

国際観光立国に関する提言

はじめに

1．国際観光立国の今日的意義

2．三つの対外イメージ戦略の推進

伝統とハイテクの国 日本

四季と食文化の国 日本

安全・安心ともてなしの国 日本

3．早急に取り組むべき課題・アクションプランに関する提言

《世界に開かれた施策の推進》

提言1 人的国際交流の推進

《魅力ある国づくりに向けたプラットフォームの構築》

提言2 人材育成の推進

提言3 景観形成：古都再生 都市再生

提言4 基礎的インフラの整備

提言5 観光統計の整備・充実

《情報発信のためのツールの整備》

提言6 多言語による情報提供の推進

提言7 世界へ向けた情報発信

提言8 「日本発」国際会議の積極的な企画・誘致

《コンテンツの充実》

提言9 エンターテインメントと観光の連携

提言10 国別、目的別マーケティング戦略の展開

おわりに

2005年6月21日
(社)日本経済団体連合会

はじめに

日本経団連では、2000年10月、新しい国づくりの観点から「21世紀のわが国観光のあり方に関する提言」をとりまとめ、国際観光振興や観光立国推進体制の確立等、ソフト・ハード両面におけるインフラ整備の必要性について訴えた。

我々の考えは、観光立国行動計画(2003年7月)に取り入れられたほか、観光立国推進戦略会議による55項目の提言(2004年11月)にも反映された。現在、これらの具体化が検討され、政策策定の段階にあることから、日本経団連では、国際観光振興に向けた課題を改めて包括的に整理した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」を取りまとめると共に、政府、地方自治体、経済界が優先的に取り組むべき課題について提言することとした。

1. 国際観光立国の今日的意義

(1) 国内外から観光客を誘致する上では、活気ある街づくり、景観の整備、都市再生等を通じて我々が普段生活している空間を魅力的にすることが大前提である。換言すれば、地域が光り輝くことによって交流人口が増大し、交流人口の増大が地域をますます魅力的にするという好循環の創出に観光振興の本質がある。特に、世界の国際観光客数が2010年には10億人を超えるという大交流時代を迎える中、国際観光立国、すなわち、訪日外国人旅行者数拡大に向けた施策を講じる意義は大きい。

また、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、国際相互理解を促進することになる。国民レベルでの国際交流と相互理解の促進は「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。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、相互交流を通じて解消し得る余地が大きい。国際観光は、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。

さらに、観光は単に旅行業のみならず、輸送業、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るため、その振興が大きな経済的波及効果を生み出すことも期待される。

このように、わが国にとって国際観光立国は喫緊の課題であることから、100年先を見据え、世界に開かれた魅力ある国づくりに向けた戦略的な取り組みをソフト、ハード両面にわたって早急に推進すべきである。

(2) その際、政府、地方自治体、経済界、関係業界、地域社会は相互に連携しつつ各々の役割を果たしていく必要がある。

そこで、まず政府には、国際観光立国を最優先政策に位置付け、関係省庁による総合的で迅速な推進体制の整備を望む。その上で、民間企業の創意や観光客のニーズが存分に反映されるよう人、モノの移動や都市計画など観光に係る関係

法制度の整備や各種規制の改革に取り組む必要がある(国際観光振興に向けたプラットフォームの構築)。

次に地方自治体には、観光が地域振興にもたらす効果に改めて着目し、近隣の自治体とも協力して周辺地域をひとつのゾーンとし、戦略的対応を有効に展開することを望む。これにより地域拠点空港、道路・鉄道網、海上輸送ルートなどが、人流・商流の観点から整備されることになり、自治体間の広域連携を促進する契機ともなり得る。

さらに、産業界、特に観光産業には、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地位を占めることから、大胆なパラダイム転換を図る必要がある(国際観光立国に向けたツールの開発、コンテンツの充実等)。

こうした諸課題に対応するため、日本経団連では、観光委員会が中心となって、企業の考え方とその基礎となる消費者ニーズを十分に踏まえて、国際観光立国に向けた官民協力の枠組みづくりと具体的な政策の実現を働きかけていく。

2. 三つの対外イメージ戦略の推進

世界に開かれた魅力ある国づくりを通じて国際観光立国を推進するにあたっては、日本の持つ強みや特徴を活かしわが国を「魅力ある国だから行ってみよう」という国にする必要がある。そこで、過去に日本経団連が観光立国の実現に向け提言し、わが国政府、産業界等が検討している論点をさらに絞り込み、集中的に取り組むべきである。そのための骨太の方針として、次の3点を主眼とするキャッチフレーズを設定することで日本の新しいイメージを世界に定着させ、個別の施策を実効的に展開することが肝要である。

