声 VOICE

観光を支える方々の声を寄稿、インタビューを基にお届けします

観光は物見遊山か―コロナを経て思うこと

価格見直しの最良のチャンス

ジェイアール東日本企画常勤監査役・日本観光振興協会顧問
久保田 穣 氏

観光資源は「気候」「自然」「文化（歴史）」「食」の4要素からなるといわれています。これらは、日本に、各地に固有（天賦）であったり、先人たちが守り育ててきたもので、観光産業側からは利用対象であるとともにビジネスの元手でもあり、産業全体でとらえれば「資本」（無形もありますが）と位置付けることもできます。

故宇沢弘文教授は「ゆたかな経済生活を営み、すぐれた文化を展開し、人間的に魅力ある社会を安定的に維持する」社会的装置を「社会的共通資本」としましたが、観光資源はまさにそのようなものだと思います。

実際、四つの観光資源を元手にインバウンドを誘致し、効率的経営で地域を豊かにすることによって、日本の観光はGDPの約5％を占めるに至り、外国人が日本のサービスを購入するので経済的には輸出と同列で、「訪日外国人の観光消費」は「自動車産業」「化学産業」に次いで第3位の輸出産業となって日本経済の一翼を担ってきました。昨今の円安下では、さらにその重要性は高まっています。

コロナ禍を経て、借入金の増大によるバランスシートの悪化、人手不足による収益機会の逸失、エネルギーコストをはじめとする原価高騰などにより、引き続き厳しい経営を強いられている中、売価の適正化（値上げ）に取り組んでおられる企業も多いと思います。現下においては、売価の適正化（値上げ）は喫緊のテーマだと思います。

これまで、観光分野に限らず価格競争、薄利多売、非正規労働者によるコスト削減等によって経営を維持してきたわけですが、観光の政策目標である高付加価値化の方向に照準を合わせる意味でも、高価格化は必然でしょう。

特に、昨今の円安下では円ベースで50％値上げしてもドルベースでみればコロナ前と大差なく、逆に値上げしないならば円安による利益を海外に流出させる結果になるわけです。今こそ、価格見直し（値上げ）の最良のチャンスでしょう。

日本は世界に十分通用する観光資源を備えているので、中長期的なインバウンド需要は十分確保できると思います。そのうえで、観光産業の経営の安定（高付加価値なサービスと価格、良い雇用環境、適正な利益と納税、健全な財務状況で必要な再投資など）を図り、その経済効果を、観光の「資本」である観光資源（社会的共通資本）の維持・整備、投資による拡充・魅力アップに反映させていく、といった国内側の大きな経済循環を確実にしていくことこそが持続可能な観光振興ではないでしょうか。

観光人材の育成と観光データ活用

文化庁京都移転、大阪・関西万博開催をチャンスに

京都府観光連盟 会長
田中 誠二 氏

新型コロナウイルスの感染法上の位置付けが2類から5類に移行し、ようやく通常の生活が戻ってまいりました。京都においても、国内だけでなく、海外からも多くの観光客が訪れ、各地の観光地がにぎわっています。一方、このコロナ禍で観光業界を離れた方も数多くおられ、現在、宿泊業をはじめ、観光業界における人材不足が深刻な状況となっています。

そこで、京都府観光連盟においては、これからの観光産業を担う人材を育成するために、「京都観光アカデミー」をこの3月に立ち上げました。

このアカデミーでは、京都府内の大学・専門学校、経済団体、金融機関など観光人材の育成に取り組んでいる団体と連携し、観光人材の育成講座の開催やこれらの団体が実施している人材育成講座の情報を一元的に発信するポータルサイトの運営などを行っています。

また地域や異業種との交流により、新たな観光サービスを生み出す人材交流の場を創出し、市町村や観光事業者、まちづくり関係者などとのネットワークの構築を目指しています。

