



会員 各位殿

令和5年3月08日

NPOソフトインダストリー研究会

巻頭言

理事長 奥原 英彦

リゾート再考

カタカナで書く「リゾート」は、わが国ではバブル期の1987年に制定された「総合保養地域整備法(通称:リゾート法)」によって生み出された「負の後遺症」を引きずり、何やら怪しげで得体の知れない「新規土地開発」イメージがあります。

しかし、英語本来の“resort”の意味は、“re”(再び) + “sort”(訪れる、頼る、整理する)であり、「人々が(何らかの欲求を満たすため)何度も出かける場所」を指します。

従って、「保養地」であれば「ヘルス・リゾート」、「山」であれば「マウント・リゾート」、「海」であれば「シー・リゾート」、「スキー場」であれば「スキー・リゾート」、「公園」であれば「パーク・リゾート」、「酒場街」であれば「ネオン・リゾート」と、本来は、老若男女の活動内容や懐具合の「欲求(=需要)」に応じて、更には、都市や地方の地域資源を活用して「多種多様な」リゾート=「人々が(何らかの欲求を満たすため)何度も出かける場所」が「存在」することになります。

ところが、上記の通称リゾート法が推進したのは、未利用地に巨大なホテル、リゾート・マンション、ゴルフ場、スキー場、マリーナなどの「ワンパターン金太郎飴の設計」の開発プランでした。内需拡大が叫ばれている時期でもあり、フランスのニースやスイスのサンモリッツの高級リゾートのような需要(蜃気楼)は後からついてくると、巨大新規開発に民間資金を誘導する「国策版ハード先行型のリゾート」でした。

結果は、全国に「廃墟・リゾート」が多数残っており、現在においても負の後遺症に悩む地域があるのは、ご存じのとおりです。国や地方自治体、更には、金融機関を含む産業界は、この「国策版ハード先行型のリゾート」の進め方を、十分に反省しているはずでした。

ところが、2016年に成立した「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律(IR推進法)」に基づく「統合型リゾート(IR)」は、ラスベガスに見られる巨大新規開発に民間資金を誘導する典型的な「国策版ハード先行型のリゾート」と考えられます。さらに、カジノを中核とすることで、再び、何やら怪しげで得体の知れない需要(蜃気楼)を前提としています。

白石顧問は、常々、「ハードは合格産業、ソフトは満足産業」と看破されていましたが、「統合型リゾート(IR)」など国が旗振りするリゾートは、人々の多種多様な欲求(実需要)を満足させる「ソフト先行型」の産業であるという観点から、再設計すべきでしょう。

リゾートとは、“re”+“sort”な場所なんですから。

(奥原 英彦)

SORUCA 通信 contents

- 巻頭言 リゾート再考 / 奥原 英彦
- リゾート / 白石 嘉宏
- 日本人がリゾートしなくなる / 島川 崇
- 地方自治体の観光政策～国際基準「延宿泊数」と「富裕層」開拓を地域から～ / 奥原 英彦
- 編集後記 / 奥原 英彦



先般奥原理事長と新理事の島川氏と飲みながらの話の中で、夏になると日本人は海水浴に行き海で泳ぐがフランス人は砂浜で横になって居る。なぜフランス人は横になって居るのか現地に滞在してわかった。という話を私がしました。その話が面白かったらしくリゾートについて書いて欲しいとのことになり、今回ここに紹介することになりました。

今や日本は失われた30年、20年間変わらぬ給与水準、韓国に所得が追い抜かれたなどと自虐的な報道をされる国になって居ますがその昔1979年エズラ・ヴォーゲルは『ジャパン・アズ・ナンバーワン』という著書を出しました。シンガポールの首相だったリークアンユー氏はルックイーストと日本を見習えを政策のバックボーンにしました。戦争に敗れて廃墟となった1945年から40年、日本は世界が羨望の眼差しと嫉妬の両方を受けるまでに経済的には伸長しました。

今では信じられませんが東京の土地を買うお金でアメリカ全土が買えると。実際三菱地所はアメリカの富の象徴であるロックフェラーセンターを買収しました。日本では地上げがブームになりました。文化面ではソニーがアメリカのコロンビア映画を買収。1987年には「わたしをスキーに連れてって」という映画が上映されスキーブームが加速します。モータースポーツブームが起これF-1が全試合中継されるようになります。都市部ではディスコが流行りクリスマスになればホテルが若い男女のカップルで一杯になりました。1991年は日本からの海外旅行者が1000万人を超えたのです。

