

PARTIV 観光政策

[1] 訪日外国人旅行者の誘致：訪日外国人獲得は極めて遅れています。

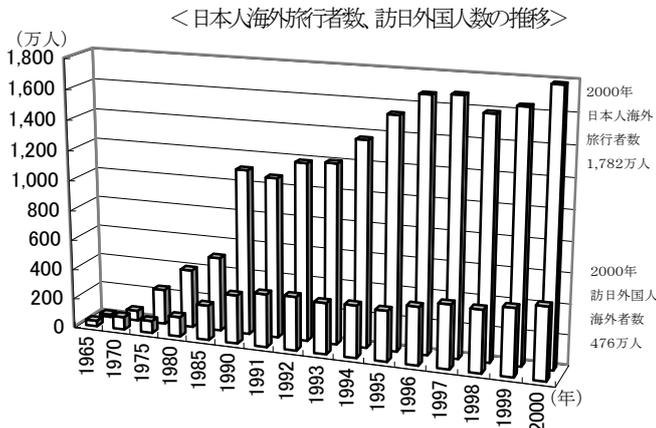
訪日外国人誘致に向けて、 旅行者への情報提供の充実や、 魅力ある訪問地づくりが必要です。

背景と課題

よく日本は資源の乏しい国だと言われますが、「観光資源」は世界でも有数の国であり、観光立国をめざしたとしても決しておかしくありません。

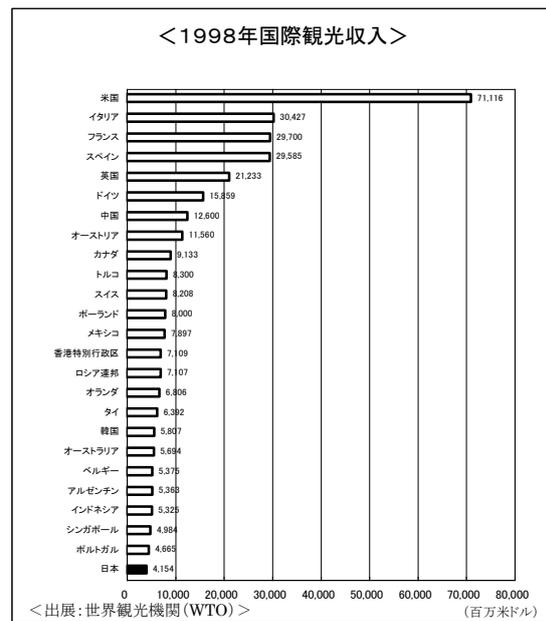
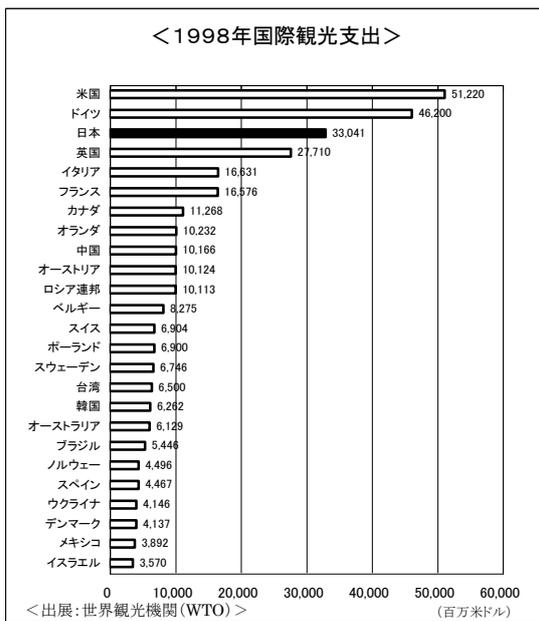
また、2002年5～6月にはサッカーのワールドカップが開催され、海外からの日本に対する注目度がさらに高まるのは間違いないところです。

しかし1971年に日本人海外旅行者数が訪日外国人数を上回って以来、両者の差は開くばかりです。国土交通省によると、訪日外国人数は世界第36位（1999年）と大きく出遅れており、近隣アジア諸国と比べても劣っているのが実態です。



