

- 2013年3月に「観光立国推進閣僚会議」が設置され、政府一丸となって観光立国を進める体制が整った。
- 2013年6月11日には「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を、翌2014年6月17日には「アクション・プログラム2014」を決定し、取組を強化。この結果、2014年の訪日外国人旅行者数は1341万人に達し、過去最高。訪日外国人による旅行消費額も2兆円を突破し、閣僚会議発足後、2年間で倍増した。
- 今後、「**2000万人時代**」を万全の備えで迎え、**地方創生への貢献**を図り、**観光を日本の基幹産業へ飛躍**させ、また、我が国の**歴史・文化を深く理解**してもらうことにより、**質の高い観光立国を目指す**べく、2015年6月5日、「アクション・プログラム2015」を決定。

観光立国推進閣僚会議

【構成員】全閣僚（主宰：内閣総理大臣）

＜開催実績＞

- 第1回 平成25年3月26日
- 第2回 平成25年6月11日
- 第3回 平成26年1月17日
- 第4回 平成26年6月17日
- 第5回 平成27年6月5日

（アクション・プログラム2015決定）



（第5回観光立国推進閣僚会議）

観光立国推進ワーキングチーム

【座長】国土交通副大臣 【座長代理】国土交通大臣政務官

【構成員】関係副大臣等

＜開催実績＞

- | | |
|----------------|-----------------|
| 第1回 平成25年4月10日 | 第6回 平成26年1月23日 |
| 第2回 平成25年4月17日 | 第7回 平成26年4月16日 |
| 第3回 平成25年5月20日 | 第8回 平成26年5月29日 |
| 第4回 平成25年6月7日 | 第9回 平成27年3月17日 |
| 第5回 平成25年9月20日 | 第10回 平成27年4月21日 |
| | 第11回 平成27年5月21日 |

《安倍内閣総理大臣発言概要》（平成27年6月5日第5回観光立国推進閣僚会議）

- 訪日外国人旅行者増加の流れを一過性に終わらせることなく、全国津々浦々に観光客を呼び込む。
- 来るべき「**2000万人時代**」を万全の備えで迎えるため、**C I Qの体制を強化**する。また、**商店街などの免税店化**を進め、現在6千店余りの**地方部**の免税店を、**2020年に2万店規模に拡大**する。さらに、観光の「**稼ぐ力**」を高め、昨年約2兆円だった**外国人観光客の消費額**を、**訪日2000万人の年に4兆円に倍増**させる。
- 今後も、このアクション・プログラムについて、**毎年見直しを行いながら、全力で取り組んでいく**。

アクション・プログラム2014



アクション・プログラム2015

- ① 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興
- ② インバウンドのさらなる推進に向けた戦略的展開
- ③ ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
- ④ 世界に通用する魅力ある観光地域づくり
- ⑤ 外国人旅行者の受入環境整備
- ⑥ MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み

- ① インバウンド新時代に向けた戦略的取組
- ② **観光旅行消費**の一層の拡大、**幅広い産業**の観光関連産業としての取り込み、**観光産業**の強化
- ③ **地方創生**に資する観光地域づくり、**国内観光の振興**
- ④ 先手を打っての**「攻め」**の受入環境整備
- ⑤ 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、**質の高い観光交流**
- ⑥ 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015(主な項目(例))

1. インバウンド新時代に向けた戦略的取組

- 地方への誘客、新たな季節需要の創出
- 未来を担う若い世代・欧米からの呼び込み
(学校交流・体験促進プログラム、
ビジット・イースト・アジア・キャンペーン等)
- 現地におけるプロモーション基盤の強化
- オールジャパン体制の連携強化
- ビザ要件の戦略的緩和
(ブラジル向け数次ビザ発給開始、モンゴル向け数次ビザの早期実現)
- インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進

2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化

- 地方における消費税免税店の拡大
(2020年、地方部で20,000店規模へ)
- 農産品を円滑に自国へ持ち帰ることができる環境整備
- 地域産品等の「地域ブランド」認定

3. 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興

- 広域観光周遊ルート形成・発信
- 日本版DMOの形成・支援
- 観光による被災地復興
- 「道の駅」の積極活用
- LCCの就航・利用促進、国内クルーズ活性化

4. 先手を打っての「攻め」の受入環境整備

- 空港ゲートウェイ機能の強化
- CIQ体制の強化
- 宿泊施設・貸切バスの供給確保
- 通訳ガイドの供給拡大
- 多言語対応、無料Wi-Fi環境の整備
- 災害、不慮の怪我・病気への対応

5. 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流

- 外国人ビジネス客の取り込み強化
- MICEに関する取組の抜本的強化
- 富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進
- 質の高い観光交流の促進

