

## グローバルゼーションと観光産業の振興

権 俸 基\*

### Globalization and Promotion of Tourism Industry

Kwon Bong Ki\*

World economy and the social globalization spread rapidly now. And, of course, the globalization has good influence for the country on most, such as realization of a global common market, based on the freedom of exchange of goods and capital. And also it make possible of spreading of multiculturalism, and better individual access to cultural diversity.

However, at the same time, the wave of economic globalization typically damage to a country, such as poverty, inequality and the erosion of traditional culture which occur as a result of the economic transformations related to globalization. And we experienced the crises in banking and credit in the United States had a global reach, affecting a wide range of financial and economic activities and nations recently.

In this article, I suggest, as the effective policy, to improve the soft power of culture and to develop the traditional culture resources in order to promote tourism industry in a globalization.

#### Key Words (キーワード)

Globalization (グローバルゼーション), Soft power (ソフトパワー), Tourism industry (観光産業), Culture resources (文化資源), International exchange (国際交流)

### 1. はじめに

世界同時不況とともに、実体経済が悪化している。アメリカのサブプライム住宅ローン問題<sup>(注1)</sup>から始まった金融危機は、一瞬にして全世界の金融市場に危機をもたらし、生産・投資・雇用のような実体経済に深刻な影響を及ぼしている。長年、世界経済において進められた自由化とグローバル化は、世界共通のルール作りと資源の効率的利用に大きく貢献してきたと言えるが、一国の経済的危機を共有せざるを得ない弱点を内在している。特に金融危機は、伝統的な産業に比べ、高度の先進化された経済システムにおいて発生したことに注目したい。21世紀に入り、世界経済のグロ

ーバル化は加速される一方で、各地域では地域国家のブロック化が進んでおり、前例のない国家間・地域間の複雑なシステムが混在するようになった。今度のような世界規模の経済危機を乗り越えるためには、国家間・地域間の政策協調が最も重要と認識されている。しかし、国際協力とともに、グローバル化によって急激に変化する世界経済システムと自国の経済構造に柔軟に対応しながら、外部的リスクに対応できる潜在的競争力を確保しておくことも必要不可欠であろう。

本稿では、世界経済のサービス化の進展と、日本の伝統的成長産業の変化を踏まえ、日本独自の潜在的かつ高い競争力を持つ観光産業、特に文化産業の振興に焦点を当て、グローバル化の進展と

---

\* 呉大学大学院社会情報研究科・呉大学社会情報学部 (Graduate School and Faculty of Science, Kure University)

国際競争が激化する中で、近隣地域と共存・共栄できる望ましい協力策を展望したい。

## 2. グローバル化と産業構造の変化

### 2-1 世界経済のサービス化

OECDによる2009年の経済見通しによると、表1のように、2009年の主要先進国経済は下降局面を見せるが、2010年からは回復すると予測されている。世界の多くの国々は、今度の世界的同時不況が金融資本市場における信用収縮によるものと判断し、新大統領を迎えたアメリカの積極的な金融政策の効果に大いに期待しているとも考えられる。また、2009年について、OECD全体としては、マイナス成長を予想し、OECD非加盟国においては、顕著な成長を予測している点が興味深い。今度の金融危機の波及は、世界経済における国家間の高い連動性によるものでもある。すなわち、世界規模での金融資本市場において国家間、とりわけ先進国間の資本市場の連携が緊密になり、世界貿易規模の拡大から得られたグローバルな資金の流れが金融危機を波及させた要因の一つとも考えられる。このような意味で、中国、インドのようなOECD非加盟の新興工業国においては、国内金融システムの「不完全」な自由化（グローバル化）が、外部からのショックを比較的少なくしたと言えよう。

ジェトロ（2008年）の集計によると、世界貿易

は2007年度において、名目輸出ベースで前年比15%増を記録し、5年連続で2桁の増加を見せている。また、実質ベースでの輸出伸び率は、同期間中5.6%にまで鈍化したことはあるものの、実質GDP成長率とともに、堅調な伸び率を維持している（注ii）。また、このような世界貿易規模の拡大の中で、サービス貿易の規模と直接投資額も拡大し、世界のGDPに占める割合も増加している。

（図1）

表2のように、サービス貿易を項目別に見ると、輸送部門が前年比18.3%増の7,421億ドルと、大幅に拡大している。また、旅行部門においても、世界的な原油高による航空燃料の高騰と運賃引き上げ、世界経済の減速といった厳しい環境にも関わらず好調な成長を見せ、前年比14.4%増の8,623億ドルに達している。2007年のサービス貿易は総じて前年よりも伸びが加速したと言えるが、同期間中のドル安により、ドル建てでの貿易額が拡大したことを考慮しなければならない。しかし、旅行部門においては、国連世界観光機構の2007年の世界の旅行者数推計によると、前年比6.6%増の9億300万人になり、増加ベースが前年よりも加速したことから、この部門において堅調な成長が続いていると考えられる。

