

日本旅行業協会(JATA)——国内旅行推進委員会

日本旅行業協会(JATA)は、6月24日に開催した定時総会で、国土交通省観光庁へ4月22日に提出した国内旅行、海外旅行、訪日旅行の政策提言の内容を明らかにした。これらの政策提言は、6月5日に政府が決定した観光振興行動計画「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」に反映されているという。ここでは、国内旅行推進委員会(吉川勝久委員長)が作成した国内旅行政策提言「地域経済活性化に向けて」を紹介する。

国内旅行政策提言 「地域経済活性化に向けて」

(社)日本旅行業協会
国内旅行推進委員会
委員長 吉川勝久

地域経済活性化に向けた提言書

少子高齢化が進展し地域における常住人口が減少している現在、「地方創生」が日本の重要政策であり、「交流人口の拡大による地域活性化」は、その主要な解決策である。政府は2014年12月に人口減少克服・地方創生に取り組むため「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」と「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を閣議決定した。また、ひと・しごとの創生を進めていくためにも、「観光」は最も重要な事業の一つとなっている。国が関係省庁横断的執行体制による地域支援施策を実施する際、一過性で終わらない観光を基軸とした魅力ある地域づくりの推進を期待する。

2012年における国内観光消費額は22・5兆円、その生産波及効果は46・7兆円にのぼる。今後地域においては、国内外からの旅行者数を増やし、旅行消費を拡大し地域経済の活性化につなげることが重要である。さらに観光による交流人口拡大は、若者や女性を中心に地域の定住人口減少打開策の柱になると考える。

多様な価値観と目的を持って訪れる旅行者のニーズに応え得るのは、独自の魅力ある個性を持った地域である。人々が協力して固有の資源を掘り起こし、地域ブランドとして磨きをかけ、国内外に魅力を発信していくことが、地域の新たな発展を生み出す原動力となる。

日本旅行業協会は「文化の力」「交流の力」「経済の力」「健康の力」「教育の力」という五つの「旅の力」の効果・効用を通じて、新たな文化・価値の創造、持続的な経済発展に貢献するのをめざしている。地域や自治体は、受地側の立場から観光資源の開発や観光プロモーションを強化しているが、旅行者のニーズを熟知する発地側の旅行会社とさらに連携し魅力ある商品の開発や有効なプロモーションを展開することが可能であると考える。

以下、観光に携わる受地と発地の連携を強化し、地域への交流人口を効果的に拡大するために、1として主要な課題と方向性を述べ、2として具体的な施策について提言する。

1 主要な課題と対策の方向性

1-1 旅行需要の地域への分散

訪日旅行においては、東京都、北海道、大阪府の3都道府の実宿泊者数が全国の46・8%を占める(14年)。国内旅行においても大都市へ旅行需要が集中する傾向が強まっており(※)、地域に旅行需要を分散させる必要がある。

そのためには、旅行者が出かける動機となる地域の魅力をさらに向上させる必要がある。

水郷光庁「宿泊旅行統計調査」によると14年の東京都千葉県神奈川県京都府、大阪府の5府県の実宿泊者数で29・8%

1-2 「まちひと・しごと創生長期戦略」の徹底

国の観光関連予算は観光庁・文化庁、農林省をはじめ多くの省庁に割り当てられ、インフラの整備や人材の育成などさまざまな施策が各省庁で実施されている。地域の交流人口を増やすためには、各省庁の連携を強めることも、具体的な目標や効果を長期的かつ統一的に明確にして、施策に対する十分な効果検証を行う必要があると考える。

1-3 地域における長期的な基本計画の必要性

観光に関して、地域自らが魅力を高め、磨きあげる努力をしなければ、国内外からの旅行者やリピーターを集めることはできない。地域が自ら「地域版総合戦略」を策定し、さまざまな地域観光資源を組み合わせて魅力的なストーリーを構築しなくてはならない。そのためにも長期ビジョンを策定し、官民協同で協力・支援をしていかなければならない。

1-4 発地側のニーズと連携する地域ごとの総合的なプラットフォームの必要性

観光に関するプラットフォームの必要性は認識されているが、その機能が観光素材の紹介に留まっているものが多い。発地側の旅行会社が、地域の素材を生かした商品開発、宣伝展開を行うためにワンストップで対応できる機能を持った地域ごとの総合的なプラットフォーム(以下、「観光総合プラットフォーム」)が必要である。

