

# 観光立国実現に向けた取組と課題

## — 訪日外国人旅行者数 1,000 万人を達成するために —

国土交通委員会調査室 松岡 亮

### 1. はじめに

観光が我が国の経済成長の有望な分野として認識されて久しい。事実、政府は基本方針や改定を含め、昨年までの7年間で7つの成長戦略を策定してきたが、そのうち6つに観光が盛り込まれている<sup>1</sup>。観光庁によれば、2011年の我が国国内における旅行消費額は22.4兆円、旅行消費から生み出される間接的な効果を含めた経済効果は、生産波及効果が46.4兆円、付加価値誘発効果が23.7兆円、雇用誘発効果が397万人、税収効果が2.8兆円と推計されており、観光は経済的な波及効果の高い産業といえよう。

とりわけ、人口減少・少子高齢化が急速に進む我が国においては、海外の富を呼び込むインバウンド観光が極めて重要である。しかし、2008年のリーマン・ショックや2011年の東日本大震災等により、訪日外国人旅行者数は2007年に800万人を超えてから2012年に至るまで一度も900万人を超えずに足踏み状態となっている。

そのような中、第2次安倍内閣は本年6月に閣議決定された「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」（以下「日本再興戦略」という。）に訪日観光を盛り込むとともに、本年の訪日外国人旅行者数を1,000万人とすることを目標に掲げた。また、この目標の達成に向け、これまでの施策を継続しつつ、新規性の高い施策も講じようとしている。本稿では、本年が政府による観光立国の本格的な取組が始まって10年となる節目の年であることから、これまでの観光立国実現に向けた経緯を概観し、その上で訪日外国人旅行者数1,000万人を達成するための主な政府の取組と課題について紹介する。

### 2. 観光立国実現に向けたこれまでの取組

#### (1) 経緯と現状

我が国において観光立国が内閣の主要政策課題として本格的に取り組みされたのは2003年からである。この年、小泉総理大臣（当時）が1月の施政方針演説において、当時約500万人であった訪日外国人旅行者数を2010年に倍増させるとの目標を示した。また、同年4月には、有識者から構成される観光立国懇談会の報告書が取りまとめられ、観光立国実現への課題と戦略が示されるとともに、国土交通省が海外へ日本ブランドを戦略的に発信す

---

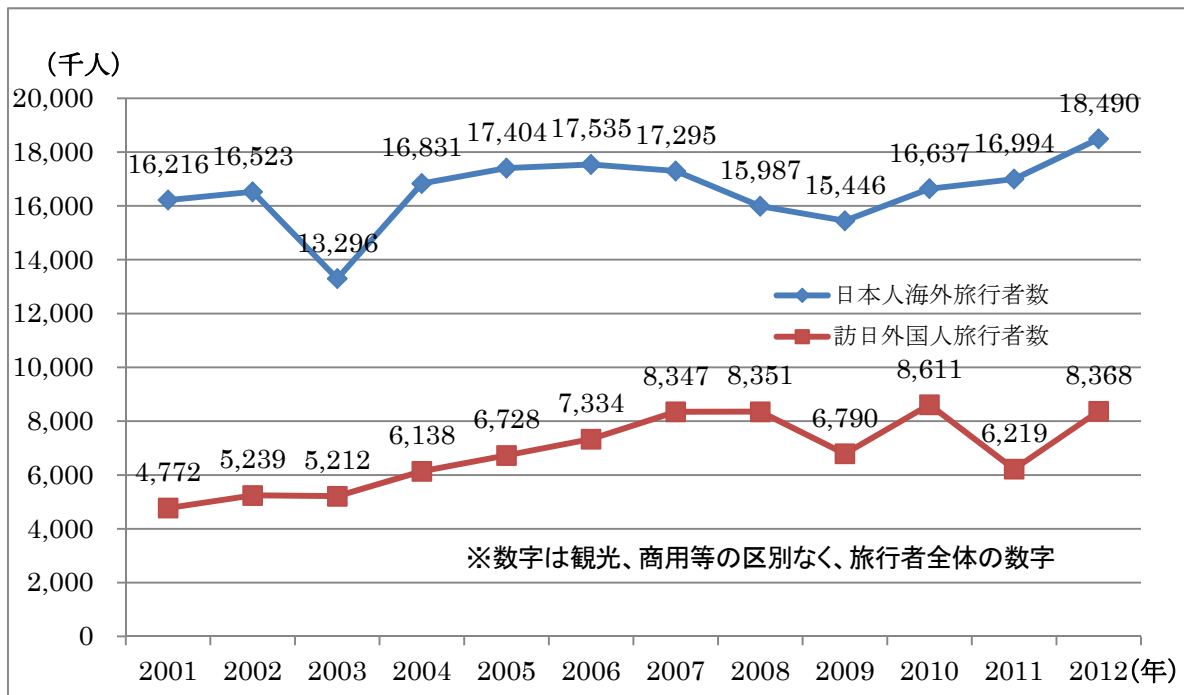
<sup>1</sup> 2006年の「新経済成長戦略大綱」、2007年の「成長力加速プログラム」、2008年の「新経済成長戦略大綱」の改定、2009年の「新成長戦略（基本方針）」、2010年の「新成長戦略」、2011年の「新成長戦略実現2011」、2012年の「日本再生戦略」を指す。このうち、観光が盛り込まれていないのは、2007年の「成長力加速プログラム」のみである。

るビジット・ジャパン・キャンペーン<sup>2</sup>が開始され、9月には初の観光立国担当大臣が任命された。

政府が観光立国実現に本格的に取り組むようになった背景には、海外観光旅行が自由化された1964年以降、円高や国民所得の増加により日本人海外旅行者が増加する一方で、訪日外国人旅行者誘致のための取組が余りなされなかったために、日本人海外旅行者数と訪日外国人旅行者数の間に著しい不均衡が生じていたことがあった。