日本のサービス貿易は、表3のように、輸出・輸入面において決して高い伸び率を見せてい

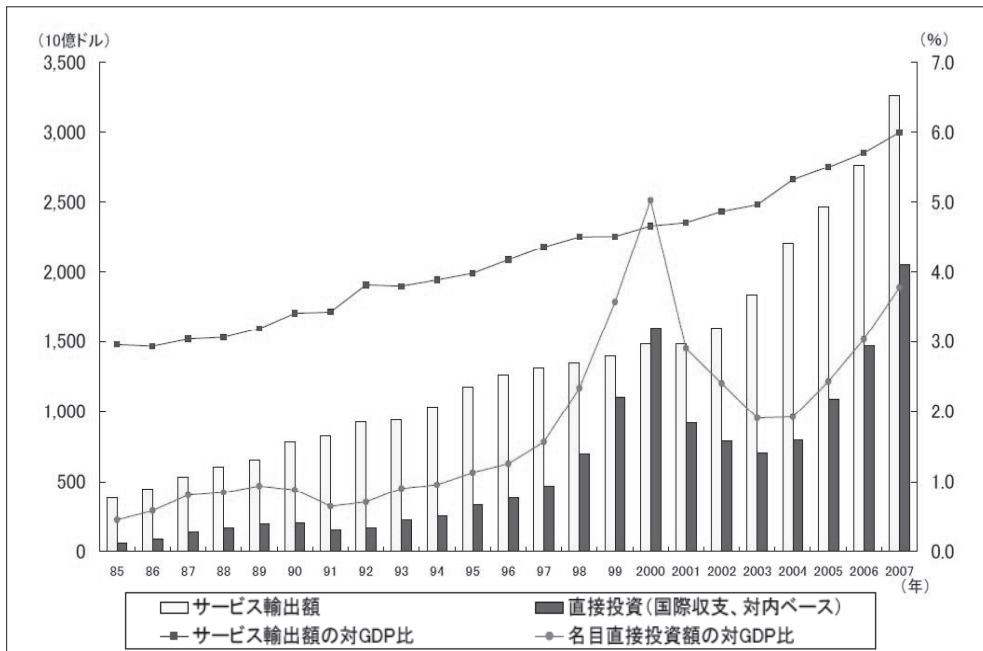
表1 OECD世界経済見通し

（実質 GDP 成長率、%）

	米国	日本	ユーロ圏	英国	OECD 全体	中国	インド	ロシア	ブラジル
2008 年	1.4	0.5	1.0	0.8	1.4	9.5	7.0	6.5	5.3
2009 年	△ 0.9	△ 0.1	△ 0.6	△ 1.1	△ 0.4	8.0	7.3	2.3	3.0
2010 年	1.6	0.6	1.2	0.9	1.5	9.2	8.3	5.6	4.5

（出所）『Economic Outlook No.84』OECD、2008年11月

（注）中国・インド・ロシア・ブラジルはOECD非加盟国



(出所) ジェトロ貿易白書 (2008)

図1 世界のGDPに占めるサービス貿易と直接投資の推移

ない。また、日本の輸出・輸入部門ともに、世界全体の前年度伸び率に比べて、大きな差があり、構成比においても、輸出部門で4.2%（アメリカ13.9%，イギリス8.1%，ドイツ6.1%），輸入部門で9.3%（アメリカ8.8%，イギリス13.1%，ドイツ15.0%）と、サービス貿易において相対的な低い水準の成長傾向を見せていると言える。一方、アジアの地域全体では、輸出19.1%増，輸入17.1%増と、堅調な伸びを見せている。特に、輸出入両部門での中国の30%前後の伸び率は、中国経済における目覚ましいサービス産業への産業構造の変化を表していると理解できる。経済のサービス化は、グローバル化と情報化によって加速され、伝統的産業から第3次産業への構造変化により、一国の交易条件と産業別国際競争力の変化をもたらす意味で、今後の各国の経済を展望する上で注目すべき要因と思われる。

## 2-2 少子高齢化と労働生産性

日本よりも先に少子高齢化社会に突入した諸先進国の事例からもわかるように、少子高齢化とこれに伴う経済停滞は、今後の日本経済においても最重要問題と言える。一人あたりの国民所得を維持し、持続的な経済成長を続けるためには、国内における労働生産性を高めていく必要がある。また、労働生産性を高めるためには限られた人的資源を高付加価値分野に重点的に投入する必要がある。最近、世界的不況による需要減少と供給過剰による景気悪化が深刻化している。例えば、日本の伝統的成長産業であり、経済成長を牽引してきた自動車産業の最大手トヨタは、2008年、年間世界最高の販売実績を記録しながらも、赤字決算予測による大規模の生産ラインの縮小と人員削減を計画している。一方、売り上げ規模においてはトヨタの10分の1の規模でありながらも、従業員一人あたりの売上高においてはトヨタの1億7千4百万円に対し、その5倍強に及ぶ9億8千万円の

表2 世界のサービス貿易（輸出）伸び率の推移

(単位:%,100 万ドル)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007		
								金額	寄与率
世界サービス輸出額	0.2	7.5	14.7	20.6	11.7	12.0	17.8	3,257,300	100.0
輸送	△ 0.9	4.4	13.4	24.6	13.0	8.9	18.3	742,100	23.4
旅行	△ 2.1	4.7	10.1	19.2	7.4	9.3	14.4	862,300	22.1
その他サービス	2.5	11.1	18.3	19.5	13.7	15.0	19.4	1,652,800	54.5

(出所)WTO から作成

表3 国・地域別サービス貿易（2007年）

(単位:100 万ドル,%)

	輸出			輸入		
	金額	伸び率	構成比	金額	伸び率	構成比
世界	3,257,300	17.8	100.0	3,059,100	16.4	100.0
NAFTA	532,971	12.9	16.4	439,872	9.3	14.4
欧州	1,662,000	18.6	51.0	1,433,800	17.4	46.9
アジア	745,000	19.1	22.9	777,600	17.1	25.4
日本	135,587	10.6	4.2	157,405	9.3	5.1
中国	126,688	38.6	3.9	128,914	28.5	4.2
インド	86,366	15.1	2.7	78,080	23.8	2.6
ASEAN	147,200	17.3	4.5	184,000	15.9	6.0
中南米	90,600	16.3	2.8	96,500	18.4	3.2
CIS	64,200	25.1	2.0	89,600	28.9	2.9
中東	78,600	15.4	2.4	124,500	16.8	4.1
アフリカ	83,900	21.4	2.6	97,200	19.3	3.2

(出所)WTO から作成

実績をあげた任天堂は、円高による減益を考慮しても、過去最高の営業益を見込んでいるという。企業の商品や生産、市場が異なるため、単純比較はできないが、付加価値生産性における大きな格差は注目すべきである。

労働生産性の国際比較において、日本の生産性は先進7ヵ国の中で最下位を記録し、OECD30ヵ国の中で20位、製造業においてはOECD26ヵ国の中で12位と発表された<sup>(注Ⅲ)</sup>。また、2006年の日本の製造業部門での生産性は、12位と、2005年の

8位よりも4つ順位を下げている。そしてアメリカの製造業の労働生産性に対しても、1対0.82の低い水準である。特に、日本のサービス業における実質労働生産性指数については、1991年から2006年まで、年率平均0.3%の伸びとなっており、これは、同期間中の製造業の年率平均3.2%の伸びに比べ、顕著に低い伸び率を示している点に注目すべきである。

また、日本の今後の持続的経済成長のためには、現在の日本社会が抱えている少子高齢化や労働力不足問題への対策が急がれている。政府の推計によると、日本の総人口は、今後、長期の人口減少過程に入り、2025年に人口1億2千万人を下回った後も、減少を続け、2046年には1億人を割って9,938万人、2055年には、8,993万人になるといわれている<sup>(注iv)</sup>。

現在まで、日本の経済成長の原動力の役割を果たしてきた製造業等における熟練労働者の役割と、高度な技術による高い生産性の維持が、今後の重要課題である。特に、高度な技術を持ち、生産に従事できる労働力の確保は、日本経済の持続的成長のために欠かすことの出来ない条件でもある。

