

DIRECTION DE LA SCIENCE, DE LA TECHNOLOGIE ET DE  
L'INDUSTRIE

**EXAMEN DES POLITIQUES NATIONALES  
DU TOURISME DU JAPON**

**Juillet 2002**

## **EXAMEN DES POLITIQUES NATIONALES DU TOURISME**

**(Note du Japon)**

### **I. EVOLUTION DU TOURISME AU JAPON**

#### **1. RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME**

Selon une enquête du ministère de l'Aménagement du territoire, des Infrastructures et des Transports [MLIT], en 2000, le tourisme intérieur a représenté un montant total de dépenses de 22.6 billion de yens (soit 180 milliards d'USD environ, au taux de 1 USD = 125 JPY), ce qui selon les estimations, aurait créé 1.97 millions d'emplois directs (soit 2.9 % de l'emploi total). La valeur ajoutée que représentent ces dépenses liées au tourisme s'élève à 11 200 milliards de JPY – soit 90 milliards d'USD ou 2.2 % du PIB).

La somme des effets directs et indirects sur la production engendrés par ces dépenses liées au tourisme s'élève, selon les estimations, à 53 800 milliards de JPY (430 milliards d'USD, soit l'équivalent de 5.7 % de la production intérieure totale), et aurait, toujours selon les estimations, créé 4.22 millions d'emplois (ce qui correspond à 6.3 % du chiffre global des emplois).

#### **Le secteur du tourisme au Japon**

Le secteur du tourisme contribue à l'ensemble de l'économie japonaise dans les mêmes proportions que des secteurs types de premier plan comme l'automobile et l'appareillage électrique. En 2000, ce secteur représentait 2.2 % du PIB alors que la construction automobile en représentait 2.3 %, les télécommunications 2.0 %, l'électricité 1.9 % et l'agriculture 1.5 %, respectivement.

En 2000, le secteur du tourisme représentait 2.9 % du nombre total des emplois, contre 3.2 % pour la fonction publique, 3.0 % pour l'appareillage électrique, 3.0 %, pour les secteurs bancaire et de l'assurance, et 2.3 % pour l'industrie agroalimentaire. Le marché du tourisme continuant de progresser régulièrement, il devrait devenir la première activité du Japon tout au long du XXI<sup>e</sup> siècle.

Toutefois, par rapport aux autres pays, la part du secteur du tourisme dans l'économie japonaise est relativement modeste. D'après une enquête ordonnée par le MLIT en 2000, par exemple, ce secteur représentait 4.5 % du PIB total de l'Australie, 3.8 % de celui du Chili, 3.4 % du PIB de la Nouvelle-Zélande, et 2.4 % de celui du Canada, tandis que pour les États-Unis et le Japon, cette proportion était identique, soit 2.2 %. Par ailleurs, la part du tourisme dans le nombre total des emplois était respectivement de 5.4 % en Australie, 4.1 % en Nouvelle-Zélande, 3.5 % au Canada de même qu'aux États-Unis, 3.2 % au Chili et 2.9 % au Japon.

On notera en particulier que le ratio dépenses liées au tourisme des visiteurs étrangers/dépenses globales liées au tourisme est nettement moins élevé au Japon que dans les autres pays. D'après l'enquête menée par

le MLIT en 2000, ce ratio n'était que de 6.2 % pour le Japon alors qu'il atteignait respectivement 35.6 % en France, 30.0 % au Canada, 22.0 % en Australie, et 20.9 % aux États-Unis. (voir graphique n°1)

### **Balance internationale des paiements**

En 2001, au Japon, la balance internationale des paiements du secteur des voyages accusait un déficit de 3 600 milliards de JPY (soit 28.8 milliards d'USD), le solde des recettes s'établissant à 700 milliards de JPY (5.6 milliards d'USD) alors que celui des dépenses pour les voyages à l'étranger était de 4 300 milliards de JPY (34.4 milliards d'USD). Les Japonais dépensaient nettement plus en tant que touristes à l'étranger que les étrangers visitant le Japon.

D'après les données disponibles en 1999, les dépenses pour les voyages à l'étranger des Japonais atteignaient 32.81 milliards d'USD, ce pays occupant la 4<sup>e</sup> place dans le monde, derrière les États-Unis, l'Allemagne et le Royaume-Uni, tandis que les recettes provenant des voyageurs étrangers étaient de 3.43 milliards d'USD, ce qui fait que le Japon se trouvait en 31<sup>e</sup> position dans le classement mondial. Pour ce qui est de l'ampleur du déficit du chapitre « voyages à l'étranger » de la balance internationale des paiements – 29.4 milliards d'USD – le Japon se classait au deuxième rang, derrière l'Allemagne. (voir graphique n°2)

## **2. ÉVOLUTION DU TOURISME INTERNATIONAL**

### **Tourisme émetteur**

Au Japon, les déplacements à l'étranger ont été libéralisés en 1964, année où se sont tenus les Jeux olympiques de Tokyo. Depuis lors, le nombre total de touristes japonais à l'étranger n'a pratiquement pas cessé de croître. En 1971 a été mis en place le système du yen flottant. La monnaie s'est trouvée renforcée, ce qui a réduit le coût des voyages à l'étranger pour les Japonais. Entre 1971 et 1973, le nombre total de visiteurs japonais à l'étranger a plus que doublé pour atteindre 2.3 millions. En 1985, ce nombre a atteint 5 millions environ. Cette année-là, l'Accord du Plaza a été signé et le yen s'est apprécié. En 1990, le nombre de voyageurs en partance pour l'étranger a dépassé les 10 millions et, en 1995, il a dépassé les 15 millions.

En 1997, le nombre de voyageurs japonais à l'étranger a diminué de 5.9 % par rapport à l'année précédente, soit un recul de 997 000 personnes, en raison de l'affaiblissement du yen et de la récession prolongée qui sévissait au Japon. Mais en 2000, ce nombre a atteint un nouveau record, soit 17.8 millions. Toutefois, en 2001, il a baissé de manière spectaculaire en perdant 9.0 par rapport à l'année précédente, et n'était plus que de 16.2 millions. Ce recul s'explique par les retombées défavorables des attentats perpétrés aux États-Unis. Il s'agit de la baisse la plus forte jamais enregistrée sur le marché japonais des voyages à l'étranger (voir graphique n°03).

Selon des chiffres de 1999 provenant de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le Japon occupait alors le 10<sup>e</sup> rang parmi les principaux pays de départ des voyageurs internationaux (16.4 million) à l'étranger. (voir graphique n°4)

### **Tourisme émetteur par pays de destination**

En 2001, la destination privilégiée par les Japonais a été les États-Unis (dont Hawaii et Guam) où ils ont été 4.12 millions à se rendre (baisse de 18.5 % par rapport à l'année précédente). La deuxième destination

par ordre de préférence est la Chine, avec 2.39 millions de visiteurs japonais (hausse de 8.3 % par rapport à l'année précédente. Il convient de remarquer que, pour la première fois, la Chine s'est classée au deuxième rang sur le marché japonais des voyages à l'étranger.

Au 3<sup>e</sup> rang des destinations, on trouve la Corée, avec 2.38 millions de touristes japonais (baisse de 3.8 % par rapport à l'année précédente ; au 4<sup>e</sup> rang, on trouve Hong Kong, avec 1.34 millions de touristes japonais (baisse de 3.3 %) et au 5<sup>e</sup> rang la Thaïlande, visitée par 1.18 millions de Japonais en 2001 (recul de 2.0 % par rapport à 2000).

### **Tourisme récepteur par pays d'origine**

Après une augmentation progressive de l'arrivée d'étrangers au Japon tout au long de la décennie 1960, le nombre d'entrées de voyageurs a augmenté de manière spectaculaire en 1970, passant à 854 419 soit une hausse de 40.4 % par rapport à l'année précédente, 1970 étant l'année où s'est tenue l'Exposition universelle à Osaka. Les années 1970 sont la période qui a marqué le début d'une évolution du marché japonais du tourisme, les visiteurs occidentaux ayant cédé le pas aux visiteurs asiatiques. En 1974, le nombre d'entrées d'asiatiques a augmenté de 14.3 %. La rapidité du développement économique affiché par les pays d'Asie est le principal facteur qui explique cette progression. En 1979, on a pu observer une explosion de la croissance du nombre de visiteurs en provenance du Taipei chinois, ce qui correspond à la levée des restrictions pesant sur les déplacements à l'étranger.

En 1984, le nombre de touristes étrangers a dépassé les 2 millions. En 1989, le nombre de visiteurs coréens au Japon s'est accru de manière spectaculaire (bond de 78.7 %), ce qui s'explique par la libéralisation complète des voyages d'agrément à l'étranger. En 1999, le Japon a reçu plus de 3 millions de visiteurs étrangers (3.24 millions).

