

第 26 回 観光戦略実行推進会議 議事要旨

1 . 日時：平成 30 年 11 月 29 日（木）17：00 - 17：35

2 . 場所：首相官邸 2 階小ホール

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、吉川農林水産大臣、石田総務大臣、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、室本農林水産省農村振興局長、佐々木総務省大臣官房地域力創造審議官

（有識者・敬称略）

牧野友衛（トリップアドバイザー株式会社代表取締役）、梅澤高明（A.T. カーニー株式会社日本法人会長）、上山康博（一般社団法人日本ファームステイ協会代表理事・株式会社百戦錬磨代表取締役社長）、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

観光庁より地方誘客・消費拡大に向けた取組について（資料 1）、農林水産省よりインバウンド受入拡大に向けた農泊の取組状況と今後の取組について（資料 2）、総務省より地域における先進的な取組等について（資料 3）それぞれ資料に基づき、以下のとおり説明。

【田端観光庁長官】

- ・本年 10 月の訪日数は対前年同月比 1.8% 増となった。韓国等で昨年より比べ連休が短かったこと、一連の災害に伴う旅行控えが続いたこと等が要因と考えており、引き続き落ち込みの大きい東アジア市場の伸びの早期回復を図っていく。
- ・一方、欧米豪市場は、災害の影響も少なく、グローバルキャンペーンの効果で昨年よりも伸びている。ここ数年でアジアの割合が増加しているが、ポートフォリオを構築する観点からも、欧米豪市場や、中南米、中東などの新たな市場の取込みを強化していく。
- ・本日及び次回の推進会議では、観光ビジョンの実現、特に、地方誘客と消費拡大に向けた施策の方向性について、有識者の皆様から忌憚のないご意見を賜りたい。
- ・地方誘客と消費拡大に向けては、まずは地方に来ていただく、次に地方で満足していただく、さらには地方で泊まっていただく、こうした取組を促進することで、地方の消費を拡大させていくことが重要であり、これに沿った形で、まずは観光庁の施策を中心に説明させていただく。
- ・まず、地方に来ていただくため、IT の力を最大限活用し、最先端の旅行環境を実現する。
- ・情報発信については、従来の紙媒体から、個人の興味関心に直接訴求する先進的なデジタルプロモーションへと転換する。空港では顔認証により諸

手続を一元化する「One ID」の導入等により、FAST TRAVEL の実現を図る。地方までのアクセスや観光地での滞在に当たっては、利用が急増するスマートフォンを最大限活用した環境整備等を集中的に実施する。

- ・次に、地方で満足していただくため、インバウンド向けの設備投資を強化し、「稼ぐ」観光地への改革を目指す。
- ・文化財、国立公園等については、外国人に伝わる多言語解説の充実を、計画的・戦略的に進めていく。なお、文化財・国立公園については次回、文化庁・環境省からプレゼンいただく。また、「コト消費」の拡大に向けては、ナイトタイム活性化、ビーチの活用、自然体験の充実に重点的に取り組む。クルーズについても、地域の消費に繋がっていない実態を改善すべく、寄港地における観光の充実・強化等に取り組む。
- ・さらに、地方で泊まっていただくため、体験型の宿泊拠点を整備する。
- ・古民家や農泊はキーコンテンツの1つである。古民家活用により、高付加価値な宿泊施設を創出する取組が進んでおり、2020年200地域に向けてさらに取組を拡大させていく。農泊についてはこのあと農水省からプレゼンいただく。旅館も外国人に人気のあるコンテンツであり、生産性の向上により、「稼ぐ」旅館への改革を進める。こうした地域の取組を支えるため、世界水準DMOの形成・育成にも取り組む。
- ・最後に、地域の取組の推進に当たっては、自治体の役割が重要。優良事例の横展開を図ることで、国と地方の一体的な取組を推進する。

【室本農林水産省農村振興局長】

- ・2020年までの農泊500地域創出に向け、現段階で352地域を採択済み。このうち、採択からおおむね1年を経過した平成29年度の採択地区において、体制整備が遅れている23地域に当省の職員が現地指導を行った結果、205地域の全てで今年度内に農泊の実施体制が確立される見通し。
- ・一方で課題もある。1点目は農業体験に偏っていて通年性や多様性に欠ける点、2点目は協議会の構成員が農家民宿経営者が大半であって取組の広がりが点、3点目は地域の宿泊者数の実績が把握できていない点。このため、今後は観光コンテンツの多様化、協議会構成員の拡充、中核法人の経営意識の向上に取り組む。
- ・インバウンドの受入体制の整備、あるいは観光コンテンツの開発は平成29年度採択地域の約半分で進められている。今後は古民家の改修促進による宿泊の量・質・体制の向上、長期滞在を前提にした多様なコンテンツの充実、JNTOの発信力を活用した効果的なプロモーションの展開といった取組に対する支援を充実させていく。2020年の農泊地域500の創出を達成した以降の展開については、今年度内に有識者による検討会を立ち上げて、年度内に具体的な方針を決定したい。

