

「シドニー便り 2. 0」(第3回)

～ インバウンド: A Trip to Japan, Welcome to Japan, and Enjoy Japan ～

11月1日

昨日、10月31日、阿部守一・長野県知事に在シドニー総領事館へお越し頂き、当地シドニー情勢を弊職から御説明させて頂くとともに、同日夕刻、知事主催による長野県産品 PR レセプションにお招きをいただきました。長野県からは、阿部知事とともに、竹節義孝・山ノ内町長、丸山俊郎・白馬村長、富井俊雄・野沢温泉村長、山田英喜・県議会議員をはじめ、30人近い大代表団がお越しになりました。夕の食事は、日本酒を含む長野県産品とオーストラリア産品の絶妙なマリアージュでした。

とてもタイミングの良い訪問でした。日本訪問、つまりインバウンドによる、国内消費を大いに喚起する機会につながると感じたからです。



日本政府は、10月11日以降、水際措置を大きく緩和し、ワクチン接種など一定の条件を満たすオーストラリア人について、査証を求めることなく、観光客、訪問客の受け入れを再開しています。

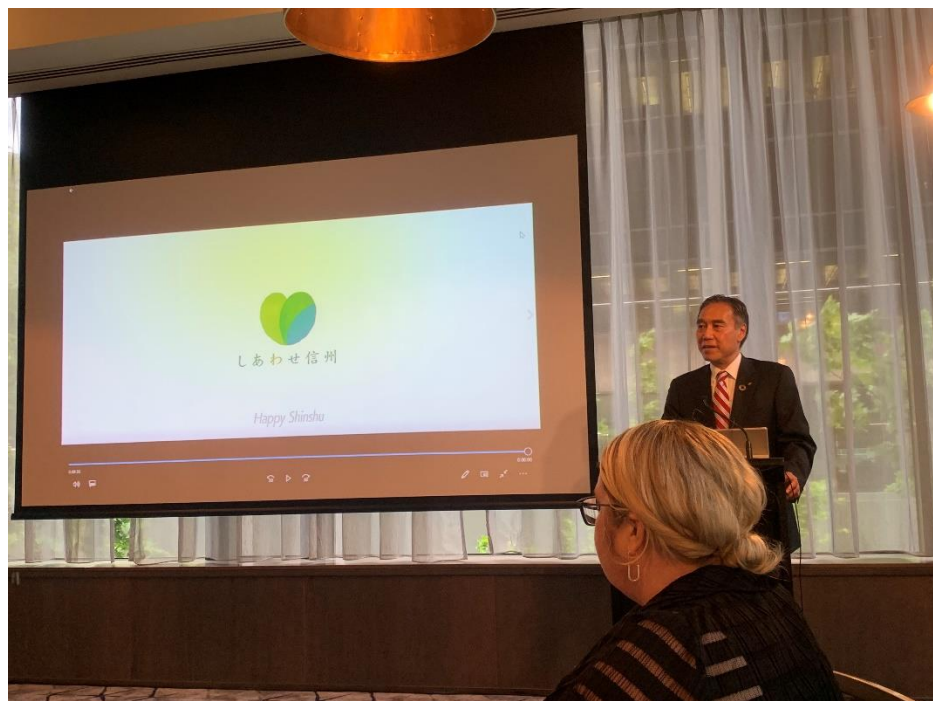
私が着任後に出会った多くのオーストラリア人からは、「年末の日本旅行が楽しみだ。久しぶりに家族で行きたい。」という声をよく聞きます。「待ちに待った」という感じのようです。

コロナ以前、オーストラリアから日本への観光客は、2011年：約15万人、2014年：約30万人、2019年：60万人強と、指数関数的に増加してきました。平均宿泊日数が長い(約2週間)、旅行期間中の平均支出額が多い(約25万円と、日本を訪れる観光客のうち国別で首位)、ということで、素晴らしい顧客、「お得意様」、そして日本経済のスポンサーと言えます。リピーターが多いことも特徴と聞きました。

特に12月、1月のスキーシーズン、当地の「夏休み」に訪日される方が多く、長野県と北海道は、オーストラリア人スキー観光客の二大人気スポット。

私自身、大学時代に始めて、すっかりはまってしまったスキーでは、長野県にたいへんお世話になりました。柵池や志賀高原のゲレンデの広大さは初心者にとっても快適でした。野沢温泉スキー場は、温泉とセットになっていて素晴らしい。白馬の八方尾根の最大斜度が30度を超える「展望コース」は、「展望」する余裕などない絶壁で、足がすくみました。これらすべて、オーストラリア人にとって魅力的なスポットのようで、どこのスキー場が好きかと聞かれ、スキー談義に花が咲くことがあります。(私からは、「長野県、北海道に加えて、福島県はじめ東北地方や、栃木県、群馬県などにも素晴らしいスキー場が多くある」と答えています。)

スキーだけではありません。スキーをした後も、日本に残って旅行を続けて楽しむ方が多いと聞きます。また、春の桜の季節も人気です。私自身は、「おすすめの季節」を問われれば、3月末～4月上旬の桜の季節と、10月の紅葉の季節を推奨しています。その際、私個人の趣味でもありますが、「一度は温泉を試してください」と、念押ししています。



シドニーでは、日本食が、かねてより人気。寿司、和牛、とんかつ、かつ丼、唐揚げ、ラーメンなど、様々な日本食がオーストラリア人の人気を博しているのは嬉しいことです。

日本茶をお土産に差し上げると、自分が想像した以上に喜ばれ、ある州議会上院議員からは、「頂いた日本茶をスタッフで楽しんだ」と、会談の翌日に写真が送られてきました。

日本酒の当地への輸入も増えています。2021年の輸入量は、対前年比で約5割増でした。私も着任早々、「日本酒フェスティバル」にお招きいただいて、出身地の四国の高知県の日本酒を見つけて大いに喜びましたが（少し試飲させて頂きました）、まだまだ普及の余地は大きいと感じます。

日本を訪問されるオーストラリア人の最大の楽しみの一つは、「和食」だそうです。

健康志向が強いことを反映してか、味噌などの発酵食品への関心も高いと聞きます。日本で食する本場の蕎麦も人気のようで、長野県でもさぞかし多くの蕎麦がオーストラリア人に食されていることでしょう。

昨夕の長野県産品PRレセプションでは、日本人シェフが調理をした長野県産品を用いた料理が振舞われました。オーストラリアは検疫が厳しく、輸入できない産品も多いため、すでに当地で流通している食材を活用されたとうかがいました。そのような制約の中ではありますが、長野県をはじめとする日本の食、文化、観光をアピールする上で、また何より、心のこもった「おもてなし」、温かな日本のホスピタリティをアピールしていく上で、とても意義深いレセプションになったと感じます。



現在、円安が問題となっています。私のような海外駐在員にとって、円安は打撃です。過度な為替変動は好ましくありません。一方で視点を変えれば、日本へのインバウンド需要を増大させる上で、円安は機会の提供でもあります。先週、岸田総理が発表された総合経済対策でも、インバウンド消費喚起がしっかり盛り込まれています。

コロナ禍を経て、すでに、日本の航空会社(JAL、ANA)は、毎日の日本・オーストラリア直行便を再開しています。

私たちは、できるだけ多くのオーストラリア人の方々の日本訪問をお待ちしています。

オーストラリア人の皆さまが、今年の夏休み、そしてその後も、しばらく滞っていた日本への訪問を再開し、日本の良さを体感し、日本で積極的に消費し(大いに歓迎します)、日本をますます好きになってくれることを願っています。

