

観光立国の実現は地方から

観光立国への挑戦は“飛躍期”に

特別鼎談 2010年の展望と課題

2010年の観光はどう動くのか。経済環境は厳しいが、成長戦略としての重要性は広く認められ、観光立国の推進には追い風が吹く。観光庁の本保芳明長官、日本観光協会の中村徹会長、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、展望を語ってもらった。(司会―編集長・内井高弘)

――はじめに09年の観光におけるトピックスは。
本保 1年を通じて経済情勢が非常に厳しかったというのが実感だ。国際的な経済危機があり、円高や新型インフルエンザの影響の大きさは日本独特のものがあった。だが、その中で前向きに捉えられるのは、政権交代で前原大臣

力なりリーダーシップを發揮し、化への可能性が示された。2010年度の観光庁予算も前年度比4・1倍の額を要求し、政府がそれとまで力を入れてやるのかという力強い応援になるのかという期待が込められている。

――間宮 観光分野にふさわしい予算要求になったと考えている。観光庁の予算も前年度比4・1倍の額を要求し、政府がそれとまで力を入れてやるのかという期待が込められている。

新目標で局面変わる 観光の求心力強まる

本保 中村



日本政府観光局(JNTO)理事長 間宮 忠敏氏



観光庁長官 本保 芳明氏



日本観光協会会長 中村 徹氏

これまでは“離陸期”

間宮

――間宮 観光分野にふさわしい予算要求になったと考えている。観光庁の予算も前年度比4・1倍の額を要求し、政府がそれとまで力を入れてやるのかという期待が込められている。

――中村 数字はともかく観光庁ができたことで、観光に対する強い求心力が生まれた。政治、経済の中で観光の重要性が認められ、それを地方や一般の人が感じていくことに大きな意味があった。

――本保 観光庁ができて何が一番よかったかと言えば、国が観光力を入れて仕事をしようという姿勢が非常に大きかったこと。産業界、地方が呼応したこともあった。外国の日本へのもの見方も変わった。観光庁の発足時に内閣府が実施した調査では観光庁の認知度は36%だったが、1年後に観光庁が実施したら63%に上がった。これだけ上昇したというのには、観光庁が仕事をしようとしたことが大きい。

――訪日外国人誘致では3千万人という新しい目標を掲げた。2010年は新たな

――中国への訪日観光ヒザのさらなる要件緩和は、観光庁の重要な課題だ。短期的な目標を達成するために、観光庁の発足時に内閣府が実施した調査では観光庁の認知度は36%だったが、1年後に観光庁が実施したら63%に上がった。これだけ上昇したというのには、観光庁が仕事をしようとしたことが大きい。

――訪日外国人誘致では3千万人という新しい目標を掲げた。2010年は新たな

中国客の誘致に注力 VJYで目標達成へ

本保 中村

アジアとの連携重要

中村

――本保 3千万人を目指すにあたって考えるべきは、これから飛躍期に入ることだ。09年にVJCが始まり、基本計画に1千万人の目標を掲げた。2010年を迎え、これが実現する。これは飛躍期に入ることだ。09年にVJCが始まり、基本計画に1千万人の目標を掲げた。2010年を迎え、これが実現する。

――中村 数字はともかく観光庁ができたことで、観光に対する強い求心力が生まれた。政治、経済の中で観光の重要性が認められ、それを地方や一般の人が感じていくことに大きな意味があった。

――中村 数字はともかく観光庁ができたことで、観光に対する強い求心力が生まれた。政治、経済の中で観光の重要性が認められ、それを地方や一般の人が感じていくことに大きな意味があった。

――本保 観光庁ができて何が一番よかったかと言えば、国が観光力を入れて仕事をしようという姿勢が非常に大きかったこと。産業界、地方が呼応したこともあった。外国の日本へのもの見方も変わった。観光庁の発足時に内閣府が実施した調査では観光庁の認知度は36%だったが、1年後に観光庁が実施したら63%に上がった。これだけ上昇したというのには、観光庁が仕事をしようとしたことが大きい。

――中村 数字はともかく観光庁ができたことで、観光に対する強い求心力が生まれた。政治、経済の中で観光の重要性が認められ、それを地方や一般の人が感じていくことに大きな意味があった。

――本保 観光庁ができて何が一番よかったかと言えば、国が観光力を入れて仕事をしようという姿勢が非常に大きかったこと。産業界、地方が呼応したこともあった。外国の日本へのもの見方も変わった。観光庁の発足時に内閣府が実施した調査では観光庁の認知度は36%だったが、1年後に観光庁が実施したら63%に上がった。これだけ上昇したというのには、観光庁が仕事をしようとしたことが大きい。



迎新春

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」による「新しい旅行」を創出していきます。社員全員が「心」の感度を高めてお客さまにたくさんの「！」をお届けし、「愛され、選ばれるKNT」をめざしてまいります。

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。

観光立国の実現は地方から

観光立国への挑戦は飛躍期に

(3面から続く)



3千万人の実現に向けた課題は。間宮 常日頃、日本は観光資源大国でそれをよい商品に...

