観光立国の実現は地方(地域)から

「観光先進国」への挑戦スタート

新年座談会 観光の現状と展望

新しい年を迎えた。観光庁の田村明比古長官、日本政府観光局（JNTO）の松山良一理事長、日本観光振興協会（日観振）の山口範雄会長、日本旅行業協会（JATA）の田川博己会長にお集まりいただき、観光について語っていただいた。

（司会＝本紙編集長・内井高弘）

日本観光振興協会会長
山口 範雄 氏

日本政府観光局（JNTO）理事長
松山 良一 氏

観光庁長官
田村 明比古 氏

日本旅行業協会（JATA）会長
田川 博己 氏

訪日外客4000万人へこれからが正念場　田村

松山　地方への誘客拡大や新市場開拓に注力

国内外に〝観光の可能性〟発信　田川

――はじめに2016年はどのような年だったか。

田村　訪日外国人旅行者数が暦年で初めて2千万人を超えた。16年累計では2400万人前後となりそうだ。15年のように5割までの伸びはないが、2割ぐらいの伸びを示して堅調に推移している。消費の面では、15年に流行語になった「爆買い」のようなことは減速している。中国からの旅行者では、買い物代が減って、飲食費が増えている。

他の国・地域の旅行者を含めて、モノ消費からコト消費へ移って、日本でさまざまな体験を楽しむようになった。

国内では4月に熊本地震、8月に北海道で台風被害、10月に鳥取中部地震などの災害があり、観光に大きな影響があった。熊本地震では、東日本大震災の教訓が生き、観光復興に向けた総合支援プログラムを早期に実施できた。「ふっこう割」などの対策を講じ、年の後半には前年並みの観光需要を全体としては回復できた。他の地域についても引き続き復興を支援している。

日本人の海外旅行は、中国、韓国への旅行に回復の兆しが見えてきた。出国日本人数は全体としてプラスで推移している。歓迎すべき傾向だ。

松山　訪日外国人が2千万人に達し、観光産業の重要性が改めて認知されたエポックメーキングな年だった。政府が3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」では、訪日外国人を20年に4千万人、30年に6千万人にする目標とともに、観光を基幹産業に育成することが掲げられた。政府が重要視する分、観光産業としてもしっかり取り組む責任が出てきた。

インバウンドでは主要なマーケットから、デスティネーション・マーケットとしての日本が認知され、米国の富裕層向け大手旅行雑誌の読者ランキングでは世界の魅力的な都市で東京が1位、京都が2位になるなど、日本への関心が高まってきた。

リオデジャネイロ大会が終わり、東京オリンピック・パラリンピックへのスタートの年となった。同時に、東日本大震災から5年の節目であり、熊本地震などもあったことから、観光で復興を推し進めるのがわれわれの使命だと再認識させられた。JNTOでは観光庁と連携して世界を対象とした「東北デスティネーションキャンペーン」を開始し、米国CNNなどの国際メディアを活用した情報発信にも取り組んだ。

山口　日観振としても成果があった年だった。一つ目には、日観振の呼びかけで地方自治体や幅広い分野の企業・団体111社が参画している「観光立国推進協議会」の活動。観光の意義を啓蒙するとともに、15年に引き続き16年も観光立国の実現に向けた提言を観光庁に提出できた。東京オリンピック・パラリンピックをにらみ、観光振興を国民運動として盛り上げた。

二つ目には、4月に「日本観光振興アカデミー」を設立した。日本がものづくりで競争力があるのは、エンジニアからマネジャーまで人材がそろっているからだが、観光分野では十分に人材が育っているとは言えない。アカデミーで人材育成のプログラムを具体化していきたい。

三つ目は、DMO（観光地域マネジメント・マーケティング組織）の推進への準備が整ってきた。観光庁の「日本版DMO」候補法人登録制度に100を超える法人が登録しているが、日観振では「DMO推進室」を設置し、各地域の後押しを始めた。↖

