

活動報告

観光文化情報センター

「内覧会および たびとしよCafe」を開催



当財団は、これまで別々の場所で運営を行っていた研究部門と「旅の図書館」を一体化し、昨年8月22日に南青山に移転しました。

10月3日の「旅の図書館」の一般公開に先立ち、平素よりお世話になっている方々に館内をご覧いただく特別企画として「内覧会およびたびとしよCafe」を開催しました。

本企画は、日本交通公社ビル「旅の図書館」の内覧会と、2014年（平成26年）より「旅の図書館」で開催してきた「たびとしよCafe」を組み合わせたものです。各回とも想定を大きく上回るお申し込みをいただき、計161人の方にご参加いただきました。

本稿では、各回のご講演内容を簡単にご紹介します。

第1回特別企画「インバウンド受け入れのこれから」

ゲストスピーカー：澤 功氏
（旅館澤の屋 館主）

○外国人宿泊客受け入れのきっかけ
澤の屋は1949年（昭和24年）に8部屋の旅館としてスタートしました。当時は、仕事関係の方や修学旅行生の宿として繁盛していましたが、駅の近くにビジネスホテルができていきました。そんな時に、新宿に

あった矢島旅館の矢島さんから外国人客の受け入れを勧められました。実際に見学に行ってみると、自分たちと同じくらいの施設に外国人客があふれていることに大変驚きました。しかも簡単な英語で対応している。これならできるかもしれないということで、1982年（昭和57年）に

受け入れを開始しました。以来、90カ国、延べ17万7000人のお客様にご利用いただいています。
現在、澤の屋の宿泊客の87%が外国人客で、そのうち90%がFIT（個人旅行）です。国籍としてはアメリカ、ヨーロッパ、オセアニアが90%で、平均宿泊日数は4.3泊です。外国人客の受け入れを始める前は、3日間で宿泊客が0人ということもありましたが、今は年間の部屋稼働率は95%です。宿泊客数が増えた一つの

【第1回特別企画】

日時：2016年9月15日（木）
16:00～18:30

テーマ：「インバウンド受け入れの
これから」

ゲストスピーカー：

澤 功氏〔(公財)日本交通公社
専門委員/旅館澤の屋 館主〕

参加者：61人

【第2回特別企画】

日時：2016年9月23日（金）
16:00～18:00

テーマ：「農山村再生
—地方創生を超えて—」

ゲストスピーカー：

小田切 徳美氏〔(公財)日本交通
公社 専門委員/明治大学農学部
教授〕

参加者：32人

【第3回特別企画】

日時：2016年9月30日（金）
16:00～18:00

テーマ：「ツーリズム半世紀
—その成果と課題—」

ゲストスピーカー：

船山 龍二氏〔(公財)日本交通公
社 評議員/元(株)ジェイティー
ビー 会長〕

参加者：68人

理由としては、矢島さんが外国人客の受け入れを行っている家族旅館に声をかけて作った「ジャパニーズ・イン・グループ」のパンフレットに載せてもらったことと、「ロンリーパレット」をはじめとする海外のパンフレットに掲載されたことです。

澤の屋では宿泊客にアンケートを実施してその結果をホームページでも紹介しています。「澤の屋を何で見つけたか」という質問では、1位がトリップアドバイザーで、2位が海外のガイドブックでした。その次に澤の屋のウェブサイトを、口コミ、SNSと続きますが、アメリカのお得意さんに「これからは静止画ではなく動画だ」と言われたため、澤の屋の宣伝を動画でも載せています。もちろん、宿でWi-Fiが使えることは最低条件です。

○問題は言葉ではなく、歓迎する

気持ちがあるかどうか

外国人客の受け入れで一番心配していたのは言葉でした。最初は使いたった文章を英語にして一生懸命覚えましたが、全く通じませんでした。

そこで、知っている単語をどんどん言うようにしたところ、会話が成り立つようになりました。複雑なやりとりが必要な時や英語以外の言語の時は、紙とペンを渡して文字や絵をかいてもらい、コミュニケーションが取れるようになってきました。

フランス人の方が泊まりに来た時もジェスチャーと笑顔で何とかやりとりしましたが、とても良い旅館だと言ってくれました。その頃別のお客様に言われたのは、「言葉ができないのは構わないが、その宿が自分たちを歓迎しているかどうかは入った瞬間に分かる」ということです。嫌がっている場合や差別している場合は、目をそらしたり、体が逃げたり、内緒話をする。お客様は、そういった態度や雰囲気を感じに感じ取るようです。