1-5 地域特性を考慮した効果的なプロモーションの展開

地域の効果的なプロモーションを推進するためには、単年度ではなく長期的に実施していく必要がある。地域特性を考慮しない全国一律の手法では効果も限定される。プロモーション計画を策定させ検討した上で、効果的な地域支援が必要で

国内旅行政策提言

地域経済活性化に向けて

ある。

公平性よりも効率性を重視した施策の実行を推進できる体制の整備が望ましい。

1-6 プロモーションに関する単年度予算の限界

長期ビジョンを作成・実施するうえで、現状の予算は単年度ベースの予算であり、長期的ビジョンに立った場合、補正予算を含めて柔軟な予算策定を長期的に組み込むことが望ましい。

1-7 観光産業に携わる人材の不足

観光産業はその役割や勤務時間、収入の面から努力の確が課題である。バスの乗務員や宿泊施設の従業員といった観光を支える人材不足が顕著に表れている。賃金や福利厚生等待遇面の改善と人材の確保が共有できるようなシステムの構築が必要である。

1-8 地域独自の魅力を体験できる体制整備

地域独自の魅力は、地域ならではのさまざまな体験や地域の生活に根ざしたものである。観光に関連する役割や勤務時間、収入の面から努力の確が課題である。バスの乗務員や宿泊施設の従業員といった観光を支える人材不足が顕著に表れている。賃金や福利厚生等待遇面の改善と人材の確保が共有できるようなシステムの構築が必要である。

1-9 大型クルーズ船の寄港が可能な港湾の整備

世界のクルーズ人口は今後も増加する見込みで、特にアジア・太平洋地区のクルーズ人口は急激な増加が見込まれている。クルーズ船も大型化が進み、10万トンを超える超大型クルーズ船の就航も増加している。14年のクルーズ船舶による訪日外国人数は前年比2・4倍の41・6万人(国土交通省港湾局港湾課14年度速報値)に達し、日本人のクルーズ需要も増加している。

1-10 地域間交流機会の拡大

それぞれの地域の人・学校・企業などの交流機会が拡大すれば、地域レベルのネットワークも強まり、交流人口は増加する。地域間の交流機会を広げる継続的なイベントや大会への支援が必要である。

1-11 旅行者が安全快適に旅行できるためのインフラの整備

近年、目的地までの移動手段に公共交通の利用が増える傾向にある(※)。高齢化の進行やニーズの多様化、訪日旅行者の増加とともに、ますます公共交通機関を利用した旅行者が増える見込みである。

1-12 連続した休日・休暇の取得

2013年における国内宿泊観光旅行者の1人あたり旅行回数(※)は43回、1人あたりの宿泊数は2・35泊、1回あたりの宿泊数は1・64泊に過ぎない。地域に滞在する時間が増えれば、地域で消費される額も拡大する。交流人口の拡大による地域活性化のためにも、連続した休日・休暇の取得増やす努力を継続する必要がある。

国内のクルーズ需要の増加に 대응するためにも、超大型船の受け入れの寄港が可能な港湾の整備とともに、クルーズ客を迎える客船ターミナルの整備も重要な課題である。

具体的事例として首都圏では大型クルーズは横浜入港ができないため、大井埠頭に入るケースがあり、CIQや景観の問題が発生する。地の進でいうターミナルの設備やバスの駐車場にも課題がある。

2 具体的提言

観光によって地域活性化を図るためには、旅行者が地域を訪れたいと思う「動機」と旅行者がその地域を訪れて感じる「魅力」が最も重要である。

「動機」や「魅力」を無視して、単発的なイベントやプロモーションを展開しても、継続的な集客にはつながらないことが多い。旅行者の視点に立つて地域の魅力を発掘し磨きあげ、仕組みを造り商品化し、プロモーションやパブリシティやSNSで伝えいくことによって、多くの観光客を継続的に地域に引きつけ、地域の活性化につなげることができる。そのために必要な施策について、以下の通り提言を行う。

2-1 観光振興に関する目標と「地域版総合戦略」の徹底(1-2関連)

近年、目的地までの移動手段に公共交通の利用が増える傾向にある(※)。高齢化の進行やニーズの多様化、訪日旅行者の増加とともに、ますます公共交通機関を利用した旅行者が増える見込みである。

