

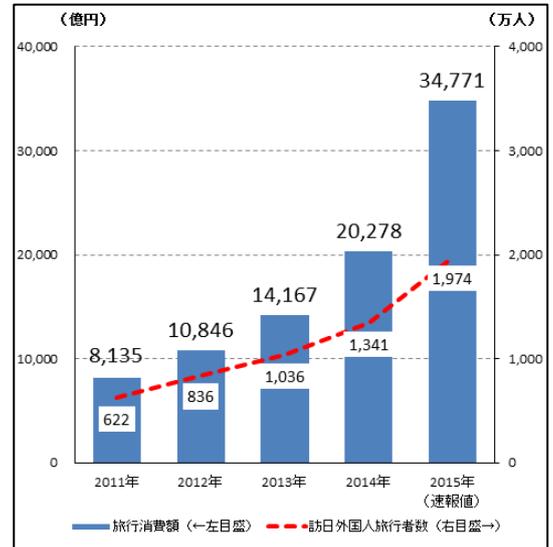
今後の観光振興策に関する意見 ～「新たな観光ビジョン」策定への期待～ 【 参考資料 】

平成 28 年 2 月 18 日
日本商工会議所

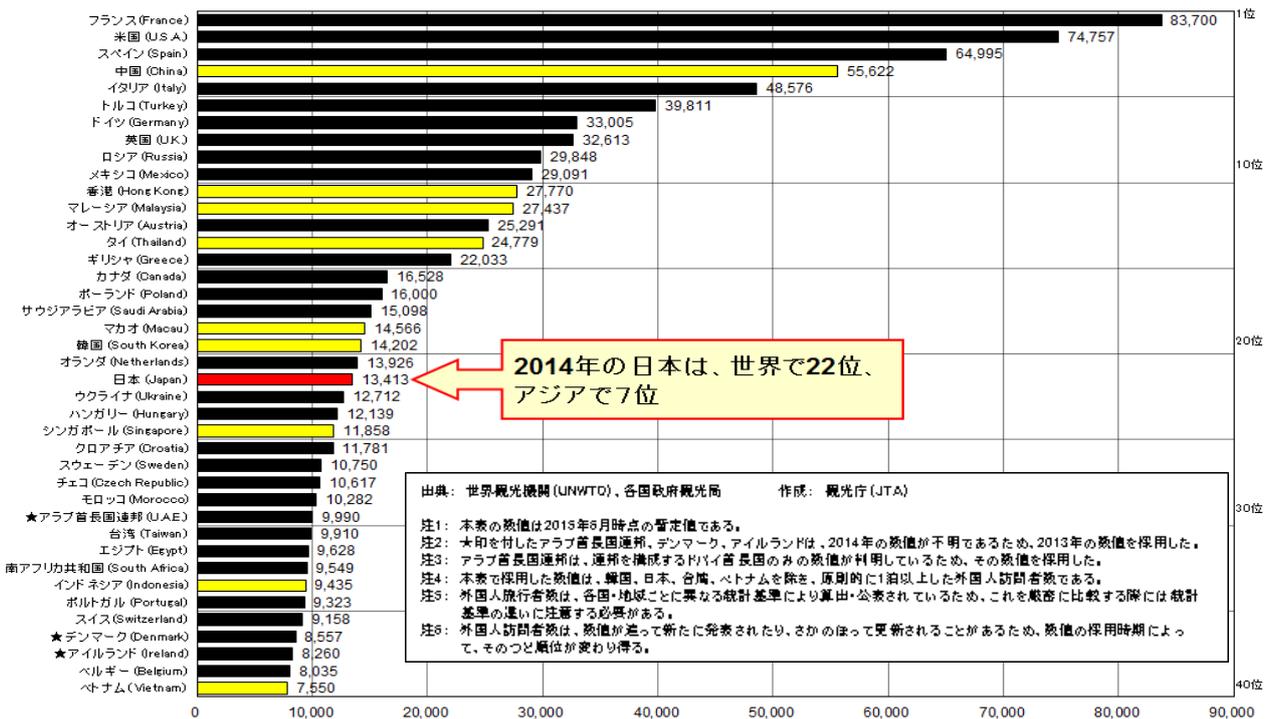
【資料 1】 訪日外国人旅行者数と旅行消費額の推移

- 2015 年の訪日外国人旅行者（推計）は、これまで最高だった 2014 年の 1,341 万人から 47.1%増の 1,973.7 万人。
- 2015 年の訪日外国人旅行消費額（速報値）は、前年（2 兆 278 億円）に比べ 71.5%増の 3 兆 4,771 億円となり、年間値で初めて 3 兆円を突破し、過去最高値を記録。

（資料）「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）
「統計発表 2015 年 12 月および年間推計値」（JNTO）



【資料 2】 外国人旅行者受入数の国際比較（2014 年）



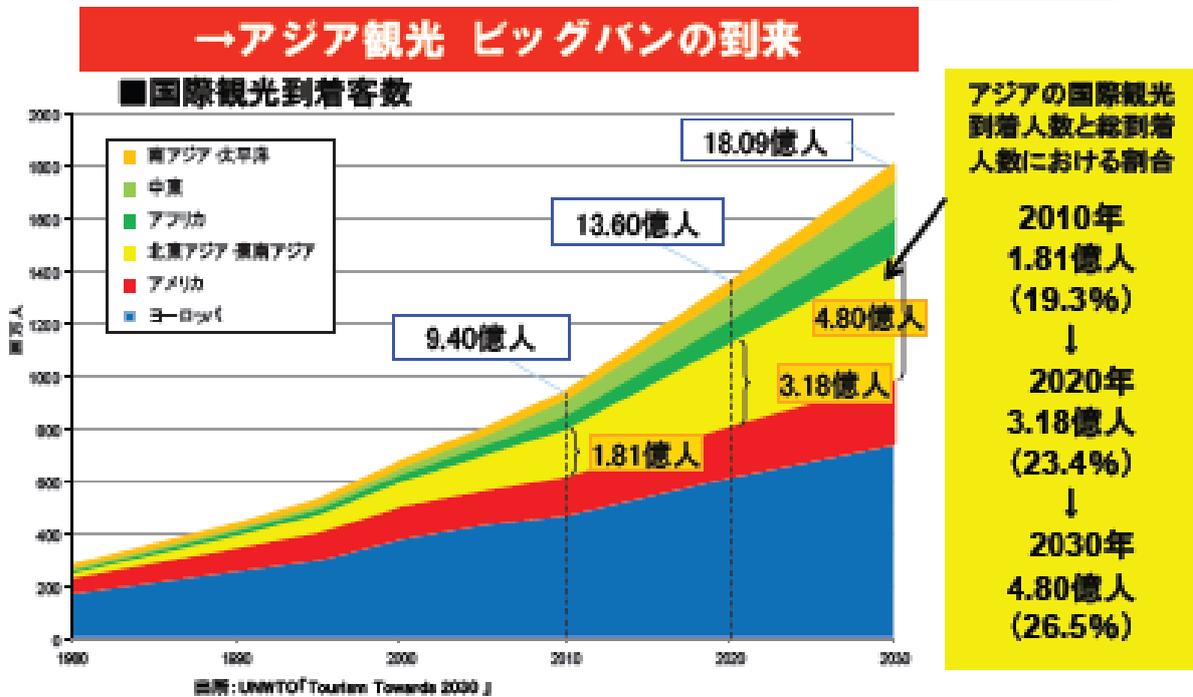
【資料 3】 アクション・プログラム 2015 に掲げた主な目標の進捗状況

主な目標	2015 年末の状況
2020 年までの訪日外国人旅行者 2,000 万人	2015 年は 1,973.7 万人に
2,000 万人時代の外国人旅行消費額 4 兆円	2015 年（速報）は 3 兆 4,771 億円に
2020 年までに訪日クルーズ船客 100 万人	2015 年に 111 万 6,000 人
地方の免税店舗数を 2017 年に 12,000 店規模、2020 年に 20,000 店規模	2015 年 4 月 1 日時点で 6,554 店だった地方の免税店舗数は、10 月 1 日に 11,137 店（4,583 店増）に

【資料4】国際観光到着客数

- 2010年から2030年までの国際観光客到着数は、年平均3.3%増で推移し、2030年は、約18億人に到達する見込み。
- 特に経済成長が著しいアジアにおける旅行市場が急拡大し、欧州に次ぐ観光市場となると予測。

2030年までの市場予測：北東アジア・東南アジアが伸長



【資料5】旅行者は特定都市に集中

- 2014年の日本人延べ宿泊者数は4億2,868万人泊、外国人延べ宿泊者数は4,482万人泊。
- 延べ宿泊者数上位5都道府県をみると、日本人延べ宿泊者数では全体の30.1%、外国人延べ宿泊者数では全体の65.2%。また、上位10都道府県でみるとそれぞれが占める割合は48.9%、82.3%となり、一定地域に集中していることが分かる。

