

休暇取得の促進を通じた企業価値の向上と 旅行しやすい環境づくりについて

休暇取得の促進に関する有識者委員会 報告書

本編

目次

I 経済・社会環境の変化を踏まえた休暇取得と旅行しやすい環境づくりに対する基本的考え方	1
II 休暇取得の効果と国内旅行の活性化	2
1. サービス産業の活性化を通じて日本経済に効く「休暇」	2
○経済活性化における「時間」資源	2
○休暇を活用した消費拡大へ	2
○時間資源の分散化による需要の平準化	2
2. 企業の経営に効く「休暇」	3
3. 休暇のコンテンツとしての「国内旅行」の意義	3
III 休暇取得の促進のための企業・観光関係者・行政の取組課題	4
1. 企業における休暇取得の促進	4
（1）休暇取得の状況	4
①休暇取得の現状	4
②企業の休暇取得に影響を与える要因の分析	4
○企業形態	4
○企業風土・企業文化	4
○従業員意識	5
（2）休暇取得が企業活動にもたらすメリット	5
○業務効率の改善	5
○安全の確保	5
○従業員の多様な視点の獲得、新規事業など創造力の強化	5
○従業員定着率の向上	5
○優秀な人材の確保	6
○多様な人材の活用	6
○従業員の健康管理	6
○株主・投資家からの評価	6
○社会貢献・地域貢献	6
（3）休暇取得のメリットを具体化するための方策	7
○企業風土の改革	7
○休暇と企業活動を両立させる仕組みづくり	7
○休暇取得状況の定期的な測定と改善	8

(4) 休暇取得と旅行を組み合わせた人材育成	8
○自己啓発旅行、教育・研修旅行.....	8
○ヘルスツーリズム／メンタルヘルスツーリズム	8
○ボランティア旅行	8
2. 地域・観光関係者に対する休暇の効果と取 題	9
(1) 休暇取得の促進が地域・観光関係者にもたらす効果	9
○観光産業の経営・雇用の安定、地域の活性化	9
(2) 観光関係者における休暇取得の促進.....	9
(3) 消費者ニーズへの対応を通じた国内旅行の魅力向上	9
○国内旅行の魅力向上に向けた取組	9
○滞在型の観光地づくり.....	10
(4) 家族旅行の促進	10
3. 休暇取得の促進のための環境整備（行政における取組課題）	11
(1) 事例活用による休暇取得の意義の普及・啓発.....	11
(2) 「休暇」及び「休暇＋旅行」に関する制度の利用促進.....	11
○休暇に関する既存の制度の認知・利用促進.....	11
○新制度の導入の検討	11
(3) 休暇取得に関する調査・分析	12
(4) 学校休業の多様化・柔軟化.....	12
(5) 関係省庁の連携	12
(6) 省庁・地方自治体での休暇取得促進.....	12

I 経済・社会環境の変化を踏まえた休暇取得と旅行しやすい環境づくりに対する基本的考え方

本格的な人口減少社会への突入、特に地方での急激な人口減少と活力低下が懸念される中、2006年12月に成立した観光立国推進基本法においては、旅行しやすい環境づくりに向けた取組として「休暇に関する制度の改善その他休暇の取得の促進、観光旅行の需要の特定時季への集中の緩和」（第19条）が定められている。

各地で観光振興による地域活性化に向けた様々な取組が行われているが、国内全体のパイが増えなければゼロ・サムゲーム（需要の奪い合い）に終わるおそれがある。こうした中で、旅行しやすい環境づくりとして休暇取得の促進に取り組むことは、国内旅行需要の拡大に重要な意味を持つ。

また、休暇を利用して国内旅行に行くことで都市と地方の交流人口が拡大することは、疲弊する地域経済の活性化に大きく貢献することとなる。

さらに、現在、我が国は、米国の金融問題に端を発した経済不況の渦中にあるが、このような経済状況においてこそ、休暇取得の促進を行い、人々が自由に使える時間を増加させることで、我が国の雇用・GDPの70%近くを占めるサービス産業の活性化等による内需の拡大が期待できる。特に、我が国における旅行消費額は23.5兆円（平成19年度）、生産波及効果は53.1兆円（平成19年度）であり、農林水産業、商工業等も含めた経済波及効果が非常に大きい。

