

国土交通政策研究所 講演録

# 「スペインから学ぶ 観光立国」

平成16年2月25日（水）

講師：株式会社ちばぎん総合研究所

取締役社長 額賀 信



2004年6月

国土交通省 国土交通政策研究所

Policy Research Institute for land,  
Infrastructure and Transport  
Ministry of Land, Infrastructure and  
Transport

## はじめに

わが国を取り巻く経済社会情勢が急速に変化するなかで、国土交通行政におきましては、取り組むべき課題が山積しております。21世紀においてわが国がさらなる発展を続けるため、現代的要請にそぐわなくなっている制度等については抜本的な構造改革を図るべく、現在、政府全体としてそのための作業が精力的に進められていることは、周知のとおりです。

このような状況を踏まえ、平成13年1月の省庁再編による国土交通省の発足とともに創設された当国土交通政策研究所におきましては、中長期のわが国の動向を見据えつつ国民のニーズに適合した付加価値の高い政策の形成に寄与するため、国土交通省の所掌事務に係る政策に関する基礎的な調査及び研究を行うとともに、これらの成果はもとより、業務に関連する最新の知見や情報を内外に積極的に発信してゆくことにしています。

このような研究所の活動の一環といたしまして、本年2月25日(水)に株式会社ちばぎん総合研究所取締役社長 額賀信(ぬかが・まこと)先生をお招きし、「スペインから学ぶ観光立国」と題しまして、ご講演いただきました。

額賀先生は、日本銀行でご活躍され、現在では株式会社ちばぎん総合研究所の社長をお務めでいらっしゃいます。そのかわり、各種メディアを通じた執筆活動・出演等を通じて観光立国、人口減少社会などの喫緊のテーマに関し、我が国のとるべき方策について議論をリードされております。特に、本講演のテーマであります「観光立国」については、雑誌『エコノミスト』に関連論文を寄せられた他、本年3月には「観光革命 スペインに学ぶ地域活性化」(日刊工業新聞社)を出版され、我が国観光振興のあり方について、積極的なご提言をなさっておられます。

現在海外へ出掛ける日本人観光客は年々増え続け、2002年には約1650万人に達しております。これに対して、日本を訪れた外国人旅行者は約520万人にすぎず、日本人の海外旅行者の3分の1以下、世界各国の外国人旅行者受入国の国際ランキングでも33位という低い位置にとどまっております。訪日外国人旅行者の増加は、国際相互理解の増進のほか、我が国における旅行消費の拡大、関連産業の振興、雇用拡大という、地域の活性化につながる大きな経済効果を我が国にもたらすものです。このため、政府におきましては、訪日外国人旅行者を2010年までに倍増するという目標を掲げ、昨年7月「観光立国行動計画」を決定して、目下政府を挙げて21世紀の我が国の進路としての観光立国の実現に向けた各種施策を展開しているところです。

本講演録は、このような観光立国の実現に向けて、額賀先生ご本人からお話いただいたご講話の内容を、同先生のご了解を得て、当日ご使用になった資料を含めて収録したものです。講演会の前後を通じて、当方からのご依頼を快くお引受いただき、懇切なご協力を賜りました額賀信先生に、ここに改めまして深く感謝申し上げる次第であります。

関係各位におかれましても、本講演録をご担当の業務の参考にしていただければ、幸甚に存じます。

平成16年6月

国土交通政策研究所  
所長 足利 香聖

# 目次

<b>講演録</b>	• • • 1
<b>【講演】</b>	… 1
1．急速に強まる「観光立国」への動き	… 1
2．バブル期とは大きく異なる新観光	… 2
3．観光は世界最大の成長産業	… 4
4．経済のソフト化が高める観光の重要性	… 8
5．観光は人口減少社会の活力源	… 10
6．急速に発展している中国の国際観光	… 11
7．観光大国スペイン	… 12
8．リピーターに支えられるスペイン観光	… 13
9．観光客誘致を競う自治体	… 15
10．圧倒的に重要な観光統計	… 17
11．日本の可能性	… 21
12．スポーツと笑顔	… 25
<b>【質疑応答】</b>	… 26
<b>当日配布資料</b>	• • • 33
<b>講師略歴</b>	• • • 35
<b>当日の様子（写真）</b>	• • • 37

# 講演録

## 国土交通政策研究所講演会

### 講演】

ただいまご紹介を賜りました、ちばぎん総合研究所の社長を務めております額賀信でございます。本日はこのような場でお話しする機会を賜りまして、誠にありがとうございます。与えられている時間が90分ですので、一応3時40分ぐらいまでお話ししてみましょう。どこまでご期待にそえるかわかりませんが、一生懸命お話をしたいと思います。

#### 1.急速に強まる「観光立国」への動き

早速、レジュメに沿ってお話を始めますが、昨年(2003年)来、観光立国に向けての動きに弾みがついています。具体的にお話ししてみますと、昨年の1月に小泉総理大臣が「訪日外国人観光客を倍増させよう」という提案をされました。わが国を訪れる外国人観光客数は、年間で約500万人なのですが、それを2010年までに倍の1000万人にもっていかうというご提案だったわけです。それを受けまして昨年の3月から、ビジットジャパンキャンペーンが始まっています。7月には先ほどもご紹介がありました、「観光立国行動計画」が公表されました。

そのような状況を踏まえて、昨年は「観光立国元年」と言われています。しかし私自身、観光立国、観光振興が重要だと言いますと、実に多様な反応があることに気が付きました。一つは「またか」という反応です。それはどういうことかといいますと、例えば前回バブル期の1987年に、いわゆるリゾート法が制定されて、そのリゾート法に基づいて各種のプロジェクトが全国各地に進められたわけですが、その後バブルがはじけてからは、そうしたプロジェクトが相次いで破綻いたしました。またそれと同じような結果になるのではないのかという懸念を漏らす方がいらっしゃいます。

他方、観光振興は悪いことではないにしても、観光がそんなに大きな牽引力をもっているのだろうかという、別の率直な疑問を漏らす方も少なくありません。特に観光業界の方々、あるいは観光業界とかかわっておられる方々とお話をしてみますと、「観光といってもしょせん遊びですから」とか、あるいは「マイナーですから」とおっしゃられて、例えばかつてのモノづくりを例に取ってみますと、製鉄業界の方々が「鉄は国家なり」と言われたような、そういう気迫、迫力と言ったらいいのでしょうか、そ

う意気込みがなかなか出てこないのが実情です。たしかに去年は観光立国元年という話が出てきてはいるのですが、まずはそのへんの素朴な疑問に対して、私自身がどのように思っているかということから少しお話してみたいと思います。

## 2.バブル期とは大きく異なる新観光

まず、バブル時代の観光、特にリゾート法に象徴されるような観光ですが、そういったこれまでの観光と、2000年以降言われている観光との間には、大きな違いがあります。その違いを、皆様と一緒に確認してみましょう。バブル時代の観光を、仮にここではわかりやすく「旧観光」と呼び、いま提唱されている観光を、ここでは仮に「新観光」と呼んでみることにいたします。まず、新旧観光の違いを確認することからスタートしてみましょう。

「旧観光」には非常に大きな特色がありまして、いわゆるリゾート法の中身、文言を見てみますと、そこで頻繁に出て来る言葉があります。それは、「施設整備」と「開発」という言葉です。ですから、自然を開発し、いろいろ建物を建てようというのが、1987年に制定・施行されましたリゾート法の大きな特色です。

これに対し「新観光」の特色は何かといえますと、もちろん新観光といっても、色々な方々が色々なことを言われているわけですから、人によって違いがあります。しかし、人によって違いがある中でも、共通の特色がありまして、その一つは「見直し」です。もう一つは「保護」です。「見直し」は何を見直すのかと言いますと、文化、歴史、伝統、そういうソフトのものを見直そうというのが、最近言われている新観光の大きな特色です。ハードの施設からソフトの文化重視に変わっているわけですね。それから、かつては「自然を開発しよう」と積極的に取り組むことが旧観光の大きな特色だったとしますと、むしろ逆に「保護」とか「保全」という言葉が出てくるのです。それは自然を保護しよう、あるいは環境を保全しようという意味でして、その点、自然や環境への対応がまったく逆です。これらの違いが新観光を旧観光と区別する大きな特色をなしているわけです。

次に対象としている人が違います。旧観光の場合は、対象としている観光客はもっぱら日本人観光客でした。なぜ日本人観光客だったのかといえますと、当時日本人は豊かになったはずなのになかなか豊かさを実感できないので、そういう豊かさを享受する受け皿として観光を位置づけようとしたわけです。ですから、豊かになった

日本人が、その豊かさを実感するための受け皿として旧観光は考えられていた、というところに特色があります。

では、それに対して最近言われています新観光ではどうかと言いますと、対象として外国人観光客が登場したのです。もちろん外国人観光客と言いましても、日本人観光客を無視しているとか、軽視しているとか、さらに言いますと、ないがしろにしているとかいうことはありません。ただ、これまでまったく対象になっていなかった外国人観光客を呼びましようということが、新たに、しかも国の基本的な施策として言われるようになったことが、これまでの観光政策と一線を画する非常に大きな違いです。これが二つ目です。

さらに、観光の狙い、目的にも違いがあります。旧観光の狙いは、内需振興でした。皆さんも覚えておられると思いますが、80年代の後半、なぜバブルが発生したかといひますと、一つの大きな原因は内需主導の経済成長を達成することが必要だと強く主張されたからです。内需主導の経済成長を達成するための一つの手段という位置づけで、観光振興が提唱されたという側面が小さくありませんでした。ですから、施設を作って、その施設を作ること自身が、この内需振興に寄与する、また日本人観光客が国内消費して内需振興を図るといふ、そういう位置づけだったわけです。

