

「観光先進国の実現と地方創生」

■開催：2018年9月

■講師：前観光庁長官 田村明比古氏

○わが国の観光の現状

2017年に2869万人だった訪日外国人旅行者は、今年(2018)7月時点で1873万人に達している。6月の大阪府北部地震、7月の中国地方豪雨、9月の台風21号による関西国際空港機能マヒや北海道胆振東部地震など次々に自然災害が起きているので楽観はできないが、ポテンシャルとしてはインバウンドがさらに増える条件は揃っている。

国・地域別にみると、中国、韓国、台湾、香港がインバウンドの約4分の3、東南アジアとインドなど南アジアを含めたアジア地域全体で約85%を占めている。2017年の国内における旅行消費は、日本人国内宿泊旅行16.1兆円(60.2%)、日本人国内日帰り旅行5.0兆円(18.8%)、日本人海外旅行(国内分)1.2兆円(4.5%)、インバウンド4.4兆円(16.5%)で総額26.7兆円となっている。インバウンド消費を製品別輸出との比較でみると、自動車(11兆8000億円)、化学製品(8兆2000億円)に次ぐ3位であり、電子部品、自動車部品や鉄鋼など名だたる輸出品目を上回るまでに成長している。

都道府県別外国人旅行者延べ宿泊者数は、いわゆる「ゴールデンルート」の東京都・京都府・大阪府、そして北海道・沖縄が上位を占めている。また、都道府県別訪日外国人旅行者の訪問率第1位は大阪府(39.1%)であり、ゲートウェイとして関西国際空港のウエイトが大きいことがわかる。第2位は東京(37.2%)で、成田空港のある千葉県が第3位である。

○観光が地方経済に与えた影響

インバウンドの増加が地方経済に与えた影響を産業別にみると、当然のことながら、観光関連の宿泊、飲食、鉄道は売上を大きく伸ばし、医薬・化粧品、ドラッグストアの売上はそれ以上の伸びを示している。また、日本での土産の購入額の推移と中国における越境ECでの日本製品輸入購入額には相関関係があり、とりわけ紙おむつ、スキンケア化粧品、ヘアケア用品では連動していることがわかっている。

宿泊業における建築物工事予定額は2012年(1121億円)から2017年(9431億円)に8.4倍に増え、ブロック別では、近畿圏が17.7倍、北海道は34.5倍、最も伸びが少ない東北は2.7倍となっている。観光関連以外の産業によるインバウンド対応のための投資も全国

で見られる。

国際収支（サービス収支）では、いまやインバウンドは知的財産権等使用料に次ぐ黒字を稼いでいる。また、観光分野の RCA 指数は 2012 年の 0.27 から 2016 年には 0.56 に上昇している。RCA 指数とは、ある財・サービスの当該国の輸出総額に占めるシェアと世界の輸出総額に占めるシェアの比率で、1 を上回ると当該財・サービスは比較優位を有するとされる。国際的にみると、タイやスペインの RCA 指数は 1 を大きく上回り、フランスやアメリカも 1 前後を推移しているため、日本の観光分野はまだ競争力があるとは言えないが、ここ数年急速に上昇していることは確かである。

さらに、2014 年以降、景況判断に与えるインバウンドの影響は増大している。「爆買い」が流行語大賞を取った 2015 年には炊飯器やウォシュレットが売れて、景況感のプラスの側にインバウンドのコメントが出てきていたが、中国の関税制度で高額品に高関税をかけるようになったためにマイナスの側になり、その後、化粧品・医薬品を中心に売れ行きが復活したために 2017 年にはプラスの側のコメントになっている。

地域への波及という観点から、延べ宿泊者数に占める外国人旅行者のシェアを見ると、2017 年には近畿圏 25.3%、北海道 21.7%、沖縄 21.5%、関東 19.9%とそれぞれ全国平均（15.6%）を超えているが、東北（2.7%）、北陸・信越（6.5%）、中国（6.4%）、四国（6.2%）は低い水準にある。また、外国人延べ宿泊者数を絶対数で見ると東京や大阪が多いが、過去 5 年間で最も伸び率が大きいのは、香川（10.2%）、佐賀（8.4%）、青森（5.1%）であり、地元空港に LCC などの直行便がアジアから就航した効果であることがわかる。日本には 97 の空港があり、少し前までは空港のつくり過ぎだとの批判を受けていたが、実は人口比、面積比で欧米の先進国と比較しても必ずしも多すぎることはなく、むしろ問題は地方空港の稼働率の悪さにあった。その意味では、今後インバウンドを伸ばしていく 1 つの手段として地方空港の活用が考えられる。

