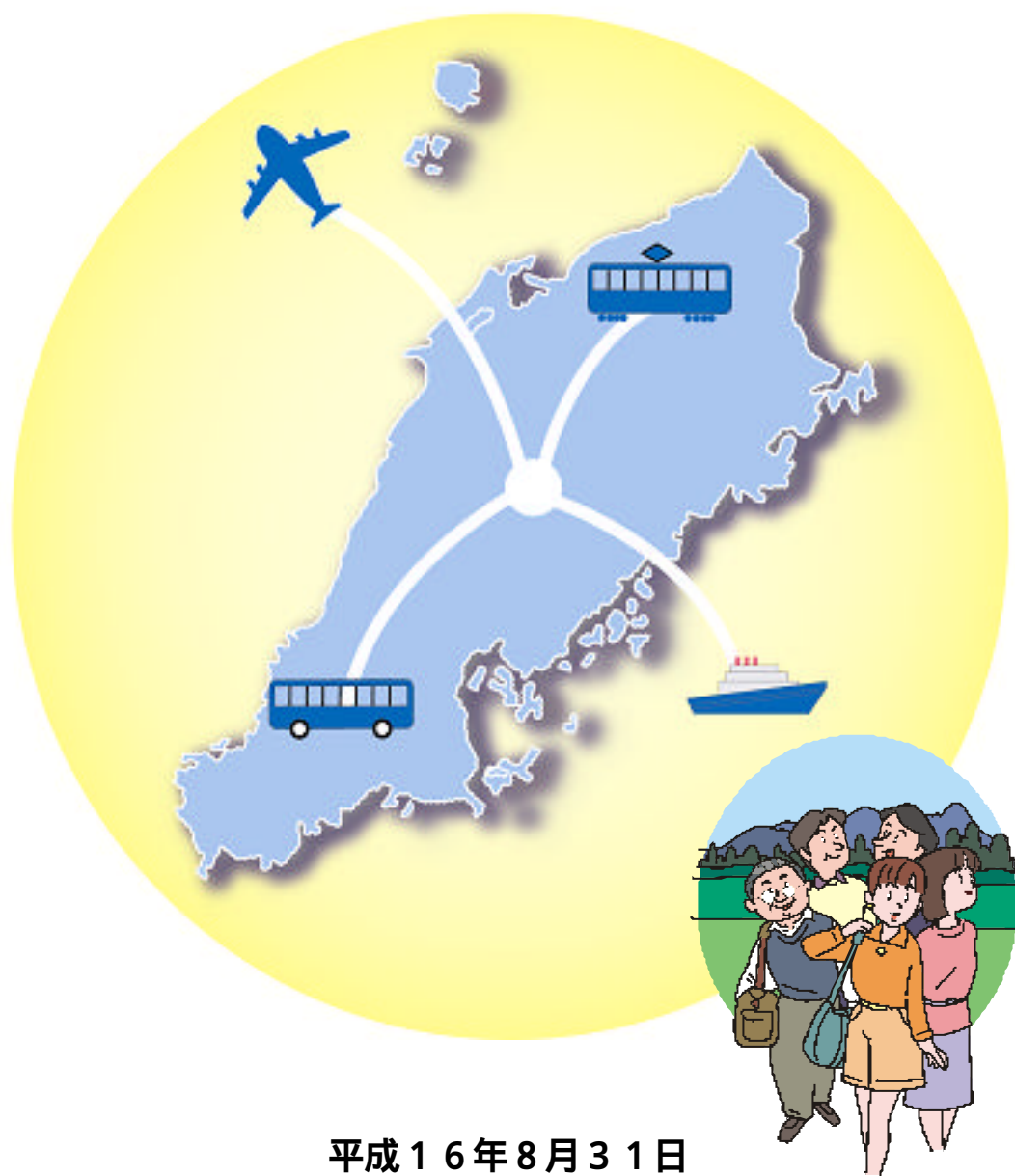


21世紀初頭における中国地方の 公共交通サービスと観光振興のあり方について

(答 申)



平成16年8月31日
中国地方交通審議会

**21世紀初頭における中国地方の
公共交通サービスと観光振興のあり方について**

(答 申)

**平成16年8月31日
中国地方交通審議会**

第 編 観光振興

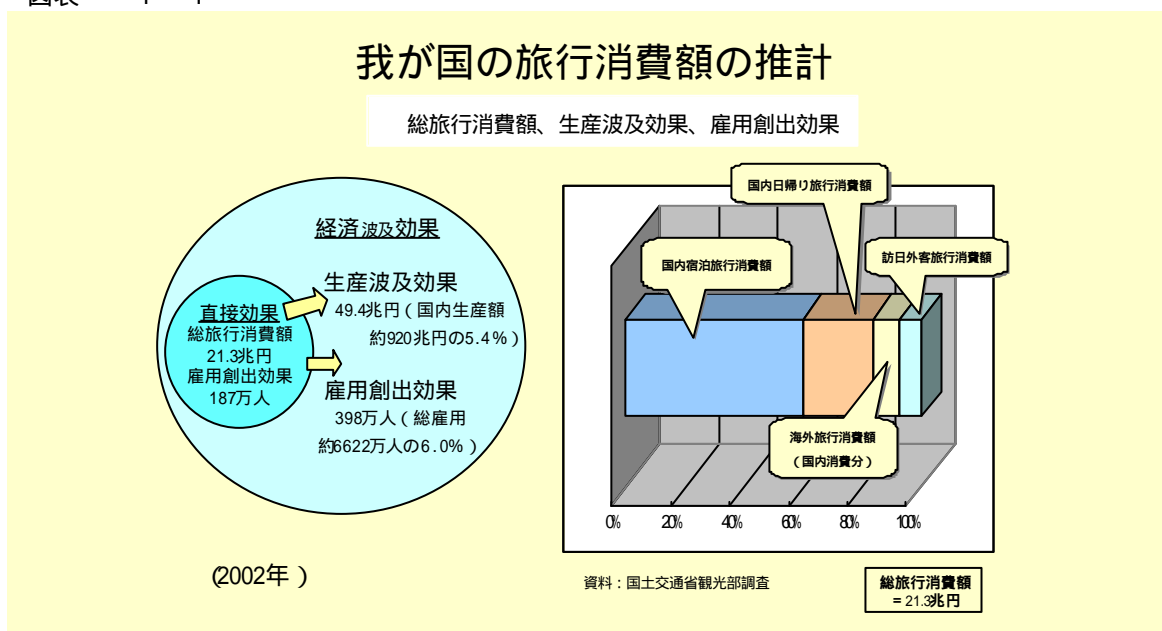
1 . 中国地方における観光構造改革

(1)政府は「観光立国」を目指して観光振興策を強化

わが国の総旅行消費額は約 21 兆円で、その生産波及効果は約 49 兆円、雇用創出効果は 398 万人に上ると推定されており、旅行消費の拡大は景気の回復、地域経済の活性化、雇用の創出等に大きく貢献する。このため、近年政府は「観光立国」をスローガンに、観光振興に積極的に取り組んでいる（図表 - 1 - 1）。

この 2 年間だけでも訪日外国人誘致策をはじめとした観光振興政策の大綱として、「観光振興に関する報告書」（平成 14 年 7 月、観光振興に関する副大臣会議）、「グローバル観光戦略」（同年 12 月、国土交通省）、「観光立国懇談会報告書」（15 年 4 月、観光立国懇談会）、「観光立国行動計画」（同年 7 月、観光立国関係閣僚会議）などが相次いで策定されている。また、「経済財政運営と構造改革に関する方針」（平成 13 年～16 年各 6 月、閣議決定）、「地域再生推進のためのプログラム」（16 年 2 月、地域再生本部決定）といったわが国の基本的な政策大綱の中でも観光振興は重要なテーマに位置付けられ、新規施策が打ち出されている。特に外国人訪日旅行については、15 年 1 月 31 日の小泉内閣総理大臣の施政方針演説において、「2010 年にこれ（現在の訪日外国人旅行者数約 500 万人）を倍増させることを目標」と表明されたところであり、政府

