

Australian Tourism and Government Policy

—limitation and potentiality—

Masao Yamanaka

Otemon Gakuin University

Abstract

Tourism is a significant and vital industry to Australia. The Australian Tourism Industry earns \$ 41.0 billion, which comprises 3.6% of Australian GDP, and employs 0.5 million persons. The export contribution of the industry is \$25 billion, which is just over 10% of the whole Australian exports, ranked at top item of service exports of Australia. These facts imply the importance of the tourism industry in Australian economy.

Tourism contains three areas : inbound, outbound and domestic. This paper mainly deals with inbound tourism. International arrivals to Australia in 2008 were 5,585,700. The year of Sydney Olympic 2000 Australia had 4,981,300 visitors from overseas, which implies 13.3% rise for this period 2000-08. For the same period international visitors worldwide increased from 682 million to 920 million ; 35.3% rise during 2000 and 2008. This means explicit decline of Australian share of global tourism.

The Federal Government realized the necessity of establishing national long-term tourism strategy in order to activate and promote the Australian tourism industry. The government organized a special committee to deliver a long-term vision for the tourism industry to maximize the benefits of tourism to the Australian economy. The Committee Report (The Jackson Report, June 2009) made ten recommendations covering various issues, such as research, people, investment, leadership. In December 2009 the Government announced National Long-Term Tourism Strategy which outlines the policy framework the government will deliver to help the industry. This paper analyzes outlines of Australian tourism and government strategic policy, and refers to limitation and potentiality of Australian tourism.

オーストラリアのツーリズムと産業政策

——限界性と可能性——

山中 雅 夫

追手門学院大学

1. はじめに

オーストラリアのツーリズム産業は、およそ410億ドルの規模でオーストラリア GDP の3.6%を占め、50万の直接雇用を産み出している。さらに約250億ドルに達する輸出貢献はオーストラリアの総輸出額の10%強に当たり、オーストラリアのサービス輸出のトップを占め、オーストラリア経済にとって重要な役割を担っている。

世界のツーリズム産業は、急速なグローバル化の進展ならびに、多くの新興国の台頭の影響を受け、顕著な成長をとげている。世界全体の海外旅行者数は、2000年の6億8200万から2008年には9億2000万を記録し、その間に35.3%の伸びを達成したのに対し、同期間のオーストラリアへの海外からの旅行者数は、498万から558万で、その伸びは13.3%であった。この数字は、世界ツーリズムにおけるオーストラリアのシェア低下を如実に物語っている。

オーストラリア政府は、この事態を重く受け止め、国際競争力の向上を目指した長期的なツーリズム戦略を発表して、打開策を講じつつある。本稿では、オーストラリア・ツーリズムの現状と政府の産業政策について概略を分析し、オーストラリア・ツーリズムの限界性と可能性について若干の私見を述べたい。

なお、本稿でのツーリズムの定義は国連世界ツーリズム機構 UNWTO (United Nations World Tourism Organization) で採用している定義に従う。すなわち、「ツーリズムは、一年を超えない期間にわたって余暇、ビジネス、その他の目的で、通常的生活環境を離れた所へ旅行し滞在する人々の活動より成る。」(“Tourism comprises the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes.”) また、本稿でのドル表示は断りのない限り豪ドルを意味する。

2. 世界ツーリズムとオーストラリア

(1) 世界ツーリズム

UNWTO による世界ツーリズムのデータから、2000～2009 の 10 年間の推移を見ると（表 1）、観光客の数で 1.3 倍の 9 億人、その経済効果は 2.0 倍の 1 兆米ドル近く（9460 億米ドル）に達している。その間の世界の GDP はおよそ 32 兆米ドルから 61 兆米ドル（2008 年）の 1.9 倍であり（総務省統計局統計データ第 3 章国民経済計算）、ツーリズムは世界経

表 1 世界ツーリズム 2000-2009

	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
渡航者数 (百万人)	682	682	702	691	762	802	847	901	920	880
増減比 (%)	4.6	0.0	2.9	-1.6	10.3	5.2	5.6	6.4	2.1	-4.3
収入 (10 億米ドル)	475	470	488	535	635	680	745	858	946	n/a
増減比 (%)	6.0	-2.5	3.8	9.6	18.7	7.1	9.6	15.2	10.3	n/a

(引用) UNWTO, *World Tourism Barometer*, January 2010 その他.

表 2 世界ツーリズムの地域別旅行先

地域	2008 年(百万人)	2009 年(百万人)	前年比 (%)	2009 年のシェア
北欧	57.0	52.6	-7.7	6.0
西欧	152.4	145.8	-4.3	16.6
中央・東欧	99.7	91.6	-8.2	10.4
南欧	178.0	169.6	-4.7	19.3
欧州全体	487.1	459.7	-5.6	52.2
北東アジア	101.0	97.6	-3.3	11.1
南東アジア	61.7	62.0	0.4	7.0
オセアニア	11.1	10.9	-1.8	1.2
南アジア	10.3	10.0	-2.8	1.1
アジア・太平洋全体	184.1	180.5	-1.9	20.5
北アメリカ	97.8	91.9	-6.0	10.4
カリブ	20.2	19.7	-2.4	2.2
中央アメリカ	8.3	7.8	-5.7	0.9
南アメリカ	20.8	20.1	-3.3	2.3
アメリカ全体	147.1	139.6	-5.1	15.9
北アフリカ	17.2	17.7	2.9	2.0
サブサハラアフリカ	28.6	30.4	6.4	3.5
アフリカ全体	45.7	48.0	5.1	5.5
中東	55.6	52.5	-5.6	6.0
世界全体	920	880	-4.3	100.0