では、今はどうかといひますと、例えば内需振興という狙いは出てきません。よく出てくる言葉は、「活性化」あるいは「活力」です。その活性化という言葉にはいろいろな意味があると思うのですが、特によく出てきますのは「地域の活性化」という表現です。小泉総理大臣が昨年1月30日付のメールマガジンの中で、外国人観光客の倍増運動を提唱されたときにも、冒頭は「活力ある国づくりのうえで観光資源に注目しています」という言葉からスタートしています。いま言われているのは、内需振興ではなく、いろいろな意味で国や地域の経済の活性化、あるいは人々の活力を取り戻す、そういう狙いが込められて観光振興が唱えられていることが特色です。

#### ・新旧観光の違い

	旧観光	新観光
特色	施設、開発	見直し、保全
対象	日本人	外国人
狙い	内需振興	活性化

ですから、「またか」と思われる方々ももちろん少なくないとは思いますが、同じ観

光という言葉を使っている、今唱えられている観光の中身は、バブルの頃のいわゆるリゾート法に象徴されますような施設整備、開発尊重という観光とは非常に違っているわけです。外国人観光客を呼ぼうということも初めてのことで、観光の中身、狙いが大きく違ってきているわけですね。そのことを、まず皆さんにご認識していただきたいと思います。

### 3.観光は世界最大の成長産業

観光に関するもう一つの疑問符は、その牽引力です。「観光って小さな産業ではないか」と思われる方々が非常に多いのです。日本で観光といいますが、観光にそんなに大きな力があるのだろうかと率直に疑問を呈する人が少なくありません。実は、私自身もごく最近まで、観光にそんなに大きな力があるのかなと疑問に思っていました。確かに私たちは、理念的に「観光は大切だ」と理解していても、その効果は限定的だと思いがちです。しかし、数字を色々確認してみますと、実は観光はとても大きな産業で、世界全体では最大の産業になっています。

最大というのはこういうことです。世界経済を全体としてみますと、最大の所得と雇用を生み出す産業になっているということです。それを少し数字でご説明してみましょう。

大雑把なものとしてご理解いただきたいのですが、名目GDPを考えてみましょう。日本の名目GDPはどのぐらいか、皆さんおわかりですね。2002年の数字で約500兆円です。では、アメリカがどのぐらいかと言いますと、1ドル120円で換算して、約1200兆円です。アメリカは1200兆円。では、世界全体でどのぐらいかご存じでしょうか。世界全体では約3800兆円です。日本は90年代を通じて長い経済停滞を続けてきましたが、今でも全世界の中でナンバー2の経済大国です。アメリカはもちろんナンバー1です。両方の国を合わせますと世界全体のGDP3800兆円に対して、半分まではいかないのですが、約45%という非常に大きなシェアを占めています。世界中に200ぐらいの国があるとしたら、そのうちのたった2つのアメリカと日本で、半分近い所得を生み出しているのです。

ではそのうち、産業別にみて観光がどのぐらいの所得を生み出しているのでしょうか。それを試算している国際組織があります。それは、WTTCというところです。World Travel & Tourism Council という国際組織なのですが、そこが試算し、そ

れを観光 GDP として毎年公表しています。まず観光 GDP はどういうものかといえますと、私たちが海外に行く、あるいは国内で旅行をする、そうした国内と国外の観光消費の合計と、観光関連業界の設備投資および観光にかかわる財政支出、それらを全部加えた分に、さらにその波及効果まで足したものです。

観光関連業界の設備投資としては、例えばホテルを増改築する、あるいはお土産屋さんを作る、観光関係のレストランを作る。そういう民間の設備投資です。また観光関連の財政支出としては、国立公園の整備費あるいは国立公園に至る道路の整備、そのような観光にかかわる財政支出です。

WTTCの試算によりますと、世界全体のGDP 3800兆円に対応する観光GDPは、約400兆円です。WTTCによりますと、その400兆円という規模は一つの産業として見たときに、所得を生み出すという点で世界最大なのです。例えば、自動車産業であるとか、情報機器産業であるとか、世界には色々な産業があります。しかし、色々な産業の中で、なんと観光産業は、既に世界最大の産業に育っているということなのです。

では、国別にみるとどうかといえますと、観光GDPがいちばん大きいのはやはりアメリカです。アメリカの観光GDPは、もちろん年によって若干違うのですが、2001～2年では、年間約140兆円という数字が出ています。では日本はどうかといえますと、WTTCの推計によれば、年間約40兆円です。実は日本でも観光GDPを独自に推計したことがあります。それは、国土交通省の委託を受けまして、JTB(日本交通公社)が試算したのですが、それによりますと25～26兆円という数字が出ています。JTBの試算した数字は、WTTC試算の40兆円よりずっと小さいわけですが、なぜかといえますと、JTBの場合には、財政支出や民間整備投資を入れないで、もっぱら旅行消費とその波及効果を推計しているからです。そういう定義に基づく試算は、十分に意味のあることですが、それでは日本の数字しか出ていません。アメリカや世界の数字と比較するために、私は、ここではWTTCの推計している数字を使うこととします。

そこでWTTCの数字を見ていただきたいのですが、世界全体では観光GDPのGDP総額に対する比率は1割を少し超えています。アメリカの場合は11%です。あとで私はスペインの例をお話ししますが、スペインは12%です。世界全体を見渡しますと、観光GDPの比率が高い国は基本的に先進国です。それはある意味で当たり

前です。なぜかといいますと、観光は所得や時間のゆとりがあって初めて大きくなる産業だからです。ですから、産業という視点で観光を見てみますと、世界中では先進国のウエートが圧倒的に高いのです。それからまた、一般的には先進国ほどGDPに占める観光産業の比率が高いのです。

ところが日本の場合には40兆円ですから、GDPに占めるウエートは8%です。アメリカの場合と比べてみますと3%も低いし、世界の平均と比べてみてもまだずっと低いのです。日本の場合、GDPトータルとしては世界ナンバー2ということで非常に大きな国ですが、観光GDPという切り口で見ると、アメリカや世界の平均と比べまして一国経済に占める観光のウエートが低いことがわかります。ではなぜそのように相対的にウエートが低いのでしょうか。観光GDPの数字をさらにブレイクダウンして考えてみましょう。

観光GDPは先ほどもお話ししたとおり、外国人が来て消費してくれるものもありますし、国内観光客が国内で消費をするものも入っています。そのうちの外国人観光客が来て落としてくれるお金について、別途調べた機関があります。それを「国際観光収入」という言葉で表しています。その各国別計数を試算・公表しているのはWTOというところですが、このWTOというのはWorld Tourism Organizationという国際機関で、いわゆるよく出てくるWorld Trade Organizationとは違います。このWTOが公表している国際観光収入という数字があります。その数字は、観光GDPとは違って、波及効果は入っていません。外国人のお客さんが来てくれて、純粋に消費した金額だけを取り出した、そういう数字です。

それがどういうふうになっているかといいますと、これも2002年の数字ですが、世界全体では57兆円です。国際観光収入が観光GDPより大幅に少ないのは、先ほど申し上げたように波及効果も入っていませんし、財政支出なども入っていないからです。国別に見ていちばん大きい国がどこかといいますと、やはりアメリカです。アメリカは8兆円です。アメリカがいちばん多かったのは2000年ですが、その年には10兆円でした。しかし、2001年9月11日の同時多発テロ以降、アメリカに来る観光客が減ってしましまして9兆円になり、2002年には8兆円にまで落ちてきています。

問題は日本です。日本の国際観光収入ははどのぐらいかといいますと、4000億円、0.4兆円です。ですからこれが極端に低いのが日本の特色です。いま観光立国と言われておりまして、とりあえずビジットジャパンキャンペーンが展開され、訪日外

国人観光客を倍増しようという動きがあるわけです。一連の動きは決して日本人観光客を軽視しているわけではありませんが、今後の戦略を考えたときにやはり大事なのは、国際観光収入を上げていくことです。世界全体では、観光GDP400兆円に対して国際観光収入57兆円と1割強あるわけですから、日本は、40兆円の観光GDPに対して5兆円と、今の10倍以上の国際観光収入があってもいいわけです。従いましてまず国際観光収入を引き上げる。それを梃子にして観光GDPを引き上げる。そして、さらに観光GDPの増大によってGDPを引き上げていくことが、戦略としてとられるべき、とても大切な道筋です。

仮に観光GDPのGDP総額に対するウエートが、アメリカと同じ水準まで上昇するとしましょう。そうすると今のわが国の水準が8%ですから、11%まで上がるということです。それは、他の状況を一定としますと日本の成長率を約3%上げることを意味しています。「なんだ3%か」と思わないでいただきたいのです。なぜかといいますと、90年代を振り返ってみますと、だいたい年平均成長率は1%です。その1%の成長率を達成するために、毎年何十兆円という景気対策のお金を使い、ものすごく大きな借金財政になってしまったわけです。しかし、もし観光による成長が達成されますと、借金は増えません。民間の購買力が主体で回っていくわけですから、それは自律性を持っているわけです。しかも観光とりわけ国際観光の分野は、今後の成長分野です。もしもその分野が軌道に乗ってくれば、わが国経済はとても大きな持続的発展の力をもつことになります。そのような大きな力を持つ産業として観光を位置づけていくことが非常に大切です。私はそのように痛感します。

・日本、米国、世界のGDPと観光 (単位 兆円、\$1=¥120で換算)

	名目GDP	観光GDP	国際観光収入
日本	500	40	0.4
米国	1,200	140	8
世界	3,800	400	57

これまでの話をまとめますと、「観光立国」といいますと、まずは「またか」と思わないで欲しいということです。つまり、いま言われている観光振興は、バブルの時代ま

でに言われていた観光振興とは大きく違ってきているということが一つです。もう一つは、観光は世界全体でみると、すでに最大の所得と雇用を生み出す産業として成長しています。そういう世界の状況と比べてみますと、わが国の観光産業はまだずっと遅れている部分が多く、とりわけ国際観光の分野で遅れています。ですから、そのところを梃子に観光振興を図っていくと、観光はわが国経済に対して大きな活力源になるはずだということです。

