

平成24年度

観光庁関係  
予算決定概要

平成23年12月

観光庁



# 目 次

1. 平成24年度観光庁関係予算総括表	1
2. 観光行政をめぐる最近の動き	2
3. 具体的施策	
(1) 訪日外国人3,000万人プログラム第1期	
・訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）	3
・東北・北関東インバウンド再生緊急対策事業	6
・訪日外国人旅行者の受入環境整備事業	7
(2) 観光を核とした地域の再生・活性化	
・観光地域づくりプラットフォーム支援事業	8
・広域観光促進調査事業	9
・ユニバーサルツーリズム促進事業	10
(3) 観光人材の育成	
・観光中核人材育成事業	11
(4) ワークライフバランスの実現に資する休暇改革の推進	
・地域における家族の時間づくり促進事業	12
・国内旅行活性化のための環境整備事業	13
(5) 観光統計の整備	
・観光統計の整備	14
復旧・復興枠	
・災害時における訪日外国人旅行者に向けた情報提供のあり方に 関する調査事業	15
・広域連携観光復興対策事業	16

# 1. 平成24年度観光庁関係予算総括表

(単位：百万円)

	24年度 予算額 (A)	前年度 予算額 (B)	対前年度 倍率 (A/B)
1. 訪日外国人3,000万人プログラム第1期	8,290	8,634	0.96
○ 訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)	4,927	6,055	0.81
○ 東北・北関東インバウンド再生緊急対策事業	624	0	皆増
○ 訪日外国人旅行者の受入環境整備事業	854	608	1.41
○ 日本政府観光局(JNTO)運営費交付金	1,884	1,972	0.96
2. 観光を核とした地域の再生・活性化	343	472	0.73
○ 観光地域づくりプラットフォーム支援事業	246	271	0.91
○ 広域観光促進調査事業	88	201	0.44
○ ユニバーサルツーリズム促進事業	9	0	皆増
3. 観光人材の育成			
○ 観光中核人材育成事業	124	221	0.56
4. ワークライフバランスの実現に資する 休暇改革の推進	80	82	0.97
○ 地域における家族の時間づくり促進事業	30	82	0.36
○ 国内旅行活性化のための環境整備事業	50	0	皆増
5. 観光統計の整備	887	475	1.87
6. その他(経常事務費等)	281	264	1.06
合 計	10,004	10,148	0.99

## 復旧・復興枠

●：復興庁に計上

○ 災害時における訪日外国人旅行者に向けた情報提供のあり方に関する調査事業	30	0	皆増
● 観光地域づくりプラットフォーム支援事業(被災地分)	54	0	皆増
● 広域連携観光復興対策事業	250	0	皆増
合 計	334	0	皆増

総 計	10,338	10,148	1.02
-----	--------	--------	------

## 2. 観光行政をめぐる最近の動き

- 平成15年4月 ビジット・ジャパン・キャンペーン開始
- 平成18年12月 観光立国推進基本法が成立（全会一致）
- 平成19年6月 観光立国推進基本計画を閣議決定
- 平成20年10月 観光庁設置
- 平成21年7月 中国個人観光ビザ発給開始
- 10月 「訪日外国人3,000万人プログラム」を打ち出し  
（平成22年度予算概算要求）
- 12月 第1回「観光立国推進本部」を開催
- 平成22年5月 国土交通省成長戦略会議 取りまとめ
- 6月 新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～を閣議決定
- ・「観光立国・地域活性化戦略」が7つの戦略分野の一つに選定
  - ・「訪日外国人3,000万人プログラム」と「休暇取得の分散化」が国家戦略プロジェクトに選定
- 平成23年3月 東日本大震災 発生
- 5月 日中韓サミット首脳宣言  
（2015年までに三カ国間の人的交流規模を2,600万人に拡大）
- 8月 「日本再生のための戦略に向けて」閣議決定
- Ⅲ.「新成長戦略」の検証について
- 訪日外国人2,500万人【目標・工程を堅持し、内容強化】  
震災後、訪日旅行者が大幅に減少していることから、正確な情報発信、海外の観光当局、メディア、旅行会社等に対する訪日旅行再開の働きかけを緊急実施
  - 国内観光需要喚起【目標堅持・工程見直し】  
休暇取得の分散化の本格実施について、震災後の国民生活・経済活動等への影響及び国民的コンセンサスの状況を踏まえて実施

### 3. 具体的施策

#### (1) 訪日外国人3,000万人プログラム第1期

##### ○訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）【継続】

（国際交流推進課、参事官（MICE担当）、観光資源課）

予算額 4,927百万円

一刻も早い訪日需要の回復のため、徹底した風評被害対策に加え、在外公館や民間企業との連携、IMF・世銀総会等の日本開催国際会議やインドネシアやベトナムとのオープンスカイといった特別な機会の活用、ビジネス需要としてのMICE誘致等、あらゆる関係者・機会を総動員したオールジャパン体制による訪日旅行の海外プロモーション事業を展開する。

