

## **観光立国推進戦略会議報告書**

# **地域が輝く「美しい国、日本」の 観光立国戦略**

平成19年6月1日

観光立国推進戦略会議

# 目次

<b>はじめに</b>	2
<b>1. 地域固有の宝を生かした、個性豊かな地域づくり</b>	4
(1) 地域固有の伝統・文化・歴史・産業・自然等の観光資源を保全、活用するための地域、企業、個人等の取組みの奨励	4
① 観光資源の保全・活用	
② 良好な景観の形成	
(2) 観光まちづくりを地域全体で支える持続的地域経営モデルの創出	6
(3) 都市と地域、地域と地域の魅力が相乗効果を生むネットワーク型観光の推進	7
<b>2. システム改革による観光消費の拡大</b>	9
(1) 観光産業の生産性向上のため、事業運営の効率化とともに、多様なニーズに応えたサービスの提供・顧客満足度の向上の取組みの推進	9
① 宿泊産業の生産性向上と高付加価値化	
② 旅行産業等の観光関連産業の多様化・高付加価値化	
③ 観光関連産業の人材育成	
(2) 消費者の多様な選択を支援する旅行商品情報提供システムやIT等を利用した流通システムの高度化	12
① 適切な情報提供の推進	
② 流通システムの高度化	
(3) 多様な観光魅力が集積した集客力の高い観光コンプレックスの形成	13
(4) 休暇・働き方の多様化の促進を通じた観光需要・消費の拡大	13
<b>3. 「美しい国、日本」の実現とその戦略的情報発信</b>	16
(1) 外国人の興味・関心を的確に把握するため、外国人の知恵・経験を生かした市場ごとの日本の訴求ポイントに関する調査の実施・活用	16
(2) 国を挙げた日本ブランドの海外発信の促進	17
(3) 訪日外国人旅行者が一人で安心して移動・滞在できる真にオープンなハード及びソフトインフラの整備	18
(4) 戦略的な情報発信にとっても有効な国際会議、国際文化・スポーツイベント、国際展示会・見本市等(MICE)の誘致・開催の推進	20
<b>おわりに</b>	21

## はじめに

人類は、これまでも観光をめぐる地球的規模での大きな構造的変化を経験してきた。そして今、世界観光機関（UNWTO）によれば、2000年に7億人弱であった全世界の外国旅行者数は、2020年には15億人を超え、その世界の交流人口の拡大は特にアジアが主導すると予測されるなど世界の成長センターとして期待されるアジア地域を発火点として新たな構造的変化が生じると考えられる。

このような中、アジア地域を中心とする観光の発展を牽引し、また、日本の観光の発展をより一段高いレベルに引き上げるべく、平成15年4月の「観光立国懇談会報告書」が示した「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の理念の下、平成16年11月には、「観光立国推進戦略会議報告書」が具体的提言をとりまとめ、関係者による取組みが精力的かつ着実に進められてきている。

そして、平成18年9月に「美しい国、日本」の実現を掲げる安倍政権が発足するとともに、同年12月には、「観光」を21世紀の国の重要な政策の柱と位置づける「観光立国推進基本法」が成立し、観光立国の実現のためのマスタープランとなる「観光立国推進基本計画」を政府が策定することとなっている。

このような状況を踏まえ、国内においても一つの大きな課題となっている地域経済の活性化の視点を重視した観光立国推進に向けて、“地域が輝く「美しい国、日本」”の実現に向けた新しい観光立国戦略を提言することとした。この際、地域活性化の視点については、「美しい国、日本」そのものも「美しい地域」の集合体があってはじめて成立するということを踏まえ、地域のローカル・アイデンティティ（地域としての独自性・自己認識）の確立がナショナル・アイデンティティ（国としての独自性・自己認識）の確立に繋がるという流れを重視することとした。

今回の提言は、そうした意味で平成16年11月の提言をその実施状況を踏まえ、①地域固有の宝を生かす、②経済効果を拡大する、③「美しい国、日本」を実現し、発信するという観点から関係者の一層の主体的な取組みを期待するものである。

平成16年11月の提言でも触れたところであるが、観光立国の実現は、国民の一人一人が、日本の各地に存在する価値あるものを体感し、感動する「旅」を通じて、普段見慣れていた身の回りのものが実は他人に誇れる美しいものであることに気づくことから始まる。そうした発見は、自分が暮らす地域に愛着と誇りを呼び起こすと同時に、地域をより魅力的なものに高めたいと思う「見（観）せる心」と、更に積極的に他の地域を訪れてその地域が有する美しさを体感したいと思う「見（観）る心」を

