

## 関西観光・文化振興計画検討に係る専門家・有識者との懇談会について

1 日 時 平成26年9月3日（水） 13:15～14:15

2 場 所 関西広域連合本部 小会議室

3 内 容

(1) 講演

「インバウンドを中心とした今後の国際観光への対応について」

講師：国土交通省近畿運輸局 企画観光部長 中村 広樹 様

(資料に沿って説明：主な説明内容)

### 1 観光に関する各種データ

- ・訪日外国人旅行者数が2013年に1000万人となり、今年も7月で753万人。
- ・訪日外国人旅行者の割合、東南アジアで4分の3。
- ・欧米の方が減った訳ではなく、東南アジアの伸びが大きい。ビザの緩和が大きい。
- ・外国人旅行者受入数、日本は27位。
- ・フランス、イタリア等は陸路での入国が多く、スペインは4000万人で特に多いが、フランスやイタリア等他の国は2000万人ぐらい。日本は、2020年に2000万人を目指しているが、空路が主な国としては目指せる数字。
- ・関西国際空港外国人入国者数は、昨年232万人。過去最高となった。空港別利用割合は22%。外国人入国者国別比率は全国と同様の内容。
- ・クルーズ船の日本寄港、最新数字は2012年しかないが、過去最高。富裕層がまとまって来られることから大切。
- ・アウトバウンドは、2013年は1747万人。
- ・インバウンドを増やすためには、航空路の充実がかかせない。アウトバウンドも増えないと航空路が増えていかないので重要。
- ・国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊者数は、右肩下がりになっている。
- ・外国人延べ宿泊客数は、関西では大阪、京都が多い。他の県と差がある。
- ・大阪府への外国人宿泊者の国籍別では、台湾が一番多い。韓国人は延べ泊数が少ないことから台湾より少なくなっている。
- ・京都では、大阪府と比べ北米、ヨーロッパが多くなっている。
- ・訪日外国人の旅行消費額は、平成25年で14,167億円。中国が一番多い。

### 2 観光立国の推進

- ・安倍内閣になってから、観光立国が成長戦略の一つに位置づけられた。
- ・平成26年6月、アクション・プログラムを改定。2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催を追い風として訪日外国人旅行者数2000万人を目指していく。

- ・ J N T Oの海外事務所だが、今年の3月にジャカルタが増え、14事務所となった。各地で日本のプロモーションを実施している。
- ・ アクション・プログラム改定の大きな点は、2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた観光振興を加えた点。
- ・ 知名度を得たことから、あらゆるツールを使って日本を売っていこうというのが戦略。
- ・ 来ていただきやすい環境づくり、来ていただいた方への快適な環境づくりを実施する。
- ・ 日本の隅々に来ていただかないことには2000万人は達成できない。魅力有る地域づくりをしていく必要がある。
- ・ 地域創生が第2次内閣の目玉となっており、それと連動させていきたい。
- ・ ①2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた観光振興は、
  - ・ 「オリパラ」開催国としての国際的注目度を活かした訪日プロモーション
  - ・ 文化プログラムを活用した日本文化の発信
  - ・ 「東京オリパラ」開催効果の全国への波及
  - ・ 道の駅・郵便局・コンビニの活用を含めた、外国人旅行者への観光情報提供拠点の充実
 からなる。
- ・ ②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組
  - プロモーションになり、日本に関心をもってもらう事業。最大の事業はVJになる。
- ・ ③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
  - インドネシアのビザ免除、フィリピン、ベトナムのビザの大幅緩和を行う。
- ・ ④世界に通用する魅力ある観光地域づくり
  - 中部・北陸9県が「昇龍道」という一体的なプロモーションを行い、効果をあげている。これを参考に広域ルートの開発・提供と発信を進める。
- ・ 東京、富士山、京都、大阪は定番コースだが、それに替わるようなルートを提案していきたい。
- ・ ⑤外国人旅行者の受入環境整備
  - 免税制度の拡充。無料Wi-Fiの整備促進。総務省と観光庁で自治体、通信事業者等を集めた協議会ができた。情報の一元化や情報提供を行っていきたい。
- ・ 多言語対応の改善・強化について、ガイドラインを作った。活用いただきたい。
- ・ ⑥M I C Eの誘致・開催促進
  - コンベンションに力を入れていたが、今後は、企業が主体となるミーティングやインセンティブ旅行等にも力を入れていく。
- ・ 過去の開催地では、オリンピック・パラリンピック開催決定後、観光客が増えている。関西ではワールドマスターズゲームズ等もあり、これらを活かして売り出していきたい。
- ・ 広域ルートを中心にVJ事業にもより力を入れていきたい。
- ・ また、日本人が2泊3日の観光ができるよう、地域をあげて観光支援を行っていきたい。

- ・これまでインバウンド、国内観光振興、別々だったイメージがあるが、広域観光ルートは、これらをセットにして外国人にも使ってもらえるよう魅力ある地域振興をしていこうとするものである。

#### (観光庁の平成 27 年度事業 (案) についても説明)

- ・魅力ある観光地域づくりとネットワーク化による「広域観光周遊ルート」の形成促進  
広域観光周遊ルートを広めるための計画づくり、受入環境整備 (Wi-Fi 整備) 等、パッケージにして広域的ルートを作ろうとするもの。観光庁からも関西に期待していると言われている。
- ・観光資源を世界レベルへ磨いて活かす地域づくり  
地域の観光資源を世界に通用するレベルまで、観光振興施策を一体で実施し磨き上げようとするもの。
- ・免税店倍増・全国津々浦々10,000 店プログラム  
消費税免税制度の拡充、免税店シンボルマーク・相談対応制度の活用、魅力あるお土産や免税制度の情報を海外に発信しようとするもの。