また、我が国の国際競争力強化の基盤整備を促すため、国立京都国際会館を素材とした国際会議施設等に係るPFI事業手法調査を行う。

※MICE（Meeting、Incentive、Convention、Exhibition/Event）

#### ① 訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）

○一刻も早い訪日需要の回復のため、**徹底した風評被害対策**を実施。

○**事業内容の徹底的な絞り込み**を行うとともに、在外公館や民間企業との連携、オープンスカイなど**特別な機会の活用等あらゆる関係者・機会を総動員**した事業展開により、**最大限の効果発現**を狙う。

#### 中核事業

##### 1. 現地消費者向け事業

徹底したマーケティングリサーチ及びKPI測定結果を踏まえるとともに、震災後の日本に対する消費者意識の変化を勘案し、事業内容の重点化を図る。

○広告宣伝事業 ○メディア招請事業 ※ただし、韓国市場は、KPI結果が有意でないことを踏まえ、取りやめ。

##### 5大市場

（韓国、中国、台湾、米国、香港）

##### 2. 現地旅行会社向け事業

○旅行会社との共同広告 ○旅行会社招請 ○セミナー・商談会の開催  
○旅行博出展（B to B）

##### 13市場

（韓国、中国、台湾、米国、香港、オーストラリア、タイ、英国、シンガポール、カナダ、フランス、ドイツ、マレーシア）

##### 3. 地方連携事業

都道府県単独では難しい「広域」で連携した外国人誘客の取組を、地域と国が共同実施。地域間の広域連携を促す。

※再訪者の多い市場（韓国、香港、台湾、星国）へ重点。

※その他、事業効果の最大化を図るため、効果測定や市場調査費等を計上

## 現地消費者向け事業

### ○新聞、旅行雑誌、トラベルサイト等による広告 ○旅行博覧会への出展



オーストラリア日刊紙への  
広告(2011年7月)



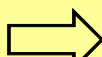
米国の旅行雑誌への広告  
(2010年11月)



香港ITE(2011年6月)



中国最大のポータルサイト  
「新浪」の取材(2011年6月)



記事掲載



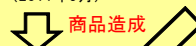
特集ページ: 新浪動画

## 現地旅行会社向け事業

### ○意欲ある各国旅行会社の日本への招請、 商談会の実施、コース提案



北京、青島の旅行会社視察  
(2011年5月)



商品造成



復興航空(台湾)  
との共同広告  
(2011年6.7月)



### ○訪日旅行商品との共同広告

## 緊急対策事業

### 1. 訪日需要回復緊急事業

#### ○韓国市場における風評被害対策特別事業

ネガティブ報道による風評被害防止のため、安全・安心のメッセージを主要媒体、オピニオンリーダー等を活用し、タイムリーに発信。

#### ○国内宿泊施設と連携した再来訪促進事業

外国人宿泊者の多いホテル・旅館と連携し、宿泊名簿記載の外国人へ、国が保証する安全・安心メッセージを発信。早期再来日を促す。

### 2. 海外現地オールジャパン連携事業

#### ○在外公館等との現地連携事業

現地での在外公館等との連携を強化し、在外公館等が行う日本関連イベントの機会を捉えた訪日促進プロモーションを実施(ブース出展、セミナー併催等)

#### ○海外現地日系企業との連携事業

海外進出日系企業と連携し、その商品、店舗、展示物等を活用した新しい形態の広告宣伝を実施。(例: アパレル、家電、和菓子、飲食、ポップカルチャー等)

### 3. 時機を捉えた事業

○日本開催大規模国際会議の機会を捉えた訪日プロモーション(日中韓観光大臣会合、WTTCグローバルサミット、IMF・世銀総会等)

○「日印60周年」関連招請事業(旅行会社、メディア)

○オープンスカイ関連・旅行会社向け事業(インドネシア、ベトナム)

### 4. 「普遍的な日本の魅力」発信事業

海外における日本紹介ガイドブック等の分析を踏まえ、広域の観光ルート等ごとに、統一のコンセプトの下、伝統・文化、景観、先端技術などのうち、洗練された一流の魅力から成る映像、写真、紙媒体等を作成。著作権処理を施し、在外公館等イベント、HP掲載、関係者への無償貸与などにより全世界へ統一訴求。

## ②MICE誘致・開催の推進

### <概要>

○MICE誘致・開催の推進は、①経済波及効果、②ビジネス機会創出・イノベーション創出、③都市の競争力・ブランド力向上といった幅広い意義を有する。これらの経済効果は極めて大きく、経済成長のエンジンであると同時にインフラと位置づけられる。

○アジア・太平洋地域においては、MICEの重要性とMICE市場の拡大を理由に、韓国、シンガポール、豪州等の主要国がMICEの誘致・開催を国家レベルの戦略として重視し、官民挙げた積極的な誘致活動を展開しており、域内の競争が激化しつつあるため、我が国としても海外プロモーション事業等、MICE誘致・開催の推進のための取組みを行う。

