

日本が抱える課題への観光的対応

—— 求められる観光による新たな日本再生ビジョン ——

篠原 靖

A Consideration about the Countermeasure for Japanese Present Issues on Tourism

Yasushi SHINOHARA

要旨：政府は観光を成長戦略と位置づけ、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を新たに設置し、2020年までに訪日外国人（インバウンド）旅行者数3000万人の誘致に向け新たなロードマップを考案していく事になった。本稿ではこうした経済発展の柱として注目される「観光」が、わが国の地方創生と新たな雇用の創出に寄与するための方向を整理し、安倍政権が掲げる「1億総活躍社会」に向けた観光の役割およびわが国の観光振興と地域活性化のために研究すべき課題について検討する。

キーワード：観光（tourism）、地方創生（regional revitalization）、規制改革（regulatory reform）

1. はじめに

我が国の経済の主力は過去のけん引役であった自動車や家電などモノの輸出から投資やサービスに移行しつつあり、日本の「稼ぐ力」の構造変革が進んでいる。一方政府の成長戦略として期待されている観光は2013年を契機にこの2年間で訪日旅行者数は約2倍に成長し、内需型観光消費から、外需型観光消費への転換がなされ45年ぶりに我が国の国際観光収支は黒字へと転換した。こした中、観光はますますグローバル化し世界競争に打ち勝つために大きな構造改革の必要性に迫られている。本稿では「日本が抱える課題」をクリアするために「観光が出来る事」を明確にし、日本の観光が持つ様々な可能性と革新すべき点を明らかにし筆者の今後の研究課題の方向を明確にしている。^(＊出典13)

2. 2015年度における我が国の観光の概要

2015年度の訪日旅行者数は過去最高の1,973万7千人（前年比47.1%増）を記録し55年ぶりに訪日外客数と出国日本人数が逆転した。一方、訪日外国人旅行消費額は3兆4,771億円と急増し、年間値で初めて3兆円を突破。前年（2兆278億円）に比べ71.5%増。訪日外国人旅行者の1人当たり旅行支出（速報）は17万6,168円（前年比16.5%増）と大きな伸びを見せている。また、この様な勢いがあるインバウンドと対照的なのが日本人の国内旅行における消費額が2014年には約2兆円程度落ち込み日本人の旅行離れが著しい。日本人の旅への動機や求める目的が大きく変化しているのに対して国内観光コンテンツのリノベーションの遅れが大きな課題となっている。^(＊出典1・4・12)

3. 日本の観光戦略の4つの柱と必要となる日本の観光の革新すべき点

2015年11月政府は「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を設置し、新たに観光立国を推進するため下記の4つの観光戦略を打ち出した。本稿では我が国が抱える様々な課題をこの4つの柱と対比させ、観光的側面から解決できるであろう「日本が抱える諸課題」を明示すると共に観光が直面する革新すべき点を明確にし、今後の筆者の研究課題の方向を述べる。^(＊出典2・8)

(1) 第一の戦略『成長戦略の柱としての観光』

①目標

急速に成長を遂げているアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り組む事により、日本の力強い経済を取り戻す。

②観光的側面から解決でき得る課題と可能性

ア、課題

1970年代の我が国の高度経済成長期を振り返るとその成長の主たる要因は団塊の世代にみる急激な人口増加が日本の消費と生産力を高め雇用を生み、高度経済成長を支えながら日本を経済大国へ押し上げて来た。現在我が国が立たされている人口減少、少子高齢化問題の推移予測は、現在1億2800万の人口が、2047年には1億人程度と大きく減少する見通しであり、さらに2060年には総人口の約40%が65歳以上に推移し生産年齢人口は2060年には現在の半分近くまで減少していく。^(＊出典3) 我が国の経済力は大幅に低下し世界経済の中での日本の国力は減退し世界での発言力は低下してしまう。

イ、観光の役割と可能性

内需中心の観光収支は逆転しすでに外需中心へと推移しているが今後はさらに外需をベースにした交流人口の確保が大きな課題となる。特に急速に成長を遂げているアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り組む事により日本の力強い経済の柱となる。

