

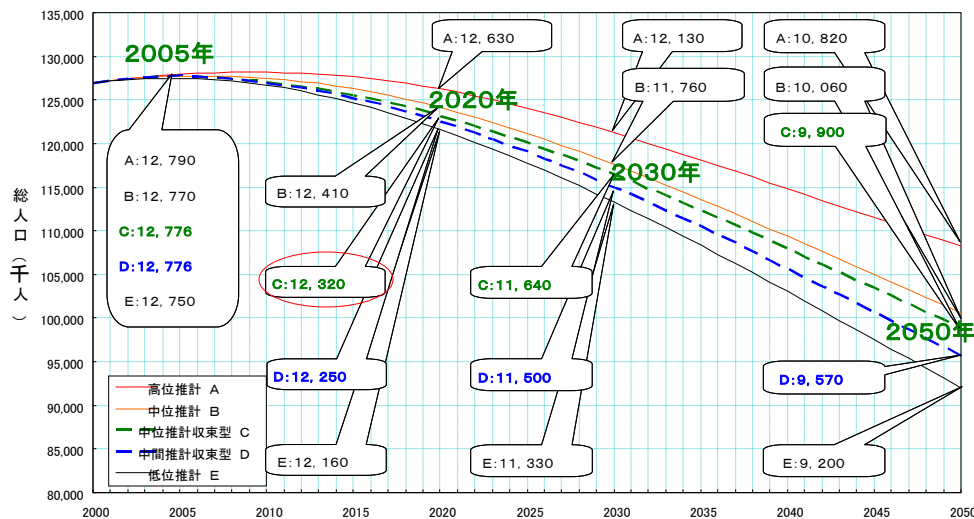
観光による地域振興

平成21年9月17日
国土交通省 観光庁

これからの我が国の人口減少動向

定住人口の減少

総人口の推移(試算値)



(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成14年1月推計)」をもとに、国土交通省国土計画局作成。
 (注1) 中位推計収束型とは、中位推計に用いている合計特殊出生率と足下の統計値との乖離が、2030年にかけて収束すると仮定したもの。
 (注2) 中間推計収束型とは、中位推計収束型と低位推計収束型の中間値。なお、低位推計収束型とは、低位推計に用いている合計特殊出生率と足下の統計値との乖離が、2030年にかけて収束すると仮定したもの。

圏域別将来推計人口(国土交通省国土計画局暫定値)

単位: 万人

			東北圏	首都圏	中部圏	北陸圏	近畿圏	中国圏	四国圏	九州圏	全国
実績	2000年	人口	1,229	4,132	1,699	313	2,086	773	415	1,345	12,693
	2005年	人口	1,207	4,237	1,722	311	2,089	768	409	1,335	12,776
		(対2000年比)	-1.9%	2.5%	1.3%	-0.8%	0.2%	-0.7%	-1.6%	-0.7%	0.7%
直近トレンド型 (2000-2005 純移動率 固定型)	2010年	人口	1,170	4,300	1,710	300	2,070	750	400	1,310	12,700
		対2005年比	-2.7%	1.4%	-0.6%	-2.4%	-1.0%	-2.1%	-2.6%	-1.6%	-0.6%
	2020年	人口	1,090	4,330	1,650	280	1,990	710	370	1,250	12,320
		対2005年比	-9.6%	2.1%	-4.1%	-8.9%	-4.9%	-8.1%	-9.7%	-6.2%	-3.6%

(注1) 「直近トレンド型」とは、都道府県間の人口純移動率を直近(2000-2005年)の係数で固定した場合の計数。
 (注2) 推計人口は、出生率を中位推計収束型(社会保障人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成14年3月推計))における中位推計に用いている合計特殊出生率と足下の統計値との乖離が、2030年にかけて収束すると仮定したものとして推計した総人口に、一致させている。
 (注3) 実績以外の人口については、単位を10万人としている。また、比率は実数を元に算出したものである。

国土審議会計画部会資料より引用(2点とも)

