

交通政策審議会観光分科会 第41回 議事概要

1. 日程
令和3年12月8日（水）16時30分～18時00分
2. 場所
国際会議室（中央合同庁舎第2号館12階）
3. 出席者
秋田委員、大橋委員、奥委員、恩藏委員、篠原委員、住野委員、伊達委員、
田中委員、野田委員、原田委員、萬年委員、屋井委員、矢ヶ崎委員、山内委員、
観光庁
4. 議題
「観光立国推進基本計画」の改定について
5. 議事概要
観光庁より議題について、資料に沿って説明。その後、委員による意見交換を実施。
主な意見は以下のとおり。

○ 委員からの主な意見

- ✓ Go To トラベル事業に関しては、スタート時期などを非常に慎重に設定されたことは良かったかというふうに思うし、分散化を図るような策を講じられたのも良かった。しかし、事業に対してまだまだ理解不足の方が多いため、事業の効果に関する説明やアピールをしっかりと行っていくべき。
- ✓ キャッシュレス決済などの観光分野のデジタル化を地方の観光地で充実させることはインバウンドのみならず国内観光に対しても重要であり、具体的な数値目標を掲げて支援することが必要である。
- ✓ 第2のふるさとづくりプロジェクトについて、自然との共生等は若者や若年のファミリー層の価値観に響く可能性があり、行政主導のファンづくりをするほうがいい。ふるさと納税との連携も良いのではないか。
- ✓ 日本の強みは清潔感と安全安心であるから、この点をしっかり打ち出すべき。

- ✓ インバウンドについて、ラグジュアリーブランドの関係者からはコロナ収束後の中国やアジア諸国の消費をあまり期待しない方が良いとの意見もあるので、何らかの喚起策を検討するのはどうか。
- ✓ 高付加価値化を図るうえで、地方でのラグジュアリーホテルの導入があるが、地域では、このようなホテルは収益が回りにくいのではという意見もある。また、インバウンドはパンデミックの際に需要の変動リスクがあるので、地元の人や日本人旅行者もある程度利用できる施設にすることで安定した事業になる。
- ✓ パンデミックがいつ来るか分からない状況においては、事業者が感染対策を行っていることを可視化する必要がある。すでに自治体主導で取り組んでいる認定ステッカーなどは海外の人にも分かるようにすべき。
- ✓ CO2 排出削減やプラスチック等への対応などは重要な要素であり、訪日外国人旅行者からも、そういった観点の要望が出てきているので、事業者の対応状況の可視化など、当該旅行者にもきちんと伝えるように工夫を考えていくべき。
- ✓ Go To トラベル事業に関して、クーポン券は地域の商店や宿泊施設等で使えるため、広い意味で地域活性化に資するものである。他方、これからコロナも落ち着けば自然と旅行需要が回復してくるわけで、なぜこの事業を実施するのか、しっかりとその必要性については説明することが必要。
- ✓ デジタル技術の活用という点では、飲食店等でロボットの導入により業務を効率化した分、接客など本来的なサービスに時間を割けるため、お客さんの満足度や単価が上がるという事例がある。AI やロボットなど広い意味でのデジタル技術は観光において可能性があるのではないか。
- ✓ 日本は五つ星のホテルが欧米、アジアの一部に比べても少ないため、これをどうやって増やしていくのか、観光という観点から真剣に取り組んでいくべき。
- ✓ 観光産業と地域の活性化には周遊ルートが有効で、テーマ性とストーリー性の2つが重要なポイントと考える。かつて、世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会で各地の周遊ルートを設定したことがあり、これに関して現在上手く機能しているのか、見直す必要はないかということも議論していくべき。ポストコロナに向けて、目の肥えた訪日外国人旅行者はコト消費にシフトしているため、テーマ性とストーリー性のある日本ならではの周遊ルートの確立に改めて取り組む必要がある。
- ✓ 事業再生と人材への投資という視点では、2年に及ぶコロナ禍で企業の体力は落ち込み、若年層の離職も非常に多い。まずは、事業の再生と人材確保と

