

平成22年度

観光庁関係

予算概算要求概要

平成21年8月

観光庁

目 次

I. 基本的考え方	1
II. 主要事項	2
1. 平成22年度観光庁関係予算概算要求総括表	2
2. 観光立国の実現	3
3. 具体的施策	
(1) 訪日外国人2000万人プログラム	
◇訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	4
◇MICE（広義の国際会議）の開催・誘致の推進	5
◇訪日外国人旅行者の受入環境整備事業	6
◇国際観光交流促進のための支援事業	7
(2) 国際競争力の高い魅力ある観光地づくりプログラム	
◇観光圏の形成支援等による国際競争力の高い魅力ある観光地づくりの推進	8
◇観光まちづくり人材育成事業	9
◇観光魅力を活かした船旅の振興	9
(3) 旅行需要創出に向けた周辺環境整備プログラム	
◇観光産業のイノベーション促進事業	10
◇休暇取得・分散化促進実証事業	10
III. 参考資料	11
①観光立国推進基本計画の概要	
②観光立国推進戦略会議の提言概要（「訪日外国人2,000万人時代の実現へ」）	
③訪日外国人旅行者数の推移	
④国・地域別訪日外国人旅行者の割合	
⑤日本人海外旅行者数の推移	
⑥国内における観光旅行消費額	
⑦国内の観光市場規模	
⑧国民1人当たりの宿泊観光回数及び宿泊数の推移	
⑨国際会議の開催・誘致をめぐる国際環境	
⑩グリーン・ツーリズムとの連携	

I . 基本的考え方

我が国を取り巻く社会経済環境は、本格的な人口減少・高齢化社会の到来、経済の急速なグローバル化など、大きく変化してきている。

これらの変化に対応して、世界、中でもアジアの成長と活力を我が国の経済社会に取り込むための取り組みや、自立した活力ある地域づくりに資する取り組み等が求められている。

このような中、観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等による国民経済の発展への寄与、国民生活の安定向上への貢献、国際相互理解の増進などの意義を有しており、観光立国の実現は、我が国の21世紀の国づくりの柱として、今後ますます取り組みを強化することが求められている。

このような考え方に基づき、平成18年12月には観光立国推進基本法が成立し、平成19年6月には観光立国推進基本計画が閣議決定され、平成20年10月には観光庁が設立されたところである。

また、平成21年3月には観光立国推進戦略会議において訪日外国人旅行者数の中長期戦略として2020年に2,000万人という目標を新たに設定し、政府においては中国ビザの緩和をはじめとする訪日外国人旅行者数の拡大策を推進してきたところである。

なお、訪日外国人旅行者数は、世界的な景気後退や新型インフルエンザの影響により一時的な落ち込みを見せているが、官民を挙げて更なる観光立国の実現に向けた政策を総合的に推進することとしている。

こうした状況を踏まえ、平成22年度観光庁関係予算については、我が国の観光魅力のより一層の発信強化、地域における観光地づくりの取り組みに対する支援などに重点をおきつつ、所要の予算額を要求する。

観光庁関係概算要求額

行政経費 72億円（対前年度比：1.14倍）

Ⅱ. 主要事項

1. 平成22年度観光庁関係予算概算要求総括表

(単位：百万円)

	国 費		
	22年度 要求額 (A)	前年度 予算額 (B)	対前年度 倍 率 (A/B)
1. 主要事項	4,939	4,019	1.23
(1) 訪日外国人2000万人プログラム	※ 4,107	3,337	1.23
(2) 国際競争力の高い魅力ある観光地づくり プログラム	※※ 773	608	1.27
(3) 旅行需要創出に向けた周辺環境整備 プログラム	59	74	0.80
2. その他の行政経費	2,270	2,288	0.99
合 計	7,209	6,307	1.14

※ 総合政策局国際部門の関係予算（18百万円）含む。

港湾局の関係予算（30百万円）含む。

※※ このほか連携事業として総合政策局の事業費（40百万円の内数）がある。

このほか連携事業として海事局の事業費（91百万円の内数）がある。

このほか連携事業として港湾局の事業費（8,887百万円の内数）がある。

2. 観光立国の実現

平成18年12月 観光立国推進基本法成立

観光立国の実現は、21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な国家的課題と位置付け

平成19年6月 観光立国推進基本計画 閣議決定

政府は、一体となって施策を推進し、観光立国推進基本計画に定められた観光立国に関する数値目標を実現する責務を負う。

5つの基本的な目標を設定

1. 訪日外国人旅行者数を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。

733万人 ⇨ 1,000万人
(平成18年) (平成22年)

2. 日本人の海外旅行者数を2,000万人にする。

1,753万人 ⇨ 2,000万人
(平成18年) (平成22年)

3. 国内における観光旅行消費額を30兆円にする。

23.9兆円 ⇨ 30兆円
(平成17年度) (平成22年度)

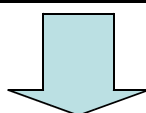
4. 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を年間4泊にする。

2.72泊 ⇨ 4泊
(平成18年度) (平成22年度)

5. 我が国における国際会議の開催件数を5割以上増やす。

168件 ⇨ 252件
(平成17年) (平成23年)

おおむね3年後を目途に見直し
→平成22年度に見直し予定



平成21年3月 観光立国推進戦略会議 提言

「訪日外国人2,000万人時代の実現へ」
—もてなしの心によるあこがれの国づくり(第二の開国)—

訪日外国人2,000万人時代の実現について、国家成長戦略として明確に位置づけ、観光施策として、以下の方向性を打ち出し。

- ・海外プロモーションの強化(日本ブランドの確立)
- ・受入体制の整備(円滑、満足、安全な観光)
- ・観光産業の国際競争力強化(「価格」から「価値」競争へ)
- ・国際会議、イベントの誘致促進

3. 具体的施策

(1) 訪日外国人2000万人プログラム

○ 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）【拡充】

（国際交流推進課、参事官（観光経済担当））

要求額 3,352百万円

平成22年（2010年）は、訪日外国人旅行者数1000万人を目指して取り組んできたビジット・ジャパン事業の1つの区切りであるが、今後は「2020年に訪日外国人旅行者数2000万人」、「世界に誇る観光大国」（未来開拓戦略・経済財政改革の基本方針2009）を実現すべく、ライバル国との競争に勝ち抜き、外国人旅行者を確実に獲得すべく、観光・交通関係企業以外の幅広い業種との連携を進めるなど官民一体の取組みをより一層強化し、訪日旅行市場の開拓及び活性化を推進していく。

