

第4回TTPUセミナー『観光の基本に立ち返る』基調報告

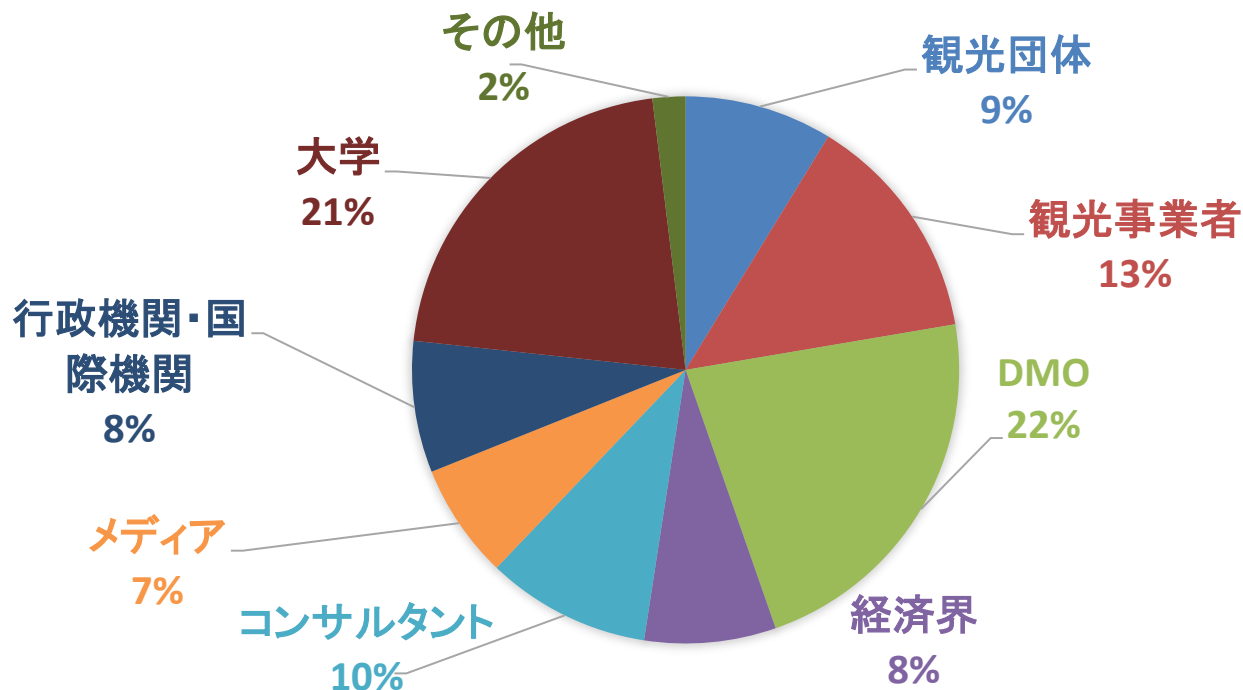
観光有識者100名アンケート の結果報告

2022年3月11日

東京大学公共政策大学院交通・観光政策研究ユニット
特任准教授 三重野 真代

観光有識者100名アンケート調査概要

- 回答対象者 ①2003年観光立国懇談会、2004年観光立国推進戦略会議、2008年観光に関する懇談会、2008年観光庁設立以降の主要な会議の委員をされた方、②本院で観光の授業の講師等をされた方、③運輸総合研究所の政策セミナー講師や調査委員会委員をされた方、④主要メディア論説委員、⑤重点支援DMOなどの観光有識者
- 調査方法：調査票をメールで送付し、郵送またはWEBで回収
- 調査期間：2021年10月-12月
- 有効回答数：103名、回収率：60%



住んでよし、訪れてよしの国づくり

観光立国の基本理念は、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現することにある。

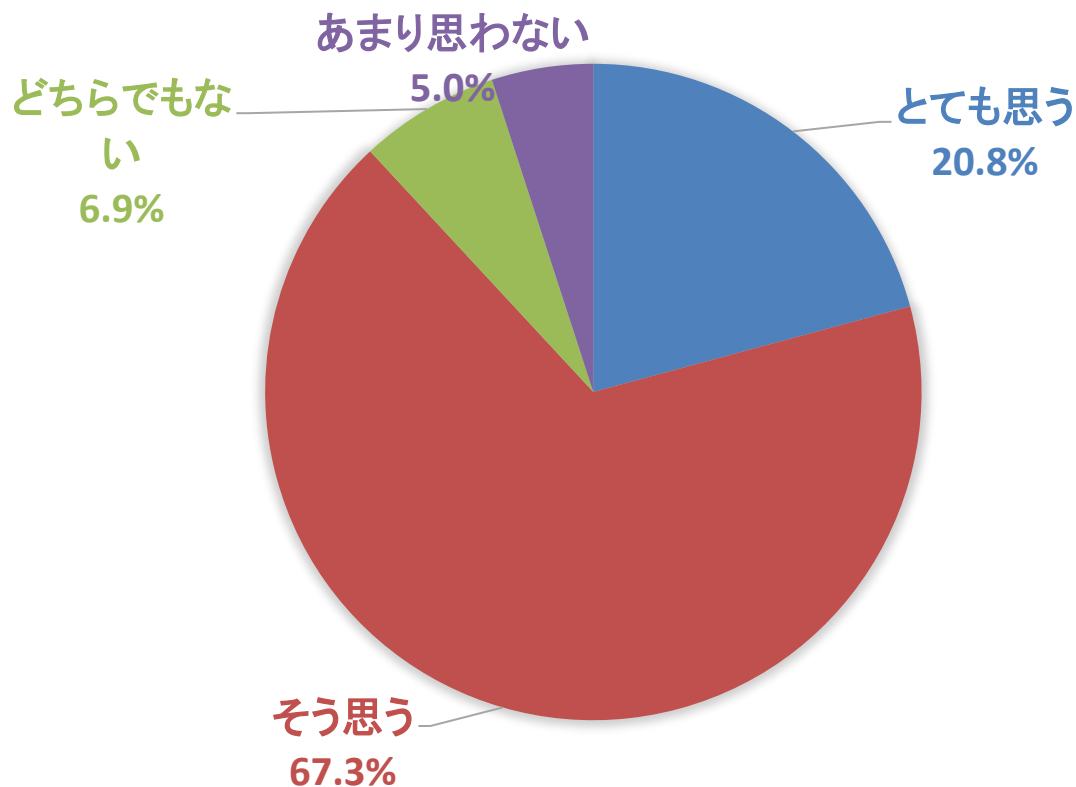
日本に住む全ての人々が、自らの地域社会や都市を愛し、誇りをもち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずとだれしものがその地を訪れたいくなるものである。観光立国を契機にして、美しい日本の再生、都市の活性化、新しい地域文化の創造などをより積極的に推進することによって、「くらしといのちの輝き」を発揮することが可能になる。日本は長い年月をかけて独特の魅力を育ててきた。戦後における経済の高度成長、産業化の中で、多かれ少なかれ見失われ、あるいは滅殺されてきた文化の魅力を再活性化させ、「光」の輝きに磨きをかけ直し、心と頭にいい旅を再び創造することが「観光の革新」の意味するところでもある。

観光は、住む人々が地域の「光」をよりよく自覚することを可能にするだけでなく、訪れる人々にとっても地域の「光」をよりよく感じさせるものでなければならない。さらに全ての人々が身体的条件や経済的条件にかかわらず安心して楽しめる観光が世界的に推進されていることを考えて、日本もこの点に配慮した観光立国を促進する必要がある。従来の大量生産・大量販売型の観光に代わって、個々の観光客の主体性を尊重して、学びや癒しや遊びなど、それぞれなりの楽しみ方を可能にする「新しい型の観光」の促進も図らねばならない。さらに、地域の貴重な自然資源や文化資源を持続可能な方法で活用する「持続可能な観光」を念頭に、地域の人々が主導的に展開する「自律的観光」の実現化を図ることも重要である。

歴史

2003年	「観光立国懇談会」の主宰、『観光立国懇談会報告書』とりまとめ ビジットジャパン事業開始
2006年	「観光立国推進基本法」の成立（全会一致）
2007年	「観光立国推進基本計画」の閣議決定
2008年	観光庁発足、JNTOの通称『日本政府観光局』の使用開始
2009年	中国個人観光ビザ発給開始
2010年	羽田空港新国際線ターミナル供用開始
2011年	東日本大震災
2013年	「観光立国推進閣僚会議」の開催 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」「日本再興戦略」の策定
2014年	訪日外国人旅行者数初の1000万人突破 改正「外国人旅行者向け消費税免税制度」開始
2015年	「日本版DMO候補法人」の登録制度創設 「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」開催
2016年	45年ぶりに日本人海外旅行者数を訪日外国人旅行者数が上回る 「明日の日本を支える観光ビジョン」策定
2017年	2016年訪日外国人旅行者数2404万人、2016年訪日外国人旅行消費額3兆7476億円
2018年	国際観光旅客税法成立
2020年	2019年訪日外国人旅行数3188万人（JNTOが統計を取り始めた1964年以降最多） 2019年訪日外国人旅行消費額4兆8,135億円（過去最高、8年連続で増加）

