



APIR シンポジウム

インバウンド先進地域としての関西

— 持続可能な観光戦略を目指して —

一般財団法人 アジア太平洋研究所
ASIA PACIFIC INSTITUTE OF RESEARCH

インバウンド先進地域としての関西

— 持続可能な観光戦略を目指して —

概要

- 日時 2019年11月21日(木)15時～17時30分
- 会場 ナレッジキャピタル カンファレンスルーム RoomC03+04
(大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪 タワーC 8階)
- 次第
- 開会挨拶 宮原 秀夫 一般財団法人アジア太平洋研究所所長
 - 御挨拶 松本 正義氏 公益社団法人関西経済連合会会長、一般財団法人関西観光本部理事長
 - 第1部：課題提起
「インバウンド先進地域としての関西 —持続可能な観光戦略を目指して—」
稲田 義久 一般財団法人アジア太平洋研究所研究統括兼数量経済分析センター センター長
 - 第2部：パネルディスカッション
〈パネリスト〉(氏名50音順)
アレックス・カー氏 東洋文化研究者
杉岡 篤氏 西日本旅客鉄道株式会社取締役兼常務執行役員 総合企画本部長
東井 芳隆氏 一般財団法人関西観光本部専務理事
八木 一夫氏 国土交通省近畿運輸局長
〈モデレーター〉稲田 義久
 - 閉会挨拶 岩野 宏 一般財団法人アジア太平洋研究所代表理事
- 主催 一般財団法人アジア太平洋研究所(APIR)
- 後援 国土交通省近畿運輸局、公益社団法人関西経済連合会、一般財団法人関西観光本部

プロフィール (氏名50音順)

アレックス・カー氏 東洋文化研究者

1952年米国生まれ、64年初来日。イェール大学で日本学専攻。77年より京都府亀岡市在住。伝統家屋の修築保存活動、景観コンサルティングを各地で行い滞在型観光の促進に寄与。特定非営利活動法人籠庵トラスト理事。著書に『観光亡国論』(2019年)等。

すぎおか あつし

杉岡 篤氏 西日本旅客鉄道株式会社取締役兼常務執行役員 総合企画本部長

1956年生まれ、京都大学大学院工学研究科修士課程修了。1982年日本国有鉄道、1987年西日本旅客鉄道(株)入社。執行役員総合企画本部副本部長、執行役員広島支社長、常務執行役員創造本部副本部長等を経て2019年6月より現職。IT本部長、創造本部長、万博プロジェクト推進室長を兼任。

とうい よしたか

東井 芳隆氏 一般財団法人関西観光本部専務理事

1960年大阪府生まれ。1983年一橋大学法学部卒業後、運輸省(現国土交通省)入省。同航空局、外務省在カナダ大使館等を経て、国土交通省大臣官房審議官(国際、総合政策担当、観光庁併任)、同危機管理・運輸安全政策審議官等を歴任。退官後ニトリホールディングス社長室長兼広報部長。2019年6月より現職。

やぎ かずお

八木 一夫氏 国土交通省近畿運輸局長

東京大学法学部卒業後、1987年運輸省(現国土交通省)入省。在インドネシア大使館、中部国際空港(株)出向、国土交通省自動車交通局保障課長、同大臣官房参事官、同航空局航空ネットワーク部首都圏空港課長等を経て、2018年7月より現職。

いなだ よしひさ

稲田 義久 一般財団法人アジア太平洋研究所研究統括兼数量経済分析センター センター長

1981年神戸大学大学院経済学研究科博士後期課程単位取得。神戸学院大学助教授、米国ペンシルヴァニア大学客員研究員、国際東アジア研究センター客員研究員、立命館大学助教授を経て、1995年より甲南大学教授(現職)。甲南大学経済学部長、学長補佐、副学長等を歴任。2018年4月より現職。博士(経済学)。

開会挨拶

宮原秀夫 一般財団法人アジア太平洋研究所 所長

APIRは2016年度から自主研究プロジェクト「インバウンド先進地域としての関西」をスタートさせ、インバウンドの消費動向分析に取り組んできました。本日のシンポジウムはインバウンド拡大に向けて関係各位と課題を共有し、解決に向けた連携を深めるきっかけにしたいと思っています。ご出席の皆様にはヒントを一つでも見つけていただければ幸いです。



