

10
October
2020

公明

KOMEI

特集

新たな民主主義論の萌芽を探る

＜対談＞焦点は米中への懸け橋外交、自発性育む社会

船橋 洋一／山口 那津男

当事者意識を高め、情報への見識獲得が重要

宇野 重規

コロナ危機脱却に必要な政治の信頼創出

吉田 徹

社会的弱者の声を反映する政策判断を

西田 亮介

着実な財政再建で世代間対立の抑止めさせ

深尾 光洋

政治家改革の視点

危機に強い政権を時代は渴望

編集部

断絶のはざまに立つ米国民と大統領選の行方

加瀬 みき

感染症流行時の災害避難を考察する

室崎 益輝

観光再起のために進めるべき産業間連携

鈴木 勝

乳幼児揺さぶられ症候群による「冤罪、防げ

笹倉 香奈

＜著者が語る＞

「都市公園のトリセツ」

平塚 勇司

観光再起のために進めるべき産業間連携

大阪観光大学名誉教授
元・桜美林大学教授

鈴木 勝

(1) 急務の地域経済の活性化

近年、世界各国への観光客は順調に増加し、中でも「訪日客」は群を抜く伸び率を示してきました。ここ数年で対前年2桁増も何度ありました。矢継ぎ早のビザ緩和政策は、中国やASEAN（東南アジア諸国連合）圏からの人々を急増させ、また一度の寄港で3000～5000人が日帰りパターンのでやってくるクルーズ客も多く見られました。海外の観光先進国と比べると、伸びの中身を改善する余地がないわけではないですが、日本政府が掲げ

た「2020年に4000万人、30年に6000万人」の目標に向かい順調に進んでいました。ところが、これからより緻密な観光政策が必要ではないかと思われていた矢先、今回の大きなショックが世界を襲いました。

中国由来とされる「新型コロナウイルス感染症」(以下、新型コロナウイルス)により、日本は有効な治療薬やワクチンが完成されるまで、世界と共に「新たな生活様式」の下で、「自粛と緩和」の繰り返しで社会を維持していくのは既定路線のようです。行動制約の中で、世界の経済成長をリードしてきた「観

光」の振興をいかに実現すればよいか各国とも苦慮しています。なぜならば、観光による人の移動は感染を拡大させる危険性が極めて高いからです。

感染予防のための強い制限も仕方ないと言えますが、収束をただ待つだけでは世界中の観光は再起不能に陥るの間違いありません。「観光は裾野の広い産業」であり、観光関連企業の倒産や廃業が続けば、特に地域経済の影響が甚大なことは確かです。したがって、世界各国は感染拡大を阻止しながら、観光を着実に前進させる取り組みを進めています。

日本としては、いわゆる「3密」を避けつつ、まずは①「観光復活ステーション」として旅行できる範囲を「県(都道府)内」、「隣県など地域内」さらに「日本全域」へと広げながら、日本人の国内旅行振興を中心に経済復活をめざすべきと考えられます。次に、②「国際観光復活ステーション」として、訪日客誘致を活性化させる手法が最善だと考えます。本論では、新型コロナ禍からの脱却が順調に進むことを前提としつつ、いかに「観光産業の再起」を図るべきか、考えられる取り組みを探りたいと思います。

改めて「観光産業」とは何でしょう

か。観光産業とは「航空・鉄道・バス・フェリーなどの運輸業、旅館・ホテルなどの宿泊業、テーマパークなどの観光施設、土産品業、コンベンション・イベント業、旅行会社など、旅行・観光に関連する産業」のことで、観光産業全体の中核をなすものです。そして、その中核産業を取り巻くように、例えば、エコツーリズムやグリーンツーリズムとしての「農林水産業」があり、これも観光産業の大切な一翼を担っています。さらには、中国人の「爆買い」で縁の深いデパートの「小売業」、最近では観光マーケティング戦略には欠かせない「情報ITサービス業」も広

