

観光連携コンソーシアムとりまとめ（案）

観光連携コンソーシアムでは、各府省が連携して、多様な観光メニューの形成による観光振興を進めることを目的として、これまで5回にわたり検討を重ねてきた。今後は、観光連携コンソーシアムの成果として、各府省が連携した以下の取組みを推進することとする。

なお、訪日外国人旅行者向けのメニューの創出に当たっては、外国人の視点によるニーズの把握・反映が重要であることに留意する。

I. 様々な活動を核とした観光の推進

(1) ニューツーリズムの積極的な展開

エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、産業観光等のいわゆるニューツーリズムについては、これまでも関係府省が連携して推進してきたところであるが、今後は、以下の取組を推進することにより、更なる振興を図る。

① エコツーリズム

観光旅行者が、自然観光資源についてガイド等から案内又は助言を受け、自然の保護に配慮しつつ、自然と触れあい、自然に関する知識及び理解を深めることを目的としたエコツーリズムについては、平成20年のエコツーリズム推進法施行以降、関係省庁が連携してエコツーリズム推進全体構想の認定に向けた取組みの支援等を進めて来たところである。今後も、エコツーリズムをさらに効果的に推進するため、以下の取組を連携して実施する。

- エコツーリズム推進法に基づき、全体構想が認定された先進地域の活動についてホームページ等による発信を行う。[文部科学省・農林水産省・観光庁・環境省]
- 自然観光資源の利用マナー向上及びエコツアーの質の向上のため、ツアーガイドをはじめとした人材育成支援やエコツーリズムに取り組む地域へのアドバイザー派遣による活動支援、啓発活動を推進する。[内閣府・観光庁・環境省]
- 観光地域づくりプラットフォームの形成による地域におけるエコツアーの市場流通を推進する。[観光庁]
- グリーン・ツーリズム取組地域におけるエコツアーのプログラ

ム作りやガイド育成を支援する。[農林水産省・環境省]

② グリーン・ツーリズム

農山漁村地域において、自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動であるグリーン・ツーリズムは、国民の新たな余暇ニーズへの対応や、自然・文化等の地域資源を保全活用した農山漁村の活性化、都市住民の食や農林漁業への理解の醸成、外国人旅行者が日本固有の自然及び文化等にふれる機会の提供といった意義を有している。政府においては、これまでも、観光圏におけるグリーン・ツーリズムの展開等を進めてきたところであるが、今後もグリーン・ツーリズムを更に効果的に推進するため、以下の取組みを連携して実施する。

- 「グリーン・ツーリズム推進連絡会議」を活用し、観光関係者と農村地域が連携し、双方の優位性を生かした取組を推進する。例えば、平成22年度は、新潟県、群馬県、長野県にまたがる雪国観光圏等において観光関係者と農村地域が連携したグリーン・ツーリズム推進のための体制整備や商品開発に係るモデル事業を実施する。[農林水産省・観光庁]
- 行政、観光関係団体、農業団体等が連携し、観光地域づくりプラットフォームの形成による地域におけるグリーン・ツーリズム商品の市場流通を推進する。[農林水産省・観光庁]

③ 産業観光

歴史的産業遺産や稼働中の工場・事業場を観光資源として活用する「産業観光」は、日本人だけでなく、外国人にとっても魅力的な観光資源である。

政府においては、幕末から昭和初期にかけての、我が国産業近代化の過程を物語る建造物・機械等（全国1,115件）を「近代化産業遺産」と命名し、認定するなどの取組を行ってきたところであるが、今後は更に、稼働中の工場等も含めて観光資源として活用することにより、地域の振興や活性化につながるとともに、企業にとっても、新たなビジネスチャンスにつながることが期待される。

- 産業観光に関する取組を積極的に進める地域における工場等での観光客の受入体制や産業観光ツアーの利用者の拡大等に係る安全面等の課題の解消を通じ、産業観光に係る取組を充実さ

せる。[経済産業省・観光庁]