都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数

日本人延べ宿泊者数 (万人泊)			外国人延べ宿泊者数 (万人泊)		
東京都	4,106	9.6%	東京都	1,320	29.5%
北海道	2,709	6.3%	大阪府	620	13.8%
大阪府	2,217	5.2%	北海道	389	8.7%
静岡県	2,024	4.7%	京都府	329	7.3%
千葉県	1,853	4.3%	千葉県	267	6.0%
神奈川県	1,777	4.1%	沖縄県	239	5.3%
沖縄県	1,775	4.1%	愛知県	149	3.3%
長野県	1,724	4.0%	神奈川県	143	3.2%
愛知県	1,391	3.2%	福岡県	136	3.0%
福岡県	1,387	3.2%	山梨県	95	2.1%
上位10合計	20,963	48.9%	上位10合計	3,687	82.3%
総計	42,868	100.0%	総計	4,482	100.0%

(資料)「宿泊旅行統計調査」(観光庁)

【資料6】客室稼働率の推移（％）

- 2015年に入り、インバウンドが集中するエリアを中心にシティホテルの客室稼働率が増加。80%超は11都道府県。一方で旅館の客室稼働率は低位で、50%以上はわずか5都道府県。

シティホテルの客室稼働率（2015年80%超）

	2012年	2013年	2014年	2015年
大阪府	81.1	82.5	85.5	87.7
京都府	81.7	82.9	82.3	85.5
愛知県	74.2	77.4	80.9	84.0
東京都	79.9	85.0	83.2	83.6
千葉県	70.5	78.1	79.2	83.6
福岡県	72.4	75.9	78.6	82.0
沖縄県	60.7	68.2	77.7	81.4
神奈川県	78.9	79.6	81.7	81.3
兵庫県	73.4	73.3	74.3	80.9
石川県	69.8	70.8	71.2	80.6
埼玉県	72.3	73.4	77.1	80.6

旅館の客室稼働率（2015年50%以上）

	2012年	2013年	2014年	2015年
東京都	38.8	34.8	41.8	61.9
石川県	44.6	43.4	46.0	54.1
愛媛県	44.7	41.7	43.2	50.7
大阪府	29.2	40.1	43.1	50.4
佐賀県	43.2	40.5	42.0	50.0

客室稼働率の全国平均

	2012年	2013年	2014年	2015年
旅館	35.5	33.4	35.2	38.2
シティホテル	72.5	75.7	77.3	79.9
全体	54.8	55.2	57.4	60.7

（資料）「宿泊旅行統計調査」（観光庁）

※2015年は1～10月までの平均値

【資料7】国内観光の動向〔国内の旅行消費額の推移（兆円）〕

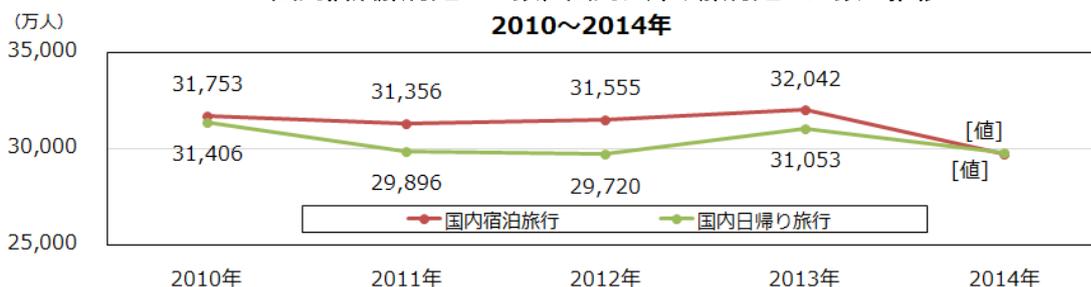
- 国内の旅行消費額は、2006年の30兆円以降、減少傾向にある。インバウンドは2012年以降増加傾向にあるが、国内観光は減少している。

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
日本人 国内宿泊旅行	20.6 (68.7%)	19.0 (67.1%)	19.0 (68.3%)	17.3 (68.4%)	15.8 (67.5%)	15.1 (67.7%)	15.3 (68.3%)	15.8 (66.7%)	14.4 (64.0%)
日本人 国内日帰り旅行	6.6 (22.0%)	6.2 (21.9%)	5.9 (21.2%)	5.5 (21.7%)	5.1 (21.8%)	4.9 (22.0%)	4.4 (19.6%)	4.8 (20.3%)	4.5 (20.0%)
日本人 海外旅行(国内分)	1.5 (5.0%)	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%)
訪日外国人旅行等	1.3 (4.3%)	1.5 (5.3%)	1.4 (5.0%)	1.2 (4.7%)	1.3 (5.6%)	1.0 (4.5%)	1.3 (5.8%)	1.7 (7.2%)	2.2 (9.8%)
合計	30.0	28.3	27.8	25.3	23.4	22.3	22.4	23.7	22.5

（資料）「旅行・観光消費動向調査」（観光庁）

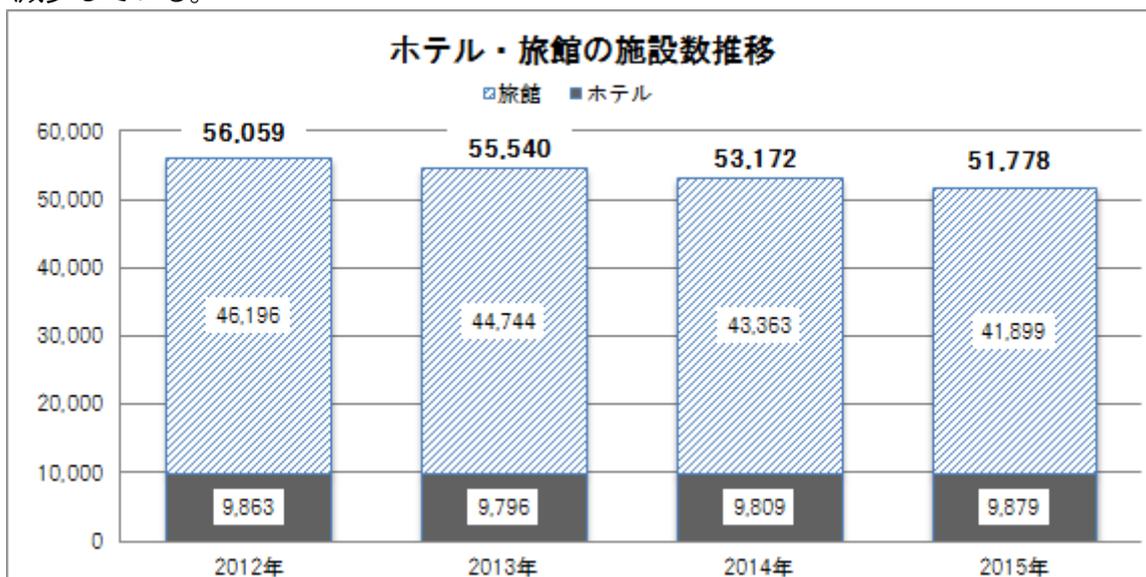
- 2014年（平成26年）の日本人延べ旅行者数は5億9,522万人で、対前年比7.4%の減少となった。内訳を見ると、日帰り旅行は延べ2億9,734万人で対前年同期比4.1%減、宿泊旅行は延べ2億9,788万人で対前年同期比7.0%の減少となった。

国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移
2010～2014年



（資料）「旅行・観光消費動向調査」（観光庁）

- 2012 年以降、ホテルは微増傾向にあるが、旅館数は減少傾向にあり、宿泊施設全体で見ると減少している。



(資料)「衛生行政報告例」(厚生労働省)

- 旅行事業者数は、2011 年以降、減少傾向にある。

旅行事業者数の推移

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
第1種旅行者	738	726	701	696	697
第2種旅行者	2,785	2,799	2,794	2,777	2,776
第3種旅行者	5,837	5,749	5,679	5,625	5,524
地域限定旅行者	—	—	—	44	77
旅行者代理業	880	872	837	845	810
合計	10,240	10,146	10,011	9,987	9,884
前年比増減		-0.92%	-1.33%	-0.24%	-1.03%

(資料)「旅行年報 2015」(日本交通公社)

【資料8】アジア8地域における日本の観光地の認知度(上位10カ所)

- アジア8地域・国の日本の観光地の認知度では、ゴールデンルートや北海道の認知度が高い。
- 6割を超えているのは、東京、富士山、大阪、北海道、京都の5カ所のみ。北海道(65%)、九州(42%)、四国(22%)は、ブロックとしての認知度が高いが、関西、東北などでは、具体的な都市名の方が知られている。

	地域名	認知度	国別の認知度							
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
1	東京	78%	75%	80%	83%	85%	76%	77%	76%	71%
2	富士山	75%	64%	80%	80%	80%	77%	75%	74%	67%
3	大阪	69%	66%	75%	80%	79%	67%	61%	65%	59%
4	北海道	65%	54%	74%	81%	75%	65%	63%	63%	46%
5	京都	63%	63%	74%	78%	69%	67%	51%	51%	49%
6	名古屋	54%	51%	69%	75%	67%	44%	35%	48%	46%
7	沖縄	53%	50%	64%	75%	71%	44%	44%	41%	34%
8	神戸	50%	46%	67%	69%	60%	43%	38%	41%	38%
9	札幌	49%	62%	52%	70%	65%	48%	41%	25%	28%
10	広島	45%	38%	54%	56%	41%	46%	38%	42%	45%

