

観光・交通政策調査特別委員会会議記録

観光・交通政策調査特別委員会委員長 吉田 敬子

- 1 日時
令和6年9月4日（水曜日）
午前10時01分開会、午前11時38分散会
- 2 場所
第4委員会室
- 3 出席委員
吉田敬子委員長、村上貢一副委員長、五日市王委員、郷右近浩委員、
菅野ひろのり委員、上原康樹委員、岩崎友一委員、川村伸浩委員、福井せいじ委員、
松本雄士委員、高橋但馬委員、ハクセル美穂子委員
- 4 欠席委員
なし
- 5 事務局職員
菊地担当書記、古澤担当書記
- 6 説明のため出席した者
セントラルフロリダ大学 ローゼン・ホスピタリティ経営学部
テニユア付准教授 原 忠之 氏
- 7 一般傍聴
なし
- 8 会議に付した事件
 - (1) 調査
観光地経営でめざす、インバウンド獲得の司令塔となる世界水準DMOとは
 - (2) その他
 - ア 次回の委員会運営等について
 - イ 委員会県外調査について
- 9 議事の内容

○吉田敬子委員長 ただいまから観光・交通政策調査特別委員会を開会いたします。

これより本日の会議を開きます。本日は、お手元に配付しております日程のとおり、観光地経営でめざす、インバウンド獲得の司令塔となる世界水準DMOとはについて調査を行いたいと思います。

本日は、参考人としてセントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部テニユア付准教授原忠之様をお招きしておりますので、御紹介いたします。昨日アメリカから日本に御到着されたばかりで、本当にありがとうございます。原様の御略歴につきまして

は、お手元に配付しております資料のとおりでございます。

本日は観光地経営でめざす、インバウンド獲得の司令塔となる世界水準DMOとはと題しましてお話しいただくこととなっております。原様におかれましては、御多忙のところ、このたびの御講演をお引き受けいただきまして、改めて感謝を申し上げます。これからお話をいただくことといたしますが、後ほど原様を交えての質疑、意見交換の時間を設けておりますので、御了承願いたいと思います。

それでは、原様、よろしく願いいたします。

○原忠之参考人 おはようございます。原忠之と申します。まず最初に、本日は参考人として呼んでいただきまして、大変にありがとうございます。よく私を見つけていただきましたという思いです。よろしく願いします。

全部で59枚のスライドがあるのですが、それを全部やっていると時間的にあれなので、結構強弱をつけます。こういう感じで1、2、3、4、5、6とあるのですが、どちらかというところ4、5、6のあたりに少し時間を多めにとる分、1、2、3は少し早めになるかもしれません。

アメリカでは、授業にしても講演にしても、一番最初に何で我々のこの組織が存在するのか、この組織は何のためにあるのかというのを必ず議論します。私は時々授業でファイナンスも教えているのですが、その場合ですとアメリカのいわゆる資本主義のルールブック、ファイナンスの教科書の第1章には、必ず当期利益の最大化による株主価値最大化が出てきます。もちろんこれに対して学生は、いや、それはちょっとあれではないですか、もうちょっと地域住民とか従業員とか、そういう人たちの幸福が入るのではないですかと言うのですが、とりあえず、資本主義のルールブックを知っておくという意味では、教科書どおりにこれを押さえておいてと言っています。では次に、中央政府あるいは地方政府の目的、いわゆる市区町村の目的はというと、アメリカではこういう教え方をします。納税者の生活水準の維持、または向上です。納税者とは、タックスペイヤーというやつですけれども、多分日本ではあまりこの言葉を使わなくて、むしろ居住者とか、そういうイメージですね。ですから、政府の目的は居住者の生活水準の質の維持、または向上ということです。実は、DMOも全く同じ目的で存在するということところが重要です。これをどうやって達成するかということですが、20世紀後半の日本は製造業が中心で、物を世界に輸出して、その代金が日本に来て地域が富んでいくというパターンだったのですけれども、残念ながら21世紀になり国際競争力が減ってしまい、ではこれをどうしようと。それなら、海外から外貨を稼ぐ輸出産業として観光を奨励したらいいのではないかと。すなわちインバウンドです。インバウンドが来ると、この経済効果は大きいわけです。

現場の方にこれを言うと、原さんそうは言われても、日本人に売り上げが1万円出ると、外国人に出るのとは同じだから、それはやっぱり日本人のほうが英語とか話さなくていいから楽なんですけどと言われるのですけれども、いやいや経済効果は違うでしょうと。例えば東京都なり、大阪府の人がここに来たとしても、それは日本の国内で富が移転して

いるにすぎないわけで、日本の富、国富そのものがふえているわけではありません。国富をふやすには、やはり外国から観光客を連れてくるのが非常に効果的であるというところを強調しておきます。

きょうの話で時々オーランド、オーランドと言うので、先に簡単に説明します。オーランドは、行政区域としてはオレンジ郡のところですが。フロリダ州は人口2,200万人ですが、その中にはカウンティが、67だったか65だったかな、そのうちの 하나가オーランドです。行政区域オレンジ郡の人口は140万人ですから、京都市と同じくらいですね。そこに、市区町村としてはアメリカの中で一番の7,500万人が来るのです。地域人口140万人に観光客が7,500万人。それでも実は、過剰観光にはならずびくともしない、火も立たない、煙も立たないという状態なのです。2019年には1億2,600万人という、ほぼ日本の人口全部が来ているのです。2023年には1億4,800万人が、人口2,200万人のこの半島に来たわけですね。けれども、オーバーツーリズムは出ていないのです。

日本のマスコミは、オーバーツーリズムをおもしろおかしく新聞記事にすれば読者が反応するせいで、一生懸命世界中のオーバーツーリズムを探してくるわけですが、それがどこで起こっているかよく考えていただくと、みんなヨーロッパではないでしょうか。アムステルダム、バルセロナ、ドゥブロブニク、ベニス、みんなヨーロッパで、アメリカはあまりないのです。アメリカの人口は3億3,000万人くらいで、インバウンドは約8,000万人が来ます。その意味においては、入り込み客数でいうと、アメリカ、フランス、スペインは似たような勝負です。ただし、では外国人から幾ら稼いでいるかという点、アメリカは断トツの1位です。2位のフランス、3位のスペインの3倍以上で、物すごいお金をもっているけれど、その割にオーバーツーリズム問題でアメリカが出てこないのです。

地理的に言うと、日本をアメリカの上にはぱっと乗せると、こういう感じになります。多分岩手県はワシントンDCと同じくらいですね。私がいるフロリダ州というのは大分下のほうなので、日本でいうと沖縄本島から奄美大島くらいのところ、そんなイメージです。

これはオーランドとフロリダ州とアメリカ全体の観光奨励の目的を並べていたものだったのですが、今回は時間がないので、オーランドだけです。日本で何でDMOをやるのですかと聞くと、来た人にほほ笑んでいただくためとか、地域住民の誇りのためなどと結構言われるのですが、アメリカはこれです。常にお金、経済的な恩恵のためです。観光は地域住民の生活の質を上げるための手段で、目的ではありません。観光地奨励の目的は観光経済の拡大で、それによって観光産業の売り上げをふやしますとやっていると、オーバーツーリズムに火がつきます。これはアメリカの見方です。あまりアメリカの見方は日本では紹介されないのです。なぜなら火がついていないからです。ヨーロッパは紹介されますがそれはいいです。次に行きましょう。

結局、これははかれるのです。例えば、雇用の創出は国全体の失業率があつて、それに対してこの地域、岩手県での失業率はどう動いたか、あるいは地域住民1人当たりの収入がどのくらいふえたか、それは国全体と比較してどうなのか。あるいは、地域のGDP成

長率などで計算できます。こうなってくると、入り込み客数ではなくて、やはり支出額なのです。これも日本に来るとよく話が出るのですが、おもてなしとか真心、もちろんそれは重要です。ただし、それはもっと大きい目的を達成するための手段で、目的ではないのです。ところが具体例を言うと、お茶のおいしい何とか県というところがあるのですけれども、そのDMOの方に呼ばれたときに、何でDMOで観光奨励をするのですかと聞くと、それはうちはお茶がおいしいですからね、お茶を飲んでいただくため、来ていただくため、ほほ笑んでいただくためですと言います。でもそれは目的ではないのではないですかと。だって、県の一般財源からお金を持ってきて観光奨励をしていて、何のためにやっているかといったら、それは来た人にはほほ笑んでいただくためだと。ほほ笑むのだったら、500円玉か何かをみんなに無料であげたらもっとほほ笑みますよ、でもそれは違いますよねと。この立派な県の中で、普通の製造業もあるけれども、それ以外の産業でも外貨を稼ごうということですよ、ということでこういう話をしています。第1章はこれで終わりです。