Au cours des années 1990, le nombre de touristes étrangers a fluctué en fonction de la conjoncture économique régnant dans les pays d'Asie, du taux de change du yen, et même à cause du grand tremblement de terre de Hanshin, en 1995. Mais, fondamentalement, la tendance a été à l'expansion du marché tout au long de la période. En 1997, pour la première fois, les entrées de touristes étrangers ont battu un record historique, avec 4.22 millions, soit 9.9% d'augmentation par rapport à l'année précédente.

Le nombre d'entrées de visiteurs au Japon a atteint des records trois années de suite (de 1999 à 2001). En 1999, ce chiffre s'élevait à 4.44 millions (en progression de 8.1 % par rapport à l'année précédente) et, en 2000, il a atteint 4.76 millions (soit une hausse de 7.2%). Cet essor s'explique par la reprise sur les marchés du tourisme en provenance de Corée et d'Asie du Sud-est ainsi que par la situation favorable et l'expansion régulière des marchés du Taipei chinois et des États-Unis.

En 2001, le nombre d'entrées de visiteurs a très légèrement augmenté, passant à 4.77 millions (soit 0.3 % de hausse par rapport à l'année précédente) et ce, en dépit des attentats ayant frappé les États-Unis. Cette année-là, sur l'ensemble des visiteurs, 57 % étaient des touristes et 40 % des personnes en voyage d'affaires ou autres. (voir graphique n°3)

### **Entrées de visiteurs par nationalité/région**

En 2001, c'est la Corée qui occupait la part la plus importante du marché des visiteurs étrangers au Japon, avec 1.13 millions (6.5 % de plus par rapport à l'année précédente). Au deuxième rang, on trouve le Taipei chinois, avec 807 000 visiteurs (11.6 % de baisse par rapport à 2000). Le nombre de visiteurs provenant du Taipei chinois a baissé deux années de suite en raison de la récession économique sans précédent que connaissait ce pays.

Au troisième rang, on trouve les États-Unis. En 2001, 692 000 Américains se sont rendus au Japon (soit une baisse de 4.7 % par rapport à 2000). Le nombre de visiteurs en provenance des États-Unis a diminué pour la première fois en sept ans du fait des attentats du 11 septembre. Ce sont surtout les voyages d'affaires qui ont connu un recul sensible (soit 13.3 % de moins qu'en 2000).

La Chine se classe au 4<sup>e</sup> rang, avec 391 000 visiteurs entrés au Japon en 2001 (soit une hausse de 11.3 % par rapport à l'année précédente). Les voyages organisés de Chinois au Japon ont été en partie libéralisés en vertu de l'accord passé par les deux pays en septembre 2000. Depuis lors, les entrées de visiteurs chinois tendent à augmenter.

Le 5<sup>e</sup> rang est occupé par Hong Kong (Chine) avec 262 000 visiteurs (soit une augmentation de 7.8 % par rapport à 2000). Viennent ensuite le Royaume-Uni (198 000 visiteurs, soit une hausse de 2.6 %), l'Australie (150 000 personnes soit 1.5 % de plus), et le Canada (126 000 visiteurs, soit 5.4 % de plus). (voir graphique n°5)

En résumé, au cours de l'année 2001, 65 % des visiteurs étrangers provenaient d'Asie, soit 3.09 millions, ce qui représente une augmentation de 1.2 % par rapport à 2000. Par ailleurs, les visiteurs provenant d'Amérique du Nord ont été 835 000 (baisse de 3.2 %), 615 000 sont venus d'Europe (1.2 % d'augmentation), et 186 000 d'Océanie (2.3 % de hausse). Le recul du nombre de visiteurs en provenance des États-Unis et du Taipei chinois a été compensé par l'augmentation des effectifs originaires d'autres régions et pays.

D'après les données de 1999 dont dispose l'Organisation mondiale du tourisme, le Japon s'est classé au 35<sup>e</sup> rang par le nombre d'entrées de visiteurs étrangers (soit 4.44 millions). Or, ce chiffre ne représente qu'un quart de l'effectif des Japonais s'étant rendu à l'étranger (16.36 millions). (voir graphique n°4)

### **Effets des attentats du 11 septembre**

De janvier à août 2001, le nombre de voyageurs japonais à l'étranger avait légèrement progressé par rapport à son niveau de l'année précédente mais, de septembre à décembre 2001, le nombre total de voyageurs à l'étranger a baissé de 32.6 % par rapport à la même période de l'année précédente. (voir graphique n°6)

Les voyages internationaux ont été plus touchés que les voyages intérieurs. Si l'on observe le nombre de passagers du transport aérien, on voit que de tous les itinéraires internationaux, ce sont ceux du Pacifique qui ont été le plus touchés du point de vue de l'ampleur et de la durée des effets des attentats. En mars 2002, les itinéraires asiatiques avaient déjà retrouvé leur niveau de fréquentation de l'année précédente mais, au total, le trafic demeure de 6.5 % inférieur à son niveau de l'année précédente. Par contre, les itinéraires intérieurs ont retrouvé leur niveau de trafic de l'année précédente dès janvier 2002. (voir graphique n°7)

## **3. ÉVOLUTION DU TOURISME INTÉRIEUR**

### **Évolution du nombre de nuitées sur le territoire**

Le marché des voyages à l'intérieur du Japon a manqué de dynamisme du fait de la longueur de la récession économique et du faible niveau de consommation individuelle. Quatre années de suite, c'est-à-dire depuis 1998, le volume d'activités du secteur des voyages a baissé. D'après une enquête menée par le MLIT, le nombre de séjours de plus de 24 heures effectués par des Japonais a été en moyenne de 2.26 en

2001 (en recul de 11.7 % par rapport à 2000). Il faut souligner que les séjours de plus de 24 heures correspondant à des voyages d'affaires ont diminué de manière très sensible, le recul étant de 40 % par rapport à l'année précédente.

On estime aussi que sur l'ensemble des voyages de plus de 24 heures que les Japonais ont effectués en 2001, le nombre de nuitées n'est, en moyenne, que de 4.31, soit une baisse de 16.8 % par rapport à 2000).

### **Tendances relatives aux voyages d'agrément**

D'après l'enquête du MLIT, les Japonais n'ont effectué que 1.42 voyages de plus de 24 heures en 2001 (soit un recul de 7 % par rapport à 2000). Par rapport à la période de pointe enregistrée en 1991, ce chiffre a baissé de 18 % (1.73 nuitées).

Sur la totalité des voyages d'agrément de plus de 24 heures effectués par les Japonais en 2001, le nombre de nuitées est en moyenne de 2.23 (10 % de moins qu'en 2000). Ce chiffre marque également un recul de 28 % par rapport à la période de pointe de 1991 (3.06 nuitées). (voir graphique n°8)

D'après l'enquête du MLIT, les dépenses affectées au tourisme en 2001 sont estimées à 53 500 JPY par personne (soit une baisse de 7 % par rapport à l'année précédente).

## II. CADRE DE LA POLITIQUE DU TOURISME AU JAPON

### 1. ORGANISATION DE L'ADMINISTRATION NATIONALE DU TOURISME

#### **Création du ministère de l'Aménagement du territoire, des infrastructures et des transports**

En janvier 2001, quatre organes gouvernementaux dont le ministère des Transports et le ministère des Travaux publics ont été regroupés et un nouveau ministère « de l'Aménagement du territoire, des infrastructures et des transports » (MLIT) a été créé. Le MLIT s'est fixé cinq objectifs d'action et applique en toute transparence des mesures prises en vertu d'une répartition des pouvoirs entre lui-même, le secteur privé et les collectivités locales.

#### *Les cinq objectifs du MLIT*

1. Rendre la vie plus agréable.
2. Favoriser la compétitivité au niveau mondial.
3. Veiller à la sécurité nationale.
4. Préserver ou créer des environnements esthétiques et propres.
5. Favoriser la diversité entre les régions.

La promotion et le développement du tourisme devraient être les principaux domaines dans lesquels l'effet de synergie né de l'intégration administrative se concrétisera étant donné que le tourisme est étroitement lié à la politique des transports (aériens, terrestres et maritimes), à l'offre d'infrastructures, à la politique de développement régional, à la diversification des communautés et à l'obtention d'une meilleure qualité de vie.

#### **Organisation de l'Administration nationale du tourisme**

Placé sous la tutelle du bureau politique du MLIT, le département du Tourisme est chargé de la politique du tourisme et de la coordination des actions au sein du gouvernement japonais. Trois divisions placées sous la direction du Directeur général du tourisme ont été créées :

#### *Organigramme du département du Tourisme (MLIT)*

1. Division de la planification  
Coordination de l'ensemble de la politique du tourisme, de la recherche et de la planification, promotion du tourisme à destination du Japon, affaires internationales, etc.