一方で、企業に目を転じると、現在、仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）について、企業の競争力の確保等の観点から急速に関心が高まっている。ワーク・ライフ・バランスの推進のためには、長時間労働の削減、育児・介護との両立支援制度の充実など様々な取組があるが、育児など家庭の事情にあわせた柔軟な休暇制度運用など、休暇を取得しやすい環境づくりは、企業価値の向上という観点から、その重要な一翼を担っている。企業の社会的責任が重要視される時代において、休暇施策により創出した従業員の時間を、家族や地域社会のために活用するという視点は重要である。

このように、急激に変化する現在の経済・社会情勢において、国内旅行の活性化と休暇取得の促進は、重要な意味を持つ。しかしながら、レジャーが多様化する現代において、休暇の使い方として国内旅行が選択されるためには、観光旅行における魅力的なコンテンツの存在が決定的に重要であり、地域の観光関係者の努力が何よりも重要である。

以上の基本的考え方を踏まえ、本報告書においては、旅行しやすい環境づくりや地域活性化への貢献等の視点を踏まえつつ、休暇取得が企業経営等にもたらすメリットや国内旅行の活性化の意義等をⅡに示すとともに、企業、地域・観光関係者、行政が取り組むべき課題等をⅢに具体化する。

<本委員会における検討事項>

- 企業における休暇取得に影響を与える要因分析
- 休暇取得が企業にもたらすメリット等の検討
- 休暇取得を旅行に結びつける方策の検討
- 休暇取得に関する取組事例集の作成、実証事業の検証

Ⅱ 休暇取得の効果と国内旅行の活性化

1. サービス産業の活性化を通じて日本経済に効く「休暇」

○経済活性化における「時間」資源

我が国のサービス産業は雇用・GDPの70%近くを占めている。製造業とともに我が国を牽引することが期待されるサービス産業には、サービスの提供側と受け手側が同じ時間と空間を共有することで取引が成立するという特徴（生産と消費の同時性）がある。すなわち、個々人の持つ「時間」はサービス産業の需要を支える「資源」であり、その総量及び選択肢を拡大することは、個人の生活の質を高めると同時に、サービス経済化している我が国経済の活性化に大きな効果が期待される。

○休暇を活用した消費拡大へ

米国の金融問題に端を発した経済不況への対策として、内需拡大が喫緊の課題である。内需拡大には様々な手法があるが、人々が自由に活用できる時間の総量を拡大し、個人消費を喚起していくことも重要な手法である。

自由時間資源の総量を拡大するには、企業の有給休暇取得を促進することが重要である。「自由時間」のもたらす内需拡大の効果として、我が国における現在未消化の状態である年次有給休暇は4億日に及ぶと試算されているが、その完全取得が実現した場合、12兆円の経済波及効果と150万人の雇用創出効果が期待される¹。

海外における「時間」を活用した内需拡大の取組を見ると、大恐慌後の1930年代に経済の低迷や高い失業率に悩まされていたフランスでは、需要喚起とこれによる失業率の改善を目的として、「2週間のバカンス（年次有給休暇）」を法律で制定するなど経済政策の大転換を行い、内需主導型経済を確立したとされている。

○時間資源の分散化による需要の平準化

我が国の休暇は、ゴールデンウィークや夏休み、暮・正月に偏在しており、多くの対個人サービス業は、時間帯、曜日、季節による需要変動が激しい。製造業においては、「在庫」が、短期的な需要変動による生産への影響を平準化する機能を果たしているが、在庫を持たないサービス業においては、一般にこうした調整は難しく、需要変動の影響を直接的に受けることで、建物・装置、従業員の稼働率や生産性が低下してしまう。

このような状況を好転させるためには、時間資源の総量の拡大とともに、個々人の自由時間の分散化の結果として、国全体としての時間資源が平準化されることが重要である。時間資源の拡大と平準化が同時に期待できる手法として、企業における休暇取得の促進は有望である。

