフォースにおける有識者の意見等を踏まえ、**政府の今後1年を目標とした取組を「観光ビジョン実現プログラム2018」として策定。**
- 第9回観光立国推進閣僚会議(平成30年6月12日持ち回り開催)において決定。

＜魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放＞

- ・赤坂・京都市立美術館の一般公開、カフェの建設
- ・三の丸尚蔵館収蔵品の公開拡充
- ・桂離宮のガイドツアー拡充
- ・更なる公開・開放の拡充の検討



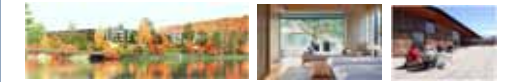
＜文化財の観光資源としての開花＞

- ・文化財の多言語解説の充実
- ・当時の状況を体感できるLiving Historyの推進
- ・文化財を中核とする観光拠点を200程度整備



＜国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化＞

- ・自然体験型コンテンツの充実
- ・上質な宿泊施設の誘致
- ・8つの国立公園で先行的に取組を実施



＜新たな観光資源の開拓＞

- ・ナイトタイムの活用
- ・ビーチの観光資源としての活用促進
- ・公共空間の柔軟な活用、チケット購入の容易化
- ・VR・AR等の最新技術の活用



＜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＞

- ・古民家の宿泊施設等への転用容易化（旅館業規制の緩和、建築規制の合理化）

＜世界水準のDMOの形成・育成＞

- ・観光地域づくりの担い手となるDMOの育成

＜若者のアウトバウンド活性化＞

- ・教育旅行の促進、出入国審査の迅速化等

＜休暇改革＞

- ・「キッズウィーク」の推進

＜次世代の観光立国実現のための財源の活用＞

- ・新たに創設される国際観光旅客税の税収を活用し、観光先進国実現に向けた観光基盤を拡充・強化

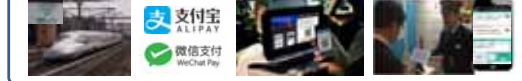
＜最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現＞

- ・顔認証ゲートやバイオカードの導入空港の拡大等による出入国の円滑化（FAST TRAVELの実現）



＜公共交通利用環境の革新＞

- ・2018年度中に全ての新幹線で無料Wi-Fiサービス開始、海外インターネット予約可能化
- ・決済環境整備、多言語対応、トイレの洋式化等



＜通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現＞

- ・2020年までに新幹線トンネルの全区間において携帯電話利用可能化
- ・「VoiceTra」等の全国規模での実証実験
- ・ムスリム旅行者の受入環境の整備（食、礼拝等）
- ・持続可能な観光地域づくりに向けた対策の強化

＜「地方創生回廊」の完備＞

- ・「ジャパン・レールパス」の利便性向上
- ・訪日外国人旅行者のレンタカー利用環境の整備

＜地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進＞

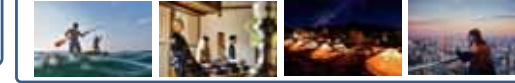
- ・地方空港のLCC等国際線就航促進
- ・首都圏空港の発着容量を年間約100万回に
- ・空港におけるおもてなし環境整備

