

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」 の見直しに関する意見

平成26年5月8日
東京商工会議所

2013年9月8日早朝、2020年オリンピック・パラリンピックの開催地が東京に決定し、都民のみならず多くの国民にとっての共通の目標ができた。2020年、及びそこに至るまでの今後の6年間は、復興と経済再生を果たし、輝きを取り戻してゆく被災地と自信を取り戻しつつある日本を、全世界に対し強力にアピールできる絶好の機会となるであろう。

一方、現在、我が国では、アベノミクス効果により経済は回復基調にあるものの、急速な少子高齢化による国内マーケットの縮小や地域経済の活力低下といった構造的な課題に直面している。今後、東京においても人口減少が見込まれる中、他の観光先進国と比較してまだまだ低い水準のインバウンド観光（訪日外国人旅行者）は、日本の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野である。

昨年は、史上初めて訪日外国人旅行者数1000万人を達成し、現在は2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を追い風に、2000万人の高みをめざし、関係各所で様々な取り組みが緒に就いたところである。加えて本年3月には、東京都が国家戦略特区に指定され、観光立国の実現や、おもてなしの国際都市づくりに向けて追い風となった。

しかしながら、2000万人を迎えるにあたっては、首都圏空港の容量の拡大をはじめ、各種輸送手段の強化、また既にかなりの高稼働率で推移している宿泊施設や、訪日外国人旅行者向けの観光案内機能の充実強化等、ハード・ソフト両面の課題が山積しており、限られた時間の中で、包括的に解決を図らなければならない。各省横断的に政府が強い意志をもって取り組むべきである。

東京商工会議所は、地域総合経済団体として、観光諸政策の実現やそのためのまちづくり等に、主体的に取り組んでいく所存であり、この度のアクション・プログラムの実行に際しても、その支援を惜しまない。政府におかれては、観光立国の実現に向けて、日本・東京の魅力向上及び受入環境の整備について、府省庁の垣根を越えた推進体制の構築を図り、とりわけ以下の事項に関して、戦略的・計画的に取り組まれることを求め、意見を取りまとめた。

I. 日本・東京の魅力向上

1. 日本・東京ブランドのさらなる構築と強力な訪日プロモーションの展開

和食に代表される豊かな食文化、ものづくりの技術をはじめ、アニメ、ファッション、デザイン、伝統文化の発信やプロモーション等、我が国の魅力を「ビジット・ジャパン」や「クールジャパン」等と一体となって推進し、日本ブランドを進化させ展開されたい。

また、観光資源となり得る各地域の素材として町工場、商店街等を発掘し、宿泊施設や交通機関等における外国人旅行者向けのインセンティブ情報と合わせた情報発信を積極的に行うべきであり、同時に、東京ブランドを活用し、東京を滞在拠点として地方へ向かうF I T（海外個人旅行）層を育成する仕組み（東京プラス1、2）等、東京と地域の連携を深めることでデスティネーション・ジャパンの魅力を高める施策の構築を急がれたい。

○東京ブランド：世界に冠たる観光都市・東京を目指して

都市観光は、世界的な大交流時代を迎えた今日、都市の賑わい創出・活性化のために、重要な役割を担っている。とりわけ繰り返し訪問するリピーター層の厚みを増していく上では都市が常に新たな魅力を創り出し発信していくことが欠かせない。都市観光の魅力は、その都市固有の歴史、生活・文化の体験はもとより、今日では、個々人の高度な知的要求をも満たす交流型へと変化している。こうした変化は必然的に個人の自由な旅行に沿ったもので、期待も高い。このような観点からも日本の治安の良さや二次交通網の充実度は強みであり、特に東京ほどF I T旅行や滞在型フリープラン、あるいは「まちあるき」といった着地型観光に向いている都市は海外にもあまり例がない。特に滞在型の都市観光においては、旅行者がその土地の生活を実体験し、地域コミュニティに入り込むことが重要な要素であるため、まちなかの空きアパートやマンションを宿泊施設として活用するための規制緩和等の促進や、外国人旅行者が快適に二次交通網を利用できるよう交通系I Cカード（非接触型I Cカードシステムによる共有乗車券）の利用促進を支援されたい。さらに、最近では、江戸300年・東京100年の伝統・文化といった歴史的素材、商店街や街並み、地域の人々との交流をテーマにした着地型商品も多く開発されており、これらは東京の新たな地域資源として大きな魅力を持つことから、これらの東京ブランドを進化させ、展開する必要がある。

一方東京都心部では、国際ビジネスセンターである千代田区大手町・丸の内・有楽町地区において、東商を含む地権者等89者からなる一般社団法人大丸有まちづくり協議会が主体となり、国際都市間競争に勝つためには、コミュニティとしての取り組みが不可欠との認識のもと、まち全体の魅力づくりのための都市観光を推進している。そこでは、まちの交流機能の強化はもとより、各種イベント、ツアーガイド、コミュニティバスの運行支援等多様な取り組みを展開している。2013年11月には、観光庁のモデル事業として、美術館をユニークベニューとして活用する等、先進的な取り組みも行っている。