図表 - 1 - 1



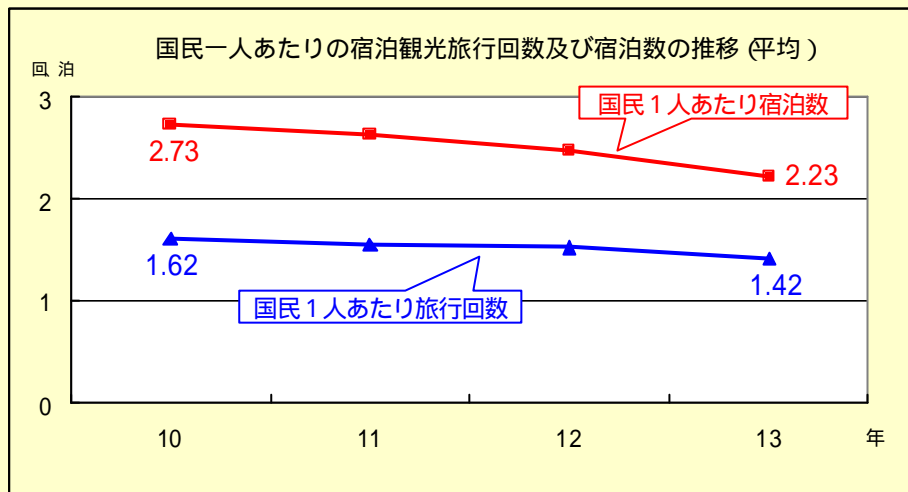
は 15 年を「グローバル観光戦略元年」と位置付けて、15 年度から従来にない予算規模でビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）⁵⁵を開始した。

(2) 観光市場は構造的な変化を遂げつつある

平成 10 年以降のわが国の観光旅行人数、観光消費額、一人当たり観光回数は低下傾向を示しており、観光消費におけるデフレ化も懸念されている（図表 - 1 - 2）。しかし、中長期的には、2010 年代には戦後生まれの「団塊の世代」が定年を迎え、健康で経済的・時間的に余裕のある高齢者層が余暇市場の主演とし

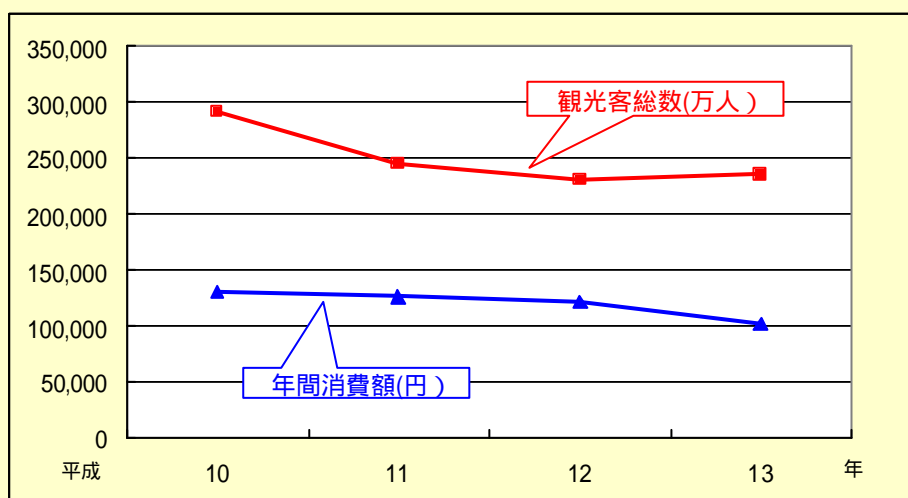
図表 - 1 - 2

国民一人当たりの宿泊数及び旅行回数



資料：国土交通省調査による

全国の観光客入込み総数及び宿泊旅行の一人当たりの年間消費額



資料：全国の観光客入込み総数は「数字で見る観光2003」(社)日本観光協会
宿泊旅行の一人当たりの年間消費額は「観光白書」国土交通省

て登場すると考えられており、政府が進めている連続休暇取得による旅行需要創出のための環境整備が奏効すれば、国内観光消費額の拡大が期待できる。さらに、急速な経済成長を続ける中国を中心とした東アジア諸国では、外国旅行ブームが到来すると予想されており、訪日旅行者数も増大すると見込まれる。

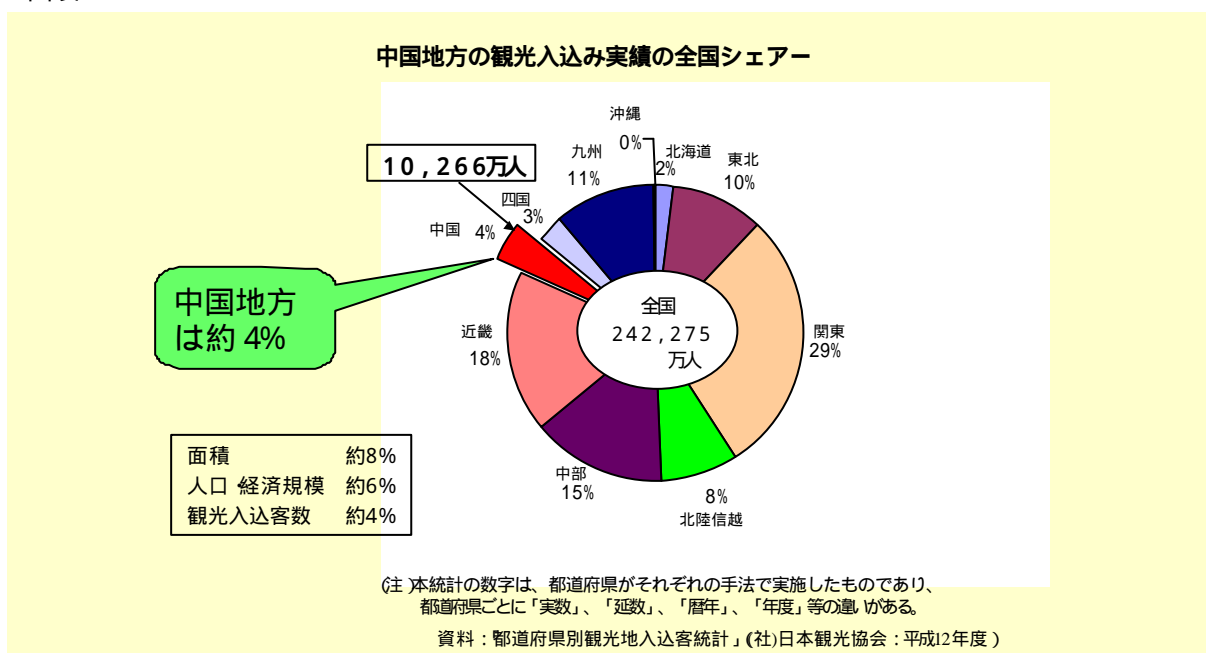
これまでのわが国の観光システムは、週末やゴールデン・ウィーク、お盆、年末年始を中心とする1泊2日～2泊3日の観光を中心に形成されてきたが、中長期的な観光ニーズは長期滞在型を志向するものであり、受入地側もそれに合わせて抜本的な改革を進める必要がある。

(3)中国地方では高齢者や女性が観光サービスで活躍できる観光地づくりが重要

中国地方の観光入込み実績の全国シェアは、当地方の総生産額の全国シェアを大きく下回っていると推定され、観光産業が地域経済の牽引役を果たしているとは言いがたい状況であると考えられる(図表 - 1 - 3)。しかし、中国地方の近年の動向を見ると、わが国全体の観光動向が低迷する中であって、当地方の観光入込み実績や観光消費額は比較的堅調に推移している。加えて、ここ暫くは国内向けに県、西日本旅客鉄道等が中心になった大規模観光キャンペーンが開始されており、さらに遅れている域内幹線交通ネットワークも中長期的には着実に整備が進められていく。

製造業拠点の海外シフトが避けられない中、新たな内需拡大の核となるべき第三

図表 - 1 - 3



次産業のシェアがやや低い当地方において、各地域はこのような観光への追い風を生かし、持続可能な観光振興の基盤を形作っていくことが期待される。

高齢化社会、男女共同参画社会においては、元気な高齢者や女性の活力に期待が高まっているが、裾野が広く、多様なニーズを受け入れることのできる観光産業は、老若男女がそれぞれの特長を生かして生産性を低下させることなく活躍できる雇用の場、サービス提供の場である。人口減少や高齢化が全国平均を上回るスピードで進展している当地方においては、地域の関係者が、高齢者や女性が観光サービスの主体として活躍できる観光地を形成することが重要である。

(4) 受入地側の観光構造改革を広域的に

観光市場における構造的な変化に対応するため、中国地方においても個性的な観光まちづくり⁵⁶、宿泊サービスにおける泊食分離⁵⁷、外国人旅行者への対応といった受入側の構造改革を推進していく必要がある。

