

<input checked="" type="checkbox"/> 開示 <input type="checkbox"/> 一部開示 <input type="checkbox"/> 不開示(理由: 条令第 条第 号 該当)						
□時限不開示(開示: 年 月 日)						
議 長	副議長	局 長	次 長	係 長	係	

行政視察報告書

令和元年 10月10日  
日経ホール

会派名 清 政 ク ラ ブ  
クラブ長 五十嵐 健一郎  
報告議員 松 尾 徹 郎

1. 視察議員名

松 尾 徹 郎

2. 視察期間

令和1年9月6日(金) 1日間

3. 視察先

日経ホール(東京都千代田区大手町1-3-7) 日経ビル3階

4. 視察目的

TRAVEL TECHで実現する地方創生

5. 視察概要

主催 日本経済新聞社 後援 内閣府 観光庁

(1) ご挨拶 平井卓也氏 IT・科学技術担当大臣

(2) ご挨拶 高橋一郎氏 観光庁次長

(3) 基調講演 鈴木英敬氏 三重県知事

『伝統』×『テクノロジー』が未来を創る!～三重の観光スマートサイクル

(4) 企業講演 関 弘毅氏 セールスフォース・ドットコム 常務執行役員

「デジタルを活用した顧客価値体験の向上」～世界・日本の観光

(旅行・ホスピタリティ) 技術最新動向とデモンストレーション

(5) 企業講演 鈴木知行氏 Super Duper 代表取締役

「TRAVEL TECHで実現する食の観光コンテンツ化

～チャット型AIレストランメニュー『Satisfood』～

(6) 基調講演 佐々木啓介氏 経済産業省 大臣官房参事官

「地方創生・観光地域づくりに向けた地域観光関連業者の支援について」



(7) パネルディスカッション

テーマ「TRAVEL TECH で実現する地方創生」

富田健蔵氏 観光庁 観光地域振興部 観光地域政策企画室長

永井義人氏 沖縄ITイノベーション戦略センター専務理事

山野智久氏 アソビュー代表取締役社長

大社 充氏 DMO 推進機構代表理事/京都大学経営管理大学院 非常勤講師

池上桂一郎氏 西村屋 常務取締役

井口統律子氏 セールスフォース・ドットコム公共公益事業開発推進室長

(8) 企業講演 浅田俊一氏 (株)東京センチュリー 代表取締役社長

「東京センチュリーが目指す地方創生に向けた観光立国のイメージ」

(9) パネルディスカッション

テーマ 「観光を軸に官民連携で加速する地方創生」

長野恭紘氏 別府市長

土谷晴美氏 ツーリズムおおいた 専務理事

木下 斉氏 エリア・イノベーション・アライアンス 代表理事

(10) まとめ

## 1. 平井卓也氏 (IT・科学技術担当大臣) 挨拶

令和の時代は、一層高齢化が進み、日本の人口の約60%が50歳以上になると言われている。地方においては、益々人口減少と高齢化が進み、今後の地方経済を考えた場合、観光に力を入れざるを得ない。高齢化をどう克服するか、世界が日本に注目している。

国では、最近、行政効率を上げる為、デジタル推進法が成立した。これは、紙ベースから電子化へと切り替え、ソサエティ5.0を念頭に、次世代対応するためであり、この電子化により圧倒的に便利な社会となる。

例えば、観光について言えば、外国人は、一人一人日本旅行に対し、それぞれ期待する内容が違う。食事であったり、文化であったり、あるいは、小千谷の錦鯉を2億円で購入するなど、クールジャパンにも期待し人気を集めている。これらの情報をより広範囲に、かつ具体的に伝達する手段として、ITを活用した観光地経営、観光地開発、観光商品のメニュー作りをしていかななくてはならない。今後、観光客の奪い合いが熾烈を極めるが、リピーター客を如何にして増やすかが大きな課題である。