<内 容>

- 2010年は「Visit Japan Year」、新たな手法も取り入れ、「プレミアム・Destinyネーション」としての日本の魅力を発信し誘客を強化
- 重点市場の拡大（インド、ロシア、マレーシア）
- 新興市場の重点市場化を見据えた検討（フィリピン、インドネシアなど）

等

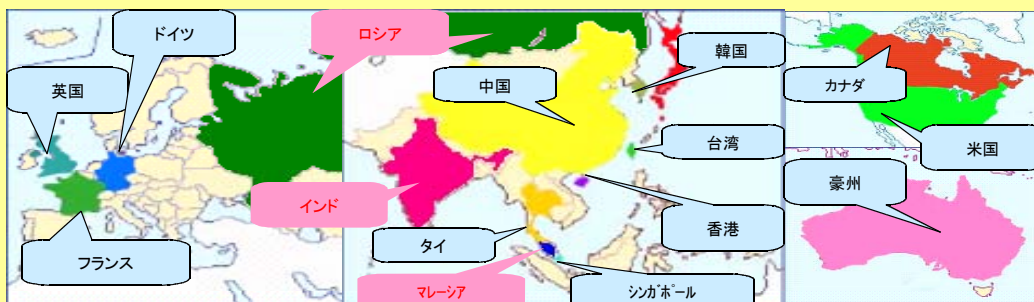
訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)

○2010年は「Visit Japan Year」、新たな手法も取り入れ、誘客を強化

- ・観光・交通関係企業を超えて、メーカー、食品、小売、通信、金融等の幅広い業種の企業とタイアップ
- ・地域が一体となって訪日旅行促進の取組みを展開する「重点地域」を選定し、プロモーションの中でも特に取り上げてPR
- ・在住外国人に対して親族・友人の訪日の働きかけを実施
- ・成田空港、羽田空港の容量拡大のタイミングを活用

○重点市場の拡大(インド、ロシア、マレーシアを追加。フィリピン、インドネシア等新興市場の検討)

- ・今後訪日外国人旅行者の大きな伸びが期待できるインド、ロシア、マレーシアにおいて海外プロモーションを展開
- ・21年度から新興市場調査を開始した7市場（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、アラブ諸国）については、将来の重点市場化を見据えて訪日促進プロモーションを試行し、その効果について検証
- ・日本政府観光局（JNTO）のみならず在外公館、他機関の海外事務所等との連携を強化するなど、海外ネットワークを再構築



○ MICE（広義の国際会議）の開催・誘致の推進【拡充】

（参 事 官）

要求額 363百万円

国際会議の開催は、国際交流人口の拡大と地域経済の活性化に資するとともに、我が国のプレゼンスを国際的に高める好機でもあることから、政府においては、主要な国際会議の開催件数を2011年までに5割増とするという目標を掲げ、国、自治体、経済界、学会等の連携を強化し、資源を集中投入して国際会議の開催・誘致を推進してきたところである。

一方、韓国、シンガポール等の各国においては、MICE産業を国家の主要産業と位置づけ、国を挙げてMICEを積極的に推進しており、その競争は年々激しくなっている状況にある。

このようにMICEの振興は、各国との激しい競争に晒されているが、訪日外国人旅客の拡大、経済効果、我が国のソフトパワーによる国際貢献、地域の国際化・活性化の観点から大きな意義を持つものであり、今後我が国が、競合国の後塵を拝することのないよう国を挙げて積極的に推進していく必要がある。

このため、施策の対象を狭義の国際会議からMICEに拡大し、開催・誘致のためのプロモーション事業のみならず、国際競争力のあるMICE施設の整備のための調査、MICE開催・誘致のための人材育成支援等、施策の強化・総合化を官民一体となって進めていくこととする。

MICE(広義の国際会議)の開催・誘致の推進

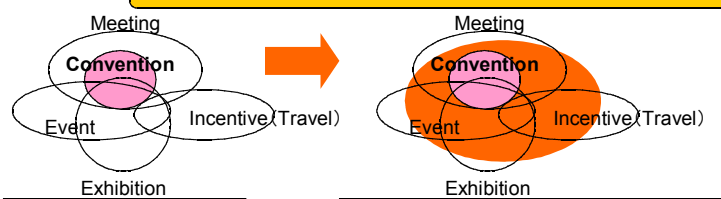
国際会議の開催・誘致推進

2011年までに主要な国際会議の開催件数5割増を目指すため、国を挙げた推進体制を整備し、誘致活動や開催・受入に関する支援、認知度向上プロモーション、ソフトインフラの整備などを行ってきた。

- MICE（イベント、展示会、企業会議等）は、インバウンドの視点、経済効果、我が国のプレゼンスの向上、学術・産業の各分野の競争力の底上げ等の観点から大きな意義
- 韓国、シンガポール等の各国においては、MICE産業を主要産業と位置づけ、国際会議のみならず、MICE全般の誘致・振興に積極的に取り組んでいる

※ MICE とは：企業等の会議(Meeting)、企業が行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive(Travel))、国際会議(Convention)、イベント、展示会・見本市(Event/Exhibition)の頭文字のこと。

狭義の国際会議から、MICE(広義の国際会議)への施策展開



- MICE促進・普及プロモーション
- 国際会議開催・誘致支援策のMICE全体への拡大
- MICE施設のあり方に関する調査
- MICEに関する人材育成支援

出典：平成19年国内イベント市場規模推計結果((社)日本イベント産業振興協会)

○ 訪日外国人旅行者の受入環境整備事業【拡充】

(国際観光政策課、国際交流推進課、観光地域振興課、観光産業課、参事官(観光経済担当)、観光資源課)

要求額 189百万円

訪日外国人2,000万人時代の実現に向け、受入環境の戦略的整備のための評価基準・評価メカニズムの構築・普及促進、訪日外国人に関する統計・データ等の整備、受入を担う人材の育成・活用を行い、訪日外国人の受入環境の整備・充実を図る。

訪日外国人旅行者の受入環境整備事業(概要)

観光立国推進戦略会議(平成21年3月提言)ー訪日外国人2,000万人時代の実現へー

【受入体制のあるべき姿(ポイント)】

訪日外国人旅行者2,000万人時代を見据え、以下の5つの視点に立った受入体制の充実を目指し、国・地方公共団体・民間事業者の明確な役割分担と連携による取り組みを推進する。

