

東京とわが国における観光振興に関する意見 ～「観光ビジョン」の着実な実行に向けて～

2017年4月13日
東京商工会議所

I. 基本的な考え方

観光は、関連する産業の裾野が広く、需要の拡大、雇用機会の創出など、わが国の持続的な成長の実現に向けて、地域に大きな経済効果をもたらすばかりでなく、魅力ある都市空間の形成、伝統の継承や文化の創造など地域社会の価値向上に重要な役割を果たす。

円安基調やビザ緩和、消費税免税制度の拡充などを背景に、訪日外国人旅行者が近年急増しており、その旅行消費額も高い伸びを示している。全世界の旅行者数は、今後も増加が続くことが予想されており、観光は世界の成長する力を東京の成長と地域活性化に活かす最重要分野である。そもそも、わが国は、全国各地に豊かな観光資源を有し、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な4つの条件を兼ね備えた世界でも数少ない国の一つであり、観光先進国の実現に向けて高い潜在力を持つ。

こうした中で、世界が注目する東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が3年後に迫っている。本大会は、世界にわが国の魅力を発信する絶好の機会であり、観光資源の魅力を高め、旅行地としての競争力を強化し、旅行者の受入・リピーターの拡大につなげていくことが重要である。

また、観光関連事業者の「稼ぐ力」を高め、わが国をリードする産業として持続的な成長と発展を遂げるよう、的確な観光産業の振興策を進めていくことが必要である。地域や中小企業における観光需要の獲得や宿泊施設の充実など供給サイドの対応を進めるとともに、インバウンドのみならずアウトバウンドや国内旅行の振興に一体的に取り組むことで、旅行需要全体の安定的な拡大を図ることが求められる。

さらに、訪日外国人旅行者の急増に対応する受入環境の整備や緊急・災害発生時に備えた旅行者の安心・安全の確保、高齢者や障害者など誰もが快適に旅行を楽しめる環境づくりなどハード・ソフト両面の観光インフラの着実な整備が必要である。

政府では、2016年3月、「明日の日本を支える観光ビジョン」（以下「観光ビジョン」）を策定し、この中で、2020年の訪日外国人旅行者数4,000万人、同年の訪日外国人旅行消費額8兆円などの新たな目標を設定した。観光先進国の実現に向けて、政府・官民を挙げた取組が加速する中、東京商工会議所は、インバウンドの拡大や地域の観光振興の旗振り役、観光ビジネスの推進役として、今後も積極的に貢献していく所存である。以下は、観光を巡る現状認識と課題を整理したうえで、東京の視点から「観光ビジョン」の着実な実行に向けて、特に重点的に推進すべき施策について意見をとりまとめたものである。

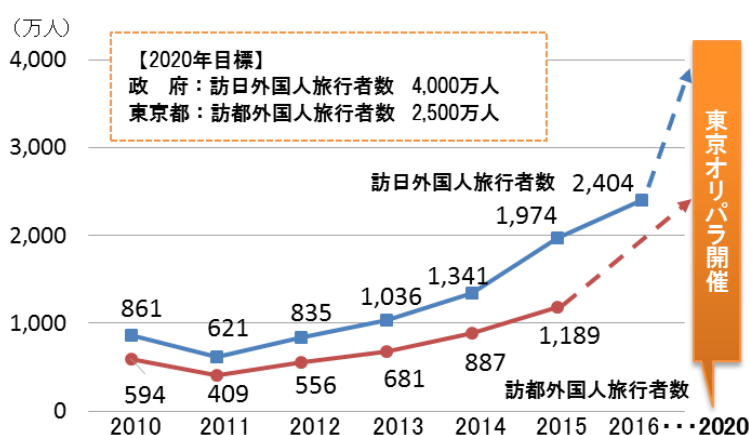
II. 現状認識

1. 旅行地としての「日本・東京」の国際競争力について

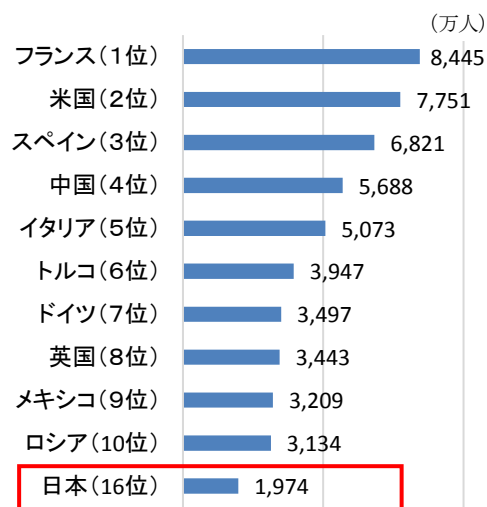
【訪日外国人旅行者数は2020年4千万人に向け堅調に増加するも、7割を東アジアに依存】

日本を訪れる外国人旅行者は、この5年間で約3.8倍に増加し、2016年の外国人旅行者数は、過去最高の2,404万人に達する。今後、毎年400万人ペースの増加が実現すれば、2020年には目標値である4千万人に到達する。一方で、旅行者数の内訳は、中国や韓国、台湾、東南アジア・インドなどのアジアからの旅行者が全体の84%を占めており、中でも7割を東アジアの特定の国や地域が占めている。

外国人旅行者数の推移

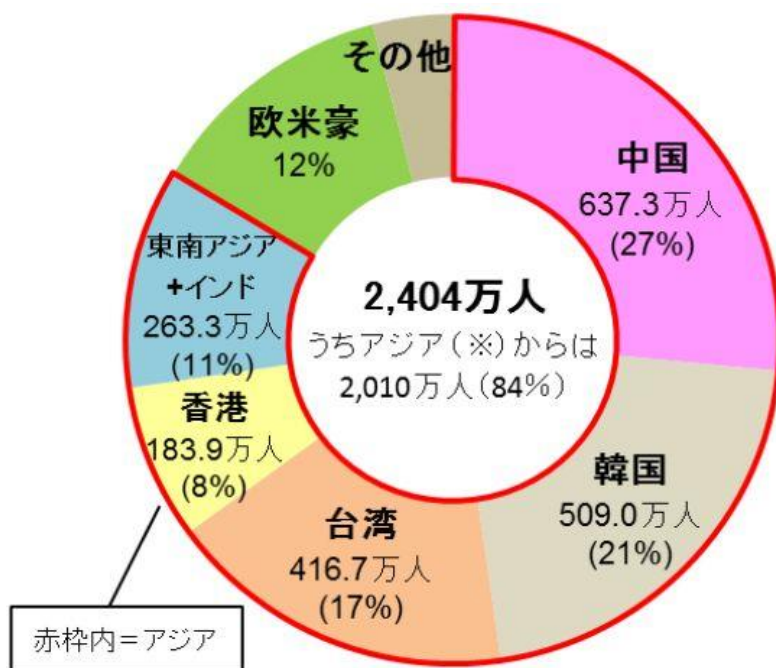


外国人旅行者受入人数の国際比較 (2015年)



2016年の訪日外国人旅行者数は2404万人
※世界で15位、アジアで5位に相当

訪日外国人旅行者数の内訳(2016年)



