

観光に関する懇談会（第2回）

議事概要

1 日時：平成20年4月25日（金）16：00～18：00

2 場所：国土交通省4階特別会議室

3 出席者

【委員】

生田座長、青木委員、石森委員、江口委員、大塚委員、桑野委員、篠原委員、白石委員、須田委員、中村委員、福澤委員、舩山委員、森地委員、山出委員、吉田委員

【国土交通省】

谷国土交通大臣政務官、春田国土交通審議官、本保総合観光政策審議官、西阪大臣官房審議官（観光） 他

4 委員からの主な意見

- ・ 観光立国の気運が高まっている一方で、若者の出国率の低さ、国内観光地の疲弊など、観光が衰退しているといった側面もあるが、旅することで人間が作られていく。こうした時代だからこそ、観光庁が必要であり、危機意識を抱いて頑張りたい。
- ・ 観光庁は、各省庁が一体となって施策に取り組むことの試金石となるもの。発足後3か月間でスタートダッシュを見せて、国民に対して何が変わったのかを示してほしい。メディアに取材してくれと言っているばかりではいけない。身近な問題として何が変わったかアピールすべき。
- ・ 観光庁には、「役所らしくない役所」になって欲しい。先進的でスピード感のある組織となつてこそ、広く国民から理解を得ることが可能。
- ・ 観光庁発足を契機に、官民の役割分担を見直すべき。一般の人々には、JNTOという名前さえ浸透していないし、JNTOの機能の中には、国が直轄してやるべき仕事や、民間がやった方がいい仕事もあるのではないか。
- ・ 現在「消費者庁」に、旅行業を所管させるべきという議論があるが、旅行業を所管するのは、観光について総合的に考えることができる役所であるべき。
- ・ 観光庁のみならず、文化庁にも支援をして欲しい。
- ・ 企業の海外駐在員など、幅広い人材をもっと多く民間観光大使として任命してはどうか。いっそ1万人ほど任命して、民間観光大使の紹介で訪日すれば特典を付けるべき。

- ・ 「ビジット・ジャパン」に代わるキャッチフレーズ、もっと日本に行きたくくなるような「ジャパン」というような特異性のあるキャッチフレーズを作るべき。
- ・ 既に多くの自治体が海外で積極的に活動しており、地方自治体をビジット・ジャパン・キャンペーンの中心的なプレイヤーとして位置づけるべき。
- ・ 国際観光の振興のためには、Made in Japan の商品が必要。「Made in Japan センター」のようなものを作り、人間国宝の作品や漆器など、日本の本物の感覚を外国人に見て欲しい。
- ・ インバウンドとアウトバウンドは切り離して考えるべきでなく、ともにJNTOが重要な役割を果たす。
- ・ VJCは一定の成果を上げていると評価しているが、事務局がJNTOと統合されたことによる効果も今後出していくことが必要。
- ・ JNTO海外事務所に目標を設定させることが必要ではないか。また、観光庁とJNTOとの関係も整理することが必要。
- ・ JNTO海外事務所と地方自治体とのネットワークを整備し、機能強化を図るべき。
- ・ 海外向けのプロモーション戦略として、日本のアイデンティティを前面に出し、文化や風土のオリジナリティを強調すること、日本文化の真髄に直接触れる機会を提供すること、日本の文化が人類全体の平和と繁栄に貢献する普遍的な価値を持つことを示すことが重要。
- ・ 日本を海外に紹介するビデオのような資料が少なく、情報発信力が弱い。韓国やシンガポールでは非常に力を入れているので、見習うことが必要。
- ・ 海外から見た日本のイメージは、古いイメージのままではないか。旧来のイメージを打破する新しいインパクトのある商品を打ち出すことが重要。訪れた人に、期待を超える感動を与えなければ、リピーターとはならない。
- ・ 諸外国と比較して、日本には自国に関する書籍が少ない。各地のライターに日本について書いてもらい、それをその土地の本屋に置くといったキャンペーンをしてはどうか。
- ・ インバウンドに関して、外国人というキーワードで一括りにしてしまうなど地方自治体はマーケティング能力が低い。国内の観光地をランキング化する、デジタルマップの英語版を作成するなど、国が外国人にとって分かりやすい案内を作成するべき。
- ・ 安心・安全が日本の強みである。国内有力ブランドやライセンス商品を強く打ち出すべき。
- ・ 地方にいとアジアからの旅行者の増加などインバウンドの進展を実感するが、受け入れ体制が十分でない。病院など各種設備と連携して、外国人を迎え入れる体制を整えなければリピーターとはならないだろう。
- ・ かつて日本を訪れた宣教師たちは、日本の風景とおもてなしの精神に感銘を受けた。現代の日本人も、日本の本来の心を高めることが必要。

