観光立国の実現は、地方（地域）から

観光立国 飛躍へのアクションを

新年号・特別鼎談――観光立国の課題と展望

日本観光振興協会会長
山口 範雄氏

観光庁長官
久保 成人氏

日本政府観光局（JNTO）理事長
松山 良一氏

2014年はどのような年になるのか。観光庁の久保成人長官、日本観光振興協会の山口範雄会長（味の素会長）、日本政府観光局（JNTO）の松山良一理事長の3氏に、現状や課題を踏まえながら観光業界の動きを展望していただいた。（司会＝編集長・内井高弘）

東京五輪決定〝追い風〟 松山

――まずは、久保長官に2013年のトピックスを挙げてもらいたい。

久保 観光庁として一番大きかったのは、総理（安倍首相）が主宰する観光立国推進閣僚会議が6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を決定したこと。これは13年だけでなく、今後の政府の方針や観光政策の指針になっていく。インバウンドに関しては、1千万人を達成し、その先に2千万人の高みを目指すと目標を掲げている。目標達成への施策の重要事項も定められた。

二つ目は、9月に2020年オリンピック・パラリンピックの東京開催が決まったこと。これはインバウンドや観光地域づくりの追い風になる。

そして施策の実務的な面でインバウンドに大きな影響を与えたのは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の国々に対する訪日のビザ（査証）の緩和。7月に免除や数次ビザの発給など、タイ、マレーシア、ベトナム、フィリピン、インドネシアに対する要件緩和が実現した。さらに総理がラオス、カンボジアを訪問し、11月に数次ビザの発給が始まった。

――13年の動きで注目されるのは、訪日外国人旅行者数が目標の1千万人に届くかどうか。この鼎談の開催時点では予測が難しいが。

久保 1千万人の達成に関しては、いろいろな企業、団体に協力をお願いし、オールジャパンの総力戦で取り組んだ。良い発表ができると期待している。

政府・行動計画を実行へ 久保

国内旅行、話題が後押し 山口

――山口会長から見た13年の観光の状況は。

山口 国内旅行は、主要旅行業の取扱実績をみると、2月から連続で前年同月に対してプラスとなり、全体的には好調だった。いろいろな要因があるが、観光につながるような話題が多かったことが理由の一つ。富士山の世界文化遺産登録、東北観光にプラスになったNHKのドラマ「あまちゃん」や「八重の桜」、伊勢神宮と出雲大社の遷宮、東京ディズニーランドの30周年、東京駅の改装などだ。

「ななつ星in九州」という移動そのものを楽しむ豪華な列車も登場した。私は20年近く前、オーストラリアの横断鉄道に乗ったことがある。4日間乗っているだけだが、世界中から旅行者が集まっていた。車窓の風景や車内での食事を楽しむ非日常的な空間、時間が過ごせてとても満足できた。こうした豪華列車の旅行も新たな市場の開拓につながるのではないか。

久保 確かになな星は画期的。移動を楽しむ観光は以前からあったが、あのような形で明確に打ち出す例は日本にはこれまでなかった。

山口 一方のインバウンドに関しては、日本はGDP世界3位の国でありながら取り組みが遅れていると言われてきたが、観光立国へジャンプするベースができた年。市場別の状況はさまざまだが、ASEANからの訪日旅行は、他の経済分野の動きと同様に伸びている。長官がおっしゃったように政府が素早くビザの緩和に踏み切ったことが効果的だった。加えて、これからは東京オリンピックに関係した盛り上がりも期待できる。また、私は食品産業に携わっているが、和食が世界無形文化遺産に登録されたことも素晴らしいニュースだ。

――松山理事長から見て13年という年は。

松山 とてもエポックメーキングな年だった。政府が観光立国実現に向けたアクション・プログラムや、観光を柱の一つに据えた「日本再興戦略」を決定し、観光が国の成長戦略として大きく取り上げられた。観光立国の推進は2003年に掲げられたが、ややもすれば、お題目を唱えるだけに終わってしまい、なかなかアクションにつながらない部分があった。それが施策の具体化が進んで、〝本気印〟の観光の時代になった。

