

観光立国のさらなる前進をめざして

～ 観光の地域分散・ワイド化を図り、新しいまちづくりを進めるために ～

2018年5月8日

日本商工会議所

わが国は急速に少子化が進んでおり、各地域には人口減少に対処していく知恵が求められている。交流人口を呼び込んで“外貨”を稼ぐ観光振興を進めることが重要なカギである。

訪日外国人は急激に増加して2017年には2,869万人を記録した。近年の傾向に照らせば、2020年に4千万人という政府目標も達成される見込みである。訪日外国人数の伸びに伴って観光消費も総額ベースで増えており、各地域がそうした需要を確実に取り込めるようにすることが重要である。

訪日外国人の動向に合わせるかのように日本人の国内観光（旅行）もここ3年間は僅かながらも増加してきており、2017年には過去8年間で最多（6.47億人。速報ベース）となった。ただし、今後わが国の人口減少が確実である以上、国内観光は先細りの懸念が拭えない。どの地域においても、「また訪れたいくなる、何度でも訪れたいくなる」魅力ある地域づくりに向けた観光資源の発掘・磨き上げが求められている。

インバウンドの需要拡大が続くこの機を逃さず、持続的な観光振興とリピーター確保対策を柱として「観光立国」を実現するための全国的な取り組みを加速しなければならない。観光インフラの整備はもとより、来訪者に快適な旅・滞在を提供できるような環境や仕掛けの充実に官民を挙げて取り組むとともに、観光需要の大都市圏や特定観光地・地域等への偏りを是正して交流人口の全国各地への均てんが図られるような政策・施策の展開を強く望む。

なお、インバウンド訪問先の地域的偏りなどから、慢性的な渋滞や事故の発生など負の事案が生じているケースも見られる。安全・安心な環境の中で観光客が快適に過ごせ、かつ当該地域・住民生活との関わりを良好に保ちつつ持続可能な形で地方創生が図られるような観光振興を進めていく必要がある。

目 次

I. 観光客の地域分散を進める汎日本(オールジャパン)観光へ	……3
1. 交通インフラの整備拡充	
2. 地域交通システムの構築	
3. 観光渋滞の解消	
II. 多様なニーズを捉えて地域に人を呼び込むワイドな観光へ	……5
1. 産業観光をはじめとするテーマ別観光の一層の推進	
2. 多様な時間帯に楽しめる観光・サービスの推進	
3. 国際的イベントをテコにした誘客強化	
4. 観光による被災地域の復興支援	
III. 観光を、地方創生を実現する競争力のある産業とするために	…10
1. 多様な人材の活躍推進による人手不足・人材不足への対応	
2. IT・IoTの活用による生産性向上	
3. DMO等による国内連携の推進	
4. 国境を超えた国際連携の推進	
IV. 安全・快適な観光実現のために	……………13
1. 観光客の安全・安心・トラブル防止への対応	
2. 住民の安全・安心、地域保護への対応	
3. 訪日外国人旅行者の滞在利便性の拡充	
4. 親しみを感じ、歓迎されていると感じるもてなしのまちづくり	
V. 官民の連携・協働、情報発信体制の構築、観光統計の整備について	…17
1. 連携・協働および新たな観光財源の活用策	
2. 情報発信体制の構築	
3. 基礎的な観光統計の一層の整備	
<図表>	……………20

I. 観光客の地域分散を進める汎日本(オールジャパン)観光へ

観光振興は地方創生のカギであるが、地域的偏在が是正されるようなオールジャパンでの工夫と努力が必要である。地域においては、それぞれに呼び込みたい客層・ターゲットと収益目標を明確にするとともに、外国人の多様なニーズを的確に捉えてそれを提供することが求められる。

来訪者の地域的偏りをなくしていくためには、各地域へのアクセス手段となる交通・移動を支えるインフラの整備が欠かせない。基幹高速交通はもとより、地域間・地域内の移動を容易にする交通網の充実や付随する施設等の機能強化が必要である。

他方、急増するインバウンド需要等に伴う交通渋滞に悩まされる地域も一部で出てきており、対策が急がれる。

1. 交通インフラの整備拡充

(1) 観光は必ず移動を伴う行動であり、観光振興のためには交通環境の充実が不可欠である。このため、地域分散を図るための基幹交通体系の整備が重要であり、ミッシングリンクの解消をはじめとする幹線道路の整備、整備新幹線・リニア中央新幹線の着実な建設が求められる。

なお、移動手段の利用自体が観光目的とされる豪華列車の旅や、秘境(行きにくい場所)に対する嗜好など、人々の「楽しみ方」の多様化に合わせた観光開発とその支援を強化すべきである。

【各地で増加する観光列車】

2013年に運行が開始されたJR九州の「ななつ星」をはじめとする地域特性を活かした豪華観光列車は、予約が抽選になるほど活況を呈している。豪華列車をはじめとする観光列車は年々増加し、JR・私鉄各社あわせて百数十種類に拡大している。

(2) 基幹交通拠点からつながる二次・三次交通との結接が未整備であるため、その先の地域に観光客が行きにくい状況にある。JRグループが販売し多くの訪日外国人が利用している「ジャパン・レール・パス」のような周遊パスについてローカル鉄道やバス等と連携させる仕組みを検討・導入すべきである。

また、訪問先で移動手段を持たない観光客にとり、便利・快適な公共交通が果たす役割は大きい。環境にも優しい新たな地域交通システムとしての活用が注目される「エコカート」等の普及支援を図りたい。

【期待される新たな地域交通システム】

輪島商工会議所(石川県)では、ゴルフ場の電動カートを改良して軽自動車ナンバーを取得した「エコカート」を街なかで走行させる社会実験を実施中。巡回型の路線バスの代替手段として高齢者や観光客の重要な交通手段となっている。また、一部の走行ルートでは自動走行を実施するなど機能向上や利便性の高い交通システムに向けて事業を進めている。

- (3) 地方空港は、インバウンドを直接地域に呼び込む玄関口として重要な役割を果たすが、訪日外国人に対応できる機能やサービスが整っているとは言い難い。地方空港における CIQ(税関・出入国管理・検疫)体制の充実や先進的保安検査機器等の導入によるサービス機能およびセキュリティを早急に強化すべきである。

【「訪日誘客支援空港」を通じた支援メニューの充実】

国は、2017年7月に「訪日誘客支援空港」として27空港を認定し、新規就航・増便の支援や空港の受入環境整備等が進められているが、地方空港においてはその整備が遅れている。

- (4) 2017年のクルーズ船の寄港地は130港あり、訪日クルーズ旅客数は253.3万人(前年比27.2%増)、クルーズ船の寄港回数は2,765回(前年比37.1%増)となり、いずれも過去最高を記録した。クルーズ船の寄港は、寄港地を中心とした観光客の増加、グルメ・ショッピングをはじめとする地域での消費喚起といった経済効果や訪日外国人と地域住民と交流促進などの効果があげられるが、寄港地から遠隔地の大型商業施設への直行により、地元商店や観光施設への誘客が進まない地域もある。地域内に観光客が回遊するよう官民連携による公共交通の仕組みづくりが必要である。

【クルーズ船入港にあわせた市内循環バス運行】

室蘭市(北海道)では、室蘭商工会議所・室蘭観光協会の3者が2009年に室蘭観光推進連絡会議を設置し、官民連携の観光振興に取り組んでいる。クルーズ船入港にあわせて、市内の名所、中心市街地をめぐる循環バスを運行し、乗客に市内の観光資源・商店等の情報を多言語で記載した地図を配布しており、街なかを来訪する乗客も増えている。

2. 地域交通システムの構築

- (1) 地域交通の全般的な特徴として、観光客の利用には地域・季節的偏りがあり、通勤・通学の利用は時間的偏り(朝夕に集中)がある。こうした交通需要を支えるためには多くの

場合、固定施設(駅・空港等)や高価な機材(車両、航空機等)が必要であり、需要集中期に需給を絶えずバランスさせることは困難である。このため、季節によって需給逼迫による混雑等が生じ、観光に支障をきたすケースがみられる。各地域において、鉄道、バス、タクシーなどの交通事業者と観光地が連携して観光客の移動が円滑に行われるよう、運行計画や運賃制度などを調整する仕組みとして、マドリッド州(スペイン)や熊野エリア(和歌山県)に取り組み例が見られる、地域ごとに最適な観光交通システムを構築することが必要である。

3. 観光渋滞の解消

- (1) 訪日外国人が集中する大都市における道路渋滞は、市民の暮らしに「観光公害」とも言える状況を生み出し、外国人観光客の受け入れに対する忌避感を高めかねず、改善に向けた施策は急を要する。国土交通省が行おうとしているエリアプライシング(通行料徴収)などの渋滞対策実験とその検証を踏まえた改善の取り組みを加速すべきである。

<図表1-1、1-2参照>

【観光渋滞とその対応例】

鎌倉市(神奈川県)では海と山に囲まれた狭い市街地に観光客の自家用車が流入することから、渋滞が慢性化している。沿線住民の通勤・通学の足にもなっている江ノ電が混雑し、市民生活に支障が出ている。

福岡市では、市内の道路渋滞解消のため、従来の大型バスより多い130人が乗車できる連節バスの運行を2016年から試験導入した。

II. 多様なニーズを捉えて地域に人を呼び込むワイドな観光へ

観光客の大都市圏集中は、その中でも一部の特定有名観光地や商業施設に偏っているというのが実態であり、大都市の全地域にまんべんなく観光客が多数訪れているわけではない。個々の地域に交流人口を増やしていくことが重要であり、それぞれの地域が観光資源の見直しと充実化を図るとともに多様な観光手法を積極的に採り入れて、観光の幅を広げた「ワイドな観光」を推進する必要がある。これにより観光客が分散(ワイド化)する効果を生むことも期待される。なお、こういった施策を全ての地域で自らの力で進めるのは難しいことから、各地域の取り組みを後押しする国による財源面や人材での支援が望まれる。

また今後、「ラグビーワールドカップ2019」、「東京オリンピック・パラリンピック競技大会(以下、「東京2020」)」、「ワールドマスターズゲームズ関西」(2021年)などの大きな国際行事が続く。通常の観光客に加え、これらのイベント関連で多くの外国人が訪日する。その機会を各地域への誘客に結び付けるべきであり、特に東北や九州など震災で観光客が減少した被災地への送客につながる施策の展開を求めたい。

