

資料 5 - 1

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

# ツーウェイツーリズムによる 交流立国の実現に向けて

2015.12.7

一般社団法人 日本旅行業協会  
会長 田川博己

## はじめに

### ■ 目指すべき姿

#### ツーウェイツーリズムによる交流立国「日本」の実現

2020年に4000万人の相互交流による国内観光の再活性化

### ■ 明確なグランドデザイン(工程表)の必要性

#### 『観光』 = 国家戦略

中長期的な時間軸で産官学、省庁連携でやり切る体制

「誰が」、「いつまでに」、「どのように」 ⇒ 戦略に責任者と期限と権限を

業界としても三位一体(国内・海外・訪日)で推進する

# 交流立国実現のための政策提言(1/4)

## ① “質”の向上

### 日本のブランド価値向上

### リピーターとなる「ファン」づくり

ツアーオペレーター  
品質認証制度

人材育成

観光案内の整備

### 国内旅行の「質」向上

- ・満足度の向上・リピート化
- ・日本人による「日本の魅力」の再評価
- ・国によるツアーオペレーター品質認証制度導入

- ・観光経営人材・リーダーの発掘・育成
- ・おもてなし人材の発掘・育成（シニア、外国人活用）

- ・多言語化対応
- ・観光コンテンツの価値を正確に伝える観光案内プログラムの整備

# 交流立国実現のための政策提言(2/4)

## ② インフラ整備

日本ならではの「新しいホスピタリティ」の形

### 宿 泊

- ・ 都市部のホテル不足解消
- ・ 地域の旅館利用の促進

### 交通・乗物

- ・ バス等への規制緩和
- ・ 地方空港、港湾の整備
- ・ 駐車場確保

### 通信・標示

- ・ ICT利活用の整備
- ・ 道路標識等の整備
- ・ デジタルサイネージの整備

『Hard』&『Soft』

### 食事対応

- ・ 食の宗教対応
- ・ アレルギー対応
- ・ 多言語メニュー

- ・ 障害者差別解消法への対応
- ・ 旅行の限界年齢の引き上げ
- ・ 施設のバリアフリー化

### ユニバーサル

### 危機管理

- ・ 安否確認のための情報収集・支援
- ・ 旅行安全マネジメントの確立
- ・ ツア-ホ-レーターの登録制度導入

## 交流立国実現のための政策提言(3/4)

### ③ 情報発信

日本の魅力・地域の魅力

世界・国内に効果的に発信

DMOの活用

広域観光ルート  
の推進・情報発信

MICE誘致

#### マーケティング・戦略に基づいたプロモーション展開

- ・クールジャパン(伝統芸能、地域産品、生活文化等)を含めたコンテンツ
- ・地域の魅力(地域ブランド)を国内外に発信

- ・地域、DMO、JNTO、旅行業が連携したプロモーション展開

- ・CE分野では一定の成果
- ・民間色の強いMI分野に産官連携のプロモーション戦略の強化

## 交流立国実現のための政策提言(4/4)

### ④ 推進体制

#### ■ 観光予算

アジア各国は観光誘致・観光投資の強豪国

交流大国として日本の立ち位置をつくるためにも、中国・韓国レベルの観光予算を確保し、中長期的に具体的施策をやり切る覚悟が必要

#### ■ 観光に対する更なる省庁連携

三庁連携(観光庁+文化庁+スポーツ庁) ⇒ 文化・スポーツと観光との一体交流

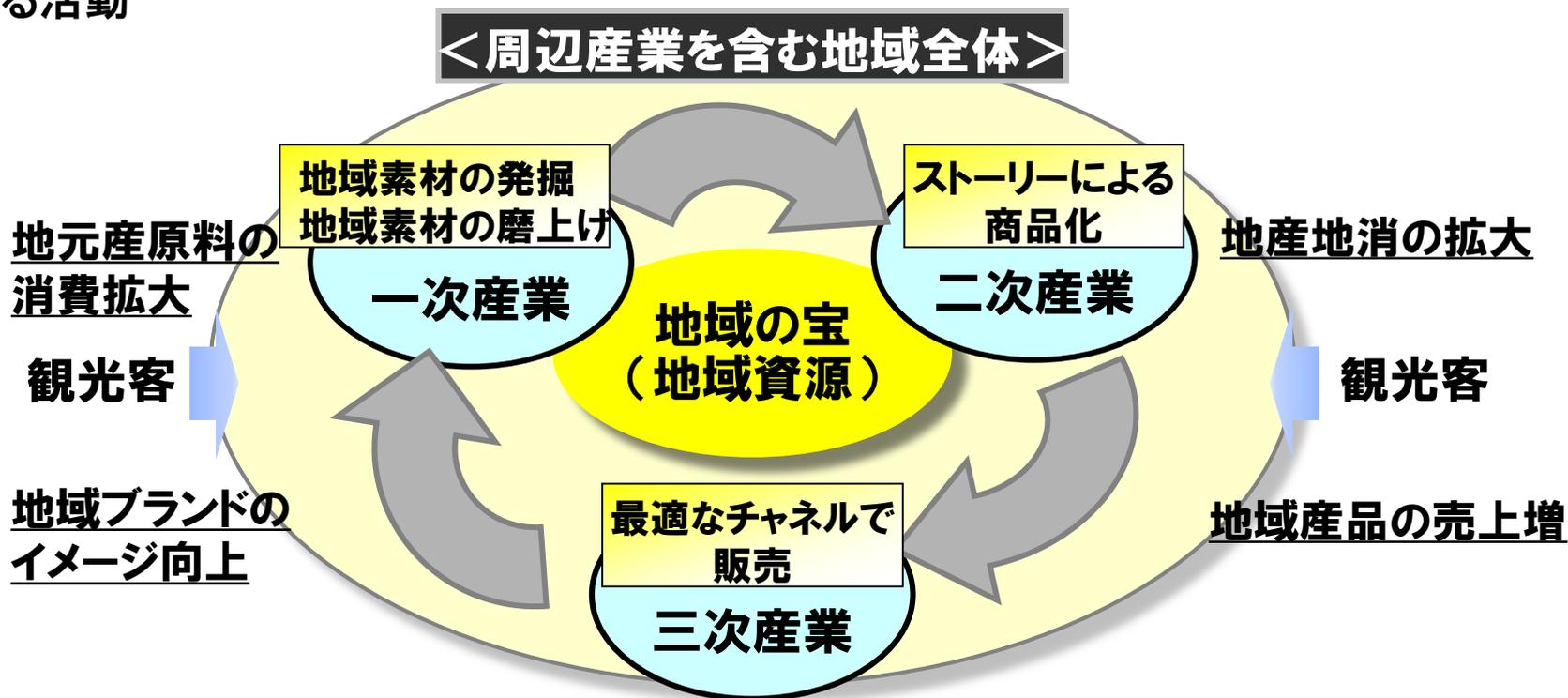
外務省(日本の魅力発信)、経済産業省(クールジャパン)、厚労省(旅館業法・衛生管理法)、総務省(消防法、通信)、環境省(Eco)