2. Division du développement régional  
Développement régional par la promotion du tourisme, fourniture d'aménagements liés au tourisme, développement durable du tourisme, enregistrement des hôtels et des *ryokan* (auberges japonaises), etc.
3. Division de la promotion des voyages  
Supervision des agences de voyage, développement des secteurs liés au tourisme, promotion de la demande de tourisme chez les Japonais, protection des consommateurs, etc.

Le département du Tourisme emploie une cinquantaine de personnes. En outre, dans chacun des Bureaux des transports régionaux répartis sur tout le pays, une division du tourisme a été créée. Elle joue un rôle de coordinatrice et de correspondante auprès des collectivités locales et des secteurs liés au tourisme.

En 2001, le département du Tourisme disposait d'une enveloppe budgétaire de 3.773 milliards de JPY\* (30 millions USD), dont 2.659 milliards (21 millions USD) représentaient l'aide accordée à l'Office national du tourisme du Japon (JNTO).

(\*) Cette enveloppe budgétaire ne comprend pas l'aménagement des infrastructures au sein du MLIT ni les budgets liés au tourisme des autres ministères concernés.

### **Organisation de l'Office national du tourisme du Japon (JNTO)**

L'Office national du tourisme du Japon (JNTO), dont la création a été votée en 1964, est un organisme statutaire sans but lucratif placé sous la supervision du ministère en charge du tourisme. Il a pour objectif de promouvoir les voyages d'étrangers au Japon et de faire mieux connaître, l'histoire, la culture, les traditions, les coutumes et la population du pays.

A cet effet, le JNTO s'emploie à réaliser une multiplicité d'activités de promotion du tourisme au Japon depuis l'étranger, de commercialisation et de promotion des conventions internationales, d'élargissement des échanges internationaux par le biais de programmes d'échanges populaires et d'assistance aux visiteurs étrangers par le truchement de Centres d'information touristique.

Dirigé par un président et plusieurs vice-présidents exécutifs, le siège compte six départements correspondant aux activités précitées. Le JNTO compte 14 représentations à l'étranger et deux Centres d'information touristique (TIC) au Japon. Il emploie 109 personnes (y compris le personnel expatrié).

Le JNTO est contrôlé à 100 % par le gouvernement. A ce jour, la participation de l'État au capital de l'Office est de 1.547 milliards de JPY (12 millions USD). En 2001, le budget annuel total du JNTO était de 3.663 milliards de JPY (29 millions USD), dont 73 % représentant l'aide apportée par le MLIT et le solde étant constitué de contributions ou de co-parrainages des collectivités locales et du secteur privé.

En 2003, il est prévu de réformer l'organisation du JNTO qui, d'entité juridique particulière, prendra le statut d'entreprise administrative indépendante du point de vue de la transparence de sa gestion, de l'efficacité de son administration des affaires et de son obligation de résultats.

## 2. PRINCIPAUX OBJECTIFS DES MESURES CONCERNANT LE TOURISME

### Cadre stratégique pour promouvoir le tourisme récepteur international

Le nouvel aéroport international de Tokyo (Narita) est doté d'une seconde piste depuis le 18 avril 2002. Les travaux se sont terminés juste à temps pour le début de la Coupe du monde de football 2002. Cette bande de 2 180 mètres a permis de porter le nombre total de décollages et d'atterrissages à 200 000 par an au lieu de 135 000. L'aéroport de Narita étant le portail du Japon ouvert sur le monde, le MLIT a l'intention de l'exploiter de manière stratégique pour promouvoir la venue de visiteurs étrangers.

#### « *Welcome Plan 21* »

Le tourisme international favorise la compréhension mutuelle entre les peuples de pays différents et de cultures différentes. Pour renforcer l'amitié de longue date et la confiance entre les pays, il est extrêmement important que le Japon facilite l'entrée des visiteurs étrangers et leur permette de vraiment comprendre les Japonais.

En 2000, le nombre de Japonais ayant voyagé hors de leur pays a atteint 17.8 millions tandis que la même année, le nombre d'entrées de visiteurs étrangers n'a été que de 4.76 millions, soit un quart seulement des flux de sorties. En termes d'entrées, le Japon se classe derrière les pays voisins et les autres pays développés du monde. Ce net déséquilibre entre les volumes d'entrées et de sorties crée des conditions peu propices au développement du tourisme.

Compte tenu de ce qui précède, le "Welcome Plan 21" ou plan destiné à doubler le nombre d'entrées de visiteurs au Japon" a été mis en place en 1997 en même temps qu'était votée la loi destinée à promouvoir les entrées de touristes internationaux. Dans les faits, le ministère en charge du tourisme a décidé de prendre toutes les mesures possibles, de pair avec les parties intéressées, pour porter le nombre d'entrées de visiteurs à 8 millions à l'horizon 2007.

Les mesures prises comprennent :

1. La définition de "zones touristiques thématiques" (ciblant des zones qui se prêtent à la promotion du tourisme étranger comme celle de Fuji-Hakone-Izu, la zone de l'Île de Setouchi, etc.).
  - Élaboration de programmes de promotion du tourisme étranger (par les collectivités locales).
  - Mise en place d'un régime fiscal préférentiel pour l'hébergement.
6. La promotion d'un tourisme moins coûteux.
  - Mise en place d'un système de cartes de réduction exclusivement réservées aux touristes étrangers (dite « Welcome Card »).
  - Promotion de tarifs de transport à prix réduit pour les touristes étrangers (comme le « Japan Rail Pass »).
  - Fourniture d'informations sur les voyages à petit budget.

7. La fourniture et la mise à niveau de systèmes d'information touristique.
  - Amélioration des services offerts par les Centres d'information touristique (TIC) pour prendre en compte les besoins des touristes étrangers.
  - Mise à jour du site Web du JNTO.
8. L'amélioration des capacités de réception de visiteurs.
  - Mise en place de licences spéciales d'interprète/guide touristique au niveau local, etc.
9. Une campagne à l'étranger organisée par le JNTO.

### ***Campagne « Visitez le Japon » du JNTO***

Le JNTO s'est employé à développer à l'étranger des activités stratégiques de promotion du tourisme au Japon, en collaboration avec les ambassades du pays, les collectivités locales, les secteurs liés au tourisme et les organisations nationales du tourisme d'autres pays (NTO). L'Office national s'est surtout efforcé de donner du Japon une image non plus de pays industriel et manufacturier, mais de destination touristique, en insistant sur la beauté intrinsèque de la Nature, l'art, la culture, les traditions, les fêtes et la cuisine.

En 2001, le JNTO a organisé plusieurs campagnes de relations publiques destinées à développer le marché du tourisme venant de l'étranger. A cette occasion, sa stratégie a consisté à présenter différemment ses atouts selon les caractéristiques des marchés cibles :

1. Publicités télévisées en Corée, en Chine et à Hong Kong (Chine).
2. Encarts publicitaires dans des journaux et des magazines à fort tirage en Corée, en Chine, à Hong Kong (Chine), en Amérique du Nord et au Royaume-Uni, ce qui a permis de s'adresser directement à 150 millions de consommateurs potentiels.
3. Invitation de la presse étrangère et d'agents de voyage au Japon.
4. Séminaire sur le développement du marché du tourisme accueillant les étrangers.

Le JNTO a très largement amélioré son site Web en 2001, en offrant au monde entier les informations touristiques les plus récentes et les plus attrayantes, en dix langues. Cette année-là, 17 millions de personnes ont visité le site (<http://www.jnto.go.jp>).

En avril 2002, profitant de l'occasion exceptionnelle qu'offrait l'accueil de la Coupe du monde de football 2002, le JNTO et les autorités aéroportuaires internationales du Japon ont produit une cassette vidéo promotionnelle intitulée « Visitez le Japon ». La ministre de l'Aménagement du territoire, des infrastructures et des transports, Mme Chikage Oogi, apparaît en personne dans le film. Elle présente les attractions touristiques du Japon et invite les voyageurs étrangers à visiter son pays. Le film est projeté en cabine sur tous les vols internationaux des compagnies japonaises lorsqu'elles rentrent au pays ainsi que dans huit terminaux d'aéroports du pays jusqu'à la fin de l'année.

### ***Plan EAST (East Asian Sphere for Tourism Plan)***

La 14<sup>e</sup> Assemblée générale de l'Organisation mondiale du tourisme s'est tenue à Séoul et à Osaka du 24 septembre au 1<sup>er</sup> octobre 2001. L'Assemblée a attiré l'attention de la communauté internationale toute entière car il s'agissait de la première conférence internationale de grande envergure depuis les attentats du 11 septembre aux États-Unis. Elle a réagi rapidement à la situation car le terrorisme risquait de compromettre gravement le tourisme. Une Résolution condamnant le terrorisme a été adoptée. Pour la première fois dans l'Histoire, l'Assemblée générale était accueillie à la fois par la Corée et le Japon. Cette manifestation a été un succès compte tenu du nombre de participants (plus de 120 pays ou régions), et de la présence de 61 ministres du Tourisme.