1. 産業観光をはじめとするテーマ別観光の一層の推進

- (1) すべての地域には産業(なりわい)があり、産業の視点で地域を見つめ直すことにより、

工場をはじめとするものづくりの現場、産業遺構といったハードだけではなく、これらの産業を支える技術・技能、デザイン・意匠などといったソフトも観光資源として発掘することが可能になる。さらに、歴史的・文化的価値のある遺産と組み合わせることにより産業観光の幅が広がり、持続可能な観光として推進すべきである。

【産業観光の規模】

2016年の産業観光の年間参加者数は7,000万人におよび((公社)日本観光振興協会調査)、同年の日帰りを含む国内観光客総数(約6億人)の約1割を超えており、観光形態のひとつとして定着している。

- (2) 産業観光は、当該企業の広報・CSR活動や製品ブランド価値向上等を動機として行われているものが多く、一般的に無料であることからビジネスモデルが成立しにくい状況にある。そのため、産業観光による旅行商品が造成できずに取り組みが中断している地域・企業の実態も伝えられている。持続的な産業観光とするため、企業単体ではなく地域として実行委員会・コンソーシアム等をたちあげ、収益のプールおよび配分といったビジネスモデルを構築すべきである。

【産業観光で収益をあげている事業所】

産業観光で投資に見合う収益をあげている事業所は全体の約12%であり、業種別に見ると「飲食料品・繊維工業」が約28%と最も高く、鉄鋼・自動車・化学・紙パルプといった重厚長大製造業は1%程度にとどまっている。(経済産業省「産業観光資源に関する調査」(2010年))

- (3) 産業観光における見学・体験・テクニカルビジットといった産業(企業・工場)訪問は、「コト消費」を志向する訪日外国人からも関心が高く、MICE誘致に寄与するコンテンツとして、より一層、推進するべきである。

【MICEと親和性の高い産業観光】

JNTOが国内外MICE関係者の訪日インセンティブ旅行への理解と意欲向上のため、2016年度より実施している「JAPAN Best Incentive Awards」では、自動車メーカーの工場見学や各地で活躍する職人や工芸品に触れるといった産業観光の取り組みが2017年度の大賞を受賞し、高い評価を得ている。

- (4) 2017年の訪日外国人の消費支出に占める娯楽サービスの割合は約3%に過ぎず、観光先進国である欧米諸国に比べて低い。一方、同年の訪日外国人の6割はリピーターであり、彼らが次回訪問(リピート)時に希望する活動としては、自然・農漁村体験、温泉入浴、歴史・文化体験などといった「コト消費」への人気が高い。伝統家屋を活用した茶

道、華道、琴等の文化体験プログラムが人気を博している実態を踏まえ、体験型コンテンツの開発を強化すべきである。

<図表2-1、2-2参照>

【各地で進む ONSEN・ガストロノミーツーリズムの取り組み】

欧米を中心に、食と景色を楽しみながらその土地をウォーキングする「ガストロノミーツーリズム」が普及している。日本では、(一社)ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構がこれに「温泉」を組み合わせた「ONSEN・ガストロノミーウォーキング」を各地自治体・商工会議所等の協力も得て開催。2017年5月の開始後、半年で12回開催し、延べ2,500人が参加するなど人気を得ている。

(5) ユネスコの世界遺産に登録されている日本国内の文化・自然遺産(文化遺産16件、自然遺産4件)や国宝等の文化財(例:国宝1,110件)は、多くが大都市圏でなく地方圏にある。こうした世界遺産や文化財は国内外の旅行者の訪問動機につながり、旅行者の地域分散に有効である。国としてそれらを活用するための各種取り組みを進めているが、より一層重要なことは、各地域の文化財等の情報発信を強力に進めることである。また、2015年度に創設された地域の歴史、文化、伝統に関する「日本遺産」の認定と情報の拡散を図るべきである。これらの情報発信の際には多言語化が当然のこととして必要である。

【各地域の文化財やお祭りの情報を一元化して発信】

文化庁では、全国の文化財等の情報を発信するポータルサイト「文化財オンライン」を構築。2020年までに訪問回数200万回を目標としている。また、(一財)地域伝統芸能活用センターが運営するホームページ「まつりーと」では、「お祭りに参加する人を募集したいとする地域」と「お祭りに参加したい人々」とを結びつける仕組みを構築。観光客が各地域の祭りを鑑賞するだけでなく参加することにより生まれる地域住民との交流・ふれあいを重視している。

(6) 発想の転換、地域資源の見直しにより、新たな観光サービスを推進すべきである。事業化のために適正な有料化や行政支援が求められる。

【マイナスをプラスに転換】

新庄商工会議所(山形県)では、地域の厄介者とされてきた雪の活用に着目し、JR駅近くの公園を雪遊びのフィールドとして整備。スノーモービル等の体験ができる。深夜の除雪車見物等の体験型観光コンテンツの開発や海外へのプロモーションも積極的に行い、雪遊びフィールドの来場者数も2015年度200名、2016年度500名と年々増加している。

【廃線鉄道を地域資源として活用】

神岡商工会議所(岐阜県)では、廃線(旧・神岡鉄道)を「レールマウンテンバイク」として活用し観光事業化。土日祝日やGW・お盆等の繁忙期は事前予約で埋まっており、国内観光客だけではなく訪日外国人も訪れ、活況を呈している。利用者は2007年の1,301人から、2015年には41,840人に増加し、年間6,000万円の売上高を生み出している。

2. 多様な時間帯に楽しめる観光・サービスの推進

(1) 交通インフラの環境整備により短時間で長距離移動が可能な地域では、観光客の滞在時間が短く、日帰り・通過型の観光にとどまっているところがある。魅力的な施設の早朝開放をはじめ観光客のニーズに沿ったモーニングタイム・ナイトタイムの魅力ある観光資源を掘り起し、体験型コンテンツとして整備していくこと(24時間観光)は、観光客の地域間における滞在時間・日数の長期化を促し消費額増加や混雑解消につながるので、強ちに推進すべきである。

【寺の早朝開放の実施】

奈良市観光協会では、薬師寺、唐招提寺、喜光寺の三寺による「奈良・西ノ京ロータスロード～蓮とご朱印めぐりを楽しむ旅」を実施し、早朝参拝や僧侶とめぐるウォーキングツアー等が催行されている。2018年からは参加寺院も増えている。

【おもてなし文化として「モーニングサービス」の実施】

一宮商工会議所(愛知県)では、地域で盛んな喫茶店のモーニングサービスに着目。情報発信や食品メーカーと連携したメニュー開発、大学生・高校生への就業体験提供等に取り組み、2016年に地域団体商標(地域ブランド)に認定された。名古屋市はじめ近隣から多くの観光客がモーニングサービスを目的に訪れている。

※モーニングサービス:ドリンク代のみで朝食が提供されるサービス

【夜景観光の実施】

長崎商工会議所が中心となり、官民一体の推進体制で市民・地元企業の協力も得て夜景観光を推進。夜景のテーマ曲制作や見上げる夜景として「稲佐山電波塔ライトアップ」を実施し、2016年から通年化している。宿泊客数・観光消費額も年々増加しており、宿泊滞在型観光の推進にも貢献している。

(2) ナイトタイム需要を創出していくためには、美術館・博物館をはじめとする娯楽施設の開館時間の延長、催物の開演時間の工夫はもとよりそれらを楽しむ行動を支える鉄道・バス等の夜間交通およびその安心・安全の確保等が不可欠であり、官民一体となり課題解決に向けた取り組みを進めるべきである。

【国の登録有形文化財を活用したナイトタイムの観光振興】

姫路商工会議所(兵庫県)では、青年部が中心となり閉館後の市立美術館(登録有形文化財)の前庭および周辺を活用した「HIMEJI MUSEUM DINNER」を実施。市内飲食店が協力し、音楽ライブ、撮影会が行われ、目標を上回る約4,000人を集客した。

3. 国際的イベントをテコにした誘客強化

- (1) 過去のオリンピック・パラリンピック開催国の訪日外国人の推移を見ると、招致決定後から長期間にわたってインバウンド需要が喚起される傾向にある。東京2020大会開催後も見据え、官民が一体となりインバウンドの地方分散がより進むような受入体制の整備や訪日プロモーション等の取り組みを継続して進めるべきである。

〈図表2-3参照〉

【ロンドン五輪開催後の取り組み】

イギリス政府は、ロンドン五輪(2012年)終了後、2013年4月に「Delivering a Golden Legacy」を策定。2020年までに訪英外国人旅行者数4,000万人、訪英外国人旅行消費額315億ポンドという目標を設定した。また、2012年から数年間、インバウンド誘致のため政府と民間部門が折半で1億ポンドを拠出したプロモーション事業も実施されており、訪英インバウンド数も2012年3,108万人から2015年3,611万人へと着実に増加している。

- (2) 「ラグビーワールドカップ2019」、「東京2020」大会等の国際イベントに訪れる選手、スタッフ等の大会関係者、メディアおよび観戦者に対しできる限り地方への周遊を促し日本での長期滞在につなげていくことが重要である。このため、各地域の観光を点でなく広域のルートを提示することが効果的であり、広域観光に熱心な地域の取り組みを国のモデル事業に指定し、訪日外国人への強力なプロモーションをすべきである。
- (3) 大阪・関西での開催に向けて誘致活動が進められている2025年国際博覧会(万博)について、その開催前後を含めた訪日外国人の増加に期待がかかる。誘致を実現するため国を挙げた取り組みを加速すべきである。

【招致実現に向けた商工会議所の支援】

大阪商工会議所では、「大阪商工会議所2025日本万国博覧会誘致推進本部」を設置。オールジャパンの誘致推進体制である「2025日本万国博覧会誘致委員会」と連携し、誘致委員会の会員募集やプロモーション活動等を積極的に展開している。

4. 観光による被災地域の復興支援

- (1) 2017年に福島県を訪問した訪日外国人(宿泊者)数は、東日本大震災前の2010年

比で 107.8%となり初めて震災前を超えたが、修学旅行をはじめとする教育旅行の実施件数は震災前の水準を下回ったままである。教育保護者や地域教育関係者に対する理解促進を図り、すでに安全が確保されている被災地域(特に福島)への教育旅行を大いに推進すべきである。

