特集

# 日本旅行業協会　訪日旅行推進委員会

## 訪日外国人旅行　次のステージに向けた提言書

日本旅行業協会（JATA）の訪日旅行推進委員会（委員長＝丸尾和明・日本旅行社長）が観光庁に2日提出した「訪日外国人旅行次のステージに向けた提言書」＝既報。ここでは、提言を抜粋して紹介する。

### 「観光立国」の実現に向けて

訪日外国人旅行者数は、2013年に1千万人を突破した後、1年当たりの増加規模は14年が約300万人、15年が約630万人と推移してきている。直近のわずか2年間での増加人数は1千万人に迫り、その拡大ペースは想定をはるかに超える勢いを示している。

訪日旅行事業に携わる官民の関係者によって共有されてきた訪日需要の「地域分散」と、訪日旅行の「質向上」へのシフトを結び付ける「リピーター拡大」を実現するために、現状における課題を整理し、それぞれについて具体的な施策を進めていくことが求められている。

半世紀に及ぶ日本人による海外旅行の軌跡を振り返ると、黎明期における団体旅行を中心に有名観光地を周遊する旅行形態や、免税枠を最大限に活用した購買行動などの典型的な旅行パターンから変遷を重ね、旅行形態や旅行目的も多様化し、現在の成熟した海外旅行市場が形成されるに至っている。アウトバウンド市場で進んできた需要の成熟化に伴う体験重視の傾向や「モノ」から「コト」へという志向性の変化を振り返ると、インバウンド市場においても成熟化への道を辿っていくことは必然の展開だろうと考えられる。

訪日外国人旅行者数が当初の数値目標を想定よりも早く達成することが確実な見通しとなった今、これまで目指してきた「観光立国」の本来の意味での実現を目指し、改めて訪日旅行の次のステージに向けた取り組みを本格化させる必要がある。そのためには、「訪日旅行における観光の持続的な発展と質の向上」「訪日旅行の地域分散化による地域経済・コミュニティの活性化」「幅広い訪日外国人旅行者全体を視野に入れた戦略の推進」という3点の実現を図っていかなければならない。

#### 1＝訪日旅行における観光の持続的な発展と質の向上

現状は、都市部での訪日外国人旅行者による消費が想定を大きく上回っている一方、需要の偏在や地域における雇用創出などの点では、課題が残されている。地域における着地型の観光や体験プログラムの開発・プロモーションなどを通じ、訪日外国人旅行者と地域との交流を深化させ、地域における固有の風土や文化などへの理解促進を図って、質の高いリピーター層を拡大していく必要がある。四国の金刀比羅宮や道後温泉などでは、日本文化体験の魅力を訴えるツアーが英国やイタリアなどで人気を集め、年間を通じて旅行者が訪れるようになった事例も出てきている。日本の精神性を伝える文化的な体験が、本物志向の外国人旅行者を惹きつけ、地域への訪日需要の実現につながる取り組みを他地域にも拡大していくことで、訪日外国人旅行者の体験の質を向上させると同時に、経済活性化にも貢献すると考えられる。

#### 2＝訪日旅行の地域分散化による地域経済・コミュニティの活性化

訪日外国人旅行者の地域分散は、宿泊施設や運輸機関、観光関連施設だけでなく、農業、漁業、加工業などを含む幅広い地域の産業などの活性化に貢献し、雇用創出などの効果ももたらす。また、外国人旅行者の受け入れを通じたコミュニティの活性化などの効果も想定される。このような効果を得るためには、多くの産業の事業者が、売り上げや事業領域の拡大、収益向上といった成長機会を享受できるようにしていく必要がある。

例えば、岐阜県高山市の30年に渡る地域一丸となった訪日外国人受け入れへの取り組みや、石川県能登地域の航空会社と地元商工会議所の連携やチャーター便を活用した地元旅館の取り組みなどがその例である。

このような地域経済・コミュニティの活性化の取り組みを全国各地に拡大していかなければならない。

#### 3＝幅広い訪日外国人旅行者全体を視野に入れた戦略の推進

現在は、訪日外国人旅行者のショッピングによる経済効果に注目が集まっているが、高額の消費を行う旅行者は2千万人のうちの一部に過ぎないことに留意する必要がある。

**●現状認識・課題**

#### 1＝次のステージに向けたリピーターの拡大

訪日外国人旅行需要の急増は、日本の各分野における安心、安全や品質の高さをベースとして、①主要市場におけるビザ要件の緩和（制度的要因）②アジア旅行市場の成長および日本に対する関心の強さ、円安、韓国でのMERS発生による代替方面としての選択（環境的要因）③ビジット・ジャパン事業による訪日動機づけ（政策的要因）、の三つの要因によるところが大きいと考えられる。

しかしながら、2千万人への急伸はリピーターの拡大によってではなく、初来日者の持続的な増加で達成されつつあり（※注）、主要4市場（中国、韓国、台湾、香港）への依存度を高める形で、訪日旅行需要の拡大が進んでいることにも留意する必要がある。

