

『中部圏インバウンドセールスプロジェクト』 幹事会役員対談

「地域が一体となり、一つの冠をつけて動こう！」

大澤会長

「民間が積極的に、観光をアピールすることも必要である」

藤井幹事



本当のインフラは「人」

大澤会長 日本全体のビッグイベントを見ると、2020年の東京五輪後、5年後、10年後は特に何も無いが、愛知県では2026年の夏季アジア競技大会開催が決定した。トヨタ自動車の存在や、リニア新幹線による好影響も大きく、この地域は恵まれている。

藤井幹事 現在、国内で投資する企業は少ない。オリンピック開催後は、2025年の万博（国際博覧会）誘致に向けて、大阪府が活動中。インパクトも含めて、大阪万博が開催できるといいと考えている。これまでの日本ではまず東京、次いで大阪、その次が名古屋という格付けだったが、21世紀に入り、自動車産業は言うに及ばず、航空機産業も含めて、ますます

当地域の産業が活発化、三男坊が次男坊にもなり得る勢いだ。
例えば、MRJは国産旅客機としてはYS-11 以来半世紀ぶり。

大澤会長 MRJ には早く無事に飛行して欲しい。航空機産業は今までブランクが長かったので、期待大。これからはビジネスもうまくいく。
結局、ものづくりは「人」だから。

藤井幹事 そして、「継続性」。

大澤会長 大阪の場合は、江戸時代から脈々と続く流通分野が得意。生産ではない。
結局、本当のインフラは「人」ですよ。

JR東海の存在は、この地域にとって重要

大澤会長 JR 東海の本社が名古屋にあることが、この地域にとっても非常に価値が高い。

藤井幹事 当初は色々と苦勞もあったけれど、地元で育てていただいた。

大澤会長 名古屋は大阪と距離は近いが交流が少ない。一方、東京に対しては割に従順。
秀吉の文化ではなく、家康の文化。東京から文書がやってくると、名古屋はそのまま周囲に流すが、大阪は文書を書き直す。反発がある。これは、幕藩時代の名残りでしょう。人の気質はなかなか変わらないものだから。

藤井幹事 昔から関西は独立の気風がある。

大澤会長 ともあれ、西日本と東日本の間に、名古屋駅のツインタワーができた。これは存在感が大きい。高層ビルが増えて駅前のイメージがどんどん変わる。JR 東海が地域財界のメンバーであることが、名古屋の位置づけを一段と強くしていると感じるので、ぜひ力になっていただきたい。
ただし、この地域は観光が弱い。

藤井幹事 この地域だけでなく、もともと日本全体があまり力を入れていないのでは。

大澤会長 ものづくりに恵まれているので、観光の意識が弱い。外に観光しに送り出すアウトバウンドで成り立っていたから、おもてなしが弱い。

また、この地域の問題点は、観光関連の団体が多くバラバラで結束力がないこと。もう一つは、情報発信力が弱く、自分達で自慢するのが苦手なこと。中日ドラゴンズが優勝しても大阪に比べるとはるかに静か。情報発信の意識と力がない。情報がなければ観光に出かけて来てはもらえないから、地元企業を中心に地域が一体となって情報発信に取り組まない。

CISP は民間主体によるインバウンド推進のプロジェクト。地元が一緒になって一つの冠をつけて動くことが大事。という考え方で、この団体名称になって丸4年、JR 東海さんにもぜひ応援をお願いしたい。

当団体も尖閣問題で団体名称を変更、FIT 化を受けて、中国語のログインページのビジネス情報発信からSNS に変更等、インバウンド市場の変化に伴い、立ち上げ当初からすっかり変わった。

藤井幹事 日本は、民泊の対応もまだはっきりしないし、インバウンドも劇的に増え、まだ混乱した状態だ。

大澤会長 インバウンドといえば、先日開催された「ツーリズムEXPO ジャパン」の一般公開日は、40分待ちで行列ができていたが、さらに熱気があったのは、「ITF2015」台北国際旅行博。台湾は、海外旅行に期待していて、日本に対しても憧れが強い。加えて、この地域はものづくりに強いので、東南アジアやヨーロッパから産業観光に来てもらうポテンシャルがある。

藤井幹事 JR 東海ツアーでも高山に多くの外国人が訪れている。ヨーロッパからの観光客も目立つ。

大澤会長 「ワイドビューひだ」の評判もいい。

藤井幹事 それでもまだ鉄道移動のお客様は高山を訪れる観光客の1割で、圧倒的に観光バスの方が多い。
トレッキングを好む方などの需要を取り込むことで鉄道利用も増える。多様なニーズがまだまだ隠れている。

継続的なくみづくりのために必要な「まちおこし」

大澤会長 名古屋はどうしても地元志向で内向き。名古屋市の観光施策も地元の人対象でやっている。

今年62回目になった「名古屋まつり」も地元人のため。3英傑が同列で、歴史検証に基づいた祭になっていないし、市が仕切って管理職を動員、市民が楽しむまつり。北海道や九州の祭は全国から集客しているが、規模が大きいのに国内外からの集客資源になっていないのは名古屋だけ。

藤井幹事 残念なことに、名古屋は宿泊など設備面が不足している。

大澤会長 それに、名古屋市内では神社やお寺がどんどん朽ち果てている。持続可能な仕組みづくりのためにもまちおこしが必要。そういう「地域の観光推進に必要なこと」に関する啓蒙も、CISPが具体的な行動を起こせるといいと思っている。その一つが「VoiceTra（ボイストラ）」。総務省主導の音声翻訳アプリで、個人は誰でもダウンロード可能。企業、団体が使うには開発元との契約締結が必要だが、CISPが締結したので会員企業は簡単な手続きで実証的な使用ができる。インバウンドのお客様を迎えたい皆さんは言葉の壁で悩んでいるので、この悩みを解決する方策はこれだと思い、テレビ塔としても参画した。これだけ英語を習いながら話せない日本人は不思議な民族。最近変わってきたが。

藤井幹事 今は、小学校から英語の授業をするようになった。それだけグローバル化に沿うようになってきたということかもしれない。

観光は「自分で動く」ことが大事

大澤会長 英語力のベースはあるので、そっと背中を押してあげればいい。そのきっかけになるのが、VoiceTra。観光循環バス「めぐる」のエリア内で実施した実証実験には名古屋城も参加し、民間企業が非常に前向きだった。実際に来てほしいし、困っているから。結局、観光に管理力はいらぬ。自分で動くことが必要。スマートフォンのアプリで、昇龍道エリアへのビジターの利便性を高めて、クーポンも発行して、何度も来てもらえるように誘導できるといい。

藤井幹事 外国人はみんなスマホを使っている。ただし、Wi-Fiなどの環境づくりが一番大事。

大澤会長 日本に来てほとんどつながっていない。

藤井幹事 まだまだ社会インフラへの取り組みも必要。

大澤会長 もともと観光は民間の仕事。地域が一体となることが大事なので、地域の中ではコンペティターであっても、インバウンドの取組みは呉越同舟でやりましょうと申し上げてきた。地域に軸足をおいた企業を中心にやっていきたいので、今後ぜひご協力をお願いしたい。