2-2 地域における長期的な観光基本計画の策定促進(1-3関連)

国の観光関連の予算は分散され、各省庁独自の基準で運用されてきた。新たな「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、自立的・自主的な地域への支援において国が関係省庁横断的の効果的な施策を実施することとしている。地域独自の魅力を高め観光振興を推進するためにも「地域版総合戦略」の徹底が必要である。

2-3 観光基本計画を推進する「観光総合プラットフォーム」の実現(1-4関連)

交流人口の拡大による地域活性化を実現するためには、観光を地域振興の根幹となる産業と位置つけた長期的な基本計画の策定が必要である。地方公共団体の「地方版総合戦略」の策定に際し、併せて長期的な観光基本計画の策定が求められる。

2-4 人材の活力を最大限に活用(観光総合プラットフォームリーダーの育成(1-4関連))

地域の観光資源を生かし、「観光総合プラットフォーム」を機能的に運営する観光は地域の中核的な産業に育成されるためには、地域が直面する課題に応じて、観光素材の開発・向上、マーケティング、人材育成を担い、観光関連以外の産業も含めたネットワークをこ

2-5 旅行会社と連携した地域の(プロモーション強化・支援(1-5関連))

観光による地域活性化を推進していく中で、その地域への旅行動機付けは最も重要課題である。発地側の消費者ニーズを熟知する旅行会社と連携することによって、より有効なプロモーションが可能となる。旅行会社側もその特性を生かして具体的な地域のプロモーションや「観光総合プラットフォーム」の機能向上への協力が可能であることから連携強化が必要である。

2-6 プロモーション計画の複数年度による継続的な予算措置(1-6関連)

地域が自治体ごとに1年計画でプロモーションや宣伝を行っても効果は限られている。年度の途中に計画の実行が決定されることも多く、旅行者のニーズや旅行会社の商品サイクルと関係なく、プロモーションを実施せざるを得ない。限られた予算を現実的な旅行者の増大につなげるためにも、複数年のプロモーション計画を公表し、発地

材の品質管理、手配の受け入れ窓口、受け入れに関する条件整備、受け入れ組織間の連携、必要な人材の確保・育成などを担当する。「観光総合プラットフォーム」が、旅行商品の造成、プロモーション、オペレーションにも対応することで、旅行会社も訪問者の拡大に大きく協力できることが可能である。さらに、「観光総合プラットフォーム」間の連携を密にすることで、送客側のニーズへの対応力を強化することも可能となる。このような機能を持った「観光総合プラットフォーム」の設置・維持のための予算を確保する必要があるが、国としても積極的な支援が必要である。

2-7 観光を支える人材の確保と育成支援(1-7関連)

バスの乗務員や宿泊施設の従業員など、基幹的な人材ですら不足がちな現状では、従業員を採用する企業に対する具体的な支援も必要である。特に旅行はピーク期・オフ期の差が大きいため、必要な知識や能力を備えた人材の育成を進め、ピーク期のニーズに対応できる人材の確保や流動的な運用に努めることが必要である。

2-8 旅行者が安全・快適に旅行できるためのインフラ整備(1-8関連)

高齢化が進み国内旅行でも旅行者がさらに安全・快適に旅行できる環境の整備が必要である。修学旅行では、宿泊施設の耐震性に対する関心も強まっている。訪日外客を含め緊急時の体制などリスク対応の強化も必要である。

2-9 体験観光の取り組み強化と条件整備(1-8関連)

地域におけるさまざまな体験観光素材とのネットワークを強め、「観光総合プラットフォーム」が発地側のニーズに応じた条件整備を担うことで、体験観光の商品を増やし、旅行者の拡大を図る。しかし一方で、最近では宿泊においては民泊やマンションの部屋貸し等々、制度上明確になっていない事例がある。今後、商品化に当た法的な問題が生じる可能性もあり、国としての明確な方針を示す必要がある。

2-10 大型クルーズ船が発着可能な港湾の整備(1-9関連)

国内および訪日クルーズを増やすためには、既存の設備の活用・機能強化を図るだけでなく、国としての地域にクルーズ客を迎え入れるかをデザインした戦略的な受け入れ体制の整備が必要である。増加する国内クルーズ需要を吸収するためにも首都圏など人口集積地域から近い港への超大型客船の寄港を促進することも必要である。

