

平成 31 年 3 月 13 日

国土交通省観光庁 御中

(一社) 日本旅行業協会
訪日旅行推進委員会
委員長 堀坂 明弘

「訪日旅行の持続可能な発展に向けた提言書」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 2019」の策定を進めておられますが、当協会としても、訪日旅行の 2020 年に向けた取り組みと 2021 年以降の持続可能な発展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 6 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。

貴庁が先頭にたち、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、「安心安全」「訪日旅行のアップグレード」「受入体制整備・人材育成」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

訪日旅行の持続可能な発展に向けた提言書

平成 31 年 3 月 13 日



訪日旅行推進委員会

目次

はじめに	・・・ 1
1. 安心・安全の確保	
（1）自然災害に対する「安心安全」の取り組み	・・・ 2
a) 自然災害発生時の対策	・・・ 2
b) 自然災害発生後の対策	・・・ 2
（2）F I T旅行者の「安心安全」を担保する取り組み	・・・ 3
a) 全国各地における交番の機能拡充と利用しやすい環境整備	・・・ 3
b) 外国人に分かりやすい交番の統一マークの制定	・・・ 3
c) 訪日 F I T旅行者によるレンタカー利用時の安全施策の推進	・・・ 3
2. 訪日旅行のアップグレード	
（1）コンテンツの拡充・開発・販売などを妨げている要因の解消	・・・ 5
（2）対外プロモーションにおける RWC2019 日本大会や東京 2020 大会などビッグイベントの活用	・・・ 6
（3）旅行会社を絡めた BtoB プロモーションの強化	・・・ 6
（4）ツアーオペレーター品質認証制度の更なる啓発	・・・ 6
3. 受入体制整備・人財育成	
（1）人財の育成	・・・ 7
（2）訪日教育旅行の活性化	・・・ 7
（3）IR における MICE 誘致の推進	・・・ 8
（4）地域住民との共生に向けた対応	・・・ 8
結び	・・・ 9

はじめに

2018 年の訪日外国人旅行者数は 3100 万人を突破し、前年比 8.7%増と堅調な伸びを示した。2019 年と 2020 年はラグビーワールドカップ 2019 日本大会（以下：RWC2019 日本大会）と東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会（以下：東京 2020 大会）という国際的なスポーツのメガイベントも開催されることから、2020 年の目標として掲げられている 4000 万人の達成は、訪日インバウンドに対する万全の取り組みを継続すれば、十分に可能な状況となりつつある。一方、訪日外国人旅行消費額の拡大に向けた取り組みもさらに充実させていく必要がある。

上記状況を踏まえ、今後観光産業が、日本経済において確固としたポジションを確保し、その発展に貢献していくためにも、2019 年や 2020 年の大型イベント後も持続可能な発展をしていくことが不可欠であり、それに向けた取り組みを今から行っていくことが肝要である。

その 2021 年以降における訪日旅行の持続可能な発展を実現するためには、まず近年における日本国内での自然災害の常態化や訪日旅行における FIT 化の進展に伴う様々な課題を踏まえて、訪日旅行における「安心安全」を確保する取り組みを内外に示していく必要がある。

あわせて、単なる訪日旅行の品質の向上にとどまらない施策の実施による日本のファンづくりや、顧客ロイヤリティの向上などを通じたリピーターの増加や富裕層など新規需要の開拓、スポーツなどをテーマとする新たな市場の開発、体験レベル・満足度レベルの向上などによる旅行品質の向上、ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックを活用したプロモーション展開など、「訪日旅行のアップグレード」も着実に進めていかなければならない。

また 2020 年の 4000 万人から 2030 年の 6000 万人という目標の達成に向け、かつ地域経済活性化への貢献という観点からも訪日旅行客の地域への訪問をさらに促し、オールジャパンで受け入れをしていくことが必要であり、そのために地域も含めた「受入体制整備・人材育成」の取り組み強化が求められる。

