

観光立国実現は地方から推進を

観光立国は日本の「成長戦略」だ

特別鼎談——2011年の展望と課題



日本政府観光局理事長
間宮 忠敏氏

観光庁長官
溝畑 宏氏

日本観光協会会長
西田 厚聰氏

成長戦略としての観光立国をいかに推進すべきなのか。観光庁の溝畑宏長官、日本観光協会の西田厚聰会長、日本政府観光局(JNTO)の間宮忠敏理事長の3氏にお集まりいただき、観光の現状や課題、進めべき方向性について語ってもらった。(司会編集長・内井高弘)

まず、観光を展望する上で2010年という年を振り返ってみたい。
溝畑 はじめに申し上げたいのは、国民が「観光は重要な産業だ」と認識した年だったということだ。6月には政府の成長戦略に観光が7大戦略分野の1つとして盛り込まれた。国民的なアイドルル

訪日需要回復に成果 間宮

溝畑

観光への意識高まる 溝畑

西田

地域の期待は観光に 西田

再認識されたと。インバウンドで考えると、日本にはすばらしい観光資源があるが言語の障壁を含めた受け入れ態勢、座席供給や運賃設定を含めた航空アクセスなどに課題がある。また、尖閣諸島の中国漁船の衝突事件では、リスクマネジメントの必要性を痛感した年だった。
西田 会長は東芝会長として日本経済をリードする一方で、6月に日観光協会長に就任された。観光産業をどのようにつなげるか。
西田 観光という産業、観光という市場がその野の広いものだとは思って、目玉の一つは観光消費が23・6兆円もの大きさを思っている。

政府の取り組み以前に、地方自治体、企業によるこうした観光交流への動きを継続させていくことが、将来の外国人旅行者千万人に向かっていると間宮を促している。
西田 国を挙げて継続的に取り組むことは大切だ。いかに国家戦略が重要かは、観光分野で言えば、医療観光の市場に表れている。世界観光のメディアカルツーリストは年間約600万人とも言われるが、そのうちの約200万人をタイが受け入れている。2番目に受け入れが多いシンガポールが60万人ぐらいだが、断トツに多い。
西田 いろいろな背景、要因があるにせよ、タイはもとも医療に長けていた国でもなく、医師が極めて優秀だった国でもなかったはずなのに、施設に投資し、医師を海外に留学させて人材を育成した。持っている資源ではなく、国家戦略を推し進め、時間をかけて世界のトップになった。これは国が戦略的に推し進められたら、タイはもとも医療に長けていた国でもなく、医師が極めて優秀だった国でもなかったはずなのに、施設に投資し、医師を海外に留学させて人材を育成した。持っている資源ではなく、国家戦略を推し進め、時間をかけて世界のトップになった。これは国が戦略的に推し進められたら、

だ。中国については尖閣諸島沖の事件の影響が水を差したが、それでも過去最高の150万人前後で前年から50%ぐらいの伸びになる。韓国は09年が159万人だったのが、2010年は250万人前後まで回復する。国を挙げて誘致に取り組んでいなければ、中国の伸びも、韓国の回復もなく、09年の679万人を下回る可能性もあったと思う。
国際競争は激化している。台湾が中国との関係を緊密にして誘客を進め、韓国もこれまで以上に海外プロモーション

うようになったというイメージ。7月の中国の個人観光ビザの要件緩和は、発給開始から1年での大幅な緩和に大きく印象付けられた。
3つ目は、いろいろな課題がある。7月の日本人の国内旅行の消費額が約7割を占めること、また、日本人の海外旅行者は1545万人に達するの訪日外国人は679万人と半分にも満たないことに驚きもした。
外国人旅行者の少なさをどうやってきたらいいのかも感じている。観光予算にしても他の産業分野の感覚からすると極めて少ない。しかし、政府の成長戦略に観光を取り上げられたのは極めて画期的なことだ。これまで力を入れてこなかったということは、まだまだ観光には成長への潜在力があるということだ。
地域の観光に対する期待も大きい。経団連(日本経済団体連合会)の活動として全国各地で地方経済団体の意見交換会を開くと、もう地方に産業立地というのはほとんどない。地方の活性化策の1番目には、ほとんどの地域で観光が挙がってくる。関西で広域地方行政団体(関西広域連合)が発足したが、こうした動きにしても、目玉の一つは観光なのではないか。全国どこに行っても観光。これ

非常に厳しいはずだが、を強化した結果だ。JNTO ドイツ、フランスなどは増えている。各自自治体がいろいろRしたり、民間企業もさまざまな手段を使って直接、海外の市場に対してプロモーションしている。
大のマーケットだと改めて認識する機会になった。観光は外部環境に左右されやすい。一喜一憂せずということ。私たちが起すのが観光だと思え、15年ほど前にサッカー・ワールド

国内外に「開国」示す 溝畑

間宮

持続的な投資が重要 間宮

西田

国挙げた戦略推進を 西田

非常に厳しいはずだが、を強化した結果だ。JNTO ドイツ、フランスなどは増えている。各自自治体がいろいろRしたり、民間企業もさまざまな手段を使って直接、海外の市場に対してプロモーションしている。
大のマーケットだと改めて認識する機会になった。観光は外部環境に左右されやすい。一喜一憂せずということ。私たちが起すのが観光だと思え、15年ほど前にサッカー・ワールド

本年も、より一層のご愛顧を賜りますよう、一同心よりお願い申し上げます。

KNTでは、これまでのスタイルにとらわれない豊かな「感性」や「発想力」で、今年も「新しい旅」を創出していきます。たくさんの「！」をお届けし、感動・笑顔・信頼の「物語」を創造するKNTをどうぞよろしく願ひいたします。



knt(ケイ・エヌ・ティ)は、近畿日本ツーリストグループの企業ブランド名です。

観光立国実現は地方から推進を

観光立国は日本の成長戦略だ

(3面から続く)

3面から続く。観光立国は日本の成長戦略だ。観光立国は日本の成長戦略だ。観光立国は日本の成長戦略だ。

新組織で相乗効果発揮 イン推進体制の確立を

西田 間宮

環境への負担も増す。そこで分散化によりピーク需要をなす。分散化によりピーク需要をなす。分散化によりピーク需要をなす。

観光立国の成長戦略と。観光立国の成長戦略と。観光立国の成長戦略と。観光立国の成長戦略と。

観光立国の成長戦略と。観光立国の成長戦略と。観光立国の成長戦略と。観光立国の成長戦略と。

世界と競う旅館経営を

溝畑

さらなる成長を遂げる可能性。さらなる成長を遂げる可能性。さらなる成長を遂げる可能性。さらなる成長を遂げる可能性。



観光立国の推進について語り合った(東京・飯田橋のホテルメトロポリタンエドモント)。

Red Windmill (赤い風船) advertisement for Nippon Travel Agency (日本旅行). Includes text about customer satisfaction, a list of staff members with photos, and the company logo.