海外旅行市場等遠隔地市場からの旅行者は広域的に周遊することから、中国地方各地の観光は緩やかな運命共同体に組み込まれているといっても過言ではない。当地方の観光に携わる関係者には、アンテナを高く張り、わが国全体の観光の方向性を踏まえつつ、創意工夫を凝らした効果的な誘客対策、ホスピタリティ⁵⁸ 溢れる受入対策、個性が光る観光地づくりを「点」ではなく「線」や「面」で広域的に実践していくことが望まれる。

2. 中国地方の観光資源と観光入込み

(1) 現状と課題

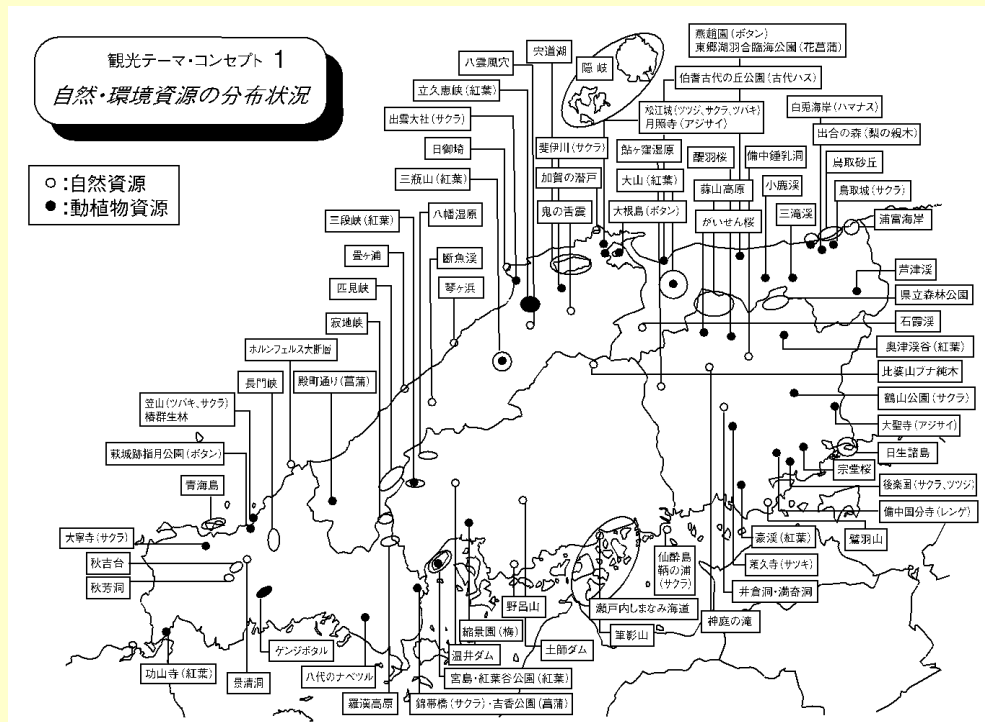
中国山地は観光イメージの希薄地帯

近畿と九州の中間に位置し、瀬戸内海を挟んで四国と相対する中国地方は、古くから東西南北の交易、交流の回廊として栄え、大陸との交流も盛んであった。こうした歴史の中で各地に城下町、宿場町、港町、門前町等が形成され、今も山や海に囲まれた歴史的な街並みが数多く保存されている。また、自然的資源についても、瀬戸内海の多島美は他では見られない景観であり、山陰の温泉群もそれぞれが個性を持っている。中でも、原爆ドーム、宮島の二つの世界遺産⁵⁹、後楽園、錦帯橋、出雲大社等の歴史的資源、倉敷、松江、萩、津和野等の街並み、尾道、下関等の自然、近代構造物、歴史の調和した空間、秋吉台、鳥取砂丘、大山等の自然などは全国に知られている。また、世界遺産暫定リストに登録されている石見銀山や温泉津も今後の発展が期待される有力な観光資源である。

これらの主要観光地のほとんどが沿岸部に偏在している点が、他のブロックと比較した当地方の観光環境の大きな特徴である。逆に言えば、中国地方の大部分を占める「中国山地」は、ランドマークとなる山、湖沼や大規模な温泉群がないことも影響してか、観光イメージの希薄地帯になっている(図表 - 2 - 1)。

図表 - 2 - 1

中国地方の観光資源分布図

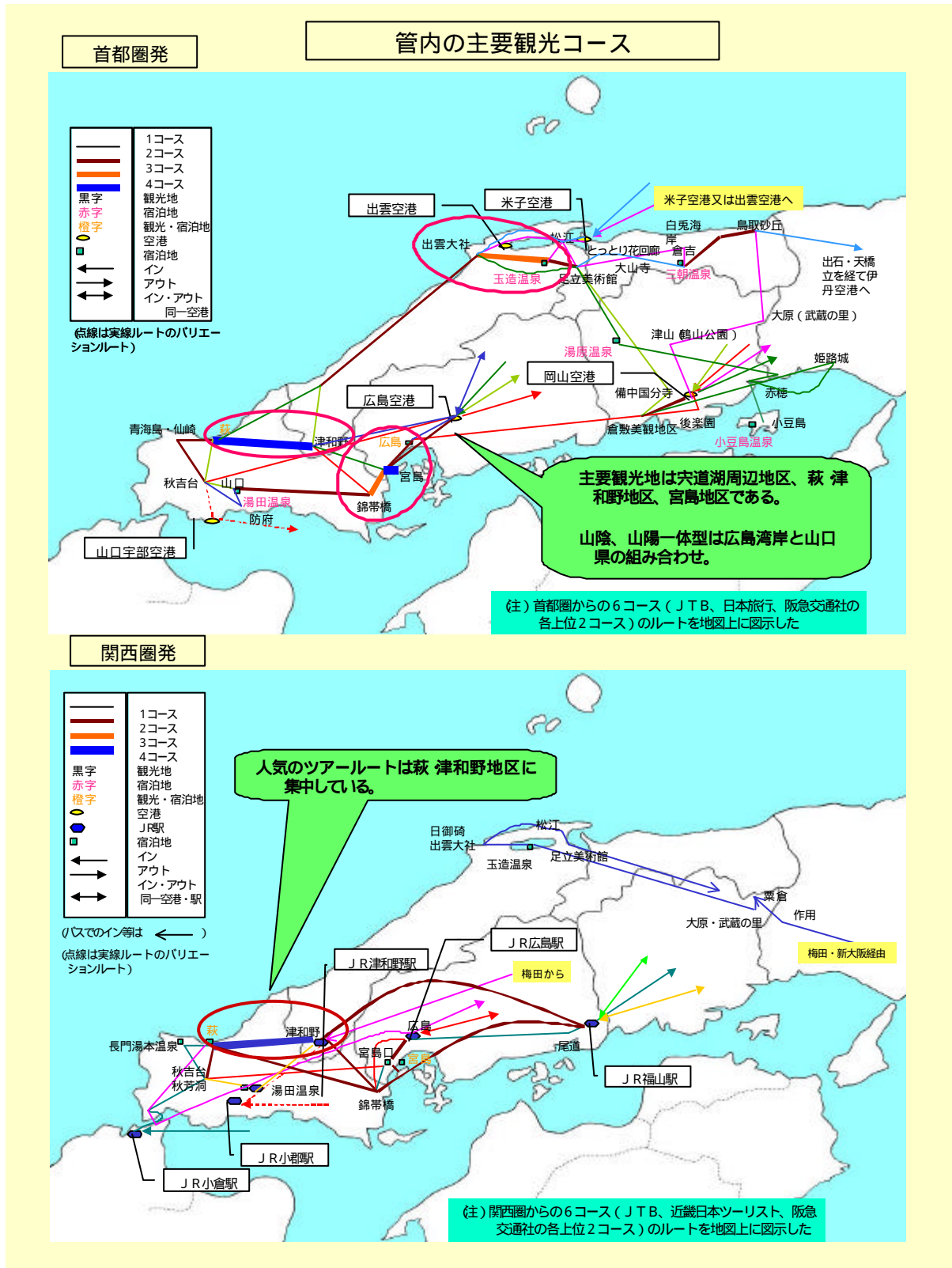


資料:(財)中国産業活性化センター「中国地域の広域観光ルートの開発調査報告書」(平成13年3月)より

中国山地に見所を求めない観光客が山陰と山陽の魅力を同時に味わおうとすると、距離の割には時間を要する中国山地越えが観光の効率を下げる。このため、大手旅行会社の主催旅行⁶⁰のコースを見ても、陰陽にまたがるものは、ゴールデン・コースになっている広島 - 宮島 - 錦帯橋 - 湯田温泉 - 萩 - 津和野のほかは少ない(図表 - 2 - 2)。