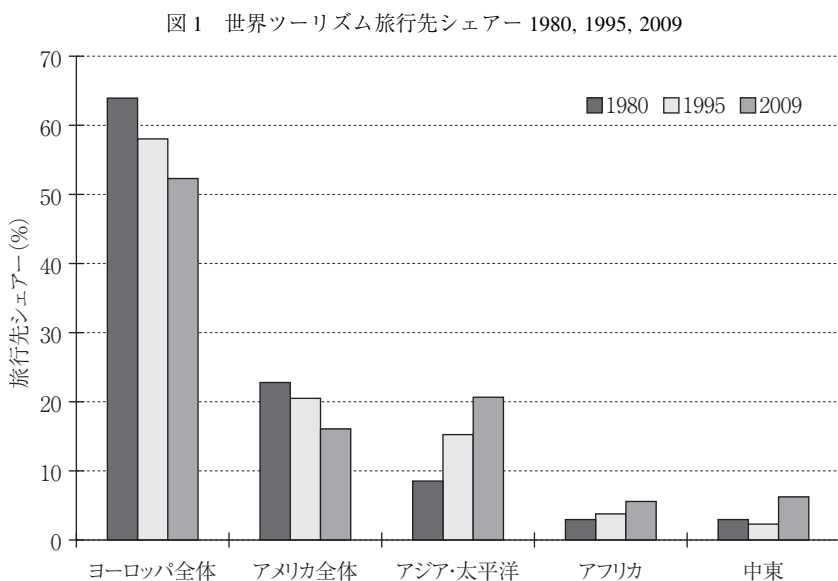
(引用) UNWTO, *World Tourism Barometer*, January 2010

済の成長に呼応する形で同程度の成長を遂げていることになる。

(2) 旅行先

世界ツーリズムの地域別旅行先を見ると、ヨーロッパへの旅行者が圧倒的に多く、およそ52%の4億6000万人に達し、オセアニアには1.2%の約1100万人が訪れている(表2)。

世界のツーリズムにおける地域別シェアの長期傾向をみると、欧米の減少に対し、アジア太平洋と中東の増大が顕著である。世界での経済的勢力の変化を象徴する一部面と言えよう(図1)。



(引用) Australian Government, *Tourism Industry: Facts & Figures*, May 2010, p7.

(3) オーストラリアのシェア

オーストラリアへの旅行者数はABS (Australian Bureau of Statistics)によると、2007年の564万人をピークに2009年では558万人となっている。その旅行者がオーストラリア国内で消費する金額(総国内消費)(TIEV: Total Inbound Economic Value)は2009年247億ドルであった。(表3)。

世界のツーリズムにおけるオーストラリアのシェアは、既述したように1990年代後半からシドニーオリンピックの2000年をピークに漸減傾向にある(図2)。

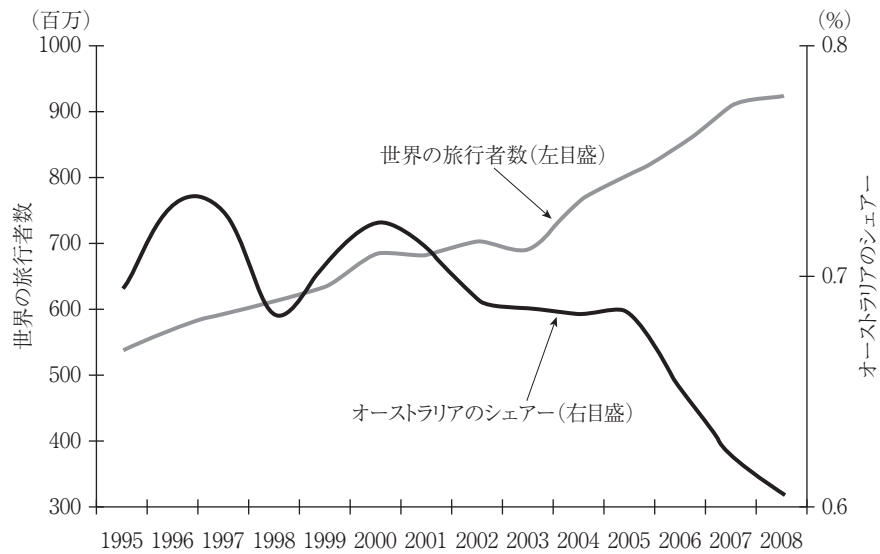
世界ツーリズムにおける近年のオーストラリアのシェア低下の現象は、GDP、雇用問題、外貨獲得、地域活性化などの観点から、同国経済にとって大きな痛手であり、連邦ならびに各州政府にとって、ツーリズムの振興は喫緊の重要政策課題となっている。

表3 オーストラリアへの旅行者数と総国内消費 2000-2009

	訪豪者数	増加率 (%)	総国内消費 (\$b)	増加率 (%)	一人当たり消費額 (\$)	増加率 (%)
2000年	4,931,300	10.6	17.7	20.1	3,598	8.6
2001年	4,855,800	-1.5	18.7	5.4	3,850	7.0
2002年	4,841,200	-0.3	19.2	2.5	3,959	2.8
2003年	4,745,800	-2.0	18.4	-3.9	3,883	-1.9
2004年	5,215,000	9.9	19.4	5.2	3,719	-4.2
2005年	5,499,100	5.4	19.5	0.4	3,539	-4.8
2006年	5,532,400	0.6	21.5	10.7	3,893	10.0
2007年	5,644,000	2.0	22.6	5.1	4,009	3.0
2008年	5,585,700	-1.0	24.5	8.1	4,381	9.3
2009年	5,584,000	0.0	24.7	0.8	4,415	0.8

(引用) Tourism Research Australia, *International Visitors in Australia*, December quarter 2009 and others, ABS, 3401.0, *Overseas Arrivals and Departures*, Oct 2010.

図2 オーストラリアのマーケット・シェア 1995 to 2008



(引用) Australian Government, *The Jackson Report*, June 2009, p 12.

