

世界観光競争力ランキングと観光立国日本

—日本のポジション 25 位の検証を通して—

鈴木 勝

はじめに

世界経済フォーラム（WEF: World Economic Forum¹⁾）は、2007年3月に「旅行・観光競争力ランキング（TTC: The Travel & Tourism Competitiveness Ranking）」を発表した。当フォーラムは、今まで種々の観点から世界ランキングを発表してきたが、今回、初めて「旅行・観光」分野を取り上げたわけであるが、このことは、世界各国の経済発展にとり、旅行・観光がますます重要になってきた証左であろう。本稿の目的は、「世界観光競争力ランキング」とはいかなる内容のものかを明らかにすることとともに、評価分析の結果出された競争力ランキング付けに関し、日本を事例として検証を試みようとするものである。ところで、発表された世界各国の競争力ランキングは、現在の世界観光ランキングとは大きな隔たりを有し（表1）、例えば、外国人受け入れ数が世界一のフランスは12位であり、アジア最大の観光大国の中国は71位となっている。また、ここ数年30位-35位にある日本の順位が25位となっているが、これらの順位をどう解釈したらよいのか。他方、UNWTOの2020年予測とも大きく乖離した状況にある（表2）。果たして国際観光上の競争力とは何であろうか。主要な国々との比較を交え、日本に考察を加えて行きたい。この競争力ランキングのレポート結果を日経新聞では、次のように報告されている。「世界経済フォーラムが1日発表した初の旅行・観光競争力報告で観光業の活性化に取り組む各国の競争力をランキングで示した。欧米などの先進国が上位を占めるなか、観光立国をめざす日本は調査対象の124カ国・地域中25位と振るわなかった²⁾」。この記事が記述するように、日本の経済全体における競争力7位という現在のポジション

表1 2005年国際観光客・受入国ベスト10と競争力ランキング2007

NO	国名	(競争力ランキング)
1	フランス	(12)
2	スペイン	(15)
3	アメリカ	(5)
4	中国	(71)
5	イタリア	(33)
6	イギリス	(10)
7	メキシコ	(49)
8	ドイツ	(3)
9	トルコ	(52)
10	オーストリア	(2)
31	日本	(25)

(資料) 世界観光機関 UNWTO (2007年3月発表・暫定)

(2006年度)と比較すれば、かなり後位にあることは確かである。ここで日本の観光競争力の検証を行う理由は、現在の「観光立国」のポジションを的確に把握することにより、ビジット・ジャパン・キャンペーンを今後、いかに展開すべきかの方向性が示唆されるのではないかと考えたからである。

1. 急速に進展する国際観光と「観光立国」に向かう日本

1-1. 急速に進展する国際観光の実態

UNWTOは、現在の急速な発展に加え、将来の国際観光の動向について、2020年までに国際観光到着者数は平均4.1%で増加し、15億6,100万人に達すると予測している。これは、国際観光の高い成長率、雇用創出効果、国際収支への貢献度などに対して、各国・地域の

表2 2020年国際ツーリズム・ビジョン

世界の上位目的地 World's Top Destinations 2020					
順位		国	観光客到着数 100万人	マーケット ・シェア (%)	年間伸び率 1995-2020 (%)
2020年 予測	競争力ランキング 2007				
1	(71)	中国	130.0	8.3	7.8
2	(12)	フランス	106.1	6.8	2.3
3	(5)	アメリカ合衆国	102.4	6.6	3.5
4	(15)	スペイン	73.9	4.7	2.6
5	(6)	中国領香港特別行政区	56.6	3.6	7.1
6	(10)	英国	53.8	3.4	3.4
7	(33)	イタリア	52.5	3.4	2.1
8	(49)	メキシコ	48.9	3.1	3.6
9	(68)	ロシア連邦	48.0	3.1	8.5
10	(35)	チェコ共和国	44.0	2.7	4.0
合計 (1-10)			716.2	45.9	—

(資料) 世界観光機関 UNWTO 2020年予測に、競争力ランキングを加えて表示。

表3 世界と日本の国際観光量

項目 \ 年	1970	1980	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
世界観光客数 (百万人)	165.8	284.3	457.3	552.3	696.7	692.6	702.6	691	766	808	842 ^(注)
訪日外国人数 (万人)	85.4	131.7	323.6	334.5	475.7	477.2	524.0	521.2	613.7	672.8	733.4
日本人海外旅行者数 (万人)	66.3	390.9	1,099.7	1,529.8	1,781.9	1,621.6	1,652.0	1,329.6	1,683.1	1,740.4	1,753.5

