

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

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聡会長、日本政府観光局(JNTO)の問宮忠敏理事長の3氏にお集まりいただき、観光の現状や課題、進む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。国民的なアイドリング

訪日需要回復に成果

溝畑

観光への意識高まる 地域の期待は観光に

西田



日本観光協会会長 西田 厚聡氏



観光庁長官 溝畑 宏氏



日本政府観光局理事長 問宮 忠敏氏

する顔になったというの。もう一つは、7月の中国の個人観光入国枠があつたこと。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

関係者の理解が得られ、勢いを持ってインバウンドを進めたい。また、日本人の海外旅行者は1545万人に達するに訪日外国人は679万人と半分にも満たないことに驚きました。

外国人旅行者の少なさをどうやって改善するかが、観光分野の課題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きた観光には成長への潜在力があるという。

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との意見交換会を開くと、もう地方に産業立地というものはほとんどない。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げられる。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1つは観光なのではないか。全国どこに行っても観光。これ

らに期待できるし、多くの方に期待を持っていただきたいと考えている。

問宮 お2人が指摘されるように、私も観光に対する意識が非常に高まった年だったと受け止めている。どの都道府県でも市町村でも以前に比べ観光への姿勢が極めて積極的なものへ変わってきたと感じている。メディアの取り上げ方も変わり、ほぼ毎日のように「観光」という言葉を目にし、耳にするようになった。

インバウンドの観点から2010年を振り返ると、リーマン・ショック以降の世界経済の停滞、円高、新型インフルエンザなどがあって、09年は前年比約20%減の679万人に落ち込んだが、2010年は需要が著しく回復し、確実にそれを捉えることができた。アジアの国々の順調な景気回復があり、為替レートも円高なりに安定していたという環境はあるが、03年以来、継続的に展開してきたビジネス・ジャパン事業が成果を上げてきたと考えている。

——最終的な統計は出ていないが、目標に掲げた2010年の外国人旅行者1千万人は達成できそうにない。

溝畑 2010年は、08年の835万人を超えて過去最高の数字にはなる見通し

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が千万人に向かってくる間口を広げていくことになる。観光は宣伝すれば、必ずしも目目来々けるといえるものではない。リードタイムが長い分野だ。世界経済が停滞した09年の不況にも、予算をもちろって3千万人、海外プロモーションを展開したから、2010年の回復の伸びにつながる需要を喚起でき、つかまらされた。尖閣諸島沖の事件にしても、訪日客に影響が出たのは残念だったが、中国は将来を考えれば最も

リスクヘッジをしっかりとす。そして3千万人という将来の目標を見据えて継続的なプロモーションに取り組むことが重要と考えている。

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。世界最大のメディ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60万人ぐらいだから断トツに多い。

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効果があるという証だ。

溝畑 韓国は、20年ほど前から文化体育観光部(観光担当の省)をつくらせている。私は15年ほど前にサッカー・ワー

国内外に“開国”示す 持続的な投資が重要

問宮

国挙げた戦略推進を

西田

は、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

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。一喜一憂せずこういうことが起きるのが観光だと思え、

効果があがるという証だ。溝畑 韓国は、20年ほど前から文化体育観光部(観光担当の省)をつくらせている。私は15年ほど前にサッカー・ワー

くた。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を強化している。シンガポールもリゾートをつくり、MICE(国際会議など)を含めて強力に観光政策を推進している。

その中であって地方自治体や民間事業者の皆さんががんばった。欧州からの訪日はユーロの為替レートを考えれば、

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
どうぞよろしくお願ひいたします。

春 夏 秋 冬

knt!
近畿日本ツーリスト
カタチにします。ときめき・キラメキ・おもてなし
www.knt.co.jp

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。