



山梨県富士吉田市  
新倉山浅間公園（下吉田駅）

**2017年11月7日**  
**日本政府観光局（JNTO）**  
**理事 山崎 道徳**

## 目次

1. JNTOの概要および本事業について
2. 観光立国の実現にむけて
3. 訪日インバウンドの動向
4. 地域に訪日インバウンド客を誘致するために

# 1. JNTOの概要および本事業について

# 日本政府観光局（JNTO）の概要

## Vision : 私たちが目指すこと

私たちは、日本のインバウンド旅行市場を拡大する政府観光局として、**国民経済の発展、地域の活性化、国際的な相互理解の促進、日本のブランド力向上**を実現することにより、未来の日本をより豊かに、元気に、明るくすることを目指します。

## 組織概要

- 正式名称 : 独立行政法人国際観光振興機構（国土交通省 観光庁所管）  
※通称として「日本政府観光局」、略称としてJNTO（英文名称：Japan National Tourism Organizationの頭文字）を使用。
- 国内拠点 : 本部（東京）
- 海外拠点 : 20事務所（ソウル、北京、上海、香港、バンコク、シンガポール、ジャカルタ、シドニー、ロンドン、フランクフルト、パリ、ニューヨーク、ロサンゼルス、トロント、モスクワ、クアラルンプール、ハノイ、デリー、ローマ、マドリード）※マニラは新規開設予定

## JNTOの活動

JNTOは世界20都市に海外事務所を持ち、外国人の訪日旅行の促進に向けて、海外現地目線に立ったプロモーション、マーケティングを行っている。



JNTO WEBサイト



JNTOの海外事務所ネットワーク

※マニラは建設準備中

## ① 訪日旅行市場に関する 市場分析・マーケティング

JNTOのマーケティング  
情報を関係者は高く評価



## ② 海外現地旅行会社の 訪日ツアー企画・販売促進

旅行会社職員を日本に招請  
海外実施セミナーに参加



## ③ 一般消費者向け プロモーション・情報発信

海外メディア招致およびSNS運営  
15言語のウェブサイト運営



## ④ 国内事業パートナー との連携

自治体・旅行会社・運輸機関  
宿泊施設・商業施設等  
JNTOの賛助団体・会員は550超



## ⑤ 国際会議等 (MICE<sup>(※)</sup>) の 誘致・開催支援

国際会議等を誘致し  
地域活性化・国際化に貢献



## ⑥ 受入環境整備・向上支援

ビジット・ジャパン  
観光案内所の認定



# 国内での取り組みの強化

## 『地域プロモーション連携室』の設置（2017年9月新設）

### ◎地域と共に、訪日インバウンドにおけるプロモーション活動を促進！

- 地方ブロックの専任職員が専用連絡窓口として、各地域の観光事業者と緊密に連携。

- ▽北海道、東北、関東 地域担当
- ▽北陸、信越、中部 地域担当
- ▽近畿、中国、四国 地域担当
- ▽九州、沖縄 地域担当

- 訪日インバウンドへの取り組み事例を発信するため、地域インバウンド促進サイト「日本の魅力を、日本のチカラに。」をスタート。<https://action.jnto.go.jp>

- ▽地域ごとのインバウンドの取り組み事例をアーカイブ化
- ▽調査事業の報告やセミナー事業の開催結果など広く紹介

- 地域の訪日インバウンドプロモーションを共に考えるため、インバウンドワークショップ・ビジネスセミナーの開催。



「日本の魅力を、日本のチカラに。」

WEBサイトイメージ

## インバウンドワークショップ・ビジネスセミナー

訪日インバウンドについての課題を抱える地域と共に考え、課題解決に向けて取り組むためのワークショップ。

実施日	実施市町村	予定会場	実施内容
11月1日(水)	埼玉県春日部市	春日部市民文化会館	ワークショップのみ
11月7日(火)	鳥取県倉吉市	エキパル倉吉	ワークショップのみ
11月9日(木)	北海道稚内市	稚内総合文化センター	ワークショップ・セミナー 共催
11月21日(火)	宮崎県延岡市	延岡市中小企業振興センター	ワークショップのみ
11月29日(水)	新潟県糸魚川市	ヒスイ王国館	ワークショップのみ
11月30日(木)	京都府舞鶴市	舞鶴赤れんがパーク	ワークショップのみ
12月5日(火)	香川県丸亀市	丸亀市生涯学習センター	ワークショップのみ
12月7日(木)	山形県山形市	山形テルサ	ワークショップ・セミナー 共催
12月20日(水)	静岡県静岡市	静岡市民文化会館	ワークショップ・セミナー 共催
12月21日(木)	沖縄県与那原町・西原町	西原町役場	ワークショップのみ

「訪日インバウンドの新潮流～稼げるインバウンド 注目の有望市場～」をテーマにしたセミナー。

	稚内市	山形市	静岡市
タイトル	訪日インバウンド新潮流～稼げるインバウンド 注目の有望市場～		
開催日時	11月9日(木) 10:00～12:30	12月7日(木) 10:30～13:00	12月20日(水) 10:00～12:30
会場	稚内総合文化センター (小ホール)	山形テルサ (アプローズ)	静岡市民文化会館 (大会議室)
参加対象	訪日インバウンドに取り組む事業者、これからインバウンドに取り組みたいと考えている事業者、 訪日インバウンドについて理解を深めたいと考えている地域住民の皆様。		
募集定員	各 100 名程度を予定		
応募締切	定員になり次第締め切り		
応募方法	地域インバウンド促進サイト「日本の魅力と、日本のチカラに。」の 応募フォームからお申し込みください。 <a href="https://action.jnto.go.jp">https://action.jnto.go.jp</a>		

