観光立国の実現は地方から

観光立国への挑戦は“飛躍期”に

特別鼎談――2010年の展望と課題

日本観光協会会長
中村 徹氏

観光庁長官
本保 芳明氏

日本政府観光局（JNTO）理事長
間宮 忠敏氏

2010年の観光はどう動くのか。経済環境は厳しいが、成長戦略としての重要性は広く認められ、観光立国の推進には追い風が吹く。観光庁の本保芳明長官、日本観光協会の中村徹会長、日本政府観光局の間宮忠敏理事長の3氏にお集まりいただき、展望を語ってもらった。

（司会＝編集長・内井高弘）

これまでは〝離陸期〟

新目標で局面変わる　本保

観光の求心力強まる　中村

――はじめに09年の観光におけるトピックスは。

本保　1年を通じて経済情勢が非常に厳しかったというのが実感だ。国際的な経済危機があり、円高や新型インフルエンザの影響の大きさは日本独特のものがあった。ただ、その中で前向きに捉えられるのは、政権交代で前原大臣（国交相）が就任し、成長戦略として観光立国の推進に強力なリーダーシップを発揮したこと。歴代の大臣も観光立国を推進したが、さらに大きく踏み込んだ。政権交代により制度や予算が見直され、変化への可能性が示された。

2010年度の観光庁予算も前年度比4・1倍の額を要求できた。前年踏襲型ではない予算編成が行われた結果、成長分野にふさわしい予算要求になったと考えている。観光関係者にとっても、政府がそれほどまでに力を入れてやるのかという力強い応援になったのでは。短期的には乗り越えるべき環境の厳しさがあったが、中長期的には観光立国の実現に国として大きく踏み込んだ年だった。自治体の観光への動きも活発だったこともあり、観光を推進する条件としては大きくプラスの方向に進んだと受け止めるべき1年ではなかったか。

中村　主要な産業が厳しい中で観光に頼りたいという意識が地方の間で強くなった1年だった。ただ、今後どう観光振興を図り、どう地域の活性化につなげればいいのかで苦労した。また、景気の低迷が日本人の旅行マインドを冷え込ませた。ある程度の心の余裕、資金の余裕がないと、旅行しようという気持ちにならないから厳しかった。

政権交代についてはむしろ民主党でも、自民党でも、どの政党が政権についても観光を推進することに変わりはないという信頼感を関係者に持ってもらえたことが大きいのではないかと感じている。

間宮　インバウンドの視点から1年を振り返ると、訪日外客数は、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）が始まってから右上がりで来たのが、09年は大きく落ち込んだ。円高や新型インフルエンザなどは私たちがコントロールできない外部要因。こうした時にプロモーションはどうすべきか、振興策はどうあるべきかという命題を与えられた年でもあった。

09年の外客数は660～680万人だろう。減少分の3分の2はシェア1、2位の韓国と台湾で落とした。ポートフォリオのあり方を含め、マーケットの拡大などの今後の課題も出てきた。

その中ではっきり見えてきたのが次は中国だということ。年間で集計すると台湾を抜き、中国が初めてシェア2位になる可能性がある。これまでも言われてきたように中国が日本にとって最大のマーケットになることが明確になってきた。

――観光庁の発足から1年余り。自己評価は。

本保　観光庁のアクションプランに掲げたことは実行できたが、このような環境で数字には結びつかないところがあった。

中村　数字はともかく観光庁ができたことで、観光に対する強い求心力が生まれた。政治、経済の中で観光の重要性が認められ、それを地方や一般の人が感じていくことに大きな意味があった。

本保　観光庁ができて何が一番よかったかと言えば、国が観光に力を入れて仕事をしているぞというアナウンスメント効果が非常に大きかったこと。産業界、地方が呼応したこともあるし、外国の日本へのものの見方も変わった。観光庁の発足時に内閣府が実施した調査では観光庁の認知度は36％だったが、1年後に観光庁が実施したら63％に上がっていた。これだけ上昇したというのは、観光庁が仕事をした1つの表れだ。

