

平成21年度 東アジアにおける国土政策に関する共同研究・対話の
実現及び相互依存関係の分析に関する調査業務

報 告 書

平成22年3月

国土交通省 国土計画局

概要

第1章 調査の背景と目的

1-1 調査の背景	1
1-2 調査の目的	5

第2章 調査の視点と進め方

2-1 調査の視点	7
2-2 調査の進め方	10

第3章 各テーマ別の検討

3-1 グローバリゼーション・地域連携「東アジアの連携（統合と協力） に向けた日本の政府、地域、企業の役割」	13
3-1-1 東アジアを巡る経済・社会の新しい潮流	13
3-1-2 世界の工場となる東アジアと東アジア企業の事業展開	26
3-1-3 高まる東アジア連携の重要性と課題の顕在化	33
3-1-4 EUとは異なる東アジアの連携構築	37
3-1-5 ASEAN 経済共同体と2国間 FTA/EPA をベースとした東アジア 経済圏（統合と協力）の形成	38
3-2 産業・ものづくり「アジアの核となる国際的な知的創造拠点 “グローバル・シティ”」	43
3-2-1 グローバル経済の拡大と新たな世界の経済成長センターの形成	43
3-2-2 国内産業の変遷と地域のおかれた状況	45
3-2-3 アジアにおける我が国の新たなポジション構築の必要性	47
3-2-4 アジアや世界の英知を集めた最高水準の国際知的創造拠点形成 の検討	49
3-2-5 「グローバル・シティ」認証制度の創設	59
3-2-6 海外の知を取り込んだ21世紀型産業振興のための「場」の ネットワーク：グローバル・シティ・アライアンス（GCA）の形成	61
3-3 農業「東アジアフードシステム圏の構築と農業・農村の活性化」	63
3-3-1 はじめに	63
3-3-2 東アジアの経済成長とフードシステムの構造変動	63
3-3-3 農業就業人口の流動化と食料供給体制の不安定化	68
3-3-4 東アジアフードシステム圏構築の重要性	72

3-3-5	東アジアフードシステム圏構築と日本の役割	73
3-3-6	中山間地域を中心とした農業・農村の活性化と東アジアとの リンケージ	77
3-3-7	東アジアフードシステム圏成立のための必要条件	81
3-4	観光・旅行業サービス「日中韓観光交流圏の確立に向けて」	83
3-4-1	日中韓観光圏時代の到来	83
3-4-2	日中韓観光交流をより活発にさせる仕掛けづくりと 国際観光誘致策	90
3-4-3	日中韓における旅行業における構造変革	109
3-4-4	観光データ、観光統計の共有化	113
3-4-5	まとめ	117
3-5	コンテンツ・文化「アジア・クリエイティブ産業のハブ」	119
3-5-1	アジア・クリエイティブ産業ハブの必要性	119
3-5-2	アジアのクリエイティブ産業の現状と課題	121
3-5-3	クリエイティブ産業ハブ	124
3-5-4	地域でのクリエイティブ産業の可能性	126
3-6	エネルギー・環境「アジアでのゼロカーボンを目指した実効性ある 取り組み」	133
3-6-1	アジアのエネルギー・環境を巡る動き	133
3-6-2	アジアでのゼロカーボンを目指した実効性ある取り組み	137
3-6-3	日本発ゼロカーボン・ゼロエミッションモデル都市の提案 - 先駆的取り組みのショーケース化と都市間交流による環境貢献・ 環境ビジネスの展開	145
3-7	物流「シームレスなロジスティクスの実現に必要な3つの戦略	159
3-7-1	ロジスティクスの考え方とシームレス化の必要性	159
3-7-2	ロジスティクスの考え方	161
3-7-3	ロジスティクスの高付加価値化とグローバル化	167
3-7-4	施設・技術・制度インフラの現状と課題	170
3-7-5	東アジアのシームレスなロジスティクス実現のための考え方	177
3-7-6	シームレスなロジスティクス実現のため民間と公共の役割	180

3-8	都市・国土政策「都市を舞台にしたアジアの競争と強調」	185
3-8-1	世界におけるアジア・東アジア	185
3-8-2	アジア・東アジアの将来動向	201
3-8-3	アジア・東アジアの国土計画と国際意識	204
3-8-4	東アジアにおける都市・地域ネットワークの構築に向けた 共同研究・対話の実施	208

第4章 総括：国土政策への提言

4-1	個別テーマの検討に基づく提案	213
4-2	各提案を踏まえた国土政策への提言	218

報告書の主要構成

背景 (第1章)

- ・人・もの・金・情報のグローバル化と人口減少時代の到来
- ・100年に1度と言われる経済危機とアジア各国や新興国の急激な成長
- ・環境・エネルギー、食糧問題等様々な問題の顕在化
- ・グレート・チャイナ(中・台・香・坡 = 中国文化経済圏)の台頭

目的 (第1章)

世界、特に東アジアの中における日本の位置づけと、グローバル構造における経済社会において国土政策をどのように展開すべきかを、実証を通じて検討し、具体的な形として提示する。

検討の視点 (第2章)

- ① 富の未来：経済・生産のオープン化**
 - ・東アジアでの関係進化を踏まえて、国土政策も具体的連携とネットワークが必要ではないか。
- ② 人と知識：人・知識の交流とイノベーション**
 - ・富の源泉が人や知識、イノベーションへとシフトする中で、外国人との交流を促進する地域・環境づくりを進めるべきではないか。
- ③ 持続的成長：環境問題等、様々な課題のアジア諸国との共有**
 - ・アジア各国が課題を共有する中で、各国の地域や交通網が切れ目無く接続するよう、基準やインフラの連携を進めるべきではないか。
- ④ 安全と安心：国際化の中における中山間地域等戦略**
 - ・安全安心や固有の風土や文化の尊重の観点から、中山間地域等において国際戦略を展開すべきではないか。
- ⑤ リスクの存在と対策：国際化に伴う様々なリスクの認識と適切な対応**
 - ・国際化に伴う海外進出や連携に当たっては、様々なリスクが存在しており、これらの認識と対応が必要ではないか。

検討の進め方 (第2章)

- ① 各界有識者へのインタビュー
- ② 外国企業協会ヒアリング
- ③ 国内外の先進事例調査
- ④ データ分析

テーマ別の検討 (第3章)

① グローバリゼーション・地域連携

担当：石川幸一委員
(亜細亜大学教授)

- ・貿易や投資等の視点で東アジアの重要性が高まっている。
- ・東アジアは今後EUとは異なる視点で連携構築を図ることが必要。

② 産業・ものづくり

担当：前田昇委員
(青山学院大学教授)

- ・国内産業が空洞化し始めているなかで、アジアにおける我が国の新たなポジションの構築が不可欠。
- ・海外の優れた人材や投資を受け入れるための環境づくりが必要。

③ 農業

担当：下達敏治委員
(日本大学教授)

- ・人口が世界的に増大する中、食料供給体制を安定的に確保することが重要。
- ・東アジア全体で食料供給システムを構築することが必要。

④ 観光・旅行業サービス

担当：鈴木勝委員
(桜美林大学教授)

- ・日中韓観光圏時代が到来。
- ・日中韓の交流活性化や外国人旅行者客受入れ体制の構築が必要

⑤ コンテンツ・文化

担当：濱野保樹委員
(東京大学教授)

- ・コンテンツ産業が日本の有望産業の1つ。
- ・日本文化を活用した、情報発信、地域づくりが必要。

⑥ エネルギー・環境

担当：武石礼司委員
(東京国際大学教授)

- ・環境問題が深刻化する中、日本の技術力の可能性は高い
- ・アジアでのゼロ・カーボンを目指した取組を普及させることが必要

⑦ 物流

担当：若瀬博仁委員
(東京海洋大学 副学長)

- ・太平洋から日本海側への物流のシフト
- ・物流は、グローバルに展開する企業の活動戦略にも大きく影響。
- ・施設インフラもさることながら、技術・制度インフラの整備が課題。

⑧ 都市・国土政策

担当：大西隆委員
(東京大学教授)

- ・アジアは様々な側面から、世界での重要性が高まっている。
- ・その中で、様々な要素が集中する都市(圏)における持続可能な成長こそが重要
- ・都市間の連携を強化し、様々な課題に対応することが必要

< 具体的プロジェクト・政策的焦点 >

プロジェクト1 ASEAN経済共同体と2国間FTA/EPAをベースとした東アジア経済圏
・経済貿易分野で、国境を越えた地域連携を図る。

プロジェクト2 都市へのグローバル・シティ認証制度
・外国から企業や人材が集まり、自国同様に活動が行える環境を備えた都市をグローバルシティとして認証。

プロジェクト3 アジア都市同士のグローバル・シティ・アライアンス(GCA)
・国内外のグローバル・シティが競争・連携することにより、さらなる機能強化を図る。

プロジェクト4 食料インフラ整備に係るアジアへの技術移転
・農産物・食料流通などのインフラ整備に係る技術の供与や移転を図る。

プロジェクト5 中山間地域を舞台とした農産物や日本食の売り込み
・中山間地域において、海外でも人気の高い農産物の輸出を行うとともに、食と観光、地域間での連携を図りながら海外へと売り込むことにより、地域の活性化にもつなげる。

プロジェクト6 日中韓交流圏構築を推進する国際観光誘致政策
・ビザなしTransit(無査証Transit)の導入、着地型観光の推進、共同プロモーション等により日中韓一体となった国際観光誘致を推進。

プロジェクト7 地域と連携した「日本のコンテンツの聖地」づくり
・マンガ、アニメ、J-POP等の現代日本文化の源泉を知りたいという要求に応え、これらを体験でき、情報発信できる拠点を、地域と連携して行う。

プロジェクト8 日本発のアジア・ゼロカーボン(ゼロエミッション)都市建設
・エネルギー環境面でアジアの手本となるような環境モデル都市・地域を、日本の中で形成し、アジアへの技術移転・制度設計を実施する。

プロジェクト9 ソフトによるロジスティクスの効率化
・アジア全域について、物流インフラのボトルネックの解消、ロジスティクスを担う人材の育成や標準化等のソフト面の整備を図る。

プロジェクト10 交流を支えるアジア都市間の空路・航路・情報のネットワーク
・人・もの・金・情報の交流の高度化・充実化を支えるネットワークを構築。

プロジェクト11 共通テーマを検討する日中韓共同研究体制
・アジア・グローバル化を支える「人」の基盤として日中韓共同研究体制を構築し、共通テーマでの共同研究・ノウハウ共有、ケーススタディを通じた実践を図る。

プロジェクト12 日中韓の政府、自治体、市民レベルの交流促進
・アジアのネットワークを強固なものとするために、国のみならず自治体、市民といった様々なレベルでの交流を促進。

国土政策への提言 (第4章)

- ①【公民連携によるプロジェクトの実施】"日本発"をアジア・世界に広めるプロジェクトの実施**
日本の誇る優れた技術や文化をさらに高め、アジアや世界に発信していくための12の具体的プロジェクトを実施
- ②【地域の国際ネットワーク化支援】国際都市ネットワークの構築推進**
人やモノが集まる都市を舞台として、各分野での連携・交流を図るとともに、アジアの各都市とダイレクトに結ぶ交通・情報ネットワークを構築
- ③【ソフトの充実】競争と連携を支えるソフト戦略**
① 文化力による交流、② ワンストップ生活・ビジネスサービスの充実、③ 交通・システム間のソフト連携 の推進

報告書の主要構成

テーマ別の検討 (第3章)

<具体的プロジェクト・政策的焦点>

① グローバリゼーション・地域連携

担当: 石川幸一委員
(亜細亜大学教授)

- ・貿易や投資等の視点で東アジアの重要性が高まっている。
- ・東アジアは今後EUとは異なる視点で連携構築を図ることが必要。

プロジェクト1 ASEAN経済共同体と2国間FTA/EPAをベースとした東アジア経済圏
・経済貿易分野で、国境を越えた地域連携を図る。

② 産業・ものづくり

担当: 前田昇 委員
(青山学院大学教授)

- ・国内産業が空洞化し始めているなかで、アジアにおける我が国の新たなポジションの構築が不可欠。
- ・海外の優れた人材や投資を受け入れるための環境づくりが必要。

プロジェクト2 都市へのグローバル・シティ認証制度
・外国から企業や人材が集まり、自国同様に活動が行える環境を備えた都市をグローバルシティとして認証。

プロジェクト3 アジア都市同士のグローバル・シティ・アライアンス(GCA)
・国内外のグローバル・シティが競争・連携することにより、さらなる機能強化を図る。

③ 農業

担当: 下渡敏治委員
(日本大学教授)

- ・人口が世界的に増大する中、食料供給体制を安定的に確保することが重要。
- ・東アジア全体で食料供給システムを構築することが必要。

プロジェクト4 食料インフラ整備に係るアジアへの技術移転
・農産物・食料流通などのインフラ整備に係る技術の供与や移転を図る。

プロジェクト5 中山間地域を舞台とした農産物や日本食の売り込み
・中山間地域において、海外でも人気の高い農産物の輸出を行うとともに、食と観光、地域間での連携を図りながら海外へと売り込むことにより、地域の活性化にもつなげる。

④ 観光・旅行業サービス

担当: 鈴木勝 委員
(桜美林大学教授)

- ・日中韓観光圏時代が到来。
- ・日中韓の交流活性化や外国人旅行者客受入れ体制の構築が必要

プロジェクト6 日中韓交流圏構築を推進する国際観光誘致政策
・ビザなしTransit(無査証Transit)の導入、着地型観光の推進、共同プロモーション等により日中韓一体となった国際観光誘致を推進。

⑤ コンテンツ・文化

担当: 濱野保樹 委員
(東京大学教授)

- ・コンテンツ産業が日本の有望産業の1つ。
- ・日本文化を活用した、情報発信、地域づくりが必要。

プロジェクト7 地域と連携した「日本のコンテンツの聖地」づくり
・マンガ、アニメ、J-POP等の現代日本文化の源泉を知りたいという要求に応え、これらを体験でき、情報発信できる拠点を、地域と連携して行う。

⑥ エネルギー・環境

担当: 武石礼司 委員
(東京国際大学教授)

- ・環境問題が深刻化する中、日本の技術力の可能性は高い
- ・アジアでのゼロ・カーボンを目指した取組を普及させることが必要

プロジェクト8 日本発のアジア・ゼロカーボン(ゼロエミッション)都市建設
・エネルギー・環境面でアジアの大手となるような環境モデル都市・地域を、日本の中で形成し、アジアへの技術移転・制度設計を実施する。

⑦ 物流

担当: 苦瀬博仁 委員
(東京海洋大学 副学長)

- ・太平洋から日本海側への物流のシフト
- ・物流は、グローバルに展開する企業の活動戦略にも大きく影響。
- ・施設インフラもさることながら、技術・制度インフラの整備が課題。

プロジェクト9 ソフトによるロジスティクスの効率化
・アジア全域について、物流インフラのボトルネックの解消、ロジスティクスを担う人材の育成や標準化等のソフト面の整備を図る。

⑧ 都市・国土政策

担当: 大西隆 委員
(東京大学教授)

- ・アジアは様々な側面で、世界での重要性が高まっている。
- ・その中で、様々な要素が集中する都市(圏)における持続可能な成長こそが重要
- ・都市間の連携を強化し、様々な課題に対応することが必要

プロジェクト10 交流を支えるアジア都市間の空路・航路・情報のネットワーク
・人・もの・金・情報の交流の高度化・充実化を支えるネットワークを構築。

プロジェクト11 共通テーマを検討する日中韓共同研究体制
・アジア・グローバル化を支える「人」の基盤として日中韓共同研究体制を構築し、共通テーマでの共同研究・ノウハウ共有、ケーススタディを通じた実践を図る。

プロジェクト12 日中韓の政府、自治体、市民レベルの交流促進
・アジアのネットワークを強固なものとするために、国のみならず自治体、市民といった様々なレベルでの交流を促進。

国土政策への提言 (第4章)

①【公民連携によるプロジェクトの実施】”日本発”をアジア・世界に広めるプロジェクトの実施

日本の誇る優れた技術や文化をさらに高め、アジアや世界に発信していくための12の具体的プロジェクトを実施

②【地域の国際ネットワーク化支援】国際都市ネットワークの構築推進

人やモノが集まる都市を舞台として、各分野での連携・交流を図るとともに、アジアの各都市とダイレクトに結ぶ交通・情報ネットワークを構築

③【ソフトの充実】競争と連携を支えるソフト戦略

① 文化力による交流、② ワンストップ生活・ビジネスサービスの充実、③ 交通・システム間のソフト連携 の推進

4. 観光・旅行業サービス (鈴木委員)

