

# ハワイとイギリスを事例としたツーリズムによる地域創生 (一 プラチナ世代と諸外国のツーリズム事例の活用 一)

日本経営士会第 49 回全国研究会議・成田大会 (2015 年 10 月 12 日) 発表論文

西 満幸

## (論文要旨)

古来「伊勢へ七度、熊野へ三度」といわれたように日本人は旅を愛する国民である。また日本は明治時代に訪日した外国人が言ったように「訪れたい国」である。一方、ツーリズムメニューが不足し、多言語による情報発信、アクセスビリティやキャッシュレス決済などに課題が多く、国内・訪日ツーリズムともに諸外国に比べ低調である。ツーリズムは地産地消型の地域発展に有効な産業である。これを活発化するためには、まずスリーピング地域ツーリズム資源を再認識し発掘することが重要である。これらの、掘り起こしに「いぶし銀」の眼力を持つプラチナ世代を大いに活用し、ツーリズムによる交流性を高め、地域に賑わいを取り戻す。諸外国の地域交通補助制度を参考に広域長距離バスネットワークやユニバーサルデザインを含めた交通のシームレス化、ツーリズム産業の徹底した IT 化やハイクオリティ滞在型ツーリズムとして有効なタイムシェアの施策を提案する。ツーリズムの活発化は我が国の健康長寿社会を実現し社会保障費の低減、国際交流による心の安全保障にもつながる。施策の具現化に当たっては地域の経営士が支援し、地域創生プランを立案し実行していくことが有効と考える。

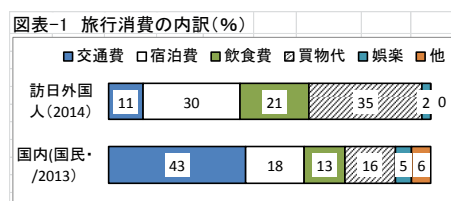
## 1. 緒言

### (1) 我が国のツーリズム産業は伸びるか? YES!

日本のツーリズム消費額は 23.6 兆円 (2013) である。GDP に占める付加価値は 11.3 兆円、GDP 比約 2% である。諸外国のこの値はイギリス・フランス 3%~4%、オーストラリア・ニュージーランド 4~5% である。また、日本のインバウンドツーリズムの全ツーリズム市場占める割合は 7% で、欧米先進国 20~50%、韓国約 50% と比べると極端に低い。その消費額の世界的ランキングは 22 位と低迷している。このように我が国のツーリズム産業は国内及びインバウンド両面において発展途上段階といえる。今後、世界ツーリズムは年に 3.3% 伸びる成長産業であり、我が国にとってはまだまだ“伸びしろ”が大きい成長産業となる。インバウンドは訪日外国人 10 人で定住人口 1 人増に相当する年間消費 (124 万円) があり効果が高い。2014 年の訪日外国人は 1,341 万人、消費額が初めて 2.0 兆円を突破した。

### (2) ツーリズム産業は地域活性化や地域創生に役立つ産業か? YES!

旅行中消費の 6 割 (国民) ~ 9 割 (訪日外国人) は宿泊、買物、飲食など地域で消費される、いわば地産地消型の産業である。その雇用は全雇用の 3.5%、224 万



人である。運輸業、宿泊業、飲食店業、小売業、農林水産業など地域産業への生産誘発と雇用効果は約2倍で、地域への経済波及効果が高い。ツーリズム産業は電気機械、食料品、輸送機械に次ぐ付加価値を有しており電気・水道・ガス産業を凌駕して地域と国の付加価値増大に寄与できる（図表-1）。

(3) ツーリズム産業の課題は？ それを解決できるか？ YES！

ツーリズムメニュー、高速交通体系から地域・地先へのシームレスアクセス、ユニバーサルデザイン、情報など産業としてのIT強化、キャッシュレス決済システム、ハイクオリティ長期滞在型宿泊などに課題が多い。旅行・観光競争力ランキングは9位(2015年世界経済フォーラム)で我が国のツーリズム資源のポテンシャルは高い。この恵まれたツーリズム資源を活かしプラチナ世代の知恵を活用し、さらにハワイとイギリスの事例等を参考に施策展開を図ればツーリズム分野で世界のトップグループになることが十分可能である。

