

## 外国人旅行者の誘致

～観光情報の提供～

訪日外国人旅行者は、日本人海外旅行者よりも少なく、日本の国際旅行収支は赤字となっている。都は国に先駆けて観光を産業と位置づけ、施策を展開している。

今後とも、外国人旅行者の増加を目指して、官民が協力しあい、取組を強化する必要がある。

### 1 観光の現状

昭和39年に自由化された日本人の海外旅行者は、円高の進行に伴い、急速に増加し、平成17年には1,740万人となっている(図1)。

一方、訪日外国人旅行者数をみると、673万人と上昇はしているものの、日本人の海外旅行者数と比較して半分にも満たない水準である。

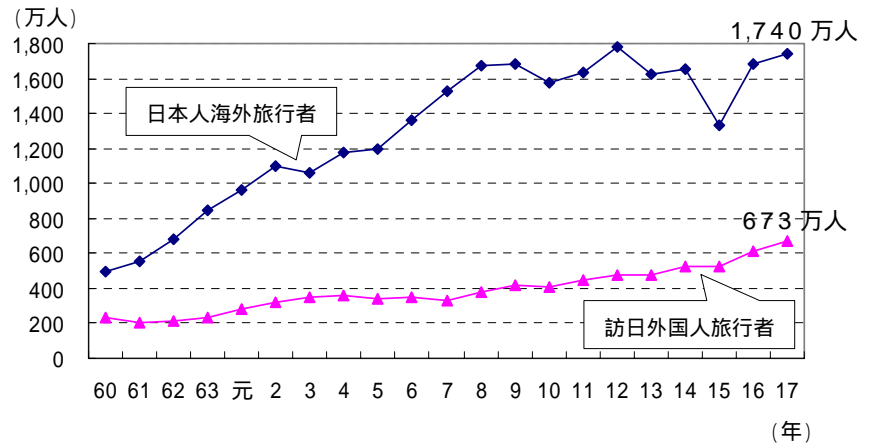
国際観光の不均衡が、日本の国際旅行収支・232億ドル(2兆6,680億円:1ドル115円換算)の大幅な赤字を生み出している(図2)。

訪日外国人旅行者を国別に見ると、

- 韓国 175万人
- 台湾 127万人
- アメリカ 82万人
- 中国 65万人
- 香港 30万人

となっている。地域としては、アジアが463万人で全体の約7割を占めている(図3)。

図1 日本人海外旅行者数及び訪日外国人旅行者数の推移



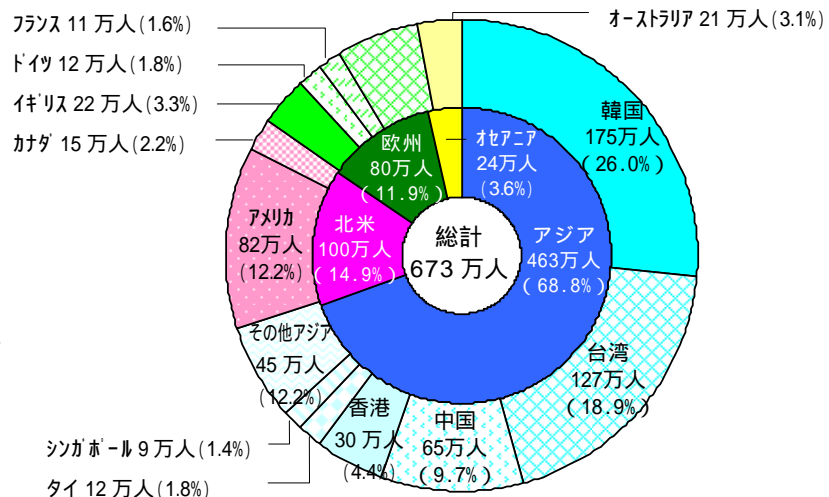
出所: 国土交通省「観光白書」

図2 アンバランスな日本の国際観光交流(平成14年)