問1 観光が、日本の成長戦略の柱として位置づけられることによって、社会的プレゼンスが高まり、日本経済を牽引する存在になったと思いますか。



問1 社会的プレゼンスの向上、日本経済の牽引

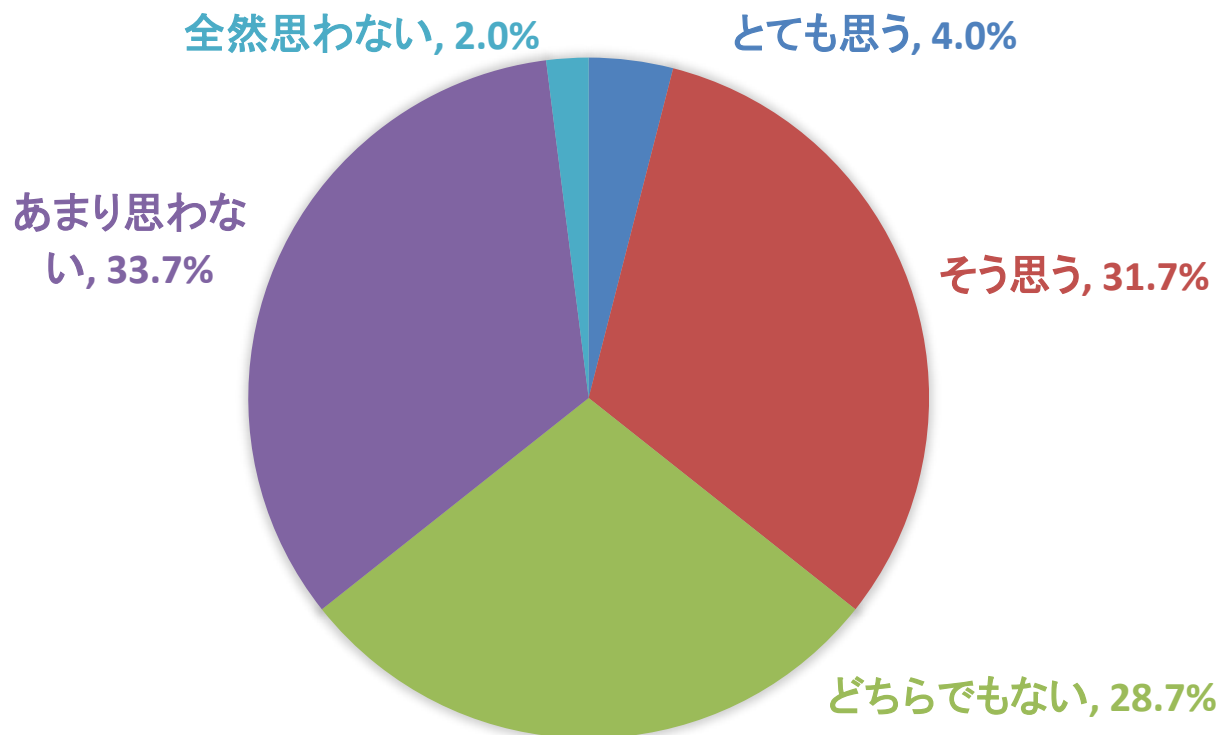
ポジティブな評価

- 政府の成長戦略に位置付けられ横断的な施策が可能となるとともに、公的支援・補助の対象としての認識ができ、観光に「市民権」が与えられた。
- 外国人旅行消費額4.8兆円は日本3位の輸出産業の地位にまで成長した。
- 日本人観光客だけでは維持程度だったが、外国人観光客も取り込むことで、投資の余力が生まれ、地方での投資が進み、洗練されたものが増えた。
- 地域資源を活用した地域再生手法として観光の意義や重要性が認められるようになった。
- 政府、自治体、政治家、マスコミから昔よりは大事にされている。
- 報道や新聞、テレビで取り上げられることが増えた。興味を持つ企業、人、学生も増えた。

ネガティブな評価

- 社会的プレゼンスは高まったが、日本経済を牽引するまでには至っていない。今でも「モノづくり」こそが我が国の経済を支えていて、サービス業は付帯的なものとの認識も強く、国民の認識は変わっていない。
- インバウンドは増えたが、波及効果は一部地域で止まっており、地域のばらつきが大きく日本経済の本質的の強みにはなっていない。観光事業者の低収入やキャリアの不安定さ、観光の持つ脆弱性は変わっていない。
- 観光消費の太宗を占める日本人旅行は成長が見えない中では、成長エンジンとは言えない。
- 5%程度では、GDPへの貢献はまだ弱い。

問2 この20年の間に、観光業界は団体旅行から個人旅行への移行、OTAによる予約スタイルの浸透、インバウンドの拡大、シェアリング・エコノミーの浸透、DXの要請拡大、国際競争力の激化など大きな変貌を遂げました。これらの時代の変化に対応し、観光産業は変革できたと考えますか。



問2 観光産業の変革

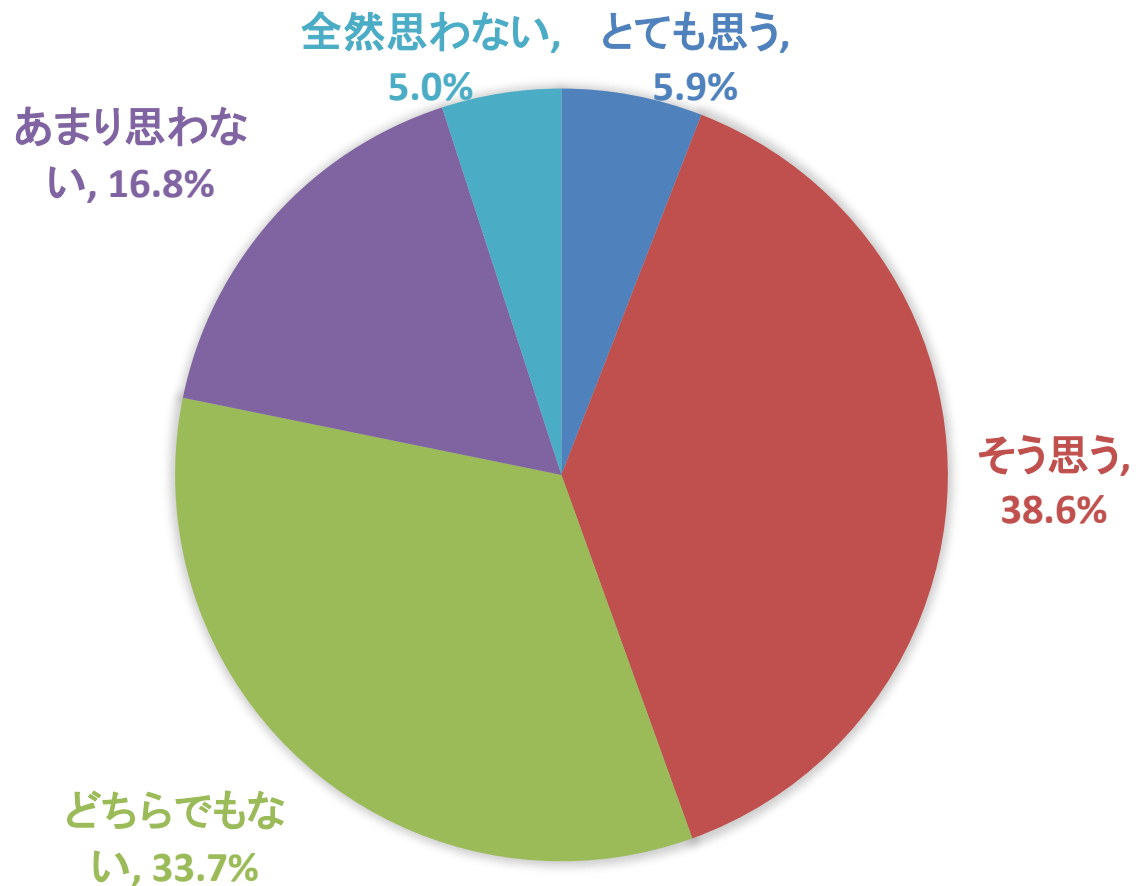
ポジティブな評価

- 観光産業が維持されサービス提供に支障を生じていないことは、観光産業が団体旅行から個人旅行への移行等の環境の変化に対応していることの証左であり、この点は疑いようがない。
- 団体旅行から個人旅行への旅行形態の変化に対応したオンライン予約が可能になった。
- 個人の好みに合わせた個人旅行をOTAで予約できるようになった。
- 多言語化、キャッシュレス、独自のウェブサイトを作成する事業者が増えた。

ネガティブな評価

- 変革ができたのは一部の特定企業や団体で、業界全体ではできていない。事業者間格差、地域間格差は広がっている。変革に対応できていない企業は、コロナ禍以降徐々に淘汰されていくと思う。
- 低い参入障壁のため、他業種からの参入事業者や外資系事業者などの後発組が実現しているだけではないか。
- いまだに労働集約型で旧態依然と漫然としている以前からの観光事業者も多い。
- 消費者の志向や外部環境の変化に適応する必要があるため、受け身的に時代に振り回されて変遷しただけ。外圧による変遷を成長と呼んでいるだけではないか。
- シェアリングエコノミーやDXは全然できていない。
- 変革のテンポが遅い。世界の変革のスピードと比較すると遅れている。
- このような変革の機会をとらえて大きく成長し、国際的なプレゼンスを持つような企業が出てきていないということは、大きなイノベーションがなかったとも言え、その意味では産業の変革というレベルに達していないのではないか。
- 変革がなされた半面、旧来型の旅行スタイルを好む旅行者や事業者もいる。

問3 観光産業は、我が国の基幹産業になったと思いますか。



問3 基幹産業化

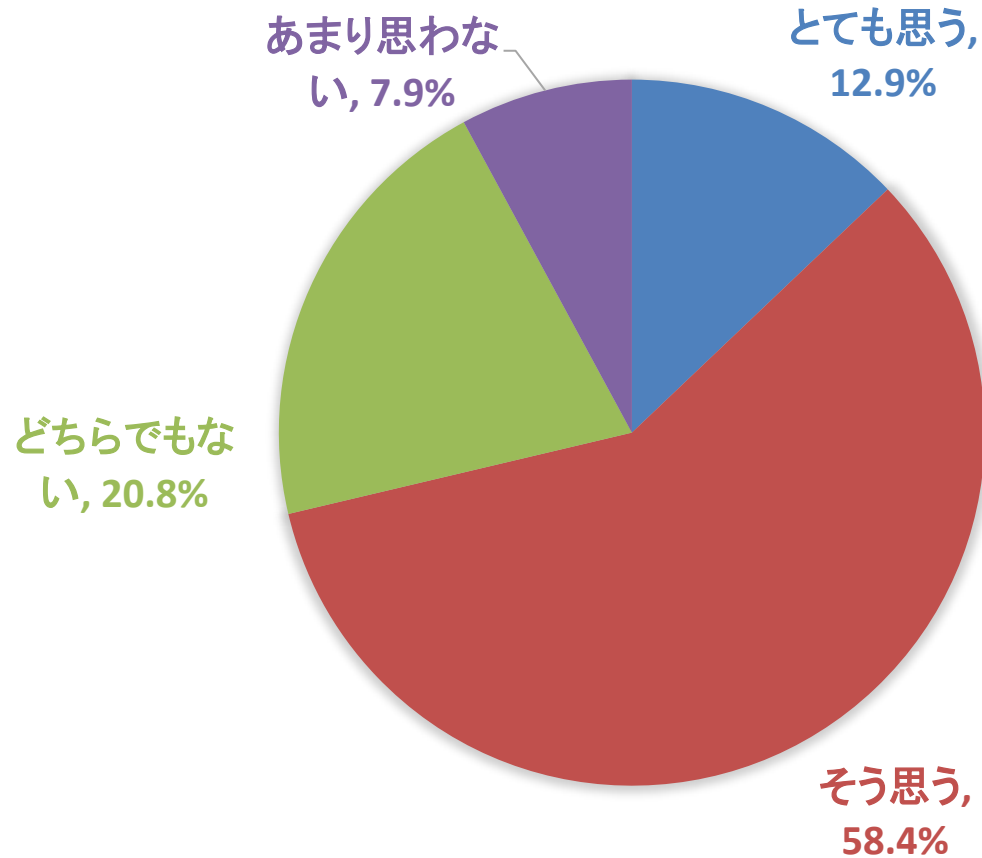
ポジティブな評価

- 2019年の旅行消費総額は29.2兆円でその生産波及効果は55.8兆円に及び、国内総生産（GDP）の約5%を占める規模になっている。雇用創出効果も出ている。2019年の訪日外国人旅行消費額約5兆円は輸出額で第3位であり、これは「基幹」である。
- 幅広い産業に影響を及ぼす力を有しており、直接的な経済規模とは異なる側面や間接効果も含めた裾野の影響の広さで「基幹」となっている。
- 従来の基幹産業の代替とは言い難いが、新しい動きであり、他の産業が伸びが鈍かったことで、相対的に基幹産業としての地位が高まった。
- コロナの打撃の取り上げ方や大きさが基幹産業の証。