育むことにつながる。それが、「観光するところ」であり、それこそが人々の交流を促し、その積み重ねによって初めて“地域が輝く「美しい国、日本」”という観光立国の実現の歩を進めることができる。最後にこのことを強調して来たるべき日本を夢見たい。

# 1. 地域固有の宝を生かした、個性豊かな地域づくり

## 【方向性】

地域が育んできた固有の伝統・文化・歴史・産業・自然等の観光資源を、地域に住む人々が誇りに思い、その魅力を最大限発揮できるようにすることが地域を輝かせる。このような地域は多くの人々を惹きつけ、それによる人の交流の拡大とその取組みは、人口減少時代の地域活性化策の要となる。

## 【これまでの動き】

平成 16 年報告書において、①国際競争力のある観光地づくりに意欲を燃やす地域の戦略策定と実行に向けた取組みへの支援、②新たな観光魅力の発掘、③観光カリスマの成功事例から学ぶ場の設定などが提言された。

これを受け、国際競争力のある面的観光地の構想づくりへの支援や観光ルネサンス事業による観光まちづくりへの支援、観光カリスマ塾の開催などを推進した結果、従来の観光業界の枠を超えて地域的な広がりをもった取組みが出現している。

今後は、こうした地域の先進的な取組みが、より幅を広げ持続的に行われる仕組みづくりが求められている。

また、平成 16 年報告書において、美しい景観の整備についても提言がなされている。地方公共団体が自主的に制定していた景観条例が強制力を持たず実効性に欠けていたため、平成 16 年 6 月に景観法が成立した。平成 19 年 4 月 1 日現在、同法に基づき 44 の景観行政団体が景観計画を策定しているが、今後、同法の枠組みを地域一体となってより一層活用していくことが求められている。

## 【今後の具体的提言】

### (1) 地域固有の伝統・文化・歴史・産業・自然等の観光資源を保全、活用するための地域、企業、個人等の取組みの奨励

#### ①観光資源の保全・活用

国内外から見て魅力ある観光地を創出するためには、地域の特性に配慮しつつ、企業や個人が地域と共に、地域固有の宝である伝統・文化・歴史・産業・自然等の観光資源を保全し、その魅力を高め効果的な活用を図ることに積極的に貢献することが重要である。

○国・地域は、日本文化を体現する旅館、古民家、町家、産業遺産、産業施設、伝統工芸品等を観光資源として保全、活用することを更に進める。このため、資金協力も含めた企業や市民の参加を奨励するための取組み、公的金融機関による長期低利融資制度等の導入を促進する。

○国・地域は、地域の魅力的な観光資源の保全、活用の一翼を担う観光ボランティア活動を奨励・支援する。

【提言 5】（平成 16 年報告書）国・地域は、近代の街なみ、産業遺産、産業施設を観光資源として積極的に活用する。

【提言 6】（平成 16 年報告書）国・地域は、適切な保存に留意しつつ、ユネスコ世界遺産や文化財、皇室関連施設を観光資源としても活用する。

○国・地域は、地域の特性に配慮した規制の適正な運用が図られるよう、規制の趣旨及び適切な運用事例を周知徹底するほか、種々の規制の運用に係る相談窓口を創設する。

○国・地域は、古民家、町家等を宿泊施設として活用できるよう、また、旅館等の新築、改築に当たってその固有の魅力を損なうことがないよう、宿泊者の安全に留意しつつ、規制の運用改善（都市計画法、消防法、建築基準法等）や特区制度の活用を進める。

○国・地域は、地域の固有の自然を観光資源として最大限活用できるよう規制の運用改善（森林法、河川法等）や特区制度の活用を進める。

【提言 18】（平成 16 年報告書）国・地域は、観光地の独自の条件を生かした魅力的なハードの整備を可能にするため、地域の特性に配慮した規制の運用改善（都市計画法、消防法、建築基準法、森林法、河川法等）や特区制度の活用を進める。

## ②良好な景観の形成

良好な景観の形成のため、平成 17 年 6 月より全面施行されている景観法の枠組みや文化財保護法に基づく文化財保護の枠組み等を地域が一体となって活用することが重要である。

○国・地域は、景観計画、景観地区等の景観法の枠組みや、重要文化的景観、重要伝統的建造物群保存地区等の文化財保護法の枠組み等を積極的に導入、活用し、地域の個性を生かした景観形成を推進する。

【提言 7】（平成 16 年報告書）国・地域は、人と自然の美しい共生の姿や日本の文化の魅力を発揮しうる中山間地域の棚田など農山村特有の景観を保全する。

【提言 8】（平成 16 年報告書）国・地域は、歴史的古都や伝統的街なみの保存、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。

