

第2回WGにおけるご指摘事項について

平成27年4月

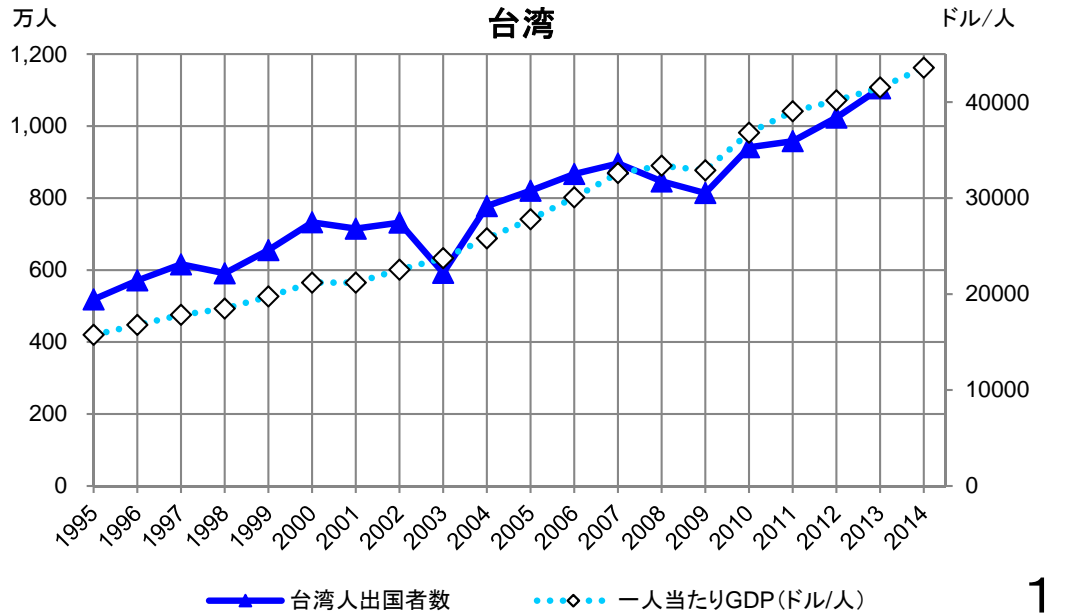
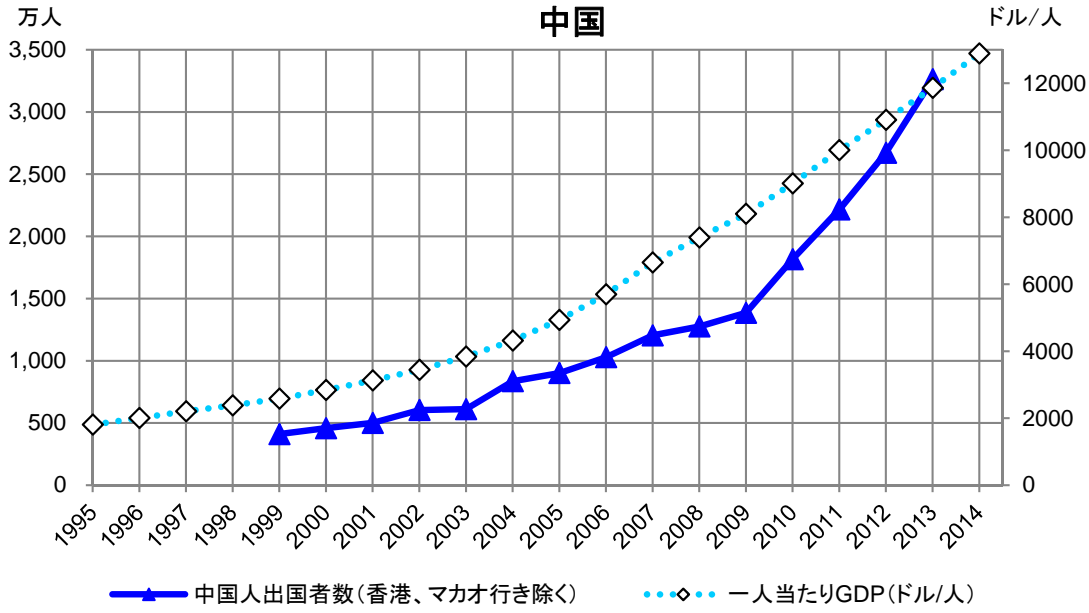
