

交通政策審議会観光分科会 第39回 議事概要

1. 日程

令和3年3月2日（火）17時00分～18時30分

2. 場所

中央合同庁舎第2号館 観光庁A会議室

3. 出席者

秋池委員、秋田委員、奥委員、恩蔵委員、篠原委員、住野委員、伊達委員、田中委員（途中から出席）、野田委員、原田委員、マリア・クリスティーヌ委員、屋井委員、矢ヶ崎委員、山内委員

国土交通省：

観光庁

4. 議題

- ・観光立国推進基本計画の改定について

5. 議事概要

観光庁より議題について、資料及び令和3年度においても次期計画の改定に向けた議論を継続することを説明。

その後、委員による意見交換を実施。

○ 委員からの主な意見

- ✓ コロナ禍で非常に大変な時期であるが、ポストコロナも見据えてどう過ごすか、この時間の使い方が重要となる。
- ✓ 観光産業は、新型コロナウイルス感染症拡大の前まで成長産業であり、多忙な時期を過ごしてきた。今は、多くの観光客を迎えてきたこれまでを振り返り、見えてきた課題をしっかりと見つめ直す時期ではないか。
- ✓ 自分達の地域にどのような特徴があるのか、どのような価格設定で地域・企業の成長を見込み、持続的に維持発展していくのか考える必要がある。
- ✓ 人材不足についても、サービスの在り方、デジタル活用、ターゲット客の見直しなども検討し、本当にその人数が必要なのかという事も考えるべき。
- ✓ 現状小売業界も厳しいが、観光業界は更に厳しい。企業の自助でできることも限られているため、生き延びるための支援として資金面等、引き続き政府に対

応をお願いしたい。

- ✓ 長期的には、消費者の体験や感じ方に対する関心の高まりといった価値観の変化を感じている。
- ✓ サステナブル（持続可能性）への関心も非常に高い。これまでは、特定層の話であったが、今は一般化しており、社会的価値への期待感に応えるよう、観光も注力していくべき。
- ✓ 意味のあるモノ・コト消費であるか、ストーリーへの共感を得ることができるかというのが観光業界でも重要である。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症でもたらされた変化、そうではない変化という切り口のほかに、“コロナ禍で促進された変化“というのも加えて3段階で考えるべき。
- ✓ 現場目線ではコロナ禍を経て、休暇分散され、需要が分散し、需要が週末に偏らなくなってきている。一方、ファミリー層は子供の学校があるため週末に偏るなど、層によって行動が分かれてきている。
- ✓ ワケーションができたり、個室露天風呂があるリゾート系宿泊施設は需要があった一方、都市型宿泊施設は厳しかったのではないか。
- ✓ 密を避けるという行動が消費者に高まるなか、都市型観光をどう考えていくかが重要。
- ✓ 移動手段も、密になりがちな鉄道等ではなく自家用車利用が増加するなど、変化を踏まえてこれからどう変わっていくのか考える必要がある。
- ✓ 宿泊産業としては、消費者行動がどう戻っていくのか見ていく必要があるが、装置産業のためすぐに動きを変えることが出来ないと言ったところが悩ましい。
- ✓ 消費者が、商品やサービスを買うまでのプロセスが従来とだいぶ変わっている。消費者の購買行動が大きく変わっており、観光にもこれから直結してくるので意識すべき。
- ✓ 人材について、商業高校等はマーケティングを学ぶところもあり、観光について高校教育くらいから始めても良いのではないか。
- ✓ 海外と比べて日本では、観光研究は他の業界と比べて極めて貧弱である。観光研究に注力して一つの柱とすべき。
- ✓ オンラインが進むほどリアルが再認識されるという面がある。
- ✓ インバウンドとアウトバウンドの相乗効果を考え、日本政府観光局もアウトバウンドに関われるようにすべき。
- ✓ 統合型リゾート（IR）がどのように観光に影響を与えるかもどこかで触れるべき。
- ✓ Go To トラベル事業は、失われた1年を取り戻すため、年内、来春までなど息

