

交通政策審議会観光分科会 第38回 議事概要

1. 日程

令和2年10月23日（金）13時00分～15時00分

2. 場所

講堂（中央合同庁舎2号館）

3. 出席者

秋田委員、大橋委員、恩蔵委員、篠原委員、伊達委員、野田委員、原田委員、マリケリステイヌ委員、屋井委員、矢ヶ崎委員、山内委員

業界団体

京都府、高山市、九州観光推進機構、田辺市熊野ツーリズムビューロー、日本政府観光局

国土交通省：

観光庁、総合政策局、鉄道局、自動車局、海事局、港湾局、航空局

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、資料に沿って説明。その後、観光関係団体からヒアリング、委員による意見交換を実施。

○ 観光関係団体からの主な意見

- ✓ 今後の目標値については長期的、中期的、短期的なものが必要。1年毎に現実的な目標を立て、毎年フォローアップすべき。
- ✓ 2030年目標値である訪日外国人旅行者数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円だけでは地域レベルでは規模感が分かりづらい。1人当たりの消費額にして数万円を積み上げるためにどうするか考えられるよう、消費単価をひとつの目標として追加すべき。
- ✓ 訪日外国人旅行者が母国のスマートフォン等を日本国内で使うので、オールジャパンMaaSのアプリを立ち上げたら、交通、宿泊、飲食等の検索・予約・決済ができると利便性が高まるので、インバウンド目線で国にプラットフォーム構築を取り組んでいただきたい。

- ✓ 日本政府観光局では、プロモーション事業等により運営するサイトへのアクセス数が増加していることも踏まえ、他国の政府観光局などをベンチマークとすることができないか検討中。また、例えば、グローバルキャンペーンでは、世界的にプロモーションを展開したことから、独自に効果検証調査を行い、動画閲覧により無関心層の5割以上が訪日意欲を持つようになったことを確認している。
- ✓ 国内の観光コンテンツ数については、対象マーケットによって、十分か不十分か分かると考えている。例えば、東アジアからは旅行者数も多く、地方への訪問も多いが、地域からも様々なコンテンツを提供いただいている。一方、富裕層等については関心を引き寄せるためのコンテンツの整備・磨き上げが必要である。日本政府観光局では、アプリ等を地域で利活用するためにデジタルマーケティングに注力しており、データの蓄積が重要だと考えている。まずは、組織内で蓄積したデータを活用し、さらに国内関係者に対しそれらのデータを活用できるか検討する。
- ✓ 日本政府観光局では、DMOや自治体以外にも交通・観光関連の民間企業との連携の重要性についても認識している。会員サービス（民間向け）や賛助団体サービス（自治体向け）等に取り組んでおり、今後とも充実させる。
- ✓ 高山市の訪日客数については実数のため、訪日客数と消費額に差が生じている。他方、近年は消費額が高止まりになっている（お土産の購入金額が減っているなど）。また、宿泊施設が多様化し宿泊単価が下がっていることも影響していると推測する。
- ✓ 地方都市では観光の恩恵を受ける業種（宿泊、飲食、土産等）と恩恵を直接受けられない業種に分かれているため、観光が地方全体に裨益していないのではないかという見方がある。観光は域外からお金を稼ぎ、市民全体にメリットが生まれるものだという点を、共有できる指標やメディアの活用等により示すべき。
- ✓ 旅行商品を造成する際に、周辺市町村や圏域を超えていく必要があるため、周辺地域との連携が必要である。
- ✓ 京都縦貫自動車道の開通により利便性が向上し、域内の日帰りを含めた観光入込客数は伸びているが、国内旅行の宿泊数は伸び悩んでいる。一方で知名度は上がっており、底上げは出来ている。
- ✓ 京都府域における外国人旅行者（10万人）は京都市に比べ非常に小さく見えるが、2014年は3.7万人であり、3倍程度に増加している。外国人旅行者については平日も来訪しており、需要の平準化にも寄与している。将来的には国内外の旅行者をバランス良く育てていきたい。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症が影響を及ぼす以前には急激なインバウンド増加により、慣れない対応を求められ苦労した事業者が多かった。そのために、国・

地域毎の受け入れ方について現在、見直しており施設整備も実施している。今後、新型コロナウイルスの影響が長期化すると観光産業は厳しくなる。

- ✓ 京都府内のバスは路線網が多く、Google Mapの普及等により外国人旅行者もバスを気軽に使えるようになったことで利用者が増加した結果、バスの渋滞に繋がった。しかし、混雑は特定の観光地に集中しており、あまり着目されていない大原等の周辺部に観光客の地域的分散を進める取組を行っている。
- ✓ 京都市の都市部では、自家用車で乗り入れる代わりに「歩くまち京都」として、公共交通の利用を促進している。例えば、四条通の歩道拡張により自家用車の進入を難しくさせるなどの交通施策にも取り組んでいる。
- ✓ 高山市では昨年、集中豪雨による被害を受けた。市内においては防災無線等で情報提供を行ったが、その内容が具体的に外国人旅行者へ伝わりにくく、河川に近寄った報告があったため、住民と同じ情報が必ず伝わるよう、メールサービスを開設した。
- ✓ 災害時には命を守るための情報を優先的に発信する必要あり、次にどのように自宅（宿泊先）へ帰るかという情報を発信する必要がある。しかし、自治体では市域を越えた全体の情報を一元的に確認できないため、市域を越える情報や事業者が異なるインフラの情報等を集約し災害時にアクセスできるプラットフォームを構築し一元的に管理すべき。

