



申珥秀駐日韓国大使に聞く

国をあげて観光振興に取り組む韓国

日韓観光交流の強化に向けて

「韓流ブーム」をきっかけに、韓国を訪れる日本人観光客は増大した。韓国は、ソフトパワーを活用し、海外からの観光客をさらに増やしている。日本が観光振興に取り組むうえで、文化的にもさまざまな共通点を持つ隣国から学ぶことは多い。日本文化に精通し、日本語も堪能な申珥秀駐日韓国大使に、韓国の観光振興への取り組み、日韓観光交流の強化に向けた方策について伺った。

副会長／観光委員長
東日本旅客鉄道相談役
大塚陸毅
おおつか むつたけ



からの観光客のなかでは最大のお客様です。

また、日本が現在、官民をあげて観光立国に向けた取り組みをしていこうとしている一方で、韓国は日本に先駆けて、国をあげた観光プロモーションの推進や、多言語で二四時間対応可能な観光客向けのコールセンターの設置など、積極的な観光振興策の取り組みを進めています。

国の観光交流の意義などについて、お話を伺えばと思っています。

申 私は、観光には大きく三つの側面があると考えています。

一つ目は、産業という側面です。観光産業は、付加価値が高く、雇用の面でも効果が高い分野だと考えています。それ故、韓国では新しい成長分野の一つとして重視し、対策を講じてきました。

二つ目は、両国関係のインフラという側面です。韓日関係において、観光を通じた人的交流は、交流の裾野を広げるうえで大変役立ちました。

三つ目は、国際的なイメージを高めるといふ側面です。二十一世紀はハードパワーと共

観光の三つの役割

大塚 韓国は、日本にとって政治・経済的に極めて重要な隣国であり、観光の面でも海外

にソフトパワーも重要になってきます。国のブランド力を高める意味でも、観光は大切な役割を担っていると考えています。

二十一世紀はアジアの時代です。今日の世界の経済を牽引しており、世界の関心を集める地域です。韓国と日本は、共に観光を振興していく余地が十分にあると思います。

東日本震災以降の日韓観光交流の概況

大塚 観光の三つの側面については、私もまったく同感です。

二〇一二年に日本を訪れた外国人旅行者八三万人中、韓国からの方は二〇四万人と、韓国は日本の国際観光のなかで最大のお客様となっています。また、昨年韓国を訪問した日本人旅行者は三五二万人と、韓国は、日本

人にとって身近な海外旅行先としてすっかり定着し、人気を高めています。

一方で、二〇一一年三月十一日の東日本大震災以降、放射能への懸念もあってか、韓国からの観光客は大きく落ち込みました。直近では、LCC (Low Cost Carrier) 参入や円高・ウォン安の緩和、両国の協力もあって急速に回復していますが、まだ二〇一〇年比ではマイナスですし、他の国と比べると、観光客数の回復は遅れています。

そこで、大使が、最近の日韓観光交流の現状をどう見ていらっしゃるか、お伺いしたいと思います。特に、訪日韓国旅行者の数の落ち込みをどのように分析し、どうすればもっと多くの方に日本へ来てもらえるようになるか、日韓双方の観光交流を拡大していくために両国が取り組むべき課題とは何か、といったことについて、ご意見をいただけますか。

申 おっしゃるとおり、三・一一の影響もあって、二〇一一年は訪日韓国人が激減しましたが、二〇一二年はある程度回復し、二〇一三年は、もっと増えると考えています。減少した主な原因は、やはり原発事故の影響であると思います。しかし、一般の韓国人は福島が日本のどこにあるのかすら知りませ

ん。原発事故のために日本全体が安全ではないというイメージを持ってしまっています。それを払拭する努力を地道に行っていくかなければならないでしょう。

円高の問題もあります。しかし、二〇一二年の十一月以降は円安が進んでいます。このおかげで、韓国から日本に来る観光客は戻りつつあると思います。二〇一二年は韓日双方で五五六万人で、二〇一〇年の五四六万人から少し増えています。二〇一一年は例外的に少なかったと見るべきです。

いずれにせよ、両国の観光客数のベースを引き上げていかなければなりません。もちろん政府レベルでも観光振興策を進めるべきですが、両国とも民間主導で、観光業界などが積極的に取り組むべきです。そのバックアップに政府が力を入れるというかたちが望ましいと思います。