観光庁の観光省、国際交流省に格上げも視野に

# 観光による6次産業化

## 1次産業 X (+) 2次産業 X (+) 3次産業 = 6次産業

観光による6次産業化とは、モノの流れ(物流)だけでなく、ヒトの流れ(人流)を作り出すことで、新たな価値を生み出し、地域経済をさらに活性化(価値の最大化・ブランド化)させる活動



観光(ツーリズム)は、様々な分野と融合して新たなサービス(イノベーション)を創出

## 交流大国に向けた人とITの融合

ITにより、観光のビジネスモデル・競合が変わった

OTAの台頭

C2Cビジネス

SNS

人とITは代替ではなく、相乗補完関係

事業領域が拡大し、サービスの関連性が広がることで  
新たな仕組み、サービスモデルが進化する

ITが人流の拡大をさらに推し進める役割を

人(ソフト)とITの融合こそが、交流大国日本に向けた鍵となる

**JATA 政策提言**  
**-海外・国内・訪日旅行-**

平成 27 年 7 月 1 日

一般社団法人 日本旅行業協会

## 目 次

- |                 |         |
|-----------------|---------|
| 1. 海外旅行に関する政策提言 | 2 ~ 6   |
| 2. 国内旅行に関する政策提言 | 7 ~ 9   |
| 3. 訪日旅行に関する政策提言 | 10 ~ 12 |

# 海外旅行振興に向けた提言

## 4000 万人相互交流時代における海外旅行 2000 万人達成に向けて — ツーウェイツーリズムによる交流立国の実現 —

経済・文化・情報が自由に行きかうグローバル社会が進展する中で、国際あるいは地域間における相互理解、友好の促進を通じ、安全で平和な社会の実現に貢献できる「交流の力」の必要性が高まっている。そこで、これからの日本が「ツーウェイツーリズムによる**交流立国**」を目指すことを提案したい。すでに訪日外国人のもたらす効果に着目した「観光立国」のアクションプランが描かれているが、外国を訪問する日本人の経済、文化、国民性の影響力を戦略的に捉えツーウェイツーリズムの体制を整えることを提案する。双方向の交流を考慮にいれることで、日本人のツーリズムそのものに対する造詣をさらに深めることは、インバウンドにおける競争力が増強されるだけでなく、国内旅行の振興にも有効である。

目指す姿： ツーウェイツーリズム、グローバルツーリズム（三国間）による「交流大国」  
数値目標： 2020 年の海外旅行 2000 万人、訪日旅行 2000 万人、相互交流で 4000 万人

### 1. 休暇制度の普及

#### (1) 年次有給取得率向上と計画的長期休暇取得の普及

今国会で、年 5 日分の有給休暇の取得を義務化する労働基準法改正案が提出される。現在、日本の年次有給取得率は約 20% であり、欧米諸国と比較して極めて低い状態にとどまっている。企業の生産性向上が国際競争力の重要課題となり、休暇が生産性向上に貢献し、ワークライフバランスの改善に寄与するという OXFORD ECONOMICS や OECD の指摘もある。以上から、年次有給取得率の向上を提案する。普及のために障害者雇用のように企業規模に応じた規定をもうけることを提案する。また、旅行業界は長期休暇の計画的取得を推進し、年次有給取得率の向上に率先して取り組む。

#### (2) ハッピーマンデーの維持継続

祝日三連休は、一回当たり 2,700 億円から 5,500 億円の経済効果が試算されて実現した制度で、すでに定着化している。ハッピーマンデーを核として、長期の休暇を取得する契機ともなっている。制度の維持、継続することを提案したい。「海の日」や「体育の日」などその意義を啓蒙するとともに、国内旅行だけでなく、海外旅行においても、それにちなんだ旅行企画を実施していきたい。