(資料)「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成26年版)」(日本政策投資銀行)

【資料9】交流拠点都市について

「交流拠点都市」は、同都市内もしくは隣接都市内の地方空港や高速道路、高速鉄道の交通インフラを生かし、インバウンドの分散化・拡大の受け入れ先として、首都圏空港・国際拠点空港等とのネットワークの構築並びに、海外からのチャーター便や直行便の乗り入れ拡大を図っていくことが必要である。また、周辺地域との二次交通の整備を図り、交流拠点都市を核とした周辺地域を含む広域連携観光を促進することが重要である。

(1) 交流拠点都市の指定に備えるべき要件

政府は、原則として以下の条件を満たす都市を交流拠点都市として、公募により10カ所程度を指定する。

- ・ 成田、関西、羽田、福岡、中部、新千歳、那覇の7空港に次ぐ国際線就航が可能な地方空港や高速道路、新幹線等の高速鉄道が利用可能な都市。
- ・ 自地域内や周辺地域に優れた観光資源を有し、二次交通等のアクセス、宿泊施設の容量など、周辺地域を含めて、内外の旅行者を集客することが潜在的に可能な都市。
- ・ インバウンドとアウトバウンド（日本人の海外旅行）の双方向の送客システム（ツーウェイツーリズム）の構築が見込まれる都市。

(2) 交流拠点都市における取り組み

交流拠点都市の自治体は、空港、航空会社、鉄道会社、旅行会社、商工会議所、関係団体等と連携して、以下の取り組みを推進する。

【交流ネットワークの強化】

- ・ 首都圏空港・国際拠点空港等と交流拠点都市もしくは隣接都市の地方空港との航空ネットワークの促進、同地方空港へのチャーター便やLCC誘致など路線の拡大を図る。
- ・ 三大都市圏等との高速鉄道や高速バス等によるネットワークの促進、路線の拡大を図る。
- ・ 地方空港や高速鉄道の拠点駅等から、周辺地域への二次交通の整備を推進する。

【地域の観光開発、魅力の向上】

- ・ 免税店拡大による買い物観光の推進など地域での観光関連消費の拡大を図る。
- ・ 地域の観光資源を磨き上げ、産業観光、エコツーリズム、医療観光、スポーツツーリズムなど、地域特性に応じた新しい観光開発を促進する。
- ・ 税制・財政等の優遇措置を活用し、ホテル等の観光施設の開発・誘致、観光関連産業の育成を促進する。

【広報・プロモーションの強化】

- ・ インバウンドの誘致対象国を定め、JNTO やクールジャパン機構と連携して、海外から交流拠点都市へのキャンペーン、ファミトリップなどのプロモーションを推進・強化する。

(3) 交流拠点都市に対する政府の支援

① 交流拠点都市に必要な財政・金融・税制上の措置を講じるものとする。

【想定される支援策】

【財政支援】

- ・ 交流拠点都市と周辺地域を結ぶ二次交通や、交流拠点都市内の鉄道・バス等の交通システムの育成・強化への重点的な支援
- ・ ターゲットとするインバウンド対象国からの旅行会社・航空会社の招聘、旅行者誘致戦略の策定・実施に関する専門家の派遣など、誘致活動への強力な支援
- ・ 海外メディアにおける交流拠点都市・周辺地域の特集番組の放映、主要誌への掲載、国際展示会への出展、海外メディアの当該地域への招聘など、拠点地域に特化した海外プロモーション事業実施への支援
- ・ その他、交流拠点都市が計画する事業に対する必要な支援

〔金融支援〕

- ・ ホテル、旅館、土産品小売店、飲食店など観光関連施設の新設、増設に必要な設備資金の低利融資・利子補給
- ・ 観光関連事業の創業に必要な運転資金の低利融資

〔税制措置〕

- ・ 観光関連施設・設備の投資に対する法人税の特別償却または税額控除および特例措置を受ける事業実施者の所得控除

②国家戦略特区、総合特区、構造改革特区、観光圏などで実施されている観光関連の特例措置を、交流拠点都市において、全国に先駆け先行適用する。

〔参考：「中核都市」を支点到観光ネットワークを形成（タイ）〕

- タイでは、バンコク、チェンマイ、プーケットといった観光の中核都市を支点到、周辺地域とのネットワークを形成して、地方への観光客の送客を戦略的に進めている。
- 中核都市から車や鉄道で2時間以内の地域を「Secondly City（第2の都市）」として国内に12カ所選定し、中核都市を支点到日帰りツアーを造成。タイ政府観光庁が「Hidden Gems（秘宝）」と名付けて海外にプロモーションしている。今年、Secondly Cityからさらに2時間以内の地域を12都市選定して、旅行者のさらなる地方への分散・拡大を進める。「点」の観光を「線」に、そして「面」にしていく観光戦略を推進している。

【資料10】観光・まちづくりと連動させたバス、地域鉄道の取り組み

〔イーグルバス（埼玉県川越市）〕

- 路線バスの廃止を食い止め、交通弱者の移動の足を確保するため、路線バスそのものの品質管理・工程管理に着目した改善事業を実施。「運行ダイヤ」「顧客ニーズ」「コスト」の「見える化」を徹底するとともに、「改善過程」のPDCAを図っている。
- また、路線バスの需給ギャップを埋めるため、朝夕にニーズが偏る通勤通学客と、昼間にニーズが集まる観光客の両者をターゲットに、地域の観光振興と連携した路線バスの利用者増にも力を入れている。
- 埼玉県川越市では、外国人観光客の増加を受け、ドライバー用の英語プログラムの開発や、バス停の多言語表記化などを推進している。



〔十勝バス（北海道帯広市）〕

- 路線バスを活用した観光商品として、施設利用券とバス往復乗車券をセットにした「日帰り路線バスパック」を販売。「施設見学体験型コース」「北海道ガーデン街道めぐり」「温泉満喫コース」など、既存の路線を活用した様々な商品を開発し、営業形態を変えずに顧客獲得に成功している。
- 同社をはじめ、十勝のバス会社とタクシー会社で発足された「十勝圏二次交通活性化推進協議会」は、飛行機や鉄道などを使って同地を訪れる訪問者が、目的地までの移動手段にバスとタクシーで乗り継げる67のコースを策定。中心地や宿泊地と観光地を結ぶ公共交通の充実と地域間の移動促進を図っている。



〔明知鉄道（岐阜県恵那市）〕

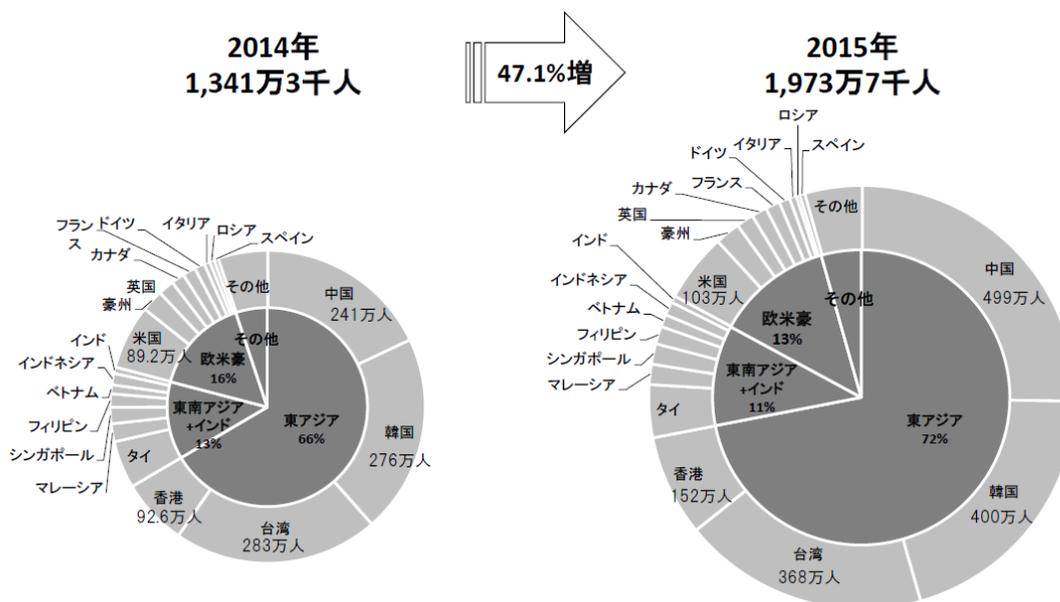
- 昭和 60 年に国鉄明知線を引き継いで第三セクター方式として開業した明知鉄道では、イベント列車「急行大正ロマン号」の通年運行を通じて、地域の観光振興と地域公共交通インフラとしての鉄道路線の維持とを両立させ進めている。
- 「急行大正ロマン号」は通常車両に食堂車を増結して、地域の食材を使った季節ごとのお弁当を提供。乗客の復路乗車券をフリー切符にして、沿線地域への周遊を促進。観光振興を通じて、地域公共交通インフラの維持に向けた取り組みを展開している。
- 平成 23 年度の同車両の売上は、年間乗車人数・収入とも前年比 10%強の増加となった。鉄道路線の維持に経営面から寄与している。



