

平成 30 年度自主研究事業 最終報告書

インバウンド誘致に向けたアクティビティ実例の考察

グループ構成員	所属課	氏名（派遣元）
管理者	地域創生業務課	花田 欣也（（株）JTB）
リーダー	人口・地域経済研究室	鬼塚 正二（熊本県上天草市）
	企画課	小田 智史（京都府福知山市）
	移住・交流推進課	田辺 真一（東武トップツアーズ（株））
	人口・地域経済研究室	羽田 瞭汰（山梨県富士吉田市）
	人材育成室	高田 慶太（千葉県君津市）
	編集室	新 大毅（京都府井手町）

目 次

1	はじめに	P1
2	インバウンドの推移と今後の予測	P1
3-1	北海道釧路市	P3
3-2	群馬県みなかみ町	P7
3-3	三重県伊賀市	P11
3-4	和歌山県田辺市	P15
3-5	瀬戸内しまなみ海道（尾道市、今治市、上島町）	P19
3-6	長崎県小値賀町	P22
4	まとめ	P25
5	おわりに	P26

1 はじめに

政府は2020年に訪日外国人旅行者（以下「外国人旅行者」という。）4,000万人、同消費額8兆円、2030年には6,000万人、同消費額15兆円という目標を掲げている。

日本の2016年輸出総額70兆357億円の内、構成比16.2%でトップの自動車産業は11兆3,330億円で、訪日外国人旅行消費額は約3.7兆円である。政府目標が達成されるならば「観光」は現在の最大の輸出産業である自動車産業を上回る規模となる。

既にインバウンドの恩恵を享受できているのは、東京、京都、大阪間のいわゆる「ゴールデンルート」や、北海道、福岡などである。これらの地域や都市では、外国人旅行者の増加により宿泊施設の供給不足が顕在化しており、今後増加する需要に対応できない恐れもある。一方、多くの地方部においては、外国人旅行者増加の効果を取り込みきれていないのが現状である。

2020年の東京オリンピック・パラリンピックや2025年の大阪万国博覧会を控え、外国人旅行者が更に増加すると見込まれる中で、日本の各地が創意工夫を凝らして地方部への誘導や分散化に取り組み、その経済効果を地域の経済発展につなげていくことが、地方創生の重要なカギの一つである。

本自主研究では、外国人旅行者の地方部への誘導や分散化の方策を探るため、地方部でのインバウンド誘致の成功事例や先駆的取組の中で、地域資源を活用した着地型観光商品の造成・販売に取り組む先進事例を調査することとし、実施体制（DMOや観光協会等）や周辺の景勝地等との関わり、持続のための財源確保や海外向けの情報発信方法等を考察する。

2 インバウンドの推移と今後の予測

(1) インバウンドの推移

日本政府観光局（以下「JNTO」という。）が2019年1月16日に発表した2018年の外国人旅行者数は、前年比8.7%増の3,119万2千人でJNTOが統計を取り始めた1964年以降で最多となった。

その要因は、東南アジア市場については各市場に対する訪日旅行プロモーションが訪日需要を喚起したこと、欧米豪市場についてはクルーズ船需要が好調であったことやグローバルキャンペーンの実施が功を奏し、年間を通じて好調な伸びを示したこと、東アジア市場についても自然災害による旅行控えから回復が見られたことなどにあると分析されている。

市場別では、中国が838万人と全市場で初めて800万人台に達したほか、タイが113

万人と東南アジア市場で初めて 100 万人を突破するなど着実な伸びを示し、香港以外の市場で過去最高を記録した。



国・地域別訪日外客数 2018年

韓国	7,539,000
中国	8,380,100
台湾	4,757,300
香港	2,207,900
タイ	1,132,100
シンガポール	437,300
マレーシア	468,300
インドネシア	396,900
フィリピン	504,000
ベトナム	389,100
インド	154,100
豪州	552,400
米国	1,526,500
カナダ	330,500
英国	334,000
フランス	304,900
ドイツ	215,300
イタリア	150,000
ロシア	94,800
スペイン	118,900
その他	1,198,500

出典：「日本政府観光局(JNTO)」

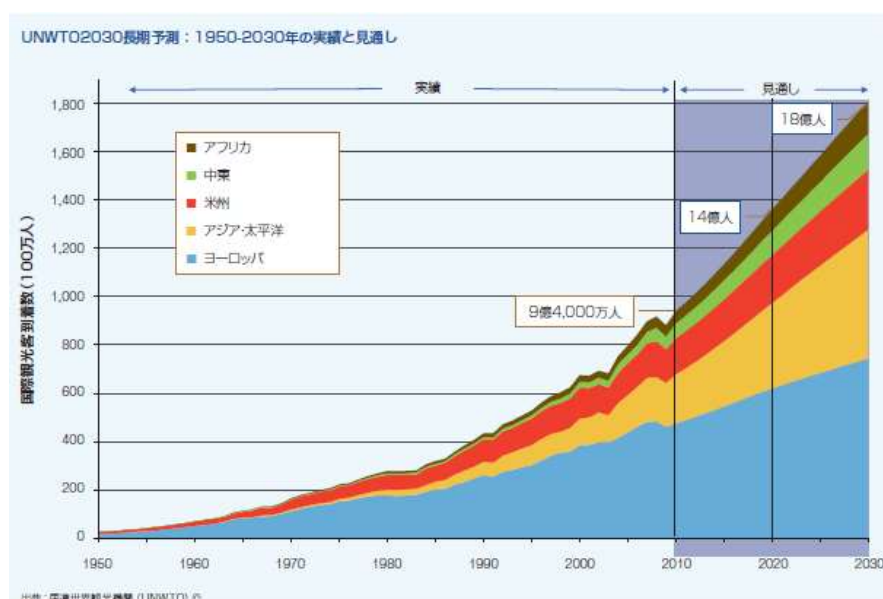
(2) 今後の予測 (UNWTO2030 長期予測)

「UNWTO2030 長期予測 (UNWTO Tourism Toward 2030)」とは、国連世界観光機関 (UNWTO) による 2010 年から 2030 年までの 20 年間の観光の長期予測と評価である。

「UNWTO2030 長期予測」では、世界全体の国際観光客到着数（国外で 1 泊以上する観光客の数字）は、2010 年から 2030 年にかけて世界的に年平均 3.3%増加するとし、世界全体の国際観光客数到着数は、2020 年までに 14 億人、2030 年までに 18 億人に達するものと予測している。

地域別で今後、最も力強い成長が期待されているのはアジア・太平洋で、同地域の国際観光客到着数は 2020 年の 3 億 3,100 万人から 2030 年には 5 億 3,500 万人（年 4.9%増）に達すると予測している。これらの急速な成長の恩恵を受けて、世界市場におけるアジア・太平洋のシェアは、2010 年の 22%から 2030 年には 30%に上昇するとしている。

もちろん日本は、アジア・太平洋の地域に含まれ、2019 年のラグビーワールドカップ日本大会、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック、2025 年の大阪万博開催



を控え、今後も外国人旅行者数が一層増加すると予測されている。

次章で、全国各地のアクティビティを重視したインバウンド誘致の取組を紹介する。

3-1 北海道釧路市

(1) 調査地選定理由

釧路市は、多様な観光資源のポテンシャルを活かした世界に通用する魅力ある観光地域づくりが評価され、外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースの確立を目的とした「観光立国ショーケース」として 2016 年 1 月 29 日に観光庁に選定された。観光資源の磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信により、多くの外国人旅行者に選ばれる観光地域を目指している。

釧路市は、観光立国ショーケースの 1 つとして、自然を活用したアクティビティによる外国人旅行者の誘致を目指していることから、調査対象とした。

(2) 釧路市の概要

北海道釧路市は、北海道の東部、太平洋岸に位置し、「釧路湿原」「阿寒摩周」の 2 つの国立公園をはじめとする雄大な自然に恵まれた都市であり、東北海道の中核・拠点都市として社会、経済、文化の中心的な機能を担っている。人口は 170,364 人（2018 年 12 月末現在）、面積は 1,362.92 m²である。

酪農を主力とする豊かな農業、豊富な森林資源を有する林業、そして国内有数の水揚げ量を誇る水産業など、日本の食料基地とも言える地域である。安心・安全で良質な食料の供給体制の構築に努めるとともに、この恵みを与えてくれる自然環境の保全や環境調和型の循環社会実現に向けた取組にも注力している。また、特別天然記念物「タンチョウ」や「阿寒湖のマリモ」をはじめとする貴重で魅力あふれる地域資源が豊富にある。