中国地方は明確で魅力的な観光イメージが抱けない地域になっているが、その一因として、個性の異なる瀬戸内海沿岸部と日本海沿岸部との間に中国山地が広大な観光イメージの希薄地帯として存在していることが挙げられる。中国山地には美しい里山や豊かな清流に囲まれた街道筋や集落において自然と人間の営みが調和した「日本の原風景」や「日本人の素顔」が残されており、その観光活用が大きな課題である。

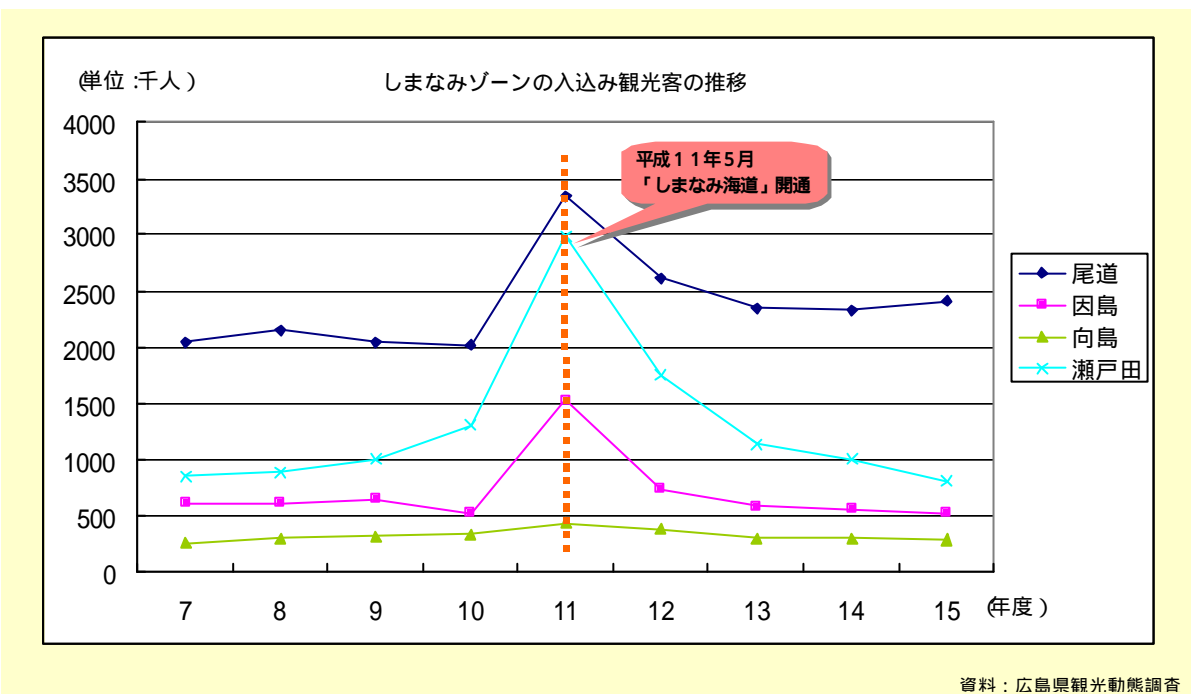
図表 - 2 - 2



しかし、同海域の観光入込みは、本四架橋の開通、大規模イベント等があれば一時的に増加するものの、その勢いは持続せず、平成 11 年に架橋が全て完成したしまなみ海道の例を見ても、開通当初は沿道地域で入込み観光客数が急増したが、その後は減少を続けている（図表 - 2 - 4）。

瀬戸内海離島は滞在型の観光地としての潜在能力を持っているが、知られている環瀬戸内海周遊コースのほとんどは、本四架橋を経由してマイカー、レンタカー、観光バスで幾つかの観光地に立ち寄る「通過型」であり、現状において瀬戸内海離島は景色又は通過地点の位置付けに過ぎない。

図表 - 2 - 4



面積、経済規模に比べて低い中国地方の観光入込み

観光入込み客数において中国地方の全国シェアは約 4%程度と推測される。これは当地方の国土面積シェア（約 8%）、人口シェア（約 6%）、生産額シェア（約 6%）に比べて低く、観光資源が有効に活用されていないことを示している。大手旅行会社を取り扱った首都圏発の宿泊のべ人数で九州と比較しても、九州は当地方の 3.1 倍の実績を上げている。九州は面積では当地方の 1.3 倍に過ぎないが、中央部にある阿蘇、九重、高千穂、霧島などの著名観光地が強力な観光イメージを形成していることが一因であると考えられる（図表 - 2 - 5）。

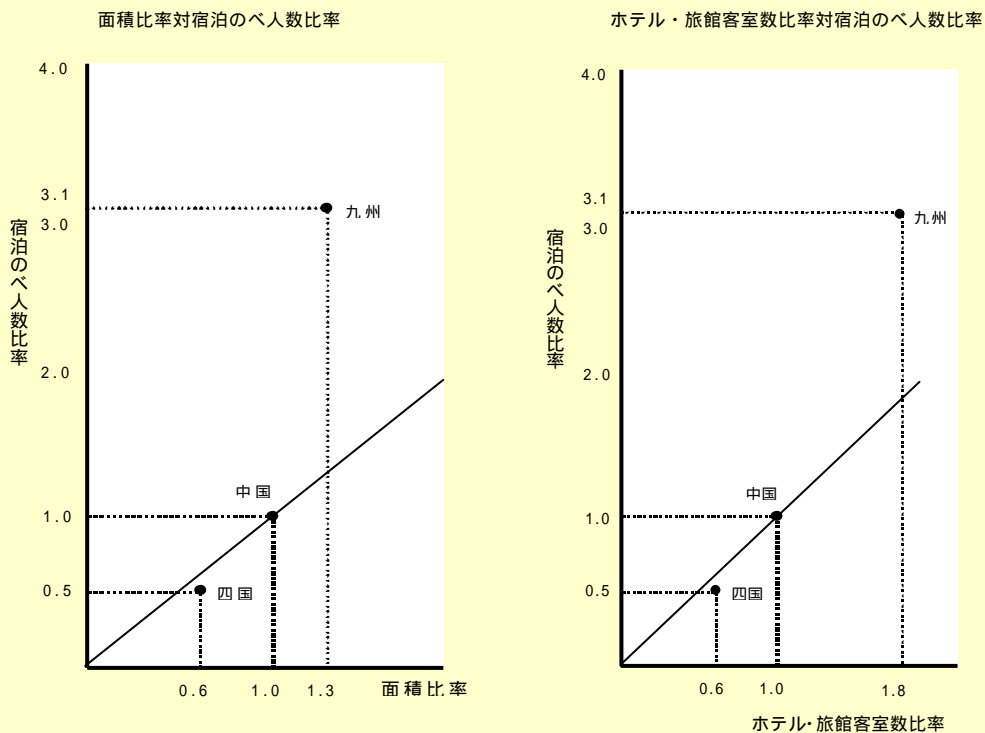
一方、訪日外国人旅行に関しては、平成 14 年の中国地方訪問者の全国シェアは約 3%程度と推測される。市場別には、当地方は欧米系市場と直行便で結ばれていないにもかかわらず、欧米系市場のシェアが高い地域となっている。ただし、欧米系市場のシェアが高いのは、欧米系旅行者が多いからというより、アジア系旅行者が少ない結果の現れと考えられる。

また、当地方を訪問先に組み入れた主要市場からの観光商品のコースを見ると、行程が中国地方で完結するものは極めて少なく、九州や関西に付随する位置付けになっている。

図表 - 2 - 5

中国地方の宿泊環境の相対評価

首都圏出發客



注 1) 「宿泊のべ人数比率」は、(株)ジェイティービーが平成 13 年度に取り扱った国内旅行において、中国地方への宿泊のべ人数を 1.0 とした場合の競合各地方の宿泊のべ人数の指数（資料：「JTB 宿泊白書 2002」）

