

## 令和5年度第1回北海道観光審議会計画部会 議事録

1 日 時：令和5年4月27日（木）10:30～12:00

2 場 所：かでの2.7 710号室

3 出席者

(1) 北海道観光審議会計画部会委員・特別委員

石井部会長、石井（至）委員、遠藤（正）委員、鈴木委員、中村委員、遠藤（乾）委員

(2) 北海道（事務局）

鶴蒔観光局長、近藤課長、宮崎主幹、木之内主査、中畑主事

4 議 事

第5期「北海道観光のくにつくり行動計画」に係る外国人関連指標の設定について

### 【議 事 録】

(宮崎主幹)

ただいまから、令和5年度北海道観光審議会計画部会を開催いたします。本日は、大変お忙しい中、皆様ご出席いただきましてありがとうございます。私は北海道庁観光局の宮崎と申します。審議会の事務局として議事に入るまでの間、進行を務めさせていただきますので、よろしくお願いいたします。本日の計画部会でございますけども、先にご案内させていただいたとおり、インバウンド関連事項を含む国の新たな「観光立国推進基本計画」が公表されました。これを受けまして、令和3年11月に制定した「北海道観光のくにつくり行動計画」で未設定としていたインバウンドに係る目標数値の設定につきまして、本計画部会で引き続きご検討賜りたく開催するものであります。本日の委員の皆様の出欠状況でございますが、委員、特別委員合わせて8名のうち、本日は2名欠席となっております。半数以上の6名の出席をいただいております。それでは、開会にあたりまして、鶴蒔観光局長よりご挨拶申し上げます。

(鶴蒔局長)

皆さんこんにちは。道庁観光局の鶴蒔でございます。本日はお忙しい中、本会議にご参加いただき、誠にありがとうございます。今、現行計画策定時はオンライン開催ということで行ってきましたが、こうした形でリアルに日常的に行われるようになった今の状況を大変嬉しく思います。新型コロナウイルス感染症の影響が3年の長期に渡り、私たちの暮らしや経済に大きな影響を及ぼし、観光関連産業を取り巻く環境も、極めて厳しい状況が続いてきたところでございますが、水際対策の段階的な緩和によりまして、インバウンドが徐々に再開され、国内の観光需要も回復しつつある中で、観光関連産業の回復に向けては、本年9月、アジアで初めて北海道でリアル開催されます「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」などの機会を最大限に活かしながら、本道観光の質の向上や高付加価値化の取組をより一層推進していくことが重要と認識しております。本日は、先ほど申し上げたとおり、本計画で積み残しとなっておりました外国人関連指標の設定につきまして、ご審議いただく予定でございます。委員の皆様方におかれましては、専門のお立場や幅広い観点から、率直なご議論、忌憚のないご意見等を頂戴したいと思いますので、開催にあたってのご挨拶とさせていただきます。よろしくお願いいたします。

(宮崎主幹)

続きまして、配付資料の確認でございます。お手元の次第に記載の「資料1」から「資料7」、またその他としまして「参考資料」を添付しております。不足してありましたら事務局までお申し出ください。

本日の計画部会は、北海道行政基本条例第5条並びに北海道情報公開条例第26条の規定により公開となります。また、議事録の作成、公開のため、本部会の内容については、録音させていただきますので、予めご承知願います。本日の日程ですが次第にありますとおり、およそ12時までの開催となっておりますので、スムーズな進行につきまして、皆様ご協力をお願いいたします。それでは、これからの議事に関しましては、石井部会長に進行をお願いいたします。

(石井部会長)

みなさんおはようございます。今年度第1回目の計画部会ということで、積み残し審議でございますが、短時間で活発な意見をいただければと考えております。本計画部会は先ほど事務局からご説明をいただいたとおり、先に皆様にご議論いただき、令和3年11月に策定した「第5期 観光のくにつくり行動計画」の、外国人観光客に関する指標の目標値の設定についてご議論いただきたいと考えております。それでは、議事についてまず事務局の方からご説明をお願いします。

(近藤課長)

北海道庁観光局の近藤でございます。どうぞよろしくお願いいたします。座って説明をさせていただきます。議事の「第5期北海道観光のくにつくり行動計画」に係る外国人関連指標につきまして、資料を用意しておりますので、資料に沿ってご説明をさせていただきます。まず、資料1をご覧ください。上段が令和3年11月に策定した第5期北海道観光のくにつくり行動計画の概要でございます。この計画の施策展開の方向に応じ設定した、様々な指標項目とその目標値を記載しております。この中の指標項目のうち、外国人観光客に係る「観光消費額単価」と「観光入込客数」の目標値については、国の新たな観光立国推進計画の公表後に、改めて設定することとしておりましたが、資料下側になりますが、国では新たな計画を3月31日付けで閣議決定をして公表したところでございます。国の新たな計画では、3つの大きな基本方針とその主な施策を掲げ、様々な指標項目と2025年度の目標が設定されておまして、その中で、「インバウンド回復戦略」の指標項目で掲げられた目標として、「訪日外国人旅行消費額単価」では1人あたり20万円、「訪日外国人旅行者数」では2019年度の水準超えと設定されております。なお、これらの指標につきましても、3月31日に閣議決定となりました。続きまして、次の資料でございます。資料2をご覧ください。資料2では国の新たな「観光立国推進基本計画」の全体概要が記載されております。計画期間は、令和5年度から令和7年度までとしており、早期達成を目指す目標として、訪日外国人旅行消費額5兆円、国内旅行消費額20兆円が掲げられております。また、2025年度における様々な目標指標や、持続可能な観光地づくり戦略、インバウンド回復戦略、国内交流拡大戦略といった3つの基本的な方針、これらを達成するために講ずべき施策について記載されております。続きまして次のページ、資料3をご覧ください。「観光立国の実現に関する目標について」という資料でございます。資料3では、新指標を含めた様々な目標が2019年度の実績と2025年度の目標を対比する形で記載しており、特に考え方の部分に書かれておりますが、コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえた質の向上の強調、また、今後の世界的なコロナの収束見通しが不透明であることを踏まえ、人数に依存しない指標を中心に設定、といった考え方が示されております。具体的には、持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数が100地域、インバウンド関連では訪日外国人旅行消費額単価が1人あたり20万円、訪日外国人旅行者数は2019年水準超えなどといった目標が掲げられております。次のページになります。資料4でございます。「②訪日外国人旅行消費額単価(新指標)」と書かれた資料でございます。訪日外国人旅行消費額単価の実績と今後の目標についてまとめられております。インバウンドの本格回復に向けた集中的取組、高付加価値旅行者の誘致、観光地・観光産業の再生・高付加価値化等により、泊