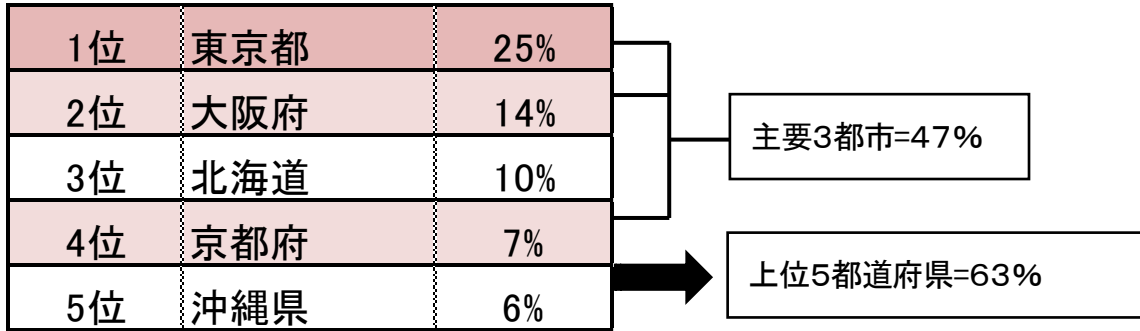
出典：観光庁「観光白書」

出典：日本政府観光局

【旅行者の滞在先の5割は東京・大阪・京都に集中、地方において受入余地は大きい】

現在、訪日旅行者の宿泊先の約5割は、東京・大阪・京都のゴールデンルート主要3都市に集中している。これら主要都市以外の観光地に、さらに多くの旅行者を呼び込む潜在力があると言える。

訪日外国人旅行者の宿泊先(2016年)

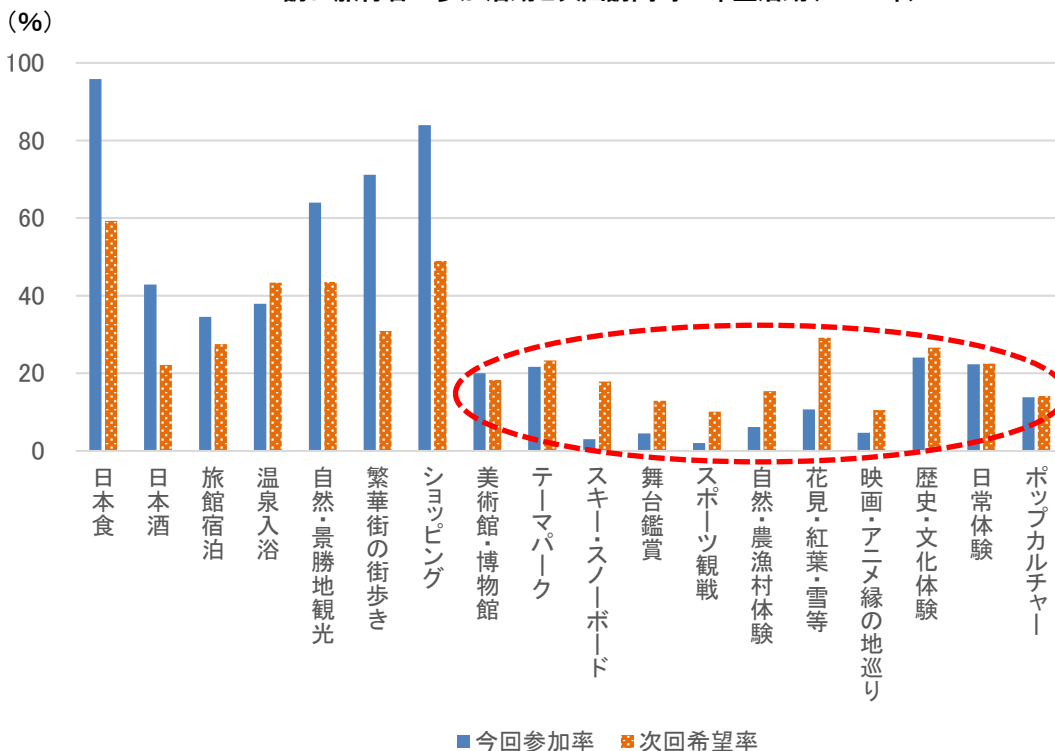


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

【リピーターは日本の生活・文化体験（コト消費）も求めている】

訪日外国人旅行者の参加活動と次回訪問時の希望活動を調べた調査によると、初回訪日時は日本観光の主力である「日本食」「ショッピング」「繁華街の街歩き」「自然・景勝地観光」への参加率が高い。一方で、次回訪問時の活動希望としては、「花見・紅葉・雪等」「歴史・文化体験」「日常体験」「スキー」など、日本の生活・文化体験（コト消費）へのニーズも高い。

訪日旅行者の参加活動と次回訪問時の希望活動(2015年)



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

【東京は世界の人気観光都市ランキングで依然として欧米の観光先進都市を下回る】

世界最大の旅行口コミサイトのトリップアドバイザーが2016年3月に発表した「世界の人気観光都市ランキング2016」では、前年圏外だった東京は世界21位と順位を上げているものの、依然としてロンドンやパリ、ニューヨークなどの欧米の観光先進都市を下回っている。ランキング上位の都市はいずれも旅行者が満足する魅力的な観光資源を有していることが評価されている。

一方で、アメリカの富裕層向け大手旅行雑誌「コンデナスト・トラベラー」が2016年10月に公表した「世界で最も魅力的な都市ランキング」（米国を除く）において、東京は前年の15位から大幅に順位を上げて初めて1位に選ばれた。加えて、森記念財団が2016年10月に発表した「世界の都市総合力ランキング」では、東京はパリを抜いて3位に選ばれた。

トリップアドバイザー「世界の人気観光都市ランキング」

順位	都市(国名)
1位	ロンドン(イギリス)
2位	イスタンブール(トルコ)
3位	マラケシュ(モロッコ)
4位	パリ(フランス)
5位	シェムリアップ(カンボジア)
6位	プラハ(チェコ共和国)
7位	ローマ(イタリア)
8位	ハノイ(ベトナム)
9位	ニューヨーク(アメリカ)
10位	ウブド(インドネシア)
21位	東京(日本)

米旅行専門誌「コンデナスト・トラベラー」魅力的な都市ランキング

順位	都市(国名)
1位	東京(日本)
2位	京都(日本)
3位	フィレンツェ(イタリア)
4位	ルツェルン(スイス)
5位	サン・ミゲル・デ・アジェンデ(メキシコ)
6位	バンクーバー(カナダ)
7位	ビクトリア(カナダ)
8位	ザルツブルグ(オーストリア)
9位	バルセロナ(スペイン)
10位	ウィーン(オーストリア)

