# 訪日促進ならびに消費喚起を目指して ~ショッピングツーリズムの更なる振興に関する要望~

日本小売業協会 会長 野本弘文

一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 会長 田川博己

一般社団法人日本百貨店協会 会長 赤松 憲

一般社団法人日本ショッピングセンター協会 会長 清野 智

全国商店街振興組合連合会 理事長 辰野邦次

商店街・小売店・商業施設等(以下「商店街・商業施設等」という)は、それぞれの立場で日本の観光振興に取組むとともに、業界全体で、免税店拡大や小売店の受入環境整備促進、地方における外国人旅行者向けイベントの実施などに取り組んでまいりました。

政府施策の後押しを受け、2012年に4,173店だった免税店は、2018年に50,198店に増加し、買物消費額もおよそ1兆3千億円増加しました。昨年は、災害時の外国人旅行者対応においても、商店街・商業施設等が重要な役割を担っていることが再認識されました。

外国人旅行者の訪日目的、満足度の調査においても、常に上位に「ショッピング」が挙げられ、観光振興において、小売業の役割と責任はますます高まっています。

一方、「ショッピングツーリズム」が観光ビジョンに明記されていないため、商店街・商業 施設等と連携した観光振興事業の実施が、体験型観光と比較し、少ない状況にあります。

我々は、ショッピングツーリズムは、消費喚起に直結し、さらに日本各地の 魅力(歴史や産業など)を体験できる重要な観光コンテンツであると、考えて います。

今後、「ショッピングツーリズムの振興により、商店街・商業施設等のみならず、地域が活性化する」ことを目指し、各社だけでなく地域の利益を目的に、地域の魅力発信と受入環境整備(地域産品や観光情報の発信と、免税店拡大・キャッシュレス環境・言語対応力向上など)を更に強化したいと考えます。

以上を踏まえ、訪日促進および消費喚起の実現に向け、業界内の取組みをさらに進めるとともに、下記事項について要望いたします。

# (1) 観光ビジョンにおけるショッピングツーリズムの明記

ショッピングは日本を代表する魅力の一つであり、外国人旅行者からもニーズの 高い観光資源である。また、経済効果の観点からも戦略的重要性の高い観光資源 である。

一方、「明日の日本を支える観光ビジョン」において明確な位置づけが 示されておらず、実現プログラムにおける具体的施策化から漏れがちな 状況にある。

今後、本ビジョンや実現プログラムを更新・策定されるにあたって、ショッピングツーリズムを観光戦略の大きな柱の一つに位置づけていただきたい。

具体的には、観光ビジョンの3つの視点のうち、「視点2. 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」の一つとして、「商業・飲食業等を通じた地域産品の提供など、消費拡大につながる観光産業の裾野の充実」の項を追加いただきたい。

### (参考) 本提案による明日の日本を支える観光ビジョンへの反映イメージ

#### 「明日の日本を支える観光ビジョン」 -世界が訪れたくなる日本へ-概要 平成28年3月30日第定 これまでの議論を踏まえた課題 ■CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、 我が国の豊富で多様な観光資源を、 ■観光の力で、地域の雇用を生み出し、 受入環境整備を早急に進めることが必要。 誇りを持って磨き上げ、その価値を 人を育て、国際競争力のある生産性の ■高齢者や障がい者なども含めた、すべての ■我が国の豊富で多様な観光資源を、 日本人にも外国人にも分かりやすく 高い観光産業へと変革していくことが 旅行者が「旅の喜び」を実感できるような 伝えていくことが必要。 必要。 社会を築いていくことが必要。 「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」 視 点 1 視 点 3 視 点 2 「観光産業を革新し、国際競争力 を高め、我が国の基幹産業に」 「観光資源の魅力を極め、 「すべての旅行者が、ストレスなく ■「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、 ■古い規制を見直し、 ■ソフトインフラを飛躍的に改善し、 そして世界に開放 生産性を大切にする観光産業へ 世界一快適な滞在を実現 ・世界最高水準の技術活用により、<mark>出入国審査</mark>の 風景を一変 度などを大胆に公開・開放 制度の抜本見直し、 60年以上経過した規 ■「文化財」を、 「保存優先」から観光客 ・ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現 宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで 目線での「理解促進」、そして「活用 ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点 全国で200整備、わかりやすい多言語解説な 11八観光を実現 方創生回廊」を完備し、 どこへでも快適な旅行を実現 商業、飲食業等を通じた 1000事業を展開し、集中的に支援強化 ッパン・レールパス」を訪日後 線開業やコンセッション空港運賃 可能化. ■「国立公園」を、 地域産品の消費拡大 運営等と連動した、 世界水準の「ナショナルパーク」へ 地へのアクセス交通充実の実現 所の公園に 観光産業の裾野の拡大 きかた」と「休みかた」を改革し、 民間の力も活かし、体験・活用型の空間 感あふれる社会を実現 集中改善 ■おもな観光地で「景観計画」をつくり、 りやすい制度の導入、休暇取得 美しい街並みへ 規制緩和などを の分散化による観光需要の平準化 駆使し、民間の力を最大限活用した 安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現 原則とし 2020年を目途に、原則として全都道府県・ 全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定 1