## 2. 研究・調査方法

ここでは、ツーリズムによって地域活性化、地域創生を行うに当たり我が国の国内ツーリズムとインバウンドの現状について分析する。これらの現状把握から我が国ツーリズム産業が抱える具体的な課題を抽出する。

### 2.1 国内ツーリズムの動向

#### (1) 消費の動向と宿泊日数

2013年のツーリズム消費額（旅行消費額）は23.6兆円、このうち国内旅行消費額が94%である。国内宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少傾向で、これを訪日外国人が補

っているとはいえ現時点では全体的に低調である。消費の7割を占める宿泊観光旅行の国民1人当たり年間宿泊日数はわずか2.1泊であり、しかも10年前の2.8泊から減少している。交通費が43%を占め、国際観光の約10%に比べ高い（図表-2、図表-3）。

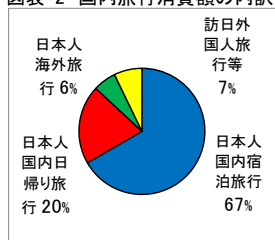
#### (2) 国内のレジャー・余暇生活に対する国民の意識

内閣府の世論調査によれば、今後の生活の力点はレジャー・余暇生活に力点を置くとした人が38%と一番多く、ツーリズムの潜在需要が高い（図表-4）。この潜在需要は約11兆円であるがメニュー不足などで6割程度供給されているに過ぎない。

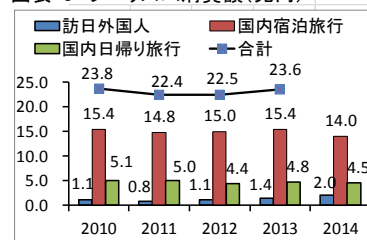
#### (3) 年代別消費と貯蓄

65歳以上の高齢者世帯は個人消費の35%以上を占め消費の主役である（図表-5）。実質貯蓄額は30～39歳が住宅ローンなどもあり380万円の赤字に対し、60～69歳は2,180万円であり潤沢である（高

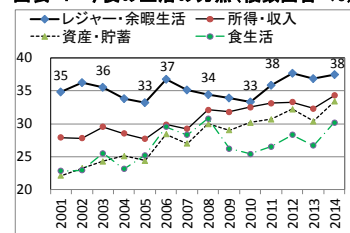
図表-2 国内旅行消費額の内訳



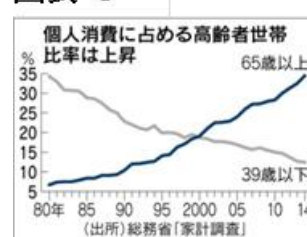
図表-3 ツーリズム消費額(兆円)



図表-4 今後の生活の力点(複数回答・%)



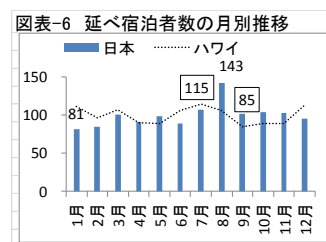
図表-5



齡社会白書 2013 年)。旅行費が最も多い年代は余暇・資金的に潤沢な 65～69 歳である。介護保険制度の充実により、高齢者の金融資産活用は国と個人の重要課題である。

(4) 月別宿泊客の変動が大きい、月別平準化が課題

月平均を 100 とした場合、日本人国内と訪日合計の月別宿泊客ピークは 8 月 (143)、最低は 1 月 (81)、ハワイのピーク 115 (7 月)、最低 85 (9 月) と比べると変動幅が大きい (図表-6、2013)。