また、個々人の時間資源が分散化される場合には、交通機関への過度の利用集中や渋滞が解消されることで環境対策に資することとなり、更には、自然・文化財の保護への効果も期待される。

このような休暇取得がもたらす様々な効果に鑑みると、休暇や時間に関する制度等に

¹ 国土交通省・経済産業省・財団法人自由時間デザイン協会『休暇は「コロンブスの卵」－休暇制度のあり方と経済社会への影響に関する調査研究委員会報告書』平成14年6月より。

ついて、サービス化社会の基礎インフラ（公器）と捉える視点も重要となるのではない
か。

2. 企業の経営に効く「休暇」

企業において、仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）に対する意識が高まりつつある。仕事と家庭をはじめとする私生活のバランスの調和を図ることは、働く人々の心身の健康が保持され、家族や友人などとの充実した時間、自己啓発や地域活動への参加の時間などを持つことができる健康で豊かな生活の実現へと通じる。このような生活が実現できる企業は魅力的な職場として、採用力が向上するとともに、企業内人材の流出を防止することにもなる。また、家庭生活と仕事が両立できる環境は、長期的視野において少子化問題にも効果を発揮し、将来的な市場の育成にもつながるであろう。

また、グローバル化下における企業間競争、厳しい経済情勢の下での環境変化への対応等が求められている。企業においては、新規事業・新市場・顧客の開拓・技術革新に代表される新たな価値の創出が重要であり、その価値を生み出すのは従業員の創造力である。従業員が、仕事にやりがいを感じるという内発的動機に基づき創意工夫に取り組むことによって、企業の成長戦略に欠かせない活力が生み出されることとなる。

このような「生き生きとした働き方」は「幸せで充実した私生活」と密接に関連しており、両者をつなぐのは、個々人が時間資源をどのように活用するかというタイム・マネジメントである。休暇の取り方を考えることは、従業員にとって限られた時間を仕事と私生活のバランスをとりながら、いかに活用するかということを実際に考えることである。

「仕事と生活の調和のための行動指針」²では、年次有給休暇取得率を2012年に60%、2017年に完全取得とすることを目指している。

3. 休暇のコンテンツとしての「国内旅行」の意義

休暇取得により増加した個人の自由時間には、様々な選択肢があるが、内閣府の「国民生活に関する世論調査」（平成20年6月）によると、今後の生活で重点をおきたい分野は、「レジャー・余暇生活」を挙げるものが34.4%と最も多く、休暇の過ごし方として、旅行に対する強いニーズが存在すると考えられる。

国内旅行が活性化されることにより、都市と地方との交流人口が増加する。他地域と交流する人々が、観光関連産業はもとより、地域の多様な産業の振興を促すことで、過疎化で疲弊した地域経済の活性化にも貢献する。

このように、国内旅行は、交流人口の増大や地域経済の活性化にも資する意義を持っているが、レジャーが多様化し休暇の選択肢となる活動も多岐に渡っている現代において、人々の旅行需要を喚起するためには、受入側の地域・観光関係者による、人々が是非訪れたい、旅行に出かけたいと思える価値の提供が、より一層求められている。

² 平成19年12月18日、総理大臣官邸において開かれた「官民トップ会議」において、「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章」及び「仕事と生活の調和推進のための行動指針」が、政労使による調印の上決定された。

Ⅲ 休暇取得の促進のための企業・観光関係者・行政の取組課題

1. 企業における休暇取得の促進

(1) 休暇取得の状況

① 休暇取得の現状

我が国の労働者一人平均の年次有給休暇の取得率は、50%を割っており、決して高いとはいえない状況である。

休暇取得日数を、フランス、ドイツ、イギリス、アメリカと比較すると、日本は「週休日以外の休日」が多いものの、「年次有給休暇」の日数は非常に少ない。特に、フランスでは5労働週（25日）、ドイツでは24日以上、イギリスでは4労働週（20日）の年次有給休暇が保証され、かつ、ほぼ100%の取得率になっている。日本は、年次有給休暇の取得日数が8.5日と、これらの国と比べて非常に少ない。

