相互交流 4000 万人時代のツーリズム産業の新たな展開

今年度3回目となる文教大学国際学部・大学院国際学研究科共催の特別講座が11月4日に開催されました。今回も、本学の客員教授である株式会社ジェイティービー代表取締役会長・田川博己氏にお越しいただき、「相互交流4000万人時代のツーリズム産業の新たな展開」というテーマでご講義いただきました。





現在、日本の観光市場は急激に成長しており、2015 年 9 月時点で過去最高だった 昨年の 1341 万人を突破し、2015 年は 1900 万人を超える勢いです。また、2020 年 に開催される東京オリンピック・パラリンピックに向けて、2015 年 10 月にスポーツ 庁が発足し、大会開催決定を契機に世界から注目される日本を売り込む最大のチャン スが到来しています。2013 年から 2020 年の 8 年間は日本を世界に売り込む黄金期と なるそうです。また、日本が今年 9 月の総会で、UNWTO(国連世界観光機関)の東 アジア太平洋地域代表の理事国に就任し、チーム JAPAN として日本の黄金期に積極 的に活動することが可能となったとのことでした。

しかし、訪日外国人観光客拡大には解決すべき課題があり、地域で取り組むべき外国人観光客受け入れ環境の整備として以下の点を指摘されました。

① 多言語対応の強化

- ・ 交通機関や道路標識等の標記の改善
- · 観光施設の展示解説
- · 多言語アプリの作成、観光サイト、デジタルサイネージの多言語対応
- ・ 飲食店のメニュー表記など
- ② 地域における受け入れ人材育成
- ・ おもてなしの心の醸成と育成
- ③ 移動・観光施設の ICT 化
- ・ 無料 Wi-Fi 設置など

- ④ MICE 受け入れ環境のさらなる整備
- ・ 歴史的建造物など公的文化財施設を MICE 施設として開放
- 海外からコンベンション情報の一元窓口の整備
- ⑤ 海外への誘客セールス・プロモーション
- ・ 東南アジアなどへのセールスの促進
- ⑥ 消費税免税店の拡充

JTBのグローバル事業のセグメントとしては、「インハウス事業」「インバウンド事業」「アウトバウンド事業」の3つがあります。インハウス事業はJTBグループ会社(日本)から発生する「受」事業、インバウンド事業はJTBグループ事業領域以外(日本の外需市場)からの「受」事業、アウトバウンド事業は海外での「発」事業のことです。

JTB が現在掲げているグローバル事業の将来像は、「世界発、世界着の交流文化事業」です。「世界発、世界着」とは、日本という中心をもつスター型から、世界全体で最適を追求していくネットワーク型の企業グループを目指すことを意味します。また「交流文化事業」とは、単に移動のためのホテルや交通の手配から利益を得るのではなく、JTB ならではの商品・サービス・情報・及び仕組みを提供し、地球を舞台にあらゆる交流を創造することが事業ドメインであることを意味します。

これから日本が観光立国となっていくためには、やはり地域の観光基本計画を推進していくことが重要です。観光客を受け入れるためには、観光客誘致やコンシェルジュ機能を担う「ランドオペレーター機能」とともに、地域の多様な人とのネットワークを作り、観光商品化や特産品開発につなげる「地域コーディネーター機能」との両方を兼ね備えた組織づくりが重要となってきます。さらに、旅行会社と連携した地域のプロモーション強化、観光を支える人材の確保と育成・支援、コンプライアンスの順守、旅行者が安全かつ快適に旅行できるためのインフラ整備なども重要になってくるでしょう。現在、大都市に集中しているインバウンド需要を地域に分散することによって、地域の観光消費が増加し、地方・地域での新たな雇用創出が期待できる。そのためには、ローカルジャパンブランド(地域ブランド)の確立と、大都市プラスワンの旅程を活用した地域分散促進が重要になってくると田川会長は指摘されていました。

今回の講演会を通じて学んだことは、ツーリズム産業とは大きく発展していく産業の一つであることを改めて知ることができたともに、まだまだたくさんの課題が残されているということが理解できました。これらの課題・問題を将来、観光業界を担う私たちが一つずつ解決していくことで、今以上に観光というものが活性化し、観光立国に近づくことができるのではないかと思いました。

記者 文教大学国際学部国際観光学科2年 原田翔太