釧路市へのアクセスは、飛行機の場合、羽田空港から釧路空港まで約 1 時間 30 分、伊丹空港から約 2 時間、新千歳空港から約 50 分である。釧路空港から釧路駅まで路線バスで約 50 分である。

(3) 観光客の動向

2017 年度の観光入込客数、外国人宿泊客数の数値を 2013 年度と比較すると、観光入込客数（48.58%増）、外国人宿泊客数（延数）（176.56%増）ともに増加している。

外国人宿泊客を国別に見ると、台湾・中国等のアジア圏からの観光客が 90.41%を占め、欧米豪からの旅行者は 10%にも満たないことがわかる。

	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
合計	3, 526, 298	3, 917, 837	4, 256, 216	4, 599, 669	5, 239, 429

釧路市の観光入込客数の推移（単位：人 釧路市提供資料より）

	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
台湾	49, 323	54, 330	72, 509	55, 537	68, 652
中国	9, 062	15, 144	31, 914	32, 195	34, 346
シンガポール・マレーシア・タイ	11, 088	11, 594	14, 513	19, 340	18, 669
香港	10, 298	11, 414	13, 169	11, 828	14, 995
韓国	2, 454	2, 794	2, 294	3, 336	4, 656
欧米豪・その他	6, 301	7, 702	8, 148	11, 025	14, 982
合計	88, 526	102, 978	142, 547	133, 261	156, 300

釧路市の外国人宿泊客数（延数）の推移（単位：人泊 釧路市提供資料より）

（４）取組概要

釧路市は、欧米豪を中心とした海外富裕層が長期滞在を楽しめるアジア随一のグローバル水準エリアに成長させること、豊富な観光資源を核として地域全体に経済効果が波及するような稼げるエリアを構築することを目標としている。そのためには、阿寒・道東地域にある３つの観光資源（自然、アクティビティ、異文化体験）を活用して外国人旅行者の誘致に取り組むこととしている。これら３つの観光資源のうち、２つ以上の要素を含む旅行形態がアドベンチャーツーリズム（以下「AT」という。）と国連世界観光機関により定義されている。AT は世界的にも成長している市場であり、富裕層の関心が高いことから参加者の観光支出額は一般的な旅行者の 1.7～2.5 倍となっているため、地域への経済効果が高い。そのため、釧路市では AT 市場の顧客を獲得することが重要と考えている。

釧路市では、阿寒観光振興課、地域 DMO に登録している NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構（以下「阿寒 DMO」という。）、稼げる地域づくりを実現する主体として釧路市が設立した阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社（以下「阿寒 DMC」という。）の３者が連携して、外国人旅行者の獲得に取り組んでいる。取組内容は以下の通りである。

①多言語対応

2015 年度、阿寒湖国際観光情報発信推進員として地域おこし協力隊員を 2 名雇用した。彼らは、英語・中国語・韓国語を話すことができ、外国人旅行者の応対をしていたが 2018 年 3 月に任期が終了した。現在、新たな協力隊員を 2 名雇用し、主に観光情報

を発信するとともに、外国人旅行者に英語・中国語で対応している。加えて、多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」を利用するとともに、AI を活用してその機能を強化することで多言語対応に努めている。

②キャッシュレス決済の導入

従来、阿寒地域ではキャッシュレス決済に対応している店舗がほとんどなかったが、2017 年度から「WeChat Pay」というスマートフォンアプリを実験的に導入して、キャッシュレス化に取り組んでいる。このアプリは、銀行口座情報を登録してお金をチャージしておくことで、支払いの際に店舗が顧客のスマートフォンから QR コードを読み込むものである。現在、個人商店やホテルなど 10 店舗程度が導入している。また、更なる普及に向け、クレジットカード会社による説明会を店舗経営者向けに開催して意識醸成を図っている。

また、クレジットカード決済ならば、外国人旅行者の属性を把握できる利点もある。

③交通網の整備

釧路空港から釧路市街地や阿寒地域にバス路線があるが、生活路線としての役割も兼ねているため、飛行機の到着時間とバスの出発時間が合わず、飛行機の便によっては待ち時間が 2 時間以上になることもある。特に、レンタカーを利用しない外国人や冬季の観光客向けに、2 次交通として観光客専用のバス便の充実が望まれる。一般財団法人空港新興・環境整備支援機構の助成金を活用し、1 日 3 便だった阿寒エアポートライナーを 2017 年度より 1 日 5 便に増やすなど交通環境整備を行っている。

④プロモーション

観光情報発信提供事業（2018 年度予算額 39,423 千円）の 1 つとして、デジタルプロモーションに注力している。

まず、観光プロモーション動画の配信である。YouTube で釧路市の魅力を伝える動画「KUSHIRO Hokkaido Japan in 8K HDR - 釧路」を配信した。この動画は、世界における釧路市の認知度向上や旅行意欲の醸成を狙って、釧路湿原や摩周湖を始めとする雄大な自然や港町ならではの食の魅力、今も守られるアイヌ文化の様子などを 3 分 45 秒に凝縮したものであり、再生回数は 700 万回を超えている。



視察の様子

また、外国人向けの WEB サイトでも釧路市の魅力を発信している。2007 年 4 月に JTB が外国人旅行者向けに開設した旅行サイト「JAPANiCAN.com」を通じてガイドツアー、グルメ情報などの観光情報を多言語で年間 2 回発信している（グリーンシーズン、ホワ

イトシーズンに実施)。

これらの他、外国人専門家を招聘した FAM ツアーを実施している。FAM ツアーとは Familiarization tour の略で、観光誘致のセールス先に対して行う招待旅行やセールスイベントである。これを通じて得られた情報に基づいて、ターゲットである外国人の目線を意識した半日から1日を要する1人あたり2万円程度のツアー造成を図っている。

(5) 課題と展望

大きな課題は、観光客の平均滞在日数が1.05泊と短いことである。これは、日帰り客が多いことが要因である。

2017年度の日帰り客数は、全観光入込客数5,239,429人のうち、3,835,984人(73.21%)である。2015年度の日帰り客数は2,995,061人であり増加傾向にあることがわかる。また、過去3年間の全観光入込客数の増加率(123.10%)よりも、日帰り客の増加率(128.07%)が大きい。

この課題を解決するために、2019年夏ごろより「阿寒ルミナ」に取り組むこととしている。阿寒ルミナとは、最新のデジタルアートを活用し、アイヌ民族の文化を見ながら約2kmにわたって阿寒湖の森の中を歩く、自然と文化を融合させた体験型観光である。阿寒ルミナは、日帰り客を宿泊に誘導するための夜のコンテンツとして導入するものであり、世界に広く認められるATの聖地となることを目指して準備を進めている。

また、2012年4月にオープンした日本初のアイヌ文化専用屋内劇場であるアイヌシアターイコロのリニューアルも同時に進めている。現在、アイヌ古式舞踊や人形劇などを公演しているが、毎回演目が似ているため、リピーターが少ないことが課題である。2019年3月以降、デジタル要素を取り入れて演目に工夫を凝らすことにより、外国人旅行者の獲得を図ることとしている。



アイヌ古式舞踊

今後、台湾・中国等の成熟市場の観光入込客数を延ばすとともに、AT市場のメイン顧客である欧米豪を中心に誘客を図ることで、利用者の単価向上を図っていく。

(6) 所感

釧路市は観光立国ショーケースの1つとして、世界に通用する魅力的な観光地域づくりに取り組んでいる。現在は、外国人旅行者に売り込めるコンテンツを磨き上げるとともに、満足度の高い滞在プログラムを提供するため、施設整備や環境整備を行っている段階である。今後は、近隣自治体と一体となり、阿寒・道東エリアの広域的な周遊型観光による長期滞在を推進することが必要と感じた。これまで述べてきた取組の拡大充実により、今後より多くの外国人旅行者に選ばれる観光エリアとなることが期待できる事

例である。

3-2 群馬県みなかみ町

(1) 調査地選定理由

みなかみ町は利根川源流部に位置しており、豊富な水量を誇る河川や日本百名山である谷川岳などの山岳地域など、アウトドアアクティビティのフィールドとして魅力ある自然環境を豊富に有している。また、上越新幹線・関越自動車道などによる首都圏からのアクセスの良さ、及び戦前から温泉地として栄えてきたことによる豊富な宿泊施設の存在など観光客の誘致に必要となるインフラも整っている。

