

# 国際観光立国に関する報告書

世界に開かれた魅力ある国づくりに向けて

2005年6月21日

(社)日本経済団体連合会

報告書  
世界に開かれた魅力ある国づくりに向けて  
【目次】

はじめに.....	1
国際観光立国の今日的意義.....	3
1．何故国際観光立国なのか.....	3
(1) 国際観光振興の重要性.....	3
大交流時代の到来への対応.....	3
人口減少社会への対応.....	3
国際相互理解を通じた文化安全保障.....	4
(2) 魅力ある国・地域づくりの必要性.....	4
(3) 大きな経済波及効果.....	4
2．推進体制整備の必要性.....	5
(1) 省庁間連携.....	5
(2) 地域間競争・広域連携.....	5
(3) 産業界の連携.....	5
世界に開かれた施策の推進.....	7
1．アジア・近隣諸国の重視.....	7
(1) ASEAN 諸国について.....	7
(2) 中国・韓国・台湾について.....	7
2．ビジネス客の増加に向けて.....	8
(1) ビジネス客誘致における主要ターゲット.....	8
(2) ビジネス客誘致のための基盤整備.....	8
3．留学生の受入推進.....	9
4．ビザ発給手続の透明化・出入国手続の簡素化等.....	9
(1) ビザ発給手続の透明化.....	9
(2) 出入国手続の簡素化.....	10
(3) 不法滞在者の取締等.....	10
魅力ある国づくりに向けたプラットフォームの構築.....	12
1．人材育成の推進.....	12
2．景観形成：古都再生・都市再生.....	12
(1) 古都再生・美しい街並の形成.....	12
(2) 都市再生・街づくりの推進.....	14
3．基礎的インフラの整備.....	14
(1) 空港インフラの整備.....	14

( 2 ) ホテルの整備・充実.....	15
( 3 ) 医療施設等におけるサービスの充実.....	15
4 . 観光統計の整備・充実.....	15
情報発信のためのツールの整備.....	18
1 . 多言語による情報提供の推進.....	18
( 1 ) ユビキタスの活用による多言語情報システムの導入.....	18
( 2 ) 多言語案内表示の充実.....	18
2 . 世界へ向けた情報発信.....	19
( 1 ) ビジット・ジャパン・キャンペーンの展開.....	19
( 2 ) 海外における恒常的なプロモーションの展開.....	19
( 3 ) 「日本発」国際会議の企画・誘致.....	19
コンテンツの充実.....	21
1 . 国別・目的別マーケティング戦略の展開.....	21
2 . エンターテインメントと観光の連携.....	21
( 1 ) アニメ・ロボット博覧会の開催.....	21
( 2 ) テレビ・映画のロケの推進.....	22
( 3 ) ライブ・エンターテインメントの振興.....	22
3 . 産業観光の振興.....	22
4 . 博物館等の充実.....	23
むすびにかえて.....	24
追記：提言・報告書の取りまとめに向けた作業について.....	25

## はじめに

わが国では従来、観光振興のための政策・制度面の環境整備が製造業、商業、科学技術等に係る政策に比べて軽視される傾向にあった。また、国民の間においても観光振興の意義、重要性、その効果等について十分な意識が形成されてきたとは必ずしもいえない。しかし、観光は単に旅行業やホテル業のみならず、輸送業(航空、客船、鉄道等)、外食産業、製造業、エンターテインメント・コンテンツ産業、農林水産業等、広汎な分野の産業と密接な関連があり、その振興はわが国経済の活性化の起爆剤となり得る。加えて観光振興は景観形成、活気ある魅力的な街づくり、外国人観光客の誘致を含む国際的な人的交流の推進、地域の個性を活かした産業振興等の契機となる。かかる観点から 2000 年 10 月、経済団体連合会(当時)は「21 世紀のわが国観光のあり方に関する提言 新しい国づくりのために 」を取りまとめ、その実現方を関係各方面に働きかけたところである。

他方、わが国政府も観光振興に向けた取組を積極的に講じつつある。2003 年 4 月には「観光立国懇談会」が訪日外国人旅行者拡大に向けた報告書を発表している。また、これを受けて同年 7 月、全閣僚で構成される「観光立国関係閣僚会議」が「観光立国行動計画」を策定し、観光立国の浸透、わが国の魅力の確立、海外に向けたわが国ブランドの発信、観光立国に向けた環境整備等に関する政策を提示するに至った。さらには、2004 年 11 月、「観光立国推進戦略会議」がわが国の観光振興に関する 55 項目の提言を取りまとめ、現在その具体化に向けた方策が検討されている。

もっとも、これらの取組は始まったばかりであり、わが国には観光振興に係る課題が多く残されている。例えば、以下のような指摘がある。

- ( 1 )極東の島国であるわが国は、歴史や文化面において欧米はもちろん他のアジア諸国とも異なっており、独自の観光資源が比較的豊富である(例えば世界遺産は 12 件あり、世界 17 位)。しかし、これら観光資源は素材のままで止まっている場合が多い。各地域が主体となってこれら観光資源を国際的な水準まで洗練させ、「地域発の魅力」を売り出していくことが求められる。
- ( 2 )わが国には伝統的建造物等の歴史遺産が多数残されており、それ自体は保存状態もよい。しかし、これら歴史遺産をとりまく周辺の風景は必ずしも美しいとはいえず、街並全体の景観整備が急がれる。
- ( 3 )わが国を訪問する外国人旅行者は、海外旅行に出かける日本人旅行

者と比較して著しく少ない。商用・観光ビザの発給手続の見直し、海外における広報活動等なすべきことは多い。

- ( 4 )観光振興にあたっては地域間の連携が不可欠である。しかしながら、自治体によっては、自らの県の観光ルートのみを示し、近隣県を白紙にしたイラストマップを作成するなどバラバラに観光に取組み、結果として地域の統一的なイメージ構築ができないといった弊害が生じているケースがある。
- ( 5 )地域の長所・短所を客観的に分析し、マーケティングを行うことが観光振興に不可欠である。しかし、わが国では全国統一的な観光統計が整備されていない。

日本経団連では、これらの課題に産業界として対処すべく、2004年10月に観光委員会ならびに同企画部会を新設し、魅力ある国づくりと国際観光交流の推進に向けた方策について検討してきた。今般、有識者からのヒアリング結果、委員会・企画部会委員の意見等を集約し、本報告書を取りまとめた。また、報告書の中で特に優先的に取り組むべき課題を「国際観光立国に関する提言」に列記し、その実現方を関係各方面に働きかけていく所存である。

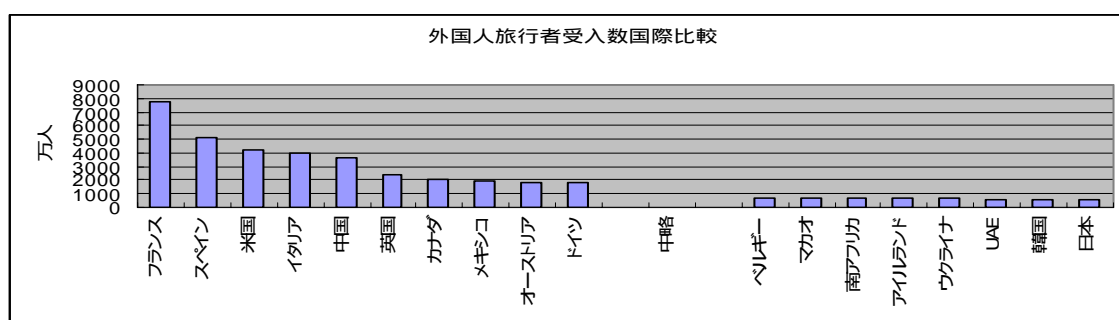
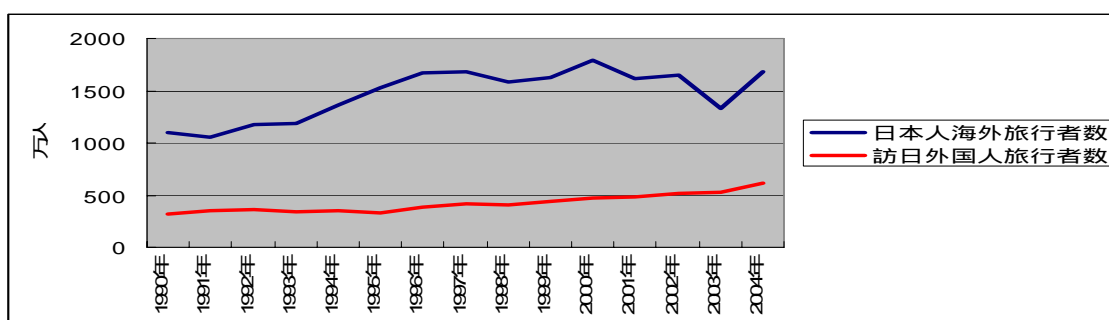
# 国際観光立国の今日的意義

