

## 観光庁中村部長インタビュー



中村 広樹 部長

平成4年3月京都大学法学部卒業。  
平成4年4月運輸省（現国土交通省）入省。  
令和3年7月関東運輸局次長、  
令和4年10月観光庁観光地域振興部長、  
令和6年7月より中部運輸局長

本日は昨年に引き続き観光庁の中村観光地域振興部長にインタビューをさせていただきました。スキーバブルとも言える90年代以降、スキーやスノーボード人口は減少を続けています。今後の少子高齢化や人口減少を考えるとスノー産業には未来はないという見方は残念ながらスノー業界にもあります。他方、気候変動で天然雪はますます世界的に貴重なものとなっており、スキーヤーのみならず「雪」を見るためだけに日本を訪れるインバウンドの方もコロナ禍期を除けば年々増加しています。この方々にスキーやスノーボードを体験していただきその面白さを知っていただければリピーターになります。このことは国の観光政策にも合致するはずです。また、世界的にはスノー産業は成長産業と位置付けられているようです。これらを踏まえ、観光庁のお立場から、インバウンドの動向を勘案すると日本の「雪」またそれを活用したスキーやスノーボードはリピーターが期待できる貴重な観光資源でもあり大いに期待している、スノー業界は決して斜陽産業ではない、このような励ましのお言葉を頂きたいインタビューをさせていただきます。

岩尾専務)

---

観光庁の令和6年度予算や重点施策についてお聞かせください。

中村部長)

---

観光庁の当初予算は一般財源で約100億円ですが、この他に国際観光旅客税を活用した予算が440億円あります。これは各省庁で執行するものも含めた総合計です。この中にはスノー関係の「国際競争力の高いスノーリゾート形成事業」も含まれており、税収の大幅増加が見込めることから、17億5千万円と大幅な増額を確保できました。先日、支援対象地域17箇所を採択したところです。インバウンド受入体制の整備・強化に向け地域で一体的に取り組んでいただくことを期待しています。この他、前年度の補正予算689億円も計上しています。

観光庁としての重点施策は、やはり、昨年3月に閣議決定をした「観光立国推進基本計画」が中心になります。観光の持続可能性、消費拡大、地方誘客を図るということです。インバウンドも、単に数を追うのではなく観光産業の高付加価値化等による消費額の拡大を目指す、また、地方への誘客を進めることにより特定地域への集中によるオーバーツーリズムの抑制と地方の経済循環が図れると考えています。スノーリゾート地域への誘客はまさにこの点に合致しています。