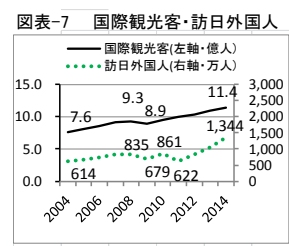
(5) 有給休暇の取得日数と取得率

有給休暇の取得日数は 9 日、取得率は 50%以下である。英独仏の取得日数は日本の約 3 倍の 25～30 日、取得率はほぼ 100%である (2013)。

2.2 国際ツーリズムと訪日外国人の動向

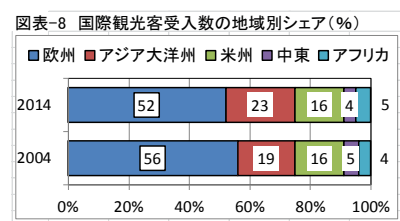
(1) 活発な国際ツーリズムとアジア、国際標準では低迷の日本

2014 年の国際客到着数は 11.4 億人である (UNWTO (国連世界観光機関))。日本の世界ランクは 22 位と低迷している。2004 年の 7.6 億人から 10 年間で 5 割伸び、2030 年は 18 億人と予測している。2020 年までの 10 年間の国際観光客の年平均伸び率は東南アジアが最高で 5.8% (10 年間で約 2 倍) と予測、全世界の伸び率を 2%上回る。国際観光客は周辺国シェアが 8 割である。アジアは韓国・台湾など一部を除けば 1 人当たり GDP は \$ 10,000 以下であり、国際ツーリズムの本番はこれからといえる (図表-7、図表-8、図表-10)。



(2) 著しく伸びている訪日外国人

2014 年の訪日外国人 (インバウンド) は 1,341 万人となり過去最高を記録した。我が国は経済成長著しく海外旅行熱が高まるアジアに近くその恩恵を受けている。最近 10 年間 (2014/2004) の訪日外国人は 2.2 倍の伸びで世界の国際ツーリズム伸び 1.5 倍を上回る。訪日客の伸びはアジア 2.6 倍、南米 2.1 倍、欧州・オセアニアとアフリカ 1.5 倍、北米 1.2 倍である。アジアが全体の 81%、北米と欧州がそれぞれ 8%、南米 6%と続いている。



(3) 宿泊日数と宿泊施設

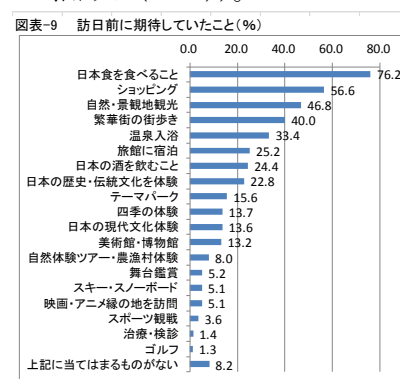
3.3 泊で短期間である。宿泊施設はリゾートホテル利用が 9% (2014) で、ハワイのようにハイクオリティ長期滞在施設 (コンドミニアム 18%、タイムシェア 9%) 利用は少ない (参考: ハワイ州の人口 142 万人、年間 817 万人訪問、平均宿泊 9.3 泊/人 (2013))。

(4) 東京・京都・大阪ゴールデンルート中心

延宿泊日数は東京圏と新幹線沿いを含めると約 7 割を占める。

(5) 月別宿泊者の変動と国際ツーリズムによる平準化効果

訪日外国人による平準化効果は 2% (ハワイ 7%) で我が国ではその効果は小さく変動幅は依然として大きい (図表-6)。



(6) 訪日客が期待していること

日本食、ショッピング、自然、街歩き、温泉などが上位である（図表-9）。東京と富士山、大阪・京都を回る「ゴールデンルート」が定番コースである。地方の情報に特化したツーリズム情報の提供、交通を含めたアクセシビリティの改善などが課題である。

(7) 訪日ツーリズムを支えるリピーターは「10回以上」が1割を占めている。再来訪のアンケート結果は「来たい」を含めると9割以上である。

### 2.3 課題まとめ

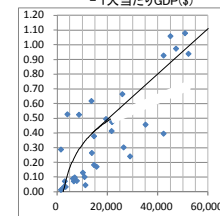
国内および訪日ツーリズムともに発展の余地は大きい。それらを確実にものにし、ツーリズムによる地域活性化を図るためには下記のような課題がある。

- (1) 高速交通体系から広域・地域・地先までのアクセシビリティの改善
- (2) 国内とインバウンドの「ゴールデンルート」以外のツーリズムメニューの開発
- (3) ツーリズム情報の発信・予約システムのIT化、旅行前・旅行中のキャッシュレス化
- (4) リピーターや滞在型旅行志向者のための新しいタイプのハイクオリティ宿泊施設開発