特に近年は夏季のラフティング¹やキャニオニング²、冬季の上質な雪を活かしたスキーやスノーボード、スノーシュー³によるツアーなど、アウトドアアクティビティを活用して外国人旅行者の誘致に注力しており、町内の外国人宿泊者数は下表のとおり飛躍的に伸びている。

また、2015 年 7 月にはみなかみ町におけるアクティビティ事業者の 1 つである株式会社キャニオンズが観光庁から「インバウンドを見据えた着地型観光調査」における先進事例として選出されたほか、2017 年 4 月にはスポーツ庁の「まんが スポーツで地域活性化」事例集に採り上げられるなど、当町での活動はインバウンドや地域活性化の観点から注目を集めている。

「アクティビティ」を活用したインバウンド誘致を考えるための参考とすべく調査対象とした。

(2) みなかみ町の概要

みなかみ町は群馬県の最北部に位置する面積 781.08km²、人口 19,037 人（2018 年 12 月末現在）の町である。2005 年に月夜野町・水上町・新治村の 3 自治体が対等合併して誕生した。

首都圏からのアクセスは、電車の場合は東京駅から上毛高原駅まで JR 上越新幹線で約 1 時間 10 分、車の場合は東京練馬インターチェンジから月夜野インターチェンジまで関越自動車道で約 1 時間 20 分である。

(3) 観光客の動向

各年度のみなかみ町の観光入込・宿泊の推移および 2017 年度外国人宿泊客数の地域

¹ 水量の豊富な河川をラフトボートで下るアクティビティ。

² ロッククライミングや懸垂下降、滝でのウォータースライダーなどで渓谷地帯を巡るアクティビティ。

³ 「西洋かんじき」とも呼ばれる雪上歩行用具の一種。雪の中でも足が潜り込まず、快適に歩行できる。

別内訳はそれぞれ以下の表、グラフのとおりである。

(人)

	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
観光入込客数	3,434,475	4,309,680	3,522,871	3,921,219	3,774,456
日帰り客数	2,337,713	3,157,119	2,403,850	2,809,463	2,684,580
宿泊者数	1,085,663	1,152,561	1,119,021	1,111,756	1,089,876
外国人宿泊者数	6,708	11,222	19,655	25,126	30,123

みなかみ町観光客数の推移（単位：人、みなかみ町提供資料より）

2014 年度は「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録などにより群馬県全体で観光入込客数が増え、みなかみ町も観光入込客数が大幅増となった。

一方で、2013 年度は記録的な豪雪による全体的な冬季観光客数の減少、2015 年度は雪不足によるスキー客の減少により観光入込客数が落ち込んでいる。

外国人宿泊者数は過去 5 年間で毎年大きく増加しており、2017 年度は 2013 年度の約 4.5 倍となっている。町は、2022 年度までに外国人宿泊者数を 8 万人とする目標を掲げている。



みなかみ町外国人宿泊者数
(2017 年度、単位：人 みなかみ町提供資料より)

(4) 取組概要

アクティビティを活用してインバウンドを誘致する場合、その自治体内に魅力的なアクティビティコンテンツがあること、そしてそのコンテンツを効果的に海外に向けて PR することが必要となる。今回はみなかみ町内で外国人旅行者も対象としたアウトドアアクティビティのツアーを行う株式会社キャニオンの代表を務めるマイク・ハリス氏、ならびに行政として町の PR を担当するみなかみ町観光商工課の高野氏、伊藤氏に話を聞いた。

①株式会社キャニオンズ

ニュージーランド出身のマイク・ハリス氏が 2000 年に立ち上げた同社は、夏はキャニオニングやラフティング、および FIT ツアー客向けのハイキング、冬はスキー・スノーボードスクール、およびスノーシューを用いた森林散策のツアー、雪の斜面を身一つで滑り降りるスノーキャニオニングなど、みなかみ町の自然環境を活かした様々なアクティビティのツアーを実施している。

地元住民にとっては日常的なものとは映らない町内の自然環境は、1995年にみなかみ町に移住したハリス氏の目には世界的にもトップクラスのクオリティを秘めているフィールドに映ったという。一方で、当時は国内で知名度の低かったアウトドアアクティビティの実施にあたり、ハリス氏は移住当初から積極的に地域のイベントやお祭りに参加するなど、地元住民の理解・協力を得る努力をした。現在もみなかみ観光協会の理事を務めるなど、会社の運営だけでなく地域内での活動にも従事することで、地域全体の観光ブランディングに貢献している。



(株)キャニオンズ ハリス氏

同社は外国人旅行者の受入にも積極的であり、日本人観光客が少なくなる閑散期に集客できるよう、インターナショナルスクール向けの教育プログラムを展開している。また、都内の高級ホテルにセールスすることで、ホテルのコンシェルジュデスクへ観光相談にきた宿泊客にキャニオンズを紹介してもらい、その場で予約まで行える体制を整えることで富裕層の集客に成功するなど、効果的な外国人旅行者の誘致に成功している。

さらに、自社のアクティビティをPRするためにツアー参加者に無料で写真を提供することにより、参加者自らのブログやSNSなどを通じた口コミによる情報拡散も行っている。

これらの取組の成果もあって、夏場のウォーターアクティビティのツアー参加者の外国人旅行者の割合は、みなかみ町内の他社ツアーが1割前後であるのに対し、同社のツアーでは3割ほどと高い数値となっている。



みなかみ町観光商工課
左：伊藤氏 右：高野氏

②みなかみ町観光商工課

みなかみ町は2008年3月に策定された「第一次みなかみ町総合計画」で国際観光の振興を打ち出している。2010年4月にはインバウンドの推進に取り組むことを目的として町内の観光関係者がインバウンド推進協議会を立ち上げたほか、2012年4月にはみなかみ町観光課（現：観光商工課）内に国際観光グループを設置し、町として本格的にインバウンドへの取組を開始した。

②-1 町内での外国人観光客受入環境の整備

町は2012年に「みなかみハピネス・光Wi-Fiタウン観光活性化計画」を策定し、町内の宿泊施設など33カ所で無料Wi-Fiサービスの提供を開始した。

また、2次交通を利用しやすくするため、外国人旅行者を対象とした路線バスフリーパスを販売するほか、英語によるバスMAPと作成し、バス停に通番を振ることでバス路

線を分かりやすくするなど、外国人旅行者の利便性を高める施策を実施している。

2014 年 7 月からは映像による情報発信メディア「MinakamiTV」の提供を日本語のほか英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、タイ語の 4 言語で提供するほか、多言語の観光パンフレットを作成して Web 上で公開するなど、インターネットを活用した多言語対応を行っている。多言語対応については、中国語表記を中国本土で用いられる簡体字ではなく、台湾で用いられる繁体字を優先的に使用するなど、実際に町を訪れた外国人の意見を取り入れている。

これらの事業には、みなかみ町の外国人観光客受入環境整備促進補助金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費補助金が活用されている。

②-2 ターゲット地域の選定

みなかみ町のインバウンド施策において特徴的なのは、誘致対象とする国や地域を明確に定め、その特性に合わせた個別のプロモーションを展開し、成果を上げている点である。特に、台湾については取組当初より重点対象地域として注力していた。

台湾を対象地域とした理由としては、温泉や自然・フルーツといったみなかみ町が有するコンテンツへの関心が高いことが挙げられる。また、台湾人の親日感情が良好で、町内の宿泊施設からもマナーが良く好印象という意見が多くあったことも要因である。

具体的な取組としては、2012 年 10 月に開催された台北国際旅行博へみなかみ町として参加したほか、2013 年 6 月より継続して台南市へ町職員を派遣するなどして行政レベルでの関係を強化し、同年 12 月には台南市と友好都市協定を締結した。さらに、2017 年 2 月からは台南市内の古民家を活用して「交流館みなかみ物語」を開設した。この施設では現地旅行会社と連携して、その場でみなかみ町への旅行ツアーの申し込みが可能となっている。

また、台湾の修学旅行生をみなかみ町に誘致する一方で、町からは中学生を台南市へ派遣するなど住民レベルでの文化交流も行われている。

これらの取組により、台湾からの宿泊客数は 2013 年度の 2,124 人に対し 2017 年度は 10,654 人と、5 年間で 5 倍以上の大幅増となっている。

