

第8回(12/15)国際競争力のある観光地の形成

(中国人観光の未来)



T216 月(1)法 103
平成 20 年 12 月 15 日
観光業界の経営分析

内 容

参 考 等

我が国の観光魅力の重点的かつ効果的な発信

観光白書

ビジット・ジャパン・キャンペーンの概要 - 我が国の観光魅力は、外国人の共感を引き起こす「ソフトパワー」であり、グローバル化の下、一人一人の交流を通じ相互理解の促進を図ることは、国家間の外交を補完し、安全保障に大きく貢献するものである。また、我が国の少子高齢化に伴う人口減少や周辺諸国の経済発展に対応して、観光交流を促進し、地域活性化に貢献するとともに、外国人観光旅客の受入れに伴う国内ビジネスを後押ししていく必要がある。これを踏まえ、取組を官民一体で推進してきており、平成 15 年に 521 万人であった訪日外国人旅行者数は、平成 19 年には 835 万人と過去最高を記録している。

国際観光の推進 [国際化を進める]

観光要覧

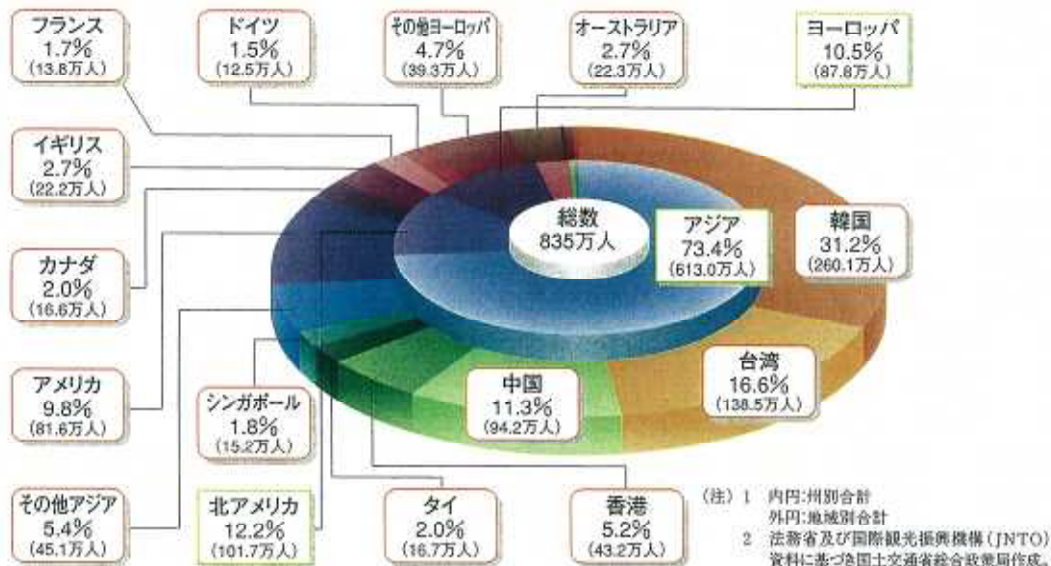
誘客・宣伝の強化及び旅行商品の開発

- ・ 海外における誘客・宣伝の強化
- ・ 外国人向け旅行商品開発の促進等

受入体制の整備

- ・ 外国語が堪能な人材の利活用の促進、公共交通機関等における外国語表記の充実、国際航空路線網の拡充、国際線旅客ターミナルの整備等

図11-1-2-8 上位12か国 州別・国・地域別訪日外国人旅行者の割合（平成19年）



国・地域別に経年変化を見ると、韓国が前年比22.8%増の260万人と極めて高い伸びを維持し、9年連続で首位となった。以下、台湾139万人（前年比5.8%増）、中国94万人（同16.1%増）、アメリカ82万人（同0.1%減）、香港43万人（同22.6%増）の順となっており、特に韓国、香港等が高い伸びを示した（図11-1-2-9）。