3. オーストラリア・ツーリズム

(1) 主要マーケット

本稿でのオーストラリア・ツーリズムの分析の対象は海外からの旅行者ツーリズム (inbound tourism) に主眼をおいている。ツーリズム自体には, inbound, outbound, domestic の三領域があるが, ここではインバウンド・ツーリズムの今日の特徴をいくつか見ておくこと

にする。

まず、主要マーケット 12 カ国・地域の訪豪者数とその経済貢献度（総国内消費）を示したものが（表 4）である。

表 4 主要マーケット 12 カ国・地域の経済貢献度と訪豪者数 2009

国	総国内消費			訪豪者数		一人当たり平均消費額	
	(\$b)	増加率(%)	シェア(%)	(’000)	増減率(%)	(\$)	増減比(%)
イギリス	3.2	-6.2	13.1	664	-1.2	4,883	-5.0
中国	2.8	28.5	11.2	366	2.8	7,514	25.1
ニュージーランド	2.0	-7.6	8.2	1,110	-0.3	1,828	-7.3
アメリカ	2.0	-1.5	8.1	480	5.6	4,162	-6.7
日本	1.2	-16.4	5.0	355	-22.3	3,436	7.6
韓国	1.1	-4.8	4.5	181	-17.1	6,116	14.8
シンガポール	1.0	2.5	4.0	285	5.4	3,447	-2.8
マレーシア	1.0	14.4	4.0	212	23.6	4,610	-7.4
ドイツ	0.9	-5.1	3.6	162	0.6	5,461	-5.6
インド	0.8	12.5	3.4	125	7.6	6,631	4.6
カナダ	0.7	-3.3	2.8	123	-1.0	5,506	-2.4
香港	0.7	-1.5	2.6	157	9.1	4,159	-9.7

（引用） Australian Government, *Tourism Industry, Facts and Figures*, May 2010, p.18-19

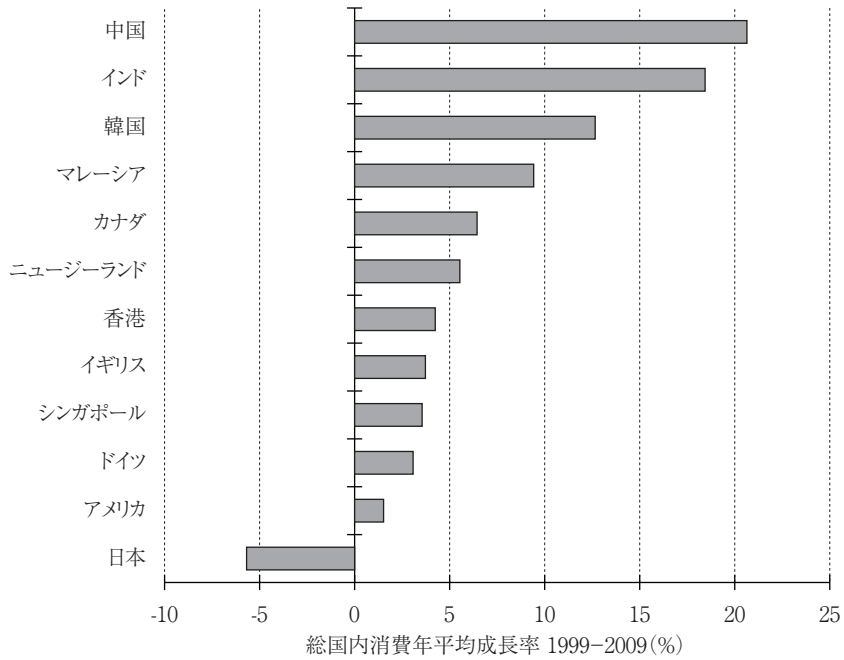
英国が最大の経済貢献国であるが、注目すべきはトップ 12 の中にアジアの国・地域が 7 カ国含まれていることである。同地域の経済成長の勢いが反映されており、オーストラリアのツーリズム政策展開の上で重要な視点を提供している。所得水準の高まりを背景に、同地域からのレジャー・ツーリズム、教育ツーリズム、ビジネス・ツーリズムの成長、地政学的有利さなど諸要因が考えられる。オーストラリア・ツーリズムはかつての NZ、英米、日本の先進経済圏依存から、文字通りグローバルな視点での取り組みが不可欠となっている。とくに経済成長著しいアジア諸国からの来豪者は、所得水準の向上、人口規模、地理的距離、教育熱の高さなどによって、一段と高まるであろう。

（2）国別総国内消費年平均成長率

表 4 はオーストラリアへの旅行者マーケットとその国・地域の経済貢献度を示しているが、ツーリストの数では、NZ 111 万人、英国 66 万 4000 人、アメリカ 48 万人、中国 36 万 6000 人、日本 35 万 5000 人となり、各国の一人当たり消費高では、中国の \$7514 が際立った高さを示している。インドの一人当たり消費高（\$6631）の高さも注目に値する。韓国も三番目の高さ \$6116 である。

オーストラリアへの旅行者の総国内消費の年平均伸び率の高さは、中国、インド、韓国、マレーシアとアジア諸国が続く（図 3）。これはオーストラリア・ツーリズムのマーケティング活動の重要ポイントとして見逃すことが出来ない。この中であって日本のマイナス成長

図3 総国内消費の年平均成長率 1999-2009 (%)



(引用) Australian Government, *Tourism Industry: Facts and Figures*, May 2010, p.20

は興味深いが、日本の景気、人々の関心、高齢化などその原因分析は種々考えられるが、オーストラリア・ツーリズムの国際競争力の限界的な問題が包含されている可能性がある。この点については後述したい。

(3) オーストラリアへの旅行目的

オーストラリアへの旅行目的は、ホリデーと友人・親族への訪問で全体の71.2%を占め、移民社会の特徴が表れている(表5)。

表5 旅行目的別訪豪者数 2009

	訪豪者数	増加率 (%)	シェア (%)
休暇	2,596,000	-2.2	46.5
友人・親族訪問	1,378,800	12.8	24.7
ビジネス	580,500	-11.3	10.4
会議	145,200	-22.9	2.6
就労	174,300	-3.7	3.1
教育	353,900	12.1	6.3
その他	354,700	-4.0	6.4
総計	5,584,000	0.0	100.0

(引用) Australian Government, *Tourism Industry: Facts and Figures*, May 2010, p.22.

