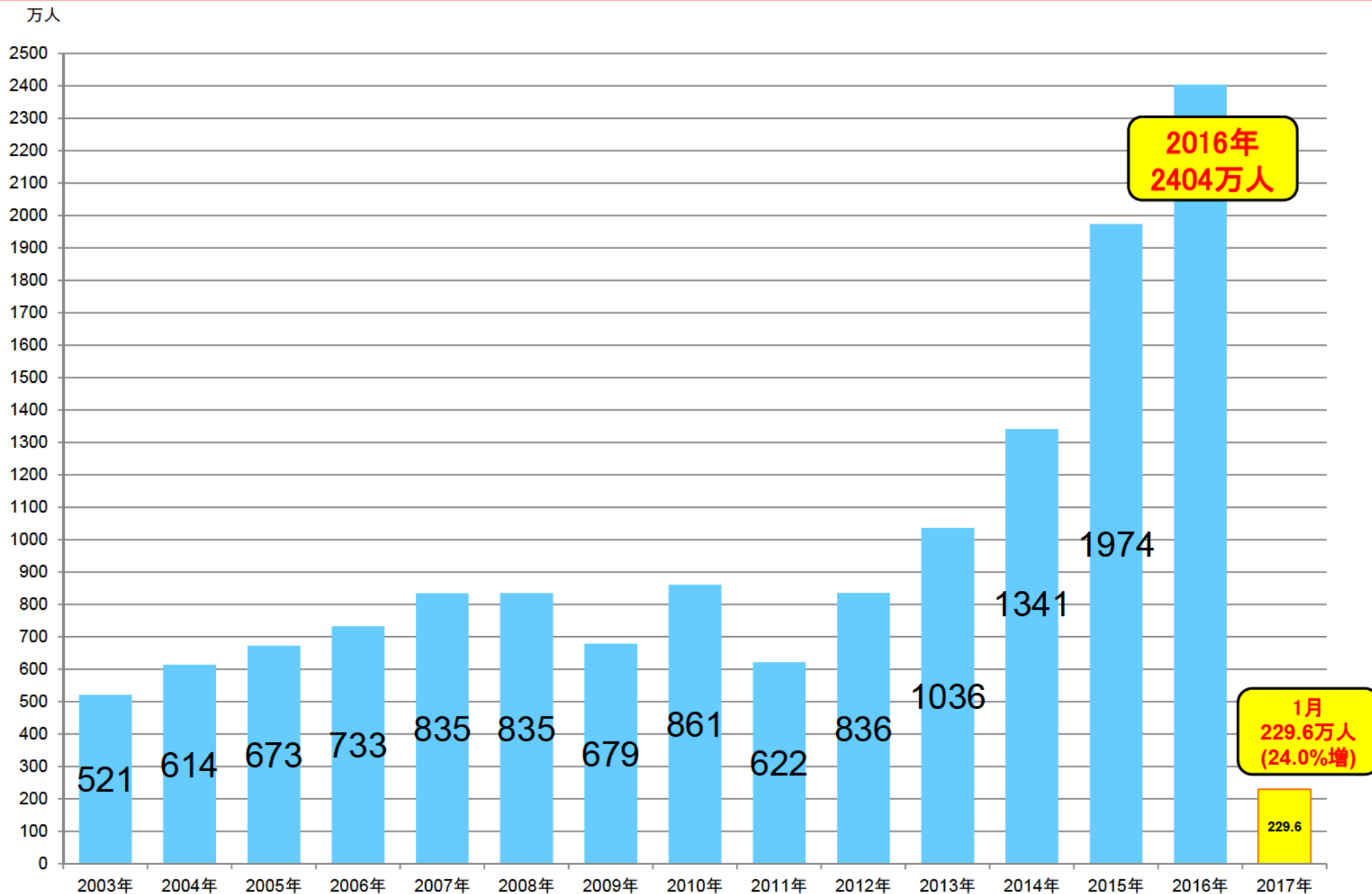


最近の訪日外国人旅行者の状況

観光庁 観光地域振興部 観光資源課

平成29年3月8日

訪日外国人旅行者数の推移

