

第1回 J N T O認定外国人観光案内所の機能強化方策検討会 議事要旨

日 時：令和4年9月5日（月）14:00～15:30

場 所：中央合同庁舎第2号館1階国土交通省第1会議室（オンライン併用）

出席委員：池尾座長、紀陸委員、佐々木委員（代理：藤内氏）、高松委員、橋口委員（オンライン参加）、林口委員（オンライン参加）、平林委員、デューイ委員

1. 開会

■あいさつ

（大野観光地域振興部長）日本の観光は、海外からの旅行者が3000万人を超え、市場規模も約28兆円、関連産業の従事者は全国で約900万人となるなど、我が国の成長戦略の柱、地方創生の切り札として大きく成長している。本検討会のテーマは、外国人観光案内所の機能強化であるが、平成30年度に観光案内所のブランドカ向上のための検討会を行い、提言をまとめて頂き、観光案内所機能の強化を進めてきたところである。一方で、スマートフォンの普及に加え、コロナ禍もあり、観光案内所を取り巻く状況は大きく変化している。今後の本格的なインバウンドの回復を見据え、この機会に案内所のあるべき姿を今一度再確認し、時代に即した案内所の的確な機能強化を図ることで、より一層の消費の拡大や地方への誘客促進に取り組んでいきたいと考えている。本日は、皆様の忌憚のないご意見を頂きたい。

■委員紹介・座長選任・座長挨拶

（全会一致で池尾委員を座長に選任）

（池尾座長）我々は今、かなり特殊な状況にいる。コロナ禍を経て、3年前とは非連続に変わった外国人観光客に向き合うのではないかと感じている。そういう中で、観光案内所をどうやっていくのかというテーマは非常に興味深いと思う。皆様の協力を得ていいものを作っていきたい。

2. 議事

(1)外国人観光案内所を取り巻く状況について

(2)外国人観光案内所の目指すべき姿と主な検討項目について

（資料2を事務局・温品室長より説明）

■各委員からのご発表

（池尾座長）委員の皆様から今の説明を受けてのお考え、観光案内所についての問題意識、これまでの知見をふまえたご意見について発表を頂きたい。

（紀陸委員）インフォメーションとしての役割の多くがスマホに代替されている中で、新しいバリューを観光案内所に持たせる必要がある。観光案内所を運営しながら、リアルに感じてきた課題感をこの場で共有したい。第1は人件費が最低時給に近い状況で優れた人材が定着せず、攻めの運営ができない。第2は好立地を価値に転換できていないため、積極的な民営化やサービスの効率化が

必要。第3のインフォメーションの役割の変質に対しては、時間と空間を超えたICT活用、オンラインなどの観光案内などにより、スタッフのアイドルタイムの解消と、スマホで代替できない活きた地域観光情報の提供にスタッフのリソースを割ける環境を整える必要がある。第4の観光案内所のネットワーク化については、各地域の観光案内所に蓄積された知恵をオンラインで互いに共有し合える仕組みを作る。大きな枠組みで整えていくことで、全ての観光案内所のバリューアップを実現してほしい。

(佐々木委員(代理:藤内氏)) 観光案内所の現場では、コロナ禍でのモチベーション維持に非常に苦労している。調査において浮き彫りになった課題は、観光案内所の運営主体や地理的条件などの特性・背景や、外国人観光客のニーズの多様化などによって一括りにできないところがあり、個々に丁寧に要望を聞きながら何ができるかを考え、全体としてより良くしていくための方策を考えていく必要がある。特に、自治体など公的機関が運営する観光案内所も多いため、新しいアイデアをなかなか採用できない運営主体もあることから、全体としてどう良くしていけるかが課題である。連携についても、地域で連携している事例はあるが、広域・全国レベルで他事例を取り入れたいというニーズもあり、研修会の他にフェイスブックを使った意見交換の仕組みの導入も準備中である。

(高松委員) 大きな災害発生時での対応は重要だが、外国人観光客にとってそれ以上に頻度が高く発生する困りごとがたくさんある。急なケガや病気の他、交通障害や通信障害発生時の対応など、駆け込み寺としての案内所の役割はとても大きい。交通の障害は旅の予定に関わる切実な相談であり、台風等の際の計画運休を外国人観光客に案内するのはとても難しく、各案内所でも具体策に苦慮しているという声が多い。今は、土砂災害や水害の時に警戒レベルを提示するが、「警戒レベル4」「全員避難」といわれても、具体的にどこに逃がせばいいか、判断がつかないという声もある。国によっては災害経験のないような外国人もあり、どういう状況の時にどうやったら身を守れるかという説明の仕方は難しく、緊急時において、観光案内所としてやるべきことは何かを考えていきたい。