< \*参考：国際ツーリズム客の1人当たり海外旅行回数推定式(著者作成) >

国民1人当たり旅行回数と1人当たりGDPは相関がある。2013年の旅行回数がベスト50位の国のデータから人口1,000万人以上の国を選び、さらにデータが極端な日米香港のデータを除いて近似曲線を作成した。1人当たりGDPが\$2,500から国際ツーリズムが始まり、\$4,000で0.1回、\$10,000で0.3回、\$30,000で0.6回程度となる。現在1人当たりGDPは中国\$6,600、インドネシア\$3,500である。1人当たりGDPが倍になった場合の両国の海外ツーリズム回数は式から現在の1.7倍と2.5倍と推定できる。

図表-10 一人当たり海外旅行回数(Y)  
一人当たりGDP(X)



## 3. 提言

### 3.1 地域創生としてツーリズム産業振興が効果的な理由

<意義>

- ① 我が国のツーリズム産業は現在の約2倍以上伸びる可能性がある。特にインバウンドは成長余地が大きく訪日客10人は国民1人の消費効果がある。ツーリズム産業は地域への波及効果が高い（運輸業、宿泊業、飲食店業、小売業、農林水産業など）。
- ② 余暇と資金が潤沢な高齢者が頻繁に地域に足を向け交流することで地域に賑わいと活力がでてくる。加えて高齢者の健康長寿に貢献し、社会保障費の抑制につながる。
- ③ 訪日外国人の増加はツーリズムによる地域創生につながるばかりではなく、国際親善・友好促進、ひいては安全保障にもつながる

<提案するメニュー>

- ① プラチナ世代によるツーリズム資源の掘り起こしから、地域の発展に有効な着地型旅行スタイルへの転換をおこないより地域に効果的なツーリズムを展開する（図表-12）。

- ② 最先端 IT ツーリズム産業を目指す。きめ細かなツーリズム情報の発信・旬な情報の地元 IT 産業を活用した発信やキャッシュレス決済システムの導入および生産性向上。
- ③ 地域交通補助制度拡充(運賃割引制度)とユニバーサルデザインの実現
- ④ 地域空港を活用した新たなツーリズムメニューの開発
- ⑤ タイムシェア制度を活用したハイクオリティ滞在型ツーリズム開発

### 3.2 プラチナ世代によるツーリズム資源の掘り起こしと地域創生

- ① プラチナ社会：プラチナ構想ネットワーク（小宮山宏会長）は高齢者をシルバーに変えて「プラチナ」と呼んでいる。シルバーは貴金属としてはゴールドより下であること、プラチナは金よりも高価で、品格を感じさせ、輝きの失せない元気なニューアンスがあることから用いられており「プラチナ社会」という社会モデルを提唱している。年齢的には70歳以上をプラチナ世代と位置づけている。ここでは60歳以上をプラチナ世代と呼ぶ。
- ② プラチナ世代による地域資源の掘り起こし：このプラチナ世代は生活の知恵、余暇、厚い懐などの面で他の世代を圧倒している。海外勤務や海外旅行の経験も豊富でプラチナ世代を活用し地域ツーリズム資源の再評価、掘り起こしを委ねる。訪日外国人の多様性を十分に理解し、“いぶし銀”の知恵で地域ツーリズム資源の掘り起こしを行う。また、定期的に地域のサーベランスを行いPDCAサイクルでより付加価値の高い地域へと継続的に磨き上げていく。移動については後述する「地域公共交通補助制度」を活用して、地域交通に賑わいを取り戻し「豊かな知恵」と「温かい懐」で地域を活性化させる。これから、世界中の国が高齢化を迎える中で、超高齢化社会の中のツーリズムのいわば社会実験は貴重な世界のモデルケースとなり高齢化後発国へも有効な事例となる。

### 3.3 きめ細かなツーリズム情報の発信・旬な情報の地元 IT 産業を活用した発信とキャッシュレス決済システムの拡充

- ① 最先端 IT ツーリズム産業化。アクセス・アクティビティ情報の英語など多言語化

IT化はまだ不十分で旅行に必要な経路情報、路線情報など改善が必要である。アクティビティについては、国際ツーリズムの常識として、ネットで「いつでも、何でも、どこからでも、誰でも」情報取得や購入など多言語のシステム構築が必須である。また、キャッシュレス決済システムも必須となる。ある観光県のバス会社のホームページを覗いてみると定期観光バスの予約は問い合わせ先の電話番号を書いてあるだけで、残念ながらEnglishのページは見当たらない。ネットによる予約・決済システムを広く構築し、失っているビジネス機会を取り戻す必要がある。

