

## 第4回 観光産業政策検討会 議事内容

日時 平成25年3月18日(月) 14:00~16:00

会場 国土交通省中央合同庁舎3号館4階幹部会議室

### 1. 開会(観光産業課・寺田課長)

- ・小杉委員、小林委員、沢登委員、中村委員、西田委員ご欠席の案内
- ・丹呉委員の委員の辞退について
- ・配布資料説明(「観光産業政策検討会提言」とりまとめ案、前回第3回議事内容)

### 2. 議題

#### (1) とりまとめ案について

山内座長：議事進行

観光産業課 寺田課長

とりまとめ案「世界最高・最先端の観光産業を目指して」

1. 観光サービスの品質の維持・向上を通じた日本ブランドの確立
2. 先進的な旅行産業への挑戦
3. 宿泊産業におけるマネジメント・生産性等の改善・向上
4. 旅行の安全の確保
5. IT技術の発展に対するニーズの高まり等新しい事象への対応
6. 観光産業における優秀な人材の確保・育成

#### (2) 討議

山内座長

- ・今回がこの検討会の最終回となる。活発にご議論いただき、より実りのある提言につなげていきたい。

#### 【第1章「観光サービスの品質の維持・向上を通じた日本ブランドの確立」についての議論】

田川委員

- ・ツアーオペレーター(ランドオペレーター)については、JATA(日本旅行業協会)として、4月1日から認証制度の導入を開始する。一般には未だに、ツアーオペレーターに関する理解がない状況だ。外国からどのようなお客様を呼ぶのか、今後議論が必要である。
- ・認証制度の導入にあたっては、観光庁のバックアップが必要である。また、ツアーオペレーターに関わるものは単なる旅行業で済むものではない。観光産業として旅行業だけでなく、宿泊業、交通業などすべての業界のレベルが向上することが望ましい。認証制度の導入を、その望ましい形へのきっかけにしたい。ぜひ委員の皆様にもご理解いただきたい。

大塚委員

- ・第1章の冒頭に「『日本』というブランド力を確立することが必要である」とあるが、数ある調査をみれば、日本の観光のブランド力は外国から高く評価されている。むしろ、ブランド力が活かされていないことが問題である。確立されているブランドを上手に使いえない、つまり、「すでに評価されているものを、どう使うか」ということがこれからは重要だと考える。日本が知られていないことが問題であり、日本を知ってもらい、来てもらうために何をすべきかが、今後問われてくる。

湯浅委員

- ・手段と目的が混同している。認証制度の運用の仕方、また、トップを走っている事業者に

どのように頑張ってもらおうかという視点が重要である。日本ブランドの確立の仕組みとしてはやや不十分かと思われる。

#### 矢ヶ崎委員

- ・日本の観光ブランド力が既にあることは共通認識として記載していただきたい。調査会社のフューチャーブランド社の調査では観光分野で日本が2位、世界経済フォーラムでも14位に上がっている。訪日外国人の満足度や再訪意向も8割から9割あって数値が高い。玄人や訪日経験のある人の評価は高いのだけれども一般には伝わっていない。実際の魅力を伝えることも含めての「ブランド力」だと考えている。ブランド力について、この提言が認識している範囲を定め、伝えることも含めてブランド力だとすれば、何が出来ていて何が出来ていないかがもう少しはっきりするのではないか。ただ、「評価は高い」のだということは伝えておくべきだ。

#### 田川委員

- ・日本の製造業では、「企業」と「製品」の両方がブランドである。対して、日本の「観光産業」がブランドなのかと言うと、微妙である。なぜかと言えば、これまで外に対して打って出た経験がないからだと思われる。「日本のブランド」と言ったときに、産業としてのブランドなのか、企業としてなのか、国土としてなのか、国民としてなのか、これらを一旦整理する必要がある。

#### 百木田委員

- ・日本の歴史、自然、文化、ショッピング、ホスピタリティなど、ジャパンプレミアムをいかにアピールしていくかが問われている。観光産業のブランド力があるかどうかという観点とは別であり、資質はあっても観光産業としてのブランド力には課題がある。認証制度についても、一定のレベルに達していない事業者を振り分けるということではなく、一定のレベル以上の業者を認める仕組みとし、一歩進んだ認証制度とすべきである。