## 1. 何故国際観光立国なのか

### (1) 国際観光振興の重要性

#### 大交流時代の到来への対応

わが国の場合、海外旅行に出かける日本人は年間 1683 万人であるのに対して、訪日外国人は 614 万人にしか過ぎない<sup>(1)</sup>。また、消費額ベースでも、わが国内におけるツーリズム関連消費 23.8 兆円のうち訪日外国人による消費はわずか 1.4 兆円(5.9%)である<sup>(2)</sup>。これは裏を返せば、今後の努力次第では訪日外国人による潜在市場規模とその成長性は極めて大きいものとなり得ることを裏付けているといえよう。ビジネス客を含めた世界の国際観光客数は 1970 年当時わずか 1.6 億人であったが、2000 年には 7 億人、2010 年に 10 億人、2020 年には 16 億人に達すると予測され<sup>(3)</sup>、わが国としてもこのような時代の流れに即した施策が不可欠である。



(16年版観光白書等に基づき作成)

#### 人口減少社会への対応

わが国では、2006年に人口1億2774万人でピークに達した後、漸次人口減少が進み、2051年には9970万人にまで減少するとの試算もある<sup>(4)</sup>。人口減少は、特に第三次産業の比率が7割を超え、人口依存型の経済を構成しているわが国にとっては深刻な問題となり得る<sup>(5)</sup>。その意味でも訪日外国人旅行者の誘致による交流人口の拡大が急務であるといえよう。特に、リピーターを確保し、恒常的に訪日外国人旅行者を確保することが必要であると考えられる。

## 国際相互理解を通じた文化安全保障

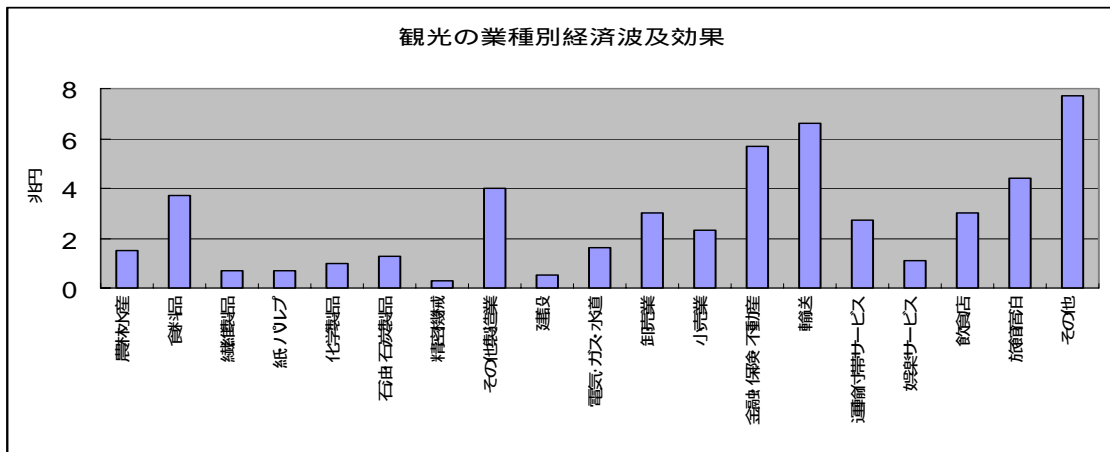
海外から多くの人々を受け入れることは国民の草の根レベルも含めた国際交流を深め、相互理解を促進することになる。これは「文化安全保障」とも呼ぶべきものであり、観光振興は単に経済的側面だけでなく政治・外交的側面においても極めて重要な役割をもつ<sup>(6)</sup>。昨今の中国、韓国の反日運動の多くは、現代の日本人に対する誤解に起因している側面を否定できず、交流を通じて解消し得る余地が大きい。国際観光振興は、諸外国の一般の人々にこうした契機を提供するものである。

## (2) 魅力ある国・地域づくりの必要性

海外から多くの人々が訪れるようにするためには、日本を訪れてみたい「魅力あふれる国」にすることが不可欠である。観光振興の目的の一つは、「観光立国懇談会報告書」にあるとおり「住んでよし、訪れてよしの国づくり」であるといえる。すなわち、観光の語源が「易経」の「観国之光。利用賓于王」(国の光を観ずをもって王の賓たるに利し)に由来するとおり、地域が光り輝くことによって繁栄し、外部から人が集まるのである<sup>(7)</sup>。観光資源の開発はもとより、景観の整備、都市再生、活気ある街づくり等、我々が普段生活している空間を魅力的なものとするに観光振興の本質があるといえよう<sup>(8)</sup>。

## (3) 大きな経済波及効果

上述の通り、観光は単に旅行業やホテル業のみならず、広汎な分野の産業と密接な関連があり、その経済効果は極めて大きい。わが国全体でのツーリズム関連の消費(直接効果)は23.8兆円、その波及効果は合計53.9兆円となっている<sup>(9)</sup>。また直接効果に対応する付加価値は12兆円であり、これを他の産業と比較すると、自動車産業を中心とする輸送機器や食料品産業にほぼ匹敵する。さらには、観光が創出する雇用は210万人ともいわれており、一般機械、輸送機械、食料品産業等と比較しても大きな数字となっている。



## **2 . 推進体制整備の必要性**

### **( 1 ) 省庁間連携**

観光振興には、街づくり・景観形成(国土交通省都市・地域整備局)、基礎的インフラの整備(同航空局、道路局等)、エンターテインメント産業の振興(経済産業省等)、グリーン・ツーリズムの推進(農林水産省、環境省)、博物館・美術館の整備(文部科学省等)、情報通信システムの構築(総務省等)、入国管理政策(法務省等)、道路等の占用許可(警察庁)、対外広報(外務省)等、中央省庁だけを見ても、ほとんど全てが関係している。観光立国担当大臣(国土交通大臣)のリーダーシップの下、各所管省庁が連携して対処していく必要がある。「一省庁最低一目標」で観光振興にコミットし、関連諸制度の整備、魅力ある国づくりに向けたプラットフォームの構築に取り組んでいくべきである。

### **( 2 ) 地域間競争・広域連携**

自治体、地元の産業界が他の地域と競争し、観光資源の発掘、地域の魅力向上に努める必要がある。同時に、地域間連携も不可欠である<sup>(10)</sup>。地域間競争とは「客の囲い込み」ではなく、地域間連携と相反するものではない<sup>(11)</sup>。各自治体は、周辺地域を一つのゾーンとして捉え、戦略的に観光振興を図ることで自らの地域も潤うことを認識すべきである。例えば、九州では2005年4月に「九州観光推進機構」を発足させ、各県と民間がそれぞれ資金と人材を出し合って地域全体として効果を発揮できる事業に優先的に取り組んでおり<sup>(12)</sup>、今後このような試みが奏功することが期待される。また政府は、引き続き交通インフラの整備・運営効率化等を図ることで、地域間の広域的な取組を支援すべきである。

