

観光立国推進には業界全体を巻き込んだ連携が不可欠

背景と課題

観光産業の意義

日本は現在、少子高齢化、財政赤字の拡大などの課題への対応を迫られ、将来にわたって経済成長を牽引する役割を担う産業を育成しなければならない状況で、

その対象の一つに観光産業が挙げられています。観光産業は財政支出を伴わない経済成長を実現する産業であり、旅行業、宿泊業、航空を含む運輸関連産業にとどまらず、様々な異業種とも密接に連携する総合産業です。また、観光振興は特に地方において幅広い雇用が期待できる分野とも言われ、地域活性化への寄与も期待されています。政府は我が国の成長戦略として観光立国推進を優先政策課題として明確に位置付けています。また、2010年6月に閣議決定された国家の新たな成長戦略として「観光立国・地域活性化戦略」が7つの戦略分野の一つに選定されるとともに、21の国家戦略プロジェクトにも選定されています。

観光の現状

① 訪日外国人旅行者数

2009年は世界同時不況・為替・新型インフルエンザの流行等の影響を大きく受け、大幅減となりましたが、2010年には世界的な景気回復を受け、目標とする1,000万人には届かなかったものの、過去最高の861万人を達成しました。

② 日本人海外旅行者数

2000年までは右肩上がりに伸びていましたが、2001年以降は、米国同時多発テロやSARSといったマイナス要因が立て続けに発生したことや、世界同時不況の影響などにより伸び悩んでいます。2010年は円高の影響を受け、前年比で上昇に転じました。

③ 国内宿泊観光旅行回数と宿泊数

2010年における旅行回数は、一人当たり1.34回（前年度比8.3%減）でした。また、一人当たりの国内宿泊数は、2.12泊（前年度比10.9%減）と推計されています。

観光産業の経済効果

2009年（平成21年）の国内における旅行消費額は25.5兆円であり、産業の裾野の広さゆえに大きな経済波及効果と雇用創出力を持っています。それ故、地域活性化のカギ、ひいては日本の経済成長の牽引役となる可能性を秘めています。

観光行政と観光政策の推進体制

本格的な観光政策の実現に向け、政府としても、これまで観光立国推進基本法の制定（2007年12月）、観光立国推進基本計画の閣議決定（2008年6月）、観光庁の設置（2008年10月）、観光立国推進本部設置（2009年12月）国土交通省成長戦略（2010年5月）、など観光政策の推進体制を整備してきました。しかしながら、企業や自治体・各種団体などの観光に対する個別の取組みは

盛んですが、他産業に比べて業界としての連携が希薄と言われています。今後は、政府を挙げて、観光立国の実現に向けた施策を確実に推進できるかが大きなポイントです。

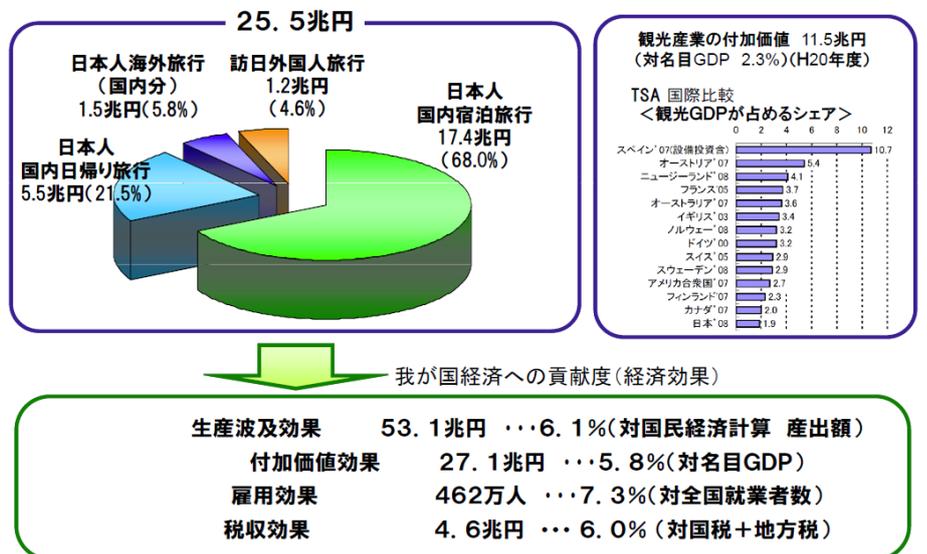
一方、観光に関する法整備面においては、観光立国推進基本法に基づき、観光圏整備法が施行（2008年7月）され、国際競争力の高い観光地作りや、交流人口の拡大が図られることになりました。観光客の誘客という以外に、地域活性化を図る重要な契機と位置付けて取り組んでいく必要があります。