<図表2-4、2-5参照>

【復興に向け挑戦する姿を知ってもらう「ホープツーリズム」の取り組み】

福島県では、(公財)福島県観光物産交流協会を中心に各分野で復興に向き合う人との出会いや福島のありのままの姿を実際に見て聞いて学んで、希望を感じてもらう「ホープツーリズム」を県外の中高校生等を中心に提案している。福島県への教育旅行の実施学校数は 5,936 校(2016 年度、対前年度比 4.6%増)と回復傾向にある。

(2)2016 年の熊本地震は、70 万件を超える旅行・宿泊キャンセルが発生するなど、九州の観光産業に重大な影響をおよぼした。官民一丸となった対応により復興が進み観光客数も回復してきたが、熊本城等や主要ルート of 完全復旧などに向け国による継続的支援を図らきたい。

Ⅲ. 観光を、地方創生を実現する競争力のある産業とするために

インバウンド 4,000 万人時代が目前に迫る中で、地方創生を実現する観点から観光産業を競争力のある産業として発展させていくことが不可欠である。一方で、急速な人口減少・高齢化に伴う地域の疲弊や人手不足が深刻化している。このため、国として観光産業における人手不足解消・生産性向上に向けた速やかな対応を図るとともに、中長期的な取り組みを進めていくことが極めて重要であり、そのための強力な支援をお願いしたい。

<図表3-1参照>

1. 多様な人材の活躍推進による人手不足・人材不足への対応

- (1) 宿泊・飲食業等における人手不足解消にあたっては、女性・高齢者等の多様な人材の活用促進が不可欠であることから、民間事業者における社会保険料の負担軽減、職業訓練への支援拡充をはじめとした労働環境整備をすべきである。
- (2) 急増するインバウンドへの対応にあたっては、外国人の一層の活用促進が不可欠であることから、外国人技能実習制度における 2 年目以降の在留資格となる 2 号移行対象職種の適宜見直しが必要である。例えば、宿泊・飲食業界からのニーズが高い料飲サービス業においては、職業能力開発促進法に基づき実施される「レストランサービス技能検定」が存在することから、こうした検定試験を 2 号移行対象職種の追加に必要な技能評価試験として活用しながら、制度への組み込みを図るべきである。また、現行 9 項目に限定されている在留資格「技能」(特殊専門職)の追加を前提とした見直しを図るとともに、新たな外国人受け入れ制度の構築に関する検討も開始すべきである。

【外国人技能実習制度の観光業での活用の現状】

現在、技能実習 2 号移行対象職種には、77 職種 139 作業が指定。2017 年 5 月より「ビルクリーニング職種」にベッドメイク作業（客室整備作業）が追加されたものの、とりわけ宿泊・飲料業界からのニーズが高い料飲サービス業務は対象に加えられていない。

【在留資格「技能」をめぐる現状】

現在、出入国管理及び難民認定法第 7 条第 1 項第 2 号の基準を定める省令（いわゆる基準省令）において、①調理師、②建築技術者、③外国製品の製造・修理、④宝石・貴金属・毛皮加工、⑤動物の調教、⑥石油地熱等採掘調査、⑦航空機操縦士、⑧スポーツ指導者、⑨ワイン鑑定士等の 9 項目に限定。

- (3) 各地域の DMO を実質的に支えているのは、観光関連企業からの出向者であることも多く、観光人材の確保継続の重要性が指摘されている。観光地経営と観光産業高度化に資する観光経営人材の育成を重点的に推進すべきである。

【観光人材育成の取り組み】

観光産業をリードするトップレベルの経営人材を育成するため、2018 年 4 月より一橋大学・京都大学に観光 MBA コースが新設された。2019 年 4 月より開設される専門職大学では、即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成・強化を目的としている。

2. IT・IoTの活用による生産性向上

- (1) 経営効率の低さが指摘されている宿泊・飲食業等においては、汎用的消耗品・食材等の共同調達・購入による経営効率化が期待されることから、こうした共同化事業等の推進の核となりうる業界に対して支援を行うべきである。

【東京都飲食業生活衛生同業組合(東京都)におけるITを活用した共同仕入れの取組】

組合加盟店舗 30 店がクラウドシステムを活用した共同仕入れを実施。仲介料が発生しないため仕入れ価格の低廉化が実現されたほか、従来 3 日程度で仕入れていた商品が 1 日程度にまで短縮され、食材の鮮度も格段に向上した。

- (2) きめ細かな接客対応や清掃・ベッドメイキング等の重労働を伴う宿泊業等においては、宿泊予約システムをはじめとした IT 化への支援や重労働の自動化・省力化に向けた産業ロボット等の開発促進を図られたい。同時に、これらの中小・小規模事業者への導入支援を図るべきである。

【ホテル八木(福井県あわら市)における IT 活用の取り組み】

これまで手作業としていた業務について宿泊予約システム・勤怠管理システムを導入することにより生産性向上を実現。これにより、同社(従業員約 70 名)の業績が大幅に回復した。

【空港での装着型支援ロボット導入】

羽田空港、成田空港ではリムジンバス会社、航空会社等で荷物の積み込みなどを担当する係員が装着型支援ロボットを活用している。装着することで、腰への負荷が大きく低減すること(最大補助率40%)が科学的にも証明されており、インバウンド増で荷物が増量・大型化している中で生産性向上に寄与している。

3. DMO等による国内連携の推進

- (1) 観光振興を効率的に図るうえで関連するデータ収集・分析は欠かせない。しかしながら、それを専門的に扱うべき DMO 等においてさえも、そのための専門人材確保が進んでいないことから、地方創生関係交付金等を活用した外部専門人材の活用促進を進められたい。さらに、こうした外部専門人材の任期終了後を見越した地元人材の確保・育成に対する支援強化を図るべきである。

<図表3-2、3-3参照>

【(特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構(北海道釧路市)の取り組み】

地方創生関係交付金を活用した外部専門人材の登用により、詳細なマーケティングデータに基づきながら、アイヌ文化やマリモに代表される地域資源を活かした着地型旅行商品開発や戦略的プロモーション等を実施。外国人観光客数・消費金額の増加に大きく寄与している。

- (2) DMO 等を安定的・持続的に運営するための財務基盤の確保が大きな課題となっていることから、収益事業の開発・実施をはじめとした自主財源確保方策に係る先進事例の周知・情報発信や専門家によるコンサルティング支援措置等の創設を図るべきである。

【(株)まちづくり小浜(福井県小浜市)の取り組み】

道の駅・レストランの指定管理収入や特産品開発により DMO の自主財源を創出。また、REVIC(地域経済活性化支援機構)や地元金融機関等との連携により、経営力・収益力強化も実現している。

- (3) 地域内における観光振興は、行政・商工団体・観光団体等関係者による取り組み(ホームページ、チラシ作成など)が重複しているケースがみられ、その解消に向けて DMO への期待が高まっている。一方、同一地域に複数の DMO が設立されている例も散見されるようになった。このため、各運輸局単位に設置予定の「連絡調整協議会」等を活用しながら、DMO 同士の連携・役割分担の推進も図るべきである。

【(一社)気仙沼地域戦略(宮城県気仙沼市)におけるDMOの取り組み】

DMO 形成によって、地域内の官民における観光振興の取り組みの「モレ」と「ダブリ」を解消するとともに、着地型旅行商品の開発・実施等への経営資源の集中投入を実現。関係者によって機能分担が成されている。

4. 国境を超えた国際連携の推進

- (1) 海外における先進的な DMO 運営や観光地域づくりの手法を日本版 DMO の形成・確立に活かしていくことが必要であることから、国による海外先進事例の調査研究を図るとともに、それらの周知・情報提供を強化すべきである。
- (2) インバウンドの一層の裾野拡大を進めていくために、姉妹都市協定や企業進出先・海外拠点の起点とした訪日プロモーションや国際連携事業等に対する支援強化を図られたい。併せて、インバウンド拡大に向けた訪日ビザ発給要件のさらなる緩和を図るべきである。

【七尾市(石川県)における国外連携による観光地域づくりの取り組み】

産業界における経済交流を契機として、アメリカ・モンレー市と姉妹都市締結を締結するとともに、同市公認の「モンレージャズフェスティバル in 能登」を毎年開催。ジャズミュージックの聖地であるモンレーとの連携により、観光客数は3倍以上に増加し、大きな経済効果が発現している。

- (3) 海外との相互交流を促進するとともに、将来のわが国における観光振興・国際交流を担う人材育成を図るために、若年層等に対するパスポート取得費用の軽減措置をはじめとしたアウトバウンド促進に対する支援措置を創設すべきである。

＜図表3-4、3-5参照＞

IV. 安全・快適な観光実現のために

訪日外国人の急激な増加と個人手配型旅行への急速なシフト等旅行形態が多様化する中、より多面的な受入環境整備の拡充が急務である。公衆無線 LAN や多言語対応の整備等、ハード面の環境整備は引き続きの課題ではあるが、個人旅行の急増に伴い、施設のスタッフや住民とのコミュニケーション等、ソフト面での環境整備強化の必要性が指摘されている。

全体として増加傾向にある訪日外国人を全国各地域へ誘客するに当たっては、地域住民と観光客双方が安全・安心・快適に過ごせる地域づくりに向けた取り組みの推進が欠かせない。そのためにも民泊の健全な運営や、訪日外国人に対するルール・マナーの啓蒙徹底等について、国と地方が連携した対応が必要である。

また、地方でのキャッシュレス対応の遅れや、災害・傷病等のトラブル発生時における観光客の安全確保に配慮した危機管理対応については全国的に取り組みが進んでいない実態がある。今後国際的イベント開催が続く環境下、政府による強力・継続的な体制整備をお願いしたい。

＜図表4-1参照＞

1. 観光客の安全・安心・トラブル防止への対応

- (1) 国の訪日外国人向け情報アプリ「Safety tips」はプッシュ型の情報周知等有効であるが、認知度の低さが課題である。在留外国人による活用促進を含め JNTO・在外大使館等

