

主 要 記 事 の 要 旨

訪日外国人旅行者 2000 万人の実現に向けた観光施策 —2020 年の東京オリンピック開催を念頭に—

山 崎 治

- ① 2013（平成 25）年の訪日外国人旅行者数は、1036 万人と初めて 1000 万人を超えた。また、東京が 2020（平成 32）年の夏季オリンピックの開催都市に選ばれたことも、インバウンド（海外からその国への入国）観光にとって強い追い風と受け止められている。
- ② 近年のオリンピック開催国では、開催の約 5 年前から実質 GDP（国内総生産）がそれ以前（開催 10～6 年前）のトレンドより上振れており、オリンピック開催決定により、開催決定年を含むそれ以前 10 年間のトレンド以上に、外国人旅行者の増加ペースが引き上げられる傾向があるとする分析が明らかにされている。
- ③ その一方で、オリンピック等の大規模スポーツ大会開催による経済効果を否定的にとらえる意見もある。経済効果算定における問題として指摘されることが多いのは、長期的視点が欠落している点（一時的に増加した公共事業による経済効果は、その後の公共事業の減少により相殺される）、地域住民等の消費の扱いに誤りがある点（地域住民の消費の大部分は地域内の支出の再配分に過ぎず、地域の経済効果はゼロに近い）である。
- ④ 東京オリンピックの経済効果については、東京 2020 年オリンピック・パラリンピック招致委員会・スポーツ振興局が約 2 兆 9600 億円、みずほ総合研究所が約 2.5 兆円、森記念財団都市戦略研究所が約 19.4 兆円とする試算を公表している。
- ⑤ オリンピック等の大規模スポーツ大会がもたらす負の効果としては、旅行者のクラウディングアウト（大会開催時期の訪問を避ける）、犯罪・反社会的行動、混雑・道路渋滞、テロリズム、物価上昇、環境悪化が考えられる。
- ⑥ 2020（平成 32）年に訪日外国人旅行者数を 2000 万人にするという目標を達成するため、日本経済団体連合会が「高いレベルの観光立国実現に向けた提言」を、観光立国推進閣僚会議が「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」を公表し、様々な施策を提示している。両者で取り上げられている事項はほとんど一致しており、官民の間で問題の認識に大きな違いはないように思われる。
- ⑦ 今後のインバウンド観光施策のポイントとして考えられるのは、入国時と移動時の利便性の向上、買物における利便性の向上、通信機器の使用環境の改善、言語・文化障壁への対応、宿泊施設の選択肢の拡大、長期滞在需要への対応、ビジネス旅行の拡大、誘致対象の明確化、自立した観光地域づくり組織の活用、スポーツツーリズムの振興である。
- ⑧ インバウンド観光については、長期的な経済効果の相殺や地域の経済効果がゼロに近いといった問題が当てはまらず、実質的な効果が期待できる。東京オリンピック開催を機に日本のブランドイメージを確固としたものにするのが望まれるが、その成果を東京に集中させるのではなく、地方にまで波及させることが肝要である。

訪日外国人旅行者 2000 万人の実現に向けた観光施策 —2020 年の東京オリンピック開催を念頭に—

国立国会図書館 調査及び立法考査局
主幹 国土交通調査室 山崎 治

目 次

はじめに

I オリンピック開催の効果

- 1 過去のオリンピック開催国の状況
- 2 東京オリンピックの経済効果の試算
- 3 東京オリンピックの経済効果の試算に対する評価
- 4 オリンピック開催の負の効果

II 訪日外国人旅行者 2000 万人実現に向けた提言等

- 1 経団連提言
- 2 観光立国行動計画 2014
- 3 経団連提言と観光立国行動計画 2014 の比較
- 4 東京オリンピック閉幕後の外国人旅行者確保

III 今後のインバウンド観光施策のポイント

- 1 入国時と移動時の利便性の向上
- 2 買物における利便性の向上
- 3 通信機器の使用環境の改善
- 4 言語・文化障壁への対応
- 5 宿泊施設の選択肢の拡大
- 6 長期滞在需要への対応
- 7 ビジネス旅行の拡大
- 8 誘致対象の明確化
- 9 自立した観光地域づくり組織の活用
- 10 スポーツツーリズムの振興

おわりに

はじめに

2013（平成25）年の訪日外国人旅行者数は、1036万人（前年比24.0%増）と初めて1000万人を超えた。その背景には、アジア諸国の急速な経済成長により海外旅行が可能な所得層が増加したこと、官民一体となった訪日プロモーションとビザ（査証）要件の緩和が功を奏したこと、航空ネットワークが充実したことがあると考えられている。⁽¹⁾

日本のインバウンド（海外からその国への入国）観光に関する明るい材料は、これだけではない。2013（平成25）年9月7日にブエノスアイレスで行われた第125次国際オリンピック委員会（International Olympic Committee）総会において、東京が2020（平成32）年の夏季オリンピック・パラリンピック（以下、特に支障がない場合は「オリンピック」）の開催都市に選ばれたことも、強い追い風と受け止められている。

2012（平成24）年のロンドン・オリンピックでは、競技が行われた8月の訪英外国人旅行者が、前年同月と比べて5%減少した（観光収入は9%増加）⁽²⁾。これは、オリンピック観戦等で英国を訪れた外国人旅行者より、オリンピックによる混雑を避けて英国を訪れなかった外国人旅行者の方が多かったためと考えられるが、他のオリンピックでも見られる一時的な現象に過ぎない。訪英外国人旅行者数は、2012（平成24）年に前年比1%増、2013（平成25）年に前

年比6%増と順調な伸びを示している（図1を参照）。観光庁は、オリンピック開催によりインバウンドの観光需要が長期的に喚起される傾向があると考え、東京オリンピックへの期待を高めている⁽³⁾。

日本は、訪日外国人旅行者数を、東京オリンピックが開催される2020（平成32）年に2000万人まで増やし、2030（平成42）年には3000万人以上にするという目標⁽⁴⁾を掲げており、その実現に向けた施策の検討が急務となっている。そのような検討に資するよう、本稿では、オリンピックのような大規模スポーツ大会の開催が経済等に及ぼす影響に関する議論を紹介し、否定的な見方もあることを示した上で、今後展開するインバウンド観光施策において重視すべきポイントを、最近発表された提言等を参考にして探ることとしたい。

I オリンピック開催の効果

1 過去のオリンピック開催国の状況

夏季オリンピックは、1992年以降、スペインのバルセロナ（1992年）、米国のアトランタ（1996年）、オーストラリアのシドニー（2000年）、ギリシャのアテネ（2004年）、中国の北京（2008年）、英国のロンドン（2012年）で開催された。これらの国においては、オリンピック開催の経済効果⁽⁵⁾（特に観光面）があったと考えて良いのであろうか。また、オリンピック開催の経済効果の予測・推計に問題はないのであろうか。

(1) 国土交通省編『観光白書 平成26年版』pp.10, 17-27. <<http://www.mlit.go.jp/common/001042911.pdf>> なお、本稿におけるインターネット情報は2014年12月10日現在、肩書は当時のものである。

(2) “Overseas Travel and Tourism, August 2012,” 2012.10.11. Office for National Statistics ウェブサイト <http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171778_282767.pdf>

(3) 観光庁スポーツ観光推進室「過去のオリンピック・パラリンピックにおける観光の状況」（平成25年度都道府県等観光主管部長会議（平成26年2月19日開催）資料5）p.2. 国土交通省ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/001029815.pdf>>

(4) 「『日本再興戦略』改訂2014—未来への挑戦—」2014.6.24, p.116. 首相官邸ウェブサイト <<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/honbun2JP.pdf>>

(5) 「経済効果」と「経済波及効果」については、厳密な使い分けがされていない例が多いため、本稿では、原則として「経済効果」を使うことにする。旅行消費がもたらす経済効果は、生産波及効果と雇用創出効果に分けて論じられることもある。

(1) 経済効果を肯定的にとらえる分析

みずほ総合研究所株式会社の大和香織主任エコノミストは、スペインと 2000 年以降の開催国のうち、リーマン・ショックが重なった英国を除いた国々について、オリンピック開催の約 5 年前から実質 GDP（国内総生産）がそれ以前（開催 10～6 年前）のトレンドより上振れているデータを示した。大和主任エコノミストは、トレンドからの上振れ分がすべてオリンピック効果とは言えないが、オリンピック開催（決定）が契機となって経済成長が加速した側面は小さくないと考えている。⁽⁶⁾

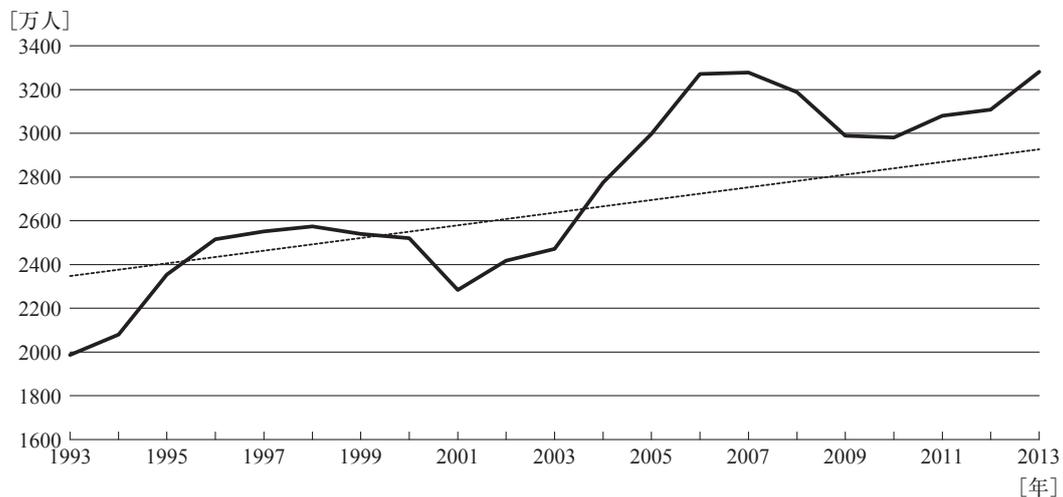
また、みずほ総合研究所は、2013 年 9 月に発表した緊急レポート「2020 東京オリンピックの経済効果—五輪開催を触媒に成長戦略の推進を—」⁽⁷⁾において、スペインと 2000 年以降の開催国では、オリンピック開催決定により、開催決定年を含むそれ以前 10 年間のトレンド以上に、外国人旅行者の増加ペースが引き上げられる傾向があったことを明らかにしている。図

1 は、2012 年にオリンピックを開催した英国を訪れた外国人旅行者について、実際の人数の推移と開催決定年（2005 年）を含むそれ以前 10 年間のトレンドを比較したものである。これと同様の結果が他の開催国でも現れている。