ウ、必要な革新項目（研究キーワード）^(出典1・7)

我が国の観光コンテンツが来訪者にとって魅力的で、多くのリピーターが創出できる様に磨き上げを行う事が急務であると同時に下記の様々な項目を相互に連動させた大胆な革新が必要となる。

(ア) 国・社会の在り方

- ㊦質の高い観光立国の実現へのシナリオの構築
- ㊧内外からの交流人口拡大による国・地域の経済活性化
- ㊨少子高齢化社会における観光サービスの質の向上（ユニバーサルツーリズムの推進）
- ㊩外国人との日常的な共存できる環境整備

(イ) 観光立国に向けた環境の整備

- ㊦景観、まちづくり、インフラ整備
- ㊧旅行業・宿泊等の観光産業の労働集約型産業の生産性の向上
- ㊨旅行傷害保険の進化・防災などの安心の確保（バリアフリー化の促進）
- ㊩国民の訪日外国人受け入れ意識の向上（観光系大学をベースにした観光人材教育）
- ㊪地方空港を中心にしたCIQの安全向上とスピード化（不法入国者の排除）
- ㊫既得権益にとらわれない旅行業法・旅館業法・道路運送法等の緩和
- ㊬航空路線の拡大と地方空港の活用
- ㊭クルーズ船の寄港地の港湾整備と寄港回数の拡大
- ㊮急速に成長を遂げているアジア圏の大幅ビザ緩和と治安対策
- ㊯進捗率の低い欧米マーケットに対する受け入れ強化（生活文化観光をベースにした受入）
- ㊰国民の訪日観光客受入体制の強化（ハード整備とソフト整備）
- ㊱その他

③具体的な構想と戦略

観光は今や世界各国が凌ぎを削りながら観光による交流人口の拡大を目指し、自国経済力の向上を図るための特効薬として位置づけている。言い方を変えれば観光は国境を越えた人口移動が短期間で繰り返される行為であり、安定的に世界中から観光客を誘客することにより、国内に宿泊滞在している人口全体を拡大させる事が可能である。まさしく減退が見込まれる日本経済の大きな柱に位置付けられよう。具体的に他の観光先進国の事例を考察するとフランスでは6500万人の人口に対して年間8000万人の観光客が訪問、イギリスにおいては6500万人の人口に対して3500

万人の観光客が来訪している。これに比較し日本は人口1億3000万人に対して何とか2000万人の大台を目指している状況である。世界のGDPに占める観光収入は約9%であるが、我が国においても今後観光による国内消費を向上させ観光収入全体をGDP比10%を目指したい。上記(ウ)に整理した必要となる観光分野の変革すべき項目(研究キーワード)を元に観光産業のイノベーションを図り、観光がまさに次世代の日本経済発展の切り札としていきたい。(出典:8)

(2) 第2の戦略『地域戦略のカギとしての観光』

①目標

観光が人口減少、少子高齢化が進展する地方活性化戦略のカギとなる事を目指す。活力を呼びお越し国内外からの交流人口の拡大や旅行消費により、地域の活力を維持して社会を発展させる。

②観光的側面から解決でき得る課題と可能性

ア、課題

上記(1)でも述べた様に人口減少、少子高齢化が侵攻する中で地方の活性化は政府の最重要施策であり、大都市近郊の市町村においてもこの10年間で限界集落が大量に発生すると予測されている。地方の現実には雇用の減少や社会インフラ(医療・教育等)が衰退し人々の生活環境は悪化に拍車がかかって来ている。長年、政府、自治体が進めて来た定住移住施策も限界となり、地域が抱える地域でお金が回らない根深い経済構造からの脱却、少子高齢化の進行による地方と都市の格差是正など様々な課題が山積し大きな革新が求められている。