伝統とハイテクの国 日本

第一に、わが国の最先端技術、伝統文化、ポップカルチャーといった観光資源を活用し、改めて「現代の文化国家日本」のイメージを世界に向け発信・定着させるべきである(コンテンツの充実)。その際、例えば、ハイテク機器を通して日本の城や神社仏閣をめぐる鑑賞するなど最先端技術に日本の伝統文化を融合させ古き良き日本のイメージを活用することが有効である。

四季と食文化の国 日本

第二に、わが国のもつ様々な自然や文化を活用し、日本の豊かな多様性をイメージとして定着させるべきである。特に、北海道から沖縄まで起伏に富んだわが国の風土が四季折々に見せる表情や地域独自の食文化を全面に打ち出し、諸外国の人々が「行ってみたいと思う国」にする必要がある。

安全・安心ともてなしの国 日本

第三に、安全・安心で清潔な国、真面目で親切な人々のイメージを名実共に確立すべきである。国際観光立国を推進する上で最も重要なことは、国民一人ひとりが海外からの観光客を親切にもてなすという考え方を持ち、ホスピタリティを高めることである。外国の人々や文化との共生といった観点から、学校教育・社会教育を通じ国民の意識を中長期的に醸成していくべきである。

3 . 早急に取り組むべき課題・アクションプランに関する提言

上記の基本的な考え方をもとに、世界に開かれた施策の推進、魅力ある国づくりに向けたプラットフォームの構築、情報発信のためのツールの整備、コンテンツの充実の4点を柱に、具体的な政策提言をする。

《世界に開かれた施策の推進》

提言1 人的国際交流の推進

(1) ビジネス客、留学生をはじめとする海外(特にアジア諸国)からの来訪者に対するビザ発給手続の簡素化・透明化、出入国手続の簡素化を推進すべきである。特に、韓国・台湾について、現在特例として導入されている商用・観光ビザの免除を恒久化すべきである。

(2) 訪日外国人の約3割がビジネス客である。ビジネス客を誘致する上では、わが国がアジアならびに世界の一大ビジネス拠点たる必要がある。その観点から、国内投資・起業環境を整備するほか、企業内転勤の在留資格の範囲拡大等、専門的・技術的分野における外国人労働者の受入円滑化を図ることでビジネス環境を整備すべきである。

(3) 留学生はわが国へのリピーターの源泉となり得るほか、将来、政治、ビジネス、学術・文化等の各分野のリーダーとなり、わが国との交流に重要な役割を果たすことが期待される。留学生の受入れについても、国際観光交流促進の一環として明確に位置付け、戦略的に促進すべきである。さらに、特殊言語やコミュニケーション能力に加え、日本での研修成果や独自の視点に基づく新たな商品開発等の可能性を模索すべく、留学生の日本国内での観光産業等への就職を促進すべきである。

《魅力ある国づくりに向けたプラットフォームの構築》

提言2 人材育成の推進

観光資源の開発に際しては、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重

要である。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。さらに、地域の観光産業の担い手となりうる人材育成については、緊密な産学連携の下、大学観光学部等の充実に努めるべきである。

提言3 景観形成：古都再生・都市再生

(1) 伝統的な建造物の保存・修復等を通じた古都再生のほか、歴史的建造物を含む街全体の景観に配慮した美しい空間の形成が不可欠である。各自治体は今般全面施行された「景観法」を活用し、必要に応じて街づくり交付金等の公的資金を投入しつつ、地域住民の誇りとなり、また訪問者をも魅了する美しい街並の整備を推進すべきである。

(2) 住宅のほか、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」の街づくり通じて、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る必要がある。各自治体は都市再生を推進すべきである。

提言4 基礎的インフラの整備

(1) 訪日外国人旅行者数増大のためには、主要空港における容量の拡大、国際線・国内線の乗継利便の向上、首都圏へのアクセス改善、着陸料・施設使用料の値下げ等、重点的なインフラ整備が不可欠である。また、ビジネス客や国際会議を誘致する上では、主要空港におけるカンパニージェットの受入体制整備が必要であり、早急な対策が求められる。

(2) 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、官民が連携して戦略的に取組むべきである。

(3) 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。

提言5 観光統計の整備・充実

観光振興を図る上では、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ことが肝要であり、地域別の旅行者数、旅行者の趣向等に関する基礎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。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。

《情報発信のためのツールの整備》

提言6 多言語による情報提供の推進

(1) 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。さらに、現在では、国内観光情報を蓄積しホテル設置 TV や空港でのレンタル携帯電話を通して多言語で外国人観光客に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。また、関係省庁が実験プロジェクトなどを企業に発注して実施する際には、将来的な規格の統一を考慮して緊密な連携をとり、重複の回避と整合性の確保に努めるべきである。さらに、システムの導入にあたっては、将来の体系的な広域行政の実現も念頭に、複数の自治体にまたがるサービスを可能とするインターネット・データ・センターを整備し、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のためのスキームを構築すべきである。