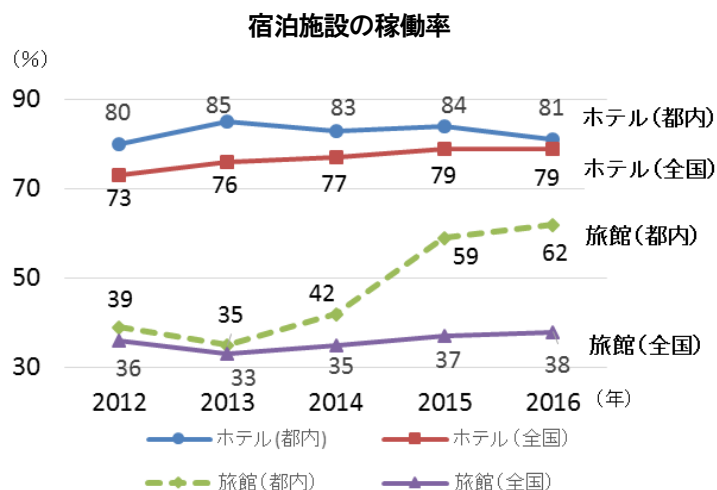
森記念財団「世界の都市総合力ランキング」

順位	都市(国名)
1位	ロンドン(イギリス)
2位	ニューヨーク(アメリカ)
3位	東京(日本)
4位	パリ(フランス)
5位	シンガポール
6位	ソウル(韓国)
7位	香港(中国)
8位	アムステルダム(オランダ)
9位	ベルリン(ドイツ)
10位	ウィーン(オーストリア)

2. 旅行消費の取込み状況、旅行需要全体の動向について

【都内ホテルの稼働率は8割、一方で旅館は受入余地あり】

外国人旅行者の増加に伴い都内の宿泊施設の客室稼働率は高水準で推移しており、2016年のホテル稼働率は約8割に達している。一方で、旅館については、近年稼働率が上がっているものの約6割にとどまっており、まだまだ受入の余地があると言える。



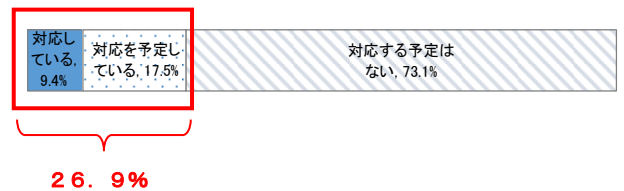
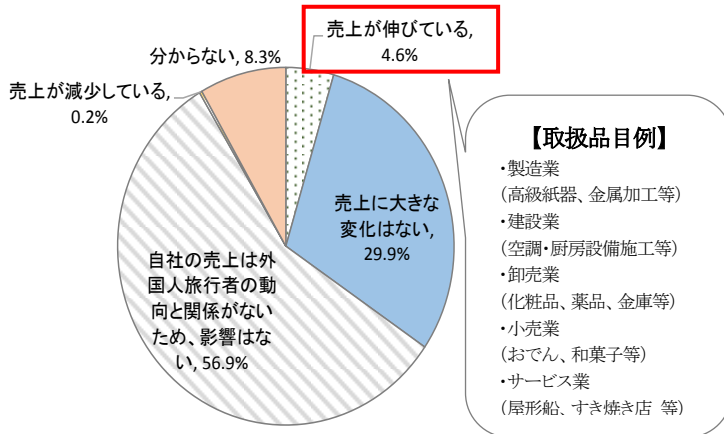
【都内中小企業でインバウンド需要に対応している企業は少ない】

外国人旅行者の増加や免税制度の拡充によって、都心部の大型店やチェーン店等で売上の伸びが目立つ一方、多くの地域や中小企業ではインバウンド需要を取り込めていない。その理由としては、旅行者が訪れる地域や店舗が一部に集中しているほか、特に中小企業においてはインバウンド需要を取り込むための知識・ノウハウ、人材等が不足しており、十分に対応できていない。

外国人旅行者の増加に伴う直接的・間接的な影響

○1年前と比較した外国人旅行者の増加に伴う貴社の直接的・間接的な売上への影響について（有効回答企業数:805社）

○外国人旅行者の需要獲得に向けた対応状況について
※「自社の売上は外国人旅行者の動向と関係がない」とした企業は母数から除く（有効回答企業数:342社）



※805社の内、資本金1,000万円未満(個人事業主含)は461社(57.3%)、同1,000万円超は344社(42.7%)。

出所:東京商工会議所「東商けいきょう2015年10-12月期」

【インバウンド急増の一方、アウトバウンドは横ばい、国内旅行は長期低迷が続く】

旅行需要全体の動向としては、インバウンドが急増の一方で、日本人による海外旅行者数は横ばい、日本人国内旅行者数は長期低迷が続いている。また、国内の旅行消費額は、国内旅行の低迷によって、2006年の30兆円以降、10年間で約5兆円のマイナスとなる等減少傾向にある。

国内外の旅行者数の動向

	発	着
国際交流	1700万 (横ばい)	2400万 (急増)
国内交流	6.3億人 (長期低迷)	

国内の旅行消費額(兆円)

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
日本人 国内宿泊旅行	20.6 (68.7%)	19 (67.1%)	19 (68.3%)	17.3 (68.4%)	15.8 (67.5%)	15.1 (67.7%)	15.3 (68.3%)	15.8 (66.7%)	14.4 (64%)	16.3 (63.8%)
日本人 国内日帰り旅行	6.6 (22%)	6.2 (21.9%)	5.9 (21.2%)	5.5 (21.7%)	5.1 (21.8%)	4.9 (22%)	4.4 (19.6%)	4.8 (20.3%)	4.5 (20%)	4.6 (18.0%)
日本人 海外旅行(国内分)	1.5 (5%)	1.6 (5.7%)	1.5 (5.4%)	1.3 (5.1%)	1.2 (5.1%)	1.3 (5.8%)	1.4 (6.3%)	1.4 (5.9%)	1.4 (6.2%)	1.3 (5.2%)
訪日外国人旅行	1.3 (4.3%)	1.5 (5.3%)	1.4 (5%)	1.2 (4.7%)	1.3 (5.6%)	1.0 (4.5%)	1.3 (5.8%)	1.7 (7.2%)	2.2 (9.8%)	3.3 (13.0%)
合計	30.1	28.2	27.8	25.3	23.4	22.3	22.4	23.7	22.5	25.5

