

Part 4 観光政策

【1】観光産業の基盤維持のための推進体制強化

- 観光産業の反転攻勢に向け、「観光省」の創設も視野に、観光庁に権限を集約し、他省庁との横断的な政策の立案・推進体制を構築すべき
- 地域振興と旅行者利便の向上に資する十分な予算を確保すべき
- 国際観光旅客税の用途は、観光産業の生産性向上や人材確保の観点で検討すべき

現状と課題

観光産業の基盤維持と基幹産業化に向けて

日本は少子高齢化や財政赤字の拡大などに対応すべく、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する必要があります。その一つに観光産業が挙げられています。国内における旅行消費額は27.9兆円(2019年)であり、産業の裾野が広く大きな経済波及効果と雇用創出力を有しており、日本の経済成長・地方創生の牽引役として基幹産業への成長が期待されています。国は平成29年(2017年)3月に閣議決定した観光立国推進基本計画において、訪日外国人旅行消費額を2030年に15兆円とする目標を掲げました。これは、日本最大の輸出品である自動車産業(約12兆円)を上回るものであり、政府は成長戦略として観光立国推進を優先政策課題と明確に位置付けていたといえます。

一方で、COVID-19による入国制限等により、2020年以降、訪日外国人旅行者数および旅行消費額は大幅に減少し、観光産業は深刻な打撃を受けました。人材の離職も著しく、旅行業では、日本旅行業協会(JATA)正会員(第1種)の従業員数は2020年4月の57,491名から2023年4月は47,017名へと18%減少したほか、宿泊業では雇用者数が2019年の約59万人から2021年の約46万人へと22%減少しました。その影響はいまだ深く残っているものの、水際対策の段階的な緩和や、2023年5月8日から感染症法上の位置づけが、季節性インフルエンザなどと同じ「5類」に移行するなど、COVID-19に対する対応・見方の

変化により、観光需要は急激な回復を見せています。再び観光を成長軌道に乗せ、観光立国の実現を目指す上では、官民一体となって観光政策推進体制を強化することが必要です。

観光立国実現に向けた基本政策

2013年6月、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が閣議決定され、東京オリンピック・パラリンピック開催決定後の2014年1月には、2020年に訪日外国人旅行者数2,000万人を目指すこととしました。その後、政府が2016年3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」では、訪日外国人旅行者数を2020年までに4,000万人、2030年までに6,000万人とするなど、野心的な目標が設定されました。

その後、COVID-19により観光産業には甚大な影響が生じましたが、令和5年(2023年)3月に「観光立国推進基本計画(第4次)」が閣議決定され、観光立国の持続可能な形での復活に向け、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」の3つの戦略に取り組むことが示されました。^{※24}また、大阪・関西万博が開催される2025年に向けた目標として、「インバウンド消費5兆円」「訪日外国人旅行者数 2019年水準超え」等に加えて、新たな指標として「訪日旅行消費額単価 20万円/人」「訪日外国人旅行者一人あたり地方部宿泊数 2泊」「持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 100地域」などが示されました。

観光政策の推進体制

2008年に、国の観光行政の一元化を目指して観光庁が発足しました。また、

訪日外国人旅行者の受入体制を整備し、地方創生に貢献する観点で、2015年7月から全国9つの運輸局に観光部が設置され、地方主体での迅速な問題解決が期待されています。

国際観光振興を図る役割を持つ日本政府観光局(JNTO)は海外現地目線に立ったプロモーション、マーケティング等、大きな役割を果たしています。2015年度には、観光庁からJNTOに予算執行の権限が移譲され、より迅速にプロモーションを推進できる体制に強化されました。これにより、JNTO海外事務所による海外現地の市場分析が、より具体的にプロモーション活動に反映されることが期待できるほか、市場動向の変化等に対し、臨機応変に対応することも可能となりました。また、海外現地において契約することで、日本企業に加え、現地の状況を熟知した海外現地企業の参入が促進され、事業効果の向上も見込まれます。

