2023年、今年を「観光V字回復の年」に

コロナ禍を乗り越え、観光需要の本格的な回復が期待される2023年。観光産業にとってはリ・スタートの年となるが、コロナ以前への回帰にとどまらない、新たな戦略が求められている。観光振興をリードするキーパーソンのお2人に現状や課題、観光立国復活に向けた展望などについて聞いた。

新年号インタビュー

観光立国の復活へ

回復のスピードが加速 キーワードは「多様性」

日本観光振興協会
理事長
久保田 穣 氏

――（聞き手・内井高弘）2022年はどんな年だったか。

21年に続いて、新型コロナの影響が色濃く残った年で、コロナとの共生を意識せざるを得ない状況が一段と強まった。年半ばには第7波が収まり、観光も回復の兆しがでてきた。特に、水際対策が緩和され、10月11日から「全国旅行支援」が始まると一気に旅行機運が盛り上がり、年後半はいい流れになってきた。行動制限が続き、消費者のストレスもたまっていたが、景気が悪い中でも観光・旅行することで解消しようというのは、観光の持つポテンシャルがいかに高いかを物語っている。

――大きな出来事の一つは9月に開催された「ツーリズムEXPO」の成功。実に4年ぶりの東京開催で、コロナ禍の中、どれだけの人が来てくれるのか心配されたが、来場者は12万人を超えた。業界人も一般の方も明るい笑顔で楽しんでいたのが印象的だった。

「業界の仲間と4年ぶりに会え、一緒に仕事ができた。よく開催してくれた」という業界内の声や、業界外の方から「観光を復活させようという熱気が伝わってきた」との言葉をいただいた。明るい未来が見えたようで、主催者冥利に尽きる。

――日観振は台湾との窓口を兼ねているが、11月に台北市で「台北国際旅行博（ITF2022）」が開かれた。

日本からは約50団体が出展した。特筆すべきは日本側が3年ぶりに現地を訪れ、自らブースを設営・運営したことだ。現地の人と直に接し、プロモーションできたのは意義深い。蔡英文総統が日本ゾーンに立ち寄り、励ましの言葉もいただいたのもうれしい出来事だ。会期中の入場者数は前年比72%増の約20万人で、大変盛況だった。

――旅行者が増えることは歓迎だが、一方で人手不足がクローズアップされ、サービス低下も指摘された。

旅館・ホテルからは、100%の態勢で受け入れられないという声が聞こえてくる。ただ、人材確保の問題は今に始まったことではなく、業界もいる中での限界もあるが、宿泊業界、運輸機関、旅行業界などがさらなる平日旅行のメリットを打ち出すことも必要だろう。コロナで働き方に変化の兆しが出てきたが、チャンスととらえ、さらに推し進めていくべきだ。

――22年、日観振としてはどんな活動を。

4月に観光立国推進協議会（山西健一郎会長）を開き、観光による国際往来再開と地域経済再生に向け決議した。政府への要望だけでなく、業界自らコロナに立ち向かうことを示したものだ。開催は2年ぶりで、約100の企業・団体が出席した。

業界にはさまざまな団体があるが、「オール観光」ということで一つにまとまり、情報発信、政策要望、そして自らやることを示すことが重要であり、当協会はその責務を果たす役割を担っている。

――他には。

多くの事業を手掛けているが、あえて三つの事業を紹介したい。まず、人材育成と確保のため、観光経営トップセミナーをリニューアルした研修事業を実施したこと。今後は、幹部候補生の育成とともに、より専門性を高めるための研修も検討する。

DMOについては支援プログラムの開発事業や地域モデル事業に取り組み、米国のDMO団体が推奨する観光地域診断ツールを用いての観光地の現状評価も行った。今後は日本にあったツールにしていく。

もう一つは、観光危機管理の推進。日商や関係機関と連携し、「観光危機管理・事業継続力強化研究会」で策定した「観光関連事業者向けBCP作成ガイド」を周知、普及するため、四つの地域を選び、セミナーを開催した。