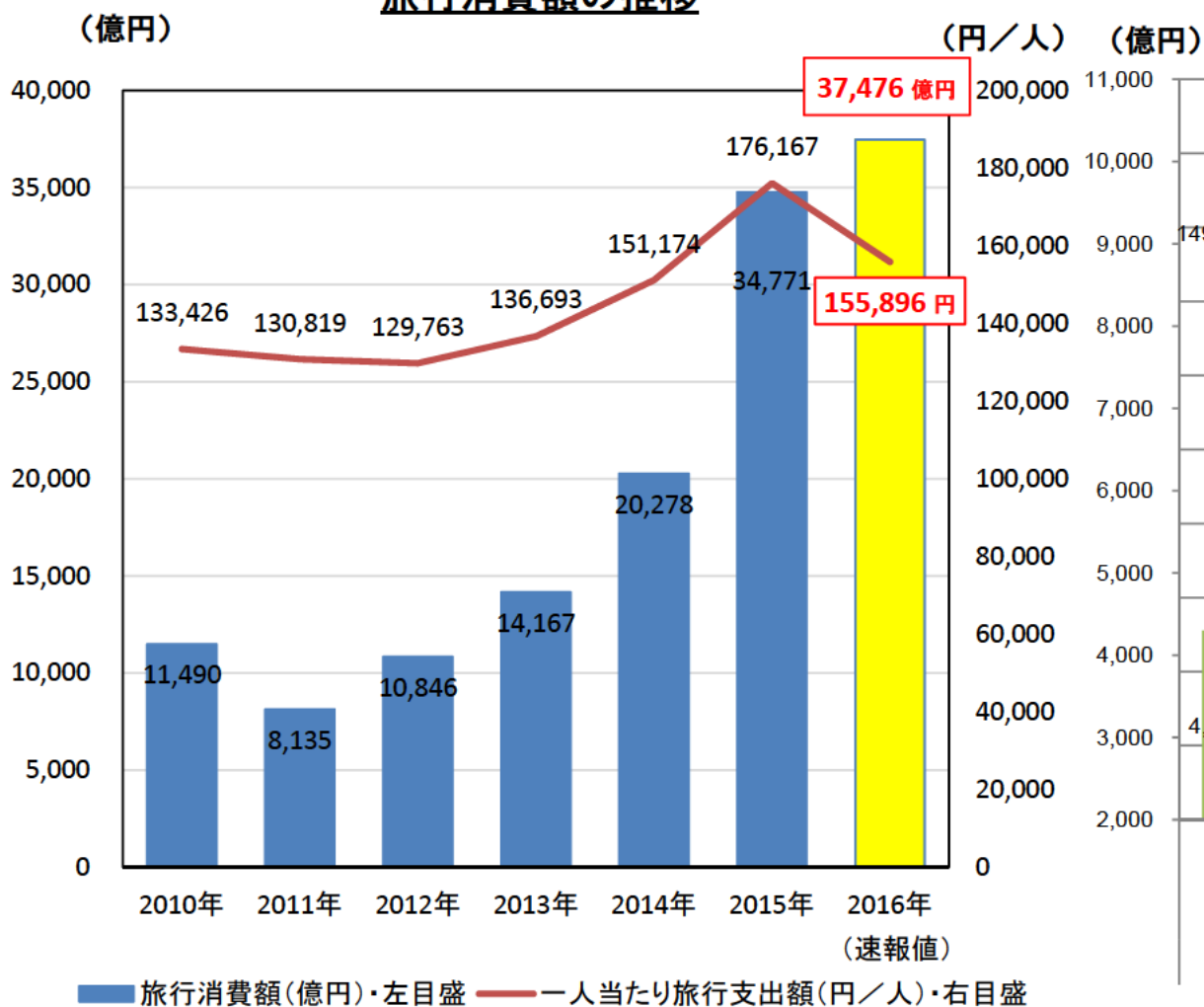


注) 2015年の値は確定値、2016年1～11月の値は暫定値、2016年12月～2017年1月の値は推計値、%は対前年同月比

2016年の訪日外国人旅行消費額について