### 2. 若者の国際化支援

これからの交流大国を担う若者について、現在、海外旅行離れや内向き志向が言われている。内閣府実施の日本の若者の意識調査では、若者自身が「国際的な視野」の不足を感じている。また、子供のころに旅行体験をすることが、大人になってからの旅行に与える影響が大きいという調査結果がある。折しも政府では「グローバル人材の育成」を成長戦略の一つと位置づけてもいる。

**(1) 満 18 歳までの若者への旅券の無料取得**

満 18 歳までの若者への旅券（5 年旅券）の無料取得を提案する。早期に海外を経験させ、海外での実体験をすることが日本を再認識することにもなり、若者の国際化への最も近道である。

**(2) 留学支援制度拡大**

留学を支援するために、海外の大学で取得した単位の国内で認定する推進することを提案する。

**(3) 海外姉妹校提携推進**

全国の公立中高校の姉妹校提携運動を提案する。姉妹校同士の生徒の交換留学や相互訪問は相手国への理解につながる。オリンピック開催時の外国人受け入れマインドの醸成やボランティア要員の確保にもなる。（広島県では、知事が主導し全公立高校の姉妹校提携を推進している）ユネスコ・スクールの活用も行う。

**(4) 高校修学旅行の行き先を海外へ**

高校修学旅行の旅行先を海外とすることを提案する。2013 年の海外修学旅行参加者数は 134,007 名で海外修学旅行実施率は 12.1% である。私立高校は 80,755 名で実施率 23.6% であるのに対して、公立高校での実施は 53,252 名で 7% と極めて低い。既存の姉妹都市提携や新規の姉妹校提携を活かした修学旅行を相互に行うことを提案したい。

**3. 国際化による地方創生**

**(1) 地方空港国際化促進、チャーター便の誘致**

地方空港の国際化のための環境整備を提案する。具体的には CIQ 手続きの迅速化やタラップの利用など LCC を誘致しやすい設備や環境の整備。中国、アジア諸国との地域、期間限定ビザ処遇でのチャーター便誘致（韓国の江原道は特区扱いを効果的に活用し、年間中国人 27 万人の誘致に成功）により、双方向での旅行企画販売をおこなうことができる。

**(2) 地方でのクルーズ施設整備・改善**

地方でのクルーズ施設整備（仙台など）と CIQ の改善を提案する。中国・アジア市場には大型クルーズ船が続々と投下されている。誘致受け入れの環境を整備して、日本での寄港を増やしたい。

**(3) 文化・スポーツと観光との一体交流**

文化・スポーツと観光の一体交流を提案する。サッカーにおいて札幌でベトナム人選手や甲府でインドネシア人選手が活躍することをきっかけに、双方向の経済・文化交流が大きく拡大した。文化・スポーツ・観光の一体となった交流圏を各地域がそれぞれ違う国と築くことが地域を活性化させる。また、札幌で生まれた「よさこいソーラン」は留学生を通じて、アジア各国にも広がっている。また、日本各地のアニメの聖地を訪れる外国人観光客も多い。クール・ジャパンを含めたコンテンツを地域から世界へ発信することを提案する。

**(4) 観光による地域ブランド化推進（モノの輸出とヒトの流入拡大）**

観光による地域ブランド化推進を提案する。

六次産業化で生まれた地域の農水産品や伝統工芸品、観光によって地域ブランドを確立し、モノの輸出とヒト（外国人観光客誘致）による経済効果を図る。その為の人の交流を推進する。

**4. 安心安全な旅の推進**

テロや感染症、自然災害などに対するリスクマネジメントを行い、国際交流が途絶えないようにする。世界の国々の相互理解を促進させ、異なる価値観の理解によって世界平和を達成させる。

**(1) 旅行安全マネジメントの普及**

観光庁と協力して、旅行業安全マネジメントの普及を通じて危機管理を旅行業界に定着させる。外務省と協力して、海外における官民協力体制を構築する。

**(2) 中小旅行会社向け危機管理システムの導入**

中小旅行会社向けの緊急連絡網や緊急時支援システムの拡充を提案する。

**(3) 国民の危機管理意識の啓発と業界内の定着**

7月1日「旅の安全の日」の活用を通じて、外務省・観光庁と連携して国民への危機管理意識の啓発と業界内の定着化を行うことを提案する。旅レジの普及啓蒙に取り組む。

**(4) 被災地復興支援の積極的取組み**

被災地の復興支援に積極的に取り組むと共に、風評被害から早期の回復に国際機関（PATA, UNWTO）などと連携して取り組むことを提案する。

**5. 消費者保護の為に国際標準化と魅力的な旅の実現**

上のクラスのホテルに変更をした場合は、補償金を支払う必要がないように制度変更を提案する。現在の旅程保証の制度では上のクラスのホテルに変更しても補償金を支払うことになっており、この過度な消費者対応がグローバル・スタンダードに合致しないということで、世界各国から改善を要求されている。このままでは国際ホテルの仕入れに支障をきたし、魅力的な旅行企画が実現できなくなる。

**6. ODAで観光ソフト・インフラ整備開発援助**

**(1) 観光インフラ整備開発援助対象国の拡大**

ソフト・インフラ整備開発対象国の拡大を提案する。観光が重要産業である途上国へのODAは人材開発やプロモーションなどに旅行会社が参画することで、日本からの海外旅行客の増加という実績につなげることができる。例えば、チュニジア、ミャンマー、パレスチナではJICAプロジェクトに旅行会社が参画し、3年間のプロジェクト期間で成果を上げつつある。アジア太平洋島嶼国、アフリカなど中国の影響力が強い地域で優先的に取り組む必要がある。

