

第7回首都圏政策研究会 要旨

【開催要領】

日時 2012年4月27日（水）15:00～17:00

場所 六本木アカデミーヒルズ（六本木ヒルズ森タワー49階）

講師 鹿野 英克氏（㈱JTB 法人東京 ソーシャルソリューション地域交流推進局長）

I ご講演：テーマ 「首都圏観光の活性化」

1. なぜいま観光が必要とされているか

○定住人口の減少・高齢化・生産年齢の減少による経済停滞を観光で補うことが国の生存戦略として重要視されている。特に余暇があり、経済力を持つ高齢者の購買力に期待。

2. ツーリズム産業の現状

- 従来の関連産業・付帯する地域とのネットワークに加え、まちづくりの観点から多様な業種との連携を行っている。25.5兆円規模の国内旅行消費額があることから、観光による経済波及効果・雇用の創出がなお期待できる。
- 定住人口を補う観光交流人口増大…3.11の大震災以降減少した観光客の回復が重要。
- 旅行業のビジネスモデルも、切符販売→旅行販売→ライフスタイルパートナーと人々の生活スタイルや価値観の変化に伴って変遷していつている。

3. ツーリズムの歩み

- 昭和10年頃では外客消費額が外貨獲得額の第4位であることより、我が国の外国人観光客誘致の取り組みは継続的に行われてきた。当時は欧米の観光客が主だったが、現在ではアジアや他の地域からの観光客が増加した。
- 国内観光客については、新幹線開通とオリンピックの影響によるインフラの整備や、修学旅行の浸透によってツーリズムが広まった。

4. 東日本大震災後の旅行取扱推移

- 国外では地震、放射能汚染などのニュースから外国人観光客の減少がみられたが、概ね回復。
- 国内では、復興支援として東北や北関東への旅行や産品購入への注目が高まる。

5. 国家戦略としての観光政策の推進

- 日本の観光振興の進め方…現在政府の示す7つの国家戦略のうちの地域活性化戦略があげられ、観光立国を目指す動きがある。
- 国・地域別訪日外国人旅行者数の割合は2010年（JNTO）の統計で約861万人…中国をはじめアジア人観光客が多い。

6. 総合旅行業から交流文化事業へ

- 中長期的な社会構造変化を踏まえ、従来の総合旅行業から、地域を舞台とした交流文化産業への転換が求められている。

7. 地域交流ビジネス～DMC～

- 新しい旅行会社のあり方として、JTBはDMC戦略の必要性を認識している。従来旅行の要とされてきた交通・宿泊に付加価値を付け、地域の魅力発信、さらにはライフスタイルのプロデュースに至るまでの総合ビジネスを行うと同時に、海外とのネットワークを拡充するグローバル交流の同時進行が求められている。

8. 地域参加型のまちづくり

- オンリーワンの地域づくり…“非日常”の体験から“いきいきとした地域との交流”といった旅の形の変化に伴い、地域の魅力の再発見がなされている。例えば『長崎さるく』などのまち歩きや温泉博覧会など、新たな観光のスタイルが生まれ、交流人口の増加もみられる。
- 特に文化・経済・教育・健康・交流の側面で、地域のあらゆる問題に観光は関わってくる。そのため、発着連動の地域交流ビジネス戦略として、地域マーケティングと地域マネジメント事業の両方を行い、顧客満足と地域活性化双方の点で着地の人々の「こころ」を動かし、発地の「ひと」を動かすことにより、観光を基軸とした地域の活性化を図る。

9. 1都3県における具体的な取り組み～着地型旅行商品開発～

- 地域の認知度が低いため、観光資源の発掘や地域人材とのコミュニケーションを駆使したブランディングを行っていく必要がある。
 - ・東京都：お寺での「怪談の夕べ」（墨田区）で若い女性を集める、下町散策や地下水路見学といったまちの日常を観光資源に活用するまち歩き観光（東京商工会議所）は都市型観光の例として注目されている。
 - ・埼玉県：体験型旅行商品開発事業 パンフレット『埼玉体験旅くらぶ』の発刊
 - ・神奈川県：資生堂鎌倉工場での体験型観光（鎌倉市）
 - ・千葉県：お茶の水女子大学との共同研究に基づいた「旅いく」で体験教育を観光に導入（君津市）

10. 観光人材育成事業

- 埼玉県では県、立教大学、埼玉りそな産業経済振興財団と観光人材育成における包括協定を締結。神奈川県では「わかもの観光人材育成事業」を実施している。その一方でグローバル人材育成プログラムが重要視されるように、地域と世界は切り離せないものである。

11. 成長事業への取り組み

- 特に環境・健康・医療などの面で進める必要がある。

12. 観光×環境

- 「旅チャリ」と呼ばれる京都の嵐山・八丈島などの観光地で利用されているレンタサイクルが発展し、JTBでは環境省の「地球温暖化対策技術開発等事業」に参加、自転車の公共交通化の取り組みを行っている。丸の内では都市型コミュニティサイクルの社会実験も行われた。
- 神奈川県箱根町のEVタウンプロジェクトはEV観光促進モデル事業となった。

13. 観光×食

- FOOD ACTION NIPPONによる、日本の食料自給率の向上…現在日本の食料自給率は39%。地産地消の推進には、日本各地の食材を周知してもらう必要がある。

14. 観光<医療 —メディカルツーリズム—

- 国際医療における世界市場で日本はアジア諸国に遅れをとっている。

15. 医×農

- メンタルタフネス強化のための農村セラピーをプログラム化。新入社員研修にも導入。

16. 首都圏のポテンシャル

- 東京の都市力…4位。特に文化・交流が国際的に弱いため、ソフトパワーの強化が求められる。豊富な観光資源を生かし、都市の魅力进行宣传する発信力を高めるほか、観光インフラの整備を行うべきである。

17. 広域連携という考え方

- 観光振興における広域連携の必要性…MICE強化、訪日外国人の増加、着地型旅行商品の開発などで官民による広域連携で首都圏の観光を活性化させる必要がある。
- 日本全体で見れば、県という枠を超え、エリア単位で観光客を呼び込もうとする動きが活発である。（例：九州、東北）しかし、首都圏は観光エリアとしては未発達。
- 首都圏の観光活性化に向けて、官民連携における文化・交流の創造を組織的に行う必要がある。

18. 首都圏観光活性化のキーワード…首都圏の魅力発信

- 「安心」「安全」の信頼を震災以前の水準へ回復
- 訪日外国人観光客受け入れ環境の整備…通訳の確保、免税手続きの簡便化
- インフラ整備・規制などの見直し…安全なまちづくり、地球にやさしいまちづくり、MICEの強化のための規制緩和。

II 質疑応答

Q. 医療ツーリズムについて、JTBでは具体的に企画を行う予定があるのか。また、県と市の連携の仕組みづくりにJTBは、世界各地で築いたネットワークをシティプロモーションにどう活かしていくつもりか。

A. 医療ツーリズムについては、経済産業省と連携を行い、医療プロデューサーとして各事例で実績を作っていくことが重要だと考えており、現在成果が見え始めている段階である。シティプロモーションについては行政区単位だけではなく、観光地域レベルでPRを行う必要性がある。

Q. 観光交流人口、特に医療の部分の拡大についてJTBは具体的にアイデアを持っているのか。

A. 医療関係者との対話を通じて、現在企画している段階である。

Q. 統合型リゾートのための資源開発・招致に関してJTBは積極的に関わっているか

A. 統合型リゾートの開発の必要性は認識している。具体的にはこれから動いていく予定である。

以上

※この要旨（記録）は事務局の責任でまとめたものです。転載・公表等にご遠慮ください。