

若者のアウトバウンド活性化に関する
最終とりまとめ
～次代を担う若者への「海外体験」のススメ～

平成30年7月

若者のアウトバウンド活性化に関する検討会

目次

1. はじめに	2
2. 20代の若者の海外旅行減少の現状	3
3. 20代の若者が海外旅行に行く環境をめぐる経済面・非経済面からの分析	5
4. 「海外体験」の重要性と「海外体験」なき若者が増えることの問題点	9
5. より多くの若者が豊かな「海外体験」を得ることができるようにするための課題	11
6. 課題を解決するための具体策	14
7. おわりに	16
若者のアウトバウンド活性化に関する検討会 構成員	17
若者のアウトバウンド活性化に関する検討会 開催経緯	18

1. はじめに

平成 28 年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」において、2020 年に訪日外国人旅行者数を 4,000 万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円とし、さらには 2030 年にそれぞれ 6,000 万人、15 兆円とすること等が目標として設定されている。これを受けて、政府において関係府省一丸となって様々なインバウンド施策を展開し、観光先進国の実現に向けた一連の取組を強化してきた結果、訪日外国人旅行者数は、2017 年は 2,869 万人に達し、旅行消費額も 2017 年に4兆4千億円まで拡大するなど、観光は我が国の経済を支える産業へと成長しつつある。

一方で、アウトバウンドで出国する日本人の数(出国日本人数)については、1970 年代から右肩上がりに上昇してきたが、2000 年代に入ると、国内経済の動向などに加えて、SARS・イラク戦争等の有事やリーマンショックによる世界的な景気後退などの影響もあり、概ね 1,600 万人から 1,800 万人の間で横ばいに推移している。2017 年は、1,789 万人と統計開始以来2番目に多い出国日本人数を記録したものの、2012 年以降拡大の著しい訪日外国人旅行者数を下回っており、インバウンドの急速な拡大傾向と比較すると、今後もその差が拡大していくものと考えられる。

各国との間で双方向で人的交流を拡大・深化させることにより社会や文化、価値観等の違いについて理解を進めること、いわゆる「ツーウェイツーリズム」を促進することは、日本人が質の高い観光資源やサービスを現地で体験することともあいまって、国内の観光産業の発展に必要な人材の育成に大きく寄与することを通じて、我が国の観光先進国の実現に資すると考えられる。したがって観光政策の観点から、アウトバウンドの振興はインバウンドの振興同様に非常に重要である。

そもそも、次代を担う若者のアウトバウンドの促進は、観光政策の観点のみならず、今後の我が国を担う世代の国際感覚の涵養や国際相互理解の増進にも大いに資することが期待されるため、今後の我が国が進めるべき経済社会や国民生活全般のグローバル化の観点からも重要な意義を持つことにも十分留意するべきである。

このような若者のアウトバウンドについては、「明日の日本を支える観光ビジョン」において、「国は旅行業団体等と連携し、若者割引等のサービスの開発・普及により、若年層の海外旅行を更に促進すること」が盛り込まれており、そのための具体的な取組が進められている。

このような状況を踏まえ、今般、「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」として、観光政策の観点のみならず、我が国が進めるべきグローバル化の観点も踏まえながら、「若者のアウトバウンドの活性化の意義」や「今後の若者のアウトバウンド活性化のための方策」等について議論を行い、今後、若者のアウトバウンドの活性化に関わる官民の関係者が取り組むべき方針をとりまとめたところである。

なお、本検討会においては、若者の中でも学生や未婚者¹⁻¹の割合が他の世代と比べて高く、自らのライフスタイルについて柔軟に考えることができる者の割合が相対的に高いと考えられる20代の若者を主な対象として分析を行うこととした。

2. 20代の若者の海外旅行減少の現状

【近年低迷が続く出国日本人数】

出国日本人数の変遷をみると、東京オリンピックが開催された1964年に日本人の海外旅行が自由化されて以降、大阪万博が開催された1970年までは訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回っていた。その後、ジャンボジェット機の導入などにより海外旅行が身近になった70年代から本格的な拡大が始まり、80年代の半ば過ぎから、プラザ合意による急激な円高に伴う海外旅行人気により爆発的に増加した。90年代に入りバブル経済が終息した後も基本的には増加基調であったが、2000年代以降は、国内景気の低迷や為替動向等による構造的要因のほか、同時多発テロやイラク戦争、SARS、リーマンショックなどの外的かつ突発的な要因の影響を受けながら、概ね1,600万人から1,800万人の間で増減を繰り返している。

一方で、訪日外国人旅行者数は2012年以降急激に増加し、2015年には約半世紀ぶりに出国日本人数を上回り、2017年には過去最高の2,869万人に達した。

このように、拡大が続いている訪日外国人旅行者数に対して、出国日本人数の伸び悩みは対照的となっており、「ツーリズム」の発展が必ずしも「ツーウェイ」で進んでいるとは言い難い現状となっている。