**(2) 日本語観光ガイド養成支援**

アジア各国での日本語観光ガイド養成支援を提案する。将来的には、研修を受けた日本語ガイドは双方向交流の担い手となる。（タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナムなど）JATAでは人材教育のためのシニアスタッフの海外派遣に取り組む。

**(3) 海外修学旅行制度のインフラ支援**

ODAで海外修学旅行制度のインフラ支援をして修学旅行制度の定着をはかることを提案する。将来の日本との青少年交流の基盤となる。

**7. 国際観光市場におけるリーダーシップの向上（国際競争力の向上）**

**(1) 国際観光会議等での日本の発言力の拡大**

国際観光会議等での日本の発言力拡大を提案する。官民協力して観光に関する国際会議での発言を増やす必要がある。JATAでは安心安全の取り組み、品質保証など日本のベスト・プラクティスを国際観光会議で発信してきた。これからも継続強化したい。

## (2) 関係省庁との連携による持続可能な観光発展への取組み

観光庁と関係省庁との連携による持続可能な観光実現への取組みを提案する。UNWTO 倫理憲章の普及、啓蒙を行う。環境保全、環境保護への取組み強化、エコツーリズムの取組み、気候変動への取組み、CO2削減、Low Carbonの取組みなど。

## (3) 方面別戦略計画

双方向交流を意識した方面別戦略計画の立案を提案する。人数と消費額で影響力を把握し、双方向交流を意識した方面別の戦略計画を観光庁、JATA、JNTOで作成し、実施していく。

- ① 中国、韓国との北東アジア広域交流圏の確立（三国大臣会合を通じた計画）
  - ・東アジア周遊パス（Air, Rail）による域内交流の活性化
  - ・圏外からの訪問客にも三国間周遊企画を販売（団体、パッケージ）
  - ・三国を周遊する世界遺産教育旅行ユニットの造成
  - ・日本海クルーズ周遊（鳥取→江原道→ロシア）周遊運賃の造成
- ② アジア域内での交流（相互交流）
  - ・ASEAN プラスとの相互交流拡大  
重要国・地域：台湾、香港、マカオ、タイ、マレーシア、フィリピン、インドネシア、ベトナムなど
- ③ 先進諸国との外交・経済・貿易の進展に即した交流（アメリカ、ヨーロッパ、オーストラリア）
- ④ 観光開発途上国への支援
  - ・ODAによるソフト・インフラ支援と送客
  - ・JATAで政府観光局代行を行うことも検討する（家賃人件費を負担）

## (4) 国際観光統計の充実

出入国カードの廃止以降、海外旅行の国別訪問者数は相手国の発表によって把握している現状となっている。また、消費額についてはサンプル調査を乗じて推察されている。国際戦略策定のために出入国カードまたはそれに代わる統計の実施を提案したい。外務省の「旅レジ」を普及させ連動させることも提案したい。

## 8. グローバルビジネス人材の育成

### (1) MICE人材の強化

世界に通用するCMP（Certified Meeting Planner）を養成することを提案する。

### (2) アジア太平洋地区共同コンベンションの誘致

アジア太平洋地区共同コンベンションの誘致を提案する。日本での開催も含めてアジア・太平洋各国持ち回りで誘致する。（ハワイで環太平洋のコンベンションを実施して、アジア各地から送客する形も考えられる）

### (3) 双方向による海外研修団の実施促進

海外研修を復活し、人材教育への積極投資を提案する。海外から学ぶ海外視察の需要は減少したが、日本の知見を売り込み情報交換する海外交流団や若者に国際交流の修行の機会を与える海外研修の需要は高い。双方向で産業観光の受け入れを行う需要も高い。

### (4) 短期駐在制度の拡充やインターンシップの受け入れ

日本の生活レベルの向上に伴い、若者の海外勤務の志向が減退している。短期駐在制度の拡充などで機会を増やすことを提案する。また、学生の海外インターンシップやワーキングホリデーに対する企業側の受け入れ体制づくりを提案する。

## 9. ジャパン・トラベル・ウィークを国際観光交流のプラットフォームへ

### (1) ジャパン・トラベル・ウィークを世界3大旅行イベントへ

ツーリズム EXPO ジャパンとビジット・ジャパン・トラベルマート、MICE マートを拡充し、海外旅行、訪日旅行、国内旅行の振興という3つのベクトルを備えた「ジャパン・トラベル・ウィーク」をITB、WTMに並ぶ世界三大旅行イベントに育てることを提案する。

### (2) 国際観光会議の誘致

「ASEAN 観光リーダーズ会議」を2015年に「観光大臣会議」を2017年に、誘致する。そして「世界国際観光 DAY」を東京オリンピック・パラリンピックの前年2019年に日本に誘致することで、日本の国際発言力を向上させることを提案する。