今後は、日本の顔としての東京の魅力を正しく伝え、訪都意欲を醸成させるため、都はもとより、国においても、諸外国に伝えるべき東京の各地域の魅力をブランド化し、

それを戦略的に展開させることが急務である。

例えば、フランスは、パリ大都市圏に戦略的な投資をすることが国全体の利益に寄与するとの考えのもと、首都圏の公共交通網整備をはじめ住宅、科学技術拠点等を整備する「パリ大都市圏構想『グラン・パリ計画』」を具体化させている。グラン・パリ計画では、パリ周辺において、各地域の特色を活かした拠点を10カ所整備し、これらを新たに建設する地下鉄網でネットワーク化すること等が計画されている。

東京においても、中長期的な視点を持ち、まず日本の顔としての“東京”の理念を高く掲げるとともに、少子高齢化対策、総合的な交通政策、各地域の都市再開発、芸術文化振興等の個別の課題を統括する総合的な議論を深めていく必要がある。合わせて、国家戦略特区制度を活用し、訪日外国人旅行者の受入環境整備やまちなかの賑わい創出等もスピード感をもって取り組むべきである。これらを通じて、世界の都市間競争を勝ち抜き、世界に冠たる観光都市・東京としての確固たる地位を確立することが、今まさに求められている。

※東商では、都市型観光プログラム「TOKYO DISCOVERY」を着地型観光として展開している。

2. 多彩な産業の連携による地域資源のブランド化の促進

観光立国の実現のためには、多彩な産業の連携が不可欠である。地域の一次産品を生産者の紹介付きで販売する取り組みや、地域ならではの食材を使った料理の提供等の地産地消は多くの地域で取り組まれているが、各地域がさらに集客力ある個性豊かな地域となるためには、地域の宝である地域素材の発掘・磨き上げ（一次産業）、ストーリーによる商品化（二次産業）、最適なチャンネルでの販売（三次産業）といった一連のサイクルによって、地域資源をブランド化させ、旅行者を呼び込み、地域産品の売上増加・消費拡大はもとより、周辺産業を含む地域全体への波及効果をもたらす取り組みを促進されたい。

3. 外国人の視点を活かしたインバウンド旅行者の誘致

- ① 各国ごとのモニターを編成し、2020年までの6年間にわたり、日本・東京の魅力を継続して情報発信する仕組みを構築するとともに、彼らが感じる不便・不満点を吸い上げ、受入環境の整備に活かされたい。
- ② 各機関において、海外への観光プロモーションを展開する際に、旅行者のニーズを把握している外国人をスタッフ又はアドバイザーとして起用するための支援の充実が求められる。例えば、田辺市熊野ツーリズムビューローにおいては、欧米豪の個人旅行者を誘致するため、カナダ人スタッフを起用して、情報発信及び受入環境の整備に関して成果を上げている。
- ③ 上記以外の取り組みについても、訪日外国人旅行者の誘致に影響力を持つ日本在住の外国人、とりわけジャーナリスト・留学生等の活用を進められたい。

4. 観光を通じた東日本大震災被災地復興の促進

東北6県では、訪問旅行者数が未だに震災前の水準を下回る被災地が多いが、特に外国人旅行者は激減したままである。交流人口の回復のためには、継続的な支援を行うことが極めて重要である。このため、風評被害の払拭に向けた国内外への正確な情報発信の強化

や、大規模な国際会議等の誘致、東北地域のさらなる魅力向上のために、滞在交流型の観光を行うことができる観光圏等の整備をさらに促進されたい。

5. 施策の基礎となる観光関連データの整備

政府では、2020年に向けて、訪日外国人旅行者2000万人の受入環境の整備についての検討が進められているが、訪日外国人旅行者を快適に受け入れ、繰り返し日本を訪れてもらうためにも、ホテルの客室数・稼働率や地方空港を含めた我が国全体の空港容量等の正確な基礎データの収集は不可欠であり、これらを調査・把握した上で施策に反映されたい。

さらに、訪日旅行者の分析を深める上で、国籍別・性年代別・港別・出入国月日別の詳細な出入国データを公開し、訪日旅行に関する基礎データとして活用できるようデータベースの充実に努められたい。

6. 各府省庁間のさらなる連携強化とJNTO（日本政府観光局）の機能強化

① 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会は、日本の魅力を世界に発信する絶好の機会である。現在、観光戦略の構築に関して、オールジャパン体制による連携を強化しているところであるが、各府省庁間のさらなる連携を望む。

② 外国人旅行者の来訪促進の中核を担う我が国の政府観光局の機能強化のため、昨年12月に閣議決定された「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」は歓迎したい。今後は、（独）国際観光振興機構（通称：日本政府観光局）が訪日プロモーションの発信主体として、各国政府観光局と比較して少ないスタッフ・海外拠点・予算について、一層の拡充を図り、機能強化を推進されたい。