### <施策展開>

#### 1. 海外プロモーション事業

日本のMICEブランドの強化を図るため、海外見本市への出展や招請事業等を通じて市場開拓を強化。

#### 2. 誘致段階の支援事業

会議開催決定権者等への働きかけなど、日本側主催者が行う誘致活動を支援。

#### 3. 基盤整備事業

本事業の効果測定を行うことにより更なる事業効果の改善に資するための調査等を実施。



※MICEとは、Meeting(企業等のミーティング)、Incentive(企業等の報奨・研修旅行)、Convention(国際会議)、Exhibition/Event(展示会/イベント)の総称。

## ③国際会議施設等に係るPFI事業手法調査

### <調査目的>

- 国際会議(MICE)の誘致については、近隣アジア諸国との間で競争が激化しており、日本の国際競争力強化を図る必要がある。
- 国際会議施設等の施設容量は、近隣アジア諸国と比べて大きく差がついていることに加え、施設竣工後の時間経過を考慮すると老朽化対策等も必要となってくる。
- 一方、財政支出が厳しい現状では、民間の資金やノウハウ等を活用して低廉・良質なサービスの提供等を行うことが必要。
- また、国際会議施設等のPFI事業に係る事例の蓄積が無いことから、今後全国に裨益する知見として、国際会議施設等の整備・運営に係る国費を投入しないPFI事業に関する事業手法調査を行う必要。

### <調査概要>

国際会議(MICE)の誘致については、近隣アジア諸国との間で競争が激化しているが、日本の国際競争力強化を図るため、素材として国立京都国際会館をとりあげて、民間の資金やノウハウ等を活用した低廉・良質なサービスの提供等を行うため国費を投入しないPFI事業による整備・運営手法を検討する。

#### ※国立京都国際会館について調査を行う意義

国立の国際会議施設である国立京都国際会館について調査を実施することにより、他の国際会議施設等に裨益する事例となることが期待される。なお、本調査は事業化するための予算ではない。



○東北・北関東インバウンド再生緊急対策事業【新規】（国際交流推進課）

予算額 624百万円

被災3県訪問外国人に対する査証代免除措置（本年11月より5年間）を契機に、震災後の外国人旅行者の落ち込みが大きい東北及び北関東の訪日需要の回復のため、海外主要市場における風評被害の払拭と当該地域の観光復興のPR等の緊急対策を実施する。

震災後の外国人旅行者の落ち込みが大きい東北及び北関東の訪日需要の回復のため、海外主要市場における風評被害の払拭と当該地域の観光復興のPR等の緊急対策を実施。

## 事業内容

### 1. 商談会・観光キャラバン

在外公館等と連携し、東北・北関東の地方自治体や観光事業者等が、国の「安全・安心」のお墨付きの下で、海外の主要市場において現地旅行会社等と直接商談できる場（商談会）や海外消費者へ直接に観光復興をPRする場（観光キャラバン）を開催。

### 2. 海外現地旅行会社／メディア招請

1. の商談会等を受けて、東北・北関東を含む訪日商品造成に関心をもった旅行会社、当該地域の取材を検討する海外メディアを招請。訪日商品の造成と記事掲載へつなげる。

### 3. 「東北・北関東ガイドブック」の制作

海外主要市場のガイドブックと連携し、「東北・北関東」に特化し、①当該地域の安全・安心情報（HPと連動させ、安全・安心情報は常に更新される）と②当該地域の特に優れた観光地や施設等のみを掲載したガイドブックを制作し、外国人の訪問を促進。

### 4. 外国人旅行者による訪日観光の安全・安心及び魅力発信事業

訪日した外国人に対する協力民間事業者等による特典の付与や優れた発信に対する表彰等により、訪日及び発信意欲を喚起。

### 5. 外国人旅行者によるSNS等を活用した情報発信の効果検証調査

上記事業により訪日した外国人がSNS等を活用して行った情報発信の効果について検証を行い、訪日プロモーションにおける、SNS等の安全で効果的な活用方針を調査。

○訪日外国人旅行者の受入環境整備事業【継続】（国際観光政策課、観光資源課）

予算額 854百万円

訪日外国人旅行者3,000万人時代の実現に向けて、国内における外国人旅行者の移動、滞在、観光等の利便性・快適性の向上を図り、満足度を高め、リピーター化を進めていくことが求められている。

このため、戦略拠点及び地方拠点の整備・受入環境の改善による受入環境水準の向上、昨今の訪日旅行客のニーズの多様化に対応した通訳ガイドの人材育成等を行い、訪日外国人旅行者の受入環境の整備を行う。

受入を担う環境の整備（受入環境水準向上事業）

訪日外国人旅行者が安心して快適に、移動・滞在・観光することができる環境を提供することにより、訪日外国人旅行者の訪問を促進するとともに、満足度を高め、リピーターの増加を図る

戦略拠点・地方拠点の整備

○既に多数外国人旅行者が訪れている地域を戦略拠点、外国人旅行者の訪問の増加が見込まれる地域を地方拠点として、選定された自治体等を中心に受入環境整備水準の評価を行い、自治体等の強みと弱みを把握した上で、受入環境の向上に資する事業を実施する

