

第49回～第52回分科会での主なご意見

1. 観光分野

(1) DMO

- 知名度が低い地方部では、DMOの役割がより重要。DMOを中心に、時間をかけて地方誘客やロングステイを進めることで、将来の観光のサステナビリティは高くなると考えられる。
- 広域DMOの機能をさらに強化させ、そこで経営体制をつくり実行力を高めることが重要。
- 全てのDMOに同じ役割を期待するのではなく地域ごとに、コンテンツづくり、資金調達、あるいは地域連携のチーム作りの方向性を提示するなど、観光庁からより伴走的な支援があると良いのではないか。
- 地域に根差した人材を中心とするなど地域づくりに責任が持てる体制や仕組みづくり、人材の確保が重要。
- DMO等の予算に関して、自治体からの拠出が難しいときにどう補填するかが課題。例えば国際観光旅客税財源、宿泊税財源、二重価格等の収益を活用していくなど様々に考えられる。
- 宿泊税について、負担以上の効果を出すには、その税をどう使うかが重要。宿泊税財源の活用等に関しては、DMOが果たす役割が大きいが、日本中にたくさんできているDMOがきちんと機能する必要がある。
- 補助金を出した施設・団体（DMOなど）に対して何をしたか、どんな好循環を生んだかというレポートを出してもらってもいいのではないか。
- DMOのデータの収集に際し、初期から共通の項目を入れておくことで、他地域と比較、定点・経年での分析ができる知見を得られるのではないか。また収集したデータを十分に活用できるよう、副業人材等を起用できると良い。
- MICE誘致では、地域にどのような誘致策があるか掘り下げる必要があり、そのためにはDMOの力が非常に大事。

1. 観光分野

(2) コンテンツ・体験商品

- ガイドの担い手不足について、ビジネスモデルの確立や他業種との連携を図るなど、人材の育成・発掘に向けた対応が求められるのではないか。
- 通訳者の高齢化や、AI活用により、新しい担い手が減少傾向。また通訳では生計が立てられないとの声もある。DX、AI化の導入と併せて規制緩和を実施し、人が流入しやすくなるようにすることが必要。
- 地域通訳案内士のように、地域で活躍することを後押しする取組があると良い。
- 伝統工芸など、作り手と観光客の両方に裨益するものとして地域の文化資源はコンテンツとして重要。
- 6,000万人を維持していくためには、リピーター確保は非常に重要であり、増加から維持に考え方の転換を図っていくべき。スキー場などリピートしやすい観光地の強化に資するサポートや戦略的なアプローチがあると望ましいのではないか。
- ショッピング消費の伸びがインバウンド消費額全体を引き上げている。特に地方部への波及効果を勘案すると、2030年のインバウンド旅行消費額15兆円の目標に対して、ショッピング消費の増大は重要な構成要素であり、免税制度を堅持することは大変重要。
- 荷物を預けられる設備や、自転車道の整備といった課題もあるが、自転車を使った観光を推進していくと良い。また地域周遊を促進する観光資源の一つとしてスポーツも挙げられる。
- 何でも利便性が高まれば良いわけではない。アクセスが悪いことも、却って達成感を感じる必要な項目の1つ。自治体と連携し利便性等の向上や、不便さがどの程度有効かについて、ストラテジーを考えるべき。
- 旅行の小グループ化が進み、日帰り募集型ツアーをはじめ団体・ツアー旅行の需要が減少しているが、その中でどのような対応が可能か検討する必要がある。

1. 観光分野

(3) 観光施設・宿泊施設(観光地・観光産業の構造改革)