(資料) UNWTO (世界観光機関) / JNTO (国際観光振興機構)

(注) UNWTO 暫定値 (2007年3月発表)

認識が高まるにつれ、外国旅行者の誘致競争が一層増し、刺激し合う現象の結果であろうと考えられるからである。また、その時期の地域別シェアを見ると、ヨーロッパが45.9%、アメリカが18.1%、そして東アジア太平洋が25.4%となるとしている。また、世界上位の観光デスティネーションとしては中国がトップとなり、1億3,000万人、2位フランス、3位米国になるであろうとしている。

1-2. 「観光立国」に向かう日本

小泉首相 (当時) は2003年1月の施政方針演説の中で、「わが国の文化・観光魅力を全世界に紹介し、訪日外国人旅行者の増加とこれを通じた地域の活性化を図る」と“観光立国”の道を表明し、「2010年はテン・ミリオン (1,000万人)」の訪日外国人誘致プランを発表し、これを受け2003年を「訪日ツーリズム元年」と位

置づけ、観光立国の道を歩みだした。日本経済が低迷する中で、「観光」を需要喚起に直結する、即効性ある景気浮揚策の“切り札”として考えたのである。同時に、「外国人による日本の理解不足」や「文化交流面での弱さ」を挽回する作戦でもある。数値面で言えば、国際観光の極端ないびつ状況—「日本人海外旅行者1,600万人 vs. 訪日外国人500万人 (3:1の比率)—の是正策である。首相を先頭にしての「ようこそ、ジャパン!」のプロモーションなどで、「訪日外国人客誘致」キャンペーンの効果が、かなり出てきた。その結果、比率は、2004年 (2.7:1)、2005年 (2.6:1)、2006年 (2.4:1) と乖離が小さくなっている。

日本人海外旅行者：訪日外国人1,652万人：524万人
=3.2:1 (2002年 VJC 開始前年)

日本人海外旅行者：訪日外国人1,753万人：733万人
=2.4:1 (2006年)

2007年には、「観光立国推進基本法」が施行され、加えて「観光立国推進基本計画」が発表された。かくして、目指す2010年は、2:1に限りなく近づいてくる計算になる。

一方、日本人の海外旅行者数は2003年にはイラク戦争やSARS（新型肺炎）で大きく減少したが、翌年には1,600万人レベルに戻し、2005年では1,700万人を超えたが、その後、“足踏み状態”になっているものの、グローバルな大交流の先進国の1つとして、“いつつ”を脱却した「観光立国日本」の姿が少しばかり見えている。

2. 「世界観光競争力ランキング」の内容と評価

2-1. 競争力ランキング指標と世界各国の評価

2-1-1. 競争力ランキング指標

世界124カ国／地域の観光・旅行の状況、政府・民間による観光への取り組み、その他の見地から、13の指標をベースにして比較検討の結果である。世界ランキングの具体的内容を考察する。当フォーラムは冒頭に、「我々のレポートは美人コンテストのようなものでなく、また、各国の魅力度を述べるものでもない」と記述されているように、このランキングは、観光に対する国の取り組みを中心とするランキングであり、観光地として人気があるかどうかは別問題である。

では、ランキング付けはどのような指標（INDEX）に基づいて判定されたか。これを明確にする。

〈A群〉「観光・旅行上の規則体系」

1. Policy rules and regulations（政策上の諸規則）
2. Environmental regulation（環境上の規則）
3. Safety and security（安全性と治安）
4. Health and hygiene（健康と衛生）
5. Prioritization of travel and tourism（観光・旅行の優先性）

〈B群〉「観光・旅行上の環境とインフラ」

6. Air transport infrastructure（航空輸送インフラ）
7. Ground transport infrastructure（陸上交通インフラ）
8. Tourism infrastructure（観光インフラ）
9. Information and communication technology（ICT） infrastructure（情報・通信技術上のインフラ）
10. Price competitiveness（価格競争力）