(2) 経済効果を否定的にとらえる意見

インディアナ州立大学（米国）のジェフリー・G. オーウェン（Jeffrey G. Owen）助教授は、2005 年に発表した論文「オリンピック開催の費用便益推計：北京は 2008 年大会に何を期待することができるのだろうか？」⁽⁸⁾において、オリンピック等の大規模スポーツ大会により開催都市に巨大で永続的な経済便益がもたらされるという見方を批判した。オーウェン助教授は、経済効果の予測研究では、経済理論が誤って使用され、経済効果の予測値が大きく出る手法が採用されていることが多く、大規模スポーツ大会開催後の実績値は常に予測値が過大であったことを示していると主張した。

図 1 訪英外国人旅行者数の推移



(注) 点線は、オリンピック開催決定年（2005 年）を含むそれ以前 10 年間のトレンド（線形近似）を示している。
 (出典) Office for National Statistics, *Travel Trends, 2013*, 2014.5.8, p.5. <http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171776_361237.pdf> を基に筆者作成。

(6) 大和香織「オリンピック経済効果シリーズ①—過去の開催国 GDP 上振れ率を用いた試算—」2014.7.24. みずほ総合研究所ウェブサイト <<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/insight/jp140724.pdf>>

(7) みずほ総合研究所「2020 東京オリンピックの経済効果—五輪開催を触媒に成長戦略の推進を—」2013.9.27. <<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/urgency/report130927.pdf>>

(8) Jeffrey G. Owen, "Estimating the Cost and Benefit of Hosting Olympic Games: What Can Beijing Expect from Its 2008 Games?" *The Industrial Geographer*, 3 (1), 2005, pp.1-18. <<http://igeographer.lib.indstate.edu/owen.pdf>>

オーウェン助教授が経済理論の誤用と考えるのは、①スポーツ施設等の建設費用を経済効果（便益）として計算し、直接効果と間接効果という形で二重に数えていること、②スポーツ施設等の建設により他の事業への支出が削られるクラウドイングアウト（押出し）効果を考慮していないこと、③スポーツ施設等の建設費用を病院建設・教育への支出、減税等に使った場合との違いを明確にせず、機会費用⁽⁹⁾を無視していることである。

オーウェン助教授は、通常は経済効果に含めず、定量化されない便益として提示されることが多い大規模スポーツ大会のレガシー（遺産）効果も懐疑的にとらえ、アトランタ・オリンピックとシドニー・オリンピックについて、レガシー効果の見通しの甘さを指摘している。一方で、オーウェン助教授は、大規模スポーツ大会が世界中でテレビ放映されることから、開催都市を世界都市としてアピールする効果があることは認めている。そして、都市のグローバル化においては、観光客誘致が高く評価されると考えるジョン・レニー・ショート（John Rennie Short）氏らの論文⁽¹⁰⁾を引用し、北京のような都市がオリンピックに大きな期待を抱くのは自然なことだとしている。

早稲田大学スポーツ科学学術院の原田宗彦教授も、大規模スポーツ大会の経済効果測定に係る問題として、①測定の仕方に統一性がない（測定者により前提条件や適用手法が異なり、ほとんどの場合は人々が仮定した行動を取ったかどうか検証できない）、②長期的視点が欠落している（一時的に集中する巨大な公共事業の建設投資と生産波及効果から算出される経済効果の数字は、その後の時期の公共事業の減速という経済効果の損失面とト

レードオフの関係になる）、③地域住民等の消費の扱いに誤りがある（地域住民の消費が増加したとしても、その大部分は地域内の支出の再配分に過ぎず、地域の経済効果はゼロに近い。また、混雑や規制によって通常行われるべき経済活動が阻害され、消費活動が停滞する置換コストが考慮されていない）という点を挙げている⁽¹¹⁾。

2016年オリンピックをリオデジャネイロ（ブラジル）で開催することが決まった2009年には、ウェスタン・オンタリオ大学（カナダ）の国際オリンピック研究センター（International Center for Olympic Studies）のロバート・K. バーニー（Robert K. Barney）名誉教授が、オリンピック開催は、市民の誇りを高め、心理的な満足をもたらし、短期的には観光、不動産価格等に良い影響を与えるが、長期的にはオリンピック関連施設の維持・運営支出が利用料金収入を上回り、重荷となる例が多いという考えを明らかにした。他方で、バーニー名誉教授は、市民生活の質を向上させるインフラ（例えば、橋梁、道路、大量輸送システム）の整備及び環境の改善については、市民に長期的な恩恵をもたらすと肯定的にとらえている。⁽¹²⁾

(3) バルセロナ・オリンピックの例

前項では、オリンピック開催の経済効果に対して否定的な見方を紹介したが、本項では、肯定的な評価が多数見られる例として、都市再生への寄与が注目を集めたバルセロナ・オリンピックを取り上げる。

バルセロナでは、1980年代前半から「バルセロナ・モデル」と呼ばれる都市再生計画が進められていたが、1986年のオリンピック開催決定を機に、戦略的な取組が開始された。千葉

(9) 「機会費用」とは、ある行動とは別の選択肢を選んだ場合に得られたであろう利益のことを指す。実際の支出を伴う会計学上の費用ではなく、経済学上の費用である。

(10) John Rennie Short et al., "From world cities to gateway cities: Extending the boundaries of globalization theory," *City*, 4(3), 2000.11, pp.317-340.

(11) 原田宗彦「メガ・スポーツイベントと経済効果—数字に潜む問題点—」『都市問題研究』60(11), 2008.11, pp.83-87.

(12) "Do Olympic Host Cities Ever Win?" 2009.10.2. New York Times ウェブサイト <<http://roomfordebate.blogs.nytimes.com/2009/10/02/do-olympic-host-cities-ever-win/>>

大学工学部の福川裕一教授らは、思い切った逆転の発想を取り入れたことがバルセロナ・モデルを成功に導いたと考えている。逆転の発想とは、①部分から全体へ、②質から量へ、③難しいところから始めるの3点である。⁽¹³⁾

バルセロナは、稠密な市街地に質を吟味した公共空間(広場、通りなど)を設け、それらのネットワークを広げることにより、面的に地区全体へと再生を浸透させていった。公共空間の質の向上がその地区のネガティブなイメージを低減させ、人が集まるようになって治安が改善された。建物の所有者は、資産価値の上昇を見込んで建物の手入れを行うようになり、既存店舗を改装したり新たに店を始めたりする動きが強まった。失業率が高く犯罪等の温床となっていた周縁と中心の疲弊地区の再生が真っ先に図られ、バルセロナ・モデルは、官が空間を民が建物を受け持つという官民協働の枠組みへと発展していった。⁽¹⁴⁾

バルセロナでは、オリンピック開催年の1992年に向け、大規模な都市インフラ整備も進められた。「オリンピックはひとつの通過点に過ぎず、都市再生の大きな流れは淀まないかのように、次から次へと都市の新しい魅力が創出されていった」⁽¹⁵⁾ため、オリンピック開催後にインフラ整備が急激に落ち込むようなことはなかった。

バルセロナ自治大学のフェラン・ブルネット(Ferran Brunet)教授は、2005年に発表した論文において、バルセロナ・オリンピックの経済効果(1986~1993年)を直接効果で97億6200万米ドル、間接効果で162億6600万米ドルと試

算した。ブルネット教授は、1986~1993年の建設投資80億1200万米ドルの36.8%が民間部門によって行われ、その比率の高さが都市の魅力の改善につながったと評価している。また、失業率を1986年10月と1992年8月で比較し、バルセロナで18.4%から9.6%に、スペイン全体で20.9%から15.5%に減少したとしている。⁽¹⁶⁾

観光に関する指標では、1990年に173万人であったバルセロナ市への旅行者数(国内旅行者を含む)が、オリンピック開催後に増え続け、2000年には314万人となり、2013年には757万人に達した⁽¹⁷⁾。スペインを訪れる外国人旅行者数も同様で、1990年に3409万人だったものが、2000年に4640万人となり、2012年には5770万人にまで増加している⁽¹⁸⁾。

2 東京オリンピックの経済効果の試算

経済効果の試算結果の利用に当たっては、前節で挙げたような問題があることを念頭に置く必要があるが、東京オリンピックについても複数の試算が公表されている。本節では、東京2020年オリンピック・パラリンピック招致委員会・スポーツ振興局(以下「東京都」、みずほ総合研究所、一般財団法人森記念財団都市戦略研究所)の試算を取り上げる⁽¹⁹⁾。

(1) 東京都の試算

東京都は、2012(平成24)年6月に、東京オリンピック開催の経済効果(2013(平成25)~2020(平成32)年)を約2兆9600億円(東京都で約1兆6700億円、その他の地域で約1兆2900億

(13) 福川裕一ほか『持続可能な都市—欧米の試みから何を学ぶか—』岩波書店, 2005, pp.123-124.

(14) 同上, pp.129, 134, 135.

(15) 同上, p.144.

(16) Ferran Brunet i Cid, *The economic impact of the Barcelona Olympic Games, 1986-2004*, 2005, pp.7, 8, 14. Centre d'estudis Olímpics - Universitat Autònoma de Barcelona ウェブサイト <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp084_eng.pdf>

(17) Turisme de Barcelona, *Tourism statistics in Barcelona and regions*, 2014.4, p.9. <<http://professional.barcelonaturisme.com/imgfiles/estad/Est2013.pdf>>

(18) "International tourism, number of arrivals." The World Bank Group ウェブサイト <<http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>>

円)と試算したことを明らかにした。雇用誘発数は152,202人(東京都で83,706人、その他の地域で68,496人)と推計された。資本投資として分析対象に加えられたのは大会関係施設のみで、大会開催の有無にかかわらず整備される道路や鉄道等のインフラ整備費は対象外とされた。消費支出として対象となったのは、大会運営費、大会関係者や観戦客の消費支出、家計消費支出(オリンピックグッズやテレビの購入費等)である。東京都は、競技会場配置や大会運営等の詳細な大会開催計画が固まった時点で、経済効果を算定し直す予定であるとしている。⁽²⁰⁾

(2) みずほ総合研究所の試算

みずほ総合研究所は、前述の緊急レポート⁽²¹⁾において、東京オリンピックの経済効果についても論じている。みずほ総合研究所は、経済効果を3つの局面、2種類の効果に分けて考察した。3つの局面は、オリンピック開催の前・中・後である。2種類の効果は、オリンピック開催がもたらす「直接効果」(競技会場の新設や競技観戦に関連した消費等の新規需要と、そこから派生的に生じる需要)と「付随効果」(2020(平成32)年を目標に加速する可能性がある都市インフラの整備や、都市のイメージアップと政策推進が相まって誘発することが期待される観光需要等)である。そして、ある程度の確度を持って定量的に推定できるのは「直接効果」の方で、一定の前提により、新規需要を約1.0兆円、生産誘発額を約2.5兆円、建設や小売、サービス業を中心

とした雇用創出を21万人と見込んでいる。

みずほ総合研究所は、直接効果よりも付随効果をいかにして極大化するかが重要と考え、シドニー・オリンピック開催を契機とする観光戦略を実行して成果を挙げたオーストラリアや、バルセロナ・オリンピック開催を起爆剤として都市再生を成し遂げ、都市競争力を高めることに成功したスペインの事例等を参考にすることを薦めている。そして、東京オリンピック開催を単なる一イベントに終わらせることなく、成長戦略推進の触媒とし、日本再生につなげることの必要性を強調している。