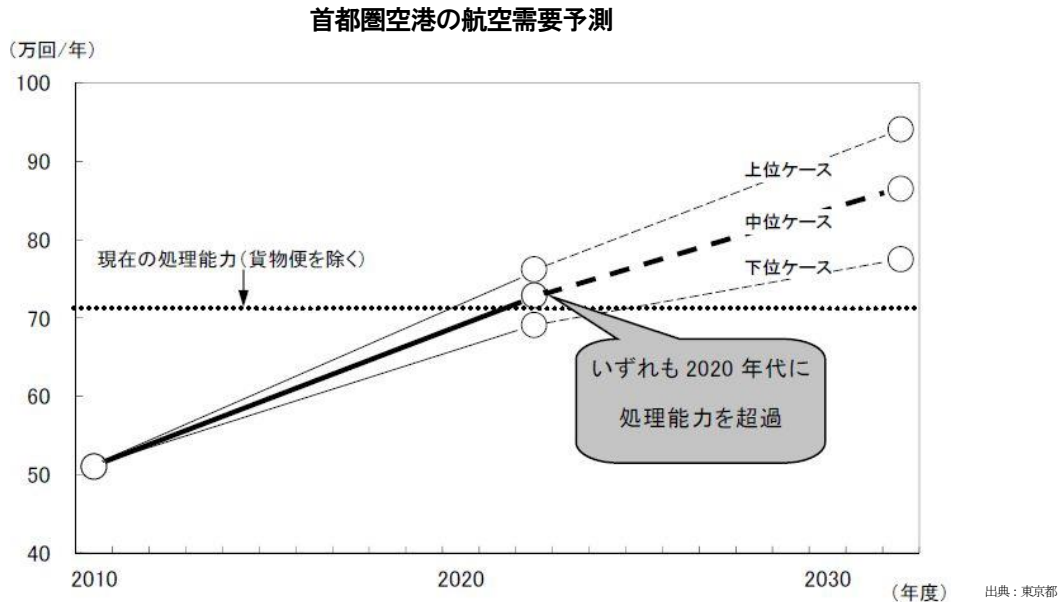
旅行消費額は10年で約5兆円減少

出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」
財務省・日本銀行「国際収支状況」

3. 旅行者の受入環境整備について

【首都圏（羽田・成田）空港は2020年代に処理能力を超過】

我が国のゲートウェイである首都圏空港は、概ね2020年代には、現在の空港処理能力の限界に達する見込みである。



【日本旅行に際して「言葉の問題」「自然災害の発生」を不安に思う旅行者が多い】

日本旅行の不安材料として「言葉が通じるか不安」に思う旅行者が多い。多言語対応・通信環境について、最先端技術やサービスの実装を進め、2020大会を観光インフラ改善のショーケースにしていくことが求められる。

また、「自然災害の発生」「放射能による健康被害」を心配する声も多い。観光シーズンにおける自然災害等の発生も想定し、緊急・災害対応の強化が求められる。さらに、東日本大震災の風評被害の防止、正確な情報発信を継続して実施していくことも重要である。

日本旅行の不安材料

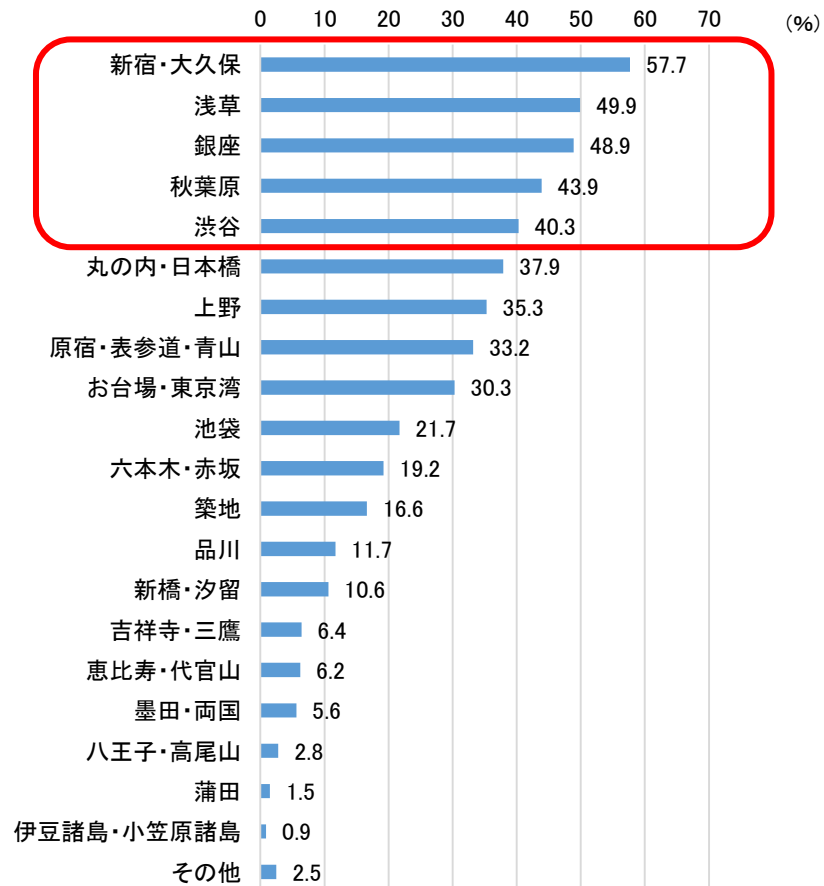
1位	言葉が通じるか不安	45%
2位	滞在費(現地での費用)が高い	37%
3位	渡航費用が高い	35%
4位	地震が起こるかどうかが心配	35%
5位	放射能による健康被害が心配	30%

出典：日本政策投資銀行「アジア・欧米豪・訪日外国人旅行者の意向調査」

【外国人旅行者が集中する一部地域では「マナー問題」「騒音」「路上混雑」等が顕在化】

訪都外国人旅行者が多く訪れた地域は、「新宿」「浅草」「銀座」「秋葉原」「渋谷」の順で、都心部が中心となっている。上位の一部地域では、外国人旅行者の急増によって、マナーの問題や騒音、貸切バスの路上混雑などが顕在化している。

都内における外国人旅行者の訪問先



出典：東京都「平成27年度国別外国人行動特性調査報告書」

Ⅲ. 具体的な意見事項：今後の重点的な観光施策の展開

1. 国内外の旅行者を惹きつける観光資源の磨き上げと広域連携の強化

(1) 公的インフラ・施設を活用した観光拠点の整備

①水辺空間の賑わい創出と舟運の活性化

水辺には、多くの観光資源があり、またこれらを繋ぐ舟運自体にも、観光や移動手段として価値がある。こうしたことから、水辺空間の賑わい創出と舟運の活性化については、一体的に取り組みを進めていく必要がある。

近年、河川法の運用の弾力化によって、河川のオープン化が図られているが、必ずしも民間事業者十分に浸透している状況とは言い難く、観光先進国に比べ水辺の観光活用が進んでいない。水辺空間の賑わい創出に向けて、民間事業者等との連携を通じ、従来の川床テラスやオープンカフェの整備に加え、川沿いを歩ける遊歩道の整備やライトアップによる演出、夜間の時間帯に充実したナイトライフを楽しめる場の確保などを進められたい。

また、舟運の活性化に向けて、新たな舟運ルートの開発に対する支援や運航に係る届出手続きの簡素化を行うとともに、船舶が運行するための川幅や川底等の環境整備等を推進されたい。

国をはじめ都や区など行政が設置・管理する船着場について更なる一般開放を望むとともに、設置者や管理者ごとに異なる船着場の利用条件統一、船着場における利便施設の整備を図る等により、舟運事業者の一層の利便性向上を図られたい。

さらに、駅やバス停留所などの公共交通機関や観光エリアから船着場までの案内や誘導が充分ではなく、船着場がわかりにくいといった指摘がある。このため、案内誘導サインの充実や船着場自体の統一ロゴマークの整備など利用者の利便性向上が求められる。

【参考】

- ・ 都内の河川・港湾における船着場は約 70 箇所。設置者の内訳は、国 5 箇所、東京都 25 箇所、区 32 箇所、民間等 8 箇所となっている。この内、水上タクシーが通常利用できるのは 25 箇所程度。