また、地方自治体レベルの努力も必要でしょう。例えば、修学旅行の誘致などは、観光客数のベースを引き上げるのに有効です。今、韓日両国には、一八九の友好都市・姉妹都市がありますので、これを活かすこともできるでしょう。両国の人的交流と観光振興で、一石二鳥の効果がありません。加えて、青少年交流は両国の未来の資産になるので、さまざまな青少年交流を政府レベルでも支援をすべきだと思っています。



韓国は、民と官のパートナーシップで観光振興に取り組んでおり、すぐに両国の観光客数は一〇〇〇万人を突破するでしょう。両国の地理的、文化的な近さを考えれば、一日も早く達成すべきです。お互いに努力していきましょう。

大塚 お話を伺い、両国間の協力を積み重ねていくことが、双方向での継続的な交流拡大につながるかと強く感じました。

原発事故については、正確な情報発信を心がけていますが、まだ周知が不十分かもしれません。経団連も、各国にいる駐外国日本人大使に正しい情報を発信していただくようお願いしていますが、簡単なことではありません。海外の方々も、日本のすべてが放射能に汚染されているというような間違った認識を持たれていることは、大変残念です。引き続き努力していかねばなりません。

経団連としても、日韓両国の観光協力の機運を一層盛り上げていきたいと考えています。二〇〇六～〇九年にかけては、毎年一回計四回、韓国の全国経済人連合会(全経連)と日韓観光協力会議を開催し、観光分野での相互交流・協力の方策について検討してきました。また、今年の夏は福岡で地元経済界と共に、日韓観光交流の拡大をテーマとする国際観光シンポジウムを開催したいと考え、現在、全経連と協議しているところです。実現の暁に

は、全経連を通じて韓国政府にもご協力をお願いしたいと思っておりますので、よろしくお願ひします。

韓国における観光振興

大塚 日本がこれから国際観光振興に向けた取り組みを進めるなかで、韓国の先進的な取り組みは大変参考になります。

そこで、韓国における観光振興に向けた取り組み、特に、産業政策のなかでの観光の位置付け、推進体制とあわせて、韓国の魅力の発信・観光資源の活用については、どのようにお考えか、また、韓国の映画やテレビドラマなどをきっかけに日本や東南アジアで「韓流ブーム」が起こっています。韓国観光への効果をどのように分析しておられるか、教えてくださいいただけますか。

申 観光産業は、二〇一一年の統計によると、世界のGDPの九%、雇用の八・四%を占めており、二〇一四年にはGDPの一〇%を超えるといわれています。韓国では、さまざまな振興策を実施してきましたが、まだGDPの五・三%を占めるにすぎず、これから力を入れていかねばならない分野です。そこで、二〇〇八年を「観光産業先進化元年」と位置付け、二〇一〇～一二年の間を「韓国訪問年」として、観光振興策を講じてきました。M I C E (Meeting, Incentive Travel, Con-



ソウルの鐘路5街に位置する広蔵市場。1905年にできた韓国最初の常設市場

提供：韓国観光公社

vention, Event/Exhibition)の誘致にも力を入れていきます。

韓国政府は、先進化にあたり四つの課題を設定しました。具体的には、(1)民間主導の効率的なパートナーシップ体制を築き上げること、(2)さまざまな行政規制や税制などを製造業の基準まで緩和すること、(3)観光産業を高い収益構造にすること、(4)観光マーケティングの先進化、です。昨年、訪韓外国人観光客は一〇〇〇万人を超えました。民間の努力に加え、政府が支援策を講じたことが、功を奏したと思っています。

韓国から見た日本の魅力と観光振興に向けたアドバイス

大塚 戦後、日本は加工貿易中心の産業政策をとったからでしょうか、いまだに旅行や観光を「物見遊山」「暇な人がするもの」ととらえる風潮が残っていて、国内の優れた観光資源を韓国ほど活かしてきていないことに、もどかしさを感じています。また、日本人自身が、日本の歴史・文化・自然・食・産業の本来的魅力を十分に認識していない気がします。そこで、日本をよく知る申大使から、韓国から見た日本の魅力と観光振興に向けた日本へのアドバイスをお願いしたいと思います。特に、日本への赴任や各地への訪問を通じて、日本のどういったところに魅力を感じられているか、また、どうすればもっと韓国の方に魅力的に感じてもらおう、楽しんでいただくことが可能か、お伺いしたいと思います。

