広島エリアにおける
周遊型インバウンド観光振興の未来戦略

2019 年 3 月

広島経済同友会

広島ブランド委員会

目次

はじめに……1

１　インバウンド観光を取り巻く状況と課題……2

（参考）インバウンド観光に関する先進事例……9

２　周遊型インバウンド観光振興の未来戦略（提言）……24

２－１　未来戦略の実現に向けた「プラットフォーム」の早期形成……24

２－２　実現に向けた具体的取組み……45

（１）公的セクターによる域内新産業創造に向けたリーダーシップの発揮……45

（２）「観光（宿泊）税」の導入……49

（３）「空」・「陸」・「海」の二次輸送手段の充実化……55

（４）魅力的な観光コンテンツの開発・発掘と情報発信……66

（５）「コトづくり」人材の育成……75

（６）サステイナブルな観光地の実現……80

おわりに……94

はじめに

広島経済同友会では，2017 年度に，「広島ブランド」，「瀬戸内ブランド」の確立による観光振興を目的として「広島ブランド委員会」を新設した。前身となった２つの委員会のうち，「観光振興委員会」では，2015 年度から瀬戸内海の魅力探訪・再発見のための視察会・体験会を実施するとともに，インバウンド観光に関する調査を進め，2017 年４月に最後の提言書となった「バックパッカーから観た広島」を発表している。一方の「地域経済委員会」では，2016 年９月から，広島における滞在型インバウンド観光の振興に関する調査に着手し，同年 11 月には香川県高松市，さぬき市，直島町と徳島県三好市における先進地視察を行うなどしていた。新生「広島ブランド委員会」では，このような二委員会の先行的取組みを踏まえたうえで与えられたミッションを実現すべく，2017 年度から２ヵ年間にわたり，「広島エリアを中心とした滞在型インバウンド観光振興に向けた環境整備の推進」に資する諸方策について検討を続け，まずはその最初の成果として，外国人旅行者の急増に対応した宮島の「おもてなし」環境整備の早期着手等を求める「宮島における外国人観光客の「おもてなし」環境整備に向けた緊急提言を，2018 年３月に行ったところである。

インバウンド観光の拡大を基軸として観光を我が国の基幹産業へと成長させ，「観光先進国」をめざすことが我が国の国家戦略であり，今後も外国人旅行者が増大し続けることはまちがいなかろう。そうして世界中の国・地域からやってくる数多くの外国人旅行者が日本各地のなかから自らの手で選び取って向かうその先では，インバウンド観光消費とその関連需要の拡大による域内経済の大きな成長と交流人口の増加による地域の活性化が実現するはずであり，その地の地域創生にも直結するものと考えられる。

広島は，国内有数のインバウンド観光地として数多くの外国人旅行者を集める原爆ドーム（広島平和記念公園）と厳島神社（宮島）の２つの世界遺産を抱え，来訪客数をみても他県を上回る大きな伸びを示している。一方，これら２つの著名観光地に立寄るだけの通過型「０（ゼロ）泊観光」が主流で，必ずしもエリア内観光消費額の増大に繋がっていないことが大きな課題となっている。また，広島県を訪れる外国人旅行者には，中国，韓国などアジア諸国からの団体旅行客が主体の他県とは異なり，多様な訪日目的を持ち，旅程の自由度も高い，欧米を中心とした個人旅行客（FIT：Free Independent Traveler）のウェイトが際立って高いという特性がある。

であるならば，こうした広島の持つ優位性や特性を活かしながら，外国人旅行者の来訪意欲を高める広島エリアの魅力に満ちた観光情報発信や長期滞在周遊型観光を促進するニーズにマッチした観光資源・観光インフラの開発整備を積極的に進めて他県に勝る集客力を我が物とすることが必須であろう。

今回，「広島ブランド委員会」の活動成果を，「広島エリアにおける周遊型インバウンド観光振興の未来戦略」と銘打つ初の本格的提言という形で取り纏めて世に問うことにしたが，ここにおいて多面的に提言した諸事項のいずれもが，当地の「産官学金労言」の連携によって実現の運びとなり，広島エリアの持続的なインバウンド観光振興の一助となることを願ってやまない。

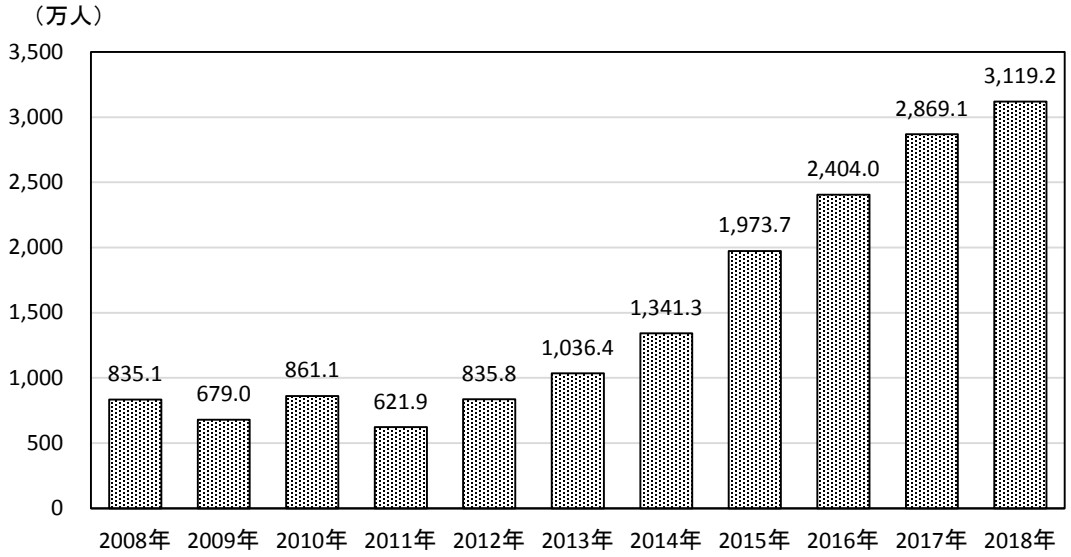
1　インバウンド観光を取り巻く状況と課題

●インバウンド観光振興は本格的な人口減少社会を迎える広島エリアの地域創生の柱である。

2018 年 12 月 18 日，この年に日本を訪れた外国人旅行者数が 3,000 万人を突破し，その数は，この５年で３倍にまで著増した。我が国が年間 4,000 万人の訪日外国人旅行者数を目標とする 2020 年の８月６日，広島は被爆 75 周年を迎える。同時期に開催される**「東京オリンピック・パラリンピック」**や旧市民球場跡地をメイン会場とする**「全国都市緑化ひろしまフェア」**も相まって，かってないほど多くの外国人旅行者が当地を訪れるものと予想される。広島ブランド委員会では，2018 年３月に，こうした外国人旅行者の急増に対応した宮島の「おもてなし」環境整備の早期着手等を求める「宮島における外国人観光客の「おもてなし」環境整備に向けた緊急提言」（以下，「緊急提言」という。）を行ったところである。

この「緊急提言」で示した宮島での諸施策を先進的なインバウンド観光振興のベンチマークとして県内観光地の更なる魅力アップが図られ，当エリアにおけるインバウンド観光による交流人口・域内観光消費の一層の拡大が実現することを期待している。

訪日外国人観光客数の推移（全国）



（出典）日本政府観光局（JNTO）

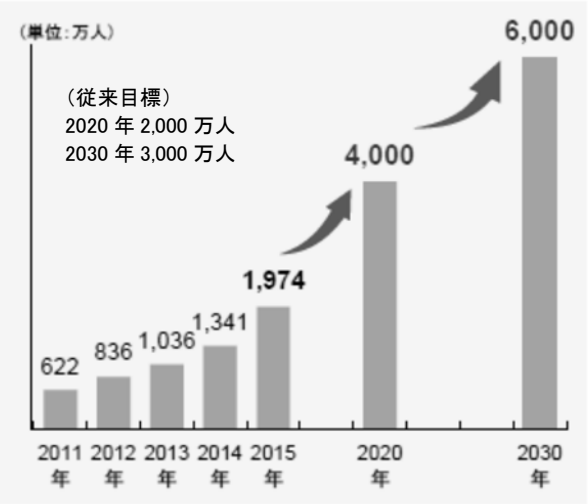
一方，「東京オリンピック・パラリンピック」後も，国内外の旅行者の大量誘客が期待できるビッグイベントが相次ぎ，2021 年の**「ワールドマスターズゲームズ 2021 関西」**，2022 年の**「JR 九州新幹線長崎ルート開業」**，そして，被爆 80 周年の 2025 年には**「大阪万博」**の開催が決定。更に，2026 年には**「名古屋アジア競技大会」**，2027 年には**「リニア中央新幹線開通」**と続く見込みである。

現状，シルバー世代（団塊の世代），プラチナ世代，女性，外国人旅行者の旅行需要で，国内旅行業は概して好調だが，我が国が本格的な人口減少社会を迎える 2025 年には，団塊の世代は後期高齢者となり，国内旅行需要は大きく減退するものとみられる。このようなあらがいようのない社会構造の変化のなかで，インバウンド観光の拡大を基軸として観光を我が国の基幹産業へと成長させ，「観光先進国」を目指すのが，2016 年３月 30 日に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」（明日の日本を支える観光ビジョン構想会議）の骨子である。

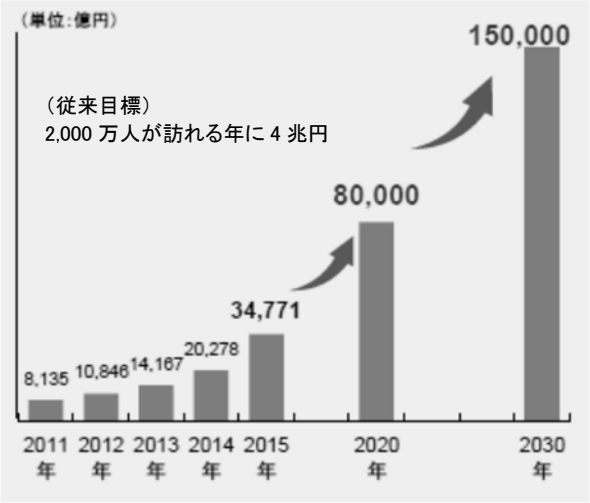
本「ビジョン」では，「全国津々浦々**その土地ごとに，日常的に外国人旅行者をもてなし**，我が国を舞台とした活発な異文化交流が育まれる，真に世界へ開かれた国。そこでは，次々と新たなサービスの創造やイノベーションが起こり，**地域の産業・経済の足腰が強化されるといった好循環が創出**される。そのためには，まず，我が国の豊富で多様な観光資源を，誇りを持って磨き上げ，その価値を日本人にも外国人にも分かりやす

「明日の日本を支える観光ビジョン」に示されたインバウンド観光拡大の目標値

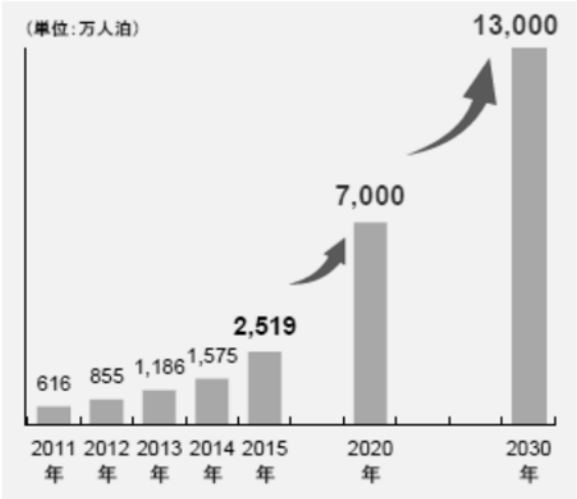
訪日外国人旅行者数



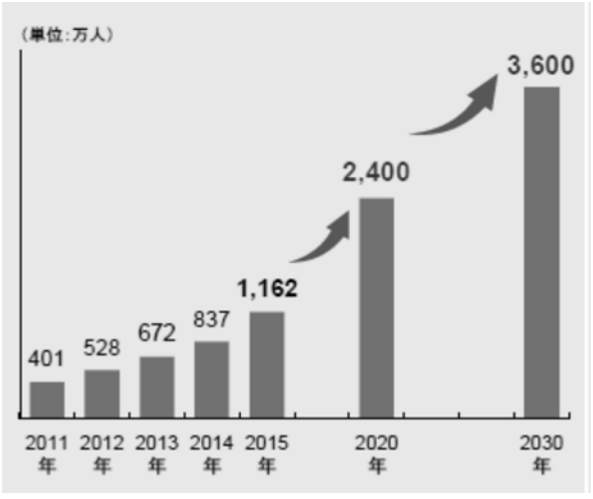
訪日外国人消費額



地方部（三大都市圏以外）での外国人延べ宿泊者数



外国人リピーター数



（出典）明日の日本を支える観光ビジョン−世界が訪れたくなる日本へ−（観光庁）

く伝えていく必要がある。そして，**観光の力で，地域に雇用を生み出し，人を育て，国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革**していく必要がある。さらに，CIQ や宿泊施設，通信・交通・決済等といった**受入環境整備を早急に進める必要**がある。合わせて，高齢者や障がい者等を含めた，すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていく必要がある。」とされ，「観光は，真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下，以下の「３視点」を柱とする「10 の改革」が取り纏められている。

「明日の日本を支える観光ビジョン」

視点１ 観光資源の魅力を極め，地方創生の礎に

①「魅力ある公的施設」を，ひろく国民，そして世界に開放

②「文化財」を，「保存優先」から観光客目線での「理解促進」，そして「活用」へ

③「国立公園」を，世界水準の「ナショナルパーク」へ

④おもな観光地で「景観計画」をつくり，美しい街並みへ

視点２ 観光産業を革新し，国際競争力を高め，我が国の基幹産業に

⑤古い規制を見直し，生産性を大切にする観光産業へ

⑥あたらしい市場を開拓し，長期滞在と消費拡大を同時に実現

⑦疲弊した温泉街や地方都市を，未来発想の経営で再生・活性化

視点３ すべての旅行者が，ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

⑧ソフトインフラを飛躍的に改善し，世界一快適な滞在を実現

⑨「地方創生回廊」を完備し，全国どこへでも快適な旅行を実現

⑩「働きかた」と「休みかた」を改革し，躍動感あふれる社会を実現

訪日外国人旅行消費額は，国内製造業の主要業種である「電子部品」の輸出額を超える規模まで成長している。

（出典）観光庁ウェブページ

広島県が新たに策定した「ひろしま観光立県推進基本計画」（2018 年１月発表）では，「計画の策定に当たり，計画期間後の長期目標については，「本県**産業の柱である「ものづくり」に加え，観光が本県経済の成長を支える産業の一つ**となっている」という方針を継続することが適当であるとの認識に立ち，国が設定している 2030 年までの長期的な目標値として，観光消費額を 2016 年の２倍となる 8,000 億円とする」ことが，広島県の将来像とされている。

「ひろしま観光立県推進基本計画」（2018～2022 年度）の目標値

指 標	現状 (H28, 2016年)	ビジョン目標値 (H32, 2020年)	目標値 (H34, 2022年)	データの出典
観光消費額	4,062億円	4,800億円	5,250億円	広島県観光客数の動向
総観光客数 うち外国人観光客数	6,777万人 201万人	7,000万人 300万人	7,500万人 600万人	広島県観光客数の動向
観光消費額単価	5,994円/人	6,860円/人	7,000円/人	広島県観光客数の動向
宿泊客数 うち外国人宿泊客数	959万人 84万人	1,120万人 205万人	1,250万人 250万人	観光庁宿泊旅行統計調査
観光客の満足度	73.6%	80.0%	90.0%	広島県観光入込客統計調査

（注）観光客数及び宿泊客数は，延べ人数

（出典）ひろしま観光立県推進基本計画（2018～2022 年度，広島県）

広島県の県内人口の推移と将来予測を見ると，1998 年の 288.5 万人をピークに減少が続いて 2016 年には 284 万人となり，**2025 年には 269 万人**，更に，**2040 年には 239 万人**（※）となり，ピーク時から実に 50 万人近い人口減少が見込まれる。定住人口一人当たりの年間消費額は約 125 万円であり，50 万人の人口減少による県内消費縮小額は 6,000 億円以上にのぼる。

（※）広島県「人口ビジョン」（2015 年 10 月公表）。なお，「日本の地域別将来推計人口（平成 30（2018）年推計）」（国立社会保障・人口問題研究所，2018 年３月 30 日公表）の推計値は以下の通りである。

2015 年（実績）284.4 万人,2020 年（推計）281.4 万人,**2025 年（推計）275.8 万人**,
2030 年（推計）268.9 万人,2035 年（推計）260.9 万人,**2040 年（推計）252.1 万人**,
2045 年（推計）242.9 万人

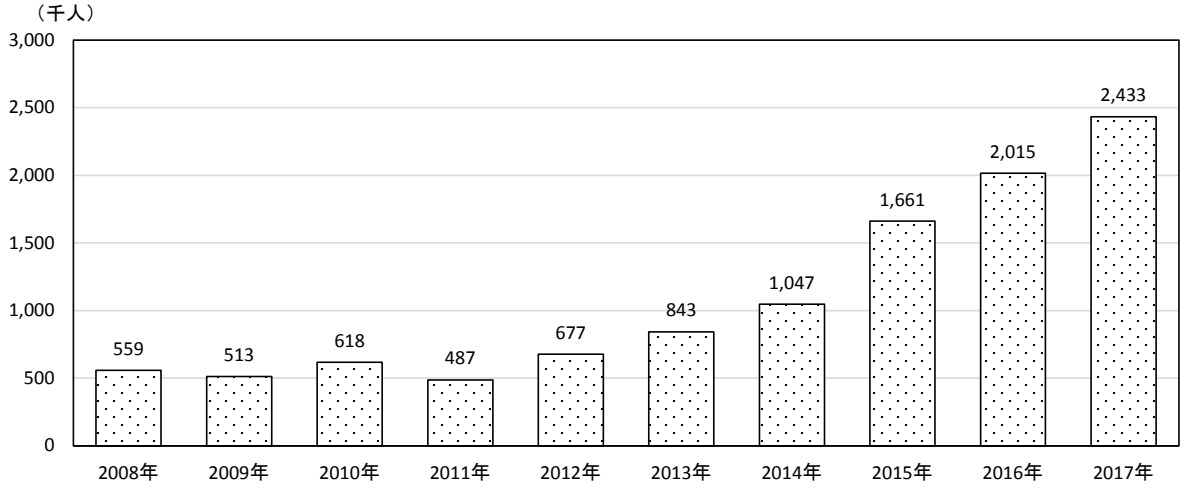
この消費減少を外国人旅行者の増大で補うためには，2030 年に，訪日客全体の 10%に相当する 600 万人を当地に呼び込んだうえで，広島県における一人当たり観光消費額を現状の約 25,000 円（※）の４倍に相当する 10 万円まで拡大する必要がある。つまり，**「外国人旅行者数を現在の2倍以上に，旅行消費額は4倍以上に増大させる」**ことが中期的な目標になる。

（※）「訪日外国人消費動向調査（地域調査）」（観光庁）

広島県を訪れる外国人旅行者数の推移をみると，2011 年には東日本大震災の影響などから減少したものの，それ以降，2017 年までに 6 年連続過去最高を記録している。その間，2016 年においては 201.5 万人と初めて 200 万人を突破し，2017 年には 243.3 万人と，2011 年の 48.7 万人の 5 倍までに著増している。

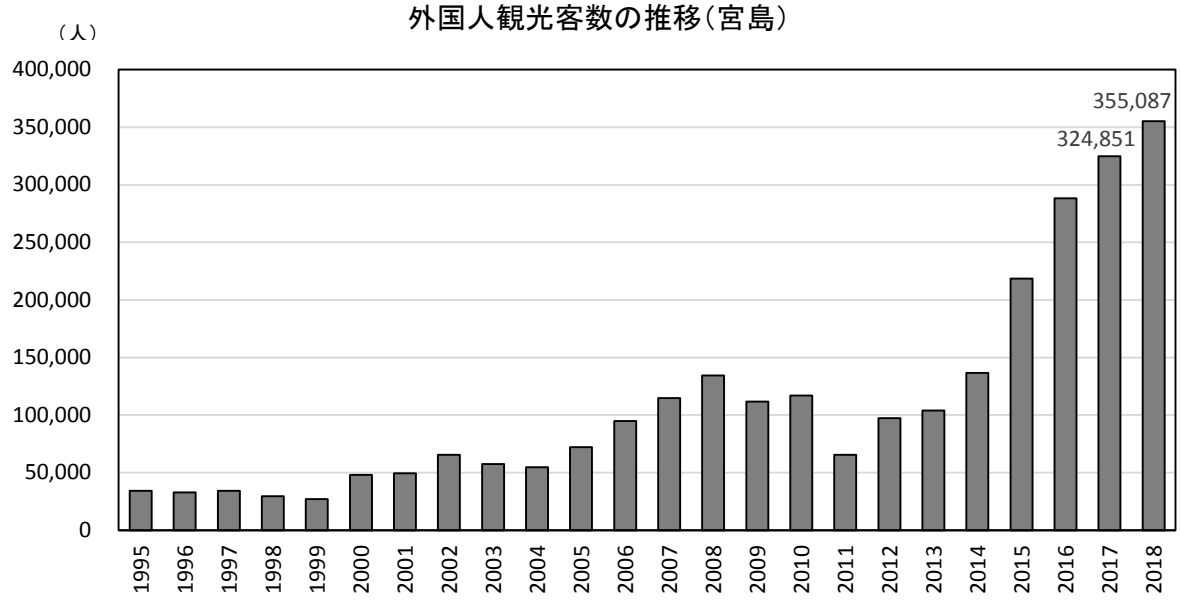
2018 年は，「平成 30 年 7 月豪雨災害」の影響等で日本人国内旅行者数が低迷する中，会員制交流サイトで観光情報を集める外国人旅行者に宮島など県内の人気観光スポットに災害が発生していないことが共有化されたためか，宮島への外国人来島者数が前年比約 10%増の過去最高を記録するなど，県内全体としても好調を維持しているとみられ，インバウンド観光振興の重要性を再認識させる良き機会となった。

外国人観光客数の推移（広島県）



（出典）広島県観光客数の動向（広島県）

外国人観光客数の推移（宮島）



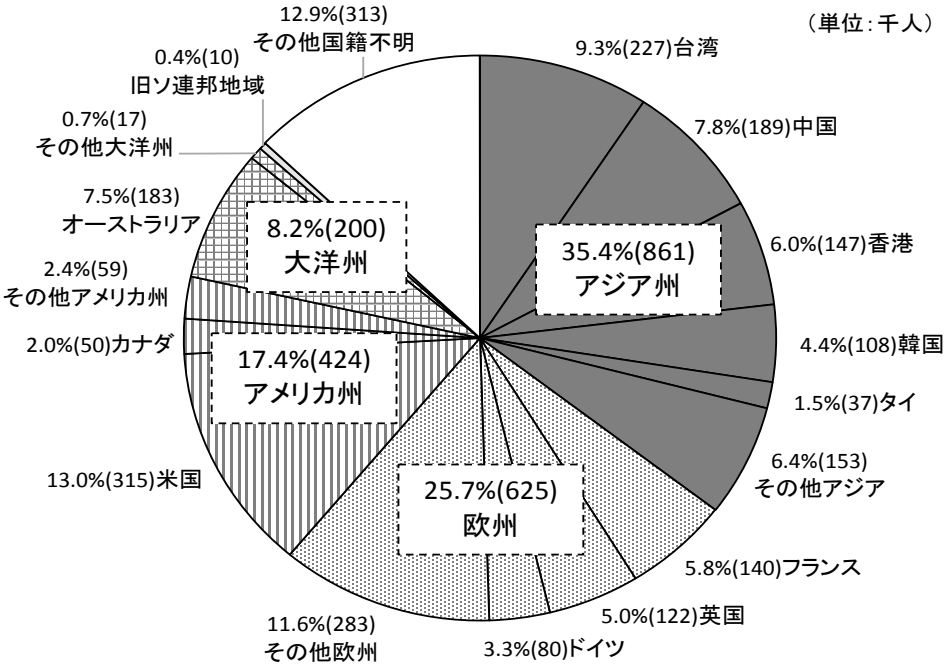
（出典）廿日市市

このように著増する外国人旅行者による観光消費を当地の観光産業の成長に結びつけるためには，より多くの外国人旅行者を招き，より長く滞在させ，より多くの消費を促すとともに，観光消費のエリア外移転やエリア内の消費機会損失を防止して，エリア内の全ての産業がその成長の恩恵を享受できるよう，確実にエリア内にマネーが還流する仕組みを構築していくことがファーストイッシューであるといっても過言ではあるまい。そのためには，地域内の行政が先導し，官民一体となって，この絶好機を逃さず，地域経済の成長に向けた戦略的取組みを進める強い意志が，今，求められているものと考える。

訪日ラボ（運営会社：株式会社 MOV）の調査では，米・独では，日本の観光スポットのうち「広島平和記念資料館」の知名度が突出して高いとの結果となっている。欧米人は「広島偏重」で「広島が日本旅行のハブになっている」との過大とも思われる評価もある。また，世界最大の旅行情報サイトである「トリップアドバイザー」の 2018 年で 10 回目となる「外国人に人気の日本の観光スポット」のランキングでも，東京，箱根・富士山，名古屋，京都，大阪のいわゆる「ゴールデンルート」以外の地方都市では抜群の人気が続いている。

一方，2018 年の広島県における外国人延べ宿泊者数が全国第 15 位の 121.2 万人（全国シェア 1.4%）に留まるなど，典型的な**「通過型都市」・「0（ゼロ）泊観光地」**でもあり，域内各地で新たなインバウンド観光資源を開発・発掘し，それらを県内の二大観光ハブである「宮島」・「広島平和記念公園」と二次輸送手段で有機的に繋いで周遊観光ルート化し，短長期の域内滞在を誘発することが最大の課題と言えよう。

広島県を訪れた国籍・地域別外国人観光客数の割合（2017 年）



（出典）広島県観光客数の動向（広島県）

「外国人に人気の日本の観光スポット 2018」（トリップアドバイザー，2018 年6月公表）

順位	前年順位	観光スポット	所在地
1	1	伏見稲荷大社	京都府京都市
2	3	**広島平和記念資料館（原爆ドーム，広島平和記念公園）**	**広島県広島市**
3	4	**宮島（厳島神社）**	**広島県廿日市市**
4	5	東大寺	奈良県奈良市
5	7	新宿御苑	東京都新宿区
6	14	兼六園	石川県金沢市
7	10	高野山（奥之院）	和歌山県高野町
8	8	金閣寺	京都府京都市
9	9	箱根彫刻の森美術館	神奈川県箱根町
10	13	姫路城	兵庫県姫路市
11	30	三十三間堂	京都府京都市
12	11	奈良公園	奈良県奈良市
13	26	成田山 新勝寺	千葉県成田市
14	—	サムライ ミュージアム	東京都新宿区
15	—	白谷雲水峡	鹿児島県屋久島町
16	—	浅草寺	東京都台東区
17	—	日光東照宮	栃木県日光市
18	—	栗林公園	香川県高松市
19	25	両国国技館	東京都墨田区
20	12	永観堂禅林寺	京都府京都市
21	16	長谷寺	神奈川県鎌倉市
22	—	東京都庁舎	東京都新宿区
23	—	トヨタ産業技術記念館	愛知県名古屋市
24	—	白川郷合掌造り集落	岐阜県白川村
25	29	京都駅ビル	京都府京都市
26	—	立山黒部アルペンルート	富山県立山町
27	初	平等院	京都府宇治市
28	初	根津美術館	東京都港区
29	—	地獄谷野猿公苑	長野県山ノ内町
30	初	三千院	京都府京都市

（注）「初」は，ランキング初登場。「—」は，30 位以下。
網掛け部は，東京，箱根，富士山，名古屋，京都，大阪のいわゆる「ゴールデンルート」。

（参考）インバウンド観光に関する先進事例

広島ブランド委員会では，インバウンド観光振興に関する理解を深めるために，先進的な取組みを行っている地方自治体や観光地を訪ね，多くの関係者からのヒアリングと先進事例等の視察を行う「先進地視察会」を数次に渡り実施してきた。以下に，広島エリアにおいて，今後のベンチマークとすべき各地で得られた知見等を取り纏めた。

「先進地視察」から得られたベンチマークとすべき知見等

視察先・先進事例	広島エリアでベンチマークとすべき知見等
1）香川県庁（香川県高松市） （参考となるポイント） ・コンテンツとしての「四国遍路」 ・広域周遊への取組み ・インバウンド観光に対する行政の積極的関与	○遍路を魅力的な観光コンテンツとしてストーリー化。宿坊での宿泊も可能である。 ○寺院や遍路を文化財としてだけでなく，四国の地域活性化に繋がるものとして世界遺産化を目指す。 ○県庁内に，交流推進部を設置し，観光資源，県産品，交通ネットワークを活用して，交流人口拡大，地域経済の活性に取り組む。
2）桃源郷祖谷の山里（徳島県三好市） （参考となるポイント） ・外国人目線からのコンテンツ開発 ・地域連携 DMO の役割 ・県をまたいだ広域連携	○地元の人では気付かなかった古民家を活用した，田舎暮らしを楽しめる観光コンテンツを開発。 ○地域の観光事業の舵取り役として，観光戦略策定，インバウンド誘致，旅行商品の造成販売等を担う地域連携 DMO。 ○外国人旅行者は時間距離へのハードルが低く，広島，直島（香川県），祖谷をつなぐ動きの比率が高まっている。
3）補陀洛山志度寺（香川県さぬき市） （参考となるポイント） ・八十八ヶ所寺間の広域連携 ・SNS を活用した情報発信 ・身の丈にあった受入れ環境の整備	○先ずは，現地を訪れてもらう事を意識し，八十八ヵ所のうち，数ヶ所を巡る小地域周遊案を PR。 ○口コミサイトの活用したタビマエの情報発信。 ○外国人旅行者の受入れ環境の整備は無理なデジタル化とはせず，受入れ側の体制（家族経営の寺院等）を考慮しアナログ対応を優先。
4）公益財団法人福武財団（香川県直島町） （参考となるポイント） ・民間が始めた取組みを行政が支援することで好循環が続いている ・瀬戸内海の自然，景観，文化，アート資源の活用 ・コンテンツとしての「瀬戸内国際芸術祭」	○ベネッセホールディングス及び福武財団が主導して取組みを開始し，その後，大規模イベントを活用することで，フェリーターミナルをはじめとした受け入環境整備等を自治体が協力，支援。 ○島の自然，島に滞在することで地元の人と交流が生まれることが観光客にとって魅力となっている。 ○ベネッセアートサイトの取組みは，20～30 年の時間をかけてやってきた。活動の根本には「住民を大切にする」ということがある。