【国際的にみて低い水準の出国率・海外旅行消費額】

日本のアウトバウンドの現状について国際的に比較してみると、近年、日本人の出国者数の伸び悩みが続いている一方、中国、韓国等の近隣アジア諸国における出国者数はいずれも顕著に拡大する傾向である²⁻¹。人口に占める出国者数の割合である毎年の出国率で比較すると、我が国はここ20年概ね13%程度で推移しており、100%を優に超えるシンガポール、マレーシア、香港を大きく下回っている。また、日本と同じく空路や海路によらなければ外国に行けない台湾や韓国、オーストラリアな

¹⁻¹ 夫婦とも初婚の場合の平均婚姻年齢(平成27年) 夫:30.7歳、妻:29.0歳、「人口動態統計特殊報告「婚姻に関する統計」の概況」(平成28年度、厚生労働省)における「夫妻の初婚―再婚の組合せ別にみた平均婚姻年齢及び年齢差の年次推移」より。

²⁻¹ [中国]2013年:9,819万人→2016年:12,200万人(約24.2%増)、[韓国]2013年:1,485万人→2016年:2,238万人(約50.7%増)、[台湾]2013年:1,105万人→2016年:1,459万人(約32.0%増)、[香港]2013年:860万人→2016年:1,129万人(約31.3%増)、[タイ]2013年:597万人→2016年:820万人(約37.4%増)、日本旅行業協会調べ。

どの国・地域をも大きく下回っており²⁻²、所得水準を勘案すれば、日本の出国率はアジア・太平洋地域の中で相当程度低い水準であると言える。

また、国民全体の海外旅行消費額が名目 GDP に占める割合の比較でも、日本は欧州主要国、カナダ、オーストラリアを大幅に下回り、国内旅行志向の強い米国よりもさらに低いなど、先進国の中で最低水準となっている²⁻³。

【大幅減少が続く 20 代の若者の出国者数と少子化による影響】

日本人の出国者数は、1996 年に 1,669 万人、2016 年に 1,712 万人であり、ここ 20 年ほぼ横ばいに推移している。世代別に出国者数を比較すると、1996 年は多い順に、第1位 20 代、第2位 40 代、第3位 30 代、第4位 50 代であったが、2016 年は第1位 40 代、第2位 30 代、第3位 50 代、第4位 20 代となっており、全世代に占める 20 代のシェアが低下したことがわかる²⁻⁴。また、20 代の若者の出国者数そのものは、1996 年の 462.9 万人から 2016 年の 281.9 万人に 39.1%もの減少が生じている。

しかしながら、20 代の若者の出国率については、1996 年に 24.6%、2016 年に 23.4%であり、微減となっている²⁻⁵。また、毎年の旅券発行数を当該年の人口で除した旅券取得率²⁻⁶については、20 代は 2001 年に 6.8%、2016 年に 6.5%であり、大きな変化はみられない。

これらのことから、海外に行かない傾向が 20 代の若者において突出して高いとまでは言えず、むしろ 20 代の人口そのものが、1996 年の 1,882 万人から 2016 年の 1,203 万人へと実に 36.1%も減少していることこそが、この世代の出国者数の減少の直接の原因とみなすべきである。

このように、少子化に伴う 20 代人口の大幅な減少により、それを上回るペースでの出国者数の減少が生じており、続く 20 歳未満の人口は 1996 年から 2016 年までに 22.2%減少している²⁻⁷ことを考え合わせると、現状のまま推移すれば若い世代の出国者数はさらに減少していくことが予測される。

²⁻² シンガポール:163.4%、マレーシア:143.4%、香港:141.9%、台湾:61.9%、韓国:44.0%、オーストラリア:37.3%、日本政府観光局調べ。

²⁻³ ドイツ:2.7%、英国:2.6%、オーストラリア 2.3%、カナダ:2.3%、スイス:2.3%、フランス:1.9%、イタリア:1.6%、スペイン:1.2%、米国:0.8%、日本:0.5%、OECD データベースより算出。

²⁻⁴ 出国日本人数全体のうち 20 代が占める割合 1996 年:27.7%→2016 年:16.5%、「出入国管理統計」より算出。

²⁻⁵ 「人口統計」(総務省)、「出入国管理統計」(法務省)より算出。

(参考)30代~60代の出国率の推移 [30代]1996年:20.0%→2016年:20.7%、[40代]1996年:15.8%→2016年:19.2%、[50代]1996年:15.8%→2016年:19.7%、[60代]1996年:11.1%→2016年:12.1%

²⁻⁶ 「人口統計」(総務省)、「旅券統計」(外務省)より算出。

(参考)「出入国管理統計」(法務省)と「旅券統計」(外務省)より、2009年から2016年の出国日本人数と旅券保有枚数の重相関係数を算出すると、 $R=0.28$ であり、両者の間に特段の相関関係はみられない。

²⁻⁷ 20歳未満の日本人口 1996年:2,772万人→2016年:2,156万人、「人口統計」(総務省)より算出。

3. 20代の若者が海外旅行に行く環境をめぐる経済面・非経済面からの分析

【経済的な面で将来への不安がみられる20代の若者】

20代の若者の初任給及び就労状況には、ここ20年大きな変化はない。例えば、初任給は昨今上昇傾向にあり、2016年には大学卒、高専・短大卒、高校卒のいずれの区分でも、1996年から1万円程度上昇しており³⁻¹、過去最高水準となっている。また、完全失業率は低下が続いており³⁻²、有効求人倍率は右肩上がりに上昇してきている³⁻³結果、昨今はバブル期にも比肩しうる水準の人手不足となっており、20代の若者にとっても就労しやすい環境が形成されている。