2003年以降、訪日外国人旅行者数は順調に増加し、2007年には800万人を突破した(図表1参照)。これ以降も観光立国のための取組は続き、同年1月には観光立国推進基本法が施行され、6月には同法に基づき観光立国推進基本計画(詳細後述)が閣議決定された。さらに翌年の2008年には国土交通省の外局として観光庁が新設され、観光立国実現のための体制が強化された。

図表1 訪日外国人・日本人海外旅行者数の推移



(出所) 法務省及び日本政府観光局(JNTO)資料から作成

しかし、2008年のリーマン・ショック、2009年の新型インフルエンザの流行、2011年の東日本大震災等により、訪日外国人旅行者数は800万人台で頭打ちとなっている。これらに加え、対中関係の悪化等の特殊事情が生じているため、近年の数値から今後の訪日外国人旅行者数を予測することは極めて困難であり、1,000万人という目標達成の見通しは不透明である。

ただし、2013年を迎えてからの訪日外国人旅行者数は順調に伸びており、4月には単月

<sup>2</sup> ビジット・ジャパン・キャンペーン等と呼称される訪日旅行促進事業について、本稿では2003年に開始された当初の事業を「ビジット・ジャパン・キャンペーン」、それ以外を「ビジット・ジャパン事業」と表記する。

で初めて90万人を超えた（図表2参照）。1月から4月だけ見れば、2013年は昨年比で18.0%の増加である。単純計算だが、2012年の836.8万人が18.0%増加すると2013年は987.4万人となり、1,000万人達成のためにはもう一段の積み上げが必要といえよう。

図表2 1～4月の訪日外国人旅行者数

月	2012年	2013年	伸率
1月	684,819	668,610	-2.4%
2月	547,948	729,460	+33.1%
3月	678,748	857,000	+26.3%
4月	781,501	923,000	+18.1%
1～4月計	2,693,016	3,178,100	+18.0%

（注）2013年3月及び4月は推計値、それ以外は暫定値である  
（出所）日本政府観光局（JNTO）資料から作成

## （2）観光立国推進基本計画

前述のとおり、2007年6月に観光立国推進基本計画（以下「旧計画」という。）が閣議決定された。旧計画は、観光立国の実現に関する施策の基本的な方針、観光立国の実現に関する目標、政府が講ずべき施策等を定めたものである。また、旧計画は計画期間を5年間としていたため、2012年3月には新たな観光立国推進基本計画（以下「新計画」という。）が閣議決定された。新計画では、観光立国実現に向けた施策を、観光庁が主導的な役割を果たすべき施策と、政府全体が講ずべき施策に区分して整理しているほか、施策別・年度別の工程表を定める等の改善が施されている。

旧計画及び新計画の中で定められた目標については、図表3のとおりである。旧計画において設定された目標は、「国際会議の開催件数」以外は達成されなかった。このような厳しい結果を受け、「国内における旅行消費額」、「日本人の海外旅行者数」及び「日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数」については目標が据置き、あるいは引き下げられている。しかし、「訪日外国人旅行者数」については、目標未達であるにもかかわらず唯一目標が引き上げられており、政府としてこの項目を重視している姿勢がうかがえる。2016年までに1,800万人、2020年初めまでに2,500万人というこの目標水準については、2020年の国際観光到着客数の予測値15.6億人のうち東アジア・太平洋地域に4億人が集中するとのUNWTO<sup>3</sup>の試算を用いて、2,500万人はそのうちの6.3%であり過大なシェアを追求しているとはいえ、また、当該地域の観光客数の伸び率が2.7倍であることから、2012年の837万人を2.7倍した約2,300万人程度は見込むことができるとの主張がある。一方で、1964年からの各年における訪日外国人旅行者数から導出した近似曲線やビジット・ジャパン・キャンペーン開始以後の訪日外国人旅行者数の平均増加率を用いて、目標達成は極めて厳しいとする主張も存在する。

<sup>3</sup> 国連世界観光機関（United Nations World Tourism Organization）。

図表3 旧計画における目標の達成状況及び新計画における目標

旧計画		新計画	
基本的な目標	達成状況	基本的な目標	
【国内における旅行消費額】 平成22年度までに30兆円にする。	平成17年度:24.4兆円 平成22年:23.8兆円	【国内における旅行消費額】 平成28年(2016年)までに30兆円にする。	
【訪日外国人旅行者数】 平成22年までに1,000万人にする。	平成18年:733万人 平成22年:861万人 平成23年:622万人	【訪日外国人旅行者数】 平成32年(2020年)初めまでに2,500万人とすることを念頭に、平成28年(2016年)までに1,800万人にする。	
		【訪日外国人旅行者の満足度】 平成28年(2016年)までに、訪日外国人消費動向調査で、「大変満足」と回答する割合を45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を60%とすることを目指す。 (平成23年実績では、「大変満足」が43.6%、「必ず再訪したい」が58.4%)	
【国際会議の開催件数】 我が国における国際会議の開催件数を平成23年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。(252件以上)	平成17年:168件 平成22年:741件(*) *国際会議の基準が緩和されており、従来の基準では309件になると推察される。	【国際会議の開催件数】 我が国における国際会議の開催件数を平成28年(2016年)までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。(1,111件以上)	
【日本人の海外旅行者数】 平成22年までに2,000万人にする。	平成18年:1,753万人 平成22年:1,664万人 平成23年:1,699万人	【日本人の海外旅行者数】 平成28年(2016年)までに2,000万人にする。	
【日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数】 平成22年までに、年間4泊にする。	平成18年度:2.77泊 平成22年:2.12泊	【日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数】 平成28年(2016年)までに年間2.5泊とする。	
		【観光地域の旅行者満足度】 観光地域の旅行者の総合満足度について、「大変満足」と回答する割合及び再来訪意向について「大変そう思う」と回答する割合を平成28年(2016年)までにいずれも25%程度にする。(実績値なし)	