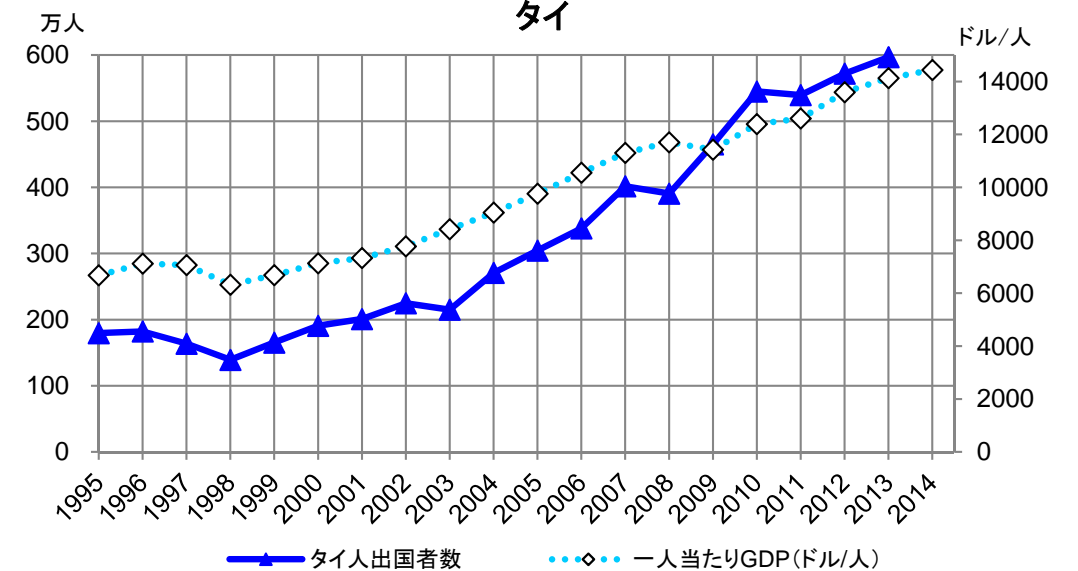
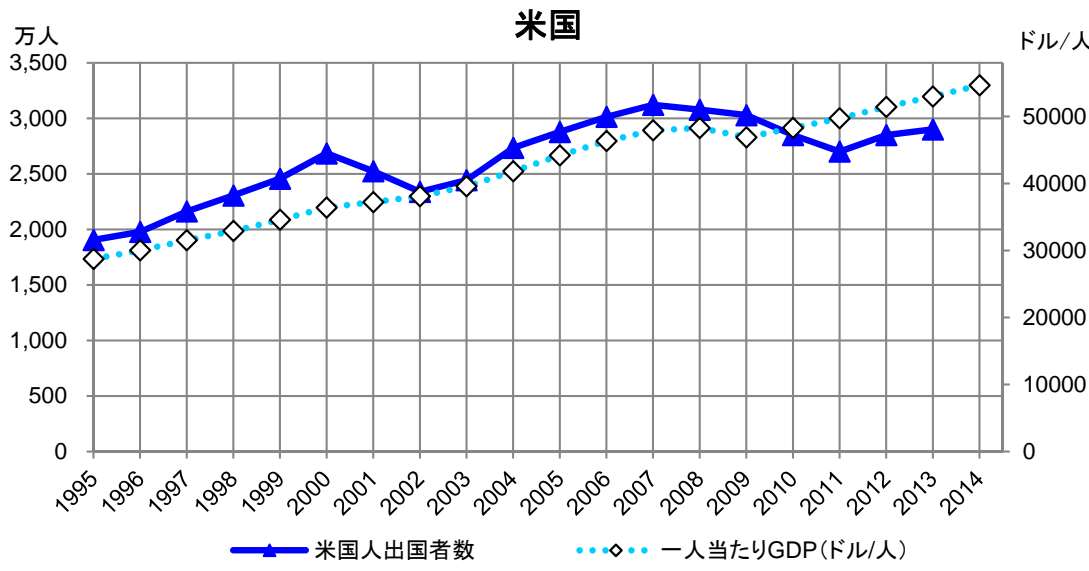
産業競争力会議