- 各地の工場等の産業関係施設について、見学の受入や体験メニューの有無等の現状調査を行い、情報のデータベース化を図る。また、産業観光施設や産業観光ツアーの情報等について、積極的に情報発信を行う。[経済産業省・観光庁]
- 行政、観光関係団体、商工団体等が連携し、観光地域づくりプラットフォームの形成による地域における産業観光ツアー等の市場流通を推進する。[経済産業省・観光庁]

④ 健康づくり観光（ヘルスツーリズム）

長寿大国日本が誇る温泉療養、森林セラピー、エステティック、健康食等の癒し・健康文化と観光資源を組み合わせる健康づくり観光（ヘルスツーリズム）は、新潟県、和歌山県、沖縄県等各地で取り組みが進んでいるところである。

今後も、関係省庁と連携し、こうした地域や民間主導の取組を推進するとともに、健康づくり観光（ヘルスツーリズム）の裾野拡大、長期滞在化等を目指す。[観光庁]

⑤ 外国人向けニューツーリズムの推進

これまで国内向けのニューツーリズムの取組が進みつつある地域を対象として、外国人旅行者のニーズ等の調査を行うこと等により、外国人向けニューツーリズムを推進する。[農林水産省・観光庁]

（２）文化＋観光

我が国の多様で豊かな歴史、文化が結実した世界遺産をはじめとする文化財は、訪日外国人旅行者の多くが訪日目的に挙げる重要な観光資源である。また、我が国では全国に多数の文化施設が存在しており、優れた美術品の展示や舞台公演が行われている。こうした文化資源の活性化を図り、内外の旅行者が文化芸術に容易にアクセスできるようになることで、「もう一泊」の滞在に繋げることが可能となる。

さらに、映画、アニメ、ゲーム、食、ファッション等の新しい日本文化も世界から注目されているところであり、リピーターの獲得や訪日動機を喚起しうるものである。

映画やアニメ等は「日本の魅力」を海外に効果的に伝える優良なプロモーションツールであり、実際に、北海道や秋田・東京都内等、ヒット映画・ＴＶドラマのロケ地やアニメ施設等に外国人旅行者が増加してい

る例が見られるなど、インバウンド増加に寄与するものとして期待される。

また、食文化やファッション文化等、国民の生活様式に根ざした文化についても広く海外からの関心を集めている。

日本の「食」は、外国人旅行者の訪日目的として、常に上位に挙げられている。政府のこれまでの訪日観光プロモーション活動においても、我が国の「食」の魅力を大きく取り上げてきたところであり、各国において日本の「食」をテーマとした旅行商品も造成されつつある。民間でも、レストラン情報サイトの多言語化や、中国人旅行者向けの旅行商品と決済用レストランカードの配付を連携させるなどの外国人旅行者誘客に向けた取組が進められているところである。

日本のファッションスタイルについては、東アジアの女性を中心に関心が高く、特に渋谷や原宿等のファッションの発信地については海外においても認知されている。例えば、原宿で外国人旅行者を対象にしたウォーキングツアーが実施されるなど、ファッション発信地がまちぐるみで外国人旅行者を受け入れる取組も出てきている。また、小売店においても特に東アジアからの外国人旅行者による消費に期待が集まり、外国人旅行者の受入体制の整備に積極的なショッピングスポットも現れている。

こうした取組とも連携して、「食」や「ファッション」を日本発の文化として積極的に海外に発信するとともに、これらを目当てに日本にやってくる外国人旅行者を楽しませる取組を推進していくことが、インバウンド増加のために重要である。

加えて、こうした我が国の豊富な文化資源を背景に文化の創造性や魅力を活用して、まち全体で観光振興を推進する取組を支援することも必要である。

① 文化施設

以下をはじめとする文化施設の活用取組を推進する。[文化庁・観光庁]

- 美術館、博物館等での収蔵品の公開の推進、日本の芸術文化を発信する企画展の開催
- 博物館等の収蔵品情報や展覧会・公演情報のオンライン提供等情報アクセスの向上
- 日本各地に残る文化財である建造物等の文化資源の公開・活用の促進