注 2) 「面積比率」は、中国地方の面積を 1.0 とした場合の競合各地方の面積の指数。（資料：平成 14 年版全国市町村要覧）

注 3) 「ホテル・旅館客室数」は、代表的な各地方の旅行者受入能力を示すものとして採用。

（資料：厚生労働省生活衛生局指導課（平成 13 年 3 月末時点調査））

(2) 検討の視点

上記のような観光資源や観光入込みの特性を踏まえると、当地方の観光振興においては次のような固有の視点が重要であると考えられる。

瀬戸内海エリアと中山間地において新たな観光イメージと観光コースの形成を目指す

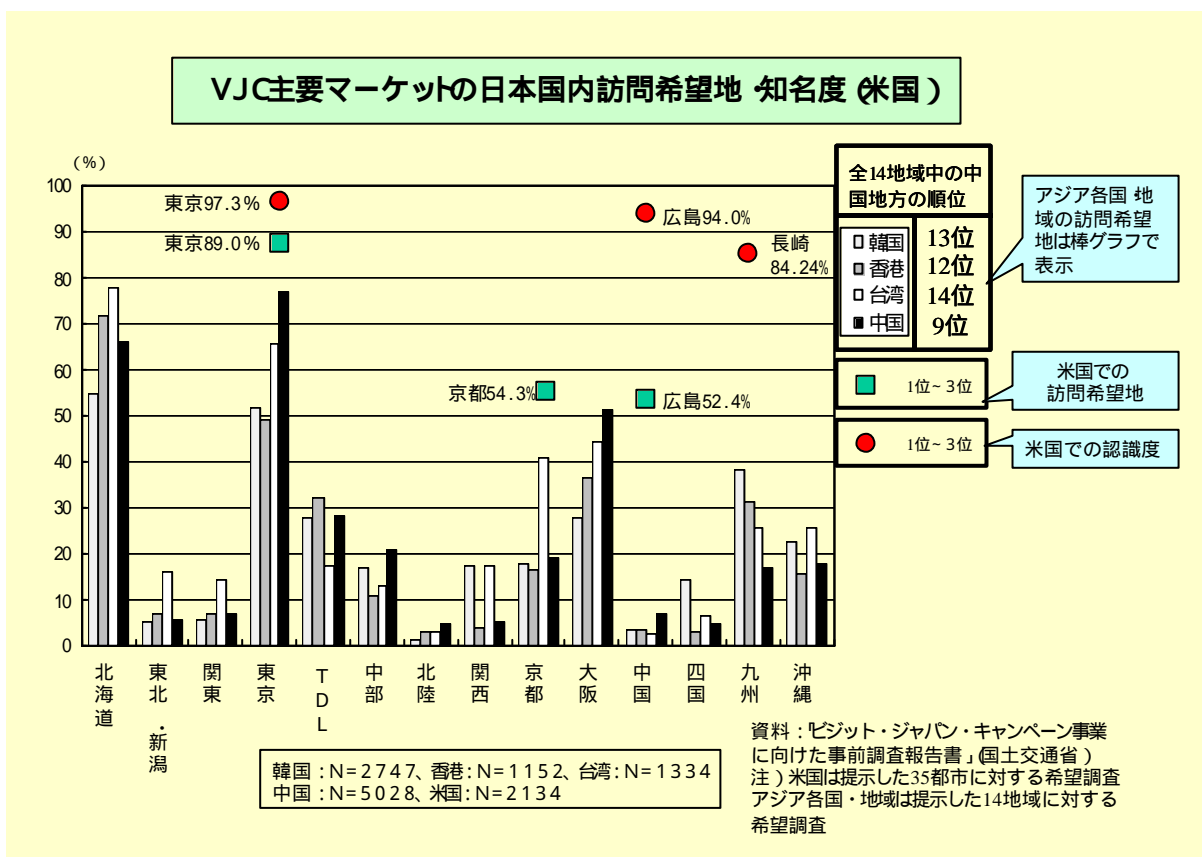
瀬戸内海エリアや中山間地の観光魅力を高めることができれば、その地域だけでなく既に著名な観光地の入込み増にもつながっていく。このため、日本海沿岸、瀬戸内海沿岸において料理、都市景観、観光施設、宿泊施設等の改善を進め、地域固有の魅力に一層磨きを掛けるとともに、離島と沿岸部を面で捉えた瀬戸内海エリアや中山間地において新たな魅力的な観光イメージや観光コースを形成する必要がある。その際、瀬戸内海エリア、中山間地では、本物志向の「大人」に向けて「日本の原風景」や「日本人の素顔」の魅力を10年先、20年先を見据えて磨き出すとともに、「家族連れ」に向けてキャンプ、農業・漁業体験、自然観察、癒し、トレッキング⁶⁴等の多自然地域ならではの楽しい体験メニューを組み込むことが重要である。

訪日観光において広島を核とした中国地方周遊型観光コースを形成

外国における認知度や来訪意欲を発地市場別に見ると、米国人は広島の認知度が東京に次いで高く、また、来訪意欲も東京、京都に次いで高いなど、他ブロックに比べて遜色はない。また、欧米系の主要観光ガイドブックも中国地方を比較的大きく取り上げており、観光地としての評価も高い。しかし、韓国、台湾、香港、中国の市場では、当地方への訪問意欲はわが国各地域の中では最下位のグループに属している。韓国の主要旅行ガイドブックにおいても取り上げ方は小さく、特に山陰はほとんど取り上げられていない。また、台湾においては、主要旅行月刊誌に当地方の観光資源が紹介されているものの、ここ数年当地方をテーマにした特集記事が掲載されたことはない。

訪日観光では、“HIROSHIMA”の抜群の知名度を活用して、「平和都市広島」に世界有数の静穏内水海域である「瀬戸内海の自然」や欧米系旅行者から評価の高い「山陰の歴史的風情」の観光イメージを重ね合わせて、中国地方を主目的とする周遊型の観光コースを形成していくことが重要である（図表 - 2 - 6）。

図表 - 2 - 6



3 . 中国地方への誘客対策

(1)現状と課題

中国地方の広域的な売込みが遅れている

発地市場と受入地の距離が長くなるほど訪問先は広域化する傾向があるから、海外市場や首都圏等国内遠隔地市場に対する誘客事業は、ブロック内の各県が連携して中国地方全域から観光素材を厳選して宣伝することが効果的である。しかし、中国地方のブロック内連携型の事業予算は四国、九州等に比べて桁違いに小さく、当地方を広域的に売り込む事業は進んでいない。

特に訪日外国人の誘客事業については、平成 15 年度から国は、広域連携化が図られた自治体の事業に対してビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）地方連携費を支給して支援しており、ブロック内連携の枠組みが既に出来上がっている他のブロックは、VJC 地方連携費の支援を受けてさらに事業規模を拡大している。VJC 地方連携費の創設により、自治体が行う訪日旅行者誘致施策は、県間競争からブロック間競争の様相を強めていくと考えられる。当地方も、インバウンド⁶⁵ 施策の誘致対象地域を県単位からブロック単位あるいは複数県単位に拡大することが急務である。

入込みが多い欧米系市場に対する取組みが遅れている

中国地方各県の訪日旅行者誘客対策は、これまでアジア市場を中心に行われてきており、来訪意欲が高い欧米系には十分な対策が講じられていない。また、アジア市場に対する誘致策は、旅行エージェントやマスコミ関係者の招請、海外マスメディアによる広告等を行っているが、加えて旅行ガイドブックの改善を強化する必要がある。