観光政策の予算と財源

令和5年度(2023年度)観光庁予算は307億円(前年度予算差+85億円)と増加しており、うち約197億円(同+116億円)は国際観光旅客税が財源となっています。

国際観光旅客税は、観光促進のための税として2019年1月に創設され、①ストレスフリーで快適に旅行ができる環境の整備、②我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化、③地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等により地域での体験・滞在の満足度向上に資する施策に充当することとされていますが、COVID-19以前の状態までには国際線の便数が戻っていないため、適切な財源の確保も引き続き課題です。

なお、2020年に実施された「Go Toトラベル」に代わる需要喚起策「全国旅行支援」には、令和2年度(2020年度)補正予算のうち都道府県交付金の約5,600億円と、新たなGo Toトラベル(都道府県版)向けに用意していた約2,700億円の合計約8,300億円が措置され、2022年10月から、地域によって異なりますが、概ね2023年6～7月まで継続されました。

提 言

政府における観光政策の推進体制の強化

観光政策は複数の省庁に関わるため、観光庁に権限を集約した上で、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。同時に政府内での政策立案機能や推進体制の一元化も不可欠です。さらに、業界全体を巻き込み産官学で連携・調整を強化するなど、オールジャパン体制で取り組む必要があります。

そのためには、**国土交通省の外局である観光庁を、内閣直結の独立機関として観光省に体制を強化すべき**です。また従来の視点から脱却し、文化やスポーツとの連携や国民の観光に対する教育、国民の休暇改革や観光産業における働き方、経済の牽引役となる基幹産業としての役割、地方創生、日本産の農産物の輸出促進の観点等も取り入れなおかつ、直面する課題の解決も併せて、総合的な視点で観光政策を立案する必要があります。それらにより、関係省庁の横断的な調整に加え、個別に政策を立案し、法案を提出する機能を持たせること等、国として観光政策の推進体制を強化すべきです。これに関連して、経団連は2022年1月に策定した「持続可能でレジリエントな観光への革新」において、同様に「観光省」への格上げを提言しているほか、東京大学未来ビジョン研究センターが2022年3月に策定した「文化経済政策の在り方に関する政策提言」においても「文化観光省」の創設を提起しており、アフターコロナを見すえた観光政策の推進体制強化は社会的機運となりつつあります。

加えて、観光を基幹産業として位置付けるためには、今回の大幅な需要減退を教訓に、インバウンドに過度に依存せず、国内旅行やアウトバウンドをバランス良く促進することが重要であり、そのため体制を強化する必要があります。国内観光政策については、観光目的で地域を訪れる交流人口だけに留まらず、地域外の人でありながら当該地域づくりに参画していくような関係人口を増やすことが重要です。少子高齢化が進行する中で、地域の活力を維持するためには、地域住民と関係人口の活動力を高める必要があ

り、国や地方自治体が連携して、国内外を問わず、各地域に対する理解・興味を増進することが重要です。

「観光立国推進基本計画」の確実な遂行

「観光立国推進基本計画」の確実な遂行に向け、国民の意識を一層高めるとともに、関係する省庁の責任をより明確にする必要があります。

具体的には、観光戦略推進会議にて議論を重ね、「観光立国推進基本計画」の実行のため、全体の方向性を統一させ、関係する省庁において、どのように実現に向けた環境や制度を整備すべきかをより明確にし、官民が一体となって実現に向けた道筋を検討、共有すべきです。

その上で、観光産業基盤の確保を最優先としたうえで、基本計画に記載のある国内旅行需要ならびに訪日需要、旅行消費額を回復させるための施策実行と体制構築が急務です。

加えて、目標達成のみならず、より重点的にプロモーションすべき国・地域と航空路、海路の開設や強化策を連動させ、空港への誘客や、訪日外国人旅行者が望む観光ルートの整備を検討するなど、国をあげた取り組みが重要です。

