

# 官民一体で観光を国民運動に 2020年に向け「覚悟」をもって進む年

2020年とその先に向かって、

新たなスタートを切る2017年  
が明けました。世界的に政治経済・  
社会情勢の混迷も続く中、内向き  
志向を強める世界の潮流を変える  
パワーとして、ツーリズムが果たす  
役割への期待も高まっています。「明  
日の日本を支える観光ビジョン」も  
踏まえて、ツーリズム産業界の重鎮  
4氏に2017年の展望と意気込  
みを語り合っていました。

## 訪日旅行者が暦年で 2000万人台に

——2016年を振り返って、どの  
ような印象をお持ちですか。

**田村** まず、訪日外国人旅行者  
数が初めて暦年で2000万人  
を超える形となりました。10月末  
時点で大台を突破して、通年では  
2400万人前後に達する見通し  
です。前年比でも20%を超える伸  
び率ですから、比較的堅調に推移し  
たと言えると思います。また、消費  
の面では、2015年の流行語大賞  
にもなった「爆買い」というような現

象は落ちてきて、その内容がかな  
り変化してきました。中国に限っ  
てみても、例えば、ショッピングの支出  
の割合が減って飲食の支出が増える  
など、モノ消費からコト消費へとシフ  
トしてきています。中国以外の国か  
らの旅行者も、日本での色々な体験  
を楽しまれる方が増えてきており、  
コト消費への変化が見られるようにな  
ってきたというのが、インバウンド  
全体の印象です。

それから、日本は常に災害のリス  
クにさらされていますが、昨年は4  
月に熊本地震が発生し、8月には台  
風が何度か北海道に来て、10月にも  
鳥取で地震が起きるなど、観光に大  
きな影響を及ぼす災害も続きまし  
た。東日本大震災で得られた教訓  
から、熊本地震の後には比較的早め  
に総合支援プログラムが策定され、  
応急措置としての施設の復旧の補  
助金や短期的な対応としての「ふっ  
こう割」などの措置が講じられ、被  
害は甚大ではありませんが、年の後  
半になって、入り込み客数も前年並  
みに戻るところまで来ています。一  
方、アウトバウンドも2015年に

比べて市場規模の大きい中国や韓国  
などで回復の兆しが現れて、全体と  
してプラスになっていることは、歓迎  
すべき傾向だったと思います。

**松山** 2016年は、観光がよう  
やく市民権を勝ち得た年ではな  
かったかなと考えています。「明日の  
日本を支える観光ビジョン」が策定  
され、2020年に訪日外国人旅  
行者数4000万人と訪日外国  
人旅行消費額8兆円を達成するこ  
ういう新たな目標が打ち出されまし  
た。この「観光ビジョン」においても観  
光を基幹産業に育てる方針が明確  
に示され、政府としても観光を産業  
として強く認識していただく年にな  
ったわけです。

また、日本はこれまで「ソースマ  
ケット」として世界的に見られてい  
ましたが、ようやく「デステイネー  
ションマーケット」としても改めて認  
知されるようになりました。米国の  
旅行専門誌で東京と京都が人  
気の高い都市の1位と2位に選ば  
れるなど、新しいデステイネーション  
としての日本への関心が高まった年  
だったと言えます。また、観光産業

◎観光庁  
**田村明比古** 長官  
◎日本政府観光局  
**松山良一** 理事長  
◎日本観光振興協会  
**山口範雄** 会長  
◎日本旅行業協会  
**田川博己** 会長

《座談会出席者》

民運動という観点から、災害時にお  
ける復興の手立てとして観光に大  
きな意味があることも広く認知さ  
れるようになり、オールジャパンや国  
民運動という言葉が単なる謳い文  
句としてだけでなく、具体論として  
昨年は積み上げることができたと思  
います。

2つ目には、観光分野では人材が  
非常に大事であるにも関わらず、観  
光人材があまり育っていません。日  
観振では、これまで個別に取り組ん  
できた人材育成のプログラムを体系  
的に進めるため、観光振興のアカデ  
ミーを設立して、人材育成の体制づ  
くりができました。3つ目として、  
観光は、それぞれの観光資源を持っ  
ている地域が独自の活動に取り組  
む地域づくりが非常に大事になっ  
てきますが、「観光地経営」の視点に  
立った観光地域づくりの舵取り役で  
ある欧米発のDMO (Destination  
Marketing/Management  
Organization) という考え方につい  
て、日本でも本気で取り組もうとい  
うことで準備が進んだ年でもあり  
ました。4つ目としては、双方向交  
流の重要性を改めて指摘したいと思  
います。海外からお客様がいらっし  
やるだけでなく、こちらからも行く双  
方向の交流ができるということが大  
切です。国際機関である国連世界