- ② 現地の旬な季節・イベント・アクティビティ情報の発信

地域でのアクティビティ・催事などインフォメーションが不足している。季節やイベント情報などは旬が命である。ツーリズム国を標榜している国は人口1,500名ぐらゐの小さな村にもトラベルインフォメーション





事務所を置き必要な情報を提供している。また、ホテルなどは数名のコンセルジュを置き、ツーリズム情報や交通情報、各種チケット予約などの便に供している。

各種の旬な地域情報の収集やリニューアルなどは地元の IT 産業など雇用とツーリズム産業の生産性向上につながる。奇数月発行のクーポン券付きのマガジンを提供している観光地もあり、IT 技術を使って電子版で提供することも新しい情報ツールとなる。前ページ写真は日本語だけで 10 種類以上の隔月発行のツーリズム雑誌があるハワイの例。

### 3.4 地域交通補助制度拡充(運賃割引制度)とユニバーサルデザインの実現

水は流れがないと腐る。国も地域も同じように人の流れがなくなり、細くなるとやがて活力がなくなり衰退する。いうまでもなく日本は世界一の高齢化社会である。ここでは次の 2 例を地域間の交流性を高める方策として紹介し有効な地域活性化策として提案する。

#### (1) イギリス (UK) の例

① 運賃割引制度:2001 年から開始され高齢者と障害者に対して割引パスを発行する制度である。当初は居住自治体内のバス移動について運賃の半額を割引く制度であったが、2006 年にオフピーク時(月曜日から金曜日は 9:30~23:00、土日祝日は全日)の全学割引(無料)に制度が変更された。2008 年には居住自治体内という制限がなくなり、イギリス全域での長距離バス利用が可能となった(写真)。ロンドン市内の地下鉄全線も対象である。



② 財源:中央政府。2014 年は 9.33 億 £ (1800 億円)、1 人平均約 18,500 円の補助。

③ 対象者:2010 年までは 60 歳以上が割引対象であったが、2011 年から女性の年金支給開始年齢に対象が縮小された。

④ 利用状況:2014 年の利用者は 973 万人で割引パスを使ったバス旅客輸送は 10.11 億トリップ(1 人平均 104 トリップ)であった。割引パスは資格者の 76%が所持している。パス所有者全体の 91%が高齢者、9%が障害者の割合である。対前年比で高齢者の所有者は 0.6%減、障害者の所有者は 2%増となっている。

⑤ 長距離バス:主要な都市・リゾート都市を広域にリムジンバス(観光バスタイプ)で運行している。旅行用大型鞆が床下に収容可能で運転手が取り扱う。

#### (2) ハワイの THE BUS の例(写真は 2 連節バスと自転車ラック)

The Bus はオアフ全島をカバーしており、2014 年現在 101 路線、約 4,000 ヶ所の停留所がある。オアフ島人口は 99 万人、年間 7,500 万人が利用している。65 歳以上のシニアであれば外国人にも運賃割引制度を適用している。



① 運賃割引制度:片道大人運賃はオアフ島内一律 \$ 2.50(10 年前は \$ 1) である。4 日間有効パス、通常定期のほか国籍に関係なく 65 歳以上はシニアパスが 1 カ月 \$ 5 で利用できる(4 年ごとに身分証明書発行料 \$ 10 必要)。



② ホームページの案内:日本語の他、中国語、スペイン語、タイ語、ベトナム

図表-11 TheBusの利用者・台数・従業員(2014)

	単位	路線バス (A)	ハンディバン (B)	計 (C)	B/C (%)
平日利用者	人/日	229,400	3,600	233,000	2
年間利用者	千人	73,800	1,050	74,850	1
路線数	路線	101	—	—	—
平日運行延本数	本	4,163	—	—	—
平均トリップ	マイル	5.2	12.0	—	—
平日運行距離	マイル	66,180	23,000	89,180	26
台数	台	519	162	681	24
従業員	人	1,464	381	1,845	21