中期的な視点に立った観光関連予算の適切な確保と執行

今後の成長戦略として観光先進国の実現を目指すには、予算の着実な確保が必要です。2023年度においては、「観光立国復活に向けた基盤強化」「インバウンド回復」を中心に予算が割かれています。が、**観光地の整備や観光産業の生産性向上に資するDX・IoTなどの活用や仕組みの構築、旅行業・宿泊業の魅力発信や人材確保・育成につながる制度の構築などの観点、さらに新たな基本計画が、従来の訪日外国人旅客数の拡大という量的側面に頼ることなく、質的側面を重視したものとなったことも踏まえ、観光産業の質的成長とレジリエンス強化につながるバランスがとれた投資を行うべき**です。

国際観光旅客税は、負担者である国民と訪日外国人旅行者の双方が直接的に受益を実感でき、納得感が得られる用途に限定して充当すべきです。加えて、本財源は裾野の広い観光産業へ充当されるため、用途が地方自治体も含めて広範囲に

わたる可能性があり、公表されている「国際観光旅客税の用途に関する基本方針等について」の主旨に則り透明性を確保した予算執行を継続すべきです。なお、同法成立時の附帯決議では、**施行後3年を目途にそのあり方について検討を加え、結果を公表**することとされています。コロナ禍の影響で検討は先送りされていますが、**低位な生産性や人材難などの課題が露呈した観光産業の基盤強化に資する観点で検討を行うべき**です。

一方で、観光政策の財源として相当程度を同税に依拠した構造になっていることも課題であり、より安定的な財源確保のあり方についても検討すべきです。

日本政府観光局(JNTO)の体制の強化

JNTOの体制は段階的に強化されていますが、人材確保や、地方自治体と連携した市場分析機能の強化、受入環境整備・向上支援機能の強化に継続的に取り組むことや、海外駐在員のノウハウや経験を最大限に活かし、綿密な戦略に基づく海外プロモーション強化が重要です。加えて、職員を安定的に確保、育成し、諸外国に比肩する中長期的かつ戦略的なマーケティングを推進する必要があります。海外事務所は現在20か国に展開されていますが、未設置の国・地域に対しても、成長が見込まれる市場と分析できれば事務所を新設するなど踏み込んだ対応も検討すべきです。

JNTOは観光庁とともに、2023年6月に新たな「訪日マーケティング戦略」を策定しました。2025年までの取り組みとして、重点市場別・市場横断・MICEの3つの観点で戦略を展開し、きめ細やかなプロモーションにより新たな政府目標の達成に向けて取り組むこととしています。今後は、持続可能性への配慮や衛生面での安心が旅行先として選ばれる要素の1つになると考えられることから、これらに関わる適切な情報発信も強化すべきです。

【参考資料】

※24 観光立国推進基本計画(第4次)(p.92)

[2] 観光需要の回復と発展

- 閑散期における国内旅行やアウトバウンドを促進する需要喚起策を検討すべき
- 官民一体で休暇取得を促進する環境整備に取り組み、国民の旅行促進につなげるべき

現状と課題

訪日外国人旅行者数の推移と政府の取り組み

訪日外国人旅行者数は、2003年のビジット・ジャパン事業開始以来の政府目標であった年間1,000万人を2013年に達成し、2019年には3,188万人に達しましたが、COVID-19感染拡大に伴い、2020年は412万人、2021年は25万人と激減、その後、水際対策の段階的な緩和により、2022年は383万人に増加し、2023年は2,000万人を超過するペースで推移しています。^{※25}

2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、2025年までに2019年水準を超えるという目標が示されました。基本計画では、COVID-19による変化や課題を踏まえ、それ以前への復旧ではなく、持続可能な形での復活を図ることが求められることから「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、従来以上に「質」の向上を重視した観光へと転換していくことが必要であると打ち出されています。

