

国の観光政策に関する要望

～東京ならではの都市型観光の振興に向けた受入体制のさらなる充実～

平成21年7月9日

東京商工会議所

政府によるビジットジャパンキャンペーンなどが功を奏し、訪日外国人旅行者数は順調な伸びをみせ、2008年は835万人に達している。このうち6割強にあたる533万人の外国人旅行者が東京を訪れている。今後、世界的な大交流時代を迎えるにあたり、東京はわが国の玄関口としてふさわしい規模の外国人を迎え入れており、国内最大のデスティネーションといえよう。

政府は、訪日外国人旅行者数を2010年に1000万人、2020年には2000万人と目標に掲げており、玄関口である東京はさらなる交流人口の拡大が見込まれる。しかしながら、現時点における東京の外国人旅行者の受け入れ体制は必ずしも十分とはいえず、世界の競合都市と比較しても評価は高くない。東京の国際競争力の強化はわが国の競争力に直結するものである。訪日外国人旅行者数の目標を達成するためにも、今こそ東京に諸資源を集中投入し、来るべき大交流時代の礎を築くべきである。

政府としては、まずは観光分野における予算を拡充するとともに、将来のわが国の姿を見据えてメリハリの効いた十分な投資をおこなうべきである。また、観光関連施策の立案から実施までの各段階において、政府は東京都と緊密に連携することにより、政策の効果を最大限に引き出すべきである。東京商工会議所としても、地元経済界として国と都の連携に主体的に関与することで、その実効性を高めることに寄与する所存である。

グローバル化が進展するなかにあって、わが国が外国人旅行者を惹き付ける魅力を放つためには、日本らしさに一層磨きを掛け、独自性を主張することが肝要であろう。東京においても、世界のなかで比類なき都市となることで外国人旅行者の支持を獲得し、比較優位を築くことにつながる。東京商工会議所は外国人旅行者の誘致促進に向けた新たな事業の構築により観光関連産業の活性化に着手しているところである。東京ならではの都市型観光の振興のため、政府におかれても、下記の要望事項に示す通り所要の措置を講じていただきたい。

記

I. 緊急要望事項

1. 2016年オリンピック・パラリンピック東京招致の実現

オリンピック・パラリンピックの東京開催は、観光関連事業者のみならず、わが国の産業界にとって、事業環境全体が大きく好転するこの上ない機会である。もとより、東京商工会議所としてもオリンピックムーブメントに賛同し、招致活動の支援をおこなっているところであるが、国際オリンピック委員会に対しては、開催都市決定の直前PRが非常に有効でもあることから、国が実施するビジットジャパンキャンペーン等、訪日外国人に対する誘致プロモーションとの相乗効果を図るなど、招致実現に向けた施策を講じていただきたい。

2. 新型インフルエンザ等の感染症に関する適切な情報提供

一般の新型インフルエンザの感染拡大により、宿泊業界や運輸業界など観光関連産業では旅行の取りやめ等による企業経営への影響が広まっている。こうした感染症が発生した場合、感染拡大防止策を直ちに講じるべきであるが、一方で一部の過剰反応により、修学旅行をはじめとする各種旅行が連鎖的に中止や延期となる事態も発生している。

一般のみならず、感染の拡大が指摘される今秋に向けても、各自治体や関連機関が冷静に指針をまとめ、行動できるよう、国は的確な情報提供に努め民間事業者の経営が阻害されないよう図られたい。

II. 要望事項

1. 受入体制整備

(1) 観光案内所の基盤整備

外国人旅行者が利用する観光案内所は、2011年度までに300か所に増やすとされ、着実に増加中ではあるが、多様なニーズに対応できる体制づくりや利用しやすい環境づくりといった質の向上が必要である。

今後、拠点の拡大に向けては、案内所としてのサービス水準の均一化についての検証をおこなうとともに、外国人旅行者の利便性を踏まえ、東京駅や羽田空港等、国の玄関口にふさわしいシンボリックな場所及び主要ターミナル駅などを最優先とした案内所の設置を検討されたい。