#### 佐々木委員

- ・田川委員のおっしゃったことを受ければ、日本の強み、弱みの整理が必要だと考える。ブランディングとは、旅行者がどれだけ認知をしているか、どのように発信していくか、が大きな視点である。

#### 井手観光庁長官

- ・各委員からのご指摘についてはおっしゃる通りである。恐らくは2つの視点があって、1つは観光産業が活用すべき日本の観光資源は高いのであろうという点。もう1つは、観光産業自体のレベルの問題であらう。

#### 山内座長

- ・皆様のご意見を整理すると、日本自体が持つ観光資源のブランドと、観光資源を含めた日本全体のブランドについての議論である。観光資源の活用が、日本全体のブランドは確立してきたが、観光におけるブランドについては整理が必要である。

### 【第2章「先進的な旅行産業への挑戦」についての議論】

#### 大塚委員

- ・「(4) インバウンドへの取組みの強化・積極的な海外展開」に記載されるインバウンドの件だが、もっと強調されても良いのではないか。特にこれからはMICEは大事な要素だと考える。MICEは観光産業だけでなく、多くの他産業を巻き込む幅広いもの。今、オリンピック招致に取り組んでいるが、MICEはこのように国を挙げて何年も前から取り組むべ

きもの。そういう意識でやらなければならない。

- ・日本以外の第三国への旅行販売よりも MICE 誘致の方がはるかに大事だ。MICE 推進でひとつの項目として取り上げて良い。インバウンドの大きな柱として要となる。
- ・日本が観光後進国であることの理由として、アウトバウンドに傾注してきたことが挙げられる。これほどインバウンドとアウトバウンドの差がある国は少ない。少なくとも、ずっと指摘されてきている JNTO の問題は観光庁に頑張っていたかなければならないし、こうしたことも含めて、他国に比べて遅れているインバウンド施策を本気でやらなければならない。それくらい重要だ。

#### 田川委員

- ・今回の提言の趣旨は、旅行業・宿泊業をどう伸ばしていくかという観点であるという話でスタートした。インバウンドの問題が重要であることは間違いなく、別の委員会の場で議論されるということだ。今後、旅行業・宿泊業としてどういう部分を変えていかなければいけないのかということから、品質の問題や生産性の向上という点を強調してきた。

#### 大塚委員

- ・「旅行業を含む観光業を何のために強くするのか」ということに尽きる。強化するためには大きなビジョンが必要なのではないかと考えている。

#### 井手観光庁長官

- ・田川・大塚両委員がおっしゃることはいずれもその通りである。MICE については、戦略を考える委員会を設けているので、そちらに委ねたい。
- ・一方で、旅行業がどのように MICE に取り組んでいくか、インバウンドに取り組んでいくか、この提言でもう少し踏み込んでも良いと考えている。
- ・現状、MICE への取り組みに熱心なのは一部のホテルのみで、観光産業全体としての取り組みは弱い。宿泊業の議論で MICE の点が抜けているので、少し改善をすべきかもしれない。

#### 鍋山委員

- ・福岡で 3 年に亘って経済振興政策に関わっている。食、観光、環境 (ICT)、人材、都市再生の 5 つのテーマで討議してきた。それぞれの主張があるため、当初は方向性が一致しなかったが、MICE を軸に据えることで一体感が出てきた。人の地域内外の交流を基本にしたためである。食のアジアへの売り込みはアウトバウンドだ。地域を一体とする取組で、MICE は重要な視点である。

#### 上山委員

- ・第 1 章で触れたブランドを取り上げたとしても、それをプロモーションするのではなく、どのように海外に対してマーケティングしていくかという点が抜けている。そのことが、ここのインバウンドにも直結していると思う。
- ・インバウンドを整理すると大きくは「ビジネス」「レジャー」の 2 つ、さらには多くの人々が動く「MICE」、企業が主導の業務出張、日本に来たいという人が来るレジャーの 3 つがある。これらに対して、どのようにマーケティングをするのかということがしっかり検討されるべきだ。
- ・MICE の誘致には、行政・企業などある一定の人の力が要る。レジャーでは海外の旅行会社に商品化をしてもらうための交渉が求められる。個人に対しては、ネットの活用。日本の観光データが出てくる仕組み作りが必要だ。
- ・検索サイトのデータを見ると、日本に対する検索も前年比 200% くらいの伸びはあるが、シンガポールについてはさらにその 3 割増ほどの検索がなされている。しかも、日本の検索ワードの最多は「寿司レストラン」やアニメの「NARUTO」。これら文化的なワードでの検索は行なわれているが、観光に関する検索ワードは少ない。一方、シンガポールでは