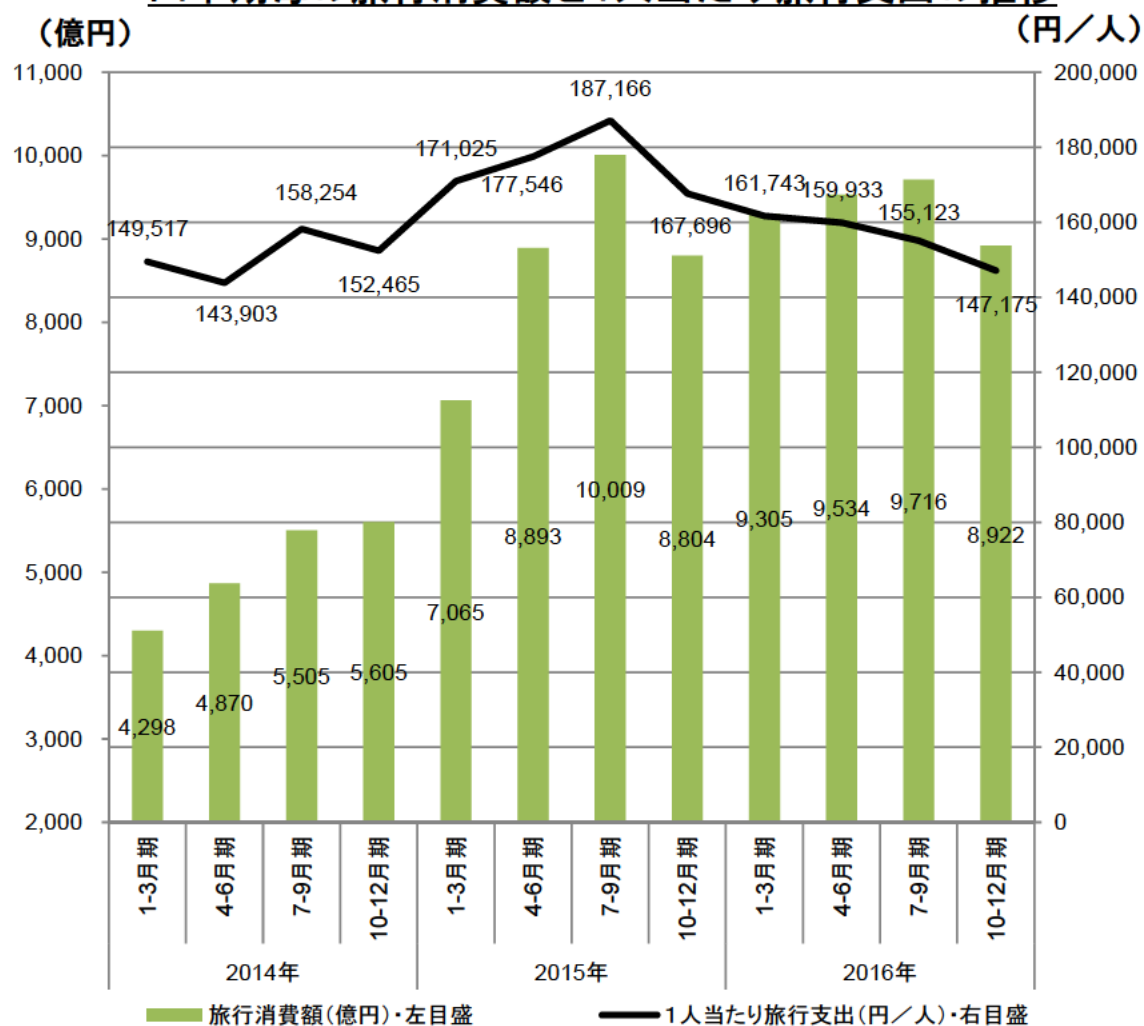
- 2016年の訪日外国人旅行消費額は、前年比7.8%増の3兆7,476億円となり、過去最高となった。
- 1人当たり旅行支出は前年同期比11.5%減の15万5,896円となった。