数及び1泊当たり消費額単価を向上させることとしており、2019年比で泊数は10%程度増、1泊当たり単価は15%程度増を想定し、2025年の目標は1人あたり20万円と設定をしております。次のページをご覧ください。資料5でございます。「④訪日外国人旅行者数/⑤日本人の海外旅行者数」でございます。この資料5につきましては、訪日外国人旅行者数の実績と今後の見通しについてまとめられております。インバウンドの本格回復に向けた集中的取組や戦略的な訪日プロモーションの実施により、質の高い観光にシフトさせつつ訪日外国人旅行者数の回復・増加を図るものとしておりまして、また、アジア太平洋地域につきましては、世界全体より遅れるとの予測もある国際航空需要の回復見通しを踏まえ、2025年の目標は、コロナ前の2019年実績3,188万人水準超えを目指すものと設定しております。続きまして、次のページ、資料6をご覧ください。本道観光の「足下の状況」をまとめております。本道観光の足下の状況として、コロナ禍以降、これまで旅行割引支援などの需要喚起策や水際対策の緩和によって観光需要は回復傾向にあるものの、依然、コロナ前の令和元年度までは回復していない状況となっております。「直近の宿泊状況」で見ましても、日本旅館協会北海道支部連合会の公表による令和5年3月の道内宿泊者数では、国内客・訪日客合わせて35万6千人となっており、前年同月比では176%となっておりますが、令和元年の同月比では72%と、コロナ前の7割程度の回復に留まっている状況でございます。また、「航空路線の再開状況」といたしましては、航空主要4社の速報値などを基に、道の総合政策部で集計している「道内航空旅客利用実績」の直近の集計結果である令和5年2月実績は1,463万人となっており、コロナ禍直前の令和2年同月比で95%の回復となっております。また、国内線の道内空港発着の運航状況は、路線数としては46路線と、コロナ禍前と同数まで回復している状況となっておりますが一方で、国際線の新千歳空港発着の運航状況では、週往復で130便となっており、コロナ禍前の229便と比べ57%までしか回復していない状況となっております。続いて、次のページ、資料7をご覧ください。これまでを踏まえ、目標の設定案でございます。資料7でございます。国の新たな目標数値や、本道の状況を踏まえ、「北海道観光のくにつくり行動計画」の外国人観光客に関する目標設定について、道の考え方と設定数値の検討案を記載しております。国の新たな計画における目標指標のうち、道の計画の関連指標は「①訪日外国人旅行消費額単価」と「②訪日外国人旅行者数」が該当しておりまして、それぞれ2025年の目標が設定されております。まず、①の訪日外国人観光消費額単価の設定につきましては、国では、コロナ前の2019年実績である1人あたり15万9千円に対し、高付加価値旅行の誘致や観光産業の高付加価値化等によりまして、宿泊数で10%、1泊あたりの消費額単価を15%、合わせて25%増加による、1人あたり20万円を目標値として設定しています。

道の考え方を案1から案3まで記載していますが、まず案1として国の目標値である1人あたり20万円を超える額を設定することといたしまして、コロナ禍前の2019年度実績である1人あたり138,778円に対し道では、今後、アドベンチャートラベルを本道観光の主要な施策の柱として、長期滞在や高付加価値化の取組を一層推進するとともに、「コト消費の向上」「滞在日数の長期化」や「富裕旅行の獲得」などによりましてこれらを一層推進すること、また、国と同じでございますが、円安効果も十分期待されることとございますことから、国の増加率25%の倍増を目指しまして、1人あたり21万円とする案を示しております。また案2では、国の増加率25%をそのまま準拠いたしまして、18万円という案でございます。また、その他の案3としては、国の目標額と同等に合わせる形で20万円とする案をそれぞれ示しています。続いて、次のページ、外国人観光入込客数の設定についてでございます。国では、質の高い観光にシフトさせつつ人数の回復を図ることとし、国際航空需要の回復の見通しも踏まえながら、「コロナ前2019年の水準超え」として目標値を設定しております。道の考え方としましては、案1として、道では観光の高付加価値化や長期滞在の促進などによる「質の向上による観光消費額増加」を目指すことから、国の考え方に準じ、数字に依存した指標ではなく「コロナ前の水準超え」を目標とし

て設定する案を示しております。その他、案2といたしまして、数字を設定するとした場合、コロナ前の最高水準値である312万人を超える人数として320万人。案3といたしましては、国全体の訪日外国人観光客数における本道のシェアは概ね10%程度で推移していることから、コロナ前2019年度の国の全体の2,776万8千人の10%として、約280万人とする案を、それぞれ記載しております。その他、別添資料といたしまして、国の新たな「観光立国推進基本計画」と、道の「第5期 北海道観光のくにつくり行動計画」の本文のほか、「国の新たな計画における基本方針・主な施策に対する道の施策の対応表」、本道の統計調査を基にした「外国人消費額単価の推移」と、コロナ前3カ年度における「外国人来道者数(国別・実人数)」を参考資料として添付としておりますので、別途、ご確認をお願いいたします。以上で、資料の説明を終わります。

(石井部会長)