出所: 国際観光振興機構、世界観光機構資料より作成

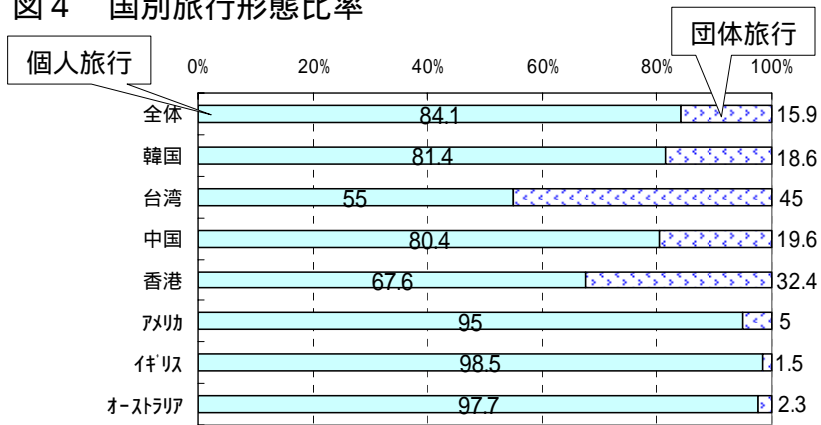
図3 国・地域別訪日外国人旅行者の割合(平成17年)



出所: 国土交通省「観光白書」

国別の旅行形態としては、個人旅行が圧倒的に多く、8割を超え、日本人になじみのある団体旅行(パッケージツアー)は、極わずかにすぎない(図4)。特に欧米については、個人旅行が9割を超えている。

図4 国別旅行形態比率



出所：国土交通省「観光白書」

## 外国人旅行者が集う山谷

かつては日雇い労働者の街として知られた東京都台東区の“山谷”を訪れる外国人旅行者が増えている。きっかけは平成14年の日韓ワールドカップ。1泊2,500円前後という簡易宿泊所の安さが口コミで世界に広がり、今や外国人の利用が9割という宿まで現れた。原宿ファッションに夢中のフランス人。秋葉原が自分にとっての聖地だというゲームマニアのイギリス人。中には日本の魅力にはまり、長期滞在する人も少なくない。(NHK「ドキュメント72hours」より作成)

## COLUMN



“バックパッカー”と呼ばれる旅行者たちの国籍や旅の目的は様々

## 2 外国人観光客招致に向けての取組

### (1) 都及び国の取組

東京都は、「観光」を重要な産業として位置づけ、平成13年に「東京都観光産業振興プラン」を策定し、国に先駆けてその振興に向けて重点事業として施策を展開してきた。

海外でのシティセールスにおける旅行商品開発などにより、東京を訪れる外国人旅行者は、平成17年には年間450万人へと増加し、6,258億円の経済波及効果となっている。

本年2月には、活力と風格ある世界都市・東京を目指し、行政・民間事業者・都民の役割を明確にしながら、東京が一体となって、観光産業振興に取り組むための5年間(平成19~23年)の行動指針を示した「東京都観光産業振興プラン(素案)」を発表した。

「東京の魅力を世界に発信」「観光資源の開発」「受入体制の整備」の3つの柱に沿って、現状と課題を整理し、特に重要な施策について戦略的取組として位置づけた(右図)。

例えば、シティセールスでは、オリンピックや東京マラソンを契機に、東京を観光目的地として認識してもらうため、一般市民向けPRを積極的に行っていく。

### 東京都の主な成果(平成14~18年度)

- 海外へシティセールスを展開。東京へのツアー商品開発約300件、約14億円の広告効果。
- ウェブサイト「東京の観光」開設(8言語9種類)。年間1,800万件を超えるアクセス。
- 4言語・ピクトグラム(絵文字)を用いた歩行者用案内標識を490基設置。

## 今後の観光産業振興策～戦略的取組～

### 東京の魅力を世界に発信

オリンピック招致と連携し戦略的にシティセールスを展開  
東アジアからの旅行者誘致に向けて観光情報を積極的に発信  
海外企業の東京での会議開催の誘致・国際会議の専門家育成  
東京マラソン・オートバイレース等を通じた東京の魅力発信

### 観光資源の開発

観光まちづくりの推進（アドバイザー派遣・情緒ある景観形成）  
船で結ぶ水辺の観光ルートを開発し周遊性を向上  
祭りや風物詩など地域の伝統・文化を観光資源として積極的に活用  
多摩の特色ある魅力を活かす広域的な連携を促進  
島の魅力を活かし年間を通じて集客できる滞在型観光を促進

