

座談会

革新的な施策により 観光立国を目指す

人口減少に伴う国内市場の縮小や産業の空洞化、都市・地域間の格差拡大などが懸念されるなか、地域に根付き、すそ野の広い観光産業への期待が、いままでもなく高まっている。二〇〇六年に「観光立国推進基本法」が制定、二〇〇七年に「観光立国推進基本計画」が策定され、国家戦略としての観光振興の取り組みが本格化する矢先、昨年の東日本大震災に見舞われた。大震災を乗り越え、「観光立国」を実現する革新的な施策と戦略を探った。



生江隆之

なまえ たかゆき
観光委員会企画部会長
三井ホーム社長
〈司会〉

山口範雄

やまぐち のりお
審議会副議長・観光委員会
共同委員長/味の素会長

大塚陸毅

おおつか むつたけ
副会長・観光委員長
東日本旅客鉄道相談役

末澤和政

すえざわ かずまさ
藤田観光社長

●東日本大震災後の 観光をめぐる状況

生江 本日は、震災後の観光をめぐる状況や国内外の観光関連産業の市場動向を踏まえつつ、観光分野における日本の強みは何か、それを十二分に発揮していくためにはどのような課題を克服する必要があるかなど、これからの時代に観光立国を実現するための方策について、皆様のご意見を頂戴したいと考えています。

最初に、昨年の東日本大震災後の観光をめぐる状況について、お話しいただきます。まず、大塚副会長より、大震災後の日本において観光が果たす役割、そして、審議

民の関心と期待が高まりつつあったときに、東日本大震災に見舞われました。日本全体が大きなダメージを被り、自粛ムードや風評被害によって、観光需要も大きく落ち込みました。

そうしたなか、国民の間に、被災地復興のために役に立ちたいという気持ち、行動が見られたことは、ご存じのとおりです。若者を中心としたボランティアに加え、会議誘致の動きなどもあり、東北に向かう観光客も徐々に回復していきました。震災により人や経済の動きが停滞しましたが、観光の動きは活発でした。多少なりとも被災地の経済を下支えることができたと思います。

観光の基本は、人が動くことです。「観光が作り出す人々の交流が経済を動かす」ということが、平時以上に、強く認識されたのではないのでしょうか。震災で観光産業もダメージを受けましたが、観光そのものの重要性は変わりません。これまで日本はものづくり立国、貿易立国を目指し、貿易自由化、経済連携の強化を推進してきました。今後の「開かれた国

観光が作り出す人々の交流が
経済を動かす

したいと思います。

会のメンバーとしてかわられた新しい「観光立国推進基本計画」の策定や、今年四月に仙台と東京で開催されました「WTTC(世界旅行ツーリズム協議会)グローバルサミット」の開催などについて、お伺い

大塚 「観光」の持つ力に対する政府、国



WTTCグローバルサミットであいさつする野田総理

が、プレサミットツアーなどで、東北の復興の状況を見て、元気な日本の姿を確認してくれました。

開会式では、野田佳彦総理大臣が「観光は日本のフロンティア」「観光の力を信じて」と力強く表明され、日本が国家戦略として観光に取り組む姿勢を国内外の参加者に明確に示すことができました。また、会議では、内容のある熱のこもった議論が行



復興応援ツアー
現地でのイベントの様子(宮古市)

づくり」という観点から考えますと、観光交流を通じた相互理解の醸成、自分の国・地域の魅力・強みの再発見も極めて重要です。

今年三月に閣議決定された新しい「観光立国推進基本計画」は、大震災の影響で一年遅れて策定され、震災からの復興を踏まえた内容となりました〔表1参照〕。この計画のなかで注目すべきは、二〇一六年までに国内における旅行消費額三〇兆円、訪日

