フィールド（現場）からの風 ⑯⑨

宮田守男

観光大国の重要な地域であるための地域の在り方について考えてみませんか

日本政府観光局が1月19日に、2015年訪日客数は、14年に比べ47%増の1973万人、との発表が各報道機関で大きく取り上げられた。また旅行消費額は、過去最高の3兆4771億円で、電子部品の輸出額に匹敵する規模だ。毎日新聞の元旦版・経済有識者新春座談会も、人口減少・高齢化などの課題を、地方がどう考えるべきかのテーマで、日本総合研究所主席研究員の藻谷浩介さん・星野リゾート代表の星野佳路さん・小西美術工芸社社長のデービット・アトキンソンが論じた。

「使える資源を今の所有者が独占して眠らせては地方の活気を失う」、「先進国からは観光客は充分に来ていない」、「違いは努力にある」などの発言者デービットさんは、日本文化財の修復会社の会長であり、「新・観光立国論」の著者と紹介。どんな視点で論じているのかと興味が沸き、書店で著書を購入する。

一読して、これまで考えていたインバウンドへの思い込みを打ち砕かれたような内容だ。外国旅行者を「短期移民」として位置づけ、「何度行ってもきりがない」と外国人観光客に思わせる「観光大国」を目指すべきとの着眼点。「おもてなし」に代表されるような、日本人が思うほど観光に主たる動機にならないポイントを忘れて、「客」である外国人たちの声に、真摯に耳を傾ける事が重要との視点。この時、大切なのは、まず「顧客」が、誰かを明確にすべきで、その顧客に売る事ができる商品が何かを明確にする事。2030年に8000万人が訪れる時の計画を、今、立てる事が必要と論じた。

著書の内容には、異論もあったが、着眼点の面白さも随所にあった。日本的な一面や1つの事柄で外国人にアピールできると一喜一憂するのでなく、観光大国になるための4つの要素、「気候」、「自然」、「文化」、「食事」のフルメニューの重要性を大切にすれば、外国人は足を向ける、との提言は、旅行の重要な動機となっていることも事実だ。一回の訪問では、満足できない地域づくりが、大北地域のこれからのエリア的な大きな課題なのだろう。

一月下旬、絶好のスキー日和、当然スキー場に行っている時間帯だが、笑顔一杯で散策する外国人の多さを目にする。今一度、地域の財産を考えて、外国旅行者を虜にする技を考える地域になってほしいと願ってやまない。

（NPO法人信州地域社会フォーラム理事・白馬村森上）

散策をしながら地域文化を楽しむ技を、私たちも学ばなければと思ってしまう