他には、国内宿泊客数が鈍る冬季の誘客を目的とし、日本の冬季に長期休暇があり、海外旅行者が多く、かつスノーアクティビティに関心の高いタイやインドネシア、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランドといった地域に対してプロモーションを強化している。これらの国々は英語圏、もしくは比較的英語力の高い人が多い⁴といった点も理由となっている。

中でもタイについては SNS の利用率が高いことからブロガーの影響力も大きいいため、現地のブロガーを招致し、町に関する情報を発信してもらう取組も行っている。

⁴ タイ、インドネシアは非英語圏であるが、観光客、及び若者の英語力が高く、同国からの訪日客は英語を話せる人が多いと町がとらえている（出典：「みなかみ町インバウンド取り組み」 2017 年）

(5) 課題・展望

東京からのアクセスの良さが魅力の一つではあるが、その反面、日帰りも十分可能であるために、特に国内のスキーヤー・スノーボーダーの日帰り傾向が顕著となっている。そのため、冬季の国内観光客は宿泊客数が伸び悩んでおり、外国人観光客も含め、いかに宿泊客を誘致するかが課題となっている。また、町内での２次交通の不足も課題として残されている。

また、アウトドアアクティビティの実施に当たっては、関連会社間での明確なルールがあるわけではなく、法律でもアウトドア事業の設立に対する特別な規制は存在しない。安全管理に対する明確なルールもないため、万が一事故が起きてしまうと地域全体やアクティビティそのもののイメージダウンに繋がる懸念がある。

みなかみ町内でもアウトドアツアーを実施する企業の連合会など、企業間での横の繋がりはあるものの、共通ルールの策定には至っていない。この点は日本国内共通の課題でもある。

(6) 所感

みなかみ町でのインバウンド誘致活動は、漠然と「外国人」を誘致するのではなく、町の実情を踏まえた上で戦略的にターゲティングしている好事例である。

また、アクティビティ活動・インバウンド誘致活動の双方で住民の意見を取り入れ、地域内で軋轢が生じないように配慮されている一方で、実際に現地を訪れた外国人の視点や意見も活用されている。このように住民目線と外部からの目線を融合させ、地域全体で活動に取り組んでいる点も、他地域のモデルとなり得よう。

3-3 三重県伊賀市

(1) 調査地選定理由

インターネットの普及により、海外への情報発信が容易になったことから、伊賀市が、1995 年 9 月に忍術の発祥地として正しく認識してもらうことを目的に、伊賀流忍者屋敷（伊賀忍者博物館の旧称）のホームページを日本語版と英語版で開設したところ、開設から 11 か月の間に世界 70 か国から約 6 万件のアクセスがあり、その半数以上が海外からであった。このような点が評価され 1996 年度の「第 1 回日経インターネットアワード」の自治体部門で「日本インターネット協会長賞」を受賞し、「忍者」が海外に通用するコンテンツであることを再認識させた。

また、昨今の日本のアニメ・漫画ブームから「忍者」を題材にしたアニメ・キャラクターは根強い人気がある。また、忍者体験を求め訪日した外国人が忍者の衣装を着けて街を回るなどの姿をメディア等で多く目にするようになったこともあり、国会議員によ

る忍者を周知・宣伝するための忍者議員連盟も設立されている。

全国の忍者にゆかりのある地域でプロモーション活動が盛んとなる中、伊賀流忍者発祥地である伊賀市でも着地型インバウンドを目指す動きがあることから、調査地として選定した。

(2) 伊賀市の概要

伊賀市は、2004 年 11 月 1 日に上野市、阿山郡伊賀町、島ヶ原村、阿山町、大山田村、名賀郡青山町が合併して誕生し、2018 年 12 月末現在の人口は 92,179 人（住民基本台帳）である。2007 年 4 月、伊賀市が伊賀流忍者発祥の地であることをアピールすることを目的に、市長や市議らが忍者服に身を包み審議を行う忍者議会の開催、2017 年 2 月 22 日には、国内外の観光客誘致に向けたアピールを行うため、「忍者発祥の地」として、「忍者市」を宣言するなど、まちを挙げて忍者に力を入れている。

大都市圏へのアクセスは、電車で名古屋駅から市の中心部となる上野市駅まで約 1 時間 45 分、高速バスで京都市内から約 1 時間 30 分、大阪市内、名古屋市内からは約 1 時間 40 分である。

(3) 観光客の動向

伊賀市の忍者を活用した観光戦略は、飲食店や物産展、公共施設なども含め市全体で取り組まれている。その中でも知名度があり忍者体験など忍者に関するアクティビティを提供している施設が伊賀流忍者博物館である。この博物館を目的として多くの観光客が訪れることから博物館（指定管理：伊賀上野観光協会）が実施した統計調査をもとに考察する。

伊賀流忍者博物館の入館者数の動向 (人)

	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
日本人入館者数	176,746	171,581	181,705	167,469	166,173
外国人入館者数	13,661	18,181	25,923	26,344	29,321
総入館者数	190,407	189,762	207,628	193,813	195,494

伊賀流忍者博物館 観光客入込実績より

総入館者数、日本人入館者数は年度ごとに増減があるが、外国人入館者数は一貫して増加している。2017 年の各数値を 2013 年と比較すると、総入館者数は 2.7%、外国人入館者数は 114.6%増加しているのに対し、日本人入館者数は 6.0%減少している。

2017 年の外国人入館者数を地域別で見ると、アジアの割合が圧倒的に大きい。これは、インバウンド向け戦略として実施されている「忍者パック」(後述)の利用者のほとんどが、団体旅行を主とするアジア人で占められているからと推測される。

(4) 取組概要

伊賀市は何十年も前から忍者に着目するとともに、忍者を広く発信してきた。前述のとおり、インターネットの普及とインバウンドの増加を機に、誘致強化に向けて次のような様々な取組を実施している。

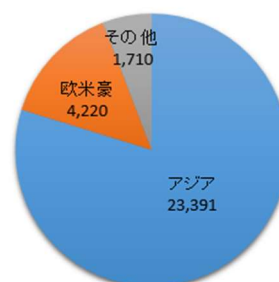
①物語性のある体験メニューの構築

2013 年から体験メニューとして「忍者パック」を設けた。これは、ホテルチェックイン時に密書と忍者衣装などを受け取り宿泊、翌朝からウォークラリー形式で、ホテル、伊賀鉄道、伊賀流忍者博物館などで様々な忍務をクリアしていくものである。利用者は 2013 年が約 1,100 人、2017 年は約 3 倍となる約 3,200 人で、団体旅行を好むアジア人(特にマレーシア人)が多く、集客に繋がっている。

②外国人の目線でレベルアップに向けた体制強化

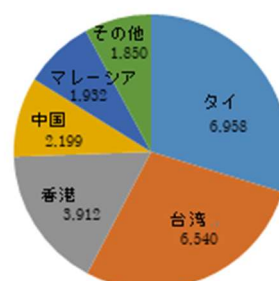
インバウンド誘致に向け、伊賀上野観光協会は、伊賀流忍者博物館内の展示キャプションの多言語化や Wi-Fi 環境の整備、忍者ショーの外国語解説アナウンスの導入、外国人スタッフの雇用などを行っている。伊賀上野観光協会は、伊賀市から 8 言語に対応したレストランガイドマップの作製を受託し、伊賀市は伊賀市観光案内所の運営や伊賀鉄道上野市駅の Wi-Fi 環境整備にあたっている。

2017年(H29年)伊賀流忍者博物館
外国人入館者数 地域別内訳(人)



出典:「伊賀流忍者博物館 外国人観光客入込み実績」より

2017年(H29年)伊賀流忍者博物館
外国人入館者数 アジア別内訳(人)



出典:「伊賀流忍者博物館 外国人観光客入込み実績」より



伊賀鉄道の忍者列車

③市域を越えた連携の強化

全国の忍者に縁のある地域や組織が連携して忍者の学術研究や情報収集・情報発信を行い、忍者による観光振興、文化振興、地域経済の活性化を図ることを目的とする日本忍者協議会が存在する。当協議会はオリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年を見据え、国をはじめ、自治体、大学、観光協会、民間団体などが連携して、忍者ツーリズムの展開、公認企業コラボレーション、忍者エンタテインメント事業「NINJA PROJECT」などを行っている。その他にも、伊賀市は日本政府観光局や関西観光本部、三重県外国人観光客誘致促進協議会、三重大学などと忍者宣伝や地域経済の活性化に向けて連携している。