ありがとうございます。ただいま事務局から議事に関する資料の説明をいただきました。今回ご議論いただく内容につきまして、前回の計画策定時に未設定とした目標数値である外国人観光客の「観光消費額単価」と「観光入込客数」の設定ということになります。事務局からはそれぞれ3案をお示しいただいておりますが、各委員の皆様からこの点についてご意見をいただきたいと思っております。順次ということで石井至委員からご発言をお願いできればと思っております。

(石井至委員)

目標設定に関して、まず外国人観光消費額単価の設定ですけれども、恐らく国の目標はいきそうな気がします。というのはホテルの料金が一番すごく高くなったのは京都で、東京も大阪も結構高くなっています。京都は去年の11月に一泊200万円となりました。そういう時代が日本にも来たか、とびっくりするくらいです。今でも三井がThe Mitsuiを作ったり、もともとリッツカールトンとか高級ホテルは相当高いのですが、札幌や北海道のホテルも他のエリアに比べ値上がりはしていますが、値上がり幅がかわいいですね。旅行者にとっては良いかもしれないけれども、全国的に見ていわゆる昔で言われたゴールデンルート、東京・大阪・京都はどんどん宿泊単価が上がっています。要はインフレの関係で国の目標は達成するのではないかと見ているのですが、北海道の方はそこまで値上がりしていないことを考えると、道の考え方の案1、2、3というのは、そういうことでいえばどれもすごく強気な感じがします。とりわけ一番は、今回の目標設定を達成するためのリアルな目標にするのか、それとも「やるぞ」というような意気込みを示す意味での上目線の目標にするのかで選び方が変わらなってしまうのですが、リアルさのある程度追求するのであれば、案1の数字はちょっと厳しいと思っております。なぜならば、アドベンチャートラベルとか体験型観光をする人を仮に北海道に来る旅行者の1割の人をこれに取り込むと、9割は今まで通りで、1割だけアドベンチャートラベルとかに興味を持ってきて、そういう観光に切り替えてくれたとします。6万円平均で上がっているということは、1割の人で6万円平均単価を上げるためには、アドベンチャートラベルの1割の人が60万円余計に使わなければならないこととなります。けれどもそこまではアドベンチャートラベルの単価は上がらないので、そう考えると21万円は厳しい感じがします。ですが、「意気込みなのだ」「そういうごさかしいロジックはいらない」「やる気なのだ」というのであれば良いですが、後になって、目標が現実と乖離しすぎたのではないかと見られるリスクがあるかなと思っております。現実的に考えると、ちょっと私が弱気かもしれませんが、案2がどうなのかなという気がします。外国人の入込数に関しては、これはコロナ前の水準超えというのは244万人なのですね。これに関して人数はいきそうな気がします。案2でも案3でもよろしいかと思っておりますが、単価の方は案1は難しいかなと思っております。以上でございます。

(石井部会長)

ありがとうございます。案1は厳しいということでした。皆様の意見を伺ってから少し議論したいと思います。

(遠藤正委員)

まず、観光消費単価のグラフの中で、第6回の値が第5回の令和元年度と比較するとちょっと飛び抜けています。もしこの原因がわかれば教えて頂けませんか。そこにもしかしたらヒントがあるかと思います。いかがですか。

(鶴蒔局長)

観光消費額単価の推移は、前回調査の第6回というのはちょうど2015年、中国が爆買いと言われた時期で、客単価が上がりました。それが要因と思います。

(遠藤正委員)

もう1つ、石井委員の仰ったところと関係しますが、案1の中に「ATやその他体験型観光によるコト消費」で増えるのだというロジックは理解できるのですが、果たして消費単価を取る係数にこの部分が入っていないと結果が反映されないのではないかと、という気がします。消費単価の取り方をもし、こういう点を追加するとか、こういう点を見直していくとかをやらないといけないかもしれません。アドベンチャートラベルの単価が漏れる可能性があるかなと思ったのですが。それは私の考えすぎですかね。その確認が1点です。それから、今の具体策です。伸ばしていく目標値のところの次は、具体案ですよ。どのように事業者を支援していったり、観光客を動かすのだとか。片や、人手不足が観光業界ではすごくお悩みだと思うので、ここに対する支援があれば良いのかなと思います。最後に、為替の変動について。例えば、為替の影響で目標達成値と大幅にぶれた時、良い方向にぶれば良いですが悪い方向にぶれる可能性もあるので、この辺りの条件について、為替に関しては目標管理にあたっての前提条件などを整理しておいた方が良いでしょう。さきほど石井委員のお話にあったチャレンジングな目標というのは私もウェルカムなので、この辺りの位置付けや意気込みを後でお聞かせいただければと思います。以上です。

(石井部会長)

単価や入込についてはどうでしょうか。

(遠藤正委員)

入込については、私はもう水準超えという設定については特にはないです。

(石井部会長)

これならできるということで。

(遠藤正委員)

水準超えというのは妥当ではないかと思います。

(石井部会長)

単価については。

(遠藤正委員)

いくつか確認してからですね。はい。

(石井部会長)

ありがとうございます。鈴木委員いかがですか。

(鈴木委員)