第2章、DMO経営で起こり得る議論です。日本版DMOというのがあります。最近あまり使われなくなりましたが、私もすごく興味がありました。日本版DMOと、私が知っているDMOとは何が違うのだろう。でもそれがわかると、今起こってなくても、近い将来に起こる可能性が高いことが全部想定できるのです。そして、起こったらどうするかという想定問答集までつくることができます。ということで見ていきましょう。

いきなりですが、実はここに書いてあります。この内容について真面目にやろうと思ったら、多分2日間くらいはかかってしまい、そんな時間の使い方はあまりにもよくないので、ここに1枚だけ貼っておきます。日本型観光協会あるいは日本版DMOと、アメリカ型の今世界水準のDMOで、何が違うのかという部分です。財源の問題とか、セールスかマーケティングかとか、あるいはMICE (Meeting (企業等の会議)、Incentive Travel (企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行))、Convention (国際機関・団体、学会等が行う国際会議)、Exhibition/Event (展示会・見本市、イベント)) 関係の重要性とか、言葉の問題、職員の多様性の問題あるいはビジネスの評価基準とかがあります。これはたまたま過去15年くらい、まだDMOという言葉が何ですかそれと言われる時代から何となく話をしていて、日本の観光協会の方に聞かれたりした中でメモ書きをしていたら、それがだんだん一覧表になったので、引用しているものです。

ここからポイントに行きます。アメリカから見た違いとして一番大きいのは、日本の場合、DMOあるいは観光協会は対外的なマーケティング業務の意識が、言い方をよくすれば強いです。逆に言うとそれしか意識していません。アメリカの場合はビジット・オーランドというのがオーランドのDMOですけれども、彼らには四つ柱があって、そのうちの一つは対外的なマーケティングです。ただし、アメリカのDMOにはほかに三つ柱があるのです。一つは、この地域社会との共栄意識、それから啓蒙活動です。啓蒙活動とは、観

光産業は重要ですよということです。観光産業のおかげで、地域住民の皆さんが払っている固定資産税が少し安くなっているのですよとかそういうことを言って、観光産業の重要性を理解してもらうようにふだんからやらなければいけないということです。それから、これがいわゆる今観光庁でもかなり力を入れている観光地の経営ですね。では、普通の経営と観光地の経営は何が違うかというところを話したいと思います。それから、サステナブルという言葉は、日本だと多分まだ環境のことですね。きれいな川とかそういうイメージが強いと思いますが、今アメリカではもちろん環境も入りますけれども、組織の持続性という部分が結構入ります。例えば、その組織の退職率が業界の平均と比べて高いのは、組織に問題があるのではないかと、その辺も入る意味で少し広義な持続性です。この話をこれから少しずつしていきます。

オーランドDMO設立の経緯についてですが、オーランドはフロリダ半島にあり、フロリダ州はもともとスペイン領でした。ところが、アメリカとスペインが戦争をして、アメリカが勝利し、その結果としてフロリダ州はアメリカにくれてやるわいとなったのと同時に、フィリピンもアメリカにくれてやるわいとなったのです。アメリカの領土になってから、明治維新の後くらいの時代に湾岸沿いに鉄道が敷かれて、海沿いは全部開発されたのですが、真ん中が全然開発されず、ワニが住む湿地帯でした。そこを、いいではないかワニが住んでいる湿地帯もどんどん買いまくれと地上げをしたのがウォルト・ディズニーです。カリフォルニアのディズニーが買って、それでこの海から遠い真ん中のあたり、山手線の内側と同じくらいの広さの敷地を全部買い占めて、ディズニー・ワールドを開業したのが1971年です。開業して、人がいっぱい来て、物すごくもうかりました。地元のビジネスマンたちも、ホテルをつくらう、ホテルをつくらうと、みんながつくったのです。ところが1973年に、今でもちょっと継続していますけれども、第四次中東戦争がありました。イスラエルとエジプト、あとはシリアとか、レバノンとか、みんなが入っていたのですが、それで何が起こったかという、ひょっとしたら覚えていらっしゃる方もいるかもしれませんが、オイルショックですね。日本ではトイレットペーパーの価格が高騰したのですが、アメリカではガソリンの小売価格が3カ月で3倍以上になりました。当時は今と違って安い航空会社はないですから、ディズニー・ワールドにはみんなステーションワゴンの後ろに子供と荷物を積んで、御夫婦が運転をかわりながら来ていました。それがガソリン価格が3倍から4倍になってしまい、もう大変なことになってしまいました。それでホテル業界が、これ重要です。ホテル業界が主語です。地元政府に対して陳情したのです。何を陳情したのか。このままだとみんなもう破産してしまうので、新しい観光セグメントを開拓してくれと。そのために、いわゆるDMO、当時はコンベンション&ビジターズ・ビューロー、CVBと言っていました、CVBをつくってくれと。それから国際会議場、箱物をつくってくれと。その二つの陳情は、恐らく世界でも皆さんが普通にする陳情ですが、オーランドがおもしろかったのは、ホテル業界がこれを言ったということです。そのためには、地方特別税である新税、ホテル宿泊税を導入して、これを財源にこの二つ

をつくってくれと言ったのです。だから、日本と違って、観光庁とか何々省が宿泊税をやるのではなくて、地元のホテル業界が政府に陳情した、それでできたという背景がありました。そこだけがポイント、非常に重要なポイントです。

今度はこれもまた大分違うなということですが、とりあえずぱぱっと挙げます。執行役員とは月曜日から金曜日まで毎日オフィスに来て働いている人です。見ていただくと、ネクタイを締めている人が何人いるでしょう。背広を着ている人は1人、2人、これは頭しか写っていませんが、3人いますね。ほかはみんな女性なのです。この話をすると、アメリカのことに結構詳しい方もおられますから、原さんそれはね、アフーマティブ・アクションのせいかと。アフーマティブ・アクションというのは、同じような能力があったら、女性にげたを履かせて上に行かせろというものです。しかしこれはアフーマティブ・アクションのせいではありません。実は、女性のほうが得意な業務というものがあるのです。これは、過去アメリカで40年間くらいやっていて、もうホテル業界もDMOもみんなわかっています。女性は人の話を聞くのがうまいのです、予見なく。男性はどうしても自分の何となくの仮説というか、頭の中にアイデアがあるのです。そういうフォーカスグループの人たちを呼んで意見を聞いたりするときに、あなたの意見はどう、次にあなたの意見はどうと進める中で自分と同じ意見があると、うん、そうだ、そうだ、オーケーと言って稟議の後ろにですね、皆さんにヒアリングをかけたら自分と同じ意見があってこれが一番正しいと、男性はそう書いてしまうのです。ところが、女性はその予見がなく、みんなの話をきちんと聞くので外れません。これは私が言っているのではないです。フォーシーズンズホテルの人事部長が、今から30年前に私にそう教えてくれました。今ハイアットにしても、マリオットにしても、ヒルトンにしても、具体的に言いますと、マーケティング部長、それから人事部長は間違いなく過半数以上が女性です。なぜなら、人事とマーケティングは人の話を聞くのが基本だからです。DMOも基本的にはお客さんのニーズを聞く組織ですから、女性が社長なのです。

今の社長のカサンドラの基本給がこれです。DMOは全部公開情報で、このファイルは差し上げておりますので、皆さん実際にクリックできます。世界中の誰でも執行役員の年収を見ることができます。社長は基本給が約51万9,000ドル、ボーナスが4万8,000ドルで、55万ドルくらいということは7,800万円くらいです。この人はこのくらい、男性も少しはいて、こういう給料を払っているというのが公開されています。

執行役員は毎日来ますが、今度は理事会というのがあって、その構成員は毎日来る必要はありません。では、どういう人が理事会にいるのでしょうか。その地元の名士なのでしょうか。それを一覧表にして、私のほうでタイプしたのですけれども、こういう感じです。重要なのは、ここの一番右側のEx-Officio Directorsという出席はできるのが投票権はない人たちです。投票権がないのが誰かということ、何と地元の市長や政府系の方々なのです。空港の社長もそうですね。では、この左側の3列、誰が多数派かということ、宿泊産業なのです。ホテルが一番多いでしょう。次のパークというのは、公園

ではなくてテーマパーク、ウォルト・ディズニー・ワールド・リゾート、ユニバーサル・オーランド・リゾートなどです。ITの方も銀行の人も入っていますけれども、圧倒的に理事会は宿泊産業なのです。日本の場合、多分DMOをやると旅行代理店や広告代理店など、あまり地元でもない、関係ない人たちが入ってきてしまうと思いますが、アメリカはそれが全くないというのがこれを見ていただければわかります。

この辺は私が話すよりも、皆さんに全てのスライドは御自由にお使いくださいということで残します。あとは、アメリカの中でどういうことになっているかということを中心に調べている部分がこの2ページです。アメリカは、241のDMOがあるのですが、それについて調べたらこのような感じでした。