2025 年国際博覧会が大阪市で開催されることも決定し、統合型リゾート（IR）の実現やツーリズム産業の果たす役割への期待も高まっている。日本での国際的なメガイベントが続く最初の年となる 2019 年は、東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年と 2021 年以降に控える「ワールドマスターズゲームズ 2021 関西」と「2025 年日本国際博覧会」も視野に入れつつ、訪日旅行の持続可能な発展へ力強い一歩を踏み出す年としなければならないと考える。

この提言では、2021 年以降における訪日旅行の持続可能な発展に向けて、「安心安全の確保」「訪日旅行のアップグレード」「受入体制整備・人材育成」という 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す。

また、それぞれの提言項目がどの政府目標達成に貢献するかを示すために各目標を以下のアイコンで示し、それを提言項目ごとに対応する目標を表示した。

-  人数 訪日外国人旅行者数
-  消費 訪日外国人旅行消費額
-  地方 地方部での外国人延べ宿泊者数
-  リピ 外国人リピーター数

1. 安心安全の確保

2021 年以降における訪日旅行の持続可能な発展を実現するためにはまず、近年日本における自然災害の発生頻度が高まり、過去にはなかったような規模の被害が生じる可能性のある事態に備える「安心安全」の取り組みを今までにも増して強化していかなければならない。

同時に、訪日外国人旅行者の FIT 化が進んでいるのに伴い、全国各地で訪日 FIT 旅行者の利便性向上を図るだけでなく、快適に不安を感じることなく旅行を楽しんだり、事故やケガなど不測の事態を回避することができるように「安心安全」を担保する仕組みの整備や対応を進めていくことも求められる。

(1) 自然災害に対する「安心安全」の取り組み

自然災害が発生した場合を想定して、平時においても日常的な案内を徹底するとともに、実際に自然災害が発生した時の訪日外国人旅行者への対応、自然災害からの復旧段階における風評被害の軽減や防止、復興へ向けた観光による貢献など、自然災害をめぐる様々な段階や局面での備えや対応を万全なものとしていかなければならない。

現在、平時における日常的な案内の徹底や自然災害が発生した時の訪日外国人旅行者への対応については、既に行政などによる取り組みも進められてきていることから、今後は、自然災害からの復旧段階における風評被害の軽減や防止、復興へ向けた観光による貢献などについて取り組みの強化を加速していく必要があり、自然災害発生後における対応により重点を置いて提言を行う。

具体的には、次のような取り組みを提言する。

a. 自然災害発生時の対策

人数 リピ

現在災害発生時は、現地ホテルなど被災施設の運営状況についての問い合わせが各施設自体に殺到し、それを施設ごとに対応しているが、災害時においてはお客様対応が優先で現状把握に時間と手間がかかっている。そこで施設の被害状況を自治体、旅行会社、旅行者が迅速かつ一元的に把握できる「宿泊施設営業状況検索システム」のようなツールの採用が初期的対応としては有効と考える。

b. 自然災害後の対策

b-1. 風評被害を払拭または軽減するための対策

人数 地方 リピ

国連世界観光機関（UNWTO）など国際的な観光関連機関や組織・団体などと連携して、内外のツーリズム産業関係者に実態を正確に知ってもらい、一般旅行者への周知徹底を促すことで速やかな復興への道程が実現できるようにする。タイでは、バンコクで爆弾テロ事件が発生した際、タイの観光スポーツ大臣が UNWTO などの幹部と電話で会談を行い、翌日には、UNWTO と世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）の幹部らがタイを訪れて、タイの観光スポーツ大臣と共に共同会見を実施し、タイ観光の復興に向けて全世界へメッセージを発したという事例もある。日本でも今後、こうした国際的な観光関連機関や組織・団体などとの連携も有効な対応策と考える。

b-2. 風評被害の払拭・軽減や訪日促進を図るための対策

人数 地方 リピ

各国の駐日大使館に対し、日本として自然災害が発生した地域の情報を提供し、ホームページでの発信など迅速かつ正確な情報提供について協力を要請したり、日本に在住している外国人にも SNS などを通じて被災地の生情報を積極的に発信してもらえようような協力体制を構築するなど、自然災害発生後における風評被害の払拭・軽減や訪日旅行の促進につながるような取り組みを図ることも有効と考えられる。

