

資料1

高付加価値なインバウンド観光地づくりを 支える人材の確保について

1. 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

(1) トラベルデザイナー・コンシェルジュ等

- 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きたい。

(2) ガイド

- 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。

(3) 宿泊施設等におけるマネジメント能力や接遇現場対応力

- 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ことが必要。
- 当ホテルではこれまでクレームをもらわない対応を心掛けていたが、海外のラグジュアリーホテルではスタッフ自身から顧客とコミュニケーションをとっている。ラグジュアリートラベラーを受け入れるためにサービスの考え方を根底から変えた。またスタッフになるべく海外のラグジュアリーホテルの経験をさせるようにしている。
- 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、ど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。
- 日本の有力大学にホスピタリティマネジメントのコースが増えればマネジメント人材がより輩出されるのではないかと。留学も大切な機会。
- 米国の大学で教えるホスピタリティーマネジメントとは、ホテルなりレストランの各部署に就いたときに本部から来ている年次予算等を見て、現状を理解し、未達か、原因は何かなどを自分で作業できる能力。就職率も高い。

(4) 高付加価値観光の担い手となる地域人材

- 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。
- 既存の観光産業以外の人、地域のまちづくりや文化おこしができる人たちが観光にも携わるといような形にしないと、観光の質を上げられないのではないか。
- ウリとコネはヒトがつくっているのであり、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が必要ではないか。例えば首都圏の5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といったことも考えられる。地域内のネットワークづくりも重要。また、ヒトがその場で輝ける仕組みをつくって優秀な人に居着いていただく仕組みもつくる必要性がある。

2. 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待遇の改善

- 優秀な人に定着いただくには待遇改善が必要。
- ホテルからの離職が増えている。待遇を改善しないといい人材の確保は困難。地方に派遣する場合も、国の支援がないと長くそこで働いてもらえないのではないか。

主な課題

今後講ずべき施策の方向性

○ 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

<トラベルデザイナー・コンシェルジュ>

- ✓ トラベルデザイナー・コンシェルジュの総量の不足、大都市圏への偏在

<ガイド>

- ✓ 満足度を向上させる能力を持つ優れたガイドの不足

<宿泊施設等の人材>

- ✓ 宿泊施設等における接客対応力等の不足

○ 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待遇の改善

- ✓ トラベルデザイナーやコンシェルジュの増加のためのリカレント教育の充実や組織化、地域とのネットワーク化

- ✓ 満足度を向上させる優れたガイドの育成と、能力の見える化のための新たな仕組みの創設

- ✓ 海外専門教育機関との連携等を通じたホスピタリティ人材育成の強化

- ✓ 生産性の向上
- ✓ 例えばモデル観光地の支援に際して、従業員の待遇改善に関する取組を評価する仕組みを検討

トラベルデザイナー・コンシェルジュ ① (トラベルデザイナー等の役割と我が国の現状)

トラベルデザイナーやコンシェルジュの役割

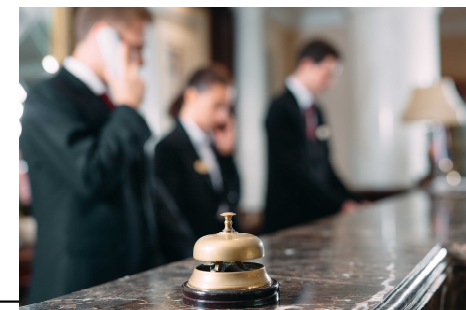
(トラベルデザイナー)

- トラベルデザイナーは、発地側からの依頼に対し、顧客ニーズを踏まえて、日本国内の旅程を企画・手配。顧客である高付加価値旅行者の要望に的確に応える旅行内容をアレンジ。
- グローバルなコンソーシアムが組織され、会員は一定の審査を経て登録。顧客の信頼が重要なため、会員間の人的ネットワークにより、会員間で発着地間の手配受委託が行われる場合も多い。
- 高付加価値旅行者の立場に立って、地域の関係者へコンテンツ開発・導線・接遇等を助言し、地域と共同での商品化も行う。



(コンシェルジュ)

- コンシェルジュは、主に大手ラグジュアリーホテルに所属。高付加価値旅行者が目的地に到着後、その要望に沿って、着地における食、体験コンテンツ、移動手段等の手配に対応。
- コンシェルジュへの依頼の中心は、食事手配。人気店手配・直前依頼・柔軟な対応などが求められ、手配先との関係性が重要。



トラベルデザイナーの主な世界的コンソーシアムと日本の人材数

日本で様々な世界的コンソーシアムに所属するトラベルデザイナーは少数であり、**トラベルデザイナー総数は20名程度**にとどまる。
(うち、コンソーシアムに所属するトラベルデザイナーは5社)