【佐々木総務省大臣官房地域力創造審議官】

- ・城崎温泉等で知られている兵庫県豊岡市では、外国人宿泊客が5年間で40倍に増加している。
- ・豊岡市では、地域の資源・資金を活用した地域企業の初期投資に対して支援を行う「ローカル10,000プロジェクト」により、民間のバス事業者がツーリストインフォメーションを整備し、外国人向けスタッフを配置して

案内を行う等の事業を実施中。この外国人スタッフはJETプログラムのOBで、隣町で英語指導助手をしていた。

- ・また、民間企業等の社員を地方公共団体で受け入れて地域の魅力向上につながる業務に従事してもらった「地域おこし企業人交流プログラム」を活用して、宿泊予約サイトを運営する企業の社員が豊岡市に3年間勤務し、市の観光行政にマーケティング手法やWEB戦略を取り入れるなど、外国からのFITの誘致に努めてきた。
- ・ふるさと納税の平成29年度の受入実績は、約3,653億円と着実に伸びてきており、制度が国民に広く周知され、活用されていると考えている。
- ・このような中で、ふるさと納税を活用して、多くの団体が地域における観光振興に取り組んでいる。
- ・例えば、和歌山県田辺市は、ユネスコの世界文化遺産に登録された「熊野古道」を有するまちであり、熊野古道の整備・修景、多言語案内看板の設置、洋式トイレの整備、さらには同じく巡礼の道として世界遺産登録されている「サンティアゴへの巡礼道」の終点であるスペインのサンティアゴ・デ・コンポステーラ市との連携事業にふるさと納税を活用している。
- ・こうした取組もあり、市内の外国人宿泊客は、平成25年の5,480人から平成29年には36,821人と約7倍に増加している。
- ・このような地域は必ずしもインバウンド観光のメッカとは認識されていないが、着実な取組を進めている優良事例であり、地方におけるインバウンド観光の潜在的可能性を開花させるためにもその横展開を引き続き支援してまいりたい。
- ・外国人観光客が一人歩きできる環境の実現に向けて、総務省では、多言語音声翻訳技術の高度化に取り組み、スマートフォン等での翻訳を実現すべく努力してきたところ。
- ・現在は、無料のスマートフォンアプリ「Voice Tra (ボイストラ)」として試験利用を拡大しており、研究開発と大規模実証を経て、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年までに社会実装することを目指している。
- ・この技術は既に「実用レベル」に達しつつあるが、総務省としては、引き続き、翻訳精度の向上等に取り組むとともに、より使い易くするため、民間企業を中心に、来年4月、「多言語音声翻訳プラットフォーム」を立ち上げる予定。
- ・各省庁においても、言語面のバリアフリー化にご協力をお願いしたい。

意見交換において、有識者・閣僚より以下のご発言あり。

【牧野友衛氏】 資料(参考資料)に基づきご発言

- ・3点申し上げる。1点目として、弊社で提供している口コミ情報サービスの都道府県別の閲覧傾向を見ると、同じ英語圏でも国によって傾向が異なっており、オーストラリアやイギリスでは岐阜県が、アメリカでは兵庫県が上位10位に入る。各国へのプロモーションに当たってはどこが人気であるかという点を踏まえて考えるべき。
- ・2点目として、すでに日本を訪れている外国人観光客の評価を踏まえて考えるべき。外国人には、アキバフクロウやサムライミュージアムといった日本人の方が聞き慣れないような観光施設が人気であり、このようなす

に人気がある観光施設を取り上げることで効率的に観光地をPRすべき。また、人気のある観光施設の評価ポイントも踏まえる必要。例えば伏見稲荷は千本稲荷が写真映えすることが評価ポイントかと思われがちだが、実際の口コミでは長い時間ハイキングできることが評価ポイント。同じ観光施設を取り上げる場合でも、外国人からどのように評価されているかという点を踏まえてPRすべき。また、江戸東京博物館も口コミからは文化的・歴史的な理解をしたいというニーズがあることが伺える。こうした博物館等における解説文の多言語対応等の取組が非常に重要。

- ・ 3点目として、体験・コト消費に関しては、日本ではシティツアー、フードツアー、料理教室等が人気。こうした体験メニューは初期投資が少ないため、地方でも伸ばしていくべき。また、海外ではシティパス、クルーズ等が人気であるため、今後日本でもこうした体験メニューを充実させるべき。
- ・ 最後に、スマートフォンの利用に関して、先ほどの観光庁資料にもあったが、旅中（たびなか）でも情報収集のニーズがある。特に、日本に長期滞在する場合には、全てを事前に計画している訳ではないので、消費拡大の観点からは、訪日後に情報を求めている外国人観光客に対しても、体験メニューやイベント等の情報発信を積極的に行うべき。

