

# 2020年度 第1回 観光分野における女性活躍推進に向けた検討会

## 議事概要

【日時】 令和2年7月15日（水）10時30分～12時10分

【場所】 中央合同庁舎2号館低層棟 共用会議室3A3B

### 【出席者】

委員：矢ヶ崎座長、市川委員、加藤委員、櫻田委員、田瀬委員、玉置委員、羽生委員、森下委員

観光庁：高科国際観光部長、浅野観光戦略総括（代理出席：片山課長補佐）、多田観光産業課長、  
田中観光人材政策総括、平泉国際観光部 MICE 担当参事官、町田国際観光部国際関係担当  
参事官

オブザーバー：

内閣府：男女共同参画局推進課 栗栖係長

内閣府：地方創生推進事務局 田中審議官

厚生労働省：雇用環境・均等局雇用機会均等課 渡辺課長

文部科学省：総合教育政策局男女共同参画共生社会学習・安全課 三好課長

（発言者の凡例 ●：委員 ○：観光庁 ☆：オブザーバー □：事務局）

## 1. 開式

### （1）高科部長挨拶

- 昨年度1年間は「知らせる」「整える」「育てる・引き上げる」の3つの視点で今後の方針を取りまとめた。
- 本年度は、議論をより加速させるため、新たに2名の委員にご参画いただく。お一人目の日経BP羽生委員には、主に「知らせる」について、メディアの視点からアドバイスいただきたい。お二人目の帝国ホテル玉置委員は、昨年度委員であられた富澤委員のご異動に伴い、新たにご参画いただいた。
- 本年に入り、新型コロナウイルス感染症拡大により、観光産業界は大きな影響を受けている。引き続き、一刻も早い新型コロナウイルス感染症封じ込めに最優先に取り組むとともに、安心・安全に旅行ができる環境を整えることが重要と考えている。
- このような厳しい状況の中、女性活躍の課題は、より複雑かつ深刻なものに変化している。UNWTOは、観光業の中でも新型コロナウイルス感染症の拡大で厳しい状況下にいる非正規労働者の女性を支援すること、危機的状況を乗り越えるために意思決定に女性が関わること等を通して、女性活躍の機会を推進することが重要であると述べている。

- 日本でも 30% Club Japan が、「危機を乗り越え、革新的な成長を実現するためには、ダイバーシティ経営がより重要になる」と表明している。
- この危機を乗り越えるためにも、観光業における女性活躍に向けた議論の火は絶やさず、観光産業が抱える課題を女性活躍の視点から見つめなおし、解決・変革の糸口を探すことは、より大きな意義があると考えている。本日も活発な議論となることを期待している。

## (2) 新規委員の紹介

## 2. 議事

### (1) 観光をめぐる最近の状況について

- 昨年度第 4 回検討会以降、観光業は新型コロナウイルス感染症の影響で大きな打撃を受けた。訪日外国人旅行者数は本年 2 月以降大きく落ち込んでおり、3 月以降は入国制限も相まってほぼゼロとなっている。国内旅行者数も大きく落ち込んでいる。
- 宿泊事業者に対するアンケートによると宿泊予約については 4 月以降 8 割以上の施設が 70%以上減少となり、今後も極めて厳しい状況が続く見込み。国の支援制度については 9 割以上の施設が資金繰り支援を、約 6 割の施設が雇用調整助成金を活用している。
- 旅行業事業者に対するアンケートによると大手旅行会社の予約人数については、海外旅行、国内旅行、訪日旅行のすべてが取扱ゼロに近い状況。8 割の事業者が資金繰り支援を、6 割の事業者が雇用調整助成金を活用している。
- 反転攻勢のための動きとして、宿泊事業者の収益力向上や、感染拡大防止ガイドラインを踏まえた施設等の整備、新たなビジネスモデルの構築等について、様々な制度を活用しながら総合的な宿泊事業者支援パッケージを作成している。
- また、新型コロナウイルス感染症対策も含め、より安全で誘客力の高いコンテンツへと磨き上げる取組について、外部の企業・専門家と連携し、滞在コンテンツの造成・商品化等を支援する。
- 加えて、従来推進してきた、訪日外国人旅行者等がストレスフリーで観光するための受入環境整備を、各国との人的交流が回復するまでの時間を活用し、各地域で一層進めていく。
- 観光人材の育成という観点でも、インバウンド対応能力の強化に取り組む宿泊事業者等に対し、インバウンド減少の影響を強く受ける通訳案内士等を講師として派遣し、接客能力の向上や、マーケティング、ブランディングに係る講座を行う。
- 観光の再開に向け、旅行者が安全・安心に旅行できる環境を整備するため、観光関連事業者に感染拡大予防ガイドラインの実施の徹底を促すとともに、旅行者が感染防止のために留意すべき事項を「新しい旅のエチケット」としてまとめて、広く浸透させる。
- その上で、「Go To トラベル事業」を、国内観光の需要喚起策として実施する。旅行