②観光・交流拠点となる都市公園の整備推進

東京には、多くの都市公園や水辺でレクリエーションを楽しめる海上公園が整備されている。こうした緑とオープンスペースは、これまでも観光振興や賑わいの拠点として、地域の活性化等に寄与してきたが、今後はさらに地域の特性やニーズに応じた整備・管理運営を促進する必要がある。設置管理許可期間の延伸や建ぺい率緩和等の規制緩和により、民間事業者等が公園の魅力向上に寄与する飲食店や売店等施設の設置に併せ、広場や園路等の公園施設を一体的に整備する仕組みを構築し、地域の観光・交流拠点となる都市公園の整備を推進されたい。また、都市公園の占用許可の特例を活用した観光案内所やサイクルポートの設置促進も期待される。

(2) 景観改善などまち歩きを楽しめる環境整備

①景観の改善・保全に向けた無電柱化の推進

電線類の地中化・無電柱化は、安全で快適な通行空間の確保をはじめ、良好な景観の形成、歴史的街並みの保全、災害の防止などに大いに寄与する一方で、多額の費用を要し、関係者の調整に時間がかかることなどから、諸外国に比べ進捗が遅れている。政府は、道路管理者や電線管理者、地方公共団体等の関係者と連携し、PFI手法の活用や低コスト手法の導入等により、都心部や観光地などを中心に無電柱化の取組を一層強化し、2020年までに着実に成果を出すべきである。

②歩行者空間や広場、ベンチ等の街路空間整備の推進

交通量の多い都心部や観光地において、旅行者が安全で快適なまち歩きを楽しむためには、車中心から歩行者中心の街路空間の整備が欠かせない。地区内外を連続させた歩行者ネットワークの形成による安全性・回遊性の確保や路面温度の上昇を抑制する保水性舗装・遮熱性舗装、街路樹整備等が必要である。また、イベントやマルシェ等を開催するための広場の整備や滞在時間拡大につながるベンチ・公衆トイレ等の設置を推進されたい。

(3) 文化芸術や食に着目した観光資源の開発

①魅力ある歴史的建築物の活用

わが国には、観光にとって魅力的な資源となる古民家・町屋や武家屋敷をはじめとする歴史的建築物が数多く残されているが、建築基準法や消防法等関連法制の煩雑な手続きや縦割り行政により、他の観光先進国の取り組みに比して、その活用が進んでいない。国家戦略特区において旅館業法の特例が認められたところであるが、日本文化の発信や増加する外国人旅行者のニーズへの対応等を図るため、歴史的建築物等の宿泊施設やレストラン、オフィスなどへの活用をさらに促進されたい。

②文化財・伝統工芸の保存と活用の促進

欧米からの旅行者は、日本の歴史や伝統・文化体験に対する期待が大きく、文化財や伝統工芸、祭り、アニメ等を観光資源として活用することは、わが国への誘客を促し、新たなファンづくりにつながる。2020年東京オリンピック・パラリンピックの文化プログラムとして活用することも有効であることから、国・都・地域が一体となり、文化プログラムと連動した地域の観光振興を強力的に推進していくことが求められる。

また、日本が誇るべき優れた伝統工芸品については、その魅力を広く海外に発信していくためにも、伝統工芸品産地のブランド化による魅力向上や旅行者受入等の環境整備を進めていくことが重要である。

③文化芸術拠点の形成

東京は、地域の伝統文化に根差した祭りから最先端の現代文化まで、多彩な文化資源を有する。例えば、上野には、世界遺産の国立西洋美術館をはじめとした文教施設が集積している。また、六本木・渋谷・上野・池袋・新宿・東京駅周辺では、都市開発などと連動して多様な文化施設が集積しているほか、練馬・杉並はアニメ関連企業、城東地区は伝統工

芸品や下町文化の集積地でもある。さらに、アニメ・ゲームなどポップカルチャーで有名な秋葉原や、「kawaii」を世界に発信するファッションの街・原宿、江戸の下町情緒を感じさせる神楽坂など個性溢れる地域が数多く存在する。こうした各地域における多様な特徴を持つ文化芸術の集積を活かし、東京全体の魅力を向上させ発信することが極めて重要である。

これら文化芸術の集積を活用し、インバウンド需要に対応するために、文化芸術施設の夜間開館や夜間公演の充実、施設周辺の飲食サービスや観光施設との連携等が必要である。さらに、閉鎖や改修によって不足が指摘される劇場・ホールについては、将来の需給環境の調査、既存施設の予約システムや利用時間の改善によって利用しやすい環境づくりを進めると同時に、民間事業者の整備を促すために容積率緩和などの措置を講じられたい。

④日本の食文化の観光資源としての更なる活用

わが国は和食から世界各国の料理、B級グルメから一流の料理人による高級料理まで、豊富で多様な食を楽しむことができる。こうした日本の食文化を観光資源として効果的にPRするとともに、国産食材の活用や食の地域ブランド化も鋭意推進されたい。

(4) 長期滞在の促進に向けた日本各地の連携強化

①広域観光周遊ルートの世界水準への改善

各地域の個性豊かな観光資源や観光拠点を、テーマ性とストーリー性を持たせて、複数の都道府県に跨って繋げる広域観光周遊ルートの形成は、インバウンドのみならず、国内観光の活性化にも寄与する。広域連携は、地域経済を活性化し、各地の相互交流を拡大する上で、極めて重要である。

こうしたなか、関東地方では、平成27年度から「関東観光広域連携キャンペーン」を官民連携で展開し、平成28年度に国土交通大臣より広域観光周遊ルートの認定を受けたところである。今後、複数のモデルコース策定や海外プロモーションの展開等が予定されているが、国の継続的な支援を期待する。また、戦略的なプロモーション施策の企画立案・見直しに資する基礎データとして、訪日外国人の国内訪問地間の流動量や利用交通機関等の実態が把握可能な訪日外国人流動データを整備・公開されたい。

②大都市と地方の地域間連携の促進

わが国のゲートウェイとなっている都市の情報発信力や注目度を活かし、地方の魅力を伝えるショーケースとして都市の空間を戦略的に活用することは、広域連携の有効な手法である。オープンスペースや観光情報センター、民間施設等において、地方の伝統芸能・祭り・食のイベント開催を促進するとともに、このような全国各地への旅行者送客に貢献する取り組みに対する支援を期待する。

③東北の観光復興

日本全体では2016年の外国人延べ宿泊者数(速報値)が、東日本大震災前の約2.5倍に増加する中、東北6県では、1.3倍にとどまっている。定住人口の減少に歯止めがかからない中で、地域の再生を図るには交流人口の拡大が不可欠であり、継続的な旅行者の誘客支

援が必要である。特に依然として続く風評被害により、福島県を訪問する修学旅行生は震災前の水準の半分程度に留まっている。復興ツーリズムや伝統産業体験ツアー等を通じた教育旅行の誘致に向けた取り組みを支援するとともに、風評被害の払拭に向けた教育関係団体や保護者を対象とした正確な情報発信を強化されたい。