Le plan "EAST" a été décidé conjointement par les ministres du Tourisme du Japon et de la République de Corée à Séoul, en septembre 2001, au cours de la conférence de l'OMT. Ce plan a pour objectif d'intensifier les échanges touristiques dans un contexte plus vaste en Asie de l'Est. Concrètement, les deux pays s'efforcent de multiplier par deux les flux touristiques bilatéraux qui devraient passer de 3 millions à 6 millions à l'horizon 2006. En outre, le Japon et la Corée étant considérés comme une seule destination, les deux pays entendent augmenter le nombre de visiteurs provenant de pays tiers, qui devrait passer de 6 à 10 millions dans les mêmes délais.

### ***2002 : Année des visites mutuelles entre la Chine et le Japon***

Comme, en 2002, on fêtera le 30<sup>e</sup> anniversaire de l'établissement de relations diplomatiques entre le Japon et la Chine, toutes sortes de cérémonies commémoratives et de programmes d'échanges culturels sont prévus dans les deux pays. A cet égard, le MLIT et l'Office national du tourisme de Chine (CNTA) ont l'intention d'organiser un vaste programme d'échanges touristiques. 5 000 Chinois venus de toutes les Provinces se sont rendus au Japon en mai, ont assisté à la cérémonie de commémoration à Tokyo, puis ont visité tout le Japon en plusieurs groupes pour approfondir la connaissance et l'amitié mutuelles.

En septembre 2002, il est prévu que 10 000 touristes japonais visitent la Chine à leur tour, participent à la cérémonie commémorative à Beijing ainsi qu'à des programmes d'échanges populaires. Cela constitue une excellente occasion de promouvoir la culture japonaise et de faire connaître aux Chinois les gens et les attractions touristiques du Japon. Le MLIT entend faire augmenter le nombre de visiteurs provenant de Chine par le biais de programmes d'échanges de ce type.

### ***Efforts déployés pour relancer la demande de voyages après la tragédie du 11 septembre***

Après les attentats de septembre dernier, le nombre de Japonais voyageant à l'étranger a chuté de manière spectaculaire. La reprise de la demande de voyages à destination du territoire des États-Unis a été particulièrement lente. En février 2002, le président des États-Unis, M. George W. Bush, est venu au Japon et s'est entretenu avec le Premier ministre, M. Junichiro Koizumi. Compte tenu de l'urgence du problème, les deux pays sont parvenus à un accord sur la poursuite du développement des échanges touristiques bilatéraux et le rétablissement de la confiance dans la sécurité des déplacements.

Pour faire suite à l'accord conclu à ce sommet, deux missions dirigées par des vice-ministres du tourisme dont des représentants du secteur, ont été dépêchées sur le territoire des États-Unis et à Hawaii en mars 2002. Plus d'un millier de Japonais ont participé à la mission à Hawaii (« Visit Hawaii 1000 »). En outre, une mission pour la promotion du tourisme dirigée par un vice-ministre a été envoyée à New York en mai 2002. Cette mission regroupait notamment des dirigeants d'entreprises du secteur ainsi que 1000 touristes originaires de toutes les régions du Japon. La mission a déposé une gerbe en mémoire des

victimes à « Ground Zero » et assisté à une cérémonie spéciale organisée au Metropolitan Museum of Art de New York (« Visit New York 1000 »).

### ***Consultations bilatérales sur le développement du tourisme***

En avril 2002, le Secrétaire au Commerce des États-Unis, M. Donald L. Evans, s'est rendu au Japon et s'est entretenu avec la ministre de l'Aménagement du territoire, des infrastructures et des transports, Mme Chikage Oogi. A l'issue de cette consultation, un mémorandum d'entente sur le développement des échanges touristiques bilatéraux a été signé.

L'objet de ce mémorandum est de lancer une initiative non contraignante pour le développement du tourisme afin de rétablir rapidement les flux de visites et de les augmenter d'environ 20 % par rapport à leur niveau de 2001 dans les cinq prochaines années. Pour atteindre cet objectif, le Conseil pour le développement du tourisme a été créé. Il est co-présidé et coordonné par la ministre japonaise de l'Aménagement du territoire, des infrastructures et des transports et le Secrétaire au Commerce des États-Unis.

Le Japon organise également des consultations bilatérales sur le développement du tourisme avec la République de Corée, la Chine, le Canada, l'Australie et l'Allemagne. Ces consultations sont l'occasion de débattre de l'intensification des flux de touristes dans les deux sens ainsi que d'autres questions urgentes d'intérêt mutuel. Le Japon entend utiliser ces consultations comme cadre stratégique pour promouvoir la venue de visiteurs étrangers dans le pays.

### **Cadre destiné à stimuler la demande de voyages au Japon**

#### ***Une nouvelle perspective de développement régional : le tourisme comme instrument de développement local***

Cela fait plus de quatre ans que la demande de voyages diminue au Japon en raison de la persistance de la récession économique mais l'on peut dire que ce manque de dynamisme de la demande est en partie imputable à la dégradation des destinations touristiques et des produits du secteur. Le problème vient de l'incapacité à gérer les ressources et les destinations touristiques de manière intégrée. Il est évident qu'il faudrait gérer ces destinations de manière durable, c'est-à-dire en ne se contentant pas de prévenir la dégradation des ressources touristiques mais en renforçant la valeur, et en créant un système ou une structure qui satisfasse les besoins et la demande aussi bien des populations locales que des touristes.

Dans ce contexte, le MLIT a dirigé des travaux de recherche pendant trois ans, dont le recueil de données et le recensement des pratiques exemplaires, et élaboré une nouvelle perspective de développement régional sur le thème du « tourisme comme instrument de développement local ». C'est ainsi qu'en 2001, le MLIT a publié un « Guide du développement local fondé sur le tourisme ».

Par le passé, le développement du tourisme passait en priorité par l'augmentation du nombre de visiteurs et l'expansion du secteur, les particularités locales et les effets sur le cadre de vie des habitants passant au second plan. A l'inverse, les Perspectives dégagent trois conditions essentielles pour le développement durable : 1) les ressources, 2) le cadre de vie et 3) la satisfaction des visiteurs. Il est possible de parvenir au développement durable de la collectivité toute entière en préservant l'équilibre entre ces trois facteurs, grâce à un développement local intégré dans lequel la collectivité est le principal acteur de la promotion du tourisme.

Les Perspectives ont été présentées et expliquées par le Professeur Yukio Nishimura à la « Conférence du Millénaire des leaders du tourisme » qui s'est conclue à Osaka fin septembre 2001 à l'occasion de la 14<sup>e</sup> Assemblée générale de l'OMT, et se retrouvent dans la « Déclaration du Millénaire d'Osaka » adoptée par les leaders du tourisme du monde entier, le 1<sup>er</sup> octobre 2001.

Le MLIT continue de jouer un rôle pilote, en étroite coopération avec les gouvernements et les industries du tourisme des autres pays, dans un effort de renforcement de l'attrait des destinations touristiques et d'amélioration des produits qu'offre le Japon.

### *Efforts visant à ménager davantage de jours fériés consécutifs*

Bien que l'économie japonaise ait atteint un niveau de développement très poussé, les Japonais ne sont pas toujours en mesure de profiter du niveau élevé de prospérité économique de leur pays. Parmi les principaux obstacles, citons la longueur des journées de travail et la réduction du temps de loisir qui en découle, même si les statistiques du ministère du Travail montrent que ces dernières années, le nombre d'heures de travail des Japonais a diminué.

La semaine de travail de 5 jours s'est généralisée au Japon, 95 % des salariés bénéficiant de ce système régulièrement ou périodiquement, et 57.6 % d'entre eux en ayant bénéficié systématiquement en 2001. Cette même année, les salariés japonais se sont vu accorder en moyenne 18 jours de congés payés par an, mais n'en ont utilisé que 8.9, soit 49.5 % de ces congés. Par ailleurs, au Japon, on compte 15 jours fériés par an.

A partir de 2000, en vertu d'un amendement à la loi sur les jours fériés, la Journée de la majorité (15 janvier) et la Journée de l'éducation physique (10 octobre) sont respectivement fixées au deuxième lundi de janvier et d'octobre. Ainsi, la plupart des salariés japonais peuvent bénéficier d'un congé de trois jours consécutifs en janvier et en octobre. Selon une enquête menée par les principales agences de voyage, en 2001, les déplacements intérieurs ont augmenté de 25 % pendant le « week-end prolongé » de janvier par rapport à la période correspondante de l'an 2000. Pour leur part, les voyages à l'étranger ont augmenté de 21 % pendant la même période par rapport à l'année précédente.