外交人観光客増大のため、ITを駆使しながら観光施策を展開する必要があり、国としても各自治体と連携強化を図っていきたい。

## 2. 高橋一郎氏 (観光庁次長) 挨拶

日本全国、地方創生を目指すため、交流人口の拡大を図り、特に観光振興策を積極的に展開してきている。また、最近の旅行形態は、団体旅行から個人旅行へと変わり、個人が独自で情報を集め、旅行計画する時代になってきている。即ち、旅行する前に立てる計画、旅行中に立てる計画、旅行後の計画をそれぞれの情報を基に、個人で計画を立てるようになってきている。特に、旅行中の計画においては、スマホを活用した情報を有効に使い、その時々自由に旅先を選定している。

国内における最近の外国人観光客の入込状況は、アジア太平洋地域の観光入込客が大きく伸びており、今後においても増大傾向が期待できる。特に、ワールドカップラグビー大会をはじめ、2020年開催の東京オリンピック等があり、大いに期待できる。

現在、外国人旅行者のうち、約1800万人が地方へ流れていると言われ、今後も増大傾向にある。また、日本旅行に期待するのは、文化、食事、アクティビティに関心があり、それだけに、滞在型のメニューの充実が必要である。また、WiFi環境の充実やキャッシュレス対応など、外国人観光客の受入体制についても整備する必要がある。

観光庁では、新年度予算概算要求で、737 億円（対前年度比、11%増）を要求している。観光産業は裾野が広く、飲食・小売・流通など各産業に与える影響が大きいと言われており、新たなビジネスも期待できるだけに、大いに努力してほしい。観光庁はそれらに期待し、今後もバックアップする

### 3.基調講演 鈴木英敬氏 三重県知事

テーマ 『伝統』×『テクノロジー』が未来を創る！

～三重の観光スマートサイクル

三重県の観光については、観光入込成長率で全国第2位。また、観光満足度では、全国第4位。三重県は伊勢神宮をはじめ伊勢湾等の風光明媚な地形にも恵まれ、最近では伊勢志摩サミットも開催されるなど、観光地として有名である。一方、テクノロジーを活用して未来を見越した取組みも行っている。特に空飛ぶクルマは、開発拠点がある福島と今年の8月に協定を締結。今後、三重県で試験飛行や実証実験を行い、離島や過疎地域、観光での活用を通じ、地域課題を解決するビジネスを創出する予定である。また、交通事情については、全国で唯一空港のない県であり、今後のリニアに期待するとしている。

三重県では、観光の産業化と持続可能な観光地域づくりを推進するため、県内の各地域DMO等の観光地域づくりを行う団体への支援、交通事業者等との連携による大都市圏でのプロモーション、クルーズ船寄港時における受入体制の充実・強化、宿泊業の働き方改革に取り組むとしている。

また、新たに、三重県版観光スマートサイクル確立事業として、個人の外国人旅行者（FIT）の増加に対応するため、動画を活用したブランディングプロモーション実施するとしている。

一方、国内外の来訪客の顧客データ管理や分析する仕組みを構築し、戦略的な観光マーケティング基盤を確立するとしている。加えて、キャッシュレス化の推進について実証事業を含めた検討も行う。

海外誘客推進プロジェクト事業においては、欧米・アジアからの富裕層等の誘客に取り組むと共に、個人の外国人旅行者（FIT）の増加を踏まえたSNS等による情報発信や、海外からの教育旅行の誘致に取り組むとしている。

また、伊勢志摩サミットの開催を契機に、開催地域への大きな経済波及効果を生み出す国際会議等の開催を促進するため、県内主催者が国際会議を開催しやすい環境づくりや、セールス活動による県外関係者主催会議の誘致に取り組む計画である。さらに、今後の観光振興を推進するため、新たな観光振興基本計画を策定し、関係団体との連携や、観光客の動向分析、三重県版バリアフリー観光の推進、観光防災等にも取り組むとしている。

