

第2部

インバウンド観光による地域創成のための
人材育成とは

高橋 広治・吉田 昭二

廻 洋子・村川 庸子・前野 高章

根本 敏則

根本敏則教授(以下、根本) 敬愛大学の根本と申します。よろしくお願ひします。まず、パネリストの皆さんをご紹介します。皆さんのほうから向かって右側、経済学部の前野さん、国際学部の村川さん、廻さん。それから基調講演をいただきました高橋さん、吉田さんです。

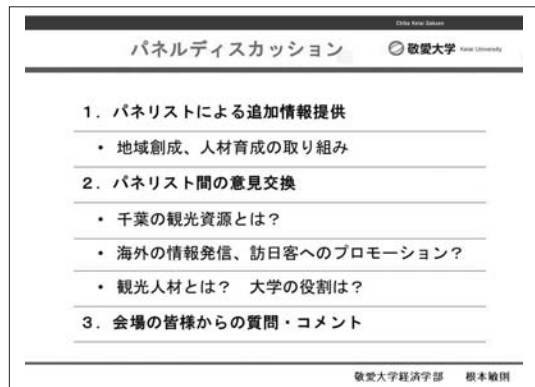
このパネルディスカッションは、スライドに示すように進めていきたいと思ひます(右図参照)。まず、新たに加わって

いただいた3人のパネリストに自己紹介をお願いします。どのような研究・教育をされているのか、あるいは地域創生・人材育成にどのように取り組んでおられるのか、ご紹介ください。3人のプレゼンテーションが終わりましたら、パネリスト全員での意見交換に移ります。テーマは、『千葉の観光資源とは何か』『海外への情報発信、訪日客へのプロモーションをどのようにしていくか』『観光人材に必要な能力は何か、大学の役割は何か』の3つです。その後、会場の皆さんにもご参加いただき、パネリストの皆さんにご質問、あるいはコメントをお願いしたいと思ひます。

それでは早速進めていきましょう。まず最初に、前野さん、よろしくお願ひします。

前野高章専任講師(以下、前野) 経済学部の前野と申します。よろしくお願ひします。現在、敬愛大学のゼミを中心に「産業の国際化」と「地域産業の活性化」というテーマを主に議論しています。これらのことをベースとして報告させていただきたいと思ひます。

先ほどの講演にもあったように、日本全体で人口の減少という課題があり、それに伴って市場の縮小という問題があると言われてしています。少し見づらいかもかもしれませんが、右側の図が2050年の日本の人口予想分布図です。これを見ると、黄色と赤以外の水色、青、そして緑の箇所、ここは人口が急激に減るであろうと言われてしている地域です。千葉県も千葉市の辺りまでは大丈夫だとは言われていますが、全体としては大きく減っていくだろうと言われてしています。そのために、自治体を中心として多くの政策的な取り組み





が行われています。本日のシンポジウムのテーマにあるような、インバウンドを活用した地域活性化ができるのではないかと、学生と議論を続けています。

地域活性化、あるいは産業活性化というテーマは、最近になって取り組まれはじめたことではありません。例えば、大企業の誘致による雇用の増進

や、税金を投入した公共事業による経済への刺激などは、これまでも行われているのですが、いずれも単発に終わり持続性がありません。それではこれからはどのような取り組みが必要なのかというと、やはり外の需要を内に取り込んで、外需を内需化していくことが重要になってくるのではないかと思います。そこでインバウンド需要をうまく活用できないかと考えています。

「エコノミックガーデニング」というモデルがあります。これはガーデニングとはいえ実際に土を触るわけではないのですが、いわゆる「地域」を土壌と捉え、いかにその土壌に合った活性化ができるのか、というひとつの地域開発モデルです。簡単に言いますと、伸びようとしている企業を産学公民金という社会のプレーヤーで支え、そのビジネス環境を整えていこうという取り組みです。

実際にこういった取り組みは日本でも多くの自治体が入り入れており、千葉県でも、お手元にある「千葉チャレンジ」というCOC+の資料にある山武市が、この「エコノミックガーデニング」を試みています。具体的には、その地域のファン、あるいはリピーターをつくらうということが最終目的で、地元の地域固有の資源を中心に活用していこうという考え方です。そこで、千葉県もインバウンド需要を用いて、ファンやリピーターをつくれるのではないかと考えています。

それでは日本固有の資源とは何か、世界の概念からみたときの日本固有の特徴のある製品は何かというと、そのひとつに日本酒が挙げられます。日本酒は昨今、世界でも需要が非常に伸びてはいますが、実際に海外進出を行おうとするとさまざまな課題があります。それをどうすればいいのかといったときに、インバウンド需要を活用できないだろうかという議論があります。実際に日本に来る外国人観光客の40%以上が日本のお酒を飲んでいるという調査結果が出ています。おおむね2人に1人は日本酒を口にしているということです。

そして、「エコノミックガーデニング」の考え方のひとつに、情報ネットワークを構築・強化しようということがあります。これは外国人観光客が日本に来てもらう前に、つまり成田に到着する前に、日本の情報を提供できる情報インフラを構築するということです。この取り組みは、各市町村が個別、単発で実施するのではなく、千葉県の企業単位、あるいは自治体単位で情報の整備が考えられるのではないかとという試みであり、最終的に、ファンをつくり、リピーターをつくり、持続的に千葉に足を止めてもらうことが目標です。

外国人観光客・旅行者は増えてはいるのですが、千葉県に落としていく金額は非常に

少なく、日本全体で見ても、千葉県での消費額ランクは思っているほど高い位置にはないと言われてます。

実際にファンをつくるためには、外国人の需要に合わせるようなサービス・商品作りが必要になります。日本に来る人にどのようにして日本酒を口にしてもらえるのかを考える時、日本酒単独の取り組みでは課題が多く、外国人留学生や、私の外国の友人などにいろいろとヒアリングをしてみたのですが、日本酒単独で世界に乗り込むというのは、非常に難しいし、日本酒を飲むためだけに日本に来るといって外国人観光客は少ないと言っています。彼らは訪日の目的は、日本の文化や伝統というものを体験したい、そのために観光に来るといって人が多いということで、日本酒プラスアルファのような考え方が必要なのではないかと考えています。それは、例えばぐい呑みであったり、日本の文化的な酒器と日本酒の組み合わせというものを考えたり、あるいは、実はとても相性の良い日本酒と西洋料理の関係をアピールしたりするということです。

右上の画像に、「チーズによく合う純米酒」とありますが、これは千葉県の岩瀬酒造さんが出しているもので、純米酒とチーズはよく合うのだということアピールしています。右下の写真は都内のお店で、カルパッチョには日本酒の熟成酒、いわゆる古酒がよく合うと言われていて、外国人にも人気があります。熟成酒に関しては、千葉県では、木戸泉酒造さんが熟成酒の製造で有名です。また、今、例に出したような食との組み合わせだけでなく、ブランド化を進めるためにはどうすればいいのかということも課題としてあります。日本ではGI（地理的表示保護制度）と言われている、WTOの協定で定められている地理的表示を政府に認証してもらい、これで世界的な商標としての認知化、あるいはブランド化がされているところです。少し駆け足になってしまいましたが、以上で私の報告とさせていただきます。ありがとうございました。

根本 ありがとうございました。地元の中小企業を再活性化するモデルということで、「エコノミックガーデニング」を解説していただきました。非常に面白い考え方だと思います。それでは続きまして、村川さん、よろしく願いいたします。

村川庸子教授(以下、村川) 国際学部の村川です。専門はアメリカ、日米関係の歴史です。数年前から少し変わったことをしておりまして、本日はその話を聞いていただきたいと思います。スクリーンには「国際学部でアグリ」とあり、その手前に本日のシンポジウムのテーマを加えて「インバウンド観光振興と地域創生の一步手前の国際学部でアグリ」というようにお読みいただけたらと思います。私は観光については全くの素人ですし、インフラの整備というところに関しては、今日は専門の方々がいらしているのでお任せしたいと思います。プログラムをつくり、実際に人を動員してそのプログラムを動かそうということになったときに、これまで行ってきたことが少し参考になるかもしれないということで、紹介させていただきます。

