

これまでの議論の経過について

観光庁

令和4年3月

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり (アクションプランの策定) について

■ 問題意識

- 2030年訪日外国人旅行者数6,000万人、消費額15兆円を目指しているが、消費額が伸び悩み (2019年 4.8兆円)、また地方へのさらなる送客も課題。
 - いわゆる高付加価値旅行層 (着地消費額100万円以上/人) は、訪日旅行者全体の1% (29万人)に過ぎないが、消費額は11.5% (5,500億円)を占める。ただし、大都市圏での買物消費等が多く、地方部での消費が少ない。
- 地方の経済・雇用に寄与し、所得を上げる等の観点から、全国10カ所程度の高付加価値なインバウンドのモデル観光地を選定し、具体的な達成目標を見定めた上で、以下の4分野の重点施策を集中・継続的に講じていく

1. <ヤド> → 地方部に高付加価値なインバウンド宿泊施設が不足

- 事業構想段階における地域の観光戦略の不存在、関係者間の機運醸成等が課題
- 開発における資金調達、規制対応・制度活用に向けた協議、ブランドに見合った従業員の質の確保等が困難



→ アドバイザー派遣による伴走支援や公的資金の投入等

3. <ヒト> → 高付加価値旅行層の満足度を高める役割を担う人材の質と量が不足

- 高付加価値な旅行に精通したトラベルデザイナーやコンシェルジュ等が不足しており、また、大都市圏に偏在。
- 高付加価値旅行層の満足度を向上させる能力を持つガイドの不足や、宿泊施設等接遇現場のスキルも不足。



→ 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質・量の確保

2. <ウリ> → 高付加価値旅行関心層にも訴求力のある魅力的コンテンツの発掘力・商品造成力の不足

- 「希少で特別 (「今だけ・ここだけ・あなただけ」的) な体験」を商品化する工夫や、高付加価値旅行層の価値観や知的関心に沿った見せ方 (物事の本質を伝える工夫) など、ブランディングのノウハウが不足。



→ 「希少で特別な体験」の商品化・ブランディング

4. <コネ> → いわゆる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

- 有力な情報コミュニティや人的ネットワークへ食い込み、継続的に効果的な情報発信・収集を行うための人的チャネルや、専門性の高い体制が不足。



→ JNTOの専従体制の構築など

その他、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。

→ 有識者による「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」にて議論

■ 今後の進め方

令和3～4年(2021～22年)度

- ・アクションプランの策定
- ・観光立国推進基本計画等への反映を検討

令和4年(2022年)度末まで

- ・全国10カ所程度のモデル観光地の候補を決定

令和5年(2023年)度～令和9年(2027年)度まで

- ・令和5年度にモデル観光地(第1号)が誕生
- ・令和9年度までに、モデル観光地が全てスタート

令和12年(2030年)度

- ・観光立国目標実現の目途

検討体制と進め方(案)

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を選定し、民間関係事業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、課題と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。

マッチング事業

(1次選定9月×5地域 / 2次選定10月×5地域)

- ・選定自治体と民間関係事業者との協議等のマッチング

開発事例調査

- ・地域のヤドの整備課題を洗い出し
- ・専門家を交え、解決策や施策ニーズの整理

- ・観光庁、文化庁、環境省等の事業も踏まえ、モデル観光地となりうる可能性のある地域の考え方の整理
- ・ウリ、ヒト、コネの視点での課題の深掘りと、国として必要な施策の具体化

<ウリ>の磨き上げ

- ・アート、食等コンテンツの発掘力
- ・ブランディング力の向上

<ヒト>人材育成事業

- ・トラベルデザイナー、コンシェルジュの育成
- ・満足度の高いガイドの育成
- ・現場人材のスキル研修

<コネ>の強化

- ・JNTOの体制等検討

検討委員会

(3月) (第2回) 実行チーム・分科会の検討集約

(4月) (第3回) アクションプラン骨子(案)

(5月) (第4回) アクションプラン(案)

(5月中めど) **アクションプラン公表**
 ・モデル観光地の選定基準
 ・国が取り組むべき重点施策 等

<顧客価値創造分科会 これまでの議題>

12月3日 第1回顧客価値創造分科会

- これまでの高付加価値旅行に関する取組について
- 地域事例調査及びウリ・ヒト・コネ等の視点での課題、今後の施策目標について
- 高付加価値インバウンド市場調査について

12月27日 第2回顧客価値創造分科会

- 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
- JNTO の高付加価値旅行の推進に向けた取組戦略について
- 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

1月24日 第3回顧客価値創造分科会

- 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
- 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
- 訪日高付加価値旅行に関する目標値の設定について

2月18日 第4回顧客価値創造分科会

- 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（地域事例調査）
- ウリ、ヒト、コネに関するこれまでの議論の整理について
- モデル観光地となり得る可能性のある地域の基本的考え方（イメージ）について

<実行チーム これまでの議題>

8月6日 第1回実行チーム

- 上質な宿泊施設の開発促進モデル事業の進め方について
- マッチング事業における自治体募集要項（案）について

9月29日 第2回実行チーム

- 支援自治体・DMOの選定について
- 今後の進め方について

1月18日 第3回実行チーム

- 今年度の選定地について
- 次年度以降の高付加価値な宿泊施設開発促進について

2月下旬 第4回実行チーム ※持ち回りにて開催

- 地方における高付加価値な宿泊施設の整備に係る課題及び支援の方向性について