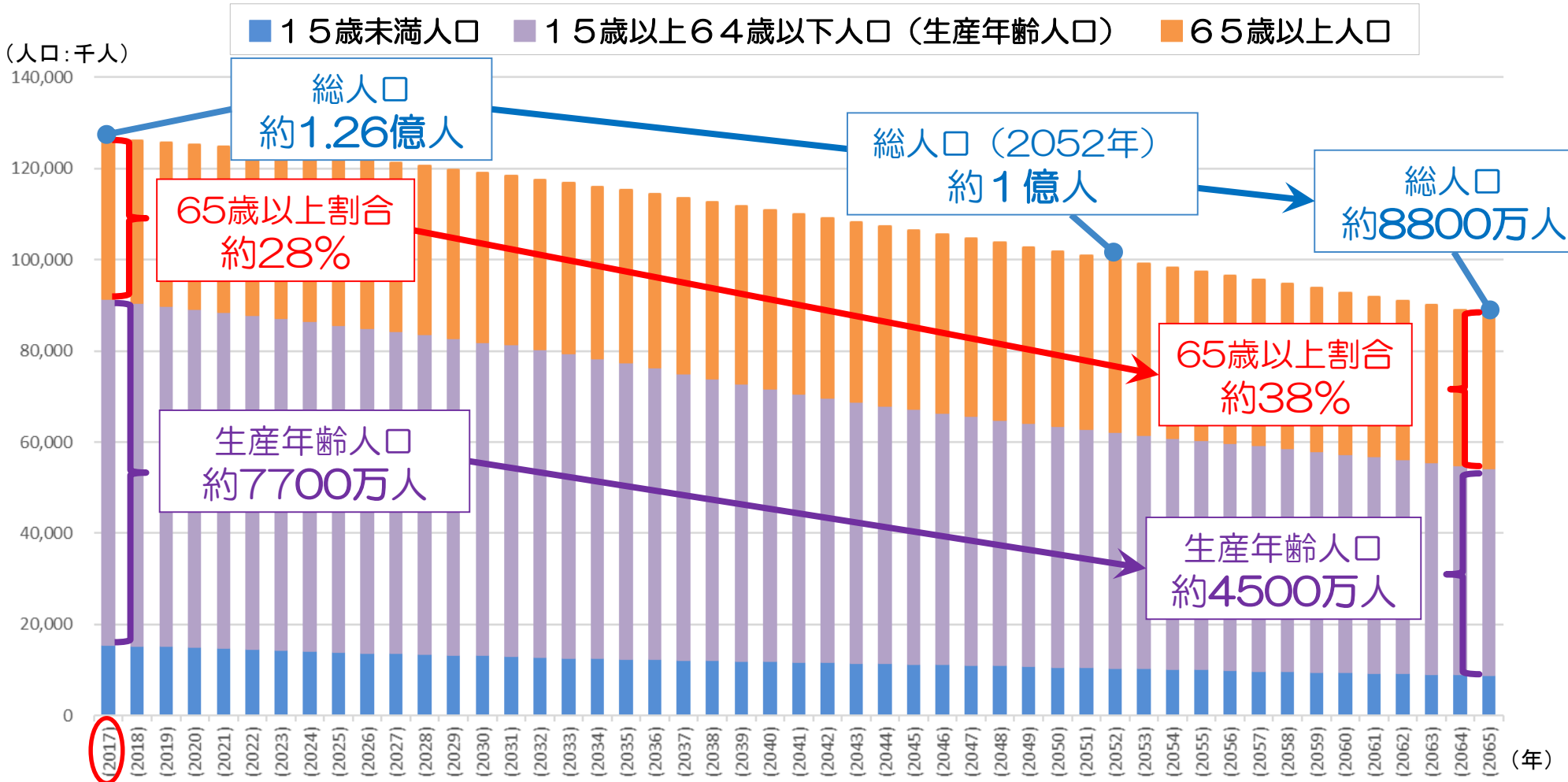
※上記他、3会場にてセミナーを予定（2018年1月以降）

## 2. 観光立国の実現にむけて



# 人口減少・少子高齢化社会の到来

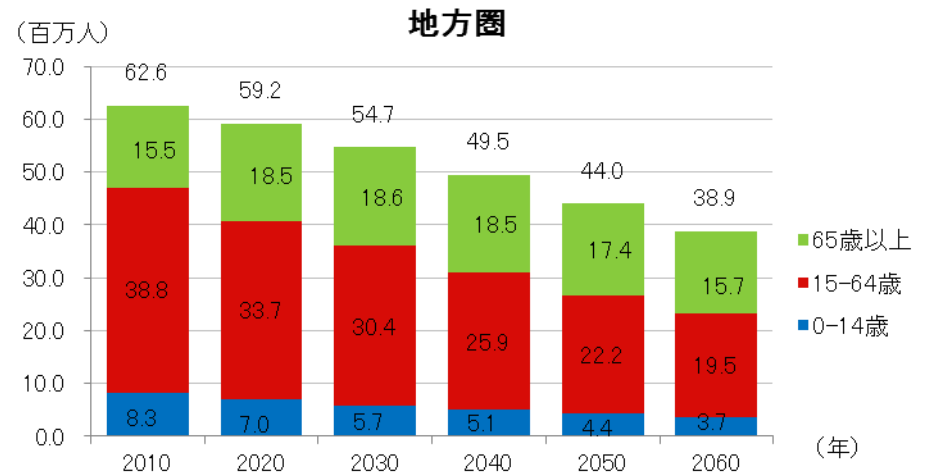
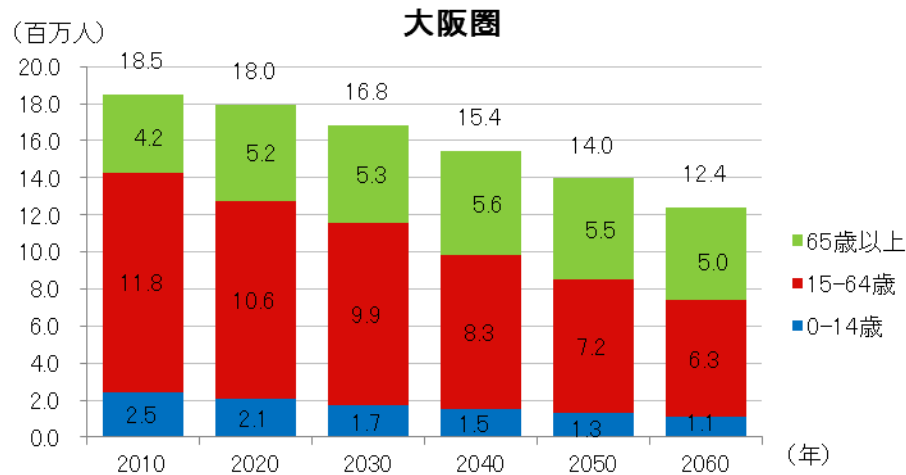
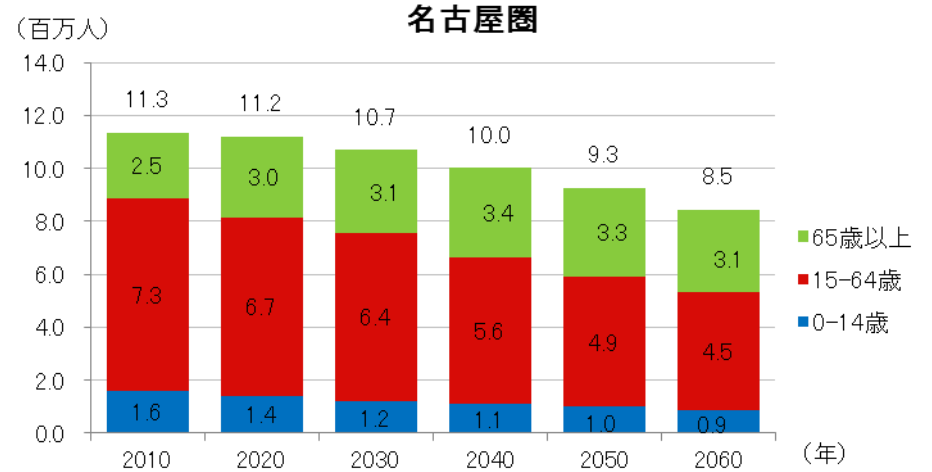
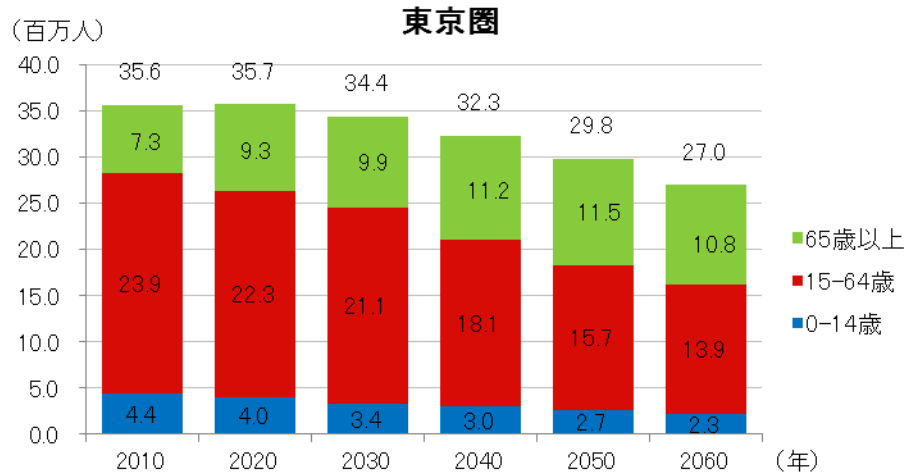
- 今後、人口減少が進み、2052年には1億人程度となる見通し。
- 少子高齢化が急速に進行しており、**2065年には総人口の約38%が65歳以上**になる見通し。
- それにより、生産年齢人口は現在の2065年には現在の6割程度まで減少。



(国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成29年・中位推計))

# 進む地方の人口減少

地方圏では15-64歳の生産年齢人口の大幅減少が予測されている。



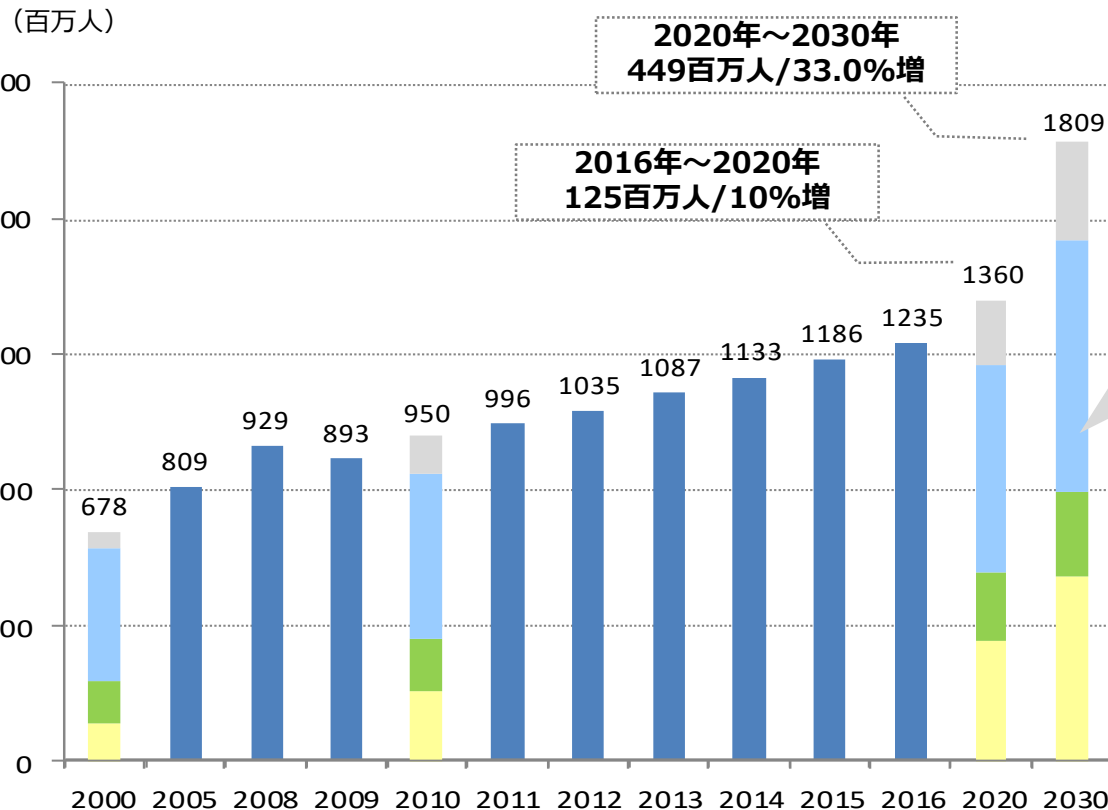
(出典) 2040年までは国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(平成25年3月推計)の中位推計。2050年以降は国土交通省国土政策局による試算値。