語など 12 カ国。スマートフォンでリアルタイム運行情報閲覧可。

③ 路線バス 519 台のうち 111 台(約 2 割)が二連節バス。他

に障害者用のハンディバンが 162 台ある(図表-11、写真)。

④ 自転車ラック(3 台または 2 台可)(前ページ写真)。

(3) ユニバーサルデザイン

電動車椅子(1 台または 2 台可)の占有スペースがある。電動車椅子 1 台分は座席 5 人分の占有面積である(縦方向席 3 と横方向席 2)。リフト式で運転手はリフトを上下に操作し、障害者は自走で乗降する。乗降の前後には運転手は 4 本の固定ベルトで車椅子の着脱を行う。車椅子の乗降時間は 30 秒程度である。アメリカ障害者法(1990 (ADA))は定期バス路線と自宅までのパラトランジット(障害者の移動の自由を保証する送迎サービス)を義務付けている。障害者用のハンディバンは通勤・病院・美容院・図書館などの便に 1 日 21~24 時間、片道 \$ 2 で供している。平日の利用者は 3,600 人で同 23 万人の 2% である。非居住者の障害者も年間 21 日間同システムの利用が可能である。車椅子の重量は 160 ポンド(73 kg)と制限されている。



(4) 公共交通から地域へのシームレス交通(ヨーロッパ・日本の例)

1~2 人乗りの超小型モビリティがヨーロッパで 1.2 万台、日本は横浜市 50 台、その他の都市でも数台が観光などに利用されている。2020 年には東京臨海部で完全自動運転システムが実用化予定である。ロボットタクシーなども視野に入ってきた。障害者を含めてシームレスな移動が可能となる(写真:超小型モビリティ例)。



### 3.5 地域空港を活用した新たなツーリズムメニューの提供

—ハワイの例と日本でも有効と考えられる地域—

ハワイ州ではホノルル市があるオアフ島からハワイ島、マウイ島、カウアイ島など島めぐりツアーが盛んで、オアフ島にはないツーリズムを提供している。最遠のハワイ島までは約 400 km の距離である。日本でも似たような立地として九州などが考えられる。九州北西部にあるリゾートホテルをベースに季節ごとの日帰り旅行が考えられる。九州は各県と主要離島に飛行場がある。九州内の飛行場は福岡空港を除けば空港容量に余裕があり実現できる。近い将来 MRJ(三菱リージョナルジェット)など小型ジェット機を活用すれば十分可能である。半径 400 km の半円を描くと九州島内の空港はさることながら、屋久島、四国、中国山地、岡山、韓国東南部ぐらゐまで 1 日行程のツーリズムが可能となる。



\*ハワイ・オアフ島と九州北西部リゾートから半径 400 km 圏内

(図表 上:オアフ島中心から 400 km/下:九州北西部リゾートから 400 km)

### 3.6 タイムシェア制度を活用したハイクオリティ滞在型ツーリズムの導入

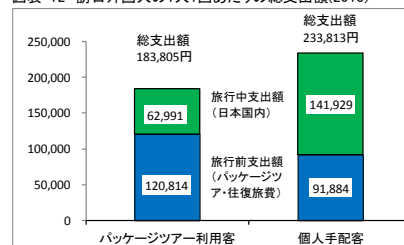
我が国のインバウンド消費は全体の 6% 程度であり、中国 9%、アメリカイギリス・ドイ

ツ約 20%、フランス 70%程度と比べれば見劣りする (2012 年度観光庁)。リピーターを増やし長期滞在型のツーリズムへの誘導、宿泊客の月別平準化が課題である。このための施策としてハイクオリティ・タイムシェア型の宿泊施設が有効と考える (図表-12)。

### ① タイムシェア方式

1990 年代初め頃から米国で始まった契約方式で永代所有権と年間 7 泊の無料の利用権付き会員権である。登記は親子 4 名などで行われている。1 部屋は 52 口で販売され、所有に比べれば比較的手頃な価格設定である。リゾート地で普段の生活をしながらバケーションを長期間エンジョイする欧米人の

図表-12 訪日外国人の1人1回あたりの総支出額(2013)



ツーリズムスタイルにフィットしたシステムといえる。日本人の会員数が 2 割に達する H ホテルグループの場合オーナー会員は 22 万人である。このグループの運営している部屋数は 94 カ国、72 万室、このうち 1% の 7 千室がタイムシェアである。経営的には 1% の部屋数で売上高・利益とも 1 割以上を稼いでいる。当初は既存物件の改築で物件を提供し初期投資を最小限に抑えながら立上げ、その後新築物件を提供している (2014 年事業報告)。