今後、特に地方において人口減少が急速に進行

地域内消費の減少による地域経済の縮小

地域格差の拡大が懸念

観光による地域の振興とは何か？

地域を取り巻く厳しい環境

人口減少社会の到来

地域格差の拡大懸念

『地方の活力なくして国の活力なし』

観光地づくり

＜社会的側面＞

「住んでよし」＝まちづくり

地域コミュニティの活性化

地域資源の保全・再生・価値向上
地域の自信・誇りの再生

＜国の光を観せる＞

＜経済的側面＞

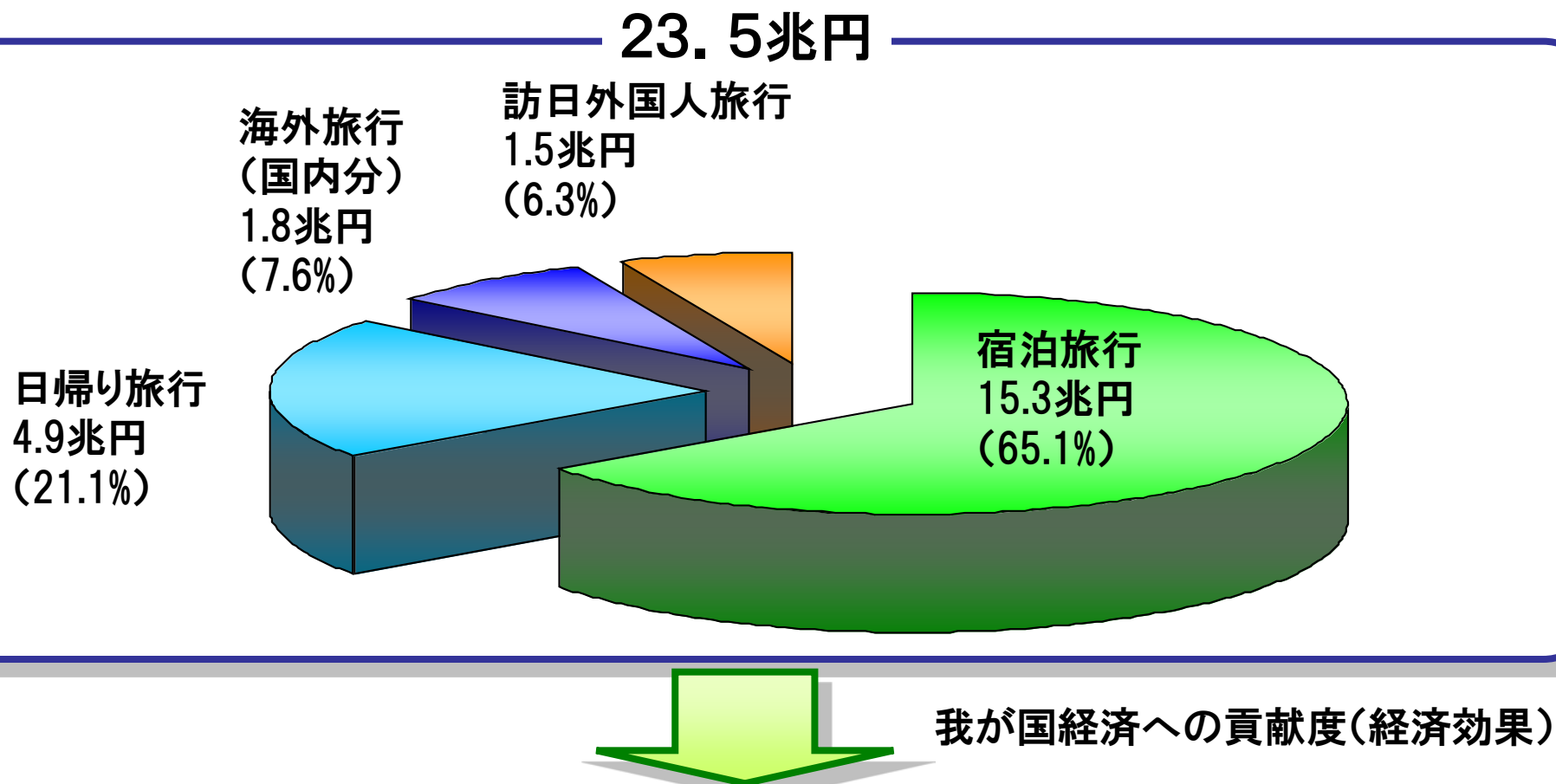
「訪れてよし」＝観光振興

交流人口の拡大

域内消費額の拡大
所得・雇用・税収の確保

＜国の光を観る＞

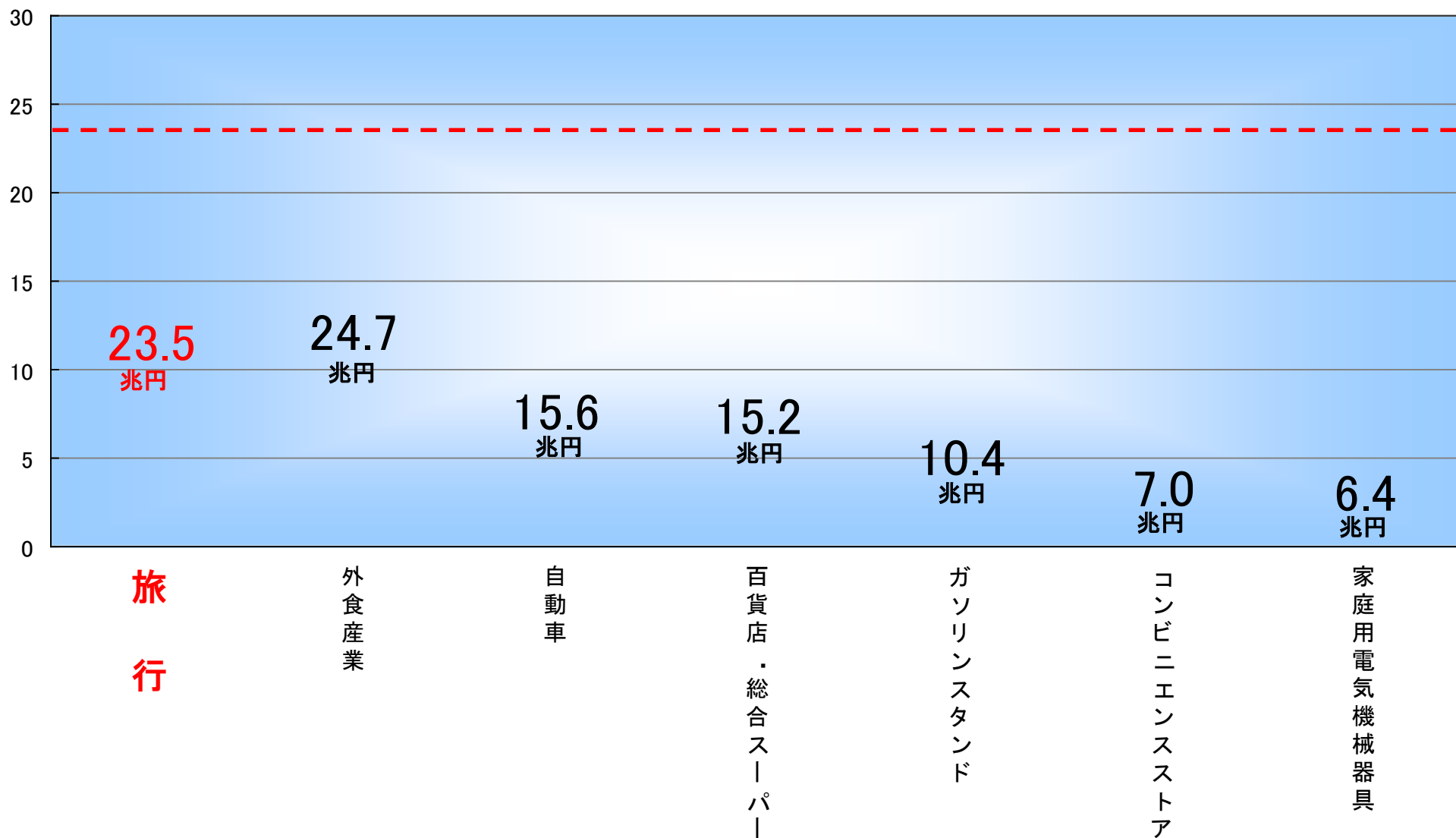
国内における旅行消費額(平成19年度)



生産波及効果	53.1兆円	…5.6%(対産業連関表国内生産額)
付加価値誘発効果	28.5兆円	…5.5%(対名目GDP)
雇用誘発効果	441万人	…6.9%(対全国就業者数)

「国内における旅行消費額(19年度)」の規模

消費額/販売額



日本国内における旅行・観光消費の生産波及効果 53.1兆円の内訳

交通・宿泊・飲食等 16.5兆円

鉄道旅客輸送	3,205
道路旅客輸送	736
水運	241
航空輸送	2,480
旅行・その他の運輸付帯サービス	1,808
貸自動車業	294
スポーツ施設提供業・公園・遊園地	506
その他娯楽	484
飲食店	2,871
旅館・その他の宿泊所	3,880

(単位:十億円)