(3) 森記念財団都市戦略研究所の試算

森記念財団都市戦略研究所も、2014(平成26)年1月に「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に伴う我が国への経済波及効果」⁽²²⁾と題するレポートを発表している。同レポートは、東京オリンピックの経済効果を約19.4兆円(東京都が試算した経済効果約3兆円+独自の試算による経済効果16.4兆円)と試算した。この経済効果は、GDPを0.3%押し上げ、全国で延べ約121万人の雇用を誘発すると考えられている。

森記念財団都市戦略研究所の試算は、東京都が想定したオリンピックの施設整備費や大会整備費のような開催に直接関係した事項だけでなく、ロンドン・オリンピックの際に発揮された効果や、国民の消費拡大⁽²³⁾、都市づくりの進展、企業活動の活発化、新規産業による雇用の増加等、経済活動全般が活発化することまで見込ん

(19) ほかに、例えば日本総研の試算(山田久・村瀬拓人「2020年東京五輪の経済効果をどうみるか—7~12兆円の景気浮揚効果—」2013.9.13.日本総研ウェブサイト<<http://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/report/researchfocus/pdf/7023.pdf>>)等、幾つかの試算が公表されている。また、みずほ総合研究所は、平成26(2014)年12月に、付随効果まで含めた試算を行ったレポート(「2020東京オリンピック開催の経済効果は30兆円規模に—マクロアプローチと個別効果の積み上げによる試算」2014.12.10.みずほ総合研究所ウェブサイト<<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/report/report14-1210.pdf>>)も発表している。

(20) 東京2020オリンピック・パラリンピック招致委員会・スポーツ振興局「2020年オリンピック・パラリンピック開催に伴う経済波及効果は、約3兆円雇用誘発数は約15万人」2012.6.7.東京都ウェブサイト<<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/06/20m67800.htm>>

(21) みずほ総合研究所 前掲注(7)

(22) 森記念財団都市戦略研究所「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に伴う我が国への経済波及効果」2014.1.<http://www.mori-m-foundation.or.jp/pdf/140107_Olympic2020_release.pdf>

でいる。

その上で、森記念財団都市戦略研究所は、自らが推定した経済効果の実現に向けた政策として、労働市場政策とイノベーションを創発するための規制改革の必要性を訴えている。前者については、高齢者や女性の労働参加を促進するとともに、雇用の流動化などを促す政策を求めている。後者については、オリンピックのための事業の前倒しにより開催後に事業活動が停滞することを回避するため、持続的な成長のための新たな需要創出につながるイノベーションを生み出すための規制改革が必要だとしている。

3 東京オリンピックの経済効果の試算に対する評価

東京都の試算について、三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社の片岡剛士主任研究員は、3つのポイントを指摘している。1つ目は、オリンピック開催というイベントに何を考慮するか（例えば、大幅な観光客の増加が見込まれるのか等）により経済効果の大小が異なってくることである。2つ目は、産業連関分析という分析手法では、相対的に価格が安くなった財・サービスの需要が進み、相対的に価格が高くなった財・サービスの需要が減る代替効果や、実質所得変化を通じた所得効果が考慮されない点に留意すべきということである。3つ目は、経済効果に含まれる事業が優先されることにより、他の事業が行われなくなる可能性が考慮されていない点に留意すべきということである。⁽²⁴⁾

一方で、株式会社野村総合研究所の小林庸至

上級コンサルタントは、東京都の試算について、「英国貿易投資総省（UK Trade & Investment）が2013年7月に発表したロンドンオリンピックの1年間の経済波及効果は99億ポンド（約1兆6830億円、1ポンド＝170円で換算）であり、東京のGRP（域内総生産）はロンドンの約2倍であることを考えると、妥当な金額と言えるであろう。」と述べている⁽²⁵⁾。

また、関西大学大学院会計研究科の宮本勝浩教授は、森記念財団都市戦略研究所の試算について「一部は東京都の計算と重なるところがあり、また一部はあまりにも楽観的で客観性に乏しい期待値であるに過ぎない」と述べ、みずほ総合研究所の試算の方を評価している⁽²⁶⁾。

4 オリンピック開催の負の効果

これまでは主にオリンピック開催がもたらす正の効果を取り上げてきたが、負の効果も無視することはできない。上海大学の Dongfeng Liu 教授らは、2014年に発表した論文⁽²⁷⁾（以下「Liu 教授論文」）において、オリンピック等の大規模スポーツ大会がもたらす負の効果として、①旅行者のクラウディングアウト、②犯罪・反社会的行動、③混雑・道路渋滞、④テロリズム、⑤物価上昇、⑥環境悪化を挙げ、関連論文を紹介している。

①の旅行者のクラウディングアウトは、「はじめに」で挙げたロンドン・オリンピックの例のように、大規模スポーツ大会による混雑を避けようとする旅行者が現れる現象である。この現象は、1984年のアトランタ・オリンピック、

(23) 社会全体で華やかな喜ばしい出来事が起きたとき、気分が高揚して、財布のヒモが緩み、消費行動が拡大する「ドリーム効果」の発生が想定されている。具体的には、ハイビジョンテレビ等の高性能電気機器の購入促進、スポーツ活動の拡大、スポーツ用品の購入促進、国際交流に関わる人の増大に伴う外国語会話スクール受講生の増加等が考えられている。

(24) 片岡剛士「東京五輪の経済波及効果」を考へる」2013.10.10. 三菱 UFJ リサーチ & コンサルティングウェブサイト <http://www.murc.jp/thinktank/rc/column/kataoka_column/kataoka131010.pdf>

(25) 小林庸至「2020年のオリンピックを契機とした「東京再構築」の必要性」『知的資産創造』22(5), 2014.5, p.7.

(26) 宮本勝浩「2020年東京オリンピック・パラリンピックの経済効果」『運輸と経済』74(8), 2014.8, p.85.

(27) Dongfeng Liu and Robert Wilson, "The negative impacts of hosting mega-sporting event and intention to travel: a test of the crowding-out effect using the London 2012 Games as an example," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 15(3), 2014.4, pp.161-175.

2000年のシドニー・オリンピック、2002年のサッカー・ワールドカップ（韓国）でも発生したと考えられているが、第1節で述べたとおり、長期的に見れば外国人旅行者の増加ペースが引き上げられる傾向が確認されていることから、深刻にとらえる必要はないように思われる。

②の犯罪・反社会的行動は、窃盗、暴力、破壊行為等の犯罪を指している。日本では現実性が薄いと思われるかもしれないが、サッカー・ワールドカップの際に取られるフリーガン対策のような対応が必要となる。この問題について、Liu教授論文は、スポーツ大会開催地よりも、セキュリティ対策が取られていない周辺地で問題化する危険性が高いことを指摘した論文があることにも言及している。

③の混雑・道路渋滞について、Liu教授論文では詳しく触れられていないが、例えば、ロンドン・オリンピックの際は、オリンピック・ルート・ネットワーク（Olympic Route Network: ORN）⁽²⁸⁾の設定等の対策が取られた。ORNは、交通状況等を踏まえ、大会関係車両の通行を優先させる交通マネジメントで、オリンピックとは関係のない道路利用者に対する影響を最小化する狙いもあって採用された。

④のテロリズムの危険性も忘れるわけにはいかない。1992年のバルセロナ・オリンピックの際に6620万米ドルであったセキュリティ対策予算は、2008年の北京オリンピックでは65億米ドルに膨れ上がった。2012年のロンドン・オリンピックでは8億8000万米ドルに減少しているが、それでも20年前の13倍強である。

沖縄県知事公室地域安全政策課の中林啓修主任研究員は、近年のテロリズムの傾向として、背景が読み取りにくい事案が多く、個人による犯行が目立つことを挙げている。そのため、個人を過激化させない対策の重要性が増しているとして、欧州連合（EU）も採用した予防的アプローチ（個人の過激化につながる要因への対処、テロリストのリクルート活動への対抗等）を社会が自覚的に進めることを求めている。⁽²⁹⁾

⑤の物価上昇について、Liu教授論文は、常に発生する現象ではないという事実と、住民がそれほど問題視していないという調査結果を紹介している。⑥の環境悪化について、Liu教授論文は、過去のオリンピック開催が森林破壊、騒音、大気汚染につながる傾向があったこと等を指摘している。東京オリンピックでも環境問題の重要性は認識されており、広範囲にわたる取組が想定されている⁽³⁰⁾。

II 訪日外国人旅行者2000万人実現に向けた提言等

東京オリンピックが開催される2020（平成32）年に向け、日本の観光施策は何を重視すべきなのであろうか。一般社団法人日本経済団体連合会（以下「経団連」）が2014（平成26）年6月11日にまとめた「高いレベルの観光立国実現に向けた提言」⁽³¹⁾（以下「経団連提言」）と、観光立国推進閣僚会議（主宰：内閣総理大臣）が同月17日に発表した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」⁽³²⁾（以下「観光立国行動計

(28) Olympic Delivery Authority, *Olympic Route Network and Paralympic Route Network*, 2010.7. <<https://www.westminster.gov.uk/sites/default/files/uploads/workspace/assets/publications/Olympic-and-Paralympic-Route-Network-1280411921.pdf>>

(29) 中林啓修「現代テロリズムの傾向と多様化するテロ対策—過激化とテロ予防策を中心に—」『運輸と経済』74(8), 2014.8, pp.53-63.

(30) 「TOKYO 2020 Discover Tomorrow テーマ5 環境」東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会ウェブサイト <https://tokyo2020.jp/jp/plan/candidature/dl/tokyo2020_candidate_section_5_jp.pdf>

(31) 日本経済団体連合会「高いレベルの観光立国実現に向けた提言」2014.6.11. <<https://www.keidanren.or.jp/policy/2014/057.html>>

(32) 観光立国推進閣僚会議「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014—「訪日外国人2000万人時代」に向けて—」2014.6.17. <<http://www.mlit.go.jp/common/001046636.pdf>>

画 2014) では、2020 (平成 32) 年に訪日外国人旅行者数を 2000 万人にするという目標を達成するため、様々な施策が提案されている。本章では、官民の間で基本的な認識に違いがないかどうか確認するため、経団連提言と観光立国行動計画 2014 が取り上げている項目を比較する。また、東京オリンピックを機に訪日外国人旅行者数を増加させることに成功した場合、その勢いをオリンピック閉幕後も失わないようにするための方策について論じた論文を紹介する。

1 経団連提言

経団連は、2020 (平成 32) 年を一つのステップとして高いレベルの観光立国を実現するため、前述の経団連提言をまとめ、2014 (平成 26) 年 6 月 16 日に太田昭宏国土交通大臣に、同月 18 日に菅義偉内閣官房長官に建議した。経団連提言は、「はじめに」で現状と目指すべき方向を明確にした後、「1. 国の体制強化」、「2. 観光立国に資するハードインフラの整備」、「3. 観光立国に資するソフトインフラの強化」、「4. その他に国・地方が取り組むべき課題」、「おわりに」において、具体的な取組を提示している。

