

第4回 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議ワーキンググループ  
議事要旨

1. 日時：平成27年12月18日（金）14：30～15：30

2. 場所：官邸4階大会議室

3. 出席者：

（政府側）

菅内閣官房長官（座長）、石井国土交通大臣（座長代理）、世耕内閣官房副長官、和泉内閣総理大臣補佐官、古谷内閣官房副長官補、松永内閣官房内閣審議官、蝦名内閣官房内閣審議官、間宮内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局次長（代理出席）、安藤総務省大臣官房総括審議官、井上法務省入国管理局長、新美外務省大臣官房国際文化交流審議官、佐川財務省関税局長、有松文化庁次長、福田厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部長、安藤経済産業省商務情報政策局長、田村国土交通省観光庁長官

（有識者・敬称略）

井上慎一（Peach Aviation(株)代表取締役CEO）、唐池恒二（九州旅客鉄道(株)会長）、秋元雄史（金沢21世紀美術館館長、東京芸術大学大学美術館館長）、滝久雄（(株)ぐるなび代表取締役会長・創業者）

4. 議事概要

○民間の有識者より、今後の検討に向けた基本的な考えについて、順次発言を聴取（以下、要約）

【井上 慎一 氏】

- ・アジアの富裕層は、移動に費用をかけず、現地で多額の消費を行う傾向にあり、すぐにリピーターとなるため、LCCが果たす役割は大きい。
- ・LCCの強みを活かすためには、Peach Aviation(株)が確立した「関西モデル」の更なる展開、すなわち、自治体、空港会社からの支援をLCCが航空運賃の引き下げの原資することにより、多くの観光客を地域に呼び込むことにより、自治体、空港会社、公共交通機関の4者Win-Winとなる取組が重要である。
- ・ただし、経営状態の悪い会社に支援をすると、赤字補てんに転用される可能性があるため注意が必要である。
- ・こうした取組を行うに当たり、自助で解決できない課題として、
  - 本邦航空会社の増便に向けた操縦士・整備士の確保を図るため、
    - 航空大学校での養成枠の拡大

- 私立大学校操縦学科に在籍する学生の経済的負担の軽減
- 操縦学科を設置する教育機関に対する技術的・経済的支援
- 即戦力となる外国人操縦士の確保・活用
- 整備士養成専門学校に対する経済的支援の拡大

■空港において地上取扱業務を行う事業者の要員不足の解消を図るため、

- 地上取扱業務に必要な資格取得に係る経済的な支援
- 空港ごとに異なる運転資格などの統一化
- 外国人労働者の就労支援

■LCCの路線就航スピードに対応した、CIQ体制の再構築を図るべきである。

### 【唐池 恒二 氏】

- ・欧米人は、日本の歴史や文化に興味を有しており、実はアジアと同じぐらいの伸び率で訪日数が急増している。
- ・団体、爆買いのイメージが強いアジア観光客でも、予想より速いスピードで家族や小グループ単位の旅行形態に移行し、爆買いのピークも過ぎつつある。
- ・観光は成熟していくと、その国の歴史や文化、物語の方に重心が移っていくため、これらの「魅力」に関心が集まる。
- ・日本の「魅力」に磨きをかけることが最も本質的な観光戦略である。何もせずに放置すれば、時間とともに低下し、劣化し、衰退してしまう。
- ・観光施設や自然のスポットに限らず、そこにいくまでの道やアクセス手段、周辺の風景が同じレベルで魅力的であるためには、まち全体の統一感を持たせたデザインを施すことが必要である。
- ・これらを踏まえた政策提言として、
  - 日本の魅力を維持発展させるための予算措置を講じるべき。
  - 日本の魅力を支える人材育成のための予算措置と仕組みづくりを行うべき。
  - まち全体のデザインづくりのために官民挙げて支援すべき。
  - 交通と宿泊施設の両インフラを整備するロードマップを策定すべき。
  - 日本の観光の魅力度と持続度を計れるよう、「リピーター数」や「リピーター率」を目標の一つに加えるべき。
- ・なお、地方創生の観点から見た、まちづくりの優良事例としては、宮崎

県日南市の飢肥地区を紹介したい。古くからの城下町で、今から約 30 年前に電線の地中化を行っており、ゴミも無く、非常に景観が良い。例えば、町内会の申し合わせ事項として、建造物の建て替え時は木造にするよう求めるなど、行く度に、古くて良い街になる。また、幼少の頃から街ゆく人への挨拶が習慣づいており、ハード・ソフトの両面が備わっている。