【提言 9】（平成 16 年報告書）国・地域・電線管理者等は、無電柱化を推進する。

【提言 10】（平成 16 年報告書）国・地域は、道路景観を向上させるとともに、歩行者が快適に歩き回れるような道路を整備する。

## （2）観光まちづくりを地域全体で支える「持続的地域経営モデル」の創出

魅力的な国際競争力のある観光地づくりを目指し地域の創意工夫を生かした取組みが日本各地で行われているが、これらの取組みが持続的に行われるためには、地域全体で観光まちづくりを支える「持続的地域経営モデル」を創出することが重要である。

○国は、観光関係者のみならず、地域住民、地方公共団体、農業、漁業、商工業等の幅広い地域の関係者が参画し、

- ・地域の課題抽出や住民ニーズ、マーケットニーズの精査
- ・まちづくりのビジョン構築とその実施に向けた調整
- ・地域固有の観光資源を活用した地域発の旅行商品や地場産品等の開発
- ・大都市圏や海外へのプロモーション
- ・共通ポータルサイトの構築・運用による情報発信
- ・宿泊予約の一元管理

などを総合的かつ持続的に行う「観光まちづくり事業体」の形成を支援する。

【提言 15】（平成 16 年報告書）観光関係者、商工会議所、青年会議所、NPO 等は、地域内で、農業、漁業、伝統産業、商業・サービス業など幅広い産業間パートナーシップを確立するとともに、周辺地域やテーマを同じくする遠方・海外

の観光地と連携することによって、魅力を高めアイデンティティを強化する。また、連携して観光情報の発信に努める。

○国は、「観光まちづくり事業体」が円滑に機能するために、様々な立場の関係者間の連携や合意形成を主導し、共通の目標に向かって舵取りをする「観光地域プロデューサー」やこれと協力して効果的な広報宣伝活動を行う「人材」の育成を支援する。

【提言25】（平成16年報告書）国は、観光プランニングに必要な経営技術を明確化し、標準的な人材育成プログラムの開発等を行う。

【提言26】（平成16年報告書）国・地域は、観光をテーマとした実務者研修を行う等により、地域において都市計画やまちづくりを担当する者の意識を向上させる。

【提言30】（平成16年報告書）国・地域・観光関連産業は、観光カリスマ塾やシンポジウム等、観光実務者が観光カリスマの成功事例から学ぶ場を設定する。

○国・地域は、「観光まちづくり事業体」の円滑な活動を支えるための資金確保の手段として、観光まちづくりの資金面でのプラットフォームである「観光まちづくりファンド」の組成を促進する。このため、資金協力も含めた企業や市民、行政の参加を奨励するための取組みを促進する。また、「観光まちづくり事業体」の活動の一翼を担うボランティア活動を活性化し、地元への愛着を高める地域通貨の組成等を促進する。

### （3）都市と地域、地域と地域の魅力が相乗効果を生む「ネットワーク型観光」の推進

観光客の繰り返しの訪問や滞在日数の拡大を図るために、東京や京都等の都市と個性豊かな地域が、または個性豊かな地域同士が、テーマに応じて連携すること等により、各々の地域の魅力を一層高めるような相乗効果を生み出す「ネットワーク型観光」を推進することが重要である。

○国・地域・産業界は、特定のテーマに着目した「テーマ型広域観光モデルルート」を開発し、その普及を促進する。



【提言15】(平成16年報告書)観光関係者、商工会議所、青年会議所、NPO等は、地域内で、農業、漁業、伝統産業、商業・サービス業など幅広い産業間パートナーシップを確立するとともに、周辺地域やテーマを同じくする遠方・海外の観光地と連携することによって、魅力を高めアイデンティティを強化する。また、連携して観光情報の発信に努める。

○国・地域・交通関係者は、観光客の広域交流を推進するため、交通ネットワークの整備、交通機関相互間の接続性の向上、輸送機関を含む移動空間の高質化や「日本風景街道」等による広域観光ルート上の景観の向上を進める。

【提言10】(平成16年報告書)国・地域は、道路景観を向上させるとともに、歩行者が快適に歩き回れるような道路を整備する。

【提言20】(平成16年報告書)旅行業者と交通事業者は、交通と宿泊を手頃な値段で別々に提供する「交泊分離」を一層推進し、顧客がニーズに応じて好きなように滞在日程を組めるようにする。また、交通事業者は、地域主導の観光促進のため、周遊パスの導入や交通結節点における乗換え利便の向上を図り、地域内の移動を容易かつ快適にする。

○交通関係者・観光関連産業は、観光客の広域交流を推進するため、IT等を活用して経営面・技術面のイノベーションを図り、旅行者の利便性の向上や旅行コストの低減を図る。