とも連携した訪日外国人向けプロモーションを強化されたい。

- (2) 全国の商工会議所に対し、各地における旅行者の安全確保に配慮した危機管理対応について聞いたところ、全国的に取り組みが進んでいないことがわかった。

他方、観光庁では2014年に自治体向けに「訪日外国人旅行者の安全確保のための手引き」を提供し取り組みを促したが、どの程度活用が進んでいるか不明である。各地のその後の状況を把握し、訪日外国人の危機管理対応確立に向けた指導および支援をお願いしたい。

<図表4-2参照>

【地域での安全対策】

小田原箱根商工会議所(神奈川県)では「小田原箱根の観光ビジョン」の一環で安全対策マニュアルを作成し、会員事業者向けに配布している。また、保険会社と連携し、火山・噴火に備えた「噴火デリバティブ」(金融派生商品)を商品化している。こうした商工会議所は少ない状況。

- (3) 訪日外国人の傷病対応に関しては、医療機関の過半数が意思疎通や未収金リスク等を負担に感じており、実際、2015年度の1年間に診療・治療にあたった医療機関の35%が医療費の未収を経験している。市町村等自治体は地域の外国人患者受入の実態を十分には把握していないことから、地方運輸局と自治体が連携・協力して状況を把握するとともに対策を速やかに講じるべきである。

<図表4-3、4-4参照>

2. 住民の安全・安心、地域保護への対応

- (1) 民泊については、地域住民から安全・衛生面に関する不安の声が聞かれる。違法民泊提供者に対する取り締まりや罰則の周知・適用を徹底することはもとより、法令や自治体が定める条例等に基づき、地域の実情も踏まえた、民泊制度の適正な運用に向けた取り組みを強化・継続すべきである。
- (2) 一方で、今後も増加が予想されるインバウンド需要などへの対応に関し、宿泊施設の不足解消は大きな課題である。適格・健全な民泊の推進に向け、国と地方が連携して訪日外国人目線に立った地域の生活に関するルールやマナーの周知を図り、その徹底に向けた啓蒙をお願いしたい。

【民泊に関する意見書を提出】

京都商工会議所は京都市長に民泊が良質な宿泊サービスとなるよう市の独自ルールを定めた条例制定などを求めた要望書を提出した。

- (3) 2015年度の1年間に訪日外国人の診療・治療にあたった医療機関の35%が医療費の

未収を経験している(前掲のとおり)。政府としてトラブル防止の観点から、補償範囲が広い日本の保険への加入促進を強力に図られたい。日本に到着するまでの航空機内や船内等でのPRを効果的に行うとともに、ツアー商品への付帯やビザ発給との連動などの可能性を検討すべきである。

- (4) 経済産業省の支援を得て設立された一般社団法人 Medical Excellent Japan (MEJ) (官民連携による日本の医療の国際展開を推進する目的)が認証した渡航受診者受入医療機関(総称して「Japan International Hospitals」という)はインバウンドを担当する専門部署を設置している。国はそれらの医療機関(2017年12月26日現在、全国で41病院を推奨)において培われたノウハウを集約し全国の医療機関と共有すべきである。

<図表4-5参照>

3. 訪日外国人旅行者の滞在利便性の拡充

- (1) 訪日外国人にとって最大の困りごとは「コミュニケーション」であり、その改善が急がれる。“いつでも、どこでも”ネット接続が容易に行える Wi-Fi 環境の全国的整備の促進、案内表示・標識の多言語化や統一のピクトグラム(絵文字)化の推進、さらには音声対応等を進め、ユニバーサルツーリズムの実現を図ることが求められる。また、商店街等では、移動する人がシームレスにネット環境を保てる Wi-Fi 環境の整備が望まれる。このような地域のバリアフリー化に向けたインフラ整備は一般の国民生活にとっても重要である。

<図表4-1参照(再掲)>

【全国的にみた Wi-Fi 環境の整備状況】

Wi-Fi は民間主導で進めているものと自治体等が進めるものがある。政府では、補助金(総務省)や交付金(地方創生関連)などにより、各地自治体における観光・防災等の公的拠点や施設における無料 Wi-Fi の設置整備を進めているが、総務省によると防災等に資する Wi-Fi 環境の整備状況は 2017 年 10 月現在、全国で約 64%に留まっている。

<図表4-6、4-7参照>

- (2) Wi-Fi 環境やトイレの洋式化をはじめとする訪日外国人の受入環境整備においては、観光庁における訪日外国人受入環境整備緊急対策事業等による支援がなされているが、例えばトイレの洋式化では、補助率(3分の1)の面からも活用が進んでいない実態が報告されている。特に自主財源の少ない市町村等の自治体では補助率が少なく、活用し難いとの声がある。事業者がより活用しやすくなるような補助事業の制度設計が必要である。
- (3) キャッシュレス決済が進んでいる国・地域からの訪日客が急増するなかで、日本での消費の促進・円滑化に向け、キャッシュレス環境を整備すべきである。その際、欧米はクレジットカード、中国・韓国等はスマホ(QRコード)など国・地域により普及している決済手段が異なるので留意が必要である。

他方、日本では交通系 IC カードによる支払いの利便性が急速に高まっており、2020 年の発行枚数予測では2億枚を突破する勢いである。また同カードの利用可能店舗数は 2017 年 12 月現在、45 万店舗まで拡大している(JR 東日本調べ)。日本での利活用が進む交通系 IC カードを訪日予定外国人に積極的に PR し、訪日直後から取得・利用できる体制の整備を併せて行うべきである。また、美術館・博物館・スポーツ施設等の地方の主要公共観光施設などでの利用促進を図るべきである。これにより物品購入・公共交通機関・施設利用の面から訪日外国人の利便性向上が図られる。

<図表4-8参照>

【キャッシュレスサービスの推進】

下関商工会議所(山口県)では、クルーズ船での訪日外国人の消費喚起を目的に、行政、商店街組合等と協力しクレジットカード決済やスマホ決済に関するセミナーを実施し、キャッシュレス環境整備を推進している。4 月からの大型クルーズ船寄港に向け、地元商業施設や飲食店等事業者の関心も高まっている。

【LCC での公共交通機関チケット販売】

日本の LCC 機内では、空港から首都圏に向かう公共交通機関のチケットを機内販売として取り扱っている事例がある。利用者は機内で入国前にチケットを購入することで時間短縮を図ることができ、航空会社は鉄道会社からの手数料収入、鉄道会社は他の公共交通機関との差別化につながっている。

(4) 2020 年 4 月 1 日運用開始予定の免税販売手続の電子化(2021 年 9 月 30 日までは現行の紙による免税販売も可能)に向けては、事業者への周知をはじめ、機器の導入等の補助等、必要な事業者支援をお願いしたい。

(5) 多様な民族・宗教および文化的背景を有する外国人に配慮した食事の提供、施設(機能)の整備が進むよう在留外国人の積極活用や地域とのマッチングを行う等、全国的な啓発と支援を行うべきである。

【在留外国人を活用した環境整備】

帯広商工会議所(北海道)ではマレーシア人職員を中心に、礼拝所の設置やハラールメニューの開発等、ムスリム観光客の受入整備を推進している。インバウンド体験ツアーの実施に結びついている。

4. 親しみを感じ、歓迎されていると感じるもてなしのまちづくり

(1) 観光振興は、自治体、観光関連団体、事業者、住民の参加協働による地域をあげでの推進が不可欠である。すべての観光客が快適に過ごせる“時と場所”の整備に向け、住

民を含む地域の人々がもてなしのこころをもって観光客を温かく迎えるという意識醸成を官民協力して推進する必要がある。

【高山市の観光まちづくりの取り組み】

高山市(岐阜県)は(一社)飛騨・高山観光コンベンション協会に委託し、高齢者や障がい者が安心して観光できる環境づくりを推進している。また、観光関係者や市民を対象に観光まちづくりやもてなしを学ぶ場を提供する等、官民協力してのまちづくりに取り組んでいる。結果、暮らしやすい地域づくりにもつながっている。

(2) サービス品質は本来数値化するのが難しいが、「おもてなし規格認証制度」はサービス産業の活性化と生産性向上を目的に、企業のサービス品質を「見える化」する仕組みであり、観光産業において継続的に活用されるべきである。制度を推進することにより従業員の意欲と能力を引き出すことにつながっている。同制度活用の全国的な普及促進とそれによる人材教育・育成を推奨すべきである。 <図表4-9、4-10 参照>

【静岡県での取り組み】

静岡商工会議所はおもてなし規格認証制度を活用し県内の飲食・宿泊をはじめとしたサービス産業全般のおもてなし力向上を図っている。これまでに金認証 34 件(全国 1 位、全国平均 3 件)を認定。認証を通じ、従業員が自信と誇りを持つと共に経営者の生産性向上等に関する意識の向上に役立っている。

V. 官民の連携・協働、情報発信体制の構築、観光統計の整備について

観光立国実現のためには地域内あるいは広域に関係者の連携が必要である。行政区域を越えて広域な観光地域づくりを推進する際に地方運輸局の果たす役割は大きく、商工会議所、観光推進機関等との連携を強化すべきである。

また、交通手段・宿泊施設や観光地に関する「情報」は観光行動に重要な役割を果たすため、官民が連携して、的確・効果的な情報の発信・提供に取り組む必要がある。

地域および各観光関連事業者において、観光戦略策定および見直しの際に不可欠なのは、観光客数、宿泊施設の客室数・稼働率、交通手段や通信環境など正確な地域別の基礎的データである。観光地入込客数については国が共通基準を設けているが、都道府県単位での提供にとどまって(不参加自治体もある)おり不十分である。国の強力な指導を通じて基礎的観光統計をより一層、整備・拡充していくべきである。

1. 連携・協働および新たな観光財源の活用策

上述したような観光地域づくりの推進には、官民の連携・協働が欠かせない。特に、財政基盤の弱い地域の取り組みには国による支援が重要である。

国は、観光立国実現に向けた観光施策の拡充・強化を図る観点から、観光促進のための

税として国際観光旅客税を創設し、2019年1月7日以降の出国旅客に定額・一律1,000円を徴収する。本税の用途については、①ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備、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る地域での体験滞在の満足度向上、の3つの分野に充当する基本方針が示されている。