「日中韓観光交流圏の確立に向けて」

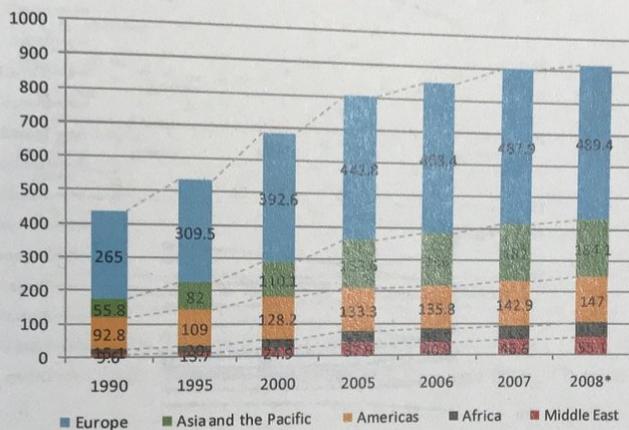
3-4 観光・旅行業サービス 「日中韓観光交流圏の確立に向けて」

3-4-1 日中韓観光圏時代の到来

(1) 世界と日中韓観光交流圏

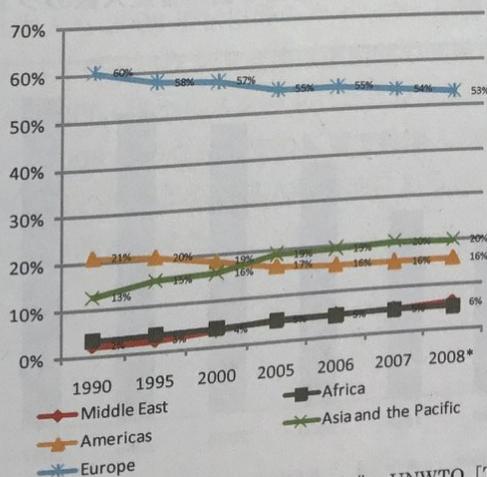
21世紀に入り、種々の大型のマイナス要件、例えば、アメリカ同時多発テロ、SARS（新
 型肺炎）、Tsunami、鳥や新型のインフルエンザなどが発生し、国際観光が揺り動かされる経
 世界観光機関(UNWTO)の速報値(2009年発表)によれば、2008年には世界観光客受入数が、
 9億2,200万人の数値を示している。

図表 3-4-1 地域別の観光客受入数の推移 (単位：百万人)



出典：UNWTO「Tourists Highlight 2009」より作成

図表 3-4-2 世界全体に占める観光客受入数のシェアの推移

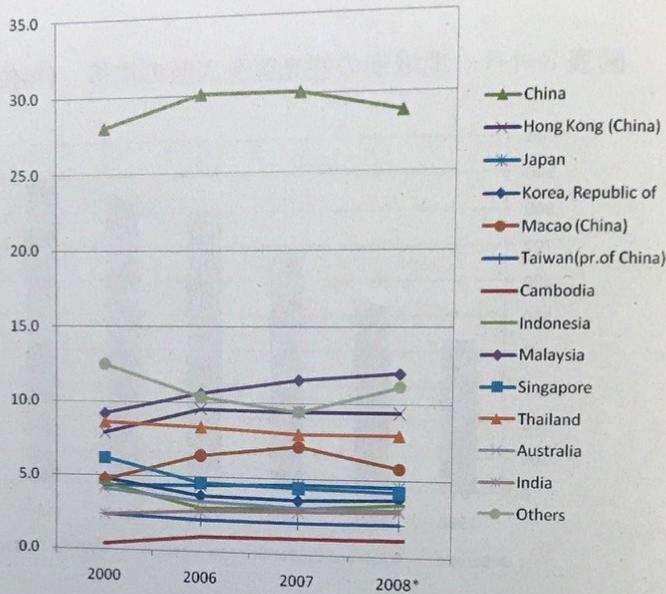


出典：UNWTO「Tourists Highlight 2009」より作成

1) 日中韓を中心とする東アジアの観光交流圏の動き

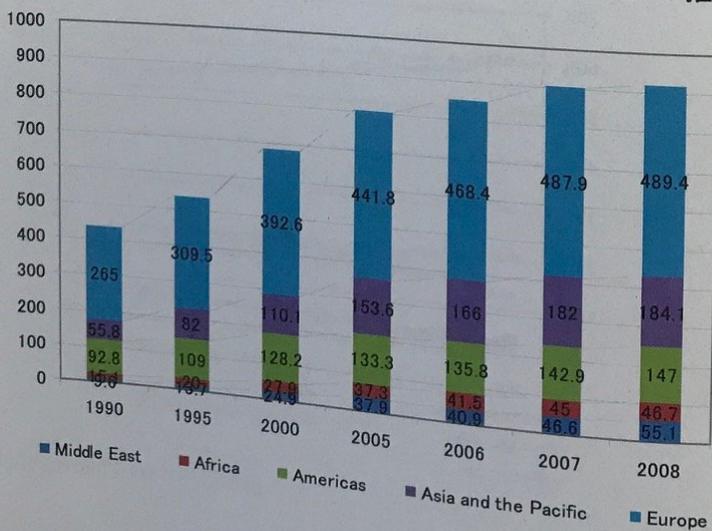
ここ数年、「アジア太平洋地域」は世界全地域の中でも極めて高い伸び率を示し、とりわけ、北東アジアの平均年間成長率は、2000-2006年で8.6%である。世界全体が4.1%であることを考えると2倍以上である。また、世界全体に占める観光客受入数のシェアも当該地域は10%を維持し、緩慢ながらも拡大しつつある。中でも、日中韓における交流は活発化しており、単なる観光のみならず、ビジネスや学術研究分野においても人の動きが広範囲な状況を呈している。

図表 3-4-3 アジア各国の観光客受入数の推移 (単位: 百万人)



出典: UNWTO 「Tourists Highlight 2009」より作成

図表 3-4-4 世界全体に占める観光客受入数のシェアの推移



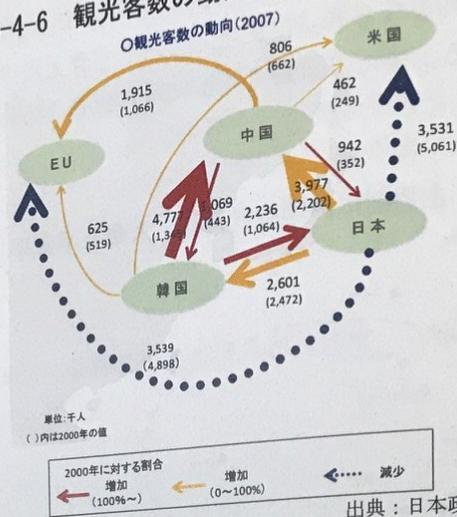
出典: UNWTO 「Tourists Highlight 2009」より作成

3国の総
三角シャト
るのも刺激
圧倒的にア

注: 観光客数の増

日中韓3国
らの中国への
で落ち込みを
増加しつつあ
る(しかしな
題である)。日
効果で順調に
ひや米国への
あり、減少傾

図表 3-4-6 観光客数の動向 (2007年) (単位: 千人)



出典: 日本政府観光局「国際観光白書」より作成

2) 「急ブレーキのインバウンド」と「足踏みのアウトバウンド」

日本が国際観光面で、“いびつ”現象を呈してきたが、徐々に改善の方向に進んでいる。アウトバウンド(日本人の海外旅行者)対インバウンド(訪日外国人客)の国際観光客数比率が、4:1ないしは3:1という均衡を欠く状態が長年の観光国日本の態様だった。例を挙げれば、以下の通りである。

日本人海外旅行者: 訪日外国人 1,781 万人: 475 万人 = 4 : 1	(2000年)
日本人海外旅行者: 訪日外国人 1,599 万人: 835 万人 = 2 : 1	(2008年)

新たな環境—「ビジット・ジャパン・キャンペーン (VJC)」の打ち出し、観光立国推進基本法の施行、観光庁設置などで、2008年夏頃まで、訪日外国人の数値は毎年良化されてきた。その頃までを形容するならば、「飛躍のインバウンド」と「足踏みのアウトバウンド」といえるだろう。官民による活発な活動と、円安などの追い風も手伝い、成功裏に目標年の2010年を迎えようとしていた。そして、日本政府は、「2020年をメドに2000万人」まで打ち出したほどであった。

ところが、2008年秋からの突然の外国人旅行者の下落である。11月以降は前年同月比2けた台で下降線をたどる。もちろん、この理由は、世界的な経済不況もあるが、同時に円高である。とりわけ、大幅なウォン安の影響で、韓国人の訪日が月によっては50%以上も落ち込んでいる。例えば、2009年1月から10月までの10カ月間の累計を見ても、前年対比マイナス40.7%となっている(日本政府観光局発表)。他方、アウトバウンド面では、確かに1,700万人に到達したが、ここ数年は足踏み状態。2008年は「経済不況」に加えて「若者の海外旅行離れ」などの理由で、前年を大きく割り1,500万人台で終了。現在、「急ブレーキのインバウンド」と「足踏みのアウトバウンド」と両すくみ状態となっている。2009年9月に大阪で開催された「国際観光活性化シンポジウム」(主催:観光庁/世界観光機関)では、世界同時不況や新型インフルエンザの影響下であっても伸びるアジア諸国と比較され、“ひとり負けの日本観光”という発言まで出ている状況にある。このような厳しさが続く中で、新政府スタートと同時に、国土交通大臣から「2016年には2000万人、2020年には3000万人の訪日外国人」という大きなターゲットが掲げられた。つい最近発表された日本政府観光局の

「見通し」を限り、極めて難



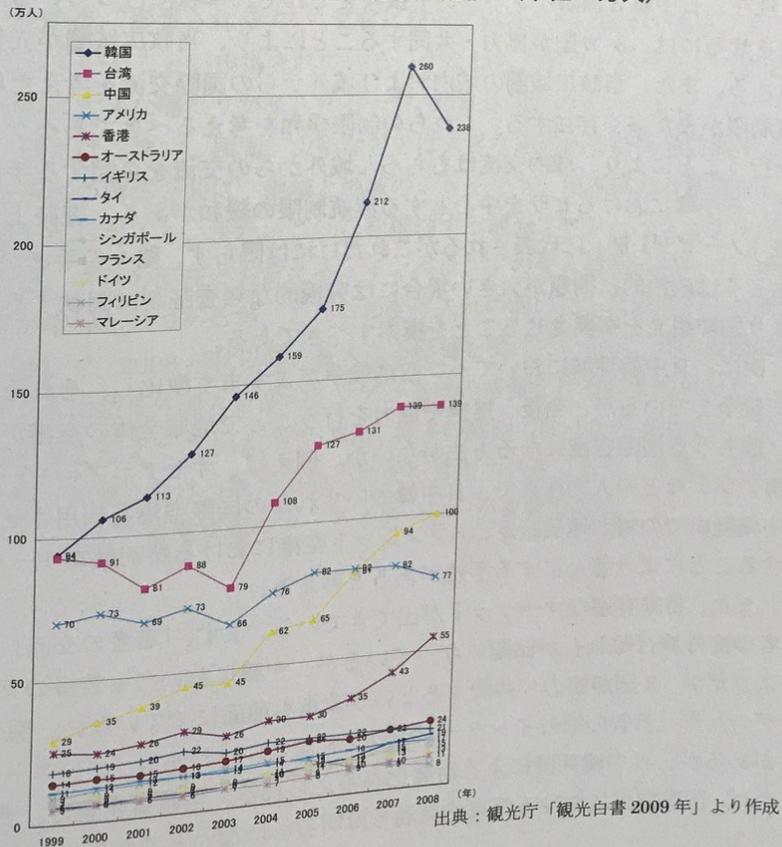
「見通し」を見る限り、今後、かなり思い切った観光振興政策を同時進行型で打ち出さない限り、極めて難しいターゲットになりそうである。

図表 3-4-7 訪日外国人旅行者数の推移(単位：千人)



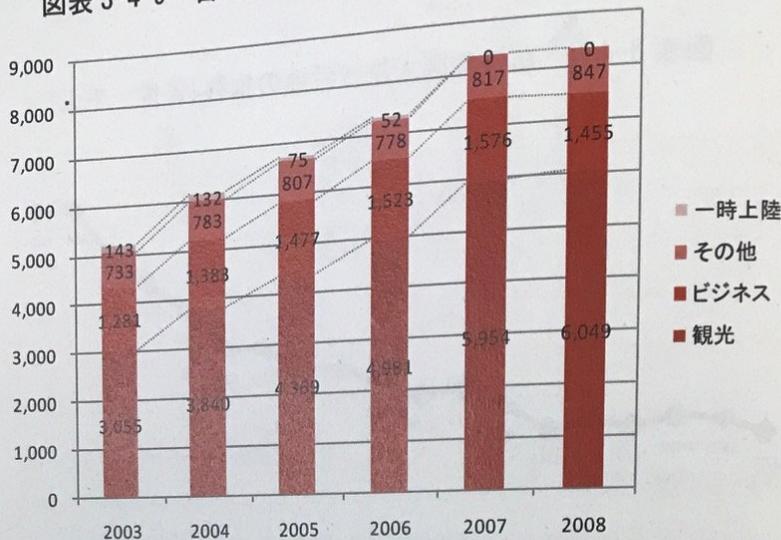
出典：観光庁「観光白書 2009年」より作成

図表 3-4-8 外国人観光客の訪日観光客数の推移 (単位：万人)



出典：観光庁「観光白書 2009年」より作成

図表 3-4-9 目的別訪日観光客数の推移 (単位：千人)



出典：観光庁「2009年観光白書」より作成

(2) 日中韓観光交流圏および日本が持つ課題

1) 「日中韓3国が有する問題点・課題」(ツーウェイ・ツーリズムから日中韓観光圏に)

現在、日中韓3国がインバウンド振興をそれぞれ単独に行っているが、これをさらに活発化させるには、3カ国が協力・共同することにより、当該広域圏が元気になる手法があると考える。また、当該広域圏の域内および域外からの国際交流を考えた場合、現在、各種の渡航制限がまだ多く存在する。これらの制限緩和を考えるべきであろう。また、種々の仕掛けを行うことにより、域内交流はもちろん域外からの交流を企図する手法がないだろうか。まず、日中韓におけるビザを中心とする渡航制限の緩和がある。査証上の緩和政策には「無査証(ノービザ)制」に代表されるがこれだけには限らず、種々の手法がある。国益を害する、もしくは政治的に問題が大きい場合には究極的な無査証制に固執することなく、他の手法により国際観光を振興させることを模索すべきである。

次に、日中韓地域においてハブ空港競争がますます激化し、それぞれの空港が現在、単独で競争しているが、今後、提携や協力を行うことで地域全体の空港がレベルアップし、競争に勝ちうる国際空港になる方法がないか。例えば、オセアニア⇄ヨーロッパ、アメリカ⇄東南アジアなどの人的往来で、日中韓のいずれかの国際空港を利用させる仕掛けはないか。日中韓経由での特別運賃設定、トランジット空港における特別顧客サービスなど、「協力・共同」することにより盛んにする手法があると考えられる。

また、将来有望なマーケットが出てきている。まず、「若者の交流」である。日本では、「若者の海外旅行離れ」が話題になっているが、中韓においても若者の支援策が実施されているようだが、3国が協力・共同するという政策も前面にでていない。例えば、「ワーキングホリデー」や「若者の海外インターンシップ」など、いわゆる、ユーストラベル (Youth Travel) があるが、日中韓共同による活発化が考えられる。当該観光圏で、若者が積極的に動かなければ、国際観光における将来的見通しは明るくはないと考える。現在、「ワーキングホリデー」

制度は
際会議
すれば
て、国際
現在政
れてい
かり、
る法制
完全に
とである
ナルの
いるが、
共有化の

2) 「
全世界
表現がひ
を掴むこ
が指摘さ
「観光格
は都道府
東京や大
る。地域
る必要が
ないこと
や韓国か
である。
響されな
かしなが
今後、イン
成、例えは

制度は、中国の若者にとって現在のところ、機会がないと言ってよい。また、MICE（国際会議など），“国際的”着地型観光、FILM/TV/アニメによる交流の推進には、日中韓協力をすれば、世界にアピールできるし、効果が強く表れると考える。さらに、日中韓地域において、国際観光の流れを左右する旅行業経営に関してもそれぞれの国独自で動きを見せている。現在政府レベルでは、ASEAN+日中韓のように、観光大臣を中心とした会合が定期的に行われているが、この産業では局部的には見られるものの組織だった動きがない。最近、少しづつ法制度などができつつあり、旅行会社に関して、外国企業の進出を受け入れ完全に開放されているわけではない。産業場面では実力が十分に発揮されていないという点である。今後は、この面でも努力する必要がある。旅行業とともに、観光プロフェッショナルの人材養成に関して、観光ガイドなどに関しては多少、日中韓相互の協力姿勢ができてきているが、観光業経営の全般的な面では不十分である。また、観光情報データや統計の分析や共有化の面でも提携・協力により、当該地域圏はさらに拡大する余地があると考えられる。