【提言52】(平成16年報告書)交通機関や高速道路は、閑散期やオフピーク時間帯を活用して、観光客に対する割引を拡大し、旅行コストを引き下げる。

【提言53】(平成16年報告書)宿泊施設は、泊食分離、料理選択制、連泊割引制の導入等サービス・料金の多様化を通じて宿泊コストを引き下げる。

○地域は、共通のテーマに応じ相互に連携して、戦略的に観光客の誘致を進める。

【提言15】(平成16年報告書)観光関係者、商工会議所、青年会議所、NPO等は、地域内で、農業、漁業、伝統産業、商業・サービス業など幅広い産業間パートナーシップを確立するとともに、周辺地域やテーマを同じくする遠方・海外の観光地と連携することによって、魅力を高めアイデンティティを強化する。また、連携して観光情報の発信に努める。

## 2. システム改革による観光消費の拡大

### 【方向性】

観光消費の拡大を実現するためには、観光産業がその生産性を向上し、透明で公正な市場において、多様なサービスの提供を通じた新たな需要の創出や旅行を促す環境整備を図ることが必要である。このような観光産業の取組みと観光消費の拡大は、地域経済の活性化、活力に満ちた地域の実現の要となる。

### 【これまでの動き】

平成 16 年報告書において、①交泊分離や泊食分離の推進、②顧客起点の旅行商品の開発などが提言された。

これを受け、交泊分離に関しては、航空運賃の多様化やダイナミックパッケージ等の出現により国内においても自由度の高い旅行が可能となり、泊食分離については新たなビジネスモデルの確立のためのモデル事業が実施されているところである。また、顧客起点の旅行商品の開発に関しては、旅行業者と地域の連携・協働による地域資源を活用した魅力ある旅行商品づくりのための取組みが開始され、さらに第 3 種旅行業者が一定の条件の下で募集型企画旅行を行うことを可能とする改正旅行業法施行規則が施行され、地域の中小観光関係者が主体的に旅行商品づくりに取り組める環境も整えられた。

一方で、依然として観光産業に関し、生産性が低い、新たな商品開発を通じた新規市場の開拓に取り組む動きが鈍い、消費者の選択に資する情報提供が不十分であるとの指摘があり、一層の取組みの強化が求められている。

また、平成 16 年報告書において、①年次有給休暇の取得促進、②学校休業の多様化などが提言されたが、企業における年次有給休暇の計画的付与制度導入や二学期制など三学期制以外の学期区分を採用している学校の割合が増大しているものの、年次有給休暇の取得率は依然として 50%を下回っており、より一層の休暇の取得促進、分散化が課題である。

### 【今後の具体的提言】

(1) 観光産業の生産性向上のため、事業運営の効率化とともに、多様なニーズに応えたサービスの提供・顧客満足度の向上の取組みの推進

①宿泊産業の生産性向上と高付加価値化

宿泊産業は、海外や他のサービス産業と比較して生産性が低いと言われている。その実態や原因等についての的確な調査を行うとともに、その調査結果に基づき、業界が全体として、事業運営の効率化や旅行者ニーズの多様化といった市場の変化への機敏な対応を図ることが重要である。

また、宿泊産業の付加価値は、地域全体の魅力にも左右されることから、地域ぐるみでの魅力の向上を図ることが重要である。

○国は、宿泊産業の生産性について、海外や同種の国内サービス産業との比較も含めた調査を行う。

○宿泊産業は、業界全体として、経営マネジメントの浸透、きめ細かなマーケティングや顧客満足度向上のための取組みの徹底、バックヤード業務の労働生産性の向上、複数の事業者の連携強化などの「宿泊産業生産性改革運動」を推進する。

○宿泊産業は、多様な食を楽しめるよう泊食分離等を推進し、その定着を図るとともに、別荘等の所有のタイムシェアリング商品<sup>1</sup>の開発等消費者ニーズの多様化を踏まえた新たなビジネスモデルの構築を進める。

【提言16】（平成16年報告書）地域が中心となり、ホテル・旅館の近代化・合理化の一つの方法として、「泊食分離」や「料理選択制」を地域ぐるみで導入すること等により、コスト低減による需要の拡大と顧客サービスの競争の促進を図る。

【提言53】（平成16年報告書）宿泊施設は、泊食分離、料理選択制、連泊割引制の導入等サービス・料金の多様化を通じて宿泊コストを引き下げる。

○宿泊産業は、地域の文化を体現する受入拠点として、地域と一体となって地域全体の魅力の向上に努めることにより、地域ブランドの構築に貢献する。

## ②旅行産業等の観光関連産業の多様化・高付加価値化

旅行産業は、多様化する旅行者ニーズに対応するため、地域と連携し、「体験型・「交流型」の文化観光、産業観光、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、ヘルスツーリズムなどの新たな形態の旅行商品（地域密着型「ニューツーリズム」旅行