□ 日本人海外旅行者数
□ 訪日外国人海外旅行者数

また、日本の国際観光支出は330億ドル（約4兆円）と世界第3位のレベルに達している一方で、国際観光収入は42億ドル（約5千億円）と支出のおよそ1/8で、世界のわずか1%（第25位）、第1位の米国の1/17に過ぎず、観光資源を十分に活用しているとはとても言えない状態です。



国際旅行収支の大幅な赤字は、貿易収支の不均衡を調整する一面もありますが、本来、国際観光収入は外需の一部として経済に寄与するものです。

国際観光市場は50兆円規模の大きな市場であり、JNTO（国際観光振興会）の調査では、1999年の外国人の訪日旅行による経済波及効果は3兆7,000億円、21万4,000人の雇用創出と1兆508億円の所得増を誘発しているとしています。

国際観光は21世紀を迎えてさらに大きく伸び、大旅行時代の到来が予想されている中、このままでは、日本は「観光後進国」と言わざるを得ません。

日本も保有資源を活かし、訪日外国人旅行者獲得に積極的に打って出るべきではないでしょうか。

では、どうしたら良いのか。私たちはこう考えます。

観光資源の広報宣伝の推進

訪日外国人旅行者を増やすためには、日本の魅力を積極的にアピールすることが重要です。

そのためにはまず、政府が関係業界と協力しながら各国の有力紙・テレビおよび衛星放送などを通じて、広く日本の観光・魅力の宣伝、ホテル・旅館や日本向け低廉旅行の紹介などを積極的に行うことが必要です。

また、映画などの国際的なメディアの戦略的活用により、自国の観光資源をアピールする手法なども効果が期待できます。

一般向けの広報宣伝だけでなく、各国の旅行業者、報道関係者、各種団体に対する働きかけも重要です。

例えば、日本の地方自治体や旅行業界と提携し、世界主要都市において、現地有力旅行業者、報道関係者を対象とした訪日旅行促進のためのセミナーやイベントを実施したり、外国報道関係者などを招待し、日本の観光地の取材を促進することも、訪日外国人増加に大いに寄与するものと考えます。また観光資源による魅力を活用し、映画のロケーションや国際コンベンションなどを誘致するための取り組み強化も重要です。

外国人旅行者向けの情報提供体制の充実

一方、外国人旅行者向けの情報提供体制を充実することも不可欠です。

外国人旅行者向けに、政府や地方自治体、各種交通機関、旅行関連業者のホームページの外国語サイトをさらに充実させ、宿泊施設、イベント・年中行事、郷土料理・レストラン、地元名産品、美術館・博物館、空港・交通機関、緊急連絡先などの情報を世界中に発信し、また旅行中の外国人にアクセス可能とすることは、すぐにでも取り組める施策です。

広報宣伝の充実など訪日外国人増加のための施策を強化する。

観光地の環境整備

また、外国人が安心して日本を訪問し、旅行を楽しむことができるよう、観光地の環境整備にもより一層取り組むべきです。

現在、各地方では国際観光テーマ地区（外国人旅行者が周遊できる観光ルートを備えた地域）や国際交流拠点（外国人旅行者が地域の歴史・文化・自然などの体験ができる拠点）の整備が始まっています。このような魅力ある観光地づくりと、誰もが観光資源を容易に訪れ、楽しむことのできるような環境整備を早急に進めていく必要があります。

国内旅行費用の低廉化

国内旅行費用の低廉化も重要な施策です。

そのためには、ウェルカムカード（各施設で割引などの優遇措置を受けられるカード）や交通機関の割引運賃のさらなる拡充が有効であり、これらの普及促進策の強化が必要と考えます。

ビザに関する規制緩和

現在 60 カ国と締結している「査証相互免除取極」について、対象国を積極的に拡大するとともに、ビザ発給手続きの簡素化や迅速化などの規制緩和を実施し、利便性向上を図ることが望まれます。