<図—1、図—2>

② 企業の休暇取得に影響を与える要因の分析

年次有給休暇の取得率については、企業規模や業種による違いがある（厚生労働省の調査）が、1500人の従業員を対象としたアンケート調査結果によると、その他にも以下のような要因が取得率に影響を与えている可能性がある。

○ 企業形態

大手系列の企業の従業員については8.3%、創業者や創業者一族による経営ではない企業（非オーナー企業）の従業員については、10.3%、労働組合がある企業の従業員については8.7%、そうでない者に比べて有給休暇取得率が高いという結果となった。

<図—3><図—4><図—5>

○ 企業風土・企業文化

業務の進め方について見ると、「スケジュールに沿って遂行できる」と回答した従業員については10%、「仕事上の権限や裁量がある」と回答した従業員については8.2%、そうでない者に比べて有給休暇取得率が高い。

経営者・管理職の考え方や職場の雰囲気などについて見ると、「会社のワーク・ライフ・バランスに対する気遣いがある」と回答した従業員については15.5%、「直属の上司の気遣いがある」と回答した従業員については12.9%、「恒常的に長時間労働ではない」と回答した従業員については10.2%、「同僚と仕事を調整しあえる雰囲気がある」と回答した従業員については17.8%、そうでない者と比べて有給休暇取得率が高いという結果になった。

<図—6><図—7><図—8><図—9><図—10><図—11>

○従業員意識

「妥当な評価を得ている」と回答した従業員については10%、「モチベーション高く仕事に取り組んでいると思う」と回答した従業員については15.7%、「会社に満足している」と回答した従業員については12%、そうでない者と比べて有給休暇取得率が高いという結果となった。

<図-12><図-13><図-14>

(2) 休暇取得が企業活動にもたらすメリット

企業で働くすべての従業員にとって休暇を取得しやすい環境を整えることは、従業員の健康で豊かな生活の実現に資すると同時に、生産性の向上、優秀な人材の確保・定着、社会・地域への貢献など、企業価値を高める効果をもたらすものである。

企業価値を向上させるためには、今回策定する休暇取得の事例集も参考としつつ、企業経営者が、休暇取得が企業にもたらすメリットを十分に理解した上で具体的な取組を進めることが重要である。

○業務効率の改善

休暇取得の促進を図りつつ、長時間労働の抑制に取り組むことにより、従業員がタイム・マネジメントの重要性を認識し、限られた時間で効率よく業務を進める意識・習慣を企業全体に浸透させることが可能となる。

効率よく業務を進めるための従業員一人ひとりの創意工夫が、業務改善の提案等を通じ、職場内での新たな工夫を創出するきっかけとなり、結果として企業の生産性を向上させることが期待される。

<事例：株式会社 良品計画>

○安全の確保

企業活動において、安全の確保は重要な課題である。従業員の安全に対する意識を徹底するとともに、企業価値を大きく損なう事故の発生を未然に防止する観点から、従業員の心身の健康の保持に効果のある休暇取得に真剣に取り組む必要がある。

○従業員の多様な視点の獲得、新規事業など創造力の強化

従業員が休暇を活用して、会社以外の場で充実した活動を行うことには、従業員の視野や人脈を広げ、生活者視点での感性や発想力を高める効果が期待される。社会性を身につけること等により従業員の能力を向上させることは、顧客への提案力の向上、顧客の立場に立った開発・技術革新への取組など、企業が新たな価値を創出する力を高めることとなる。

<事例：マルキンアド株式会社、株式会社 高島屋>

○従業員定着率の向上

休暇制度を充実することは、優秀で意欲の高い人材が安心して働き続けることを可能とするものである。企業経営者が、従業員の視点に立った使いやすい休暇制度のあり方

を考えることは、中長期的に企業経営を安定させる観点から不可欠な取組である。

<事例：株式会社長岡塗装店、株式会社ミツエーリンクス>

○優秀な人材の確保

休暇取得の促進を通じて職場環境を改善することにより、「働きやすい会社」としての企業イメージを発信することが可能となる。良好な企業イメージを持つことで、新規・中途採用を問わず、企業が求める優秀な人材を確保する力を高める効果が期待される。