よろしくお願ひいたします。石井委員とすごく近い感じでした。

まず、目標を高く掲げることは素晴らしいことだと思います。案1の21万円は非常にチャレンジングだと思います。札幌のホテルは今どんどん高いものが建ちますが、その効果が出るのはもう少し後、2025年ですね。というところが一つ。後は、宿泊代金は北海道は安いです。弊社が北海道で富裕層のオーダーマイドツアーを作りますが、平均単価が東京やゴールデンルートに比べ上がらないのはホテルの金額の差なので、それ以外はほとんど一緒です。宿泊施設の費用が北海道はまだ高くないので、そこを含めて上げるという意思表示をするということで案1に掲げていただければ僕は嬉しいです。しかしそれとセットで、ちょっと嫌な言い方をすると、バックパッカーやクルーズとか民族系の団体の取り込みとか、やらないということなので、そこを横に置いて、もちろん大事なのでやっているのですが、いわゆる税金を使って何か施策を打つのも全部そこにはいかず、基本的には戦略を大きく切り替えるということです。具体的な施策の展開がセットになると、プロモーションにお金を使っている場合ではなくて、高いお金を払うコンテンツの充実とか、そこにお客さんを送り込むコーディネート体制の充実とか、遠藤委員が仰ったとおり、その仕組みづくりにもすごいパワーをかけないと。ただ目標だけ上げてもどうかなという感じがあると思います。案2、案3がリーズナブルかということこれも解らないので、案2で妥当に済みますか、案1でチャレンジングにいくかと。この差なのかと思います。数に関しても多分、中国が復活したら余裕でいっちゃうと思います。これも逆に水準超えとして、おおっぴらに言うのは別ですが、構成を変える意思を表示しないと。いわゆる東アジアの近隣のお客様がどれだけ増えても単価は上がらないので。どんなにリッチな人が増えても平均5泊、それだけ金額は上がりません。欧米のお客様なり東南アジアでもシンガポールのお客様なんかはどんどん日数が伸びてきているので、そういう滞在期間が長い方々をどうやって取り込んでいくかを考えていくとすれば、数は目標としてはそれほど掲げる必要はありません。量より質を目指そうとしているので。全国的な流れでもあります。入込客数は案1で良いかなと思いました。以上です。

(石井部会長)

ありがとうございます。中村委員お願ひいたします。

(中村委員)

北海道観光振興機構の中村でございます。皆様ご発言された内容と近いところがございます。

私としましては、まずは単価の前に②の入込客数、量のお話をしたいと思います。一度大きな数字を見せるよりも、やはり質を高めていくというメッセージを強く出すという意味では、それほどここに大きな数字を置く必要はないのではと思いますので、案1ではないかとイメージしております。続きまして、①の単価ですけれども、この単価を語る前に、北海道における観光の価値というのをしっかり一度皆様と共有

する機会があれば良いなと思います。色々な場で申し上げておりますが、北海道観光というものは、様々な業種への経済的な波及効果がございます。特に北海道の自然とか食とか、お酒とか、色々なものを見ますと、どうしても飲食業とか宿泊業とかそちらの方に目がいきがちなところがありますが、一次産業の皆様やサービス業、交通機関含め様々な職種・業種への効果があると考えております。北海道観光のポテンシャルを最大限発揮することで北海道経済、あるいは地域観光の復活・発展に寄与していくのかなという考えを持っております。コロナを経て先ほど申し上げましたとおり、量から質への転換を図る中で高付加価値化を目指していくということで、観光消費額をアップさせていく方向性は皆様と同じでございます。特に、付け加えるとすれば、観光に従事する就業者の環境改善ですとか、そういうところにも単価アップということ、先ほどの経済波及効果と同じような形で考えていくと、観光の価値あるいは旅行者の満足度共に上げられるのではないかと思います。従いまして、チャレンジングではありますが、案1を、しっかり目標を据えて、今申し上げた内容も盛り込みながら取り組んでいくことが可能ではないかなと考えております。以上でございます。

(石井部会長)

ありがとうございました。遠藤委員お願いします。

(遠藤乾委員)

ほとんどの方が語り尽くしているという感じですが、まず私の率直な感想を言うと、かなり「ミッションインポッシブル」で、これを妥当かどうかと判断する細かい材料が手元になさ過ぎて、そういう意味では「かけ声」というのは言い過ぎですけども、気合いでやっていく数字として私自身は捉えました。そういう意味で考えると、むしろ消極的な数字が出てきたら反対しようと思っておりましたが、逆に攻めの方向なので。私は単価の設定はもちろん案1で良いと思っています。人数の方も完全に中国次第という気はしますが、案2でも良いのではないかと考えています。ビザとか入国管理とかは日本側の制限はもう何にも無いのです。中国政府側が勝手に団体を止めているだけです。中国の中ではコロナ施策の展開をしているので、私は時間の問題だと思っていて、早ければ夏くらいに来るのか、もうちょっと後かわかりませんが、ここだけでものすごい推進力になると思います。経済はかなり悪いですけど中産階級が育っている、リベンジ含めてたくさん来るのではないかと考えています。そこが解禁されれば平気でこの数字は越えていくのではないかと考えています。むしろ怖いのは、為替だけで5年で25%くらい円安になっているはずなので、それだけでも国の目標をクリアしちゃうくらいです。プラス25%というのはどこからくるのか、どれくらいの投資をこの間にしてきたのか、前のフェーズの時にも、例えば人材育成の話が結構話題になっていたと思いますが、人材はそもそも数が足りないという話にプラスして、それぞれのローカルで、つかさつかさで、全体を俯瞰できるような人材を育ててこれているのか。育てる気があるのか、そういったインフラの話がどれくらい投資されてきているのか、成果が見込めるのか、付加価値化とともにインフラの整備は大事だと思うのですが、この間コロナで止まっている間に道が何をしていたのか、その辺もうちょっとお話を聞かないと。このプラス25%というのは、どこでどう見込めるのか判断できません。ただかけ声のように聞こえるということなのです。国の計画を見ると、アイヌの話もそうですが、アグリツーリズムとかウィンタースポーツの話とかものすごく北海道にマッチする話が多く、それに合わせてどれ位の施策を打っているのかその辺の話もお聞きしたい。私が一番興味を持っているのは人材です。北海道の計画を見ると、40ページの観光産業を支える人材の確保・育成というのがかなり薄いというか弱いという印象。ホテル単価の話も出ていますが、北海道各地でホテル周りに地域の色々な魅力について国際的にコーディネートできる人材も中期的に育成していかなければ。そこにどれ位の投

