

# 観光庁説明資料

## 観光資源の保存と活用のレベルアップ

- 公的施設、文化財、国立公園などの観光資源については、関係省庁でその保存と活用の取組を推進し、その魅力を極める
- 観光庁は、これらの横断的な資源について、その魅力を一元的に強力に世界に発信し、訪日外国人を呼び込む
- また、例えば、地方の観光資源の魅力向上のための取組（観光立国ショーケース）でサポート



## 「楽しい国 日本」の実現

- 伝統芸能、コンサート、パフォーマンスショー等の各分野に横断するイベントについて、多言語化、外国人枠の設定、夜間開催など受け入れ体制の整備や情報発信の強化を図るため、関係省庁と連携して、検討会を立ち上げるなど、「楽しい国日本」の実現のための旗振り役



## JNTOの大胆な改革

- 上記のような取組により、観光資源の魅力を高めながら、外国人旅行者への戦略的な情報発信を通じて誘客を促進
- 具体的には、国別戦略の徹底、デジタルマーケティングの本格導入、地方自治体や民間企業等との連携やJNTOの体制強化を通じて、より戦略的な誘客を実施



## 現状・課題

- 外国人に対するイベント情報の提供、参加の円滑化に関して、主に以下の取組を実施しているところ。
- ナイトエンタテインメントの充実等に向けて、各種イベント等の情報を一元的に提供するとともに、関係省庁、関係団体、関係企業等が一体となって取り組む体制の構築が必要。

### 【これまでの取組】

#### 1. テーマ別観光事業による地方誘客の促進

- アニメ聖地巡礼や忍者体験、マラソン、サイクリング、ネイチャーツアー、酒蔵めぐり、古民家ステイ等、全国津々浦々の体験型観光のネットワークを形成し、共同プロモーション等により情報発信を強化。



#### 2. ホテルのコンシェルジュを活用した情報提供

- ホテルのコンシェルジュに対し、美術館・博物館の夜間開館等の取組説明会や美術館・博物館の館内ツアーを実施。
- コンシェルジュを通して、ホテルの外国人宿泊客等に美術館・博物館の魅力や企画展の情報を発信。



#### 3. 日本遺産の旅行商品化・活用の推進

- 日本遺産について旅行業界向け説明会・個別相談会を開催し、旅行商品化を推進するとともに、JNTOからの情報発信を強化。
- 日本遺産で伝統芸能を実演するなど、日本遺産のユニークベニュー活用を推進。



#### 4. 文化財の多言語化・国際発信の推進

- 我が国の歴史や文化の魅力が訪日外国人旅行者に伝わるよう、文化庁と連携し、日本遺産等を中心に、外国人旅行者の視点に立ったわかりやすい多言語解説の整備の加速化及び国際発信力の強化を推進。



## 今後の対応

- ナイトエンタテインメントの充実等に向けて、新たに外国人向けのコンテンツを充実させるほか、従来、国内市場を対象に実施されてきた、伝統芸能、演劇、おまつり、コンサート、スポーツイベント等の参観型コンテンツや、サイクリング、スキー、ゴルフ、マラソンなどの参加型コンテンツについて、外国人のニーズを分析し、その分析を踏まえて、**多言語化、外国人枠の設定、夜間開催など受入体制を整備**するとともに、**SNSも活用した情報発信を強化**する。そのため、**関係省庁、関係団体、関係企業等の協力を得て検討会を立ち上げる**。

## 現状・課題

- 「観光立国ショーケース」の3都市（釧路市、金沢市、長崎市）における地方公共団体及び日本版DMO候補法人では、**2020年までのショーケース化に向けて、集中的な投資が必要**。
- 3都市の行う事業等に対する優先的な支援に加え、**民間からの投資を呼び込む**ことで、観光立国のショーケース化の取組を加速する必要がある。

## 今後の対応

- 「観光立国ショーケースに関する関係省庁連携支援チーム」による、3都市での現地視察・現地意見交換会等を行い、これも踏まえ、**3都市の行う事業等に対する優先的な支援**を行う。  
優先的な支援の実施状況等について、**支援チームにおいて随時フォローアップ**を行い、必要な改善を図る。
- 民間投資の促進については、3都市における民間へのニーズを踏まえ、**民間事業者とのマッチング及び関係省庁からの積極的な助言・提案**により、民間からの投資促進に取り組む。

### 各市と民間のニーズをマッチングさせるための場の創設

- 観光庁等において、**各市のニーズと民間のニーズをマッチングさせるための場**を設け、各市から観光の魅力、取組状況、民間投資への期待等をプレゼンし、民間事業者から各市への投資についての具体的企画・提案を促進する。

