

第 25 回 観光戦略実行推進会議 議事要旨

1 . 日時：平成 30 年 10 月 16 日（火）17：00 - 17：30

2 . 場所：首相官邸 4 階大会議室

3 . 出席者：

（政府側）

菅内閣官房長官、石井国土交通大臣、片山地方創生担当大臣、柴山文部科学大臣、原田環境大臣、石川経済産業大臣政務官、西村内閣官房副長官（衆）、杉田内閣官房副長官（事務）、和泉内閣総理大臣補佐官、古谷内閣官房副長官補（内政担当）、田端観光庁長官、濱野内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）、和田内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）兼観光庁次長、志野外務省外務副報道官 / 大臣官房審議官（報道・広報・文化交流担当）、太田農林水産省農村振興局次長、入野日本貿易振興機構理事、櫻井独立行政法人国際交流基金理事、清野日本政府観光局理事長

（有識者・敬称略）

劉 瀟 瀟（株式会社三菱総合研究所研究員）、李容淑（関西国際大学教授・株式会社リンカイ代表取締役）、デービッド・アトキンソン（株式会社小西美術工藝社代表取締役社長）

4 . 議事概要

田端観光庁長官より資料 1 に基づき、以下のとおり説明。

【田端観光庁長官】

- ・本年 9 月の訪日外国人旅行者数は、台風第 21 号、北海道胆振東部地震等の影響により、前年比がマイナス 5.3% となった。市場別では、東南アジアや欧米豪は比較的好調である一方、訪日数全体の 4 分の 3 を占める東アジアの 4 市場が、いずれもマイナスとなった。現地ヒアリングによると、東アジアの一部市場においては、10 月も影響が残る可能性がある。
- ・台風第 21 号による被災に際しては、日本の国際拠点空港である関西空港の復旧に官民を挙げて取り組み、今月 11 日に旅客施設が本格運用に復帰したところ。こうした機を逸すること無くインバウンド需要の回復を図るため、幅広い関係者に協力をお願いして「Welcome! KANSAI, JAPAN.」キャンペーンを展開中。これら取組により、関空の国際線はすでに被災前のレベルを回復している。
- ・先月 28 日に決定された「非常時の外国人旅行者の安全・安心確保のための緊急対策」に基づき、早速、各分野で具体策を講じている。先月末の台風第 24 号接近時にも、日本政府観光局（JNTO）のコールセンターによる 24 時間多言語案内の周知、新幹線等の計画運休等の外国語での案内等を実施した。また、NHK における英語キャプションや QR コードによる NHK ワールドへの誘導といった多言語情報の展開など、新たな取組も始まっており、こうした取組を海外に向けて積極的に発信していく。
- ・北海道胆振東部地震による影響を踏まえ、「北海道ふっこう割」や航空会

社・JR等による各種割引運賃など、官民を挙げて「Welcome! HOKKAIDO, JAPAN.」キャンペーンを展開している。特に「北海道ふっこう割」については、今月1日の開始以降、売れ行きは非常に好調であり、さらにこの「ふっこう割」を活かした取組を加速化していく。

- ・訪日数を早期に回復させ、これまで以上の伸びを達成するため、市場ごとの特徴やターゲットに応じた取組を集中的に実施していく。
- ・韓国は、地震に対する抵抗感の大きい市場であり、風評被害対策が重要である。このため、最大訪日層である20～30代の若者をターゲットとした情報発信や、LCC等を対象とした航空会社との共同広告等を実施する。
- ・中国は、災害による影響が比較的小さい市場だが、関西に比べると、北海道は回復が遅れている。このため、特に北海道について、20～30代および家族旅行層をターゲットとした情報発信、旅行会社招請、航空会社等との共同広告を実施する。
- ・なお、韓国とは、先月、観光早期回復への協力を強化する「緊急アピール」を実施した。また、今月、3年ぶりに開催される日中韓観光大臣会合において、中韓両国に対し、更なる相互交流の拡大を呼びかけて参る所存。
- ・台湾も災害による影響が比較的小さい市場だが、年配層や団体旅行層に一部風評被害が残っている。このため、風評被害払拭のための情報発信、旅行会社等との共同広告を実施していく。
- ・香港も災害に対する抵抗感が大きい市場であり、風評被害を払拭することが重要。このため、最大ボリューム層である20代から40代の女性を主なターゲットとした情報発信や、航空会社との共同広告による送客促進を行っていく。