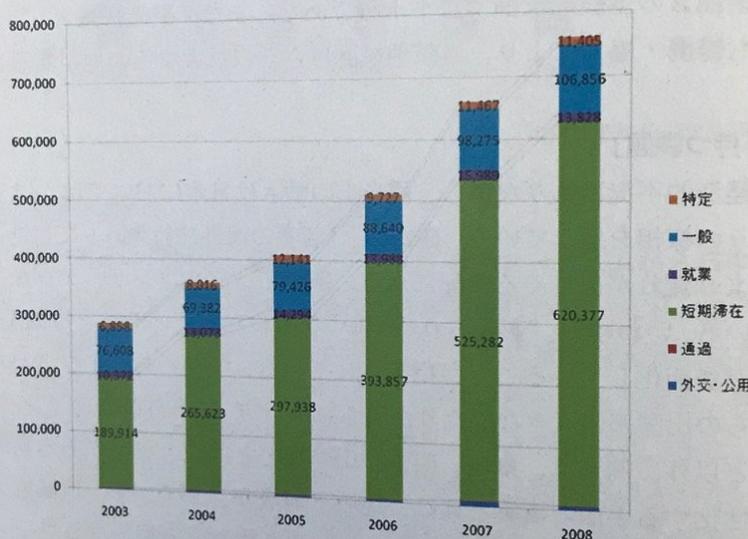
2) 「日本が持つ課題」

全世界的に経済的不況にありながら、観光上の動きは日本においては、「1人負け」という表現がぴったりの様相を呈している。確かに、「若者の海外旅行離れ」ではあるが、きっかけを掴むことにより流れが出てくる気配にある。新型インフルエンザ、テロなどに動じる性格が指摘されている。いわゆる、“影響されやすい”気質になっていることは確かである。また、「観光格差」が表面化していることが指摘されている。すなわち、アウトバウンドの側面では都道府県からの出国率に大きな隔たりが見られる一方、訪日外国人のインバウンド面では、東京や大阪など以外、例えば、東北、四国、山陰などとは大きな差のある訪問地訪問率である。地域を活性化する手法の構築と共に、地域と地域のジョイント、地域協力の意識を育てる必要が、今後は必要となってくる。また、これらを推進する観光プロフェッショナルが少ないことも問題点である。プロの偏在とも言える。インバウンドの受入体制において、中国や韓国からの教育旅行が増加しつつあるが、これらの受け入れの弱いことは以前からの問題である。また、円高に対して、2008年秋以降、甚大なる影響を受けているが、外的要因に影響されない、コンスタントに訪日外国人を迎えるツアー造成の基盤を作る必要がある。しかしながら、2008年の円高を迎えたことは、ずいぶん、将来の教訓になったと言える。一方、今後、インバウンドを扱う地域における観光産業の拡大を目指すべきであり、また、人材養成、例えば、着地型ツアーなどの観光交流のコーディネーターが重要である。

3-4-2 日中韓観光交流をより活発にさせる仕掛けづくりと国際観光誘致策

近年、観光効果に目覚めた国家は観光振興に力を入れている。振興手法は種々あるが、中でも強力な手段の一つとして、査証もしくはこれに関連する規制緩和政策があり、諸国が導入・実施し、また模索している。日中韓の交流をより活発化させるためには、いくつかの仕掛けが必要である。その一つがビザ（査証）である。査証上の緩和政策には「無査証制」に代表されるがこれだけには限らない。「無査証制」に固執することなく、他の手法により振興させることができる。例えば、これは一般的ではないが、中国人の観光渡航の自由化も、団体から個人に、北京や上海などの大都市圏から地方に解禁され、その都度、渡航者数が伸びている。このような誘致策を積極的に行うべきである。

図表 3-4-10 中国人に対するビザ発給数の推移 (単位：人)



出典：外務省「査証発給統計」より作成

本稿では、日中韓観光圏をいかに活発にするかを中心的役割として検討を進めたい。考えられる手法として、「無査証システム」、「無査証トランジット（通過）」、「地域限定」、「年齢限定」、「マーケット限定（修学旅行・シニア）」、「数次ビザ」、「ワーキングホリデー・ビザ」、「無査証特定地域」、「ビザ発給の迅速化・短期化」、「CIQ（出入国・税関・検疫）迅速化」、「ロングステイビザ」、「日中韓観光圏特別ビザ」などがある。同時に、当該観光圏独自の渡航緩和策や仕掛けにも検討を加えたい。特に、本稿作成の1、2カ月前には、中国および韓国に実地インタビューを試みている。それぞれの国の事例を、<Case Study>として、揭示したい。

(1) ビザ（査証）などの渡航緩和策

1) 無査証（ノービザ）制

両国における経済発展、文化交流、相互理解などの見地から国家間相互の利益を目的として、「査証相互免除協定」が締結されることがある。短期間、たとえば3カ月または6カ

月以内に限
渡航目的が
る。適用条
ては固定的
者が増加し
ところで
して片方の
致のためや
また、地域
例としては
た。また、
年度から訪
いては、韓国
入における
年9月1日
たことであ
査証制への
ることがあ
に在外公館
入の道は断
入を上回る
次に、限定
は現在、行

<Case Study>

中国人の
在、中国人
象国「ADS
いる。韓国
とになる。こ
今後、日中韓
沖縄や北海道
あるが、今後
「韓国で一
国大統領にと
い切った策に
国で初めて導
は「県」に相
が無査証（ビ

日から90日までの滞在を認めた。この中には過去15日間しか滞在が認められて来なかった中国人も含まれている¹⁾。

図表 3-4-11 「無査証済州島の宣伝（北京市内）」



韓国では、済州島がすでに中国人の観光客のビザを廃止したことで、多くの観光客を集めている。2009年12月下旬の北京のある大きなデパートにおける済州島の宣伝である。済州島自治道出店の宣伝ブース。

世界自然遺産 済州島
航空券 + パスポート
ビザは要りません。

「無査証導入後の済州島の観光実態と課題」

①済州島の中国観光客に対するビザ免除による中国観光客数の現況

2006年から急激に伸びていることがわかる。

図表 3-4-12 訪韓中国観光客の現況

2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
709,836人	893,986人	1,068,925人	1,167,891人	1,342,317人

資料：UNWTO/韓国文化体育観光部より作成

図表 3-4-13 済州島の無査証入国中国人の統計

	2005年	2006年	2007年	2008年
総入国者数	3,828人	10,794人 (182%)	19,413人 (79.9%)	23,354人 (20.3%)
そのうち中国人	3,821人	10,759人 (181.6%)	19,288人 (78.7%)	22,913人 (19.2%)

注1：()内数値は前年対比の増加率である

注2：済州島の無査証入国者の98~99%を中国人が占めている

出典：韓国文化体育観光部より作成

②中国人観光客の増加によるメリットとデメリット

(i) メリット

中国人観光客が大きく増加することによって、国内観光産業が活性化している。中国人に対する済州島無査証入国が本格的に施行された2008年の場合、中国から済州島への無査証入国者は22,913名で前年度対比19.2%増加した。

(ii) デメリット

¹ 『東洋のハワイ』済州島はこうしてできた。ビザなし拡大、株式会社病院...、「特別自治制度」で強力に支援
(日経ビジネス 2010年2月1日) <http://business.nikkeibp.co.jp/article/world/20100127/212403/>

不法滞
より、中
バウンド

③中国人観光
宿泊施設
および案内
語による案内
の多様な商品
ピング認証制

<Case Study>

中国では：
つの空港間の
中国で初めて
を含めたコー
無査証制へ移
にあつて画期
間は日中韓を
仕掛けの1つ

<Case Study>

他国のビザ
法。韓国政府
無査証で入国

- a. アメリカ、
ずれかの査証
対して。
- b. アメリカ、
み、これらの

ただし、こ
ととしている
発にさせるヒ

2) 数次査証・
ビザ・日中韓観

①「数次査証」
入国査証は

不法滞在者の増加による国内の一部労働者の労働機会の喪失、宿泊施設の不足などにより、中国以外の他国の観光客の減少、飛行機座席数の不足により、韓国からのアウトバウンドの減少などがある。

③中国人観光客対応の特別措置

宿泊施設の職員を対象にしたサービス教育の強化、中国語による利用案内パンフレットおよび案内放送、中国人観光客が多く訪問する観光地およびショッピングモールでの中国語による案内、中国語のパンフレットの用意、ショッピングに対する満足度を高めるための多様な商品提供、旅行ガイドの能力向上、宿泊施設の拡充、案内表示板の改善、ショッピング認証制度の導入など、中国人観光客の受入体制の改善の推進などを実施。

<Case Study> 「査証免除トランジット（通過）」（中国）

中国では2000年1月から上海への「48時間無査証・トランジット滞在」を、上海の2つの空港間の乗り継ぎの便宜をはかるために、これをスタートさせた。この無査証事例は中国で初めてのケースであり、日本から第3国への観光またはビジネス旅行の際に、上海を含めたコースが可能になった。この実施は、2003年9月1日以降において、中国全体が無査証制へ移行したため影が薄まった現象であったが、それまでは査証取得が必須の中国にあって画期的なことであった。今後、日中韓以外の国からの観光客・ビジネス客が48時間は日中韓を自由に旅行できる仕組みを作ることも日中韓の交流のパイプをより太くする仕掛けの1つと言える。

<Case Study> 「査証免除トランジット（通過）」（韓国）

他国のビザ取得を信頼し活用する観光振興策の1つである。韓国政府が現在採用する手法。韓国政府の中国人誘致戦略の1つであり、下記に該当する場合の中国人観光客には、無査証で入国が可能である。

- a. アメリカ、日本、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、ヨーロッパ30カ国のいずれかの査証（パーマネントビザもしくは再入国許可証）を有し韓国を経由する中国人に対して。
- b. アメリカ、日本、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、ヨーロッパ30カ国に住み、これらの国を出発し、韓国を経由し、中国もしくは第3国に赴く中国人に対して。

ただし、これらの許可条件は、30日以内に韓国を出国する予約済みの航空券を有することとしている。この韓国政府の柔軟な、他国を信頼した政策には、日中韓3国の交流を活性にさせるヒントが隠されている。

- 2) 数次査証・ワーキングホリデー・ビザ・その他ビザ（ロングステイビザ・修学旅行学生ビザ・日中韓観光圏特別ビザ）

①「数次査証マルチ・ビザ（multiple visa）」
入国査証は指定して申請しない限り、1回分の入国のみ使用できる査証となるが、2回

以上入国することが予想出来る場合には、ある一定期間内であれば何回でも入国が可能である。ある査証を「数次査証」といい、通称「マルチ・ビザ」と言われている。旅行の都度、査証取得のために旅行会社もしくは大使館・領事館に出向く煩雑さがなく、旅行意欲を刺激させる。このマルチ・ビザは商用などで渡航する場合に発給されるケースが多い。日中韓で今後、大いに取り入れる必要がある。ビジネスのみならず、「観光」目的も当然、考慮する必要がある。また、設定期間の長短（1年間や2年間など）も重要な振興要因である。

<Case Study> 「イータス (ETAS 電子渡航許可制度)」（オーストラリア）

一種のマルチ・ビザ制度である。これは Electronic Travel Authority System と称し、従来の査証に代わる新たな入国許可システム。このシステムを利用し入国許可を得ると、通常、登録した日から1年間、何度でも使用可能である。従来の旅券スタンプの押印やシールの貼付に代わり、申請（登録）手続き・許可をコンピュータで処理する電子渡航許可制度で所定の条件を満たしていれば、登録が可能である。問題がなければ許可が出て、ETAS カードが発行されるので、旅券番号を記入し、所持の上、渡航する。これにより、かつてのオーストラリア入国手続きより簡易化され、観光振興に寄与している。

② 「ワーキングホリデー・ビザ」

観光目的で入国しようとする場合、通常、就業などの報酬を得る目的で活動することは不可能であるが、青少年に限って旅行費用をまかなうために一定の条件で就労を認める制度を許可する査証である。将来の日中韓の交流に関しては、まず、若者の動きをいかに活発化させるかどうかである。日本では「海外旅行離れのヤング」に対して、魅力ある制度を打ち出していく必要がある。この制度促進には、事前の説明と共に、旅行中における現地インフォメーションやコンサルティングを行う「デスク」などを設置すれば、さらに活発になろう。このワーキングホリデーと、後述する海外インターンシップ制度をジョイントさせることも考慮の価値ありと考える。現在、日本人青少年に対しては、オーストラリア、ニュージーランド、カナダなどがあり、最長1年間、観光旅行しながら働くことも可能である（2010年1月現在、香港を含めて、11カ国・地域）。

<Case Study> 「ワーキングホリデー・ビザの現状（訪日）」（韓国）

韓国とワーキングホリデー・ビザ協定を結んでいる国は、オーストラリア、カナダ、日本、ニュージーランド、フランス、米国、ドイツ。18歳から30歳までの若者を対象に発行する。このビザはそれぞれの該当国に限って一生に1回しか発行できない。実際滞在期間は1年を上限とする。日本のワーキングホリデー・ビザの発行は、2009年現在7,200人であり、2012年までは10,000人に拡大していく予定である。図表3-4-14は現在までの

図表 3-4

2004	
2005	
2006	
2007	
2008	
2009	
(9.22 現在)	

③ その他ビザ

「ロングステイ」最近、世ア政府では高ングステイその後、更に生に発給する光圏特別ビザ例えば、EU

3) 「ビザ発給

① 「ビザ発給

査証取得に定も多い。彼特に、日本へ航者に対して、ている実態がその「取得日」のだろうか。国民の「観光」ビザ発給にエーションが、中で、「雇用にけるビザ申請り、例えば、

図表 3-4-14 ワーキングホリデー・ビザの利用現況（韓国→海外）（単位：人）

	計	豪州	カナダ	ニュージーランド	日本	フランス	ドイツ
2004	12,704	9,513	500	891	1,800	/	/
2005	21,103	17,706	800	797	1,800	/	/
2006	29,478	24,007	800	1,071	3,600	/	/
2007	35,012	28,562	800	2,050	3,600	/	/
2008	40,146	32,635	2,010	1,901	3,600	/	/
2009 (9.22 現在)	53,231	39,906	4,020	1,901	7,200	109	95

資料：文化体育観光部資料より作成

③その他ビザ（ロングステイビザ・修学旅行学生ビザ・日中韓観光圏特別ビザ）

「ロングステイビザ」は長期滞在対象のビザであり、年齢制限で実施しているものであり、最近、世界ではシニア誘致戦略の1つとして、注目を浴びている。例えば、マレーシア政府では高年齢層の長期滞在に対して、「マレーシア・マイセカンドホーム・ビザ」（ロングステイ・プログラム）と銘打ち、取得を許可している。1年間の査証が5年間更新でき、その後、更に5年間の延長が可能とするものである。「修学旅行学生ビザ」は修学旅行の学生に発給するビザであり、一般ビザより簡易な手続きであり、交流を推進する。「日中韓観光圏特別ビザ」は、将来的にこれらの国の一国の査証を有すれば、他の国の査証は不要、例えば、EU地域圏的思考法であり、このビザが期待される。

3) 「ビザ発給の迅速化/短期化・ビザ申請書類の簡素化」

①「ビザ発給の迅速化/短期化」

査証取得に要する期間短縮が盲点でもある。最近のリピーターには1週間以内の旅行決定も多い。彼らを当該国へ誘致させる手法として「査証取得日数の短期化」が有効である。特に、日本への渡航に関して、諸外国からの要望が多い。たとえば、中国人の観光目的渡航者に対して、ドイツ査証は約3日間で取得できるが、日本に関しては1～2週間を要している実態がある。2009年7月1日から中国人の個人旅行者に対してビザを解禁したが、その「取得日数」に焦点が当てられたことはない。個人ビザ取得に、なぜ1週間もかかるのだろうか。他国の例を見れば1～3日間のケースが多くある。これらの面に、国および国民の「観光ホスピタリティ」、すなわち「訪問歓迎の気持ち」が投影されているようだ。ビザ発給に関して、対照的な記事が日米で掲載された。一つ目は、U.S. トラベルアソシエーションが、2010年2月初めに、旅行産業の雇用創出提案を議会に出した。その提案の中で、「雇用に対する間接的な効果として、中国、ブラジル、インドなどの広大な国々において、100人の領事担当者を増やすことによるビザ申請の手続きへの支援策がある。これは、100人の領事担当者を増やすことにより、例えば、インド人のアウトバウンド・マーケットを5%伸ばせば、33億ドル以上輸出