表1 観光立国の実現に関する目標

目標の分類	観光立国の実現に関する目標
観光による国内消費の拡大	1. 国内における旅行消費額 平成28年(2016年)までに30兆円 〔平成21年(2009年)：25.5兆円〕
	2. 訪日外国人旅行者数 平成28年(2016年)までに1,800万人 〔平成22年(2010年)実績：861万人〕 〔平成23年(2011年)推計：622万人〕
	3. 訪日外国人の満足度 大変満足45%程度、必ず再訪したい60%程度 〔平成23年(2011年)：大変満足43.6%、必ず再訪したい58.4%〕
国際観光の拡大・充実	4. 国際会議の開催件数 平成28年(2016年)までに5割以上増、アジア最大の開催国 〔平成22年(2010年)：741件〕
	5. 日本人の海外旅行者数 2,000万人 〔平成23年(2011年)推計：1,699万人〕
国内観光の拡大・充実	6. 国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数 2.5泊 〔平成22年(2010年)：2.12泊〕
	7. 国内観光地域の旅行者満足度 大変満足・必ず再訪したい25%程度

出所：観光庁「観光立国推進基本計画の概要」より作成
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/kihonkeikakuhtml>

外国人旅行者数一八〇〇万人とするなど、意欲的な目標が設定されていることです。目標達成は簡単なことではありませんが、これに向けたロードマップの明示と、施策の検証・改善の「PDCAサイクル」の着実な実行などが必要です。また、施策の確実な実行に必要な予算の確保も課題で

しょう。

明るいニュースとして、四月十六〜十九日に、WTTCグローバルサミットが、仙台と東京で開催されたことをご紹介したいと思います。この会議には、世界五三カ国から、仙台で約七〇〇人、東京で一二〇〇人以上の参加がありました。参加者の多く

われ、サミットは盛会のうちに終了しました。今回のサミットは、日本の観光立国実現に向けた大きな一歩となりましたが、その成否は、今後の具体的な取り組みによって決まると考えています。

生江 では、近年の日本人・外国人観光客やMICE(Meeting, Incentive Travel, Convention, Event/Exhibition)の動向と震災の影響、そして、震災に対する各企業の対応などについて、末澤社長にお伺いしたいと思っています。

観光業も「量」から「質」へ
転換する時期がきている

末澤 今度の震災によって、世の中の流れが、大量生産・大量消費から、「個」の時代、「質」の時代に向かっていることを再認識したように思っています。周りがあるような生活をしているかより、自分がどう生きていきたいのかということに、人々の関心が移ってきています。かつては、観光も「量」をこなすことが重要でしたが、現在は、お客様一人ひとりのニーズに応えられるサービスをいかに提供するのが重要なテ

ーマとなっています。

海外からの観光客は、近年、アジアが四分の三、欧米が四分の一という割合が続いています。経済成長著しいアジアからの観光客に関しても、団体から「個」に変わってきており、これまでの「量」のサービスでは応えることができないと感じています。一人ひとりが目的を持って来日しているわけです。観光業も、質的な変換を迫られるという思いがします。

今年、復興に向けた各国からの支援という意味合いもあり、IMFの総会をはじめ、国際会議が多数開催されることになっています。世界中の目が日本に向けられるでしょう。政府が観光立国を目指して動いていることもあり、私たち観光業界にとって大事な機会であると考えています。

大震災への観光業界の対応として、当社の事例をご紹介します。被災地の風評被害の払拭に少しでも協力したいと考え、ホテルで提供するお米に産地を明記して、そのなかからお客様に選んでいただくことにしました。若いお客様をはじめ約半数は、「こういうときだからこそ」と、例えば福島産



椿山荘の被災地支援メニュー

のコシヒカリなど被災地のお米を選択されています。先ほど大塚副会長から復興ボランティアのお話が出ましたが、震災を経て、世の中が良い方向に変わりつつあると感じています。

人の心を豊かにするという意味でも、観光は日本社会を支える産業だと思っと思います。日本へ来る海外のお客様に対しても、中身のあるサービスを提供していくことで、日本に対する信頼感や親近感を持っていた

中国残留孤児を育ててもらったお礼をしたという話をされていました。

観光とは、国内外で人と人とのつながりをつくっていく営みです。単なる物見遊山ではなく、心のつながりをつくること、観光の豊かさだといえます。その意味では、そうした観光のベースが、日本社会に深く、広く醸成されてきたと感じています。

生江 大震災という悲劇のなかで、日本と日本人の素晴らしさを再確認すると同時に、世界各国からの支援を通して、グローバルな人と人とのつながりの大切さを感じました。こうした経験は、日本の観光産業にとって、大きな糧となるのではないのでしょうか。