4. 企業講演 関 弘毅氏 セールスフォース・ドットコム 常務執行役員  
テーマ「デジタルを活用した顧客価値体験の向上 ～世界・日本の観光

(旅行・ホスピタリティ) 技術最新動向とデモンストレーション」

(株)セールスフォース・ドットコムという会社は、IoTやAIなど最新のテクノロジーを活用することで、顧客のニーズや傾向を把握し、顧客を中心に据えたサービスを提供して行く会社であり、顧客が求めているニーズをいち早く適切に情報提供することのできる、企業と顧客との接点を最適化する情報システムを取り揃えた会社である。

例えば、外国人が日本を訪れ、ITを活用（スマートフォン）して旅行案内を検索する場合、食事や食事メニュー、あるいは旅行中の二次交通の詳細案内など、欲しい情報を瞬時に提供する情報システム会社であり、顧客と関連する企業、あるいは顧客の特性や所得など、顧客情報を取得できる顧客管理システムを可能にした情報関連の会社である。

外国人観光客の特性として、旅前（旅行前の計画）→旅中旅行中の計画→旅後（旅行後の計画）について、欲しい情報を瞬時に、母国語で詳細説明された対応を求めている。特に、長期滞在をするだけに、外国人旅行者の要求に充分応えていくためには、旅行中に次の計画や、計画変更をする場合に対応出来るシステム導入が、観光地は勿論、企業や自治体にも求められている。

5. 企業講演 鈴木知行氏 Super Duper 代表取締役  
テーマ「TRAVEL TECH で実現する食のコンテンツ化

～チャット型AIレストランメニュー『Satisfood』～

外国人観光客にとって、日本で一番楽しみにしているのは「食」であり、「食」は強力な観光資源である。しかしながら、一番困ることは、飲食店での言葉やメニューなど、店員との会話等である。また、外国人によって好みの食事が異なる点も大きな課題であるだけに、これらのデータを収集し、それらを解決するため、食の魅力を解放するプラットフォームを「Satisfood」を開発する必要がある、「食」の内容を紹介し、「食」のコミュニケーションギャップを解消することを目的としている。つまり、食の観光コンテンツ化を図っている。

言い換えれば、Super Duper という会社は、旅行者に対し、様々な情報をスマートホンを利用することにより、「食」についての具体的な説明や食べ方等、また、各地域における郷土料理や、レストラン等でのお勧めメニューなど、それぞれの言語で分かりやすく解説するシステムを構築し、旅行者が安心して旅行を楽しむことができる、システム開発の企業である。

## 6. 基調講演 佐々木啓介氏（経済産業省 大臣官房参事官）

テーマ「地方創生・観光地域づくりに向けた地域観光関連業者の支援について」

外国人観光客が、何を目的に、その地を訪れるのか、よく把握する必要がある。即ち、観光客のストレスをなくし、消費行動を促すための環境整備を行うことが重要である。そのためには、商工会・商工会議所、地域の事業者が一体となって、デジタル技術等の新しい技術を用いることが必要である。また、明確な目標と観光客をはじめ施設整備など、ターゲットを絞り込むことが必要ではないか。観光客の目線に立って観光を考える必要がある。

観光客の増大を図るためには、旅前→旅中→旅後と言われるように、旅行する前の計画で、何を目的にその地を訪れるのかを分かりやすくする上で、情報発信が必要である。また、旅行中に、旅行者の求めるニーズに応える為の情報も必要である。例えば、その地の旅行商品メニューをはじめ、食事メニュー、キャッシュレス対応や言葉の問題など、デジタル対応で買い物しやすい環境にすることが必要となる。また、旅行後の意見等も参考にできるように、顧客目線で対応することがポイントとなる。つまり、消費を促進する基盤作りが必要であり、そのためには、マーケティングプランを策定し、それに合ったトラベルチェックが必要となる。