前述のとおり、住民に対して観光産業というのは重要だよねと言うのは、アメリカではDMOの仕事です。地元政府、市区町村の仕事ではありません。なぜかという、アメリカですよ、アメリカですからね。何度もしつこく言いますが、アメリカの場合は住民があまり政府を信用しないのです、何となく。ということは、政府と関係ない人に言わせたほうが良いということで、DMOを使うのです。では、DMOは何人いるか。これはオーランド、オレンジ群における固定資産税の大口納税者トップテンです。ツーリズム、ホスピタリティ、一つだけ電力会社が入っていますけれども、ほかはみんなトップテンの9社が観光産業です。そうすると、DMOは何をするかという、観光産業のお金で皆さんが払う固定資産税は低めに抑えることができているのですよ、どうだという感じですね。政府が言ったら信用しないのでDMOに言わせるのです。

これはフロリダの州レベルでのDMOがつくっているビデオで、ユーチューブに公開しています。このスライドのここをマウスでクリックすると多分リンクでつながると思います。Thanks to Tourism, there is no need for a state income tax. アメリカの中で所得税は、当然のごとく連邦制度です。今のバイデン大統領の、そこでかかる税金があるのです。それから、半分以上の州で州ベースの所得税もあるのですが、フロリダ州はそれがありません。なぜかという、これは正確には細かくは書いていませんが、内容はこういうことです。観光客が地元住民2,200万人のところから1億4,800万人来て、その人たちがお金を使うと、日本でいう消費税、向こうでいう売上税が発生します。この売上税収が十分にあるので、住民から所得税を取らなくていいのです。このビデオは観光の奨励ビデオに見えますが、実は地域住民に見せるビデオなのです。こういうものをつくっているのです。ほかはというと、シンシナティ、それからガルベストン、ケンタッキー州、バージニア州、ここは州ベースです。日本でいう、いわゆる都道府県ベースでビデオをつくっています。オレゴン州のビデオを見ていただくと、県知事ではなくて、州知事がみずから出てきて、もう徹底的にオレゴン州では観光がすごく重要なのだと言っています。観光客に言っているわけではありません。世界中から来る観光客に、オレゴン州はいいところだから来てくださいてはなくて、オレゴン州に既に住んでいる人たちに、例えば新規の事業を起こす6割の人たちは観光で来てオ

レゴン州を好きになって新しい仕事を始めているとか、あるいはオレゴン州に来て地元の酒や食品加工物を食べた人が、自分の出身地に戻ってもアマゾンなどで買ってくれているとか、そういうデータが出ているので、観光はオレゴン州内の経済にすごく役立っているというのが全部ビデオで出てくるのです。バージニア州もそう、ケンタッキー州もそう、ガルベストンは市区町村ですけれども、テキサス州の市区町村もそう。シンシナティなんかはこのビルですけれども、もう本当に観光客が来るおかげで皆さんが払う税金が安くなっているという感じのことをがらがん言っています。

3章に行きます。日本とアメリカのDMOの違いの表がありましたが、その中で一つだけ、財源のところを少しだけ話します。先ほどいわゆるレジャー客だけだとなかなか大変なので、国際会議場をつくってください、あとDMOをつくってくださいというのがありましたけれども、ここは本当にぱっと行きます。普通は観光の公共インフラ、例えばこういう国際会議場にしても何にしても、いわゆる都道府県なり市区町村ベースで観光客向けのインフラをつくる際には、通常は議会から一般財源を捻出してつくります。それによって、確かに外のお客さんが来ていいねと、もうかっているねと。それによって、宿泊産業などにおいては雇用は生まれるし、売上げがふえる。これはどこでもそのとおりですよ。ただ問題は、この観光の公共インフラというのは開業後に赤字になる可能性があります。そうすると、開業した後の赤字というのは、政府が一般財源から補填金を議論して調整しなければいけないわけで、ちょっとということになります。当然野党は、また無駄なお金をつぎ込むのですかということになるわけです。それに対して、オーランドでは少し違うやり方をしています。投資家に対して地方債を発行するのです。地方債のお金で政府は観光の公共インフラをつくり、DMOの運転資金もここから使うのです。さらに、オーランドの場合、ツーリストディベロップメントタックス、観光客開発税という名前にしていますけれども、今の宿泊税を取っています。ポイントはこれです。さすがに最近では誤解する人も少なくなってきましたが、今から10年くらい前にこの話しをすると、宿泊業界からすごく怒られました。原さんは現場をわかっていない、僕らはそんな税金なんか払えないよ、もう余力はないのだからと怒られていました。さすがに最近ではみんなもわかってきていますが、払うのは宿泊客です。ホテルは何をするかという、代理徴税です。払うのは宿泊業界ではございません。アメリカの、特にフロリダ州のポイントはこれです。その税収を一般財源に入れないのです。一般財源に入れたら、全てのすばらしいシステムが崩壊します。

と言った後で、では日本はどうなっているかという、東京都、京都市、大阪府、金沢市はみんな一般財源です。これがすごく重要なポイントです。そこで曖昧にされてしまっているのです。もちろん、例えば京都市は財務指標を見ると、多分苦しいのだろうとわかりますけれども、だからといって観光で出てきたお金を自分で苦しいときに使えるお駄賃があるといいよなどとポケットに入れてしまっていると、それはまずいですよねという話です。アメリカはそれをしないのです。絶対特別勘定に出して、観光の奨励以外の目的に

は使わせません。

改めて確認します。1、地方債を発行しましたね、元利償還資金。2、この金をDMOの年間運転資金に使います。逆に言うと、地域住民が払っている固定資産税、一番大きな財源である市区町村の一般財源を一銭も使っていません。だから火がつかないのです。煙も出ないのです。この話をすると、恐らく京都市とかは、いや、あんまりそれを言わないでというかもしれませんが、でもしようがないですよ、事実ですからね。

もう一つ言うと、実は普通は政府が地方債を発行する、政府保証にします。でもオランダには政府保証がないのです。金融機関の方だとわかると思いますが、ノンリコースファイナンス、あるいはリミテッドリコースファイナンスです。いわゆる担保を出さなくていいし保証もしないで結構ですから、そのかわり宿泊税の将来出てくる税収を全部担保にしますからねという話なのです。ということは、発行体が観光産業で、ここは何か観光をやっているよねという意識が何となく投資家の頭があれば、資金調達はうまくいくという部分があります。それが一つです。

もっと資本主義の理論でごりごりにやろうとしたら、スタンダード・アンド・プアーズなどの欧米系の格付機関がありますが、あの辺に行って、地方債の格付を取ればいいのです。そうすればあまり説明しなくても、ダブルBマイナスね、ではいいよとなるのです。これはその話です。オレンジ郡の場合は全部その格付をやっていて、ここに格付が出ていますね。どれでも4%くらい、4.5%とかそれくらいです。

観光客開発税、いわゆるオランダの宿泊税が、人口140万人の市区町村で幾ら税収が出ているかという、283ミリオンです。東京都と比べると、東京都は人口1,400万人くらいで、オランダはその10分の1です。客室は、東京都は今10万5,000室くらい、オランダも多分10万室くらいになりました。税収は2015年で、東京都が21億円、オランダが240億円なのです。ちなみに、オランダは2023年で530億円でした。岩手県は120万円くらいでしたでしょうか。これ500億円くらい出るかもしれないです。その前に、総務省の人が大変かもしれませんが、本当にオランダは実際の数字です。

日本でこの話をするとよく、いや、そんなにお金が出ていたら困るではないかという話を結構いろいろなところでお聞きします。でも、そこは発想を変えるのです。うちの地方自治体は、今後、観光は基幹産業とするので、観光産業の成長奨励、観光人材の育成補助金については、皆さんが払っている固定資産税を財源とする一般財源は一切使わないでいくらの宿泊税、いわゆる地方特別目的税を取ります。大分見えを切ったなという感じですけども、そうすればもうけ過ぎてしまってどうしようなんていう発想にはなりません。実際にアメリカでやっていますし、オランダだけではなく、フロリダ州はみんなそうなのです。過剰観光というのは、今日本のメディアにしても、あるいは役所、霞が関にしても、キャリング・キャパシティーという発想です。それは何かというと、1平米当たり地域住民が何人住んでいて、そこに対して観光客が1時間当たり何人以上入ると火がつくという、いわゆる物理的なキャパシティーの発想です。その問題点は、その発想の

最終的な結論として、何人以上は入れるなということになってしまうのです。観光産業の目的は何かというと、地域住民を豊かにするためですよね。そうすると、いや、待てよと。観光客にノーと言うことは、そのキャッシュももう要らないということになってしまうから、それは矛盾していないか、そのとおりです。ですから、日本ではまだあまり議論になっていないのですけれども、実は少し違うやり方があるのですよと。

もし御興味のある方は、全部細かくここにリンクを貼っています。例えばフロリダ州の場合ですと、州で、いわゆる都道府県レベルですね、宿泊税を議決して、実際の税率はその下の市区町村、アメリカでいう郡議会に任せています。税金はその郡の政府の財務長官に管理、報告開示義務があります。毎年ではなくて、毎月税金が幾らあったか、これを全部発表しなければいけません。

