

地方創生 ツーリズムと

第2回 PIフォーラムダイジェスト

第2回 政策提言「インバウンドを地方創生に活かす」

ワークショップ開催レポート

提言発信

■これまでのPIフォーラム開催・提言発信の実績

	期間	テーマ	PIフォーラム開催日	提言発信	PIレポート発行
第1回シリーズ	2018年4月～ 2018年6月	これからの働き方改革	2018年4月13日	2018年7月	2018年7月(vol.1)
第2回シリーズ	2018年7月～ 2018年10月	ツーリズムと地方創生	2018年7月26日	2018年11月	2018年11月(vol.2)

■今後のPIフォーラム開催・提言発信のスケジュール

	期間	テーマ	PIフォーラム開催日	提言発信	PIレポート発行
第3回シリーズ	2018年11月～ 2019年2月	ベンチャーと規制改革	2018年11月27日	2019年2月	2019年3月予定(vol.3)
第4回シリーズ	2019年1月	世界と日本の2019年の展望	2019年1月17日	2019年2月	2019年3月予定(vol.3)
第5回シリーズ	2019年4月～6月	女性活躍	2019年4月予定	2019年7月予定	2019年7月予定(vol.4)

※内容は変更となる場合がございます。

調査発表

■これまでの調査発表の実績

	発表日	タイトル
第1回調査	2018年10月18日	就職活動のあり方に関する学生意識調査

■今後の調査発表のスケジュール

	発表日	タイトル
第2回調査	2018年11月下旬(予定)	入管法改正に関する外国人意識調査(仮)
第3回調査	2018年12月上旬(予定)	国家戦略特区でハウスキーピングに従事する外国人意識調査(仮)

パソナ総合研究所
Pasona Institute

株式会社パソナグループ
〒100-8228 東京都千代田区大手町2-6-2 JOB HUB SQUARE
URL www.pasonagroup.co.jp/pi/ Mail pi@pasonagroup.co.jp



Contents

- 02 **【第2回 PIフォーラムダイジェスト】**
ツーリズムと地方創生
- 07 **【第2回 政策提言】POLICY ADVICE**
インバウンドを地方創生に活かす
免税カードを導入して
インバウンドのビッグデータを
ALL JAPANで活用!
- 10 **ワークショップ**
開催レポート

ビジョン

「社会の問題点を解決する」という理念を達成するために、幅広い分野の専門家の英知を集結。以下の3つの理念の下に研究・提言・知的交流・情報発信などを行います。



コンセプト

英知が結集した、**積極発信型**プラットフォーム

特徴

パソナ総合研究所は、シンクタンクではなく“Do Tank”です。考えるだけでなく動き、独立型の研究所として、自らの問題意識を元に、社会のあり方の改革に向けた“発信”を行います。個別の問題から社会システムまであらゆる規模のトピックスを扱い「社会の問題点を解決する」提言をして参ります。

ツーリズムと地方創生

ゲストプレゼンテーション ① Guest Presentation 1

インバウンド観光の現状と課題



矢ヶ崎 紀子氏
東洋大学 国際観光学部 教授

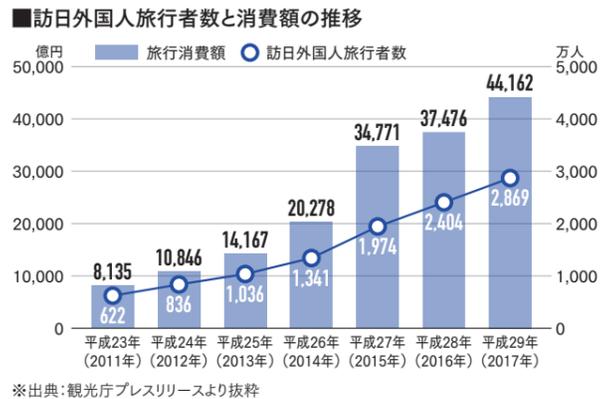
Profile
昭和62年住友銀行入行。平成元年株式会社日本総合研究所上席主任研究員。平成20年観光庁参事官(観光経済担当)。平成23年首都大学東京 都市環境学部特任准教授。平成26年より現職。日本貨物鉄道株式会社取締役。国土交通省交通政策審議会委員、国土審議会特別委員。文部科学省中央教育審議会専門委員。近著に「インバウンド観光入門」(晃洋書房)等。専門分野は観光政策論及び観光産業論。

昨年(2017年)の訪日外国人旅行者数は2869万人。今年一部ではインバウンドバブルと言われる

ほどになっている。また、訪日外国人消費(2017年)は4.4兆円に達した。訪日外国人消費は日本のサービス産業が外需を獲得するという意味で「輸出」であり、いまや自動車、化学に次ぐ稼ぎ手になっている。