### 受入体制の整備

羽田空港再拡張と国際化の推進  
オリンピック招致に向けた東京ホスピタリティの形成  
東京のまちを安心して歩けるよう案内サインの標準化を推進  
海外青少年の教育旅行受入の促進

オリンピック誘致を契機に、

**活力と風格のある世界都市・東京**を実現

5年後には

**外国人旅行者**

**700万人**

**国内旅行者**

**5億人**

の誘致を目指す

出所：東京都産業労働局「東京都観光産業振興プラン（素案）」より作成

国では、平成22年に訪日外国人旅行者を倍増の1千万人にするという目標を達成するため、平成15年以降「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を展開している。平成17年の愛知万博を契機に、短期滞在査証（ビザ）免除などを拡大した。

また、平成18年9月には、43年ぶりに「観光基本法」が全面改正され、観光立国の推進を21世紀における日本の重要な政策の柱として明確に位置づけた「観光立国推進基本法」が成立し、今夏までに、「観光立国推進基本計画」の策定を予定している。

### 【参考】都の施策と国の施策と時系列的対比

年度	東京都	国
平成 11	Yes! Tokyo キャンペーン	
13	「観光産業振興プラン」策定	
14	産業労働局観光部設置、シティセールス開始	
15	「観光まちづくり基本指針」策定	「観光立国行動計画」策定 ビジットジャパンキャンペーン
16		観光立国推進戦略会議報告書
17	「東京の水辺空間の魅力向上に関する全体構想」策定	「観光ルネッサンス事業創設」
18	「10年後の東京」策定	「観光立国推進基本法」制定

出所：東京都産業労働局「東京都観光産業振興プラン（素案）」

## (2) 民間企業の取組

旅行業、交通・運輸、宿泊・施設などの民間事業者は、都の観光産業振興策と連携し、海外からのツアー造成、ピクトグラムや外国語標記の普及、旅行者への観光案内など、訪日外国人旅行者の誘致に向けた取組を開始している。

### 《民間企業による訪日外国人旅行者の開拓》

株式会社エイチ・アイ・エス（HIS）では、個人の訪日外国人旅行者を対象に、日本国内の観光サポートを行う専門子会社「HIS エクスペリエンス・ジャパン」を設立した。

ウェブによる東京を中心とした首都圏の滞在情報、観光情報の提供や訪日外国人旅行者向けフリーペーパーの発行などを行う（平成18年11月30日 日本経済新聞より作成）。

主な事業

施設紹介	旅館やホテル、レストランなどの施設について、英語・韓国語・中国語（繁体字）の三ヶ国語で紹介。
ツアー企画	日帰り旅行商品として、お茶や生け花など日本ならではの少人数体験ツアーの企画・販売。



日本の様々な情報を提供するポータルサイトは、4月からサービス開始。

### 《東京におけるホテル開業動向》

政府の外国人誘致策や都心の再開発ブームなどを背景に、平成19年には、東京に多くの外資系ホテルが進出する。

17年以降の開業計画は、42軒/12,000室弱に上り、総客室数・約91,000室（平成16年現在）の13%に相当する。

東京の外資系ホテル新設一覧（平成17年以降）

ホテル名	エリア	開業	客室数
コンラッド東京	汐留	17年 7月	290
マンダリンオリエンタルホテル東京	日本橋	17年 12月	179
ザ・リッツカールトン東京	六本木	19年 3月	250
ザ・ペニンシュラ東京	日比谷	19年 秋	315
ラッフルズ・ザ・プラザ東京	丸の内	19年 未定	180



今春、六本木の東京ミッドタウン内にオープンする「ザ・リッツカールトン東京」

出所：週刊ホテルレストラン、みずほコーポレート銀行産業調査部

## 3 今後の課題

年々、訪日外国人旅行者数は増加しているものの、世界的に見るとまだまだ少ない。東京への旅行客を増やすためには、「東京都観光産業振興プラン」における3つの柱に沿って総合的に施策を展開する必要がある。中でも、まず、東京を知ってもらうために、訪日外国人は個人旅行が多いことから、国・地域の好みに合った観光情報を戦略的に発信し、東京のよさをアピールすることが重要である。

また、宿泊施設や観光関連の民間企業や団体と協力し、外国人旅行者の誘致の取組を強化する必要がある。