まず「国際学部でアグリ」というプログラムを簡単にご説明します。この活動は2010年ぐらいから始めましたが、他の大学の国際学部にはない、国際的なテーマがないだろうかということで思い付いたのが「食と農」でした。私は40年ほど日本とアメリカの農村で調査をしていましたので、そういった経験を活かし、フィールドワークの面白さのようなものを学生に味わってもらおうことを含めて何かできないかと思っていました。千葉県は日本有数の農業県でもありますから、この2つ、「食と農」を合わせ、さらに地域



に貢献できる人材育成にも繋げることはできないか、と考えました。最初は手探りの状態でしたが、自分にできないことを周囲に任せきりにせず、私も一緒に勉強させていただくというスタンスで続けてきました。農学は教えられませんので、例えば千葉黎明高校の先生方や、土地改良区の水土里ネットのみなさんや自治体の農政担当の方

々、有機農業の農家さんなど、本当に大勢の方にご協力・ご助力いただいています。

学生について言いますと、私たちの時代とは違ってこれからの時代に求められるのは、何より変化にどう対応するのかを学ばせたいということで、まず千葉でフィールド調査ができる場所を探しました。県庁や市役所、あちこちに話を聞きに上がったのですが、その度に「千葉県は恵まれてるんだなあ」という印象を受けました。気候も良いし、大市場の東京はすぐ隣にあります。あまり冒険をしなくても、また変化をさせなくてもなんとか食べていける、というお話を何度か聞いたので、もう少し困っているところはないだろうか、ということで探していただいたのが、山梨県の北杜市です。こちらは3年続けて伺いました。その延長で、北杜市で活動されている方の「お師匠さん」が、偶然にも私の出身地の、愛媛県の今治市におられるということでそちらにも伺い、お話を聞いてきました。さらに、この話を南房総市の教育長にお話ししたところ、「千葉県にも南北問題があります。『南』のほうに来てみませんか」とお誘いいただいたので、学生を連れて伺いました。この活動は、敬愛大学総合地域研究所の共同研究という形で支援をいただき、近年はフィールドを佐倉市に絞って実施しています。

活動内容を簡単にご紹介します（写真資料は省略）。左端の上は、パンプキンですが、まだ日本でハロウィンが定着する1、2年ほど前にランタン作りを始めました。それから上の2枚は、北杜市の市役所の若い方が食の問題に取り組んでおり、その話を伺ったときのものです。右側は、敬愛大学の学生・留学生を連れて行き、味噌作りの絵本を6カ国語に翻訳したときのものです。右下は、南房総市です。花を栽培しているのですが、この子たちはホームページに顔を出したくないからマスクをしてるわけではありません。「今は美白の時代」なのだそうで、日焼けをしてはいけないのだと男子学生に言われてしまいました。向こうは、ワシントン州のシアトルですが、「食と農」をテーマにアメリカのスクーリングに連れていきました。アメリカ産のリンゴはかなり硬くて小さくて酸っぱいのですが、こちらで作っているのは日本のブランド「ふじ」で、日本のリンゴとほぼ同じ味がし、食べ放題ということで、皆、お腹いっぱいいただきました。ようするに、英語で直接、外国の情報が取り入れられる学生を育てたい、そういうところに繋がってくると思っていただきたいと思います。

「国際学部でアグリ」の成果については、私が藪内先生の前に所長を務めさせていただいていたときに3度、シンポジウムを催しまして、今申し上げたようなことを紹介しました。興味をお持ちの方は、「国際学部、アグリ」で検索していただき、私どものホームページをご覧ください。詳しい内容を掲載しています。

最後にアグリの活動で得た知見から、どうすれば地域に人を呼び込めるのかということ、簡単にお話しようと思います。参考にしたのが、先ほどお話しした北杜市と南房総市、愛媛県今治市です。こちらの2枚の写真は今治市の「さいさいきて屋」という道の駅です。「さいさいきてや」というのは、「度々来てね」という意味なのですが、人集めに非常に成功した例だと思います。これまでに約3,000人もの方々が、日本全国から研修に来られたとうかがっています。

そこで、何が大事なのかというと、まず最初に、魅力的なストーリーとストーリーテラーが必要だということです。さらにその語りが魅力的ならば一番です。紹介した3カ所とも、そのような魅力的な人達がおられました。それから、変化を楽しむことができる人が必要です。「このままではいけないけれど、変えたくないな、とりあえずこれでいいんじゃないか」、というように考えず、「思い切って変えてみよう」と、そのような思考様式をもった人がいることが大切です。それから、外から人を呼び込んだり、外の人を動かす前に、まずなかの人が動き、それが連動して、外に動きを生み出していくという流れも大切なことだと感じました。

最後にもう一つ、少し言いにくいのですが、現在、佐倉市と包括連携協定を結び、いろいろとお手伝いをしてもらっています。また、先ほどの水土里ネット印旛沼さんにもいつも助けていただいております。こちらはもう10年を超えるおつきあいになります。官と民、この2つがずっとねじれの位置にあり、一緒にやればどんなに力になるだろう、と思うのですが、なかなか難しいようです。「足を引っ張る」と両方から言われるのは、とても残念です。1人が動き出し、それを他の人たちが助け、それによって一つ一つの障壁が取り除かれていくという段階を経て、少しずつ波動が広がっていく良い例を3つも見てきたものですから、なおさら残念だなと思っています。官と民を繋いだり、刺激するような役割を大学が果たせるようになれば、と考えている次第です。ありがとうございました。

根本 フィールドワークが得意な村川さんならではの発表でした。農業について蘊蓄を語れる学生が育つというのはいいですね。しかもそれをいろいろな言葉で語ることができるというのは、なにかインバウンドと繋がっていくような感じがしました。それでは続きまして、廻さん、よろしくお願ひします。

廻洋子教授(以下、廻) 国際学部の国際学科、廻でございます。どうぞよろしくお願ひします。本学にはこの4月から赴任してまいりました。専門は観光で、先ほど学長からお話がありましたように、「エアポートNARITA地域産業学」という教育プログラムの一端を担っておりますので、その担当者という立場からお話をさせていただきたいと思ひます。

先ほど高橋部長からお話がありましたが、日本のインバウンド観光政策について、私からもお話させていただきます。観光というのは地域創生の切り札です。以前は地域活性化策としては工場誘致などが主流でしたが、生産拠点が海外に移った現在、観光で地域を振興することが注目されています。同時に、観光がもたらす効果には経済的側面だけでなく、国や地域の魅力を発信する優れた広報ツールとしての側面もあります。ハワイというのは観光地でなければただの太平洋の孤島です。また有名な観光の先生の言葉なのですが、「観光はまちづくりの仕上げ」とも言われています。

このように、観光は今、注目を浴びているわけですが、去年は訪日観光客数2,400万人

学びの目的と方法～実践教育と理論教育のスパイラル～

学びの目的(アウトカム)	対応科目
俯瞰で見る力	一般教養科目、グローバル社会、グローバル政治、経済学、経営学等
観光に関する基礎的な知識	観光事業論、入門ツーリズム、ホスピタリティ、空港ビジネス、航空ビジネス等
地域に関する知識	千葉学、地域振興論、地域産業論、地域企業経営等
自ら調べ、考え、表現する力	演習科目、キャリア科目等
実践する力	演習、千葉学実践、インターシップ等

を達成し、消費額は3.7兆円に達しました。政府も観光に注力しており、先ほどお話に出たように、昨年(2016年)の3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を発表し、訪日観光客を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人、消費額を2020年は8兆円、2030年は15兆円を目標とするとしています。

確かにこの数年、特にこの1、2年で、アジアの経済成長による中間層の増大、それに伴う観光市場の拡大により、大変な勢いで訪日観光客数が伸びました。日本はこの爆発的伸びをみせるアジアの市場における地理的優位性があり、訪日観光の潜在需要があったというところに、ビザの緩和、LCCの就航やさまざまなプロモーションが功を奏して、数字が上がってきたわけです。しかし観光庁長官のお話によると、この高成長はそろそろ終わりに近づいているということでした。すでに伸び代は食い切ってしまったので、今後は低成長になるのではないかと予想されていました。そのため、今年も欧米、特にヨーロッパの訪日観光に力を入れているようです。