ネガティブな評価

- リスクに対する高い脆弱性や雇用の質（低賃金、離職率の高さ）、人材の不足（優秀な人材や後継者）、リーディングカンパニーの不在の点から基幹産業とは言えない。
- 政府の産業分類に位置付けられていない。産業連関係数が製造業より低い。
- 国民、政府、自治体、政治家、マスコミが基幹産業だと認識していない。広報やデータ面での基幹産業だと認識してもらう努力が足りない。
- 成長しており、今後の方向性としてはそうだが、変わらないといけない人が変わっていない、安売り志向からの脱却ができていないなど、まだ途上。
- 基幹産業になることが目的なのか。平和産業であり、国民から尊敬や期待、憧れの存在となることが目的ではないか。

問4 観光が地域を活性化できたと思いますか。



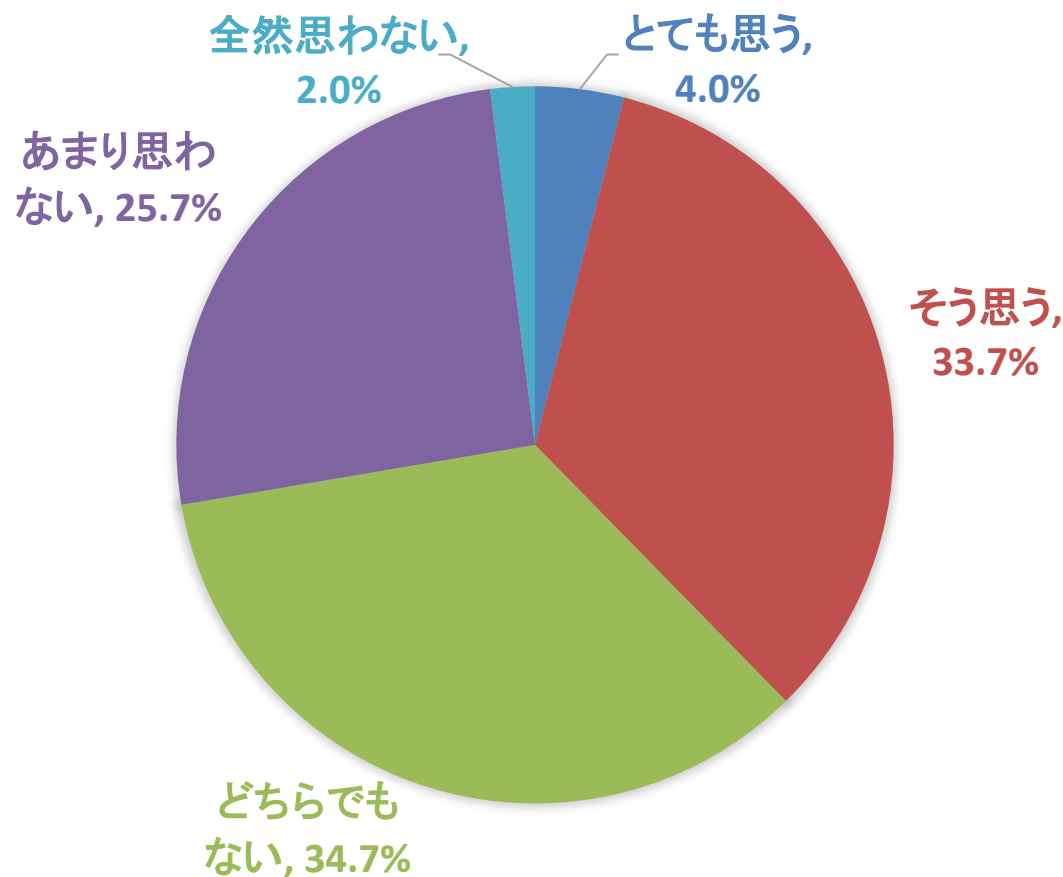
ポジティブな評価

- 観光が地域活性化のトップバッター、人の往来・交流、関係人口の拡大には観光の視点が不可欠、という認識が広まった。
- 地域の多様な関係者が共同作業するようになった。
- 「工場誘致や農業と比べると手っ取り早く取り組める」「目立ちやすく、シティプロモーションの役割も兼ねられる」「新しいことのきっかけになりやすい」等のメリットがある。
- 観光資源はどここの地域にもあり、観光しか頼るものがない地域も多い。
- 地域の精神的な活性化、心の充足を実現するという点では、観光は他の産業や地域再生手法に比べると社会心理的に重要ではないか。

ネガティブな評価

- まだ地域の格差や濃淡が大きく「まだら模様」の状況。
- 観光客数や消費額の増加など表面的なものに止まっている。域内循環や投資の見返り、旅行者と住民の間の良い交流、新規事業の創出、経済的・文化的な最終アウトプット等の観点では不十分。
- 一時的な現象を起こすのではなく、長期的な視点、定住人口や若返り等外部来訪者に頼らない仕組みにシフトしていかないと、本質的な地域活性化、持続可能な地域活性化にはならないのではないか。
- 新規参入事業者が増えているが、今後どれだけ定着するのか。
- 観光ばかりにこだわるべきではない。他の産業もある。衰退した観光地域もある。

問5 観光を切り口として、地域の課題を解決し地域を持続可能なものにする、いわゆる「観光地域経営」の能力が各地域で向上したと思いますか。



問5 観光地域経営の能力の向上

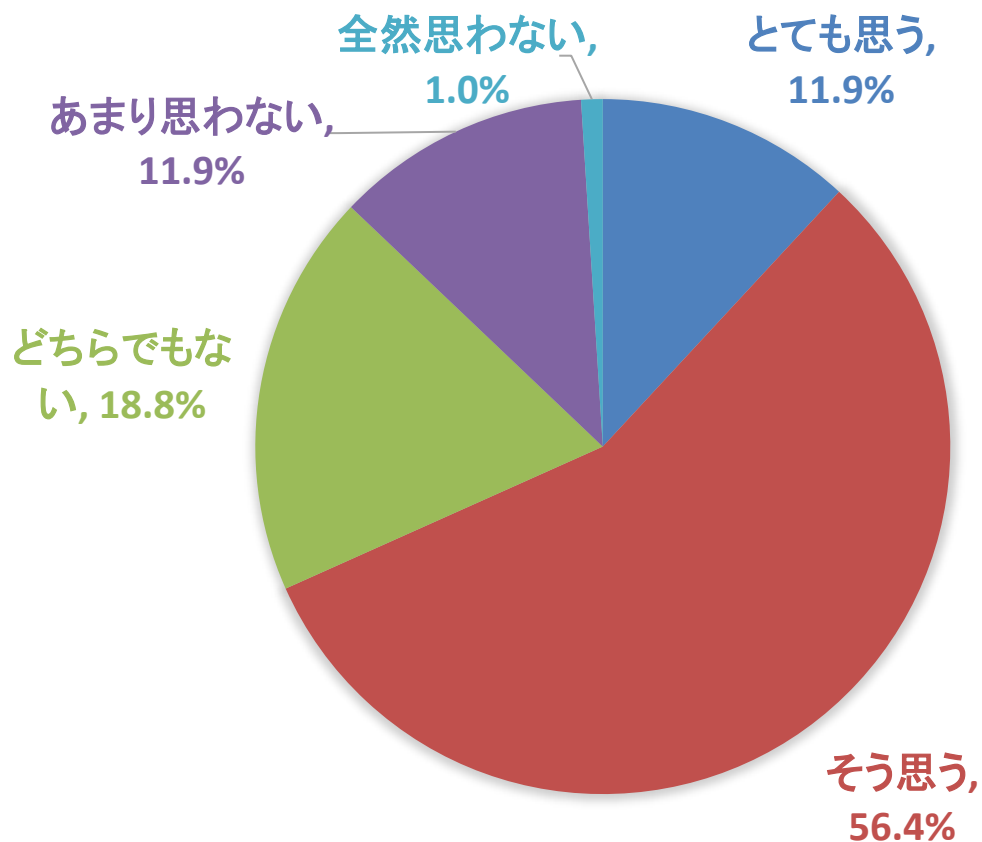
ポジティブな評価

- 観光地域経営の能力が向上し、地域づくりに貢献している地域もあるが、地域差が大きい。

ネガティブな評価

- DMOが旗揚げされただけ。組織や体制ができて、携わる人が必ずしも観光経営の知見を持っていない。ステークホルダーに理解され、施策や事業に反映されている地域は少ない。
- DMOはブームで観光地域経営をしている人が多いのではないかと。リソースを最大限活用し、成果を上げて時代の変化に柔軟に対応するという観点での本物の経営能力が地域に備わったのかは疑問。
- キャンペーン等の誘客事業が多く一過性で持続性がない。ブランディングやマーケティング視点、観光資源の計画的な磨き上げ、地域住民の理解など長期的な取組が必要。
- 観光地域経営に必要な「地域全体で観光に取り組む」という気運になっていない。
- DMO側としても、観光地域経営をやるための財政、データ、人財の問題が大きい。
- 広域に視点を向けるとDMO間の連携が取れていない。複数自治体連携の場合、誰が責任者かわからず、リードする人がいない場合もある。
- 行政担当者の資質の問題がある。民間の指導者を支え、育てるという行政の役割にあった能力が不足している。
- 行政の縦割りが残ったままでは観光地域経営はできない。自治体トップの責任も大きい。