――訪日外国人誘致では3千万人という新しい目標を掲げた。2010年は新たな一歩を踏み出す年になる。

本保　3千万人を目指すにあたって考えるべきは、これから飛躍期に入るということだ。03年にVJCが始まり、基本計画に1千万人の目標を掲げた2010年を迎えたが、これまでの期間は基礎づくりの段階、あるいは発展途上の段階だった。しかし、新しい目標のもとで飛躍期に入る。つまりフェーズが変わるということを強調したい。

観光予算も単に増えて良かったということではなく、これでようやく世界に対し、日本の顔が見えるような仕事ができる段階になったと考えている。これまでの予算規模では、精一杯努力しても、世界に日本の顔が見えるという状態からはほど遠かった。

幸いなことにタイミングとしては、成田空港の発着枠の増加、羽田空港の国際化もある。2010年はフェーズが変わり、世界に対して日本の顔が見える時代に入り、かつ空港などの環境も変わる。インバウンドにとっては大変重要な年、エポックメイキングな年になるということだ。

間宮　同感だ。これまでは離陸期で、まさにこれから飛躍しなければいけない。

本保　3千万人という目標にはいろいろな意見があると思うが、世界全体のマーケットの成長性、私たちがいるアジア・太平洋地域の成長性から言えば、日本はそのわずかなシェアを取りにいくだけだ。いろいろな環境整備が進むという条件は付くが、十分に達成可能な目標だ。

中国客の誘致に注力　本保

VJYで目標達成へ　間宮

アジアとの連携重要　中村

では、短期的に2010年はどうかと言えば、09年は落ち込んだが、おそらく底は打って、大きくみれば回復基調で動いている。どこまで強く回復するかと言えば、通貨の動きと世界的な景気回復の力強さによる。2010年の世界経済の見通しをみると、やはり中国が成長マーケットだ。訪日外客数を短期に伸ばすにも、中国人旅行者の誘致拡大が一番効くことになる。もちろん中長期でも人口増加、経済成長率を考えれば、中国からの誘客が課題だ。

――中国への訪日観光ビザのさらなる要件緩和は。

本保　そうするという意志で調整に取り組んでいる。前原大臣を本部長とする政府の観光立国推進本部が12月に発足したが、主要なテーマは外客誘致、観光連携、休暇制度の3つ。外客誘致の作業部会で検討しようというのが中国のビザ緩和だ。それに加えて、中国側で質の高い旅行商品を売ってもらうために、日系旅行会社の中国でのアウトバウンド業務の解禁も大きな課題だ。どちらも前原大臣が力を入れている。

具体的に地域を挙げた話になるが、対中国では北海道がデスティネーションの目玉の1つだ。その足かせになるのが新千歳空港の中国便の発着制限。自衛隊の関係があり、定期便が限られる。この規制についても前原大臣が防衛大臣に検討を要請している。

これら中国人旅行者の誘致策を進めながら、予算を最大限に活用して重点市場へのプロモーションを強化していく。VJC予算は「事業仕分け」の判定結果通りだったとしても、前年度の3倍ぐらいになる。重点市場もインド、ロシア、マレーシアの3市場を加えて15市場になる。短期的な事業に力を注ぎつつ、中長期の成長に結び付けていく。併せて受け入れ態勢の整備にも予算を積み増ししている。3千万人の目標も3期に分けており、まずは第1期の2013年1500万人を実現しなければならない。

間宮　2010年は「ビジット・ジャパン・イヤー（VJY）」の年だ。例年はアジアの旧正月に合わせて「ようこそジャパン・ウイークス」を実施してきたが、2010年は年間を通じてプロモーションを展開する。海外市場に対し懸賞付きのキャンペーンも実施している。そのために企業の協賛などもいただいた。キャンペーンの宣伝効果も重要だが、その懸賞に応募してきた外国人のリストに価値がある。他国の政府観光局がやっているように、最新の観光情報をPRするメールマガジンなどが出せるようになる。今後のプロモーションのためのインフラだ。こうした事業を1年間フルに展開して、2010年1千万人を目指し、さらに先の目標に向けてがんばりたい。

（4面に続く）

knt!
近畿日本ツーリスト

謹賀新春

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」による「新しい旅行」を創出していきます。
社員全員が「心」の感度を高めてお客さまにたくさんの「！」をお届けし、
「愛され、選ばれるKNT」をめざしましてまいります。

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。