では、それだけの税金の資金用途は何かというと、一番大きいのはいわゆる地方債の元金返済で4割です。次がDMOとの請負契約、すなわちDMOの年間運転資金です。赤字は昔はあったのですが、今はありません。過去もう5年くらいゼロ、黒字になっています。それから、もう一つ重要なことがあります、これを文化庁の人に話したら、それはすごくそうでしょうと言われたのですけれども、地元でお祭りがありますよね、それに補助金を出せるのです。どう出すかということ、例えば有名なお祭り、あるいは花火大会でも何でもいいのですけれども、すごく内容がよくて、岩手県でいえば県内に住んでいる人だけではなく、県外からもこれくらいお客さんが来ると。そのうち何人が宿泊するかということと前年の数字が出ていて、そこに対して宿泊税が何%でと計算すれば、そのお祭り関係で泊まった人の宿泊税収が幾らかがきれいに計算できます。その前年ベースの数字を握って、今年も同じだとしたらこのくらいまで出してあげるよと、お祭りが始まる前に補助金を出してあげるのです。こうすると主催者はすごく助かります。なぜなら、寄附するという人たちは、約束はしていてもそのタイミングでは実際のキャッシュが入ってきません。ところが、実際のお祭りの運営にはいろいろなキャッシュが出てきますから、その入り払いのタイミングがずれてしまうところに使えたりするとすごくいいのです。オーランドの場合は、もう何年も、少なくとも私が知る限りは15年以上、宿泊税を現地の文化芸術やお祭りの奨励に補助金を出しています。この辺は時間の関係もありますので、ここにオーランドのDMOの年間運転資金の内容を全部出しておきます。

それから、これは地元政府です。人口140万人で、一般財源のイメージとして大体3,000億円弱くらいのイメージです。その3,000億円弱くらいの一般財源のところに、530億円の宿泊税で出るイメージです。それで、最も重要なことですが、過剰観光は煙も立っていません。今7,400万人が来ているのにです。ちょうど先週DMOの年次総会があって私も出席したのですが、今後二、三年で7,400万円を8,000万円にしようとみんなで議論しています。誰も過剰観光の話なんかしていないのです。ヨーロッパのことばかり引用している日本の新聞を見ていると暗くなりますが、全然暗くなる必要はありません。できます。

高齢者福祉、待機児童改善、貧困対応、教育施設改善等は、住民の差し迫ったニーズで

あって、財務的に考えるならばエクスペンス、費用です。それをすることによって、来年の税収がふえる、来年の住民の生活水準が上がるというところには直接の関係はありません。だって、エクスペンスですから。ところが、DMOが海外マーケットに対してマーケティングをすることは、今後この地域に入ってくるキャッシュがふえますから、エクスペンスではなくて投資なのです。だから、その差を理解していただくとうまくいくのですが、差を理解されていないと、何で遊びに来る観光客をもっとふやすためにそんなにお金を使うのかというような、必ずそういう議論が出てくるわけです。でも、それは大丈夫です。何で宿泊税を取るのか。最大の理由は、住民の皆さんの税負担なしに観光産業を奨励します、それに使うのです。そのように言えば、はあとなるわけですが、どうしてもこの発想がなかなかまだ日本にはないのです。でもできます。

では、実際に幾ら税金を取っているかという、アメリカは宿泊代金に対して大体15%取っています。内容としては、日本でいう消費税の部分と宿泊税の部分を合わせて、平均15%です。日本の場合、今は消費税プラス復興の特別所得税で10%ですよ。そう考えると、世界的に見れば日本はあと5%くらいの課税余力があるのです。5%というのはどのくらいかと昔聞かれたことがあり、2012年のベースで計算しました。相当昔の2012年です。その時点で日本中で1%で330億円です。ということは、5%も取ったらもう1,500億円だけれども、今は産業関連の規模がもっと大きくなっていますから、多分1%で400億円、5%で2,000億円くらいは日本中で出ます。ただ、それを霞が関に取られたらダメなのです。それを地方にできる限り残して、還流させるのが地方特別税の目的です。そこは、霞が関の方にちょっと抑えてください、あなた方はもう十分取っているでしょう。こっちのお金は地方のものだということをきちんとやらなければいけないです。

そうしたら、話は大きく変わりました、マーケティングについてですが、これはもう簡単です。マーケティングには、結構理論があります。例えば、一番最初の段階で消費者というのは、ブランドなり、その物を認知していないと買いません。認知しないブランドは買わないのです。皆さんでしたら、BMWとか、メルセデスベンツとか言われたら認知していますから、おお、いいね、そのうちお金があったら買いたいと言います。それは認知しているから発想の対象になるわけであって、何だそれ、聞いたことがないとなれば消費者はもう買わないのです。そうすると、認知があって、考慮があって、その後優先度合があって、往訪、最終的には本当に来てもらう。実は、昔はここで終わっていたのですけれども、今はアメリカでこれがすごく重要になっています。アドボカシーというのは、実際に来てみたらすごくよかったというものをフェイスブックやインスタグラムなどでどんどん発信してもらうという、これがすごく重要です。なぜかという、皆さんも考えたことがあると思います。フェイスブックやインスタグラムの友達というのは、無意識でも実は皆さんと似ている人たちなのです。同じような仕事をして、同じような年収で、ひょっとしたら同じような年齢層で、あるいはそれらが違っても、同じような趣味の人たち、価値観が同じ人たちなのです。そういう方々に切り込んでもらうには、DMOからここがいい

ですよと言うよりも、実際に来た人がここがすばらしかったよと言えば、それと似たような人たちがどんどん来てくれるわけです。そういう話です。

一つ例を挙げます。例のニューヨーク・タイムズの盛岡市、すごく効果があると思います。だって、いきなり認知でしょう。考慮、優先度、多分この辺まで来ています。盛岡市というところが何かすごくいいらしいから、ちょっと今度行ってみようと。東京都から2時間ちょっとで行けるらしいということで、いきなり飛び道具でここに来たのです。

例えば世界を広く見て、誰でも知っている日本の観光地というと、もう当然東京都、大阪市、京都市がそうですけれども、あとは広島市、長崎市というのも圧倒的に認知度があります。広島市や長崎市を売るのだったら、どこにあるとか、その歴史とか、それらを全部飛ばせるわけです。ところが、それが例えば宇都宮市とかになると、認知度のところから始めなければいけない。福島市は今の時点でいうと、それに近いぐらいの認知度がありますね。実は盛岡市はニューヨーク・タイムズの記事のせいで、いきなりこの辺まで来てしまっているのです。だから、すごいチャンスはありますということを書いたかったのです。

私は、たまたま昔、今から五、六年前、京都大学の客員教授をしており、4年間くらい毎年夏休みに行ってアルバイトで教えていました。そのときに、東アジア専門の博士号を取ったアメリカ人の教授が、君に京都を案内してあげると言うわけです。いや、私ね、今京都に住んでいるし、今さら案内されても何が新しいものがあるのだろうかと思いながら行きました。そうしたら清水寺で、やっぱりそうだよねと。もう一人、ハワイ大学のアメリカ人の教授もいたので、写真を撮って、はいどうぞと。そうしたら、例のあの舞台があるでしょう。舞台をおりていくと、水が出ていてひしゃくですくって飲む、その後です。顕彰碑があったのです。その前にとまって、いいかい、君たちにすごいことを教えるよ、ここが清水寺のハイライトだからねと。恐らくここに、たまたまですけれども、岩手県と書いてあって、こういう歴史があったと。清水寺を開いたのが征夷大将軍でしょう。彼はこちらのほうに来て、蝦夷の人たちと戦って、アテルイとモレと話をして、最終的にアテルイとモレは降伏するのでもうこの地を荒らさないでくださいと。それで、最終的には京都というか、あちらのほうに連れて行きましたが、今の大阪府枚方市のところで坂上田村麻呂は、この人たちはすごい人たちだから何とか現地の将軍、司令官で使ってくれませんかと言ったのだけれども、そんな汚らわしい、早く処刑しろと言われて殺されてしまったのです。それに対して、坂上田村麻呂はこの人たちが本当に救いたかったのです。ここにこの顕彰碑つくりましたという話なのです。実はこれが、アメリカの教授に絶賛されているのです。確かにもう一人のアメリカの教授も、歴史専門ではないのだけれども、いや、それはすごい話だなと。何でそうなったかという、この2人の教授の写真も出していますが、こういうことを言ったのです。これが起こったのは1,200年前で、私はここに結構来るが、いつも新鮮な花が植えてある。歴史から抹殺されかけた北天の雄に新鮮な花を献花している高徳な態度の日本人がいて、歴史から抹殺するのではなくきちんと歴史に

