

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。

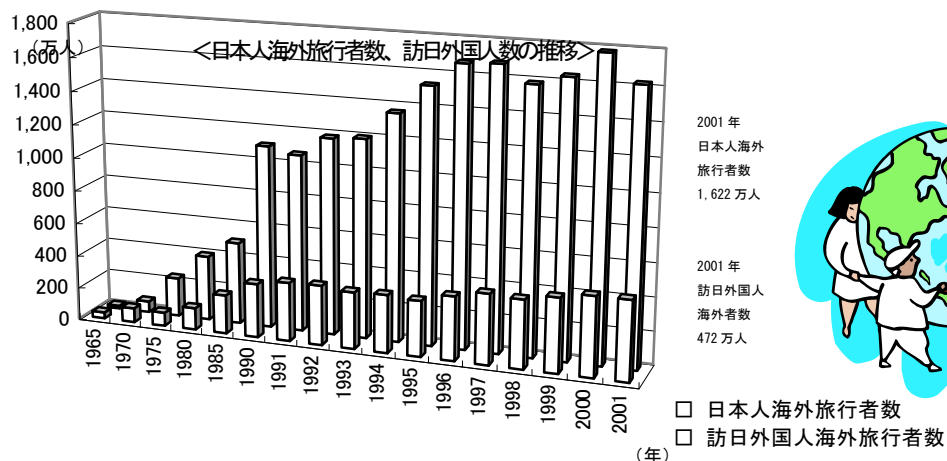
訪日外国人誘致に向けて、 旅行者への情報提供の充実や、 魅力ある観光地づくりが必要です。

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、観光立国をめざしても決しておかしくありません。

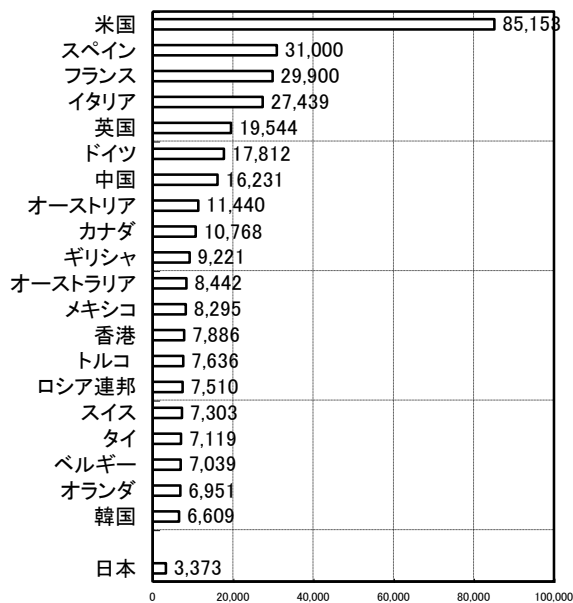
政府も、2002年2月、国会での総理大臣の施政方針演説として初めて観光の振興を打ち出しましたし、同年5～6月にはサッカーのワールドカップが日本で開催され、海外からの注目も一気に高まっています。

しかし、2000年の日本の国際観光動向では、日本人海外旅行者数1,782万人に対して訪日外国人旅行者数は476万人で約1/4であり、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。

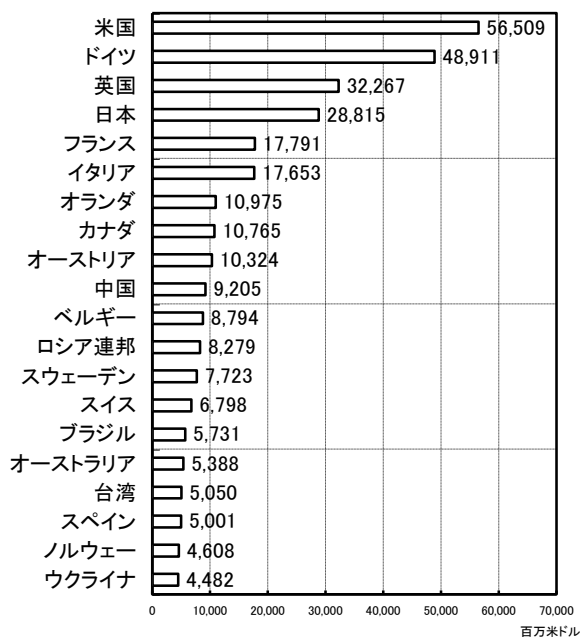


また、国際観光収入の面でも、支出 315 億ドル（約 3 兆 8 千億円）に対して収入は 34 億ドル（約 4 千億円）で、支出のおよそ 1/9 であり、国際比較でも世界のわずか 0.7%（第 31 位）、第 1 位の米国の 1/25 に過ぎず、観光資源を十分に活用しているとはとても言えない状態です。