一方、就職した年を基準に勤続年数に応じて給与がどのように変動するかを示す賃金カーブをみると、勤続年数の増加に伴う給与の上昇率は、ここ20年は低下傾向にある³⁻⁴。また、30歳未満の単身の勤労者世帯における可処分所得の変化についてみると、近年、男性は横ばい、女性はやや減少傾向にある。³⁻⁵年金保険料や健康保険料といった社会保障負担の将来展望に関する各種予測を視野に入れれば、20代の若者は予想生涯所得を低めに見積もり、将来の生活に不安を感じている可能性があると考えられる。

実際、20代の若者の支出面の行動についてみると、お金の使途としては貯蓄の割合が高く³⁻⁶、洋服やアルコール類に対する支出額が減少している³⁻⁷ことなどから、支出について堅実で慎重な傾向が強いことが読み取れる。

ただし、このような事情がみられる一方で、20代の若者はより高年齢の世代に比べて「新しい物好き」の面があり、「衝動買いの傾向」も比較的高いとの分析結果もある³⁻⁸ことから、潜在的な消費意欲は必ずしも低くないとの見方も成り立つ。

【海外旅行の阻害要因に世代による違いはなし】

海外旅行に対する阻害要因についてみると、20代も他の世代と同じく、海外旅行に行こうと思わない理由として、「治安への懸念」を最大の理由として挙げており³⁻⁹、世代による差異はないと言える。これは、近年頻発しているソフト・ターゲットを狙う手

³⁻¹ 「賃金構造基本統計調査」(厚生労働省)における「企業規模別新規学卒者の初任給の推移」より。

³⁻² 「労働力調査」(総務省)における「年齢階級別完全失業者数及び完全失業率」より。

³⁻³ 「職業安定業務統計」(厚生労働省)における「有効求人倍率(実数及び季節調整値)」より。

³⁻⁴ 各調査年の男女計「勤続0年」の平均所定内給与額を100.0とした場合、1995年:「勤続年数20~29年」=196.5、「勤続年数30年以上」=224.5 2017年:「勤続年数20~29年」=172.1、「勤続年数30年以上」=180.9、「賃金構造基本統計調査」(厚生労働省)より。

³⁻⁵ 30歳未満の単身勤労者世帯の可処分所得 [男性]2004年:23.2万円→2014年:23.0、[女性]2004年:19.6万円→2014年:18.3万円、「全国消費実態調査」(総務省)より。

³⁻⁶ 「消費者白書」(平成29年版)における「お金の掛け方」より。

³⁻⁷ 「消費者白書」(平成29年版)における「1ヶ月当たり品目別平均支出額(酒類)」、「1ヶ月当たり品目別平均支出額(洋服)」より。

³⁻⁸ 「消費者白書」(平成29年版)より。

³⁻⁹ JTB総合研究所「JTB REPORT 2017」における「海外旅行の阻害要因」より(2017年2月、対象:15~79歳の男女363人)。

法による大規模なテロ事件や、SNS の発達等による国際テロ組織の活動範囲の拡大など、脅威が従来より深刻化・多様化・複雑化しており、このことが海外旅行に行くことそのものに対する不安を全ての世代で高めている面があると考えられる。

なお、若者の海外旅行の阻害要因を海外旅行経験の有無別にみると、海外旅行未経験者は旅行費用の確保や旅券取得の手続き、航空便・宿泊施設の手配など旅行の事前準備に関する懸念が強い傾向がみられる。一方、海外旅行経験者は Wi-Fi の通信環境など現地での便利で快適な滞在等に関する懸念が強い傾向がみられる³⁻¹⁰。このため、未経験者に対しては、事前準備の容易化を行うことが重要であると考えられる。

【20 代の若者は海外旅行に対する関心や意欲が低い】

ある調査では、20 代の若者が今後支出をする対象として、旅行(国内・海外)を挙げる者の割合は比較的高い傾向にある³⁻¹¹との結果が出ている。また、別の民間調査によれば、余暇活動の対象として海外旅行の人気は高い傾向にある³⁻¹²ことから、海外旅行を含む旅行に対する需要は潜在的に高いとみることができる。