宮原秀夫

御挨拶

松本正義 氏 公益社団法人関西経済連合会会長、一般財団法人関西観光本部理事長

関西経済の域内総生産(GRP)のシェアを70年大阪万博当時の20%に戻すためには、新たな強い産業基盤の育成が不可欠です。関西経済連合会は「関西ビジョン2020」において、「Look West」というグローバルな視点から「文化／観光」を一つの柱とし、インバウンド拡大に取り組んでいます。関西観光本部も「関西ツーリズムグランドデザイン2021」で関西全域へのインバウンド効果の波及、関西への訪日外客数2020年1,800万人を目標にしています。

先ごろラグビーW杯が大成功のうちに幕を閉じましたが、関西では2021年にはワールドマスターズゲームズ2021関西、そして2025年大阪・関西万博等、今後もビッグイベントが目白押しです。ご出席の皆様は地元や企業でインバウンド拡大に懸命に取り組む方が多いと思います。官民が一堂に会する本日のシンポジウムを、関西がワンチームとなって課題を解決するキックオフとしていしましょう。



松本正義氏

第1部 課題提起

「インバウンド先進地域としての関西 —持続可能な観光戦略を目指して—」

稲田義久 一般財団法人アジア太平洋研究所研究統括兼数量経済分析センター センター長

インバウンド消費は「モノ」から「コト」へ

関西経済の成長駆動要因は財とサービスの2つの輸出ですが、電子部品等の「財」の輸出は米中貿易摩擦の影響等により逆回転気味です。一方の「サービス」の輸出は引き続き好調で、統計上インバウンド消費がこれに該当します。インバウンド消費は2015年に訪日客の爆買いで大きく飛躍、その後は堅調に伸びています。爆買いに代表される「モノ」消費の後、



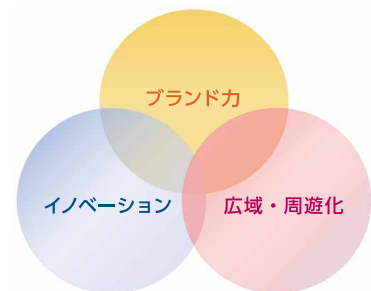
稲田義久

2010年代後半から安定して増えているのは体験を楽しむ「コト」消費です。

今後はブランド力、広域・周遊化、イノベーションの「三位一体」の分析が重要

インバウンド需要に影響を与えるのは為替レート変動、所得向上、ビザ緩和ですが、より重要なのはブランド力の向上です。観光サービスの向上・高付加価値化に、たゆまぬ努力が必要です。

京都・大阪への訪日客の偏在が顕著ですが、観光サービス向上には関西全域への広域・周遊化を促進する必要があります。そのためには足元の状況把握が不可欠であり、APIRは毎月、都道府県別訪日外客数の推計を



ウェブサイトで公表しています。

増え続ける訪日客に対応するため、多方面にわたるイノベーションも喫緊の課題です。キャッシュレス化、多言語対応、案内所・通信環境の整備、災害時対応、混雑緩和、交通利便性向上、宿泊施設の確保等、まさに待ったなしです。今後はブランド力、広域・周遊化、イノベーションの「三位一体」の分析が重要になってきます。

観光 + イノベーション = 関西経済のテイクオフ!