b-3. 「ふっこう割」など行政による支援策の効果的な展開と活用

人数 地方 リビ

自然災害発生後の旅行需要回復に向けては、「ふっこう割」など被災地の復興に資する支援策が極めて重要なものであり、自然災害が発生するたびに「ふっこう割」などの支援策が発生ベースで策定・実施されているが、より速やかに対応し、実効性を高めるためにも、予め自然災害が発生した場合の復興支援策をプログラム化し、自然災害発生後に自然災害の内容や規模、被災状況に等に応じて迅速かつ効率的に実際の対策を講じることができるようなスキームを構築する。

復興支援策のプログラム化については、被災地支援パッケージ・仕組みの確立に向けて、地域の要請に基づく迅速な対応（商品造成、販売、送客）を実現するため、(1)旅行会社のクーポン制度・既存商品の割引など戦略的な流通チャネルの活用、(2)効果的な補助金交付、(3)旅行会社と契約のない施設への補助金交付と宿泊施設以外の観光関連事業者など地域事情を勘案した予算配分、(4)対象府県が複数にわたる場合でも、スキームを統一するなど受付窓口の一元化、(5)施策終了後のケア施策、が JATA が検討している「自然災害の発生を受けてその都度対応を図るよりも実効性の高いスキーム」として構築することが期待される。

(2)FIT 旅行者の「安心安全」を担保する取り組み

日本政府観光局（JNTO）によると、2011 年に 59.8%だった観光目的の訪日外国人旅行者に占める FIT 比率は、2017 年には 76.2%まで上昇している。

年間に 4000 万人を超える外国人旅行者が日本を訪れるような状況において、特に、増加している FIT 旅行者が快適かつ不安を感じることなく旅行できるように、全国各地にある交番の機能拡充を通じて日本全体で外国人旅行者の「安心安全」を担保できるような環境の整備を図る必要がある。

また、レンタカーを利用する外国人旅行者の増加と共に事故件数は、次の通り、拡大の一途をたどっている。（沖縄県では外国人レンタカーの事故件数が 2014 年の 2901 件から 2016 年の 9648 件に増加、北海道におけるレンタカー事故率も 2017 年の日本人 0.823%に対し外国人 2.90%）

こうした状況を踏まえ、交通標識やカーナビの多言語化を拡充し、交通安全の注意喚起や啓発活動の実施などの対策を図ると同時に、日本人も外国人運転車を認識し、注意を払うことで事故を減少させる工夫も必要と考える。

具体的には、次のような取り組みを提言する。

a. 全国各地における交番の機能拡充と利用しやすい環境整備

人数 リビ

特定地域における交番での多言語対応などの機能拡充と当該交番の所在地や機能が分かるアプリの開発

現在、大都市の一部の交番などで実施している多言語対応などの機能拡充を全国各地の観光地などの特定地域に拡大し、該当する交番の所在地や利用できる機能などを案内するアプリを開発して、訪日 FIT 旅行者による交番の利用を促す。

b. 外国人に分かりやすい交番の統一マークの制定

人数 リビ

地図上で交番の所在地を示したり、実際の交番を見つけやすくするために全国統一の交番マークを制定、「KOBAN」（Police Station or Box）と英語表記を入れるなど、旅行中の利用しやすい環境を整えると同時に、訪日前から日本における交番の存在について周知を図る。

c. 訪日 FIT 旅行者によるレンタカー利用時の安全施策の推進

人数 リビ

外国人旅行者がレンタカーを運転していることを示す統一ステッカーの導入

現在、29 都道府県で外国人が運転しているレンタカーであることを周囲のドライバーに示すステッカーが活用されており、2019 年度中に全都道府県で各地域の特色ある専用ステッカーの作成が推進されている。

こうした取り組みと合わせて、都道府県境を越えてレンタカーが利用されている実態も踏まえて、運転初心者の車に付ける若葉マークのようなイメージで外国人旅行者がレンタカーを運転していることを示す日本全国統一ステッカーを導入し、レンタカーの目立つ場所に付けることを義務付け、周囲の日本人が認識しやすい仕組みを工夫する。