### **( 3 ) 産業界の連携**

産業界、特に観光に関係の深い産業は、連携して多様化する顧客のニーズに対応した魅力ある商品の開発に取り組む必要がある。その際、「従来型の観光」に加え、個性的な旅行を目的とするニッチ市場の集合体も現在の観光市場で重要な位置を占めるという認識の下、大胆なパラダイム転換を図る必要がある(国際観光振興に向けたツールの開発、コンテンツの充実等)。

#### **【注釈】**

(1)2004年

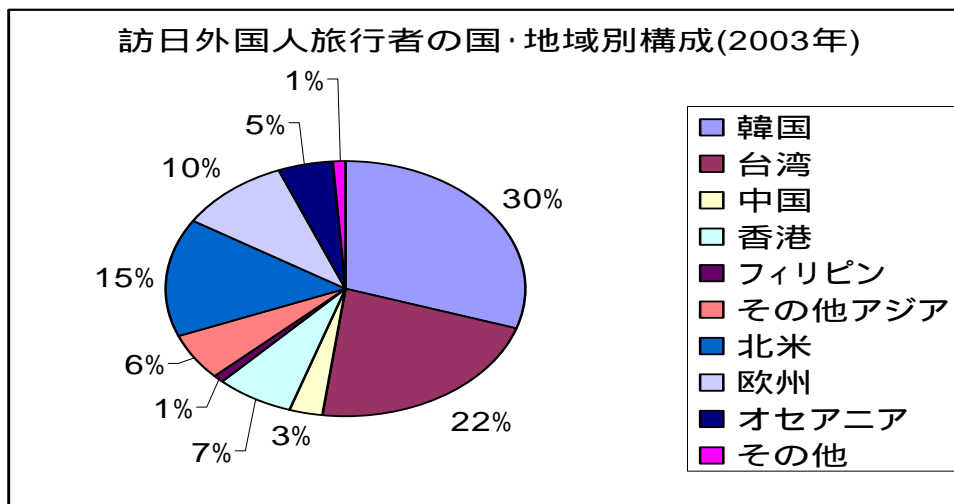


- (2)諸外国の事例を挙げると、米国：20.9%(97年)、豪州：22.0%(2000年)、フランス：35.7%(99年)、スイス：47.3%(98年)、スペイン：51.1%(96年)等(平成16年版観光白書38頁参照)
- (3)世界観光機関(WTO)による試算。
- (4)国立社会保障・人口問題研究所による試算。
- (5)例えば神戸の場合、94年末時点の人口は152万人であったが、95年1月の震災後、96年4月には142万人まで減少。これに伴い兵庫県の県内総生産の成長率は97年度にマイナス3.3%、98年度にマイナス3.4%を記録。震災による物理的損壊による影響よりも、その後の人口減少による影響の方が大きいという結果が得られている。額賀信「観光革命：スペインに学ぶ地域活性化」(2004年3月：日刊工業新聞社)94-98頁参照。
- (6)(社)日本経済団体連合会「月刊経済 Trend」2005年2月号における江頭邦雄観光委員長の寄稿「観光振興に向けて」18頁参照。
- (7)経団連「21世紀のわが国観光のあり方に関する提言 新しい国づくりのために」(2000年10月)2頁参照。
- (8)注(6)参照
- (9)(社)日本ツーリズム産業団体連合会「21世紀のリーディング産業へ - 我が国におけるツーリズムのすがたと経済波及効果 2004」参照。なお、地域の事例研究でも経済波及効果を実証されている。例えば山形県の場合、2002年度のツーリズム関連消費は2690億円、経済波及効果は4320億円。
- (10)「観光立国推進戦略会議報告書」提言15も地域内外のパートナーシップの必要性について言及している。
- (11)スペインのセビリア市の場合、米国や日本に誘致に行く場合には、同じアンダルシア州のコルドバ市、グラナダ市と連携を組んでこれらの市を周遊する1-2週間の魅力あるパッケージを提示する。しかし、ドイツ、北欧へ誘致に行く場合、もう少し短いセビリア市滞在の日程を考え、市単独で行くことが多い。目標となる国、観光客を明確に設定し、それに見合ったプランを提示する。額賀信「観光革命：スペインに学ぶ地域活性化」(2004年3月：日刊工業新聞社)182-183頁参照。
- (12)(社)日本経済団体連合会「月刊経済 Trend」2005年2月号(8-9頁)参照。

# 世界に開かれた施策の推進

## 1. アジア・近隣諸国の重視 提言 1

国際観光振興の重要性は上述の通りである。特に、わが国への外国人観光客の約 7 割がアジア等近隣諸国から訪問しており、これらの地域との人的交流を重視すべきである。日本経団連では「活力と魅力溢れる日本を目指して」(2003 年 1 月)において東アジア自由経済圏(日・中・韓・ASEAN 諸国で構成)の形成による「5 つの自由」(モノ、サービス、ヒト、カネ、情報)を提唱している。このうち「ヒト」については、高度な専門家、技術者、企業内転勤者、研修生、個人的な契約に基づく労働者等の域内移動の自由化に加え、留学生、観光客の交流の活発化を訴えている<sup>(1)</sup>。すなわち、観光客についても東アジア自由経済圏の形成による人の移動の自由化という枠組の中で捉えるべきである。



(平成 16 年版観光白書に基づき作成)

### (1) ASEAN 諸国について

東アジア自由経済圏の構成員たる ASEAN 諸国との観光客の交流を推進すべく、商用・観光ビザの発給方針を見直すべきである。現在、ASEAN 諸国で商用・観光ビザが免除されているのは、シンガポール、ブルネイのみであるが、その他諸国についても数次査証を発給する等の措置を検討すべきである<sup>(2)</sup>。

### (2) 中国・韓国・台湾について

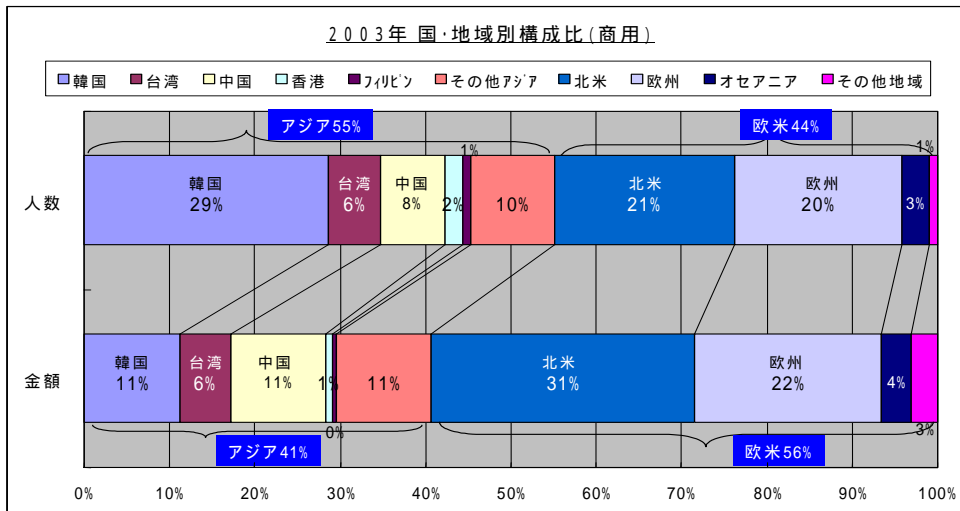
潜在的市場である中国については現在、愛・地球博覧会開催中の特例措

置として団体観光ビザ発給対象地域が全土に拡大されており、これを恒久化すべきである(3)。また、韓国と台湾についても同じく特例措置として導入されている商用・観光ビザ免除を恒久化すべきである(4)。