イ、観光の役割と可能性

移住者を促進するためにはまずは雇用を生み出す仕掛け造りを行う事が不可欠になるため、地域内経済において小さな経済循環を生み出す必要がある。観光による交流人口の発生は地域ブランドの育成や6次産業化を促進させ雇用の確保に繋がる可能性が高く、新たな地域活性化へとつながる可能性が高い。これからの観光は地域の郷土色やその土地の生活文化を色濃く示し、それらを五感で感じられる様に観光的な顧客価値を新たに創造する事にある。このようにこれからの観光は決して従来の観光事業者のみで構成できるものではなく、地域の様々な分野の業種の方々の参画が不可欠となるため、上記の課題解決の手法としては極めて合致すると考えられ観光を軸とした地域戦略は大いに期待できる。

ウ、必要な革新項目(研究キーワード)

⑦地方創生と観光を新たなステージに押し上げて行く基盤となる日本版DMO(Destination Marketing / Management Organization)の構築について(*出典6)

従来型の日本の観光は「行政」、「観光協会」、「観光事業者」の3者による参画で地域の観光振興を担ってきたが、旅行者側のニーズの成熟により従来型のこの受入れ態勢では多様化する旅行者が求めるきめの細かいニーズへの対応は不可能となって来ている。この事実は国民の旅行消費額の落ち込みからも容易に推察できる。これからの観光は地域色やその土地の生活文化を五感で感じられる様に既存の地域資源に対し観光的な顧客価値を新たに創造し、それを楽しく体験できるコンテンツと簡便な受け入れ態勢の構築が求められる。今や観光は上述した3者のみでは成立出来ず、その国や地域内で今までは観光とは縁もゆかりも無い商店や地域の農林漁業などの1次産業従事者をはじめ産業観光の観点から製造業に至るまで様々な業態の立場の方々を巻き込み観光コンテンツの開発や地域内連携を強固にしながらまさに地域の総力を挙げて受け入れ態勢の整備を進めて行く事が求められる。そこで注目を集めているのは観光先進国の欧米各国ではDMOという概念による地域の核を確立する事が常識となっている。行政だけを当てにせず官と民が幅広い業種の方々を巻き込み知恵を出し合いながら地域の拠点を組織して行く手法である。ちなみに政府が期待している外国人観光客の地方分散についてもこのようなDMOの組織基盤の構築が無ければ実現は大変難しい事も忘れてはならない。そのため各観光地ではまず既存の観光資源を再編集し、旅行者の満足度評価を高める事から始めて行く事が大切であり、外国人に対しても限られている滞在時間の中でわざわざ日本の地方の観光地に訪問したいと思える顧客価値を見出せる事が必要になる。まさに日本版DMOはここ数年の地域創生と観光の結接点として最も重要とな

る推進課題であり、早急な整備が急がれる。(出典：6)

①地域戦略・地域観光の振興と革新

訪日観光客の増大に湧く観光産業界であるが重大な課題がある。それは国内旅行需要喚起への対策である。2014年度の国内における旅行消費額を考察するとインバウンドを含めて全体で22.5兆円であり、そのうち日本人の消費が全体の約84%の18.9兆円を占めている。これに比較し伸び率が高いと世論を沸かせている訪日外国人旅行による消費額は全体の約10%前後のたった2.2兆円にすぎない。また日本人の国内旅行における消費額が2014年には約2兆円程度の落ち込みが見られ日本人の旅行離れが著しい現実がある。日本人の旅への動機が体験、滞在、交流型に大きく変化しているのに対して、こうした変化に国内観光コンテンツの革新が遅れている事がうかがえる。また特に懸念されるのは国民1人あたりの宿泊数の減少で、年間に国内旅行を全く行わない国民の割合は64.4%とのデータもある。(出典*4) 冷静に考察すれば外国人観光客が伸ばした数字を国内旅行消費の落ち込みが相殺されてしまい実質成長はごく僅かとなっていることを忘れてはならない。その他、筆者が気になる革新のキーワードを下記に示す。(出典*5・10・11)

②旅行費用の低廉化

- ①着地型観光の開発と受入態勢整備（日本版DMOの立ち上げと定着）
- ②地域観光財源の確保拡大（観光税制・観光財源確保のための新たな制度改革）
- ③地域限定旅行業のさらなる利便性の追求
- ④地域ガイドの育成（高齢者の活躍も視野に）
- ⑤DMO組織における地域内ビジネスの振興と雇用機会の創出
- ⑥広域観光ルートの開発による地方都市間のブロック経済循環の活性化
- ⑦休暇改革

