

コロナ後

大阪観光大学名誉教授
桜美林大学元教授

鈴木 勝

観光 どう立て直す

日本国内での旅行消費額 (2019年)

| | | | |
|-----|-------------|--------|-----|
| 日本人 | 国内宿泊旅行 | 17.2兆円 | 61% |
| 日本人 | 国内日帰り旅行 | 4.8兆円 | 17% |
| 日本人 | 海外旅行(国内消費分) | 1.2兆円 | 4% |
| | 訪日外国人旅行 | 4.8兆円 | 17% |
| | 計 | 27.9兆円 | |

%は小数点以下省略 観光庁資料から作成

↑
計 82%
↓

政府は「2020年に400万人、30年に6000万人」の訪日客目標を掲げ順調な伸びであったが、「新型コロナ」で急ブレーキだ。世界経済成長の牽引役の「観光」が苦しんでいる。世界的にはワクチン接種で国際観光再開の動きも出てきた。

日本は「国内旅行(都道府県内↓隣県地域内↓全国への方向性)」で復活をめざし、その後、「国際観光復活」の手

順が最良だ。時にインバウンド(訪日客)効果が声高だが、日本国内での「日本人による旅行消費額」は82%に達した(19年)。(表参照。国内旅行が復活できれば、当面、観光業は持ちこたえられる。海外旅行愛好者が国内にシフトすれば心強い。さて「コロナ後の観光 どう立て直すか」。

● 連携や組織作りを
話題の「GOTOトラベル」は、旅行、宿泊、航空な

ざし「偏ったシェア」是正のため、特に政治的に動向の激しい中国や韓国への過度な依存を避けたい。ASEANや欧米豪のシェアを高めたい。観光リスクマネジメントである。旅行業など日系企業が「自国の観光」にもっと関与すれば安定的で健全になる。「観光リレーケージ(観光収入が地元で還元されず、海外に漏れ出す現象)」防止と共に「違法な旅行手配、観光バス、

政府に加え観光プロから、日本の安全性、特に空(海)港や宿泊施設の防疫態勢を、世界と地元で強く訴える必要がある。

● 生の声を
AIやDX(デジタルトランスフォーメーション)デジタル技術による変革の活用が盛んだが、生の声が旅行や地域イメージを一変させることを忘れがち。東日本大震災の「語り部」が評判だが、観光学教授がプロ&ボランティアガイドや、やさしい日本語や英語の本を相次ぎ出し、観光の基本を訴え始めた。

- 温泉街、港湾都市の稼ぐ力作り
 - ASEAN、欧米豪の訪日客増
 - 柔軟な思考の「観光プロ」必須
 - 最後に
- どの産業支援と狭く見られがちだが、農林水産、小売、飲食店など観光関連産業全体が対象だ。当予算は旅行費の「単なる割引」よりも中長期的に地域活性へ繋がるものにした。例えば、温泉街やクルーズ港湾都市の異業種連携や「稼ぐ力を持つ」DMO(観光地経営組織)作りだ。
- 安定的に、健全に
安定的なインバウンドをめ
- 白タク、民泊も減少し、都市圏のオーバーツーリズムも防げる。台風や地震など災害の危機管理対応も良くなる。
- 人材と情報発信
個人客、リピーター、自然滞在型客層対応や、コロナ禍で発展のバーチャル(ONLINE)ツアーも企画となれば、マーケティングに秀で、海外を熟知した柔軟な思考の「観光プロ」が必須だ。また、
- 東京五輪パラリンピックは海外から無観客だが、インバウンド効果は当該年よりもその後が大きい。外国人選手や関係者、メディア、在日外国人から、競技以外に日本の文化や魅力が発信されれば、コロナ後の国際観光に期待が持てる。日本側の熱意と工夫が欠かせない。
- (すずき・まさる)

文化