トラベルデザイナーの 主な世界的コンソーシアム	Virtuoso (本部: 米国)	Traveller Made (本部: スイス)
会員規模	17,500名(1,000社)	479社
日本	3名(2社)	3社
米国	4,989名	53社
英国	235名	28社
オーストラリア	808名	7社
フランス	41名	18社
中国	70名	32社

コンシェルジュの主な世界的団体

「レ・クレドール」
コンシェルジュ同士の支援、情報共有を目的として設立されたフランス発足のグローバル展開のホテルコンシェルジュ協会。80カ国以上の530都市に約4,000名の会員。

「レ・クレドールジャパン」
コンシェルジュの勉強会として1990年にスタートし、1997年にレ・クレドールの日本支部として認定。
2021年4月現在、**2名の名誉メンバー、28名のメンバー**が所属。

トラベルデザイナー・コンシェルジュ ② (課題と施策の方向性)

課題

- 日本で活動するトラベルデザイナーは、現状20名程度にすぎず、諸外国に比べ圧倒的に少ない。
また、個人単位や少人数の経営であり、組織化されておらず、一般的に個人の経験や伝手に頼った業務状況となっている。
今後、高付加価値旅行者を我が国に増加させていくに当たり、トラベルデザイナーの不足がその隘路になる恐れがある。
- 現在、トラベルデザイナーやコンシェルジュは大都市圏に偏在しており、今後地方部に高付加価値旅行者を誘引していく上で、地方部との更なる連携が課題。

施策の方向性

1. 大学等における社会人向けリカレント教育等を活用し、トラベルデザイナーやコンシェルジュ(以下、「トラベルデザイナー等」という。)の志望者向けに、キャリアパスの見える化も含め、専門教育プログラムを創設。トラベルデザイナー等の担い手の増加を図る。
2. 例えば、トラベルデザイナー等の組織化を図ることにより、トラベルデザイナー等との間の連携を強化するとともに、地方部の観光地づくりの担い手であるDMO・DMC等との人的ネットワークの強化を図る。

通訳ガイドについて

- 全国通訳案内士(いわゆる通訳ガイド)は、全国通訳案内士試験(国家試験)に合格し、都道府県の登録を受けて、報酬を得て通訳案内を業とする者であり、語学力やホスピタリティ等の訪日外国人旅行者への対応力と、日本全国の歴史・地理・文化等の観光に関する一定の知識を有している。

(就業等の現状)

全国通訳案内士登録者数	26,440名(令和3年4月) ※ うち実就業かつ稼働日数が多いガイドは、3,000~4,000名程度
トップクラスガイドの割合	○ 主要団体(会員数500名~1,300名)では、会員の3%~6%程度



※トップクラスガイドとは、旅行者並びに旅行会社から高い満足を獲得している通訳案内士(各通訳案内士団体や旅行会社において、ガイド実績や顧客からの評価を基に判断)

※トップクラスガイドの割合は、観光庁において、会員数が多い通訳案内士団体のうちの3団体に聴取したもの

(高付加価値ガイドに求められる能力・スキル)

	一般のガイド	高付加価値ガイド(注)
旅程管理	的確な旅程管理	臨機応変な旅程管理
知識	ポピュラーな観光地・名物等についての知識	ハイインテリジェンスの顧客に対応できる幅広い知識
案内の方法	ベーシックに、間違いなく案内をする力	欧米の思考方法や歴史・宗教等の価値観を踏まえた対応力
提案力と実現方法	顧客ニーズを踏まえた企画・提案力	顧客ニーズを踏まえ、“特別”を実現するための企画・提案力と、人的ネットワーク
語学力	ゲストを楽しませるための語学力。おもてなしの気持ち	的確に物事を伝えられる、高い語学力

(注) 日本文化体験交流塾、通訳ガイド&コミュニケーション・スキル研究会が共同で実施している「プレミア・ガイド育成プログラム」の基準を参考に観光庁で作成

高付加価値なインバウンド観光サービスを提供するガイド育成事業

目的

高付加価値旅行者が求める観光体験を提供できるガイドの育成

概要

- 高付加価値旅行者が求める観光体験を提供するためには、対応するガイドには、高いレベルの知識に加え、事実だけを伝えるのではなく、裏側にある物語を伝えられるような、いわばストーリー構成力が求められる。
また、旅行者の突発的な旅程変更の希望にも対応できる、柔軟性や人脈ネットワークを有するガイドの存在が求められる。
- **高付加価値ガイドが身につけておくべき能力(研修の意図)**
 - ① **高いレベルでの各分野の知識** ② **柔軟性・プロフェッショナリズム**
 - ③ **コミュニケーション力 (相互理解力、ストーリー構成力)**、④ **旅行実務 (臨機応変な旅程管理、危機管理等)**