### ② 利用方法と訪問客の月別平準化の仕組み

ポイント制 (例：年間 9,600 ポイント) で所有物件は 1 年前から、他の物件は 9 カ月前から予約できる。部屋の大きさ・向き、季節 (プラチナ週、ゴールド週)、曜日によって必要ポイントを区分し稼働率の平準化を図る巧妙なシステムである。ハワイ州の宿泊施設の月別変動は 85% (1 月) ~ 115% (7 月) であり、日本の 81% (1 月) ~ 143% (8 月) に比べるとかなり平準化されている (2013 年)。またエクスチェンジ方式があり 100 カ国、4,000 カ所のリゾートバケーション施設がポイント交換方式により利用できる。

### ③ 販売例 (90~100 m<sup>2</sup> の 2LDK 部屋タイプの例)

7~9 万ドル前後で販売されている。1 部屋を 52 口の区分所有で販売されるので完売できればタイムシェア運営会社は約 400 万ドル/室の売上となる。実際は約 8 割の口数が売却済みで残りは自己所有としてホテル事業として運営しているようである。価格は 7 年間利用すれば元が取れるような設定といわれている。このほか運営会社は年間

約 \$ 1,700 の管理費をオーナーから徴収する。この管理費は日常の

図表-13 タイムシェア物件例 (2LDK の例) 単位: 部屋・ベランダ面積(m<sup>2</sup>)、価格\$

部屋面積	ベランダ	クラブポイント	価格	年間管理費	部屋タイプ	シーズン	ビュー	設備	築	備考
105	23	9,600	65,000	1,700	プレミアム	プラチナ	オーシャンフロント	フルキッチン	43年	2008年11月
93	14	12,600	87,000	1,700	プラス	プラチナ	パースナルオーシャンビュー	タ+洗濯機	7年	2015年4月

注1: 所有権は永代所有、年間7泊無料、4名まで登記可、

施設管理のほか予備費としてプールし 7 年に 1 回程度リニューアル費用に充填される。

④ ハワイの長期滞在型施設：ハワイ州の宿泊施設総数は 74,000 室、このうち 15% がコンドミニウム、同 15% がタイムシェアである。ハワイ州人口 142 万人に対して州訪問客は 817 万人 (うち外国人は 4 割の 326 万人、他は米本土)、平均 9.3 泊、平均訪問回数 5 回、144 億ドルの消費である (2013 年)。この方式はツーリズム客の増大と宿泊施設等の季節平準化





に大いに寄与している。また直接投資の獲得にもつながっている(居間&間取り例)。

#### 4. 結論及び提言

##### 4.1 結論

我が国のツーリズム産業はGDPの2%程度で欧米の半分である。インバウンドについてもその消費額の割合は6%程度(2013年、2014年10%)で欧米諸国の1/2~1/5である。今後、国内・インバウンドツーリズムの両面においてツーリズム産業の発展する余地が大きい。

ツーリズム産業は少子高齢化が進行する中、労働力は細る一方である我が国全体の経済の発展と地域の発展に寄与できる数少ない産業である。ツーリズム産業は地産地消型産業であり、地域社会への波及効果が高い。まず、足元の経営資源を見直し活用を進めることが大切である。経済のグローバル化を迎え、労働の面ではワーク・ライフ・バランスによる休暇取得の促進による国内ツーリズムの活発化、インバウンドの8割は周辺国といわれるが、周辺国は急成長するアジア地域である。日本にとっても、地域にとっても国内外ツーリズムはともに大きな発展を秘めた産業であることを再確認し地域活性化を図りたい。

##### 4.2 提言

ツーリズム産業による地域振興策として次の5点を提言する。

**提言1:** プラチナ世代によるツーリズム資源の掘り起こしと地域創生を行う。”いぶし銀“の知恵を活かし地域に眠るツーリズム資源の掘り起こしと地域に何度も、何度も足を運ぶことにより地域に人の流れを創り消費を活発化させる。自ずからプロシューマーとなる。