図11-1-2-10 各国の外国人旅行者受入れ数の国際ランキング（2006年）

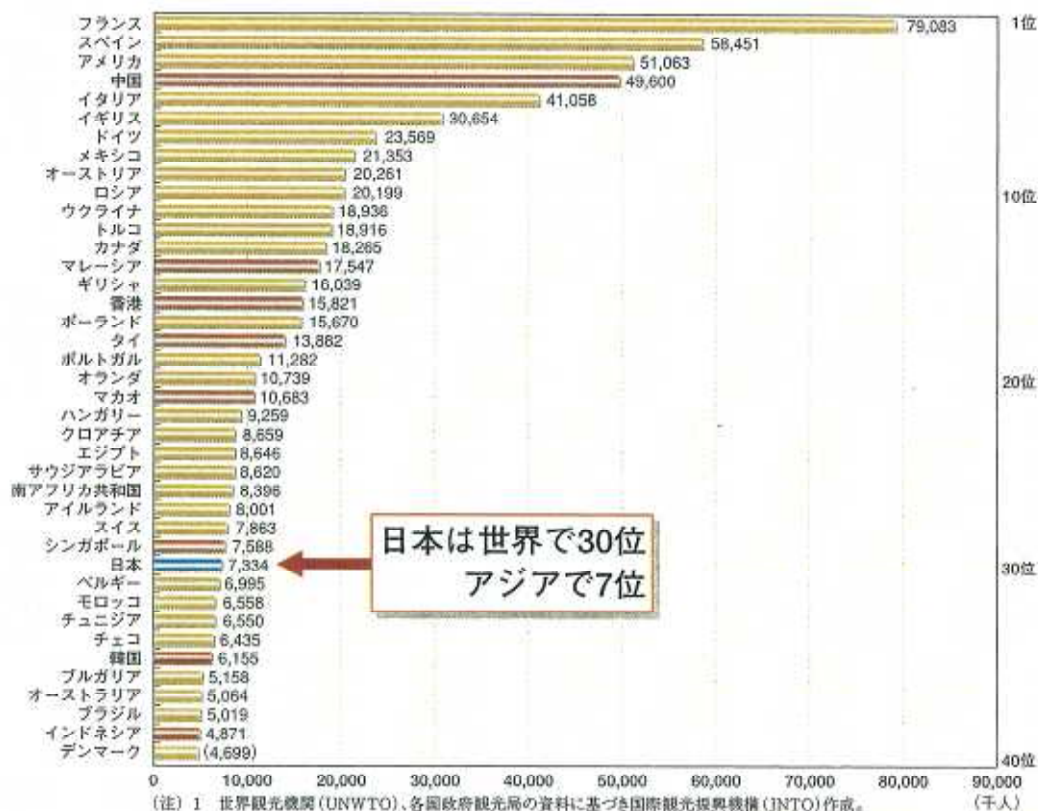
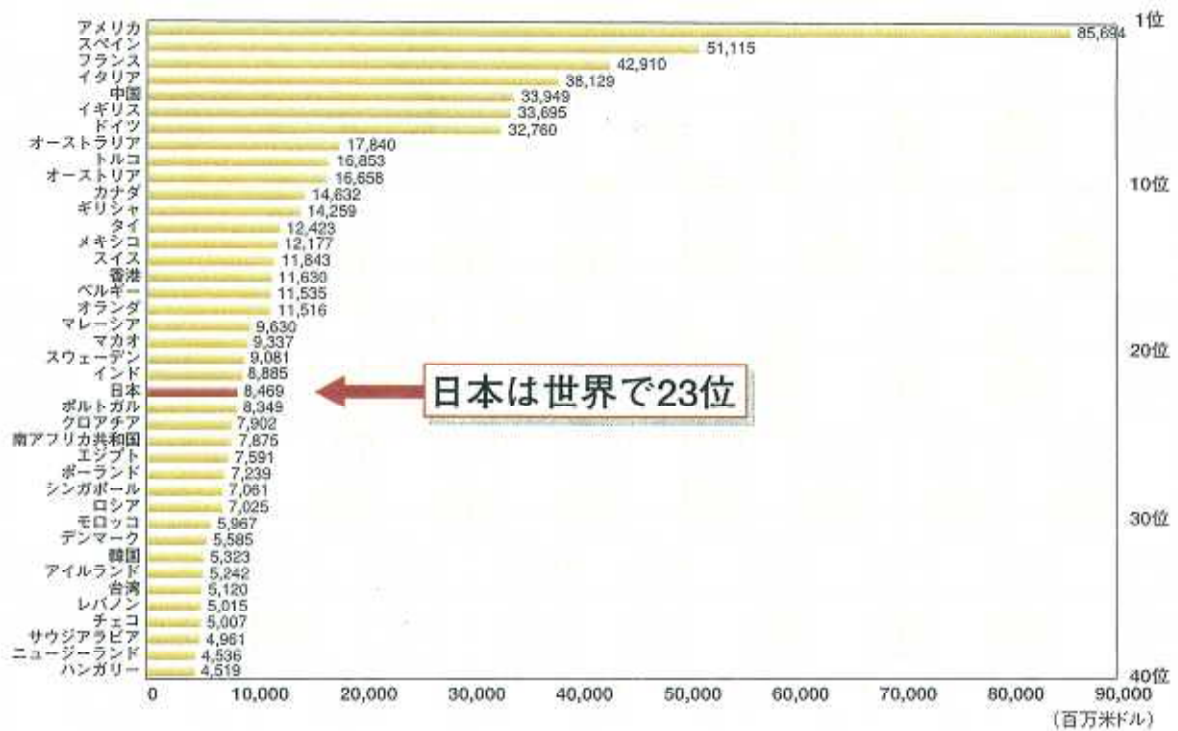
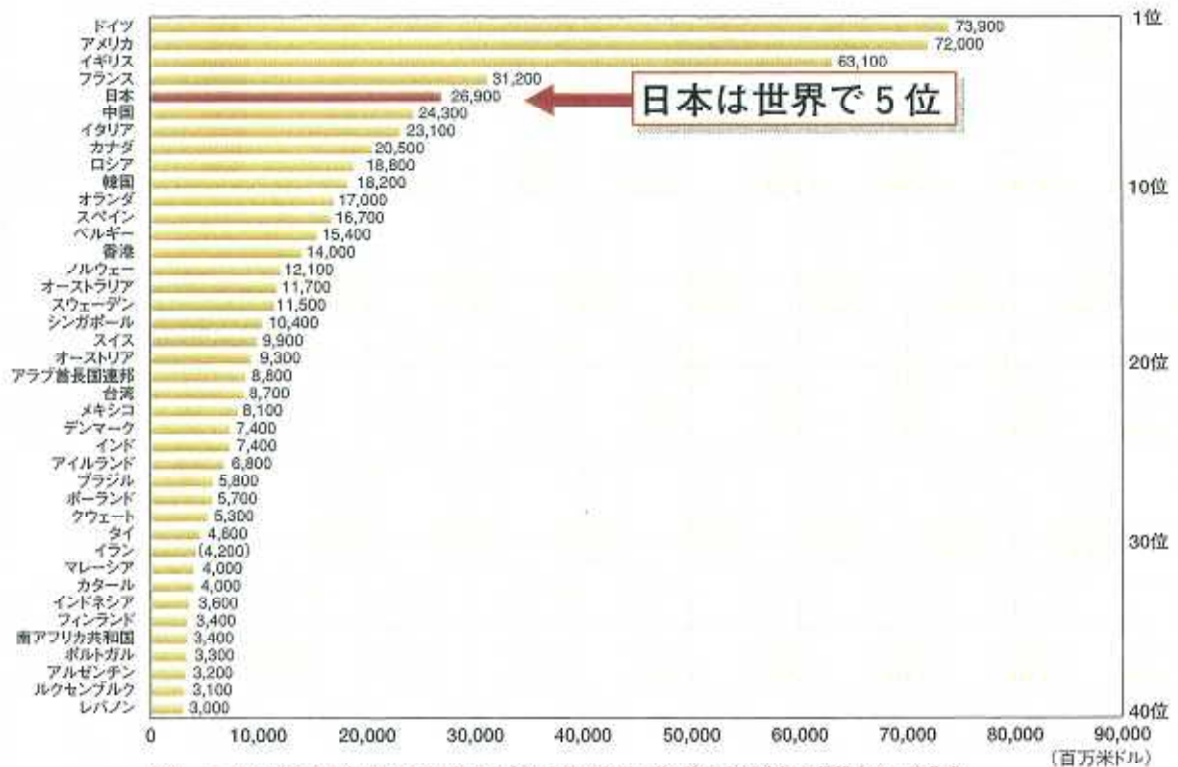


