

観光立国の実現に向けた取組について

観光庁

平成23年7月

観光立国の意義

1. 国際観光の推進はわが国のソフトパワーを強化するもの

- 諸外国との健全な関係の構築は国家的課題
- 国際観光を通じた草の根交流は、国家間の外交を補完・強化し、安全保障にも大きく貢献
- 中国、韓国からの訪日観光客数は大きく拡大
- 年間の訪日観光客数は中国101万人、韓国159万人（平成21年、両国で全体の38.2%）

2. 観光は少子高齢化時代の経済活性化の切り札

- 少子高齢化で成熟した社会には、観光振興＝交流人口の拡大、需要の創出による経済の活性化が有効
- 国内旅行消費額は22.1兆円。生産波及効果は48.0兆円で、これによる雇用効果は406万人（総就業者数の6.3%）（※ともに平成21年度）
- 訪日外国人も今や無視できない消費活動の主体（平成21年度の訪日外国人旅行消費額→1.2兆円）

3. 交流人口の拡大による地域の活性化

- 地方においては地域振興策の新たなアプローチが必要。観光による交流人口の拡大は地域経済の起爆剤
- 集客力のある個性豊かな地域づくりは、各地域の自主・自律の精神も促す

4. 観光立国により国民の生活の質を向上

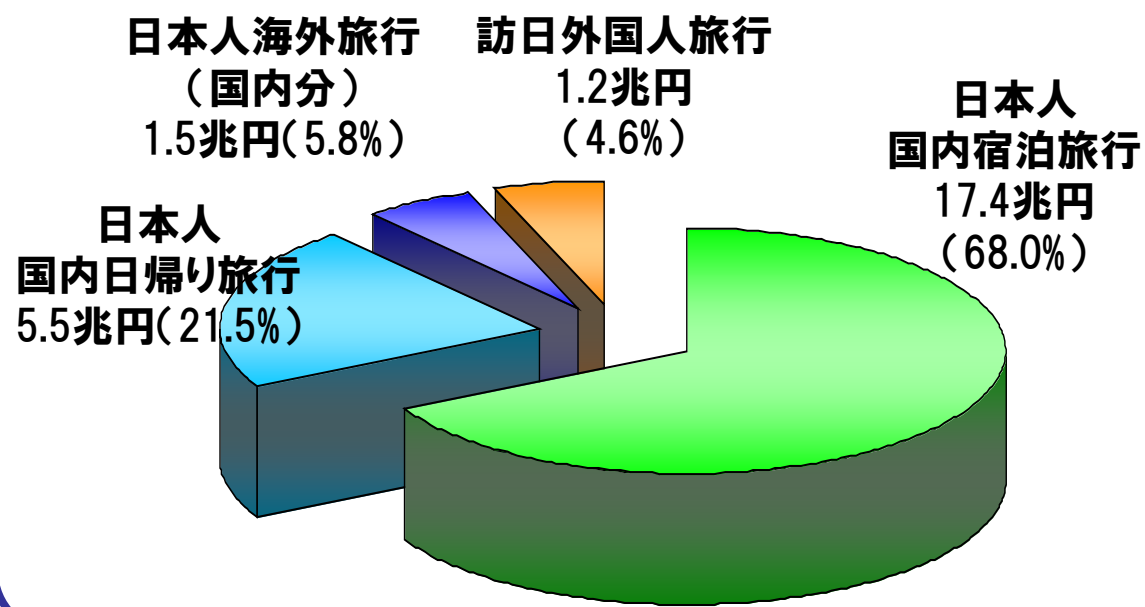
- 退職期を迎える団魂の世代は、新たな生きがいを模索。観光交流の拡大は、精神活動を含めて生活の質の充実に貢献
- 観光立国の推進は、我が国の歴史的・文化的価値を再認識するプロセスであり、日本の魅力の再活性化にもつながるもの



～ 観光交流人口の拡大による日本の再生 ～

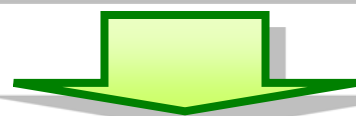
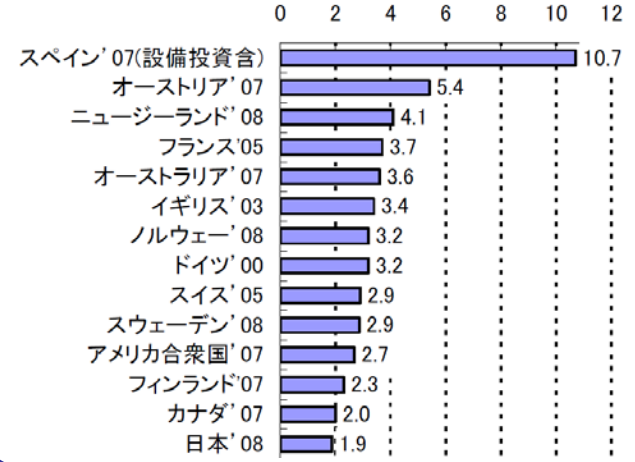
国内における旅行消費額(平成21年)

25.5兆円



観光産業の付加価値 11.5兆円
(対名目GDP 2.3%)(H20年度)


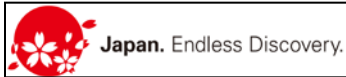
TSA 国際比較
＜観光GDPが占めるシェア＞



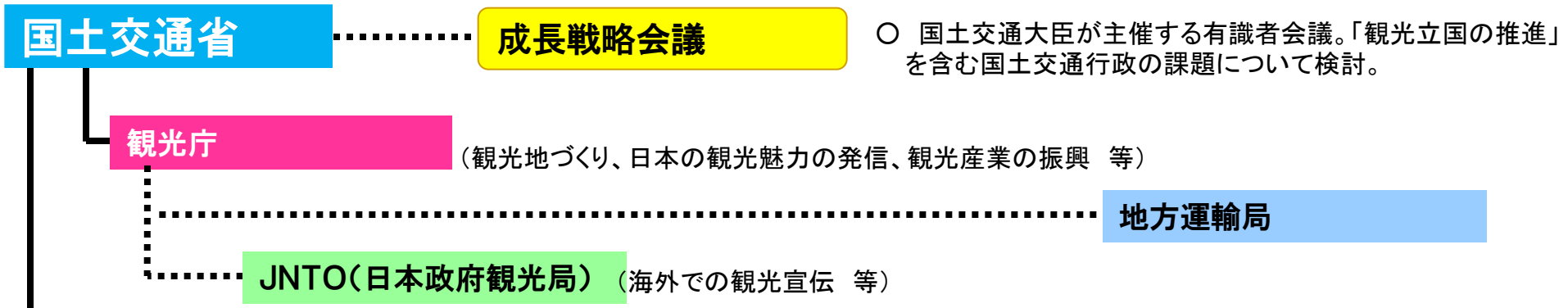
我が国経済への貢献度(経済効果)

生産波及効果	53.1兆円	・・・6.1%(対国民経済計算 産出額)
付加価値効果	27.1兆円	・・・5.8%(対名目GDP)
雇用効果	462万人	・・・7.3%(対全国就業者数)
税収効果	7.4兆円	・・・9.6%(対国税+地方税)

観光行政をめぐる最近の動き

平成15年	1月31日 4月1日	<u>小泉総理が施政方針演説で「2010年に訪日外国人旅行者を倍増の1,000万人に」と発言</u> <u>ビジット・ジャパン・キャンペーン開始</u>	
平成18年	12月13日	<u>観光立国推進基本法が成立（全会一致）</u>	
平成19年	6月29日	<u>観光立国推進基本計画を閣議決定</u>	
平成20年	10月1日	<u>観光庁設置</u>	
平成21年	3月13日 6月23日 7月1日	観光立国推進戦略会議が「訪日外国人2,000万人時代の実現へ」をとりまとめ 経済財政の基本方針2009を閣議決定。「世界に誇る観光大国実現（2020年までに訪日外国人旅行者数を2000万人へ）」並びに「休暇の取得・分散化の促進」について記載 中国個人観光ビザ発給開始	
	9月16日	鳩山内閣発足	
	10月15日	<u>「訪日外国人3,000万人プログラム」を打ち出し（平成22年度予算概算要求）</u>	
	10月26日	第1回「国土交通省成長戦略会議」を開催	
	12月9日	第1回「観光立国推進本部」を開催	
平成22年	5月17日	国土交通省成長戦略会議 取りまとめ	
	6月8日	菅内閣発足	
	6月18日	<u>新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～を閣議決定。「観光立国・地域活性化戦略」が7つの戦略分野の一つに選定される。さらに「訪日外国人3,000万人プログラム」と「休暇取得の分散化」が国家戦略プロジェクトに選定される。</u>	
	7月1日	中国個人観光ビザ発給要件緩和	

観光立国の推進体制



観光立国推進本部 ○ 国土交通大臣が主宰し、全府省の副大臣等で構成。

- 法務省** (出入国審査体制の充実 等)
- 外務省** (在外公館を通じた広報、査証の見直し 等)
- 文部科学省** (文化財の保全・活用、文化の振興、留学生交流、教育旅行 等)
- 厚生労働省** (勤労者の休暇の取得促進、旅館施設の環境衛生管理 等)
- 農林水産省** (都市と農山漁村の共生・対流、農山漁村の社会資本整備 等)
- 経済産業省** (サービス産業の創出、コンテンツ産業の育成、産業観光 等)
- 環境省** (国立公園、世界自然遺産の保全、エコツーリズム 等)
- その他**

民間・地方公共団体との協力

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 地方公共団体 | (社)日本旅行業協会 (JATA) |
| 日本経済団体連合会 観光委員会 | (社)全国旅行業協会 (ANTA) |
| 日本商工会議所 観光専門委員会 | (社)日本観光協会(日観協) |
| (社)日本ツーリズム産業 団体連合会(TIJ) | その他団体(ホテル・旅館等) |

【7つの戦略分野】

- I 環境・エネルギー大国戦略
- II 健康大国戦略
- III アジア経済戦略
- IV **観光立国・地域活性化戦略**
- V 科学・技術・情報通信立国戦略
- VI 雇用・人材戦略
- VII 金融戦略

(新成長戦略:2010年6月18日 閣議決定)

①訪日外国人を2020年初めまでに2,500万人に。将来的には3,000万人までの増加を目指す。

②新しい観光アイテムの創造、及び創意工夫を活かした観光地づくりのための規制緩和・人材育成の推進。

③休暇取得の分散化等を促進。

(成長戦略会議:国土交通省)

成長戦略会議の対象5分野の連関

成長戦略会議が対象とする5分野は、わが国経済の成長を考える上でそれぞれ重要な分野であり、相互に密接な関係を有している。従って、アジアの成長を取り込み、日本の成長を実現するとの大きな目標のもと、以下のように相互が有機的に連関しシナジー効果を最大限発揮するための施策展開を積極的に行っていく必要がある。

