

文化審議会第15期文化政策部会(第4回)資料

平成29年10月13日

観光庁

平成30年度観光庁関係予算

(単位:百万円)

	30年度	うち優先 課題推進 枠	前年度 予算額 (B)	対前年度 倍率 (A/B)
	要求額 (A)			
1. 訪日プロモーションの抜本改革と観光産業の基幹産業化	12,155	3,747	9,372	1.30
訪日プロモーションの抜本改革	11,181	3,547	8,701	1.29
MICE誘致の促進	220	0	201	1.10
観光産業における人材育成事業	389	0	370	1.05
宿泊施設を核とした地域の活性化促進事業	200	200	0	皆増
通訳ガイド制度の充実・強化	40	0	30	1.36
健全な民泊サービスの普及	124	0	70	1.76
2. 「楽しい国 日本」の実現に向けた観光資源の開拓・魅力向上	2,500	120	2,238	1.12
最先端観光コンテンツ インキュベーター事業	120	120	0	皆増
広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業	2,088	0	2,087	1.00
地域観光資源の多言語解説整備支援事業	140	0	0	皆増
テーマ別観光による地方誘客事業	152	0	151	1.01
3. 世界最高水準の快適な旅行環境の実現	8,834	0	8,550	1.03
訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業	8,810	0	8,530	1.03
ユニバーサルツーリズム促進事業	24	0	20	1.22
4. 観光統計の整備	633	0	522	1.21
5. その他（経常事務費等）	594	0	352	1.69
合 計	24,716	3,867	21,035	1.17

東北の復興(復興枠)

東北観光復興対策交付金	3,787	0	3,265	1.16
JNTOによる東北観光復興プロモーション	1,000	0	1,000	1.00
福島県における観光関連復興支援事業	300	0	300	1.00
合 計	5,088	0	4,565	1.11

総 計	29,803	3,867	25,599	1.16
------------	---------------	--------------	---------------	-------------

- **訪日プロモーション事業**
- **MICEの誘致拡大に向けたユニークベニユーの活用促進事業**
- **広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業**
- **最先端観光コンテンツ インキュベーター事業**
- **地域観光資源の多言語解説整備支援事業**

訪日プロモーションの抜本改革

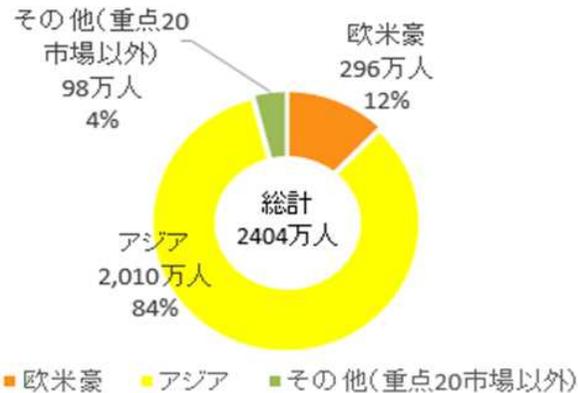
H30年度要求額:・観光庁執行分:881百万円
・JNTO運営費交付金:10,300百万円の内数

ポイント

2020年訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円等の目標達成のためには、訪日旅行者全体の84%を占めるアジアのみならず、**海外旅行市場の大きさに対して訪日旅行者数が十分に大きいとはいえない欧米豪**をはじめ、訪日インバウンドの成長が見込まれる**全世界の市場からの誘客を実現していくことが必要**。

