

2020年訪日外国人旅行者数4000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円の目標の確実な達成のためには、我が国の観光資源の魅力を極めるとともに、欧米豪や富裕層といった取組が不十分だった層を取り込むことが必要。そのため、①「観光資源の保存と活用のレベルアップ」、②「『楽しい国 日本』の実現」、③「JNTOの大胆な改革」という新たな3つの柱の下、既成概念を打ち破る大胆な施策を実行。

① 観光資源の保存と活用のレベルアップ

<魅力ある公的施設の大胆な公開・開放>

- ・ **赤坂・京都迎賓館**について、以下の取組を実施
 - ✓ 迎賓館前の公園に**観光の呼び水となるカフェ等を有する施設を整備** <赤坂>
 - ✓ **外国人向けガイドツアーや伝統工芸技術の展示施設・工房と連携した体験ツアー**を実施 <京都>
 - ✓ **特別開館の利用方法をユーザーに分かりやすく情報提供**し、特別開館を効果的に実施 <赤坂・京都>
 - ✓ **参観者拡大のための団体枠の効率的な設定** <赤坂・京都>
- ・ **桂離宮**について、以下の取組を実施
 - ✓ **一日当たりのガイドツアー回数・総定員を拡充**（6回から24回、210人から480人）
 - ✓ **外国人専用の英語ガイドツアーを新たに実施**（一日当たり5回）
- ・ **公的施設の公開に伴う維持管理費用の増大への対応と更なるサービス水準の向上を図るための料金徴収のあり方について、引き続き有識者の意見を踏まえ検討**



<文化財の観光資源としての開花>

- ・ **文化財解説**について、**ネイティブの専門人材と連携**し、外国人向けに「制作」したうえで「監修」することにより、多言語対応を促進
- ・ **国宝・重要文化財**について、**鑑賞機会の少ない地域での展覧促進。地域にノウハウを蓄積**し、各地の美術館・博物館での活用を促進
- ・ **文化財修理**について、**一般競争入札等の導入**により、**工事の質を向上**
- ・ **VR技術を活用**し、文化財の魅力の発信を強化

<国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化>

- ・ 「国立公園満喫プロジェクト」として、先行的、集中的に取組を実施する8つの公園ごとに策定された「ステップアッププログラム2020」に基づき、**上質なホテルの誘致、景観デザインの統一、施設の維持管理や自然保全コストについて利用者が負担する仕組みの導入**等を進めるほか、**海外へ情報発信**
（大山隠岐国立公園大山寺地区における「山の駅」の整備、阿蘇くじゅう国立公園における**環境保全協力金の導入**）
- ・ 上記の取組に当たっては、**公募等により民間事業者の知恵や資金を最大限活用**するとともに、**消費額等の「質」に着目した指標を開発**しPDCAを確立
- ・ 8つの公園以外の**利用者数の多い公園へ取組を展開**



<「観光立国ショーケース」の推進>

- ・ 「観光立国ショーケース」選定3都市の行う事業に対して優先的に支援
- ・ **3都市のニーズと民間のニーズをマッチングさせる場を創設**し、民間投資を促進

観光先進国の実現のための新たな3つの柱

② 「楽しい国 日本」の実現

・ 「楽しい国 日本」の実現に向け、歴史、文化だけにとどまらない新たな観光資源開拓のため、以下の取組等を実施

<外国人向けコンテンツの充実>

- ✓ 国立劇場において外国人向けの歌舞伎等の鑑賞教室や体験プログラムを実施するなど、日本の伝統文化体験プログラムを充実
- ✓ 地域の文化芸術資源を磨き上げ活用する取組等を支援し、地方のエンタテインメントを充実
- ✓ 大阪などに日本の歴史・伝統文化等を幅広く発信する劇場を整備し、インバウンド需要を取り込み
- ✓ 宿泊施設自身が観光の目的となる5つ星ホテルや歴史的建造物を活かしたホテルの立地を促進

<受入環境の整備>

- ✓ ナイトエンタテインメントの充実等に向けて、演劇、おまつり、コンサート、スポーツ等の各種コンテンツについて、多言語化、外国人枠の設定、夜間開催など受入体制を整備
- ✓ 上野で蓄積されたノウハウを活かし、他の地域で美術館・博物館の夜間開館と併せたコンサート、映画上映会等のイベントを実施し、外国人を含めた新たな層を掘り起こし
- ✓ 閉館後の美術館・博物館を巡る解説付きの特別感のあるツアー等のプログラムの企画・実施を推進

<対外発信の強化>

- ✓ 外国人向けコンテンツについて、ブロガーやSNSを活用して情報発信を強化するとともに、多言語で一元的に発信

※ 上記の取組の深度化のため、関係省庁・関係企業等の協力の下、検討会を立ち上げ



瀬戸内国際芸術祭（撮影：中村脩）

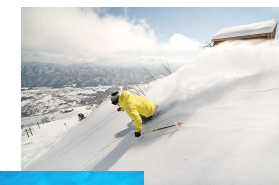
③ JNTOの大胆な改革

<国別戦略の徹底>

- ✓ 国別目標を設定した上で、国毎のターゲット層の設定、最新旅行トレンドの把握・反映などにより、国別のきめ細かなプロモーションを実施し、徹底した進捗管理の下、国別目標の達成を目指す
- ✓ 欧米豪旅行者の旅行意欲をかきたてる魅力的なコンテンツを発掘し、インターネットなどの様々なツールを駆使して発信することにより、旅行先として魅力的な日本を認知・認識させ、訪日無関心層を取り込み

<デジタルマーケティングの本格導入>

- ✓ デジタルマーケティング専任部署の新設・ICTの専門人材の配置により、データ分析に基づく科学的マーケティングの実施や、外国人視点によるウェブサイト等のコンテンツの充実を実現



<戦略的誘客の実現に向けた体制強化>

- ✓ 本部・海外事務所においてマーケティングなどの専門人材を配置し、より効果的な誘客を実現
- ✓ 海外における現地関係者や民間企業との連携を強化することにより、オールジャパン体制での誘客を実施
- ✓ 地方自治体・DMOとの連携や地方支援を専任とする部署の設置により、地方の行うプロモーションの質の向上を実現