6. 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速

- 全国各地での文化プログラムの開催
- 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
- オリパラ開催を契機としたバリアフリー化の加速

インバウンド新時代に向けた戦略的取組(1)

○広域観光周遊ルート形成・発信等による地方への誘客(→P.8で詳述)

○新たな季節需要の掘り起こし

これまで訪日旅行のピークであった夏シーズンのみならず、春の桜、秋の紅葉に加え、冬の雪のシーズンの魅力を発信することにより、四季折々の魅力をPRし、年間を通して訪日需要を創出。

○未来を担う若い世代の訪日促進

2020年までに、海外からの教育旅行の年間旅行者数を2013年度(約4万人)比5割増を目標に、文部科学省との連携の下で「学校交流・体験促進プログラム」(仮称)として関係施策をパッケージ実施。

○欧米からの観光客の呼び込み

- ー日本の歴史・文化に高い関心を有しつつ十分に盛り込めていない欧米からの訪日需要を確実に取り込むべく、日本の歴史や伝統文化をテーマとしたプロモーションを実施し、体験型訪日ツアー商品を充実。
- ー日中韓三国を旅の共通の目的地として、欧米等を対象とした「ビジット・イースト・アジア・キャンペーン」を三国が連携して実施し、東アジア観光周遊モデルルートの商品化等を推進。

新たな季節需要の掘り起こし

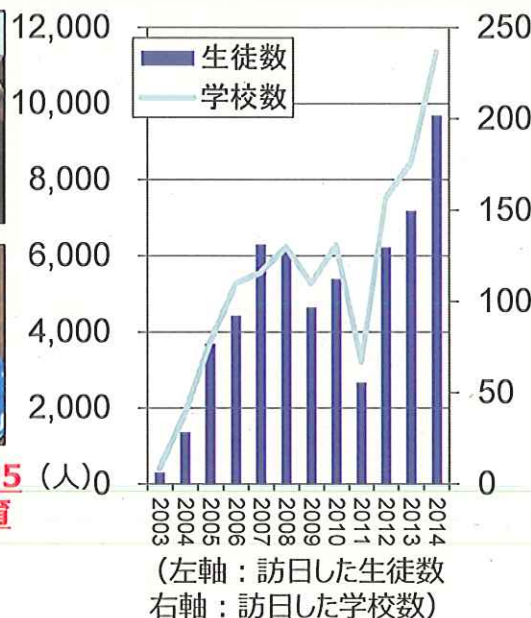


冬・雪のシーズンのプロモーションのイメージ(白川郷)

未来を担う若い世代の訪日促進(台湾の教育旅行例)



2014年は、台湾の約5割の高校が訪日教育旅行を実施



欧米からの観光客の取り込み

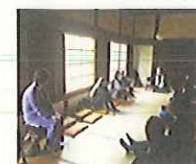
欧米向けの日本の文化体験等の発信(例)

欧米等の旅行会社及びメディアを招請し、日本が誇る観光資源や日本の食文化体験を通じて、日本の観光魅力を発信。



<茶道体験(石川県金沢市)>

自治体による取組事例(京都市)



<妙心寺における坐禅体験>



<精進料理体験>

インバウンド新時代に向けた戦略的取組(2)

○現地における訪日プロモーション基盤の強化

JNTO海外事務所が中心となって、魅力あるモノ・サービス・食の提供に取り組む現地日系企業や政府関係機関等とコンソーシアムを形成し、日本ブランド全体を売り込む等、川上（現地）から直接的で強力なプロモーションを展開。

○オールジャパン体制による連携の強化

日本の魅力を海外に力強くPRするため、和食、地酒、文化等について、ビジット・ジャパン、クールジャパン施策等が一体となって発信し、「本場」で味わってみたい等、地方への関心を高めて、地方への具体的な誘客を促進。

○ビザ要件の戦略的緩和

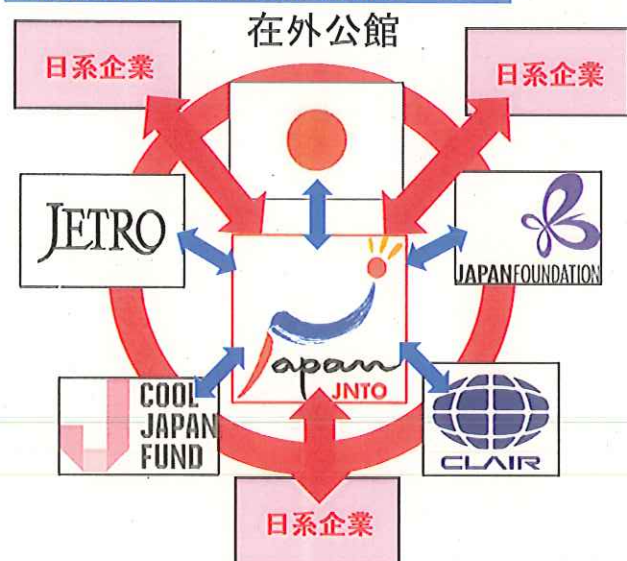
- 本年6月15日からブラジル向けの数次ビザの発給を開始、モンゴル向けの数次ビザの発給を早期に実現。
- さらに、今後とも、治安への十分な配慮を前提としつつ、更なるビザ要件の緩和に取り組むこととし、フィリピン・ベトナム等に対しては、相手国の協力を得ながら、昨年度新たに導入した制度の運用状況を見極めつつ取り組み。

○インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進

- 中国、韓国その他主要国政府間での定期的な観光政策対話を精力的に進める等、観光分野における二国間関係の強化を図り、インバウンド・アウトバウンド双方向での交流拡大(ツーウェイツーリズム)を推進。
- UNWTO, ASEAN+3等の多国間関係の枠組で主導的役割を果たし、加盟国・地域のインバウンド観光政策向上に貢献。

現地における訪日プロモーション基盤の強化

政府関係機関等との連携イメージ

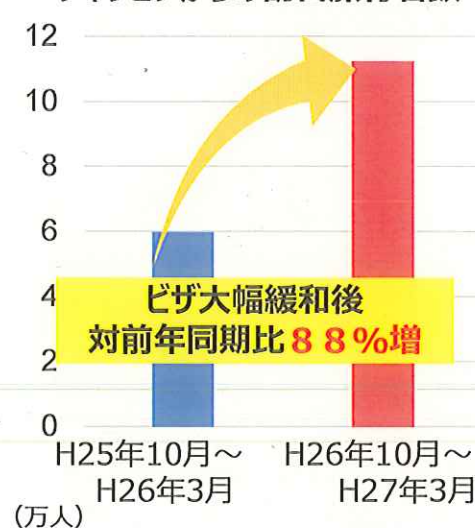


在外公館等連携事例： Visit Japan FIT旅行フェア (タイ・バンコク)



ビザ要件の戦略的緩和

フィリピンからの訪日旅行者数



ベトナムからの訪日旅行者数

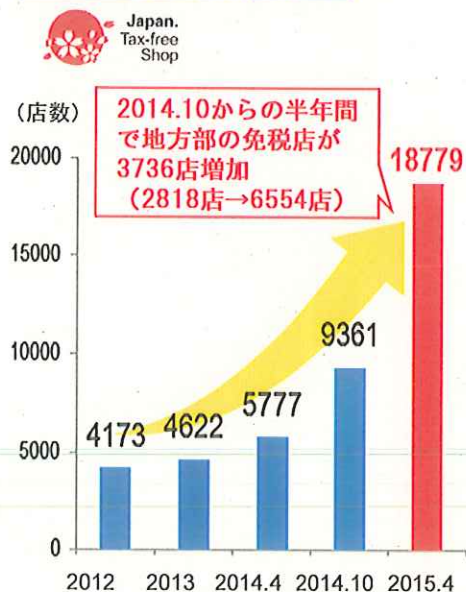


○「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム

- 一 商店街等での免税手続きカウンターの活用を促し、約6,600店(2015年4月)の地方の免税店数を、2020年に20,000店規模へと増加させる。
- 一 地方運輸局・地方経済産業局が連携して、免税手続きカウンターを活用した「免税商店街」の実現に向けて、自治体、商工会議所、商店街関係者に強く働きかけ。モデル商店街としてJNTOにより海外に強力にプロモーション。
- 一 地域産品や日本ならではの商品・伝統工芸品に触れながら、買い物を楽しめるショッピングエリアを巡るコースを地方ブロックごとに作り上げて、JNTOが海外に強力に発信。
- 一 外国人旅行者が安心して円滑に地域の農林水産物・食品を購入し、持ち帰ることができる環境・体制を整備。
- 一 地方運輸局が外国人に訴求する質の高いサービス・商品を選定して、日本を代表する「地域ブランド」マークを付与し、JNTOが海外に強力に発信。
- 一 日本の歴史・文化に関心の高い欧米等からの旅行者に訴求する質の高い日本文化体験プログラムを充実させ、体験プログラムへの参加を促進するとともに、滞在期間の長期化を図る。

消費税免税店の拡大とその波及効果

<消費税免税店数の推移>



<事例1> 南部鉄器 (岩手県)



訪日中国人に南部鉄器が人気。鑄造所は「多くの注文が舞い込んで、生産がとても追いつかない」と嬉しい悲鳴。(2015年2月23日SankeiBiz)

<事例2> カシオ (山形県)



訪日外国人増加を受け、高級腕時計の国内生産を6割増強。主力の山形工場では10万円以上の商品の生産ラインを増強。(2015年2月24日日本経済新聞)