○サービスではなくホスピタリティ

たくさんの方を受け入れていくとさまざまな生活習慣の違いからいろいろなことが起こります。しかし、彼らは悪気があるわけではなく、自分の国でやっていることをやって

いるだけということが分かってからは気が楽になりました。使い方に置いて張り紙をしたり、直接伝えたりしながら、何かが起こるたびに家族で対応を考えて何とかやっています。

私は婿養子として澤の屋に入りましたが、最初は「お客様と私たちは対等ではない」ということを厳しく言われました。お客様に何かをしなげなければ宿は潰れてしまうという意識がありました。お客様がそれを求めていないことが分かってからは、「ご自由にどうぞ、困ったことがあったら一緒にやります」というスタンスに変わりました。

ある時、立教大学の大学院生がうちに送られてきたお礼状を分析してくれました。すると、「Thank you for hospitality, kindness, friendly, helpful」という言葉が多かったそうです。分析によると、澤の屋での滞在が日本を理解する糸口となったこと、日本に対してよいイメージを抱く手助けをしてくれたことに対して感謝していただいたようです。澤の屋にはマニュアルがありません。頼まれたこ

とを一生懸命やっているということがホスピタリティとしてお客様に受け入れられたのだと思いました。

○旅の記憶に残るもの

日本のお客様の場合は食事も含めて全て旅館の中で完結していたので、街とつながりがなくても旅館は成り立っていました。しかし、外国のお客様を受け入れるようになり、宿で夕食を出さなくなつてからは、宿の近くの飲食店情報が必要になります。そこで、周辺の5軒くらいの飲食店に写真入りのメニューを作っていただけのようにお願いし、その飲食店の情報を掲載したエリアマップを作ってお客様に配りました。お客様がそのお店に行ったり、お店とやりとりすることで澤の屋と街とのつながりができてきました。お客様も自然に街の中に入っていくことができて、地元の人と交流が生まれ、日本の生活を体験できることを喜んでくださっているようです。外国の方たちは「外国人観光客を増やすために何か新しいものを作ろうなんて思わないでね。今あるものをなくさないでね」

と言います。観光客が見たい日本と、日本人が見せたがるものにはギャップがあることが分かりました。豪華な部屋やおいしい旅館の料理のことはすぐ忘れていきますが、旅の思い出として最後まで残るのはその国の人との触れ合いだと思います。

○今後に向けた提案

私は観光カリスマやVISIT JAPAN大使などを拜命しており、観光庁の方とお話する機会も多いのですが、必要なのは要望ではなく提

案だと言われます。そこで以前から

私が提案しているのは情報発信の重要性です。外国人の目から見た日本の観光資源の魅力を動画で作成してもらい、その入賞作品を日本の公式動画として世界に発信するということです。それから、日本全国の交通機関が利用できる「オールジャパン・パス」を作ることも提案しています。複数の私鉄に参画してもらうことは課題も多いと思いますが、ヨーロッパのように国が絡めば実現できるのではないかと思います。それから、

ノーショー対策のために、予約は全てカード番号で受けるので、カード会社とギランティ・リザベシヨンの契約をしています。カード社会のルールを日本にも取り入れる必要があると思っています。

小さな日本旅館にも世界中のお客様が訪れる時代が変わってきました。小さな日本旅館も外国のお客様をもつと受けましょうということを言い続けようと思っています。



澤功（さわ いさお）氏

新潟県生まれ。東京相互銀行入行後、結婚に伴い澤の屋の経営者となる。1982年に外国人宿泊客の受け入れを開始。1993年「ジャパニーズ・イン・グループ」会長、1997年（社）日本観光旅館連盟常務理事などを歴任。2003年に観光カリスマに認定され、その後も2007年地域活性化伝道師、2009年YOKOSO-JAPAN大使（現VISIT JAPAN大使）などに任命され、現在も全国で講演を行っている。『澤の屋は外国人宿』(TOTO出版、1992年)、『よこそ旅館奮闘記』(日本観光旅館連盟、2006年)など著書多数。

第2回特別企画「農山村再生

○過疎化の原因は「誇りの空洞化」

『地方消滅』（増田寛也、中公新書、2014年）という本と議論が盛り上がった時、いわばその反論として書いたのが『農山村は消滅しない』（岩波新書、2014年）です。実際、国土交通省が全国の条件不利地域における集落のアンケート調査を実施

「地方創生を超えて」

ゲストスピーカー・小田切 徳美氏
(明治大学農学部 教授)

しましたが、結果は10年以内に消滅すると予想されている集落はわずか0.8%で、いずれ消滅する可能性がある集落は4.0%でした。その数字は5年前の調査結果とほとんど変わっており、日本の農山村集落は依然として強靱であることを示しています。

