

最先端観光コンテンツ インキュベーター事業

「地域の自然体験型観光充実に関する協議会」第1回協議会 議事要旨

日時： 2018年10月19日（金）13:00～15:00

場所： AP 東京八重洲通り貸会議室（KPP 八重洲ビル7階）

出席者： 別紙「参加者名簿」のとおり

- 議題：
1. 開会
  2. 議事
    - ・ 協議会の概要について
    - ・ 各種関連する会議の報告
    - ・ 調査事業の報告と意見交換
    - ・ 海外調査について
    - ・ モデル事業について
  3. 閉会

概要：

開会の挨拶後、事務局より調査事業の報告について説明し、議論を行った。以下、その要約。

## 1. 調査事業の報告と意見交換

### ① 事業者の課題解決に向けて

- 個人事業主は趣味の延長としてコンテンツを簡単に安く作ろうとし、価値を上げようという差別化戦略がないことがある。より良いコンテンツを作るためにはベースルールを定める必要がある。
- 個人事業主の場合、日本人と外国人の両方の受入は現実的に難しい。仮に英語対応可能なガイドであっても、一人のガイドによる日本語と英語の両方でのガイディングは質の低下を招く。
- 外国人を受け入れて質を上げるためには外国人に特化したプログラムが必要であり、地域の中核となる法人組織を育てなければ外国人に広がらない。
  - 事業者の中には投資をして事業を行うという意識を持っておらず、ボランティアの延長でコンテンツを提供している傾向もある。
  - 日本では日本人も外国人も同じ価格が基本であるが、海外はダブルスタンダードの価格設定で成功している。例えば、日本人向けに日本語が話せるスタッフを雇っているから価格を上げて当然という意識を持っている。
  - ターゲットによって売れる商品が大きく変わってくるので、ニーズを把握し、ニーズに応じて商品を組み立てる能力を持つプライベートガイド等が求められる。
  - 日本国内のガイドはまだ海外の商品やニーズのことを知らないことが多く、海外の自然を知ることで日本の資源の価値を学ぶ必要がある。
  - 日本人のみ、外国人のみ、日本人と外国人の両方入るツアーを組んでいるが、両方入るツアーは外国人用のガイドを入れている。興味を持つところが違うため、説明を全部分けたり、話を変えたり、やることを変えたりしている。外国人も日本人と一緒にまわりたい場合もあるので、必ずしもツアーを別々に分けなければならないというわけではないが、外国人向けのプログラムでいえばこういった取り組みは必要だろう。
  - スイスではインド人の利用客が増えているが、インド人は泳げない人が多いため、インド人用のラフティングツアーを作った。国ベースでの商品化も行っており、価格も通常とは異なる。
- 日本と海外先進国の国際比較を行っているか。観光産業分野は個人事業主や小規模事業者が多い産業形態だと感じているが、産業構造を海外と比較し、今後日本で改善可能な点を検討する必要がある。
  - 産業化が進んでいるニュージーランドの事例を調査中である。(事務局)

- ニュージーランドが進んでいる理由、日本ができていない問題点を調査し、今後の道筋を明らかにしていくことが必要である。
- 観光消費額の拡大を目指す上で、自然資源やナイトタイムエコノミーなどのカテゴリーごとの目標消費額が必要ではないか。金額感、タイミング、制約条件が定まっていない中、目標設定と時間軸によって取り得る手段は変わってくる。
- 意欲がある事業者は行政が力を入れなくても取り組むため、意欲の低い事業者にどうやったら取り組んでもらえるかを考える必要がある。
  - まずはやる気のある事業者に対して徹底的に支援することが大事であるが、事業者のやる気の出させ方も重要である。
  - 宿泊施設は組合などの横連携があるが、体験事業者は横連携がないので、横連携の組織形成によりつながりを持たせて、ビジョンや存在意義を与えることが大事だと考えながら活動をしている。
- 日本にこの業界で無いのがチャンネルマネジメントのシステム（商品在庫を登録してグローバルのマーケットプレイスに対して商品を供給する流通システム）。フェアハーバー、ブッキングボスなどのように、グローバルのマーケットプレイスに対して供給するシステムが必要である。
  - 民間企業ではコスト負担が大きいので、国として日本全体の自然体験型観光商品の商品登録をしてグローバルのマーケットプレイスに対してチャンネルマネジメントを行い、戦略的に取り組むことができると良い。
- ニュージーランドは大きい事業者が多いためガイドとしての現場経験も積めるほか、養成学校ではマーケティングやビジネススキルも学ぶ機会がある。日本でもそのような教育機関や仕組みを作ることで、質の高い人材や事業者の増加につながる。
- （短期的な人材育成の取組について）地域のコミュニティ形成やナレッジの共有、KPI 設定などビジネスリテラシーをシェアする環境づくりは、育成につながっていると感じる。
  - インドア・アウトドア関係なく事業者と共にワークショップを行い、情報提供に取り組んでいるので、他の事業者で得た知見等を共有できる。
  - これらにより、事業者のマインドが変わった後は、流通経路、販路の見直しから始めるケースが多い。ウェブサイトの良い写真を掲載するため、スマートフォンでの写真撮影の方法もレクチャーしており、商品価格の見直しも進めている。利用客にコメントの投稿や、インスタグラムにハッシュタグを付けて投稿してもらうなどの工夫をしている。
- 収益を上げるうえでの壁の一つは法律であり、特に個人事業主にとって白タク規制は非常に高いハードルとなっている。白タク自体が良いとは思っていないが、ガ