(出所) 観光立国推進基本計画より作成

### 3. 観光立国実現に向けた施策・課題

観光は裾野の広い産業であるため、観光庁の所管以外にも観光立国実現のために必要となる施策分野が存在する。第2次安倍内閣においては、本年1月に「国土交通省観光立国推進本部」が国土交通省に設置され、観光庁とその他の国土交通省内各局との協働による取組の強化等が図られた。また、国土交通省を超えて、関係行政機関の緊密な連携を確保し、その効果的かつ総合的な推進を図るため、全閣僚で構成される「観光立国推進閣僚会議」が本年3月に設置された。「国土交通省観光立国推進本部」は「国土交通省観光立国推進本部とりまとめ」を、「観光立国推進閣僚会議」は「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」(以下「アクション・プログラム」という。)を、それぞれの検討結果として取りまとめており、それらの中では観光立国実現に向けて実施すべき施策が列挙されている。

本項では、2. で示した経緯や現状を踏まえ、訪日外国人旅行者数1,000万人等の目標を達成するための主な施策を、国土交通省観光立国推進本部とりまとめやアクション・プログラムの中で列挙されているものを中心に紹介するとともに、当該施策分野に関する課題も併せてまとめることとする。なお、訪日旅行には、①外国人が我が国について知り訪

日意欲を持つ、②外国人の訪日意欲が実際の訪日旅行につながる、③外国人が訪日旅行に満足してリピーターになる、あるいは帰国後周囲に訪日旅行を勧める、という3つの段階があると考えられるため、各段階に対応するよう施策を分類し、また、訪日旅行の特殊な形態であるMICEについては最後に整理することとしたい。

## (1) 外国人に訪日意欲を持たせるための施策

### ア ビジット・ジャパン事業

ビジット・ジャパン事業とは、2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人にするという目標の下、有望な国・地域を重点市場と位置付けて、①旅行会社招請事業、②ツアー共同広告事業等の旅行会社と連携した取組、③メディア招請事業、④広告宣伝事業等のメディアへの働きかけ、⑤情報発信事業、⑥展示会事業等の消費者への働きかけ等、我が国の観光の魅力を発信し、我が国の魅力的な旅行商品の造成等を官民一体で推進するために始められたプロジェクトである。

本年度のビジット・ジャパン事業には主に2つの特徴がある。1つは、マーケットごとにセグメント<sup>4</sup>を分けて分析し、それに基づいてプロモーション活動を行うという点である。例えば、本年度の韓国市場へのプロモーションの方針によれば、主要ターゲットを、①20代～30代有職独身の女性層（最重点）、②40代半ば～50代一定の収入（年収7,000万ウォン<sup>5</sup>以上）のある夫婦層、③30代～40代半ば（子供が小学生ぐらいの家族層）、④訪日教育旅行、という4つのセグメントに分け、それぞれのセグメントに対して効果的なプロモーションとなるよう主要訴求コンテンツを設定することとされている。

もう1つは、送客元の多様化である。2012年9月の尖閣諸島国有化に伴う訪日中国人観光客数の減少が象徴したように、特定の国に偏重した訪日外客構造は外交関係等のイベントリスクに対して脆弱である。2012年の訪日外国人旅行者数全体に占める東アジア4市場（韓国、中国、台湾、香港）の割合は約65%と非常に大きく、リスク低減の観点から、これら以外の市場からの訪日外国人旅行者を増加させることが急務となっている。本年度は、近年高い伸び率を示す東南アジア諸国に着目し、ハラールフード<sup>6</sup>への対応など東南アジア諸国で受け入れられるようビジット・ジャパン事業に一部手を加えた「東南アジア・訪日100万人プラン」を実施することで、送客元の多様化を図ることとしている。

### イ クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信

本年6月に公表された日本再興戦略において、国際展開戦略の柱の一つとしてクールジャパンが位置付けられた。クールジャパンとは、明確に定義付けられているわけでは

<sup>4</sup> 市場の中で共通のニーズを持ち、製品の認識の仕方・価値付け・使用方法、購買に至るプロセス、すなわち購買行動において似通っている顧客層の集団を指す。

<sup>5</sup> 約590万円（2013年6月14日時点）。

<sup>6</sup> イスラム教の律法にのっとった食べ物を指す。ハラールは「許された」「合法の」を意味する。ミルクや魚、野菜や穀類のほか、イスラム教の作法に従って処理された牛肉や鶏肉などが当たる。

ないが、本稿ではポップカルチャー（アニメ、漫画、映画、音楽等）、ファッション、食文化、デザイン、建築、地域産品、伝統芸能等、海外で高い評価を受けている我が国の文化、コンテンツ、サービス等を指すものとする。政府によるクールジャパンに関する各種施策は、2011年5月に取りまとめられた「クールジャパン官民有識者会議提言」に基づいて進められているところであるが、この提言では、クールジャパンを世界に発信するにとどまらず、世界から本物を求めて観光客が訪日するところまでの大きな流れを作ることが大切であるとされており、クールジャパンは訪日観光と密接に関連している施策<sup>7</sup>といえる。

日本再興戦略や前述のアクション・プログラムによれば、クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信を促進するため、海外のテレビ番組枠の確保、海外で日本関連コンテンツの放送等を行ういわゆる「ジャパン・チャンネル」への支援、我が国のアパレルやレストランなどが集まるいわゆる「ジャパンモール」の海外展開への支援等を行うこととされている。

クールジャパンの海外展開は、我が国への興味を持つ外国人を増やし、訪日外国人旅行者数の増加につながる。一方、訪日外国人旅行者が訪日旅行を通じて我が国を一層好きになることが、クールジャパンの海外展開による経済効果の獲得額の増大に寄与する。このように、クールジャパン施策と観光立国施策は相乗効果を生むと考えられるため、両者を一体的に推進することが極めて重要となり、観光庁、日本政府観光局（以下「JNTO」という。）、経済産業省、総務省等の関係行政機関の緊密な連携が期待される。