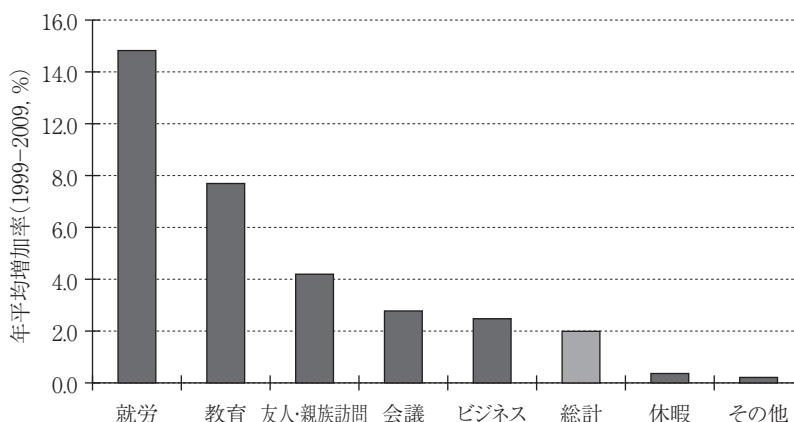
ツーリズム (inbound tourism) を目的別に大別すると、一般的には、

- * レジャー・ツーリズム
- * 親族・友人訪問
- * ビジネス・ツーリズム (就労, 会議を含む)
- * 教育・ツーリズム
- * その他 (医療ツーリズムなど)

などに分類されよう。オーストラリアのような移民社会では、親族・友人訪問が大きなシェアを占める。

詳細な分類の下で目的別の長期傾向を見ると、オーストラリア・ツーリズムの近年の特徴が浮かび上がってくる。就労目的での来豪者が高い伸びを続けているが、好調な経済運営と低コストの雇用形態の追求努力の結果と思われる。教育目的でのオーストラリア訪問の成長率が際立った高さを示しているのに対し、ホリデー目的が1%にも満たない水準で停滞していることが注目に値する (図4)。

図4 訪豪者の目的別年平均増加率 1999-2009

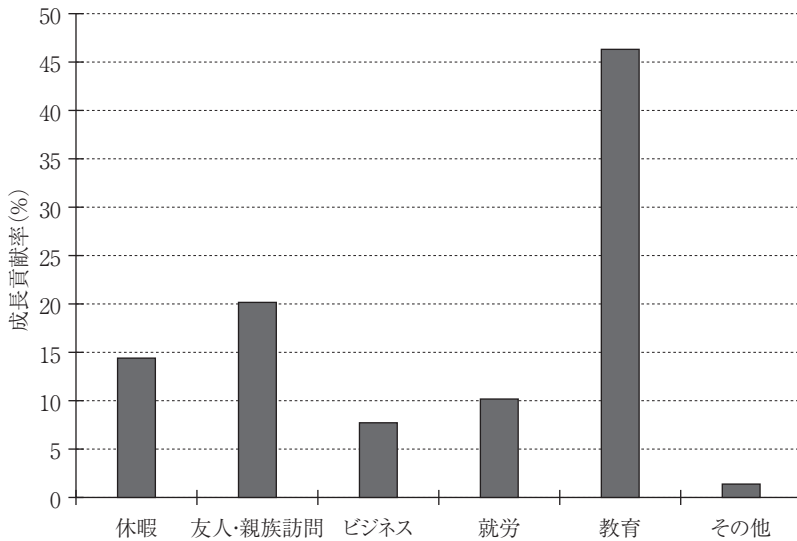


(引用) Australian Government, *Tourism Industry: Facts and Figures*, May 2010, p.23.

(4) 教育ツーリズムの経済的貢献の高さ

2000年以來、海外からオーストラリアへの旅行者の総国内消費の成長部分の45%強は教育目的での来豪者によってもたらされている。次に友人・親族目的が経済貢献増大の20%を占めている。教育目的の経済貢献の圧倒的な高さはオーストラリアのインバウンド・ツーリズムの特徴を示すとともに、将来の可能性に重大な示唆を提供している。

図 5 総国内消費成長への旅行目的別貢献度 (%) 2000-2008



(引用) Australian Government, *The Jackson Report*, June 2009, p.19.

4. ジャクソン・レポート

(1) ジャクソン委員会

2008年7月、オーストラリア政府はオーストラリア経済へのツーリズム産業の最大貢献を引き出すため、長期ビジョン策定委員会を設置した。マーガレット・ジャクソン Margaret Jackson (Flexi Group 会長, カンタス航空前会長) を委員長に産官のツーリズム主要関連機関を代表するメンバーよりなる委員会は、オーストラリア全土のツーリズム関連産業・関連諸機関からの事情聴取、関係機関の調査データの渉猟・確認、独自調査などを行った。2009年6月、同委員会は RET(資源, エネルギー, ツーリズム省: Department of Resources, Energy and Tourism) 大臣マーチン・ファーガソンへ報告書を提出した。いわゆるジャクソン・レポートである。