第4回改革2020WG

観光庁提出資料

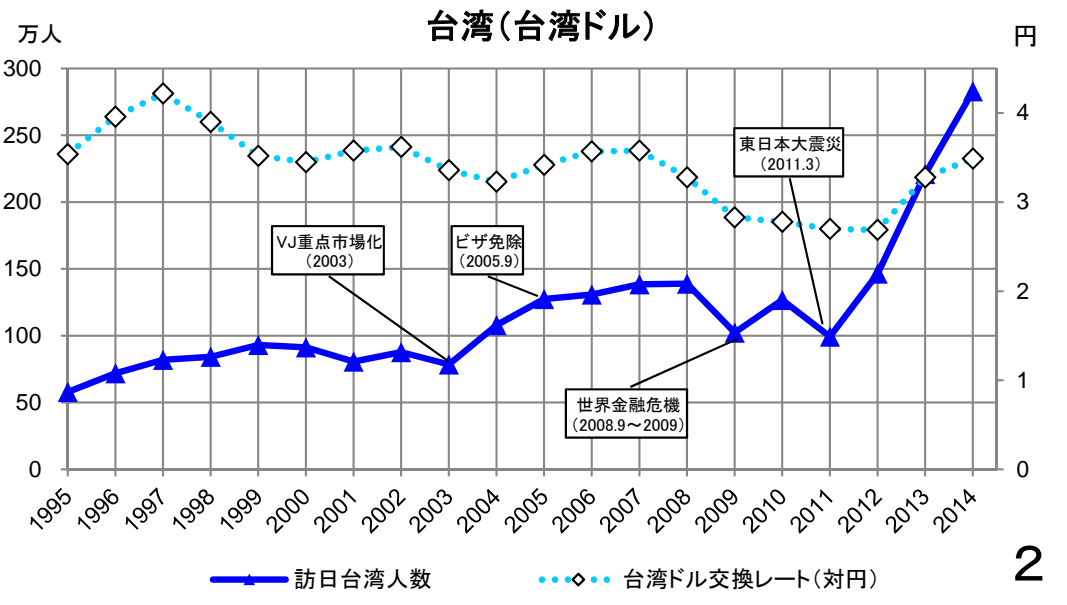
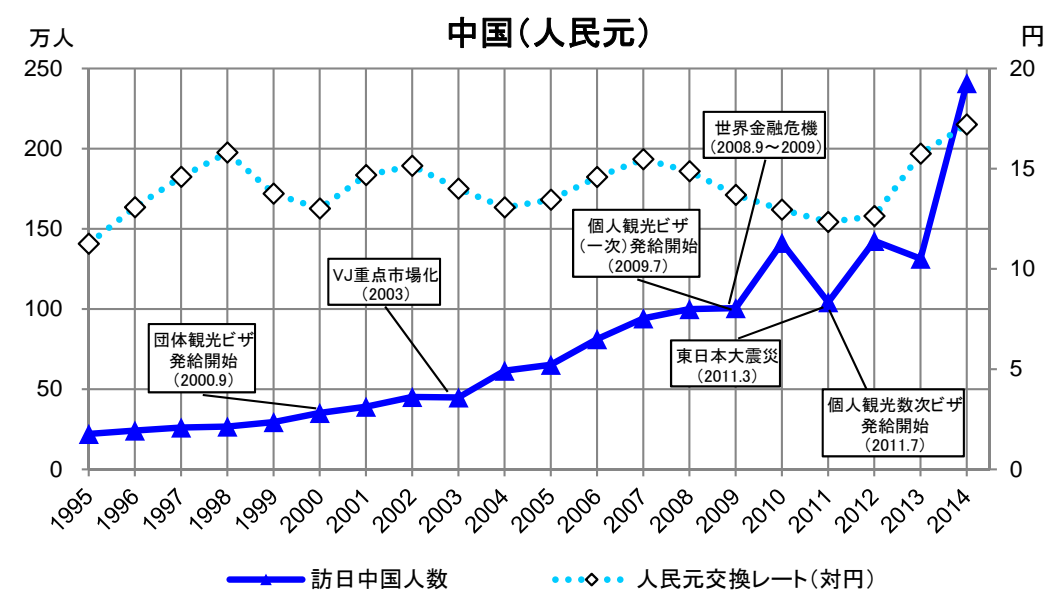