しかしながら、20 代の若者による実際の各種余暇活動への参加率をみると、以前より、海外旅行への参加率は国内旅行に比べて相当程度低い傾向にあるが、さらにここ数年は、国内旅行、海外旅行ともに低下傾向にある³⁻¹³。一方、SNS などのデジタルコミュニケーションツールの利用への参加率や、複合ショッピングセンターや健康ランド、スーパー銭湯等の温浴施設の訪問への参加率が比較的高くなっている³⁻¹⁴。前者については、スマートフォンの普及により、多種多様なコンテンツやサービスを 24 時間どこでもオンデマンドで容易に楽しむことができるようになったことや、若者同士のコミュニケーションとして SNS によるコミュニティの維持に一定の時間を割く必要があること等が理由として考えられる。また、後者の理由としては、複合ショッピングセンターや温浴施設などは、外出を伴うが低価格で楽しめる余暇施設であり、自宅の近隣にあり友人等との交流にも便利なこのような施設が今や全国に普及していることが考えられる。このように、若者の余暇活動では、言わば「デジタルコミュニケーション志向」と「近場行楽志向」が高まっているとみられ、対照的に、海外旅行は若者の余暇活動としての魅力度が相対的に低くなっていると考えられることもできる。本検討会においても、現在の 20 代の若者においては、海外旅行を単純なレジャー目的として楽しむこ

³⁻¹⁰ クロスマーケティング「若者の海外旅行に関する調査」における「海外旅行の不安ごと・心配ごと」(2017 年 10 月、対象:18～29 歳の男女 4,500 人)より。

³⁻¹¹ 「消費者白書」(平成 29 年版)における「お金の掛け方」より。

³⁻¹² 「レジャー白書」(2017 年版)における「余暇活動の潜在需要(2016 年)」より。

³⁻¹³ 「レジャー白書」(2011 年版、2014 年版、2017 年版)における「性・年代別参加率(二)観光・行楽部門」(2010 年、2013 年、2016 年)より。

³⁻¹⁴ 「レジャー白書」(2014 年版、2017 年版)における「性・年代別参加率(ホ)その他部門」(2013 年、2016 年)より。

とに価値を見出していない点や、海外旅行が以前のような憧れの対象ではなくなっている点について指摘がなされたところである。

これらのことから、20代の若者に対してレジャー目的のみに着目して海外旅行を働きかけていくことには限界がきていると考えられ、アウトバウンドの促進を図る上では、阻害要因の緩和の面のみ限定して課題や対策を考えるのではなく、海外旅行の新たな価値を提案していくことが求められているといえる。

【20代の若者にみられる海外旅行に対する価値観の違い】

一般的には、過去に海外での滞在や旅行を経験している人ほど、海外旅行に対する心理的ハードルが下がり、海外旅行への意欲が高いと言われており、実際に多くの調査がその傾向を裏付けている。例えば、民間調査会社が昨年実施した調査によれば、18歳から29歳の男女のうち、直近3年間の海外旅行について、「経験なし」が77%、「経験あり」が23%であったが、今後の海外旅行について、「意向あり」と回答した者の割合は、「経験なし」のうち約55%を占めたのに対し、「経験あり」のうちでは約95%を占め、海外旅行経験の有無により大きく異なる結果となった³⁻¹⁵。これは、海外旅行の経験は、その後の海外旅行への意欲の喚起につながっていると解することができる。

また、観光学術学会で発表された調査によれば、若者の「海外体験」の未経験率は、2010年の41.7%から2016年の51.8%に約10ポイント増加している³⁻¹⁶。若者の出国率そのものには大きな変化がみられないことを考え合わせると、海外旅行に積極的な層では渡航頻度が増えている一方で、全く行かない層のシェアが徐々に増加していると分析することができる。

一方で、全世代に対して海外旅行へ行ったきっかけを聞いた調査では、「家族や友人に誘われた」という回答が最も多かった³⁻¹⁷。前述のとおり、若者の間で海外旅行を含む旅行に対する意欲は潜在的に高いとみられることを考え合わせれば、若者の中で海外旅行に積極的な層の人から誘われることで旅行に出かける人の層が存在していると考えることができる。

なお、本検討会における委員からの意見を踏まえ、20代の若者について、海外旅行に対する関心や意欲の面から、「積極的行動層」、誘われれば行く「受け身的行動

³⁻¹⁵ クロスマーケティング「若者の海外旅行に関する調査」における「3年以内のプライベートの海外旅行経験」(2017年10月、対象:18~29歳の男女6,976人)より。

³⁻¹⁶ 「若者の海外旅行離れ」は終わったのか?—3時点での調査結果比較(中村哲・西村幸子・高井典子 観光学術学会第6回大会(2017年7月2日))より。

³⁻¹⁷ JTB総合研究所 News Release「2016年の海外旅行についての緊急調査」(2016年6月10日)における「海外旅行(観光)にでかけたきっかけ(2016年)」(2016年5月、対象:15~79歳の男女1,157人)、JTB総合研究所 News Release「海外観光旅行の現状2017」(2017年6月8日)における「2016年に海外旅行に行った理由」(2017年5月、対象:18~79歳の男女2,060人)より。

層」及び全く行こうとしない「無関心層」の3層に便宜上分類して検討した³⁻¹⁸。

【海外旅行の新たな価値としての「海外体験」】

言うまでもなく、海外旅行には、国内旅行における場合とは異なるタイプの観光・レジャーを楽しむ機会としての価値があり、消費者にとってこれが大きな魅力となっているが、それに加えて、現地での外国人とのコミュニケーションや異文化経験、社会的活動などの「海外体験」をする機会としての価値も大きい。実際、国連世界観光機関（UNWTO）が一昨年にとりまとめた若者の旅行に関する調査によれば、最近では、世界的に、レジャー目的の旅行から、語学学習やボランティア活動など自分自身の成長につながる目的の旅行にシフトしている傾向が示されている³⁻¹⁹。