④観光先進国の実現に向けた推進体制の更なる強化

観光は文化、まちづくり、スポーツ、医療、農業など幅広い関係府省庁が関与することから、更なる連携強化のうえ、スピード感を持って施策が実施されるよう工程管理を行なっていくことが重要である。観光庁は、スポーツ庁・文化庁と包括的連携協定を締結しているが、こうした関係機関との連携による相乗効果を生み出すことで、新しい地域ブランドや日本ブランドを確立・発信し、2020年東京オリンピック・パラリンピック等の世界的イベントの開催以降も訪日外客の増加や国内観光の活性化が図られることを期待する。

また、多くの地域では、観光振興を戦略的に推進する専門組織である日本版DMOの形成を進め、固有の資源を活かした取り組みを進めているが、旅行者の呼び込みや事業の進捗など結果に差が出ていることも事実である。政府は、地方運輸局の観光部門の機能強化を図ることで、日本版DMOの活動や持続的な観光地域づくりを安定的かつ継続的に支援していくことが求められる。

2. 観光をわが国の基幹産業へ育てる取組の加速

(1) 地域・中小企業における観光需要の獲得

旅行者向けにサービスの提供や商品の販売を行う事業者や、これから観光の視点を事業に取り入れていく事業者が、外国人旅行者のニーズに適切に対応し、インバウンド需要を取り込めるよう多言語対応をはじめマーケティング、商品開発などに対する支援が必要である。

また、欧米の旅行者は、クレジットカードでの決済が主流であるため、現金決済が中心である中小規模の飲食店・小売店や、外国人旅行者の利用が増加している旅館や鉄道・タクシー、美術館・博物館等に対して、クレジットカード決済対応が一層進むよう普及啓発や導入支援などを通じて決済環境の整備を促進されたい。

外国人旅行者向け消費税免税制度は、一般物品と消耗品を区分した上で、それぞれの合計額・免税金額を計算することになっている。一般物品と消耗品の区分は、店舗側で判断しなければならず、現場の負担が大きいことに加え、外国人には分かりにくく、クレームに繋がるケースがある。こうしたことから、店舗側の負担を軽減し、利用者の利便性を向上させるためにも、免税品における一般物品と消耗品の区分を撤廃することを検討されたい。

(2) 宿泊施設の充実と多様化

①旅館のインバウンド対応の推進

旅館は、観光振興の重要な担い手であるとともに、施設そのものが観光資源である。東京においても未だ宿泊者受入の余地が大きく、イメージアップに向けたブランド化の取組やF I Tに向けた情報発信の強化を進めていくことが必要である。また同時に、外国人のニーズにあった、トイレ等施設の改修や外国語の案内表記、無料公衆無線LANの設置、泊食分離料金の導入、カード決済への対応、ICT活用による業務効率化等に取り組むことで、増大するインバウンドの受け皿になることが期待され、こうしたイノベーションに積極的に取り組む事業者への重点的支援が求められる。

また、旅館の安全性の確保は、災害時等の避難施設としての利用も有効であることから、改正耐震改修促進法に基づく耐震診断に対する助成、さらには改修工事に係る支援を拡充されたい。

②宿泊施設の更新に対する民間投資の促進

訪日外国人旅行者の急増によって、都市部においてホテルを主とした宿泊施設の需給が逼迫している。宿泊施設の供給制約が訪日の阻害要因とならないよう、宿泊施設の更新に対する民間投資を促進するため、容積率緩和制度の活用を促進するとともに、税制上の優遇措置や地域活性化ファンドの活用、公的融資制度の充実など金融上の支援措置を拡充されたい。

③健全な民泊の普及

宿泊施設の多様化は、旅行者の選択肢を増やし、新たな需要を創出するとともに、古民家や空き家等の既存ストック、別荘やコンドミニアム等の遊休施設の活用は社会課題解決にも有効である。こうしたなか、自宅等を宿泊施設として活用する民泊については、都市部のみならず、宿泊施設の不足等を背景に滞在型観光が進まない地域や、農林漁村体験、田舎生活体験が可能な地域にも有効な取り組みであり、地域経済の潜在成長力を高めるものである。そのため、地域の特性やニーズを踏まえたうえで、衛生・安全の確保と観光の促進を両立させる制度設計の検討を官民一体となって進める必要がある。

(3) 観光産業の生産性向上と人手不足への対応

①旅行需要の平準化を図る休暇取得の着実な推進

わが国における有給休暇の取得率は他の先進国と比べて低く、欧米におけるバカンスに該当する1ヶ月程度の長期休暇を取得する文化・慣習もない。日本人の余暇としての旅行需要は、必然的にゴールデンウィークや夏季・年末年始に偏在し、その結果として公共交通機関や高速道路、観光地等の混雑や旅行料金の高止まりが生じ、旅行需要及び旅行者の満足度の低減圧力となっている。

こうした季節的・時期的な需要格差は、観光産業の生産性向上や安定雇用の大きな阻害要因となっていることから、経済・企業活動への影響にも配慮しつつ、国をあげての休暇の取得促進や取得時期の分散等を図る必要がある。特に、家族が休暇をとりやすい環境を整備するためには、学校休業日を地域ごとに分散化し、子供の休みに合わせた年次有給休暇取得を促進することが有効である。

なお、祝日を三連休化するハッピーマンデーについては、2000年の導入以降、国内観光の活性化に大いに寄与し、国民の間でも定着しているものと認識している。今後も祝日三連休の維持が図られることを望む。

②外国人留学生の採用・定着支援

訪日外国人旅行者対応を担う人材として、高度な知識を持つ外国人留学生の採用意欲が高まっている。海外留学生をインターンシップで受け入れた事例では、日本人では常につきまとう言語やコミュニケーションの障壁が低く、円滑な外国人対応が可能なことから、非常に好評であったと聞く。一方で、約7割の留学生が日本国内の企業に就職を希望しながらも、就職活動の分かりにくさや在留資格の制約などから実際に就職するのは3割程度である。観光産業において、外国人留学生の採用・定着を促進するため、中小企業と外国人留学生のマッチング支援やインターンシップ支援を推進するとともに、留学生の就労ビザの要件緩和が求められる。

また、通訳や調理師などサービス業に携わる外国語に通じた専門人材が不足していることから、こうした専門技術を持つ外国人材について、就業に必要な在留資格を得るための実務経験や学歴などの条件を緩和することを検討されたい。

とりわけ、海外における和食人気の高まりを受け、日本料理を正しく普及・発信できる外国人材の育成が求められるなか、現行の出入国管理及び難民認定法では、調理業務の従事については就労の在留資格が原則として認められておらず、日本国内で日本料理を働き

ながら学ぶ外国人は、無報酬や社会保険の対象外、客への料理提供ができない等の課題がある。このため、日本料理の海外への普及を図ることを目的として、外国人が有償で働きながら日本料理を学ぶことができるよう在留資格の要件を緩和されたい。

【参考】

- ・ 総合特区に基づく「特定伝統料理海外普及事業」によって、京都市では外国人が日本料理を有償で働きながら学ぶことができる規制の特例措置が講じられている。
- ・ 日本料理を海外に普及させることを目的とした日本料理海外普及人材育成事業では、日本の調理師学校を卒業し、調理師免許を取得した外国人について、農林水産省が認定した場合、日本国内の和食店で2年以内の調理業務に従事するための在留資格「特定活動」が発給される。

