

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に頼ら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、国内における旅行消費額は23.8兆円（2010年）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、震災復興と地域活性化への寄与、ひいては日本の経済成長の牽引役となることが期待されており、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。

2010年6月に閣議決定された国家の新成長戦略として「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、2012年7月に閣議決定された「日本再生戦略^{*34}」においても観光振興が改めて重点項目として掲げられました。

2012年4月に仙台・東京で行われた世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）グローバルサミットや6月にメキシコで開催されたG20首脳宣言においても、雇用創出・経済成長の手段として観光産業の重要性が採択されたことは、観光産業が世界的にも成長産業として位置付けられた証左といえます。

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されています。また、予算

面においても各省庁に跨る観光関連予算の総額は1,830億円（平成23年度）と政府総予算の0.2%程度に留まっており極めて少ない状況です。

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。

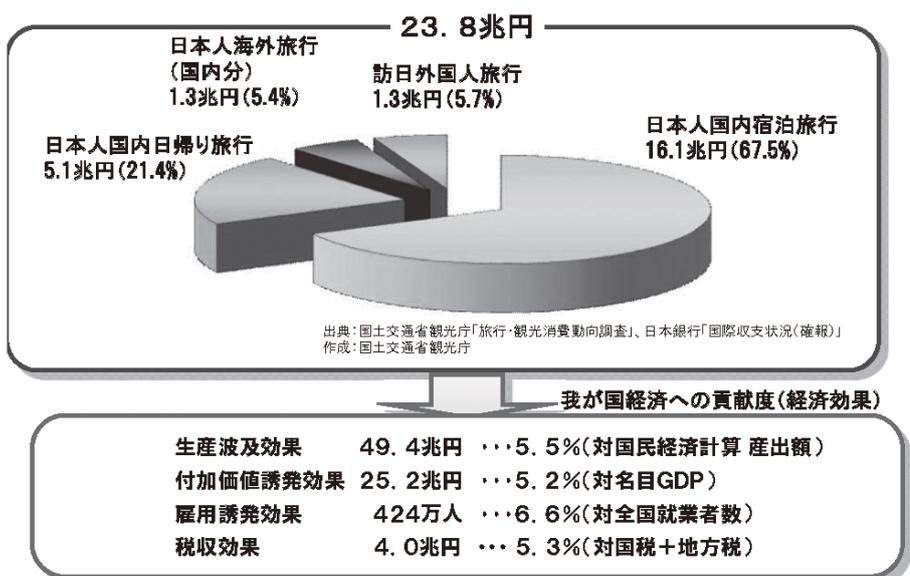
2012年3月に新たな観光立国推進基本計画^{*35}が閣議決定され、諸外国との誘致競争の激化・訪日外国人旅行者の減少リスク・旅行需要の低迷等、観光をめぐる現在の課題を克服し、日本の成長を牽引するべくこれから5年間に更なる飛躍をするため、基本計画の策定の方向性として、「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」が掲げられました。

一方、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、これまで大きな役割を果たしていますが、人員、予算ともに諸外国の政府観光局に比べ、極めて少なく期待される役割を十分発揮できていません^{*36}。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、通関士制度の見直しなど受入体制の充実等に取り組んでいます。今般、閣議決定された新たな「観光立国推進基本計画」でも最終目標は維持されています。

国内における旅行消費額(平成22年)



国内における旅行消費額 ※平成22年（出典：観光庁）

*34 日本再生戦略(観光立国戦略のみ抜粋)平成24年7月閣議決定：参考資料34(P.69)

*35 新たな観光立国推進基本計画(平成24年3月閣議決定)：参考資料35(P.70)

*36 日本政府観光局(JNTO)と海外の政府観光局の比較：参考資料36(P.70)

訪日外国人の増大へ対応できるよう、出入国手続の迅速化・円滑化を図るため、法務省が中心となり「訪日外国人2,500万人時代の出入国管理行政検討会議」が2011年10月より開催され、2012年3月には、中間報告として、バイオメトリクス情報を活用した日本人の出帰国手続きの自動化推進などの方向性が示されました。

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、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。

訪日外国人旅行者数の推移と現状

訪日外国人旅行者数は、海外への正確な情報発信や主要国政府への働きかけ等により、訪日旅行への不安軽減が図られ

てきており、東日本大震災前の水準にほぼ近づきつつありますが、韓国、中国等では東北地区への渡航自粛が今もなお続いています。また、特にアジア圏からのインバウンド誘致は日本のみならず各国にとっても国家戦略としての取組みとなっており、今後ますます誘致競争が激化していくことが見込まれます。

国民の旅行促進と休暇改革

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あるなか、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。また、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、需要喚起にいかに取り組んでいくのが問われます。一方、国民の旅行需要については、旅行の相対的魅力の低下等により、全般的に低迷しています。最近の調査結果では、年に一度も旅行に行かない国民が約半数に上ることが浮き彫りとなりました。特に国内旅行消費額が全体の約7割を占める日本人国内宿泊旅行に関しては、全年代層で旅行回数が漸減傾向にあり、訪日

