2025年、「観光先進国」へ飛躍の年に

経済団体の観光立国戦略

日商　志岐隆史　観光・インバウンド専門委員長

地方の魅力向上による地方誘客を

――日商には専門委員会とは別に観光委員会がありますね。

「日商では、中小企業の活力強化や地域経済の活性化を図る観点から委員会を設置し、政策討議や連携促進などを行っている。専門委員会ではテーマごとの重要課題に対応するため、各地商工会議所の会頭など地域のリーダーに参画いただき、議論を行っている」

「観光・インバウンド専門委員会は宿泊・飲食・小売・交通・製造など、さまざまな業種のメンバー50人ほどで構成されている。おのおのが各商工会議所において地域経済の最前線でメインプレイヤーを務めている」

「観光という仕事は奥深く、やればやるほど興味が湧いてくる。活動を通じて他の地域への理解も進んでいる」

――全国には515の商工会議所があります。

「『きらり輝き観光振興大賞』は、その名の通り、地域の特性を生かした輝かしい活動で、他の商工会議所の範となるような観光振興に取り組む商工会議所を顕彰する制度。2008年に創設し、今回で15回目。24年度は奈良商工会議所による『奈良SDGs学び旅』の取り組みが高く評価され、大賞を受賞した。このほか七つの商工会議所が各賞を受賞し、全国商工会議所観光振興大会において、表彰式と大賞のプレゼンが行われる」

――次の大会は。

「25年の1月28～30日に長崎市で開催する。全国から1500人超の出席が見込まれており、一大イベントといえる。私は24年に開催した水戸大会に初めて参加したが、全国の観光担当者が一堂に会する、盛大な大会に大変感動した」

――千人規模ですから、会場確保など準備も大変でしょうね。

「準備も長い期間かけて行われる。全国の商工会議所の立候補に基づき前々から開催地を決めており、開催地の商工会議所が中心となり準備を進めていただいている。今後、26年は北海道、27年は長野県松本市、28年は福井市で開催される」

――インバウンドについてはどう捉えていますか。

「言葉の問題については、ソフトも充実し心配していない。先般、イタリアを訪問した際、私はイタリア語を話せないが、最近は翻訳アプリなどDXの進化により、日本語で話すとほぼ完璧に翻訳される。メニューなどもスマホをかざすことのみで日本語で表示される時代。訪日外国人が国内を旅行しても携帯端末さえあれば苦労しなくて済む。観光におけるDX推進により受け入れ側も同じく負担を軽減できるのではないか」

――新型コロナ禍でインバウンドは消滅しましたが、今は隔世の感があります。今後も増加が期待されることから、どう特定地域に訪日客が集中することなく地域に誘客するかが大事ですね。これは日本人旅行者についても言えると思います。

「24年8月に斉藤鉄夫国土交通相（当時）に『新たな局面を迎えるわが国の観光に関する要望～地域を支える産業として観光が発展するために～』を手交した。その際、地域に人と投資を呼び込む地域ブランディングの促進を要望した」

「地域ごとにさまざまな特色・持ち味があり、各地の商工会議所では歴史や文化、自然、食など地域資源を生かした地域ブランド形成に取り組んでいる。それらを強力に後押ししてほしい、と。外国人や日本人が地方に足を運ぶきっかけづくりがこれからさらに重要なポイントになる」

「会員の中には宿泊事業者もいるが、コロナ禍で倒産や廃業を余儀なくされたところも多かった。宿は定期的な設備投資が必要だが、それができないなど、コロナ禍の3年の影響は非常に大きかった」

――知名度の高い観光地や大都市などはオーバーツーリズムが深刻化していますね。

「地方にはさまざまな魅力的な場所がまだ多くあるが、認知度が低く、さらに露出していくことが必要。われわれ商工会議所はもちろん、自治体や他地域の関係者がもっと工夫、連携し、周遊ルートを発信していくなどの取り組みをしないと、この問題はなかなか解決しない」

――25年の話題といえばやはり4月開催の大阪・関西万博です。ここまで来たら成功してほしいですね。

「期待は大きい。開幕し、参加した皆さまにSNSなどで楽しかった、面白かったという情報を拡散してもらえれば、おのずと来場者は増えるのではないかと思う」

「万博を契機に周遊観光を促進させる必要があり、国交省への要望でも、各地で誘客に取り組む商工会議所への支援、交流人口拡大を図る『万博交流イニシアチブ』の促進などを求めている」

――日本人は海外旅行に行かなくなったという課題もあります。相互交流で観光は発展しますが、その意味では今は片肺飛行と言えるでしょう。

「旅行はしばらく行かないといてもたってもいられない（笑い）。ある意味、人としての自然な行動とも言える。これから海外への旅行もだんだん増えてくると思う。コロナ禍を経て、日本人のメンタリティーや行動様式も変わってきている。観光に対する見方も変わりつつあり、日常の中に旅・観光が位置づけられ、万博もあり、いまは観光振興のチャンスと思っている。皆さまぜひ、この素晴らしい日本の再発見の旅に本年はお出かけいただければと思います」

