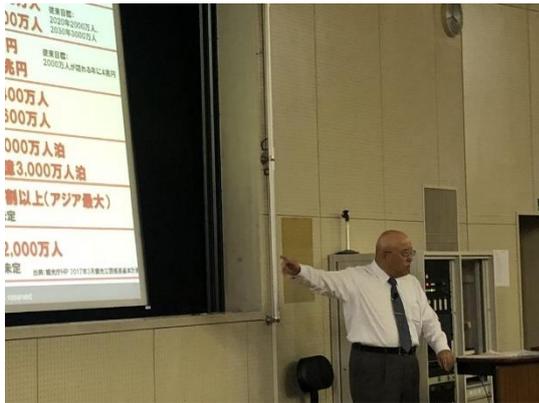


## 「国際観光の現状とツーリズム産業が目指すべきこと」

今年度初回の国際学部・国際学研究科共催の特別講義が7月11日に湘南校舎で行われ、本学客員教授である株式会社JTB代表取締役会長・田川博己氏にお越しいただきました。講義のテーマは「国際観光の現状とツーリズム産業が目指すべきこと」で、ツーリズム産業が世界の中で大きな割合を占めている中、これまでモノ作り中心であった日本がどのように日本のツーリズムをブランディングしていく必要があるのかについてお話しいただきました。



初めに、今、なぜ交流の力が必要であるかについてお話しいただきました。2016年～2017年の1年間に30.6万人の人口減少が起こっており、毎年、県庁所在地が1つ無くなる程度の人口が減少している現在、私たちがすべきことは観光交流人口を増やすことです。それができないと、日本の生産、あるいは観光地や地域がすべて衰退してしまうとのことでした。つまり、生産人口や消費人口が減少していく中で、いかに訪日外国人を増加させ、経済を活性化させるのかが交流の力を強くするポイントとなってきます。日本の人口減少に対応するためには、ツーリズム産業の中でも、特にインバウンドに力を入れることで、消費力を増加することが効果的です。

ツーリズム産業の生産波及効果をみると52.1兆円であり、GDPの5.2%に相当しますが、この5.2%という数字は、世界水準と比較して低く、まだまだ伸びしろがあります。他の産業が衰退していく中で、ツーリズム産業の伸び率だけは高くなっており、世界経済の成長率が2.3%なのに対し、ツーリズム産業の成長率は3.1%となっています。

ツーリズム産業の伸び率だけが高くなっている理由は、ツーリズム産業は裾野の広い産業であるからです。ツーリズム＝観光と思われがちですが、そうではなく、他の産業と多くの関わりを持っています。最近ではツーリズム×ICT・IOT・AIの取り組みも進み、さらなる展開が期待されています。

1990年の創設で、世界の主要ツーリズム関連企業トップ140名で構成され、現在、田川会長が副会長を務められている民間の非営利団体であるWTTC(世界旅行ツーリ

ズム協議会)の昨年バンコクで開催されました Global Summit2016 で、田川会長に与えられたスピーチのテーマは“貧困”でした。現在、貧困を削減するためにツーリズム産業でどのようなことができるのかが世界で議論されています。観光地開発をすることで地域で雇用を生み、地域を活性化させ、地域を豊かにすることでその地域の貧困をなくすというサイクルをツーリズム産業は作り出しており、一見、ツーリズムとは無関係のように思われる貧困の削減に、ツーリズムは長い時間をかけて貢献しています。

2013年に行われたWTTTC The Global Summit 2013でのクリントン元米国大統領の特別講演で、クリントン氏は、「大統領として多くの時間を世界の戦争の終結、相互理解の促進に取り組んできた。旅行・観光の中に、平和の大切さが表れている」と発言し、“ツーリズム＝平和産業”であることを主張しました。また、「これからの20年の間に、旅行・観光産業は、エネルギー政策の再検討をリードすることになるだろう。それだけ、観光産業は環境との関わりが深い」との発言もありました。

さらに、今春に行われたWTTTC The Global Summit 2018では、急速に進化し、これまで以上に予測しがたい世界にツーリズムは何をすべきかという問いに対し、以下の5つのキーワードが挙げられました。

- ① メガトレンド
- ② 気候変動
- ③ 災害復興
- ④ デジタル時代のリーダーシップ
- ⑤ スムーズな旅行の促進

この中でも、『デジタル時代のリーダーシップ』は、人間とAIのバランスが重要であり、AIの技術が発展している現代を生きる私たちにとっては一番親しいものです。

続いて、JTBグループのビジネスモデルの変革についてです。JTBは従来の総合旅行業という事業ドメインから、交流文化事業、そして今年度から交流創造事業をドメインとしました。交流創造事業とは、人と人、人とモノが交流すれば経済活動が生まれ、街が活性化する仕組みのことをいいます。すべての産業に観光を取り組むことで、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としています。

現在、マーケットの変遷の対応を迫られるツーリズム産業における解決すべき問題については、以下の6つのことが挙げられました。

- ① 少子化・高齢化と人口減少（国内人口の減少・生産年齢人口の減少幅大）
- ② 旅行形態の変化・多様化（体験型・交流型旅行の増加、若年層の旅行意欲の低下、パッケージ旅行から個人旅行への移行）
- ③ グローバル人流の拡大（日本人旅行者のプレゼンスの低下に伴う仕入環境の変化）

- ④ 訪日外国人の増加（観光産業の受入環境整備、観光インフラの整備、安全・安心、質の維持、ランドオペレーターの登録制）
- ⑤ ITの進化・インターネットの普及（オンライン・トラベル・エージェント OTAの伸長、口コミ情報の影響力拡大）
- ⑥ シェアリングエコノミーの発達（安心・安全の担保、利用者・提供者の正しい理解の促進、法制度やガイドラインの整備）

最後に、これからのツーリズム産業で求められる人財像として田川会長が特に重要と考えるのは、マイナスをプラスに転じることのできる逆転思想など、柔軟な発想力や物語の想像力ということです。この力は社会人になってからでは鍛えることが難しく、時間のある学生時代に磨くべきだとおっしゃっていました。なぜなら、柔軟な考え方を身に着けるためには、旅に出て実際に見ることが一番早く、一番深くできるからです。

スマートフォンなどのソーシャルネットワークが発展している中で、私たちは与えられたものしかできない稲刈人から、新しい発想力を持つ開墾人へと進化していく必要があります。

また、「成長」と「発展」どちらも兼ね備えた人が求められています。成長とは本質が変わらないものであり、発展とは変化することです。与えられた仕事に対して成長と発展、どちらを選択するのかしっかりと見極める能力を養うことも大切だと思いました。なぜなら、本質を変える必要のない仕事に対して発展で攻めていっても、まったく効果がなく意味をなさないからです。

今回の講演を聞いて一番印象に残ったことは、『観光力は人間力』だということです。人間力とは、地域住民（主に旅館等の観光関係者や農林・商業者等）の地域に対する「熱い思い＝郷土愛」と、市場に対する「洞察力」、そして「実践力」のことを言います。この3つのエンジンというべきものは「志」の高さと「知恵」の深さです。この「人間力」によってしか、地域活性化は図れません。私はこのことを受け、残りの大学生活で「観光力」につながる「人間力」を身に着けていきたいと思います。

記者 国際学部国際観光学科3年 半田紘子