「1. 国の体制強化」では、①観光庁の体制及び機能強化、②観光予算の確保等、③日本政府観光局 (JNTO)⁽³³⁾の機能強化、④国による MICE⁽³⁴⁾戦略の立案遂行、⑤国を挙げたジャパン・ブランド発信の強化が取り上げられている。

「2. 観光立国に資するハードインフラの整備」では、①首都圏空港の容量拡大・整備、②地方空港の活用と CIQ⁽³⁵⁾体制の充実、③ビジネスジェットの利用促進に向けた基盤整備、④空港アクセスの利便性向上、⑤クルーズ寄港促進に向けた港湾関係のインフラ整備、⑥次世代自動車による交通輸送システム構築に向けた施設整備、⑦大規模 MICE 施設の整備が取り上げられている。

「3. 観光立国に資するソフトインフラの強化」で取り上げられているのは、①ビザ発給要件の一層の見直し、②入国手続の円滑化・迅速化、③多言語表示の一層の充実・見直し、④通訳案内士制度の見直し・ボランティアガイドの登録と研修の充実、⑤ユニークベニュー⁽³⁶⁾の活用促進、⑥ 24 時間対応「ワンストップ・コールセンター」と外国人旅行者苦情対応相談センターの設置、⑦公共施設等のバリアフリー対応強化と「心の」バリアフリーの実現に向けた教育・研修機会の増大、⑧ムスリム用の礼拝スペース確保等の宗教上の配慮の推進、⑨外国人旅行者のショッピング等の利便性の向上、⑩公共施設等での無料公衆無線 LAN サービス提供エリアの一層の拡充、⑪ IT 等先進技術の一層の活用である。

「4. その他に国・地方が取り組むべき課題」では、①全国各地での魅力ある観光地域づくりの一層の強化、②観光資源としての景観の整備・

(33) 正式名称は「独立行政法人国際観光振興機構 (Japan National Tourism Organization)」で、観光庁が所管している。

(34) 「MICE」とは、企業等の会議 (Meeting)、企業等が行う報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市及びイベント (Exhibition/Event) の頭文字を取った言葉で、多くの集客が見込まれるビジネス旅行・イベントを指す (「MICE の開催・誘致の推進」2014.10.8. 観光庁ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/mice.html>> を参照)。

(35) 「CIQ」とは、国境を越える際の交通・物流において必要な手続で、税関 (Customs)、出入国管理 (Immigration)、検疫 (Quarantine) を包括した略称である。

(36) 「ユニークベニュー」とは、歴史的建造物等の特別な空間で会議・レセプションを開催することにより、その地域の伝統文化・生活文化等も体験できるようにすることで、海外では一般的に用いられている MICE 推進手法。日本では、まだ普及していないが、日本旅行業協会 (JATA) が JATA 旅博 2013 前夜祭を東京都の増上寺境内で実施した例があり (「旅行業界のプレゼンス示した 4 日間 TABIHAKU NIGHT 2013 世界を魅了したユニークベニュー増上寺でのおもてなし」『JATA Communication』80 号, 2013.10, p.1. <http://www.jata-net.or.jp/jatacomi/1310/pdf/201310_01.pdf>)、京都市の二条城が MICE 利用の募集を行っている (「世界遺産・二条城 MICE プラン」事業の実施について」2013.11.15. 京都市ウェブサイト <<http://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/page/0000158831.html>>)。

保全、③国民の語学力の向上、④多様なモビリティの活用に向けた環境整備が取り上げられている。

「おわりに」では、経団連が進める取組として、①国際観光交流の拡大に向けた民間外交の実施、②関係機関・団体等とのノウハウの共有・連携強化、③高度観光人材の育成に向けた経団連観光インターンシップの実施、④企業活動の実態に応じた有給休暇・ボランティア休暇の取得促進が挙げられ、官民一丸となって取り組むことの重要性が強調されている。

2 観光立国行動計画 2014

観光立国行動計画 2014 は、「1. 「2020 年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興」、「2. インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組」、「3. ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化」、「4. 世界に通用する魅力ある観光地域づくり」、「5. 外国人旅行者の受入環境整備」、「6. MICE の誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み」という 6 つの柱を立て、それぞれの分野に存在する隘路を打開するための施策を挙げている。

「1. 「2020 年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興」で挙げられている施策は、①オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション、②オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備（空港のゲートウェイ機能³⁷⁾の強化、空港アクセスの改善、無料公衆無線 LAN の整備・多言語対応の徹底、多機能フリーパスの検討、観光案内拠点・観光ガイドの充実）、③オリンピック・パラリンピック開催効果の地域への波及（航空による地方へのアクセスの充実、地方への鉄道旅行の促進等）、④オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速である。

「2. インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組」で挙げられている施策は、①インバウンド推進の担い手の拡大、②訪日プロモーションの戦略的拡大（中国の沿岸部・内陸部、東南アジア諸国向けの強化等）、③訪日プロモーションの新たな切り口での展開（教育旅行の誘致など若年層の交流拡大に向けたプロモーションの実施等）、④訪日プロモーションの実施体制の整備、⑤効果的なメディア戦略、⑥オールジャパン体制による連携の強化である。

「3. ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化」で挙げられている施策は、①ビザ要件の戦略的緩和、②外国人長期滞在の促進（外国人富裕層を対象に観光目的による滞在期間を最長 1 年とする方向で検討等）、③出入国手続の迅速化・円滑化（国際線トランジット客が乗継ぎの間に入国し、空港周辺地域を観光しやすくする枠組みの構築等）、④本邦航空会社による新規路線の開設や LCC³⁸⁾の参入促進等による利用しやすい旅行商品の創出である。

「4. 世界に通用する魅力ある観光地域づくり」で挙げられている施策は、①地域連携による情報発信強化と新たな広域周遊ルートの形成、②地方の魅力を来訪者に体感してもらうための仕組みづくり（規制制度面での環境整備、地域の観光振興の促進、観光地域づくりを担う主体への支援制度）、③世界に通用する地域資源の磨き上げ（魅力ある空間の形成、美しい自然の活用、海洋観光の展開、豊かな農山漁村の魅力、日本食文化の発信、文化資源・科学技術との連携）、④観光振興による被災地の復興支援である。

「5. 外国人旅行者の受入環境整備」で挙げられている施策は、①多言語対応の改善・強化（多言語対応ガイドラインの徹底、多言語アプリの活用、外国人旅行者に分かりやすい地図・ナビゲーション、道路・鉄道の外国語案内等、外国人が利用しやすい

37) 「ゲートウェイ機能」とは、地域外から来た旅客を地域内の他の都市に送り届ける機能、又は地域内の旅客を集めて他地域に送り届ける機能のことである。

38) 「LCC」は「Low Cost Carrier」を略した言葉で、効率的な運営により低価格の運賃で運航サービスを提供する航空会社を指す。

タクシーサービス、美術館・博物館での展示解説等)、②無料公衆無線 LAN 環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善、③公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備(ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入、空港アクセスの改善、貸切バスの供給確保等)、④「クルーズ 100 万人時代」実現のための受入環境の改善(出入国手続の円滑化等)である。

「5. 外国人旅行者の受入環境整備」では、⑤ムスリムおもてなしプロジェクトの実施(食事の原材料や礼拝環境等の情報を発信)、⑥「外国人旅行者向け消費税免税制度」の拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と決済環境の整備(免税店情報の効果的な発信、全国各地の免税店を 10,000 店規模へ倍増、外国人旅行者でも利用可能なクレジットカード等の利用可能施設の拡大等)、⑦外国人旅行者の安全・安心確保(災害時の外国人旅行者への初動対応体制の構築、医療機関における外国人患者受入体制の充実)、⑧多様な滞在ニーズへの対応と宿泊施設の情報提供の充実、⑨観光産業の人材育成も挙げられている。

「6. MICE の誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み」で挙げられている施策は、①MICE に関する取組の根本的強化(国際会議の誘致に加え、企業が主体となるミーティング・インセンティブ旅行、展示会・イベントに取組を拡大、MICE 戦略・強化都市への多面的支援、ユニークベニューを含めた MICE の受入環境整備)、②外国人ビジネス客の取り込み強化(首都圏空港におけるビジネスジェットの利用環境整備を含めた訪日アクセス等の利便性向上等)、③統合型リゾート(Integrated Resort: IR)についての検討である。

3 経団連提言と観光立国行動計画 2014 の比較

表 1 は、経団連提言と観光立国行動計画 2014

が取り上げている事項を大まかに比較したものであるが、両者共に取り上げている事項が多く、官民の間で問題の認識に大きな違いはないように思われる。

4 東京オリンピック閉幕後の外国人旅行者確保

インバウンド観光の推進にとって、東京オリンピックが開催される 2020(平成 32)年は、あくまでも通過点である。野村総合研究所が 2013(平成 25)年 9 月に発表した論文「観光産業の起爆剤として期待される東京オリンピック」⁽³⁹⁾は、オリンピック閉幕後も外国人旅行者を確保し続けるための方策について論じている。

同論文は、オリンピックの準備・開催期間中にいわゆる「オリンピック効果」で訪日した外国人旅行者のリピーター化、又は口コミ等による新規需要獲得が必要であると考え、そのための取組として、①地方部(首都圏以外の地域)への外国人旅行者の誘導と、②「おもてなし」の点検・改善を挙げている。

①で具体的に挙げられた施策は、a) ソフト施策充実による国内移動の円滑化(JR グループ⁽⁴⁰⁾の鉄道やバスが利用できる「Japan Rail Pass」等の外国人旅行者向けパスの利便性の向上、海外からの指定席予約の実現)、b) 地方部観光コンテンツのプロモーション(海外の旅行代理店向けに提供する視察旅行等による「東京から地方へ」「地方から東京へ」という観光ルートの発信等)、c) データに基づいたマーケティング手法確立(GPS データを用いた観光行動分析の対象の外国人旅行者への拡大等)である。

②については、日本の強みである「おもてなし」に改善の余地があるという問題意識から、外国人旅行者のニーズを的確に把握し、「おもてなし」の現状と突き合わせ、改善点を抽出することが必要であるとされた。具体的には、観

(39) 岡村篤ほか「観光産業の起爆剤として期待される東京オリンピック」『NRI パブリックマネジメントレビュー』124 号、2013.11. <<http://www.nri.com/~media/PDF/jp/opinion/teiki/region/2013/ck20131102.pdf>>

(40) 北海道旅客鉄道株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、東海旅客鉄道株式会社、西日本旅客鉄道株式会社、四国旅客鉄道株式会社、九州旅客鉄道株式会社の 6 社。

