

事業者ヒアリング 概要

◎インバウンド業者

【事業実施にあたって障害となる規制・制度】

①通訳案内士

訪日外国人の有料ガイドは、通訳案内士資格が必要。しかし例えばタイからの訪日客が 25 万人いるにもかかわらずタイ語の資格者は 18 人。数的に対応できない。実際は有名無実化。

同国のガイドがやるほうが客には好まれるが、日本語をマスターしないと試験に通らない。一方外国人の添乗員が日本で案内行為をすると違法。そこまでの資格が必要か。

※総合特区では、有名無実化した法制度を改める動きとして、特区指定地域では通訳案内士以外の者でも外国人を有償ガイドできる特例措置あり（和歌山県、泉佐野市、札幌市で導入済）

②貸切バスの運行時間

団体客から、夜間に買い物や夜景をみたいというリクエストが多いが、バス運転手の労働時間の規制が厳しく、夜 8 時までしか案内できない。事故の影響もあって、近年ますます厳しい。

③旅行代金の消費税課税

日本では旅行代金に消費税がかかる。韓国やシンガポールはインバウンド業者の旅行代金には消費税をかけていない。観光客のマーケットは韓国と競合。ただでさえ金額に差がつくのに、消費税がかかるため、ますます差がひらく。日本、大阪への集客促進のため、旅行代金を免税すべき。

【大阪の魅力づくりのために改革すべき規制・制度】

①ナイトライフの充実（風営法関係）

大阪はナイトライフが充実していないという声が多い。訪日観光客は、韓国から 260 万人、台湾から 200 万人。20～30 代の女性を中心とした人々。欧米からも伸びてきている。そういう方々からナイトライフが乏しい、アフターディナーでミュージカル、クラブ、ダンスに楽しむ文化に親しんできた外国からの客にとって、大阪は面白くないという印象をもたれている。

②広告はエリアを限って魅力的なものを（景観法関係）

広告は、例えば企業名だけがでてるようなものは逆効果の場合がある。天神祭の船渡御でもスポンサー企業名が入った船をみて、外国人が興奮していた。また、パリではそんなに広告は目につかないようにしている。もちろん道頓堀などは外国人の撮影スポットになっている。面白い広告をエリアを限ってだすことが魅力につながるだろう。

③毎日縁日ストリートを大阪で（公共空間の利活用関係）

大阪は食。アジアからの客は値段にこだわるが、うどんなどを安い値段で食べれる縁日ストリートが毎日あれば、インバウンド客をそこに案内する。人気を博すること間違いなし。それは観光地やホテルの近くであることが重要。例えば御堂筋の側道や大阪城公園で開設されることを期待。

④観光バス等の駐停車（公共空間の利活用関係）

旅行社やバス会社からバスを止める場所の確保について要望あり。バスを停車させようとしても、ほぼそうした空間が公道にはない。

◎見本市業者

【大阪での見本市拡大のために改革すべき規制・制度】

・見本市会場を「フリーポート」にすべき

香港では出展製品の持ち込みに対して一切の税金が免除、世界の企業は香港の展示会に出展しやすいと感じている。展示会場のフリーポート化が実現すれば、海外出展が劇的に増え、会場での商談もより活発になる。その結果、大阪に国際展が次々に生まれ、外国人の数が大幅増が見込める。