視察先・先進事例	広島エリアでベンチマークとすべき知見等
5）奈良県庁，奈良県猿沢イン（奈良市） （参考となるポイント） ・外国人受入拠点「奈良県猿沢イン」 ・高級ホテル等の誘致で滞在性向上 ・朝，夜の集客イベントで宿泊客を拡大 ・奈良の食のブランド化と人材育成	○宿泊機能を含む外国人旅行者向けに日本文化の体験，交流イベントを開催する拠点施設として，奈良県外国人観光客交流館（奈良県猿沢イン）を開業。 ○高級ホテルの誘致で宿泊地としてのグレードアップや MICE 活用などにも期待できる。 ○夜や早朝の集客イベントを開催し，日帰り観光から滞在型へシフトさせる試み。観光オフシーズンにもイベントによる誘客に取り組んでいる。 ○桜井市に県運営の「なら食と農の魅力創造国際大学校」（2016 年４月開校）に併設して，奈良の食の魅力を伝えるオーベルジュを開設。
6）和歌山県高野町役場 （参考となるポイント） ・観光客向けの総合窓口「高野山観光情報センター」を開設 ・景観に配慮した町並みの環境整備 ・Wi-Fi 環境を整備しタビマエ･タビナカ･タビアトの情報発信に対応 ・寺社での体験プログラムの提供	○インフォメーションセンターやツーリズムビューロー機能に加え，観光・文化の発信基地的役割を担う「高野山観光情報センター」を開設。 ○寺社仏閣が集積する町並み景観を維持するため，通りに面する部分の色，意匠，構造等を制限すると同時に改修費補助を行う。 ○Wi-Fi 環境の整備や，「高野山」ならではの体験として，写経（心身を鎮めて，般若心経を一字一字書き写す）や勤行（各宿坊での朝のお勤めに参加）などの体験プログラムを提供。
7）岐阜県高山市役所，一般社団法人飛騨・高山観光コンベンション協会（地域 DMO） （参考となるポイント） ・拠点となる観光案内所機能の充実 ・周辺地域を含む広域観光情報の提供 ・魅力的な体験プログラムの提供 ・海外への職員派遣，海外での PR ・市と地域 DMO が連携した観光行政の推進 ・人材育成の実施	○観光案内所（カテゴリー２），免税手続一括カウンター整備，地域限定の特例通訳案内士養成，ムスリム向け市内散策マップ，外国人旅行者等の受入マニュアル「もてなしの匠 心得帳」等を実施。 ○観光ホームページの多言語化，SNS（Facebook や微博 Weibo）を活用した情報発信。 ○自然体験（田舎道のサイクリング等）や日本人の普段の生活等，観光とは無縁に思える場所やアクティビティが人気となっている。 ○高山市では，海外対応の一本化のために海外戦略部を創設。海外拠点では，現地採用ではなく，市職員を戦略的に派遣。 ○地域 DMO と市との一体的な観光推進体制で，誘客・物販・交流を促進するプラットフォーム機能の強化を図っている。 ○後継者の育成のため，高校に国際サービス学科の創設を働きかけている。地元からの政策提言，人材育成等を目的に，高山市が全額出資し，自治体シンクタンクとして一般財団法人飛騨高山大学連携センター設立。

視察先・先進事例	広島エリアでベンチマークとすべき知見等
8）兵庫県豊岡市役所，城崎温泉，一般社団法人豊岡観光イノベーション（地域連携 DMO） （参考となるポイント） ・ローカルをキーワードにしたまちづくりとプロモーション ・一般社団法人豊岡観光イノベーション（地域連携 DMO）と豊岡市大交流課が推進役 ・英語版豊岡市観光情報ページ「Visit Kinosaki」でタビマエ～タビナカなどでの情報提供 ・まちが１つの旅館として機能し，地域循環できる観光地 ・兵庫県立国際観光芸術専門職大学（仮称）などを通じた人材育成	○京都近郊のゴールデンルートから外れた温泉地であるため，京都から少し足を伸ばして寄ってもらえるようなプロモーション。 ○アクセスの不利さを逆手に取り，神戸，姫路，城崎温泉をつなぐ広域連携（ゴールデンルートから城崎温泉への誘客）を推進。 ○観光情報から宿泊予約まで可能な統合型観光情報ページ「Visit Kinosaki」などをベースとしたデジタルマーケティングの推進。 ○外湯めぐり券「ゆめぱ」（バーコードによる管理）による業務効率化と混雑情報の提供。 ○共存共栄を掲げ，サステイナブルな観光地づくりを推進。 ○観光と芸術文化分野の専門家を養成する高等教育機関「県立国際観光芸術専門職大学」の開学準備中。
9）京都市役所 （参考となるポイント） ・観光産業の成長の一方，混雑･分散化問題が発生 ・市と地域 DMO が地域の観光を牽引 ・受入環境の整備 ・宿泊税の導入 ・隠れた名勝など観光コンテンツの掘り起し	○外国人旅行者の急増による観光地の混雑対策として，時間帯，季節，場所等の分散や道路の混雑対策，バス車内の混雑対策などを推進。 ○市と京都市観光協会（地域 DMO）が一体となって人づくり・街づくり，魅力の向上・発信等を進め京都の観光を牽引。 ○2018 年 10 月に宿泊税の徴収が開始し，宿泊税収，京都市観光協会インバウンド助成金などを活用し受入環境（文化・景観保全，混雑対策，観光インフラ等）の整備を進めている。 ○朝観光，夜観光の充実や，伝統文化を基軸とした体験型メニューの拡充を進めている。

以下に，個々の「先進地視察」について，その実施結果をインバウンド観光振興関連事項を中心に取り纏めた。

1）香川県庁（香川県高松市）

（訪問日時：2016 年 11 月9日（水）10:00−）

■香川県のインバウンドの状況

- 香川県の外国人延べ宿泊者数は，2009 年は約 2.5 万人の全国 41 位であったが，2015 年は 21 万人の 27 位に上昇した。
- 2015 年の国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数構成比（上位国籍）は，台湾 36%，韓国 19%，香港 11%，中国 9%，その他 22%。背景には，高松空港から東アジアの４都市に直行便が就航していることなどがあり，例えば台北便は 2013 年３月に週２便で就航し，翌年には週４便，2016 年３月からは週６便となった。
- 2016 年の瀬戸内国際芸術祭では外国人旅行者が増加しており，国内外計 104 万人が来場。
- 今後，地域経済の縮小，活力低下が懸念されるため，観光資源，県産品，交通ネットワークを総合的に活用し，国内外から人を呼び込んで，交流人口を拡大し，地域経済を活性化させるという発想から 2015 年に県庁内に交流推進部を設置した。

■受入れ環境整備

- 外国人観光案内所において４言語対応するなど，受入れ環境整備を進めている。
- 「四国八十八箇所霊場と遍路道」世界遺産登録推進協議会では，遍路道や寺院を文化財に指定する取組み，その活動を知ってもらう取組み，受入態勢の整備（案内所の充実，遍路道の整備・復元）などを行っている。

■インバウンド向けの情報発信等

- 重点市場として，韓国，中国，台湾，香港，タイ，シンガポールの６市場を位置付け，プロモーション活動を展開している。

■観光コンテンツの整備

- 香川県は国が認定した 11 の広域観光周遊ルートのうち（「四国遍路」と「せとうち・海の道」）の２つに含まれる。
- 遍路道を「地域の文化資源の一つとして，今ある姿をできるだけ未来に残そう」と考え，単なる文化財への指定ではなく，四国全体の地域活性化につながるものとして，2006 年頃から４県と関係 58 市町村，民間が連携し，四国八十八箇所霊場と遍路道との世界遺産登録に向けた取組みを始めた。
- お遍路さんは圧倒的に欧米人が多く，フランス，スペイン，ブラジルなどからの観光客が確実に増えている。
- 本来は修行中の僧侶が宿泊する施設である宿坊は，現在では一般の参詣者も宿泊することができるようになっている。宿坊の一部には，空調やトイレなどが整備されているところも多く，普段とは違った雰囲気を体験することができる。

■二次交通の現状

- 四国内の二次交通は，団体客は貸切バスでの移動が基本であるが，個人旅行者はレンタカーの利用も多い。香川県の二次交通は都市部での整備が進んでいるが，周辺地域では整備が遅れている。
- JR と私鉄が連携して「オール四国レールパス」など外国人旅行者向けの商品をラインナップしている。

2）桃源郷祖谷の山里（徳島県三好市）

（訪問日時：2016 年 11 月９日（水）14:00−）

■祖谷地区の概要

- 祖谷（いや）地区は，徳島県三好市大歩危駅から車で１時間程度の山中に位置する過疎地（限界集落地）である。祖谷地区は 1,000 年以上前から，持続可能な自然循環型社会を守り続けてきた価値と，その自然景観とあいまって，日本の原風景として，東洋文化研究家　アレックス・カー氏が紹介した事も有り，特に欧米人が興味をもって訪れている。
- 住人と交流し，田舎暮らしを愉しんでもらい，感動を共感してもらうことを観光のアピールポイントにしている。外国人旅行者から見た当地の印象は，日本人の捉え方と違い，日本列島の島の１つであり，海岸から少し入ったところの高い山がある地域といったもの。
- 外国人に対して，四国は「山の暮らし」「海の暮らし」「島の暮らし」を非常にコンパクトな場所で体験でき，日本人の暮らしが見えるエリアといった PR をしている。

■外国人の目線からみた祖谷地区古民家再生事業

- 古民家再生は地域の人では気が付かなかった，いわゆる「よそ者」の提案である。2008 年「地方の元気再生事業」で，地元の保存会メンバー，観光業，アレックス・カー氏主宰の NPO 法人ちいおりトラストのメンバーが「東祖谷歴史観光まちづくり事業」として調査研究を行い，三好市事業として，古民家再生を始めた。
- 古民家の外回りは茅葺屋根を復旧して文化財として保護し，内装は快適な居住空間として，都市部の人にも体験してもらえる環境を整えた。
- 2015 年の宿泊実績は約 2,400 人。家族連れよりグループ利用が多く，外国人が 15%弱で，香港からの観光客が最多である。
- 人口は増えていないが，集落の住人が子ども・孫に自慢できる地域になってきているのは間違いない。ただ，仕事としては成立していないので，子ども達が帰ってくる状況にはない。

■（株）ちいおりアライアンスの概要

- 徳島県三好市東祖谷，香川県宇多津町で，空き古民家を活用した宿泊施設の運営を中心とする事業を行っている。歴史的文化的に価値の高い空き古民家を行政と連携して改修し，空き家問題の解消とともに，観光需要の創造に取り組んでいる。

■地域連携 DMO 一般社団法人そらの郷（さと）の概要

- 地域の舵取り役として，観光地域づくりマネージャーが観光戦略を策定し，インバウンド誘致，着地型旅行商品の造成販売，観光品質認証，観光マーケティング調査，二次交通整備，ガイド養成などの事業を展開している。

■広域周遊の取組み

- 大歩危祖谷，祖谷の山里だけを目的に訪れる客は少なく，岡山から直島経由で来る人が多い。せとうち DMO の PR から「広島・直島・祖谷」という動きの比率が高まっており，その流れに乗りたい。
- 外国人旅行者は，日本人が思っている広域や周遊のイメージはとは異なり，時間距離の抵抗がなく繋がっていく傾向がある。東京からゴールデンルートを経由し，JR のジャパンレールパスを利用し来訪するケースや，関西国際空港からレンタカーやタクシーなどで来訪しているケースが見られる。

3)補陀洛山志度寺(香川県さぬき市)

(訪問日時:2016 年 11 月 10 日(木)9:30-)

■補陀洛山志度寺の概要

- 四国霊場第 86 番札所で謡曲海女にも縁のある寺である。海外誘客にも力を入れており，スペインにある巡礼友の会と交流を進める中で，2015 年の四国４県とガリシア州の協力協定につながった。
- 欧米人の観光客が増えている。中国人，韓国人，台湾人等はバスツアーで来て，八十八ヶ所寺をポイントで回り，最後には買物をして帰るのが定番の観光コースとなっている。

■受入れ環境の整備

- 四国は「量」では勝てないため，「質（１人当たりの消費額と満足度等)」で勝負したいと考えているが，大きなマーケットである東アジアからの旅行者には，充実したパンフレットなどで対応している。
- 外国人との想定質問に対応した“翻訳カード”を全ての寺院に置く取組みを行っている。デジタル化も考えたが，家族経営の寺も多く，英語が出来ない，iPad が使えないといった寺院があるため，アナログでの対応を優先した。多言語化も必要だが，最終的には非言語化を目指している。
- 外国人のお遍路さんは，安い宿に泊まることが多い。例えばスペインでは部屋料金制ならば，１泊千円/人くらいで泊まれるため，部屋料金制の要望がある。

■観光コンテンツの整備

- 「うるう年に逆回りするとよい」という故事をネタに，４年前に香川県の寺だけで逆打ちイベントをしたところ，来訪者が増えた。
- まずは来てもらい，お試しで歩いてもらうために始めたのが，69 番観音寺から 88 番の大窪寺まで歩いた人に認定書（観音寺市長の印付き）を発行する取組みであり，小地域での周遊に効果があった。

■インバウンド向けの情報発信等

- 四国八十八ヶ所寺はある一定の熱烈な信者がおり，彼らが外国人向け SNS のロコミサイトに書き込みをしたら，そのサイトをきっかけに来訪者が増加したため，ロコミサイトをターゲットに PR している。
- さぬき市予算で志度寺近隣地図と宿情報を記載した日本人向けパンフレットを作成した。

■二次交通の現状

- お遍路の受入は 17:00 までだが，大窪寺行バスの最終便は 15:50。遅くに大窪寺を訪れても，泊まる所も帰る手段も無いことが，お遍路さんの宿泊につながらない要因の一つ。

■その他

- 四国八十八ヶ所霊場会があり，納経帳の金額等の統一ルールを決めている。また，寺院にとって，お納経が収入源であるが，認定書の発行で納経を取らなくなると収入が無くなり，寺の経営が成り立たないという問題もある。

4）公益財団法人福武財団（香川県直島町）

（訪問日時：2016 年 11 月 10 日（木）13:30-）

■財団の概要

- 公益財団法人 福武財団（旧財団法人 直島福武美術館財団）は，2004 年，地中美術館の開館に伴い設立した。2012 年 10 月からは助成事業を担う他の２つの財団を統合し，直島・豊島・犬島を中心とした美術館事業，日本各地における文化・芸術による地域振興活動への助成事業，瀬戸内国際芸術祭などの支援を行う自主・共催事業の３つの事業を実施している。
- 各島の自然や，地域固有の文化の中に，現代アートや建築を置くことによって，どこにもない特別な場所を生み出していくことを目指している。

■受入れ環境の整備

- 今では多くの人々が訪れるようになった直島での取組みはベネッセホールディングス及び福武財団が主導して始めたものだが，観光化を目指したわけではない。「ベネッセ」の理念を実現していく場所として活動を行い，2010 年からは瀬戸内国際芸術祭に構成団体の１つとして参加し，その結果として，観光客が増えた。また，香川県や直島町の協力もあり，フェリーターミナルなどの受入施設の整備に繋がっている。

直島・宮浦港フェリーターミナル

（出典）直島町

■瀬戸内海の自然，景観，文化，アート資源の活用

- アート事業は，現代アートを接点に，世界中の人々がこの瀬戸内海を訪れ，滞在することで，自然と環境の素晴らしさを感じ，「よく生きる」とは何かを考える場を創ることを目的としている。島の休耕田の再生を行う等，継続的に地域の人々との交流を図りながら，地域全体を活性化していくことを目指している。
- 家プロジェクトは，直島・本村地区で展開するベネッセホールディングスによるアートプロジェクトで，点在していた空き家などを改修し，人が住んでいた頃の時間と記憶を織り込みながら，空間そのものをアーティストが作品化している。
- アンケートで，「どういった所に魅力を感じているか」を聞いたところ，島の自然，島に滞在することで地元の人と交流が生まれること，等に魅力を感じているリピーターが多いことがわかった。

■コンテンツとしての「瀬戸内国際芸術祭」

- 瀬戸内国際芸術祭は，３年ごとに瀬戸内海の島々を舞台に開催される現代美術の祭典で，各地で展示される美術作品，アーティストや劇団・楽団などによるイベント，地元伝統芸能・祭事と連携したイベントなどで構成されている。
- 芸術祭をきっかけに多くの外国人旅行者が訪れるようになり，地域別には北米が最も多く 25%，アジア 20%，ヨーロッパ 20%となっている。外国人のリピーターは２割程度。
- 世界の第一線で活躍している建築家，アーティストが関わっていることから，海外向けの宣伝していないが取材は多い。

5)奈良県庁，奈良県猿沢イン（奈良市）

（訪問日時：2017 年 12 月 12 日（火）13:00-）

■奈良県観光の現況

- 2016 年度の奈良県の観光客数は，4,407 万人と前年比＋6.3%（＋261 万人）。2016 年の外国人旅行者数は，165 万人と前年比＋60.1%。地域別にみると中国からの観光客が全体の約 42%を占める。
- 奈良県は修学旅行先として人気があり，修学旅行生に対応した宿泊施設が多く，一般観光客の受け入れが難しい旅館等が多い。そのため，客室数は全国最下位の状態である。

■受入れ環境の整備

- 宿泊機能を含む外国人旅行者向けの拠点施設として，奈良県外国人観光客交流館（奈良県猿沢イン）を 2015 年 7 月に開業した。24 時間対応の宿泊フロント，観光案内カウンター（JNTO 外国人案内所カテゴリー３）に加えて日本の文化を毎日体験できる滞在して楽しめる観光案内所を整備。
- 奈良県にはこれまで高級ホテルがなく，国家元首が訪れた時も奈良での宿泊は実現してこなかったが，JW マリオットの招致に成功したことで，宿泊地としてのグレードがあがった。
- 今後さらにホテル建設計画もあることから，コンベンションホールとの組み合わせにより MICE 活用なども期待できる。

■観光コンテンツの整備

- 夜の集客イベントや冬の観光オフシーズンにもイベント開催している。また，奈良県ビジターズビューローと連携し，社寺や文化財等を活用したユニークベニュー商品の開発を行なっている。
- 民間企業等による古民家を活用した飲食店やゲストハウスが増加しており，奈良市外での観光の拠点となっている。
- 奈良県猿沢インでは予約不要の日本文化の体験，交流イベントを毎日開催するなど，奈良の魅力を体感できる情報発信拠点となっている。

■インバウンド向けの情報発信等

- 奈良の奥深さ（歴史・精神性）を理解する市場として，「歴史・文化」を旅行動機に挙げる人が多いフランスをターゲットに選定。海外観光レップ（在パリ）などを活用しながら，旅行会社やメディアへ営業活動を行っている。

■奈良の食のブランド化と人材育成

- 奈良県が運営する「なら食と農の魅力創造国際大学校」（2016 年 4 月開校）に併設して，奈良の食の魅力を伝えるオーベルジュを開設（施設は奈良県，運営は民間）。

6）和歌山県高野町役場

（訪問日時：2017 年 12 月 13 日（水）13:30-）

■高野町観光の現況

- 高野山全体の観光客数は増加しているものの，宿泊観光客は伸び悩んでいる。一方，宿坊での宿泊などに魅力を感じた外国人の宿泊客が増加している。
- 宿泊観光客の３分の１が外国人で，宿泊外国人旅行者のうち欧米豪が８割を超えている。
- 外国人を対象としたアンケートによると，「高野山の元来の姿，日常に魅力を感じた」という意見も多く，姿を変えない高野山を守っていく必要があると感じている。

■受入れ環境の整備

- 外国人旅行者から特に要望の高い無料 Wi-Fi 整備の設置工事費を補助しており，宿坊や商店等が整備を進めたことから，無料 Wi-Fi エリアが拡大している。
- 高野山での滞在時間を延ばしてもらう拠点として，高野町はインフォメーションセンターやツーリズムビューロー機能に加え，「観光・文化の発信基地」の面を持ち合わせた総合的な施設「高野山観光情報センター」を開設した。
- 歩くことを楽しめる町を目指し，狭く歩きにくかった道路にあえて歩道部分（段差は無く車道と歩道を塗分け）を広く取り，車が譲り合って走行する道路を試験的に導入している。
- 高野町や金剛峯寺が設置したさまざまな案内看板等は，色や表記を統一し，あえて多言語化（日本語・英語表記のみ）せず，ピクトグラムを利用した「見たら直感的に解る」表示を目指している。
- 景観に配慮した町並みを維持するために，厳しい景観条例を設けており，電線地中化（ほぼ完了）や個人の住宅の色や建て方に至るまで細かく規定している。建物は，日本建築を主体とし，形や材料，景観を損なうものは禁止する一方で，改修する場合には補助が得られる。

■観光コンテンツの整備

- 「高野山」ならではの体験として，写経（心身を鎮めて，般若心経を一字一字書き写す）や勤行（各宿坊での朝のお勤めに参加）などがある。
- 滞在時間を延長する取組みとして，高野山奥之院ナイトツアー，お逮夜ナイトウォーク，伽藍ナイトツアーといった夜間イベントを開催している。

■インバウンド向けの情報発信等

- 高野山を訪れる外国人旅行者は SNS 等がきっかけとなっていることも多く，欧米豪を中心に YouTube 等で PR ビデオを発信している。タビナカの情報発信には，無料 Wi-Fi の完備は必要不可欠である。
- ドイツ，アメリカ，タイからの誘客促進のため，ファムトリップを開催。

■二次交通の現状

- 利用客数が少なくとも，先ずルートを確保していることが重要との考えから，関西国際空港と高野山を結ぶ直通リムジンバスを高野町と和歌山県で運行している。

7）岐阜県高山市役所，一般社団法人飛騨・高山観光コンベンション協会（高山市）

（訪問日時：2017 年 12 月 14 日（木）11:00-）

■高山市観光の現況

- 高山市では，1970 年から観光統計調査を行っており，2018 年の観光客入込数は前年比－3.9%となる 444.2 万人。そのうち外国人宿泊数は同＋7.6%となる 55.2 万人。
- 雪への憧れなどからか，台湾を始めとしたアジアからの観光客が多い。近年は，スペインやイスラエルからの観光客も増えている。

■受入れ環境の整備

- 高山市役所では 2011 年より海外戦略を担う部署「海外戦略部」を創設し，以前は観光課など複数の課で対応していた海外関連業務を一本化した。
- 外国人旅行者の受入環境整備としては，カテゴリー２（少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐）の飛騨高山観光案内所を JR 高山駅前に設置し，利用者も年々増加している。
- 多言語併記の誘導案内板を整備し，外国人旅行者が１人でも安心してまち歩きができる環境づくりを行っている。
- 商店街（店舗内）に免税の一括手続きが可能なカウンターを設置したり，免税制度に関する研修会等を開催したりして，外国人旅行者の消費拡大を図っている。これは，商店街単独で免税一括手続きが可能な“全国初”の取組みである。
- 2015 年度に中心市街地特例通訳案内士，2016 年度以降は飛騨地域での特例通訳案内士の養成講座を実施している。区域内において有償での通訳ガイドが可能となり，旅行者の滞在期間の延長，消費拡大等の促進につながっている。
- 国や民間のプロジェクトチームと連携し，ムスリム（イスラム教徒）旅行者が安心して食事ができる飲食店や礼拝可能な施設などを掲載したムスリム向け市内散策マップを作成することで，旅行者の満足度向上や市内消費の拡大に繋げている。
- 外国人旅行者等の受入マニュアルを作成しており，「もてなしの匠 心得帳」として，市内の宿泊・飲食関係事業者等に配布し，研修も実施している。

■観光コンテンツの整備

・　自然体験をしたい外国人旅行者も多く，田んぼのあぜ道等をサイクリングする民間事業者のツアーが人気を集めるなど，日本人の普段の生活といった一見すると観光とは関係のない場所やアクティビティが人気である。

・　地元食材を使ったクッキング教室や，ベジタリアン対応の中華料理屋なども外国人旅行者に人気である。

■インバウンド向けの情報発信等

・　無料 Wi-Fi の利用登録時に取得するメールアドレスを利用し，災害や緊急時に一斉メールを送信しているほか，観光客誘致に向けたマーケティングに活用するためのアンケートを実施している。

・　高山市の観光ホームページの多言語化に取り組んでいるほか，SNS(Facebook や微博 Weibo)を活用した情報発信のほか，周辺地域を含む広域観光情報を併せて発信することで観光客を高山市にも呼び込んでいる。

・　海外の大使館などに協力を依頼し，高山の食材などをアピールしているほか，海外拠点では現地採用ではなく，高山市職員を戦略的に派遣している。

・　海外での観光展などは費用がかかるため，インフルエンサー（ユーチューバーやブロガー等）の招聘やファムトリップなども積極的に実施している。

■市と地域 DMO が連携した観光行政

・　地域 DMO 一般社団法人飛騨・高山観光コンベンション協会と高山市を中心とした推進体制で，誘客・物販・交流を一体的に促進するプラットフォーム機能の強化を図っている。

・　観光消費額や観光消費の経済波及効果額を示すことで，観光に取り込む意義などを含めて市民の理解活動にも努めている。

■人材育成への取組み

・　高山市が全額出資で設立した一般財団法人飛騨高山大学連携センターにおいて，高山市や地元産業団体・民間団体などから相談を受けた研究テーマを大学等と連携しながら調査・研究し，その成果をフィードバックするとともに，様々なコンサルティング事業を実施。また，多くの大学生が来訪・滞在・活動する活気ある高山市を目指して，大学が高山市で実施するフィールドワークやゼミ合宿を始めとした様々な活動を支援するコミッション事業を実施。

・　岐阜県に対して県立高校に国際サービス学科の創設を働きかけるなど，観光業に携わる後継者の育成を強化していきたい。

8）兵庫県豊岡市役所，城崎温泉，（一社）豊岡観光イノベーション

（訪問日時：2018 年 12 月 12 日（水）13:00-）

■豊岡市，城崎温泉のインバウンドの現状

- 城崎温泉の外国人宿泊者数は，2011 年の 1,118 人から 2016 年に約 4.5 万人，2017 年に約 5.1 万人と 5 年間で 40 倍にまで急増している。
- 豊岡市のインバウンド戦略は，城崎温泉を中心に集客し，市全体の経済波及効果を最大化することと城崎温泉の閑散期の集客を増やし年間需要を平準化することである。現状は，１泊で帰る観光客がほとんどなため，２泊して貰えるよう取り組んでいるところ。
- 山陰の地方都市というアクセスの不利さを逆手に取って，神戸，姫路，城崎温泉をつなぐ広域連携（ゴールデンルートから城崎温泉への誘客）を志向している。豊岡市と地域連携 DMO の（一社）豊岡観光イノベーションが一体となって，リーダーシップを発揮しながら，観光政策を展開している。

■受入れ環境の整備

- 豊岡市は小さな世界都市を目指しており，人口規模は小さくてもローカルであること，地域固有であることを通じて，世界の人々から尊敬され，尊重されるまちを目指している。
- 城崎は共存共栄を町是とし，温泉街を１つの旅館に見立てて，駅が玄関，道が廊下，各宿が部屋，外湯が風呂，売店がお土産物屋である。各宿が観光客を囲い込むことはせず，食事が終わったら，街に出てそぞろ歩きを楽しむよう勧めている。
- 多言語による案内表示が並んでいると風情が削がれるため，最低限の英語表記にとどめている。

■観光コンテンツの整備

- 他の温泉地と差別化できるのは，温泉の質などではなく，ゆかたで外湯巡りに出かけ，そぞろ歩きをしながら昔ながらの日本の温泉街を楽しむ体験そのものである。こうしたプロモーションが響く層は欧米豪の方々が多いと考えた。

■サステイナブルな観光地を目指した取組み

- 観光客が外を歩くことで商店や飲食店の商売が可能となり，商売が続けば街並みが保たれ，その街並みを求めてまた人が来るという循環を大切にしている。

・　城崎温泉の街並みは，現在の建築基準法には不適格で，一度用途を変更したり，壊したりしてしまえば，この街並みを復活できない。この街並みにひかれて訪れる観光客が多いため，地域の人々は景観の維持に配慮している。

・　旅館が減ると街全体の魅力が低下してしまうため，お互いにアドバイスしながら事業をス進めるなど，他ではみられない珍しい温泉地ではないか。一時の儲けを追うのではなく，家業を続けていくことに重きをおいており，子供や孫の代にも食べて行けるような温泉地を残したい。

■インバウンド向けの情報発信等

・　英語版の豊岡市観光情報ページ「Visit Kinosaki」で，タビマエに豊岡市内の観光スポットや城崎温泉での過ごし方を紹介している。同サイトは豊岡市がオーナーで豊岡観光イノベーションが運営し，宿泊の予約もサイト内で行えるシステムとなっている。

・　城崎温泉の価値とその価値を受け入れる相手を選び，きちんと繋げるために「デジタルマーケティング」を行っている。（ターゲットとするマーケットと顧客の特定，競合との差別化，その上で，観光プログラムを提供，発信している。）

・　京都近郊のゴールデンルートから外れた温泉地であることから，京都に来たときに少し足を伸ばして寄ってもらえるような「小判鮫商法」型プロモーションを行っている。京都，姫路などから二次交通である鉄道路線の情報発信も行っている。

・　豊岡市，豊岡観光イノベーション，地元のウェブサイト制作会社（ハイファイブ）が主体となって，タビマエ・タビナカのアプローチをやっている。地域にプロモーション関連の知見を蓄積していくために試行錯誤で進めている。

・　家族・知人などの口コミの力はとても大きい。訪れてくれたお客さんに良い印象を持ってもらい，その後にインフルエンサーとなってもらうことが大切である。

■キャッシュレス化への取組み

・　城崎温泉でデジタル外湯めぐり券「ゆめぱ」を導入し，利用者と管理者の双方で入湯受付の効率化や混雑状況の把握と情報提供が可能となっている。温泉街の散策時に「ゆめぱ」を提示すれば，キャッシュレスで買物・施設利用等（チェックアウト時に旅館で清算可能）が可能な仕組みを導入していたが，デジタルデバイドなどから現在は買物等には対応していない。

■人材育成への取組み

・　進学等で一度域外に出てしまうと，何となく帰ってこないという人たちが多い。これは子供たちが地域の価値に気付いていないからではないかと考え，最近では，地域の価値を内向きに訴える取組みも進めている。

・　兵庫県が 2021 年４月開学を目指して観光と芸術文化分野の専門家を育成する県立専門職大学「国際観光芸術専門職大学（仮称）」の準備を進めている。

・　観光を学びたいという学生は少ないが就職先は多い。一方で，演劇や芸術を学んでいる人たちは多いが就職先が少ないというアンバランスな部分を整理していく必要がある。

9）京都府京都市役所

（訪問日時：2018 年 12 月 13 日（木）13:30-）

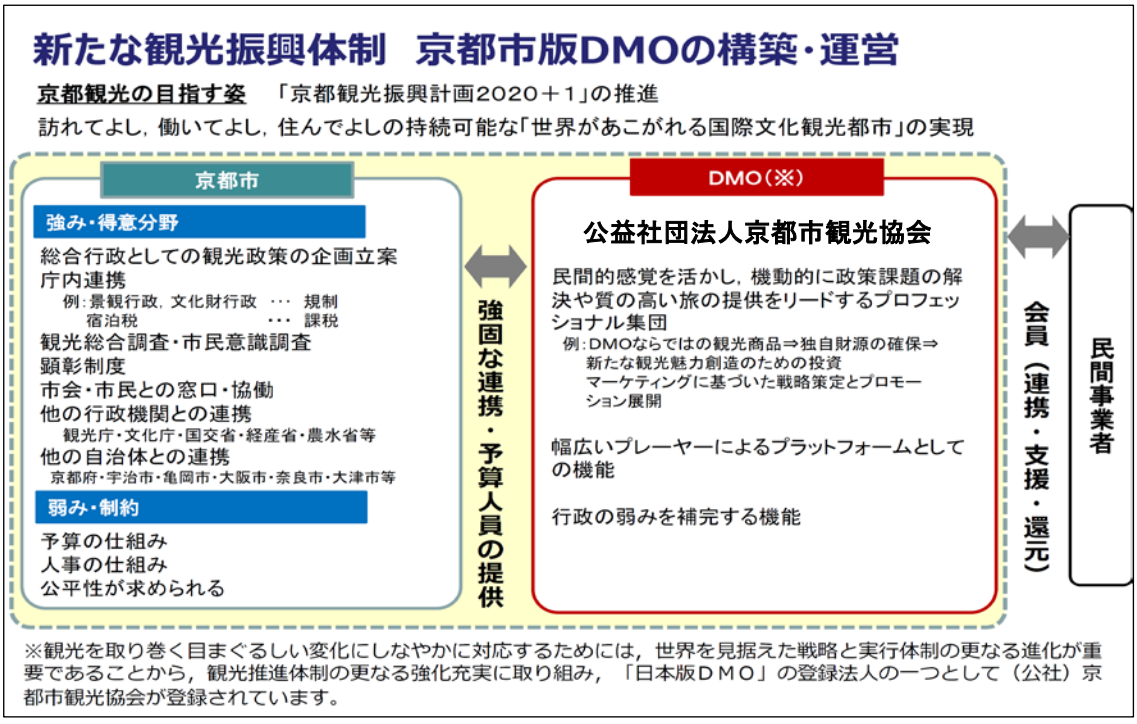
■インバウンドの状況

- 2017 年の京都市の外国人宿泊者数は前年比＋10.8%の 353 万人と過去最高を更新。宿泊客（日本人･外国人）や外国人日帰り客は増加したものの，日本人は減少した。旅行者の増加で，京都の風情を感じられなくなったという意見や混雑を敬遠しているとの声もある。
- 2020 年の観光消費額 1 兆円，外国人宿泊客数 300 万人という当初目標を 4～5 年前倒しで達成するなど，予期しないスピードで観光需要が拡大しており，京都観光振興計画 2020 の見直しを行ったところ。
- 市民生活への影響として，違法民泊の増加による騒音，セキュリティ等の問題，混雑悪化による満足度の低下，生活習慣の違いから発生するマナー問題等がみられる。
- 観光客の消費活動による観光の経済効果の大きさを市民に理解してもらいながら，市民生活とバランスを取ることが課題。