③具体的な構想と戦略（重要になる俯瞰的観光戦略の構築）

政府、都道府県、市町村、民間事業者とも大切なことは観光の果たすべき役割と位置づけをそれぞれの立場の中で明確にしていく事が極めて重要である。現状の観光戦略は上記各々の施策の連携不足が否めない。従来の観光を先導して来た行政主導の観光協会の役割は今や旅行者の細かな要望やテーマ性の高い本物志向のコンテンツの提供は出来ないのが実情である。上記（ウ）で述べた様に地域における観光の役割およびわが国の観光振興と地域活性化の在り方について求められる新たな観光デザインの方向を整理することが肝要である。

(3) 第3の戦略『国際社会での日本のパワーを示す事』

①目標

諸外国と双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、日本に対する信頼と共感を強化する。

②観光的側面から解決でき得る課題と可能性

ア、課題

世界情勢はここ数年イスラム系過激派や北朝鮮の暴挙、さらには中国の力による領有権拡大の動きなど様々な国際間での紛争の火種が懸念されている。観光はいわば底辺の民間外交であり「旅は世界の潤滑油」とも言われるように民族間の相互理解を深める重要な役割を担っている。民族間の理解を深めるためには訪問地での人的交流が一番重要となるが観光立国日本として日本独自の「おもてなし」の在り方を再度体系化し、観光の3要素「見る・楽しむ」「買う楽しみ」「食べる楽しみ」を日本流の「おもてなし」として深度化させ体験、滞在、交流をキーワードにJNTOを中心にした国レベルのDMOを構築しながら世界中に発信していく。日本のソフトパワーを示すことで世界の観光交流のモデルとなる事を目標に、官民を挙げてこの態勢の整備を図って行く必要がある。これにより国際社会に対して重厚長大の従来の輸出国日本が高度な3次産業への転換を図った証とすることで世界に向け新たな文化を国力として示すことが可能となる。さらには観光を通して世界に誇る未来都市日本の姿を高い水準である土木技術をインフラ観光を通じて世界に発信し、経済規模の大きさではなく世界の憧れの国、新しい日本の姿を観光により世界に誇る役割を担っている。

イ、観光の役割と可能性（変革キーワード）

- ㊦都市観光*インフラ観光*東京ブランドの再構築
- ㊧東京の都市観光のデザインを世界に発信（リピーター確保のため、地方分散化への前哨戦）
- ㊨日本人、日本社会が持つべきメンタリティー（外国人を受け入れる際に改めなければいけない認識は？）
- ㊩BIG データを利用した消費行動分析と結果
- ㊪我が国の観光とシェアエコノミー
- ㊫規制緩和と民泊問題
- ㊬自動車所有者と利用者がシェアするウーバーと日本の観光

③具体的な構想と戦略

2016年1月スイスで開催された世界経済フォーラム年次総会（ダボス会議）のテーマは「イノベーション4, 0」と題され開催された。具体的な議論の内容は、今や世界経済は「第4次産業革命の時代」にさしかかり、各産業分野に今後どのような革新と構造改革が行われるべきであるかの議論がなされた。会議では観光産業のイノベーション（革新）についても討議され各国の観光事情の中で国際観光交流と経済循環、さらには世界情勢が不安定な現在、多国間の国際交流をベースにした民間外交促進による相互理解の重要性に加えテロリスト対策なども討議された。また、我が国の観光政策は東アジア、東南アジアの経済成長に伴う新たなマーケットの開発を特定国と親密な観光交流協定（両国間の相互送客）による相互交流の促進等についても具体的な戦略を構築していく必要に迫られている。こうした背景を受け観光庁では2016年3月より新たなプロジェクトが発足する。^(出典：12)