### (3) ツーリズム EXPO ジャパンの2019、2020の地方開催

大阪、福岡などアジア市場を意識した開催の実現を検討する。

### (4) 地域イベントの積極的な開催

地域と海外を直接結びつける海外旅行イベントの開催を通して地方と海外の連携を強化する。

## 10. 自由な往来を担保する為のインフラ・制度の改善

### (1) 空港税などの諸税軽減・燃油サーチャージの運賃への一本化

空港税などの諸税軽減を提案する。また、消費者に理解されにくい燃油サーチャージの運賃一本化への改善を求める。

### (2) 出入国に関する障害の除去とビザの軽減

出入国に関する障害の除去とビザの軽減の促進を提案する。

# 地域経済活性化に向けた国内旅行振興の提言

少子高齢化が進展し地域における定住人口が減少している現在、「地方創生」が日本の重要政策であり、「交流人口の拡大による地域活性化」はその主要な解決策である。その際、地域の資源を掘り起こし、磨きをかけ、国内外に魅力を発信していくことが、地域の新たな発展の原動力となる。このような地域と旅行会社との連携により、魅力ある商品開発や有効なプロモーションの展開が可能となる。このため、観光に携わる受地と発地の連携を強化し、地域への交流人口を効果的に拡大するための主要な課題と方向性を述べ、具体的な施策を提言する。

## 1 主要な課題と対策の方向性

### 1.1 旅行需要の地域への分散

国内旅行においても大都市へ旅行需要が集中する傾向が強まっており\*、地域に旅行需要を分散させる必要がある。

\*観光庁「宿泊旅行統計調査」によると 2014 年の東京都、千葉県、神奈川県、京都府、大阪府の 5 府県の実宿泊者数で 29.8%

### 1.2 「まち・ひと・しごと創生長期戦略」の徹底

地域の交流人口を増やすためには、各省庁の連携を強めるとともに、具体的な目標や効果を長期的かつ統一的に明確にして、施策に対する十分な効果検証を行う必要があると考える。

### 1.3 地域における長期的な基本計画の必要性

地域自らが魅力を高め、磨きあげる努力をしなければ、国内外からの旅行者やリピーターを集めることは出来ない。地域が自ら「地域版総合戦略」を策定し、様々な地域観光資源を組み合わせる魅力的なストーリーを構築しなくてはならない。

### 1.4 発地側のニーズと連携する地域毎の総合的なプラットフォームの必要性

旅行会社が、地域の素材を活かした商品開発・宣伝展開を行うためにワンストップで対応できる機能を持った地域毎の総合的なプラットフォーム（以下、「観光総合プラットフォーム」）が必要である。

### 1.5 地域特性を考慮した効果的なプロモーションの展開

地域の効果的なプロモーションを推進するためには、単年度ではなく長期的に実施していく必要がある。地域特性を考慮しない全国一律の手法では効果も限定される。

### 1.6 プロモーションに関する単年度予算の限界

現状の予算は単年度ベースの予算であり、長期的ビジョンに立った場合、補正予算を含めて柔軟な予算策定を長期的に組み込むことが望ましい。

### 1.7 観光産業に携わる人材の不足

バスの乗務員や宿泊施設の従業員といった観光を支える人材不足が顕著に表れている。賃金や福利厚生等待遇面の改善と人材の確保が共有できるようなシステムの構築が必要である。

### 1.8 地域独自の魅力を体験できる体制整備

地域独自の魅力は、地域ならではの様々な体験や地域の生活に根ざしたものに負うところが大きい。そのため、従来の観光関連産業だけでなく、地域の特性を持った他産業の協力が望ましい。

### 1.9 大型クルーズ船の寄港が可能な港湾の整備

国内では5万トン級の船の受入が可能な港ですら十分に整備が進んでいないのが現状である。国内外のクルーズ需要の増加に応えるためにも、超大型船の受入の寄港が可能な港湾の整備とともに、クルーズ客を迎える客船ターミナルの整備も重要な課題である。

### 1.10 地域間交流機会の拡大

それぞれの地域の人・学校・企業等の交流機会が拡大すれば、地域レベルのネットワークも強まり、交流人口は増加する。

### 1.11 旅行者が安全・快適に旅行できるためのインフラの整備

旅行者が地域を訪れ、安全・快適に旅行する上で整備する課題は多い。宿泊施設・公共交通機関等の安全性に対する整備も必要である。

### 1.12 連続した休日・休暇の取得

交流人口の拡大による地域活性化のためにも、連続した休日・休暇の取得を増やす努力を継続する必要がある。また長期休暇を取得しやすくなるためにも、すでに定着しているハッピーマンデー制度の維持、継続が必要である。

### 1.13 地域間連携の拡充

旅行者の多様なニーズに応えるため、近隣の観光地が連携することで、魅力的な観光地域を作る努力が続けられている。これらは点から面の開発となるような支援が必要である。

## 2 具体的提言

### 2.1 観光振興に関する目標と「地域版総合戦略」の徹底 (1.2 関連)

新たな「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、自立的・自主的な地域への支援において国が関係省庁横断的で効果的な施策を実施するとしている。地域独自の魅力を高め観光振興を推進するためにも「地域版総合戦略」の徹底が必要である。

### 2.2 地域における長期的な観光基本計画の策定促進 (1.3 関連)

交流人口の拡大による地域活性化を実現するためには、観光を地域振興の根幹となる産業と位置づけた長期的な基本計画の策定が必要である。地方公共団体の「地方版総合戦略」の策定に際し、あわせて長期的な観光基本計画の策定が求められる。