表4 旅行・観光ランキング
〈世界 ベスト20〉

世界順位	国	スコア
1	スイス連邦共和国	5.66
2	オーストリア	5.54
3	ドイツ	5.48
4	アイスランド	5.45
5	米国	5.43
6	香港 SAR	5.33
7	カナダ	5.31
8	シンガポール	5.31
9	ルクセンブルク	5.31
10	イギリス	5.28
11	デンマーク	5.27
12	フランス	5.23
13	オーストラリア	5.21
14	ニュージーランド	5.20
15	スペイン	5.18
16	フィンランド	5.16
17	スウェーデン	5.13
18	アラブ首長国連邦	5.09
19	オランダ	5.08
20	キプロス	5.07

表5 旅行・観光ランキング
〈アジア太平洋の主要国〉

	世界順位	国	スコア
①	6	香港 SAR	5.33
②	8	シンガポール	5.31
③	13	オーストラリア	5.21
④	14	ニュージーランド	5.20
⑤	25	日本	4.99
⑥	30	台湾、中国	4.82
⑦	31	マレーシア	4.80
⑧	42	韓国	4.58
⑨	43	タイ	4.58
⑩	60	インドネシア	4.20
⑪	65	インド	4.14
⑫	71	中国	3.97
⑬	86	フィリピン	3.97
⑭	88	ベトナム	3.78
⑮	91	モンゴル	3.72

〈C群〉「観光・旅行上の人的・文化的・自然的資源」

11. Human resources（人的資源）
12. National tourism perception（国民による観光上の意識）
13. Natural and cultural resources（自然・文化資源）

なお、指標入手の方法には2通りあり、1つは「ハード・データ」で国際的に公表されている数値（WEF、IATA、ICAO、UNWTO、WTTC、UNESCOなどの国際機関³⁾を中心とする）であり、他方は、旅行・観光分野の専門家、世界のビジネス経営者、研究者などからの

「アンケート・データ」である。では、ランキングの中身の算出方法について述べたい。ランキング指標は3個の「サブ・インデックス (Sub-index A、B、C 群とする)」に分かれ、A 群、「観光・旅行上の規則体系」、B 群、「観光・旅行上の環境とインフラ」および、C 群、「観光・旅行上の人的・文化的・自然的資源」となっている。さらに、13 個の「ピラー (pillar 柱)」に分けられている。すなわち、A 群は、政策上の諸規則 (5)、環境上の規則 (3)、安全性と治安 (3)、健康と衛生 (4)、観光・旅行の優先性 (4) であり、B 群は、航空輸送インフラ (6)、陸上交通インフラ (4)、観光インフラ (3)、情報・通信技術上のインフラ (3)、価格競争力 (4) で、C 群は、人的資源 (11)、国民による観光上の意識 (3)、自然・文化資源 (5) である。これらの「ピラー (pillar 柱)」は、さらに、58 個の「サブ・ピラー (Sub-pillar 付随柱)」に細分化される。上述の括弧 () 内の数値はそれぞれ 3~11 と個数の差がある。また、尺度としては、ポイント付けをしており、1~7 と 7 段階制になっている。以上の資料データを集約し、「3」群内での平均数値で順位付けが算出されるものであり、13 個のサブ・ピラーの総合計の平均値ではない。同時に、13 個のピラーおよび、58 個のサブ・ピラーの全てに関して、それぞれ世界ランク付けがなされており、注意を引く。実際面としてこれらの個々の世界ランキングがより役立つものであると考えられる。なぜならば、個々を検証することにより国家の政策や国民の方向付けの課題・問題点が浮き彫りにされ、それらに対策や戦略が立てられるからである。したがって、総合得点だけに注意を払わず、中身を検討する必要があると考える。例えば、日本の事例としては下記のような世界ランキングのポジションが発表されている。

まず、「ピラー分野」に関して述べれば、①「観光・旅行政策の優先性」(NO. 63)、②「価格競争力」(NO. 107)、③「国民による観光上の意識」(NO. 116)、④「安全性と治安」(NO. 28)、⑤「航空輸送インフラ」(NO. 16) となっている。さらに、細かい「サブ・ピラー分野」に関して言及すれば、(事例 1) 上記に示したように、「国民による観光上の意識」は世界ランキング「NO. 116」でかなりの失望感を与えるが、サブ・ピラーの「外国人観光客への態度」が「NO. 82」であることを見ると、多少は安堵感を覚える。また、(事例 2) 「航空輸送インフラ」は世界ランキング「NO. 16」で、その中でも、「航空輸送インフラの質」(NO. 8) や「国際輸送ネットワーク」(NO. 11) で嬉しい現象であ

