

観光元年 観光立国実現への挑戦

魅力ある観光地づくり

オピニオンリーダー24人に聞く

観光庁が10月1日に創設され、観光立国の推進はさらに加速、拡充するものと期待される。観光立国の基本理念は「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現すること。それには「地域の活性化」が不可欠な要素だ。そこで、観光業界のオピニオンリーダーと目される24人に、地域観光はどうあるべきか」を聞いた。【50音順】

石森秀三 北海道大学観光学高等研究センター長
20世紀は「他律的観光」の時代だったが、21世紀は「自律的観光」の時代に確実に移行する。旅行者は自らの旅行を自律的に企画、実践し始めている。地域の側も従来のように旅行会社や観光開発会社に頼らずに、地域住民自らが立ち上がり、自律的に観光振興を図る必要がある。地域観光振興の王道は、歳月をかけて「民産官学の協働」によって地域資源の持続可能な活用を図ることだ。その際に、民産官学の協働の要の役割を果たすことのできる人材が必要不可欠になる。

伊藤正人 JTBトラベランド社長
地域観光活発化には、選択と集中の視点が欠かせない。美しい街づくり、観光資源の保護、再生、創造は共通重要課題だ。が、全国の全自治体が観光活発化を均等に実現することは困難。国や都道府県が広い視野で、観光の中心となる地域、資源を選択し集中的に力を注ぎ、他のエリアにはさまざまな面で支援を要請する、という計画性が必要だ。それぞれが思いのままの施策に着手する前にそうした話し合いと合意形成を進めてほしい。

猪口邦子 日本コングレスコンベンション・ビューロー会長 衆議院議員
国際政治学の研究者として、インバウンド観光客の増大を重視する。それは、日本に親しみを持ってくれる人を世界に一人でも多く増やすことが、日本の究極の安全保障につながるからだ。地域には、他の国にはない四季や料理の楽しみ等々があるので、各地域の特色を生かした企画、新提案を常に発信していくこと、さらに各人が語学力を磨く努力が必要だ。コンベンションやインセンティブ旅行の誘致開催は、海外に親日的なオピニオンリーダーを増やすことにつながる。

大塚陸毅 日本経済団体連合会観光委員長 JR東日本会長
観光資源はその土地にあって文化、気候、風土、歴史や住人と一体になってこそ価値がある。つまり観光は空洞化しない産業である。その地域での「当たり前」のモノの魅力を見直し、再評価し、価値ある観光資源へ磨き上げるには、地域に対する誇りと熱意、そしておもてなしの心が欠かせない。観光は地域活性化の切り札であることを官・民ともに認識し、近隣地域と連携した情報発信や景観整備など、具体的な行動を「できることから一歩ずつ」始めることが大切である。

小川矩良 ホテルオークラ東京社長
地域の観光資源を大切に守り、さらに価値あるものに育てるためには、官民挙げての理解と合意が必要である。旅行者はその地域を訪れてから帰るまで、目的の施設以外でも多くの人とかわるだろう。商業主義を剥き出しにすることなく、ゆったりとした受け入れ体制を整えていけば、自然と立派な観光地になるに違いない。私共のようなホテルとしては、ホテルの機能としてのみならず、街のコンシェルジュ的役割を果たすことで、地域観光に貢献していくべきだ。

桑野和泉 ツーリズムおおいた会長 由布院温泉観光協会会長、玉の湯社長
地域間同士の交流がより必要となっている。今、私も由布院温泉は、海の町佐伯市と観光協定を結び、県境を越え、杖立、武雄と「三湯物語」を立ち上げ、また阿蘇湖温泉などの5温泉地で研究会を始めた。志が同じ地域がまず一緒に動く時と感じている。交流は地域を元気にするもの、力を生み出すものである。大分県では、観光圏に認定された地域を中心に、1泊より2泊、少しでも滞在時間を延ばすために連携し、さまざまなプログラムが地域で生まれてきている。

後藤靖子 国土交通省北陸信越運輸局長
雪国で4度目の冬を迎える。この雪が、思慮深い気質と文学を育み、野菜を甘くし醸造や貯蔵の知恵をもたらす。春一斉に咲き乱れる花や歴史をへて微笑むお嬢様が季節の喜びを与えてくれる。日本の地方の風景と暮らしの中には自然の中で培われた知恵や文化があふれているはずだ。それを大切に、育て内外に伝えることで地域の誇りと活性化につなげたい。多くの分野の皆さんの力を結集していただけることを期待している。