観光分野

訪日外国人数3,000万人の実現のための首都圏空港の容量拡大・移動コストの低減など

航空分野

大都市圏の国際競争力強化など

安全・快適な港湾によるクルーズの促進

まちの魅力向上や地域の観光資源の有効活用など

海洋分野

住宅・都市分野

港湾経営の民営化の推進など

都市開発と共に行うインフラ整備でのPPPやインフラファンドの活用など

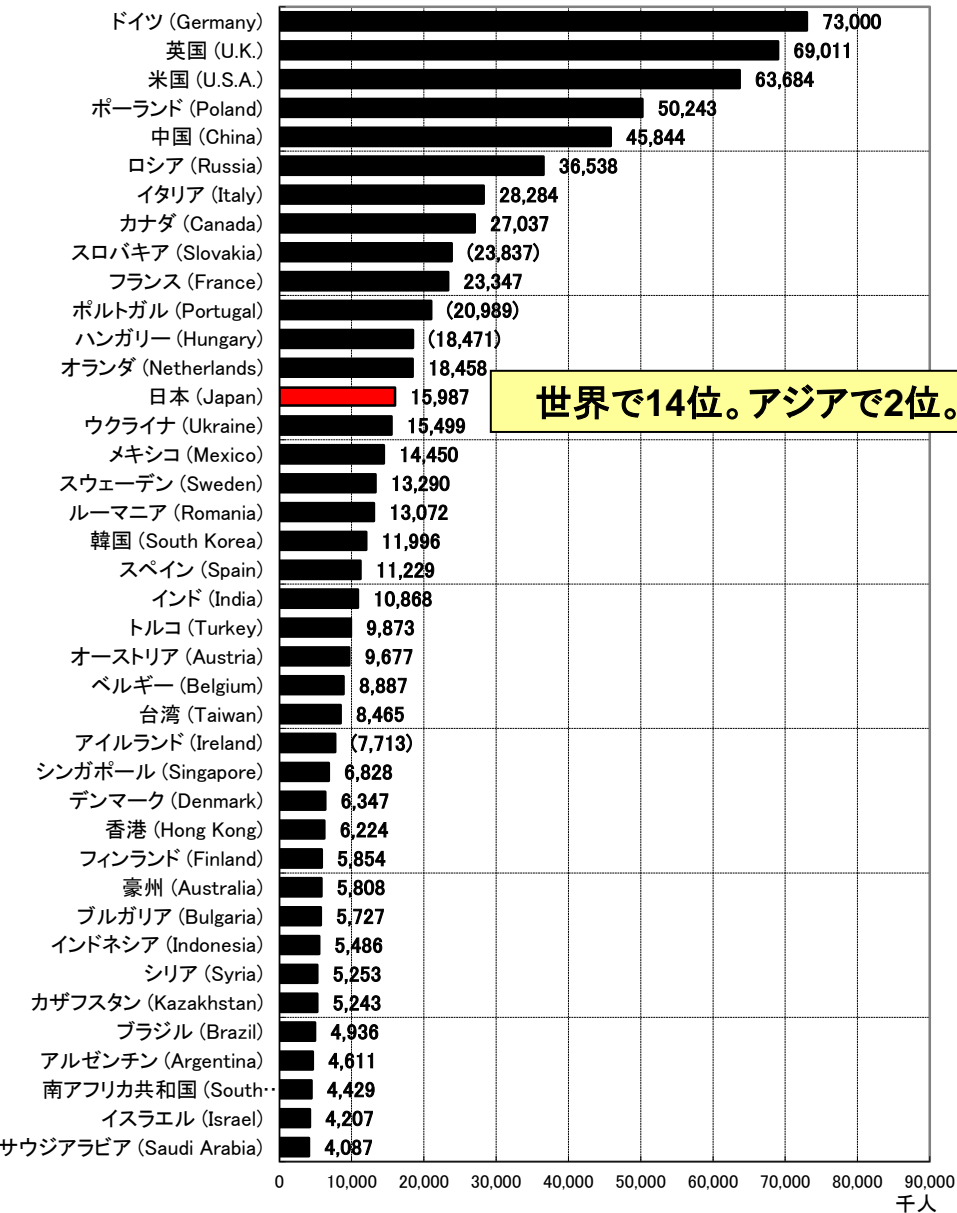
観光施設のPPP推進など

国際展開・官民連携分野

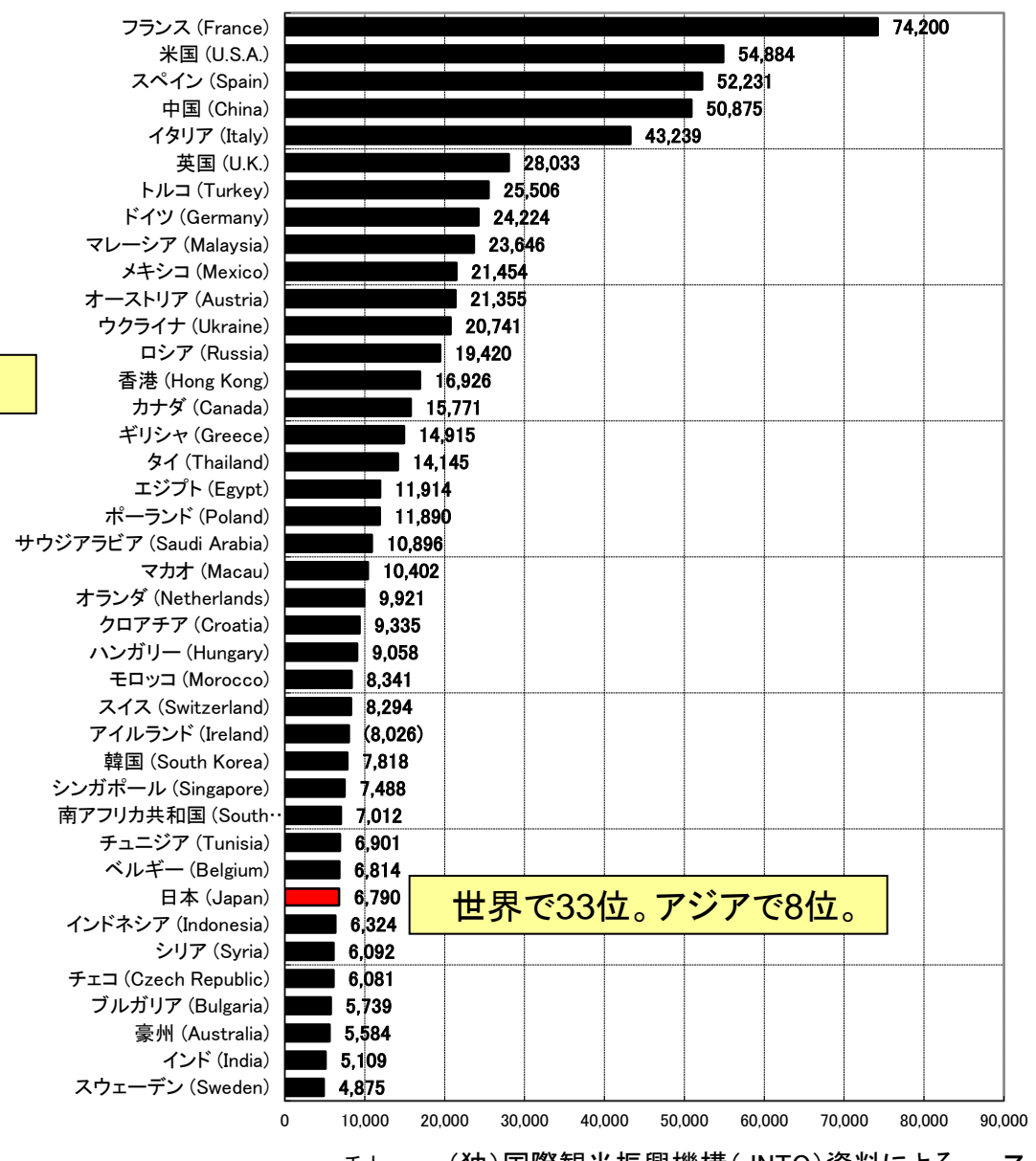
空港整備のPPP推進など

外国人旅行者受入数の国際比較

出国者数(2008年)



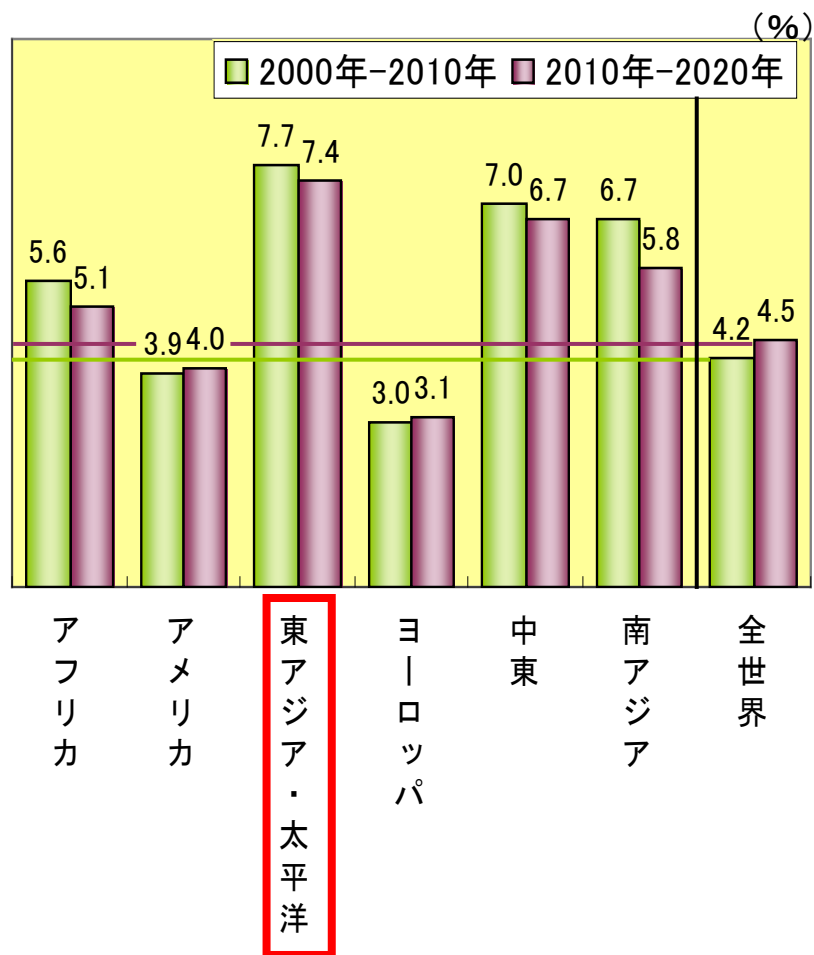
入国者数(2009年)



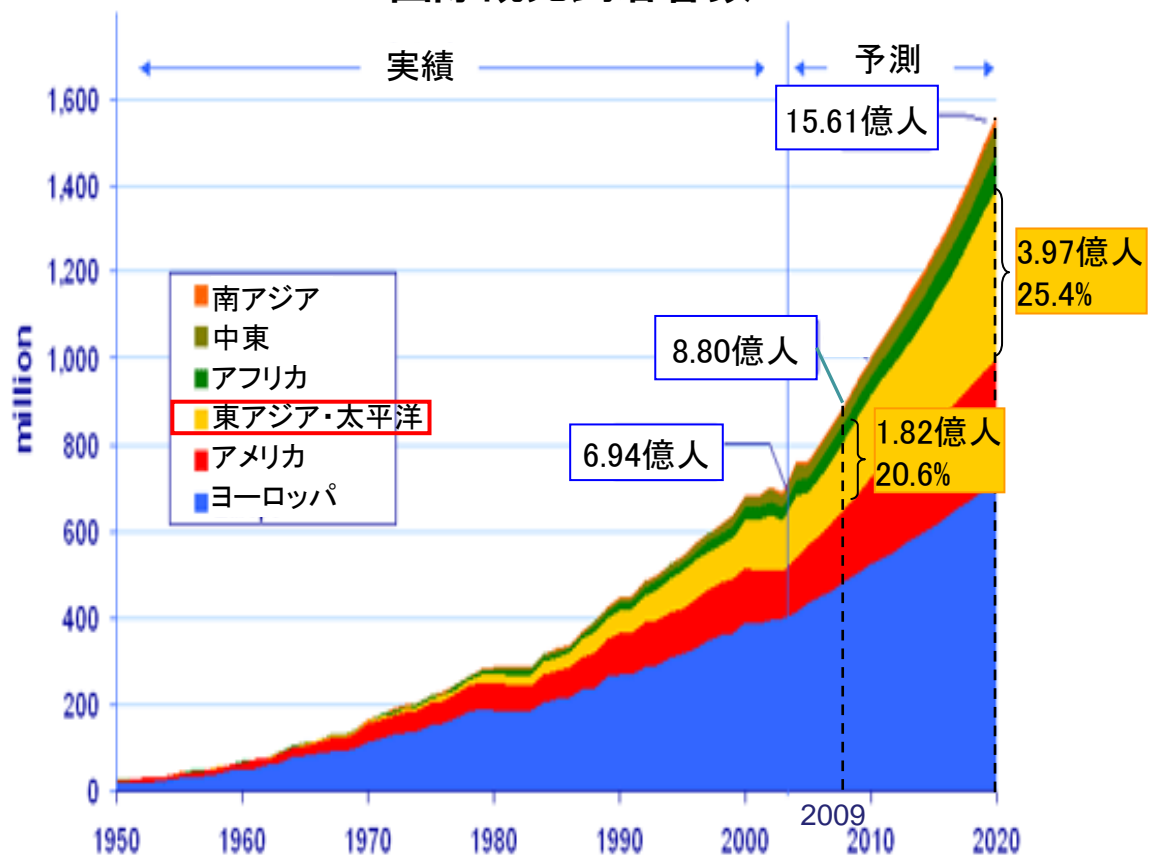
拡大する東アジア・太平洋地域の国際観光市場

■ 東アジア・太平洋地域は世界の中で最も高い伸びが予測される国際観光市場。

国際観光到着客数の年平均伸び率予測



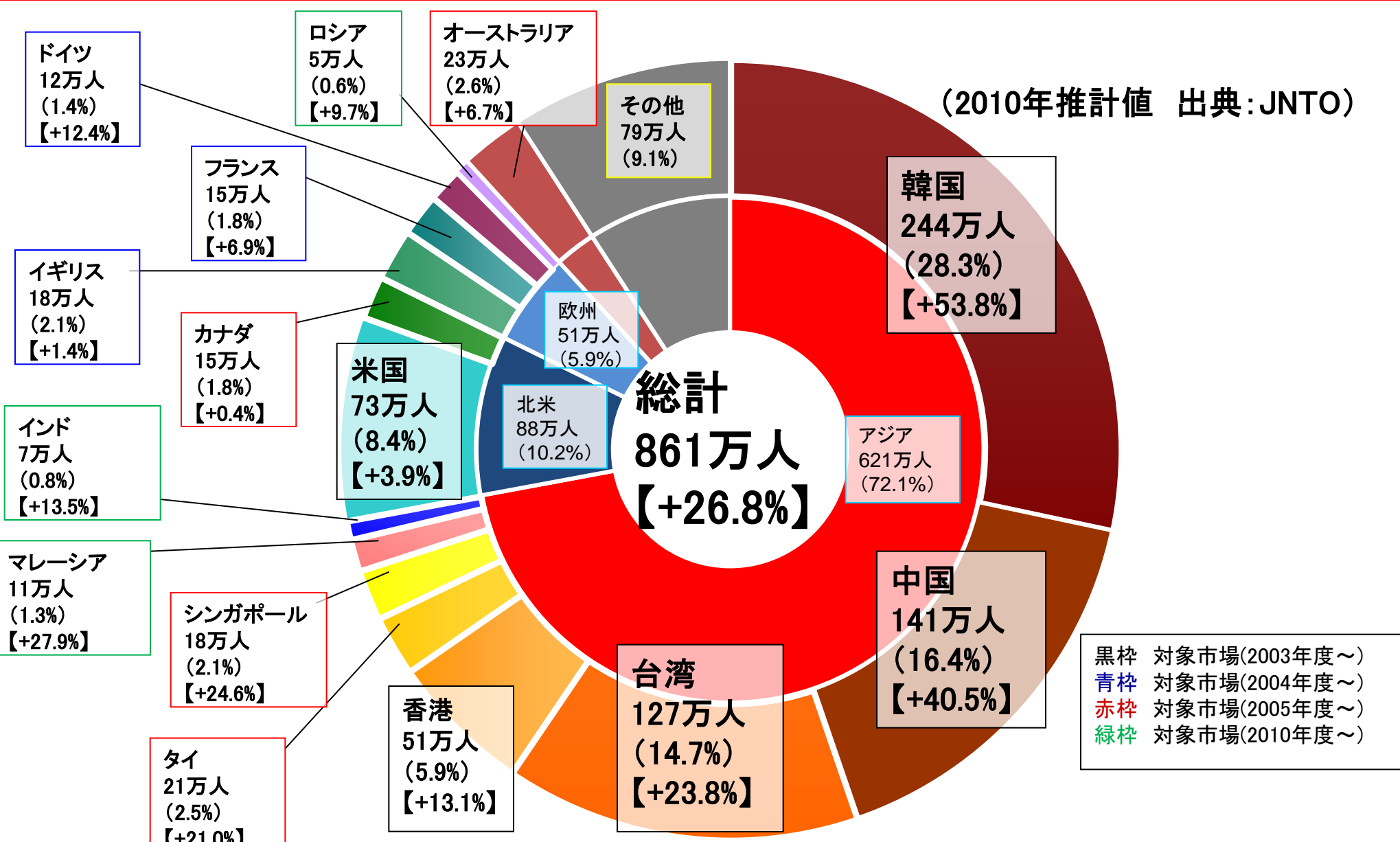
国際観光到着客数



出所: UNWTO「Tourism 2020 Vision」
「World Tourism Barometer」

訪日外国人旅行者の発地国・地域別シェア

(2010年推計値 出典: JNTO)