表 1 経団連提言と観光立国行動計画 2014 の比較

取り上げている事項	経団連提言	観光立国行動計画 2014
観光庁の体制・機能強化、観光関連予算の確保	○	
訪日プロモーションの実施体制の整備、戦略的拡大	○	○
インバウンド推進の担い手の拡大	○	○
MICE 戦略の重視	○	○
国を挙げたジャパン・ブランド発信の強化	○	○
首都圏空港の活用と CIQ 体制の充実	○	○
航空による地方へのアクセスの充実	○	○
本邦航空会社による新規路線開設や利用しやすい旅行商品の創出	○	○
ビジネスジェットの利用促進に向けた基盤整備	○	○
空港アクセスの利便性向上	○	○
クルーズ寄港に向けた港湾関係のインフラ整備	○	○
次世代自動車による交通システム構築に向けた施設整備	○	
公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備		○
小型モビリティ（自転車等）の活用に向けた環境整備	○	○
バリアフリー化の加速	○	○
査証発給要件の見直し	○	○
入国手続の円滑化・迅速化	○	○
外国人長期滞在の促進		○
多言語対応の改善・強化	○	○
観光ガイド、通訳案内士等の充実	○	○
ユニークベニューの活用促進	○	○
外国人旅行者の安心を確保するための相談受付体制の整備	○	○
イスラム教徒の旅行者に対する配慮	○	○
外国人旅行者の買物の利便性向上	○	○
無料公衆無線 LAN サービス提供エリアの拡大	○	○
多様な滞在ニーズへの対応と宿泊施設の情報提供の充実		○
観光客を地方へ誘客するための施策の充実	○	○
全国各地での魅力ある観光地域づくりの強化	○	○
観光資源としての景観の整備・保全	○	○
観光振興による被災地の支援	○	○
統合型リゾートに関する検討	○	○
国民の語学力の向上	○	
国際観光交流の拡大に向けた民間外交の実施	○	
国、地方の経済団体、広域観光組織間の連携強化・ノウハウ共有	○	○
観光産業の人材育成	○	○
企業活動の実態に応じた有給休暇等の取得促進	○	○

(出典) 日本経済団体連合会「高いレベルの観光立国実現に向けた提言」2014.6.11. <<https://www.keidanren.or.jp/policy/2014/057.html>>; 観光立国推進閣僚会議「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014—「訪日外国人 2000 万人時代」に向けて—」2014.6.17. <<http://www.mlit.go.jp/common/001046636.pdf>> を基に筆者作成。

光関連事業者（特に地方部）の英語対応能力の改善が求められ、オリンピック、国際会議、国際展示会のように日本が戦略的な誘致を目指すイベントに参加する外国人旅行者のために、専用の入国カウンター設置（香港では行われている）の検討を行うことが提案されている。

Ⅲ 今後のインバウンド観光施策のポイント

経団連提言と観光立国行動計画 2014 で取り上げられている事項は多岐にわたっており、重大な認識漏れがあるとは思えない。また、以前から認識されていた課題の一部については、既に対応が開始されている。したがって、現時点における対応状況の確認という意味合いが強くなるが、本章では今後の日本のインバウンド観光施策において重視すべきポイントを整理することにした。

1 入国時と移動時の利便性の向上

まずは日本に入国する時の利便性を向上させる必要がある。特に短期滞在ビザの発給要件の緩和は効果が大きく、これまでも緩和対象の拡大が少しずつ図られてきた。2014（平成 26）年 6 月には、外務省が、①可能な限り早急にインドネシア、フィリピン、ベトナムに対するビザ免除の実現に努力すること、② 2014（平成 26）年夏までにインド向け数次ビザの発給を開始することを発表している⁽⁴¹⁾。また、入国の容易化に関しては、株式会社東レ経営研究所の永井知美シニアアナリストが「地方へ呼びこむには地方空港の入国審査官を増やすなど受け入れ態

勢を強化する必要がある」という指摘を行っており⁽⁴²⁾、法務省も入国審査官増員の方針を明らかにしている⁽⁴³⁾。

次に国内移動の容易化である。ロンドン、オリンピックに備えて公共交通の改善に力を入れたが、東京を含めた首都圏の公共交通については、ソフト面でも工夫の余地があると考えられる。工夫の余地は、三菱 UFJ リサーチ & コンサルティングが 2014（平成 26）年 1～2 月に実施した「首都圏の公共交通利用に関するアンケート調査」（以下「首都圏公共交通利用調査」）の結果⁽⁴⁴⁾にも現れている。この調査では、直近 1 年以内に観光目的で訪日した人で、自由旅行での観光が多いと想定される、韓国（150 人）、台湾（150 人）、米国（150 人）が調査対象となっている。

訪日外国人旅行者が利用した公共交通機関の利用率が高い順に並べると、地下鉄（85.3%）、JR（62.2%）、私鉄（24.2%）、タクシー（14.4%）、公共バス（12.9%）であった。IC カード形式のチャージ式パス（Suica、Pasmo 等）、東京フリー切符（JR、地下鉄、バスが利用可能）等の交通パスを全く利用していない人の割合は 12.2%に留まり、乗るたびに切符を買わなくてよい等の利便性を有した交通パスのニーズは高い。今後は、どの交通パスを買ったらよいのか迷わないよう、適切な情報提供が望まれる。

利用率が高かった地下鉄と JR のいずれについても、速さ、正確さ、安全性・治安といった機能的価値に対する評価は高かったが、快適さ、楽しさ、分かりやすさといった情緒的価値と安さに対する評価は低かった。東京都心部の鉄道路線は、日本人でもわかりにくく、言葉の壁が

(41) 「インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド国民に対するビザ緩和」（報道発表）2014.6.17. 外務省ウェブサイト <http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press4_000949.html>

(42) 「インドネシア向けビザ免除 観光立国へ緩和拡大 政府行動計画 免税店、地方にも」『日本経済新聞』2014.6.18.

(43) 「法務大臣閣議後記者会見の概要 平成 26 年 10 月 14 日（火）」法務省ウェブサイト <http://www.moj.go.jp/hisho/kouhou/hisho08_00579.html>

(44) 松田明子・砂子友基「コンサルティングレポート 外国人観光客の首都圏交通インフラ利用調査結果のお知らせ—観光客増大に向けた課題と改善ポイントが明らかに—」2014.6.13. 三菱 UFJ リサーチ & コンサルティングウェブサイト <http://www.murc.jp/thinktank/rc/report/consulting_report/cr_140613.pdf>

あり地理に不案内な外国人が使いこなすのが難しいことは容易に想像できる。首都圏公共交通利用調査では、①利用実態に即した外国人旅行者向け路線図・地図・ガイドブックの作成・配付、②無料 Wi-Fi 環境及びスマートフォン等で路線検索が簡単にできるアプリの利用環境の整備、③外国人旅行者向けの IC カード型交通バスの発行、④サイン（ピクトグラム）を全国的に統一する取組等が提案されている。

また、国内移動に関しては、外国人旅行者の急増により観光バス不足が深刻になっている⁽⁴⁵⁾。国土交通省は、そのような状況に対処するため、2014（平成26）年4月以降の認可日から6月まで、外国人旅行者向け（運送申込者が外国の旅行会社）の観光バス（日本バス協会が実施するバス事業者安全性評価認定を受けた事業者に限る）の運行を、本来の営業区域に加え、臨時営業区域（当該事業者の営業所が所在する区域を管轄する運輸局の管轄区域（地方ブロック）が臨時営業区域とされた）でも認める措置を取った⁽⁴⁶⁾。このような対応については、競争激化による単価下落を懸念する意見もあり⁽⁴⁷⁾、問題は単純ではないが、6月までの予定であった措置は11月まで延長されており⁽⁴⁸⁾、今後も有力な選択肢とみなされるように思われる。

外国人旅行者のタクシー利用にも問題がある。タクシー運転手が外国語で観光案内することができれば、外国人旅行者にとってタクシーの利便性は格段に高まる。タクシー運転手が通訳案内をすることは、現在も可能であるが、あくまでも無料サービスという位置づけで、運賃

に通訳料を上乗せして請求することはできない。有料で通訳ガイドを行うには通訳案内士の資格が必要になるが、タクシー運転手はその資格を取得するとなるとハードルが高い。政府は、構造改革特区制度を使い、地域限定で基準を満たしたタクシー運転手に有料での通訳ガイドを認めることを検討すると報じられている⁽⁴⁹⁾。

2 買物における利便性の向上

外国人旅行者にとって買物は大きな魅力であり、免税店や免税対象品の拡大が望まれているが、この点に関しては、既に具体的な取組が進められている。2013（平成25）年に決定された「与党税制改正大綱」に従い、2014（平成26）年10月に、外国人旅行者向け消費税免税制度（輸出物品販売場制度）が変更された⁽⁵⁰⁾。

具体的には、①免税対象となっている家電、装飾品、衣類、靴、かばん等のほか、免税対象から除外されていた食品類、飲料類、たばこ、薬品類及び化粧品類等も含め、全ての品目を免税対象とする、②免税店に対する外国人旅行者の認知度を高めるため、免税店シンボルマークを創設し、免税店に関する情報発信を強化する、③免税店は全国に約4,000店あるが、都市部に集中しているため、地方の免税店を増やし、地方ならではの特産品を買うことができるようにするという施策が取られた。

一方で、外国人旅行者向け消費税免税制度には、課題も残されている。現在、免税店の設置は、消費税を税務署に納付する小売店ごとに認められている。百貨店は一つの大きな小売店な

(45) 「観光バス不足 深刻 訪日客増加に追いつかず 国内ツアーにも影響」『日本経済新聞』2014.6.19.

(46) 「外国人訪日旅行者向け貸切バス不足に対する対応」『第2回会議の指摘事項等について』（「高速・貸切バスの安全・安心回復プラン」フォローアップ会議（第3回）資料6）2014.6.16, p.17. 国土交通省ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/common/001045707.pdf>>

(47) 「貸し切りバス 道内全域営業 運輸局、安全管理で選定」『日本経済新聞』（北海道版）2013.4.19.

(48) 「観光立国 移動らくらく「通訳ガイド」タクシー解禁 外国人貸し切りバス拡大 訪日客増加に備え」『日本経済新聞』2014.7.7, 夕刊.