過疎という言葉は1964年（昭和39年）前後に島根県で作られたと言われていますが、民俗学者の湯川洋司氏は、「過疎化とは」その根をさらに洗い出せば、山の人々が都市生活とは決定的に異なるはずの自らの暮らしの質に対する理解や認識を欠き、結果的に自信を失ったところに原因があったのではないかと断言しています。人、土地、ムラの3つの空洞化が農山村に押し寄せていると言われましたが、その奥深くには

「誇りの空洞化」があるということですが、これを放置すると、確実に地方消滅に向かいます。一方で、農山村で人口密度が低いのは農林業という土地利用型の産業が主であったからです。「もともと人間が少ない地域であり、それがさらに少なくなったから消滅するわけではなく、少なくなった状況に応じて仕組みを変えていくべきだ」と早稲田大学の宮口先生は指摘されています。

○地域再生に重要な「交流循環」

地域で行われている取り組みを整理すると図のようになります。

第一は、薄れてきた「暮らしのものさしづくり（主体づくり）」です。地域資源を発掘し、歴史的文脈の中に位置づける地元学という動きがあります。しかし、一人がそのものさしを持つても地域再生には結びつかないため、「暮らしの仕組みづくり（場づくり）」が重要になります。もともと、人口密度が小さい状況の中で、農山村には集落というコミュニティがあり、ボランティアネットワークをすることで地域を守ってきました。そこで最近では集落単位ではなく小学校区による地域運営組織（RMO: Region Management Organization）を新たに確立するため、その仕組みや支援方法などについて地方創生本部で力を入れて検討しています。第二は「カネとその循環づくり（条件づくり）」です。この3つの組み合わせが地域づくりであると言えますが、観光や交流は非常に大きな力になっています。例えば、都市農村交流を通じて外部から来るゲストが地域資

源を発見することがありますが、これを「交流の鏡効果」と名付けています。

私がお手伝いしている広島県三次市は霧を地域資源として活用していますが、地元にとっては不利益と捉えていた霧を価値のあるものとして発見したのはまさにゲストでした。その他にも都会から泊まりに来た子どもたちが農家に泊まり、そこで出てきた料理をおいしいと言ったことをきっかけに農家レストランを始めたと例もよく聞きます。このように、鏡効果が発揮できる交流こそが求められており、それがピーター率の高い交流を作り出します。このように交流が、「暮らしのものさしづくり」を支え、さらに「カネとその循環づくり」をサポートする「交流循環」が地域再生にとって重要であると認識しています。

○持続的循環型経済構造の構築

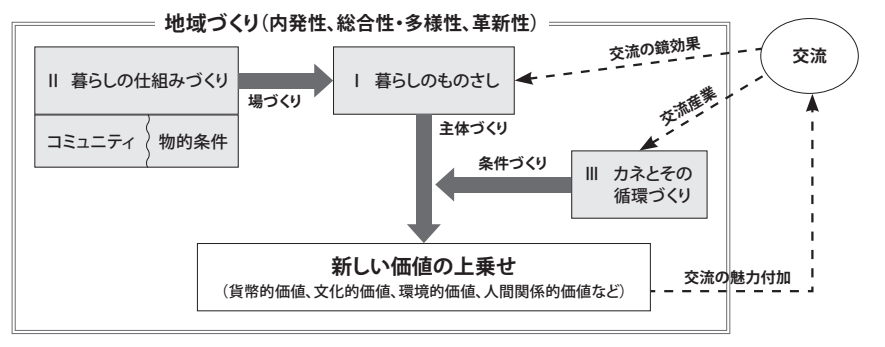
「カネとその循環づくり」を考えると、地域から学んで「4つの経済」と言っています。1つは「地域資源保全型経済」です。古くから

地域資源を保全しながら生活をしていくことをストーリーとして売り出すことで共感を得ることが出来ます。次に「6次産業型経済」ですが、従来の6次産業ではなく、需要創造型の独自産業の発想が必要になってくると思います。「交流産業型経済」

は先ほどの通りですが、山形県のある町の都市農村交流で人気があるのは縄の結び方とことです。作業に合わせたさまざまな縄の結び方はまさにそこに生きる人々の知恵であり、子どもにとってはワンダーランドになります。そして4つ目の「小さな経済」ですが、現在の自分の経済状況についての満足度をアンケートで聞いたところ、70%が「不満足」と答えます。しかし、その方々に満足するための追加所得を聞くと、月3万円という回答が最頻値となります。つまり、年間36万円、多めに見ても5万円・年間60万円とすると、この小さな経済を安定的かつ数多く地域に興していく「かがりん・ツーリズムや農家レストラン、直売所」になります。直売所の売り上げ目標は年間1人50万円前後としている