オーストラリアのツーリズム産業は、GDP に対し 400 億ドル強の貢献を行い、およそ 50 万の直接雇用を産み出し、オーストラリア経済にとってきわめて重要な役割を担っている。しかし世界のツーリズム市場が著しい変化と成長を遂げているにもかかわらず、オーストラリアはその変化を認識出来ていないし、いわんや利用することなどほど遠い状態であり、その結果世界ツーリズムにおけるオーストラリアのシェアは、1995-2008 の間およそ 15% の下落を経験していると、同委員会は指摘している

同レポートによれば、1981-2000 の間、海外からのオーストラリアへの旅行者は年率 9.1% の上昇をしていたが、オリンピック・ブーム後は、世界の年率 3.9% に対し、オーストラ

リアは年率 1.6% 上昇にとどまり、なかでもアジア太平洋地域の年率 7.0% の上昇と比べると、相対的重要性の低下が顕著である。また、教育ツーリズム、ビジネス・ツーリズムの伸びに対し、レジャー・ツーリズムの比重が低下している。オーストラリアへ旅行者を送り込んでいる国々の構成は大きく変化しており、中国、インドの比重が増すと同時に、旅行目的にも変化が現れている。将来の旅行者予想として 60 歳以上の年齢層が比重を増し、旅行に関する情報収集、アドバイス、予約などインターネットへの依存が著しく高まることが予想される。

ジャクソン・レポートによれば、オーストラリアは海外からの旅行先として強いブランド力を保持しているとし、国際的な競争優位の諸点、たとえば、先住民文化、自然景観、洗練された都市生活、多民族社会、友好的な国民性などの特徴を生かし、焦点を絞った旅行プランの開発の必要性を指摘している。

(2) 勧告

これらの現状認識をふまえて、同委員会は競争力のある持続可能なオーストラリア・ツーリズムの将来を構築するための 10 項目の勧告を行った。その内容は概略以下のようなものである。

①調査

国の調査機関として、ツーリズムの産業開発の視点に立った国家的な権能を与えられた調査機関を設立し、既存の需要サイドの観点による調査機関、STCRC (Sustainable Tourism Co-operative Research Centre) とか、Tourism Research Australia (RET 所管のツーリズム調査機関) を補完させる。

②デジタル情報サービス

ツーリズムにかかわるデジタル情報サービスの質の向上と中小企業による情報サービスの普及支援

③人事政策

ツーリズム産業界の人材採用・人材開発・技能教育に関する連邦、州レベルでの支援体制の整備

④評価制度

ツーリズムの経済効果、環境への影響、社会的インパクト、当該ツーリズム商品の品質などの評価

⑤投資

集客力が高いと見込まれるツーリズム・プログラムへの総合的投資の促進

⑥ツーリズム政策の高い位置づけ

政府のツーリズム政策取り扱いにおけるより高い位置づけ

⑦国際競争力の再構築

長期的なツーリズム開発戦略によるオーストラリアの国際競争力の再構築

⑧首相のリーダーシップ

産業界と政府間の連携推進における首相のリーダーシップ

⑨産業団体の積極性

産業界と政府間の連携推進における業界団体の積極的関与

⑩Tourism Australia*の再編

本報告の提言内容の実現を可能にさせる Tourism Australia の再編

*Tourism Australia はツーリズム大臣（RET 大臣）の管轄下にある独立行政法人で 2004 年設立。レジャー・ツーリズムとビジネス・ツーリズムの旅行先としてのオーストラリアへの国際旅行者のマーケティング活動を主たる目的としている。本部はシドニー、海外拠点はオークランド、ロンドン、フランクフルト、ロサンゼルス、トロント、東京、ソウル、香港、上海、シンガポール、クアラルンプール、ムンバイの 12 カ所。

5. 政府の長期ツーリズム戦略

(1) RET と TMC

連邦と各州ならびに NZ のツーリズム担当大臣による協議会 TMC（Tourism Ministers' Council, 1959 設立）は、オーストラリア・ツーリズムの基本政策策定に際し重要な役割を果たしているが、その協議を経て RET 大臣マーチン・ファーガソン Martin Ferguson は、おむねジャクソン・レポートの勧告にそったオーストラリアのツーリズム国家戦略を発表した。同戦略は 2009 年 6 月のジャクソン・レポートを受け、連邦、州、産業界の密なる連携の下でオーストラリアのツーリズム産業の経済的潜在力を最大限に生かすべく、長期的な国家基本戦略を策定したものである。

(2) 長期的国家ツーリズム戦略

RET のツーリズム大臣ファーガソンが 2009 年 12 月に発表した長期的国家ツーリズム戦略は以下の 9 項目にまとめられている。

① 長期的成長路線

*消費者需要の刺激と雇用の確保

オーストラリア・ツーリズムが他の国々と競争しうるには、マーケティング活動が欠かせない。連邦機関である Tourism Australia は各州政府のツーリズム当局と共同で、オーストラリアへの旅行者誘致に 2009 年におよそ 5 億ドルを投下した。海外の主要地域として、中国、NZ、イギリス、アメリカならびにインドでのキャンペーン展開を重要視している。国

内ツーリズムについては、Tourism Australia は、“No Leave, No Life” キャンペーンを実施している。

*新たなアクションとして、産業界との連携強化と、オンライン・サービスの徹底を図るため Tourism Australia の役割の強化と拡大を行い、ネット社会への対応と活用を重視する。

② リーダーシップ

*戦略的統合的リーダーシップ

ツーリズムは、大規模な多国籍企業から個人経営の事業体にいたるまで、非常に多様な産業によって支えられている。総合的な政策の実効性を高めるためには、需要サイド、供給サイド両面にわたって効果的な統括組織の確立が必要である。連邦のツーリズム大臣（RET 大臣）は連邦政策を統括しているが、そのツーリズム大臣の下に、TMC が配置され相互連携調整作業が行われており、この点はジャクソン・レポートでも支持されている。TMC は、実質的には計画立案、インフラ開発、雇用と技能開発、環境マネジメント、先住民族との共存共栄など、多くの課題に取り組まざるを得ない。TMC は特定課題ごとの作業グループを設置することになる。ジャクソン・レポートは、RET 省のツーリズム部局、ならびにその管轄下にある機関の政策の効果性、効率性に対し定期的な評価あるいは監査が必要であるとしている。これに対し政府は、ツーリズム産業利害関係者によって構成されている助言組織 NTAAC（National Tourism and Aviation Advisory Committee）の役割を強化することによって、その提言に答えようとしている。