## 「双方向の基盤づくり」 ができた年

**山口** まず、1つ目は、観光立国に  
向けた動きを国民運動的なものに  
することが業界全体に求められてい  
ると思いますが、観光立国推進協  
会を立ち上げて、観光に携わる方や  
組織の全てに参加していただき、昨  
年と昨年、観光庁に観光全体に対  
する提言を行いました。もう一つ、国



観光庁 田村明比古長官



日本政府観光局 松山良一理事長



日本観光振興協会 山口範雄会長



日本旅行業協会 田川博己会長

観光機関(UNWTO)や世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)との連携も具体化して、双方交流の基盤づくりができた年だったと考えています。

**田川** 2016年は、「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定され、2030年までの目標ができました。まだ、具体的な中身や工程表は十分ではないかもしれませんが、そういう軸が示されたことで、「観光立国」から「観光先進国」への道筋を描き出す大きな節目の年だったと言えます。我々としてはツーリズム産業の現状や取り組みの「見える化」ということでツーリズムEXPOジャパンを開催してきて、3年目を迎えたジャンプの年にUNWTOやWTTCの幹部に参加していただき、世界の潮流を知ってもらった

味でも非常に大きなイベントとなりました。

また、観光を通じて災害からの復興を図るという点では、東北での5年間に及ぶ取り組みの実績を踏まえて、熊本地震の直後に「ふこう割」が実現できたのは、観光産業の働きが評価されたことでもあり、災害大国である日本におけるツーリズムの未来に向けて、大きな意味があったと考えています。

一方、われわれ旅行業界として一番関心の高い海外旅行ですが、昨年は「復活」を目指してやってきましたが、結果的に、渡航者数は5%程度の伸びを示したものの、業界における取り扱いの伸び率にはバラツキがあるのが実情です。旅行業界としては、企画力とか提案力、添乗力といったものを改めて見直すことが求めら

れた2016年だったと思います。

国内観光については、様々な地域にDMO的な活動が広がり、地域側の意欲を感じる一方で、その意欲を現実的な収益につなげていくため、いよいよ地方にツーリズムマネジメントを伝える努力が求められるようになってきました。

### DMOの成功事例で水戸展開を目指す

——地域観光の活性化に向けて、DMOに対する期待も大きいと思いますが、観光庁としては、DMOをどのように動かしていく考えですか。

**田村** 日本では成功事例がないと、新しい取り組みにはなかなか動いてもらえませんから、110ほど登録されたDMO候補法人の中から、成功事例を早く作る必要があります。

す。ただ、インバウンドについても、関係者はずっと前から重要性を言ってきましたが、花開くまでに20年近くかかったのですから、DMOも候補法人の全てが一気にグローバルスタンダードになれるわけではありません。専門人材を抱えて、データに基づいてマーケティングをやることや広域連携を図ること、従来の観光関連事業者だけでなく幅広い産業から参画してもらうことなど、やるべきことはすでに明らかになっていると、思いますので、それらをきっちりやるということが成功するでしょうし、国としてもしっかりと支援していきたい。

**山口** DMOのMのところに、マネジメントとマーケティングが重なっているわけですが、ここがつのポイントではないでしょうか。他の産業分野では、マネジメントなりマーケティング

グというのは昔からやっているわけですが、もともとと家業からスタートしたような宿泊業などが原点になっているため、なかなか根付かなかったのだろうと思います。そういうことを念頭に置いた人材が育ち、問題意識を持って課題の解決に取り組めば、110法人の中からも成功例が出てくるのではと考えています。

**松山** JNTOでもインバウンドセミナーを地方で開催していますが、非常に関心は高いのに、ほとんどがどうしたらいいのかわからないという状況なので、長官がおっしゃるよう成功事例を作って、それを如何に水平展開していくかが重要だろうと考えています。

**田川** DMOではなくても、新幹線が20年後に開通することを前提に、石川県が地道で着実な取り組みを



2017年の展望と意気込みを語り合うトップ4氏

進めた結果、新幹線の開業と同時に大きな成果を収めた事例や、ツーリズムEXPOジャパンのジャパンツーリズム・アワードで大賞を受賞した飛騨高山の長年にわたる取り組みなど、自治体にも成功事例は少なくありませんから、そうしたベストプラクティスをしっかりと伝えていくことも大切です。