これらの取り組みを通じて、京都の観光産業を担う人材の育成や安定的な雇用の確保・定着を図るとともに、地域で交流を生み出す人材を創出していきたいと考えています。

また観光データ活用については、これまでモデル地域において観光関連データを収集・分析し、プロモーションを実施するスキームづくりを進めてきましたが、今年度、これらの手法を京都府全域へ展開するために、市町村やDMO、観光協会などとデータ活用のプラットフォームを構築し、人流やアンケート・口コミ情報の分析、Webアクセスの解析などを実施します。

この取り組みにより、プラットフォームの参画団体が効果的なマーケティングやプロモーションを実施できるよう、協力していきたいと考えています。

この3月には京都に文化庁が移転し、本格稼働を開始しました。この文化庁の移転を機に、京都の食や地域の文化資源、伝統などを生かし、観光客と地域との交流を深める取り組みを進めていきます。また2025年には大阪・関西万博が開催されます。大阪・関西万博の来場者の方に京都府内各地にも訪問していただき、京都のさまざまな観光資源にふれていただくことで、京都の魅力発信や地域経済の活性化、地域づくりにつなげていきたいと考えています。

文化庁の京都移転、大阪・関西万博の開催を大きなチャンスと捉えており、今後の観光誘客につなげていくためにも、観光人材の育成や観光データの活用にしっかりと取り組んでいきます。

台湾との交流促進に向けて

教育旅行を架け橋として

日本観光振興協会四国支部 支部長
（四国旅客鉄道相談役）
泉 雅文 氏

今年2月に台湾花蓮県にある慶修院に赴き、四国と台湾の縁を学ぶオンラインセミナーを現地と四国を結び開催した。同寺院は台湾で四国霊場八十八ヶ所巡りができるよう、境内に八十八ヶ所の本尊が復元、祭られている。台湾とのご縁でいうと、台湾で水力発電所を完成させた松本幹一郎や、「台湾漆芸の生みの親」と呼ばれる山中公（ただす）など台湾の発展に寄与された四国ゆかりの方も多くいる。

コロナ禍前の2019年、観光庁宿泊旅行統計調査によれば、四国を訪れる国・地域としては台湾が一番多く、コロナ禍から脱却しつつある現在においても、四国4県それぞれが台湾からの直行便やチャーター便の就航により、台湾からの誘客に尽力されているところである。そして弊支部としても四国4県および4県観光協会等と連携し協議会を設け、広域連携による優位性を生かし、台湾からの誘客促進に取り組んでいる。

中でも可塑性（かそせい）に富む若い世代が、四国滞在中に有益な体験や交流の機会を通し、四国の魅力を知ってもらうことで、将来にわたり相互交流が図れるよう、台湾からの教育旅行の誘致に注力しているところである。学校交流や民泊などのマッチング調整、受け入れ時の各種支援など窓口を一本化した受け入れ体制を構築し、取り組みを開始した2011年度から2019年度までの間で、四国訪問団校数67校、学校交流数53校、姉妹校締結13校、民泊校数54校を数えるまでになった。2019年には台湾との一層の交流拡大を図るため、台湾全土の学校長で組織する「台湾国際教育旅行連盟」と包括連携協定を締結したが、コロナ禍により人的交流が途絶えてしまった。

そのような中、同連盟は2020年7月に解散し、連盟の事務局は政府の「台湾教育部国民及学前教育署」に移管され、「台湾国際教育旅行連盟2・0」が設置された。新たな連盟では、対象を高校・高専から小・中学校を含む交流に対象を拡大、SDGsや5Gを意識した交流方式の拡大を図るなどさまざまな改変がなされた。

四国においてもコロナ禍からの台湾との交流復活を見据え、産官学民の関係者と連携し、支援を行う特使制度を設け、SDGsに取り組む企業や、小中学校との交流が図れるよう教育委員会等と連携を図るなど、四国への教育旅行の受け入れ体制の充実を図ってきたところである。今年7月には台湾からの学校訪問も再開し始めた。生徒の皆さんが四国で体験したことを縁として、将来にわたり四国との絆を強めていただけたら幸いである。