<sup>1</sup> リゾート施設等を共同で所有し、一定期間だけ利用する権利が表象された商品

商品)を創出するとともに、その商品造成事業を新たな事業領域とすることにより、価値創造型産業への転換を図ることが求められる。

○国・地域・産業界は、「医療・健康」、「交流」、「自分磨き」、「社会性（地域活動）」等をテーマにした地域密着型「ニューツーリズム」旅行商品の開発を促進するため、異業種連携や産学官連携等を促進する。

○国・地域・観光関連産業は、消費者が地域密着型「ニューツーリズム」旅行商品に関する情報を容易に収集し、選択できるようにするためのデータベースの構築を図る。

【提言2】（平成16年報告書）地域や産業界は、釣り、そば打ち、陶芸、料理、ヨット、ゴルフ、踊り、スポーツ観戦、観劇、健康、産業、歴史・文化探訪などを観光客が楽しむことができるよう、時間消費型・体験型の観光コンテンツを充実させる。

【提言4】（平成16年報告書）国・地域は、エコツーリズム、グリーン・ツーリズムなどに資する自然学習型、農村などを舞台とした体験・参加型、温泉などを活用した健康づくり型の観光資源を発掘する。

【提言21】（平成16年報告書）旅行業者は、顧客起点の発想に立ち、ツアーで立ち寄る施設からのリポートに依存せず、観光客の選択肢を最大限広げる努力をする。また、魅力ある観光資源を地域とともに発見し、観光客が何日も滞在できるような「時間消費型」の商品提供機能を強化する。

○国・地域・観光関連産業は、健常者はもちろん、高齢者、障害者、子供連れの旅行者等の誰もが楽しめる「ユニバーサルツーリズム」を推進する。

【提言54】（平成16年報告書）国・地域・産業界は、高齢者、身障者、子供連れの旅行者などに快適な旅行を提供するため、観光施設や公共交通機関、歩行空間等のバリアフリー化を進める。

○国・観光関連産業は、新規参入の促進等を通じた産業の活性化を図るため、公正な取引市場の整備、競争環境の整備を図る。

○観光関連産業は、地域・産業界と連携し、割引制度による旅行コストの引き下げなどの取組みにより、二地域居住・ロングステイなどの新しい移動ニーズ・

居住ニーズを踏まえた旅行商品の開発を促進する。

○国は、地域や産業界と連携して、誰もが憧れる旅を実践する「旅の達人」の選定、人々の心に生き続ける一生に一度は訪れたい美しい日本を代表する文化に触れるプロジェクトの推進を行う。

### ③観光関連産業の人材育成

観光関連産業は、「人」が中心となってサービスの提供を行い、旅行者の喜びや感動を生み出すものであることから、観光関連産業従事者の能力の向上を図るとともに、観光関連産業自体の魅力を高めることにより、人材の確保・定着を図ることが重要である。

○観光関連産業は、人材の確保や定着の観点から、「顧客満足度（CS: Customer Satisfaction）」とともに、「従業員満足度（ES: Employee Satisfaction）」の向上を図り、観光関連産業としての魅力向上と誇りとやりがいを持って働ける環境づくりを進める。例えば、顧客との接点となる従業員が地域文化の担い手として民俗芸能の披露等を行うことによって、顧客を満足させ、また、従業員自身も誇りとやりがいを持って働くことができるといった取組みも行われている。

【提言29】（平成16年報告書）観光関連産業は、米国の Certified Meeting Planner のような実務者の資格制度を充実させることにより、観光関連産業の地位向上と顧客サービスの向上を図る。

## (2) 消費者の多様な選択を支援する旅行商品情報提供システムやIT等を利用した流通システムの高度化

### ①適切な情報提供の推進

旅行関連サービスは、生産者側のサービス提供と消費者側のサービス消費が同時に起こるものであり、また、無形のものであるため、消費者が選択する前にその品質を確認することが難しいという特性を有する。多種多様な旅行関連サービスの中から、消費者が自己責任に基づき、自分の好みに合った旅行関連サービスを的確に選択するためには、旅行関連サービスに関し、必要な情報を効果的に提供されることが重要である。

○国や観光関連産業は、旅行者の情報ニーズの把握、内外の官民による旅行サービスに関する情報提供の実態等に係る調査・分析を行い、旅行者の的確な選択のための必要な情報の内容と提供のあり方について検討し、その結果を踏まえた適切な情報提供を推進する。

【提言12】(平成16年報告書) 地域は、顧客の視点から宿泊施設を評価した情報提供を行う。また、格付け等について検討する。

## ②流通システムの高度化

IT等を活用し、地域密着型「ニューツーリズム」旅行商品などの多様な旅行商品を多様なチャネルにより低コストで効果的に旅行者に提供する高度化された流通システムを構築することが重要である。