るが、喜んでばかりいられない。「空港の混雑性」での競争力は NO. 110 とかなりの後順位である。

2-1-2. 特徴ある国・地域の評価

今回、発表された世界ランキングを調査すると、興味深い海外の国々がある。すなわち、現在、強みに観光国として伸びつつある国・地域、または UNWTO による将来予測に高く評価される国・地域が、著しく下位にランクされているケースが少なくないからである。これらの国・地域を検討してみる。

[中国]

今回の世界ランキング発表で、最も予期に反した国の 1 つは、中国であろう。なぜならば、近年、観光大国中国への道を歩んでおり、2006 年度の世界ランキングでは、世界 NO. 4 の位置に上り、そして、2020 年の UNWTO の長期予測では、世界 1 位のポジションにあるからである。さらに、現在、2008 年北京オリンピック、2010 年上海 EXPO に向けて、好調な伸びを続けているからである。当フォーラムの中国に対するコメントを紹介する。「中国は 71 位である。世界遺産数では、世界 3 位、価格競争力では 11 位であるが、ランキングを下げる多くの指標が存在する。まず、観光・旅行の進展を阻む要件、例えば、財産権の不十分な保護、外国人所有の制限、厳格なビザ制限などの政策環境の存在 (97 位) がある。持続的な発展に力点を置かない環境面に関する規則 (88 位)。他方、強さとして、航空面や地上面でのインフラの良さがある。しかしながら、レンタカー会社、ホテル建設不足、ATM 設置の少なさなどの観光インフラ面ではかなり遅れたところがある (113 位)。また、健康・衛生面 (84 位) に加えて、安全性・治安にも懸念がある (83 位)。しかしながら、国際観光展示会・プロモーション面で、観光への優先性がある程度、見られる (33 位)」。当フォーラムのコメントは、日本よりも詳細に記述していることは、注目度が高い証拠なのかもしれない。実際面での競争力の強さと今回のランキングとの乖離があるから、敢えて詳しく述べようと試みたものと推測される。

[フランス]

長らく、世界 NO. 1 の位置にあるこの国の競争力が、ベスト 10 圏外である。その理由を探ってみる。当フォーラムは次のように述べている。「フランスは、世界最大の旅行デスティネーションだが、競争力に関してはベスト 10 の圏外の 12 位にある。この国の強さは、まず、自然・文化遺産—30 の世界遺産があり世界中でトップである。次に、空や地上におけるインフラの質

(それぞれ、世界 4 位)、そして、健康・衛生面 (世界 9 位) である。しかしながら、これらの強さは、次のような弱点により相殺されている。弱さとは、『国家の政策に関する規則』(40 位)、『国民の観光上の意識』、とりわけ『国民の旅行者に対する態度』が極めて低く、これは世界 124 カ国中、第 122 位である。弱さについて補足すると、「価格競争力」もかなり低く (118 位)、「優秀な労働力の確保」面でも、かなり弱く (112 位) 判定されている。

[香港 (6 位)・シンガポール (8 位)・タイ (43 位)]

これらは観光の盛んな近隣の国および地域であるが、総合ランキングに関してタイは大きく水をあけられている。当フォーラムのタイに対するコメントは「世界 43 位である。国民による観光上の意識は比較的に良く 35 位である。中でもタイ国民の外国人旅行者への態度は極めてよく 6 位となっている。また、デスティネーション宣伝や観光・旅行産業による見本市などへの政府の観光への優先性も良く、14 位となっている。しかしながら、観光・旅行上、重要視されている輸送や観光面でのインフラが極めて悪く、発展途上国並みの状況である。同時に、政府の観光への強力な志向を持ちながらも、法律整備の環境一例：外国人所有に関する強い規制、外国人による直接投資などは世界での競争力を弱めている (この面は 55 位となっている)」。今回、当フォーラムが、冒頭に、「我々のレポートは美人コンテストのようなものでなく、また、各国の魅力度を述べるものでもない」と言っているが、「香港・シンガポール vs. タイ」に如実に表現されているように思える。

[韓国]

