

平成30年3月6日

国土交通省観光庁  
審議官 瓦林 康人 殿

(一社) 日本旅行業協会  
訪日旅行推進委員会  
委員長 丸尾 和明

「2020年の目標達成と2021年以降の持続的成長に向けた  
訪日旅行に関する提言書」について

拝啓 時下益々ご清栄の事とお慶び申し上げます。

平素より、当協会に対し格別なご高配・ご指導を賜り、厚く御礼申し上げます。

貴庁におかれましては観光立国の実現にむけて「観光ビジョン実現プログラム2018」の策定を進めておられますが、当協会としても訪日外国人旅行者3,000万人を目前に控えた状況の下、訪日旅行の2020年の目標達成に向けた取り組みと2021年以降の持続的成長に向けての課題等についてとりまとめました。今回の提言書は2014年以降5回目となりますが、今後の施策に反映していただくべく、テーマ毎に具体的な課題に絞ったものとなっております。

種々の課題を克服するためには、幅広い分野においてオールジャパン体制にて官民が協力して取り組む必要があることは間違いありません。

貴庁が先頭に立ち、各省庁はじめ官民一体の体制構築に取り組まれておられる姿に敬意を表するとともに、当協会もその一翼を担うべく、「品質向上」「安心安全」「地方誘客促進」を重点的なテーマとし、引き続き積極的な訪日誘客施策に取り組んで参ります。

敬具

2020年の目標達成と2021年以降の  
持続的成長に向けた訪日旅行に関する提言書

平成30年3月6日



訪日旅行推進委員会

## 目次

はじめに	・・・ 1
<b>【テーマ1】品質向上</b>	
1) 旅行サービス手配業の登録区分	・・・ 2
2) 品質認証制度の観光業界への拡大	・・・ 2
3) リピーター向けのインセンティブ策	・・・ 3
4) 日本をまだ扱っていない海外の旅行会社へのプロモーション	・・・ 3
5) MICE (MI) におけるユニークベニューについて実用情報の集約提供	・・・ 4
<b>【テーマ2】安心安全</b>	
1) 緊急時における多言語情報提供システムの拡充	・・・ 5
2) FIT旅行者向けのトラブル対応窓口・コールセンターの設置	・・・ 6
3) 白ナンバーのバス・タクシーに対する取締まり強化	・・・ 6
4) 日本版ツーリストポリスの新設	・・・ 7
<b>【テーマ3】地方誘客促進</b>	
1) 二次交通の利便性向上に向けた周遊パスの造成促進	・・・ 8
2) 日本版DMOの海外に向けたマーケティングの支援強化	・・・ 9
3) 朝夕の魅力創出などにより「プラス1泊」を促進	・・・ 9
4) 宿泊・飲食・観光施設向け通訳ホットラインの設置促進	・・・ 10
5) 教育旅行の拡大促進	
a) 訪日教育旅行の受け入れに対する助成	・・・ 11
b) 地方自治体の教育旅行に関する情報発信機能の強化	・・・ 11
c) 教育旅行の参加学生に対する査証緩和拡大	・・・ 12
6) 地方部におけるスポーツツーリズムの促進	
a) 参加型スポーツイベントの情報発信の一元化とワンストップ窓口の設置	・・・ 12
b) 同行者・観戦者も楽しめるスポーツイベントの企画促進	・・・ 13
c) 「ホストタウン」の継続的な国際交流に対する支援	・・・ 13

2018年3月6日

## 2020年の目標達成と2021年以降の持続的成長に向けた 訪日旅行に関する提言書

2017年の訪日外国人旅行者数は前年比19%増の2869万人に達し、3000万人の達成が目前に迫ってきた。このままの増加率でいけば、2020年の目標として掲げている4000万人の実現は十分可能となっている。

一方、同様に2020年の目標に掲げられた「訪日外国人消費額8兆円」「地方部での外国人延べ宿泊者数7000万人泊」などは、これまで官民連携での推進で一定の成果を得ているものの、目標実現には、訪日外国人旅行者の地方誘客や訪日旅行の質の向上など、さらなる取り組みの加速化が必要と考えられる。

目標年である2020年まであと2年となったこの段階で、改めて目標実現へのロードマップとして各年の位置づけを明確にし、具体的な取り組みを着実に行うことが必要となっている。