#### 4. 経済のソフト化が高める観光の重要性

観光産業の重要性をもう少しお話ししてみましょ。わが国経済のソフト化が急速に進んでいることも、観光産業の重要性を高めています。経済のソフト化とはサービス化とも言われていますが、モノづくりのウエートが下がり、広範なサービス産業のウエートが上がることです。GDPの内訳を、一次、二次、三次産業別の構成比でとってみますと、90年代の初めの時点、つまり1990年のときには、モノづくりを中心とする第二次産業のウエートは36%でした。それが2002年、いちばん最近出ている国民所得統計の産業分類別でいいますと、なんと26%まで10%ポイント落ちていきます。では逆に何が増えているのかといえますと、第三次産業です。広範なサービス産業のウエートが、90年代を通じて急速に上昇しました。1990年に62%であった第三次産業のウエートが、2002年では72%まで上がっている状況です。

アメリカはどうだったかといえますと、同じ産業分類に従いまして、90年のときに第三次産業のウエートが74%でした。それが2002年では79%と、ほとんど8割になっています。今後を展望しますと、日本の産業構造もますますサービス化が進んでいって、今72%まで上がってきている第三次産業のウエートが、いずれアメリカ並みの8割近くまで上がる可能性が高いのです。

もう少し数字でお話をしてみます。2002年における第二次産業の絶対的な規模は、90年の水準を下回っています。つまり第二次産業は、90年代を通じて単にシェアを落とすだけでなく、絶対的な規模まで縮小させたのです。これに対して第三次産業はシェアを上げただけでなく、絶対的なサイズ、規模そのものも大きくなったのです。

それはどういうことを意味しているのでしょうか。今でもモノづくり産業はものすごく大切ですが、モノづくり産業を全体としてみますと、それがわが国経済の大きな牽引

力になる時代はたぶん過ぎてしまったのです。これからのわが国経済の牽引力を發揮するのは第三次産業です。少なくとも90年代以降に限ってみれば、牽引力を發揮してきたのは第三次産業でした。今後わが国経済が否応なしにアメリカ経済の姿に近づいていくとしますと、第三次産業が結局わが国の経済成長の源泉になるはずなのです。そのように考えてみますと、第三次産業つまり広範なサービス産業がどれだけ元気になるか、どれだけ世界的な競争力を持ちうるかということが、今後のわが国経済の発展を考える最も基本的なポイントになるはずで

そこで、第三次産業の特色を考えてみましょう。第三次産業は実に多様です。例えば、行政サービスも第三次産業の中に入っています。しかしそうした広範な第三次産業の多くに共通するとても大きな特色があります。それは「人が人に対して直接提供することが多い」ということなのです。直接人に対して提供する、そういうサービスが非常に多いことが、第三次産業あるいは広範なサービス産業の特色です。ですから、第三次産業がどういうところで發展するかといいますと、それは人が集まる場所です。逆に言いますと、人が集まらない場所では第三次産業は發展しにくいのです。それが第三次産業の非常に大きな特色です。つまり経済全体がソフト化して、経済の牽引力が第三次産業に移っていきますと、人が集まる場所が経済の牽引力を發揮するのです。ですから、人の集まる地域、人の集まる国になるかどうかということが、その地域、その国の将来を決めることになってきました。

そのように論理を展開していきますと、人を呼ぶ観光産業の役割が、これまでとは比較にならないくらい重要になったことに気が付くでしょう。サービス産業のウエートは、90年代以降がどんどん高まってきました。今後は、それが経済の牽引力になってきます。そうしますと、人を呼ぶ観光産業の役割が、急速に高まらざるを得ないのです。

観光産業は世界全体としてみると、すでに最大の産業に育っておりますし、今後特に国際観光の分野が非常に高い成長力を發揮すると言われておりますから、観光はもちろんそれ自身として大切です。しかし、それに加えて、産業がソフト化していることが、他のサービス産業全体にとって観光産業の役割、つまり人を呼ぶという役割をさらに重要にしているのです。

## 5. 観光は人口減少社会の活力源

その上でもう一つ付け加えてみます。日本の場合には、今、人口減少社会に突入しつつあるわけです。政府の推計によりますと、出生率の中位推計の場合には一応 2006 年がピークです。それから 2007 年以降人口が減少すると予測されています。しかし、現実の出生率はだいたい今まで低位推計のほうに近かったわけです。それによれば、2004 年、つまり今年がピークです。今年がピークで、来年以降人口が減ってくるわけです。

以上は人口総数のことですが経済的にみると人口減少社会は 95 年から 2000 年ぐらいのどこかの時点で、実質的にはスタートしていると私自身は考えています。それはなぜかと言いますと、95 年から 2000 年にかけては、65 歳以上の人口が 400 万人増加したことにより一応わが国の総人口は増えましたが、年齢別に見てみますと、この間に 64 歳以下の人口が 250 万人も減っているからです。特に生産年齢人口という 15 歳から 64 歳までの人口は 95 年でピークを打って減少に転じ、その 5 年間で何と 100 万人も減りました。これは大変重要な事件です。

それでは、今どういうことが起きているかと申しますと、例えばアルコール消費を考えてみましょう。もちろん高齢者でもたくさん飲む人もいますし、若くても飲まない人はいます。しかし、平均的にみると、生産年齢人口という人口の層、つまり 15 歳から 64 歳がいちばん飲むわけです。その 15 歳から 64 歳の人口が、95 年から 2000 年にかけて 100 万人減少しているということは、加重平均してみますと、アルコール消費、あるいはアルコール需要が 95 年から 2000 年までのどこかの時点でピークを打って、もう減少に転じているはずなのです。例えば昨年を振り返ってみますと、冷夏だったのでビールを飲まなかったとか、最近は焼酎が飲まれるから日本酒が減ったというシフト、構成比の話として議論が行われます。しかし、わが国で飲まれている酒類の量をアルコール換算してみますと、95 年から 2000 年のどこかの時点でもうピークを打ってしまっているのです。その後も毎年毎年 64 歳から 15 歳の人口は減少を続けているわけですから、どんどんアルコール総需要は落ちていきます。

同じように、食糧に対する総需要も確実に落ちていきます。食糧に対する総需要を、例えば必要なカロリー摂取量で計算しますと、これも確実に落ちていくはずで、90 年代とりわけその後半以降、経済停滞が深刻化しまして、なぜ停滞しているのかについていろいろ言われてきました。マクロ政策が悪いとか、金融システム動揺のせ

いたとか、中国が台頭したからだとか言われてきました。しかし、おそらく 90 年代後半以降日本経済の成長を最も本質的に、また最も基本的に制約してきているのは、そのような実質的な意味での人口減少のはずです。

わが国はすでに実質的には人口減少社会に突入しています。総人口も、あと 1、2 年で減り始めると考えますと、外国人観光客に来てもらう以外、もうわが国の需要を増やす手だてはありません。その点の認識はものすごく大切です。例えばモノづくりの場合は、作ったものを世界中に輸出できます。だから国内需要にだけ依存しているわけではありません。しかし、モノづくりでないサービス業は、例えて言いますと植物ですから動けません。お客を待つしかないのです。その待っている植物である、そういうサービス業に対して、水や、肥料や、太陽の光となる人たちが何かというと、それは観光客なのです。ですから特に過疎地のことを考えるとよくわかると思いますが、人が来ることが非常に大事な時代になっていて、その人をひきつける観光産業の役割がとりわけ重要になったのです。

日本の将来を考えてみますと、人が持続的に来ない限りわが国の経済が活力を維持し続けることはありません。その人を呼ぶという意味で、観光産業は非常に重要な役割を持っています。よく人口減少の話が出てきますと、外国人労働者を受け入れればいいのかという話になります。しかし、少なくとも経済論理的に考えますと、外国人労働者を呼んでも今のわが国の経済の活力にはなりません。それはなぜかと言いますと、日本で足りないのは需要だからです。供給力ではありません。供給力について言いますと、失業者は 90 年代の初めのときには 130 万人しかいなかったのが、今は 300 万人を超えています。失業率で言いますと、当時は 2.1% でした。それが今は 5% 前後のところを動いています。ですから、供給力としての人はマクロ的に見ると余っています。人口減少社会で足りないのは、特にわが国にとって足りないのは、供給力ではなくて需要なのです。ですから、わが国は働きに来てくれる人ではなくて、お金を使ってくれるつまり需要をもたらしてくれる人が欲しいわけです。そのような人は、つまり、観光客・旅行客です。その人たちを呼ぶということは、経済全体に対してものすごく重要な役割を果たすわけです。

## 6. 急速に発展している中国の国際観光

先ほど来、日米を中心として観光 GDP や国際観光収入の話をしてきましたが、

具体的にスペインの話に移る前に、国際観光収入でめざましい発展を遂げた国があることを皆さんにお伝えしたいと思います。どこの国が皆さんご存じでしょうか。それは、中国です。中国は90年には国際観光収入が3000億円でした。日本はその頃4000億円で中国を上回っていました。日本は一時5000億円になったこともありますが、結局伸び悩みが続き、今でも4000億円のまま90年当時と変わりません。しかし、中国の国際観光収入は90年代以降急速に増加して、最近の数字では2.1兆円と、世界で5番目ぐらいの地位に入るようになりました。ですからこの分野での中国の発展は非常に大きいわけです。

私たちはよく中国の話をするときに、「中国は低賃金だからな」と言います。「だからモノづくりで競争するのはなかなか大変だぞ」と言います。しかし、モノづくりの分野ではまだ決して負けたわけではありません。その面ではなんとかやっているのですが、これから最も発展することが期待されている観光の分野では、もうすでに、決定的に負けているのです。私たちはとても大切な観光の分野で負けていることに、長い間気が付きませんでした。あるいは観光を無視してきたともいえるでしょう。その認識から出発しないと、本当の観光振興は進んでいきません。新しい意味での観光振興も根付きません。そう思われてならないのです。