- 外国語表記や音声ガイド等の観覧環境の充実
- 海外での日本国内の観劇チケット等の予約容易化

② スクリーンツーリズムの推進

海外で上映される日本を題材とした映画・TVドラマ等の映像を活用し、インバウンド観光を推進する。具体的には、海外映画等の日本での制作の先進事例創出のため、製作者・撮影地双方にとって有益な支援・連携スキームのマニュアルを策定するとともに、公募によりモデル作品のロケ、映画プロモーション、ロケ地に関する観光情報発信等を包括的に支援する取組みを推進する。[内閣府・文化庁・経済産業省・観光庁]

国内外の映画祭等との連携により、「旅の魅力」や「日本の観光資源」をテーマとした作品の発掘等を行い、国内外における観光プロモーションに活用する。[内閣府・観光庁]

地域の優れた映像番組等の海外放送局での放映とこれに連動した訪日プロモーションを推進する。[総務省・観光庁]

③ その他メディア芸術

メディア芸術は、国民に広く親しまれ、また、海外からも高く評価されており、我が国文化の振興の観点から重要なものであると同時に、観光や国際交流の促進に大きな効果を発揮することから、メディア芸術の振興や訪日プロモーション等の取組を推進する。[文化庁・観光庁]

メディア芸術の訪日プロモーションに関しては、これまで日本全国のアニメやマンガ等のコンテンツをテーマにした施設やモニュメントを紹介した多言語パンフレット（Japan Anime Tourism Guide）の作成・配布等を進めてきたところであるが、今後も、誘客効果の高いアニメコンテンツ等を活用した訪日プロモーションを展開するとともに、商談会やファムトリップ等を活用し、アニメファン等をターゲットとした旅行商品の造成を支援する。[観光庁]

また、地域におけるアニメフェア等を訪日プロモーションで取り上げる等により、メディア芸術の発信に係る地域・企業の取組を推進する。[文化庁・経済産業省・観光庁]

④ 食

世界的な日本食ブームを訪日外国人旅行者の増加、日本の外食産業

等のビジネス創出や地域経済の活性化に確実につなげるため、相手国のマーケットに合った「次の日本食（すし・天ぷら・焼き鳥に続く、次世代のヒットメニュー）」と、食をテーマとした日本への旅行を提案する取組を推進する。[経済産業省・農林水産省・観光庁]

商談会・ファムトリップ等を活用し、食や農山漁村をテーマとした旅行商品の造成支援を行う。[農林水産省・観光庁]

外国語でのお店情報や多言語メニューの発信等、外客へのサービス向上に向けた地域や企業の取組を推進する。[厚生労働省・農林水産省・観光庁]

「食のブランド化」等地域食材を活用する観光に係る取組を地方自治体がより一層推進できるよう「緑の分権改革」に取り組むとともに、関係省庁とも連携を図る。[総務省等]

⑤ ファッション

商談会・ファムトリップ等を活用し、ショッピング等を取り入れた旅行商品の造成を支援する。[観光庁]

ファッション発信地がまちぐるみで行うイベントを訪日プロモーションで取り上げるなどにより、ファッションに関する地域・企業の取組を推進する。[経済産業省・観光庁]

⑥ くらしの文化

食やファッションのみならず、町屋、古民家等の文化的住環境や茶道・華道等の我が国のくらしに根ざした文化については、その全体像を把握する取組を進め、これを海外に発信するとともに、外国人旅行者が実体験できるよう国・地域の取組を推進する。[文化庁・観光庁]

⑦ 日本の文化等の強力な発信

我が国の芸術・伝統文化、メディア芸術、ファッション、ポップカルチャー、食・酒等の文化の海外発信と訪日プロモーションを連携させることにより、日本文化の発信力を強化するとともに、インバウンド増加に繋げる。

