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 3 回顧客価値創造分科会
議事概要

１．日時：令和 4 年 1 月 24 日（月）10:00-12:00
２．場所：中央合同庁舎 2 号館共用会議室 2B 及びオンライン
３．分科会委員（五十音順）
アトキンソン委員、伊与田委員、梅澤委員、髙野座長、末吉委員、住吉委員、八田委員、原委員、山田委員

４．議題
（１）有識者からの意見聴取
（２）魅力的な地域コンテンツの発掘力・商品造成力の強化について
（３）検討状況の報告
①旅行しやすいシームレスな移動のための環境整備等について
②訪日高付加価値旅行に関する目標値の設定について
（４）その他

５．議事概要
（１）有識者からの意見聴取の後、観光庁より（２）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。

（各委員の主な発言は以下のとおり）
・ 金沢における高付加価値旅行者は市内の一部の宿泊施設や旅行会社が引き受けており、先駆的な事例はできている。しかし、キャパシティが限られているため、実際の量は少ない。つまり、地域全体まで広がっていないことが一番の課題であり、意識啓発も含めて様々な取組みを試みている。今後のテーマとしては広く地域の中で戦略が持て、連携できるようにする必要があると考えている。
・ インバウンドの顧客が増えるにつれ、様々な体験を取り扱う事業者も増えた中で、ターゲット層を良く分析した上での上質な体験を提供してくれる事業者もいたので、宿泊はホテルがケアするといった連携を上手く取ることで最終的には顧客満足に至るということを実感した。私も 20 年間の経験で顧客の立場での感覚が養われたため、それをどのように配下のスタッフに伝えていくかは課題である。さらに、地方に広げていく場合、同様の経験をした人材が殆どいない中で、その感覚をどのようにお伝えするかが大きな課題だと感じた。
・ 地域の人材を促成栽培することはできないため、既にある地域人材を活かす工夫も必要

である。例えば、地方・地域の大学と連携して、学生だけでなく大学の先生をガイドとして活用することも考えられる。学者は面白いストーリー語りや英語もできるため、いきなり質の高いガイドを育成するよりも効率的である。内閣府の三重広域連携スーパーシティ構想など様々な省庁で面白い企画が行われているが、各省庁間連携を図ってオールニッポンで取り掛かる仕組みが必要である。事例調査では、失敗事例を反面教師にして同じ轍を踏まないようにできるのではないか。失敗の原因を深掘りしないと、同じような道を歩んでしまうため、失敗した理由についてよく検証してからスタートする必要がある。

- 徹底したマーケットの把握やターゲットへの理解を深める必要があるという意見があった。海外の市場情報を地域の方々にお伝えすることも JNTO の役割であるため、海外事務所などのネットワークを活用してしっかり情報収集に努めたい。地域の価値を可視化したコンテンツをいかに効果的にターゲットに伝えるかについての工夫も必要である。高付加価値層は、一般の方々とは異なるプロモーションツールが必要になると考えるため、専門家の知見をいただきながら JNTO もアップグレードしていきたい。
- 横軸で組織化してオールニッポンで取り組んでいく必要があると思う。また、学生や大学教授の関与についても以前から提案している。海外ではギャップイヤーを取るというライフスタイルがあり、若者が様々な挑戦ができる土壌がある。若いうちに観光に一年間従事して様々な方とのコミュニケーションを取ることで、その後の人生観を豊かにするということも若者に必要であると考えている。そして、インバウンドだけでなく内需を喚起して、ハイエンドやラグジュアリー旅行でなくても国内の人々に旅の楽しさを体感してもらわないと、観光業界の人材育成にもつながらない。そのためには、休み制度や受験など様々な課題についても横軸で改善していただきたい。Tier 1 と Tier 2 は投じる金額、ライフスタイル、価値観がかなり異なるため、Tier 1 にフォーカスした施策も必要ではないか。
- 三点ほどコメントがある。一点目は省庁間の連携強化である。同じ観光地が似たようなテーマで様々な省庁予算を使って小分けの仕事をしていることは事実である。政府側で一元的に管理して、やるべき省庁がそれぞれの仕事を行い、同じコンテンツに同じ名目で二重三重に支援するようなことを止めるための最適化に取り組んでいただきたい。二点目は、ご認識の通り上質なガイド人材の確保・育成は課題であり、人材リソースを広げるために新しい高度人材をどう取り込んでいくかについて、海外からの大学院レベルの留学生を企業が採用・育成することは勿論、彼ら自身による起業を後押しする形で観光セクターに流入させていくことを考えられないか。三点目は、上質な観光地づくりのリーダーを誰が務めるべきかが大論点であると思う。地域のマネジメントを考えると、経営のプロであり、起業家的な資質があり、美意識のある人ではないといけない。さらに、施設の投資、体験のデザイン、マーケティング、組織運営ができるスーパーマンのような人、或いはチームを作る必要がある。これは富裕層観光になればなるほど、求め

られる質が上がる。地方で上質な観光地づくりに成功した事例を見ると、地元で大きなパワーを持ち、資本力があり、長期目線で仕事ができているところが成功している。長期目線で観光に取り組む地域の経営者・起業家を支えて増やしていかないと、長期的な富裕層向けの観光地づくりに届かないのではないかと思う。

観光庁、出入国在留管理庁、財務省関税局、国土交通省航空局より（３）について、資料３及び資料４に沿って説明。

（各委員の主な発言は以下のとおり）

- 資料 4 でターゲットは Tier１（総消費額一人当たり 300 万円以上）だと言い切っているが、議論する必要があるのではないか。Tier１を受け入れる条件が整っている観光地が大都市以外には殆どない中で、Tier１狙いがどこまでできるのかは疑問に思う。組み合わせは色々あると思うが、Tier１を狙いながら Tier２（一人当たり 100 万円以上）のシャワー効果を誘発することや、基本的に Tier２のみをターゲットにするといった両方の構成があっても良いと思う。また、KPI の一つとして、地方部でどれほどお金が落ちているのかをモニタリングする必要があると思った。
- 国がハイエンドやラグジュアリー観光を推進する意義に関わる話だが、新型コロナウイルス感染症の流行前に、オーストラリアが国を挙げてスーパーヨットを誘致しており、年間 1,600 億円の収益があったと聞く。オーストラリアがどのように国が関与して進めたのかを調べて、ベンチマークしても良いのではないか。
- ビジネスジェットを契約している旅館に伺った時、国内の観光客でも羽田空港から地方空港に入り、車を横付けして旅館に行かれるケースもあるという話を聞いた。そのようなルートがあると、今後も海外からの観光客にお勧めしやすいと思った。旅館等との契約によりビジネスジェットが活発に利用できるようになると、地方に観光客が行きやすくなると実感した。また、別の地方のホテルへ伺った時は、ヘリポートが近くにあっても気流の関係で発着が難しく、別の場所を探しているという話を聞いた。観光客が良く行く場所ではあるが、秋の混雑時に飛行機に乗り遅れ発生等の懸念事項があるため、２次交通を充実させる必要があると感じた。