2-11 地域間交流の促進の受け皿の設置(1-10・1-13関連)

訪問地における交流は旅行の大きな動機・満足につながるだけでなく、継続的に地域を訪れる需要を創出することになる。そのためには、修学旅行や団体・企業・サクルなどさまざまなレベルにおける地域間の交流を幹線・支援する体制を整備することが必要である。

2-12 地域を訪問する学校や団体が希望する交流の機会を幹線・提供できる機能を強化する。海外からの交流・視察などのニーズにも対応できる機能を備える。

2-13 地域間連携の拡充

2-14 人材の活力を最大限に活用(観光総合プラットフォームリーダーの育成(1-4関連))

地域の観光資源を生かし、「観光総合プラットフォーム」を機能的に運営する観光は地域の中核的な産業に育成されるためには、地域が直面する課題に応じて、観光素材の開発・向上、マーケティング、人材育成を担い、観光関連以外の産業も含めたネットワークをこ

りまとめてリードすることできる人材、グループ・企業などの活用が必要である。

2-15 旅行会社と連携した地域の(プロモーション強化・支援(1-5関連))

観光による地域活性化を推進していく中で、その地域への旅行動機付けは最も重要課題である。発地側の消費者ニーズを熟知する旅行会社と連携することによって、より有効なプロモーションが可能となる。旅行会社側もその特性を生かして具体的な地域のプロモーションや「観光総合プラットフォーム」の機能向上への協力が可能であることから連携強化が必要である。

2-16 プロモーション計画の複数年度による継続的な予算措置(1-6関連)

地域が自治体ごとに1年計画でプロモーションや宣伝を行っても効果は限られている。年度の途中に計画の実行が決定されることも多く、旅行者のニーズや旅行会社の商品サイクルと関係なく、プロモーションを実施せざるを得ない。限られた予算を現実的な旅行者の増大につなげるためにも、複数年のプロモーション計画を公表し、発地

2-17 観光を支える人材の確保と育成支援(1-7関連)

バスの乗務員や宿泊施設の従業員など、基幹的な人材ですら不足がちな現状では、従業員を採用する企業に対する具体的な支援も必要である。特に旅行はピーク期・オフ期の差が大きいため、必要な知識や能力を備えた人材の育成を進め、ピーク期のニーズに対応できる人材の確保や流動的な運用に努めることが必要である。

2-18 旅行者が安全・快適に旅行できるためのインフラ整備(1-8関連)

高齢化が進み国内旅行でも旅行者がさらに安全・快適に旅行できる環境の整備が必要である。修学旅行では、宿泊施設の耐震性に対する関心も強まっている。訪日外客を含め緊急時の体制などリスク対応の強化も必要である。

2-19 体験観光の取り組み強化と条件整備(1-8関連)

地域におけるさまざまな体験観光素材とのネットワークを強め、「観光総合プラットフォーム」が発地側のニーズに応じた条件整備を担うことで、体験観光の商品を増やし、旅行者の拡大を図る。しかし一方で、最近では宿泊においては民泊やマンションの部屋貸し等々、制度上明確になっていない事例がある。今後、商品化に当た法的な問題が生じる可能性もあり、国としての明確な方針を示す必要がある。

2-10 大型クルーズ船が発着可能な港湾の整備(1-9関連)

国内および訪日クルーズを増やすためには、既存の設備の活用・機能強化を図るだけでなく、国としての地域にクルーズ客を迎え入れるかをデザインした戦略的な受け入れ体制の整備が必要である。増加する国内クルーズ需要を吸収するためにも首都圏など人口集積地域から近い港への超大型客船の寄港を促進することも必要である。

2-11 地域間交流の促進の受け皿の設置(1-10・1-13関連)

訪問地における交流は旅行の大きな動機・満足につながるだけでなく、継続的に地域を訪れる需要を創出することになる。そのためには、修学旅行や団体・企業・サクルなどさまざまなレベルにおける地域間の交流を幹線・支援する体制を整備することが必要である。

2-12 地域を訪問する学校や団体が希望する交流の機会を幹線・提供できる機能を強化する。海外からの交流・視察などのニーズにも対応できる機能を備える。

2-13 地域間連携の拡充

2-14 人材の活力を最大限に活用(観光総合プラットフォームリーダーの育成(1-4関連))