■受入環境の整備

- 京都市観光協会インバウンド助成金（外国人旅行者にやさしい受入環境の充実を図るため，京都市内の幅広い観光関連事業者等が行う受入環境整備事業に対し，その実施費用の一部を補助）がある。
- 外国語対応に対する不満が高いことから 24 時間対応の多言語コールセンターを開始した。
- クレジットカードが使えない，免税店が少ないといった指摘など，ショッピングに関する満足度が低い。
- ムスリムの観光客の増加に対応するため，礼拝スペースの確保等の対応を行っている。
- 市民生活と観光の調和を重視し，混雑緩和の取組み，外国人旅行者へのマナーの啓発などを行っている。

■地域 DMO（公社）京都市観光協会と京都市が一体となった観光政策への取組み



・　観光資源を活用した事業実施や観光情報の発信，プロモーションなど大部分の観光事業は地域 DMO（京都市観光協会）が実施している。京都市は，DMO 実施事業に対し費用負担するとととともに，受入環境整備の一部（宿泊税を活用した利便施設の多言語化，観光トイレの充実等）を実施している。

・　京都市観光 MICE 推進室と京都市観光協会とは同じフロアで活動するなど，連動した取組みが取れるよう工夫されている。

■観光コンテンツの整備

・　優れた観光スポットであっても観光客が少ない地域が依然として多くあり，情報発信を工夫し，周遊性を高める方策を検討している。

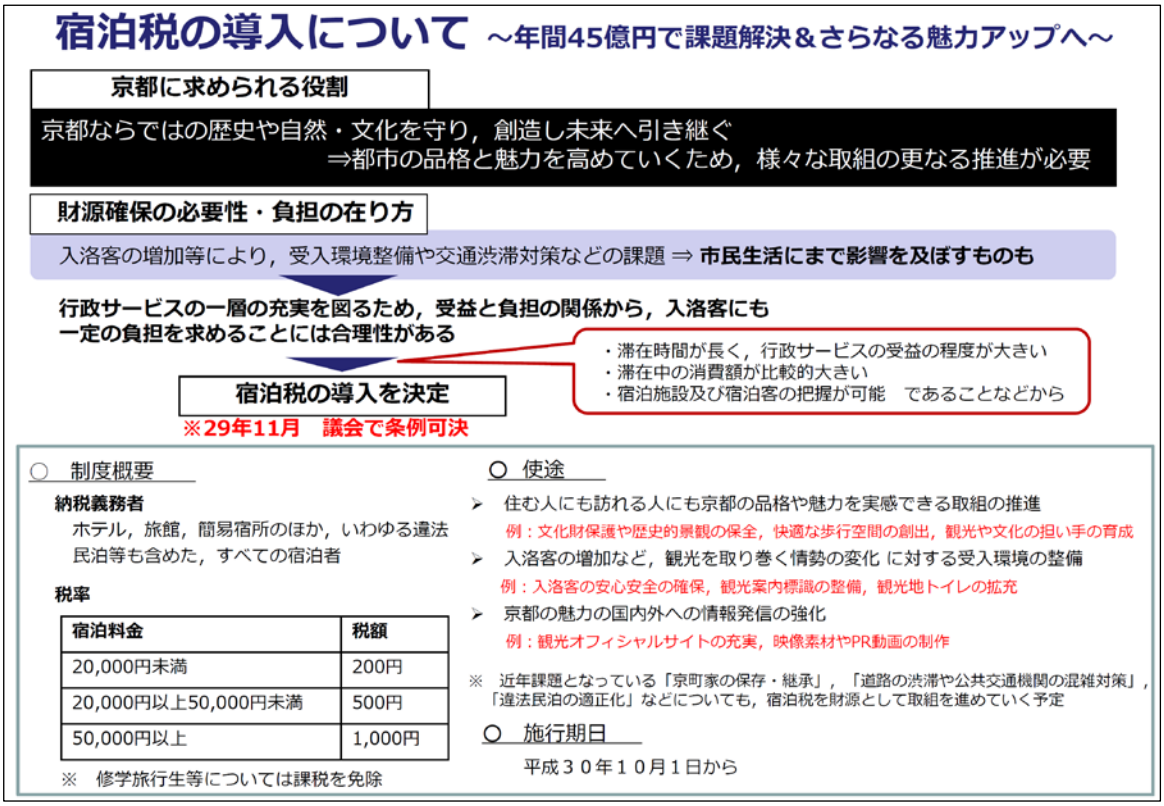
・　朝観光，夜観光の充実は観光客の時間の分散に繋がり，混雑･分散化対策としても有効なため，伝統文化を基軸とした体験型メニューの拡充を進めている。

・　伝統文化を基軸とした体験型メニュー（京都市認定通訳ガイドによる二条城，京都迎賓館，京都遺産，伝統産業の工房，商店街，酒蔵等）の拡充など。

■宿泊税の導入

・　観光産業と市民生活の共存を図るため，2018 年 10 月から宿泊税の徴収が開始され，年間の税収は約 45 億円が見込まれている。

・　宿泊税導入にあたっては，審議会を立ち上げ，学識経験者を含めて長期に渡って議論した。



■人材育成への取組み

・　京都で観光業に関係している実務家向けの「京都観光経営学講座」を５年間に渡り京都大学と実施した。2018 年４月からは京都大学に観光 MBA ができたため，京都市観光協会を含めた３者で連携し，京都市が抱える課題の共同研究を進めている。

2 周遊型インバウンド観光振興の未来戦略（提言）

2－1 未来戦略の実現に向けた「プラットフォーム」の早期形成

●インバウンド観光サービスの IT イノベーションを広島から起こし，高水準の「コネクト」，「キャッシュレス」，「オンデマンド」環境の早期実現を図る。

今，私たちは，IT（情報通信）技術が日進月歩で進化するなか，様々なモノがインターネットに繋がれ，モノどうしが相互にコミュニケーションをとりながら様々な付加価値を生み出す IOT（モノのインターネット，Internet of Things）や AI（人工知能）などのデジタルツール，ビッグデータの活用等によって社会構造や生産活動が急激に変革されていくデジタル社会を迎えようとしている。そうしたデジタルシフトという変革の波は地域社会にも同時並行的に訪れ，私たちの生活も否応なく「グローカル化」していくこととなる。

さらに，最先端テクノロジーである 5G（第 5 世代移動通信システム）等の超高速大量通信技術の普及拡大が進めば，IOT に次いで，ヒトがインターネットと繋がる IOH（ヒトのインターネット，Internet of Human）の時代が遠からず到来するであろう。

今後のインバウンド観光の主力となるのは，「ミレニアル世代」の個人旅行客の，FIT（Free Independent Traveler）であると言われている。1980 年から 2000 年にかけて生まれた「ミレニアル世代」は，インターネットやパソコンなどのデジタル機器が普及した環境のなかで育ち，それ以前の世代とは異なるこの特性から，「デジタル・ネイティブ」と呼ばれることもある。日常的にインターネットの検索機能を活用した情報収集を行ったり，SNS（Social Networking Service）や写真・動画共有サイト等の様々なソーシャルメディアに積極的に参加したりするバーチャルなネットワーキング能力に長けている一方，自らが属するコミュニティや家族への帰属意識が強く，そのなかでのリアルな人間関係をも同様に重視する傾向があるともいわれる。そして，このような一人の人間の中でナチュラルに共存する**「バーチャルでデジタルな IT ネットワーク」と「リアルでアナログなヒューマンネットワーク」を自在にコネクト（連携）させる**ことでこれまでとまったく異なった革新的な価値を創りだしている世代でもある。

では，今後のインバウンド観光の主力となるであろう「デジタル・ネイティブ」な「ミレニアル世代」の FIT の観光体験をどのような手立てで最大化させ，域内インバウンド観光消費の拡大に繋げていくか。そのキーワードは**「コネクト（連携）」**であり，全ての外国人旅行者を，常時，インターネットを介して地域と直結する**「コネクティッド・トラベラー」**（digitally connected traveler **デジタル連携型旅行者**）化し，適時適切な**「オンデマンド」**のサービスやサポートを受けつつ地域内を自由自在に周遊し滞在型観光が楽しめる，国内随一の**「旅のインターネット～IOT（Internet of Travel）」エリア**を実現することが急務である。

目指すべきは，こうした**「コネクティッド・トラベラー」**に対して，自国の家を出発して帰宅するまでの，タビマエ・タビナカ・タビアトの全てのプロセスにおいて，IT テクノロジーを活用してシームレスに寄り添い，柔軟にパーソナライズできるオンデマンドの旅行案内・旅客支援ソリューションサービスを提供し，さらに，バーチャルな「IT」空間とリアルな「地域」空間双方に常に「コネクト（連携）」しつつ体験するこの地域の旅から得られる満足や感動の最大化を実現する，**国内最高の「旅のインターネット～IOT」環境が整備された「インバウンド観光のドリームランド」**である。

具体的には，外国人旅行者の標準的コミュニケーションツール（旅の友）である，スマートフォン，タブレットなどの高機能モバイル機器をフルに活用して，**タビマエ・タビナカ・タビアト**の全段階で以下を実現しなければならない。

タビマエ	○日本の多くの観光地のなかから，広島（Hiroshima）を，瀬戸内（Setouchi）を選ぶ ○旅行プランを立てる，交通・宿泊・観光・食事の予約をする ⇒旅行先候補のリサーチ・選択の段階で，選択される可能性の高い観光情報を提供する 旅行者の目的にマッチし，高い関心を呼びおこす画像・動画の提供。アクセスの容易性を確保する
タビナカ	○広島で，瀬戸内で，食べる（eat）・泊まる（stay）・遊ぶ（play）・動く（move）・買う（get）という外国人旅行者ならではのモノ消費とコト消費を，いつどこでもオンデマンドで自在にできる ⇒個々の多様なニーズに応え，顧客満足度の高いユニークな個人旅行体験を提供できる ソフト，ハード両面の満足度の高い旅行インフラ・コンテンツを整備する
タビアト	○広島の，瀬戸内の，最高の旅の感動・思い出を残す ○広島に，瀬戸内にまた行きたい，他の誰かも行かせたい，と思わせる ⇒満足した旅行者は最良のインフルエンサーになりうる その体験＋プッシュ型の旅行情報の追加提供で旅行者自らのリピーター需要と，旅行者自らのヒューマンネットワークに繋がる人々の新規需要の誘発を図る

以下の３つのアンケート調査結果から伺われる外国人旅行者の意識，動向，ニーズ等を踏まえると，インバウンド観光における**「旅のインターネット～IOT」の最重要なキーワードは，「コネクト」，「キャッシュレス」，「オンデマンド」**であるということが見えてくる。

「平成 29 年　広島県観光地点パラメータ調査等業務（外国人調査）（4月～12 月期）」
調査結果報告書（2018 年3月発表）

（調査概要）

調査時期等	2017 年４月～12 月，質問紙面接方法（自記式併用）
調査対象	広島平和記念資料館，千光寺ロープウェイ，レンタサイクルターミナル，尾道港，厳島神社を訪問した外国人旅行者
回収数	各地点 300 件（計 900 件，回収率 100.0%）

・広島県への訪問を決めた一番のきっかけとなる主な情報源は，以下の３つである。
①インターネット（65.2%）
②友人等からの口コミ（44.7%）
③SNS（14.6%）
一方，観光キャンペーンによる広島県の認知度は 4.4%に留まっている。

・全体としての観光地への満足度は 90%前後の高い評価を得ている中で，以下の２点が際立った低評価となっている。
①フリーWi-Fi などの情報通信環境（68.4%）
②飲食店における多言語対応（32.8%）

・厳島神社では，弥山，大聖院などを巡る島内周遊型観光でのニーズが高いなか，①フリーWi-Fi などの情報通信環境の満足度が 49.8%に留まっている。また，千光寺ロープウェイについては，他地点に比べて満足度が相対的に低い結果となっている。

（観光地への満足度）

満足度（「非常に良い」+「良い」の値）

【各施設の満足度】 7割以上…○ 5割未満…× 【施設間の比較結果】 満足度が最高…*太文字斜体* 満足度が最低…太文字二重線	観光地までの案内標識等の表示	観光地までの道路・アクセスの整備	トイレなどの施設の整備	観光地点としての魅力	観光地の職員、従業員のサービス・対応	食事などのグルメ（食の分野での楽しみ）	特産品や土産品	地元の人のホスピタリティ	フリーWiFiなどの情報通信環境	飲食店における多言語対応
全体	○89.4%	○97.3%	○95.6%	○96.3%	○95.9%	○88.0%	○87.0%	○93.8%	68.4%	×32.8%
1.広島平和記念資料館	*○94.7%*	*○99.3%*	*○99.3%*	○95.9%	○98.0%	*○90.2%*	*○94.4%*	*○99.2%*	*○83.1%*	×27.5%
2.千光寺ロープウェイ	○80.3%	○94.0%	○88.5%	○94.2%	○90.7%	○84.1%	○75.0%	○85.2%	○71.0%	×21.9%
3.嚴島神社	○93.3%	○98.7%	○99.0%	*○98.7%*	*○98.6%*	○89.9%	○92.6%	○95.7%	×49.8%	*×45.8%*

「地域の経済 2018」（内閣府 2018 年 11 月発行）にみる，訪日外国人旅行者アンケート調査結果

「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）

（調査概要）

調査時期等	年４回，11 ヶ所の空海港で，対面調査
調査対象	「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）の個票データを用いて，観光・レジャー目的により潜在成長圏（※）を訪れた外国人旅行者 （日本を出国する訪日外国人旅行者）
サンプル数	約 26,000 票（四半期毎 6,500 票）

※潜在成長圏とは，訪日旅客者延べ宿泊者数上位の東京都・大阪府・北海道・京都府・沖縄県以外の 42 県

・潜在成長圏を訪れるのは，旅館宿泊，温泉入浴，四季体感，自然・景勝地観光等の**そこでしか体験できない「コト消費」が目当て**の旅行者である。

・潜在成長圏を訪れた旅行者ほど**再訪日意欲**が高く，また，**リピーター**ほど潜在成長圏を訪れている。

・旅行会社・地方観光協会のウェブサイトや親族・知人からの情報収集が役立ったとする旅行者ほど潜在成長圏を訪れている一方，SNS や動画サイトを役立ったとしている旅行者ほど潜在成長圏を訪れない傾向がある。

・訪日してから滞在中に役立った情報源は，**スマートフォン**が圧倒的で，利用率も急激に伸びている。

①**スマートフォン**（72.9%）
②インターネット（パソコン）（23.1%）
③観光案内所（空港除く）（17.8%）

「訪日外国人旅行者の受入環境整備における国内の多言語対応に関するアンケート」（観光庁）

・訪日外国人旅行者が**滞在中に困ったこと**をみると，

①施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない（26.1%）
②多言語表示の少なさ・わかりにくさ（観光案内板・地図等）（21.8%）
③無料公衆無線 LAN 環境（21.2%）

をはじめ，公共交通利用，**両替**，**クレジット・デビットカード利用**，**国際ローミング**，**モバイル Wi-Fi ルーターレンタル**，**SIM カード購入**等が続いている。

中国新聞によるアンケート調査（2019 年1月4日朝刊）

広島県を訪れた外国人旅行者に対する「広島の改善すべき点」に関する質問への回答

（調査概要）

調査時期等	2018 年 11 月上旬～12 月上旬，対面調査
調査対象	広島平和記念公園，宮島を訪問した外国人旅行者
回収数	100 人

・改善すべき点があるとの回答が 39%あり，具体的には以下のとおり。

①**バス・電車の利用法**が分かりにくい（13%）

②**英語**が通じない（13%）

③**外国語の案内表示**が少ない（12%）

④**クレジットカード**が使えない（10%）

⑤**Wi-Fi 環境**が悪い（６%）

⑥**飲食店での注文**が難しい（４%）

・また，宿泊日数「**ゼロ泊**」の旅行者が 31%を占め，**夜の滞在の満足度**（24%），**体験型観光**の予定（15%）などはいずれも低位に留まっている。

①コネクト

「SETOUCHI Free Wi-Fi」～全ての観光エリアと二次輸送交通機関の無料ネット接続化～

＜提言＞

●瀬戸内の全ての観光エリアと周遊観光の足となる地方バス路線・ローカル鉄道・定期航路等の二次輸送交通機関における，無料 Wi-Fi（仮称「SETOUCHI Free Wi-Fi」）環境を早期整備する。

●JR 新幹線停車駅・主要港湾・主要観光地等における，無料 SIM カード提供サービスの早期導入を実現する。

無料 Wi-Fi 環境の整備状況

現在，全国 17 万ヶ所の主要駅・空港，コンビニエンスストア・百貨店などの商業施設，観光スポットなどで無料 Wi-Fi に接続できる 16 言語対応の外国人旅行者向け無料アプリ「Japan Connected-free Wi-Fi」の提供が行われており，広島市が 2013 年 8 月より外国人旅行者の利便性と満足度を高め，「おもてなしの観光」を推進することを目的に提供開始した無料公衆無線 LAN サービス「Hiroshima Free Wi-Fi（ひろフリ）」も，この無料アプリを通して無料 Wi-Fi への接続が可能となっている。当初，広島市内中心部等で始まった同サービスだが，現在では，県内 12 市・２町・岩国市の主要観光施設，主要ターミナル，商店街等にまで利用可能範囲が拡大している。

また，2014 年 12 月から，(株)ワイヤ・アンド・ワイヤレス（本社：東京都）が外国人旅行者向けに提供を開始した Wi-Fi 接続支援アプリ「TRAVEL JAPAN Wi-Fi」アプリは，20 万ヶ所以上の Wi-Fi スポットへ無料アクセスが可能となっており，両備・バスグループ（本社：岡山県）では，2017 年４月から，このアプリを利用して，同グループが運行する高速バス 13 台・空港リムジンバス５台で，外国人旅行者をはじめとする全乗客への Wi-Fi サービス「Ryobi Free Wi-Fi」を提供している。

無料 Wi-Fi 提供路線一覧

両備バス	高速バス	倉敷・岡山～名古屋線
		倉敷・岡山～品川線
		倉敷・岡山～新宿線
		倉敷・岡山～福岡線
		ドリームスリーパー大阪・東京号
	関西空港行きリムジンバス	
岡電バス	岡山空港行きリムジンバス	
中国バス	ドリームスリーパー広島・福山・東京号	

※2018 年 8 月からは高速バスの停留所でも「Ryobi Free Wi-Fi」の提供が開始された。

（出典）各社ウェブページ

JR 東海・JR 西日本・JR 九州では，2018 年 7 月以降，東海道・山陽・九州新幹線車内の無料 Wi-Fi サービス「Shinkansen Free Wi-Fi」の提供を順次導入し，2020 年３月までには，東海道・山陽・九州新幹線の全列車で利用可能にする計画である。また，2019 年春には，全国 108 ヶ所の新幹線駅舎の無料 Wi-Fi 整備もほぼ完了する見込みである。

広島県内でも，2018 年秋以降，(株)瀬戸内クルージングが尾道～瀬戸田航路で運航する，多数の自転車が積載可能な新型船「サイクルシップ ラズリ」や，広交観光(株)が運行する高速乗合バスの一部に導入された，認証サイトが多言語対応の「ひろこうフリーWi-Fi」サービスなど，主要交通機関やローカルバス路線・航路への導入拡大が実現している。

自転車が搭載可能な「サイクルシップラズリ」

船種	旅客船	進水年月	2018 年 9 月
旅客定員	75 名	総トン数	19t
航海速力	20knt	最高速力	24knt
全長	17.70m	全幅	5.80m
深さ	1.70m	航行区域	平水
船内設備	操舵室 1，機関室 2， 客室 1，トイレ 1	無線設備	携帯電話

（出典）ウェブページ

SIM カード利用の増加

京都などの人気観光地では，Wi-Fi 利用者の増大による無料 Wi-Fi の通信速度の低下や接続しにくさに加え，広域周遊型の外国人旅行者やアウトドア観光コンテンツの増加等も相まって，**定額制プリペイド SIM カード**や**無料（フリー）SIM カード**を選択する外国人旅行者が増加しており，それらが入手可能な国内空港が次第に増加している。広島空港においても，2017 年 11～12 月から WAmazing（株）（本社：東京都港区）による無料 SIM カードの提供が，主に，台湾・香港・中国からの外国人旅行者を対象に開始された。

「旅のインターネット」エリアの実現　～ 「コネクト」

このようにインターネット通信環境の質的・面的拡充は，外国人旅行者からのニーズも際立って高く，外国人旅行者がストレスなく広島エリアを周遊しつつ多種多様な観光コンテンツを満喫するための必須のプラットフォームである。

広島県は，国の「防災等に資する Wi-Fi 環境の整備計画」（2016 年 12 月策定）による公衆無線 LAN 環境整備支援事業等においても全国の 73.3%（2018 年 10 月現在）を下回る整備率（68.8%，622 ヶ所のうち 428 ヶ所が整備済）に留まっており，観光庁の「旅行環境整備事業」・「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」・「観光地のまちあるきの満足度向上整備支援事業」などの補助金事業の活用を図りながら，**瀬戸内の全ての観光エリアと周遊観光の足となる地方バス路線・ローカル鉄道・定期航路等の二次輸送交通機関における無料 Wi-Fi（仮称「SETOUCHI Free Wi-Fi」）環境の早期整備と，JR 新幹線停車駅・主要港湾・主要観光地等における無料 SIM カード提供サービスの早期導入**を実現すべきである。

公衆無線 LAN 環境整備支援事業（総務省）

（出典）総務省ウェブページ

②キャッシュレス

「キャッシュレス・セトウチ」～全ての観光コンテンツと二次輸送交通機関のキャッシュレス化～

＜提言＞

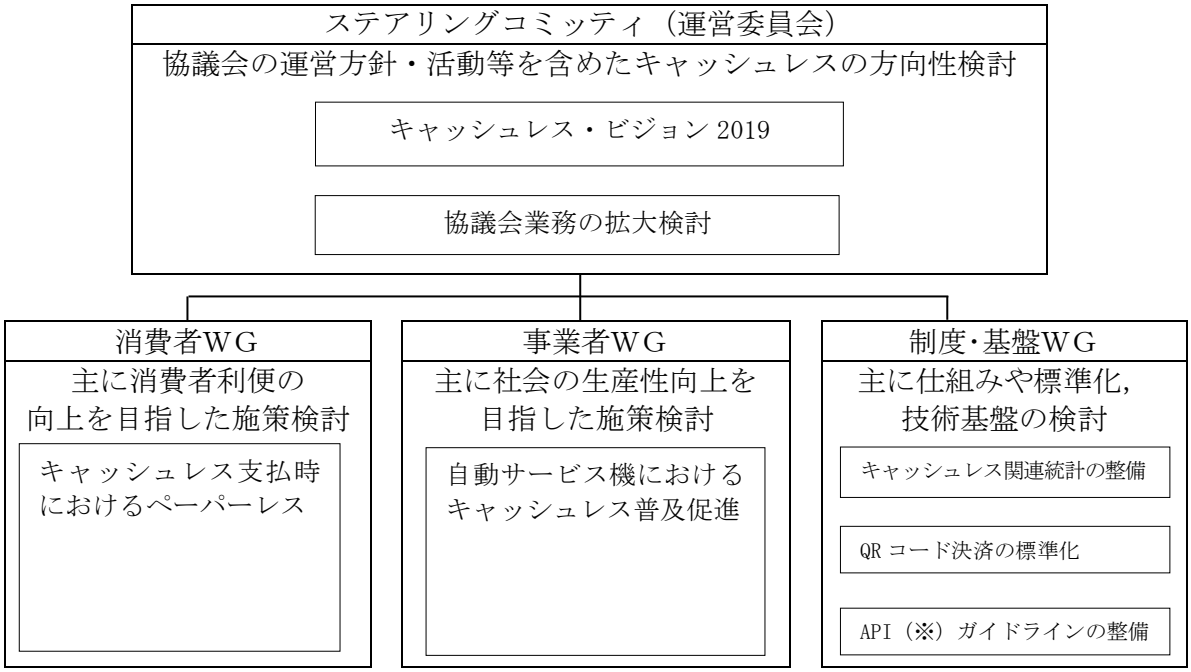
●地元金融機関による，地域内の中小観光関連事業者に対する，外国大手企業のモバイル決済サービスへの加盟仲介・支援サービスを積極的に行う。

●消費税増税対策の一環である，キャッシュレス決済をベースとしたポイント還元制度導入に伴って経済産業省から示された，中小・小規模事業者のキャッシュレス決済端末導入負担ゼロ化方針に基づく新たな「補助金制度」や「税制優遇措置」等の活用を促す，地元自治体による積極的な支援を行う。

「キャッシュレス・ビジョン」とは

国の定めた「未来投資戦略 2018 - 「Society 5.0」「データ駆動型社会」への変革 -」（2018 年 6 月 15 日改定）では，今後 10 年間（2027 年 6 月まで）に，キャッシュレス決済比率（クレジットカード及び電子マネーによる決済額／民間最終消費支出）を倍増し，**2017 年の 21%から4割程度まで引き上げることを目指す**とされている。そして，その取組みを加速させるために，経済産業省が策定した「キャッシュレス・ビジョン」（2018 年 4 月 11 日公表）に基づいて，2018 年 7 月，産学官からなる「(一社）キャッシュレス推進協議会」が推進母体として設立された。今後は，同会が主体となってキャッシュレス社会実現のための活動を進めることとされ，**世界最高水準のキャッシュレス決済比率 80%を実現する**新たなロードマップの検討が始まっている。

（一社）キャッシュレス推進協議会の概要



（※）API（Application Programming Interface）とは，プログラムがその機能を他のプログラムから利用できるようにするためのインターフェイスのこと。例えば，カード会社以外の者がカード会社のシステムの機能を利用できるようにするための，システム側の接続口を指す。

「キャッシュレス・ビジョン」の概要

１．概要

「日本再興戦略 2016」「FinTech ビジョン」「未来投資戦略 2017」等の検討をもとに，経済産業省が，キャッシュレス社会実現のため，世界のキャッシュレス動向や日本の現状を踏まえ，加盟店側・消費者側双方の課題解消に資する取組みの方向性及び方策を提言したもの。

２．キャッシュレス支払が普及しにくい背景等

（社会情勢）

(1) 盗難の少なさや，現金を落としても返ってくると言われる「治安の良さ」

(2) きれいな紙幣と偽札の流通が少なく，「現金に対する高い信頼」

(3) 店舗等の「POS（レジ）の処理が高速かつ正確」であり，店頭での現金取扱いの煩雑さが少ない

(4) ATM の利便性が高く「現金の入手が容易」

（実店舗等）

導入	＜端末導入コスト＞ 一般的に支払手段で分かれる「支払端末」の導入にコストが発生 端末設置のスペースコストや回線引込の負担も発生
運用・維持	＜現金と比較した場合のコストの高さ＞ 現金支払では発生しないキャッシュレス支払手段利用にかかるコストが，実店舗側に発生 実店舗等からすると，これらコストのうち，支払サービス事業者に支払う手数料は，当該事業者（イシュア）が消費者に付与するポイントやマイル原資の一部に見えるが，当該ポイントやマイルの恩恵を十分に受けられていないと感じる実店舗の存在
	＜オペレーション負担＞ 現金支払では発生しない紙の売上票（利用控え）等を手交するためのオペレーション負担が発生
資金繰り	＜支払後の資金化までのタイムラグ＞ 現金支払では即時に資金化できるが，一般的にクレジットカード支払では，資金化までに半月～１ヶ月程度のタイムラグが発生

（消費者）

(1) キャッシュレス支払に対応していない実店舗等の存在

(2) キャッシュレス支払にまつわる各種不安

（支払サービス事業者）

(1) 現状のクレジットカード会社，銀行，電子マネー事業会社等におけるコスト負担

(2) 世界的にも稀有なマルチアクワイアリング（※）環境

（※）マルチアクワイアリングとは，複数のクレジットカード管理会社と行う加盟店契約のこと。

３．対応の方向性

実店舗等におけるキャッシュレス支払にかかるボトルネック解消	・キャッシュレス支払導入を促進させるための環境整備 ・支払手数料改善のための環境整備 ・生産性向上のための環境整備 ・キャッシュレス支払受入の動機付け ・キャッシュレスの意義，効果に関する事業者理解の増進 ・サービスの統一規格や標準化等の整備
消費者に対する利便性向上と試す機会の拡大	・真の消費者ニーズの把握 ・キャッシュレスの利便性や安心感の向上 ・キャッシュレス支払利用の動機付け
支払サービス事業者のビジネスモデル変革を後押しする環境整備	・ビジネスモデル変革のための環境整備
産官学によるキャッシュレス推進の強化	・より野心的な目標設定，ドラスティックな方策の実施，キャッシュレス推進にかかるフォローアップ ・各種調査･発信 ・政府や自治体自らが積極的にキャッシュレスを利用
新産業の創造	・商流･物流･金流の連動促進 ・データ利活用の円滑化に着目した産業育成 ・制度的課題への対応

（出典）キャッシュレス・ビジョン（2018 年 4 月，経済産業省）

全国各地の「キャッシュレス」化の取組み

（福岡市）

福岡市では，**「キャッシュレス FUKUOKA」**を合言葉に，同市と民間企業が一体となってキャッシュレスの推進に取り組むことでそれを誘引・活発化させ，多くの市民や観光客の体験を通してキャッシュレス化促進と民間企業の取組みの加速を図るプロジェクトを推進している。そのための「実証実験フルサポート事業（※）」の一環として，2018 年６月から，同市の博物館や美術館等の公共施設，商店街や店舗・ドラッグストア等の商業施設（民間施設），空港やタクシー，さらに 22 軒の屋台等を対象とした広範囲なキャッシュレス実証実験プロジェクトが展開されている。同市は民間施設で**キャッシュレスを推進する第一の目的として中小企業支援**をあげており，店舗で採用しやすいシステムを導入して事務作業を効率化することにより，人材不足の解消や生産性の向上につなげるとともに，購買情報データ活用による売上増や，キャッシュレス化が進んでいる外国人旅行者による消費の取り込みも期待できるとしている。また，市民や観光客などの消費者側のメリットとして，支払時間の短縮や現金の紛失・盗難の被害リスク低減効果等があげられている。

（※）AI や IoT 等の先端技術を活用した社会的課題の解決や市民の生活の質の向上などにつながる実証実験プロジェクトのこと。

（九州地域）

2018 年 7 月には，中国人観光客の送客と九州域内消費の拡大を通じて九州地域経済の活性化に貢献することを目的として，JR 九州と中国のアリババグループが提携している。アリババグループのデータテクノロジーを活用して，1,000 万人／日以上がアクセスする同グループの旅行サイト「Fliggy（フリギー）」で九州地域の魅力的な観光地，温泉，食文化を集中的に紹介して効果的に誘客するとともに，同グループの「Alipay (アリペイ)」の利用環境を整備することで中国人観光客の消費拡大を図り，2023 年度に中国から九州地域へ 100 万人（うち，アリババグループより 50 万人）の送客を実現することが目標となっている。

さらに，九州地域では，2018 年 10 月に，九州の観光・インバウンド関連企業，金融機関，地元自治体，その他団体等が連携し，九州全域にキャッシュレス決済インフラを整備することで中国人観光客をはじめとする外国人旅行者の誘致と域内消費の最大化を実現し，九州地域の経済活性化に貢献することを目的とする任意団体**「九州キャッシュレス観光アイランド推進コンソーシアム」**（座長には JR 九州の唐池恒二会長が就任。事務局はアリババ(株)。）が発足した。**3年後に九州の主要観光地におけるキャッシュレス決済比率を 50%**とする目標を掲げ，賛同企業を募って情報交換を進めることとしている。