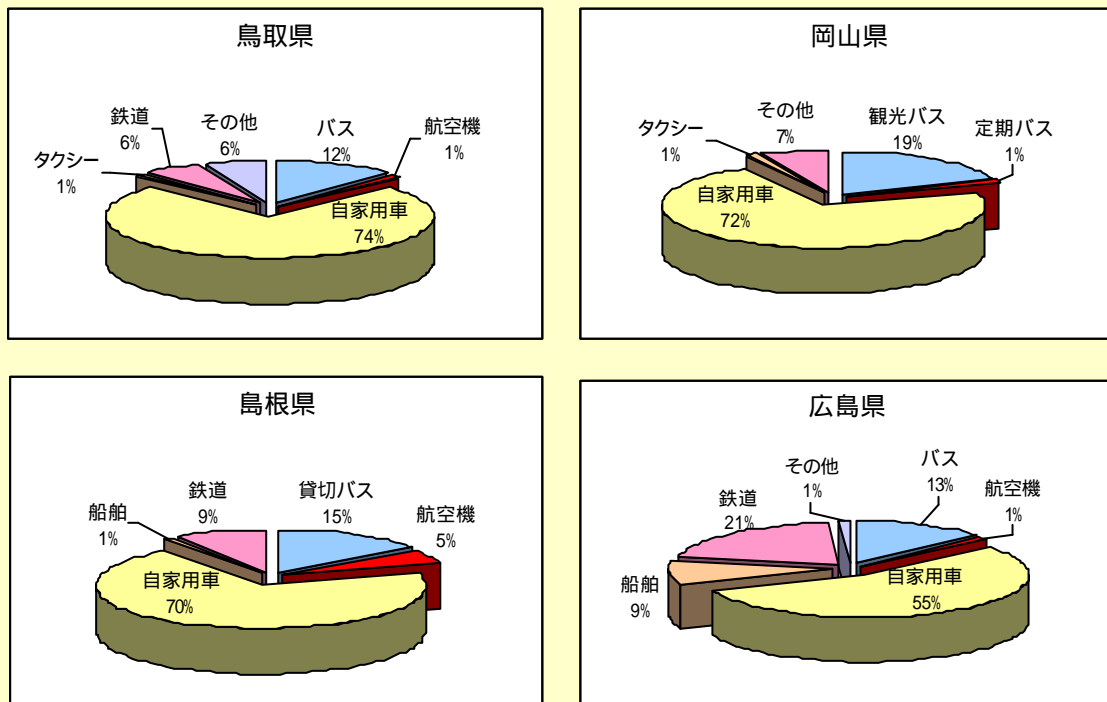
公共交通機関を活用した旅行計画に必要な二次交通情報が不足している

鉄道ネットワークが発達した大都市圏では、JR も民鉄も鉄道活用型の 1 日型・半日型の旅行のための情報提供等を積極的に行っている。一方、鉄道、バス、旅客船の運行（航）頻度が大都市圏より格段に低い中国地方では、大都市圏にも増して丁寧に二次交通情報を提供する必要があるが、それをやっている地域は少ない（図表 - 3 - 1）。当地方でも、マイカー利用の観光においては道の駅等の整備、カーナビ装着率の向上、携帯電話の高機能化等で情報量が格段に増大していることに比べて、公共交通を観光利用するための情報提供は進んでいない。

当地方の観光行動はマイカー依存度が高いが、これは逆にマイカーでは観光できない遠隔地からの観光客を掴んでいないとも考えられるため、遠隔地市場への誘客施策として二次交通情報の提供を充実する必要がある。

図表 - 3 - 1

中国地方の交通機関別入込み客数



資料：各県観光客動態調査

(2) 検討の視点及び具体的施策の方向

海外主要市場ごとのブロック全体の戦略の策定とそれに基づく具体策の実施が重要

ソウル - 米子の航空路線（13年）、広島 - 釜山のフェリー航路（14年）、広島 - 成田の国内通勤航空路線（15年）、広島 - 台北の航空路線（16年）などが相次いで開設され、欧米系市場、台湾市場、韓国市場と当地方の距離は大幅に縮まった。また、広島空港、岡山空港から国際航空路線が就航している中国市場も、査証の規制⁶⁶緩和、富裕層の拡大等により急成長が確実視されている（図表 - 3 - 2）。

このような好機が入込み増につながるよう、当地方の官民は、主要市場ごとに異なる旅行者の趣向、旅行形態などを配慮したブロック全体の主要市場戦略を策定するとともに、各県の施策に非効率な重複や空白が生じないように留意しながら各年度の誘客対策や受入対策を講ずる必要がある。

図表 - 3 - 2

中国地方の都市と外国を結ぶ定期航路

16.8.1現在

| 着地 \ 発地 | | 広島県 | | 岡山県 | 鳥取県 | 山口県 |
|---------|---------|--------|-------|--------|--------|-------|
| | | (広島空港) | (広島港) | (岡山空港) | (米子空港) | (下関港) |
| 韓国 | ソウル | 2社(10) | - | 1社(5) | 1社(3) | - |
| | 釜山 | - | 1社(3) | - | - | 1社(7) |
| 中国 | 上海 | 1社(4) | - | 1社(7) | - | - |
| | 大連 - 北京 | 1社(3) | - | - | - | - |
| | 青島 | - | - | - | - | 1社(2) |
| 台湾 | 台北 | 1社(3) | - | - | - | - |
| 米国 | グアム | - | - | 1社(2) | - | - |

()は、1週 往復。

資料：中国運輸局調べ

1) 訪日観光における中国ブロックの観光戦略の策定

2) 県単独施策と各県連携施策の調整による VJC 地方連携費の導入

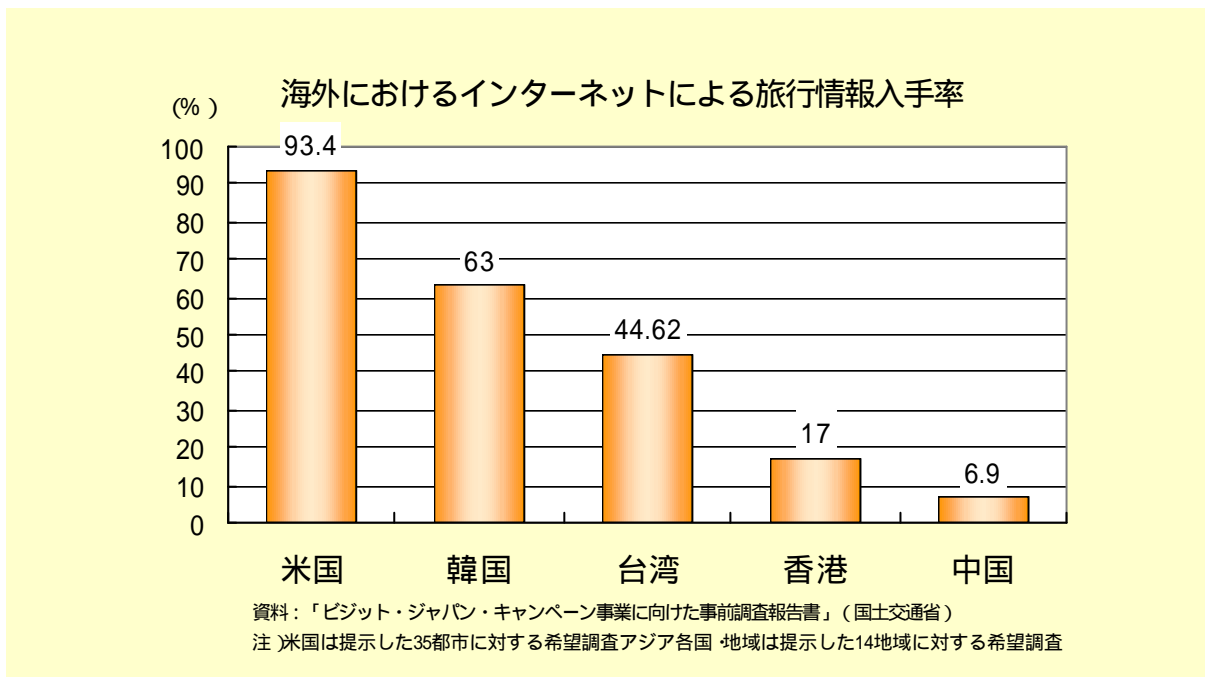
- a . 海外観光展への共同出展、中国地方における大規模観光展の開催
- b . 海外航空会社、旅行会社等の日本支社等に対する説明会の共催
- c . 海外旅行雑誌社に対する観光情報の掲載の要請
- d . 海外放送局に対する中国地方の旅行番組の作成支援
- e . 海外市場に向けたパンフレット、リーフレット等の作成配布

遠隔地市場にはITを活用して中国地方の広域的な観光情報を分かりやすく情報発信することが重要

当地方のことを詳しく知らない遠隔地市場に対する誘客施策では、中国地方の観光情報全体の中から代表的な観光資源や観光モデルコース等を厳選し、テーマ性を明確にして一体的にブロック観光情報として発信すると効果的である。

欧米系旅行者は、訪問地の決定から宿泊・交通の予約までITで行う形態が進んでおり、訪日旅行においても団体ツアーではなく小グループ、家族単位の旅行形態が普及している（図表 - 3 - 3）。

