

自由民主党 日本経済再生本部 経済好循環実現委員会

4,000万人相互交流時代の観光立国戦略
～訪日外国人2,000万人・日本人海外旅行2,000万人～

2015年4月2日(木)

一般社団法人 日本旅行業協会 会長
株式会社ジェイティービー 代表取締役会長
田川 博己

「住んでよし、訪れてよしの国づくり」

＜観光立国懇談会報告書(平成15年4月24日)より＞

21世紀は、各国がその魅力を競い合う時代である。日本人の海外への旅行者数が約1,600万人であるのに対し、日本への外国人旅行者数は約500万人にとどまっており、極めてアンバランスな状態にある。海外からの来訪者を現在のレベルから2010年に倍増させるためには、政府を始め、国の総力を挙げて取り組まなければならない。このため、

・観光立国への戦略を総合的に確立すること

- －「己を知る」: 自らの魅力を十分に分析、認識すること、日本人自身が自分の住む土地を愛し、社会に誇りを持つ
- －「他人に学ぶ」: 成功している国々の経験をつぶさに検討する
- －「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を目指す

・政府において内閣官房を始め、関係省庁一体となって取り組む体制を整えるとともに、官民が協力し合い、在外公館や海外の関連機関が連携し、かつ、地方も参画して国を挙げて取り組んでいく有機的なシステムを整備すること

・全ての日本人が来訪する海外の人々を暖かく「迎え入れる心」をもつこと

が必要である。

1. はじめに ～観光立国推進に向けての2020年までの流れ～

オリンピック・パラリンピック東京大会開催決定を契機に世界から注目される日本を売り込む最大のチャンスが到来。ディステーションマーケティングを効果的に実施することにより2020年以降も継続的に訪日外国人観光客を増加させることが可能。



2013-2020年の8年間は、日本を世界に売り込む黄金期

2007年
観光立国推進基本計画

2008年
観光庁設置

2010年スポーツ立国戦略策定
(文部科学省)

2011年
スポーツツーリズム推進基本方針
(観光庁)

2012年3月
観光立国推進基本計画改定

国際スポーツイベント
を活用したディステーション
マーケティングの実施

2013年3月
観光立国推進閣僚会議設置

2012年4月
一般社団法人日本スポーツツーリズム機構設立

2020年
東京オリンピック・パラリンピック開催

2019年
ラグビーワールドカップ開催

2017年
冬季アジア札幌大会開催

2016年
リオ五輪

2015年
ラグビーW杯(ロンドン)

スポーツ庁設置(2015年?)