地域の観光資源を生かし、「観光総合プラットフォーム」を機能的に運営する観光は地域の中核的な産業に育成されるためには、地域が直面する課題に応じて、観光素材の開発・向上、マーケティング、人材育成を担い、観光関連以外の産業も含めたネットワークをこ

2-15 旅行会社と連携した地域の(プロモーション強化・支援(1-5関連))

観光による地域活性化を推進していく中で、その地域への旅行動機付けは最も重要課題である。発地側の消費者ニーズを熟知する旅行会社と連携することによって、より有効なプロモーションが可能となる。旅行会社側もその特性を生かして具体的な地域のプロモーションや「観光総合プラットフォーム」の機能向上への協力が可能であることから連携強化が必要である。

2-16 プロモーション計画の複数年度による継続的な予算措置(1-6関連)

地域が自治体ごとに1年計画でプロモーションや宣伝を行っても効果は限られている。年度の途中に計画の実行が決定されることも多く、旅行者のニーズや旅行会社の商品サイクルと関係なく、プロモーションを実施せざるを得ない。限られた予算を現実的な旅行者の増大につなげるためにも、複数年のプロモーション計画を公表し、発地

2-17 観光を支える人材の確保と育成支援(1-7関連)

バスの乗務員や宿泊施設の従業員など、基幹的な人材ですら不足がちな現状では、従業員を採用する企業に対する具体的な支援も必要である。特に旅行はピーク期・オフ期の差が大きいため、必要な知識や能力を備えた人材の育成を進め、ピーク期のニーズに対応できる人材の確保や流動的な運用に努めることが必要である。

2-18 旅行者が安全・快適に旅行できるためのインフラ整備(1-8関連)

高齢化が進み国内旅行でも旅行者がさらに安全・快適に旅行できる環境の整備が必要である。修学旅行では、宿泊施設の耐震性に対する関心も強まっている。訪日外客を含め緊急時の体制などリスク対応の強化も必要である。

2-19 体験観光の取り組み強化と条件整備(1-8関連)

地域におけるさまざまな体験観光素材とのネットワークを強め、「観光総合プラットフォーム」が発地側のニーズに応じた条件整備を担うことで、体験観光の商品を増やし、旅行者の拡大を図る。しかし一方で、最近では宿泊においては民泊やマンションの部屋貸し等々、制度上明確になっていない事例がある。今後、商品化に当た法的な問題が生じる可能性もあり、国としての明確な方針を示す必要がある。

2-10 大型クルーズ船が発着可能な港湾の整備(1-9関連)

国内および訪日クルーズを増やすためには、既存の設備の活用・機能強化を図るだけでなく、国としての地域にクルーズ客を迎え入れるかをデザインした戦略的な受け入れ体制の整備が必要である。増加する国内クルーズ需要を吸収するためにも首都圏など人口集積地域から近い港への超大型客船の寄港を促進することも必要である。

2-11 地域間交流の促進の受け皿の設置(1-10・1-13関連)

訪問地における交流は旅行の大きな動機・満足につながるだけでなく、継続的に地域を訪れる需要を創出することになる。そのためには、修学旅行や団体・企業・サクルなどさまざまなレベルにおける地域間の交流を幹線・支援する体制を整備することが必要である。

2-12 地域を訪問する学校や団体が希望する交流の機会を幹線・提供できる機能を強化する。海外からの交流・視察などのニーズにも対応できる機能を備える。

2-13 地域間連携の拡充

2-14 人材の活力を最大限に活用(観光総合プラットフォームリーダーの育成(1-4関連))

地域の観光資源を生かし、「観光総合プラットフォーム」を機能的に運営する観光は地域の中核的な産業に育成されるためには、地域が直面する課題に応じて、観光素材の開発・向上、マーケティング、人材育成を担い、観光関連以外の産業も含めたネットワークをこ

2-15 旅行会社と連携した地域の(プロモーション強化・支援(1-5関連))

観光による地域活性化を推進していく中で、その地域への旅行動機付けは最も重要課題である。発地側の消費者ニーズを熟知する旅行会社と連携することによって、より有効なプロモーションが可能となる。旅行会社側もその特性を生かして具体的な地域のプロモーションや「観光総合プラットフォーム」の機能向上への協力が可能であることから連携強化が必要である。

2-16 プロモーション計画の複数年度による継続的な予算措置(1-6関連)