また、日本の経済成長を牽引してきた「団塊の世代」が65歳になる2012年の高齢者人口は、3,000万人を超え、2018年には3,500万人、2042年には3,863万人のピークを迎えると推定されている。従って、今後日本社会は2.5人に1人が高齢者で、4人に1人の割合で、後期高齢者が占める状況となる<sup>(注v)</sup>。特に、後期高齢者人口は、今後増加を続け、2017年には前期高齢者人口を上回る見込みである。以上のように、少子化が続いている日本国内から新たな労働力の増加は期待できない状況でもある。近年、外国人労働者の受け入れを巡る様々な研究や賛否の議論が生じていることも、このような国内の労働状況の変化によるものと考えられる。2009年には、フィリピンからEPAに基づく労働者の受け入れが行われる。これは、日本とフィリピン両国間の経済関係協定に基づくものとして、2008年に実施された

インドネシアからの外国人労働者の受け入れに続く2ヵ国目の事例となる。2008年7月に発効した「日・インドネシア経済関係協定」に基づき、同年8月には、インドネシア人看護師・介護福祉士の候補者208人（看護104人・介護104人）が受け入れられ、日本国内での研修を受けている。2009年のフィリピンからの看護・介護分野の労働者受け入れも、インドネシアのケースとほぼ同じ枠組みとなっているが、異なった点としては、就労コースに加え、修学コースが設けられていることである。

前例のような近隣地域からの労働者の受け入れは、日本において急速に進んでいる少子高齢化の深刻さを示しており、これは、需要と供給の両面において国内雇用市場のアンバランスがきわめて深刻であることからである。特に、今後の急激な労働人口の減少による生産の低下を止めるために「単純労働者」の受け入れと、看護・介護等の国民生活に不可欠な分野における労働力の確保と受け入れの促進が急がれている。このように、経済グローバル化時代において、外国からの労働力の受け入れは、グローバル化による外部からの圧力ではなく、国内経済の環境変化と社会的変化による内省的要因によって生じた問題であることを確認しておく必要がある。従って、外国人労働者受け入れを巡る議論においては、従来の国境を越えた人の移動の問題や、国際的競争力の問題を超えて、日本国内の産業や社会の持続的成長と国民生活向上のための労働力不足解消の一つの政策として、より積極的かつ戦略的な取り組みが必要である。すでに先進諸国においては、企業のみならず自国の経済成長と国民生活向上に必要な人材の獲得において激しい競争を繰り広げている。もはや、高度な技術・知識を有する外国人労働者の受け入れは国家レベルでの最重要戦略として認識されている。

外部からの労働力受け入れによる成長戦略の他に、国内での産業構造の変化に対応する労働参加率の調整も国内労働状況の改善における重要な一つの課題である。例えば、主要先進国における女



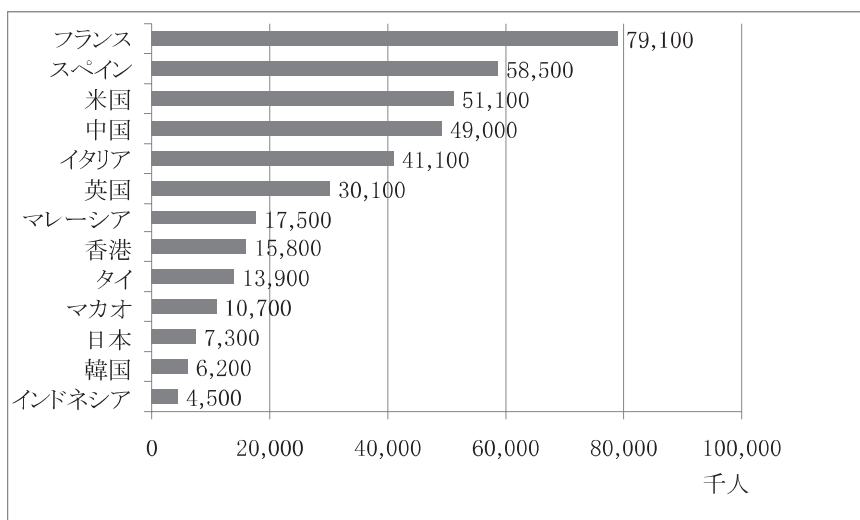
性の労働力率から見ると、日本の25歳～35歳における女性の労働力率が、主要先進国の同年齢層に比べて特に低い。このことは、長らく女性の社会参画が推進されてきたものの、日本においてこの年代の多くの女性が家庭内の仕事から社会的活動や就労にシフト出来ていない現状を示している。従って、女性が意欲的に就労できる環境作りや高齢者や障害者への就労機会の拡大等が、持続的経済成長の重要なカギとなり、このような分野において、労働力が、より効率的に投入できる産業構造への転換が必要である。

前述の日本の労働生産性において、特にサービス業での労働生産性指数の推移を考慮すると、先進諸国の産業構造において、各国とも製造業からサービス業へのシフトが進んでいると考えられる。そして、各国ともにサービス業における生産性の向上に戦略的な重点を置くと考えられ、日本もサービス産業振興の推進と環境整備が急がれている。