いった観光産業の基盤づくりをしたうえで、どういう形で観光産業を魅力的な産業に変革するのか検討を進めてほしい。

- ✓ Go To トラベル事業について、今回の制度内容については非常に色々な要素が盛り込まれており、評価している。平日割引などとともに、観光事業の発展だけではなく、観光業に携わる方々の支援となるような仕組みを引き続き考えてほしい。
- ✓ 観光産業に関して、コロナ禍も1つの大きな転換点として、働き方改革の観点も入れながら、良い意味でのパラダイムシフトを考えてほしい。
- ✓ Go To トラベル事業については、様々な見方をされている印象。例えば、メディアでは高価格帯の施設利用が多い報道があったが、実際は1万5千円未満の施設の利用が約8割を占めるというデータが、観光庁の資料からも示されていた。そうしたファクトデータを用いて、経済対策の観点からもどんな効果があるのか改めて示しても良いのではないか。
- ✓ デジタル化については、もはやDXであるので、デジタルを単なるツールではなく、どう活用するかという戦略まで導き出す必要がある。5年間でどこまで日本の観光産業を変えていくのか、そのビジョンを示すのが行政の役割である。インバウンド再開時に、世界の観光地が競争するなか、日本の観光産業が先端産業となるためのロードマップを示してほしい。
- ✓ ワークーションは、平日の需要喚起として期待をしたいが、企業の協力を得るためのインセンティブ設計も必要。第2のふるさとづくりプロジェクトの推進のために、企業版ふるさと納税を企業にもよりメリットがあるように戦略的に考えるのが行政の役割であり、そういった方針も含めて5年の計画を示せば、事業者は前向きになる。
- ✓ 観光産業の変革こそまさにDXであり、オペレーションに加えてマーケティングをデジタル化して、データの分析から次の観光事業の開発に活かせるようなスキルの育成まで繋げたい。
- ✓ DXのための基盤整備は重要なポイントであり、キャッシュレス決済やAI、チャットボット等による情報発信などをしっかりと進めてほしい。
- ✓ 裾野が広い観光産業をもっと広義で捉え、観光人材の担い手として多様な人の参画を促進する仕組みも、観光産業の変革と併せて推進する必要がある。
- ✓ 地域の観点では、地域が豊かさを実感できないと意味がない。地域が稼げるようになるためにはやはりマイクロツーリズムも重要であり、インバウンドが回復したときに向けて、オプションルツアーや富裕層向けの伝統工芸品の販売ルートを開発するべき。

- ✓ 地域の大学や企業をコンテンツとして観光資源にすれば、仕事や勉強を通じた交流が観光振興や国際交流の回復に繋がる可能性もあり、また、企業を観光客に公開するという事で SDGs の観点等からも企業にメリットがある。
- ✓ Go To トラベル事業は、国内需要の喚起のため有効活用することが重要。平日分散に関して、デジタル技術を活用してダイナミックプライシングを組むなど、さらに色々と工夫を凝らすことも良いのではないか。
- ✓ ワークーションでは、企業の人を訪れた地域の色々な人に講義する例や、子供を帯同するような実験もある。例えば、地域の方から帯同した子供が文化環境教育を受けるといったことも良いと思うし、これがインバウンドのコンテンツにもなり得る。
- ✓ コロナの2年間、何が上手くいって何が上手くいかなかったのか。その経験を踏まえたうえで、次にどうすべきかという分析が弱い印象。苦しい状況においても新しい取組みを行くって成功パターンを見つけていくことに対し、国が全面的にサポートしていく発想が必要である。事例紹介だけでなく、成功要因を分析して自治体、観光事業者等が参考にできるものがあると良い。
- ✓ コロナ禍のみならず自然災害など様々なリスクが顕在化する可能性が高まる中、リスクマネジメントがますます重要になっている。BCP を既に作成している場合でも、コロナ禍を受けてどう改善すべきかを検証し、次に備えていくことが非常に重要である。
- ✓ 国内需要の喚起策を行う際には、観光地への人出を分散化させる仕組みも必要。今年の紅葉シーズンの京都は非常に混雑していた。人気な観光地以外にも人出が分散するような仕組みがあっても良いのではないか。
- ✓ インバウンドが来年の8月以降回復するという予想をしているが、上期はビジネス層と富裕層からまず戻ってくると思われるため、彼らを対象にしたコンテンツや受け皿が必要であり、国による対策も必要だと思う。
- ✓ ワークーションや第2のふるさとづくりプロジェクト、あるいは看板商品の創出などの観光コンテンツの創出に係る取組みは非常に良い。これらに係る共通の課題としては、他産業との連携等が重要であり、これらの取組みに係る支援を継続してほしい。
- ✓ 今こそ観光事業を再生する時であり、観光人材の育成や若い世代の採用の機会を徹底的に与えていくような仕組み作りや、DX と絡めた体験コンテンツの充実・連携が必要。そしてこれらの取組みをネットワークで繋いでいくことが重要。
- ✓ 観光の施策を検討する場合には、大学や企業とも連携し、いつまでにいくつというような具体的な数値目標を設定し、多様な関係者の中でベストプラクティスを作り横展開していくことが重要。