「SDGsアワード」創設

旅行会社のSDGs推進を後押し

日本旅行業協会（JATA）前社会貢献委員長
（読売旅行代表取締役会長）
坂元 隆 氏

コロナ禍で日常が簡単に崩れるのを目の当たりにして、サステナビリティ（持続可能性）や持続可能な世界を実現するためのSDGs（国連の持続可能な開発目標）に対する人々の関心はますます高まっています。観光でも同様で、一度限りの物見遊山ではなく、その土地に溶け込んで、また帰ってきたくなるような旅行を望む人が多くなっているように思います。

残念ながら、日本の旅行業界のSDGsへの関心は高くありません。2021年発表の立教大学とJTB総研の調査では、SDGsに取り組んでいる企業の割合は、業種別で旅行業が最低というあまりありがたくない結果が出ています。

そこで、日本旅行業協会（JATA）では、ポストコロナの旅行市場を迎えるにあたり、社会貢献委員会が中心となって「SDGsアワード」を創設しました。

旅行会社のSDGsの取り組みを後押しする一方、SDGsへの認識を業界全体に広めるのが狙いです。

JATA会員の多数を占める中小の旅行会社には、SDGsに関心がないか、関心があってもどう取り組んでいいか分からないという会員が少なくありません。アワードでSDGsになじんでもらい、できれば応募も促したいと考えました。

このため、応募分野は「社会・人権」「経済・産業」「地球環境」「共創」と幅広く設定し、旅行商品だけでなく、職場での取り組みなども対象としました。

応募があったのは、26社から75件。JATAの会員数1113社からすると少ないかもしれませんが、中小の会員社からの応募もありました。内容も、最先端の知見を生かした旅行商品から社内の禁煙運動までバラエティに富んでいて、有識者や観光庁の方々も迎えて行った5月の審査委員会では、応募作の優劣を付けるのに困るほどでした。

審査の結果、初のSDGsアワード大賞は、エイチ・アイ・エスの旅行商品に決定しました。現地NPOの協力のもとに、カンボジアの小学校建設や授業を手伝うというツアーの造成・販売です。真正面から途上国の貧困問題に向き合った姿勢が評価されました。

このほか各部門の優秀賞には、JTBコミュニケーションデザイン、クラブツーリズム、楽天グループが選ばれました。沖縄ツーリストが特別賞を獲得するなど、いわゆる大手以外の応募社からも数件の受賞がありました。受賞した取り組みはいずれもユニークかつ興味深いものばかりです。ぜひJATAのサイトで内容をご覧になって下さい。

SDGsの達成期限まであと7年。JATAのアワードが回を重ねるごとに応募数を増やし、旅行業界のSDGsのけん引役になっていくことを願っています。

岐路に立つ地域づくり

一枚岩にならない温泉地

プチホテルゆばらリゾート 専務
（岡山県真庭市・湯原温泉）
古林 裕久 氏

良い面も、悪い面も。時の経過とともに、時代は否が応でも前に進んでいきます。

岡山駅からバスで山道を揺られること4～5時間。私の住む湯原温泉は、岡山県北にある山奥の温泉地でした。しかし、高速道路ができてからは1時間半でたどり着けるようになり、日帰りもできるまでに交通の便が改善されています。

そんな湯原温泉ですが、往年の時代には狭い温泉街の中にお土産屋さんが14軒、飲食店やスナックが20軒という盛況ぶり。果てはストリップ小屋が12軒、芸者の置屋や検番が4軒あり、芸者さんの数もゆうに120人を超えていたといいます。夕方になると旅館のお座敷に向かう芸者さんたちの艶姿が温泉街を彩り、「一坪の土地があれば一家四人が暮らしていける！」というほどもうかっていました。

しかし、今からおよそ50年前となる昭和47年をピークに、観光客数は減少の傾向を示すようになります。

にわかに「今はいいが20年後、30年後と未来は大丈夫なのか？」という危機感が街に影を落とす中、多かれ少なかれ、変革の機運は高まっていました。しかし、事はそう簡単にうまくはいきません。

