

PARTIV 観光政策

[1] 訪日外国人旅行者の誘致:「住んでよし、訪れてよしの国づくり」

「2010年までに 訪日外国人旅行者1,000万人」 達成に向け実効性ある取り組みを!

背景と課題

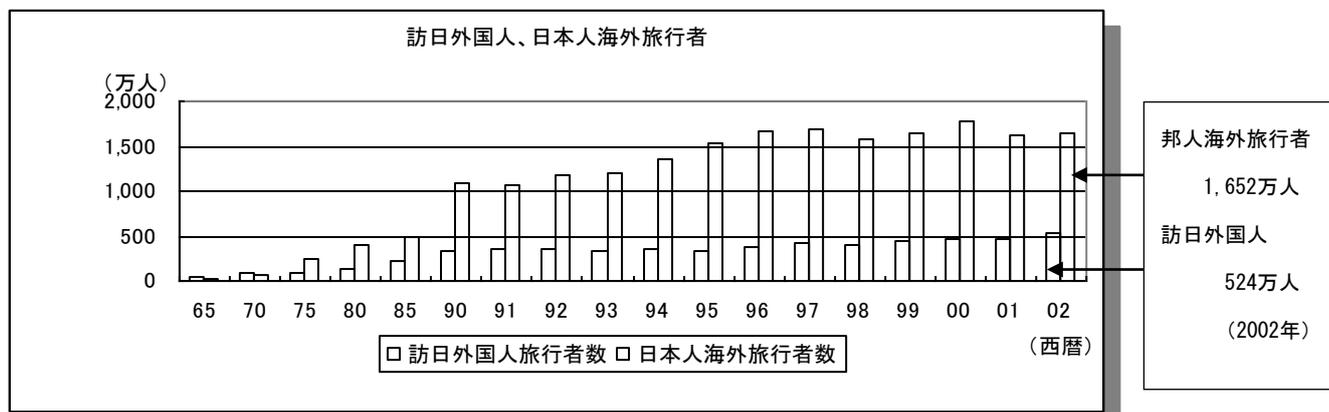
観光産業は、旅行業、宿泊業、輸送業など裾野が広く、極めて大きな経済波及効果を持つ産業といわれています。

中でも、訪日外国人旅行者の増加は、国際相互理解の増進にとどまらず、旅行消費の拡大、関連産業の振興や地域の活性化といった大きな経済効果を日本全体にもたらすものです。

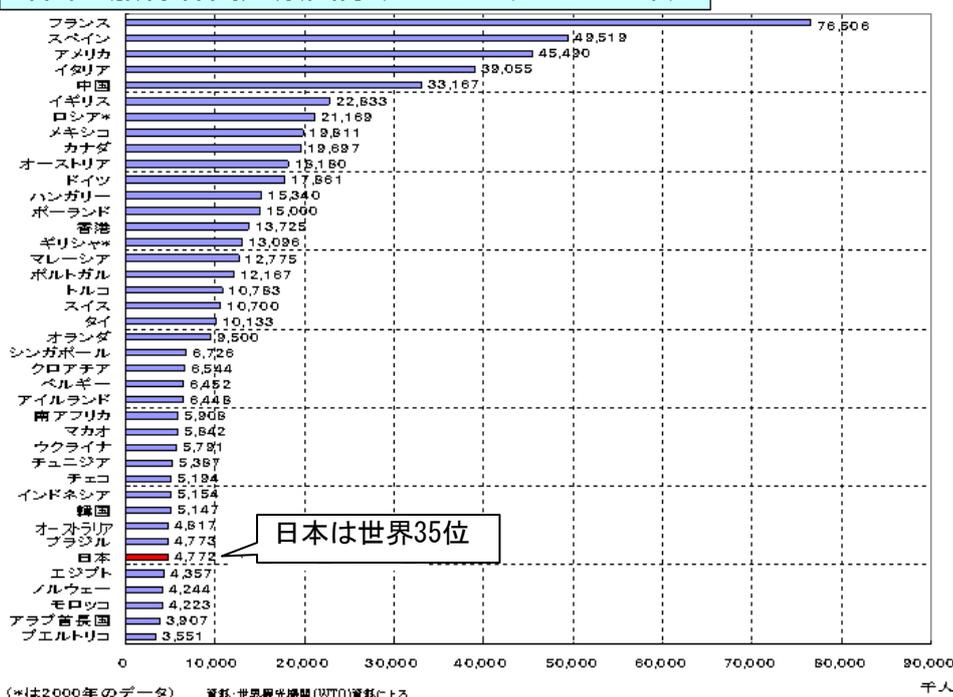
政府においても、「観光」を21世紀のリーディング産業であると捉え、2002年2月、国会での首相施政方針演説として初めて観光の振興を打ち出すとともに、「訪日外客増加」を大きな柱のひとつに据えました。