2013年9月
東京オリンピック・パラリンピック
開催決定

2013年6月
観光立国実現に向けた
アクション・プログラム策定

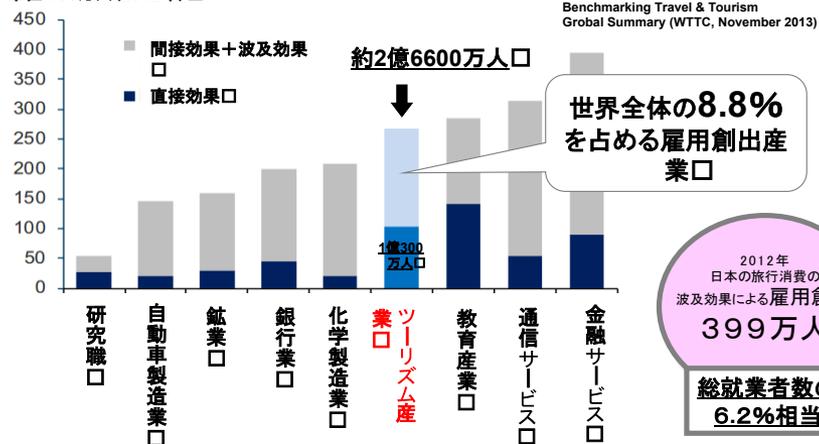
2. 観光産業の現状と成長ポテンシャル

世界のツーリズム産業の雇用創出効果は8.8%

重要な雇用創出産業

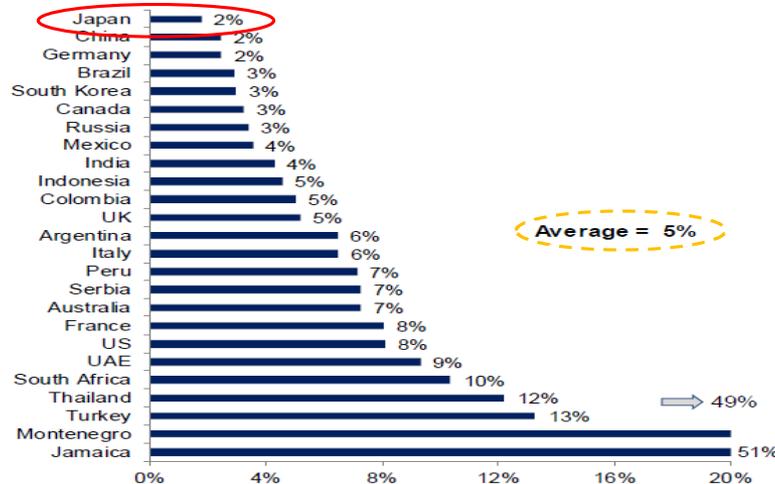
Global Employment Impact by Industry

単位:100万人(2012年)口



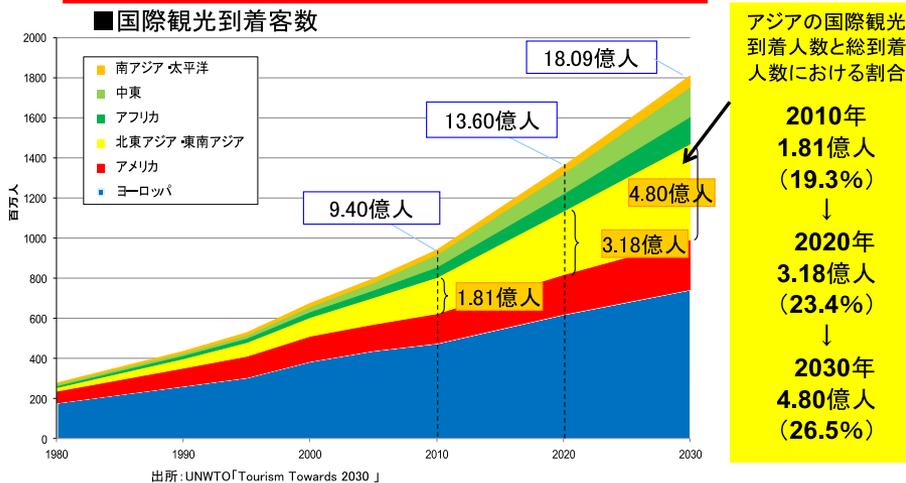
国別 総輸出に占めるツーリズム産業の割合

Travel & Tourism Share of Total Exports (2013)



2030年までの市場予測:北東アジア・東南アジアが伸長

→アジア観光 ビッグバンの到来



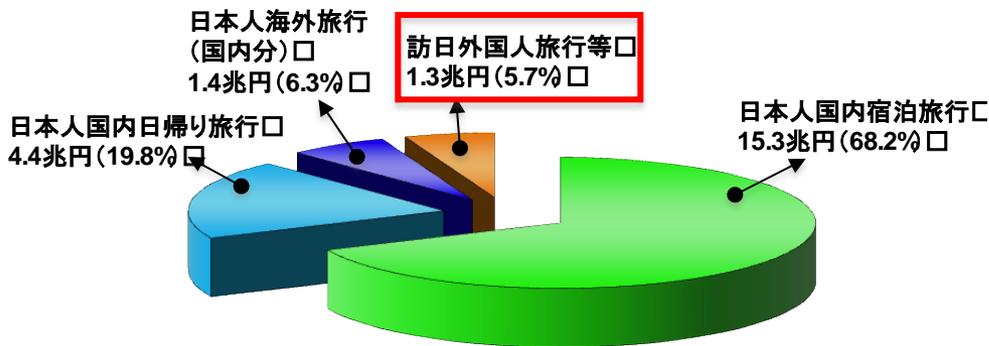
- 2030年までに経済成長が著しい北東アジア・東南アジアにおける旅行市場が急拡大し、欧州に次ぐ市場となることが予測される。
- 特に中国、インドネシア、インドの上位中間所得層における海外旅行が増加し、訪日外国人数と観光消費額を拡大させることが期待できる。