訪日外国人旅行者の国別内訳をみると、中国が最も多く736万人、続いて韓国、台湾、香港、米国の順であり、東アジア(74.2%)に東南アジアとインドを加えると、8割〜9割をアジアが占めている。観光理論によれば、インバウンドの第一段階は「近隣国・高頻度」であり、すでにこの段階に到達した日本にとっては、遠隔国・長期滞在の外国人旅行者をどのように増やすかが課題になっている。

一方、都道府県別の外国人延べ宿泊者数の速報値(2017年)を見ると、全



7800万人泊のうち東京、大阪、京都で47%(3633万人泊)を占めている。首都・商都・古都巡りは海外旅行の「ゴールデンルート」だからであり、とりわけ日本では世界に誇る定時高速大量輸送の新幹線が3都市をつなぎ、かつその途中に富士山があるからである。



矢ヶ崎 紀子氏



山田啓二氏



岩井卓也氏



竹中平蔵



《パネラー》
前京都府知事・京都産業大学 教授:山田啓二氏
東洋大学国際観光学部 教授:矢ヶ崎紀子氏
仙台国際空港株式会社 代表取締役社長:岩井卓也氏

《モデレータ》
パソナ総合研究所 所長:竹中平蔵(株式会社パソナグループ取締役会長)
1951年和歌山県生まれ。慶應義塾大学名誉教授、東洋大学教授。博士(経済学)。一橋大学経済学部卒業後、73年日本開発銀行入行、81年に退職後、ハーバード大学客員准教授、慶應義塾大学総合政策学部教授などを務める。01年より小泉内閣の国務大臣を歴任。公益社団法人日本経済研究センター研究顧問、アカデミーヒルズ理事長、オリックス(株)社外取締役等を兼職。

第2回 PIフォーラム概要

日時/2018年7月26日(木)
17:00~19:30
会場/TRAVEL HUB MIX
東京都千代田区大手町2-6-2
JOB HUB SQUARE 1階
参加者/100名
内容/[第2回 PIフォーラム]
パネルディスカッション
「ツーリズムと地方創生」

「海の京都」の展開

【活性化に向けた課題】

- 観光関係者だけのPRに限界
- 地域単位での取組が多い
- 地域の魅力を十分にPRできていない
- 時代の変化(インターネットの普及等)

↓
関係7市町と京都府が結束し、「海」をキーワードとしてアピール!

「海の京都」の展開

【海の京都の戦略】

- 1.発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成
- 2.戦略拠点を結ぶ観光交流基盤の整備
- 3.戦略的な広域観光プロモーション

↓
平成26年7月 近畿圏で初めて観光圏に認定

↓
平成27年7月 海の京都博の開催

海の京都博の成果を踏まえ、DMO設立へ

【海の京都博の成果】

海の京都博開催期間中の来場者数約**500万人**
 (前年同期比:**22%増**/2015.7.18~11.15)

↓
平成28年6月28日 海の京都DMOを設立

- 各市町の観光協会が、圏域DMOとして統合参加【全国初】
- 地域主導・民主導の観光地域づくりの推進
- 海の京都全体で地域格差が生じないよう、サービス水準の向上を図る

※出典:山田氏資料より作成

交通システムの整備である。そして、「海の京都」というコンセプトによる戦略的な広域観光プロモーションを展開し、平成26(2014)年7月には近畿圏で初めて、観光圏整備法に基づく「観光圏」に認定された。宿泊・滞在が推奨される地域として国のお墨付きを得たわけである。

さらに、平成27(2015)年7月には「海の京都博」を開催した。箱もの(パビリオン)を造るのではなく、それぞれの観光地のイベントを連携的に開催する「まち博」である。また、同じ年の4月には、道の駅「丹後あじわいの郷」をリニューアルして、「丹後大國「食のみやこ」」をオープンした。こだわりの丹後の食材を生かしたレストラン展開や商品開発・販売を行うとともに「食」にかかわる地域人材育成の場であり、丹後観光のゲートウェイとしての情報発信基地でもある「丹後大國「食のみやこ」」の利用者数は、平成27年度累計で4倍に増え、北部主要観光地の来場者数は約3割増加した。

また、せつかく一体となった地域を再びばらばらにしないために、圏野古道などのように、仮にアクセスが不便であっても誰もが一生に一度は訪れてみたいと考えるようなエッジの立った魅力をもつ世界水準のDestinationになるか、あるいは、すでに国外でもよく知られている地域と広域連携を組んでいくかを選択しなければならぬということである。とりわけ後者の場合は、地方空港への定期国際便の就航やクルーズ船の誘致などの戦略が必要であり、弱者連合にならない座組を考え、滞在や周遊における自らの地域の役割を明確にしておく必要がある。

さらに、地域にとっては、外国人旅行者数だけではなく、地域内消費額を増加させ、域内調達率を高めていくことが重要である。また、価格競争に陥らずに、地域にとつての上客を見極めて、そこに資源を集中していくことが必要である。