- 今後の人団推移を踏まえて、宿泊施設数をどの程度増やしていくのかという長期的なビジョンを考える必要があるのではないか。
- 働く人の維持・増加に向け、他業種と比べて低い賃金となっている労働条件の向上が必要。適切に価格転嫁をし、旅行料金の適正化を進めることで、生産性を向上することが求められる。
- 宿泊業に関する労働生産性について、賃金が低いことが当然問題だが、その背景には非正規の方、アルバイト等の方の割合が高いという、雇用形態の構造的な問題もあると思われるため、そうした観点での分析も必要ではないか。
- 需要を分散させるだけでなく、宿泊業の生産性をあげるという観点からも、休暇の分散による旅行需要の平準化が重要。
- サービスに応じた価格転嫁と、二重価格の検討が必要。ターゲットによる価格政策を考えていく必要がある。
- 文化施設や宿泊施設の、価格の在り方の検討が急務。近年進んでいる、AI・DXを用いた効率化によって実質的な値段を上げていく、あるいは労働生産性を上げることが重要。
- 保健所によって指導内容にばらつきがあることが、宿泊施設のDX導入で支障となっている。例えば、フロントカウンターでどの業務をDX化できるという部分に違いが出てくる。保健所の指導内容が、担当者や地域ごとに異なるという現状を変えなければ、宿泊施設においてDX化の生産性はあがらない。
- 事業者・旅行者（消費者）の双方にとって望ましくない事案等への対応や災害時の安否確認体制など、適切な環境整備が必要ではないか。
- 観光地域づくりにあたって廃屋の撤去が進んでおらず、地域全体の価値を毀損している場合があり、個別の民間事業者による対応だけに留まらない取組が求められる。
- ラーニングの推進について、産学連携で取り組んでいく必要があるのではないか。

1. 観光分野

(4) 受入環境(オーバーツーリズム、安全・安心)

- 地域住民などとの間でトラブルが起きないよう、違法行為・ルール違反への厳粛な対処、災害・感染症への対応、マナーやルールなど、旅行者的心構えとしてのツーリストシップが重要。
- 地域によってはマナー違反が問題化してきている。訪日観光客のマナーをよくするための施策が重要である。
- オーバーツーリズム対策については、共通した表記などで訪日観光客をきちんと誘導できる動線を引くなどの対応策が必要。
- 海外事例を参考に、観光地に予約制を導入することは効果的。あらかじめ観光客数・訪問客数をコントロールし、混雑を回避することが重要。
- オーバーツーリズムは、受け入れ側の日本人の心証悪化だけではなく、旅行者の満足度が低下し、その観光地を忌避することで集客力が落ちるおそれも考えられる。住んでよし、訪れてよしの持続可能な観光を実現する観点からも、実効性ある対応が求められる。
- オーバーツーリズム対策のために観光施設の入場料の値上げや、税金の賦課を検討するなど、実際に地域を訪れる方にその分の費用を負担していただくことを積極的に検討していく必要がある。
- 手ぶらで観光ができるような取組を実施して、訪日観光客も地域住民も双方が交通機関に乗れるような施策を観光庁として示していく必要がある。
- 高齢者の旅行需要がコロナ前の水準に戻っていないことについて、健康上の理由に加え、移動、食事、医療などの問題もある。年齢に配慮したサポートなど、安心して旅行するための取組が進むと良いのではないか。

1. 観光分野

(5) アウトバウンド

- インバウンドとアウトバウンドとの相互性は、観光以外の航空ビジネスの継続性や国際交流等の観点からも、引き続き非常に重要な対策を強化していくべき。
- 外国人に喜んでもらいたいと、日本人が能動的に思えるかどうかは、自分が外国に行った際に親切にされた経験の有無によるところが大きく、インバウンドとアウトバウンドはセットで考えるべき。
- アウトバウンドは、コロナ前に比べて6割程度の回復にとどまっている。インバウンドとアウトバウンドのシナジー効果をどうつくるか。JNTOの機能がインバウンドに集中しているため、両方を手がけることができる状況にすることが大事。
- 海外渡航率・パスポート保有率が低調であり、何らか対応策が必要ではないか。

(6) 財源

- 現状、観光振興を支える公的投資が不足しており、課題への対応や新規投資を積極的に行うことができていない。投資の好循環サイクルを回すことに加え、観光事業の拡大による新たな負荷の解消やインフラの拡充を図るには新たな財源が必要。
- 國際觀光旅客稅額は、情報をトラックしつつ値上げをしていくことを考えると良い。
- 國際觀光旅客稅は日本人からも徵収されていることを踏まえると、日本人への還元が明確に理解されることで納得感が得られる、という側面もある。
- DMO等の予算に関して、自治体からの拠出が難しいときにどう補填するかが課題。例えば國際觀光旅客稅財源、宿泊稅財源、二重価格等の収益を活用していくなど様々に考えられる。【再掲（p.2）】
- オーバーツーリズム対策のために観光施設の入場料の値上げや、税金の賦課を検討するなど、実際に地域を訪れる方にその分の費用を負担していただくことを積極的に検討していく必要がある。【再掲（p.5）】
- MICEを開催するための施設改修・新設や、国内へのイベント誘致に係る資金を拠出するための枠組づくりなどの支援が望ましいのではないか。