### 3. 観光産業とソフトパワー

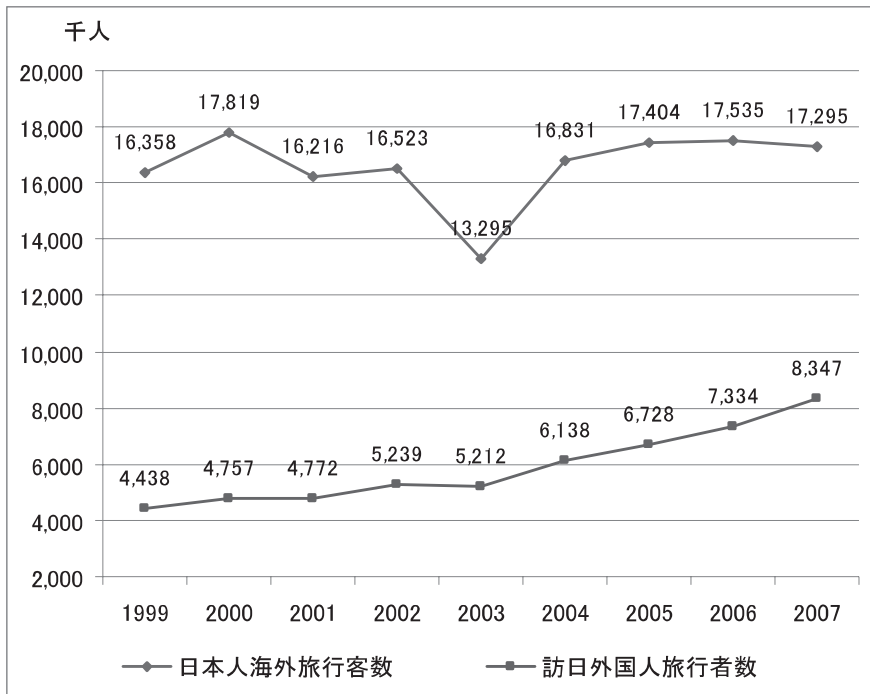
#### 3-1 日本の観光産業と観光資源

2008年10月1日、観光庁は国土交通省の外局として設置された。観光庁は、観光立国実現のために、①訪日外国人旅行者数1,000万人、②日本人の海外旅行者数2,000万人、③観光旅行消費額30兆円、④日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数4泊、⑤我が国における国際会議の開催件数5割増—との5つの項目を掲げている。また、「観光立国推進基本計画」では、具体的に目標数値を掲げていることがその特徴である。そして、2007年に施行された「観光立国推進基本計画」の「観光立国推進基本法」に基づいた観光庁の創設には、政府を挙げて、民間部門を取り込んだ組織体制の整備の必要性が求められている。このような日本政府の観光政策の新たな展開と体制強化は、近年の世界観光産業における日本の状況から、日本国内の国際観光産業の体質改善と振興が大きな課題になっていることによる。図2でのように、外国人訪問者数において、日本は世界30位（約733万人、2006年実績）となっている。また、これはアジア諸国・地域の中でも中国、マレーシア、香港、タイ、マカオ、シンガポールよりも下回る水準である。（図2）



（出所）日本政府観光局（JNTO）資料より作成

図2 世界各国・地域への外国人訪問者数（2006年 上位40位からの一部）



(出所) 観光白書

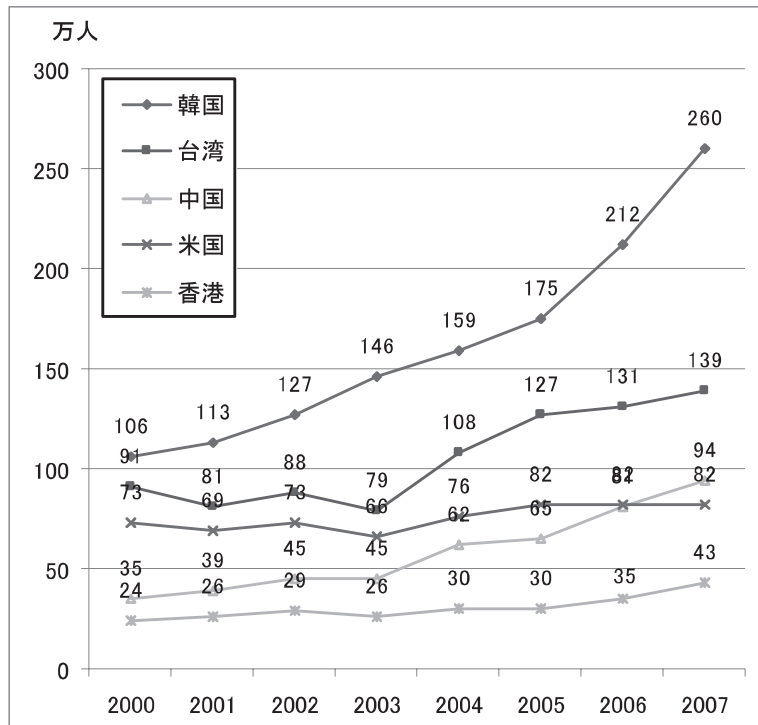
図3 海外旅行客数の推移

また、フランスやスペイン等の観光先進国との訪問者数比較においても、日本への外国人訪問者数は絶対的に少ない水準であることがわかる。そして特徴的なのは、近年、アジアにおいて中国への観光者数の増加が著しく、2004年にイタリアを抜いて、4位に浮上して以降、世界1位になることが業界から予測されている。サービス産業の基幹産業として成長を続けている観光産業は、すでに21世紀最大の産業と言われるほど、注目されている。しかし、図3での日本の海外旅行客数と日本への訪問者数実績からわかるように、従来の体制と対応でこのような大きなインバランスを改善することは大変厳しいことが明確である。

世界的な観光産業の振興の中で日本の厳しい状況、すなわち2007年実績で日本人の海外旅行客数（アウトバウンド）は1,729万人で、日本への外国人旅行者数（インバウンド）は834万人と、その差が約2倍である状況をどのように改善していくのが重要課題となっている。観光産業におけるイ

ンバランスは、日本の観光収支の大きな赤字となり、また、GDPと観光収入との関係からも欧米先進国と比べて、日本は非常に低い水準であることが類推できる。もちろん、日本政府においてもすでに、訪日観光交流倍増計画（ウェルカムプラン21）の提言がなされ、外国人旅行者誘致のための様々な施策が展開されており、2003年4月から始まった「ビジット・ジャパン・キャンペーン」では、2010年に訪日外国人旅行者数を1,000万人にするという目標を掲げ、日本の観光魅力の海外発信と魅力的な旅行商品の提案が行われている。以上のような政策の推進等により、2003年以降、訪日外国人旅行者数は、図3のように、順調な増加を見せているとも言えよう。

しかし、このような最近の顕著な訪日外国人旅行者数の増加が、観光振興政策の結果としてのみ理解することは難しい。なぜならば、日本への旅行者数の国別推移を見ると（図4）、訪問旅行者数の増加の大部分が近隣諸国からの旅行者であ



(出所) 観光白書 (2008) より作成

図4 訪日旅行者数の国別推移

り、同期間中、アジア近隣諸国での急速な経済成長に伴う観光需要の増加によるものも多いと考えられるからである。すなわち、日本国内の観光産業の振興や観光資源の開発による魅力が向上しただけではなく、純粋に、外部的要因による増加の部分も無視できないと言える。

特に注目すべき点は、図4のように、2007年の訪日旅行者数において、アジア近隣諸国・地域（韓国・台湾・中国・香港）からの旅行者数が全体の半数以上を占めている点である。増加率において中国は大きくはないものの、その人口の規模から、今後の持続的経済成長と富裕層の拡大、訪日制限の緩和等の付随的な要因によって、将来最大の訪日旅行者数に達することは明らかである。以下では、観光産業の振興と文化資源の開発の成果をどのようにして、外部からの日本に対する観光需要に結びつけることが出来るのかについて考えてみたい。