では、どういうふうに観光振興を図るかが当然次の問題になるわけです。日本では去年の7月に「観光立国行動計画」が打ち出されました。それに基づいて一応のことは進んでいるのですが、観光振興、とりわけ国際観光振興を国策として進めたという経験が日本にはありません。だからしばしば、「観光立国」とか、「観光推進」とか、そういう言葉だけが飛び交いまして、なかなか具体的な施策は進まないという問題がないわけではありません。私自身も観光振興をどういうふうに進めていったらいいだろうかを考える過程で、国土交通省にいる私の友人にも相談したわけですが、スペインに行ったらどうだ、というお話がありまして、去年の11月にスペインに行ってきました。

## 7. 観光大国スペイン

なぜスペインなのかというお話をしてみますと、スペインは観光大国です。まず国際観光収入ですが、世界で1番はアメリカで8兆円ですが、スペインは世界で2位です。金額は4兆円です。日本が0.4兆円ですから、日本の10倍の国際観光収入

を得ているということです。

その 4 兆円の持っている意味合いを、もうちょっと敷衍してみましょう。日本の人口は 1 億 2700 万人です。スペインの人口は 4100 万人です。ですからスペインの人口は、大雑把に言ってわが国の人口の 3 分の 1 です。スペインの 1 人あたり所得はどのぐらいかといいますと、日本の 1 人あたり所得のだいたい半分です。ですから、日本とスペインという国の大きさを GDP で比較してみますと、スペインは日本の約 6 分の 1 になるわけです。そういう国で 4 兆円の国際観光収入を得ているということは、それは日本経済の規模に引き延ばしてみますと、 $4 \times 6$  で 24 兆円ぐらいの国際観光収入を得ていることに相当します。スペインにとって観光はそのぐらいのインパクトを持っているわけです。

次に外国人観光客の数を見てみますと、世界でいちばんたくさん外国人観光客を受け入れている国はフランスで、年間 7700 万人です。次いで 2 番目がスペインで、5200 万人です。日本が 500 万人ですから、それと比べてみるとスペインの外国人観光客の数は日本の 10 倍です。日本の 3 分の 1 しか人口のない国で、国際観光収入の点でも、それから外国人観光客の点でも、それぞれ 10 倍の収入や、10 倍のお客さんを確保しているのです。

## 8. リピーターに支えられるスペイン観光

私は、昨年 11 月下旬、スペインに行きました。スペインのマドリッドと、南のほうのアンダルシアという州があるのですが、そこへ行きまして、観光政策を企画・立案・実施されておられる十数名の方々と会って、もっぱら話を聞いてきました。そのような話を通して、気が付いたことがいくつかあります。それを以下順不同でお話してみたいと思います。

まず第一はスペインの観光の特色はリピーターでもっているということです。非常に大切なことは、観光政策当局自身がスペイン観光はリピーターでもっていることと認識していることです。これがすごく大切だということは、つまり、外国人観光客が来ます。そうすると、この人たちはまた来てくれるお客さんだと思ふということなのです。あるいはまた来てくれるお客さんにしようと思つて、外国人観光客と接しているということなのです。だから、スペインの観光政策の要諦は何かといいますと、それは、「リピーターを作る政策」です。例えば経済省の方は、スペインに来る外国人観光客の 9

割はヨーロッパ人だと言っていました。ヨーロッパでもピレネー山脈の北側の人たちです。ドイツ、あるいはイギリス、北欧の方々が多いのですが、そういう方々が9割だと言っていました。その9割の方々は、だいたいかつて一度ぐらいは来たことがあって、その印象でまた来てくれると言うのです。ですから、「スペイン観光はリピーターでもっていると私どもは思っています」と言っていました。

それから、アンダルシア州では観光スポーツ庁という行政機関が観光政策を担当しているのですが、そこのアロッカさんという副長官の方がお話をしてくれました。アンダルシア州の南海岸は、コスタデルソルという海岸で、マラガという町がその中心になっています。内陸部に入りますと、アルハンブラ宮殿で有名なグラナダや、メスキータで有名なコルドバ、そういう町を抱えている地域です。そのアロッカ副長官が言うには、「アンダルシア州を訪れる観光客の6割の方々は、リピーターだと私たちは思っている」とのことでした。リピーターといっても、日本でリピーターという場合には、1回来てくれて、来年また来てくれるというイメージなのですが、スペインのリピーターは、もう少し長いスパンで考えているのです。例えば学生さんの時代に来てくれたときには、日本で言えば民宿のようなところに泊まってもらいます。しかし、その人たちが結婚して子供ができると、家族でホテルに泊まって下さい。さらに、いずれリタイアした場合には別荘を造るなり買うなりして、半居住してもらいます。そういうイメージで、長いスパンでリピーターになってもらうことを考えているわけです。

リピーターになってもらう上で何が大事なのかということを知ってみたいと思います。すると、「いちばん大事なのは来てもらった人たちに良い印象を持って帰ってもらうことですよ」と言っていました。それは基本ですが大変むずかしいということです。

具体的にどういうことをしているかといいますと、例えばセビリヤという町がアンダルシア州の州都ですが、そのコンベンション課長さんも言っていたのは、毎年毎年観光計画、観光政策を決めるわけですが、そのときにはおよそ関係がある人たちをみんな呼び、そういう人たちの意見をできるだけ取り入れて、地域の皆さんが一致してお客さんに楽しい思い出を持って帰ってもらうように努力するんですよ、ということでした。

関係ある人々の範囲ですが、例えば労働組合の方々なども全部含めて意見を聞いているということです。仮にタクシーの運転手さんがある日突然ストをしてしまったり、あるいはホテルの従業員がストをしてしまったり、あるいは洗濯屋さんがストをし

てしまったりということになりますと、地域のサービスが大きく落ちて、地域に対する印象が大幅に悪化するわけです。そういうことがないように、地域の人々が心をそろえて受け入れ体制を作るということを強調されておられた点が大変印象的でした。

アロッカ副長官は、さらに、「多くの関係者の意見を取り入れても、直接観光に携わっていない人たちは、観光に対する理解が乏しい。だから、私たちはあらゆる機会をとらえて、観光は巡り巡って、地域で仕事をしているおよその人にとっても重要な産業で、あなた方の仕事や、あなた方の所得を創出してくれるのはそのような外から来てくれるお客様なのですよということを絶えず伝えていきます」と言っていました。そのように地域の人が気持ちを一つにしてお客様を迎え入れるよう対応し、また直接観光にかかわらない人々に観光の重要性を説くのは大変だと彼は言っていますが、言ってみればそういう基本のことを時間をかけてやってきた点に、現在のスペイン観光の堅調さの原因があるように思います。

具体的に数字でお話をしますと、2001年9月11日の同時多発テロ以降2002年、2003年と、国際観光は不振です。しかし、そういう不振の中でも、2003年のスペインの外国人観光客の受け入れ人数は、前年比でプラス0.3%、わずかですが増えています。また2000年以降のヨーロッパ主要国の成長率を比較してみると、フランス、ドイツ、イタリア、スペインの中では、スペインがいちばん成長率が高いのです。もちろんそれには色々な事情があると思います。しかし、スペインがこれまで基本に忠実に観光政策を推進してきたことが、観光が世界全体として不振を続ける中であって堅調を続け、それが成長率を下支えする大きな要因になっていると思いました。

要するに、スペインの観光政策はリピーターの育成ということなのです。そのリピーターを育てるために、地域の方々が心を一つにすることが、まさに観光の基本なのですが、その基本をスペインが実践していることに気が付いたわけです。これが第一点目です。

## 9. 観光客誘致を競う自治体

二点目は、それでは準備をして待っていればいいのかということ、そうではないのです。スペインでは非常に積極的な誘致活動をしていることが二点目の特色です。具体的に言いますと、マドリッドの観光事務所広報課長さんに今年は何回ぐらい誘致

活動をしたのですかと聞きましたら、2003年11月までの時点で30回行ったと言っていました。行ったというのは市として誘致活動に行ったということです。どんなところに行ったのですかと聞きましたら、ヨーロッパが中心ですが、その他にもアメリカに行ったり、あるいは南米のチリまで行ったということでした。毎年非常に積極的な誘致活動をしています。また先ほどちょっとお話ししましたがセビリヤのコンベンション課長さんは、2004年、つまり今年は30回ぐらい行くと言っていました。

その誘致の仕方にも工夫しています。例えば、コンベンション課長さんのお話に戻りますと、アメリカや日本に行って、ぜひアンダルシアに来て下さいと言うときは、「私はセビリヤ市の人間だけれども、セビリヤ市だけでは行きません」と言うわけです。それはなぜかというと、日本やアメリカは遠いので、来ると当然に滞在期間が長くなります。ですから最低でも1週間、できれば2週間のプランを提示する必要がありますが、1週間や2週間、ずっとセビリヤの町で過ごせるかといいますと、観光客が退屈してしまいます。ですから、コルドバ、グラナダ、マラガ、そういう主要な観光都市と連携を組んで一緒になって行くわけです。これに対し、誘致のためにヨーロッパに行く場合には、例えば週末プランとか、あるいは3泊4日プランといったプランが多いので、そのときには、ほかの都市と一緒にいかず、自分たちだけで行くそうです。

私は誘致活動は非常に大切だと思います。それは待っているだけでは客が来ないという現実があるからですが、しかし、それ以上にとても大事な点があることに気が付きます。それはどういうことかといいますと、例えば私はいま千葉で働いているのですが、千葉も観光立県ということを言っているわけです。千葉の人が例えば北海道や九州、あるいは韓国や中国に行って、千葉に来て下さいと誘致したとしましょう。そうしますと、向こうのお客さんになる人たちは、そうか、と言って、では行ってもいいが千葉のどこへ行けばいいんだ、と聞くはずですが、お客さんにどこに行けばいいんだと聞かれると、どういう周遊ルートがいいかなということを考えないといけないわけです。それを考えることなしに誘致には行けません。