<事例：株式会社拓新産業>

○多様な人材の活用

企業経営の観点から、根本的な経営資源である「人」を有効に活用するためには、休暇制度を活用して多様な働き方を支援することにより、従業員の個性・能力を最大限に発揮できる環境を整えることが重要である。

<事例：日立ソフトウェアエンジニアリング株式会社>

○従業員の健康管理

長時間労働や業務上のストレスは、従業員の心身に深刻な影響を及ぼすばかりでなく、企業の業績やイメージにとって大きなダメージとなるものである。

メンタルヘルスの悪化による長期休職者の問題等に対応するため、企業の人事・労務政策の重要課題として、休暇の活用による従業員のリフレッシュやメンタルヘルス悪化の予防等に取り組む必要がある。

<事例：伊藤忠テクノソリューションズ株式会社>

○株主・投資家からの評価

近年、社会的責任投資（SRI）が我が国でも注目されてきている。SRIは、投資先企業の財務的評価だけでなく、社会、環境、倫理といった社会的評価も考慮する投資行動である。休暇取得も含めた実践可能な業務計画（生産計画）が達成されているか、従業員が能力を発揮できるような休暇管理・人材育成ができていないかといった点も含めて企業全体を評価する投資家もいる。

すなわち、株主等は、長期的視野での企業判断材料として、企業風土・従業員の働き方・マネジメントスタイル等も重視するようになってきている。株主等に信頼され、安定的な投資を得るためには、自由闊達な企業風土、経営者・従業員ともに誇りを持ちいきいきと働ける企業を目指す必要性が今後、ますます高まってくるであろう。

○社会貢献・地域貢献

CSRの考え方が広がっている中で、企業の社会的貢献や（従業員個人主体の）ボランティア活動は、現代企業の使命の一つとして求められているものである。

社員が休暇取得により仕事から離れて社会的活動を行うことは、社員の社会性を高めるとともに、地域社会の活力維持の観点からも重要な意義があると考えられる。

<事例：アストラゼネカ株式会社>

(3) 休暇取得のメリットを具体化するための方策

休暇取得は、日本人の働き方という根源的な問題と表裏の関係にある。旧来の企業における働き方には、仕事を主とし家庭を従とする傾向がある。このような企業での働き方は、有給休暇を病気や体調不良で仕事ができない時に備えるものとする考え方など、従業員の休暇取得に対する意識にも影響を与えているのではないかと考えられる。

このような企業における働き方や従業員の休暇取得に対する考え方を変えていくためには、経営者層（トップ層）、管理職層（ミドルマネジメント層）、従業員層（現場）それぞれの意識改革が重要である。

また、休暇取得に対する心理的抵抗感（周囲への気兼ね等）、休暇中の代替要員の確保等の問題を解消するためには、休暇取得を妨げない仕組みや業務の進め方が、企業の制度又は職場慣行としてビルトインされることが重要である。休暇取得に対してインセンティブを付与する仕組みについても検討する余地があろう。

休暇取得のための仕組みづくりや工夫には、様々な手法と可能性があり、企業の状況や問題意識に応じた取組を進めることが必要であるが、具体的には以下のような取組が考えられる。

○企業風土の改革

経営トップが休暇取得のメリットを理解するとともに、従業員に自らの考えを定期的に直接語りかけることは、従業員一人ひとりに休暇取得の意義を浸透させ、結果として企業全体の意識を改革することとなる。

また、業務遂行において中心的役割を果たす管理職（ミドルマネジメント層）の意識を改革するため、彼らが過ごしてきた社会人生活と現在の社会環境との違い（共働きや多様な労働形態等の増加）への理解を促すことにより、価値観や立場の異なる人に対して、相手の立場に立った柔軟な対応を行うことが可能となる。