みなさんの観光地も、観光関係者だけでなく、酒屋さん、お土産物屋さん、工務店、その他さまざまな業種の方がいらっしゃることでしょう。そうした方々全員を巻き込んで、街全体で同じ方向を向く。それが成せればさぞ素敵なことではございますが、利害関係や思惑、しがらみ。さまざまなものが邪魔をして一枚岩にはなり切れないのが実情でございます。

湯原を例に挙げるなら、昭和56年には旅行作家である野口冬人さんの「露天風呂番付」で湯原温泉が西の横綱に選抜され、温泉街が足並みをそろえるキッカケはありました。

しかし、すべてをひっくり返すには、それでもなお足らないのです。

しかし、一枚岩にはなり切れない。そう諦めてしまえる余裕は残されているのでしょうか。

現在の湯原の人口は、2428人。統計予測によれば今後、10年以内には今の56％に相当する1359人程度まで減少してしまう見込みです。その時、観光地としての「湯原温泉」は残っているでしょうか？　周りの商店は、残存しているでしょうか？

湯原だけでなく、いろんな地域が岐路に立たされていると言えます。若い方たちは可能性を求め、地元を離れて街に出て行ってしまいます。土地を守り、観光を盛り立てる私たちには何ができるでしょうか？

変わる嬉野温泉、変える旅館の労働環境

休館を人材確保の契機に

嬉野観光ホテル大正屋　取締役副社長
山口 剛 氏

昨年度9月23日、ここ嬉野市に念願のJRの駅ができました。しかも在来線でなくいきなりの新幹線駅！

皆さまご存じの通りその名も「西九州新幹線」。現在までのところ、お隣の温泉地武雄温泉駅から長崎駅までの66㌔の部分開業で、始発の武雄温泉駅より終点の長崎駅まで28分と日本一短い新幹線が開業致しました。駅ができる前は、最寄りの駅といえば車で30分の武雄温泉駅、車で20分の肥前鹿島駅。嬉野市民にとっては両駅まで行かないと電車に乗ることができませんでした。嬉野市民にとっては100年越しの念願の駅が完成致しました。

9月の新幹線開業と10月起こっております。人手不足です。お客さまはコロナ前のように戻ってきているものの、旅館サイドがお客さまの数に付いていけず、予約受け付けを制限している施設もあります。既存のスタッフの雇用確保と新規採用対策として、嬉野観光ホテル大正屋グループ（大正屋・椎葉山荘・湯宿清流・湯豆腐本舗）は「10日間の連続休館日導入」を決断致しました。

昨年以来の忙しさの中でも有給休暇の消化をしなければならない状況。本当にスタッフの日々のやりくりが大変でした。これをどう解決しようかと日々考えておりました。

スタッフ側から見ると旅館業というのは、①人が休んでいる時に働かないといけない②祝祭日、土、日曜日は休めない③連休を取りづらい④勤務が不規則―等、数えたらきりがないほどで、労働環境が整った業種とは言えません。

年間を通じて各館の閑散期を調べ、10日間の連続休館日を設定しました。同じ町内でも各施設が離れているため、スタッフの交流という観点では同じ期間に設定したかったのですが、椎葉山荘と大正屋、清流、湯豆腐本舗の日程をずらしたのは、大正屋グループへのご宿泊を希望されているお客さまに選択肢を持ってもらうためです。

連続10日間で休館することに伴い、働き方改革の一環として、日頃家族とゆっくりできない状況も解消でき、福利厚生の一環として海外、国内、日帰りの各旅行も設定しました。これはスタッフのモチベーション、会社への愛着心アップが狙いでした。

しかし、実際10日間の休館は会社にとっては死活問題。大正屋だけの昨年同時期の売り上げを見ても、10日間で約1億8千万円の収入が入ってこないことになるのですが、この売り上げよりもスタッフの方が大事だと判断しました。これらの動きが、旅館として一番大事な人材確保につながる館日を設定しました。同じことを期待しています。