# 世界の観光動向：国際観光客数<sup>(※1)</sup>は着実に拡大

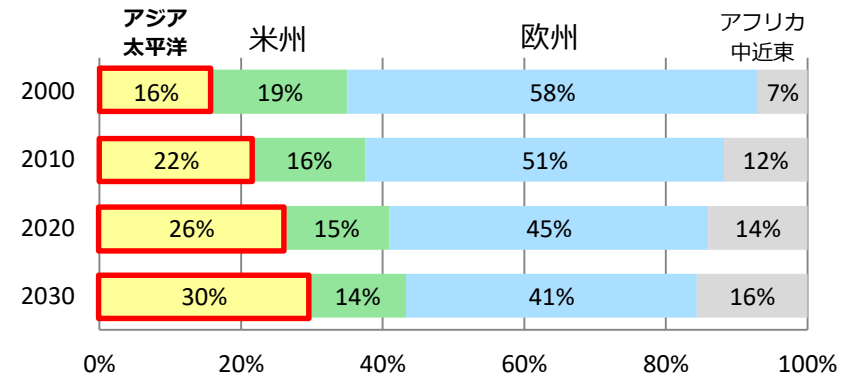
## 拡大を続ける世界旅行市場 (出典：UNWTO<sup>(※2)</sup> World Tourism Barometer)

- 2016年の国際観光客到着数は**12億3500万人 (+3.9%)**に
- 世界旅行市場の2010年～2030年成長率は**年平均3.3%**を見込む
- アジア市場の著しい成長⇒2030年予測：**世界需要の29.6%/2010-30成長率：年平均4.9%**見込み

### 国際観光客到着数の推移



### 地域別シェア：アジア市場拡大の推移



### 世界の観光：主な指数 (出典：UNWTO)

- 全世界のGDPの10% (日本: GDPの7.4%) ※3
- 10人に1人を雇用 (日本: 14.5人に1人) ※3
- 全世界の輸出額の7% (日本: 輸出額の4.4%) ※3
- 観光輸出額は1.4兆米ドル (日本: 324億米ドル) ※3



# 日本のブランド力と訪日客数のギャップ

## Brand

国家ブランド指数

👑 総合ブランド**1位**

👑 観光ブランド**2位**

出典：Future Brand社「Country Brand Index」(2014-15)

旅行・観光競争力指数

日本は世界**4位**

出典：世界経済フォーラム(WEF)「旅行・観光競争力指数」(2017)

## Reality

外国人訪問者数は  
世界**16位**

アジアの中でも**5位**

出典：UNWTO World Tourism Highlights 2017 Edition

※一部未確定の数値あり

ブランド力と訪日客数がアンバランス

訪日客増のポテンシャルがある！

# 観光立国の意義

## 1. 国際観光の推進はわが国のソフトパワーを強化するもの ⇒ 外交を補完

- 諸外国との健全な関係の構築は国家的課題
- 国際観光を通じた草の根交流は、国家間の外交を補完・強化し、安全保障にも大きく貢献
- 日本に実際に来てもらう、見てもらう、交流してもらうことで、日本の印象も変わる

## 2. 観光は少子高齢化時代の経済活性化の切り札 ⇒ 高い経済効果

- 少子高齢化で成熟した社会には、観光振興＝交流人口の拡大、需要の創出による経済の活性化が有効
- 訪日外国人も今や無視できない消費活動の主体（平成28年の訪日外国人旅行消費額→3.7兆円）

## 3. 交流人口の拡大による地域の活性化 ⇒ 雇用創出・地方創生の切り札

- 地方においては地域振興策の新たなアプローチが必要。観光による交流人口の拡大は地域経済の起爆剤
- 集客力のある個性豊かな地域づくりは、各地域の自主・自律の精神も促す

## 4. 観光立国により国民が誇りと自信を取り戻す ⇒ 国の価値の再認識

- 観光立国の推進は、我が国の歴史的・文化的価値を国民が、住民が、再認識するプロセスであり、日本の魅力の再活性化にもつながるもの



～ 観光交流人口の拡大による日本の再生 ～

## 我が国が目指す数値目標

## 訪日外国人旅行者数

2020年： 4,000万人  
(2015年の約2倍)2030年： 6,000万人  
(2015年の約3倍)

## 訪日外国人旅行消費額

2020年： 8兆円  
(2015年の2倍超)2030年： 15兆円  
(2015年の4倍超)

## 地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： 7,000万人泊  
(2015年の3倍弱)2030年： 1億3,000万人泊  
(2015年の5倍超)

## 外国人リピーター数

2020年： 2,400万人  
(2015年の約2倍)2030年： 3,600万人  
(2015年の約3倍)

## 日本人国内旅行消費額

2020年： 21兆円  
(最近5年間の平均から約5%増)2030年： 22兆円  
(最近5年間の平均から約10%増)

## 「観光先進国」への3つの視点

## 視点1

観光資源の魅力を  
極め、地方創生に活用

## 視点2

観光産業を革新し、  
我が国の基幹産業に

## 視点3

旅行者が快適に観光を  
満喫できる環境に

# (参考) 政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策①

## 1. 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

- 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり：\*平成32年までに世界水準のDMOを100組織形成
- 東北の観光復興：\*平成32年までに東北6県の外国人延べ宿泊者数を150万人泊
- 文化財を中核とした観光拠点の整備：\*文化財を中核とする観光拠点を200拠点程度整備  
\*平成32年までに1,000事業程度実施（多言語解説の整備など）
- 魅力ある公的施設の公開・開放等：\*ユニークバニユーとしての活用を図る「特別開館」を実施(赤坂迎賓館等)
- 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくり：\*平成32年までに意欲ある全国200地域からの相談・要望に対して官民が連携して一元的に対応
- 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化：\*8つの国立公園を選定し「ステップアッププログラム2020」を策定  
\*国立公園への訪日外国人旅行者数を平成32年までに1,000万人に
- 滞在型農村漁村の確立・形成：\*農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制を平成32年までに500地域創出
- 良好な景観に関する観光資源の保護、育成及び開発：\*景観まちづくり刷新モデル地区を指定し重点支援  
\*主要な観光地において景観計画の策定
- 離島地域等における観光振興：\*離島・半島地域、豪雪地域、北方領土隣接地域において、多様な交流を促進  
\*特定友人国境離島地域において、観光業での雇用を創出・拡大
- 国際拠点空港等の整備等：\*平成32年までに羽田、成田の空港処理能力をそれぞれ約4万回拡大 \*着陸料軽減
- クルーズ船受入れの更なる拡充：\*訪日クルーズ旅客を平成32年に500万人
- 「地方創生回廊」の完備：\*「地方創生回廊」を完備し、地方への外国人旅行者の流れを創出

## 2. 観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

- 地域独自の魅力を活かした旅行商品の創出：\*旅行業法を改正
- 民泊サービスへの対応：\*必要な法整備を実施
- 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開：\*「観光地再生・活性化ファンド」を最大限活用  
\*REVICによるファンド形成終了後も安定的・継続的に提供できる体制整備
- 観光の振興に寄与する人材の育成・宿泊業の生産性向上：\*平成32年までに観光の経営人材を恒常的に育成する拠点を大学院段階（MBAを含む）に設置 \*観光系大学のカリキュラムを変革  
\*観光分野の専修学校等の活用 \*ICT化、自動化、業務運営体制の見直し

## (参考) 政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策②

### 3. 国際観光の振興

- オールジャパンによる訪日プロモーションの実施：\*グローバルメディアの活用 \*アドバイザーボードの活用  
\*JNTOのWEBページの外国人目線での更なる充実  
\*ビザ緩和や現地国との友好年・周年事業等の各種機会活用
- ビザ発給に係る要件の緩和：\*ビザの発給要件を戦略的に緩和
- 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現：\*バイオカードを平成29年度に成田等12空港に導入  
\*顔認証技術を活用した自動化ゲートを平成30年度以降に本格的に導入  
\*ボディスキャナー等の先進機器を、平成32年度までに主要空港へ導入拡大
- 通訳ガイドの質・量の充実、ランドオペレーターの登録制度の導入：\*通訳案内士法の改正により、業務独占を廃止  
\*登録制度によりランドオペレーターの事態を把握  
\*問題ある事業者適切に指導・監督できる制度を導入
- 通信環境の整備促進：\*平成31年度までに約3万箇所に無料Wi-Fi環境の整備  
\*平成30年までに、20万箇所以上で、事業者の垣根を越えてシームレスにWi-Fi接続