意見交換において、有識者より以下のご発言あり。

【劉瀟瀟氏】 資料（参考資料1）に基づきご発言

- ・訪日中国人の多くは個人客（FIT）とリピーターであるが、こうした層は微信（ウィーチャット）や微博（ウェイボー）といった中国のSNSから情報収集するので、いかにこうしたSNSで情報発信するかが重要。
- ・中国人は自然災害に関する理解、経験が十分でないため、今回のように連続して自然災害が発生すると不安を感じてしまう。
- ・中国ではテレビCMなどは「固い広告」と呼ばれているが、それよりもブロガーや有名人にさりげなく発言してもらった「柔らかい広告」を信用する傾向がある。
- ・こうした中国人観光客の特徴を踏まえて、3点提案したい。
- ・まずは北海道数次ビザの発行である。東北や沖縄に宿泊する観光客を対象とした有効期間3年間の数次ビザが既にあるが、同様の数次ビザを北海道でも発行することによって、話題性を喚起し、北海道の魅力と同時に打ち出していくと良いアプローチになるのではないかと。訪日中国人の訪問先は初回はゴールデンルートで、2回目以降は北海道が人気。初回の目的地が北海道になるようにすべき。
- ・次にSNSの情報発信の促進である。日本の各地で講演に行く際、日本の観光地の公式アカウントをチェックしているが、中国のSNSを使って発信しているところが限られており、勿体ない。また、自然災害への対応につい

ても中国人は経験が十分でないため、例えば、地震発生時にどう行動すれば良いかや、日本の企業等が地震発生時にどう対応するか、万が一自然災害に遭われても安心といったことについての動画を作成し、日本の自然災害への対応が素晴らしいということを発信することで、ネガティブイメージを払拭できると考える。JNTO のアカウントのように信頼性のある情報発信を行う公式アカウントも重要。秋から冬にかけては紅葉、グルメ、スキー等の魅力をブLOGGER や有名人を通じて発信すべき。一般の訪日客にもフォトコンテスト等を通じて SNS により「柔らかい」発信をしてもらうことが重要。「北海道ふっこう割」も、中国の SNS で話題になってきているが、個人客に向けてさらに浸透させるべき。また、北海道の数次ビザとの相乗効果も期待できる。

- ・最後の提案は、短期の旅行商品の開発についてである。増加するリピーター向けに、週末の休みを使って気軽に訪日してもらえそうな 2泊3日程度の旅行商品の造成をもっと支援すべき。

【李容淑氏】

- ・韓国人にとって、北海道は映画やドラマで良く取り上げられる憧れの地であり、「親孝行旅行」として、子供が両親を北海道の温泉に連れて行く。20～30代の若年層だけではなく、家族層向けの北海道ツアーもターゲットにすべき。
- ・9月は韓国からの海外旅行は好調だったが、日本向けは一連の災害でキャンセルがかなり出た。地震に対する抵抗もあり、今は韓国人旅行者は日本以外の国に行っている。単なる観光地の魅力発信だけでなく、日本には災害時には外国人のためにこういう危機管理システムがあるということを積極的に発信すべき。

【デービッド・アトキンソン氏】

- ・お二方の発言を受けて、観光地の魅力発信を強化していくべきと感じた。
- ・今年度日本政府観光局（JNTO）ではスキーのグローバルキャンペーンを展開する予定。アジアも含めてグローバルに発信していきたい。
- ・魅力発信を強化するためには、そのためのコンテンツが重要。しかしながら多言語化が進んでおらず、コンテンツが十分でないことを懸念。外国人が沢山訪れている観光地でも、多言語解説が何もないところがある。文化財や国立公園の多言語対応については、自治体とも連携しつつ、進捗管理を行いながら戦略的・計画的に進めていくべき。

○柴山文部科学大臣、石川経済産業大臣政務官、原田環境大臣、片山地方創生担当大臣、石井国土交通大臣よりご発言。主な内容は以下のとおり。

【柴山文部科学大臣】

- ・文部科学省においては、補正予算等を通じて、今般の災害により被害の生じた文化財等の復旧に全力で取り組むとともに、観光ビジョンにおいて掲げられた取組等を着実に実施していくことが重要と認識している。
- ・今ご指摘をいただいた文化財の先進的・高次元な多言語解説の整備については、例えば、日光山輪王寺において、アプリケーションやQRコードを活用した訪日外国人旅行者にもわかりやすい解説の提供に向けた取組を進

めており、更にこうした取組を推進して参りたい。

- ・また、総理からも指示のあった「日本博」について、2020年東京オリンピック・パラリンピックを契機に日本の魅力を最大限に発信し、日本を訪れる数多くの方々にこれを実感していただけるよう、スピード感を持って準備を進めていく。
- ・引き続き、日本の文化・スポーツなどコンテンツの磨き上げ、対外発信の強化に努めて参る所存。