すずき・まひる

早稲田大学卒。日本交通公社(現JTB)入社。シドニーや北京勤務を経験。JTBワールド取締役アジア部長などを経て00年退社。同年大阪観光大学助教授、02年教授、08年名誉教授。08年～15年まで桜美林大学教授。09年から国連世界観光機関・観光専門家委員会委員。釧路湿原美術館副理事長。専門は国際ツーリズム振興論。主著に『観光学オピニオン・シリーズ全5巻』(NCC/ユニケーションズ)。



い意味での観光業と捉えられます。これらは別名として「観光関連産業」とも呼ばれます。

時に「観光産業は裾野が広い」ことの証明に、観光庁の「旅行消費による経済波及効果」(今年7月時点)の数値が挙げられます。同庁によると「2018年の日本国内の旅行消費の経済波及効果は、付加価値誘発効果28・2兆円(対同年名目GDP比5・2%)、雇用誘発効果441万人(対同年全国就業者数6・4%)と他産業との比較でも有数の規模」であり、これは観光関連産業全体を含んだ成果です。

ところで、何かと話題の「GOTOトラベル」キャンペーンですが、政府は政策の配慮上からか、狭い範囲の観光産業への支援と説明しているようにも見えますが、これでは国民に真意が十分に伝わっていないのではないのでしょうか。

巨大な観光産業の裾野を構成する

「農林水産業」、「小売業」、「飲食店業」、「地域特産製造業」などを含んだ生活のなりわいとしての地域経済全体の活性化策と考えています。したがって、このキャンペーンは極めて効果的な支援策であり、私としても賛意を表明しているところです。

(2) 新型コロナウイルス禍での旅行とは

■ワーケーションなどで国内旅行の盛り上げ

「観光復活ステージ」は、やはり日本人による国内旅行に注力すべきです。理由は、観光庁の「国内の旅行・観光消費動向」(『観光白書2020』)からも読み取れます。「19年の国内関連消費額は27・9兆円に上り、そのうち国内宿泊旅行は17・2兆円、国内日帰り旅行4・8兆円、海外旅行(国内分)1・2兆円、訪日外国人旅行4・8兆円」となっています。

世間では外国人の訪日客効果が注目

緊急事態宣言の解除後、最初にベトナムへの渡航が再開されました。ビジネス上の要人や実習生・留学生、次に観光客の受け入れが始まります。いずれの国からの受け入れであっても、往來の本格的再開には感染症の検査や入国者管理対策など周到な準備が重要です。

ここで、制限緩和上の難問の一つは、最大顧客でもある中国や韓国からの観光客の受け入れでしょう。観光関係者としては早期の受け入れ再開を期待したいところでしょう。しかし結論を言えば、日本としては双方方向の体制が整備されるまで受け入れを急ぐべきではないと思います。理由は、両国は最大顧客であると同時に、政治的な問題が起きると一気に訪日客が減少するという扱い方の難しさがあるからです。それに加えて、いつ再燃するとも分からない新型コロナウイルス禍が不透明さに輪を掛けてしまいました。両国の観光客の本格的な受け入れ再開に向けて、この期

されていますが、目の前のすべきこととしては日本人消費額が「国内関連消費額」の8割強を占める点に注目すべきでしょう。渡航制限が続く訪日客獲得をめざすよりも、まずは「GOTトラベル」などで国内旅行を一層盛んにしていくことが、地域経済を着実に回復へ導くと言えます。また、3・7兆円の経済効果を占める2000万人の日本人の海外旅行者の意識を、国内の旅の魅力へ向けさせることができれば、さらに効果も高まるでしょう。

次に、280万人の「在日外国人旅行」を考えてみます。在日外国人とは、現在、本国に帰らず日本に残る留学生などの外国人のことです。世界への「日本観光」に関するSNS経由による情報の発信は、将来につながる経済効果を生み出すという観点で直接の消費額以上に貴重です。例えば、自治体主催で学生に向けて「留学生対象〇〇県モニターツアー」などの実施はどうでし