収入、年間で30,600人のアメリカ人雇用の確保につながる²⁾としている。他方は、2009年12月9日、日本政府の各省庁連絡会議の観光立国推進本部の初会合を開かれた。その際の報道の中に、外務省から中国の訪日観光ビザ規制緩和の拡大についての記載がある。「現在解禁となっている北京、上海、広州の在外公館では1名当たり160件ほどのビザを処理しており、過重労働になっているという。さらに緩和を進めるのであればフォローが必要³⁾と述べられている。中国において、確かに大使館や領事館でビザ発給の業務が煩雑になっていることは理解できるが、その対応と熱意に日米の大きな違いがある。

②「ビザ申請書類の簡素化」

査証申請書類の簡素化が重要である。各国を調査すれば、観光に力を注ぐ国々は、申請上の諸項目はポイントを抑えた手法を採用し、簡素化に努力していることがわかる。書類の煩雑なことは、「観光の後進性」のバロメーターにもなっているといってもよい。すなわち、観光後進国ほど、提出書類が多くなるということである。

<Case Study> 「韓国における簡素化」

中国人個別観光客に対するビザ発給書類の大幅簡素化が実施された。毎年、海外観光への需要が急増している中国人観光客を積極的に誘致するため、中国人個別観光客に対するビザ発行書類を大幅に簡素化した。内容は、個人観光ビザ申し込みの時、最大7種類の書類を提出したが、2種類に簡素化した。また、特に、上場企業の課長級以上は在職証明書と営業集組写本のみを、そしてプラチナ(PLATINUM)カードまたはゴールドカードを所持する者の場合最近6カ月以内カード使用内訳だけを、提出すれば良いことになった。

4) 「査証費用の低廉化、または、無料化」

近年、「旅行代金の低廉化」が目立っている。一方、「査証代金および取得関連経費」が不変なために、年々、旅行費用に占めるビザ費用のシェアが高まっている現状にある。査証代金および取得関連経費が低廉化に向かえばそれだけ、他の海外デスティネーションと競争できることになり、観光促進の一助になることは確かである。また、査証費用無料化の方向をとれば、リピーターが増加することが考えられる。日中間に関しては、日本人に対しては無料システムを採用していることから、中国人に対して、特別措置として、無料システムを採用すれば旅行者は増加すると考えられる。

5) 「空港手続きの簡素化/迅速化」(税関・出入国・検疫C I Q)

世界の各空港で簡素な手続きの努力をしている。特に、EUは模範的な手続きと言える。なぜならば、EU一国に入国すればメンバー国は通過できるからである。また、バスで国境

²⁾ Other proposals made by Dow include adding 100 new consular officers in geographically large countries such as China, Brazil and India to help process visa applications. Dow wrote, "If the U.S. could gain an additional 5 percent of the Indian outbound travel market, it would drive more than \$3.3 billion in additional export revenue and create 30,600 more American jobs in one year." (U.S. Travel Delivers Job Creation Proposals to Congress (February 2, 2010. Travel pulse HP)

³⁾ トラベルビジョン 2009/12/10

を通過する場合
せている。日中

<Case Study>

法務部は200
別観光客のビザ
致を積極的に推
のための専用審
営することで、
に長い間待つ不
入国審査台に設
別に運用するこ
できるようにな
手続：税関、出

6) 「査証上の
査証上の規制
して、日本人の
考える。

①「リピーター」

一般に、海外
そうではなく直
を發揮すること

②「旅行申込」

最近、日本の
を「申込みの間
も1~2週間前
なくない。その
たがって、間際
大きく左右するこ

③「旅行代金」

既述のように
高まりつつあり

④「外国人旅行」

査証上の規制
とを意味してい

を通過する場合も極めて簡単な手続きとなっている。したがって、EU への旅行者を加速させている。日中韓観光圏でも同様な仕掛けが考えられる。

<Case Study> 「韓国における簡素化」

法務部は2009年7月15日より外国人の団体観光客のため専用審査台を運営し中国人の個別観光客のビザ申込書類を大幅簡素化した。これは日本、中国人など海外からの観光客の誘致を積極的に推進している観光業界の要請を反映するものである。また、「外国人団体観光客のための専用審査台を運営」。今までは「国民」と「外国人」だけで区分して入国審査台を運営することで、乗客の立て込む時間帯に日本、中国人の団体観光客が入国審査を受けるために長い間待つ不便を経験してきた。2009年7月15日より仁川空港、金海空港及び釜山港の入国審査台に設置された案内表示板に「団体観光(Group Tour)」と表示された専用審査台を別に運用することになって、外国人団体観光客がより迅速かつ楽に入国審査を受けることができるようになった。また、仁川空港では、航空機の到着人員を事前に把握し、CIQ(出入国手続：税関、出入国審査、検疫)担当者の配備の調整を図っている。

6) 「査証上の規制緩和の効果」

査証上の規制緩和がもたらす効果や影響を考察すると、多岐にわたることがわかる。主として、日本人の事例を取り上げることにするが、他国籍の旅行者にもほぼ当てはまるものと考えられる。

①「リピーターの増加」への対応

一般に、海外旅行の初心者にとっては、査証取得には時間的猶予を持つが、リピーターはそうではなく直前が多い。したがって、リピーターが激増中には、査証上の緩和政策が効果を発揮することになる。

②「旅行申込みの間際化傾向」への対応

最近、日本の旅行マーケットでは、出発日間際での予約や変更が顕著になっている。これを「申込みの間際化傾向」と称している。従来であれば、海外パッケージ・ツアーは遅くとも1～2週間前に申込みが必要であったが、最近では1週間以内での申込みの事例も少なくない。その際に10年利用のパスポートが一般的となった現在、ネックは査証となる。したがって、間際の旅行決定に対応できる「無査証制」はデスティネーションの意思決定を大きく左右することになる。

③「旅行代金の低廉化」への対応

既述のように全旅行費用に占める査証費用(査証代+取得に要する諸経費)のシェアは年々、高まりつつあり、査証上の規制緩和がこれに対応できることになる。

④「外国人旅行者へのホスピタリティの意思表示」

査証上の規制が緩和されることは、当該国により訪問歓迎の意思が強く包含されていることを意味していることになる。

図表 3-4-15 日中韓におけるビザ発給関連施策の推移

年		2002—2009
旅行者		
日本人	中国	●(2003)日本人旅行者などを対象にして無査証入国を施行
	韓国	
中国人	日本	●(2004)訪日観光団体に係るビザ発給対象が5省3市に拡大 ●(2004)訪日修学旅行生のビザ免除 ●(2007)中国の全在外公館にて訪日団体観光査証の取り扱い開始 ●(2008)家族観光査証の発給開始 ●(2009)7月より中国個人観光客にビザ発給(4人以上のグループで添乗員付きが条件)
	韓国	●(2006)済州島、中国人観光客を対象にして無査証入国を施行 ●(2009)7月14日:中国人のビザ申請書類の簡素化 ●(2009)上海 EXPO 期間中の 30 日間の短期相互ビザ免除(検討開始)
韓国人	日本	●(2002)ワールドカップ期間中に限定的にビザ免除措置の実施 ●(2002)ワーキングホリデーの査証発給枠を 1800 件に拡大 ●(2005)3月:愛知博の開催にあわせ、短期滞在査証免除措置を期間限定(6カ月間)で実施 ●(2006)3月:短期滞在査証免除措置の無期限実施(ビザ免除滞在期間 30 日から 90 日に) ●(2009)ワーキングホリデー制度の査証発給枠を 7200 件に拡大
	中国	●(2008)オリンピック期間中の限定ビザ免除措置の実施 ●(2009)上海 EXPO 期間中の 30 日間の短期相互ビザ免除(検討開始)

出典：各国大使館資料より作成

(2) トランジット客誘致策—戦略的ハブ空港の構築—

日中韓をトランジット地として目的に向う人はかなり多い。そうした人々が自由に日中韓を行き来することができるビザの導入などが想定される。

2010年2月に「世界の空港ランキングが発表された。これは国際空港評議会(ACI)が2009年の調査結果「利用者へのサービスで評価が高かった世界の空港ランキング(ASQ—Airport Service Quality)」であり、総合順位は、1位は「仁川国際空港」、2位が「シンガポール・チャンギ国際空港」、3位が「香港」、そして、4位に「北京」が入った。残念ながら、成田国際空港は年間旅客数2500万人～3000万人のカテゴリーで3位だが、総合では順位は発表されず。いずれにしても、日中韓の首都空港比較では最後ということだろう。

ところで、http://www.kankogaku.com/cgi-bin/fo_image/blog_entry_image/42.jpg トランジットそのものの意味は「通過」のこと。その客を「Transit Passenger」(通過客)と呼ぶ。より専門的に言えば、Stop Over(途中降機)にあたらぬ、乗り継ぎのこと。外国人誘致に懸命な国々、いわゆる「観光立国」と称される国は、すでに積極的に取り組んでいる。また、世界の「ハブ(中心・中枢)空港」を目指す空港もこの客層誘致に力を入れている。そのために、立派な「Transit Lobby/Room」をつくり、種々の「Transit Tour」を企画し、便利な「Transit Hotel」なども建てたり、また、一時入国するのに容易にと「Transit Visa(簡易ビザ)」を政府が発行したり、もしくは、思い切って「48時間ビザなし」Transit許可したりす

る。とにかく
うことを考
世界の空港
として(日
Lobby)の
まで、準備
になってい
したがっ
たらよいか
アンスを組
1)「トラ
種々の
は、最終
ハブ(中
客、ビジ
客をより
ンジット
ランジッ
2)「トラ
<http://>
国際観
らは、観
よつとばか

<Case Stud
種々のトラ
と。「空港周
会い、長い余
12時間、16
ている。宿泊
口に多くのイ
してある)。
る。とにかく

る。とにかく、世界から飛んでくる旅行客をわずかな時間でも、空港で快適に過ごしてもら
うことを考えている。(もちろん、目的地となることが最も望ましいのだが)。
世界の空港の中で、シンガポールのチャンギ空港は10年以上前からシンガポール航空を中心
として(日本の旅行会社数社とタイアップして)、積極的にこの作戦を展開している。「Transit
Lobby」の「Transit desk」には日本語ができるスタッフを配備し、無料の「Transit Tour」
まで、準備している、このような努力の結果もあり、この空港は世界に冠たる「ハブ空港」
になっている。

したがって、快適な空港を目指し、トランジット・ツアーにしても、「どんなツアーを作っ
たらよいか？」の種類にばかり焦点が当てずに、もっと世界の航空会社、旅行会社、アライ
アンスを組む航空会社との連携・インボルブさせる方法を考え、作戦を練る必要がある。

1) 「トランジット・ホテル」

種々のサービスの中で、このホテルに関して少しばかり述べたい。観光地としての韓国
は、最終的なデスティネーションを目指していたのだが新たな空港建設とともに、「世界の
ハブ(中心的)空港」をも視野に入れて、強気に動き出したようだ。今までの、一般観光
客、ビジネス客、国際会議参加者、知人親戚訪問客などに加えて、トランジット(通過)
客をより誘致しようとの戦略である。細かな観光マーケティング上の予測を立ててのトラ
ンジット・ホテル建設だろう。「ハブ空港」にはなくてはならない施設の一つ。確かに、ト
ランジット客用に種々の設備が整っている。

2) 「トランジット・ツアー」

http://www.kankogaku.com/cgi-bin/io-image/blog_entry_image/42.jpg

国際観光を活性化する手法として、世界で注目されているツアー・タイプの1つ。これ
らは、観光や業務出張で目的国への飛行の途中(または、帰路)に立ち寄った空港で、ち
よつとばかりその都市を垣間見ようとするインスタント観光。

<Case Study> 「仁川国際空港における設備」(韓国)

種々のトランジット・ツアーがある。「2時間コース」・「4時間コース」・「5時間コース」
と。「空港周辺ツアー」「スパツアー」「仁川市内ツアー」「ソウル市内ツアー」etc.(『短い出
会い、長い余韻』のこのキャッチフレーズに注目)。また、トランジット・ホテルは、6時間、
12時間、16—24時間刻みで、ウォン建て、USドル建て、円建ての3本で価格付けがされ
ている。宿泊客以外に、仮眠客が多くいるようである。また、トランジット・ホテルの入り
口に多くのインターネット機器が配備されている(「これはトランジット客だけ」との記載が
してある)。これら以外に、「トランジット・ツアー・デスク」が目立つところに置かれてい
る。とにかく、トランジット客には便利は国際空港である。

図表 3-4-16 トランジットツアー



図表 3-4-17 トランジットホテル



図表 3-4-18 インターネットプラザ



ところで、「トランジット・ツアー」の充実を重視する理由を述べておこう。

- a. 「ハブ空港」としてより拡大させるために。
- b. トランジット客といえども、経済的効果の外貨獲得を目指すことができるため。“チリツモ”（少ない金額でも量が多くなれば効果が大きい）を期待である。
- c. トランジット客のリピーター化、すなわち、次回は目的国(デスティネーション)として誘致できる潜在力が高いため。したがって、トランジット・ツアーを宣伝の一環と考え、“破格値”または、無料でどうだろうか。(乗り継ぎ客という観点から、支払いほどこの通貨でもOKとすれば、極めて便利である。成田では日本円に固執することなく、「ウォン」でも、「人民元」でも、なんでもOKにしたらどうだろうか)。

(3) 主要マーケット「教育旅行」「MICE (国際会議 etc.)」「FILM/TV/アニメ」へのアプローチ

これから期待の持てる旅行分野であり、注意を払いたいマーケットである。「教育旅行」、「MICE (国際会議など)」、「FILM/TV/アニメ」を推進することにより、日中韓の交流をさらに活発化させることができるだろう。これらを起爆剤として仕掛けるには、日中韓の協力・共同は欠かせない。観光プロの養成が必要である。

1) 「教育旅行」

「高校生などの海外修学旅行」などの交流である。学生時代の旅行経験は後の人生を大きく左右する。日本の修学旅行生に対して、夏休みや冬休みといった休暇期間中といえども、相手国の政府・観光局や学校の協力により学术交流やイベントが種々催され、成功裡に終了するケースが多くある。これに反し、日本でのかれらの受入はどうだろうか。最近、経済的富裕さも手伝い、韓国や中国などのアジア近隣諸国からの修学旅行も動き出している。しかしながら日本側の対応は、通常時期に加え、休暇期間においても、相手から要望のあった学校を選定することは難しく、受入体勢はかなり未熟だと言った方がよい。身近な事例だが、シドニーに移住する友人が、毎年、オーストラリアから高校生の日本旅行をボランティア的に世話をしているが、常に頭を悩ますのは「日本での受入れ」。地域自治体や学校関係での受入れ先が容易に見つからない。このような事例から、「モデル選定」や「観光業/教育界とのコ

一ディナー
生などの者
受入体制を

<Case Stu

種々のテ
テーマは次
などである
米やオース
している。

図表 3-4-

2) 「MICE

MICE の言
国にシンガ
際コンベン
る。長年、

「ディネーター」の育成に資金と人を投入すべきである。法制面での整備、すなわち「高校生などの若者に対するビザに関しては、もっと規制緩和を」と唱えたいが、同様にこれらの受入体制をより強固にする必要がある。

図表 3-4-19 日本への修学旅行（高校生）動向ベスト5
(2008年4月～2009年3月)

国籍	人数
① 韓国	
② 台湾	8,910
③ 中国	7,320
④ アメリカ	6,294
⑤ オーストラリア	2,832
	2,675

資料：文部科学省（旅行通信 2010年2月12日付）より作成

図表 3-4-20 「北京旅行会社による修学旅行パンフレット」



<Case Study> 「北京旅行会社による修学旅行パンフレット」(中国)