●日本の魅力とは何か、それをどのように伝えるか

生江 続きまして、観光分野における日本の強み・魅力とは何か、また、それをどのように観光客、潜在的な消費者に伝え、需要を喚起していくかについて、皆様のご意見を頂戴したいと思います。

まず、山口副議長より、観光の重要な要

だきたいと思っています。

生江 東日本大震災で大きく落ち込んだ観光の需要を喚起し、観光振興を通じて復興を加速するために、経団連では、昨年七月に「『家族』で楽しむ！エコ&ロングステイ観光」アイデアコンテスト、昨年十一月には、「復興支援・経団連観光シンポジウムin仙台」を開催いたしました。こうしたなかで、震災を経た日本人の変化、あるいは変化せずに残ったものというものが浮かび上がってきたように思います。また、海外からの日本へのまなざしも意識させられました。こうしたことについて、山口副議長からお話しいただきたいと思っています。

観光は人と人とのつながりをつくっていく営み

山口 震災をきっかけに「絆」という言葉がクローズアップされました。人と人とのつながりの大切さが再認識され、社会心理に大きな影響を与えました。震災がもたらしたポジティブな面として、こうした人々の心の変化があると思います。社会形態をゲマインシャフトとゲゼルシ

素の一つである「食」につきまして、日本の強みとは何か、また、それを海外に展開し、次世代にも伝えていくためにはどうすればよいか、お話しただけですか。

食文化に活かされた日本文化の魅力を訴える

山口 昨年から、政府、農水省が音頭をとって、日本の食文化をユネスコの世界遺産に登録しようというプロジェクトが動いています〔表2参照〕。日本の食文化といっても非常にバリエーションがあるので、何を、どのようにユネスコへ提案するか、議論がありました。最終的には、毎日の食卓に並ぶ家庭料理、カレーライスをやラーメンのような庶民的な料理から、磨き抜かれた懐石料理まで、すべての料理の共通項を探し、日本の食文化

表2 「無形文化遺産の代表的な一覧表」への「和食」の記載に関する提案の概要

和食では		
日本の国土に根ざした多様な食材が新鮮なまま使用されている	コメを中心とした栄養バランスに優れた食事構成となっている	食事の場において「自然の美しさ」「季節の移ろい」が表現されている
<ul style="list-style-type: none"> 明確な四季の存在と地理的な多様性のおかげで、新鮮で多様な山海の幸が使用されている 食材の持ち味を引き出し、引き立たせる工夫が発達している(うま味が豊富な出汁、独特の調理道具) 風土に即した発酵技術が発達している(味噌・醤油、酒) 	<ul style="list-style-type: none"> コメ、味噌汁、魚や野菜・山菜といったおかずなどによりバランスよく食事が構成されている 動物性油脂を多用していないため、日本人の長寿や肥満防止に寄与している 	<ul style="list-style-type: none"> 料理に葉や花などをあしらひ、美しく盛り付ける表現法が発達 季節感を出すため、季節にあった食器を使用したり、部屋をしつらえたりする
正月や田植え、収穫祭のような年中行事と密接に関連している		
食事の時間を共にすることで家族やコミュニティメンバーの絆を強める役割も持っている		
「和食」を食事という空間のなかで「自然の尊重」という精神を表現している「社会的慣習」として提案		

ヤフトに分ける考え方があります。前者は地縁・血縁などによる所与の共同体で、後者は利害関係に基づき人為的につくられた社会です。この言葉を使うならば、私たち日本人は、近代以降、利益や機能を追求するゲゼルシャフト的な社会のなかで生きてきたわけですね。しかし、震災によって、空気のように見えない存在となっていた家庭や地域コミュニティの重要性、温かさや心のつながりといった基盤とすべきものに気付かされたのではないのでしょうか。象徴的な例をあげると、親戚家として知られるピアニストのマルタ・アルゲリッチが、震災前年の秋に日本で行われたコンサートをもとに、チャリティーCDを東北の会社で制作しました。全国から問い合わせが殺到したそうです。

また、自らを犠牲にして中国人研修生たちを救った水産会社(佐藤水産、宮城県女川町)の専務の話が、美談として注目されました。中国でも、たくさんの人たちが感謝の意を表して、復興を支援してくれました。先日、中国で丹羽大使にお会いした際、日本としても感謝状など何らかのかたちで、