2. 見えてきた「再生」の方向 ■農山村再生（地域づくり・みかき）の枠組み

図 地域づくりのフレームワーク



小田切徳美氏講演資料より

ところが多い。そして、こうした「小さな経済」が集まると、それを支える主体が必要になり、そこには年間200万円〜300万円の中規模の経済が生まれる可能性が高まります。

地域運営組織について、事例をお話ししますと、広島県三次市には自治振興会という小学校区単位の組織が19あります。その中でも最も小さなものが青河自治振興会ですが、ここでは小学校が廃校の危機を迎えた時に一念発起し、1人100万円ずつ9人が出資して資本金900万円の有限会社をつくり、その後、農協や信用金庫から借り入れをして新築7棟、改築3棟の住宅を作りました。結果、2次移住を含めて61人が移住し、見事に小学校の廃校を阻止しています。

また、鳥根県雲南市の波多コミュニティ協議会では農村コンビニを作りました。国内ではこうした事例は珍しくありませんが、ここは食品流通の大手企業と提携して10万円でも採算ベースに乗り、かつアイテム数もコンビニの約8割を確保できるマイクロスーパーマーケットというビジネスモデルが作られている点が特徴です。

〇目覚ましい田園回帰の動き

ところで、私が地方消滅論に異議

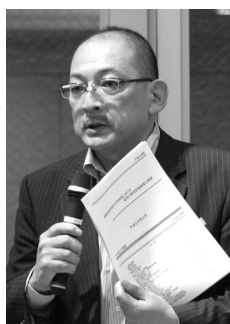
を申し立てたのは、この議論が田園回帰の動きを見逃していたからです。世論調査によると、都市に住む20代の男性の47・4%が将来、農山漁村に移住したいと答えています。また、女性の子育て世代の6割近くが子育てに適している地域として農山漁村を選択しています。例えば、鳥根県ではこの5年間で30代の女性が増えたのは96地域で、42%に当たります。また、鳥根県では移住者数が4倍になっています。さらには、私どもの研究室とNHKと毎日新聞が合同で実施した調査でも5年間で移住者の数は4倍に増えたという結果が出ました。地方消滅論は、こうした動きが起ころる前の2010年(平成22年)までのデータを対象としており、市町村単位で数字を見ていました。中心部ではいまだに大きな減少傾向があるため、市町村を小学校区に区分しなければ先ほどのようなことは見えてきません。しかし、このような動きは、移住者数が増加している岡山、鳥取、長野、鳥根、岐阜の上位5県で全体の48%を占めており、非常に地域間の格差があることが分か

ります。こうした田園回帰は若者や女性が主導していますが、彼らの職業としては農業や宿泊業、観光業という起業などの複数の小さな仕事を同時にこなす多業化が見られます。今は多様な考え方の若者が増えていくいろいろなことに挑戦しているので、これまでの「仕事がないから人は来ない」というハードルはかなり下がりはじめています。

〇地域の将来に向けて今できること

移住者が増えている集落を調べると地域づくり活動が行われていたことが分かります。人が人を呼び込み、かつ外から入ったよそ者が地域を面白くしている、それにまた魅力を感じる人が移住してくるという好循環が生まれています。困難に対して前向きな地域なのか、愚痴ばかり言っている地域なのか。この好循環を進めることができるかどうかは地域の将来がかかっています。過疎地域や農山村の現場レベルで今必要なことは、諦めから脱却し、地域の可能性を展望し、共有化することです。特に観光あるいは交流は先に述べ

た「鏡効果」によりそのような動きの契機になる可能性を持っています。皆様方とともに応援したいと思っています。



小田切徳美(おだぎり とくみ)氏

神奈川県生まれ。農学博士。専門は農政学・農村政策論。農村ガバナンス論。1988年東京大学大学院農学研究科博士課程単位取得退学。東京大学大学院農学生命科学研究科助教授などを経て、2006年現職。国土審議会委員(国土交通省)、食料・農業・農村政策審議会(農水省)、過疎問題懇談会委員(総務省)などの委員を歴任する他、「農山村は消滅しない」(岩波新書2014年)、「農山村再生―限界集落」問題を越えて(岩波ブックレット、2009年)など著書多数。

第3回特別企画「ツーリズム半世紀 ―その成果と課題―」

ゲストスピーカー：松山 龍二氏
(元)株 ジェイティービー 会長

○JTBBとJTBFの関係

JTBBは1912年(明治45年)に外客誘致・斡旋^{あつせん}を目的にジャパン・ツーリスト・ビューローとして創業。戦前は東亜旅行社、戦中は東亜交通公社と社名を変更しました。戦後は財団法人日本交通公社として旅行営業をスタートしました。1963年(昭和38年)、来るべき大旅行時代に



