

「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 13 日
日本商工会議所

わが国経済の現状は回復基調にあるものの、急速な少子高齢化の進展による国内マーケットの縮小や労働力人口の減少、これらに伴う地域経済社会の衰退という構造的な課題に直面している。

地域経済と中小企業の活性化なくして日本の再生はなく、観光振興は地域経済の活性化において重要な鍵を握っている。観光立国の実現には、わが国の魅力向上のみならず地域の再生・活性化という視点を重視し、インバウンド観光の促進と同時に国内各地の観光需要の喚起を図ることが重要である。

現在、政府においては、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」（平成 25 年 6 月 11 日策定）の見直しを進めているが、新たなアクション・プログラムがわが国の観光立国実現に向けて戦略的で実効性のあるものとなるよう、下記のとおり意見を申し述べる。

記

I. アクション・プログラムの見直しに対する基本的な考え方

1. 「国内観光」と「インバウンド」の両輪による観光立国の実現

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」は、「インバウンド（訪日外国人旅行者）」の誘致を中心とした観光振興の強化を打ち出しているが、観光立国の実現には、国内における旅行消費額（22.5 兆円）の約 90%（19.7 兆円）を占める国内居住者による「国内観光」の促進が前提となる。

新たなアクション・プログラムでは、インバウンド・アウトバウンドとともに、官民連携・市民参加型の国内観光の推進を、観光立国実現に向けた取り組みの両輪と位置づけ、その促進を図ることが必要である。

2. 多様な旅行者に対応したハード・ソフト両面からの課題の解決

政府が目指す、2020 年の外国人旅行者数 2,000 万人を確実に実現するためにも、現状の的確な把握・分析と、それに基づく戦略的かつ具体的な施策の実施が求められる。首都圏空港の容量拡大と国際拠点空港等のフル活用、各種輸送手段の強化、宿泊施設の拡充といったハード面のみならず、出入国管理制度の見直し、観光業界における外国人への対応方法や宿泊に伴う古い商慣習の改善、観光案内機能の充実、観光に関連する情報の整備とシステム化など、ソフト面を含む様々な問題・課題を検証することが不可欠である。

そのうえで、限られた時間の中で、多様な旅行者のニーズに対応したハード・ソフト両面からの総合的な課題解決を図っていくことが重要である。併せて、観光産業における前向きな投資の促進により、才能ある多くの人材が活躍できる環境を積極的に創造する必要がある。加えて、戦略的に育成を行い、観光産業に誇りを持つ多くの人材を創出することが求められる。

3. 府省庁や自治体の垣根を越えた推進体制の構築と計画的な取り組みの推進

政府は、観光庁の機能を強化するなど、関係府省庁の垣根を越えた横断的な推進体制を構築するとともに、各地においては、地方自治体が行政区域を越えて、観光振興に取り組む連携・協働の仕組みを作り上げていくことが重要である。

そのうえで、工程表を策定のうえ、取り組みの着実な推進を図る必要がある。

4. 訪れて良し住んで良しの地域づくりと一体となった観光振興の促進

国内外からの交流人口を拡大する観光振興は、消費、雇用の創出などによる地域経済の活性化とともに、異文化の流入等による地域の社会・文化の創造、進化を促す極めて有効な取り組みである。

多様化する旅行者のニーズに対応した「訪れたい」観光地づくりだけでなく、旅行者が訪問地で人と触れ合い、地域の生活文化を感じることによって「住んでみたい」と思うような、まちづくり・地域づくりと一体となった、地域に好循環をもたらす観光振興を図ることが必要である。

II. 盛り込むべき具体的な事項

1. 「国内観光」の促進に向けた地域資源の活用と連携の構築

(1) 地域発の観光の新しい展開

「見る」だけでなく「学ぶ」「体験する」の着地型観光が各地で多く見られるが、その促進によって観光の新しい展開を図るなど、全国各地で観光を深化・充実させる施策が求められる。

「国内観光」の促進は、観光事業者のみで実現できるものではなく、国、地方自治体、関連機関、事業者等が連携し、関係者の声を踏まえた総合的な推進の方針を示すべきである。