2016年12月に成立した「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律」に基づき、カジノを含む統合型リゾート施設(IR)の整備に向けた検討が進められ、2018年7月に「特定複合観光施設区域整備法(IR実施法)」が成立しました。同法には31項目の附帯決議がつけられ、依存症対策等の課題もあげられています。その後、IRの整備に向けた区域整備計画について自治体・事業者に対する公募が行われ、2023年4月に大阪府・大阪市が認定され、2029年秋以降の開業を目指すこととされています。

国内旅行需要の動向

COVID-19の分類変更などにより、移動に対する不安意識は緩和され、国内観光需要は先行して2019年水準近くまで回復しています。国内の人流と街のにぎわいを創り出し、地域を再活性化するためにも、国民の旅行需要の喚起に引き続き取り組む必要があります。政府は国内旅行の需要喚起策として、2022年10月から全国を対象とした支援事業「全国旅行支援」を開始しました。予算上限に達した自治体・事業者から順次販売を終了するため、終了時期はそれぞれ異なりますが、多くの都道府県で2023年6月までに終了しました。

国民の広域移動や観光に対する抵抗意識は徐々に薄くなっており、「全国旅行支援」の効果もあり、需要は急速に回復しました。しかし、COVID-19の影響が長期化したため、自治体や事業者はこの間に蓄積した負債や人材不足に依然として悩まされているのが実情であり、需要喚起と自治体・事業者への支援を同時に実施していく必要があります。

国民の休暇改革と旅行意欲喚起

休暇改革の論議に関しては、2017年5月に政府の教育再生実行会議が、地域毎に学校休業日の分散化を図るキッズウィーク構想を打ち出しました。2018年4月開催のキッズウィーク総合推進会議の調査によると、都道府県の約9割が実施済または実施を検討していることも明らかになりましたが、国民の認知や有効活用という点では課題があります。加えて、2018年以降は推進会議自体も開催されていません。

また、観光庁が「ポジティブ・オフ運動」、経済産業省が「プレミアムフライデー」、さらに厚生労働省が「仕事休もつか計画」を実施するなど、省庁ごとに余暇・

休暇の推進施策が存在しており、推進体制がばらつくなか、国民全体へと意識を浸透させる流れには未だ至っていません。

加えて、COVID-19を契機に、特定時期に特定の場所に集中しがちな従来の旅行スタイルから転換するため、国民の休暇分散化を図ることが奨励されつつあるとともに、より安全で快適な新しい旅行スタイルの普及も示されています。

旅行意欲の喚起の観点については、若年層の旅行意欲の低下を背景に、観光庁は若者のアウトバウンド活性化に向けて、2019年には、若者の海外体験応援プログラム「ハタチの一步ー20歳 初めての海外体験プロジェクト」が実施されました。加えて、アウトバウンドの本格的な回復のため、観光庁は2023年3月、「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」を打ち出しました。政策の3本柱として、①諸外国との連携体制の強化 ②戦略的かつ効果的な取組の推進 ③安全・安心な旅行環境の整備・青少年交流の促進を掲げており、国民全体へのアウトバウンド推進に取り組むものとなっています。

広域観光周遊ルートの検討とマーケティング機能

訪日外国人旅行者数の空路の約半数は首都圏空港を利用して入国しており、旅行者の移動や宿泊はゴールデンルート(東京～大阪)に偏る傾向がありました。こうした状況も踏まえ、複数の都道府県にまたがるテーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク化し、外国人旅行者の滞在日数(平均6～7日)に見合った「世界に誇れる広域観光周遊ルート」の選定(11ルート)と積極的な発信が行われました。

また、2025年の大阪・関西万博などのイベントをフックとした新たな広域周遊ルートによる地方誘客の取り組みも進んでいます。

提 言

旅行需要の回復

COVID-19の影響を受け、訪日外国人旅行者は消失し、国内でも観光需要は蒸発し、観光産業は深刻な影響を受けまし

た。需要回復が進んでいる現在においても負債や人材不足など産業が負った傷は癒えていません。このことを踏まえれば、「全国旅行支援」はすでに終了してしましますが、引き続き閑散期の需要喚起に資する取り組みの実施を検討すべきです。