2000年国際観光収入（上位20カ国）



1998年国際観光支出（上位20カ国）



<出典：国際観光振興会国際観光白書 2002 年度版>

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、国際旅行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効果として総支出額が 1 兆 3,691 億円、生産誘発額が 3 兆 6,948 億円、雇用創出が 21 万 4 千人といった経済波及効果を生み出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

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、政府と関係業界が協力しながら、各国のマスコミなどを通じて広く日本観光の魅力、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。

この場合、日本と韓国が共同開催したサッカーワールドカップ大会での相互理解促進にみられるような二国間交流に重点を置き、各国における関心分野のリサーチやアピールする点を十分に検討した上での広報活動が重要と言えます。航空会社も、誘致キャンペーンの重要市場と位置づけられた地域については、インバウンド用座席枠に配慮し、誘致活動にかかわることが肝要です。

さらに、映画などの国際的な広がり期待できる文化的アプローチも効果が期待できます。

また、一般向けの広報宣伝だけでなく、各国の旅行者、報道関係者などに対する働きかけも重要です。

例えば、世界主要都市における現地有力旅行者を対象とした訪日旅行促進セミナー・イベントの実施、国内観光地取材のための外国人報道関係者の招待、国際コンベンション誘致なども訪日外国人増加に大いに寄与するものと考えます。

外国人旅行者向けの情報提供体制の充実

外国人旅行者向けの情報提供体制を充実させることも不可欠です。

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の充実、宿泊施設、空港を含む交通機関、イベント、郷土料理、地元名産品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。

加えて、日本で活躍する外国人の実体験に基づく**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。**化された情報発信を支援することも有効な手段です。

観光地の環境整備

外国人が安心して日本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。

この場合、日本でしか体験できない独自の文化や自然などを活かす拠点づくりが重要となります。

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、外国人旅行者のための低廉な宿泊施設の情報提供整備などが有効であり、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、政府が 2003 年に参加を予定する APEC ビジネストラベルカードのようにビザ発給手続きの省略化・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、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：日本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、まぎれもなく日本は世界の経済大国となっています。

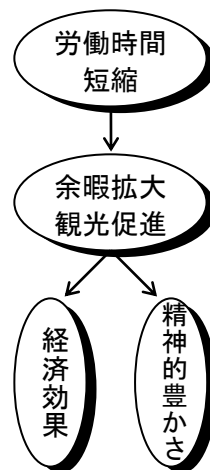
しかし私たちは、高い所得水準の割に「ゆとりある生活」を実感しているとは言えません。その要因として、内外価格差や住環境といったものの他に、欧州諸国と比べて長い労働時間が挙げられます。

特に年次有給休暇はその取得率が約 5 割と低水準にとどまっており、制度が十分に活用されていません。

加えて、日本の休暇は「連続性」がないこと、業種・企業規模による「格差」があること、さらに休暇が盆・暮・ゴールデンウィークなどに極端に集中するなどの問題があります。

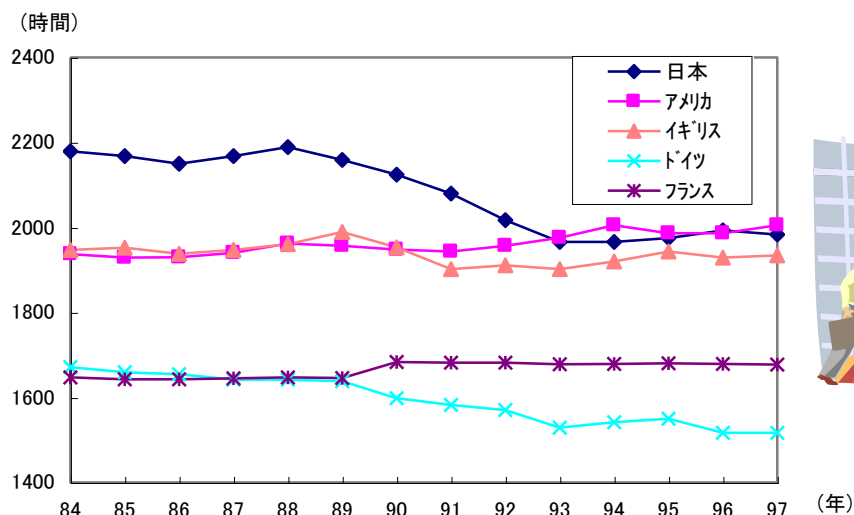
週 40 時間労働制の定着はもとより、年次有給休暇の取得促進や長時間残業の削減を図ることは、観光やレクリエーション活動の促進にとどまらず、経済的にも地域振興や余暇関連支出の増大に寄与します。

