

資料1

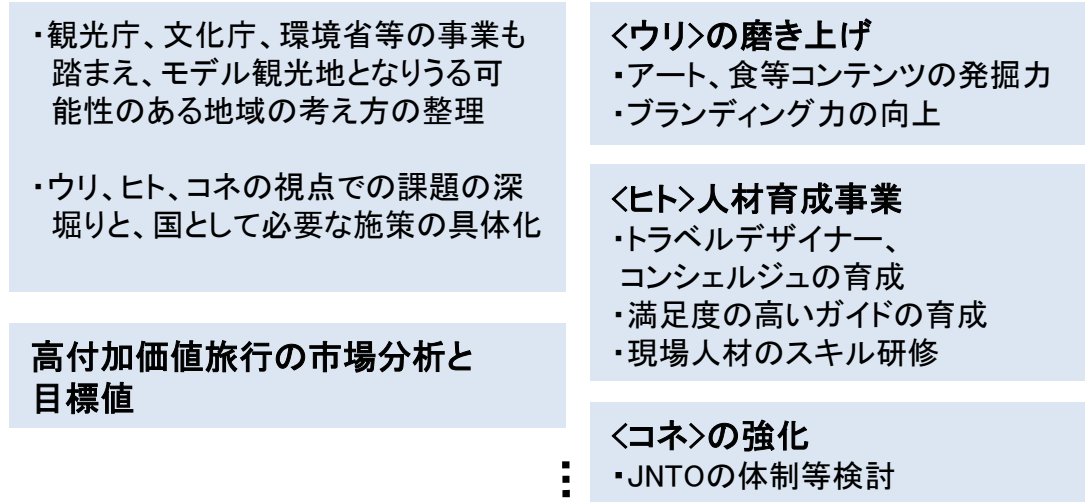
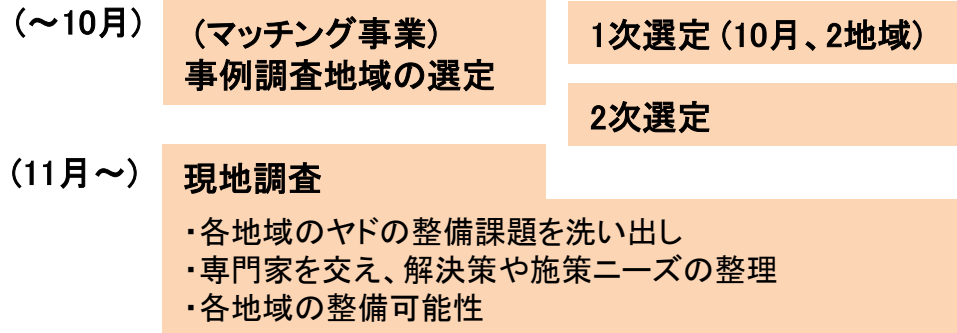
第1回顧客価値創造分科会 事務局説明資料

実行チーム

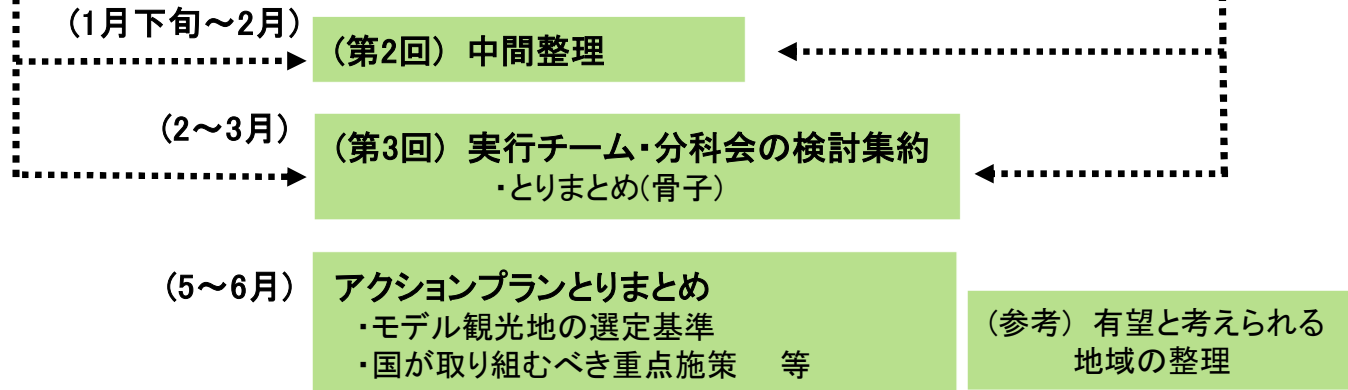
- 今後のモデル観光地における<ヤド>の具体的な課題や国の施策の検討に必要な事例調査として、高付加価値な宿泊施設の誘致に意欲的な自治体の選定や民間関係者との協議等のマッチング事業を推進。
- 上記の取組を通じて得られた情報等を踏まえ、国の取組施策を提言。