商品の割引や、旅行先の土産物店・飲食店・観光施設・交通機関等で使える地域共通クーポン発行の配布により、観光需要の喚起を図る。開始時期は感染症専門家の意見を聞きつつ検討するが、現時点では7月22日からの実施を予定。

- インバウンドについては、専門家の知見を基に、国・地域ごとの感染終息を見極め、誘客可能となった国から、順次、訪日プロモーションを実施していく。
- 休暇の分散取得や滞在型旅行の普及については、これまでも観光において重要なテーマであったが、これを機に普及を促進する。ポストコロナ時代の日本人の休暇、旅行のあり方は、従来から大きく変化すると思われる。
- 新型コロナウイルス感染症によって、観光業に従事する女性が世界的に大きな影響を受けており、UNWTO や各国政府機関が国際的に連携して、この危機に対応しようという動きが生まれている。UNWTO によると、観光業においては女性の労働力が54%を占めている一方、多くが単純労働者や非正規労働者であり、新型コロナウイルス感染症の深刻な影響を受けている。この危機からの復興は、これまでの女性活躍の取組を大きく前進させる好機会である。
- 本年度は、UNWTO の視点等も取り入れつつ、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえて、新しい観光のあり方を作る中での女性活躍、ダイバーシティ推進の重要性について、昨年度の「知らせる」「整える」「育てる・引き上げる」の3つの視点の議論を具体化する。
- 本年度事業では、この取組を様々な観光関係者に広めるとともに、昨年度「観光業でキャリア再発進プロジェクト」に参加した方のフォローアップも実施し、新型コロナウイルス感染症拡大により、どのような影響を受けているのか、どのような支援が必要か検討したい。
- また、「知らせる」について、現在は、本取組に関心を持っている方には情報を届けることができるが、そうでない方には情報を届けることが難しい。より広範に本取組を周知するために、本年度秋にシンポジウムを実施する。観光業で働きたいと考えている方や現在観光業で働いている実務人材・中核人材等を対象に、幅広く観光業の仕事やキャリアパスについての情報、マッチング機会を提供する予定。
- また、本取組について、女性だけでなく経営者・企業にも幅広く周知するため、本年度検討会では新たに羽生委員にご参画いただき、経営者・企業に情報を届けるための手法を検討していきたい。
- 昨年度第4回検討会の後、本取組に関連して、いくつか具体的に良い結果が生まれている。昨年度第4回検討会にてゲストスピーカーとして取組を紹介した山ん家が、「令和2年度観光産業における実務人材確保・育成事業」において、「蓼科観光事業者向け「女性活躍」支援策事業化協議会」として採択された。このような良い取組を、本年度は国が支援して実施できるということは嬉しいニュースである。
- また、本年6月、ポストコロナ時代の観光を見据えた「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を取りまとめた際、具体的な指針の中に女性活躍の項目を組み込むことができた。各地域における女性活躍推進のきっかけとなるよう、各地域での活

用をフォローしていきたい。

- このほか、大学のリカレント講座との連携も実現した。リカレント教育の出口としても、観光業が選択肢に入るよう、今後も連携を進めていく。
- 本年度検討会の活動を通じて、日本の観光業での女性活躍への関心がより高まることを期待している。