### 4. 観光旅行の促進のための環境の整備

- 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減：\*緊急地震速報等災害情報アプリ「Safety tips」の普及を促進、機能向上



▲ユニークベニューの活用（赤坂迎賓館）



▲外国人観光案内所の整備・拡大



▲白川郷での民泊体験

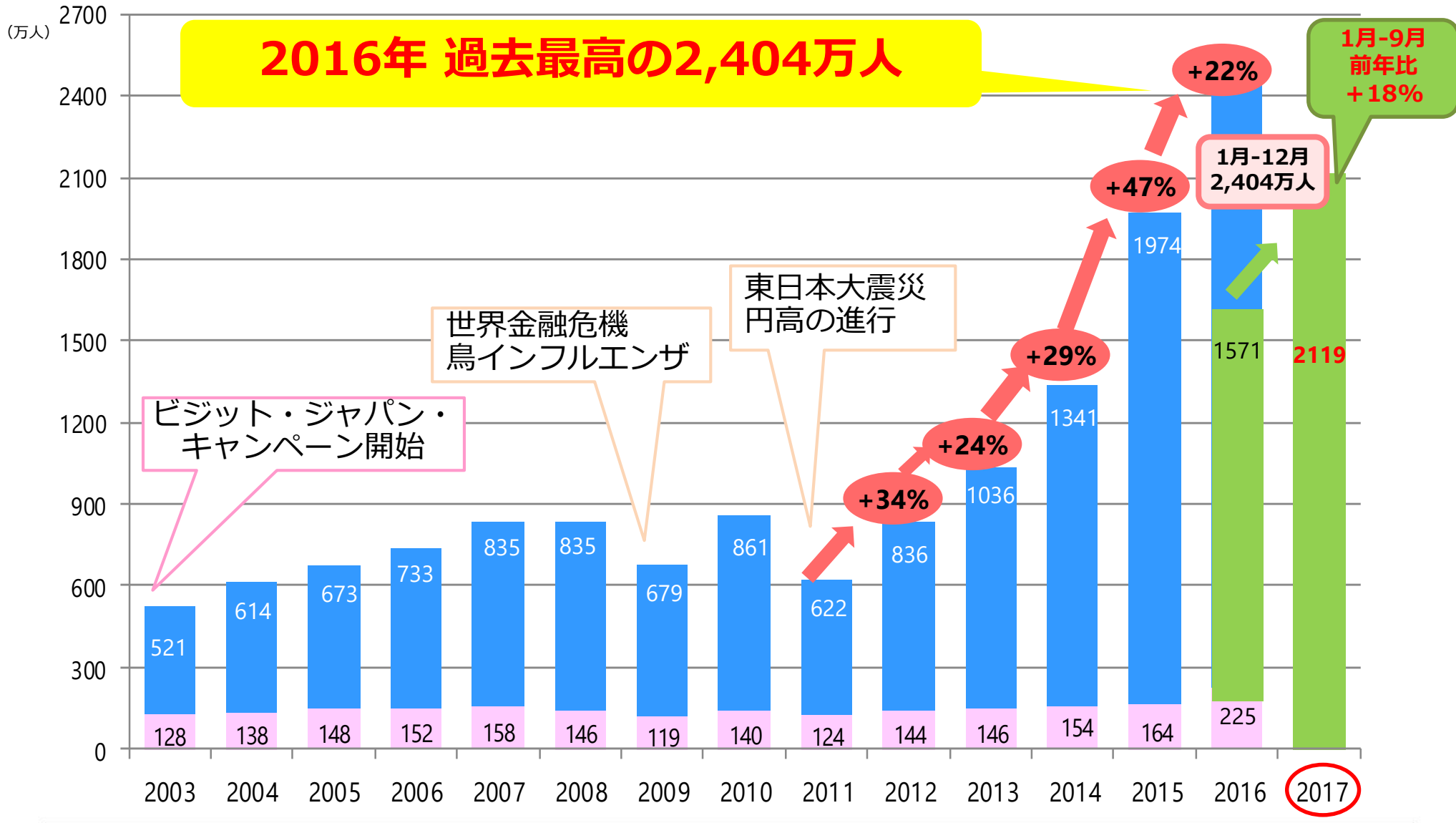


▲Safety tips  
緊急地震速報等災害情報アプリ



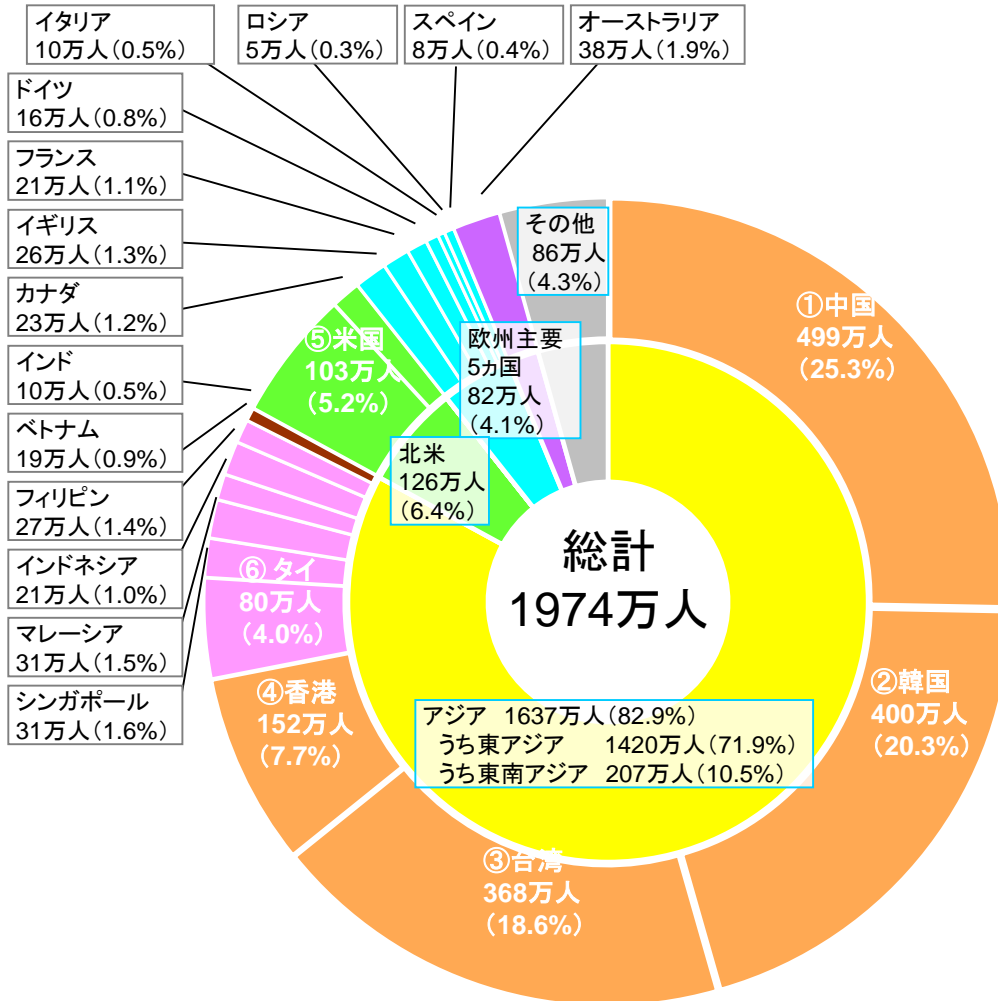