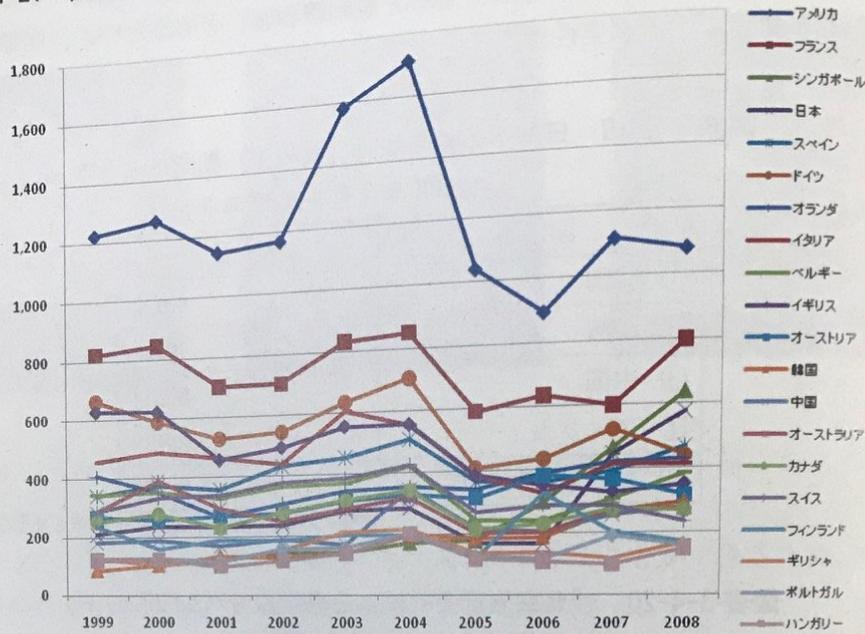
種々のテーマを設定し、日本への教育旅行の誘致を行って毎年、成功している。ちなみに、テーマは次のようなものがある。「自然環境」、「日本産業観光」、「日本中小学環境保護教育」などである。日本旅行担当者は、当然、日本語ができることを必須としており、同時に、欧米やオーストラリアにも同種の修学旅行を実施しており、そのために、英語の使い手を採用している。したがって、デスティネーション競争となっている。

図表 3-4-19 では最近の修学旅行の数値であるが、中国人学生の伸びが急激である。

2) 「MICE (国際会議など)」

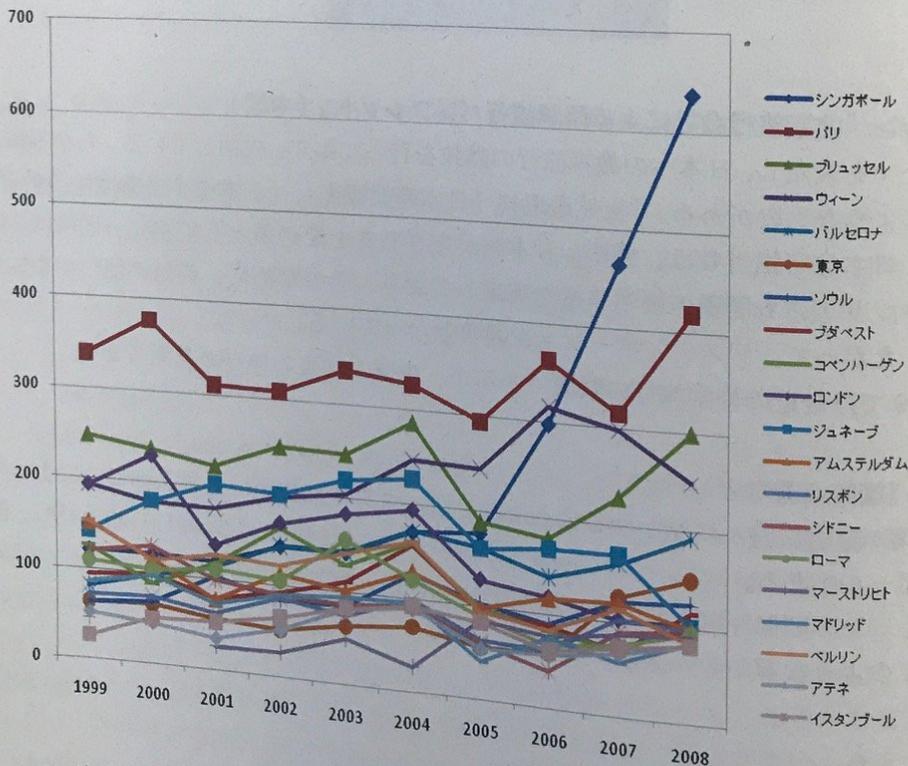
MICEの言葉が最近、盛んに聞かれるようになった。世界でも強力に力を入れている1つの国にシンガポールがある。“コンベンションシティ・シンガポール”と銘打ち急上昇し、国際コンベンションの開催件数に関して、国別ではNO.3となり都市別ではNO.1となっている。長年、このような輝かしい実績を残している。

図表 3-4-21 国別国際コンベンションの開催件数の推移 (2000 年～2008 年) (単位：件)



出典：UIA 統計より作成

図表 3-4-22 都市別国際コンベンションの開催件数の推移 (単位：件)



出典：UIA 統計より作成

シンガポール政府観光局でコンベンション推進に従事した担当者の言葉では、「シンガポ

ルがコンベン
数が長く、一
生産誘発効果
効果が大きく
ポールで国際
へのアクセス
ベンションの
しかも英語に
ンガポール政
ルはコンベン
いると考える。
さて、シン
近、件数が伸
のことを国際
会議、国際展示
と呼ぶ」とし、
ビジネス目的
これまで必ず
誘致活動を行
ICEの誘致は
日中韓3国
が、最近、ピ
ピック」や「2
さて、これは
社の案内板「会
と、中国でもM
なりのセンター
図表3-4-24は、
込んだMICE
域都市(西安や
のビジネスは、
と思われる。日

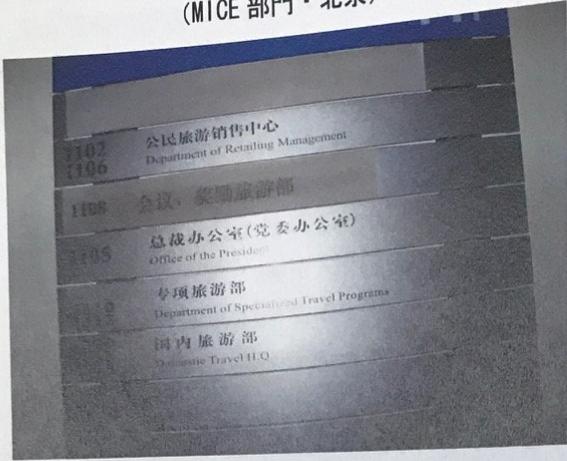
ルがコンベンションの誘致に力を入れるのは、コンベンション参加者は観光客よりも滞在日数が長く、一人当たりの支出額が高いからです。つまり、コンベンションは直接的消費効果、生産誘発効果、付加価値誘発効果、さらには雇用機会の創出効果など、開催地の経済的波及効果が大きく、シンガポール経済の活性化に大きな役割を果たしています⁴⁾。また、シンガポールのアクセスの良好性、「通信サービスの良さ」、「災害のない気候」、「治安の良さ」、「コンベンションの共通語としての英語が普及」などである。また、登録観光ガイドがかなり多く、シンガポール政府として、コンベンション誘致のための助成金制度を設けている。シンガポールはコンベンションのためのハードとソフトが噛み合ったトータルなシステムが完備されていると考える。

さて、シンガポールには及ばないが、日本でも、MICEの言葉があちこちで見られ、最近、件数が伸びつつある。国土交通省のホームページでは「ビジネス客が多数来訪する分野のことを国際的に総称して、MICE（企業等のミーティング、企業報奨・研修旅行、国際会議、国際展示会、国際見本市 Meeting、Incentive、Convention/Congress、Event/Exhibition）と呼ぶ」とし、また、「これまで観光目的の訪日旅行需要を中心に事業を実施してきた。一方、ビジネス目的の訪日外客については、訪日旅行者全体の約20%を占めているにもかかわらず、これまで必ずしも十分な取り組みがなされていなかったのが現状です。この結果、国家的な誘致活動を行っている近隣アジア諸国との競争が激化する中で、ビジネス需要の核となるMICEの誘致に向けた我が国の取り組みが求められているところ」と述べている。

日中韓3国を見たところ、韓国は既にコンベンションを重視し、振興にスタートしているが、最近、ビッグイベントを機にMICEを活発にしている中国がある。「2008年北京オリンピック」や「2010年上海EXPO」が拍車をかけている。

さて、これは、中国でも規模の大きな旅行会社の1つである「中国国際旅行社総社」の本社の案内板「会議、奨励旅游部」（図表3-4-23）である。新たに塗り替えられたところを見ると、中国でもMICEが拡大していることがうかがえる証拠品である。新たな「部」なり「室」なりのセンターが設置されたようである。なお、これは2009年夏に訪問した時の写真である。図表3-4-24は、日系旅行会社が中国にMICE専門の会社を設立し、中国および中国人を巻き込んだMICEを活発に行おうとしている。写真から類推すると、北京、上海の大都会以外、地域都市（西安や瀋陽など）にセールスを展開している様子である。日系旅行会社にとり、中国でのビジネスは、日本でこの種の会議推進を展開させるよりも、事業利益が図られるのではないかとと思われる。日本でのMICE振興に強力なライバルと言える。

図表 3-4-23 中国旅行会社
(MICE 部門・北京)



図表 3-4-24 外資系コンサルティング会社 (MICE 専門・北京)



さて、この調子では、日中韓3国ではますます MICE 熱が強くなっていることが予想される。相互に競争を行うのではなく、共同開催や共同プロモーションなどの連携を組む手法が、シンガポール、フランス、アメリカなどに勝ち残れる方法ではないか。特に、「世界各国からのアクセスの便利性」では、日中とも仁川国際空港を頼りにしなければならないだろう。また、コンベンションにはプレ・ツアーやポスト・ツアーの魅力が会議の良さの1つとなるとなれば、例えば、日本開催であれば、オプションツアーとして、ハンディーな中国や韓国をスケジュールに入れる手法もある。シンガポールがコンベンション開催で、上位に入っている理由に、会議の前後ツアーで、マレーシアやインドネシアなどのアセアンに簡単に行けることも大いに手伝っているからである。したがって、コンベンションの海外プロモーションなどでは、常日頃から連携を取る必要がある。

3) 「FILM/TV/アニメ」による観光交流促進

まずは、これらに該当する FILM/TV/アニメの最近の話題を日中韓3国で見よう。

<Case Study> 中国における北海道ブーム

「今年(2009年)の国慶節大型連休中、国内旅行と同時に、海外旅行も爆発的な人気を呼んだ。映画『非誠勿擾』によって中国で巻き起こった『北海道ブーム』に加え、日本で今年7月から中国人観光客の個人観光ビザが解禁となったことで、日本が中国人観光客の注目を集める目的地となった。全日空は日本各地をめぐる『日本まるごとツアー』を大々的に PR し、中国人観光客の呼び込みに躍起になった⁵⁾。なお、この映画「非誠勿擾」は2008年末に公開された映画で、インターネットで知り合った中国人男女が北海道へと旅行にでかけ、恋に落ちる作品である。

<Case Study> 韓国における秋田ブーム

「秋田県の観光地などでロケが行われた韓国ドラマ『IRIS』の影響で、韓国からの旅行者が急増している。低空飛行を続けたソウル便の搭乗率も急上昇し、景気が冷え込む県内は⁷⁾

⁵ <http://j.peopledaily.com.cn/95952/6788829.html> (人民網日本語版 2009年10月20日)

イリス効果にえ
巡る旅行会社の
によると、同社
田へのツアーは
泉とゴルフが目
になった。韓国
では』と話す⁶⁾。

<Case Study> I

日本では、ア
表」の際のコメ
日外国人のアニ
リ美術館アフタ
5位 相撲ツア
を反映して、ス
ップと示されて
源に」と声高に
ニメに関する情
布するほか、作
客を呼び込みた

以上、日中韓の
課題を考えてみ
が、まず、必要
ースがある。海
信することが望
当該地域の関係
となると、自国
日本全体の観光
よって「中国人
えば、そうなっ
このような状況
きるように新た
インバウンドお
ケティング分析
が必要である。

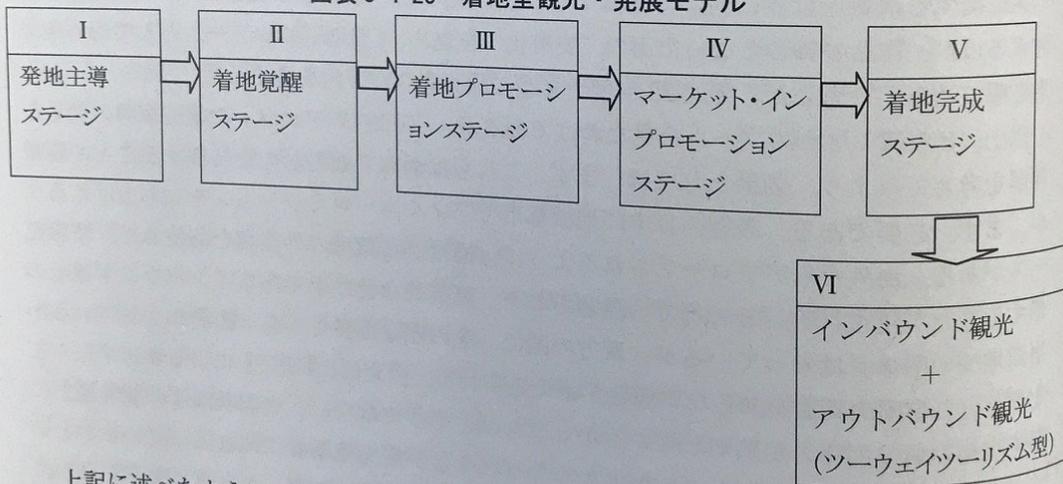
⁶ 韓国ドラマのロケ
<http://www.yomiuri>
⁷ 2010年1月30日

(4) マーケット・イン発想の“国際的”着地型観光の推進

1) 「マーケット・イン発想の“国際的”着地型観光」

「(着地型ツアーを)旅行・観光の目的地である各地域(着地)側が有する個別の観光資源(自然、歴史、産業、町並み、文化等)に係る情報および着地側の人々の観点(例:各地域での体験・学習等の活動)を重視して企画・立案・実施されるのが着地型旅行である」と国土交通省は定義している。最近、この「着地型」や「着地型ツアー」という文字が方々で見かけられるようになった。どうやら、「着地型ツアー」の登場で、従来のパターンを「発地型ツアー」を呼称するようになってきている。着地型ツアーを街おこしや地域活性化の救世主のように見ている人がいるが、ツアー商品には「発地型」も「着地型」もないと考えている。どちらかの傾向が色濃く出されている段階は、「着地型観光・発展モデル」の一過程であり、また消費者や旅行者のニーズを捉えていないと判断していいのではないか。生産者であるサプライヤー(地域観光協会を含む観光産業関係者、ホテルや旅館の宿泊業者、バス、鉄道、航空会社などの運輸関係者)の意向を前面に出した手法、すなわち、「プロダクト・アウト」でなく、消費者や旅行者のニーズや動向に基づいた「マーケット・イン」手法を基礎とすべきと考えるからである。ツアー商品造りには「発地」と「着地」が協力して造らなければ、それこそ消費者や旅行者が満足するツアー商品ができない。

図表 3-4-25 着地型観光・発展モデル



上記に述べたように、生産者であるサプライヤーの意向を前面に出した手法、すなわち「プロダクト・アウト」でなく、「マーケット・イン」手法、すなわち「始めに顧客ありき」の考え方を基礎とし進むことが肝要と考える。現在、日本で論議されているデスティネーションと呼ばれる観光目的地は、Iの「発地主導ステージ」からVの「着地完成ステージ」への発展過程で見かけられる。II段階以降、観光目的地が目覚め、最終的Vは当該地域の特色を尊重・加味(相互に研修ツアーやミッションを派遣し双方で研究しあう)したり、また、他の着地デスティネーションとのジョイント企画をはかったり、消費者・旅行者のニーズに基づいてツアー商品を完成させる段階である。さらには、旅行中においては現地でオプション的に、更なる満足を提供できる迅速な体制を構築することである。マーケット・インの観

点から、毎年、消
る。また、国の内
的には、国家的に
することが必要な
ツーリズム」を常
そして世界遺産の
行く、そうなれば
インバウンド観光

2) 「“国際的”

この日本での「
それは、日中韓3
そのモデルをある
籍冒険ツアーとは
の旅行会社が企画
ものが多いです。
トドアの経験豊富
活をしながら旅す
全に安く、個人で
達のネットワーク
の動機づけには、
最初は誰もが戸惑
プトは「世界を遊
参加した仲間と、
は12~20名程度」
済的な旅に」、「安全