国際観光の振興を図る役割を持つ政府観光局（JNTO）は海外での観光宣伝、マーケティング等、これまでも大きな役割を果たしていますが、諸外国の政府観光局に比べ、予算も少なく期待される役割を十分発揮できていません。今後は組織の位置づけ、性格を含めた見直しが必要とされています。

訪日外国人3,000万人プログラムの展開

2010年6月には『訪日外国人3,000万人プログラム』が新成長戦略の国家戦略プロジェクトの一つとして閣議決定さ

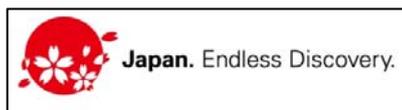
国内における旅行消費額（平成21年）



出典：国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

（出典：観光庁）

れ、訪日外国人旅行者について「2013年までに1,500万人、2020年初めまでに2,500万人、将来的には3,000万人」といった新たな目標が設定されました。政府としても、この目標を達成するために「選択と集中」による効果的なプロモーションの実施や医療など成長分野と連携した観光の促進、通訳案内士制度の見直しなど受入体制の充実等に取組んでいます。



(2011年4月、訪日観光を海外でPRする新キャッチフレーズを選定)

また、2010年7月に中国全土における中国人訪日観光の査証取得要件の緩和(個人観光)、申請受付公館の拡大等が行われ、更に2011年7月には数次個人観光ビザが一部の国内地区で導入されるなど、中国人の査証取得環境が改善されています。一方で、中国における訪日旅行の商品開発や地上手配業務は、中国国内における外資規制により、中国の旅行会社が実施していますが、業者間の価格競争激化などにより、団体旅行を中心に訪日旅行全体の質的低下などが懸念されています。

震災による観光産業への影響

2011年3月11日の東日本大震災は、東北地区を中心とした観光地に甚大な被害をもたらすとともに、自粛や風評被害等により、訪日旅行、国内旅行などの観光需要が大幅に減少しました。特に訪日外国人旅客数については、福島第一原子力発電所事故の影響もあり、2011年3月の訪日外国人数は35.3万人となり、前月2月との比較では48%減、前年との比較では50.3%減と大幅減少となりました。月間の訪日客が減少したのは2009年10月以来17カ月ぶりであり、対前年の減少幅では、大阪万博の反動で41.8%減となった1971年8月を上回

り、過去最大となりました。また4月以降も前年同月比で大幅減少の傾向が継続しており、徐々に回復しつつありますが、先行きは依然不透明です。こうしたなか観光庁は、「日本元気再生PROJECT」や「がんばろう!日本 国内旅行振興キャンペーン」等を展開し、震災復興に向けた需要喚起を図っています。

国民の旅行促進

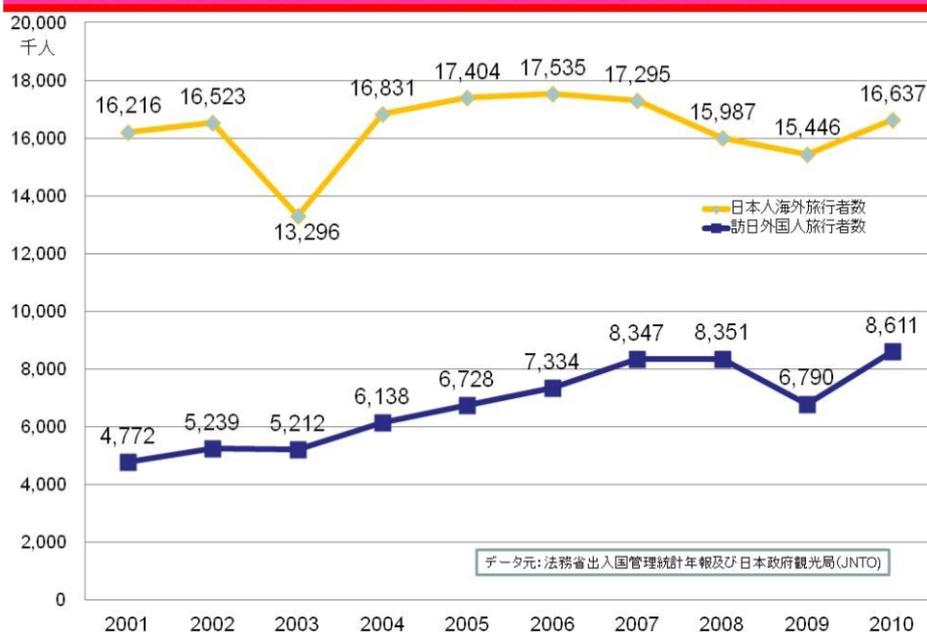
国民の旅行需要は、全般的に低迷しています。その一因として、年次有給休暇の取得日数の減少や有期雇用社員が全労働人口の約4割を占める社会背景が考えられます。こういった点から観光需要を増加させる取組みは、「休暇の問題」と「労働の問題」の二つの視点を持つことが重要と考えます。今後は若年層を中心に旅行離れが進みつつあることや、少子高齢化の時代であることを考えると、各層に応じたマーケティングを通じ、需要喚起にいかに関与していくのかが問われます。特に旅行消費額が最大の国内旅行に関しては、需要低減傾向に歯止めがかからない状況であり、訪日外国人3,000万人プログラムと併せて国内旅行促進にも取組む必要があります。