**提言2:** きめ細かで旬な着地型ツーリズム情報の多言語発信。情報は“旬”が決めて。地元IT産業を活用して発信すると同時に生産性向上を図る。予約・地域消費時のキャッシュレス化(クレジットなど外貨建て決済)を拡大する。

**提言3:** 地域交通補助制度拡充(運賃割引制度)とユニバーサルデザインの実現による交通のシームレス化を図る。プラチナ世代に対して地域と広域のバス無料化。“空気”を運ぶバスから豊かな“心”と“懐”を運ぶバスへ転換し地域の賑わいの起爆剤にする。

**提言4:** 地域空港を活用した新たなツーリズムメニューの提供。既存地方空港の有効活用による新ツーリズムメニューの創出・提供。

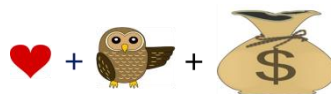
**提言5:** ハイクオリティ・タイムシェア一型長期滞在宿泊施設の拡大を行う。アジアの富裕層などを狙ったタイムシェアシステムを拡大し、インバウンドを増やし、地域訪問客の季節平準化ならびに対内直接投資拡大を狙う。

#### 5. あとがき

自然、景色、食、歴史・文化、おもてなしなど日本はツーリズム資源に恵まれた安全な国

の一つであるが、ツーリズム産業としてそれらを十分活用しているとは言い難い。新しいビジネスがなかなか見つからない昨今、もう一度身近な経営資源としてのツーリズムの再評価を行い、それを活かしていくことが重要となる。これから迎える訪日外国人は日本にあまりなじみのない国の人にもたくさん訪れることになる。アクセスビリティ、長期滞在型ツーリズム・ハイクオリティがポイントになる。相応しい部屋空間の確保、何処でも小奇麗なレストランの存在、ユニバーサルデザイン化、高速交通体系から地域・地先交通までの移動のシームレス化など課題は多い。ツーリズムに熱心な国は各種情報を多言語で発信し国のあらゆる制度を総動員して振興を図っている。数年前スコットランドのタイムシェアで二週間の夏休みを過ごしたとき、沢山の高齢者が長距離バスで陽気に移動しているのを何度も目撃した。今年三週間ハワイのタイムシェアで夏休みを過ごしたときはkiss and ride、徹底した障害者交通対策、シニアパス制度などにより公共交通機関の活性化、宿泊施設の長期滞在型へのシフトなど目撃した。翻って国内の長距離バスは閑古鳥が鳴いていることもたびたび見受けられる。公共交通機関は人が利用してこそ役に立つのである。空気を運んでどうするのだろうか。”心の温かい“、”懐の豊かな“なプラチナ世代に公共交通を開放し地域に人の流れや賑やかさ取り戻す必要がある。プラチナ世代は地域にとって知恵とマネーの両面でプラチナ価値を提供しそれを起爆剤にツーリズム振興に大いに貢献できる。ツーリズムは総合的な地域産業である。国と地域と国民が持てる力を十分に発揮し部分最適から全体最適によるツーリズム産業の発展を期し地域活性化につなげたい。日本にとってツーリズムは安全保障として重要な役割を果たすことも肝に銘ずべきである。

「きょういく が いちばん」と友人たちとよく話している。プラチナ世代にとって「今日行く」が心身ともに、世間にも役立つ。チャプリンは人生にとって大切なのは「愛と勇気とサムマネー」といった。プラチナ世代が有するビッグマネーが問題になっている現代では、「愛と知恵とビッグマネー」だと思う。「金は天下の回りもの」、愛と知恵と金は地域、国、世界のツーリズムに役立ててこそ世界経済の発展と平和に貢献できるものとする。



#### 『参考文献』

- 1) 『観光白書』: 観光庁 (2014年、2015年)
- 2) 『プラチナ構想』: プラチナ研究会 <http://platinum.mri.co.jp/platinum-society/preface/index>
- 3) 高峯康世: 諸外国における地域公共交通補助制度—ドイツ・フランス・英国、国立国会図書館、レファレンス、平成27年1月号
- 4) Bus Statistics: Concessionary travel in England, 2013/14: UK Department for Transport, 23 September 2014. <https://www.gov.uk/government/>
- 5) TheBus City and County of Honolulu: <http://www.thebus.org/AboutTheBus/TheBusFacts.asp>