

「観光立国ニッポン」実現のみちすじ

主催者あいさつ (要旨)

JAPIC 専務理事 丸川 裕之



本日のセミナーには、JAPIC の会員以外の方々を含め、約 230 名もの方にご参加いただいた。JAPIC は「安全・安心のための国土強靱化」「国際的な立地競争力の強化」「地域の活性化・創生」を三本柱として活動している。本日のセミナーは、柱のひとつ「国際的な立地競争力の強化」の延長線上と位置づけている。皆様には、インバウンド、観光立国の道筋のヒントをつかんでいただきたい。

基調講演 (要旨)



「観光立国日本の実現と我が国の立地競争力強化に向けて」

小西美術工藝社代表取締役社長 デービッド・アトキンソン氏

- 日本の観光立国としてのインバウンドの潜在能力は、5,600 万人程度であると考えられる。
- 観光立国となるには「自然」「気候」「文化・歴史」「食事」の 4 条件が必要で、この 4 条件における「多様性」が重要である。フランスは地中海あり、アルプスあり、歴史・文化や食事も多様で、この点が、気候が均質的でビーチや高い山もないイギリスやドイツとインバウンドで差がつく要因となっている。
- 日本は 4 条件を全て備えている世界でも稀有な国である。また「多様性」においても、「自然」「気候」では北海道あり、沖縄あり、アルプスや高原あり、植物の多様性も世界で群を抜いている。
- 「文化」でいえば、諸外国では外国から文化が移入した場合、既存の文化と「入れ替える」のが通常であるのに対し、日本は神道を残したまま仏教を入れる、朝廷を残したまま武家政権をつくるなど、足し合わせていくので、「多様性」が生まれ、観光資源としては非常に有利だ。
- 一方で、日本人が得意と感じる「オモテナシ」は外国人から見て観光の動機とはならない。同時に「治安の良さ」「公共交通の定時性」も同じで、欧州から 14 時間かけて来日する観光客は新幹線の定時性は気にしない。
- 世界の観光産業は、GDP で 10% 近くを占める基幹産業になった。一方、日本は先進国第 2 位の経済大国だが急激な人口減少問題を抱えている。人口減少下で経済成長を維持するため、またこれまで整備してきたインフラを無駄にしないためにも、インバウンド観光の振興により「短期移民」を増やすしか日本の進むべき道はない。
- しかるに現状は、インバウンド観光収入の対 GDP 比は 0.4% と世界でも最下位に近い。逆にこれは伸びしろとしてとらえるべきだ。
- 爆買いは中国人の特質ではなく、欧州でも近隣諸国からの観光は爆買いになりやすい。爆買いは一つの目的として残しておいて、遠い国から来て長期滞在でたくさんの金をおとす「上客」のためにもメニューを用意し、「目的」「目的地」の多様性を創出することが重要である。
- その意味で、地域別にみて世界最大のマーケットである欧州からの観光客を取り込むことに重点を置き、現時点で 0.2% しか獲得していない欧州観光客のシェアを拡大すべきである。
- 安価でビジネスマン向けのホテルしかない現状も変え、ホテルの「多様性」も充実させるべきである。同時に、盆暮れ正月、ゴールデンウィークに集中する観光を分散化し、リゾートの多様化も図るべきである。

- 文化財の活用も急務で、「30分見て帰る」のではなく、そこからの「学び」や「体験」を付加するような案内板やガイド、観覧メニューの充実を図るべきである。京都の二条城は、武家文化と公家文化を同時に理解するのに絶好の場所のはずだ。
- 拝観料も画一的に取るのではなく、観光客の階層やニーズに合わせて多様化すべきである。文化財を有効活用し観光メニューを多様化することで滞在時間が延び、宿泊者数も増やせる。
- 観光資源を磨いて世界レベルにして発信すれば人は来る。ただし来場時期が限定される「桜」を日本の代表のようにPRする日本人目線の発信は改めるべきである。
- 文化財も、それ一辺倒の観光では成り立たないので、ハイキングや温泉など別のメニューや食事も組み合わせ、様々なニーズに対応すべきだ。「オールジャパン」の視点で多様性を備えた商品開発と発信が重要である。
- 冒頭、5,600万人のポテンシャルがあると述べたが、2030年の世界の観光者数は11億人から18億人になることを考えれば、2030年の目標は8,200万人を掲げても無理な数字ではない。
- 観光はそんなに難しいものではない。今あるものを整備、発信して人に来てもらい、観光資源化するだけだ。要はやるかやらないか、それだけの話だ。

衆議院議員 岩屋 毅氏 ごあいさつ（要旨）



超党派の国際観光産業振興議員連盟の幹事長を務めている。人口が減少し、働き手や消費者が減る中、観光産業を我が国の成長戦略の柱にするしかないことは、アトキンソン氏の講演でも明らかだ。