また、訪日プロモーションにあたっては、地域や観光資源の有効なPRが必要である。各国ごとに定めたターゲットに対し、どのような観光地や観光資源をPRするかについて、その効果も含め十分検証した上でプロモーションの質を高めるべきである。加えて、発地情報によるニーズの把握の強化と、迅速なプロモーションを展開させるためにも、海外拠点を増設することを期待する。

II. 受入環境のさらなる整備

1. 成長著しいアジア諸国等に対する訪日ビザ要件の緩和

日本への旅行者増加が著しいアジアにおける訪日動機を醸成するためにも、東南アジア諸国をはじめ今後訪日が多く見込まれる国々に対するビザ発給要件のさらなる緩和を望む。また、中国をはじめ、まだまだ潜在的な需要が見込まれるインド、ロシア、ブラジル等の成長の著しいBRICS諸国については、日本からの訪問にも査証を要する国が多い。相互の交流を増やしていくためにも、相互査証免除や査証手続きを簡素化されたい。

2. 空港・港湾における出入国手続きの迅速化・円滑化

訪日外国人旅行者の利便性向上のために、空港・港湾での出入国手続きの迅速化をさらに進められたい。具体的には、国際会議の参加者やVIP等の空港での出入国手続きの迅

速化を図るため、C I Q関係省庁、航空会社及び空港会社等と連携し、ファーストレーンの設置や、入国審査にかかる要員を弾力的に運用し、例えば待ち時間を最大 30 分に設定する等の明快な目標を掲げることを望む。

また、大型クルーズ船についても、事前の船上審査等を実施して手続きの円滑化を図りたい。

3. 航空ネットワークの拡充

日本は島国であり、訪日手段のほとんどは空路によるものである。羽田・成田の首都圏空港における年間発着枠が本年度中には約 75 万回になることを背景に、さらにオープンスカイを戦略的に推進するとともに、LCCやチャーターフライト等を含む新たな航空事業者の参入促進と、ビジネスジェットの受入環境の整備を推進されたい。

4. 首都圏空港の機能強化

首都圏空港における国際線需要は 2012～2022 年度の 10 年間で約 6～8 割増加し、概ね 2020 年代前半には、首都圏空港の航空需要全体は、約 75 万回の空港容量の限界に達する見込みである。容量のさらなる拡大に向け、例えば、都心上空飛行や、深夜早朝時間帯における新規就航・増便を図られたい。同時に、都心と首都圏空港の交通アクセス向上のために、鉄道の新路線の整備及び既存路線の有効利活用や、深夜バス等を運行する事業者向け支援策等、あらゆる方策を検討されたい。

5. 旅行者向け免税制度の活用促進

平成 26 年度税制改正大綱にて、2014 年 10 月より、全ての消耗品が消費税の免税対象となり、手続きの簡素化が決定されたことに加えて、各地域において免税店相談窓口が開設されたことを歓迎する。

今後は、各地域において細やかに説明会や相談会を開催し、本制度の周知・啓蒙を図るとともに、中小事業者の市場への参入を促し、免税店（輸出物品販売場）を増やす取り組みを推進されたい。

6. 観光における危機管理体制の確立

- ① 災害時情報提供ポータルサイトを国内外の旅行者に活用してもらうために、地域や事業者と連携して利用促進を図られたい。
- ② 宿泊施設や観光施設が訪日外国人旅行者に対して、災害時の初期対応ができるようなマニュアル整備を図るとともに、その周知のためのセミナーや研修の実施、ICTを活用した緊急時外国語災害情報の発信を進められたい。
- ③ 災害時においても通信手段を確保できるよう公衆無線 LAN 環境を公園・公民館・学校・体育館等の公共施設に整備されたい。
- ④ 災害・危機後に訪日外国人旅行者が安全かつ確実に帰国・帰宅するための支援策を、在日公館や運輸機関と連携して計画するとともに、危機発生後ただちに復興に向けた計画策定・活動が取れる体制を整えることを望む。

7. 観光案内機能の充実・強化

訪日外国人旅行者が慣れない土地で快適な観光をするためには、駅前広場や商店街等の要所に観光案内が必要である。また、情報のバリアフリーを推進する観点から、外国人旅行者に配慮した対応として例えば、英語表記付き地理案内版の設置やタブレット等を活用した案内を推進するとともに、外国語がわかるガイドや通訳士等の育成を合わせて推進されたい。

同時に、旅行者の主流は、FITといった個人旅行やまちあるきといった着地型観光になっており、滞在時間を長くするためにも、例えば駅前や公共施設に無料休憩場の機能を付加することや、まちなかにあるトイレ貸与可能な店舗に、外国語表記を設置する等の対策を講じられたい。

平成26年度第2号
平成26年5月8日
第661回常議員会決議

以上