受入環境の改善

○日本在住の留学生等を受入環境整備サポーターとして、観光地などへ派遣することで、受入環境整備が遅れている部分を外国人の目線から明確にし、改善策を提案してもらうことで、訪日外国人旅行者の受入環境整備を促進する

受入を担う人材の育成

- 通訳ガイドの育成
  - ・ 伝統文化やポップカルチャーなど、専門性の高い通訳ガイド育成に向けた**専門性研修の実施**
  - ・ 通訳ガイドの増加を目的とした**養成研修の実施**
- 新しく導入される特区ガイドの効果検証
  - ・ 通訳案内士法の特例を設けた「総合特別区域法」の成立に伴う、**特区ガイド制度の効果の検証** 等

## (2) 観光を核とした地域の再生・活性化

### ○観光地域づくりプラットフォーム支援事業【継続】

(観光地域振興課)

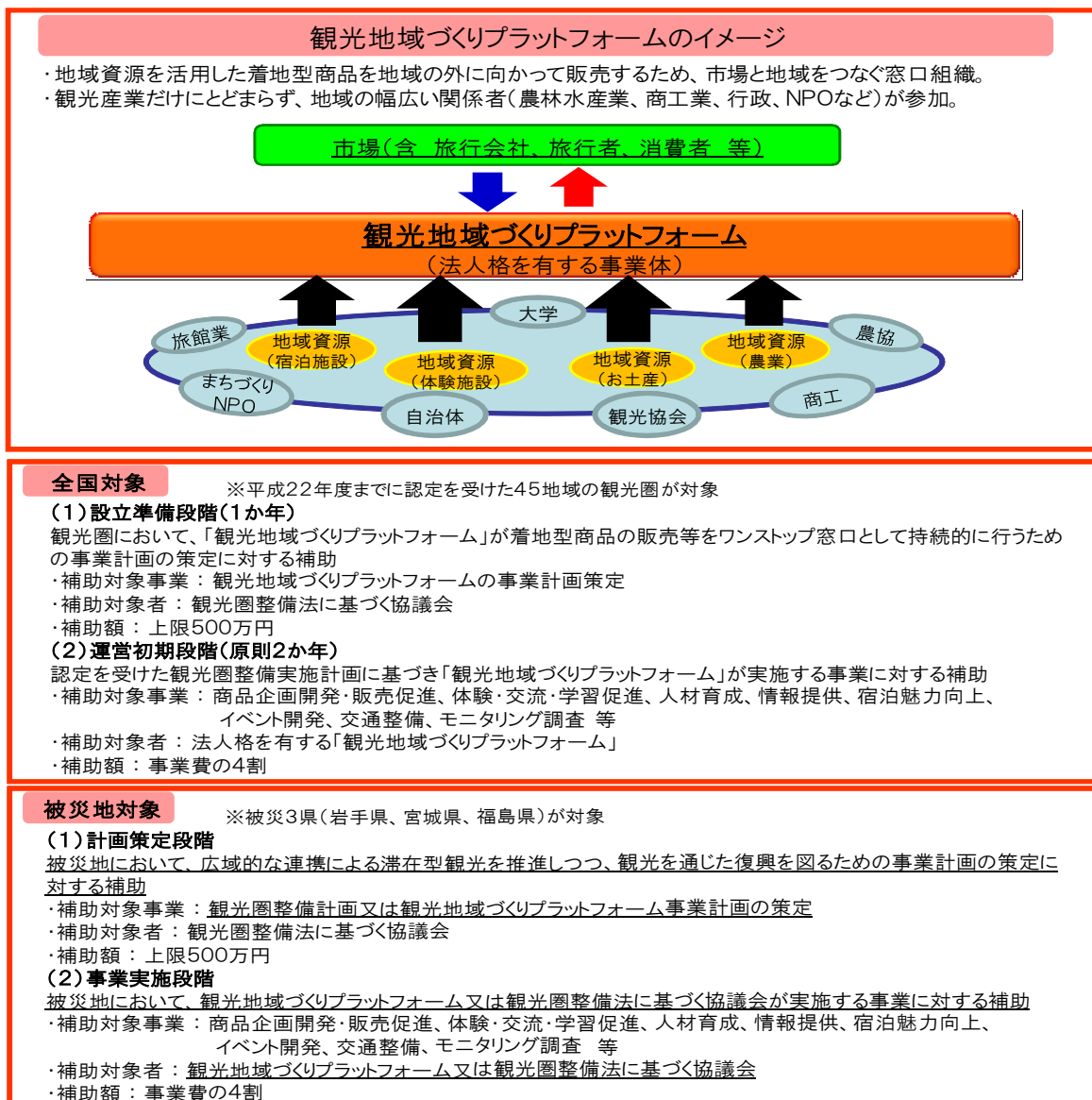
予算額 300百万円

(うち復旧・復興枠54百万円(復興庁計上))

観光を通じた地域振興を図っていくためには、行政区域にとらわれないエリアで様々な関係者が協働し、当該地域の資源を活用した着地型商品を企画・販売する等、滞在型観光につながる持続的な取り組みを活性化させていくことが重要である。