# <u>(2)ショッピングツーリズムを含む観光振興事業の強化</u> (情報発信・受入環境整備)

海外向け観光情報発信、受入環境整備に係る事業において、対象に商 店街・商業施設等が含まれない場合や、海外諸国との比較で弱い場合が ある。

外国人旅行者にとって商店街・商業施設等は、利便性が高く利用頻度も高い、最も身近なサービス施設である。そして、商店街・商業施設等は、「小売業の多言語対応ガイドライン」を昨年12月に定め、今後は、これを活用した受入環境の整備をスピーディに進める必要がある。

ついては、外国人旅行者の視点から、小売業の役割が大きいこと、魅力的な観光資源であることを踏まえ、海外向け情報発信、受入環境整備などの観光振興事業の実施にあたって、その主体および対象範囲等を小売業を含んだものに拡大いただきたい。

例)ショッピングイベント、免税買物の情報発信が海外諸国より弱い 楽しい国日本のPRにおいてショッピングの情報量が少ない 非常用電源装置の設置、トイレの洋式化などの補助事業対象外 等

#### (参考) ショッピングツーリズムによる観光振興の例







昨年の停電時、灯りと情報を 提供し続けた札幌狸小路商店街

# (3) 地方における消費税免税店拡大の推進

消費税免税店は拡大しているが、今後さらに、地方都市・中小店の拡大が望まれる。消費税免税制度は、2014年以降毎年改正が実施され、令和3年(2021年)9月30日までに免税販売手続の電子化が開始され、手続きの合理化が予定されている。

今後、訪日外国人旅行者の消費額拡大において、**免税店の拡大は有効策** の一つであり、更なる外国人旅行者の利便性向上・利用促進と小売店の負荷軽減 が必要だと考える。

ついては、免税電子化にあわせて免税手続きにおける在留資格確認などの事務処理や、機器整備などの小売事業者の負担軽減をさらに進めるとともに、地方における消費税免税店の店舗数増加ならびに訪日外国人旅行者の買物利用促進につながる事業を実施いただきたい。

### (参考) 本提案による消費促進への貢献のイメージ

# 更なる免税店増加・単価アップによる消費促進実現への貢献

2012年

2018年

2030年

短期間で効果を発揮

<u>更なる加速</u>

店舗数、単価の倍増が必須

### 小売業

買物消費額 0.3兆円 (飲食含め 0.6兆円 免税店舗数 約4,000店 買物消費単価 4万円 売上高(1店舗) 8,000万円

# 小売業

買物消費額 1.6兆円 (飲食含め 2.6兆円) 免税店舗数 約50,000店 買物消費単価 5万円 売上高(1店舗) 3,000万円

### 小売業

関物消費額 6兆円 (飲食含め 9兆円) 免税店舗数 100,000店 買物消費単価 10万円 売上高(1店舗) 6,000万円)

# 観光全体

# 観光全体

訪日消費額 **4.5**兆円 消費単価 **15**万円

# 観光全体

訪日消費額 15兆円 消費単価 25万円

以上