問6 観光が、日本のソフトパワーの向上、国際社会での地位の向上に貢献できたと思いますか。



問6 国際社会での地位向上への貢献

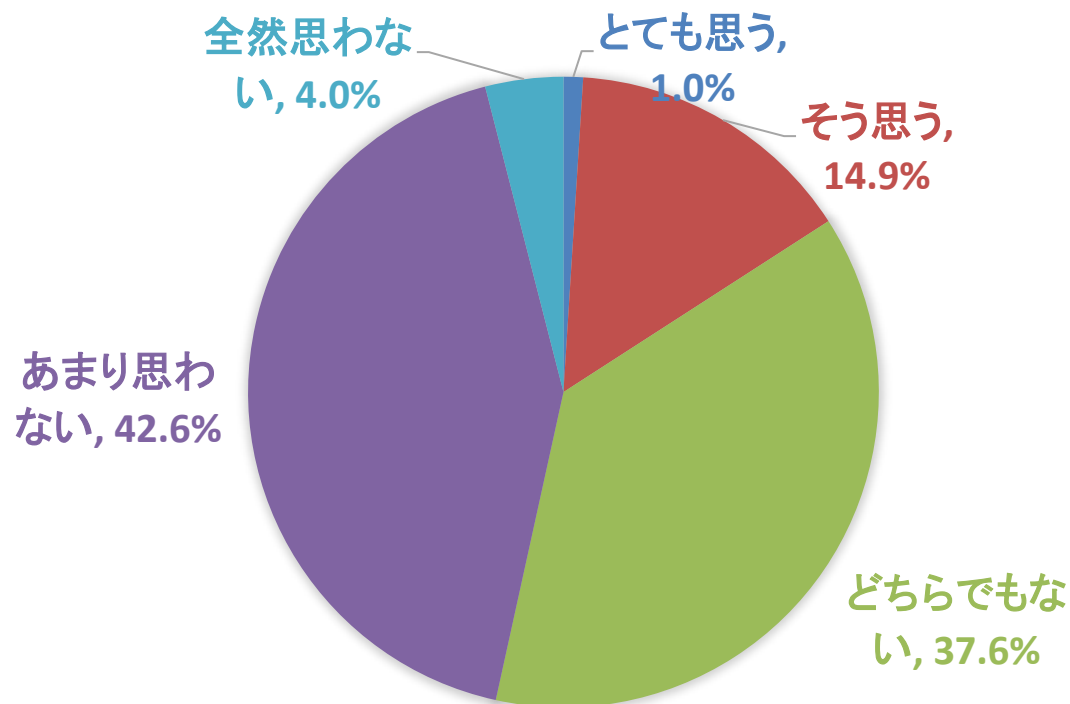
ポジティブな評価

- 来訪者は、安全安心、誠実さ、思いやり、真面目など概ね日本に好印象を持って帰る。
- インバウンドの増加によってバーチャルではなくリアルに日本の現状を知り、体験できたことは、日本理解にマイナスではなく小さくともプラスにはなった。
- 国のソフトパワーの評価では、外交、国際貢献、芸術文化の方が直接的で、観光の効果は限定的であるが、観光で直接日本に触れて日本に好感を持つ外国人が増え、一定程度のソフトパワーへの貢献はあったと考えられる。
- 観光を通じた国内外での知名度やイメージの向上は、新たなビジネス機会の創出や新産業の創造、留学生を含む多くの学生の進学などにつながっている。
- 「日本＝富士山・寿司・芸者」のイメージは過去のものとなり、豊かで多様な日本の価値が認識されるようになった。

ネガティブな評価

- 観光以外の諸政策の取組と観光の取組に一貫性や整合性がないため、国際社会での地位向上に貢献するソフトパワーにはなり得ていない。
- 日本人が思う良さや外国人が思う良さのソフトパワーの見解に違いがあるのではないかと。ソフトパワーがアニメや漫画に偏りすぎている。歌舞伎・文楽など世界に追随を許さないソフトパワーがある。これらのよさをもっと正確に伝える必要がある。
- 来訪者は、日本経済の停滞による物価安を見て、国家としての衰退感を逆にPRしたのではないかと。
- 「きちんと日本を伝える人」を各地域で育成することが重要。この地道な活動の積み重ねが、10年後の国際社会での日本の地位をさらに向上させるのではないかと。

問7 年齢や障害、宗教、国籍などに関わらず、すべての旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できるユニバーサルツーリズムの環境は整えられたと思いますか。



問7 ユニバーサルツーリズム

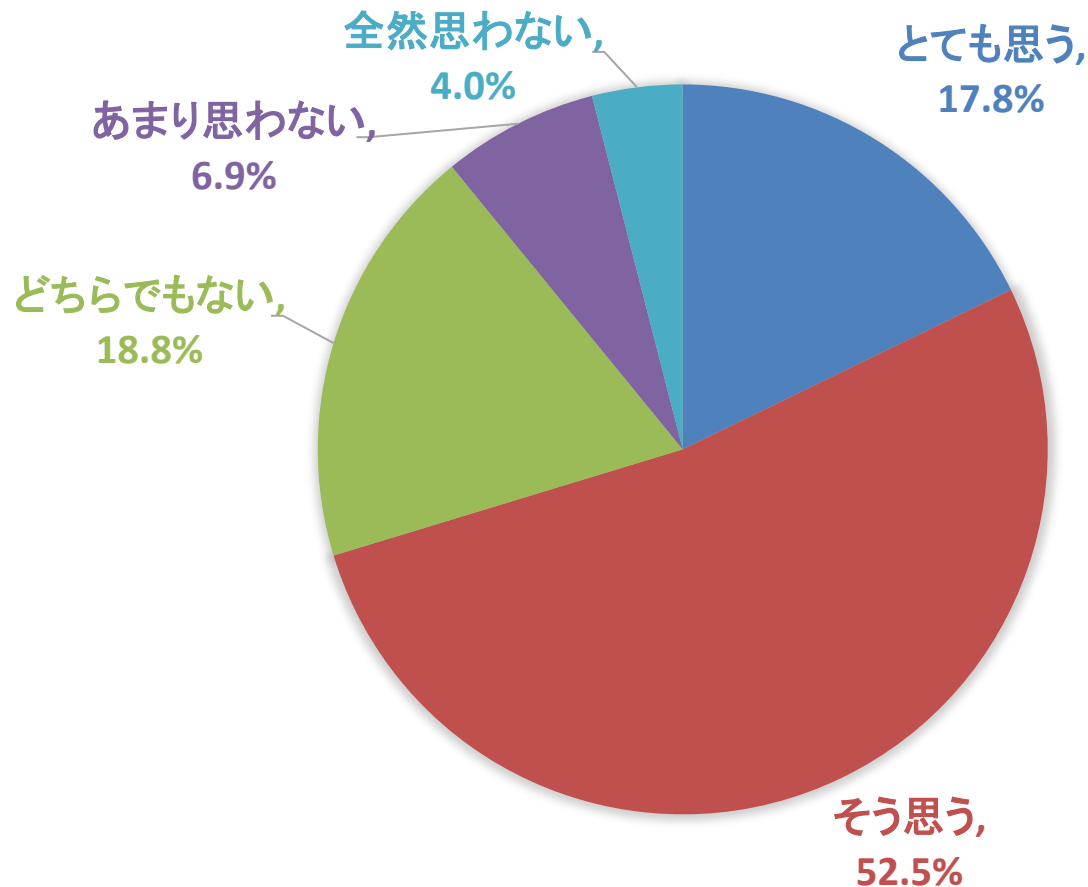
ポジティブな評価

- 政令指定都市や県庁所在地の駅や街、交通施設や宿泊施設における障がい者に対するトイレや手すりなどの物理的・施設的な整備は進んだ。
- 多言語化やハラルフード対応も不十分とはいえ、以前よりは進んだと言える。以前よりも外国人旅行者が受けるストレスは低減しているとは考えられる。

ネガティブな評価

- 障がいを持つ人々が自由に観光できる環境かという点決して十分ではない。
- バリアフリー整備には地域差が大きく、地方部では進んでいない。
- 障がい者に対する態度には十分な改善がない。
- 欧米諸国のような外国人観光客受入に対する熱意が日本では感じられないといわれている。
- 社会全体で見れば、ユニバーサルツーリズムへの理解は進んでいない。
- 観光の主流が内需であるが故に、多くの旅行者が全国津々浦々へ旅する時代にならなければ、ユニバーサルツーリズムの概念は定着し得ない。
- ユニバーサルツーリズムはまちづくりとセットで進めなければ難しい。
- 「心のバリアフリー」として、ハード面とソフト面の人が手伝うことがセットのバリアフリーでもいいのではないか。大切なことは形だけでなく一般の人々の理解と協力。
- 多額の投資を必要とし、マーケットも小さいことから、地方自治体や民間事業者だけでは対応しきれない。
- すべての旅行者がストレスなく観光できる環境を実現することは実態面では大変難しい。
- スタンダード化しすぎる、調整しすぎると、個性がなくなり、観光地自体の魅力がなくなる。挑戦する、未知の世界を楽しむという面もあっていいのではないか。

問8 外国人旅行者の行動を通じて、日本人が自らの文化や地域の価値を再認識し、誇りに思うことにつながったと思いますか。



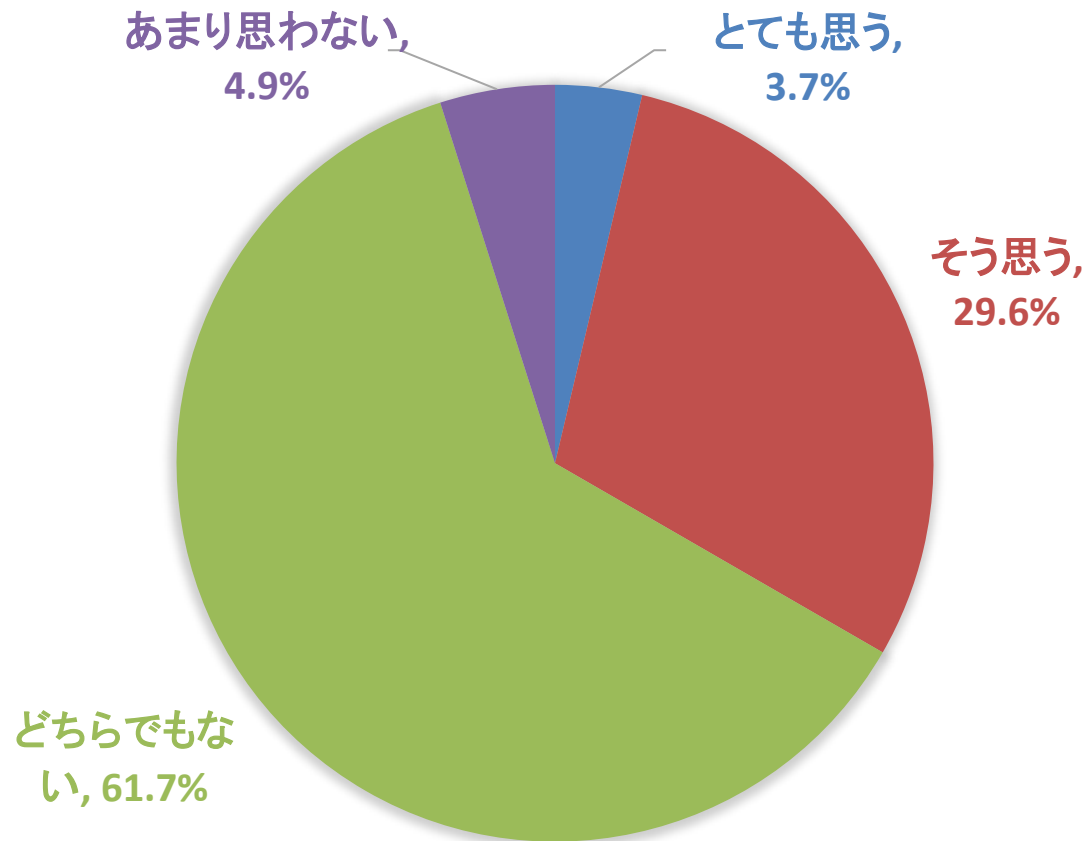
ポジティブな評価

- 外国人旅行者は「新しい価値発見者」「地域の誇りを感じる大きなきっかけ」と捉えられる。
- 外国人旅行者の視点によって、日本人の日常そのものが観光資源との認識は広まった。
- 外国人旅行者が地域の文化、風景や私たちの日常を褒めてくれて、今までにない観点で地域を見ることができ、誇りの再構築ができた。
- 日本発祥の文化が誘客コンテンツになり得ると気づきを全国各地で享受できたことは、まさに誇りにつながっているとと言える。
- 地域がさらに地域の魅力を磨いていこうと努力をされるようになり、好循環を生んでいる。
- 国内メディアが「日本に魅せられた外国人」のテーマなどを大きく取り上げるようになった。
- 日本人は謙虚な国民性、人の目を気にする国民性のため、海外から評価を受けることが逆に良い影響を及ぼした。