こういう時代背景の中で1987年、国は総合保養地整備法いわゆるリゾート法を制定しました。懐かしい時代いわゆるバブルの時代です、それは一般には1985年から総量規制が発動される1990年の3月27日の後1年間の1991年まで続きました。

巷の経済がどんどん伸びる、人々は三種神器を手に入れました。一般には3Cとされ、それはカー(車)・カラーテレビ・クーラーでしたが、もう一段上は天然クーラーいわゆる高原別荘がブームになって行きます。各地に海外にまで行かなくても済むようにそれぞれの国の良いところ取りの遊園施設や大型の遊園地が出来ます。経済成長マッシグラ当時の円は強く1ドルが80円前後の時期もありました。強い円とそれに乗って年々増える海外旅行者こうなってくると国内ばかりではなく海外へも日本人の受け入れ施設の展開が図られます。

当時私の勤めていた財団法人余暇開発センターは1972年(昭和47年)の沖縄返還に合わせて余暇活用の面から沖縄の支援が出来ないものかとリゾートをその候補として本部半島を対象とした計画を作った経緯もありリゾート開発について自治体・企業から相談が寄せられるようになって来ていました。

不肖私にも経団連のリゾート委員長、通産省が旗を振った海外滞在型余暇開発の事務局長というポストに就くことになりました。

上記までの経過を見ていただければ皆様には察しがつくと思いますが、東京など都市部では住宅がアメリカ空軍の焼夷弾攻撃で焼き尽くされていました。戦後の1955年(昭和30年)住宅公団が設立され翌年から団地が作られてゆきます。何も無いから造るの時代です、常に需要はある。供給することが習性となって居ます。だからリゾートもまずは土木事業施設づくり供給型の思想の基に進められます。

豊かになってきた、東京ディズニーランドが上手くいっている、これからの時代はレジャー・リゾートが産業になる、いよいよそれまでになかった大規模な施設を造る。施設を造るための土地を求める、作れば成功するという思い込み。大規模開発高額投資施設が新聞の紙面を飾ります。宮崎にはシーガイア、北海道にはアルファトマム、リゾートではありませんが船橋にはスキーに特化したララポートスキードームザウスなど次々に造られてゆきました。

経団連のリゾート委員会はこういう時代背景の中で進められます。私は「熱海では芸者さんの子供は夜お母さんが出かけて行ってそのまま帰ってこないと喜ぶそうですよ。翌日お母さんがお土産を買って帰ってくるから。」と言う話をしたら鬢髻を買いました。白石は下品な話をする、という認識が醸成されます。私はもう少しかみ砕いて「綺麗なホテルのロビーで一人じっとしているのとそんなに広くないが綺麗な女性が居る銀座のクラブとどちらが良いですか?」と話します。

要はお客が満足して繰り返し来てくれるようにするにはそれぞれの施設にどのようなサービスが必要なのか、という運営に係わる話が施設開発と同時にテーブルに乗らないのです。

宮崎シーガイアを造るということが決まり、その時に入園料が4,000円と設定したとのことでした。南国の雰囲気十分な施設が4,000円なら安い、という感覚です。フランスのニースやカンヌの海岸にはトップレスの女性が横たわっています。当然男性も来ます。砂浜に寝そべるのに料金は要りません。ここで一番の借景はトップレスで横たわっている女性たちです。若い女性たちから4,000円徴取するというのを事業の根拠にするのは無理があります。

次回はそうして1期2年で私が首になったところから続きを書きます。



日本人がリゾートしなくなる

島川崇

コロナの長いトンネルからようやく抜けられる希望が見えてきた。この3年もの間、移動の自由が制限されるという近年では初めての経験を世界中の市民がすることになり、改めて人は自由に移動をしたい生き物なんだなと実感した…と書きたかったところなのだが、改めて考えてみて、そうとも言い切れないかとも思うようになった。