こういった、かなり高い野心的な目標を達成するには、ゲートウェイの強化が必要ということになります。日本は島国ですから、飛行機がなければ外国からのお客さんを呼ぶことができません。それと同時に、ハード面・ソフト面での受け入れ体制を強化しなくてはなりませんし、それに対応する人材の育成も欠かせません。以上の3つが必要になってくると思います。

成田空港は日本最高のインバウンド玄関口です。千葉県はそれを有し、隣には首都圏という大きな市場があり、その2点をとっても千葉県は非常に恵まれている地域です。成田空港は地域のエンジンですから、成田空港を中心に千葉の観光の中核を担う、将来千葉のために働く人材を育成していこうではないか、ということで、敬愛大学では、「エアポートNARITA地域産業学」、一般的に「NARITAプロジェクト」と呼んでいます。これを2年ほど前、始めるにいたりしました。

観光産業というのは、さまざまな産業で構成されています。産業連関表には、宿泊業や運輸業はありますが、観光産業という産業は存在しません。運輸・宿泊・飲食・エンターテインメント産業など、さまざまな産業、さまざまな業種を一つのコンセプトでまとめて成り立っているのが観光産業です。ですから裾野がとても広い産業です。観光産業に従事するには、観光に関係した基礎的な知識や、地域に関する知識も勿論必要ですが、産業と産業の関わり、産業と地域の関わり、日本および世界における地域の役割など、物事を俯瞰で見る力も求められます。また、近年では世の中の価値観も大きく変わり、その変化のスピードが加速度的に速まっています。目まぐるしく変貌する時代についていくには、自分で調べ、自分で考え、自分で表現し、自分で実践するという力が求められてくると思います。

この「NARITAプロジェクト」は、実践や表現の場を提供し、観光をはじめとする地域の仕事に携わるために、組織で働く具体的なイメージを頭に浮かべることができる機

会を学生に与えます。成田空港を中心に地域の観光の中核を担う人材を育成する、それが「NARITAプロジェクト」なのです。

学びの目的としては、次の通りです。例えば俯瞰で見る力を涵養するには、一般教養に加えて、「グローバル社会」、「グローバル政治」、「経済学」や「経営学」があります。観光の基礎的な知識の習得には、「観光事業論」、「空港ビジネス」「入門ツーリズム」などの観光関係の科目があります。地域に関する知識の習得には「地域振興論」、「地域産業論」や「千葉学」があります。自ら調べて考えて表現する力の育成ということで、「キャリア科目」や「演習科目」、「インターンシップ」なども揃えています。

私が所属するのは国際学部ですが、グローバルに考えて、ローカリーにアクトする、実践する、よく言われることですが、“Think globally, Act locally”を基本的な考え方として今、「NARITAプロジェクト」を進めているところです。ありがとうございました。

根本 敬愛大学の観光教育の責任者である廻さんから、観光教育のカリキュラムのご説明をいただきました。これで、新たに加わっていただいたパネリストのプレゼンが終わりました。これからパネリストの間で意見交換をしていきたいと思います。

最初のテーマは『千葉の観光資源とは何であるか』です。吉田さん、本当に素晴らしいプレゼンで感激しました。そのなかで、成田市に新勝寺があり、そして新しい病院ができ、さらに成田市場ができるわけですね。特に成田市場はポテンシャルが高いと思いました。村川さんが育てた学生がそこへ行き、エンターテインメント性の高いイベントを行うのも良いかもしれません。それに、そこで買ったものを持ち帰り、それがネット通販で注文ができるようになるということが、これから出てくるのではないかと思います。成田市場、この将来性について、もう少しお話しいただいてよろしいでしょうか。

吉田 成田市場は2年ほど前から、成田空港を拠点とした農水産物の世界輸出を、どういう形であればできるのかと、懸命に試行錯誤を続けています。これまでイギリス、マレーシア、アメリカ、ドイツ、フランス、それからタイやシンガポール、サウジアラビア、中国と、さまざまな国で試験輸出を行い、それぞれの国の諸事情、規制や放射能への懸念などを学んできました。なかなかハードルの高い事業なので、私どもとしては輸出拠点を、市場からの航空輸出に加え、情報発信拠点・集客拠点で農水産物を買っていただいたものを、そのままお客さまの手荷物として持って帰っていただく輸出、そういうことも進めていきたいと思っています。

成田空港近辺、それから千葉県の南の地域もそうですが、立派な田舎です。千葉県は田舎ではないと考えている方も多いと思いますが、私は山形県出身ですので堂々と言わせていただきます。立派な田舎です。東京から近い、その立派な田舎をもっと活用すべきだと考えています。それは農業もそうですし、漁業もそうです。単なる物見遊山の観光旅行というのは、外国人も半分以上の皆さんがリピーターですから、日本人も含め次第に飽きてくると思うのです。そんなときに、たまたまイベントがあれば良いのですが、残念ながら常には行っていません。そこで、田舎としての千葉県の魅力のいの一番にある、農業や漁業が身近にある土地に宿泊していただくのはどうかと考えています。それは経験であり、驚きであり、地元の文化体験になります。千葉県は本当に恵まれた位置にあり、そして田舎の要素が多分に残っている土地ですから、さらに田舎の魅力を発揮して、それを活用していきたいと私は思っています。

加えて申し上げますと、千葉は日本一ゴルフ場の多い県です。それを活用し、例えば外国人はいくつゴルフ場を回っても料金は定額にするなど、そのような工夫をしても面白いかなと、まともや妄想的に思っているところです。

根本 ありがとうございます。千葉は農業県でもあり、漁業県でもあります。さらに多くのゴルフ場も千葉県の観光資源になりそうです。

さて、村川さん、最近佐倉市によく通っておられるようで、佐倉市にはお詳しくなっただと思います。佐倉市、あるいはその周辺地域に、どのような観光資源があるとお感じですか。

村川 佐倉市で有名なところでは武家屋敷、それから旧堀田邸、国立歴史民俗博物館などは、誇るべきものだろうと思っはいるのですが、ただ、残念に思うのは、すべての施設がばらばらにおかれている印象があるということです。最近では歴史学、日本史学の分野などで、日本史が「日本」のなかだけで閉じていた時代は終わり、グローバルな視点を取り入れ、大きく読み方が変化しており、そういう意味において佐倉市の名所は、幕末・維新の大きなストーリーのなかに位置付けられることになり、今よりさらに広げて捉えることができます。「堀田のお殿様」の堀田正睦は、ペリー来航時の対策にあたった大老として有名です。さらに堀田の部下にも、西村茂樹など有能な人たちがいるのですが、一人ひとり歴史に名前が残っているのにもかかわらず、それを繋げる大きなストーリーになっていかないのです。それはとてももったいないことで、ビッグストーリーとして繋がっていけば、それをもってして人を動かすということも可能ではないかと、今のところはそんな漠とした印象をもっています。

根本 そこはうまく繋げていくという感じですね。

高橋さん、先ほどの説明のなかで成田空港が、短時間で成田空港周辺の観光施設を回る「トランジット・アンド・ステイ・プログラム」という新しいサービスを提供し、満足度も高いというお話がありましたが、外国の方から見て、どのようなところに満足されているのでしょうか。今は3時間のコースのみとのことですが、もう少し広げていく可能性があるのかなど、教えていただけますか。

高橋 先ほど村川先生が言われた武家屋敷の見学ツアーや、成田市での食事など、トランジットプログラムにはさまざまなコースがありますが、共通しているテーマは日本の文化の体験です。約3時間、搭乗前やレジストレーションの間の少しだけ空いてる時間に、気軽に利用できます。もちろん京都や飛騨高山に行けば文化体験はできますが、日本全国でも日本らしさが残っている場所は、意外と思われるかもしれませんが、それほど多くはありません。そうするとなおさら、最後にゆったりした時間を、日本的な文化のなかで過ごしたいというニーズにうまく合致するかもしれません。プログラムの的には、今後改善すべき箇所も出てくるかと思いますが、今のところはボランティアガイドさんの努力のかいもあり、高い満足度が報告されています。やはり自分1人で行くより、説明を聞きながら回るほうがその場所の印象が残りますし、そういったところが評価されているのかなと思います。村川先生のお話にあったアクセスの問題も、こういうツアーに参加することによって解決され、そのことも大きいと思います。

