

### 3. 寄稿：新しい日本の観光立国に向けて

(一般社団法人日本ツーリズム推進協議会 会長 木村慶一)

#### 観光は平和へのパスポート

「世界各国の人々の相互理解を推進し、文明の豊かな遺産に対する知識を豊富にし、異なる文明の固有の価値をより正しく感得させることによって世界の平和を達成する。」

1967年、国連総会に於いて採択されたスローガンです。

このスローガンとはじめて出会ったのは、1997年、スイスで開催された国連主催の観光フォーラムに参加した時であり、以来、国内外での講演会や観光関連のセミナー等に参加した際には、このスローガンを積極的にアピールしてきました。しかし、ロシアのウクライナへの侵略により、一瞬にしてこのスローガンは吹き飛んでしまいました。戦争が始まる前は、両国の多くの国民は観光や経済等で積極的に交流を行っていたにも関わらず、今は、連日のように罪のない子供たちや女性、高齢者までが尊い命を失っています。

本来、「観光」は、上記のスローガンの通り、国際社会全体が平和であることを願い、「観光の交流」を通じて、それぞれの国との親交をさらに密接にしていくことが不可欠であり、一刻も早い両国の平和を切に祈るばかりです。

#### 日本の新たな観光立国

新型コロナウイルスやロシアとウクライナの長期化する戦況は、世界の観光産業界に大きな打撃を与えています。これまで日本は、技術に基づく製品を海外に輸出することで経済大国へと成長してきました。しかし、外国人をターゲットとする観光産業に対しては、殆ど関心がなかったと申し上げても過言ではありません。一方、世界に目を向けるとフランスをはじめ、ヨーロッパ各国では、観光産業を国家の柱に添えている国は数多く存在しており、その意味では、日本も、近年、ようやく世界に向け、観光の扉が開きはじめようとしています。

日本には、世界に誇る自然や伝統文化に加え、ユネスコ無形文化遺産に登録された和食など、その魅力は無限の可能性を秘めています。それを裏付けるように、近年、日本を訪れる多くの外国人は、「食」は勿論のこと、「座禅」、「日本舞踊」、「祭り」など、日本ならではの伝統文化に関心を持ち、体験を通じてその魅力を理解し始めています。

また、世界を圧巻する日本のサブカルチャーも最先端の日本文化であり、そこにも日本人のスピリットが息づいています。伝統文化と現代文化を切り分けて論じるのではなく、ひとつの日本文化として捉え、日本のポテンシャルを余すことなく体験してもらい、日本のファンを一人でも多く増やす、それらの仕組みづくりが急務です。

#### アグリツーリズム

アグリツーリズムは、もともとヨーロッパを中心として始まった休暇の過ごし方の一つでしたが、地域活性化に貢献する側面もあることから、近年では日本でも農林水産省を中心に積極的

に推進されています。特に日本の農山村部には、そこでしか体験できない伝統や文化が多く残っており、国内はもちろん海外からのニーズも年々高まっています。また、アグリツーリズムは、地域全体の活性化につながることから過疎化や高齢化が進む地方の問題を解決する切り札になることが期待されており、政府も法律の整備などを積極的に支援しています。

アグリツーリズムは、インバウンド需要の増加とともに利用者数も増加傾向にありましたが、その状況を一変させた新型コロナウイルス感染拡大の影響によって、訪日外国人の数は激減、アグリツーリズムの利用者も減少するのではないかと危惧されていました。しかし、アグリツーリズムは人口密度の低い地方で実施されているケースが多いことから、三蜜を避けられる観光コンテンツとして、国内向けのニーズが急速に増加傾向にあります。

アグリツーリズムは地方にいながらにして、都市部の企業に勤められるワーケーションとの連携も良く、コロナ禍をきっかけに地方の魅力が再評価され追い風となっています。

### インバウンド対策

日本のインバウンド観光は、ここ数年間、コロナ禍によって小休止を余儀なくされてきました。日本がインバウンドを持続的に成長させるには、観光客の大勢を占める東アジアからの旅行者に対応しつつ、西欧の観光客を引き付ける魅力的なコンテンツを作り広めることも不可欠です。

具体的には、医療ツーリズムや MICE、インダストリアルツーリズムなどの新しいコンテンツに焦点を当て、それらが今後、高付加価値コンテンツとして発展する可能性があるのか、考察を重ねる必要があります。特に MICE については、他国と比べて安全かつ清潔であるという点に於いての優位性が充分にあると思われる。

2018 年の訪日外国人旅行者数が 3,000 万人を超え、旅行消費額が 4 兆 8,000 億円と観光立国としての 1 歩を踏み出した日本が、「観光」を産業の軸として発展していくためには、歴史や文化、自然などの素材が潤沢にあるということを再認識した上で、どのようなビジョンを描き観光立国を発展していくのか、まずはその道筋を考える必要性が問われています。

