

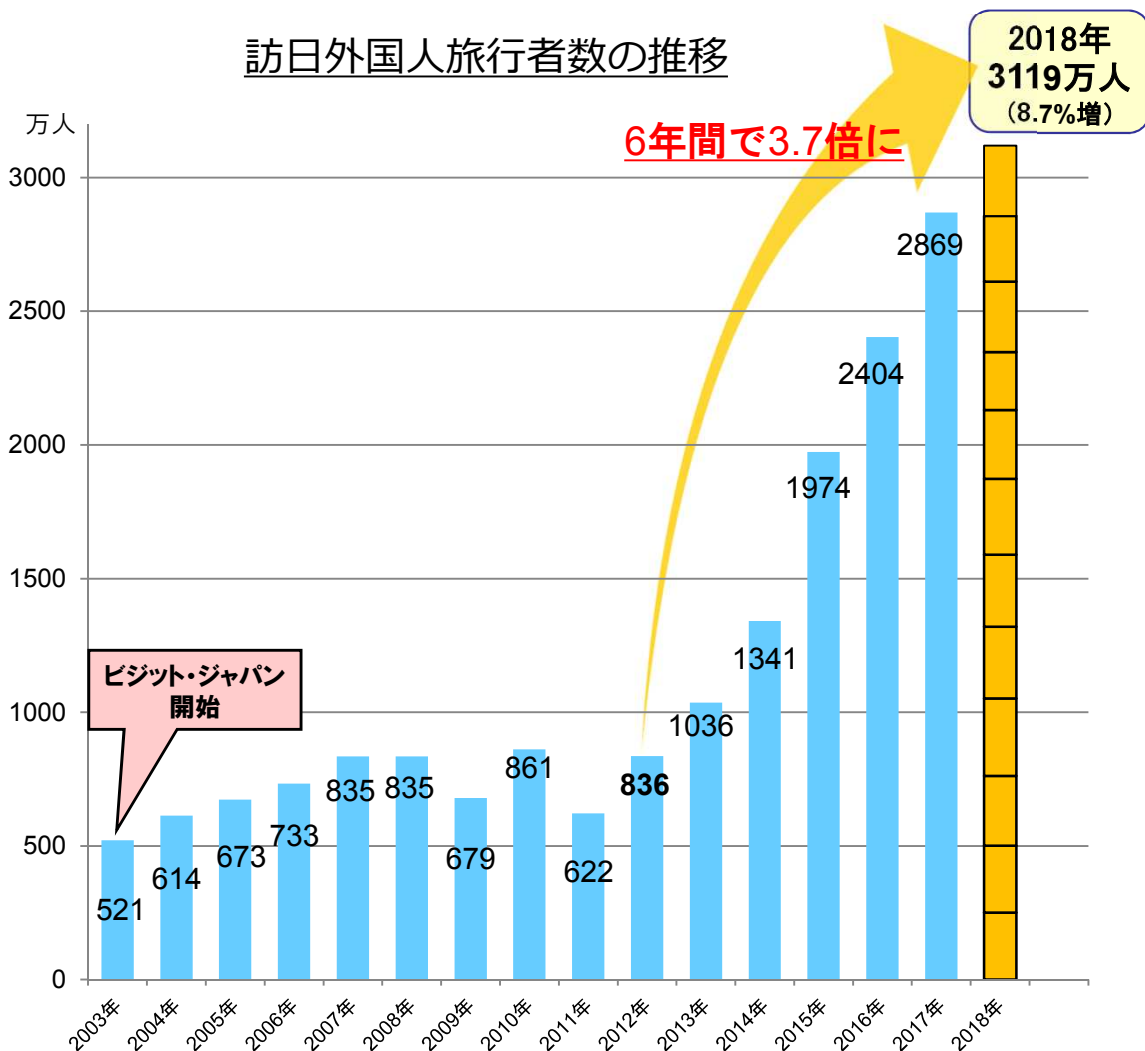
4000万人等の目標達成に向けて 今後1年間で取り組むべき課題(案)

