

観光庁アドバイザー・ボード（第1回）議事概要

1. 日 時 平成21年1月13日（火）14:00～16:07

2. 場 所 合同庁舎2号館16階 観光庁国際会議室

3. 出席者

【メンバー】

生田様、奥田様、絹谷様、中田様、カセム様、吉田様

【観光庁】

本保長官、神谷次長、西阪審議官、大黒観光地域振興部長 他

4. メンバーからの主な意見

○他省庁と連携して観光庁が成長していくことは日本にとって良いこと。現場を持っている観光庁の総括する努力は、もっと現場に通じるものであり、各省庁、官民、官学等との間でシナジー効果を生むことができる。これを活かして目玉プロジェクトを出せば霞が関、さらに産業界からの応援団が増える。

○観光と環境の関係で、ヴァージン航空のR・ブランソンが、営業利益の何%かを環境に優しい飛行機の開発に投資すると表明した。あるいは、東京オリンピックについて一言も出てないが、これを機にODAとして発展途上国のアスリート養成のためにトレーニング現場を提供し、交流を深めるなどのプロジェクトがあればよい。

○訪日外国人の数字を上げるために、ただ観光客を呼び込めばよいというのでは不完全。安全の観点も取り入れて他省庁と連携することが必要であるが、リピーター、消費額が多い方は差別化してVIPのように優先的に搭乗できるようにするなどの取組みも必要。リピーターでも毎回ビザを取得しなければならないので、リピーターには入国しやすくするような仕組みが必要。

○訪日外国人観光客数1000万人、2000万人と具体的に数字を示している以上、目標は達成しなければならない。それには、1000万人を目指しては達成できない。1500万人とか3000万人の気持ちでいかないと、1000万人、2000万人という目標は達成できない。

- 人口減少や高齢化が進み、国内マーケットが縮小する中、観光振興は（需要の拡大等の意味から）非常によい。観光庁が設置されたのは遅いくらい。ビジョン作成等良いスタートが切れているので、是非がんばって欲しい。
- 国内の観光振興がインバウンドにつながることを認識すべき。
- 昨年11月にフランス観光省を訪問したときに、フランスは人口と同じだけの観光客が入っている、国内旅行のインフラが整備され、その後インバウンドも増えていった等の話を聞いた。観光振興のために実際に動く地域や民間の人との連携・コミュニケーションが重要である。国の旗振りだけでは動かない。
- いろいろな省庁から観光親交関係の補助金が出ているが、どこかでまとめてほしい。また、補助金を一本化して自由に使える交付金として欲しい。
- 関西は、韓国、中国、欧州をメインターゲットにインバウンドに取り組んでいるが、的確なマーケティングが必要。例えば、中国では、温泉、ショッピング、さらには富士山などのニーズがあり、フランスでは、3泊4日で座禅を体験したい、熊野古道を自分の足で歩きたいなどのニーズがある。
- 観光は経済効果だけでなく、国の成り立ち、国のイメージを世界に発信する格好の機会。日本は海外から見ると、イメージが確立しているようで確立していない。イギリスもブレア首相の時、クール・ブリタニアを打ち出し、イギリスのイメージが向上したので、日本のブランド化も必要。
- ビジョンで「我が国の魅力を内外に発信」とあるが、魅力を発信する前に「高める」観点が必要。環境のことに言及されていないが、環境の保全に役立つ観光開発促進に努めるといった観点も必要。
- 観光立国の目的・意義をしっかりと打ち出すべき。文化的意義、経済的意義の2点に分けて整理したらどうか。文化的意義は、地域間で文化を高めあう、国際交流の促進による相互理解や日本ブランドの確立、環境への配慮など。その上で経済の面から地域の活性化、我が国の経済の柱となることを打ち出せばよいのではないか。
- インバウンド2020年2000万人の目標は低すぎる。3000万人でも

よいくらい。インフラづくりをしっかりとしていくことが必要。中国の人口のうち、1%が日本を訪れるだけで1000万人はすぐに増える。プロモーションとあわせて入国管理等のコントロールもしっかりやるべき。

○業務改革については、コンプライアンスの意識を持つことも大事。コミュニケーションの点はスターティングポイントとしては重要であり、今後、他省庁や自治体等に広げていけばいい。

○サービスは国、企業、個人を含めて、重要である。アジアはどの欧米諸国よりもサービス水準が高く、中でも日本はトップクラス。

○外国人にとって日本は、イメージはよいが、インターネット等による情報収集が非常に難しい国。日本国内を旅行しようとしても、情報が多すぎてむしろ分かりづらく、英語もお決まりのものしかない。買い物や温泉、サブカルチャーを知りたい、地方の美術館に行きたい等、外国人観光客は色々関心はあるものの、情報収集がネック。

○空港は到着してその国の印象を決めるので、重要である。その点、成田は寂しい印象。活気がない。外国人が来た場合にもまず見るのは空港だが、成田には情報誌もなく、申告書しかない。私が海外に行ったときに、まず空港で情報誌を入手している。

○旧ロシア圏やアジア・アフリカだと、ファストトラックとして入管で別ルートを通す国もある。リピーターや富裕層を取り組むなら、日本もそのような対応を検討すべき。

○日本の情報を発信するウェブサイトを作る等、観光庁が先頭に立って情報を収集することも必要。一般の人はそういう所を見ており、いろいろ取り組めることがあるのではないか。

○日本に来てから情報を得る方法として、携帯電話を活用できないか。例えば、携帯で得た情報をタクシーに伝えるとすぐに目的に行けるなど、いろいろ検討していくことが必要。

(文責 観光庁総務課企画室 速報のため事後修正の可能性あり)