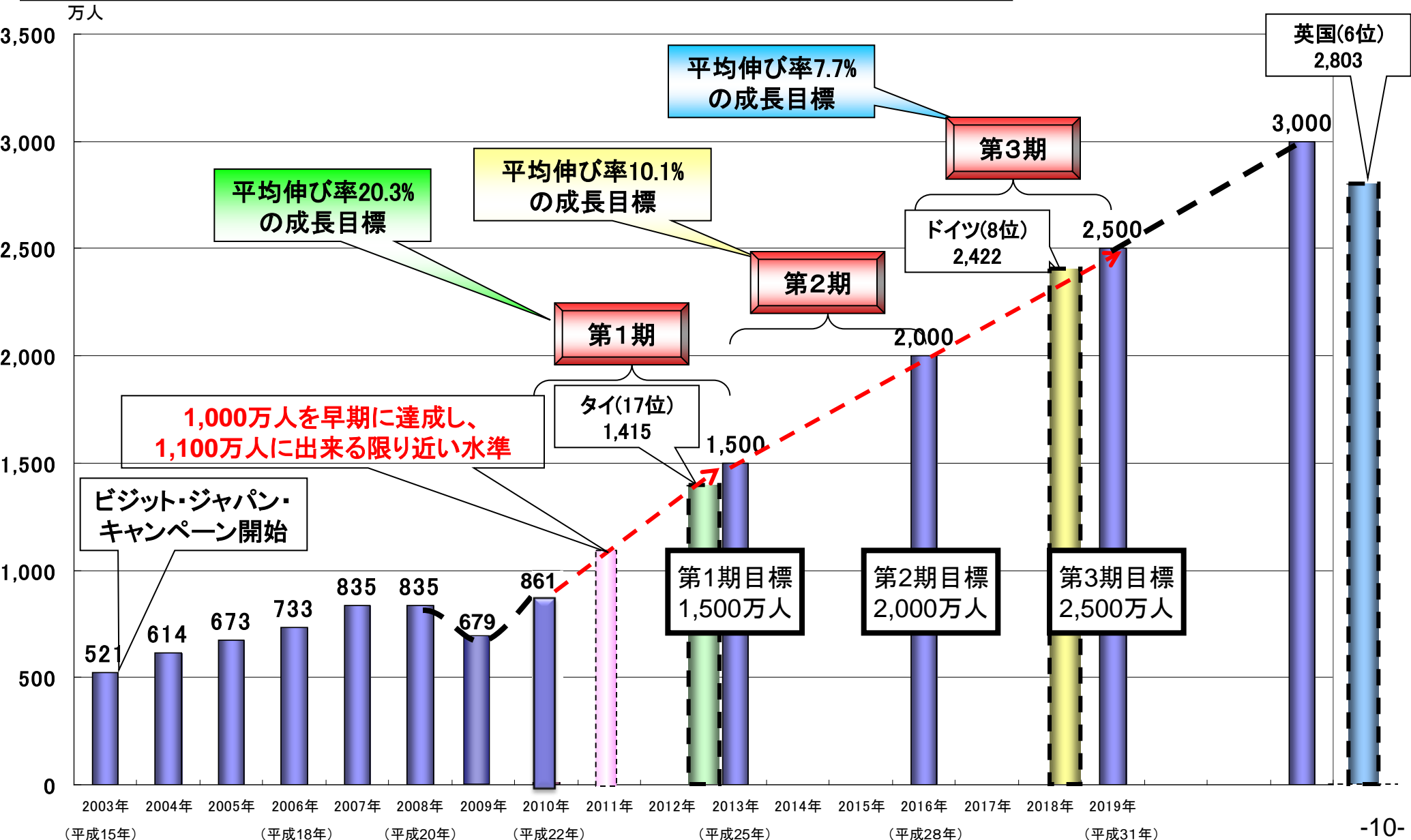


黒枠 対象市場(2003年度～)
 青枠 対象市場(2004年度～)
 赤枠 対象市場(2005年度～)
 緑枠 対象市場(2010年度～)

※ ()内は、訪日旅行者全体に対するシェア、【】内は、前年と比較した増減。
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。_9_

訪日外国人3,000万人へのロードマップ

世界経済や為替が安定していること、戦争や疾病の流行が発生しないこと等を前提とする。



2019年2,500万人の目標達成に向けたアクションプログラム

国・地域	2010	2013		2016		2019
	実績値(速報)	目標値	2010年比	目標値	2013年比	目標値
中国	141	390	2.77	600	1.54	※
韓国	244	350	1.43	430	1.23	※
台湾	127	190	1.50	210	1.11	※
香港	51	70	1.37	75	1.07	※
タイ	21	60	2.86	80	1.33	※
シンガポール	18	40	2.22	45	1.13	※
マレーシア	11	35	3.18	50	1.43	※
インド	7	30	4.29	60	2.00	※
英国	18	26	1.44	35	1.35	※
ドイツ	12	15	1.25	20	1.33	※
フランス	15	19	1.27	25	1.32	※
ロシア	5	14	2.80	30	2.14	※
アメリカ	73	95	1.30	120	1.26	※
カナダ	15	20	1.33	25	1.25	※
オーストラリア	23	35	1.52	45	1.29	※
その他	80	111	1.39	150	1.35	※
総合計	861	1,500	1.74	2,000	1.33	※

※2019年の目標値については、2016年までの達成度、外部環境の変化等を再検討して、設定することとする。

訪日外国人3,000万人プログラム(訪日旅行促進事業)

2013年までに訪日外国人旅行者数を1,500万人にするとの訪日外国人3,000万人プログラム第1期の目標の達成を目指して、中国をはじめとする東アジア諸国を当面の最重点市場と位置づけ、KPI(※)の測定結果に基づく最適なマーケティングプランを構築し、選択と集中による効果的な海外プロモーションを展開する。

※ KPI:(key performance Indicator)広告効果等に関する客観的指標

徹底したマーケティング・リサーチ

- 各市場での潜在的訪日旅行者層の抽出及び現地旅行代理店、航空会社等の動向把握

KPIによるプロモーション成果の測定

- 事業仕分け等の指摘を踏まえ、22年度に新たに導入するKPIによるプロモーション成果の定点観測

最適なマーケティングプランの立案

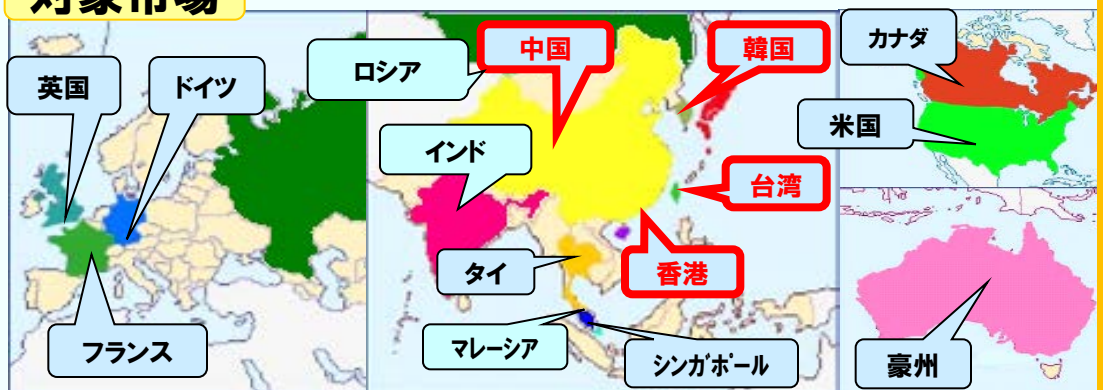
現地消費者向け事業

- 海外現地消費者向けの広告宣伝
- 海外現地メディアの日本への招請
- 旅行博覧会等へのブース出展

現地旅行会社向け事業

- 海外現地旅行会社の日本への招請、商談会の実施
- 海外現地旅行会社社員への教育プログラムの実施
- 訪日旅行商品の共同広告

対象市場



<23年度政府予算案>

訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)
60.5億円

【ポイント】

- マーケティングリサーチ、KPI測定結果に基づく最適なプロモーション戦略の立案
- 東アジア4市場のプロモーションの更なる強化
- クールジャパンの発信等と連携したプロモーション展開

中国人訪日旅行者数の拡大に向けた対応

一 訪日外国人3000万人プログラムの最重点市場として中国人旅行者の大幅拡大を目指す 一

課 題	対 応
I 中国におけるプロモーション体制の充実・強化	
1. プロモーション拠点の充実	(2008年度まで)北京、上海の2拠点 ⇒ (2009年7月)広州に拠点設置
2. プロモーション予算の充実	(2009年度当初)2.5億円 ⇒ (2009年度補正)4億円追加 ※個人観光ビザ創設集中プロモーション (2010年度予算) ビジット・ジャパン事業予算の増額分(27.9億円→86.5億円) の大半を中国をはじめとする東アジア4市場に投入
II 日本での受入体制の充実・強化	
1. 宿泊施設における中国語案内の充実、中国語放送の普及等	前原大臣が宿泊施設の団体に対して協力を要請(2009.11.19) 2010年度には、中国語で旅館の利用方法を紹介する映像制作や中国語放送の導入効果検証のための実証事業を実施
2. 中国語通訳ガイドの充実	資質管理を行いながら、通訳案内士以外にも有償ガイドを認める方向で制度改正を検討中
3. 銀聯カード取扱店の拡大	観光庁と中国銀聯の協力に関する覚書(①中国銀聯は「銀聯日本旅行カード」を発行、②観光庁は日本国内取扱店を拡大、等)を締結(2010.7.16)
4. 訪日観光ビザの見直し	個人観光査証の要件緩和、申請受付公館の拡大等の措置を実施(2010.7.1～)
5. 新千歳空港乗り入れ規制の見直し	前原大臣が北沢防衛大臣に要請(2009.11.18) 新たに火曜日午後(12:00-16:00)の乗り入れが実現(2010.3.28～)
III 訪日旅行商品の品質向上	
1. 中国国内での日系旅行会社によるアウトバウンド営業の解禁	前原大臣が邵琪偉(ショウ・キイ)中国国家旅游局長に要請(2009.10.18) 引き続き、中国政府に対して速やかな実施を要請中
2. 品質の低い訪日ツアー、悪質ガイドへの対応	訪日ツアー改善提案窓口を設置(2010.5.1)

中国人訪日観光ビザの取得要件緩和について

中国人向けの個人観光ビザについて、以下の見直しを実施 (**2010年7月より実施**)

- ① **「十分な経済力のある者」の要件緩和**
⇒一定の「職業上の地位」及び「経済力」のある者にビザ発給
- ② **本人が同行しない場合**でも、二親等以内の家族にビザ発給
- ③ **申請受付公館、中国側旅行会社の拡大** (北京、上海、広州の公館で48社→中国全土7公館で290社)
(2010.7現在)

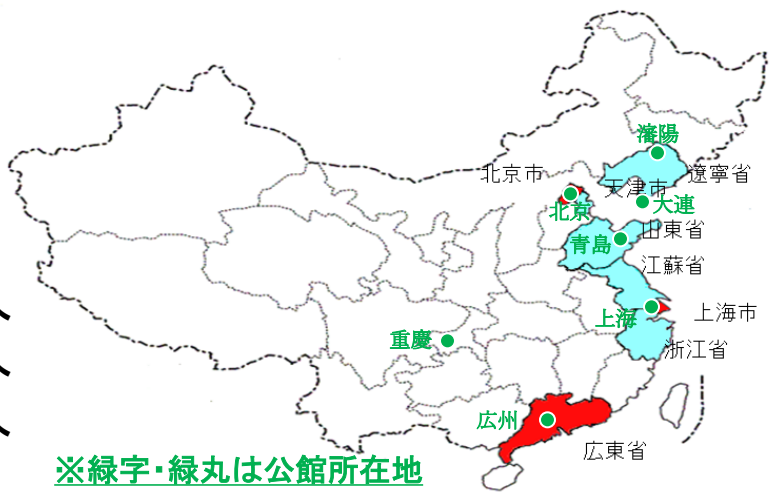
※2011年7月に、過去1年間(2010年7月～2011年6月)の実施状況を踏まえて必要な見直しを実施
(「新成長戦略実現2011(2011.1.25閣議決定)」)

【参考①】 団体観光ビザ (2000年9月～)

【対象者】中国全土の国民(所得要件なし・4名～40名程度)
【添乗員】日本側及び中国側旅行会社各1名(計2名)

(団体観光ビザ発給対象地域拡大の経緯)

■ 2000年9月～	1.1億人
■ 2004年9月～	3.7億人
□ 2005年7月25日～	13億人



【参考②】 個人観光ビザ (2009年7月～)

【対象者】①「十分な経済力のある者」と②同行する家族(三親等以内)
【手続き】日本側旅行会社の身元保証を得た上で、③中国側旅行会社を通じてビザ発給を申請
【添乗員】なし
【失踪防止策】失踪者発生の場合に旅行会社に課されるペナルティ(一定期間の取扱停止措置)を団体観光よりも強化
【実施時期】在外公館の体制整備を図りつつ2009年7月から③北京、上海、広州の公館において試行開始