A partir de 2003, la Journée de l'océan (20 juillet) et la Journée du respect des personnes âgées (15 septembre) seront fixées au troisième lundi de juillet et de septembre, respectivement. Le rejaillissement de cet enchaînement de jours fériés sur l'économie japonaise représente, selon les estimations, entre 350 et 500 milliards de JPY (2.8 à 4 milliards d'USD) à chaque fois soit, au total, de 1 400 à 2 000 milliards de JPY (11.2 à 16 milliards d'USD) pour les quatre week-ends prolongés.

Il est urgent que les Japonais prennent des « congés de longue durée » en utilisant leurs congés payés non pris car cela améliorera leur qualité de vie et leur apportera un épanouissement personnel. Cette formule contribuera également à redynamiser l'économie en faisant augmenter la consommation individuelle. On estime que si les Japonais prennent des congés de deux semaines, cela se traduira pour l'économie du pays par une recette annuelle de 4 500 milliards de JPY (36 milliards d'USD).

En outre, pour promouvoir les voyages en famille, il importe de mettre en place les conditions permettant aux enfants de s'absenter de l'école. Le MLIT, les ministères concernés et le secteur du tourisme s'attachent à créer des conditions permettant à davantage de gens de prendre des vacances, et à concrétiser « l'ajustement structurel de notre mode de vie ».

### **3. AUTRES OBJECTIFS CONCRETS VISÉS EN PRIORITÉ**

#### *Sécurité et mobilité des personnes âgées et des handicapés*

Des projets sont en cours pour mettre en place un système améliorant le confort et la sécurité des personnes âgées et des handicapés se rendant sur les sites touristiques (trottoirs, transports publics, hébergement, etc.). Il peut s'agir par exemple de l'installation d'ascenseurs, d'escaliers roulants et de monte-charge pour les chaises roulantes dans les gares et les terminaux d'autocars/bateaux, de l'élargissement des trottoirs et de la pose de marquages au sol à l'intention des malvoyants.

#### *Protection des consommateurs lors des achats de billets par voie électronique*

Des « Lignes directrices relatives aux transactions liées aux voyages exécutées par l'Internet » ont été élaborées par l'Association japonaise des agences de voyages (JATA) et l'Association d'agences de voyage All Nippon (ANTA) pour sécuriser les transactions opérées par le biais d'Internet. La JATA et l'ANTA accordent toutes deux le label « e-TBT » (Electronic Travel Business Trust) aux agences qui se conforment à ces lignes. (Fin octobre 2001, 70 agences avaient reçu ce label.)

#### *Diversification des prix et des services dans les domaines des voyages et du transport*

Toutes les parties prenantes du secteur du tourisme s'emploient à diversifier les prix et les services offerts aux visiteurs étrangers, dans le but de leur donner une autre image du Japon que celle de "pays cher". Elles s'efforcent également de développer de nouvelles ressources comme le tourisme axé sur les expériences pour l'épanouissement personnel. A titre d'exemple, on peut citer le "Programme d'interprétation" destiné à développer les visites guidées dans la Nature.

#### *Offre d'infrastructures liées au tourisme*

Un « réseau de transport multimodal » est en cours d'aménagement pour offrir des moyens de déplacement efficaces et pratiques en permettant des transbordements plus rapides et plus faciles grâce à la coordination de multiples moyens de transport (aérien, terrestre et sur voies navigables). A titre d'exemple, l'intégration des aéroports et des réseaux de chemin de fer à grande vitesse est commencée.

### **4. PROGRAMME AMBITIEUX DE PROMOTION DU TOURISME GRÂCE À LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL 2002**

Le 4 février 2002, le Premier ministre, M. Junichiro Koizumi, a prononcé un discours sur les mesures administratives au début de la nouvelle session de la Diète. Pour commencer, M. Koizumi a déclaré que la Coupe du monde offrait aux étrangers une excellente occasion de découvrir le Japon ou d'améliorer leur connaissance de ce pays. Le Premier ministre a ajouté qu'en présentant la culture, les traditions et les abondantes ressources touristiques du pays au monde entier, son gouvernement souhaitait augmenter le nombre de visiteurs étrangers, ce qui contribuerait à dynamiser l'économie régionale.

Le Japon se trouve actuellement à un tournant, à tous points de vue. Dans les domaines industriel, économique et social, les systèmes connaissent actuellement des changements structurels. Ce discours historique du Premier ministre symbolise l'évolution de la structure industrielle du pays, qui exportera désormais moins de biens mais plus de (services de) tourisme.

Pour améliorer le confort et les aménités offertes aux visiteurs étrangers, et pour aplanir les obstacles à leur venue, le Japon a mis en place des mesures ambitieuses à l'occasion de la Coupe du monde de football 2002. Ces mesures, qui sont énumérées ci-dessous, seront évaluées pour déterminer s'il y a lieu de les reconduire régulièrement dans l'avenir.

### ***Simplification de la procédure d'immigration***

Un système d'autorisation préalable a été mis en place entre le Japon et la Corée, en coordination avec les autorités coréennes, pour accélérer et faciliter les procédures d'immigration à l'arrivée.

### ***Projet de « carte à circuit intégré multifonctions »***

La carte à circuit intégré multifonctions a été mise au point en collaboration avec les autorités coréennes pour permettre les déplacements sans rupture entre le Japon et la Corée.

Les fonctions offertes sont les suivantes : a) carte de crédit, b) porte-monnaie électronique rechargeable en yens et en wons, de manière que les voyageurs ne soient pas obligés de garder de la petite monnaie dans différentes devises, c) billets électroniques de trains et d'autobus pour que les voyageurs n'aient pas besoin d'acheter un ticket pour franchir les barrières.

(Le Premier ministre japonais, M. Junichiro Koizumi, portait la « carte à circuit intégré multifonctions » lorsqu'il s'est rendu à Séoul pour assister à la cérémonie d'ouverture de la Coupe du monde de football 2002, le 31 mai).

### ***Assistance pour les voyages au Japon***

Des centres d'appels téléphoniques centraux et régionaux ont été mis en place pour répondre aux questions des visiteurs étrangers ou pour résoudre leurs problèmes par téléphone. Le service est offert en 10 langues pour supprimer la barrière linguistique.

(Voir le site : <http://soccerjapan.jnto.go.jp>)

### ***Conditions et tarifs spéciaux (exclusivement réservés aux visiteurs étrangers)***

Des conditions et des tarifs spéciaux ont été proposés aux visiteurs étrangers sur les lignes aériennes, les trains, les bateaux, dans les hôtels et les *ryokan* et sur les autoroutes.

(Voir le site : <http://soccerjapan.jnto.go.jp>)