方針策定にあたっては、地域がそれぞれの特色(個性・魅力)を生かし、それを磨き上げて観光資源化する取り組みを支援することを重点に据えることが必要である。

(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

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行われている。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)、ストーリー性をもった商品化(二次産業)、最適なチャネルで

の販売（三次産業）といった多彩な産業の連携によるサイクルを構築することが必要である。

こうしたサイクルを経て、より多くの旅行者を呼び込み、地域製品の売上増加・消費拡大はもとより、周辺産業を含む地域全体へ波及効果をもたらす、地域資源のブランド化を促進していくことが重要である。

（３）広域的な観光振興のさらなる促進

旅行者のニーズは多様化しており、旅行者が関心をもつ対象地域が必ずしも行政区域と一致するとは限らず、単独の地域による観光振興の取り組みでは、人的・資金的な制約や誘客力不足等の問題に直面する場合もある。近隣都市はもちろん、共通の伝統・文化・産業を有する地域等との連携により、広域観光を推進していくことは、地域内における消費の拡大、長期滞在型観光の促進を図るうえでも重要な戦略である。その際、幹線に接続する地域鉄道、バス等の公共交通の活性化など、観光客の周回ルートの整備・構築が求められる。

広域的観光を進めるにあたっては、ゴールデンルート（東京－大阪間）のような２地点間での観光ルートを３地点にし、「観光トライアングル」の形成を目指した取り組みが有効と考えられる。

（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く、特に外国人旅行者は激減したままであり、交流人口の回復に向けて、継続的な支援が求められる。被災地事業者の大きな課題となっている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、滞在交流型の観光を行うことができる観光圏の整備促進など、観光振興を通じて被災地事業者の販路回復・拡大に貢献していくことが期待される。

２．インバウンドの促進に向けた海外への情報発信と受入体制の整備

（１）日本ブランドの構築と官民あがての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、芸術など、わが国の魅力を「ビジット・ジャパン」や「クールジャパン」と一体的に発信・プロモートし、日本ブランドとして展開することが重要である。

また、観光資源となり得る各地域の素材として、町工場、商店街等に関する情報を、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て、積極的に発信する必要がある。

さらに、外国人旅行者の日本の出入口となっている大都市圏から、各地へ向かうFIT（海外個人旅行）層を拡大する仕組みなど、地域間の連携に基づくDESTINATION・ジャパンの魅力を向上させるための施策の早急な実施が求められる。

(2) 外国人の視点に立った受入環境の整備

①成長著しいアジア諸国等に対する訪日ビザ発給要件の緩和

訪日動機を醸成するため、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へのビザ発給要件のさらなる緩和が求められる。併せて、こうした地域との直行便の就航やプロモーション事業の強化により、インバウンド・アウトバウンド両面からの観光交流の推進を図る必要がある。

中国をはじめ、大きな潜在的需要が見込まれるインド、ロシア、ブラジルの成長の著しい 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、2020 年以前の早い時期に相互査証免除や査証手続きの簡素化を推進することが求められる。

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を図るために、空港・港湾での出入国手続きの迅速化をさらに進める必要がある。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、CIQ関係省庁、航空会社および空港会社等が連携し、ファーストレーンの設置や、入国審査にかかる要員の効率的な配置などにより、例えば待ち時間を最大 30 分に設定する等の明確な目標を掲げ、早急を実施することが重要である。

また、大型クルーズ船についても、事前の船上審査等の実施による手続きの円滑化が求められる。

③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、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、各地域における外国人旅行者の消費拡大を図る観点から、各地域での説明会や相談会を開催し、本制度の周知・啓発を進めるとともに、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）を増やすための計画的な取り組みを推進する必要がある。

④対象国ごとのニーズの把握と情報発信

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、案内・標記の改善など、受入環境の整備を進めることが必要である。外国人が感じる不便・不満点を把握し、多様な人種、宗教、生活習慣等に対応した「国別接客マニュアル」を作成のうえ、観光産業の関係者へ周知し、資質の向上を図ることは、わが国のホスピタリティを向上させる観点からも重要である。

観光振興を推進する機関が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や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。特に、訪日外国人旅行者の誘致に影響力を持つジャーナリ