*新たなアクションとして政府は、TMC を活性化させ、各州、準州と産業界の積極的な参加を実現しツーリズムの国家的優先課題の実現を促す。政府部門間の会合を定期的に行き、戦略プラン実現の障害を明らかにし、それを克服する作業を定期的に行う、としている。

さらに政府は、NTAAC を拡大・強化して、ツーリズム担当大臣と、インフラ・運輸・地域開発担当大臣の共同議長で運営させ、協議の結果は TMC へ報告し、少なくとも年 2 回以上開催し、NTAAC には Tourism Australia とツーリズム関連輸送機関の実務担当者を出席させるとしている。

③ 研究開発

市場開拓、労働市場の動向、産業の経營業績など現状を理解するために調査研究は必須である。さらに気候変動、消費者の消費嗜好の変化、人口動態などの予想を調査する努力も欠かせない。その調査結果の内容とデータは、出来る限り多くの利害関係者（ツーリズム産業界、関係政府機関など）に知らせ、情報共有されることが肝要である。これはジャクソン・レポートの強調しているところでもある。

Tourism Research Australia（RET 管轄の調査機関）はすでに RET に再統合されているが、投資問題とか旅行プラン開発をもカバーさせることになろう。Tourism Australia は引き続き海外におけるマーケティング活動の中心機関として機能するが、その際にオンライン・サー

ビスの高度化とオーストラリアの先住民関連の旅行プランの充実を図らせることになる。助言機能を担っている NTAAC には、新たに ABS のような関係機関を加えることになる。

* これらの方針を実現するための具体的アクションとしてつぎの三項目が挙げられている。

1. 研究開発課題の整理統合と質の向上, 研究開発体制の再編と, 調査研究結果の利害関係者への周知徹底
2. ツーリズム産業の年次報告書の発行
3. Tourism Australia をツーリズム問題の情報共有活動の担い手とする。

④ 投資促進と規制緩和

ジャクソン・レポートが指摘しているように、ツーリズム産業への投資拡大が、同産業における長期的な成長、革新、利潤性を増大させるであろう。ところが、投資に関する重層的な政府規制が煩雑で時間のかかる手続きを余儀なくさせており、再投資の障害となっている。従って、その規制緩和が必要である。

オーストラリアが、通商、ビジネス出張、国際会議、教育、投資の対象国として認識を高めるためには、オーストラリア・ツーリズム産業の実態を世界の人々に知ってもらう必要がある。Tourism Australia は Austrade (The Australian Trade Commission: 連邦政府の貿易・投資促進機関) のような政府機関や各州や業界の関係機関と連携し、オーストラリアが単に旅行先としてだけではなく、生活し働き留学し投資する場所として、オーストラリアのブランドを高めることが重要である。

* 新たなアクションとして TMC は、ツーリズムへの投資規制緩和に取り組むため、政府、産業界その他関係諸機関よりなる作業チームを設置する。

⑤ 労働と技能

ツーリズムは労働集約的産業であり、雇用吸収力が高く、高学歴者の比重が最も少ない産業の一つである。現場の従業員の多くは、不定期のパートタイマーで、非熟練労働者である。ジャクソン・レポートは、新規採用とか雇用延長の際に、技能訓練プログラムへの参加を条件にするように、雇用環境整備の必要性を指摘している。

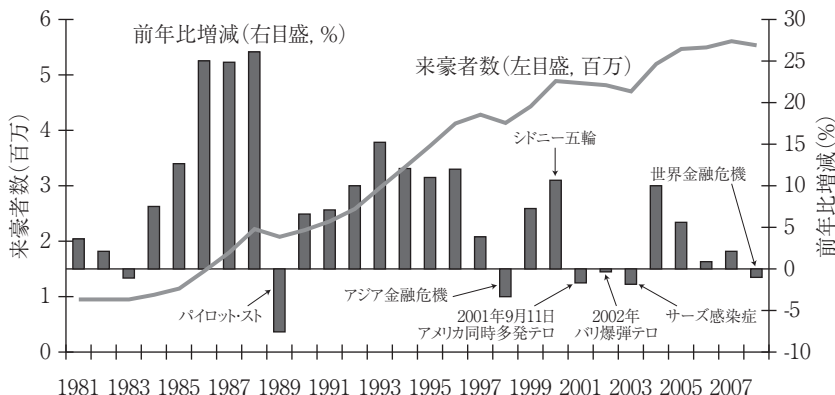
労働条件その他労働環境を良くし、現場の労働の質、サービスの質を高めるためには、産業の利潤性を獲得し高めることが極めて重要である。人々がツーリズム産業に職を得、技能訓練を積みながら、専門性を高め、キャリアを積み、経済的、社会的に評価を高めて行ける産業にすることが肝要である。

* 具体的アクションとして TMC は SSA (Service Skills Australia: 高等教育・技能・職種・職場関係大臣への助言機関) と連携してツーリズムの現場労働力開発戦略の実行に取り組むこととする。