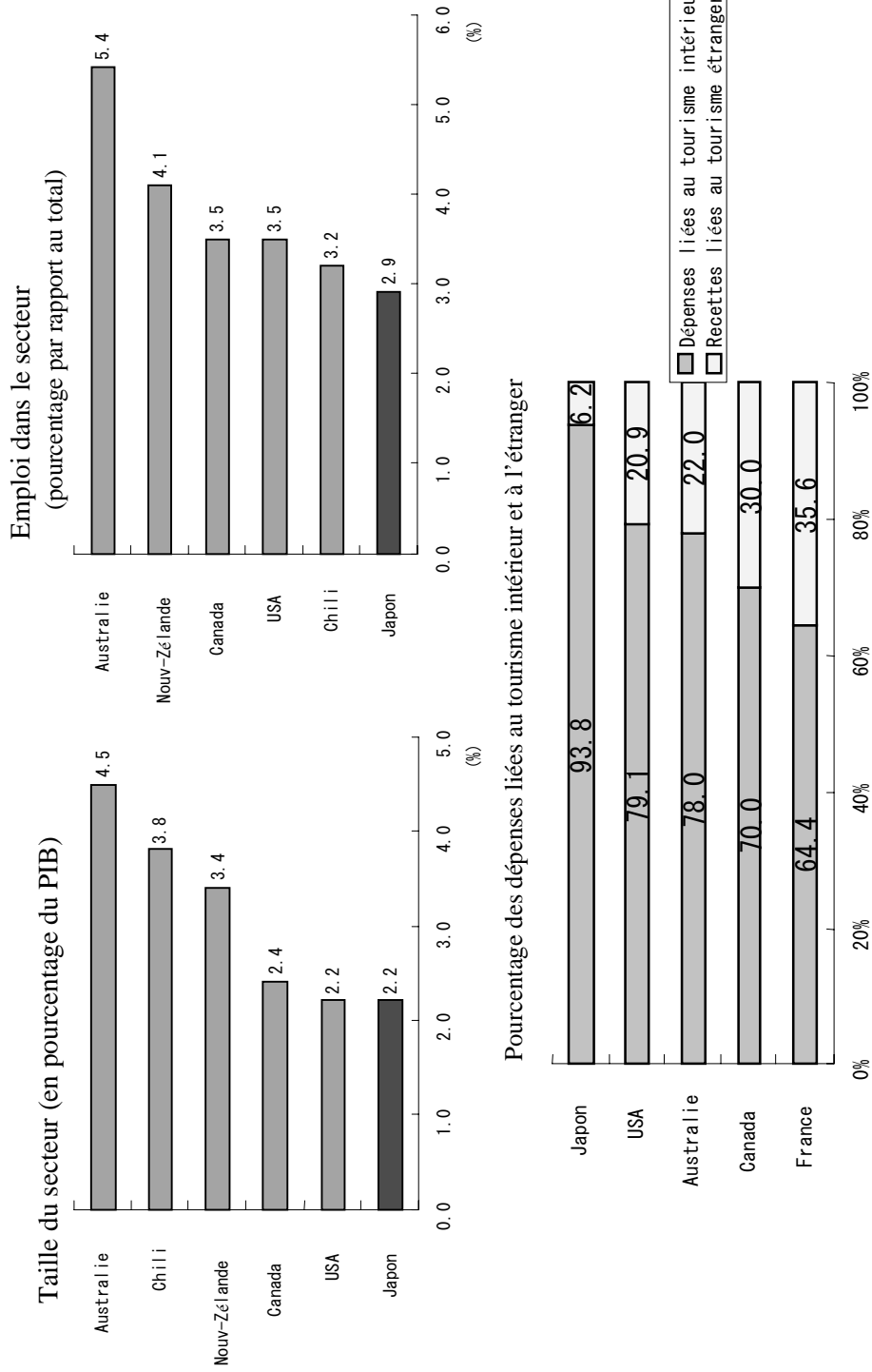
### ***Projet « Aéroport électronique »***

Des services fondés sur les technologies de l'information ont été proposés à titre expérimental dans le nouvel aéroport international de Tokyo pour permettre d'effectuer des opérations telles que a) l'achat de tickets par voie électronique, b) les connexions très rapides sur Internet, c) l'utilisation de la carte à circuit intégré multifonctions, d) le guidage robotisé des handicapés, et e) l'information par voie électronique, offrant des informations en temps réel sur les vols.

## ANNEXE

### Graphique 1

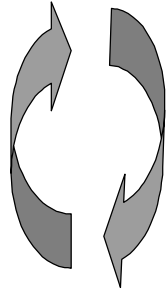
# Comparaison internationale des secteurs du tourisme



## Graphique 2

# Solde des recettes et des dépenses liées au tourisme international

4.438 millions de visiteurs  $\pm$  35th\*  $\pm$   
 3.4 milliards USD\*  $\pm$  31st\*  $\pm$

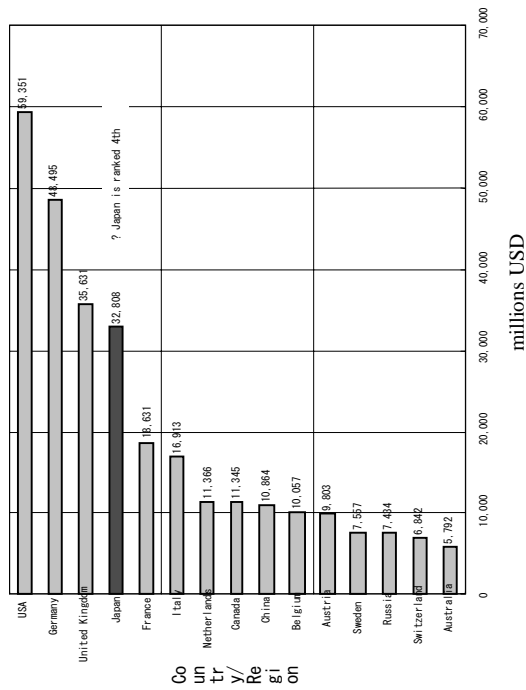


16.358 millions de voyageurs 10th\*  $\pm$   
 32.8 milliards USD\* 4th\*  $\pm$   
 $\pm$  2000 $\pm$   
 $\pm$  1999 $\pm$   $\pm$

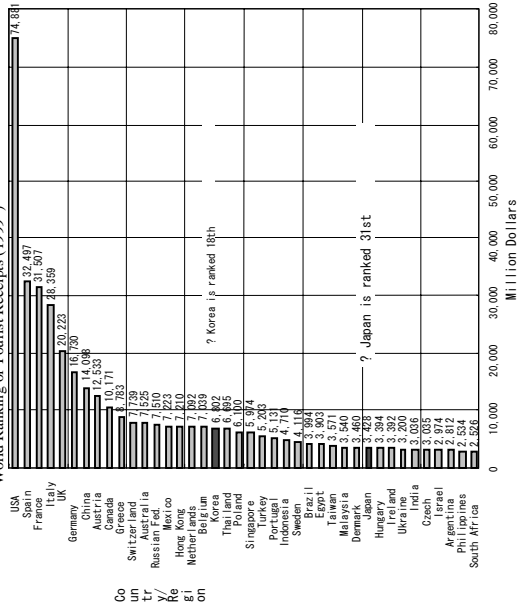
Solde des recettes et dépenses liées au tourisme international (1999\*)

Pays	Balance des paiements (en millions USD)		
	Recettes	Dépenses	Solde
Allemagne	16,736	48,495	-31,765
Japon	3,428	32,806	-29,380
R-U	20,223	35,63	-15,408
Corée	6,802	3,975	2,827
Italie	28,359	16,913	11,446
France	31,507	18,63	12,876
USA	74,88	59,35	15,530
Espagn	32,497	5,524	26,974

Classement mondial selon dépenses de tourisme (1999\*)



World Ranking of Tourist Receipts (1999\*)

