

# 観光立国の実現は地方(地域)から

# 観光立国 の推進は新ステージへ

松山 訪日観光セミナー ↓  
は世界各地で開いている  
が、首相が出席して自ら訪日  
を呼びかけるのは、初めての  
ことだった。観光産業を日本  
の基幹産業に育成するという  
目標も掲げているように、観  
光への期待は高まっている。  
JNTOとしても重要な年  
で、15年からビジット・ジャ  
パン事業の執行機関になっ  
た。事業予算がJNTOに直  
接投入され、広告宣伝などに  
関する海外での直接契約も可  
能になった。市場動向の変化  
に対応したスピード感のある  
事業が展開できるようになっ  
た。観光業界にとどまらない  
関係機関との連携もさうに拡  
大し、オールジャパンの推進  
態勢が強化された。

——観光の政策全般における  
重要度はさらに高まつたと  
考へてよいのか。

田村 観光は成長戦略の極  
めて重要な柱の一つ。インバ

ウンドの旅行者数がアウトバウンドを上回ったというだけではなく、国際旅行収支が大きな黒字となる見通しだ。訪日外国人の旅行消費額が3兆円になると、輸出産業の中では自動車部品と同じぐらいで、ベスト5に入る輸出産業に成長したことになる。観光の場合は、その恩恵が地方にもたらされるので、地方創生の観点からしても期待が大きい。

とした「明日の日本」観光ビジョン構想会議が開かれた。この会議は、民間有識者を交えた議論が立ち上がった。先に述べた理事長が、「観光はまだテレビに入った」と述べたように、20年には人口2千万人という目標達成が現実化する見込みだ。その観光ビジョン構想は、もつと高い次元で国をを目指すという観点を深め、3月末をめど

を支える  
議」とい  
て会議体  
はど松山  
新たなス  
おっしゃ  
訪日外国  
標の前倒  
る中で、  
構想会議  
の觀光立  
ては議論  
とに目標  
日本は觀光  
や構想をと  
指摘され  
勢に関して  
ル不足、地  
整備、C I  
ど)の強化  
ンド対応、  
など課題が  
決できるか  
か。フラン  
メリカのよ  
れるかどうか

りまとめる。ている受け入れ能  
は、大都市のホテ  
方の受け入れ環境  
Q（出入国管理な  
旅館のインバウ  
通訳ガイドの育成  
多い。これらを解  
現状にどどまる  
ス、スペイン、ア  
うな観光大国にな  
かの岐路にある。  
大国に成長を遂げ

テル整備法も、昭和20年代  
できた法律だ。制定当時と  
大きく環境が変わつており  
21世紀の制度のあり方を考  
ることも必要ではないか。  
山口 観光産業、観光と  
うマーケットについて感じ  
るのは、需要対応という面が  
いのではないかということ  
他の産業、他のマーケットは  
消費者のニーズを見極め、  
に合わせた商品を次々に  
していく。それが最優先。

恵を広げるというのがわれわれの方向性だ。地方は人口減少、生産年齢人口の減少に直面している。定住人口が1人減ると、年間で消費が125万円減少する。これを埋め合わせるには、外国人旅行者9人を呼び込めばいい。交流人口の拡大が地方の活力の維持、成長の力ぎ。やれることはすべてやっていく。



日本觀光振興協會會長  
**山口 範雄氏**



觀光廳長官  
田村 明比古氏



# 日本政府觀光局(JNTO)理事長 松山 良一氏

# 東京五輪に向け日本アピール

観光産業や観光地域は、訪日外国人旅行者の急増などで大きな変革の時を迎えていた。新しい年にあたって、観光庁の田村明比古長官、日本観光振興協会の山口範雄会長（味の素特別顧問）、日本政府観光局（JNTO）の松山良一理事長にお集まりいただき、観光の現状や展望について語り合つてもらつた。（司会・本紙編集長 内井高弘）

——はじめて2015年はどういう年だったか。

田村 15年の訪日外国人旅行者数は、1900万人台に達し、史上最高となる。日本人の出国者数が、訪日外国人

旅行者数を大きく上回る時代が長らく続いていたが、15年にはついに逆転した。これは工ポックメーリングな出来事だ。諸外国は通常、観光政策としてインバウンドに取り組

んでいる。わが国も戦後しばらくはそうだったが、1980年代には貿易黒字を減らすためにアウトバウンドに力を入れた。これは世界的にも特異な事例。それが21世紀を迎えるかという時に、再びインバウンドに政策の軸足を戻した。ビッグ・ジャパン事業を03年に開始し、外国人旅行者が増え始めたが、外的要因などもあってなかなか大きな飛躍とならなかつたもの

が、ここ数年で大きく実をんだ。わが国の観光の歴史流れの中で、後に記憶され年になるだろう。

山口 15年のトピックス四つ挙げてみたい。一つ目はインバウンドの加速度的な増加。旅行者数だけでなく、費額が増加したこと、日経済に重要なポジションを認めるようになった。ただ、国人旅行者の急増とともに課題も目立つようになつて

た。地方における宿泊、運輸などの受け入れ態勢、旅行者のマナー問題などを含めて、解決すべき課題がクローズアップされた年だった。

二つ目は国内観光について。全体としては年初はやや低調だったが、4月ごろから好転した。円安に伴う国内旅行へのシフトに加え、北陸新幹線の金沢開業、「明治日本」の産業革命遺産」の世界文化遺産登録などがあり、新たな観光地が注目されるようになつた。地域消費喚起のための国と交付金を活用し、多くの自治体が発行した「プレミアム旅行券・宿泊券」なども需要を喚起したと言えそうだ。

一方、国内の観光地には、火山活動などの影響を大きく受けたところがあった。地域の関係者は大変な苦労だった。新設した顕彰事業の「ジャパンツーリズム・アワード」、世界の観光のリーダーが参加した「国際観光フォーラム」など各事業が成功を収めた。目標としてきた世界レベルの旅行見本市、総合観光イベントに実態が伴い始めた。

――JNTOから見た15年の年は、松山インバウンドに対す  
る関心が非常に高まった年だつた。山口会長がお話しになつた「ツーリズムEXPOの組

# 観光大国への岐路、産業強化が必要