次に、「では、そこに行くとなんがいいんだ」と聞かれるわけです。食べ物はどのようなものが出てくるんだ、何を見たらいいんだ、何が楽しいんだということを当然に聞かれます。ですから、本気になって誘致に行くためには、どういうプログラムを組もうか、そのためには千葉には何があるのだろうか、ということをまず考える必要があります。それからその上で、それがどういうふう楽しいのだろうか、ということを考えないわけに

はいかないのです。漠然と千葉に来てくれと言っているあいだは、千葉には人が来ません。誘致活動をすることは、単に自分たちの地域をよその地域の方々に知ってもらうということだけではなく、それ以上に地域の人たちが、自分の地域のことをよく知るといことです。

そのような自分の地域をよく知る効果は非常に大きいはずですが、なぜかといますと、よく地域のホームページを見るとわかりますが、非常に多くの地域では、例えば緑豊かな自然に恵まれた土地だとか、福祉のあるやさしい町だとか、どこにでもあるような言葉がいっぱい載っているわけです。そういう言葉で観光客が来るかという、普通は来ません。もうちょっと特色が出ない限り、「おまえのところに行くとな何が違うんだ」ということをきちんと答えられなければ、観光客は来ません。

繰り返しになりますが、誘致活動をするといことは自分の地域を知ることです。例えば、今「ようこそジャパンキャンペーン」が展開されています。それに 15 年度は 20 億円の予算がつきました。それはつかないよりはすごいいいことです。ただ、私は思うのですが、そういうお金がどういふうに使われているかといことを、よく考えないといけません。パンフレット作り、それをばらまいて、それで客が来るかといと、普通は来ません。人が誘致に行かないとだめなのです。そのような誘致活動があって、初めてお客様は持続的に来るはずですが、ですから、そのような誘致活動を持続的、継続的に、計画的に、しかも連携をとりながらやるという経験を積んでいく必要があります。そういう経験を積む中で、まさに私たちは日本とい国や、あるいはそれぞれの地域の良さを発見するはずですが、そういうアクション、つまり誘致のための行動が、ビジットジャパンキャンペーンを本当に成功させるためのとても大切なポイントだと思えます。それが二つ目です。

#### 10. 圧倒的に重要な観光統計

三つ目は、特に強調したいのですが、観光統計です。観光統計をぜひ作らなければいけないと私は思います。スペインの観光統計がどういふうになっているかといいいますと、国内の人と外国の人を含めて、1 泊以上の旅行客が何人来たかといことが、州、主要都市ごとに、毎月公表されます。もう少し具体的に申しますと、今は 2 月ですが、2 月が終わると 3 月 20 日までに、2 月中における 1 泊以上の宿泊者の数と国籍、平均的な宿泊期間、ベッドと部屋の稼働率が全部わかり、それが全

部公表されます。各自治体ではそれを見まして、地域ごとに観光政策を立案しています。観光客誘致を競う地域間競争も非常に熾烈です。先ほどお話ししましたマドリードの広報課長さんに、あなたの競争相手はどこですか、と私は聞きました。それは例えばローマかな、あるいはパリかな、ロンドンかと思ったら、そうではないのです。最大の競争相手というより、ほとんど唯一の競争相手はバルセロナでした。つまり、国内の地域間競争が激しいのです。バルセロナもマドリードも同じスペインですから、基本的には同じような特色を持っています。そういう他の地域に負けられないようにいろいろな作戦を立てて、本気で競争しています。

セビリアの方にも、「あなたの競争相手はどこですか」と聞きました。セビリアというのはスペインで4番目の大きさの都市なのですが、「マドリードやバルセロナに追いつくことです」と、そのコンベンション課長さんが言っていました。まさに本気になって地域間競争をしているということがよくわかりました。

地域間競争をする。それから、いろいろな経済政策、特に観光政策を立てる。そういう観光政策の最も基本になっているのが、観光統計です。日本では観光統計は基本的にはまだありません。しかし、日本には世界に誇る統計がないわけではありません。ではどんなものがあると、皆さんはお思いでしょうか。私の考えでは、一つは国勢調査です。これは5年おきに集計していきまして、例えば最近では2000年10月に行われましたが、それによって最後の何人というところまで出てきています。国際比較しますとその精度が極めて高い統計です。年齢から何から全部わかる、そういう精度の高い統計で、これにはものすごいお金がかかっています。

もう一つ、日本が世界に誇る統計があります。私は、それは生産統計だと思っています。かつて通産省が所管しておりましたので、「通産統計」と私どもは呼んでおりました。私が日本銀行でマクロ経済を考える際の、最も基本的で重要な統計がその通産統計でした。それは生産、出荷、在庫の数字が業種別、品目別に非常に網羅的に全部出てきます。例えば2月の数字ですと、3月の末に速報が公表されます。4月に確報になるのですが、3月の速報で見ますと、いまわが国のモノづくりで何が起きているのか、何の在庫が増えているのか、あるいは何の生産が増えているのかということが一目瞭然です。

わが国がモノづくり世界一になりましたが、モノづくり世界一になったのはなぜだと考えてみましょう。私どもは中学校の頃によく、日本人は勤勉だと、非常に器用だと

いうふうに言われてきました。私どももそういうふうに思っていました。しかし、勤勉さにおいて、あるいは器用さにおいて日本が最高かといいますと、あの当時から必ずしもそうは言えなかったのではないかと思います。そういうことではなくて、日本がモノづくり世界一になった背景を考えてみますと、産業政策が適切だったからのはずです。一人ひとりの人がよく働いたということと併せて、そしてたぶんそれ以上に、そういう多くの人たちの働き方や、そういうものを規定していく産業政策が、多くの場合適切だったことが非常に重要な役割を果たしたと考えます。

そのような産業政策を考える上で、世界に冠たる通産統計があったことが、実はモノづくりの全体像を俯瞰しまして、その全体像の中からあるべき政策を考えることができた。あるいは、もしも政策が適切でない場合は、その数字によって検証し、修正することができたことが非常に大きな役割を果たしたはずで、かつて貿易立国という言葉が出てきました。そういう貿易立国という共通の掛け声のもとに、今のモノづくり大国ができ上がったわけです。ですから、それと同じような意味で、もしもわが国が観光立国を考えるとしますと、観光統計の整備なくして観光立国は絶対に、実現しないだろうなと思えてならないのです。

例えば、産業政策としての観光政策を実行しようと考えたとします。それはどういうことかといいますと、観光政策のために税金を使うということです。先ほどの 20 億円というお金もビジットジャパンキャンペーンのために使うわけです。しかし、それが本当に生きているのか、生きていないのかということ、今のわが国では検証する手だてが基本的にありません。もう少し正確に言いますと、例えば外国人が何人来たかというのはわかります。入国のときに入国審査をしますから、それを通じて何人来たかということはわかります。しかし、いったん入った観光客としての外国人が日本でどこに行き、何をしているのかということは、まったくわかりません。

さらに地域で考えてみますと、地域では入込客数というのを発表しています。しかし、入込客数というのはどういう定義なのか、どこでどういうふうに計っているのかと聞いて、きちんと、例えばこういう場で、自信を持って「入込客数には基本的には間違いがなく、誤差は多少あるかもしれないけれども、例えば 2% 以内です」ということを言えるような統計が日本中にありません。そもそも観光は地域性の高いものです。その地域性を考えていきますと、どの地域にどのような観光客がどれだけ来ているのかということがきちんとわからない限り、地域ごとの観光政策はまずできないので

す。そういうことがわからないまま、お金をどんどん使うことに対しては、私は断固として反対します。やはりお金を使う以上は、そのお金が活着ているのか、活着ていないのか、それを検証する手だてがなくてはいけないのではないかと思うわけです。しかも、今後の観光の役割を考えてみますと、産業としての観光はますます重要になっていきます。先ほどもお話ししたとおり、いまや第三次産業のシェアは 72%です。そういう第三次産業の命運を決めるのは観光産業です。人が来なければだめなのです。そうしますと、かつての貿易立国を標榜したのと同じくらい重要な意味合いを込めて、観光を育てていくことが本当に大切です。

私は今日、お話しする場をいただいたことを感謝しています。運輸省と建設省が合体して国土交通省という名前になったわけですが、運輸省には観光部がありました。どちらかといいますと、これまで観光産業というものは片隅の産業というイメージがありましたから、これまでのところはそういう位置づけだったのかもしれませんが。しかしいま観光が大事なのは、わが国が観光立国ということを行ったからではありません。そうではなく、まさに観光が大事だからなのです。そういう認識のもとに観光産業を育てていかなければいけないのだと考えますと、特にその関係者の方々をお願いしたいのは、観光統計の整備です。これは本当に緊急の最重要の課題です。

先ほど日本で世界に冠たる統計が二つあると言いました。そのうちの一つは国勢調査だと言いました。国勢調査というのは何十億という大変なお金をかけて実施している統計ですが、しかし、国勢調査は何をとらえているのかといいますと、動かない人を見ているわけです。たしかに昔人はそんなに移動しませんでした。そういう時代では動かない人をきちんと把握するということが大事だったのです。しかし、今は大交流時代です。人は動くのです。その動く人をどれだけの確に把握することができるか、そしてそれを経済活力に換えることができるかという、まさにそのことが経済の進路を決めます。観光を考えてみますと、動く人をどれだけの確に把握できるかということが、本当に重要なテーマだということに気が付きます。スペインではそれを非常に地道にやっています、信頼できる統計があるからこそ地域間競争が意味をもって登場するわけです。

例えば、先ほどのアンダルシア州のアロッカ副官長は、アンダルシアの観光予算は国の観光予算より大きい、と言っていました。あるいは、マドリッド市の広報課長は、「市長の考えで 2004 年は 2003 年より観光予算を 5 倍に増やすのだ」と言って