- ・ 日本には、訪日外国人旅行者用のインフォメーションが少ない。地方自治体と連携して整備に努めて欲しい。案内所の標識では「？」がいいか、「 」がいいかといったことも検討すべき。
- ・ 各地域がネットワークを組んで、外国人誘致活動における課題・問題点などを共有することが必要。
- ・ 華僑の春節や日本の旅行代金が割安となる7月を狙うなど、タイミングが重要。
- ・ クレジットカードやデビットカードによる決済が効果的。
- ・ 国際会議には、様々な規模・種類のものが存在。ニーズに対してきめ細かなマーケティングができるかどうか重要となる。ターゲットだけ考えても、会議出席者のみならず同行する家族のニーズもあるはず。
- ・ インバウンドを増やすためには、国際会議を増やすことが必要。例えば、大阪を「コンベンションシティ」としてはどうか。ラスベガスでは、国際会議の参加者は家族同伴で来ており、同伴家族は、国際会議が開催されている一方で、食事やエンターテイメントを楽しんでいる。日本のエンターテイメントはほとんど関西発で、大阪は、地域独自の食べ物やエンターテイメントなどの要素を満たしており、中期的な展望として特区や税制措置など政策的措置を図っていけば、一大コンベンションシティとなりうる。
- ・ コンベンションシティづくりには賛成である。カジノ解禁なども検討してみてもどうか。
- ・ 日本での国際会議が減少している要因として、シンガポールやロンドンには1万人以上収容できるホールがあるのに、日本には大規模なホールがないことがひとつの要因。
- ・ 国際会議誘致などの能力は地方にはないので、国の力が必要となる。また、パーク&ライド設備のための用地取得など、国が積極的に措置すべきものもある。
- ・ 国際会議を取りに行く Congress Organizer のような存在がいてもいい。また、国際会議を作っていくのもひとつの手段。
- ・ できる限り多くの人々に「観光に対する意識」を持ってもらえるように取り組むべきだ。例えば、道路を造る際にも景観に留意する心を持つなどの意識があると違う。オールジャパンで観光意識が向上するように努力すべき。
- ・ 観光地づくりはこれからが本番であるので、引き続き、支援する仕組みを強化して欲しい。
- ・ 観光の成功例はまちづくりの一部でもあるが、まちづくりでは規制が多く、地方は大変苦労しているのが現状。観光庁が他省庁と連携して観光まちづくりの指針を作成すべき。
- ・ 金沢市は学術・文化都市を目指し、結果として観光都市となったと考えており、観光都市というよりむしろ文化都市と言って欲しい。観光による地域づくりは、目標ではなく結果であるべきであり、やりすぎはよくないのではないか。
- ・ 21世紀の日本は、徹底したクオリティ追求に活路を見出すべき。中国、インドは大量生産・

大量消費路線だが、アジアにおいてもハイクオリティを求める層が増加。エリート・富裕層が来れば、追隨して一般の人々も来るようになる。そのためにも、本格的な長期滞在型リゾートをつくるべき。

- ・ まちづくりのターゲットとなるのは水辺の利用法であるが、日本では所有権と民間投資が混同されており、計画的な開発が行われていない。良いオーナーがいなければ、いずれ撤退することとなる。
- ・ 観光地の景観が悪化していることを危惧している。観光地の景観保持には、国家的課題として取り組むことが必要。
- ・ 中学校、高等学校において、「観光」の意義や役割についての教育を行うべき。これは、国際交流を促進するためにも必要。
- ・ 観光についての教育は大切である。国内の歴史・文化をしっかりと教えるべきである。また、国際教育プログラムやホームステイが重要。
- ・ IOCは、若者のスポーツ離れに危機意識を抱き、ユースオリンピックを開催することとした。これに倣って、農水省の食育基本法のように「旅育基本法」を作ってはどうか。
- ・ 小中学生への観光に関する教育は、山形県、宮崎県、沖縄県などで実績を上げている。
- ・ 教育旅行（修学旅行）は日本独自のすばらしい文化であるので、組織的に修学旅行を誘致するなど、是非、海外にも広めてほしい。教育旅行の際に受けた印象が良ければ、リピーター化してその土地を訪れるであろうし、海外から教育旅行の学生が訪れた際には、日本の学校で交歓する機会を作るべき。将来的な国際協調にも寄与するだろう。
- ・ 20代、30代の女性の海外旅行が減少しているが、そういった人はおそらく国内旅行もしていない。若い女性が旅行に興味を抱かなければ、その子供たちの世代も旅行しなくなるのではないか。まさに教育が重要な役割を担うので、小・中・高・大学の各世代で、海外との交流の機会を持つ仕組みを国が作るべき。
- ・ 関西大学はニュージーランドの大学と交流があるが、費用が高い上に一括払いのみしか認められていないなどの理由により、学生からの募集は少ない。大学任せでは、なかなかうまくいかない部分があるので、国からのサポートが必要。
- ・ 国が呼びかけて、子供たちを10日間ほど海外や国内の農村に送り出すようなことはできないか。費用は貸付制度として、将来、働いて返させるような仕組みとすべき。
- ・ 海外からのホームステイを受け入れる意志のある家庭は存在するが、やり方がわからないという状況にあり、国がコーディネーターの役割を担うべき。
- ・ 日本の大学における観光学は、まだまだレベルが低い。また、卒業しても就職先がないなど、産学双方からあまり評価されていないのが実情。産学双方が相当の危機感・覚悟をもって連携を拡

大きせていくことが必要。

- ・ 現在は、観光学を学んでも就職先があるのかなど心配されているし、観光学は「何を教えればよいのか」の段階で躓いている印象を受けるが、まずは歴史・文化・伝統をじっくり教えるべき。これをしっかり身につけている人材であれば、産業界からも必要とされるので、卒業後の就職で困ることはないのでは。
- ・ 民間の立場からは観光産業の重要性を各所でアピールすべき。
- ・ 旅行業に関しての日中韓研究部会のようなものをつくってはどうか。「安かろう、悪かろう。」のツアーを排除するために重要。
- ・ ガイドの充実といった意見もあるが、ガイドは数が不足しているのではなく、使ってもらっていないのが現状。

(文責 国土交通省総合政策局観光政策課 速報のため事後修正の可能性あり)