図 11-1-5-2 国際旅行収入ランキング (2006年)



(注) 1 世界観光機関 (UNWTO)、各国政府観光局の資料に基づき国際観光振興機構 (JNTO) 作成。
 2 本図の数値は2006年3月時点の暫定値である。
 3 本図の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

図 11-1-5-3 国際旅行支出ランキング (2006年)

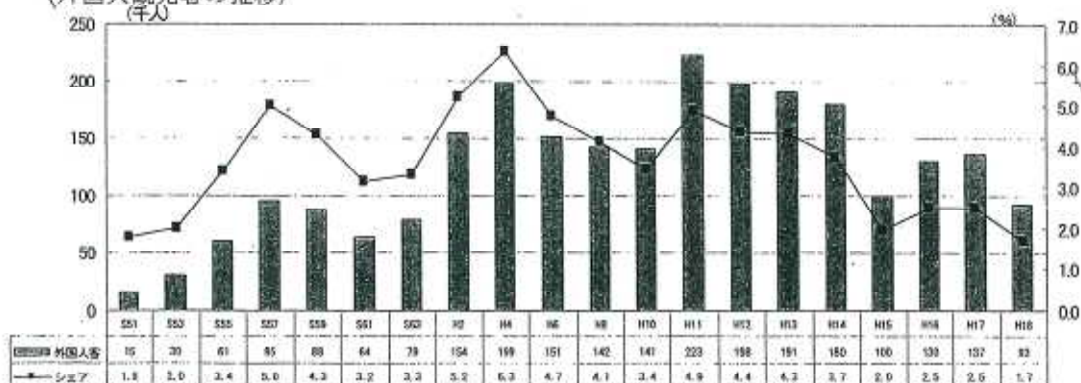


(注) 1 世界観光機関 (UNWTO)、各国政府観光局の資料に基づき国際観光振興機構 (JNTO) 作成。
 2 本図の数値は2007年10月時点の暫定値である。
 3 () は2006年の数値が公表されていないため、2005年の数値を利用した。
 4 本図の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

〈国外観光客の動向、変動要因〉

- ・ 外国人観光客の主力である台湾客の北海道や東京志向により、平成11年をピークに減少傾向が続いていたが、平成15年にサーズの影響により大きく落ち込んだ。
- ・ その後、定期クルーズ船の復航等により回復基調にあったが、平成18年に、運行効率が悪いことを理由に再び休航したため、10万人を割り込んだ。
なお、台湾定期クルーズ船は平成19年7月から再開している。

〈外国人観光客の推移〉



主な観光指標(平成18年実績)

指標	単位	平成14年 (実績)	平成15年 (実績)	平成16年 (実績)	平成17年 (実績)	平成18年 (実績)	平成19年 目標 77ヶuppプラン	平成23年 目標 基本計画	調査名 掲載ページ
入域観光客数 (うち外国人観光客数)	万人	483 (18)	508 (10)	515 (13)	550 (14)	564 (9)	580 (25)	650 (60)	入域観光統計
観光客一人当たり 県内消費額	千円	72	74	70	72	73	80	109	観光統計実施調査 (空港/ホテル調査)
観光収入 (名目値)	億円	3,466	3,754	3,631	3,984	4,104	4,800	7,085	同上
平均滞在日数	日	3.77	3.93	3.72	3.80	3.80	4.10	4.18	同上
リピーター率	%	-	61.9	-	-	68.4	-	-	同上
コンベンション開催件数 (うち国際会議等)	件/年度	496 (31)	687 (23)	649 (35)	691 (31)	704 (28)	730 (45)	750 (50)	-
ボートキャンプ・合宿数	件/年度	146	162	192	251	279	220	246	-
宿泊施設客室数 (10月1日現在)	室	25,423	27,533	28,303	31,238	32,320	31,200	33,500	種別・地区別の 宿泊施設数
宿泊施設稼働率(人員) 同(客室)	%	60.4	64.4 75.0	61.5 72.5	61.3 73.7	59.4 71.2	-	-	宿泊施設の 利用状況調査
修学旅行入込実数	校 人	1,451 285,857	1,795 335,859	2,228 393,196	2,484 426,536	2,615 439,823	-	-	修学旅行入込 状況調査
クルーズ船の寄港回数	回	92	72	82	89	18	90	200	クルーズ船 寄港実績
リゾートウェディング 実施組数	組	2,000	2,500	3,500	4,605	6,050	7,500	10,000	-

その他観光客数に関する統計資料

(1) 国籍別入域外国人数

① 年次別・国籍別入域外国人数

(単位:人)