さらに、従業員一人ひとりのレベルでの意識改革として、休暇取得に関するワークショップ等を従業員が主体となって実施することも効果的であると考えられる。

<事例：株式会社 高島屋、株式会社 拓新産業>

○休暇と企業活動を両立させる仕組みづくり

経済活動の主体である企業において休暇取得を促進するためには、休暇取得と企業活動が両立し、かつ両者の好循環が成立する仕組みが不可欠である。

企業が置かれる状況は様々であり、必要となる取組は異なるものの、業務効率化の工夫、複数業務に対応できる人材の育成等のための仕組みを構築することにより、受注の変動等、企業活動において不可避な問題への柔軟な対応が可能となり、結果として休暇を取得しやすい職場づくりを進めることが可能となる。

また、休暇制度と福利厚生等の他の取組を組み合わせ、総合的に実施していくことにより、企業活動との相乗効果が高まることが期待される。

<事例：株式会社カミテ、株式会社ナルミヤ・インターナショナル、中外医薬生産株式会社>

○休暇取得状況の定期的な測定と改善

企業活動を行う中で休暇取得の促進を図るためには、休暇に関する制度等を単に作るだけでなく、企業活動に組み込まれたP D C Aサイクルとして、従業員の休暇取得に関する目標設定及び定期的なモニタリング、休暇制度等の効果測定を行い、期待される効果が現れない場合は改善策を検討する取組が必要である。

その際、休暇取得に対するニーズは、企業内の様々な職種によっても異なることから、人事部等の横断組織における全体施策と各事業部における業務特性に応じた個別施策が連携することが重要である。

<事例：第一三共株式会社>

(4) 休暇取得と旅行を組み合わせた人材育成

企業において、人材育成、メンタルヘルス、地域貢献等の観点から、「旅行」を活用した取組等が導入されつつある。

休暇と旅行を組み合わせた休暇制度・仕組みには、例えば以下のようなものがあり、企業が抱える様々な課題を解決するための手段の一つとなることが期待される。

○自己啓発旅行、教育・研修旅行

休暇を利用した旅行において、従業員が業務に関連する体験等を行うことは、サービスの提供者である従業員がその受け手になることにより、消費者目線を培うとともに、業務への「気づき」を得る等の効果が期待される。

<実証事業：株式会社トヨタレンタリース栃木での取組、複数旅行関連事業会社による取組>

○ヘルスツーリズム／メンタルヘルスツーリズム

企業において、従業員の過重労働防止・健康管理のために旅行を活用する取組がある。ストレス社会のイメージが定着する中、メンタルヘルスの問題もクローズアップされている。

精神疾患での労災申請件数、労災認定数も増加しており、「心の病」のために1カ月以上休業している人がいる上場企業は、全体の74.8%にのぼる（(財)社会経済生産性本部調査(2006年)）。

欧米では、長期休暇の取得に加え、健康保険の適用等の環境整備を行うことにより、保養所等を活用した予防療法を定着させている国もある。我が国においても、企業における従業員の健康管理の観点から、自然豊かな地域への旅行等を通じた予防療法的な取組の促進が検討されるべきであろう。

<事例：欧州での予防療法>

○ボランティア旅行

企業の社会的責任（CSR）への注目が集まる中、企業活動の一環として、従業員が過疎地域等に旅行するとともに、現地でボランティア活動を行う事例がある。このよう

な取組は、企業による社会貢献活動であるとともに、活動に参加した従業員が地域や消費者の生活に関心を持つようになる等の効果があると考えられる。

このような従業員のボランティア活動を支援するため、企業におけるボランティア休暇制度の設定、制度の利用促進等の取組が期待される。

2. 地域・観光関係者に対する休暇の効果と取組課題

(1) 休暇取得の促進が地域・観光関係者にもたらす効果

○観光産業の経営・雇用の安定、地域の活性化

企業における休暇取得の促進には、新たな旅行需要を創出する効果とともに、休暇時期の分散化により、年末年始、夏休み等に集中する傾向のある旅行需要を平準化する効果がある。

旅行需要の季節変動が小さくなることで、閑散期における遊休資源の有効活用やランニングコストの低減が可能となるとともに、雇用の安定化や繁閑期の料金格差の縮小等の効果が期待できる。また、閑散期にも分散される旅行需要を取り込むため、観光地や宿泊施設において、消費者ニーズに基づく競争が年間を通じて行われることとなり、観光産業における全体的な生産性や競争力を向上する効果が期待される。