ランキング 42 位を考えてみる。観光・旅行振興では、官民そろって活発な状況にある韓国が、なぜ日本よりかなり遅れているのか疑問が生ずる。なお、当フォーラムから韓国に対しての特別なコメントはない。まず、韓国における「政府の観光への支出」(韓国 73 位 vs. 日本 39 位) に関してはどうか。韓国政府の支出に関して、常日頃、この種のコメントに接している。「例えば、隣国の韓国と比較してみると、韓国の国家予算が約 9 兆円、日本の国家予算が約 82 兆円であるのに、観光に関する職員数や予算は、職員数が韓国の 7 分の 1、予算としても韓国の 7 分の 1 にすぎない⁴⁾」。次に、「マーケティングとブランド戦略 (韓国 73 位 vs. 日本 80 位)」に関して述べれば、政府を先頭にしての観光振興は、「観光大臣 (文化を兼ねる)」のポジションを設け、大統領 (金大中氏時代) が前面に出た観光振興

宣伝はかなり前から、実施している (日本では、2003 年に小泉元首相が海外のテレビに初出演)。このように観光マーケティングの重要性を認識しており、国家のトップを上手に利用している。最近、“HANRYU (韓流)” と称され、日本、中国、アジア全域にテレビ・ドラマ・音楽を中心にして、ブームを起こしている。韓国のブランディング戦略の巧さが抜きん出ている。3 番目に、「外国人旅行者への態度 (韓国 111 位 vs. 日本 82 位)」に関して、接触の多い日本人の 1 人として考えた場合、「111 位」というランキングはかなり低いのではないかと考えている。なお、この後者のランキング付けに関しては、韓国の大学教授からも同種の疑義⁵⁾が出されている。

2-2. 「観光国日本」の観光競争力の評価と検証

「評価が高かった項目は、衛生や教育、国内の交通網などに関連するものだ。逆に低評価だったのは、価格や観光関連の政策、規制などの点である。こうしてみると、そもそも日本が持つ良さが高得点を叩き出し、観光政策上の直接的な課題を十二分にカバーした結果、25 位になったと言える⁶⁾」と日経ビジネス ASSOCIE は述べている。また、当フォーラムは日本の競争力ランキング 25 位に関して、レポートにこのような簡単なコメン

表 6 日本の観光競争力 (2007 年度)

〈極めて競争力のある指標〉	〈極めて競争力の劣る指標〉
<ul style="list-style-type: none"> ・環境関連の規則の明確性と安定性 ・衛生・飲料水へのアクセス ・有効航空座席キロ (座席数×運航キロ) ・航空上のインフラの質およびネットワーク ・地上面 (列車・道路・港湾) でのインフラ ・ホテルなど宿泊設備の部屋 ・インターネット設置 ・初等・中等教育・スタッフ訓練 ・地域による調査・訓練サービス ・HIV/マラリアへの対応 ・マラリア・黄熱病の危険性 ・ビジネス上のエコシステムへの関心 ・世界遺産数 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人による直接投資に関する規則 ・外国人所有の規制 ・ビザの必要性 ・持続的観光・旅行に対しての政府の優先性 ・テロに対するビジネス・コスト ・医師の配備数 ・観光・旅行産業に対しての政府の優先性 ・観光上のマーケティングおよびブランディングの効率性 ・空港の過密性 ・レンタカー会社の存在 ・等価購買力 ・燃料価格基準 ・航空券上の税・空港税 ・外国人労働力雇用の容易性 ・実際面における雇用・解雇制度 ・ビジネス・トリップの延長への推薦度合い ・観光へのオープン性 ・ツーリストへの態度

表7 訪日前後の日本のイメージ（印象）の変化（抜粋）

	項 目	ポイント		項 目	ポイント	
1	日本人々が親切・礼儀正しい	33.2	→	1	日本人々が親切・礼儀正しい	39.3
2	都市の景観が美しい	25.3	↘	2	物価が高い	22.3
3	物価が高い	24.3	↗	3	食事が美味しい	22.0
4	文化と歴史が素晴らしい	22.0	↘	4	都市の景観が美しい	20.5
5	食事が美味しい	19.5	↗	5	サービスが良い	20.0
6	サービスが良い	16.2	↘			

(7位)

資料) 数字で見る観光 2005 (社) 日本観光協会
JNTO 訪日外国人旅行者満足度調査 (2005 年度 2 月全国の空港/海港にて調査)