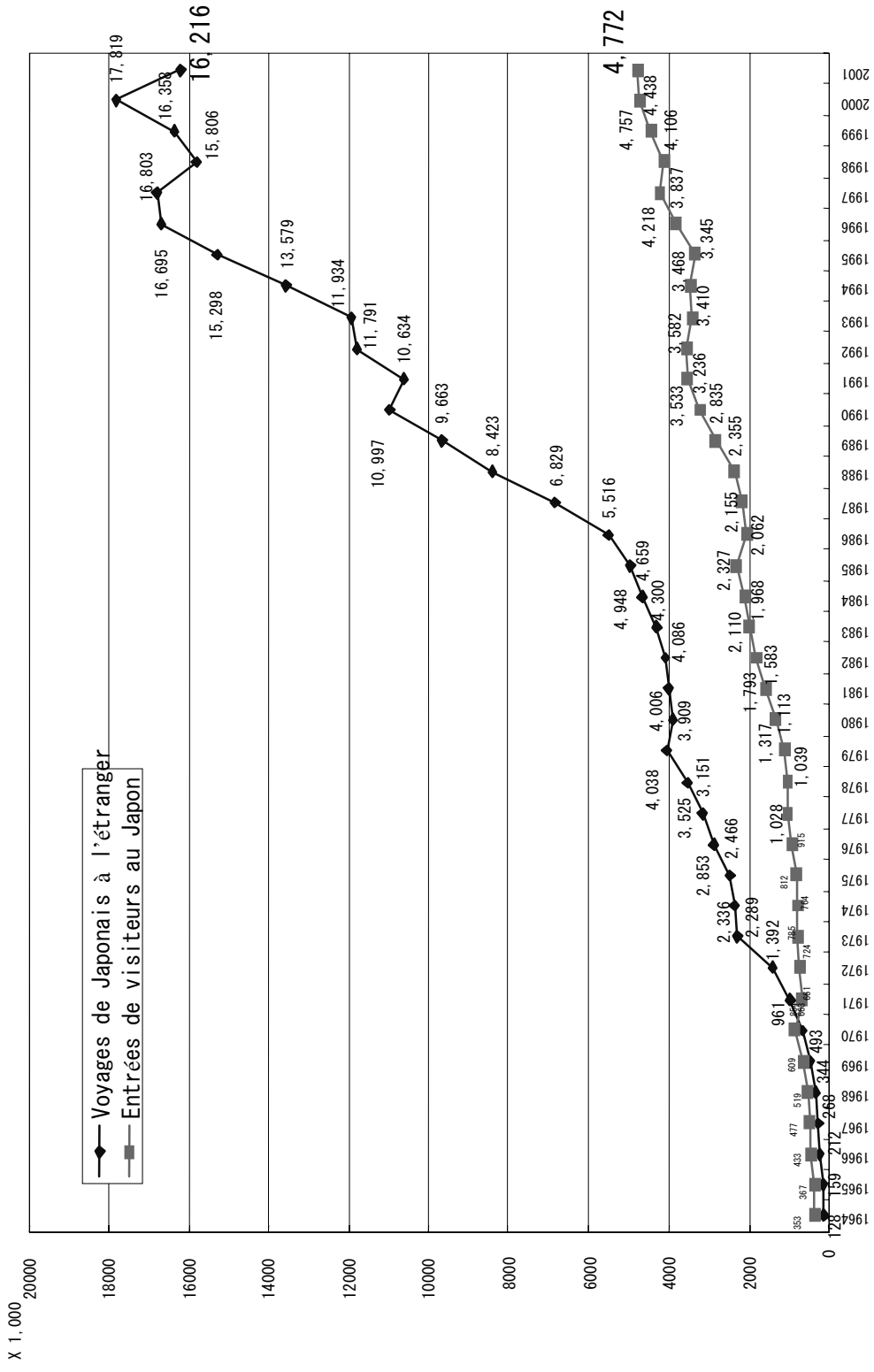


Données de l'Organisation mondiale du tourisme

\* Les données de 1999 sont les dernières qui soient comparables dans

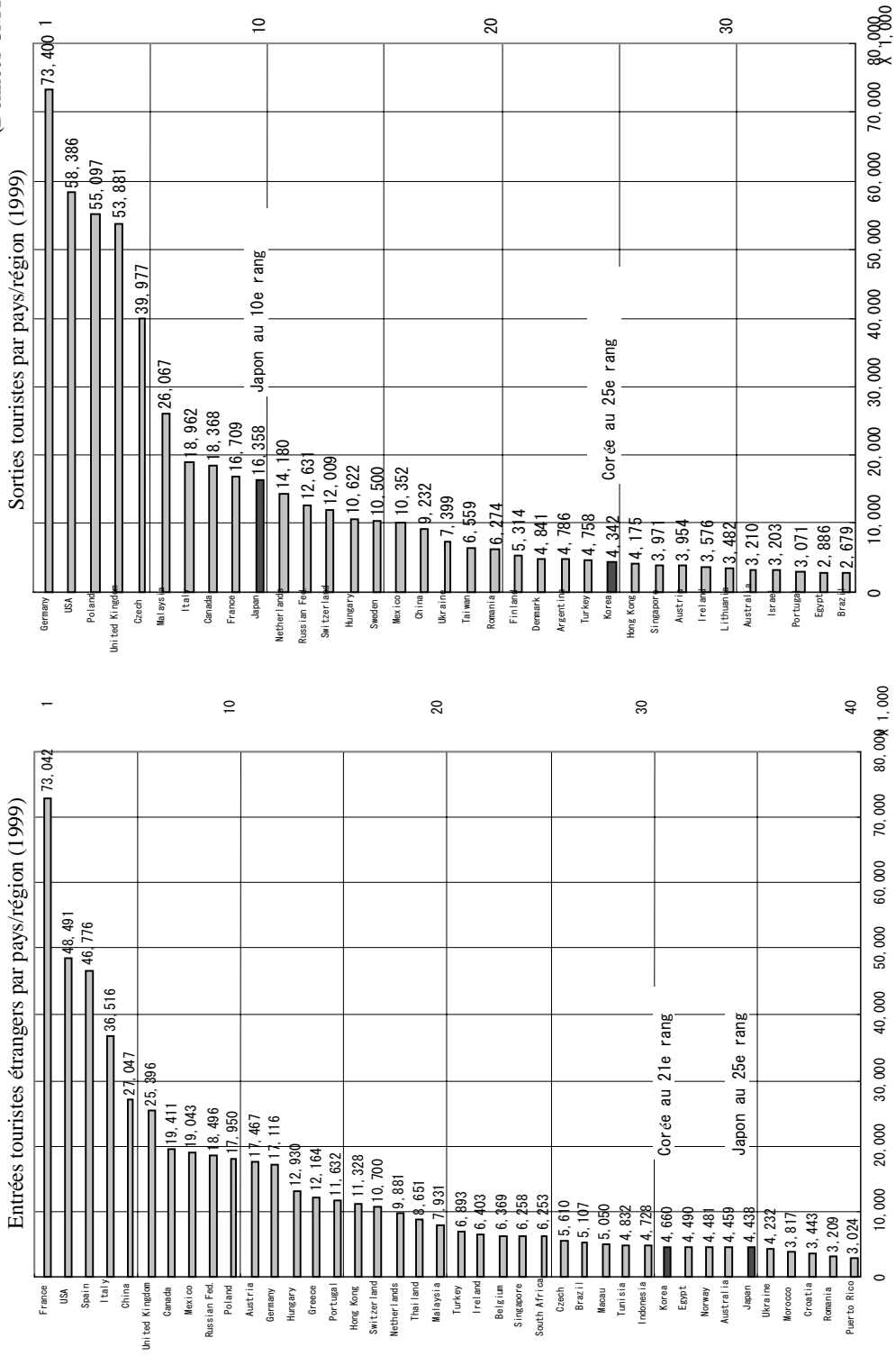
Graphique 3

Entrées de visiteurs étrangers au Japon et voyages de Japonais à l'étranger



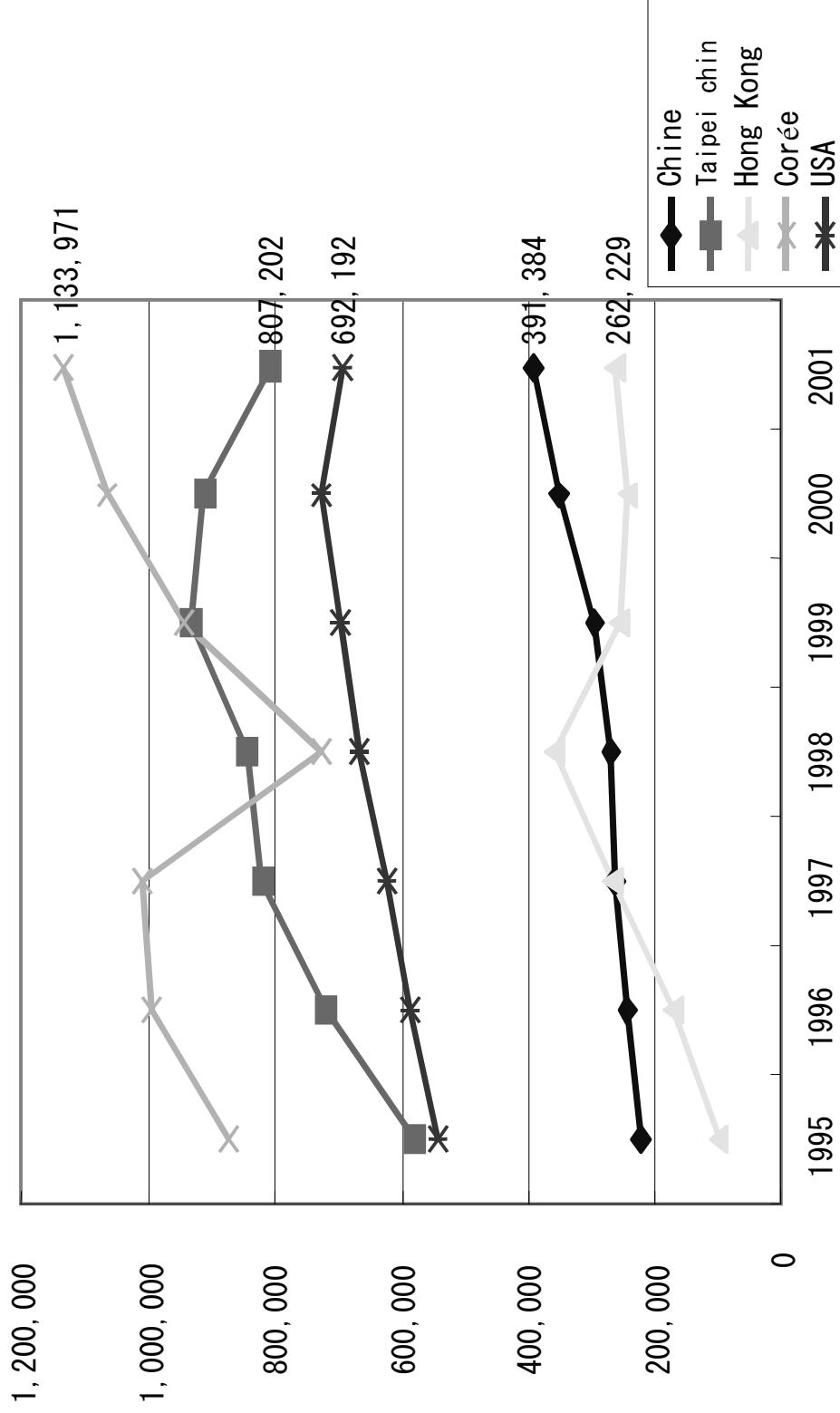
Graphique 4

# Classement mondial par nombre d'entrées et de sorties de touristes étrangers (Données OMT)



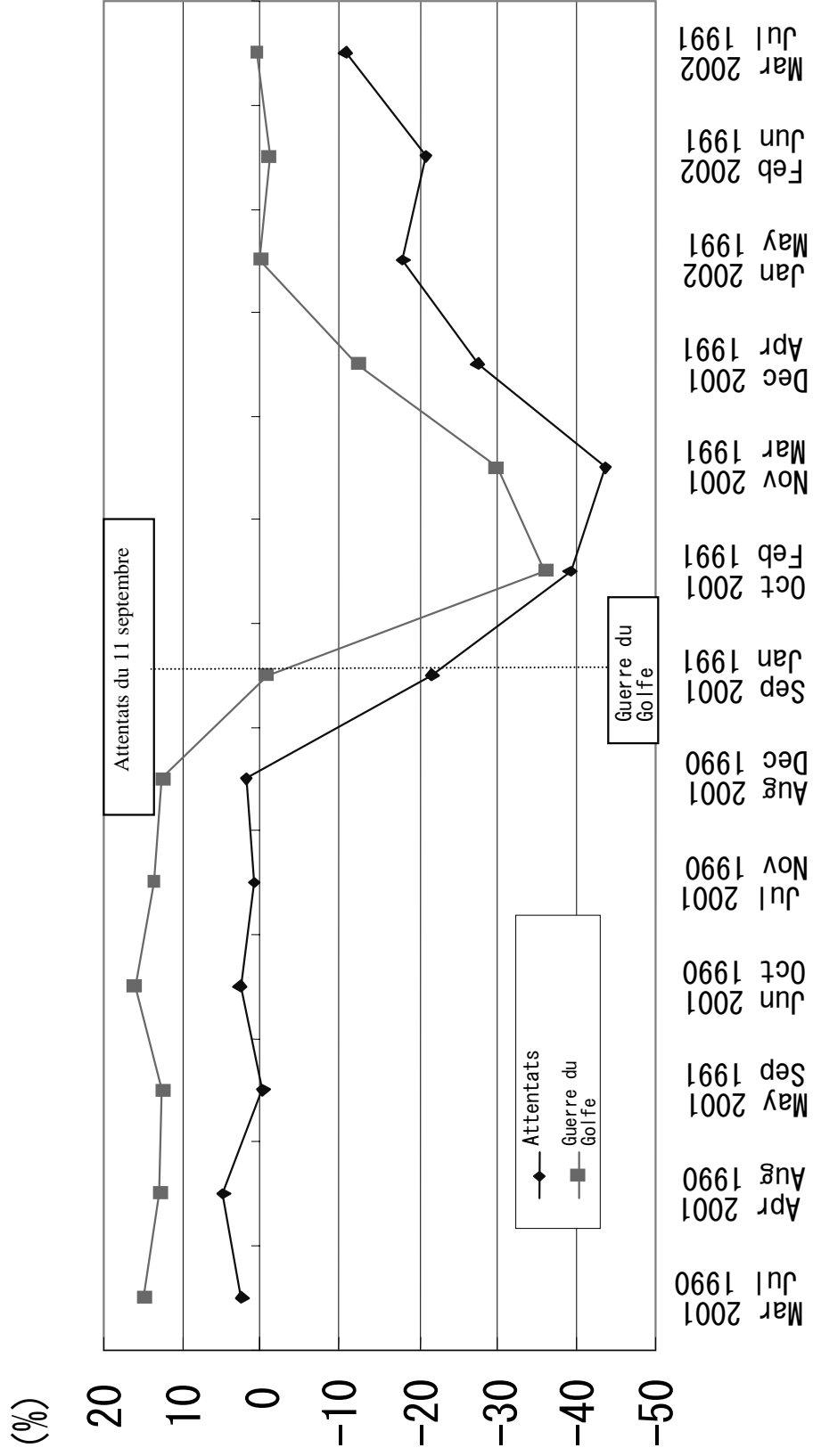
Graphique 5