さらに、国内旅行を通じた都市と地域の交流人口の拡大は、地域におけるにぎわいの創出など地域社会を活性化する効果がある。

(2) 観光関係者における休暇取得の促進

休暇取得の促進は、観光関係者に大きな効果をもたらすが、旅行業、宿泊業等における休暇取得率は依然として低い水準にある。企業における休暇取得を働きかける上でも、観光関係者自らが休暇取得を促進するとともに、業務効率の改善等による生産性の向上、消費者ニーズの把握や従業員への研修による接客力やサービスの質の向上に努める必要がある。

また、旅行需要の平準化には、観光地における繁閑期の業務量の差を小さくする効果が期待されることから、旅行業、宿泊業等においては、従業員の希望に配慮した勤務シフトを組むことが可能となり、結果として観光関係者が休暇を取得しやすくなる効果があることを指摘したい。

<事例：株式会社エアーリンク、株式会社ホテル東洋館>

(3) 消費者ニーズへの対応を通じた国内旅行の魅力向上

○国内旅行の魅力向上に向けた取組

旅行形態が団体旅行から個人旅行にシフトする中、地域及び観光関係者は、個別化・多様化する旅行者ニーズに的確に対応することが求められている。内閣府の「観光立国と観光庁に関する特別世論調査」によると、国内旅行に行きたいと思うようになるための条件について、「宿泊料や入場料などが安いこと」を挙げるものが 59.6%と最も多く、国内旅行コストの多様化・柔軟化に対する強いニーズが存在すると考えられる。

多様化する旅行者ニーズに対応するため、宿泊料金と食事料金を分離した料金設定（泊食分離）、室料金制、連泊料金の導入等、旅行者の選択肢の拡大に資する柔軟な料金設定に取り組む必要がある。

また、休暇を取得しての平日旅行には、渋滞や混雑が少ない等のメリットがある一方で、平日の観光地においては、にぎわいの創出に不可欠な魅力あるコンテンツが乏しいため、特定の時季に集中するイベントの通年化など、平日旅行の魅力の創出に向けた地域の取組が必要である。

このため、地域関係者や、観光関係者の連携による新たな取組の実施や多様な顧客属性に応じた割引料金の設定や高付加価値サービスの提供など、国内旅行の魅力向上に向けた経営努力を継続する必要がある。

<取組例①：「週末の前後」における旅行需要の創出>

<取組例②：「出張」に伴う旅行需要の創出>

○滞在型の観光地づくり

有給休暇の取得が促進され、旅行に対する需要が高まると、観光地での移動時間や滞在時間を楽しみたいという期待が大きくなると思われる。

地域経済の活性化の観点からも、宿泊旅行に着目して、観光地同士や、観光事業者だけにとどまらない幅広い関係者が連携することにより、観光客が連泊や周遊をしながら、長期の滞在を楽しんでもらえるような魅力ある観光地づくりが重要である。

国においても、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」に基づき、2泊3日以上滞りを楽しむような観光地づくりについて支援を行い、持続可能な創意ある取り組みを促進することで、もっと滞在したいと思える観光地づくりを推進している。

このような制度も活用しながら、魅力ある観光地の形成に向け、地域における一層の努力の輪が広がっていくことが大いに期待される。

（４）家族旅行の促進

家族旅行は、家族の共通体験の場であり、家族の絆を深めるとともに、家族それぞれの創造性、社会性、感性等を磨くことを通じ、家族の機能としての「家族力」を高める効果がある。

企業においても、仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）に対する意識が高まる中で、従業員の能力を最大限に発揮するため、従業員の私生活、特に家庭生活の安定は欠かせないものである。

時代とともに「家族のかたち」が変化する中、旅行市場において大きなシェアを有する家族旅行のニーズに対応することは、旅行需要の創出・平準化を図る上で重要な取組である。例えば、働き盛りの子連れ家族が旅行するに当たっての不安や障害を取り除くような商品造成や、父親の育児参加の契機として旅行というツールを活用することが考えられる。