顧客価値創造分科会

- ウリ・ヒト・コネの視点から、モデル観光地づくりに向けて必要な国の施策等を具体化するとともに、専門家の議論や現地派遣を通じて、課題と国の取組施策を提言。
- また、高付加価値旅行市場の分析、将来目標値を検討。



検討委員会



(令和4年度後半) 観光庁において、高付加価値なインバウンド観光のモデルとなる観光地を選定

第1回検討委員会における主なご意見(概要)

1. 「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」の実現に向けた課題

- 地方部の高付加価値な宿泊施設として有効なスモールアンドラグジュアリーの稼働率を高めるためには、ただ泊まるだけでなく、食や交通など地域ぐるみでパッケージとして魅力付けるネットワークのプログラムが必要。

2. <ヤド>の課題- 地方部の高付加価値な宿泊施設の不足

- 40～50室程度の大型ホテルに適した立地は全国でも少ないが、15室～20室程度の立地適地は豊富。地域の風土や景観に調和した開発が課題。
- 高付加価値な宿泊施設の開発は、経験豊富で高いサービスの提供を目指す開発者において資金調達の課題は稀。リスクのアロケーションや、適切な関係者との座組をしっかりとつくるという開発スキームの工夫が重要。

3. <ウリ>の課題 - 魅力的な地域コンテンツの発掘力・商品造成力の不足

- 宿泊や体験だけでは収益は困難なため、現代アートをはじめ高付加価値な商品を購入してもらう仕組みが重要。
- コンテンツの磨き上げに取り組む有能なランドオペレーターやDMCのリストアップが有効。

4.<ヒト>の課題 - 高付加価値旅行者の満足度を高める役割を担う人材の質・量の不足

- スモールアンドラグジュアリー宿泊施設が立地するには、地域全体で稼ぐことが重要。それぞれのコンテンツの質を担保し横串を挿す人材が必要だが、マスツーリズムと同じ対応では難しく、新たな人材育成が重要。
- 有能な人材は流動性が高いため、個人だけでなく、会社やグループ全体をトレーニングする必要。
- 観光庁の人材育成事業に携わる立場から、トラベルデザイナーやコンシェルジュを地域に派遣し、地域全体の人材の質的向上につながるよう地元と合意形成しながら推進しているが、分科会を通じて改善点についても検証していく。
- 満足度を高めるガイドとして、行程全体をアレンジし同行するガイドと、アートなどのコンテンツの専門ガイドとの組み合わせが必要。後者は美大生といったスペシャリストも有望。
- 地域の雇用・所得への寄与として、北海道の国際水準のアウトドアガイドで、個々のアクティビティに高い能力を持つスペシャリストガイド人材は収入1,000万円以上も多数。
- 人材育成については、日本で当たり前とされてきた対応(例えば現金を中心としてきた支払の要請)を洗い出し、こういった対応が世界水準なのかを改めて共有していく必要がある。

第1回検討委員会における主なご意見(概要)