観光に関する検索キーワードがほとんどだというデータも出ている。民間ではなく、国レベルでこの辺りの戦略も考えるべきだ。

#### 山内座長

- ・インバウンドの重要性については議論を待たない。ただ、旅行業・宿泊業としてどのようにしていくのかという観点が必要である。MICEは、他の産業ともかかわる総合的な観点で、今後の観光産業の重要な視点であることを強調したい。

#### 大木委員

- ・「(1) 世界にチャレンジする旅行産業のあり方・制度の見直し」における「海外のライバル企業と競争するために、足枷となる制度は見直す」との書きぶりは、規制緩和を行うとも読み取れる。規制緩和自体は否定しないが、一方では旅行者の安全確保や消費者保護の取り組みも重要である。旅行業法・約款・営業保証金制度等、となれば相当大がかりな見直し作業となる。利益が相反する立場の組織や人が多く存在する中で、これをどう乗り越えていくかが課題だ。観光立国を推進するという目的を明確に打ち出し、各方面から理解を得られるよう観光庁がリーダーシップを発揮して、必ずやりきるという姿勢が必要だ。

#### 上山委員

- ・インバウンドの現状では、宿泊単品であっても手配旅行でなく、仕入れ値に利益を上乗せして販売される事例がみられる。すると仮に、販売サイトをインバウンド用に多言語対応して、他社に対してアフィリエイト（リンクを張り広告料を収受）をしたとしても、利益が原資になる。一方で、手配旅行では単なる手数料しかとれないので、いろいろなサイトで販売したとしても売れば売ほどマイナスになってしまう事例もある。この辺りも検討した方がよい。
- ・日本と海外の間にビジネスモデルの違いあることにより、競争力の格差につながっているのではないか。

### 【第3章「宿泊産業におけるマネジメント・生産性等の改善・向上」についての議論】

#### 佐藤委員

- ・この提言においては観光産業自体の強化策について深く議論されており、素晴らしいものが出来ていると思う。
- ・旅館業に関する指摘も適切なものであり、業界としても検討していたことである。今後、業界全体として取り組む必要がある。財務指標のモデル化、管理会計システムの構築は是非取り組んでいきたい。
- ・グループ化、協業化についても推進していきたい。コスト削減、着地型旅行の分野では地域で協業していくことが必要である。東北では被災地と内陸でグループ化し共同組合の議論も出ている。
- ・所有と経営についても一体に固執するものではない。存続の観点から、時代に合ったノウハウを持つところに委託していくことも選択肢の一つである。
- ・また、高級旅館のすべてが、必ずしも海外から評価が高いわけではない。ハードが陳腐化し、昔からの紋切型のサービスが足枷になっていることもある。
- ・訪日外国人宿泊の増加のためには、ハード・ソフトの情報について業界全体、個々の施設が強化していきたい

#### 鍋山委員

- ・「(2) 金融機関との連携」について申し上げておきたい。現状では金融機関はリスクを取

らないが、海外ではPFI/PPP（官民パートナーシップ）を含めて多様な様々な金融手法が出ている。地域の資金供給を担う地銀の関係から、資金調達の多様性を考えていく必要がある。

- ・再生案件だけでなく、プロジェクトファイナンス的な新しい金融手法の設計を考えることも重要である。提言に盛り込んでいただきたい。

#### 矢ヶ崎委員

- ・金融機関との連携では、地銀や信用金庫などの地場密着型を想定していると思うが、これらの金融機関は地域がないと事業が継続できないので応援する意味合いもあると思う。
- ・先日、地銀協で講演をした際に、地銀の頭取の方など参加者に「観光は地場産業」という認識を持ってもらうことが出来たと感じた。地銀が何をしたらよいのかと聞かれたので、私からは「行政の視点とは違う、ビジネスの視点からのサポートをお願いしたい」というお話をした。
- ・再生案件だけでなく、事業拡大の際にも地銀としての知恵やノウハウを提供して支援することや、地域の経営者を育てることも地銀の重要な役割だと思う。加えて、旅館業と他の産業とが連携することにより、観光消費の波及効果が現実のものとなっていき、6次産業も生まれてくる。地銀には企業間の連携に向けて企業同士のマッチングをするという重要な役割もある。