アメリカやイギリス、オーストラリアなどの諸外国には、大学等への入学や進学、就職などの節目に国外の一箇所又は複数箇所に長期滞在することで「海外体験」をする「ギャップ・イヤー」と呼ばれる慣行が定着している。これらの国々の若者の間では、自分自身の人生設計について考察し、就職にも役立つ知識や経験を積む機会として「ギャップ・イヤー」が活用されている。日本でも、前述の「積極的行動層」は「ギャップ・イヤー」に共通する目的意識で海外旅行を活用している面があると考えられるが、まだ少数派にとどまっている。海外旅行と同じく「海外体験」をする機会が得られる海外留学や海外就労に関する各種の民間調査でも、日本の若者の間では、海外での滞在や活動を体験することを回避しようとする傾向が強まっているとの分析がなされている³⁻²⁰。

しかしながら、一方において、アジア太平洋諸国のミレニアル世代を対象とした民間調査において、日本のミレニアル世代は他国に比べ、海外旅行の価値を「知らない世界を経験すること」に見出す割合が高いとの結果も見られる³⁻²¹。日本の若者における「海外体験」への関心の低さを固定的なものとみなす必要はなく、潜在的な意欲や需要を開拓する余地はあると考えられる。

³⁻¹⁸ クロスマーケティング「若者の海外旅行に関する調査」における「今後の海外旅行意向」についてのアンケート調査（2017年10月、対象：18～29歳の男女6,976人）によると、①「すでに行くことが決まっている」層が6.1%、②「日程は決まっていないが、行くことが決まっている」層が6.2%、③「計画はないが、近い将来行こうと思っている」層が13.8%、④「いつかはわからないが、機会があれば行きたい」層が38.4%、⑤「行きたくない」層が35.5%であり、①及び②を「積極的行動層」、③及び④を「受け身的行動層」、⑤を「無関心層」とすると、「積極的行動層」が12.3%、「受け身的行動層」が52.2%、「無関心層」が35.5%と便宜的に考えることもできる。これを海外旅行経験の有無別にみると、「経験あり」では「積極的行動層」が39.7%、「受け身的行動層」が55.7%、「無関心層」が4.6%であるのに対し、「経験なし」では「積極的行動層」が4.1%、「受け身的行動層」が51.2%、「無関心層」が44.8%であり、特に「積極的行動層」と「無関心層」の構成割合に大きな差がみられる。

³⁻¹⁹ 国連世界観光機関（UNWTO）・世界青年学生教育旅行連盟（WYSE）「Global Report on The Power of Youth Travel」（2016年3月）より。

³⁻²⁰ 学校法人産業能率大学「第7回新入社員のグローバル意識調査」（2017年）より。

³⁻²¹ JTB総合研究所 News Release「ミレニアル世代（22歳～28歳）の価値観と旅行に関する調査（2017）」（2017年9月28日）における「ミレニアル世代にとって海外旅行とは（国別）」より。

4. 「海外体験」の重要性和「海外体験」なき若者が増えることの問題点

日本の若者にとって、「海外体験」には、それをすることによって国内だけで生活や活動をしていては得ることのできない技術や考え方を得ることができるという大きなメリットがある。

そのようなメリットとして、まず、自分自身や自分の属する国・地域・組織を客観的・相対的に捉えながら、海外との社会・文化・価値観の違いに関心や興味を持ち、違いは違いとして受け止めた上でこれを乗り越え、外国人とのコミュニケーションに柔軟に対応できる技術や考え方、すなわち「異文化コンピテンス」を習得できることが挙げられる。「異文化コンピテンス」は、外国人とのビジネスや人的交流を円滑に進める上で有力なツールであり、言うまでもなく、海外に滞在し、活動や生活をするという「海外体験」の中で外国人と実際に直接接触する機会を持つことにより、最も効果的・効率的に身に付けることができ、海外旅行、海外留学及び海外就労は、その契機として極めて有意義である。

また、少子高齢化の進展により様々な新たな課題に直面する今後の我が国では、これまで以上に、個人において、リスクの把握や課題の設定・解決などにねばり強く取り組む力を身につけることが社会の様々な分野で求められると考えられるが⁴⁻¹、「海外体験」には、その習得に大いに役立つというメリットがある。「海外体験」は、非日常的な環境で個人や社会の課題について考える機会となるため、そのような力を身につける契機としても貴重であり、社会的な研修の機会として幅広い効用が期待できる。

このような「海外体験」のメリットを考慮すれば、「海外体験」を持たないことは、若者個人にとっては社会人として成長するきっかけとなる貴重な体験の機会を失うこととなる。また、そのような若者の増加は、「異文化コンピテンス」などを習得した人材の不足を招き、地域や社会に対し、以下の3つの面で影響が生じることが懸念される。