### 2.3 観光基本計画を推進する「観光総合プラットフォーム」の実現 (1.4 関連)

交流人口増大を実現し、地域の観光基本計画を推進するためにも、送客側のニーズに対応する観光素材の品質管理、手配の受入窓口、受入に関する条件整備、受入組織間の連携、必要な人材の確保・育成などを担当する「観光総合プラットフォーム」を実現させる必要がある。

### 2.4 人材の活力を最大限に活用(観光総合プラットフォームリーダーの育成)(1.4 関連)

「観光総合プラットフォーム」を機能的に運営し観光を地域の中核的産業に育成するためには、リードすることのできる人材、グループ、企業などの活用が必要である。

### 2.5 旅行会社と連携した地域のプロモーション強化・支援 (1.5 関連)

観光による地域活性を推進していく中で、その地域への旅行動機付けは最重要課題である。発地側の消費者ニーズを熟知する旅行会社と連携することで、より有効なプロモーションが可能となる。

## 2.6 プロモーション計画の複数年化による継続的な予算措置 (1.6 関連)

複数年のプロモーション計画を公表し、発地側の旅行会社、メディア等と連携し、適切な時期に効果的なプロモーションを実施することで、集客増加につなげることから補正予算を含めた柔軟な予算措置が必要である。

## 2.7 観光を支える人材の確保と育成・支援 (1.7 関連)

必要な知識や能力を備えた人材の育成を進め、ピーク期のニーズに対応できる人材の確保や流動的な運用に努めることが必要である。また、観光客の増加によって観光振興や地域経済への波及効果を地域の住民に実感させることも重要である。

## 2.8 旅行者が安全・快適に旅行できるためのインフラ整備 (1.8、1.11 関連)

高齢化が進み国内旅行でも旅行者がさらに安全・快適に旅行できる環境の整備が必要である。修学旅行では、宿泊施設の耐震性に対する関心も強まっている。訪日外客を含め緊急時の体制などリスク対応の強化も必要である。

## 2.9 体験観光の取組み強化と条件整備 (1.8 関連)

体験観光を実施するなかで民泊等は商品化に当たり問題が生じる可能性もあり、明確な方針を示す必要がある。

## 2.10 大型クルーズ船が発着可能な港湾の整備 (1.9 関連)

国としてどの地域にクルーズ客を迎え入れるかをデザインした戦略的な受入体制の整備が必要である。また、増加する国内のクルーズ需要を吸収するためにも首都圏など人口集積地域から近い港への超大型客船の寄航を促進することも必要である。

## 2.11 地域間交流の促進の受け皿の設置 (1.10、1.13 関連)

訪問地における交流は旅行の大きな動機・満足につながるだけでなく、継続的に地域を訪れる需要を創出することになる。そのためには、修学旅行や団体・企業・サークルなど様々なレベルにおける地域間の交流を斡旋・支援する体制を整備することが必要である。

## 2.12 休暇取得の促進 (1.12 関連)

休暇取得を促進する事が、旅行需要の拡大及び交流人口の拡大に繋がる。国が主体となって休暇取得の促進を進めることが必要である。またハッピーマンデーも、地域経済の活性化につながる経済効果も確認されていることから、制度の維持、継続が必要である。

# 訪日外国人旅行者 2,000 万人達成に向けた提言

訪日外国人旅行者数が 1300 万人を超えたことで 2020 年に 2000 万人という目標は現実的なものとなった。今後のインバウンド戦略は「質の向上」と「地域分散」が重要である。「質の向上」と「地域分散」を強く結びつけるのはリピーターで、「質の向上」が日本への再訪に結びつき、リピーターを増やすことが「地域分散」を後押しすることになる。提言書では、迅速に取り組むべき喫緊の課題と 2000 万人達成に向けた課題とを整理して記載した。

## 1. 喫緊の課題 - 受入体制等

### 1. 1 貸切バス

#### 急速な需要の成長に対応しうる実効性ある柔軟な施策の検討

現状は需要の急成長で繁忙による稼働率の差が拡大し、これが特定の時期に大都市部など局地的に実働バス台数の不足として顕在化している。営業区域に関する規制緩和などの措置は臨時措置としてではなく、一定の継続性を持った措置として講じられる必要がある。

### 1. 2 通訳案内士

#### 通訳案内士の実践的スキル向上のための支援措置の充実

通訳案内士の業務は、コミュニケーション能力、旅程管理の能力など幅広いスキルが求められる。本来こうした実践的な課題は民間主導で解決されていくべきと考えられるが、民間単独では限界があり、官民一体となった実地研修プログラムの創設などの対応策が求められている。

#### アジア言語などにおける通訳案内士有資格者の絶対数の不足への対応

訪日旅行者数が急増しているアジアの言語に関しては通訳案内士の絶対数が不足している。この問題に関しては、

- ①通訳案内士の品質を損なうことのないように留意しつつ外国語を母国語とする人々でも通訳案内士の資格を取得しやすくなるような制度への見直し。
- ②北海道、九州、沖縄など局所的に需要の高い地域では特区ガイドなど地域限定の資格制度を活用することで必要数を確保する。  
などの対応策が必要と考えられる。

### 1. 3 宿泊施設

#### 大都市部などにおけるホテル等の不足感

大都市ではシティホテルの外国人利用率が上昇しており、訪日旅行者の需要がピークとなる 3 月、4 月、10 月、11 月などでは既に部屋が足りない状況が生じている。訪日旅行需要が今後更に伸びることを予見し、どのクラスの宿泊施設がどの程度必要となるか把握するとともに、地域分散化の加速と代替となる旅館の利用促進などの対応策を取っていく必要があるものと考えられる。