(4) 多様な国・地域からの誘客に向けた観光プロモーションの展開

① 欧米豪など観光先進国からの誘客促進

訪日外国人旅行者のうち東アジアからの旅行者が全体の約7割を占める一方で、長期滞在の傾向が強い欧米豪の旅行者は全体の約1割である。日本の歴史・文化に高い関心を有しつつもまだ十分にに取り込めていない欧米豪からの訪日需要を確実に取り込むべく、各国に設置されているJNTO海外拠点の機能強化や在外公館等を活用した日本紹介事業などを展開されたい。また、こうした欧米豪などの富裕な旅行者が円滑に訪日できるよう羽田空港におけるビジネスジェットの受入環境の改善を図られたい。

プロモーションの展開にあたっては、海外からの評価が高いわが国のコンテンツの現地での活用が、訪日意欲を喚起するための有効な手段となる。地域テレビ局が制作した観光番組や地域の祭り・伝統芸能をはじめとするコンテンツの海外発信を通じて、わが国の魅力を常時展開するとともに、魅力あるコンテンツの供給を支援する施策の充実を図られたい。

② 大都市と地方が連携した外国人旅行者誘致の取組促進

東京都は、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催と更にその先を見据え、旅行地としての東京を強く印象づける「東京ブランド」の確立に向けた取り組みとして、「東京ブランド推進キャンペーン」を展開している。それと同時に、ゴールデンルートに集中する訪日外国人旅行者を東京と地方の双方を訪れるよう誘客するために、各道府県の提案に応じ、海外メディアの招聘や商談会への参加など、訪日外国人誘致プロモーションを共同実施している。政府では関係機関の連携を通じた訪日促進を図っているところであるが、こうした大都市と地方が連携した外国人旅行者誘致の取組は、地方創生に資する取り組みであり、政府としても後押しされたい。

(5) MICE誘致の促進

アジア地域におけるMICE誘致競争が激化するなか、東京における国際会議の開催件数は、過去10年間で約4.3倍に大幅に増加しているものの、シンガポールやソウルなど競合都市に比べると遅れをとっている。アジア各都市は、国家戦略のもと国際会議場や展示場等の大規模なMICE施設を整備しているほか、MICEの誘致・開催への支援強化や

専門人材の育成、そして誘致において重要な要素となる新たな観光資源開発を進めている。

MICEの誘致や開催を担い、諸外国の誘致関係者と競争を繰り広げる主体は、各地の自治体やコンベンションビューロー、民間事業者であり、MICEの一層の推進にあたっては、JNTOの機能強化をはじめ官民連携によるオールジャパンでの支援体制を整えていく必要がある。

また、MICEの誘致を巡る厳しい国際競争に勝ち抜くためには、MICE施設の受入環境の充実を図ることが重要である。MICEを受け入れるための施設機能の強化に向けて、高機能型Wi-Fiや同時通訳システムの設置・導入など様々な環境整備を後押しされたい。

さらに、MI（ミーティング・インセンティブ）誘致においては、ユニークベニユーの創出が大きな決定要因となる。政府は、レセプションやアフターコンベンション等の魅力を高めるため国立施設等を活用したユニークベニユー開発を進めるとともに、民間事業者が歴史的建築物や文化施設をユニークベニユーとして積極的に活用できるよう各種規制の柔軟な運用や実証的な取組に対する支援の拡充を図られたい。

(6) 国内観光の活性化に向けた戦略的取組の推進

①参加体験型のレジャー需要の高まりを踏まえた新たな旅行ニーズの掘り起し

国内のレジャー市場では、遊園地・テーマパークやライブ・エンターテインメントなどの参加体験型の需要が高まっている。また、近年のマラソンや自転車ブームによるスポーツツーリズムや、農業・植林体験をテーマとしたエコツーリズム、農林漁業体験民宿によるグリーンツーリズム、そして各地の祭りにおいても、見る観光から体験する観光へのシフトの動きもある。

これらに加え、国立公園や日本遺産、産業観光、アート、ロケーションなど、様々なテーマによる観光の振興が各地で図られており、より付加価値の高い観光プログラムが必要とされている。各地がそれぞれに行っている取り組みについて、テーマごとに地域のネットワーク化を図り、共同プロモーションを図ることで、新たな旅行需要を掘り起すことが必要である。

②若者の旅行体験の促進

国内旅行市場は、予算・時間ともに余裕があるシニア層に支えられている。旅行市場を活性化し、地域を訪れる旅行者を増やすには、未来を担う若年層の旅行を促進する必要がある。年齢が若い旅行者ほど地域にとってのリピーターになりやすい傾向があるほか、旅行経験が多いほど、今後も更に旅行したいという意向を持つことを示す調査結果もある。こうしたことから、教育旅行の一層の促進や若者向けの優遇商品の造成など、若者の旅行体験を促進する取り組みを強化されたい。

③ワーキング・ホリデー制度の交流対象国の拡大

ワーキング・ホリデー制度は、二国・地域間の取決め等に基づき、相手国・地域の青少年に対し、休暇目的の入国及び滞在期間中における旅行・滞在資金を補うための付随的な就労を認める制度であり、文化や一般的な生活様式の理解を通じて、相互理解を深めるこ

とを目的としている。わが国は、欧州やオセアニア、東アジアを中心に16か国・地域との間で同制度を導入しており、年間約1万人が日本のワーキング・ホリデー査証を取得している。相互交流の拡大に有効な制度であることから、対象国の拡大を図るべきである。

3. すべての旅行者が快適に観光を満喫できる環境整備

(1) 首都圏空港・東京港の機能強化

①首都圏空港の容量拡大とビジネスジェット受入体制の強化

首都圏空港の航空需要は、概ね 2020 年代には空港容量の限界に達する見込みである。2020 年大会開催に間に合うよう騒音に係る環境配慮や地上建築物に対する安全確保を図りながら、空港容量の拡大と国際線の増枠に必要な施策を講じ、機能強化を着実に進められたい。また同時に、駐機スポットの増設などビジネスジェットの受入体制の強化や、首都圏空港の機能発揮に資する交通アクセスの改善を図ることが必要である。加えて、2020 年大会以降の方策として提案されている滑走路の増設についても、更なる旅行者の受入に向けて検討を進められたい。

②地方と海外を結ぶ国際線ネットワークの拡充等

空路による訪日外国人旅行者の約 9 割がゴールデンルートの出入口となる空港を含む特定の空港に集中しており、これに伴い滞在先も空港が所在する特定の都市に集中する傾向がある。全国の地方空港を通じて外国人旅行者を直接呼び込み、地域経済の活性化・地方創生を図ることが重要である。従って、地方と海外を結ぶ国際線の拡充を促進するために、地方空港における空港容量の拡大、C I Q（税関・出入国管理・検疫）機能の強化、着陸料の減免などの取り組みを推進されたい。

また、到着した空港から国内の他地域への移動を容易にするためには、「ゲートウェイと地方」、「地方と地方」を結ぶ国内路線の拡充や鉄道・バス等のアクセスの充実、共通パスの普及も重要である。