観光振興による地域活性化を成し遂げるためには、以下の3点が重要である。第一に、リピーター確保や滞在時間



訪日外国人旅行者の地方誘客の道筋

インバウンド観光に取り組む地域内合意と体制づくり(DMO)

ターゲット戦略と差別化されたコンテンツづくり

1 世界水準のデスティネーション

北海道、沖縄県、福岡県、金沢市、高山市、地獄谷温泉、高野山・熊野古道、しまなみ海道・・・

2 広域連携による誘客

- ・地方空港への定期国際便就航
- ・外航クルーズ船の寄港
- ・弱者連合にならない座組み
- ・滞在 → 宿泊施設の充実
- ・周遊 → 域内交通の利便性

観光振興→地域経済活性化の道筋

観光消費額の増加と需要平準化

- ・ターゲット戦略
- ・リピーター確保
- ・滞在時間の長期化

域内循環の強化(地場産業の強化)

- ・地産地消
- ・加工力向上
- ・企業間連携

地域産業ブランド強化(移出/輸出力向上)

- ・観光のブランドの活用
- ・地域のファンづくり

※出典:矢ヶ崎氏資料より作成

海の京都

ゲストプレゼンテーション②



山田 啓二氏
 前京都府知事・京都産業大学教授

京都は今まさにOver Tourismになっており、祇園はほとんどテーマパーク状態、着物姿の人はほぼ外国人という状況になっている。しかし、それは京都市

ゲストプレゼンテーション③

の話であり、京都府北部では観光客が伸び悩んでいた。その原因は、京都府北部のイメージが明確でないことにより、各市町村の観光協会がばらばらに観光プロモーションを行っていたことにあった。

日本海に面した京都北部地域は、古来より大陸文化の交流の窓口として栄えた歴史を持つ素晴らしい海がある。そこで、私は京都府知事の時に、「海の京都」という単一のイメージで京都府北部4市2町を観光ゾーンとしてアピールすることにした。もちろん、反対も多く、「海だけではない。山もある。森もある」と言う人も少なくなかった。また、綾部や福知山など「海がない」地域は参加に消極的だった。しかし、「海の京都」を売り出すために、各市町村に戦略拠点をづくり、各戦略拠点を結ぶ観光交流基盤を整備した。例えば、京都縦貫自動車道や京都丹後鉄道、そして、クルーズの拠点港としての京都舞鶴港などの

仙台空港民営化と仙台国際空港の取り組み



岩井 卓也氏
 仙台国際空港株式会社代表取締役社長

コンドミニアや食堂は夜遅くまでは営業していないからである。したがって、宿泊・関連施設の充実が喫緊の課題であり、道の駅ごとに新しいホテルを展開することも考えられる。

実は、「海の京都」を実施するにあたって、私は2つの点に留意した。一つは「海の京都」というネーミングにこだわった

の長期化などにより観光消費額を増やすとともに、季節変動を少なくして需要を平準化すること。第二に、地産地消・加工力向上・企業間連携などによって域内循環の強化(地場産業強化)を図ること。そして、第三に、観光を目的とするだけではなく観光を手段として使うことによって地域産業ブランドを強化することである。

ビザ緩和や旅行業法改正など、必要



②多様な主体との「連携の輪(和)」を拡げていくことによって「600万人・5万トン」を実現するという明確な目標が掲げられたからである。

以前の仙台空港は、旅客ターミナルと貨物ターミナルを第三セクターが運営し、国の外郭団体が駐車場の管理・運営し、滑走路などの地上部分の管理・整備は国が担当していた。しかし民営化後は、引き続き国が管理する航空管制とC(Custom)・税関(Q)、I(Immigration)・入国管理)、Q(Quarantine)・検疫)を除くすべての業務を仙台国際空港が一体的に行っている。その結果として、地域の発展と空港の発展の両方を目指すことができるようになった。エアラインをビジネスパートナーとして捉えてリスクをシェアするwin-winの関係構築するとともに、地域と空港が一緒になって航空需要を創出していくことができるようになった。空港が観光のプラットフォームとしての役割を担うことができるようになったのである。

さて、東日本大震災の後、日本の各地ではいろいろな気づきや実務の進展があり、訪日外国人旅行者2869万人が達成されたのだが、その間、東北の被災地では、仮設住宅を建て、かさ上げを行い、防波堤を造り、幹線道路の引き直しを行っていた。そのため、インバウンド対策は遅れた。現在の東北6県のインバウンド・シェアは1.2%にすぎないが、人口は全国の9%、GDPは6%を占めているので、そこに大いなる伸びしろがあると考えられる。

例えば、日本で唯一の都道府県連合である「関西広域連合」をつくり、関西全体の観光本部としてDMOをつくりました。**竹中** 京都と大阪と神戸は仲が悪いとよく言われますが、だからこそ広域DMOが重要だということですね。