資ができていいのか一番心配です。例えば北海道大学の観光の分野では、今どういう努力をされているのか教えてほしいのですが、例えば道と北海道大学が連携して人材育成のためのチェアみたいなものを作るとか。そこで5年、10年かかるかもしれませんが、地域に戻って色々な地域の魅力を繋げて生む、押し出せる、そういった国際人材を育てる必要があるのではないかと考えています。もうおやりになっていたら失礼ですけども、そういった類いは大学では大事ではないかと最近よく考え直していて、欧米の例を見てもかなり大学と連携しながらやっている例は多いと思います。ほかに農学部でやっているいろいろな地域の農業の魅力などと組み合わせてももちろん良いと思いますし、少し総合的にそういう人材を育てるとするのが良いです。例えば余市でもどこでも良いので、連結系の人材というのを育てる必要があるのではないかと考えています。以上です。

(石井部会長)

ありがとうございます。皆様からご意見をいただきました。私も委員としての意見を言えば、もともとでいうと日本の観光業全体でもなかなか制御的な側面を出し切れていないので、従業員が一定の生活レベルを保障されているようなところにまだまだなっていないのが現実です。そこから脱却するためには基本的には人を入れていけば良いという考え方はむしろ取るべきではないと思います。質を上げるといふか、単価を上げながら質を上げていくことに、本気で取り組んでいかなければならないと基本的には思います。今、遠藤(乾)委員が仰ったとおり、いちごっこなのですけども、だから優秀な人が全然いないことですから。当然、付加価値を上げて、人件費を上げて、良い人材を入れて、教育してといったプロセスを辿らないと、良い人材が根付くことにはならないです。

他の委員からも出ていましたが、文字通り「観光業のあり方」を変えるためにこの計画があると位置づけで、その中の一番のターゲットとして、インバウンドの単価が象徴的にそれを表していると考えれば良いのではないかと、私自身思っております。今のところの具体的な対策ということは、それほど明確に示せない可能性があるのですが、上げることの必要性を明確にして、どうやって上げるかということも少し明確にすることを年度、年度の施策で少し取り組んでいただくということは、むしろこれから良いと思います。こういったことを念頭に置きながら、少しアグレッシブに単価設定して、そのために何が必要かという議論と、特に観光事業に携わる経営者の方々の意識をきちんと持っていただくということも大事なのかと考えています。単価をどこまで上げられるかという話は色々な見方があります。遠藤委員も仰っていましたが、円安の振れというのは20%から25%くらいです。2、3割は円安の振れがそもそもベースにあるので、極端に言えば、外国人向けの料金設定は、割り切りで言うとドルで設定している概念で言えば、今の円安水準だったら2~3割は下駄をちゃんと履かせる努力を徹底してやるといった、少なくともニセコ価格というのはそういう設定に既になっていますから、もう少し全道的に広げる取組を考え方を含めてできるのではないかと考えています。その意味で言うと、半分はある種、為替要因で割り切っちゃうと。為替が逆にものすごく円高になったら実現できなくて当たり前の話になるので、それは仕方ないです。でも、円高にどんどんなっていく要素は、今時点では無いので、ここ数年の間でそちらを埋めるのは余程のことがなければ無いと思います。振れたら言い訳はちゃんとできます。そうした整理をしていくことも必要です。値段を上げるのは根拠が必要なので、色々な根拠を積み上げて50%こうやったらいけるという話はいずれにしても必要だと思います。その意味で言うと、私はアグレッシブな21万円と見込むよりはむしろ、2019年超えて良いかなという意見です。委員としては以上です。皆様のご意見を伺った範囲では、要は、難しいことを解っていて上げるのであれば、それは良いといった、単価に関してはそういうご意見だったかなということでもよろしいでしょうか。むしろ、難しい高い水準をあえて上げるのだということを出していただくということが重要ではないかと。そのように変わっていくこと

の意味と、変わっていかないとだめな理由を明確化しながら、高い目標になんとか実現に向けて進むといった、そういう設定をするのであればこの目標が良いということで、よろしいでしょうか。

(鈴木委員)

逆に、下世話ですけれども、行政が目標として掲げてしまうと、そこにいかないと当然、何でいかないのかという話が出てくると思うのを逆に民間の立場から心配かなと思います。

(鶴蒔局長)

計画は毎回5ヶ年計画で進めています、既に2年経過しており、終期は2025年までとなっています。そこまでたどり着けるかという部分があります。

(石井部会長)

こんなこと言ったら怒られますけど、民間ではないので失敗してもクビになる心配はありません。ならないからこそ、具体的な道筋みたいなこともセットで考えていただくことが大事かと。結果としての失敗は、プロセスがしっかりできていればそれほど責められる話ではないように思います。だからこそプロセスをちゃんと組み立てて、実現に向けた努力をしたということを残していただく。残していただくためには高い目標がないと取り組めませんので。「本当に実現できるかどうか」と聞かれたら、僕も少し厳しいというのは認めますが、あえてそういう数字、単価についてはそういった考え方ですが、入込も両方頑張るとなると焦点がぼけるので、入込については2019年水準超えということであれば、全体として質を目指すというミッションも明確になるかと思うので、よろしければ入込については、案1の比較のおとなしい目標で、単価獲得で最善を尽くしていただくということを全体のミッションにするという考え方でどうかと思いますが、よろしいでしょうか。やっとなインバウンドが本格的にこれから戻ってくるということなので、数に追われず、滞在日数も伸ばしながら単価も上げるという、そのために何が必要かということになって参りますので、是非そういう方向で組んでいただくということで、計画部会としては道のお示しいただいた、それぞれ案1でいっていただくことに整理させていただいてよろしいでしょうか。

(異議なし)

(石井部会長)

ありがとうございます。それでは、今日の議題は以上になりますので、案1ということで素案の策定を進めていくことにさせていただきたいと思っております。それでは、進行について事務局の方にお返しさせていただきます。

(近藤課長)

議事に戻る前に、様々なご指摘をいただいたので、道の考え方をお話させていただきます。単価の向上でございますけれども、アドベンチャートラベルだけではなくて、計画の45ページから47ページにも書かれていますが、我々としては、観光消費額単価のアップについては、ATを含めてコト消費と、それから宿泊日数の長期化をあげていくと、それから富裕旅行、一番多くやっていくことも計画でまとめているので、そこを元に単価アップしていきたいと思っております。また、アドベンチャートラベル・ワールドサミットも今年の9月でございますので、そこからアドベンチャートラベルを北海道に根付かせていきたいという思いもございます。そういう思いで高い目標を掲げておりまして、また別な説明ぶりでご