産業と地域支える人材育成へ　山口

↙山口　四つ目は双方向交流の活性化。日観振が関わる「日台観光サミット」の開催をはじめ、中国、韓国など日本への訪問が多い主な国・地域との連携が進んだ。

田川　政府が「観光ビジョン」を策定したことはとても評価できる。施策の具体化にはこれからの部分があるが、20年、30年に向けた目標を掲げ、「観光立国」から「観光先進国」への道筋を示した。その点で16年は後から振り返った時に節目の年になるのではないか。

3年目だった「ツーリズムEXPOジャパン」（主催・JATA、日観振）も成功し、「ホップ・ステップ・ジャンプ」のジャンプがうまくいった。一方で海外旅行については、JATAは16年を「復活の年」と位置づけたが、出国日本人数は5%ぐらい増えているのに、残念ながら旅行会社の業績にはばらつきがある。要因の一つは、消費流通構造の大きな変革だ。OTA（オンライン・トラベル・エージェント）が急速に伸び、店頭のパッケージツアーの売れる。訪日外国人旅行者数4千万人、6千万人というのは、相当なことをやらないと達成できない。他方で日本はどこかでムーブメントが起こると急速に変わる。ここが他の国と違うところで、やるとなったら変化のスピードが速い。

行きが伸びない現実がある。

また、軽井沢スキーバス事故では旅行の安全、安心が問われた。訪日旅行を含めてラウンドオペレーターの問題も議論されている。いろいろな課題が見えてきた年でもあった。

――17年はどのような年になるか、あるいはどのような年にすべきか。

田村　「観光ビジョン」ができて、20年、30年に向けて国としてどういう方向に進むか、その覚悟が示された。この覚悟をもって前に進む年だ。後知恵ではあるが、今のインバウンドの状況というのは、日本の観光資源や経済規模を考えると、潜在能力だけでここまで来たという部分がある。ここから先が本当の勝負になる。政府で言えば全省庁挙げて、国全体としては官民一体で取り組む力が試され勢いがつけば景色は大きく変わる。

観光庁では、各種法制度の改正を進めている。次期通常国会に民泊新法、旅行業法改正、通訳案内士法改正の法案を提出する。旅行業法では、ランドオペレーターの規制と、着地型旅行を企画・提供しやすい環境づくりに向けて改正を目指す。通訳案内士法では、通訳ガイドの業務独占を廃止し、名称独占へと変えていく。観光関係の法律の多くがそうであるように、旅行業法も、通訳案内士法も昭和20年代にできた法律だが、新しい時代に対応させていく。

松山　17年は訪日外国人4千万人達成のための体力づくりの年だ。田村長官が指摘したように、日本のインバウンドはようやく本来のところまで来た。ただ、これからは世界の観光市場が成長を続けていく中で、他の市場との競争が激しくなる。そういう意味で体力を付けるために三つ必要だ。一つ目は質の向上。訪日客に満足してもらうとともに、観光産業がしっかり儲ける。二つ目は訪日客の嗜好の変化への対応。物見遊山や買い物だったのが、いわゆるコト消費、体験型、滞在型に変わってきていて、これまでと違うアプローチが必要だ。三つ目が地方の観光魅力の磨き上げと情報発信。いかに地方に誘客するかが大事になっている。

山口　私も17年の展望について3点指摘したい。1点目は観光にビジネスチャンスを見いだそう、観光にタッチしようという動きがあらゆる分野で加速する。インバウンド消費、オリンピック・パラリンピック、災害復興などを踏まえ、他の産業分野の関係者も、国民も、観光産業が〝大きい〟ということが分かってきた。観光ビジネスの中核を担うのは宿泊業、運輸業、旅行業などだが、小売業界も、IT業界も、金融業界も、観光とつなげたら何らかのビジネスができると分かってきた。国民一人一人を考えても、外国人に話しかけたり、おもてなしをしてみたり、そんな雰囲気が広がる。

2点目は、観光が地方創生の大きな担い手になるということ。DMOや広域観光周遊ルートの構築は、関係省庁が連携し政府を挙げて取り組む「国家プロジェクト」として推進されている。われわれが手を打ち、幅広い関係者に理解してもらえれば、地方創生を実現する力になる。

（4面に続く）