## （２）訪日意欲を訪日観光につなげるための施策

### ア 観光ビザの発給要件緩和・免除措置

ビジット・ジャパン事業等により外国人が訪日の意欲を持ったとして、それを実際の訪日行動につなげるためには、訪日に際しての障壁を可能な限り取り除く必要がある。こうした観点から検討されているのが、訪日外国人旅行者に対する観光ビザ（査証）の発給要件緩和・免除措置である。観光ビザの取得は申請までの手続きが煩雑であり、また、申請してから発給されるまでに時間が掛かる（通常は申請から5業務日後、最長で1ヵ月以上を要する場合もある）。

我が国においては、2011年5月現在、61の国・地域に対して査証免除措置が実施されている。韓国・台湾・香港などの近隣国・地域や欧米の経済的に豊かな主要国に対しては査証免除措置を既に実施していることから、現在検討されているのは中国及び東南アジア諸国に対する観光ビザの発給要件緩和・免除措置である。

中国に関しては、2009年7月に個人観光ビザの発給が開始されるまで団体観光ビザのみが認められていた。その後個人観光ビザに関して累次の緩和措置が実施されたほか、特定の地域を訪問することを条件に、ビザの有効期限内であれば我が国に何回でも入国できる数次ビザの発給を開始した（図表4参照）。

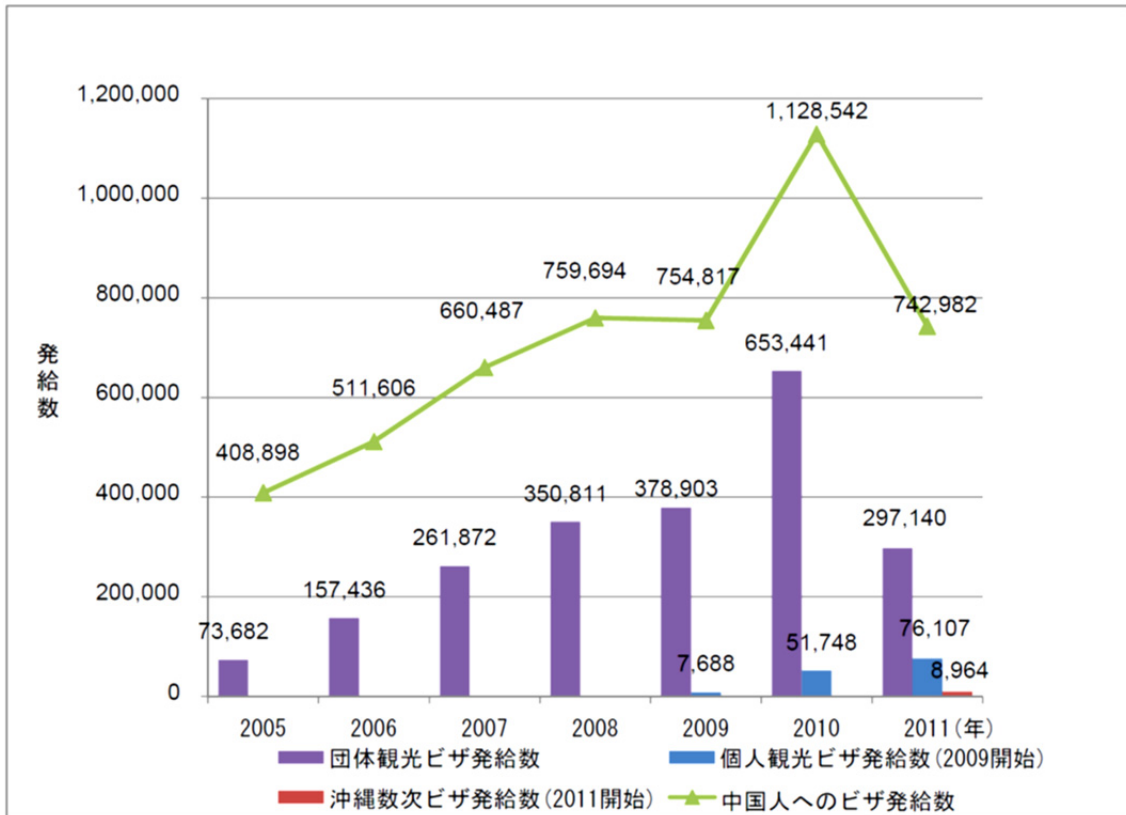
<sup>7</sup> 提言では、海外展開の目標として2020年時点で8～11兆円の獲得を目指すこととされているが、そのうちの4兆円は観光（インバウンド需要）で獲得することとされている（2011年実績：1.0兆円）。

図表4 中国人個人観光ビザの発給要件の緩和措置

日付	緩和措置の内容
2009年7月	中国人を対象とした個人観光ビザの発給開始
2010年7月	①発給要件を「十分な経済力を有する者」から「一定の職業上の地位及び経済力を有する者」に緩和
	②申請受付公館及び取扱旅行会社の拡大
2011年7月	沖縄を訪問する中国人観光客で、十分な経済力を有する者又はその家族に対して、3年間有効な数次ビザ（1回の滞在期間は90日）の発給開始
2011年9月	①発給要件を「一定の職業上の地位及び経済力を有する者」から「一定の経済力を有する者」に緩和
	②滞在期間を15日から30日に延長
2012年7月	岩手県、宮城県、福島県を訪問する中国人観光客に対して数次ビザの発給開始（その他の条件・内容は沖縄訪問の場合と同じ）

（出所）外務省HP資料より作成

図表5 中国人に対するビザ発給数



（出所）外務省資料に一部加筆

東南アジア諸国に関しては、2011年5月現在、シンガポールとブルネイに対してのみ査証免除措置が実施されている状況である。今後の措置について、アクション・プログラムによれば、治安への十分な配慮を前提としつつ、①タイ及びマレーシア向けのビザ免除、②ベトナム及びフィリピン向けの数次ビザ化、③インドネシアの数次ビザに係る滞在期間の延長、という3点を今夏までに行うこととされている。