まずは、移動したくてもその代金が用意できないという切実なる現状である。身の回りの品々の値上がりが続いていることによる可処分所得の減少である。特に食料品の値上げがニュースを騒がせているが、それよりも驚くべきなのは電気代だ。あまりメディアで報じないのが不思議なのだが、今家計を最も圧迫しているのは食費ではなく光熱費ではないだろうか。

我が家はオール電化なので、その影響をもろに受け、昨年と比較して約1.5倍になっていた。妻に言われてそういえばそうだと初めて気がついたのだが、いつの間にか検針の結果の紙がポストに投函されなくなっていた。しかも、クレジットカードで決済をしていると、最近ではクレジットカードの利用明細も郵送されなくなってしまうので、自分からアプリ等で確認をしない限り、明細を確認することがない。なので、知らず知らずのうちにここまで電気代がかさんでいたことに気が付かないでいた。4月にはさらなる大幅値上げが予定されている。その上げ幅を聞くと、今後家計はどうなってしまうのか、今から戦々恐々としている。政府は全く検討するつもりもないようだが、家計を助けるために消費税率の時限的な切り下げを訴える野党もあるけれど、消費税率の軽減くらいでは収まらないほどの光熱費の高騰が起きている。食料費は、国産にこだわっていたものを輸入品で我慢するとか、高騰した油を使わないように焼き物や蒸し物を増やすとかすることによってなんとか切り詰めることができるが、光熱費だけはどうしようもない。すでに我が家は5つある電球ソケットに2つの電球で我慢したり、こまめに明かりを消したりして節約をしているが、これくらいでは焼け石に水である。

このような状態なので、家計の中でまず切り詰めるのはレジャー費用である。私は元航空会社社員で妻は旅行会社社員だったことから、もともと旅好きの家庭で、何かと内外に家族旅行をしていた。娘たちの受験が重なっていたことと、コロナもあって、海外旅行にずっと行けていなかったのも、今年の長女の受験が終わって、コロナも収まっていたら絶対海外旅行に行こうねと言っていたのだが、この家計の状態だと海外旅行に行けるはずがなかった。

海外旅行の代金もコロナ前とは全く違って値上がりしていた。円安が進んでしまったこともあり、現地での費用も、米国だともう安いランチでも3,000円をくだらないという話だし、安くてお手軽だった韓国やタイであっても、もう日本よりもビッグマック指数では上になってしまった。あれだけ好きだった海外旅行も、妻とは「残りの人生であと1回くらいは海外旅行してみたいね」と言うくらいの経済状況になってしまった。

ならば、国内旅行でとなるはずが、国内の旅館がびっくりするほど高くなっている。コロナ前は一人一泊10,000円代前半でもかなり満足が得られる旅館も多かったが、今ではもうまともな旅館は20,000円を出さないといけなくなってしまった。全国旅行支援に係る便乗値上げとの見解も出されているが、現地の旅館に聞いてみると、どうやらインバウンド旅客の回復が大

きいとのことである。コロナ前のインバウンドはとにかく安値安値で押し切られていたのだが、コロナ後のインバウンドは平気で1泊20,000円台を出してくるようになった。なので、日本人が20,000円を出せなくても、インバウンドがどんどん出してくれる。従って、また日本の観光地にインバウンドが溢れる状況が戻ってきた。ただ、日本人は、20,000円も払って、騒々しいフロントロビー、食い散らかされたbuffet、汚された浴槽を我慢しなければいけないのかと思うと、自然と足は遠のいてしまう。

さらに驚いたことは、コロナ後の旅館等で働く外国人人材の日本語能力の低下である。コロナ前も旅館等で外国人人材が勤務していたが、不自由なく日本語を操る人材もいて、そうでなくても、総じて日本語を話そうと努力をしていたように思う。しかし、地方の観光地に行ってみて、ほとんど日本語が話せない外国人人材が旅館に勤務しているのである。話が通じないのである。ここまで日本語が話せない人が観光現場で働いているということはコロナ前にはなかった。現場ではそれだけ人材難が進行しているとも取れるし、もう日本人を相手にしなければ、日本語を話す必要もないと経営者は割り切ってしまうのだろうか。