2. 観光産業の現状と成長ポテンシャル

<国内における旅行消費額(2012年)>

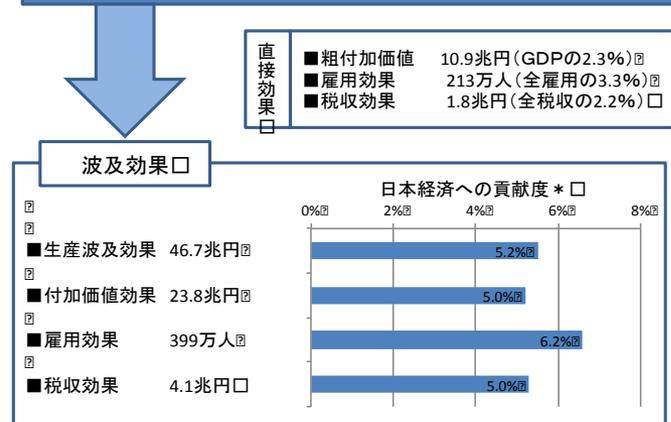
旅行消費額 22.5兆円

このうち訪日外国人旅行は1.3兆円(5.7%)



出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支状況(確報)」より

観光消費 22.5兆円(国内産業への直接効果21.5兆円)



日本経済への貢献度 * 口

効果の種類	貢献度 (%)
生産波及効果	5.2%
付加価値効果	5.0%
雇用効果	6.2%
税収効果	5.0%

出展:観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究(2012年度版)」

<観光消費額のGDPへの貢献度国際比較>

□観光消費額対GDPシェアランキング国際比較

<直接効果>

国/地域	2013 % share
25 Thailand	9.0
46 Spain	5.7
68 Italy	4.2
79 France	3.9
83 United Kingdom	3.5
World	2.9
Asia Pacific	2.9
114 United States	2.7
116 China	2.6
117 Australia	2.6
136 Japan	2.2
162 Germany	1.7

(日本136位)

<総合効果>

国/地域	2013 % share
35 Thailand	20.2
43 Spain	15.7
75 United Kingdom	10.5
78 Italy	10.3
80 Australia	10.0
World	9.5
86 France	9.5
92 China	9.2
Asia Pacific	8.9
104 United States	8.4
123 Japan	6.9
159 Germany	4.7

(日本123位)

□観光消費額GDP貢献度ランキング国際比較

<直接効果>

国/地域	2013 (US\$bn)
1 United States	450.2
2 China	241.8
Asia Pacific Average	163.5
3 Japan	105.6
4 France	100.4
5 United Kingdom	90.3
6 Italy	81.9
9 Spain	74.2
10 Germany	58.5
11 Australia	39.0
14 Thailand	34.9
World Average	18.0

(日本3位)

<総合効果>

国/地域	2013 (US\$bn)
1 United States	1416.0
2 China	850.1
Asia Pacific Average	504.2
3 Japan	339.9
4 United Kingdom	268.6
5 France	246.2
7 Spain	203.8
8 Italy	201.8
10 Germany	164.2
11 Australia	151.1
17 Thailand	78.1
World Average	55.0

(日本3位)

世界第3位のGDP規模を誇る我が国では、観光消費額の対GDPシェアは低くなるが、国内旅行市場規模が大きく金額ベースでは世界3位となる。

3. 訪日外国人観光客拡大の道筋

＜シナリオの方向性＞
 2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会に向けて、訪日外国人観光客2,000万人を目指す、それを通過点として更なる拡大を図る。

訪日外国人3,000万人プログラムの実現による観光大国のポジション確立を目指す



英国の外国人旅行者数に匹敵する
 (世界第6位以内)

香港の外国人旅行者数に匹敵する
 (世界第15位以内)