## 3.訪日インバウンドの動向

# 訪日外客数の推移

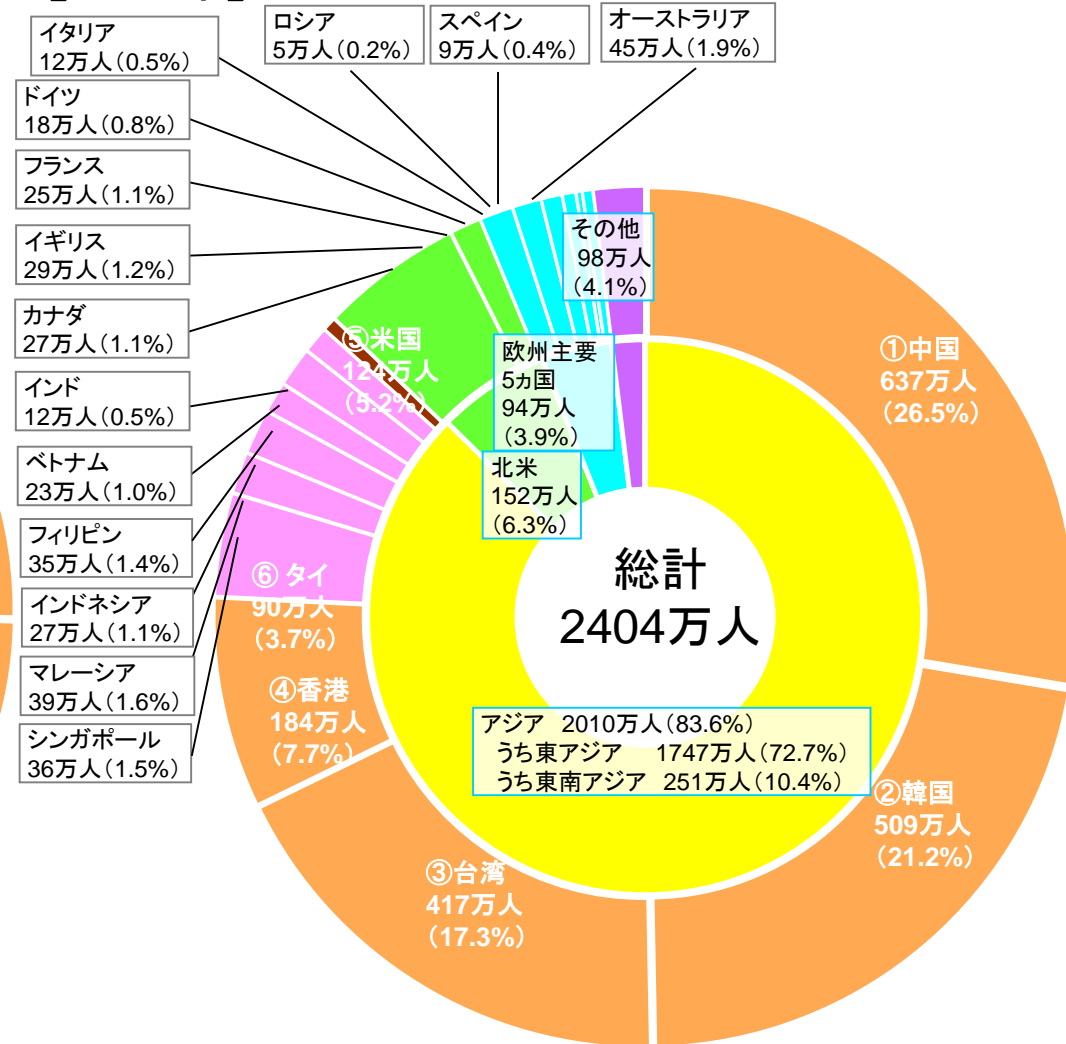


# 訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

## 【2015年】



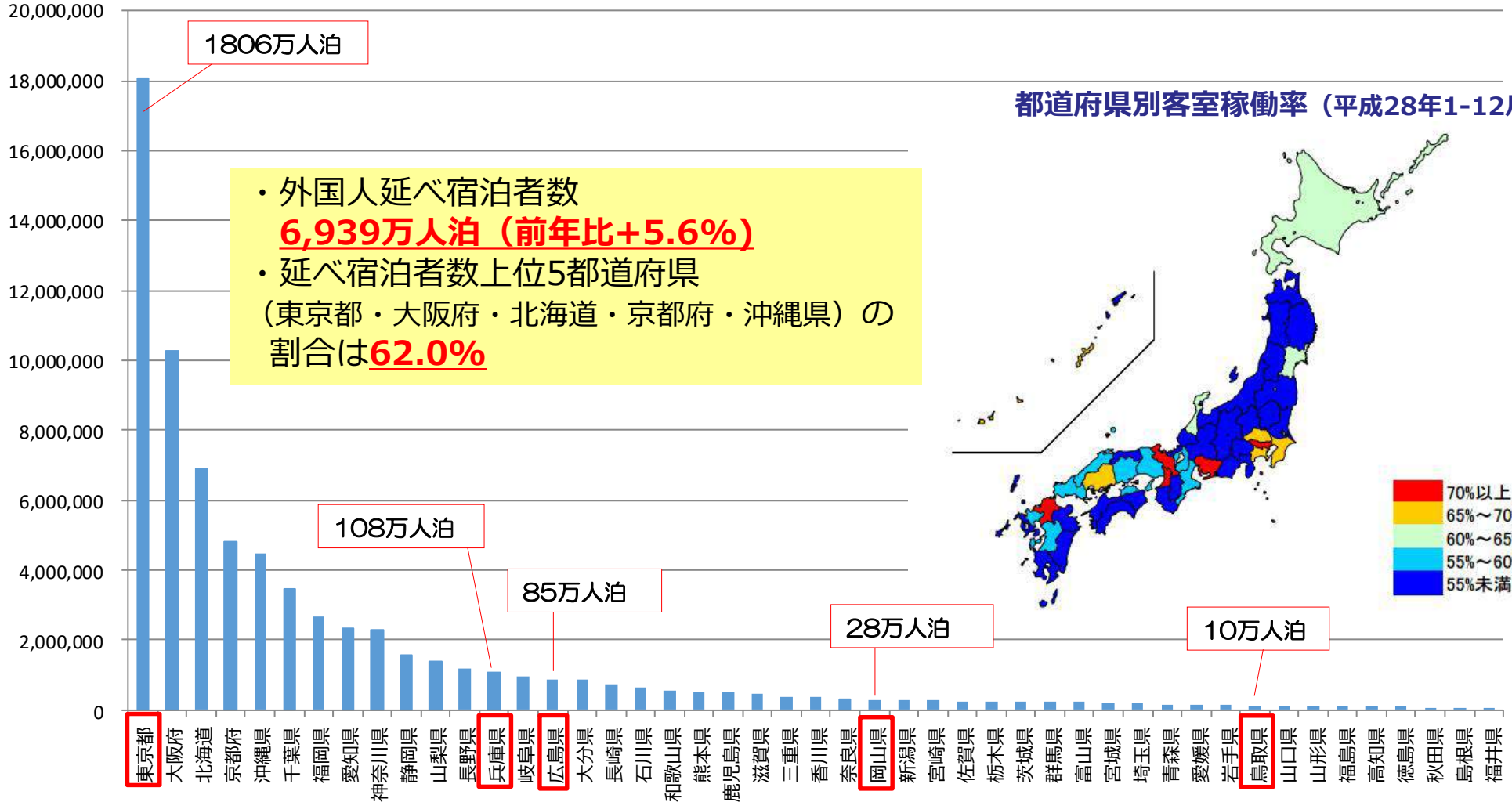
## 【2016年】



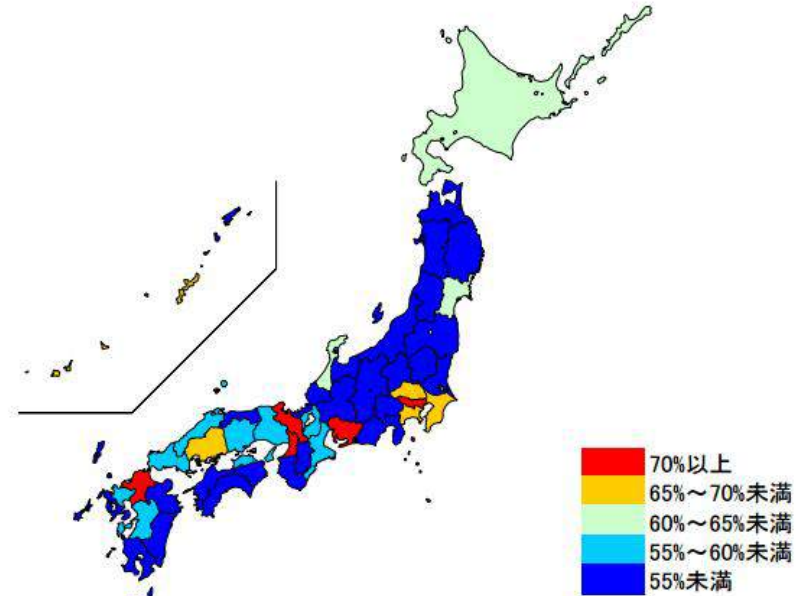
※ ( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。  
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

