

今後の観光振興策に関する意見 ～「新たな観光ビジョン」策定への期待～

平成 28 年 2 月 18 日
日本商工会議所

1. 基本的考え方

観光は、地方創生、デフレ脱却、成長戦略の切り札となるものであり、特にインバウンドにかかる期待は大きい。

円安、訪日ビザ発給要件の緩和などを背景に、中間層の所得が増えた中国など、アジア諸国を中心に、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。アジアの経済成長は今後も続くことが予測されており、観光はアジアの成長する力を日本の成長と地方創生に生かす最重要分野である。

今年 2 月に環太平洋パートナーシップ (TPP) 協定が署名され、2 年以内の発効の見通しが立った。TPP の発効により、世界の GDP の 36%、人口 8 億人の巨大な自由経済圏が生まれ、ヒト、モノ、カネが、TPP 参加国間を行き交う中で、日本の観光は大きなビジネスチャンスを迎えることになる。また、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催は、世界の関心を日本に集め、インバウンドを増やす機会となりうる。

他方、国内旅行消費額の約 9 割を占める日本人の国内観光市場は、2006 年の 27.2 兆円から 2014 年の 18.9 兆円へと、大幅に減少している。政府の見通しでは、少なくとも相当長期にわたり人口減少が続くとみられており、若者の所得が伸びない現状等も考えると、今後も国内観光は停滞する可能性がある。

以上のような状況を考慮すると、まず今後とも増加が見込まれるインバウンドについて、国と地方、そして官と民とが協力して、受入体制を早急に強化することが不可欠である。そのためには、政府が、長期的な訪日外国人旅行者数の目標を設定し、その実現に積極的に取り組む意思を示すことが重要である。それが全国の地方自治体のインバウンドへの取り組み、さらには民間企業によるリスクを取った積極的な観光投資を引き出すことにつながるからである。なお、目標設定においては、客観的な分析に基づき、主要国別、日本の地域別のものを示すことが望ましい。また、2020 年、2025 年、2030 年と節目ごとの目標を設定することができれば、具体性が増し、政府の観光立国への強い意思をより明確に示すことになると思う。

国内観光は、インバウンドと車の両輪として取り組むべきであり、まずは長期的な減少傾向を止めることが重要である。また、国内の観光統計を整備し、インバウンドと同様に具体的な数値目標を設定する必要がある。インバウンドへの取り組みの強化は、宿泊施設の新設や更新、外国人旅行者を通じた日本の観光資源の再発見など、観光産業をイノベーションしていく力となり、国内観光の回復にも寄与する。

観光は経済的活動であるばかりでなく、本来、地域内外の良いもの、優れたものを観て知識や見聞を広め、人間性を高めるといった文化的・社会的な活動でもある。官民が一体となり、地域・経済・社会生活を活性化させる「国民観光運動」として、観光に対する国民的な機運醸成に取り組んでいくことも重要である。

以下は、観光をめぐる現状認識と取り組むべき課題を整理したうえで、特に地方創生の視点を中心に、諸課題を解決するための国の役割について提言をまとめたものである。

2. 現状認識

【高い伸びを続ける訪日外国人旅行者数と消費額は、今後も増加する見込み】

2015年の訪日外国人旅行者数は、円安、訪日ビザ発給要件の緩和、アジア諸国の旺盛な観光需要などを背景に、過去最高となる1,974万人となり、訪日外国人旅行消費額も3兆4,771億円と急増している（資料1）。

中国人観光客などを大量に乗せたクルーズ船の寄港も大幅に増えるなど、政府が昨年6月の「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」で定めた2020年までの目標の達成はほぼ確実であり、日本における観光ポテンシャルは未だ大きい（資料2、3）。

世界観光機関（UNWTO）の2010年から2030年までの全世界の旅行者数の見通しでは、年平均3.3%で増加することが予測されており、今後もアジアを中心に、日本への外国人旅行者は増加することが見込まれる（資料4）。

【旅行者は特定地域に集中、施設等の供給が逼迫】

訪日外国人旅行者は、ゴールデンルートや大都市など、特定地域に集中している（資料5）。

また、急激なインバウンドの増加により、大都市圏の2015年のシティホテルの平均客室稼働率は80%を超え、飽和状態となっている（資料6）ほか、貸切バスの路上駐車等による交通渋滞等が問題になっている。加えて、ホテル従業員やガイド、バス運転手等の人手不足が深刻化している。

【日本人国内旅行者数、旅行消費額は長期的には減少傾向】

他方、国内の旅行消費額は、2006年の30兆円をピークに減少傾向にある。インバウンドは2012年以降増加傾向にあるものの、日本人については、2006年から2014年の推移をみると、宿泊旅行消費額が20.6兆円から14.4兆円に、また、国内日帰り旅行消費額も6.6兆円から4.5兆円と、それぞれ約3割減少している（資料7）。