＜クルーズ船受入の更なる拡充＞

- ・クルーズ客の消費拡大や満足度向上

＜訪日プロモーションの戦略的高度化及び多様な魅力の対外発信強化＞

- ・欧米豪を対象としたグローバルキャンペーン
- ・デジタルマーケティングを活用したプロモーションの高度化



＜ビザの戦略的緩和＞

- ・中国、インド、ロシア等の一層のビザ緩和

＜観光関係の規制・制度の総合的な見直し＞

- ・宿泊産業の革新（ICT活用、宿泊施設間の連携）

＜民泊サービスへの対応＞

- ・健全な民泊サービスの普及（住宅宿泊事業法の適切な運用、旅館業規制の見直し）

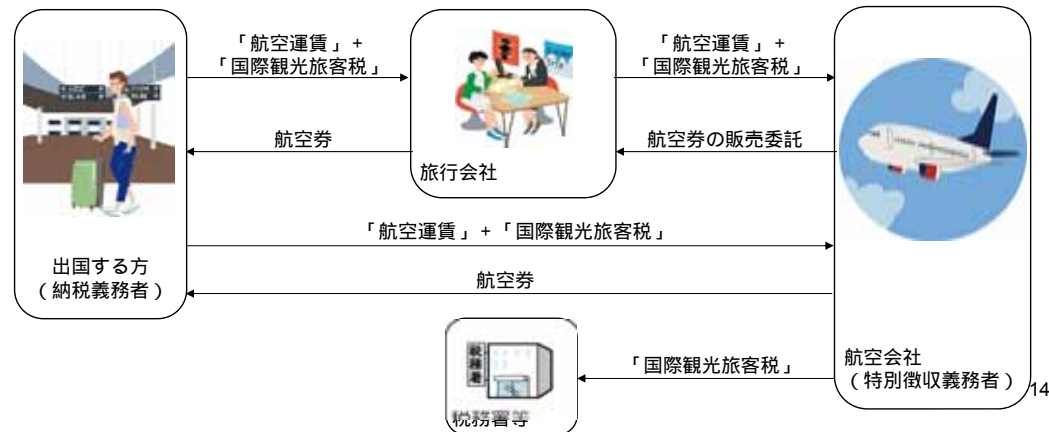
＜産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化＞

- ・外国人材の活用に向けた環境整備等

国際観光旅客税の概要

- 税率：日本からの出国1回につき1,000円（2歳未満の乳児又は幼児等は課税されない）
- 納付方法：原則として、船舶会社又は航空会社（特別徴収義務者）が、チケット代金に上乗せする等の方法で、日本から出国する方（納税義務者）から「国際観光旅客税」を徴収し、国に納付。
- 用途：ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備、日本の多様な魅力に関する情報の入手の容易化、地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等の3つの分野に活用。
- 適用時期：平成31年1月7日（月）以後の出国に適用（「平成31年1月7日より前に発券された航空券により、平成31年1月7日以後に出国される方」等は除く）

～ 航空機を利用する場合のイメージ図 ～



国際観光旅客税を活用したより高次元な観光施策の展開

平成31年度 500億円

1. ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備
 - ・円滑な出入国・通関等の環境整備
 - ・FAST TRAVELの推進
 - ・公共交通利用環境の革新等
 - ・ICT等を活用した多言語対応等による観光地の「まちあるき」の満足度向上
 - ・旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保



自動チェックイン機 顔認証ゲートの導入 多言語音声ガイドの整備



公共交通利用環境の革新等

2. 我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化
 - ・ICTの活用等による先進的なプロモーションの実施



グローバルキャンペーン等の先進的なプロモーション

3. 地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上

- ・インフラを始めとした地域資源を活用したコンテンツの作成等
- ・最先端観光コンテンツ インキュベーター事業
- ・地域観光資源の多言語解説整備支援事業
- ・文化資源（文化財等）を活用したインバウンドのための環境整備
- ・国立公園のインバウンドに向けた環境整備



首都圏外郭放水路の一般見学 日本博を契機とした観光コンテンツの拡充

上記のほか、三の丸尚蔵館の整備（宮内庁）についても、国際観光旅客税財源を充当



3. 2030年を見据えて

UNWTO等の国際機関で近年扱われているテーマ

UNWTO(世界観光機構)の5つのテーマ

- 社会面・文化面・環境面の持続可能性** 「持続可能な観光を支える資源・資産を守る。」
- イノベーションとデジタル化** 「観光をもっとスマートにしよう。」
- 投資と起業家** 「加盟国の観光の競争力を高めよう。」
- 教育と雇用** 「より多くの、より上質な雇用を創出しよう。」
- 安全・安心でシームレスな旅行の実現** 「危機への対応力を高め、スムーズに旅行できる環境を作ろう。」

OECD(経済協力開発機構)観光委員会のテーマ

- 持続可能かつ包括的な観光発展の促進** 「経済・社会・環境へ将来にわたり配慮した成長をしよう。」
- デジタルエコノミーの観光への活用** 「新市場へのアクセス、新商品、顧客の世界展開、生産性を向上しよう。」

