

観光立国推進有識者会議 議事概要

1. 日時

平成 25 年 4 月 23 日(火) 11 時 00 分～12 時 00 分

2. 場所

中央合同庁舎 3 号館 4 階 幹部会議室

3. 出席者

委員:

荻野アンナ 慶應義塾大学文学部教授

白石隆 政策研究大学院大学学長

森田健作 千葉県知事

大塚陸毅 東日本旅客鉄道(株)相談役

舩山龍二 (株)JTB相談役

森本昌憲 藤田観光(株)顧問

石井至 旅行ガイド出版社社長

岡田裕介 東映(株)社長

関係省庁出席者:

鶴保国土交通副大臣、坂井国土交通大臣政務官、世耕内閣官房副長官、山際内閣府大臣政務官、島尻内閣府大臣政務官、盛山法務大臣政務官、井手観光庁長官

4. 議題

- ・観光をめぐる現状についての説明
- ・意見交換

5. 議事概要

観光庁より観光をめぐる現状について説明。

委員による意見交換を実施。主な意見は以下のとおり。

○クールジャパンの発信については、国によってどのコンテンツに興味を持つかが異なることから、国別にプロモーションを行う必要がある。

○日本は単独でMICE誘致活動を行うため情報が収集できていない。国際的なアライアンスへの加盟や横のつながりの強化が必要。

○Wi-Fi環境の整備が必要である。訪日外国人旅行者はスマートフォン等を用いて移動手段や地図、店舗情報等の観光情報を入手している。

- プロモーションに関しては、日本人の感覚では通用しない部分があるので、外国人の眼で見た日本の魅力を母国に向かって発信してもらうことが必要である。
- 口コミによるプロモーションと同時に、旅行者に「その国に行きたい」と思わせることが必要であり、広報に対する効果検証は重要である。
- 旅先の宿泊施設を選ぶ際に、Wi-Fi の設備状況ならびに使用料、バスタブ・シャワーの設置状況等を確認している。これらの情報提供についてしっかり取り組む必要がある。
- 特色ある各地方の資源については、各地で英語対応をしっかりと行い、効果的に情報発信を実施していただきたい。
- 外国人にとってどんな魅力が日本にあるのかは、その国の人には分からない。日本語学校に通う留学生らを有効活用するべきである。
- ショッピングについては購入対象がブランド品または廉価品の二極分化しており、宿泊施設に関しても同様の傾向がある。それぞれのニーズに対応できるようにしていただきたい。また、留学生・ボランティアガイドの活用を進めてほしい。
- 宣伝力が圧倒的に足りない。日本の何が売りになるかしっかりと考えるとともに、きちんと外国のテレビ局に売り込む必要がある。
- 海外のテレビ枠を確保して旅番組を流し、番組の内容と連動したパッケージツアーを売り出すことは有効と考える。
- 足下の問題として、東北に観光客が行かない状況を改善することが必要である。特に訪日外国人旅行者と修学旅行。国として風評被害を解決することが復興につながると思う。早急にメッセージを発信してほしい。
- 観光予算が 10 省庁に分散している。本気で観光に国が取り組んでいるというメッセージを伝えるために、縦割りを排して効率的に使うよう、合計 2000 億ほどになる各省の観光関係予算を結集・活用していくべきである。
- IR 型も含めた MICE 施設は真摯な検討が必要。
- 日本は情報発信が足りない。政府が誰に対し、どのような情報を発信するかを定めていく必要がある。各国大使が出席する会議体を活用し、情報発信を行うことも一手である。
- クールジャパンに関しては、縦割りの弊害をどう打破するかが肝要である。
- インバウンド誘致のためには、日本人も海外に行くことが必要。ツーウェイツーリズムの観点からもアウトバウンドを促進すべき。MICE 招致やチャーター便誘致についても同様である。
- やる気がある地方自治体と民間が集まって、アンテナショップを旅行博覧会に設置すること、量より質を意識したインバウンドを意識すること(優良なランドオペレータの活用など)、国内旅行振興が必要と考える。

以上