平成31年1月21日(月)
観光庁

2018年の訪日外国人旅行者数・消費額

- 2018年の訪日外国人旅行者数は**3,119万人(対前年比8.7%増)**と初めて3,000万人を突破
- 消費額も**4兆5,064億円**と過去最高
- 2020年4,000万人、消費額8兆円等の目標達成に向けて、**外国人が楽しめる環境整備、観光コンテンツの充実**を進め、地方に誘客することが重要

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行消費額の推移

年	訪日外国人旅行消費額
2012年 (平成24年)	1兆846億円
2013年 (平成25年)	1兆4,167億円
2014年 (平成26年)	2兆278億円
2015年 (平成27年)	3兆4,771億円
2016年 (平成28年)	3兆7,476億円
2017年 (平成29年)	4兆4,162億円
2018年 (平成30年) (速報)	4兆5,064億円

資料：訪日外国人消費動向調査（観光庁）

注）従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていましたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映しています。従来ベースの推計方法で2018年の旅行消費額を推計すると、4兆8千億円となります。

外国語表記やVoiceTra等の活用、無料Wi-Fiやキャッシュレス対応など、
外国人が楽しめる仕様に変えるための環境整備をスピード感を持って**計画的・戦略的に進める**

観光地

- 地域の小売店・飲食店・宿泊施設等が一体となってインバウンド対応を推進

(山梨県富士吉田市の事例)

- ・市内100事業者にキャッシュレス端末を一気に導入



- (福岡県福岡市の事例)
- ・観光施設が点在するエリアにおいて、ICTも活用した多言語の観光案内板の一体的な整備により周遊性を向上

- (岐阜県高山市の事例)
- ・観光地のまちなか一体でWi-Fiが利用できる環境を整備



交通機関

- 非常時における多言語での情報提供について、不断の改善に努める

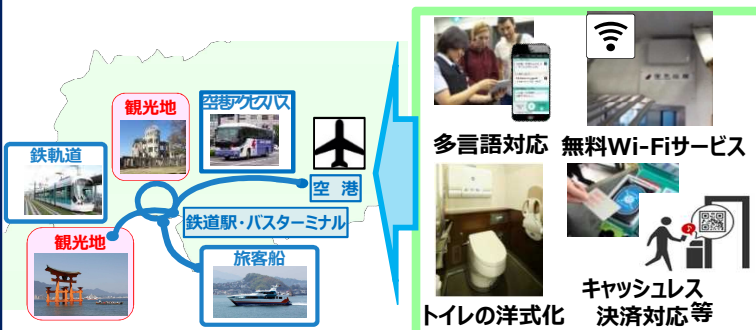
(新幹線の事例)

- ・年末年始の輸送障害時に、一部で情報提供が不十分だったことを踏まえ、情報提供の水準を示したガイドラインを策定し、ばらつきを解消。



駅、車内で多言語放送・掲示

- 空港・港湾から観光地までシームレスで一貫した世界水準の交通サービスを実現



農泊

- 農泊地域のインバウンド対応の加速化

(秋田県仙北市の事例)

- ・農家民宿が連携し、多言語表記、Wi-Fi環境、キャッシュレス端末の導入などの環境を整備



外国語表記やVoiceTra等の活用、無料Wi-Fiやキャッシュレス対応など、
外国人が楽しめる仕様に変えるための環境整備をスピード感を持って**計画的・戦略的に進める**(続き)

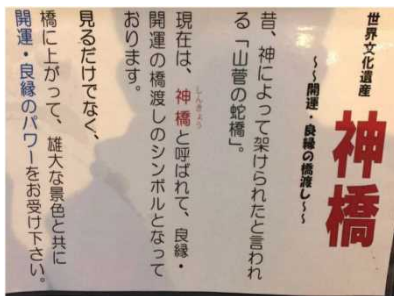
文化財

- 外国人に伝わる多言語解説の計画的・戦略的整備
 (栃木県日光市の事例)

・多言語案内板の整備(神橋)