## 訪日外国人旅行者の宿泊状況（都道府県別）

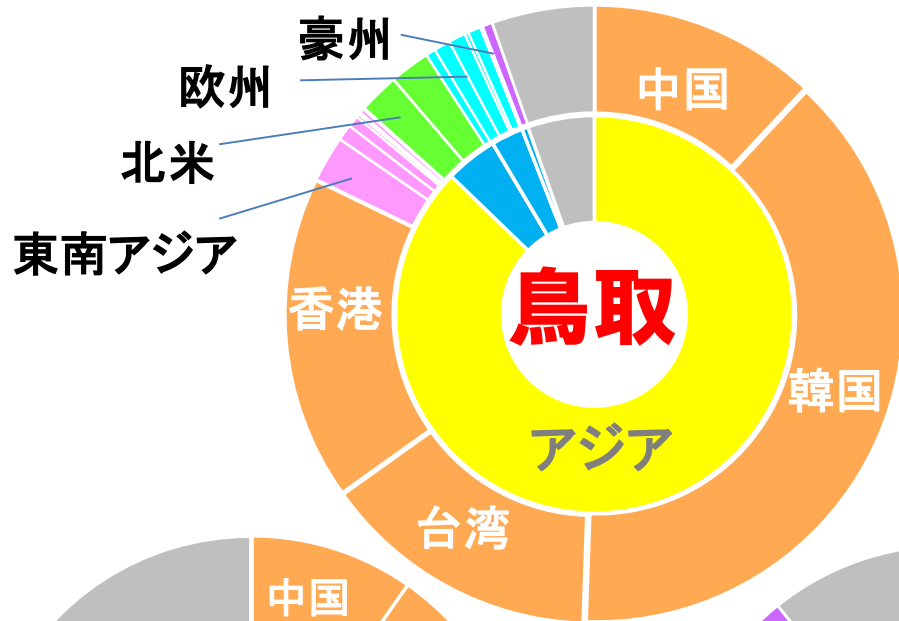
都道府県外国人別延べ宿泊者数（平成28年1月～12月（確報値））



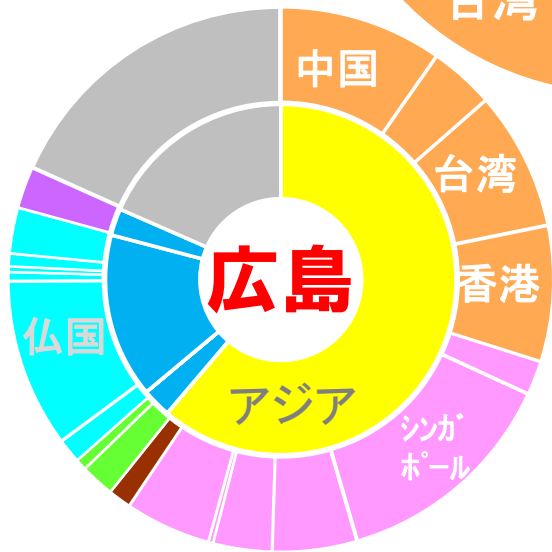
都道府県別客室稼働率（平成28年1-12月）



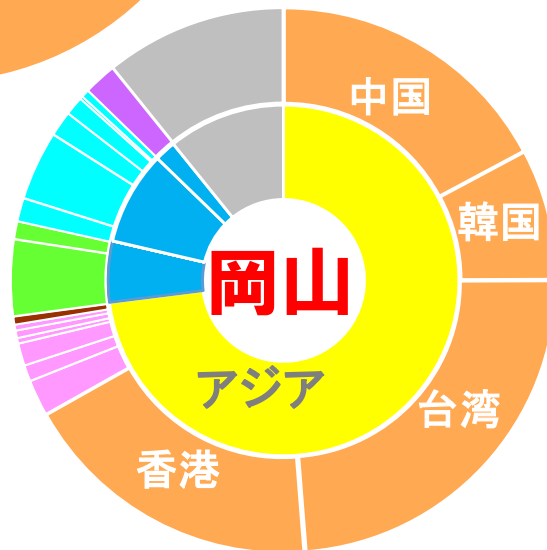
# 鳥取と近県との訪日外国人宿泊者特徴比較



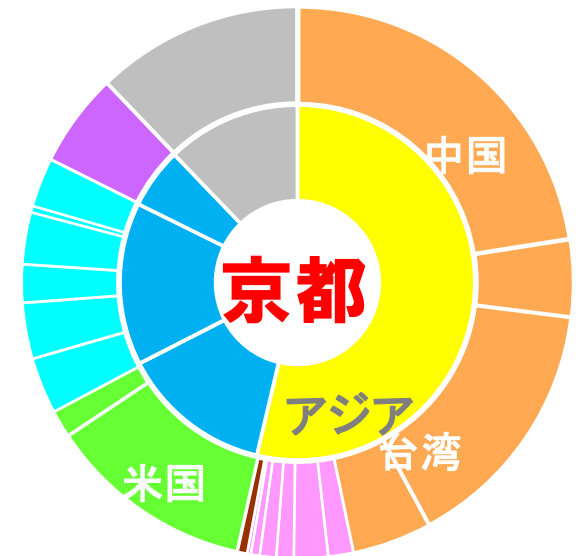
【鳥取県】	
■ アジア	78,730人 (86.6%)
● うち東アジア	74,750人 (82.2%)
● うち東南アジア	3,980人 (4.4%)
■ 欧米豪	6,650人 (8.0%)
● 北米	3,840人 (4.2%)
● 欧州	2,350人 (3.3%)
● 豪州	460人 (0.5%)
■ その他	4,900人 (5.4%)



■ アジア59.4% ■ 欧米豪21.0%



■ アジア72.4% ■ 欧米豪16.3%

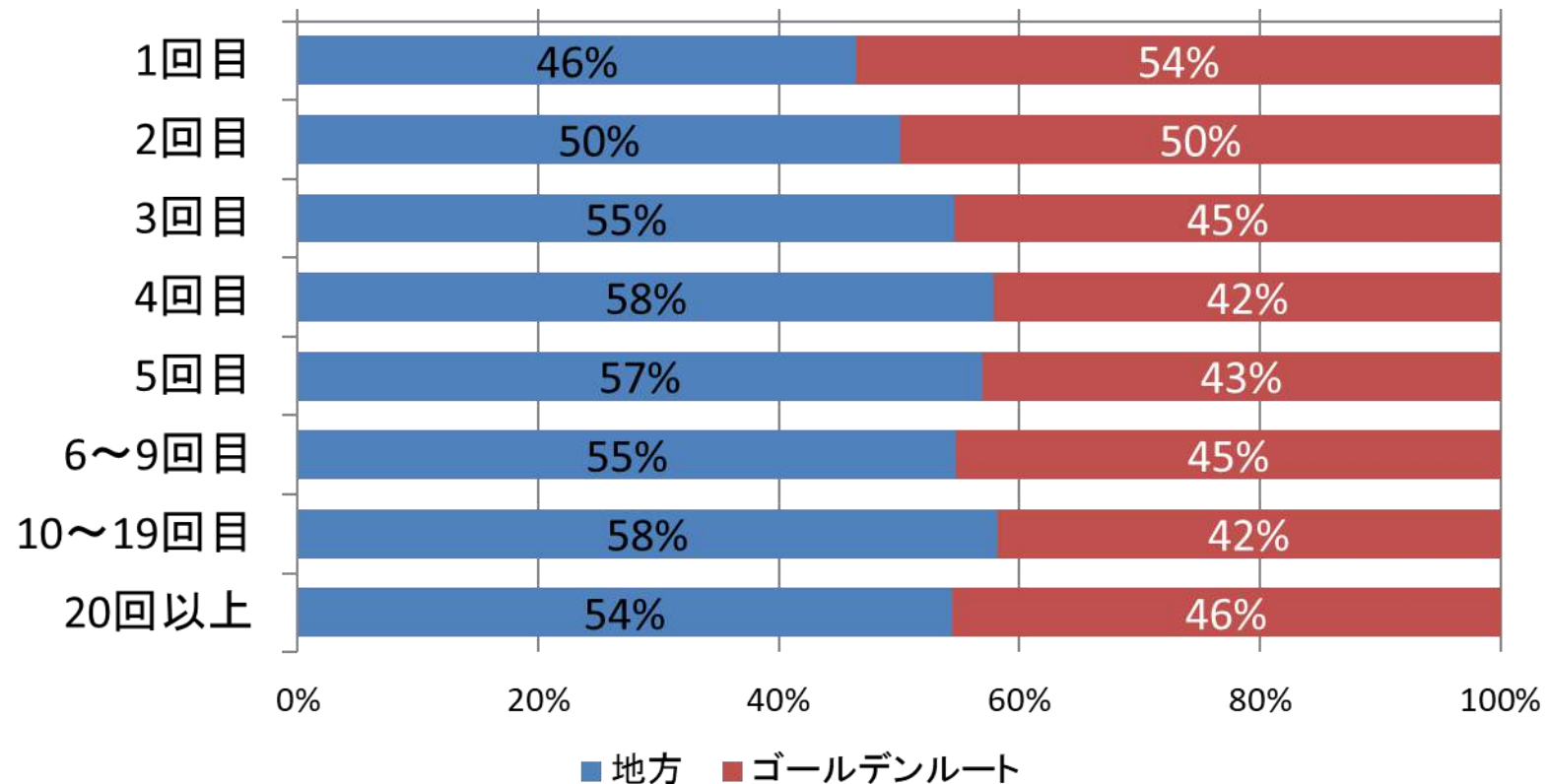


■ アジア53.5% ■ 欧米豪34.4%

# 地方への訪日外国人の来訪状況

- ・初めての訪日でも、5割近くが地方を訪問
- ・リピート回数が増えると、ゴールデンルート以外の訪問率がさらに上昇！

地方vs ゴールデンルート外国人訪問比率 (n=39750)



注1 東京、京都、大阪、兵庫、千葉、山梨、静岡、愛知、奈良の9都府県を「ゴールデンルート」、その他を「地方」と定義した  
出所：観光庁「平成27年訪日外国人消費動向調査」