いました。そのようなお金を、言ってみれば柔軟に、目的に応じて増やしたり、あるいは場合によって減らしたりすることができるのは、それはその結果を数字で検証できるからです。もしそういうことができなければ、市長がやっていることや、あるいは州がやっていることが、いいとか悪いとかとは言えません。そういう言えない状況でお金を増やしていくことは、言ってみれば効果のわからないものにどんどんお金をつぎ込んでいくことであり、やっていることがそもそも正しいか正しくないか検証できない状況でお金を使っていくということになりかねません。

繰り返しで恐縮ですが、観光統計の整備はこれからの日本の最も重要なインフラ整備につながります。仮に 47 都道府県別に、スペインで公表しているような数字ができるとしましょう。そうしますと、観光立国はもう半分成功したと思います。それはなぜかというふうに考えてみますと、日本人は今でも大層まじめですし、よく数字を見ます。例えば、先ほどの話で千葉が出てきましたが、今度は北海道にしましょう。北海道が一生懸命観光誘致を働きかけたとしましょう。しかし、北海道の観光客は増えず、一方九州の観光客はどんどん増えていることが仮にわかったとします。そうすると北海道の人は、なぜ九州が増えて北海道が増えないのだろうと当然考えるはずですが、そう考えるとすると、やり方がまずいのだろうか、あるいは量が適当ではないののだろうか、と当然その次にまた考えていくはずですが、そういうプロセスでよその地域を参考にしていくはずですが、そういうことがスタートしますと、あとはもう黙っていても人々は確実に努力します。ですから、全国共通の定義、尺度で観光統計を作ることが、実は観光立国を推進し、実現するための基礎であり、かつ最も早道であるというふうに私は考えるわけです。ぜひそれをお願いしたいと思って参りました。

## 11 .日本の可能性

そういう三つの特色を学びましたが、では日本の可能性はどうでしょうか。日本には観光資源がないのでしょうか。あるいは日本観光はお金が高すぎてためなののでしょうか。そうした問題については色々な考え方があると思うのですが、私はここではスペインの方の意見をちょっとご披露してみたいと思います。その方は、スペイン政府観光局の駐日代表です。スペイン政府観光局は世界中に31個所の海外事務所を持っておりまして、そのうちの1つが東京にあります。その駐日代表の方と私はスペインに行く前にインタビューをしたのですが、その方は日本に来て4年経つと言って

いました。一般に任期が5年なので、あと1年しか残っていないと思うと残念だということをおっしゃっていましたが、その方に日本の観光の可能性を尋ねました。そうしましたら、「日本には観光資源がないわけではない。価格が高いと言うけれど決して高すぎると私は思わない。例えば、500円だってすごくうまい弁当が食べられるじゃないか。あんなうまい弁当があることを教えてあげると、それだけだって外国人観光客は喜ぶですよ」ということを彼は言っていました。

しかし、今の日本観光を外国人に広げていく上で障害となるのが二つある、と彼は意見してくれました。一つは、日本人は本当のところ外国人観光客が来ないほうがいいと思っていると言うのです。そのような心の持ち方が、日本観光を外国人に広げていく上での大きな障害だと言うのです。この点彼は単に個人的な印象論で語っているわけではありません。去年は観光立国元年ですから、内閣府が日本人にアンケート調査を行い、その結果が11月1日に公表されました。それが英字新聞にも載り、彼はそれを読んでいたわけです。その統計結果を見ると、なんと32%の日本人が外国人観光客は来ないほうがいいと言っているじゃないか、と彼は言うわけです。そんな国はあまりない、と言うのです。

しかし、なぜ日本人は外国人観光客が来ないほうがいいと思っているのかとさらに読んでいくと、犯罪が増えるからだと言っているが、それは間違いだ、と言うわけです。当然のことですが、外国人観光客は犯罪者ではないと言うわけです。外国人犯罪者は、「来るな」と言っても来る。しかし、外国人観光客は「来てくれ」と言わなければ来ないわけです。外国人観光客はお金を盗っていくのではなく、お金を落としてくれるのです。そういうのが、みんなごちゃ混ぜになっているのが問題だと指摘してくれました。例えば行政の人たちの対応が必要だと彼は言うわけです。外国人観光客は泥棒ではない。その人たちは日本の経済に活力を与えてくれるとても大切な人たちで、巡り巡ってそのお金が私たちの生活を支えてくれるのだということを、責任ある人たちがきちんと言わないとだめだと言っていました。私はそれはとても大事な指摘だと思います。そして、彼が言っていることは本当のことだと言うのです。本当というのは、「来ないほうがいい」と思っている人たちが少なくないということです。

しかし、繰り返しになりますが、人口減少社会で、もしも私たちの所得が下がるのは嫌だと考えたとすれば、外国人観光客を呼ぶ以外にはないとは言いませんが、外国人観光客を呼ぶという選択肢を除外して、人口減少社会で経済活力を維持し、私

たちの所得を上げていく手だてを考えるのは容易ではありません。ですから私たちは、どうしても観光の重要性を考える必要がありますし、外国人観光客に対する心の障壁をなくしていくことがとても大切です。

もうすこし具体的に話してみましょ。例えばロンドン、ニューヨーク、スペイン、マドリッドなどどこでもいいのですが、そこで高級レストランに行ってみましょ。高級レストランに行けば行くほど、外国人観光客が多いのです。ところが日本の高級レストランや老舗旅館に行きますと、少なくともこれまでのところお客様は圧倒的に日本人ばかりでした。もしかするとイギリス人も、ロンドンの高級レストランで日本人が大きな声でしゃべっているのは聞きたくないなとか、外国人が来なければいいなとか、思っているかもしれません。しかし、そういう気持を乗り越えて、結局外国人が来てくれることがレストランを維持し、自分たちの所得を維持し、そして、自分たちがこのレストランで食事ができることにつながっていると理解しているはず。世界中を見ても、自国民だけで高級ホテルや、高級レストランを維持している国はほとんどありません。私は先進国の中ではないと思います。

日本は自国民だけで高級レストランや高級老舗旅館をこれまで維持することができた、大変恵まれた環境にいたわけ。私たちでも、例えば国内の日本の高級レストランに行ったとしましょ。そこに外国人がいて、英語や中国語、韓国語でしゃべっています。「なんか嫌だな。外国に行ったみたいで落ち着かないな」と「日本人だけのほうがやっぱりよかったな」と思うかもしれません。しかし、そういうふうに思っているあいだは日本経済が活力を取り戻すのはむずかしいのです。仮に老舗旅館の人や、あるいは高級レストランの人が外国語はしゃべりたくないな、面倒くさいなと思っていると、経営を維持していくのが大変。所得を維持するためには、言ってみれば世界の先進国がやっているのと同じこと、つまり外国人観光客を受け入れて、そういう人たちに支えてもらうこと、それを進めていくことが、避けられないことです。そこをどれだけ実行できるかということが、国際観光を推進する上の一つのポイントだと私は思います。

それから、彼が言っていた二つ目のポイント、それは価格の問題ではありませんでした。そうではなくて言葉の問題です。言葉の問題は大きいと彼は言うのです。どういふふうに大きいかといひますと、要するに来た外国人が困ってしまうということです。それは単に日本人が英語を話せないとか、そういうことではなくて、それ以前の問題

です。日本に来た外国人が困らないような配慮を日本は全然していないと言うのです。外国語表記はあっても、言ってみればおざなりではないか、本当に相手の身になっていないということを彼は言いたかったのだと私は思います。

彼が言うには、韓国語や中国語の表記もないよりあったほうがいいけれども、なんといっても世界の共通語は英語なのだから、まずは英語で来た観光客が困らないような対応を整えることが大切だということでした。例えば駅があります。東京駅には東京と各国表記で書かれています。だからここは東京駅だということがわかるわけです。しかし、東京駅で外国人が切符を買おうと思っても買えないのです。切符を買うところを見ても、全部日本語表記です。しかも結構乗り替えなどいろいろあり、どのボタンを押したらいいかが全部日本語ですから全然わからない。地下鉄網はものすごく整備されていますが、切符を買うところに来た外国人が困らないような英語表記の配慮は皆無です。東京でそうですから、日本の地方に行きますと、ますますそういう状況です。しかも最近は駅員をなるべく減らして、全部ボタンで対応するようにしていますから、外国人は、困惑する一方です。後ろに列ができて困るというようなことを考えると、とてもではないけれど自分では切符を買えません。

そのような意味での迎え入れる準備をする必要があります。その迎え入れる準備というのはなんだと申しますと、最低限来た人が困らないような配慮を進めていくということです。それは格好や体裁だけをとりつくるものではありません。観光立国で、ようこそジャパンと言っても、それだけでは不十分だと私は思います。

大切なことは、来た人が困らないようにするためにどうしたらいいのだろうかということを考えることです。それはそんなにむずかしいことではありません。まず「どういうことで困っているの」と外国人に聞けばいいわけです。そうすれば、「こういうので困ってしまうんです」と当然色々な方がいっぱい言うに決まっていますから、そういう方々の意見を踏まえて、それに見合った対応を進めるということです。

ここまでの話をまとめてみましょう。日本が外国人観光客に対してしなければいけないことの一つは心の問題、これを変えていく必要があります。もう一つは、受け入れる気持ちをもう少し具体的に示して、来た人が困らないような対応を具体的に進めていくこと、この二つが大事だということを非常に強く思うわけです。

## 12. スポーツと笑顔

そろそろ時間になってしまいました。どうも私は理屈っぽくいろいろ話をしたように思いますが、最後に観光が持続するために何が必要かと考えてみますと、楽しいことが必要だと思います。スペインの方々も色々言っていました、最後は「楽しくないとだめなのです」と言っていました。一つの手段としては、スペインはスポーツを大切にしています。「観光スポーツ庁」と言いましたが、それはスポーツが人を集める上で、とても大切な役割を果たすということを知っているからです。例えばリアルマドリードのファンになると、世界中から集まるわけです。それからスポーツイベントをしますと、それでまた人がたくさん集まるわけです。そのこと自身楽しいことですから、みんな喜んで来るといことでスポーツイベントを観光と絡ませて考えています。その基本には要は楽しくないとだめだという考え方があります。それともう一つは笑顔が大事です。彼らも「やっぱり笑わない」ということを言っていました。スマイルが大事です