## 2. ビジネス客の増加に向けて 提言 1

### (1) ビジネス客誘致における主要ターゲット

観光客に加えて、ビジネス客の誘致も重要な課題である。現に、わが国を訪れる外国人の27%がビジネス客との推計もある(5)。ビジネス客の地域別内訳を見ると、人数ではアジア諸国からの訪問者が55%を占めているが、消費金額ベースでは欧米諸国からの訪問者が56%を占めているという試算結果もあり、アジア同様、欧米諸国も主要ターゲットになるといえよう(6)。



(日本経団連事務局作成)

### (2) ビジネス客誘致のための基盤整備

ビジネス客を誘致する上では、わが国(特に東京などの大都市)がアジアおよび世界の一大ビジネス拠点たることが重要である(7)。そのためには、外国企業がわが国に事業所等を設置の上、人材を配置してビジネス活動を展開できるよう、わが国の国内投資・起業環境を整備する(8)、専門的・技術的分野における外国人労働者の受入を更に円滑化する(9)等の基盤整備が不可欠である。特に、専門的・技術的分野における外国人労働者の受入は、それ自体が交流人口の拡大に直結することに鑑み、早急な対応が求められる。

(1)まず、「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」に定められている在留資格のうち、「技能」「企業内転勤」の対象

職種を拡大する必要がある。具体的には、

「技能」の在留資格で認められる「産業上の特殊な分野に属する熟練した技能を要する業務に従事する活動」の範囲を広く解釈し、外国人がわが国で活躍できる可能性を広げるべきである。

現在、技術または人文知識・国際業務に関する業務に従事する場合に限って認められている「企業内転勤」の在留資格について、その範囲を拡大すべきである。

- (2)また、わが国企業と、わが国に本店、支店、その他事業所がない外国企業が契約を締結した際、同契約に基づき外国企業の専門的・技術的分野の外国人が長期間本邦に在留できるように在留資格を整備すべきである。

### 3 . 留学生の受入推進 提言 1

留学生の受入も国際観光交流促進の一環として位置付ける必要がある<sup>(10)</sup>。わが国に留学生として滞在した人々が将来友人を訪ねて戻ってくる等、留学生はリピーターの源泉となり得る。さらに重要なことは、留学生が将来、政治、ビジネス、学術・文化等の分野のリーダーとなり、わが国との人的交流に貢献することである。かかる観点から、上述の通り、「魅力と活力溢れる日本を目指して」も観光客と並んで留学生の受入による人的交流の活発化を提唱しているところである。併せて、留学生が将来本邦で観光や人的交流に関連した事業に就労できるように、制度を充実させるべきである<sup>(11)</sup>。

主要国における留学生受入状況						
	米国	英国	ドイツ	フランス	豪州	日本
留学生 受入数(千人)	583 (01年)	231 (00年)	206 (01年)	159 (01年)	108 (00年)	96 (02年)
高等教育機関 在学者数(千人)	8786 (01年)	1276 (00年)	1774 (01年)	2097 (01年)	726 (00年)	3697 (02年)
留学生比率	6.6%	18.1%	11.6%	7.6%	14.9%	2.6%

(文部科学省資料に基づき作成)

### 4 . ビザ発給手続の透明化・出入国手続の簡素化等 提言 1

#### (1) ビザ発給手続の透明化

今後わが国が訪日外国人旅行者の増大、専門的・技術的分野における外

国人労働者、留学生等の受入推進を通じて更に人的交流を拡大していく上では、ビザ発給に係る基準の明確化を図ることが重要である。具体的には、予め査証発給に関する基準や標準処理期間を設定・公表するとともに、拒否処分の際の理由提示を行うことにより、制度・運用の透明性向上、公正確保を図るべきである。また、優良申請者を認定する制度を設け、こうした者が査証を申請する際は、簡易な手続で当該申請に対する処理を行い得るよう措置すべきである<sup>(12)</sup>。

## (2) 出入国手続の簡素化

併せて、申請手続の一層の IT 化の推進を含めた出入国手続の簡素化・迅速化を検討していくべきである<sup>(13)</sup>。

## (3) 不法滞在者の取締等

訪日外国人旅行者、専門的・技術的分野における外国人労働者、留学生等の受入の円滑化を推進する一方、不法滞在者の取締り等の治安対策についても十分考慮すべきである。

### 【注釈】

- (1)(社)日本経済団体連合会「活力と魅力溢れる日本を目指して」(2003年1月)82頁参照。
- (2)この点に関しては(社)日本経済団体連合会「月刊経済 Trend」2005年2月号におけるシアゾン駐日フィリピン大使の寄稿「ASEAN 向け訪日観光事業の促進を」(24-25頁)参照。
- (3)「観光立国推進戦略会議報告書」提言 31 同旨
- (4)「観光立国推進戦略会議報告書」提言 32 同旨
- (5)経団連「21世紀のわが国観光のあり方に関する提言 新しい国づくりのために」(2000年10月)14頁参照。
- (6)日本経団連事務局による試算。人数(JNTO:2003/1~12月確定値)に単価(財務省委託みずほ総研調査データ「国別目的別平均単価」)を乗じ、国別に日銀収支報告数値に補正。
- (7)2000年から2003年の間で、わが国に進出している外資企業は合計76社減少しており、この点をわが国が市場として魅力に欠ける、他にアジアのセンターとしてより魅力的な都市があることの現れと危惧する見解もある。額賀信「観光革命:スペインに学ぶ地域活性化」(2004年3月:日刊工業新聞社)56-57頁参照。
- (8)(社)日本経済団体連合会「新しい成長の基盤を創る」(2005年度総会決議)、(社)日本経済団体連合会「国際投資ルールの構築と国内投資環境の整備を求める」(2002年7月)参照。

- (9)本件の詳細については、(社)日本経済団体連合会「『第三次出入国管理基本計画における主要な課題と今後の方針』に対する意見ならびに要望」(2005年3月1日)参照。
- (10)注(5)参照。また、留学生に加え、修学旅行を通じた国際的な人的交流もわが国に対する国際的な理解の増進を図る上で重要である(「観光立国推進戦略会議報告書」提言41同旨)。
- (11)「観光立国推進戦略会議報告書」提言28はワーキングホリデー等により外国人を活用する旨言及しているが、これに加えて留学生の活用も重要ではないか。
- (12)注(9)参照
- (13)「第三次出入国管理基本計画」(2005年3月29日)もこの点に言及している。

# 魅力ある国づくりに向けたプラットフォームの構築

## 1. 人材育成の推進 提言 2

観光資源の開発に際しては、国別、目的別、年齢別など、ターゲットとそれぞれのニーズを明確化し、それらに沿った的確なマーケティング戦略の構築と実施が求められる。また、各地域が主体となって「都市生活」、「食文化」、「買い物」等々の「地域発の魅力」を総合的に体験できるプログラムを組むことが観光資源の開発に際して重要であるといえる。そのためには、地域における観光の総合プロデューサー的な人材が不可欠であり、政府・自治体は、その育成等の面で引き続き支援すべきである<sup>(1)</sup>。また、人材育成に際しては、産学の緊密な連携の下、大学の観光学部等の充実を図ることも必要である。

## 2. 景観形成：古都再生・都市再生 提言 3

わが国の都市景観は「美しい国づくり政策大綱」に記されている通り、「都市には電線がはりめぐらされ、緑が少なく、家々はブロック塀で囲まれ、ビルの高さは不揃いであり、看板、標識が雑然と立ち並び、美しさとはほど遠い」<sup>(2)</sup>というのが実情である。観光振興を図る上では、景観の整備が不可欠である。すなわち、美しく、地域の住民にとって魅力的な生活空間を主体的に創造することで、そこを訪れる人々をも魅了し、地域が益々活気づくという好循環を生み出していくことが重要である。現に、景観の整備は集客・交流人口の拡大に直結しているということが実証されており、対策が急がれる<sup>(3)</sup>。