「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム

免税手続きカウンター(例)



岡山市表町商店街・ロマンチック通り商店街

ブランドマークイメージ



Japan. Shikoku Brand

買い物を楽しめるショッピングエリアを巡るコースのイメージ (金沢市)



金沢駅



兼六園



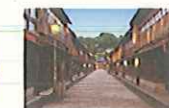
竪町商店街



近江町市場



大樋焼販売店



ひがし茶屋街



金沢駅・金沢百番街

○観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等

- －旅館の経営効率化・収益拡大を図るべく、産学官連携による教育プログラムを構築。
- －専門学校、大学、大学院等と連携し、教育プログラムの改善・向上を図り、観光産業全体の質を向上・人材を高度化。
- －観光施設、宿泊施設、飲食店等における外国人旅行者への接遇向上を図るため、e-learningや検定制度を盛り込んだ研修プログラムを構築し、宗教・生活習慣への配慮や基本的なコミュニケーションの習得が出来るよう支援。

○観光分野における外国人材の活用

- －ホテル・旅館等の業務の中でも、専門的な知識を要する業務に従事していることなど、一定の要件を満たす場合には、外国人の在留が認められることを明確化。
- －日本で本格的にスキーを楽しむ外国人旅行者の増加を踏まえて、外国人スキーインストラクターの在留要件について、実務経験年数要件に替わる要件の検討を進め、本年度中に結論。

観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等

旅館経営者向けのe-learning (例)

宿泊業における生産性を向上させ、旅館の経営改善に向けての意識啓発を図るべく、観光庁においてオンライン講座を開講。約3,000名が登録(平成27年6月17日現在)。

観光分野における外国人材の活用(スキーインストラクター)



岩手県八幡平市のスノーリゾート

＜次回の訪日旅行でしたいことは？＞

※スポーツのみ抜粋 単位: %

		ゴルフ	ボス ード スキー ・ス ノー ー	カ ヘ ー ス 相 撲 な ど の サ ツ 観 戦
	回答数			
オーストラリア	459	5.9	30.2	22.7
韓国	4,867	7.1	7.6	8.0
台湾	3,399	5.0	22.8	8.7
中国	5,614	2.9	17.6	5.2

[出典: 観光庁 平成26年訪日外国人消費動向調査]

「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム、観光産業の強化等の施策を強力に実行し、2000万人が訪れる年に「外国人観光客による旅行消費額4兆円」「40万人の新たな雇用」の創出を目指す。

地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興(1)

○広域観光周遊ルートの形成・発信

外国人旅行者の地方への誘客を図るため、複数の広域観光周遊ルートを認定し、関係省庁の施策を集中投入するとともに、地域が推進する取組をパッケージで支援し、海外に強力に発信。

○「観光地経営」の視点から観光地域づくりを担う主体（日本版DMO）の形成・支援

全国各地のモデル地域で、観光地域づくりの中心となる組織・機能（日本版DMO）を確立し、関係者の合意形成やマーケティングに基づく戦略策定、事業マネジメント等による「観光地経営」等を支援し、地域の関係者が一体となって観光資源を磨き上げる取組を推進。日本版DMOの取組を先導するための人材育成を支援。人材マッチングの仕組みを創出。

○観光振興による被災地の復興支援

東北「観光復興」加速化会議の開催や、周遊促進企画などによる被災地への送客の強力な推進、「復興ツーリズム」の推進、教育旅行の促進等により、観光振興による被災地の復興支援を精力的に促進。

○地域の観光振興の促進

地域限定旅行業を営む際に必要な要件を見直し、地域限定旅行業を「地域の旅のコンシェルジュ」へと活性化。

広域観光周遊ルート（支援メニュー例）

認定ルート

本年6月12日に、全国で7ルートを認定

①「アジアの宝 悠々の自然美への道 北・海・道」
（「プライムロード 北・海・道」推進協議会）



④「美の伝説」
（関西広域連合、関西経済連合会、関西地域振興財団）
⑤「せとうち・海の道」
（瀬戸内ブランド推進連合、瀬戸内観光ルート誘客促進協議会）
⑥「スピリチュアルな島〜四国遍路〜」
（四国ツーリズム創造機構）
⑦「温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート」
（九州観光推進機構）



②「日本の奥の院・東北探訪ルート」
（東北観光推進機構）

③「昇龍道」
（中部（東海・北陸・信州）広域観光推進協議会）

ルート共通の取組

- ・マーケティング調査
- ・計画策定のための専門家の招へい
- ・広域で利用できる無料Wi-Fi環境の整備
- ・海外プロモーションの実施
- ・広域周遊ツアーの企画・販売
- ・その他広域の地域共通の取組 等