私もヨーロッパではなく長崎の思い出なのですが、長崎にはまだ路面電車が走っています。数年前講演で長崎に行ったときに、路面電車に乗りましたら、向かい側に座ったのが地元の小学校 2、3 年生の男の子でした。その子とたまたま目が合ったら、その子がニッコリ笑って、ちょこっと頭を下げてくれたのです。外国に行きますと時々若い女の子でも目と目が合うとニッコリ笑ったりすることがあるのですが、日本ではあまりそういうことはありません。しかし、たまたま長崎に行きましたら、男の子と目が合って、ニッコリ笑ってくれた。私は今でもその印象が鮮明で、そのことだけでも長崎はいい町だったなと思います。いろいろ理屈めいた話をしてきましたが、それぞれの地域で、笑顔で、楽しく人々を迎え入れるという努力をされてはいかげなと思いません。

ちょうど時間になりましたので、以上をもちまして私の講演といたします。ご清聴、どうもありがとうございました。(拍手)

## 【質疑応答】

(会場) たくさん質問したいのですが、時間がありますので二つだけ。

一つは観光統計の重要性について、私も十分納得できる場所ですが、観光統計なくして観光立国なしということからすれば、スペインの観光統計の充実はわかったのですが、その他インバウンドに、非常に盛んなフランスですとか、アメリカですとか、いわゆるこういう国も観光統計がしっかりしているのか、いわゆる整合性があるのかどうかということの一つをお聞きしたいと思います。

もう一つ、これは非常に個人的なことなのですが、冒頭の観光立国ということで日本が1000万人という目標を掲げているのですが、1000万人の根拠が何かというのをよく私は考えるのですが、日本が1700万人外国に出ているから1000万人だとか、日本の今の500万人が先進国として33位だからとか、またはGDPが2位だからとか、そんなような形で1000万人という目標数値があるような気がしてしょうがないものですから、もし額賀さんに1000万人ということに対する根拠みたいなもののお考えがあるようでしたらお聞かせいただきたいと思います。

(額賀) 観光統計について各国ごとの整合性があるのかということについてお答えいたします。私はスペインには行きましたが、ほかの国がどういうふうに対応しているのかということについては調べていませんので、どの程度それぞれの国の整合性があるのかわからないのかについては、自分で検証したことはありません。しかし、先ほどお話ししたWTO、ワールド・ツーリズム・オーガナイズーションというところが、観光客を定義しています。その観光客の定義というのは、先ほどから言っている、例えばスペインが5200万人という観光客の定義というのは、「就労を目的としない1泊以上、12カ月未満滞在する外国人」、これを外国人観光客と言っているのです。ですから、就労するために、つまりお金を払うためではなくて、お金を稼ぐために来ている人たちは観光客ではないと言っているわけです。日本の観光客、目的という場合には、もっぱらホリデーで行く、言ってみれば遊びに行くのを観光というふうに言っているのですが、仕事でいく人もWTOでは観光客の中に入れていますが。そういう定義をWTOが公表してしまっていて、そしてそのWTOの定義に基づいて世界中、できるだけ同じような観光統計を作っていこうということを提唱しています。そういう意味では、少な

くとも定義について言いますと、その定義に沿った観光統計を作ろうという動きが世界では強まっていると私は理解しています。

もう一つは、スペインの方とお話をしているどのようにしてスペインの観光統計を作っているのかと聞きましたら、そもそもEUの統一法で、外国人観光客をきちんととって、EUセンターに報告する義務があると言っていました。ですから、EUに加盟している国々のあいだでは、少なくともそういう観光統計の定義については統一した考え方がなされているというふうに、私は理解しています。

2番目のご質問にお答えしますが、500万人を1000万人にするということについて、それがどういう理論的な根拠があるのかについて言えば、たぶんないのだと思います。しかし、例えば高度成長時代に池田内閣が「所得倍増計画」ということを言ったわけですから、それと同じような意味で外国人観光客の倍増運動をしようということが、政治的なスローガンとして決まってきたのかなと私は思うのです。この運動について言いますと、私はぜひやったらいいと思うのです。いまビジットジャパンキャンペーンをやっていますが、日本に来たいと思っている潜在的な外国人がずいぶんいます。それから、ビジットジャパンキャンペーンの対象国、地域になっているのが、今は韓国、中国、香港、それから台湾、それとアメリカですね。こういう近い国を中心に今キャンペーンを張っているのですが、例えば中国などを考えてみますと、急速に所得水準が上がっていますから、2010年までが目標になっていますが、2010年より手前のところで1000万人は十分行くのではないかと私は思うのです。

しかし大切なことは、いま来ている500万人を単に1000万人にすることではありません。日本の周りの国々の所得が上がっているので1000万人はたぶん比較的容易に達成されるでしょう。しかし、そういう人たちが、「行ってみたけれど高かったな。えらいぼられてしまったよ」とか、「日本人は不親切だな」というふうに仮に印象を強めて帰っていったとしましょう。そうしますと、あるとき1000万人は達成できたとしても、それによってそういう観光の力が持続的な経済活力の源泉になっていくかということ、それはむずかしいように思います。ですから、もちろん数が増えるということは大事で、それを追求していくのは大事なのですが、数が増えることだけが目標になると、日本人の場合にはとにかく数だけ求めてしまうというふうになりがちです。

しかし、そういうふうにならないで、質も併せていく。大切なのは1000万人の人が来てくれることだけではなくて、その来てくれた人たちが良い印象を持って帰ってくれ

るということです。日本は良かった、もう一回来たいなという印象です。例えば中国は、今でも反日感情が強いわけです。しかし、そういう中国の人でも、潜在的にはたぶん日本に来たいと思っている人が少なくありません。そういう人たちが来てくれて、お金を払って日本に滞在しました。やはり来てみると日本人は親切だと、仮に 9 割の人が思って帰ってくれたらそれはすばらしく大きな効果を生みます。それは単に仲良くなれるという以上に、リピーターとして何度も来てくれますから、持続的にわが国の経済活力を高める上で、とても大きな寄与をしてくれるはずなのです。ですから、数も大事なのですが、来てくれた人が良かったなと思うような対応を同時に進めることがもっと大切だなということが私の意見です。

**(会場)** これからのリーディング産業として観光産業がなぜ重要だと考えるのかを、いくつかの切り口でご説明していただいたのですが、その中で特に産業構造の変化の関連で、大変わかりやすかったと思います。国土交通省が特に仕事をしていく上で、地域をどの単位で考えるかといいますと、都市の地域と農村といいますか田園と分けて考えますと、伝統的な第一次産業、第二次産業、第三次産業という分け方では、第二次産業、第三次産業が都市型の産業です。従って、リーディング産業としての新観光産業をどの地域で担っていくかということを考えてみますと、基本的に都市だということです。特に日本の場合で考えてみますと、例えば政令都市レベル、各ブロックの中心地レベルで、積極的な誘致活動も含めて、環境政策を主体的に運用するということなのか、それともサービス産業化はグリーンツーリズムなども考えますと、第一次産業でも起きていますので、もうちょっと広い範囲で観光政策をマネージしていくというふうに考えるのか、そのあたりについてご助言を聞きたいと思えます。

**(顔賀)** そのところはすごく考えていかなければいけないところで、日本全体の発展を考える上でも、とても大事なポイントです。これからは政治的な所得の移転で、何か人為的にある特定の地域、例えば過疎地域の活力を維持できるかということもできません。そういう財政事情を前提として考えてみると、政府の移転的な支出を伴うことなしに、地域が活力を取り戻す、あるいは高めていくうえで、観光政策は都市と農村のどちらに焦点を当てるべきなのかを考えていった場合、私は、まず都市

だと思えます。それはなぜかと言いますと、世界の観光地でも、結局のところ人が最も集まるところは都市なのです。都市の充実なくして、日本全体の活力が高まることはむずかしいからです。

そういう意味で、都市機能の強化を通じてサービス産業を振興していく。それが実はわが国の観光産業全体にとって大きな起爆剤になるはずです。そのような都市の力が高まっていったときに、はじめて国全体として地域をどういうふうに進達させるかということを考えるゆとりが出てきます。

では、地方を放っておいていいのかという問題に必ずなるのですが、それはまずそれぞれの地域の人を考えないといけないと思います。例えば地域をいっぱい見てきまして、私がよく例に出すのは静岡県の子浦という地域なのですが、これは南伊豆町の非常にちっぽけな 100 戸ぐらいの漁村ですが、そのような小さな地域でも、行政の力を全然借りずに人をたくさん呼んできました。

そのほか、努力と工夫で、活力を取り戻し始めている地域が増えています。そういう自助努力を各地域が進めることが必要です。それなしに、国の政策として初めから都市なのか、農村なのかといきますと、観光振興は決して成功しません。サービス産業も十分に育たないのではないかと思えてなりません。

**(会場)** 先生が最後にご指摘になられた二つの問題点の最初の心の問題、みんな来てもらいたくないと思っているのではないかという問題ですが、まさにそうだろうと思うのです。セビリヤには私も昨年参りましたが、マドリッドに 1986 年に行ったときにはまだそれほどでもありませんでした。やはりフランコの独裁政権で、ヨーロッパの中でも経済的な地位がどん底まで行ってしまい、やはり困ってこういうことになったのだろうと思います。