「全国旅行支援」はシンクタンク調査では期間中、約2兆円の経済効果を生み出し、公共交通の利用促進も含め、観光関連産業の基盤維持・回復には着実に寄与したといえます。一方で、Go Toトラベル実施時の課題であった国民や事業者への周知のタイミングや、都道府県ごとに異なる煩雑な運用などは十分な改善が図られたとはいえません。

とりわけ宿泊業は、人材不足も含めて引き続き厳しい経営状況にある事業者が多いため、経済的支援については、継続的な取り組みが必要です。また、地域観光をマネジメントし、本格的な需要回復に対応する主体は、各地域におけるDMOが担っており、財政面・人材面の双方から、自治体も含めて一層積極的な支援が求められます。

COVID-19を契機にテレワークやオンライン会議等が浸透し、場所にとられない働き方が広がっていることも背景に、ワーケーションやプレジャーの認知度は徐々に高まっています。新たな旅行スタイルの普及に向けて、国や地方自治体は先進的な事業者の取り組みを支援し、広報も含めて連携強化を図るべきです。また、リモートワークや2拠点居住など、航空機による長距離通勤を促進する通勤費用に関わる制度の改訂として、通勤手当の非課税免除額の引き上げや、社会保険料の基準となる標準報酬月額からの除外等を検討すべきです。

国民の旅行促進

将来的な産業発展のためには、訪日外国人旅行者への対応と、日本人の旅行促進の取り組みを両輪で推進することが重要です。特に国内旅行消費額の約8割を占める日本人の国内旅行については、地方への多大な経済波及効果が期待できるため、継続的な需要喚起に取り組むべきです。また、誰もが気軽に旅行に行けるよう、ユニバーサルツーリズム促進に向けた環境整備もさらに進める必要があります。

他方、日本人海外旅行者の増加に向

け、「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」の確実な実行により、諸外国との双方向の交流人口拡大や観光・旅行環境の整備を実施し、より多くの人が地域の観光産業に携わる機会を増やすことも重要です。

若年層へは、海外留学をはじめ、研修、修学旅行など教育機会を通じて海外とのタッチポイントを増やす取り組みが重要です。若者はSNSを通じて旅行に対する動機づけが強まるなどの調査もあることから、戦略的なプロモーションや若者の行動傾向を分析した体験型商品の開発を促進する等、若者の視点に立った施策が一層重要です。

厳格な水際対策が長期化した影響もあり、日本人の海外出国数は低調です。背景には日本人のパスポート取得率が2019年の24.4%から2022年に17.8%まで低下していることや、COVID-19の影響下で期限が切れていることも考えられます。日本旅行業協会が各国観光局や民間事業者と共同でパスポートの取得費用を支援するキャンペーンを開始していますが、航空会社の経営基盤を長期的視点で強化する意味でも、国は取得率向上を後押しするとともに、オンライン申請や受け取り方法の拡充にも取り組むべきです。さらには、国際観光旅客税成立時の附帯決議にて、アウトバウンドの活性化につながる取り組みを強化していることも踏まえ、積極的な需要喚起策の展開を検討すべきです。

休暇改革の促進

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。過去において導入が検討された取得の分散化も、旅行の潜在需要の顕在化や観光産業での雇用創出等、様々な効果をもたらす可能性があります。COVID-19を経てワーク・ライフスタイルの変化や働き方改革の進展が見られたことも鑑み、地域単位を軸とした休暇取得の分散化をあらためて検討すべきです。

キッズウィークのさらなる浸透を図るためには、大人の休暇改革も必要です。大人と子どもと一緒に休日を過ごせるよう、ワーケーションを導入した企業に対するインセンティブの付与や、愛知県で導入された「ラーケーション」などの好事例を積極的に展開し、活用できる枠組