例えば、「JAPAN EXPO (パリ)」や「コフェスタ in 上海」等、各府省が海外で実施・参加する日本の文化・産業に係るイベントと観光に関するイベントの情報を相互に共有し、より効果的に日本の文化等をPRできるよう必要に応じ連携する。[外務省・文化庁・農林

水産省・経済産業省・観光庁]

訪日外国人旅行者の増加と日本の芸術文化の振興、文化産業のビジネス創出の観点から、発信力のあるプレス等を戦略的に招聘するなどにより、日本をコンテンツ・デザイン・ファッション等の情報発信拠点として、東アジア・欧米等海外に発信する取組みを推進する。例えば、東京における関係イベントを中心として、海外に発信する取組みを推進する。[文化庁・経済産業省・観光庁]

沖縄の芸術の振興、伝統文化の保存・継承と、それを担う人材の育成を行い、沖縄固有の魅力として内外に発信するなど、観光政策との融合による新たな発展や拠点の形成を目指して、「沖縄の新しい魅力創造事業」等を実施する。[内閣府・文化庁・観光庁]

⑧ アートイベント等

我が国が誇る全国各地の祭りやアートフェスティバルは、インバウンド増加のための観光資源としては十分に認識されていないが、潜在需要は高い。そのため、祭り・アートフェスティバルを国際的に振興するための方策を検討する。[文化庁・観光庁]

(3) スポーツ+観光

我が国には、プロ野球、Jリーグ、ラグビー、プロゴルフ、柔道、大相撲等の世界的にもハイレベルな“観るスポーツ”と、マラソン、ウォーキング、サイクリング、登山、トライアスロン、スキー、ゴルフ等の世代を超えて人気を集める“するスポーツ”を支えるソフト・ハード、自然環境等、豊富なスポーツ資源が存在する。また、オリンピックやワールドカップサッカー等の国際スポーツイベントの誘致・開催は、国内外から多く誘客することができ、その招致活動を通じて、我が国の観光魅力の効果的な発信にもつながるものである。

観光での内需拡大が求められる今、これら魅力あるスポーツ資源を最大限に活用し、まずは、観光客を周辺地でのスポーツ観戦やスポーツイベントに、そして、スポーツ観戦客・参加者を周辺地観光に展開させるなど、「観光」「スポーツ」の相互乗入れにより、インバウンド拡大、国内観光振興、そして地域活性化の「起爆剤」にする必要がある。

このため、観光庁は、関係省庁・関係団体と密接に連携協力し、以下のような目標の取組を進める。

●我が国スポーツ資源の海外発信とアクセス向上

スポーツ情報の海外発信や観戦チケット手配・イベント参加エントリーの容易化、武道や相撲等伝統スポーツの観戦・体験プログラムの旅行商品としての充実等により、海外、特に東アジアなど重点市場国からのスポーツ観戦旅行者の増加を目指す。

●レジャースポーツ観光のアジア市場への販売促進

中国等で近年、スキーやゴルフ、マラソン、マリンスポーツ等の人気が高まっていることから、我が国の良質かつ豊富なスキー場、ゴルフ場、マリンリゾート等の資源を最大限活用し、スポーツ体験型の旅行プランの提供等により、外国人旅行者の増加を目指す。

●ワールドカップ・オリンピック等の国際競技大会やキャンプ(合宿)の日本誘致

これまで別々に行われていた国際競技大会やキャンプ(合宿)の招致と訪日観光プロモーションを、スケジュールを連動させながら、海外での訪日観光PRの場と招致活動の場を相互に活用して一体的に行うことで、大会招致と訪日観光誘客双方の成功を期す。

●スポーツ施設の魅力化

球場等のスポーツ施設内外のアクセス表示や試合案内の多言語化による外国人受入体制の充実やミュージアムの併設等の個性化・魅力化により、施設そのものを観光資源化し、国内外の観戦客と観光客の増加を目指す。