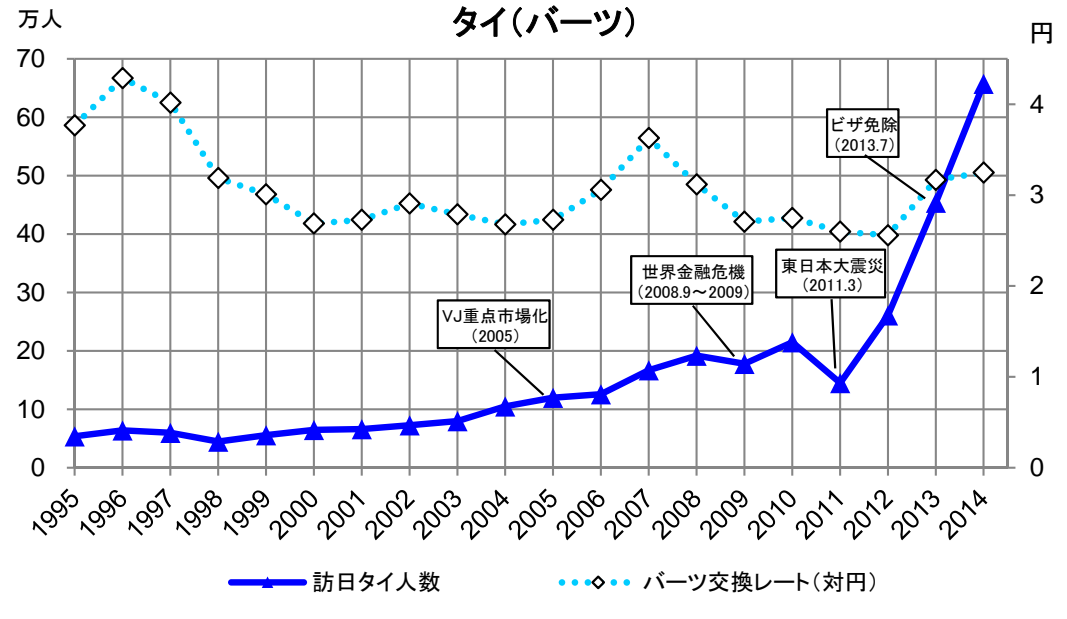
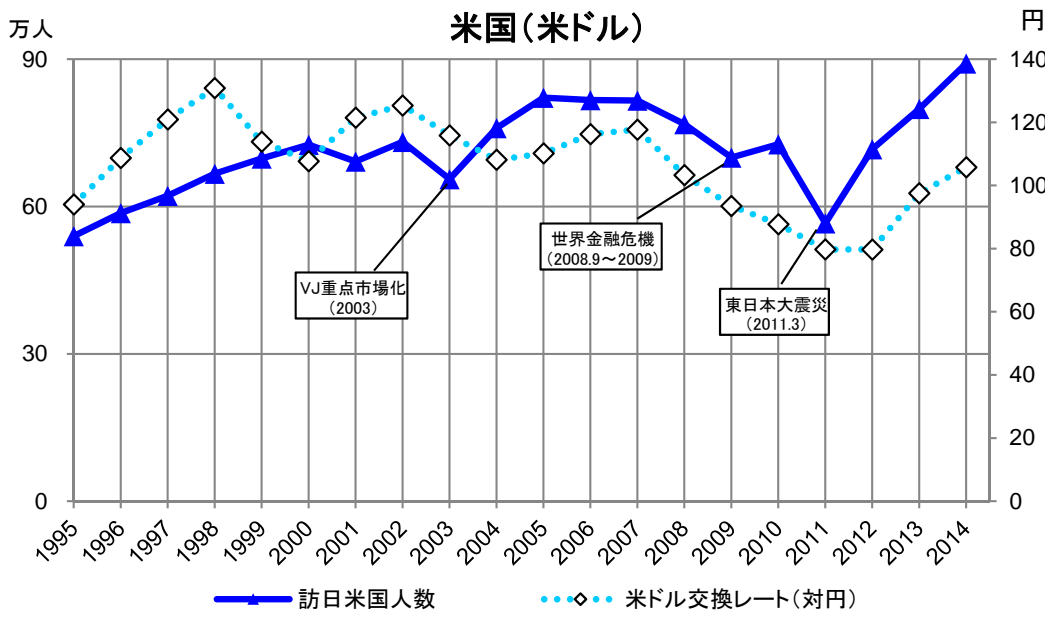
訪日外国人旅行者数が増加した要因