APEC(アジア太平洋経済協力)観光委員会のテーマ

- 域内の経済成長と繁栄** 「観光が駆動力となることの理解と認識を促進しよう。」
- 責任ある観光の推進** 「観光・旅行産業の持続可能で包括的な成長を確保しよう。」¹⁷

持続可能な観光地づくり

➤ **観光は「成長戦略」の柱、「地方創生」の切り札**

➤ **他方、観光客の増大が、地域住民の生活環境に影響を与えるケースも**

- 交通渋滞、騒音等のトラブル、治安・衛生面の懸念など

➤ **住んでよし、訪れてよしの地域づくりが重要**

- 観光客の満足度の向上と住民の生活環境の確保の両立

→ **「オーバーツーリズム」の克服、「持続可能な」観光地づくり**

交通問題への対応の事例

< 取組事例1:京都市 >

(課題)

- 近年、観光客の増加・集中により市民生活にも影響が生じているため、観光地等において、**市民生活と観光との調和を図るための混雑緩和策を強力に推進**する必要あり



(対応)

- 観光客を地下鉄に誘導するための市バスの価格政策(バス一日乗車券の値上げ)**を実施

< 取組事例2:鎌倉市 >

(課題)

- 一部の鉄道等が観光客により混雑し、**市民生活に支障が発生**

(対応)

- 観光客による混雑時に、あらかじめ発行された「沿線住民等証明書」を所持する**住民の乗車を優先させる実証実験**



- エリア内での一般道を走行する自動車に課金する「**エリアプライシング**」の検討

訪日外国人旅行者数目標	空港機能の強化	管制容量の拡大
2020年 4000万人	<ul style="list-style-type: none"> 羽田飛行経路の見直し等の首都圏空港機能強化（+約8万回）と、 那覇空港の滑走路増設等の他空港の機能強化 により対応	現行の管制容量で対応可能 約180万機対応
2030年 6000万人	<ul style="list-style-type: none"> 成田空港の滑走路増設等（+約16万回）と、 福岡空港の滑走路増設等の他空港の機能強化 により対応	国内管制空域の抜本的再編により対応（2024年度完了） 約200万機対応

首都圏空港機能強化技術検討小委員会の中間取りまとめ(平成26年7月)をふまえた
今後の首都圏空港の機能強化に関する取組方針について

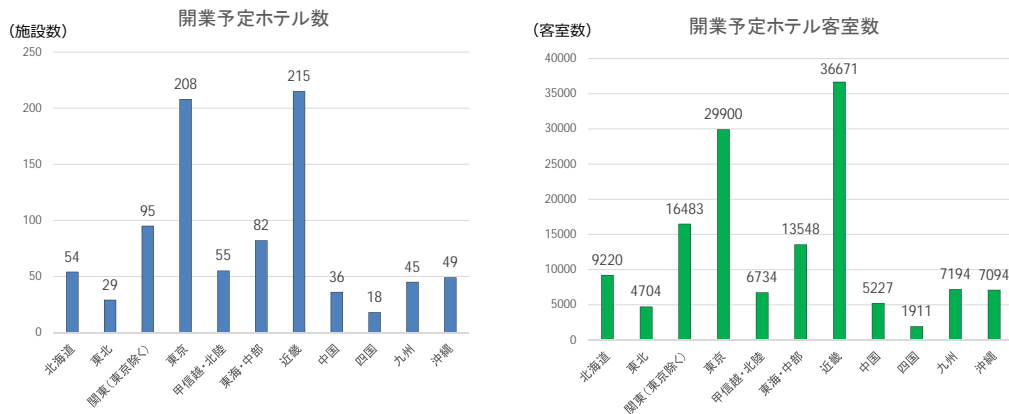
	羽田空港	成田空港	
■2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会までに実現し得る主な技術的な方策	<ul style="list-style-type: none"> 滑走路処理能力の再検証 滑走路運用・飛行経路の見直し 【現状：約45万回】 ⇨ 年間+約4万回 計 +約4万回 【1日約50便】	<ul style="list-style-type: none"> 管制機能の高度化 ⇨ 年間+約2万回 高速離脱誘導路の整備 ⇨ 年間+約2万回 夜間飛行制限の緩和 ⇨ 年間+α 回 【現状：約30万回】 計 +4万回+α 【1日約50便】	<ul style="list-style-type: none"> 滑走路の増設 既存滑走路の延長 滑走路の増設 ⇨ 年間+約16万回 計 約100万回 (年間約83万回+約16万回)【1日+約200便】
■2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会以降の技術的な方策			
合計	約83万回 (年間75万回+約8万回) 【1日+約100便】		約100万回 (年間約83万回+約16万回)【1日+約200便】