日本人ドライバーにも、運転免許証更新時の講習などの際に、統一ステッカーの周知を図り、外国人ドライバーの特性なども併せて教示する。

2. 訪日旅行のアップグレード

既に述べたように、ここ数年来 FIT やリピーターが拡大している状況で、今までは単に「品質の向上」という表現で、より高い品質へのニーズへの対応を示してきた。しかし、既に市場のニーズは、品質が向上していると具体的にどのような状況で、何をもって図るか明確にすることで、品質レベルを上げる「訪日旅行のアップグレード」が必要なステージになってきている。

特に、FIT の増加に伴って、着地型コンテンツや体験型プログラムの拡充、テーマ性の高い目的特化型ツアーの開発などを通じて、様々なレベルでの着地型・体験型・目的特化型の内容強化を図り、より深く日本を知ってもらうと同時に、デスティネーションとしての日本のアップグレードを進めていかなければならない。これが結果的に一人ひとりの消費額を上げることにつながる。

しかし、こうした訪日旅行のアップグレードを進めるにあたり、旅行会社など民間の事業者による取り組みも極めて重要なものとなってくる中で、特に、目的特化型のテーマ性の高いツアー開発については、民間事業者による商品開発を妨げる要因も存在していることから、そうした環境の改善を図る必要がある。

さらに、日本で開催される世界的なスポーツのメガイベントの機会を活かしたプロモーション展開についても、特に、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会の開催が迫っていることから、大会期間における具体的な施策を早急に検討し、実施することが求められる。

こうした「訪日旅行のアップグレード」は、次のテーマである「受入体制・人材育成」とともに、訪日旅行における地方誘客にも資するものであり、極めて重要な取り組みであると考ええる。

具体的には、次のような取り組みを提言する。

(1) コンテンツの拡充・開発・販売などを妨げている要因の解消

消費 地方 リビ

日本というデスティネーションの満足度を高めたり、より深く日本を理解してもらうために、「テーマ別ツアーの拡充」や「着地型コンテンツ・体験プログラムの開発」を進めることが必要であり、そうした旅行商品企画を可能とする環境の整備は、2021 年以降における訪日旅行の持続可能な発展に資すると考えられる。

現在、そうした旅行商品企画の実現を難しいものとしている背景として、ユニークベニユーなどをお客様の要望に沿った形で利用できない状況もあるため、阻害要因として想定される課題や問題を具体的な事例によって抽出し、その解消策の検討や講じるべき施策を整理する。

こうした解消策や講じるべき施策は、コンテンツの拡充・開発・販売を通じて、訪日旅行者の満足度を高めたり体験を深めたりしていくために、必要不可欠なものであると考える。

－対策がほしい阻害要因例－

体験プログラム

- ・産業観光や体験観光のコンテンツ紹介の際に説明時間を要する
→体験プログラムを素早く紹介できるプロポーザルシートの多言語展開（例：組み紐等、日本古来のもの）
- ・着後の間際販売の際、条件書・約款など契約書、確定書面、決済、催行可否判断などの契約行為が足かせとなっている
→着後の間際販売拡大に向けた諸手続きの簡素化

ユニークベニュー

- ・欧州で行われているお城でのレセプション等の催事利用を日本でも行いたい
- 現在、夜間の貸切利用を実施している岡山城のような城や城址、国立博物館や美術館、社寺等での飲食を伴うレセプションが可能になるような、規制の緩和

(2) 対外プロモーションにおける RWC2019 日本大会や東京 2020 大会などビッグイベントの活用

人数 地方 リビ

- RWC2019 日本大会では、参加チームの試合間隔が 1 週間から 10 日間にも及ぶことから、各国から来日するメディア関係者に各地での取材機会を提供するなどとともに、試合会場における日本観光プロモーション、情報提供などを行うなど、2021 年以降の訪日プロモーションにも資するように、それぞれのメディアを通じて日本の魅力を発信してもらえよう展開を行うことを検討し、実施する。
- RWC2019 日本大会では、大会期間中に欧米豪からの FIT 旅行者も数多く訪日することが見込まれるため、ビッグデータが取得できるアプリなどをダウンロードしてもらい、大会期間中における FIT 旅行者の動向を把握して、2020 年以降のプロモーションに活用していくことが求められる。
- また東京 2020 大会では昨今提案された「日本博」への取り組みを省庁横断かつ官民連携の中で、速やかに具現化していくことも重要だと考える。

