

第2回 新型コロナウイルス感染症対策危機克服会議 分野別会議（観光産業分野） 議事要旨

■日 時 令和2年7月31日（金）10：00～12：00

■会 場 オンライン開催（Zoom）

■参加者 別紙出席者名簿のとおり。

<議事要旨>

（1）「持続可能な発展」の定義について

- ・形を変えながらも続いていくイメージ
- ・大事なのはステークホルダー（利害関係者）「誰にとって持続可能なのか」である。観光客・観光事業者だけ重視され、地元の方の生活が放っておかれてしまうのは持続可能ではない。
- ・地域住民、利権の絡む業者一者が勝つ構造ではなく、お互いの利益を調節しなくてはならない。
- ・立場が変われば判断が違い、いざこざの種になる。今後、観光以外の分野（農林水産など）へステークホルダーの裾野を広げる必要がある。
- ・観光が地元で溶け込んでいく形は「持続的」になるのではないか。
- ・全員が win-win にならない、一方の立場の人が犠牲になる「持続した発展」は私たちが目指すものではないと思う。一方に偏らない、「間」をとることを官民でやっていく、その手段としてDMOが仲介役として機能するのだろうか。
- ・お話を伺っていると「Win-Win」「ステークホルダー」という言葉が出てきている。どのステークホルダーも Win となるには、誰がステークホルダーであるのかははっきりさせ、その上で意見が言える場所をつくらないといけない。

（ステークホルダーの調整役について）

- ・DMOは管轄エリアが広すぎるので、細かく地域には入れない。色々な方が意見を出せる協議会という形の第3者機関は良いのではないか。
- ・祇園では結婚式の前撮りに来る業者が増加し住民とのトラブルが多発したため、協議会を結成し業者のオピニオンリーダーなどと話し合い、事業者、住民双方の意見をすりあわせルールを作った。協議会によるルール設定、管理がうまく機能し、みんな納得して上手く回っている。

（DMOの存在について）

- ・お客さんを地域に誘致するのはDMOの役割だと思う。観光客や観光事業者には、その地域で守ってもらうルールを説明し、ルールにのっとって観光することが必要。
- ・人があまり来ない市町村でも、観光資源を掘り出して地元と一緒に盛り上げていくのが理想的な形である。

(2) WITH コロナ時代の観光産業について（短期的施策）

- ・短期に絶対やらなければならないのは、いかに「安全の確保」を確実にするか。いかに府として安心安全を提供するのが大事。京都ならではの安全対策をとる場合、コスト回収は、たとえば混んでいる時の対策には手間がかかるので週末の価格を上げるということも方法の1つ。また、旅行地で熱が出た、感染が判明した際京都府として対応をとれるのか、体制を整えることも必要である。
- ・WITH コロナで楽しめる観光はマイクロツーリズム（近距離旅行）だと思う。日帰り観光客のためのデユースやレイトチェックイン・チェックアウトの導入や、不特定多数と接触するレストランの代わりに、旅館の個室を食事会で利用できるようにするなど、柔軟に対応していく必要がある。
- ・密を避けられる露天風呂付の高級小宿などは稼働が上がっているが、団体を受入れてきた宿は売り上げが戻っていない。売り上げが7割になっても採算が合う経営体質への過渡期である。
- ・新型コロナウイルス感染症が感染拡大する前（以下「ビフォーコロナ」という。）はインバウンドや他府県からの客が多かったが今はそうではない。今までの需要が近隣に向かい、ビフォーコロナ時代の客構成と全く違っている。近隣府県の住民や地元民を平日に誘導する必要がある。
- ・今までは平日はインバウンド、土日は国内の観光客が来ていたが、現在平日が落ちている。平日と土日でバランスをとっていくのが難しい。
- ・平日は宿が埋まらず土日は満杯という状況は今も続いている。「需要の分散」を図ることは密も避けられるし、従業員の雇用安定化にもつながる。
- ・ビフォーコロナ時代のインバウンド客分をどう補うか考える必要がある。マイクロツーリズムなどで京都府内の人口流動を仕掛ける必要があり、たとえばお茶の京都周遊ルートみたいに予め意図した場所、時期（平日・週末・季節等）に誘導される仕組みをつくる必要がある。
- ・京都府民が府内で観光をするだけでは、今ある観光産業を支えることはできない。京都だけで観光誘致を考えるのはスコープが狭く、周辺府県を交えて誘客を設計していかないと短期的にも成り立たないと思う。
- ・京都府と京都市や、2府4県など行政の垣根を越えた大きな視点でキャンペーンなどに取り組んだ方が2倍3倍も大きな効果が出てくると思う。

(3) WITH を踏まえたPOST コロナ時代の観光産業について（中・長期的施策）

- ・現在の状況と、観光客が戻り始めた・増え始めた状況とでは「持続可能性の課題」が大きく変わるため、「現在における持続可能な状態」の目標を2、3年くらいの観点で設定し、都度見直して行かなければならないと考える。
- ・2、3年後の理想は、京都市域と京都府域に集中することない状態でたくさんの観光客が来ている状態である。
- ・沢山といっても3,000人の街に30万人来ても大変なことになるので、少人数でも経営が

成り立つサービスやホンモノを突き詰めたコンテンツの磨き上げなどをし、新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」という。）の影響が落ち着いても観光客が分散化するような仕組みにしないといけない。新型コロナ対策を除いて短期も長期も根本的に目指す方向性は変わらないと思う。

- 京都という街がテーマパークのようなイメージ。それぞれのところで人を上手く配置して混雑を作らないことが必要である。
- 「足るを知る」という考え方が大事。数を目指してもしょうがない。一極集中してそこが問題になるのは全体設計ができていないから。どの地域にどれくらい来るのが適正なボリュームか、また、地域住民の方にとって、観光客にとって、観光業者にとっての適正（幸せ）なボリュームがどれくらいかを定義する必要がある。例えば東京ディズニーランドはディズニーランドとディズニーシーの移動をどうするか、移動手段の構築も含めしっかり計画されている。どうやって全体最適をもたせるか全体設計することが大事だと思う。
- 短期的には with コロナの時代で安全性を確保しながら体質変化・変革をしなければならぬ。その先に、中長期的にそれぞれの地域、ステークホルダーが「ほどよく喜ぶ」状況がある構図になる。
- 行政が適正な量と呼び掛けても観光客は別の動きをする。ボリュームをマネジメントする仕組みはどのように実現可能か。
- 楽天は地方行政と連携する場合には「貿易収支」という観点でどれだけ宿泊や通販等で当該自治体以外から外貨を稼げているか、逆に流出しているかをデータで把握し共有している。全体感をとらえる時にデータを活用するのは重要だと思う。