松山龍二(ふなやま りゅうじ)氏

1940年山形県生まれ。1962年東京教育大学理学部卒業後、財団法人日本交通公社入社。インバウンド業務、海外・国内旅行、イベント・コンベンションなど旅行部門の企画・プロモーション業務、さらには経営企画室で社のCI推進業務などを歴任。1996年代表取締役就任、2002年会長、取締役相談役を経て、2010年より相談役(社)日本ツーリズム産業団体連合会会長、国土交通省交通政策審議委員会などを歴任。現在は、観光立国推進有識者会議委員(二財) ロングステイ財団会長など。

向けて旅行営業部門は株式会社化し、調査研究部門は財団法人に分離しました。同時に財団は株式会社筆頭株主となりました。株式会社は1987年(昭和62年)の国鉄民営分割時に「国鉄券の市中販売機関」から「旅行を販売する会社」という経営理念に変え、对外呼称をジェイティービーにしました。社名は日本交通公社のままでしたが、新世紀に入り天王洲の本社ビル建設と同時にジェイティービーと社名を変えました。財団法人は丸の内の本社ビルにしばらく同居していましたが、2001年(平成13年)以降、日本橋や八重洲を経て、この南青山に「日本交通公社」という伝統の名前を引き継ぎつつ、終の棲家^{すまいか}を築きました。創業以来100年余り、特にこの半世紀、時代の潮流を的確に捉えて株式会社化の業容は拡大し、財団法人は企業価値を高めつつ、それぞれ自前のビルを建設できました、長い歴史

を刻んだ幾多の社員の汗と努力の結果とも言え、感無量です。

○旅行成長の要因

1962年(昭和37年)の入社時、私がいたインバウンドの部署の英語名が「Tours and Cruises Department」であった通り、海外から日本への旅行はクルーズが大半でした。1964年(昭和39年)に日本も海外旅行が自由化され、新幹線が開通し、東京オリンピックが開催されました。日本の近代ツーリズムはまさにオリンピックイヤーから始まったと言えます。

1970年(昭和45年)の大阪万博の翌年、インバウンドとアウトバウンドが逆転し、日本人の海外旅行が劇的に伸びました。国内旅行も飛躍しました。

半世紀を顧みると、旅行成長の要因としては6つ挙げられると思います。1つ目は経済効果で、GDPの伸びとともに可処分所得が増えて、旅行需要に回ってきたということですね。経済成長が鈍化している現在、個人資産が1700兆円の6割強を占める中高年にお金を使ってもら

ことが期待されています。2つ目はハード効果です。新幹線の開通そのものが旅行増になります。昨年開通した北陸新幹線のように爆発的な需要を盛り上げていきました。また、山陽新幹線の開通に伴って、沿線の萩・津和野が脚光を浴び、旅行商品化された例もあります。さらには高速道路開通や新航空路線、新空港開港・拡張、ホテルやテーマパーク、会議・展示施設など、供給が需要を創造してきました。最近では、クルーズを見越して港の整備が盛んになってきております。

3つ目は情報効果ですが、小説や映画、テレビなどに刺激されて旅行に出掛けていきました。そしてオリンピックをはじめ、万博などのイベントも人々の好奇心を刺激し、多くの人々を動かししました。1841年にトーマス・クック社がロンドン博覧会、パリ博覧会と、博覧会のためにツアーを催行してきたように、イベントと旅行会社というのは古くから非常に深い関わりがあります。これは今後もMICEという概念に広がり、有力な集客装置として期待

されており。

4つ目は政策・プロモーション活動組織です。1963年(昭和38年)には観光基本法が、2007年(平成19年)には観光立国推進基本法が制定されました。新法は理念にとどまらず、具体的に誰が何をやるかを決めた作用法です。そして翌年に観光庁ができました。こうした動きに対応する組織としてJATA(日本旅行業協会)や日本観光協会、JNTO(日本政府観光局)がありますが、2001年(平成13年)に純粋の民間組織TIJ(Tourism Industry Association of Japan)が創設されました。直ちに祝日三連休法案、いわゆるハッピーマンデーを提言し、実現しました。その後、諸施策実現のためには、観光庁とのカウンターパートを一本化したほうがいいという判断のもと、2011年(平成23年)に日本観光協会と合体して日本観光振興協会をつくり、今日に至っております。その間、経団連や日本商工会議所にも観光の部会が設置されるなどオールジャパンで取り組まれております。一方、民間業界では、国

鉄が1970年(昭和45年)に実施した「ディスカバー・ジャパン」は一世を風靡ふうびしました。今もJRの「デザインネーションキャンペーン」は、最も効果を上げているプロモーション活動です。旅行会社も1万社がどよめきながら熾烈な営業と多彩な企画商品で需要を喚起しました。5つ目はライフスタイルの変化です。衣食足りて旅に出る―「衣食住・旅」は我が社のスローガンでした。6つ目はおおむね平和であったことです。ツーリズムは平和でなければ成り立ちませんが、同時に交流が相互の理解を深め、信頼につながり戦争抑止効果があります。以上、これらの要因は数十年遅れてアジア各国に当てはまり、今日のインバウンド隆盛をもたらしています。