- ✓ 脱炭素など、環境への配慮が国際的な評価や地域の魅力に繋がってくるし、着目されるようになるだろう。他方、今の計画にはその点が入っていない。観光によって、地域が脱炭素に取り組み、魅力的な地域を作る、といったメッセージを国として出せたら良い。
- ✓ 宿泊施設の改修等に係る支援において、地域で計画を作ることとしているが、その中で、観光がリーディング産業である地域もたくさんあるが、インフラや交通、防災など他の色々な部局と連携・協力しないとできないことはたくさんあるので、しっかり連携を進め、魅力的な地域を作るための計画にしてほしい。
- ✓ Go To トラベル事業について、効果検証の際には、利用率や執行率ではなく、事業がなければ生じえない需要がどれだけ喚起されたのかという観点での検証をお願いしたい。
- ✓ 観光地には、それぞれの地域ごとに個性があり、それぞれ観光の役割も異なる。そうした地域同士がネットワークを組むことが重要であり、このようなプラットフォームの構築を施策としてどう進めていけるのか非常に関心がある。
- ✓ 若者がメタバースのような世界に慣れ親しんでいるこの時代において、DXに取り組まないという選択肢はない。そうした中で、マネジメントやマーケティングをリアルタイムで可視化し、改善していくことが重要。また、若者が何に興味があるのかも研究すべき。
- ✓ 今の状況で早急に将来的な計画を作る必要はないと思う。ただ、コロナを機会にどうすべきかを考える必要があり、まだ先を見通すことは難しいが今の戦略を立てることは重要である。観光庁の当面の考え方には賛成。
- ✓ また、観光産業は引き続き厳しい状況であるため、今年度をスタートとして予算を付けて構造的に変えていくことをしっかりやってほしい。
- ✓ 持続可能な観光を作り上げていくには、地域が生きていくとか、地域の皆さんが納得して、観光というものを核に1つの大きな手段として地域を運営していくことが大切だと思う。アフターコロナの観光産業を構造的に変えていく中で、そういった観点も重要。サステナビリティは、町は、住んでよしの町ということが前提で、地域との関わりの中で寄り添うというのが1つの大きなポイントであり、しっかりと地域を運営するという視点で、様々な事例やベストプラクティスを見つけることが必要。
- ✓ 次期計画がいつからスタートできるのか次第だが、IRの開業と関わってくる可能性がある。IRは観光の起爆剤になり得るため、IRについても計画で触れていく必要がある。

- ✓ 京都は既にオーバーツーリズムになっているとの意見があったが、近隣の日帰り客が多くて宿泊には繋がっていないという点を補足したい。
- ✓ 時間がかかるものから、しっかりと取り組む必要がある。例えば観光地域の強化やSDGsに配慮した地域への取組みなど。
- ✓ 満足度を上げ、単価を上げるためのDX化が必要。良い事例を共有しながら進めていただきたい。
- ✓ 観光は、若者に参入してもらえる分野であってほしい。若者は、DXや地域活性化等に興味があると思うので、しっかりとDX化を進めて、若者等が起業しやすい環境作りを進めてほしい。
- ✓ 観光への理解を正しく深く持ってもらうことが重要である。全国に向けては観光庁が取り組み、地域においてはDMOが情報発信を頑張らなければいけない。