(2) 多言語案内表示ボードなどの作成・設置に際しては、民間事業者がこれを手がけ、企業広告収入によって賄うスキームの導入を検討すべきである。

提言7 世界に向けた情報発信

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調査・把握し、日本の魅力を情報発信する必要がある。現在、進められているビジット・ジャパン・キャンペーンの重点地域を拡大するほか、宣伝方法の高度化、集中キャンペーン等を展開していくべきである。これに関連して、国際観光振興機構(JNTO)のネットワークを活用した海外主要拠点等でのプロモーションを体系的に推進すべきである。併せて、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べきである。

提言8 「日本発」国際会議の積極的な企画・誘致

日本が国際社会で積極的な役割を果たす姿勢を示し、その旨情報発信していく方策として、わが国経済界、政府、地方自治体等が連携して、国際会議・コンベンションを発案の上、企画・誘致に努めるべきである。その第一歩として、例えば観光分野では、今後、わが国として重視すべき中国、韓国との間で日中韓観光会議を定期的開催し、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ことも一案である。

《コンテンツの充実》

提言9 エンターテインメントと観光の連携

(1) わが国のポップカルチャーや最先端技術を活用してアニメ・ロボット博覧会開催を検討すべきである。たとえば、2008年北京オリンピック、2010年上

海万博を契機に、中国は「新しい中国」を世界にアピールすることが想定される。わが国としてもこの機を逃さず、これまでアジア経済を牽引してきた日本の次の姿は何かを世界に示すことが有効である。

(2) 「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」ロケ地である小樽に対する注目度の高まりなどの事例からも明らかなように、テレビ・映画のロケ地は観光集客効果を有する。また、ラスベガスにおける海外からの集客力は、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)が有する大衆を動かす力を如実に示している。しかし、わが国ではロケに規制が多く、撮影許可の申請も煩雑で企画・撮影の障害になっており、この分野でも「国内空洞化」の進行が指摘されている。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・コミッションに関し、撮影許可申請の窓口一元化を進めるほか運営補助策(例えば撮影をサポートするための基本的な知識やスキルを持つ人材の育成に対する支援等)を検討すべきである。また、国内外からのロケの誘致に際しては、特に、東アジア諸国との信頼関係構築の観点から、同地域の映画制作者の招聘・優遇について検討すべきである。

(3) 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・事業所税の軽減のほか、野外会場や道路使用許可等の規制を緩和すべきである。

提言 10 国別、目的別マーケティング戦略の展開

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重要である。この点、外国人旅行者の訪日動機調査によると、「日本人の生活の見聞・体験」、「日本食」は常に上位にランクされており、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ならびにその担い手の育成を積極的に推進していくことが求められよう。さらには、中国人には、景勝地観光・買い物・アミューズメントパーク、韓国人には、ゴルフ・温泉、欧米人には伝統的建造物の見学といった具合に、観光客ごとの関心分野の相違を把握し、きめ細かに対応すべきである。

産業観光については、文化的価値の高い産業遺産、企業博物館等を活用して日本の産業発展の歴史を学んでもらうのみならず、新幹線・自動車・電子分野などに関する諸外国のわが国への関心に応え、わが国の最先端技術を改めて世界にアピールすべきである。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。

おわりに

国際観光立国を実現するためには、世界に開かれた魅力ある国づくりを進める必要がある。これは、国際交流、文化安全保障、わが国経済の活性化、地域振興等を含む21世紀の国家戦略として、また観光立国百年の計として、経済界、政府、地方自治体、地方経済界が協力して長期的・継続的に取り組むべき重要課題である。

わが国は、今後とも最先端の科学技術創造立国であり続けるべきであるが、それと同時に、観光分野をわが国の第三次産業の大きな柱のひとつと捉え育成する必要がある。そのためには、各種の規制改革のほか景観整備や都市再生等のインフラ整備が必要であることは言うまでもないが、多様化する観光客のニーズに対する関係業界のきめ細かな対応や意識改革や創意工夫の発揮が特に強く求められる。

このような観点から、本提言では、わが国に対する諸外国のイメージを「伝統とハイテク」、「四季と食文化」、「安全・安心ともてなし」といった点に絞って早急に定着させることの重要性を指摘した。そうした戦略との連携の中で、政府、地方自治体、経済界等が取り組むべき課題を 世界に開かれた施策の推進、魅力ある国づくりに向けたプラットフォームの構築、情報発信のためのツールの整備、コンテンツの充実というくくりでまとめた。

日本経団連は、今後、この方向に沿って、観光委員会が関係委員会、関係業界、地域経済界とも連携し、企業の考え方やニーズを取り入れつつ、政府等関係方面にその実現方を働きかけるとともに定期的な協議を行う所存である。こうした協議を通じて国際観光立国に向けた諸政策の進捗状況を常に把握すると共に、問題点については、経済界としての協力のあり方を検討するなど、取組を一層強化していく。

以 上