

出題意図

各産業にとって、人口減少により国内市場の縮小は免れない経済環境といえる。特に、観光業は、人口に大きく依存していることから、国内人口の減少は国内観光客数の減少に直結し、需要の漸減を意味する。したがって、域外からの需要の獲得、つまり外国人観光客の誘致（インバウンド）が急務である。しかしながら、日本全体の問題としては、爆買いブームの終焉とコト消費への転換、岩手県としてはそもそも外国人観光客が少ないこと、特に中国人観光客が少ないことが挙げられる。観光産業の振興には、地域の経済・社会・文化など様々な側面から取り組む必要があり、多角的考察が必要である。

課題文 1 「(社説) 訪日観光 「体験」で広く息長く」『朝日新聞』2017年1月24日一部改変

2016年に日本を訪れた外国人旅行者は、前年より2割増え2400万人に達した。ただ、旅行で使った金額は、1人当たりの推計で見ると1割減った。為替の影響に加え、中国人らによる高額商品の「爆買い」が下火になったことが主な理由という。訪日観光は経済にプラスで、外国との関係を強める基盤にもなる。今後は一時の追い風に頼らず、リピーターを増やし、滞在を延ばす工夫が大切になる。首都圏や関西圏でのホテル不足対策や、両者の名所を回る「ゴールデンルート」以外の観光コースの開拓といった課題に加え、訪日客の関心の多様化にもっと注目したい。

「次の訪日でやりたいこと」を尋ねた観光庁の調査では、日本食や名所めぐりといった定番メニューのほか、四季の体感、歴史・文化・農漁村の体験などを挙げる人が多い。目的が、買い物や見るだけの観光から体験に移る傾向が読み取れる。この流れを意識した試みは、既に各地で広がりつつある。徳島県三好市の山奥にある落合集落では、古民家に泊まり、住民との郷土料理作りなどを体験できる。それを目当てに香港や欧米などから多くの人を訪れている。佐賀県はタイ映画のロケを誘致し、タイ人旅行者の呼び込みに成功した。映画の「追体験」が売り物になった。東京や大阪では、日本発の人気ゲームキャラクターに扮してカートを街中で運転できるサービスが話題だ。日本人には意外と思えることにも、外国人が新鮮な魅力を感じ、ネットの口コミで広まる例は少なくない。まだまだ知恵を絞れるはずだ。体験型の観光を掘り起こすには、地元の自然や文化、産業に詳しい人を結びつけるかじ取り役が重要になる。各地の観光団体や自治体は、人材や組織の育成を積極的に進めてほしい。

国の役割は、地域の取り組みを後押しする環境整備だろう。ホテルやガイドの不足に対応するため、民家に旅行者を泊める「民泊」や通訳案内士の規制緩和が進みつつあるが、一方で質の確保にも目配りが必要だ。免税店で健康食品を不当な高値で売りつけるツアーなど、日本のイメージを損ねる例も見られる。政府は旅行関連サービスの手配業者に登録制を導入する方針だが、警察と連携した取り締まり強化や訪日客向けの相談窓口の整備も急ぐべきだ。

各地で知恵を競い合い、成功例に学びながら、日本ファンを増やしていく——。官と民、国と地方が力を合わせ、そんな好循環を広げていきたい。

課題文 2 「訪日客の消費低下／地方への誘客で乗り切れ」『河北新報』2017 年 2 月 19 日 一部改変

日本を訪れる外国人旅行者の消費傾向が転機を迎えつつある。かつての勢いはなくなり、失速気味。その分、受け入れに余裕がある地方への誘客に力を入れ、消費拡大につなげていくことが急務だ。観光庁のまとめによると、2016 年の訪日外国人客は約 2404 万人で前年より 2 割余り増えた。年間消費額は約 3 兆 7000 億円と 7.8%増えたものの、1 人当たりで見ると約 15 万 6000 円と 11.5%減った。中国人による「爆買い」が一時的な現象であり、ピークを過ぎたことを物語る数字だろう。政府は 16 年 3 月にまとめた観光戦略で、20 年に訪日客を 4000 万人、消費額を 8 兆円とする目標を掲げた。1 人当たり 20 万円を使ってもらう計算だ。ただ、東京、京都、大阪などの人気スポットに観光コースが集中する現状のままでは目標達成は難しい。欧米やオーストラリアといった中国以外の国からの誘客に加えて、地方へ誘導して消費拡大を図るための戦略を急ぐことが必要だ。