根本 おおむね、日本の文化を紹介するような内容になっているんですね。

高橋 そうですね。先ほど申し上げたように、街並を見たり、食事をしたり、着付けの体

験をしたりするプログラムです。

根本 ゴルフ場がたくさんありますので、-halfラウンドをプレーするプログラムなど、そういうものもあると良いかもしれませんね。

高橋 おっしゃるように、それらは今後の課題です。お買い物が好きな方にはセルフツアーになりますが、ショッピングセンターをバスで案内する企画もあります。

根本 廻さん、いかがですか。

廻 今のお話ですが、「日本的な文化に浸りたいですか、創作をしてみたいですか、身体を動かしたいですか。2時間あればこんなプログラムがあります、5時間あればあんなプログラムがあります」というような提案を観光客にしてあげると、とても親切かもしれません。

根本 ありがとうございます。

それでは、次の話題に移りましょう。「海外への情報発信、それから訪日客へのプロモーション」です。前野さん、口火を切ってください。千葉県の酒造メーカーを研究されているということですが、プロモーションはうまくいってるのでしょうか。外国に情報はしっかりと届いてるのでしょうか。その辺を教えてください。

前野 総合地域研究所での共同研究プロジェクトで、他の先生方と千葉県の酒蔵の海外進出の状況を、他の県と比較をしながら研究しています。海外の日本酒のバイヤーの方にヒアリングをしたときに、海外でよく売れるものは、基本的に一つだけだと言われました。これは、いわゆるストーリー性のあるお酒が、海外の需要者の心をつかみやすいということです。そのストーリー性といっても難しいものではなく、例えば雪解け水を使用して造ったお酒であるとか、日本酒でよく使われている米の山田錦の発祥の地のお酒であるとか、そういった、ちょっとしたキャッチフレーズで売れ行きや注文数のレベルが大きく変わってくるそうなのです。歴史的にみても分かるように酒蔵というのは、長寿企業でファミリービジネスのところが多く、酒蔵ができた背景も必ずあるはずです。千葉県もそうだと思いますが、各酒蔵のストーリー性というものをうまく使い、海外の人の心をつかむのが、ひとつのプロモーション戦略なのかなと考えています。

根本 そういったストーリーがあることによってブランドが確立していく、そういうメカニズムがあるわけですね。

前野 はい。

根本 ありがとうございます。廻さんは情報発信、プロモーションのプロですが、日本はどうなのでしょう、諸外国と比べてあまり上手ではないということもあるのでしょうか。

廻 観光庁やJNTO（国際観光振興機構）などを通して、政府は昔とは比較にならないほど熱心に観光振興に取り組んでいます。統計など資料も整備し、観光の現状も把握しているので、それに合わせてPRをしています。一方、各自治体を見てみると、国とはまだ温度差があり、自治体間でも差があるように思います。千葉総合研究所の調査によります

と、千葉県の観光業者のなかで、インバウンドへの対策を特にしていない企業は約半数だそうで、あまり興味をもって取り組んでいません。それではインバウンドなしでもビジネスがうまくいってるかというのと、そうでもありません。肝心なことを3つ挙げますと、まず、インバウンドに対する意志、強い情熱があるの

か、やる気があるのかということが大切です。

2つ目は、千葉県は行政区域であり、千葉が観光的に魅力的かというのと、千葉の人には申し訳ありませんが、そうは言い難いところがあります。例えば、飛騨高山に行きたいという人はいても、岐阜県に行きたいという人はそうはしません。湯布院に行きたいという人はいても、別に大分県には興味がない、といったように、行政区ではなく、文化エリアで考えることが大切で、千葉県ではなく、ディズニーランドや、新勝寺に行きたかったりするというのではないかと思うのです。観光としては「ちば」よりもっと効果的な売り出し方があるのではないかと思います。

3つ目は、ホームページが受け入れ側のロジックでできていて、観光客目線で作られていません。例えば、海外のホームページですと駐車場・宿泊施設・レストランなど観光客に必要な情報がいろいろと掲載されていますが、日本の自治体の場合は民間のものを載せるといけないということで、観光客の欲しい情報が不足しています。

根本 ありがとうございます。今、市役所はやる気がないという、極めて挑発的なご意見がありました。少し反論しておく必要がありますね。

吉田 成田市では今年、シティプロモーション部というのを設け、ここで観光と文化とスポーツの3つを部のなかに統括し、そこからさまざまな情報を発信をしていこうと体制を組み替えました。中核はその観光プロモーション課なのですが、現状は、月に1度のペースで実施するイベントの企画の対応に相当の時間暇が掛かっており、残念ながらプロモーションにまで手が回らないのが現状です。初詣、豆まきなどの月ごとのイベントや、有名なところでは祇園祭、日本最大級の太鼓祭りなどを開催していますが、この地域のこんな祭りを知っていますかと訊いても、ご存知の方は半分以下になるかもしれません。われわれとしては世界に売り出してもおかしくない大きなイベントだと思うのですが、プロモーションの不足が原因でしっかりと周知できていません。

海外の方に、イベントに合わせて日本に来ていただくためには、相当なインパクトが必要です。京都の祇園祭や、東京の三社祭ならともかく、イベントだけで成田、千葉に呼び込むというのは少し難しいと思います。情報として何を発信していくのが重要で、いつでも味わえるような観光地としての魅力をしっかりと、マーケットインの目線で発信しなければいけません。成田市がそれを実現できているのかというのと、まだまだだと自覚をしています。

根本 ありがとうございます。高橋さん、先ほどのプレゼンテーションのなかの1枚のス

ライドで、「観光プロモーション、マーケティングの方向性」について触れておられました。そのなかのSNS、口コミというキーワードも気になりました。もう少し詳しく、成田空港の取り組みを教えてくださいませんか。

高橋 私は1年ほど前まで観光プロモーションを担当していました。ミシュランといえば、一般的に知られているのは赤い表紙のレストランガイドですが、同じ名前であるミシュランでも緑色の表紙の本があり、こちらはいわゆる旅行ガイドです。初めて見たときに驚いたのが、日本の旅行ガイドとの構成内容の違いです。日本の旅行ガイドは、イメージが湧きやすいよう写真にスペースを割き、説明は簡潔なものが多いのに対して、この緑色のミシュランは、写真がほとんどない文字ばかりのもので、これでどのようにして行き先を決められるのかなと不思議に思っていました。しかしいろいろと訊いてみると、写真が少ないことによってイメージの余白が生まれ、自分の頭のなかで現地を想像し、まさに先ほど前野先生が言われたようにストーリーを自分なりに理解・解釈ができるという、そんな楽しみ方があるのだそうです。

以前、フランス人のツアーに混じってトルコに行き、奇岩のある珍しい風景で有名なカッパドキアを訪れたことがあります。小さな売店の近くの駐車場に車を止め、そこで1時間ほど過ごすことになっていました。最初は「奇岩がすごいね」とその風景を見ているのですが、時間はたっぷりあるので、そのうちツアー客は、あたりを滑ったり、奇岩を見ずにおしゃべりに夢中になったりと、自由に遊びはじめました。しかも彼らは写真をあまり撮らないのです。写真を撮ると時間の流れがそこで止まり、雰囲気を楽しめないからだと言われました。日本人だと私のように、どうしても写真に残したいという感覚があるのですが、民族性の違いからでしょうか、彼らは写真に時間を割きません。そこに、日本人の大型バスのツアー客が到着し、様子を見てみると、滞在した10分ほどの間に写真ばかりを撮っていて、それが終わるとすぐに引き上げてしまいました。そんな光景を目の当たりにし、やはり観光プロモーションを考えていくとき、その国の人たちの考え方やスタイルをしっかりと理解したうえで実施していく必要があるのではと思いました。観光におけるストーリーは、特に欧米系の方には大事なことだと思います。観光地の詳細な歴史的背景や、小ネタ的な知識の記載など、ガイドやパンフレットを作る際は、そのことを意識しなければなりません。写真と簡単な紹介が中心の日本の旅行ガイドのスタイルに片寄りすぎず、簡単に考えないようにしたいと思います。