左記以外 36.6兆円

耕種農業	619	水道・廃棄物処理	501
その他農業・林業	309	卸売	2,979
漁業	281	小売	2,773
鉱業	111	金融・保険	2,816
農産食料品	425	不動産仲介・住宅賃貸料	1,053
水産食料品	311	住宅賃貸料(帰属家賃)	1,978
菓子類	773	鉄道貨物輸送	12
その他食料品	2,281	道路貨物輸送	743
繊維製品	682	道路輸送施設提供	166
パルプ・紙・木製品	695	その他運輸付帯サービス	710
出版・印刷	711	その他運輸	99
化学製品	913	通信・放送	1,135
石油・石炭製品	1,496	公務	138
履物・皮革製品	120	社会教育	141
窯業・土石製品	192	その他教育・研究	544
鉄鋼	218	医療・保健・社会保障・介護	462
非鉄金属	84	その他の公共サービス	199
金属製品	253	物品賃貸業(除貸自動車業)	620
一般機械	122	その他対事業所サービス	3,060
電気機械	519	理容業・美容業	382
輸送機械	789	写真業	232
精密機械	230	その他対個人サービス	863
その他製造工業製品	794	事務用品	134
建設	522	分類不明	378
電力・ガス・熱供給	1,068		

観光産業以外の幅広い産業に大きな効果

国内宿泊旅行による格差是正効果(イメージ)

日本人による国内の宿泊旅行消費額15.3兆円を地域ブロック間の流動量で案分。
三大都市圏からその他地域へ、宿泊旅行を通じて1.7兆円が移転。

<三大都市圏>

関東
東海
近畿

7.1兆円
(3,547万人泊)

3.1兆円
(2,009万人泊)

1.4兆円
(885万人泊)

<その他地域>

北海道
東北
北陸・甲信越
中国
四国
九州
沖縄

3.7兆円
(1,848万人泊)

旅行消費額： 平成19年度
延べ宿泊者数： 平成19年1～12月

※端数処理により合計が合わないことがある

- 1) 延べ宿泊者数は「宿泊旅行統計調査」(国土交通省)「参考第1表」に記載の延べ宿泊者数(従業者数100人以上の施設)を居住地・施設所在地別に集計。ただし、宿泊者の居住地が不詳分のデータについては判明分実績に応じて各地域に配分し推計。
- 2) 宿泊旅行消費額は「平成19年度旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(国土交通省)に記載の国内宿泊旅行の旅行消費額を1)により算出した地域間流動に応じて案分。ただし、旅行前後支出は居住地に計上。

観光交流人口増大の経済効果(試算)

定住人口=1億2,800万人

1人当り年間消費額=121万円

減少

定住人口1人減少分

拡大

旅行消費額

訪日外国人旅行1.4兆円

国民の旅行(海外分除く)20.4兆円

うち宿泊旅行 15.7兆円
うち日帰り旅行 4.7兆円

国際交流人口
(外国人旅行者)

756万人

1人1回当り消費額
18万円

国内交流人口
(国内旅行者)

5億9,009万人

うち宿泊 2億8,882万人
うち日帰り 3億 127万人

1人1回当り消費額
うち宿泊 5万4千円
うち日帰り 1万6千円

外国人旅行者7人分

又は

国内旅行者(宿泊)22人分

又は

国内旅行者(日帰り)77人分

+

定住人口は国勢調査(総務省)、定住人口1人当り年間消費額は家計調査(総務省)による。
旅行消費額は旅行・観光消費動向調査(2006年度)、国際交流人口はJUNTOにより、国内交流人口及び1人1回当り消費額(国内・外国人)は両調査を用いた試算。
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人当り年間消費額を交流人口1人1回当り消費額で除したもの。

観光立国推進基本計画の概要

観光立国推進基本法の制定
(平成18年12月)

- 基本法第10条の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、「観光立国推進基本計画」を策定（平成19年6月 閣議決定）

基本的な方針

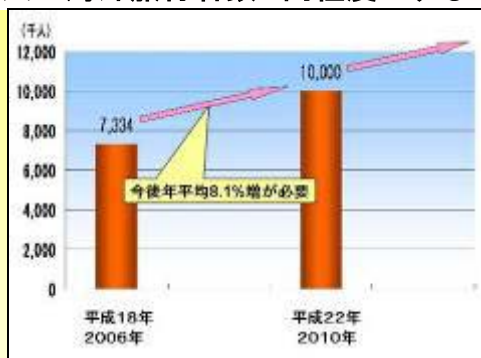
◆ 国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大するとともに、国民の海外旅行を発展 等

目 標

計画期間における基本的な目標

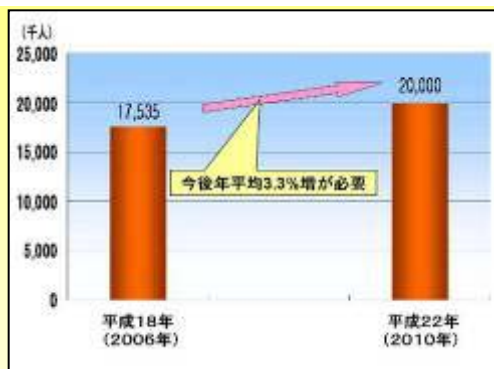
○訪日外国人旅行者数

平成22年までに1,000万人にし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にする



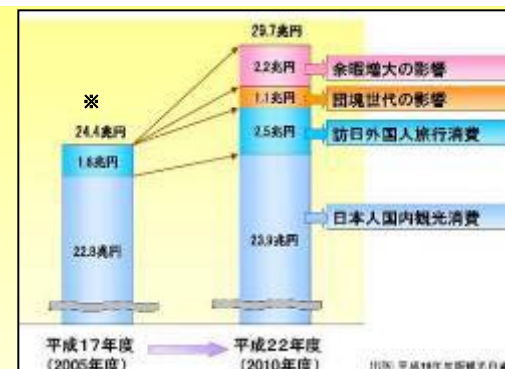
○日本人の海外旅行者数

平成22年までに2,000万人にする



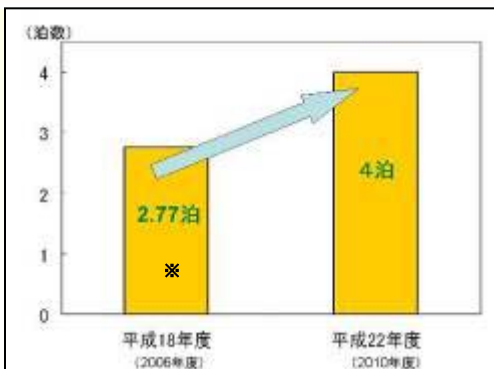
○国内における観光旅行消費額

平成22年度までに30兆円にする



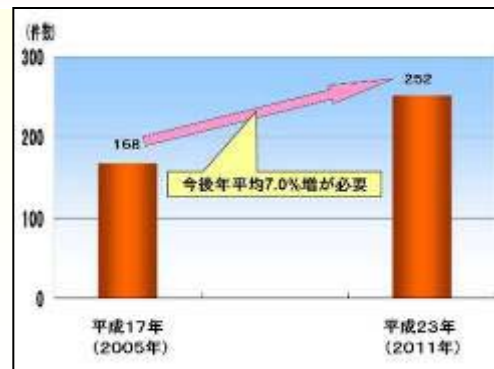
○日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数