しんきょう



・神橋の成立ちをめぐる「勝道上人」伝説について、上人の日光の始祖としての役割や、大谷川の激流を前に祈りを捧げ橋が生まれたエピソードを、日本語解説を充実するとともに多言語で分かりやすく説明。

日光二老山神社
NIKKO FUTARASAN-JINJA

重要文化財
せいかいぶんか

世界文化遺産
せいかいぶんか

神橋
しんきょう

この赤く弧を描いた形の橋は、ここが日光の霊域への入り口であることを示している。伝説によると、聖地としての日光の始祖「勝道上人」(5年-11年)は、日光へ到達する直前、ここ大谷川の激流を前に立ち往生を余儀なくされたという。困った上人が祈ると、どこからか深沙大王を名乗る聖者が現れ、橋を作って一行を向こう岸へと渡らせた。そのような逸話から、神橋は現在も聖地として尊ばれている。現在の橋は1904年に再建されたものである。

秋には川沿いの紅葉が色づき、神橋と見事なコントラストを見せることも知られる。

Important Cultural Property of Japan
UNESCO World Heritage Site
Sacred Bridge (Shinkyō Bridge)

This vermilion, arc-shaped bridge marks the entrance to the spiritual grounds of Nikko. According to legend, Shōdō-shōnin (735-817), a holy ascetic who established Nikko's sacred areas, was halted by the raging waters of Daiya River before he was able to reach Nikko. Upon praying to the gods, a deity known as Jimja Daisō appeared and constructed a bridge which allowed Shōdō to cross. Shinkyō Bridge is considered a sacred site to this day. The current bridge dates back to 1904 when it was reconstructed.

You can observe beautiful vibrant red and gold foliage by the river during the fall season.

国立公園

- ビジターセンターのインバウンド機能強化
 (阿寒摩周国立公園(川湯エコミュージアムセンター)の事例)



・インバウンド対応可能な利用拠点として、Wi-Fiの整備や、展示、案内板を外国人に魅力ある文章で伝える多言語化を先進的に実施。

- 新宿御苑における国立公園の情報発信強化



デジタルサイネージの設置



日本地図の模型へタブレット等を
 かざし各公園の特徴などを表示

・年間250万人の来苑者の約半数が外国人である新宿御苑を、VR等を用いた全国の国立公園の情報発信拠点に刷新。

さらなる課題：外国人が喜ぶ新しい観光コンテンツの導入

夜間公開やライトアップ、体験型コンテンツの充実や民間活用など、
外国人が喜び地域の消費を増やす、新たな観光コンテンツを前例にとらわれずに導入する

博物館・美術館

○ 開館時間の延長・夜間ライトアップ



創エネ・あかりパーク2018

(東京国立博物館の事例)

- ・毎週金・土は午後9時まで開館(通常夕方5時)
- ・夜間開館に併せて、博物館を色彩豊かにライトアップ

クルーズ

○ 寄港地で楽しめる体験型観光の充実



(高知港(高知県)の事例)

- ・クルーズ旅客を港から無料バスで高知城や中心市街地の商店街へ誘導し、クルーズ客の満足度向上や消費拡大を図る取組を実施。

さらに展開すべき課題： 外国人が喜ぶ新しい観光コンテンツの導入

夜間公開やライトアップ、体験型コンテンツの充実や民間活用など、
外国人が喜び地域の消費を増やす、新たな観光コンテンツを前例にとらわれずに導入する(続き)

インフラ

○ インフラツーリズムの推進



(首都圏外郭放水路(埼玉県春日部市)の事例)

- ・民間と連携してガイドツアーを実施、参加料金を有料化
- ・見学者数 8~10月の3ヶ月間が対前年度同月比4倍



国立公園

○ 施設の民間活用の拡大



(伊勢志摩国立公園横山展望台の事例)

- ・展望台の再整備にあわせて民間カフェを導入。トリップアドバイザーでも人気の観光スポットに。

さらに展開すべき課題： 外国人が喜ぶ新しい観光コンテンツの導入

夜間公開やライトアップ、体験型コンテンツの充実や民間活用など、
外国人が喜び地域の消費を増やす、新たな観光コンテンツを前例にとらわれずに導入する(続き)