(2) 美しい景観形成の推進

訪日旅行者の半数以上が、最初に東京を訪れる。わが国のゲートウェイとして相応しい、美しい景観の形成に向け、都内の無電柱化の推進をより一層強化されたい。

また、美しい景観形成の一環として、主要な駅や施設のバリアフリー化、道路の拡幅等による安心・安全の確保、ベンチやトイレの設置、街路樹の植樹等、「歩いて楽しめるまちづくり」の多様なモデルを開発し、普及に努められたい。

(3) 羽田空港の国際化への対応

日本における国内線最大のハブ空港である羽田の特性を活かすべく、国内線から国際線へ乗り継ぐ乗客の利便性向上に向けた次の取組みを検討されたい。

①利用者の利便性向上

羽田空港の出国検査場には、羽田からの出国客と国内線からの乗継客が集中するとともに、新国際ターミナルビルと国内線ターミナルは滑走路を挟んでの立地となるため、通常の旅客移動導線では乗り継ぎ所用時間が長くなってしまふことから、その利便性が大きく損なわれることが懸念される。ついては混雑の緩和とターミナル間の円滑な移動を促す国内線ターミナルビル内の出国検査場の新設やターミナル間の移動時間の短縮に向けた接続トンネルの拡幅による移動バスの運行頻度の増大が必要である。

また、国際線就航地制限（ペリメーター規制）の緩和や国際線発着回数さらなる増大など、利用者の利便性の向上を第一義とした国際競争力のある空港となるよう図られたい。

②入国審査の改善

訪日外国人から入国審査手続きの迅速化を求める声が高い実態を受け、入国審査官の増員、空港施設の改善等、訪日外国人の満足度を高めるためにも、審査時間の短縮を図る対策を講じられたい。

また、上海国際空港等、他国の空港でみられるVIPレーンの設置についても、MICE（※）分野の誘致拡大施策の一環として、国際競争力強化の観点からその検討を図られたい。

※MICE=Meeting(会議・研修・セミナー)、Incentive(招待・視察)、Convention/Conference(大会・学会・国際会議)、Exhibition(展示会・見本市)

③交通アクセスの整備と宿泊施設の充実

羽田空港と成田空港との一体的運用に向けた羽田空港の深夜・早朝便に対応した交通アクセスの整備やリニアモーターカー等の高速鉄道整備構想について検討されたい。あわせて、ターミナル駅におけるバスやハイヤー等の駐車スペースの整備を図られたい。

また、羽田空港周辺の宿泊施設についても、羽田空港の深夜・早朝便に対応した宿泊手続きに関する時間帯の柔軟性や外国人旅行者に対応した接遇力の向上が求められる。

東京商工会議所としても、これらの環境整備に努める所存であり、国におかれても羽田空港の国際化により想定される諸課題に対応すべく、関係機関への働きかけを実施されたい。

(4) 国際会議の誘致拡大のための施設整備

2010年の羽田空港の国際化は、MICE 拡大への契機にもなると期待されるが、現状の東京都においては、他の競合都市に比肩し得る会議・展示施設がないことが大きな弱みである。国際競争力のある会議・展示施設の充実に向けた東京ビッグサイトの再拡張の取組み等、自治体がおこなう施設整備への働きかけと支援を推進されたい。

(5) 観光関連産業における産学官連携による人材の育成

観光系の学部・学科を新設する大学が増加しているが、卒業後の進路で観光業界に就職する学生は全体の2割にとどまるといった現象がみられる。学生、大学、産業界におけるニーズのギャップが要因であると考えられるため、それぞれの意識や行動を明らかにしたうえで、マッチングのための対策を講じるべきである。

また、観光産業においては「サービス産業（ホスピタリティ産業）」としての経営戦略やマーケティング戦略、財務管理や組織運営などのビジネススキルを兼ね備えた人材の確保と育成が課題であり、産学官連携によるインターンシップモデル事業を核とした多様なプログラムの開発に取組まれたい。

(6) まち歩きを楽しむための情報提供の充実

個人型旅行が増加する中、外国人旅行者が安心・安全・快適にまち歩きを楽しむための情報提供が必要である。移動に伴う交通機関の乗り換えや施設等の案内に関する基礎的な説明表示を外国人旅行者の視点にあわせて一層充実させるとともに、国と東京都が推進中の「東京ユビキタス計画」の早期実用化を図られたい。