これら3事業は観光の基礎的な力の部分なので、今度も継続する方針で、質を高めながら実施していく。

――23年はどんな年になるだろうか。

コロナについては「2類」からインフルエンザ並みの「5類」へ移行する話もでている。普通の病気になることを期待しながら共生していく年になるのでは。

希望的観測だが観光・旅行は回復のスピードが加速しそうだ。インバウンドについてはもう少し時間がかかりそうで、中国の動向が鍵を握るのではないか。アウトは円安もあり、回復に向けて厳しい状況が続くかもしれない。

イベント的には9月に北海道で開催される「アドベンチャー・トラベル・ワールド・サミット（ATWS）」に注目している。専門ガイドの必要性も高まることが予想され、ガイド養成に取り組む当協会としても期待は大きい。

そして、同時期に大阪で開催されるツーリズムEXPOだ。25年の「大阪・関西万博」への道筋をつける意味で重要なイベントとなる。

――万博は観光業界にとっても一大イベントだ。

1970年の大阪万博の時よりも技術革新は飛躍的に向上し、日本に対する関心も桁違いだ。交通網も整備され、日本の社会、文化を広く知ってもらう絶好の機会となる。大阪以外の場所にどう足を運んでもらうか、業界全体で考えていく必要がある。

――国内観光の活性化の鍵は。

キーワードとして「多様性」をあげたい。選択肢の多さといってもいい。幅広いにニーズに、どう質の高いサービスでこたえるのか、業種を問わず、共通の課題ではないか。

――メッセージをいただきたい。

国、そして国民が文化的、精神的、経済的に豊かになるために観光業界として何をすべきかを考えていこう。高品質化、高付加価値化、より生産性を高め、いい人材が来てくれるような業界にする。観光が元気になれば、結果的に地域も、自分も豊かになる。力を合わせてがんばろう。

持続可能な観光アピール 高付加価値旅行も誘客へ

日本政府観光局（JNTO）
理事長
清野 智 氏

――（聞き手・向野悟）インバウンドの回復にようやく道筋が見えてきた。

水際対策が大幅に緩和された10月11日を境に明るさが出てきた。これからもさらに増加が見込まれる。10月の訪日外国人旅行者数は約50万人で、9月の2・4倍に増えた。コロナ禍でもアジア、欧米に限らず、さまざまな調査で、日本は人気の旅行先になっていた。待ちに待ったが、日本が駄目なら他所に行こうかというムードもあったので、水際緩和はぎりぎりのタイミングだったのではないか。スキー・スノーボードを目的とした訪日旅行にも何とか間に合った。

――しかし、コロナ前に比べれば、依然低い水準だ。

水際緩和後の動きとしては、日本に行きたい人が多かったということを実感できたのは良かったが、これからだ。国際線は復便、増便が相次ぎ、国際クルーズの受け入れも再開される。ただ、すぐにコロナ前の状況に戻るかというと、残念ながらそうではない。コロナ禍は約3年も続いているので、インバウンドの受け入れに関しても、人手不足の問題が指摘されている。宿泊施設などだけでなく、空港のグランドハンドリングの人材確保も課題に挙げられている。

――コロナ前への回復はいつになるか。

IATA（国際航空運送協会）の予測によると、世界全体の国際航空旅客数が、コロナ前の水準を回復するのは2025年とされているが、アジア太平洋地域は回復が遅れる可能性がある。アジアでは中国人の海外旅行の再開がどうなるか。日本としては、19年の訪日外国人旅行者数3188万人のうち中国は959万人を占めていた。

――JNTOは具体的な誘客につなげるプロモーションを本格的に再開させている。

これまでは「日本を忘れないで」といった狙いで、訪日旅行への関心を維持する情報発信を続けてきた。自治体と連携して各地の魅力をライブ配信などで紹介したり、海外事務所が日本に関するクイズを企画したりするなど、工夫は、四季や自然の美しさ、文化の素晴らしさ、治安や衛生環境の良さなどで、これらは今後もベースになってくるが、それにプラスして次の三つのテーマに取り組まなければならない。

その一つがサステナブル・ツーリズムだ。SDGsや気候変動問題などを踏まえて世界的に関心が高まっている。日本の自然や文化を楽しんでもらう上で、持続可能な観光として発信し、それが実感されるようでないといけない。全国各地のふさわしいコンテンツを集めてウェブサイトでも発信している。