(1) 日本の各地で外国人と直接交流する人材の確保

世界経済は年々相互依存を強めているが、我が国において、今やその担い手や舞台は、かつてのように多国籍企業や貿易関係企業、代表的な国際商品の取引などに限定されることなく、地方の中小企業や農業⁴⁻²、クールジャパン⁴⁻³に象徴される地場産業などまさに全国津々浦々に広がり、海外に出ることなく地元で

⁴⁻¹ 「未来の教室」とEdTech研究会(経済産業省)が平成30年6月に公表した第1次提言において、「創造的な課題発見・解決力」を育むことの重要性について示されている。

⁴⁻² 「未来投資戦略2017」(2017年6月9日閣議決定)より。(第2 具体的施策 III地域経済好循環システムの構築 2. 攻めの農林水産業の展開 (2)新たに講ずべき具体的施策 iii)輸出の促進)

⁴⁻³ 「未来投資戦略2017」(2017年6月9日閣議決定)より。(第2 具体的施策 IV海外の成長市場の取り込み (2)新たに講ずべき具体的施策 ii)日本の魅力をいかに政策 ②クールジャパンの推進)

外国人との商談などが行われる場面が増えている。また、このような経済活動以外に、文化・芸術・学術をはじめあらゆる分野にわたって、国境を越えた交流が地方・地域・個人などの様々なレベルで活発化している。

このような動きを今後とも加速させ、発展させていくことが我が国の将来にとっては不可欠であるが、そのために特に重要なことは、語学力にとどまらず、外国人との間で円滑かつ継続的に意思疎通できることであり、まさに「異文化コンピテンス」を持っていることに他ならない。言わば、今後、「異文化コンピテンス」を持つ人材に全国津々浦々で活躍してもらうことが日本の将来のあり方を左右することとなる。

(2) 世界経済の最前線でアジア各国に伍して活躍する国際ビジネス人材の確保

世界経済の相互依存が進む中で、我が国が貿易や直接投資などの経済活動の分野で収益を上げ、プレゼンスを発揮していくためには、駐在による場合も含めて海外の環境に身を置きながら、現地の言語やビジネス知識により外国人との交渉などに従事する国際ビジネス人材が不可欠である。特に近年では、成長著しいアジア各国において拡大する貿易や直接投資を支える国際ビジネス人材が急増し、アジア各国と我が国の競争も激化しつつある。今後、我が国の企業や個人がそのようなアジア各国の企業や個人に伍して世界での経済活動を展開していくためには、「異文化コンピテンス」を身につけて海外での活躍に積極的に取り組もうとする人材を確実に確保していくことが求められている。

(3) 我が国の観光先進国の実現

我が国へのインバウンドは順調な拡大が続いており、また訪日外国人旅行者の訪問先もゴールデンルートと呼ばれる東京・大阪間のエリアから全国の幅広い地域へ広がりがつつある。このような状況の下、我が国が真の観光先進国となるためには、訪日外国人旅行者の滞在経験に対する満足度の向上やリピーター化の促進に向け、外国人旅行者目線を理解しながら、様々な状況や条件の下で刻々と変化する旅行者のニーズに臨機応変に対応できるよう、官民を挙げて受入環境の整備や観光産業の改革などを進めていくことが不可欠である。これには「異文化コンピテンス」とともに、リスクの把握や課題の設定・解決などにねばり強く取り組む力を身につけた人材が求められるところであり、まさに「海外体験」を持ち、これを契機としてそれらを習得した若者が中心的役割を担っていくことが期待されている。

以上のように、日本の次代を担う若い世代は、海外体験を通して「異文化コンピテンス」や課題の設定・解決などにねばり強く取り組む力を身につけ、様々な場面において、それらを発揮して活躍することが求められている。現状のまま20代の若者の出国者数が減少を続け、「海外体験」を持つ若者の絶対数がさらに減少すれば、深刻な影響が生じることが懸念される場所である。

現在ではICTの発達により、スマートフォンやVRなどで、実際に海外に行かずとも観光地の映像を含めた情報を容易に入手することが可能になっており、これにより「海外体験」を代替できるのではないかとの考え方もある。しかしながら、異なる文化・社会・価値観を受け入れ、さらにそれを通して自分自身を客観的に見つめ直し、個人や社会について深く考察するためには、現地に足を運び、実際に肌で感じるリアルな体験が重要である。

5. より多くの若者が豊かな「海外体験」を得ることができるようにするための課題

これまで述べてきた通り、「海外体験」には、若者一人ひとりにとって、社会で成長していくためのきっかけを掴んだり、それにつながる多様な「気づき」を得る機会として、大きなメリットがあるといえる。日本では欧米に比べてこのようなメリットがあまり知られておらず、「海外体験」への関心の低さの背景となっていることから、これらのメリットを若者にわかりやすく知らせ、関心を高めていくことは重要な課題である。

国全体の視点からも、「日本再興戦略」(平成25年6月策定)や「未来投資戦略2017」(平成29年6月策定)で述べられているように、今後、我が国が拡大を続ける国際市場を取り込み経済成長を確保しながら、世界に先駆けて少子高齢化やエネルギー・環境問題などに真っ先に取り組み解決していくためには、世界各国との間でヒト・モノ・資本の交流を双方向で活発化させていくことが不可欠である。これらを担っていくことになる若者が「海外体験」を経て「異文化コンピテンス」や課題の設定・解決などにねばり強く取り組む力を習得する機会を可能な限り持つことができるよう、促進や誘導をしていくことが望ましいと考えられる。

