



国際化の最前線から



地方部における 正しい観光立国への道のり

SATOYAMA EXPERIENCE プロデューサー
山田 拓

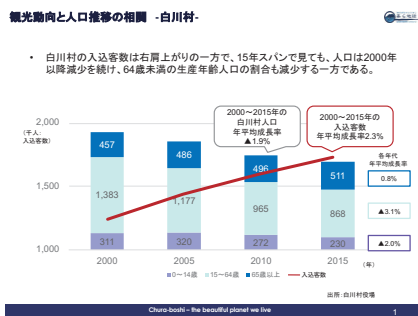
サムライ・ニンジャ以外の日本の価値

「クールな田舎をプロデュースするコト」をミッションに掲げ、2007年に創業した(株)美ら地球が運営する、岐阜県飛騨地方に所在する静かなたずまいの町並み飛騨古川を出て、周辺農村部をのんびりと走り抜けるスローなサイクリングツアー「飛騨里山サイクリング」を擁するSATOYAMA EXPERIENCEは、創業当初より口コミサイト「トリップアドバイザー」にて9割を超える最高評価を得続けてきた。「タダの景色で外国人がカネを落としてくれるのか!？」という付近住民の驚きの声が、日本各地に点在する何気ない農村部の可能性を示唆するひとつの大きな手がかりではないかと考えられる。



人数から消費額、その先は...

政策の力強い後押しもあり、日本を訪れる外国人旅行者は増加の一途をたどるが、人数が増えても経済波及が限定的であったり、外国人がごった返して付近住民の生活を圧迫したり、当の旅行者も満足せずに帰ったりと急激な変化の弊害も顕在化しつつある。さらには、近年、外国人急増を背景にしたビジネスチャンスは大きいものの、やり方がわからない日本人を尻目に、外国人が日本国内で関連するビジネスを始めるケースが増えている。外国人やワーキ



ングホリデービザで入国した外国人が担い手となると、仮に地域内の消費額が増えたとしても、そのお金が地域の外に流れ出て、域内に残るおカネは限定的となる。

敢えて閉じる、その勇氣

衰退著しく地方創生待ったなしの地方部各地では、一人でも多くの外国人を一日も早く実現したいと大急ぎで動いている。しかし今一度、「何を求めて外国人旅行者を受け入れるのか?」という問いの解を明確化する必要があるのではないか? 2020年を通過点として、長い時間軸で地域への恩恵を最大化する手法はどのようなものか? 数は少なくとも、高付加価値・高単価の滞在商品を地元にあるもの、地元で生み出す産品を中心に構築し、地域の内製循環を高める。世界中で既に展開される観光産業の日本版を構築するにあたり、その商品構成や運営方法などは、自分たちで生み出すより先人に学ぶほうが圧倒的に効率的であると考えられるため、一部、外国人の力を借りることも重要ではあるが、その地で価値を生み出し、その恩恵をその地に浸透させるべきである。「市場が伸びている今は、外国人は誰でも来たとと門戸を大きく開放するのではなく、当地の門をしたたかに閉鎖し、貢献度の高い旅行者のみを受け入れるべきではないか?」と私は最近、こう説いて全国各地を回っている。

プロフィール

(株)美ら地球CEO、総務省地域力創造アドバイザー、内閣官房クールジャパン・地域プロデューサー。イナカを巡る外国人向けプラットフォーム SATOYAMA EXPERIENCE を運営。近年は、地方部各地でのツーリズム・ビジネスの立上げ支援や人材育成プロジェクトに従事する。著書に「外国人が熱狂するクールな田舎の作り方」(新潮新書)がある。