そこで、2018年から2019年はあらゆる施策を結集し、2020年の目標達成に向けて強力に推進することに加えて、それ以降の持続的成長に向けた具体的な取り組みを開始する年度とし、さらに2020年は目標達成という成果を踏まえ、2021年以降に向けた取り組みを本格的に行う年度と位置づけ、提言をまとめた。

提言は2020年の目標達成に向けて、我々旅行業界が特に重要と考える「品質向上」「安心安全」「地方誘客促進」の3つのテーマに焦点を絞り、実行すべき具体的な施策を示した。提言する3つのテーマは、観光ビジョンの目標達成に向けて密接な関連性を持つため、各施策のつながりを意識し、総合的に取り組みを進めていくことが必要と考えられる。

様々な課題に対する取り組みを加速させて、目標を達成することはもとより、2021年以降におけるインバウンドの持続的成長を確実なものとするため、2018年は「観光先進国」に向けて着実な一歩を踏み出す年としなければならないと考えている。

## 【テーマ 1】品質向上

「訪日外国人旅行者数 4000 万人」という「数」と「訪日外国人消費額 8 兆円」という「収益」の目標達成を目指すためには、さらなる訪日旅行の品質向上が不可欠である。また「外国人リピーター数 2400 万人」という目標も掲げられており、もう一度日本を訪れたいと思う外国人旅行者をさらに増やすためには、訪日旅行の品質向上がベースになると考えられることから、以下を提言する。

### 1) 旅行サービス手配業(ランドオペレーター)の登録区分 【国】

かねてから JATA が提案していた、ランドオペレーターの登録制度が本年 1 月 4 日より施行された。今後は制度の定着化や実施後の状況を見守る必要があるが、これと併行して訪日外国人旅行者に対する手配旅行について、さらなる安心・安全の見える化を図ることが必要と考えられる。

このため、旅行業法に定められた受注型企画旅行に相当するオーダーメイド旅行を訪日外国人旅行者に対して手配し、旅行内容について一定の質を担保できるランドオペレーターと、単に手配の代理のみを実施するランドオペレーターの区分について検討することを提言する。

### 2) 品質認証制度の観光業界への拡大 【国】

品質の向上を目指すにあたり、客観的に確認できる指標があることによって、市場や社会に安心してその品質を判断してもらうことができる。他国では参考事例に示したように、品質認証制度を導入している観光業界もあるが、現在の日本にはまだ客観的な指標が限られている。

訪日外国人旅行者にとって安心を「見える化」することは、訪日旅行の全体的な品質向上に役立つと考えられる。そこで現在 JATA が事務局として推進している、「ツアーオペレーター品質認証制度」の宿泊施設やレストランなどの観光関連業界への拡大を提言したい。

具体的には、国が基準を統一し、レストランや土産物店、宿泊の各分野の品質基準を定め、その基準を満たしている施設に対してマークを与える。この制度はランク付けを行うものではなく、訪日客に対して安心安全や品質を「見える化」し、訪日外国人旅行者が安心して滞在・利用できる「一定の基準」としての導入を目指す。これは、【テーマ 2】の「安心安全」にもつながる施策とも考えられる。

● 参考事例

**事例 1 ニュージーランドの「クォールマーク」**

ニュージーランドの政府観光局と自動車協会により設立した組織が運営。宿泊施設、交通機関、アクティビティ業者などが対象で、宿泊施設のみ 5 段階(1~5 つ星)による評価が行われ、そのほかは合格・不合格の評価のみ。

**事例 2 フランスの「カリテツーリズム」**

2005 年に導入され、政府の経済・財務省企業総局(DGE)が管轄する。宿泊施設やレストラン、カフェ、ツーリストオフィスやアクティビティ会社などが認定対象。

**事例 3 オーストラリアの「スターレイティング」**

2017 年 7 月から Australian Tourism Industry Council (ATIC)により運営。宿泊施設が対象で、5 段階 (1~5 つ星)による評価が行われる。

3) リピーター向けのインセンティブ策 【国】

2 回目以上のリピーターにバッジを進呈することで、感謝の意を形にあらわし、再訪を促進するインセンティブ策の導入を提言したい。

2) の品質認証制度と連動させる形でバッジのマークを共通化し、品質認証制度をクリアした宿泊施設や土産物店などで、そのバッジを見せれば何らかの特典が受けられるといった優遇策も考えられる。特に、地方に向けてこうした取り組みを強化することは、【テーマ 3】の地方誘客促進にもつながると考えられる。