- ①「もてなし」の国、日本が実感できること
- ②スムーズに、快適に出入国できること
- ③快適に過ごせること
- ④楽しく過ごせること
- ⑤安心・安全に過ごせること

観光庁の役割

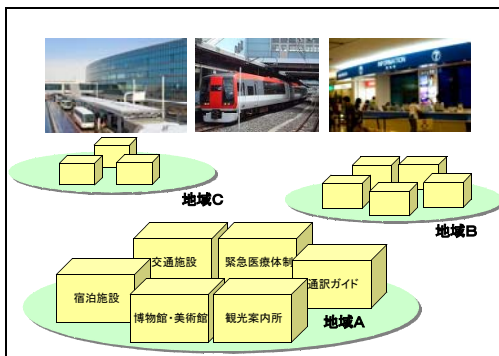
受入体制の現状を客観的に把握・分析した上で、必要な対策、官民の役割分担等について、具体的な方針を策定

① 受入環境の戦略的整備のための評価基準・評価メカニズムの構築【新規】

国内の主要な外客来訪地域の受入環境を客観的・総合的に把握・分析するため、各地域の交通施設、観光施設、観光案内所等の受入体制水準(ホスピタリティ)に関する「評価項目」及び「評価基準」を策定する。また、効率的・効果的な評価及び受入環境の改善を継続的に行うための評価メカニズム等の仕組みを構築する。

1. 受入環境調査

主要な外客来訪地域において、交通施設、観光施設、観光案内所等の受入体制水準(ホスピタリティ)を測定する。



2. 評価・分析

受入環境調査を基礎として、地域全体のホスピタリティについて総合的な評価を行うための評価メカニズムを構築・運用する。また、調査結果をデータベース化し、地域間比較、国際比較、経年比較等の分析を行う。



4. 受入環境の改善

受入環境の改善に向けて、地域の関係主体の連携・協力の下、目標の設定及び改善方策の検討を行うことにより、個性豊かなホスピタリティ溢れる観光地づくりを戦略的かつ計画的に進める。

3. 公表・普及啓発

評価・分析レポートを取りまとめ、公表する。各地域の課題を明確化し、先進的な取組事例の全国的普及を促すことにより、地域間の競争による受入環境の底上げを目指す。

② 訪日外国人に関する統計・データ等の整備(継続)

- 外国人モニターを活用した交通機関、宿泊施設における外国語表示等の点検調査・改善
- 訪日外国人の消費動向に関する予備的調査の実施
訪日外国人のニーズを踏まえた観光政策やビジネス活動等を実施するための基盤づくりとして、訪日外国人の消費動向を把握するための予備的調査を実施。
- 観光入込客に関する統計手法の整備
観光入込客の把握が容易ではない観光地点(行祭事・イベント、街並み観光など)について、デジタル画像、携帯電話等を活用した調査手法を検証。

③ 受入を担う人材の育成・活用(継続)

- 訪日外国人観光客の増加に伴い、ボランティア通訳ガイドに関するニーズが増大。
継続的な活動展開を支援し、ボランティア通訳ガイドの活動を促進するため、ガイド団体向け運営マニュアルを作成。
- 観光地における訪日外国人への対応の改善を図るため、観光関係従事者のサービス改善マニュアルを作成、研修会を実施。



○ 国際観光交流促進のための支援事業【継続】

(総合政策局国際部門)

要求額 18百万円

ODA対象国における日本人観光客受け入れ体制や観光プロモーション能力の向上は、国際相互理解、国際交流拡大のみならず、日本人海外旅行者数の増加にも資することから、開発途上国が自国の経済発展の観点から重視している観光プロモーション手法や観光客受け入れ体制の強化に向けたノウハウの提供等を図る。

「日本人の海外旅行者数を平成22年までに2,000万人とする」

戦略的なディステーション開発が必要

事業概要

調査事業

日本市場における対象国への海外旅行の現状についてマーケティング調査を行い、市場特性、消費者ニーズ等を把握した上で、効果的なプロモーション方法を検証・確立し、それをベースにしたノウハウを提供する。

プロモーション事業

世界旅行博への出展支援、観光宣伝ツールの作成等を通じて、観光プロモーション技術・ノウハウの提供を図る。併せて、日本人旅行者、業界に対して認知度の向上等を図る。

セミナー・研修

ODA対象国関係者と本邦旅行業関係者の意見交換会等を実施することで、プロモーションノウハウの向上を図ると共に、課題の明確化、関係者との関係強化を図っていく。

(2) 国際競争力の高い魅力ある観光地づくりプログラム

○ 観光圏の形成支援等による国際競争力の高い魅力ある観光地づくりの推進【継続】

(観光地域振興課、観光産業課、総合政策局、港湾局、農林水産省)

要求額 683百万円

(関連事業として総合政策局要求額 40 百万円 (の内数)、港湾局要求額 8,887 百万円 (の内数)、農林水産省要求額 41,048 百万円 (の内数) あり。)

観光圏整備法により 2泊3日以上の滞在型観光が可能な観光圏の形成及び観光客の来訪の促進を行う観光圏整備事業への支援を平成20年度より開始している。

各観光圏では、地方自治体、観光関係団体、農林漁業団体、NPO等の地域の幅広い関係者の連携により、体験メニューの造成、連泊割引の実施等の取組及び商品化が進められているところである。

こうした観光圏整備の取組を総合的に支援することにより、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進するとともに地域の活性化を目指すものである。

また、観光圏の玄関口や地域の観光・交流拠点となる旅客船ターミナル等の整備の推進やグリーン・ツーリズム等の取組への支援を行う。

※観光圏整備法…「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)

観光圏整備事業補助制度の概要

国の主な支援

○観光圏整備事業費補助

(スキーム)

- ①補助対象事業者、農林漁業団体、NPO等からなる「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」に基づく協議会を設置。
- ②協議会における協議結果に基づき、自治体が「観光圏整備計画」を作成。
- ③同計画に沿って、観光圏整備事業者が共同で「観光圏整備実施計画」を申請し、国土交通大臣の認定を受ける。
- ④認定を受けた「観光圏整備実施計画」に基づき実施する事業で、国土交通省で採択した事業の実施に要する経費を補助。

○観光地の魅力創出のための社会資本整備の重点的支援

○「ようこそ！農村」プロジェクトとの連携

○港湾観光交流支援基盤施設制度との連携

2泊3日以上を促進する取組の例

宿泊

送客サービス付きの連泊割引制度 (会津・米沢地域観光圏)