日本における旅行消費額の規模と構成要素を見ると、このところ長らく伸び悩んでいます。日本人の国内旅行が圧倒的なシェアを維持していました。一方、外国人旅行者の消費比率は数%にすぎませんでしたが、2015年(平成27年)一気に14%になりました。今後ますます期待さ

れますが、やはり全体のパイを広げるには、日本人の旅行消費をいかに上げるかが焦眉の急です。滞在数を増やす、回数を増やすなどの施策が待たれます。昨年、外国人の消費額(輸出)が日本人の海外旅行(輸入)を4年ぶりで再逆転したことはエポックメイキングな出来事で、新たな時代の到来です。

○新ツーリズムの到来

2016年(平成28年)に「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定されました。ここでは2020年(平成32年)までに訪日外国人旅行者数は4000万人、消費額8兆円、2030年に6000万人、消費額15兆円と画期的な目標設定をしました。全体に占める外国人の消費比率は27%、40%と現在のスペイン、イスのような観光先進国並みになります。まさに新しいツーリズムの時代が来たと思っております。次の50年は経済的、文化的なものも含めて日本のトータルランドスケープが変わっていくでしょう。

観光産業への期待も込めてGDP

を600兆円にしようという構想もあり、日本全体の経済活動と強くつながってきています。また、地方創生には観光が鍵になってきます。外国人旅行者にはぜひ地方に行ってもらいたいですし、そのためにも地方の観光資源を磨き上げ、ブランドイメージをどう創出するかが重要になります。実効を上げていくためにはDMO(Destination Management Organization)が必要です。各地に似たような組織はありますが、人材や財政基盤などを含め再構築が急務です。観光は誰のためにやるかという地域住民のためです。長野で実施したJRの「デザインネーションキャンペーン」では、地元企業や学校自身が観光客にどういったおもてなしができるかを考え、主体的に参画したことは画期的でした。

また、地方への乗り継ぎが大変なので、LCCには地方都市に直接飛んでほしいです。地方では2次交通の問題も大きいので、Uberのようなシステムの導入も必要だと思います。インバウンドは以前から課題の一つとなっている旅行の平準化に

対しても有効的であると期待しています。つまり、季節と訪問先の分散化につながります。

日本の観光の最大の売りであった景観が劣化している面もあります。効率化、画一化、ミニ東京化で個性豊かな街並みも減っています。休耕田が増え、日本の原風景の農村も危機に面しています。農業は、景観のみならず、経済面、環境面、国土保全、食、祭りなど文化面においても重要です。生産者がいなければ、企業が進出することも含めて検討し、水田

第26回旅行動向シンポジウムを開催

2016年(平成28年)11月1日(火)・2日(水)に第26回旅行動向シンポジウムを開催しました。2014年(平成26年)より『旅行年報』の内容を中心にご報告する形で開催してきましたが、本年は1日目を旅行市場編、2日目を観光地・観光政策編と2日に分け、当財団の独自調査に加え、自主研究の成果も

を保持しなければなりません。最後に、旅行は人生に豊かさをもたらすものであり、一年に一度は家族と旅行に出掛けることが望まれます。子どもが大人になった時にまた繰り返されるからです。また、海外へも出国率が13%というのはいかにも寂しいインバウンドを期待するならば、もっと日本人も海外に行くことが必要で、「Two Way Tourism」が重要です。

OJTBFおよびJTBの使命

時代は全てを決すると言われるます。

国際間の人々の交流は、現在11億8000万人で今後も増加の一途をたどります。政治、経済、文化、IT技術などの多様な時代の変化を的確に捉えて対応し、JTBの機能としては、政策提言と地域活性化への寄与、JTBはあくなき創造と挑戦を続け、生き抜いていかなければなりません。

通常の「たびとしょCafe」のように意見交換の時間を長く取ることは

おかけいたしました。

ご参加いただいた方々の職業は「公的機関・観光関連団体」(22.3%)、「行政」(15.8%)、「大学・研究機関」(10.1%)、「旅行業」(9.4%)、「報道・出版」(9.4%)、「その他」(23.0%)という内訳でした。

1日目の旅行市場編は、「日本人の旅行市場」「観光産業の動き」、訪日外国人の旅行市場として「2015年総括と2016年最新動向」「外国人の訪日旅行に対する意識」「台