こうした施策の実行には資金も必要ですが、前述のとおり、訪日外国人旅行者が増加すれば必要資金を補って余りあるほどの多大な経済波及効果が見込めます。

また交通・レジャー産業に限らず、多くの産業への直接・間接の波及効果も大きく、内需拡大や雇用創出、地域経済活性化に大いに寄与するものと私たちは考えます。

PARTIV 観光政策

[2]余暇時間：わが国の余暇時間は依然十分とは言えません。

旅行機会の拡大を図り、 豊かな生活を実感するために、 余暇増や連休化を進めるべきです。

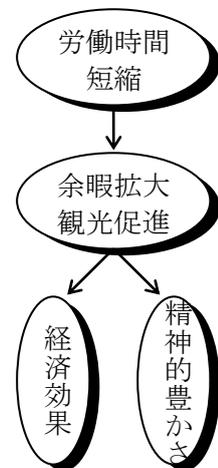
背景と課題

今、日本の景気は低迷していますが、戦後の高度成長を実現したことにより、まぎれもなく世界の経済大国となっています。

しかし私たちは、高い所得水準の割に「豊かな生活」を実感しているとは言えません。

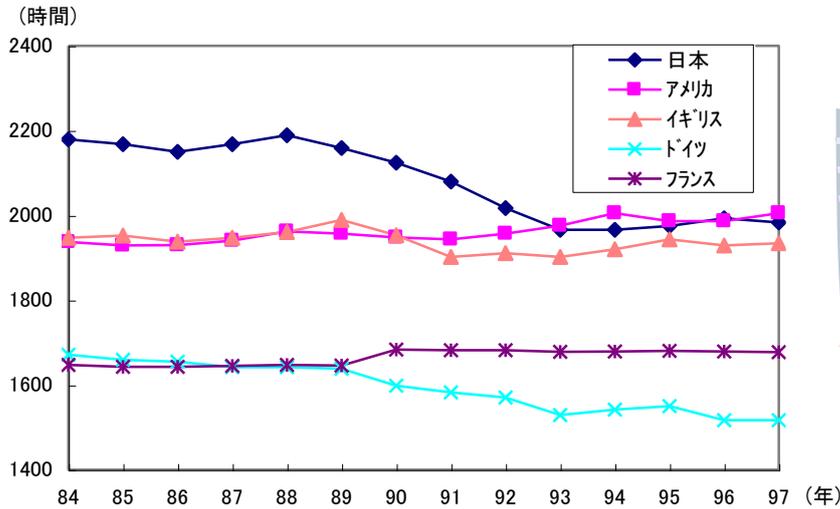
その要因としては、内外価格差や住環境といったものがありますが、特に欧州諸国と比べて長い労働時間が挙げられます。

週 40 時間労働制の定着、長時間残業の削減、年次有給休暇の取得促進などを図ることは、観光レクリエーション活動を促進する上でも重要ですが、そうした余暇時間の拡大は、経済的に、地域振興や余暇関連支出の増大に寄与するだけでなく、社会的にも、私たち一人ひとりが見聞を広め、さまざまな体験をすることで、個性と創造性豊かな社会を実現することにつながるものです。



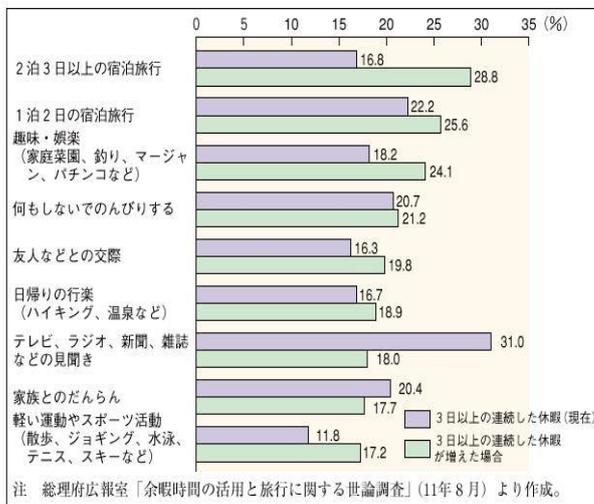
以下は日本と欧米諸国の年間総実労働時間推移の国際比較です。

日本の労働時間は、アメリカ・イギリス並みにはなってきましたが、ドイツ・フランスには大きく遅れをとっていますし、目標



また、週休2日制の普及率は企業全体で60%ならず、30~99人規模の中小企業では30%程度に過ぎません。年次有給休暇日数もアメリカ(13.1日)、イギリス(24.3日)、ドイツ(31.2日)と比較して著しく少ない9.1日にとどまっています。