#### 【秋元 雄史 氏】

- ・従来の美術館は、文化財の保存と公開が主な役割であったが、金沢 21 世紀美術館は、「文化によるまちづくり」という視点も加え、まちの賑わいづくりやまちの文化の醸成にも貢献していくことを目指している。
- ・来館者数は、北陸新幹線の開通前後で 1.3~1.5 倍の水準で推移しており、今年（平成 27 年）は年間約 200 万人に達する予定。内訳は、リピート率の高い地元の人々が 3 割、県外の人（旅行者）が 7 割。
- ・文化施設は、オープン当初に人は来るものの、それが維持向上されるのは難しいのが通常である。運営面で成功させるためには、途中で方針を変えたりせず、その美術館の個性（オリジナリティ）を活かし、そこに行かないと味わえないコンテンツを提供することが重要である。
- ・21 世紀美術館で行っているプログラムは現代美術であり、伝統とは全く異なる、ある意味国際的な共通のテーマを海外の人とシェアしていくというスタンスである。
- ・国営の文化施設については、欧州では無料公開しているケースが散見される。例えば、国を代表する施設であれば、思い切って無料公開して、新しい日本の現代美術を発信していく場として活用してもよいのではないか。
- ・海外の富裕層という意味では、彼らの中にアートファンは多い。あまり表に出てこないが、美術館がこうした富裕層の団体客をアテンドして、伝統工芸品の購入額も各人 1 千万円になるケースも珍しくない。これらは海外のコーディネーターによってビジネスが行われている。
- ・現在、シンガポールや香港において、大規模な美術館を整備するプロジェクトが進んでおり、東アジアの歴史・文化を中心に再構築しようという大きな流れが起きている。

#### 【滝 久雄 氏】

- ・日本は、「観光立国」を超えて「観光大国」を目指す要素（美しい自然、

四季の景観、食などの文化、見るべき歴史)を既に持っており、地方は自ら、歴史や芸術・文化、食など豊富に有する資産(魅力)を磨くことが必要である。

- ・地域の観光資源を磨き上げるため、「旅育」(3~8歳児を持つ家庭の旅行に対し、旅行費の割引特典の付与、学校の出席・会社では有休扱いとし、国内旅行の活性化)を推進し、学習指導要領へ盛り込んでどうか。韓国では、レポート提出により学校を出席扱いにしていると聞いている。
- ・旅育によって旅好きな国民、おもてなし上手な国民が増えれば、国内旅行の活性化に直結し、国全体のインバウンドにも大いにプラスになる。

- ・旅行目的の柱である「芸術・文化」について、磨き上げに対する国民意識を高めるため、
  - 公共事業費の1%を芸術・文化に使う「1%フォー・アーツ」の制度化
  - 2020オリパラに向け、文化財の修復・保護に向けた予算規模を増やし、文化庁の「省」への格上げを図っていくべき。

- ・これらの磨いた「魅力」を知ってもらうため、新鮮な現地のリアルタイム情報が発信され続ける仕組みが必要である。その手段としてITを活用することが重要。

- ・近年のビザ緩和、免税制度の拡充等の国の施策に加え、円安も功を奏して前倒しで訪日客が増加している。このことは日本の良さを知ってもらうチャンスであり、リピーターの獲得になることを意識すべきである。

- ・また、訪日客数だけでなく、消費金額を上げることも重要であることから、日本の観光資源の品質の高さを活かし、富裕層・中間アッパー層に向けた商品作りも急ぐ必要がある。

- ・日本人は、ふるさとを大事にする。「フランスの美しい村構想」のように、オリジナルな食材を使用した地産地消の郷土料理や加工品が地域で購入できる、歴史的な磨く史実がある、といった条件により認可される仕組みは面白いのではないか。

- ・このほか、マイナンバーの浸透は、民泊やシェアリングエコノミーに関する不正・犯罪の防止、短期移民等の管理や配慮のしやすさなど、観光立国の追い風になることが期待される。

○蝦名内閣官房内閣審議官ご発言

- ・第4回ワーキンググループはここで閉会とする。なお、本日の議事について配布資料含めて、公開することを予定している。

以上