## イ 航空ネットワークの充実

大多数の外国人が訪日する際に利用する交通手段は航空である。とりわけ、訪日外国人の約半数が首都圏空港（羽田・成田空港）を入国する際に利用しているが、首都圏空港の発着容量はほぼ限界に達しており、これまで容量拡大が進められてきた。羽田空港に関しては、従来国内線のみが就航していたが、2010年10月にD滑走路を供用開始するなどして、6万回の国際線年間発着枠を確保しているところである。さらに、エプロンの新設等、国際線地区の拡充が進められており、本年度末に国際線年間発着枠を9万回まで増枠することとされている。成田空港に関しては、2010年10月に国・千葉県及び空港周辺市町との間で年間発着枠30万回について合意がなされて以来、段階的に空港容量の拡大が進められ、合意時点では22万回であった年間発着枠が現在27万回まで増枠されている。今後、同時平行離着陸方式の効率的な運用に必要な監視装置の整備等により、最短で2014年度中に年間発着回数30万回を実現することとしている。

また、航空に関しては、近年就航し始めた国際線LCC<sup>8</sup>が注目される。2012年度の観光庁の調査によれば、韓国及び台湾からの訪日外国人全体に占める観光目的の者の割合は、LCC以外の航空会社を利用した者の中では韓国が39%、台湾が71%であったのに対し、LCCを利用した者の中では韓国が73%、台湾が86%となった。この調査結果から、観光目的の訪日外国人は航空機にLCCを選ぶ傾向が高いといえ、国際線LCCの就航が訪日外国人旅行者誘致にとって有効な施策であることがうかがえる。LCCへの対応として、2012年10月に那覇空港と関西国際空港のLCC専用ターミナルが供用開始されたほか、2014年度末には成田空港においてもLCC専用ターミナルが供用開始予定である。

## ウ クルーズの振興

近年、世界的にクルーズ需要が高まっており、特にアジア地域では中国を中心として急速にクルーズ人口が増加し、1990年に約8万人であったアジアのクルーズ人口は2010年には約60万人まで増加している。我が国においても、外国船社クルーズ船の寄港回数が増加傾向にあり、2005年の199回から2012年の476回へと増加した。クルーズ船の寄港は、1回の寄港で数千人の乗客が寄港地で買物や観光を行うだけでなく、その数千人の乗客がクルーズ期間中に船内で消費する食材や飲料を寄港地で調達することに

<sup>8</sup> 2013年2月時点における我が国を発着する国際線LCCの路線数は計33路線である。最も多い路線数が韓国線（16路線）で、次いでオーストラリア（6路線）、フィリピン、台湾、シンガポール（いずれも3路線）となっている。



なるため、非常に大きな経済効果を生む。

クルーズから一般的に連想されるのは、いわゆる豪華客船や世界一周などではないかと思われるが、近年のクルーズはそのような形態に限られない。近年のクルーズ市場の構造は大きく3つの層に分かれており、そのうち最も安価でクルーズ人口の多い層は、1週間以内で回る一定のコースを定期的に周遊し、料金は1泊1万～1万5,000円程度というようなクルーズが多い<sup>9</sup>。現在中国を起点として我が国に寄港しているのは主にこの層のクルーズである。

現在、政府はクルーズの振興に関して、プロモーション等のソフト施策と快適な旅客利用の確保に必要な旅客ターミナル等の整備支援等のハード施策を併せて取り組んでいる。また、乗客1人当たりのコスト削減等の観点から、クルーズ船の大型化（図表6参照）が進んでいるため、大型船に対応した港湾施設の整備が課題となっており、岸壁や防波堤の整備等が進められている。さらに、これまでは海外のクルーズ船社が我が国港湾への寄港を検討するに当たっての一元的窓口が無かったが、本年6月に「クルーズの振興のためのワンストップ窓口」が国土交通省港湾局に設置され、外国のクルーズ船社から我が国への寄港に関する様々な問い合わせに一元的に対応することとされた。

図表6 大型化が進むクルーズ船

船名	船型<総トン数>	船幅	乗客定員
飛鳥Ⅱ (邦船最大のクルーズ船) 初就航:1990年	<50,142トン> 必要岸壁水深 9m程度 満載喫水 7.8m マスト高 45m 全長241m	29.6m	872人
Legend of the Seas (中国発着クルーズで日本に頻繁に寄港するクルーズ船) 初就航:1995年	<69,130トン> 必要岸壁水深 9m程度 満載喫水 7.7m マスト高 50m 全長264m	32.0m	1,804人
Voyager of the Seas (2012年、日本に32回寄港予定の大型クルーズ船) 初就航:1999年	<137,276トン> 必要岸壁水深 10m程度 満載喫水 8.8m マスト高 63m 全長311m	38.6m	3,114人
Queen Mary 2 (日本に寄港した最大のクルーズ船) 初就航:2004年	<148,528トン> 必要岸壁水深 12m程度 満載喫水 10.3m マスト高 62m 全長345m	41.0m	2,592人
Oasis of the Seas (世界最大のクルーズ船) 初就航:2009年	<225,282トン> 必要岸壁水深 11m程度 満載喫水 9.1m マスト高 65m 全長360m	64.0m	5,400人

出典「クルーズシップコレクション20102011(海軍プレス社)」、船社代理店への聞き取り調査を基に国土交通省港湾局作成。

(出所) 国土交通省資料

なお、クルーズ船の多くは、朝入港して夕方には出港するなど寄港時間が短時間であ

<sup>9</sup> 日本外航客船協会によれば、3つの層とは、サービスレベルが高い順にラグジュアリー・マーケット、プレミアム・マーケット、カジュアル(マス)・マーケットといい、それぞれのクルーズ人口は約5%(80万人)、約10%(160万人)、約85%(1,360万人)とされている。