トを掲げている。

「日本の 25 位というランキングは、経済全般の競争力と比較して、やや低いポジションにある—現在、日本は経済全般の競争力は 7 位に位置している—。多くの日本の強さは、観光・旅行の発展に対して魅力的なものとなっていない、すなわち、結びついていない。日本の強さ、例えば、14 の世界遺産を持つ『文化的遺産』は 15 位に入っているが、『国民による意識』は 116 位にあり—これは日本人による訪日外国人・受入態度などであるが—、さらに、政府による『観光・旅行の優先性』の遅れ (98 位) がある」。やや簡単すぎるコメントであり理解が難しいので付け加えることにする。「強み」として、「文化的遺産」(15 位) 以外に、やや間接的と思える「教育レベル、トレーニングスタッフなどの人材」、「ずば抜けた衛生面」、「発達した道路・鉄道ネットワーク」などが、「劣勢な国民のホスピタリティ」や「政府の観光政策などのマイナス面」を引っ張り上げ、その結果、25 位となっている。国際観光振興上、ホスピタリティや国家政策は、極めて重要であると考えている。とにかく、今回の日本の競争力の発表の中で、極めて打撃を与えると考えられる順位は、「国民による意識」の 116 位ではないだろうか。観光立国日本建設に当たって、最も重要視しなければならない指標であると考えている。この日本人のホスピタリティに関して、JNTO 国際観光振興機構の毎年の調査では次のように発表されている。「日本訪問前・訪問後」の印象によると、「日本人々が親切・礼儀正しい」という項目があり、常に、NO. 1 に位置していると公表されているからである (表 7)。

3. 観光競争力ランキング上の指標の特徴と提言

今回の観光競争力ランキングを検証するといくつかの

特徴が浮かび上がる。①基礎的な各種インフラが整備されているかどうか、世界観光競争力に大きく影響する。②国内 (または、地域内) における地域格差が少ない場合はランキングが上昇する傾向にある。したがって、国内地域での格差が甚だしいケースでは、かなり順位が遅れることになる。③大国より小国が有利に働く傾向にある。例えば、香港やシンガポールなどである。中国に関しては、大国の上に、国内地域での格差が見られる場合には、後塵を拝することになる。全国的に見れば確かに弱さがあるが、局部的 (北京、上海など) にはかなり競争力を持っていると考える。この種の現象をどう評価するかである。また、④国際観光上の「安全性」や「衛生面」如何がランキング・アップに大きく影響する傾向にある。⑤英語を母国語、もしくは一般的に使用されている国・地域がランキング・アップに繋がっている傾向にある。以上のような、特徴が見られるのではないかと考える。中でも、⑤に関しては、すなわち、「言語上の問題」である。124 の国・地域では様々な言葉が話され、観光・旅行に関して、英語以外で発信されている内容を理解するのは、一般的に難しい。英語を母国語、ないしは英語に慣れた国・地域が有利になることは否めず、実際のランキングにはその現象が出ている気がする。地域的に、近年、急上昇しているアジアを見ても、シンガポールや香港が上位に入っている以外、他の国々はかなり後ろに位置している (もちろん、言語以外に問題点はあるが)。現在、日本では、ビジット・ジャパン・キャンペーンが展開されているが、英語での発信はかなり少なく、例えば、100 人の「観光カリスマ」に関しても、選出過程、どのようなプロフィールを持つ人物か、選出後どのような行動をしているか、世界にはほとんど伝わっていないと言ってよい。また、タイの 43 位

のポジションも、日本同様、言語面でマイナス面を与えているように思える。

ところで、ランキング評価方法に関して、次のように提案する。「群」、「サブ・インデックス」、「ピラー」、「サブ・ピラー」などの種々の指標の中で、これらを同列に論じることなく、観光競争力把握に関し、「直接的なもの」と「間接的なもの」と区別して、ポイント計算をしたらどうであろうか。すなわち、観光開発・振興に大きく影響するインデックスに対しては、より比重をかけて計算を行う方法がある。例えば、「直接的なもの」としては、「安全性と治安」、「観光・旅行の優先性」、「航空輸送インフラ」、「価格競争力」、「国民による観光上の意識」などであり、他方、「間接的なもの」、すなわち基礎的なインフラに該当するようなものとして、「人的資源」(教育レベル・訓練など)、「健康と衛生」(飲料水へのアクセス度合)などが該当しよう。例として、人的資源である「教育レベル」が高くと、政策や方向性が観光・旅行に向いていなければ、潜在性はあるにしても競争力にならないことになる。このことは、日本に当てはまることである。また、「教育レベルが低い」と判断されている中国では、外資のホテルや旅行会社導入で外国人の教育レベルを活用している事例がある。また、健康・衛生の飲料水に関して、世界的に飲料用ボトルの普及で、競争力で大きな差になるか疑問でもある。いずれにしても、評価項目を増加させたり、修正したりして改めることも過去の他の世界ランキングの事例では見られたので、今後の動向を注視していきたいと考える。

