

西日本広域観光ルートの開発に向けて

2010年11月の西日本経済協議会(以下、西経協)の総会決議を受けて、同年12月に発足した「西日本広域観光ルート検討会」(事務局：関経連)。当初の設置目的は、西日本広域観光ルートの開発による訪日旅行者の新規開拓やリピーターの獲得であったが、2011年3月に発生した東日本大震災により、本活動は意義を増した。風評被害でダメージを受けた日本ブランドの回復を実現するためにも、西日本が「できること」を実践する、その一翼を担う取り組みとなった。

「西日本広域観光ルート検討会」の活動の経緯

1. 検討会設置に至るまで

関経連による西日本広域観光ルート開発への取り組みは、2010年11月の西経協の総会に端を発する。西経協は、西日本にある6経済団体(中部・北陸・関西・中国・四国・九州の各経済連合会)による協議会。同総会の決議事項に「観光振興による地域活性化」として「広域観光とインバウンド観光の推進(西日本版広域観光ルート創設)」が盛り込まれたことを受けて、同年12月に西経協加盟団体ほか、西日本広域観光連絡会(以下、西観連)加盟団体などが「西日本広域観光ルート検討会」(以下、検討会)を設置(表1)。多くの旅行者が訪れる大阪～京都～富士山～東京の、いわゆる「ゴールデンルート」に匹敵する、西日本版の広域観光ルートを開発することをめざした。

〈表1 西日本広域観光ルート検討会構成団体〉

- ★西日本経済協議会加盟6団体
- ★西日本広域観光連絡会加盟5団体
- 中部広域観光推進協議会
※北陸エリアも所管
- 関西地域振興財団
- 中国地域観光推進協議会
- 四国ツーリズム創造機構
- 九州観光推進機構

2012年3月1日時点

2. 観光庁への提案

観光庁では、政府の新成長戦略における「訪日外国人3,000万人プログラム」を掲げ、その実現に向けさまざまな誘客活動を実施している。

検討会では、西日本広域観光ルートの開発が、訪日旅行者の新規開拓やリピーターの獲得につながり、同プログラムの具現化に寄与するものと位置づけた。そして、観光庁が重点市場と定めた中国、特に上海周辺の富裕層に対し、訪日旅行に関するニーズ調査を行ったうえで、現地でのプロモーション活動を実施するよう提案(2011年2月)。「地域を越えた西日本広域での取り組み」として観光庁から高評価を得た。

この提案から約2週間後の2011年3月11日に、日本は未曾有の大災害に見舞われたのである。

訪日外国人の動き

東日本大震災は、直接的な被害が

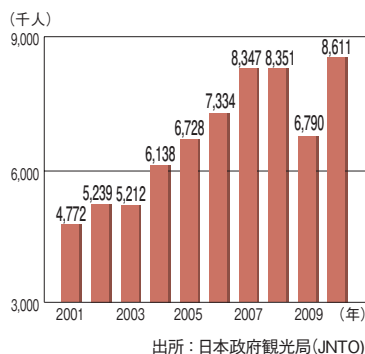
甚大であっただけでなく、風評被害も看過できないもので、インバウンド市場も、レジャー、ビジネスともに大きなダメージを受けた。

折しもその前年、2010年の訪日外客数は、過去最高の861万人を記録しており(表2)、これを順調に伸ばしていくことが求められていた。しかし、日本政府観光局(JNTO)の発表によると、震災が発生した2011年3月の訪日外客数は対前年比▲50%、4月は▲62%と半分以下にまで落ち込んだ。

その後、国や自治体、観光団体や民間企業等の懸命なインバウンド復活への取り組みにより、徐々に回復傾向が見られ、12月の暫定値は対前年比▲11%まで回復し、2011年計では、621万人(対前年比▲27%)と推計される。なお、本年に入り、1～2月計では同比▲11%と、回復速度は鈍化している。

また、最重要市場である中国からの訪日外客数については2011年10月には前年並みに回復し、11～12月は対前年比30%以上の増加を記録した。2010年秋に尖閣諸島問題が起こり、旅行者数が大きく落ち込んだ反動を加味しても、それを上回る回復であるとJNTOは分析している。本年に入り、中国からの訪日外客数は、1～2月計では同比+8%と、増加傾向は一服した。

〈表2 訪日外客数推移〉



市場調査事業(旅行社ファミツアー)の実施

このようにインバウンド市場が徐々に回復に向かうなか、検討会が進めてきた中国市場に対する「西日本広域観光ルート開発事業」が観光庁の事業として昨年9月に正式に採用され、旅行社ファミツアーとして12月に中国・上海周辺の旅行社を招請する運びとなった。

旅行社ファミツアーは、福岡国際空港から九州～中国～四国～関西と経由し関西国際空港から帰国する5泊6日の視察行程と、関西国際空港から関西～北陸～中部と経由し中部国際空港から帰国する4泊5日の視察行程の2コースを実施した。

検討会は、当該事業に連携する形で参画し、両コースにおいて、西日本エリアにある自然・歴史文化・伝統・食・産業など、さまざまな資源に対する中国人旅行者のニーズ調査を行った。

関西エリアでは、日本の三大古典芸能の一つである、能の体験やすしにぎり体験、大阪・中之島のイルミ

ネーション視察など、関西ブランドであるエンターテインメント性の高いコンテンツを試行した。また、他のエリアにおいても、離島体験や世界遺産視察など、西日本が有するさまざまな観光資源を体感してもらい、中国の人々の趣味や嗜好に適合するか否か、日々のアンケートや各地域で実施した意見交換会などを通じて確認した。

参加者の評価は、「西日本エリアには、日本の原風景や情緒ある温泉街、伝統文化やご当地の味など、『ホンモノの日本』を感じるスポットがたくさんある」と総じて高かったが、西日本というエリアの認知度は、中国ではまだまだ低いという意見が大半を占めた。

これらの調査結果をもとに、検討会では、認知度向上に資する活動および西日本エリアを着地とした旅行商品の造成を促進する活動を念頭に、2012年度のアクションを計画。その一環として、本年3月に中国の旅行社数社を訪問。実際の商品化への交渉を行った。



寿司職人によるにぎり寿司講座



能楽堂での能体験

西日本が震災からの復興に果たすべき役割

東日本大震災の発生以降、この国難を乗り越えるために、何をすべきかがあらためて問われている。

1995年に阪神・淡路大震災を経験した関西は、その経験を生かし、迅速に、かつさまざまな形で東日本の被災地の支援を行ってきた。

検討会では、その関西を含む西日本が、インバウンド市場の回復のために一致団結していくこと、すなわち「西日本が日本の復興を支える」という強い信念と責務のもと、西経協・西観連の各エリアの利害を超越した総意を持続しつつ、観光庁との連携をこれまで以上に強化し、インバウンド市場の持続的発展を支えていきたいと考えている。

まさに、西日本・西経協における関西の強いリーダーシップが求められている。この期待に応えていきたい。

(地域連携部 藤本芳崇)