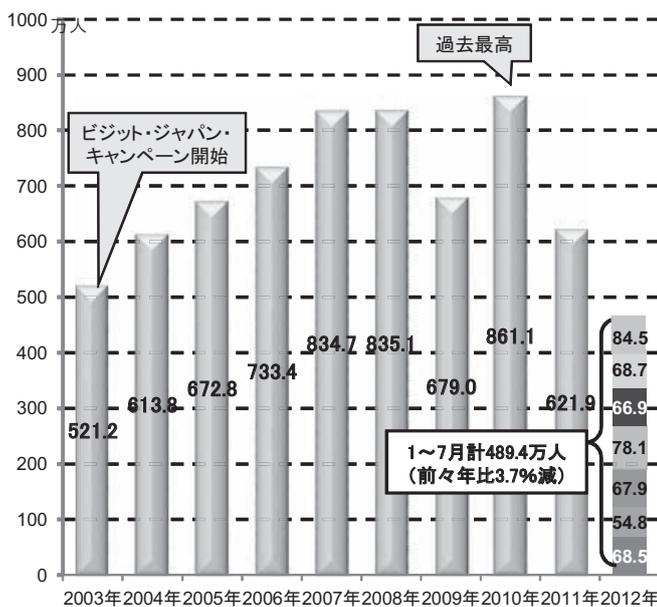
外国人の誘致と併せて日本国民の旅行促進にも取り組む必要があります。

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の論議は、震災の影響によりサプライチェーンの回復が遅れているとの理由などから、一時見合わせる状況となっていました。政府与党内では休暇改革の議論を再開し、秋の大型連休導入と分散取得、年次有給休暇の義務的付与など、既成概念にとられない施策の導入を検討しています。他方、震災を機に、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」運動が展開され、賛同企業も約220社に増えておりますが、単なる賛同ではなく、実効性が伴っているのか適宜点検していく必要もあります。

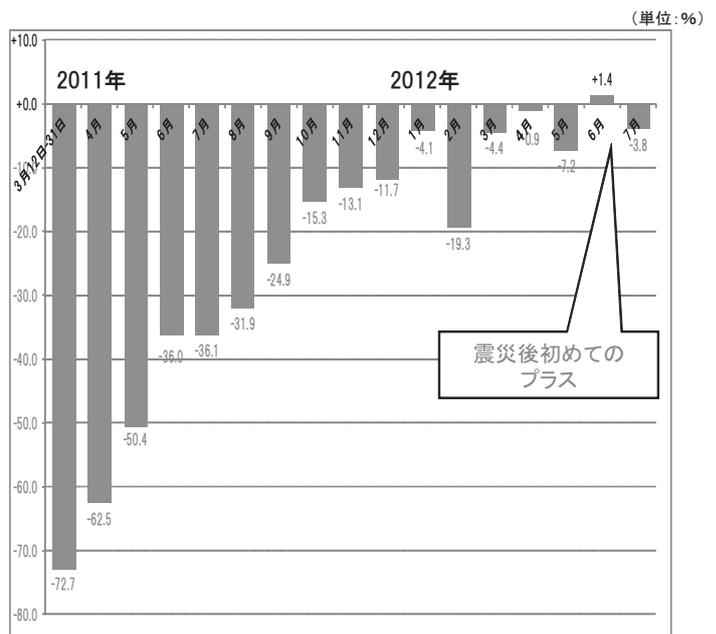
訪日外国人旅行者数の現状

訪日外国人旅行者数の推移



※ 2012年1~5月の値は暫定値、6,7月の値は推計値、%は対前々年(2010年)同月比
出典：日本政府観光局(JNTO) 作成：国土交通省観光庁

震災後の訪日外客数の推移(対前年同月比)



※ 2012年3~7月は震災前の2010年比
出典：日本政府観光局(JNTO) 作成：国土交通省観光庁

訪日外国人旅行者数の現状(出典：観光庁)

提言

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でありすでに、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ております。しかし、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も必要です。

また、国家戦略として観光立国を推進するためには、観光地の整備や政府観光局の機能強化など、相応な観光関連の予算措置が必要です。

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の防止に向けて〉

メディア報道等の影響によるさら

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、風評被害防止に向け、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。また、口コミ効果に着目し、留学生など在外外国人の情報発信力の活用も検討すべきです。

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、風評被害の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

諸外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、今後はますます各国との争奪戦が激化することが予想されることから、観光庁にはさらにスピード感をもった対応が求められます。

また、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〉

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、web・SNSの積極的な活用が不可欠です。さら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。