最後に、インバウンド消費が名目 GDP に占める割合を見ると、タイ 12%、スペイン 4.9%、イタリア 2.2%、ドイツ 1.15%であるのに対して、日本はわずか 0.6%である。自国民の観光消費の対名目 GDP 比率でも、ドイツ 10.0%、イギリス 8.3%、米国 4.9%であるのに対して、日本は 4.6%にすぎない。ある程度マクロの条件を整え、かつ観光産業が努力することによって、日本人に対してもマーケットを増やす余地が残っているといえる。

○地方創生に向けた観光分野の課題

現在、政府は文字どおり全省庁をあげて観光問題に取り組んでいる。例えば、防衛省は千歳空港の発着枠の増枠に協力し、宮内庁は皇居内「三の丸尚蔵館」の一般公開充実に向けた取り組みを行っている。その基本的な考え方のベースになっているのが、2016 年（平成 28 年）3 月に作成された「明日の日本を支える観光ビジョン」である。日本はフランスと並んで、文化・気候・食・自然という観光振興に必要な 4 条件をすべて備えている国だが、まだ

十分に活用しているとはいえない。そこで、「観光ビジョン」では、観光資源を真に開花させるとともに、「1億総活躍の場」とすることによって、「地方創生」と「GDP600兆円」を目指すとしている。

「観光ビジョン」の視点は3つある。第一に「観光資源の魅力を極めて、地方創生の礎にすること」。第二に、「観光産業を革新して、国際競争力を高め、わが国の基幹産業にすること」。第三に、「すべての旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できる環境にすること」。そして、その3つの視点から今の日本のツーリズムを見ると、「受け入れ環境の整備」「観光資源の開拓・魅力向上」「観光産業の革新」「教育改革と人材の確保」「地方行政のキャパシティ・ビルディング」という5つの課題が見えてくる。

実は、訪日外国人が旅行中に最も困ったことをアンケート調査したところ、2年連続して第1位は「施設等のスタッフとコミュニケーションがとれない」ことだった。現在、ホテルのフロントで英語が通じない国は他にほとんどないことを考えると、大きな課題であるといわざるを得ない。これから観光産業で働こうという若い人に英語教育は必須だが、同時に必要なことは、ICTの活用である。情報通信研究機構が開発しているアプリ「VoiceTra」は、日本語と多言語との間での双方向の翻訳精度がかなり上がってきているので、使用頻度を増やすことによってより賢くしていく方向が考えられる。ちなみに、第2位が「多言語表示の少なさ、わかりにくさ」、3位が「無料Wi-Fiの環境」、4位が「公共交通の利用がわかりにくい」、5位が「キャッシュレス対応ができていない」である。日本のキャッシュレス環境はかなり深刻であり、受け入れ環境に関するさまざまな整備は喫緊の課題だといえる。

「観光資源の開拓・開発」に関しては、個人旅行向けのさまざまな体験型メニューを増やしていかなければならない。例えば、日本では外国人旅行者が使う娯楽サービスは3%前後だが、アメリカ、カナダ、フランスは10%を超えている。東京でも夜の時間帯に楽しむ場所は飲食店以外には少ないが、ロンドンでは週末24時間地下鉄を動かして4兆円のマーケットをつくらうとしている。また、日本の原風景的な自然や古民家などが観光資源として強力なコンテンツになるケースもある。丹波篠山がその好例だし、東京谷中の昭和30年代のアパートを改造した宿泊施設では、宿泊施設の中で食事を提供せず、食事は街の地図を渡してさまざまなタイプの食堂を案内し、風呂は銭湯を利用するようにして、街全体の賑わいを演出して成功している。

「教育改革と人材の確保」に関しては、観光関係のMBAが今年になって一橋大学と京都大学に発足した段階であり、初等中等教育における観光教育や中堅幹部あるいは現場のリーダー向けのツーリズム教育改革など人材確保のための課題山積といえる。また、地域の観光組織の近代化も必要とされ、データに基づいたマーケティング戦略が求められている。

「地方行政のキャパシティ・ビルディング」については、京都市などすでに外国人観光客が増え過ぎて困っている地域もあるが、より多くの集客を望んでいる地方も多い。それぞれの地域での行政能力と知恵が試される段階になってきているということであり、自治体によって能力に大きな差がある現状を考えると、地方創生のためにはある程度、国や民間がサ

ポートしながらうまくレベルを上げていく必要があると思われる。

○質疑応答

質問①

(参加者 A)

ある地方で事業を実施しているが、交通の便が悪いという難があります。そこで地方自治体と相談しているのですが、話がなかなか進まない状況です。このような問題を解決するための糸口を教えてください。

(田村)

自治体の担当者は自らの行政区域の中だけでモノを考える傾向があります。しかし、広域的に商圈を考えないと、なかなか誘客が難しいと思います。そして、広域的にアプローチする必要がある場合には、むしろ行政区域から解放されている国と民間でイニシアチブを取っていくことが重要だと思います。