申 日本にはいろいろな魅力がありますが、何よりも長い歴史のなかで洗練された文化は貴重です。また温泉は、他の国では見られない大事な観光資源でしょう。地理的に南北に長く気候もさまざま、北海道から沖縄まで、地方ごとに観光資源があります。さらに、観光客にとって何よりも大切な「安全」という資産があることは、日本観光の素晴らしい魅力です。



ロッテワールド内にある韓国を代表するスターと連携したエンターテインメントコンテンツのあるスターアベニュー。韓国文化コンテンツをより身近に感じて体験できる

提供：韓国観光公社

韓流ブームは、さまざまな面で観光振興に役立ったと分析しています。韓国という国の認知度が高まり、韓国を訪れるインセンティブにもなっています。日本からの観光客の多くが韓流ブームを訪問のきっかけとしており、東南アジアも似たような現象があります。最近では、韓国人歌手P.S.Yの「江南スタイル」が欧米で人気になりましたが、中南米回りでもK-POPが流行しはじめています。それらが韓国への関心につながり、観光に結びつくと期待しています。

昨年五月、韓国の文化観光部が、韓流が観光にどのような影響をもたらしたか、外国人三六〇〇人を対象に調査を行いました。その結果、韓流ブームのために韓国に行きたい人が五八%、韓国のイメージを好ましく思うようになった人が五八%、食べ物に関心を持った人が五三%いることがわかりました。これは、韓流は観光にプラスの効果があったことを示しています。文化と観光は、お互いに影響を及ぼしながら、ウィン・ウィンの関係で発展します。ですから、日本の優れた文化を観光に結びつけていくことも、日本の課題ではないでしょうか。

大塚 日本経済全体における観光産業の位置付けは、韓国と同じく、現段階では高くありません。

また、規制緩和については、外国人観光客へのビザ発給の問題があります。例えば、大型クルーズで日本に寄港した場合、ビザの発給に何時間もかかるため、上陸しないで船内で過ごすという人も多いようです。政府には、よりスムーズなビザの発給をお願いしているところです。

私も、大使と同じく、文化は観光と親和性が高いと考えています。食や歴史など、ドラマや映画できっかけをつくり、好奇心を持ってもらうことが、観光に大きな効果があるのは、韓流の例を見れば明らかです。



ソウルを代表する繁華街、明洞

提供：韓国観光公社

一方で、山がちで細長い国であるが故に、各地を周遊するには交通費が高いというデメリットもあります。高い交通費は、日本人が観光する場合でも、負担になっているのではないのでしょうか。手軽に旅行できるようなするにはどうするか、工夫が必要だと思います。例えば、日本人がもっと国内旅行をすれば、市場原理が働き価格も下がるはずですが。そうすれば、外国人も観光がしやすくなります。また、今はSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)の時代です。これを利用して広報宣伝することが、韓国でも課題となっ

未来志向的で成熟したパートナーシップ構築に向けた日韓観光交流の意義

大塚 私どもとしては、申大使のご意見を積極的に活用して、今後、日本の国際観光振興に取り組みとともに、韓国の人々に日本により親しみを感じてもらおうことで、両国の関係強化につなげていきたいと考えています。外交においては、政府間の連携・協力も重要ですし、観光による国民の草の根レベルの交流が、両国の信頼関係の構築に果たす役割も大



ています。K-POPが世界に広がっているのも、テレビなど既存のメディアではなく、YouTubeなどの動画サイトによるところが大きいのです。SNSは個人が情報の発信者になり得ます。手軽な情報発信の手段として活用すべきでしょう。

さらに、中国も巻き込んで、欧米からの観光客に対して、東アジアを一度に見て回れるようなパッケージを韓国で考えることも一案です。遠くから来たのに、一国だけの訪問で帰るのはもったいないので、便利に三カ国を見て回るというメリットを提供できればいいと思います。