みが必要です。

また、休暇改革に向けては産業界・労働界での合意形成が重要です。各省庁で推進している余暇・休暇の推進施策を総合し、自治体も巻き込んだ国全体で改革を進める必要があると考えます。加えて、年次有給休暇の取得促進を通じた旅行しやすい環境整備の観点から、次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画の作成について、100人以下の企業にも義務化範囲を拡大させることも検討すべきです。

ポストコロナを見据えた戦略的なマーケティングの実践

●ターゲットの明確化と戦略的プロモーション

諸外国でも外国人旅行者の誘致は国家レベルの政策であり、各国との争奪戦の激化を見ずえ、中長期的な視点に基づく取り組みが必要です。特に、旅行者数に加えて、滞在中の消費額増加や日数、多言語表示等の受入環境整備、リピーターに注目したマーケティングや戦略、また、アドベンチャーツーリズムなどサステイナブルな旅の推進も一層重要です。加えて、基本計画では消費額増加が目標化されていることから、富裕層向けの宿泊施設や娯楽施設の整備も必要です。

グローバル視点による戦略的な日本の魅力発信も不可欠であり、SNSの積極的な活用や、国内外のインフルエンサーとの協働を通じた訪日旅行の動機付けの充実・強化も重要です。また、空港をトランジットで利用する外国人観光客のための、無料のトランジットツアーの開催を促進し、三国間流動も含めたインバウンドの誘致なども進めるべきです。

●MICEの推進とIR

IRは、MICE誘致の有効な要素であり、旅行消費額が大きい旅行者を取り込む観点で効果が大きく、大阪府・大阪市の2029年開業に向け、懸念の払拭も含めた継続的な取り組みが重要です。世界最高水準のIR実現を図ることで、地域の経済成長のエンジンとして、観光や地域経済の振興の一助となるよう進捗確認が必要です。

【参考資料】

※25 訪日外国人旅行者数の推移 (p.93)

[3] 快適、円滑な旅行環境の整備

- 観光需要の回復を踏まえ、従来からの継続課題への対応を早期に強化し、旅行環境の整備を図るべき
- 空港における手続き・動線全体の効率化が重要であり、国際観光旅客税等の適切な財源の活用による環境整備を進めるべき

現状と課題

観光需要の回復と空港の状況

COVID-19の感染拡大が収束し、感染症法上の位置づけは見直されたことに伴い、観光需要が徐々に回復してきており、今後、訪日外国人旅行者のさらなる増加に対して、空港の施設等が対応できず、現場の負担が高まるリスクが再び高まっています。

COVID-19以前は、空港の駐機場やチェックインカウンターの不足に加え、出入国審査場の混雑、ターミナルビルの利用想定人数の超過による混雑が顕在化していました。その他、機内持ち込み手荷物への対応や手荷物荷捌き所の狭隘化による係員の作業効率の低下等、働くものの視点でも問題が生じ、産業全体の人材不足と相まって、航空会社の就航増便の対応に苦慮していました。

2023年3月に公表された「観光立国推進基本計画」では、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり・インバウンド回復・国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。中長期的な観光需要の成長を見据え、過去において訪日旅客が急増していた際の多くの課題に、あらためて注力する必要があります。特に入国審査については、訪日外国人旅行者にとって、日本に対する第一印象となるため、円滑な対応が重要です。国は、顔認証ゲートやバイオカード導入空港の拡大をはじめ、最先端技術を活用した革新的な出入国審査の実現や、空港における旅客手続の各段階や各動線を円滑化・効率化し、空港におけるFAST TRAVELの実現を掲げています。

空港から目的地までの交通の課題

これまでは、訪日外国人旅行者が入国し、空港から目的地へと移動する際、都市圏の空港では鉄道や路線バスなどの多数の交通手段があるため、複雑で分かりづらいという声が多くあげられていました。一方、地方空港ではバスを中心とした交通手段に頼らざるを得ない空港も多く、利用者やバスに乗り切れないなどの問題が生じていました。