(49) 同上

(50) 「消費税免税制度を活用した外国人旅行者の誘客について」2014.10.1. 観光庁ウェブサイト <http://www.mlit.go.jp/kankocho/news03_000098.html>

ので、免税カウンターで一括対応することが可能だが、売り場を賃借するテナント方式を採用しているビルでは、各テナントが免税店となるため、テナントごとに免税手続を行わなければならない。外国人旅行者は、買物のたびに店員にパスポート等を提示し、購入者誓約書を書くことになる。同じ建物の中に両者が混在するケースもあり、外国人旅行者が戸惑っているという問題が指摘されている。⁽⁵¹⁾

外国人旅行者がスムーズに決済や両替を実施できる環境の整備も求められている。特に欧州の主要国では、クレジットカードに IC チップを付けて安全性を高めた IC カードの普及率が 100% 近くになっているが、日本では IC カード化が進んでおらず、IC チップを読み取れるカード読取機も少ない。経済産業省の「クレジットカード決済の健全な発展に向けた研究会」は、2014（平成 26）年 7 月に発表した中間報告において、海外発行クレジットカード等で現金引出しが可能な ATM の拡大に期待し、多言語での画面表示や操作サポートなどによるサービスの実現、クレジットカード使用時の自国通貨ベースでの取引の検討等、必要とされる取組を具体的に挙げている。IC カード化に関しては、2020（平成 32）年までに IC 化率 100% を目指して一層対応を加速するという目標が掲げられている。⁽⁵²⁾

3 通信機器の使用環境の改善

外国人旅行者の携帯端末（スマートフォン等を含む）の利用についても問題がある。携帯通

信に割り当てた周波数や発してもよい電波の強さが国によって異なるため、国際ローミング⁽⁵³⁾の場合を除き、携帯端末は、使う国ごとに技術認証を取ることになっている。認証は端末メーカーが出荷時に取るが、海外で販売される端末は日本の認証を取っていないものが多く、訪日旅行者が持ち込んで使えば、「電波法」（昭和 25 年法律第 131 号）に違反することになる。しかし、実際に混信などの電波障害を起こすことはほとんどないため、総務省は、一時的に持ち込まれた端末に限り、認証が無くても使用できるようにする電波法の改正案を、2015（平成 27）年の常会に提出する予定であると報じられている。⁽⁵⁴⁾

総務省が 2014（平成 26）年 3 月に発表したインターネットアンケート調査結果⁽⁵⁵⁾では、訪日外国人旅行者の 48.2% が利用したい通信手段として「無料公衆無線 LAN」を挙げていた（49.7% が利用したいと回答した「国際ローミング」と拮抗）。一方で、日本の無料公衆無線 LAN に満足した理由で最も多い回答（複数回答可）は「自国や他の訪問国の無料無線 LAN よりも利用したい場所でアクセスが可能である」（69.9%）であった。前述の首都圏公共交通利用調査でも、駅構内や電車の中での無料公衆無線 LAN の利用環境が改善されているという結果が示されており、以前ほど使いにくい状況ではないことがうかがえる。しかし、十分と言えるレベルに達してはならず、更に使える場所を増やし、利便性を向上させることが必要であろう。

無料公衆無線 LAN の必要性については通信会社も認識しており、東京オリンピック開催期

(51) 「真相深層 幻に終わった都市型の新店構想 消費開国に免税の壁 手続き煩雑、海外に遅れ」『日本経済新聞』2014.5.23.

(52) 経済産業省「クレジットカード決済の健全な発展に向けた研究会 中間報告書」2014.7, pp.4, 5, 8. <<http://www.meti.go.jp/press/2014/07/20140711002/201407110022.pdf>>

(53) 「国際ローミング」とは、契約している通信事業者のサービスを、国外でもその国・地域の事業者の設備を利用して受けられるようにすることをいう。

(54) 「訪日客スマホ利用可能に 来年から、端末の認証不要」『日本経済新聞』2014.7.10.

(55) 株式会社矢野経済研究所情報通信・金融事業部「平成 25 年度 国内と諸外国における公衆無線 LAN の提供状況及び訪日外国人旅行者の ICT サービスに関するニーズの調査研究 インターネットアンケート調査結果」2014.3.27. 総務省ウェブサイト <http://www.soumu.go.jp/main_content/000292482.pdf>

間中の無料公衆無線 LAN の利用環境整備に協力を表明する通信会社も現れている⁽⁵⁶⁾。また、東日本電信電話株式会社は、2014（平成 26）年 6 月下旬から、日本航空株式会社（以下「JAL」）と提携し、JAL の便を使って来日する場合は、JAL 海外地区ホームページ⁽⁵⁷⁾で手続を済ませるだけで、東日本エリア約 46,000 か所（2014（平成 26）年 5 月 31 日時点）で無料公衆無線 LAN を利用できるようにした（以前は観光案内所等に足を運び、専用のカードを受け取る必要があった）⁽⁵⁸⁾。さらに、大阪観光局⁽⁵⁹⁾のように、無料公衆無線 LAN の提供を商売に結び付けた例もある。大阪観光局は、外国人向けの無料公衆無線 LAN を使って大阪市内の飲食店情報（4 か国語で配信）を入手した場合、飲食料金を割引くというサービスを提供し、市内での飲食を促す試みを行っている⁽⁶⁰⁾。

4 言語・文化障壁への対応

外国人旅行者にとって言葉の違いは大きな障壁となるが、これまでは通訳案内士が主としてその障壁を取り除く役目を果たしてきた。しかし、訪日外国人旅行者の旅行スタイルが多様化した結果、通訳案内士だけでは対応できないガイドのニーズが顕在化していると考えられている。

観光庁の「通訳案内士のあり方に関する検討会」が 2013（平成 25）年 3 月 31 日に発表した「通

訳案内士のあり方に関する最終報告書」⁽⁶¹⁾は、①侍・忍者体験、生け花・茶の湯体験など体験型観光や専門的なテーマに対応できるガイドの必要性、② 1～2 時間の短時間のガイディングや観光案内に限らない買物の付き添い等への対応の必要性、③ 訪日外国人旅行者の 7 割以上がアジア圏からの旅行者なのに、中国語及び韓国語の通訳案内士は全体の 2 割にも満たないことから、ガイドの内容面を含め需要と供給のギャップを埋める体制整備の必要性を訴えた。

同報告書は、通訳案内士の登録者の約 7 割が東京、大阪等の都市部に集中し、近年外国人旅行者が増えている地方では少ないため、十分な受入体制を整えられない等の問題も指摘している。そして、増加する外国人旅行者の接遇に苦慮している地域の自治体等から、喫緊の課題として柔軟な対応を求める声が高まっているとし、通訳案内士に加え、総合特区制度を活用し、地域の特性に応じて柔軟に対応できる案内士を設けることを薦めている。

通訳案内士制度の見直しについて、通訳案内士団体は、ガイドの質が低下することを理由に反対しているが⁽⁶²⁾、このまま需要と供給が乖離した状態が続くと、「闇ガイド」が増え、結局は質が確保されないことになる。日本旅行業協会（Japan Association of Travel Agents: JATA）が 2014（平成 26）年 4 月 30 日に観光庁に提出した「訪日外国人旅行者 2,000 万人達成に向けた

(56) 「無線 LAN 利用、環境整備で協力 携帯 3 社、東京五輪にらむ」『日本経済新聞』2014.6.4.

(57) モバイルでは世界 23 地域、12 言語に対応したサイト（<<http://www.jal.com/>>）。航空券の予約・購入が可能で、旅行に役立つ情報等の提供も行われている。

(58) 日本航空株式会社・東日本電信電話株式会社「JAL と NTT 東日本の訪日外国人観光客向け無料 Wi-Fi サービスに関する提携について」2014.6.16. <http://www.ntt-east.co.jp/release/detail/_icsFiles/afieldfile/2014/06/16/20140616_01.pdf>

(59) 大阪の観光振興を戦略的に進めるため、平成 25 年 4 月に発足した。大阪観光関連 3 団体（大阪コンベンション・ビューロー、大阪府観光連盟、大阪観光協会）を統合し、平成 15 年 4 月に設立された「大阪観光コンベンション協会」が事業実施母体となっている。

(60) 「外国人向け無料 Wi-Fi お得情報でウエルカム 大阪観光局 飲食店で優遇」『日本経済新聞』（京都・滋賀版）2014.7.10.

(61) 通訳案内士のあり方に関する検討会「通訳案内士制度のあり方に関する最終報告書」2011.3.31. 国土交通省ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/common/000140060.pdf>>

(62) 「規制岩盤を崩す 競争力そぐ足かせ 1 観光立国 看板倒れ おもてなし阻む障壁」『日本経済新聞』2014.7.14.

提言書」においても、通訳案内士制度の拡充及び補完する資格の創設が求められている⁽⁶³⁾。通訳案内士が専業で生計を立てられる環境の整備を図った上で⁽⁶⁴⁾、通訳案内士以外でも必要な能力を有する者についてはガイド業務を認め、需要がある地域で人材の育成に取り組むことを検討すべきであろう。

また、外国人旅行者が日本にいる間に、病気になったり怪我を負ったりすることは十分に考えられる。そのような場合に備え、京都市や神戸市の消防局では、外国人からの 119 番通報にも迅速に対応できるよう、窓口と同時に通訳を取り入れている⁽⁶⁵⁾。また、厚生労働省は、在留外国人、訪日外国人が増加している状況を踏まえ、東京オリンピック開催までに、医療通訳・外国人向けコーディネーター等が配置された拠点病院を全国に 30 か所設置し、外国人患者が安心して治療を受けられる環境を整えることを計画している⁽⁶⁶⁾。

IT 技術の進歩も言葉の障壁除去の一助を担っている。多くの観光施設が、外国人旅行者のスマートフォンに外国語の音声データのガイドアプリを無料でダウンロードできるサービスを提供している。拡張現実 (Augmented Reality: AR) 技術を使えば、鉄道や観光施設における日本語

の案内看板を携帯端末等のカメラで写すと、外国語に翻訳された文字が埋め込まれて表示されるというようなことも可能になっている⁽⁶⁷⁾。また、スマートフォンにある言語で話しかけると別の言語に翻訳して音声で返してくれるアプリも開発されている⁽⁶⁸⁾。その種のアプリの実用度は、まだ満足できるレベルには達していないが、データの蓄積に従い翻訳精度は上がっており、将来的には補助手段として期待が持てる。

最後に多様な文化に対する配慮が必要な例として、ハラル (Halal)⁽⁶⁹⁾への対応を取り上げる。イスラム教徒の訪日旅行者を増やそうと考えるのであれば、ハラルに対する配慮は欠かせない。日本でも徐々にハラルに対する認識が高まり、イスラム教徒が飲食可能な基準を満たした食品・食材であることを証明する「ハラル認証」を取得するケースが増えている。しかし、この認証には国際的な統一基準があるわけではなく、何をハラルとするかは、国や宗派によって異なる⁽⁷⁰⁾。日本国内で活動する認証団体は複数あり、ある団体から認証を得たからと言って安心はできない。観光業界全体が、ハラル認証を正しく理解した上で、慎重に対応することが必要となる。

(63) 「「訪日外国人旅行者 2,000 万人達成」に向け提言」『JATA ニュースリリース』2014.5.14. 日本旅行業協会ウェブサイト <http://www.jata-net.or.jp/about/release/2014/pdf/140514_inb2000tgn.pdf>

(64) 通訳案内業のみで生計を立てることを目的としていない者も含まれるが、通訳案内士の 6 割以上が年収 100 万円未満、5 割以上が年間労働日数 30 日以下となっている (通訳案内士のあり方に関する検討会 前掲注(6), p.5)。

(65) 「外国語の 119 番 通訳で迅速に 京都や神戸市 英・中など 5カ国語対応 容体、正確に把握」『日本経済新聞』(大阪版) 2014.6.6, 夕刊。

(66) 厚生労働省医政局「我が国医療機関における外国人患者受入環境の整備」(全国厚生労働関係部局長会議資料 (厚生分科会)) 2014.1.21, p.34. <<http://www.mhlw.go.jp/topics/2014/01/dl/tp0120-02-02p.pdf>>

(67) 「TJ プロモーション AR 技術 カメラかざし看板翻訳 最大 84 言語に対応」『日経産業新聞』2014.7.14.