(橋口委員) 運営する観光案内所の現場では、コロナ禍での少ない接客機会でのスタッフのモチベーションの維持のために、オンラインツアーのコンテンツ作成・発信や、SNSでの発信業務により、デジタルツールへの経験やノウハウを蓄積している。アフターコロナでは、以前と同様の接客ではなく、外国人旅行者とのきめ細かなやり取りにより、相手が予定していなかったような旅行プランもここではできるというようなコンサルティング型の観光案内に変わっていくことが必要である。それにより、日本の観光業の成長を示し、地元経済の循環や活性化、一体的な成長につながることを期待する。課題としては、若い人材の採用・定着や、デジタルとともにマニュアルな(人の手を介した)日本人との心の通った交流を実現する仕組みが必要。情報ネットワーク化は、観光スポットへのライブカメラ設置による天気情報の一元管理や、地域の事業者等からの情報の一元化などアイデアを出し続けたい。また、地元の情報を発信している方にアンバサダー的に活躍していただくことも考えられる。

(林口委員) 地域連携DMOとして地域の民間企業・団体と行政とともに事業を展開。事業を進める上ではデータの収集・分析が重要であり、旅マエはビッグデータを活用し、旅ナカはアンケート調査を実施しているが、観光案内所はデータ収集拠点として有効な場所であり、蓄積するデータを地域で共有する仕組みも作ってほしい。サービスの更なる高度化には、地域と連携してオリジナルコンテン

ツを数多く作り販売することや、個別の特殊なニーズにも対応できるように地域の情報を収集・集約しておくことも重要。また、物販も地域の魅力の発信において大事であり、オリジナル商品開発など収益力の強化につなげていく。観光案内所を魅力的な場所にするには、PR など話題作りも必要だが、地元の事業者や観光関係者をつなぐ地域のプレイヤーを巻き込んでいくことが重要。

(平林委員) 観光案内所は情報を無料で提供している場所であることから、そこに人を投入してサービスを高付加価値化しても収益化を図ることは構造的に難しい。道案内など定型的な業務はできる限りデジタル化し、デジタルでデータとして溜まっていく情報を分析しながらより効率化していくことが必要。そして余剰労力を高付加価値化に充てていけるとよい。デジタルで調べればわかることも多いが、人と相対する顧客接点を活かして、どういうサービスを提供していくかが今後期待される場所である。いろいろな接点が情報に変わり、その情報を活かして、地域の観光を良くしていくという方向に向かう、地域観光推進のハブ機能になるべき。しっかりとデータをとり、地域に還元して地域全体に消費を起こすことができれば、地域全体で黒字化する。

(デューイ委員) マーケティングの立場から見ると、都会と地方の観光案内所では異なるアプローチが必要。都会の案内所での案内はDXでカバーできるものも多く、全国の案内所をつないでデジタルで提供できる情報はデジタルで提供するのがよい。一方、地方を旅行する際には、旅行者はスマホを見てプランを立てるものの、旅ナカで「知らなかった、もっと知りたい」という情報を得られるところに観光案内所の価値がある。そういった情報や体験を提供し、その地域を「売る」ことに案内所が役に立つことができるのではないかと。日本酒やビール、お菓子などのテイस्टینگがあれば、それを試してその店に行ってもっと深く知りたいというきっかけにもなる。地域を紹介するための役割をもう少し深く考えるべき。

(池尾座長) マーケティングの観点から観光案内所の問題をどう考えるか。機能強化の目的は、地域と案内所双方の魅力を高めることである。案内所はどんな価値を提供し、その価値によってどんな反応を得たいのかを考えたい。案内所にとっては機能的価値が重要だが、地域になると感覚的価値や意味的価値の重要性が高まる。外国人観光客から得たい反応は、案内所と地域では異なり、案内所では訪問者数や満足度、NPS等が指標になるが、地域ではそれらに加えてエンゲージメントが特に重要になる。エンゲージメントとは、絆を感じ、投稿や書き込みといった行動を起こすというもので、意味的価値と表裏の関係にある。では、望ましい案内所とはどんな案内所なのか。オーバートーリズムを回避しながら地域の魅力を高めて地域に役立つこと、そして案内所の収益性をいかに高めていくかも考えていきたい。

(3) 「DXを活用した外国人観光案内所の機能強化実証事業」の公募要件について

(4) 今後のスケジュールについて

(資料2を事務局・温品室長より説明)

(紀陸委員) 公募テーマの4「案内所に関する持続可能な観光に寄与する方策」について、管理運営主体に応じた事業収入の導入、持続可能な経営基盤の形成、ビジネスモデルの構築などとあるが、具体的にどういうことか。

(事務局) 地域全体の持続可能につながるということと、観光案内所自体も持続可能な経営を目指すこと

いうことの 2 点ある。地域全体の持続可能な観光ではオーバーツーリズム対策などであり、観光案内所の持続可能性では収益性の向上や人材確保によりいかに安定的な経営を図るかなどといったテーマである。

3. 閉会

(池尾座長) 本日の委員のご意見を十分に参考にして、今後の調査を進めてほしい。では事務局にお返りする。

(事務局・鈴木補佐) 本日の意見を踏まえつつ、今後の検討を進めていきたい。熱心なご議論に感謝。次回検討会の日程等は、調整の上、事務局からご連絡する。これにて閉会。本日は誠にありがとうございました。

以上