

「観光立国」についての一考察

A Study on “Tourism-Oriented Country”

訪日外国人旅行者数が驚異的な勢いで増加を続けている。

それまでの長い間は緩やかな増減を繰り返していたものが、2013年に1,000万人を超えると、その後は前年比20～50%近い伸びを続けて、2016年にはついに2,000万人を大きく超える2,400万人を記録した。2017年になっても、やや成長スピードは鈍化したとはいえ、そのままの勢いが続いている。

こうした現状をみて、政府が2017年3月に「観光立国推進計画」の目標数値を大幅に上方修正したことは周知のとおりである。2020年、東京オリンピックが開催されるこの年の新しい目標となった4,000万人が、実現可能な数値であるかどうかはさておき、景気のいい話ではある。政官財学界もマスメディアも、日本経済が長年の低迷から脱却するチャンス到来とばかりに、概ねこの計画数値の上方修正を好意的に迎えているようだ。

ところで、エズラ F. ヴォーゲルの『ジャパン アズ ナンバーワン：アメリカへの教訓』（広中和歌子、木本彰子 訳）が出版されたのは1979年のことである。自動車など日本の工業製品が欧米市場を席捲する勢いを示す中で、1985年のプラザ合意を経て、日本は急激な円高時代へ突入した。それとともに日本人の海外旅行者数は急増する。1986年に550万人ほどだったそれは、1990年にはほぼ倍増し、その後も1997年まで増加傾向を続けた。強い日本円と、将来への信頼に基づく日本人の高い消費意欲を背景にした動きであったといえるだろう。しかし、1997年を境にして、日本人海外旅行者数の成長は止まった。また、旅行先も中国、韓国、台湾といった近場のシェアが極端に高くなった。俗にいうところの「安・近・短」傾向である。これは国内旅行でも同じ傾向がみられる。

訪日外国人旅行と日本人海外旅行のマーケット動向を比較すると、経済成長が著しいアジア諸国・地域において、経済力が衰退した（＝安くなった）日本への旅行が一大ブームを巻き起こしているというのが最近の特徴であるといえよう。こうした観点に立つと、訪日外国人旅行者数の急増という現象を喜んでばかりはいられないことがわかる。

昨今、地方自治体においては、地域経済の活性化をインバウンドに託そうという意向が目立つ。日本人がだめなら外国人に期待するしかない、というのがそこに共通する論理であるが、本当にそうだろうか。こうしたやや短絡的な考え方に対して、「観光立国とは何か」という原点に立ち帰った議論を巻き起こすことこそが必要な時期に来ているのではないだろうか。

「観光デザイン」、「コミュニティデザイン」をテーマに掲げる本学部に求められていることは、“誰のための、そして何のための”「観光立国」であるべきかということ、深い洞察をもって様々な場面で発信することではないだろうか。

磯 貝 政 弘
 (跡見学園女子大学副学長)