間を感染症にも政治環境にも左右されない基盤を整備するチャンスとすべきではないでしょうか。

さらに楽しい旅には、どの国・地域の観光客に接する場合でも、お互いに「偏見のない好意的な雰囲気」が必要ですが、新型コロナウイルス禍が双方の偏見を助長させ、マイナスに作用しているようにみえます。特に、中韓からの観光客の受け入れ再開には、国民感情も考慮すべきでしょう。

日本の観光戦略は地理的に離れた欧米市場をよりしっかりと開拓したいのが本音でしょうが、回復は遅れそうです。したがって、時機到来まで「国内観光需要」を徹底的に掘り起こすことが、やはり必要です。

(3) 観光産業の再起

特に痛手を受けている観光産業と言えば、インバウンド専門企業でしょう。日本人の海外旅行の専門企業も同様

ようか。コロナ禍の先を見越したインバウンド推進を各自治体に期待したいところです。

そして、大いに期待したいのが「働き方改革」に伴う休暇制度の大変革です。仕事のデジタル化でリモートワークが増えれば、都市郊外への職場移転が進むとされます。在宅勤務は柔軟な休暇取得につながります。その形態の一つに「ワーケーション」(Work + Vacationの合成)、つまり「働きながら休暇取得(旅行)する仕組み」があります。欧米のような2〜3週間の長期休暇が普及すれば、年末年始、ゴールデンウィーク、お盆の旅行渋滞は避けられます。また、旅行の分散化はホテル、航空、鉄道の平日稼働率を高めることができます。その結果、ゆとりある休暇が実現されるだけでなく、消費者にとっては低廉な旅行も実現できるでしょう。

■国際観光の復活は急がずゆっくりと

で、ダイヤモンド・プリンセス号などのクルーズ観光企業がその例になります。もちろん、訪日客・日本人の海外旅行客の双方部門を持つ総合旅行会社も痛手を負っていることに変わりません。観光産業の再起をどうしたらよいか考えてみましょう。

〈提案1〉魅力的な新企画を提案

ウイズコロナ期は「日本人の国内旅行」が商圏の中心です。既述のように日本人消費額割合は8割強ですので、大いに期待できます。ポストコロナ時代の構想を練ることも重要ですが、まずは、目前のどん底からの再起計画です。実は、「オンラインツアー」で大活躍の観光企業が既に出てきています。

例えば、京都の「二条城、史上初! 非公開エリアに徹底潜入オンラインツアー」、箱根湯本の「芸者とオンライン飲み会」、香川琴平オンラインバスツアー「石見神楽鑑賞と現地旅行会社がご案内する地域の魅力」、北海道釧路

の「地域応援オンラインツアー」は値段も手頃で、人気を博しています。また、海外旅行編としては「行った気になる観光セミナー」バチカン美術館をオンライン体験！」があり、そうした挑戦には熱意としたたかさを感じます。

〈提案2〉地域や異業種の連携を

観光産業と異業種が協業する時です。「GOTOトラベル」キャンペーンは、「起爆剤」としての効果は期待できる反面、継続性がやや課題です。なぜならば、ツアーやホテルの「割引」ではリピーター客は生まれませんからです。たとえ高価でも、内容が優れているれば、足繁く訪問してくれるのが観光業の面白さです。

その意味で、再起の要として全国160ほどの「日本型DMO」つまり「稼ぐ力を持つ」観光地経営組織」が活発に観光振興に取り組むことが必要です。例えば、北海道の摩周湖、川湯温泉、屈斜路温泉が連携した観光がそう

です。この制度で、中国や韓国などの民族系旅行社・ランドオペレーターに對抗すれば、健全な市場競争が期待できます。また、外資系宿泊予約サイトの進出が盛んですが、従来にないビジネス慣習、例えば、直前の「無断取消し」や「過大割引」が横行し、特に地方旅館が困惑しています。政府目標の「30年に6000万人」に上質な滞在型や個人客を核にするならば、日本の魅力を高める必要があります。それには旅行業を含め優秀な日系企業が自国の観光にもっと参入することが必要です。