小原健史 全国旅館生活衛生同業組合連合会 特別顧問
地域と観光は、今や大きな絆で結ばれていて、定住人口が減少する中で、全国的に交流人口である観光客の誘致で地域経済を潤そうというところが地方自治体や観光関連団体のテーマになっている。一方、観光業の中核の旅館・ホテルは、その交流経済の拠点でもあり、「地方の文化館、歴史館」でもあるべきである。金融の硬直化や利用客のニーズの大きな変化に対応できずに苦戦が続いている。観光庁の発足もあって、本年は観光的な地域の一体再生をさらに進めていきたい。

斎藤章一 都市農山漁村交流活性化機構専務理事
グリーン・ツーリズム、オーライ！ニッポンの都市と農山漁村の共生・対流については、団塊の世代の定年退職、子ども農山漁村交流プロジェクトなど新たな時代を迎える中で各方面の関心が高まっており、積極的な対応が重要。特にグリーン・ツーリズムを具体的に推進するための地域における着地型の旅行商品づくりの支援とその商品を旅行会社に橋渡しをする新たなビジネスモデルの構築が必要。

坂巻健太 新潟県産業労働観光部観光局長
新潟は「地味」を貫く。地域の風土歴史が醸し出す土地の味わいなしに、旅行者が満足することはできない。降り積もる雪の恵みが日本一の米、酒、魚をもたらすという必然、野生に放たれた朱鷺を包み込む里山を守る努力、町屋の景観を甦らせようとする商人魂、牛を家族の如く大切に飼育する調子の優しさと荒々しさの混交、現代芸術が日本の原風景に馴染む不思議。この物語を紡ぎ伝える語り部も欠かせない。地にこだわり人を育てる。愚直に続けていけば天は味方するに違いない。

島崎有平 全国旅行業協会専務理事
当協会では、地域経済の活性化と地域観光の振興に資することを目的として、「地旅」と名付けて着地型旅行の推進に努めている。魅力ある地域観光を創出し、発展させていくためには、地域の行政、旅行関連事業者をはじめ地元産業界、地域住民が一体となって、地域に訪れる旅行者のニーズに合った観光素材の掘り起こし、旅行商品の造成などが不可欠である。それに加えて、旅行者が訪れたときに地域住民1人ひとりが旅行者を温かく受け入れるおもてなしの心が大切だ。

鈴木勝雄 日本旅行専務取締役
それぞれの観光地は、観光資源に磨きをかけて誘致活動に努力している。心から敬意を表したい。しかしこうした取り組みは必要条件を満たしても十分条件とは言いがたい。お迎え（誘致）すること一辺倒ではお客さま（需要）の奪い合いで成果にも一定の限界がある。そこで重要なのは「おいでください」にプラスして「出かけていきます」という取り組み、すなわち「交流」の展開である。交流は新しいお客さまを創出する。「お迎え」と「お出かけ」の二重奏が今後の課題である。

巢瀬一 読売旅行社長
地域ならではの観光価値をどう組み立てるか、また地域社会のために、そこに留まる若い人たをいかに生かしていくか。自治体・観光関係団体などとの共創により「お祭り」感覚で盛り上げていくことが必要だ。時には地域を超えた「テーマ」の創造も必要。それには「...百選」...日本一といったような分かりやすい目標立てが肝要だ。受け入れ態勢・理念よりも商品化させるための投資が重要だ。実体験者の口コミ効果は大きく、そのために具体的な誘客行動を優先させることだ。

中西朗 全国修学旅行研究協会理事長
旅の記憶に残るものは、人との出会いである。景観にしても文化財にしても、そこには必ず人が存在する。旅において出会った驚きや感動は、その地の人々が守り続けた地域文化に接したときにこそ生まれる。この点から考えると地域観光の決め手は、住民の街を愛する心から始まり、地域づくりが基盤となる。観光とは、盛大なイベントを組むばかりでなく、地域文化へのこだわりが訪問者に語られると、そこに共鳴、共感生まれ、地域観光の発展につながる。

中村元 伊勢志摩バリアフリーツアーセンター理事長
日本の観光に凋落の兆しが見え始める直前、まず観光地の住民人口が減少し始めた。これは、住民に魅力のないまちには観光客も来ないという事実には他ならない。伊勢志摩バリアフリーツアーセンターは、地元の人材が中心になって、弱者に住みやすいまちづくりを観光を基盤に推進するという試みで、劇的に増容を実現することができた。観光は生きている。また訪日外国人を増やすことは交流人口増加のための最重要事項である。

波木恵美 YOKOSO! JAPAN大使 鬼怒川グランドホテル夢の李社長
訪日外国人誘客活動は地域観光興しの一つだ。海外に何をどのように販売するのかを、皆で本気になり磨いていかねばならない。県境を越えた広域視野でのルート作成、地元商店とのコミュニティー構築、活動を支える行政関係。さらにはおもてなしの心を世界に広げ、諸外国の考え方を学びさまざまな偏見を取り除く。このような観光地＝地域こそが、海外のお客さまを末永く迎入れることができ、新たな交流の場としての未来が約束されていくと信じている。