（岡山県）

中国地域でも，岡山市の両備グループが，2018 年 10 月から，岡山県，香川県と小豆島を結ぶフェリー３航路で，クレジットカードやデビットカードなど全 23 種類に対応したキャッシュレス決済サービスを導入している。これにより，交通系 IC カードであれば，岡山桃太郎空港～JR 岡山駅～新岡山港～小豆島までキャッシュレスでの通行が可能となっている。

「広島経済レポート（2019 年 1 月 24 日号）」によれば，当地においても，広島交通圏のタクシー会社で電子マネー決済端末導入が広がっており，2018 年 11 月時点でのクレジットカード決済対応率が２年前の 22%から 56%に向上したほか，スマートフォン決済や QR コード決済など新たなキャッシュレス決済への対応拡大も進んでいる。

（ゴールデンルート）

インバウンド観光の定番コースである，いわゆる「ゴールデンルート」の一角を占める富士山エリアでもこうした動きが拡がっており，山梨県では，2018 年８月から，富士山登山者から任意に徴収する入山料（保全協力金）の徴収率向上を図るために，５合目の総合管理センターにキャッシュレス決済端末を導入して実証実験を始めた。また，(株)富士急行では，訪日観光客へ向けたサービス拡充のため，同社の運営する遊園地「富士急ハイランド」（山梨県富士吉田市）に中国の大手 IT 企業であるテンセントが提供するスマートフォンを使った決済サービス「WeChat Pay」を全面導入したほか，免税店「富士山商店」を新規開店したり，ムスリム観光客向けの祈祷室の設置やハラール食メニューの提供等の環境整備を進めている。

「旅のインターネット」エリアの実現　～「キャッシュレス」

拡大を続ける外国人旅行者の「モノ消費」「コト消費」など観光消費需要を確実にエリア内に取り込んでいくためには，両替やキャッシュレス決済など外国人旅行者のニーズの高い受入環境整備は早急に改善を図るべき大きな課題のひとつである。しかし，こうしたスマートフォン等を利用するキャッシュレス決済などの次世代の社会基盤となる IT イノベーションをスピーディーに実装化していくうえで大きなハードルとなっているのは，インバウンド観光消費拡大の中核を担うのが，現金取引中心でクレジットカード決済ですら未対応の中小店舗，飲食店，土産物店，観光サービス等の地場中小・小規模事業者であることである。

従って，より大きく実効ある成果を得るためには，他地域の実例等をベンチマークとしつつ，**地元金融機関による，地域内の中小観光関連事業者に対する，中国大手企業のアリペイ（アリババ）やウィーチャットペイ（テンセント）などのモバイル決済サービスへの加盟仲介・支援サービスの提供**に加え，消費税増税対策の一環である，キャッシュレス決済をベースとしたポイント還元制度導入に伴って**経済産業省から示された，中小店のキャッシュレス決済端末導入負担ゼロ化方針に基づく新たな「補助金制度」や「税制優遇措置」等の活用を促すための地元自治体による積極的支援**等の諸施策に早期着手し，**「キャッシュレス・セトウチ」**を実現すべきである。

なお，これら諸施策によって実店舗等へのキャッシュレス決済サービスの大規模導入が進めば，地場観光関連産業の労働生産性の向上やインダストリー4.0 によるインターネット・デジタル技術などの IT イノベーションを活用した産業高度化が図れることは言うまでもない。

③オンデマンド

「トラベル・ソリューション・セトウチ」～インターネットベースのエリア内観光のフルサポート化～

＜提言＞

●外国人旅行者の求めに応じて，いつでも，どこでも，欲しいモノ・コトや欲しくなるモノ・コトを伝えることができる「オンデマンド観光情報サービス」の提供とその手段の高度化・多様化により，他エリアを上回る外国人旅行者へのフルサポート体制 「トラベル・ソリューション・セトウチ」の早期構築を図る。

「宮島エリアにおけるストレスフリー観光」の実証実験

広島県で 2018 年から始まった，広島ならではの課題を設定し，その課題解決のためにデジタル技術を活用した実証に取り組むコンソーシアム（団体）に対して，最大 3 年間で 10 億円規模の支援をする「ひろしまサンドボックス」事業の一環として，NTT 西日本(株)，廿日市市，（一社）宮島観光協会，修道大学などの産学共同コンソーシアムが，**「宮島エリアにおけるストレスフリー観光」**の実現に取り組んでいる。

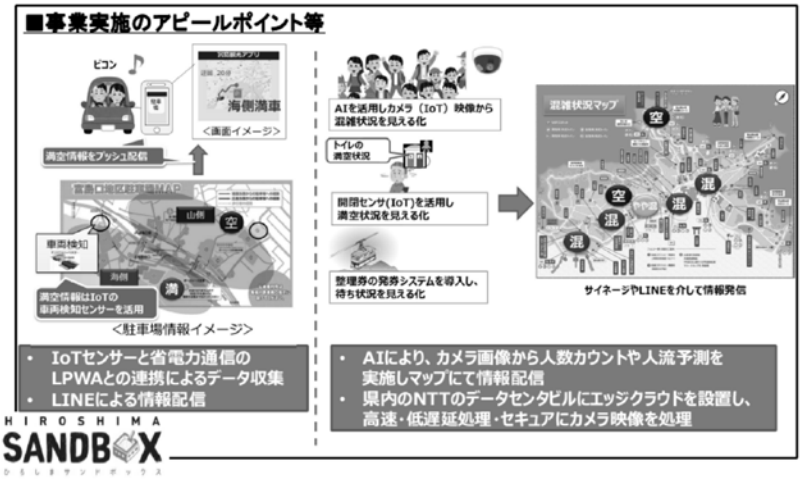
広島ブランド委員会が示した「緊急提言」の一部がこの事業の進展によって実現できれば，「宮島エリアにおけるストレスフリー観光」を楽しむ外国人旅行者の滞在時間が延び，観光消費額の増加も期待できることは言うまでもない。

「宮島エリアのストレスフリー観光」の実証実験の概要

①繁忙期における島内の混雑状況や宮島口付近の駐車場の満空状況を IoT のカメラや車両検知センサー等と AI 分析にて把握し，旅マエ・旅ナカの観光客に情報発信することで行動回避を促す。

②閑散期の集客として体験型イベントを周知したり，宮島以外の県内の観光地への周遊モデルを提案することで，広島県への観光を促進して盛り上げていく。

具体的には，宮島桟橋など島内 16 か所にカメラを，宮島口の主要駐車場には車両検知センサーを設置して混雑状況や人の導線，駐車場の満空情報等のビッグデータを収集・AI 分析し，それらを基にリアルタイムの混雑状況・混雑予測，さらに**混雑を回避する周遊ルートを SNS（LINE）で発信したり，デジタルサイネージで見える化する**システムなどを開発する。



（出典）広島県ウェブページ

全国各地の「トラベル・ソリューション」の取組み

（札幌市）

2019 年２月から，札幌市の場外市場を舞台に，同市場商店街振興組合，NTT 東日本(株)等による，場内飲食店８店舗における情報通信技術（ICT：Information and Communication Technology）を活用した消費拡大と業務効率化に向けた共同実証実験が始まっている。

また，この実証実験は，「さっぽろ観光あいのりタクシー」の実証実験（2019 年１月 24 日発表）とも連携し，利用客の目的地がこの市場であった場合，タクシーで移動中に母国語でメニューを選べるなどの時間の有効活用を図り，さらなる周遊促進や消費拡大，再訪意欲の向上を目指すものとなっている。

「飲食店における ICT を活用した消費拡大と業務効率化に向けた共同実証実験」の概要

（目的）

飲食店における ICT ツールを活用した訪日外国人へのおもてなし，接客業務の効率化，および取得データの利活用

（実施内容）

・来店前から閲覧可能なスマートフォン向け多言語メニューの提供
・店舗のオーダリング，POS システムの注文，会計業務への活用
・キャッシュレス決済による支払手段の拡充

（各社の役割とねらい）

札幌市場外 市場組合	利用客へのおもてなし促進による売上向上やデータ分析による国籍毎の購買傾向の把握，ICT の導入による業務効率化の検証
ＮＴＴ	メニュー選択から注文，支払いまでの一連のプロセスをシームレスにデジタル化する新たなサービスモデルの確立
ＮＴＴ 東日本	POS レジやキャッシュレス決済サービスを活用した飲食店向けの新たな販売モデルの確立
ＮＴＴ Ｃｏｍ	飲食に関する国籍別の傾向等の把握にもとづく，地域の食材の魅力等を十分に伝えられる多言語メニューを核とした訪日外国人向けサービスの検討

（出典）プレスリリース資料

「「さっぽろ観光あいのりタクシー」の実証実験事業」の概要

（目的）

札幌市で急増している，外国人旅行者をはじめとする観光客の市内周遊で喫緊の課題となっている。二次交通やキャッシュレス決済，コミュニケーション問題を解決し，観光客の満足度を高め，消費拡大や再訪意欲の向上を図ることを目的として，札幌市，（一社）札幌観光協会，(株)NTT ドコモ等が，「さっぽろ観光あいのりタクシー」や観光施設の電子チケットを提供する国内初の実証実験事業。タクシーの相乗りというシェアシステム，キャッシュレス決済，オンデマンドの効率的なタクシー乗降車が可能なことなどが特徴である。

（実証事業のポイント）

- 「さっぽろ観光あいのりタクシー」で郊外の観光施設を周遊する際の観光客の利便性を高めるとともに，シェアリングエコノミーにより低価格での利用を実現し，二次交通問題の解消の一助となることを目指す。
- リアルタイムの AI 処理で最適な車両を決定し配車することにより，目的の降車場所まで，効率的な乗合運行を実現する（オンデマンド型交通サービス「AI 運行バス®」を活用）。
- 札幌市が実施しているオープンデータプラットフォーム「DATA－SMART CITY SAPPORO」で収集したデータをもとに乗降場所を選定し，実効性のある取組みを期待。
- 「さっぽろ観光あいのりタクシー」の取組みに併せて，電子チケットの導入など ICT を活用することにより，外国人旅行者特有の課題であるキャッシュレス決済や日本人とのコミュニケーション問題の解決を目指す。

（サービス内容）

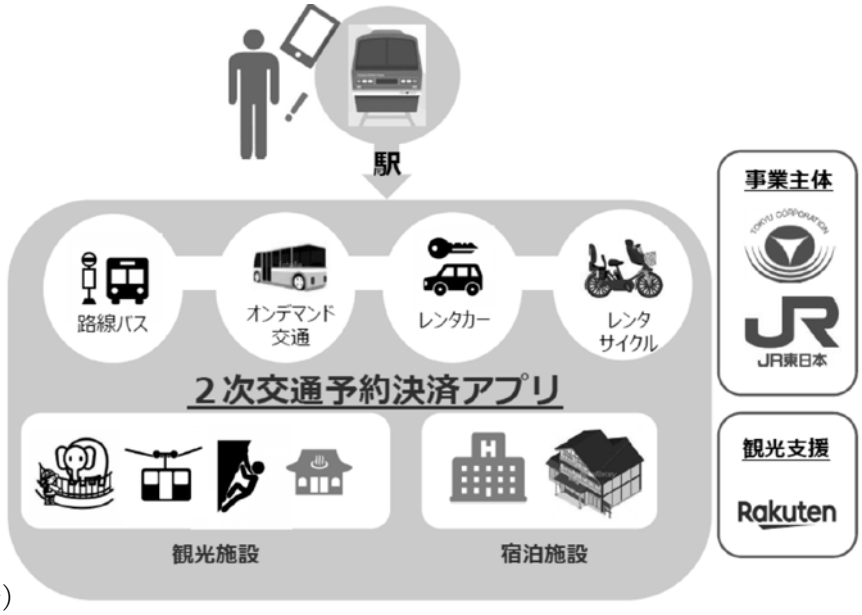
乗車方法	一人１日 3,000 円（税込）であらかじめ定められた観光施設（市内８施設），宿泊施設（市内８施設）の乗降場所間を乗り降り自由（乗車料金は WEB によるクレジットカード決済）
利用方法	WEB（スマートフォンやタブレット）で予約（地図上で乗降場所，時間を設定）や決済が可能
運行時間	9:00～17:00
運行車両	普通タクシー（定員５名）とジャンボタクシー（定員 10 名）を併用し，最大 15 台を使用
電子チケット対応施設	円山動物園，さっぽろ羊ヶ丘展望台，さっぽろテレビ塔

（出典）プレスリリース資料

（伊豆）

東日本旅客鉄道(株)と東京急行電鉄(株)の両社は，楽天(株)の協力を得て，2019 年４月から，東日本地区の地方観光拠点である伊豆エリアで，専用アプリ「Izuko（イズコ）」を使用する日本初の２次交通統合型サービス（観光型 MaaS（Mobility as a Service））の実証実験を実施する。国内外観光客が駅や空港からの２次交通（鉄道，バス，タクシー，AI オンデマンド乗合交通，シェアカー，レンタサイクルなど）をスマートフォン一つで検索・予約・キャッシュレス決済し，目的地までシームレスに移動できる「２次交通統合型サービス（観光型 MaaS）」を提供するとともに，国や地元自治体と連携しながら新しい交通手段の開発等に取り組むことで，旅行者の利便性向上と地方活性化に貢献するとしている。

「伊豆エリアを対象とした観光型 MaaS の実証実験」の概要



（取組みの背景）

欧州では，少子高齢化に伴う自家用車の減少という潮流を踏まえて，公共交通を中心とした街づくりや暮らし方が政府主導で進められ，２次交通統合型サービス「MaaS」（Mobility as a Service の略）もこうした背景から生まれている。国内においても，地方観光拠点では２次交通の担い手が減少し，観光客と地域住民に向けた移動サービスの質的維持が難しくなっている。

（取組みの意義）

伊豆エリアは，鉄道５路線，バス 390 系統，タクシー数社がありながら，来訪に利用する交通手段の８割が車であり，２次交通を利用した周遊促進が，地元経済の課題となっている。両社は，観光型 MaaS により，観光行動のシームレス化に留まらず，国や自治体等と連携した新しい交通手段の開発等によって，従来の枠組みでは解決が難しかった，こうした問題や高齢化率３割で人口減少が続くなかでの２次交通維持という地域課題の解消にも取り組む。

（期間）

2019 年 4 月 1 日～6 月 30 日，9 月 1 日～11 月 30 日 計６ヶ月間

（期待される効果）

(1) 伊豆エリアの観光拠点間のシームレスな移動実現による周遊促進と地域活性化
(2) IoT 活用による交通・観光事業などの最適化，キャッシュレスや多言語対応

（実験方法）

(1) 展開エリア：東伊豆および中伊豆エリア
(2) 使用する専用アプリ：Izuko（「イズコ」，日英２ヶ国語対応，無料）
(3) 専用アプリ「Izuko」の各機能

［検索］
・鉄道 伊豆急線全線（伊東－伊豆急下田），伊豆箱根鉄道駿豆線全線（三島－修善寺）
・路線バス 展開エリア内を運行する伊豆箱根バスと東海バス

［予約］
・AI オンデマンド乗合交通，レンタサイクル，レンタカー（リンク連携）

［決済］
・デジタルフリーパス２種類（ともに有効期間２日間）
「Izuko イースト」：3,700 円，「Izuko ワイド」：4,300 円
・観光施設入場券：小室山観光リフト，下田海中水族館など５施設（予定）

［その他］
・デジタルマップ（飲食施設や携帯充電箇所などを多言語案内），画面提示で約 30 施設の観光施設割引

（出典）ウェブページ

全国各地の「オンデマンド観光情報サービス」提供の取組み

国内の有力なインバウンド観光エリアを中心に，インターネットで多様な「オンデマンド観光情報サービス」を提供している先進的な好事例がある。当エリアにおいても，高水準の「コネクト」，「キャッシュレス」，「オンデマンド」サービスの提供によって国内最高の「旅のインターネット～IOT」環境が整備された「インバウンド観光のドリームランド」の実現に向け，これらをベンチマークとしてエリア内での普及拡大を図るべきであろう。

（岐阜県高山市）

2018 年４月にリニューアルした岐阜県高山市の「高山市公式観光サイト」は，**スマートフォン対応，11 ヶ国語の多国語対応を実現**し，同市周辺のみならず同市を経由した**広域周遊型観光情報や地震等の緊急災害情報等も掲載された統合型観光情報提供サイト**にアップグレードされている。

（兵庫県豊岡市）

兵庫県豊岡市が作成した**多言語（10 ヶ国語）対応**の総合観光情報提供サイトである「Visit Kinosaki」は，地域連携 DMO の（一社）豊岡観光イノベーションが運営を受託している。城崎温泉における**着地型ツアーや宿泊の予約をワンストップで対応可能**としている。

（岡山県）

岡山県と岡山県観光連盟は，2018 年９月に観光情報サイト「岡山観光 WEB」を刷新し，**AI でモデルコースを作成**する機能や，**ワンストップ宿泊予約機能**を導入したほか，体験ツアーの動画コンテンツの充実化などを図っている。

（島根県出雲市）

島根県出雲市では，同市文化財課が事務局を務める出雲市日本遺産推進協議会が，2019 年１月から外国人旅行者の誘致拡大を目的とした英語ウェブサイト「Ancient Japan，IZUMO」の公開を開始した。出雲大社など同市内の主要観光地，座禅など地元ならではの観光コンテンツや出雲そばをはじめとする地元食材などを，米国人男性・女性の２人の**「外国人の目線」で体験型の文章・写真・映像で紹介**している。

「旅のインターネット」エリアの実現　～「オンデマンド」

インバウンド観光振興に資する IT イノベーションの活用が国内でも様々な形で進んでいる。なかでも，ビッグデータの分析によって外国人旅行者の個々のニーズに応じてオンデマンドでカスタマイズできる観光サービスやインターネットを活用した通訳・翻訳サービス，キャッシュレス決済導入拡大などは，地方におけるインバウンド観光消費の拡大とその獲得に直結するものといえよう。今，全国各地で同時並行的に導入が進む，インターネットとの常時接続（コネクト）を前提とした，個別ニーズに応じたきめ細かなオンデマンド観光情報提供サービスやキャッシュレス決済の導入が，各地域における外国人旅行者獲得競争の成否を決める大きなファクターとして顕在化してきているといっても過言ではない。

当エリアにおいても，上述した，全ての観光コンテンツと二次輸送交通機関のキャッシュレス化に加え，以下のような，**外国人旅行者の求めに応じて，いつでも，どこでも，欲しいモノ・コトや欲しくなるモノ・コトを伝えることができる「オンデマンド観光情報サービス」の提供とその手段の高度化・多様化によって，他エリアを上回る外国人旅行者へのフルサポート体制を早期構築する**ことが求められる。

全国各地の先行事例に加え，広島にも，ボランタリーベースで当地の幅広い観光・文化・生活情報を英語のウェブサイトやフリーマガジンの「Get Hiroshima（http://gethiroshima.com/）」，さらにタウンマップの形で 20 年近く発信し続けている在広英国人ポール・ウォルシュ氏がいる。これらをベンチマークとしつつ，利便性の高い「オンデマンド観光情報サービス」の提供による外国人旅行者へのフルサポート体制「トラベル・ソリューション・セトウチ」の早期構築を図るべきである。

その際，クラウドファンディングによる資金調達や，クラウドソーシングによる専門的知識を持つ人の有効活用を図ることも時宜にかなった手法と言えよう。また，「ヒロシマといえばこれだ！」という観光情報サービスへの一本化を図る「デファクト化」と，常に旬な情報の提供ができる「逐次バージョンアップ」を可能とするサステイナブルな開発・普及拡大・継続体制の構築にも十分な意を払う必要があろう。

（参考）「トラベル・ソリューション・サービス」の例

（タビマエにおける情報提供）

・多言語・スマートフォンベースのエリア内周遊観光サポートソリューションアプリ開発・導入による，外国人旅行者の食・泊・遊のプッシュ型観光情報提供・ワンストップ予約サービスの実現

（多言語対応）

・主要観光地における観光案内所のみならず，中小観光関連施設・店舗への多言語オンライン通訳・翻訳サービス端末の導入拡大によるコミュニケーションギャップの解消

・ユニバーサルデザインを採用したデジタルサイネージ等による多言語型観光案内表示の導入

（タビナカにおける情報提供）

・来広ウェイトの高い欧米系外国人旅行者が利用する SNS でのエリア内各地の観光コンテンツやインスタ映えポイントの 8K 動画等による PR の拡充とエリア内周遊観光サポートソリューションアプリへの導線強化

（インバウンド観光コンテンツの開発）

・エリア内での周遊型観光に好適な，各地固有の風土や既存施設等を活かした観光コンテンツの開発・整備

・滞在型観光拡大（「ナイトタイム・エコノミー」）に資する「夜」と「朝」の観光コンテンツの開発

（多様な「食」の提供）

・和食に限定しない，幅広く多様で利用しやすい「食」の提供環境の実現（ハラール・ビーガン対応メニューの提供）

（災害･混雑情報提供）

・災害発生時の避難情報や観光地の被害状況・交通情報提供等の迅速・充実化

（参考）

ユニバーサルデザインとは，「ユニバーサル」が「普遍的な，全体の」という意味を持つ言葉のとおり，例えば，絵文字（ピクトグラム）による視覚的・直感的な情報伝達や視認性・感情に与える効果に配慮した配色計画などのような，「すべての人のためのデザイン」ということであり，国籍，年齢，性別，体格，ハンディキャップの有無などにかかわらず，できるだけ多くの人にわかりやすく，利用可能であるようにデザインすることをいう。1980 年代に米国ノースカロライナ州立大学のロナルド・メイス教授（建築・デザイン）が提唱し，以下の「ユニバーサルデザインの７つの原則」を作った。

１．誰でも使えて手にいれることが出来る（Equitable use；公平な利用～公平性）
２．柔軟に使用できる（Flexibility in use；利用における柔軟性～自由度）
３．使い方が簡単にわかる（Simple and intuitive；単純で直感的な利用～単純性）
４．使う人に必要な情報が簡単に伝わる（Perceptible information；認知できる情報～わかりやすさ）
５．間違えても重大な結果にならない（Tolerance for error；失敗に対する寛大さ～安全性）
６．少ない力で効率的に，楽に使える（Low physical effort；少ない身体的な努力～省体力）
７．使うときに適当な広さがある（Size and space for approach and use；接近・進入と利用のためのサイズと空間～スペースの確保）

我が国では，2017 年２月に策定された「ユニバーサルデザイン 2020 行動計画」を受けて，観光庁において，誰もが安心して旅行を楽しむことができる環境整備のため，地方自治体，NPO 等の幅広い関係者の協力の下，地域の受入体制強化を進めるほか，旅行商品の造成・普及のための取組みを実施し，ユニバーサルツーリズム（すべての人が楽しめるよう創られ，高齢や障がい等の有無にかかわらず，誰もが気兼ねなく参加できる旅行）の普及・促進を図る「ユニバーサルツーリズム促進事業」が展開されている。

（参考）未来戦略の全体像

広島エリアにおける周遊型インバウンド観光振興の未来戦略

未来戦略の実現に向けた「プラットフォーム」

インバウンド観光サービスの IT イノベーションを広島から起こし，すべての外国人旅行者がインターネットで地域と結ばれた「コネクティッド・トラベラー」となり，自由自在に周遊・滞在型観光を楽しめる「旅のインターネット～IOT（Internet of Travel）」エリアを実現する。

国内最高の「旅のインターネット～IOT」環境が整備された「インバウンド観光のドリームランド」を目指す。

目指すべき姿

（コネクティッド・トラベラーへのタビマエ・タビナカ・タビアトの情報提供）

タビマエ（旅行プランを立てる，予約をする。）

タビナカ（モノ消費と，コト消費をいつでも自在に。）

タビアト（また行きたい，誰かにも行かせたい。）

「旅のインターネット」を支える基盤
コネクト（場所を選ばず，無料の常時ネット接続を実現）
キャッシュレス（エリア内の全ての支払いで利用が可能）
オンデマンド（いつでもどこでも，欲しいサービス・情報の提供が可能）

実現に向けた具体的取組み

公的セクターの受入環境整備

- 公的セクターによる域内新産業創造に向けたリーダーシップの発揮
- 「観光（宿泊）税」の導入

二次輸送手段の受入環境整備

- 空・陸・海の二次輸送手段の充実化

観光地としての魅力アップ

- 魅力的な観光コンテンツの開発・発掘と情報発信
- 「コトづくり」人材の育成
- サステイナブルな観光地の実現

２－２ 実現に向けた具体的取組み

（1）公的セクターによる域内新産業創造に向けたリーダーシップの発揮

●インバウンド観光による域内新産業創造のリード役となる，公的セクターの体制を拡充・強化する。

＜提言＞

公的セクターの「観光」行政能力の拡充・強化

今後，急速に高齢化・人口減少が進む当地域において，地域創生と地域を支える新たな産業育成を図るためには，大きな成長が期待できるインバウンド観光（客・消費）を域内に確実に取り込んでいくことが必須となる。そのためには，以下の他地域の先進事例をベンチマークとして，地域の**公的セクターの行政能力・人的資源を多面的かつ継続的に拡充・強化**すべきである。

岐阜県高山市では，従来から，姉妹都市の米国デンバー市の在デンバー日本国総領事館，（一財）自治体国際化協会（CLAIR）や日本政府観光局(JNTO)のパリおよび香港事務所に，人材育成や関係性構築，連携強化等を目的とした**戦略的な市職員の海外派遣が長期にわたって行われており**，派遣先での業務を担いつつ，同市のための種々の情報収集や同市の観光 PR 活動に従事している。また，国内でも，**観光庁はじめ**，JNTO，**日本貿易振興機構（JETRO）などの外郭団体**，**中部国際空港（セントレア）等へも職員が派遣され**，国の観光政策との連携強化と施策連動性の向上を図っている。

また，2011 年に新設され，同市のインバウンド観光振興行政を担う**「海外戦略部」には戦略的海外派遣経験者等が優先的に配置**され，派遣・出向先で培った様々な経験を比較的長い在籍期間のなかで存分に活用している。なお，海外戦略課には職員４名が，また，観光課には職員 10 名が配置されるなど観光行政に手厚い体制が敷かれている。

さらに，同市内に 10 ある観光協会で組織する高山市観光連絡協議会の中心組織で，国内最有力の地域 DMO との評価もある民間側のカウンターパート，**「（一社）飛騨・高山観光コンベンション協会」とも長期にわたり緊密に連携**しつつ，**1970 年から独自に取得してきた観光統計情報を基にしたエリアマーケティング**等によって「外国人が安心して一人歩きできる環境づくり」を目指した外国人受入環境整備に官民・地域一体となって取り組んでいる。

兵庫県豊岡市では，2013 年に，同市の観光 PR 戦略，国内誘客，インバウンド観光振興戦略等を担う，**環境経済部「大交流課」を新設**した。従来の観光担当に海外戦略や海外との交流部門を加え発足させたもの。同市職員のみならず**実務経験のある外部人材を受け入れ**る一方，日本政府観光局(JNTO)，旅行関連事業者や国内航空会社，さらに，同市の民間側カウンターパートである地域連携 DMO の「（一社）豊岡観光イノベーション」等にも**積極的な外部出向**を行い，民間との連携によるウィン・ウィンのパートナーシップの構築や同市の観光行政を担う人材育成を図っている（同じ地方都市の高山市以上に，観光部門に外国人を積極的に登用していたり，城崎国際アートセンタ

ーなどで海外との連携を強めている)。

地域連携 DMO の「(一社)豊岡観光イノベーション」は，豊岡市，高速バス事業者のWILLER(株)，ローカル交通事業者の全但バス(株)，(株)但馬銀行，但馬信用金庫が母体となって 2016 年６月に設立された官民協働組織で，理事長には中貝宗治豊岡市長が就任している。

京都府京都市では，外国人旅行者の急激な増加等による，①違法民泊問題，②マナー問題，③混雑悪化に加え，国内観光地間の競争激化や担い手不足等々の課題や環境変化への対応を図り，更なる京都経済への貢献の期待を反映した**「京都観光振興計画 2020^{+1}」を 2018 年5月に発表**している。本計画は，同市が**毎年実施している「京都観光総合調査」**の結果等をベースに，市民と観光客双方の不満を解消し，満足を伸ばすために従来計画を見直し，市民生活と観光の調和を最優先に「持続可能で満足度の高い国際文化観光都市」を目指すものである。

新たに発生した諸課題，例えば「民泊」の適正な運営を確保するための条例・ガイドラインを制定したり，外国人旅行者のマナー啓発や観光地・道路・交通機関の混雑対策を図るとともに，宇治市・大津市と協調した京都市認定通訳ガイドの育成や京都大学経営管理大学院との連携等々の人づくりに至るまで幅広い対応策に取り組んでいる。

また，**世界各国に現地 PR 会社に委託した 11 ヶ所の海外情報拠点**を設けるとともに，**毎年 100 を超える国内外のメディア取材に対応**するなど，組織的なメディアプロモーションを行っている。

さらに，1960 年の設立以来 **50 年以上の活動実績のある「(公社)京都市観光協会」**が，京都市とともに新たな観光振興体制を担う京都市版の**地域 DMO として一新**され，**80 人以上の要員と年間8億円に及ぶ運営費**を持ち，関連団体や各事業者等幅広いプレーヤーと緊密に連携したプラットフォームとして機能している。なお，同市側の**京都市産業観光局 観光 MICE 推進室と同協会の双方のスタッフが同一フロアで執務**していることも，一元的な情報発信や観光プロモーションの展開に大いに貢献しているようである。

当エリアにおいても，廿日市市では，宮島の地域振興に向けて，今後の宮島のあるべき姿を示す「宮島まちづくり基本構想」を 2019 年度内に策定することとし，それを検討する専任組織を４月に新設する予定である。また，府中市でも，観光振興の基本方針となる観光ビジョンを 2019 年度中にまとめる考えとのことである。

一方，地方公共団体と連携して観光地域づくりを担う日本版 DMO 法人は，広島県関係では，「広域連携 DMO」が（一社）せとうち観光推進機構（瀬戸内７県），「地域連携 DMO」が（一社）しまなみジャパン（尾道市，愛媛県今治市・上島町）の各々１件のみ。日本版 DMO 候補法人も，「地域 DMO」の(株)せとうちホールディングス（尾道市），(株)恋しき（府中市），（一社）みよし観光まちづくり機構（三次市）の３件に留まっている。

現在，東広島市で「地域 DMO」新設に向けた具体的な動きが始まっているが，国の

支援を受けつつ，旧来の各地の「観光協会」等の組織や活動内容と一線を画した地域の観光地域づくりに特化した活動が単独地域や他地域との連携など様々な形態で展開できる本制度の活用を広く図るべきであり，また，具体的な施策展開にあたっては，上述した（インバウンド）観光等をベースとした**「地域振興計画」**や，地域特性にマッチしたその地ならではの**「地域観光ビジョン」**等を各地方公共団体が策定したうえ，**新設した「地域 DMO」・「地域連携 DMO」と連携**しつつ官民一体となって観光振興策に取り組むべきである。

「日本版 DMO（Destination Marketing/Management Organization）」について

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として，多様な関係者と協同しながら，明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに，戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。地方公共団体と連携して観光地域づくりを担う「日本版 DMO」は，その役割・目的，ターゲットなどに応じて，広域的なエリアから小規模なエリアまで，様々な単位のエリアをマーケティングしマネジメントするとの基本的認識の下，観光庁を登録主体として，以下３区分で日本版 DMO 及びその候補となり得る法人（「日本版 DMO 候補法人」）の登録が実施されている。登録を行った法人及びこれと連携して事業を行う関係団体に対して，関係省庁が連携して支援を行う。

（目的）

・地域の取組み目標となる水準の提示による日本版 DMO の形成・確立の促進
・関係省庁が日本版 DMO の形成・確立を目指す地域の情報を共有することによる支援の重点化
・日本版 DMO の間の適切な連携を促すことで，各法人間の役割分担がされた効率的な観光地域づくり等