平成22年度までに年間4泊にする



○我が国における国際会議の開催件数

平成23年までに5割以上増やす



計画期間

5年間

施策

目標を達成するための具体的な施策を記述

その他

毎年度点検を行うとともに、おおむね3年後を目途に見直し等

観光庁の主要課題

民間・地方・国の『連携』により、『新しい発想』で国を挙げて観光立国の実現に取り組む。

内外における旅行需要の拡大

○日本ブランド発信強化による需要拡大

- ・訪日旅客2000万人時代を見据えた「プレミアム・デスティネーション」日本の魅力発信
2010年をVisit Japan Yearと設定し、プロモーションを強化。
 - ・メーカー、通信業、金融業等の一般企業にまでタイアップを拡大
 - ・重点地域を定めプロモーションを重点化
 - ・日本ファンのデータベース整備によるプロモーションへの活用
- ・新興市場へのプロモーション対象拡大
- ・国際会議から文化・スポーツイベント、展示会等MICE全体への誘致・開催へ

○旅行を促す環境の整備

- ・有給休暇の取得促進・休暇の分散化の促進
- ・国内観光旅行の振興のための官民協力
- ・新型インフルエンザ等危機管理への対応

等

受入体制の整備

○受入体制の整備

- ・2000万人時代にふさわしい受入体制の整備、諸制度の見直し
- ・ビザ手続きの緩和・弾力化
中国の個人観光客へのビザ発給対象地域の拡大、インド、ロシア、マレーシア等に対するビザ発給要件の緩和・取得の容易化等
- ・入国審査のさらなる迅速化
- ・羽田空港の機能拡充に伴う受入体制の整備
- ・産学官の連携等による観光産業や観光地づくりを担う人材の育成