③クルーズ船受入に向けたインフラ整備

クルーズ客船の入港による経済効果は大きく、訪日外国人旅行者のさらなる増加にも大きく寄与することから、旺盛なクルーズ需要に対応するため、旅客船ターミナルの整備や円滑な周遊を可能とするための環境整備等、ソフト・ハード両面における取り組みをより強化していく必要がある。

東京港では、大型クルーズ客船の寄港ニーズに対応する新たな客船ふ頭を 2020 年大会に間に合うよう整備を進めている。クルーズ客船の入港による経済効果は大きく、オリンピック・パラリンピック開催に際しては、クルーズ客船が、セキュリティの確保のしやすさや、宿泊施設の不足を補えること等により、大会関係者やスポンサー等の宿泊施設としてチャーターされた事例が多数ある。こうしたことから、国と東京都の連携のもと、着実に整備を進められたい。

④道路運送法における貸切バスの営業区域の特例措置の恒久化

訪日外国人旅行者の急増に伴い、外国人旅行者向け貸切バスについては、営業所の隣接県を臨時営業区域と認める特例措置が講じられている。昨今の貸切バス需給状況を踏まえ、本制度を恒久化する必要がある。

【参考】

- ・ 観光バスは道路運送法で貸切バスに分類されており、出発地・到着地いずれかに都道府県単位の営業区域を有する事業者しか運行できず、加えて営業区域には必ず営業所と車庫がなければならないと定められている。
- ・ 貸切バス運送の安全を適切に確保し、訪日外国人旅行者の増加に対応することを目的に、外国人旅行者向けの貸切バスを対象に「①営業所が所在する区域を管轄する運輸局の管轄区域（地方ブロック）を臨時営業区域とする」「②営業所が所在する県に隣接する県を、運輸局の管轄区域に関わらず、臨時営業区域とすることができる」という特例措置が平成26年4月17日～27年3月31日まで講じられた。その後、27年9月末、28年3月末、28年9月末、29年3月末、30年3月末まで5回延長されている。

（２）通信環境の向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

①通信環境の整備

旅行者が観光情報を収集する主な手段として、ICT化の進展に対応した機器の利用が進んでいることから、無料Wi-Fiの整備やプリペイドSIMの活用など訪日外国人旅行者が利用しやすい通信環境の整備の加速が求められる。地域の観光・防災拠点における無料Wi-Fiについては、設置後の維持・管理費が観光協会や商店街等のエリアオーナーの課題になっており、その支援策が期待される。

また、空港・駅、宿泊・商業施設、2020年大会会場など旅行者が集まる施設やエリアにおいて、事業者の垣根を越えてシームレスにWi-Fi接続できる認証連携の仕組みを構築されたい。

②多言語による観光案内態勢の充実

訪日外国人旅行者が快適に観光できるようこれまで以上に観光案内を行う態勢の充実を進めることが不可欠である。観光案内所などの拠点では、地域におけるコンシェルジュ機能としての役割が果たせるよう、情報提供に加えて体験・交流型旅行商品の企画・販売など、ワンストップで観光に関する様々なサービスの提供を促進していくことが重要である。

東京では、観光情報を多言語で提供し、無料Wi-Fiスポットの機能を兼ね備えるデジタルサイネージ（高機能型観光案内標識）の設置が進んでいるが、観光案内態勢の強化に向けて、更なる普及促進を期待する。

また、国際イベント開催時期や桜・紅葉の季節など、時期や地域によってガイドが不足する事態が発生している。通訳案内士資格については、法改正に伴い業務独占から名称独占へと規制が見直される予定である。こうしたことから、全国対応の通訳案内士の活用はもちろんのこと、地方公共団体が独自に企画する地域ガイド制度の活用、その機能を補完するボランティアガイドの育成を通じ、多様なニーズに対応するガイドサービスが提供されることが期待される。

（３）観光危機管理体制の強化と外国人患者受入体制の充実

わが国での事業活動は、地震等の自然災害を前提に展開を考慮しておく必要がある。特に、

観光分野においては、来訪者の安心・安全を確保するため、ハード面における災害対策の推進はもちろん、災害時における交通・宿泊・食事等の確保やそれらに関する情報提供、事業者との連携、観光・宿泊施設等の人材育成など、適切な対策の実施による危機管理体制の強化を図る必要がある。

また、外国人が安心して医療を受けられるよう、医療機関における外国語対応力の強化や医療通訳の育成、さらには往診診療が可能な医師の情報をホテル・旅館など宿泊施設が共有できる仕組みの構築などを推進されたい。加えて、2020年大会を見据えたテロ対策・感染症対策についても、関係機関が連携し、未然防止策や対処体制の整備など鋭意推進されたい。

(4) 安全確保と品質向上に向けたツアーオペレーターの適正管理

インバウンドの旅行手配を行うツアーオペレーター（ランドオペレーター）については、旅行業登録が義務付けられていないことから、近年、外資系のツアーオペレーターによる価格重視の低品質ツアーが増え、日本での旅行に対するマイナスのイメージを外国人に与えている例も見受けられる。政府は、旅行者の安全確保と、訪日旅行の一層の品質向上の観点から、ツアーオペレーターの登録制度を導入し、悪質な事業者の実態把握を行う等により、適正な管理を徹底されたい。

【参考】

- ・ 海外の旅行会社が、自国から日本への旅行商品を企画・販売する場合、日本での地上手配を行うツアーオペレーターは、旅行業法の制約を受けずに、手配を行うことができる。
- ・ アジア（特に中国）からの格安ツアーにおいて、添乗員が旅行者を特定のお土産屋等に案内し、人気化粧品等を市中よりも不当に高額な値段で、または効用の不明な薬品を購入させ、業者からのキックバックにより多額の利益を得ている問題が顕在化。しかし、こうした事業者を取り締まる制度的な規制はない。
- ・ 平成 27 年の訪日外国人旅行消費額 3 兆 4,771 億円のうち、旅行関係消費額〔宿泊費（8,974 億円）、交通費（3,678 億円）〕は 36.4%の 1 兆 2,652 億円。このうち日本旅行業協会（JATA）会員等の取扱高は 18.2%の約 2,300 億円であり、ほとんどが外資系旅行会社の取り扱いとなっている。（JATA 調査）
- ・ ツアーオペレーターの登録制度を創設し、管理者の選任・書面の交付等を義務付ける旅行業法改正案については、3月10日閣議決定され、本国会にて審議予定。

(5) アクセシブル・ツーリズムの充実

障害者や高齢者等が、積極的に外出して、様々な交通機関を快適に利用しながら旅行を楽しむことができる環境づくりを意味するアクセシブル・ツーリズムを促進することは、増加する高齢者の旅行需要を喚起するとともに、2020年パラリンピック大会の受入体制の整備に資する。

こうしたことから、鉄道やバス、公共空間はもとより宿泊施設等においても幅広くユニバーサルデザインの導入やバリアフリー化などハード面の対応を着実に進めるとともに、研修や人材育成などソフト面の取り組みも推進されたい。また、これら観光拠点における

バリアフリー化に関する情報を旅行会社や観光案内所等と共有することで、アクセシブル・ツーリズムに適するツアーの造成や円滑な旅行を後押しされたい。

以 上

2017年度第1号 2017年4月13日 第694回常議員会決議
--