国土交通省成長戦略では、観光立国推進に当たっては、観光産業が日本の基幹産業

となり、地域経済の活性化や雇用創出に大きく貢献するという認識と、観光を単なる「余暇」としてではなく、人生を楽しむ一つの重要な目的として捉える意識が国民に共有されることが重要と指摘しています。今後、観光政策のみならず、国民の意識改革を通じた需要喚起の取組みも求められます。

休暇取得の分散化については、震災の影響により分散化の前提となる流通などの経済システムの回復が遅れているとの理由などから、検討が中断しています。また、休暇取得の促進・分散化に向けた国民運動を推進するために開催されてきた「休暇改革に関する国民会議」についても無期延期となるなど、休暇改革への取組みは一時見合わせる状況となっています。一方、震災を機に、国民のライフスタイルを見直す動きが広がり、節電で平日を休日に振り替える業界もある中、節電と旅行による経済活性化を両立させるため、観光庁主導のもと「ポジティブ・オフ」運動^{*27}が展開されることになりました。

訪日外国人旅行者数及び日本人海外旅行者数の推移



(出典: 観光庁)

※27 「ポジティブ・オフ」運動
: 参考資料27

観光政策の推進体制の強化

観光政策は、複数の省庁に係わることから、観光庁は縦割り行政の弊害を除去し、省庁横断的な調整力と、強力なリーダーシップを発揮する必要があります。また、同時に政府内における政策立案機能や推進体制の一元化も不可欠と言えます。すでに、全府省の副大臣等で構成される観光立国推進本部が設置され、推進体制を整えつつありますが、迅速な意思決定など、より確実な推進を目指していくためにも、観光庁としっかり連携し、観光政策推進の両輪となって機能していくことが重要です。また、推進体制のさらなる強化を図るためにも関係省庁間の連携のみならず、業界全体を巻き込んだ産官学で連携・調整を強化することや、実質的に海外でのプロモーション事業を担う政府観光局（JNTO）の機能強化を行うべきです。

旅行需要創出に向けて

新たな観光旅行分野の開拓

新たな旅行需要を創出するには、地域の歴史や伝統、文化、産業、技術などの「ここにしかない」独自の観光資源を活かし、開拓、普及に努めていくことが重要です。国土交通省成長戦略においても、医療観光・スポーツ観光・文化観光などあらゆる産業とのコラボレーションによる新しい観光分野の推進が盛り込まれており、これらを実現していく上では関係省庁間の連携のみならず、国や地方自治体、地域社会や受入企業、旅行会社等が一体となった取組みを進めていくことが極めて重要です。

観光地における環境および良好な景観の保全

観光産業は、環境資源に大きく依存しています。観光資源の適切な保護・管理は、持続的な誘客につながるため、風景や街並みの持つ経済価値や波及効果などを総合的に勘案した環境保全対策（ガイドライン化）の策定が大切であり、具体的な罰則の導入・強化などの措置も必要です。

観光産業が被る風評被害防止に向けて

メディア報道等の影響によってもたらされる風評被害は観光産業に大きなダメージを与えかねません。今後、地震・洪水などの大規模災害や流行感染症等が発生した場合には、風評被害抑止に向け、被害状況を正確に見極めた上で、地元自治体や観光関係者と連携を図りつつ、行政としての対応が求められます。

