

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2回顧客価値創造分科会 議事概要

1. 日時:令和3年 12 月 27 日(月)15:00~17:00
2. 場所:中央合同庁舎2号館1階 国土交通省共用会議室3B(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) 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
- (2) JNTO の高付加価値旅行の推進に向けた取組戦略について
- (3) 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調査の実施について
- (4) その他

5. 議時概要

- (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

○観光庁より資料1に基づき説明。

○原委員より以下の説明。

- ・ 日本は米国の事業者からみると、圧倒的に中間管理職層が不足しており、これが問題。韓国、台湾、フィリピン、中国などと比べても、英語でホスピタリティ経営の勉強をしている経営人材が見当たらない。日本の観光・ホスピタリティ分野教育は、米国型の経営ビジネススクールや、スイスのプロフェッショナル教育と比べて、世界から乖離している。
- ・ セントラルフロリダ大学では、産業界と相談して、コンピューターサイエンス部門が、旅行テクノロジー及び分析に関する修士課程プログラムを創設。初任給 10 万ドルを狙うもの。
- ・ 世代によって Luxury の捉え方が違う。ベビーブーマー後の X 世代以降は本物の特別の体験のためにはガイドやツアーにお金を使うことを厭わないが、例えば宿等にこだわらない場合もある。
- ・ 日本の観光協会と米国の DMO の違いも大きい。日本の観光協会が旅行代理店が送客してくれる日本人客を対象としてきたことに対し、アメリカの DMO は個人客を対象にデータに基づいたマーケティングを行っている。また日本では地方政府の一般財源に依存しているが、アメリカでは地方特別税を財源としている。観光協会の看板を付け替えた DMO では続かないのではないか。

(委員の主な発言)

- ・ ホテルでも、これから必要になる能力は金勘定とマーケティング。経験値では限界がある。英語を使ったコミュニケーション能力も重要。感性や想像力を育てる土壌がない業界だった。富裕層という言葉の定義も重要。これから日本が必要とするお客様は、ラグジュアリー・トラベラーであり、これはお客様の生き方を指す。価値観に沿うものにはお金を使うが、それ以外のところでは節約するような旅行

者である。

- ・ 雇用調整助成金がなくなるとホテル業界は厳しい。最近では若手の人材流出が目立つ。売上減少施設を対象に、高付加価値旅行者対応のための費用補助等ができないか。コンシェルジュも立て続けに退職している。地方の旅館では、就職につながることを期待して、学校からのインターンを受け入れ、バックヤードではなく、接客の楽しさを伝えるといった取組をしている。レ・クレドール ジャパンも NPO 法人キッズドアと連携したボランティア活動をしているが、子どものうちに、観光業界に触れるような機会を増やすことが重要。
- ・ Boutique JTB(富裕層マーケットに特化した営業部門)を立ち上げた者が観光 MBA を取得し、金沢市観光協会に CMO(チーフ・マーケティング・オフィサー)として入っていただいた。現在は金沢能登におけるアドベンチャーツーリズムなどのコンテンツ開発や、エージェントや DMC 向けの FAM トリップなどに携わっている。地域内の事業者向けに、富裕旅行向けセミナーを実施したところ、多数の参加者があり、商工会議所等からもセミナー開催の要望を受けている。コロナ禍ではあるが、専門的知見をもった人材が地方に入ることにより、地域の事業者に大きな影響を与えている
- ・ 10 万ドル稼げるかどうかは重要な点。グローバル教育を国を挙げて行わなければ求められる人材は育たず、悪循環から抜け出せない。家族旅行で訪問したエストニアで日本語が堪能な高校生のガイドが付いた。こうした体験は子供にも刺激になった。ガイドだけで生計を立てるのは難しいので、起業家などが副業として行うことなども考えられるのではないか
- ・ 外国人留学生を観光セクターに誘導していくべき。日本の大学の英語による MBA コースには、潜在的に観光に関心を持ちうるような外国人留学生が在籍している。トラベルデザイナーの多くも外国人であり、彼らが起業できるような道を作るのがよいのではないか。
- ・ 若い世代はクラシックラグジュアリーよりもモダンラグジュアリー層が多いのは事実だと思うが、クラシックラグジュアリーあるいはオールラグジュアリー層の消費額は大きく、施策の対象としてとして外すべきではない。