④海外でのプロモーション活動

海外プロモーション活動においては、鈴木英敬三重県知事存在が大きい。伊賀上野観光協会単独でのプロモーション活動では大きな効果を得にくいことから、知事の判断で三重県のプロモーション事業と併せて実施したことが忍者の海外プロモーション活動実現のきっかけとなった。その後は県のプロモーション担当部局とともに、台湾や韓国、アメリカ、フランスなどを訪問しプロモーション活動を展開している。どの国でも反応が良く、現地メディア等にも広く取り上げられている。

(5) 課題・展望

伊賀市に存在する忍者にまつわる主な観光施設としては、伊賀流忍者博物館、伊賀流忍者屋敷や忍者が使用する道具を展示する忍者体験館(手裏剣投げ体験が可能)、古文書などを展示する忍者伝承館、忍具の使用を披露する忍者ショーを見学できる忍者体験広場などがあるが、主に見学型であるため滞在時間が短く、リピーターの獲得に苦慮しているとのことであった。

今後の展開としては、三重大学の研究に基づき、県、日本忍者協議会を交えて体験メニューづくりに取り組むほか、短期間のお試しプログラムへの参加者の反応や来訪者アンケートをもとに近年中に体験メニュー化を複数化することを目指している。

また、2017 年 2 月 22 日の伊賀市の忍者市宣言、同年 11 月 28 日の地域 DMO 候補認定、2018 年 2 月 22 日の自民党有志議員による忍者 NINJA 議員連盟の設立、2019 年 2 月には上野市駅の愛称を「忍者市駅」とするなど、「忍者と言えば伊賀上野」を



(一社) 伊賀上野観光協会視察の様子

目指して国内だけでなく海外へ広く忍者を宣伝している。

(6) 所感

伊賀市の忍者パックのように体験メニューと宿泊を組み合わせることができた場合、さらなる外国人旅行者の増加が期待できる。

この忍者パックもホテルや伊賀鉄道との連携で実現しているものであること、また新しい体験メニューを三重大学や県などと連携して考える、さらに市全体や国会議員など多くの人が宣伝するなど、忍者をテーマに産学官民の連携体制が確立されていることは先進的であり、今後の一層の展開が期待される。

インバウンド誘致には外国人の視点が必要であるので、今後、伊賀上野観光協会で働く外国人スタッフの意見を十分に踏まえること、「忍者と言えば伊賀上野」となるような認知度の向上をより積極的に図ることが大切であろう。

3-4 和歌山県田辺市

(1) 調査地選定理由

古代から中世にかけ、本宮・新宮・那智の熊野三山への信仰が高まり、上皇から庶民に至るまで、多くの人々が熊野に参詣した。現在では 2004 年に「紀伊山地の霊場と参詣道」として世界遺産に登録されたことなどを契機として、多くの外国人が当地を訪れ、熊野古道での徒歩の旅を楽しんでいる。

また、DMO 候補法人に登録されている田辺市熊野ツーリズムビューローの、観光客の誘客に向けた先駆的な取組が全国から注目されていることから、調査対象とした。

(2) 田辺市の概要

田辺市は、2005 年 5 月 1 日に田辺市、龍神村、中辺路町、大塔村、本宮町が合併して誕生し、「自然と歴史を生かした新地方都市の創造」を基本目標とした、新たなまちづくりを始めている。

和歌山県南部の中心都市であり、人口は 74,250 人（2018 年 12 月末現在）である。面積は 1026.91 km²で和歌山県全域の約 22%を占めている。

田辺市へのアクセスは、飛行機では、羽田空港から南紀白浜空港まで約 1 時間 10 分、南紀白浜空港から田辺市までバスで約 40 分である。また、関西国際空港から JR 和歌山駅までを 40 分で結ぶリムジンバスが運行されており、高速バスに乗り換えて田辺市街まで約 2 時間である。電車では新大阪駅から紀伊田辺駅まで JR で約 2 時間、バスの場合は大阪駅から紀伊田辺駅まで約 3 時間である。

(3) 観光客の動向

観光客総数、宿泊客、日帰り客の数値は年ごとに増減があり、2017 年の各数値を 2013 年と比較すると、観光客総数（1.1%増）及び宿泊客（21.7%増）は増加し、日帰り客（1.8%減）は減少している。

外国人宿泊客は、増加傾向が顕著であり、2017 年は 2013 年の約 6.7 倍に増加している。

(人)

	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
観光客総数	3,618,077	3,699,565	3,810,087	3,650,588	3,657,523
宿泊客	362,870	415,164	443,532	407,427	441,686
日帰り客	3,255,207	3,284,401	3,366,555	3,243,161	3,195,837

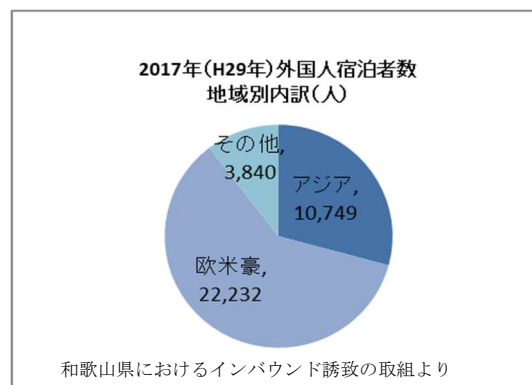
田辺市観光客の動向（単位：人 和歌山県観光統計より）

(人)

	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
外国人宿泊客	5,480	11,852	21,536	30,958	36,821

田辺市外国人宿泊客の動向（単位：人 和歌山県観光統計より）

2017 年の外国人宿泊者数を地域別で見ると、欧米豪の割合が大きい。これは、熊野古道の徒歩での旅が、長期滞在・海外個人旅行型のアクティビティを重視する欧米豪人の嗜好に合致しているからと推測される。



(4) 取組概要

従来から熊野参詣者が多い地域であったが、2004 年に熊野古道の 1 つ、中辺路ルートとその周辺地域が世界遺産の一部となったことで、地域の核となる観光資源を有することになった。そこで 2005 年の市町村合併によるスケールメリットを観光振興に生かし、5 つの旧市町村の観光協会を 1 本化しようとしたが、旧市町村ごとの歴史的経緯や会員構成が異なり、その活動内容や人員体制、財政規模、求められる役割が異なるものであったため、各協会の独自性を尊重し、新市全体を視野に入れた観光振興事業を推進する組織を別途設置することとした。こうして 2006 年 4 月に設立され、2016 年 2 月 26 日に日本版 DMO 候補法人に登録されたのが「熊野ツーリズムビューロー」である。

同団体は、2010 年に旅行業法に基づく第二種旅行業（和歌山県知事登録 旅行業第 2-283）を取得し、地域の特色を活かした着地型旅行会社として全国から注目を集めることとなった。同法人の主な取組内容は以下の通りである。

①インターネットによる旅行予約システム開設

2010年7月26日付けで和歌山県知事から第二種旅行業の認可を受け、国内外からの個人旅行者を中心に受け入れる着地型旅行業を開始している。同年に開設したインターネットによる予約システム「KUMANO TRAVEL（日本語・英語対応）」の外国人利用者数は2011年に291人であったものが、2017年には7,978人となり、日本人の利用者数(4,699人)を大きく上回っている。

これにより、旅行商品の企画・造成から代金決済までを一貫して行えるようになり、宿泊事業者等からの斡旋手数料（5～15%）を得られる仕組みを構築するとともに、欧米豪を中心とする個人旅行や小グループの旅行への対応を可能とした。

②収益力の強化

上記①の斡旋手数料の他に、JR 紀伊田辺駅前商店街の一角に手荷物の搬送サービスや一時預け、熊野古道の関連グッズ販売などを行う店舗「熊野トラベル」を2017年8月に開設して、さらなる収益の確保に努めるとともに、長期滞在時の大きな手荷物に困る旅行者や直前の宿泊受付などにも対応し、外国人旅行者の満足度を向上させる一助にもなっている。



トラベルカウンター「熊野トラベル」

これらの取組により収益が増加したことで、同法人の社員は設立当時の3人から2018年には20人にまで増員され、着地型旅行会社として着実に成長している。

③外国人の目線で現地レベルアップ

インバウンド誘致に向け、受入態勢のレベルアップを重点的に推進してきた。宿泊事業者や交通関係者、語り部、熊野本宮大社の神職・巫女などを対象にこれまで延べ60回に及ぶワークショップを開催し、道路標識、観光(施設)パンフレット、飲食メニュー、宿泊案内などにおけるローマ字表記の統一、市内複数のバス会社が設定する路線のタイムテーブル整理、そして人材の育成などを行ってきた。