ツーリズム振興と規制緩和

竹中 ところで、仙台空港の民営化はまさにコンセクションです。PFI法(民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律)が改正されて「公共施設等運営権」が新たに追加されたのは民主党政権時代の2011年6月のことですが、残念なことに民主党政権は使わなかった。実際に運用をはじめたのは安倍政権になってからのことですが、まだまださまざまな制度的制約が残っていました。例えば、これまで民間人は空港の管制塔や滑走路の整備をしたことがないので、公務員に意向してもらわなければいけないわけですが、そのためには公務員法を変える必要があるということでは法改正も行われませんでした。

岩井 空港会社としていえば、コンセクションの規制改革についての要望はたくさんあります。また、東北復興観光交付金という補助金があり、毎年30億円、3年間で100億円の補助が東北6県に出されたのですが、東北運輸局の取りまとめによれば、400近い事業が採択されていて、1事業当たり



仙台国際空港は、「東北の空を世界の空へ」をコーポレートミッションに、昨年度は年間利用客数343万人と開港以来最高の旅客数を達成し、今年度はそれを上回る369万人を目標としている。また、東北6県の外国人宿泊者数も昨年度は94万5580人泊(前年度比46%増)となり、仙台の街中にもごく普通に外国人旅行者の姿が見られるようになった。

エアポートセールの結果、例えば、台北便は夏場週2便から週10便、冬場は週4便から週12便に増えている。搭乗率はまったく問題ないので、ある程度のところまでは供給が必要をつくるという面もあることを実感している。

2017年3月のダイヤ改正でアークセス鉄道を40往復80本から43往復86本に増やし、利便性の向上を図っている。また、地域のバス会社との関係性を重視して、会津若松や平泉、山形、花巻など東北の主要な観光地と空港を直行バスで結びアクセスの向上も図っている。さらに、到着エリアに「みちのく観光案内所」を設置して、鉄道・バスのチケット



800万円です。民間企業では、マーケティング予算はまとめて使うのが常道ですから、やはり大変な税金の無駄遣いといわざるを得ません。せっかく広域DMOをつくるというところまで来たので、広域DMOにまとめて渡すとか、あるいは広域DMOが事業案件を審査するようにしたら、もっと顧客の心が届くようなプロモーションができるようになるはずですよ。

ト販売や宿泊予約など多言語対応の広域案内を提供している。

隣県の山形県の事業委託を受け、山形県へのインバウンド誘客の取り組みも行っているが、こういうことができるのも空港民営化の利点である。また、海外では「スターしか認知されない」ので、東北復興アドバイザリー会議では東北全体を「スノーリゾート」としてブランド化し発信することを提案したところ、観光庁の予算執行に反映されることになった。

ディスカッション Discussion

DMOの役割が重要

竹中 ツーリズムと地方創生を「政策提言」という点で考えると、DMO(Destination Management Organization)の役割はきわめて重要だと思います。実は、ツーリズムが注目されるようになってからDMOという言葉が定着し、観光庁も昨年からの予算を取ってDMOの推進をはかっています。

矢ヶ崎 国が進めているDMOのメインの政策を見ると組織づくりに重点がおかれているようにみえますが、そもそもDMOとして重要なことは地域をまとめ、経験と勘と度胸で行ってきたこれまでの観光ではなく、科学的なマーケティングができるような力をつけることなのでその点を忘れてはならないと思います。**竹中** 実は、日本のツーリズム政策に

竹中 まさにわれわれがずっと議論していることですが、残念ながら「効果」よりも「配る」という行為そのものに政治的意味があるというのが日本の行政の特徴の一つになっているのが現実です。また、ツーリズムに関する規制については、日本ではウーバーが基本的に使えないことや、今年(2018年)6月15日から「住宅宿泊事業法(民泊新法)」が施行されましたが、そこに登録されている件数は極めて少ないのが現状です。いったい国はいつまで規制をかけ続けるのか、というのが素朴な疑問としてあります。

矢ヶ崎 民泊がなぜ必要かといえば、宿泊施設の魅力の多様性が欲しいからです。ホテルという画的で安心できるサービスを好む人もいますが、世界のミレニウム世代はもっといろいろなところに泊まってみたいという強い願望を持っています。つまり、宿泊の楽しみの多様性を確保するためにも民泊を健全に伸ばしていく必要があるということです。また、質の高い観光ガイドが日本には決定的に不足しているので、例えば社会経験豊富で多様な趣味を持っているシニア世代に期待したいと思っています。

竹中 ガイドについては、規制緩和の中でもいろいろな議論が出ていて、仮にガイドの資格を持っていないでも、留学帰りの若い人と地元の高齢者の高年齢者がペアになって行うというような仕組みも考えられます。**山田** 規制については、文化財に対する日本の規制が厳し過ぎます。スペインでは、アルハンブラ宮殿の中にもホテ