既存の人気スポットは、外国人旅行者の受け入れが時期によって飽和状態になる。例えば、秋の京都は紅葉の名所が大混雑して、宿泊施設が京都市内で確保できず、大阪、神戸などで探さざるを得ない人も少なくない。今後の観光振興のキーワードは「広域連携」だ。近隣地域が観光ルート作成や海外への情報発信で手を結び、相乗効果を発揮するという視点が欠かせない。東北でも、6 県の地方銀行 6 行と日本政策投資銀行が本年度中に広域観光に関する業務協力協定を締結し、自治体などの外国人旅行者誘致を支援する。観光産業の活性化は、東日本大震災からの復興を後押しする政策の柱でもある。

復興庁は本年度、東北地方への外国人観光客誘致につながる民間の提案 13 件を観光振興のモデル事業に選び、経費の一部を助成している。1 年間、旅行商品の開発や流通の仕組みの構築、プロモーションなどに取り組み、官民共同で新たなビジネスモデルの立ち上げを目指す。当然、成果を検証し、有望事業の育成、普及を図ることが求められる。復興庁が設置した東北観光アドバイザー会議は、東北の良質な雪などを柱とする観光振興策を提言している。

東北の課題とされる首都圏からのアクセスについては、成田、羽田両空港からのルート情報の充実や、東北各地に送り出す拠点となる仙台周辺への重点支援などを挙げている。「観光先進地を目指し、オールジャパンで観光復興」。復興庁の目標が掛け声倒れで終わることがないように、各省庁が一体となった支援が欠かせない。

質問 1 外国人観光客獲得のための課題や取り組みについて課題文 1（朝日新聞社説）の中の語を用いて述べなさい。（100 字）

【模範解答例】

首都圏や関西圏でのホテル不足対策、首都圏や関西圏の名所を回る「ゴールデンルート」以外の観光コースの開拓、訪日客の関心の多様化に対応すること。

【解答ポイント】

ホテル不足対策
観光コースの開拓

配点：10 点

質問 2 課題文 1 では「体験型の観光」の事例として、課題文では東京や大阪の取り組み、徳島県の取り組みと佐賀県の取り組みが紹介されています。これを参考に、岩手県ではどのような体験型の観光プランが考えられますか。（100 字）

【模範解答例】

遠野市は民俗学者柳田邦夫が著した『遠野物語』が有名である。同物語は、岩手の農村に昔から存在する逸話や寓話を集めたものであり、これらの体験を通じて岩手の民俗を知ってもらう。

配点：15 点

質問 3 課題文 2（河北日報社説）から東北地方の外国人観光客獲得への課題を 3 点挙げなさい。

【模範解答例】

旅行商品の開発や流通の仕組みの構築
プロモーションなどの取り組み
首都圏からのアクセスの改善

配点：それぞれ 5 点

質問 4 岩手県の外国人観光客の現状と課題について。岩手県は全国に対して外国人観光客が少なく、特に 2011 年以降少なくなっていますが、その理由としてどのようなことが考えられるか述べなさい。（図表）

【模範解答例】

成田空港や羽田空港からのルートが遠く外国からのアクセスが悪いこと。また、東北各地に送り出す拠点が仙台となっていること。さらに、東日本大震災の影響により福島を中心にマイナスイメージが残っていること。

配点：10 点

質問 5 課題文 1 と課題文 2 から東北、特に岩手県が外国人観光客誘致のために何をすべきか、あなたの考えを述べなさい。

【模範解答例】

課題文 1 では、日本全体の問題としての外国人観光客誘致のための課題が提示されている。現在の外国人観光客の目的は、名所巡りや日本食にあるのではなく、日本の四季・文化・歴史・風俗に触れ、それらを体験することにある。したがって、東京や大阪などの都市圏でゲームキャラクターに扮するコスプレイベントなど、そして地域では自然・文化・産業などを掘り起こし、つまり体験型の観光につなげる必要がある。

課題文 2 では、外国人観光客が東京・京都・大阪など人気スポットに集中する現状を改善する必要、そして東北への外国人観光客誘致について提案が述べられている。そのために、まず地域が「広域連携」して観光ルートの開拓や海外への情報発信を行って、相乗効果を図っていくべきであることが示されている。これに対して、銀行など金融機関や復興庁など行政機関が支援を行っている。また、首都圏からのアクセスについては、外国からの玄関口である羽田空港と成田空港からのルート情報の充実、そして東北の拠点である仙台からのアクセスについて充実させていく必要がある。

課題文 1 に示されているように、訪日外国人観光客の増加は、経済にプラスに寄与し、さらに外国との関係を強化する基盤ともなる。そして、課題文 2 に記されているように、これらの訪日外国人観光客を東北地方に誘致することは消費拡大につながる。東北が一体となって、観光先進地を目指す必要がある。

【解答のポイント】

体験型の観光促進
広域連携 など

配点：50 点