●スポーツ観光まちづくり

プロ野球やJリーグ等プロスポーツの本拠地、あるいは市民マラソン開催地等でスポーツを核としたまちづくりを進め、例えば、プロチームとの「観戦&観光」共同キャンペーンの実施、アウェー観戦者への地元飲食・宿泊割引クーポンの付与や選手との交流プログラムの提供、スポーツと観光相互の情報提供システムの構築、マラソン大会の参加者拡大のための地元関係者の協力等により、地域の活性化、周辺地域への観光客の増加を目指す。

これらの目標に対する具体的な事業として、現在以下のものに着手している。

① スポーツ・ツーリズム推進連絡会議の開催

スポーツ資源を活用したスポーツ観光の総合的な推進方策について調査検討を行うため、関係省庁・関係団体から成る、スポーツ・ツーリズム推進連絡会議（以下「推進連絡会議」という。）を立ち上げ、

- (1) 国際スポーツ大会・合宿・会議の戦略的誘致のあり方
- (2) スポーツの国際化と国際交流の推進方策
- (3) スポーツ観戦・参加ツアー造成の推進方策
- (4) 海外からのチケットの改善方策
- (5) スポーツ施設の観光魅力化に向けた改善方策
- (6) スポーツを核としたまちづくりの推進方策
- (7) スポーツ・ツーリズムの推進組織のあり方

等の諸課題についてスピード感をもって検討と中間的な取りまとめを行い、実証実験や必要な調査等可能なものから実行に移す。また、本会議を通して組織の枠組みを超えたスポーツ・ツーリズムに対する機運を醸成することも目的とする。〔総務省・外務省・文部科学省・経済産業省・観光庁〕

② スポーツ観光WEBサイトによる情報発信

各種スポーツ団体HPとの相互乗り入れの形でスポーツ情報、周辺地域の観光情報等の提供を行う。3月に観光庁HP内で立ち上げ、順次拡張し、スポーツ観光のポータルサイトとしての役割を担っているが、今後はJNTOの海外向けサイトにも多言語でスポーツ情報を発信する。〔観光庁〕

③ 競技団体との連携

各競技団体と連携し、スポーツを観光情報発信のコンテンツとして活用。大会等への支援も通してスポーツ振興にも寄与し、相互の発展を促す。これまでにプロ野球日韓オープン戦やサッカー日韓代表戦、アジアリーグアイスホッケー、ル・マン24等での訪日観光プロモーション、プロ野球オールスターゲームでのスポーツ観光機運醸成等を実施しており、今後は以下のような取り組みを推進する。

スポーツイベントを活用した観光情報発信

世界柔道、女子バレーボール世界選手権、F1日本グランプリ決

勝をはじめとした各種スポーツイベントにおいて、国際映像での日本の観光魅力の発信及び訪日観光促進に向けた観光プロモーションを実施する。[観光庁]

国際スポーツ大会の成功に向けた連携

世界柔道、女子バレーボール世界選手権、ラグビーワールドカップ2019等の開催が決定しているイベントに対し、大会の成功に向けて国内外への大会情報発信や競技の普及発展、海外からの観戦客拡大に向けた訪日プロモーション等を共同で実施する。

また、FIFAワールドカップ2022や夏季オリンピック、ロンドン五輪男子ホッケー予選等の大会招致の成功に向けて、在外公館からの相手国政府及び大会関係者に対する働きかけ、日本政府による推薦状等の発出、日本情報発信のビジュアル素材の提供や共同情報発信、キーパーソン招致事業等により競技団体に協力する。[外務省・文部科学省・観光庁]

(4) 医療＋観光

a) 背景

医療情報のグローバル化や国際認証の普及等により、医療の国際化が進展している。このような状況を踏まえ、アジア等で急増する医療ニーズに対し、最先端の機器による診断やがん・心疾患等の治療、滞在型の慢性疾患管理など日本の医療の強みを提供しながら、国際交流と更なる高度化につなげること（国際医療交流）が、6月18日に閣議決定された新成長戦略の中にも取り上げられたところである。

