「地域経済の活性化に向けてツーリズム産業が果たすべき役割とは」

本学客員教授の株式会社ジェイティービー代表取締役会長・田川博己氏による本年度 2 回目の特別講義が 7 月 13 日（水）に湘南校舎で行われました。今回は「地域経済の活性化に向けてツーリズム産業が果たすべき役割とは～交流人口の拡大により地域経済活性化を実現するために～」というテーマで、観光による地域活性化についてお話しいただきました。

国内観光を取り巻く大きな変化の要因には、定住人口の減少、旅行の「型」の変化、インターネット普及による影響が挙げられます。こうした環境変化によって、国内旅行者数の国内旅行消費額が横ばいであるとともに、一人当たりの年間宿泊数も低下傾向にあり、近年厳しい状況が続いています。そうした中で、地域が主体となって自然、文化、歴史、産業、など地域のあらゆる資源を生かすことによって交流を促進し、地域社会、地域環境、地域経済を保全、発展させる観光まちづくりの活動が必要不可欠となっています。

このようなまちづくりには、地域の魅力の開発・発掘、五感に訴える出会い・感動・発見を含めた物語のあるシナリオづくりを通して、旅を創造することが重要です。オンリーワンの地域づくりに向けて、旅行者が求めている地域の生活文化の共有を実現するために、これからの観光は生き生きとした地域づくりをすることで新たな「旅の形」が生まれます。

観光まちづくりのキーワードは、住んでよし、訪れてよしの地域づくりであり、行きたくなる町、滞在したくなる町、住んでみたくなる町や観光客がゆっくり楽しめる町を目指していくべきです。また、観光の力は地域の抱えるさまざまな課題解決につながります。さらに、観光には地域ブランドを創造する力があり、地域資源を通じて観光による「体験」をすることで精神的な価値へと結びつき、観光まちづくりの推進が地域ブランドの構築につながります。

WTTC のフレンツェル代表によれば、旅行における実体験が将来のステータスシン

ボルになるそうです。また、経験ステージングにおける 4 つの経験（4E）が、人間にとって最も豊かな経験となることを経験経済学から学ぶことができます。観光による感動や実体験がリピーターの獲得につながるのです。

観光のまちづくりにおける重要なコンセプトは「観光力は人間力」であり、地域活性化には人間力が必要です。そのためには、よそ者、ばか者、若者といった人財が重要であり、既存のものを捨てるというイノベーションを実行できる人財が必要となっています。

2 つ目のテーマとして、地域活性化を推進する JTB グループの DMC 戦略についてお話しいただきました。

JTB が目指す DMC とは、「送客」と「集客」の双方向の交流人口を生み出し、地域経済に貢献する新たな時代の旅行会社の形態のことです。旅行会社を通じて国内外の人々の交流を創造し、地域が持つさまざまな課題を「旅の力」を活用して解決することを目指しています。その具体的活動は、従来までの旅行者を送る発地型の商品開発で培ったマーケティング事業と、着地型の体験的旅行を作るためにどのようにその地域の魅力を発信するのかという地域マネジメント事業を連動させることにより、さらなる交流人口の拡大による地域活性化に貢献するということです。

この DMC 戦略を基盤に商品戦略と販売戦略に取り組んでいくことで地域の交流人口拡大が実現可能になります。JTB は地域交流事業に取り組み、交流人口を拡大させることにより地域に貢献しています。このように地域交流事業は、事業性と社会性が融合したビジネスなのです。

また、旅の 5 つの力である「文化の力」、「交流の力」、「健康の力」、「教育の力」「経済の力」をそれぞれ活用し、地域の課題解決し地域を元気にすることが重要です。

「文化の力」とは、国や地域の歴史、自然、伝統、芸能、景観、生活などについて学び楽しみつつ、それらの発掘・育成・保存・振興に寄与する力のことです。歴史文化を発掘に向けた取り組みをしている地域の代表例として、小原 ECO プロジェクトや NPO 法人英田上山棚田団などがあります。「交流の力」とは、国際あるいは地域間における相互理解や友好の促進を通じ、安全で平和な社会の実現に貢献することです。例えば、東大阪の“モノづくり観光”活性化プロジェクトでは、町工場、地域行政、市民が連携して三方良しの関係を構築しています。「健康の力」とは、日常からの離脱による新たな刺激や感動などを通じて、心や体の活力を得ることです。代表的な例として、沖縄でのスポーツツーリズムの推進などがあります。

「教育の力」とは、旅による自然や人とのふれあいを通し、異文化への理解、やさしさや思いやり、家族の絆を深めるなど、人間形成の機会を広げることです。田川会長はこの教育の力はすごく大切であると言われていました。事例としては、北米中高向け訪日プログラムや着地型旅行商品「旅いくプログラム」などがあります。「経済の力」とは、旅行・観光産業の発展による雇用の拡大、地域や国の振興、貧困の削減、環境の整備・保全などの幅広い貢献のことを指します。これまで挙げた文化の力、交流の力、教育の力、健康の力を活用することで、経済の力へとつなげることができま

す。例えば、地域金融機関と JTB の連携では、地域を束ねる地域金融機関の力と JTB グループの強みを生かして、交流人口の拡大による地域活性化を図っています。

最後に、1 次産業と 2 次産業と 3 次産業を掛け合わせたツーリズムの 6 次産業化の話がありました。モノの流れだけでなく人の流れを作り出すことで、新たな価値を生み出し、地域経済をさらに活性化する活動をしていくことで、地域における新たな価値の創造が可能になります。また、ツーリズム産業が人流、物流を活性化し、インバウンド、アウトバウンドによる交流促進を担っています。

今回の講義を受けて学んだことは、観光による地域づくりや地域活性化のためにはどのような要素が必要なのかということです。また、実際に JTB の DMC 戦略について具体的な内容を知ることができました。その中でも、地域の人々が何か新たな観光資源を作るのではなく、今ある地域の資源を活かしていくことが大事だということが理解できました。例えば、町工場を観光資源化にするなど、日本はもっとそういったモノを再発見する必要があると実感しました。この DMC 戦略を推進する地域交流事業は、JTB が初めて着手した事業であるとのことなので、これからも注目していきたいと思います。

記者　文教大学国際学部国際観光学科 3 年　菊地達登