大量かつ多様な情報があふれる今日、デジタルデバイスを駆使して行動を選択・判断する傾向が強まっている若者に対して、特定の行動をとるよう促進や誘導をしていくことは並大抵の取組では難しいと考えるべきである。このため、以下のような観点のそれぞれについて、枠組み・主体・手法・使用媒体などの面で幅広く、かつ継続的に取り組んでいくことが何よりも重要である。

(1) 若者による「海外体験」を広げていくための国民的ムーブメントの醸成

若者が「海外体験」を通して「異文化コンピテンス」などを身に付ける機会を増やすことは、本人の人生を豊かにするとともに、今後の我が国で必要とされる人材の確保に直結し、我が国のほとんどあらゆる分野に好ましい影響をもたらすと考えられる。このため、国が民間企業や教育界と全面的に連携しながら「海外体験」の価値や意義について若者にアピールし、意欲や関心を効果的に高めていくための国民的ムーブメントを醸成することを課題として、具体策に取り組むべきである。

(2) 若者による「海外体験」を広げていくためのモチベーションの向上・阻害要因の緩和・環境整備

若者に、それぞれ個人のレベルで「海外体験」への意欲や関心を高めてもらい、具体的な行動を促していく上では、「積極的行動層」の意見や経験を活用しながら、海外に滞在することや現地で活動することの価値をわかりやすく伝え、モチベーションの向上を図るべきである。また、国は様々な関係者と連携・協力して、海外旅行経験者・未経験者それぞれに対応した様々な阻害要因を可能な限り緩和・解消し、その他の分野も含めて環境整備を進めるための具体策に取り組むべきである。

(3) 旅行業界における海外旅行のビジネスモデルの見直しと提供するサービスの変革

「海外体験」の機会となる海外旅行、海外留学及び海外就労のうち、経験者が最も多く、未経験者にとってのハードルが相対的に低いと考えられるのは海外旅行である。旅行業界が企画・販売する海外旅行商品は、若者に対して「海外体験」の機会を提供する上で重要な役割を担うことが期待される。若者の間で、単なるレジャー目的の海外旅行商品の価値が相対的に低下している現実を踏まえ、旅行業界は、若者に向けた海外旅行商品について、「海外体験」にも相当の比重を置くビジネスモデルに転換していくことが求められている。新たなビジネスモデルの下では、若者に「海外体験」をすることに興味・関心を持ってもらえるようコンテンツを磨き上げ、海外旅行商品の企画や内容の多様化を推進すべきである。

また、近年は、誰でも簡単に横断的な情報を入手することができる料金比較サイトの発達等により、交通機関や宿泊施設の手配・確保にあたり、旅行予約はインターネットを通じた自己手配が主流になりつつある。こうした動向を踏まえ、旅行業界は現地での「海外体験」の商品化に工夫を凝らすことにより、提供するサービスの競争力を確保するなどの取り組みを進めるべきである。その際には、こ

れまでの業種の枠組みや概念に縛られることなく、若者のニーズの取り込みに成功した他産業の経験も積極的に取り入れるべきである。

さらに、「海外体験」重視の高品質なサービスを提供するためには、旅行業そのものが高付加価値産業への転換を図ることが不可欠であることから、旅行業界の待遇改善を進めるとともに人材育成のあり方を見直し、高品質なサービスを安定的に供給できる体制を整備するべきである。

6. 課題を解決するための具体策

「5. より多くの若者が豊かな「海外体験」を得ることができるようにするための課題」で示した観点について、講じるべき具体策は以下のとおりである。

(1)若者による「海外体験」を広げていくための国民的ムーブメントの醸成

○関係府省・経済界・教育界が一体となって若者の「海外体験」を推進するための横断的組織の設置・取組

- ・観光庁・旅行業界の呼びかけによる関係府省・経済界・教育界と一体となった横断的な組織の設置【観光庁・旅行業界・民間事業者・教育機関・関係府省】
- ・同組織を通じた連携の強化・分野横断的取組の展開【観光庁・旅行業界・民間事業者・教育機関・関係府省】

(2)若者による「海外体験」を広げていくためのモチベーションの向上・阻害要因の緩和・環境整備

○若者の「海外体験」に対するモチベーションの向上

- ・企業の採用活動における若者の「海外体験」に対するプラス評価の反映等の取組の推進【経済界】
- ・企業の海外事務所の学生等向けインターンシップの場としての活用の推進【経済界】
- ・「積極的行動層」の「海外体験」の経験や感覚を「受け身的行動層」・「無関心層」へ共有してもらうための講演活動の展開（「若旅★授業」）【観光庁】
- ・派遣された留学生の「海外体験」の経験や感覚を「受け身的行動層」及び「無関心層」へ共有してもらうための講演活動や SNS による発信の展開（「官民協働海外留学支援制度「トビタテ！留学 JAPAN 日本代表プログラム」）【文部科学省】
- ・異文化交流等を通じて海外未経験者に「海外体験」の魅力を知ってもらうための機会として国際観光シンポジウムを活用する等の取組の推進【観光庁】