沖縄を訪問する中国人個人観光客に対するマルチビザについて

	【沖縄】個人観光マルチビザ	【全国】個人観光ビザ
対象者	十分な経済力を有する者及び二親等以内の家族(2回目以降の訪日でも本人に同行する場合に限る)	一定の職業上の地位及び経済力を有する者及び三親等以内の家族(本人に同行しない場合も可。但し、二親等以内の者)
一次/数次	数次(マルチビザ=有効期間内であれば何回でも入国可)※有効期間は3年	一次(シングルビザ=一回に限り入国可)
日本での滞在期間	90日以内	15日以内
訪問地域に関する発給条件	1回目は必ず沖縄を訪問(滞在期間中のいずれかの時点で沖縄を一泊以上訪問、ビザ申請に当たり滞在予定表、航空券予約票(又は乗船券予約票)を提出) 2回目以降は制限なし(沖縄訪問は条件とならない)	制限なし(但し、ビザ申請に当たり滞在予定表を提出)
身元保証	旅行会社(1回目のみ) ※2回目以降は身元保証不要	旅行会社
ビザ発給手数料	免除	200元(2600円程度)
施行日	2011年7月	2009年7月 (2010年7月より取得要件緩和)

訪日外国人旅行者の受入環境整備について

観光立国実現のためには、海外プロモーションによる認知度向上等を通じて訪日旅行への期待値を高めるとともに、外国人観光客の利便性・満足度を向上させることが重要である。このため、**環境整備**や**人材育成**など様々な施策を講じ、外国人観光客を受け入れる環境の整備を総合的に推進する。

環境整備

1. 訪日外国人の受入環境水準の向上

訪日外国人が多数訪れる地域で、モデル的に国が受入環境を整備。平成23年度は25カ所程度で事業を実施する予定。

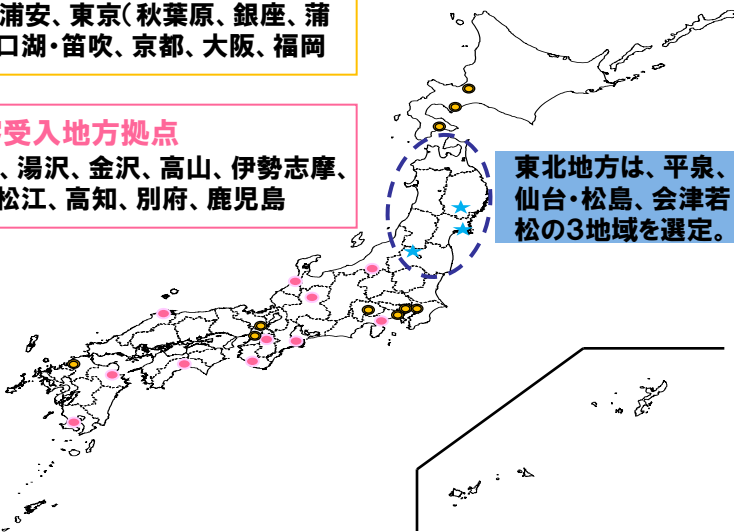
外客受入戦略拠点

札幌、函館、登別、浦安、東京(秋葉原、銀座、蒲田)、横浜、富士河口湖・笛吹、京都、大阪、福岡

外客受入地方拠点

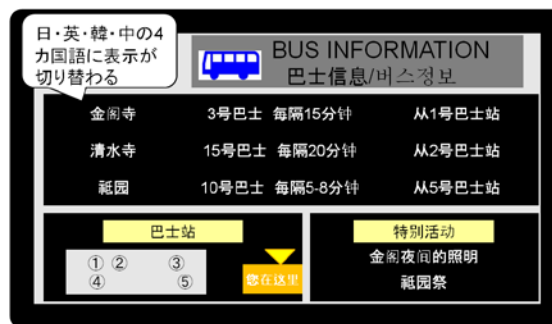
箱根・湯河原・熱海、湯沢、金沢、高山、伊勢志摩、奈良、田辺・白浜、松江、高知、別府、鹿児島

東北地方は、平泉、仙台・松島、会津若松の3地域を選定。



2. 訪日外国人観光客の言語バリアフリー化

平成22年度補正予算で、観光の拠点となる駅等から主要観光地等に至る行程における多言語対応を、**全国13地域で実施**。



3. 観光のICT化の促進

主要国際空港やビジット・ジャパン案内所等の公共空間において、無料公衆無線LANサービスが利用できる環境の整備等を促進。

4. 旅館利用方法の情報提供と中国語放送の導入促進

中国語で旅館の利用方法を紹介する映像制作や宿泊施設での中国語放送の導入効果検証のための実証事業を実施。

人材育成

5. 総合特区を活用した通訳案内士制度の改正

外国人に対し、外国語で、有料で、旅行に関する案内を業として行うには、試験に合格して通訳案内士の資格の取得が必要。

総合特区の区域内で、特区自治体による研修を経た通訳案内士以外の者による有償ガイド行為を可能とするべく措置。

6. 受入環境整備サポーター派遣事業

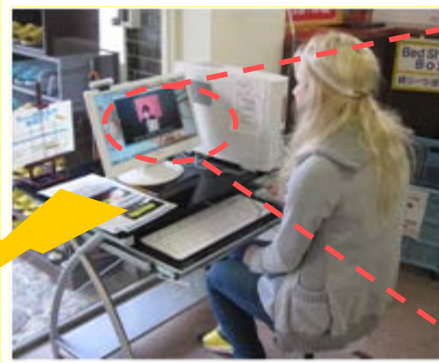
日本在住の留学生等を受入環境整備サポーターとして全国の観光地へ派遣することで、地域の観光資源を発掘するとともに、受入環境整備が遅れている部分を外国人の目線から明確にし、外国人旅行者の増加に向けた情報発信や改善策を提案。

観光案内ICT端末の整備

観光案内情報の多言語提供環境の拡充を目指し、広島市内の平和記念公園内レストハウス観光案内所・広島市営ユースホステルに設置したテレビ電話端末を介し、広島にいる外国人旅行客へTIC東京から英語・中国語による観光案内を提供した



TIC東京
(東京都千代田区)



広島市営ユースホステル



平和記念公園レストハウス



Skype
通信画面

広島市
観光案内HP

提供内容・環境

内容

- 広島市内観光名所・交通手段を中心とし、その他日本全域の観光案内情報の提供も実施

環境

言語

- 英語・中国語による情報提供を実施

場所

- 広島市内の平和記念公園内レストハウス観光案内所・広島市営ユースホステルに端末を設置

新たな観光資源

観光立国推進基本計画(平成19年6月 閣議決定)に位置付けられたニューツーリズム

<定義>

エコツーリズム	自然環境や歴史文化を対象とし、それらを損なうことなく、それらを体験し、学ぶもの(ホェールウォッチングや植林ボランティアツアーなど)
グリーン・ツーリズム	農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動(農作業体験、農林漁家民泊、食育など)。
文化観光	日本の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とするもの
産業観光	歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの
ヘルスツーリズム	自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持するもの
その他	フラワーツーリズム 長期滞在型観光 等

新しい観光連携分野

<例>

スポーツ観光	プロスポーツ観戦やマラソン、ウォーキング等のスポーツイベント等への参加者による周辺地観光
医療観光	外国人が日本の医療機関等で治療、健診等を受ける目的で訪日旅行し、併せて国内観光を行う
ファッション・食・映画・アニメ等 × 観光	日本のファッション・食を目的とした訪日旅行、ヒット映画のロケ地訪問、アニメ関連スポット訪問等

各府省連携による総合的な振興方策を検討

スポーツ観光の推進について

我が国の豊富なスポーツ資源

世界的にもハイレベルな **“観るスポーツ”**
 プロ野球、Jリーグ、ラグビー、バレーボール、プロゴルフ、大相撲、柔道 .etc

世代を超えて人気を集める **“するスポーツ”**
 マラソン、ウォーキング、サイクリング、登山、スキー、ゴルフ、草野球 .etc

➡ **魅力あるスポーツ資源を最大限に活用し、インバウンド拡大、国内観光振興、そして地域活性化の「起爆剤」に！！**

取り組み目標

- ◆我が国スポーツ資源の海外発信とアクセス向上
- ◆レジャースポーツ観光のアジア市場への販売促進
- ◆ワールドカップ・オリンピック等の国際競技大会や合宿・関係会議の日本誘致
- ◆スポーツ施設の魅力化
- ◆スポーツ観光まちづくり

スポーツ・ツーリズム推進連絡会議

【メンバー】 平成22年5月18日発足
 関係省庁、プロスポーツ団体、スポーツ統括団体、スポーツ競技団体、観光団体、観光関係企業、スポーツ関係企業

【検討課題】

- (1) 国際スポーツ大会・合宿・会議の戦略的誘致のあり方
- (2) スポーツの国際化と国際交流の推進方策
- (3) スポーツ観戦・参加ツアー造成の推進方策
- (4) 海外からのチケットの改善方策
- (5) スポーツ施設の観光魅力化に向けた改善方策
- (6) スポーツを核としたまちづくりの推進方策
- (7) スポーツ・ツーリズムの推進組織のあり方

<当面>

- ➡ スピード感をもった検討と実証実験の実施
- ➡ 中間的とりまとめ策定と予算要求等への対応
- ➡ 組織の枠組みを超えたスポーツ・ツーリズムに対する気運の醸成

スポーツ観光WEBサイトによる情報発信
 各スポーツ競技団体HPとの相互乗り入れでスポーツ情報、周辺地域の観光情報等の提供を行う。

スポーツ競技団体との連携
 スポーツを観光情報発信のコンテンツとして活用すると共に、大会等への支援も通してスポーツ振興にも寄与し、相互の発展を促す。

スポーツ観光マイスターによるPR及び機運醸成
 各スポーツ分野毎に発信力のある方を任命し、スポーツ観光の魅力PR及び機運醸成を図る。

最近の国際スポーツイベントとの連携

F1日本グランプリ

正式名称 : 2010FIA F1 世界選手権シリーズ 第16戦 日本グランプリレース
 開催日程 : 2010年10月8日(金)~10日(日)
 開催地 : 鈴鹿サーキット国際レーシングコース(三重県鈴鹿市)

モータースポーツの最高峰
 年間のべ約6億人がテレビ観戦!



- ★地元協議会へのアドバイス
- ★日本GPと韓国GPにおける誘客連携
- ★「F1+三重県」のファミトリップ
- ★周辺観光地との連携による旅行商品造成

世界バレー女子

正式名称 : 2010女子バレーボール世界選手権
 開催日程 : 2010年10月29日(金)~11月4日(木)
 開催地 : 東京、大阪、名古屋 等

最も歴史と伝統あるバレーボール大会
 4年に一度の世界一決定戦!



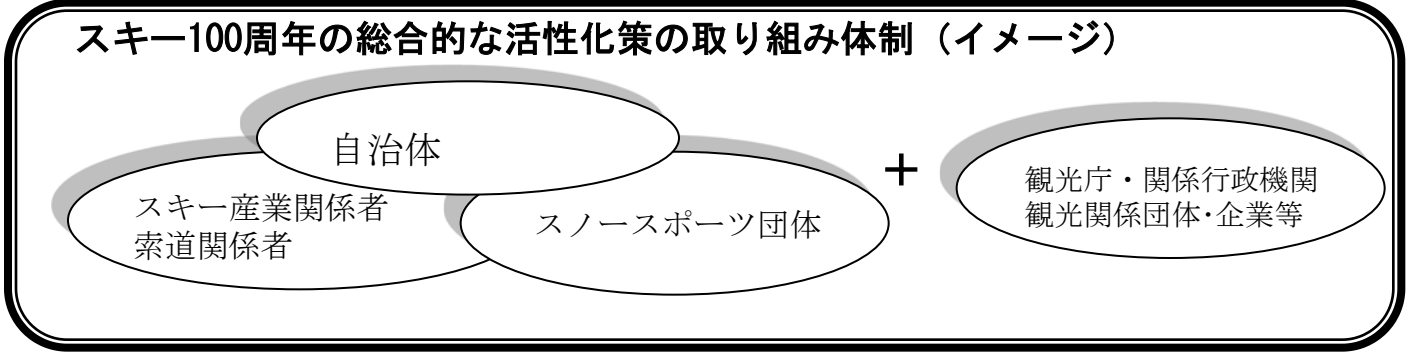
世界バレーの開催を周辺観光地とともに各国でPR

- 第七回上海世界旅游资源博览会(WTF)【中国】
5月27日~5月29日
- KOTOFA【韓国】
6月3日~6月6日
- 上海万博 JAPAN FESTIVAL【中国】
7月15日~7月21日



日本スキー発祥100周年委員会との連携した冬季スポーツ観光の取組

1911年1月12日にオーストリアのレルヒ少佐が日本に初めてスキーを伝えてから100周年。100周年を機に、スノースポーツ・スノーリゾートに関わる行政（都道府県）、民間企業、団体、メディア等が官民一丸となって、「日本スキー発祥100周年委員会」を組織。観光庁も協力する形でスノーリゾートの活性化施策を検討・実施中。



海外へのスノーレジャー魅力発信

- 広告宣伝では、100周年委員会開発のシンボルマーク「SNOW RESORT JAPAN」を用い海外に発信
- スノーレジャー旅行取扱旅行会社等招請事業を開催（10月）
- 海外において日本のスノーレジャーを活用した広告宣伝（新聞・雑誌・WEB等）を実施（冬季旅行需要に向け随時）
- 旅行博・トラベルマート等でのプロモーション支援（11月）
- 欧州・豪州向けにスノーレジャーの需要調査を行うとともにあわせて広告宣伝を実施（1月より実施中）
- 実証実験としてスキーファムトリップを実施。（1月を予定）

オーストラリア市場へのプロモーション具体例

- 30～50歳代ファミリー層 & 40～60歳代富裕層へのアプローチの他ウインタースポーツ関心層へのアプローチを複合的に実施
- ・インターネット上の各種広告
- ・雑誌広告への掲載（2誌）
- ・シドニーメルボルンでの屋外広告（2種、10～11月）
- ・キャンペーンサイトにおけるパウダースノーのPR
- ・FACEBOOKにおいてスノーボードゲームを展開
- ・体験型展示イベントの実施
- ・日本紹介小冊子の数頁においてスノーを紹介



“Think powder”というキャッチフレーズを用いて日本の上質なスキー場をPR（ホームページ）

国内向けスノーレジャー振興

- TOKYO SNOW WORLD in ODAIBAの開催
- 12月17日から19日の3日間、スキー発祥100周年委員会主催の100周年記念イベントを開催（観光庁後援&協力）