#### 井口委員

- ・旅館は、まさしく地場産業で地域のショールームであり、総合商社でもある。そのため、旅館は「地域のインキュベーション」の役割も担えると考えている。
- ・また、宿泊施設の品質強化も含めて、観光の品質基準やマネジメントの指標を明確にすることが必要である。旅館は簡単に比較できないので、評価が難しい。その中で、ある程度は旅館のカテゴリー分けをして、品質を評価することが必要である。
- ・「(4) 所有と経営の分離、新たな経営スタイルの導入・促進」にも記載されている通り、今後は旅館の売買ということも起こり得ると思う。その際に、引き継いだ人がスムーズに資産計上できるような仕組みが必要だ。

#### 田川委員

- ・地場産業の活性化ということ考えた場合、その役割を担うのは旅行業と宿泊業の両方があり得ると思う。「地場に貢献する」という観点から整理し、どの章にどのように位置づけるのか検討していただきたい。JTBでは「おみやげ塾」という土産もののアカデミーをやっており、旅行業も地場産業に貢献している。

#### 大塚委員

- ・金融機関はノウハウを持っているので、旅館を支援するだけでなく他の産業との組み合わせについて支援していくことが重要である。
- ・観光産業のみならず、どの産業においても、これからのキーワードは「連携」だ。観光庁も経済産業省、農林水産省などとの連携をお考えいただきたい。
- ・また、金融業が幅広く知恵を出していくと良くなるのではないか。

#### 上山委員

- ・金融業も収益事業なので、リターンを考えている。旅館に投資した場合の出口のイメージが描きづらい。地域の代表としての旅館であれば地銀が買うという選択肢もある。経営するのであれば発展のイメージが必要である。その一つとして海外展開もあると思う。地場産業が、海外に出ていくことを支援していく。他の産業で、金融業が海外の事業展開を支援しているのと同じ視点である。

#### 内藤委員

- ・銀行には B/S、P/L 以上のノウハウはあまりないと思う。あくまで融資したカネを返してもらうという視点なので、細かいオペレーションのノウハウがない。その意味でもやはり旅館自身のマネジメント強化が必要である。海外展開の価値もあるが、国内で出来ていない状況では、まず足元を固めることが必要である。「(1)宿泊産業におけるマネジメント・生産性の向上」をしっかりとやるべきだ。
- ・第2章にあった「高付加価値型」について、ここでも考えていきたい。高付加価値という言葉は曖昧で「高級・高単価」のイメージにつながる。つまり日本の旅館業は「小型化」を目指すのかという意味と捉えてしまう可能性がある。会計上「付加価値」とは売上から外部仕入を引いたものであり、単純明快である。大型施設でも高付加価値は可能であるという視点で考えなければならない。何か特殊なものをあたかも前面に出して「上手く行った」と評価し、しかし社会的な認知もないという状況に陥ってしまう。「高付加価値＝高単価」という呪縛を捨て、人件費をコントロール出来る仕組みを作ることが望まれる。

#### 上山委員

- ・「高付加価値」＝「高単価」にはならないと考える。旅行業をコンテンツを扱う産業とするならば、他のエンターテインメント産業に比べて価値の作り方の度合いが低い。「高付加価値」とは旅行に行くという理由づくりという認識だ。

#### 内藤委員

- ・私からは「付加価値とは何なのか」という議論が必要だということを挙げたい。

#### 山内座長

- ・「(1) 宿泊産業におけるマネジメント・生産性の向上」は共通認識のもと重要なものとして位置づけたい。また、「(2) 金融機関との連携」については、第一に金融機関が何をやるか、第二に宿泊産業におけるシンクタンク的な役割をどう行うか。これらの連携の仕方をもう少し強調して、提言には書いていただきたい。
- ・「地場への貢献」の重要性についても、旅行業・宿泊業併せて記載を加えられたい。

### 【第4章「旅行の安全の確保」についての議論】

#### 百木田委員

- ・「旅行業に相応しい組織的な安全マネジメント」とはどのような意味か。国際社会に対して競争力をつけるという観点で規制緩和は良いが、規制緩和と安全確保は相反するものにつながってしまうのではないか。表現の検討が必要であると思う。