東商　田川博己　トラベル&ツーリズム委員長

ツーリズム発展へ都や国に要望

キーワードは「日本を売り込む」

特別インタビュー

経済3団体の一つ、日本商工会議所は観光振興に力を入れている。観光の現状と2025年の展望について、日商の志岐隆史観光・インバウンド専門委員長（全日空商事顧問）、東京商工会議所の田川博己トラベル&ツーリズム委員長（JTB相談役）に聞いた。【聞き手・内井高弘】

――トラベル&ツーリズム委員会の構成メンバーは。

「委員46人、幹事4人、オブザーバー1人の計51人。JR東日本副社長の伊勢勝巳さんと日本航空副会長の清水新一郎さんが共同委員長、新吉社長の富永新三郎さんが副委員長を務めている。東商の会員企業や支部会長、青年部、女性会、支部からの推薦者で構成されており、多種多様な方が集まる、割と珍しい委員会だと思う」

「一番大きな事業は東京都や国への要望だ。2024年6月に小池百合子都知事に『ツーリズムの基幹産業化に向けた東京の産業振興に関する重点要望』、24年8月には斉藤鉄夫国土交通相（当時）に『ツーリズムの基幹産業化に向けたわが国の産業振興に関する重点要望』をそれぞれ提出した」

「最重点はツーリズム産業の持続可能な発展に向けた受け入れ環境の整備だ。コロナ禍でツーリズム関連産業は大きな打撃を受け、多くの人材が流失した。需要は回復したものの、担い手が戻っておらず、人手不足状態にある。労働環境や待遇の改善と、若い世代への文化教育の拡充が求められる。併せて観光DXの推進等、省人化の取り組みも必要だ」

「また、『国際文化都市東京』の実現、双方向交流拡大に向けた東京のさらなる国際競争力強化――などを求め、消費拡大に向けたナイトタイムエコノミーの活性化、大阪・関西万博を契機とした交流促進、MICE、富裕層誘客などを盛り込んでいる。昨年は能登半島で震災と豪雨が発生し大きな被害が出た。日本は自然災害が多く今後も発生するが、ツーリズムは被災地の復興には大きく貢献できる。そのため、ツーリズムを通じた被災地復興支援も要望した」

――ほかにはどんな事業を。

「東京に住んでいると東京23区で開催されるイベントや祭りをカレンダー形式で掲載している。23区に住んでいる人でもまだ行ったことがないイベントが数多くあるはずで、ぜひ足を運んでその魅力を体験してもらいたい。また、巻頭の特集ページでは23区の魅力的な銘品・逸品を紹介している。東京でこんなものが作られているのかという細かいところまで目を配り、製作している」

「東京は江戸時代の約260年、明治からの約160年の連綿とした歴史がある。それが大きな魅力。伝える義務がわれわれにはある。ただ、最近では外国人の発信力もあなどれず、逆に教わるケースもある（笑い）。そういうものも参考にして、新しい東京の人流を作っていきたい」

「また、ツーリズムに関する先進的な取り組みを行っている地域を視察し、知見を得ることで東京のツーリズム振興の参考としている。最近では『世界の持続可能な観光地』として評価された愛媛県大洲市を視察した」

――東商が観光振興に力を入れる理由は何でしょう。

「ツーリズムは裾野が広い産業であり、その発展は多くの会員企業の発展にもつながる。東京においても国においても極めて重要な成長分野である」

――インバウンドが好調で、オーバーツーリズムも深刻化している。京都などではさまざまな手を打っていますが、なかなか効果が上がらない。

「オーバーツーリズムを解消するにはルールを作り、そのルールを周知し、守ってもらう努力が必要だ。場所・時間・曜日などによって人を分散させる混雑緩和の取り組みを考えるべきだろう」

――25年のビッグイベントといえば、4月から始まる大阪・関西万博だろう。観光業界はもちろん、経済団体にとってもインパクトは大きいのではないでしょうか。

「個人的な話で恐縮だが、私は大学4年のころに大阪万博（1970年）を見た。大学では道路経済学が専門で、就職先も物流企業を考えていた。ところが、会場に足を運ぶとこれまで見たことがない多くの人がいる。人生感が変わったね。観光・旅行の持つ魅力というか、エネルギーの大きさを肌で感じ、そうした仕事にかかわりたいと思い、日本交通公社（現JTB）に入った」

――いまの若い人たちも見てほしいですね。

「万博に対していろいろな意見があることは承知しているが、生成AI（人工知能）や空飛ぶ自動車など近未来の姿を見て、それがどういう社会を作っていくかを学ぶ意義は大きい。そうした経験をした若い子たちがツーリズム産業に就けば、大きく変化するかもしれない。ツーリズムのDX化が進むだろう」