現状①：インバウンドの84%がアジア

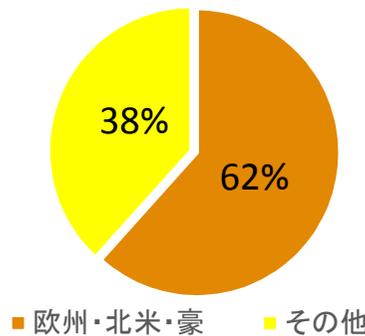
2016年訪日外国人旅行者数及び割合



(出展)JNTO

現状②：欧米豪地域は世界のアウトバウンドの6割超を占める

2015年世界のアウトバウンドシェア



(出展)UNWTO

現状③：他のアジア諸国に比べ、日本は

欧州市場を取り込めていない

2015年イギリス、フランス、ドイツからのアジア地域へのアウトバウンドランキング

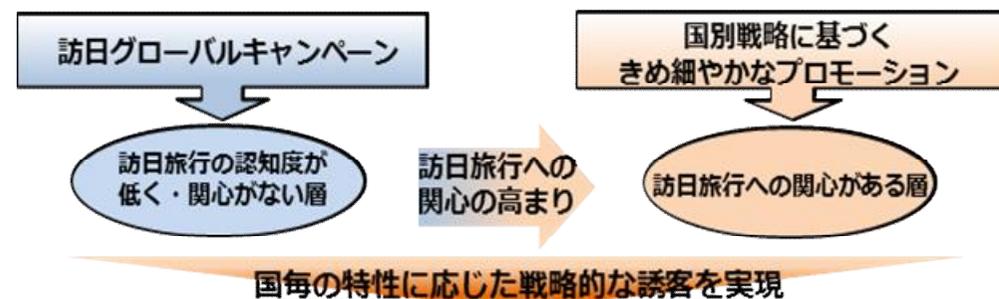
	イギリス	フランス	ドイツ
1	タイ 90万人(1.3%)	タイ 65万人(1.4%)	タイ 75万人(0.8%)
2	インド 87万人(1.2%)	中国 49万人(1.1%)	中国 62万人(0.7%)
3	豪州 69万人(1.0%)	インド 23万人(0.5%)	シンガポール 29万人(0.3%)
4	中国 58万人(0.8%)	日本 21万人(0.5%)	インド 25万人(0.3%)
5	シンガポール 47万人(0.7%)	インドネシア 21万人(0.5%)	インドネシア 20万人(0.3%)
6	香港 43万人(0.6%)	ベトナム 21万人(0.5%)	日本 16万人(0.2%)
7	マレーシア 40万人(0.6%)	シンガポール 16万人(0.3%)	香港 15万人(0.2%)
8	インドネシア 29万人(0.4%)	香港 16万人(0.3%)	ベトナム 15万人(0.2%)
9	日本 26万人(0.4%)	マレーシア 15万人(0.3%)	マレーシア 14万人(0.2%)

(出展)UNWTO

施策の方向性

- 欧米豪市場からのインバウンド取込みのため、日本の旅行先としての認知度が低く、広告や旅行博出展などの一般的なプロモーション手法のみでは訴求しにくい訪日無関心層をターゲットとして「**訪日グローバルキャンペーン**」を本格実施。
- 重点20市場からの更なる誘客の戦略的な実現のため、**国別戦略に基づくきめ細かな市場別プロモーション**等を徹底。
- これらのプロモーションの効果的な実施のため、**デジタルマーケティング**を本格導入。
- 自治体等との連携等による多様な魅力の発信により、**地方への誘客を強力に促進**。
- プロモーションの高度化及び戦略的誘客の実現に向けて、**JNTOの体制強化**を実行。

訪日グローバルキャンペーンと市場別プロモーション



平成30年度概算要求(全体像)

(概要)

- ・民間視点・ノウハウの活用を通じて、都市のMICE誘致・開催力のグローバルレベルへの引き上げ
- ・国際競争が激化しているMICEの我が国における誘致戦略を策定するため、競合都市を対象とした市場調査等を実施
- ・日本のMICE統一ブランドを活用し、年間を通じた大規模キャンペーン”Japan MICE, New ideas start here” (グローバル・ブランド・キャンペーン)の展開等、JNTOによる海外プロモーションを強化

MICE誘致の国際競争力の強化・開催地の魅力向上

地域の誘致競争力向上を図るためのMICE推進の司令塔となるコンベンションビューロー (CB) の機能強化

・都市のMICE誘致・開催力のグローバルレベルへの引き上げ

・MICE開催におけるユニークベニュー活用の推進

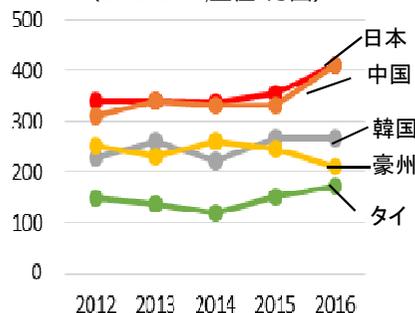
我が国のMICE誘致方針を最適化するための各種調査の実施

・我が国全体のMICE誘致戦略を策定するための、競合都市等を対象とした市場調査等の実施



ユニークベニュー事業イメージ図

アジア・大洋州における国際会議開催実績 (2012-2016, 上位5カ国)



JNTOによる海外プロモーションの強化

- ・日本のMICE統一ブランドを活用し、年間を通じた大規模キャンペーンを展開
- ・専門ノウハウを活用しJNTO・コンベンションビューローのマーケティング機能の高度化
- ・海外MICE専門見本市への出展規模の拡大
- ・海外のインセンティブ取扱会社等に対する商談会・セミナーの実施
- ・国際会議を誘致する者を支援するMICEアンバサダープログラムの拡充 等を実施