## 訪日外国人旅行消費額と構成（2016年）

## 旅行消費額の費目別構成比(2016年間確報値 費目別)

- 訪日外国人旅行消費総額…

**3兆7,476億円（前年比7.8%増）**

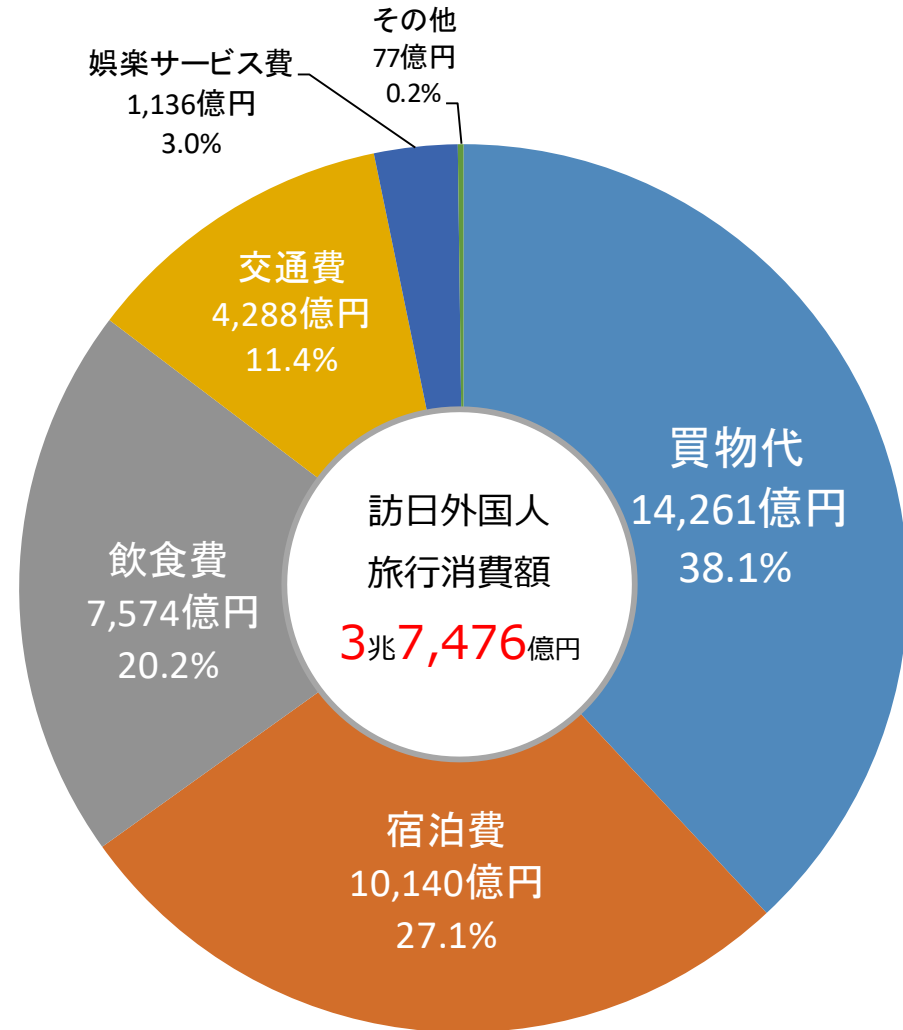
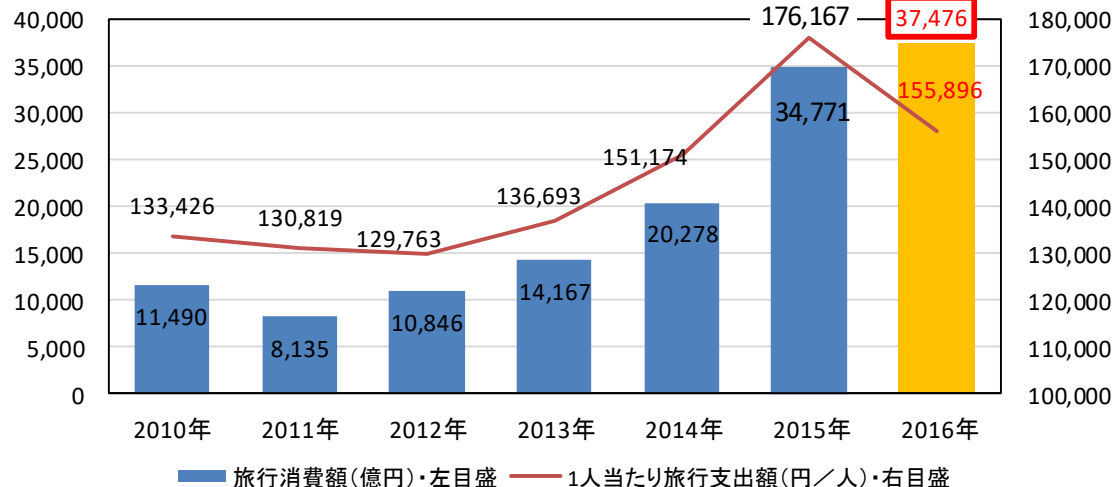
- 訪日外国人の旅行支出額…

**15万5,896円/人**

**定住人口1人分の年間消費≒訪日外国人8人分の消費**

※定住人口1人分の年間消費額は125万円とする（総務省統計局家計調査より）

## 年間の旅行消費額と1人当たり旅行支出の推移



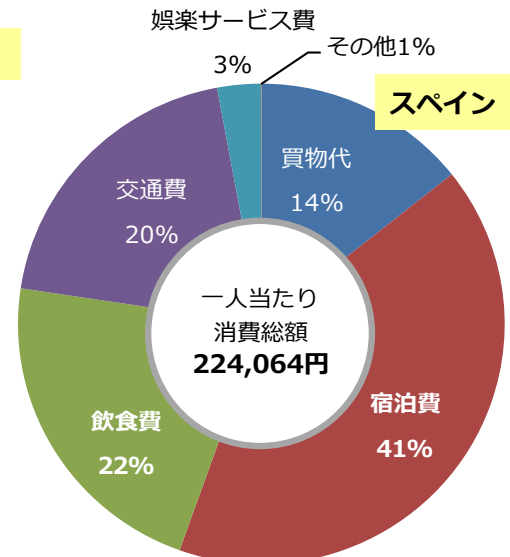
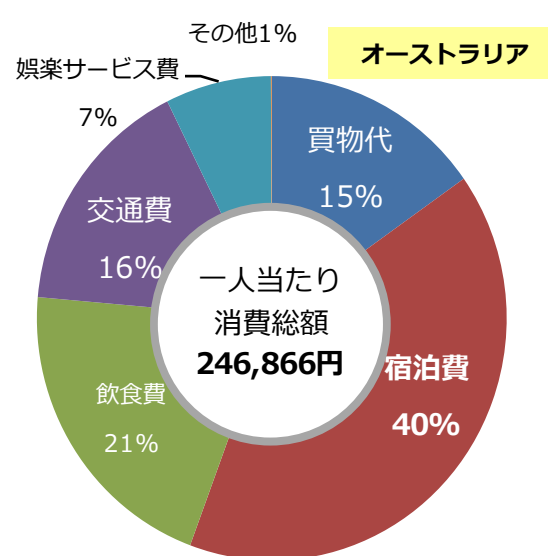
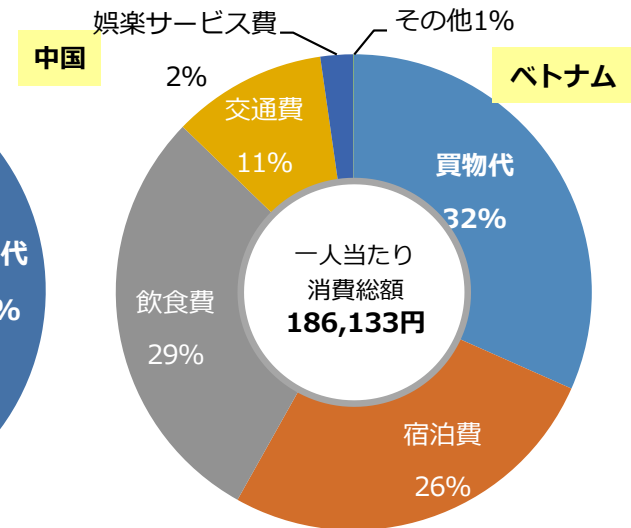
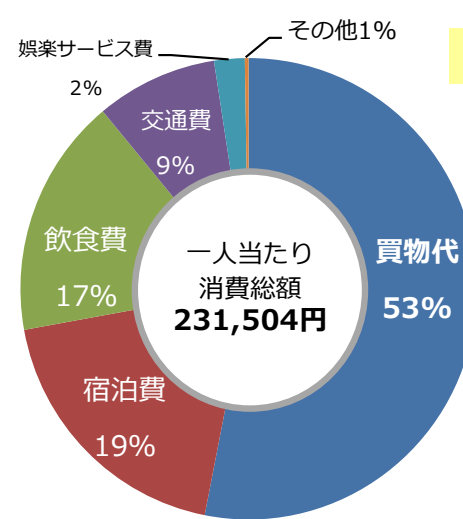
※出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」H28年間確報値

## 訪日外国人の旅行消費特性（2016年）

## 【費目別旅行支出】

(円/人)