- 新たな冬季スポーツ観光需要を喚起するモニターツアー調査を各地で実施予定（1月末からを予定）

モニターツアー例

ゆったりシニアのスノードームツアー

スキーだけでなく、スノーシューや食やホテルの楽しみ方なども加えた、シニア大満足のリゾートツアー！



クロスカントリー

スキー体験ツアー

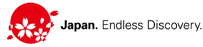
スノーリゾートの楽しみ方として、クロスカントリースキーを覚え、新たな冬季旅行モチベーションに！



- 冬季スポーツ観光活性化のためのシンポジウム（1月27日予定）

スポーツとツーリズムの融合で目指すべき姿

「より豊かなニッポン観光の創造」 スポーツを通じて新しい旅行の魅力を創り出し、我が国の多種多様な地域観光資源を顕在化させ、訪日旅行・国内観光を活性化
 「スポーツとツーリズムの更なる融合」 更に意図的に融合させることにより目的地へ旅する明確な理由を作り出し、新しい価値・感動とともに新たなビジネス・環境を創出

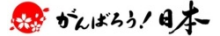


訪日外国人旅行者の増加



国際イベントの開催件数増加

国内観光旅行の宿泊数・消費額増加



「スポーツ立国戦略」
とも協調

スポーツの振興

健康増進・産業振興・国際交流促進

地方公共団体・観光団体・スポーツ団体・企業など
地域内の連携・協調の推進

スポーツを活用した観光まちづくり

実証実験・調査

観光立国の実現

マーケティング

経済効果

スポーツツーリズム推進に向けた基本的方向

① 魅せるスポーツコンテンツづくり とスポーツ観光まちづくり

- ・まちづくり施策と連動した地域固有のスポーツコンテンツ開発
- ・地方公共団体・スポーツ団体・観光団体・企業の地域連携・協働によるスポーツコミッションの設立促進
- ・情報整理・発信強化、多言語対応等の受入インフラの整備

② 国際競技大会の 積極的な招致・開催

- ・招致・開催への積極的な挑戦によるノウハウの構築
- ・国際競技大会招致に向けた国家的な支援体制づくり
- ・関係者との情報共有と地域住民の理解・協力による規制への対処
- ・招致・開催後のマーケティングやプロモーションによる更なる広がり

③ 旅行商品化と 情報発信の推進

- ・日本のスポーツツーリズムブランドの構築と積極的な魅力発信
- ・外国人旅行者向けのチケット販売方法の構築と多言語での情報発信
- ・きめ細かいニーズ調査と幅広い商品開発、集中特化したプロモーション
- ・国内におけるスポーツツーリズム推進の機運醸成と顕彰制度の創設

④ スポーツツーリズム 人材の育成・活用

- ・スポーツツーリズムを担う人材認定制度の創設と人材情報の集約
- ・トップアスリートの経験を生かしたセカンドキャリアとして人材活用
- ・外国人を活用した国際的に通用するコンテンツづくりと情報発信
- ・大学等での教育機会や幼少期からのスポーツと旅の機会の充実

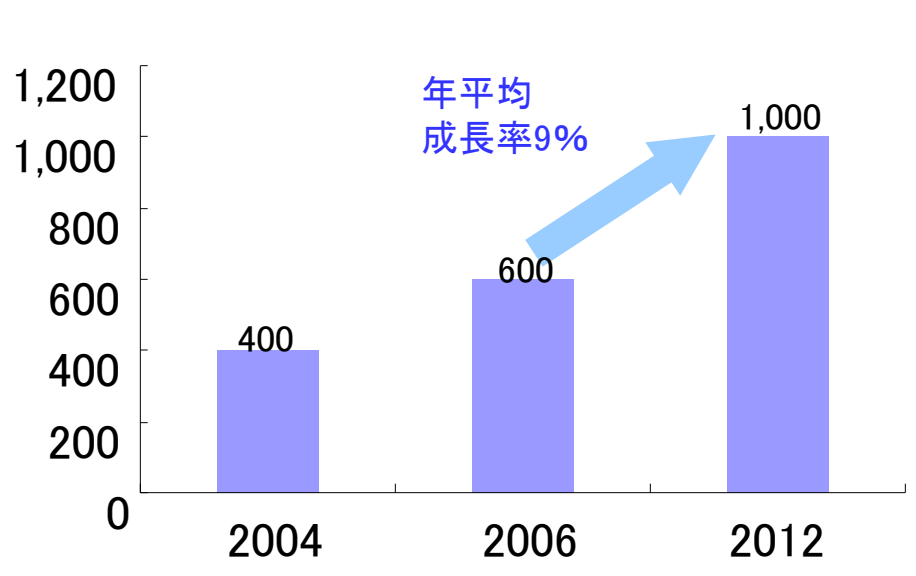
オールジャパンのスポーツツーリズム推進連携組織(JSTA)の創設

全国のスポーツ団体・観光団体・企業のネットワークを強化し、上記①～④の支援を中心に海外との窓口となって我が国のスポーツツーリズムを推進

世界の医療観光の状況

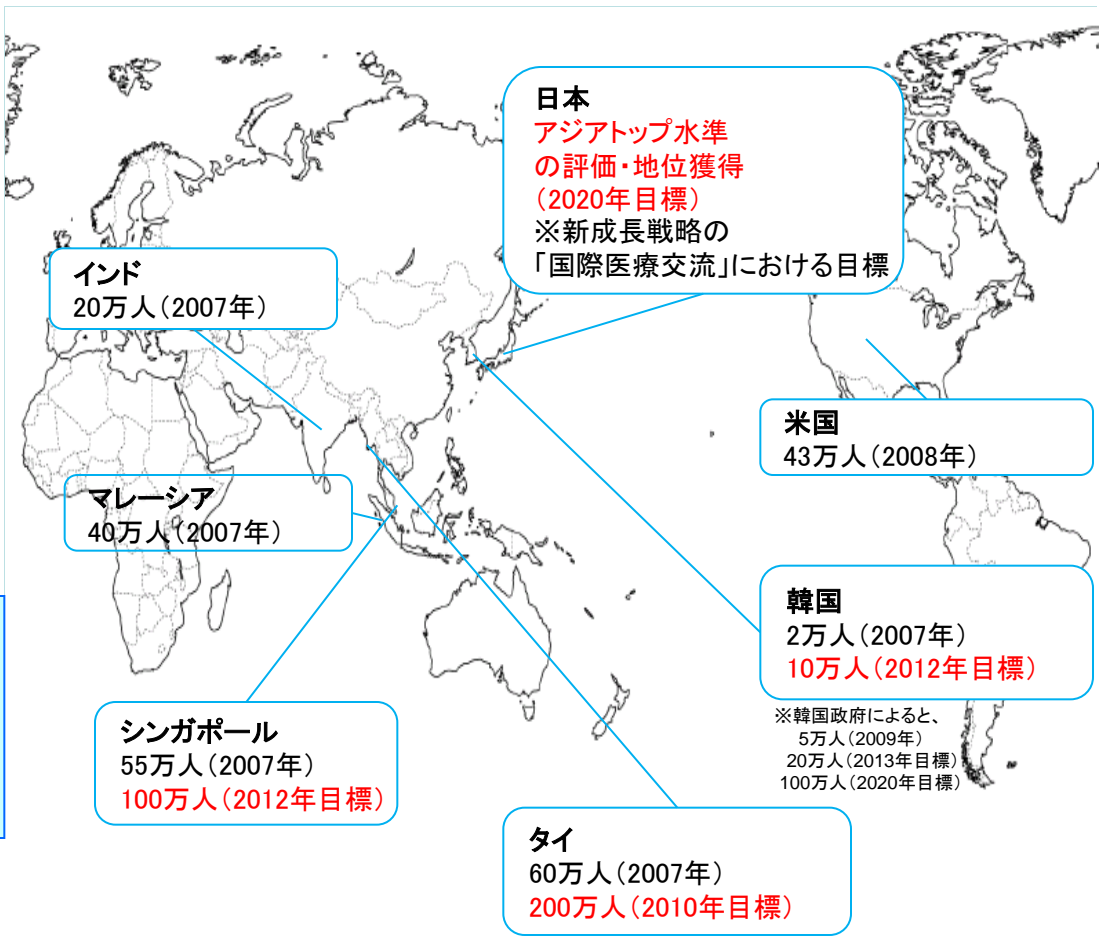
「医療観光」は世界的な傾向で、2012年には1,000億ドル市場規模に達するなど、今後も大きく成長が見込まれている。その中でもアジアは主要な受入地域として世界中から医療観光者を集めている。

医療観光の市場規模予測*1



医療観光者数は2008年推計で約600万人*2、医療観光市場規模は2012年までに全世界で1,000億ドルに到達(予測)

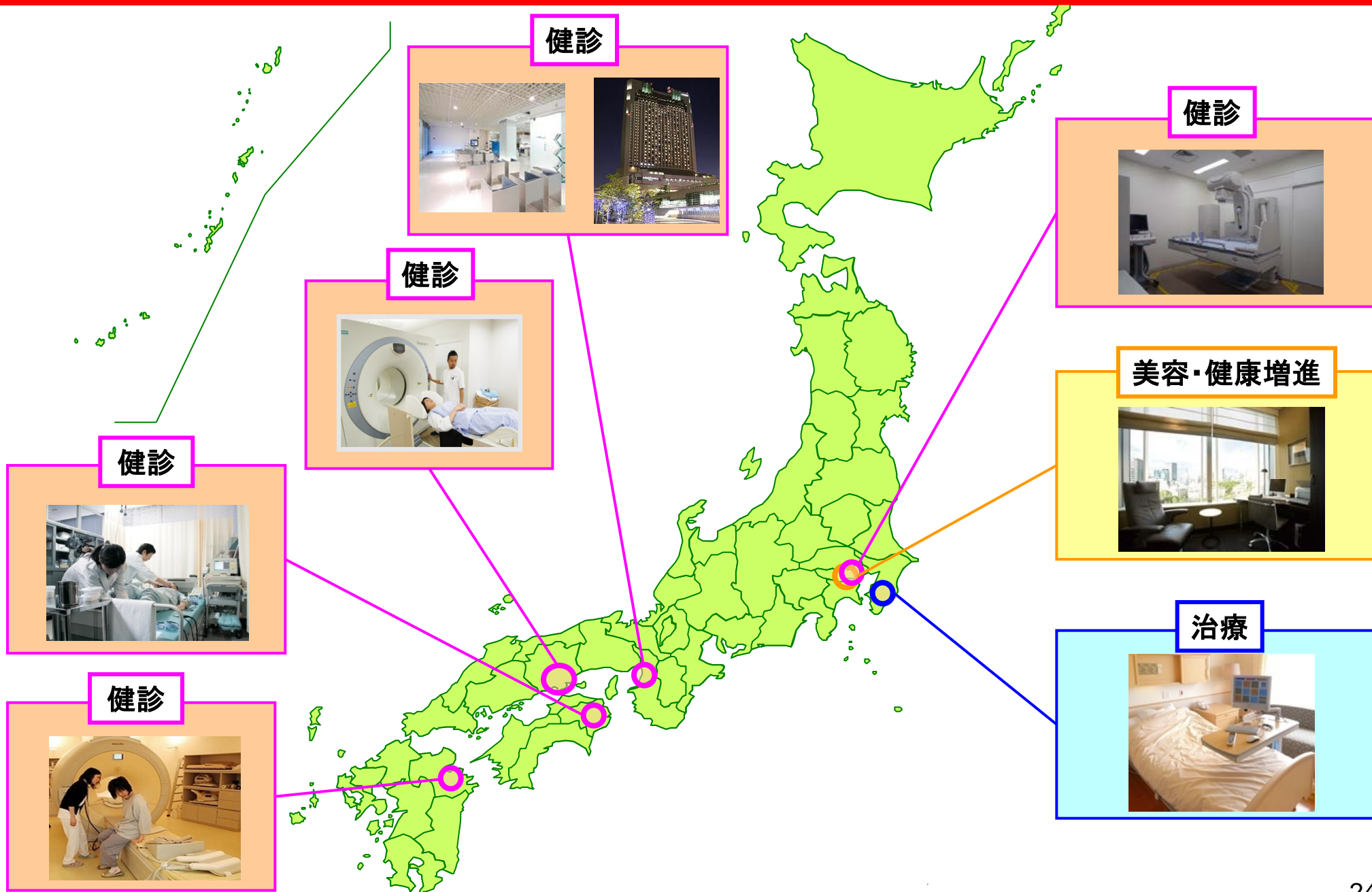
世界の医療観光の状況*3



出所: *1: Medical Tourism: Global Competition in Healthcare (National Center for Policy Analysis)に記載の推計・予測値。

*2: International Medical Tourism, Ian Youngman *3「Medical Tourism Fact& Figure 2008」 Ian Youngman

各地で展開される医療観光の事例



森林×観光 ～2011年 国際森林年 林野庁との連携～



2011・国際森林年

<参考> 国際年(International Year)とは
 国連総会において採択・決議されるもので、特定の事項に対して特に重点的問題
 解決について、国連を始め全世界の団体・個人に呼びかけるための期間のこと。
 (例)2009年:世界天文年、国際天然繊維年、国際和解年
 2010年:国際生物多様性年、文化の和解のための国際年、国際ユース年
 2011年:国際森林年、国際化学年

■ 国際森林年とは

- ・ 2011年は、国連の定める「国際森林年」(International Year of Forests)
- ・ 国連は加盟国が国際森林年に関連した活動(持続可能な森林経営、森林の保全・啓発等)を促進することを奨励
- ・ 林野庁が中心となって、各地で様々な取組(植樹祭、森林関係者への支援、森林知識の普及、会議、写真等の展示等)を推進する予定
- ・ 第一回国際森林年国内委員会(10/12/16)にてテーマ決定
 「森を歩く」

