

概観

2002年2月、国会の施政方針演説で小泉首相は「わが国の文化伝統や豊かな観光資源を全世界に紹介し、海外からの旅行者の増大と、これを通じた地域の活性化を図ってまいります」と、首相としては近年で初めて観光振興についてふれた。その後の副大臣会議においても、観光消費額がもたらす経済効果、地域や日本の歴史や文化伝統の価値の見直しなどが議論され、後に閣議決定された「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」では観光産業や休暇に対する期待が強くうたがわれた。これは観光産業にとって画期的なできごとであり、いまや観光はわが国経済の活性化に大きな役割を果たすことを期待されるようになった。

しかしながら、2001年度の旅行市場は、9月11日に起きた米国での同時多発テロの大きな影響と、一向に力強さを増さない経済環境によって、低迷した。中期的なレンジで見ると、01年度の旅行市場は後退局面への転換期であったとみられる。

ここ5年程度を振りかえると、バブル崩壊後の低迷から脱し、96年頃には順調な推移を見せていた旅行市場は、大型金融機関の相次ぐ破綻が印象深く残る97年後半からマイナスに転じた。その後、年間通して停滞した98年度を経て、99年度に入ってから徐々に回復に向かい、00年度には海外旅行は力強い上昇局面、国内旅行も緩やかながらも回復基調にのる。しかし、絶好調に推移した海外旅行市場も、不良債権や過剰債務問題、厳しい雇用情勢などを受けて低迷する民間需要の例に漏れず、01年度初頭から回復の動きは弱まり、夏期以降にはテロの影響も加わり大幅減となった。国内旅行もまた、海外旅行とほぼ同時期から減少局面に転じたとみている。

9月の米国同時多発テロが旅行者の意識に与えた影響が大きかったことはいうまでもないが、それ以前に不景気深刻化への不安による旅

行の出控えムードが根底に流れていたことも見落とせない。裏返せば、旅行市場の推移もまた、景気を判断する指標の一つなのであろう。

テロ後の出国者の大幅な減少とそれによる旅行産業界への打撃の大きさは数字にあらわれているとおり（海外旅行、旅行会社の項参照）である。同時多発テロはあらためて観光と平和の関係の密接さを思い知らされるできごととなった。当財団では、テロ発生直後から、海外出国者データを注意深くみていくとともに、湾岸戦争時（91年）と比較しながら電話アンケート等により旅行計画や意識との関係を調査した。その結果は、機関誌である「旅行観光地動向ファイル」（2001年秋号、2001/02冬号）に掲載し、ホームページ（<http://www.jtb.or.jp>）に公開している。

テロ直後と12月に電話調査を行ったところ旅行そのものへの参加意欲は減退していないことがわかり、湾岸戦争時における海外旅行者数の本格的な回復が半年後であったことから、半年後の多客期2002年のゴールデンウィーク、遅くとも夏休みがV字回復の復帰点とみていた。しかし、予測に反して安定的回復期を未だ迎えているとはいえない。テロ直後には大きな打撃を受けた沖縄への旅行者数は既に戻っていることから、テロによる心理的な手控えは収束していると考えられる。02年度に入ってから円高基調は海外旅行を後押しをすると考えていたが、その効果は現れていない。海外旅行市場はこれまでとは異なる市場構造に陥った、あるいは一部に持ち直しの動きがみられると報じられている景気動向も、実はいっそう厳しさが増しているとの見方もできる。

一方、テロによる海外旅行の国内旅行への振りかえに関する話題が期待感も込めて大きくとりあげられたが、海外旅行者数は国内旅行者数の約5%程度であり、観光地による明暗はあったものの全般的に国内旅行にとってプラスに影

響したとはいえない。国内観光地の魅力の再発見をしてもらうチャンスであったとも言えるが、その機会として生かすことができたといえる地域や施設はあったのか、疑問が残る。

本書の編には、01年度の観光地や観光産業の動きを分野ごとにとりまとめた。2大テーマパーク(ユニバーサルスタジオジャパン、東京ディズニーシー)をめぐる動向に集中したことで、商業施設の開発を除けば大型の新規開発が次々と進む時代は終わり、「再生」「共生」「情報」「ソフト開発」というキーワードに収れんする動きであったといえるのではないだろうか。本年は特に「 - 5 観光商品」「 - 6 観光流通」の項を新設して1年を振り返った。

観光地域の整備では、温泉地や都市にかかわらず、原点にもどって、既存の魅力を磨く「再生」が意識されている。また、観光施設やレジャーランドでも一度閉鎖した施設がテーマを変えてリニューアルする動きが見られた。「再生」は必然的に「共生」の発想のもとに成り立つことが多い。これまで見られなかった企業間、異業種間の連携なども生き残りをかけた共生といえるだろう。観光に関する販売促進策や商品づくりについて運輸機関、宿泊施設、旅行会社などの展開をみると、マーケットとしては引き続き女性、熟年層への積極展開が行われ、これまでにない企業や業種の枠を超えた協業への試みが見られた。

地域の観光振興では、大きな投資を必要とする施設開発は困難になりつつあり、地域文化や自然の中に独自の魅力を発見し、それを素材として観光客を案内するガイドツアーを開発し、誘客する試みが多くみられるようになった。旅行者の自然志向や体験観光へのニーズの高まりに合致していることに加え、ソフト開発であることのイメージの良さ、地域の魅力の再発見を通じた住民の意識の向上、何よりも地域住民の手による観光振興という点でも優れた手

法である。観光まちづくりはそもそも地域自らの力で行うべきであるが、この場合はさらに地域でツアーづくりも行う最先端の取り組みである。

観光は21世紀のリーディング産業として、強い期待と明るい見通しをもって話題にされることが多い。21世紀においては、ライフスタイルとして豊かな時間を過ごすことの価値が一層重視されるだろう。また、地域経営の視点からみても交流する人の動きから発生する経済活動に期待が大きくなることは、すでに共通認識である。

これまでも観光産業の経済波及効果を明らかにする試みは行われており、当財団もいくつかの調査を手がけてきた。国民経済計算の中での位置づけを明確にし、他産業との比較を正確に行い、あるいは各地域ごと、諸外国との比較も可能な指標をもつことが基幹産業として振興するための説得力となりえる。当財団では2000年度から観光産業の経済波及効果調査に重点的にとり組み、その手法の確立、定着に向けて活動している。昨年度発行の「旅行年報2001」の特集で「我が国の旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(国土交通省・当財団調査受託)の一部を紹介した。また、こうした調査の基礎となる観光入り込み統計の正確な把握についても、様々な形で試行し、本年報や季刊の「旅行・観光地動向ファイル」に掲載している。

しかし、旅行・観光の実態把握の困難さ、旅行の定義や範囲をはじめとする今後の検討課題もまだ多く残っている。また、2001年の旅行市場をふりかえるにあたって、観光関連の統計資料は決して十分とはいえない。

観光を真に基幹産業として育てるために、これら統計指標の精度向上、基準化・標準化などの重要性はますます増してきている。

(林 清)