(7) 外国人旅行者に対する防災・危機管理情報提供への取組み

事故や災害、インフルエンザ等の感染症等の発生の際、外国人旅行者に対する状況説明や誘導がスムーズに行われるよう、交通機関や公共施設での対応、マニュアルの普及やガイドラインの設定を整備、周知することにより、自治体および民間事業者の負担の軽減に努められたい。

また、JNTO ホームページ等での外国語対応が可能な医療機関や医療通訳に関する掲載情報の充実を図られたい。

(8) クレジットカード利用の環境整備

一部の銀行による海外発行クレジットカードに対応した ATM は、徐々にサービスの拡大がみられるが、サービス提供時間や対応可能カードの拡充、地方部への設置促進が未だ課題となっている。これらの整備に関する訪日外国人のニーズを踏まえ、主要な駅や宿泊施設等への設置や対応可能カードの拡充等、関係機関への働きかけを積極的に講じられたい。東京商工会議所としても、普及の促進に取り組む所存である。

2. 観光資源開発

(1) 商店街をはじめとした日本の生活文化の観光資源化への取組み支援

日本の生活文化に対する外国人旅行者の関心は高く、主要な訪日（都）動機となっている。なかでも日本らしい生活様式が生き続ける都内の商店街は、日本の生活文化を外国人旅行者に伝える観光資源として捉え、その魅力を高めるための地域の取組みへの支援を実施されたい。

①全国の先進事例に基づく観光資源化手法のプログラム化

各地方自治体では、地域発の着地型商品の市場化に向け、独自の旅行会社の設立をおこなうなど、流通促進に向けた取組みが活発におこなわれている。このような全国の先進事例のエッセンスを抽出し、コンセプトや計画づくり、組織化へのプロセスなど、他の地域でも着手可能なプログラムとしてとりまとめ、全国に発信・普及することを検討されたい。

②地域における観光拠点の整備に向けた補助

都内の商店街では、まち歩きを楽しむ観光客のための観光案内所兼休憩所として、空き店舗などを有効活用する取組みを実施している。地域の観光拠点化を推進することは、観光客の利便性の向上と地域住民のコミュニティの場としても有効であり、新たな観光資源開発やネットワークの形成につながるなどさまざまな効果があると考えられる。こうした活動が、主体的かつ継続性のある取組みとして存続できるよう、人件費を含めた事業運営に関わる資金の支援について検討されたい。

(2) 地域の特徴を活かした産業観光の振興

都内には、世界をリードする最先端産業、日本の伝統文化を支える伝統産業が数多く存在する。外国人旅行者は、これら産業への関心が高く、訪日（都）決定の主要な要因にもなっている。都内に点在する地場産業を個人の訪日旅行者だけでなく、企業関係者の視察団や訪日教育旅行者などにも訪れてもらうよう、次の取組みへの検討とともに、海外に向けた PR の強化を実施されたい。

東京商工会議所としても、会員企業施設の継続的なPRの支援および支援措置を活用した産業観光の普及に取り組む所存である。

①専門的知見を兼ね備えた通訳ガイドの確保と育成

産業観光を推進していくうえで、来訪者の理解を深め満足度を高めるためには、専門的な知見を兼ね備えた通訳ガイドの確保と育成が必須である。単なる施設の解説・案内だけではなく、来訪者からの質疑応答や意見交換に対応できる通訳ガイドの育成に向け、施設・企業が準備するガイド用マニュアルの作成支援、学習の場の提供等、育成プログラムや制度についての検討を図られたい。

②受入側メリットを創出するビジネスモデルの形成

産業観光を継続的に受け入れ、ニューツーリズムとしての浸透を図るためには、受入側の費用と収益のバランスが取れる仕組みづくりが必要である。産業観光施設として継続的に来訪者を受け入れるために要する費用を賄えるシステムの構築とあわせて、取引先の拡大につながる等のビジネス上のメリットを創出するビジネスモデルの形成に向け、各施設・企業がおこなう計画づくりや運用資金等の支援を実施されたい。