「東商としては、外国人が万博から足を延ばし、京都や奈良の歴史観に触れた後、東京に来てもらい、江戸・明治時代を経て近代化された姿をどうアピールするかが重要だ」

――万博に向けた今後の予定は。

「5月には委員会として万博会場を視察し、大阪商工会議所のツーリズム振興委員会と懇談する予定だ。24年9月に開催されたツーリズムEXPジャパンの東商ブースでは万博のパンフレットを配布して機運醸成を図った。関西商工会議所連合会が主催するデジタルスタンプラリー『関西周遊NFTスタンプラリー』もともに進めている」

――25年のキーワードを挙げるとすれば何でしょう。

「観光立国というのは訪日のためのキャンペーンではない。ブランドとして認知させるべきであり、個人的には『日本を売り込む』ということが25年のキーワードだと思っている。東京2025世界陸上、園芸博など大きなイベントが控えており、日本を売り込むための道具だと考え、設計図を書いていってほしい。価値を生み出すための活動をし、収益につなげることがツーリズム本来の姿。交流だけではないということを強調したい」

週刊観光経済新聞
宿泊・旅行業・運輸・自治体（観光全般）

日本専門新聞協会加盟紙
国土交通省交通運輸記者会所属
発行所
東京都台東区池之端２－７－17
井門池之端ビル　〒110-0008
株式会社観光経済新聞社
電話　03(3827)9800(代)
FAX　03(3827)9730

北海道支局
札幌市中央区北６条西27丁目
1-3-705　〒064-0826
電話　011(624)5030
FAX　011(621)2530

関西支局
大阪市北区梅田1丁目11番4－1000号
大阪駅前第4ビル　〒530-0001
電話　06(7636)6377
FAX　06(6131)6199

九州支局
福岡市早良区室見1－12－1－508
〒814-0015
電話　070(6666)6350
FAX　092(836)7992

購読料年間 19,800円(税・送料込)
(税抜18,000円)

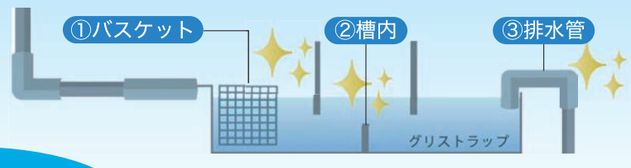
振替口座　00140-2-86888番
e-mail info@kankokeizai.com

PMS導入あきらめていませんか？
宿泊施設様向け
業務支援システム/PMS
every+1®
だれでもどこでもすぐにつかえる
GRIT株式会社
TEL:050-7112-0054

新年第２週号

◎他面の主な記事
☆10～11面＝国内OTAトップ座談会
☆12面＝オンライントラベル予約実態調査
☆14～15面＝旅館女将座談会
☆17面＝関心高まる酒蔵ツーリズム、その魅力と可能性
☆18～19面＝大手チェーンホテルトップ座談会
☆20～25面＝企業プロフィール「宿泊観光産業の発展に」

グリストラップ清掃の汚れとトラブル、放置していませんか？
グリストラップのエコ清掃システム「石鹸化衛生工法」でピカピカ&コストダウン
おまかせください！ その悩み、廃油を石けん水にする新工法 グリピカ®（石鹸化衛生工法）で解決できます！
株式会社白崎コーポレーション

グリピカ®（石鹸化衛生工法）の仕組み


石鹸化衛生工法とは、廃油を石けん水に変えて清掃する工法です。
持ち運び可能なポンプ（グリピカロボ）でグリストラップ内部の廃油や水を吸引し、専用の石鹸化ケミカル剤（グリピカサララ）と撹拌混合し「鹸化（けんか）反応」を促すことで、廃油を石けん水に変化させます。
グリストラップ内に溜めた石けん水を活用し、槽内からバスケットまでブラッシング洗浄しきれいに清掃します。
また、石けん水を排水することで排水管内に付着する油分なども簡易的に洗浄もします。

グリピカ®に変えると何が良くなる？
❶ 産業廃棄物処理のマニフェスト管理が不要！
❷ グリストラップの綺麗が長持ち！悪臭も解消！
❸ 衛生維持管理コストを削減できるかも！
グリピカ動画
【料金の目安】グリストラップ容量150ℓ　¥26,000～
※現地調査にて御見積いたします。地域や汚染度合い、年間の清掃　回数により料金は異なります。

☎0778-62-1570　https://www.shirasaki.co.jp/
本社　〒916-0076　福井県鯖江市石生谷町 11-23
東京支店　〒103-0023　東京都中央区日本橋本町 2-6-3　小西ビル
グリピカ「石鹸化衛生工法」および、グリストラップ専用消臭剤「消臭菌んぐ」は公益社団法人 全国水利用設備環境衛生協会の推奨を受けています。
消臭菌んぐ詳しくはこちら▶