二つ目がアドベンチャー・トラベルだ。「自然との触れ合い」「文化交流」「アクティビティ」のうち二つ以上の要素を持つ旅行のことで、地方への誘客、地方での消費拡大につながることが期待される。23年9月には、国際団体が主催するアドベンチャー・トラベル・ワールド・サミットが北海道で開かれる。北海道はもとより、世界中の関係者に日本各地の観光資源を知ってもらえるようにしたい。

三つ目が高付加価値旅行だ。1回の旅行で旅先での消費が100万円以上というような層をターゲットにしている。彼らは一般の旅行者にはをこらしてきた。これらの取り組みもあり、水際緩和と同時に多くの旅行者に来てもらえた。水際対策の緩和後は、欧米豪、アジアそれぞれをターゲットにしたキャンペーン、航空会社との共同広告、旅行会社やメディアの招請事業などを本格化させている。

――ポスト・コロナに向けてJNTOが特に重視している取り組みは。

日本の観光の魅力というのは、インバウンドが地方創生に力を与え、地域経済の活性化、地域の持続可能な発展に貢献しないといけない。JNTOでは、自治体やDMOなどを対象にインバウンドのコンサルティング事業も実施しているので活用してほしい。

――2023年の抱負、関係者へのメッセージは。

観光関係者にとってこの3年間は非常に厳しかった。ようやく見えてきたこの明るさを本物にしたい。観光というのはやはり大事な産業だ。人というのは、他の土地を訪れ、暮らしや文化、自然などを自分の肌で感じてみたいという欲求がある。この欲求を抑えるものがあるとすれば、感染症、戦争だ。残念ながら戦争は起きてしまっているが、パンデミックは乗り越えつつある。コロナ前の数字だが、観光関連産業の従事者は、世界の雇用者全体の約1割に達していた。旅館・ホテルも、旅行会社も、交通事業者も、飲食店も、観光事業者というのは異なる文化を知るために不可欠な産業だ。自信を持って前に進んでいただきたい。

――MICEのコロナ禍からの再興も課題だ。

国際会議は2、3年先の開催を準備するものなので、日本の水際対策の緩和を待ちきれず、他国に開催都市が流れてしまった事例も残念ながらあった。その一方で、日本で開催したいという希望は多い。会議の規模にもよるが、日本は東京、京都だけでなく、全国各地で開催が可能だ。国際会議参加者は、経済力や発信力がある方が多い。学術界の関係者など約70人に委嘱しているMICEアンバサダーの方々に協力していただきながら、誘致の強化に取り組みたい。同時に、海外企業などによるインセンティブ旅行の誘致拡大にも努めていく。

――政府は、インバウンド消費5兆円の早期達成を目標に掲げている。

目標の5兆円は、19年の実績である4・8兆円に匹敵する水準だ。目標に見合った投資、それを有効活用する取り組みが必要だ。人手不足などの受け入れ態勢の課題を解決するとともに、地方誘客を進め、消費を拡大する必要がある。観光立国の復活においては、インバウンドが地方創生に力を与え、地域経済の活性化、地域の持続可能な発展に貢献しないといけない。JNTOでは、自治体やDMOなどを対象にインバウンドのコンサルティング事業も実施しているので活用してほしい。

――2023年の抱負、関係者へのメッセージは。

観光関係者にとってこの3年間は非常に厳しかった。ようやく見えてきたこの明るさを本物にしたい。観光というのはやはり大事な産業だ。人というのは、他の土地を訪れ、暮らしや文化、自然などを自分の肌で感じてみたいという欲求がある。この欲求を抑えるものがあるとすれば、感染症、戦争だ。残念ながら戦争は起きてしまっているが、パンデミックは乗り越えつつある。コロナ前の数字だが、観光関連産業の従事者は、世界の雇用者全体の約1割に達していた。旅館・ホテルも、旅行会社も、交通事業者も、飲食店も、観光事業者というのは異なる文化を知るために不可欠な産業だ。自信を持って前に進んでいただきたい。