また、レンタカーの利用に際して、空港とレンタカー会社の距離が遠いことや、空港でのレンタカーの待機場所が限られていることなどから、空港周辺道路で渋滞が発生し、多くの旅客が空港内で待機する事例も発生していました。加えて、外国人旅行者が適正な免許を保持しないまま運転するケースや、レンタカーを利用した営業許可のないタクシー営業など、交通安全に関する問題も発生しました。繁忙期においては車両が不足し、航空機やホテルが空いていても旅行ができない状況も続いています。

また、都市・地方が抱える交通サービスの諸課題を解決することを目指した「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会」が2019年に公表した中間とりまとめでは、日本版MaaS(Mobility as a Service)の将来像や、今後の取り組みの方向性等が示されました。MaaSは、出発地から目的地までの移動ニーズに対して、最適な移動手段をシームレスに一つのアプリで提供するなど、利用者への一元的なサービスとして捉える概念で、先駆的な取り組みを行う「先行モデル事業」も2019年度～2023年度で計79事業が選定されるなど、地方創生や地域交通の切り札として、今後の展開が期待されています。

宿泊施設・人材の課題

都市部を中心に、訪日外国人旅行者の急増に伴う宿泊施設の需要が拡大し、稼働率は高位に達する一方、従業員の人材不足が顕在化しており、大型のホテル等では予約を室数よりも抑制したり、レストランの一部を閉店したりせざるを得ないケースが多発しています。総務省の調査では、宿泊業の雇用者数は2019年の約59万人から2021年の約46万人へと大幅に減少しており、人材の供給源である旅行系専門学校の入学者数も、文部科学省調査では2019年度の約9,200人から2022年度は約4,700人とほぼ半減しています。将来にわたり人材不足が懸念されるなか、生産性の向上が喫緊の課題といえます。宿泊室の不足が顕在化するなかで、2018年から合法化された民泊のさらなる活用も期待されています。

また、ソフト面では、旅行業・宿泊業ともに悪質クレーム(カスタマーハラスメント)の問題への対応も重要です。航空連合が2022年12月に実施した調査では、母数は少ないものの、旅行のコールセンターでは6割弱が、またホテル業では2割強が、過去1年以内にカスタマーハラスメントにあったと回答しており、職場における対策も不十分であることが明らかになりました。宿泊施設においては、従業員が毅然とした態度でトラブルに臨めるように、旅館やホテルが客の宿泊を拒否できる新たな基準を定めた改正旅館業法が2023年6月に成立しました。

▼千葉県への要請行動(航空連合成員)



提 言

需要の回復を見据えた空港の受入体制の整備

今後の訪日外国人旅行者の回復を見据え、COVID-19感染拡大以前からの課題に着目し、現在の施設・設備等を有効に活用することを前提に、空港の受入体制の整備をより一層強化することが重要です。特に訪日外国人旅行者が最初に日本に触れる場所である空港の印象は、リピーター獲得や、旅行者の推奨意向の観点から極めて重要です。空港で日本の「おもてなし」を体感できるような環境整備に向けて、デジタル技術の活用や環境への配慮等について、国と空港の連携を強化すべきです。

具体的には、入国審査を待つ時間を利用したデジタルサイネージ等による日本の観光地の魅力発信や、空港でWi-Fi接続できる環境の整備が必要です。特に、空港では広域的な地域ブランドやイメージを発信することが重要です。Wi-Fiについては、これまでの取り組みの成果もあり、一定程度整備されてきましたが、引き続き空港内外における均質でシームレスな接続環境の整備に向けて、空港ビル管理者等が関係者と連携して対応すべきです。

今後は観光需要の回復を見据えた国際線施設の拡張、増強に加えて、空港アクセスの強化等、快適・円滑な移動に向けた環境整備に継続して取り組む必要があります。

国際観光旅客税の使途の大きな柱としてストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備が掲げられています。出国者の増加による税収増を踏まえ、「Fast Travelの推進」に財源を充てるべきであり、特に保安検査場の混雑緩和に資する領域に重点的に措置すべきです。