日本版DMOの確立

日本版DMOの役割

- ①関係者の合意形成
- ②マーケティングに基づく戦略策定
- ③関係者が実施する観光関連事業と戦略に関するマネジメント
- ④観光地域づくりの一主体として実施する個別事業
・観光資源の磨き上げ・外国人受入環境整備
・プロモーション・ワンストップ窓口・人材育成

関係者との連携イメージ

商工業

- ・ふるさと名物の開発
- ・免税店許可の取得

宿泊施設

- ・個別施設の改善

農林漁業

- ・農業体験プログラムの提供
- ・6次産業化による商品開発

交通事業者

- ・二次交通の確保
- ・周遊企画乗車券の設定

飲食店

- ・「地域の食」の提供
- ・多言語、ムスリム対応

行政

- ・観光ビジョン（長期計画）の策定
- ・プロモーション等の観光振興事業
- ・インフラ整備（道路、空港、港湾etc.）
- ・まちづくり（都市行政）
- ・文化財保護・活用
- ・エコツーリズム
- ・観光教育
- ・交通政策
- ・各種支援措置

DMO

地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興(2)

観光地域に実際に足を運ぶための交通手段につき、低廉かつ良質なサービスを利用しやすい環境の整備を進める。

○「道の駅」を核とした地域における観光振興

「道の駅」を地域の観光振興の核とし、優れた取組を行う「道の駅」を選定して、施策の総動員により観光拠点化。

○「LCC等・高速バス支援・国内旅行活性化」プログラム

－国交省・観光庁、航空会社・高速バス事業者、その他関係事業者等により、「LCC等・高速バス活性化協議会」(仮称)を設置し、具体的な協働・連携のためのプラットフォームを構築。

－LCC・高速バスにつき、低廉かつ安全・快適な「旅の賢い選択肢」としてブランド化が進むよう、イメージプロモーションを実施。

－各地の空港において、高速バスの活用などにより、空港から目的地までの低廉で利便性の高い空港アクセスを確保。

－高速バスによる広域周遊の拠点づくりとして、地域の観光拠点となる「道の駅」との連携を推進。

○日本の魅力を活かした船旅の活性化

国土交通省・観光庁、旅客事業者、観光関係者等による「船旅活性化協議会」(仮称)を立ち上げて、カジュアルクラスのクルーズサービスをはじめ、様々な船旅の選択肢をわかりやすく提示し、キャンペーン等を通じて利用促進。

○レンタカーによるドライブ観光の推進

高速道路会社が、国、自治体、レンタカー事業者等と連携して、地方の高速道路において、定額で何回でも利用できる外国人旅行者向け周遊ドライブパスなどの企画割引を展開。

「道の駅」を核とした地域における観光振興

全国モデル「道の駅」等の選定



全国モデル「道の駅」

国土交通大臣選定

重点「道の駅」

国土交通大臣選定

重点「道の駅」候補

地方整備局長等選定

観光ゲートウェイ機能の充実

Wi-Fi設置, 観光情報多言語化

・無線LAN環境の整備を推進し、道路情報や観光情報等も発信

・HPやガイドマップにおける、道路情報等の多言語での提供を推進



全国の「道の駅」のうち、69箇所がJNTO認定外国人観光案内所に。
(平成27年3月時点)

LCCの活性化



成田空港・第3ターミナル内観
(LCC専用ターミナル)
<写真提供: NAA>



成田空港・第3ターミナル外観
(LCC専用ターミナル)
<写真提供: NAA>

クルーズの活性化



船から見た世界遺産富士山
(飛鳥II)

先手を打っての「攻め」の受入環境整備(1)

○空港ゲートウェイ機能の強化

- －首都圏空港の機能強化については、羽田空港の飛行経路の見直しについて住民との双方向の対話を行い、環境影響に配慮した方策を策定する等、2020年までの年間発着枠約8万回の拡大に最優先に取り組み。
- －2020年以降の首都圏空港の機能強化については、成田空港における抜本的な容量拡大などの諸課題についての関係自治体等との議論を深める等の取り組みを推進。
- －那覇空港及び福岡空港の滑走路増設事業を推進する等、地域の拠点空港等を機能強化。
- －全国の空港への就航を促進するとともに、関係省庁の協力を得て、できるだけ速やかに全国の受入体制を強化。