#### 大塚委員

- ・確かに違和感がある。運輸業における安全のマネジメントとは、事故が起きないように未然に防止策を立て、起きた場合には再発しないように対応することである。

#### 寺田観光産業課長

- ・確かに運輸業においては「運輸安全マネジメントシステム」が確立しており、事業者自らがそれを前提とする枠組みが出来ている。ここに「旅行業に相応しい組織的な安全マネジメント」と記載した意図には、旅行業が自ら運輸機関を持たず、間接的であるという背景がある。しかし、安全確保は必要だ。そうだとしたらどういうことが必要かということである。いずれにしても現場・個人任せは避けなければならない。あるいは、事故対応において、旅行業者がランドオペレーターに丸投げすることも避けなければならない。どのよう責任がとれるのかという議論である。

山内座長

- ・安全の観点から、旅行会社はどのように対応するのかという課題だと考える。提言には少し説明を加えた方がよい。

井口委員

- ・着地型体験プログラムの安全基準をモデル的に策定した。今後、フリーライミングのようなツーリズム等、観光が多様化する中で、事故が起きてからの対応ではなく、組織的に安全や満足度に関する基準を整えていく仕組みが必要になると思う。

## 【第5章「IT技術の発展に対するニーズの高まり等新しい事象への対応」についての議論】

上山委員

- ・消費者から見て、検索して申し込むという流れは、これまでの対人販売とは異なるが、商品は店で申し込んだものと変わりはない。その対応はしっかりとやった方がよいと考える。
- ・ネットでの宿泊施設の販売が多くなり、個別（当事者間）での対応もあるが、公的な立場の人が入り、全体を見るということも必要である。
- ・ITに関する業界としての検討の場が少ない。IT技術の進化はエージェントそのものを無くす可能性もある、海外の企業と競うことになるため、ビジネスモデルの検討なども業界全体として取り組むことをしていかなければならない。

佐藤委員

- ・上山委員のご意見には同感である。ITの普及は、今後さらに進化する中で、旅行は変化する余地がある。これまでは旅行会社、旅館がWIN-WINの関係であったが、今後に向けて同じ場で検討する場が必要。この提言のどこかに記載を加えていただきたい。

寺田観光産業課長

- ・今のご指摘が、ネット関連事業者の方と旅行業・宿泊業の方と、行政が共に議論する場という意味であれば、「(1) IT技術の普及への対応」の中で「(宿泊事業者等とインターネットサイト運営企業の)両者間における信頼関係を着実に構築していくべきである。そこで、両者の相互理解を深めるため、意見交換や意思疎通のための場を設定し（以下略）」と記載した。ただいまご指摘いただいたことを念頭に置いて記載している。

田川委員

- ・過去、旅行業法の改正において、手配旅行から発展して主催旅行の概念を整理するのに、10年の議論を要した。今のインターネット進化のピッチにおいては、考え方を考えるのにもっと早くあるべきだ。
- ・現在は、観光産業のIT化における、以前の10年の議論と同じような段階にあるのではないかと考えられる。旅行業・宿泊業におけるIT化について、行政も消費者も事業者もまだ十分に分かっていないのではないかと。仮想商店街の問題も含めて、一旦落ち着かせる議論が必要だ。
- ・観光産業における消費者のネット利用率は近い内に50%を超えるだろう。50%を超えれば、流通が変わる。ITが拡大するにつれ、旅行業・宿泊業のあり方も変わるので、議論が必要となる。

井手観光庁長官

- ・ITが「高度情報通信」と言われていた時代に、議論・検討に携わったことがある。本件についても、さまざまな議論があつてしかるべきだと認識している。

鍋山委員

- ・「(4) 地域との関わり・地域への貢献」について述べれば、地域には必ずコンテンツがあり、それぞれのコンテンツが個性になる。最近の事例をみると、それらの地域の資源を掘り上げてデザインするには、経済圏の大きな都市を巻き込むことが必要だと感じている。
- ・たとえば、熊本という素材は、小山薫堂氏によってゆるキャラ「くまもん」というトンネルの中に吸収されてコンテンツとして売り出されている。くまもんは関西圏とつながった。
- ・同じようにコンテンツをアジアにつなげていくことも可能である。地域と都市をつなぐキーマンが必要である。