このような地域・観光関係者における取組は、ワーク・ライフ・バランスの推進、子育てしやすい環境づくり等の社会的な重要課題への対応に貢献することが期待される。

<実証事業：乳幼児連れ旅行支援事業>

<実証事業：親子二人旅（パパ子）旅行の促進事業>

3. 休暇取得の促進のための環境整備（行政における取組課題）

(1) 事例活用による休暇取得の意義の普及・啓発

企業経営にメリットをもたらす休暇取得の事例集を活用し、セミナー、シンポジウム、講演等の場を通じて、休暇取得の促進の意義について普及・啓発を行う。

(2) 「休暇」及び「休暇＋旅行」に関する制度の利用促進

○休暇に関する既存の制度の認知・利用促進

休暇取得の促進に取り組むとともに、既存の休暇制度等に対する認知度の向上、利用の促進等に取り組むことが重要である。

<労働時間等設定改善の取組>

- ・労働時間等見直しガイドライン（労働時間等設定改善指針）の周知
- ・労働時間等設定改善援助事業

地域の主要な事業主団体に専門家を配置し、中小企業集団等に対して労働時間等の設定の改善について助言・指導等の援助の実施。

- ・労働時間等設定改善推進助成金制度

中小企業における労働時間等の改善を推進するため、相談、指導その他の援助の事業を行う中小企業事業主の団体等に、その事業の実施に要した費用の一部を助成。

- ・職場意識改善助成金制度

中小企業における労働時間等の改善を促進するため、職場意識改善に係る2カ年の計画を作成し、この計画に基づく措置を効果的に実施した中小企業の事業主に対する助成。

- ・労働時間設定改善コンサルタントの配置

中小企業等からの労働時間等の設定の改善等に関する相談に応じることを目的として、各都道府県労働局に当該分野の専門家を配置。

<従業員レクリエーション旅行や研修旅行の非課税措置（所得税基本通達36-30）>

使用者が従業員等のレクリエーションのために行う旅行の費用を負担することにより、これら旅行に参加した従業員が受ける経済的利益は、①期間が4泊5日以内、②全従業員50%以上である場合には原則として課税しない。

○新制度の導入の検討

企業活動の急速なグローバル化が進展する中で、我が国においても国際会計基準の導入を巡る議論が活発化しているが、未消化の有給休暇の計上方法が論点の一つとして取り上げられており、検討の動向を引き続き注視する必要がある。

また、我が国における休暇制度のあるべき姿を検討する上で、欧州諸国における「バカンス」について、利用実態を含む制度の詳細、歴史的・社会的背景等の調査・研究を行うことが必要である。

(3) 休暇取得に関する調査・分析

企業における休暇取得を阻害する要因には様々なものがあり、休暇取得に関する要因の調査・分析について、経済・社会情勢の変化が与える影響も踏まえつつ、引き続き取り組むことが期待される。

また、経済社会の急速な変化や景気変動に伴い、休暇取得に関する取組も変化するものであり、企業における休暇取得に関する工夫や景気後退時の対応事例などについて、継続的に調査することが必要である。

(4) 学校休業の多様化・柔軟化

秋休みや学校2学期制、地域行事と連動した学校休業、家族のための学校休業等、小・中学校の休業の多様化・柔軟化について、現状や課題を把握する必要がある。

例えば、(社)日本ツーリズム産業団体連合会(T I J)の調査(2006年10月～11月)によれば、2学期制を導入する学校は2割強存在している。

2学期制の導入が学校にもたらす効果や2学期制の普及に必要な取組等を把握するとともに、地域行事と連動した学校休業、家族のための学校休業等の具体的な取組事例の調査等が行われることが期待される。

(5) 関係省庁の連携

厚生労働省、経済産業省、文部科学省、農林水産省、環境省、観光庁など関係省庁との連携を強化し、休暇取得の促進に関するそれぞれの役割を明確にする。

(6) 省庁・地方自治体での休暇取得促進

官公庁、特に地域経済において重要な役割を果たしている地方自治体における休暇取得の促進は、地域経済を活性化する効果が期待される。

また、企業経営にメリットをもたらす休暇取得の事例集が、官公庁の業務においても活用されることを強く期待する。