## (2) 昨年度の振り返り及び本年度事業について

### ① 昨年度の振り返り及び本年度事業について

- 本年度は、昨年度の取組を発展させ、深めるために重要な1年であると認識している。昨年度は、4回の検討会を通じて、観光業における女性活躍推進のための大きなポイントとして「知らせる」「整える」「育てる・引き上げる」の3つを取りまとめた。本年度は、特に「知らせる」に焦点を当て事業を実施する。
- 昨年度実施した「観光業でキャリア再発進プロジェクト」を通して、観光業における業種や職種、キャリアパスが世間一般に十分に知られておらず、就職先としてもあまり認知されていないことが明らかになった。この課題を踏まえ、11月にシンポジウムを実施し、観光業の様々な職種、キャリアアップの多様性について、女性・男性問わず、入職者予備軍や実務・中核人材層を中心に幅広く周知を実施する予定。
- 本年度事業は、誰に、何を、どのように知らせるかについて、戦略的に設計していきたい。潜在的入職者を観光業に取り込むためには、入職者予備軍に加え、入職者予備軍の意思決定に影響を与える周囲の方にも、観光業で働くことの魅力を発信することが必要であると考えている。
- 本年度の事業スケジュールは、シンポジウムを中心に組み立てている。また、シンポジウムを女性活躍の具体的なアクションに繋げていくため、シンポジウムに参加した企業と参加した女性をつなぎ職場体験を実施することも検討している。
- シンポジウムの目的・コンセプトは、観光業における女性の多様なキャリアについて発信する「キャリア博覧会」を想定。ターゲットは、観光業に就職/転職活動を考える社会人・学生、観光関連企業人事/ダイバーシティ推進担当者等としている。プログラムは、基調講演とパネルディスカッションの時間と、企業・ロールモデルとの交流の時間の、大きく2部構成を考えている。
- 登壇者については現在検討中だが、観光業内でキャリアアップしたロールモデル、他分野から参入しキャリアアップしたロールモデル、観光業で起業したロールモデル等が候補に挙がっている。参加者に多様なキャリアを提示できるよう選定したい。
- 開催場所は、東洋大学の125記念ホールを予定。新型コロナウイルス感染症の状況を考慮しつつ、運営方法については今後詳細を検討するが、会場は100名程度参加してもソーシャルディスタンスを確保することが可能な広さとなっている。参加者・参加企業のネットワーキングのため、参加任意の懇親会も開催したい。
- 企業交流会のブース出展企業には、幅広い観光関連企業の参画を目指している。ブース出展企業の募集に際しては、例えば「今回の新型コロナウイルス感染症のような危

機を乗り越えるにあたっての変革には、女性の活躍が重要である」というメッセージングで企業の参加意欲を高めたいと考えているが、本検討会ではどのような訴求ポイントが有効か、アドバイスをいただきたい。

- 一般参加者についても、観光業への入職者予備軍、既に観光業で働いている方を中心に、幅広く周知を実施する。昨年度の実証事業は主に子育て期の女性向けのアプローチであったが、本年度は学生にもしっかり周知していきたい。一般参加者の集客についても、どのようなメッセージングが有効か、本検討会でアドバイスをいただきたい。
- 職場体験のプログラムについては、昨年度本検討会で「観光業でキャリア再発進プロジェクト」の報告をした際、より手軽に観光業の職場体験ができる場があると良いのでは、という意見が挙がったことを踏まえ、本年度事業に取り入れた。現時点では、シンポジウムに参加した企業と女性を対象とする予定。ただし、職場体験については、新型コロナウイルス感染症による観光業企業への影響の状況に鑑み、適宜企画の変更も検討する。
- フォローアップ調査については、昨年マッチングプログラムに参加いただいた女性・企業のフォローアップに加え、観光業における女性活躍を推し進めるにあたり連携すべき各ステークホルダーに対して、現在の取組状況や課題等についてのアンケート等を実施し、今後の具体的な連携方策について検討を進める予定。昨年度検討会后、既に2件の連携が実現予定となった。(山本委員が委員長を務めるLADY-JATA委員会において、昨年度事業の取組紹介・今後の連携可能性についてのディスカッションを実施予定。また、昨年度「観光業でキャリア再発進プロジェクト」の講師を務めた薄井シンシア氏が、日本女子大学のリカレント講座にて講師として登壇予定。)
- 上述の通り、本年度はシンポジウムを核に事業を組み立てている。この後の議論では、シンポジウムに向けて、誰にどのようにアプローチすることが有効かを中心に、アドバイスをいただきたい。