このコンセプトの
でこの種の旅行が
価格志向の風潮に
にもなる。国内型
ントさせて、日中韓
内もしくは域外の旅
コーディネーターも
る。外国人をターゲ
着地型ツアーを開発
それこそ広範なプロ
するならば、常にマ

⁸ <http://www.expl.co.jp/t>

点から、毎年、消費者動向把握のために、現地を訪問し、顧客のニーズを把握する必要がある。また、国の内外の観光プロフェッショナルに情報発信を行う必要がある。そして、究極的には、国家的に双方向交流を目指すこと、すなわち、「ツーウェイ・ツーリズム」を盛んにすることが必要だろう。ミクロ的に考えた場合も、日本の各都市、各地域も「ツーウェイ・ツーリズム」を常に考える必要があるのではないか。訪日外国人の多い京都や飛騨高山でも、そして世界遺産の屋久島にしても、外国人の訪問客を増やすと同時に、海外へどんどん出て行く、そうすれば、翌年以降のインバウンド観光への流れに繋がっていくと思う。一方的なインバウンド観光促進だけでは、コンスタントな伸びに繋がっていかないと思っている。

2) 「国際的」着地型観光の発展型

この日本での「着地型観光」や「着地型ツアー」をさらに拡大させることを考えてみたい。それは、日中韓3国で共同企画そして催行するものである。「国際的着地型ツアー」がある。そのモデルをある会社では「多国籍冒険ツアー」と呼んでいるが、これを紹介する。⁸「多国籍冒険ツアーとは世界中から参加者を集め、現地で集合、現地で解散するツアーです。海外の旅行会社が企画、運営しており、1ツアーの数は、12名～15名の少人数で設定されているものが多いです。外国人と寝食を共にしながら旅をする、いわば国際版『あいのり』。(アウトドアの経験豊富なツアーリーダー(外国人スタッフ)と世界のバックパッカー達と共同生活をしながら旅するものです)。個人旅行の自由さを失うことなく、グループで行くことで安全に安く、個人では行きにくい所へも行けるメリットがあります。多国籍なので世界中に友達のネットワークを広げることができ、英語の勉強にもなります。英語をマスターするための動機づけには、一人で外国人の中へ飛び込むのが一番。言葉の壁や文化の違いなどから、最初は誰もが戸惑ってしまいますが、そのままへこみっぱなしの人はいません。旅のコンセプトは「世界を遊び場に仲間をつくらう!」。キャッチフレーズとして、「さまざまな国から参加した仲間と、国際交流を楽しもう」、「生きた”英語”を肌で覚えよう」、「少人数制の定員は12～20名程度」、「アウトドア経験豊富な外国人ツアーリーダー」、「個人旅行よりずっと経済的な旅に」、「安全かつ効率的に」というものである。

このコンセプトの「着地型ツアー」は飛躍しすぎであろうか。今後、日中韓3国での連携でこの種の旅行ができれば、国際観光がさらに拡大されるし、リピーター向けでもあり、低価格志向の風潮にストップをかけられ、そして、若者の海外旅行離れを止めさせるきっかけにもなる。国内型着地型ツアーで1都市、1地域でなく、海外を含めて数カ所をジョイントさせて、日中韓の魅力を満喫させること。したがって、期間も現在の短期間でなく、域内もしくは域外の旅行客に1週間なり、2週間なりとプランし、参加者をエンjoyさせるコーディネーターも必要となる。国際色豊かになるためには、英語を最低限必要になってくる。外国人をターゲットとすると同時に、同時に自国民も参加できるようになる。この種の着地型ツアーを開発することは、数都市・地域の協力はもちろん、産官学連携が必要となる。それこそ広範なプロフェッショナルなノウハウが必要になってくる。また、毎年集客を期待するならば、常にマーケティング力がなければならないし、顧客の志向を調査する必要がある

⁸ <http://www.expl.co.jp/tour/index.html> 株式会社エクスプローラ「地球探検隊」

る。特に、日本の観光産業の中で、特に、インバウンド観光参入に躊躇している日系旅行会社にとって、このような国際版着地型ツアーにチャレンジしたらどうか。日中韓の人々によるエンターテインメントはやや苦手と思う場合は、この種のツアーが得意な外国人に頼んでもいいだろう。例えば、オーストラリア人など、「エアーズロック・キャンピング・ツアー」などで企画慣れしたプロフェッショナルも多くいる。このような“国際的”着地型観光への企画・催行を考える旅行会社が日本や韓国で、すでに誕生しつつある。

さて、“国際的”着地型観光を作れる人材はどのようなことが必要であろうか。

- a. まず、自分の地域、自国、日中韓のポジションを知っていること
- b. 日中韓以外の海外事情に精通していること
- c. 海外マーケット・トレンドを把握していること

現在、「着地型ツアー」が声高く叫ばれているが、自分の地域事情を知る以上に常にその地を訪問する旅行者のニーズ、すなわち、c. を考慮することがより重要だと考える。

(5) 日中韓3国によるジョイント・プロモーション

「金融や貿易、環境保護、エネルギーの安全、観光などの多分野において、日中韓3カ国は互いに力を相殺するのではなく、東アジアの協力でその長所を伸ばせることだ。例えば、金融協力の面で、日本は先進的な金融システムと比較的豊かな管理経験を有しており、一部の役割を存分に発揮することができる。中国は人口が多く、日本も1億余りの人口を抱えており、東アジアの観光業には非常に大きな潜在力がある」、「東アジアの枠組みで日中韓を互いに力を相殺すべきでない⁹⁾」。特に、観光交流面では、種々の面で協力し進展させる方法論がある。日中韓での共同観光プロモーションを考えてみたい。

1) 「日中韓デスティネーションへの誘致」(共同宣伝一般)

当該域内相互の人的交流だけではなく、共同観光促進面でヨーロッパ、アメリカ、オセアニアからの旅行者を当該地域に誘致させる手法を実施すべきである。例えばヨーロッパからの旅行者に対して、人気の中国だけでなく日本または(および)韓国をも訪問するパターンを宣伝する。日中、日韓、日中韓共同も可能であり、誘致には特別航空運賃、特別コンビネーション宿泊券などの特典提示を考案する。同時に観光振興上の人材交流を活発に行うべきである。これらの国際的連携に対しては、国家としても可能であるが、地域単位の連携も十分可能であり、その場合、各々の国の姉妹都市などを核とする展開も有効であろう。

2) 「日中韓ジョイント・プロモーション」(海外インターンシップ)

韓国でも若者の失業が増えている中で、旅行に出かける意識が低下しつつあるが、韓国政府は、海外でインターンシップを行うことを韓国政府が後押しするワーキングホリデー・ビザや、在外公館派遣事業(「グローバルリーダー10万名養成」事業)などを通じて積極的に海外との交流を促進させようという展開を見せており、今後こうした動きが日中でも活発化

⁹⁾ 復旦大学国際問題研究院副院長任曉氏 (Searchina 2009年12月31日)
http://news.searchina.ne.jp/disp.cgi?y=2009&d=1231&f=politics_1231_002.shtml

すれば、日中韓

3) 日中韓ジ

既に述べてき
 「“国際的”着地
 より効果が多く
 て、海上や陸上
 鉄道などもコン
 と同時に、域外
 KTX (韓国高速
 出すと同時に、
 もある。

3-4-3 日

(1) 日本にお

旅行会社の営業
 の旅行会社と比
 の「海外旅行」
 る「外国人旅行」
 び「海外旅行」の
 方とも1%以下と

図表 3-4-

注：外国人旅行の

ビジット・ジャ
 働きや円安の影響
 は、旅行産業の中
 るのか。極めて少
 尽力に負う所、大

すれば、日中韓の交流はさらにパイプが太くなると期待される。

3) 日中韓ジョイント・プロモーション/オペレーション(その他)

既に述べてきたような「海外修学旅行」、「MICE」、「FILM/TV/アニメによる観光交流促進」、
「国際的”着地型観光」などの分野で提携する分野が多い。日中韓が連携することにより、
より効果が多くなるであろう。また、日中韓観光振興には、3国における航空産業に合わせ
て、海上や陸上ももっと活発な動きをする必要がある。例えば、クルーズ・フェリー・バス・
鉄道などもコンビネーションで動かすシステムを構築することにより、当該域内での観光客
と同時に、域外からの誘致を図れると思う。日本から韓国へのツアーに関して、「航空+
KTX(韓国高速鉄道)+バス+フェリー」などとジョイントオペレーションの魅力をもっと
出すと同時に、価格的な魅力も当然出す必要がある。新たな旅行形態の仕掛けを行う手法
もある。

3-4-3 日中韓における旅行業における構造変革

(1) 日本における旅行業経営の特異性

旅行会社の営業内容は、大きく分けると3部門ある。日本の「旅行会社」の取扱いは外国
の旅行会社と比較して、際立った特徴を持っている。それは自国民である日本人旅行者対象
の「海外旅行」と「国内旅行」への極端なシフト。図表3-4-26では、インバウンド観光である
「外国人旅行」の取扱量が極めて少ない。日本人マーケット対象である「国内旅行」およ
び「海外旅行」の両方で99%を越す状況であり、訪日外国人旅行の取扱額および粗利益の双
方とも1%以下というデータである。

図表3-4-26 「旅行会社の営業状況」<JATA加盟旅行会社(2006年度)>

区分	取扱額(%)	粗利益(%)
外国人旅行	0.56	0.82
海外旅行	46.5	44.0
国内旅行	52.9	55.2
合計	100.0	100.0

注:外国人旅行のみ比率を明確にするため、小数点第2位にて表示

出典:「旅行業を取り巻く環境と旅行業経営分析2008」(JATA)より作成

ビジット・ジャパン・キャンペーンが2003年からスタートして2008年秋まで、産官学の
働きや円安の影響で訪日外国人の数は急激に伸び、約500万人から800万人に飛躍した。で
は、旅行産業の中で、日系旅行会社が頑張ったと胸を張って言える会社が果たしていくつあ
るのか。極めて少ないと考える。韓国系や中国系旅行会社、いわゆる「民族系旅行会社」の
尽力に負う所、大と言うべきである。

ところで、日系旅行会社が、インバウンド観光を取り扱わない理由は一体何だろうか。いくつかの理由が考えられる。第一は、現行のインバウンド・ビジネス構造から生ずるもの。通常、日本人の海外パッケージ・ツアーでは、旅行会社は「航空運賃+宿泊+観光+トランスファー」などを取り扱うが、訪日外国人の場合、航空部分（50～70%に相当。ツアーにより大きく異なる）は海外の旅行会社が扱い、その他を日本側（ランド・オペレーター）が受け持つことになる。しかしながら、近年のホテルなどによる直販体制で旅行会社を経由しないケースも多く、日本の旅行会社の取扱額も極めて低く利益も少ない状況である。したがって、このビジネス・モデルを大きく変えることができれば訪日外国人の増加に直結することになる。

一方、問題も多い。海外の旅行会社からの支払い、特にアジア方面からの旅行会社による費用の支払いで「遅延」や「未集金」問題がある。また、直前の予約や変更、低価格への交渉など、原因は日本側旅行会社だけではない。加えて、近年、加速される「サプライヤーの直販化」がある。ホテルや航空会社は旅行会社を介することなく消費者へ直接、アプローチする。それを後押しするのは訪日外国人マーケットの FIT（個人旅行化）傾向。欧米はもとより、近隣の中国、香港、台湾、韓国からの旅行者は、ダイレクトにサプライヤーにアプローチする。今後の旅行会社による対抗策は、旅行パーツ販売でなく新たな旅行素材をミックスさせ、ホテルや航空会社が造成できない商品を開発することであり、ここにビジネス・モデルの改革の一端があり、旅行会社の取扱量のいびつ性を修正する道があると考えている。

また、海外では日系以外の旅行会社の健闘が目立っているが、これは外国企業・組織の中に日本人を組み込み、うまく機能していることによる。現在の日本における観光産業組織と大きな差異がここにある。日本のインバウンド観光を活性化させるためには、日系旅行会社に外国人プロを積極的に採用する一方、民族系旅行会社の受入ノウハウの教えてもらうこと。そのような体制を日本で築く必要がある。

以上は、旅行会社を取り巻く観光産業同士の事情だが、インバウンド観光にブレーキをかけている他の大きな理由がある。それは、国家、地方自治体、日本国民側の組織。例えば、オーストラリアから多い高校生の国際交流グループ。果たして、日本の高校での交流の受け入れ態勢はスムーズに行くだろうか。高校側もそうだが、文部科学省や地方自治体も、迅速な対応をしてくれる現在とは到底思えない。また、異なる例だが北京での人民大会堂や釣魚台国賓館での北京ダックの料理は、一般観光客は賞味できるのだが、日本ではそのような場所で食べることはまず不可能であり、できたとしても煩雑な手続きを要することになる。国際会議や国際交流などのイベントに付随するこのようなアレンジは、国家、地方自治体、民間はじめ、積極的に旅行産業をバックアップする体制が必要ではないだろうか。

(2) 日中韓の今後の旅行業の展開

<Case Study> 韓国 HANA TOUR と中国 CITS 中国国際旅行社総社の最近の組織の様子

1) 「韓国 HANA TOUR」

海外パッケージ・ツアーでは、一番のシェアを持つ。なかでも、「Japan ビジネス (5F)」 「China ビジネス (3F)」それぞれ別フロアを持つ。一時ウオン安で打撃を受けたが、持ち直して、伸びを示している。従来、アウトバウンド中心だが、インバウンドも行っている。

2) 「中国
インバウン
資・合併) の
ジア・アフリ
また、「e-ビ

図表 3-



今後、日中韓
のものやオフィ
企業で、他の国
える。また、企
外国旅行会社の
グループとの合
ビジネス範囲に関
すでに韓国や中国
当該産業の横の製
およびアウトバ
組織が一番、遅
れば、日中韓の提

(3) 日中韓の旅行業

1) 日中韓の旅行業
先ごろ北京を訪
れた。「最近、中国
まくやってくれる
るしかない」。中国
注文などがあり、

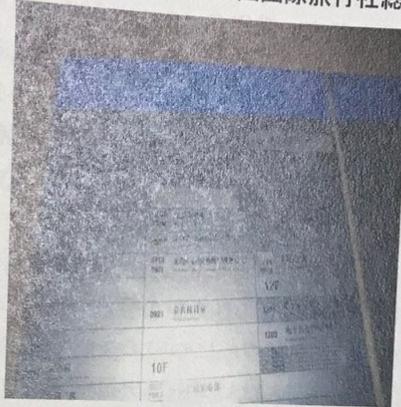
2) 「中国 CITS」

インバウンド部（日本）が大幅に減少している。理由は、日系旅行会社の中国への進出（独資・合弁）の結果である。したがって、左側7Fには「日本部」なくなって、「亜非部（アジア・アフリカ部）」となっている。他方、「アウトバウンド」分野は、拡大している（右側）。また、「e-ビジネス」が拡大しているのは、12Fを占めていることである。

図表 3-4-27 韓国 HANA TOUR



図表 3-4-28 CITS 中国国際旅行社総社



今後、日中韓3国で観光ビジネスを等しく発展させる方向は、それぞれの国でビジネスそのものやオフィス開設が容易な手続きで開設できることは当然である。同時に、それぞれの企業で、他の国の観光プロを簡単な手続きで採用できる仕組みにならなければならないと考える。また、企業でも外国人を積極的に採用するシステムが待たれる。日中韓では、最近、外国旅行会社の設立が目立っている。今まで少なかった韓国では、最近では、JTBとロッテグループとの合弁会社がある。中国にはすでに多くの旅行会社が進出している。ただし、ビジネス範囲に関しては、中国人の外国旅行は現在のところ、認可されていない。日本には、すでに韓国や中国から多くの旅行会社が進出している。旅行産業を強靱な組織にするには、当該産業の横の繋がりが重要である。日中韓を見れば、中国や韓国は、すでにインバウンドおよびアウトバウンド双方とも、協会なりの組織を持つが、日本におけるインバウンド業界組織が一番、遅れている状況にある。民族旅行会社を含めた組織が待たれる。そのような組織があれば、日中韓の提携によりさらに前進するのではないかと。

(3) 日中韓の旅行産業における人材養成

1) 日中韓の旅行業における人材比較
先ごろ北京を訪ねた際に、中国国際旅行社の日本ツアーの責任者に苦情を強く申し立てられた。「最近、中国から多くのチャーター便を出すのだが、地域発着ツアーの企画・見積をうまくやってくれる日本人旅行プロがない。したがって、我々自身が日本を調査し企画を練るしかない」。中国人ツアーの企画手配は、旅程、価格設定、直前の変更の多さ、その他各種注文などがあり、確かに難しくそれをやれる旅行プロが少ない。首都圏も多くないが地方に