5.<コネ>の課題 - 有力なラグジュアリートラベルコミュニティへのコネクション力不足

- 高付加価値旅行層を顧客に持つ世界のトラベルデザイナーやコンシェルジュとのコネクションによる紹介のマーケットについて JNTOと連携した取組強化が有効。

6. 中長期的な進め方 - モデル観光地の選定の考え方や支援策

- モデル地域選定後にいつまでどのような支援をしていくのか予め自治体に示し、地域が参加意思を明確に判断できるようにすべき。
- モデル観光地の選定の考え方については、どういった地域であればお金が回り次のインセンティブを誘発し、人材育成に繋がるかという幅広い視点で検討が必要。(例えば、魅力的な山奥にひっそり宿がある地域、周辺地域へ広い裾野でお金を回せる地域、島国日本らしい離島など)

顧客価値創造分科会で検討をお願いしたい主な事項

1. 地方において高付加価値旅行者の誘致に取り組む地域事例の調査(ケーススタディ)

- 「モデル観光地となりうる可能性のある地域の考え方」の検討に活かすため、観光庁、文化庁、環境省の観光地づくり関連施策の対象地域等をはじめ、高付加価値インバウンド旅行層の誘致による観光消費額増加が期待されるいくつかの地域について、事例調査を実施。
- 観光庁職員とともに、トラベルデザイナーやコンシェルジュ等の高付加価値インバウンド観光に関する専門家を派遣し、ウリ、ヒト等の視点から、地域の優れた取組や具体的な課題を把握するとともに、国への施策ニーズを聴取。

2. ウリ・ヒト・コネ等の視点での課題の深度化と、国として必要な施策の具体化

＜ウリ＞ 「希少で特別な体験」の要素を厳選し商品に仕立てる工夫や、価値観や知的関心に沿った効果的な見せ方と売り方など魅力的なコンテンツの発掘力・商品造成力の不足を解決するため、例えば、トラベルデザイナー派遣など、いかなる支援方策が考えられるか。

＜ヒト＞ トラベルデザイナーやコンシェルジュ等の大都市圏への偏在と地方部での不足や、満足度を向上させる能力を持つガイドの不足、宿泊施設等接遇現場スキルの不足など、高付加価値なインバウンド観光地づくりを支える人材の質・量の不足を解決するため、例えば、海外の専門的教育機関等への派遣やガイドの能力向上など、いかなる支援方策が考えられるか。

＜コネ＞ PRやプロモーションにおいて、有力な情報コミュニティや人的ネットワークに食い込み、効果的な情報発信と収集を行うコネクション力の不足を解決するため、例えば、JNTOにおける職員の継続的な人的チャネルや専門的体制の構築など、いかなる方策が考えられるか。

その他、ビジネスジェット等の旅行しやすいシームレスな移動のための環境整備等にも取り組む必要

3. 地方における高付加価値インバウンド旅行の誘致に関する具体的な施策目標の検討

- 高付加価値インバウンド旅行者の地方への誘致と、これを通じた日本全体のインバウンド観光消費額の増加を図るための目標値と、その達成時期を検討。

顧客価値創造分科会のスケジュール(案)

第1回分科会 (12月3日)

- 分科会の検討事項
- 各委員からの意見聴取

第2回分科会 (12月下旬)

- <ヒト> - 高付加価値なインバウンド観光地づくりを支える人材の質・量の確保
- <コネ> - JNTOの高付加価値旅行プロモーション体制
- ビジネスジェット等の旅行しやすいシームレスな移動のための環境整備等

第3回分科会 (1月中旬)

- <ウリ> - 魅力的な地域コンテンツの発掘力・商品造成力の強化
- 地方において高付加価値旅行の誘致に取り組む地域事例
- 高付加価値旅行の誘致に関する具体的な目標値の検討

第4回分科会 (1月下旬～2月上旬)

- モデル観光地となりうる可能性のある地域の考え方
- ウリ、ヒト、コネ等の観点からの国として必要な施策の方向性

→ 第2回検討委員会<中間整理>

第5回分科会 (2月中旬)

- 議論の成果のとりまとめ

→ 第3回検討委員会<骨子とりまとめ>