ることから、買物や観光等の時間を確保し、1回の寄港による効果を最大限上げるための迅速なC I Q<sup>10</sup>手続が極めて重要となる。C I Qのうち、出入国管理（Immigration）については（3）アを参照されたい。

### （3）訪日旅行の満足度を上げるための施策

#### ア 出入国審査の合理化

出入国審査は、テロリスト、犯罪者及び不法滞在しようとする者の入国を未然に防止するため、厳格に実施されているところであるが、一方で観光立国推進基本計画において示された2020年初めまでに訪日外国人旅行者数2,500万人という目標が達成された場合、現在の審査方法のままでは対応が困難となるばかりか、長時間の審査待ち<sup>11</sup>により我が国に関心を持って訪日した外国人の我が国に対する印象を悪化させ、観光立国実現に悪影響を及ぼしかねない。

このような問題意識を背景に、法務省の第6次出入国管理政策懇談会は「訪日外国人2500万人時代の出入国管理行政の在り方に関する検討結果（報告）」（以下「報告」という。）を本年5月に取りまとめた。報告によれば、訪日外国人2,500万人時代に対応した新しい出入国審査が必要であるとしつつも、日本社会の安心・安全を守る観点から、出入国審査の手続の一部を省略するといった「簡素化」は望ましくないとし、具体的には以下で紹介する合理化策を講ずることにより、出入国審査の厳格性を確保した上でより迅速な審査を可能にしている。

報告では具体的な合理化策として、①信頼できる渡航者（トラスティド・トラベラー）に対する出入国審査の合理化、②外国との二国間の連携による出入国手続の合理化、③寄港地上陸許可制度<sup>12</sup>の拡充及び自動化ゲートの海港への設置によるクルーズ審査の合理化、④数次乗員上陸許可を受けた航空機の外国人乗員を自動化ゲートによる審査対象とすること、という4点について検討・実施すべきこととされている。このうち、トラスティド・トラベラーに対する出入国審査の合理化とは、犯罪歴が無いなど出入国管理上信頼のできる旅行者をトラスティド・トラベラーとして特定し、特定された者の出入国については、自動化レーン等を用いた迅速な出入国手続を行うことをいう。現在諸外国において導入されており、それぞれ様々な方法により実施されている。報告において示された具体的な実施方法は、当面、商用目的の入国者の一部を対象として、日本国内（空港等）でバイオメトリクス情報<sup>13</sup>の提供により利用者登録手続をあらかじめ行った上で、自動化ゲートによる審査を行い、その際紙による出入国記録カードの提出は不要にするというものである。制度運用開始後、実施状況を点検した上での対象の拡大や対

<sup>10</sup> 国境を越える交通及び物流において必要であるとされる手続である税関（Customs）、出入国管理（Immigration）、検疫（Quarantine）の頭文字をとった略称を指す。

<sup>11</sup> 総務省の政策評価によれば、成田空港、羽田空港、中部国際空港及び関西国際空港における外国人入国審査の最長待ち時間について調査を実施したところ、2006～2008年の各月平均がそれぞれ25.5分、26.8分、30.4分であった。

<sup>12</sup> 本邦に寄港した後、別の港に向かう船舶等の乗客に対し、買物や休養等のため寄港した港の近傍に72時間以内の上陸を認める制度。2012年6月から運用が開始されている。

<sup>13</sup> 顔写真、指紋、虹彩といった人間の身体的特徴に基づく個人識別情報。

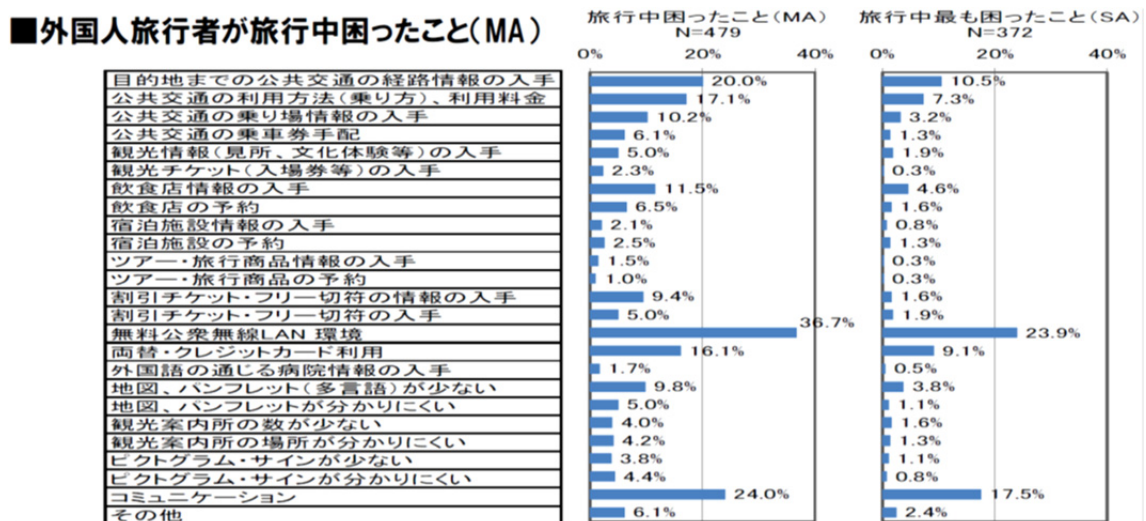
象者の具体的な要件等について検討を進めていくべきこととされており、今後の動向が注目される。

また、特定の人間を対象とした出入国審査の合理化策という性質上、具体的な実施方法によってはMICEやクルーズなど特定のまとまりをもった訪日外国人の誘致と親和性の高い施策になり得ると考えられ、これら施策の総合的な推進が期待される。