ざいますが、日本平均が20万円なので、ひとつ上を目指したいと、観光業界へのメッセージも含めてやっていきたいと考えておまして、このような案を示したところでございます。国の分科会でも指標を設定する上で、単価のところでも委員の方からもありましたけれども、人の地位を上げていくことが重要です。産業として地位を上げていく。働く人の地位を上げていくことが重要で、高付加価値化の成果を働いている人に還元することで観光産業の重要性が社会的にも認識され、生産効率も上がっていくというご意見も、国の分科会の方で出されております。コロナ禍でございますけれども、人材育成についてどう取り組んできたかということにつきましては、地味ではございますが人材育成のセミナー、従業員教育ということについてはやっているのですけれども、コロナ禍においては、最初に掲げたのは観光産業の回復というものに主体的に取り組んできたところなんです。全国旅行支援を含めなんとか観光産業が倒れないようにということに着目し中心に取り組んできたところでございますけれども、道の予算の方針といたしましては、痛んだ観光産業の回復と、人を呼び込んでくるということ。最大の目標でございますけれども、観光産業の高付加価値化というところを、一番の今後の取組方向としておりますので、そういった意味で今回案を示させていただいたところでございます。以上でございます。

(石井部会長)

ありがとうございます。今のお話の中で、処遇改善というか人件費を上げるという話は、観光産業が今厳しいから、そのことにあまり強く私も主張してこなかったのですが、むしろ賃金をちゃんと上げてそのことが経済が回っていくサイクルになっているとしたら、観光産業は北海道にとっては、ちゃんと賃上げをする業種になってくれなかったら経済がまともに回らないという話なので、取組み方が高付加価値化というか、コストを適正に乗せて料金を取れよといった、そういう世界の話に意味が変わっているのだと思います。はっきり言うとマスト上げなければならないところなので。ちゃんと上げていない所はむしろ弾きますよぐらいの。逆に言うと、観光産業を育てるというのは、極端に言えばモードを切り替えないと駄目な面があるので、あえて乱暴に言いますけれども。ここの考え方を変えないと、結局、労働者へのしわ寄せをずっとしてきたのが観光産業なので、それでは存在してもらうこと自体が困るという時代に明らかになったと思います。逆に言うと、やらなかったら観光産業は人がどんどん他に逃げちゃうということも、今の状況だと現に起こっています。これについては特に事業者の方に相当意識を変えてもらわないといけない。その意味で、石井(至)委員も仰いましたが、ホテル料金が象徴的にそういった状況を表すので。上がっていないと言うことは中身が変わらない。費用構成を変えられないということなので、従業員の人件費は絶対に上げられないということに当然なるわけですから。努力目標で上げてもらうというだけではなく、ある意味ではちゃんとやれているかどうかをリードするとか、監視するとかの考え方を、行政サイドで変えていかなくてはいけないところもあると思います。これって観光産業の最大の課題です。今まではかなりそこは見て見ぬふりを多分していたのですけれども、それではすまない時代になってきております。是非よろしく申し上げます。

(宮崎主幹)

石井部会長、委員の皆様、今日はありがとうございました。全体を通じて何かご発言ございますか。

(石井委員)

せっかくなので。かけ声で21万円という案に決まったのですが、あまりにも根拠がないと。どうやるかという話になるので、せっかくなので委員の先生方がいらっしゃるので、アイデアですとか、単価を上げるためのヒントを皆様から教えていただければと思うのですが、いかがでしょうか。

(石井部会長)

鈴木委員、いかがですか。

(鈴木委員)

2～3時間喋れますけれど良いでしょうか。

(石井部会長)

コンパクトにお願いいたします。

(鈴木委員)

そうですね、一番には、ここにも書いているのですが、滞在日数を伸ばさなければなりません。それから、滞在している間に何かしらのコト消費をさせなければなりません。私はこの2点だと思います。基本的にはそこで時間や日にちを過ごす価値がないと滞在日数は伸びません。それが体験型、アドベンチャートラベルという文脈になると思います。逆に、例えば、アウトドアガイドは未だに「レベニューマネジメント」の言葉を知っている人がいないです。旅館・ホテルはやっと閑散期、繁忙期の金額差がどんどんついていますが、今、ネイチャーガイドやアウトドアガイドにそういうことをやろうと弊社で声をかけていて、今年の夏頃から少しずつ、休前日の料金と、平日の料金と、インバウンド向けの料金と、日本人向けの料金と、変えております。

(石井部会長)

仰るとおり、料金政策って大事だと思います。私が言いたかったのは、コストも含めて管理されていないので。ちゃんと料金とれてないのがガイドさんでしょう。

(鈴木委員)

ガイドさんは遠慮がちです。そこは自信をもってやらせましょうと。少しエキセントリックに話しますが、無償ボランティアガイドとか、多国語の看板の作り込みとかいらんと思います。そんなことしているからお金になりません。ガイドを頼まなければ価値が伝わらないとか。やっぱり意識の高い方にはそう勧めていかなければならないのに、未だに行政さんが向かっていく方向がバラバラです。今回この高い目標を掲げることによってやるべきことは収れんするので、その方向に道と機構が一緒になってこの方向でこうやっていこうと言っていければ、周りの人達も付いてくると思うので、そういうシンボリックな施策を打つことではないかなと思います。

(石井部会長)

宿泊料金とかであれば、都市では標準料金とは言わないまでも、なんとなくわかりますが、ガイドさんの標準料金はあるのですか。

(鈴木委員)

基本的にはあります。アウトドアガイドだと半日でいくら、1日拘束されるといくら、団体相手と個別のグループでいくらというのは大体あります。例えば、わかりやすいように尻別川のラフティングに行くと、それなりに皆さん金額の平均はみているのですが、どこかがぐっと上げないと、皆さん上げな