ネガティブな評価

- 地域の文化や芸術、自然環境を観光資源として掘り起こす作業が不十分なことを忘れている。
- あたかも日本や日本の文化が優越しているかのように考える人が出てきていないか。
- 「日本が偉そうにしている」という考えが外国人の中に増えている。自信を持つことは重要だが行き過ぎると逆効果。
- プロダクトアウトが通用せず、プライドが傷ついた人もいたのではないか。
- 外国人をいかに呼ぶかにこだわるがあまり、日本人自らが自国の文化や価値を蔑ろにしている場面も出てきている。
- 日本礼賛ではなく、相互理解や多様性、お互いの文化へのリスペクトが進むようにするべき。
- 日本人が「日本」を学び理解する努力が必要、さらに外国人から学ぶことも必要。
- 外国人旅行者の増加と比べて日本人の海外旅行者が増加しないと適切な他者比較にならない。

問9 観光立国を進めた結果、豊かな国民生活や住みよい地域が実現されたと思いますか。



問9 豊かな国民生活や住みよい地域の実現

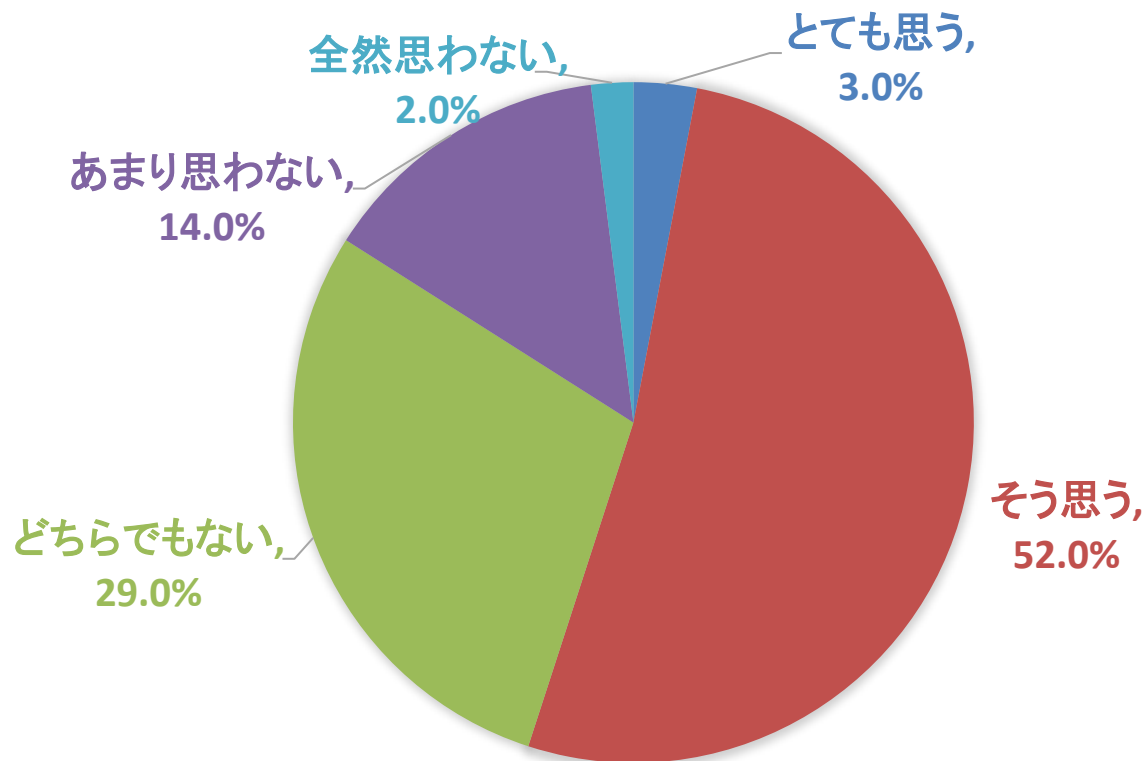
ポジティブな評価

- インバウンドのマイナスの効果よりプラスの効果の方が遥かに大きい。
- 地域の魅力を再認識し、洗練したものにしようとする意識が高まり、整備が進んだ。
- 施設や標識整備、美しい街並みの実現でき、土地の魅力に気がつけた。
- 交通インフラ整備が進み宿泊・飲食施設の雇用が増え、観光の恩恵を受けた地域もあった。
- キャッシュレスなどインバウンドがトリガーとなって整備されたものもある。

ネガティブな評価

- 観光と住民がバランスよく住み良い地域が実現している地域は、観光立国政策以前から地道な観光まちづくりを進めており、急激な観光ブームに乗った地域ではない。
- オーバーツーリズムが生じた地域もあれば予想したほど観光客が集まらなかった地域もある。
- 観光業に関わりのある人は喜んだが、全く関係のない人は迷惑に感じていた。
- 観光のポジショニングは高まったが、恩恵を受けているのは大企業やDMOに関わっている人であり、地域住民の暮らしが向上したとは言えない。
- 観光は住み良い地域づくりを阻害するイメージもできてしまったのではないか。
- 滞在時間が短い立ち寄り観光地では社会的コストの増加、低水準の観光消費額、経済リーケージの問題の発生等、観光がもたらす豊かさを必ずしも地域住民が感じていない場合も。
- いずれの地域も観光で利益を受けている人は喜び、関係ない人からはクレームが出る二極化の傾向にある。観光によって地域全体が利益を得ていると住民の大多数が納得できている地域は少ない。
- 「レジデンスファースト」を念頭に置いた観光戦略が必要。「住んでよし、訪れてよし」の順番を間違えると持続可能な観光にならないと肝に銘じているが、コントロールが非常に難しいのが現実ではないか。

問10 国民の間に、観光が「日本経済の成長を牽引する」「地域を活性化
する」「文化の維持に貢献する」など経済・社会・文化などの観点で
国民生活に良い影響を与えるものだという理解が進んだと思いますか。



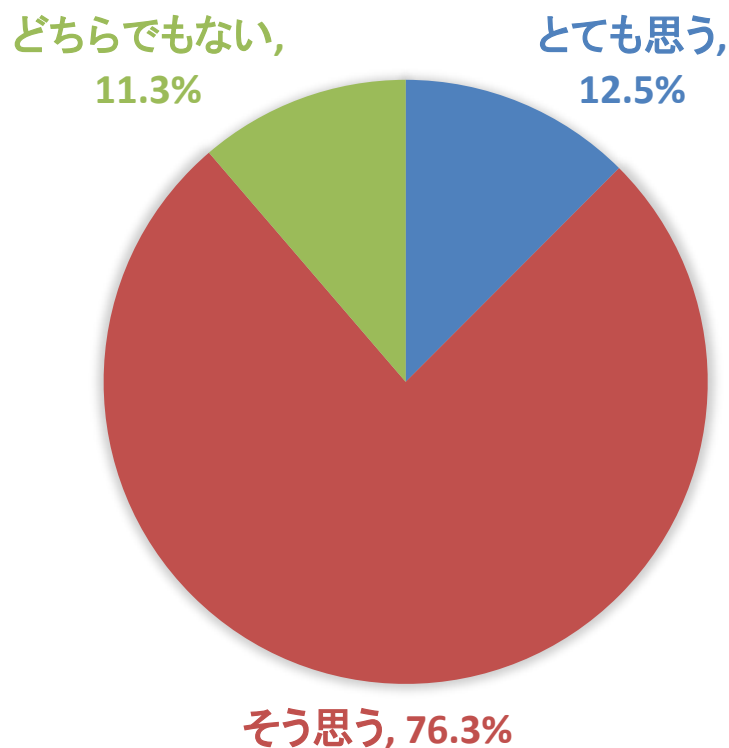
ポジティブな評価

- 産業界・政界・官界・アカデミズムの人々に、経済・社会・文化などの観点で「正の影響を与えるもの」という理解は広まった(20世紀は製造業のみであった)。
- 飲食店や商業施設、小売店は収益面で大きな恩恵。博物館の建設や世界遺産登録など文化面でも前進。「地域の活性化」「文化の維持への貢献」の点では理解が進んだのでは。
- 文化関係者の間では理解が進んだ。
- 観光が消費者の保養という観点だけでなく、旅先で何を得るかと言う視点も進んだ。
- 義務教育や高等教育で観光産業へのインターンシップが増え、高校や大学は観光系カリキュラムや学部の新設が多くみられる。

ネガティブな評価

- 良い影響が及んでいるのは一部の国民に限られている。
- まだマスコミの興味本位な切り口が台頭している印象。関係者のなかでは理解が進んだが、一般国民が自分ごとと捉えて、その認識を持ち、行動できる状態になるにはほど遠い。
- メディアはまだ昭和の加工貿易立国を担う産業こそがこの国の中心だと思い込んでいる。
- 経済的側面では理解が進んだが、文化・社会の視点では進んでいない。
- 実際に「どういう正の影響を与られているのか」を答えられる人は少ないのではないか。
- 観光は間接的な影響が大きいいため、実感としてとらえられない人が大半であると感じる。
- 観光が国民生活に及ぼす影響を具体的かつ丁寧に説明されていない。
- 観光の有効性や意義を広く国民に理解してもらえる広報がされていないのではないか。
- 自治体でも他の産業に比べまだ観光の優先度は低い。
- 地域全体が観光をテコにまちづくりを進めるようなムーブメントには至っていない。
- 観光は余暇・レジャー産業、旅は不要不急で贅沢なものという意識はまだ強い。

問11 国民の間に、観光公害やオーバーツーリズム、ゼロドル・ツーリズムなど、観光が住民生活や地域経済、環境や文化等において、国民生活に負の影響も与え得るものだという理解が進んだと思いますか。