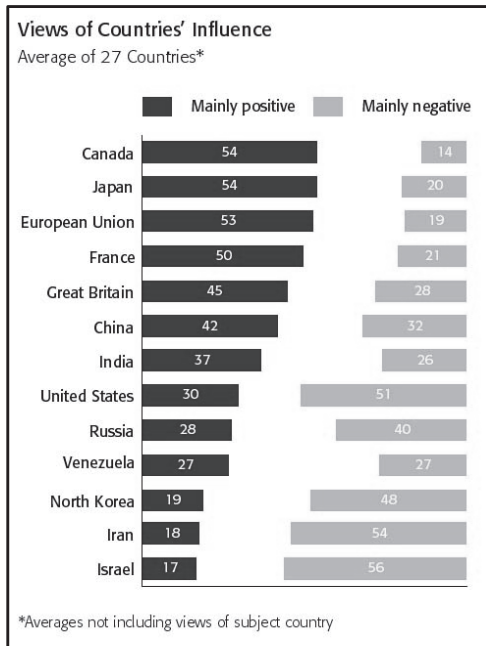
### 3-2 情報発信とソフトパワー

訪日旅行者は、日本の観光に対して何らかの魅力を持ち来日する。従って、外国人の潜在的需要を引き起こせる日本の独特な観光資源を開発することが何よりも重要である。しかし、すでに持っている資源の魅力やイメージを対象者へ効率的に伝えることも重要である。ここでは日本の持っている潜在的魅力、すなわち最も強い観光資源としての、一国の「ソフトパワー」を考えてみたい。

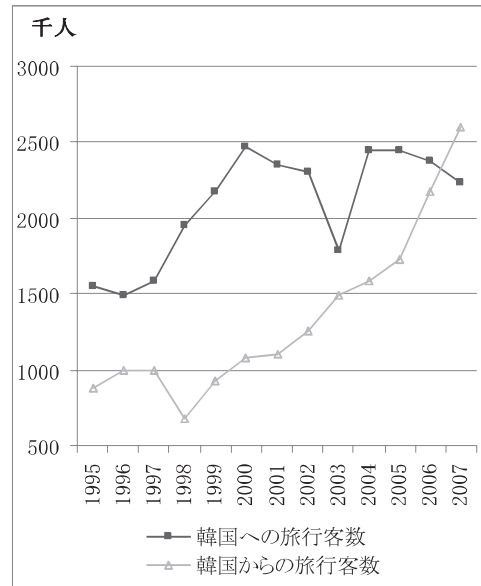
ソフトパワーは<sup>(注vi)</sup>、一国の経済的規模、すなわち国内総生産や軍事力の大きさ（ハードパワー）に対して、文化やイメージ、価値観の持つ影響力として考えられる。日本には日本の潜在的に強力なソフトパワーがあり、いかにこのソフトパワーを向上させ、諸外国に効率的に伝達するかを考えてみる。

2008年英国BBC放送の国際世論調査を見ると（図5）、世界に良い影響を与えている国として、



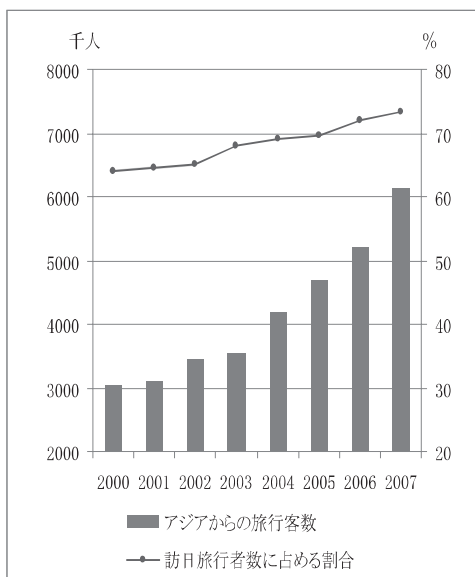


(出所) RCC放送の国際世論調査結果 (2008) より作成  
図5 世界に良い影響を与えている国



(出所) 観光白書 (各年度) より

図7 韓国への旅行客数と韓国からの旅行客数の推移



(出所) 観光白書 (各年度) より

図6 アジアからの旅行客数の推移

日本とドイツがそれぞれ56%として第1位の結果となっている。日本は、2007年度に続き、2年連続の1位を記録した。

調査結果の詳細から特徴的なものは、世界34カ国の中で国別の結果において、日本に対して「良い影響」との評価が最も高かったのはケニアの78%で、以下イスラエル (75%)、インドネシア (74%)、米国、英国、フィリピン、オーストラリア (70%) と続き、中国、韓国を除く32カ国において、「良い影響」が「悪い影響」を上回った。この調査結果より、日本が世界から高い好感を得ていることは明らかである。そして、日本に対して否定的な評価<sup>(注vii)</sup> (良い影響<悪い影響) をしたのは、中国と韓国の2カ国のみであることに注目したい。歴史的な事情により、評価における対日感情が表れた結果であると考えられる。しかし、図4をはじめ、図6、図7を見る限り、このような結論も実際の一国に対する観光需要には直接的に大きな影響を及ぼしてないことがわかる。

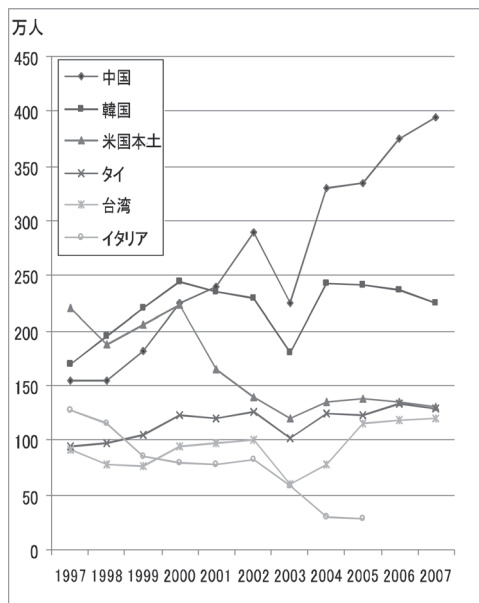
#### 4. 国際交流と情報発信

##### 4-1 韓流・日流の影響

図7を見る限り、韓国から日本への旅行者数は韓国国内の旅行自由化以来、急増の傾向を見せている。経済途上国から先進国入りした韓国にとって、日本は経済大国としての象徴的存在でもあったが、近年の日本への旅行者数の増加は、もっと幅広い背景を持つ様々な要因からによるものと考えられる。韓国における2004年の第4次日本文化開放以後、各分野の日本の文化商品が大量に韓国に流入したが、終戦後の韓国で、日本文化に接し、本格的に日本理解の出発点になったとも言われているものが漫画である。漫画は日本文化や日本社会全般にわたる要素が凝縮されている一つの文化コンテンツとして考えられている。特に韓国の戦後世代において、日本の漫画は韓国の若者を中心として幅広い日本文化の紹介役を果たしたと言える。そして、その過程で形成された日本の文化や社会、生活全般にわたる韓国人の好奇心は、経済的水準の向上と出入国上の制度的緩和に伴