旅行消費額の推移



注) 2015年までは確報値。2016年は速報値につき、今後数値が更新される可能性がある。

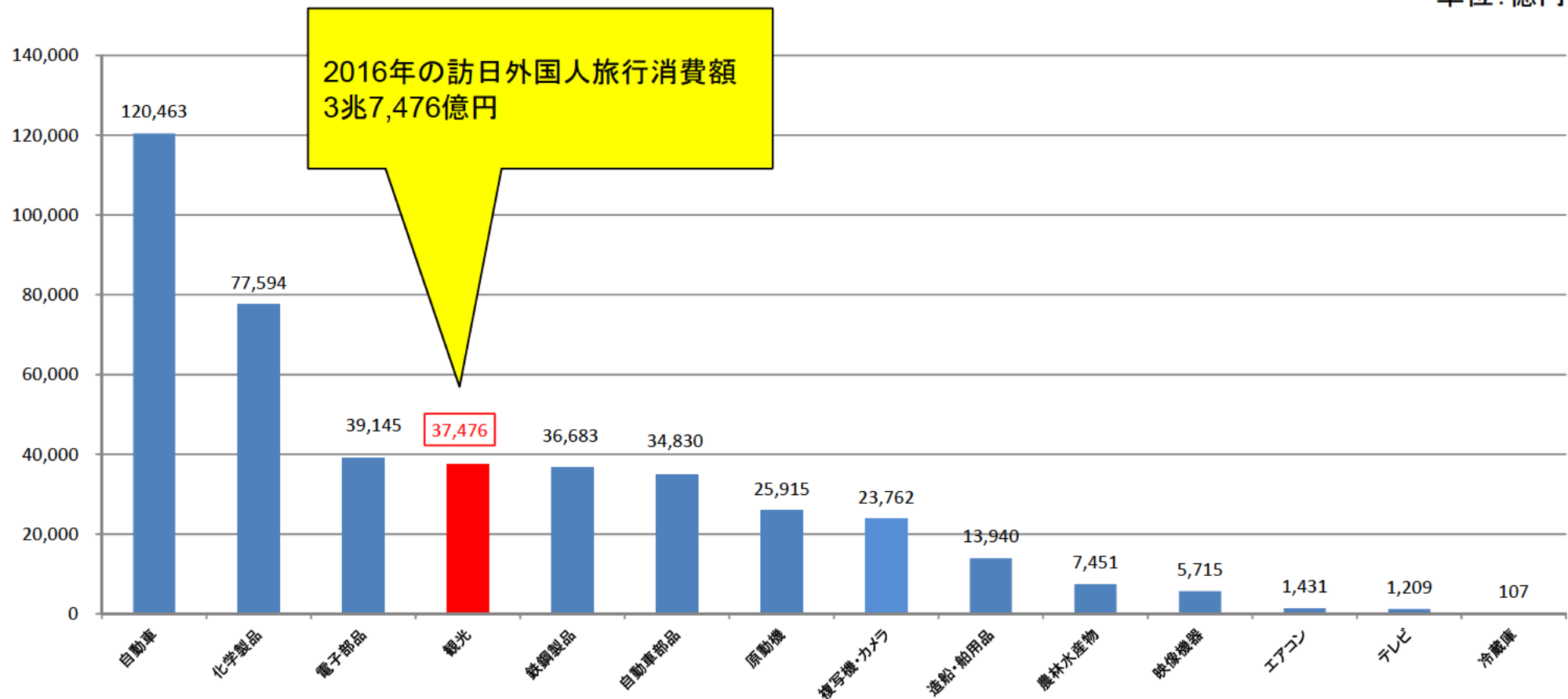
四半期毎の旅行消費額と1人当たり旅行支出の推移



訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較（2016年）

○2016年の訪日外国人旅行消費額は3兆7,476億円で、鉄鋼部品、自動車部品と同水準となっている。

単位: 億円



※観光、造船・舶用品および農林水産物以外の各製品の金額は貿易統計(財務省)より算出。

※造船・舶用品以外の金額は2015年の値。

※造船・舶用品の金額は2014年の値で、海事局データより算出。

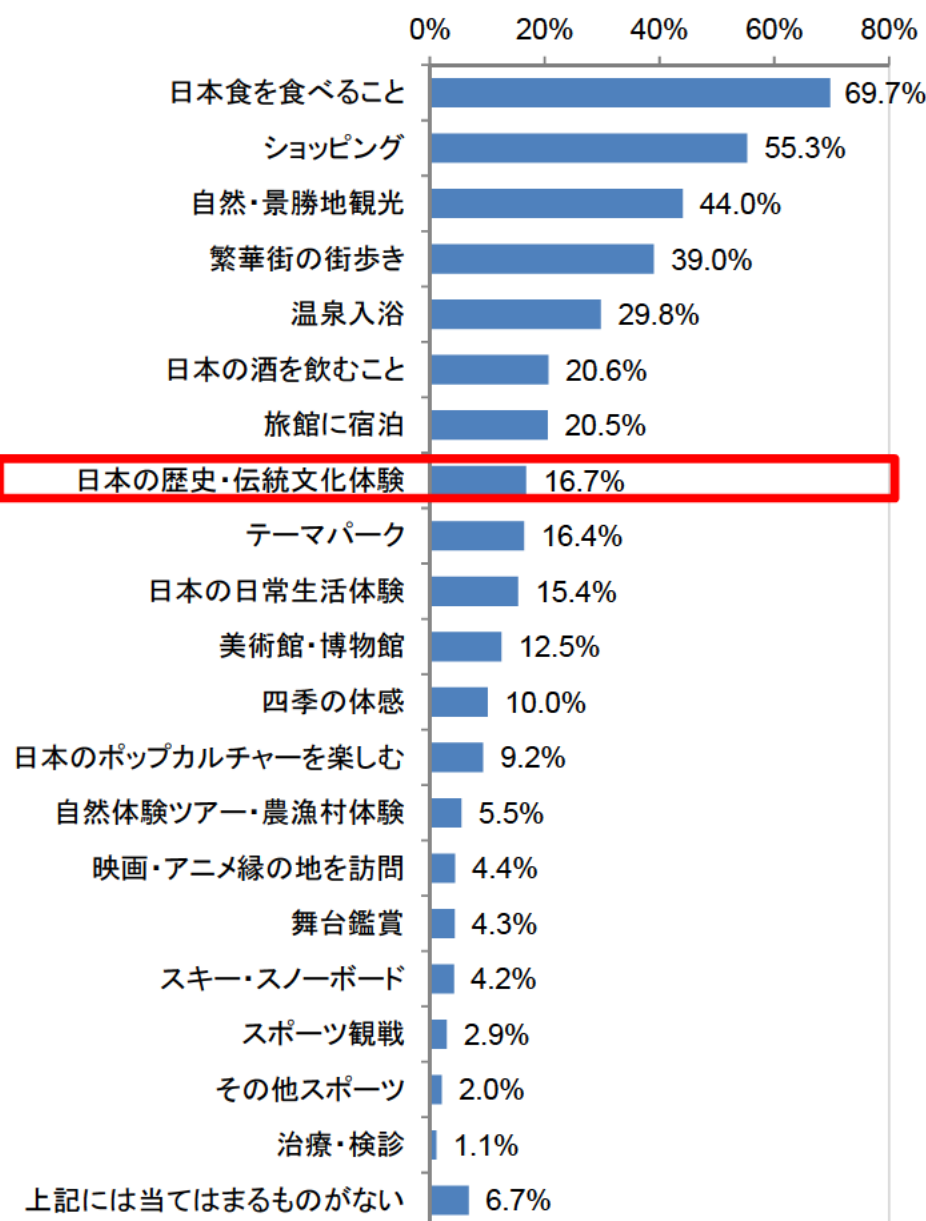
※農林水産物の金額は農林水産省公表値。

※映像機器にはテレビの輸出額を含む。

※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

拡大するインバウンド消費と変貌する産業・地域（訪日動機）

（図）訪日前に期待していたこと（2015年（平成27年））



日本食を食べること		ショッピング		日本の歴史・伝統文化体験	