## 岩尾専務)

---

補助金の大幅増額、ありがとうございます。

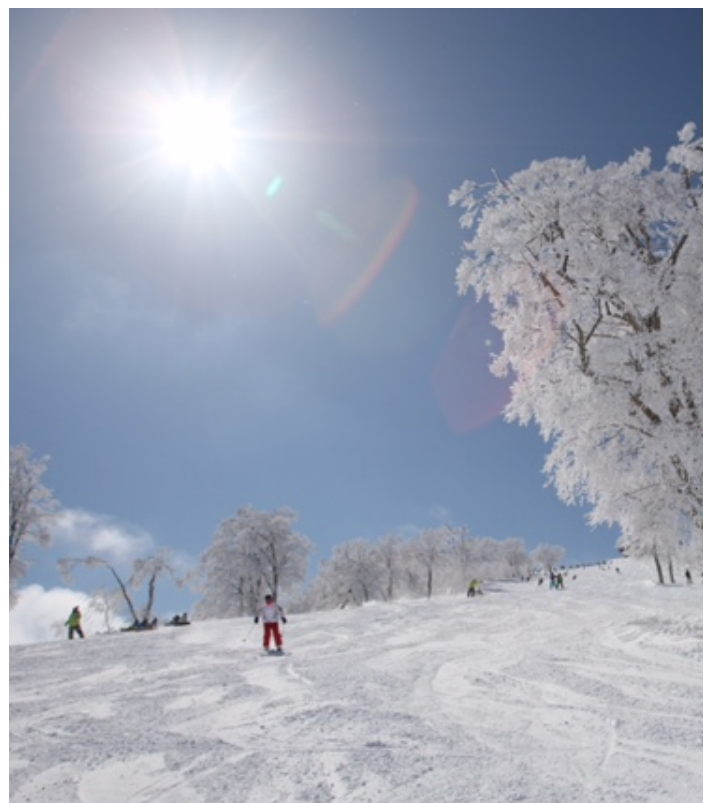
この補助制度は、国際観光旅客税が創設される機会に老朽化が進み諸外国と比較し大幅に見劣りがするリフトやゴンドラの架け替えを進めたいと考え新設していただきました。残念ながら、直後のコロナ禍もあり、リフトやゴンドラの架け替えにはまだあまり活用されていません。これらの架け替えには多額の費用がかかる上に時間もかかります。また、スキー場は冬期には工事ができません。自己資金の課題もありますが予算の単年度主義の制約も大きいようです。ただ、一方では、この補助金は地域の形成計画作りが前提となりますので、ともするとバラバラになりがちな各スキー場や宿泊、飲食、二次交通などの事業者が同じテーブルにつき、インバウンド招致に向けてDMOを作り地域として一体的に取り組む機運ができました。これは素晴らしい成果だと感謝しています。

一般的には補助金はスクラップアンドビルドされるものと承知していますが、ようやくこの補助金も周知され、この制度を前提に設備投資に踏み切ろうという動きも出て来ています。継続、拡充を是非お願いします。

## 中村部長)

---

今年度予算でも、例えば、ゲレンデ内の短いリフトをまとめて長いリフトにかけ替えるなど、滑走ルートの再編又は拡張を伴い利便性等の向上に資するもので高付加価値化が図れるものを補助対象に加えるなど、支援を拡充しています。国の予算は単年度主義ですが、工事を分割するなど工事のやり方を工夫し単年度ごとに予算化するなど、知恵を絞っていただきたいと思います。この制度をより良いものにするためにも、地元の声をお聞かせください。



岩尾専務)

---

ありがとうございます。ところで、最近のインバウンドの状況はいかがでしょう。

中村部長)

---

先日公表された訪日外国人旅行者数の5月の実績は304万100人でした。コロナ前の2019年と比較すると110%の回復です。昨年10月からコロナ前の水準を超え続けています。5月時点で1400万人を超えており過去最高の約3200万人を超えそうな勢いです。

また、訪日外国人消費額も、円安の影響もありますが、3月までで1.8兆円ですから、過去最高の昨年の5.3兆円を更新できそうです。

回復が遅れていた中国からの訪日外国人旅行者数も5月時点でコロナ前の2019年度の7割くらいまで回復しました。

ただ、コロナ前にもまして三大都市圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県の8都道府県）に集中する傾向があり、地方分散が課題となっています。この点からもスノーリゾート地域は地方にありますし、長期滞在につながり消費額も増えたりと、スノーリゾートは地方での長期滞在や消費拡大に向けての有力なコンテンツになっています。コロナ前のデータですが、訪日外国人旅行者全体での平均消費額に対して、スキー・スノーボードを実施している旅行者は1.4倍（2018年）の支出があることがわかっています。



岩尾専務)

---

「雪」を求めて来日するインバウンドには一般的に2つのパターンがあるといわれています。オーストラリアや欧米のスキー上級者とアジアの雪を見るためにやってくる方々です。前者が求めるスキー場はニセコや白馬など限られると思いますが、後者については、雪さえあればどこでもよいともいえると思います。

