

## 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり検討委員会

### 第1回顧客価値創造分科会 議事概要

1. 日時:令和3年12月3日(金)12:00~14:00
2. 場所:中央合同庁舎2号館15階 観光庁A会議室(WEB併用)
3. 有識者(五十音順)  
アトキンソン委員、伊与田委員、梅澤委員、高野委員、末吉委員、住吉委員、八田委員、原委員、山田委員
4. 議題
  - (1) 事務局及び日本政府観光局(JNTO)より資料説明
    - ① 検討をお願いしたい事項(事務局)
    - ② 高付加価値インバウンド市場調査について(JNTO)
  - (2) 各委員からの意見聴取
5. 議事概要
  - (1) 池光審議官の挨拶に続き、委員紹介、座長選任
  - (2) 観光庁より資料1を、JNTOより資料2を説明
  - (3) 分科会専属の4委員(末吉委員、住吉委員、八田委員、原委員)より、順に取組や意見を説明(末吉委員)
    - ・ 当ホテルでは、ラグジュアリートラベラーに満足頂き、また来ていただくための仕掛け作りを4年間続け、ラグジュアリートラベラーに響くブランドであるフォーブス5スターの獲得、Virtuoso やトラベラーメイドなどコンソーシアムへの加盟に取り組んだ。
    - ・ 日本のホテルでは、クレームをもらわないサービスが中心のためお客様と距離をとってしまう。海外のホテルのように、スタッフから話しかけ、お客様に何をしたらよいか考えるスタイルへサービス変革に取り組んできた。
    - ・ ウリとコネは人が作っており、最も力を入れるべきところはヒト。首都圏と地方の人材の共有に取り組むべき。例えば、首都圏のファイブスターホテルで人材をプールして、3年から5年周期で地方に派遣する。
    - ・ 地方ではプロフェッショナルな人やリーダーが少ない。自分ひとりでやってしまうようなできる人ではなく、周りを巻き込む熱量の高い人が居付く仕組みが重要であり、地域のネットワークをしっかりと作るべき。
    - ・ クオリティのチェックと改善によるクオリティマネジメントの定着が必要。
  - (住吉委員)
    - ・ コンシェルジュの現場の経験から、知的富裕層は価値に見合った価格かどうか非常に敏感だが、現地の方の直接の話や心が通じるような商品作りは、思い出に繋がり、友人に体験を話していただけるような拡大に繋がっていく。
    - ・ ホテルの若いスタッフが離職し、観光とは全く違う職業になってしまう。コロナが続いていくと非常に苦しい状況。

- ・ 日本の有力大学にホテルマネジメントのコースが無く、海外の大学で勉強した人材は日本のホテルに戻ってこない。日本国内で、マネジメントのスタッフと現場のスタッフを教育できる制度ができれば良い。
- ・ フランスでは、地方に観光業のスタッフを派遣する場合、宿泊費等を国で補助する制度がある。優秀な人材が地方で長く働いてもらうための支援が重要。

#### (八田委員)

- ・ 当観光協会では、DMOとして稼げる地域をつくるための横連携を図り、地域の実情を共有し、向かうべき具体的な方向性を検討するため、3年前から、宿泊、交通、飲食、アクティビティなど26業種程度が参加し毎月意見交換し、その内容を観光協会の全会員に展開している。
- ・ 戦略としてはターゲットを明確にし、強みを徹底的に磨き、本物を売っていく。本物とは、第1に対外的に認知されたブランド力。第2に、文化の担い手の主体的な参画と独自性。第3に住民が自らの文化として共感できるもの。このため、金沢の伝統工芸、伝統芸能、食文化等へ様々な支援をし、磨き高めるとともに、21世紀美術館など新しい魅力と併せて、魅力発信に繋げていく。同時に、市民が積極的に参加できるような意識の醸成も行っている。
- ・ 広域のネットワークを生かして金沢と能登のアドベンチャーツーリズムや新しい美食体験、プライベートジェットが駐機できる富山空港と金沢を結んだガストロミーツーリズム、クリエイターが連携した新しい美食体験、21世紀美術館の夜間特別開館と特別ディナーショー等を実施している。
- ・ 今後の課題は高付加価値旅行者に対するホスピタリティー醸成し、お客様の満足度の向上させる必要があり、テーマとしては本物の日本文化・食・工芸やアート、あわせてこれを伝えるガイド育成がポイント。

#### (原委員)

- ・ 当大学で担当している授業は、観光と文化の経済効果計算、応用統計学、ファイナンス、国際イベント経営。研究分野としてサテライト勘定、観光税制、DMO、観光プランニング、異文化経営、ホテル経営に取り組んでいる。
- ・ フォーシーズンズホテルの中には、児童を預ける場所があり、宿泊者は無料。1泊で高額な宿泊料を払ってくれるお客さんが連泊する際「今日は子供はホテルに預けて、夫婦二人でゆっくりとスパに行こう」などと、お金を使ってくれる。そういったビジネスモデルが非常にきめ細かく詰められている。
- ・ ベビーブーマーが考えるラグジュアリーツーリズムと、ジェネレーションXの世代が考えるラグジュアリーツーリズムは違う。貴重な経験にはお金を使うというのが若い人の立場。