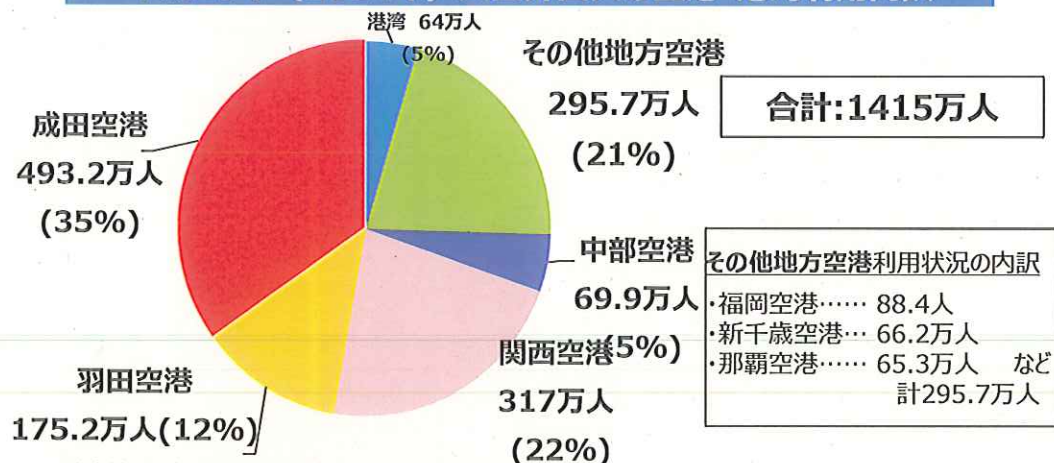
○出入国手続の迅速化・円滑化

以下の取組等により、2016年度までに空港での入国審査に要する最長待ち時間を20分以下に短縮。

- －地方空港・港湾における出入国審査の状況も十分考慮して、外国人審査ブースの増設やCIQに係る予算・定員の充実を図り、必要な物的・人的体制を整備。
- －外国人旅行者が急増している空港・港湾について、緊急的にCIQに係る所要の体制を整備。
- －地方空港への国際チャーター便の就航や国際クルーズ船の寄港、一時的に発生する季節的需要等に対応するため、緊急的な体制整備を含め、CIQの「機動的体制」を構築。
- －出入国審査スペース、チェックインカウンター、保安検査レーン増設・拡張等、空港・港湾のターミナルを整備。

出入国手続の迅速化・円滑化

平成26年（2014年）入国外国人の空港・港湾利用内訳



2016年度までに空港での入国審査に要する最長待ち時間を20分以下に短縮。



※入国審査場の状況(例)

外国クルーズ船寄港推移



先手を打っての「攻め」の受入環境整備(2)

○宿泊施設の供給確保

受入能力に比較的余裕のある「旅館」と「地方部」への誘客を一層強化するほか、外国人に人気のあるゲストハウス等の多様な宿泊施設の活用を図る。また、インターネットを通じた民泊サービスについては、新たなビジネス形態であることから、まずは、関係省庁において実態の把握等検討を実施。

○貸切バスの供給確保

増加する貸切バス需要に柔軟に対応するため、貸切バスの営業区域について、地方ブロック単位及び営業所所在の隣接県まで拡大する弾力化措置を本年9月末まで実施、10月以降の対応方針を検討。

○通訳案内士制度の見直しによる有償通訳ガイドの供給拡大等

地域における多様な通訳ガイドのニーズに応えるため、自治体が独自に育成する「地域ガイド制度」を導入するとともに、全国ガイドについて、資格取得後の研修により品質を確保。

○「地方ブロック別連絡会」を最大限活用した受入環境整備

「地方ブロック別連絡会」を最大限活用し、地域における受入環境整備に係る課題・現状と対応策の中間とりまとめを今夏目途で行い、必要な措置を実施。

貸切バスの供給確保

弾力的措置の内容

① 対象事業者

日本バス協会が実施する貸切バス事業者安全性評価認定（日バス Safety）を受けた事業者で、法令遵守の点で問題のない事業者

② 営業区域

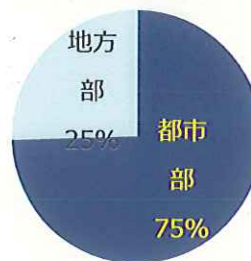
(イ) 営業所が所在する区域を管轄する運輸局の管轄区域（地方ブロック）を臨時営業区域とする。

(ロ) (イ)の他に営業所が所在する県に隣接する県を、運輸局の管轄区域に関わらず臨時営業区域とすることができる。

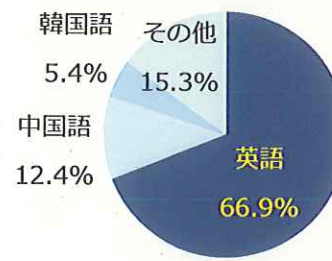


通訳案内士制度の見直し

大都市部への偏在



言語的偏在



ガイドニーズの多様化

(これまでの取り組み)