#### 湯浅委員

- ・「(6) 統計・データの整備」について、他国のデータが圧倒的に足りないことを明記していただきたい。
- ・ただ、データが無いわけではないと認識している。上手く活用されていないという実態があるだけだ。データをどう使うかというプロセスの整理が必要である。
- ・仕組みの議論になりやすいが、使い方の議論の方が大事だと考える。

### 【第6章「観光産業における優秀な人材の確保・育成」についての議論】

#### 内藤委員

- ・「(1) 労働環境の改善・イメージの向上」に記載される「実務者層のモチベーションと社会的な認知度の向上を図るための表彰制度」は重要だ。経済産業省でも様々な表彰制度があり、モチベーションのアップにつながっている。それぞれの取組みを表に出す仕組みが求められる。
- ・表彰の基準も、曖昧でなく審査基準を明確にすることが肝要である。新しい経営モデルにつながるような設計が望まれる。

#### 百木田委員

- ・「(1) 労働環境の改善・イメージの向上」の冒頭に「就職時の希望先企業として学生から相当程度の人気を得ている」とあるが、男性と女性では異なる。女性からは人気であるが、男性の観光産業への人気度は落ちてきている。
- ・大学で観光学部を持っていても、観光業界への就職率は低く、結びついていない。業界に引き入れる仕組みが必要である。

#### 内藤委員

- ・共通の認識として持っておいていただきたいことがある。旅館などでは人手不足ということは事実で、それまでのサービスが維持できないのが実態である。
- ・ただ、採用したくても採用できないのが基本的な状況だ。その点は共通認識としたい。

#### 田川委員

- ・表彰制度は良いと思う。ホテルは世界とのつながりを持っているが、インバウンドを取り扱っているところは別として、旅行業・旅館業は世界とのつながりが希薄である。日本の観光産業の地位を世界に示す意味でも重要である。
- ・大学向けには寄付講座はやっているものの就職につながっているかは不明である。旅行業界としては、定期的なセミナーを検討している。文部科学省との連携も検討した方が良いのかもしれない。

#### 大木委員

- ・第6章には、私どもが従来から考えていることや、私がこの検討会で発言した内容を多く反映していただいた。心から敬意を表したい。各項目はそれぞれ大変重要であり、優秀な人材の確保と育成にむけて我々も努力してまいりたい。



- ・「観光産業の従事者自らが休暇を積極的に取得するような啓発を行うべき」と記載していただいた。観光産業に身を置く者が、仕事が忙しくて旅行にも行けないという状況は極めて問題だ。業界全体が率先して休暇取得推進にむけた啓発を行うことには大きな意義がある。是非とも各企業のトップが本気になって取り組んでいく必要がある。

#### 上山委員

- ・以前、旅行業が求める人材について話を聞いたときに、それが商社と同じであることが分かった。現状では商社と比べて分が悪い。商社と比べて競争力を持つためには、旅行業界が早いうちから海外勤務ができるようにすることも学生の意欲が湧くことにつながるのではないかと。若年層の就職に対する機運を高めるために、また旅行業や宿泊業の海外展開の際の将来的な足がかりにも寄与すると考えられるので検討していただきたい。

#### 大塚委員

- ・経団連の観光委員会では、インターンシップを受け入れている。インターンシップは受け入れる企業が見つからない点が大きな課題であるが、人材育成のためにはインターンシップが重要である。インターンシップの重要性に触れていただきたい。

#### 矢ヶ崎委員

- ・第6章に記載されていることはまったくその通りである。ひとつ追加していただきたいのは、教える側の人材が不足していることだ。新しい講座を開こうとしても、特にMICEに関する講座などの教員を見つけるのは困難である。大学においても、例えば、学内なら観光学部と経営学部・商学部、他校とのコンソーシアムなど「連携」がキーワードになると思う。

#### 山内座長

- ・議論としては一旦ここで区切りとしたい。最後にご発言のある方はどうぞ。

#### 大塚委員

- ・国内で観光に関する認識が不足している。観光に関する認識を高めていくことが大事。産業競争力会議など、様々な行政の委員会があるが、その委員になっておられる方々に、観光についてご理解をいただくとともに、会議の場で強力なご発言をお願いしていくべきである。あらゆる場を使って情報を発信していく必要性を感じる。日本のブランド力が伝わらないのも、情報発信力が足りないからではないか。我々の働きかけも大事だ。

### 3. とりまとめ

観光産業課・寺田課長より

山内座長挨拶

井手観光長官 挨拶

### 4. 閉会