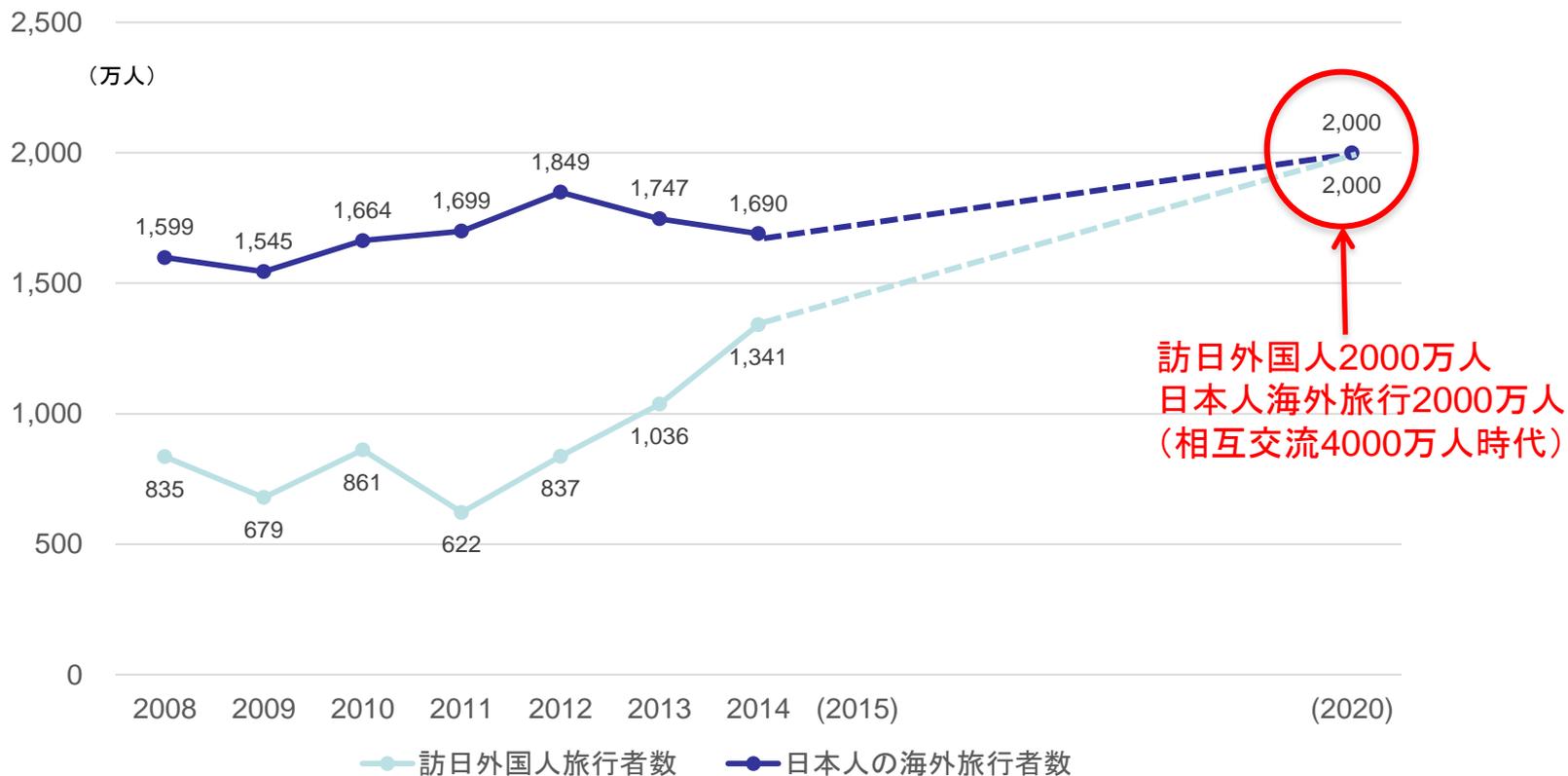
ギリシャの外国人旅行者数に匹敵する
 (世界第17位以内)

単位: 万人 ※JNTO訪日外客統計をベースにJTBIにて作成

3. 訪日外国人観光客拡大の道筋



ツーウェイツーリズムによる4000万人相互交流の達成イメージ (訪日外国人2,000万人、日本人海外旅行2,000万人)