### (1) 古都再生・美しい街並の形成

「観光立国推進戦略会議報告書」は、「国・地域は、歴史的古都や伝統的な街並の保存、緑地の整備・買収、広告・看板の規制、表彰制度の活用等により、都市景観の向上を図る」<sup>(4)</sup>としている。ここで重要なことは、伝統的な街並の一部分、あるいは歴史的建造物単体を保存しても都市景観は向上しないということである。伝統的な街並や歴史的建造物を含む街区全体の「面的」な景観整備が不可欠である。

確かに、予てより自治体が独自に景観条例を定め、景観形成を図る事例は存在していた。しかし、従来の景観条例は 強制力を伴わない、一定規模以上の建造物のみを規制の対象としているといった事由から、その

有効性に限界があったことは否めない。また、従来の景観条例は建造物の外壁の色、意匠等に一定の制限を課すことはあっても、建造物の取壊しや土地の細分化を規制することはなかった。このため、伝統的街並において町屋等が壊され、土地が細分化され、駐車場等に変貌してしまうような事態に十分歯止めをかけることができなかつた面がある。

今般、景観法が全面的に施行されることとなった。同法の成立により景観形成に確固たる法的根拠が付与されたことは大きな成果であるといえる。同法に基づき、各自治体が伝統的な街並等を含む街区を景観地区に指定し、条例によって建物の意匠、高さの最高限度・最低限度、壁面の位置等を規制するのみならず、敷地面積の最低限度を定めることで土地の細分化、それに伴う伝統的建造物の取壊し、矮小な建造物の濫立によるチグハクな街並の出現に歯止めをかけるべきである<sup>(5)</sup>。

併せて、各地域は官民連携の下、景観形成に不可欠な建造物の修復・復元、緑地の整備、歩いて廻れる道路づくり<sup>(6)</sup>等を推進する必要がある。政府は、街づくり交付金等を通じてこのような地域の取組を支援すべきである。

このほか、電線の地中化も景観形成の上で不可欠な課題である<sup>(7)</sup>。そもそも、景観は、地域の住民、そこを訪れる人々全員が享受する公共的性格を有することに鑑み、電線地中化は公的資金で賄われるべきである<sup>(8)</sup>。

景観形成に関する従来の問題点	景観法上の諸制度
(1)地域の景観マスタープランを策定しても、それを実施する条例が必ずしも強制力を伴わなかった。	(1)自治体は、景観法に基づき景観計画(景観法 8 条)、景観地区に関する都市計画(61 条 2 項)を策定できる。
(2)歴史的地区、象徴的な街路のみが美観地区(建築基準法 68 条)に登録され、一般市街地は対象外となるケースが多く、「面的」な景観形成ができなかった。	(2)自治体は歴史的地区のみならず、一般市街地等についても景観計画区域(8 条 1 項)、景観地区(61 条)に指定し、「面的」な景観形成を推進し得る。
(3)建築基準法は容積率に関する規制を定めるのみで、建物の形態、意匠、敷地面積等については特に規制していない。このため、歴史的建造物の隣に大型マンションが建つといった不統一な街づくりを規制できなかった。	(3)景観法に基づき、建物の形態、色彩、意匠、高さの最高限度と最低限度、敷地の最低限度(8 条 3 項、61 条 2 項)を詳細に定めることで整然とした街づくりを推進し得る。



<p>(4)景観条例の多くは一定規模以上の建物のみを対象とし、小規模な建物については規制を受けなかった。</p>	<p>(4)景観法に基づき、小規模なものを含め、景観計画区域、景観地区内の全ての建物を対象とし得る。</p>
<p>(5)景観条例は建物の取り壊し、土地の細分化を規制しなかった。このため、古都において町屋が壊され、土地が細分化され、駐車場等に変貌してしまう事態を防止できなかった。</p>	<p>(5)景観法に基づき、敷地の最低限度について景観計画、景観地区の都市計画に明記することで土地の細分化を防止し得る。</p>

(日本経団連事務局作成)

## (2) 都市再生・街づくりの推進

伝統的な街並等を含む街区を景観計画区域に指定し、景観保存・形成を進めると同時に、再開発すべきところは再開発することで活気を取り戻す必要がある。特に自治体は、都市部の荒廃した地域等を高層住居誘導地区に指定し再開発するなど、生活空間誘導策を講じる必要がある。居住機能を高め、持続可能なコミュニティの形成が可能な生活空間を整備し、住宅のほか、生活を豊かに彩る商業、文化、エンターテインメント、医療等の機能が集積する「多用途近接」を推進することで、住民はもとより訪問者が快適に過ごせる魅力的な都市空間を創造すべきである<sup>(9)</sup>。なお、再開発を推進する際にも、景観に配慮する必要があることは言を俟たない。また、都市再生・街づくりに際しては、高齢者、障害者、子連れ等が快適に旅行できるよう、観光施設、交通機関、歩行空間のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化を推進する必要がある<sup>(10)</sup>。この点に関しても、政府は街づくり交付金等を通じて支援すべきである。

## 3. 基礎的インフラの整備 提言 4

### (1) 空港インフラの整備・活用

訪日外国人観光客の大半は空港を利用することから、国際観光振興の観点から主要空港における容量の拡大が喫緊の課題となっている。空港容量の拡大によって、わが国の航空会社の増便・路線拡大が可能となることはもとより、外国航空会社にとっても日本便就航の余地が拡大する。外国航空会社が日本便を就航させた場合、当該航空会社は自国でそのセールス・プロモーションを行う。すなわち、外国航空会社に訪日外国人誘致を担ってもらえるという副次的な効果が期待できる。また、主要空港の容

量拡大によって、カンパニージェットの受入体制が充実すれば、ビジネス客や国際会議の出席者の増大に貢献し得る<sup>(11)</sup>。

併せて、国内線と国際線間の乗継利便の向上、首都圏へのアクセスの改善、国際的に最も高額な着陸料や施設賃借料の引下げ等により、国際競争力のある空港インフラの整備を重点的に推進すべきである。アジアの近隣諸国では大規模空港が次々と完成しつつあり、わが国の国際空港が容量・利便性・コストの面で相対的に国際競争力を失いつつある点に鑑み、早急な対応が望まれる。

アジア近隣諸国とわが国の国際空港の発着回数の比較	
空港	発着回数/年
北京	235,861回(2003年) 500,000回(2007年)
ソウル(仁川)	133,789回(2003年) 410,000回(2008年)
上海	134,276回(2003年) 368,000回(2005年)
バンコク	214,140回(2003年)
香港	199,413回(2003年)
東京(成田)	171,739回(2003年)
シンガポール	161,665回(2003年)
関西	100,621回(2003年)

(16年版国土交通白書に基づき作成)

## (2) ホテルの整備・充実

博覧会、映画祭、国際会議等のイベントを開催し、諸外国からの訪問者を迎え入れるに際しては、ホテル等宿泊施設の質、量両面における充実が不可欠であり<sup>(12)</sup>、官民が連携して戦略的に取り組むべきである。

## (3) 医療施設等におけるサービスの充実

訪日外国人旅行者が本邦の医療施設で診察・治療を受ける場合を想定し、医療機関は地域と連携し多言語対応が可能な体制を整備すべきである。また、外国人旅行者にとっては、緊急時に治療費支払のための現金を用意することが困難な場合もあるため、医療機関等は支払方法の多角化をはじめ受入体制の整備に努めるべきである。