多様性の一つとしてIRも進めてかなくてはならない。またIRで得た収益を観光資源やインフラの充実に充てることも検討したい。議員連盟としても、国民の理解をいただき、国会で審議いただいて環境整備を進めていきたい。

パネルディスカッション（要旨）

（敬称略）

デービッド・アトキンソン （株）小西美術工藝社 代表取締役社長

田村 明比古 観光庁長官

山本 和彦 森ビル都市企画(株) 代表取締役社長



〈モデレータ〉

野田 由美子

PWC パートナー PPP・インフラ部門

アジア太平洋地区代表 都市ソリューションセンター長

田村長官プレゼン



- インバウンド政策は明治以来やってきたが、貿易黒字もあり目立った成果が出ない時期が続いたが、ここ数年インバウンドが増加し、観光消費額も初めて3兆円を超え、自動車部品と同程度の大きな輸出産業になった。
- 今後はゴールデンルートだけでなく全国津々浦々を訪れてもらい、リピーターになってもらうため「広域観光周遊ルート」の認定によるコンテンツの充実、科学的なマーケティングや専門人材の充実、DMOなどの体制整備に力を入れ、受け入れ環境の充実を図っていく。
- またインバウンドだけに注目するのではなく、8割を占める国内旅行についてもしっかり対応をしていく。

山本社長プレゼン



- 六本木ヒルズはインバウンド観光を主目的にしたまちづくりではないが、結果として東京の観光のディスティネーションの一つになった。またオフィスタワーに外国企業が数多く入居しており、ホテルには外国人ビジネス客が相当数来ている。ビジネス客の取り込みもインバウンドには欠かせない。
- 愛宕グリーンヒルズは、外国人駐在員向けの高級賃貸住宅だが、一体的に整備したお寺の鐘がクレームになると心配したが、実際には喜ばれ、座禅や精進料理など様々なコミュニティ活動も盛んである。
- 高松丸亀町グリーンでは瀬戸内芸術祭と連携し、広場にオブジェを設置するなど、世界から人が来る仕掛けをつくっている。
- 岐阜はクラフトを前面に出す商業施設をつくり、高山や白川郷などの途中に立ち寄りたり宿泊したりするなど、インバウンドに役立っている。
- 永平寺はこれから整備するプロジェクトだが、インバウンドを狙って宿坊や参道の景観整備、門前町のにぎわい創出が課題となっている。

ディスカッション

- 日本の地方は中心市街地がシャッター通りで、豪華なホテルを整備しても一歩外に出ると興ざめする。一方で郊外のロードサイドの景観はひどい。周りも含めた面的なまちづくりの視点が重要だ。
- 京都の町家は激減し、千年の都の面影はなくなりつつある。外国人は花見小路みたいな街並みが京都全体だと思って来て、寺社仏閣は良かったが、街を見てがっかりする。日本も全面的に文化財行政を変え、歴史を消さないようにしなければならない。せめて人の目に触れる通り沿いは日本家屋にふさわしいものにすべきだ。
- 観光でメシが食えると皆が思えば景観問題にも自分たちの問題として取り組める。そうなれば景観法制をより厳しいものに変えることも可能になる。現に地元の意識が高い地域では、どんどん昔の景観に戻している例もある。
- 地方空港は全国に 97 あり、無駄な公共事業の代表のように言われたが、欧米の先進国と比較すると、日本は人口当たりの空港の数は多くない。これまで使われなかったことが問題で、これを新幹線や東京、大阪とのコネクションを改善し、全国津々浦々に観光客を誘導することが必要だ。
- 富裕層を取り込むことも重要だが、多様性の観点からはミドルクラスを取り込む方が経済効果も大きく、日本の対応としても現実的である。
- 地方に面白い産業をつくりビジネスマンが訪れるようにすることが重要である。北陸などには世界に通用する産業がある。しかし、接待する場所がないのが問題。MICE 機能を強化し、一堂に会してビジネスの話ができるよう環境整備をすべきである。
- 観光が大きな産業になれば、日本文化や街並みを保存することは日本人の責務というよりはビジネスになる。そうなれば、徹底的に市場調査と分析をしてターゲットを決め、商品開発をすれば、観光立国になるのは難しいことではない。
- 2030 年に世界のアウトバウンド市場は 18 億人になりシェアを奪い合うことが観光産業の直面する課題だ。観光関係の法制度は昭和 20 年代にできたものばかりなので、産業としての国際競争力強化のためにも 21 世紀型に変える必要がある。インバウンドを目的としたトップスクールの創設など経営に視点を置いた観光教育や人材育成も必要だ。
- 日本は戦争で大半の都市が焼けて保存すべきものが残っていないので、新しく次世代に残る街並みを創っていくことも重要だ。いいものを創れば数十年後に優れた観光資源になる。実現しなければならないし、JAPIC にはそういう役割が期待される。

以上