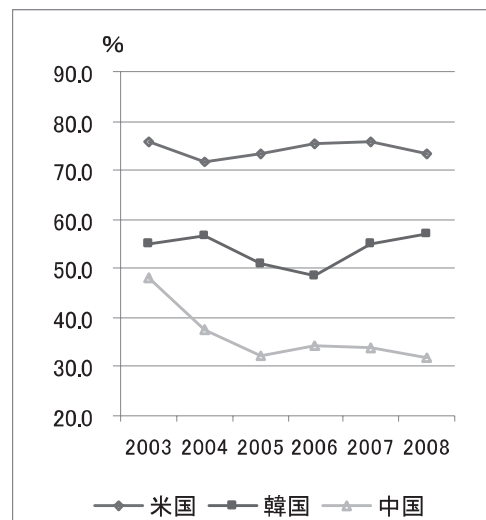
い、日本への積極的な観光行動に繋がっていると考えられる。

日本において韓国への旅行者数増加は「韓流」の肯定的効果としてとらえる場合が多い。しかし、図7と図8からわかるように、日本人の観光パターンは、韓流に「大きく」影響されているとは決して言えない。韓国は2000年以降、韓国ドラマ等によって日本でクローズアップされ、日本から韓国への旅行者が増加したのは事実だが、中国への観光客の急増と比較すると、その増加率は大きいとは言えない。日本人の場合、様々な文化に対する好奇心や教育水準の高さから、アジアにおいて歴史的遺産の集大成とも言える中国への旅行者の増加が顕著であると言える。又、文化関連の交流の例として、韓国との交流において、歴史的にたいへん深い交流である「朝鮮通信師の受け入れ」を上げることが出来る。そして、考えてみると、日本における韓流の元祖としてよく朝鮮通信師が挙げられる理由がここにあるのかもしれない。文化や歴史に対するこのような日本人の思考は、「日本人の好きな国ランキング<sup>(注viii)</sup>」でのイ



(出所) 観光白書

図8 日本人の海外旅行先



(出所) 内閣府世論調査 (2008年12月) より作成

図9 米中韓の諸国に対して親しみを感ずる人の割合の推移

タリアが2位、韓国12位、中国18位を示している結果と、図8、図9での結果との比較からも伺える。イタリアの場合、物理的な距離と経済的な要因にも大きく左右されたと思われるが、中国はこのような点で、最も日本人に観光しやすい国として認識されたのであろう。

#### 4-2 文化発信とソフトパワー

最近経済的に急成長を続け、政治的、経済的に強国の立場となった中国が、全世界へ中国的価値と思想を発信している。中国政府が各国の大学等と提携し、中国文化や中国語などの教育のために設立している「孔子学院」が注目されている。中国は2004年、中国文化の海外普及を掲げ、孔子学院設立計画を打ち出した。そして、「孔子学院」は現在、100カ国以上、200箇所以上で設立されており、中国政府は2010年まで500箇所以上の設立計画を進めている。このような自国独自の文化の他国への一方的な伝播は、例えばオーストラリアでは、大きな反発意見を引き起こしているが、その計画の実行力と積極性は高く評価できる。

先進諸国において、自国の文化や言語を外国に伝播し、自国に対する理解を高め、好意的な相互関係を図ることは一般的である。フランスにおけるアリアンセ・フランセーズや、イギリスのブリティッシュ・カウンシル、ドイツのゲーテ・インスティテュート、アメリカのアメリカンセンター等がその代表的な例である。フランスの場合、1883年から始め、現在は世界130カ国、1,000箇所以上のセンターでフランス語を教えている。イギリスの場合も220カ所、ドイツの場合も140カ所を超えている。韓国も同様の趣旨で、韓国の文字であるハングルを世界に広めるために、2007年からハングル学校である「世宗（セジョン）学堂」を政府レベルで設立し、2016年までに100カ所以上の設立を目標としている。世界各国が自国文化を外国に伝播し、自国言語の普及を通じて自国に対する理解と好感度を向上させる文化発信戦略に力を入れていると言える。日本の場合も、国際的な海外文化機関の充実という目的で、国際交流基金

(japan foudation) を設立し、世界全地域において総合的な国際文化交流事業を実施している。しかし、その拠点の数において、現在（2008年）のところ、海外19カ国21カ所にすぎず、他の先進諸国との大きな格差が否めない。今後、日本も日本語学習拠点を100カ所まで増やすとの計画もあるが、より積極的で充実した投資が伴われるべきである。以上のようなことから、グローバル化の中で、一国が自国のソフトパワーを最大化するためには、自国の歴史的なソフトパワーが持つ威力に頼らざるを得ないことがわかる。日本のソフトパワーを向上させるためには、人的交流において、現在日本で議論されている留学生受け入れ数の大幅な増員等も必要であるが、日本の文化や歴史等、総合的な日本のイメージに魅力を感じている外国の国民に対し、日本のソフトパワーを認識させる異文化理解の推進が最も効果的な方法であろう。従来の文化交流や学術交流に取り組みながら、文化の発信に、より重点を置くべきである。

#### 4-3 人的交流の経済効果

観光資源の開発と文化発信等によって引き起こされた国内観光への成果について考えてみたい。観光産業の特徴としては、国内資源の有効な活用を通じて経済的利益が得られるメリットがある。尚、そのような利益は、国が持つ魅力（ソフトパワー）によって外国からの観光客が増えることや、文化商品の輸出が増加することから生じる。図11から、外国人訪問者は、概ね東京や大阪を中心とする地域、大都市（名古屋・福岡）に集中していることがわかる。そして、韓国や中国、香港、台湾からの旅行者が最も訪れたい場所と挙げている北海道への旅行者数の規模が大きなことが特徴的である。図10では、日本の象徴的観光地である富士山を抱えている山梨県と、温泉で韓国人観光客にもよく知られている大分県が大都市と並んで高いレベルを見せている。図13は、日本と韓国の地方自治体間に結ばれた姉妹都市協定の件数を表しているが、図10～図12までとは異なる傾向を見せている点が興味深い。そして、図10との比