### 1. 4 インフラ整備

#### 主要ターミナル駅等、旅客が集中するエリアにおけるバス駐車場等の確保

主要ターミナル駅等のバス駐車場等の確保については取り組みがなされてきているが、大都市では、バスの駐車や乗降のための余裕のあるスペース確保やバスから他交通手段への動線、バス待ち旅客の滞留場所などの確保が、行政と運輸機関が一体となった対応が必要と考えられる。

## クルーズ船の寄港受入体制の充実（C I Q体制とターミナル整備）

世界のクルーズ客船は大型化が進んでおり我が国に寄港する船舶についても今後は 15 万総トンクラスの客船来航が現実のものとなってくると考えられる。我が国では 15 万総トン規模のクルーズ船が物理的に入港可能な港が限られており、首都圏や関西など拠点的な役割を果たしうる重要港湾はもちろん、需要が顕在化している九州や沖縄などでも 15 万総トンクラスのクルーズ船が入港しやすい環境を整えて行く必要がある。

## 2. 2000 万人達成に向けた課題

### 2. 1 地域分散

#### 「地方創生」と連動した地域分散の促進

現状、大都市部に集中しているインバウンド需要が地域に分散すれば、「地方創生」戦略に大きな貢献が期待できる。訪日リピーターの増加、F I T 客の増加などにより今後次第に地域を訪れる旅行者は増加すると予想される一方で、初来日客や都市部へのリピーターなどの増加も予測されるため、大都市圏への需用の偏りを十分に解消できない恐れがある。インバウンド需用の地域分散には具体的かつより能動的な施策が必要である。

#### ローカルジャパンブランド（地域ブランド）の確立

インバウンド需要の地域分散を推進していく上で大きな課題となっているのが大都市等と比較した地域の認知度の低さと考えられる。地域の知名度を高めていくには、地域特性にあわせたブランディングや、より体系的なプロモーションを J N T O 等がリードし、在外公館等を含めた幅広い機関の協力によって情報発信を推進していく必要がある。

#### 各市場における重点デスティネーションを明確化することによる地域分散促進

海外の旅行会社と連携した販促では国内のどの地域をどの市場に売り込むかメリハリをつけ、戦略を持つことが有効と考えられる。観光庁・J N T O がリードする形で、国と地域、民間が一体となった動きを形成していく必要がある。

#### 海外の旅行会社に対する地域商品造成への支援策の充実

ゴールデンルート商品造成への着目度が高い海外旅行会社に対し、地域商品造成への積極的な支援策が、地域分散化を加速させる非常に有効な手段と考える。今後海外旅行会社へ、地域商品造成へのより積極的な支援策を講じる必要があると考える。

#### 大都市プラスワンの旅程を活用した地域分散促進

実効性のある地域分散戦略を考える上では、東京や大阪に地域での宿泊を 1 泊プラスする、いわゆる「大都市プラスワン」のような戦略を情報発信も含めて組み入れていく必要がある。

#### 大都市周辺部、及び地域における旅館利用の促進

東京、大阪など大都市のホテル稼働率は既に 85%前後の実質的な上限に達しつつある一方で、旅館の稼働率は平均で 40%前後と未だ低い。地域の旅館利用を促進する戦略を推し進めていく必要がある。

#### 地域の食や物産、伝統芸能等の魅力を活用した訪日動機の多様化・深化による地域・季節分散の促進

季節色豊かな旬の食材の料理や祭りをはじめとする地域のイベント、伝統芸能のプロモーションは地域分散のみならず、季節分散にも大きく寄与するものである。地域色豊かな食や産品、伝統芸能への関心を入口とした地域への誘客戦略を描いていく必要がある。

## 2. 2 訪日旅行者の体験の質の向上 品質認証制度の活用促進

品質認証制度はツアーオペレーター業界の品質の向上と、訪日旅行者の満足度を向上させリピーターとして定着させていくことを目的に導入された。品質認証制度に参画するツアーオペレーターが増えれば、訪日旅行全体の質の向上に大きな効果を発揮すると期待される。ツアーオペレーターの品質認証制度への参画を更に促進するためには、国・JNTOなどを通じた本制度のメリットの周知・PRや、国・自治体等が実施する招聘事業における品質認証取得会社の利用促進の働きかけなどの継続が必要不可欠である。

## MIに特化したプロモーションの展開

MICEに関しては国として積極的な誘致戦略がとられ、特にCE分野では成果が上がってきている。他方で、より民間色が強く多様性の高いMIに関しては、国としての積極的な手立てはこれまでのところ行われていない。ミーティング、インセンティブこそ、デスティネーション間の競争に勝たなくては獲得できない需要の典型であり、民間と連携した具体的なプロモーション戦略の導入が望まれる。

(MICEとは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のこと)

## 2. 3 訪日教育旅行

### 訪日教育旅行需要の受入体制強化

訪日教育旅行の推進は日本の理解者やファンを増やすことで、将来のリピーター拡大に繋げることができ、若者の国際交流の促進にも役立つ等、国として推進する意義がある事業である。学校訪問のワンストップ窓口を設けるなど受入推進に必要な情報の共有化が重要である。