行くと、その傾向はさらに強まる。

ここで、インバウンドの企画プロに関して少し触れたい。旅行会社の JTB や近畿日本ツーリスト、格安航空券などで名を馳せている HIS のある支店長が、訪日外国人の旅行作りのプロかという決してそうではない。ツアー販売のセールスや流通チャンネルに通じているが、旅行企画となると別物である。また、添乗員、いわゆるツアー・コンダクターを何十年経験したからといって、ツアー企画のプロかというとは限らない。旅程管理者として旅行事情のプロと言っても、企画プロとは異なっている。誘致戦略を実践的に行うとなると、プランナーとしての訓練をある程度経ないと旅行作りは難しい。現在の日本は、実業界にあって、また教育・学术界においてもインバウンドの旅行プロが少ない。身近な企画プロの転用を図り訪日外国人を活性化に導くのが早道である。「外国政府観光局」や「海外ランドオペレーター」の日本人マネジャーには、企画プロと呼べる人材が少なくない。特に、これらのマネジャーには海外諸国の厳しい観光振興競争の中を生き抜いているだけに、プランナーとして有能な人材が多い。彼らに日本の魅力の引き出しやイベント作りなどで、日本誘致を図らせた方が即効的と考えている。

2) 観光ガイドその他人材の養成

観光関連の人材養成について強く要望したい。まず、専門のガイドや通訳の存在である。現在、訪日外国人はビジネス出張や親戚知人訪問のシェアが比較的に高い傾向にある。しかし、これからターゲットとする 1,000~2000 万人以上は、純粋のツーリストの割合が多くなる。こうなれば、彼らを案内する通訳・ガイドが多く必要となる。その上、「単なる観光」でなく、産業観光 (TV:テクニカルビジット)、修学旅行、世界遺産巡りなどとなれば、案内ガイドの質をさらに高めなければならない。加えて、現在の政府・地方自治体による海外セールス・ミッションの行き先は中国や韓国が多い。そうなれば英語に加えて、中国語やハンガルのガイドが今まで以上に必要になってくる。周知のように国際観光振興政策上、いかにリピーターを誘致できるかが重要な“鍵 (キー)”である。それには、日本の良さを十分伝えることができるプロのガイドが、観光立国日本へと大きく前進させる力を持つ。このようなことを考えると、“促成栽培できない”プロフェッショナル・ガイドの養成に着手する必要がある。その現象は街の書店である。観光学書籍以上に、「観光ガイド・通訳」の書籍が極めて少ないことである (北京にある「観光学」専門書店)。

図表 3-4-29 観光ガイド手引書が並ぶ書店



図表 3-4-30 「観光学」専門書店外観



「Books for tourists」
のための手引き本
末に北京に行った
けでも、「観光立国
「通訳案内士にな
たがって、通常の
旅行者の)添乗員に
が。この現象を述べ
きるのではないかと
なっている。

また、観光の専門
のように考えている
警察官はどうか。空
疫)の担当官はど
員などもっと裾野を
るには、観光関係者
日中韓旅行産業に
は、日中韓それぞれ
ており、これらの組
合同の人材養成セン
アセアン 10 カ国は
成を行っている。ま
支援を受けている。

3-4-4 観光データ

(1) 観光データの

世界では観光に力
の政府観光局が HP
が知恵を絞っている。
者に関する各種統計
1 人当たりの消費額
に国の内外に発信す
の提供は、英語、中
ムページが強力な観
ある。インターネット
まれる。同時に、国家
る必要がある。
観光振興のための情

上の HP を通して考えてみると、次のような事項をチェックすることになる。

“観光立国度” のバロメーター

- a. 「一般情報」：一般観光情報の多寡。
- b. 「国家主張」：国家首脳・観光大臣の主張が明確に発表されているか。
- c. 「言語数」：母国語以外に、英語に加えて何カ国語で発信されているか。
- d. 「専門家情報」：国の内外の観光産業/学術関係者へのデータ発信量の多寡。
- e. 「更改頻度」：情報が頻繁に、そして迅速に更改されているか。

これらの観点から、日中韓の国々の観光データと統計を比較してみたい（主に、日本における HP）。

1) 観光データと統計「日本」

政府、日本政府観光局（JNTO）、地方自治体などの各種観光データや統計は、ビジット・ジャパン・キャンペーンをスタートさせた 2003 年と比較して、かなり充実してきている。しかしながら、熱意の割には観光ガイドブックレベルの情報の域を脱せず、“旬&使いもの”になる情報が多いとはいえない。特に、外国人からの指摘の多い「物価高・日本」に関しては、安価に宿泊・食事できる方法、民宿施設などの選択肢も多くを紹介すべきであり、多言語を使用しての情報発信を今後は、努める必要がある。これは地域自治体に行けば、さらにこの傾向が強い。また、観光専門家向けの現在のデータや統計、そしてそれらの過去の蓄積データが極めて少ない。特に、海外の専門家をいかに日本びいきにするか、日本の事情通にするか、また、海外の観光研究者にとって、日中韓でもっとも遅れているのではないかと思う。なお、アウトバウンドの日本に関する「日本人海外旅行者」のマーケティング分析については、群を抜いた発信を行っており、世界の政府観光局・航空会社・旅行会社から重宝がられ喜ばれている。これは民間組織の尽力に負うところである。

2) 観光データと統計「韓国」

観光データや統計に関しては、インターネットを通じて、3 国のうち、もっとも発信しているように思える。特に、日本語における FIT（個人旅行者）に関する情報、いわゆる消費者情報は群を抜いていると考える。統計分野に関して、外国の関係者への英語版は過去に遡った長期間の蓄積のある統計数値は、検索も容易であり特筆できるものである。

3) 観光データと統計「中国」

インバウンドに関しては、中国語版では過去の数値から最新のものまでかなり細かい部分まで発表されているが、英語版のインターネット上ではそれほど多くは見られない。なお、年報や年鑑における詳細さと正確さでは、日中韓では群を抜いているのではない。しかしながら、アウトバウンドに関しては、インバウンドと比較するとかなり少ない。

(2) 観光統計

1) 「観光統計」

観光を強力に推進することが重要な要素と見られており、その国が観光バロメーターが「観光立国」のホームページでの継続的に実施される。例えば、訪問する外国国際会議参加、親行、滞在日数などデータを分析し、その国にわかりやすく伝える。

2) 「観光統計先」

さて、観光統計「先」がある。種々ある。

図表 3-4-31

Table 13

1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
Compound annual growth rate (CAGR)
1999-2003
2003-2008
2008-2013
2013-2018
1999-2008
2008-2018

注：Business: ビジネス客 VFR したがって、2018 年となれ
 について、オーストラリア
 (一般観光/業務接舷/親戚)
 を読むのもかなり難しいので
 過去と現在が明確にだされて
 と変化することは当然である

(2) 観光統計

1) 「観光統計の重要性」

観光を強力に推進するには、なりゆき任せでない「観光数値把握」と「予測（目標）設定」が重要な要素と強く考えている。最近、世界に「観光立国」を目指す国々が多く現れている。メーターが「観光統計」だと考えている。また、同様に、国内では、都道府県庁や知事室のホームページでの観光統計をみて貰いたい。毎年、観光統計や観光客分析が明解に、迅速に、継続的に実施されているならば模範的な自治体と言える。さて、観光統計の手法として、例え、訪問する外国人数をいち早く把握し、どのような外国人（一般観光、ビジネス出張、行、滞在日数など）であるか、経済的効果（旅行者のショッピング消費額・性向など）はどの国際会議参加、親戚知人訪問などが来ているか、どのような形態（グループ旅行、個人旅行）かを分析し、そして将来の推移を予測しているか。これらを白書やインターネットで、国民にわかりやすく告知しているかどうか。

2) 「観光統計先進国・オーストラリア」

さて、観光統計データ発信の観点から、日ごろから注目している国として、「オーストラリア」がある。種々ある統計データのうち、最新の長期予測を見たい。

図表 3-4-31 「オーストラリアの長期予測（2009-2018）中国人」（単位：千人）

Table 13 International visitor arrivals: China

	Business	VFR*	Holiday	Other ^d	Total
	'000				
1998	29	13	29	5	77
1999	29	15	42	7	93
2000	35	17	57	10	120
2001	37	18	86	16	158
2002	41	20	105	24	190
2003	42	21	89	24	176
2004	55	27	136	34	251
2005	66	31	148	40	285
2006	67	38	159	44	308
2007	73	43	190	52	358
2008	59	47	183	62	356
2009	49	60	206	76	368
2010	69	59	227	82	417
2011	75	64	248	91	458
2012	82	76	267	102	502
2013	89	82	286	112	544
2014	96	88	305	124	587
2015	103	93	324	135	630
2016	111	99	343	145	673
2017	118	105	363	155	716
2018	126	105	363	166	761
Compound annual growth rate (%)					
1999-2003	9.9	9.5	20.7	35.4	17.4
2003-2008	7.2	17.5	16.0	21.3	15.1
2008-2013	8.4	10.0	7.3	12.6	8.8
2013-2018	7.2	6.6	6.4	8.1	6.9
1999-2008	8.4	13.9	18.1	27.4	16.2
2008-2018	7.8	8.3	6.8	10.4	7.9

注：Business: ビジネス客 VFR: 親戚知人 Holiday: 一般観光 Other: その他発信時期は、2009年下半期であり、そのほかにも注目されている旅行者である「中国人」が記載されている。2, 3年先までについて、オーストラリア政府はどのように考えているか。10年間の予測グラフでは、さらに細かい予測調査結果が記載されている。次に特筆すべきは、「深く修正・改定する態度」である。状況が刻々変わるものもかなり難しいのに、10年先までは至難の業である。予測に関するデータがこのように発表出来ることは、過去と現在が明確にだされている証拠であろう。次に特筆すべきは、「深く修正・改定する態度」である。状況が刻々変わることは当然である。過去に修正理由を明確にして、予測改定がなされたことがあった。
出典：2009年12月発表「The Tourism Forecasting Committee (TFC)」

3) 「観光統計先進国を目指す日本」

ところで、日本の観光統計に関して、ここ1、2年急速に、オーストラリアなどの観光統計先進国にキャッチ・アップしようとする動きが出てきている。例えば、

- a.国土交通省/観光庁を中心としての「観光統計の整備に関する検討懇談会」の立ち上げ、定期的に発表される各都道府県別の宿泊統計など
- b.2007年秋/2009年春に開催された「観光経済国際シンポジウム」。これは、観光統計に関する国際シンポジウムである。この種の会議で観光統計のプロフェッショナルがさらに出てくることを期待したい。
- c.日本政府観光局(JNTO)による各種観光統計は、最近かなり充実してきている。ただし、これは日本語中心。今後の課題としては、海外の観光関係者や研究者対象に、英語による観光データや統計を充実させる必要がある。

また、これは最新の観光統計ニュースだが、「観光入込客統計の共通基準策定へ実施は任意、四半期ごとの公表を目指す。観光庁は(2009年)12月16日、『観光入込客統計に関する共通基準』の案を取りまとめた。観光入込客数や観光消費額を算出する全国共通の基準として、2010年4月からの調査実施を目指し、都道府県と調整を進めていく。年内にも基準を策定する見通しだ。これまでは、都道府県ごとの手法で調査を行っていたため、観光入込客数等を比較することが難しかった。共通基準を設けることで正確な実態把握に役立てたい考え¹⁰⁾とある。観光統計の歴史にとって、2010年はチャレンジの年、すなわち、画期的な年になりそう。少しでも多く、観光統計会議のようなレベルアップできる機会を設けて、観光統計のプロフェッショナルを養成することが必要であり、同時に、観光統計により出された経済現象や効果を駆使して、さらに国際観光振興が飛躍できることを期待したい。

(3) 「日中韓の観光データ/統計の共有」

日中韓による「情報の共有」という観点からは、アセアン10カ国がかなり進んでいる状況と比較し、かなり劣っている。今後、日中韓による国家・地域レベルによる実務的なマーケティング分析や統計数値比較などを実施することにより、将来の観光振興の方向性や手法が見えてくることだろう。観光データ、観光統計が十分取れないということは、観光誘致に必要なマーケティング戦略を立案することが困難であることを意味している。例えば、在オーストラリア華僑/華人向けに、海外パッケージ・ツアー「オーストラリア⇒日本⇒中国⇒オーストラリア」が販売されたり、韓国人向けツアーとして「韓国⇒アメリカ⇒日本⇒韓国」が好評を博したりしている。また、アメリカ人向けに「U.S.A⇒日本⇒アセアン⇒U.S.A」などのツアーがある。このような広がりを見せる国際観光では、日中韓による観光データや統計分析では、協力がようになってくる。したがって、日中韓3国においてプロモーション・観光データ・統計などの「センター構想」が浮かんでくるが、日中韓で競合に打ち勝つ組織作りへの投資はどうだろうか。機が熟しつつある。

¹⁰⁾ トラベルジャーナル誌(2009年12月16日号)

3-4-

本論は、
韓観光圏」
目指すが、
戦略が考え
観光」は質
われている。
をしない限
バウンドの
最後に、
を2つ、有
れているこ
界に旅行して

図表 3-4-32



3-4-5 まとめ

本論は、日中韓での TWOWAY TOURISM(ツーウェイツーリズム)から、さらに発展した「日中韓観光圏」への拡大を目指した手法を模索したものである。まずは、「域内」交流の活発化を戦略が考えられるがプライオリティーを付けて、日中韓が実行することが肝要である。「国際観光」は貿易と異なり、競合するポジションにあるのではなく、相乗効果を有するものと言われている。また、域内にしても域外にしても、リピーター誘致には、日中韓が知恵と協力パウンドの双方を活性化させることである。

最後に、オーストラリア・ケアンズでの写真を紹介したい。小さな市であるが、世界遺産を2つ、有する街でもある。すぐ近くに2つの看板があった。世界中から多くの観光客が訪れていることが分かる。一方、この街の多くのオーストラリア人が、格安航空券を使って世界に旅行していることの証明である。

図表 3-4-32 ケアンズの旅行案内所



図表 3-4-33 旅行者向けの航空券割引の案内

From Cairns		To Cairns			
Adelaide	\$ 151	\$ 318	Los Angeles	\$12.91	\$ 1819
Auckland	\$ 445	\$ 851	Manda	\$ 427	\$ 881
Bangkok	\$ 317	\$ 631	Melbourne	\$ 177	\$ 357
Brisbane	\$ 151	\$ 276	Singapore	\$ 331	\$ 661
Hobart	\$ 221	\$ 451	Sydney	\$ 115	\$ 231
Hong Kong	\$ 901	\$ 1215	Tokyo	\$ 821	\$ 1587
Johannesburg	\$ 703	\$ 1352	Vancouver	\$ 1501	\$ 3100
London	\$ 1211	\$ 2412	Round the World	\$	\$ 2121

第4章 総括：国土政策への提言

ブモデルで成長してきたが、キャッチアップが済んだ今、新たな市場開拓に混迷し、結果的には産業の「ガラパゴス化」と呼ばれる事態を招いている。こうした現状を打破し、アジアの経済成長を我が国に取り込んでいくためには海外の優れた人材や企業が集積し、新たなイノベーションを生み出す国際的な知的創造拠点を形成し、世界にオープンな産業・経済環境を実現することが重要である。

このため、国内外における研究開発拠点や外国の人材・企業を集めるための取組について事例調査を行い、「集積の核となるコア技術や産業の存在」、「強力なマーケティング機能」、「海外人材とその家族が住みやすい地域のインフラ」など、国際的な知的創造拠点が備えるべき要件を明らかにした。そして、国土政策に向けた提案として、国際的な知的創造拠点の必要性と、当該要件を満たす都市を『グローバル・シティ』として認証する仕組、各国のグローバル・シティ同士が連携して、さらなる交流やイノベーションを生み出す「グローバル・シティ・アライアンス」の形成について提案を行った。

3-3 「農業」では、東アジアの経済成長に伴うフードシステムの構造変動、農業就業人口の動向や食糧供給体制の課題等について分析を行った。

東アジアでは、中国などの経済成長に伴う食生活の高度化・多様化、域内のフードシステムの相互依存の深化、人口増加等に伴う食料需要の増大といった変化が起こっている。このような中で、東アジアの多くの国では農業の担い手が減少しはじめており、中長期的にみた東アジア地域の食糧供給体制は不安定化しつつある。もはや食料安全保障問題は一国内の枠組みの中だけでは解決が困難であり、各国に共通する重要な政策課題となりつつある。

東アジア食料共同市場の構築に向けて、我が国は率先して東アジアの食料安全、農業・食料政策、貿易政策、環境政策に協力し、東アジア域内の食料安全保障のリスクを減らしていくべきである。