○ 委員からの主な意見

- ✓ 九州が、2020年の見込みを出していることがすばらしい。非常にリアリスティックに物事を見つめている。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の収束が見えない中で計画を策定するのは難しい。どのように計画の策定を進めていくか事務局が見解を明らかにすべき。
- ✓ 現時点で数値目標を定めるのは不可能。新型コロナウイルスの影響をどのように踏まえ、今後どのように計画を策定していくか事務局がスケジュール感を示すべき。
- ✓ 日本政府観光局については地方拠点としてのあり方も重要であるが、インバウンドとアウトバウンドは一体であるため、法律上インバウンドに特化している日本政府観光局がそれら一体の取組を両立して取り組めるよう、計画に取り入れるべき。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響により、ゼロスタートということで抜本的に計画を見直す機会になった。まずは若者の国内旅行が始まるため、それを次の年代へ移行させる。同様にアジアの動向を欧米へと拡大させ、順次コンテンツやプロモーションをどのように拡大させるか、これから4年間考える必要がある。

- ✓ 日本政府観光局についても、コンテンツを国内向けに提供できるようにするなど柔軟に対応する必要があり、特に労働力不足の解消には早急に取り組むべき。新型コロナウイルス感染症が影響を及ぼす前の2019年は、訪日外国人旅行者消費の目標達成率は6割程度であり、深刻な結果となった。新型コロナウイルスの影響の有無に関わらず、なぜ6割程度になったのかを分析すべき。
- ✓ 田辺市熊野ツーリズムビューローにおいて、コト消費がどの程度増加したかなどを総合的に分析した上で、数値目標を具体的にどのように達成するか示すべき。
- ✓ 基本計画には国として地域を支えるというメッセージを示す意味があるため、計画の策定に際しては、場合により目標期間を10年に変更し、その中で5年を見据えるなどの策定方法も考慮すべき。
- ✓ 計画の中の短期的な取組として、観光庁の取組（例えば、世界中で厳しい状況下にある国同士で観光に関わる協力関係を構築し、連携しやすくする取組など）を取り入れるなどの工夫をすべき。
- ✓ 海外旅行ができない中国人のラグジュアリーブランド関連の売上が200～300%などとなっているが、現在、我が国に対しては爆買い時代と比べて円高に推移している為替の問題が非常に大きい。外国人旅行者は為替に対して敏感であるため、為替の問題を分析すべき。
- ✓ 免税販売手続きが電子化されたため、リアルタイムで購買データが入手できるはずだが、今のところは国税庁の適正な課税に限り使用されている。取得したパスポート番号と紐付いた購買情報を、省庁間で更なる連携を図り有機的に活用できる方法を考えるべき。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響は大きな構造変化の時期だと考える。物の動きはリアルタイム化へ進化しているが、人の動きは如何。DX（デジタルトランスフォーメーション）への取組を更に加速すべき。
- ✓ その中で国と地域の役割は異なり、どのようなデジタル化が可能であるかについて考えるべき。ここで重要な視点は紙の電子化ではなく、電子化データを使うことによりどのように連携を生み出すかである。
- ✓ 交通政策・地域政策に観光をどう取り入れるかが重要である。
- ✓ 日本政府観光局においては、地域や省庁間を連携させ、3つの主体の役割分担を進めるべき。
- ✓ 今後の観光産業では「本物」、「上質」、「富裕層」がキーワードとなる。量的な目標だけでなく、質的な目標も示すべき。
- ✓ 目標の中にプロセス的な目標、施策上の目標を掲げるべき。
- ✓ 国が方針を示すことは重要であるが、その詳細まで計画に記載する必要はない。
- ✓ 国と地域のポジショニングは異なるため、戦略やターゲットも異なるという前

提を計画で示すべき。

- ✓ 現在、在日外国人は国内に約300万人いる。在日外国人は我が国に対し、インフルエンサーになり得るため、活用するアプローチの仕組みも計画に取り込むと面白い。
- ✓ 我が国のパスポート取得率の低さについて要因を分析し、パスポート取得率を上げていく必要がある。今後、パスポート取得率の上昇により、日本人が海外旅行をするようになれば受入も上手になり、インバウンドの誘客に繋がる。
- ✓ 今後、再度新型コロナウイルス感染症が拡大した場合に備え、計画を緊急時対応計画と両輪で策定していくべきである。計画には2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催されなかった場合の対策を記載すべき。
- ✓ 観光産業はまちづくりを基盤とすることで地域の独自な魅力を引き出し、持続可能な産業へと導かれる。
- ✓ 日本政府観光局は外国人旅行者向けであるが、外国人旅行者向けに紹介しているコンテンツを日本語に翻訳すべき。