の長い事業として需要喚起を考えた方が良い。

- ✓ 観光産業は、事業縮小、在籍出向等、特に若年層に将来不安等が広がっている。まずは人材確保の観点をしっかりと踏まえて欲しい。優秀な人材を確保することを政策として打ち出すべき。
- ✓ 事業の継続に向けて政府の方も支援していただいているところであるが、先行きの見えない状況で事業継続ができるよう、給付金等の支援をお願いしたい。
- ✓ 基本計画の改定に向けた時間はあまりないのではという認識。
- ✓ この1年間、世界では136兆円、日本では15兆円の観光消費を失った。観光産業は大事だと再認識した。
- ✓ 観光は、Go To トラベル事業への反応、海外のアンケート調査等を見ると、非常にニーズがある。これは非常にポジティブで、新型コロナウイルス感染症がある程度落ち着いてからではあるが、再生していくに当たって重要なポイントである。
- ✓ 観光産業は2019年まで成長してきたが、生産性、人材、オーバーツーリズム等、課題をほとんど解決できていない。それを改善する計画を策定すべき。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症によって実現するニューノーマルをしっかり捉えるべき。
- ✓ DX（デジタル・トランスフォーメーション）が進むなか、観光産業におけるDXの在り方（守りと攻め）を明確に打ち出すべき。地域連携と両輪でDXを推進すべき。国（政府）のビジョンとしてロードマップ、KPIを策定すべき。
- ✓ 数に加えて、次期計画ではどんなインフラ（人・デジタル・付加価値）を構築するのか明確に盛り込むべき。
- ✓ この1年の教訓が何であったか分析すべき。観光産業全体でダメージを受けたが、観光地ではオープンスペースや山登り、宿泊施設ではワーケーションや長期滞在に対応した施設が人気になるなど、ミクロで見ると、影響度合いに差がある。このため、観光地や宿泊施設等、影響度合いの差を分析すべき。
- ✓ 次なる感染症が発生するという前提に立って計画を策定すべき。
- ✓ サステナブル、グリーン（環境負荷の少ない）な旅行は今後、恒久的に求められる。地方の老舗旅館、飲食店等、街の景観を作る店舗にこそDXやグリーン対応が遅れているという現実もあるので、国の支援によってどうやって対応を進めるかが重要。
- ✓ イノベーションや新しい血をどのようにして観光産業に取り入れていくか、スタートアップを育成していくかということに重点を置くべき。
- ✓ ポストコロナで変化する旅行者のインサイトに対して、どのように日本が変わっていくか考えるべき。
- ✓ ポストコロナにおいて目的地の選択には清潔さが重視される。その点で我が国