	総数							
		台湾	香港	韓国	中国	フィリピン	アメリカ	その他
S54年	14,311	4,465	458	91	—	1,258	6,640	1,399
S55年	43,113	32,599	551	140	—	1,305	6,951	1,567
S56年	62,498	50,975	283	173	—	1,499	8,110	1,458
S57年	82,309	69,315	325	199	—	1,685	8,656	2,129
S58年	58,401	44,199	294	172	—	1,513	9,978	2,245
S59年	77,351	60,072	353	214	—	1,807	11,724	3,181
S60年	70,574	52,826	315	196	—	2,248	12,401	2,588
S61年	53,008	34,762	600	267	—	2,391	12,630	2,358
S62年	57,242	38,983	832	208	—	2,512	11,690	3,017
S63年	61,201	43,908	746	203	—	2,534	10,934	2,876
H元年	94,615	76,985	703	221	—	1,806	12,099	2,801
H2年	133,687	113,254	710	500	—	2,051	14,094	3,078
H3年	173,961	156,067	494	782	—	2,363	11,547	2,708
H4年	173,023	151,589	306	2,182	—	2,350	12,645	3,951
H5年	152,398	133,028	240	4,301	—	2,047	9,820	2,962
H6年	131,966	114,240	445	4,708	—	2,229	7,244	3,100
H7年	118,695	100,327	561	3,688	—	1,575	9,006	3,538
H8年	125,229	110,227	493	4,725	—	1,295	6,126	2,363
H9年	159,652	142,376	795	5,393	—	1,512	6,294	3,282
H10年	120,367	103,720	780	2,450	474	1,658	8,790	2,495
H11年	177,208	158,228	1,042	4,191	545	1,608	8,240	3,354
H12年	149,267	129,854	975	4,960	741	1,520	7,785	3,432
H13年	140,220	117,883	1,204	4,759	1,429	1,712	9,542	3,691
H14年	120,548	91,132	2,642	4,957	1,838	1,996	12,917	5,066
H15年	67,771	43,122	722	5,628	1,184	2,286	10,113	4,716
H16年	90,491	66,495	922	5,053	1,749	2,417	8,906	4,949
H17年	95,662	68,763	753	6,848	1,739	2,446	9,264	5,849
H18年	77,482	41,298	1,304	10,508	3,033	2,157	10,632	8,550

※ 法務省大臣官房司法法制部が編纂する「出入国管理統計年報」の「港別入域外国人の国籍」のうち、沖縄県内の空港、海港分のデータを集計した。

※ 特例上陸及び協定該当者を除く。

※ 香港は①中国国籍を有する者で、香港特別行政区旅券(SAR旅券)を所持する者及び②香港の居住権を有する者で英国政府が発給したBN O旅券を所持する者の計。

上海と沖縄の相互価値の交流

2007年8月8日
沖縄経済同友会 国際委員会委員
公認会計士 山内 眞樹

先日、(財)南西地域産業活性化センターの主催で行われた、上海国際問題研究所 研究室長の呉寄南先生の歓迎レセプション(ホテルサンパレス)で、呉先生や参加者の方々と話をして感じたことを、今後の沖縄と上海の交流に関する希望として記してみました。

私の提言は、近くにはあるが未だに充分に知りあっていない二つの地域、生活も、規模も、社会も、経済も、著しく異なった状況にある二つの地域、“上海と沖縄の相互価値”を認めあって、将来に向けて行動するに意義を見出すことにある。それは、中国と日本の交流といった国家レベルの交渉ではなくて(国家レベルの話になると、従来から、両国とも政治的には対立した考え方を持つ)、上海と沖縄という地域レベルでの友好的な交流である。

例えば、沖縄の持つ世界に通用する観光資源を開拓し、世界的レベルのものとするために、上海の観光関連企業等が沖縄に進出して、営業所や現地法人を設立し、沖縄において、直接事業を行うことの可否である。即ち、上海の企業がより有利な投資利益を獲得する。それと同時に観光資源を提供する沖縄側は上海からの進出企業の経済活動により、中国人をはじめ、多数の外国人観光客の来訪を受入れて、地域的に活性化し、発展するといった観点からの提言である。

- 1．沖縄というところ(現状と脅威、そして強味)
- 2．上海というところ(ビッグチャンス、その強味)
- 3．二つの地域の相互価値の交流(チャンスを生かすには)
- 4．将来の展望(チャンスを強味に)

1. 沖縄というところ（現状と脅威、そして強味）

藍い海と青い空、風光明媚で気の休まるどころ、それが沖縄というところである。その沖縄の地が、大きな社会的、経済的な変化を迎えようとしている。この変化を将来に向けて、地域の発展の原動力へと誘導しなければならない。

今、沖縄の経済社会は大きく変化しようとしており、この変化を沖縄 800 年の歴史における 100 年に一度のチャンスとして捉えることができれば、大きな発展へ向って進むことが出来る。沖縄の企業と人々は、この変化の意味と過程を理解し、環境の激変に応じて、従来の発想を転換し、根本的な企業体質の見直しを行い、新たな事業機会に対処することが必要がある。

沖縄の変化とは、米軍普天間飛行場等の移設と返還、加えて、日本の行政改革が震源である。沖縄経済における米軍基地の県内生産に占める比重は、35 年前の復帰時点の約 15% から、現在は半減した。県内公共工事は、1993 年の 8,573 億円をピークに 2004 年には約 66% の水準に減少した。

縮小する補助的な経済の柱、これらが沖縄の脅威であり、経済的リスクである。これらをそのまま放置すると、将来、沖縄の不安、弱味となり、地域の力は大幅に低下する。

これらの脅威を弱味として、放置することなく、また他に依存することなく、新しい社会的、経済的資源を生かすことに着目し、思考方法を前向きに変えることによって、経済自立のチャンスに変換出来る可能性がある。