【資料 11】 国別の訪日外国人旅行者数と訪日外国人旅行消費額

- 2015 年の訪日外国人旅行者は、過去最高の 1,973.7 万人（前年比 47.1%増）。中国、韓国、台湾、香港の東アジアからの旅行者が全体の 72%と、2014 年よりも 6 ポイント増。

国別の訪日外国人旅行者数

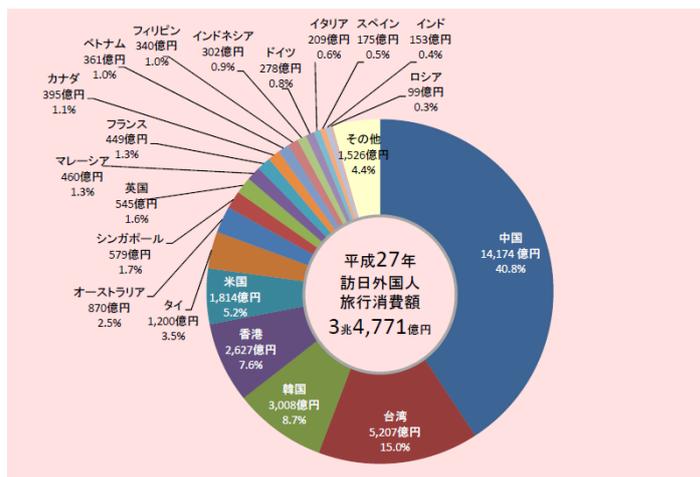
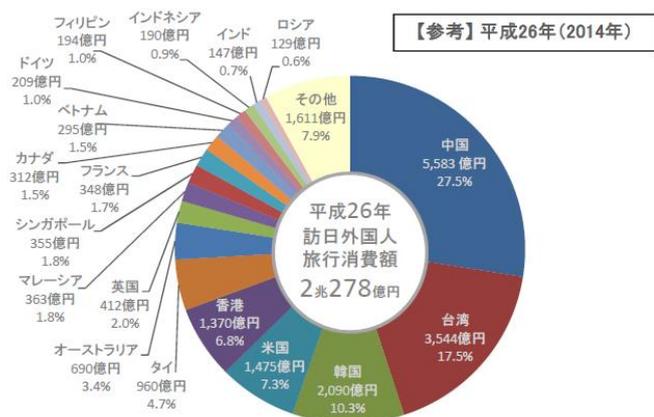


地域	国	2014年		2015年		2015年前年比	
		人数	%	人数	%	増減	伸び率
東アジア	中国	2,409,158	18.0%	4,993,800	25.3%	2,584,642	107.3%
	韓国	2,755,313	20.5%	4,002,100	20.3%	1,246,787	45.3%
	台湾	2,829,821	21.1%	3,677,100	18.6%	847,279	29.9%
	香港	925,975	6.9%	1,524,300	7.7%	598,325	64.6%
	計	8,920,267	66.5%	14,197,300	71.9%	5,277,033	59.2%
ASEAN+インド		1,690,229	12.6%	2,173,000	11.0%	482,771	28.6%
欧米豪		2,121,223	15.8%	2,511,000	12.7%	389,777	18.4%
その他		681,748	5.1%	856,100	4.3%	174,352	25.6%
合計		13,413,467	100.0%	19,737,400	100.0%	6,323,933	47.1%

(資料)「統計発表 2015年12月および年間推計値」(JNTO)

- 2015年の訪日外国人旅行消費額（速報）は、3兆4,771億円となり、年間値で初めて3兆円を突破（前年比71.5%増）した。また、一人あたりの旅行支出も前年比16.5%増の17万6,168円。
- 国籍・地域別にみると、中国が初めて1兆円を超え、総額の4割を占めた。また、中国、台湾、韓国、香港の東アジアが全体の72.1%を占め、2014年の62.1%と比較すると10ポイント増になっている。

国別の訪日外国人旅行消費額

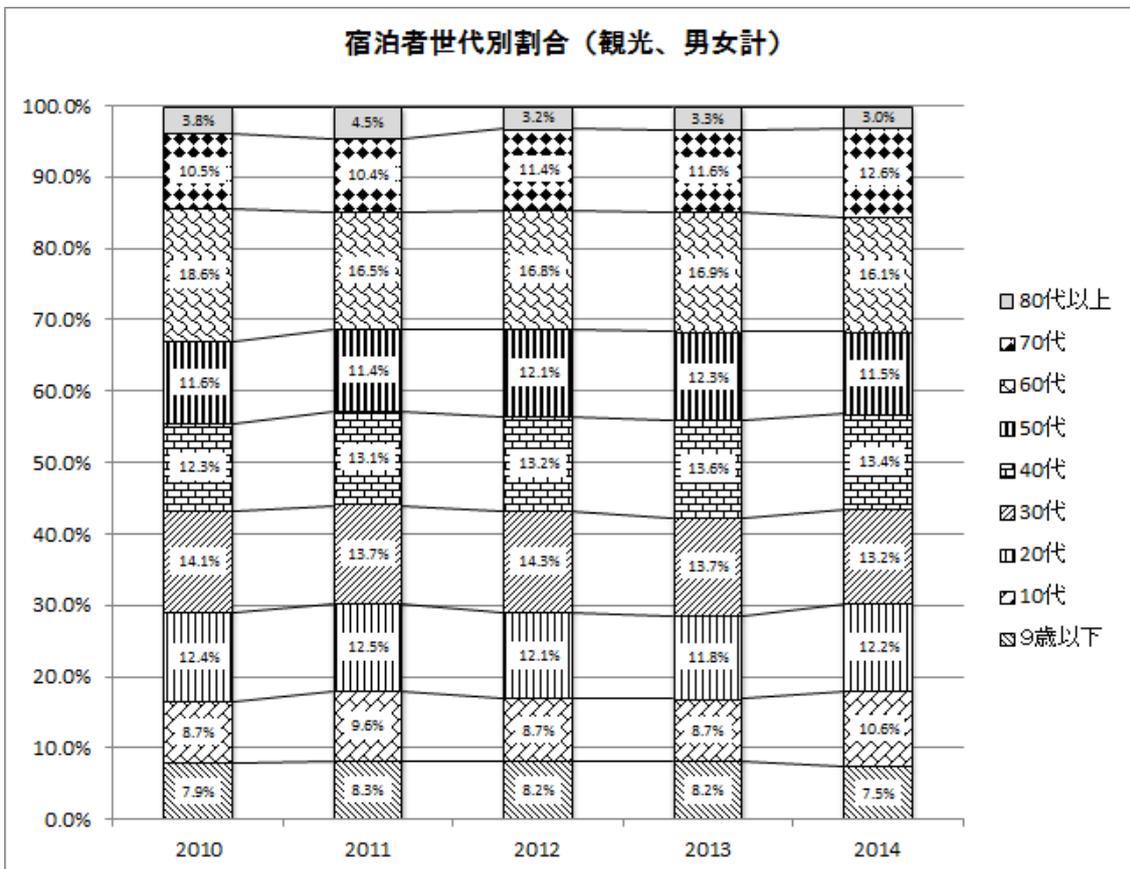
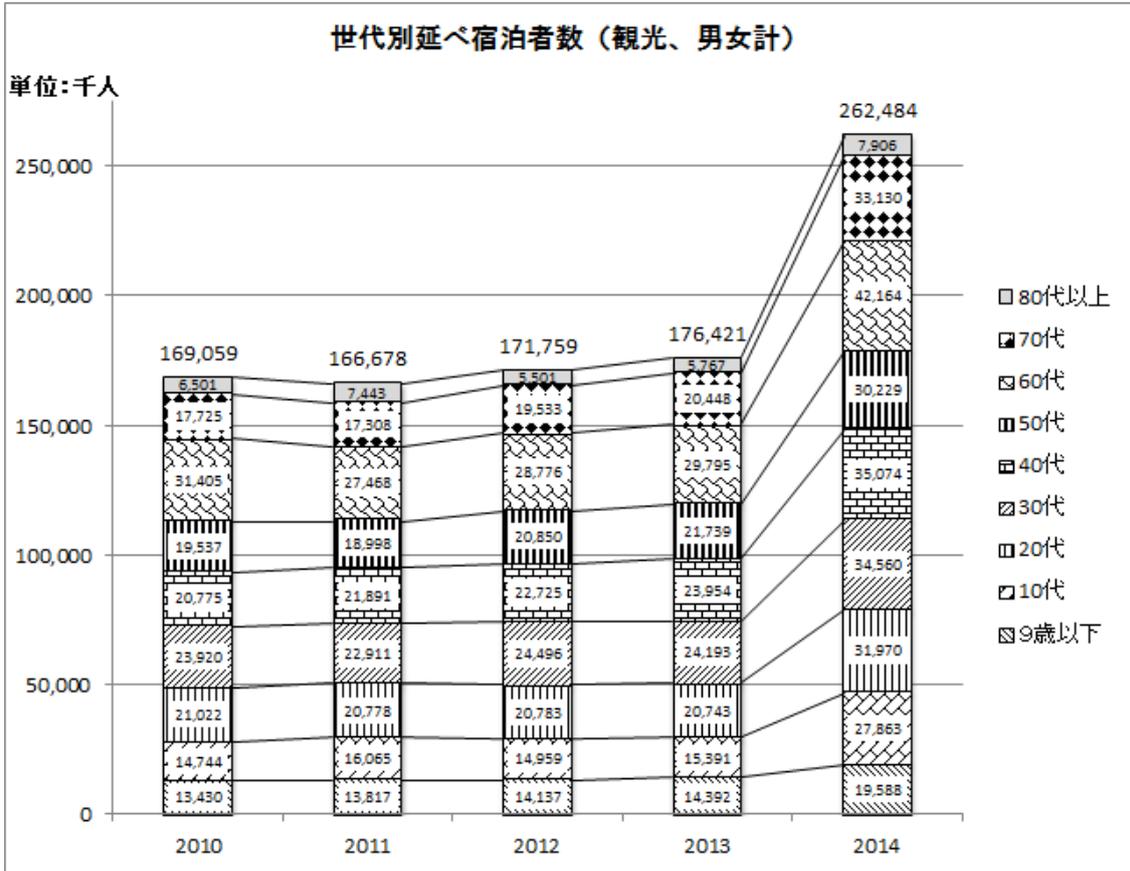