○若者の「海外体験」の促進に向けた阻害要因の緩和

- ・旅券取得等の渡航手続き、航空便・宿泊施設の手配などの海外旅行の事前準備

- 備に関するわかりやすい情報の一元化した発信【旅行業界】
- ・新たに構築する「旅行安全情報等に関する情報プラットフォーム」における現地の治安等に関する情報の配信及びテロや自然災害等の緊急時における日本人海外旅行者の安否確認の実施【観光庁、旅行業界】
- ・海外での有事の際の現地での初期対応力の向上に向けたセキュリティガイドの育成の促進【観光庁、旅行業界】
- ・外務省が提供する海外安全情報のメール配信等が受けられる「たびレジ」への登録促進【外務省】

○「海外体験」をより行いやすくするための環境整備

- ・学生が「海外体験」をすることを容易にする四学期制の導入などの学事暦の柔軟化の促進【文部科学省、大学】
- ・「海外体験」を大学における単位取得の活動の一部として活用する取組の促進【文部科学省、大学】
- ・様々な分野で活躍できるグローバル人材の育成に資する学生の海外留学の推進（「大学等の海外留学支援制度」、「官民協働海外留学支援制度「トビタテ！留学 JAPAN 日本代表プログラム」」）【文部科学省】
- ・海外協定校との学生交流などの大学間交流の推進【文部科学省】
- ・姉妹都市交流事業の一環として中高生等を海外に派遣する文化・教育交流事業の促進【地方自治体】
- ・海外教育旅行に対する保護者等の理解の促進に資する現地安全状況等に関する情報の提供【観光庁、旅行業界】
- ・若者の「海外体験」の効果等を定量的に示す継続的なデータの収集・分析の推進【観光庁、大学】

(3) 旅行業界における海外旅行のビジネスモデルの見直しと提供するサービスの 変革

- ・若者の「海外体験」（海外企業の CSR 活動への参加・海外ボランティアへの参加・ワーキングホリデーや海外留学の事前下見ツアー等）を主とする新たな商品づくりのためのモデル事業の実施【観光庁、旅行業界】
- ・「海外体験」に特化した魅力ある海外旅行商品造成の強化【旅行業界】
- ・大学における観光産業中核人材育成プログラム等への「海外体験」の組み込みの促進【観光庁、大学】
- ・地方でインバウンド誘致に携わる観光産業・地方自治体・DMO の若手社員・職

員の「海外体験」を促進するための情報発信の強化【観光庁、観光業関係者、
地方自治体、DMO】

7. おわりに

本検討会としては、アウトバウンドの振興に資する施策等の検討及び実施に際して、本とりまとめで示された内容を十分に踏まえ、関係府省・経済界・教育界が一体となって取り組むとともに、進捗状況を継続的に把握・共有した上で更なる展開を図るなどの取組を着実に推進していくことを強く期待する。

若者のアウトバウンド活性化に関する検討会
構成員

<委員>

森下 晶美	東洋大学 国際観光学部国際観光学科 教授
高井 典子	文教大学 国際学部国際観光学科 大学院国際学研究科 教授
安部 敏樹	一般社団法人リディラバ 代表理事
清水 直哉	株式会社 TABIPPO 代表取締役社長
原田 曜平	株式会社博報堂 博報堂ブランドデザイン若者研究所 リーダー
國谷 裕紀	株式会社 JTB 総合研究所 コンサルティング事業部コンサルティング第二部 研究員

<行政委員>

新倉 由健	観光庁 参事官(人材政策担当)総括課長補佐
松浦 淳一	観光庁 参事官(産業政策担当)課長補佐
太田 雄也	観光庁 観光資源課 総括課長補佐
滝澤 朗	観光庁 参事官(国際関係担当)総括課長補佐
大森 聡一郎	外務省 領事局海外邦人安全課 主査

<オブザーバー>

齋藤 潔	文部科学省 高等教育局学生・留学生課 企画官(命)留学生交流室長
権田 昌一	一般社団法人日本旅行業協会 海外旅行推進部長
西川 朋子	文部科学省 官民協働海外留学創出プロジェクト トビタテ!留学 JAPAN PR チームリーダー
若井 茂	一般社団法人全国旅行業協会 事務局長/法定事業部長

(敬称略)

若者のアウトバウンド活性化に関する検討会
開催経緯

<第1回>平成 29 年 12 月 7 日

- 趣旨説明
- 若者のアウトバウンド活性化について現状と課題に関する説明
- 意見交換

<第2回>平成 30 年 3 月 2 日

- 若者が海外旅行することの意義、今後の活性化方策等について各委員・オブザーバーからのプレゼンテーション
- 意見交換

<第3回>平成 30 年 3 月 29 日

- 「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」とりまとめに向けた論点整理
- 意見交換

<第4回>平成 30 年 6 月 15 日

- 「若者のアウトバウンド活性化に関する最終とりまとめ」(案)に関する説明
- 意見交換