赤字は観光ビジョンの目標達成に向けた施策

地域別のホテル開業予定(施設数及び客室数)

○東京、近畿を中心に相当数の開業が予定されている。

2018年1月から2020年までの開業予定ホテル数、客室数
(全国で886施設、138,686室)



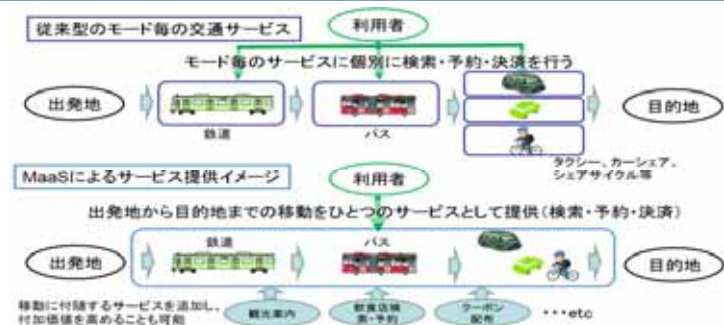
出典：『週刊ホテルレストラン』（2018年6月1日号及び12月7日号）に基づき観光庁作成

注1：各地域の構成
 関東：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、神奈川
 甲信越・北陸：新潟、富山、石川、福井、山梨、長野
 東海・中部：岐阜、静岡、愛知、三重
 近畿：滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

注2：開業予定ホテル客室数には、客室数が未定の場合は計上していない。

陸上交通の変革(MaaSについて)

- MaaS: Mobility as a Service
- 出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスに提供する等、移動を単なる手段としてではなく、利用者にとっての一元的なサービスとして捉える概念。
- スマートフォンアプリを用いて、出発地から目的地までの移動手段の検索・予約・決済を一括して行えるサービス等が典型。



想定される効果

- シームレスでストレスフリーな移動実現による利用者利便の向上
 - 公共交通機関の利用シェアの増加(ヘルシンキWhimユーザー:48%→74%)
 - 都市部における渋滞の削減や環境負荷の低減
 - 公共交通機関の運行効率化、生産性向上
 - 人流データ収集(→路線の再編)
- 出典：MaaS ALLIANCE “White Paper”
ERTICO “VISION PAPER”



フィンランドMaaS Global社によるWhimのスマートフォンアプリによる利用イメージ

未来投資会議 構造改革徹底推進会合 地域経済・インフラ会合(平成30年4月17日)
計量計画研究所 牧村氏発表資料より抜粋

24

1 集団から個人の時代へ(マーケットの細分化)

- ・大衆メディアからSNSへ: デジタル対応+尖った「強み」があれば特定のマーケットに刺さる
- ・団体からFITへ: 個人の興味関心に応じて行きたいところに自由に行く
- ・事業者本位から利用者本位の社会へ: 「カーシェア」「デマンド交通」「自動運転」「MaaS」
- ・働き方・休み方改革: 「平日/休日」「仕事/余暇」の境界が曖昧に

2 観光が経済を牽引していく

- ・インバウンドの増加が経済に貢献: 「爆買い」「インバウンド銘柄」
- ・国際的にも観光需要は増大: Instagramがむしろ観光需要を喚起(行った気になってそこで終わりではない)
- ・観光消費は輸出や投資の増加にも貢献
- ・Society 5.0(データの世紀): 観光・移動のデータに対する注目度の高まり

3 国際社会の中で貢献していく

- ・SDGs(持続可能な開発目標)への観光による貢献: G20観光大臣会合(本年10月)
- ・アンバランスの是正: 官民連携による相互交流の促進
- ・災害時でも安全・安心に旅行できる環境整備

25