テーマ①

ブランド力

地域の魅力をどう引き出すか

稲田: 本日のテーマはブランド力、広域・周遊化、イノベーションの3つです。まずブランド力の向上として、地域の魅力をどう引き出すかを伺います。

八木: 近畿運輸局は交通機関と観光に関して行政面で携わっています。関西の国宝や神社仏閣は多くの訪日客を引きつけていますが、日本人にとってありふれたもの—田んぼや信楽のタヌキ、棚田等—は、まだ知られていません。これらを意識し神社仏閣と組合せることも必要であると思います。

杉岡: JR西日本は、鉄道を基軸に社会インフラを担う企業として、地域の皆様と一体となって「行きたい」「住みたい」まちをつくることを目指しています。とりわけ、訪日のお客様に向けては、駅や列車内での受入体制の充実、観光地をつなぐルート開発、国内外でのプロモーション強化、地域や自治体、DMOと連携した集客力のあるコンテンツの整備に取り組んでいます。

関西では、淡路島や高野山・熊野、城



八木 一夫 氏 国土交通省近畿運輸局長

崎温泉など都心から離れた観光地に向けて、自治体等と連携してアクセスバスや臨時列車を設定するとともに、車体へのラッピングを行い、魅力づけ、プロモーションにも取り組み、大阪や京都の一步先へ呼び込む工夫をしています。

東井: 関西観光本部は広域の観光振興が使命の団体です。2府8県の観光地と連携して広域ルートをつくり、海外にもプロモートしています。

例えば、一昨年、高知県柏島に行ったとき、欧米から来られているダイバーがたくさんいらっしやって驚きました。柏島はダイビングスポットだったのです。この経験から、外国人の目で関西を見てもらおうと「関西コネクションリーダーズ」を結成、地域の求めに応じて活動しています。

カー: 「モノ」から「コト」へというテーマで言えば、コトとはその地の自然・文化を体験することです。関西は宝物が山ほどある地域ですが、それがいかに脆いかを意識すべきです。きれいな田んぼは残ってはいますが少なく、また田んぼの風景のどこかにガードレールやブルーシート等のジャンクが見えます。住民・自治体等、全員で考えて、魅力的なコンテンツに磨き上げていかなければいけません。

長野県のある町では、町が田んぼの周辺から看板を撤去し、美しい景観を取り戻しました。こうした先進事例に学ぶことが大切です。

引き出した魅力を外国人へどう発信するか

稲田: 引き出した魅力を外国人の心に響くようにどう発信すればよいでしょうか？



アレックス・カー 氏 東洋文化研究家

東井: 関西広域連合のトップセールスに同行したフランスでは、「関西のプロモーションのテーマは何だ?」と言われました。フランス人は自分と共通項のある地域、たとえば高野山等のスピリチュアルな場所を求めているとのことでした。英国でも「テーマは何だ?」です。英国人は見たことがないもの、アドベンチャーを求めているとのこと。各国・各マーケットに応じた的確なプロモーションが必要です。

八木: 政策的にはインターネットの整備が重要で、JNTOなど共通言語のサイトもありますが、アクセス数が伸びないという問題もあります。いま最も影響が大きいのはSNSです。それは来た人の感動がそのまま伝わるからです。そのため既にWi-Fi環境の整備に予算をつけて、訪日客が発信しやすいような流れをつくっています。

杉岡: 訴求するエリア、媒体、内容を工夫しながら情報発信に努めています。具体的には、上海、シンガポールの当社海外拠点での情報発信やアリババ等の現地のOTA(Online Travel Agent)と連携したプロモーションを行っており、最近ではインフルエンサーの発信力に

も注目しています。

また、ラグビーW杯でも顕著でしたが、訪日後に行き先を決める方が増えており、行政の協力を得ながら、京都駅、大阪駅、新大阪駅などの主要駅に専用の案内所を設置しているところです。

カー: 情報発信に関しては、むやみな「撮影禁止」をやめてほしいと思います。日本の美術館・博物館はほとんどそうなので、SNSで日本の仏像や絵画の画像が発信されないのです。これでは日本の文化財がこの世に存在しないのも同然です。

稲田: 工夫が必要だということですね。

地域における人材育成の秘訣とは

稲田: 地域でも魅力を発信する人材をどう育成すればよいでしょうか？

東井: 地域ごとにマーケティングのプロを育成するのは困難だと考えています。海外では「〇〇町です」と言っても「それで？」と言われる。マーケティングの重要性、発信の重要性を理解している人材を研修で育てていくことは意味があると思っています。