図表 - 3 - 3

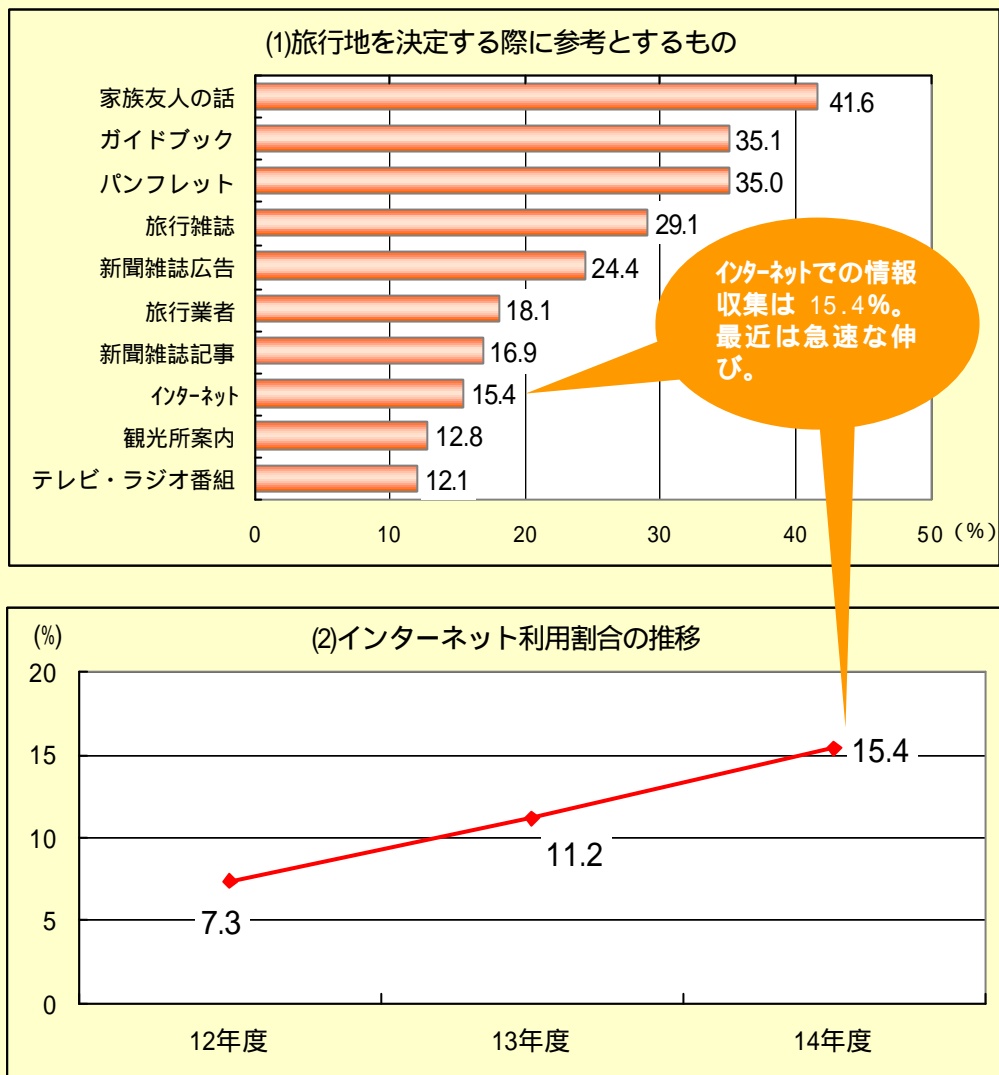


したがって、欧米系市場へのブロック観光情報の発信は、ブロック観光情報サイトによって行うことが効果的である。また、個人旅行形態が普及しつつあるアジア市場に対してもブロック観光情報サイトは有効であると考えられる。しかし、現在の国、（独）国際観光振興機構（JNTO）、自治体、地方観光協会・連盟、交通観光産業等の海外市場向けの観光情報サイトには、外国人に必要な中国地方全体の明確な観光イメージや、二次交通情報を掲載しているものはない。当地方においても、ブロック観光情報サイトの構築を急ぐ必要があり、それが既存の観光情報サイトと効果的にリンクすることにより、情報発信力は一層高まると考えられる。

一方、わが国でも観光行動におけるIT化は普及しつつあり、国、（社）日本観

光協会（日観協）、自治体等も詳細な観光情報をITにより発信しているが、海外市場と同様、わが国の遠隔地市場に対する中国地方全体の観光イメージや観光交通情報の提供は十分とはいえないため、ブロック観光情報サイトの創設は有効であると考えられる（図表 - 3 - 4）。

図表 - 3 - 4



資料：「観光の実態と志向」(社)日本観光協会：平成12年度～平成14年度)

1)内外観光市場に向けたブロック全体の観光情報サイトの創設

- a . 中国地方の主要な観光資源を魅力的なテーマで分類した観光情報の提供
- b . 幹線アクセス情報や観光立寄りポイントを組み込んだ二次交通情報の提供
- c . 主要市場対応言語による海外への情報発信
- d . 国土交通省、JNTO、日観協、県・市町村、観光交通事業者等のサイトとのリンク

最大の市場である域内市場の観光客の誘致対策は各地域の創意工夫で

中国地方への最大の観光客の入込みは、同一県内や隣接県からの観光である。こうした域内市場からの誘客対策は、当地方の各地域の創意工夫により、単独で、又は近隣自治体との連携で、きめの細かい施策が講じられていくことが基本である。

日帰り観光や手軽な宿泊観光は、当日の天候、イベント等を考慮して決定され、マイカー等で機動的に行われることが多い。また、一部鉄道を利用した食事とセットになった日帰りパック等が増えつつある。したがって、自治体においては IT 等を活用して魅力的なドライブ観光コース情報や、イベント情報、花見・紅葉情報等を消費者、旅行会社、旅行雑誌社等にタイムリーに提供することが重要である。

また、観光担当部局だけでなく幅広い行政部門の連携により総合的で息の長い観光振興への取組みを行うことも必要である。したがって、例えば、小中学生に地元の歴史、自然を学ばせる中で観光資源の価値や観光の意義を理解させ、一地域一観光⁶⁷を体得させることなども検討する必要がある。