## ② 日経 xwoman の取組

- 本日は「発信する」という視点でお話させていただく。例えばこれまでの日経グループは、新聞で第一報を打つことが常識であった。しかし、調査によると2020年で20代の女性はデジタルメディアに触れている時間は1日250分。一方、新聞は4分、雑誌は4分とのデータがある。そこで、第一報を打ち出すべき媒体を全面的にデジタルへ移行するよう見直し、ターゲットごとの適切な媒体・手法を日々検討しているという具体例もある。
- もうひとつの例を挙げるならば日経 xwoman を創刊する3カ月前からYouTubeでブランドムービーを配信し続けたところ、創刊を待たずして1万人の会員が出現した。コンテンツを作ったら終わりではなく、その先に「知らせる」という行為が大切。ユーザーが知りたいタイミングで知りたいことを届けられるように、日々検討している。その経験を本検討会でも活かすことができればと考えている。

- 日経 BP に入社してから現在までに、日経 DUAL や日経 ARIA、日経 doors 等、5 メディアほど創刊している。創刊することは、新たな事業を生み出すことである。「得するよりも徳をとれ」というのは経営の世界でよく言われることだが、自身もこれまで創刊した事業において、「稼ぐことも大事だが、日本経済にどのような影響を与えるか」ということを常に考えてきた。
- 女性活躍の側面では、度々「働く女性」という言葉が出てくるが、いまやそれは「働く男性」という言葉と同じくらい違和感がある。昨今の日本では、もはや働かなくてもよい女性は少ない。女性の労働人口増加数は、平成 28 年時点で男性の約 5 倍と大きく伸び、女性の就業率もその時点で 7 割を上回った。消費者としても、労働力としても、女性をしっかりと捉えていかないと日本経済は立ち行かないのではないか。
- 日経 doors は、ターゲットに学生も含めている。自身が学生の頃と比べ、学生の考え方や価値観等は大きく変化している。学生だけでなく、日経 ARIA 世代、日経 DUAL 世代、日経 doors 世代のそれぞれについて、何がどう変わってきたか、という背景を 3~5 歩先に考えて、コンテンツを打ち出すことを意識している。
- 例えば、日経 DUAL について、8 年前の創刊時は、M 字カーブの解消がホットトピックであり、当時のキーワードは、母性神話、保育園不足、長時間労働等であった。そのような時代に日経 DUAL のような「働くママとパパを支える Web メディア」を出したところで、ターゲットは少数である、との反対意見も多くあった。しかし、現在は M 字カーブのくぼみはアメリカよりも浅くなっており、「働くママ」はもはや多数派となった。
- 日本は、一度方向性が定まれば、一斉に取組が進むという傾向があり、働き方の変化についても大いにその傾向がみられる。今やライフをワークに取り入れることはむしろ推奨されており、ワーケーション等の働き方も徐々に普及しているというのは、喜ばしいことである。
- 日経 DUAL ユーザー層が拡大した後は、次の 5 年 10 年の女性の働き方を見据えて、日経 doors と日経 ARIA を創刊した。これらの媒体の読者層は創刊当時の想定よりも広く、70 歳代も含まれている。一昔前は、定年退職後、悠々自適な年金暮らしとなるのが一般的であったが、現在は人生 100 年時代で、定年後も働き続けることが一般的になると言われている。したがって、これからは、個人がいかに働くことに喜びを見出し、かついかに企業がそれをきちんと労働力化できるか、ということが大きなテーマとなる。
- 日経 doors は、若い世代を対象としているため、雇用の多様化、一括採用の減少、フリーランスの増加等が大きなテーマとなっている。実際若手の採用面接を実施すると、既に 2 枚目の名刺を持っている方が多く、採用面接でその名刺をもらうこともしばしばある。彼らは、現在自由に働くことができているが、現行の社会保障の制度では将来不利益を被ってしまうのではないか、という心配も感じている。一方で、我々世代とは消費に対する価値観・考え方等が全く異なる彼らには、大きな期待も抱いている。

