

さまざまな施策をご紹介します！

ビジット・ジャパン事業

訪日2000万人を目指して、日本旅行の魅力アピール

—参事官室（日本ブランド発信・外客誘致担当）

急速に増えつつある外国人旅行者。その7割を占めるのが、韓国や台湾、中国、香港など東アジアの人たち。そしてアメリカに続き、訪日ビザ緩和による効果でタイやシンガポール、マレーシアなどの東南アジア圏からも増えています。これらの国・地域を14の重点市場として日本の魅力を発信し、多くの外国人旅行者に訪れてもらう—その目的のもと平成15年より始まったのが「ビジット・ジャパン（VJ）事業」です。

海外のメディア媒体を通じたテレビCMや雑誌広告など、個人消費者向けにプロモーションを行うほか、JAPAN EXPOなどの海外での旅行博や、海外現地旅行会社を日本へ招き、日本の観光名所を巡ってもらうなどの訪日旅行商品造成支援などにより、海外現地旅行関係者へ訪日の魅力を紹介。また、在外公館や企業、地方自治体と連携したプロモーション活動も行っています。

こうした活動の効果もあつて、平成25年には外国人旅行者が史上初の1000万人を達成。さらに円安や格安航空会社の乗り入れによる航空運賃の低廉化などの追い風を受け、平成26年も増加基調で推移しています。

次なる目標である2000万人の高みを目指し、本事業でも、今後さらなる効果を上げるべく、東南アジアへの集中的なプロモーションや、欧州をはじめとした潜在市場へのプロモーションについて、より積極的な取り組みを実施して参ります。



日本への観光誘致策として食文化の紹介や、ツアー共同広告、海外で行われる旅行博に出展

日本政府観光局（JNTO）

事業方式の改善を機に、過酷な外客誘致競争に挑む

—国際観光課

設立より50周年を迎えた日本政府観光局「JNTO」。日本観光の魅力在海外に広報・宣伝するとともに、現地旅行会社による日本向けツアーの企画・販売の促進を行うなど、訪日外国人旅行者の増加に大きく貢献してきました。政府観光局（JNTO）という中立的な立場を活かし、世界の主要訪日旅行市場に14の海外事務所を構え、現地での活動を担っています。近年では観光庁が実施するVJ事業と連携し、訪日プロモーションの現地窓口として機能してきました。

訪日外国人旅行者2000万人の高みを目指すにあたり、JNTOの機能を最大限活かすために、観光庁が実施する訪日プロモーション事業は、平成27年4月より原則としてJNTOが主体となつて実施する予定です。これによつて、JNTOは観光庁から海外での監督を委託される形で側面支援を行う立場から、海外民間事業者と海外での直接契約ができる立場となり、より柔軟かつスピーディに活動できるようになります。

そうなれば、現地に根を下ろしたJNTOのこと、現地の有力な事業者を見極め、現地の目線により効果的なプロモーションが可能になり、迅速な意思決定や臨機応変な対応が実現するでしょう。熾烈を極める諸外国との外客誘致競争に打ち勝つことができるよう、新たな組織づくりが進められています。



日本政府観光局（JNTO）
Japan National Tourism Organization



観光立国推進のための

「MICE」誘致活動

開催地としての魅力を高め、国際会議などの誘致を目指す

— 参事官室 (MICE 推進担当)



増上寺で行われたユニークベニューイベント。開催施設をどこまで広げられるかが今後の課題

MICE 見本市の日本ブース



主に企業が行う「ミーティング(M)」、報奨旅行や研修などの「インセンティブ(I)」、国際会議の「コンベンション(C)」として、見本市や展示会、スポーツや文化活動のイベントを含む「エキシビジョン・イベント(E)」を総称するMICE。いずれも一度に多くの人々が集まることで高い経済効果を生み、ビジネスの機会やイノベーションの創出、都市のブランド力の向上など、大きなインパクトを持っています。

こうしたMICEの世界的な市場規模は拡大しており、特にアジア圏での国際会議開催件数は急増しています。一方で日本の域内シェアは平成3年の51%から平成24年には27%にまで低下。競合国の取り組みが強化されるなかで、日本でも積極的なMICEの誘致・開催の促進が求められています。

そこで「日本再興戦略」では、2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築くという目標を掲示。MICE誘致を目的とした都市の競争力強化、MICEアンバサダーによる国際会議の誘致活動やMICE見本市参加による開催地としての日本の魅力を伝える広報活動、そしてユニークベニュー^{*}の利用促進による受け入れ環境の整備など、さまざまなき取り組みが展開されています。

^{*}ユニークベニューとは…歴史的建造物や公的空間などで、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場

訪日外国人旅行者の受入環境整備

外国人目線に立ったガイドラインを策定、多言語対応の改善・強化へ

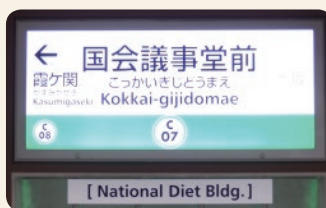
— 参事官室 (外客受入担当)

日本に来る外国人旅行者の中には、日本の地名や施設名称などの表記が日本語そのままのローマ字表記されていたり、表記の方法が統一されていないことに戸惑うといった声があります。そこで観光庁では美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関などにおいて、外国人目線に立った共通するガイドラインの策定を行いました。

学識経験者や関係省庁を構成メンバーとする検討会を平成25年10月に設置。関係事業者や外国人留学生を対象にヒアリングを行い、通算5回の検討会を経て、平成26年3月に「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」を策定・公表しました。

ガイドラインでは、多言語対応の使用言語については英語を基本とし、表記方法のパターンを示して、400以上の用語・文例について対訳語を記載するなどしています。

今後は、このガイドラインを踏まえ、地域における固有名詞の統一性・連続性の確保に向けた取り組みや、実際の標識やサインなどとガイドブック・ウェブサイトなどとの表記の統一性・連続性の確保に向けて地図事業者などに働きかけるなど、多言語対応の改善・強化に向けた取り組みが一層促進されることを期待しています。



国会議事堂前駅。通常の表示とは別に「National Diet Bldg.」という表示をつけている。