観光地で高価な代金を支払ってまでわざわざ不快な思いをしたくないと一般的な日本人が考えるようになれば、もう日本人はリゾートなんてしなくなるのではないだろうか。温泉なら近隣のスーパー銭湯で十分、世界の料理が食べたいければ、近隣に色々レストランがあるからそれで十分、そう考えていくのではなかろうか。

そのような中、日本人の余暇の使い方としてリゾートという選択肢を残していく最後の手段は、保養所ではなかろうか。保養所は、従業員のための福利厚生施設としてかつて大企業はこぞって自前の保養所を保有し、中小企業も会員制リゾート施設と契約していた。しかし、社員は会社に帰属意識と忠誠心を示し、会社は社員の生涯を守るといった風土が薄れていったことや、多様な余暇活動が求められるようになったことから、余暇まで会社に縛られたくないといった考えもあって、保養所は減少の一途を辿っていた。厚生労働省の調査によると、2000年度末には1,581ヶ所あった健康保険組合の直営保養所は、2018年度末には284ヶ所と、1,297ヶ所も減っている。直営は大幅に減少している分、大手企業も会員制リゾート施設との契約保養所や共同利用保養所へと軸足を移している。

しかし、保養所は基本的にインバウンドに荒らされない。今までは、社員にとって保養所を利用するメリットはその利用代金の安さだけであったが、そこに、日本人の、日本人による、日本人のためのリゾートという安心感という大きなメリットが付与されることになる。

時代遅れと言われてきた保養所が、世界に開かれた観光立国を推進していく過程の中で、図らずもその価値を見直されていくのではないかと予想する。

地方自治体の観光政策 ～国際基準「延べ宿泊数」と「富裕層」開拓を地域から～

奥原 英彦

○ 観光政策のゴール(目標)は経済効果

2008年10月には、観光の経済効果に着目して観光庁が発足。世界からの観光客を迎える「観光立国」を目指して、各種の「観光統計」の整備とともに、国際基準(世界観光機関:UNWTO)に基づき、観光による「経済波及効果(旅行消費額、雇用誘発効果)」を公表しています、

このように、国の観光政策の「効果」を国際的視点からみても「見える化」し、PDCAサイクルを毎年(もしくは四半期単位で)廻し、世界と切磋琢磨しながら(観光分野で)成長しようとしています。

ところが、国際的に見ると、地方部(地方自治体)における観光政策の「見える化」は、大きく立ち遅れていると言わざるを得ません。

○ 経済効果は、宿泊>買物>飲食

観光による経済効果を生む(観光客の)消費動向は、国の調査によって、毎年さらには四半期単位でも公表されています。

この統計によれば、季節や地域差、年齢差などはあるものの、地方部において経済効果を生む観光消費額の内訳を見ると、「宿泊>買物>飲食」の順となっており、三大都市圏を除く全ての(地方部の)都道府県において、宿泊消費額が一番多くなっています。

つまり、観光の目的である経済効果を生んでいる主役は、(特に地方部においては)「宿泊」なのです。このため、欧米では、自治体や観光地毎の「延べ宿泊数」統計が整備されているのが標準です。

○ 主役(延べ宿泊数)不在の地方自治体の観光政策

このため、スイスなどの欧米の「観光立国」の事情をよく知る関係者が、わが国の地方部における観光振興に対して不思議がるのが、わが国の地方における観光統計が、「入込客数」が中心という現実。特に、市町村や観光地における観光統計は「入込客数」のみがほとんどです。

このため、地方自治体(市町村)の観光政策の目標は、観光庁が発足して10年以上経った現在においても、未だに「入込客数を○人→○○人へ(増やそう)」が主流です。

しかし、主要な観光地において、観光客が増えたことの弊害(観光公害、オーバーツーリズム)が社会問題化しており、単なる「入込客数」増を目標とする観光振興計画(観光政策)では、住民や議会の理解を得るのが困難な時代に来ているのではないのでしょうか。

○ 「延べ宿泊数」の観光統計の整備

そのためには、世界標準に合わせて、各自治体(観光地)単位で、四半期毎に「延べ宿泊数」を把握し公表していくことが、観光統計整備の第一ステップとなります。

換言すれば、この「延べ宿泊数」データを持ち公表することが、(インバウンド観光客を迎える)世界の観光地として名乗りをあげることにもなり、国際的な視点で見た場合、自治体の観光政策の第一歩として、まず、必要な取組と考えられます。