出所：文化庁「日本食文化の無形文化遺産記載提案書の概要」
http://www.maff.go.jp/j/press/kanbo/kihyo02/120217.html



津波で流された巨大なかやぶき屋根の尾形家住宅(気仙沼市)
尾形家住宅は、日本ナショナルトラストによる「自然・文化遺産
復興支援プロジェクト」のパートナー事業として採択されている

の中核として提案することになりました。それが、まさに食以外の部分につながる日本の観光資源であると確信しています。

日本の食文化に共通する特長として、例えば、四季折々の魅力を上手に取り入れていることがあります。これは食のみではなく、日本文化の随所に活かされていて、海外からの観光客にリピーターになってもらうためには、重要なきっかけになります。例えば、春に桜をご覧になった方に、「秋には紅葉が美しいですよ」「こんな食べ物がありますよ」とアピールすることができます。

また、日本料理は、お膳の上に四季をはじめ自然を凝縮して再現する美の表現という特長もあります。それは、食材だけでなく、食器や箸のしつらえ、雰囲気づくりを含めて、目で楽しむことができるということです。食以外の伝統工芸品や家屋などにつながる、一つの観光テーマになります。

さらに、一汁三菜という言葉があります。が、ご飯を中心に栄養バランスが取れた食事であることも、大きな特長です。日本は世界一の長寿国でもありますから、これは

わり、ということになるだろうと思っております。首都圏に近いという立地を活かし、お客様が、都会の喧噪を離れて、本当にリラックスできるような空間、「YESから始まるサービス、美味しいから始まる料理」をスローガンにサービスを提供することに心がけております。

そうした観点からいえるのは、既存の観光資源、いわゆるサイトシーイングのみに



椿山荘庭園風景

健康につながられるでしょう。新たな観光テーマとして注目されている、メディカルツーリズムに貢献できると思います。

このように、食文化に活かされた日本文化を訴えることで、観光需要の喚起に、食品産業としてもお手伝いできると考えています。

生江 末澤社長には、日本の強みという観

頼るだけではなく、経済、文化、科学技術、医療など、あらゆる分野の力を国全体で高めることが、日本の観光競争力を高めることにつながるということです。国としての日本の魅力が高まれば、自ずと海外からやってくる人は増えるでしょうし、滞在する人たちを満足させるには、物心両面での国の豊かさが必要になると感じています。

生江 お二人から、多様な文化や自然、あるいは高い技術力も、日本の強み・魅力なのだというお話がありました。それを観光の需要に結び付けていく方策について、大塚副会長からお考えをお伺いしたいと思います。

伝統と最先端のテクノロジーの 並存が日本の魅力

大塚 お二人のお話のとおり、日本は、四季や自然、食をはじめとして、豊かな観光資源に恵まれています。しかし、住んでいる国民、地域の人にとっては、その良さや特長が、当たり前なものになってしまっていて、普段気付かないのです。豊かで、安心・安全な環境に浸っているために、それ

点から、椿山荘が海外から高い評価を受けている理由、またそれを今後どう展開していくか、また、箱根小涌園ユネッサンの運営等を通じて、外国人観光客は日本のどのようなところに魅力を感じていて、それを需要の拡大に結び付けるためにどのような工夫をされているのかについて、お話しただきたいと思います。

あらゆる分野の力を高めることが 訪日者を増やす

末澤 山口副議長の食文化に関するお話を聞き、いま生きている文化が大切なのだと強く感じました。私どもの椿山荘や箱根小涌園ユネッサンにしても、ただ名勝・旧跡があるだけでは、人の心をつつことはできないだろうと思います。

椿山荘は、都会の真ん中で、例えば、昼にハードな交渉を済ませたビジネスマンが戻ってきてほっとできるような空間、サービスを提供していること、そのギャップにより高い評価を得ているのだと思います。箱根小涌園ユネッサンにしても、温泉だけに頼っていたら、一度それを体験すれば終