広域の周遊ルートの確立とお客様の国別、地域別、所得や、消費行動等の調査を行いながら、お越し頂きたい観光客のニーズを分析し、旅行商品を組み立てる必要があり、そのためには、ITを活用した先進的な取組みが必要である。

## 7. パネルディスカッション

テーマ 「TRAVEL TECH で実現する地方創生」

・富田健蔵氏 観光庁 観光地域振興部 観光地域政策企画室長

急速に外国人観光客が増加している。しかも全体の84.5%（2018年）がアジアからの観光客である。また、旅行消費額は、過去最高の4兆5,189億円で、日本の製品別輸出額の比較においては、自動車12.3兆円、化学製品8.9兆円について第3位に位置する。旅行形態としては、団体旅行から個人旅行へ移行し、81.6%と2012年と比較し、20.8%の増加。外国別では、中国が28.5%→68.6%へ、香港が70.8%から91.5%となっている。

地方では人口減少と少子高齢化はさらに進行するだけに、定住人口減少による地域内消費額の減少は避けて通れない。この消費額の減少を外国人観光客の旅行消費額で補うことが必要である。観光は、幅広い産業に効果をもたらす。

具体例としては、定住人口1人当たりの年間消費額は平均124万円で、こ

れは、外国人一人当たりの消費額 8 人分、また、国内旅行者（宿泊）25 人分に相当する。また、外国人観光客は都市部から地方へ急速に広がりを見せている。

一方。スマートフォンを最大限活用した旅行スタイルへと変化してきている。特に、外国人に至っては、日本滞在中に役に立った旅行情報源としてスマートフォンと回答した割合は、23.5%（2012 年）から 69.9%（2017 年）となり、実に 46.4 ポイントの増加である。

・永井義人氏 沖縄 IT イノベーション戦略センター専務理事

元横浜国立大学客員教授。2009 年より沖縄に移住し、IT ベンチャー企業の沖縄誘致、技術開発支援、アジア進出支援等を行う。2018 年、初代沖縄 IT イノベーション戦略センター専務理事に就任。外国人観光客はスマートフォンで旅行情報を取りながら観光を楽しむ。従って、観光経営をしていく上で、地域の観光情報を提供し易くするための整備が必要となる。（スマートリゾート推進構想）観光地経営に活発なところは、IT を活用出来る行政職員をはじめ専門人材等、キーパーソンが必ずいる。

・山野智久氏 アソビュー代表取締役社長

旅行の遊び・体験・レジャーの予約、マーケット情報を構築し、非日常の体験を贈るギフトサービスを開発している。これらの情報を自治体、観光 DMO、ホテル等向けにネットワークを構築している。また、レジャー事業者用予約管理システム等も開発。旅行情報サービスを、移動手段・食事・遊び（アクティビティ・体験型観光・レジャー・ナイトタイムエコノミー）・宿泊・土産の 5 つに分類し、旅行者に情報提供出来るシステムを開発。

・大社 充氏 DMO 推進機構代表理事/京都大学経営管理大学院 非常勤講師  
観光まちづくりや観光人材育成に取り組む。2011 年「DMO（観光地域づくりプラットフォーム）推進機構」設立。2013 年日本観光振興協会に「DMO 研究会」を立ち上げ、DMO 研究及び概念の普及や地域への支援に取り組む。

DMO にとって最も重要な点は、観光地経営をしていく上での経営人材と専門人材である。観光による地域振興、即ち観光まちづくりに必要な点として

- ① 観光地としてのマーケティングとブランド管理
- ② 地域にある観光資源（自然・文化・環境・景観等）のマネジメント
- ③ 交通事情をはじめ観光インフラの現状把握と整備
- ④ イベント開催・運営、観光資源の開発と管理
- ⑤ 災害、犯罪等に対する安全管理と危機管理

