

二十歳の助走④



世界を舞台に

活躍する人たちは、

「若き日」に何を学び、

何に挑戦したのか。



JTBエイティンシー代表取締役

阿部光太郎

アジアの地で感じた 魅力を「発見」する面白さ 観光立国のアジア・インバウンドの視点から

——最近では観光立国日本をめざさずさまさまな取り組みが政府レベルでも行われるようになりましたが、阿部さんはアジア・インバウンドを専門とする旅行会社でご活躍です。

阿部 アジアのお客様に日本の魅力をどのように伝えるか、日々知恵を絞っています。何といっても3・11以降、状況は大きく変わりました。やはり、福島原発事故の問題をいつ頃終息させられるのか、たいへん気になっています。

——旅行業界に関心をお持ちになったきっかけは。

阿部 私は外国語大学で中国語を専攻していて、漠然とで

すが海外と関わりのある仕事に就きたいなど考えていました。私が大学生だった一九七〇年代は、中国語はいまほど人気はありませんでしたが、日中国交回復、あるいは平和友好条約が締結され、これから中国市場が盛り上がるという雰囲気が始まっていた頃です。

——当時からよく海外に出かけられていたのですか。

阿部 いえいえ、まったく。大学時代に熱中したのは、映画ですね。秋田の田舎から出てきたものですから、都会的なものに憧れがありました。この一本と言われれば、フェリー二の「道」です。ヨーロッパに限らず、当時はいまの

ように海外旅行が一般的ではありませんでしたし、外国の文化や情報に生で触れる機会などそうそうありませんでしたから、映画や小説を通して接することが楽しかったのです。ただ、やはり一度くらいは海外旅行に行っておけばよかったなと思います。なにせ初めて飛行機に乗ったのは、入社後に添乗員としてハワイに行った時ですから(笑)。まあ、そういう同期も多かったんですよ。

その国の魅力をどう「引き出す」か

——入社後しばらくの国内勤務を経て、海外の支店に赴任されました。

阿部 一九七九年にJTBに入社して、最初の海外は一五年目。シンガポールに赴任しました。初めての在外勤務で戸惑いもありましたが、いい勉強になりました。

シンガポールは国土が狭く歴史が浅いので、周辺のタイやバリ島などと比べると、どうしても観光資源が乏しい。支店の業績も伸び悩んでいました。そこで考えたのが、中高生向けの教育旅行です。シンガポールは中華系、マレー系、インド系などが共存する多民族国家です。しかも英語が通じ、治安や衛生状況もよいので、学生のグループ行動などもしやすい。日本からみれば異質な文化を比較的低め

のハードルで体験できる、格好の場です。他にも、日本が戦争をした地としての平和教育や、数多い日系企業を見学して海外での経済活動を自分たちの目と耳で感じられるなど、日本とのつながりを奥行きをもって体験することが可能です。私たちの提案次第で、いろんな魅力を「発見」できるのだなと感じました。スタッフは当時で八〇人ぐらいで規模がわりと大きく、在住日本人のアウトバウンドなども含めて幅のある仕事がありました。

——シンガポールはビジネス旅行誘致にも積極的です。

阿部 そこはとても戦略的で、当時からシンガポールをアジアのMICE（マイス）のセンターにすると、国を挙げて進めていました。地理的にヨーロッパ、オーストラリア、アジアをつなぐ交通の十字路ですので、国際会議などを誘致しやすく、ホテルや劇場、カジノをつくるなど、観光だけでなくビジネス客を呼び寄せ、滞在してもらえる仕掛けを工夫してきました。その規模は相当大きく、ホテルの確保など競争は厳しくなっていますが、うまく共栄できればいいと思います。

——二〇〇三年から〇九年までは、中国・北京に赴任されました。オリンピック開催など中国への関心がますます高まっていった時期です。

阿部 赴任直後はSARS（重症急性呼吸器症候群）で一番大変なときでした。ゴールデンウィークに王府井に行っても、観光客が一人もいませんでした。ホテルも灯りを消して、ロビーも暗くて……。しかしそれ以降、衛生面が改善しました。町中でも消毒して真空パックされた食器を使う店が増えたり、行政もオリンピックを控えて指導を始め、国も市民も意識が大きく変わったようです。