日本のMICE開催地としての認知度を向上・具体的な誘致案件を発掘



I M E X フランクフルト2017 (独・フランクフルト)



日本MICEブランドの活用例

背景

「明日の日本を支える観光ビジョン」及び「観光立国推進基本計画」において、地方部での外国人延べ宿泊者数を2020年には7,000万人泊とするとともに、地方部の比率を2020年には50%まで高める等の目標が掲げられたところ、2016年時点で、地方部における訪日外国人延べ宿泊者数は2,753万人泊、地方部の比率は39%に留まっている。当該目標の達成を通じ、観光による地方創生を実現するためには、地方部における外国人旅行者の来訪・滞在を増大させていく必要がある。

事業目的

観光地域づくりの舵取り役であるDMOを中心とする、観光地の魅力の向上を図る地域の取組と、それらの観光地を結びつける広域の取組を合わせて支援することで、訪日外国人旅行者をはじめとする観光客の地方部における広域的な周遊観光を促し、より多くの来訪・滞在を促進する。

支援制度

・補助対象事業:

各DMO策定の事業計画に記載があり、かつ、連絡調整会議において連絡・調整の図られた外国人旅行者の誘客を目的とする以下の取組

- ①計画策定、マーケティング
- ②広域周遊観光促進のための環境整備
- ③滞在コンテンツの充実
- ④情報発信・プロモーション

各DMO策定の事業計画の連携・調整を確保する仕組み



(具体的な取組事例)



定期的な戦略会議の開催



訪日外国人旅行者向け統一交通パスの販売



地域資源の魅力を活かした滞在プログラムを造成、提供



商談会の開催

・補助対象者:

DMO、その他事業計画に記載された事業の実施主体

・補助率:

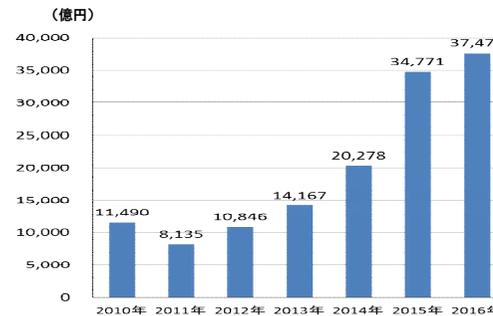
事業費の1/2以内

訪日外国人にとって新しい観光コンテンツ開拓のためのマーケティング調査や課題抽出、優良事例の展開を行うことで、外国人に魅力ある観光コンテンツを充実させ、その消費機会を増やすことで、外国人旅行者1回滞在当たりの旅行消費額の増加を図る。

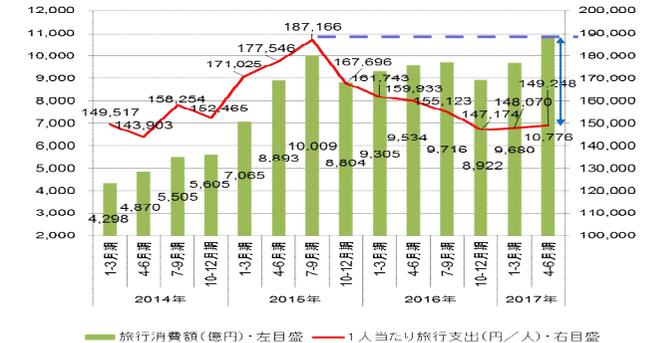
現状・課題

- 近年、訪日外国人旅行者は増加しているものの、その1人当たりの旅行消費額は約15万円程度で横ばいに推移しており、観光ビジョンの訪日外国人旅行消費額2020年8兆円の目標達成のためには、訪日外国人への新たな消費機会が必要。
- 「モノ消費」から「コト消費」への消費動向の変化も踏まえ、外国人向けの新たな観光コンテンツ開拓のための課題抽出・優良事例の展開が必要。

旅行消費額の推移



四半期毎の旅行消費額と1人当たり旅行支出の推移



新たな観光コンテンツの例

最先端ICTを活用した観光

(※有識者会議において選定)



観光でのVR/AR技術の活用 (観光資源の付加価値化)

・VR(仮想現実)・AR(拡張現実)は急速に発展し、その市場は2015年の20億ドルから2025年には800億ドルへ拡大(民間予測)。
 ・一部地域では先駆的取組が始まっているが、技術活用は全国的に普及していない。
 (例) アプリをダウンロードし、スマホを大阪城にかざすと真田幸村の画像が出現し、一緒に写真撮影が可能。(大阪市)