### イ 無料公衆無線LAN環境の整備

2011年10月に観光庁が実施した外国人旅行者に対するアンケート調査(図表7参照)では、我が国の受入環境に対する不便・不満として最も多かった回答が、無料公衆無線LAN環境である。スマートフォンやタブレットPCなどの個人向け情報端末の急速な普及に伴い、無料公衆無線LAN環境に対する需要が近年急速に高まっている。我が国においても整備が進みつつあるが、特に地方部では50%の外国人旅行者が無料公衆無線LAN環境について困ったと回答しており、整備が不十分な箇所はまだ存在するといえる。また、我が国においては会員限定の無料公衆無線LANが多いため、非会員の外国人旅行者が利用できず、一方で3G回線では多額の通信料が掛かり、いずれにしても外国人旅行者にとってインターネットに接続しにくい環境となっている。無料公衆無線LAN環境の整備が進めば、この点に関する訪日旅行の不便・不満が解消されるだけでなく、活用次第で公共交通機関や災害時の避難等に関する情報等の提供も可能となるため、整備の重要性は極めて高いといえる。

図表7 外国人観光案内所を訪問した外国人旅行者アンケート調査結果



(出所) 観光庁資料

### (4) MICEの開催・誘致

MICEとは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、イベント、展示会・

見本市 (Event/Exhibition) の総称である。

MICEが一般の観光旅行とは区別されて取り扱われることが多いのは、一般の観光にはないビジネスとしての側面を併せ持つためだけでなく、開催・誘致による効果が極めて大きいこともその理由である。経済的側面だけを考えても、①多数の人間が比較的長期間宿泊する上、参加者、主催者及び公共セクターの3つの「財布」が通常あるため、MICE開催による経済効果が大きいこと、②単に経済効果が大きいだけでなく、MICEの開催には通常の観光でも支出される交通費や宿泊費に加え、会場設営費、広告費、展示・配布物の搬送費、警備費、企画・運営費等MICE特有の経費が支出されるため、通常の観光以上に広範な業種への経済波及効果が期待できること、③MICEの開催が我が国におけるビジネス機会やイノベーションの創出に寄与し、長期的な観点における我が国経済に貢献することなど、その効果は極めて大きい。

我が国のMICE誘致の国際競争力については、2011年の我が国における国際会議の開催件数が233件で世界第13位となっており、東日本大震災の影響があるとはいえ高い水準にあるとはいえない。都市別に見ると、我が国で最も多くの国際会議の開催件数を維持している東京ですら、2011年は50件で世界第41位となっている。また、アジア太平洋地域の主要国（我が国に加え、オーストラリア、シンガポール、中国、韓国）における国際会議開催のシェアについても、1991年の51%から2011年には21%となるまで一貫して低下している。

国際競争力強化のための具体的方策に関しては、観光庁に設置されている「MICE国際競争力強化委員会」において検討されているところである。同委員会は、都市（地方自治体）やコンベンションビューローにおけるマーケティング戦略の重要性とその実施に当たっての具体的な課題を中心とした検討を国際会議分野に絞って先行的に進め、本年3月にその成果を中間とりまとめとして公表した。同とりまとめは、都市（地方自治体）・コンベンションビューローへの11項目の提言からなるが、そのうちの多くはマーケティングの強化に関するものである。具体的には、MICE戦略の必要性を指摘した上で、マーケットリサーチの徹底的な強化、目標の再検討、誘致における重点対象分野の設定（ターゲティング）、海外競合都市との差別化（ポジショニング）等について一層の取組が求められるとしている。

マーケットリサーチに関連して課題となるのが、MICEに関する統計の整備である。現在、我が国政府によるMICE全体を網羅した統計は存在せず、JNTOが発表する「国際会議統計」において国際会議（Convention）分野の統計が公表されているにすぎない。MICE誘致活動を戦略的に行う上でMICEに関する統計は極めて重要な情報であり、早期の整備が望まれる。

また、具体的な国際競争力強化のための取組として、「グローバルMICE戦略都市支援事業」が本年度から実施されている。本事業は、海外競合国・都市との誘致競争に勝てる潜在力のある都市を選定し、市場・競合都市の調査分析、アドバイザー派遣、プロモーション支援、域内関係者の連携促進等の支援を実施するものである。本年度は5都市程度を選定するが、来年度以降は対象都市の実績・評価等を踏まえて、対象都市の見直しや絞

り込みを行うとともに、支援メニューの拡充を行うこととされている。

ここまでに紹介した施策のほとんどがソフト施策であるが、一方でMICE施設の整備等のハード施策も重要である。代表的なハード面に関する課題としては、国際会議場と展示場の一体整備、展示場規模の大型化、アフターコンベンション機能も含めた複合施設化等が挙げられる。特に、展示場規模の大型化については、我が国で最も大きな展示場施設である「東京ビッグサイト」の総展示面積が80,660㎡で世界の50位以内にすら入っていないとの調査<sup>14</sup>があり、イベント、展示会・見本市（Event/Exhibition）分野の強化のためには取り組むべき課題といえよう。

#### 4. おわりに ーいくつかの論点を交えてー

ここまで観光立国実現に向けた経緯や取組等を概観してきた。最後に、観光立国の実現に関連する若干の論点を提示したい。

図表8 東アジア等各国等の観光予算について

国名	国 (観光庁相当)	予算規模	政府観光局 (JNTO相当)	支出規模 (括弧内は国からの助成で 国の予算の内数)	国及び政府 観光局の 支出総額
日本	国土交通省観光庁	101億円	日本政府観光局 (JNTO)	30億円 (20億円)	111億円
韓国	文化体育観光部観光産業局	704億円	韓国観光公社	293億円 (293億円※うち95億円が国からの助成、残り198億円の大部分がカジノ収入)	704億円
中国	国家旅遊局	不明	国家旅遊局が政府観光局の役割も果たす		不明
香港	商務及経済發展局旅遊事務署	19億円	香港政府観光局	65億円 (58億円、左記19億円とは別)	84億円
台湾	交通部観光局	290億円	交通部観光局が政府観光局の役割も果たす		290億円
タイ	観光スポーツ省観光局	21億円	タイ政府観光庁	178億円 (170億円、左記21億円とは別)	199億円
シンガポール	通商産業省産業局	119億円	シンガポール政府観光局	131億円 (119億円)	131億円
豪州	資源エネルギー観光省観光局	121億円	豪州政府観光局	126億円 (107億円)	140億円

