

「魅力絞り込み」で訪日客誘致を 地域活性化の鍵握る外国人観光

共同通信社主催の「きさらぎ会」6月例会で、日本政府観光局（JNTO）の松山良一理事長が「観光立国ニッポンの実現と地方創生」と題して講演した。訪日客誘致による地域活性化には「各地の魅力を一つに絞り込んで外国人へPRすることが重要だ」と指摘し、2020年の訪日外国人2千万人達成に向けてビザ緩和、免税制度の拡充などの環境整備に努力する考えを強調した。

観光は基幹産業

訪日客は昨年に過去最高の1341万人を記録した。今年も1〜4月で589万人に達し、前年同期比43・3%増加と非常に好調だ。東京、大阪、京都などはホテル稼働率が約95%となり、予約が取れない状況になっている。これからは、いかに訪日外国人を地方へ誘導するかを、われわれの大きなミッションとして取り組みたい。

強かったが、今では日本を支える基幹産業といってもいい重要な存在になっている。12年には、観光産業が国内総生産（GDP）の5%に当たる24兆円を生み出し、建設産業の規模に相当する。雇用でも399万人の誘発効果があった。しかしその94%は内需関連であり、国内旅行の呼び込みに一生懸命だ。それだけに外国人が増える伸びしろがある。

訪日外国人の旅行消費額は昨年、初めて2兆円を超えた。これはある意味で輸出と同じであり、金額では輸出品目の7番目に相当する。世界全体では、1年間で7人に1人が海外旅行をしている計算となり、年率で3〜4%伸びている。中でもアジアは7〜8%増えており、欧州中心だった海外旅行がアジアに移ってきている。アジアの経済成長で中間所得層が増え、驚異的なスピードで伸びている。

日本では20年ごろに国際的なメガイベントがめじる押しとなる。19年のラグビーワールドカップ、20年の東京五輪・パラリンピック、さらに21年には生涯スポーツの国際大会である関西ワールドマスターズゲームズが開催される。世界から2万数千人が参加し、多くの関係者も駆

け付けるため、関西では5万人を呼ぼうとしている。

観光立国実現へ政府も取り組んでいる。ビザ緩和は、これまでは年に1〜2カ国だったが、安倍政権になってから5カ国も緩和した。1隻で3千〜4千人が訪日するクルーズ船も、入港後、速やかに上陸してもらうため、係官が船内で入管手続きを行うような措置をとっている。

関西国際空港はLCC（格安航空）便が増えて、入国手続きに2時間かかることもあるようだ。係官を増やして、待ち時間は最長でも20分以下を目指したい。免税店は1万8千まで増え

外国人に不満が出ていた無料WiFiをさらに拡充するなど受け入れ環境を整備し、日本ファンを増やしたい。6月初めには「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を改定した。訪日人数も大事だが、観光の質を担保していかねばならない。日本文化に触れて理解してもらうことが重要だ。プログラムの大きな柱は、東京にきた外国人観光客をいかに地方へ波及させるかだ。

「国を開く」意識改革を



松山良一氏（まつやま・りょういち）鹿児島出身。1972年三井物産に入社。イタリア三井物産社長などを歴任。2008年に初代駐ポツワナ特命全權大使。11年10月から現職

地域の観光ブランド構築には「外国人目線で観光資源を発掘し磨き上げる」「あれもこれもPRするのではなく、魅力の一つに絞り込む」「地方自治体の広域連携」の3点が重要だ。長崎県・五島列島にある小値賀

島は、外国人目線で古民家を再生し、トイレを改修するなどして、多くの米国人などが訪れるようになった。長野県の志賀高原は、雪の中で温泉に入る「スノーモンキー」だけを外国人に売り込んで成功した。「スノーモンキー」を見に来た外国人は、スキーや温泉があることで新たな感動を得られる。最初から全部見せると感動が薄れる。観光PRは「捨てる勇氣」を持って、魅力を一つだけに絞り込むことが大切だ。これまで各都道府県は観光の魅力バラバラにPRしてきた。これからは自治体が連携して大きな課題に取り組むべきだ。北陸・飛騨では関係自治体が協力して世界遺産の観光地を巡る文化交流圏をつくり、外国人観光客の誘致促進に成功した。観光消費が拡大し、地域活性化にもつながっている。ドイツの「ロマンチック街道」のような周遊ルートをつくるべきだ。

日本には観光の魅力があふれている。20年までに訪日外国人2千万人という目標は必ず達成できる。ホテル、飛行機のキャパシティの問題が解決すれば、3千万人も可能だ。そのための課題は「国を開く」という意識改革だ。観光業に関連する産業の大部分は内需だ。特に地方では、外国人の比率が1%しかない。国内中心ではなく、もう少し外国にも目を向けてほしい。日本人は外国人に優しいが、外国人に話し掛けられなくても逃げずに笑顔でお迎えしてほしい。これを国民運動としていきたい。英語がしゃべれなくても心は通じる。多くの自治体が、外国人観光客の誘致に関心を持っているが、どうやって迎えればよいか分からないという声も聞く。今年改定したアクション・プログラムには、自治体に対するJNTOのアドバイスも盛り込まれた。協力していきたい。

（編集部）