【石川経済産業大臣政務官】

- ・経済産業省としても、地域経済の復旧・復興は早急に解決すべき重要な取り組みと認識。その上で、観光業への風評被害対策は第一歩であり、現地の被害状況の把握や対策を講じるために、北海道庁を含む関係者と議論しているところ。
- ・今後、予備費を活用し、観光庁や北海道庁、JETROと連携しながら、被災地は復旧しているというメッセージを様々な場で発信するとともに、北海道の地域産品等のプロモーションや地域ブランディング支援を行い、国内外への地域の魅力発信及び誘客支援を行って参りたい。

【原田環境大臣】

- ・環境省では、我が国の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」とし、2020年に訪日外国人国立公園利用者数を1000万人にするという目標を掲げ、国立公園満喫プロジェクトを進めているところ。
- ・海外に向けては、インスタグラム、フェイスブックなどの国立公園公式SNSのほか、JNTOと連携し、国立公園の美しい風景やアクティビティなどの魅力を発信している。また、北海道胆振東部地震後には、北海道の国立公園の安全性についても情報発信を行っているところ。
- ・目標達成に向け、国立公園の保護と利用の好循環を図りながら、エコツアーの充実や施設の多言語化などの取組をさらに加速化し、多くの訪日外国人を呼び込むことで地域の活力につなげて参る所存。
- ・有識者からご指摘があった点も踏まえ、国立公園の改善に向けて努力して参る所存。

【片山地方創生担当大臣】

- ・観光は地方創生の大きな要素の一つであるが、今回の災害は、地方の観光地において、風評被害による大きな影響をもたらしており、観光による地方創生を引き続き実現していくためには、有識者からご指摘があったとおり、正確な情報発信、プロモーションなどを通じて観光客への影響を回復させていくことが必要であり、一刻も早く取組を強化して参りたい。
- ・また、関西、北海道のウェルカムキャンペーン等を通じて実際に現地を観光していただくことは、風評被害の払拭に加え、被災地域に活力をもたらすものであることから、大変重要な取組であり、できるだけ多くの方に来ていただけるようお願いしたい。
- ・地方創生を担当する大臣としてまず鳥取を訪問し、透明度の高い海水浴場やフォトスポットなど、魅力ある観光資源があるということを確認した。日本中に観光客に来ていただける魅力があり、今回被災された地域を含む

全国津々浦々への国内外からの誘客を推進して参りたい。

【石井国土交通大臣】

- ・観光を所管する国土交通大臣として、訪日外国人旅行者数 2020 年 4000 万人等の目標達成に向けて、先月より取り組んでいる関西や北海道のウェルカムキャンペーン等の取組を通じ、訪日外国人旅行者数の早期回復を実現して参りたい。
- ・各府省庁等におかれても、日本政府観光局との連携を一層強化していただき、東アジア市場をはじめとする対外発信の強化、外国人旅行者のニーズに沿った文化・自然などの観光資源の磨き上げ等に更に力を入れて取り組んでいただくようお願いしたい。

○最後に菅内閣官房長官よりご発言。主な内容は以下のとおり。

【菅内閣官房長官】

- ・有識者の皆様には、大変お忙しい中ご出席をいただき、また、今後、この度の一連の災害に対して政府が取るべき対応策についてご指摘いただき、感謝申し上げます。
- ・本日、9月の訪日外国人旅行者数が発表されたが、東南アジアや欧米諸国が伸びているにも関わらず、中国、韓国の落ち込みが目立つ中で、大変貴重なご指摘をいただいたと考えている。
- ・各省庁におかれては、本日いただいたご指摘に対してしっかり対応していただきたい。まず、国ごとに異なる年齢層などをターゲットにしたプロモーション、ブロガーや SNS の活用、災害時の対応の改善策の周知徹底等に取り組んで、関西、北海道をはじめとする日本各地の観光の魅力と、そして、安心して旅行できる環境を、政府一丸・官民一体となって強力に発信をしていただくようお願いする。
- ・これらによって、インバウンドの勢いを取り戻し、2020 年 4000 万人の目標を実現すべく、政府を挙げて取り組んで参りたい。皆様のご協力をよろしくお願い申し上げます。

○石井国土交通大臣より閉会

- ・本日の第 25 回会合はここで閉会とする。なお、本日の議事については要旨を公開することを予定している。

以 上