加えて、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も繋がります。



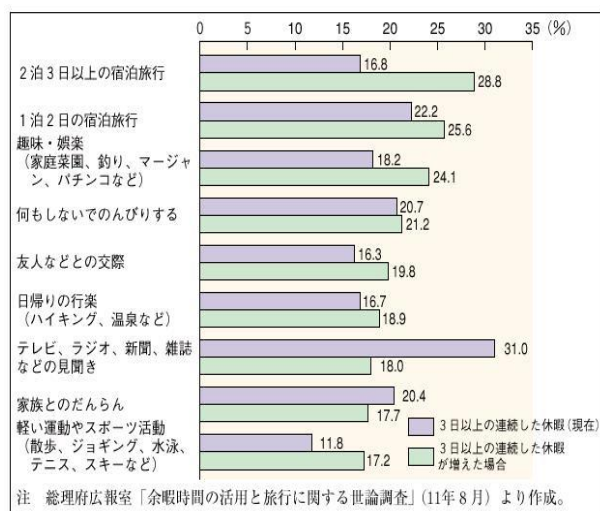
以下は日本と欧米諸国の年間総実労働時間推移の国際比較です。

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、目標の 1,800 時間達成にはほど遠い状態です。



また、週休 2 日制の普及率は企業全体で 60% 足らず、30～99 人規模の中小企業では 30% 程度に過ぎません。年次有給休暇の取得日数もアメリカ (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は 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しています。政府も休暇取得促進のため、専門委員会を立ち上げ、年次有給休暇の活用について検討を始めましたが、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 日以上連休が増えた場合には「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

国は現状を踏まえ、年間総実労働時間 1,800 時間の達成時期を 2007 年度までとし、時短促進計画を改定するとともに所定外労働削減指針を見直しました。

しかしながら、現状は実現には程遠い状況であり、長時間残業の削減以外にも、週 40 時間労働制の定着、週休 2 日制の拡大、年次有給休暇取得促進といった個々のテーマについても政策の見直しが必要です。

年次有給休暇については、政府の専門委員会が経済再生政策のひとつとして、その完全取得を柱とする長期休暇実現のための調査結果を発表し、取得促進の具体策を提言するとともに、現在の労働関連法を包括した総合的な法制度（バカンス基本法）の制定を示唆しており、こうした点も勘案すべきです。

一方、企業、働く者自身も制度や意識、働き方を見直す必要があり、真の「ゆとり、豊かさ」実現のために経営者・労働者・政府が一体となって推進していくことが重要です。

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。

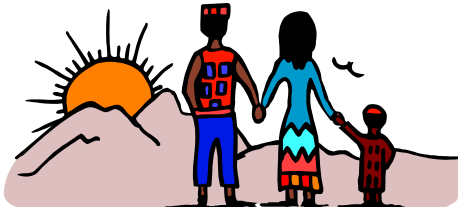
これらの効果もあって祝日法が再度改正され、2003 年からは海の日と敬老の日もそれぞれ 7 月、9 月の第 3 月曜日になります。毎年 3 連休となる国民の祝日は 4 日に増加し、ようやく年間数日の欧米並み水準に近づいたとも言えます。

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。

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 年度から新教育課程がスタートし、学校の週 5 日制が完全実施となっていますが、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ことになるでしょう。



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。前述の政府委員会でも、家族で楽しめる休暇として「子どもの遊休」を提言しています。

さらに、政府委員会は長期休暇取得の観点から「秋休み」の創設も提言しており、休暇を取りやすくするための制度や環境整備に向けて、民間と行政が一体となった取り組みを推進していくことが重要です。