いです。エリアによってはそれがちゃんとできていて、乗馬業界はまあまあできていて、釧路川のカヌーはまあまあ上がっています。また、お客さんがいっぱい来るからそれを取り合うので値段のたたき合いになるケースもあります。そこは非常に問題です。今そういうリーダー格のところ、まず上げてくれという話をしている、そこが料金を上げること、季節要因とか、休前日とか、レベニューマネジメントしてくれたりするとみんな真似するので、そちらの方向に今持っていこうと思って動いています。

(石井部会長)

全部そうですね。ホテル料金だって札幌は需要がいつも弱いのであって、他の大都市の中では1番か2番目に安い。ただ、行動の問題なので、需給行動が問題だということを誰も言わないことも問題なのかも知れません。要するに、ホテル作ったら儲かるなんて思っている人が未だに、はっきり言ったら余計なホテルを建てるわけです。ずっとそういう歴史です。北海道の田舎の方が宿泊料金が高いところがいくらでもあります。そういうことは単なる自由競争だという話ではあまりないので。健全な価格はどこにあるのかという話は、まさに値段で表れている世界なので。そういうのをモニタリングしてみて、事業者もあまり変なことをしない形を作るようなことが観光には必要ではないでしょうか。要するに結局大手と言ってもみんな小さいので、マーケットをコントロールできる人は誰ひとりいないので、それを行政がモニタリングしないと。

(遠藤乾委員)

今すごく刺激されました。先ほどうまく言えなかったのですが、実は今、観光学研究員のブロガーを見ていたのですが、関わる話でデスティネーションマネージャーみたいなやつが私のイメージが一番近いです。今の価格施策とか賃金施策の話もそうですが、上げるとしても上がらないところをテコ入れする一つの手は、やはり付加価値を付けてあげることで、教育とかミッドキャリアの研修などはそういう時に使えると思います。私が先ほどホテルと言ったのは、地方にはたくさん高いホテルがたくさんあるということですが、そういったものを持っているホテル業界からお金を集めたりしながら、全部を道がお金を出さなければいけないということは無いと思います。そういったところから集めてある種の講座を作って、そこにミッドキャリアの現地リーダーの付加価値を付けるべきなのかと思います。それがアドベンチャートラベル的なものだけではなくて、食や温泉、民族系のアイヌであったり。この間ハンガリーに行って、ガイドさんを雇ったのですが、それはダークツーリズムの旅でした。例えば北海道にもいわゆる徴用工だったり、跡地なんかもあったりしてこういったものも言い方はありますが、歴史を遡るという点でリソースだと思います。また、増毛の郷土博物館に行ったら、私の専門の国際政治の博物館のようになっておまして、こういったものを組み合わせられる視点をもつ現地リーダーをあちこちに持ち、そうした人達が自立的に考えて、我々がここで色々言わなくても、現場で繋げていける人材を中長期的に育てることが大事と思っています。これは2、3年の話ではないです。5ヶ年計画でもないと思います。ちょっと関わるかなと思ひ話しました。以上です。

(鈴木委員)

北海道は宝の山だと言って、北海道に今ある資源を一生懸命プロモーションしていますが、それじゃお金にならないです。それを組み合わせ、どこに申し込んだら、誰がコーディネートしてくれるかという仕組みを作らないと。これをずっと言っています。だから、DMO、DMCって言っていますけれども、やはりちゃんとその中にプロパーがいて。最初は食べられませんので、それなりに行政は支えることまでは必要だと思います。DMCとして地域でコーディネートをする、お金を稼ぐといった。旅行業

免許を持っている人がいないから、いつまで経っても儲からないと思います。

(鶴蒔局長)

せっかく良い支援があるのだから、それをどう付加価値にするのかということですよ。

(鈴木委員)

そうですね。

(遠藤正委員)

部会長、発言良いでしょうか。

(石井部会長)

良いですよ。

(遠藤正委員)

今まさに皆様方とお話したことと関連して、私の専門はスキーに関する分野ですが、リフト券の値段を上げると、それは高いとか、道民の皆さんはどうするかという話は当然出てきます。例えば、実際カナダのウィスラーとかアメリカのコロラドなどは、かなり以前から1日券は100ドル以上で、1万円以上というのが世界の実績です。片や、北海道はどうするのかといった時、ちょっとリフトの値段を上げると当然色々な声が出ます。さきほど部会長が仰ったように、もうそろそろ外国人価格と国内価格とか、あるいは道民価格、地域住民価格、そういうことができないか、実証事業として、是非、北海道で取り組んでほしいですね。そこに対してどのような影響があるのか。実際、今日来られなかったジョン・グライナーさんは、今年それなりに値段を上げたのですが、お客さんは全然減らなかったそうです。コロナ前に戻っています。だからマーケットの適正価格の設定に是非トライしないと、この壁を破れないような気がします。今、遠藤（乾）先生が仰ったところと重複しますが、地域のデスティネーションマネージャーは大学で推進しています。これからは、地域事情を考え、地域側が欲している需要に応じた人材を産学官でどうやって作っていくかも重要でしょう。スキー場のあるところ、温泉地のあるところを求める人材は別でしょうし、農業が中心のところも違うと思います。鈴木委員も仰ったように稼げるような教育、例えばスキー場について、1万円は高いと言われますが、外国だったらどうかということで知識や経験があれば、全然別な視点になります。ただし、おそらく鈴木委員など旅行業の現場は、シーズン中ほとんど忙しいのでなかなか情報が入らない。そういったところを行政とか北海道観光振興機構がサポートして是非、実証事業的にチャレンジされることが、私は良いかなと思いました。個人的な意見でしたが、ありがとうございます。

(石井委員)