3. 今後の重点的な観光施策の展開

（1）インバウンドの課題と対応

近年のインバウンドの増加は、円安、アジア中間層の増加と、日本への関心の高まりとともに、訪日ビザ発給要件の緩和や免税店の拡大など、政府の取り組みによるところが大きい。しかし、円安などの外部要因は一時的な可能性もあり、インバウンドの受け入れを強化するための様々な課題について、国と地方、官民を挙げた積極的かつ早急な取り組みが必要である。

①特定都市・地域に集中するインバウンドの各地への分散

観光を地方創生につなげていくためには、特定都市に偏在する外国人旅行者を、全国各地に分散・拡大していくことが必要である。震災復興の観点からは、風評被害等の影響でインバウンドの増加率が低調な、東北地方への誘客を一層強化することも求められる。

各地への旅行者の分散のためには、地方における外国人旅行者の受入体制づくりと地方の魅力を発信することが何よりも重要である。訪日外国人旅行者の認知度が高い観光地は、東京、富士山、大阪、北海道、京都などに限られている（資料8）。地域をより多くの外国人に知ってもらうためには、地方自治体などが比較的低コストで地域情報を発信できるローカルメディアやインターネットをはじめ、あらゆる媒体を積極的に活用して、地域の観光情報の発信を強化していくことが期待される。

また、全国に 97 ある空港の積極的な活用も必要である。外国人旅行者が地方空港を利用して各地に直接降り立つことができれば、新たな観光機会、ニーズが生まれる。インバウンド増加に取り組む地方空港に対し、着陸料軽減制度を適用すべきである。そして、海上からの日本へのアプローチであるクルーズ船については、今後も地方港への寄港の増加が見込まれている。外国人旅行者の地域滞在時間を十分に確保し、各地での観光を楽しんでいただくために、海運会社、自治体および関係省庁が協力して CIQ の手続きの一層のスピードアップや、旅行者に対応した港湾施設の整備等に取り組むことが必要である。

こうした取り組みについては、地方創生に係る新型交付金の積極的な活用が期待される。

②「交流拠点都市」の構築による観光ネットワークの確立

日本商工会議所が昨年 5 月に取りまとめた提言「国と地域の再生に向けた観光振興について」では、全国各地域への旅行者の分散・拡大のための方策として、「交流拠点都市」の構築を提案した。

「交流拠点都市」は、地方空港や高速道路、高速鉄道などの交通インフラ、優れた観光資源を有し、地域鉄道やバス、タクシーなどの二次交通（地域公共交通）が整備されていて、海外と双方向の送客システムの構築が見込まれる都市を想定している。地域観光の新たな支点として、周辺地域を含めた観光圏の構築を推進していくことを目的としている（資料 9、10）。

政府は、昨年認定した 7 つの広域観光周遊ルートや観光立国ショーケースとして選定した 3 都市（北海道釧路市、石川県金沢市、長崎県長崎市）において、早期に「交流拠点都市」を指定すべきである。

③国際情勢等に左右されない多様な訪日外国人旅行者の受入拡大と安定的確保

2015 年の訪日外国人旅行者の 71.9%が、東アジア〔中国（499 万人）、韓国（400 万人）、台湾（368 万人）、香港（152 万人）〕からの旅行者で占められている。また、同年の外国人旅行消費額も 72.1%（2 兆 5,016 億円）が東アジアの旅行者によるものである（資料 11）。

こうした特定地域に依存した誘客は、経済・社会情勢により、大きな変動が生じる可能性を有しており、安定的な訪日外国人旅行者数と旅行消費額を確保するためには、東アジアだけに頼らない、欧米など多様な国からの誘客を、戦略的に進めていく必要がある。政府は、国ごとのニーズやトレンドをマーケティングし、地域や民間はそのニーズに対応した商品・サービスを開発することが求められる。

特に観光先進国である欧米からの誘客は、長期滞在型旅行商品の開発や文化資源の活用促進など、日本の観光産業のイノベーションに資するものとして期待される。

④受入体制強化に向けた民間、地方自治体、政府の役割の明確化

地域が自ら魅力ある観光資源開発を行い、受入環境整備を進め、他地域等との連携による魅力の多様化や広域・周遊化を図り、効果的・継続的な情報発信を行うことが必要である。また、海外での誘致プロモーションなど、民間や地域の努力のみでは限界があることについては、国による支援が求められるなど国、地域、民間がそれぞれの観光振興の取り組みを加速していくことが必要である。

なお、旅行消費額のさらなる増加に向け、国が主体となった大型 MICE の誘致や、日本企業が実施する MI（会議、インセンティブ旅行等）などにより、誘客を図っていくことも重要である。

(2) 国内観光の課題と対応

国内観光の長期的な減少は、20年に及ぶデフレ経済や円高による日本人の海外旅行の増加、東日本大震災など外的要因によるところが大きいですが、日本人の余暇の過ごし方に関する選択肢の多様化、団体旅行から個人旅行へのトレンドの変化、地域の観光産業におけるニーズへの対応の遅れなども要因としてあげられる（資料12）。