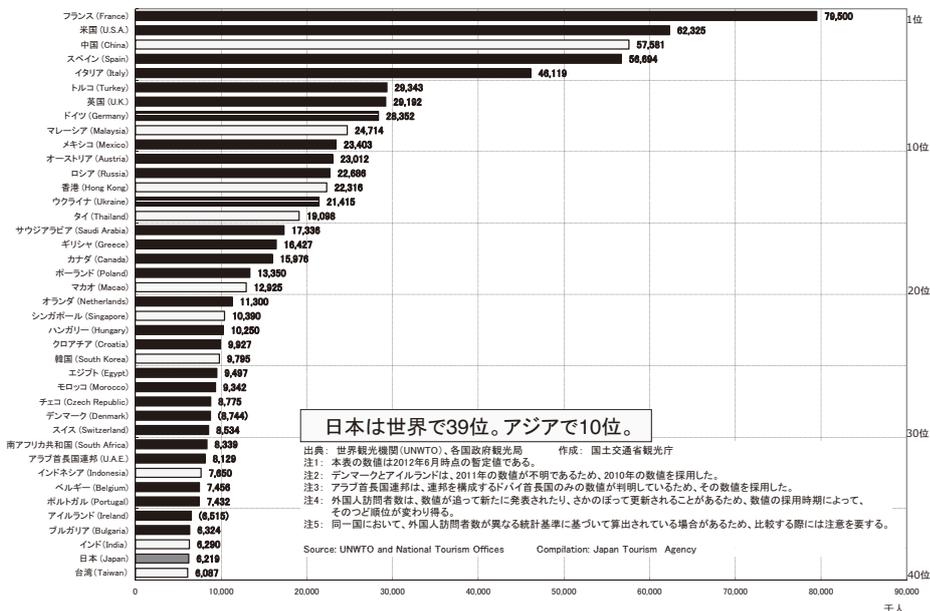
また、限られた予算のなかで十分な効果を発揮するためには、アジアを中心とする重点地区に予算を集中配分する必要があります。さらに、地域ごとに訪日動機が異なる点にも留意した上で、的確な戦略を構築するとともに、施策内容については積極的に公開し、産官学の連携を促進すべきです。

重要政策の一つに位置付けられているMICEや訪日教育旅行の積極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。また、実質的に海外でのプロモーション事業を担うJNTOの機能強化を行うべきです。

〈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。

2011年5月には本邦大手旅行会社が



外国人旅行者受入数の国際比較 平成23年（出典：観光庁）

出資する合弁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、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、より多くの日系旅行会社が中国国内で販売できる環境整備とともにJNTO等が現地旅行会社に対して日本の魅力を伝えるとともに、旅行商品造成の支援等を行っていくことも重要です。

〈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。また、旅行形態は団体旅行から個人旅行へとシフトしつつあり、通訳および添乗員不在であるケースも増えつつあります。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。

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、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、入国審査に未だ多くの時間を要しており、改善の必要があります。特に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。

今後は「訪日外国人2,500万人時代の出入国管理行政検討会議」中間報告で示された出入国手続きの自動化推進などの早期実現や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。

国民の旅行促進と休暇改革

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えれば、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「もっと！海外へ Visit World事業」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。

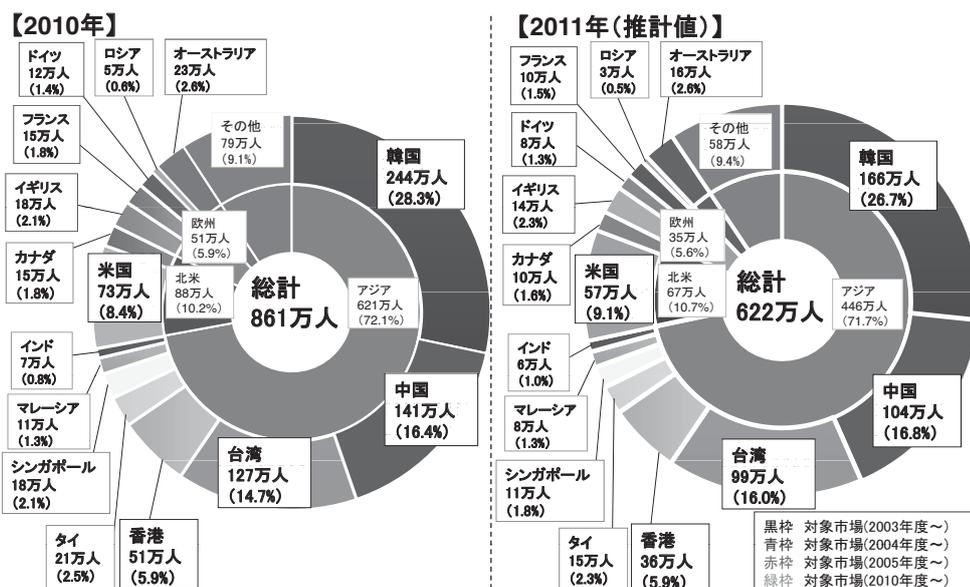
国民の旅行促進のためには、労働者の休暇取得の促進が極めて重要です。ゴールデンウィークなどの大型連休については、年ごとに日並びの変動が生じないよ

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、東日本大震災前に休暇改革国民会議等において議論されていた秋の大型連休の創設については、旅行需要喚起につながる仕組みであり、早急に導入すべきと考えます。さらには、呼称を「トラベルウィーク（仮称）」とするなど、より一層の旅行促進につなげる工夫も検討すべきです。

また、同時に導入が検討されている取得の分散化（ブロック化）についても、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、引き続き政労使を挙げて推進していく必要があります。



※ ()内は、訪日旅行者全体に対するシェア。
※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

国・地域別訪日外国人旅行者の割合（出典：観光庁）