地域	国	2014年		2015年		2015年前年比	
		消費額	%	消費額	%	増減	伸び率
東アジア	中国	5,583	27.5%	14,174	40.8%	8,591	153.9%
	韓国	2,090	10.3%	3,008	8.7%	918	43.9%
	台湾	3,544	17.5%	5,207	15.0%	1,663	46.9%
	香港	1,370	6.8%	2,627	7.6%	1,257	91.8%
	計	12,587	62.1%	25,016	72.1%	12,429	98.7%
ASEAN+インド		2,504	12.3%	3,395	9.8%	891	35.6%
欧米豪		3,575	17.6%	4,834	13.9%	—	—
その他		1,611	7.9%	1,526	4.4%	—	—
合計		20,278	100.0%	34,771	100.0%	14,493	71.5%

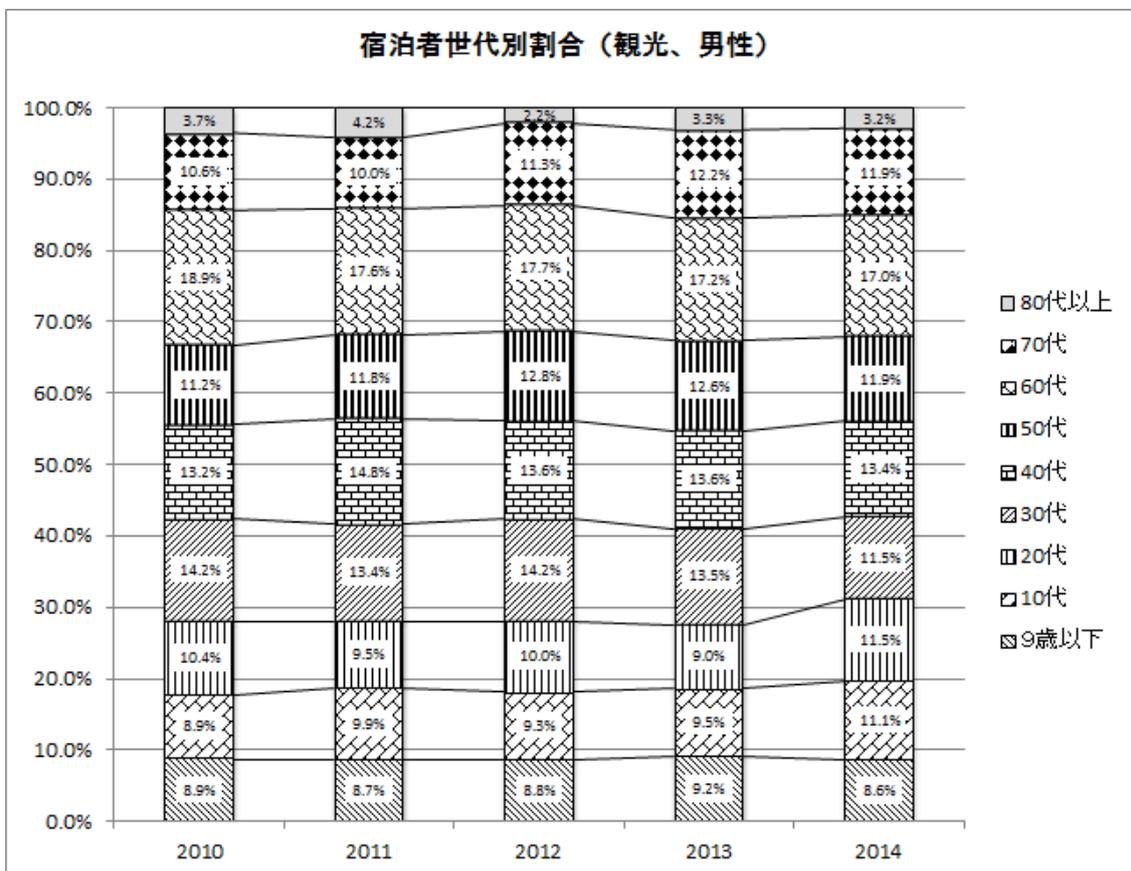
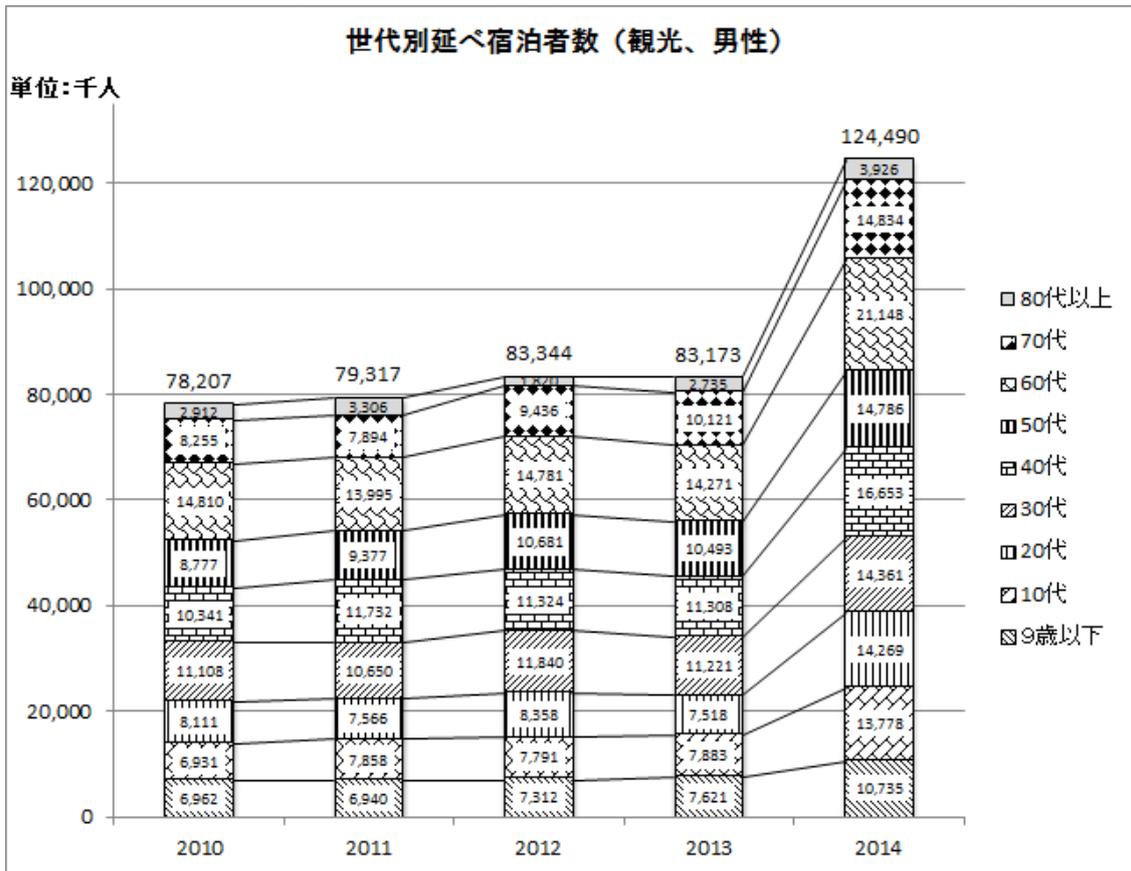
(資料)「訪日外国人消費動向調査」(観光庁)