このため、様々な滞在型観光の取り組みを推進し、市場との窓口機能等を担う「観光地域づくりプラットフォーム」の形成を促進しつつ、着地型商品の企画・販売、人材育成等を行う取組を支援する。

※着地型商品：旅行先の地域が主体となり、各種体験や地元産品等当該地域ならではの観光資源を活用して造成された旅行商品等



## ○広域観光促進調査事業【継続】

(観光地域振興課、観光資源課)

**予算額 88百万円**

広域的な滞在型観光地域づくりに向けた取組の効果的な推進を図るため、第三者委員会による補助事業の事前・事後評価の実施、観光地域づくりにおける先進的な取組のための観光資源の掘り起こし・磨き上げ等に係る事業の支援、旅行商品についての品質向上策の策定等を行う。

### 具体的な事業内容

#### 1. 広域観光促進基礎調査

「観光地域づくりプラットフォーム」の形成等により、広域的な滞在型観光地域づくりの効果的な推進を図るため、第三者委員会による補助事業の事前・事後評価の実施、観光地域における取組実態調査、観光圏内の各関係者の連携の推進を行う。

#### 2. 地域観光イノベーション促進事業

旅行者ニーズの多様化、旅行スタイルの変化等に対応した魅力ある観光地域づくりを推進するため、新たなモデルの構築につながる観光地域づくりの先進的な取組みについて国の知見等を活用し、観光資源の掘り起こし・磨き上げ等に係る事業の支援を行う。

#### 3. 顧客満足型旅行商品推進事業

各地域の観光資源を活用して造成された旅行商品について、平成23年度の実態調査を踏まえ、各地域における課題やその解決策を整理し、顧客満足度の高い旅行商品の品質向上策をとりまとめ、地域の自律的な観光振興に裨益するものとする。

予算額 9百万円

移動制約者の旅行の機会を拡大することにより誰もが旅行に参加しやすい環境づくりを進めるため、ユニバーサルツーリズムの先進事例のモデル化を行うことで地域の自治体やNPO法人の取組みを側面支援する。

**【現状の課題】**

- ユニバーサルツーリズムの取組みはホテル等の施設や公共交通機関といった、点での取組みが主流であり、線や面での取組みの広がりは限定的
- ユニバーサルツーリズムへの理解不足や具体的な取組方策について知見が偏在



**【施策の方向性】**

- ユニバーサルツーリズムの先進事例のモデル化による取組みの普及・促進  
→ 先進事例を収集・モデル化し、他の観光地への横の展開を図る。

ユニバーサルツーリズムの先進事例のモデル化

ユニバーサルツーリズムの取組みを、ビジネスやボランティア活動の観点から評価・分析・モデル化し、他の地域での取組みを行いやすい環境を整える。

全国の  
先進事例  
の洗い出し

先進事例の評価・分析・モデル化  
・ 取組内容の評価・分析  
・ 過去・現在の課題や具体的な  
解決手法の整理

先進事例  
のモデル  
の普及・  
促進

### (3) 観光人材の育成

#### ○観光中核人材育成事業【継続】

(観光地域振興課)

予算額 124百万円

地域の自立的な人材育成の取組を促進するための仕組みづくりと地域における中核的な人材の先駆者を育成し、全国の大学・地域に観光地域づくり人材育成ガイドライン・人材育成手法を普及、講座・研修プログラムに展開する。

#### 事業概要

##### 人材育成手法の検証

###### 短期集中セミナーの実施

- 観光地域づくり人材育成ガイドライン(案)等を活用した実証講義を大学等において開催し、中核的な人材やその候補者を育成する。
- 実証講義で得られた効果の検証・課題を整理し、ガイドライン(案)等を改善する。



実証講義(短期集中セミナー)の開催

###### 専門家の招請による研修

- ガイドライン(案)に基づいた具体的な人材育成手法を体系化した上、観光地域づくりに取り組む地域に専門家を招請し、当該手法を活用した実地指導を試験的に実施、中核的な人材やその候補者を育成するとともに人材育成手法等を改善する。



中核的な人材やその候補者への実地指導

##### 人材育成手法の効果・課題の確認

###### 先進地等への派遣による研修

- 中核的な人材やその候補者を先進地等に派遣し、中核的な人材やその候補者を育成するとともに、人材育成手法等の効果・課題を確認し、当該手法を改善する。



先進地等への派遣研修

###### シンポジウムの開催

- 各地の中核的な人材やその候補者を集めたシンポジウムを開催する。
- 人材育成手法等の効果・課題について発表・確認し、人材育成手法等の効果検証にフィードバックする。