2千万人の達成が現実的になり、次のステージを目指していくためには、円高の進展など市場環境が変化しても、日本への旅行を継続してくれるリピーター需要の拡大や、ソースマーケット（来てくれる国・地域）の多様化、訪日需要の地域分散などを意識していく必要がある。

※注　観光庁「訪日外国人消費動向調査」によれば、訪日外国人旅行者のうち初来日者の割合は2015年第3四半期時点における過去4四半期の平均で44・4％と1年前に比べ5％ポイント上昇。実際の旅行者数では訪日経験回数2回目以上のリピーターも増えているが、初来日者の増加が著しいためにリピーターのシェアは低下している。

#### 2＝訪日市場の偏重と国内での需要偏在からの脱却

訪日旅行需要の急増が、主要市場への過度な依存と国内における特定地域への需要の集中によってもたらされている現状を改善しなければならないという課題認識は共有されているものの、訪日市場の偏重と国内での需要偏在は依然として続いている。インバウンド市場が次のステージに進む中で、訪日外国人旅行者による要求レベルも高まっていくものと思われ、今までよりも困難な課題に直面することも予想される。

特に、国内でのインバウンド需要の偏在という状況は、訪日外国人旅行者が大都市やゴールデンルートなど受け入れ体制が比較的整っている地域に偏っていることが主な要因となっており、次のステージへのプロセスでは官民がより緊密に連携した本格的な取り組みを行うことが、喫緊の課題となっている。

#### 3＝大都市・ゴールデンルート以外の地域における魅力創出

訪日外国人旅行者が、日本の地域の魅力に興味を持ち、地域を訪れる動きが徐々に増えているが、その多くは東京・京都・大阪を中心とするゴールデンルートの周辺にとどまっている。これまでの「地域分散」は、主として台湾や中国などからの団体旅行と、滞在期間の長い欧米などからのFIT客に依存してきた。今後増加が見込まれるアジア市場のFIT需要は、特定の地域に偏る可能性があることに留意する必要がある。

訪日需要の地域分散を促すためには、「広域観光周遊ルート」の推進に加えて、「食」「文化」「リピーター」「人との交流」「体験」などをキーワードに、地域の認知度向上を図るとともに、地方空港への乗り入れ拡大と地域の受け入れ体制強化をセットにして、地域分散に向けた道筋を明確に描き出す必要がある。

#### 4＝宿泊施設・貸し切りバス・通訳案内士における需給アンバランスの是正

都市部を中心にホテルの稼働率・宿泊料が急上昇し、東京、大阪などの大都市では、時期によっては予約が難しい状態も続いている。一方、旅館の利用は伸びてはいるものの、インバウンド全体の需要に占める割合は1割程度に過ぎず稼働率も低いままである（※注）。需要の地域分散を進める上でも、旅館の利用促進は重要な課題となってきている。

貸し切りバスについても、インバウンド需要の急増により、繁忙期と閑散期における稼働率の格差が拡大しているため、特定の時期に局地的な実働バス台数の不足といった事態が生じている。

また、訪日旅行者数が急増しているアジア各国の言語に対応できる通訳案内士の絶対数が不足しており、①外国語を母国語とする人々による通訳案内士の資格取得に向けた制度見直し、②需要の高い地域における特区ガイドの活用、などの対応策が求められている。

※注　観光庁の「宿泊旅行統計」によれば、2015年9月時点における過去12カ月間の旅館の客室稼働率は38・6％、10月41・1％、11月40・1％。15年9月時点における過去12カ月のシティホテルの客室稼働率は79・9％、10月84・3％、11月82・2％となっている。

#### 5＝インバウンド消費における持続性・発展性の確保

訪日需要の地域分散を視覚的に整理する必要がある。また、四季折々、特に供給に余裕のある秋・冬を中心に日本の魅力を発信し、訪日の時期を分散できるようにしなければならない。

**a　オンシーズンにおける閑散地域の販売促進施策の提案**

オンシーズンにおける閑散地域の販売促進、タイのソンクラーン（4月上旬）時期や、ASEANのスクールホリデー（6月初旬から7月の中旬）、イスラム圏のハリラヤ（ラマダン明け）といった各ソースマーケットの長期休暇に合わせたプロモーションをより強化していく必要がある。

**b　オフシーズンの施策の提案**

冬季は依然として最大のオフシーズンであり、雪の体験旅行もまだ特定エリアに需要が偏っているため、各地域における体験プログラムの開発支援などによるオフシーズンの販売促進が必要である。

#### 2＝這迫する供給不足問題への対応

マーケットニーズを的確に捉え商品化を進めることも、需要拡大の観点から重要なことと考えべきである。

このため、「民泊」について、単に宿泊施設不足を補完するものとして検討を進めるのではなく、時代の変化やマーケットニーズに対応して旅行商品の多様化を図るという観点から検討を進めることが適当である。特に、安心・安全の確保を前提に制度が構築されることと、現行制度における違法行為の根絶といった2点を前提に、取り組みを行うべきである。なお、観光資源としての地方における古民家や、町屋の活用も視野に入れた検討も求められている。