- ✓ 世界遺産（高野山・熊野）（和歌山）
- ✓ 口ケ地観光（札幌）
- ✓ 自然体験型観光（益田）

※ 現行は一部地域での特例措置

見直しの方向性

地方公共団体が独自に企画・実施する「**研修**」

研修修了登録

地域ガイド

有償での通訳案内が実施可能に

先手を打っての「攻め」の受入環境整備(3)

○多言語対応の強化

- 多言語対応ガイドライン（2014年3月）に基づき、多言語対応の統一性・連続性の確保に向けて取り組み。
- ー主要空港において、デジタルサイネージ等の活用により、二次交通の情報を一覧性を持って表示。
- ー道路案内標識につき、①鉄道駅、バスターミナル等において、他の機関が設置する案内看板と連携した案内標識の設置、②歩道に設置された道路案内標識を中心に英語表記の改善・充実、③ガイドブック・パンフレット等と連携。
- ー多言語音声翻訳技術の翻訳精度を向上し、対応言語数を拡大。
- ー2020年オリパラ東京大会の開催も見据え、外国人運転者にも分かりやすい道路標識のあり方について検討。

○無料公衆無線LAN環境の整備促進

- ー「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を活用し、①事業者の垣根を越えた認証手続の簡素化により、全国20万規模のスポットに一度の登録でサインインできる仕組みを構築、②共通シンボルマーク『Japan. Free Wi-Fi』を普及・活用。
- ー無線LAN向けの周波数幅を広げるための取組を進めるとともに、文化財、博物館などの公共施設等における無料公衆無線LANについて、2020年までに重点的に整備すべき約29,000か所の整備を促進。
- ーSIMカードやモバイルWi-Fiルーターについて、外国人が持参する海外端末を円滑に利用できる通信環境を実現。

多言語対応の強化

多言語音声翻訳アプリを活用した多言語対応(例)

- 鳥取県における地域の固有名詞について、多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra 4U」に追加。
- 鳥取県内の外国人観光案内所にて試験導入。



観光案内所での活用イメージ

多言語表記の改善例



駅名の日本語の読み方に英語で意味を追加
(名古屋市交通局地下鉄名城線市役所駅)



日本文化を正しく伝えるべく、世界的に定着している「Onsen」に統一

無料公衆無線LAN環境の整備

<事例1> NTTグループ

NTTグループの無料公衆無線LANスポット数



<事例2> 京浜急行電鉄

- 昨年3月より、京急線的全駅・全車両で展開中。
- 電車走行中でも利用可能に。



シンボルマーク



先手を打っての「攻め」の受入環境整備(4)

○I Cカードの利便性向上と情報発信

2020年までに、相互利用可能な交通系I Cカードを全ての都道府県で導入するため、「I Cカードの拡充に向けた検討会」において、交通系I Cカードの普及・利便性拡大のための具体的な方法を検討し、本年夏までに結論。

○手ぶら観光の推進

外国人旅行者の手荷物や買物品を一時預りし、空港・駅・ホテル等へ配送することで、旅行者が手ぶらで観光できる「手ぶら観光」を促進するとともに、商店街等における免税手続と配送手続を一括して行うなど、サービスを高度化。

○「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善

- －港湾周辺で行われる数年後のイベントの予定など、寄港スケジュールの立案に必要な情報を、外国クルーズ船社等にウェブサイトを通じて英語及び日本語で積極的に発信。
- －地域産品販売を拡大すべく、地方整備局が港湾管理者と連携してクルーズ埠頭での臨時免税店届出制度の活用を促進。

○SNS等を活用した外国人旅行者の要望・不満の調査

「無料公衆無線LANが繋がりにくい」、「案内表示がわかりにくい」など、外国人旅行者の要望・不満について、SNSを活用した口コミやアンケート等を通じて、定期的に調査・公表し、具体的な解決策を検討する体制を整備。

○災害、不慮の怪我・病気への対応

外国人旅行者が自然災害や事故、怪我・病気に巻き込まれる危険に対応して、情報提供アプリにおける気象情報拡充や外国人旅行者受入病院の拡大等、外国人旅行者の安全・安心を確保するための取組を関係省庁が連携して早急に推進。

I Cカードの利便性向上

全国相互利用可能な10種類の交通系I Cカード



手ぶら観光の推進

「手ぶら観光」サービス拠点を分かりやすく明示するための共通ロゴマークを普及。



「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善

情報発信機能の強化

寄港地を出発点とした観光情報を一元的に発信するウェブサイトを充実。



クルーズ埠頭における免税店

外航クルーズ船の寄港時に埠頭へ免税店を臨時出店する手続きを簡素化。



岸壁や旅客船ターミナルにおける地元物産販売の例

○外国人ビジネス客の取り込み強化

- －2015年度に、まず、成田空港・関西国際空港の入国審査場において、ファーストレーンの運用を開始するとともに、両空港における運用状況を踏まえつつ、他の主要空港における早期導入を検討。
- －出入国管理上のリスクが低く、頻繁に我が国に入国する外国人を「信頼できる渡航者」(トラステイド・トラベラー)として特定し、自動化ゲートの対象とする制度の2016年中の運用開始に向けて、所要の準備。