4. まとめ——競争力ランキングの意義——

種々述べてきたが、当フォーラムの世界ランキング付けの発表には、大いなる拍手を送ることに変わりはない。この種のランキング発表には次のような意義が見られる。①観光や観光産業の重要性の意識を世界的に高めるとともに、②国際観光振興により、発展途上国・地域の活性化に大いなる貢献をなすものとする。現在、ビジット・ジャパン・キャンペーンを展開しつつある日本においても、ここ数年間、劇的な変化を来している。観光立国推進基本法が2007年に施行され、また、観光立国推進基本計画も策定された。2008年後半には観光庁も設置される予定になっている。このような環境下で世界へ発信する観光情報・データを1つとって、従来にはないボリュームになっている。このような当フォーラムの世界観光競争力ランキングが、1つの刺激となることは確実である。しかしながら、このランキングに関し

て、日本国内での話題は、残念ながら、同一の新聞の記事があちこちに登場するのが大半であり、評価、意見、反論の類の記事はほとんどない。これは、観光・旅行への熱意度がいまだ低い証左なのだろうかと考える。今回の世界ランキングの発表に対して、観光立国推進担当大臣、ビジット・ジャパン・キャンペーン事務局、JNTO(国際観光振興機構)のコメントなり、反論なりが提出されるようにならない。なお、継続的な発表によって、このランキングがその価値を発揮するものとする。と同時に、観光競争力が社会的に話題になることにより、グローバル・ツーリズムは発展し、究極の目的である「世界平和」へと結びついて行くと考えて。

(了)

注

- 1) WEF は、本部がスイスのジュネーブで、ダボス会議の主催団体。
http://memorva.jp/ranking/eiu/wef_world_tourism_2007.php
- 2) 2007年3月2日朝刊。
- 3) IATA (International Air Transport Association)
ICAO (International Civil Aviation Organization)
UNWTO (World Tourism Organization)
WTTC (World Travel & Tourism Council)
UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
- 4) (東京都産業振興プラン: ホームページ http://www.sangyo-rodou.metro.tokyo.jp/singikai/kankou2/1_3.htm) <韓国&日本> 政府観光局の組織と予算資料) 国際観光白書2001版「世界と日本の国際観光交流の動向」。
- 5) 「韓国観光政策」(Korean Tourism Policy) 2007春 NO. 27。
- 6) 日経ビジネス ASSOCIE 2007. 04. 17 P. 74。

参考文献

http://memorva.jp/ranking/eiu/wef_world_tourism_2007.php

(財)アジア太平洋観光交流センター「世界観光統計資料集2001-2005年版」APTEC、2007年。

(財)アジア太平洋観光交流センター APTEC (1999)「ツーリズム: ビジョン2020」APTEC。

鈴木 勝「国際ツーリズム振興論(アジア太平洋の未来)」税務経理協会、2000年。

鈴木 勝・国松 博「観光大国 中国の未来」(株)同友館、2006年。

(株)ツーリズム・マーケティング研究所「JTBレポート2007」(株)JTB 監修。

(財)関西社会経済研究所(2005)「サービス産業部門等にお

ける関西地域活性化方策に関する調査研究報告」**KISER**。
(社)日本観光協会「数字でみる観光 2006 年度版」(社)日本観光協会、2006 年。
香川 眞編著「現代観光研究」嵯峨野書院、1996 年。
津山雅一「東アジア・西太平洋地域における爆発するツーリズムの背景」(『日本国際観光学会論文集(第3号)』) 1995 年。
津山雅一・太田久雄著『海外旅行マーケティング』同友館、2000 年。
今井成男・古田正一著『観光概論』JTB 能力開発、1998 年。

王 文亮(2001)「中国観光業詳説」日本僑報社。
JNTO(2000-4)「世界と日本の国際観光交流の動向」財
国際観光サービスセンター。
関門地域共同研究会『関門地域の国際観光振興——中国編——』「関門地域研究 VOL. 14」(2005)。
大西広編著(2004)「中国特需——脅威から救世主へと変わる中国——」(紫翠会出版)。
中国国家旅遊局「中国旅遊統計便覧 2003-5 年版」
中国旅遊出版社「中国旅遊年鑑 2000-2」
国交省(2004)「観光白書 平成 16 年版——外国人の訪
日観光動向」