オーストラリア	81.2	香港	68.4	スペイン	44.7
イタリア	80.6	タイ	67.1	英国	39.4
フランス	80.3	中国	63.5	カナダ	38.8
スペイン	79.8	台湾	63.0	フランス	38.7
タイ	79.7	ベトナム	61.0	イタリア	38.0
フィリピン	78.5	マレーシア	57.4	米国	36.6
カナダ	78.2	シンガポール	55.0	オーストラリア	36.5
香港	77.7	フィリピン	54.1	ベトナム	30.2
ドイツ	77.0	インドネシア	51.6	ドイツ	29.5
米国	76.5	オーストラリア	49.9	ロシア	26.2
シンガポール	76.0	韓国	43.1	インドネシア	24.8
マレーシア	73.7	イタリア	42.9	タイ	24.5
英国	73.7	フランス	42.6	フィリピン	23.8
インドネシア	72.4	カナダ	42.4	シンガポール	22.3
ベトナム	71.5	ロシア	42.3	マレーシア	20.4
台湾	68.3	米国	37.7	インド	18.3
ロシア	66.7	インド	37.5	台湾	14.2
韓国	65.2	スペイン	35.0	中国	11.6
中国	63.9	ドイツ	32.1	香港	10.6
インド	52.7	英国	32.0	韓国	7.2
その他	79.8	その他	43.8	その他	36.1