向き合って、それを容認する寛容な文化の成熟度を示していると言うのです。それに比べて我々アメリカ人はさと。いろいろな説がありますがすけれども、アメリカのネイティブ・インディアンの協会の報告書で言うと、アメリカにはヨーロッパ人やコロンブスが来る前は、アメリカン・インディアンが1億人いたと。少ないやつだと6,000万人です。ところが、カスター将軍が来てどのくらいまで減ったかという、50万人まで抹殺されたのです。その時点で連邦政府が、いや、さすがに全員殺すのはまずい、やめなさいと言ったわけですが、そういう背景があるので、アメリカ人からすると同じような先住民に対して、きちんとその人たちを祭っているどころか、こうやって今の時代でも忘れずに花をあげている人がいることこれはすごいことだと。彼に聞いたら、これは絶対アメリカ人に受ける、オーストラリア人もアボリジニに同じことをやっているから、これすごくいいよと言っていました。ところが、その割にこれが全部日本語で記されていて、英語は一つもないのですけれども、まあ、しょうがないと。そういう感じでストーリーがあるとやはり違うものが見えるのですね。

次に日本のGDPの話ですが、貿易の部分です。やはり原油と天然ガスを買わなければいけないところは、今の快適な生活に慣れている日本の方にとっては、絶対落とせません。医薬品、半導体、部品とかいろいろありますが、結局、では日本がどうやってお金を稼ぐか。自動車関連が10兆円ですけれども、これも一本足打法ですよ。電気自動車は、今は瞬間的にちょっと在庫余り状態になっていますが、将来的に見たらどうなるかわからない。半導体も頑張ってはいますが、いろいろ問題があるわけです。そんな中ですから、やはりインバウンドでお金を稼ぐということは、すごく重要になってきているのです。

ということで、今度はこれを見ます。多分見たことがある方も多いと思うのですが、国土交通省がつくったものです。2010年から40年の間で人口が半分以下になるところが青色です。では、黄色は何かというと、人口が半分はいかないが今より減る。赤色だけは人口がふえるところなのですけれども、それはもう東京都、名古屋市、京都市、大阪市、広島市、福岡市、熊本市の一部くらいに限られていて、ほかはほとんどが青色です。簡単なことです。本当に日本を元気にするには、インバウンドを青いところに連れてくる必要があるのです。もっと言うならば、青いところに泊ませるのが重要です。これは私の想像ですが、こちらだと平均の滞在日数というのは、2泊か3泊くらいですよ。スキー場があるから、ほかの県と比べて多分長いと思うのです。でも、それくらいです。ただ、外国の方が来ると、ヨーロッパの人なんかはアメリカに来て1週間くらいの連泊を普通にします。だから、やはり欧米系のインバウンドは非常に親和性が高いのです。

これも時間があれば説明したかったのですけれども、基本的には毎年こういう2桁の成長率でいかないと、政府目標に追いつきませんが、逆に言うと政府も変える気はないし、僕も変える必要はないと思っています。インバウンド産業というのは、毎年このくらいふえるのです。こんなにふえる産業セクターはほかにないですよ。

一番言いたかったのがこの6です。アメリカも同じ時期にパンデミックが起きました。

2020年4月。日本の場合はそれから30カ月くらいかかって、やっと観光需要が復興しました。アメリカは12カ月で復興しているのです。ということは、アメリカのほうが先例があります。アメリカで起こったことが何でそれが起こったかを理解すれば、実は日本でも同じことを仕掛けられるのです。基本的には、これはマクロ経済なのですけれども、ここだけちょっとすみません、皆さん復習です。 $Y = C + I + G + EX - IM$ 、これはGDPですね。GDPというのは、右辺は個人消費と企業の設備投資と政府支出と輸出と輸入の貿易関税です。アメリカはこうなっています。個人消費が70%、企業設備投資が18%、政府支出は17%です。何とアメリカは、貿易関税がもうもろ赤字です。日本から車を買ったり、中国からコンピューターを買ったりしているわけです。ということは、GDPをふやすには、個人消費が元気になる、ここがお金を使う気になるのが一番効果があるのです。それがまさに、アメリカが2021年、2022年、2023年の半分くらいで経済超復興した理由なのです。

では日本はどうかというと、何も書いていないのですが、実はこれです。やはりGDPの公式の右辺で一番大きいのは個人消費で、アメリカほどではないけれども、60%なので、これが何を意味するか。1人当たりの個人消費が10%ふえると、GDPは6%ふえるということなのです。これ意外と、もう少し使ったらいいなと思うのですけれども、あまり皆さん使っていないです。

アメリカの場合、個人給付金は3度目のときに19%しか消費に回されず、残りは全部貯蓄と借金返済に回されました。もうほぼ8割です。これが全部アメリカ経済復興のハイオクガソリンになったのです。日本はそこまで個人給付金を出さなかったのですけれども、別の神風が吹いていると。それがインバウンド観光なのです。

オーランドの場合、人件費がふえたこともあります。我々なんかですと基本的に戦略をつくる際は、三つのステップがあると教えています。第1ステップは現状把握、第2ステップは理想像の設定、そして第3ステップは現状から理想像の間に何年間で行くのですかと、この三つができたならもう戦略は完成なのです。

ところが、これは一般論ですが、日本の場合、役所の方が特に現状把握を嫌がります。なぜかということ、現状把握するとその担当者の責任になってしまうからです。でも、現状把握しないということは、あなたはそろそろいい年だし、人間ドックへ行ったらと言われていてのに、いや行かない、人間ドックへ行くと肥満度はどうだとか、たんぱく質がどうだとか、高血圧とか言われるから嫌だ、行かないということと同じです。でも、行かなかつたら改善しようがないのです。ということで、ではまず現状を見ましょう。日本の大きな問題は、全体の給与はいいのですが、これですね。非正規の方々は平均で年収174万円だけれども、男女で割ると男性が225万円、女性が152万円と、かなり少ないのです。結局これが問題なのです。

ただし、私が言いたかったのは、これは観光産業で相当改善できますよ、これ全部。アメリカで見えていますから、本当です。今後インバウンドの人が来ると、英語ができる人材

には特別手当を払うくらいにしてしまっていていいわけです。例えば高校を卒業しました、高校で英語で1番を取っている人は初任給200万円だとか、英検1級を持っていれば、毎月の手当に10万円とかで、320万円を出せば進路選択で東京に行こうかなと思っていた子とか、みんな押さえることができます。絶対できますよ、300万円を狙いましょうと。

あとは、これ、私が言ったのではないですよ。こういうことが発表されてしまっているのです。特に、管理職的職業従事者の男女比、いわゆる男性の管理職が10人いたら、女性の管理職は1.4人しかいないという、もう世界から見ても極めて低いのです。DMOは先ほども言ったように、げたを履かせなくても、人間の特性として人の話を聞くのがうまい、かつその中で少しでも語学ができる女性がいたら、どんどんその人を管理職に使うべきなのです。むしろ女性を使うことによって、すごく生産性を発揮できます。アメリカがそれをやっていますから、ここはちょっと何とかありますね。

これは、アメリカで何が起こったかを見ていただくと、あっと驚きます。ちょっと字が切れてしまいましたが、2023年8月10日のウォール・ストリート・ジャーナルにタイトルWomen Own This Summer. The Economy Proves It. という記事があります。この記事は何かというと、2023年は年の初めからアメリカのエコノミストの皆さんが、ことしは必ずアメリカは経済不況に陥ると。リセッションの定義は、その四半期、3カ月ごとの経済成長率が2期連続でマイナスになったらというものなのですが、ウォール・ストリート・ジャーナル含め、著明なエコノミストがみんなアメリカは経済不況に陥ると言っていたのですが、落ちなかったのです。そして8月になって、ウォール・ストリート・ジャーナルが、ごめんなさい脱帽します、私が間違っていましたと。けれども、謝るだけではなくて、その理由も分析したからねという記事があったのです。これが日本にすごく役立つはずですよ。

実は2023年というのは、女性の給与所得の方々のアメリカでの平均年収が、5万ドルを初めて超えた年なのです。5万ドルというと、1ドル150円とすると750万円、平均ですよ。ニューヨークやサンフランシスコの大都会だけではなくて、オーランドとかそういうところの人も含めて、平均で女性の給与所得をもらっている人の年収が5万ドルを超えたのです。何が起こったか。ウォール・ストリート・ジャーナルいわく、今までのパターンとして、男性が余計なお金を持つと固定資産を買いたがると。例えば東京都にワンルームマンションを買っておこうとか、仙台市にマンションを買っておこうとか、そろそろクラウンも飽きたからレクサスに買い換えようとか、大体設備投資に行ってしまうのです。でも、設備投資に行ってしまうと、固定資産はできますけれども、見合いの固定負債なんかも発生したりして、実はお金がどこに流れているかということ、レクサスを買えばみんな愛知県に行ってしまう、こういう流れなわけですね。