## 4. 観光統計の整備・充実 提言5

観光振興を図る上では、どの地域をどれだけの旅行者が訪れているのか、また、旅行者がどのような趣向を有しているのか等々、基礎的なデー

タが不可欠である。換言すれば、観光の経済波及効果を的確に分析し、地域の強み・弱みを踏まえたマーケティングを行うためには客観的なデータが不可欠である。しかし、わが国では観光統計は自治体ごとに個別に取られており、その基準の統一が急がれる<sup>(13)</sup>。このほか、記入者負担を考慮したデータ収集方法の確立、結果の迅速な公表等、課題は少なくない。なおこの点に関し、現在、国土交通省が政府、地方自治体、経済界、関係業界等のメンバーで構成される「観光統計の整備に関する検討懇談会」を発足させ、観光統計の統一に向けた方策の検討に着手している。必要な予算措置を講じつつ、検討結果を具体的な成果に結び付けていくことが不可欠である。わが国が戦後急速な工業化に成功した背景には、鉱工業生産統計が整備されており、生産、出荷額、在庫等の推移を客観的に把握できたという事実がある。観光についても同様の措置が不可欠である<sup>(14)</sup>。

【観光統計の整備について】

現 状	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光統計については自治体ごとに個別に行われ、基準が不統一</li> <li>・ 自治体間の統計の比較検討、広域的な施策立案が困難</li> </ul>
取組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光統計の集計手法および基準等について、全国的に比較可能な観光統計の統一化を図るため、日本観光協会が「全国観光統計基準」を策定(1996年)</li> <li>・ 「観光統計の整備に関する検討懇談会」(国土交通省)を発足させ、観光統計の統一に向けた方策の検討に着手(2005年5月)</li> </ul>
観光統計の基準 統一の意義	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各自治体にとって地域内を客観的に評価できる</li> <li>・ 自治体・産業界等の観光関係者による市場分析・地域間比較、マーケティングの資料として有用</li> </ul>
観光統計の基準 統一の問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コスト：システム整備面での経費負担</li> <li>・ 連続性：過去の統計との整合性</li> </ul>

(国土交通省資料等に基づき作成)

【注釈】

- (1)例えば「サービス産業創出支援事業」予算(経済産業省)は、地域の交流人口を増加させ、滞在価値を増幅するユニークなサービスを提供する集客交流サービス産業における人材育成、プログラム開発等を対象としており、その活用が有効ではないか。
- (2)「美しい国づくり政策大綱」(平成15年7月 国土交通省)前文参照。
- (3)例えば、1992年に35万人であった伊勢市の観光客は街並を整備した10年後には300万人と9倍に増加している。運河を整備した小樽市では、交流人口が234万人(1975年)から847万人(2002年)、伝統的建造物保存地区を整備した川越市

では 199 万人(1984 年)から 399 万人(2002 年)、同じく近江八幡市では 9000 人(1980 年)から 47000 人(2002 年)と拡大している。本件の詳細については、進士五十八「地域の独自性を追求」(日本経済新聞経済教室 2005 年 5 月 4 日)参照。

(4)「観光立国推進戦略会議」提言 8

(5)同様の考えとして、伊藤滋「『美』創造への規制強化」(日本経済新聞経済教室 2005 年 5 月 3 日)参照。

(6)「観光立国推進戦略会議」提言 10 同旨

(7)「観光立国推進戦略会議」提言 9 同旨

(8)注(5)参照。

(9)経済団体連合会「都市再生への提言」(1999 年 6 月)参照。

(10)「観光立国推進戦略会議」提言 54 同旨

(11)澤田秀雄エイチ・アイ・エス取締役会長からのヒアリングに基づく。

(12)例えば、2004 年の第 17 回「東京国際映画祭」に際して、国内外から 17 万人が集まったが、ホテルの確保がままならなかったという事実がある。詳細は「ツーリズムサミット 2004～エンターテインメントと観光～報告書」における角川暦彦氏の基調講演(8-9 頁)参照。

(13)平成 8 年に日本観光協会が観光統計の集計方法ならびに基準等の統一化を図るべく「全国観光統計基準」を策定しその採用を呼びかけているが、採用している自治体は 8 都道府県にすぎない。

(14) (社)日本経済団体連合会観光委員会企画部会第 1 回会合(2004 年 11 月 30 日)における額賀信ちばぎん総研社長の講演。

# 情報発信のためのツールの整備

## 1. 多言語による情報提供の推進 提言 6

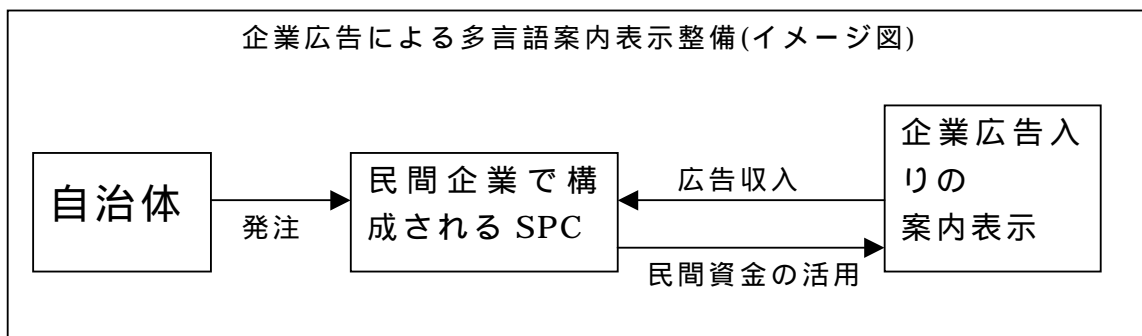
### (1) ユビキタスの活用による多言語情報システムの導入

わが国が高い技術力を有する ICT(Information Communication Technology)を活用した多言語情報提供システムについて、その一部は既にユビキタスを活用し実用化されている。また、今日では国内観光情報を蓄積しホテル設置の TV やレンタル携帯電話を通して多言語で外国人観光客に情報提供するシステムの開発が企業ベースで進められている。政府は、これら民間企業の創意を政策に反映させると共に、予算措置を含めた支援を行うべきである。なお、関係省庁が実験プロジェクトなどを企業に発注する際には、将来的な規格の統一を考慮して緊密な連携をとる必要がある。

また、各自治体は広域連携の下で民間のノウハウを活用し、地域の情報を一括管理する Internet Data Center(IDC)を整備し、観光客のみならず地域住民も利用できるユニバーサルサービスを提供するスキームを構築すべきであり、このような取組に対する政府の支援が求められる。

### (2) 多言語案内表示の充実

訪日外国人が不自由なくわが国に滞在・行動できるよう、観光施設、宿泊施設、交通機関、道路等における外国語案内、ピクトグラムの充実が必要である<sup>(1)</sup>。この点に関しては、地域が主体的に取組み、政府は街づくり交付金、観光ルネッサンス予算等を通じて支援すべきである。また、民間事業者が案内表示の整備を手がけ、案内板に企業から募集した広告を掲載し、その広告収入で費用を賄うスキームの導入を検討することも有益ではないか<sup>(2)</sup>。



## **2 . 世界へ向けた情報発信** 提言 7

### **( 1 ) ビジット・ジャパン・キャンペーンの展開**

(社)日本ツーリズム産業団体連合会による「在日外国人の日本滞在中の旅行に関する意識調査」(2005年3月)によると、「日本の海外PRは不足している」という回答が72.1%、また、「日本に住んでみて、日本のイメージは良くなった」という回答が80.2%にまで達している。これはわが国の世界に向けた情報発信の必要性を如実に物語っている。官民が連携して、海外での日本のイメージや顧客ニーズを把握し、日本の魅力を情報発信する必要がある、ビジット・ジャパン・キャンペーンの重点地域の拡大、宣伝方法の高度化、集中キャンペーン等を展開する必要がある<sup>(3)</sup>。上述のとおり、外国人旅行者の約7割がアジア諸国から訪問していることに鑑み、引き続きこれら諸国を主要ターゲットとすることが妥当であろう。また、ビジネス客について消費金額ベースで過半を占めている北米、欧州、オセアニアについてもプロモーション強化が必要であろう。