イド事業者に対し緩和されれば、できることが広がる要素がある。特に欧米豪の外国人は左ハンドルのため長距離運転を嫌う人が多いと聞いており、そのような方にプライベートガイドを行うことで収益を上げることも可能である。

- 制約が多い中、自治体も人材もある一定期間の育成期間を持たないといけなさと感じており、いきなり変われと言われても変わることは難しい。
    - 変化を急ぐのであれば、他の国や業界から人材を採用するなどしなければならぬ。シーズンリティがある中で人材獲得の流動性が困難である労働基準法も足かせの一つであり、人材育成なども含めて関連する省庁も参加して検討しないと議論が収束しない。
    - 旅行商品として作ったサイクルツーリズムでは天候による機動的なルート変更が認められないなど、さまざまな種類のツーリズム商品の造成に対し法規制が足かせとなっているものはいくつか出てくるだろう。
    - エコツーリズム推進法の流れでこの一部については、解決策を提示してはいるが、準備や意見調整をしているだけで何年もかかるようでは、地方が衰退していく。時間軸をどう捉えるかによるが、日本全国で同ルールを設けることが難しくても、せめて特定エリアや地方だけでもルール作りを推進できるとよい。
  - 海外事業者がルールを破って勝手に事業を行っているケースが増えており、顧客を奪われている。ビザや資格を持たずローコストで商品を提供するため、地元事業者から顧客を奪い、代金は海外へ流れてしまう。今後このような海外事業者が国内で増えていくと思われるため、対策を考える必要がある。
- ② 安全性担保、品質保証、環境・観光資源保全などの基準整備に向けて
- アクティビティの事業者数の分布から、地域によってはオーバーユースが問題になっていることが想定される。
  - 継続的でサステナブルな産業確立を目指すためには、短期と長期視点で観光戦略に基づいたプランを作っていくことが重要だと考えている。
    - まずは将来的に期限を決めて、それまでに国際基準を目指すということを宣言したうえで、ロードマップと段階的なプランを作る必要がある。
    - 例えば最終的に日本が 2030 年までに世界の中でのトップ基準になっている状態を目指すとするならば、事業者自身が変わらなければという気持ちになるし、段階的に実現可能だと感じられればロードマップに沿って一步一步一緒に進めていきたいと思うはずである。
    - オペレーターの 9 割が現状のままよいと考えているので、その人たちを動かすには上からの宣言が必要である一方で、トップダウンでのガイドライン策定は反発を招くため、安全性、品質、自然保護の観点に基づいたガイドライ

ンを産業と一緒に作っていくと良い。

- ガイドラインを作っても事業者数が多いと自然保護につながらないので、エリアごとに事業者数を制限することが必要である。制限することで、事業者のアップサイクルにつながり、持続可能な産業につながる。
- ガイドラインも必要だが、ガイドの役割も周知していく必要がある。ツアーの中で、利用客に対して自然保護の大切さを伝えるなどのガイドの役割も重要である。
- 環境保全面では山岳ガイドの意識は高まっており特に問題は発生していないが、エリアによってオーバーユースはある。
- 入場規制や手数料などの検討も必要である。グローバルスタンダードの考え方を日本の自然公園においても、必要に応じて検討すると良い。
- 品質保証、安全性、ホスピタリティなどは「品質」の切り口の整理が必要である。
- 利用客が認証制度を認識していなければ意味がないので、一般の人に対する認証制度の認知が大事であり、事業者への認知と同時に進める必要がある。
  - ユーザーメリットは非常に重要である。一番重要な点は安全性であるため、安全性担保が示された事業者がユーザーメリットである点は大事だが、周知認識には時間を要すると思われるため、事業者側のメリットがまずは先行する形になる。
  - 認証事業者へのメリットとして、保険料が安くなるなどのメリットがあるとよい。インバウンドの事故対応は送金や連絡のほか、日本と異なる相続制度により死亡時の賠償保険金の振込先など対応が難しい。認証が受けられればそのような状況の際サービスが受けられるなどのメリットがないと、日本では盛り上がっていかないと思われる。
  - 品質認証制度は、例えばエコツーリズムオーストラリアは制度を売っているため、短期間で認証制度を導入するのであれば、先人からノウハウを買うという選択もある。
- 場所により安全の基準が違うので統一基準は難しく、国での管理も難しい。各業界団体に一定の基準を守らせる仕組みを作るとよい。各団体も国のお墨付きがほしいため、国が安全性担保を進めるうえで双方にとってメリットにもなる。国と団体のニーズをマッチングさせ、安全性の担保を共通目的としてまず取り組むのが現実的ではないか。
  - 団体任せでは変わりにくいため、世界基準を担保するために外部監査などが必要であり、外部の専門家を交えながら期限を設けた目標に向けて進めていく必要がある。

以上