### 民間投資の促進に資する金融支援策に関する助言・提案

- 各市の民間投資に対する具体的なニーズを踏まえ、その必要に応じて**民間事業者からの投資促進に資する政策金融機関、官民ファンド等による金融支援策**について、関係省庁から、各市に対して積極的な助言・提案を行う。【例：釧路市で想定される取組】宿泊施設、観光客の多い商業施設のリニューアルなど

〈他地域での取組事例〉

(株)WAKUWAKUやまのうち（長野県山の内町）

概要：

「(株)WAKUWAKUやまのうち」は、湯田中温泉のDMOとして設立。  
同社の**観光まちづくり事業（温泉街再生等）**に対し、**REVICと地域金融機関とが連携して投融資支援**。



湯田中温泉



ゲストハウス事業      飲食事業  
例) ・廃業した旅館・店舗をリノベーションしたゲストハウス事業や飲食事業  
・訪日外国人向けツアー事業      等

- 重点市場20ヶ国について、**国別目標（2020年・2030年）を設定**する。
- 国別目標を設定した上で、国毎のターゲット層の設定、最新旅行トレンドの把握・反映などにより、国別のきめ細かいプロモーションの実施し、徹底した進捗管理の下、国別目標の実現を目指す。
- 特に、**欧米豪旅行者の旅行意欲をかきたてる魅力的なコンテンツ**を発掘し、インターネットなどの様々なツールを駆使して発信することにより、**旅行先として魅力的な日本を認知・認識させ、訪日無関心層を取り込む。**

## 国別の戦略による取組例

### 現在の問題点

#### ドイツ

- 「旅行目的地」としての認知度不足
- 「観光魅力が少ない」・「コスト高」などの訪日イメージ
- タイ・中国などアジアのライバル国より大幅に低いシェア
- 富裕層市場への取組不足 など

### JNTOにおいて早急に実施する取組

- **訪日無関心層を取り込むための新たなキャンペーン**の大々的展開（本年秋以降）
- ドイツ人が好む**アクティビティや自然などに着目した訴求コンテンツの積極活用**と情報発信の強化（本年夏以降）
- ライバル国の施策の分析・ベンチマーク（本年5月以降）
- 富裕層向け商品開発をはじめとする富裕層対策のゼロベースの見直し（本年夏以降） など

#### 中国

- スマートフォン社会への対応の出遅れ
- 急速に拡大する個人旅行需要への対応不足
- 大都市圏のリピーターの伸び悩み
- 内陸部からの誘客不足 など

- **パワーブロガーの組織化・SNSを通じた情報発信等による「口コミ対策」**の抜本的強化（本年中）
- 中国人が好む**アクティビティや食などに着目した訴求コンテンツの積極活用**と情報発信の強化（本年5月以降）
- 内陸部からの航空路線（LCC等）の誘致強化（本年夏以降） など

#### インドネシア

- インドネシア語による情報発信量の少なさ
- ムスリム旅行者対応の遅れ
- ムスリム旅行者の日本国内滞在環境に関する情報の不足 など

- **インドネシア語メディアでの露出拡大**・情報発信（本年中）
- ライバル国のムスリム対策の分析・ベンチマーク（本年5月以降）
- ムスリム旅行者向け情報発信強化（本年中） など

現在の問題点	JNTOにおいて早急を実施する取組
① 専任組織がなくスタッフも不足している	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>デジタルマーケティング専任部署の新設・ICT人材の配置</b> (本年中)</li> <li>○ <b>ICT専門人材の中途採用</b> (着手済)</li> <li>○ 体系的なICTマーケティング研修の導入 (本年中)</li> </ul>
② データに基づく科学的なマーケティングができていない	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>ウェブサイトの検索データなどを解析し、潜在需要をきめ細かく把握</b>するシステムの導入 (本年夏以降)</li> <li>○ 潜在需要に対して効果的に訪日意欲をかきたてるICTによるプロモーションの展開 (本年夏以降)</li> </ul>
③ 情報発信内容の質・表現に問題がある	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 訪日意欲をかきたてる<b>アクティビティや自然などに着目した訴求コンテンツの積極活用</b> (本年5月以降)</li> <li>○ HPなどの制作において日本語オリジナル原稿を外国語翻訳する方式から、<b>プロの外国人ライターの自国語書き下ろしで制作する方式</b>への切り替え (着手済)</li> <li>○ 現地目線を徹底し、わかりやすくするための<b>HPの全面改修</b> (本年中)</li> </ul>
④ 情報発信手法が不十分である	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>パワーブロガーの組織化</b>による最新の訪日情報の切れ目ない発信 (本年夏以降)</li> <li>○ 各国毎に人気のあるSNS活用手法の取り入れ (本年夏以降)</li> </ul>
⑤ 地方自治体などによる情報発信の質にバラツキがある	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 自治体等によるHP制作・改修を容易にする共通フォーマットの導入 (本年中)</li> <li>○ 要請に基づき、JNTOが自治体などのHPなどをチェックし、改善を支援する制度の導入 (本年中)</li> </ul>