それから、根本先生が言われたブログやSNSなどインターネットを利用したプロモーションについてですが、やはり口コミというのは非常に効果があるので、旅行に行った人のストーリーとしてのブログの文章は、1年前に行った、2年前に行ったというその人の旅行記であり、それを見る人が自分ならどういふストーリーになるのかと考えながら旅行ができる前提となると思いますので、これも本当に大事な情報だと思います。

現在、成田空港のネット関係の素材は旧来型なところもありますが、ブロガーとの連携により、トランジットツアー参加者の増加に効果がありました。今後も使いやすさの向上を図るとともに、外部の人たちとも連携しながら、ストーリーというものを追求していきたいと思います。

根本 実際活用されてるといふことですね。素晴らしいです。

次の話題に進みたいと思います。「観光人材とは何か、大学の役割とは何か」というこ

とですが、これはパネリスト全員から一言ずつ、コメントをお願いしたいと思います。

まず吉田さん。成田市の行政に携わっておられるわけですが、市内の商業者、市民、それから市役所の職員、そういった方々に「インバウンド観光を盛り上げて行こうよ」と、ムードを盛り上げなくてはといけないと思います。観光マインド、特にインバウンドに関する観光マインドをどのように醸成し、関係者間の利害を調整していくのか、ご苦労もあるとは思いますが、何かコメントをいただけますか。

吉田 成田市は千葉県のなかではかなり大きな観光市であり、市の担当課の職員もがんばっていますが、インバウンドについての取り組み方針への意識醸成はこれからです。そんななか、「成田観光仕事人会議」という、民間の若手を中心に、ホテル業者、新勝寺参道で商売をしている方、市職員、それから有識者で構成される組織を立ち上げました。これは、インバウンド観光対応などの新しい取り組みは、若い人から始めるしかないという思いから、市職員も含め、若い人達を中心にした仕事人のための会議です。

「仕事人」という名称の趣旨は、上から命令されるまで何もせずただ待っていたり、口を開けていればお金が落ちてくるから何もしないなど、そういうのではなく、一人ひとりが自主的に動き、一人ひとりがキーマンになるという意識の醸成を促すということです。特にインバウンド観光対応などは、ほんやりしていたら、時代の動きについていけなくなりおいていかれます。

まず最初はマーケティングです。どのような人が何のために来てくれるのか、どれだけお金を落としてくれるのか、といった情報をしっかりと把握する仕組みをつくり、こういうイベントをやった、こういう体験をつくった、そうすることによってどれだけ人が増え、どれだけお金を落としてもらえたのかなどを具体化していきます。さらに、土産屋や宿泊施設の売り上げだけではなく、そこで使用する食材やお土産の原材料なども、地域にとってどれだけ経済効果をもたらすのかということまで把握しておかないと、地域ぐるみの観光振興、協力体制はできないだろうと思います。そのためにも、海外のマーケティング事情に詳しい有識者にもご支援をお願いし、経済効果的な目標も含めて取り組んでいくことにより、観光振興に対する意識を少しずつ変えていければと思っています。

よく語らせていただいている話なのですが、スペインのマドリッドに3年ほど住んだことがあり、マドリッドに近い観光地はほぼ行ってしまったかなと思い、仲良くなったスペインの旅行会社の人に「マドリッドから近い場所で、まだ自分の知らない楽しい観光地があったら教えてほしい」とお願いしたら、その人は「分かった。素晴らしい町がある。ここに必ず行け」と言われ、その町の名を教えてもらい出かけました。スペインの町や村というのは本当に一つ一つが素晴らしい観光地だと私は思っており、そこにも喜び勇んで行ったところ、本当に何もなかったところなのです。スペインはどこに行っても必ず何かしら面白いものがあるのですが、そこは本当にめったにないほどに何もなかったところでした。草原と5～6軒の集落があり、狭い広場に1軒のバルがある程度です。その広場に集落の皆さんが集まっていて、よそ者の私はとても肩身が狭い思いをしました。私は町の名前を間違えて覚えてしまったのだと思い、マドリッドに帰り、その町を教えてくれた人に「この町だと思ってここに行ったんだけど、間違ったみたいで何もなかったよ」と言うと彼は、「そこでいいんだ、間違いない。素晴らしいだろう、僕の生まれた

ところだ」と言ったんです。その時、この人はすごいなあと思いました。

そういうことなんです。まずそこに住んでいる人が、その場所をそれくらい素晴らしいと人に言えるほどでないと、何も始まらないのだと思います。大変いい勉強をさせていただいたので、皆さんにもお伝えしておきます。

根本 外国の観光客が増えた地域では、観光に伴う公害、混雑が問題となっているところがあります。そのような理由で、商業者や市民の間にはインバウンド観光に対してネガティブな考えを持つ方も出てきているという話もあります。千葉県、成田市は、まだそれほどにはインバウンド観光客は多くないと思います。これからさらに増えていったときに、こういった方々に理解を求める必要が出てくると思いますが、そこはいかがでしょうか。

吉田 例えば、新勝寺でインバウンドの印象を尋ねてみますと、「〇〇国の人はバスでどつとやってきて、お寺をちょっと見てほとんど何も買わずにトイレを使って帰っていく、そういうのはちょっと勘弁いただきたいな」と言う方もいます。それから、成田駅周辺では、徐々に外国人でにぎやかになってきましたが、外国人相手に特化して経営しているお店もあり、遅くまで外国人の方が日本の最後の夜を楽しむようになり、やはりそこで酔客による騒音が問題になります。

大事なのは成田に宿泊している多くの外国人に向け、夜間の営業時間を広げることによって売り上げを伸ばしているという姿を、商業者や市民の皆さんにどうぞ理解いただくか、思案するところです。

根本 ありがとうございます。さて、村川さん。フィールドワークで、学生もだいぶ成長してるようですね。観光で活躍できる人材に育っているのでしょうか。

村川 学生が伸びているかどうかは計測できず、本人たちもあまり自覚はしていないと思います。今の学生は実生活での経験が極めて乏しく、2、3日活動したあとでも顔付きが少し違って見えるという程度のもんです。それに関係するかどうかはわかりませんが、一昨年卒業した学生を在学中に南房総に誘った際、そのうちの2人がどうしても絶対行かないと言うので、置いていったことがありました。すると、卒業間際にその2人が「ちょっと話があります」とやってきて、「あのとき行っておけば良かった」と言うのです。どうしたのかと尋ねてみると、就職活動のグループ面接で、大学で勉強以外に何をしたかと問われ、アルバイトとボランティアと言ったのですが、他の応募者が既に話した内容と大して変わらなかったため、そこから先に話が続き、人と変わったことをやっておけばよかったということで、南房総研修を思い出したそうなのです。「いや、そういう話も一応したよね」と言うと、「はい、聞きました。でも先生は中途半端にしか言ってくれなかった。これをやらなきゃゼミの単位を出さないぞ、というくらい強く言ってくれば、僕らも参加したんだ」、続けて「次の学年からはそういうときには、無理やりにも連れてってやってくれ」と言うのです。それでも、その下の学生はまた、「アルバイトが忙しくて行けない」と言うのでしょうか。伸びるところは確かにあると思いますが、その姿勢は問題です。