八木: 地域の多様な関係者が知恵を出し合い、観光地域づくりの中心となるDMOが必要です。特に地方では人材不足という課題もあり、ようやく国の補助事業で人材支援も始まったところです。

杉岡: マーケット分析を基に外国人目



杉岡 篤氏
西日本旅客鉄道株式会社取締役兼常務執行役員
総合企画本部長

線で戦略を立てられる人材の育成が必要であり、そのためには「尖った人」をうまく活かしていくことが大事になると思います。

稲田: 地域活性化には昔からよく「よそ者、若者、変り者」が必要だと言われてきました。

カー: 私たちの仕事は限界集落や離島という、まさしく地域が舞台です。しかし地域住民だけではどうにもなりません。原動力は外部から来る若者です。大分県竹田市は移住促進政策を展開し、若い世代の移住者が増えています。夢を持って地域にやってきた彼らをもっと生かせばよいと思います。

魅力的な経験によって リピーターを増やすには

稲田: 魅力的な経験によってリピーターを増やすには何に気をつければよいでしょうか？

東井: 昨今、海外の方が主として言葉の観点から、ホテルのコンシェルジュとして活躍されていますが、他方、このような方々は、多くは、関西を知りません。当本部としても研修をしっかりお手伝いしたいと思っています。

毎年9月に台湾で商談会を開きますが、最近「新しいコンテンツは？」と言われる。台湾人は関西に飽きつつあり、関西にお越しになる方の数が、減少していることが気になっています。「オール関西を売る」という発想で広く深く魅力を探り、プロモーションしていくしかないと思います。

杉岡: コンテンツそのものの魅力が最も重要ですが、魅力を更に高めたり、場合によってはゼロにしてしまうのが「おもてなし」だと考えています。山陽新幹線では肉声での英語アナウンスを始めました。こうした取り組みを通じて、社員の意識を更に高めていきたいと考えています。



東井 芳隆氏 一般財団法人関西観光本部専務理事

テーマ②

広域・周遊化

京都・大阪への偏在解消に向けた動き

稲田: 京都・大阪への偏在から広域・周遊化を図るにはどうすればよいでしょうか？

東井: 関西観光本部では「プラスワン・トリップ・キャンペーン」と称して候補エリアを募集しています。京都・大阪という宿泊地から日帰りでの他の観光地に行かれる形が大宗を占めていますが、たとえば京都の北へ行って丹後・若狭へ、大阪から熊野古道へ、奈良から伊勢志摩へというように、大阪・京都以外の宿泊拠点を作り上げて、関西全体が花開くようにしていきたいと考えています。

また、花火、祭り、美術館といったテーマによる連携も考えられます。ルートとテーマでプラスワントリップを重層的なものにしていきたいと考えています。

杉岡: 訪日のお客様が広域的に移動しやすい商品を設定しています。全国版の「ジャパン・レール・パス」に加え、当社独自で乗り放題タイプの商品を設定しています。当社商品は海外からの予約に対応できるようにしたほか、適宜ご利用状況を踏まえてエリアの見直し等を行っています。

八木: 京都には約2,000のお寺があるそうですが、混んでいるのは10カ所ほどだそうで、圧倒的に市内に集中しています。この偏在の実態を認識しなくてはなりません。また、国別に人口と旅行者を比較すると1位はフランスで、人口よりはるかに多い旅行者を受入れています。日本は人口の4分の1の旅行者数で、まだ余地があるはず。現在は政府目標の2030年6,000万人の半分しか達成していない状態です。快くお迎えするには分散化は必要で、そのためDMO策定の計画に対し支援を行っています。

八木: まずWi-Fiやトイレなどハードの整備が不可欠です。それから情報発信や表示の見せ方を工夫する必要があります。多くの自治体はやってもらえますが、まだその余地があると思います。DMOと連携し成功事例を参考にして戦略を練ることが重要です。

杉岡: 広域化には連携が必要です。競争より協調によって魅力的な観光地が点在すれば、面としての魅力が高まり、リピーターの獲得によって地域全体のメリットが生まれるはず。