さっきどなたかが仰っていましたが、すごく北海道は追い風です。なぜならJNTOが国別のアンケート調査を取ってしまっていて、今回来たとき何に期待して来ましたか、実際に何をしましたか、次はどうですかということを知ると、私にとっては不思議ですが、多くの国は、今までは、それこそ「ショッピング」や「日本食を食べること」や「街歩き」に来ていましたが、次回もしますかと聞くと半分以下に減っています。急に増えてきたのは「スキー・スノーボード」と「温泉」です。本当に北海道は追い風です。ただ、私も外国の友達が来るときに、自分で一生懸命英語で資料を作って説明しなくては

いけないくらい、簡単にこうやれば良いんだとか、ここを見たら良いんだといったことが無いです。外国人は日本人の多くと違って結構無計画です。スキーや温泉も着地型観光、着地型のツアーがあるくらいで良いです。とりあえず北海道に来ました。札幌に来ました。札幌でスキーや温泉に行きたいといった時に、立派なホテルに泊まっていれば、コンシェルジュに聞くと案内してくれますが、ビジネスホテルだと、適当なことを言うてしまうけど。消費行動にうまく結びつくようなデジタル上の動線は北海道に限らず無いです。東京ですらあまり無いです。香港の政府観光局などは、ホームページを見るとやりたいことがすぐどうやったらいいか、それも、日本の役所だと個別のお店を紹介するとえこひいきだと言われてやらないでしょう。そのため、業界団体のホームページに飛ばしたら、業界団体も同じ理由でただ列挙されていて、どこが良いのか悪いのか解りません。香港は思い切っていて、個別のお店や場所をどんどん紹介しています。月ごとや週ごとに変えるなどして、ある程度公平性を保つ工夫をしながらやっているのだと思います。鈴木社長のところのように、お金持ちの人を受入するツアーで行く人はもっと儲けてくれれば良いですが、普通にふらっと北海道に来た人、せっかく北海道に来たから温泉やスキーをやりたいとなったときに何かできると良いなと思います。外国人にとって温泉は温泉ですが、色々あるじゃないですか。登別だと1つのホテルの大浴場に3つも4つも源泉があります。普通は1つのホテルに源泉は1つですが。これは世界的にも日本的にも無いと思います。モール温泉もヌルヌルして変です。そういったストーリーを売り込むと。せっかく北海道まで来ているので、別に登別に行くのも帯広行くのも遠くはないと思います。消費行動にうまく結びつくような情報提供というのは、公平性の観点と反するのでどうするかというのは難しいけれども、これができる観光客にとっては、やることができお金を落としやすくなるので良いのではと思います。

(遠藤正委員)

今の石井委員のお話の中で、ストーリーというのはすごく大事だと思います。複数作って公平性が分散するように作れば良いと思いますし、実際、魅力がたくさんあるので、温泉一つにしても複数作れるというのは仰るとおりだと思います。ストーリーをどう作るかというのは、行政だけではできない話ではないかと思います。

(鈴木委員)

一番大事なのは商品化しなければならないことだと思います。値段がついてお店に並んでいないと買えないので。北海道に遊びに来て温泉すごいらしいね、いろんな種類があったりして、5つの源泉があって、日本に10個しかないうち5つもある、それを聞いて、お客さんに調べて行けというのかという話ですね。6つを回るツアーがあり、1人8千円で申し込んでください、どこに申し込んでください、何日前の予約でいけます、というのがあっても、そもそも商品を並べないと8千円使えないです。すべての課題はそこです。

(石井部会長)

そこはコト消費といているところのやり方ですよね。具体的な話は全部ストーリーが必要で、だからガイドが必要で...

(鈴木委員)

そうです。それができる前にプロモーションをしてはダメです。できてからでないと、ただ流れていってしまいます。

(石井部会長)

ガイドですが、ガイドツアーに大きく舵を転換するときそれぞれの地域の絵柄というかストーリーというか自然由来だけではなくて、人でも良いし、人工物でもサービスでも良くて、絵が描けたらそれがある種ガイドのターゲットになって。極端に言えば、ガイドサービスでは全部付加価値が余分に付くわけですし、時間が長く、目指しているところは元々そういう話だったはずなので、そこにもう一度繋がることをご意見でいただいたと思います。いずれにしても今時点で手がかりはあるけれども、相当大きく変えないとそこまではならないという話です。そういう状況なので色々大変なところはあると思いますが、そういう方向で本当に進んでいったら少しずつ単価も上がるし人も観光業界にどんどん入ってくるといった、今までと違う流れができるかもしれないので、それを是非みんなで満たしていければ良いのかなと思います。

(中村委員)

すみません、ひとつだけよろしいでしょうか。

(石井部会長)

どうぞ。

(中村委員)

皆様の話は大変参考になるばかりですけれども、やはり、これからは観光に対する考え方とか認識とかそういうところのマインドセットも変えていくべきではないかなと思っています。今まで観光というとなんとなく余暇を使って遊びに行っているみたいなものが主流だったかもしれませんが、先ほど申し上げたとおり北海道経済を牽引していく役割があるとか、人の成長とか心身のケアにも繋がるとか、こういうものの中に最近ではサステナブルな考え方を反映させて社会的に良いとか、価値を高めていくという観光のあり方もあると思いますのでそういうものをしっかり我々としてもマインドセットして、色々な方々にアプローチしていくというような取組をしていければと考えております。具体的にはやはり若年層の方々、我々とは随分意識も考え方も行動も変わってきていると思います。そういう方へのアプローチの方法の中に色々な形で着地型で体験していくものですか、先ほどからお話が挙がっている唯一無二のストーリーとかをしっかりとお伝えしてその価値を感じていただくとか、そういうところも含めて取り組んでいければと思います。以上です。

(石井部会長)

ありがとうございます。色々ご意見をいただいているうちに、予定時間に近くなってまいりましたので、進行を事務局に返したのに私が締めているのですが、この際、締めさせていただきます。いただいたご意見を踏まえて、計画を作って推進するというのでいきたいと思っておりますので、引き続きどうぞよろしく願いいたします。本日はこれで閉会させていただきます。皆様、どうもありがとうございました。

(了)