東アジア
 他のアジア（東南アジア等）
 欧米等

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

「明日の日本を支える観光ビジョン」

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

訪日外国人旅行者数2000万人の目標達成が視野に入ってきたことを踏まえ、次の時代の新たな目標の設定とそのために必要な対応の検討を実施。

- 【議長】 内閣総理大臣
 【副議長】 内閣官房長官、国土交通大臣
 【構成員】 副総理兼財務大臣、地方創生担当大臣、一億総活躍担当大臣、総務大臣、法務大臣、外務大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣
 (民間有識者)
 石井 至 石井兄弟社(旅行ガイド出版社)社長
 井上 慎一 Peach Aviation(株)代表取締役CEO
 大西 雅之 鶴雅グループ代表
 小田 真弓 旅館 加賀屋 女将
 唐池 恒二 九州旅客鉄道(株)会長
 デービッド・アトキンソン 小西美術工芸社社長
 李 容淑 大阪国際大学客員教授



〈議長：安倍内閣総理大臣〉

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 ワーキンググループ

- 【座長】 内閣官房長官
 【座長代理】 国土交通大臣
 【構成員】 内閣官房副長官、内閣総理大臣補佐官
 内閣官房副長官補、関係省庁局長 等



〈座長：菅内閣官房長官〉

3月30日 「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定

「明日の日本を支える観光ビジョン」 新たな目標値

安倍内閣 3 年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

- ・ **訪日外国人旅行者数**は、**2 倍増**の**約2000万人**に
- ・ **訪日外国人旅行消費額**は、**3 倍増**の**約 3.5 兆円**に

(2012年) (2015年)

836万人 ⇒ 1974万人

1兆846億円 ⇒ 3兆4771億円

新たな目標への挑戦！

訪日外国人旅行者数

2020年： **4,000万人**
(2015年の約2倍)

2030年： **6,000万人**
(2015年の約3倍)

訪日外国人旅行消費額

2020年： **8兆円**
(2015年の2倍超)

2030年： **15兆円**
(2015年の4倍超)

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： **7,000万人泊**
(2015年の3倍弱)

2030年： **1億3,000万人泊**
(2015年の5倍超)

外国人リピーター数

2020年： **2,400万人**
(2015年の約2倍)

2030年： **3,600万人**
(2015年の約3倍)

日本人国内旅行消費額

2020年： **21兆円**
(最近5年間の平均から約5%増)

2030年： **22兆円**
(最近5年間の平均から約10%増)

「明日の日本を支える観光ビジョン」－世界が訪れたいくなる日本へ－ 概要

平成28年3月30日策定

これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
 - ・ 赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放
- 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
 - ・ 2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
 - ・ 2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
 - ・ 2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
 - ・ 60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、民泊・民泊の整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援
- あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
 - ・ 欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
 - ・ MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
 - ・ 首都圏におけるビジネス・観光の受入環境改善
- 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
 - ・ 2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
 - ・ 観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
 - ・ 世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
 - ・ ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現
 - ・ キャッシュレス観光を実現
- 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
 - ・ 「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化
 - ・ 新幹線開業やコンセクション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現
- 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現
 - ・ 2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
 - ・ 家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

文化財のデジタルアーカイブ化とVRの観光活用 ―考えられる視点―

① 保存・修復・再現する技術の観光コンテンツ化

- 価値ある文化財を保存・修復・再現する技術について、魅力ある観光コンテンツとして活用するとともに、地場産業の活性化につなげる。

➢ 例：「法隆寺 再現 釈迦三尊像」

富山県高岡市・南砺市と東京藝大の産学官連携事業



② 見えない文化財の可視化

- 公開制限があるものや、現存していないものを可視化することにより、日本文化をより深く発信する。

➢ 例：「ミュージアムシアター」

東京国立博物館と凸版印刷との連携事業



③ 高品質の画像やV Rを活用した国内外への日本文化の発信

- 地方の美術館・博物館や観光施設の動画・HP等を、高品質の画像を用いて効率的・効果的に充実。

- 360°ゴーグルやV Rゲーム等も用いて、海外で日本文化をPRすることにより、訪日誘客促進につなげる。

➢ 例：海外旅行博でのV Rゴーグルの活用