○1人当たりGDP(購買力平価ベース)の増加に伴って、出国者数(アウトバウンド数)も増加。
→アジアの旺盛な旅行需要を我が国に取り込むことが重要。



訪日外国人旅行者数が増加した要因

○為替レートは旅行を動機付ける大きな要因の1つ。
 ○他方、訪日外国人旅行者数が増加した要因は複合的であり、為替レートのみでは説明できない。



訪日外国人旅行者数が増加した要因

○ビザ緩和措置やLCCの増加も訪日外国人旅行者数増加の大きな要因。

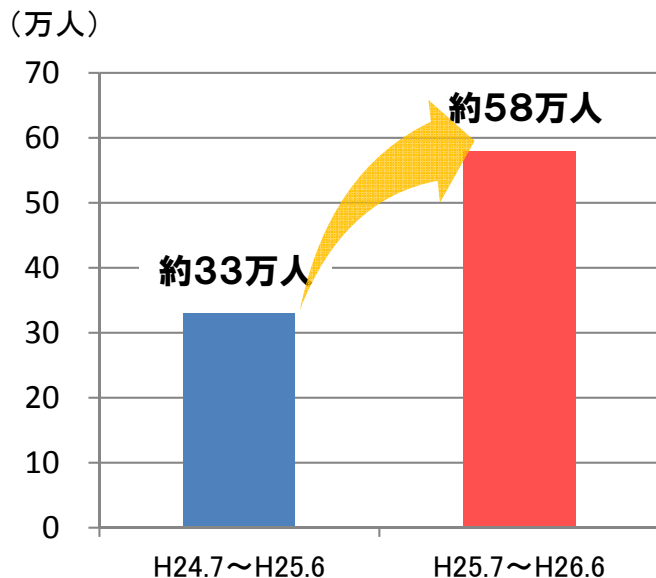
タイのビザ免除(2013年7月1日実施)

タイからの訪日数

ビザ免除後
対前年同期比76%増



▲ビザ免除をPRする
訪日プロモーション



(最近のビザ緩和の例)

- ・マレーシアのビザ免除(2013年7月1日実施)
- ・インドネシア、フィリピン、ベトナムの実質ビザ免除(観光目的・指定旅行会社経由)(2014年11月20日実施)
- ・中国の沖縄・東北三県数次ビザの発給要件緩和、相当の高所得者に対する個人数次ビザの導入(2015年1月19日実施)

台湾とのLCCの就航便数(2013年→2014年)

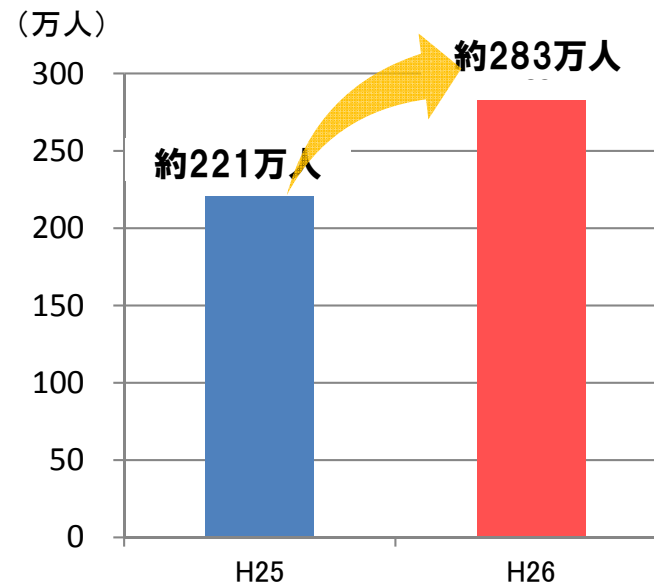
夏季期首 週14便 → 週42便 (対前年3倍)
冬季期首 週21便 → 週49便 (対前年2.3倍)

台湾からの訪日数

対前年比28%増



▲LCCとの共同広告



(フィリピンの例)

LCCの就航便数(2013年→2014年)
夏季期首 週5便→週22便 冬季期首 週11便→週20便
訪日フィリピン人旅行者数(2013年→2014年)
約11万人→約18万人 (対前年比70%増)

訪日外国人旅行者数が増加した要因

○2003年以降、訪日プロモーション(ビジット・ジャパン事業)を継続的に実施してきたことも大きな要因の1つ。

＜訪日プロモーション(ビジット・ジャパン事業)の実施に当たっての基本的な考え方＞

●訪日促進の好機を捉えたプロモーションの実施

- －ビザ緩和の機会を捉え、外務省の協力のもと、「気軽に旅行できる日本」をプロモーション(タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、中国など)
- －LCCなどの新規就航・増便の機会を捉えた、新たな地域やルートの魅力のPR

●民間企業等との連携

- －LCCをはじめとする航空会社や、現地旅行会社等との共同広告(新聞、雑誌広告等)の実施
- －「ジャパン・ショッピング・フェスティバル」の展開(2014年12月～2015年2月には、免税店を含む百貨店やショッピングセンターなど約12000店舗の協力を得て、期間限定でイベントや割引セールを実施し、海外に発信)
- －クールジャパンや放送コンテンツの海外展開など、関係省庁が行う海外発信とも連携

●2000万人目標の達成に向けた、新たな地域・季節での需要の創出

- －現在、ゴールドルートや東京駅周辺に集中している外国人旅行者の、全国津々浦々、各地域へ呼び込み(訪問地域の分散化)
- －需要の少ない冬期の需要喚起等(訪日シーズンの分散化)