○国・地域・観光関連産業は、地域密着型「ニューツーリズム」旅行商品のデータベースの活用等により、旅行商品の作り手と売り手の円滑なマッチングを促進し、市場での流通を図る。

○国は、IT等を活用した旅行取引の利便性向上及びその取引上の消費者保護を図るため、取引適正化のためのルールづくりを行う。

## (3) 多様な観光魅力が集積した集客力の高い観光コンプレックスの形成

観光消費の拡大を図るためには、観光客を引きつけ、その積極的な消費を促すような魅力あるソフト・ハードの仕掛けが必要である。

○国・地域・産業界は、「核」となる宿泊施設やその他の魅力ある集客・観光施設、更にはイベント等のコンテンツが集積した観光コンプレックスの形成を促進し、国内のみならず海外からも集客を図る。

## (4) 休暇・働き方の多様化の促進を通じた観光需要・消費の拡大

国民の休暇取得の現状をみると、ゴールデンウィークや夏休み、年末年始に集中

していることから、観光需要もこうした繁忙期に集中しており、「混んでいるから行かない」といった「満たされない需要」が多く存在している。その一方で、労働者一人当たり平均の年次有給休暇の取得率は依然として50%を下回っている。繁忙期以外の時期の観光需要やこれによる消費の拡大に向け、国民に時間的、経済的余裕を生み出すためには、休暇や働き方の多様化、休暇と勤労のバランスの確保が重要である。

また、休暇を取得して観光に出かけることの意義が社会全体に広く浸透していくことが重要である。

○国・産業界は、年次有給休暇の取得を容易にするため、計画的な休暇取得の普及・促進を図るとともに、社員の年次有給休暇、地域における社会貢献活動支援のための休暇等の取得に関する優れた取組みの紹介や意識啓発活動を推進する。

【提言47】(平成16年報告書)国は年次有給休暇の計画的付与制度の導入を促進するとともに、各種の休暇制度等やその運用に係る先進事例を収集し周知を図る。

【提言48】(平成16年報告書)産業界は、各企業における自主的な取組みを促すことを目的に、企業毎の年次有給休暇取得状況を公表し、他企業の労働条件との比較を行う。

○教育委員会は、地域の自然条件や祭りなどの行事に合わせた学期の設定や学校休業の実施、秋休みや二学期制の導入など、学校休業の多様化と柔軟化を進める。

○国・地域・産業界は、旅の楽しみ方を子どもや孫に伝え、家族の絆・交流も深める三世代旅行をはじめとする家族旅行を普及・促進する。

○国・地域・産業界は、日本の先端技術を含む伝統・文化・歴史・産業・自然等を体験し、学ぶプログラムや受入体制の整備を進め、子どもたちの人生を豊かにし、国際人としての教養を養うための「現代版グランツーリズム」の普及を図る。

○国・地域・産業界・教育関係者等は、観光の意義等について小中学校のレベルから長期的な教育を行い、旅行を通じて子供達の文化・教養力の向上を図る、

たびいく  
「旅育」を進める。

【提言49】(平成16年報告書) 地域は、県民の日や祭りにあわせて地域ごとに休日を設定するなど、地域毎に休暇を分散化し、旅行需要の平準化を図る。

【提言50】(平成16年報告書) 教育委員会は、学校の秋休みや2学期制、地域行事に連動した学校休業、家庭のための休暇など、学校休業の多様化と柔軟化を進める。

【提言51】(平成16年報告書) 国は、学校休業にかかる先進事例を収集・紹介し、参考資料を提供することにより、効果的な学校休業の設定を促す。

【提言55】(平成16年報告書) 国・地域・民間事業者・教育関係者等は、観光と文化、観光の経済効果、休暇の意義、外国人に対するホスピタリティなど観光の積極的な意義につき、シンポジウム、資料配布、広報、講演などで情報発信することにより、国民の観光に対する意識を高める。



### 3. 「美しい国、日本」の実現とその戦略的情報発信

#### 【方向性】

「アジア・ゲートウェイ構想」等を通じて外国人に対して真にオープンな国を実現するとともに、「文化産業戦略」と連動し、個性豊かな地域、先端技術から伝統技能まで、ポップカルチャーから伝統文化まで、多彩なものが共存・融合し、多様性に溢れた「美しい国、日本」を全世界に向け積極的に情報発信することが重要である。

#### 【これまでの動き】

平成 16 年報告書において、入国手続きの簡素化・円滑化、多言語やピクトグラムによる案内表示の促進、海外での日本のイメージ・顧客ニーズの把握、ビジット・ジャパン・キャンペーンの高度化等が提言された。