ポジティブな評価

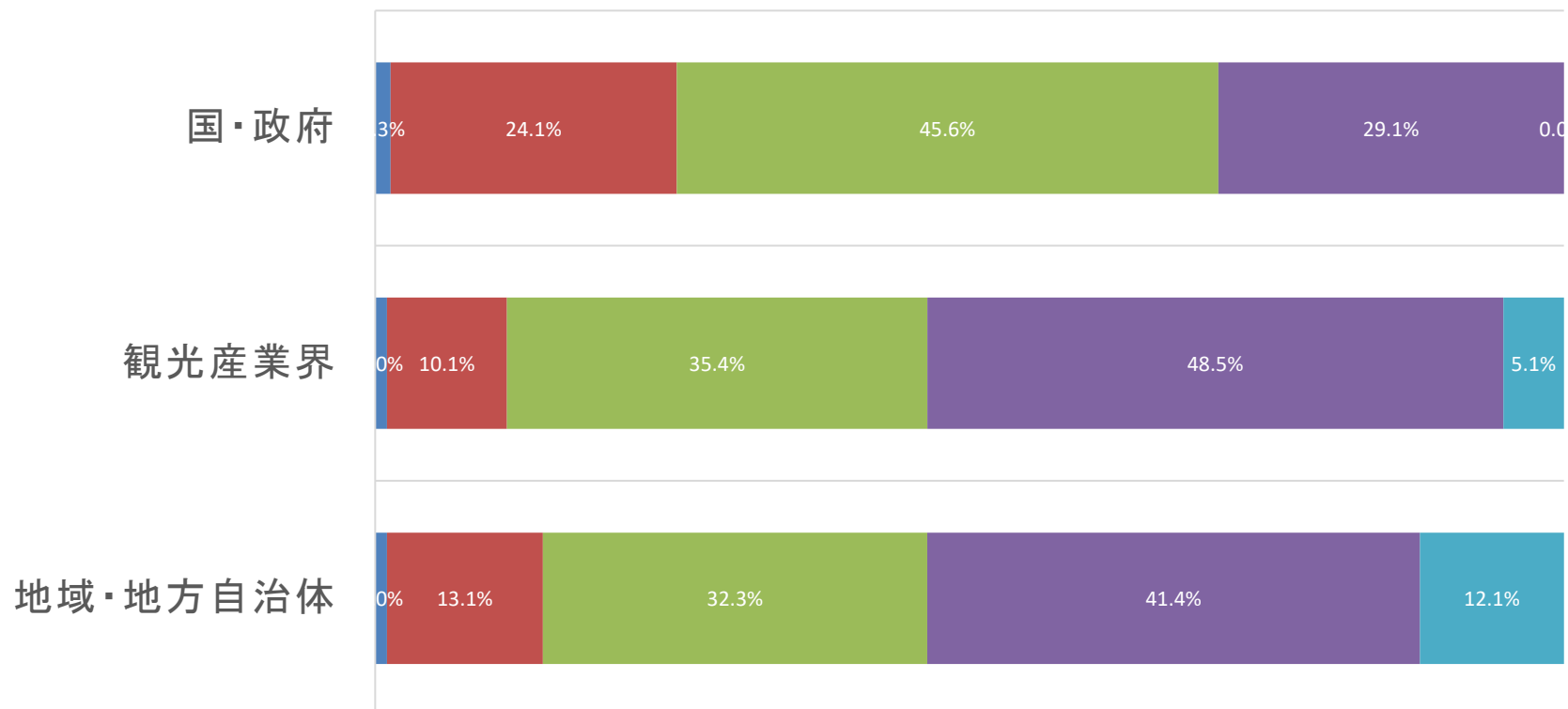
- 「観光容量」の概念が少し芽生えた点の一つの前進。
- 観光に対する理解度を高めるために多様な文化や国際社会人に向けた幅広い認識など理解の転換が必要。
- 一部の地域、一定の期間に限定された現象であり、対応策もすでに示されている問題。

ネガティブな評価

- 良い取組より悪い取組の方が我が国では大変によく報道される。
- 住民生活に弊害が出ている例がよく取り上げられて、社会問題化し、国民の理解が進んだ。
- 反対キャンペーンの道具のように使われる傾向があり、負のイメージはマスコミやメディアの過剰な報道の結果。実施されている対策や改善の成果も細かく伝えるべき。
- 一部の地域における観光課題の情報が一部メディアの影響で過剰に広がり、対策の効果を共有することが困難な状況であった。
- 観光業に携わる関係者の個人主義的な行動が必要以上の阻害要因を招いていることも多い。
- 一部の来訪客による秩序を遵守しない行動があった。
- 訪日客ばかりが悪者にされているが、日本人観光客もそれに含まれるという理解になっていない。自分が旅行者の立場になると旅の恥はかき捨ての人も多い。
- 負の影響と言っても日本ではまだ「不便」の程度。
- それまで観光とは無縁だった地域が観光に関心を持つことで、観光地の住民からすると当たり前だった「不経済」の存在が、急に降って沸いた現象であるかのように捉える報道が増えたため。
- これまであまりに住民に対する配慮がなさ過ぎたことは恥じるべきことで、このままではいつまでたっても尊敬されない産業に甘んじると危機感を感じている。

問12 「持続可能な観光」については、1992年からUNWTOが取組を始め2015年の国連SDGsの発表を受けてその考え方が注目されるようになりましたが、各ステークホルダーのこの20年間の取組は持続可能な観光という観点から十分なものだったと思いますか。

■ とても思う ■ そう思う ■ どちらでもない ■ あまり思わない ■ 全然思わない



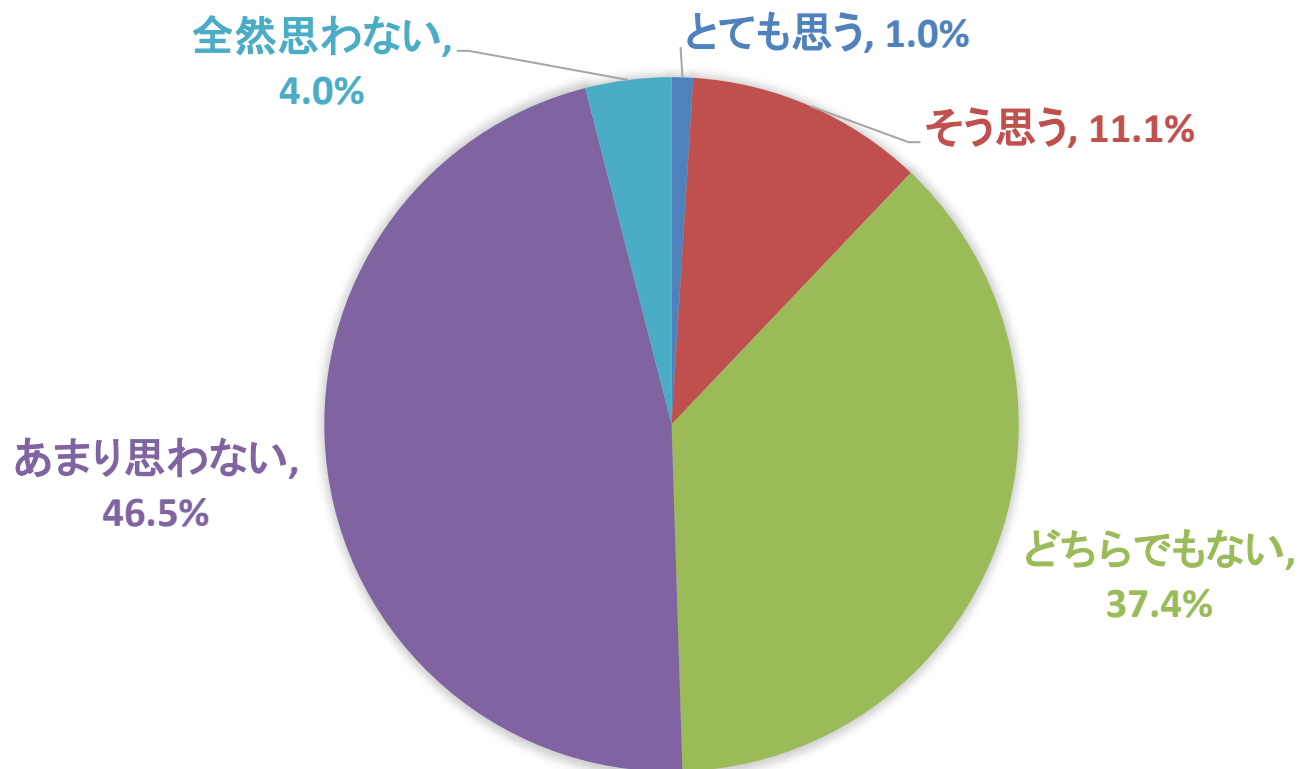
ポジティブな評価

- 観光庁が「日本版持続可能な観光ガイドライン：JSTS-D」を策定したことは評価できる。

ネガティブな評価

- インバウンドが右肩上がりのこの20年間においては観光客や消費額ばかりに注目し、我が地域へ我が県への誘客に重点をおいた取組だったため、持続可能な観光の取組は進まなかった。
- 一部そうでない地域もあるが、主流は量的拡大や旧来型のプロモーション、ハード主体の観光、観光客がこなかったエリアに人を呼ぶことに傾注しているようでは無理。
- 観光立国の動機は、国家財政が厳しくなる中での地域の経済的自立（及び外貨獲得）であった。経済性以外も含めた持続性に関する議論は近年まであまり耳にしてこなかった。
- 国は国単位で経済最大化を目指すので、どうしても一部地域に負担が発生する。フロー全体の管理や分散化を図る政策には、政府が関与すべき部分も多い。
- 経済活動がもたらす外部費用についてはそれを最適化する費用負担を考えることになるが、国・事業者・自治体ともに正しい理解をして、現実政策とできたか疑問。
- 地域によって認識の差異が大きい。首長や旗振り役の人の認識、人材。
- 国の予算ではフレキシブルな対応がしづらく、地方自治体は考え方が硬直化している。
- 人口増大期に創業したビジネスの多くはSDGsに対応できていないビジネスモデルを引きずっている。今まで作り上げてきた観光産業の構図、旧態依然した組織体系の下で変えるのは難しい。
- 持続可能の枠組みを作ったと言っても、既存の取組を当てはめるだけのグリーンウォッシュが横行しているのでは。対処療法で凌いでいるだけで、先回りした対策になっていない。
- SDGsなども「これこれしなければならない」という取り締り型のものと捉えられがち。取り組む方として気が重くなる。