#### (4) 全委員による意見交換

- ・ 地域の観光振興の全体戦略が不在のエリアが多い。観光庁の個別施策を拾っているだけで、Destinyネーションを長期的に発展させていく上で、どういうお客さんに対してどういう価値を提供し、そのためにどんな観光地づくりをしていくのか、ベースとなる戦略が脆弱。
- ・ コンテンツづくりのクオリティーが少々低い。紙の上では多くのコンテンツがあるように見えるが、デザイン視点でのコンテンツや体験の磨き上げができていない。
- ・ プロモーションが時代遅れで、紙媒体偏重のDMOが多い。VRやARなど新奇な取り組みに着手する一方で、ウェブサイト、特にモバイルサイトに的確な情報をコンパクトに見せる情報提供ができてい

ない。

- ・ 価格設定が低過ぎるので、事業としてのサステナビリティがない。
- ・ 根幹にある課題は、旅行会社への丸投げ。旅行パッケージの造成が殆どのため、富裕層向けの美意識や販売チャネル、着地型観光のノウハウが乏しい。地域に人材を育てていくことが大切。
- ・ 本当に必要なところに助成金や実証事業などの支援事業が望ましいかたちで届いているかは疑問。これらの仕組みは立替えのため、良いコンテンツを持っていたり、志は高くても、資金力がない小規模の事業者には参画が難しい。
- ・ また、実証事業については、採択のタイミングがはっきりわからず、協業者への声かけのタイミングが難しかったり、国の会計制度と連動して動いているためか、事業期間が夏場から一月末までと短く、採択後に体制を整えて準備し、実施のタイミングが寒い真冬に当たってしまう。春先の観光のベストシーズンにタイミングが合致しないのも残念。この辺りの仕組みを考え直していただくと良いのでは。
- ・ 先に上がっていた人材を首都圏のホテルでプールして地方に送っていくアイデアは、非常にいい試み。
- ・ 原教授が紹介されていた有力大学でホスピタリティー経営を教えることは非常に重要。国が観光に腰を据えてやるのであれば、国立大学に学部をつくるべき
- ・ 情報発信は地方も苦慮しており、「目利きの情報」のプラットフォーム構築が重要。
- ・ ヒトの育成は時間がかかる。ヒトをプールし地方に還流させる仕組みと、地方で頑張る人たちの待遇の底上げとをセットで取り組めば、格段に早く環境が整っていく。
- ・ JNTO では、トラベルデザイナーからのヒアリング等を通じて、富裕旅行の実態を把握するようにしている。プロモーション部隊としても富裕旅行が分かる人材を増やしていきたいと考えている。
- ・ フロリダ州の12の州立大学のうち6大学にホスピタリティー経営学部がある。ホスピタリティーマネジメントとは、ホテルやレストランの各部署で、予算と現状から未達原因を分析し、計画達成への検討を上司の指示でなく独力で可能な能力であり、卒業時の初任給も高い。
- ・ 芸術学部と共同で Bachelor of Science in Entertainment Management (エンターテインメント学士号) を作り、ホスピタリティーマネジメントの予算作業や財務分析、銀行との資金調達の話ができることで、美術館や文化施設の経営ができる人材を育成している。
- ・ 来年度は地方の芸術祭がめじろ押しであり、現代アートで富裕層を塊で誘引する大チャンス。JNTO が統合的なプロモーションと時期の調整を行い、一大プロモーションにすべき。
- ・ JNTO としてもどういった形で主催者と連携できるのか、情報発信でJNTOがどうお役に立てるのか考えたい。
- ・ アートフェスなどのイベントの間と間に、スペシャル体験などの企画を当てはめ滞在する仕掛けや、アートを見るだけでなく、コロナ禍で注目が集まっている自然体験やアドベンチャー体験等を組み合わせる設計も有効。
- ・ 石川県内にも、高付加価値旅行者が多く滞在する旅館があり、これらの主人達は、お客様を特別なところへ案内するコンシェルジュやDMCのような役割も果たしている。地方の意欲あるヒトをフックにして、大都市圏ホテルやコンシェルジュと連携した地方でのネットワークをつくるような動きを起していきたい。
- ・ 山中温泉では、国内外の富裕層が多数宿泊する旅館がある。オーナー自らが地域の工芸家を案内したり、地域の食材の活用に一生懸命取り組み、オーナーにまず人がつき、地域全体として迎え入れられているモデルケース。