(68) 例えば、情報通信研究機構 (National Institute of Information and Communications Technology: NICT) は、スマートフォンで話すと、相手の端末から別の言語 (当初は日本語、北京語、英語、インドネシア語、ベトナム語で、その後増加) に訳された音声が出るアプリを開発し、2010 (平成 22) 年 8 月から無料公開した。2013 (平成 25) 年 4 月 1 日以降、この音声翻訳技術を利用したアプリは、NICT からライセンスを受けた株式会社フィートにより提供されている (「多言語音声翻訳アプリ “VoiceTra” (ボイストラ) の技術を民間に移転」2012.12.18. 情報通信研究機構ウェブサイト <<http://www.nict.go.jp/press/2012/12/18-1.html>>)。

(69) 「ハラル」とは、アラビア語で「許されたもの」を意味する言葉。イスラム教では、豚肉やアルコールの摂取が禁じられており、牛肉や鶏肉も決められた方法で処理されていないと食べることができない。

(70) 田崎博実「海外レポート 第 44 回 イスラーム圏とハラール認証の現在」『自由と正義』62(7), 2011.6, pp.94-95.

5 宿泊施設の選択肢の拡大

日本的な古民家は、外国人旅行者の人気が高く、宿泊希望者が増えているが、「旅館業法」(昭和23年法律第138号)等で、宿泊施設は、玄関帳場又はフロント、収容定員により定められた数の便器、細かい基準を満たす浴室等を備えていることが必要とされているため、大規模改修を行わないと宿泊施設として使えないケースが多い。そのような状況の改善を望む声に応え、政府は、「国家戦略特別区域法」(平成25年法律第107号)に基づき、2014(平成26)年5月1日に決定した国家戦略特別区域を旅行業法の適用除外とし、外国人旅行者の滞在に適した施設であれば⁽⁷¹⁾、古民家等これまで認められなかった施設も宿泊施設として利用できるようにした⁽⁷²⁾。

また、古民家等の歴史的建築物を活用する場合、「建築基準法」(昭和25年法律第201号)の適用除外が受けられるようになった。従来、建築基準法の適用除外を受けるには、建築審査会による個別審査が必要とされたが、地方公共団体が設ける歴史的建築物に特化した審査会⁽⁷³⁾において、旅館業法や「消防法」(昭和23年法律第186号)等も含めた一括審査が行えるようになっていた⁽⁷⁴⁾。

日本の生活文化を体験したいという訪日外国人旅行者は多い。選択可能な宿泊施設のバリ

エーションが増え、古民家だけでなく、個人の住宅等にも宿泊できるようになれば、そのようなニーズに応えることができる。国家戦略特別区域法に基づく規制緩和は、その可能性に道を開くものと評価されている。⁽⁷⁵⁾

国家戦略特別区域法に基づく旅館業法の適用除外は、短期的な需要充足を図る場合にも活用できる。日本政策投資銀行は、東京オリンピックの開催期間中でも、情報面、交通面のアクセスがきちんと整備されれば、大幅なホテル不足に陥ることはないと考えているが⁽⁷⁶⁾、東京近郊の安価な宿泊施設に対する需要が増加することも予想される。そのように一時的な需要増にも対応できるようにするための試みとして、既存ストックを活用する「TOMARERU」という事業が考えられている。これは、とまれる株式会社が国家戦略特別区域で行う事業で、賃貸住宅の空室物件に外国人旅行者が宿泊できるよう、物件オーナーと外国人旅行者との間を仲介するものである⁽⁷⁷⁾。

国家戦略特別区域法に基づく旅館業法の適用除外では、公衆衛生の保持の要請やホテル・旅館との役割分担等に配慮し、宿泊が認められるのは外国人旅行者が7~10日⁽⁷⁸⁾以上滞在する場合という条件が付けられているため、その実効性に疑問を持つ見方もある⁽⁷⁹⁾。また、配慮

(71) 国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業として政令で定める要件に該当していることについて都道府県知事が認定することが必要。

(72) 「国家戦略特別区域における旅館業法の特例について(特区法第13条)」首相官邸ウェブサイト <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc_wg/hearing_s/260121_kourou_ryokan.pdf>

(73) 奈良市は、平成25年9月2日、内閣官房に対し、「(仮称)奈良町歴史的建築物審査会」の創設を含む国家戦略特区に関する提案を提出した(「国家戦略特区へ提案書を提出しました」<<http://www.city.nara.lg.jp/www/contents/1379553234089/index.html>>)。

(74) 「古民家特区の活用の仕方について」古民家活用まちづくり機構ウェブサイト <<http://www.kominka-machinet.org/kominkatokku>>

(75) 高岸洋行「広がる宿泊ビジネス 規制緩和で客室不足解消へ」『TRAVEL JOURNAL』51(29), 2014.7.21, pp.10-11.

(76) 日本政策投資銀行企業金融第6部「東京オリンピック期間中と期間後の全国のホテル需給環境を考える—国内宿泊市場縮小傾向、訪日外国人客増加傾向で宿泊客層に大きな変化—」2014.6. <http://www.dbj.jp/pdf/investigate/etc/pdf/book1406_02.pdf>

(77) とまれる株式会社「空室物件で宿泊収入を」<http://files.tomareru.jp/public/TOMARERU_オーナー向けリーフレット.pdf>

(78) 施設の所在地を管轄する都道府県等の条例により、期間が定められる(「国家戦略特別区域法施行令」(平成26年政令第99号)第3条)。

が十分とは受け止められなかったようで、ホテル・旅館業界は、経営を脅かされると考え、安全面の危惧も指摘している⁽⁸⁰⁾。

6 長期滞在需要への対応

観光立国行動計画 2014 に「外国人投資家によるコンドミニアムの建設投資や、外国人の長期滞在に適した高級別荘型宿泊施設の開業予定など、外国人の長期滞在の受け皿となる取組が進行している状況にかんがみ、富裕層を対象とした外国人長期滞在制度を設ける」と記されているように、実態が先行している面はあるが、外国人の長期滞在ニーズへの対応が必要になっている。

具体的には、現在 90 日となっている外国人の日本滞在期限を、一定の資産や収入がある富裕層に限り、最長 1 年程度とする方向で検討が行われている⁽⁸¹⁾。滞在期限が延びれば、別荘やマンション等の不動産投資を呼び込め、地方の名勝地にも足を運んでもらいやすくなる。対象となる外国人の要件はまだ明らかにされていないが、例えば、既に同様の制度を導入しているオーストラリアは、75 万豪ドル（約 7000 万円）以上の資産と 6.5 万豪ドル（約 600 万円）以上の年間収入を持ち、50 万豪ドル（約 4600 万円）以上の投資を行う 55 歳以上の外国人に対し、4 年（更新可）の滞在を認めている⁽⁸²⁾。

7 ビジネス旅行の拡大

一般の旅行者と比べて消費額が大きいことから、ビジネス旅行者をターゲットとする MICE に注目が集まっている。東洋大学国際地域学部国際観光学科の矢ヶ崎紀子准教授は、MICE を誘致するためには、旅行目的地としての魅力に加え、会議や展示・見本市の会場施設、国際空港へのアクセス、運営を取り仕切る優秀な事業者、開催地らしい「おもてなし」が必要となると考え、「おもてなし」の手法の一つとしてユニークベニューの活用を薦めている⁽⁸³⁾。

政府は、2013（平成 25）年 6 月に、我が国を牽引する MICE 都市の育成を図る「グローバル MICE 戦略都市」として東京都、横浜市、京都市、神戸市、福岡市の 5 自治体を、「グローバル MICE 強化都市」として大阪府・大阪市、愛知県・名古屋市の 2 自治体を選定しており、これは 2014（平成 26）年度も継続されている⁽⁸⁴⁾。また、2013（平成 25）年 8 月には、観光庁の MICE 国際競争力強化委員会の最終とりまとめ⁽⁸⁵⁾が発表され、MICE 強化に当たっての国と JNTO の役割、MICE プレーヤー（都市、コンベンション・ビューロー（会議を誘致する組織）、ホテル、会議運営事業者、DMC（Destination Management Company）⁽⁸⁶⁾・旅行者、MICE 施設事業者等）の役割・課題等が示された。

MICE の誘致に力を入れている京都市では、2003（平成 15）年から、京都文化交流コンベン

(79) 『日本経済新聞』前掲注(62)

(80) 「戦略特区構想、旅館・ホテル業界が危惧」『週刊観光経済新聞』2748 号, 2014.4.26. <http://www.kankokeizai.com/backnumber/14/04_26/ryokan_hotel.html>

(81) 「訪日観光 1 年まで滞在 政府検討 富裕層向けに延長」『日本経済新聞』2014.5.29.

(82) 法務省入国管理局「訪日外国人旅行者数の拡大に向けた取組について」（第 1 回産業競争力会議フォローアップ分科会（国際展開戦略等）（平成 25 年 12 月 3 日）資料 5-3）2013.12. 首相官邸ウェブサイト <<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/bunka/kokusai/dai1/siryous5-3.pdf>>

(83) 矢ヶ崎紀子「インバウンド観光振興における課題—五輪開催までに取り組むべきこと—」『運輸と経済』74(8), 2014.8, p.90.

(84) 「グローバル MICE 戦略都市を選定しました！」観光庁ウェブサイト <http://www.mlit.go.jp/kankocho/news07_000049.html>; 「グローバル MICE 戦略都市について—平成 26 年度も引き続き現在の 7 都市を対象とした事業を実施します—」観光庁ウェブサイト <http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics07_000037.html>

(85) MICE 国際競争力強化委員会「我が国の MICE 国際競争力の強化に向けて—アジア No.1 の国際会議開催国として不動の地位を築く—（MICE 国際競争力強化委員会最終とりまとめ）」2013.8. <<http://www.mlit.go.jp/common/001014471.pdf>>

ションビューローを通じて申込みをした一定の要件を満たすコンベンション主催者に対し、地下鉄全線又は市バス・地下鉄全線が利用できるコンベンション参加者用の乗車券「京都コンベンションパス(会議参加者用)」を販売している⁽⁸⁷⁾。このように利便性の高いパスを使って会議参加者が市内を出歩くようになれば、観光上の効果は一層高まる。

8 誘致対象の明確化

観光マーケティング活動に使える資源は限られているため、誘致対象を明確にし、その対象に合った働きかけをすることが必要となる。株式会社 JTB 総合研究所の守屋邦彦主任研究員は、誘致対象のイメージが明確だったことにより、旅行者のニーズを的確に見極めることができ、選択と集中に基づいた効果的なプロモーションにつなげられた例として、パウダースノーを武器にオーストラリアのスキーヤーを呼び込んだニセコ(北海道)と、「自転車の通行が可能な橋」という特徴を活用し、サイクリング市場の呼び込みに成功したしまなみ海道(広島県、愛媛県)の例を挙げている⁽⁸⁸⁾。

観光庁は、「平成 26 年度訪日プロモーション方針」⁽⁸⁹⁾において、従来の主要ターゲットであった「ボリューム層」(訪日数が多く、引き続き重要な層)だけでなく、現状まだ訪日数は少ないが、一定のマーケットがあると見込まれる「潜在的ボリューム層」や、教育旅行等、将来の訪日数拡大のため、長期的な視点で取り組むべき「将来的ボリューム層」も主要ターゲットに位置づけ、プロモーションを強化するとして