については、私が政府の中にいたときに、当時の福田康夫官房長官に「福田委員会」をつくっていただいたところから始まり、そこから小泉内閣のときに「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が始まり、そのなかでDMOが話題に上り、第二次安倍内閣のときに「観光立国推進基本法」が成立・施行されたという経緯があります。当時の日本の国立大学には観光学部はなく、その後、琉球大学と山口大学にできたわけですが、オーストラリアの大学の7割には観光学部がありました。そういうリソースが日本の各地域にあれば、DMOももう少し違ってくるはずですよ。

矢ヶ崎 特にインバウンドの分野で勝負できるDMOの力が重要になっていきます。例えば、海外のDMO職員はマーケティングの修士号を持っている人が多いので、そういう人たちと伍していくことができる人材が、DMOのなかの重要なポストを占め、周りを育てながら引張っていくような組織にしていきたいと思います。

竹中 山田さんは京都府知事として行政の責任者として大変ご苦労されて、見事に実績を上げられたわけですが、DMOの人材についてはどう思われますか。**山田** やはり最も大切なのはリーダーシップであり、ひざ詰めで話して説得をしていく人たちと、それをトップが多層的にうまく使うということです。また、できるだけ外部の人間を活用することも重要だと思います。私は知事としてそういうことを行ったわけですが、例

ルがありますが、日本では重要文化財では火気厳禁ですから料理はできない。そして修復に際しても、徹底的に昔のとおりに修復するしかありませんから、ホテルには利用はできません。

竹中 先日、国の重要文化財になっている旧奈良少年刑務所がコンセクションによってホテルとして生まれ変わることで決まりましたが、日本各地にある同様の資産を活用することは、地方創生の大きな力になるはずですよ。

岩井 城のホテルもいいですね。**竹中** ヨーロッパには古城ホテルがたくさんありますからね。

さて、本日は、お三方に素晴らしいプレゼンテーションをしていただき、パネルディスカッションでは、「政策提言」という観点からツーリズムについて議論してきましたが、最後に指摘したいことがあります。それは、外国人が日本に来て持つ不満の一つにキャッシュレス化が進んでいないことがあるということです。中国のキャッシュレス化はすでに6割に達していますが、日本は2割にすぎません。日本の都会ではほとんどの店でクレジットカードは使えますが、地方に行くときクレジットカードすら使えない店がたくさんあります。キャッシュレス決済があつてはじめてさまざまなビッグデータが蓄積され、観光に関するデータ分析もできるようになります。キャッシュレス化は「ツーリズムと地方創生」を考えると、重要な課題になっていると思います。本日はありがとうございました。

インバウンドを地方創生に活かす

免税カードを導入して インバウンドのビッグデータを ALL JAPANで活用！



はじめに

○欧州のように文化・歴史的遺産に富む国々では、インバウンド消費が名目GDPの1.5%～2.5%程度を占め、国内経済で一定の割合を占めるだけでなく、歴史遺産や自然環境を活かし観光を地域経済の中心にする街づくりが多く地域でなされています。また、近年ではシンガポールやドバイのように歴史的遺産は少なくとも、地域のゲートウェイとして多くの海外からの訪問者を引き寄せる都市づくりを行い成功するケースも出てきました。

○我が国も、現在の安倍政権の下でビザの緩和などの諸施策を進めた結果、2012年に836万人であった訪日外国旅行者(インバウンド客)は2017年には2869万人へと3倍強に増加しました。これに伴い、インバウンド客による旅行消費額も2017年に輸出では自動車・化学製品に次ぐ第三位の4兆円超に上り、2020年にインバウンド客が目標4000万人に達すれば単純計算で6兆円を超えGDP1%を上回る規模に達する見込みです。

○しかしながら、こうしたインバウンド客の訪問先・宿泊先をみると、東京・大阪などの大都市や京都など歴史的遺産が豊富な地域に偏在し、必ずしも周辺地域に広がっていません。これから、2019年ラグビーW杯、2020年東京オリンピック・パラリンピック、2025年大阪万博(立候補中)と国際イベントが目白押しの中、今がインバウンドの効果を生かすチャンスかもしれません。

○このように海外勢がインバウンド客に関するビッグデータを蓄積しそれをマーケティングに活用する一方、我が国にはインバウンド客に関するビッグデータを持っていないプラットフォームは存在していません。このため、国内の民間事業



者にとってはインバウンド客に関する動向を把握することは困難で、魅力的なサービスの発掘や効果的な情報発信をしなくてはならない状況に陥っています。国内事業者がインバウンド客のビッグデータを積極的に活用できるようなプラットフォームを国内に持つことが、インバウンドの効果を生かすために極めて重要になっていきます。