本税については、外国人のみならず日本人も徴収対象であることから、インバウンド需要への対応のみならず国内観光の振興にも使われるべきであり、特に観光客を各地域に分散させる施策に重点的に使われることを検討されたい。

2. 情報発信体制の構築

(1) 訪日希望のある潜在的インバウンド需要に向け、日本および各地域に関する情報を効果的に発信することが不可欠である。特に、発信コンテンツについては、在住外国人を活用し、彼らの目線にとらえた地域の日常等を(日本人の文章の翻訳でなく)母国語で考え母国語で発信してもらうことが何より重要である。外国人目線の情報発信をより効果的に行うため、地域在住外国人のネットワーク化を図り、素顔の日本情報として世界に発信すべきである。

【在住外国人の目線を踏まえた情報発信】

鳥羽商工会議所(三重県)では、2016年よりインバウンド専門職員として市内在住のカナダ人を雇用し、外国人目線での情報発信・商品造成等を行っている。2016年の市内含む伊勢志摩地域の外国人宿泊者数は87,000人を超え前倒しで目標を達成し、2017年以降も着実に増えている。

(2) 国は、JNTOの体制強化を通じ訪日無関心層に対する訪日グローバルキャンペーンの展開や地域資源の多言語解説整備支援など各種情報発信に着手している。日本のアニメ、ファッション、ライフスタイルといった優れたコンテンツの情報発信のさらなる強化が求められる。なお、商工会議所では、2016年より全国515商工会議所に観光担当者を設置し、ホームページをはじめあらゆる情報媒体を活用し情報発信の体系化に取り組んでいる。

3. 基礎的な観光統計の一層の整備

(1) 国は、従来の観光統計に加え、都道府県レベルの入込客数・消費額を明らかにする地域観光統計の整備に着手しているが、現在統一的には進められていない市町村単位での実態を明らかにするための地域観光統計の整備・拡充を図られたい。

【高山市の観光統計への取り組み】

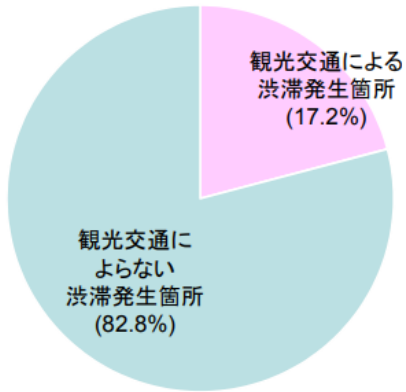
高山市(岐阜県)では、1970年から市が観光関連事業者の協力を得て、観光入込客数等の統計をとっており、観光戦略策定のベースとなっている。2016年の同市の外国人宿泊者数は461,253人と人口(約9万人)の5倍以上となっている。

(2) 観光に関するビッグデータでは、国の地域経済分析システム(**RESAS**)や訪日外国人流動データ(**FF-Data**)、(公社)日本観光振興協会の観光予報プラットフォームがあげられるが、情報が点在しており、データの意味や利活用方法が統一されていない。民間事業者が使いやすく訪日外国人の行動等の情報を収集・分析できるようにするため、観光統計の一元的な提供を図られたい。