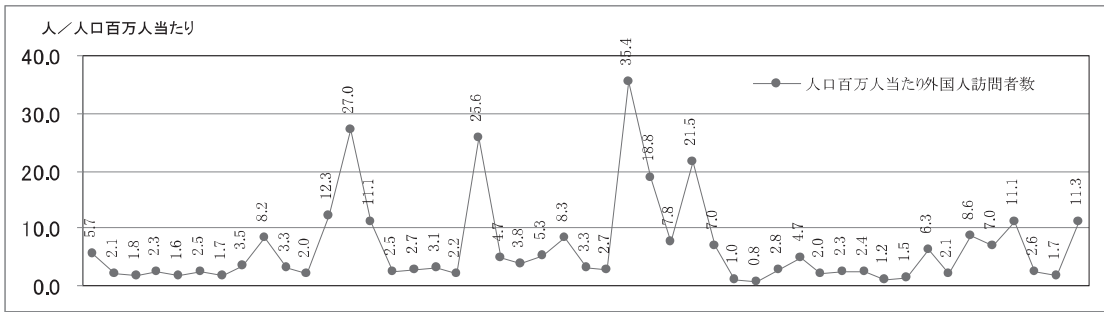


図10 都道府県別外国人訪問者数（人口100万人あたり外国人訪問者数）（2004年）（出所）国土交通省

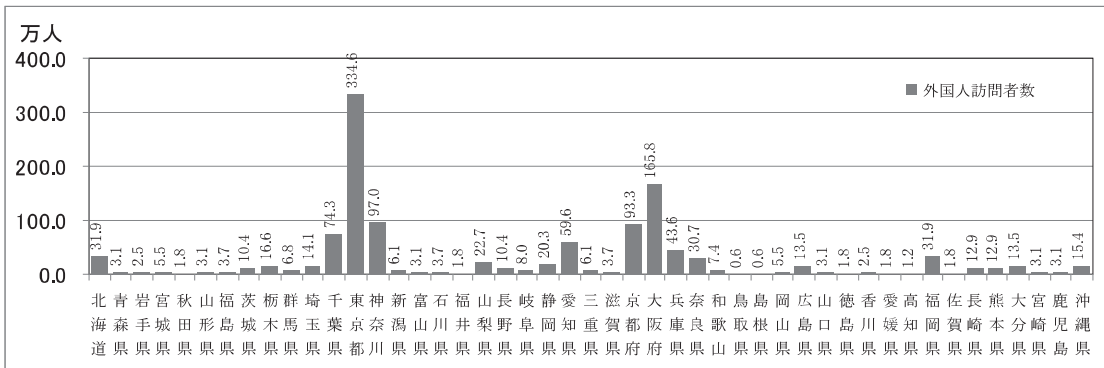


図11 都道府県別外国人訪問者数（推計）（2004年）（出所）国土交通省

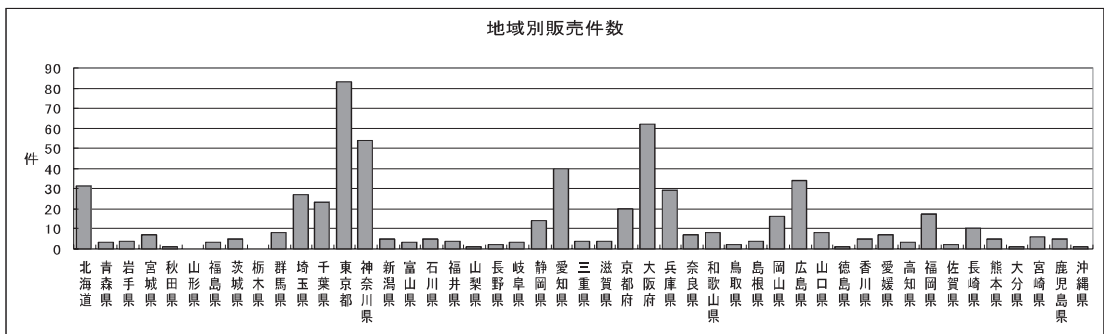


図12 都道府県別韓国商品購買件数（2007、2008）

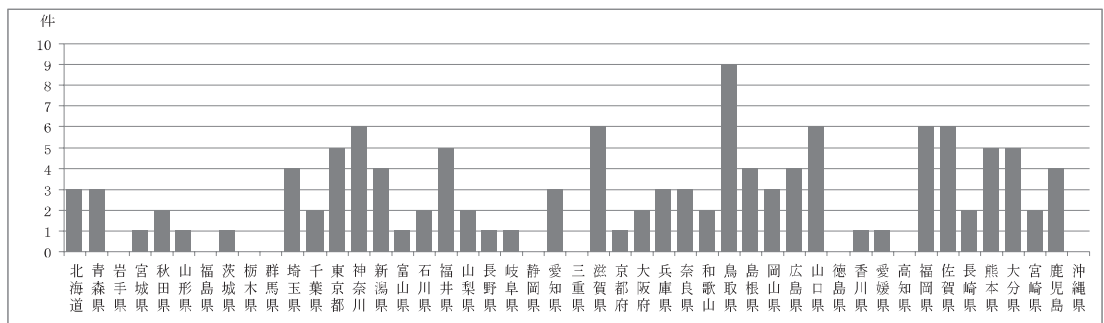


図13 都道府県別日本・韓国姉妹都市協定締結件数（2008年）（出所）CLAIR資料より作成

較から、姉妹都市提携等による人的交流が直接地域の観光産業へ大きな影響を及ぼしているわけではないことが言える。すなわち、個人の観光行動においても、個人が対象国について持っているイメージや観光規模内容が優先されると言える。しかし、人的交流を含む地域の国際化と国際理解が相手国に対する好感度を向上させ、潜在的な国家の魅力につながることは確かである故に、人的交流の従来の国際交流も地道に続ける必要がある。次に図12では、相手国におけるイメージや好感度によって、購買行動に影響されるかについて考えてみたい。図12は、2年間にわたり、韓国文化関連商品をインターネット上で公開し、販売を行った結果を地域ごとにまとめたものである。販売サイトの紹介やマーケティングは行わず、需要側の検索により成立した件数である。結果から、図10や図11のように、人口上の理由で、大都市の実績が高い結果となっているが、北海道の韓国商品に対する認知度は高い結果を見せており、岩手、静岡、鹿児島などの韓国からの訪問客が比較的少ない地位からのアクセスが多いことから、韓国に関する関心や商品に対する需要は人的