このような中で、海外の患者やその同行者が健診・治療等を受ける目的で訪日渡航を行い、併せて国内観光を行う、新しい形態の観光（医療観光）への需要が高まり、国際交流や国際貢献、更には地域経済の活性化にも資することが期待されている。

b) 医療＋観光の将来イメージ

●健診分野

健診分野においては、既に、旅行会社と医療機関の連携によるPET検診ツアーの商品化、徳島県や新潟県等におけるモニターツアー、一部医療機関における訪日外国人患者の受入が行われている。これらの先駆的な旅行商品については、海外プロモーションを実施することにより認知度向上を図るとともに、販売拡大、地域の医療機関

への誘客を目指す。

更に、健康診断（人間ドック）、PET 検診等の高度な技術及び医療機器と日本独自のホスピタリティや観光ノウハウを組み合わせることにより、旅行商品の高付加価値化を図り、旅そのものの充実のほか、定期的な診断によるリピーター化、新たな観光需要の喚起、更には地域活性化を目指す。

●治療分野

日本が世界に誇る医療分野をブランディングし、世界に発信することで、海外からの患者受け入れを促進する。そのため、患者が治療に専念できる環境を整えるとともに、患者及び同行者も含めた旅の安全・安心と充実を図る。

なお、海外からの患者受け入れにあたっては、我が国における医師不足等医療の現状を踏まえ、国民への医療の確保に支障が生じないように、十分な配慮が必要である。

c) 関係省庁連携

新成長戦略に沿い、関係省庁の緊密な連携の下、以下のような取り組みを実行していく。[厚生労働省・経済産業省・観光庁等]

① 海外プロモーション

日本政府観光局（JNTO）、旅行会社等が一体となったオールジャパンでの海外プロモーション体制を構築し、主にアジア富裕層等を対象とする海外プロモーションを通じ、日本の医療観光に関する認知度の向上及び潜在需要の掘り起こしを行う。

② 外国人患者等の渡航・受入環境整備

外国人患者等が円滑・快適に訪日渡航し、言語や慣習の異なる日本の医療機関で安心して健診・治療等を受けられるよう環境整備を推進する。また、海外の医療保険を国内の医療機関でも利用できる仕組みを検討する。

③ 旅行商品の多様化・高付加価値化

地方自治体、旅行会社等との連携により、地域の特色を活かした高付加価値かつ魅力度の高い周辺観光プランを付加するなど、訪日する外国

人の診療目的や同行者等のニーズを考慮した多様な旅行商品の開発・提供を促進する。

④ 受入支援事業者の育成と品質確保

我が国医療機関が医療サービスの提供に専念できるよう、外国人患者の受け入れを支援する事業者を育成し、円滑なビジネス環境の構築を支援する。

⑤ 医療言語人材の育成・ネットワーク構築支援

医療の国際化を進める上で不可欠な医療言語人材（翻訳事業者・通訳事業者）の確保・育成を図り、医療機関等とのネットワーク構築を支援する。

⑥ 医療機関のネットワーク化

医療の国際化に意欲的に取り組む医療機関によるネットワーク化を進め、外国人患者の受け入れのための連携を図り、多様な顧客ニーズへの対応力を高める。

⑦ 受入医療機関の質の確保

外国人受入のための健診機関・医療機関の質の確保を目的として、認証制度の仕組みを検討しつつ、既存の認証規格との連携についても検討する。

⑧ 魅力ある医療技術の可視化

先進的な医療施設等と協力しながら、海外にアピールできる魅力的な医療技術を調査する。

II. 観光振興のための基盤整備

(1) 人材育成、観光地域づくりプラットフォームの形成支援

観光産業だけにとどまらず、農林水産業、地場産業、流通加工業等の従事者や行政、NPO等、地域に係る関係者が広く参加した中間支援組織もしくは事業主体（観光地域づくりプラットフォーム）を設け、地域全体が自立し、持続的に成長発展していけるよう、地域資源を活用したサービスや商品を新たに生み出し、地域の外に向かってそれらを販売していくことが重要である。