それは、“脱基地経済”と“脱公共工事依存”であり、“基地も公共工事”もある時期から人為的に沖縄に押し付けられた状況であり、それは補助と依存体質への誘導と助長であった、本当に沖縄の為になる自立ではなかった、という原点に戻っての考え直し、とらえ直しである。

それらが今また人為的に縮小されようとしていることに腹を立てるべきである。それらの現実を正面から受止め、縮小の脅威の中で全ての旧習を見直し、初心に戻って、希望を見出し、沖縄本来の可能性を生かす“観光リゾート産業を確立する”という思考に転換し、それを沖縄の強味として実践することである。

沖縄は、上海の活力と自立精神を、沖縄的な観点から学びとる必要がある。

それは、全国的にも他の追従を許さない地理的位置と温暖な気候、世界的にも充分競争出来る景観や自然の資源であり、東南アジア又は世界の交流地点となる可能性、沖縄の強味の認識である。

2 . 上海というところ (ビッグチャンス、その強味)

今、世界でもっとも活気のある街、上海。空高くそびえる大摩天楼、歴史を回想させる古い街並み、止まることなく活動する人々と企業と経済、そして、そこは今や世界のビジネスセンターである。

以前上海へ出かけた時、中国の国内旅行事情を知りたいと期待しながら、杭州の一日旅行をと、早朝 8 時頃上海体育館近くの旅行センターに行った。

旅行センターは旅行社やバス会社の案内所が数多く立地し、上海から観光地へのバスによる観光旅行者であふれかえらんばかりであった。彼等は中国各地から上海へ来て、観光し、そしてまた上海から近くの観光ポイントへ小旅行をするという人々が多いのだという。上海は何事をするにも全てのノウハウが整っていて、便利だからこんなに多くの人が集まって来るとのことだ。

杭州 1 日旅行の 40 人程度の予約席は満席、8 時 30 分発、帰りの上海着は 20 時の予定だという。

チケットは早朝では間に合わないだろうということで沖縄大学に留学していた親友の鄭さん(昭和瀝青副社長)が前日までに手配してくれて、一緒に出かけた。彼女は中国の名門、復旦大学歴史学科を卒業した才媛で、仕事の関係で日本国内への旅行も何度かしており、いい話し相手になってくれた。昨日も彼女と一緒に沖縄県上海事務所を訪問し、上海における沖縄観光の普及を調べたが、見るべき成果もないようで、少し落胆したが、お互いに周知である沖縄観光の良さについて、上海の観光との比較など、道中いろいろと話がはずんだ。

一日観光バス(二日観光等の人も含まれ、杭州では何人かの入替もあった)の乗客は中国の地方や台湾から来た人、上海の人(少し?)、韓国人の若い女の子 4 人、日本人は 2 ~ 3 人であった。

零度以下にもなったという寒い日ではあったが訪れた西湖、霊隠寺の駐車場はバスやタクシーであふれかえっていた。みんな“寒い寒い”といいながら、西湖の絶景や毛沢東や江沢民など中国共産党の幹部も度々訪れたという寺社の規模の大きさに感動しながら、夕刻まであちこち散策した。

昨日、沖縄県上海事務所の話では、沖縄は上海でほとんどこれといって知名度もなく、全く売れていなかった。

そんな事など帰りのバスの中で鄭さんに“沖縄観光に上海の人々が求めるものは何だろう。”と問うと、彼女は“暖かい気候、海、平和、人間の温かさなど、中国人は必ず沖縄を好きになると思う。”と答えた。

そうだ。秦の始皇帝は東海(沖縄近海)に仙薬を求めて、大船団を派遣した。今日のガイドさんの話でも、中国の巨人、毛沢東や江沢民、胡錦濤などが、保養と休息を求めて、何度も杭州の西湖に来ているという。“これだ!!” 沖縄観光のキーワードは“長寿と健康”だと思った。これらの貴重な価値も、いや沖縄という地名さえも全く知られていない。しかし、これらが上海で知られるとそ

の観光需要は底の知れないほど大きなものとなるだろう。

帰りの約3時間のバスの中から、3つもの地域で20分おきぐらいに花火があがるのを見た。本当に中国、上海は大きい。この大上海の旅行者を沖縄観光のお客として迎える日はそう遠くない気がした。

そして、それを行うのは上海から進出した企業が中心になるべきである。

3. 二つの地域の相互価値の交流（チャンスを生かすには）

二つの地域の相互価値 それは次のように表現できる。

一方が保有していないものであるが、必要であるもの。

他方が保有していないものであるが、必要であるもの。

即ち、双方が求めているものの相互の提供である。

沖縄が持っていない、巨大なビジネス力と資金投資と人的動員力を上海が持っている。上海が持っていない美しい自然と安らぎと保養などの観光資源を沖縄が持っている。

このような二つの地域の特色を相互に要求する、相互に欠けているものを満たす関係である。

思いつくままに両地域の特色と要望をあげて見ると、

上 海	沖 縄
溢れかえる人口と活気 高速で時を刻む時計	休息と再生の空間 停まったかのような時間
巨大で隆盛するビジネス 事業利益と投資利益 上海の裏庭、杭州と沖縄	保養と休息 ビジネスを忘れて安らぎと思索 自然保護と活用
活動する都市、大都会 国際都市	美しい空気、海、安心 いなか、離島、リゾート地