このため、国土政策に向けた提案として、農地の保全や農業インフラの整備による食料供給力の共有化やわが国の有する農業生産技術の国際移転、人材育成等を通じて、東アジア域内の自給力と域内循環の向上、各国の農業を担う人材の育成などに中長期的に関わっていくことなどについて提案した。また、安全、安心な高付加価値農産物の生産拠点として、中山間地域の耕作放棄地の活用、観光農園や農家レストランなどを活用した食と観光の融合、農産物輸出のハブとなる食品クラスターの構築などが実現できれば、中山間地域の活性化にもつながることが期待できる。

3-4 「観光・旅行業サービス」では、東アジアにおける観光客の動向や日中韓の各国の観光施策の動向について分析を行った。また近年、様々な観光施策を行っている韓国政府や旅行会社等に対してヒアリング調査を行った。

アジア太平洋地域における観光客数の伸びは世界でも極めて高い水準であり、とりわけ北東アジアでは、これからも飛躍的な増加が期待できる。このような中で、韓国では、地域限定ながら中国人観光客の渡航緩和策を行うなど、観光客誘致に向けた様々な取組も行われつつある。

日中韓相互以外の海外からの観光客数を増やしていくための一つの手法として、日中韓

の3か国が協力・連携を図り、3か国がターゲットとしているマーケットへの共同プロモーションの実施、3か国における旅行業の構造変革による人材育成の促進、観光データの共有化を通じたマーケティングの立案などが有効である。さらに、近年観光に力を入れており、日中韓が共同プロモーションやマーケティングを円滑に推進するためには極めて重要な要素である。

こうしたことを踏まえ、国土政策に向けた提案として、日中韓観光交流をより活発にさせる仕掛けづくりと国際観光誘致策（ビザなどの渡航緩和政策など）、日中韓の旅行業（旅行産業の人材育成の促進）、観光統計データ、観光統計の共有化などについて提案を行った。

3-5「コンテンツ・文化」では、各国が新たな成長産業として注目するクリエイティブ産業の動向について分析した。

「クールブリタニア」プロジェクトを行ったイギリスをはじめとして、各国では、クリエイティブ産業の育成に力が注がれている。このような中で、漫画やアニメをはじめとして、日本の中間層で育てられてきた日本の現代文化はヨーロッパやアメリカの若者に受け入れられるとともに、アジアの中間層に対しても浸透性が高い。

欧米のコンテンツが優位である中で、わが国の漫画やアニメは高い国際競争力を有しており、日本で学びたいというニーズも高く、市場としても魅力がある。このため、コンテンツ産業のみならず、文化を産業化するクリエイティブ産業の拠点として、アジアの人々が働き、学ぶ場をつくるべきである。

こうしたことを踏まえ、国土政策に向けた提案として、クリエイティブ産業を体系的に享受・体験でき、創作や情報発信ができる「クリエイティブ産業のハブ」の形成について提案を行った。

また、近年、テレビドラマや映画などのコンテンツを観光に活かす取組もみられることから、地域でのクリエイティブ産業の可能性についても検討を行った。

3-6「エネルギー・環境」では、アジアでのエネルギー・環境を巡る動きについて分析を行った。また、国内における公害克服の事例として北九州市（八幡東田スマートコミュニティ構想、川崎エココンビナート構想）を事例として調査した。

近年の中国の経済成長と化石燃料依存によるGHG排出の増加は地球環境問題にとって脅威であり、早急な対策が必要とされている。このため、日本としては、北九州市や川崎市のように公害克服や循環型社会の構築などの経験・ノウハウ蓄積している都市があることから、都市間環境外交等を通じて、成長する中国（アジア）の都市に提示し、持続的発展に向けたアドバイスを行うことは急務である。

また、エネルギー・環境面の経験・ノウハウを伝えるだけでなく、アジアの手本となるような環境モデル都市・地域を日本の中に形成し、都市間・地域間協力を通じてアジアへの技術移転や制度設計協力をすることも重要である。

こうしたことを踏まえ、国土政策に向けた提案として、「日本発ゼロカーボン・ゼロエ

ミッションモデル都市」の構築が望ましいという提案を行った。

3-7「物流」では、東アジアにおける企業進出とロジスティクスの実態を分析するとともに、施設・技術・制度の3つのインフラについて、現状と課題を分析した。また国際物流業者等に対して、ヒアリングを実施した。

日本企業の中国進出をはじめとして、日中韓で企業の相互進出が進んでいる。アジア発着を中心にコンテナ貨物の輸送量は増加しており、とりわけ東アジアでは顕著である。日中韓の水平分業が進み、「モノ」の流れは今後も増加し、日中韓内の様々な市場が拡大すると考えられる。一方で、グローバル・ロジスティクスでは、各国で異なる政治・経済・社会的なリスクも存在している。グローバル・ロジスティクスを進めるためには、ノード部分のコストの改善とともに、リスクの低減、インフラの改善を進めることが必要である。施設・技術・制度の各インフラについては、施設（都市の物流施設の計画的な整備）、技術（ユニットロードシステムの導入や商品管理の高度化など）、制度（税関手続きなど）の各課題を改善していくことが必要である。

こうしたことを踏まえ、国土政策に向けた提案として、シームレスなロジスティクス実現のための民間と公共の役割について提案を行った。

3-8「都市・国土政策」では、世界と東アジアにおける都市や国土を巡る現状と今後の動向について、ヒト、モノ、カネ、情報など様々な指標を用いて分析を行った。

世界におけるヒト、モノ、カネ、情報の流れが、アジアにシフトしつつある中で、東アジア大で国・地域間の連携を構築する際の重要なコンセプトは、「重層型構造の構築」である。東アジアを構成する国・地域が、それぞれ有する強みや機能分野における東アジアの拠点形成する一方、他の分野で別途フラッグを立てている他の国・地域の拠点を尊重し、拠点間を国際交通ネットワークや情報通信ネットワークで結ぶことは、ヒト、モノ、カネ、情報の活発化が持続性を持つために必要である。

ただし、こうした発展の一方で、東アジアでは、経済的な格差、森林の減少に代表される地球環境の悪化、言語、文化、習慣の違いなどによる国家間、都市間の軋轢など負の側面も顕在化しており、アジアの国々がこれまで以上の発展を実現するためには、負の側面を可能な限り軽減し、アジア諸国間で協調・協力関係を構築していくことが重要である。

こうしたことを踏まえ、国土政策に向けた提案として、「都市・地域が主体となった連携の促進」、「交流を支えるアジア都市間の空路・航路・情報のネットワークインフラ整備」、「研究体制の構築と国による枠組みの整備」を掲げた。

①	一シ
②	産
③	
④	観光 サー
⑤	コン 文
⑥	エネ 環
⑦	物
⑧	都市・国 策

そして、こうした国土政策に向けた提案を実現するための具体的なプロジェクトとして、次の12プロジェクトが提起された。

図表 4-1-1 テーマ別プロジェクト一覧

テーマ	国土政策への提案
① グローバリゼーション・地域連携	プロジェクト1 ASEAN 経済共同体と2国間 FTA/EPA をベースとした東アジア経済圏 ・経済貿易分野で、国境を越えた地域連携を図る。
	プロジェクト2 都市へのグローバル・シティ認証制度 ・外国から企業や人材が集まり、自国同様に活動が行える環境を備えた都市をグローバルシティとして認証。
② 産業・ものづくり	プロジェクト3 アジア都市同士のグローバル・シティ・アライアンス (GCA) ・国内外のグローバル・シティが競争・連携することにより、さらなる機能強化を図る。
	プロジェクト4 食料インフラ整備に係るアジアへの技術移転 ・農産物・食料流通などのインフラ整備に係る技術の供与や移転を図る。
③ 農業	プロジェクト5 中山間地域を舞台とした農産品や日本食の売り込み ・中山間地域において、海外でも人気の高い農産品の輸出を行うとともに、食と観光、地域間での連携を図りながら海外へと売り込むことにより、地域の活性化にもつなげる。
	プロジェクト6 日中韓交流圏構築を推進する国際観光誘致策 ・ビザなし Transit (無査証 Transit) の導入、着地型観光の推進、共同プロモーション等により日中韓一体となった国際観光誘致を推進。
④ 観光・旅行業サービス	プロジェクト7 地域と連携した「日本のコンテンツの聖地」づくり ・マンガ、アニメ、J-POP 等の現代日本文化の源泉を知りたいという要求に応え、これらを体験でき、情報発信できる拠点を、地域と連携して行う。
⑤ コンテンツ・文化	プロジェクト8 日本発のアジア・ゼロカーボン (ゼロエミッション) 都市建設 ・エネルギー・環境面でアジアの手本となるような環境モデル都市・地域を、日本の中で形成し、アジアへの技術移転・制度設計を実施する。
⑥ エネルギー・環境	プロジェクト9 ソフトによるロジスティクスの効率化 ・アジア全域について、物流インフラのボトルネックの解消、ロジスティクスを担う人材の育成や標準化等のソフト面の整備を図る。
⑦ 物流	プロジェクト10 交流を支えるアジア都市間の空路・航路・情報のネットワーク ・人・もの・金・情報の交流の高度化・充実化を支えるネットワークを構築。
⑧ 都市・国土政策	プロジェクト11 共通テーマを検討する日中韓共同研究体制 ・アジア・グローバル化を支える「人」の基盤として日中韓共同研究体制を構築し、共通テーマでの共同研究・ノウハウ共有、ケーススタディを通じた実践を図る。
	プロジェクト12 日中韓の政府、自治体、市民レベルの交流促進 ・アジアのネットワークを強固なものとするために、国のみならず自治体、市民といった様々なレベルでの交流を促進。

4-2 各提案を踏まえた国土政策への提言

続いて、テーマ別の検討を踏まえ、国土政策への提言を以下にまとめる。

(1) “日本発”を世界に広めるプロジェクトの実施

～日本の誇る優れた技術や文化をさらに高め、アジアや世界に発信していくための
12の具体的プロジェクトを実施～

アジアでは、中国ならびに韓国企業の台頭、シンガポール、タイをはじめとした ASEAN 各国の急激な経済成長、さらには東アジアの貿易相手としての域内依存度の増加、域内貿易額の増加及び比重の高まりなどにより、世界やアジアにおけるわが国の経済的地位は相対的に低下しつつある。加えて、わが国では、人口減少や製造拠点の海外移転等により、産業の空洞化、市場の縮小、農業等の担い手不足が予測されている。このような中で、わが国の国際競争力をいかに維持していくか、新たなポジションを確立していくかが課題となっている。

しかしながら、半導体やロボットなどの製造業やエネルギーや資源循環などの環境分野、マンガ、アニメなどのコンテンツ分野などでは、世界に誇れる優れた技術・文化を有している。これらの分野は依然として国際競争力があり、世界の人々を惹きつける魅力を有している。

これまでは、わが国は、その高いポテンシャルを十分に活かせていなかったが、今後は、わが国が誇る高い技術と魅力ある文化を核に、国際競争力を高めていくことが必要であり、それを可能にする拠点形成を推進し、環境を整備することが国土政策として重要である。そのためには、外国の企業や優れた人材が自国と同様に活動できる環境を備えた「グローバル・シティ」やアニメやマンガなどを体験し創造できる「クリエイティブ産業ハブ」などの整備、わが国の誇る環境技術を結集させた「ゼロカーボン・ゼロエミッション都市」など、国内外の目標、理想となる都市や拠点を作ることによって 21 世紀型の都市づくりのノウハウを蓄積していくことや、アジアを中心に人気のある優れた農産品を使ったフードバレーを形成していくことなどが必要と考えられる。

一方、わが国の誇る優れた技術や文化を、アジアをはじめとする世界に発信し、売り込んでいくことも重要である。アジア各国の経済関係の深化に伴い、様々な分野での相互依存が高まっている中で、中国の経済成長に伴う GHG 排出の増加や食料需要量の増加、中国等での食料供給体制の脆弱化に伴う環境・食糧安全保障の課題は、アジア各国に共通する課題となっており、アジア全域でその課題解決に向けて取り組んでいくこともまた、重要である。そのためには、「ゼロカーボン・ゼロエミッション都市」などで蓄積されたノウハウや農業分野での生産・加工技術や、効率的な物流を実現するための技術などを、アジアの国々に移転していくことにより、アジア全体の産業技術の底上げを図ることなどが必要と考えられる。

また、欧米向け輸出への過度な依存の危険性が認識される一方、国内需要のみでは限界がある中で、今後、所得中間層が増加するアジア全域を一体的な市場として捉えていくことも重要であることから、そのためには、所得中間層をターゲットとしたコンテンツや付

加価値の高い農産品の売り込み、欧米などの観光客に対する日中韓共同のプロモーションの実施などを行うことなどが必要と考えられる。それらにより、わが国の産業が発展するとともに、世界の国々のわが国の文化への理解や交流も進むと考えられる。以上のように、日本の誇る優れた技術や文化をさらに高め、アジアや世界に発信していくためには、各分野別に提案された12の具体的プロジェクトを推進していくべきである。

(2) 国際都市ネットワークの構築推進

～人やモノが集まる都市を舞台として、各分野での連携・交流を図るとともに、アジアの各都市とダイレクトに結ぶ交通・情報ネットワークを構築～

20世紀は国家の時代であったが、21世紀は、都市・地域の時代である。中国やインドをはじめとして、各国で都市化が進展しており、今後も巨大な都市圏が形成されることが予測されている。これらの都市には、多様な人材が集まり、モノやカネが集積し、都市が様々な活動の舞台となっている。さらに、グローバル化が進展し、「ヒト」、「モノ」、「カネ」、「情報」は国境を越えて移動する中で、都市への集積はさらに加速し、特に、EUの諸都市と比べ歴史の若いアジアの都市では、多くの生産人口が集まり、世界の知的活動の中心となっていくことが考えられる。

このような国際的な都市間競争が激化していく中で、都市や地域の競争力と魅力をいかに高めるかが課題となっている。しかしながら、一つの都市や地域が持続性を持って成長するためには、自らの力だけでは限界がある。都市・地域が連携し、補完し、底上げを図っていくことが、わが国の都市とアジアの成長のためには重要である。現に、経済分野をはじめとして、アジアでは国境を越えた地域連携が進みつつあり、これをさらに進めていくことが求められている。

このため、複数の中山間地域や地方都市が共同で農産品の輸出に向けたマーケティングやブランド化、観光プロモーションにより、個々の都市では実現できない付加価値化や情報発信を行うことや、環境分野での北九州市の取組のように、環境や農業分野での技術移転や人材交流を都市間で行うことにより、地域全体の技術水準の底上げを図ること、アジアの「グローバル・シティ」同士が連携し交流することにより、特定の分野で競争力のあ

る都市間が連携してさらに強みを伸ばすことなどが必要と考えられる。

このように、東アジア規模でこのような国際都市ネットワークの構築を推進し、各分野での連携・交流を図るとともに、アジアの各都市とダイレクトに結ぶ交通・情報ネットワークを構築していくといった展開を通じて、日本はもとより、アジア全体の競争力の強化と底上げを実現する。

これまでの国際的なネットワークの構築においては、国が中心となってきたが、これからは都市や地域が主体的に取り組んでいくことが重要である。その際には、各都市が互いに競い合うような環境づくりや、都市間の連携を促進するためのプラットフォーム作りなどを通じて、各都市や地域での取組を国が支援していくことが必要である。

(3) 競争と連携を支えるソフト施策

～文化力による交流、ワンストップサービスの充実、
交通・システム間のソフト連携の推進等を実現～

これまでの国土政策は、ハードの整備が中心的な課題であったが、今後はソフトの充実にも焦点を当てていくことが重要である。

今後の経済成長のためには、人材の充実が正に重要であり、そのためには優れた人材を世界中から集めつつ、国内の人材を育成していくことが必要となる。

そのためには、アニメーションや漫画など、わが国の優れたコンテンツ産業を活かした人材交流や観光促進といった文化を核にした連携を図ることや、海外の優れた人材や外国資本を呼び込み、国際的な交流を進めていく上での観光分野における無査証化または簡素化、物流分野における通関手続きの合理化などによるワンストップサービスの徹底を図ることなどが必要と考えられる。

また、物流機能の標準化、ユニットロードシステムの導入などといった技術インフラの改善、税関手続や都市内の交通計画・交通管理に係る制度の制定、ロジスティクスの能力を高めるための物流分野における人材育成などの他、各種情報システム等の共通化、機材等の規格統一、一定水準の人材育成等のソフトの充実を図るなどといった、ハードをうまく使いこなすための施策が必要であると考えられる。