また、この場を有効に機能させるためには、計画作りや総合調整を担う中核人材の育成が極めて重要である。

①成功事例の収集・公表

国内各地には、こうした仕組みによって成功している事例もあり、具体的には、農園での体験メニューや地元の食が味わえる飲食店を組み合わせる旅行商品として販売している千葉県南房総市の「株式会社とみうら」や、修学旅行を中心とした体験観光の受け入れについて15市町村の一元的な窓口業務を実施している長野県飯田市の「株式会社南信州観光公社」等が挙げられる。速やかに、このような観光地域づくりプラットフォームに関する全国各地の成功事例等を収集・公表する。

②先進的な取組の支援・検証

地域特性に応じたプラットフォームの形成促進を図るため、意欲ある地域の協力を得ながら、組織化や中核人材育成等に対する先進的な取組を支援し、改善効果等を検証する。

③全国への展開

プラットフォームの形成促進を全国各地に展開していくための方策を検討していく。

さらに、総務省、経済産業省、農林水産省等各省においても観光地域づくりに資する施策メニューを所管しているが、観光地域づくりに対する国のアドバンス機能を強化するため、政府レベルで関係各省間の情報を共有する仕組みを検討する。

[観光庁]

(2) ユニバーサル観光の推進

観光振興を図る上で、高齢者・障害者や乳幼児を抱える家族等が観光に参加しやすくなるような環境を整備することは重要な課題のひとつである。ユニバーサル観光については、旅行先の地域でNPOが宿泊や移動、介助サービスのコーディネートを行うなどの取組みも見られるようになってきたところ、こうした動きも踏まえつつ、ユニバーサルデザインに配慮した旅行商品・旅行システムの開発及び観光地のユニバーサルデザイン化を促進するための施策を推進する。[観光庁]

こうした施策の推進に当たっては、個別の課題ごとに関係省庁が連携した取組みを進めることも必要であり、例えば、乳がん患者の方が専用の入浴着を利用して気兼ねなく温泉に入れるような観光地の拡大に向けて、民間団体の活動を支援し、潜在的な観光需要の喚起を図る。[総務省・厚生労働省・観光庁]

Ⅲ. 広報・宣伝

(1) 訪日動機を喚起する情報発信コンテンツの充実

訪日動機を一層喚起するような素材について、各省の協力を得て、観光庁においてその文化的背景等も含めた情報発信用のコンテンツを整理し、観光庁や日本政府観光局（JNTO）のホームページを通じて海外に発信する。このコンテンツの整理にあたっては、業界ぐるみ、地域ぐるみの取組により成果が上がったものを取り上げる。[観光庁]

[訪日動機を喚起する素材の例]

○ 風景・自然資源

四季折々の風景・自然、季節感
植物や生き物、エコツアー
農業体験

○ 文化資源

文化財（歴史的建造物・伝統芸能等）
博物館・美術館・アートイベント等
メディア芸術・ファッション・食

○ 産業資源

高性能な工業製品
工場・産業遺構

○ スポーツ資源

国際競技大会
相撲等の伝統的スポーツ
するスポーツ（スキー、マラソン、サイクリング等）

○ 医療・健康資源

健診・治療・健康づくり

(2) 国内旅行喚起のための取組

① インターネット等を活用した着地型旅行情報の充実

現在地域ごと、あるいはツーリズムごとに提供されている着地型旅

行情報を整理し、容易に閲覧できる方策を検討する等により、地域の創出する様々な旅行サービスへの消費者からのアクセス向上を図る。

[観光庁]

② 観光庁ホームページ等の活用による旅の呼びかけ

魅力ある様々な国内観光メニューを紹介するとともに、旅の良さを発信するコンテンツを作成し、観光庁ホームページ等を通じて発信する。[観光庁]

IV. 今後の推進体制

国が率先してリーダーシップを取るべき有数な歴史的文化財や貴重な自然環境等と観光の連携分野については、各省政務三役による検討深度化のための検討の場を設ける。

その他の分野については、上記連携策を更に進めて行くため、各省局長クラスの幹事会を設け、フォローアップを進める。