魅力ある観光地づくり・磨き上げ

○地域の連携による取組みの強化

- ・観光圏の整備による広域連携の促進
- ・社会資本整備との連携等による観光圏整備の充実

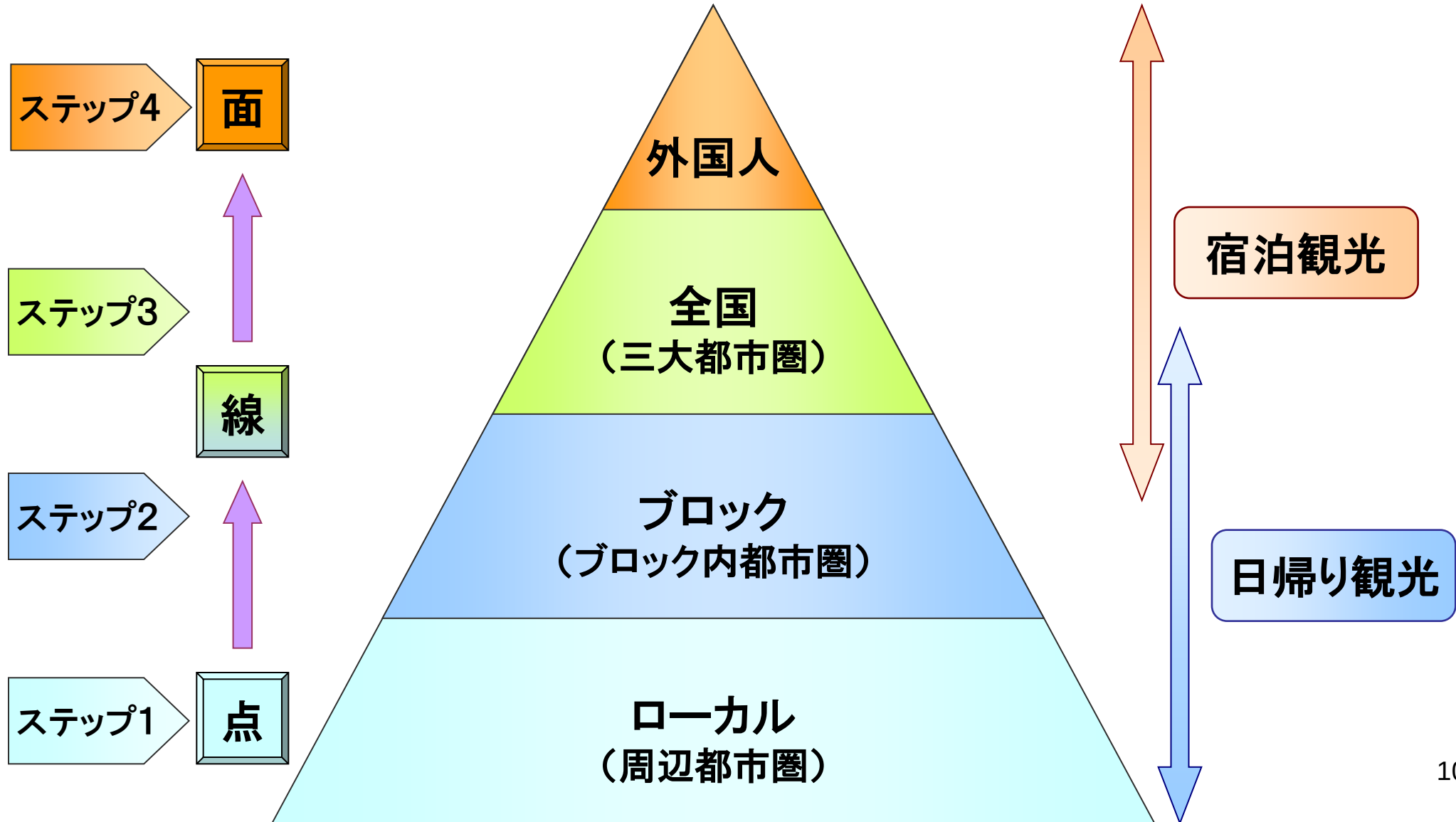
○省内各局との連携強化

- ・観光地における無電柱化、魅力的な歴史的風致を持つまちづくり
- ・瀬戸内海における船旅による地域振興

等

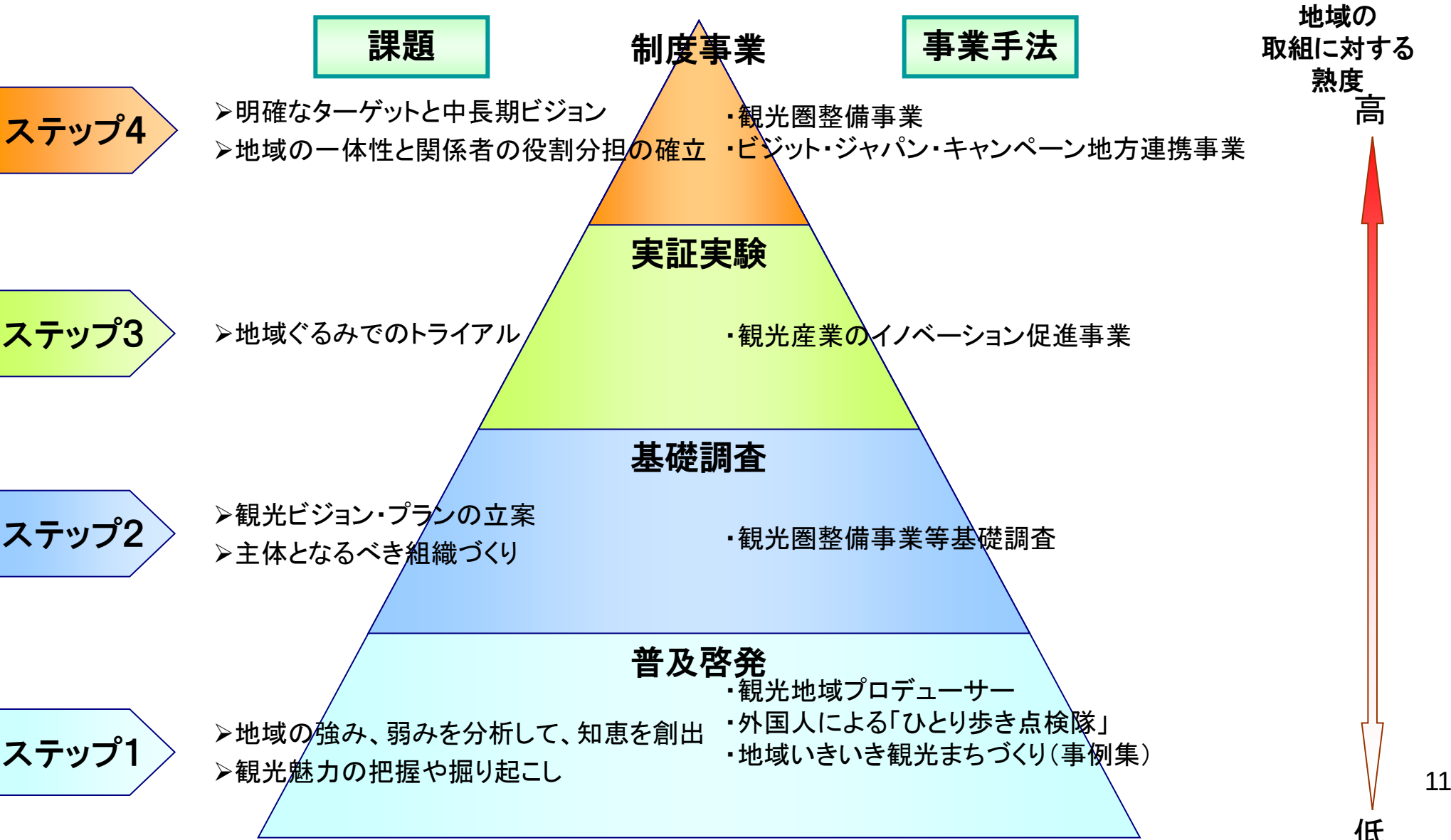
観光地づくりに取り組むためのピラミッド①

観光市場の基本構造



観光地づくりに取り組むためのピラミッド②

観光地づくりに対する国(観光庁)の支援



観光地域プロデューサー事業の実施

取り組みのねらい：観光地域づくりにおける外部人材の紹介・マッチングによる人材の登用を支援

地域側の事情

- ・地域内の人材だけでは閉塞的な状況になる。
- ・単なるアドバイザーでなく、地域づくりのまとめ役、リーダー役、実行役となる人材が必要

地域の外にいる観光専門家の状況

- ・退職後、自分の知識と経験を活かしたい
- ・地域の情報が不足しており、I・Uターンに踏み切れない

地域の外にいる人材に必要な研修を実施した上で、観光地域プロデューサーとして登録
観光地域づくり戦略策定や着地型旅行商品の開発、流通への発信等の専門家を要する地域を紹介

観光地域プロデューサー事業の実施（地域の選定、プロデューサーとのマッチング等）

以下の地域に研修を修了した「観光地域プロデューサー」を派遣

平成19年度モデル地域（5地域）

千葉県富津市：「石」を活用した芸術観光の振興

東京都台東区：新たな観光戦略の企画・立案

山梨県富士河口湖町：住民主導の観光まちづくり

静岡県伊豆の国市：新鮮な発想による情報発信

富山県立山町：アルペンルートのプロモーション

平成20年度モデル地域（3地域）

茨城県石岡市：歴史、文化等を活用した体験観光等の商品化

新潟県佐渡市：観光資源を活用した着地型旅行商品の開発

千葉県鴨川市：首都圏への効果的な広報宣伝、販売促進

「観光地域プロデューサー・データベース」

平成20年10月より試行的運用の開始

「観光地域プロデューサー」希望者及び「観光地域プロデューサー」を欲している地域の情報を一元管理し、双方によるマッチングをサポート

〔データベースのアドレス〕

<http://www.kankouchidukuri.jp/produce/>

外国人によるひとり歩き点検隊

(背景) 平成18年2月9日に開催された『第1回外国人から見た観光まちづくり懇談会』において、委員から「日本の空港、駅等の表示がわかりにくい」との指摘

外国人が一人で空港に降り立っても、目的地に行くことができるような受入体制の整備が必要

外国人による「ひとり歩き点検隊」の実施

平成17年度から、外国人の利用が多い空港や駅において、米国・韓国・中国等からの留学生等が参加し、外国人の視点から、案内表示や情報提供について点検を実施。

(20年度までの実施箇所) 空港25箇所、駅11箇所

この点検結果を参考に、
関係者で改善方策を検討、実施



成田国際空港での点検の様子

地域いきいき観光まちづくり(事例集)①

地域いきいき観光まちづくり -100-

観光立国の実現に向けて、地域による、魅力的な観光地づくりに向けた熱意と創意工夫にあふれた取組みが日本各地で行われている。それらの一部を紹介し、観光地づくりに取り組む方々へ広く参考となるよう事例集としてまとめ、平成18年8月に公表。