旅行者数は全体が増えてはいましたが、やはり不安材料があり不安定でした。SARSの影響がなくなったと思ったら二〇〇五年のゴールデンウィーク直前に反日デモがあり、また旅行者数がかぐんと落ちました。そしてまた戻ってきた頃に、〇八年にはぎょうざの事件があったり、他国とは違う特有のリスクがあります。

反面、中国は一五の国と国境を接するなど、必然的に国際的な側面を持っています。特に北京は外交の中心なので、東京ではあまり見かけないアフリカ系やアラブ系などいろいろな民族が来ています。グローバル・インバウンドをやるには面白いところでもあります。

——大きな支店ですし、マネジメントが大変ではなかったですか。

阿部 現地の組織はガイドをいれて一七〇名規模で、その

うち日本人は一〇名弱。JTBと中国の国営公社との合弁会社でしたので、企業文化の違いを感じることもありました。会議ひとつとっても、シンガポールでは若い人でも堂々と意見をぶつけてきましたが、中国の国営公社は「上意下達」で、思ったことを率直に言い合う会議にはなりません。しかし真剣に話を続けると、何となく中国人の考え方がわかってきました。信頼性を築けば、プランの内容、誰に話を持っていくか、その人にどのように接したらよいか、真剣にアドバイスしてくれました。こういう個人的な会話は中国語でしたが、大学であり勉強していなかったもので、現地で大いに勉強し直しました（笑）。もともと現地採用した方々は日本語が素晴らしく上手で、日本語でも会議などは困りませんでした。

アジアの人が感じる日本の魅力

——JTBエイティンシーでされているアジア・インバウンドには可能性と難しさがあると思います。

阿部 社名の「エイティンシー」というのは、Asia Tourist Corp. で、アジアの人たちに日本の魅力を伝え、来ていただけるようにするのが仕事です。冒頭にも申し上げましたが、日本へのインバウンドは、3・11で大きく落

ち込みました。九月になってようやく前年の七五%まで回復してきましたが、日本人の国内・海外旅行に比べると、一番ダメージを受けています。原発事故の影響は想像以上に大きいです。どのように安全性を取り戻すか、それを示した上で回復の方法を模索していかなければいけません。

そうしたなかで、グループでも個人旅行でも一番早く戻ってくれたのは、台湾です。それにタイなど親日国のインバウンドでの重要性をすごく感じました。過去の平和外交やビジネスでの結びつきという下地があり、じわじわと旅行という形でも返ってきていると思います。まずはこうした国からの誘致を積極的にやっていきたいです。

他方で韓国の需要の回復度合いはまだ弱い。日本の情報が多く入るので懸念もあるでしょうし、ウォン安も影響しています。中国もまだ弱いのですが、来年は日中国交正常化四〇周年なので、往来が増えると思います。

——日本の魅力をどうとらえていますか。

阿部 日本の観光資源というと奈良・京都の神社仏閣などを思い浮かべます。もちろんそれらは魅力ある場所ですが、ほかにもまだまだ気づかれていない魅力があります。

今年には日本橋架橋一〇〇周年でしたが、ある調査によると日本は一〇〇年以上続く老舗が二万社以上あるようで、

平安時代から何百年も続く建設会社まである。一方で新しい企業が多い中国などは、近年経営者が増えて、日本の「一〇〇年企業」に憧れを抱いているんです。老舗企業の経営方針や社風を学びたいという中国の経営者はいるようです。

また、のどかな田舎の里山など、日本独特の自然風景は、熱帯気候、大陸性気候にはない魅力です。中国もこれから高齢化が進みますが、日本の地方でのんびりとリラックスした時を過ごすという生活は、支持されるようになると思います。北京は自動車による大気の汚染がひどいので、週末には郊外や地方に出かけて新鮮な空気を楽しむ健康志向の人が増えています。そのような人たちに、たとえば医療ツーリズムとからめた案を提供することもできるでしょう。日本には食を含む自然の素晴らしさなど、アジアの人に伝えたい魅力、宝の山がたくさんあります。それを再発見し、伝えていきたい。そうであるためにも、原発事故や食の安全などは、観光業にとっても真剣に考えるべき課題だと思っています。■

あべ みつたろう

一九七九年東京外国語大学中国語学科卒業、JTB入社。シンガポール支店、交通公社新紀元国際旅行社（北京）などを経て、二〇〇九年より現職。アジアから日本への観光客誘致に取り組む。