3. 情報発信

(1) 日本への旅行イメージの向上

訪日外国人が抱く日本の否定的なイメージの第一位は「物価が高い」ことである。国はこれまで「Affordable Japan」をはじめとした各種パフレットやJNTOのホームページ等により、日本の物価高イメージを払しょくするためのPRをおこなっているが、安く旅行する方法に関する情報提供に加え、外国人旅行者の行動パターンに対応した新たな免税措置の導入や免税手続きの簡素化、外国人旅行者に直接メリットのある交通機関の割引サービス等、具体的な施策及び商品開発への働きかけを関係機関に実施されたい。

(2) 観光関連機関をはじめとした民間事業者の歓迎意識の向上

外国人旅行者の受入に関する意向と実際の運営体制や意識の間には大きなギャップが存在している。どのような業種・業態を営む民間事業者であっても受入は可能であり、ビジネスの拡大につながることをわかりやすく示すことが肝要である。

代表的な業態における成功事例を収集し、それらの経営管理手法のエッセンスを抽出、体系化した基本モデルの作成をおこない、外国人旅行者の受入意向のある民間事業者への発信・普及を実施されたい。

(3) 世界のバイヤーを対象としたファムトリップの開催

富裕層の取組みに向けては、諸外国では富裕層専門のバイヤーが旅行ビジネスの中核的な機能を果たしていることから、これらのバイヤーを対象としたファムトリップ（下見招待旅行）及び商談会、展示会等のコンベンションを積極的に開催するべきである。開催にあたっては、世界的なデスティネーション間競争で持続的な強さを獲得するべく、官民連携による協議会の設置やターゲット研究をおこなう等、戦略的な対応を検討されたい。

(4) 海外の有カブログを活用した情報発信

マーケティングの効果的な手法として「口コミ」が用いられているが、インターネットにおいてはブログが同様の効果を期待できる。第三者の意見は客観的な立場によるものとの認識が得られることがあるため、特にVJCのターゲット諸国において注目度の高いブログを間接的な情報発信の手段として活用すべきである。当該ブログの執筆者に日本の魅力を伝える情報を提供する、あるいは日本に招待してわが国の良さを実体験してもらうことにより、それらの情報がブログに掲載されるよう、働きかけをされたい。

情報発信の内容については、訪日外国人の関心が高い日本の伝統文化に重点を置くべきであり、とりわけ地域に根差した、歴史ある伝統文化や芸能は、わが国固有の魅力を表現するものであることから、積極的なPRをお願いしたい。

4. その他の事項

(1) 日本政府観光局の機能強化

日本政府観光局の海外拠点、現在13箇所までとその設置数に制限があり、諸外国の政府観光機関の海外拠点数との比較においても不十分であることは否めない。国際競争力強化の観点から、在外公館や国際交流基金、日本貿易振興機構等、海外出先機関との連携による効率的・効果的な海外拠点の拡充について検討されるとともに、抜本的な組織体制の見直しも視野に入れた機能強化を図られたい。

また、国や顧客階層に対応したターゲットごとのメディア戦略を立案のうえ、メディアミックスによる、より効果的なPR活動の実施を検討されたい。

(2) 休暇の分散化等に向けた環境整備

休暇の分散化に向けた環境の整備は、観光を通じた交流人口の拡大による地域経済の活性化、需要の平準化によるサービス業の生産性の向上と経営体質の改善にもつながるものと考えられる。については、小中学校の夏休みを地域ごとにずらす施策を検討し、モデル地区での試行を図るなど、休暇取得の分散化等に向けた環境整備に取り組まれたい。

(3) 東京商工会議所の取組み

東京商工会議所としても、民間事業者の横断的な連携によるビジネスモデルを開発し、外国人旅行者に対してコンシェルジュ機能を核とした、従来にないサービスやコンテンツを提供する事業を検討中である。2010年秋の羽田空港の国際化に照準を合わせた実用化を目指していることから、事業の構築や運営に掛かる資金など特段のご支援、ご協力をお願いしたい。

以上

平成21年度第6号 平成21年7月9日 第606回常議員会決議