1. 歴史的まちなみを活かした取組み

【掲載事例】

- 福島県大内宿：
アスファルトを撤去して街道を復元
- 岐阜県飛騨古川：
町並み景観デザイン賞
- 山口県山口：
自然・歴史・文化と住民参加による観光振興



福島県大内宿

2. 体験交流を活かした取組み

【掲載事例】

- 新潟県高柳：
「和紙づくり」と農家民泊「かやぶきの宿」
- 長野県飯田：体験教育旅行
- 愛知県日間賀島：
体験型観光の確立



長野県飯田

3. 小説、映画等を活かした取組み

【掲載事例】

- 愛媛県松山：
「坂の上の雲」を軸とした21世紀のまちづくり
- 広島県尾道：
映画と坂道を活かした観光振興



愛媛県松山

4. 温泉地再生に向けた取組み

【掲載事例】

- 山形県小野川温泉：夢ぐりプラン
(湯めぐりプラン)
- 大分県別府温泉：別府ハットウオンパク
(別府八湯温泉博覧会)
- 兵庫県有馬温泉：
日本最古の名湯の奥座敷の観光地づくり



大分県別府温泉

地域いきいき観光まちづくり 2008

日本各地で宿泊数や滞在時間を延ばす取り組みを行った結果、成果を発揮している地域を「滞在力のあるまち」として、外国人にとって魅力ある資源があり、その魅力を活かす何らかの取り組みが行われ、外国人が多く訪れている地域を「外国人で賑わうまち」として掲載し事例集をとりまとめ平成20年1月に公表。

滞在力のあるまち

1. 広域観光ニーズへ対応する取り組み

【掲載事例】

○富良野・美瑛：
「富良野・美瑛」地域ブランドのイメージを確立

○会津若松、喜多方
会津全域に加え、乗合タクシーにより他地域とも連携



北海道美瑛町

2. 体験交流を活かした取り組み

【掲載事例】

○館山・南房総：
夜の自然体験プログラムの開催

○淡路島：漁業体験等の多彩な体験型ツーリズムの推進



兵庫県淡路市

外国人で賑わうまち

1. 多言語化等による情報提供の取り組み

【掲載事例】

○札幌：
観光案内所におけるワンストップサービスの実施

○富士河口湖：
レトロバスにおける多言語放送の実施



山梨県富士河口湖町

2. 外国人誘致に向けた取り組み

【掲載事例】

○日光：
海外へのミッション派遣やトラベルマートへの出展

○別府：
旅行関係者の招聘事業や宿泊施設の合同PR活動の実施



大分県別府市

観光産業のイノベーション促進事業

観光産業の新たなビジネスモデルの構築を支援するとともに、そのノウハウの普及・啓発を行う。

- 新たなビジネスモデルの例
(客室稼働率の向上、業務の共同化・効率化等)

・連携・共同によるブランド戦略の 取り組み



例) バリアフリー



例) 地産地消

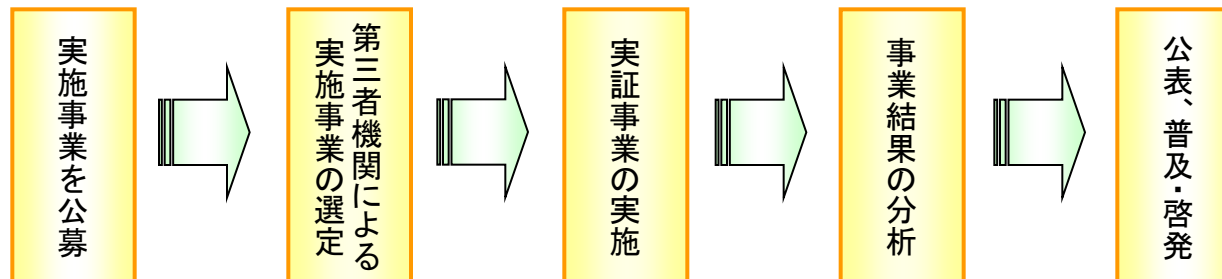
複数旅館で、「エコ」、「バリアフリー」、「のんびり滞在」、「地産地消」等をブランド化し、共同で情報発信や顧客管理をすることで、リピーター確保等による客室稼働率の向上を図る。

・宿泊産業・旅行産業のデータ処理の効率化、共通化



宿泊産業・旅行産業間の情報流通において、各々のシステム間のデータ処理形式を共通化することで予約手配業務の効率化を図る。

事業実施の流れ



観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律(平成20年法律第39号)

概要

基本方針：主務大臣は、観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針を策定

市町村 都道府県 観光事業者 **協議会** 農林水産業者 商工業者 NPO 等

観光圏整備計画

「観光圏整備事業」：地域の創意工夫による観光圏の魅力を高めるための事業を具体的に列挙

宿泊



観光資源



交通・移動



案内・情報提供等



「滞在促進地区」：観光旅客の滞りの促進に資する事業を重点的に実施すべき区域を記載

観光圏整備実施計画

事業者が共同して作成し、国土交通大臣に共同で認定申請

農山漁村活性化法の特例

観光圏整備計画に、地域間交流の拠点となる施設の整備に関する事業等を記載した場合、交付金の交付が可能

大臣認定

※任意だが、認定を受けると以下の支援が受けられる。

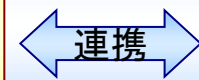
国による総合的支援

【大臣認定による特例措置】

- ・宿泊施設が実施する旅行業者代理業に係る旅行業法の特例
- ・運送事業関係の手續緩和の特例 等

【予算等】

- ・予算補助制度の創設
- ・税制優遇措置
- ・財政投融资 等



【ソフト・ハードの連携】

- ・社会資本整備事業及び公共交通支援における配慮

地域の活性化を通じた観光立国の実現

観光圏整備による観光旅客の滞在の長期化

観光圏整備のイメージ

観光資源の活用促進

- ・魅力ある観光資源を生かした観光商品の開発



観光案内・情報提供の充実

- ・提案型観光案内の導入
- ・案内標識の充実



体験・交流・食メニューの充実

- ・早朝・夕刻のイベント開催
- ・地域限定の食のメニューの開発



移動の快適化

- ・周遊割引券の導入
- ・沿道の植樹



農業・漁業体験交流メニューの充実

- ・体験交流施設の整備
- ・農業体験プログラムの開発



そぞろ歩きできる環境づくり

- ・快適なまち歩きのためのルート整備(ハード面での連携)と案内充実



宿泊の魅力向上

- ・泊食分離の導入
- ・共通入湯券の導入
- ・宿による宿泊客への着地型旅行商品の販売



地域が連携して行う取組への国の主な支援メニュー

○予算(観光圏整備事業費補助)、財投
宿泊、観光資源、交通移動、案内・情報提供などのレベルアップを図る地域の取組を支援
⇒2泊3日以上快適に充実して過ごせる観光圏づくりに向けた地域の取組を活性化し、観光旅客の満足度を向上

