

観光産業の復活で日本を元気に

— 2000万人の外国人旅行客誘致を目指す

独立行政法人 日本政府観光局 (JNTO)

(<http://www.jnto.go.jp/jpn>)

理事長 松山良一

2013年に1000万人誘致へ

2012年の日本への外国人旅行者数は約840万人であった。03年に小泉首相は「10年後の2013年までに年間訪日客を1000万人に増やす」ことを目標に掲げたが、その後、鳥インフルエンザの流行やリーマンショック、東日本大震災などの影響が出たが、13年はなんとしても目標1000万人の達成を目指して頑張ってきた。

日本の観光ブランド価値は世界でもイタリアに次いで2位と非常に高い位置にある(表1)。その一方で、実際の外国人旅行者受入数は世界では33位で、マレーシア、香港、タイ、マカオ、韓国、シンガポールよりも低いという憂うべき結果となっている。この大きなギャップを埋めるのが我々の仕事である。日本は「いつか行きたい国」ではあるが「今行こう」とはなっていないのだ。

観光は世界平和へのパスポートと言われている。また、アベノミクスでも成長戦略の柱と位置付けられており、さらに今の日本に必要な村・町・地域起こしの起爆剤にもなる有望な産業と考えている。

〈表1〉カントリーブランドインデックス(国家ブランド指数)
(2012-13) ランキング

総合ブランド		観光ブランド
スイス	1	イタリア
カナダ	2	日本
日本	3	フランス
スウェーデン	4	スイス
ニュージーランド	5	米国
オーストラリア	6	カナダ
ドイツ	7	ドイツ
米国	8	タイ
フィンランド	9	モーリシャス
ノルウェー	10	オーストラリア

出典：フューチャーブランド社(米国のブランドコンサルティング会社)

建設業にも匹敵する25兆円産業 —内、6%しかない外国人消費

観光産業の名目GDPの経済規模はあまり知られていないが、2010年には建設業に匹敵する25兆円産業となっており、それは農林水産業の5倍もの規模である。にも関わらず、存在感は非常に薄かった。

国内旅行消費額の中で外国人旅行者の消費額は、フランスでは全体の30%、韓国では47%にもなっているにも関わらず、日本ではわずか6%以下(1.3兆円)に過ぎない。それも日本全体の平均であり、地方では1%しかないのだ。それは、日本の観光業が巨大な内需に支えられてきた結果、まったくの内向きとなり海外には目が向いていなかったことが原因である。しかし逆に言うと、その部分の成長可能性はとてつもなく大きいのである。

世界の観光産業促進への動き

現実として、世界各国では観光産業の経済規模や即効性に着目して熾烈な外客誘致競争を繰り広げている。そのために各国政府は自国観光局に大きな予算と人数を張り付けて、強力で観光プロ

〈表2〉世界各国の政府観光局(NTO)の体制

	日本	韓国	台湾	タイ	マレーシア	シンガポール
海外事務所数	13	31	12	26	36	20
総職員数(人)	132	613	606	918	1,082	580
NTO総予算(億円)	28	485	294	156	133	138
うち国費のみ(億円)	19	97	294	156	不明	122
外客数(万人)	836	1,114	731	2,235	2,503	1,039