シンポジウムの開催

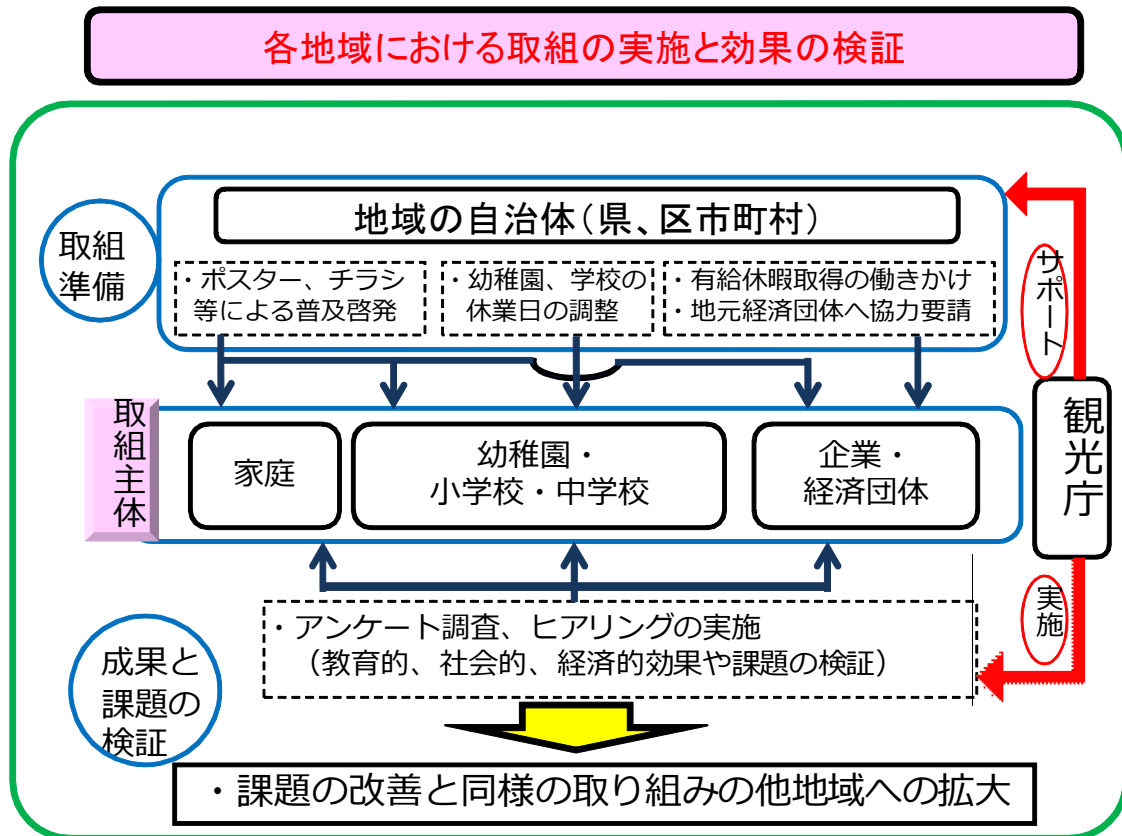
#### (4) ワークライフバランスの実現に資する休暇改革の推進

○地域における家族の時間づくり促進事業【継続】（参事官（観光経済担当））

予算額 30百万円

「休暇改革の推進」のため、各地域の協力のもと、大人（企業）と子ども（学校）の休みのマッチングを行うことで、「家族の時間」がもたらす教育的・社会的効果を明らかにするとともに、課題とその改善方策の検証を行い、同様の取り組みを広く働きかける事業を実施する。

24年度においては、これまでの2年間の成果を踏まえ、地域から休暇改革の意義を発信し、地域に定着させるとともに、モデル運輸局を選定し、これまで観光庁が培った知見を運輸局に移管するための課題整理等を実施する。



○国内旅行活性化のための環境整備事業【新規】（参事官（観光経済担当））

予算額 50百万円

休暇を取得しやすい環境を整備するとともに、外出や旅行の促進による地域経済の活性化を目指して、今夏開始した「ポジティブ・オフ」運動をより深化し、賛同企業・団体の拡大を図るとともに、国民への本運動の浸透を図り、将来に向けて、休暇を楽しむライフスタイルやワーク・ライフ・バランスの実現などの「ライフスタイル・イノベーション」につなげていくことを目指す。

趣旨・目的：

- ▶ 休暇を取得して外出や旅行を楽しむことを積極的に促進し、休暇（オフ）を前向き（ポジティブ）にとらえて楽しもう、という運動。
- ▶ 東日本大震災を機に、ライフスタイルを見直す気運が高まっていることを捉えて運動を展開。
- ▶ 休暇を取得しやすい環境を醸成し、外出・旅行を通じた経済活性化に貢献。
- ▶ 一過性の取組に終わらず、長期的に、休暇を楽しむライフスタイルやワーク・ライフ・バランスの実現などの「ライフスタイル・イノベーション」につなげていく。

POSITIVE OFF

- ・「オフ」を前向きにとらえよう。
- ・「オフ」をライフスタイル変革の契機にしよう。
- ・「オフ」には、自分磨きをしよう。
- ・「オフ」には、家族との絆を深めよう。