の評価は高く、特に欧米から注目が高まっている。このポジショニングを活かした受入の訴求があっても良い。

- ✓ ワクチン、PCR 等、入国時の対策を見える化すべき。
- ✓ 観光庁全体の課題として、ヒアリングだけでは意見が偏ってしまうおそれがあるため、定量的な数値を更に取り取るべき。例えば、検索ボリューム、キーワードトレンド等、数値に基づいて今後の動向を分析すべき。
- ✓ オリパラまで観光産業は厳しい。観光の原点は魅力的な場所ありきであって、まちづくりが重要。
- ✓ コロナ禍で、海外では交通量が減り車線を自転車専用レーンに割いたりもしている。新型コロナウイルス感染症でストップ状態にある今、都市計画等を作っていければ良いのでは。
- ✓ 観光産業で働く7割が女性であるが、決定権を持っている役職に女性がいないというのは課題。
- ✓ 番頭さん、仲居さんといった高齢者も旅を引き立てる重要な存在で、外国人も丁寧な仕事をしている。そういった人材を活かせるような社会づくりを進めるべき。
- ✓ インバウンド、海外出張の点について。量的な面では、2030年に200万、300万都市がアジアにたくさんできる。そうした都市はトータルでメガシティより人口が多く、そういう都市と日本の結びつきがどうなるのかが重要な視点。
- ✓ ワークेशनや学びの観光等、旅行におけるビジネスと観光の境界線が従来より曖昧になることが増えてくる。観光が増える、業務は減るみたいな議論ではなく、将来の見方をもう少し柔軟にしていける可能性がある。
- ✓ 我が国の観光は国内需要が大きく、対策もすぐに講じることができる。ただ現在、Go To トラベル事業はブランドの質が落ちているので、新しいブランドで国内旅行の需要を喚起すべき。
- ✓ 今後の観光の問題は、サステナビリティをどう取り戻すかであり、オーバーツーリズム等の問題に面と向かっていく時期である。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症により、これまでのトレンドを加速する。例えば、働き方改革等は安倍政権時代からあったが新型コロナウイルス感染症で加速した。代替わりや企業統合等により、強い地域、産業を作ることも加速させていくべき。観光庁の政策も、需要喚起から、産業政策・まちづくりにシフトしていくタイミングである。
- ✓ ビジネスニーズは今後減ると考える。理由は2つあり、1つは企業が不要な出張コストを知ったため、実際に現地に行かずにオンラインで済ませる。これは不可逆的な変化である。次に、カーボンフットプリントが増えるためビジネス旅行を抑制する動きが海外中心に増加する。また、MICE 関係は減るがワーケー

ションは増えると考える。こうしたことも踏まえて旅館の在り方、ホテルの在り方、どのような観光の在り方が求められるかということをしっかり考え、計画を策定すべき。

- ✓ 我が国の観光は更に欧米型に変わっていく。現在、葉山では、新型コロナウイルス感染症により1か月間借りられる古民家等に需要があり、ワーケーションを行っている。
- ✓ 我が国の宿泊形態は1泊パターンが定着してしまっていて食事のメニューが毎日同じなど、長期滞在型に対応できない古い旅館が多い。長期滞在パターンにシフトし国内旅行をどう充実させていくかが重要。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症拡大前からあった、地域の暮らしの中の観光資源を開発しようという動きがコロナ禍で加速した。例えば、クールジャパンの高校生のストーリーコンテストでのプレゼンで、地域の学校について、アニメは学校が舞台になっていることもあり、外国人にとって凄く魅力的だから、それ自体を見せようというアイデア等があった。
- ✓ ワケーション自体を家族ぐるみで行い、子どもも地域で体験学習するという、ワーケーションの概念を広げる取組を行っている企業もある。旅行業界だけでなく、そのような異業種のアイデアも取り込んで広げて行くべき。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症による社会変化として、現在、急激にペットを飼う方が増えてきている。ペットを飼うと旅行に行けるところが限られるため、動物愛好家が楽しめる場づくりというのも大きな変化だと思う。
- ✓ 我が国の今までの旅行は特定期間、短期間に需要が集中していた。これを解決するために、Go To トラベル事業を活用できないか。
- ✓ 次期基本計画の5年間は、観光の大事さを多くの人に理解してもらうことが重要。観光の意味が広がってきており、ただ観るだけから体験、癒し等に様態が変化してきている。観光が人を前に向かせるアクティブな分野ということを発信していくべき。
- ✓ リスクに対しイノベーションを含んだレジリエンスを意識した計画とする必要。
- ✓ 次の5年間でDMOをしっかり育てきるということが大事。
- ✓ 温暖化を食い止めるラスト10年と言われている。持続可能な観光を打ち出さないと海外から来訪し続けてもらえないのではないか。どう進めるのかしっかり打ち出すべき。
- ✓ 土台たる国内観光の巻き返しのため、経済格差が旅行格差とならないように知恵を使って考えていかなければいけない。