できませんでしたが、参加者の皆様からは「ゲストスピーカーの経験と実践に基づくお話は大変勉強になった」「統編をぜひ通常のたびとしょCafeでやってほしい」といった感想をいただきました。これまでの歴史を踏まえて今後の観光や地域の理想の姿を見据え、そのために我々が今後取り組むべきことは何かを深く考えさせられる機会となりました。

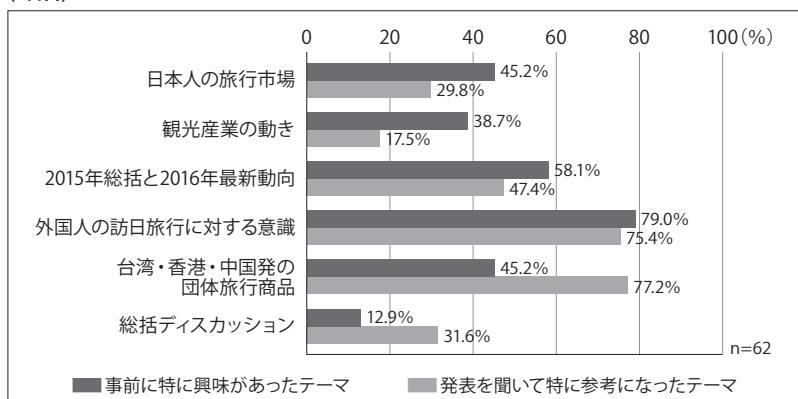
(観光文化情報センター

企画室 福永香織)

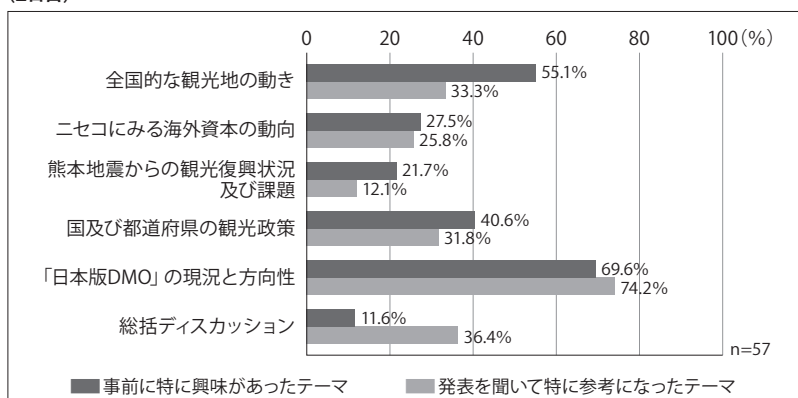


図 事前に特に興味があったテーマと
発表を聞いて特に参考になったテーマ (MA)

(1日目)



(2日目)



湾・香港・中国発の団体旅行商品」について、執筆責任者より報告を行いました。

特に参加者の皆様の関心が高いインバウンドについては、まず2015年総括と2016年最新動向のポイントを解説した上で、3つの通説「団体から個人へ」「都市から地方へ」「モ

ノ消費からコト消費へ」について検証を試みました。

その後「DBJ・JTBFアジア・欧米豪12地域・訪日外国人旅行者の意向調査」の結果を中心に、日本の観光競争力や訪日旅行の意向と実態について報告を行い、アジア、欧米豪両方において地方観光地への訪

問意向が高いこと(「ぜひ旅行したい」アジア全体・53%、欧米豪全体・54%)、訪日経験者の旅行前の情報収集手段として個人ブログ(アジア全体・35%)や口コミサイト(アジア全体・33%)などが上位に挙がっていることなどを紹介しました。

また、「台湾・香港・中国発の団体旅行商品」では、台湾3社、香港2社、中国4社の旅行商品を分析した(公財)日本交通公社「訪日旅行商品調査」の結果を用い、台湾では46都道府県の商品が造成されており、地方ブロック内での周遊が多いこと、香港では42都道府県の商品が造成されており、九州への立ち寄り率が他国より高いこと、中国ではゴールデ

ンルートを中心とする商品が圧倒的に多く、国によって訪問先や滞在の過ごし方が異なることなどを紹介しました。

総括ディスカッションでは、インバウンド市場の拡大による国内旅行への影響や経済効果などを整理した後、今後注目すべき市場・活動・地域について発表者全員で議論を深めました。

2日目の観光地・観光政策編では、「全国的な観光地の動き」を概観した後、私どもの調査研究活動の中から北海道のニセコエリアを事例として、インバウンドの増加に伴い新規参入してくる海外資本の動向と課題について報告。地域としての主体性を持った強い行政力の発揮や、日本人も外国人もまちづくりに参画しやすいシステムづくりが求められているのではないかと提言しました。

