

2020年訪日外国人旅行者数4000万人等の目標達成に向けて、欧米豪をはじめとした全世界からの誘客、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会後も見据えたプロモーションのさらなる展開を実施。

1. 国別戦略に基づくプロモーションの徹底

重点20市場からの更なる戦略的誘客のため、**国別戦略を徹底し、旅行ニーズに応じたきめ細かな市場別プロモーションを実施**

【欧米豪市場】

国毎の市場特性を踏まえ、魅力あるアクティビティ等の訴求力の高いコンテンツを中心としたプロモーションを実施。

- ・現地コンサル等の知見を活用したプロモーションの高度化
- ・関係者の訪日招請による、メディア・SNS等を通じた効果的な情報発信を強化
- ・訴求力の高い国際的な大規模旅行博等への出展を拡大
- ・地方や新たな日本の魅力を伝える旅行業者の育成

【アジア市場】

リピーターを含め更なる誘客促進のため、**個々の旅行ニーズに応じたきめ細かなプロモーションを実施**。

- ・日本の多彩な魅力を提示するテーマ旅行のPRを強化
- ・リピーター向けの訪問先として地方部の魅力を訴求
- ・各国で普及しているSNS等
- ・を活用したタイムリーな情報発信



2. 新たな市場からの誘客促進に向けた取組の推進

既存重点20市場別の訪日プロモーション事業等に加え、**訪日インバウンドの成長が見込まれる市場を新重点市場候補地（10市場）を設定し、当該市場において重点市場化に向けた市場調査や先行試行的なプロモーション等を実施**

- ・市場動向調査
- ・現地消費者向け旅行博への出展
- ・海外広告宣伝の実施
- ・旅行会社やメディア向けセミナーの実施
- ・レップを活用()した現地での情報発信 等



< 現地消費者向け旅行博出展 >



< 海外広告宣伝の実施 >

- ・() JNTOの現地事務所が存在しない地域等において、現地の事業者等が代理で情報収集や訪日プロモーション活動を実施すること。

富裕層の誘客拡大に向けたプロモーションの強化

3. 日本政府観光局（JNTO）の体制強化

上記のプロモーションの高度化及び戦略的誘客の実現に向けて、JNTOの体制強化を引き続き進める。

国際観光旅客税を活用した高次元な観光施策の展開

観光庁

【平成31年度予算概算要求：48,000百万円の内数（新規）】

国際観光旅客税財源充当事業

- 国際観光旅客税を充当する予算に関しては、「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律」（「国際観光振興法」）第12条に規定する国際観光振興施策に必要な経費に充てるものとされている。
- 国際観光旅客税を充当する施策については、「国際観光旅客税(仮称)の用途に関する基本方針等について」（平成29年12月22日観光立国推進閣僚会議決定）に基づき、観光庁に一括計上して予算要求を行うこととされた。具体的な施策に関し、観光戦略実行推進タスクフォースにおける累次の検討が行われ、観光ビジョン実現プログラム2018（平成30年6月12日観光立国推進閣僚会議決定）等が策定されるなど、検討が進められているところである。
- 平成31年度における観光財源を充当する各施策については、上記基本方針において、既存施策の財源の単なる穴埋めをするのではなく、受益と負担の関係から負担者の納得が得られること、先進性が高く費用対効果が高い取り組みであること、地方創生をはじめとする我が国が直面する重要な政策課題に合致することを基本的な考え方とされている。

1. ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備
 - ・最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現等
 - ・公共交通利用環境の革新等
 - ・ICT等を活用した多言語対応等
 - ・旅行安全情報等に関する情報プラットフォームの構築

等

2. 我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化
 - ・欧米豪を対象としたグローバルキャンペーン
 - ・デジタルマーケティングを活用したプロモーションの高度化

等

3. 地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上
 - ・文化財や国立公園等に関する多言語解説の整備
 - ・文化財の観光資源としての開花
 - ・国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化
 - ・魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放
 - ・古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくり
 - ・新たな観光資源の開拓
 - ・世界水準のDMOの形成・育成