特に今般の原子力発電所事故については海外メディアの影響により風評被害が拡大しましたが、今回の教訓を生かすべく、風評被害拡大防止策を具現化していく必要があります。

訪日外国人 3,000 万人プログラムの推進

東日本大震災により、訪日外国人数が過去に経験したことのない規模で減少するなど、現在の観光立国計画や政策内容の前提が大きく変化し、政策の内容やスケジュールを見直さざるを得ない状況にあります。観光立国推進が日本経済の成長に大きく貢献することには変わりはなく、引き続き訪日外国人 3,000 万人を目指して観光政策を推進していく必要があります。

また、現在アジア諸国においてもインバウンド政策は国家レベルでの取組みとなっており、今後は各国との争奪戦が激化することが予想されることから、観光庁にはスピード感をもった対応が求めら

れます。

さらには今後、観光推進施策を検討する際には、検討段階から外国人有識者等に参画させるなど、海外からの視点を積極的に導入していくべきです。

戦略的な海外プロモーション

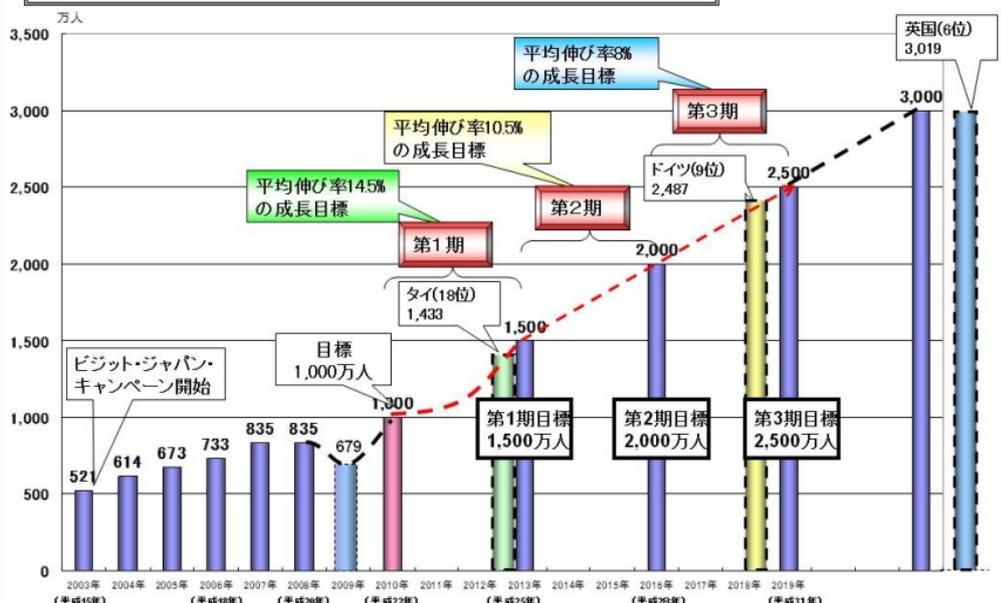
訪日外国人旅行者の誘客・宣伝活動は、web サイトに大きく依存しており、今後、更なる訪日外国人旅行者の増加を図るためにはグローバルなメディア戦略を展開し、我が国の観光魅力を戦略的に発信していくことが不可欠です。特に日本の魅力をわかりやすく印象的に世界に発信していくためには、海外メディアの日本への招請・取材支援や海外旅行博覧会への出典、海外テレビドラマ・映画のロケの誘致等をはじめ、雑誌・ガイドブック等の媒体も複合的に活用し、訪日観光旅行の動機付けの充実・強化などに取組んでいくことも重要です。

また、限られた予算のなかで十分な効果を発揮するためには、アジアを中心とする重点地区に予算を集中配分する必要があります。さらに、地域ごとに訪日動機が異なる点にも留意した上で、的確な戦略を構築するとともに、施策内容については積極的に公開し、産官学の連携を促進すべきです。

また、重要政策の一つに位置付けられている MICE^{※28}や訪日教育旅行の積極

訪日外国人 3,000 万人へのロードマップ～3期ローリングプランで 2,500 万人（2019 年）～

世界経済や為替が安定していること、戦争や疾病の流行が発生しないこと等を前提とする。



(出典：観光庁)