～未来に向かって日本の森を活かそう～
 ～森林・林業再生元年～

■ 国際森林年に係る観光庁と林野庁の連携

- ・ 2月18日 おみやげコンテスト2011にて「国際森林年 特別賞」創設
 (受賞商品:ままごとセット)
- ・ 3月 8日 国際森林年子ども大使(ミュージカル「葉っぱのフレディ」キャスト)任命式出席。
 「葉っぱのフレディ」衣装着用の長官より応援メッセージ
- ・ 3月 9日 おみやげコンテスト2011の表彰式にて、国際森林年子ども大使がオープニングパ
 フォーマンス、及び「国際森林年特別賞」授与の際、林野庁長官のアシスタント
- ・ 3～5月(予定) 各国大使と「森を歩く」イベント
- ・ 国際森林年推進事業と連携した、観光圏等の地域での森林を活用した観光振興・
 交流人口拡大の取り組み支援(検討中)
 (森林を活用したイベント開催、エコツーリズム商品の造成、などを想定) 等



<参考>ミュージカル「葉っぱのフレディ」
 聖路加国際病院・日野原重明理事長の企
 画によりベストセラー本を舞台化した
 ミュージカル

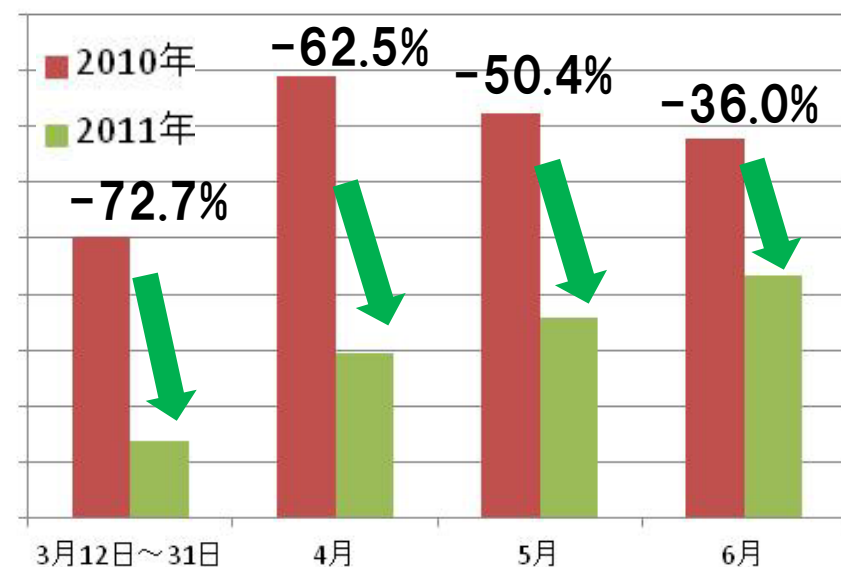
○ ホテル・旅館の宿泊予約キャンセル

- ・東北 約61%
- ・関東 約48%
- ・全国 約36% ※ 3・4月、観光庁サンプル調査

○ ホテル・旅館の震災関連倒産 23件

(倒産件数合計 184件)
 ※ 帝国データバンク調べ(6月17日時点累計)

○ 訪日外国人旅行者数



【国内旅行】

- GWは、全般的に回復傾向(国内宿泊旅行実施者数 -3.2% 国内宿泊旅行消費額 -3.1%)
- GWに震災復興や支援活動等のために国内宿泊旅行を実施した者が全体の25%。
- 西高東低、安近短などの傾向あり。
- GW後は厳しい予約状況の地域も。

【訪日外国人旅行】

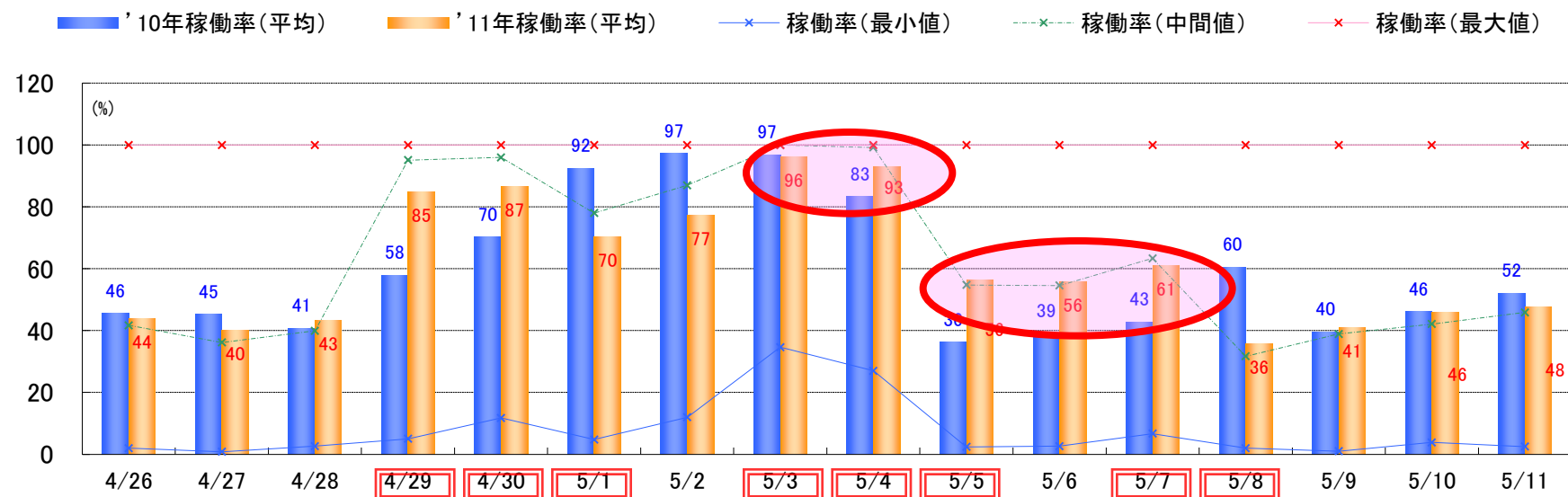
- 各国外交当局による日本向け渡航情報は、震災発生直後と比べれば、緩和の方向へ。
- 3月中ストップしていた訪日観光ツアーも、4月以降、一部再開へ。

GWの旅行の動向

- 国内宿泊旅行実施者数は約2,000万人。昨年比約3.2%減。
- 国内宿泊旅行消費額は8,981億円。昨年比約3.1%減。
- 宿泊施設の稼働率は5/3、5/4がピーク。GW後半においても昨年を上回る稼働率。

	2011年(4/26~5/11)	2010年(4/26~5/11)	増減
国内宿泊旅行人数 (万人)	2,000	2,066	-3.2%
国内宿泊旅行 消費額 (億円)	8,981	9,272	-3.1%
国内宿泊旅行 実施率 (%)	19.5	20.2	-0.7 _{ポイント}
国内日帰り旅行人数 (万人)	2,893	3,584	-19.3%
国内日帰り旅行 消費額 (億円)	4,396	4,454	-1.3%
国内日帰り旅行 実施率 (%)	28.2	35.0	-6.8 _{ポイント}

宿泊施設のゴールデンウィーク期間の稼働率

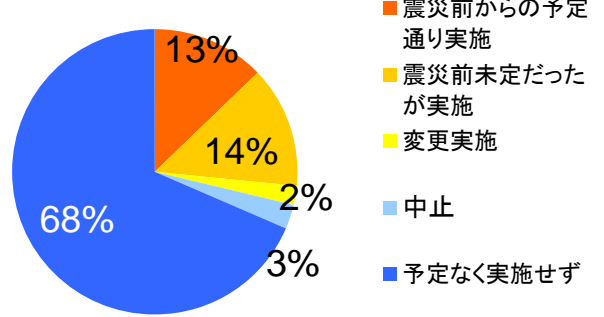


震災の影響(GWの旅行実施、お盆の旅行予定)について

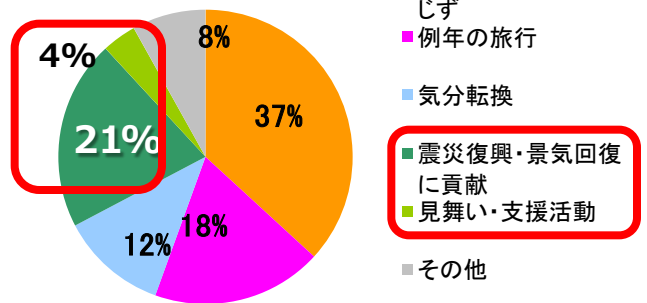
▶ 国内宿泊旅行を実施した理由のうち、震災復興・景気回復に貢献(21%)、見舞い・支援活動(4%)が全体の25%を占める。
 ▶ お盆時期の旅行予定者のうち、27%が震災復興・景気回復に貢献するためと回答(約1,549万人)。自粛により旅行しない予定の人(約884万人)を大きく上回る。

GW期間中の国内宿泊旅行への震災の影響

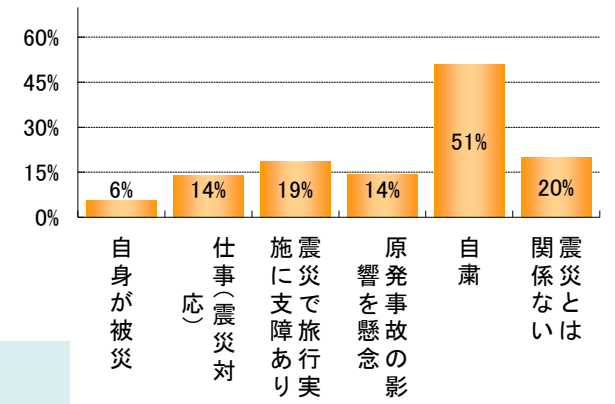
旅行実施状況



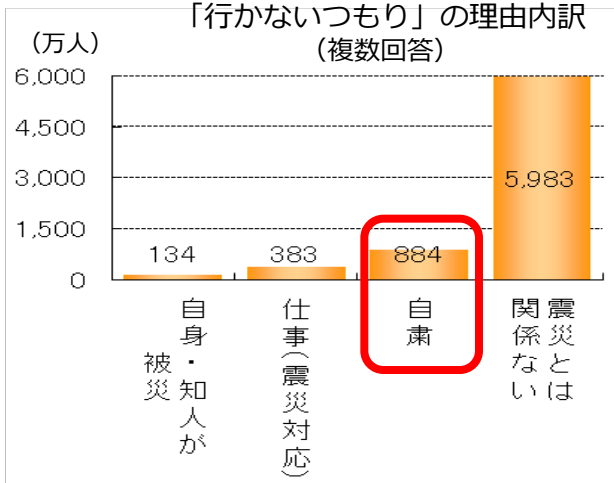
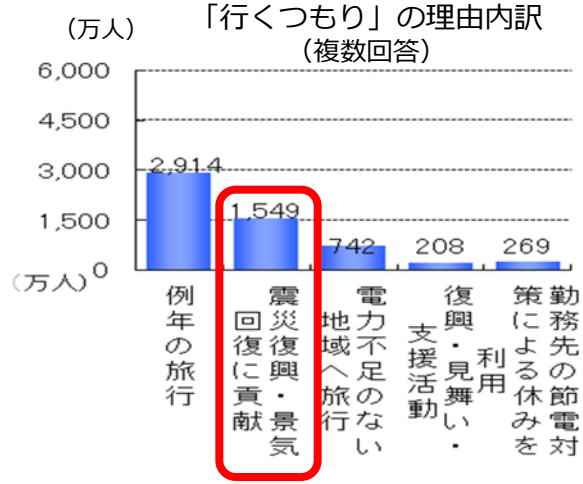
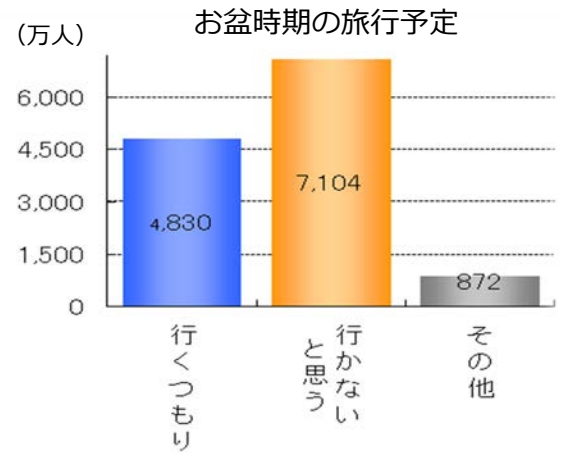
旅行実施の理由



予定していた旅行先や内容を変更した、旅行を実施しなかった理由(複数回答)



お盆時期の旅行予定への震災の影響



※観光庁「ゴールデンウィークにおける観光旅行の動向」(調査対象期間:4月21日~5月11日)
 ・需要側調査...実施時期:平成23年 5月14日~15日、調査対象者数:3,142人
 (今回の調査では、東日本大震災の影響により、被災地を含む地域のサンプルに偏りがあることを留意。)
 ・供給側調査...①宿泊施設に対する調査:全国の主な観光地の宿泊施設を対象に、全国で604施設を抽出し、調査票への回答があった333施設について集計。
 ②観光地点に対する調査:全国の主な観光地点について433地点を抽出し、調査票への回答があった331地点について集計。
 (宿泊施設及び観光地点については、青森県の一部、岩手県、宮城県、福島県、茨城県を調査対象外にしている。)

夏のボーナスの使い道と夏季休暇の過ごし方

- ▶夏のボーナスで購入を検討している商品・サービスは、「国内外旅行」「贅沢な外食」等が上位に。IT系商品が目立った昨夏と比べ、震災後のストレスを気分転換で解消したい生活者心理が浮き彫り。
- ▶夏季休暇は、平均5.7日間で、71.7%が「昨年と変わらない」と回答。過ごし方として、全体の18.3%が日帰りを含む国内旅行を検討。

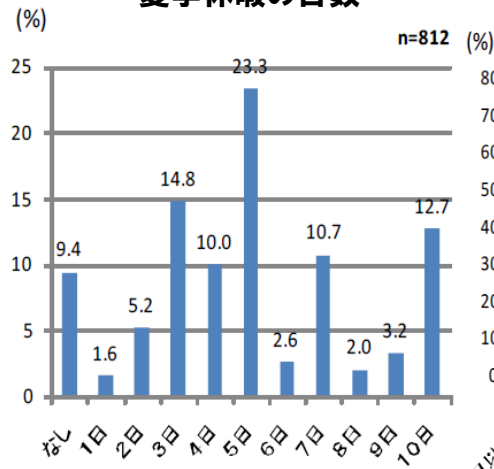
夏のボーナスの使い道として検討している商品・サービスランキング(2011年)