図表1-1

観光地における交通の現状と課題

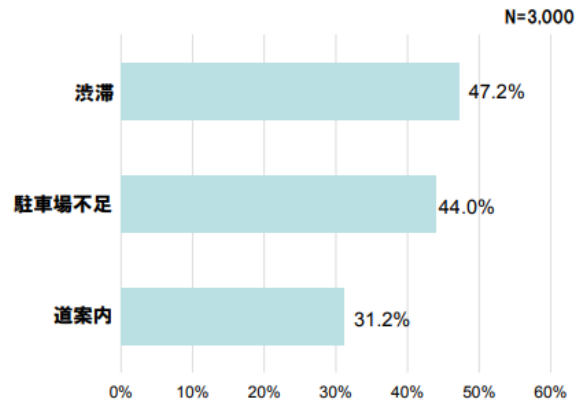
■観光地周辺の主要渋滞箇所



N(主要渋滞箇所数)=9099箇所
 ※H27年12月時点の箇所数

出典)国土交通省調べ

■日本人観光客の不満



出典)国土交通省調べ

図表1-2

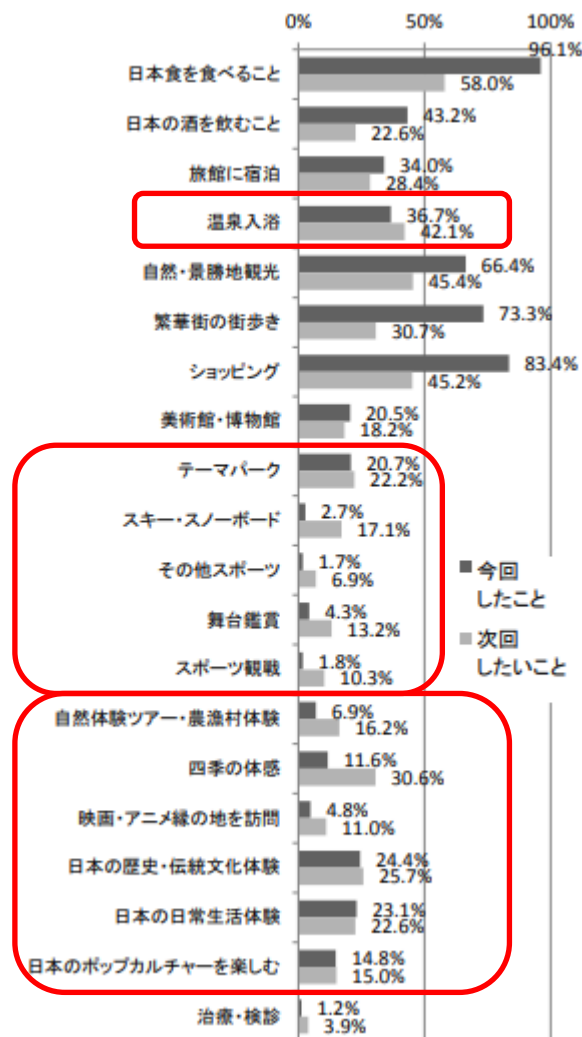
(例) 鎌倉市の観光渋滞



出所: 国土交通省

図表2-1

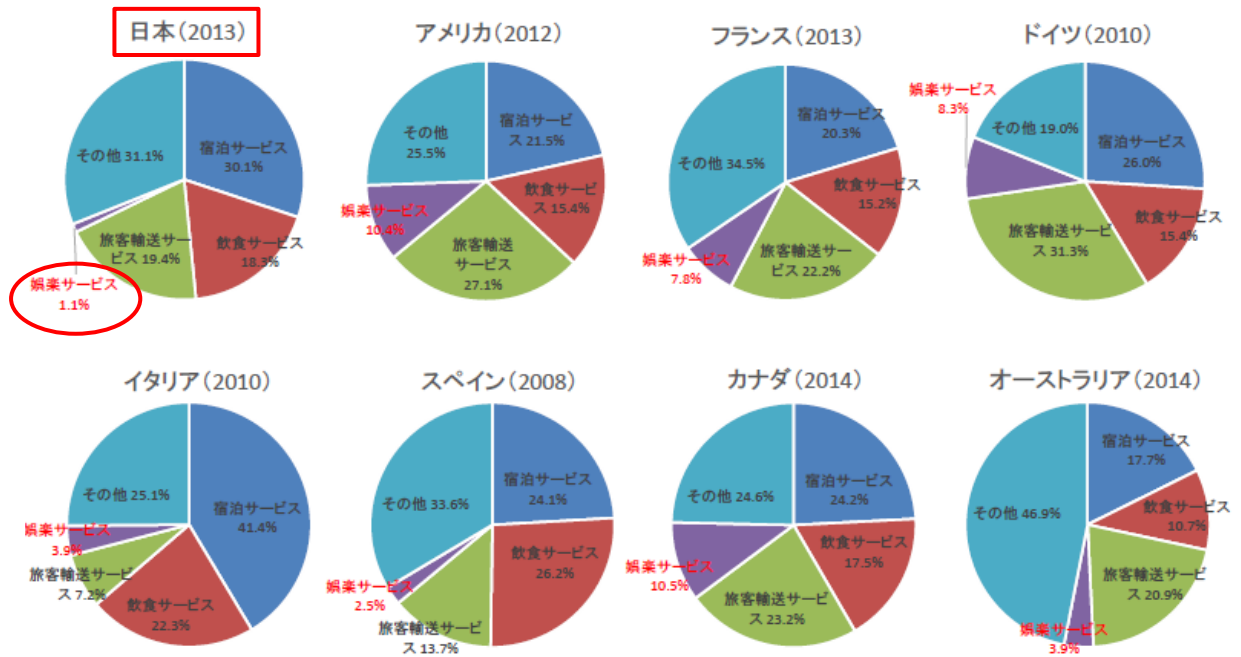
訪日外国人旅行者が訪日時にしたこと・次回訪問時にしたいこと



出所: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」を一部加工

図表2-2

外国人観光客の消費支出割合の諸外国との比較

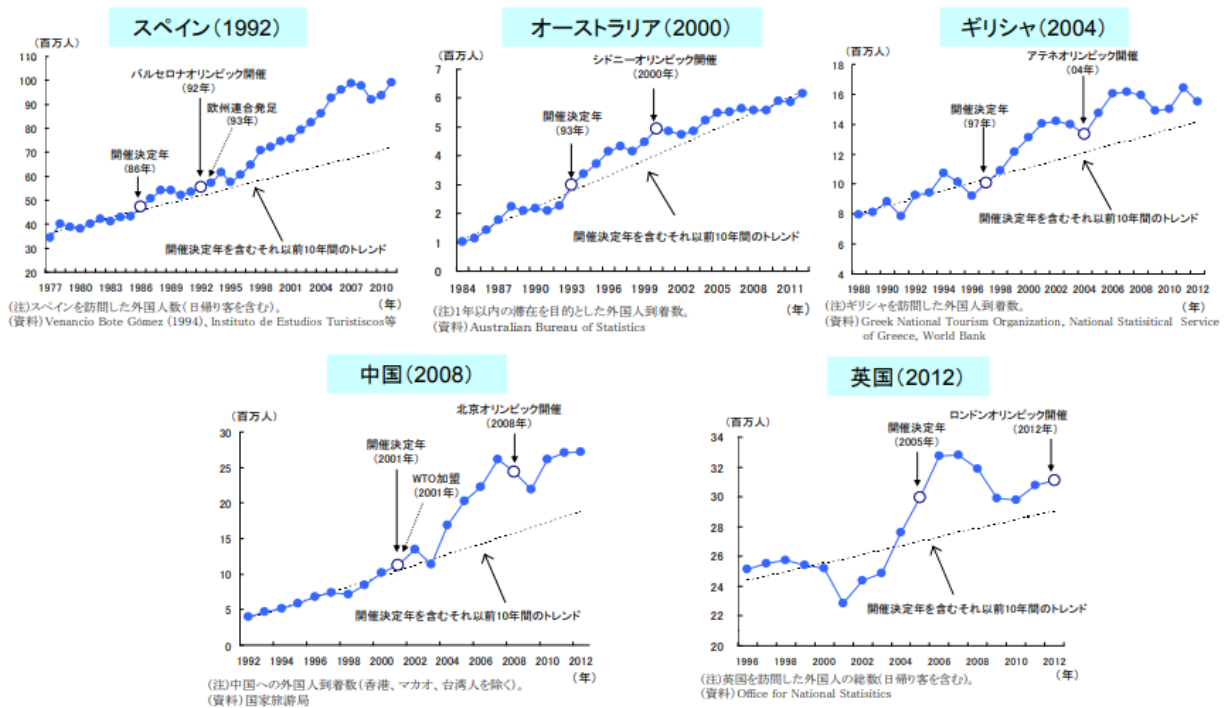


出所:「OECD Tourism Trends and Policies 2016」を元に観光庁作成

(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」によれば2017年の日本の娯楽サービスは約3%

図表2-3

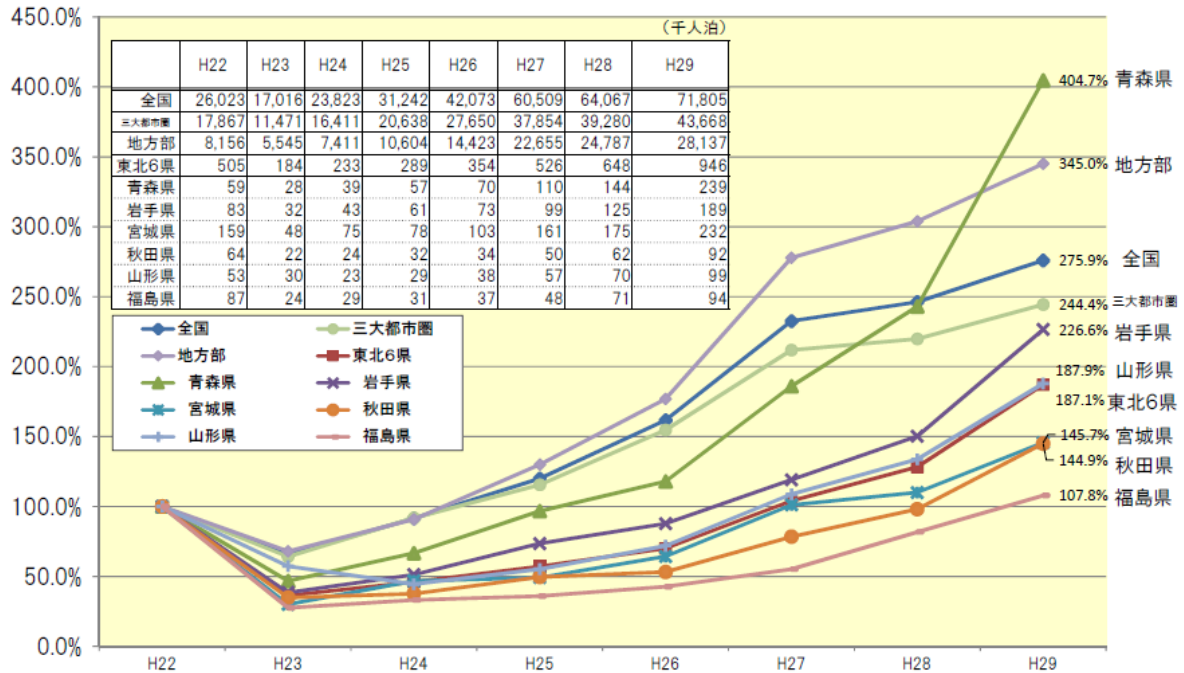
過去のオリンピック・パラリンピック開催国におけるインバウンドの推移



出所:みずほ総合研究所

図表2-4

東北六県への訪日外国人宿泊者数



※パーセンテージは、2010年(震災前)を100とした場合の指数

出所:観光庁「宿泊旅行統計調査」より東北運輸局作成

図表2-5

東北方面への修学旅行実施状況

公立中学校の東北方面への修学旅行実施状況 (単位:校)						
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
北海道	386	9	84	124	138	142
東北	0	2	1	13	4	10
関東	94	11	27	27	23	33
中部※	1	-	-	-	-	-
甲信越	-	0	1	1	1	0
北陸	-	0	0	0	0	3
東海	-	0	0	1	2	4
近畿	3	1	1	2	4	2
中国	0	0	0	0	0	0
四国	0	0	0	0	0	0
九州	0	0	0	0	1	0
合計	484	23	114	168	173	194

公立高等学校の東北方面への修学旅行実施状況 (単位:校)						
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
北海道	0	0	0	2	0	1
東北	2	0	3	0	1	2
関東	9	6	11	13	14	21
中部※	3	-	-	-	-	-
甲信越	-	0	0	1	1	1
北陸	-	0	0	4	0	2
東海	-	0	0	2	0	1
近畿	24	6	4	16	16	17
中国	0	1	0	1	2	2
四国	1	0	0	0	1	1
九州	17	0	3	9	14	19
合計	56	13	21	48	49	67

出所:(公財)全国修学旅行研究協会

図表3-1

観光産業（宿泊業）における人手不足の状況

【従業員が「不足」している上位10業種】

正社員		2016年1月	
1	放送	↓	66.7
2	情報サービス	↑	66.5
3	医薬品・日用雑貨品小売	↑	64.0
4	旅館・ホテル	↑	57.6
5	メンテナンス・警備・検査	↑	57.3
6	飲食店	↑	54.3
7	自動車・同部品小売	↑	54.2
8	建設	↑	53.6
9	飲食料品小売	↓	52.0
10	運輸・倉庫	↑	51.9

職種(業種)	有効求人倍率	賃金
建築・土木・測量技術者 (建設業)	4.31倍	32万8000円
飲食物調理 (宿泊業・飲食サービス業)	2.91倍	24万900円
自動車運転 (運輸業・郵便業)	2.29倍	26万7500円
商品販売(卸売業・小売業)	1.99倍	30万5100円
全体平均	1.37倍 (季節調整値)	30万4000円

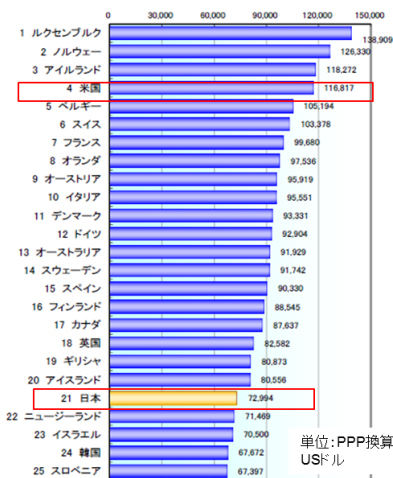
(注) 有効求人倍率は原数値、4カ月以上の雇用、2016年7月。
賃金は15年、月給ベース

出典：日本経済新聞(2016年8月30日夕刊)

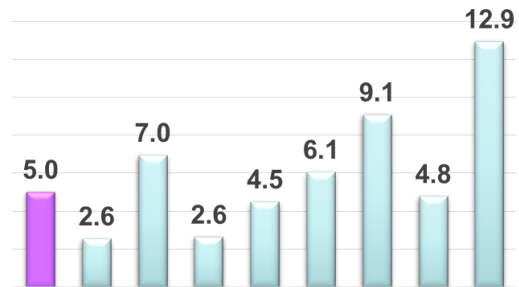
(%)

出典：帝国データバンク「人手不足に対する企業の動向調査」
(2016年2月23日)

【労働生産性(付加価値ベース)の国際比較(2014年)】



出典：(公財)日本生産性本部「労働生産性の国際比較2015年度版」より抜粋



$$\text{労働生産性} = \frac{\text{PPPで評価されたGDP}}{\text{就業者数}}$$

* PPP: 購買力平価(purchasing power parity)
OECDの2012年の換算レートは1ドル=105.972円

図表 3 - 2

DMOにおける人手不足（専門人材）をめぐる状況

	データ収集	人材育成	財務経営分析	デジタル広告	戦略立案	特産品開発	企画・造成	物販・店舗運営	インバウンド	広域連携
全体	59%	48%	40%	39%	37%	36%	34%	32%	31%	18%
地域連携DMO	57%	45%	39%	41%	45%	32%	32%	30%	25%	16%
地域DMO	59%	53%	41%	39%	31%	41%	37%	33%	37%	20%