等

テーマ別観光による地方誘客事業【平成31年度予算概算要求：73百万円の内数（151百万円の内数）】

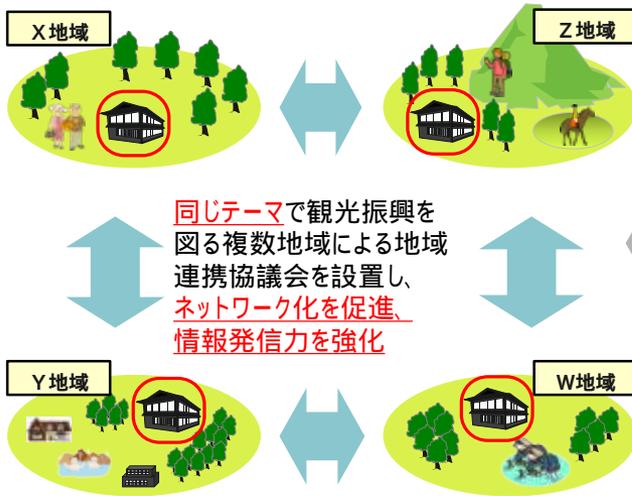
国内外の観光客が全国各地を訪れる動機を与えるため、**特定の観光資源**に魅せられて日本各地を訪れる「**テーマ別観光**」のモデルケースの形成を促進し、地方誘客を図る。

平成30年度選定テーマ

- ・エコツーリズム
 - ・アニメツーリズム
 - ・Industrial Study Tourism
 - ・街道観光
 - ・古民家等の歴史的資源
 - ・ONSEN・ガストロノミー
 - ・酒蔵ツーリズム
 - ・サイクルツーリズム
 - ・ツーリズム
 - ・社寺観光 巡礼の旅
 - ・全国ご当地マラソン
 - ・郷土食探訪
 - ・明治日本の産業革命遺産
 - ・日本巡礼文化発祥の道
 - ～フードツーリズム～
 - ・ロケツーリズム
 - ・忍者ツーリズム
 - ・宙ツーリズム
- 計17テーマ



ネットワーク化のイメージ



本事業で実施できる取組の例

1. **観光客のニーズや満足度を調査するためのアンケートやモニターツアー**
観光客のニーズやターゲット層の把握等の基礎調査や満足度を検証し、地域資源を磨き上げるためのアンケートやモニターツアー
2. **観光客の受入体制の強化に係る取組**
1の調査結果等で得られた知見を構成団体間で共有するマニュアルの作成
旅行商品の造成
3. **1の調査結果等を踏まえた情報発信**
共同Webページ、パンフレット、マップの作成
各種PR（旅行博等への出展やSNS等を用いた情報発信）
4. **ネットワーク拡大に向けた取組**
同じテーマを観光資源とする団体や地域に関する実態把握のための調査
シンポジウムやセミナーの開催

期待される効果

旅行者

- ・特定のテーマに関心の高い旅行者にとって**より魅力的な旅行を享受**

地域

- ・旅行者の複数地域への**来訪需要を創出**
- ・地域間で課題や**成功事例を共有**することによる、**効果的な観光振興策を推進**

観光産業における人材育成事業【平成31年度予算概算要求：421百万円の内数（315百万円の内数）】

背景・概要

【課題認識】

観光産業を牽引する経営人材や新たなビジネスを創出できるトップレベルの人材、地域の観光産業の中核を担う経営者等の人材の不足（**質の不足**）インバウンドをはじめとする増加する観光客に対応する現場人材の不足（**量の不足**）

【国費投入の必要性】

人材育成を通じた観光産業の経営力強化・生産性向上は喫緊の課題
急速に変化する観光産業界においては、国の後押しにより、産学連携による教育プログラム開発するノウハウを構築し、全国へ横展開していくことが適切である

【観光政策への寄与】

観光産業の経営力強化は、結果として、旅行者に満足度の高いサービスを提供することにつながる
観光産業の発展・基幹産業化のためには、人材確保・育成が不可欠



産業界のニーズを踏まえた観光人材育成

我が国の観光産業を牽引する
トップレベルの**経営人材**

地域の観光産業を担う**中核人材**

即戦力となる現場の**実務人材**

経営人材育成事業（H31年度要求額：117百万円、H30年度予算額：165百万円）

- ・観光MBAカリキュラムのブラッシュアップ
- ・広報周知の強化
- ・観光MBA取得者フォローアップのためのプログラム構築



中核人材育成事業（H31年度要求額：155百万円、H30年度予算額：125百万円）

- ・社会人向け教育プログラムを複数大学で実施
- ・大学連携による合同研修の実施
- ・歴史的資源を活用した観光まちづくりの担い手支援・育成



実務人材確保・育成事業（H31年度要求額：149百万円、H30年度予算額：25百万円）

- ・インターンシップ等の先進的な実践授業の実施
- ・地域における人材創出モデル事業の実施
- ・外国人受け入れ環境整備のためのプラットフォーム構築



要求のポイント

観光MBA運営支援や中核人材育成講座等の取組について、**行政事業レビュー公開プロセスの指摘を踏まえ、改善した上で、継続実施**
新たな在留資格（仮称：「特定技能」）創設等に伴う**外国人材受け入れ・活用のための取組を新たに実施**