(3) 旅行会社を絡めた BtoB プロモーションの強化

人数 消費

訪日旅行の対外プロモーションについては、2018 年から観光庁と JNTO による「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」が開始され、欧米豪市場を中心に「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅先として認知・意識していない層」をターゲットに、「誰もが楽しむことが出来る旅行目的地」としての日本をアピールし、BtoC キャンペーンとして成果をあげてきている。

ただ、この展開のみであると、日本に好印象を持った方が、実際日本に来るという行動につながったのかの検証が難しい。この展開と呼応して日本をまだ販売していない新しい良い顧客を保有している海外の旅行会社をからめることで、日本行きの商品、販売チャネルが確保されより効果的な訪日旅行者拡大につながる。

実際に下記のように欧米豪の旅行会社で数年前に日本商品の販売を開始してすでに確実に実績を上げているところがある。

会員会社からの情報

A 社（英国） 2012 年まで訪日実績 0 → 4500 名（2013～2018）

B 社（英国） 2014 年まで訪日実績 0 → 2000 名（2015～2018）

(4) ツアーオペレーター品質認証制度の更なる啓発

人数 地方 リビ

2013 年に「訪日旅行の品質向上」と「訪日旅行者に安全、安心で良質な旅行を楽しんでいただくこと」を目的に JATA が事務局となり開始したツアーオペレーター品質認証制度だが、同制度で認証された旅行会社は品質の担保されているサービスを提供している。この制度の認知度向上に向けた取り組みは日本の訪日旅行全体の品質向上に寄与すると共に、各国へ品質向上の取り組みを示すためにも継続して行っていく必要がある。

3. 受入体制整備・人財育成

2018年に3000万人を突破した訪日外国人旅行者数は、2020年の4000万人、2030年の6000万人という目標に向けて取り組みが進められているが、そうした規模の訪日旅行者を受け入れていくためには、受入体制の整備・拡充に基づいた地方への誘客を推進し、まだ十分ではない地方への訪問の拡大を図る必要がある。またそれに合わせて、地方をはじめとする訪日旅行者の受入体制の整備や地域における観光振興を担う「人財」の育成も急務となってくる。

国内各地で観光振興を担う「人財」を確保するとともに、日本経済を支える基幹産業としての役割が期待されるツーリズム産業や旅行業界の人財育成にも積極的に取り組み、訪日旅行の持続可能な発展を着実に進めていかなければならない。

具体的には、次のような取り組みを提言する。

(1) 人財の育成

消費 地方

地域における受入体制の整備を担う人財やツーリズム産業における「人財」の育成の対応を急がなければならない。地域の観光振興を担うDMOにおける中核「人財」の育成強化、産業を牽引するトップレベルの経営「人財」や現場での即戦力となる実務「人財」の確保・育成など、ツーリズム産業のあらゆる段階・分野において、「訪日旅行の持続可能な発展」を担っていく「人財」の育成が待ったなしで求められている。訪日旅行のアップグレードにもつながる「国立公園満喫プロジェクト」が進められている国立公園において、ネイチャーガイド不足の問題が指摘されているほか、国内各地のスキー場における中国人スキー指導員が十分に確保されていない問題も浮上してきており、一定以上のスキルやノウハウ、知識などを持つ外国人要員の雇用を視野に入れた対策を検討することも求められる。

特にスキーへの取り組みは滞在中の消費額の向上にとって重要である。スキーへの関心が高まる他方面と比べて極めて高い豪州市場（豪州は1人当たりの娯楽・サービス費17,957円でありスキー・スノボ参加率21.1%）、2位イタリア（9,315円：0.6%）、3位フランス（7,830円：1.9%）4位ロシア（7,258円：5.2%）の娯楽・サービス消費額が高いことからスキーに関する受入環境整備は消費額向上につながる施策として有力だと考えられる。