（日本版 DMO 法人の区分（観光庁））

区分	法人数	主な対象地域
広域連携 DMO	DMO 法人８件 候補法人２件	複数の都道府県に跨がる地方ブロックレベルの区域を一体とした観光地域
地域連携 DMO	DMO 法人 54 件 候補法人 42 件	複数の地方公共団体に跨がる区域を一体とした観光地域
地域 DMO	DMO 法人 40 件 候補法人 77 件	原則として，基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域

※DMO 法人 102 件，候補法人 121 件，合計 223 件（2018 年 12 月 21 日時点）

（DMO 形成・確立の必要性）

（出典）観光庁ウェブページ

(2)「観光(宿泊)税」の導入

●インバウンド観光インフラ整備等のための公的資金を継続して生み出す「観光(宿泊)税」を導入する。

＜提言＞

広島市で「宿泊税」を，廿日市市で「宮島入島税」を導入してインバウンド観光振興の安定財源を確保

少子高齢化で人口減少が進むと，税収の先細りに高齢者医療費の増加なども相まって，地方自治体の観光振興関連予算は抑制・削減を余儀なくされる可能性が高い。一方，インバウンド観光振興のための諸施策を実現するためには相応の規模の安定財源が必要なことは言うまでもない。

当地においても，全国各地の先行事例等をベンチマークとして，広島市における「宿泊税」，廿日市市における「宮島入島税」を創設することを提案する。

広島県では，2018 年 10 月にシティホテルの月間客室稼働率が全国一の 90.9%に達するなど，宿泊施設の混雑度が増している。広島市内ではラグジュアリークラスからビジネスクラスまで各種ホテルの新設工事が進むとともに建設計画が陸続と発表されている。このような機を捉えて**「宿泊税」とそれを財源とした「外国人旅行者受入環境整備助成制度」を導入**すれば，インバウンド観光振興に資する様々な使途に柔軟かつ継続的に投入可能な相当額の税収が期待できる。

また，国内外からの観光客数が増大を続ける宮島をかかえる廿日市市では，山梨県で富士山登山者から任意に徴収する「入山料（保全協力金)」と同様の**「協力金制度」の導入**を検討されているところであるが，キャッシュレス決済による利便性と徴収率の向上を図ることが可能となれば，「オーバーツーリズム」対策や島内の環境保全による**「サステイナブルな観光地づくり」に資する「宮島入島税」の早期導入**を図ることが，より望ましいものと考える。

仮に，一泊当たり 100 円の「宿泊税」，一人当たり 100 円の「宮島入島税」を課税するとした場合，両エリアにおける年間の総税収額は各々５億円程度となる。具体的な使途として，両市「観光協会」（早期に「地域 DMO」化を図ることが望ましいのは言うまでもないが。）等の活動支援を始め，老朽化で減少が続く「被爆建物」等の保存・継承や広島市，広島県などの関係者間で検討が進む新たな大型集客施設「新サッカースタジアム」，「MICE 施設」の建設・維持費用の基金として活用したり，宮島口で建設の進む「新フェリーターミナル」に劣らない諸機能強化が望まれる「宮島フェリーターミナル」の建替更新や「宮島桟橋前広場（厳島港港湾広場)」の多機能イベントスペース化，「宮島包ヶ浦自然公園」へのグランピング施設の新設，弥山登山ルートの環境保全対策等の種々の観光関連整備事業に充当することも考えられる。

「国際観光旅客税」の意義とは

2018 年度税制改正により，観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図るための恒久的な財源を確保するために，**「国際観光旅客税」**が創設された。船舶・航空チケット代金に上乗せする等の方法で，日本から出国する旅客（国際観光旅客等）から，出国１回につき 1,000 円を徴収することとなり，2019 年１月７日より徴収が開始された。年間 500 億円と見込む税収は，国の定めた**「国際観光旅客税の使途に関する基本方針」**により，訪日外国人旅行者 2020 年 4,000 万人等の目標達成に向けて，

①ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備

②我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化

③地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上

などの３つの分野に観光財源を充当することとされた。2019 年度に財源を充当する具体的な施策・事業は，出入国手続きの高度化，世界水準の受入環境整備，地域資源を活用した新たな観光コンテンツの拡充など特に新規性・緊急性の高いものとなっている。

このように，**新税の創設という手法は，厳しい財政状況のなか，喫緊の重要課題の解決手法として極めて即効性の高いオプション**と言えよう。

「国際観光旅客税」の概要

納税義務者	日本から出国する旅客（国際観光旅客等）
徴収額	出国１回につき 1,000 円
徴収方法	船舶・航空チケット代金に上乗せなど
徴収開始日	2019 年１月７日

（2019 年度当初予算のうち国際観光旅客税を充当する主要施策）

施策項目
①ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備
・円滑な出入国の環境整備【法務省】 ・円滑な通関等の環境整備【財務省】 ・FAST　TRAVEL の推進 ・公共交通利用環境の革新等 ・ICT 等を活用した多言語対応等による観光地の「まちあるき」の満足度向上 ・旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保
②我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化
・ICT の活用等による先進的プロモーションの実施
③地域固有の文化，自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上
・インフラを始めとした地域資源を活用したコンテンツの造成等 ・最先端観光コンテンツ　インキュベーター事業 ・地域の観光戦略推進の核となる DMO の改革 ・地域観光資源の多言語解説整備支援事業 ・文化資源を活用したインバウンドのための環境整備【文化庁】 ・国立公園のインバウンドに向けた環境整備【環境省】

（出典）観光経済新聞（2019 年 1 月 19 日付）

全国各地の「観光（宿泊）税」の導入状況

いわゆる「宿泊税」は，**東京都**で「東京都宿泊税条例」により，2002 年 10 月から導入されたのを嚆矢とし，2017 年１月には**大阪府**が「大阪府宿泊税条例」によって「宿泊税」を創設。2019 年６月からは税収の大幅な上積みが期待できる課税対象の引下げが実施される。

京都市では，2018 年 10 月から，国際文化都市としての魅力を高め，観光の振興を図るための費用に活用することを目的とする「宿泊税」が導入された。違法民泊等も含めた全ての同市内宿泊者に広く薄く課税されるもので，年間税収は 45 億円に及ぶと見込まれている。外国人観光客が増えすぎて市民生活との摩擦が生じる「オーバーツーリズム」問題に直面している同市では，現在の観光課題を解消し，市民生活との調和を図る，①混雑対策，②民泊対策，③宿泊事業者支援，④受入環境整備，⑤文化振興・景観保全などの取組みに優先して財源として充当・強化する計画である。

これらに続いて，**金沢市**においても，2019 年４月から「金沢市宿泊税条例」によって「宿泊税」が導入されることが決定している。

また，北海道の**倶知安町**では，2018 年 12 月に全国初の定率制の宿泊税条例が制定され，2019 年 11 月から宿泊料金の 2%を徴収し，税収として見込まれる２億５千万～３億円／年を冬季交通渋滞対策等に活用することとされている。

中国地域においても，**松江市**が「宿泊税」導入の検討を始めている。年間２億円程度の税収は，現在，同市からの補助金を主体に運営されている「(一社) 松江観光協会」の運営費に充当される見込みである。

一方，福岡県では**福岡県**と**福岡市**それぞれが独自の「宿泊税」の導入を目指した行政手続きを進めており，北海道でも 2018 年２月に北海道観光審議会が宿泊税導入の答申を行っていることから，導入の際には結果として「二重課税」となる恐れがある。当地においても，広島県と県内市町村との間で同様の事態が発生する可能性があるが，そのような場合には，関連自治体間での合目的的かつ前向きな調整が図られるべきであろう。

宿泊税の導入状況と概要

導入年	自治体	負担額および税収額（見込み）
2002	東京都	10,000 円以上 15,000 円未満　100 円 15,000 円以上　200 円 （2018 年税収：約 25 億円）
2017	大阪府	10,000 円以上 15,000 円未満　100 円 15,000 円以上 20,000 円未満　200 円 20,000 円以上　300 円 （2018 年税収：約８億円）
2018	京都市	２万円未満　200 円 ２万円以上５万円未満　500 円 ５万円以上　1,000 円 （税収：約 46 億円）
2019（予定）	金沢市	２万円未満　200 円 ２万円以上　500 円 （税収：約７億円）
2019（予定）	倶知安町	宿泊料金の２％ （税収：約３億円）

東京都　「東京都宿泊税条例」によって宿泊税が規定 2002 年４月 10 日に公布され，10 月１日から施行
大阪府　「大阪府宿泊税条例」によって宿泊税が規定 2016 年７月１日に公布され，翌年１月１日から施行
京都市　2017 年 11 月２日の市議会で「京都市宿泊税条例」が可決 2018 年 10 月１日から宿泊税条例を施行
金沢市　「金沢市宿泊税条例」2019 年４月１日の宿泊分から課税
（出典）ウェブページ

京都市の「外国人観光客受入環境整備助成金制度」

京都市では，2018 年８月に，新たに導入される**「宿泊税」を財源とした「京都市観光協会インバウンド助成金（外国人観光客受入環境整備助成金制度）」が創設**されたが，これは，地域 DMO の（公社）京都市観光協会が（DMO 登録法人）を実施主体として，広範囲の助成対象の幅広い「外国人観光客にやさしい受入環境整備」に利用可能な助成制度となっており，当エリアにおいても，同内容の新たな**「外国人旅行者受入環境整備助成制度」**を「宿泊税」と同時に導入すれば，上述した，最高の IT ソリューションサービス環境が整備された「インバウンド旅行者のドリームランド」の早期実現に資する非常に有用度の高い施策となるものと考える。

平成30年度宿泊税を財源として充実・強化する取組（京都市）

現在の観光課題を早急に解消し，市民生活との調和を図る取組に優先して充当

事業経費　37億円
うち　充当額19億円（徴税システム改修費2億円含む）

① 混雑対策

京都市を訪れる観光客が一部観光地に集中し，観光地周辺や公共交通機関の混雑につながっているため，これらの課題を解消するための取組を充実・強化　**5億円**

② 民泊対策

昨今，急増している民泊については，利用者の騒音やごみ投棄などにより，周辺地域の市民生活に影響が生じており，違法・不適切な民泊の通報・監視・指導等の体制を強化　**1.5億円**

③ 宿泊事業者支援

宿泊税の導入にあたっては，宿泊事業者の協力が不可欠であり，宿泊事業者への負担軽減策や経営強化に向けた支援策を実施　**0.5億円**

④ 受入環境整備

観光インフラの整備（利便施設の多言語化,観光トイレ等の拡充）や観光客のマナー対策などが課題となっており，これらの受入環境の整備により，市民生活の満足度も高めていく　**4億円**

⑤京都ならではの文化振興・美しい景観の保全

京都に蓄積された日本の歴史・文化，これらが織りなす景観を次の世代にしっかりと引き継ぎながら，京都の都市の品格，魅力を一層向上させる施策を推進　**6億円**

（出典）京都市

「京都市観光協会インバウンド助成金（外国人観光客受入環境整備助成金制度）」の概要

外国人観光客にやさしい受入環境整備に資する取組に対し，その事業費の一部を助成するもので，幅広い支援を通じて，外国人観光客の満足度向上，市内全域でのインバウンド需要の取り込み強化をサポートするもの。

対象者	京都市内において外国人旅行者の来訪・利用がある，または，今後，来訪・利用が想定される施設や観光事業者等 （観光施設，宿泊施設，飲食店，小売店，医療機関，理容院・美容院，銭湯，商店街，交通機関，寺院・神社など）
対象事業	キャッシュレス対応，免税対応，Wi-Fi 整備，洋式トイレ整備，多言語整備，外国語研修開催，マナー啓発，ダイバーシティ対応（ムスリム，LGBT など），マーケティング推進（AI や IoT の活用など）等 なお，新たに開業する施設等におけるキャッシュレス対応，Wi-Fi 整備，多言語整備については助成対象外
助成金額	・助成率：事業実施に係る経費の２分の１以内 ・助成上限額：１件あたり上限 20 万円 ただし，複数の受入環境整備を行う場合は，事業費の 1／2 の範囲内で最大 40 万円まで助成

（出典）ウェブページ

「観光産業改善地区」制度の拡充に向けた取組み

2018 年２月に閣議決定された「地域再生法改正案」には，**「地域再生エリアマネジメント負担金制度」**の創設が盛り込まれている。これは，海外の BID（Business Improvement District：ビジネス改善地区）制度を参考に，市町村がエリアマネジメント活動の費用を受益者となる事業者から徴収し，エリアマネジメント団体に交付するという**官民連携型の「日本版 BID 制度」**であり，これによって安定財源を確保したうえで，エリアマネジメントに取り組むことが可能になるといわれている。

この BID（Business Improvement District：ビジネス改善地区）の対象を広域化し，**観光産業振興に集中させたものが TID（Tourism Improvement District：観光産業改善地区）**であり，広島県では，国内有数の「広域連携 DMO」に成長した「（一社）せとうち観光推進機構（通称「せとうち DMO」）」による観光地経営の権限と財源を付与する新たな仕組みとなる法整備を急ぐよう，国（提案先省庁：内閣府，観光庁）に対して以下の要望を行っている。

これが実現すれば，賦課金収入で DMO の地域特性に見合った各種事業を展開することによって中長期的に安定した観光地経営が可能となる。

ただし，「広域連携 DMO」は，複数の都道府県に跨がる地方ブロックレベルの区域を一体とした観光地域として，マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織であるため，仮に，この法整備が実現したとしても，マーケティング･マネジメントの対象区域が７県にわたる「せとうち DMO」が広島県一県にのみ集中した事業展開を行えるわけではないものと考えられる。

広島県のTID（Tourism Improvement District：観光産業改善地区）に関連する国への要望

「日本版 DMO が，将来にわたり安定的かつ継続的な運営を行っていくことができるよう，新たな法的枠組みを整備すること」

１．日本版 DMO の公益的役割に鑑み，日本版 DMO に対し，国の法律により法的な仕組みを整備すること
２．海外の TID 制度を参考にしながら，国の法律により，日本版 DMO による観光地経営の権限と財源を付与する仕組みを整備すること
３．特に，県域を超える広域的なエリア活動を行う日本版 DMO の特殊性等を考慮しながら検討を進めること

（出典）ウェブページ

(3)「空」・「陸」・「海」の二次輸送手段の充実化

●エリア内の滞在型周遊観光を促進するため，主たる二次輸送手段である地方公共交通機関の更なる利便性向上を図る。

エリア内におけるインバウンド観光消費拡大のためには，外国人旅行者に魅力的な周遊型観光コンテンツを提供して宿泊日数を延ばす滞在型周遊観光の促進が必須となるが，そのために利用する二次移動手段は地方公共交通機関が中心であることは言うまでもない。ところが，人口減少やモーダルシフトなどの社会や経営環境の変化の中で，これら事業者の将来にわたる事業継続性に悪影響を及ぼす様々な課題が顕在化しつつある。ここでは，インバウンド観光振興という切り口からみた諸課題解決の方途等について考察し，提言する。

a.「空」の二次輸送手段の充実化

＜提言＞

昼間帯の成田・広島便の増便による欧州からの誘客拡大と広島空港民営化後の支援策の充実化

広島空港を利用した空路からの外国人旅行者の誘客拡大を図るためには，欧州からの来訪者のウェイトが際立って高いという地域特性にマッチした「成田・広島便」の増便による乗継ロス軽減や陸路からのモーダルシフトを実現することが求められる。ひいてはそれが外国人旅行者の当エリアにおける滞在時間の延長に繋がり，インバウンド観光消費の拡大に直結するはずである。

また，2021 年春に民営化されるとみられる広島空港が，民営化後においても，国内・国際旅客数の増大を確実なものとしてその収益性を高めるためには，インバウンド観光地としての魅力アップもさることながら，高松空港の民営化時の地元自治体の支援策等をベンチマークに，**民営化後の地元自治体による多様な支援策**の在り方についても，その導入を前提とした検討を幅広に行うことが必要である。

外国人旅行者の空港利用状況

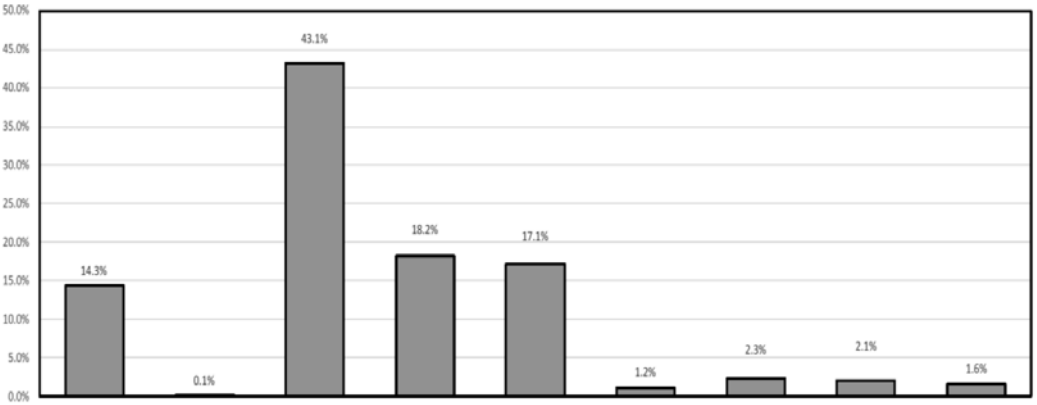
県内３ヶ所の主要観光地点で外国人旅行者に対して 900 件のアンケート調査を実施した「平成 29 年広島県観光地点パラメータ調査等業務（外国人調査）（４月～12 月期)」の調査結果報告書（2018 年３月）によれば，広島を訪れた外国人旅行者のほとんどは，日本への入国に空路を利用している。空港別にみると，第１位の成田空港が 43.1%，第２位の羽田空港が 18.2%，第３位の関西空港が 17.1%で，広島空港は第４位の 14.3%であった。調査対象全体の 71.3%を占める欧米豪からの旅行者の広島空港の利用は僅か 3.5%に留まり，アジアからの旅行者の利用が中心となっている（広島空港利用が 46.3%を占める)。また，日本からの出国についてもほぼ同様の結果であった。

成田空港への国際線の到着時間をみると，アジア各国便は早朝から午前中，欧州各国便は昼間帯，米国便は午後以降夕刻が中心となっている。現在，成田・広島便は，午

前１便，夕刻２便の３便/日が運航されているが，広島への来訪が多い欧州からの旅行者にとっては，入国に成田空港を利用するケースが多いにもかかわらず，成田から広島への乗継に要する時間ロスが多いことが覗われる。

今後，広島エリアでの滞在型周遊観光を促進するためには，欧州各国便の多い**昼間帯～午後の時間帯に成田･広島便を増便するとともに，各便の機材の大型化による輸送能力の拡大**を図るべきである。その他，今後，外国人旅行者の利用拡大が予想される，羽田空港，・中部国際空港セントレア，関西国際空港からの直行便を新路線として誘致するなどの努力も必要であろう。

どこの空港/港から入国したか（Ｎ＝900 人）：単一回答



	広島空港	岩国空港	成田空港	羽田空港	関西空港	大阪国際空港	福岡空港	岡山空港	その他の空港/港
全体(N=900)	14.3%	0.1%	43.1%	18.2%	17.1%	1.2%	2.3%	2.1%	1.6%

（出典）「平成 29 年　広島県観光地点パラメータ調査等業務（外国人調査）（４月～12 月期）」の調査結果報告書（2018 年３月）

空港民営化と地元自治体の支援策

次に，内閣府が発表した「地域の経済 2018（2018 年 11 月）」によれば，格安航空会社（LCC）の就航便数は，2016 年に対前年比＋28.2%，2017 年も同＋25.7%と伸びており，外国人旅行者の増加に寄与しているとし，仮に，2018 年以降も毎年＋20%ずつ増加すれば，2020 年には 4,210 万人に達し，政府目標の 4,000 万人を超えると見込んでいる。

2018 年４月から民営化されて高松空港(株)による運営が開始された「高松空港」と，2021 年春を目途に民営化されるとみられる「広島空港」の国際旅客数や国際線就航状況を比較すると，アジア主要都市からの路線の多くに同一の格安航空会社（LCC）が就航していることがわかる。また，ソウル便や香港便は高松空港の便数を下回っている。特に，ソウル便については，2018 年夏以降，週５便から３便に減便されている。

国内旅客数は，広島空港が，高松空港を 100 万人程度上回っているが，国内旅行客は人口減少やリニア中央新幹線開通等による鉄道路線との競合激化で先細る一方とすれば，民営化後に収益拡大を図るには，国際線を拡充して外国人旅行者を取り組むことが必須である。

高松空港においては，香川県知事を会長として，高松市をはじめとする**関係自治体等 83 会員で構成する任意団体「高松空港振興期成会」**（以下，「期成会」という。）**が設立**され，民営化後も期成会の手厚い支援を受けながら，国内線・国際線の利用促進と拡充，他空港との交流を積極的に推進している。具体的には，香川県の予算として，**年間 4.5 億円程度の高松空港振興対策事業費**が計上されており，その一部が空港ネットワーク振興対策事業のため期成会に拠出されている。期成会は，その拠出金を原資として，高松空港を利用する航空会社の運行経費の一部を補助しているようである。このように，高松空港では広島空港とほぼ同等の国際線就航を実現しているが，実際には期成会が補助することで，航空会社の収益性を保証して路線からの撤退を防止しているとも見られる。

広島空港・高松空港の国内・国際旅客数と海外路線の就航状況

（2017 年度　千人）

	国内旅客数	国際旅客数	合計
広島空港	2,642	333	2,975
高松空港	1,674	279	1,953

（2019 年 1 月　週往復便数）

	ソウル（仁川）	上海（浦東）	台北（桃園）	香港	北京	シンガポール
広島空港	エアソウル 3	中国東方 7	チャイナエア 7	香港エクスプレス 3	中国国際 4	シルク 3
高松空港	エアソウル 7	春秋 5	チャイナエア 6	香港エクスプレス 4	－	－

（出典）各空港ウェブページから事務局調べ

深刻化するパイロットや空港地上職の不足問題

米国ボーイング社の「2018 年パイロットと技術者予測」（2018 年 7 月 23 日発表）によると，2037 年までの 20 年間で，現在の約 2 倍の約 79 万人のパイロットが必要だが，航空機での旅行需要の飛躍的な伸びを背景に航空機総数が増加する一方で人材供給量が低下しているためパイロット不足に拍車がかかると予測している。また，地域別で最も多くパイロットが必要となる地域はアジア太平洋地区の 26.1 万人となっている。

国内でも，かねてより，主要航空会社のパイロットが大量退職時代を迎える「パイロットの 2030 年問題」が指摘されており，国土交通省の試算では，年間のパイロット養成人数が 300 人程度である一方，格安航空会社（LCC）の急速な事業拡大やパイロットの大量退職等によるパイロット不足の懸念があるなか，「明日の日本を支える観光ビジョン」の目標をベースとした場合，2030 年には年間 430 人程度のパイロットが必要となり，大幅な需給ギャップが発生すると予測されている。なお，上記のとおり，世界的なパイロット需給のひっ迫から，外国人パイロットの採用拡大が困難であることは言うまでもない。

このように短期的な解決が困難なパイロット不足問題を考えると，既に軌道系のアクセス整備を行わないことが決まっている広島空港では，格安航空会社（LCC）が，国際旅客数の確保が容易でより収益性が高く，低リスクの好条件を示す近隣の他の地方空港へシフトしていく可能性がないとは言えず，民営化後の収益力確保の要である国際線（・国際線乗継便）の拡充が簡単には実現しない恐れもある。

また，チェックイン・案内，コントロール業務などを行う「グランドスタッフ」，マーシャリング，手荷物・貨物搭降載，機内清掃などを行う「グランドハンドリング」，荷物の受託，計量，搭載計画の立案などを行う「貨物」などの空港地上職の恒常的な不足問題や，特殊立地の通勤困難地であることがそれにさらに拍車をかけている実態もあるようである。

b.「陸」の二次輸送手段の充実化

＜提言＞

地方バス事業者の事業継続性を高める公的支援の充実化と外国人旅行者の受入環境整備

外国人旅行者の主たる域内二次移動手段は，地方公共交通事業者の運行する海陸交通網であるが，これら事業者の多くは，人口減少社会のなか，市場自由化による競争激化やモーダルシフトなども相まって厳しい経営を強いられている。ちなみに，現在，全国のバス事業者の８割でバス運転手が不足しており，７割のバス事業者が赤字経営を余儀なくされているようである。

こうした危機的と言っても過言ではない事業環境のなか，当エリアにおける周遊型インバウンド観光の主力交通機関となる地方バス事業者が不採算路線を維持可能とするために，通常で 50 万円以上といわれる**バス運転に必要な大型2種免許取得のための教習・検定費用等の負担軽減に資する「公的給付制度」等の導入**によってバス運転手の安定確保を図るほか，一部の私鉄等で導入されている**「公設民営」方式によって地方バス事業者の事業継続性を担保**していくことも検討に値するものと考える。

また，現在，バス事業者の努力によって進む外国人旅行者の受入環境整備をさらに加速化させてバス利用のストレスフリー化を実現し，各地のバスセンターを周遊型インバウンド観光のハブ施設として活用を図るべきである。

なお，これらの公的支援の原資として，上述の「宿泊税」の税収等を活用することも有意義であると考える。

さらに，将来を見据え，「ライドシェアサービス（自家用車による相乗りサービス）」に先行する「オンデマンド観光タクシー」を活用した，低コストで利便性の高いオルタナティブな交通機関の可能性についても検討を進めるべきであろう。

外国人旅行者のバス利用の拡大

国土交通省の 2017 年の FF-Data（訪日外国人流動データ）によると，地方を訪れる訪日外国人の 43.0%がバスを利用しており，利用者数も３年間で 2.5 倍に増加している。中国地域でも，訪日外国人の利用交通機関の第１位はバスの 41.3%であり，第２位の鉄道 35.6%，第３位のレンタカーの 16.1%を大きく上回っている。また，広島県と隣接県間の交通手段では，山陽新幹線で繋がる岡山・山口両県は鉄道利用が多く，島根県はレンタカーが，本州四国連絡橋で繋がる愛媛県はバス利用が多い結果となっている。一方，訪日外国人の日本国内での移動量も増加傾向を示しているが，中国，台湾，韓国の３ヶ国が全体の約６割を占めており，広島県への来訪が多い欧米諸国は低位に留まっている。今後，広島エリアにおいても周遊型インバウンド観光が増加すると，その移動手段として高速・路線バスの重要度が高まってくるものと予想される。

バス運転手不足の深刻化

ところが，外国人旅行者が増加し続けている京都市では，市内観光の主要交通機関である市営路線バスの受託事業者の撤退表明や受託運行車両の削減が問題となっている。その原因はバス運転手の深刻な不足で，高齢化に加えて，長時間労働，休日出勤，低賃金などの労働条件がネックと言われている。尾道市でも，第三セクターのおのみ

ちバスが運行する同市内と広島空港を結ぶ路線が 2019 年１月に廃止されたほか，愛媛県今治市との路線も減便となった。利用者が少なかったとはいえ，同地区の主要観光エリアを通るバス路線に今後もバス運転手の不足を理由とする撤退や減便が続けば，外国人旅行者の自由なエリア内移動に大きな制約が起こることになりかねない。

営業用バス運転手の労働状況　（万円，歳，年，時間／月，人）

県別	種別	年収	月額給与	ボーナス	年齢	勤続年数	労働時間	超過勤務	人数
広島	男女計	470.5	32.4	81.9	47.3	9.6	171	60	2,170
	男	470.5	32.4	81.9	47.3	9.6	171	60	2,170
全国	男女計	456.8	32.0	73.2	49.8	11.5	171	39	93,260
	男	458.6	32.1	73.6	49.9	11.6	171	39	91,240

（注）全産業平均の「年齢」は，男女計；42.5 歳，男；43.3 歳。
（出典）平成 29 年賃金構造基本統計調査（厚生労働省）

広島県における大型二種免許保有者

年齢	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳以上
保有者(人)	180	908	2,827	3,719	11,565
比率（%）	1	5	15	19	60

（出典）平成 29 年運転免許統計（警察庁）

進む外国人旅行者の受入環境整備

広島エリアでは，2016 年４月から，広島電鉄電車全線，路線バス，高速乗合バス，船舶(宮島航路)などを自由に乗降できる乗車券，「訪日外国人観光客周遊乗車券（Visit Hiroshima Tourist Pass)」の販売が開始され，その後も，観光施設・飲食店舗等の割引利用サービスの導入をはじめ，利用期間（最長５日間）・区間（岩国まで）が拡大されたり，高速バス「広島松江線」の片道乗車券と松江市内観光バス「ぐるっと松江レイクライン」の１日券をセットした広域周遊型乗車券「HIROSHIMA MATSUE COMBO PASS」が発売されるなど，周遊型インバウンド観光に好適のサービス充実化が逐次図られている。また，広島駅南口・宮島口・広島バスセンター等の主要交通結節点や広島市中心部（おりづるタワー）に英語対応可能な交通案内所を設置，広島駅南口でバスロケーションシステムによるバス運行情報のリアルタイムでの提供など，施設面においても外国人旅行者への対応が進んでいる。

引き続き，周遊型観光推進のための広域連携型周遊乗車券の拡充や，観光庁の訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業・旅行環境整備事業（交通サービスインバウンド対応支援事業）を活用した，路線バスや関連交通施設のバリアフリー化，映像通話型通訳サービス導入等による多言語化，無料 Wi-Fi 整備，ユニバーサルデザイン導入，キャッシュレス化などの**ストレスフリーな受入環境整備**を進めることが求められる。

特に，外国人旅行者の路線バス利用度が高い，**福山「鞆の浦」地区の受入施設（交通交流拠点）強化**は喫緊の課題であり，今後，本格化する，同地区におけるまちづくり事業のなかで鞆港の県営フェリーふ頭整備とともに，海陸を直結するハブ（交通結節点）として早期実現されることを期待したい。

また，多くの外国人旅行者が訪れる平和記念公園とエリア内周遊型観光のハブ（交

通結節点）となる「広島バスセンター」は，極めて近接性が高いにもかかわらず，相互の行き来の動線が分かりにくい。これを解消するため，公園内外・周辺エリアの景観に配慮しつつ，ユニバーサルデザインの採用により認知しやすい**「広島バスセンター」への多言語による行先案内表示**を要所要所に設置すべきである。

広島空港と臨空型観光施設のバスセンター化の可能性

独自製法の「くりーむパン」で人気を呼ぶ㈱八天堂（三原市・パン製造業）では，同市本郷町の「広島空港」に隣接した県営広島臨空産業団地で，得意のスイーツに留まらず，より幅の広い「食」を核とし，臨空立地を活かした広域集客型の「食のテーマパーク」づくりを着々と進めているが，こうした訴求力の高い集客施設の存在が空路で来広する外国人旅行者の増大にもつながることは言うまでもない。

広島空港ターミナルビルについても，上記施設との連動性を高め，例えば，加工食品を見ても，日本酒・ワイン・チーズ・ソース・醤油・味噌などの発酵系から，その対極にある，缶詰・ジャム・ふりかけ・佃煮などの保存食系まで幅広く多彩な広島の「食」のコンテンツを中心に利用客に対するアピール度の高いコト消費型の売り場へ改装するなどし，利用客の空港周辺エリア全体としての回遊性拡大と滞留時間の増加を図れば，広島の「空」の玄関口である広島空港の魅力向上と民営化後の経営安定化にも大いに寄与するものと見られる。

さらに，この施設を経由して三原市中心部や「三原港」に向かう「高速路線バス」による二次輸送手段を拡充・整備すれば，「広島空港（空）」と，国内最短の徒歩５分程度で行き来可能な「JR 三原駅（陸）」と「三原港（海）」とが直結されている利便性が更に高まり，このような，「海・山・空　夢ひらくまち」三原市の持つ地域特性を活かした，エリア内周遊型観光のハブ（交通結節点）化が一挙に進む可能性を秘めている。

これに加え，広島空港と福山市，尾道市，呉市など周辺主要都市を結ぶ「高速路線バス」路線の再構築を図ることによって，**広島空港を，空路を利用したインバウンド観光のエリア内二次輸送のハブとなるバスセンター化し**，合わせて空港地上職の雇用確保に資する通勤ルート拡充を実現することも考慮に値しよう。