問13 持続可能な観光の観点から、これまでの20年間を振り返ると、産官学の役割分担は適切になされ、それぞれの役割を果たした上で連携が図られていたと考えますか。



ポジティブな評価

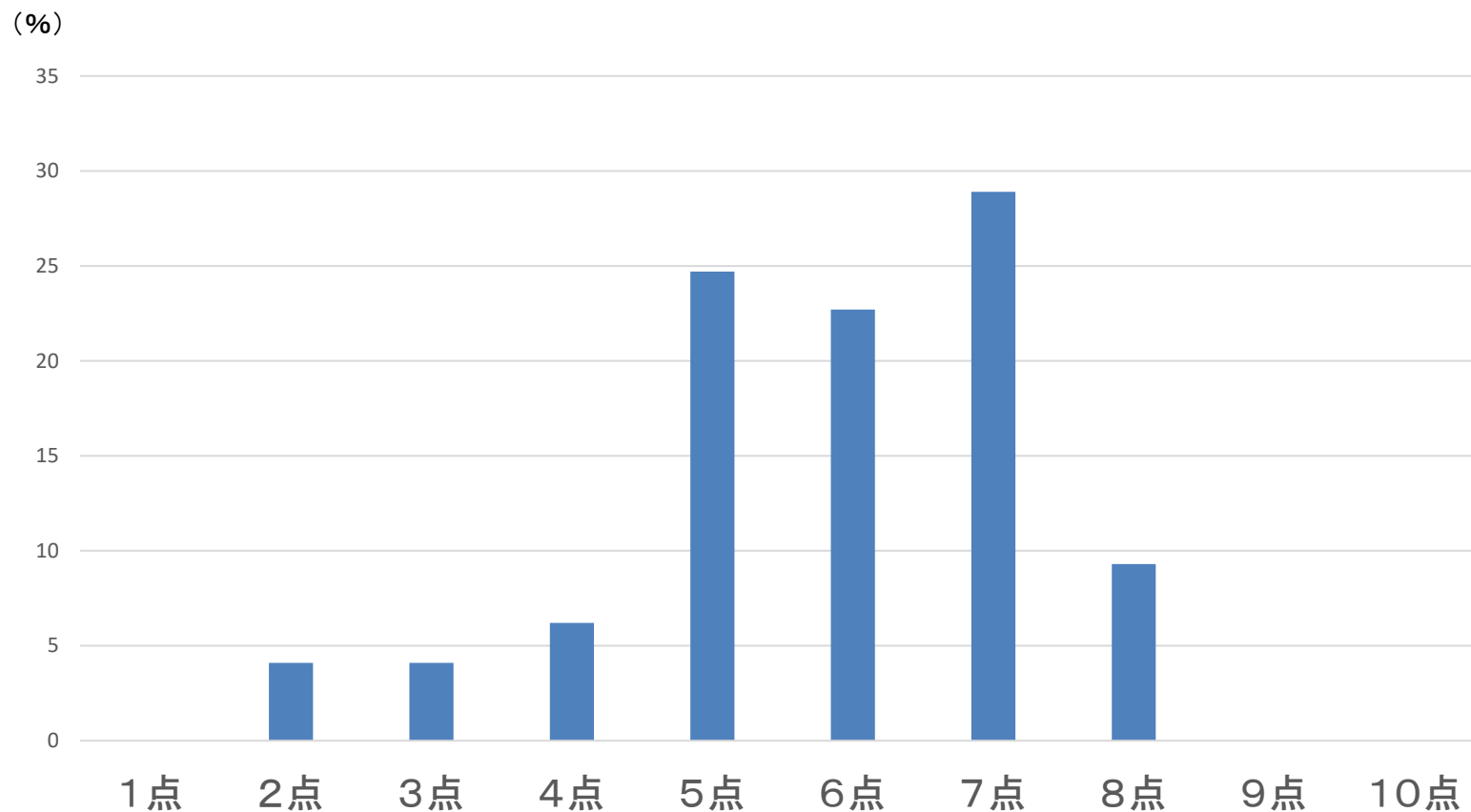
- 特定の地域においては、産官学で役割分担をし、連携を取れている地域もある。

ネガティブな評価

- 産官学の連携の必要性は一貫して問われていたが、できていたとは言えない。
- 政府が観光振興のために大きな役割を果たしてきたことは事実だが、産業界との連携という点では今少しの工夫が必要であった。
- 自治体では、観光を知らない責任者の机上の思いつき施策が多く連携を図ろうとしない。
- 官は定見がなく、補助金をまいているだけ。
- 官は民を「短絡的・自分達の利益しか考えていない」、民は官を「思いつきの施策、予算の無駄遣い、民の意見を取り上げてくれない」と考えており、相互不信状態。
- 官は司令塔として頑張ってきたが一人で走らなければならない政策課題が多い状況。学は、各自が興味範囲を調べているだけで、産業や政策に役立つアウトプットは滅多に見られない。バラバラな産学官は連携のしようがないし、十分な成果も出ないのではないか。
- 産業界は観光学部出身者を必ずしも求めていない。
- 観光の最前線を担ってきた専門家が少なく、国や自治体による実施成果の演出、代理店やコンサルに仕事を与えるための事業など、机上の空論になってしまっている事例が多い。
- 観光を経済として捉える専門家が非常に少ない。
- 我が国の最も遅れている分野。力関係・上下関係といった我が国の閉鎖性が最も顕著に現れるところ。人材や組織が有効に活用されていない。産官学がそれぞれの分野で負の思考を止め、お互いを認め合い、プラス思考で意見交換できる雰囲気を作るべき。
- 役割分担の議論すらなく、役割を果たして連携が図られていたとは言えない。

問14 2003年以降の「住んでよし訪れてよしの国づくり」の取組について
点数を付けるとすれば10点満点中何点でしょうか。

平均点 5.8点



ポジティブな評価

- 地域差が大きく、経済以外の側面の成果が出たとは言い違いが、2003年のVJ事業やビザ要件緩和等の各種官民一体的政策により、訪日外国人旅行者数が増加しかつ経済効果をもたらしたという意味、観光で地域を経済的に自立させる方向性はある程度定着したので、総じてはプラス評価ではないか。
- バリアフリーやキャッシュレス、情報提供などの環境整備の面が大きく進んだ。
- この20年で外国人旅行者を受け入れるという考え方が一般的になった。
- 足りないところも多々あるが、具体的進展が図られた。
- まだまだ伸びしろがあり、今後の期待が大きい。

ネガティブな評価

- 訪れてよしの方向が強調され、観光が住んでよしにどう貢献するかは意識されてこなかった。
- 「受け入れてよし」には課題が残る。
- 数を追っている印象であり、地域共生・循環型など将来に向けた持続可能性ではなかった。
- 観光振興が地域づくりに貢献できていないところが多い印象。残念ながら表面的・一時的な観光によるメリット享受に汲々としている。
- 現在の支援内容は地域づくりよりインバウンド誘致にフォーカスされているように感じられる。地域の主体性を尊重した取組や攻めと守りができる取組の支援が更には必要ではないか。
- 数は達成したが、質はダメ。美しい自然、美味しい食べ物、名所旧跡など元々あった恵まれた素材頼りでマネジメントがついていない。観光の質の向上が重要。
- 年数を経ている割には政策の中身が浸透しているとは思われないものがある。
- 事業運営の平準化への取組、国民の休み方改革が実質上進んでいない。
- インバウンドばかりでアウトバウンドができていない。相乗効果に目を向けるべき。

問1～問13の評価ランキング

各問について、評価点数(とてもよい=5点～全然思わない=1点)にそれぞれの回答人数を掛けて、各問に対する有識者評価を点数化しランキングを作成。

順位	問番号	問の内容	5点満点
1位	問1	社会的プレゼンスの向上、日本経済を牽引する存在	4.04
2位	問4	観光による地域の活性化	3.76
3位	問8	自国や地域の文化や誇りの再認識	3.73
4位	問6	国際社会での地位向上	3.66
5位	問10	国民生活に良い影響という理解の拡大	3.40
6位	問9	豊かな国民生活や住みよい地域の実現	3.32
7位	問3	観光産業の基幹産業化	3.24
8位	問5	観光地域経営の能力の向上	3.12
9位	問2	観光産業の変革	3.02
10位	問12	持続可能な観光	2.67
11位	問7	ユニバーサルツーリズム	2.67
12位	問13	産官学の連携	2.59
13位	問11	国民生活に負の影響も与え得るものという理解の拡大	0.98 (4.02)

2003-2020年の総括

- 2003年以降の観光立国の取組が進展し、国家政策の柱として確立するとともにインバウンドの急拡大という成果をもたらしたことから、2000年代は観光立国形成の時代として歴史に刻まれても良い。
- 2000年代の観光は、日本の観光の国際化の始まり。海外からのお客様を本格的に受け入れることにより真の「開国」が始まった。
- 政府目標が掲げられたことは観光立国の旗印となるとともに、各観光施策推進の強力な後押しとなり、その後の右肩上がりの増加へと繋がった。目標を明確に打ち立てて施策を打ったことは評価したい。
- 今までの取組で観光の意義の理解が進んだ点は大きく評価した。外需の推進によって地域の生活文化を大切にする取組が進んだことも大きい。
- この20年でインバウンドが増大し、外国人旅行者を受け入れるという考え方が一般的になった。昔は泊めてくれない宿があるなど、日本人全体に外国人旅行者に対する拒否感があったことを考えると大きな進歩。海外スマホの国内利用や交通パスの相互利用やわかりにくい翻訳語、wifiなど様々な事柄が一気にグローバル化したことは、外国人旅行者のためだけではなく、広く日本人全体の利益にもなったと思う。
- 2000年代の観光の総括としては、観光を重要な経済成長戦略の一つとして位置づけ、観光立国を掲げ、計画を実施したことで観光の意義や役割への認識が高まり、観光の世界市場における日本の国際競争力を高めることにつながったと言える。その一方で、観光公害やオーバーツーリズムと称される現象が起こった。
- ここ20年間は数を追い求めていた時期。インバウンドという言葉自体も通じなかった20年前のことを思うと隔世の感。この期間の政策として海外から広く国内に需要を取り込むという点では大きな成果があった。しかしオーバーツーリズムの問題は指摘され始めたころに、方針を転換できなかった。
- 「住んでよし訪れてよしの国づくり」の方針が数の追求をしていたために、せっかくの住んで良い街が、良い街を訪れる外国人旅行者の増加が原因となって住み難い街と評されてしまった現状をしっかりと認識する必要がある。
- 日本人旅行に関しては見るべき成果が少なく、観光政策推進の基本である持続可能な観光への取組に遅れたとの批判は免れない。この対応の遅れた分野への重点的取組が不可欠。
- 国際的な双方向交流を活発にし、観光で国を成長させると決定してから約20年。この間政権が変わることはあっても大方針に変更がなかったことが誰が見てもあるべき進路である証。2000年代の観光は右肩上がりに成長し、世界の基幹産業の1つに拡大してきたが、それ故に影響と責任も拡大している。
- この20年を振り返ると、国の最重要政策の一つに観光が取り上げられたことは画期的だった。各種の整備や仕組みづくり、国民の意識にも変化が見られたことは前進であったと評価できる。しかし、こうした施策を通じて国や地域がどこまで持続性を獲得できたかは甚だ疑問。
- インターネットの進展により個のニーズが解き放たれた2000年代。世界的には脆弱な観光地は旅行者によってあっという間に毀損された。
- 2000年代は、トライアンドエラーで成果とともに、多くの課題を明確にしてくれた時代。