これらの先導役が、国際観光推進員ブラッド・トウル氏である。カナダ出身のブラッド氏は、合併前の旧本宮町にてALT（Assistant Language Teacher の略で小・中・高校の外国語指導助手を指す）として3年勤務した縁で同法人の発足当時から勤務している。彼の活躍により、田辺市は外国人受入態勢構築のモデルとなるまでレベルアップした。

④市域を越えた連携・マネジメント

熊野古道は田辺市域外にもつながっていることから、田辺市外の地域との連携も重要である。そのため、同法人と契約する143の事業者は市内だけにとどまらず、和歌山県・

三重県・奈良県にも存在しており、広域での連携体制を構築して旅行商品を造成するとともに、共同でのプロモーション活動も行っている。

また、連携は海外にも及んでいる。スペイン北西端部ガリシア州のア・コルーニャ県の都市「サンティアゴ・デ・コンポステーラ」にある「サンティアゴへの道」と「熊野古道」が1998年に姉妹道提携を締結したことを契機に、2008年には同法人とサンティアゴ・デ・コンポステーラ市観光局が共同プロモーション協定を締結し、共同開催による観光プレゼンテーションなども実施している。2015年2月1日には共通巡礼手帳の発行をスタートさせ、2017年9月30日には双方の巡礼達成者が500人となり、2018年2月21日には1,000冊目を発行した。

(5) 課題・展望

田辺市にある紀伊田辺駅の近くには、200軒以上の飲食店が並ぶ和歌山県随一の飲食街「味光路」がある。多くの日本人で賑わうものの、メニューの英語表記など、外国人旅行者への対応は現状は不十分である。

今後の展望として、同法人は旅行者の滞在日数を伸ばす「熊野古道＋（プラス）」、熊野の新たな土産等の商品開発を目指す「熊野古道×（クロス）」という言葉を使っている。

具体的には、熊野古道周辺の観光資源を活用したアクティビティの開発と熊野エリアにある技術や産品を組み合わせた新商品の開発を図るものである。

それらを達成するために、地域の住民や企業などとの連携の拡大・強化を図り、まちぐるみで観光受け入れ態勢をとれる仕組みの構築を目指す。

(6) 所感

ゴールデンルートから離れていても、素晴らしい観光資源に恵まれ国内の旅行者が多く訪れている地域で的確なプロモーションや受入態勢の整備を行えば、外国人旅行者の誘致の可能性が広がる例の一つである。同法人の取組は全国のDMOや観光協会の模範となっており、外国人旅行者への細やかな対応には、田辺市に愛着心を抱く外国人の視点が活かされている。インバウンド誘致を進めるに当たっては、その地域に住む外国人の視点や意見を反映することが重要であることが分かる。



味光路の様子

3-5 瀬戸内しまなみ海道（尾道市、今治市、上島町）

（1）調査地選定理由

2016年12月9日に「自転車活用推進法」が成立（2017年5月1日施行）し、その基本方針で、「自転車を活用した国際交流の促進」「自転車を活用した取組であって、国内外からの観光旅客の来訪の促進、観光地の魅力の増進その他の地域の活性化に資するものに対する支援」に関する施策を重点的に検討、実施すると示された。こうした法整備の後押しもあり、現在では全国各地でサイクルツーリズムの拡充に向けた取組が行われている。

こうした中で、瀬戸内しまなみ海道（以下「しまなみ海道」という。）は2014年5月、CNN（アメリカ合衆国ニュース専門放送局）に、世界で最も素晴らしい自転車道「世界7大サイクリングコース」の一つとして紹介された。2017年3月には、ヨーロッパで権威のある建築・デザイン雑誌「ARCHITECTURAL DIGEST 誌」を発行するCondé Nast社が、「世界で最も美しい9つのサイクリングルート」を発表し、しまなみ海道は日本で唯一選出された。このように多くの海外メディアで取り上げられ、毎年多くの旅行者が訪れるなど国内外から注目を集めている。

今回は、しまなみ海道サイクリングによる外国人旅行者誘致の取組が、本調査の目的と合致していたことから、調査対象地として選定し、同地域の広域DMOである「一般社団法人しまなみジャパン」を訪問して話を聞いた。

（2）調査地概要

しまなみ海道は、西瀬戸自動車道の通称で、広島県尾道市と愛媛県今治市を結ぶ全長約70kmの高速道路である。尾道市から今治市までの6つの島々（尾道市側から向島、因島、生口島、大三島、伯方島、大島）を7本の橋（尾道側から新尾道大橋、因島大橋、生口橋、多々羅大橋、大三島橋、佐伯・大島大橋、来島海峡大橋）で繋いだ架橋ルートとなっており、橋部分には自転車歩行者道も整備されている。国立公園でもある瀬戸内海の島々の景観が味わえることから「サイクリストの聖地」として、国内のみならず海外からも多くの人が訪れる。しまなみ海道沿線にはかつて21市町村が存在していたが、平成の大合併により現在は尾道市、今治市、上島町の3市町となっている。

	人口(人)	面積(km ²)
尾道市	137,627	284.8
今治市	160,404	419.6
上島町	6,903	30.4

※人口は2018年12月末現在

(3) 観光客の動向

観光入込客数（千人）

	2014年	2015年	2016年	2017年
尾道市	4,877	5,174	5,185	5,236
今治市	2,637	2,841	2,782	2,818
上島町	217	223	218	220
合計	7,731	8,238	8,185	8,274

外国人旅行者数（千人）

	2014年	2015年	2016年	2017年
尾道市	132	214	270	286
今治市	12	16	18	21
合計	144	230	288	307

※上島町は千人未満であったため、表への記載はない。

観光消費額（百万円）

	2014年	2015年	2016年	2017年
尾道市	24,904	26,396	26,773	27,167
今治市	5,208	5,376	5,734	5,826
上島町	359	382	379	409
合計	30,471	31,772	32,886	33,402

宿泊者数（千人）

	2014年	2015年	2016年	2017年
尾道市	379	400	427	452
今治市	393	414	468	473
上島町	21	22	22	22
合計	793	836	917	947

一般社団法人しまなみジャパン提供資料より

尾道市は、観光入込客数、外国人旅行者数、観光消費額、宿泊者数全てが、過去4年毎年増加している。

今治市と上島町は、2015年から2016年にかけて観光入込客数が減少している。これは2016年夏季に悪天候が続いたことが影響したと考えられる。

外国人旅行者数は、尾道市、今治市ともに過去4年間毎年増加しており、しまなみ海道周辺地域としてみると、2017年の外国人旅行者数は2014年の約2.1倍に増加している。今後は、2020年までに外国人旅行者数を約33万人に伸ばすことを目標としている。

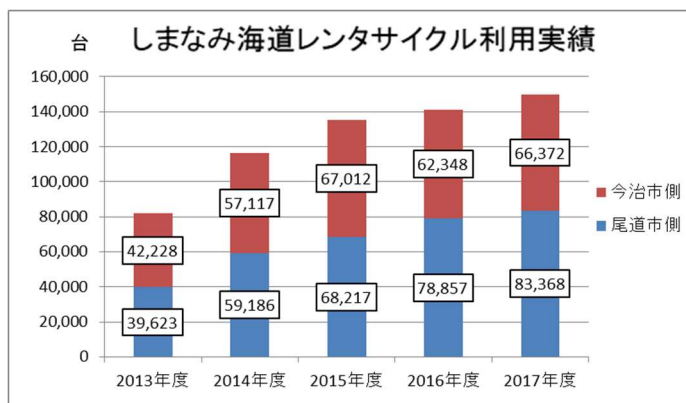
(4) 取組概要

しまなみ海道周辺地域の観光を担っていた任意団体「瀬戸内しまなみ海道振興協議会」（尾道市、今治市、上島町の行政、商工観光関連22団体で構成）を改組し、2017年3月に日本版DMOとして「一般社団法人しまなみジャパン」（以下「しまなみジャパン」という。）が設立された。地域全体を視野に入れた一貫したマーケティング戦略のもと、広域的にマネジメントし、民間事業者と協働しながら観光事業に取り組んでいる。しまなみジャパンは、尾道市側のレンタサイクル事業と各種プロモーション事業を担っている。