【梅澤高明氏】

- ・ 3点申し上げる。1点目はナイトタイムエコノミー、ナイトカルチャーについて。インバウンド観光の促進という経済効果、および新しい文化の育成の両面で重要。特に地方部の観光促進施策として重要なのは、観光資源のある地域に日帰りではなく宿泊して貰い、顧客単価を上げていくこと。そのために夜間のコンテンツ開発、宿泊、飲食をセットで動線として開発することに日本全国で取り組むべき。夜間の観光コンテンツとしては、城や寺社仏閣、美術館等ユニークベニューの夜間開放、バーをホッピングしてまわる「パークロール」なども地域で宿泊する誘因になる。来年をナイトタイムエコノミー元年として宣言し、東京など主要都市ではナイトメイヤーのような機能も設置し、2020年に向けて大きな動きにしていきたいと民間側は期待しているので、政府としても力強い取り組みをお願いしたい。
- ・ 2点目は外国人材について。現在政府で特定技能の在留資格を検討中だが、観光分野において外国人材の間口を広げることは極めて重要。観光分野においては、単純労働力の確保のみならず、観光ビジネスプロデューサー人材の質・量を厚くしていくことが重要であると考えている。日本で働き始めた外国人労働者の方が、中長期でプロデューサーに育ち、日本に残っていただくキャリアパスも含めてご検討いただきたい。
- ・ 3点目はMICEについて。国際会議の開催数は東京が世界18位、大阪は156位。東京より上位にシンガポール、ソウル、香港、バンコクと来る。国際会議に参加するビジネス客は一泊当たり消費単価が多く、リピーターを獲得する入口としても重要なセグメントであり波及効果大きい。MICE施設は単体での収益性が高くないため民間だけで取り組むには限界もあり、大都市における大型MICEの誘致について政府も積極的に取り組んでいただきたい。

【上山康博氏】

- ・全国で 300 を超える地域が、農泊で地域活性化を図る地域として指定されているが、実際に観光客が宿泊可能な施設が絶対量として少ない。現在、農泊の中心はホームステイ型だが、今後は古民家、空き家、別荘、文化財、公共財含めて絶対量を増やし、地域での長期滞在を推進していくことが重要。
- ・その際に重要なのが実践者や中間支援組織の人材であり、外国人の活用が重要。地域おこし協力隊の枠組みの中で、外国人である程度マネジメントができる方々を地域に配置することが有効。
- ・私どもは城に宿泊する「城泊」(しろはく)も推進しており、長崎県の平戸など、本格的に取り組む地域が見られるようになっている。やはり地域のユニークベニューを活性化していくことが重要。こうした取組を推進するに当たっても、外国人材の活用は重要であり、政府としての支援を検討願いたい。

【デービッド・アトキンソン氏】

- ・2020年4,000万人の目標は達成の可能性が高いが、消費額は今のままでは8兆円の達成は難しい。消費額に関しては、カスタマーエクスペリエンスが改善しないと達成できないが、そのための地方の生産性向上や設備投資・整備が遅れているという実感があり、仕組みを変える必要。
- ・そのために2点申し上げる。1点目は、各省庁にカスタマーエクスペリエンスの改善に専念していただくこと。多言語対応、Wi-Fi、トイレの洋式化等の環境整備に専念いただき、発信はJNTOに任せたい。
- ・2点目はDMOについて。DMOは本来、地方に落ちるお金を創出するためにできている組織のはずだが、発信が中心になっており、地元の観光整備を行う組織になっていない。
- ・この問題を解決するために2点申し上げる。まずは、世界最高水準のDMOとして、国が期待することを明確にする必要がある。具体的には、DMOが中心となってカスタマーエクスペリエンスの向上のために、多言語化、無料Wi-Fi、トイレの洋式化などの環境整備に設備投資し、現場の改善を総合的に行うべきと考える。
- ・もう1点は、DMOに参画する企業は、交通事業者や旅行会社ではなく、地元のアクティビティ事業者や宿泊事業者などの小規模な事業者が中心となるべき。交通事業者や旅行会社だけで構成されるDMOは発信ばかり行って観光地の改善に取り組まない傾向。目標である消費額8兆円達成のためには、民間が単価を上げる必要があり、そのためにはDMOの活躍が重要。

○質疑応答の後、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貴重なご意見、ご指摘をいただき、心から感謝と御礼を申し上げる。今のご指摘を踏まえると、取り組むべきは3点と考える。
- ・第1には、外国人が日本の旅行を楽しめるよう、農泊も含め、外国語での表記、VoiceTraなどの翻訳ツール、Wi-Fi等、基本的な環境整備をスピード感を持って進めていくこと。

- ・第2には、夜間ライトアップや、クルーズ客に寄港地で楽しんでいただける体験型観光など、新しいコンテンツの導入に取り組んでいくこと。
- ・第3には、各地域において、自治体を含め官民の人材が連携し、これらの課題に取り組む体制を作っていくこと。またプロモーションについてはばらばらで行うのではなく、JNTOと緊密に連携して取り組んでいくこと。
- ・この3点について、出席の各大臣、各省庁共通の課題として考えて、縦割りに陥ることなく、しっかり対応していただきたい。観光庁を中心に積極的に協力し、良い取組が全国に広がり、真の観光立国が実現できるよう、それぞれの皆さんの協力をお願いしたい。

○石井国土交通大臣より閉会

- ・本日の第26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