ところが、女性の場合は何が起こるかということ、物品購入よりも体験、経験に支出するお金が圧倒的にかかったのです。そうすると、固定資産もなく負債もないから、体験消費の比率がふえて、経済効果の出方が全然違ったのです。ウォール・ストリート・ジャーナ

ルいわく、本当にこれのおかげでアメリカは不況に落ちなかったのだとしています。もう少し説明しなければいけませんね。どういうことかという、テイラー・スウィフトのコンサートのチケットは、1枚1,200ドル、約18万円です。それに行く場合、では私自分のドレスもつくるわ。ドレスが800ドルで、約12万円。それから、ヘアサロン、これも3万円くらい使うのです。それから、マニキュア、ペディキュアにも使います。考えていただくと、今言ったようなこれらの支出は全部地元の人に対してですよ。地元経済に落ちています。愛知県やドイツなんかに行っていないよ。女性は全部地元の経済に落ちるお金の使い方をしてくれたのです。それで、アメリカの各地方都市の経済が意外にも堅調だったのは、女性の経験支出のおかげだと。女性の年収をふやしたり、収入を上げると経済にいいことがあるよというのがウォール・ストリート・ジャーナルの記事だったのです。だから、実は日本も、今年収150万円くらいで働いている非正規の女性の給料を300万円くらいにすると、すごくいいことが起こるはずですよ。もうちょっと学術的にやれば、それをするによって結果として労働生産性が上がります。

それから、アメリカのオーナーの方々には皆資本主義の人たちですから、そうやって人件費が上がった分をどこかに転嫁しようということで、何に転嫁したか。小売価格に転嫁したのです。小売価格がばんと上がった。日本ではよく反論を受けるのですが、そんなことをしたらお客さんが減ってしまうよ。それは価格の弾力性の議論ですね。でも全然起きなかったのです。値段が上がっても消費は落ちませんでした。

日本でもそんなことがあり得るのかと思うかもしれませんが、東京都の2023年と現在のホテル価格を比べてみてください。多分3割以上は上がっています。それで需要は落ちていますかという、全然落ちていないのです。だから、できるのです。ただ、昭和の経営者の方々というのは、小売価格が上がってどんと売り上げがふえても、これまで人件費なんかで過去40年くらいの徒労もありますからね、抑えて、抑えて、抑えて。その分全部当期利益、一部は配当のそれにすることも出来ないけれども、多くは内部留保してしまうのです。内部留保しても全然いいことは起きません。こういう人たちの給料をふやしてあげたほうが、結局国全体の経済が上がるというのがアメリカの経験だったのです。ですから、私はそれがいいと思うのです。

これが本当に最後の最後です。日本は2019年にこの数字だと4兆8,000億円くらいを観光産業で稼いだのです。ですが、同じ年にフランス、タイ、ドイツ、イタリア、この一番上、アメリカが断トツに稼いでいます。日本の多分5倍弱、5倍前後ですけども、皆さんが聞いている過剰観光というのは、ヨーロッパでしょう。アメリカの話は聞かないですね。アメリカは先ほどの税金を取ることを何のためにやるか。観光産業のためにやっているのではない、地域住民のために観光産業を奨励しているのだということを徹底しているので、火がつかないのです。

もう一つ、これは文部科学省の話で、日本に留学生を30万人連れてくれば、経済効果が上がるというものです。要するに、30万人が日本滞在中に1人当たり200万円を年間で使

ってくれと、掛ける、掛けるでやると6,000億円なのです。私は文部科学省とも少しだけ関係があるのですけれども、あえて言うならば、甘いと。もっとできるでしょう、留学生を例えば100万人にしましょう。今欧米から来ている人、私の学生も日本にきていますけれども、少なくともアメリカの学生は300万円は使いますよ。そうすると、300万円が100万人だったら、何と外貨が3兆円稼げるのです。でも、文部科学省の方は、自分が外貨を稼ぐ役所だと多分思っていないですよ。アメリカはもう徹底的に思っています。イギリスも徹底的に思っている。カナダも思っている。オーストラリアの人も政府は思っている。日本の文部科学省は思っていない。批判するというよりも、潜在性はあるわけです。

もっとすごいのはこれですね。これは、2019年8月23日のエコノミストというイギリスの有名な雑誌ですけれども、これが出ていたのです。Which countries dominate the world's dinner tables?どの国が世界の食卓を支配しているのだろう。アメリカは貿易赤字もいいところで、世界中から食料を輸入しています。世界トップはイタリアですけれども、皆さん気がつきましたか。日本は2位なのです。

今度はこれです。2020年工業統計調査で、一番産業界で事業所数が多いのは金属製品製造業です。自動車もあるし、それはそうでしょう。ところが、誰が一番働いているかという従業者数は、食料品製造業が一番多いのです。ところがですよ、何も無策だと日本は少子高齢化で人口が減る。ということは、彼らの売り上げもどんどん、じわじわ減っていくことになるわけです。かわいそうですよね。

絶対に何かできるだろうということで、おととい出る前にこれを見たのです。そうしたらもう凶星で、岩手県は食料品加工業がすごく大きいですね。日本の平均よりもはるかに大きい。ということは、多分この地域にはすごく優秀な食材があって、それを加工するノウハウがたまっていて、それをやっている従業員4人から20人くらいの間の小さいところがたくさんあるはずなのです。この方々は、何もしなかったら売り上げは下がってしまいますから、おじいさんが始めたのだけれどもねと、終わっていつてしまうのかなと。ですから、売り上げをふやすにはインバウンドで来た観光客を連れて行って、これ食べてもらんと、気に入ったならサブスクしてあげるよ、1年間に3回か4回送ってあげようかと。12月のクリスマス前にはこれをどんと送ってあげるよ、何だったらあなたのアメリカン・エクスプレスのカード番号をもらえれば、全部やってあげるからということをするれば、日本の人口に関係なく、この産業が観光産業とともに売り上げが35%ふえるということができないはずなのです。でも、霞が関でこんな農林水産省と文部科学省と観光庁と一緒に稼ごうという議論はないでしょう。ですから、これを見たときに岩手県なら絶対にできるなど。できると思います。

これも本当は時間があつたらやりたかったのですけれども、もう時間がないので、一旦やめますけれども、実はホテル産業、宿泊産業、観光産業には特に女性が多いですよ。女性が多いところに、日本でいう社会人講座、アメリカでいうと継続教育をやれば、国連

の例のSDGsの17項目にぼんぼんチェックできてしまうわけです。これでしょ、これもですね。これも、ディーセント・ワークというのは、要するにあまり残業させなければいいわけであって、その辺はきちんとチェックできます。だから、岩手県の産業の表を見たときに、ほかの都道府県の平均よりできる要素が多いのではないかという感じがしたのです。

ということで、ここで一旦終わりにします。ありがとうございました。(拍手)

○吉田敬子委員長 原先生、大変貴重なお話、本当にありがとうございました。

これより質疑、意見交換を行います。ただいまお話いただきましたことに関しまして、質疑、御意見等がありましたらお願いいたします。

○福井せいじ委員 御説明のあった国土交通省で色分けした日本地図について、単刀直入にお聞きしますが、要は赤いところというのは観光のブランド力がありますよね。青いところというのは、実はそういったブランド力がない。先ほど盛岡市がニューヨーク・タイムズで認知されて、そこまでいっているということでしたけれども、そういった青いところのブランド力をいかに高めるか、これが課題だと思っています。先生、答えがあったら教えてください。

○原忠之参考人 ずばりという答えではないかもしれませんが、恐らくニューヨーク・タイムズの記者がここに来た際は、ちょっと来てよと誰かが多分アレンジされたのではないのでしょうか。ファムトリップではないですけども、多分誰かがいろいろと案内しているはずですよ。ですから、それはちょっと瞬間的に見るとコストがかかるのですけれども、リターンは大きいのです。それから、そのように来てもらったら、先ほどの説明で一番最後に唱道とありましたよね。これは、仕掛ければやらせられる方法があるのです。例えば、オーランドでやったのですが、リーマンショックの後で観光支出額が2割減って、みんな危機だと。今振り返ると、その後のパンデミックと比べたら何ていうことはなかったのですけれども、でも大変なことになったということで、こういう会議室に観光産業の人たちを集めて、DMOが司会をして、皆さんがお金がないのはわかる、だけれどもオーランドが危機なので、現物として今すぐ出せるものを1人ずつ出してと言うと、うちはホテルだから普通のスタンダードルーム3泊分くらいなら出せる。オーケー、あなたはと。うちはテーマパークだから1日無料券を3日分くらい出してしまおうか、レンタカー会社は一番小さいエコノミーカーを1週間無料で出そうと、観光産業の人全員に無料で何を出せるか聞きました。それでDMOが何をしたかと言うと、オーランド69日間プロジェクトということで、我々が全て供給しますから、カップルで69日間、お金を使わずにオーランドに来たらどういうことをしてみたいかを3分以内のユーチューブビデオに収めて応募してくださいと呼びかけました。これには世界中から1,000以上の応募があつて、その中で賞レースをして、それを見ている人にどれがいいと思うか投票してねと。それで、一番投票を得たのはニューヨークから来た男女のカップルでした。別に付き合っているわけではないけれども、とりあえずお友達だから来ましたと。ただし、これには条件があつて、1日が終