〈提案4〉政府支援策を再起の糸口に

観光先進国オーストラリアに、EMDG (Export Market Developments Grants) と「オンラインバウンド経費の一部を政府が出す支援策があります。一方、日本にはこのような常設の支援策はなく、このような取り組みの常設化が検討されるなら、新型コロナのような突発的な問題が起こっても対応しや

です。既に終了しましたが「温泉＋フードツーリズム」の「湯巡(ゆめ)グルメカーポン」は、日帰り入浴とグルメをアレンジした1000円のクーポンで、日帰り入浴は六つの施設から、グルメは九つの店で選択可能です。クーポン事業の担当者によれば「宿泊業側としては団体客への対応が忙しすぎて、以前なら個人の宿泊(利用)客の食事・温泉のみの利用に抵抗感もあつたようだが、最近のレストランも旅館も当企画を大歓迎している」との回答でした。

クーポン制導入は各企業が採算の合う価格にそろえることの難しさもあるのですが、地域のコミュニケーションと信頼があれば調整可能な問題です。大阪天神橋筋でも日本人客向けの「民泊連合＋商店街(宿＋朝食＋土産)」の連携が発表されました。国・地方自治体・港湾そしてクルーズ船会社、旅行会社などの強い連携も今後必要でし

すいのではないのでしょうか。

〈提案5〉観光プロの人材養成

今後は旅行の傾向として「FIT(個人旅行)化」、「自然・地域・滞在派」、「オンラインツアー」と旅行需要は細分化され、客層も海外旅行、超リピーターやクルーズ愛好者、富裕層の旅行者が混在し、高度な企画内容が要求されると予想されます。旅に何度も来させて満足させるためには、地域を知るマーケティングに秀でた「観光のプロ」が必要で、こうした人材養成が急務です。

また、日本に関心を持つ外国人も大歓迎すべきです。観光事業について学ぶオンラインのセミナーでは「今しなければならぬこと」with コロナ時代の観光人材育成を考える」、「with コロナのDESTINEーションマネジメント」フロリダの事例から学ぶ、地域の観光経営に必要な5つの戦略」、「ツーリズムプロデューサー養成塾」

よう。

〈提案3〉健全な観光ビジネス・モデル作り

政府の「観光立国ニッポン」の政策は、まだ国民から十分な認知を得られていません。それは経済的・社会的な貢献の説明が不十分なためだと思われる。問題の一つに「観光収入が地元還元されず、外部に漏出する現象」があります。違法な「通訳ガイド」、「白タク」、「観光バス」、「民泊」、「旅行手配」などを取り締まり、地域にもっと還元すべきです。

日本人は新型コロナ禍を自粛で乗り越えつつありますが、インバウンドでは放任をやめ、法に則した取り締まりを行うべきでしょう。観光立国タイの「ツーリスト・ポリス(観光警察)」の設置はどうでしょうか。外国人観光客の案内、保護、医療などのサービスに務める一方、違法な事業の取り締まりを通じて地域経済に果実を還元する方法

などが開かれるなど、それぞれの知識を磨くための機会も多様化しています。人材面を整備することも、早期の観光業再起に欠かせません。

(4) 結び

これまで観光産業の再起を考えてきましたが、地域連携にしても高度な観光戦略を練るにしても、日本だけを見ているは進みません。回復には時間が掛かりそうですが、世界の観光動向を把握する必要があります。来たるべき本格的な訪日観光客の回復期に備え、地域の観光関係者は海外に視察に行くと同時に、自分の地域に適したマーケットを探する必要があります。

ポストコロナ時代のインバウンド振興には、日本人は国内同様に海外に足を運ぶ、すなわち、TWO-WAY (ツーウェイ) TOURISM (ツーリズム) (双方交流) を盛んにすることではないのでしょうか。☞