具体策の検討、実施に際しては、関係省庁、民間企業が複数にまたがることから、縦割り、個別最適に陥らないよう予算の配分、意思決定において十分に留意する必要があります。航空連合として継続して発信を行っていきます。

快適、円滑な旅行に向けた環境の整備

空港から目的地までの移動手段は、地

方運輸局と連携を図りながら、需要に応じた柔軟な対応が必要です。仙台空港は民間への運営委託以降、新たなバス路線の開設や延伸を積極的に進めています。アフターコロナにおける観光需要の回復のなかでレンタカー不足が顕在化した那覇空港では、自治体によるバス運行やカーシェアリングの動きが広がっています。こうした動きもにらみながら、日本版MaaSの課題を整理し、各交通モードが協力できるプラットフォームづくり等、具現化を見据えた取り組みを国主導で早期に検討していく必要があります。

旅行形態が団体旅行から個人旅行へとシフトするなか、大都市圏のみならず地方も含めた案内標識の多言語化やピクトグラム等によるデザインのユニバーサル化、観光案内所の拡充が必要です。また、情報発信ツールが多数存在している状態ですが、Safety tips(訪日旅行者向けの災害時情報提供アプリ)への一本化とSNSの有効活用を検討すべきです。加えて、情報インフラの整備、Wi-Fi利用エリアの拡充など、早急な環境整備が必要です。

さらに、空港や主要な商業施設・宿泊施設・観光スポット・駅等では、COVID-19の影響も踏まえ、クレジットや全国的に使用可能なIC対応等、100%キャッシュレス決済が可能となるよう、衛生面も考慮したストレスフリーな決済環境の整備も必要です。

また、語学をはじめとする文化教育や宗教上のタブー教育及び人材育成について、国はガイドライン等を整備し、地方自治体の取り組みを支援すべきです。

加えて、通訳ガイドの質・量の確保や地域独自の自然や文化を体験できる旅行商品の提供を促進していくことが重要であり、2018年1月施行の通訳案内士法の改正により、幅広い主体によるガイドの確保や質の向上が期待されます。これらの制度については、旅行者のニーズを把握しながら適宜見直しを図っていくことが重要です。

コロナ禍前は訪日外国人旅行者の増加に伴い、一部の観光地では、オーバーツーリズムといわれる交通渋滞や騒音、観光資源の破壊などが発生していました。基本計画でも持続可能な観光地域づくりがうたわれていますが、サステナブルツーリズムへの関心が世界的に高まるな

か、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、マナー周知等)の策定が大切であり、国際観光旅客税の重点的な配分に加えて、ルール違反に対する具体的な罰則の導入・強化などの措置も必要です。また、人を集めやすい大都市圏に観光客が集中しやすい現状を踏まえて、地域間の格差を是正する取り組みも必要です。

訪日外国人旅行者のみならず、日本人に対しても、地方創生や旅行促進の観点でサービスを工夫していく必要があります。テレワークやワーケーションにより、働き方・休み方も多様化してきており、地方での滞在型旅行の促進など、新たな生活様式に沿った新たな旅行スタイルの普及について、地域の生活者の理解も得ながら丁寧に進めていく必要があります。

人材不足やカスタマーハラスメントへの対応

宿泊業の持続的な経営のためには、高付加価値化を進め、人への投資を含めた好循環を実現し、安定的に人材を確保していく必要があります。そのために、宿泊施設の整備促進や民泊の適切な運営、都市圏と地方間での偏りなく人材を確保できる体制づくりへの支援を早急に進めていくべきです。

カスタマーハラスメントについては、宿泊施設や旅行会社における対応も重要であり、各業界団体は加盟企業と問題意識を共有し、働くものの視点も踏まえて対策を強化すべきです。また、ホテル・旅館においては、改正旅館業法に基づき、今後は、運用面で想定される課題も踏まえた事業者側の対応が求められます。

▼熊本国際空港(株)との意見交換(営業・旅行部会、ホテル部会)