● 参考事例

**ツェルマット(スイス)**

一定回数以上、訪問した旅行者にバッジを贈呈。バッジ着用者は予約なしで入ったレストランで一番眺めのいい席に案内されるなど、特別なゲストとして扱われる。

4) 日本をまだ扱っていない海外の旅行会社へのプロモーション 【国】

JNTO では現在、欧米豪の「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層」を主なターゲットとしたグローバルキャンペーンを展開している。こうした BtoC の訴求は非常に重要だが、並行して BtoB に対する訴求を行う必要性もあると考える。

具体的には欧米豪の「ロング方面の海外旅行を扱っているが、日本をまだ売っていない

い旅行会社」に対して、日本を売ってもらうためのプロモーションの実施を提言したい。

例えばヨーロッパでタイやインドネシアなどの東南アジアのデスティネーションは扱っていても、日本を商品化していない旅行会社も少なくない。

そうした旅行会社に対して、地方を中心としたファムトリップの実施やパンフレット制作費支援など、日本を商品化する最初のきっかけづくりを行い、日本というデスティネーションの販路を拡大することは、「訪日外国人旅行者 4000 万人」「訪日外国人消費額 8 兆円」の目標達成に大きく貢献すると考えられる。

#### ● 参考事例

ハイエンドな顧客を持ち、2012 年まで日本を商品化していなかった欧州の旅行会社に日本の大手旅行会社がアプローチを行い、2013 年から日本への送客が開始された。2017 年までの延べ送客人数は 3500 人に達している。

#### 5) MICE(MI)におけるユニークベニューについて実用情報の集約提供【国・地方自治体】

2020 年に東京オリンピック・パラリンピック開催を控えた日本は、MICE デスティネーションとしても各国・地域から注視されている。特に MI 分野において重要な要素であり、対象国として選定されるポイントの一つがユニークベニューと言える。

現在、日本各地で官民含めたユニークベニューの開拓拡大が進んでいるが、ベニューの情報量に地域的な偏りがあったり、開場閉場時間やケータリング、火気使用に関する注意など、利用に必要な実用情報の提供についてもばらつきがあり、十分ではないと言える。

また、手続きが煩雑でベニューが利用しにくいケースもある。ユニークベニューの利用手続きに関してはより簡素化を求めるとともに、実際に企画提案する旅行会社にとって必要なポイントがひと目でわかるような情報の集約と提供を求めたい。

## 【テーマ2】 安心安全

我が国では地震や水害など自然災害が多く発生し、観光地に近いエリアでの火山噴火など、近年は予期せぬ状況もたびたび発生している。首都圏では交通トラブルによる遅延や運休も頻発している。

災害や事故の発生時に適切な対応が行えるよう、あらかじめ情報提供などの体制を確立しておくことは、他外国にはない観光先進国としての取組であり、訪日外国人旅行者の安心と安全確保に直結する。こうした観点から、以下を提言する。

### 1) 緊急時における多言語情報提供システムの拡充 【国・地方自治体】

空港や公共交通機関などにおいて、平常時の多言語アナウンスはかなり充実してきたが、事故や地震、大雪、また警報発出時による遅れなど、突発的な事態が起きた場合は日本語のみの案内となることが多い。緊急時における訪日外国人旅行者の不安を解消し、迅速に情報提供を行うための施策が急務と考えられることから、以下を提案する。

一つは多言語音声データ作成と関係機関への提供である。過去の経験から予測して、「人身事故が発生しました」「強風により徐行運転をしています」など、緊急時に対応したフレーズを録音した多言語音声データを数パターン用意し、空港、公共交通機関などに提供することを提言する。同時に、警報の発出時には公共施設からの多言語による情報発信、TVなどでのテロップの多言語表記も提言する。

もう一つは音声翻訳ツールの普及拡大である。日本語で話すと外国語に変換される拡声器型ハンドマイクなど、近年は多様な翻訳機器が開発・販売されており、多言語による緊急時の情報提供に活用できると考えられる。こうしたツールの情報集約とともに、使いやすさや実効性などを検討し、地方運輸局などを通じ、各都道府県に向けて優れた翻訳ツールの活用拡大に取り組むべきと考える。