貸し切りバスについては、訪日外国人旅行者の急増に対応するため、臨時営業区域を設定する措置が講じられてきているが、この特例措置の恒久的な制度化と対象区域の広域化の必要性が高まっている。

通訳案内士についても、「通訳案内士制度のあり方に関する検討会」で訪日外国旅行者の急増とニーズの多様化に対応すべく、中長期的な視野から新たな通訳案内士制度を構築するための具体的な方策が検討されている。

#### 4＝「安心・安全」を図るための施策

**①登録制度の導入**

わが国では、鉄道・航空会社は免許制度、バス・タクシーが認可制度、宿泊施設は届け出制度となっており、こうした制度の存在が、「安心・安全」の裏付け要件となっている。

しかしながら、わが国の行政制度などで、登録を義務付けられていない事業者が訪日外国人旅行者に対して徹底に向けた取り組みなどを実施していくこととしている。一方、消費者の旅行手配や斡旋を行いうる状況にあるため、合理性を著しく欠いた取引が横行し、訪日旅行における「質の向上」にとって大きな障害となっている。その影響で「観光立国」の実現を支えるべき関連事業者が疲弊したり、外国人旅行者が訪日旅行を十分に楽しむことができない弊害を及ぼしたりする事態も散見されている。

こうした状況の改善と、将来にわたる訪日旅行の「質の向上」を担保するものとして、訪日旅行および関連地上手配取扱事業者の登録制度を確立し、制度に基づく事業者間の取引や旅行者へのサービス提供が適正に実施されていることを確認できるような仕組みを活用することが必要である。

また、登録制度確立に向けて現状の把握や弊害の改善を図る意味からも、事業者や旅行者が行政への通報や相談ができるホットラインを設置し、実際に機能するよう迅速に進めていくことも、重要である。

大地震や津波、火山噴火といった自然災害が頻発する日本は「災害大国」でもあり、国内各地を訪れる訪日外国人旅行者もまた、自然災害の脅威の中にいるのが現状である。「安心・安全」がツーリズムの最も基本的な要素であることを踏まえれば、「災害大国」であるからこそ、日本はその対処において万全の体制を提供することが、最も「安心・安全」なデスティネーションとしての地位を確立することにつながる。災害時における国による情報把握に資することも含め、「観光危機管理」体制を万全なものとするためにも、訪日旅行および関連地上手配取扱事業者に対し、何らかの制度を早急に導入する必要がある。

**②貸し切りバスの安全確保**

「安心・安全」は全てに優先されなければならない。先般発生した長野県軽井沢町のスキーバス転落事故に関しても、JATAとしては会員会社への下限運賃遵守の周知、シートベルト着装の徹底に向けた取り組みなどを実施していくこととしている。一方、消費者に対する運賃制度に対する理解促進や、「貸切バス選定・利用ガイドライン」を安全対策を重視した内容に改定すること、「セーフティバス」の取得会社拡大など、国、バス協会で主体的に取り組むべき課題もある。官・民一体となって安全に向けた対応が必要である。

#### 5＝「品質認証制度」の活用促進

品質認証制度は平成25年にツアーオペレーター業界の品質向上とともに旅行商品の質の向上により、訪日外国人旅行者の満足度を向上させリピーターとして定着させていくことを目的に導入された。品質認証会社の拡大は訪日旅行全体の質の向上に直結すると期待される。

JATA、および個々の品質認証会社としても制度の普及に努めているが、さらなる拡大のためには、国・JNTOの協力のもとでの本制度の周知、PRに加え品質認証会社のメリットの充実による活用促進を図ることが重要である。

**●結びに代えて**

訪日外国人旅行者の急増が続く中、日本の文化や習慣に対する理解不足などから「トラブル」が発生する恐れも高まっている。旅行業界は訪日外国人旅行者が日本国内で快適に旅行を楽しめるよう情報提供を行うなど啓発を行い「トラブル」を未然に防ぐ役割を果たしてきている。

一方で、急増を続ける訪日外国人旅行者と接することになる一般の国民に対しても、訪日外国人旅行が拡大することの意義について理解を深めてもらわなければならない。日本が「観光立国」を目指していく上で、訪日外国人旅行者の受け入れに幅広い人々の理解を得られる環境を維持する必要がある。

「オールジャパン」や「地方創生」といった視点からは、滞在期間の長い欧米などからの旅行者や繰り返し来日する「日本ファン」、友人・親族などを訪問するVFR（Visit Friends and Relatives）需要を増加させていく必要もある。

訪日外国人旅行者の受け入れは、日本と各国の国民の間における「相互理解」の促進に貢献するものであり、日本のグローバル化と競争力の向上にも寄与するものであることに改めて留意しなければならない。