出所：(公社)日本観光振興協会「DMO候補法人の現状と課題について」(アンケート調査)をもとに一部加工

図表 3 - 3

DMOにおける人手確保・育成に向けた状況

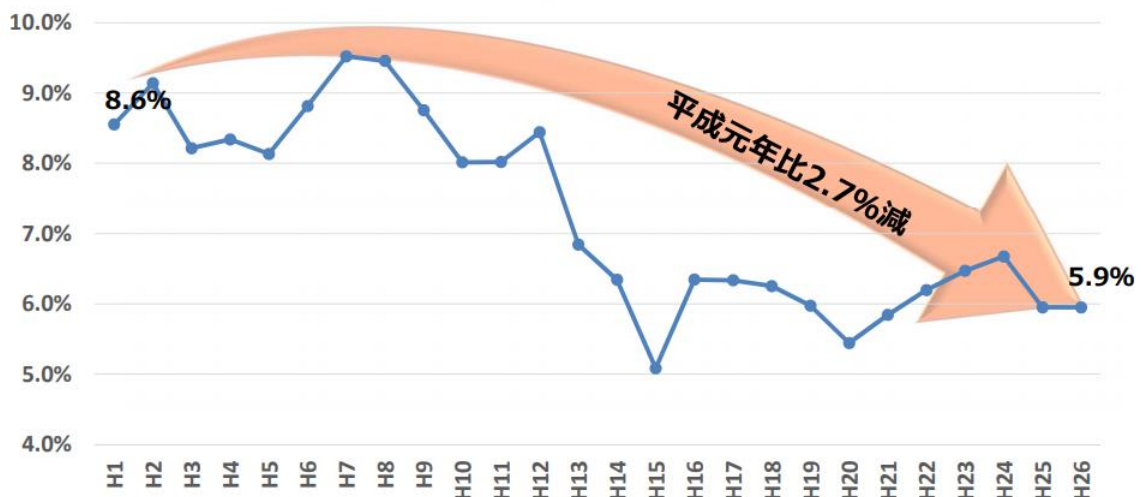
	研修・セミナー開催	研修・セミナー参加支援	講演会開催	国内視察研修	講師紹介・派遣	教材開発・提供	実地研修支援	人材斡旋・紹介	海外視察研修
全体	49%	41%	39%	25%	16%	8%	7%	5%	5%
広域連携DMO	100%	50%	100%	50%	50%	0%	0%	0%	0%
地域連携DMO	61%	34%	36%	23%	25%	14%	7%	2%	5%
地域DMO	37%	47%	39%	25%	8%	4%	8%	8%	6%

出所：(公社)日本観光振興協会「DMO候補法人の現状と課題について」(アンケート調査)

図表 3 - 4

若年層におけるアウトバウンドをめぐる状況①

20代のパスポート取得率



出所：観光庁

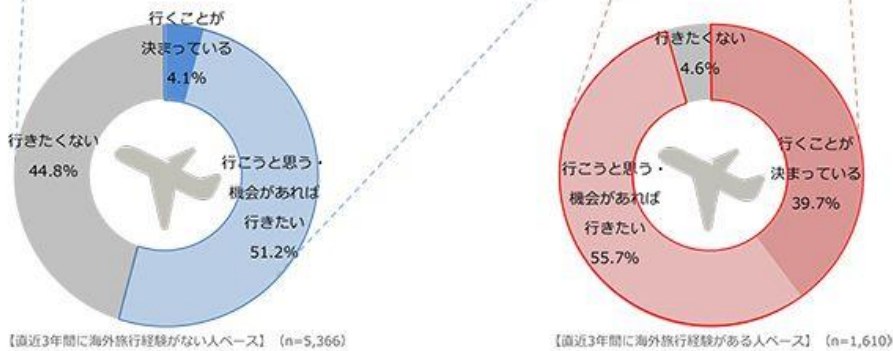
図表 3 - 5

若年層におけるアウトバウンドをめぐる状況②

<図1-1> 直近3年間の海外旅行経験 ※修学旅行・ビジネスでの出張、ワーキングホリデーなどを除く



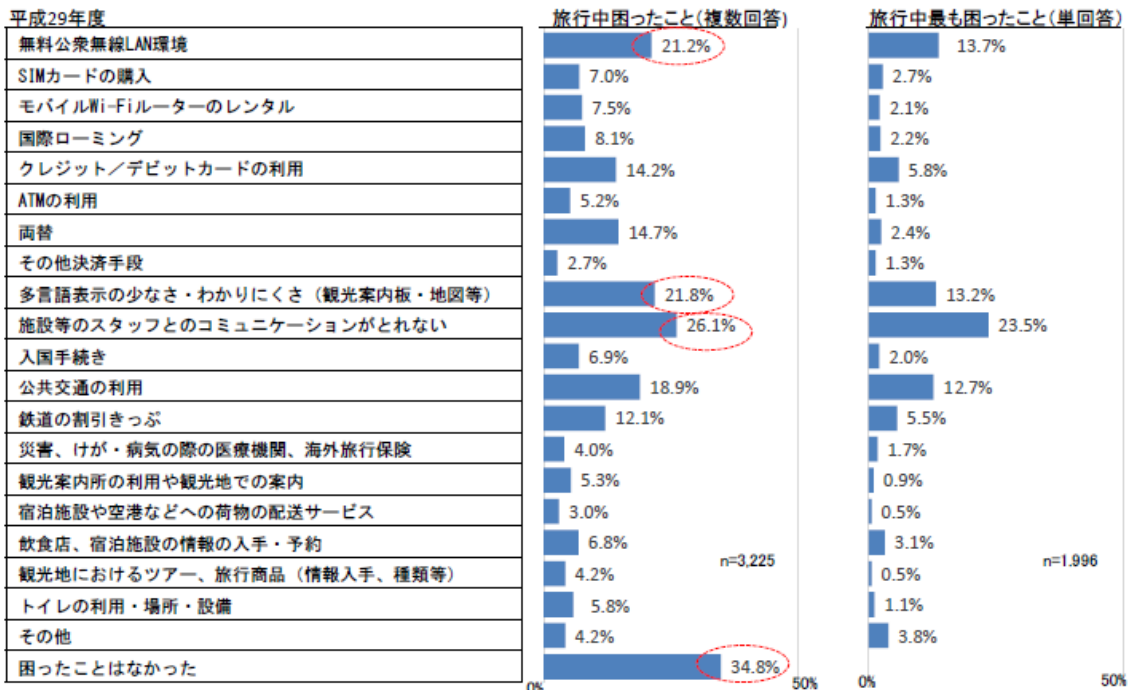
<図1-2> 直近3年間の海外旅行経験別 今後の海外旅行意向



出所:クロスマーケティング「若者の海外旅行に関する調査」(対象:18歳~29歳の男女)

図表 4 - 1

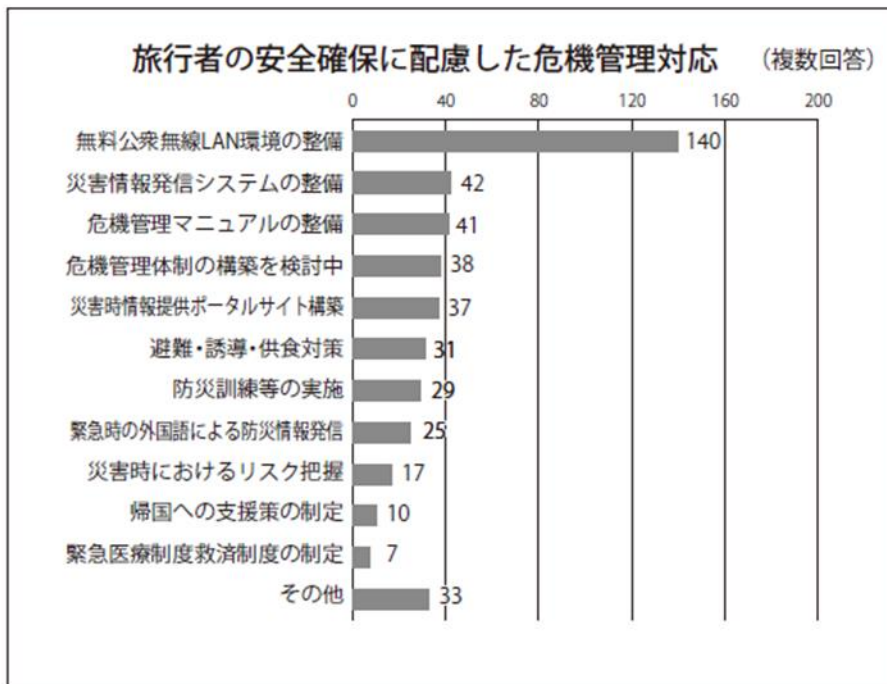
訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート



出所:観光庁「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」

図表 4-2

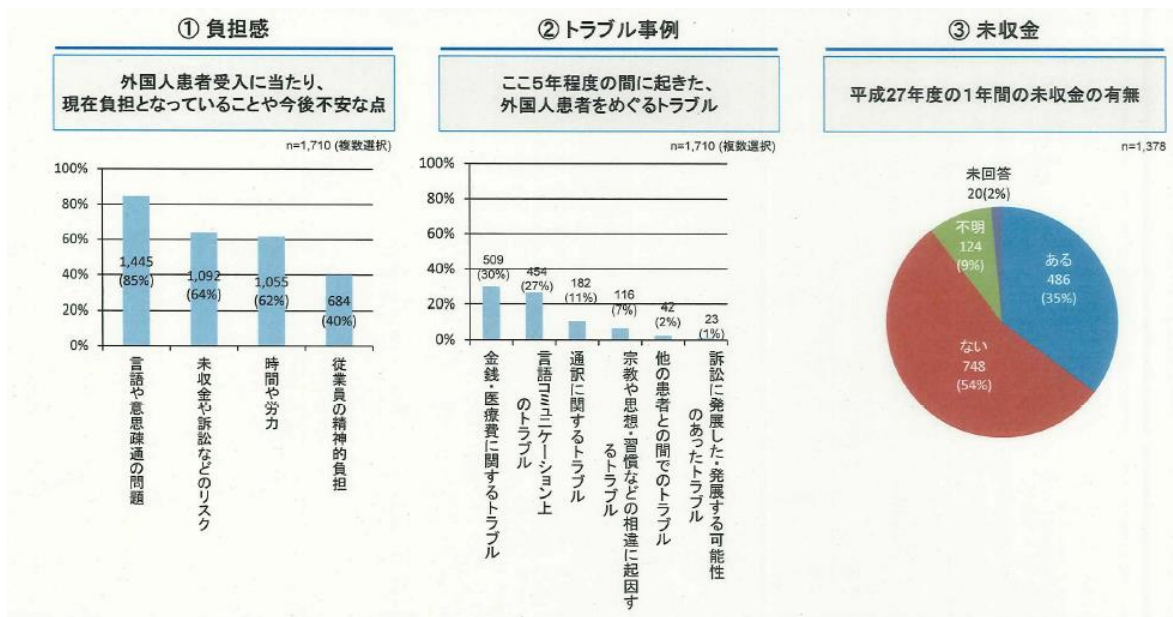
旅行者の安全確保に配慮した危機管理対応



出所: 日本商工会議所「2017年度全国商工会議所観光アンケート」

図表 4-3

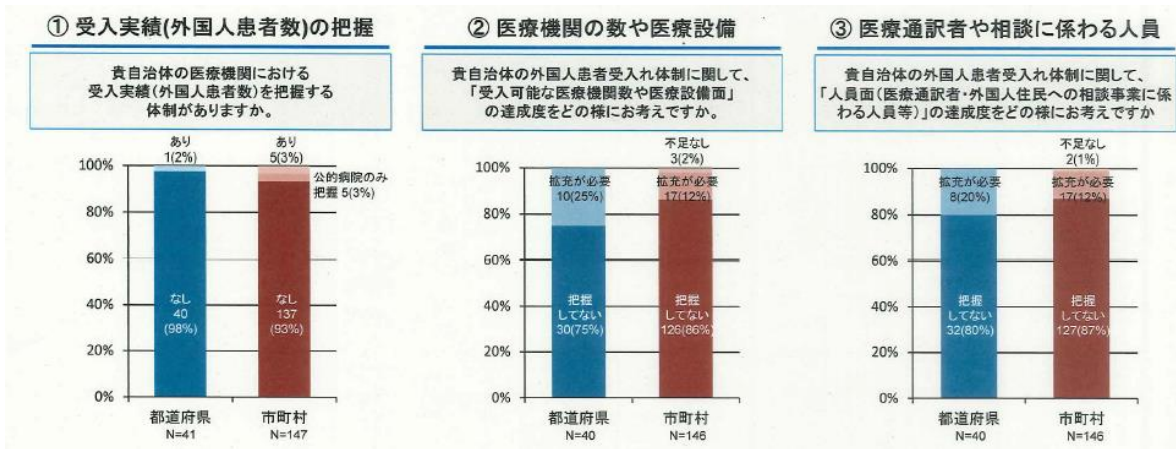
医療機関における外国人患者受け入れ体制



出所: 厚生労働省「訪日外国人の医療機関への受診状況について」

図表 4 - 4

地方自治体における外国人患者受け入れ体制



出所:厚生労働省「訪日外国人の医療機関への受診状況について」

図表 4 - 5

ジャパンインターナショナルホスピタルズ一覧

「ジャパン インターナショナル ホスピタルズ」(平成29年12月26日現在)

② 東京都済生会中央病院
④ 山王病院
⑤ 相澤病院
⑥ 総合病院 聖隷浜松病院
⑦ 藤田保健衛生大学病院
⑧ 大阪大学医学部附属病院
⑨ 兵庫県立粒子線医療センター
⑩ 福岡県済生会福岡総合病院
⑪ 福岡記念病院
⑫ 福岡山王病院
⑬ 長崎大学病院
⑭ 米盛病院
⑮ 南部徳洲会病院
⑯ 北海道大野記念病院
⑰ 山形大学医学部附属病院
⑱ AOI国際病院
⑲ 津山中央病院
⑳ 岡山旭東病院
㉑ 福山医療センター

① 北斗病院
② 仙台厚生病院
③ 総合南東北病院
④ 足利赤十字病院
⑤ 筑波大学附属病院
⑥ 国立がん研究センター東病院
⑦ 千葉大学医学部附属病院
⑧ 亀田総合病院
⑨ 日本医科大学千葉北総病院
⑩ 東京大学医学部附属病院
⑪ 国立がん研究センター中央病院
⑫ 国立国際医療研究センター病院
⑬ がん研究会有明病院
⑭ 慶應義塾大学病院
⑮ 聖路加国際病院
⑯ 虎の門病院
⑰ 東京高輪病院
⑱ 順天堂大学医学部附属順天堂医院
⑲ 国際医療福祉大学三田病院
⑳ 国立成育医療研究センター病院
㉑ 榊原記念病院
㉒ NTT東日本関東病院

JAPAN Hospital Search
for International Patients
<http://www.japanhospitalsearch.org/>

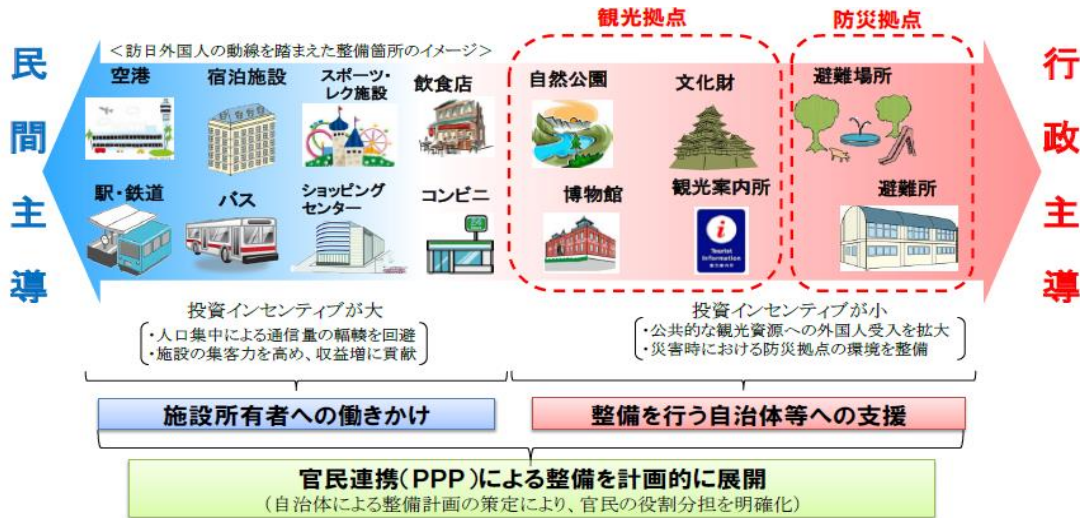
(赤字下線のある病院が平成29年12月公表の推奨病院)

出所: (一社)Medical Excellent Japan

<http://www.medical-excellence-japan.org/jp/hospital/pdf/JIH%20>

図表 4 - 6

公衆無線 LAN 環境の整備における官民連携の考え方



出所:総務省「2014年11月 Wi-Fi 整備についての現状と課題」

図表 4 - 7

都道府県別 Wi-Fi 整備予定数及び整備済み数

都道府県	実施率	整備済み			整備意向			合計 (①+②+③+④)
		防災拠点 (①)	被災場所として 想定される 公的拠点 (②)	合計 (①+②)	防災拠点 (③)	被災場所として 想定される 公的拠点 (④)	合計 (③+④)	
北海道	79.1%	1,096	224	1,310	316	31	347	1,657
青森県	44.1%	136	56	192	224	19	243	435
岩手県	67.9%	288	85	373	168	8	176	549
宮城県	75.0%	396	88	484	151	10	161	645
秋田県	64.1%	293	58	351	190	7	197	548
山形県	62.4%	198	68	266	150	10	160	426
福島県	56.6%	448	125	573	420	20	440	1,013
茨城県	43.9%	370	46	416	503	29	532	948
栃木県	68.5%	362	67	429	187	10	197	626
群馬県	65.1%	251	73	324	160	14	174	498
埼玉県	46.0%	554	35	589	662	29	691	1,280
千葉県	37.4%	594	96	690	1,084	72	1,156	1,846
東京都	81.2%	2,255	157	2,412	494	63	557	2,969
神奈川県	72.1%	621	68	689	238	28	266	955
山梨県	57.4%	266	42	308	201	28	229	537
新潟県	60.8%	158	68	226	139	7	146	372
長野県	62.5%	334	161	495	279	18	297	792
富山県	80.7%	317	80	397	87	8	95	492
石川県	59.3%	235	116	351	216	25	241	592
福井県	64.8%	228	61	289	139	18	157	446
岐阜県	80.8%	480	117	597	131	11	142	739
静岡県	65.7%	227	96	323	156	13	169	492
愛知県	79.7%	593	91	684	169	5	174	858
三重県	72.4%	109	51	160	56	5	61	221
滋賀県	36.3%	168	84	252	419	24	443	695
京都府	91.5%	375	87	462	43	0	43	505
大阪府	67.4%	485	59	544	261	2	263	807
兵庫県	61.3%	415	110	525	323	9	332	857
奈良県	51.9%	219	84	303	228	53	281	584
和歌山県	56.7%	196	83	279	204	9	213	492
鳥取県	71.8%	203	24	227	77	12	89	316
島根県	78.5%	315	98	413	69	44	113	526
岡山県	53.7%	301	72	373	307	15	322	695
広島県	46.3%	233	55	288	330	4	334	622
山口県	72.5%	178	78	256	85	12	97	353
徳島県	91.9%	333	52	385	32	2	34	419
香川県	71.8%	91	36	127	47	3	50	177
愛媛県	83.0%	700	65	765	146	11	157	922
高知県	28.1%	97	35	132	322	16	338	470
福岡県	82.1%	723	98	821	158	21	179	1,000
佐賀県	73.0%	148	52	200	74	0	74	274
長崎県	62.5%	153	100	253	145	7	152	405
熊本県	55.3%	239	70	309	227	23	250	559
大分県	45.7%	61	88	149	168	9	177	326
宮崎県	64.4%	149	55	204	107	6	113	317
鹿児島県	64.0%	399	102	501	252	30	282	783
沖縄県	42.1%	218	66	284	373	18	391	675
合計	64.1%	7,198	3,782	20,980	10,917	818	11,735	32,715

※1 平成29年10月現在
※2 平成29年度に整備予定の箇所は「整備済み」として計上

※3 実施率=整備済み数/(整備済み数+整備意向数)

出所:総務省「2018年1月防災等に資するWi-Fi環境の整備計画」

図表 4-10

おもてなし規格認証の定義について

各認証の定義について

	紅認証： サービス向上の取組に意欲的なサービス提供者（自己適合宣言）
	★（金認証）： お客さまの期待を超えるサービス提供者（第三者認証【有償】）
	★★（紺認証）： 独自の創意工夫が凝らされたサービス提供者（第三者認証【有償】）
	★★★（紫認証）： お客さまの期待を大きく超える「おもてなし」提供者（第三者認証【有償】）

出所：(一社)サービスデザイン推進協議会「規格認証定義について」