東井: 金沢市の観光事業者の重鎮に聞



広域化の課題とは

稲田: 広域化の課題は何でしょうか？

カー: 問題は数字が増えればそれでいいのかということです。キャパシティをオーバーすれば、訪日客を減らしてもよいと思います。天空の城として注目された兵庫県の竹田城は失敗例の一つです。入場制限をしなかったため観光客が際限なく訪れ、塀が崩れるなどの弊害が出て文化的価値が下がってしまいました。

世界遺産の白川郷は冬のライトアップ時に予約制度を採り入れました。「今回は行けなかった」というのも魅力の一つであり、格を上げることに繋がります。「いつでも行ける」のは価値を下げることもあると考えるべきです。

稲田: カーさんのご指摘は、適切な「管理とコントロール」が必要だということですね。

いた言葉です。「足を引っ張るより手を引っ張れ」。やはり連携が大切です。各府県はしっかり観光予算をつけていますが、その一部でよいので連携にも使ってほしいと思います。

テーマ③

イノベーション

言語の壁は先端技術で乗り越える

稲田: 訪日客との「言語の壁」をクリアするにはどうすればよいのでしょうか？

八木: すべての人が語学を習得するのは難しいので、機械の利用を進めています。いまは非常に性能のよい翻訳機が出ており、鉄道の駅や車両等で導入されています。これは災害時にも有効ですし、医療機関等でも活用できます。

キャッシュレス化、待ったなし

稲田: キャッシュレス決済への対応はいかがでしょうか？

杉岡: 当社では、これまで新幹線等のきっぷのカードでの購入対応を進めてきましたが、来春に向けて近距離きっぷもアリペイとウィーチャットペイで購入いただけるよう検討中です。二次アクセスでは、東京の約80%のタクシーで交通系ICカードが使えますが、関西は約20%ですから、万博までと言わず早く進めていきたいと思っています。キャッシュレス化は待ったなしです。

八木: 心齋橋筋商店街ではすべての店でアリペイが使えます。ニーズがあればやるしかないで、タクシー事業者も必死に研修をされています。タクシーで言えば事前確定運賃サービスも始まりました。アプリを活用して自動決済もできますので、キャッシュレス化までもう少し待っていただければと思います。

MaaSで訪日客の「足まわり」を整える

稲田: 訪日客に効率的に移動していただくインフラ整備についてはいかがでしょうか？

杉岡: 関西の鉄道事業者7社で「関西MaaS検討会」を組織しました。万博に向けて、使いやすい経路を選択でき、決済もできるシステムを完成させたいと思っています。

Wi-Fi整備はさらなる充実を目指す

稲田: 通信インフラの整備はいかがですか？

八木: Wi-Fi設置については観光事業者や自治体などは喫緊の課題としていますので、そこに補助金を出して進めているところです。最後に船舶については、瀬戸内海を通るときにつながりはしますが、まだ弱い面もありますので、今後充実させていきたいと思っています。

杉岡:トンネル内での通話を含め、新幹線のWi-Fiはかなり改善しました。Wi-Fiはもう不可欠ですので、引き続き努力していきたいと思います。

新しい発想で空き家をホテルに

稲田:宿泊者数の増加に対応するための施策を教えてくださいませんか？

八木:イタリアのアルベルゴディフーズ(分散したホテル)をご紹介します。町の中の空き家を一部屋として貸すというものです。日本も空き家は多いので、取り入れられると思います。もう一つ、これもイタリアの例ですが、アグリツーリズモというものがあります。訪日客に日本の農村風景を見ていただけるのではないかと思います。このような取り組みはまだ少ないですが、一生懸命知恵を出し合い実現していければと思います。

稲田:カーさんの『観光亡国論』にもアルベルゴディフーズが紹介されていますね。

カー:まさしく私たちが徳島県の祖谷でやろうとしていることです。集落の中の空き家に宿泊して、田舎のよさを楽しむ。しかしまだ本当に数が少ないのです。先日タイから来る30人ほどの宿泊場所を「海の京都」(京都府北部の日本海側地域)で探しましたが、なかなか見つかりませんでした。