研修内容

- 全国通訳案内士を対象に、2段階計5日間程度の研修を実施予定(約50名程度)
 1. 実地研修
 - ・ トラベルデザイナーをゲストに見たてて実践的なガイディングを行い、対応スタンスやコミュニケーション力を向上
 2. 専門研修
 - ・ 高付加価値旅行者が求める観光体験 (建築、現代アート等) をガイド自身が体験し、ストーリー構成力を向上

ガイド ③ (課題と施策の方向性)

課題

1. 我が国の一般的な通訳ガイドは、全国通訳案内士試験を通じて、一般の訪日外国人旅行者対応に求められる基本的な知識水準や語学力は確保されているが、高付加価値旅行者が求める、奥深い知識や柔軟性、コミュニケーション能力の面では、十分な満足度を提供できる状況とはなっていない。
2. 高付加価値旅行者に対応できるガイドにアクセスする環境が不十分。

施策の方向性

1. 高付加価値旅行者対応に求められる知識とスキル等を向上させるための研修の強化
2. 高付加価値旅行者向け対応能力の「見える化」のための、新たな認定の枠組みの創設
- 3 「通訳案内士登録情報検索サービス(注)」の利便性改善と利用促進

(注) 「通訳案内士登録情報検索サービス」とは、通訳案内士の登録情報(氏名、所在地等)を一元的に管理・公開し、旅行会社等の利用による通訳案内士の活用を促進するシステム(平成28年度より観光庁が整備し公開)。

令和4年度予算を活用し、登録情報の拡充を図るため、ガイドの得意分野や対応可能範囲、実績や自己PR等の情報追加を検討。

(参考) 海外における通訳ガイド制度について

海外のガイド資格や育成研修では、高付加価値旅行者に特化した事例はないが、研修受講に数百時間の学習を要し、内容も、知識に加えコミュニケーション能力や実地研修に配分がなされている。

	日本	イギリス	アメリカ	フランス	ドイツ	タイ
ガイド資格の概要	<ul style="list-style-type: none"> 国による法規制あり(通訳案内士法) 名称独占(資格なくてもガイド行為は可能) 国(JNTO)が実施する試験の合格者に資格付与 	<ul style="list-style-type: none"> 国の法規制は無い 地域が独自に基準を定め、ガイド認定制度を運営(スコットランドの例) 3段階のレベルに分け、研修受講し試験に合格した者にバッジを付与 <ul style="list-style-type: none"> ①ブルーバッジ(全土) ②グリーンバッジ(地域) ③イエローバッジ(観光施設) 	<ul style="list-style-type: none"> 国の法規制は無い 一部の自治体では、試験合格者に対する業務独占資格としている(ニューヨーク市) 	<ul style="list-style-type: none"> 国による法規制有り ※2011年の法改正により 国・州・市町村単位でのガイド資格を、全国ガイドに統一 国立の美術館や博物館等は、資格者以外のガイド不可 研修を受講し試験合格者に資格付与 	<ul style="list-style-type: none"> 国・州の法規制は無し 民間資格として、「ドイツ連邦政府観光ガイド連盟」(BVG D)による認定制度あり 研修受講し試験に合格した者に資格を付与 	<ul style="list-style-type: none"> 国による法規制あり 全国ガイド、地域ガイド、専門ガイド等5種類の資格に分かれる
ガイド行為における資格の要否	×	△ (一部施設案内時には資格が必要)	×	△ (一部施設案内時には資格が必要)	△ (一部施設案内時には資格が必要)	○
研修内容	—	(スコットランドの例) <ul style="list-style-type: none"> エリア別ガイド知識 地理・歴史・美術・社会など コミュニケーションテクニック 実地研修 等 	(ニューヨーク市の例) <ul style="list-style-type: none"> 指定された書籍による自習 	<ul style="list-style-type: none"> 歴史、地理、文学的遺産 言語(基礎英語と第3カ国語) 観光技術 インターンシップ 等 	<ul style="list-style-type: none"> エリア別ガイド知識 地理・歴史・美術・社会など コミュニケーションテクニック 実地研修 等 	<ul style="list-style-type: none"> 「基礎知識」、「職業固有知識」、「実地訓練」の3科目。+「外国語能力」(研修の2割が考古学に基づいたタイの歴史)
研修時間	—	400~600時間 (他に900時間の自習を推奨)	—	600時間以上	600時間以上 (うち126時間は自習)	約220時間
資格の更新制度	△ ・資格に有効期限はないが、5年に1度の通訳案内に関する研修の受講が必要	×	○ (ニューヨーク市の例) 3-4年ごとに更新	×	○	○