市民の力、観光振興に JNTOの強化必要

中村 間宮



2010年度に社会実験を行うのは、産業界にとっては大きな問題である。学校、保護者の反対もあるだろう。

観光を成長分野とし、国を牽引する必要がある。これを牽引するのは民間である。

地域と産業界の連携と、観光振興の推進が重要。JNTOの強化が必要。



東京・飯田橋のホテルメトロポリタンエドモントで

観光立国が飛躍期に入っている。議論の焦点は外国人の受け入れと観光客の増加にある。

旅館経営に「変革」を期待 本保 設やジャパニーズ・イン...

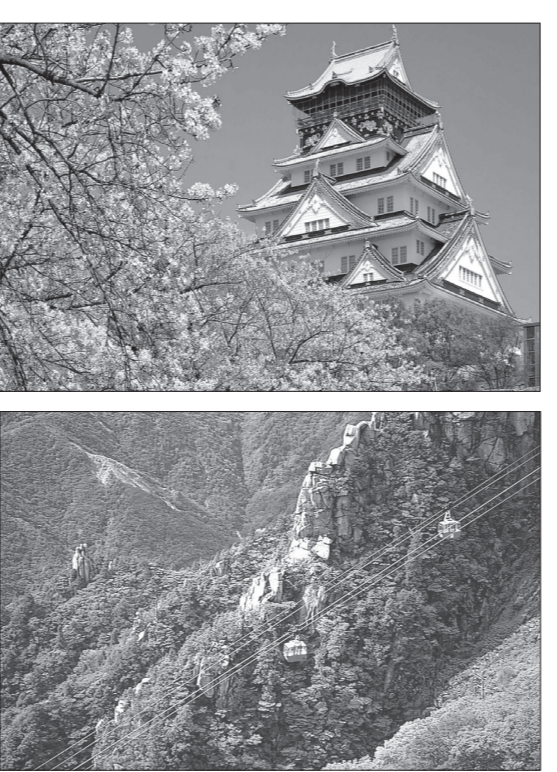
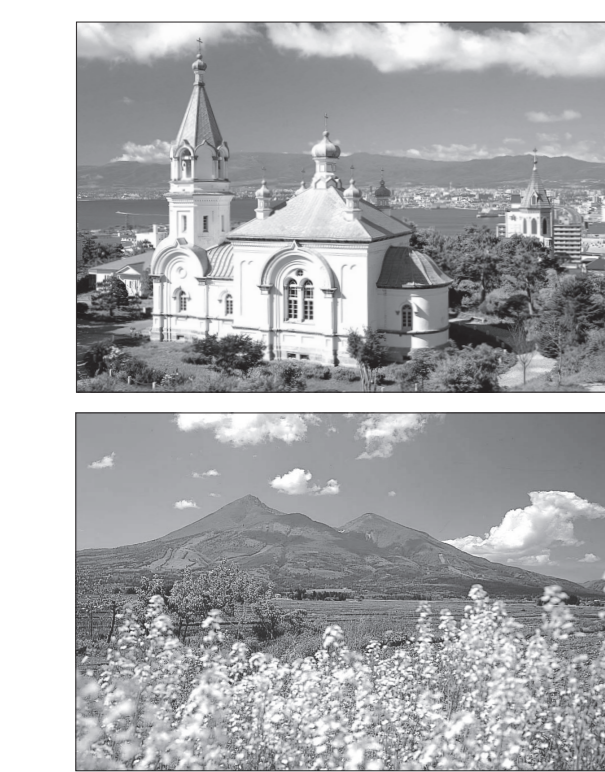
外国人の受け入れに積極的な宿泊施設は、サービスの向上が求められる。

地域競争の視座を持つことが重要。観光振興には市民の力が不可欠。

観光を成長分野とし、国を牽引する必要がある。これを牽引するのは民間である。

地域競争の視座を持つことが重要。観光振興には市民の力が不可欠。

観光を成長分野とし、国を牽引する必要がある。これを牽引するのは民間である。



美しい国、新しい旅。

四季おりおりの美しい自然との出会い、土地の人々との心温まるふれあい。旅の楽しさをひろげつづけてきた日本旅行は...

Red Wind Ship (赤い風船) and Nippon Travel Agency (日本旅行) advertisement with logos and contact information.