(4) 第4の戦略『自らの文化、地域の誇りを育成する』

①目標

地方の自分たちが住まう町の魅力や価値を観光客に見せる事により、住んでいる人々が観光の推進により地域の誇りを持つことに繋げる。

②観光的側面から解決でき得る課題

ア、課題

安倍政権の第三本の矢の一つに「希望を生み出す強い経済」と言うフレーズがある。我が国の地方の現実は一変加速度的な人口減少により限界集落を抱えている地域が激増しており、特に山間地域では年々衰退の一途を進んでいる。次第に人々は自らの地域への希望と自信を喪失し先祖から受け継いできた郷土の再生はもう不可能であると諦めている現実がある。

イ、観光の役割と可能性（変革キーワード）

- ㊦生活文化観光
- ㊧若年層を中心にした観光交流の拡充
- ㊨リピーター確保のと地方分散に向けたエリア別ゴールデンルートの開発整備
- ㊩日本版 DMO の育成
- ㊪地域限定通訳案内士の育成と特措法に縛られない特例ガイドの拡大育成

③具体的な構想と戦略

上述した様な地域の衰退が否めないが、日本の観光の大きな課題として観光コンテンツの魅力在国内観光客、訪日観光客双方においても旅客側の旅に求める期待度と反し十分な満足を得られていないのが現状である。そのため新たな観光コンテンツを明確に打ち出し国内観光の魅力を生み出して行く必要に迫られている。正しく今こそ国際競争力の高い観光立国日本を目指す変革の正念場である。本稿でも述べて来たように旅客が求める志向は本物志向へと進化し、観光用に手を加えた観光コンテンツではなく、そこに暮らす人々との出会いとふれあい自体が観光に求められるコンテンツであると言える。100年前の先祖から受け継いだその土地ならではの風習、祭り、食、しきたり等、を継承するために観光からの観点で郷土の文化を整理、再編集し地域の自慢を訪問する観光客に体験、滞在、交流をベースに再構築することにより、改めて自分が住まう地域の素晴らしさに外部の来訪者が気付き感動する様を通して、自

らが育った土地の魅力に気が付き改めて郷土愛を深める事ができる。こうして観光をベースに自らの文化、地域の誇りを育成する事の大切さを100年後の子孫に伝承して行かなくてはならない。

6. まとめ

以上の様に4つのテーマから筆者が考える課題の整理を行い今後の観光研究の課題を研究ノートとして整理した。論じて来たように日本の観光消費構造が大きな転換期を迎えた現在、低成長時代に突入した日本経済にとって「観光」は地域活性化と経済発展のキーワードとなり、その振興の重要性が改めて浮き彫りになって来た。本稿で整理したように日本の観光が次なるステップアップするには、従来の観光事業者だけで行う集客コンテンツの構築は限界を迎えており、いままで観光とはゆかりが無い商店や地域の農家、漁師はじめ産業観光の観点から製造業に至るまで様々な人々を巻き込み地域が総力を挙げて観光コンテンツの開発や地域コミュニティを強固にしながら受け入れ態勢を進めて行く事が求められる。山積する観光現場における研究課題を速やかに整理し、新たな法整備と従来の法規制の緩和を同時に行い、国際観光競争に勝てる様々な変革の検討を行う必要に迫られているので筆者としても精力的に課題解決に向けた提言を行って行きたい。

出典

- * 1 : 27年度観光庁上期観光動向調査 (2015年)
- * 2 : 観光庁観光立国実現に向けたアクションプログラム (2015年)
- * 3 : 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計」(2012年)
- * 4 : 財務省・日本銀行「国際収支統計」(2012年)
- * 5 : 観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2015年)
- * 6 : 日本観光振興協会観光地域づくりプラットフォーム推進機構 HP (2014年)
- * 7 : 国土交通省「観光をめぐる現状と課題等について」(2015年)
- * 8 : 首相官邸「明日の日本を支える観光ビジョン会議」席上配布資料 (2015年)
- * 9 : 観光庁「国内における旅行消費額」(2014年)
- * 10 : 観光庁「通訳案内士制度の現状」(2015年)
- * 11 : 観光庁「拡大するインバウンド消費変貌する産業・地域」(2014年)
- * 12 : OECD2014、世界銀行「観光消費の国際比較」(2013年)
- * 13 : 経済産業省「通商白書2013」(2013年)