交流や外国人訪問客数とはまた異なる経路で形成されているとも考えられる。

日本の観光産業の成長において、アジア地域からの観光客の嗜好は、重要な要因である。近年のアジア地域からの旅行者数の増加は日本が持っている魅力と旅行者側の好奇心が一致しているからである。表4でのように、今後数年は訪日外国人観光客に占めるアジア地域観光客の割合が続けて増加すると考えられる。したがって、日本からの文化的価値の発信も、まずはアジア地域へ向けて発信すべきであろう。グローバル化による国際化も重要な課題ではあるが、アジア地域国家の文化を理解した上で、相手国に対する日本のソフトパワーを強化できるコンテンツの開発に努めるべきである。そのためには、日本におけるアジア的価値をまず再認識し、重点的に開発・発信することが、より効果的と思われる。

## 5. まとめ

2008年日本の自民党において、外国人材交流推進関連の提言案が発表された。日本の移民政策に

表4 主要国・地域からの訪日外国人旅行者数

	実績	予測値	
	2005 年 (順位)	2010 年	2013 年
韓国	175 (1)	206	236 (1)
台湾	127 (2)	143	166 (2)
米国	82 (3)	99	115 (4)
中国	65 (4)	100	129 (3)
香港	30 (5)	41	47 (5)
英国	22 (6)	25	28 (7)
豪州	21 (7)	28	33 (6)
上位7ヵ国・地域計	522	641	754
インバウンド全体	673	844	1,007

(出所) 株式会社総合研究所「レポート2007」Vol. 114



関するもので、少子高齢化の進展と人口減少社会における国力の伸張のため、移民の大幅な受け入れの必要性を提言したものであるという<sup>(注ix)</sup>。また、それには日本の総人口の10%に上る、約1千万人を移民で占める「多民族共生国家」を今後50年間で目指すとの内容が含まれている。このような提案については、1千万人規模の移民が現在の永住資格者（約87万人）の12倍にも上ることから、その規模や影響を巡って様々な議論を呼んでいる。日本の人口減少による労働力不足を物理的に解決できるこのような政策の検討も必要だが、それよりも現状を踏まえて、国内産業構造の急激な変化に対応し、より柔軟に現有労働力をより効率的に活用できる産業構造への転換が必要である。そして、日本の持っている潜在的な観光資源を最大化させ、より効率よく世界の需要者へ魅力的情報を届ける発信システムを具体的に実施すべきである。2007年、前述した内容を含む、総合的な日本の文化の創造と発信を含む野心的な戦略が登場した。それは、安倍政権の中心的政策の柱の一つとしてまとめられた「アジア・ゲートウェイ戦略構想」である。しかし、アジア地域内の相互理解と協調を踏まえたこの戦略は、現在中止の状態である<sup>(注x)</sup>。世界のグローバル化に流されず、アジアにおける日本のソフトパワーを高めるための一つの大きな試みであった故に、大変残念な結果であると思う。本稿での近隣アジア国の日本に対するイメージと観光行動との比較からわかるように、日本の伝統文化や日本語をはじめ、ポップカルチャーからサブカルチャーに至るまでの様々な分野において、日本の文化的魅力が発信され、日本のソフトパワーが向上することによって、日本の独自な魅力（観光資源）が高まる限り、観光産業の発展は望ましい方向に向かうであろう。

## 注

i サブプライムローン（subprime loan）とは、アメリカの金融危機が比較的信用力の低い人に貸し出

す住宅ローンのこと。通常のローンと比べて審査基準はゆるいが、高い金利が特徴。

ii ジェトロ貿易投資白書（2008）p7

iii 「労働生産性の国際比較」社会経済生産性本部（2008年版）

iv 高齢化社会白書（平成20年版）内閣府

v 高齢期を2期に区分する場合、65歳以上75歳未満を前期高齢者、75歳以上を後期高齢者とする。

vi ハーバード大学のジョセフ・S・ナイ教授が提唱したもので、1990年に初めて使用した。軍事力や経済力のようなハードパワーに対する概念として、その国の文化や政治的価値・外交政策の魅力が持つ良い影響力の概念。

vii 韓国の評価（良い影響を与えている44%＜悪い影響を与えている54%）

viii 中国の評価（良い影響を与えている16%＜悪い影響を与えている71%）

ix NHK放送文化研究所調査（2007年）

x 読売新聞2008年6月8日

x 2008年12月の参議院において、藤末議員によるアジア・ゲートウェイ構想の推進に関する質問に対し、政府からは、一部のプログラムは推進しているが、同戦略会議は2007年9月にすでに廃止したとの答弁があった。

## 参考文献及び資料

1. 権俸基（2006）「日韓における自治体間国際交流の現状とその特徴」。尹光鳳・権俸基・李東碩・羅星仁編著『草の根の日韓21世紀共同体』。溪水社。
2. 経済産業省編「通商白書」（各年版）
3. 厚生労働省編「労働経済白書」（各年版）
4. 国土交通省編「観光白書」（各年版）
5. ジェトロ編『ジェトロ貿易投資白書』日本貿易振興機構（ジェトロ）（各年版）。
6. 独立行政法人労働政策研究・研修機構編「国際労働比較」（2006年版）労働政策研修機構
7. アジア・ゲートウェイ構想（アジア・ゲートウェイ戦略会議資料）



- (<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/asia/kousou.pdf>)
8. 外務省 (<http://www.mofa.go.jp>) 報告書, (2005)
9. 独立行政法人国際観光振興機構 (JNTO) 統計資料 (各年度)  
([http://www.jinto.go.jp/jpn/tourism\\_data/data\\_info\\_listing.html](http://www.jinto.go.jp/jpn/tourism_data/data_info_listing.html))
10. 独立行政法人労働政策研究・研修機構, 海外労働情報  
([http://www.jil.go.jp/foreign/jihou/2006\\_10/china\\_01.htm](http://www.jil.go.jp/foreign/jihou/2006_10/china_01.htm))
11. 日本貿易振興機構 (JETRO) 貿易・投資・国際収支統計 (各年度)  
(<http://www.jetro.go.jp/jpn/stats>)
12. BBC放送の国際世論調査結果 (2008)  
([http://www.globescan.com/news\\_archives/bbcncntryview/bbcncntryview.pdf](http://www.globescan.com/news_archives/bbcncntryview/bbcncntryview.pdf))