地域として、また、スキー場として多言語での受入体制ができている事が重要で、ツアーのアイテムの一つとして雪遊びを組み込むということではないでしょうか。

ただ、現在インバウンドの方々が来ていないスキー場ではインバウンド招致をあきらめているところも多いようです。そういうところでも、交通の利便性や温泉など集客ができる施設があるといった地域の特性を活かす、また、地域で一体的な受入体制を作るなど工夫次第ではインバウンド方々を招致できると思います。この場合、すでに招致に成功しているところは独自の海外ルートを持ち情報発信にも努めていますが、これから取り組むところは手探り状態です。個々の地域やスキー場ではなく、日本の「雪」自体を売り込んでゆくことが重要であり、そのためには観光庁や政府観光局の役割が極めて大きいと考えます。

海外からの誘客拡大と、個々の地域での受入体制の整備はまさに同時並行的に進めてこそ効果が発揮できます。ご支援をお願いします。



## 中村部長)

---

インバウンドの方々が求めるものも変わってきています。かつては物見遊山的なものが中心でしたが、だんだん、日本の生活文化や日常生活等の体験、人と人のふれあい、地域の食、このような滞在・体験型への関心が強まってきているように思います。「雪」もその一つです。観光の「質」を高めるためには、雪を見て触れるだけではなく、一步進めて、地域との交流、またスノースポーツ等を体験していただく事が肝要だと思います。これは有名スノーリゾート地域に限られるものではありません。工夫次第で、多くの地域でインバウンドの受入れができると思います。このことが誘客の地域分散にもつながります。

日本の「雪」が認知されるためにも、我々のみならず、それぞれの地域でもSNS発信、動画サイト等いろいろな手段で情報発信に努めてください。

## 岩尾専務)

---

最後になりますが、スノー関係者へのアドバイスなどあればお願いします。

## 中村部長)

---

視点を変えてみる、視点を広げるということが大事で、そのうえで、自分たちの地域特性を把握し、ターゲットを定めるということではないでしょうか。具体的に申しますと、地域の方々にとっては当たり前すぎて価値がないと思われるものが、インバウンドの方々にとっては非常に貴重であることがよくあります。例えば地元の「食」です。山菜や地元の畑でとれた作物を使ったその地域独自の料理を食べることは、外国人旅行者にとっては「得がたい貴重な体験」になり得ます。

また、ある地域を訪れて、スキーやスノーボードを楽しむだけではなく、温泉やその地域の伝統文化・伝統産業にも触れることで地域の魅力も増しますし、旅行者の体験価値も向上し、地域の滞在日数や消費額が伸びることにもつながります。それぞれの地域に隠れた財産はたくさんあると思います。普通の日本の暮らしこそが外国人旅行者にとっては価値あるものに見えるのです。

これらを活かすためには、個々で客を囲い込むのではなく、視点を広げ、皆で一体となり地域への誘客の促進、また、地域文化や地域の生業を知っていただく取組を進めることが大事です。

インバウンドの方々が地域のファンになれば、長期滞在もしていただけますし、広域的な周遊観光や、夏にも来ていただき持続的な交流も深まるでしょう。

ただ、立地条件、雪質等、地域で条件が異なりますから、これらを踏まえたうえで、国内、国外、アジア、欧米等、どこをターゲットにするのか、この見極めが肝要です。大事なのはこれらを総合的に判断する地域経営の視点だと思います。



ありがとうございます。

お答えはいりませんが、この機会に、我々が取組を始めた、国民の休日としての「雪の日」制定運動についてご説明させていただきます。

日本ではまだまだ雪は邪魔者という意識も強いですが、気候変動の影響で「雪」は世界的にますます減少しています。気候変動の実態を国民の皆様知って頂き環境意識を高めてゆくためにも、少雪化の現状、スキー場の厳しい状況を訴えてゆくことは非常に意義があると考えています。

また、雪には保水力がありますので、国土保全に果たしている役割も大きいです。そのためにも「雪の日」を制定し国民的に雪について考えることは大変意義深いと考えております。

本日は貴重なお時間をいただきありがとうございました。