【資料 12】 国内旅行の減少理由

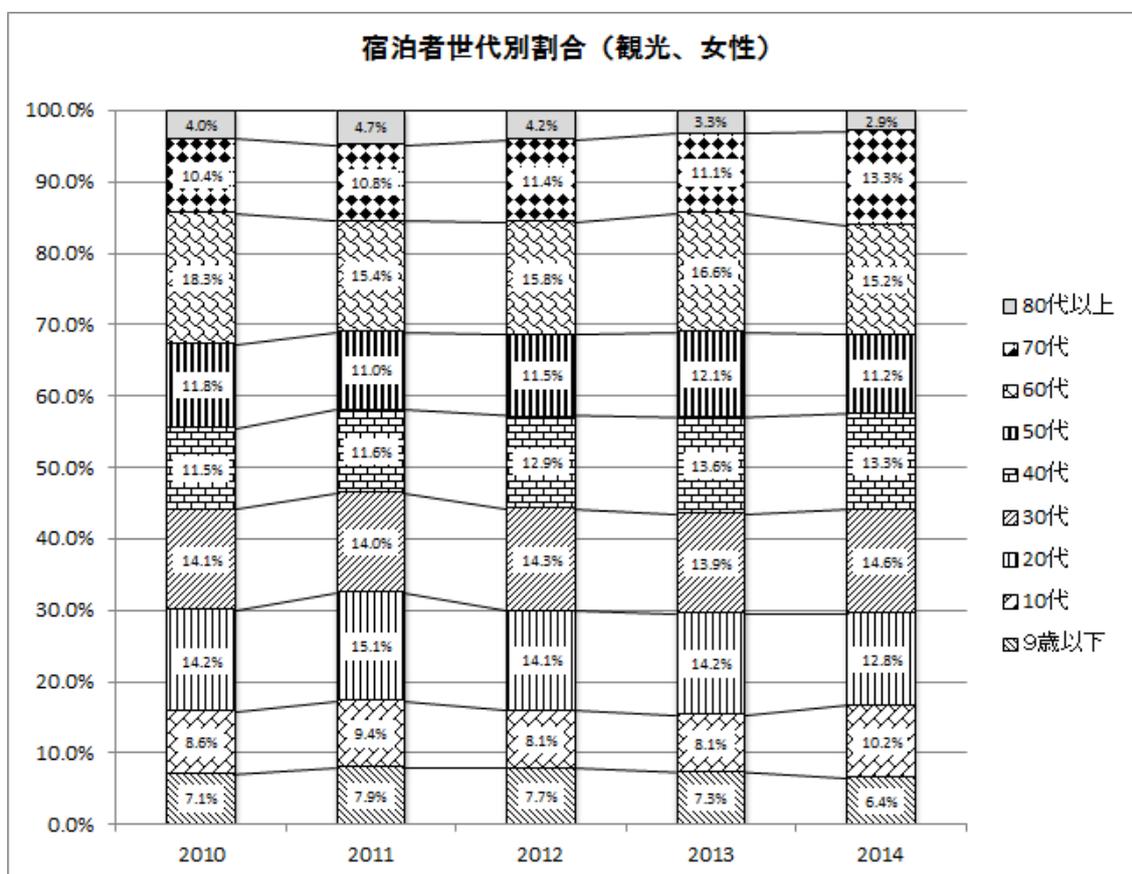
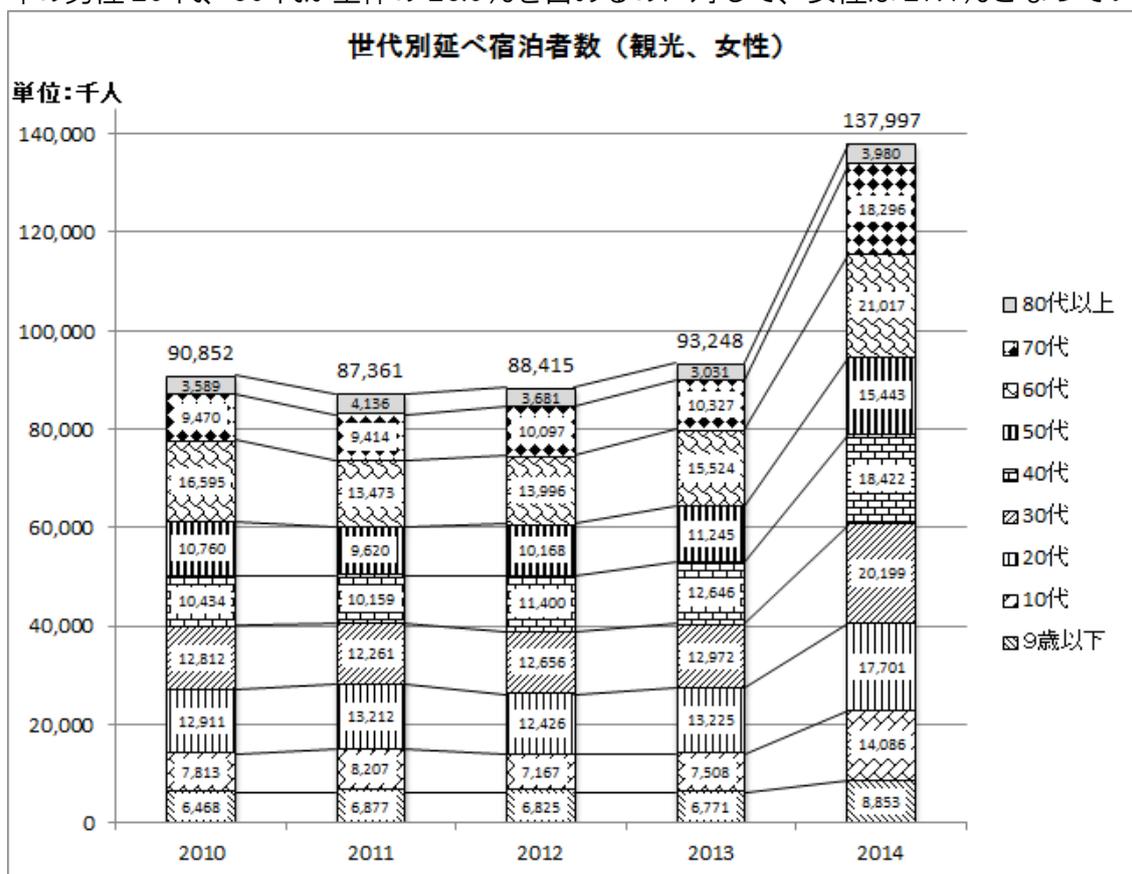
- 国内の観光客は、60代が最も多く、2014年は全体の16.1%。次いで、40代（13.4%）、30代（13.2%）、70代（12.6%）の順になっている。



- 2014年の男性世代別の割合をみると、60代が全体の17.0%と最も多く、40代(13.4%)、70代、50代(ともに11.9%)と続く。20代、30代はともに11.5%となっている。



- 2014年の女性世代別でも60代が15.2%と最も多かった。30代が14.6%と次に多く、2014年の男性20代、30代が全体の23.0%を占めるのに対して、女性は27.4%となっている。



(資料)「旅行・観光消費動向調査」(観光庁)

労働者1人平均年次有給休暇の付与日数、取得日数及び取得率

	合計			企業規模											
	付与日数 (日)	取得日数 (日)	取得率 (%)	1,000人以上			300~999人			100~299人			30~99人		
付与日数 (日)				取得日数 (日)	取得率 (%)	付与日数 (日)	取得日数 (日)	取得率 (%)	付与日数 (日)	取得日数 (日)	取得率 (%)	付与日数 (日)	取得日数 (日)	取得率 (%)	
2010年	17.9	8.5	47.1	19.0	10.2	53.5	18.1	8.1	44.9	17.3	7.8	45.0	16.9	6.9	41.0
2011年	17.9	8.6	48.1	18.9	10.5	55.3	18.3	8.4	46.0	17.3	7.7	44.7	16.8	7.0	41.8
2012年	18.3	9.0	49.3	19.3	10.9	56.5	18.3	8.6	47.1	17.6	7.7	44.0	17.1	7.2	42.2
2013年	18.3	8.6	47.1	19.5	10.6	54.6	18.5	8.2	44.6	17.8	7.5	42.3	16.9	6.8	40.1
2014年	18.5	9.0	48.8	19.4	10.8	55.6	18.5	8.7	47.0	18.1	8.1	44.9	17.4	7.4	42.2