観光地

- 地域の飲食店・宿泊事業者等の連携による夜間観光の充実



(飲食店街)

(アイランド・ルミナ(長崎県長崎市)の事例)

・伊王島の自然を光と映像のデジタルアートで彩るアイランド・ルミナを中心に、長崎市内の宿泊・飲食施設へ回遊を図る取組を実施。

古民家・城泊

- 泊まって楽しむ体験型宿泊拠点の充実



(平戸城(長崎県平戸市)の事例)

・平戸城において「キャッスル・ステイ」を試行的に実施。海外からも高い反響があり、本格実施に向け検討中。

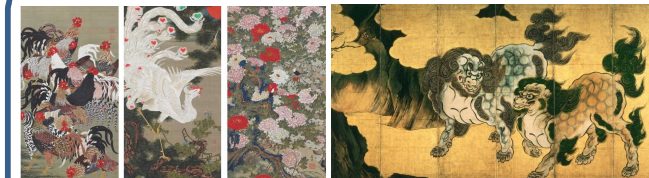
三の丸尚蔵館

- 三の丸尚蔵館の整備



・2019年から建て替えし、展示スペースを現在の8倍に拡大。完成は2025年を予定。

三の丸尚蔵館収蔵品

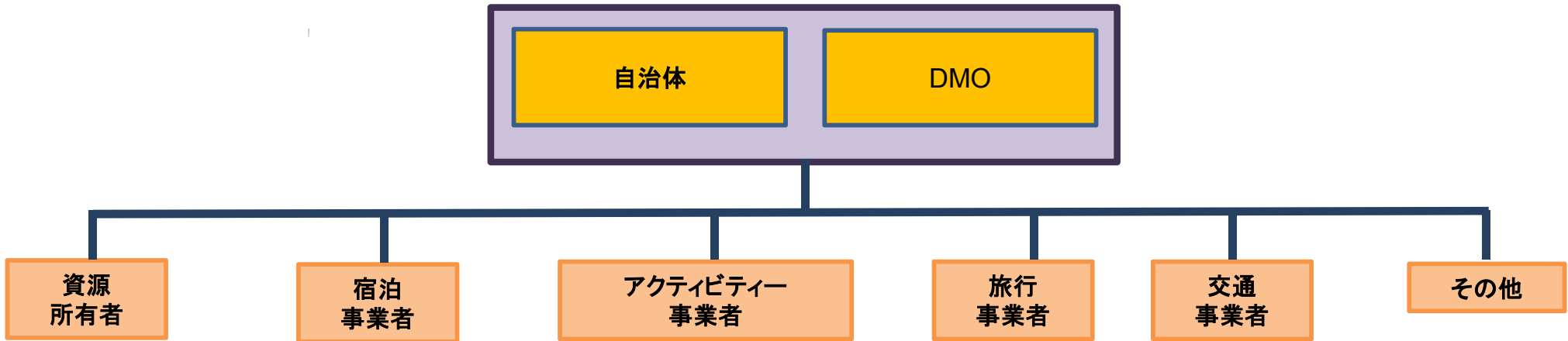


伊藤若冲「動植綵絵」

狩野永徳「唐獅子図屏風」

自治体・DMOの体制づくり

自治体・DMOを中心とする**官民の人材が連携して地域の課題に取り組む体制を構築する**



(和歌山県田辺市の事例)

- ・田辺市と地域DMO(田辺市熊野ツーリズムビューロー)が中心となり、温泉関係者、社寺関係者等の地域の関係者が参画し、観光地形成を推進する体制を構築。
- ・海外でガイド経験があるブラッド・トウル氏を起用し、外国語案内看板の統一化などを実施。



ブラッド・トウル氏

(瀬戸内地域の事例)

- ・エリア内の7県と広域連携DMO(せとうちDMO)が中心となり、地域の事業者、エリア内のDMO等地域の関係者が参画し、観光地形成を推進する体制を構築。
- ・瀬戸内らしさをコンセプトにしたテーマに基づく戦略的なプロモーションをJNTOと連携して実施。