① レンタサイクル事業

しまなみ海道が開通した2000年より、沿線の旧市町村単位でレンタサイクル事業が開始された。沿線地域では、レンタサイクル事業に関する基本協定に基づき、統一した運用が図られた。2017年4月1日からは、尾道市側のレンタサイクル事業をしまなみジャパンが運営している。しまなみ海道の沿線には13箇所のレンタサイクルターミナ

ルがあり、自転車を借りたターミナルとは別のターミナルでも乗り捨てが可能であるため、体力や日程に応じて気軽にサイクリングを楽しむことができる。また、幅広い層の利用者をターゲットとするため、クロスバイクから電動アシスト付き自転車まで配備するなど工夫がなされている。利用者は年々増加しており、2017年度は149,740人（前年比6.0%増）、その内外国人利用者は15,527人（前年比8.4%増）と全体の10.4%を占めている。国別の内訳を見ると、台湾が14.9%で最も割合が高く、次いで香港の12.1%となっている。



一般社団法人しまなみジャパン提供資料より

2017年度外国人利用者の国別割合
(上位10か国)

国名	割合(%)
台湾	14.9
香港	12.1
アメリカ合衆国	7.9
オーストラリア	7.7
フランス	7.2
イギリス	5.5
中国	4.9
ドイツ	4.9
オランダ	4.6
カナダ	3.2

②海外プロモーション事業

JNTO と連携し、旅行エージェントや個人旅行者をターゲットとした、海外メディアやサイクリング団体、影響力のある YouTuber やブロガーの招請などによる情報発信を行っている。また、台湾有数のサイクリングコース「日月潭」と姉妹自転車道協定を締結しており、互いのサイクリングイベントへの招待を通じた交流や観光 PR も行っている。



ブルーライン

(5) サイクリスト受入環境整備

しまなみ海道では、サイクリストが迷わずに走行できるよう、沿線自治体が JR 尾道駅と JR 今治駅を結ぶ車道の路側に、サイクリングの推奨ルートを明示するブルーラインや距離標の路面標示を整備している。その他、2011 年度から、サイクリング中に気軽に立ち寄り、休憩や地元住民との交流を図ることができる「しまなみサイクルオアシス」を住民・事業者も参加して整備している。各サイクルオアシスには、空気入れ、自転車スタンド、ベンチ、観光パン



サイクルオアシスを示す
タペストリー

フレットスタンド等が備えられているほか、マイボトルへの給水やトイレ提供が行われている。協力店舗の店頭にはタペストリーが設置されており、サイクリストから見て一目で分かるようになっている。コンビニエンスストアや飲食店など尾道市側に 106 箇所、今治市側に 57 箇所のサイクルオアシスが存在している。(2018 年 12 月末現在)

(6) 課題・展望

スポーツサイクリングから観光サイクリングへ裾野を広げていくことが必要である。しまなみ海道ではこれまで、自分の自転車を持ち、普段から自転車に乗っているスポーツサイクリスト向けの受入環境整備や情報発信、イベント開催を中心に取り組んできた。今後は、サイクリング目的ではなく、観光目的で来た旅行者が気軽にレンタサイクル等を利用できるよう、利用者のレベルに応じたコースの提案や各島での娯楽、飲食情報の発信などの工夫が必要である。

また、外国人旅行者の更なる誘客のため、レンタサイクルの貸出等をよりスムーズなものとすることや、キャッシュレス化への対応も課題として挙げられる。

(7) 所感

外国人旅行者は、ありのままの地域の風景や非日常体験をサイクルツーリズムに求めしており、旅行先として選ばれるかどうかはその地域の景観や自然環境等に左右されるところが大きい。しまなみ海道は、島を結ぶ橋の上を自転車で走り、それぞれの島を巡るという体験が外国人に人気となっている。しかし、全国には景観が優れている地域が多くある中で、しまなみ海道がサイクリストから選ばれている要因は、優れた景観に加え、前述のブルーラインやサイクルオアシスなどサイクリスト目線での環境整備を実施している点にあると考えられる。

サイクルツーリズムによる外国人旅行者の誘致には、地元住民、行政、民間企業、その他各種団体が自転車文化に対する理解を深め、地域全体で取り組むことが重要である。

3-6 長崎県北松浦郡小値賀町

(1) 調査地選定理由

小値賀町は、アメリカの民間教育団体「ピープル・トゥ・ピープル」による国際親善大使派遣プログラムにおいて 2007～2008 年度の 2 年連続で満足度 1 位を獲得した。昔のままの自然や飾らない雰囲気を活かした民泊などに取り組んできたところ、1 日数件から始まった民泊は、1 日で最大 30～40 件の受け入れが可能となり、島の環境を生かしたアクティビティも充実している。

また、「島の魅力とその交流活動の素晴らしさ」に感銘を受け、リピーターになる「お

ちかファン」が増え続けている。

外国人旅行者の集客規模は他地域に比べ大きくはないが、小値賀町でのアクティビティや民泊がどういった理由から外国人から高い満足を得ているのかを知ることが地方部への外国人旅行者誘致の参考となると考え、選定した。

(2) 小値賀町の概要

小値賀町の人口は2,453人（2018年12月末現在）で、小値賀本島を中心として、その周囲に点在する大小17の島からなっている。五島列島の北部に位置し、北は宇久島に7.5km、南は上五島に5.5km隔てて相対し、東は海を隔てて九州、西は遠く東シナ海に臨んでいる。

総面積は25.46km²で、本島12.22km²、属島13.24km²である。本島は中央部に海拔104mの番岳のほか、西部・北東部・南東海岸に丘陵があり、いずれも火山の噴出によって生じた珍しい火山群島である。地形は、総じて平坦で海岸線の出入が多く、東部には自然の良港「前方港」、南部には本町の玄関口「小値賀港」がある。陸続きでの隣接自治体は存在しないが、海を挟んで佐世保市、新上五島町と隣接している。

小値賀町へのアクセスは、飛行機で羽田空港から長崎空港まで約2時間、長崎空港から佐世保港までバスで約1時間、佐世保港から小値賀港まで高速船で約1時間30分である。

(3) 観光客の動向

観光客総数、宿泊客、日帰り客の数値は年度毎に増減があり、2017年の各数値を2013年と比較すると、観光客実数（8.03%増）及び宿泊客実数（30.14%増）は増加し、日帰り客数（26.69%減）は減少している。

小値賀町の観光客の動向				(単位:人)
	日 帰 り 客 数	宿 泊 客 実 数	観 光 客 実 数	観 光 客 延 べ 数
2013年	8,373	13,140	21,513	42,716
2014年	6,664	15,021	21,685	42,857
2015年	5,435	16,803	22,238	46,141
2016年	4,616	18,401	23,017	48,269
2017年	6,139	17,101	23,240	46,966

出典「長崎県観光統計」より

(4) 特定非営利活動法人おぢかアイランドツーリズム協会の取組概要

小値賀町は自然豊かであり、食料の自給自足は概ね可能である。しかし、小規模離島であるがゆえに島内で「お金を稼ぐ」ことが非常に難しい。そのため、観光産業の振興により雇用の促進と島外からの資金獲得を図る必要がある。

そのため、「特定非営利活動法人おぢかアイランドツーリズム協会」が中心となり、島の風景や暮らし、景観を守りながらの観光産業拡充、雇用の創出、外貨・外国人旅行

者の獲得に取り組んでいる。

①島の観光に関するワンストップ窓口

2016年4月、「特定非営利活動法人おちかアイランドツーリズム協会」が設立され、島の観光に関する問い合わせにワンストップで対応し、宿泊、観光、体験、過ごし方などについて気軽に相談できるようになった。「自分だけの島旅づくり」も可能になり、既存のツアーにはない、小値賀ならではの体験は、多くのリピーター「おちかファン」を獲得している。

現在は、職員に外国人を採用したことから英語提供が可能となっている。



おちかアイランドツーリズム視察の様子
語での外国人旅行者向けサー

②民泊、島の自然を使用したアクティビティの展開

小値賀町では、観光客が一般の家庭に宿泊し、家族と同じように生活し食事をともにする民泊が多く営まれている。

その内容は、おちかアイランドツーリズムに登録した島の一般家庭にホームステイしながら、郷土料理を教わったり、魚釣りをして魚をさばいたりして、島暮らしを丸ごと体験するものである。また、自然環境を利用したネイチャーカヌーや小値賀町産の赤土を利用した赤土焼き物体験などの地域の資源を生かしたアクティビティも提供されている。