⑥ 観光地として、PDCA サイクルによる現状把握と評価分析を行う  
従来行われていた観光産業だけの観光地ではなく、直接観光に関係のないと思  
われる事業者（例えば、農林水産業者、商工業者、地域住民等）との連携がポ  
イントとなる。いまや地域は、世界を相手に自ら顧客を集めなければならない  
時代になった。それができるノウハウや、データ・デジタルを手段として活用  
できる人材が必要である。

・池上桂一朗氏 西村屋 常務取締役

城崎温泉の旅館「西村屋」で IT 担当室長として、社内外の情報化とインバ  
ウンド対策について早期に取り組む。

地方における観光地では、少子高齢化、労働力不足、顧客の多様化など、  
どの観光地でも共通の課題がある。そのような中において、城崎温泉は、欧  
米人に人気があり、IT を活用した旅行情報（多言語発信している）をはじめ、  
外国人旅行者で困難を要する言語についても、社員が即時に対応出来るよう、  
60 カ国語対応出来る「ポケットク」を携帯させ、対応に当たっている。

・井口統律子氏 セールスフォース・ドットコム公共公益事業開発推進室長  
セールスフォーム・ドットコムという会社は、一言でいえば、スマートフォン  
等情報機器を通じ、企業と顧客の絆を深める情報提供会社である。具体的に言  
えば、消費者が欲しい情報を、適切なチャンネル、適切なタイミングで適切な  
相手に届けることが出来る情報システム会社である。

例えば、旅先で次の旅行先を選ぶとき、そこまでのアクセス、旅行案内、食  
事メニューの紹介、あるいは宿泊先など、消費者の求める情報を瞬時に提供で  
きるシステムであり、この情報システムに登録していることにより、関係事業  
者にとっては、お客様の情報（出身地・所得。様々な好みなど）を把握できる  
ようになり、顧客管理する上でも最適な情報システムである。

先端的に取り組む観光業者、あるいは観光地では、このようなシステムを活  
用することにより、今後の発展が期待できる。

8. 企業講演 浅田俊一氏 東京センチュリー 代表取締役社長

テーマ「東京センチュリーが目指す地方創生に向けた観光立国のイメージ」

「観光は輸出産業と捉えるべきである」としたならば、行政は時間を  
かけても取り組む必要がある。観光は、短期の移民であり外貨を獲得する輸出産  
業と考える。

日本は、今まで観光を産業と捉える事がなかったように思う。観光は、地方



創生の延長線上にあり、「観光立国と地方創生」は政府の成長戦略の重要なテーマとなっている。

外国人観光客については、アジア諸国と欧米の観光客を比較した場合、圧倒的に欧米系の観光客の方が金を落とす。しかしながら、現在の日本では、欧米系の外国人に満足していただける高級ホテルが少なすぎる点が課題である。

そこで、東京センチュリー（株）では、インターコンチネンタルホテルグループ（IHGグループ）と資本提携し、別府市において最高級ホテルを建設し、外国人観光客入込を図るため、官民一体で街づくりを行っている。

また、政府の「観光ビジョン実現プログラム 2019」について説明があり、国では、訪日外国人旅行者数 2020 年 4,000 万人、2030 年 6,000 万人の目標達成のため、①外国人が真に楽しめる環境整備のため、観光案内における多言語解説・Wi-Fi 環境の整備。②地域の新しい観光コンテンツの開発として、体験型宿泊コンテンツやスノーリゾート活性化。③日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化として、グローバルキャンペーン等の先進的プロモーション。④顔認証システム等による出入国の円滑化。等について説明があった。

## 9. パネルディスカッション 「観光を軸に官民連携で加速する地方創生」

### ・ 別府市長 長野恭紘氏

観光振興はあくまでも手段であって、目的は地域振興にある。様々なイベントを重ねながら、歴史ある温泉町を国際的にも認知されるよう官民一体となって街づくりを演出している。特に、「別府ツーリズムバレー構想」は、「生命館アジア太平洋大学」との連携のもと、若者が大学で観光学を学び、市内で働き、企業・創業出来る体制整備を目指し、若者にとって魅力的な仕事づくりを進め、<sup>定住</sup>定住人口増加を図ることを目的に立てられた構想である。