根本 これからは無理やり連れてってください。

前野さん。インバウンド観光振興、あるいは観光まちづくり、そのための基礎知識として、どういうことを学生に学ばせ、活かしてもらいたいのか、ご意見をお願いします。

前野 私が学生に、普段よく言っていることは、世の中に出たときに、世の中の動きというものを見渡せるような、見通せるような武器を身に付けろということです。経済学と経営学では学ぶことがリンクしてはいますが、やはり違う分野のもので、企業の戦略を学びたいのなら経営学のほうが適していますし、市場や千葉県の経済全体のあるべき姿のようなことを学びたいのなら経済学の知識が非常に重要になってきます。将来それらの知識を得たときに、世の中に役に立つのか、どう役に立つのかと考えるということも大事なのですが、最近よく言うのが、世の中に変化が起きたとき、極端な話をすると、リーマン・ショックや、大震災のような大きな出来事が起きたときに、どのようにしてそれを乗り越えていけるような考え方をもてるのか、つまり、逆境力の構築に繋がるようなことを考える必要があるのではないかということです。インバウンド需要も今はずっと伸びていますが、これは永久に続くわけではないと思います。インバウンド需要が下火になったそのときに、学生たちは、自分はどうしたらいいのか、ということを考える能力を身に付けておく必要があります、次のステップや、さらにその次のステップに繋がることを考えられる、そのような教育を心掛けています。

また、よくレポートやレジュメをまとめさせるのですが、いわゆる、どこかで見たような文章を提出するのではなく、手作り感のあるものをつくれと常に言っています。これはまちづくりとか、大学のマネジメントなどにも繋がってくると思うのですが、結局、地域の活性化や産業の活性化のためには、オリジナルな考え方が必要になってくることが言えます。つまり、ストーリー性というものが重要になってくるのではと考えています。

根本 ありがとうございます。状況がどうあれ、どうにかやりきるマネジメント能力が重要という感じでしょうか。

廻さん、観光業界にたくさんお友達もおられると思います。そういった方々から、「こういう人材が欲しい」というようなことも聞いておられるのではないのでしょうか。観光教育の本質と申しますか、どういうことを教え、どのようにして観光業界で働いてもらえば良いのかということで、お話しいただけますか。

廻 観光業界で働くということは一つの目標でもありますし、観光学部や観光学科を有し、観光教育に注力している大学がたくさんありますが、私は東京の真ん中にある大学でなければ、観光を通して地域の課題を解決する人材を育てるべきだと考えています。

観光といっても、必ずしも旅行業界や航空会社に限らず、幅広く考えています。例えば、昔沖縄の石垣島に少し関わっていたことがあるのですが、石垣の市長さんがおっしゃるには、石垣は観光立市だそうです。観光が活性化すれば空港も新しくなる。観光のおかげで道路もできる。そうすれば仕事も増える。観光のおかげでパイナップルもマンゴーも売れ、農業も活性化するとおっしゃるのです。観光がなければただの田舎の町で、辺境の地にすぎないのですから、ということでした。

観光は地域の活性化の起爆剤になりますので、そういう意味で観光を幅広く捉えていただきたい。政府はGDPを600兆円まで上げることを目標とし、成長産業である観光には特に頑張って欲しいと期待する雰囲気がありますが、観光の効果は経済面だけではありません。観光の社会効果についても、学生には学んでほしいと思います。観光を通して海外の、国内の、あるいは地域の文化を知る機会を提供しますし、地域にとっては地

地域の歴史とか文化とか、文化的価値を再認識するプロセスでもありますし、地域の魅力の再活性化になるわけです。「お金が落ちない」、あるいは「観光客が来なくなっちゃった、じゃあもう観光は駄目なんだ」ということではないのです。

地域の観光資源を磨いていくことや、環境の改善に取り組み、文化を保全する機能も観光のひとつですし、そういったことを通して地域への愛着や誇りも形成され、この地域をより良くしていこうという姿勢に繋がります。観光はそのひとつの手段です。そういう意味で言うと観光を学ぶ人には、幅広い知識と視野をもってもらいたいと思います。大学の観光教育を通して、千葉県をより美しく、より人に愛され、よりブランド力のある地域になっていく、そのために貢献できる学生を育てられたらと思います。

最近の若者は旅行を、特に海外旅行をしない傾向があるということが話題になっています。若者の旅には未知の世界の発見があり、旅先での失敗や苦労の後に湧き上がる感動は何にも変えがたいものです。視野も広がり、またタフになります。目がキラキラして帰ってくる若者は多くいます。観光、旅の教育効果も若い人に分かってほしいです。大学はその手伝いをします。

根本 ありがとうございます。

高橋さん、成田空港では多くの方が働いていますが、これから期待する人材について、一言お願いします。

高橋 先ほど映像で紹介したように、成田空港では多くの方がその運営のために働いており、われわれエアライン部もそのごく一部にすぎません。映像にもありましたが、夜遅くまで飛行機や機材のメンテナンスをする人や、大変な状況の下で貨物を扱う人などは、非常に厳しい環境にあります。最近では、セキュリティーに関してお客さまからクレームが寄せられたりと、そういったつらさもあるようです。昔は航空関連の職場という、憧れから人気があったと思うのですが、少子化ということもあり、人集めに苦労しています。そういったなかで、敬愛大学さんにはボランティアでいろいろと協力をいただいております。卒業生の就職先としても空港関係が多いと聞いているので、大変ありがたく思っています。このパンフレットは非常によくできており、一瞬わが社の入社案内かと思ったほどですが、これは敬愛大学さんのプログラムでした。

観光ほどではありませんが、空港というものは総業産業で、空港のなかには交通や宿泊業、飲食業と、さまざまな業態が入っており、4~5万もの人が働いている一つの町のようなものなので、世界をトータルに捉えられる人材が必要となります。ある一つの会社に入って、そこだけに限れば小さな分野なのかもしれませんが、仕事をする上では隣の分野との関わりも出てきますし、担当する業務以外にも理解を示し、協力しながら作業をしないと仕事は回りません。そこが大事になってくると思います。

そういう意味では廻先生が書かれた、プログラムの「学びの目的」の箇所の「俯瞰する力」や、自分たちのことだけではない、産業の基礎的な知識、広く浅く学ぶ力、総合的に考える力、調整力、そういったものが大事になってくるのだと思います。プログラムを見ると非常にバランス良くできていますので、良い人材がこれからもさらに育っていくものと期待しています。

これからも成田をよい空港にしていきたいと思っていますので、われわれとしても、できることがありましたら、貴学のプログラムにも協力させていただきたいと思っています。

本日お集まりの方々にも何かありましたら、協力させていただきますので、引き続きよろしくをお願いします。

根本 高橋さん、今後ともよろしくをお願いします。

パネリスト間の意見交換はここまでなのですが、実は敬愛大学内で今回のパネリストを募った際、応募された候補のなかで抽選により外れてしまった先生がおられます。学生による地域活性化活動など、ユニークで素晴らしい教育をされている経済学部教授の金子さんです。ぜひコメントをいただきたいと思います。

金子 ただいま紹介をいただきました、経済学部経済学科公共経済コースに所属している金子と申します。公共経済コースということで、公務員を目指す学生を多く指導しており、これからご紹介する2つの取り組みは、必ずしもインバウンド観光振興や観光人材の育成に関連したものではありませんが、地域の課題をどう解決するかなど、そういったことには関係するかと思いますので、その点で参考になれば幸いです。

まず一つは、昨年度から私のゼミで取り組んでいる稲毛地域の活性化事業についてです。これは、稲毛区が募集している補助金のある地域活性化支援事業というもので、地域の課題を地域の住民自らが解決するという取り組みです。そこに私のゼミの学生を組織して応募し、活動を行っています。

意外と思われるかもしれませんが、敬愛大学の学生のうち、稲毛区に住んでいるのはわずか1割で、千葉市内に住んでいる者も含めると3割、つまり千葉市以外から来ている者が7割となります。これまでの話とは少し勝手が違いますが、敬愛大学で学ぶ学生は千葉市外から入り込んでいると言えるわけです。

そういった学生がキャンパスの周辺でどれだけ楽しめているのだろうかとみんなで話し合い、それならば地域の外から登校している学生に、稲毛の魅力を伝えてもらおう、稲毛を好きになってもらい、大学生活を充実させてもらおう、ということになりました。昨年度は、学生が学校の行き帰りに寄ることのできる稲毛の飲食店を探し、ブログで紹介しました。また、年度末にはフリーペーパーを作成・発行し、稲毛で学ぶこの敬愛大学と千葉経済大学、千葉大学の学生向けに配布するといったことにも取り組みました。学生もこのような活動を通して、情報をしっかり伝えるということが大事なのだということ、情報を伝えることの難しさを学んだと思います。