#### ● 緊急事態の具体例

##### 事例1 空港行きのバス

乗客の大半が外国人であるにも関わらず、事故渋滞による到着遅れのアナウンスが日本語のみだった。

##### 事例2 空港

火災報知器が誤作動した際、説明のアナウンスが日本語のみだった。

### 事例 3 鉄道

大雪により運行が途中で見合わせとなった際に、車内放送が多言語化されていなかったため、外国人利用者が事態を理解できなかった。

### 事例 4 定期運航船

都市部と島を結ぶフェリーなどの定期運航船は近年、訪日外国人旅行者の利用が増加している。しかし通常時の案内も多言語化が進んでおらず、緊急時の対応が懸念される。

## 2) FIT 旅行者向けのトラブル対応窓口・コールセンターの設置 【国】

観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によれば、2012年に60.8%だった観光・レジャー目的の個人旅行者(FIT)の割合は、2016年には74%と10ポイント以上増加した。今後もこの傾向はさらに強まることが予測される。

2018年1月からの改正通訳案内士法の施行に伴う有償ガイドの自由化や民泊利用の拡大などにより、旅行スタイルが多様化する一方で、契約面などにおけるトラブルも増加することが考えられる。FITの訪日外国人旅行者の安心安全を確保し、ストレスフリーな旅行環境を支援するためにも、日本滞在時にトラブルに遭遇した場合、相談できる窓口やコールセンターの設置を国に提言する。

なお、この窓口での対応は旅行契約に関するトラブルに限定し、犯罪やパスポート紛失など、旅行契約以外の相談については警察や各国大使館・領事館など、案件に応じて必要箇所を引き継げる態勢が望ましい。

反対に、上記機関が旅行契約に関するトラブルの相談を受けた場合はこの窓口で引き継ぐという連携態勢をとることで、訪日外国人旅行者の安心安全を守るのに役立つと考えられる。こうした体制づくりに向けた関係各所との連携を求めたい。

## 3) 白ナンバーのバス・タクシーに対する取り締まり強化 【国】

スマホアプリを使った配車サービスの世界的な拡大などに伴い、外国人旅行者を対象に、無許可で有償の旅客運送を行う悪質な白ナンバーのバスやタクシー事業者が各地で増加している。

既にこうした事業者に対する取り締まりが各地で行われているが、訪日外国人旅行者がトラブルに巻き込まれるのを防いで安心な旅行ができるよう、より一層の取り締まり強化とともに白ナンバーの事業者を利用したサービスの違法性を、訪日外国人旅行者や海外の旅行会社へ広く認識してもらうための啓蒙活動の対応をお願い

いしたい。また、こうした白ナンバー事業者に代わるものとして、国で検討されているプライベートリムジンの運用なども期待される。

#### 4) 日本版ツーリストポリスの新設 【国】

海外には外国人旅行者が道に迷ったり、タクシーや飲食店の不当請求、あるいはスリに遭うなど困った時に相談できるツーリストポリスを町中に配置している国がいくつか見られる。今後、さらなる訪日外国人旅行者の増加に伴い、その安心安全を守るために「日本版ツーリストポリス」を新設することを提言したい。

日本には既に交番という優れたシステムがあり、東京都では 2016 年、新宿と渋谷の 2 ケ所の交番が外国語に堪能な警察官を常駐させる「外国語対応モデル交番」に指定された。

さらに交番の機能を拡張し、外国語に対応可能な警官が町中を巡回することで、訪日外国人旅行者にとっては安心感が増し、犯罪の抑止にもつながると考えられる。下記の事例を参考に検討を希望する。

##### ● 参考事例

###### 事例 1 韓国

ソウル、釜山といった大都市を中心に「観光警察」が観光に関する苦情処理、観光案内および通訳、不法行為の取り締まりを行っている。

###### 事例 2 スペイン(マドリッド)

市内を外国語ができる警察官が巡回し、マドリッド市が国家警察と連携して外国人観光客対応サービス (SATE) を提供。盗難に伴うクレジットカードの利用停止手続き、大使館や領事館との連絡など観光に特化した支援を行う。

### 【テーマ3】 地方誘客促進

2016年の三大都市圏の外国人延べ宿泊者数は前年比3.4%増の4186万人泊に対し、地方部は9.5%増の2753万人泊と伸び率で三大都市圏を大きく上回った。しかし、都道府県別に見ると1位の東京都と2位の大阪府で延べ宿泊者数全体の約40%を占める一方で、1%に満たない県は30に及ぶ。