(1) 空港・航空

- 人手不足や施設整備の遅れといった制約が大きい中で、あらゆる課題に全国の空港が一律に対応することは困難。限られた資源を重点的に投下するためにも、目標の定量的な分解と、対応の優先順位の設定が不可欠。
- 空港施設の処理能力だけでなく、入国審査・手荷物処理・交通アクセス・サービス人材など関連インフラの対応可能性を含めた検討が不可欠。仮に現在の主要空港での対応が難しい場合、「第三の受け入れ空港」の候補となり得る空港を明確化し、整備・分担の方向性を定める必要がある。
- 受け入れ体制の視点からの具体的なブレイクダウンが求められる。現在は成田・羽田・関西国際空港の3空港で、空路でくる訪日客のうち約7割を受け入れており、これに福岡・新千歳・那覇空港が続く。将来的に6,000万人規模の訪日客を迎える場合、現在の割合で受け入れが可能かどうかを精査する必要がある。
- インバウンド6,000万人の目標に向けて、航空路線や空港整備の観点も含めて、このような対策を行っているため6,000万人が来ても問題ない、と言えるような姿を見せていく必要がある。
- インバウンド6,000万人を受け入れるにあたり、航空機燃料の安定的な確保や、グラハム機材の継続的な増強・更新等が必要ではないか。
- 地方空港における航空便数が不足している。地方空港の拡大が地方誘客の鍵となるのではないか。
- 地方誘客を推進する観点からも、日本の地方空港から海外に直行便を結ぶのではなく、国内のハブ空港と地方空港の接続性・利便性を高める必要があるのではないか。また、国際線と国内線をスムーズに乗り継ぐ環境が整備されれば国内移動に空路を利用する動機付けになるのではないか。
- AIや、DXのスタートアップ企業も活用して、民間投資を通じて地方空港の活用のために資金を投入していくことも考えるべき。

(1) 空港・航空

- 自動化・無人化機器の導入やC I Qの効率化、税関申告のセルフサービスの推進をはじめ、ストレスフリーな移動環境の実現を図り、首都圏空港の機能強化を推進する必要がある。
- 国や地方公共団体と連携し、大都市圏以外の地方路線のネットワークの拡充や、拠点空港・地方空港の受入体制を強化・拡大することが重要。
- 航空業界における人材不足の解消に向け、人材確保・育成と労働環境の改善が必要。同時に、外国人労働者の受け入れの推進も重要。

(2) 港湾・クルーズ・旅客船

- クルーズは新しい観光の魅力を提示し、国内旅行の需要を喚起するとともに、宿泊施設が少ない地域への誘客等にも効果があるなど地域への経済波及効果が見込まれる観光市場。日本人のクルーズ人口100万人という共通目標を、クルーズ会社や地域等の関係者間で共有し、クルーズ船の地方寄港の促進のための地域との連携強化やプロモーションを着実に推進していく必要がある。

2. 交通分野

(3) 長距離移動

- 構造的な問題として、国内の交通機関の運賃が全体的に低い。航空便国内線については、週の前半は空席が多く低価格で売り出しているが、安く売る必要があるのか。平日を中心に、国内線をインバウンドの方に使ってもらえるよう促進していくなど、観光産業と交通産業、全体的に考えていく必要がある。
- 現在、訪日外国人の国内線利用は全体の2～4%にとどまっており、十分に活用されているとは言えない。特にリピーター層を対象に、陸路でのアクセスが不便な地域への空路移動を促進することで、地方への誘客を可能にし、観光需要の分散が期待される。
- インバウンドによる航空路線の利用拡大は、地方住民の生活交通としての航空ネットワーク維持にも貢献する。空路を活用した地方誘客政策は、オーバー・ツーリズム緩和と地方交通の持続性確保の双方に資するものであり、今後の観光戦略の中核に据えるべき施策の一つと考える。