【統一化された案内看板】



【コンセプトテーマに基づく戦略的プロモーション】



<クルーズ>



<サイクリング>



<宿>



<アート>



<食>



<地域商品>

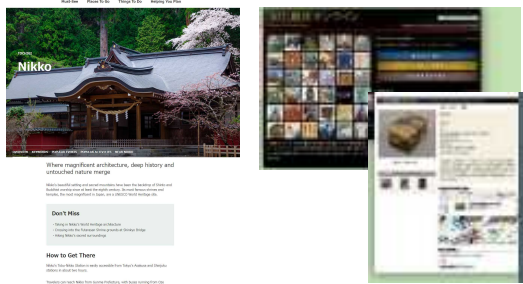
JNTOを中心としたプロモーション

JNTOへの情報発信の一元化やデジタルマーケティング等により、効果的なプロモーションを実施する

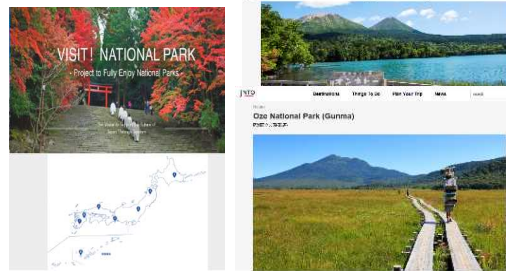
【関係省庁とJNTOとが緊密に連携した情報発信の一元化】

- ・JNTOのウェブサイト等において文化財や国立公園の魅力を一元的に発信（平成31年度予算案において所要の予算を確保）

文化財



国立公園



VR等の先進的なコンテンツや日本博をはじめとした文化財情報を

予約まで一気通貫可能な国立公園一括情報サイトを



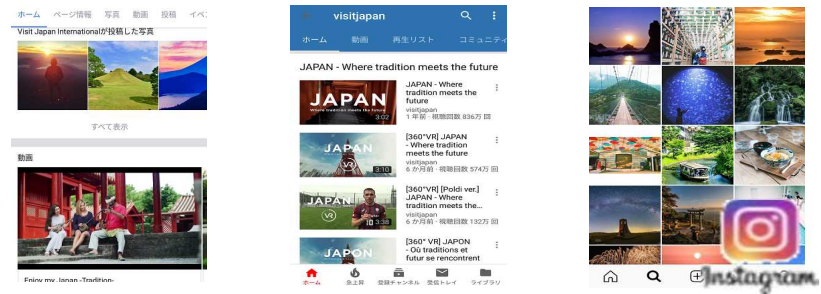
JNTOのウェブサイト・SNS・アプリにおいて一元的に情報発信



【デジタルマーケティングによるプロモーションの高度化】

- ・SNSを活用したプロモーションを行うとともに、SNS投稿やビッグデータの分析・活用により、効果的・効率的に情報発信

<SNSによるプロモーション>



<データの分析・活用>



<コンテンツの自動表示化>



ストレスフリーで快適な旅行環境の実現のため、最先端技術の活用による出入国の円滑化を図る

・特に、出入国の大宗を占める主要空港においては、顔認証による諸手続の一元化(One ID)や自動化等により、出入国に係る時間を大幅に縮減する“FAST TRAVEL”の実現を図る



顔認証ゲート



バイオカート



電子申告ゲート



高性能検査機器



自動チェックイン機



自動手荷物預け機



スマートレーン



自動搭乗ゲート



デジタルサイネージにより日本の魅力発信

(チャンギ(シンガポール)空港の事例)
最先端技術を活用し、徹底的に自動化・効率化を追求

- ・自動チェックイン機で搭乗券と手荷物タグを発行
 - ・旅券読取、指紋認証、顔認証により自動化ゲートで出国審査
 - ・搭乗券読取、顔認証により自動化ゲートで搭乗
- 空港でのおもてなし環境・賑わいの創出
- ・巨大ディスプレイによる演出等