的誘致や需要開発等も積極的に図っていく必要があります。

リピーター拡大に向けて

観光客の訪日リピーター率（52.9% 2010年 JNTO 調べ）向上を図っていくためには、訪日外国人旅行者への接遇向上策は不可欠です。さらには訪日旅行を通じて日本の良さを本国で広めていただくため、安全かつ安心なサービスの提供や緊急時の適切な対応を担う地上手配業務の役割なども重要です。

また、中国国内における日本の旅行会社の営業認可に関する規制緩和の実現が期待されます。2011年5月にはJTB社が出資する合併会社に対し中国発の商品販売が解禁され、限定的ながら規制緩和が進みましたが、今後は訪日旅行商品の品質を高めてリピーターを拡大させる観点から、より多くの日本の旅行会社が中国国内で販売できる環境を整備すべきです。

訪日外国人旅行者受入体制の充実

訪日外国人旅行者の国別割合（2010年推計値）は、韓国・台湾・中国・香港の4カ国で全体の約65%を構成しています。特に中国に関しては、観光ビザ発給要件の緩和などにより、さらなるシェア拡大が見込まれます。このような現状を踏まえ、案内標識の多言語化や観光案内所の拡充を含む情報インフラの整備、通訳案内士のアジア言語ガイドの増員など充実したガイドサービスの提供、銀聯カード（中国国内で使われている支払決済用カード）の早急な利用環境整備が必要です。

また、受入観光施設では語学教育をはじめとする文化教育や宗教上のタブー教育も不可欠であり、そのような人材育成について、国はガイドライン等を整備し、地方自治体の取組みを支援すべきです。

CIQ 手続きの迅速化と円滑化

日本に対して好印象を持ってもらうには、まず入国手続きの迅速化・円滑化も重要です。総務省が行った調査によると、入国審査にまだ多くの時間を要しており、改善の必要があります。一方で、CIQ 職員の接遇向上に向けた意識改革も同時に

進める必要があります。また、羽田空港の国際化による国内地方路線との乗り継ぎの利便性向上を図る観点からも CIQ 手続きの迅速化・円滑化は不可欠です。

国民の旅行促進

産業発展のためには、訪日外国人旅行者への対応だけでなく、日本人の旅行促進の取組みと両輪で推進していくことが重要です。特に国内観光需要喚起については、インバウンドやアウトバウンドと同様、観光庁が強力に推進すべきです。国内観光がもたらす経済波及効果や地域活性化への貢献度、さらには東日本大震災からの復興に資することを踏まれば、旅行減税制度やトラベル版エコポイントの導入など新たな発想による需要喚起策を早急に講じるべきです。また、SNS 利用といった ICT を駆使した情報提供促進の環境整備も早急に行うべきです。

日本人の海外旅行者の増加に向けた取組みについては、現在、JATA による VWC（ビジット・ワールド・キャンペーン）が展開されていますが、観光庁は VWC の課題や達成状況などを正確に把握し、積極的に支援していくことが重要です。特に海外旅行離れしているといわれる若年層への対応については、海外留学や研修を促進させる取組みが必要です。特に留学に関しては、グローバル人材の育成にも資することから、2010年6月の新成長戦略の中でも、日本人学生の留

学・研修等の交流を30万人に増やすことが目標として掲げられています。また、海外旅行促進の一助とすべく、パスポート申請費用の引き下げや手続きの簡素化などの措置も必要です。

国民の旅行促進のためには、労働者の休暇取得の促進が極めて重要です。ゴールデンウィークなどの大型連休については、年ごとに日並びの変動が生じないよう安定化を図ることで、継続的な旅行需要の喚起が期待できます。

また、休暇取得の分散化については、現在検討を一旦見合わせていますが、当該施策は潜在的な旅行需要を顕在化させ、旅行需要増加や観光産業における雇用創出など、様々な効果をもたらす可能性があると考えます。一方、2010年10月に内閣府が実施した「休暇取得の分散化に関する特別世論調査」によると、反対意見が半数以上を占めており、実現に向けては社会実験などにより課題や効果を明確にしつつ、労働界も含めて合意形成を図っていくことが重要です。また、関係省庁が協力・連携して取組むことも必要と考えます。

「ポジティブ・オフ運動」については、休暇を取得して旅行を楽しむことを積極的に促進することのみならず、ワーク・ライフ・バランスの実現にも寄与する取組みであることから、引き続き産官学を挙げて推進していく必要があります。

訪日外国人旅行者の発地国・地域別シェア