いる。また、韓国、香港、タイ、マレーシア、米国の各市場について、具体的なターゲットを想定し、魅力的と考えられる訪日旅行の例をイメージとして示すという試みを行っている。外国人旅行者の誘致を図る地域では、情報を広く入手し、的確な戦略を練ることが望まれる。

9 自立した観光地域づくり組織の活用

インバウンドに限らず、観光で最も大事なものは、旅行者を誘致したいと考える地域の取組である。有用な情報を選別した上で、誰に、何を、どのように提供するか明確にし、マーケティング活動を行うことが必要となる。しかし、それがわかっているにもかかわらず、具体的な成果に結び付けられない地域が多いように思われる。その理由の一つとして考えられるのが、独自のアイデアを考案し、その実現に向けて協力体制を築くのが難しいということである。

市町村の観光協会が主体となって地方自治体や観光関連事業者と連絡・調整を図る例は多いが、観光協会と地方自治体の観光担当部署の連携が適切に図られるとは限らない。また、広範な利害関係者を含めて連絡・調整を行う体制が取られていないケースが多い。そのような問題への対応としては、観光先進国で地方の観光振興を図るために設置されている旅行目的地管理組織(Destination Management Organization: DMO)の活用が考えられる。

DMO の役割は、マーケティング(ブランド戦略を含むプロモーション、偏りのない情報サービス、予約のシステム化、顧客情報管理等)、観光商品の提供(観光資源の開発・管理、観光関連産業従事者

⁽⁸⁶⁾ 「DMC」とは、MICE 開催地に関する専門知識やネットワークを有し、MICE に付随するイベントやアフターコンベンションの企画・手配から実施、ロジスティクスに関するマネジメント等の関連業務をワンストップ的に担う事業者のことを指す(同上, p.16)。

⁽⁸⁷⁾ 「京都コンベンションパス(会議参加者用)」2014.4.2. 京都市ウェブサイト<<http://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/page/0000032027.html>>

⁽⁸⁸⁾ 守屋邦彦「インバウンド観光推進の意義と今後の取り組み」『日本政策金融公庫論集』22号, 2014.2, p.81. <https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/ronbun1402_05.pdf>

⁽⁸⁹⁾ 「平成 26 年度訪日プロモーション方針」を決定—訪日 2000 万人に向け、より科学的・合理的な分析の下、戦略的にプロモーションを実施—」2014.7.4. 観光庁ウェブサイト<http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08_000207.html>

の教育・研修等)、持続可能な環境の整備(計画策定・インフラ整備、人的資源開発、技術・システム開発等)において、地域の指導・調整を行うことである⁽⁹⁰⁾。JNTOのような組織も、規模は大きいですがDMOの役割を果たしているとみなすことができる。

日本政策投資銀行は、2014(平成26)年2月に発表した「日本型DMOの形成による観光地域づくりに向けて」⁽⁹¹⁾において、日本型DMOの必要性を強く主張し、国がDMOを推奨し、対象エリアを絞って重点的に支援することにより、成功事例を早急に創出することを求めている。

10 スポーツツーリズムの振興

国際的なスポーツ大会を地方に誘致することができれば、新たな観光資源を育てると同時に、その地方のブランド力を高めることができるため、東京オリンピックの開催が決まる前から、「観るスポーツ」、「するスポーツ」を活かした観光振興に力を入れる地域が増えている⁽⁹²⁾。例えば千葉県成田市では、2014(平成26)年11月21～23日に「2014年世界サンボ選手権大会」が開催され、約70か国から約600名の選手と

関係者の来日が見込まれている⁽⁹³⁾。国際的なスポーツ大会を開催した実績は、東京オリンピックの選手の合宿地⁽⁹⁴⁾として選ばれるようアピールする場合にも有利に働くと考えられる。

2019(平成31)年9～10月には、ラグビー・ワールドカップが日本で開催されるが、その試合会場の誘致合戦が既に始まっている。ラグビー・ワールドカップでは、200万人規模の観客が試合会場を訪れ、延べ40億人がテレビ放送を視聴することが見込まれており、メディアを通して都市名が全世界に発信される効果は大きい。そのため、14の自治体が試合の開催地として立候補している⁽⁹⁵⁾。

観光庁も、スポーツツーリズムの重要性を認識しており、2011(平成23)年6月に「スポーツツーリズム推進基本方針」⁽⁹⁶⁾を発表し、①魅せるスポーツ・コンテンツづくりとスポーツ観光まちづくり、②国際競技大会の積極的な招致・開催、③旅行商品化と情報発信の推進、④スポーツツーリズム人材の育成・活用、⑤オールジャパンのスポーツツーリズム推進連携組織の創設⁽⁹⁷⁾という基本的方向を明らかにした。

原田宗彦教授は、スポーツツーリズムについ

⁽⁹⁰⁾ World Tourism Organization, *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, Madrid, 2007, pp.1-7.

⁽⁹¹⁾ 日本政策投資銀行「日本型DMOの形成による観光地域づくりに向けて—「おもてなし」はもちろん、観光地域をマネジメントする「仕組み」をつくろう—」2014.2. <http://www.dbj.jp/pdf/investigate/etc/pdf/book1402_02.pdf>

⁽⁹²⁾ スポーツのほかにも、様々なサービス・地域資源が観光と結び付けられている。例えば、高度医療、健診・検診等を受けることを主目的に海外渡航する旅行者を受け入れるヘルスツーリズムの動きは、日本にも現れている(伊藤暁子「医療の国際化—外国人患者の受入れをめぐる—」『技術と文化による日本の再生—インフラ、コンテンツ等の海外展開—(調査資料2012-1)国立国会図書館調査及び立法考査局, 2012.9, pp.101-117. <http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_3533034_po_20120109.pdf?contentNo=1>。)

⁽⁹³⁾ 「2014年世界サンボ選手権大会」日本サンボ連盟ウェブサイト <<http://www.japan-sambo.com/narita2014/>>

⁽⁹⁴⁾ ロンドン・オリンピックでは、英国内で266の事前合宿(Pre-Games training camp)が行われ、1120万ポンド(2012年の平均為替レート(約126円/ポンド)で計算すると、約14億1120万円)の直接的経済効果もたらされたと推計されている(Department for Culture, Media & Sport, *Report5: Post-Games Evaluation: Meta-Evaluation of the Impacts and Legacy of the London 2012 Olympic Games and Paralympic Games SPORT EVIDENCE BASE*, 2013.7, pp.207-209. <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/224144/Report_5_Sport_Evidence_Base_FINAL.pdf>。)

⁽⁹⁵⁾ 「ラグビーW杯14ヵ所名乗り19年、岩手・釜石など」『日本経済新聞』2014.11.6によると、試合開催地として立候補したのは、札幌市、岩手県・釜石市、仙台市、埼玉県・熊谷市、東京都、静岡県、愛知県・豊田市、京都市、大阪府・東大阪市、神戸市、福岡市、長崎県、熊本県・熊本市、大分県である。

⁽⁹⁶⁾ スポーツ・ツーリズム推進連絡会議「スポーツツーリズム推進基本方針—スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン—」2011.6.14. <<http://www.mlit.go.jp/common/000160526.pdf>>

⁽⁹⁷⁾ 2012(平成24)年4月に、日本スポーツツーリズム推進機構(Japan Sport Tourism Alliance: JSTA)が創設された。

て、「重要なことは、地域の文化と自然資源を活かした地域主導の商品開発であり、その動きを主導することのできる人と組織の存在である。その意味からも、「スポーツコミッション」と呼ばれる、スポーツイベント誘致やスポーツツーリズムの振興を専門的に行う非営利組織などの設立も、今後、視野に入れる必要がある。」⁽⁹⁸⁾と述べている。米国には約500のスポーツコミッションがあるとされており⁽⁹⁹⁾、日本でも、2011（平成23）年10月にさいたま市で、2012（平成24）年4月に関西（関西経済同友会など経済界が主導）で、2013（平成25）年4月に佐賀県で、5月に新潟県十日町市でスポーツコミッションが設置されている。スポーツコミッションを設置する自治体は今後も増えると考えられるが、当該地域のスポーツ産業資産の蓄積に貢献し、将来性豊かな人材の育成・連携を促す役割を果たすことが望まれる。

おわりに

日本がより多くの外国人旅行者を受け入れるための課題の把握、対応の検討は、着実に進んでいるように思われる。しかし、様々な文化的背景を有する国からの旅行者や、これまでとは異なる層の旅行者を誘致しようとするのであれば、それぞれの地域で更にきめ細かな対応をする必要がある。既に多数の外国人旅行者を受け入れている観光地でも、観光バス等を利用した団体客向けの対応は進んでいても、個人客が安心して自由に動ける環境までは整っていないところが見受けられるように、改善の余地は多く

残されている。

観光にとって最も大事なものは、魅力的な観光商品を提供することである。外国人旅行者を日本に惹きつけるには、他国と差別化を図ることができる観光商品を提供しなければならない。その方法の一つは、日本らしさをアピールすることであるが、長らく開発を優先し、美しい自然や伝統的な文化を軽視してきた地域では、発想の転換が必要となる。

観光のために開発が必要となるケースもあるが、開発優先の姿勢が必ずしも好ましい結果につながらなかった経験を踏まえ、自らの地域が元々持っている自然・歴史等を見直す動きが全国に現れている。美しい自然や伝統的な文化だけでなく、最先端の文化や技術も日本らしさをアピールする観光商品となり得る。

オリンピック開催がもたらす経済効果については、否定的な見方もあり、東京オリンピック開催に過度の期待を抱くことは避けるべきであろう。しかし、インバウンド観光については、オリンピックを機に訪日する外国人旅行者が増え、観光消費が増加した時に、他の消費が減少して経済効果が相殺されるというようなことは考えにくく、実質的なGDPの増加が期待できる。オリンピック開催前から効果的なプロモーション戦略を展開して外国人旅行者の誘致を進め、日本のブランドイメージを確固としたものにすることが望まれるが⁽¹⁰⁰⁾、その成果を東京に集中させるのではなく、地方にまで波及させることが肝要である。

（やまざき おさむ）

⁽⁹⁸⁾ 原田宗彦「スポーツイベントによる地域活性化—アウトドアスポーツとスポーツツーリズムの視点から—」『Joyo ARC』43(496), 2011.2, p.11.

⁽⁹⁹⁾ 「スポーツコミッション、全国に拡大 巨大イベント誘致、地域振興に活路」『産経新聞』2013.10.24.

⁽¹⁰⁰⁾ 例えば、オリンピックの開催国では、前大会終了後から大会開催までの間に、「カルチュラル・オリンピックアド（Cultural Olympiad）」と呼ばれる文化プログラムが行われる。これは、オリンピック憲章に規定され、大会の組織委員会が必ず実施しなければならないプログラムで、広く文化・芸術に関わるパフォーマンス、展示、舞台公演等が行われる。