- このような幅広い世代が知りたいことを、どのように知らせるか検討し、日経 woman Terrace を立ち上げた。Terrace では、あらゆる世代のユーザーが自由に意見を発信できる。従来の発信媒体は、編集部以外のいわゆる「外部の声」を投稿するには、非常に多くの社内手続きを経て、ようやく実現できるという形であった。しかし、これからは自由でタイムリーな情報発信が重要であると考え、Terrace では1,000名以上フォロワーのいるインフルエンサー300人が、日経 xwoman の取組に関する意見を、賛否両論、自由に投稿できる場としている。
- 以上は to C（個人向け）の情報発信であったが、to B（法人向け）の情報発信も積極的に行っている。5月から、「ジェンダー平等こそ経営戦略だ」というキャッチコピーを掲げ、日経ウーマンエンパワーメントの取組を実施している。その取組の一環として、ジェンダーギャップ会議を開催したところ、1万人ものアクセスがあり、そのうち30%程度が経営層であった。ジェンダーギャップ会議では、「クォーター制を取り入れた方が良いのではないか」という議論や、「このような取組は男性組織にも利点がある」、「女性活躍はSDGsの17項目のうちの1つにとどまらず、他の16項目を達成するための1手段である」といった議論を4時間にわたって実施した。その中で、日本が女性活躍後進国であるということ、今までと同じ手法で女性活躍に取り組んだとしても女性活躍を実現することは難しいということ、あえてはっきりと述べた。また、本ジェンダーギャップ会議では、登壇者を男女半々を目標にして実施したこともポイントである。女性活躍を女性だけで議論しても男性や経営者には響かない。多くの経営者に議論の中身を届けるため、カゴメの取締役会長やライフネット生命創業者（現立命館アジア太平洋大学学長）等、女性の活躍できる組織を作っている男性経営者からも発信する等、工夫し実施した。
- 日経 ARIA や日経 doors には、観光業で活躍している方も多く、その事例も本検討会で紹介していければと思う。

### ③ 近況報告・意見交換

- 本日欠席の委員からは、事前にコメントを頂いている。
- 委員のコメント①:5月時点の地域における新型コロナウイルス感染症対応への現状調査を実施したところ、地域観光は事業者が生き残れるかどうか、観光地としての魅力を維持し、存続できるか大変厳しい状況であることが分かった。観光地域づくり組織の運営も決して余裕があるわけではない。一方、県民を対象としたキャンペーン等は売れ行きも好調とのこと。観光地の復興は、今後の県外客の動向に左右されるが、来訪客に対する地域の理解を得るためのコミュニケーションが必要と考える。また、ウィズコロナ/アフターコロナを見据え、戦略の再構築に取り組んでいる観光地域づくり組織もあり、その中のキーワードの1つが「移住・ワーケーション」となっている。新しい働き方を模索する機運の高まりを捉え、その地域での住みやすさを魅力の一つに加え、観光と併せて売り出そうという動きであり、観光地域づくり組織の変革にもつながればと期待している。

- 委員のコメント②: 旅行会社各社とも、3月から旅行案件の中止が相次ぎ、海外旅行、インバウンド案件はほぼゼロで、非常に厳しい状態。修学旅行やその他、各種国内需要案件は秋以降に延期し実施される予定だが、依然として不透明な状況。各施設や交通手段の利用においては、ソーシャルディスタンスに配慮した手配となるため、別途経費がかかり、利用者の負担増となっている。各地域の代理店やJATA委員会が各地行政と宿泊キャンペーン等を実施しており、各地域内での旅行需要は活発な様子。Go To キャンペーンに関しては、客からの問合せもあり、業界全体として期待している。新入社員のOJTとしてはWeb研修が実施されていたが、先月末から徐々に実地でのOJTが始まっている。また、従来、各社とも子育てや介護等に該当する職員の在宅勤務を導入し始めていたが、新型コロナウイルス感染症対策で在宅勤務の対象者を上げた企業が多い。今後も、モバイルワークに対するさらなる環境整備・ジョブフローの整備等が必要と思われる。LADY-JATA委員会では、引き続き女性の活躍ロールモデルをHPに掲載しているが、委員会等の集合会合は中止しており、9月以降再開する予定。上記、働き方改革の加速化等に鑑み、より意義のある委員会にすべく、次の会合の準備をしている。
- 新型コロナウイルス感染症対策のため、5月末まで全館休業していた。現在段階的にオープンしているが、客足はあまり戻っていない。従来、海外からの旅行者が多かったが、昨今はほぼゼロとなっている。現在は、国内旅行者が安心・安全に宿泊できるよう、感染予防マニュアルを作成し、実施を徹底している。従業員の雇用は確保しており、現在約6割が出勤、その他は休業の状況である。非正規の方の雇用も保っている。営業は厳しい状況にあるが、旅行者を受け入れる環境をこの間にきちんと整えるべく、活動している。休業中の従業員も、自社で開発したWebで学習ができるコンテンツを使って、自己研鑽をしている。出勤する従業員については、在宅勤務制度を拡充し、最大週5日の在宅勤務を全従業員対象にした。実地に出勤する社員についても、ローテーションシフトを活用し、他の通勤者が多い時間帯を避ける等工夫ができています。観光庁のこの女性活躍の取組については、昨年度実施されていることを全く知らなかったため、本年度は、検討会出席者が各社にきちんと情報を持ち帰って発信し、他の従業員の理解を得て実践する、というところまで進められれば、と考えている。
- 新型コロナウイルス感染症の影響は甚大で、今まで経験したことのない厳しい状況。サービス連合が5月上旬に実施した加盟組合への調査によると、施設全体の営業時間短縮実施が4割弱、現在は営業を再開しているところが多いものの、施設全体の営業休止を実施した組合は約半数に上った。従業員の休業も70.5%が実施しており、雇用調整助成金も6割程度が利用していた。労働集約型の業態でテレワークが進みにくかったが、必要に駆られて4割を超える組合でテレワークが実施された。当連合会も加盟組合の支援となるよう、雇用・組合員の生活を守るため対応してきた。上記調査後にヒアリング調査を実施したところ、第二波の懸念もあるため、在宅・テレワークは半数以上が継続して実施していた。営業時間の短縮・休業等については、