首都圏や一部地方に需要が集中する状況は依然続いていると言えるが、2020年に「地方部での外国人延べ宿泊者数7000万人泊」を達成するには、地方部への誘客をより促進し、オールジャパンで受け入れる体制を整えることが重要と考える。このため、地方部における滞在日数の延長や、スポーツなど体験型旅行の促進、教育旅行の拡大など、以下の具体策を提言する。

#### 1) 二次交通の利便性向上に向けた周遊パスの造成促進 【国・地方自治体・民間】

2016年の北海道の外国人延べ宿泊者数は全体の約9%、沖縄県は約5.5%と地方部の中では外国人延べ宿泊者数が多い道県だが、需要の多くは札幌や那覇などの都市部に集中している。

例えば北海道経済部観光局の調査によれば、平成28年度の圏域別外国人延べ宿泊者の割合は札幌市が約4割、札幌以外の道央と合わせて7割以上を占める。他のエリアも東北なら仙台、中四国なら広島などのゲートウェイ都市に需要が集中する傾向が見られる。「ゲートウェイの先」への誘致は地方誘客の共通課題と言える。

この課題に対する施策として、参考事例として挙げたような、一定の地域内の周遊パスの造成及び多言語対応の促進を望みたい。乗車時に小銭を用意するなどの手間がなく、二次交通をスムーズに活用できる周遊バスは訪日外国人旅行者にとって使いやすく、地方誘客促進に有効なツールと言える。

#### ● 周遊パスの参考事例

##### 事例1 「箱根フリーパス」

路線バス、遊覧船、ロープウェイなどに乗り放題できる。地域内をストレスなく移動できることから、訪日外国人旅行者も多く利用する人気商品となっている。

HPは日、英、繁、簡、ハングル、タイ語の6カ国語表示。

##### 事例2 「沖縄路線バス周遊パス」

2017年から販売開始。沖縄県の本島内路線バスが設定期間中は乗り放題となり、レンタカー利用者の増加に対する対応と、路線バスの観光活用を目指す。

HPは日、英、繁、簡の4ヶ国語表示。

### 事例 3 「ひがし北海道周遊観光バス」

2016 年から秋冬の期間限定で運行開始。東北海道と札幌を結ぶ 4 ルートを運行しており道東の主要観光地を網羅。レンタカー移動が中心となる道東で、観光客向けの二次交通としての役割を担う。HP は日、英、繁、簡、ハングル、タイ語の 6 カ国表示。

### 2) 日本版 DMO の海外に向けたマーケティングの支援強化 【国】

我々旅行業者は、日本版 DMO と外国人旅行者の地方誘客促進に向けて、より積極的な連携協力を望んでいる。ただし各 DMO の取り組みが非常に多岐に渡るため、より円滑な連携に向けて、各 DMO が目指すべき姿の明確化を望みたい。

たとえば、日本国内には 13 の観光圏があり、11 観光圏は地域連携 DMO が実施主体となっている。これらは連携して海外向けサイトの設置や、プロモーションなどを行っており、各地域の連携範囲やテーマ性などから見て、訪日旅行を扱う旅行会社にとって魅力的な素材と言える。こうした観光圏のような各 DMO の取り組みについて、海外に向けたマーケティングの強化支援を提案したい。

### 3) 朝夕の魅力創出などにより「プラス 1 泊」を促進 【国・地方自治体・民間】

「地方部での外国人延べ宿泊者数 7000 万人泊」「訪日外国人消費額 8 兆円」の目標達成に向けては、外国人旅行者にさらに長く滞在してもらうことが、有効な施策と考えられる。このため地方部を対象に、現状の滞在泊数より「プラス 1 泊」の促進策の実施を提言する。参考として、地方部において欧米・アジアの旅行者の滞在日数が増加した場合の試算の一例を以下に挙げた。

具体策としては参考事例のような、泊まらなければ体験できないナイトおよびモーニングコンテンツの充実、隣接する DMO が連携して滞在延長を促すコンテンツを造成し、域内の二次交通も整備する取り組みや、都市部から地方部に対して送客を行うための両者の連携などが重要と考えられる。

