



北村 豪

KITAMURA Tsuyoshi

JTB

執行役員 ツーリズム事業本部西日本エリア広域代表

交流の力で、 グローバル・ツーリズム・デステイネーション “KANSAI”の実現を



観光業界はこの3年間、パンデミックによりこれまでに経験したことのない厳しい環境に置かれてきました。その間当社はこれまで培ってきたMICE運営などのノウハウを生かし、ワクチン接種会場などの運営業務を行うことで、差し迫った社会課題の解決に微力ながら貢献してきました。2022年度は移動制限が発出されず、全国旅行支援事業の開始などもあり、国内旅行においては回復基調となってきています。

コロナ禍を経験して、私たちは「交流できない」ということが、どれほど人生から楽しみを奪うのかということを痛感しました。私個人としては、人類は移動し交流することで得られる“未知との遭遇”を五感で感じることで進化してきたと考えており、リアルな交流がいかに素晴らしいものであるかということをあらためて認識しました。

そして、当社の持つ企業価値の源泉が何かと考えた時、それはさまざまなお客さま同士のつながりを創ることであると再認識しました。ソリューションやアイデアの提供はもちろんのこと、お客様同士のつながりも創る役割を担うことで、より大きな社会課題の解決につながるイノベーション創出に挑戦したいと考えています。地域にある資源を掘り起こし、磨きをかけることで“タカラ”とし、人が集まる元気な地域を日本中に創り出すことが、私たちがやるべきことだという思いを強くしています。

関経連では、都市・観光・文化委員会の副委員長を務めています。関西をいかに元気づけ活性化させるか、そこにインバウンド振興をどう掛け合わせていくかが重要だと考えています。「ABCプラットフォーム」で取り組む「食の多様性推進ラウンドテーブル」はその一例です。関西を訪れる多種多様な観光客(ムスリム、ヴィーガン、ベジタリアンなど)が

安心・安全に食を楽しめる環境を整えることをめざし、さまざまな企業や団体と協力しながら、ホテル・飲食店などへ共通の「食材ピクトグラム」を表示する取り組みを行っています。

関西の観光をさらに振興するためには、広域連携をもう一段深めることが必要です。例えばスペインのアンダルシア州は、点在するコルドバ、グラナダ、ロンダといった小さくても魅力ある個性的な街をまとめてPRすることで「アンダルシア地方」というブランド化につなげています。関西が世界の観光地域競争に勝つためには、関西観光本部のグランドデザインに沿って広域で連携し、「広域観光圏“KANSAI”」として統一したブランドで発信していくことが不可欠でしょう。さらに関西の隣には、世界的な旅行情報誌で「2022年おすすめの旅行先(地域)」世界6位に選ばれた四国、そして瀬戸内海があります。大阪・関西万博を機に連携をはかり、広域周遊できるルート作りができればと思っています。

関西には、うめきた2期の先行まちびらき、大阪・関西万博、IRの開業、さらにはリニア中央新幹線や北陸新幹線の大坂までの全線開業など、交流が活発化する大プロジェクトが目白押しです。東海道・山陽・北陸と3つの新幹線のハブとなり、アジアの玄関口である関西国際空港に加え、神戸空港も国際化されます。また、2022年5月に世界経済フォーラムが発表した観光魅力度ランキングで日本が初の1位となり、世界が熱い視線を送っています。

その中心的な地域として“KANSAI”が「グローバル・ツーリズム・デステイネーション」として認知され、世界中から人びとが集い、同時に世界へ出かけていく双方向交流の要、まさしく「日本の心臓」となっている——。京都出身の私は、関西のそんな明るい未来を想像しています。（談）