を外国人にアピールする気持ちが乏しかったような気がします。

WTTCグローバルサミットを日本に招致する際、私たちは「Tradition & Technology」というコンセプトで訴えました。日本には、古き良き伝統と最新の科学技術の両方があります。この日本の魅力に日本人自身が気付くこと、これが観光立国への第一歩ではないでしょうか。

大震災によって、東北地域の美しい自然景観や貴重な文化財がかなり毀損してしまいました。それらは、国民的財産としてきちんと保全し、観光資源としても利活用しながら、後世に継承していく必要があります。日本は、英国の環境保全団体「ザ・ナショナルトラスト」を手本として、一九六八年に「観光資源保護財団(現・日本ナショナルトラスト)」を設立しています。日本ナショナルトラストでは、「東日本大震災自然・文化遺産復興支援プロジェクト SEEDS OF FURUSATO」をスタートさせ、自然・文化遺産の復旧・復興に取り組んでいます。こうした部分に対する国や国民の意識は、まだまだ低いといわざるを



用の効率化・最適化を実現したいと考えています。これは、世界が直面する環境・エネルギー問題などの社会的課題を「柏の葉



柏の葉スマートシティ2020年完成イメージ

観光とは、国内外で人と人とのつながりをつくっていく営みである。「絆」という言葉に象徴されるように、震災を経て、豊かな観光を提供できる素地が、日本社会に醸成されてきたと感じる。昨年からは、日本の食文化をユネスコの世界遺産に登録しようというプロジェクトが動いているが、四季や自然、健康など、食文化に活かされた日本文化の魅力を訴えることは、観光需要の喚起につながる。

(山口範雄氏)



今年四月に仙台と東京で開催されたWTTCグローバルサミットは、野田総理の登壇もあり、日本が国家戦略として観光に取り組む姿勢を明確に示すことができた。この会合の成否は、今後の具体的な取り組みによって決まる。「伝統と最先端のテクノロジーの並存」という日本の魅力を活かし、関係者の協調と連携を深め、観光立国を実現しなければならぬ。政治のリーダーシップは不可欠だが、経団連としても、観光関連産業の優良事例の横展開などに取り組むほか、必要に応じ政策提言を行っていききたい。

(大塚陸毅氏)

得ません。一例をあげれば、英国のザ・ナショナルトラストの会員数がおよそ三五〇万人もいるのに対して、日本ナショナルトラストの会員数は約一八〇〇人です。

一方で、日本の魅力は伝統と最先端のテクノロジーの並存であると申しあげましたが、訪日客にとって、高い技術力に裏打ちされた快適・安全・清潔な日本のライフスタイルは、大きなインパクトがあります。このことを、製造業をはじめとする多くの企業関係者に知っていただきたいと思えます。だからこそ、訪日旅行促進は、観光関連企業だけでなくオールジャパンで取り組む価値があるのです。

それには、交通案内や観光案内所の整備、利便性の高いバス等の提供、外国からビジネスホテルも予約可能な宿泊施設紹介サイ

トの行政による運営、より魅力的なまちづくりなど、考えられるあらゆる手段を講じていく必要があります。

JR東日本では、復原した東京駅丸の内駅舎に、主に訪日客を対象とした「JR EAST Travel Service Center」を今年十月に開設します。英語、中国語、韓国語での対応を予定しており、JR EAST PASS等の引き換えなどを行う旅行カウンターのほか、観光案内所、両替所などを併設し、ワンストップでサービスを提供する予定です。

また、訪日外国人旅行者の受け入れ体制整備をさらに進める必要があります。例えば言葉の問題から、外国人の受け入れを躊躇してしまう施設もあります。国なり自治体なりが受け入れ施設をフォローする仕組みをつくることで、解決できるはずで

全世界の都市へ「世界の未来像」を提案していく

生江 日本の強みの一つとして、自然との調和や先進的な環境技術ということもあるうかと思えます。

現在、千葉県柏市では、柏市、東京大学、千葉大学、三井不動産が中心となり、柏の葉キャンパスシティのまちづくり計画が進められています。ここで、三井ホームは、環境都市創造の実現に向け、関係業界のリーダー企業などとともに「柏の葉スマートシティ」を推進しています。