これらを総合的に推進することで地方部での滞在延長を促すことに加え、オールジャパンとしてそうした取り組みを集約し、海外に向けて発信することを望む。

#### 試算

「平成 28 年訪日外国人消費動向調査」によれば、1 人あたりの訪日外国人の旅行支出は 15 万 5896 円、平均滞在日数は 10.1 泊で、1 日あたりの支出額は 1 万 5435 円となっている。平成 28 年度の訪日外国人 2403 万人のうち、約 10.4%が欧米から、約 83.6%がアジアからの旅行者であった。

例えば、欧米から訪れた旅行者の約 1 割にあたる約 25 万人、アジアからの旅行者の約 3 割にあたる約 603 万人が地方部にもう 1 泊ずつ滞在したと仮定し、1 日あたりの平均支出額をベースに算出すると、消費額は約 702 億円増えることになる。

#### ● 参考事例

##### 事例 1 熊本県内牧温泉(ナイト&モーニングコンテンツ)

朝は気球体験、夜は星空観察を行っているほか、多言語グルメサイトで温泉地内の飲食店を紹介し、クレジットカードが利用できる店を明記。地域ぐるみで滞在促進のしくみづくりを行い、外国人旅行者が増加している。

##### 事例 2 北海道トマム「雲海テラス」(モーニングコンテンツ)

夏季(5~10 月)の早朝にスキー場の山頂テラスで実施。閑散期対策としてスタートしたが、訪日外国人旅行者にも人気のコンテンツとなっている。

##### 事例 3 長野県阿智村「天空の楽園」(ナイトコンテンツ)

冬季と夏季の夜間にスキー場のゴンドラを運行し、山頂で星空観察を実施。各ホテルから送迎を行うなど二次交通が整備されており、訪日外国人旅行者にも人気がある。事例 2 と 3 は、自然相手とあって 1 泊で必ず見られるとは限らない点も、滞在促進につながると言える。

#### 4) 宿泊・飲食・観光施設向け通訳ホットラインの設置促進【国・地方自治体・民間】

言葉に対する不安から、外国人客の受け入れに対して積極的でない地方の宿泊施設や飲食施設もまだ多く見られる。言語に関するストレスを緩和し、地方における受け入れ拡大を促進するため、各県あるいは市町村に、24 時間対応の通訳ホットラインの設置促進を提言する。

参考事例に挙げたように、こうしたサービスは各地でかなり拡大しており、地方自治体にヒアリングしたところ、予定も含めコールセンター設置箇所はそのうち 23 都府県という回答を得ている。【別添資料参照】

今後の訪日外国人旅行者のさらなる増加に伴い、これまで FIT の来訪が少なかった地方部における一層の受け入れ態勢の充実を図るため、未導入の各自治体に通訳ホットライン設置の横展開を望むとともに、国に対してはさらなる設置促進の後押しを望む。

●参考事例 事例1 京都府京都市

2011年度から宿泊施設等に対する24時間多言語コールセンターの実証実験をきっかけに、2012年度から本格運用を開始。京都市消防局や京都府警察本部における多言語コールセンターの設置が進むとともに、京都市内の免税店向けにもサービス提供している。また参加自治体も大津市、奈良市、京都府、滋賀県へと拡大している。

事例2 岡山県

2017年7月に宿泊・観光・飲食施設などを対象に通訳や翻訳を行う多言語コールセンターを新設。

事例3 東京都

2017年度の10月から3月まで、小売店向けの多言語通訳コールセンターを試行実施している。

5) 教育旅行の拡大促進

a) 訪日教育旅行の受け入れに対する助成 【国】

教育旅行は若い世代に対する観光機会の提供、平和産業としての観光の意義という点からも積極的に促進すべき分野と言える。参加者の成長後の再訪が期待できるなど、観光の持続的成長にもつながるが、地方を中心に訪日教育旅行を受け入れる学校側で言語対応が十分にできず、通訳を雇うなど経費がかなりかかっているケースも少なくない。

こうした経費に対して長野県など一部の自治体では助成制度を設けているが、訪日教育旅行の受け入れに対する何らかの助成制度の新設を提言する。

b) 地方自治体の教育旅行に関する情報発信機能の強化 【国・地方自治体】

教育旅行に関する海外向けの情報提供サイトは、日本政府観光局(JNTO)によって設置されているが、地方誘客推進の観点から、よりきめ細かい対応が必要と考えられる。海外の教育関係者の間で、教育旅行に関する情報源がどこにあるか、認識されていない可能性もある。

