

29 外国人の来訪促進について

(内閣府、総務省、国土交通省、外務省)

【内容】

- (1) 地域の交流人口の拡大、それに伴う経済の活性化につながる訪日外国人旅行者誘客促進に向けて、ビザ発給要件の緩和をさらに進めるとともに、日本の魅力を発信するビジット・ジャパン事業を拡大すること。また、公衆無線LAN環境の整備など、外国人が旅行しやすい環境の整備を迅速に推進すること。
- (2) 大規模国際会議や政府系会議を始めとするMICEの開催に向けて、地域におけるMICE誘致の取組に対する支援を継続すること。また、グローバルMICE都市が行う誘致活動との連携や支援を強化すること。
- (3) 2016年の伊勢志摩サミット開催にあたって、玄関口となる中部国際空港等における受入体制の強化に対する支援を行うこと。また、各国首脳を始めとするサミット参加者が、技術・産業や伝統・文化など当地域が有する様々な魅力に触れられる機会を設けること。

※MICE：企業などが行う会議(Meeting)、企業が行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際会議(Convention)、イベント/展示会・見本市(Event/Exhibition)の頭文字をとったもの。

(背景)

- 2014年の訪日外客数は1,341万人と過去最高を記録し、今後も更なる増加が見込まれる中、愛知県の海外での知名度向上が喫緊の課題となっているため、本県では2015年を「あいち観光元年」と位置付け、本年度から観光局を設置するとともに、観光PRのキャッチワード(「Heart」 of JAPAN~Technology&Tradition)及びロゴマークを作成するなど、海外に向けた情報発信基盤の強化に迅速に取り組んでいる。
- 国においては、外国人旅行者2,000万人時代の早期実現への備えと地方創生への貢献を目指す「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」を6月に決定し、ビザ要件の戦略的緩和や、訪日外国人旅行者の受入環境整備、MICEの誘致・開催促進など、政府一丸、官民一体となって、各種の施策を強力に推進している。
- ビザ要件の戦略的緩和については、ベトナム、フィリピンは、昨年9月に数次ビザ発給要件の大幅緩和、インドネシアは、昨年12月にIC旅券事前登録制によるビザ免除、中国は、本年1月に相当の高所得者に対する個人数次ビザの導入など、当面の措置は実施されたが、治安への十分な配慮を前提としつつ、訪日旅行の容易化の鍵となるビザ緩和をさらに進めることが重要である。
- 本県は、平成25年からビザの緩和措置が実施されている東南アジア諸国における集中プロモーションを行っているが、5年後に迫る「オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催効果を広く地域にもたすためには、地域の豊

かな文化や魅力を発信するビジット・ジャパン地方連携事業を強力に推進することが重要である。

- 訪日外国人旅行者の受入環境整備については、地方公共団体等に対してその整備事業費の一部を補助する「観光・防災 Wi-Fi スターション整備事業」が、平成26年度補正、平成27年度当初で予算措置がされた。
県は、交付金（地方創生先行型）を活用し、宿泊施設・観光施設等における無料公衆無線 LAN の設置を促進する事業に着手しているが、無料で接続可能な公衆無線 LAN 環境の整備を促進し、外国人旅行者にとっての利便性を向上させることにより、当地を訪れる方々の満足度を一層高めることが重要である。
- MICE の誘致・開催促進について、愛知県・名古屋市は、平成25年度に国（観光庁）から世界トップレベルの MICE 都市の育成を目指す「グローバル MICE 強化都市」に選定されて、2 か年度にわたって国の支援を受けてきた。平成27年度からは「グローバル MICE 都市」として位置付けられ、引き続き我が国 MICE の国際競争力の向上に向けて、積極的に取り組んでいくことが期待されている。
- また、愛知県・名古屋市では、経済界や大学を含む当地域の MICE 関係者が一丸となって誘致に取り組む「愛知・名古屋 MICE 推進協議会」を平成27年4月に新たに設立し、大規模国際会議等の誘致・開催に向けた MICE 機能の強化を図っている。
- 本県は交付金（地方創生先行型）を活用し、大規模国際会議の主催者向けの助成制度を創設したところであるが、国内外の各都市間における競争が激化する中、助成金が開催地決定の決め手になることが多く、MICE 誘致の際の重要なツールとなっている。
- 2016年に三重県伊勢志摩で開催されるサミットでは、県内の中部国際空港や県営名古屋空港、東海道新幹線を利用することが想定されるため、受入体制に万全を期す必要がある。また、サミットを契機に訪れる外国人に対して、日本一の技術と伝統を誇る産業の中心地である本県の魅力を広く PR することは、本県のみならず、日本全体の技術と伝統を世界に向けて発信することにつながる。

（ 参 考 ）

◇ 観光 PR のためのキャッチワード・ロゴマーク



◇ 国際会議の開催件数（上位7都道府県の推移）

順位	2009年		2010年		2011年		2012年		2013年	
	県名	件数	県名	件数	県名	件数	県名	件数	県名	件数
1	東京都	505	東京都	510	東京都	484	東京都	517	東京都	537
2	福岡県	278	福岡県	269	福岡県	268	福岡県	301	大阪府	314
3	神奈川	197	神奈川	180	神奈川	174	大阪府	281	福岡県	312
4	大阪府	183	京都府	160	京都府	145	京都府	202	神奈川	234
5	京都府	169	大阪府	152	大阪府	135	神奈川	196	京都府	179
6	愛知県	137	愛知県	139	愛知県	125	愛知県	144	愛知県	154
7	兵庫県	102	兵庫県	121	兵庫県	105	兵庫県	112	兵庫県	110
全国	2,122		2,159		1,892		2,237		2,427	

※日本政府観光局(JNTO)資料