	旅行支出 総額	買物代	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	その他
オーストラリア	246,866	37,587	99,802	51,201	40,169	17,958	150
中国	231,504	122,895	44,126	38,943	19,917	5,014	609
スペイン	224,064	32,050	92,209	49,101	44,165	6,482	57
イタリア	198,001	25,596	78,596	45,299	38,901	9,315	293
ロシア	190,881	64,892	61,848	31,005	21,813	7,258	4,065
フランス	189,006	30,299	75,462	40,799	34,590	7,830	26
ベトナム	186,133	58,883	49,312	54,180	19,556	4,125	77
英国	181,795	24,000	80,131	41,220	30,011	6,408	24
米国	171,418	26,111	70,707	41,137	27,856	5,427	180
ドイツ	171,012	20,350	78,851	36,899	29,716	5,068	128
シンガポール	163,210	40,428	58,462	34,903	24,891	3,242	1,285
香港	160,230	62,389	41,501	34,570	17,328	4,412	29
カナダ	154,977	29,327	55,365	36,319	28,508	5,184	273
インド	144,261	32,968	61,347	27,377	19,712	2,783	74
インドネシア	136,616	34,665	47,116	22,585	27,171	5,051	28
マレーシア	132,354	40,023	41,048	27,753	19,799	3,671	60
タイ	127,584	45,414	34,532	25,858	16,529	4,821	430
台湾	125,854	47,122	33,634	26,611	14,126	4,137	224
フィリピン	112,229	34,093	33,192	26,506	13,419	4,959	59
韓国	70,281	19,562	22,090	17,847	7,505	3,042	234
その他	183,086	37,335	67,698	41,890	29,633	6,505	24
全国籍・地域	155,896	59,323	42,182	31,508	17,838	4,725	320



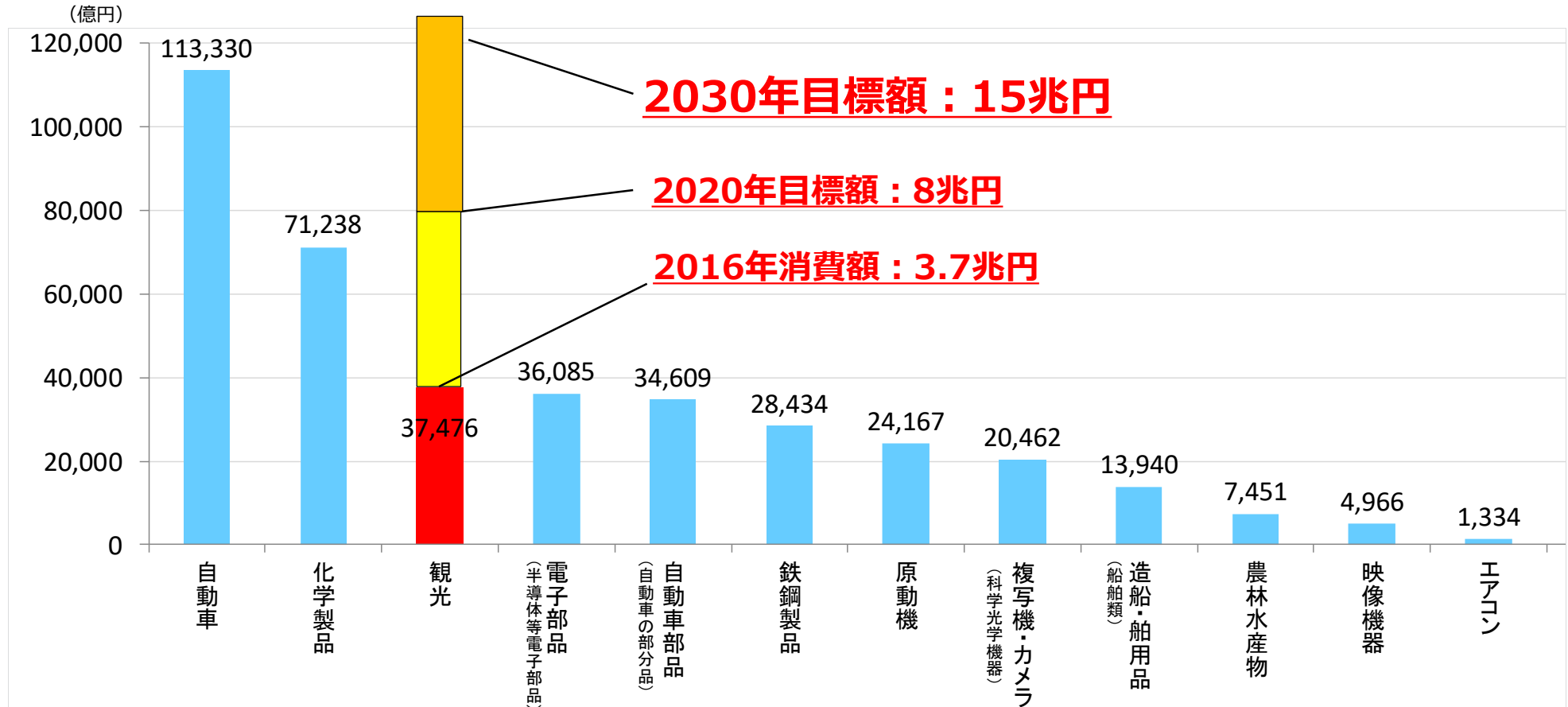
※出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」H28年間確報値



## 訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較

2016年の訪日外国人旅行消費額は**3兆7,476億円**で、電子部品の輸出額を超える**第3位**の規模となっている。

**2030年目標を達成すれば15兆円で一気に首位へ！**



※観光、造船・舶用品および農林水産物以外の各製品の金額は貿易統計（財務省）より算出。※造船・舶用品、農林水産物以外の金額は2016年の数値。※造船・舶用品の金額は2014年の確報値で、海事局データより算出。※農林水産物の金額は農林水産省公表値で、2015年の確報値。 ※映像機器にはテレビの輸出額を含む。 ※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

## 4.地域に訪日インバウンド客を誘致するために

# (参考) 訪日外国人旅行者の困りごととニーズ

## 訪日外国人から寄せられた代表的な困りごと

### ショッピングに対する不満

- ・クレジットカード決済ができる店が少ない
- ・海外クレジットカード対応のATMが少ない
- ・オンラインでの予約・決済に対応していない
- ・ショッピング含め、夜に楽しめる場所が足りない

### 言語対応に対する不満

- ・多言語対応が不足している  
(web、案内板、飲食店のメニュー、コインロッカー等)
- ・通訳ガイド等、インバウンド対応できる人材不足

### 施設や設備に対する不満

- ・Wi-Fiの設置が少ない、利用手続きが面倒
- ・タトゥーをしていると浴場を利用できない
- ・洋式トイレが少ない

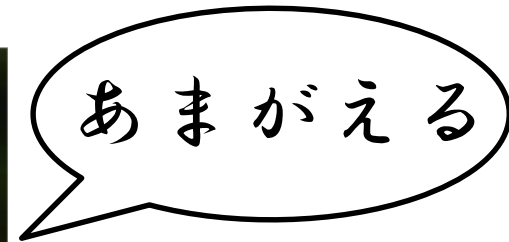
### 交通機関に対する不満

- ・電車内に大きいスーツケースが置けない
- ・レールパスで私鉄に乗れない、家族割がほしい

## 訪日外国人が訪日前に期待すること

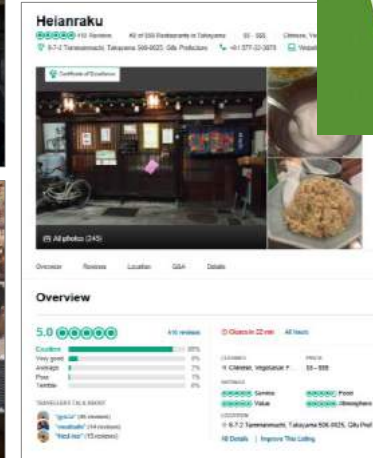
調査対象 市場	訪日前に最も期待していたこと (上位3項目)		
	1位	2位	3位
韓国	日本食	ショッピング	温泉入浴
中国	自然・景勝地 観光	ショッピング	日本食
台湾	自然・景勝地 観光	日本食	ショッピング
香港	日本食	自然・景勝地 観光	ショッピング
タイ	日本食	ショッピング	自然・景勝地 観光
シンガポール	日本食	自然・景勝地 観光	ショッピング
マレーシア	日本食	自然・景勝地 観光	ショッピング
英国	日本食	自然・景勝地 観光	歴史・伝統 文化体験
フランス	日本食	自然・景勝地 観光	日本の 日常生活体験
米国	日本食	自然・景勝地 観光	歴史・伝統 文化体験
豪州	日本食	スキー・ スノーボード	歴史・伝統 文化体験

# (事例①) 飛騨の取組み



# (事例②) 高山の食堂が日本一のレストランに

## 知らぬ間の1位



▲食物アレルギーや座敷の使用方法などのピクトグラム・外国語表記

写真提供: 高山市海外戦略室田中明氏、中華料理店「平安楽」など

# (事例③) 京都のシャッター商店街の復興

## わしらはもうええ



写真提供: 古川趣蔵鈴木淳之氏など

ご清聴ありがとうございました。