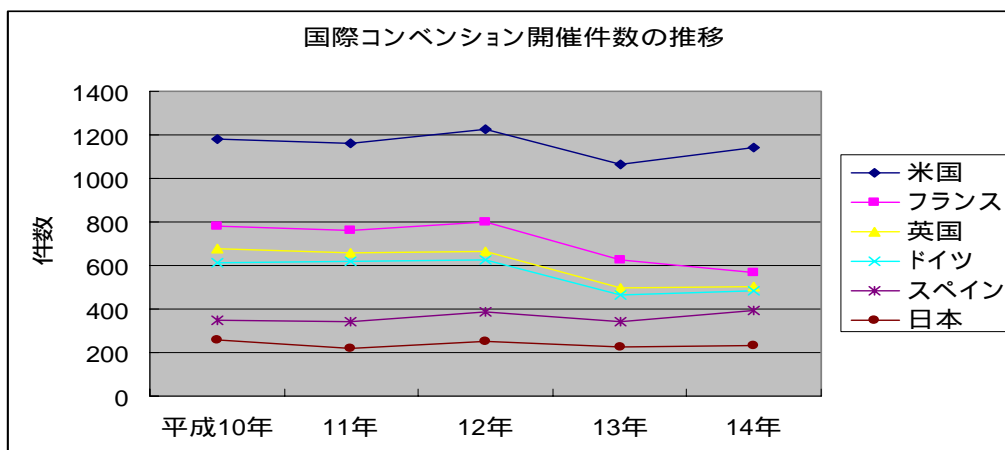
### **( 2 ) 海外における恒常的なプロモーションの展開**

訪日外国人旅行者の増大を図る上では、海外におけるわが国の恒常的な売り込みが不可欠である。この点、国際観光振興機構(JNTO)が海外に有する拠点・ネットワークを有効に活用することが求められよう。加えて、官民連携により、外国人観光客誘致の重点地域に現地事務所等を設置し、誘致活動ならびにマーケティングを行うことも重要である。この点に関しては、北海道・東北地方において県と経済団体が官民連携の「北海道・東北21世紀構想推進会議」を結成し、プロモーション活動の拠点となる事務所を試験的に設置している事例がある。具体的には現地業務を民間企業に委託し、現地旅行会社、マスコミとのネットワーク作り、ニーズ調査、日本と現地との連絡調整業務を行っており、行政が事務所を開設する場合に比べ大幅に低コストで同等の効果を挙げ得るとのことである<sup>(4)</sup>。

### **( 3 ) 「日本発」国際会議の企画・誘致** 提言 8

国際会議の企画・誘致も諸外国にわが国の情報を発信するツールとして極めて有効である。すなわち、国際会議を誘致し、わが国が国際社会で積極的な役割を果たす姿勢を示すと共に、海外からの参加者に「是非また来たい」、「今度は家族と一緒に来よう」という気持を抱いて頂くことが訪日外国人旅行者の増大の契機となり得る<sup>(5)</sup>。しかしながら、2003年度の世界の都市別国際会議の開催状況を見ると、1位がパリで以下ウーン、ジュネーブと続き、アジアでは、シンガポールが1998年8位から2003

年 6 位に、ソウルが 32 位から 15 位に、バンコクが 36 位から 22 位に上る中で東京は 23 位から 31 位に凋落しているのが実情である。また、国別の国際コンベンション開催件数をみても、わが国は欧米主要国との比較で少ない。政府、各自治体、産業界等が連携して国際会議・コンベンションを発案し企画・誘致に努めるべきである。その第一歩として、観光分野について、中国、韓国との間で「日中韓観光会議」を定期的で開催し、わが国に対する要望・提案を聞くとともに三国間の観光協力の方策を話し合うほか、空港などのインフラ整備、ビザ発給や出入国手続等の改善状況等について意見交換を行うのも一案である。



(16 年版観光白書に基づき作成)

【注釈】

- (1)「観光立国推進戦略会議報告書」提言 36 同旨
- (2)例えば、横浜市では PFI を活用して、広告パネル付きのバス停を設置している。同市交通局が民間事業者と契約を締結し、民間事業者がバス停の整備や維持管理を行い、その経費の全てを広告収入で賄うスキーム。同様のスキームを案内表示やピクトグラムの整備に導入できるのではないか。
- (3)「観光立国推進戦略会議報告書」提言 43 同旨
- (4)本件の詳細については小野晋「北海道・東北の官民連携による国際観光プロモーション」(「都市問題」2004 年 9 月号 75 頁-)参照。
- (5) (社)日本経済団体連合会「月刊経済 Trend」2005 年 2 月号における江頭邦雄観光委員長の寄稿「観光振興に向けて」18 頁参照。

## コンテンツの充実

### 1. 国別・目的別マーケティング戦略の展開 提言 10

2003年～04年に訪日した外国人旅行者の訪日の動機調査<sup>(1)</sup>によると、1位が「日本人の生活の見聞・体験」(25.6%)、2位が「日本食」(22.4%)、3位が「買い物」(19.6%)、以下、「自然・景勝地」(14.2%)、「日本への憧れ・夢・好奇心」(14.5%)、「歴史・街並・建造物」(13.5%)、「日本の近代・ハイテク」(13.1%)、「温泉」(12.6%)、「伝統文化の見聞・体験」(11.4%)と続く。すなわち、訪日外国人旅行者はわが国の自然・文化遺産もさることながら、現代日本人の生活そのものに関心をもっており、これらの要素が渾然一体となった総合的な魅力(ソフトパワー)を提供していくことが不可欠であるといえる。例えば、わが国の多彩な食文化を体験できる観光商品の開発、担い手の育成等を積極的に推進していくことが求められよう。また、これら上位にランクされた動機については、観光客の国籍によって違いがある。たとえば、「温泉」については、香港(35.7%)、台湾(31.7%)、韓国(25.9%)、中国(24.6%)で人気があるが、欧米諸国については一桁止まりである。一方、「歴史・街並・建造物」では、ドイツ(37.5%)、米国(26.8%)、英国(22.2%)等欧米諸国の評価は一般的に高いがアジア諸国からの旅行者の評価はさほど高くない。観光商品の開発に際しては、国別・目的別にそれぞれのニーズを分析し、それに沿った的確なマーケティング戦略を構築・実施していくことが重要である。

### 2. エンターテインメントと観光の連携 提言 9

大衆を動かす力があり集客効果が高いエンターテインメント・コンテンツ産業(映画、アニメ、ゲーム、音楽、キャラクター等)との連携は観光振興を図る上できわめて有効である<sup>(2)</sup>。

#### (1) アニメ・ロボット博覧会の開催

中国では2008年に「北京オリンピック」、2010年には「上海万博」が開催される。両イベントは中国だけでなく、わが国にとっても世界からの訪問者を誘致する好機である。この機会を捉え、わが国のポップカルチャーや最先端技術を活用しつつ、アニメ・ロボット博覧会(仮称)の開催を検討すべきである。同博覧会の開催によって、これまでアジアを牽引してきた日本の「次の姿」は何かを世界にアピールしていくべきである。



## (2) テレビ・映画のロケの推進

「冬のソナタ」を契機とする日韓交流の急速な活性化や、「ラブレター」のロケ地である小樽に対する海外からの注目度の高まり等の事例からも明らかのように、テレビ・映画のロケ地は観光集客効果を有する<sup>(3)</sup>。しかし、ロケには規制が多く、撮影許可の申請も煩雑で企画・撮影の障害になっている。政府・自治体は撮影許可のあり方を見直し、各地のフィルム・コミッションに撮影許可申請の窓口を一元化する等の措置を講じる必要がある<sup>(4)</sup>。またフィルム・コミッションの機能充実を促すため、運営補助策を検討すべきである。例えば、フィルム・コミッションでは地域に関する知識等はあっても、撮影をサポートするための基本的な知識やスキルを持たない場合が多い。政府は地域の映像人材育成事業を支援すべきである<sup>(5)</sup>。