空き家を生かした宿泊施設は祖谷や長野県茅野市にありますが、すべて地方自治体等の補助事業です。「海の京都」あるいは「森の京都」(京都府中部の

森林率が約8割を占める地域)に本格的に来てほしいのなら、自治体がお金を出して整備しないと広域化の受け皿がありません。大きな課題だと思います。

2025年大阪・関西万博に向けてインバウンド大航海時代が始まる

稲田:70年大阪万博では日本中から大阪に人が来ました。2025年の万博ではアジアから人が来て、インバウンド大航海時代が始まるのではないのでしょうか。それを見据えて一言ずつお聞かせください。

八木:観光だけは関係者全員が栄えるwin-winの世界であると申し上げます。例えば、整備新幹線が北陸から大阪まで来たら、関空から入った訪日客に、大阪で都市文化を、京都で古都の文化を、そして金沢で武家文化を楽しんでいただく。このように連携を進めて盛り上げていくことが非常に大事だと思います。

東井:目指すべき方向は2つあります。一つ目は「インバウンドを関西の成長エンジンに」です。そのためには3つのポイントがあって、①旅行消費額の全体を伸ばす。中国の富裕層はもちろんインド・イスラム圏を視野に入れる。②1人当たりの消費額を伸ばす。遠方からの訪日客はお金を使いますので、欧米豪にプロモーションをする。③観光産業のすそ野を拡大する。医療観光、農業観光等、後ろに「観光」をつければ観光産業になります。コト消費がキーワードになると思います。

2つ目は、「インバウンドのエネルギーをオール関西で享受」していくこと。広域周遊ルートの開発・提案、またビッグイベントをテコに前に進んでいきたいと思っています。

杉岡:引き続き、駅や列車内での受入体制の充実に取り組みます。その上で、「次のところ」に行っていただく仕掛けについて、関西だけでなく日本全体で考えていくべきだと思います。

観光産業、イノベーション時代へ突入

稲田:最後にカーさん、締め括りをお願いします。

カー:観光産業は意外とテクノロジー満載の分野です。自動車産業に匹敵するほどです。ホテル管理なら照明一つ、ミシュランの星がついた料理の出し方一つとっても、なかなか手の込んだものがあります。日本がそれに気づいて、学んで、洗練させていく時期が来たのだと思います。今はピンチではなく、チャンスなのです。

訪日客は確実に6,000万人に、さらに増えると思います。観光地が適切な管理とコントロールを学び、ダメージを抑えることができれば、観光はすばらしいメリットを日本にもたらすと思います。

稲田:ありがとうございました。本日は観光の先頭に立つ方々に集まっていただき、含蓄のある議論ができたと思います。目標実現にはいろいろな形でのイノベーションが必要だという認識は共通しているところだと思います。

ご参考 ～APIR Trend Watch～APIRウェブサイトに掲載しています～

- No.47『訪日外国人消費動向調査』個票データ分析から得られる関西インバウンド戦略へのインプリケーション(1)』
 - No.48『訪日外国人消費の経済効果 新たな拡張局面は持続するか:比較2013-17年』
 - No.49『台風21号の関西経済への影響について』
 - No.51『訪日外国人消費動向調査』個票データ分析から得られる関西インバウンド戦略へのインプリケーション(2) -訪日外国人の移動パターン』
 - No.53『持続可能なインバウンド戦略を目指して:オープンデータを利用した北陸地域の分析』
 - No.56『訪日外国人消費動向調査』個票データを用いたインバウンド需要の計量分析』
 - No.57『日韓関係の悪化と関西経済:2つの輸出とそのリスク』
- ※シンポジウム当日の投影資料はAPIRウェブサイトに掲載しています。

発行日: 2019(令和元)年12月
 発行所: 一般財団法人アジア太平洋研究所
 〒530-0011 大阪府北区大深町3-1
 グランフロント大阪 ナレッジキャピタル
 タワーC 7階
 Asia Pacific Institute of Research
 URL <http://www.apir.or.jp>
 TEL:06-6485-7690
 FAX:06-6485-7689
 発行者: 岩野 宏

ISBN978-4-87769-687-0