もう一つ、市民というものは、地域の問題は行政が解決してくれるというような、何となく依存した考えをもっている人が多いと思われませんが、この地域活性化支援事業に取り組んだ学生が学んだこととして、これからは市民自らが解決しようとする姿勢が必要で、重要なのだという、そういった市民の主体性、自律性のある地域は非常に活性化された地域になるのだということが挙げられます。公務員を目指す学生として、何でも地域のことをしてあげるだけが行政ではなく、市民をいかに巻き込むかということがとても大事なのだということ、感じてくれたと思います。

これは私個人というより、学科で取り組んでいることですが、私どもの経済学科には、地方自治論という講義科目があり、地方自治について座学で学ぶことができます。その知識を、実際に現場で試してみようと、地方自治論インターンシップ（地方自治論実習）という科目を設けています。埼玉県戸田市役所、春日部市役所は自治体内にシンクタンクがあり、政策研究をしている職員の研究能力の向上も含めて行政に取り組んでいま

す。ご縁があり、学生を夏休みに1ヵ月ほど受け入れていただいています。そこで学生が、この地域での課題を探し、その課題をどう解決するかを職員の方にご指導をいただきながら、政策づくりを体験するといったインターンシップを、もう10年近く行っています。

先ほどは市民が主体的にと言いましたが、ここでは、自治体の職員としてもしっかりと敏感に地域の課題を感じ取り、行政と市民の協力で課題をどのように解決するのかを考えられるようになることの大切さを学んでいます。自治体のやる気や、自治体職員のやる気、これが大事なのだということも、本学経済学科の学生は学べていると思います。インターンシップの最後に学生が、市長・副市長に政策の提言案を報告するというプログラムにさせていただいています。私もここ2～3年、その発表会に参加させていただいていますが、自治体の職員の方はやはり知識も経験も豊富なプロなので、実行できそうにない案は最初から排除してしまわれます。その点、学生は若く素人ですので、大胆な提言をします。そこがかえって、参加される市職員の政策企画部担当の方には新鮮に映るようで、実際の政策にするにはブラッシュアップが必要ですが、意外と面白く参考になるとの評価をいただいています。

そういう意味で、大学生の大胆な発想力というのを、市の政策に取り入れていただく、参考にしていただくということもできるのではないかと思います。学生を巻き込んだ大学との連携といった活動も、大学にとっては学生の、公務員・自治体職員というものに対する認識を高める良い機会になりますし、自治体にとっても政策案を作っていくうえで職員の方では考えつかない、最初から排除してしまいそうな大胆なアイデアをみつける機会となるのかもしれないと思っています。そういった連携もあることを、自治体関係の皆さまに紹介していきたいと思っています。

こうした取り組みを通じて、地域の問題を解決することにさまざまな形で関与できるような人材を育てていけたらと思っています。以上です。

根本 非常に素晴らしい取り組みで、私も若ければ金子ゼミに入れてもらいたいと思いました。廻さん、どうぞ。

廻 金子先生のお話に繋がる事例ですが、前任校の観光学科では、川越市の大学生を対象としたプロジェクトに参加していました。「川越市に若者を呼び込むには」というテーマで、いくつかの大学から学生を集め、各校ごとにグループでディスカッション、調査、プレゼンテーションをするという、予算のついた企画です。ゼミの若い先生も参加したディスカッションの結果、若年層が川越に来ないのは、夜間に遊ぶ場所がないからだという結論に達し、デートマップを作りました。なかなか良い出来栄で、川越市にも評判が良く、方々で活用していただきました。また、国土交通省の道路局は、各地自治体の法整備局単位で、「道の駅」のプロモーションを各地の大学と組みながら実施しており、多くのチャンスがあるので、ぜひ各自治体も取り組んでいただきたいと思っています。

根本 ありがとうございます。

質疑応答

根本 会場の皆さまから質問・コメントがあれば、お願いしたいと思います。

A 今日は、大変興味深いお話を聞かせていただき、ありがとうございます。私は日頃から「成田大好き」と言っているのですが、成田市、成田空港に対する見方も変化しました。吉田副市長の「スペインの田舎町」のお話では、私が仕事で人材の採用をしていることもあり、観光人材について思うのは、観光と町づくりは一体のものであり、その周辺地域に愛着をもつことが大切なことだと思いました。当方のホテルで働いている人たちも、やはり成田を好きになってほしいという願いをもちながら仕事をしていると思います。

先日、新しいホテルのオープンにあたり、中国語に長けた人材が欲しいということで、台湾に2度行きましたが、日本に対して大変な興味をもち、日本経済が現在低迷していることや少子高齢化問題など、それらのことを理解した上で、日本で働く意欲を強くもっていました。彼ら彼女たちが成田を好きになってくれるかどうかは分かりませんが、「日本で働きたい」「日本が大好きだ」と、ホテルの仕事の大変さを説いても、それでも日本に行きたいと言われ、大変ありがたい話だと思いました。

私は成田高校のPTAに関わっているのですが、先日、成田高校の卒業生で、JAL 執行役員、羽田空港支店長、JALSKY 社長をされている方に、JAL での人生を語っていただく講演会を催したのですが、2010年の破綻もあり、それにかからめてお客さまから心ない言葉を掛けられることがあっても、やはり仕事が好きで、この仕事をしたい、お客さまに喜んでほしい、観光の仕事に関わっていききたい、という強い気持ちで30年間以上仕事に携わってきたという、説得力のあるお話を聞かせていただきました。「好きだ」ということが、特に観光人材においては大切なのだと思います。

B アメリカのファンドに勤務しており、資産運用に30年以上携わっているので、投資の観点からお話を興味深くうかがっていました。千葉県がユニークなのは、空の玄関口と海の玄関口の両方をもっていることです。インバウンド政策には何かストーリーがあるのだろうかと思うのですが、制約のある案を受け入れて投資することはよくあります。

また、観光に関する著作のあるデービッド・アトキンソンさんは「どこの国でも、住民にとっては観光客というのは迷惑でしかない」と言っています。ただ、いかにお金を落とさせるかの工夫が必要なときに、千葉県がすごいと思うのが、これだけ海と空から人が入ってきているのに、あまり感染症の話聞いたことがないことです。つまり、非常にリスクマネジメントに優れており、これを売り込むのも良いのではと思います。こうした観点で、大学で研究テーマに上ることはあるのでしょうか。

C 貴重なご講演とディスカッション、ありがとうございます。パネルのなかにもあり、先ほどの方の質問とも関連しますが、増加している観光公害について触れていただきましたと思います。今後海外からの観光客は、2030年までに6,000万人に達すると言われていきますから、現在の水準から約2.5～3倍になります。そういったなかで、社会のさまざまな歪みも起こることが予想され、観光の発展によるネガティブな面も同時に捉えていかないと、急速に進まないのではないかと考えています。すでに、東京では宿泊費が値

上りし、日本の地方から来る方が泊まりにくくなっています。京都でも本来市民の足であるはずのバスが、大きなカバンを持った外国人に占領され、市民の利用が妨げられていると聞きます。それは対住民の問題です。また、数年前の私の経験ですが、バッグを購入しようとパリのルイ・ヴィトンのお店に行っても、入場制限があったり、入れても1個しか買えないということがありました。やはりパリを訪れたら本場のルイ・ヴィトンのバッグを買いたいと思うものですが、そんなことも普通にできないということは、結果としてパリの観光としての魅力を下げていると思うのです。そんな多くのリスクのなかで、今、話題の出国税のように、観光客にお金を負担してもらい、そのお金を活用することによって観光を発展させていくのも、ひとつの解決策になるかもしれません。今後の見通しも含め、観光の発展に繋がる案など、お考え等ありましたらお聞かせください。

根本 ありがとうございます。難しい質問が多く出されましたが、まず、リスクについて取り上げます。感染症対策などは、成田空港は直接関係します。観光公害については出国税にもお詳しい廻さん、お願いします。