具体的には、地域全体のエネルギーの見える化を可能とする「AEMS(エリア・エネルギー・マネジメント・システム)」などを導入して、この地域のエネルギー運

スマートシティ」で先駆的に解決し、国内のみならず全世界の都市へ「世界の未来像」を提案していけるものだと思います。

柏の葉のまち全体を、まちの人々にとって暮らしやすいものとするだけでなく、自然との調和を目指す日本文化や日本の先端技術の永続的なショーケースとして、世界中の方々に見ていただく。今回、こうした構想を進めることが可能となっているのも、公民学、企業と住民の相互の信頼に基づく連携がうまくいっているからだと考えています。

国内外の各地を巡っておりますと、歴史的な景観でも近代的な都市でも、それぞれの建物が集まって全体として美しい景観を保ち、歩いているだけでも落ち着く、ある

いは知的な刺激を受けることがあります。こうした街並みを住民、行政、企業などの関係者が連携を取ってつくり、守り育てていくことも、観光振興、そして観光以外の日本の産業の振興の大きな課題ではないでしょうか。

●日本の観光振興政策のあり方と民間の取り組み

生江 それでは、最後に、これまでの皆様のご意見を踏まえ、今後の日本の観光振興政策のあり方と民間の取り組みについてお話ししたいと思います。

まず、末澤社長より、政策面で、海外とのイコールフットリングに向けた環境整備や日本の強みを磨くための施策について、また激化する競争のなかで生き残るために



観光は、「量」の時代から、「個」あるいは「質」の時代に転換しつつある。成長著しいアジアをはじめ、多様化する観光客一人ひとりのニーズに応えられるサービスの提供が必要である。企業としては、性別・年齢・国籍・学歴など、多様な人材を登用し、ダイバーシティ化を進めていくことが必要である。国レベルの取り組みとしては、経済、文化、科学技術、医療など、あらゆる分野の力を高めることが、日本の観光競争力を高めることになるだろう。

(末澤和政氏)

自社で行っておられる経営革新の取り組みなどにつきまして、お話をいただけますか。

「面」の発想で、 国・地域レベルの連携を

末澤 「点」ではなく「面」で対応していくという発想が大切なのではないかと感じます。これまでの観光業では、一つの施設がお客様を一日中囲い込むという発想でやってきました。しかし、それでは地域全体の活性化にはつながりませんし、「個」に対応した多様なニーズに応えることができません。それぞれが地域内での自社の長を考へ、その地域を訪れたお客様のニーズに一つずつ応えていくというかたちに事業のあり方を変えていく取り組みを進めているところですよ。黒川温泉など、そうしたか

材の育成に、政府が取り組むべき課題や味の素の取り組みにつきまして、山口副議長からお願いいたします。

三つのキーワード「連携」「国民運動化」「人材育成」

山口 私は、観光産業を振興するためのキーワードとして、次の三つを考えています。

一つ目は、「連携」です。観光産業関係者だけでなく、地域のさまざまなプレーヤーが連携していくことが大切です。以前、わが家で、米国からのホームステイの学生を受け入れることがありました。その学生は、日本のNPOを通して来日し、私立大学で勉強をしながら、行政の働きかけを受けて、地元の小中学校で英語のアシスタント・ティーチャーをしていました。つまり、一般家庭、大学、教育委員会などが統一されたプログラムのもとで連携して、一人の外国人を受け入れるわけです。こうした連携が海外と日本をつなぐ人材の育成に貢献すると思います。

二つ目は、「国民運動化」です。先日、

たちで成功している地域も出てきています。お客様の多様なニーズに応えるには、従業員自身が多様な価値観を持ち、互いを尊重することも大切です。当社では、性別・年齢・国籍・学歴など、多様な人材を登用し、それぞれが力を発揮できるように、ダイバーシティ化を進めています。

民間企業としてできることは民間企業で行いますが、一方で、国として取り組んでいただきたい分野もあります。日本の魅力や外国に伝えるには、その国の人が、その国の言葉で伝えてくれる仕組みをつくること、最も効果があるのではないのでしょうか。私どものホテルでも、広告を出すよりも、お客様同士の口コミでいらっしゃる方が多いことを実感しています。