長野県や兵庫県など、教育旅行の情報を発信する多言語サイトを設置している都道府県もいくつか見られる。こうした取り組みを横展開し、海外に向けた教育旅行の情報発信機能を強化することを提言する。

c) 教育旅行の参加学生に対する査証緩和拡大 【国】

インドやベトナムなど今後、教育旅行の実施が予想され、現時点で査証が必要な国・地域についても、参加学生に対する発給要件の緩和や手数料の免除措置などを提言したい。

参加する学校にとっては査証取得の費用がかからない分、旅行代金が安くなるというメリットがあり、訪日教育旅行の拡大促進に寄与する施策と考えられる。

●参考：教育旅行団体においてビザ取得が必要な国・地域

必要な国：インド、ベトナム、インドネシア、フィリピン、

6) 地方部におけるスポーツツーリズムの促進 【国・地方自治体】

a) 参加型スポーツイベントの情報発信の一元化とワンストップ窓口の設置

現在、地域で行われているサイクリングやマラソンなどの大会に訪日外国人旅行者の参加が拡大している。スポーツを楽しみながら地域のよさを実感できる旅行は、まさしく今後日本が促進していくべき旅行の形態の一つになっていくと思われる。

しかし、そうした参加型のスポーツイベントを海外から一覧できる情報発信サイトや、海外から参加について相談を受けるワンストップ窓口が、現状ではスポーツ庁にも観光庁にも存在しない。海外から見た場合、スポーツイベントに関する情報が一元化されておらず、参加したくてもどこから情報を得たり、問い合わせやすいかわからないのが実情である。

総務省系の一般財団法人自治体国際化協会(CLAIR)は、地方自治体が姉妹都市提携をする場合の窓口機能を担っているが、日本には非常に多くの自治体があり、そのすべてに対応しきれていないと言える。また、スポーツイベントは地方で開催されることも多いが、受け入れる地域が海外からの誘客を望む一方、なかなか難しいという声も聞く。

こうした状況から、スポーツに関する多言語対応のワンストップ窓口および、全国の年間イベント表を一覧できるサイトの新設を提言する。合わせて、各都道府県に対しても、海外に向けたスポーツイベントの情報発信について、より積極的な取り組みを行うことを提言する。

b) 同行者・観戦者も楽しめるスポーツイベントの企画促進 【国・地方自治体】

スポーツイベントにおいて同行者や観戦者も楽しめるプログラムや、開催地の住

民との交流機会を充実させることは、ファミリー層をはじめとした訪日外国人旅行者の誘致やリピーター獲得などにつながると言える。

このように開催地の魅力を打ち出し幅広い客層が楽しめるスポーツイベントの企画促進、そうした取り組みに対する国の積極的な支援を提言する。

#### ● 参考事例

##### 「東北風土マラソン&フェスティバル」(宮城県登米市)

フランスのメドックマラソンの企画協力を得て、2014年から毎年春に開催。継続的な交流促進を行い、親子ランや5kmランなど気軽に楽しめる同行者向けプログラムが充実している。

地元グルメや日本酒が楽しめるフードフェスティバルを同時開催。ランナー以外も幅広く楽しめるイベントとして国内外からの参加者も増え、地域を活性化するイベントの一つとして定着している。

#### c) 「ホストタウン」の継続的な国際交流に対する支援 【国】

サッカーやラグビーなどスポーツの国際大会の日本開催に伴い、これまでにいろいろな地域が「ホストタウン」として各国の事前合宿を受け入れてきたが、試合が終われば交流も途絶えてしまうケースが多い。

国際スポーツイベントの開催終了後も、ホストタウンが相手国との交流を継続することは息の長い国際交流となり、地方誘客促進につながると言える。2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、ホストタウンと相手国との継続的な交流支援を提言する。参考に挙げたような事例を各地でより増やすため、必要に応じた指導と助成を望みたい。

#### ● 参考事例 新潟県十日町市

2002年に日韓共同で開催されたワールドカップサッカー大会の際、クロアチアチームのホストタウンとなった。

大会終了後もクロアチアチームが来日してキャンプを行ったり、地元高校生チームと親善試合を行うなど、交流が現在まで継続している。同市は東京オリンピック・パラリンピックのホストタウンに第一次登録しており、再びクロアチアの選手を受け入れることが決定している。