## (3) ライブ・エンターテインメントの振興

政府・自治体は、日本のライブ・エンターテインメントの一大拠点として、ライブを集中的に体験できるホール・劇場・映画館、コンベンションセンター、ホテル、レストラン、ショッピングセンターを集積する特区を設定すべきである。特区内では、一定の大規模施設の固定資産税・都市計画税・事業所税を軽減すると共に規制の合理化を図るべきである。また、野外でのイベントを行い易くするため、野外会場や道路使用許可等の規制を緩和すべきである<sup>(6)</sup>。

## 3. 産業観光の振興 提言 10

わが国は、これまでモノづくり中心の工業立国を通じて世界有数の経済発展を遂げてきた。このため、全国各地に歴史的価値のある産業遺産や企業博物館のほか稼働中の工場等が多数存在している。これらを見学し、わが国経済とともに発展してきたモノづくりの歴史に触れ、実際に体験してみることは観光の重要な側面である<sup>(7)</sup>。産業観光は国際観光振興の観点からも注目される。とりわけ、アジア近隣諸国からの旅行者は、わが国の産業発展の歴史ならびに現代の最新技術に強い関心を抱いているといわれている。産業観光の振興に当たっては、テーマごとに関連性のある複数の施設を結びつけ周遊ルートを設定し、地域の歴史・文化と施設内容とを関連付けて「物語性のある」説明をすることが特に重要である。また、海外の政府、経済界関係者向けには、企業間の戦略的提携の促進を想定した産業観光も開発すべきである。たとえば、個別企業では接触しにくい国、地域の経済界や科学技術関係者をわが国に招聘し各々の関心に

沿った企業訪問・見学や技術交流に関する具体的な商談にその地域の伝統文化見学を加えひとつのパッケージとすることも考えられる。各地域が官民一体でこれらの課題に取組み、政府は地域の取組を人材育成等の面で支援すべきである<sup>(8)</sup>。

#### **4 . 博物館等の充実**

観光客、特に訪日外国人旅行者にわが国の歴史・文化・技術等を理解してもらうためには、それらを深く掘り下げて紹介する博物館が必要である。また、空港等に博物館の分室や各地の博物館の展示物を映像で紹介する「デジタル・ミュージアム」を設置することは外国人旅行者がわが国を理解する一助となる。わが国の博物館は量的にかなりの水準に達しており、また内容面でも充実したものが少なくない。博物館をわが国の歴史、文化、技術の発信基地として戦略的に活用していくことが重要である。この点に関し、展示物の解説の多言語化等の推進が重要である。

##### **【注釈】**

- (1)国際観光振興機構(JNTO)の「訪日外国人旅行者調査 2003-2004」(2005年3月29日)に基づく。
- (2)(社)日本経済団体連合会「月刊経済 Trend」2005年2月号の座談会における角川歴彦角川ホールディングス社長の発言(7頁)参照。
- (3)「観光立国推進戦略会議報告書」提言46も映画を通じたわが国の露出度アップの必要性を訴えている。
- (4)(社)日本経済団体連合会「『知的財産推進計画2005』の策定に向けて」(2005年3月15日)参照。
- (5)同上
- (6)併せて、駅舎やホテル、インフォメーションセンターでシアターカレンダーの配布を行うなど、わが国で行われているエンターテイメント・イベントにアクセスしやすい環境づくりに取り組むことが重要である。本件詳細については(社)日本経済団体連合会「『知的財産推進計画2005』の策定に向けて」(2005年3月15日)参照。
- (7)「観光立国推進戦略会議」提言5同旨。
- (8)本件の詳細については、佐々木一成「日本の観光振興を考える」(12)(日本経団連タイムス第2757号, 2005年2月24日)参照。

## むすびにかえて

以上、国際交流の推進という観点からわが国の観光振興をめぐる課題について整理した。観光振興に際しては、政府もさることながら、地域や民間の自助努力に依るところが大きい。さらには、国民一人一人が自らの国土、歴史、文化、生活等を再認識し、豊かで魅力的な国・地域づくりに貢献していくことが求められている。この点に関しては、住民等に地域の歴史や文化を知ってもらい、観光客等のもてなし等に役立てるべく各地で「ご当地検定」が行われる等の取組がなされている。例えば、昨年第1回が行われた「京都・観光文化検定」は全国から9800人が受検している。このような草の根レベルでの啓蒙活動は、国民の観光マインドやホスピタリティの醸成の契機となろう<sup>(1)</sup>。また、観光振興のためには、国民一人一人が余暇等を利用し、観光のすばらしさを自ら体験・享受していくことが重要である。企業は有給休暇を積極的に取得できる環境を整備し、政府もこれを奨励することが不可欠である<sup>(2)</sup>。

言うまでもないことであるが、わが国は、ものづくりや科学技術の面で今後とも世界をリードし続けなくてはならない。同時に、観光振興を21世紀のわが国の国家戦略として位置づけ、官民一体で長期的・継続的に取り組むことで、ますます進展する経済のソフト化、サービス化に対応していかなければならない。

日本経団連としても、観光委員会を中心に、関連の委員会・部会と連携しつつ<sup>(3)</sup>、「観光立国百年の計」として本提言の実現に向け取組を強化していく。

### 【注釈】

- (1) 佐々木一成「日本の観光振興を考える」(18)(日本経団連タイムス第2763号、2005年4月14日)参照。
- (2) 「観光立国推進戦略会議報告書」提言47、48同旨。
- (3) 例えば、空港整備については輸送委員会、景観整備・都市再開発等については国土・都市政策委員会、民間事業者を活用した観光関連インフラの整備については同PFI推進部会、外国人の受入については産業問題委員会ならびに雇用委員会、エンターテインメントと観光については同エンターテインメント・コンテンツ産業部会における取組と連携していく。

以上

## 追記：提言・報告書の取りまとめに向けた作業について

- 2004年10月26日 観光委員会第1回会合  
「観光振興に関する政府の取組について」  
来賓：国土交通省総合観光政策審議官 鷲頭誠 殿
- 2004年11月30日 観光委員会企画部会第1回会合  
「スペインに学ぶ観光立国」  
来賓：ちばぎん総合研究所社長 額賀信 殿
- 2004年12月14日 観光委員会企画部会第2回会合  
「観光立国推進戦略会議報告書について」  
来賓：国土交通省総合政策局参事官 志村格 殿
- 2004年12月17日 観光委員会企画部会第3回会合  
「茨城県北における地域の取組」  
来賓：茨城県農村環境課技佐 佐藤英一 殿  
夢ひたちファームなか里代表 梶山明子 殿  
荒蒔邸支配人 白石智洋 殿  
有限会社みらんど代表取締役 斎藤庄一 殿  
木の文化塾 菊池均 殿  
ふるさと元気塾理事長 櫻村幸継 殿
- 2005年1月7日 観光委員会企画部会第4回会合  
「美しい街づくり・景観整備に向けた課題」  
来賓：東京大学工学部教授 西村幸夫 殿
- 2005年2月1日 観光委員会企画部会第5回会合  
提言・報告書取りまとめに向けた自由討議
- 2005年3月15日 地域活性化連絡会  
地域経済連合会・経営者協会の要望をヒアリング
- 2005年3月30日 観光委員会企画部会第6回会合  
「観光振興に向けたわが国の課題」  
来賓：立教大学観光学部長 稲垣勉 殿
- 2005年5月11日 観光委員会企画部会第7回会合  
企画部会委員から業界の要望をヒアリング
- 2005年6月1日 観光委員会企画部会第8回会合  
提言・報告書企画部会案採択
- 2005年6月15日 観光委員会第2回会合  
「わが国観光振興のあり方・課題」  
来賓：エイチ・アイ・エス取締役会長 澤田秀雄 殿  
提言・報告書取りまとめ

(来賓の肩書は会合開催当時)

提言・報告書の取りまとめにご協力頂いた方々に、この場を借りて厚く御礼申し上げます。