- ・家／オフィスから離れる「オフ」
- ・休暇を取る「オフ」
- ・日常から離れる「オフ」
- ・自分の心と体をリセットする「オフ」

★「ポジティブ・オフ」運動の展開

観光庁等	「ポジティブ・オフ」運動賛同企業・団体の取組を、ウェブや新聞広告等で紹介。
賛同企業・団体	【第一段階】従業員に、休暇の取得と外出／旅行の促進を呼びかけ。可能なら、福利厚生でのサポートや、新たな休暇制度の創設も。
	【第二段階】「ポジティブ・オフ」運動賛同企業・団体であることを、自社イメージ広告等で宣言。さらに、「ポジティブ・オフ」運動関連商品・サービスも展開。

様々な取組で、運動のすそ野を拡大！

（参考）賛同企業・団体一覧（102企業・団体：12月19日現在）

ITホールディングス株式会社、アクセンチュア株式会社、アサヒビール株式会社、株式会社アドキャプテラー、イソソリューションズ株式会社、イクア・ジャパン株式会社、株式会社イチナンホールディングス、有限会社インバウンド、ウシオ電機株式会社、株式会社内田洋行、医療法人 永和会、NECビッグロブ株式会社、株式会社NITテック、MS&ADインシディアランスグループ、王子製紙株式会社、株式会社大分建設新聞社、小田急電鉄株式会社、株式会社オフィスノバタ、カゴメ株式会社、キッコーマン株式会社、九州旅客鉄道株式会社、株式会社木栄舎、近畿日本ツーリスト株式会社、クラスメット株式会社、株式会社Creator's NEXT、株式会社ぐるなび、京王電鉄株式会社、公益社団法人 経済同友会 事務局、京成電鉄株式会社、京浜東北線電鉄株式会社、国際航空ホールディングス株式会社、ココロ株式会社、特定非営利活動法人サービスグラント、ザ・パートナーズ・コーポレーション株式会社、JX日新日エネルギー株式会社、株式会社ジェイティービー、西国旅客鉄道株式会社、株式会社新日本科学、新日本製鉄株式会社、住友化学株式会社、住友ベークライト株式会社、西武グループ、株式会社セノバ、株式会社セブンイレブン・ジャパン、株式会社ゼン・コーポレーション、セントラル警備保障株式会社、株式会社セントレジャー・オペレーションズ 福島事業所、全日本空輸株式会社、株式会社損害保険ジャパン、第一生命保険株式会社、株式会社タナチョー、TSUCHIYA株式会社、株式会社電通、株式会社天満不動産、東海旅客鉄道株式会社、株式会社東急ビッグワイークス・アーク・エージェンシー、東京海上日動火災保険株式会社、東京急行電鉄株式会社、東京地下鉄株式会社、株式会社東急、東武鉄道株式会社、凸版印刷株式会社、トヨタ自動車株式会社、名古屋旅客鉄道株式会社、日本システムウェア株式会社、日本電気株式会社、株式会社日本経済社、日本経済新聞社、日本航空株式会社、日本ヒューレット・パッカド株式会社、日本マイクロソフト株式会社、日本ユニシス株式会社、株式会社日本旅行、エスエス日本株式会社、株式会社野村総合研究所、パルシステム生活協同組合連合会、株式会社フジイナムホールディングス、びび株式会社、東日本電信電話株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、特定非営利活動法人 ファザリング ジャパン、FUNDO F SCHOOL、富士ゼロックス株式会社、富士通工業株式会社、株式会社テラス、株式会社ベネフィット・ワン、北海道旅客鉄道株式会社、株式会社マーケティング・ポス、丸紅株式会社、三井不動産株式会社、株式会社三菱ケミカルホールディングス、三菱重工業株式会社、森根北トラスト株式会社、株式会社リクルー カスタマーアクションプラットフォームカンパニー、株式会社リテックス・コミュニケーションズ、株式会社ループス・コミュニケーションズ、株式会社ルクス、財団法人 労働行政研究所、株式会社ロソン、ワタミ株式会社、国土交通省観光庁



## (5) 観光統計の整備

### ○観光統計の整備【継続】

(参事官(観光経済担当))

予算額 887百万円

訪日外客誘致施策の更なる強化、地域が主役となった観光政策の展開が求められる中、行政・民間における観光に関する取組をPDCAサイクルに基づき早急かつ着実に実施するため、「観光地域経済調査」の本格調査を開始するなど、観光施策の基本インフラである観光統計の整備を着実に進める。

### 宿泊旅行統計調査【平成19年～】

【継続】

➤ 我が国における日本人・外国人の宿泊旅行の実態を明らかにする。

○調査施設・従業者数10人以上…全数調査(約12,400施設)

〃 5～9人…標本調査(約3,200施設)

〃 0～4人…標本調査(約3,400施設)

○調査方法 郵送調査(年4回)

### 旅行・観光消費動向調査【平成15年度～】

【継続】

➤ 国民の観光旅行の実態を把握するとともに、観光消費の経済波及効果を明らかにする。

○調査対象 日本国民50,000人(25,000人に対して半年毎に2回調査を実施)

○調査方法 郵送調査(年4回)