### Entrées de visiteurs par pays/région (principaux marchés) Chine, Hong Kong, Corée, Taipei chinois, USA



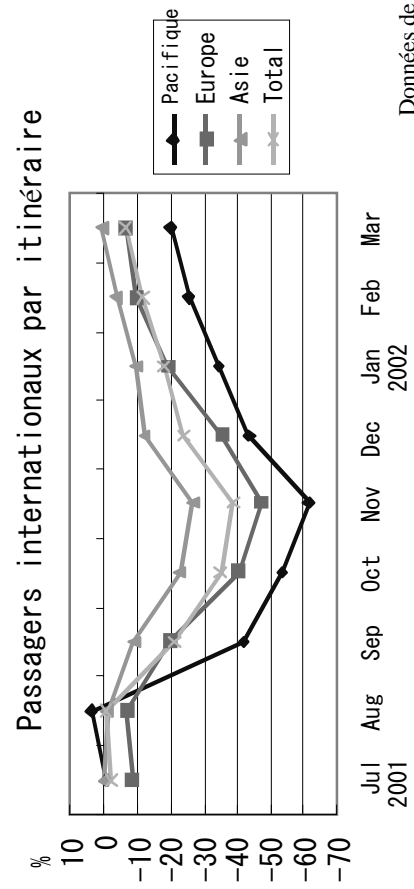
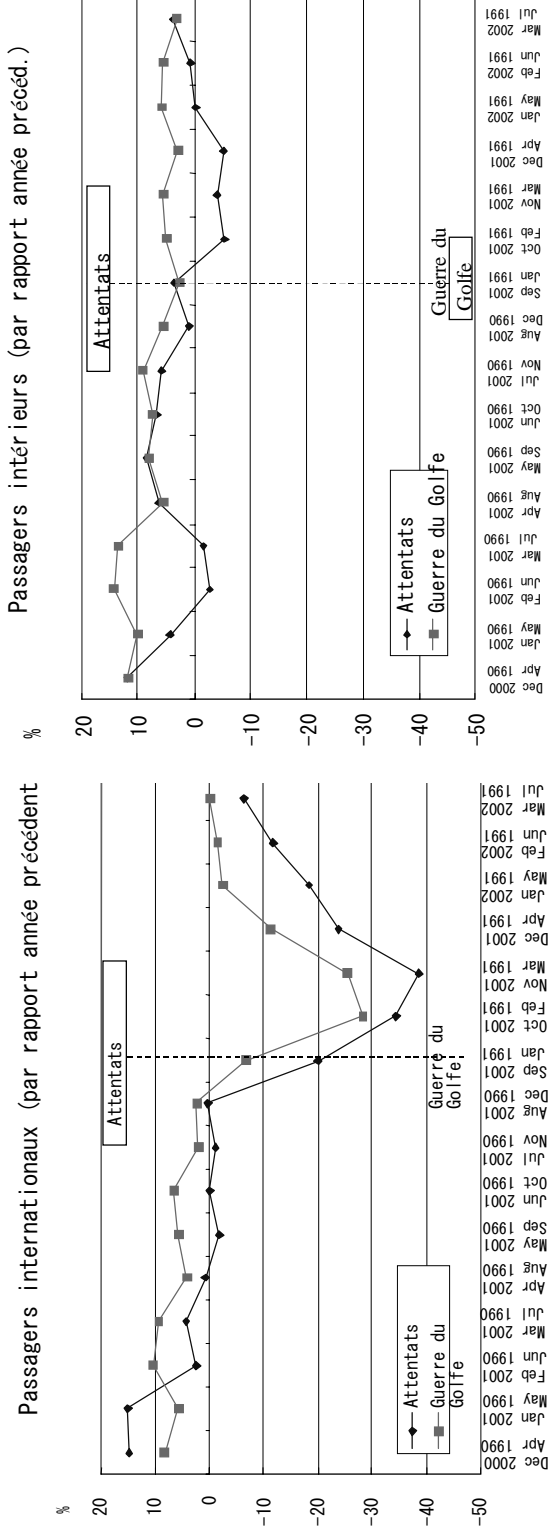
Graphique 6

Évolution d'une année sur l'autre du nombre de voyageurs japonais à l'étranger



**Graphique 7**

# Transports aériens internationaux et intérieurs : nombre de passagers



Données de 4 compagnies aériennes du Japc

Graphique 8

## Moyenne par personne de durée de voyage d'agrément de plus de 24 h à l'intérieur du pays et nombre de nuitées