そうした中、2002年の訪日外国人旅行者数は、サッカーW杯の日韓共同開催などにより524万人に上り、初めて500万人を突破しました。

しかし、日本人海外旅行者1,652万人と比べると1/3以下の水準であり、外国人旅行者受入数国際ランキングでも35位(2001年)と低迷しています。



外国人旅行者受入数国際ランキング（2001年）



こうした状況を踏まえ、政府は観光立国実現のため、現状の訪日外国人旅行者数を2010年までに倍増の1,000万人とする政策目標を掲げ、2003年7月、その実現のため「観光立国行動計画」(※1)を関係閣僚会議にて決定しました。また、観光を所管する国土交通省でも、2003年を訪日ツーリズム元年と位置づけ、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(※2)を主軸とした施策の実施を具体的に始めています。

目標実現のためには、こうした取り組みも含め、関係する行政機関の緊密な連携のもと、実効ある取り組みが求められます。

※1：観光立国行動計画とは

- ・ 観光立国実現のために策定された計画で、関係省庁が連携してとりまとめた点が大きな特徴。
- ・ 取り組むべき課題について、①国民への理解浸透、②地域の観光魅力確立、③海外へ日本ブランドの発信、④観光立国に向けた環境整備、⑤観光立国に向けた戦略の推進、の5つの視点から問題を提起、各テーマごとに所轄省庁、開始・達成年次が定められている。

※2：ビジット・ジャパン・キャンペーンとは

- ・ 政府（国土交通省）が行う訪日キャンペーンで、対象地域を旅行者数の増加が見込まれる地域（韓国、中国、米国、香港、台湾）に特化しているのが特徴。キャンペーン事業費として20億円を確保（2003年度）。

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。

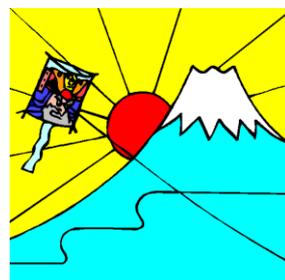
そのためにはまず、政府と関係業界が協力しながら、各国のマスコミなどを通じて広く日本観光の魅力、日本向け低廉旅行の紹介などを積極的に行うことが必要です。

この場合、国土交通省が行っているビジット・ジャパン・キャンペーンのように、今後旅行者増加が見込まれる地域に重点を置き、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が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からのアクセスを可能とすることは、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細分化された情報発信を支援することも有効な手段です。

広報宣伝の充実など、訪日外国人旅行者増加策を強化する。

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。政府においても、街並みや暮らしぶり、地域交流などの広がりを持ち、旅行者にとって魅力ある地域づくりを推進するため、2003年度から「観光交流空間づくりモデル事業」を実施しました。

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です。

ビザに関する規制緩和

中国政府は、日本人の中国旅行のうち、短期滞在者(2週間以内)のビザが2003年9月より免除されました。日本においても、現在60ヶ国と締結している「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、政府が参加を予定している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。

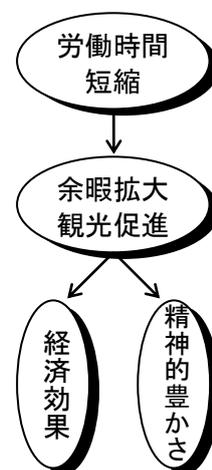
しかし私たちは、高い所得水準の割に「ゆとりある生活」を実感しているとは言えません。その要因として、内外価格差や住環境といったものの他に、欧州諸国と比べて長い労働時間が挙げられます。