(竹中)

地域のツーリズムを広域的に考える組織(DMO; Destination Management Organization)が必要だということですね。

(田村)

ツーリズムのショーケースを釧路市・金沢市・長崎市で展開をしようとしていて、国のいろいろな新しい施策を重点的に行い、当該自治体が考えている観光地づくりに役立てていこうとしています。しかし、必ずしも DMO が中心的な受け皿になっているわけではなく、どちらかという自治体を中心になって取り組みを行っているので、観光地の経営をやるような組織が必ずしも十分に育っているわけではありません。比較的うまくいっているのは高山の DMO で、データをしっかり取って、ターゲットとなるお客さんに効果的なマーケティングを行い、経済界の人たちにもそういう分析結果を共有する努力をしています。しかし、それに類するような地域はたぶん片手で数えられるくらいしかありません。

(竹中)

高山といえば、キャッシュレスが進んでいる地域のひとつとして例にあげられますね。飛騨信用組合が中心になって行っているようですから、やはり首長が地元の有力企業を引っ張っていかないと、何も動かないということなのかもしれません。

質問②

(参加者 B)

日本にはギャンブルに対する強い抵抗感がありますが、統合型リゾート(IR)は娯楽サービスを伸ばすうえでの起爆剤として重要な役割を果たすように思います。日本で IR を成功

させるためのポイントについてどのようにお考えですか。

(田村)

例えば、ラスベガスにはカジノ以外にも、一流アーティストのコンサートをリーズナブルな価格で鑑賞できるとか、食事が安いとか、豪華なスイートルームに安く泊まれるとか、いろいろな楽しみがあります。そういう点が、カジノも含めた IR の良さだろうと思います。

(竹中)

ボクシングのタイトルマッチもよく行われますね。

(田村)

そうですね。シンガポールやマカオ、ソウルにもカジノはありますが、日本の IR がラスベガスのように国際競争力を持つためには、ある程度数を絞ったうえでクオリティの高い IR をつくっていくことがポイントになると考えています。

質問③

(参加者 C)

DMO についてですが、例えば、サンフランシスコのトラベルアソシエーションは 90 人規模で、1 人 1800 万円ほどの給料が払われているそうです。毎年毎年目標を決めて、それをクリアするとか、リーダーをしっかりチェックするという機能が働いているからだと思いますが、日本の DMO の現状はどのようになっているのでしょうか。

(田村)

例えば、カリフォルニアのナパでは、地元の宿泊業界が主導して、宿泊税に上乗せした分を DMO が使えるようにして自主財源をつくっています。日本でも宿泊税や入湯税がありますが、一般財源的に入ってしまったている。つまり、DMO が自主財源を持ったうえで、税金だけではなく、例えばワイナリーツアーの旅行商品を販売して稼ぐというような体制ができないと、高給で良い人材を雇うことはできないと思います。

(竹中)

自主財源はやっぱり重要ですね。今、宿泊税は定額ですか。

(田村)

日本では、定額のところが多いです。

(竹中)

それを定率にして、自主財源にするだけでもずいぶん違うかもしれません。

最後に一つお伺いしたいのは空港についてです。田村さんはコンセッションの仕組みをつくられた最大の功労者ですが、シンガポールのリー・クアンユーさんの晩年、食事をご一緒した時に彼が言っていた言葉が今でも心に残っています。それは、「シンガポール航空が重要ではなく、シンガポール空港が重要だ」ということです。滑走路 1 本つくるためには膨大なお金はかかりますが、日本の財政からいえば決して負担できない金額ではないのに、日本でこれだけ苦勞するのはどうしてでしょうか。

(田村)

例えば、中部空港の滑走路は1本ですが、地元は今でも2本目がほしいといっています。

(竹中)

福岡も同じ問題がありますね。

(田村)

福岡の場合は、玄界灘を埋め立てるのに莫大なお金がかかりますが、常滑沖は比較的遠浅で地盤もよく、最初に2本つくっておけばよかったのに、今もう1本つくろうとすると、改めて漁業補償や工事の準備などが必要になり、何倍もお金がかかる。残念ながら、わが国のインフラ投資はイニシャルコストだけで判断して予算を付ける「需要追随型」だということです。実は、関西国際空港も、広大な土地と長い4000メートル級滑走路2本をつくって無駄な公共投資の象徴のように非難されていましたが、いまや日本一のゲートウェイになろうとしています。つまり、満遍なくお金を使うというよりは、重要なところには将来を見据えて重点的に投資をしていくことが必要なのではないのでしょうか。

(竹中) とても刺激的なお話をいただき、ありがとうございました。