課 題	JNTOにおいて早急を実施する取組
<p>① 本部・海外事務所の組織・人員の強化</p>	<p><b>【本部】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>地方支援を専任する部署の新設</b>・地方ブロック毎の担当の配置 (本年中)</li> <li>○ デジタルマーケティングを専任する部署の新設 (再掲)</li> <li>○ ICT・マーケティング・MICE等の経験人材の中途採用拡大 (再掲)</li> <li>○ 体系的なICTマーケティング研修の導入 (再掲)</li> </ul> <p><b>【海外事務所】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現地専門家によるアドバイザリーボードの設置・活用 (着手済)</li> <li>○ 現地有力PR会社の活用によるプロモーション強化 (本年中)</li> <li>○ 現地職員の研修・処遇改善を通じた能力強化 (本年中)</li> </ul>
<p>② 観光庁・JNTOの一体性の徹底</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光庁・JNTOで構成する合同委員会方式による情報共有・一体的な意思決定の徹底 (実施中)</li> </ul>
<p>③ 海外におけるオールジャパン体制の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現地商工会議所等への積極的参加による<b>幅広い日系企業との連携強化</b>、共同プロモーションの展開、訪日インセンティブツアー等の実施支援 (本年5月以降)</li> <li>○ 在外公館、JETRO、JF、CLAIR等の参加を得た<b>「訪日旅行促進プラットフォーム」</b>の設置による幅広い連携強化 (着手済)</li> </ul>
<p>④ 地方自治体等との連携強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>地方支援を専任する部署を新設</b>し、地方ブロック毎に担当を配置 (再掲)</li> <li>○ JNTO職員を地方運輸局などへ派遣 (本年中)</li> </ul>

# (参考) 地方における上質なホテル整備の方策

## 現状

- 我が国において、いわゆる五つ星ホテルのような高級なホテルは、海外諸国と比較すると数が少ない。
- 特に高級なホテルは都心に多く、地方では高級なホテルの数が少ない。

＜民間による各国の5つ星ホテルの状況＞

国名	Five Star Alliance社	ミシュラン (Michelin)	ブッキング・ドット・コム (Booking.com)
	「5stars」で絞込検索	「5stars」で絞込検索	「ホテルランク」5で絞込検索
米国	755	581	771
イタリア	176	328	446
中国	132	2,028	2,587
英国	129	916	1,568
フランス	125	352	736
ドイツ	64	248	920
日本	28	225	237
韓国	12	89	97

※Five Star Alliance社：東京(18)、京都(2)、大阪(4)で計24  
ミシュラン：東京(36)、名古屋(3)、京都(18)、大阪(11)で計68  
ブッキング・ドット・コム：東京(37)、名古屋(3)、京都(32)、大阪(11)で計83

## 課題

- 五つ星ホテルの誘致に向けて、事業者ヒアリングしたところ、以下の4点が重要かつ自力での解決が困難との指摘があった。
  - ① 初期投資が大きいため何らかの支援が必要。
  - ② その地域に行きたいと思わせる観光地づくりが必要。
  - ③ ホテルのクラスに見合ったスタッフの育成・確保が不可欠。
  - ④ ホテルの需要を平準化しつつ、稼働を高くするために休暇改革が必要。

## 今後の対応

- ① すでに一部自治体（和歌山県、和歌山市）で支援を実施しており、自治体による取組を支援
- ② 観光圏、広域観光周遊ルート、DMOを進めることで、魅力ある観光地づくりを引き続き進めるほか、官民ファンド等と地元金融機関の連携による金融面からの支援も実施。
- ③ 実務人材のホスピタリティを高めるべく、実務人材の養成のほか、外国人材の活用を検討。
- ④ 関係省庁と連携し、休暇改革を進める。
- ⑤ 宿泊施設に係る情報提供のあり方について、民間の力の活用を含めて検討