○インバウンド客に対して地域の魅力を発掘し観光ルートの情報発信を行うには、DMO(Destination Management Organization)の役割も重要です。しかしながら、我が国のDMOはインバウンド客のデータを十分持っていないことに加え、資金基盤が弱く各自治体の補助に頼る運営を行っています。この結果、DMOが開発するルートも道府県や市町村の枠組みにとらわれざるを得ず、「昇龍道」のような例外を除けば広域的な魅力あるメニューをなかなか提供できていません。

○我が国も、現在の安倍政権の下でビザの緩和などの諸施策を進めた結果、2012年に836万人であった訪日外国旅行者(インバウンド客)は2017年には2869万人へと3倍強に増加しました。これに伴い、インバウンド客による旅行消費額も2017年に輸出では自動車・化学製品に次ぐ第三位の4兆円超に上り、2020年にインバウンド客が目標4000万人に達すれば単純計算で6兆円を超えGDP1%を上回る規模に達する見込みです。

○我が国も、現在の安倍政権の下でビザの緩和などの諸施策を進めた結果、2012年に836万人であった訪日外国旅行者(インバウンド客)は2017年には2869万人へと3倍強に増加しました。これに伴い、インバウンド客による旅行消費額も2017年に輸出では自動車・化学製品に次ぐ第三位の4兆円超に上り、2020年にインバウンド客が目標4000万人に達すれば単純計算で6兆円を超えGDP1%を上回る規模に達する見込みです。

○インバウンド客を2020年に4千万人、2030年には6千万人と増加させていく目標を達成するには、我が国にある官民の資産をフルに活用し、多様なインバウンド客に対応したサービスを提供することが不可欠です。そのためには、民間の遊休資産を活用する民泊やライドシェアなどに加え、公共資産を有効活用し民間事業者がインバウンド客にとって種々の魅力的な

サービスを提供するコンセプションなどの仕組みを更に拡げること検討すべきです。

○民泊については法整備に先行して実態が進んでしまったことが、地域コミュニティにいたらずに警戒感呼び起こす面がありました。これからは官民双方の努力で民泊を我が国に定着させていく仕組みが必要です。しかしながら、現状をみると、例えば民泊事業者に自治体が付する番号は、民泊新法による民泊、国家戦略特区による民泊、農家民泊とそれぞれ異なる全国的にも統一的に管理されていません。これは、旅館などについても当てはまりません。不正な民泊等を排除し、民間プラットフォームによる情報提供を円滑にするため、政府は民泊届出者等の共通電子基盤を構築すべきです。

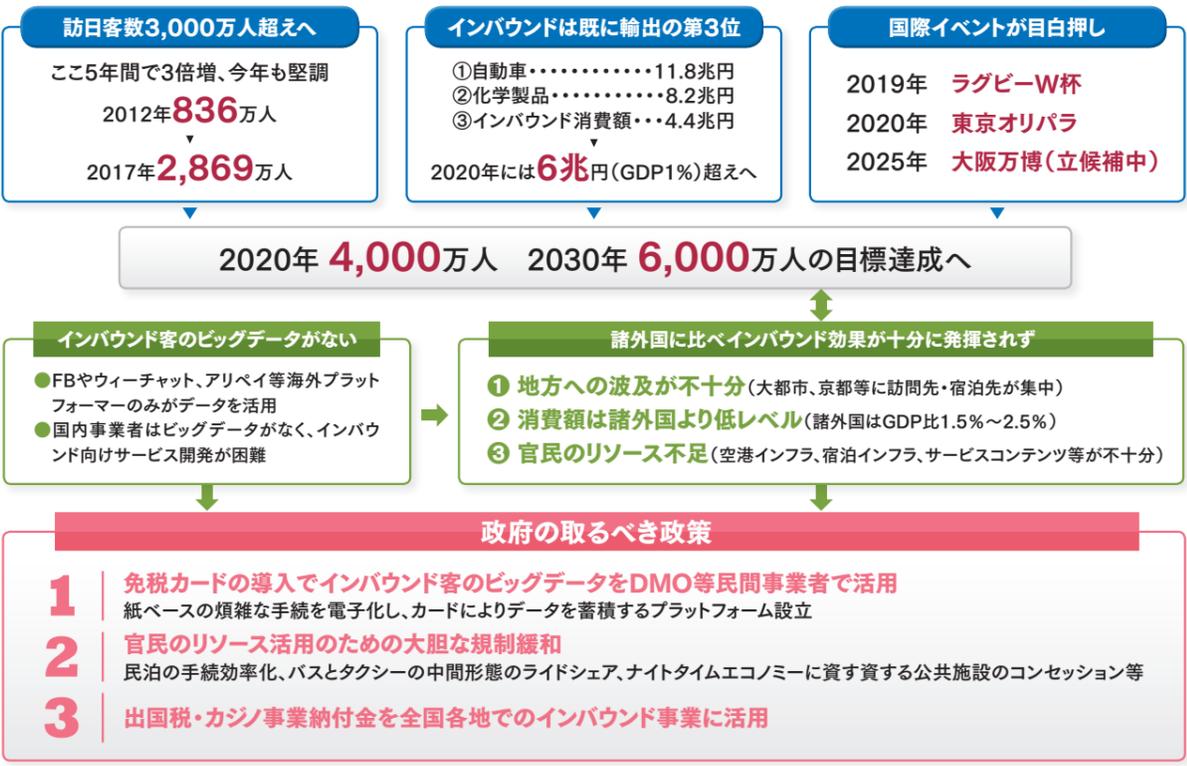
これに加えて、煩雑さが指摘される各種の手續きについての自治体側のワンストップサービス化も必要です。また、一般の旅館等とは競合しにくいホームステイ(家主居住)型の民泊については、法律による日数制限などについて家主不在型よりも大幅な規制緩和を検討すべきです。