- ・ 2つの温泉街の宿泊施設が連携し、両温泉を連泊すると、2泊目が半額となるサービスを実施 (1泊目の宿泊施設が2泊目の宿泊施設まで送るサービス付き)



域内交通

ダウンタウンシャトルバス (富良野・美瑛広域観光圏)

- ・ 外国人観光客の「地域の食・文化に触れたい」との声を受け、宿泊施設や地域の飲食店が連携して、宿泊施設とスキー場、飲食店、市街地等を結ぶバスを運行



体験メニュー

大洗海の大学 (水戸ひたち観光圏)

- ・ 「大洗海の大学」として、大洗サンビーチや大洗港を活用した、マリンスポーツ体験、漁業体験、干物教室、海草エキス入り石けんづくり等の体験メニューを提供



観光資源の活用

原爆ドーム・厳島神社・錦帯橋ライトアップ (広島・宮島・岩国地域観光圏)

- ・ 夜の魅力を高め、滞在時間の延長や宿泊促進につなげるため、地域で有数の観光資源である原爆ドーム、厳島神社、錦帯橋の同時連携ライトアップを実施



国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

○ 観光まちづくり人材育成事業【継続】

(観光資源課)

要求額 29百万円

観光振興を通じた地域づくりを担う人材層を厚くするため、観光カリスマの有する豊富なノウハウを全国各地の観光地域づくりの担い手に継承させ、次代のリーダー育成を図ることを目的とした観光カリスマ塾を開催するとともに、観光地域づくりの人材育成に係るガイドラインを策定するなど、地域が行う自律的かつ持続可能な人材育成に向けた取り組みを支援する。

観光地域づくり人材育成支援事業

現状とニーズ

- ・ 地域の観光振興の担い手の多様化
- ・ 人材育成に取り組むためのノウハウやネットワークの不足
- ・ 人材による観光地づくりにおける地域格差
- ・ 観光客の多様化に対応した観光地づくりの必要性

今後の対応

地域における層の厚い人材育成を行うための自律的かつ継続的な取り組みを促す仕組みづくり

- 観光地域づくり人材育成ガイドラインの策定
- 観光地域づくり人材育成支援システムの構築
- 観光地域づくり人材育成ネットワーク会議の開催

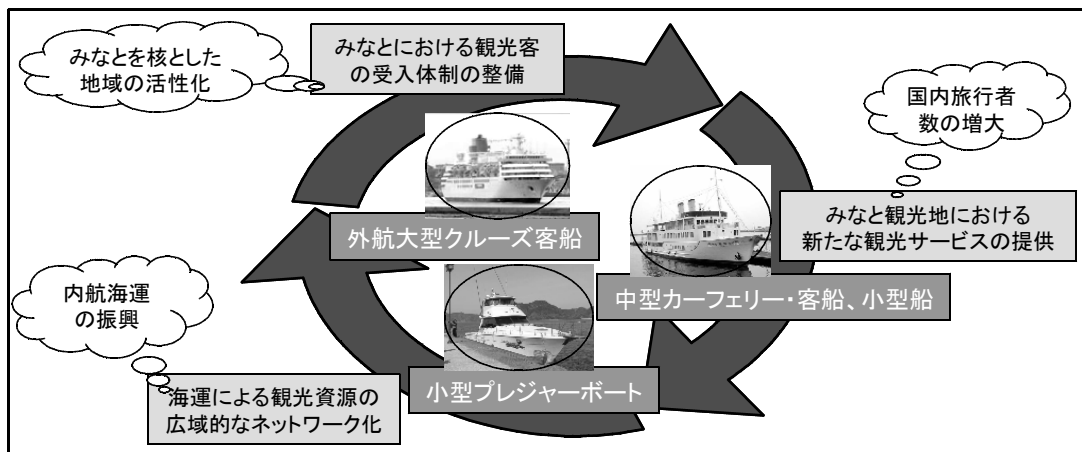
○ 観光魅力を活かした船旅の振興【新規】(観光地域振興課、海事局、港湾局)

要求額 60百万円

(観光庁要求額 30 百万円、港湾局振興課 30 百万円)

(海事局 外海離島等の運航費削減・需要喚起方策の調査 91 百万円 (の内数あり))

瀬戸内海等において、観光魅力を引き出す船旅の振興方策について、幅広く検討し、沿岸に点在する豊富な観光資源の広域的なネットワーク化、それぞれの観光地における地域独自の魅力を活かした新たな観光サービスの提供、これらに対応した港湾における観光客の受入体制の整備等を総合的に推進する地域の取組を支援し、その観光魅力のポテンシャルを開花させるような船旅の振興を目指す。



(3) 旅行需要創出に向けた周辺環境整備プログラム

○ 観光産業のイノベーション促進事業【継続】

(観光産業課)

要求額 24百万円


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、そのノウハウを普及・啓発することを目的として、客室稼働率の向上や業務の共同化・効率化等に関する実証事業を行い、観光産業の生産性向上等を図る。