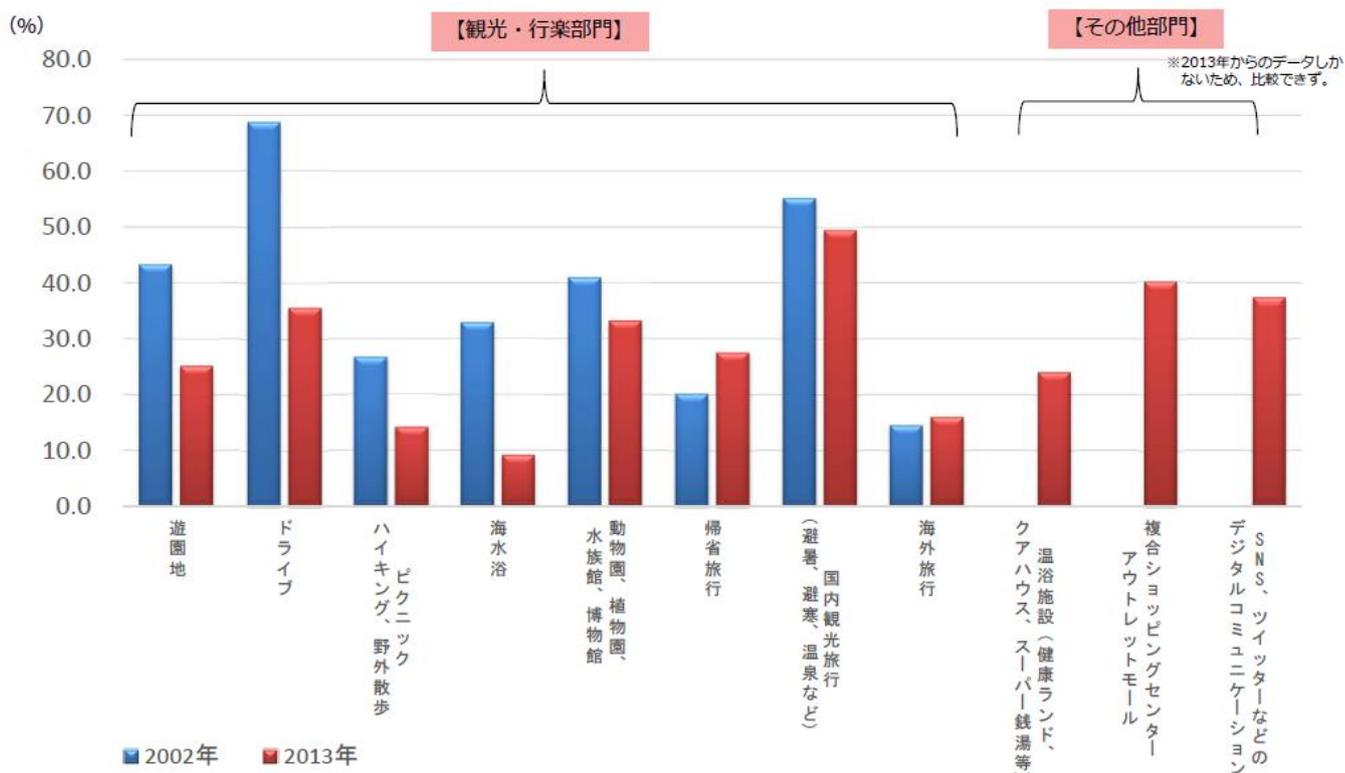
注：1)「付与日数」には、繰越日数を含まない。2)「取得日数」は、1年間に実際に取得した日数である。

3)「取得率」は取得日数計/付与日数計×100(%)である。

(資料)「平成26年就労条件総合調査」(厚生労働省)

20代の余暇活動への参加率

- 余暇の過ごし方に関する選択肢が多様化しており、20代の行動様式にも変化が見られ、遊園地、ドライブ、ハイキング、海水浴などのアクティビティのニーズが激減。



(資料) レジャー白書(日本生産性本部)

若者が国内旅行に行かない理由

	1位	2位	3位
高校生	受験・資格取得・就活のため	お金の余裕がないから	休暇が少ないから
18~29歳	お金の余裕がないから	子供ができた/まだ小さいから	休暇が少ないから

(資料)「将来的な商品化に向けた観光資源磨きのモデル調査業務」(2014年、観光庁)

【参考13】観光にとってキラーコンテンツとなる未活用資源

〔歴史的建造物を活用した取り組み〕

- 桐生商工会議所(群馬県)は、地域内の近代産業施設であるノコギリ屋根工場をカフェやレストラン、パン屋等の店舗としてコンバージョンさせることで、観光資源として再生。
- 東京都新宿区にある小笠原伯爵邸は、東京都の保存施設だったが、PPP事業として民間事業者に保存を目的に業務委託。現在、レストランとして施設が有効活用されている。
- 兵庫県洲本市では、1987年まで操業していた鐘淵紡績淡路工場の跡地を1994年から整備。赤レンガ造りの工場建屋を、図書館や複合商業施設等にリノベーションして活用している。
- 丸亀商工会議所(香川県)は、昭和初期に建築された商家や銀行を整備し、ギャラリーやカフェ、多目的スペース等として活用し、まちなかの賑わい創出につなげている。
- 北九州市の場末だった門司港地域は、1988年に門司港駅舎が国の重要文化財に指定されたことを契機に、地区内に残る歴史的建造物の整備を開始。歴史的建造物にカフェスペースを設けるなど、これまでの利用方法を覆したことで建築物の魅力を高め、1995年3月の「門司港レトロ」グランドオープン以降、連鎖的な観光まちづくりが進み、現在は同市を代表する観光地となっている。
- 長野県下諏訪町にあるマサヤゲストハウスは、かつて旅館だった空き家を、ゲストハウスにリノベーションし、これまで同町になかった若者やFIT(外国人個人旅行者)の受け皿として、これまでほとんどいなかった外国人が滞在するようになってきている。ゲストハウスは、低価格の宿泊施設で、食事はなく、お風呂も共同シャワーのみ。宿泊者は、周辺商店街で食事をしたり、温泉の銭湯に入りにつたりと新たな人の流れを生んでいる。



- ・ 国家戦略特区として指定された兵庫県養父市においては、古民家等の歴史的建造物を宿泊施設として活用することが、特例として認められている。一方で、建物価値の問題から、資金調達に課題がある。
- ・ 歴史的建築物(住宅)の残存数: 149万棟(1950(昭和25)年以前の住宅数)
- ・ 全国の空き家数: 819万戸(2013年)
- ・ 国指定の特別史跡は、大阪城や登呂遺跡島など全国に61カ所あり、特別史跡内に観光客向けの食事処や土産店などの施設を新たに設置するには、文化財保護法(第125条第1項)の規定によって、文化庁長官の許可が必要となる。また、史跡の重要性や所在地によって、許可申請先が文化庁長官、都道府県教育委員会、市教育委員会など異なる(文化財保護法施行令第5条第4項)。

〔水辺を活用したカフェの運営〕

- タリーズコーヒージャパン(株)は、隅田川の河川敷に2013年10月、店舗をオープンした。これは、台東区の隅田公園オープンカフェ協議会の公募で採択されたもので、都内初の河川敷地店舗。オープン後は、区、同協議会、地元住民等で運営する隅田公園オープンカフェ運営連絡会と連携して、地域内の活動に参画して



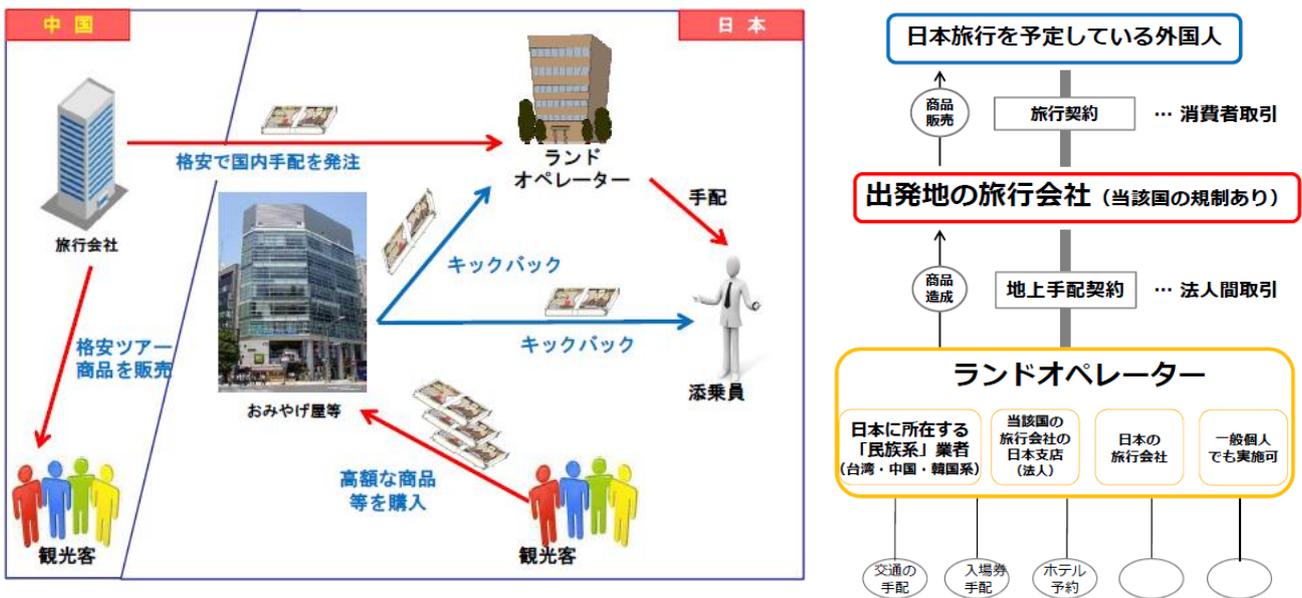
いる。これまでに、ウッドデッキテラスの設置や地域清掃の実施、「絶景ビアテラス」を開催するなど、地域に密着した運営を行っている。