わったら、きょうやったことを毎日ツイッターとフェイスブックとインスタグラムとピンタレスト、四つくらいに全部投稿してねと、そういうことをやったのです。その後オランダはかなり復興しましたが、このキャンペーンがどのくらい効いたのか、それはいまいちわかりにくいのですけれども、数字に落としたいのがアメリカのビジネスマンです。どうしたかという、広告代理店に行って、フェイスブックでいいねがこれだけの数、フォロワーがこれだけの数、インスタグラムでこれだけの数、ピンタレストでこれだけの数だと。これくらいの効果があるマーケティングキャンペーンを新たにやるとしたら、あなたのところでは幾らかけなければいけない。そしたら2億円くらいだということで、それくらいの効果が無料であったのだと。だって、DMOは誰も何も出さなかったのです。みんなを集めて、我々観光業界危機だよ、皆さんお金を出せとは言わない、何でもいいから現物を出してと集めてやったのです。そういう手はありますよね。

それから、もう一つ言うと本にもあるのですが、栃木県といえば、那須塩原市があって、宇都宮市があって、小山市があって、で終わりですよ。だけれども、新幹線も通っていない、JRも高速道路も通っていない、かわいそうな市区町村もありました。大田原市。知っている人もいらっしやいますね、ごめんなさい。でも、彼ら自身が自虐的に何も無いのだと言います。大田原市がDMOを始めたので、私たちも呼ばれて、アメリカ人の学生5人を連れて行ったのです。

大田原市に3泊4日して、宇都宮市に1週間泊まって、その後東京、浅草へ行って、京都も行って、それから広島も行って、福岡も行って、それから鹿児島まで行ったり、あと山口も行って、下関にも行ったのです。その学生たちに、みんなどこが一番よかったと聞くと、何とみんな大田原市と言ったのです。

○福井せいじ委員 なぜでしょうか。

○原忠之参考人 そうなのです。不思議でしょう。多分、大田原市でそこまでできたのだらという、日本の市区町村に明かりが灯るのです。何でもかという、大田原市へ行ったときに、地元の農家さんのやたら大きくて、部屋ももう10個くらいあるところに民泊したのです。英語なんか誰もできないです。けれども、夕食の時間になると、みんなこっちに来いと呼ばれて、ついていくと菜園があって、ミニトマトを見せて、おいしいから食べてみなと。自分が夕食で食べられるだけ、好きなだけ持って行っていいよとか、そういう感じの体験を3日間やったのです。そうしたら、大田原市が最高だと。ユーチューブで、FARM、農家、ファームステイ大田原と検索すれば、今でも出てくると思いますが。僕も京都市の清水寺も含めていろいろ見せたのですけれども、アメリカ人はみんな大田原市と言うのです。大田原市で勝てるのであれば、ここは景色もいいですし、山もすごいのがあり、大田原市であれだけできるということは、日本中の励みになるのではないかと感じながら、ちょっと大田原市には申し訳ないですけども、本当に学生はみんなすごく喜んでいました。

○福井せいじ委員 わかりました。単刀直入に聞いてよかったです。

○原忠之参考人 あとは、先ほど委員長にはお話ししたのですけれども、実はうちの学生を今まで70人ほど日本に送っているのです。みんな日本語はできないアメリカ人で、その半分以上が女性ですが、来年初めて福岡市のDMOに送るのです。もし欧米系のお客さんをふやしたいということがあったら、また別途、委員長から言っていただければ、多分指定がなければ女の子が2人ですけれども、学生が一番来やすいのは大体5月連休明けくらいから8月の半ばくらいまでの間かなと思います。福井県に行った人もいましたが、そのときは例えば福井県の観光協会が、東尋坊とか、永平寺とか、いろいろ行って見て、あなた方外国人から見てどれがおもしろかったとか、どのように変えたらいいのかとか、そのようにうちの学生を使ったみたいですね。全然仲介業者もないですから、もう安いものです。時給10ドルですね。

○福井せいじ委員 わかりました。ありがとうございます。

○ハクセル美穂子委員 先生、大変おもしろい話をありがとうございました。私は、この名のおり主人はアメリカ人で、20年零石町に住んでおりまして、主人の母の家族はフロリダ州におります。

○原忠之参考人 フロリダ州。Where?

○ハクセル美穂子委員 タラハシーです。

○原忠之参考人 タラハシー。

○ハクセル美穂子委員 お兄ちゃんとかお姉ちゃんもタラハシー近辺に住んでおりまして、懐かしいというか、私は行ったことがないのですが、息子は行っているんで、こういうところへ行っていたのだなと思いながら聞いておりました。

○原忠之参考人 オーランドは7時間くらいですね。

○ハクセル美穂子委員 ディズニーランドにも行ったと言っていたので、ここなのねと私は思っておりました。

○原忠之参考人 そう、ここなのです。

○ハクセル美穂子委員 いつか、私も死ぬまでには行きたいなと思っています。きょうお話をお聞きしてすごくおもしろかったのですけれども、うちの主人が言うには、やっぱりアメリカとか欧米系の方は、京都、大阪、東京へまず最初のデスティネーションとしては来ますが、そういうところはもう全部行って、でもやっぱり日本が好きでもう一回日本に行きたいし、ちょっとみんなに自慢できるようなみんなが知らないところに行きたいという感じで、盛岡市とか岩手県とかに来る人が多分多いと。そういう人たちを東地方北に行かせる、行きたくなるような引き込み方というのはどうしたらいいのかなといつも考えているのですが、先生はどのようにお考えでしょうか。

○原忠之参考人 多分、一番効果があったのは、ニューヨーク・タイムズです。あれはやっぱりインパクトがありました。実はニューヨーク・タイムズには、その後山口市も載ったのですよね。それから、福岡市も載ったのですね。私もあちらが長いのですけれども、やはりあちらの観点からすると、どこへ行ったらいいのだろうというときに、自分がふだ

ん読んでいるようなメディアに名前が出ると、ああ、そうか、ではここに行ってみるかというのはいり得ます。だって、さっきのモデルでいうと、認知でしょう。それから優先順位、その後で検討、考慮だったかな。そこまでいきなり行くと思うのです。だから、その意味ではメディア系を攻めるといのは、非常にいいかもしれない。

それから、もう一つ具体例で言うと、セグメントを超絞るというやり方もあるのです。金沢市でいろいろ聞いたのですが、半分思いつきみたいなものだったと言っていましたけれども、金沢市はイタリア人の新婚旅行客がどんどんとれているのです。私も最初ええっ、何でイタリア人なの、何で新婚旅行なのと。そうしたら、ヨーロッパでそういう旅行市みたいな、B to B型のものがあつたときに、そこでいろいろな人たちと話をして、その中の1人がたまたまイタリア人だったと。それで、イタリア人は新婚旅行というのだけだいたいアメリカやヨーロッパのどこに行こうと考えるけれども、何かみんな行ってしまったんだよねという話を聞いたのだそうです。EUだしね、スタンプを押さなくてもいろいろ行ける世界ですから。そうすると、日本というのはちょうどエキゾチックで、かつリスクが少ない。お金を盗んだとかもあまり聞かない。そういうところではまったというのです。だから、金沢市がイタリアに対して何とか何とかではなくて、たまたまそこを攻めたら当たったということでした。

その意味でいうと、確かに官公庁なんかの統計でいうと、パンデミックの前は、日本に来ていた7割が漢字文化圏でしたよね。すなわち中国であり、韓国であり、台湾であり、香港であり、マカオですよ。漢字がわかる人たち。残り3割が欧米なのですけれども、その人たちが多い場所というの、今言った金沢市でしょう、それから広島市もそうなのです。それから、ああ、なるほどというの、高山市ですね。

我々はたまにいろいろと依頼を受けて、半分学術研究も兼ねてやることはありますが、一つおもしろい話があります。そこに行った人に対して満足度を聞くと、もう5点満点中の5点、すごい満足したと。ところが、観光、ビジネスにとって非常に重要な質問である、あなたはここに再来訪したいですか、また来たいですかが5点満点中一番下という、もうやめてという観光地があるのです。来る人の満足度は最高というくらいだけれども、また来たいですかというともういいと。どこでしょう。太平洋なのだけれども、どちらかというとな米に近いほうの島。タモリが何かやりそうな。進化論とか。

○ハクセル美穂子委員 ガラパゴス。

○原忠之参考人 ガラパゴスです。ガラパゴスは、満足度はすごく高いのです。ただ、行くのがすごく大変なのです。エクアドルの首都から、国内線に乗って、設備もそんなに国際的ではありませんから、もうあんな遠いところへ行くのは嫌だと。けれども、行けばすごいことが起きる。