○ハード面での連携
社会資本整備における、景観整備、案内標識整備等の事業による観光圏整備事業との連携・配慮
⇒ハード面を含めた観光圏全体の総合的な魅力向上

○農山漁村活性化法の特例
観光圏内の農山漁村における交流施設整備について、農山漁村活性化プロジェクト支援交付金の交付が可能
⇒農山漁村の体験・交流メニュー等楽しく過ごせる滞在メニューの充実

○旅行業法の特例
ホテル・旅館による旅行業者代理業の特例
⇒宿による宿泊客への着地型旅行商品の販売を可能とし、宿泊客の滞在を拡大

観光旅客のニーズをふまえた
取組への支援

効果

国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

↓
内外観光客による2泊3日以上
より長期の滞在を拡大

↓
地域経済の活性化

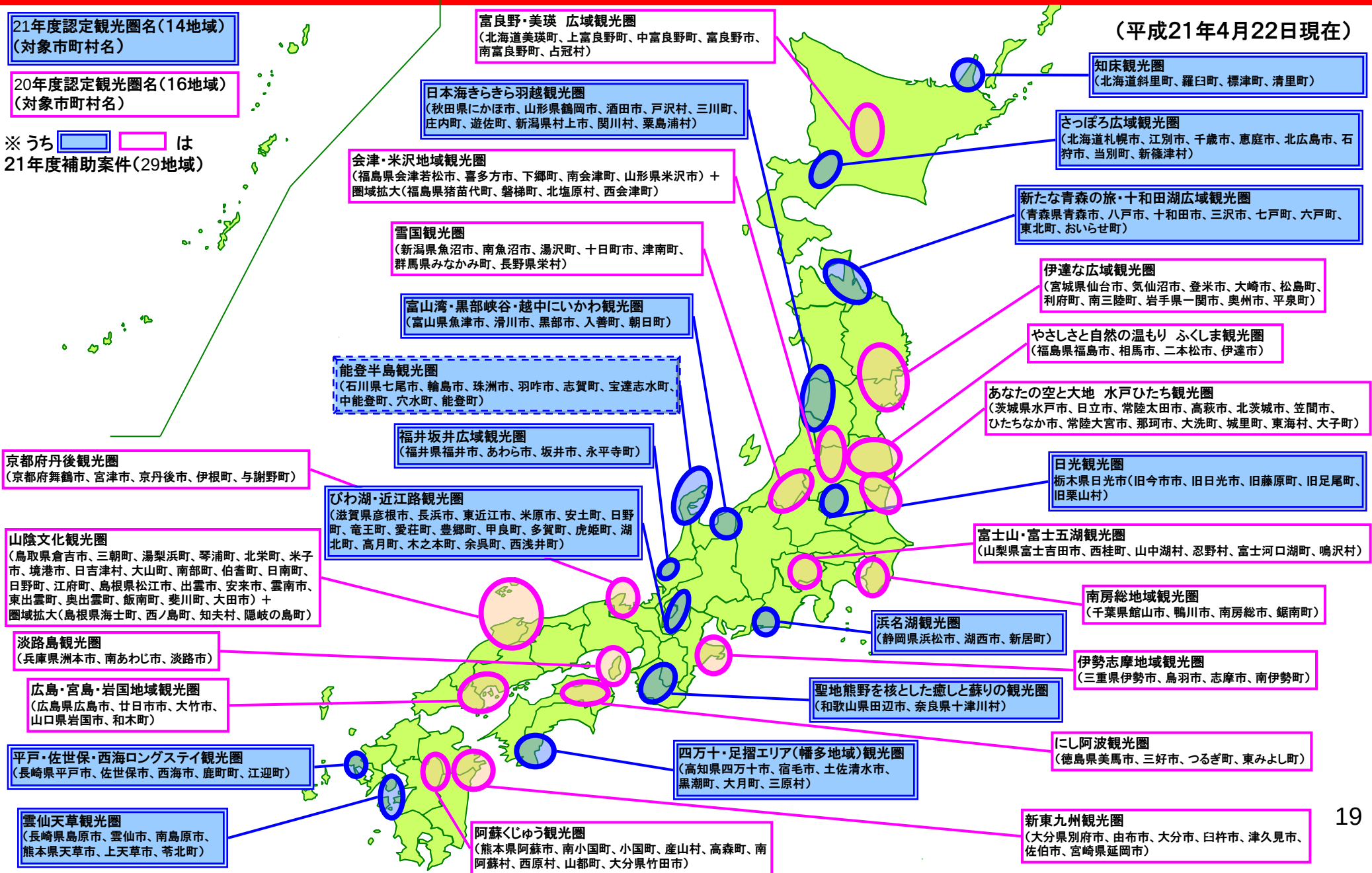
観光圏一覽（30地域）

（平成21年4月22日現在）

21年度認定観光圏名(14地域)
（対象市町村名）

20年度認定観光圏名(16地域)
（対象市町村名）

※ うち は
21年度補助案件(29地域)



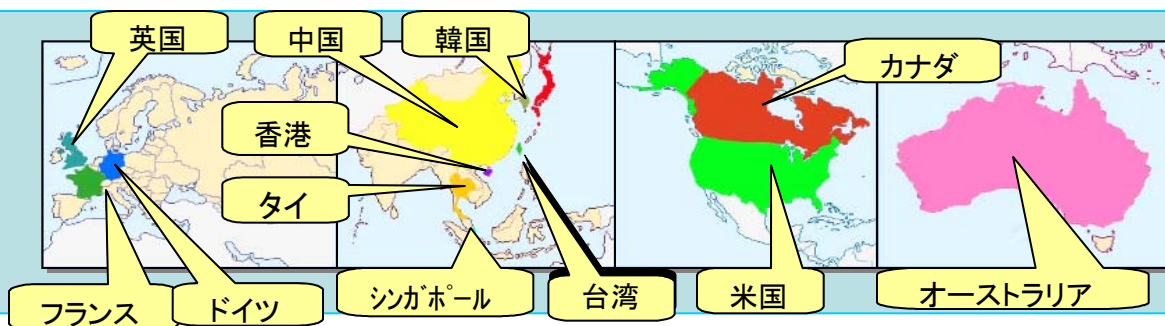
ビジット・ジャパン・キャンペーンの取組み

2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人にするとの目標に向け、重点12市場を対象に、我が国の観光魅力を発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の造成等を支援するビジット・ジャパン・キャンペーンを官民一体で推進。

