

2011年11月30日（水）に本学客員教授である株式会社ジェイティービー代表取締役社長田川博己氏による公開講座、「国際観光の振興と旅行業の役割—JTB グローバルビジネス戦略—」が開催されました。



今回の講義は“JTB グローバルビジネス戦略”と題し、これからの日本の観光産業のビジョンをお話し頂きました。これまでの2回の講義でも学んだように、日本の旅行市場は人口減少や金融危機、そして震災による原発問題等の影響を受け、市場動向は低下すると考えられています。しかし、世界のマーケットにおいては、域内人流、域間人流ともに増加が見込まれており、特に日中韓の三国間の交流人口は拡大すると考えられています。そのため、日本にとってアジア勢力の拡大は無視できない存在となっています。国内マーケットが縮小している現在、今後いかにして日本の魅力をアジア圏内にアピールしていくかが鍵となっています。

震災後もなお、日本の文化や質の高いおもてなしを求める潜在需要は高いと考えられま

す。しかし、外国人旅行者受入数の国際比較の中で日本は30位に位置しています。このことからインバウンドマーケットの拡大には、入国審査の改善や外国人向け表示案内・接遇の改善など、訪日外国人の受入体制の整備が必要であることが分かります。また震災によって崩れてしまった日本の最大のアピールポイントであった“安心”“安全”なイメージをいち早く取り戻す必要があります。震災直後は、回復には時間がかかると考えられていましたが、予想以上に外国人旅行者の戻りが早かったという事実は、日本に対する評価、信用度の高さを裏付けています。しかし、震災前と同水準の信用を取り戻すには適切で正しい情報を伝えつつ、地道にコツコツとこれまでのように“日本らしさ”を提供していくべきであると考えます。そして前回の講義でもあったように、地域の魅力を再発見し、発信することで地域活性化につなげていくDMC機能を強化していくことも重要です。

以上のように、インバウンド事業戦略に力を入れていくことはもちろんですが、今回の講義ではインバウンドだけでなく、アウトバウンドの強化も必要であり、日系企業や日本人のアウトバウンドを拡充し、非日本人アウトバウンド進出への足がかりとすることも考えていくべきであり、世界のマーケットで活躍することで日本のマーケットも活性化させていこうという考えも必要であることを感じました。

今回の講義から学生である私たちにできることは、ふるさとの宝、日本の魅力を知ることです。そして世界の人々に自信をもって伝えていくことです。これこそが世界交流の原点となるのです。外に目を向ける前に、まず内に目を向け、改めて日本の良さを発掘していきたいと感じました。

記者・金野奈緒子（文教大学国際学部国際観光学科・観光研究会）