さらに、自主研究や独自調査をベースに「熊本地震からの観光復興状況及び課題」「国及び都道府県の観光政策」について報告を行いました。

今、多くの関心を集めているDMOについては、「日本版DMO」の現況と方向性」として、日本版DMO登場の背景や施策展開について整理するとともに、DMOを担うために必要な能力を備えた人材確保、権限と財源の確保、熾烈な競争下における需給バランスなどを今後の課題として挙げました。

総括ディスカッションでは、前半の発表内容をベースに、私どもの調査研究活動の中で関わりのある釧路

市や白馬村、草津町、鳥羽市における具体的な取り組みの他、熊本地震発生後の黒川温泉や由布院温泉の対応などについてもご紹介しました。

終了後の参加者アンケートによると、今回初めてご参加いただいた方が全体の6割強を占めました。当シンポジウムへの期待としては「今後の戦略や施策のヒント」(1日目68・3%、2日目62・9%)、「観光の全体動向の把握」(1日目61・9%、2日目51・4%)の順となっており、事前に特に興味があったテーマとしては「外国人の訪日旅行に対する意識」(79・0%)、「日本版DMO」の現況と方向性(69・6%)などが高い結果となりました。

併せて「それぞれの発表に深みがあった」「国及び都道府県レベルの動向と現場レベルの事例の報告のバランスが良かった」「総括ディスカッションに日々の研究の報告が多く、興味深く拝聴した」「将来予測も交えてほしい」といった感想やご意見をいただきました。

皆様の声を参考に、今後も、より充実したシンポジウムを企画してい

きたいと考えています。

なお、『旅行年報2016』は当財団ホームページからダウンロードが可能です。また、POD版も好評販売中です。ぜひご利用ください。



●第26回旅行動向シンポジウム

開催日時: 2016年11月1日(火)・2日(水)

参加費: 無料

場所: 日本交通公社ビル

参加者数: 1日目88人、2日目94人

主催: 公益財団法人日本交通公社

【11/1 旅行市場編】

開会・主催者挨拶

- | | |
|-------------|-----------------------|
| 1. 日本人の旅行市場 | 中島 泰 (観光地域研究部 主任研究員) |
| 2. 観光産業の動き | 菅野 正洋 (観光地域研究部 主任研究員) |

質疑応答・休憩

3. 訪日外国人の旅行市場

- | | |
|--------------------|------------------------|
| ①2015年総括と2016年最新動向 | 川口 明子 (観光経済研究部 主任研究員) |
| ②外国人の訪日旅行に対する意識 | 外山 昌樹 (観光経済研究部 研究員) |
| ③台湾・香港・中国発の団体旅行商品 | 柿島 あかね (観光経済研究部 主任研究員) |

休憩

4. 総括ディスカッション

- | | |
|----------|------------------------|
| ファシリテーター | 塩谷 英生 (観光経済研究部長 主任研究員) |
| | 川口 明子 (観光経済研究部 主任研究員) |
| | 外山 昌樹 (観光経済研究部 研究員) |
| | 柿島 あかね (観光経済研究部 主任研究員) |
| | 菅野 正洋 (観光地域研究部 主任研究員) |
| | 中島 泰 (観光地域研究部 主任研究員) |

【11/2 観光地・観光政策編】

開会・主催者挨拶

- | | |
|---------------|-----------------------|
| 1. 全国的な観光地の動き | 守屋 邦彦 (観光政策研究部 主任研究員) |
| 2. 注目すべき地域の動き | |

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| ①ニセコにみる海外資本の動向 | 西川 亮 (観光政策研究部 研究員) |
| ②熊本地震からの観光復興状況及び課題 | 牧野 博明 (観光政策研究部 主任研究員) |

休憩

3. 観光政策の動向

- | | |
|------------------|-------------------------|
| ①国及び都道府県の観光政策 | 牧野 博明 (観光政策研究部 主任研究員) |
| ②「日本版DMO」の現況と方向性 | 山田 雄一 (観光政策研究部次長 主任研究員) |

休憩

4. 総括ディスカッション

- | | |
|----------|-------------------------|
| コメンテーター | 山田 雄一 (観光政策研究部次長 主任研究員) |
| ファシリテーター | 梅川 智也 (理事・観光政策研究部長) |
| | 守屋 邦彦 (観光政策研究部 主任研究員) |
| | 西川 亮 (観光政策研究部 研究員) |
| | 牧野 博明 (観光政策研究部 主任研究員) |
| | 岩崎 比奈子 (観光政策研究部 主任研究員) |
| | 後藤 健太郎 (観光政策研究部 主任研究員) |
| | 清水 雄一 (観光政策研究部 研究員) |

<https://www.jtb.or.jp/publication-symposium/book/annual-report/annual-report-2016>

企画室 福永香織