都市、ストレス、働きすぎ 最新技術の集積	長寿、健康、再生 EM、バイオ産業の可能性
観光に対する需要 沖縄リゾートの開拓 事業機会	観光客を受入れる場 たった2時間の距離 地域の発展
懐かしい海（埋立地の都会）	古来からの東海の蓬莱島
今日の活動、活力	明日への活力
中国の経済的首都	日本最大の観光優位性
古来の海洋への渴望	未知の土地、沖縄、琉球
ビジネスの場 時を追いかけて	交流と保養の場 しばし時を忘れて
事業資産を生かす ビジネスセンター	金融資産として活用する 金融特区
アジアのビジネスの中心	アジアの交流の場を目指して

それは、特に日本的な発想かもしれないが、地域“縄張り”的な発想を捨てる。“縄張り”とは国際的な、特に日本の対内直接投資を阻止する明治以来の体質、それは同時に対外交流と進出の不足（商品の輸出のみの対外進出）など現代日本の反省点によく現われている。これを捨て、他地域からの交流と進出を積極的に迎え、大小はともかくとして、相互に持てるものを相手のために提供し、相互に交流して、需要と要望を満たそうという考え方である。

沖縄的な発想は、他と競争、競合するよりは、自地域の特性を紹介し、相手に認めてもらうことである。

自地域のものを他地域と比較して、自地域の優位性を訴えることが、沖縄の人々は苦手である。自前のままで、競合せず、特性を生かすことに徹する。沖縄は古来、競争に適さない、人々の集まり、競争の嫌いな地域である。上海のようなグローバルな地域と相互価値の交流を行うことにより、企業、産業の受入れを進めて、沖縄の価値を作るべきである。

沖縄は旧弊と束縛を脱ぎ捨て、新たな天地に向かって進むべきである。

4 . 将来の展望 (チャンスを強味に)

以上を記しながら、次のような考えに至った。

上海は沖縄にどのような関心があるか？

沖縄は上海にどのような関心があるか？

上海から見れば沖縄は“場”である。

上海は動いている“時”、沖縄は止まった“時”である。

それは観光、いやしなど、中国の人々を温かく迎えて、亜熱帯の海洋に浮ぶ古来の中国の影響を強く受けた、気の休まる観光島である。中国や世界の人々が来て、ゆったりと英気を養う“場”である。

また、ビジネス的には、上海の企業（当初は観光関係を中心として）が進出する事業機会、観光等の資源が豊富に存在する“場”である。

沖縄は上海の近くにあって、上海にない自然と保養を提供できる“場”である。それは上海に対する将来の期待である。

他方、沖縄は近々、縮小する“基地経済”と“依存経済”から脱出しなければならぬ。これは冷徹な現実である。

沖縄が“基地経済”と“公共工事依存”からゆるやかに脱するためには、即ち、これらの縮小傾向を脅威と感じ、弱味とすることなくソフトランディングを図るためには、スムーズにこれらの空間を埋める必要がある。

それは、今、沖縄に起きている好調な観光客、沖縄への進出企業と移住者の増加、全国唯一の金融特区、大学院大学の開設等の動きである。これらの気運は脅威を弱味にすることなくチャンスとすることに勇気を与えてくれる。チャンスの行き着く先の目標は“観光リゾート産業”の確立である。それが中国上海をはじめとする世界の企業の沖縄進出である。

北に日本、西に中国、南に東南アジア、東に米国、このように沖縄を中心にして円を描けば、沖縄はアジア、太平洋の中心であり、世界の場ともなり得る。

沖縄は古来から、日本や中国の一部ではなく、それらの国々の往来する場であった。最近、話題になりはじめた沖縄道州（国）という独自の存在という考え方が自然であり、人為的に閉じ込められた感のある沖縄（県）からの意識改革と自立をこの機会にやりとげる必要がある。沖縄は米軍基地と公共工事による桎梏から抜け出る時期が来たのである。

産業経済の自立のために、現在の沖縄ブームから得た機会を観光リゾート産業に重点投資することが必要である。空港の大規模な整備、自然の景観や海浜

の整備、医療、金融制度の整備、IT情報基盤の整備、語学、IT、歴史など人材の育成、これらに経済資源とエネルギーを優先的に集中投資する。これによって、海洋、亜熱帯気候、景観などの沖縄特有の観光資源をさらに有効に生かし、東南アジア地域における中心的な観光地を目指す能力は充分にある。これが沖縄における産業発展の方向であり、フレームワークである。

アジアは世界の経済発展地域であり、BRICs、ネクスト 11、それらのすべてにアジア諸国が含まれている。周辺国の経済発展が沖縄への潜在観光客の源泉となる。

古来からの沖縄への流れ、中国、アジア、太平洋諸国との経済、文化の交流という大きな遺産を生かして、自助努力により沖縄の観光、リゾート産業を一回り大きくするチャンスを生かさなければならない。

沖縄は他から強制されたような、旧習を改め、旧弊や依存を捨て、自らの価値を確立し、上海や世界と交流するという新たな天地に向かうべきである。

小さな地域であった、シンガポールがリークアンユーという偉大なオーナー的指導者により、香港が世界を圧巻する大英帝国というオーナー的バックにより、経済的な大地域となったように、沖縄の特色を生かせるオーナー的指導者の出現を待望して…。

(Eメール課題 8)

? 8. 沖縄における中国人観光客の未来と受入体制について論ぜよ。

提出期限 : H20.12.22 (月)

Eメール : yamauchi@cosmos.ne.jp

第7回(12/8)の復習

平成20年12月15日

1. 第7回のキーワードは何か

「栄枯盛衰」を知り、積極的で、挑戦(試行錯誤)的な経営をする。

2. 観光地の栄枯盛衰

(1) 受入側の意識の改革

(2) コンセプトの確立と弾力化

(3) グローバル化の下での観光

(Eメール課題 7)

? 7. 観光地の変化の兆し(良い点、悪い点どちらでもOK)について述べよ。

提出期限: H20.12.15(月)