### 訪日外国人消費動向調査【平成22年度～】

【継続】

➤ 訪日外国人の旅行消費、再訪意向、満足度等を明らかにする。

○調査対象 日本を出国する訪日外国人(6,500人×4回…計26,000人)

○調査方法 11空海港での調査員調査(年4回)

### 観光地域経済調査【平成22年度～】

拡充

➤ 観光産業の基本的構造(事業者数、売上規模、雇用、就労状況等)の実態を把握することを目的に平成24年度より本格調査を開始。

既存の統計

どれだけの事業所が  
観光(客)で  
成り立っているか  
よく分からない

地域経済の中で、  
観光産業が重要か  
よく分からない

観光客が減ると、  
地域経済に  
どのような  
影響が発生するか  
よく分からない

観光地域経済  
調査では  
把握可能に

観光産業の“規模”  
を示すデータ

観光産業の事業所数  
宿泊業…○○軒  
飲食業…○○軒  
小売業…○○軒

観光の“重要性”  
を示すデータ

売上に占める観光比率  
宿泊業…○○%  
飲食業…○○%  
小売業…○○%

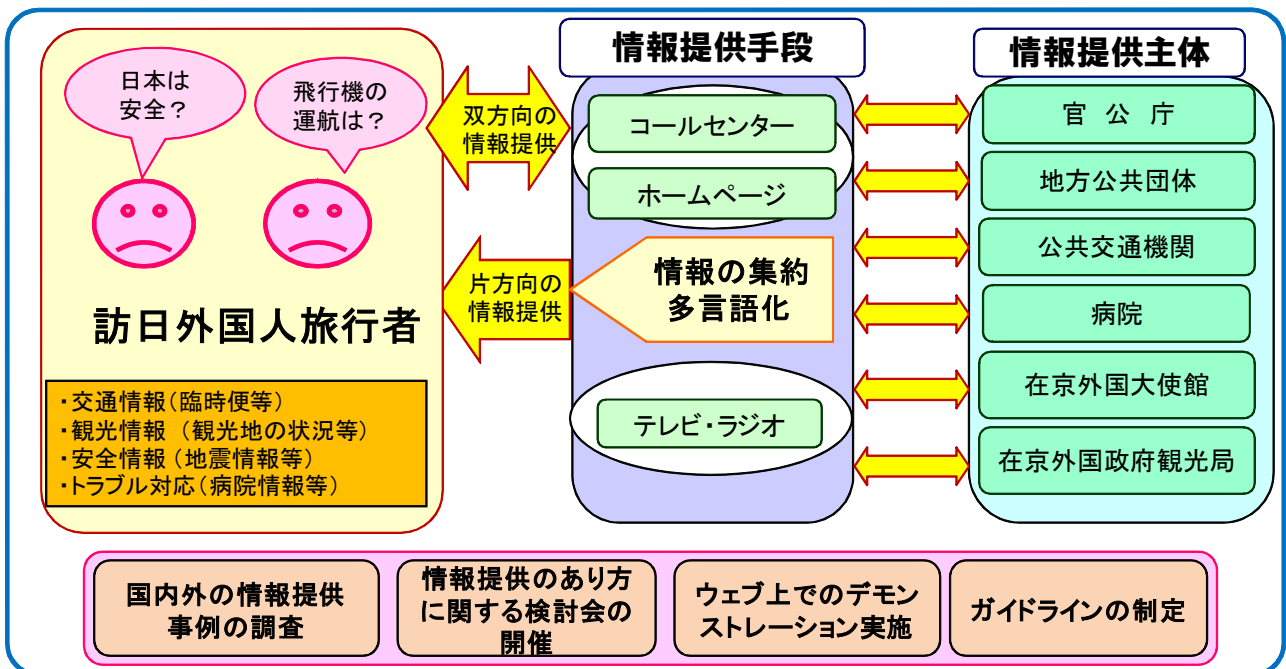
観光産業の“波及効果”  
を示すデータ

観光産業の域内調達率  
農林水産物…○○%  
加工食品…○○%  
物品…○○%

○災害時における訪日外国人旅行者に向けた情報提供のあり方に関する調査事業【新規】  
(国際観光政策課)

予算額 30百万円

東日本大震災を踏まえ、訪日外国人旅行者が安心して旅行できる環境を整備するため、自然災害等緊急時において、訪日外国人旅行者を対象に正確な情報を迅速に提供するための情報提供のあり方について調査検討を行う。



○訪日外国人旅行者が必要とする情報やその提供方法、国・地方・民間の役割分担等について調査・整理し、災害等緊急時における情報提供のあり方を検討

- ▶ 安心を訪日前や訪日中に提供することによる訪日意欲・満足度を向上
- ▶ 日本国政府として外国人の受入体制を世界に向けてアピール

○広域連携観光復興対策事業（東北観光博（仮称））【新規】

（観光地域振興課）

予算額 250百万円（復興庁計上）

東北地域への旅行需要の回復と新たな観光地づくりのモデル構築を図るため、東北地域全体を観光の博覧会場と見立て、地域や民間の様々な取組を連携させるとともに統一的な情報発信等を行う。