では、次の質問。この場合には、どういうマーケティングをしますか。行くのは結構大変なのだけれども、来たらすごく満足度が高い。どういう売り方をしたらいいでしょうか。当然、一つの発想としては、世界中の皆さんに一生に一度は来るべきであると。エジプト

も、実は昔はそうだったのです。一生に一度はピラミッドを見に来いと。ただ、それではちょっとビジネスとしてよくないということで、むしろリピーターで来てくださると、ピラミッドだけではなくて紅海のダイビングとかビーチリゾートを売り出しています。その意味では、盛岡市はきょうも新幹線できましたが、すぐ着いてしまいましたね。高山市よりもっと来やすいと思うのです。

それから、あともう一つ、私は統計を教えているので、あんまり数字の背景がないものは言いたくないのですけれども、あえて思いつきで言いますが、欧米だとスパを追いかけている女性がすごく多いです。スパというのは、泊まらなくても1回の消費が350ドルくらいです。泊まらなくてですよ。だから、泊まったらそれに宿泊料がつくのです。スパはマーケットが大きいのですけれども、スパのマーケットと日本の温泉が全然リンクできていないのです。旦那さんに聞いてみてください、アメリカ人のスパに行っているお姉さん方と、日本の温泉のこういうリソースをどうすればいいのかと。アメリカ人、1人だけではなくて、何人かに聞いてみてください。

○ハクセル美穂子委員 スパは、マッサージでしょうか。

○原忠之参考人 マッサージもあるけれども、やっぱり温泉もあるわけでしょう。それを両方やるとおいしいのは、それなら間違いなく4泊、5泊は最低しますよね。それに、先ほど言ったように、食材がおいしい、海の食材加工が何でもありますよと。それで、これを食べると体重が減るかもしれないですよとしますますますです。温泉が多分今はあまりですよ。そういうわけで、ちょっとほかのところでなかなか売れにくいものでも、例えばニューヨーク・タイムズの人に聞いてみるとか、あるいは旦那さんに聞いてみるとか、そのお友達に聞いてみるとか、あるいはたまたま旅行に来た外国の人たちにいろいろ意見を聞いてみるということがあると思います。

あとは、実際に来た人を対象にフォトコンテストをして、皆さん応募してください。特賞はその人の国からやはり羽田空港、そこから今度はJRの切符もつけて、エコノミークラス2人分無料、特賞はこれです。応募料はただだと。では、その賞品代をどうするかというと、このエリアの旅行代理店やJR東日本、飛行機会社をお願いして、一番安いエコノミーならいつごろ、何月くらいに出せますかと聞いて出してもらおう。そうすれば、DMOの予算はゼロなのです。そして、盛岡市なり岩手県でそういうフォトコンテストをやりましたとニューヨーク・タイムズの方をお願いして、オンライン版でいいから出してくれないかと。

だから、お金を使わなくてもアイデアがあればいろいろとできる余地はありますし、私が何で温泉と言ったかということ、私は40年くらい前にスキーをしに来て、そのときには松川温泉とか、東八幡平に行った覚えがあります。すごくよかったです。そういう、子供とは言わないけれども、青年時代の記憶ありましたので、あれは何か使えるのではないかなと思ったところです。答えが長くてすみません。

○吉田敬子委員長 ほかにございませんでしょうか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○吉田敬子委員長 一つだけいいのでしょうか。宿泊税のことですが、盛岡市でも二年後、三年後くらいに導入しようということで、岩手県だと盛岡市だけが宿泊税を検討というか、もうするということだと思えるのですけれども、先ほどの先生のお話だと、アメリカなのですが、フロリダ州全体でまずやって、あとは個々の小さい郡単位でそれぞれ使い方をとということでした。岩手県では、県全体でということは全く議論にないのですけれども、岩手県だと盛岡市だけで今そういった動きがあることについての御所見というか、何かもしあればお聞きできればと思います。

○原忠之参考人 似たようなところでいうと、福岡県福岡市、北九州市がありますね。直接は関係ないのですけれども、多少は関係があります。日米で大きな差があることが一つあって、これは霞が関あたりではあんまり議論になっていないのですが、これを皆さん知っておいたら絶対いいと思うのは、アメリカでは消費税収は日本という霞が関には行かないのです。県庁に落ちるのです。フロリダ州での売上税は、全部フロリダ州知事に落ちるのです。日本でいうと全部ここ、県庁に落ちるのです。だから、観光客が来れば都道府県が勝手にもうかる制度になっているのがアメリカなのです。それはけしからんかどうかは別にして、日本は霞が関に全部吸い取られてしまいますよね。

それでは観光客が来ても、ビジネスモデルとして都道府県がキャッシュフローを取れないわけです。そうすると、私もどこかで、論文に日本語で書いたような気がするのですけれども、私が言いたいのは、徴税する主体を縮小する、盛岡市で結構ですと。ただし、その出たうちの一部は都道府県に上納してあげてください。なぜならば、アメリカだったら、観光客が来ればそれで売上税が出て、レンタカーやホテルなど、そこから全部県庁に入るのですけれども、日本はその制度になっておらず、みんな霞が関に吸い取られてしまっている。それに対抗する意味で、例えば、パーセントとか比率は皆さんで決めていただいているのですけれども、3%取るとしたら2%は地元の市区町村で、1%は県にとか。それは3分の2でも、何でもいいのですけれども、地域経済を成長させる、刺激するためにはできるだけ地域に残したほうがいいのです。その意味では全部を盛岡市に残すのが理想ではあります。そこで、どういう制度にするかと、実は同じようなことで悩んでいらっしゃる方がいっぱいいるのです。北海道もそうです。

北海道に関しては、倶知安町が日本で唯一、定率制を取っているのです。倶知安町、宿泊税と入れてグーグルで検索するとすぐ出てくると思うのですけれども、北海道新聞の多分3カ月くらい前の記事かな、1年前に2億円くらいの宿泊料の収入があったのですが、パンデミックが終わって外国人がばっと来たときに、単価も上がって稼働率が上がった状態になったのでこの2億円が倍増したのです。倍増プラスアルファ、倍以上になったのです。本当はそれをしないといけないのですね。特に、今の単価というのは、こういうところはそう高くないと思うのです。一番安いホテルに泊まれば100ドルもしないでしょう。アメリカの場合は、我々のような田舎のフロリダ州、まさに私はこの間タラハシーへ行っ

たのですけれども、そのときでも 100 ドル以下のホテルというのはありませんでした。どうしてもと探せばありますけれども、そうするとシーツは新品にかえているのかなとか、Wi-Fi が全然つながらないとか、いろいろと問題があるのです。ですから、アメリカ人からすると 100 ドル以下のホテルというのは、ちょっと怖くて予約をとれないのです。そうすると、遅かれ早かれ日本のホテルも、外国人が来る地域かにかかわらず、多分 100 ドルレベル、今の為替だと 1 万 4,500 円くらいですか、それくらいのレベルに上がっていくと思います。

でも、それはとめるべきではなくて、むしろそこまで上がると、そこで働いている方々、ハウスキーパーの女性の給料が今の年収 150 万円から 300 万円くらいになるのです。その分の余地が出てきますから、そこはむしろみんなでそれはやっていこうと。何といったって、そういうハウスキーパーの方々が今まで 150 万円だった給料が 300 万円になれば、すごく地元でお金を使ってくれるのです。六本木でマンションを買ったりしないのです。アメリカでそれは実例がありますから、それがすごくいいと思います。何か変なお答えですみません。

○吉田敬子委員長 とんでもないです。おもしろいお話をありがとうございます。

それでは、質問がないようですのでここまでとさせていただきます。もしよろしかったら、先生が本を出されておまして、これは先生がいらっしゃる前に、私が勉強がてらに購入したものですけれども、議会図書室にも蔵書予定ということですので、そちらもぜひ御参考にしていただければと思います。

それでは原先生、本日はお忙しいところ御説明をいただきまして、本当にありがとうございました。

○原忠之参考人 どうも招聘いただきまして、大変ありがとうございました。(拍手)

○吉田敬子委員長 ありがとうございます。

次に、1 月に予定されております当委員会の調査事項についてであります。御意見等がありますか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○吉田敬子委員長 特に御意見等がなければ、当職に御一任願いたいと思いますが、これに御異議ありませんか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○吉田敬子委員長 御異議なしと認め、さよう決定いたしました。

次に、1 月に予定されております当委員会の県外調査についてであります。お手元に配付しております委員会調査計画(案)のとおり実施することとし、調査の詳細については当職に御一任願いたいと思いますが、これに御異議ありませんか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○吉田敬子委員長 御異議なしと認め、さよう決定いたしました。

なお、調査計画に変更があった場合には、追って通知いたしますので、御了承願います。

以上をもって本日の日程は全部終了いたしました。本日はこれをもって散会いたします。
お疲れさまでした。