セビリヤでは OECD の会議がありまして、都市の競争力をいかに高めるかというのが課題であったわけですが、1992 年の万国博以来、セビリヤ人の保守的な心の姿勢が大いに外向きになりました。印象的だったのは、ドイツ人のセビリヤの商工会議所の会頭さんが、「私はその博覧会のあとドイツへ帰ろうと思っていたのですが、博覧会の後急にみんなの気持ちが外向きになって、ドイツ人の商売をする人を受け入れるようになりました。それがいちばん大きいことでした。それで自分はセビリヤに留まって商売をやっていこうと決意したのです」と言っていました。やっぱり心の問題

というのが非常に大きいということが彼の結論だったわけです。

どうすればそうなるのかということなのですが、やっぱり学校教育から始まって、地下鉄の駅で困っている人がいたら、必ず声を掛けなさいと学校で教えるとか、それで点数をつけてやるとか、そういうようなことから始めているんな工夫をしていかないと、これは容易に直っていかないと思います。やっぱりどん底まで落ちないとだめなのではないでしょうか。別府温泉などはいま韓国人の観光客でやっと息をついているということですから、落ちるところまで落ちないとだめだというのが一つ。もう一つ、落ちるところへ落ちるときに、ちゃんと準備を整えておくために、今から教育制度その他とるべき工夫をしていくということが必要だろうというふうに思っています。これはコメントです。

もう一つは、さっき先生がおっしゃった売り込み、誘致活動ですが、数年前になります世界ホテル学会というのがありました。世界中の最高級ホテルが東京へ立地したいとみんなしのぎを削っているわけですが、日本人のお客さんが彼らの最大のターゲットだと彼らは言うのですが、そうは言っても外国人のお客さんもいるのですから、外国人のお客様を呼ぶときに何が障害になっていると君たちは思うのかと聞きましたら、シャングリラとマリオットのゼネラルマネージャーでしたが、彼らが言うのは「パッケージがない」と言っていました。やはり先生がさっきおっしゃったように1個所だけで来るわけではありませんから、パッケージがどうしても必要だということでした。先日近ツリのツアーにかみさんに無理やり引きずられて河津桜を見に行きました。要するにズワイガニと寿司食べ放題、そういうパッケージがついて、河津桜を見て熱海の梅林に行って7000円というパッケージだったです。そういうパッケージを外国人向けにいくつも作る場合、そのためにはだれに売り込めばいいのかということをお話できないといけません。近ツリみたいなツーリズム産業がフランスやアメリカにあれば、そこにパッケージを売り込みに行かなければいけません。そういうことを具体的にどうするのかということ、観光部はやらなければいけないのだろうというふうに思います。まさに先生がおっしゃるようにパンフレットを作って配っても何もならないのであって、具体的に観光担当大臣でも置いて、そういう売り込み、誘致活動をどんどんやっていくということが必要なのだろうというふうに思います。しかし、どなたもそういう過激なことを言う人がいないものですから、先生、ぜひおっしゃっていただければというふうに思います。引き続きご検討をお願いいたしまして、何かございましたら。

(顔賀) 落ちるところまで落ちなければだめだという話なのですが、もしかするとそうかもしれないのですが、しかし落ちるところまで落ちる前に気が付いて、観光で元気を高めていくことが大切だなと思います。それぞれ貴重なご質問、ご意見本当にどうもありがとうございました。(拍手)

# 当日配布資料

## スペインから学ぶ観光立国

### 1. 今なぜ観光か

急速に強まる「観光立国」への動き  
観光は人口減少社会の活力源  
観光は大交流時代の最大成長産業  
観光客倍増運動の意味合い

### 2. スペインに学ぶ観光政策

観光大国スペイン  
太陽と浜辺  
リピーターに支えられるスペイン観光  
観光客誘致を競う地方自治体  
弾力的な予算措置  
明瞭な地域イメージ  
圧倒的に重要な観光統計  
日本の可能性

### 3. 観光は経済活性化の起爆剤

観光 = 地域の魅力を高めて、人をひきつけ、所得を得ること  
モノづくりと異なる街づくり  
観光産業 間接的な相互依存関係に関する共通認識が不可欠  
1人 2役社会の実現  
スポーツと笑顔

以上

# 講 師 略 歷

## (講師) 額賀 信 (ぬかが まこと) 様 略歴

【 現 職 】 株式会社ちばぎん総合研究所 取締役社長

### 【 経 歴 】

昭和21年	12月	群馬県生まれ
昭和45年	3月	東京大学法学部卒業
昭和45年	4月	日本銀行入行
昭和51年	7月	
~		英国オックスフォード大学留学
昭和53年	8月	経済学修士卒 (M . P h i l 取得)
平成 4年	5月	新潟支店長
平成 6年	9月	考査役
平成 8年	3月	神戸支店長
平成 9年	10月	退職
平成 9年	10月	株式会社ちばぎん総合研究所取締役副社長
平成10年	6月	株式会社ちばぎん総合研究所取締役社長

現在に至る

新潟大学、神戸大学、城西国際大学等の非常勤講師歴任

### 【 主要著書 】

観光革命 - スペインに学ぶ地域活性化 (日刊工業新聞社:平成16年)

人口減少社会で経済活力を高めようとするれば、観光振興は最重要の政策課題である。観光大国スペインでのヒアリング調査を交え、「地域活性化」への道筋を提示する。

「日本病」からの脱出 (時事通信社:平成14年)

稼ぐ意欲と稼ぐ人を大切にする未来社会を描き、混迷の中から希望につながる糸を探る。

「過疎列島」の孤独 (時事通信社:平成13年)

人口減少社会における地域活性化のあり方を提言する。

山は動くか (新潟日報事業社:平成6年)

【 月刊・週刊誌 掲載 】

週刊エコノミスト 4/29・5/6 合併号（毎日新聞社：平成 15 年）

「日本経済はこれから『本当の地獄』を見る」

週刊エコノミスト 3/18 号（毎日新聞社：平成 15 年）

「観光立国ニッポンの可能性を探る」

諸君！ 7 月号（文藝春秋：平成 14 年）

「W 杯の次は観光立国を目指せ」

論座 3 月号（朝日新聞社：平成 10 年）

「都市の強化こそ再建の鍵だ」

論座 1 月号（朝日新聞社：平成 10 年）

「金融恐慌再来を防ぐために公的資金の投入を急げ」

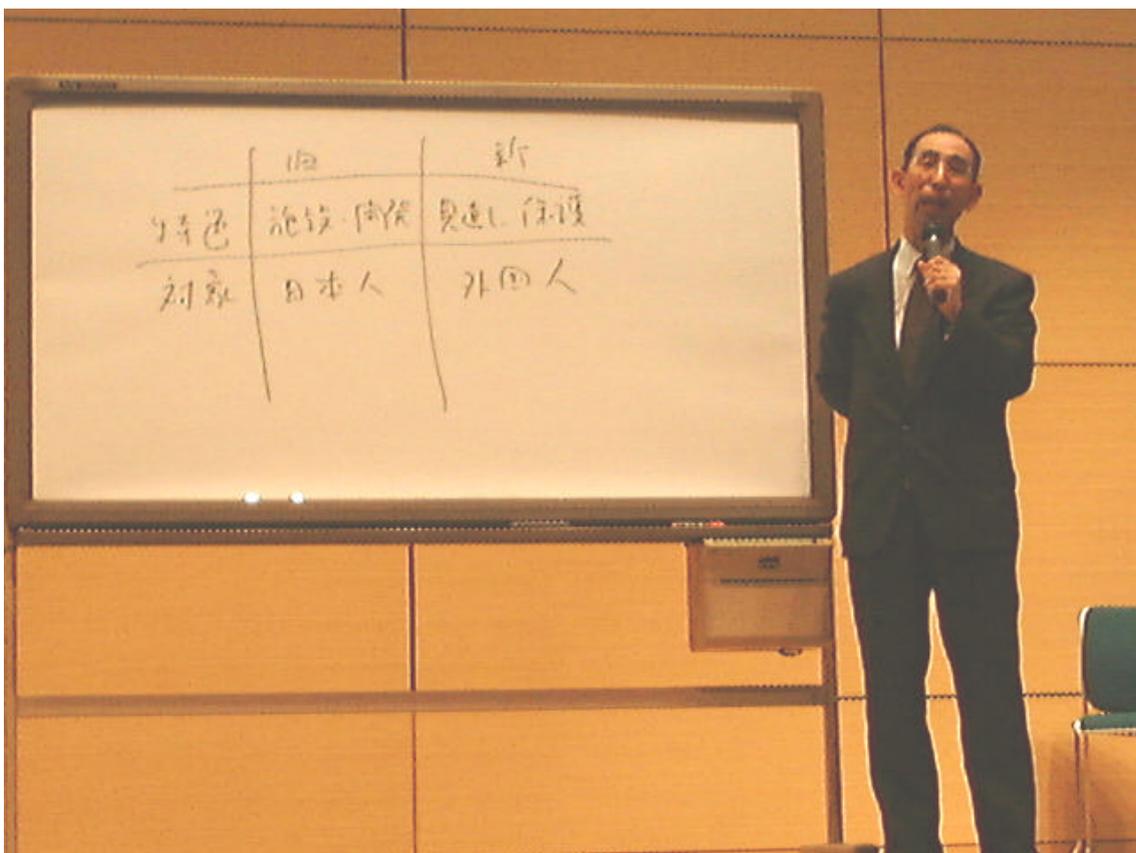
【 その他掲載 】

金融財政「banco」（時事通信社）、千葉日報「房総録」（千葉日報社：第 2、第 4 火曜日掲載）、不動産経済研究所 FAX-LINE（株不動産経済研究所）等へのコラム連載。その他執筆多数。

【 TV 出演 】

NHK スペシャル 21 世紀 日本の課題 「 “人口減少社会” とどう向き合うか」にゲスト出演（H15.6.28 放映）

当日の様子 (写真)



講演される額賀先生



講演される額賀先生



講演される額賀先生



当日の講演会場の様子



当日の講演会場の様子