## 問われる産業の真価

——今年をどう展望されますか。

**田村** 五輪に匹敵するようなビッグイベントがあるわけではありませんが、昨年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定されて、

2020年とその先に向かって国としてどのように進んでいくか覚悟が示されたのですから、2017年はその覚悟をもって前に進んでいくしかない年だと思っています。政府で言えば、全庁を挙げて、それから、国全体としては、官民一体となった形が、本当に試される年だろうと思います。今年前半の通常国会では、民泊新法、国内のバス事故やインバウンドに対応するための旅行業法や通訳案内士法の改正など、昭和20年代にできた法律の見直しが行われる見通しです。もちろん、日中国交回復45周年に伴う交流事業なども展開されますが、これだけ自治体や一般企業の観光に対する認知度が

高まる中で、ベーシックな部分での次のに向けた動きが本格化する年になると思っています。

**松山** 長官がおっしゃった通りの状況ですが、2020年に向けて明確なターゲットが設定されているので、それを達成するための体力づくりが一番大きなテーマになる年ではないかなと思っています。これから世界全体では旅行者数が年間3〜4%程度で伸びていくとみられています。日本のインバウンドは年間15%ずつ伸ばしていく目標ですので、今後は、他のドメイン・シジョンにおける旅行者の伸びを如何に日本へ持ってくる

かといったことも考えなければなりません。そういう意味で、2017年は、非常に真価を問われる年になつてくるような気がしています。

2020年に向けて体力をしっかりと備えるためには、3つのことをやる必要があります。1つ目は、日本へ来た旅行者に満足して帰っていただくと同時に、観光に携わる事業者の収益を確保するための「質の向上」です。2つ目は、訪日旅行者の嗜好が大きく変化している中で、コスト消費や長期滞在に対応するために、今までとは全く異なるアプローチをやつていかなければなりません。3つ目は、ドメイン・シジョンとしての魅力は地方にあるわけですから、地方の魅力を如何に磨き上げて、地方に行つていただくか、そのスタートの年だと思っています。

## 観光の力で外向き志向に

**山口** 私ら3つの象徴的な年ということでは、観光産業を総体として大きく重

いものだということ、国民の一人一人、あるいは、ビジネスに携わっている皆さんが感じていただいて、そこにどう加わるかという雰囲気や、強まる年になりそうですし、そうしなければならぬと考えています。2つ目は、地方創生を観光が担うこ

とです。さきほど、DMOの話が出ましたが、地方創生の大きな担い手として観光が役割を果たせるきっかけの年にしたい。我々が的確に手を打てば、そうなる可能性は十分にあると思います。3つ目は、少し大きな話になりますが、英国のEU離脱や米国大統領選挙の結果など、日本人も含めて世界の人々が心配し始めている反グローバルリズムやナショナリズムの台頭に対して、観光が地球全体の流れを変えることもできるのではないかと、このことです。双方向交流を通じてフェイストウフェイ

スの関係を深めることで、それぞれの文化や国民の素晴らしさを知りようになつて、そのことを声高に言出すようになれば、少しずつ世界の潮流も変わつて来るかもしれません。少し願望も入っていますが、今年は、我々が内向き志向の傾向を外向き志向に変える時まで言える年にして、良いのではないかと考えています。

**田川** 昨年は、リオデジャネイロ五輪をはじめ、色々なことがありましたが、今年は、あまり大きなテーマもありませんから、今、山口会長が話された最後の部分は、我々として遠慮なく言っていくべきテーマなかもれません。また、改めて、「観光立国」から「観光先進国」を目指

すことが国家プロジェクトであることとを国民にしっかりと知らしめるためにも、国民が参加するツーリズム産業であることも伝えていくべきだろうと思います。260年間も鎖国していた日本が、150年の歴史を経て、今、観光で世界に認められておうとしているわけです。世界的に内向き志向の傾向が強まっている中で、日本にとっては、チャンスなのかもしれません。そういう意味では、UNWTOの理事国としても積極的に前に出て、様々な個別の課題についても、単なる個別の改革だけに終わらせず、観光先進国を目指す国家プロジェクトの文脈の中で課題を解決していくことで、より大きな意味を持つことになると思います。

昨年取り組みが進められた課題解決へのベースを「見える」化する場として、2017年以降における「ツーリズムEXPOジャパン」の第2ステージを提案したいと考えていますし、2019年から地方で開催される「ツーリズムEXPOジャパン」としても、2017年と2018年は重要な2年間になるだろうと思っています。

※この記事は、観光経済新聞社が企画した座談会を、本誌が独自に構成したものです(写真提供…観光経済新聞社)