ますます少子高齢化・人口減少が加速する中、いかに幸福感を味わえるようにするか、そこで、別府の基幹産業である観光で稼ぎ、それを福祉に充て、好循環を作らなければ、福祉政策は何れ行き詰まる。福祉政策を充実させる意味でも、稼ぐ観光を目指すとしている。

### ・ 木下 斉氏 エリアイノベーション・アライアンス代表理事

エリアイノベーション・アライアンスは、熊本・小倉・札幌・愛知等で補助金に頼らない、稼ぐ地域再生事業会社の設立支援や投資を行うとともに、政策立案、事業連携を目的とした一般社団法人である。

代表理事である木下氏は、まちを一つの会社と考え、経営することが重要で

ある。また、一人当たりの観光消費額だけでなく、費用を引いた利益の検証も必要である。官民連携では、民間の一部門だけが黒字では意味がない。広域で観光産業をつなげるには利益を出し、地元資本が踏ん張り、次に向けての投資が重要である。観光資源を充実し、整備していくには目的税が必要である。つまり、「一般会計からの財源の投入は、今後不可能ではないか」と指摘している。

さらに、IT活用は道具の一つにすぎないが、グローバルに発信する道具としては有用である。地方が独自に自分たちで何が必要かを考え、適切なITサービスを組み込むことが求められている。

・土谷晴美氏 ツーリズムおおいた専務理事

「ツーリズムおおいた」についての紹介。この団体は、大分県内における観光事業の発展と振興、並びに地域経済の活性化と国際観光の振興を促進し、県民の生活・文化・経済の向上発展を目的に設立された団体である。

これらを実現するためには、県内広域周遊観光の促進と、滞在時間・観光消費額の拡大が必要であり、県内各地域の着地型旅行商品等の販路拡大や、各地域の周遊観光、及び観光消費拡大に繋がる旅行商品の造成・販売・情報発信を行える仕組み（WEB販売システム）を構築しなければならない。また、旅行者にとっては、大分県内の観光・周遊の利便性を図ることを目的とし、これらシステムを構築することにより、取扱販売手数料収入やオリジナルグッズ等の販売収入により、DMO組織として収益を確保する等、持続的なシステム運営を行っている。

2018年には世界温泉地サミット、国民文化祭、障害者芸術文化祭を開催。今年ラグビーワールドカップが開催される中、おもてなしの質の向上に取り組んできた。コールセンターは17カ国語に対応。飲食店のメニューの多言語化、キャッシュレス化も引き続き進めている。その結果、大分県の昨年の延べ宿泊者数は過去最高を記録。一方で観光消費の数値では課題もある。今後は、マーケティングリサーチ機能の強化、及びプラットフォーム機能の充実を図っていく。

## 10. まとめ

令和の時代は、一層高齢化が進み、日本の人口の約60%が50歳以上になると言われている。地方においては、益々人口減少と高齢化が進み、今後の地方経済を考えた場合、観光に力を入れざるを得ない。高齢化をどう克服するか、世界が日本に注目している。

日本全国、地方創生を目指すため交流人口の拡大を図り、特に観光振興策を積極的に展開してきている。また、最近の旅行形態は、団体旅行から個人旅行へと変わり、個人が独自で情報を集め、旅先で旅行計画を立てる時代へ変わってきている。即ち、旅行する前に立てる計画、旅行中に立てる計画、旅行後の計画をそれぞれの情報を基に、計画を立てるようになってきた。特に、旅行中の計画においては、スマホ等、情報機器を有効に使い、その都度、自由に旅先を選定している。

また、現在、外国人旅行者のうち、約1800万人が地方へ流れていると言われ、今後も増大傾向にある。外国人旅行者が、日本旅行に期待するのは、文化、食事、アクティビティに関心があり、それだけに、滞在型のメニューの充実が必要である。加えて、WiFi環境の充実やキャッシュレス対応など、外国人観光客の受入体制についても整備する必要がある。