⑥ 変化への対応

図 6 に示されているように、外的な政治的、経済的、社会的事件は人々のツーリズム行動

図6 オーストラリアへの旅行者 1981-2008



(引用) Australian Government, *The Jackson Report*, June 2009, p.11

に大きな影響を及ぼす。2010年末から2011年にかけてのサイクロンによるクイーンズランド大洪水など気候変動による影響などもこれに加わる。

外的な社会事変は、制御不能としても、オーストラリア国内の自然環境保護や保全は、短期的・長期的にも重要な課題であり、環境保護国オーストラリアのブランド・イメージを高める必要がある。TMCを通じて、気候変動の影響についてツーリズム産業界の認識を高め、低炭素社会の未来に備える。

⑦ 高い品質のツーリズム

旅行先の選択について消費者は、多くの選択肢の多くの情報量を下に、費用対効果を考え購買決定を行っている。国際競争の下で、顧客を獲得するためには、質の高い、革新的なツーリズム商品を、心温まる接客サービスで提供することがオーストラリアのツーリズム産業の業績向上にとって不可欠である。連邦政府を始め、産業界、各州政府は、全国ツーリズム評価体系(National Tourism Accreditation Framework)の開発に当たってきた。政府は具体的アクションとして、ツーリズム評価の認証機関としてTQC(Tourism Quality Council)を設立し、全国のツーリズム関連事業の評価を実施させる。

⑧ 国際競争力アップ

自然、文化、先住民遺産・遺跡の価値は、消費者が純粹、真正のツーリズム経験を求めてくるにつれ、より重要性を増している。2008年には、海外からの旅行者の70%、国内旅行者の27%の人が文化遺跡を訪れている。世界的には37%の旅行者が遺跡や文化遺産を訪ね、年15%の成長率を達成している。

そこで、全国自然景観プログラムの一層の推進を支え、旅行対象地開発を産業界とより密なる連携で促進させることが重要である。現在の先住民ツーリズム・プランを毎年評価し、全国先住民ツーリズム・プラン総覧をAustralia.comを通じて公表する。

⑨ 戦略の評価

ツーリズム戦略はその策定自身が目的ではなく、オーストラリアのツーリズム産業の将来の基礎作りの第一歩であるにすぎない。TMC は戦略の内容が目論み通りに実現されているか否か、定期的にチェックしなければならない。さらに、戦略的課題の推進の度合いは、ツーリズム産業の市場開拓の実績評価によって検証される必要がある。

RET と Tourism Australia は、利害者集団と共同して、ツーリズム産業白書を出版し TMC へ報告し、関係諸機関（政府、産業界、その他）に配布する。さらに、RDAB（Research and Development Advisory Board：RET 管轄下のツーリズム高度調査機関）は、RET の指導の下、ツーリズム産業の生きた評価基準（旅行者数、消費金額、満足度指数など）に取り組む。

政府は中長期のツーリズム戦略として、以上 9 項目にわたって基本方針をまとめその具体的実施に取り組んでいる。

6. 作業プラン

政府の管轄の下で TMC は、以上の国家戦略の具体的実施のための作業グループを設置し、それぞれ半年から一年に作業期限を設定し、短期集中的な実施計画の作成を求めた。

詳細は参考文献（Australian Government, RET, *Work Plan*, December 2009）で確認をして頂きたいが、ここでは作業グループ名を挙げるに止める。

- ① Labour and Skills Working Group（新設）
- ② Investment and Regulatory Reform Working Group（新設）
- ③ Destination Management Planning Working Group（新設）
- ④ National Tourism and Aviation Advisory Committee（NTAAC）
- ⑤ Resilience Working Group（upgraded from Climate Change Subcommittee of ASCOT）
- ⑥ Tourism Quality Council of Australia（新設）
- ⑦ Indigenous Tourism Working Group（新設）
- ⑧ Tourism Australia to work in partnership with states and territories and the Australian Tourism Data Warehouse
- ⑨ Research and Development Advisory Board（新設）

各作業グループのメンバーはその課題内容に即し、かつ実効性を考慮して構成されている。例えば、①の労務・技能教育作業グループでは、

- * 資源・エネルギー・ツーリズム省
- * 教育・雇用・職場関係省
- * 移民・市民省

- * サービス技能オーストラリア
- * オーストラリア・サービス労働組合
- * オーストラリア・ホテル協会
- * レストラン・仕出し業協会
- * ツーリズム・ノーザン・テリトリー
- * クイーンズランド・ツーリズム産業協議会

の機関からメンバーが選ばれ、⑥のオーストラリア・ツーリズム品質協議会では、23の団体からメンバーが選出されている。作業グループの効果性、効率性、結果の実現可能性を配慮した組織作りがなされている。

RETのファーガソン大臣は、このWork Planの提示と同時に、総額\$8,293,130（70プロジェクト）に及ぶツーリズム開発プランの採択を発表した（TQUAL, Grants Funding）。その助成金付与は一件\$500,000から\$6,000で対象は、環境・遺跡保護から自然動植物観賞・エコツアー、河川・鉱山冒険ツアー、歴史的建造物ツアー等々の多岐にわたる企画をカバーしており、地域は北部準州、首都特別地域から全六州にわたっている。RETはオーストラリア全土を対象としたツーリズム開発に取り組む政府のリーダーシップ、意気込みの強さを示している。

7. 中国、インドのインパクト

本稿では、ここまでインバウンド・ツーリズムに焦点を絞ってオーストラリア・ツーリズムを概観し政府のツーリズム戦略の方針についてのアウトラインの把握に努めた。この分析を通して、オーストラリア・ツーリズムの特徴と問題点があきらかになってきた。

図6に示されているように、内外の政治的、経済的、社会的事件は人々のツーリズム行動に大きな影響を及ぼす。他律的な要因が作用し、持続的安定的な成長を維持するのは困難な産業である。短期的に見れば、近年の豪ドル高に加え世界の景気低迷さらには2010年末からのクイーンズランドにおける未曾有の大洪水など、オーストラリアへの海外からのツーリズム需要の状況は厳しい。