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。

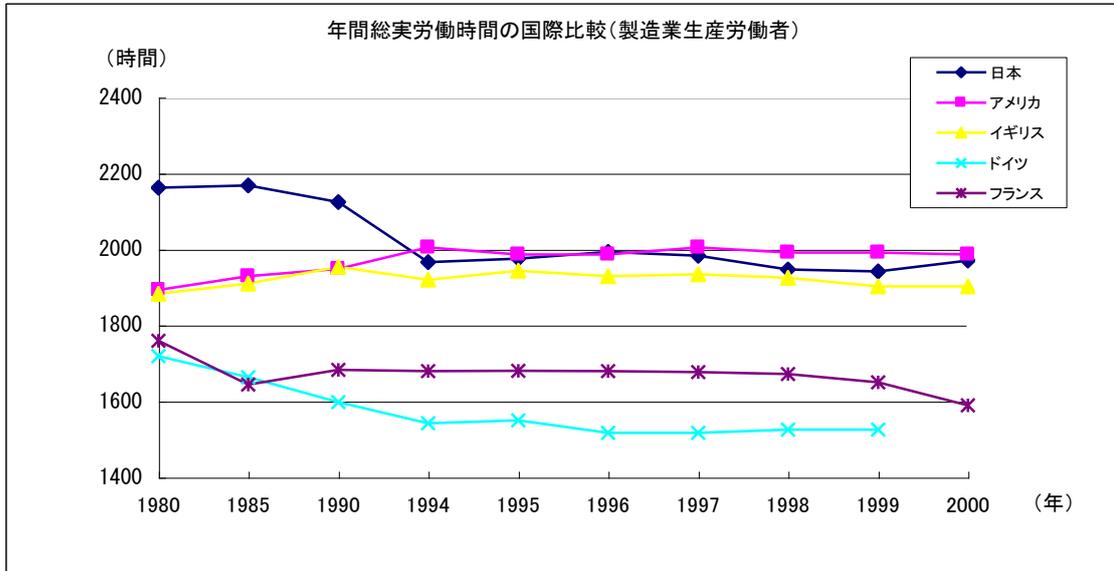
加えて、日本の休暇は「連続性」がないこと、業種・企業規模による「格差」があること、さらに休暇が盆・暮・ゴールデンウィークなどに極端に集中するなどの問題があります。

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。

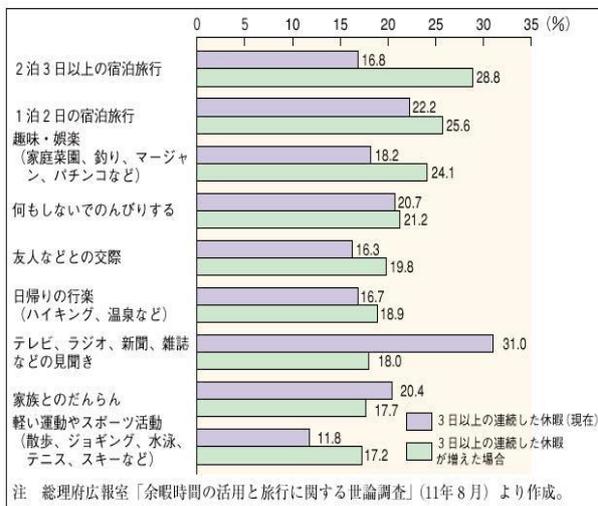


以下は日本と欧米諸国の年間総実労働時間推移の国際比較です。
日本の労働時間は、アメリカ・イギリス並みにはなってきましたが、ドイツ・フランスには大きく遅れをとっていますし、目標の1,800時間達成には程遠い状態です。



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。

経営者団体である日本経済団体連合会は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んでいます。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日以上連続した休暇が増えた場合には「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、連休数が余暇の有効活用につながるものと期待できます。

一方、左の調査結果によると、3日以上連続した休暇が増えた場合には「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月曜日になりました。

毎年3連休となる国民の祝日は4日に増加し、ようやく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。



長期休暇を取りやすくするための制度や環境の整備

こうした施策により増加する連休を旅行などに活用するには、年次有給休暇と組み合わせた長期休暇を取りやすくするための環境整備が必要であり、何らかの法制化も含めて検討を進めるべきです。

あわせて、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も、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」の創設も提言しています。民間においても、日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)が、政府のバックアップを得ながら広報宣伝を始めており、浸透に向けて、取り組みの継続と拡大を進めていくべきです。

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。