国内観光を推進するためには、それぞれの地域の資源を生かした魅力ある観光プログラムやルートの開発、商品化、効果的な情報発信などを継続的に実施する必要がある。また、グリーンツーリズム、スポーツツーリズム、医療ツーリズムなど、見る観光から体験する観光へのシフトに対応した新たな観光開発、プロモーションの動きも一部の地域で生まれている。

また、国内観光においては、季節的・時期的な需要格差が激しく、それが観光産業の安定雇用や生産性向上の大きな阻害要因となっている。こうした問題の解決に向けて、国をあげて休暇取得キャンペーンを実施するなど、官民一体となって観光需要の平準化に向けた取り組みを推進していく必要がある。

さらに、地域別の観光客数、宿泊施設の客室数や空港容量、交通手段、通信環境など、正確な基礎データの整備が不可欠である。政府は、こうした観光統計を早急に整備し一元的に提供することで、各自治体の実効性ある計画の策定、施策の実施を支援していくことが求められる。

なお、観光産業においては、泊食分離や電子決済の導入、IoTの活用、接客等のサービス向上などにより、これまでの商習慣の改善や経営改革、生産性の向上に努めるとともに、雇用の安定、労働環境の改善を図っていく必要がある。また、国、自治体は、こうしたイノベーションに取り組む、観光関連の中小・ベンチャー企業への支援を行うことが必要である。

(3) その他今後検討が必要な課題

①地域の魅力創造に向けたさらなる規制緩和

観光にとって魅力的な資源となる歴史的建造物や史跡、古民家、さらには、河川・港湾など、全国各地域には多くの未活用観光資源があるが、関連法制の煩雑な手続きや縦割り行政により、その活用が進まない。文化財保護法や河川法などのさらなる規制緩和や、地方自治体内の文化財に係る部局と観光に係る部局との連携強化などにより、様々な地域資源を観光振興につなげていくことが必要である（資料13）。

【具体的な項目】

- ・ 河川・港湾等、水辺の活用を進めるための民間利用の促進と占有許可期間の延長
- ・ 特別史跡や歴史的建造物等の歴史・文化資源、古民家、町家などの宿泊施設やレストラン、オフィスなどへの活用促進
- ・ 郷土の祭りなどの無形文化、食文化等の保存・継承支援

②安全安心の確保等を前提とした新たな観光ニーズへの対応のための法制度の整備

政府は、訪日外国人旅行者の急増などにより浮かびあがった、既存の法制度では対応しきれない問題を整理し、グローバル化に対応した観光産業のあり方について、抜本的な見直しを図る必要がある。その際、安全安心、清潔など、日本が保持し続けている公共価値や公正な競争環境が損なわれないよう、十分な配慮が必要である（資料14）。

各地域が地元の観光資源情報を積極的に発信し、ランドオペレーターを活用して地域に外国人旅行者を誘導することも有効である。他方、旅行業の登録を行っていないランドオペレーターが宿泊施設、バス等の各種手配を行っていることなどから様々な問題が生じており、政府はその解決に取り組むことが必要である。

【具体的な項目】

- ・ 優良ランドオペレーターの登録制度の導入
- ・ 地域限定旅行業の参入を促す旅行業法の登録制度の弾力化
- ・ 多様な観光ニーズに対応した宿泊施設の整備の促進に向けた旅館業法、建築基準法における構造・設備基準の見直し、民泊に関する法制度の整備
- ・ 安全性を前提としたバス、タクシー事業者の再生と新規参入に対するルールづくり

③地域における観光マネジメントの推進と二次交通・宿泊施設等観光インフラ整備の促進

地域においては、観光産業を育成していくために、交通、宿泊、観光施設、災害対策といった観光関連情報を一元的に収集・管理し、提供する体制を構築する必要がある。それにより、インターネット等を活用した地域の観光情報の発信をはじめ、旅行者の受入環境整備、観光商品・サービスの開発・改善、販路開拓、マーケティングなど、地域で実効性のある観光マネジメントを推進することができる。

地域の観光マネジメント推進のためにも、地域の主体的な取り組みと関係府省庁で構成される連携支援チームの支援等により、日本版 DMO (Destination Management / Marketing Organization) が有効に機能することが期待される(資料 15)。

また、地域において観光振興を図るには、観光資源へのアクセスの改善や周辺地域との連携構築の観点から、二次交通(地域公共交通)や宿泊施設等の観光インフラ整備を促進することが必要であり、国による支援の拡充が望まれる。

④関係府省庁の垣根を越えた推進体制の構築・強化

観光庁は、農業、文化、スポーツ、医療など、ニューツーリズムの推進に向けて、観光と密接な関係にある関係府省庁とのさらなる連携の強化が必要である。また、内閣官房と連携して観光振興策の総合調整を進め、新たな観光ビジョンにおける KPI を設定して、施策の推進状況の見える化を図るなど、積極的な取り組みを推進することが望まれる。

そして、政府は、地域が財政制約の厳しい中で自らビジョンを打ち出し、効果的な観光振興の取り組みを進められるよう、ワンストップの相談・情報提供体制の構築を進められたい。

以 上