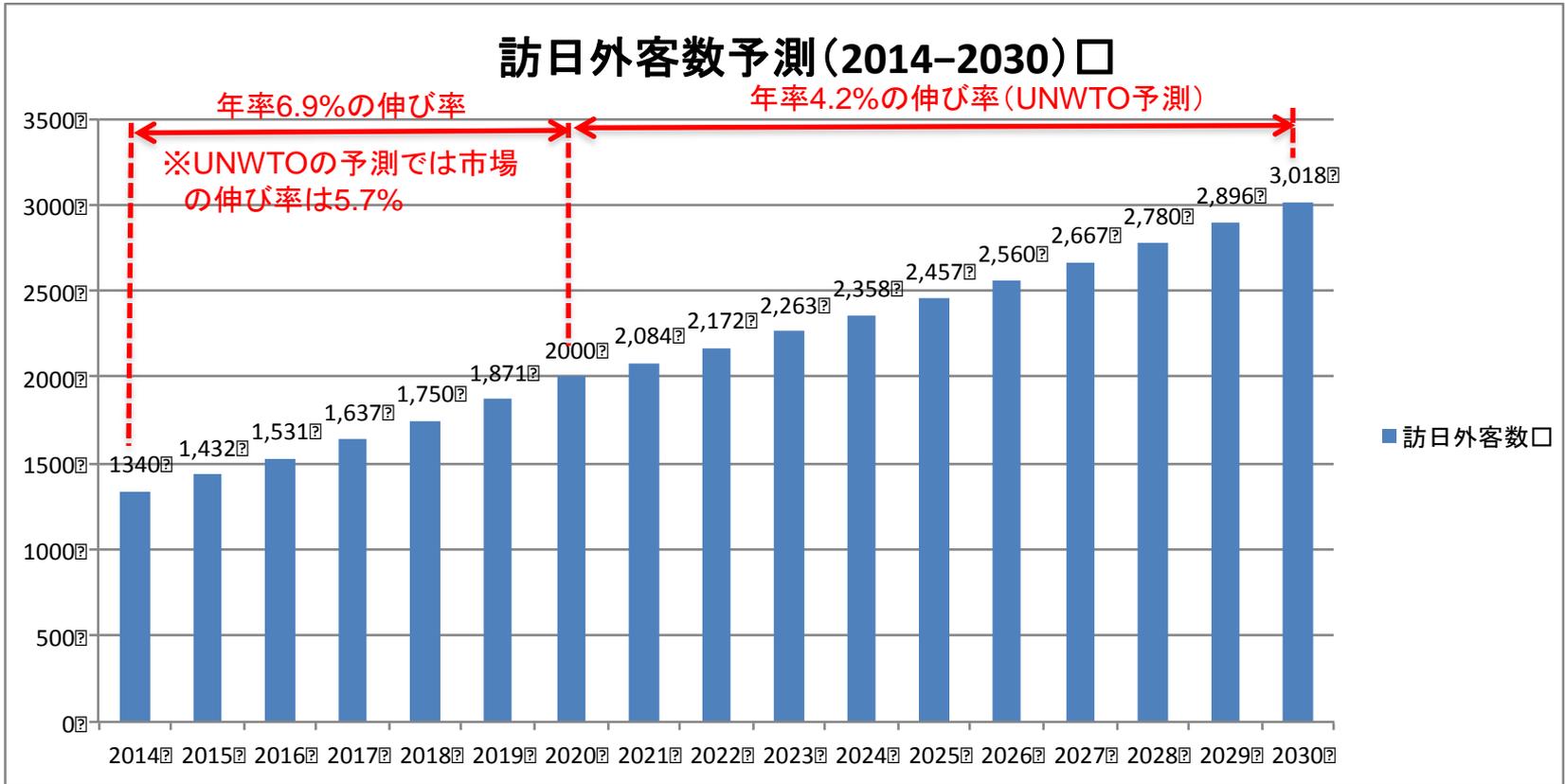


- 現状はインバウンドの伸びが目覚しく、アウトバウンドとの拮抗が視野にはいる。
- 将来的に両者のバランスを取りながら、2020年に4000万人の交流を目指す。

資料:「観光立国推進基本計画」、観光庁「観光白書」

4. 2,000万人実現時の「姿」・「ビジョン」

2000年に外国人旅行者2,000万人を達成することにより、その後は市場の伸び率に合わせて増加することで2030年に3,000万人の達成が実現すると予測できるが、2020年以降は査証緩和などの効果も大きく影響しないことや外交や経済状況など外的要因も不透明であり、さらには韓国をはじめ周辺国のインバウンド誘致も加速していくことから訪日客獲得に向けた継続的な努力が必要。