徐々に通常営業が再開されており、雇用調整助成金は75%が申請していた。一方、非正規労働者の契約満了に伴う解雇が発生しており、非正規労働者中には女性の割合も高く、今後支援が必要と思われる。当連合会の対応としては、対策会議を設置し、加盟組合の状況把握と対応を行うとともに、現在産業がどのような状況に置かれているか、必要な対応は何かについて議論し、業界団体や観光庁に対し、要請行動を実施している。雇い止め等に関する労働相談も増えており、特に派遣添乗員等、派遣型の場合は、ツアーがないと収入が得られない等、厳しい状況に置かれている。今後の検討課題としては、多様な働き方の検討、新しい生活様式への対応、産業を支える人財の確保・定着、環境整備に向けた設備投資等が挙げられる。特に、人財の確保・定着については今まで以上に危惧しており、需要が戻ってきたときに対応できるよう、雇用を守って定着させることが重要だと考えている。シンポジウムについては、このような形で観光業での女性活躍を発信できるのは良い機会だと思われる。未だ、世間一般には観光業が大変だということも知られていない。また、職種・キャリアの多様性については、ミスマッチが起きないように、良い面と大変な面の両方を、バランス感覚を持って発信することが重要である。

- おっしゃる通り、観光業の各職種の特性等もきちんと伝えることが重要である。労働時間等の特性だけでなく、職種ごとの魅力も伝えていきたい。
- 日経 BP の SDGs 関連シンポジウム等において、パネリストの大半が男性だが、女性も組み込んでほしい。本年度事業の方向性についてはおおむね賛成だが、シンポジウムは「知らせる」だけでなく「整える」も同時並行で実施する必要がある。昨年度の実証事業では、観光業における人材の活用は改善の余地が大きいということが明らかになった。例えば、現在、入職者予備軍が実務人材から入職することを前提としているが、中核人材としての入職等もきちんと考慮することが必要である。このように、観光業は「整える」を実践し、変わる・変わらなければいけないと考えている、ということを引きちんと発信しないと、集客に結びつかないと思われる。したがって、「整える」を同時並行で実施し、人材活用・働く環境整備について議論を進めることが重要である。
- 自身は、観光業において3つの顔を持って活動している。1つは観光事業者と複業人材マッチング。従来は観光・インバウンドビジネス支援に関する複業人材マッチング需要が大きかったが、現在は事業や業務のデジタル化支援の需要が大きくなっている。2つ目の顔は、ワーケーションの推進。これについては世間一般からの関心も大きく、今夜開催するワーケーションについてのウェビナーは、参加者申し込みが約400名に上った。従来、ワーケーションの取組への参加者は起業家やフリーランスなどの個人が中心でイノベーター層が多かったが、昨今は企業にてBCP関係や継続的な人材の採用・定着・育成、地域での事業活動を目的としたサテライトオフィスの設置などを検討しているアーリーアダプター層が多くなってきている。3つ目の顔では、地域で観光・インバウンドビジネスに取り組む株式会社 VISIT 東北と株式会社 イートハーブ東北の2社の経営に参画している。本件についても、従来は観光・イン