## (2) JNTO の高付加価値旅行の推進に向けた取組戦略について

○資料2にそって、伊与田委員より説明

### (委員の主な発言)

- ・ 富裕旅行を扱っている人は、人間関係・信頼関係に基づいて、顧客を旅行に送り出している。長期間にわたって同じ人が窓口をつとめないと人間関係が構築できない。商談会の外で、パーティーなどのイベントを開催して、売る側と買う側とのビジネスにつながるようなマッチングの場を作るといった取組が重要。
- ・ JNTO の Web サイトは、見る限り、テーマ別、キャンペーン別にサブサイトが重なっており、分かりにくい。また予約ができない。抜本的なモデルが必要ではないか。
  - JNTO のサイト閲覧は、検索から入ることが多いため、トップからの導線よりも回遊性を作ることが重要と考えている。デジタルマーケティングの専門家からの助言に基づき、検索結果の上位に表示されるための対策などを講じているところ。政府の機関という立場上、販売に直結することはできないため、予約サイト等への誘導を強化している。

- ・ 海外のメディア広報関係は一元管理できているか。観光資源課や文化庁等でコンテンツを開発しているが、海外への周知に苦戦している。JNTO から周知してもらうことは可能か。
  - 海外事務所で市場別に管理している。オリパラを契機に本部の広報機能も強化している。各省庁のコンテンツも、海外事務所も活用して情報発信をしているところ。
- ・ 全国の DMO の Web サイトやモバイルサイトは改善が必要なものが多い。観光 DX の取組みとして VR などに取り組んだケースも多いが、それ以前に基本となるサイトの抜本改善に取り組むべきではないか。
  - デジタル田園都市構想もあり、庁内で議論をしている。Web サイトだけでなく、販路のないコンテンツも多い。お客様、バイヤーに届いていない。流通の仕組みを整えることも含めて、検討する。
- ・ JNTO がすべて取り組むべきことか。ハイセンスにキュレートされた旅を望む旅行者に応える民間の仕組みも必要ではないか。JNTO と民間の役割分担と連携を図りつつ進めることが重要。JNTO の Luxury Japan ハイエンドやアッパー富裕層を取り込むのは難しいのではないか。
- ・ コンシェルジュの立場からだが、以前は JNTO のサイトにエリアごとの pdf があった。お客様の来日前のやりとりでリンク先を紹介していた。あるいはお客様が出かける前に出力して渡していた。今はなくなっているが、完全にデジタルに移行するまではこうしたものも必要であり、充実をお願いしたい。

### (3) 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調査／今後のスケジュール

○資料3及び資料4にそって、観光庁より説明。

#### (委員の主な発言)

- ・ 人口が今後減少する中で、地方に消費額単価の高い誘客を行うことは正しく、内容もよい。滞在期間ほどの程度を想定しているのか。日本総滞在消費の最大化のために、滞在期間の長さは重要。
  - 市場やターゲットの分析はこれからであるが、1泊ではなく、例えば4-5泊を滞在できるようなモデル観光地を目指し、議論を進めていきたい。(観光庁)
- ・ 事例調査は何か所実施するか。選定の基準は、コンテンツ開発、人材、この2つか。宿泊施設のレベルは問わないということか。
  - 5地域程度を調査する。地域の考え方の検討への具体的知見を得るため、ソフト面でのコンテンツと人材の地域の特色ある取組を重視して選定したい。ターゲットや滞在日数についてはこれから検討する。まだ国内には宿とコンテンツの両方が揃う地域はないという認識であり、コンテンツの要素だけでも見ていきたい。逆に言うと、これが不足という課題の洗い出し等の調査になる。アート、アドベンチャーなどのコンテンツごとに課題は異なると思う。ご助言いただきたい。
- ・ 旅館やホテルが3泊の食事提供に对应られない例がいまだにある。地方の宿泊施設から戻った知人によると、初日の夕食は素晴らしかったが、2泊目、3泊目は満足のものでは無かったと言っていた。海外の旅行者は夕食は外でとることが多い。朝食のみのプランにしたところ、外で食事できるところが少なくクレームがあったとのこと。リゾートの作り方が海外と日本では違う。ラグジュアリーゲストを迎え入れるためには、そのあたりの改善も求められる。
- ・ 金沢では、長期滞在を目指して、金沢・能登アドベンチャーツーリズムとして、富裕層向けコンテンツやモデルツアーを開発中。

- ご指摘を踏まえ、広域性を持った調査としたい。他に推薦事例がなければ、調査対象地との調整などが必要なため、実行については、座長と事務局に一任いただきたい →委員から異議なし
- ・ いまやるべきことと、中長期的にやるべきことが混在している。人材育成や産学連携はすぐにできない。現場では、毎日、優秀な人から退職していく。人から真っ先に手を付けないと1年後にもたない。地方には料理人もいない。連携もできていない。議論して終わりとならないようにしてほしい
  - 資料1の宿泊施設等の現場人材に関する施策の方向性として、宿泊施設の人材の都市部から地方部への派遣など提案したが、観光庁として人材育成の重要性について問題意識を持っており、実行していきたい