※2014年～2000年は、2000年に2,000万人を達成した場合の伸び率は年率6.9%となる。
※2021年～2000年は、国連世界観光機関(UNWTO)予測による、北東アジアの国際観光客到着数の年平均伸び率4.2%をベースに試算。

【データ出所】JTBにて作成

相互交流4,000万人時代

訪日外国人2,000万人・海外旅行2,000万人

～ツーリズム産業が地域と海外との交流促進を担う～

クール・ジャパン戦略

【 世界 】

日本を売る！

モノ・コトの『魅力』海外発信
伝統文化・食・ライフスタイル・・・

【 日本 】

人と文化の相互交流を
新たな時代の日本の
成長エンジンへ

人口減少・成熟社会の
我が国における新たな
成長・発展へ

本物を見に日本へ！

訪日外国人2,000万人へ

ビジット・ジャパン戦略

4. 2,000万人実現時の「姿」・「ビジョン」

世界の中の日本の観光競争力→2000万人時代にどうあるべきか？

World Economic Forum (WEF ダボス会議)
観光分野における国際競争力ランキング2013(TTCILレポート)より

2013年 総合ランキング

日本 14位 (2011年 22位から躍進)

(参考)

1位 スイス(2011年 1位)

2位 ドイツ(2位)

10位 シンガポール(10位)

12位 ニュージーランド(19位)

25位 韓国(32位)