- 河川敷地の継続的な利用にあたっては、「河川法」の第24条に基づき、河川管理者の許可を受けることが必要になり、その審査基準が河川敷地占用許可準則である。河川敷地の占用については、公共性または公益性を有する者を原則的な占用主体としているところであり、占用の特例として営業活動を行う事業者に占用を許可することとなることを踏まえ、3年以内を許可の期間としている。
- 公益物件並みの10年以内にするすることで、上記のような民間投資が効果的になる。

【参考14】グローバル化に対応した制度づくりが必要

〔インバウンド向けランドオペレーターによる低価格・低品質ツアー〕

- 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ランドオペレーターは、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。



〔民泊を巡る問題〕

- 国家戦略特区法第13条において、7～10日以上の滞在を条件に、外国人滞在施設について、構造設備基準や衛生措置等の旅館業法上の規制の適用が免除。これまでに、東京都、神奈川県、千葉県成田市、大阪府、京都府、兵庫県が特区認定を受けている。しかし、各自治体での条例制定が遅れ、同法に基づく民泊は行われていなかった。
- 昨年、ようやく東京都大田区、大阪府で条例が制定された。大田区では本年1月29日に条例が施行され、国家戦略特区に基づく民泊がスタート。大阪府では、4月から施行される予定。
- その一方で、アメリカに本社を置く Airbnb（エアビーアンドビー）社が、仲介サイトを運営し、日本で法律の規定外の民泊事業を展開（約2万1,000件の登録物件がある）しており、近隣住民等とのトラブルなどが発生している。

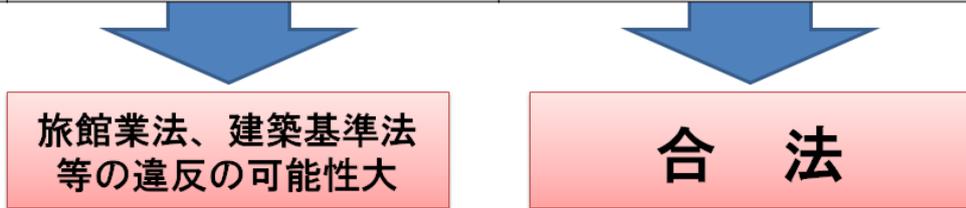
(現行制度上、実施可能な「民泊」について)

民泊の種類	対 象	旅館業法との関係
国家戦略特区 (外国人滞在施設経営事業)	一定の要件を満たす特区内の施設を賃貸借契約に基づき条例で定めた期間(7~10日)以上、外国人旅客に提供するもの	適用除外
農林漁業体験民宿業	農山漁村余暇法に基づく農林漁業体験民宿業のうち、農林漁業者が営むもの	適用あり 構造設備基準の特例(簡易宿所の客室延床面積33㎡以上の基準を適用除外)
イベント民泊	年1回(2~3日程度)のイベント開催時に、宿泊施設の不足が見込まれることにより、開催地の自治体の要請等により自宅を提供するような公共性の高いもの	適用なし(反復継続性がなく「業」に当たらないと判断。旅館業に該当しない)

※上記の他、簡易宿所営業の許可を受ければ、自宅の一部やマンションの空き家等を活用した民泊を行うことは可能。

(現在の「民泊」の問題点)

概要	外資による民泊	国家戦略特区法第13条
宿泊期間	制限なし(1泊から)	7日~10日以上(条例で定める)
宿泊エリア	制限なし(全国)	国家戦略特区指定自治体
面積	制限なし	25㎡~
付帯設備	制限なし	制限あり
本人確認	ホスト任せで制限なし	対面での本人確認
近隣対応	ホスト任せで制限なし	近隣への告知
行政対応	ホスト任せで制限なし	事業者認定が必要



本来の制度が動かず、非合法的な仕組みが市場を席巻しているところに問題が

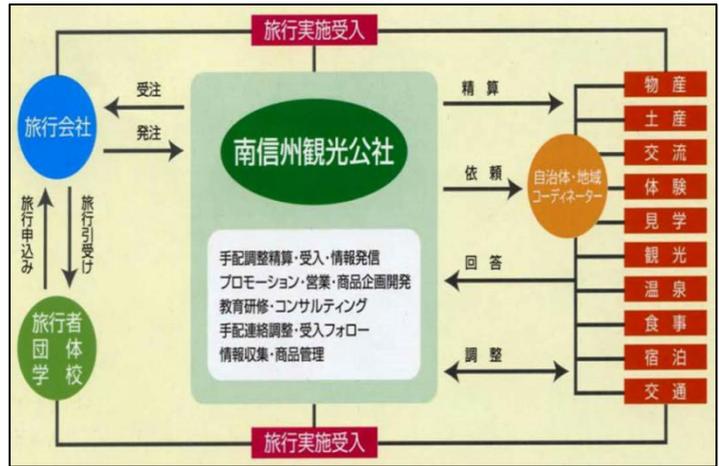
[乗り合いタクシーUber(ウーバー)]

- Uber(ウーバー)は、自家用車に相乗りするという概念から「ライドシェアサービス」と呼ばれており、2009年にアメリカで創業。ネットを使い、現在地と目的地を伝え、近くの登録者とのマッチングを行う。タクシーに比べ3~8割安い金額で利用することができる。
- 同社は現在、世界67カ国、360都市以上に事業を広げている。日本にも2013年に進出しているが、道路運送法で、白いナンバープレートの自家用車が営業行為を行うことは禁止されている。
- タクシー業界は、特に地方では厳しい経営環境にある。タクシーの平均実車率は現在43%(100km走ったら43kmしか客を乗せていない)で、供給量は問題ない。ライドシェアの議論を始める前に、運転手の雇用確保、さらには、安全性の担保という面から、初乗り距離の短縮や料金改定など、タクシーの規制緩和を進める必要がある。

【資料 15】地域の観光経営を展開する取り組み事例

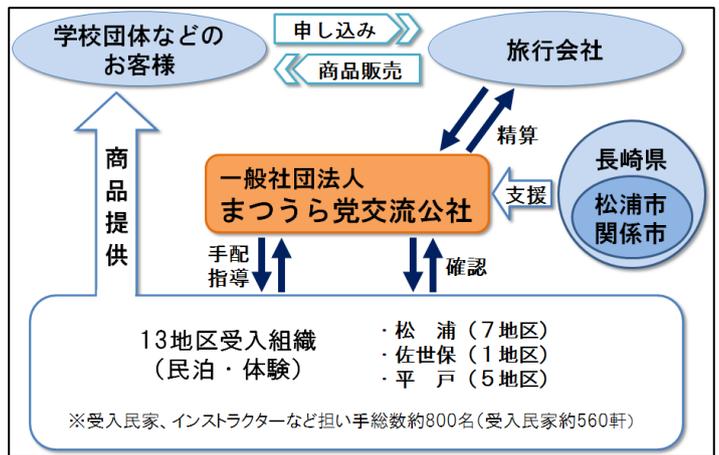
〔南信州観光公社（長野県飯田市）〕

- 「体験型観光」による南信州広域の地域振興を目指し、飯田市をはじめ1市4村および企業・団体が出資して、2001（平成13）年に設立。
- 農家民泊などの「農林業体験」の商品造成とそれを活用した教育旅行のセールス、受け入れ・コーディネートを実施している。
- これまでに、「アウトドア・アクティビティ」「味覚体験・食文化」「伝統工芸・クラフト創造」「環境学習・自然散策」といった130以上の多彩な体験プログラムを造成した。地域の観光プラットフォームとしての役割を担う同社の取り組みは注目を集めており、多くの地域が視察に訪れている。
- 自治体からの補助金はなく、独立採算による経営で、現在は単年度黒字を実現している。



〔松浦党の里（長崎県松浦市）〕

- 松浦商工会議所が事務局となり松浦体験型旅行協議会を立ち上げ、2002年にスタート。その後、松浦、佐世保、平戸の3市13団体が参画したことで、全体のコーディネートを行う一般社団法人まつうら党交流公社を設立。松浦市など行政が強力にバックアップする「官民協働」の受入システムを構築している。
- これまでに、「漁業体験」「農林業体験」「味覚体験」「自然・歴史体験」など、84の農林漁業体験プログラムを造成し、中国・近畿の旅行会社を通じて商品販売を行っている。わずか2万5,000人の市に、現在では年間3万人の修学旅行生を受け入れている。
- また、同公社では、受入民家・インストラクター等の担い手約800人（受入民家560軒）向けの講習会等、人材育成にも努めている。こうした取り組みが評価され、2006年の第4回オーライ！ニッポン大賞でグランプリ（内閣総理大臣賞）を受賞している。



〔日本版DMO（Destination Management/Marketing Organization）に関する動き〕

日本版DMOとは、「観光地経営」の視点に立った、観光地域づくりの舵取り役としての役割を担う組織。観光庁は、日本版DMOの形成・確立を支援するため、候補となりうる法人「日本版DMO候補法人」を登録する制度を創設した。

■登録対象： 地方公共団体と連携して観光地域づくりを担う法人

■登録区分： ①広域連携DMO：地域ブロックレベルの区域

②地域連携DMO：複数の地方公共団体にまたがる区域

③地域DMO：原則として基礎自治体である単独市町村の区域

■支援制度： 新型交付金による支援対象となり得ることに加え、関係省庁で構成される連携支援チームを通じて重点的な支援が実施される予定。