



副代表幹事
中国委員会 委員長
伊東 信一郎
ANAホールディングス
取締役会長

国内観光地は日本人の消費が支えている

訪日外国人旅行者数が急増している。「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が始まる直前の2002年は524万人だったのが、昨年(2015年)は1,973万人と、この13年で4倍近くに増えた。これまでの目標値は2020年に2,000万人であったので、5年前倒しでほぼ目標を達成したことになる。

観光を「我が国の成長戦略の大きな柱の一つであり、地方創生の切り札、GDP600兆円に向けた成長エンジン」と位置付ける安倍政権は、この状況を受けて、去る3月30日に、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において新たな目標値を発表した。目標値は5項目あり、①訪日外国人旅行者数：2020年に4,000万人(2015年の約2倍)、②訪日外国人旅行消費額：2020年に8兆円(2015年の2倍超)、③地方部での外国人延べ宿泊者数：2020年に7,000万人泊(2015年の3倍弱)、④外国人リピーター数：2020年に2,400万人(2015年の約2倍)、⑤日本人国内旅行消費額：2020年に21兆円(最近5年間の平均から約5%増)である。特徴的なのは、5項目のうち、4項目が訪日外国人頼みで、1項目だけが日本人をターゲットとしていることで、しかもその目標値がわずかに5%増ということである。

訪日外国人が増加することは、日本の経済や外交にとっ

て好ましいことであり、新たな目標値に向かって国を挙げて取り組むことが大切だ。一方で、日本人の国内旅行はもう5%しか伸びる余地がないのであろうか。昨年の旅行消費額は、訪日外国人が約3.5兆円に対して、日本人が約20.7兆円(速報値)である。やはり観光経済を支えているのは圧倒的に日本人による消費なのだ。国内観光地は日本人の消費が支えている。地域経済の振興を考えれば、日本人国内旅行消費額を伸ばすことがより大きな効果をもたらすだろう。

ところで、上記の観光ビジョンを受けて、5月13日に観光立国推進閣僚会議において決定された「観光ビジョン実現プログラム2016」には、目標達成に向けた具体的なプログラムが50ページ以上にわたり記載されている。例えば、迎賓館等の公的施設の開放、民泊のルール作り、日本版DMO(Destination Management/Marketing Organization)の形成など、訪日外国人だけでなく日本人国内旅行の増加にも資する施策が多数盛り込まれている。また、年次有給休暇の取得率向上や休暇取得の分散化など、産業界の協力が不可欠な施策も含まれている。これらの施策を官民挙げて着実に進めることで、日本人国内旅行消費額も目標値を超えて伸びることを期待している。

No.789 June 2016 経済同友会 6

C O N T E N T S

特集

2016年度 新副代表幹事座談会
Japan2.0へ
「SAITEKI社会」を描く 02

Close-up提言

教育改革委員会【提言】 11
天羽 稔 委員長
新卒一括採用中心から
新人採用の多様化の実現を

Doyukai Report

第10回 教育フォーラム
勉強するのは何のため? 働くってどういうこと? 13

全国44経済同友会共催 第29回全国経済同友会セミナー
世界に輝く地域を創ろう 15
— 桃太郎の郷(くに)から発信 —

東北未来創造イニシアティブ協働PT 第2回会合
人から始まる地方創生 17
— 気仙沼モデルが拓く未来 —

アスナビ100名就職記念シンポジウム
アスナビ5年間の軌跡と
今後のアスリートと企業を考える 18

Seminar

第1265回 会員セミナー 22
前立腺癌の最新手術
— ロボットを用いた最新の精密手術 —
小津 光一郎 氏
国立病院機構東京医療センター 泌尿器科

Column

巻頭言 伊東 信一郎 01
「国内観光地は日本人の消費が支えている」

リレートーク 織田 浩義 21
「テレワーク・働き方改革で“新しい儲かる”が生まれる」

福島に“ほんとの空”が戻る日まで 25
～福島大学FUREの挑戦～ 塩谷 弘康 氏
「5年目の壁を乗り越えて」

私の思い出写真館 松島 正之 26
「London Never Leaves Me」

新入会員紹介 23

東日本大震災5周年 復興フォーラム 24
— 新たなステージ 復興・創生へ —

今月の表紙: シリーズ国花
【ラベンダー/ポルトガル】
リラックス効果で知られるラベンダーは、古代ローマの時代から香料として利用され、「香草の女王」といわれています。