バウンドが主なビジネステーマであったが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け厳しい状況になり、現在は、地域資源を活用した地産地消やグローバルでの「友産友消」をテーマに新たな活動を開始している。昨今、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光業の事業者・ステークホルダー・ビジネスモデルが大きく変化している。この変化を新たなチャンスと考えている方も多い。例えば、観光業において新しいビジネスモデルを考えている経営者の方々を集めて、新たな観光業のビジネスモデルを検討するワーケーションを企画する等、旅行・ワーケーションの本質的な価値を考える機会が作れればと考えている。シンポジウムについては、上述のような観光業において新しいビジネスモデルを構築している起業家や実践者を登壇者として招聘し、観光業の新しい側面を発信するというのも一案。また、そのような新しい観光を体験した方に、経験を楽しく語ってもらうことも一案。このような多様な方に登壇いただくことで、新たな層が観光業に関心を持つシンポジウムになると良い。

- 大学では、春学期すべてリモートで授業を行った。この期間を通して、学生の通信環境が整ってきており、リモートでも双方向のコミュニケーションが可能であることが分かった。また、学生の旅行意欲は高い状況にある。シンポジウムについては、双方向性のある同時ライブ配信も検討してほしい。また、新型コロナウイルス感染症の影響は、変革のチャンスである一方で、未曾有な状況で目先の課題への対処が精一杯の事業者も多いと思われる。新規事業実施の支援を、女性活躍と併せて政府に実施してほしい。ガイドラインを作ることも大事だが、情報共有できるプラットフォームがあった方が良いのではとも思われる。
- 自社では、宿泊について、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、従来 70～80%を占めていた外国人宿泊客がほぼゼロとなったが、当館は全室バルコニーがついていること等から、現在は徐々に宿泊者数が回復傾向にある。レストランは時間短縮・テイクアウト等を実施し、利用が回復してきている。バンケットについては、一般企業の宴席が大きく減少した。一方で、ウェディングについては延期の上開催されることが多く、今後開催数が伸びると思われる。従業員についても、休業をはさみながら雇用を維持している状況。昨年度「観光業でキャリア再発進プロジェクト」において、レストラングリーターとして1人、ウェディング部門に1人受け入れたが、それぞれ本人に理解いただいた上でオーダー制となっている。本年度事業に関しては、シンポジウムの職場体験の実施等、参画できる可能性がある。職場体験では、華やかな側面だけでなく、実際に働いている人の話を聞く機会を設ける等、ミスマッチが起きない工夫をしていきたい。
- シンポジウムのプログラムを検討するにあたっては、ボトムからトップまで、それぞれに刺さるコンテンツを発信できるよう、検討を進めていくと良い。「もし自分が特集を作るとしたら」と考えると、日経 ARIA 世代は、ライフシフトと移住に関心を持っているため、経験豊富な実務の経験がある方に登壇いただき、どのような職業・キャリアパスがあるかお話いただくことがひとつ考えられるであろう。日経 DUAL 世代は、ワーケーションに大きな関心を持っているため、ワーケーションのサービスの供

給側と消費者側それぞれから登壇者を招聘するのも一案。また、日経 doors 世代はスタートアップへの関心が高いため、グローバルと地方を直接繋ぐスタートアップ等、観光業で活躍しているスタートアップ企業に登壇いただくのも一案であろう。また、女性向けだけでなく、観光業の企業がダイバーシティについてしっかり取り組めるよう、経営者のブレインウォッシュを実施する必要がある。

- 「知らせる」対象・ターゲットにとってのニュースバリューを整理した上で、観光業の新しい動きと、従来の企業が「整える」で変革しようとしていることの両面を盛り込むのが良いと思われる。自身の学生は、地域活性化等、社会課題に貢献できる分野に高い関心を持っている。また、彼らはデジタルにも高い関心を持っている一方で、観光等におけるリアルの良さもしっかり理解している。シンポジウムを実施する 11 月には、ある程度のソリューションが見えていると思われるため、最新の動向を踏まえながら、シンポジウムの企画を検討してほしい。

### (3) 閉会

- 本検討会の発表内容に関しては、一部非公開資料を除いて後日公開する。議事概要を追って委員にお送りする。
- 次回の会合は9月の開催を予定している。

以上