経営者団体である経済団体連合会も2000年10月、「ハッピーマンデーの拡充」や「長期休暇取得制度の確立」などの提言を行い、休日を取得しやすい社会環境の整備に取り組もうとする姿勢を示しましたが、全体としての改善は遅れています。



一方、左の調査結果によると、3日以上連続した休暇(現在)が増えた場合には「2泊3日以上宿泊旅行」や「スポーツ」をはじめとしたさまざまなレジャーへのニーズも増加することから、連休数増が余暇の有効活用につながるものと期待できます。

では、どうしたら良いのか。私たちはこう考えます。

余暇時間の増大

まずは、週 40 時間労働制の定着、週休 2 日制の拡大、長時間残業の削減、年次有給休暇の取得促進などによる年間総実労働時間 1,800 時間達成を引き続きめざし、行政、企業、そして働く者自身が制度や意識、働き方を見直して、真の「ゆとり、豊かさ」を実現することが必須であると考えます。

連休の増大

旅行動向は、余暇時間の長さだけでなく、休日構成にも大きく影響を受けています。

祝日法改正により、2000 年から成人の日と体育の日がそれぞれ 1 月、10 月の第 2 月曜日になりました。実際に初の「成人の日 3 連休」の旅行客は、国内旅行が 54%、海外旅行が 15%、それぞれ増加しました。

これらの効果もあって祝日法が再度改正され、2003 年からは海の日と敬老の日もそれぞれ 7 月、9 月の第 3 月曜日になります。毎年 3 連休となる国民の祝日は 4 日に増加し、ようやく年間数日の欧米並み水準に近づいたとも言えます。

しかしながら、3 連休 1 度につき 3,500 億円から 5,000 億円の経済波及効果が期待できるとの試算（2000 年の観光政策審議会答申）もあることから、さらに連休化を進めれば、より一層の経済波及効果を期待することができます。

また、2002 年から新教育課程がスタートし、学校の週 5 日制が完全実施される予定ですが、これと連動して 3 連休が増えれば、家族旅行の増加にもつながります。

連休化の推進は、財源の要らない経済対策として
景気回復にも大いに貢献するべきである。

余暇の増大や連休化の推進により、旅行機会の拡大を図る。

休暇を取りやすくするための制度や環境の整備

今後はこれらの施策により増加する連休や長期休暇を有効に活用できるよう、休暇を取りやすくするための制度や環境を整備していく必要があります。

具体的には、各種支援・補助制度の拡充、長期滞在型旅行の推進、総合保養地域・施設の整備、観光機運の醸成などの施策について、民間と行政とが一体となって進めていくべきと考えます。

また、子ども自身の「ゆとり、豊かさ」のために、親とともに家族旅行や社会見学ができる「子ども有給休暇制度」を創設することも、重要な教育政策・観光政策です。

★★★ コラム ～「空の日」の祝日化～ ★★★

日本の航空活動は、1910年に東京・代々木練兵場において、徳川・日野両大尉が初飛行に成功したことに始まります。

それから30年目にあたる1940年に、航空思想の普及を図るため、9月20日を「航空日」と定め、1992年に「空の日」に改称しました。

また、空の日から9月末までを「空の旬間」とし、各種の記念行事も行っています。

航空連合は、航空への理解を深めるとともに休日増を図る観点で、「空の日」の認知度向上と祝日化を提唱しています！



空の日のシンボルマーク「くにもる」くんです。「空の日」である9月20日の「9(く)2(に)0(まる)」から命名されました。