全体(n=686)		
1位	国内旅行	22.2%
2位	LED電球	9.6%
3位	贅沢な外食	7.6%
4位	ブルーレイディスクレコーダー	6.1%
5位	海外旅行	5.7%
6位	地デジ対応テレビ(37インチ以下)	4.8%
7位	扇風機(据置型)	4.7%
8位	スマートフォン	4.4%
9位	節電・節水家電	3.9%
10位	ヘッドや布団などに敷く冷却マット	3.2%

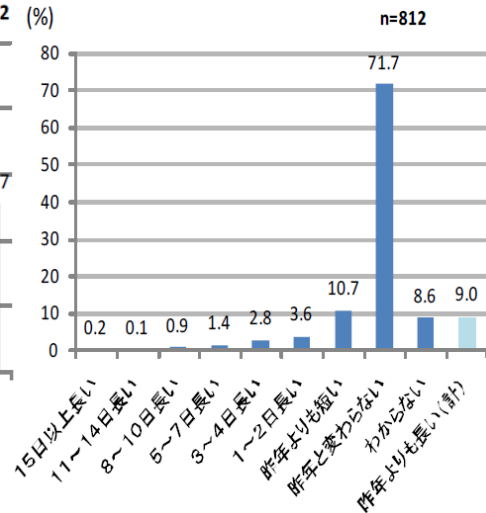
【参考】昨年度のランキング

全体(n=507)		
1位	国内旅行	28.6%
2位	衣料品	15.0%
3位	地デジ対応テレビ	11.4%
4位	外食	10.8%
5位	海外旅行	9.5%
6位	パソコン	8.5%
7位	家具・インテリア	6.3%
8位	DVD・HDDレコーダー	6.1%
9位	靴	5.9%
10位	車	4.9%
10位	パソコン周辺機器	4.9%

夏季休暇の日数



夏季休暇の長さの昨年比

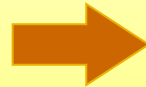


夏季休暇の過ごし方

	特に何もしない	帰省する、実家に行く	日帰り旅行、ドライブ・ツーリング	1泊の国内旅行	夏祭り・盆踊り・花火大会などに行く	2泊の国内旅行	スポーツ観戦・コンサートに行く	動物園・美術館などに行く	遊園地・テーマパークに行く	キャンプや登山・ハイキングをする	海水浴やマリンスポーツをやる	3泊の国内旅行	1週間以内の海外旅行	その他	1週間・2週間以内の海外旅行	東日本大震災の被災地でボランティア活動をする	4泊の国内旅行	5泊以上の国内旅行	2週間以上の海外旅行	わからない	国内旅行(計)	海外旅行(計)
全体	25.8	24.9	16.7	9.5	9.2	6.5	5.4	5.2	4.9	4.8	4.2	2.7	2.6	1.1	1.0	0.8	0.7	0.5	0.3	17.5	18.3	3.7
東日本	24.3	27.0	17.7	9.3	9.5	6.7	5.3	6.0	5.2	4.1	3.6	2.9	3.1	0.5	1.4	0.5	0.7	0.5	0.5	17.7	19.1	5.0
西日本	27.7	22.1	17.7	9.8	8.8	6.3	5.7	4.1	4.4	5.7	5.1	2.5	1.9	1.9	0.3	1.3	0.6	0.6	0.0	17.3	17.4	1.9

旅行需要の回復・促進

- 観光は、即効的で、すそ野の広い経済効果あり(東北においても、農業等と比べても遜色ない主要産業)。
- しかしながら、観光関連施設、交通インフラ等の震災被害による影響のみならず、自粛風潮や風評被害により、被災地以外の地域も含め、広域的に国内旅行及び訪日旅行の需要が減退。

 正確な情報の発信や旅行需要の喚起策が急務。

【国内旅行】

自粛風潮を打破するためのメッセージの発信

官民合同観光振興キャンペーン 

復興イベント(スポーツ大会等)に対する支援

ツアー造成の支援

電力需給緩和に向けた長期滞在旅行の推進

地域や観光・交通関係業界と連携しながら、
一層の旅行振興策の検討

観光圏や観光地域づくりプラットフォームの形成
に対する支援

【訪日外国人旅行】

日本の安全・安心に関する正確な情報の発信

中国・韓国など主要国政府との連携

海外のメディアや旅行会社を日本へ招請

海外消費者向けプロモーション活動

海外旅行会社の訪日販売に対する支援強化

国際会議(MICE)のキャンセル防止
及び誘致・開催の促進

外国人旅行者の受入環境の整備

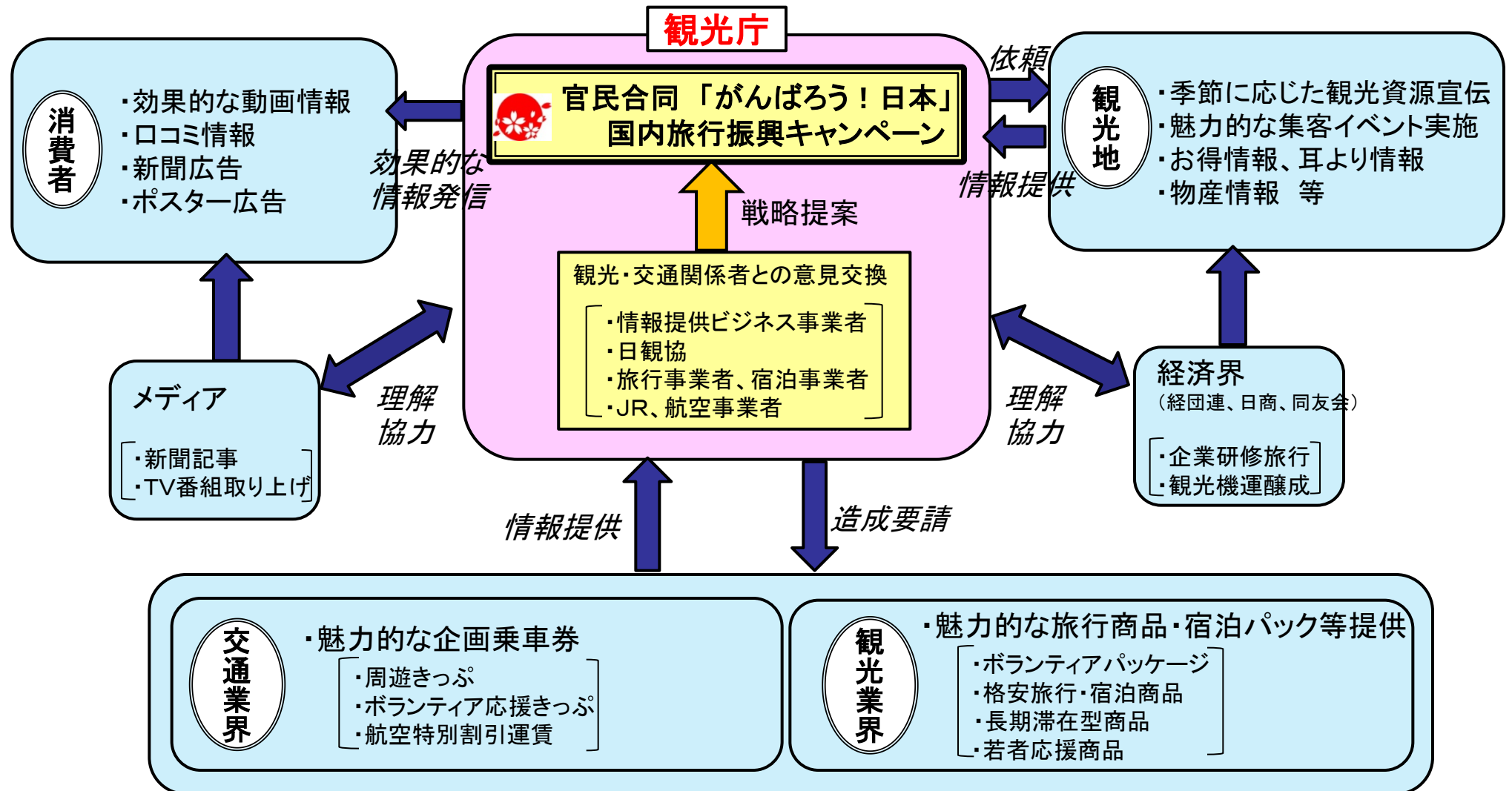
○国内旅行及び訪日外国人旅行の需要を回復・促進し、地域経済を活性化

国内旅行需要の喚起に向けた取り組み

目的

- ◎ 正確な情報発信等による自粛等の解消
- ◎ 魅力的な旅行商品・企画乗車券等の造成
- ◎ 消費者への効果的な旅行地情報の伝達
- ◎ 東北被災地支援+日本全国への旅行促進

- ・官民一体で大きなムーブメント
- ・官民の適切な役割分担



国内旅行振興キャンペーン事業概要

各種メディアを活用した効果的な情報発信

観光庁が、新聞、テレビ、ポスター等、以下の各種媒体を通じて、大々的に宣伝

新聞広告、テレビCM

- ・全国紙3紙(7月13日)
- ・東京ローカルTVCM

ポスター

- ・空港、ターミナル駅、電車内等に掲示 (約3万枚)

インターネット

- ・ポータルサイトへ誘引
- ・口コミ情報発信 (有力プロガー、ツイッター活用)



東北・東日本観光復興支援

- ・東北観光推進機構「東北観光復興ポータルサイト」との連携
- ・Yahoo! JAPAN「東北地方観光支援特集サイト」等との連携
- ・「関東観光ポータルサイト」との連携

→東北・東日本の観光魅力(世界遺産、祭り、食など)、活躍する人の奮闘ぶり、東北向け各種旅行商品等を動画を含め、発信



Yahoo! JAPAN「東北地方観光支援特集サイト」

キャンペーンポータルサイトへの誘導バナー

夏休みの宿泊旅行推進

「日本の夏を元気に、旅で笑顔に。」

宿泊旅行の推進

→特典付きの3泊以上のおすすめ旅行や、長期滞在旅行の情報発信

国内旅行振興キャンペーンに賛同して、通常よりも一層の旅行者への特典付与がある3泊以上の旅行商品・プランを「キャンペーンポータルサイト」において、「3泊以上のおすすめ旅行」と露出を高めて発信する他、長期滞在型旅行メニューや地域情報の紹介を実施。

作文コンクールの実施

→子供を通じ、旅行促進

小中学校で作文コンクールを実施し、優秀者には観光庁長官賞などを授与。

魅力的な各地の観光情報発信

各観光地のナマの情報を提供

→ブログ、ツイッター等を活用

消費者の参加

「日本再発見。～もう一度日本を見つけよう～」

=短文と写真の投稿、抽選で賞品を授与

→ポータルサイトの魅力向上、消費者の意識拡大・深化



ポスターイメージ

【表】



いま、
会いに行きたい
日本があります。

日本の夏を
元気に、
旅で笑顔に。

笑顔になれる旅の情報満載!

国内旅行振興キャンペーンポータルサイト
がんばろう! 日本
<http://kokunai.nihon-kankou.or.jp/>

夏休みの旅行に耳よりな情報や全国の観光・イベント情報、さらにはお得なキャンペーン情報など、日本を元気にする旅の情報がいっぱい。さあ、今すぐアクセスしよう!!

今すぐアクセス!! 特典いろいろ ※詳しくは裏面をご覧ください。



社団法人日本観光振興協会 日本旅行業協会

官民合同による
国内旅行振興キャンペーン
実施中!



【裏】

笑顔になれる特典いろいろ

笑顔
1

投稿で! アンケートで! プレゼントが当たる!!



☆プレゼントキャンペーン実施中!! ☆

◎キャンペーン期間: 2011.7.13.wed→10.31.mon

キャンペーン期間中、国内旅行振興キャンペーンポータルサイト「がんばろう! 日本」内にある「日本再発見。」にアクセスのうえ、テーマにそった日本の魅力をご投稿いただくと、抽選で「日本再発見。」賞をプレゼント。また、同ウェブサイトにてアンケートにお答えいただくと、抽選で「旅で笑顔に」賞をプレゼントいたします。

投稿で

「日本再発見。」賞

国内線ペア往復航空券など、
豪華賞品が当たる!!

◎応募方法: 専業テーマにそって、あなたがお薦める日本国内の魅力な場所を、写真とコメントでご投稿ください。抽選で、国内線ペア往復航空券など豪華賞品をプレゼントいたします。※賞品は変更となる場合があります。

アンケートで

「旅で笑顔に」賞

日本旅行業協会 (JATA) 共通旅行券
1万円分が100名様当たる!!

◎応募方法: ウェブサイト内にある「国内旅行振興キャンペーンアンケート」にお答えください。抽選で、JATA共通旅行券1万円分をプレゼントいたします。※賞品は変更となる場合があります。

プレゼントキャンペーンはこちら→

日本再発見。

検索

笑顔
2

「観光庁長官賞」など、各賞受賞者にはステキな賞品をプレゼント。
「夏旅!」作文コンテスト

◎応募締切: 2011.9.9.fri (当日必着)

夏休みに「旅をして、気づいたこと、見つけたこと」をテーマに作文を大募集。優秀作品の中から、「観光庁長官賞」「日本観光振興協会賞」「全国連合小学校長会長賞」「全日本中学校長会長賞」の各受賞者には、ステキな賞品をプレゼント。この夏、楽しい旅の思い出を作品にしてください。

笑顔
3

長〜く泊まって特典いっぱい!!
3泊以上のおすすめ旅行

JNTOのWebsiteにて、正確な情報と日本の“いま”を発信

主に、**国内にいる外国人旅行者**に向けた情報提供(英・中(簡体/繁体)・韓)を震災当日より実施

災害関係情報 ・震災関連情報 ・原発関連情報 ・計画停電情報 等	公的機関情報 ・行政機関関連情報 ・国連機関関連情報 ・在日外国公館情報 等
交通情報 ・エアライン運航情報 ・鉄道・バス運行情報 等	その他 ・災害時医療通訳サービス ・安否確認情報 等

発信情報の追加


主に、**海外にいる外国人消費者**に向けた情報(英・中(簡体/繁体)・韓)を提供

災害関係情報 ・ <u>地図を使った正確な情報</u> (特に原発関連情報)	公的機関情報 エリア別の旅行情報 ・ <u>主要観光施設情報</u> ・ <u>イベント情報</u> ・ <u>動画・写真を使った</u> <u>日本の“いま”の発信</u>
交通情報 ・ <u>地図を使った正確な情報</u> ・ <u>エリアごとの交通情報</u>	その他

Japan Now on Youtube


Special Guests

Message from Peter Gelb (Tokyo, May 18, 2011)
 (Peter Gelb, General Manager of the Metropolitan Opera visited Tokyo in advance of their Japan tour this June.)