2. 交通分野

(4) 二次交通

- 全国各地の素晴らしい観光地を訪れることができるよう、海外からの大きなルートと、面としての観光地、観光地までの二次交通の三つをつなぎ、面的・線的の双方で基盤を整備すべき。
- 地方誘客は、地方の公共交通機関の利用者増加の点からも期待されているが、同時に観光と住民の利用が重なる場合もしくは異なる場合もあるため、個別の状況を踏まえ最適な交通の実現の在り方を図ることが必要。
- 観光地の駐車場の確保は重要。時期によって混雑度も異なるので、単に大きな駐車場を確保するのではなく、自治体や地域住民と連携し、理解を得た上で、スポット的に確保できる駐車場を準備するなど、対応を検討する必要がある。
- 運転手不足について、自動運転の本格運行に向けた取組を進めつつ、外国人運転手を受け入れる取組が重要。
- ライドシェアは二次交通を支える手段となるはず。全部一斉に進めるのは無理でも、リスクも含めて許容できた地域において進めていくことが必要ではないか。
- 白タクなど違法な営業の根絶に向けた抜本的な対策も重要。

3. 次期基本計画策定にあたって

- インバウンドに対する国民の雰囲気が少しずつ変わりつつある、だからこそ、インバウンドを呼び込むことで日本経済に良い影響があることを強調し、観光の意義を説明していく必要がある。
- 住んでよし/訪れてよしの観光地域づくりのためには、訪日外国人・日本人の双方とのコミュニケーションが不可欠。訪日外国人に対しては、日本に入ってくる段階で日本でのマナーを伝える必要があり、日本国内の居住者に対しては、観光の意義を伝える必要がある。観光による消費によって、地域で飲食店が継続して成り立ち、地域がより住みやすくなっている側面がある。こうした観光の意義を発信すべきDMOと、観光業界外の人とのコミュニケーション量が少ない。地域住民も巻き込んだコミュニケーションが求められる。
- インバウンド6,000万人と日本国民の間でコンフリクトが生じないよう、人流の流れやインフラ、コミュニケーションのあり方を考える必要がある。
- 観光振興を図ることについて、経済的な裨益や地方創生といったことだけでなく、人と人とのコミュニケーションなど、観光客を受け入れる側にも残る社会的な側面からの観光の意義が基本計画に盛り込めると良いのではないか。
- 観光立国を目指すことを国民が受け入れられるか、環境を受け入れて喜べるような方策を講じることが最重要。
- 2030年までの5年間は、観光振興が、地域住民の満足度向上に重きを置くべきだと考えている。
- 観光立国とは強い観光産業を育てる事であって、インバウンドだけを増やすということではない。公的なサポートはいずれも産業を強くするためのサポートであって、健全な競争環境を阻害しないようにするという視点が重要
- 観光は戦略実現のツールである。例えば伝統芸能の継承、コンテンツ産業の育成、タクシー不足や二次交通の課題解消など、省庁間で連携し、観光との掛け合わせで実現・解決するという観点で、議論を進められると良い。

3. 次期基本計画策定にあたって

- インバウンド 6,000 万人は目指すべき目標として取り組みながらも、インバウンド需要が一時のブームにならないよう、どのようにそれを維持するかということに政策の目線・視点を切り替えていくべきではないか。同時に、増加するインバウンドを受け入れて持続的に経営できるように観光産業の足腰を鍛えることが重要。
- 目指すべき目標について、旅行者数と消費額、どちらをメインで据えるのかによっても戦略が変わってくるため、どちらかに舵を切ることも考えられるのではないか。
- 日本人の国内旅行消費額、インバウンド旅行消費額を合算した、国内全体での旅行消費額の内訳に対して、目標を持つことが重要ではないか。どの程度のお金が地域に落ちているかという視点を持つべき。
- インバウンドの地方誘客について、世代ごとの傾向を踏まえ、ターゲットを明確にして取り組む必要がある。
- 人手や資金がもっと必要であるのは全産業共通である。明確なメリハリや優先順位付けが必要。
- ボトルネックとは、おそらくこの先解消できない問題であり、解消することを目的に議論を始めるとゴールが見えなくなる。すぐにでも解消しなければいけない問題と、緩和しながら対処していく問題に分けて考えなければいけない。
- 2023年に策定した新時代のインバウンド拡大アクションプランを、より実効性を持たせて拡大していくというのがMICE分野で非常に大事。