○客室稼働率の向上、業務の共同化・効率化、旅館街の面的再生等 新たなビジネスモデルの例

・連携・共同によるブランド戦略の取り組み


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。

例) バリアフリー
例) 地産地消



・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。

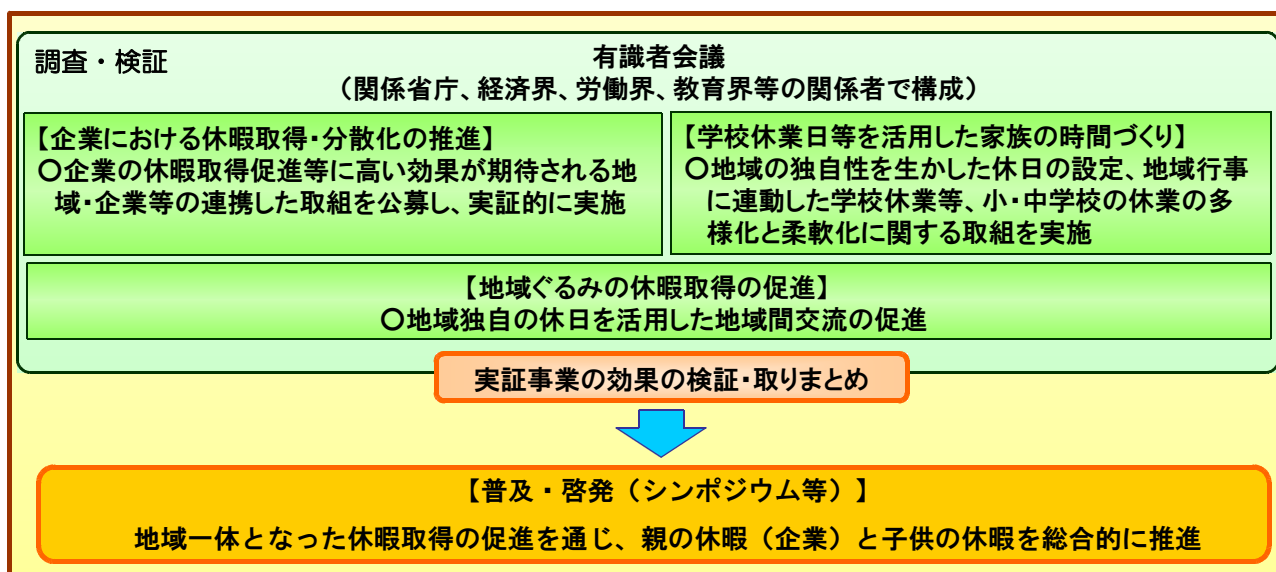


○ 休暇取得・分散化促進実証事業【拡充】

(参事官(観光経済担当))

要求額 30百万円

「経済財政改革の基本方針2009」等を受け、政府全体で取り組むべき課題とされている休暇の取得・分散化の促進について、関係省庁、経済界、労働界、教育界など様々な関係者との連携の下で、高い効果の期待できる具体的な取組を実証的に実施する。



Ⅲ. 参考資料

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

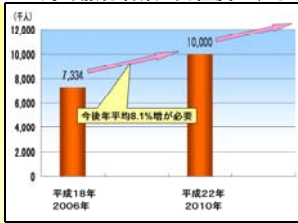
◆ 国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大するとともに、国民の海外旅行を発展 等

目標

計画期間における基本的な目標

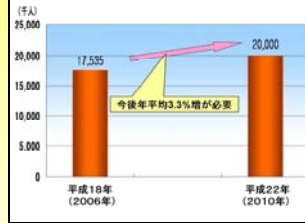
○訪日外国人旅行者数

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



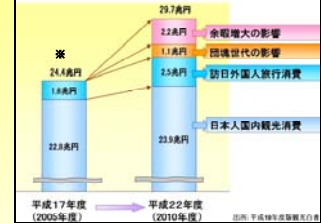
○日本人の海外旅行者数

平成22年までに2,000万人にする



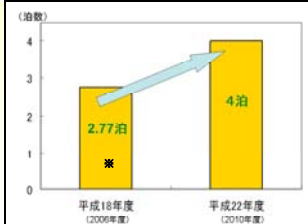
○国内における観光旅行消費額

平成22年度までに30兆円にする



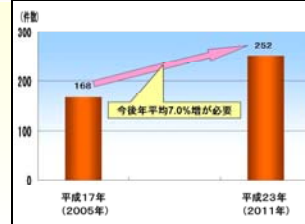
○日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数

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

観光立国推進戦略会議の提言概要

訪日外国人2,000万人時代の実現へ
—もてなしの心によるあこがれの国づくり(第二の開国)—

国家成長戦略として明確に位置付け

(施策の方向)

(目標)

国際交流
(相互理解)

経済活性化
(全国、地域)

(留意点)

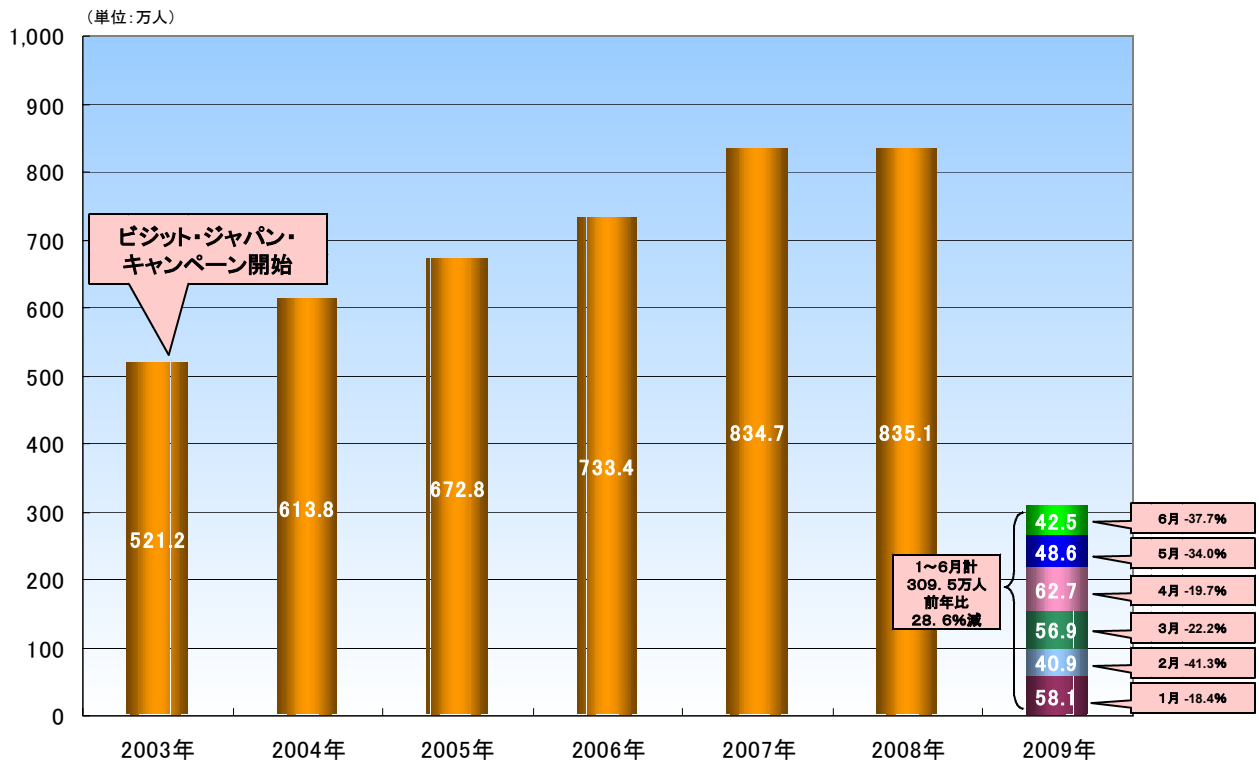
高質な観光 を提供する意識で

連携と協働
(産、官、民)