将来を見据えたライドシェアサービスの検討

シェアエコノミーの先進事例といわれ，注目を浴びる米国のウーバーテクノロジーなどが世界各国で展開するスマートフォンアプリを活用した「ライドシェアサービス（自家用車による相乗りサービス）」については，国内では，依然，道路運送法の特例措置として限定的なサービス導入が図られようとしている段階であり，むしろ，タクシーを利用した「オンデマンド相乗りタクシーサービス」の方が先行して拡大していくものとみられる。このサービスを，上述した「さっぽろ観光あいのりタクシー」の実証実験などを参考として，FIT がエリア内のローカル観光地を周遊するための**「オンデマンド観光タクシー」**として活用できれば，極めて利便性の高いオルタナティブな交通機関としての有用性が高まるものと考える。

さらに，中長期的には，現在，開発が進む，自動運転・無人タクシーが実用化すれば，「旅のインターネット～IOT（Internet of Travel）」エリア内の陸上輸送手段としてデファクト化する可能性もあるものと考える。

c.「海」の二次輸送手段の充実化

＜提言＞

瀬戸内の有名観光地を結ぶ新航路や都市型水上ネットワークの導入と外国人旅行者の受入環境整備

顕在化しつつある，インバウンド観光拡大に伴う「オーバーツーリズム」問題への対応策の一環として，宮島口の新設桟橋と松山観光港を直結する「瀬戸内海道１号線バイパス（仮称)」航路を新設してはどうか。また，県内有力観光地間の「海の道」によるダイレクトアクセスを実現する，宮島・宮島口～広島港～忠海港～三原港～尾道港～鞆の浦間を結ぶ東西連結航路，「瀬戸内海道２号線（仮称)」を新設して，外国人旅行者の鉄道を中心とした陸路からのモーダルシフトを促すとともに，地元旅客船事業者の収益拡大を図ってはどうか。

また，これらに加えて，今後の外国人旅行者の利用拡大が予想される県内各港の受入環境整備の早期実現が求められる。特に，立ち遅れが目立つ福山市の「鞆の浦」地区の受入環境整備は急務である。

さらに，広島市周辺部の周遊型インバウンド観光の利便性を更に高めるために，広島市内の「川の道」を利用して島しょ部に至る「海の道」にも繋がる，新たな「都市型水上交通ネットワーク」を構築することも考えられる。

世界的に高まる「瀬戸内」の観光地としての評価

先ごろ，米国の有力紙であるニューヨーク・タイムズが発表した「2019 年に行くべき 52 ヶ所」の第７位に「瀬戸内の島々」が選出されたことが話題となった。同紙は，瀬戸内海とその沿岸地域を「芸術と自然が調和する」内海であるとし，香川・岡山両県の島しょ部で開催される，現代アートのトリエンナーレ「瀬戸内国際芸術祭 2019」，リニューアルオープンする広島平和記念資料館，しまなみ海道のサイクリング道，新型サイクルシップ「ラズリ」，豪華小型クルーズ船「ガンツウ」，水上飛行機による遊覧飛行，さらに瀬戸内海での人工流れ星計画まで幅広く紹介している。

なお，(株)せとうちクルーズが運航する「ガンツウ」は，2017 年 10 月に就航し，通年配船となった 2018 年には母港のベラビスタマリーナの寄港回数が 122 回となり，日本船社が運航するクルーズ船の港湾別寄港回数でこれまで全国１位を保ってきた横浜を抑え，初の全国第１位となっている。

新たな「海の道」でアートフェスティバルを盛り上げる

岡山市では，2018 年 10 月に，官民でつくる「表町商店街活性化プロジェクト推進協議会」が(株)岡山京橋クルーズを設立し，同市内中心部の旭川に架かる京橋から瀬戸内海の犬島を経由して牛窓港に至る定期・臨時観光船の 2019 年春の就航を目指している。

これにより，同時期から犬島など瀬戸内海の 12 の島々を主会場として開催される「瀬戸内国際芸術祭 2019」と岡山市で開催される現代アートの大型国際展覧会である「岡山芸術交流 2019」をつなぐ（コネクト）**新たな「海の道」**が出来上がる。さらに，同芸術祭開催に合わせて，会場となる香川県の小豆島～直島間の臨時航路開設や高松～直島間の定期航路増便，高松～大島間の（無料）定期航路化など来訪客の利便性を高める海路の充実化が図られようとしている。

「瀬戸内海道1号線バイパス（仮称）」航路の新設

当委員会の「緊急提言」では，2020 年に完成する宮島口地区の港湾整備に合わせて，瀬戸内各地の有力観光地を繋ぐ（コネクト）広域的な航路ネットワークのハブ（交通結節点）機能の強化を図り，「海」の往来ルートの多様化・複線化を実現すれば，瀬戸内地域全体で外国人旅行者の滞在時間・宿泊日数が増加し，インバウンド観光消費の拡大に繋がるとした。2012 年に広島，呉，廿日市，松山の 4 市と瀬戸内海汽船(株)，石崎汽船(株)，JR 西日本，JR 四国の四事業者で設立された「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」が中心となって，宮島～広島間，広島・呉～松山（広島・呉～松山航路クルーズフェリー）間の二航路を短時間で結ぶダイヤ編成を実現し，この「海」の観光ルートを**「瀬戸内海道1号線」**と名付けて瀬戸内海の新たなツーリズム振興を図っている。また，広島・呉～松山航路クルーズフェリーを共同運航する瀬戸内海汽船(株)，石崎汽船(株)の二社では，2020 年夏の東京オリンピックに伴う外国人旅行者の増加等に対応すべく，現在就航中の 4 隻全てユニバーサルデザインを採用した新造船に更新する計画であるが，中長期的な視点からの宮島におけるオーバーツーリズム対策の一環として，「瀬戸内海道 1 号線」に加えて，**「瀬戸内海道1号線バイパス（仮称）」**として，宮島口の新設桟橋を活用して宮島口と松山観光港を直結する新航路を創ることも検討に値するものと考える。

広島・呉～松山航路に導入される新造「クルーズフェリー」の概要

（新造クルーズフェリーの概要）

瀬戸内海汽船(株)	石崎汽船(株)

瀬戸内海汽船(株)では，GK デザイン（GK Design Group）によるデザインコンセプトに，「PARK on the SETONAIKAI（瀬戸内海の移動を楽しむ，みんなの公園）」をイメージしたものを採用し，瀬戸内海を楽しむ新たなフェリースタイルを提案。また，両社ともにバリアフリーに対応しているほか，災害時の海上輸送を想定した給水・電源設備も備える。なお，2020 年にさらに 1 隻ずつの新造船導入計画がある。

	瀬戸内海汽船(株)	石崎汽船(株)
就航予定	2019 年 8 月（予定）	2019 年 10 月（予定）
旅客定員	300 名（臨時定員 440 名）	300 名
総トン数	980 トン	875 トン
建造	(株)神田造船所（呉市）	内海造船(株)（尾道市）
船内設備等	バリアフリー対応設備，運行情報モニター，Free Wi-Fi，モバイル電源等	

（出典）両社ホームページ

「瀬戸内海道2号線（仮称）」の新設

また，宮島・宮島口と広島港～忠海港～三原港～尾道港を結ぶ航路を新設し，加えて，尾道港～鞆の浦間の季節限定航路を通年運航化すれば，県内有力観光地間の**「海の道」**によるダイレクトアクセスが可能となる東西連結航路，**「瀬戸内海道2号線（仮称）」**が出来上がる。これが実現すれば，鉄道を中心とした陸路から，世界的に評価が高まる瀬戸内の「海の道」への外国人旅行者のモーダルシフトが進み，地元旅客船事業者の収益拡大にも寄与するものと考える。

まずは「瀬戸内国際芸術祭 2019」開催期間中などハイシーズンでの臨時便就航で実績をつくり，将来的な定期航路化に繋げることも一考に値しよう。

濃淡がある外国人旅行者の受入環境整備の現状

広島ブランド委員会では，2018 年 11 月に，鞆の浦～尾道港～瀬戸田港～三原港を結ぶ定期航路と各港の旅客ターミナルをはじめとする「航路等視察会」を実施した。

その際，当エリアの瀬戸内の多島美にあふれる「海の道」沿いの景観がインバウンド観光コンテンツとして高く評価される可能性を秘めていることを実感し，また，既に，数多くの外国人旅行者がサイクリングによって「しまなみ海道」を訪れていることを目の当たりにする良い機会となった。

一方，外国人旅行者の利用拡大が現実のものとなっているにもかかわらず，各港における外国人旅行者受入環境整備には濃淡がみられた。尾三地区の「しまなみ海道」周辺の各港では意欲的な取組みで逐次改善が図られている一方，「海の道」と路線バスの「陸の道」が直結するハブ（交通結節点）の一つである福山市の「鞆の浦」地区の整備状況は大きく立ち遅れており，外国人旅行者のみならず，同地を訪れる多くの観光客の受入施設（交通交流拠点）の早期整備が急務であろう。

（出典）観光庁ウェブページ

（参考）広島ブランド委員会が実施した「航路等視察会」で確認した受入環境整備状況

	外国語等による情報提供	Free Wi-Fi	トイレの洋式化	交通系ICカード対応	荷物置き場の確保	ネット予約
福山駅	○	○	○	○	○	△
鞆の浦	△	×（※）	△	×	×	×
尾道港	○	○	○	×	○	×
瀬戸田港	△	○	○	×	○	×
三原港	○	○	○	×	○	△

（※）県営桟橋及び待合所。

都市型水上交通ネットワークの整備

広島市内では，2017年4月から，（株）リバーシークルーズによる**「WATER TAXI」**の運航が開始された。これは12人乗りの小型船で広島駅前の河岸緑地にある「川の駅」～縮景園～広島平和記念公園間を30分，片道料金1,500円で結ぶものだが，現時点での運行ダイヤは予約による限定的なものに留まっている。この他にも，市内の水上交通ネットワークとして，NPO法人雁木組が海上運送法第二十条第二項にもとづく予約ベースの不定期航路事業として，「水の都ひろしま」を流れる6本の川の河岸の雁木を乗降場所とする6人乗り小型ボートを利用して運行している**「雁木タクシー」**がある。

また，廿日市市の宮浜温泉地域管理組合では，2018年12月から，加盟施設の宿泊客を近隣の塩屋港から宮島まで観光ガイド付きの 12 人乗り小型船で送迎する予約ベースのサービスを開始している。

一方，名古屋市では，同市の都心と港を結ぶ「中川運河再生計画」の一環として，名古屋駅と港エリアの間にある温浴施設「キャナルリゾート」や都市計画に基づく再開発地区「みなとアクルス」「名古屋港水族館」「レゴランドジャパン」などの人気観光スポットを40分，片道300円～1,500円で結ぶ定期運航の水上タクシー「クルーズ名古屋」が2017年10月から運航を開始している。週末の日中を中心に一日8便程度が定期運航されており，同市内のにぎわい・交流の創出に貢献しているようである。

広島の新たな短距離水上交通である，「WATER TAXI」や「雁木タクシー」を，エリア内のローカル観光地を周遊するためのスマートフォンアプリを活用した「ライドシェアサービス」型の**「オンデマンド水上観光タクシー」**へバージョンアップし，広島港や宮島など島しょ部各地の観光スポットに至るまで航路を拡張すれば，**「川の道」**を利用して**「海の道」**に繋がる極めて利便性の高い**都市型水上交通ネットワーク**が構築され，外国人旅行者が手軽に利用できる新たな周遊型観光の交通機関としての有用性が更に高まるものと考える。

（4）魅力的な観光コンテンツの開発・発掘と情報発信

●「遊」・「食」・「泊」の広島エリアならではのインバウンド観光コンテンツを見つけ，創り，育てる。

＜提言＞

「遊」 ～ あるものを活かす

訪日外国人旅行者数 6,000 万人という 2030 年の国の目標が実現すれば，間違いなく全国各地の有名観光地で「オーバーツーリズム」問題が顕在化しよう。旅慣れた FIT・リピーターがこうした場所を回避して向かう先は，地方にある有力観光地との類似性が高い場所や地域住民が愛用する娯楽・遊興施設などになり，これら外国人旅行者に先導される形で，地方の**「忘れられた観光資源の再発見」**がそこここで行われるものと見込まれる。

例えば，外国人旅行者に一番人気の京都市の伏見神社に似た 123 基の朱色の鳥居が海に向かって連なる山口県長門市の「元乃隅稲成神社（もとのすみいなりじんじゃ)」は，2015 年 3 月に CNN の「Japan's 31 most beautiful places（日本の最も美しい場所 31 選)」に選ばれたことがきっかけとなって，いわゆる「インスタ映え」スポットとして国内外の観光客の人気を集め，来訪者が，2013 年の 1 万 5 千人から 2017 年の 108 万人にまで激増し，2019 年 1 月には，外国人に解りにくい長い社名を「元乃隅神社（もとのすみじんじゃ)」に短く改名するまでに至っている。

（温泉）

「訪日外国人の消費動向（平成 29 年年次報告書)」（観光庁）によれば，訪日前にしたいこと，日本滞在中にしたことの満足度，次回日本を訪れた時にしたいことのいずれでも「温泉入浴」が高い評価を得ている。環境省・観光庁・内閣府・経済産業省・総務省が後援する温泉地活性化プロジェクト「温泉総選挙 2017」の「外国人おもてなし部門」の結果は以下のとおりであるが，その第 1 位は，他の有名温泉を抑えて，JR 四国の大歩危駅から車で一時間余りの四国山脈の山あいに点在し，日本三大秘湯の一つとも言われる徳島県三好市の大歩危・祖谷温泉郷が選ばれた。

この地域は，しばしば発生する雲海などの「インスタ映え」する山景や在日米国人のアレックス・カー氏が主導した古民家改造による高級コンドミニアム型宿泊施設などが世界最多の発行部数と言われる「ナショナル ジオグラフィック」誌に紹介されたことなどをきっかけに世界中から注目を集めることとなった。

第１位　大歩危・祖谷温泉郷（徳島県三好市）
第２位　雲仙温泉（長崎県雲仙市）
第３位　城崎温泉（兵庫県豊岡市）
第４位　湯田中渋温泉郷（長野県山ノ内町）
第５位　別府八湯（大分県別府市）

現在，広島県に「有名温泉」は無いが，温泉地の数自体は，皆生温泉のある鳥取県の15，玉造温泉のある島根県の 43，湯郷温泉のある岡山県の 37，湯田温泉のある山口県の 47 を上回る 65 にのぼる。残念ながら宿泊施設数は他の 4 県を下回る 83 施設に留まっているが，これら地域密着の小規模温泉地・伝統的湯治場を新たなインバウンド観光地として，古民家・空き家を活用した民泊施設とセットで整備すれば，有力なローカル観光コンテンツとして再生できるものと考える。

また，上述した「瀬戸内海道 1 号線バイパス」によって，宮島口から四国随一の「有名温泉」である松山市の道後温泉への直行ルートが拡充されるが，それに加えて，宮島口から，もうひとつの「有名温泉」である山口市の湯田温泉への直行高速旅客バス路線を整備すれば，現在，一日数便が運行されている広島バスセンター始発便の所要時間（3 時間半）が大幅に短縮され，外国人旅行者のニーズにマッチした魅力的な広域周遊ルートの形成が期待できよう。

このような「あるものを活かす」ことに加えて，**「ないものを創る」**こともできよう。広島市では，現在，2017 年 6 月の都市公園法改正によって創設され，「官民連携型賑わい拠点創出事業」（社会資本整備総合交付金）による国の支援が期待できる公募設置管理制度（Park－PFI）を活用した「平和大通り」のにぎわい創り（再整備）を検討しているが，例えば，それと連動して，大型ホテルから民泊施設まで数多くの宿泊施設がある全国有数のインバウンド観光スポットの広島平和記念公園周辺地区に，宿泊客ならだれでも利用可能な「外湯」として「都市型高級温浴施設」を建設し，外国人旅行者が四季を問わず浴衣姿で散策し，広島の夜景を満喫できる「平和大通温泉郷」を実現してみせるのもおもしろい。また，「さっぽろ観光あいのりタクシー」を参考として，この温浴施設と県内 65 の温泉地を繋ぐ（コネクト）二次輸送手段として「オンデマンド観光タクシー」を導入すれば，広島の温泉を巡って楽しむ周遊型観光コンテンツが出来上がる。

（サイクリング）

福山市都市交通課では，2019 年から，周遊型観光コンテンツ整備の一環として，JR 福山駅～鞆の浦～（フェリー利用）～尾道を結ぶ全長 27km の「鞆の浦しおまち海道サイクリングロード（仮称）」の標識整備や JR 福山駅前でのレンタサイクルの整備が計画されている。このように，「世界七大サイクリングロード」と言われるなど，既に世界中のサイクリストにとって一度は走るべき「聖地」としての評価が定着した「しまなみ海道サイクリングロード」に繋ぐ（コネクト）ことによって，自らの観光資源としての付加価値を高める試みも進めるべきであろう。

（妖怪）

大歩危・祖谷温泉郷のある徳島県三好市の山城町地区には，60 種 190 ヶ所あまりの妖怪伝説が残されており，これらを後世に伝え，妖怪と共に暮らす町興しを目指す団体「四国の秘境　山城・大歩危妖怪村」は，総務省と全国過疎地域自立促進連盟が行った，2018 年度過疎地域自立活性化優良事例・表彰において，過疎対策の先進的，モデル的事例の一つとして全国過疎地域自立促進連盟会長賞を受賞している。この団体

は 2008 年に設立，同年には世界妖怪協会（水木しげる永久会長）から，妖怪文化の普及に貢献した地域として「怪遺産」に認定されており，「道の駅　大歩危」内には，地域住民手作りの「妖怪屋敷と石の博物館」がある。毎年 11 月に同地区で「妖怪まつり」が開催されるほか，「怪遺産」を有する岩手（遠野市）・鳥取（境港市）・徳島（三好市）の「妖怪先進県」３県が，地域活性化の推進や観光誘客を図ることを目的として毎年開催している「怪フォーラム」の運営にも積極的に携わっている（「四国の秘境　山城・大歩危妖怪村」（https://oobokeyoukaimura.localinfo.jp/））。

一方，水木しげる氏の出身地で「妖怪の町」として名高い鳥取県境港市では，2018 年７月，誕生 25 周年を迎えた，JR 境港駅から続く約 800m の通りに 177 体の妖怪ブロンズ像が立ち並ぶ「水木しげるロード」を，楽しみながら巡る周遊促進による滞在時間の延長や多言語対応環境の実現を目的に全面リニューアルオープンしている。近年，境港港への大型クルーズ船の寄港が増加し，アジアを中心に外国人旅行者の来訪が急増していることも相まって，2018 年の同ロードへの総入込客数は前年の 204 万人から 274 万人に著増している。

三次市では，2019 年４月に「湯本豪一記念　日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム）」が開館する。同館は，日本初の「妖怪博物館」であり，三次市が舞台となった「稲生物怪録（いのうもののけろく）」と，約 5,000 点からなり，日本最大の妖怪コレクションと言われる「湯本豪一（ゆもとこういち）コレクション」を中心に展示される計画である。また，同館の隣接エリアである桜の名所，「尾関山公園」一帯の整備構想も明らかになっている。中四国地区で有数の外国人旅行者の集客力がある，これら**両市と利便性の高い二次輸送手段で結ばれている「もう一つの「妖怪」の町，三次」**を，両市を訪れる外国人旅行者にアピールしつつ誘客を図れば，いずれは，三次市の「妖怪」の付加価値も両市並みに高まり，強力なインバウンド観光コンテンツに育つものと考える。

（スポーツ）

広島市中心部の中央公園自由・芝生広場での新設構想が具体化しつつある新サッカースタジアムでは，数少ないホームゲーム開催日以外の活用方法が大きな課題となっている。そこで，この大型スポーツ施設を活用して，世界の競技人口が一億人を超え，オリンピックやアジア競技大会での公式競技化の可能性が高まるなど，国内でも注目を浴びつつある「ｅスポーツ(electronic sports)」の「サッカーゲームマッチ」を屋外大型ディスプレイなどの常設施設を活用して常時開催する**「eスポーツ（エレクトロニック・スポーツ）の聖地」**化を図ることが考えられる。

また，2018 年に続き２回目となる，(一社)日本アーバンスポーツ支援協議会が主催する新しい都市型スポーツを中心とした総合イベント「FISE（フィセ）HIROSHIMA 2019～エクストリームスポーツ国際フェスティバル」の会場（旧広島市民球場跡地）とも連携して**日本の「FISE の聖地」**化を目指すなど，**「スポーツツーリズム」**にコミットしたインバウンド観光コンテンツの導入を図ることも，新施設の収益向上施策として一考に値しよう。

さらに，新サッカースタジアム建設に合わせて中央公園全体の整備構想の再検討が

進むとみられるが，見直しに当たっては，多くの外国人旅行者が訪れる広島平和記念公園の隣接地であるメリットを最大限追求したインバウンド観光振興に資する新たな施設等の導入も視野に置いた検討が必要であろう。

（ニューツーリズム）

この他にも，農山漁村で自然や文化，人々との交流を楽しむ「グリーンツーリズム」，日本庭園や特徴のある公園を巡る「ガーデンツーリズム」，人気アニメやヒット映画の舞台を訪ねる「聖地ツアー」，災害被災跡地や戦跡で被災・戦没者の死や悲しみを追体験する「ダークツーリズム」，地域の伝統工芸等の体験・見学をする「クラフトツーリズム」，工場見学やコンビナート夜景を楽しむ「工場萌え」とも言われる「産業観光」などは**「ニューツーリズム」**と言われ，インバウンド観光コンテンツとしても脚光を浴びつつある。従来の観光旅行と異なり，テーマ性の強い体験型・交流型の旅行で，旅行者の出発地で商品化される「発地型」ではなく，**旅行者が訪れる地域が主体となり，その地域の持つ地域産業資源を活用して旅行商品化が図れる「着地型」商品**のため，地域活性化にも貢献するものとして期待されている。広島やその周辺エリアにおいて，こうした分野で**既に高い集客力を持つ施設や地域が利便性の高い二次輸送手段を介して連携する**ことが出来れば，周遊型インバウンド観光振興のための力強い「旅」のバリューチェーンが形成できよう。

また，こうした「着地型」商品を活用するなどして，県内各地の観光地に外国人旅行者を誘客するための「エリア内周遊型観光コース」を設定にあたっては，自らの意志のままに柔軟な旅程の設定が可能な FIT の特性を踏まえて，国内でも最高レベルの際立った集客力を誇る「広島平和記念公園」と「宮島」の二大観光スポットを出発・到着点とし，この二地点の魅力的な観光地の**バリューチェーンに連なる「もう一つの魅力的な観光地」**であることを訴求すれば，「広島平和記念公園（宮島）」から行ける，あるいは「宮島（広島平和記念公園）」に行けるという，**「どこから来て，どこに行く」ことができるかが明確化された「大回りの一筆書きの旅」**となり，ローカルエリアの知名度のない初めての場所に向かう不安も払しょくされることから，より選択される可能性の高いインバウンド観光コンテンツになるものと考えられる。

＜提言＞

「遊」 ～ ナイトタイム・エコノミーの充実化

（ナイト・ミュージアム）

文化庁は，2016 年に，「文化芸術資源を活用した経済活性化（文化 GDP の拡大）」を発表し，文化芸術は，観光地の魅力や，デザインを始め産業の付加価値などを産み出す源であり，文化芸術への投資は，文化分野だけではなく他の様々な産業分野への経済波及効果を生み出すとして，文化をより広い概念で捉え，観光や他産業への波及を重視し，文化芸術資源を活用した経済活性化に取り組み，文化 GDP を日本の総 GDP の３％にまで拡大することを目指すこととした。このような動きの中で，観光客が地域の美術館などの展示施設や芸術作品を巡って地域の文化に触れる観光活動である「アート・ツーリズム」が注目を浴びている。地域住民が積極的に関わる香川県直島

町とその周辺で開かれる「瀬戸内国際芸術祭」は，その具体的取組みとして観光振興による地域活性化策としても評価が高い。

文部科学省の 2015 年度博物館調査によれば，広島県の美術館（美術系博物館）数は全国第 16 位の 14 施設。北海道 17 施設，岡山県 11 施設と同等であり，京都（20 施設）・兵庫（19 施設）に迫る全国有数のローカル・アート・エリアであり，これらを外国人旅行者に訴求力のある**都市型の「夜」の観光コンテンツ**，**「ナイト・ミュージアム」として活用**を図れば，「あるものを活かす」ことによるナイトタイム・エコノミーの誘発が可能であろう。

パリの「ルーヴル美術館」とロンドンの「大英博物館」という二大美術館・博物館と広島市内の２km 四方以内にある主要３美術館の施設運営状況を比較すると，現時点では，夜間の開館時間，休館日，公式サイトの多言語化で大きな差がある。訪日外国人観光客周遊乗車券「Visit Hiroshima Tourist Pass」には，これら３美術館の割引特典があり，開館時間帯に広島駅を起点として広島平和記念公園や３美術館を巡る循環バス「ひろしまめいぷる～ぷ」（2013 年４月から中国ジェイアールバス株式会社が運航開始し，３ルート・47 便／日。）も乗車可能となっている。なお，循環バスの利用者の８割が外国人旅行者である。こうしたことから，週に１～２日の「ナイト・ミュージアム」開館日を新設し，合わせて**「ひろしまめいぷる～ぷ」の運行ダイヤの拡張**を図ってはどうだろうか。

海外著名美術館･博物館と広島市内3美術館の施設運営状況比較

美術館･博物館	開館時間	休館日	公式ホームページの多言語化
ルーヴル美術館	9:00 ～ 18:00（週４日） 9:00 ～ 21:45（週２日）	火曜日 クリスマス他	10 か国語
大英博物館	10:00 ～ 17:30（週６日） 10:00 ～ 20:30（週１日）	元旦 クリスマス	９か国語
ひろしま美術館	9:00 ～ 17:00	月曜日 年末年始	２か国語
広島県立美術館	9:00 ～ 17:00	月曜日 年末年始	４か国語
広島市現代美術館	10:00 ～ 17:00	月曜日 年末年始	２か国語

（出典）事務局調べ

（夜神楽）

広島県では，増加が見込まれる外国人旅行者の滞在時間延長や観光消費額増加に向けた取組みを行っており，その一環として，2017 年度から広島県立美術館の地下講堂を会場とした外国人旅行者向けの「夜神楽公演」を開始した。2018 年度には，特定の土・日・月曜日に「An Evening of Kagura」を，特定の月曜日にはナイトエンターテイメント公演の「Hiroshima Cultural Night」を開催するなど，公演日数の拡大や公演内容の拡充を図っている。一方，広島市・広島商工会議所・(一社)広島県観光連盟・(公財)広島観光コンベンションビューローが組織する「ひろしま神楽振興推進実行委

員会」の主催により，広島ならではの伝統芸能として親しまれている「神楽」を観光資源として活用し，県外観光客の誘客・滞在促進を通じて市内中心部のにぎわい創りを推進することを目的に，2008 年度から，旧日本銀行広島支店を会場に，年一回連続７日間の無料公演，「ひろしま夜神楽」が開催されている。さらに，広島県民文化センター主催で毎週水曜日に通年公演されている，有料の「広島神楽」定期公演も多くの観衆を集めている。

これらの「夜神楽」公演を，外国人旅行者・国内旅行者・地元住民がともに楽しみ交流することができる通年型の「夜」の観光コンテンツとして融合・拡充してみてはどうだろうか。

なお，広島経済同友会文化振興委員会では，ひろしま神楽をメインに据えた“まち”のにぎわいの創出について調査・研究を進めている。ひろしま神楽というコンテンツのエンターテインメント性の追求や観光資源としての活用，さらに歴史のある神楽の本質の伝承や他の文化的要素との融合なども織り交ぜながら具体策を検討しており，その成果を活かした「夜」の観光コンテンツ開発にも期待したい。

＜提言＞

「食」 ～ あるものを活かす

（多様なメニューと上質のサービス）

外国人旅行者に訴求力のある「夜」の観光コンテンツ開発を進め，コト消費と宿泊需要によるナイトタイム・エコノミー（夜間経済）を増大させる必要があるが，まずもって，エリア内で「夕食」を摂る外国人旅行者を増やすことが最優先課題であろう。

そこで，世界最大の旅行情報サイトである「トリップアドバイザー」が外国語での口コミ評価に基づいて 30 位まで順位付けした「外国人に人気の日本のレストラン 2018」（2018 年 6 月 19 日発表）を見ると，１位は東京都渋谷区の韓国焼肉店（16 位も同一地区の系列店）であり，広島市から初めて選出された平和記念公園周辺地区のイタリアンピザ店を含め 19 もの店舗が初選出となっている。また，下表のとおり，全国から選出された 30 店舗の所在地は僅か 10 都市に留まる一方，提供される料理は和食のみならず，各国料理から自然食に至るまで極めて多彩なものとなっている。外国人旅行者に提供する「食」と言えば，「地元食材をふんだんに使うこだわりの郷土料理」が思い浮かびがちだが，この多様性にあふれた結果を見ると，むしろそうした**「こだわり」や思い込みをリセット**して考える必要があると思われる。

一方，これら店舗の口コミ評価を見ると，料理の美味しさは無論のこと，リーズナブルな価格設定，外国語メニューや英語での電話予約受付，ベジタリアン・ビーガン向けの豊富なメニュー，親切な接客サービス，慣れない料理の作り方・食べ方や食事の作法の丁寧な説明，全面禁煙など，各店舗の外国人旅行者との「コミュニケーション」や「おもてなし」の姿勢への高い評価が目立っている。また，滞在時間が限定されている外国人旅行者からは，手軽さやスピーディーなサービスに対する高評価が寄せられている。さらに，上位店舗では，こうした来店客の高評価の口コミ投稿を促す案内表示を置くなどの努力も伺える。

トリップアドバイザー「外国人に人気の日本のレストラン 2018」のトップ 30

所在地	店舗数（初選出）	料理のジャンル
京都市	9（7）	ステーキ３，お好み焼，中華，インド，居酒屋，寿司，自然食
東京都	8（6）	焼肉２，すき焼，懐石，居酒屋，自然食，寿司，イタリア
奈良市	3（2）	イタリア，ビアパブ，居酒屋
大阪市	2（1）	お好み焼，餃子
高山市	2（0）	和食，中華
松本市	2（2）	インド，居酒屋
神戸市	1（0）	ステーキ
富士河口湖町	1（0）	居酒屋
広島市	1（1）	ピザ
金沢市	1（0）	寿司
合計	30（19）	居酒屋６，肉料理６，寿司３，中華３，イタリア３，インド２，自然食２，お好み焼２，すき焼き１，懐石１

（出典））2018 年 6 月 19 日発表分をもとに再構成。

マジカルトリップ「食べてみたい・食べたくない日本食ランキング」（2018 年6月）

順位	機会があれば食べてみたい日本食	機会があっても食べたくない日本食
1	うに （21）	鯨肉 （48）
2	納豆 （14）	馬肉 （46）
3	馬肉 （12）	生きたままの海鮮 （41）
3	生きたままの海鮮 （12）	生卵 （35）
5	生卵 （11）	うに （33）
5	鯨肉 （11）	納豆 （27）
	１つも試したくない （57）	１つも食べたくないものはない（26）

（注）（株）ライブラ（本社：東京都）が運営する訪日外国人旅行者向けツアー「マジカルトリップ」が，米・英・豪３カ国の訪日経験がある／訪日したい／日本に興味がある人を各国 100 名，合計 300 名を対象に調査。複数回答（カッコ内は回答数）。

（店づくり支援）

このような人気ランキング結果とその評価の内容に加え，在日・在広経験が長く，自らもインバウンド観光関連事業に携わっている，在広英国人ポール・ウォルシュ氏，在広フランス人フィリップ・オーブリー氏の両氏の目線からみた，日本人では気付きにくいインバウンド観光振興の問題・課題に対する示唆・助言から導き出される結論は，広島エリアに住む地域住民に愛されている食事処ならどこでも，やり方次第，努力次第で外国旅行者にとっての人気店になりうる大いなる可能性があるということであろう。