重点市場

訪日旅行者数の多い12の国・地域

※このほか、有望新興市場（インド、ロシア、マレーシア）において調査を実施
（2009年度からフィリピン・インドネシア・イタリア・スペイン・ベトナム・メキシコ・GCC諸国においても調査に着手。）



認知度向上事業

我が国の観光魅力を発信するための事業

- 海外メディアの日本への招請、取材支援
- 海外のTVCM等による広告宣伝
- WEBサイトによる情報発信
- 海外の旅行博覧会等への日本ブース出展



香港・メディア招請事業 フランス・日仏観光交流年バス車体広告
（仙台・2008年8月） （2008年3月）



誘客事業

魅力的な訪日旅行商品の造成・販売支援や、青少年交流の拡大に向けた事業

- 海外旅行会社の日本への招請、商談会の実施
- 訪日旅行商品の共同広告
- 訪日教育旅行の誘致



シンガポール・訪日教育旅行セミナー
（2008年8月）



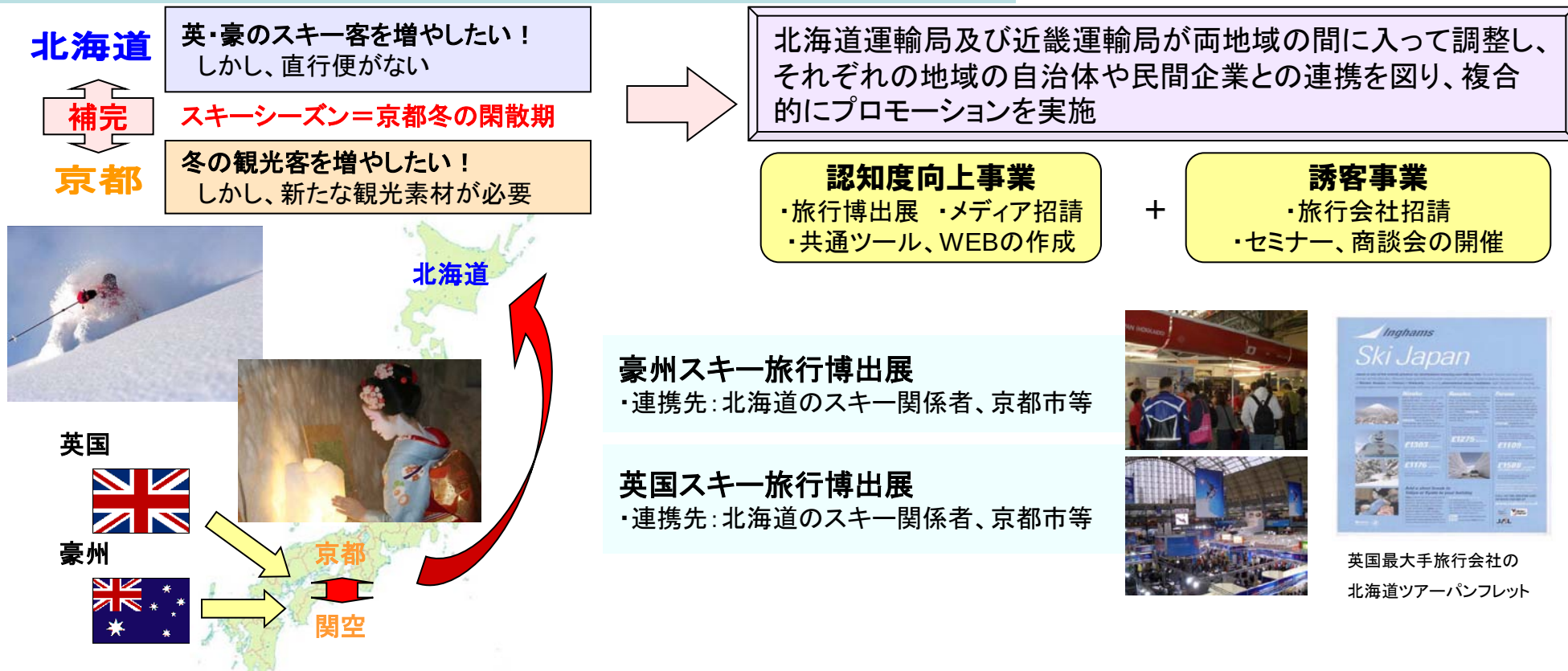
大規模商談会・YOKOSO! JAPAN
トラベルマート（2008年10月）

* 上記の事業を地域と共同で実施する場合には、国は総費用の1/2を上限に地域（自治体・民間等）と連携。

（ビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業）

ビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業の例

北海道・京都との連携による英国・豪州におけるスキープロモーション



○地方連携事業の意義・効果

・外国人旅行者の地方への訪問を促進。

上記事業の効果例：【外国人宿泊客(主要スキー場系列)】（北海道索道協会調べ）

06/07シーズン 55,207人 → 07/08シーズン 82,672人（149.7%）

【主な道内スキー場を有するニセコ町、留寿都村、倶知安町、富良野市へのイギリス人宿泊客計】（北海道観光入込客数調査報告書より）

2006年度 1,220人 → 2007年度 3,546人（290.7%）

・地域と連携した事業実施により、地域における国際観光振興の取組みを後押し。地元関係者の意識も向上。

上記事業の効果例：こうしたプロモーション活動の結果、北海道ではスキー関係者の横断的組織が設立。（北海道スキープロモーション協議会）

「2020年に訪日外国人旅行者2000万人」の目標設定も含めた中長期課題の検討

観光立国推進戦略会議(座長:牛尾治朗 ウシオ電機(株)会長)において、「観光庁は、関係省庁と連携して、観光立国に係る中長期的な戦略、特にインバウンドに係る中長期的戦略(2020年に2千万人を目標)を策定すべき。」と提言。観光立国推進戦略会議のワーキンググループでの検討を経て、3月13日の観光立国推進戦略会議で「訪日外国人2,000万人時代の実現へ」が取りまとめられた。

2000万人時代の訪日客の状況

○宿泊客のおよそ6人に1人は外国人(2007年は、およそ14人に1人)

○旅行消費額の外国人割合 2006年5.8% → 2020年16.3%

現在のアメリカ(14.3%)を超え、イギリス(18.1%)、ドイツ(17.0%)に迫る。

◆2000万人達成時には訪日外国人旅行者の旅行消費額が4.3兆円、直接雇用効果が39万人となると推測。

※ 2006年の旅行消費額は1.4兆円

2000万人を見据えた海外プロモーション戦略やハード・ソフト双方の総合的な受入環境の整備について検討