(株)セールスフォース・ドットコムという会社は、IoTやAIなど最新のテクノロジーを活用することで、顧客のニーズや傾向を把握し、顧客が求めているニーズを、いち早く適切に情報提供することのでき、企業と顧客との接点を最適化する情報システムを取り揃えた会社である。

例えば、外国人がITを活用(スマートフォン)して旅行案内を検索する場合、食事や食事メニューの紹介、あるいは旅行中の二次交通の詳細案内など、欲しい情報を瞬時に提供できる情報システムを求めている。また、顧客と関連する企業にとっては、顧客の特性や所得など、顧客情報を取得できる顧客管理システムを求めており、それを可能にした情報管理システム会社である。

外国人観光客は、旅前(旅行前の計画)→旅中(旅行中の計画)→旅後(旅行後の計画)について、消費者が欲しい情報を瞬時に、しかも母国語で対応できるシステムを求めている。特に、長期滞在をするだけに、旅行中に移動しながら次の計画や、計画変更をする場合の情報を求めることが多く、また、観光地に対する様々な意見を参考にしながら移動するだけに、これらの要求に充分応えていくためには、それに対応出来るシステム導入が、今、事業者は勿論、観光地や自治体にも求められている。

外国人観光客が、何を目的にし、その地を訪れるのか、よく把握する必要がある。また、観光地としての明確な目標と、どこの国の観光客をターゲットにするのか、絞り込むことも必要である。また、観光客のストレスをなくし、消

費行動を促すための環境整備を行うことが重要であり、商工会・商工会議所、地域の事業者が一体となって、デジタル技術等の新しい技術を取り入れながら、観光客の目線に立って観光を考える必要がある。

観光客の増大を図るためには、旅前→旅中→旅後と言われるように、旅行する前の計画で、何を目的にその地を訪れるのかを分かりやすくする上で、情報発信が必要である。また、旅行中に、旅行者の求めるニーズに応える為の情報も必要である。例えば、その地の旅行商品メニューをはじめ、食事メニュー、キャッシュレス対応や言葉の問題など、デジタル対応できるようにすることが必要となってきた。さらに、旅行後の意見等も参考にできるよう、顧客目線で対応することがポイントとなる。

加えて、消費を促進する基盤作りが必要であり、そのためには、マーケティングプランを策定し、それに合ったトラベルチェックが必要となる。広域の周遊ルートの確立とお客様の国別、地域別、所得や、消費行動等の調査を行いながら、お越し頂きたい観光客のニーズを分析し、旅行商品を組み立てる必要がある。それ故に、ITを活用した先進的な取組みが必要ではないか。

「観光は輸出産業と捉えるべきである」としてならば、行政は時間をかけても取り組む必要がある。観光は、短期の移民であり外貨を獲得する輸出産業と考える。

日本は、今まで観光を産業と捉える事がなかったように思う。観光は、地方創生の延長線上にあり、「観光立国と地方創生」は政府の成長戦略の重要なテーマとなっている。

外国人観光客については、アジア諸国と欧米の観光客を比較した場合、圧倒的に欧米系の観光客の方が金を落とす。しかしながら、現在の日本では、欧米系の外国人に満足していただける高級ホテルが少なすぎる点が課題である。

そこで、東京センチュリー（株）では、インターコンチネンタルホテルグループ（IHGグループ）と資本提携し、別府市において最高級ホテルを建設し、外国人観光客入込を図るため、官民一体で街づくりを行っている。

今回のシンポジウムにおいて、外国人観光客を呼び込む為の手段として、また、地方創生を目指すための、新たな観光政策を推進していくためには、ITを活用した戦略も必要であり、そのための人材育成と環境整備が重要であるという点について、改めて考えさせられた。