○MICEに関する取組の抜本的強化

- －重点分野における国際会議誘致のキーパーソンを「MICE誘致アンバサダー」(仮称)に認定し、会議の開催場所を実質的に決定する権限を有する者への直接的な働きかけ等により、国際会議を強力に誘致。
- －2015年70万人を目標とし、中国、韓国、米国、タイ、台湾、インドネシア、マレーシアを重点市場としてインセンティブ旅行の誘致を集中的に実施。

○富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進

2015年度中に開始する外国人長期滞在制度の富裕層の利用促進を図るべく、情報発信・説明会等を実施。

○質の高い観光交流

- －我が国の歴史・文化・芸術を深く理解し、体験を通じて日本や日本人の本質に触れられるような観光交流機会を創出。
- －文化財の価値・魅力を外国人に伝えるため、ICTの活用を含め、英語での分かり易い解説表示のあり方等を検討するとともに、文化財の英語での情報発信に対して支援。

MICEに関する取組強化

事例：第25回 世界博物館大会

○国土交通大臣、観光庁長官等の招請状を発出し、日本初開催が決定。(京都が誘致成功)

○2019年9月に、約120カ国、参加予定者数2,500名で開催予定。



ファーストレーンの設置(例)



香港国際空港

ロンドン・ヒースロー空港

文化財等の英語での解説(例)



熊野本宮大社

「熊野権現垂迹縁起」、『長寛勘文』所収によれば、熊野の神は中国から渡来し、九州→四国→淡路島→紀伊切部山→新宮神倉とめぐり、最後に本宮大斎原に天降ったとある。熊野の神が史書に初めて登場するのは奈良時代末で、社殿に関する記述が見えるのは11世紀のことである。その後、幾度か造修が行われているが、基本的な社殿配置の変更はなかったようである。しかし、明暦7年の火災後の造修では、夫須美神と速玉神を祀る相殿と証誠殿を区切る廻廊・理門が取り払われ、仏堂や護摩堂・三重塔といった仏教関係の堂塔が再建されていないなど、それまでと異なる姿となっている。

Kumano Hongu Taisha

Kumano Hongu Taisha has gone through many changes over the centuries due to natural and human influences, including fires, floods, and political and social developments. The pavilions have subsequently gone through periodic rebuilding, but its architectural style has remained consistent for over 800 years.

「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」 を見据えた観光振興の加速

○全国各地での文化プログラムの開催、オリパラ開催効果の地方への波及

2016年リオデジャネイロ大会終了後から、全国各地で開催される文化プログラムの機会を活用し、世界に誇るべき文化財や季節感一杯の祭り・花火、地域の伝統芸能、食を含む日本文化等の魅力を発信し、地方への誘客に繋げる。

○オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション

2016年リオデジャネイロ大会や2018年平昌大会など、大規模スポーツ国際競技大会の機会や、海外でも著名な日本人メダリスト・アスリートの活用など、オリンピック・パラリンピックに関連付けた訪日プロモーションを実施。

○オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速

誰もが安心して旅行を楽しむことができるユニバーサルツーリズムに対応した環境整備、個々の箇所（点）にとどまらず、線的・面的に捉えたバリアフリー対応（ハード面）の徹底、バリアフリーに関する教育などによる「心のバリアフリー」（ソフト面）を推進。

全国各地での文化プログラムの開催

<2012年ロンドン大会における文化プログラムの事例>

・2008年から、ロンドンのみならず英国全地域で文化プログラム実施。

（ロンドン以外の地域が約6割を占める）



© Chris Christodoulou
グラスゴー郊外のスターリング城前で開催された交響楽団の野外コンサート



ワールド・シェイクスピア・フェスティバル（バーミンガムなど各地）



HATWALK：
ロンドン市内彫像21体に前衛的な帽子を被せるイベント

オリパラ開催を契機としたバリアフリー化の加速

ハード面の整備の例

空港から主要ターミナル駅、バスターミナル等を結ぶ連続的なエリアのバリアフリー化

ソフト面の整備の例

公共交通事業者の職員教育を通じた接遇向上等、心のバリアフリー推進



【エレベーター】



【駅のホームドア】



ハード・ソフト両面でのバリアフリー化を実現

2020年を重要な通過点として、その先には外国人旅行者3000万人が訪れるような、世界に誇る魅力あふれる国づくりを目指す。3000万人を超える外国人旅行者を日常的に迎え、もてなす国の姿・社会のあり方につき、今から議論を深め、態勢を整えて行くことが必要。