―国内のスキー場における中国人スキーインストラクターの養成案―

農業が中心で冬場に出稼ぎへ行くケースも多い黒龍江省等から、日本のスキー場での中国から訪問する初心者や初級者レベル向けのスキーインストラクター養成のための人材を招聘できるような在留資格の枠組みを検討する。スポーツ指導においては高度な指導資格を有することが在留資格要件である上に、2019年4月から実施される入管改正法では特定技能試験で日本語検定N4以上の語学力が求められているが、日本語は来日後研修を行い、渡航費用は助成するなどの支援策も考えられる。

(2) 訪日教育旅行の活性化

人数 地方 リビ

2020年までに「4万人から5割増」が打ち出されている訪日教育旅行の活性化に向けてインドネシアからの修学旅行団体へのIC旅券保持者以外への査証免除拡大の検討や、日本国内における運輸機関の学割適用など、受け入れ拡大につながる具体的な施策についての検討も求められる。教育旅行による若年層の来日はリピーター化とその後の友人や家族との旅行にもつながる。

査証免除を進める国

IC旅券保持者への登録条件緩和を進めていく国

インド、ミャンマー、ベトナム、ロシア、モンゴル

インドネシア

(3) IRによるMICE誘致の推進

消費 地方

統合型リゾート（IR）については、カジノやエンターテインメントに注目が集まっているが、他国の成功モデルのようにMICE誘致の推進というスキームの中でも位置づけ、設計をしていくことがMICEビジネス拡大にもつながる。すでに世界のMICE市場が大型化（日本では最大級の東京フォーラムが5,012名定員）している状況で、現時点では収容規模でシンガポールやマカオといったMICE開催先進地と同じ土俵に乗っていない。既に十二分な議論がされて進められていると認識はしているが、IR施設建設にあたっては世界の先進MICE都市に比肩、あるいはそれ以上の複合的なMICEイベントを受け容れられる施設の実現を目指すべきと改めて強調しておきたい。

シンガポール マリーナ・ベイ・サンズ

展示場 広さ 17,190 m² (Sands Exhibition Hall)

会議場 会議室 最大広さ 7,672 m² (Sands Grand Ball Room)

シアタースタイル席数 8,000 人 (Sands Grand Ball Room)

マカオ ベネチアン

展示場 広さ 37,315 m² (Cotai Expo - Venetian)

会議場 会議室 最大広さ 6,577 m² (Venetian Ball Room)

シアタースタイル席数 7,450 人 (Venetian Ball Room)

アリーナ 13,500 人 コタイ・アリーナ

(4) 地域住民との共生に向けた対応

消費 地方

地域住民と外国人旅行者との共生も大きな課題になってきている。たとえば住民の交通手段と外国人の観光の足をすみ分けて提供するため、既存路線バスの停留所を外国人専用のバスが利用できるようにする等の規制緩和を実施することで、地域住民と外国人旅行者の共生を図ることも一つの有効な手法と考える。

結び

以上、2019年、2020年の大型イベント後につながる訪日旅行の持続可能な発展を主要なテーマとして、「安心・安全」、「訪日旅行のアップグレード」、「受入体制・人財育成」の3テーマで提言させていただいたが、この提言を実行し、2021年以降も観光の持続可能な発展にむけた取り組みを行う上では、国連世界観光機関（UNWTO）が提唱する「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals /SDGs）」達成へ観光が如何に貢献するかを官民学が連携して考え、実践・推進していく必要がある。

UNWTO が 2017 年持続可能な観光国際年で定義した 5 つの領域「包括的・持続的な経済発展」「社会的な関わり雇用拡大や貧困の撲滅」「資源の有効活用、環境保護や気候変動」「文化的価値・多様性・遺産」「相互理解・平和・安全」という観点を踏まえ観光業者、旅行者、訪問地が、共に持続可能な発展を遂げていく「持続可能な観光／サステイナブルツーリズム」を実践していくことが重要である。そうすることで、日本が名実ともに観光先進国になっていくものと考えている。