Eメール: yamauchi@cosmos.ne.jp

訪日外国人旅行者の受入れに関する意識調査結果（要約）

「外国人が快適に観光できる環境の整備に関する政策評価」実施中
このうち「事業者等に対する意識調査結果」を先行して公表

【政策目標】

- 訪日外国人旅行者数の倍増
(2010年(平成22年) → 1,000万人)
- 国内における観光旅行消費額の増大
(2010年度(平成22年度) → 30兆円)

【背景】

- ・ 2005年における全世界の外国旅行者数は8億人に到達。2010年には10億人、2020年には15億人に増加と推計(世界観光機関)。
- ・ 2007年の訪日外国人旅行者受入れ数は、835万人で過去最高。しかし、外国人旅行者受入れ数は世界で30位、アジアの中でも7位と、低い水準。

国内環境の整備・外国人の訪日促進

観光関連事業者等に対する意識調査

1. 趣旨
訪日外国人旅行者の受入れに関し、観光関連事業者、地方公共団体の意識や取組実態を把握

2. 時期
平成20年4月1日現在

3. 調査対象、調査方法
以下の事業者等に対する悉皆調査(郵送調査)

① 宿泊業者	回収率 43.9%	(回収数 7,068 / 母集団 16,113)
② 旅行者	回収率 62.5%	(回収数 1,251 / 母集団 2,002)
③ 交通事業者等	回収率 67.3%	(回収数 982 / 母集団 1,460)
④ 地方公共団体	回収率 82.0%	(回収数 1,533 / 母集団 1,870)

関係機関に対する調査(とりまとめ中)

国土交通省、外務省、法務省等

評価結果(勧告等)

1 訪日外国人旅行者の受入れの現状について

○ 宿泊業者の受入状況

- 宿泊業者のうち訪日外国人旅行者の宿泊(平成19年)があったのは6割強。
 - ・ 客室数別にみると、客室数が多くなるほど「宿泊があった」が高くなっており、30室未満は5割弱、100室以上は9割強。
 - ・ 訪日外国人旅行者延べ宿泊者比率(注)をみると、「1%未満」が5割以上を占め、全体の8割強が「5%未満」。客室数別にみると、客室数が多くなるほど延べ宿泊者比率が高くなっており、100室以上は「10%以上」が2割。
- 宿泊業者で「宿泊がなかった」と回答した者のうち7割強が訪日外国人旅行者の宿泊を今後も望んでいない。
 - ・ 宿泊がなかった理由は「訪日外国人旅行者から宿泊希望がなかったため」が最も高く、次いで、「施設が訪日外国人旅行者向きでないため」、「外国語対応ができないため」など。
 - ・ 宿泊してほしくない理由は「外国語対応ができないため」が最も高く、次いで、「施設が訪日外国人旅行者向きでないため」、「問題が発生した時の対応に不安があるため」など。