論点1 観光立国のあり方

- 数を追う段階から、質の改善にはっきりと舵を切るべきだ。数的指標から質的指標への転換。
- 2000万人を超えた頃からオーバーツーリズムの問題が発生しインバウンドは迷惑な存在であることが喧伝され始めた。この時点でCSとESのバランスが崩れ、数を追い求め続けていることによりCSとESの双方が低下し続けているのではないか。
- 地域と共生し、将来にわたって持続可能なサステナブルな観光産業を構築すること。コロナ前までの急成長の経験で、問題や限界も明らかになったので、その反省を踏まえて、持続可能性を追求すべき。
- これまでは不安定要因や阻害要因のない好調な状況下での観光の力や可能性を実感した。コロナ禍を経て観光の弱さや癖も十分認識されたが、これに悲観的になり過ぎずに、強かにレジリエンスを磨いていくことが持続可能性にもつながる。
- 観光業にリスクがあることを認識し、リスクを最小化する。リスクが生じた時の対応策を考える。観光の負の解消にこれまで以上に力を入れること。
- 持続可能の定義をするべき。持続的であることとはどういうことか。何を目標とすべきか。
- サステナブルの視点も地域や時の変遷によって変化するもの。地域に住む人を基軸に考えることが必要。
- 地球環境負荷の低減への取組強化。SDGsの視点による観光立国の姿の提示。各地域の多様性、特色、自律性を高めた「地方分権」の更なる強化が必要。
- 今後は、従来のマインドセットの観光ではない新たな観光のあり方が求められていることを認識すべき。観光政策に持続可能な観光を中枢におき、全体に統一感を持たせるためのナショナルブランドを決め、それをロゴとして可視化するなども有効な手段ではないか。
- 世の中はAIなどされに技術が進む方向であるが、一気に進んだことで起きている様々な弊害についても留意し、技術や利便さだけでなく、人間的で温かみのある観光国を目指してもらいたい。
- ここ数年はインバウンド対策に傾斜しすぎでは。アジアの中間層の増加を考えれば、訪日客が増えるのは自然の流れ。成熟した国らしい洗練された国内旅行のあり方の議論や提言、モデル作りがもっとあって良いのではないか。
- 観光は究極の平和産業。観光による経済的な効果に加え、観光による相互交流が国際外交を補完する役割を担っている。観光は平和のパスポートのスローガンに立ち戻ることが大事。
- 日本以外の国と地域との交流は極めて重要。その交流の一翼を担うものが国際観光であることを認識していただきたい。従来、とかくプラグマティックなものになっていた。
- 観光は、交流による相互理解の平和産業である。日本人全体がインバウンドの人を「お金を落とす人」と見るのはやめる。経済的効果は後からついてくるので、インバウンド施策を平和産業といえるにふさわしいものにすべき。
- 国民的議論を通じたゴール設定がなされず、場当たりの政策が展開されてきた点は真摯に反省すべき。まだ観光立国化の意義が国民に理解されていない。説明不足。
- 誰も責任を取る体制になっていないせいか、目標の立て方が安易な気がする。
- 政策評価のデータ整備のための予算化と研究組織設置が必要。
- 上流（国・政府）から下流（各地域・事業者）に至るまで、意識と行動が統一されることが大事。

論点2 地域に資する観光のあり方

- 違っているから意味がある。個別の観光地から得た知見は体系的になりづらいし、体系的になるような観光地は独自性や個性がなくなる。それを踏まえた住んでよしの観光まちづくりが重要。
- 今後は、遅れていた日本人旅行や持続可能な観光への重点的な取組が不可欠であり、その成否の鍵を握るのは科学的な観光地域経営。持続可能な観光地域経営を通じて、観光のみならず地域全体の持続可能性を高めていく必要がある。
- 訪日外国人旅行者数の目標が設定されているものの、取組自体が目標数値の達成ありきになっており、地域が観光を受け入れる意欲の向上に繋がっていないのではないかと。例えば、観光の正のインパクトを地方経済に与える点について理解を促すことが必要。観光事業者にもその点を意識した事業展開を進めることが望ましい（レストランの食材や土産物も地元から仕入れる）。
- 地域の差別化を図る必要がある。「温泉とグルメ」だけでは地域の差別化はできない。
- 2000年代は誰でもいつでもどんな目的でも日本を訪れてほしいとアピールしてきたが、これからはこの地域に来ると何ができるかなど知識が深まるかなどを明確にアピールしなければ地域の魅力付けができず選ばれなくなると思う。
- 大事なものは産業政策としての視点だけでなく、地方の多様性を活かすバランスの取れた国づくりに向けた国土政策の視点から観光政策の意義を考えていくこと。地方においては、観光消費は地域の幅広い産業に波及効果を及ぼす地域の総合産業という認識を持ち、みんなで取り組む意識、仕組み、政策づくりを心がけていくことが大切だ。
- 質を担保するための観光地の評価基準（静かさやゆったり観光できる、あるがままの自然景観なども観光地の価値）や評価の方法も決めてほしい。
- ゴールデンルート以外の地方にも目を向けられたのは良いこと。地方は元々あった独自の文化をお金に換えることができ地域の産業として有力なものとなった。今後は滞在プログラムの質の向上を図れるかどうか。
- 国際競争力を地方部の観光地がどのようにつけるかが課題。観光誘客に限らず商品開発・販売も意識が国内市場から国際市場に十分に広がっていない。
- これまでのビジネスモデルの1つであったDMOとは異なる収益構造が必要。持続可能な観光独自のアプローチ、システムを構築する必要がある。
- どうしても方針が少しずつ変わるので、進むべき方向はぶれないようにしてほしい。
- 予算制度は春先の取組も実施ができるようにしてほしい。地域の自由度の高い予算制度。単年度の予算消化の観光事業では何年取組を続けても発展しない。
- 国の施策としては画一的な価値基準ではなく、地域の主体性を尊重した取組を進めるべき。
- 観光に関係している行政、DMO、観光協会はいまだに予算をとって無責任に業者に丸投げをして効果を無視する傾向が強い。観光庁がそれを止めようとしめないことも残念。
- 観光関連の補助金等の増額は大きい結構だが、反面で、これら補助金を頼り、自らが投資・経営するという地域の自発性を阻害している点が否めない。補助金を「麻薬」というつもりはありませんが、こうした弊害にも目を向ける必要がある。36

論点3 具体策

- 次の時代は、旅行者も含むステークホルダーが担っていく持続可能な観光のフレームの再構築が重要。そのフレームの中では、マストツーリズム事業者を自分ごととして持続可能な観光をマネジメントする立場での事業運営を進める主体者にトランスフォーメーションさせることが鍵。
- 観光は地域に根付く文化の保存につながる。文化基盤の強化、文化理解の観点を進めてほしい。
- 観光振興を進めるあまりに、文化を損なうこともあった。建物の高さ規制や、景観保存、文化保存、文化利用（宗教的・日本的なアイコンが観光宣伝に使われすぎている）等の法律を作ることや、参加費や入山料の徴収等によるお祭りや繁忙期の人数制限も今後は考えるべき。
- 観光産業の最大の課題は、稼働変動の標準化。これで給与所得の向上や人財の問題、経営の課題も解決できる。
- 観光産業の最大の課題は、既存の基幹産業からの人材や技術移転。雇用と情報の流動性を高め、斜陽産業からのシフトの受け皿となったり、成長産業とのコラボレーションの仲介役となることで、限られた労働資源の有効活用を促進する必要がある。そのためには業界における情報の非対称性の解消が必要。観光関連の統計整備がこの20年で進んだが、データを収集する技術はこれを上回る速さで進化しており、精度が技術に追いついていない。
- 観光業界、観光産業のデジタル化。DXの必要性。様々な局面で取り込む必要がある。
- OTAでは案内できないきめ細かいコーディネート旅行商品を高単価で売る都道府県単位の地場旅行会社のキャパシティビルディングが重要。
- 次世代の観光産業を担う人材の数はまだまだ十分ではない。育成が急務。給与や就労環境改善など、観光産業で働きたいとする環境づくりが必要。高付加価値化や単価の向上等業界全体での取組が必要。観光を魅力ある産業としていくため、一体となって取り組んでいくべきである。
- 外国人だけでなく日本人の国内観光の推進、日本人の海外旅行も推進すべき。
- 外国人観光客が増えたことで色々な摩擦もあった。日本の文化や習慣を理解してもらうように努めるとともに、日本人も外国人がどのように感じているかを知る努力をし、双方向の文化の理解を進めることも課題。
- JNTOはアウトバウンドも手掛けられるようにすべき。インバウンドとアウトバウンドによる相乗効果に目を向けるべき。
- 実際の旅行体験の重要性。国内旅行者やインバウンド受け入れにおける受容性を高めるためには、日本人そのものが旅好きな国民となる必要がある。
- 日本人観光客をどう維持するか。日本人向けの新しい観光のスタイルの構築が必要。
- これまでは日本人と外国人観光客を分けて考えすぎていた。外国人観光客のための環境整備はある程度進んだため、今後は日本人観光客を基軸に外国人観光客も楽しめる利用できるような観光商品開発が必要。
- 観光の正しい意味、文化行動・経済行動の理解を徹底させなければ、何をやっても一時的な「まつり」に終わってしまう。学校の義務教育で「観光」の意味を教えるべき。
- 英語力、国際コミュニケーション教育の強化。今は英語「の」教育をする時代は終わり英語「で」専門教育を教える時代である。国際観光人材の育成が必要。
- 人材不足。観光施策は人並み以上の素晴らしい観光体験の経験がある人が進めるものだが、その体験が日本人には少ない。

パネルディスカッションに向けて

- 2003年以降の観光立国の取組について、観光有識者の評価は**10点満点中5.8点**。
- **社会的プレゼンスの向上、地域活性化、自国や地域の文化や誇りの再認識、国際社会での好評価**については、比較的高く評価された。
- **豊かな国民生活や住みよい地域の実現、基幹産業化、観光地域経営**については、比較的中程度の評価だった。
- **産官学の連携、ユニバーサルツーリズム、持続可能な観光、観光産業の変革**については、比較的低く評価された。
- **観光が、国民生活に良い影響を与えるものという理解が進んだとの回答は55%、国民生活に負の影響も与え得るものという理解が進んだとの回答は88.8%**だった。

■ 2003年以降の約20年間は、観光立国の種を蒔き、耕しを始め、2010年代後半はインバウンドの急成長という形で花が開いたが、同時に観光公害が生じるなど様々な課題も露呈した時代であったと言えるのではないか。

■ それは人数や消費額など経済成長を主眼とした取組ばかりで、経済・環境・社会・文化面でバランスがとれた持続可能性を主眼とした取組が実施されていなかったからではないか。