## 2. 4 リピーター拡大

### 資源投入における初来日客とリピーターのバランス配分を明確化

2000万人という目標達成が現実的なものとなってきた今、初来日客を主として数を追う戦略から、リピーターにも焦点を当て、地域分散や季節分散を含め、訪日旅行者の体験の質の向上を通じ、日本ファンづくりへとバランスを取り直すタイミングと考えられる。訪日市場を引き続き拡大させる戦略とならんでリピーター形成に向けた戦略を開発し、両者のバランスの取れた推進を図る必要がある。

### 訪日旅行者の選択肢の幅を広げる

今後は訪日旅行者の選択肢の幅を広げていくことでリピーターを増やしていく戦略が必要と考えられる。スポーツツーリズム、エコツーリズム、グリーンツーリズムなどを通じ、他省庁との戦略の連携も視野に入れ、受入環境整備、認知度向上の取組が必要である。

## 2. 5 訪日旅行者の安心・安全の確保

### 観光危機管理に対応した登録制度の必要性

日本は災害大国である。災害時や交通障害時における訪日旅行者の援護と情報の提供に関し、宿泊施設、運輸機関などを含むツーリズム産業がより積極的に取り組んでいくよう、国としての働きかけが必要と考えられる。

一方で、我が国の行政に登録をしていない事業者であっても、訪日旅行者の取扱いをできる状況にあるため、災害などの緊急時においては、情報の集約や支援等の面で困難が予想される。安心・安全はツーリズムの最も基本となる要素であり、日本国内で旅客の斡旋業務を行う事業者に対し、何らかの登録制度を早期に導入することが必要ではないかと考えられる。

## 2. 6 インバウンド啓発の必要性

### 訪日旅行者のマナー向上・日本文化理解の促進

訪日旅行者が増加するにつれ、日本の文化や習慣に対する理解不足などから「トラブル」を引き起こすケースも増えてくると予想される。空港などの入管待合スペースなど訪日旅行者が必ず通過する場所を活用して日本の文化や習慣についての基本的理解を促す動画を流すなど一歩踏み込んだ対応策が求められる。

### 訪日旅行者受入に関する国民や企業の啓発

訪日旅行者に対する啓発と対を成すものとして、これからより多くの訪日旅行者と接することになる一般の国民に対しても啓発の必要がある。観光立国を目指す上で、訪日旅行者の受入に理解が得られる環境を維持していく努力が求められる。

## 2. 7 人材育成

### ワーキングホリデー制度の拡張

今後、訪日市場として重要な国との間でワーキングホリデーの制度を締結すれば、訪日旅行需要に連なる幅広い産業分野における外国人人材獲得の一助になるとともに、若者の力を借りたビジネス創出の機会を増やし、相互理解を促進することにも役立つと考えられる。こうした観点からワーキングホリデーの制度拡張の検討が望まれる。

日旅協第 2015-332 号  
平成 27 年 11 月 11 日

観光庁長官  
田村 明比古 殿



### 民泊の規制緩和に対する考え方について

訪日外国人旅行者が急増して東京、大阪、京都等の大都市ではホテルを中心にして宿泊施設が不足をしている状況になっております。2020 年に東京オリンピック・パラリンピックが開催されることで、さらに訪日外国人旅行者が増加することが見込まれます。

このような状況のなか、2014 年 4 月に旅館業法の適用を除外する国家戦略特別区域法が施行され、国家戦略特別区域での取組が始まっています。この制度は原則、外国人に限定されていますが、マスコミ等で「民泊」が取り上げられる機会が急増し、特区以外の地域や日本人も対象にする等の情報も飛び交い、混乱している状況になっております。

旅行業界にとって旅館業法に規定するホテルや旅館等は、長い歴史のなかでお客様からの信頼に基づき、共に観光産業を育成してきた重要なパートナーであります。当協会としては、地方分散化や旅館業界への影響を考えつつ取組を行っていかねばならないと考えているところです。

しかしながら、上記の大都市を中心とした一部の特区ではホテル等の稼働率が限界に達しており、宿泊料の高騰や日本人観光客が宿泊できない等の状況にあることも考慮しなくてはなりません。

このような実態を踏まえ、特区という特定の地域かつ外国人限定という前提で、民泊の取り扱いを行うことについては賛意を表しますが、その際最も重要となるのが、外国人旅行者の安心・安全の確保であると考えます。このことにより旅行の質が担保され、リピーター増に繋がるとともに、旅行業者としても旅行業法に則った取り扱いを行うことができると考えております。

以上の観点から、次の事項の整備等について要望させていただきます。

1. 旅行者の安心・安全を制度として確保することに加えて、旅行業者が旅行業法に則り取り扱える仕組みの整備
  - ①消防、食品衛生等、安心・安全を担保するルールの構築。
  - ②国家戦略特区施行令及び内閣府・厚生労働省が通知した、「外国人滞在施

設経営事業の円滑な実施を図るための留意事項」の周知徹底と遵守。

- ③消費者保護の観点から、滞在する施設の設置や管理に瑕疵があることによって外国人旅行者に損害が生じたときは、施設の提供者が賠償を確実に実施するルールの構築。

## 2. 地域住民（近隣住民）の理解を得るためのルール作り

なお、事業用に供する施設を使用させる期間については、特区毎の地域の宿泊施設の状況を考慮して設定していただきますようお願い申し上げます。

一方、特区以外の地域における違法な民泊を防止する観点から、海外取次斡旋業者の規制や、施設の提供者に対する取締りの徹底も大変重要なことであり、併せて要望させていただきます。

以上