これを受け、成田空港における入国審査の待ち時間の短縮や公共交通機関における外国語表記の義務づけ等が図られた。特に、2010 年に訪日外国人 1000 万人の実現という数値目標を掲げて官民を挙げて取り組んでいるビジット・ジャパン・キャンペーンについては、海外メディアを通じた日本の魅力発信、大規模な旅行博への出展等、重点 12 市場の特性に応じた戦略的取組みにより、キャンペーンが開始された 2003 年には 521 万人であった訪日外国人数が 2006 年には前年比 9.0% 増の 733 万人を達成するなど、着実な進捗が図られている。

今後は、訪日外国人旅行者数が 2010 年に確実に 1000 万人を達成することを目指し、外国人旅行者にとって真にオープンな環境を整備するとともに、海外への多層にわたる情報発信を行う必要がある。

#### 【具体的提言】

##### (1) 外国人の興味・関心を的確に把握するため、外国人の知恵・経験を生かした市場ごとの日本の訴求ポイントに関する調査の実施・活用

更に多くの外国人に日本を訪れてもらうには、外国人が日本のどのような部分を魅力的と感じているかを正確に把握することが重要である。これまでも JNTO<sup>2</sup> が「訪日外客訪問地調査」・「訪日外国人旅行者満足度調査」等を行っているが、これらを見直し、近年外国人の関心が高い、日本人のライフスタイルや感性、現代に

<sup>2</sup> JNTO : Japan National Tourist Organization (独)国際観光振興機構

通じる伝統文化等への魅力度を含む調査を実施するとともに、ビジット・ジャパン・キャンペーンにおいて、この調査結果に基づき新たなマーケット戦略を策定することが必要である。

○国は、外国人の興味・関心を的確に把握するため、外国人の知恵・経験を生かした調査を行い、この調査結果に基づき新たなマーケット戦略を策定する。

【提言 4 2】（平成 1 6 年報告書）国・地域・観光関連産業は、海外での日本のイメージや、顧客のニーズを把握し、明確な目標を設定して、日本の魅力の情報発信や旅行商品開発を計画的に行う。

## （2）国を挙げた日本ブランドの海外発信の促進

日本の魅力を世界に向けて効果的に発信していくためには、関係者が、日本の国としてのブランドについての認識を共有することが重要である。このような共通のブランディングを基礎として海外に対するプロモーション活動を、国を挙げて様々なレベルで推進することが、効果的な日本ブランドの発信のためには不可欠である。

○国・地域・産業界は、日本の魅力を世界に向けて発信していくため、明確な日本の国としてのブランドを確立し、共有する。

○国は、海外における広報拠点（J N T O、在外公館、広報文化センター等）の更なる活用・充実を図り、戦略的な情報発信を行う。

○国・地域・産業界は、互いに連携しながら、以下のとおり多層にわたる情報発信を行う。

- ・企業の国際的な事業活動を通じたきめ細かな情報発信
- ・外国人による日本の魅力の情報発信（J E T プログラム<sup>3</sup>、外国人学生による日本企業へのインターンシップ等の活用）
- ・個人・市民レベルでの SNS<sup>4</sup>・口コミを活用した情報発信
- ・地域レベルでのインターネット等を活用した情報発信
- ・新しい外国人向け映像国際放送を活用した情報発信

<sup>3</sup> JET プログラム：Japan Exchange and Teaching Programme の略。語学指導等を行う外国青年招致事業。

<sup>4</sup> SNS：Social Networking Service の略。人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の会員制のサービス。あるいはそういったサービスを提供する Web サイト。

○国は、内外において若者を中心に興味・関心が高いアニメ、マンガ、映像等をテーマとしたメディア芸術のための体験型のセンターを設置するなど、これらを容易に体験し、学ぶことができる環境整備を進める。

【提言 1 4】(平成 1 6 年報告書) 地域は、日本人のポップカルチャーや精神生活を代表するような素材(アニメ、回転寿司、マグロのせり、禅、武道、相撲、映画ロケ地、祭り等)を体験できる環境づくり・受入れ態勢づくりに努力する。

【提言 4 3】(平成 1 6 年報告書) 官民で進めるビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)においては、重点地域の見直しや宣伝方法の高度化を図るとともに、集中的な実施期間を設けて、認知度の向上と施策の充実を図る。

【提言 4 5】(平成 1 6 年報告書) 国・地域・観光関連産業は、世界の観光関係者や著名人を招いた国際会議を開催したり、知日・親日外国人を「観光親善大使」に任命して、その母国等での宣伝活動を推進する。