国民運動の
展開
(国際性の涵養)

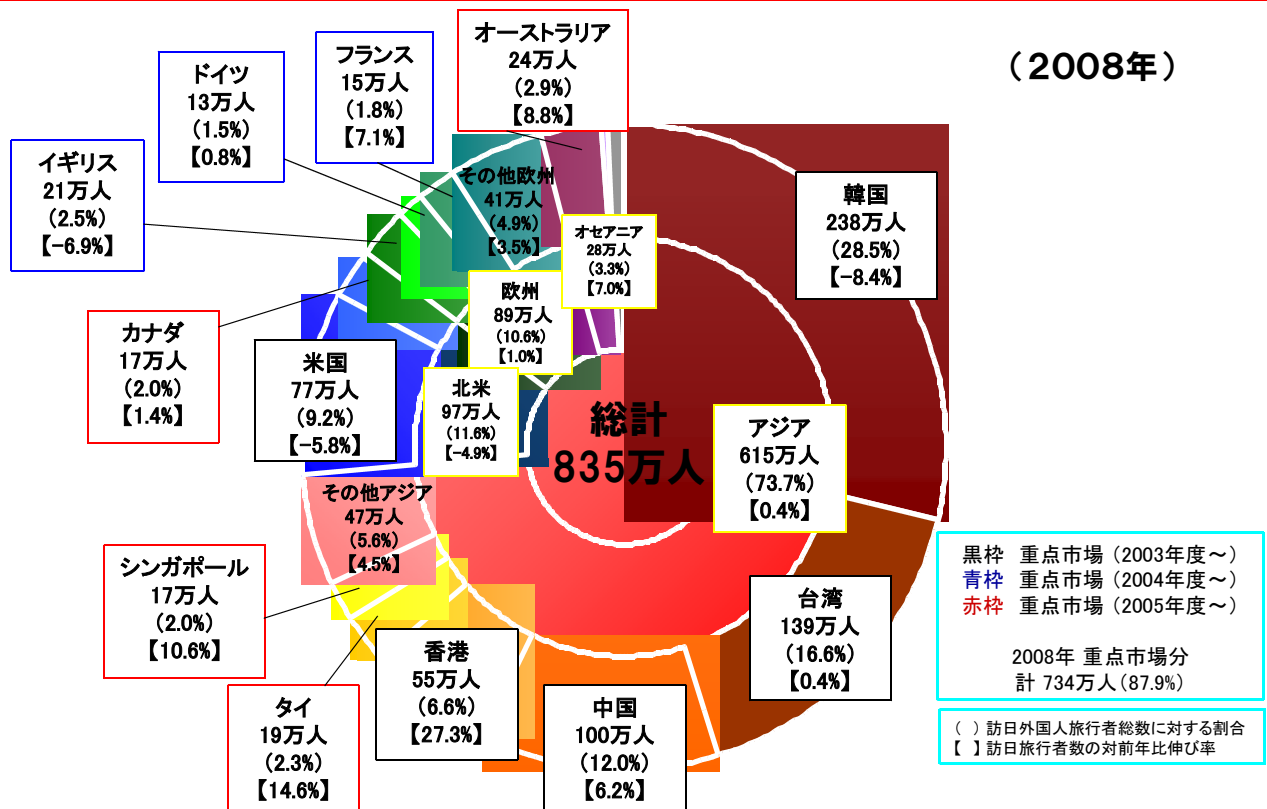
- 海外プロモーション(日本ブランドの確立)
 - ・プレミアム・デスティネーションとして差別化
 - ・ブランド展開は「多様性」を機軸に
 - ・地方の魅力発信を重視
 - ・重点市場の拡大
- 受入体制の整備(円滑、満足、安全な観光)
 - ・関係者の役割分担と計画的協働を
 - ・国の役割(目標設定、環境(基盤)整備、しくみづくり)
 - 課題例—
 - ・出入国・空港/港湾・表示/案内・景観・観光統計整備 等
- 観光産業の国際競争力強化(「価格」から「価値」競争へ)
 - ・アジアをはじめとする世界の成長を取り込む企業戦略
 - ・観光関連産業の接遇改善、人材育成
 - 課題例—
 - ・旅行業: 訪日市場への取組(海外での規制緩和)
 - ・宿泊業: 接遇改善(設備活用、商慣習是正) 等
- 国際会議・イベント
 - ・MICEの振興へ対象を拡大、国をあげての推進体制
 - ・国際競争力強化(施設、アクセス等)