The Metropolitan Opera Japan Tour 2011

Chairman and CEO of International Rugby Board(IRB) Visit Japan
 (IRB Chairman, Bernard Lapasset, and CEO, Mike Miller visited Japan for talks about RUGBY WORLD CUP 2019 to be held in Japan)

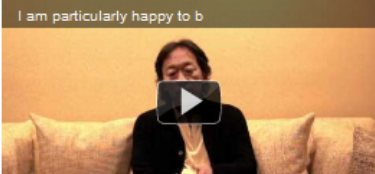


Justin Bieber is in TOKYO!
 (Justin Bieber, Canadian singer-songwriter comes to Japan as part of his MY World Tour.)



Justin Bieber met students from Tohoku at U.S. Ambassador's Residence.

I am particularly happy to be here
 (Myung-Whun Chung, Music Director of the Seoul Philharmonic Orchestra, came to Japan for the East Japan great earthquake charity concert.)



※ ジャスティン・ビーバー氏等の著名人や日本にいる外国人の動画を掲載

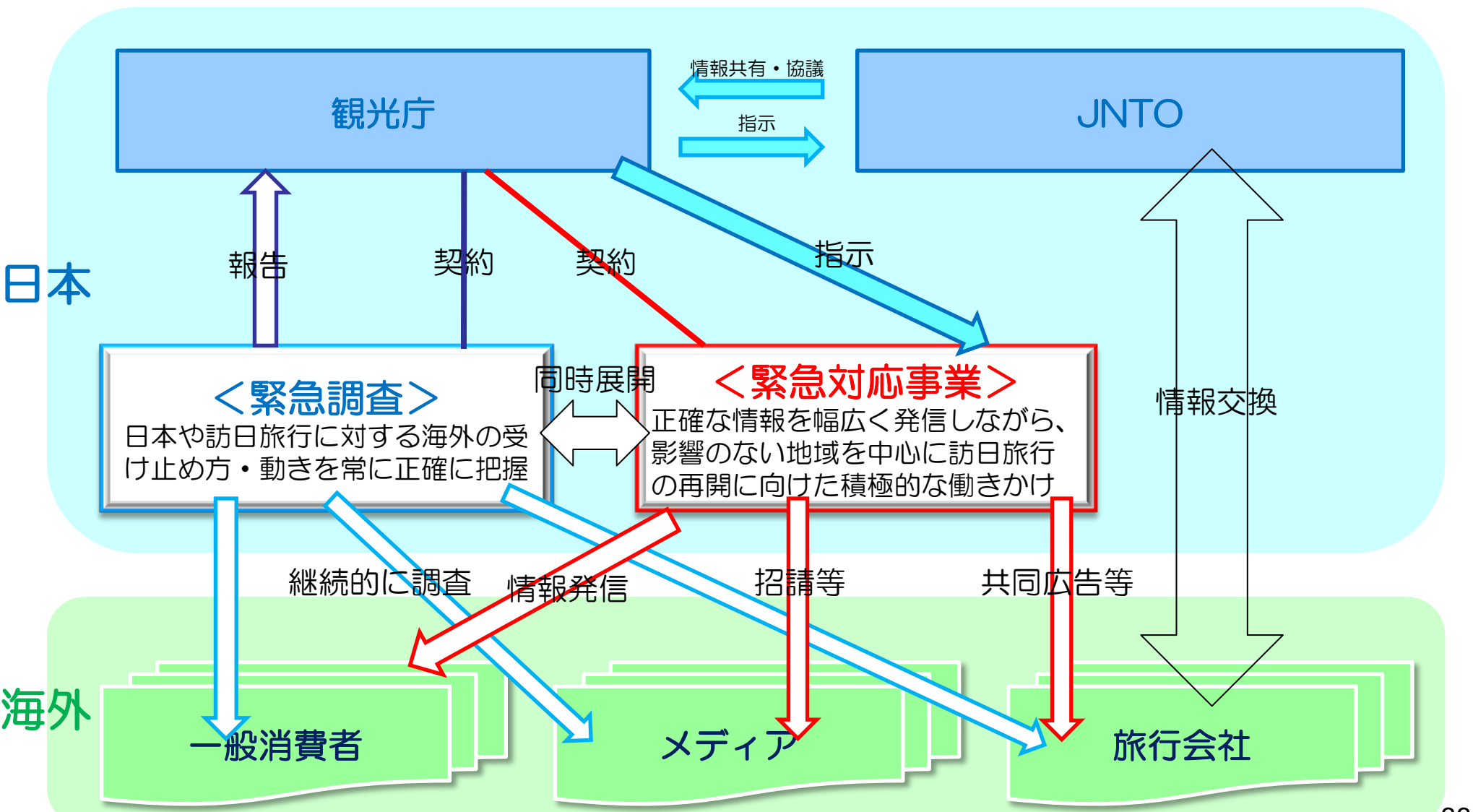
- ### 今後の情報発信の4つのポイント
1. 海外ではわからない日本の“いま”の発信
 2. 被災地とその他の地域と分けた情報提供
 3. 情報をより分かりやすく発信
 4. 海外の外国人旅行者を意識した情報発信

主要国の外交当局による日本向け渡航情報について

国・地域	当初	内容	最新	内容
韓国	3/17	渡航禁止地域:対象地域なし 渡航制限地域:福島第一原発から半径30キロ以内 渡航自粛地域:青森、岩手、宮城、福島、茨城県 渡航注意地域:東京都と千葉県	5/17	「渡航注意」地域から 東京都と千葉県が除外 渡航禁止地域:対象地域なし 渡航制限地域:福島第一原発から半径30キロ以内+福島県飯舘村、川俣町、田村市、南相馬市 渡航自粛地域:岩手、宮城、福島、茨城県 渡航注意地域:対象地域なし
中国	3/15	被災地への渡航延期を勧告。	4/29	福島などの深刻な被災地 への訪問は自粛し、日本の他の地区を訪問予定の中国人観光客は、訪問先の衛生状態及び日本の関係当局が出す情報に注意を払うよう求める。
台湾	3/15	東北地区、関東地区の全域(東京を含む)並びに北海道東部及び南部沿岸地区を「赤色警報(渡航に適しない)」とし、沖縄を除く「赤色警報」地域以外の日本各地方については「灰色警報(注意喚起)」地域に指定。	6/13	「赤色警報(渡航に適しない)」が発出されていた東北地方のうち、 福島県を除く全県の赤色警報を解除 した。また、 沖縄県を除き日本全域に適用されていた「灰色警報(注意喚起)」についても解除 した。(これにより、福島県を除く全域で一切の渡航制限が解除された。)
香港	3/15	「黒色警報(渡航禁止):福島、宮城、岩手、茨城県 「赤色警報(渡航自粛)」:その他の地域	6/10	福島県、宮城県、岩手県、茨城県の4県に対する「黒色警報(渡航禁止)」を「赤色警報(渡航自粛)」に下げる。ただし、福島原発半径80Km以内は旅行しないよう警告する。日本の他の地域は、「黄色警報(渡航注意勧告)」を解除する。
米国	3/13	政府関係者の不要不急の渡航の延期や、一般市民の観光などの自粛を勧告。	6/9	福島第一原発の半径50マイル(80km)以外への渡航自粛勧告を解除。ただし、 東北新幹線や東北自動車道を利用して、80キロ圏内を通過することは「安全」とする。
英国	3/13	東京や東北地方へのすべての不必要な渡航自粛を勧告。	4/7	(勧告レベルが緩和され)、 渡航自粛対象地域から東京を除外。

訪日需要の大幅減に対応した緊急対応事業について

訪日旅行プロモーションの本格的一斉展開に向けた準備として、緊急対応事業を展開し、震災・原発事故の影響のない地域などへの訪日旅行の復活を働きかける。



日中韓サミット・日中韓観光大臣会合

1. 日中韓サミット首脳宣言(2011.5.22)

【日本語仮訳】

- ・我々は、三箇国間の観光促進は経済の刺激、特に災害の影響を受けている日本の観光部門の刺激につながるとともに、他国に対する理解を深めることができることを確認した。
- ・我々は、2010年の第5回日中韓観光大臣会合の際に設定された、2015年までに三箇国間の人的交流規模を2600万人に拡大するという目標を支持した。
- ・我々は、こうした目標の実現や観光及び友好的な交流の促進にとって好ましい環境を生みだし、堅持していくために、三箇国が共に努力していくべきであるとの考えで一致した。
- ・我々はまた、ビザ手続の迅速化に向けた取組を確認した。
- ・我々は姉妹・友好都市交流の拡大を推進することが重要であるとの考えで一致した。

2. 第6回日中韓観光大臣会合

- (1) 開催地 カンウォン 韓国江原道・平昌(2018年冬期五輪立候補地)
- (2) 日程
 - 5月28日(土) 二国間会談、開幕式
 - 29日(日) 三大臣会合、観光地視察
 - 30日(月) 観光地視察、閉幕式(春川)チュンチュン
- (3) 三大臣会合において、訪日旅行の安全・安心に対する懸念払拭のため、経済産業省審議官に同行を求め、原子力発電所事故の現状、国内の放射線量の状況等についてプレゼンテーション
- (4) 三大臣会合の成果文書として、「危機管理マニュアル」の共同開発などを内容とする「共同声明」に署名
- (5) 大島大臣から次回会合は2012年に日本の東北地方で開催することを提案し、中韓大臣も同意

「ポジティブ・オフ」運動

- 震災の影響で、今夏はピーク電力の削減が必要（東電・東北電管内で15%削減）

【節電の観点】

- 企業において、休業・休暇を長期化・分散化する動き。
- 家庭部門における節電も必要。



【観光の観点】

- 震災や風評被害等により、観光地等の経済に大きな影響。
- 被災地域を含めた国内観光振興を行う必要性。

節電と旅行による経済活性化を両立するため、休業・休暇の取得と、外出／旅行を促進

目的とキャッチ・コピー：

- 「休暇を前向きにとらえ、楽しむ」運動を展開。
- 今夏は、節電を契機として取組開始。長期的には、休暇を楽しむライフスタイルやワーク・ライフ・バランスの実現など、「**ライフスタイル・イノベーション**」につなげる。
- キャッチ・コピーを「**ポジティブ・オフ**」運動とする。

ロゴとキャッチ・コピーの意味：



- ・ 「オフ」を前向きにとらえよう。
- ・ 「オフ」（節電）をライフスタイル変革の契機にしよう。
- ・ 「オフ」には、自分磨きをしよう。
- ・ 「オフ」には、家族との絆を深めよう。

- ・ 節電のための「オフ」
- ・ 家／オフィスから離れる「オフ」
- ・ 休暇を取る「オフ」
- ・ 日常から離れる「オフ」
- ・ 自分の心と体をリセットする「オフ」

「ポジティブ・オフ」運動の実施と賛同企業・団体について

★ 「ポジティブ・オフ」運動の実施

観光庁等	「ポジティブ・オフ」運動賛同企業・団体の取組を、ウェブや新聞広告等で紹介。
賛同企業・団体	【第一段階】従業員に、休暇の取得と外出／旅行の促進を呼びかけ。可能なら、福利厚生でのサポートや、新たな休暇制度の創設も。
	【第二段階】「ポジティブ・オフ」運動賛同企業・団体であることを、自社イメージ広告等で宣言。さらに、「ポジティブ・オフ」運動関連商品・サービスも展開。



様々な取組で、
運動のすそ野を
拡大！

★ 「ポジティブ・オフ」運動の賛同企業・団体になるには？

賛同規約で定められた取組（従業員に対し、社内メール等で、休暇の取得と外出／旅行の促進を呼びかける、それらに福利厚生のサポートをつける、等）を実施することを条件に、賛同申請書を提出すればOK。

★ 「ポジティブ・オフ」運動の賛同企業・団体一覧（7月15日現在）

I Tホールディングス株式会社	公益社団法人経済同友会事務局	東海旅客鉄道株式会社	株式会社日本旅行
イケア・ジャパン株式会社	京成電鉄株式会社	東京急行電鉄株式会社	バルシステム生活協同組合連合会
株式会社内田洋行	京浜急行電鉄株式会社	東京海上日動火災保険株式会社	びあ株式会社
NECビッグロブ株式会社	ココヨ株式会社	東京地下鉄株式会社	東日本電信電話株式会社
株式会社NTTデータ	JX日鉱日石エネルギー株式会社	株式会社 東芝	東日本旅客鉄道株式会社
MS&ADインシュアランス グループ	株式会社JTB法人東京	凸版印刷株式会社	三井不動産株式会社
ホールディングス株式会社	住友化学株式会社	東武鉄道株式会社	株式会社三菱ケミカルホールディングス
王子製紙株式会社	西武グループ	西日本旅客鉄道株式会社	三菱重工業株式会社
小田急電鉄株式会社	株式会社セブン-イレブン・ジャパン	日本経済新聞社	株式会社リクルート カスタマーアクション
カゴメ株式会社	全日本空輸株式会社	日本航空株式会社	ブラットフォームカンパニー
九州旅客鉄道株式会社	株式会社損害保険ジャパン	日本システムウエア株式会社	株式会社ローソン
近畿日本ツーリスト株式会社	第一生命保険株式会社	日本マイクロソフト株式会社	ワタミ株式会社
株式会社ぐるなび	TSUCHIYA 株式会社	日本ユニシス株式会社	国土交通省観光庁
京王電鉄株式会社			