そうした**可能性に挑戦する店主の熱意と努力**を後押しするためにも，店舗リフォーム，キャッシュレス決済端末導入，ハラールレストラン認証，メニューの外国語翻訳等々，「食」の提供にまつわる様々な外国人旅行者受入環境整備に対する**公的支援について，「京都市観光協会インバウンド助成金（外国人観光客受入環境整備助成金制度）」をベンチマークとして早期導入・拡充**を図るべきである。

広島経済同友会地域経済委員会・広島ブランド委員会における両氏の卓話から

（コンテンツの発見，気付き）
- **地域住民にとっては「当たり前」のモノ・コトでも外国人旅行者にとって魅力ある観光コンテンツ**になりうる
- 地域住民が**日常生活のなかで楽しんでいるモノ・コトに外国人旅行者をミックス**（ミクスチャー感覚）すると良い

（情報発信）
- 外国人旅行者は多種多様なので，アピールする対象を突き詰めて絞り込まないと訴えたいことが伝わらない
- 広島には，地元住民と外国人旅行者が**自然に交流できる「場」が数多くある**というアピールが大事
- 欧米では**レストランは1Fにあるのが普通で，外から店内が見えず，読めるメニューのない店には入らない**

（二次交通手段）
- 広島市内をハブとしたローカル周遊観光のためには自転車を含めた使いやすい二次交通手段が必要

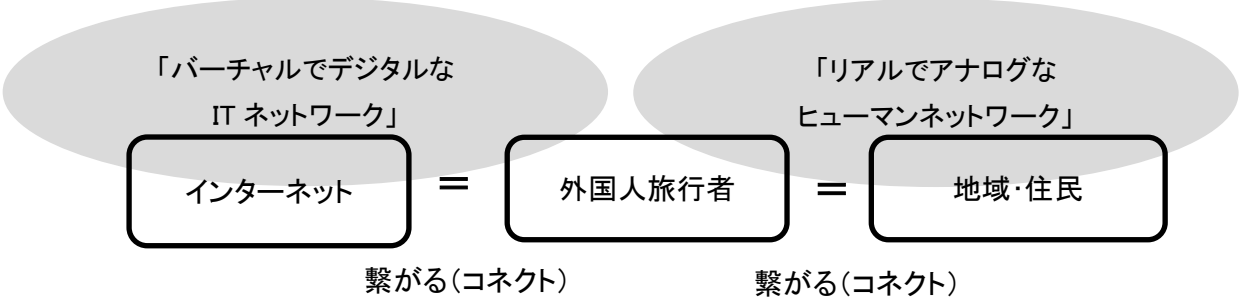
（キャッシュレス化）
- 護身のために多額な現金を持ち歩く習慣がなく，円への両替も不便なので，**現金決済だけの店は使いにくい**

（注）2016 年 9 月のポール・ウォルシュ氏の卓話と 2017 年 2 月のフィリップ・オーブリー氏の卓話から再構成。

なお，松江市の「小泉八雲記念館」の英語表記は，「松江在住で小泉八雲ファンでもある英国人によるもので，**ネイティブ表現で解り易い**と，外国人来館者に非常に好評（小泉凡館長談）」とのことである。

（注）「島根・広島経済同友会交流懇談会」（2018 年 11 月）で聴取。

これら諸施策が高次元で実現すれば，当エリアを訪れる全ての外国人旅行者が，テロワール（地域性・風土）に対する理解や地域住民との交流を深めるという素晴らしい旅行体験を味わうことができ，ひいては，当エリアとサステイナブルに繋がる（コネクト），いわば「遠隔地居住型住民（短期滞在型広島県民）」になる可能性も高まるものと考える。このような属性を持つ旅行体験者がタビナカ・タビアトのインフルエンサーとなり，SNS への画像・動画の投稿や旅行専門サイトへのフィードバック，家族・コミュニティ内でのクチコミでの発信を続けてくれるように，ロングテールなインバウンド観光情報の提供とコミュニケーションを保持する努力を怠らなければ，さらに多くの外国人旅行者が当地を訪れる大きな力になるであろう。



なお，広島経済同友会ひとづくり委員会が実施した「2018 年新入社員パワーアップ研修」では，宮島を訪れる外国人旅行者を対象とした新たな「観光コンテンツ」として，以下の提案があった。若い世代ならではのユニークな内容も含まれており，同世代の外国人旅行者の関心を呼ぶ「観光コンテンツ」に育つ可能性もある。「集客力のあるものがなにも浮かばない」と嘆く前に，このように地域の観光業とは直接関係のない地域内外の様々なセクターの人々の声に耳を傾け，知恵を借りることにも意味があろう。

「2018 年新入社員パワーアップ研修」における，新たな「観光コンテンツ」提案

- 宮島を着物（和服）で観光する「着物レンタルサービス」
- 弥山登山のための「登山用品レンタルサービス」
- 宮島の観光スポットの SNS 投稿を促す特典の付与やフォトスポットの紹介
- 紅葉まんじゅう・お好み焼きづくりの体験型サービス
- 重要伝統的建造物群保存地区の家屋の内装リフォームによる民泊施設整備
- 四季を通じた地元食材を使った和食づくりなどの料理体験型サービス
- 宮島島内を巡るウォークラリーツアー
- 浴衣で地酒を楽しむ「宮島の四季 SAKE フェスタ」の開催
- 体験学習型イベント「源平サバイバルゲーム」と混雑緩和に資する屋形船観光のセットサービスの提供
- 宮島への有力ブロガー・ユーチューバーの招待活動
- 多言語対応スマート案内板の整備

(5)「コトづくり」人材の育成

●人口減少社会における次代の地場観光産業を担う「コトづくり」人材を育成する。

＜提言＞

地元大学・高校等における観光関連学科の設置

少子高齢化を背景とした人手不足は，労働生産性が相対的に低い地方中小零細観光事業者に甚大な影響を及ぼすものである。特に，調理師などの専門職の不足から，観光客へのサービスレベルが劣化するのみならず事業そのものの継続性が危ぶまれる事態も想定される。城崎温泉の㈱西村屋　西村総一郎社長によれば，既に同地では，調理師不足で食事を出せない旅館や飲食店の不足で夕食難民が発生しているとのことである。

現在，広島県内の国公立・私立大学・高校には，地域における観光経営・政策をリード・下支えする人材育成の場が極めて限られたものとなっている。

広島県を支える「モノづくり」産業では，AI や IOT など IT 技術の発展が加速するなかで今後も一層の省力化や自動化が進み，この度の入管法等の改正によって外国人労働者の受入れ拡大も期待できる。

一方，観光業などの「コトづくり」産業には中小零細企業が多く，典型的な労働集約型産業で労働生産性も相対的に低位に留まっている。また，FIT を中心としたインバウンド観光振興の目玉となる観光コンテンツは，テロワール（地域性・風土）にあふれたその土地の生活や伝統文化そのものをその場所に身を置いて体験・感得するものが主流になるものとみられ，そうした環境下で育ち，自らがそれを体現している人材の必要性がますます高まっていくものと見込まれる。

少子高齢化・人口減少社会が現実のものとなるなかで，県内の「モノづくり」のみならず，今後も大きな成長が期待できる「コトづくり」分野の次代を担う後継者をもバランスよく育成するためには，「世界的視野で考え，地域において世界を相手に行動できる人材」を，地域自らが育んでいく観点からも，行政主導による県内高等教育体制の「コトづくり」人材育成への思い切ったシフト・再編が望まれる。

県立広島大学には，2009 年にその付属施設として設立された「宮島学センター」がある。同センターでは，世界文化遺産の「厳島神社」を有する宮島の学術研究（宮島学）と学生教育，地域連携を一体のものとして推進し，宮島の歴史的・文化的価値を高めるとともに，地域社会の活性化にも貢献することを目的として，廿日市市や（一社）宮島観光協会など地域のさまざまな団体と連携して，ボランティア，連携企画展示，受託研究など多様な事業を展開している。こうした事業活動の成果を活かし，さらに一歩進めた地域連携の形として，現在，検討が進む県立広島大学の再編構想の一環として，**県立広島大学に「国際観光経営・政策コース」を新設**したり，2021 年春の開学を目指すと言われる県立小規模単科大学を**「広島県立国際観光経営・政策大学」**とすること，高校教育においても，**宮島周辺の廿日市市や広島平和記念公園のある広島市の公立高校へ「国際観光コース」**を加えることは，一考に値するものと考える。

観光関連学科が設置されて入る広島県内の大学・専門学校

私立安田女子大学	現代ビジネス学部　国際観光ビジネス学科
広島外語専門学校	国際観光学科（エアラインコース，ホテルコース，トラベルコース）
広島 YMCA 専門学校	ホスピタリティ科（ツアープランナー・コンダクターコース）
穴吹医療福祉専門学校	ホテル・ブライダル学科
広島ビジネス専門学校	キャリアビジネス科（ホテルコース，地域観光ビジネスコース）

全国各地の先進的な「コトづくり」人材育成への取組み

観光業を地域の主力産業として位置付けている地方自治体においては，それぞれの地域特性に応じて，将来の観光業を担う「コトづくり」人材の育成機関等の整備を着々と進めている。

（京都市）

京都大学経営管理大学院観光経営科学コース「観光 MBA コース」

京都市では，京都大学と連携して 2018 年度から**同大経営管理大学院に観光経営科学コース(「観光 MBA コース」)を設置**し，観光経営に関わる高度な能力を有する人材育成に取り組んでいる。

(観光 MBA コースの概要)

現在，国際的に成長する旅客需要を背景にして，観光立国を進めることが，新たな産業成長課題となっている。だが，観光産業においては，生産性向上とサービス革新に，また観光地域においては，地域経営と文化発信に，それぞれ経営課題を持ち，発展が進まない例も見られる。京都大学経営管理大学院は，このような社会的課題に対応するために，観光経営に関わる文理融合の研究成果を活かしたカリキュラムを持つ新たな「観光経営科学コース」(２年制)を MBA 教育プログラム内に設置する。

経営科学コースは，観光分野に関わる企業，行政機関，文化機関及び非営利組織とくに DMO（Destination Management Organization，観光地経営組織等)の経営高度化に有用な経営管理についての高度な知識と応用力を持つ人材の育成をめざして開設された。ここでは，日本のおもてなし文化を基盤にした観光分野での経営とサービスのイノベーションを進める経営能力と，観光地域の文化と魅力を分析，創造，発信して集客を進める経営能力の高度化を目的とする。

（和歌山県）

和歌山大学観光学部観光学科

和歌山大学は，**学部から大学院(博士前期・博士後期)まで一貫した観光学の教育課程を有する国立大学唯一の高等教育機関**で,2016 年 4 月に経済学部経済学科から観光学部の３観光学科に再編された。観光学は人間の生活・文化に関わるあらゆる分野を総合した学問であることから，人文・社会科学から自然科学までの幅広い分野を融合的・横断的に学ぶカリキュラムとなっている。

また，世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」をはじめとした観光資源に恵まれた地の利を活かし，国際化時代に求められる観光人材の育成に取り組んでいる。

［観光経営コース］観光関連産業でリーダーになる人材を育成
［地域再生コース］観光に精通しつつ地域再生に貢献できる人材を育成
［観光文化コース］観光を求める心，観光から生まれる出会い／観光を文化で読み解く

（豊岡市）

兵庫県立国際観光芸術専門職大学（仮称）

演劇・舞台芸術と温泉の相乗効果で欧米を中心とした富裕層 FIT を主な対象に，一泊二食である現在の滞在時間の延長を図ろうとしている，城崎温泉のある兵庫県豊岡市では，2021 年４月開校を目途に劇作家・演出家の平田オリザ氏を学長に迎えた**「兵庫県立国際観光芸術専門職大学（仮称）」**を設置し，観光地域づくりを推進するプラットフォーム機能を持つ拠点として，地域連携 DMO を中心とした観光地経営の担い手となる専門職業人材を育成する計画が進んでいる。

（新設大学の理念・基本目標）

舞台芸術の学修で得た能力を基礎として，地域と協働し，多彩な地域資源を活かし，芸術文化を通じた新たな価値を創造できる専門職業人材を育成するとともに，イノベーションで地域課題を解決するプラットフォーム機能を発揮し，地域の発展と繁栄，ひいては国際社会の形成に貢献する大学を目指す。

（大学の特色）

①国公立大学初，演劇を本格的に学び，これを基礎に観光・芸術文化分野で事業創造する高等教育機関

②演劇の手法を取り入れたコミュニケーション力の強化

③自立する力を磨き，生きる力を身につける教育の展開

・社会・地域ニーズにフォーカスした教育の実践

［観光地経営］

観光地域づくりを推進するプラットフォーム機能を持つ拠点を形成

地域連携 DMO を中心とした観光地経営の担い手となる専門職業人材を育成

［文化創造］

地域文化政策を推進するプラットフォーム機能を持つ拠点を形成

アートマネジメントを中心とした文化創造の担い手となる専門職業人材を育成

・地域課題を解決するプラットフォーム機能の発揮

地域リサーチ&イノベーションセンター(仮称)を設置し，インキュベーション・コンサルティング・シンクタンク機能を発揮

④次代を担うグローバル人材の養成

・ローカルな特性が生み出す独自のモノや価値を世界に向け発信できる人材を育成

⑤実習中心の実践的な教育課程

・多彩な地域資源を活用し，地域産業と連携した充実した実習プログラムを展開

・行政，住民，学生が一体となった国際フェスティバル実習を全コースに導入

・アクティブラーニングによる実践的かつ体系的な実習プランを提供

（高山市）

（一財）飛騨高山大学連携センター

岐阜県高山市では，2017 年 6 月に，政令指定都市や中核市以外の地方都市において初となる，独立型の自治体シンクタンクである**「（一財）飛騨高山大学連携センター（理事長は，國島芳明高山市長）」**を，高山市が全額出資して設立し，①大学の保有する高度で専門的な知見と連携して，高山市の政策研究活動の充実・強化，行政課題や地域産業，地域コミュニティに関する問題・課題の解決，地方創生を担う人材の育成・確保などの自治体シンクタンク事業を推進するとともに，②将来的な UIJ ターンや地元定着も視野に入れ，大学が実施するフィールドワークやゼミ合宿，インターンシップなどの様々な活動を誘致・支援して，多くの大学生が来訪・滞在・活動する高山市を目指した大学コミッション事業を行っている。

（同センターの目的）

大学の持つ高度かつ専門的な知見を活用し，政策研究活動の充実・強化を図り，高山市が抱える課題の解決や地域人材の育成・確保を図るとともに，大学が行う諸活動を誘致・支援することにより，将来的な UIJ ターンや地元定着を創出するために次の事業を行う。

①大学との連携による調査・研究事業

②大学活動の誘致・支援事業

③その他当法人目的を達成するために必要な事業

（山口県）

山口大学経済学部観光政策学科

山口県においても，2005 年，**山口大学経済学部に観光政策学科**が設置され，同学科では，観光活動を科学的に分析する手法を学び，観光資源の開発，有効利用など観光政策に関する諸問題を実践的に解決できる人材及び多言語を駆使したコミュニケーション能力を有し，観光立国を目指す我が国に必要とされる人材の育成が図られている。

［観光経済分析コース］

観光経済の動向や構造を正確に分析する能力／分析結果を現実の観光経済政策に応用できるようにする実践力

［観光コミュニケーションコース］

観光コミュニケーション能力を養成するための知識と技能／観光コミュニケーション能力を発揮してグローバルな人的交流等を実践するための社会的活動能力

（有力観光エリア）

有力観光エリアの高校・短期大学校

国内の有力観光地を有するエリアでは，公立・私立高校・短期大学校に，地場観光関連産業への人材供給に資する「観光科」の設置例がみられる。

職業能力開発短期大学校

山梨県立産業技術短期大学校	観光ビジネス科

高等学校

北海道ニセコ高等学校	緑地観光科
青森県立十和田西高等学校	観光科
福島県立猪苗代高等学校	国際観光科
栃木県立那須高等学校	リゾート観光科
宮城県松島高等学校	観光科
松江市立女子高等学校	国際文化観光科
高知県立伊野商業高等学校	国際観光科
長崎県立小浜高等学校	ビジネス・観光科
鹿児島城西高等学校	ホテル観光科
沖縄県立浦添商業高等学校	国際観光科
沖縄県立具志川商業高等学校	リゾート観光科

（6）サステイナブルな観光地の実現

●「ヒロシマ」の理念を込めた「オーバーツーリズム対策」で，最先端のサステイナブルな観光地を目指す。

「持続可能（サステイナブル）な観光」とは

国連世界観光機関（UNWTO）が発表した，2017 年の海外旅行統計によると，海外旅行者数は前年比７％増の 13 億 2,300 万人で，この伸び率は 2010 年以降で最大のものとなり，８年連続のプラス成長となった。また，国際観光収入は同５％増の１兆 6,000 億ドル（約 176 兆円）に上り，世界全体の輸出部門として，業種別で観光は，化学，燃料に次ぐ第３位の規模となった。

日本は６年連続でインバウンド旅行者数の伸びが２桁成長となったほか，観光収入が過去最高となり，初めて世界第 10 位にランクインした。

また，UNWTO が 2017 年 10 月に発表した世界の海外旅行者数の長期予測値によると，2020 年の海外旅行者数は 14 億人，2030 年の旅行者数は年間 18 億人にまで拡大する見込みである。そのうち，アジア，中南米，中欧・東欧，東地中海地域，中東，アフリカなどの新興国の成長率は，その他先進諸国の成長率の約２倍になるものとみられ，1980 年に 30%だった新興国の市場シェアは，2030 年には旅行者数が 10 億人を超え，57%に至る。なお，両エリアのシェアは，2020 年に逆転の見通しである。

このようななか，来訪する旅行者の増加に観光地の受入が追いつかず社会問題化する「オーバーツーリズム」「観光公害」が世界中で脚光を浴びつつある。世界で持続的な拡大と多様化を続ける「観光」は，開発途上国の経済成長を支え，貧困撲滅や雇用創出にも貢献している。また，観光地での異文化交流が旅行者と地域住民との相互理解を深め，無知・差別などの障壁をなくし，多様性と平和をもたらすであろう。さらに，観光地の自然と触れ合うことを通じて資源の有効活用や気候変動などの環境問題に対する意識を高め，地球規模の課題について考える機会になるものとも言われる。しかし，このような急激な旅行者の急増によって，観光国の経済成長という「明」と，文化・遺産の保護・継承，自然環境保全，労働環境改善などの「暗」が浮き彫りにされ，「観光における持続可能性」を追求することが喫緊の課題となっている。

国連では，2017 年を「持続可能な観光国際年（International Year of Sustainable Tourism for Development）」と定めるなど，旅行者と地域住民との共存・共生に関する議論の機運が世界的に高まっている。

この「持続可能な観光」は，「訪問客，産業，環境，受け入れ地域の需要に適合しつつ，現在と未来の経済，社会，環境への影響に十分配慮した観光」と定義され，環境（環境資源の活用の最適化）・経済（長期的な経済活動の保証）・社会文化（ホストコミュニティの社会文化的真正性）の３面で適切なバランスが保たれることがその実現に重要とされている。また，持続可能な観光の発展には，①関連するすべてのステークホルダーの参画，②（幅広い参加と確実な合意形成のための）強い政治的リーダー

シップ，③観光の影響をモニタリングする継続的取組みが必要で，観光客の高いレベルの満足を維持すべき，とされている。

UNWTO には，国際持続可能観光委員会（GSTC～Global Sustainable Tourism Council）という，「持続可能な観光」の国際基準をつくる協議会があり，この基準に沿って２つの機関（オーストラリアの Earth Check, オランダの Green Destinations）が，「サステイナブル・ツーリズム国際認証」と言われる「持続可能な観光地」の認証を行っている。国際基準は 41 項目あり，持続可能であるための必須項目として，持続可能な観光の専門職員もしくはサポートチームがいる，持続可能な観光地になることが地域の観光ビジョンやミッションに入っている，関連法規を理解しているなどがある。Green Destinations では，毎年，「持続可能な観光地 100 選（Sustainable Destinations Top 100）」を選出しているが，現時点では，外国機関による国際認証の取得手続には外国語対応が必要であり，取得費用も高額なことから，日本における取得例や選出例は出ていない。

世界観光機関（UNWTO）の概要

1975 年１月に設立，2003 年の第 58 回国連総会で承認され，国連の専門機関となった。2018 年９月現在，158 ヶ国が加盟している観光分野における世界最大の国際機関。UNWTO は，「経済的発展，国際間の理解，平和及び繁栄に寄与するため，並びに人種，性，言語または宗教による差別なく，すべての者のために人権および基本的目的を普遍的に尊重し，および遵守することに寄与するため，観光を振興および発展させること（UNWTO 憲章第３条）」を活動目的としており，以下のような様々な事業を実施している。

①農村観光，エコツーリズム，文化遺産観光の支援などの開発途上国に対する観光分野の技術協力
②世界各国の観光産業に従事する人材育成の支援プログラムの実施
③観光に関する世界的な統計及び市場調査活動の実施
④各国の持続可能な観光開発の促進協力の一環として観光と環境の共生をめざした活動の実施
⑤旅行の自由化，旅行施設等の安全・衛生等にかかるガイドライン等の作成

「持続可能な観光」の国際基準

A: 持続可能な観光地管理
（14 項目；A1 持続可能な観光地への戦略，A8 ユニバーサルデザインなど）
B: 地域社会における経済利益の最大化，悪影響の最小化
（９項目；B2 地域の就業機会，B3 住民参加など）
C: コミュニティ，旅行者，文化資源に対する利益の最大化，悪影響の最小化
（６項目；C1 観光資源の保護など）
D: 環境に対する利益の最大化，悪影響の最小化
（12 項目；D２脆弱な環境の保護，D10 廃棄物の削減など）

世界各地の「オーバーツーリズム」対策

（バルセロナ）

スペインは 1992 年のバルセロナオリンピックを契機にインバウンド観光振興に力を注ぎ，2016 年には外国人訪問者数が人口（4,647 万人）の 1.6 倍の 7,556 万人に達して世界第３位となり，2017 年には５年連続して過去最多を更新して 8,200 万人を超え，米国を抜いてフランスに次ぐ世界第２位となった。観光産業の生産額が国内総生産（GDP）の 10%以上，観光産業従事者も全産業の 10%を占めるなど文字どおりの観光大国である。

バルセロナにおけるオーバーツーリズム問題とその対応策

（課題と解決の方向性）

①観光客が旧市街地等の一部地域に集中

⇒行政主導により，他地域・他施設等に観光客を誘導する「場所の分散化」

②観光客が夏期等の一時期に集中

⇒行政と民間事業者が連携し，閑散期に観光客を呼び込む「時期の分散化」

③都市部の既存建築物が民泊施設として過剰・違法に提供される

⇒新制度を策定

（主要な具体的対応策（計画分を含む））

・より広範な行政区域を持つ県・市・DMO の協働組織「バルセロナ観光観測所」を新設し，種々の観光関連情報を収集のうえ，旅客流動分析・分散化策検討等を専門的に実施

・観光プロモーション等の従来施策に限らず，都市計画・交通政策・税制等の多様な施策を展開

①「観光用宿泊施設特別都市計画」を制定し，市域を４エリアに区分して宿泊施設の立地規制を実施

（エリア１）一切のホテル・バル，カフェテリア，レンタサイクルショップ，24 時間スーパー等の新規立地を規制

（エリア２）既存施設が閉鎖した場合，最大密度の範囲内で閉鎖施設と同部屋数の施設が立地可能

（エリア３）最大密度の範囲内において新たな施設の建設が可能

（エリア４）再開発区域

②観光ツアーを 25 名／グループ以下に制限

③過密抑制のための高観光スポットでの市職員等による観光客の流れ管理

④利便性向上を図る公共交通の共通スマートカード導入

⑤バルセロナ市のみ高税率とするカタルーニャ州観光税の税率差異化

⑥観光客の分散化を図るためのバルセロナ入市観光バスへの課税

⑦騒音防止のためのレストランテラス席への課税

⑧交通インフラ・歩行空間の容量拡大

なかでも，建築家アントニ・ガウディによるサグラダ・ファミリア教会に代表される建築作品群がユネスコの世界遺産に登録されている人口 160 万人のバルセロナ市には，都市交通等のインフラ基盤が充実していることもあって人口の 20 倍の 3,200 万人もの観光客が訪れている。同市では，主要観光地と住宅地が近接しているため，観光客の騒音問題や民泊施設の増加による市民の住居不足・賃貸料高騰などを引き起こし，10 年ほど前から増加を続ける観光客と住民との軋轢が顕在化し，2013 年には「観光客排斥デモ」が起こるなど「オーバーツーリズム」が社会問題化した。2015 年に観光対策による都市再生を公約としたアダ・コラウ市長が登場して問題解決に着手し，観光客受入抑制と市内観光の質的向上を図る諸施策が導入され，2017 年には「2020 年に向けた観光都市計画」が発表されるなど，行政主導による広範な「観光対策」が展開されている。なお，2013 年に策定された，国際持続可能観光委員会（GSTC : Global Sustainable Tourism Council）による観光地向け基準「GSTC-D : Global Sustainable Tourism Criteria for Destination」の取得が，行政内部の部局間連携，例えば，観光部局と都市計画・交通・保安部局等との連携や地域ブランド向上のための官民連携に貢献したとの評価がある。

一方，あまりに性急な「観光客削減計画」による地域経済への悪影響も指摘されている。観光収入は同市の GDP の 14%に及び，12 万人の雇用を創出，さらに年間観光（宿泊）税収は 100 億円以上にのぼると言われるが，宿泊施設の立地規制で多くのホテル建設計画が中止され，4,000 億円近い建設投資と数千人の新規雇用が消えたものと見られる。

（ロンドン，ブルージュ）

ロンドンでは，2012 年のオリンピック開催以降も観光客が増加し続けており，マスターカードによる「2018 年度世界渡航先ランキング」によれば，バンコク（2,005 万人）に次ぐ第 2 位となり，2012 年の 1.3 倍近い 1,983 万人の集客があった。ロンドン観光局では，同国の人気コメディキャラクターを採用した観光支援アプリ“Play London with Mr. Bean”をリリースし，無料サービス提供や割引クーポン配付などによる同市周辺部の無名スポットなどへの誘客を図り，市内中心部の有名観光地の混雑化の緩和を図っているが，総ダウンロード数は数十万件程度に留まっているようである。

また，3 種の世界遺産登録物件を抱えるベルギーの港湾都市ブルージュでは，人口 2.5 万人の観光エリアの旧市街に，その 130 倍近い 320 万人の観光客が訪れる。同市では，市内ツアーの円滑化に取り組んでおり，ツアー催行会社に対する観光ガイド登録・更新の義務付けや，徒歩ツアーの認可制導入，ツアー催行人数制限・マイク使用禁止等を課し，市民の平穏な日常生活と観光の両立を目指しているが，個人旅行客が中心のため，思ったほどの効果が出ていないとの評価もある。

（パラオ共和国）

パラオ共和国は，太平洋のミクロネシアにある，面積 488km²（198 位），人口 21,729 人（219 位 2017 年）の小さな多島国である。太平洋戦争中の激戦地の同国ペリリュー

島とコロール島の間にあるロックアイランドと周辺のラグーンは，2012 年 7 月に「ロックアイランド群と南ラグーン」として世界遺産に登録されている。また，同国は，自然・文化ともにその普遍的価値を認められたユネスコの世界複合遺産登録 35 ヶ国のうちの 1 つでもある。

この世界で 13 番目に小さな国に，毎年，人口の 8 倍余りの 16 万人以上の外国人旅行者が訪れており，これら旅行者の行動によってパラオの自然環境や生態系が破壊され，文化に悪影響を及ぼす可能性があることから，同国では，2017 年 12 月 7 日から，「パラオ・プレッジ（誓約)」を導入した。これは，外国人旅行者に世界初の環境保護誓約への同意を義務付けたもので，パスポートに押される多言語の入国スタンプに以下の誓約文・署名欄があり，入国管理官の指示に従って同意のサインを求められる。パラオ到着機の機内では，本誓約について案内ビデオが上映され，空港ターミナルや国内各地に本誓約を紹介するサイネージ等が設置されている。また，本誓約の違反者には，最大 100 万ドルの罰金が科せられることとなっている。

「パラオ誓約」(Palau Pledge)

パラオ誓約	Palau Pledge (English Version)
パラオの皆さん， 私は客人として， 皆さんの美しく ユニークな島を保存し 保護することを誓います。 足運びは慎重に， 行動には思いやりを， 探査には配慮を忘れません。 与えられたもの 以外は取りません。 私に害のないものは 傷つけません。 自然に消える以外の 痕跡は残しません。 署名 パラオ誓約	Children of Palau, I take this pledge, as your guest, to preserve and protect your beautiful and unique island home. I vow to tread lightly, act kindly and explore mindfully. I shall not take what is not given. I shall not harm what does not harm me. The only footprints I shall leave are those that will wash away. Sign Palau Pledge

（出典）駐日パラオ共和国大使館ホームページ

同国では，以前から環境保護分野で「世界初」となる活動に取り組み，全海域でサメ保護区を設立したり，底引網の使用を禁止したりしている。2015 年には，区内での漁獲や資源採択が一切禁止されている「パラオ国立海洋保護区」が設立された。パラオのトミー・レメンゲサウ大統領は，長期的環境保護と持続可能性の提唱者であり，次のように述べている。「旅行者がパラオを訪れたときに誓約へ署名を約束してもらうのと同じように，旅行者にパラオを尊重する方法を示すのは私たちの責任です。パラオは小さな島国であると同時に大きな海洋国であり，環境保護は文化の中心にあります。私たちは生きるために環境に頼っており，自国の自然環境が脅かされれば，私たちはその美しさと生物多様性の両方を楽しむことができる最後の世代になってしまうでしょう。これはパラオだけにいえることではありません。人間が地球環境にもたら

す影響は，今日の世界が直面している最大の課題の１つです。パラオは小さな国として，これらの影響を深刻に受け止めています。パラオ・プレッジの取組みが，現世代が次世代の責任を負うという認識を世界規模で高めることを願っています。」

国内の「オーバーツーリズム」対策

「観光」は，我が国においても，近年，外国人旅行者数，消費額いずれもが，毎年，過去最高を更新するなど，我が国の経済を支える産業となっている。一方，世界各国と同様に，我が国でも観光客の急増する一部の観光地では，地域住民の生活環境などに深刻な影響が生じ始めている。

こうした背景を踏まえ，持続可能な観光に関する，例えば，外国人旅行者の集中による観光地域の混雑，外国人旅行者の増加による住民の生活環境の変化，外国人旅行者のマナー等の諸課題について，顕在化する問題事例を把握するとともに対応策を検討するため，2018 年６月，観光庁に「持続可能な観光推進本部」が設置され，今後，関係省庁とも連携しながら，増加する観光客のニーズと観光地の地域住民の生活環境の調和を図り，両者の共存・共生に関する対応策のあり方を総合的に検討・推進することとしている。

このように，我が国でも，国が中心となった「オーバーツーリズム」問題への取組みが始まっている。

（京都市）

国内の一大観光地である京都市の近年の観光客数の推移をみると，外国人旅行者は順調に増加しているものの，国内観光客，特に日帰り観光客の大幅な減少により全体としては減少傾向にある。同市の京都観光総合調査によると，外国人旅行者の増加によるマナー問題や交通機関・有名観光地の混雑の悪化に対する不満が高まり，国内観光客が京都観光を敬遠しているとみられる。また，市民生活実感調査でも，同様の理由から「市民にとって暮らしやすい観光都市である」との評価が低下し，市民からのクレームも日々増加している状況である。

京都市の観光客満足度調査（2017 年）結果

（調査の概要）
・日本人観光客，外国人観光客とも，京都市内の主な観光施設等において，調査時期（年４回），曜日，時間を概ね合わせたうえで無作為に調査対象者を抽出し，面接等の方法により調査。サンプル数は日本人 4,139 件，外国人 1,674 件。