MICEへの機運上昇 松山

外客2000万人に向け改革 久保

産業・地域間の連携促進 山口

↙一例を挙げれば、JNTOと観光庁は6月に、経済産業省やJETRO（日本貿易振興機構）と共同で行動計画を策定し新たな取り組みを始めた。クールジャパンとして海外にコンテンツを売り込むだけでなく、日本のファンをつくって、訪日旅行につながるように連携していく。アニメーションで言えば、海外でのコンテンツビジネスを支援し、ファンになった外国人には舞台の土地に観光に来てもらうようにするといった試みだ。

もちろん東京オリンピック・パラリンピックの開催決定も大きい。特に、MICE（国際会議など）の重要性に社会の目が向いたことが良かったと思う。MICE関係者はとても元気づけられた。開催が決まって以来、参加者4千人以上の国際会議の日本開催が相次いで決まった。アジアの都市との競合を勝ち抜いて誘致に成功したものだ。これからはさらにMICEに注目が集まるはずだ。

――明るい話題が多かった年だが、東日本大震災からの復興、中国、韓国との外交関係の改善などは引き続き課題ではないか。

久保 被災地の復興に関しては、観光需要はまだまだ震災前の状態に戻っていない地域があると認識している。特に東北の太平洋沿岸地域、福島県はそうだ。復興関係予算などを活用し、引き続き重点的に支援していく。一方の中国、韓国との関係では、訪日市場の短期的な動向を別にしても、民間交流である観光は、粘り強く、息長く続けていくべきものだ。隣国同士、常に前向きに交流を拡大しないとならない。今後もいろいろと働きかけていく。

――インバウンドでは、1千万人のその先の目標2千万人をどう意識すべきか。

久保 欧州を考えてみると、フランスを訪れる外国人旅行者約7700万人のうち多くは陸路で入ってくる旅行客で、航空機を使う空路で入ってくる旅行客は2千万人ほど。日本と同じ島国の英国はトンネルで大陸とつながっているが、約2800万人のうち空路で入ってくる旅行客というと、やはり2千万人ぐらい。一概には比較できないが、日本も観光立国を目指す上で2千万人は掲げてしかるべき目標だ。

松山 2千万人は現実離れした数字ではない。日本観光のブランド力というのは、欧州の観光大国と争うぐらいの評価がある。日本はいつか行きたいあこがれの国。しかし、「いつか」では駄目だ。プロモーションや受け入れ態勢を強化し、「今行こう」に変えないといけない。東京オリンピックの開催決定により2千万人へのスタートラインに立った感がある。課題を一つ一つ解決しながら、旅行者数を増やしていくと同時に質の向上が必要だ。訪日客に満足してもらう、受け入れる関係事業者にしっかりともうけてもらう、この両方の質の向上を20年までにしっかりとやらないといけない。

久保 現状の延長線では2千万人は達成できない。観光分野だけの話ではなく、日本全体のさまざまな分野の仕組みを見直し改革していかないと、2千万人が円滑、快適に旅行できるという環境にはならないからだ。例えば、2千万人という時に航空ネットワークの充実は絶対に必要だ。路線、便数を増やし、首都圏、地方の空港を最大限に利活用しないと、「行きたいが、行けない」という状況がいずれ来る。危機意識を持って早期に取り組むべき課題だ。

山口 クルーズに関しても受け入れ態勢は不十分だ。10万トンを超える大型船が横浜ベイブリッジをくぐれず、その手前に接岸せざるを得ないといった話もあるように埠頭や旅客ターミナルの整備、CIQ（出入国管理など）の簡素化といった課題もある。クルーズ船が寄港すれば、数千人単位の消費があるので、地域にとって経済効果は大きい。ハード、ソフト両面の整備が求められている。

――地域の受け入れ態勢も改善しなければ。

松山 今は不自由さも旅行の楽しみという考え方があって甘えている部分がある。1千万人なら何とかなっても、2千万人となるとそうはいかない。

（4面に続く）