訪日外国人旅行者数の推移

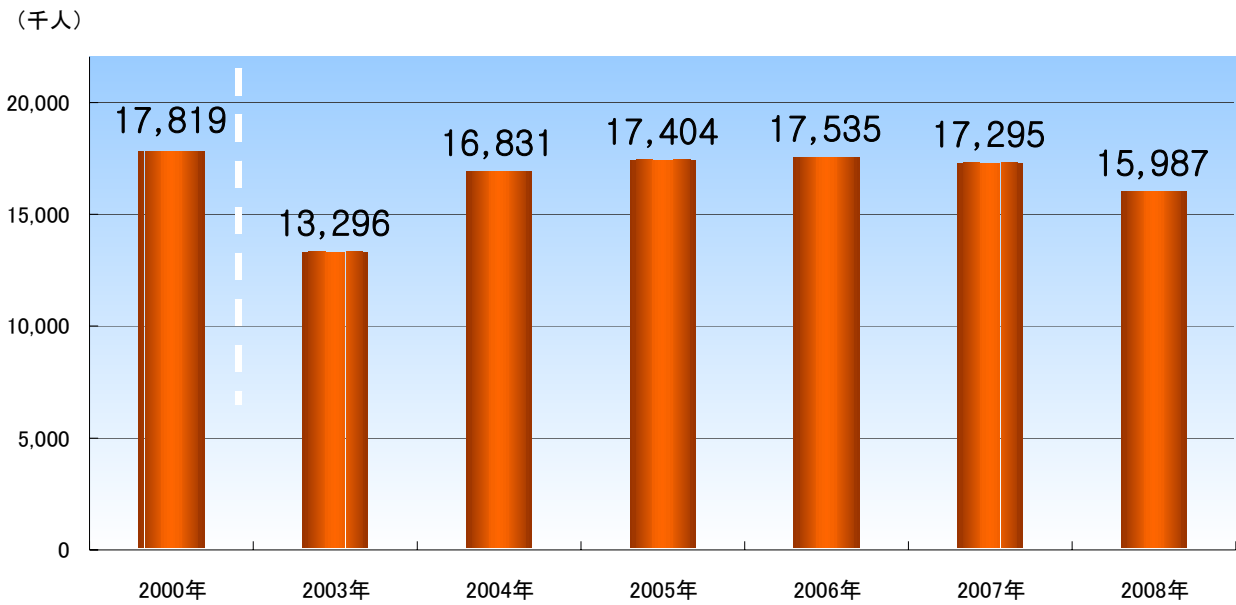


注) 2009年5月以降の値は推計値

国・地域別訪日外国人旅行者の割合

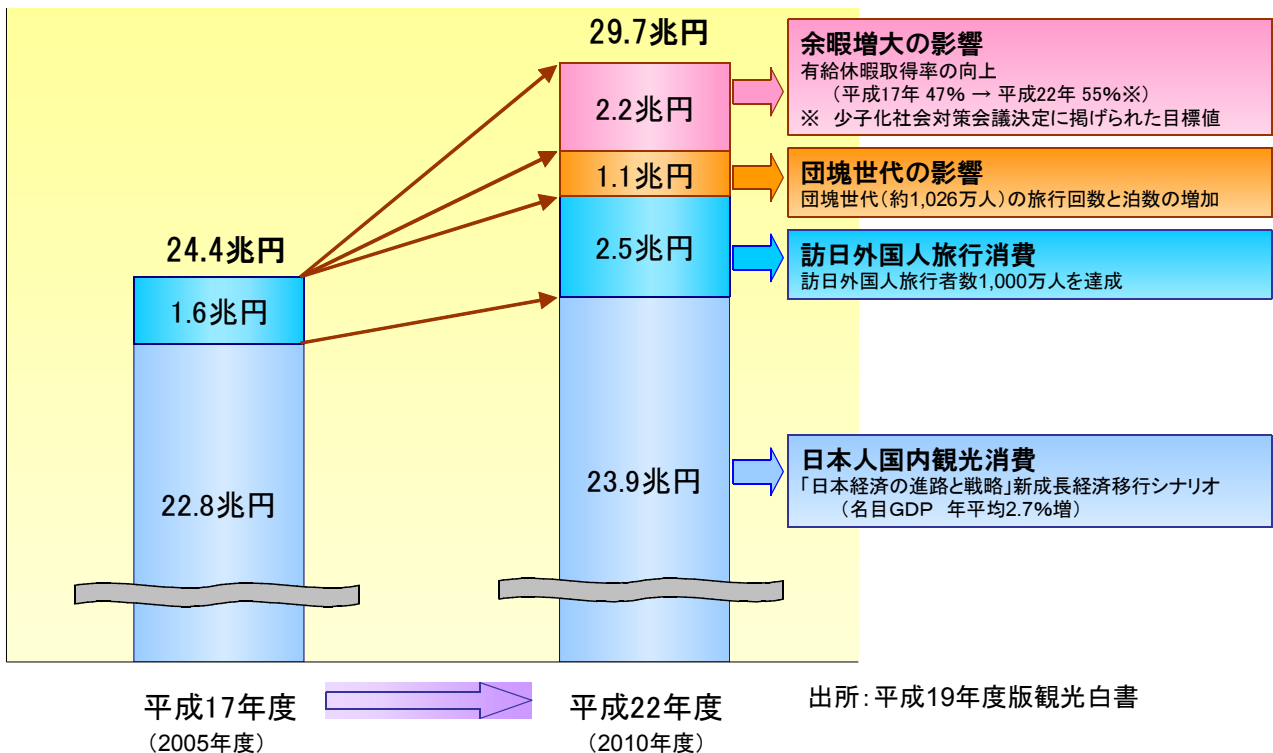


日本人海外旅行者数の推移

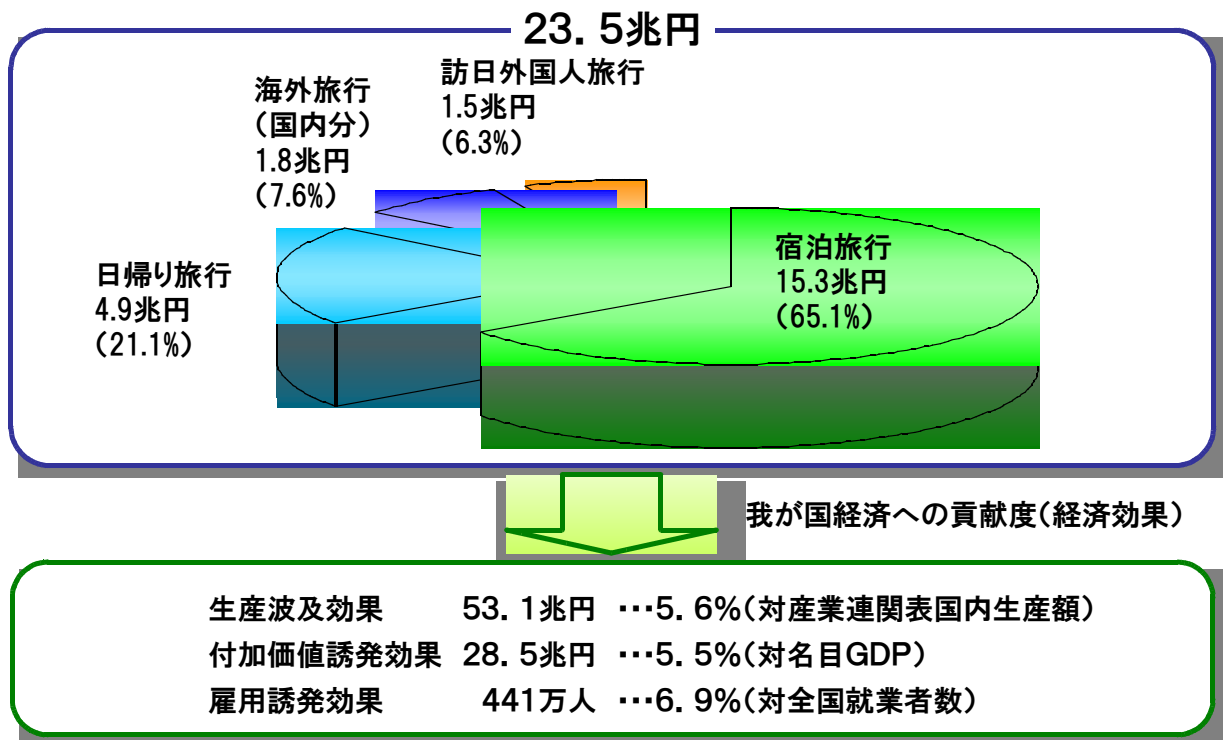


資料: JNTO資料に基づき国土交通省作成

国内における観光旅行消費額

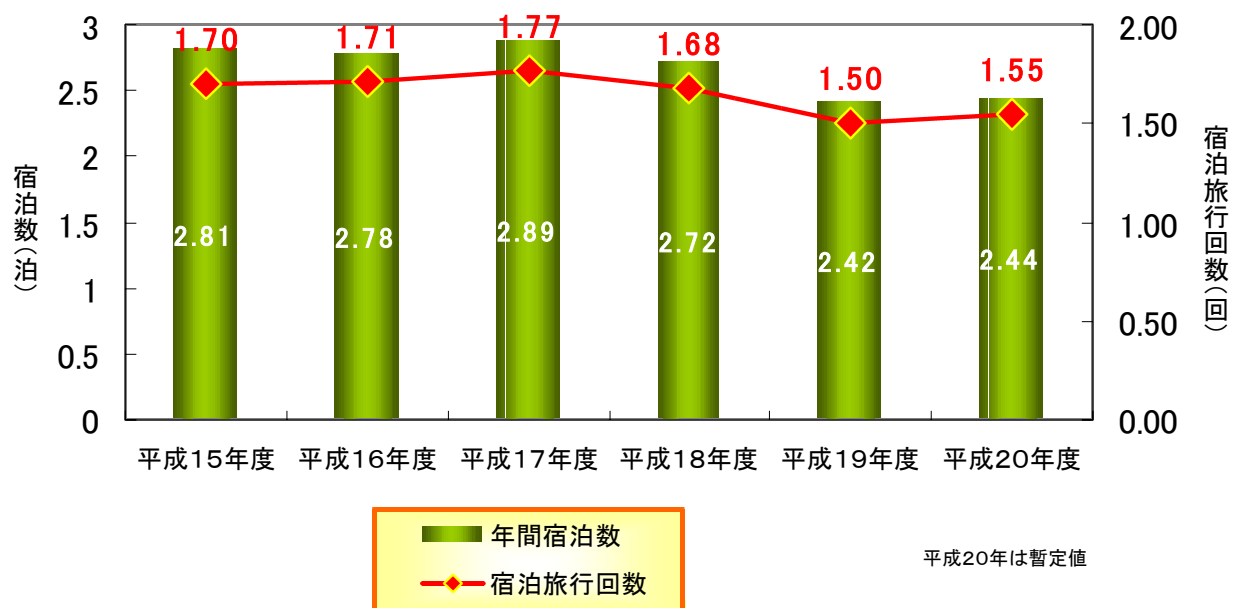


国内の観光市場規模



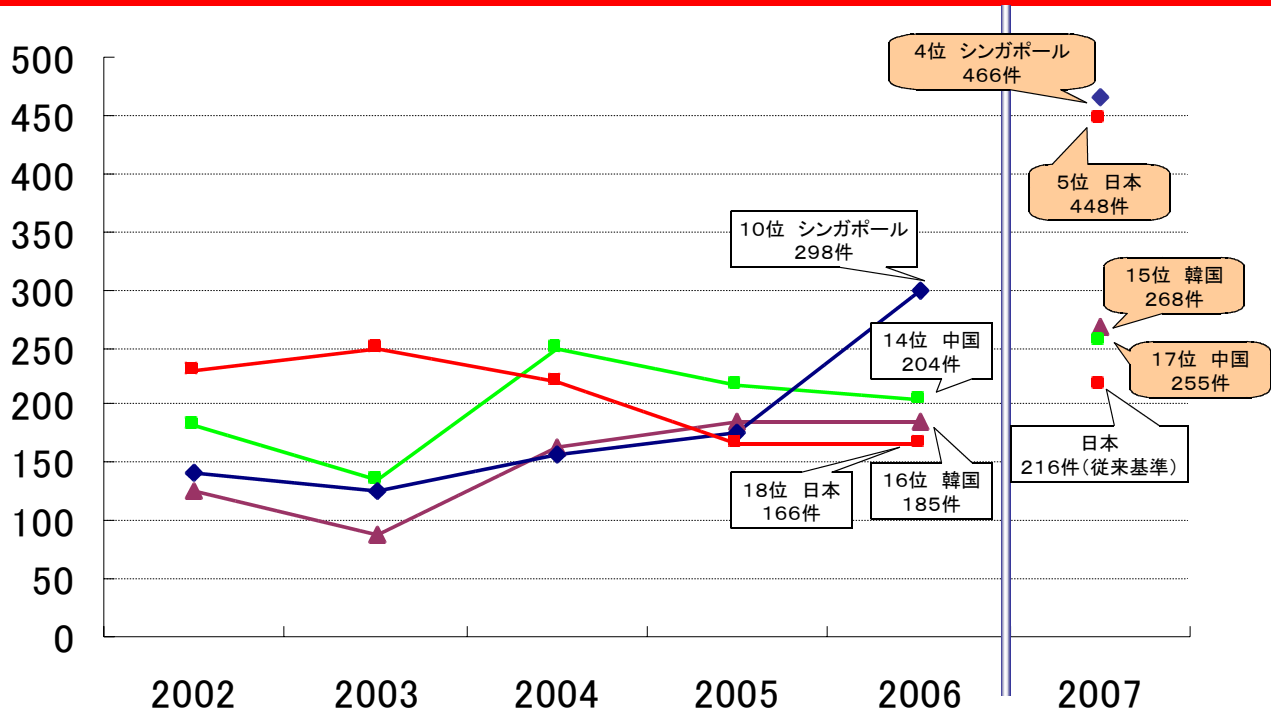
国土交通省「平成19年度旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。

国民1人当たりの宿泊観光回数及び宿泊数の推移



出典: 国土交通省「旅行・観光消費動向調査」による

国際会議の開催件数の推移



※日本は、448件(第5位)。UIAが従来の基準を緩和したことにより昨年の166件(第18位)から大幅増。観光立国推進 基本計画に定められた目標値における基準に照らすと216件と推察される。
 ※他のアジア諸国も件数が増加。特にシンガポールは昨年の298件(第10位)から466件(第4位)と今年も躍進。

「ようこそ！農村」プロジェクト (観光関係者と農村地域の連携イメージ)