【提言 4 6】(平成 1 6 年報告書) 地域は、フィルムコミッション(FC)などを活用し、映画、ドラマのロケーションを誘致し、日本の露出度をアップさせる。

【提言 5 5】(平成 1 6 年報告書) 国・地域・民間事業者・教育関係者等は、観光と文化、観光の経済効果、休暇の意義、外国人に対するホスピタリティなど観光の積極的な意義につき、シンポジウム、資料配布、広報、講演などで情報発信することにより、国民の観光に対する意識を高める。

### (3) 訪日外国人旅行者が一人で安心して移動・滞在できる真にオープンなハード及びソフトインフラの整備

訪日外国人旅行者が一人で安心して来訪し、滞在、体験、移動ができるよう、ハード面の更なる整備を進めるとともに、ソフトインフラを外国人にとって真にフレンドリーでオープンなものにすることが必要である。また、この取組みを通じて、更に多くの外国人旅行者を受け入れつつ、高い満足度を与えることが可能な体制の整備を目指すことが重要である。

○観光関連産業は、多言語による宿泊・チケット等のインターネット等での簡便な予約システムを整備する。

○交通事業者・観光関連産業は、決済機能やポイント付加機能を有し、交通機関、宿泊施設、飲食施設、集客・観光施設等において、近隣諸国を含めて広域的に利用することが可能な共通 I C カードの導入を図る。

○国・地域・産業界は、地域に関する多様な情報について、旅行者から見て一貫して提供されるシステムを以下のとおり整備する。

- ・来訪前に効果的に情報を収集できるウェブサイトや海外の空港における情報提供の充実
- ・滞在中に情報を収集できる日本の美観に優れたビジット・ジャパン案内所の増設・高度化
- ・滞在中に I T 等を利用して情報を収集することができる日本の美観に優れた案内板情報システムや多言語ナビゲーションシステムの導入
- ・新しい発見、体験を容易にする、魅力的で使いやすい日本の観光ガイドブックの刊行の推進

○観光関連産業は、外国語で案内するカーナビゲーションを備えたレンタカーの導入を推進する。

○宿泊産業は、諸外国の映像国際放送受信設備、高速通信設備等の導入を推進する。

【提言 17】（平成 16 年報告書）地域やホテル・旅館は、顧客を開拓するツールとして、情報システムネットワーク・予約ポータルサイト等の情報技術（IT）を活用する。

【提言 36】（平成 16 年報告書）国・地域・観光関連産業は、観光施設、宿泊施設、公共交通機関、道路などにおいて、多言語やピクトグラム（絵文字）による案内表示と情報提供（外国語 TV 放送を含む）を促進する。

【提言 37】（平成 16 年報告書）産業界は、海外発行のクレジットカードで支払いやキャッシングが可能な施設を増やすとともに、その情報を的確に提供する。

【提言 38】（平成 16 年報告書）交通機関は、外国人向けに特別割引を行っている鉄道パスその他の共通パスや割引切符の利便性を向上させる。

#### (4) 戦略的な情報発信にとっても有効な国際会議、国際文化・スポーツイベント、国際展示会・見本市等（MICE）の誘致・開催の推進

国際会議、国際文化・スポーツイベント、国際展示会・見本市等（MICE）を、国を挙げて誘致・開催することにより、政治、経済、学術、文化、スポーツ等の各分野において、世界をリードし、世界に貢献する国際国家・日本を発信するとともに、地域の観光魅力や交流事業等と組み合わせることにより、地域の豊かな個性を生かした国際交流の拡大を通じて地域の自律的・持続的な発展を図っていくことが重要である。

○国は、国際会議、国際文化・スポーツイベント、国際展示会・見本市等（MICE）の誘致・開催を推進するため、国際会議等の誘致・推進のための国家戦略を策定し、地域・産業界・学会とともに、MICEの誘致・開催・受入のあらゆる面で各々が有する資源を集中的に投入する体制を整備し、連携した取り組みを推進する。

○国・地域・産業界は、MICEの誘致・開催に向けたコンサルティング窓口の充実、ビジネスジェットの受入体制の整備、外国語能力を含む必要な人材の育成等を推進する。

【提言45】（平成16年報告書）国・地域・観光関連産業は、世界の観光関係者や著名人を招いた国際会議を開催したり、知日・親日外国人を「観光親善大使」に任命して、その母国等での宣伝活動を推進する。

## おわりに

今回の提言が政府の観光立国推進基本計画や地域の様々な取組みに適切に反映され、関係者のたゆまぬ努力により確実に実施されることを期待する。また、提言を踏まえた取組みやその進捗については、今後とも観光立国推進戦略会議においてフォローアップすることとし、会議としても観光立国の実現をより一層強力に推進していきたい。