資料 四～二 図1-1～1-4

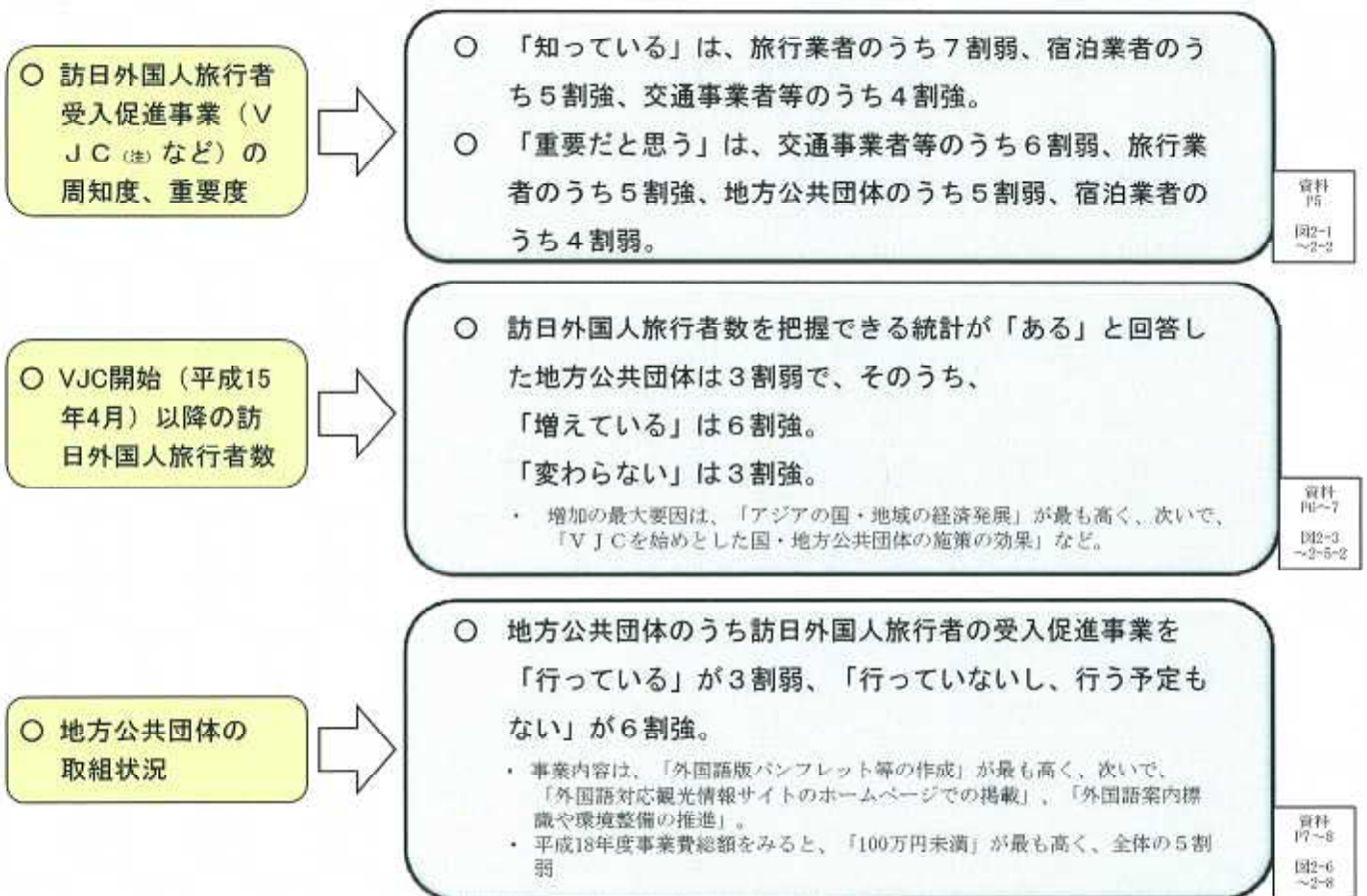
○ 旅行者の受入状況

- 旅行者のうち訪日外国人旅行者の旅行を「取り扱っている」は2割強、「今も取り扱っていないし、今後も取り扱わない」は5割弱。
 - ・ 取扱人数の多い旅行先都道府県は、東京都、京都府、大阪府など。
 - ・ 取り扱っていない理由は、「海外営業拠点や、海外旅行者との提携がない」、「外国語対応(担当部署、職員等)ができない」など。

資料 四～四 図1-5～1-8

(注) 訪日外国人旅行者延べ宿泊者比率とは、訪日外国人旅行者を含む全宿泊者数(延べ人数)に占める訪日外国人旅行者宿泊者数(延べ人数)をいう。

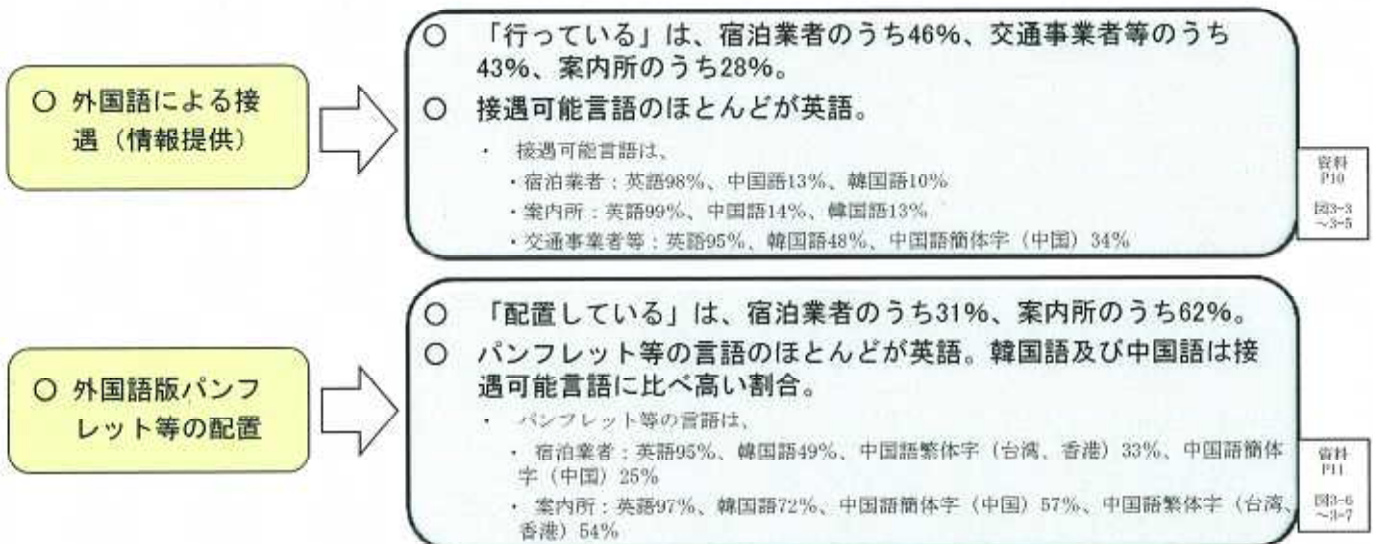
2 訪日外国人旅行者の受入れに関する観光関連事業者等の認識と取組状況について



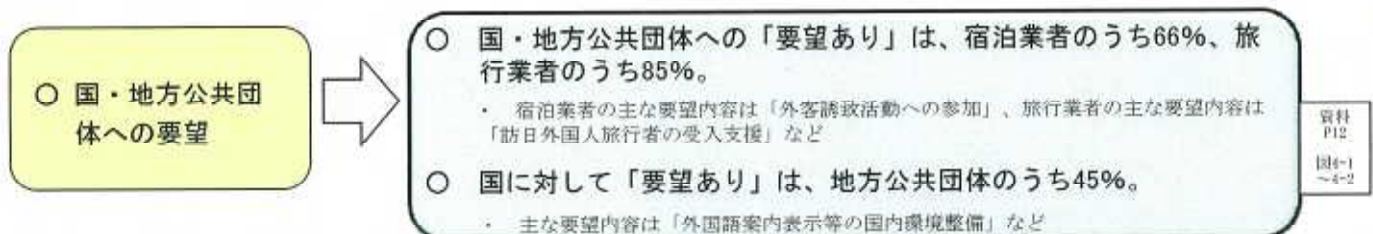
(注) ビジット・ジャパン・キャンペーンの略称。政策群予算の主要事業である外国人旅行者誘致事業を意味する。

2

3 訪日外国人旅行者の受入れに当たっての環境の整備について



4 訪日外国人旅行者の増加のための行政への要望について



3