同時に、韓国はお互い一番近いお客様です。二国間観光交流を増やしていくことにもっと力を入れるべきです。中国も含めて、スポーツ大会などのイベントを開催することも大切です。また、ドラマや映画のロケや共同制作を通じて、両国民の関心を高める方法もあります。最近、韓国で『優しい男』というドラマが視聴率第一位になりましたが、これは青森で撮影されました。『アイリス』では、秋田と北海道が協力して、韓国人観光客を呼ぶためのキャンペーンを組んでいます。この逆のケースも可能だと思います。

大塚 貴重なアドバイスをありがとうございます。交通費等については、確かに、利用客が増

きいですが、申大使はどのようにお考えですか。申 草の根レベルの交流は、両国民の相互理解、相互信頼のために大きな意味があります。二〇一五年は韓国日国交樹立五〇周年に当たりますが、一九六五年当時、両国間の往來は年間一万人程度でした。ところが、今は一日に一万五〇〇〇人が往來しており、毎週五〇〇便以上の飛行機が飛んでいます。もちろん、過去の歴史のために緊張する時期もありますが、それを解きほぐしながら、人的交流は着実に発展してきました。今日の韓日両国の潜在力から見れば、十分とはいえませんが、それは、これからの課題です。

韓日両国は隣同士であり、地理的に近ければ、もめことも多くなります。これは、世界中どこでも同じです。韓日関係では、政府同士が政治でもめていても民間交流にあまり影響が出ないように、国民が冷静になる努力をしてほしいと思います。昨年八月以降、日本から韓国への団体旅行が落ち込みました。日本の旅行会社からは、日本人観光客に対する嫌がらせがあるという話を聞きました。環境が悪いから行けないというのは、お互いにとって損です。これに関しては、特にメディアの役割は大きいと思います。韓日両国のメディアは、いたずらに国民感情を刺激するような報道などを控えるべきです。

えれば、いろいろなやり方が出てくると思います。私どもも、より多くの人に利用されるような商品をいつも考えていかなければなりません。例えば以前、連泊すれば宿泊費が安くなる長期滞在型の商品を企画したことがありますが、こちらは当時思ったほどの成果は出ていませんが、方向性としては正しいと思っています。

SNSなど、新しいメディアを活用することが重要だということも、同感です。一方で、若い人がインターネットなどでバーチャルな経験をすることで満足してしまい、実際に旅行に出かけないという現象も見られ、一つの課題だと思っています。

また、日中韓を一度に周遊できる仕組みづくりにも、賛成です。これは、ヨーロッパが良いお手本になると思います。二〇一二年、WTTC(世界旅行ツーリズム協議会)のサミットが、日本で開催されました。東京だけでなく、被災地の現状を見てもらおうと、仙台にも会場を設けました。そうした世界規模の会議やイベントを、韓国や中国とも共催することも一案です。世界の人たちに、日中韓を一つの魅力的な観光地域だと思ってもらえるような努力をしていきたいですね。

申 二〇〇二年の日韓ワールドカップは、大変盛り上がりました。あのような経験を活かすことができればいいですね。

先ほども申しあげましたが、青少年の交流は大切です。一九六三年、フランスとドイツがエリゼ協定(仏独協定)を締結する際、さまざまなレベルでの人的交流を盛り込みました。そのなかで、最も効果があったのが、青少年交流でした。感受性の強い若い時期に、相手の国に行つて、旅行や勉強ができるよう、韓国でも取り組みを始める時期です。すでにさまざまな交流は行われていますが、規模を大きくするとともに質を高め、制度化していくべきです。

大塚 おっしゃるとおりだと思います。二〇一二年、世界の海外旅行者数は一〇億人を超えました。これは、アジアの経済発展が大きく影響しています。国民一人当たりのGDPが伸びると、比例して海外へ旅行する人も多くなるというデータがあります。北東アジアの国々が協力して、ゾーンで観光してもらえよう連携していくことを模索していきたいと思っています。私ども経団連も努力していく所存です。

申 申大使には、今後とも日韓関係の強化、日韓観光交流のさらなる拡大に向けてご活躍とご支援をお願いいたします。本日はありがとうございました。

申 ありがとうございます。こちらこそ、よろしく願います。

(二〇一三年二月十八日 韓国大使館にて)