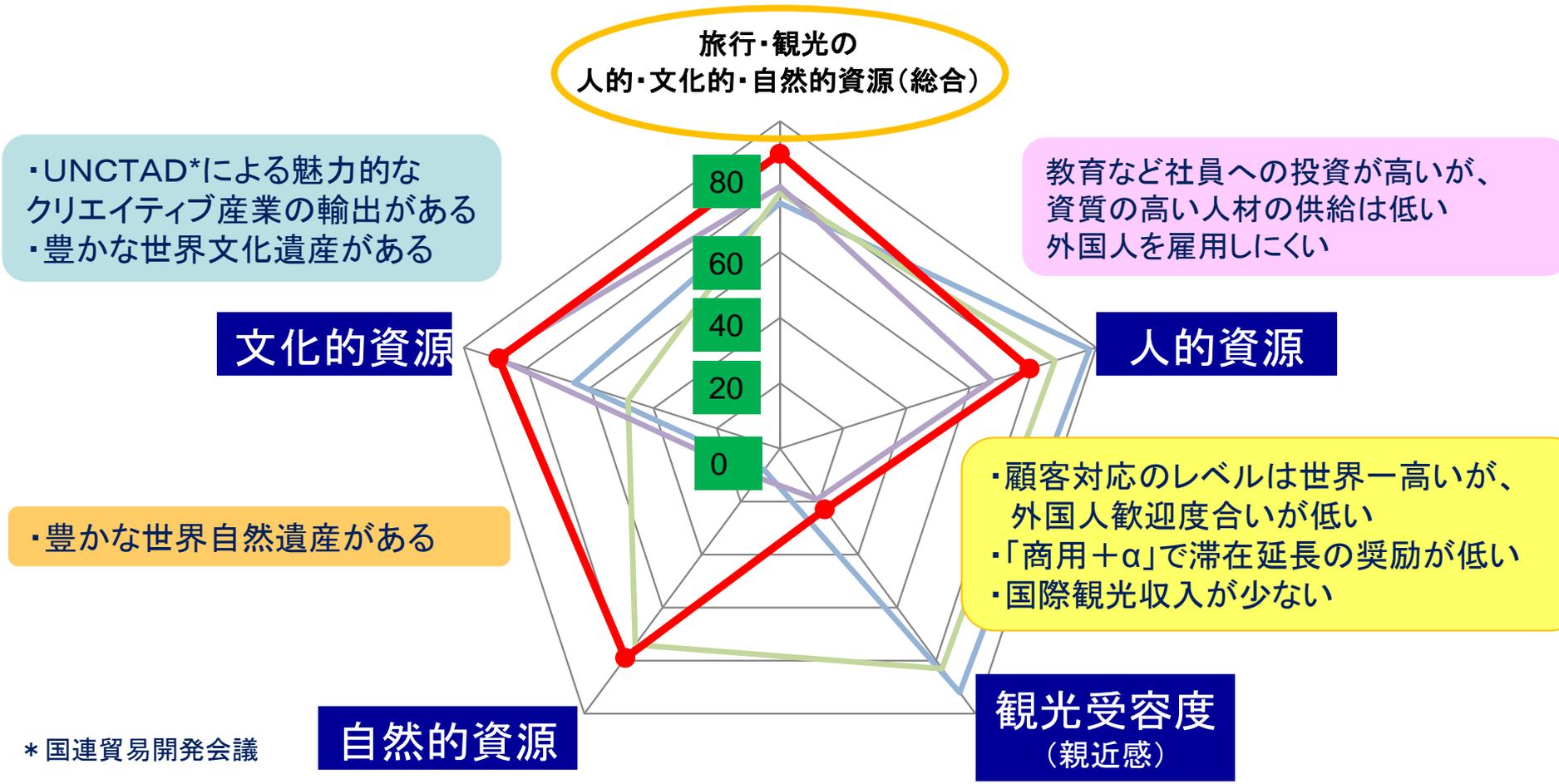


訪日外客数だけではなく、様々な観点で国際観光競争力を高める必要がある。

4. 2,000万人実現時の「姿」・「ビジョン」

アジア太平洋競合4か国ランキング比較と日本の特徴

「人的・文化的・自然的資源」の項目別



* 国連貿易開発会議

- 韓国(25位)
- シンガポール(10位)
- 日本(14位)
- ニュージーランド(12位)

※各指標については参考資料の「資料5」を参照してください。

4. 2,000万人実現時の「姿」・「ビジョン」

＜2000万人実現時の日本のあるべき姿＞

東京五輪という日本PRの最大の機会を活かし、日本ブランドの価値が世界にさらに浸透し、五輪終了後も訪日外国人旅行者が増加する。東京のみならず日本全国各地にその効果が波及することで、観光インフラ整備が進むことにより国際的な観光競争力が向上し、観光関連産業が成長産業として日本経済を牽引していく。訪日外国人2000万人が達成されるだけでなく、日本からの海外旅行者数2000万人も達成され、ツーウェイツーリズムの推進による「交流立国」へ発展していく。



5. 観光立国実現に向けて優先的に取り組むべきアクション

1. 訪日インバウンドの更なる加速

- ① 戦略的なジャパン・ブランドのPR強化
- ② 世界レベルの観光地開発に向けた体制づくり
- ③ 旅行消費拡大に向けたショッピングツーリズムの更なる拡大
(クールジャパン戦略との連携)
- ④ 国際会議場・展示会場等のMICE受入環境の拡充
- ⑤ 入国審査場の改善
(外国人向け審査ゲートの増加、ファーストレーンの導入等)

2. 国内旅行需要喚起

- ① 休日・休暇の促進(分散化・拡大)
- ② 新たなツーリズム市場の創造・拡大
(ヘルスツーリズム、スポーツツーリズム、ペットツーリズム等)
- ③ 国内富裕層、シニア層の旅行需要喚起
(長期滞在型旅行の受入体制整備促進等)
- ④ 法人旅行市場の拡大に向けた税制優遇
(従業員レクレーション旅行、研修旅行の課税の条件緩和)
- ⑤ 交通機関の割引制度の更なる拡充

世界と日本の双方向の交流による 「交流立国」の実現

3. ツーウェイツーリズムの促進

- ① 若年の国際交流支援(5年パスポートの無料化等)
- ② 地方都市における国際化促進
(地方空港の2ウェイチャーターの促進、地方でのクルーズ施設の整備 等)
- ③ 文化・スポーツ・観光の一体的な双方向交流の促進
- ④ 途上国への観光インフラ整備と双方向交流の拡大
- ⑤ 訪日プロモーションと海外旅行イベントの相乗効果