○地方では公共交通サービスが不便なことが多く、誰もが駅やバスターミナルに着いてもタクシーが一台もないといった経験があるはず。こうした地域において、観光客を主な利用者として対象にするような形でライドシェアの大幅な規制緩和を検討すべきです。

例えば、地域限定とした上で、駅、港、バスターミナルと観光客の訪問が

政策提言「インバウンドを地方創生に活かす」

2018年11月
パソナ総研 第2回提言



見込まれるスポットのように限られた地点間に限定したバスとタクシーの中間のような形でライドシェアを認める仕組みを考へてはどうでしょう。利用者の要求に応じてどこでも行くことが出来る一般タクシーとの差別化も可能となります。更に、こうした取組みを行う地域のため、タクシーだけでなく届け出をしたドライバーによる利用が可能なアプリなどのプラットフォームを公的な補助で整備していくことも検討すべきです。

○2030年6000万人とのインバウンド客の目標達成には、羽田・成田や関空など大都市近辺の空港のキャパシティだけでは対応できず、地方空港がこれまで以上に知恵を絞って利用客を増やす努力が不可欠です。そのためには、既に行われている関空・伊丹・神戸や仙台だけでなく、より多くの空港でコンセクションを利用して民間事業者の知恵を導入していくべきです。

また、クルーズ客の利用増加を考えると、海港についてもコンセクションの活用を検討すべきでしょう。更に、我が国では多くの港が漁業港としての機能をメインに整備・運営されていますが、観光を地域経済の中心として位置付けるのであれば、ヨットハーバーやクルーズ船の入港にふさわしい景観を整備するなど観光をメインとした港づくりを転換することも検討すべきです。

○インバウンド客による経済効果を更に高めるには、諸外国のようにナイトタイムエコノミーを充実するサービスの拡充も重要です。諸外国でのインバウンド客

政府への政策提言 2 官民のリソース活用を！ 大胆な規制緩和を！

○官民のリソースのフル活用に向けて、政府は以下のような規制緩和策を実施すべきです。

- i 民泊事業の規制改革(民泊の全国データベースの整備、届け出窓口のワンストップ化、ホームステイ型民泊の日数制限の大幅緩和)
- ii 地方におけるライドシェアの特例(駅、港やバスターミナルと特定のスポット間を運行するライドシェアの大幅解禁)
- iii 民間事業者の知恵を生かすコンセクションの大幅拡大(空港に加えクルーズ航路に当たる海港への対象拡大、公共団体が所有するホール、美術館、水族館、動物園などへのコンセクションの導入)

政府への政策提言 3 出国税やカジノ事業 納付金などの財源を 広い地域に活用！

○来年1月7日より導入される出国税に加え、IR事業が始まればそれに伴う納付金もインバウンド振興策を行うための大きな財源となることが期待されます。こうした財源を入管や税関の体制整備だけでなく、先に述べた免税カードによるビッグデータのプラットフォームの整備・運用やDMOの育成など全国的な事業のために大胆に振り向けるべきです。

○加えて、東京オリパラなど国際的なイベントやIR事業などについてはイベ

の消費支出をみると娯楽サービスへの支出割合が1割を超えるのに対し、日本では3%強にすぎません。多くの劇場などがあるNYやロンドンだけでなく、シンガポールのような都市でもIR施設だけでなく、ナイトサファリなどによりナイトタイムエコノミーを盛り上げる取り組みを行っています。我が国でも、公共団体が有するホールや美術館、水族館、動物園など様々な施設についてコンセクションを利用し、民間の知恵によるソフトコンテンツを活かしたナイトタイムエコノミーの拡充を図るべきです。