○ わが国にも富裕層は多数存在する

経済効果を高めるための「高宿泊単価」の客層（富裕層）が、日本にどの程度いるかを見ると、資産3000万ドル以上の「超富裕層」は、世界に29万人以上、国別ランキングでは、第一位米国93,000人、第二位中国27,000人、第三位日本20,000人（World Ultra Wealth Report (2021)）。資産1億円以上の「富裕層」は133万世帯、330万人（野村総研(2020)）。つまり、意外に多いことがわかれると思います。

主に、インバウンド観光客を対象として、富裕層向けの観光政策の見直し議論がありますが、何もインバウンド客に限定せずとも、わが国にも世界有数の富裕層が多数居るのです。

○ 富裕層が来たくなる観光コンテンツへの脱皮

富裕層向けの宿泊施設は、東京と京都以外は、絶対数が足りないと言われていています（特に5つ星は【需要>供給】）。

一方、地方部には、旅行のプロの目で見ても「もてなし、料理、施設、企画」に優れた3つ星以下のホテルや旅館が多数あります（例えば、「プロが選ぶ日本のホテル旅館100選」：旅行新聞社）。これらは、きちんと富裕層に対する観光プロモーションをすることにより、富裕層が来たくなる（泊まりたくなる）観光コンテンツとなるはずで

特に、日本人富裕層向けには、インバウンド富裕層と違って、言葉や食事内容、文化・習慣の違いなどの壁（ギャップ）はないので、地方部のホテルや旅館にとっても、実現が比較的可能であると考えられます。

○ 観光とは、地域に経済効果をもたらす手段

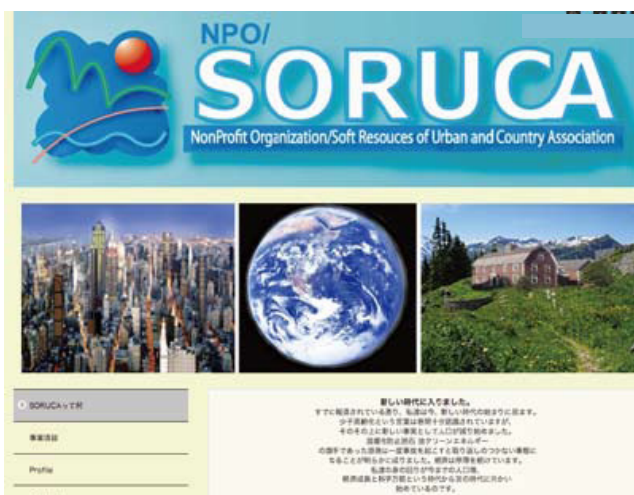
何のための観光政策か（地域に経済効果をもたらすため）、誰のための観光政策か（観光関連産業従事者の雇用と高い所得をもたらすため）、との「原点」に立ち戻って考えれば、自ずと、市町村自治体においても、地域の優れたホテル・旅館資源を生かした「延べ宿泊数」主役の観光政策が形成されるはずで

さらに、観光産業振興も地域の重要な産業振興策の1つであるならば、「個性化・魅力化」によって【需要>供給】構造にある「富裕層向けの宿泊ニーズ」を掘り起こし、「稼げる観光産業」に脱皮させることが重要で

以上

<編集後記>

今回のSORUCA通信では、「集客・サービス」はソフト産業であるという観点から、「リゾート」をテーマに編集してみました。新型コロナも、ついに今年の5月から5類に。人々が「集い・語り・楽しめる」社会環境が復活してきたのです。SORUCAでも、5月以降に、セミナーを再開する予定です。乞うご期待を。(奥原 英彦)



SORUCA のホームページの画面です。

<https://soruca.org/>



「特定非営利活動法人ソフトインダストリー研究会」
SORUCA 通信 (2023年春号) 広報誌

発行責任者 奥原 英彦
発行所 NPO ソフトインダストリー研究会
東京都渋谷区南平台町13-4-509
FAX: 03-3770-6038

<https://soruca.org/>

編集人 長谷川 毅
発行日 2023年3月8日



NPO/
SORUCA
NonProfit Organization/Soft Resources of Urban and Country Association

発行元 :NPO ソフトインダストリー研究会