そこで例えば、フランスは、日本の一〇私は、英国の湖水地方を旅行しました。そこには歩いて観光するためのルート、フットパス(Foot Path)があるのですが、放牧地のなかを歩けるようになっていました。これは、民間の協力がなければできないことです。また、道に迷うと、まちの人が皆、親切に道を教えてくれました。日本でも、国民皆が、外国人観光客を受け入れる態勢にしていかなければならないと感じました。

三つ目は、「人材育成」です。経団連でも立教大学観光学部と連携して「経団連インターンシップ」というプログラムを行っています。JR東日本、JTBといった観光に直接かわる企業ばかりでなく、私どものような食品会社も、多面的な育成への支援という観点とあわせ、食文化について学んでもらうために、学生をインターンとして受け入れています。

生江 最後に、これまでのお話を踏まえて、今後政府などが取り組むべき課題や経団連としての取り組みについて、大塚副会長のお考えをお伺いしたいと思います。

倍の外国人が観光で訪れますが、農事功労章という勲章を外国人に与えています。これは、ワインやチーズなど、フランスの農産物・食品を広めることに貢献した人をフランスの国として顕彰するものです。それがインセンティブとなって、海外に人脈が広がり、観光誘致へとつながっております。農産物、加工品、酒類等の担当省庁が異なるわが国でも、こうした発想が重要ではないのでしょうか。

また、いろいろな国から、いろいろな分野の留学生を日本に集めることも、政策としてぜひ進めてほしいところです。留学生が、親日家・知日家となって自国に帰り、日本の良さ・魅力を口コミで広げてくれるのではないかと思います。

生江 では、日本文化の海外への浸透や人

観光立国に向けて、 政治のリーダーシップを

大塚 国をあげて観光振興やブランド力強化を図るためには、政治のリーダーシップが不可欠です。国家戦略の一環という位置付けである以上、総理はじめ政府の首脳・幹部は、積極的にトップセールスに取り組み、在外公館等のさまざまなネットワークも活用しながら、積極的にわが国の魅力を海外にPRし、MICEやイベントの誘致に取り組んでいただきたいと思えます。四月のWTTCグローバルサミットにおいても、総理の来場がアナウンスされたときには会場の雰囲気引き締まり、実際に総理があいさつをされたときには皆立ち上がって拍手でお迎えしました。一国のトップが動くということは、国の観光振興の取り組みに大きな影響を与えるのです。

私は、観光に限らず、これからの世界は「競争」と「協調」が大切であると考えています。末澤社長、山口副議長のお話のなかにも、「面」の発想、あるいは「連携」という言葉がありました。互いに競い合う



ことは必要ですが、一方で、手を携えてウイン・ウインの関係を築いていくこともまた、重要ではないでしょうか。

例えば、日本の観光地のなかで、一地域であらゆる機能を備えているのは東京と京都ぐらいしかありません。他は、良い観光資源があっても、それらが点在しているため、地域としての魅力を活かしきれいていません。広域で連携していく工夫が必要です。また、民間と政府・地方自治体が連携し、リピーターを増やすための顧客満足度の向上、消費者のニーズに合わせた観光ルート、コンテンツの開発・提供に努めていく必要があります。さらに、観光は地域が主体ですから、各地域がそれぞれ努力をされています。今後は、地域の動きを中央でどうサポートし連携していくのかということも、重要な課題だと思います。

日本の未来を明るくものにするためには、経済の面だけではなく、民

間外交、平和の側面からも、観光産業を国家戦略に位置付けることが重要であると考えます。WTTCのマイケル・フレンツェル会長がグローバルサミットで述べたなかで、非常に印象に残った言葉があります。「インターネットが発達するなかで、実際にそこに行き、見て、触れて、感動するという観光の価値は、むしろ高まっている。Face to Faceの魅力は減らない」ということです。本当の意味での交流は、やはりFace to Faceの付き合いのなかで生まれるものなのです。これがまさに、観光の醍醐味、本質だと思います。

いずれにせよ、観光立国の実現には、国をあげて取り組むことが不可欠であり、経団連としても、今後、観光関連産業の経営革新やその支援策についても検討を深め、優良事例の横展開などに取り組むほか、必要に応じ政策提言を行っていきたいと考えています。

生江 本日は貴重なご意見をありがとうございました。

（二〇二二年五月二十三日 経団連会館にて）