潜在的な観光資源・夜間の観光資源



最先端工場見学

・トヨタ、ソニー、Nintendo等の日本企業ブランド力は海外でも高評価(Forbes)。
 ・一方、外国人人気スポットランキング2017で企業関係の施設は30位以下。
 (例)「トヨタ産業技術記念館」入場者数は年38万人と増加傾向、うち2割が外国人。



イルミネーション

・訪日観光において、特に夜の観光資源に乏しいという声。
 ・イルミネーションは、無名の地域を観光地化させ、夜を活用する機会となる一方、地域経済への波及に課題。
 (例)ナガシマリゾート(なばなの里:桑名)は東海地区施設入場者数10年連続1位。

事業内容 (最大2カ年)

1年目予定

①最先端観光コンテンツ開拓のための基礎マーケティング調査
 ・訪日外国人を活用したモニターツアー・アンケート調査
 ・事業者へのヒアリング

②有識者会議にて対象コンテンツ選定、課題抽出・先進事例の把握
 ・外国人誘客に向けた課題事例・先進的解決事例の洗い出し
 ・試験的なアドバイスの実施

③活用に向けたガイドラインの策定・優良事例の展開
 ・自治体・関係団体へガイドラインの展開
 ・優良事例、先進ノウハウ提供

2年目予定

④パンフレット作成・動画配信等を通じた魅力発信
 ・外国人向けの体験紹介動画やプロモーションパンフレット等を作成し、基礎調査ターゲット国を中心に魅力発信

⑤各コンテンツにおける発信主体の検討・育成
 ・当該観光コンテンツの魅力発信に係るデジタルマーケティング主体の育成
 ・効果的な旅行商品化方策の検討

⑥訪日外国人受入可能地区のリスト化
 ・リストの配布、配信を行うことによる来訪者増加・消費額の向上

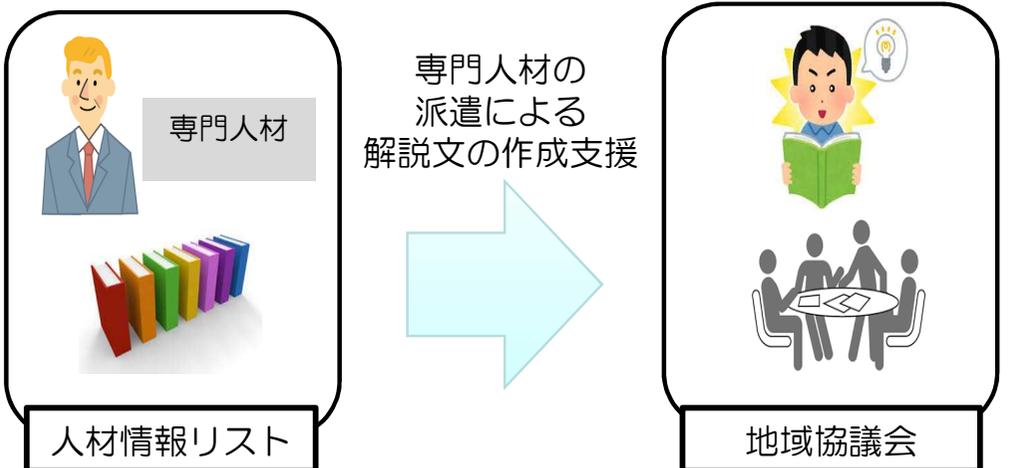
何度も訪れたいくなる「楽しい国 日本」の実現!

訪日外国人旅行者が地域を訪れた際、観光資源の解説文が乱立していたり、表記が不十分なため、観光地としての魅力が伝わらないことがあることから、専門人材の派遣体制の構築、解説文作成のノウハウ提供等の支援を行うことで、旅行者にとって分かりやすく、地域の面的観光ストーリーを伝える解説文を整備し、観光客の回遊性の向上、滞在日数・消費額の増加につなげる。

事業概要

1. 地域単位での協議会が行う観光資源の解説作成に対し、協議会からの申請に基づき500万円/件を上限として、支援を実施（看板設置やパンフレット作成などの経費は支援対象外）
2. 国において推進委員会を立ち上げ、解説文作成にかかる指針を取りまとめ、専門人材をリスト化
3. 地域での作成実績を報告・フィードバック
4. 推進委員会において作成過程のノウハウを積み重ねて検証し、取りまとめの上他地域へ横展開

事業体制



- ・地域において不足している、魅力ある解説文の作成ができる専門人材のリスト化、派遣体制の構築

- ・魅力ある解説文の作成
- ・様々な観光資源の一元的な解説整備、周遊の促進、国際発信

事業詳細