地域が自治体ごとに1年計画でプロモーションや宣伝を行っても効果は限られている。年度の途中に計画の実行が決定されることも多く、旅行者のニーズや旅行会社の商品サイクルと関係なく、プロモーションを実施せざるを得ない。限られた予算を現実的な旅行者の増大につなげるためにも、複数年のプロモーション計画を公表し、発地

2-17 観光を支える人材の確保と育成支援(1-7関連)

バスの乗務員や宿泊施設の従業員など、基幹的な人材ですら不足がちな現状では、従業員を採用する企業に対する具体的な支援も必要である。特に旅行はピーク期・オフ期の差が大きいため、必要な知識や能力を備えた人材の育成を進め、ピーク期のニーズに対応できる人材の確保や流動的な運用に努めることが必要である。

2-18 旅行者が安全・快適に旅行できるためのインフラ整備(1-8関連)

高齢化が進み国内旅行でも旅行者がさらに安全・快適に旅行できる環境の整備が必要である。修学旅行では、宿泊施設の耐震性に対する関心も強まっている。訪日外客を含め緊急時の体制などリスク対応の強化も必要である。

2-19 体験観光の取り組み強化と条件整備(1-8関連)

地域におけるさまざまな体験観光素材とのネットワークを強め、「観光総合プラットフォーム」が発地側のニーズに応じた条件整備を担うことで、体験観光の商品を増やし、旅行者の拡大を図る。しかし一方で、最近では宿泊においては民泊やマンションの部屋貸し等々、制度上明確になっていない事例がある。今後、商品化に当た法的な問題が生じる可能性もあり、国としての明確な方針を示す必要がある。

2-10 大型クルーズ船が発着可能な港湾の整備(1-9関連)

国内および訪日クルーズを増やすためには、既存の設備の活用・機能強化を図るだけでなく、国としての地域にクルーズ客を迎え入れるかをデザインした戦略的な受け入れ体制の整備が必要である。増加する国内クルーズ需要を吸収するためにも首都圏など人口集積地域から近い港への超大型客船の寄港を促進することも必要である。

2-11 地域間交流の促進の受け皿の設置(1-10・1-13関連)

訪問地における交流は旅行の大きな動機・満足につながるだけでなく、継続的に地域を訪れる需要を創出することになる。そのためには、修学旅行や団体・企業・サクルなどさまざまなレベルにおける地域間の交流を幹線・支援する体制を整備することが必要である。

2-12 地域を訪問する学校や団体が希望する交流の機会を幹線・提供できる機能を強化する。海外からの交流・視察などのニーズにも対応できる機能を備える。

2-13 地域間連携の拡充

2-14 人材の活力を最大限に活用(観光総合プラットフォームリーダーの育成(1-4関連))

地域の観光資源を生かし、「観光総合プラットフォーム」を機能的に運営する観光は地域の中核的な産業に育成されるためには、地域が直面する課題に応じて、観光素材の開発・向上、マーケティング、人材育成を担い、観光関連以外の産業も含めたネットワークをこ

2-15 旅行会社と連携した地域の(プロモーション強化・支援(1-5関連))

観光による地域活性化を推進していく中で、その地域への旅行動機付けは最も重要課題である。発地側の消費者ニーズを熟知する旅行会社と連携することによって、より有効なプロモーションが可能となる。旅行会社側もその特性を生かして具体的な地域のプロモーションや「観光総合プラットフォーム」の機能向上への協力が可能であることから連携強化が必要である。

2-16 プロモーション計画の複数年度による継続的な予算措置(1-6関連)

地域が自治体ごとに1年計画でプロモーションや宣伝を行っても効果は限られている。年度の途中に計画の実行が決定されることも多く、旅行者のニーズや旅行会社の商品サイクルと関係なく、プロモーションを実施せざるを得ない。限られた予算を現実的な旅行者の増大につなげるためにも、複数年のプロモーション計画を公表し、発地

2-17 観光を支える人材の確保と育成支援(1-7関連)

バスの乗務員や宿泊施設の従業員など、基幹的な人材ですら不足がちな現状では、従業員を採用する企業に対する具体的な支援も必要である。特に旅行はピーク期・オフ期の差が大きいため、必要な知識や能力を備えた人材の育成を進め、ピーク期のニーズに対応できる人材の確保や流動的な運用に努めることが必要である。