西村肇 城崎町町長 西村屋社長
「住みたいまち、訪れたいまち」が万国共通のまちづくりのテーマである。まず子供達に、自分の住むまちの歴史、文化、伝統を教えることから始めたいかがだろう。子供たちが学ばへ、大人達も一緒に勉強を始める。古い伝統の習わしや廃れていた祭や行事が復活するかもしれない。「まちづくりはまち残し」とも言われている。「ハード、ソフトのいしえの姿」が旅行マーケットに具現化されれば、お客さまは集まる。今こそすべての町民の力を結集する時を迎えている。

野々山桂 H I S エクスぺリエンスジャパン
少子高齢化社会を迎える日本にとって地域の活性化には交流人口の増加が最も効果がある。地域に元々ある文化、歴史、自然などの素材を磨き、住民のおもてなし力を磨くことは地域に自信と活力を生む。各々の地域が他とは違った魅力を作ることに伴って、回遊する交流人口が増大する。一番大事なのは、人々のおもてなし力を高めることである。これがなければあらゆる素材は生きてこない。また訪日外国人を増やすことは交流人口増加のための最重要事項である。

船戸裕司 日本バス協会業務部長
地域観光の振興において、バス事業は貸切バスによる目的地への移動、定期観光バスでの観光地めぐりのような一連の旅行行程を乗り換えなしで行う利用、観光地と駅などの交通拠点を結ぶ交通手段として広く利用されている。近年の旅行者ニーズは年代、性別にかかわらず多様化し、観光以外の目的が増加している。観光振興を図るためには、各地域で地元自治体を中心に観光関係者等が連携を図り、魅力ある観光地をつくること、さらにそれに伴うPRをすることが必要だ。

三橋滋子 日本添乗サービス協会専務理事
昨年7月に観光圏整備法が施行され16地域が実施計画の対象となり、観光を通じた地域振興、交流人口の増加により地域の活性化を図る施策は着々と進められている。環境が整った今、各地域が誇る独自の体験型プランを創設し広域連携によって4泊以上滞在ができる魅力溢れる商品としてどのようにアピールし選択してもらおうかが今後の課題である。情報発信力と優れた流通手法により活性化された成功事例に学び一過性でない努力を続けることが必要なのではないか。

向山秀昭 国際観光サービスセンター会長
地域観光の活性化には、交流人口を増大させることである。特に外国人旅行者は、団体から個人への傾向がますます強くなる。地域の魅力を追求し、国際的視点で受け入れ環境作りをすること。外国人に、その魅力を伝え、見せ、体験させ、1人でも楽しめるようにする。それには、旅行者への情報提案案内を柱に、宿泊、ルート、標識を一体化した整備が肝要である。後は、外国人を遠方から旅人として迎え、地元の笑顔で接することが、交流による地域づくりにつながる。

村瀬茂高 高速ツアーバス連絡協議会副会長 ワイラートラベル社長
地方都市には、自然や文化、歴史、風土など、潜在的な力がたくさんある。これらを開花させるには、地元根付いたバスインフラと、大都市でのマーケティングを組み合わせることにより、新しいライフスタイルを創出することが必要だ。それは仕事の仕方、休日の過ごし方、居住の在り方など多岐にわたり、大都市と地方都市の人の交流を活性化しながら生活に密着していき、やがては都市の魅力につながる文化となっていく。

森昭三 日本ヘルスツーリズム振興機構理事長
「ナンバーワン」でなく「オンリーワン」を目指し、「あそこに行ってみよう」「何度行ってもすばらしい」と観光客に言わせたい地域観光づくりを試みたい。そのためには、地域文化に根ざし、地域にきた人たちの感情を揺さぶる魅力ある「何か」(オンリーワン)がほしい。さらに、地域ぐるみの観光興しの取り組みが欠かせない。人はその地域の「人の親切」「食のおいしさ」「安全・安心感」といった経験を記憶に留め、その喜びを人に語りたくなるものである。

渡邊幸一 SPA&RESORT 海菜 RYOKANS 代表
その地域の持つ特性、歴史、文化等をさらに掘り下げ、その土地に生まれ育った人、嫁いだ人達が、訪れる人々に自慢できる街づくり、村づくりを、行政、住民と一緒に進めることが前提条件である。その上に立脚して、祭りや花などの地域イベントを活性化し、住民と訪れる人が共に楽しめるシステムを構築しなければならぬ。さらには、利便性の高い2次交通の確保、時にはパーク&ライドも含めた駐車場対策にも、我々観光業者こそが汗をかかなければならぬ。