廻 出国税の導入はまだ決定していません。

根本 高橋さん、お願いします。

高橋 感染症をはじめとする病気のリスクについてお話します。ご存じのとおり日本人が帰国したときや外国人が入国するときには、必ず検疫を通ることになっています。あまり目立ちませんし、あれだけでよく防いでいるなと思いますが、靴底消毒などを行っています。靴底消毒以外にも体温のモニターをし、異常のある人がいれば、検疫の担当者がすぐに駆け寄り質問するなど、しっかりと対応しています。

その他、最近、ヒアリの侵入が大きな話題になりましたが、ときどき昆虫がコンテナから侵入し、そういった虫や動物は、発生したのが確認された時点で、国土交通省や厚生労働省など関係省庁の担当者が対策を立て、われわれも速やかに対応します。ヒアリについては、貨物地区をはじめ空港全体を調査し、対策を打ってきたことが功を奏しているのかもしれませんが、すべきことはし、それで結果が出ていれば問題ありません。ありがたいことだと思っています。

もう一つ付け加えますと、観光公害についてですが、お客さまからのクレームや、問題点の指摘に対しては、カスタマーサービスの指令推進室に情報が随時届くようになっており、毎日、多くのご意見・ご質問に一つ一つ対応しています。われわれとしましてさまざまなサービスの向上や問題点の解決に、大変役立っています。

根本 ありがとうございます。それでは廻さん。

廻 ご質問ありがとうございます。本当におっしゃるとおりで、以前、東京大学の故木村尚三郎先生が観光地について、「住んでよし訪れてよしのまちづくり」と言われましたが、これがやはり目標とするところではないかと思えます。観光客には良いが、住民にとっては良くないという観光地は長続きはしないと思えます。先ほどご指摘いただいたように、昨年、京都のホテルを予約しようとして苦勞したのですが、京都などの人気観光地では、ホテルの料金が大変高くなっています。あるホテルでは一泊6万円の日もあったと聞きました。そうになってしまうとやはり、神の見えざる手ではありませんが、ある程度調整がされてきているようで、今では法整備が進み発展してきた民泊に需要を奪われ

ているようです。やはりあまり調子に乗るといいことはないわけです。

また、確かに観光客増加による公害的な問題もあります。日本在住の経営者であるデービッド・アトキンソン氏は、「観光客がわーっと来てわーっと帰ったらごみを置いていくだけの嫌な存在で何もいいことがない、長く滞在し、その文化を理解したり、お金を落としてくれるからウェルカムなのです」と言っておられました。

訪日客数の4,000万人とか6,000万人とか、数字ばかりが目立っていますが、公表されている訪日客数にはトランジット客が含まれています。世界観光機関（UNWTO）の定義ではオーバーナイトの観光客を国際観光客として数えています。日本ではトランジットの客も含めた数字を公表しています。クルーズをはじめ、トランジット客は「わーっと来てわーっと帰る」観光客の典型です。海港の人は相当に苦勞しているとも仄聞します。今後はアトキンソン氏の言うように、観光客には長く滞在していただき、その土地に愛着をもってもらい、その結果、お金を落としてもらうといったことを目指すべきでしょう。統計の指標も人数より、消費額、滞在日数の指標に変えていく必要もあるのではないかと考えています。

昨今話題になっていますが、出国税については、出国する際にひとり当たり1,000円の徴収を想定しています。インバウンド・アウトバウンドの出国者は、昨年でも合わせて4,000万人もいますから、ひとり1,000円を徴収するとすべからぬかなりの額になります。これを観光資源の修繕など、観光に関する体制を整えることに投入すると言われていますが、どのように使われるのかを少し心配しています。

根本 ありがとうございます。必ずしも十分な答えになっていない部分もあるかと思いますが、残りは意見交換会で話したいと思っています。特に、最初の方の土地への愛着が大切だという論点については、後でまたじっくりと議論させていただきたいと思っています。

最後に、本日のパネルディスカッションを通じて、もう一度強調しておきたいことを、1人ずつ、30秒ほどでお話ください。それでは前野さん、お願いします

前野 お酒と食の話ばかりしてしまいましたが、日本酒というのはやはりその地域の文化、食文化を反映していると思います。日本酒というと新潟や北海道、北陸がまず思い浮かびますが、千葉県のお酒も評価の高いものがたくさんありますので、ぜひ千葉市、あるいは成田空港で、千葉県の全てのお酒が飲めるような場所を作っていただければと思います。本日はありがとうございます。

村川 佐倉市のホームページは5ヵ国語に翻訳されていますが、日本人向けの日本語の文章をそのまま、英語なら英語に直訳しただけなのです。そうすると基礎的な知識のない外国の方には面白くないのではないかとということで、例えば鎖国をしていたことを知らないような、日本の歴史に疎い台湾の学生が見た場合でも興味をもってもらえるよう、試験的にですが、少し読み替え、修正・加筆をした原稿を作ってもらっています。国際学部のホームページに掲げてありますので、ご覧いただければと思います。これから日本人学生と一緒に、勉強しながら作業していければいいなと考えています。日本人学生にとっても、日本の売り方を考えるチャンスになるのではないのでしょうか。今日はどうもありがとうございます。

廻 教員になって16年になりますが、それ以前はフランスの企業で、さまざまな国籍の方

のいるリゾート関係の会社に務めており、外国人の同僚に自宅へ誘われることがよくありました。たとえばバリで会議が開かれると、帰りに寄りなさい、良いところがある、私のホームタウンで素晴らしいところだ、と皆さんおっしゃるのです。そんなに良いところとは思えないのですが、先ほどのお話のように、皆さん一人ひとりが自らの土地の観光大使になっているのです。この視点は観光にとって非常に大切なことです。ありがとうございました。

高橋 本日はどうもありがとうございました。先ほどから申し上げておりますが、私ども成田国際空港株式会社は地域の皆さまとともに発展していきたいと思っておりますし、そうしなければ空港の円滑な運営もできません。これからもよろしく申し上げます。

吉田 本日はお招きいただき、誠にありがとうございました。廻先生のレジュメにあったように、成田空港を擁する千葉県は日本最高のインバウンド玄関口で、その最前線にある成田市として、千葉県の観光に大いに貢献していきたいと思っております。また、人材育成につきましては、ぜひとも敬愛大学さんにもわれわれと連携を図っていただければと存じます。どうぞよろしく申し上げます。本日はありがとうございました。

根本 それでは、私も最後にとりまとめとして一言申し上げたいと思っております。

敬愛大学の建学の精神は『敬天愛人』です。この言葉を本日のパネルディスカッションの文脈で解釈すれば、「われわれは日本で生活できていることに感謝しつつ、他国から訪れ、場合によっては困っている人に対して優しくおもてなしをする」ことではないでしょうか。

しかし、そのためには、われわれ自身が地域のことをよく知っておかなければなりません。パネリストの皆さんから教えていただいたように、千葉県には多くの潜在的観光資源があり、われわれは学生とともに現場に赴き、「知る」ことが重要です。知識が増えれば興味が湧き、興味が湧けば知識も増えて楽しくなっていきます。その知識を海外から来た人びととシェアリングできたらと思っております。

国によって日本に対する興味・関心もさまざまで、たとえば、同じ対象でも中国人とアメリカ人では興味のもちかたが違います。交流を通じて初めて気付くことも多いと思っております。たくさんの方々が日本を訪れ、日本を知りたいと思っております。そのニーズに応えることで、われわれも自然に、地域に対する思い入れが強くなり、地域への愛着も生まれてくるのではないのでしょうか。

インバウンド観光でわれわれ自身が元気になる、千葉も元気になれるはずということを、本日の結論にしたいと思います。

会場の皆さま、長時間にわたりありがとうございました。またパネリストの皆さん、どうもありがとうございました。

たかはし・こうじ Koji Takahashi
よしだ・しょうじ Shoji Yoshida
めぐり・ようこ Yoko Meguri
むらかわ・ようこ Yoko Murakawa
まえの・たかあき Takaaki Maeno
ねもと・としのり Toshinori Nemoto