IR事業はインバウンドの発展のために活用すべき

○我が国におけるIR(統合型リゾート)事業の実施については様々な議論がなされてきましたが、本年7月にIR整備法が成立し、政府はシンガポールの経験などを基に「日本型IR」の根本原則として、「単なるカジノの解禁ではなく、世界の人々を惹きつけるような我が国の魅力を高め、大人も子供も楽しめる新たな観光資源を創造するもの」を掲げています。

○諸外国をみても、古くはモナコ、最近ではシンガポール、ドバイなど必ずしも歴史遺産等に恵まれない街において人工的にインバウンド客を呼ぶような街づくりを進めた成功例があります。IRもそうした戦略の要素として捉えられています。特に、我が国が参考としたシンガポールでは、2010年のIR開業の前後5年間のインバウンドの

状況と比較すると、2009年から2014年の間にインバウンド客数で56%増、旅行消費額で86%増に加え、国際会議件数も23%、それに伴う訪問人数も44%増、更にホテルの客室数が30%増加しただけではなく、稼働率で11%増、客室単価も36%増など大きなインバウンド効果を実現しています。

おわりに

○今年の夏にパソナグループでは海外視察を行い、欧州において観光を地域経済の核として繁栄しているいくつかの街を訪問しました。そうした街では、歴史的資産や自然を保存するだけでなく、それらを様々な形で活用して国内外の観光客を引き寄せる街づくりやサービスの提供を行っています。また、シンガポールやドバイなどその地域のゲートウェイとして各国から人を引き付けるため、人工的な都市づくりを行い大きな成果を上げている地域も自らの目で確認しました。

我が国も、インバウンドを中心とする観光、国を繁栄させる産業として成長させる施策を益々強化することが求められています。その際に忘れてはいけない視点は、そうした取組みによる効果を地方に波及させ地方創生につなげていくことです。

これから、2020年の東京オリンピック・パラリンピックをはじめ多くの国際的なイベントが目白押しな今この時、我々の提言が多くの人に読まれ、我々の思いが伝わり、世の中が動いていくことを心から願っております。

○我が国でも、こうしたシンガポールの成功を学び、IRの効果もインバウンド全体に拡げていくような取組みが必要で

政府への政策提言 1 免税カードの導入により インバウンド客の ビッグデータを活用！

○我が国でインバウンド客の消費動向を掴む最大の機会が免税店での買い物物のデータです。現在の免税販売の手続きは、インバウンド客がパスポートを提示し非居住者であることを店側で確認した後、非居住者が国外に物品を持ち出すことの誓約書を提出し、店側がパスポートに購入記録票を添付し物品を引き渡すという紙ベースの煩雑な手続きとなつています。さらにインバウンド客は出国時に購入記録票を税関に提出する

ことで手続きが完結します。

こうした煩雑な手続きのため、デパートなどの専用フロアで多くのインバウンド客が手続きのために待っている姿を見ることが日常となつています。この手続きは2020年4月より電子化による簡略化がなされ、パスポートの提示により非居住者の確認を行った後は、店側がパスポート情報と購入事実を記録したデータをインターネットで国税庁長官に遅滞なく提供すれば完結する形になります。

○この電子化の機会をとらえ、空港やターミナル駅に設置する事務所やインバウンド客を対象とする写真付きの免税カードを発行し、免税による買い物を

行う際にこのカードを機器で読み込んだうえ支払いを行う形とし、そのデータを集積、分析して国内事業者に提供できるようにしてはどうでしょう。

今回の消費税引上げに伴い、様々な商品・サービスへのポイントサービスの構想が議論されていますが、インバウンド客に対してもこのカードを用いることで、免税の対象とならない商品やサービスに対してもポイントを与えるようなインセンティブを用意すれば、更にインバウンド客の消費行動に関するデータの集積が可能になり、国内に強大なプラットフォームを創ることが可能になります。

個人情報保護に留意しつつこのビッグデータを分析する団体を政府の出資で設立し、そのデータを利用する民間事業者からの手数料収入で運営を賄うような形は十分可能と考えられます。

Workshop Report

ワークショップ開催レポート

パソナ総研では、「社会のあり方改革」に向けた政策提言の策定に向け、所長と事務局、パソナグループ各社選抜社員の参加による第2回シリーズのワークショップを開催しました。



Workshop ワークショップ 1



- 実施日 2018年9月7日
- 会場 パソナグループ JOB HUB SQUARE
- 参加者 竹中所長、パソナグループ各社選抜社員、事務局
- ゲスト 国土交通省参与(前観光庁長官) 田村明比古氏
- テーマ 「観光先進国の実現と地方創生」

Workshop ワークショップ 2



- 実施日 2018年9月28日
- 会場 パソナグループ JOB HUB SQUARE
- 参加者 竹中所長、パソナグループ各社選抜社員、事務局
- ゲスト Airbnb Japan株式会社 公共政策本部長 山本美香氏
- テーマ 「ツーリズムと地方創生～日本におけるAirbnbの取り組み～」