(出所) 観光庁資料

1点目は観光振興の目的と観光予算に関する論点である。図表8は観光予算の各国比較を表したものであるが、諸外国に比して我が国の観光予算が高い水準にあるとはいえないことが分かる。また、対GDP比で比較した場合はより低くなる。観光振興の重要性に鑑みれば予算の増額が求められるところであるが、我が国の財政状況の厳しさも勘案すると

<sup>14</sup> ドイツ産業展示・見本市委員会 (AUMA) による2012年1月時点での調査。

大幅な予算の増額は現実性に乏しい。そこで、限られた観光予算の中でいかに効果的な施策を実行するかが重要になる。

この点、3. (4) で紹介した「グローバルMICE戦略都市支援事業」は、限られた観光予算の中でいわゆる「選択と集中」に基づき最大限の効果を上げようとする施策であると見ることができる。観光を我が国経済の牽引役とする観点からすれば、近隣諸国との国際競争を勝ち抜いていくだけの高い潜在力の認められる観光地域を「日本の顔」としていくこのような方針は正しいものとも思える。一方で、観光振興には地域振興としての役割も期待されており<sup>15</sup>、この観点からいけば、元々競争力が比較的高い地域に政策資源を集中し過ぎることは、観光振興を地域の活性化策として期待する地方にとってあまり望ましいことではない。観光に限った論点ではないが、国際競争力強化による経済成長や疲弊する地方の活性化など複数存在する観光振興の目的の中での優先順位付けと「選択と集中」の程度については、今後も注視していく必要があるといえよう。

2点目は、目標設定に関する論点である。2. (2) 等で示したように、現在の我が国の観光立国実現に向けた目標は、訪日外国人旅行者数を本年に1,000万人、2016年までに1,800万人、2020年初めまでに2,500万人とすること等である。この目標の実現可能性については既に触れたところであるが、それ以外にも、①この目標をどの国・地域からどれだけの訪日外国人旅行者を誘致することによって達成するのか、②訪日外国人旅行者の数を重視する現在の姿勢をどのように考えるべきか、という2点についても論点になり得ると考える。

①について、3. (1) アでも触れた特定の国・地域に偏った外客構造のリスクだけではなく、欧米の価値観が諸外国において相対的に好まれている現在の状況下では、欧米諸国に好まれるデスティネーションとなることが普遍性の高い訴求力を持ち、欧米人への訴求を通じてアジア各国からの集客を図ることがインバウンド成功の近道であるとの指摘もあり、こうした観点を考慮に入れた検討が必要になると考えられる。②について、観光振興の目的とも関連する論点であるが、観光立国実現の目的が経済活性化であるとするれば、訪日外国人旅行者の数を重視するのではなく、より直截的に訪日外国人旅行者の消費額を重視すべきではないかとの指摘<sup>16</sup>がある。一方で、観光立国の実現が我が国のソフトパワーの増大にも寄与することから、より多くの外国人に我が国を訪れてもらい、我が国に好感を持ってもらうことが重要であるとも考えられる。例えば、観光振興において最も優先されるべき目的が経済活性化だとすれば、この目的の実現に対してより合理的な目標として訪日外国人旅行者の消費額を重視すべきこととなり、それによっては観光施策全体の戦略が変わる可能性もあると考える。いずれにしろ、観光立国実現の目的を明確にし、それに対してより合理的な目標を設定することが重要である。

このように、観光立国実現に向けての目標に関しては検討すべき点もあるように思われ

<sup>15</sup> 例えば、本年1月の「日本経済再生に向けた緊急経済対策」においては、「成長による富の創出」と「暮らしの安心・地域活性化」のどちらにも「訪日外国人旅行者の誘致強化」が盛り込まれており、観光振興が双方の文脈で用いられていることがうかがえる。

<sup>16</sup> 「新計画」において訪日外国人旅行消費額は、2. (2) で示した目標の達成状況の確認に活用される参考指標として用いられているにとどまる。



るが、本年の1,000万人という目標に関しては、観光立国の本格的な取組が始まって以来の目標であること、1,000万人という数字が観光立国実現に関してシンボリックな意味を持つこと等を勘案すると、目標として妥当であるということもできよう。前述のように、本年の訪日外国人旅行者数は堅調な伸びを見せており、目標が達成されることを期待したい。

#### 【参考文献】

- 瀬戸光元「10年目を迎える観光立国ニッポン」『Report Vol. 148』(共立総合研究所 2013. 1)  
本保芳明「これからの観光戦略」『運輸政策研究 記念号』(2011. 2)  
白井義男「クルーズ・シップ・ツーリズム I」『地域政策研究 第12巻 第4号』(高崎経済大学地域政策学会 2010. 3)  
木村俊介・森本英樹「我が国のクルーズの動向とクルーズ振興に関する取り組みについて」『港湾 2012年4月号』(公益社団法人日本港湾協会)  
池田良穂「我が国の成長戦略としてのクルーズ振興」『港湾 2012年4月号』(公益社団法人日本港湾協会)  
日本政策投資銀行『「地域のビジネスとして発展するインバウンド観光」－日本型DMOによる「マーケティング」と「観光品質向上」に向けて－』(2013. 3)  
名取雅彦・岡村篤「競争力強化に向けたMICE振興のあり方(上)」『知的資産創造 2011年7月号』(野村総合研究所)

(まつおか りょう)