(出典)観光庁令和2年度「上質なインバウンド観光サービス提供するガイド育成事業」報告書等より作成。

課題

- 高付加価値旅行者が求める接客対応ができるホスピタリティ人材の不足

（参考）Forbes Travel Guideと連携した専門家派遣事業の結果（2020年度に8宿泊施設対象に実施）

■ 調査の結果、派遣された専門家が不十分であったと指摘した点

概ね施設の清潔さやスタッフの礼儀正しさは評価された一方で、以下の点などについて、ゲストニーズをさらに把握し、プラスワンサービスを提供することが不十分であったと評価された。

- ✓ ゲストへの気遣いと関心を十分に示さなかった
- ✓ ゲストを認識していることの証として、ゲストの名前を呼ばなかった
- ✓ ゲストのニーズにぴったり合った提案をできなかった
- ✓ ミニバーの用意は特筆に値するものはなかった
- ✓ アメニティの補充や洗面台化粧品のしつらえが十分でなかった 等

■ ラグジュアリーホテル等で実務に従事している者が研修を受けた後に、国際的なラグジュアリーホスピタリティサービス実践にあたっての課題として指摘した点(Forbes Travel Guide研修受講者アンケート)

- ✓ スタッフのスキル不足（英語、自然な会話・コミュニケーション、スピード）
- ✓ スタッフの理解促進（細かなパーソナルサービス）
- ✓ サービススタンダードの確立 等

施策の方向性

例えば以下のような取組の実施を支援

- 海外の専門教育機関への日本の宿泊施設等の実務に従事している若手人材の派遣
- 我が国の大学における、海外の専門教育機関と共同でのオンライン講座の実施
- 大都市圏の高付加価値旅行者向けの宿泊施設等における研修・実務を経たスタッフの地方部への派遣や、その経験値の水平展開 等

- ホスピタリティ分野で定評のある米国セントラルフロリダ大学において、業界のリーダーや著名な学者である教員から学び、最新の知識等を習得することを目的に、観光実務経験者の派遣事業を実施（令和3年度）。
- ホスピタリティ&レジャー部門で有名なローザンヌホテル学校が提供するラグジュアリー・マネジメント講座を日本の大学に導入し、その教育効果や、日本での導入にあたっての課題について検討。

留学事業

- ・派遣先：セントラルフロリダ大学
- ・受講内容：
 - ✓ 国際観光マネジメント
 - ✓ デスティネーション・マーケティング及びマネジメントの原則
 - ✓ 観光産業分析
 - ✓ ラグジュアリー・マネジメントに関する特別講座 等
- ・対象者：ホテルや旅行会社の従業員、通訳案内士、DMC職員等。現地派遣8名、オンライン受講3名



ラグジュアリー・マネジメント講座

- ・連携先：ローザンヌホテル学校（EHL）が提供する上質なサービスに関する講座（4コマ×5日間程度の短期講座）をベースに、日本の大学でのリカレント教育として実施。
- ・対象者：観光産業従事者
- ・オンラインで実施
- ・グローバルなサービスのあり方と日本における上質なサービス、おもてなしの融合
- ・課題等を踏まえた上で、継続的かつ自立的な講座運営について検証

ローザンヌホテル学校 Ecole hôtelière de Lausanne (EHL)

2018年に創立125周年を迎え、スイスのホスピタリティ教育を牽引してきたホテル学校。世界大学ランキングやミシュラン（敷地内レストラン）において高評価を獲得。

世界第一線の高度な人材教育を実践しホスピタリティの技術・知識を体系化した大学研究教育機関。卒業生には世界各地のホスピタリティ分野のプロフェッショナルや起業家が多数、含まれる。

設立年： 1893年

所在地： スイス ローザンヌ等

学生出身国数：約120か国

主な学位： 学士、
修士（Global Hospitality Businessほか）、
MBA、その他、短期コース 等

海外校： シンガポール

卒業後の進路：ホテル34%、飲食11%、旅行業等4%、
コンサル11%、金融・不動産7%、
ラグジュアリーブランド等小売6%、 その他



コーネル大学 Cornell University School of Hotel Administration

アイビーリーグ大学の一つで、2021年のホテルマネジメント教育機関ランキングで世界2位を獲得。

1900年代に、ホテル業界が急速に発展、プロの経営者の必要性を感じたアメリカをリードするホテルの有力者や全米ホテル協会からコーネル大学にホテルスクールの設立依頼があり、アメリカで最初のホテルスクールとして設立された。

設立年： 1922年（大学設立は1865年）

所在地： ニューヨーク州北部イサカ市

主な学位： 学士、MMH（Master of Management in Hospitality）、博士
その他、社会人教育プログラム等

海外校： -

※京都大学に「京都大学-コーネル大学国際連携コース」あり。日本初の戦略的国際連携コース。2か年で両大学からの学位（京都大学MBAおよびコーネル大学MMH）を取得できる。

MMH修了後の進路（2019年）：ホスピタリティ産業54%
（ホテル36%、飲食15%、カジノ3%）、不動産20%、
技術15%、 その他