（調査の結果）
・「大変満足～やや満足」の割合は，外国人が 96.7%，日本人が 90.9%。一方，「残念なことがあった」の割合は，外国人が 15.6%，日本人が 46%と大きな差がある。
・さらに詳しく見ると，個別の残念度調査では，日本人は「人が多い，混雑」と「外国人観光客のマナーの悪さ，交通マナーの悪さ」がトップ２で，その割合も，前者が前年の 15.0%から 17.1%，後者が 9.0%から 14.0%にそれぞれ上昇し，他の項目の減少ないし微増傾向と比べると突出している。
また，外国人も，「バスが混雑して乗れなかった」など公共交通に対する残念度が２位となり，前年の 9.5%から 14.2%に急増している。

このようななか，京都市では，2018 年５月に，2014 年に策定した「京都観光振興計画 2020」に取組みの追加･充実及び目標の設定を行い，「市民生活と観光の調和」を最優先とする「京都観光振興計画 2020[+1]」として取り纏めた。この計画では，市民生活と観光の調和を謳い，「外国人観光客の急激な増加とマナー問題」，「無許可民泊施設の増加」，「観光客の集中と混雑」などを課題として挙げ，「市民にとってくらしやすい観光都市」，「持続可能で満足度の高い国際文化観光都市」の実現に積極的に取り組む姿勢を明文化している。

具体的施策として，多言語啓発パンフレット「京都のあきまへん」の配付や日本・京都の習慣・マナーを啓発する SNS による周知，新条例による違法・不適切民泊に対する規制強化，時間・季節・場所の３つの分散化による観光客の集中化の是正など広範囲に対策を講じている。

例えば，「観光客の集中と混雑」への対応として，「混んでいる時期に混んでいる時間に混んでいる場所に行くから混んでいる」観光客の動線を変える取組みを始めており，朝観光・夜観光のコンテンツ開発，「京の夏の旅」･「京の冬の旅」などのオフシーズンの観光キャンペーン，「ゆったりとした雰囲気で京都を楽しんでほしい」をコンセプトに隠れた名所を発掘・活用する『とっておきの京都～定番のその先へ～』プロジェクト，近隣２市を含む京都市認定通訳ガイド「京都市・宇治市・大津市地域通訳案内士」の育成等々を，2018 年秋に導入した「宿泊税」の税収も財源として活用しつつ展開している。

京都市の混雑･分散化対策

分散	
時間	「京都朝観光」･「京都夜観光」サイトによる情報発信
	京で食べる朝ごはんキャンペーン
	「夜観光」キャンペーン
	観光施設の早朝・夜間公開
季節・場所	低認知度の名所・オフシーズンの風物紹介
	「京の夏の旅」･「京の冬の旅」などの観光キャンペーン
	冬のライトアップイベント「京都嵐山花灯路」の開催
	JR や各種メディアの旅行商品・京都観光情報サイトでの特集
	台湾向け京都紹介サイトでの特集
	京都府内の他の観光エリアとの広域連携
混雑緩和	
道路混雑	ビッグデータを活用した交通流独実態調査
バス混雑	前乗り後ろ降り方式導入によるバスの乗降時間短縮
	地下鉄・バス一日券，二日券の値下げによる地下鉄へのモーダルシフト
マナー啓発	
	多言語啓発パンフレット，ポスター，「京都のあきまへん」配付

＜提言＞

「宮島」における「持続可能（サステイナブル）な観光地」の実現

広島ブランド委員会では，2018 年３月，外国人旅行者の急増に対応した宮島の「おもてなし」環境整備の早期着手等を求める「緊急提言」を行った。

そこでは，居住人口の 3,000 倍以上に上る可能性がある観光客の急増により，自然環境や生活環境への負荷が増大し，これまで外部からの影響をあまり受けてこなかった島内の動植物の生態系へ重大な悪影響を及ぼす懸念があり，島内居住者が日常生活を営むためのライフラインが損なわれる可能性もないとはいえないため，島内の豊かな自然と調和した魅力ある観光地～「サステイナブルな宮島」の実現を図るため，官民一体となって，固有の生態系保全や環境負荷の低減に繋がる全島的な取組みを進める必要があるとの課題認識のもと，具体策を提言した（次頁資料参照）。

・2017 年来島者数；4,565,732 人／2018 年１月居住人口；1,627 人＝2,806 倍
・2018 年来島者数；4,308,257 人／2019 年１月居住人口；1,580 人＝2,727 倍
500 万人／1,500 人＝**3,333 倍**

今，これらの提言内容を振り返ってみると，「オーバーツーリズム」で巻き起こる諸問題を克服した「持続可能な観光地」を実現する大きな方向性や具体的施策案の多くは，上述した国内外の他都市の取組みとも軌を一にするものであり，当地においても，これらに自信を持って取り組めば，必ずや望ましい成果が得られるものと確信している。

特に，パラオ共和国の「パラオ・プレッジ（誓約）」の導入は大いに参考となる施策である。例えば，宮島を観光目的で訪れる全ての人々に対して，入島手続の一環として，宮島滞在中は廿日市の短期滞在型市民として「市民憲章」を順守することを誓約してもらい，旅行者自らが宮島の持つ固有の自然環境や歴史的建造物の持続性を保つことにコミットすれば，それがそのまま「サステイナブルな宮島」観光の達成にも繋がることになるであろう。また，近年，国内でも注目されつつある，上述した「サステイナブル・ツーリズム国際認証」を，廿日市市が他に先駆けて取得し，合わせて，「宮島ブランド」の向上と「持続可能な観光地」を実現するための，県・市行政間・部局間連携，官民連携を一層強固なものとすることも有効であろう。現在，廿日市市では，宮島の地域振興に向けた「宮島まちづくり基本構想」を策定中であり，こうした「サステイナブルな宮島」の実現に資するアイデアをそれに反映させることも一考に値するものと考える。

廿日市市「市民憲章」（1988 年４月１日制定）

わたくしたちは，長い歴史と伝統をもつ，豊かな自然に恵まれた廿日市の市民です。
わたくしたちは，このまちに誇りをもち，より豊かなまちをつくるため，この市民憲章を掲げます。
１．健康で美しい平和なまちをつくります。
２．教養を深め，文化の香り高いまちをつくります。
３．心のふれあいを大切にし，助けあうまちをつくります。
４．働きがいのある，活力に満ちたまちをつくります。
５．責任を重んじ，力をあわせて住みよいまちをつくります。

「緊急提言」(2018 年 3 月)の内容

来島者のピークシフト対策
①時間的ピークシフト～来島時間の多様化 ［「夜の宮島」の観光イベント実施］ ・「灯篭＆ワイン」,「ひとときの宮島星空旅行」 ・厳島神社・大聖院ナイトウォーク ［「夜の宮島」の「食」の充実化］ ・「宮島の夜のグルメマップ」作成 ・屋台・ワゴン等による広島の「食」提供 ・新旅客ターミナル・周辺エリアにマルシェ型飲食施設導入 ［宮島～宮島口間のフェリー運航時間延長］ ［「朝の宮島」,「宮島の宿泊」の魅力充実］ ・大聖院での朝行等，朝の「コト消費型」の体験イベントづくり ・宮島ならではの朝食を提供する早朝営業の飲食店づくり ・「宮島の朝のグルメマップ」作成 ・空家活用による民泊，ゲストハウス等，多様な宿泊施設を確保 ・宿泊施設内へのフリーWi-Fi 導入やトイレ・浴室改修
②時期的ピークシフト～オフシーズン・平日中心の誘客で来島時期を平準化 ［オフシーズンのインバウンド観光コンテンツの魅力 PR による誘客拡大］ ・冬季誘客のための「冬の宮島の牡蠣」を提供する「カキ小屋」整備 ・通訳ガイド付きウォーキングイベントの通年実施 ［平日割引やオフシーズン割引による誘客拡大］ ・平日・オフシーズン用のキャッシュレス決済可能なチケット販売 ・飲食・土産物購入クーポン・チケット一体型旅行商品「平日（グルメ）パック」販売
③空間的ピークシフト～島内移動時間の拡大・分散化 ［町家通り・自然散策道の利用促進による参拝経路の複線化］ ・町家通りの「宮島路地裏マップ」作成 ・宮島桟橋～厳島神社間の複数ルート（山辺の古径等）を示す案内看板設置 ・歩行時間・高低差・公衆トイレ・SNS 投稿に適した撮影場所等の情報提供 ［弥山，包ヶ浦等，島内の広域周遊促進による分散化］ ・弥山登山の休憩スペース・登山用品レンタル・登山道ガイド案内を提供する「弥山登山ステーション」新設 ・島内西側への誘客拡大を図る，大聖院・宮島水族館・大元公園等での「コト消費型」の体験イベント開発 ・島内東側への誘客拡大を図る，包ヶ浦自然公園でのグリーンツーリズムメニュー充実化
④宮島口の渋滞対策 ［宮島口周辺の渋滞対策の早期実現］ ・宮島口桟橋までの歩道整備 ・島内混雑・観光メニュー情報提供のためのデジタルサイネージ設置 ・車道整備，市営駐車場整備等,「宮島口地区まちづくり整備計画」の早期実施 ［宮島～本土間の航路増便・新設による複線化］ ・平和公園・広島マリーナホップ・広島港と宮島桟橋・宮島ビジターバースを結ぶ定期航路増便・新設 ・多様な海路アクセス（料金・所要時間・時刻表等）に関する情報発信 ・宮島ビジターバースを発着するハイシーズン・休日運行の臨時航路早期実現 ・パーク・アンド・ライド促進のための広島マリーナホップ発定期航路の利用推奨

「おもてなし」機能の強化・拡充と「タビマエ・タビナカ・タビアト情報」の充実化
①「ナイトタイム・エコノミー」・「コト消費」に着目した外国人観光客向けの観光施設・観光コンテンツ拡充 ②来島前の外国人観光客に対する観光情報発信，来島時の観光情報提供機能強化 ③広島エリアの大学生を活用した島内人口減少下における観光産業の「雇用確保」
宮島と他の瀬戸内海地域の有力観光地の連携強化
①海路を中心とした宮島往来ルートの多元化・広域化と宮島の瀬戸内周遊観光の「ハブ化」 ・宮島・宮島口発着の，大久野島（竹原市），尾道港（尾道市），鞆の浦（福山市），香川県直島町（瀬戸内国際芸術祭開催地）など瀬戸内海各地の観光地を結ぶ中長距離定期航路新設 ②宮島口周辺エリアの有力観光資源等との連携 ・宮島口周辺エリアの有力観光資源等との連携強化を図る宮島口～錦帯橋，三段峡，佐伯・吉和地域等間の半日～日帰りバスツアー開発 ・原爆ドーム，厳島神社，石見銀山（島根県大田市）の３つの世界遺産巡りバスツアー開発 ・ゆめタウン廿日市等の大規模商業施設での地元産品の土産物購入による域内観光消費拡大に向けた，宮島桟橋～五日市港の臨時航路新設，直行シャトルバス定期運行の実現
住民と観光客が共存するサステイナブルな「エコアイランド」の実現
①店舗・住宅における，低環境負荷・高効率・省エネルギーの節水型トイレ・照明・空調等への補助金事業等を活用した計画的更新 ②ゴミの持ち帰り運動や分別回収等，宮島全体でゴミのリデュース，リサイクルの取組み推進 ③ハイシーズン・夏季期間限定のゴミ・ステーション設置による「有害ゴミ」のシカの餌化防止

＜提言＞

「広島市」における「持続可能（サステイナブル）な観光地」の実現

一方，バルセロナ市に見られるような過度に来訪制限的な「オーバーツーリズム」対策の導入には慎重でなければならない。原爆により壊滅した広島市の復興を促進するために 1949 年８月６日に施行された特別法である「広島平和記念都市建設法」では，「恒久の平和を誠実に実現しようとする理想の象徴として，広島市を平和記念都市として建設することを目的とする。」との理念を掲げられ，広島市を世界平和のシンボルとして，国をあげて建設することが位置付けられている。こうして廃墟からの復興を成し遂げ，核兵器廃絶と世界恒久平和を希求し続けている広島市は，今，世界の人々にとって「平和の象徴」，「希望の象徴」となっている。こうした「まち」の理念と願いを，全ての被爆者の死後も引き継ぎ，共有し，世界に広げてくれるであろう，多くの外国人旅行者の来訪を，どんな理由にせよ制限してはなるまい。

インバウンド観光先進都市である岐阜県高山市では，国連が 1967 年を「国際観光年」に指定するにあたり定めた「観光は平和へのパスポート(Tourism ; Passport to Peace)」というスローガンにコミットし，1996 年４月に「国際観光都市」を宣言した。国際観光が世界平和へ果たす役割を，外国人旅行者と市民が接することを通じて相互の文化・価値観を理解すればそれらに対する寛容が生まれることであるとして，市民の幅広い国際交流や国際親善，国際化に対応できる文化都市づくりを積極的に推進し

てきている。2013 年には，国内外に向けて恒久平和の実現を訴えていくため，国連が「国際平和デー」と定めた 9 月 21 日を「高山市平和の日」として制定。さらに 2014 年には，高山市における平和のシンボルとなり，シンボルを通じて市民と国内外からの観光客に対する平和への意識醸成を図るために，市役所庁舎前広場に「平和への絆」のモニュメントが設置されている。

原爆によって全てのものが灰燼に帰したこの地にも，高山市と同様，宮島に代表される多様性に満ちた歴史的・文化的バックボーンが備わっている。当地を訪れる外国人旅行者が，この地を観光で巡り，この地の人々と行き交いつつ日々を過ごす中でそれらを感得してくれれば，彼らが自国に帰って伝える「世界恒久平和」のメッセージはより深みを増し，受け止めるその国の人たちもまた，必ずやそれにコミットメントしてくれるものと確信している。

このように，「ヒロシマ」の有する「平和」の文化的価値とインバウンド観光振興とは決して対立するものではなく，相互にバリューチェーンを繋げて共存・共生・共栄を図るべき，地域の誇る「ブランド価値」であることを肝に銘じたい。

岐阜県高山市の国際観光都市宣言

美しい自然と歴史に育まれた格調の高い伝統的文化都市・高山市を，日本の心のふるさととして広く交流を通じ，諸外国に理解を求めるとともに，飛騨高山独自の魅力ある都市づくりを進め，受け入れ体制の確立を図り，市民参加を基調とした国際親善を推進するため，ここに高山市は「国際観光都市」を宣言します。

＜提言＞

地域の観光資源となる新旧の景観保全･町並み保存

1975 年の文化財保護法改正によって，「伝統的建造物群保存地区」制度が発足し，城下町，宿場町，門前町など全国各地に残る歴史的な集落・町並みの保存が図られるようになった。これにより，市町村は「伝統的建造物群保存地区」を決定し，地区内の保存事業を計画的に進めるため，保存条例に基づき保存計画を定めている。

国は，市町村からの申出を受けて，我が国にとり価値が高いと判断したものを「重要伝統的建造物群保存地区」に選定。市町村の保存・活用の取組みに対して，国（文化庁）・都道府県（教育委員会）が指導・助言を行い，また，市町村が行う修理・修景事業，防災設備の設置事業，案内板の設置事業等に補助・税制優遇措置等の支援を行っている。

現在，広島県には３つの「重要伝統的建造物群保存地区（重伝建）」があるが，廿日市市は，2019 年度中に，宮島中心部の町屋通り～大願寺～大聖院一帯（16.8ha）を対象とする「伝統的建造物群保存地区」の保存計画を定めたうえで「重伝建」の申請を行う準備を進めている。また，東広島市では，西条酒蔵通りの「重伝建」申請を視野に置いた検討調査が続けられている。

また，既に選定済みの３地区においても，福山市鞆町の中心部に残る江戸時代からの伝統的な町家の修理などで町並み保存を加速化させるために，広島県が，ふるさと納税制度をベースとした，いわゆる「ガバメントクラウドファンディング」の活用を

検討しており，竹原市では，「重要伝統的建造物群保存地区（重伝建)」を含む市内の５点を，現在，広島県尾道市・呉市を含む全国 38 市町が認定されている日本遺産の「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間 ～北前船寄港地・船主集落～」の構成文化財に追加申請するなど，それら地区の住民生活と観光振興の両立を狙う動きが顕在化している。

そのほかにも，福山市では，2022 年に築城 400 周年を迎える福山城の価値向上を図るため，2018 年 10 月には福山城の天守閣を，景観法に基づく「景観重要建造物」に県内で初めて指定して景観の保全を図ったほか，福山城築城 400 年記念事業等に充当する新たな基金の設置を検討している。

このように，広島の重要なインバウンド観光資源ともなるこれら伝統的建造物等を，将来にわたってサステイナブルなものとしていく取組みが顕在化していることは喜ばしいことであろう。

広島県の重要伝統的建造物群保存地区の概要

地区名称等	種別	選定年月日	選定基準	面積（ha）
竹原市竹原地区	製塩町	1982 年 12 月 16 日	1	5.0
呉市豊町御手洗	港町	1994 年　7 月　4 日	2	6.9
福山市鞆町	港町	2017 年 11 月 28 日	2	8.6

（参考）

・重要伝統的建造物群保存地区；43 道府県 98 市町村 118 地区(2018 年 8 月 17 日現在)

・重要伝統的建造物群保存地区選定基準（1975 年 11 月 20 日文部省告示第 157 号）

伝統的建造物群保存地区を形成している区域のうち次の各号の一に該当するもの

１．伝統的建造物群が全体として意匠的に優秀なもの

２．伝統的建造物群及び地割がよく旧態を保持しているもの

３．伝統的建造物群及びその周囲の環境が地域的特色を顕著に示しているもの

一方，尾道市では，尾道市瀬戸田町にある同市所有の明治初期建築の古民家「堀内邸」を，賑わい創出の拠点施設として地域経済の活性化に資するものとなるよう活用事業者に売却することとし，2021 年に新たな宿泊施設として再生されることが決まった。尾道市では，このほかにも，同市内の観光名所となっている「坂道」や「路地」のそこここで，明治・大正・昭和期に建設された古民家等の店舗・民泊施設への改造・転用例が増加している。これらは，ローカル地域における外国人旅行者の宿泊観光を拡大するための決定打ともなりうる施策であるだけに，行政による支援拡大や民活を活用した普及促進に取り組む必要があるものと考えるが，その際，和歌山県高野町が 2006 年 10 月に創設した「高野町環境維持基金」などの先進的取組みを参考として，施設周辺地区の町並みや景観に配慮した外観形成や屋外広告物の設置などに対する補助を行い，旅情を誘うユニークな町並みや景観の観光資源としての価値をサステイナブルなものとする努力を怠ってはなるまい。

「高野町環境維持基金」による「美しい町並み景観整備事業」の概要

「美しい町並み景観整備事業」の助成は原則として，高野町景観計画における景観地区，準景観地区の主要な道路沿いの修景施設を対象とする。

1．基本方針

修景施設の形態は，町並みとの調和に配慮した形態とする。また，原則として，伝統的な建築形態・材料を継承した形態とする。但し，特に優れたデザインで，「景観審議会」が認める形態を含む。

助成の対象となる費用は，基本的に修景に配慮するために必要となる費用とし，下表に示す修景内容の基準及び部分にかかる費用とする。また，助成金の交付を受けることができる回数は，修景施設を含んだ一団の施設に対し原則として１回限りとする。但し，看板類は別枠１回とする。

職人の育成や域内経済の発展を促すため，町内での調達や施工が困難な場合を除き，紀州材等の地元産の材料を用いた町内の職人の手による修景施工を基本とする。

2．助成内容

対象範囲	建築基準法等関係法令及び高野町景観条例に基づき，地区内の主要な道路沿いの施設の増築，改築及び改修等において，道路から見える部分とする。
共通事項	下記対象基準の工事にかかる諸経費等を含む。（仮設工事費を含むが，内部足場工事費は除く。）

3．助成対象項目

※施工部分は，町並みとの調和に配慮した形態とし，自然な素材，色彩，風合を基本とする。

補助対象項目	対象基準	対象部分	備考
屋根（樋を含む）	町屋は二階までの切妻平入りを原則とするが，景観に配慮した他の様式も対象とする。基本的に隣家との軒と屋根の線が連続するよう配慮した形状とする。 瓦葺き，桧皮葺き，銅板の金属板葺きなど景観に調和した部材･色調	仕上げ部分及びそれに伴う下地部分	樋は銅製などの金属製及び木製など
外壁	木，漆喰，土塗り壁などの部材 自然色を基本とし，白，茶，灰色など景観に調和した色調	仕上げ部分及びそれに伴う下地部分（設備等が見えないように工夫した仕上げ等を含む）	基礎石・石張仕上げ等を含む
開口部	木調建具，木調アルミサッシ，格子窓など景観に調和した部材･色調	左記部材（木製建具を基本とするが，アルミサッシ使用の場合は格子状で覆う）	ショーウィンドウ，シャッター含む

補助対象項目	対象基準	対象部分	備考
付帯施設	空調室外機，ガスボンベ，ボイラーなどを覆うもの 景観に調和した部材･色調	遮蔽に用いる木製部材など （外壁などと調和をはかる）	
車庫･駐車場	車庫は，蔵･町屋のデザインを応用 駐車場は，塀･垣等により外部から遮蔽	建具は木製部材を基本とし，金属製でも景観に配慮したもの	
外構	和塀，生垣，門，駐車場路面，景観舗装等 和塀，生垣の高さは 180cm 以内	左記部材及びこれに付属するもの 塀の場合，木，漆喰など自然の素材を基本とする	
屋外広告物	景観上優れたデザインの広告物	看板等（木製を基本とし，建物線より前面に設置しない）	
その他	町長が特に認めたもの 町並み景観に調和した部材，色調	仕上げ部分及びそれに伴う下地部分	

4．「家並み協定」に基づく修景整備

・上記協定に基づき，一定の連続する施設が一定の期間内に家並みを揃え，修景整備を行う場合は，１施設につき助成額を下記④のとおりとする。前記の施設数及び期間については，町長が別に定める。但し，期間内で予算の範囲内におけるものとする。

5．助成メニュー

助成メニュー	助成額上限（１軒あたり）	助成率
①屋外広告物	100 千円	最高２/３
②車庫等	500 千円	
③単独の修景	（部分的）1,000 千円 （全面的）2,000 千円	
④家並み協定による修景	3,000 千円	

（出典）高野町ウェブページ

おわりに

今回の調査の端緒となったのは，2016 年の秋，今は無き「地域経済委員」の次年度の検討テーマを模索するなかでのことであった。５月にオバマ米国大統領の来広が実現し，秋には広島カープが四半世紀ぶりの優勝を遂げたあの年，市内のあちこちで，まっ赤に染まったユニフォーム姿の人々と外国人旅行者を目にすることが日増しに増えていた。あれから二年半経った今，広島東洋カープのセ・リーグ三連覇も外国人旅行者のこの増加ぶりも，ごくごく日常的な変化としてこの街の風景に溶け込んでいくことにある種の感慨がある。地域社会で，日々，ドッグイヤー並みのスピードで移りゆくことであっても，そこに住む人の持つ柔らかな適応力が発揮されれば，全てが新たな「日常」と化すということだろうか。この先に来る様々な変化に対しても，これまでと同様，この地特有の進取の気性を持つ多くの人々によって，地域社会の進化と成長に繋げるナチュラルな意思の力が世代を超えて発揮され続けることを強く願っている。

当地におけるインバウンド観光振興に関しては，本報告に先行して公表されたものが少なからずある。例えば，(株)日本政策投資銀行中国支店による「中国地方におけるインバウンド推進に向けて」(2017 年２月発表)，日本銀行広島支店による「広島県のインバウンド需要の現状と需要拡大に向けた取り組み」(2017 年３月発表)，国土交通省中国運輸局による「中国地方の訪日外国人宿泊の増加に向けた提言」(2018 年６月発表）など。いずれの論の現状把握や課題認識，具体的諸施策の提言も興味深くかつ有意義なものであり，大いに参考とさせていただいた。これら以外の，出典を触れないままでいる実に多くの論考・資料等に目を通すなかで，折々に刺激を受け，また，見識を深めることが出来たことが本報告に結実していることは疑いのない事実であり，この分野の先行者各位にも心より感謝の意を表したい。また，数次にわたる先進地視察の際，極めて有用なご示唆を与えてくださった各訪問先の皆さま，とりわけ，「インバウンド観光振興で世界平和に貢献できる」とご教示いただいた岐阜県高山市海外戦略部部長の丸山永二氏，地域におけるオーバーツーリズムと後継者育成という重い課題に眼を向けるきっかけを頂戴した（一社）飛騨・高山観光コンベンション協会会長の堀泰則氏の御二人には，ここで，あらためて深く御礼を申しあげておきたい。

最後になるが，「地域経済委員会」，「観光振興委員会」，「広島ブランド委員会」，これら三委員会の活動を，広島経済同友会事務局長として長きに渡ってサポートしてくださった，谷田健一氏のご退任に際し，衷心より御礼を申しあげ，今後の益々のご健勝を祈念して本稿を閉じることとしたい。

多くの皆さまから，本稿の内容に対するご意見，ご批判などをお寄せいただければ幸いである。

広島ブランド委員会

（委員長）

伊　藤　豪　朗	中国電力㈱　常務執行役員

（副委員長）

榎　本　好　一	三菱商事㈱中国支社　理事中国支社長
河　野　高　信	己斐商事㈱　代表取締役
白　井　孝　司	㈱みづま工房　代表取締役社長
長　沢　伸　彦	ひろでん中国新聞旅行㈱　代表取締役社長
中　村　靖富満	㈱やまだ屋　代表取締役
仁　田　一　郎	瀬戸内海汽船㈱　代表取締役社長
藤　岡　成　輝	㈱ＪＴＢ広島支店　支店長
箕　輪　幸　人	㈱テレビ新広島　代表取締役社長
安　武　郁　夫	㈱電通西日本広島支社　常務取締役

（運営委員）

青　木　信　之	公立大学法人広島市立大学　理事長・学長
天　野　正一郎	東京海上日動火災保険㈱　広島支店長
飯　島　俊　荘	㈱奥村組広島支店　執行役員支店長
池　田　敏　男	㈱三井住友銀行広島法人営業部　広島法人営業部長
石　原　高　陽	㈱メイク　経営企画室室長
市　原　　卓	戸田建設㈱広島支店　執行役員支店長
伊　東　由美子	㈱文華堂　代表取締役
上　田　崇　之	㈱新生銀行広島支店　支店長
内　山　誠　一	(一社)中国経済連合会　専務理事
鵜　野　俊　文	㈱ヒロテック　代表取締役副社長
榎　本　暢　之	㈲エノモト　代表取締役
大　井　太　郎	チチヤス㈱　代表取締役社長
大　内　康　隆	オタフクホールディングス㈱　広報部部長
大内田　民　博	三井不動産リアルティ中国㈱　代表取締役社長
大　谷　博　国	㈱にしき堂　代表取締役社長
大　野　　徹	㈱大野石油店　代表取締役社長
大　森　富士子	㈱ガリバープロダクツ　専務取締役
尾　木　　朗	㈱広島銀行　常務執行役員
奥　山　浩　司	三菱ＵＦＪモルガン・スタンレー証券㈱広島支店　支店長
小　倉　芳　暢	㈱ＲＣＣ文化センター　常勤顧問
落　合　央　範	広電エアサポート㈱　代表取締役社長
小　野　敬　彦	野村證券㈱広島支店　支店長

加　藤　喜　之　　富士ゼロックス広島㈱　代表取締役社長
喜　瀬　　清　　㈱ユニバーサルポスト　代表取締役社長
北　野　　眞　　西日本旅客鉄道㈱広島支社　執行役員広島支社長
蔵　田　和　樹　　田中電機工業㈱　代表取締役社長
小　島　隆　広　　㈱栗本ホールディングス　専務取締役事業部長
小　橋　慶　三　　西日本高速道路㈱中国支社　執行役員中国支社長
坂　口　達　司　　ＫＤＤＩ㈱中国総支社　理事中国総支社長
坂　本　和　博　　広島県農業協同組合中央会　専務理事
貞　益　　徹　　丸紅㈱中国支社　支社長
篠　原　敦　子　　㈱合同総研　代表取締役
清　水　慶　典　　㈱あい設計　代表取締役社長
白　田　　学　　新日鐵住金㈱中国支店　支店長
菅　　泰　晶　　㈲バースト　代表取締役
隅　川　通　治　　㈱アドプレックス　取締役社長
瀬　川　光　俊　　㈱共和保険サービス　代表取締役
寒　川　起　佳　　㈱紀陽　代表取締役社長
田　尾　直　也　　㈱原色美術印刷社　代表取締役社長
田　上　裕　久　　三井住友海上火災保険㈱中国本部　執行役員中国本部長
田　村　満　則　　ヒロコンフーズ㈱　代表取締役社長
忠　沢　一　弘　　サッポロビール㈱中四国本部　執行役員中四国本部長
辻　井　隆　之　　㈱広島三越　代表取締役社長
土　橋　卓　也　　日本航空㈱広島支店　支店長
津　山　直　登　　広島県信用保証協会　会長
道　菅　宏　信　　㈱中国新聞広告社　代表取締役社長
中　川　玲　子　　社会保険労務士法人 SaLac　代表
長　澤　　清　　あいおいニッセイ同和損害保険㈱広島支店　支店長
中　田　幸　男　　㈱広電宮島ガーデン　代表取締役社長
永　野　浩　介　　西日本電信電話㈱　取締役中国事業本部長
永　野　正　雄　　㈱テレビ新広島　顧問
中　村　勇　人　　川崎重工業㈱中国支社　支社長
西　村　真　吾　　㈱西村　代表取締役
西　本　亮　太　　三菱ＵＦＪ信託銀行㈱広島支店　支店長
西　山　郁　也　　凸版印刷㈱中四国事業部　中四国事業部長
丹　羽　明　夫　　全日本空輸㈱中四国支社　支社長
長谷川　純　也　　㈱ＮＴＴデータ中国　取締役法人事業部長
波多野　美　彦　　ＳＭＢＣ日興証券㈱広島支店　支店長
濱　田　秀　夫　　日本銀行広島支店　支店長
林　　正　史　　㈱山崎本社　代表取締役会長
船　場　誠　吾　　㈱近畿日本ツーリスト中国四国　代表取締役社長
古　田　裕　三　　大昌工芸㈱　代表取締役社長

古　屋　嘉　嗣	㈱サルツ　代表取締役	
本　田　善　昭	㈲本司　代表取締役	
増　矢　　学	(公財)中国地域創造研究センター　専務理事	
松　岡　輝　明	㈱山城屋　代表取締役	
松　嶋　　敦	有限責任監査法人トーマツ広島事務所　広島事務所長	
松　藤　研　介	広島ガス㈱　代表取締役社長 社長執行役員	
三　島　久　範	㈱ＧＫデザイン総研広島　取締役都市環境・建築デザイン部部長	
三　保　二　郎	㈱かなわ　代表取締役	
三　村　邦　雄	㈱三村松　代表取締役社長	
三　宅　朗　充	㈱ロウジュウ　代表取締役	
三　宅　恭　次	㈱バルコム　顧問	
森　信　秀　樹	森信建設㈱　代表取締役社長	
山　下　　泉	ゼネラル興産㈱　代表取締役	
山　城　武　之	㈱フレスタホールディングス　監査役	
山　西　泰　明	㈱イズミ　代表取締役社長	
山　本　健　一	広島空港ビルディング㈱　代表取締役社長	
山　本　新太郎	山本・桧垣・上垣司法書士事務所　所長	
山　本　博　之	シェラトングランドホテル広島　総支配人	
山　本　美　香	新庄みそ㈱　代表取締役社長	
吉　中　康　麿	広島駅弁当㈱　相談役	
吉　村　　明	㈱ひかり不動産鑑定　代表取締役	
渡　邉　俊　之	みずほ証券㈱広島支店　支店長	
海　生　知　亮	海生建設㈱　常務取締役	（ 呉 ）
森　光　孝　雅	㈱八天堂　代表取締役	（三原）
宮　地　宏　明	宮地ナショナル㈱　代表取締役社長	（尾道）
坂　本　哲　巳	福山ガス㈱　専務取締役	（福山）
奥　井　智　裕	㈱グリーンウインズさとやま　常務取締役	（備北）
光　永　義　則	広島みどり信用金庫　理事長	（備北）
木　谷　博　郁	㈱サタケ　取締役人事部長	（広島中央）

※調査・分析

中国電力株式会社 地域共創本部 地域経済グループ

公益財団法人 中国地域創造研究センター