③古民家ステイ

2010年9月、小値賀町を訪れ、その何気なさに魅力を感じて「おちかファン」となった Alex Kerr（アレックス・カー）氏のプロデュースのもと、島の歴史とともに歩み、空き家となった古民家を改装し、「古民家ステイ」という宿泊施設として利用することとしたものである。

「古民家ステイ」に利用されている古民家は建物の外観や内装は昔のままで、追い炊き機能の付いた風呂場や IH の設置されたキッチンといった現代の設備が整えられており、訪れた人々がくつろいで過ごせるような設計となっている。



古民家ステイの1つ「先小路」

(5) 課題・展望

小値賀町は肉用牛の生産を生業としている家庭が多くあるため、狂牛病のリスクから、外国人旅行者の受け入れに対し、島民の理解が得にくいという。

今後は、地域の持続可能性を確保するため観光客の更なる誘致に向けて島全体が一丸となって取り組んでいかなければならない。そのため、島の人々の理解を得る努力に加え、アクティビティについてはスキューバダイビングなど外国人旅行者に人気の高いコンテンツを増やし、古民家を利用した宿泊施設などを整備して外国人旅行者の獲得を目指していくことが望まれる。

(6) 所感

小値賀町のようにアクセスが悪く、目立った観光名所がない離島でも、島民と同じ生活を体験してもらうことや、自然環境を活かしたアクティビティの開発、またそれらを組み合わせた小値賀独自の旅として差別化を図ることにより、多くの旅行者が訪れるようになったことは注目に値する。

今後、外国人旅行者の誘客が外貨獲得に大きく貢献することを島民が理解した上で一丸となり、誘客に取り組んでいくことが望まれる。

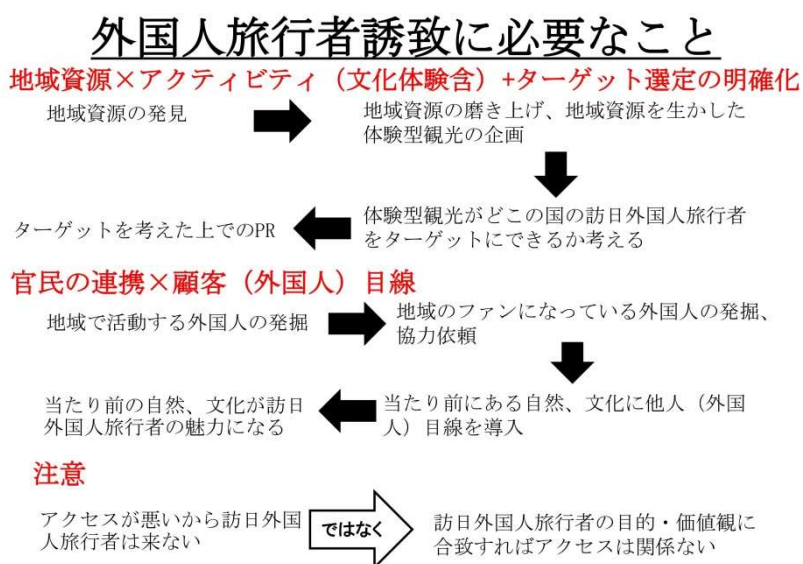
4 まとめ

観光におけるアクティビティとしては、サイクリングやキャニオニングなど一般的にはアウトドアスポーツをイメージしがちだが、今回の調査を通して自然、歴史、生活習慣、文化などあらゆる地域資源が、アクティビティの種となりうると認識した。

その上で、外国人旅行者を誘致するために必要

な要素は「地域資源×アクティビティ（文化体験を含む）+ターゲット選定の明確化」、「官民の連携×顧客（外国人）目線」であると考える。

インバウンド先進地は、地域の日常生活、雰囲気ありのままに見せるため、地域一



グループ内でのまとめの図式化

丸となって工夫し、自然環境とアクティビティを組み合わせるだけでなく、地域にある文化も絡ませたアクティビティを実現させている。インバウンド先進地は地域資源に磨きをかけ、他地域との差別化を図っているのである。

「地域資源×アクティビティ」についてはすでに取り組んでいる市町村も多くあるなか、今回の調査地の「アクティビティ」はその地域特有の資源に磨きをかけ活用するとともに、どの国の人をターゲットとして選定するかを明確にし、外国人旅行者を誘致している。

また、魅力的なアクティビティを実現するためには、地域内外の連携が非常に大切である。住民、まち全体、広域圏が一体となり、それぞれが役割を適切に分担することができれば、事業としての成立・拡大可能性が上昇するであろう。

外国人観光客を取り込むためのまちや広域圏としての取組を考える際には、地域に「顧客（外国人）目線」を取り入れることが欠かせない。その地域に住む外国人や実際に訪れた外国人の要望や意見から、看板やパンフレットの表記統一や市内複数のバス会社の路線のタイムテーブル統一などで外国人旅行者に安心感を与えている例がある。

また、外国人旅行者の価値観は、日本人の想像するそれとは異なる。それは日本人が当たり前だと思っている自然や文化が、外国人旅行者にとっては貴重なものである場合があるからである。そのため、地域を愛し、ファンとなってくれる、あるいは既になっている外国人の協力のもと、外国人目線に立って考え、実行していくことが望ましい。

一方、外国人旅行者の誘客を図る上で注意すべき事項は、外国人旅行者は交通アクセスの利便性をあまり気にしないということである。三重県伊賀市は移動時間や乗り換え回数も多いが、外国人旅行者数は2013年から2017年にかけて2倍以上に増えている。交通アクセスの良さだけでは外国人旅行者を誘致できるものでもないと推測される。

東京－大阪間のゴールデンルートなどから外れている地域でも、「地域資源×アクティビティ（文化体験を含む）+ターゲット選定の明確化」、「官民の連携×顧客（外国人）目線」を重視して取り組むことにより外国人旅行者のより一層の誘客を実現することができるのではないかと考える。

5 おわりに

我が国には地方部であってもインバウンドの誘致に成功し、地域の活性化に結びつけている事例が数多くあることが明らかになった。

調査対象地は必ずしも日本国内で有数の知名度を有していたり、国際空港からのアクセスが良好といった条件の整っている地域ばかりではない。しかしながら、

- ・対象国を定めて的確なプロモーションを行う
- ・富裕層を取り込むことにより客単価を上昇させ、地域経済の活性化に繋げる

- ・外部からの目線を取り入れて地域が従来から持っていた魅力を改めて掘り起こすことにより、その魅力を活かしたアクティビティ体験を提供する
- ・多言語対応や現地へのアクセス及び2次交通の整備、キャッシュレス決済の普及などによる外国人旅行者受入態勢を強化する
- ・自治体単位ではなく広域で連携した取組による相乗効果で、地域・アクティビティ全体の魅力を向上させる
- ・官民連携の取組による地域全体でのブランディング強化を行う

といった取組により、それぞれのハンディキャップを克服して外国人旅行者の誘客に成功している。これらの取組は他の地域で真似できないようなものではなく、日本各地にインバウンド誘致の可能性が秘められていることを示唆している。

本調査で取り上げた地域の特徴としては、釧路のアイヌ文化、みなかみのアウトドア、伊賀の忍者ツーリズム、田辺の熊野参詣、しまなみのサイクリング、小値賀の漁家民泊など、各地の個性を活かしたアクティビティを「体験」できる点が挙げられる。また、漠然と「外国人」にPRするのではなく、各地域の特性に合わせた様々な手段で海外向けに情報発信を行い、効率的なプロモーションを行うことで外国人観光客数の増加を実現している地域もある。

このように、地域の魅力を体験型のアクティビティとして磨き上げ、戦略的なプロモーションを行うことは、外国人観光客誘致を成功させるために極めて有効である。

また、観光庁発表の資料によると、日本人の国内旅行者一人当たりの消費額は日帰り旅行が15,526円・宿泊旅行が49,732円であるのに対して、訪日外国人旅行者(日帰り・宿泊問わず)は一人当たり153,921円と、日本人に比べて旺盛な消費欲を持っていることがわかる。このことから、我が国の総人口が減少する一方で外国人旅行者の増加が見込まれる現在、アクティビティを活用したインバウンドの誘致は地域経済の再活性化に向けた有効な手段であると言える。