しかし、1960年代から70年代の始め、名神高速道、新幹線建設、東京オリンピック、大阪万博と続いた日本の勢いを彷彿とさせる中国の近年の突出した経済成長と台頭、その後を追うインド経済の成長、さらに韓国、台湾、ASEANと続くアジア諸国の勢いは、世界経済を牽引するほどの影響力を持つに至っている。かつて宗主国イギリスとの距離の暴虐に悩まされたオーストラリアの地政学上の位置が、今日ではアジアに近く環太平洋の要衝を占める拠点として重要性を帯びている。

アジアの影響はオーストラリアへの旅行者数とその総国内消費に端的に現れ、とくに中

国、インドのオーストラリア・ツーリズムへの貢献は顕著である（図3）。両国の人口、中国13億4500万人、インド11億9800万人（世界68億3000万人、国連人口推計2009）はいかにも巨大であり、中・長期的にオーストラリアのインバウンド・ツーリズムを支える柱となることが予想される。

8. オーストラリア・ツーリズムの限界性と可能性

オーストラリアにとって、教育ツーリズムへの期待は大であるが、レジャー（ホリデー）ツーリズムの将来について一つの危惧を述べておきたい。可処分所得の増大を背景にして、近距離大人口の中国、インド、東南アジアからの旅行者数と総国内消費の伸びは、当分の間オーストラリア・ツーリズムを潤すことになると思われる。その人口が巨大なだけに比較的長続きする可能性がある。オーストラリアでは特異な生態の動物の数々、広大な自然環境、アウトドア・ライフの快適さなど、貴重な体験を楽しむことができよう。しかしツーリズムに限らず、産業にとってはその持続的発展性が重要である。レジャー・ツーリズムが単発的なあるいは数少ない要因に依存している場合、リピーターを確保することが難しく長続きが困難となる。都市間の移動に少なくとも700キロ、800キロ、東西2時間の時差は、旅行先の拠点を限定させ、旅の楽しみを限定させ、リピーターの確保を難しくする。

人間社会の歴史の産物を楽しむ旅行となると、オーストラリアの国際競争力は極端に低下する。旅の関心を歴史に限らなくとも、旅行者の所得水準が上がり、旅行の機会が増えてくると、人々の関心は多くの場合複合的となる。長い国の歴史、それを物語る建造物、街並み、そこに刻まれた人々の生活、伝統文化、工芸・美術品、豊かな自然と景観、多彩な食文化、洗練された商品の買物機会など、興味をそそる複合要因を楽しむことを求める。それらの楽しみがそれほどの移動距離・時間を費やさずに経験出来る環境にある旅行先の国々と比較した場合オーストラリアの国際競争力はまことに弱い。1788年植民地開設から僅か222年の新世界オーストラリアのツーリズムの限界である。4万年ほど前に遡るとされる先住民アボリジニの文化と遺跡を政府はツーリズム資源として強調しているが、一般の旅行者の関心からは遠いと言わざるをえない。

世界への日本人旅行者の数は、1990年代後半以降およそ1600万から1700万の間を推移しているが、オーストラリアへの日本人旅行者の数は、ここ数十年減少の一途をたどっている。1997年には約84万人だったのが2009年にはおよそ35万人となった。半減以下である。図3において、日本人旅行者のオーストラリアにおける総国内消費が1999-2009の10年間年平均マイナス6%の減少を記録していることが示されている。旅行者の著しい減少と符号する。これらの減少には、日本の長びく景気低迷、豪ドル高、捕鯨問題をめぐる国民感情など様々な要因が作用しているが、上述の視点、歴史の浅さを一因とする総合的国際競争

力の低さ、も欠かせない。

オーストラリア・ツーリズム（インバウンド）の可能性、有望性について一点指摘しておきたい。とりわけ、中国、インド、その他アジア諸国からの教育ツーリズムの経済貢献の成長性は目を見張るものがある（図5）。メルボルン大学のモデル2008（幅広い視野を養うことを重視した学部教育構想）など世界の一流大学を目指す教育改革の努力はこれに呼応する。ツーリズムは一年未満の滞在を範疇にしているが、教育ツーリズムの場合、長期の留学に発展することが多く、オーストラリア経済への貢献の可能性はきわめて高い。

さらにオーストラリアへの教育ツーリズムは、大学に限ったものではなく、小・中・高生の異文化体験学習として、語学研修、ホームステイなど、着実な需要が見込まれる。日本でのその面でのオーストラリア人気の高さはつとに知られているが、それはアジア諸国に広がるのが予想される。とくに一週間前後の研修・修学旅行先としてはアジアからの時差が少なく社会情勢の安定したオーストラリアは、アジア諸国の経済成長が進むにつれ、オーストラリアへの教育ツーリズムの需要が増すと思われる。環太平洋の教育大国への道、これがオーストラリア・ツーリズムへの一つの解である。

参考文献・資料

- Australian Bureau of Statistics, *Overseas Arrivals and Departures Australia* (ABS Cat No.3401.0).
- Australian Government, Department of Resources, Energy and Tourism, *The Jackson Report On behalf of the Steering Committee, Informing the National Long-Term Tourism Strategy*, June 2009.
- Australian Government, Department of Resources, Energy and Tourism, *National Long-Term Tourism Strategy*, December 2009.
- Australian Government, Department of Resources, Energy and Tourism, *Work Plan*, December 2009.
- Australian Government, Department of Resources, Energy and Tourism, *TQUAL Grants Funding*, January 2010.
- Australian Government, Department of Resources, Energy and Tourism, *Tourism Industry: Facts & Figures At A Glance*, May 2010.
- Tourism Research Australia, *International Visitors in Australia*, December 2009.
- The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), *World Tourism Barometer*, January 2010.
- 総務省統計局, *世界の統計 2010*, 統計データ第3章国民経済計算