スト・留学生など、日本在住の外国人の活用が効果的である。

(3) 航空ネットワーク等の拡充

海外からの訪日手段のほとんどは空路によるものであり、訪日外国人の約半数が羽田・成田の首都圏空港を利用している。本年度中に羽田・成田の首都圏空港における年間発着枠が約75万回に拡大される予定であるが、将来的にはそれだけでは不十分である。首都圏空港の容量拡大をはじめ関西、中部の国際拠点空港のフル活用や地方空港の利用促進など、全国の航空ネットワークのさらなる連携・充実を早期に図り、受入機能を強化する必要がある。

具体的には、オープンスカイの推進、LCCやチャーターフライトなどを含む新たな航空事業者の参入促進、国際拠点空港と地方空港との機能分担やネットワーク強化などの推進、さらには、ビジネスジェットの受入環境の整備が求められる。

首都圏空港、国際拠点空港等のさらなる整備・拡大に向け、例えば、都心上空の飛行や国際拠点空港等の深夜早朝時間帯における新規就航・増便分に係る国際線の着陸料の割引、深夜バス等を運行する事業者向け支援、都市中心部と空港の交通アクセス向上など、様々な方策の検討が必要である。

また、今後の訪日外国人旅行者の増大を想定した宿泊施設の拡充も必要であり、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が求められる。

(4) 観光案内機能の充実・強化

訪日外国人旅行者の主流は、FITといった個人旅行やまちあるきなどの「着地型観光」となっている。旅行者が慣れない土地で快適な観光をし、長い滞在時間を過ごしていただくためにも、駅前広場や公共施設に無料休憩場の機能を付加したり、公共施設や宿泊施設、商業施設などの観光施設における無線LAN環境の整備が不可欠である。

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、英語表記付き地理案内板の設置やスマートフォン、タブレット等を活用した案内を推進することが求められる。さらに、まちなかにあるトイレ貸与可能な店舗に外国語表記やピクトグラム等を設置するなどのインフラ整備、外国語がわかるガイドや通訳案内士等の育成についても合わせて推進する必要がある。

3. 府省庁や自治体の垣根を越えた横断的な推進体制の構築と戦略的・計画的な取り組みの推進

(1) プラットフォーム設置等による効果的な支援策の実施

2020年オリンピック・パラリンピックは、日本の魅力を世界に発信する絶好の機会である。政府は、オリンピック・パラリンピックの波及効果を広く各地にもたらしようとする施策を講じることが重要である。

観光庁が強いリーダーシップを発揮できるよう機能強化を図り、同庁にプラットフォームを設置のうえ、関係府省庁が独自に実施している観光関連施策を一元的に

整理・情報提供・相談対応する仕組みを構築し、効果的な運用・活用を進める必要がある。

(2) J N T O (日本政府観光局) の機能強化

外国人旅行者の来訪促進の中核を担う日本政府観光局 (J N T O) の組織強化を図ることは、戦略的なインバウンドを進めていくために重要である。

各国政府観光局と比較して少ない J N T O の人員・海外拠点・予算の拡充を図ることで、訪日プロモーションの機能を強化することが求められる。商工会議所としても積極的に J N T O との連携を強化していく。

(3) 施策の基礎となる観光関連データの整備

戦略的かつ実効性のある施策の実施や、訪日外国人旅行者の快適な滞在、日本への繰り返しの訪問を実現するためにも、観光入込客数、ホテルの客室数・稼働率、全国の空港容量等の基礎的観光統計の正確な収集・把握が不可欠である。

さらに、訪日旅行者の分析を深めるうえで、国籍別・性年代別・港別・出入国年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を図り、これら統計、データの施策へ反映させることが重要である。

(4) 観光における危機管理体制の確立

日本での事業活動は、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、ハード面における災害対策の推進はもちろん、災害時の情報提供や事業者との連携、観光・宿泊施設等の人材育成など、適切な対策の実施により、危機管理体制の強化を図る必要がある。具体的には、以下の対応が求められる。

- 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の、地域や事業者との連携による利用促進
- 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、その周知のためのセミナーや研修の実施、 I C T を活用した緊急時外国語災害情報の発信の推進
- ③災害時においても通信手段を確保できるよう、公園・公民館・学校・体育館等の公共施設における公衆無線 L A N 環境の整備
- 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旧に向けた計画策定・活動が取れる体制の整備

以 上