1)主要都市から自動車の日帰り可能な複数県にまたがる観光モデルコースの発信

2)タイムリーで効果的な観光情報の地元マスコミ、地域情報誌等への提供

3)地元小中学生の学習旅行・体験学習の域内交流の促進

4．受入地における観光円滑化対策

(1)現状と課題

主要箇所における観光案内情報の提供の強化が課題

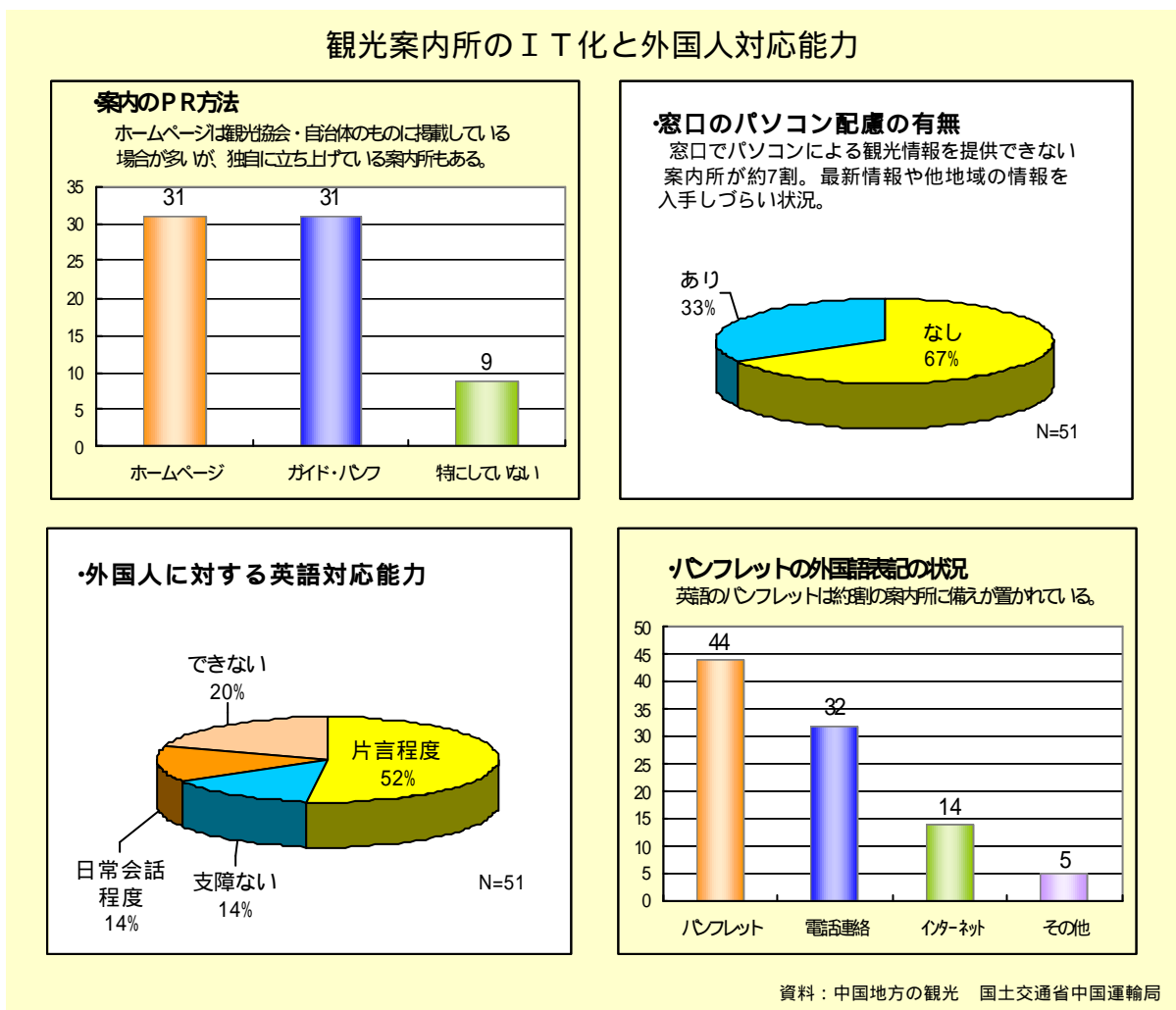
IT で事前に観光案内情報が取れる今日でも、旅行者は、空港、新幹線駅、バスセンター等のゲートインの場所や、観光地の最寄駅、観光地の市街地では、観光案内板等に頼って行動する。こうした場所を中心に、観光案内板、観光案内標識、観光案内所等の整備を急ぐ必要がある。その際、案内情報の外国語表記化も重要である。

観光案内所はIT化や外国人対応能力が課題

観光案内所が多様な相談に効率的に対応するためには、パソコンの活用は必要不可欠であるが、当地方でパソコンを備えているのは約3割に過ぎない。観光案内所は他地域の観光案内を求められる場合が多いが、パソコンを備えていない案内所では、観光パンフレットや他の案内所等への電話で対応していることになる。案内所間の電話のやり取りは、双方の職員の業務を徒に煩雑化させ、利用者にとっても時間が掛かる割には正確な情報が得られない。

また、外国人への対応能力（英語対応能力）は「できない」が約2割、「片言程度」が5割で不安を抱えているところが多い。言語能力の不足を補うために活用されるべきパンフレットも、約2割は英語版さえ備えていない（図表 - 4 - 1）。

図表 - 4 - 1



さらに、質問内容や質問件数を正確に記録していない案内所もあり、こうした案内所は職員の実績の積み上げが組織としてのノウハウにつながっていないことも懸念される。

他方、観光案内所自体の PR 方法もホームページで行っているのは約 6 割で、特段の PR を行っていない観光案内所も約 2 割存在する。

ボランティアガイドは人材育成が課題

中国地方ボランティアガイドの案内件数は増加傾向にあるが、約 4 割が高齢化・後継者不足の問題を抱えている。当地方のボランティアガイド団体の PR 方法は、ガイドブック、パンフレットが約 7 割、ホームページが約 5 割で、そのほとんどは自治体や観光協会のパンフレットやホームページである。申し込み方法も、観光協会や観光案内所を経由するものが約 4 割と、観光協会等との連携が強い。ただし、比較的大きなボランティア団体は旅行会社と提携して団体客を相手に案内するものもある。

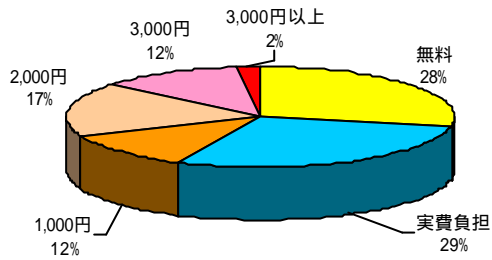
ボランティアガイド団体の約 9 割は定期的に研修会を行っており、また、約 7 割は県内外の他団体との交流を図り、レベルアップに努めている。しかし、ボランティアガイドの中には押付け的な案内をする者や専門知識が不足している者もいる。

ボランティアガイド団体の約 7 割は、交通費、施設入場料等の実費を含め利用者から何らかの形で金銭を受け取っているが、交通費補助、講習会参加費等への公的支援を求める声も多い。その他、他団体との交流の橋渡し、観光地整備に関する要望への対応などで行政との関係強化を望む意見もある（図表 - 4 - 2）。

観光ボランティアガイドの実態

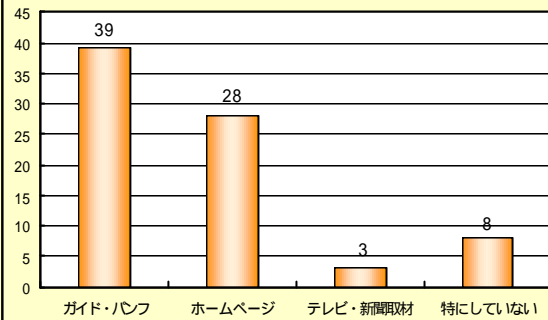
・ガイド料金

実費負担の場合は施設入場料に、有料の場合は交通費、施設入場料等に充当することが多い。



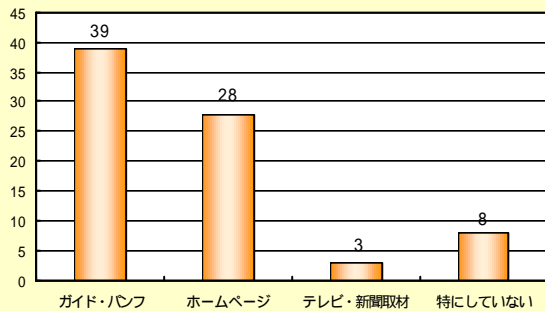
・団体のPR方法

ホームページは自治体、観光協会のものに掲載している場合が多いが、独自に立ち上げている団体もある。



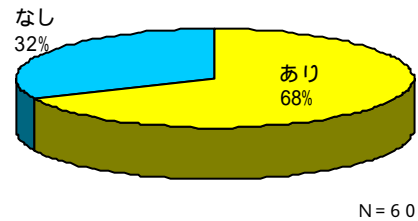
・団体のPR方法

ホームページは自治体、観光協会のものに掲載している場合が多いが、独自に立ち上げている団体もある。



他団体との交流状況

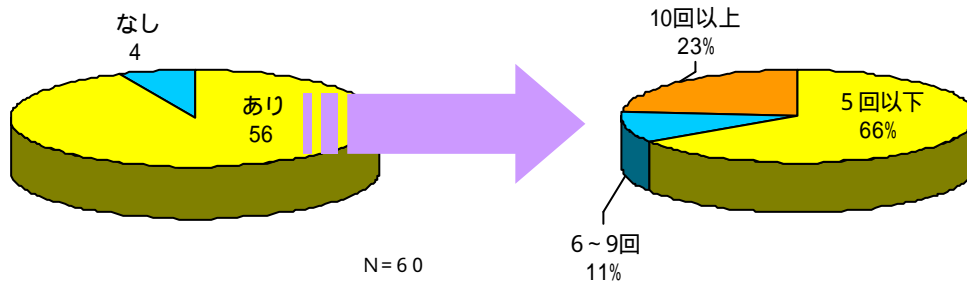
年間1～2回程度、県内外の団体と交流しているケースが多い。



N = 60

会員の研修状況

定期的に研修会を実施し、会員のレベルアップを図っている。会員のみで行うほか、外部から講師を招いて行う場合も多い。



N = 60

宿泊業界の外国人受入体制は不十分

外国人旅行者にとって宿泊施設は飲食・睡眠のサービスだけではなく、観光交通情報案内、両替、買物、電話といった旅行先での総合的な支援サービスを期待する施設である。また、電話であれ、パンフレットであれ、母国言語で情報が得られるとアメニティも大きく改善される。VJC による海外での訪日旅行促進活動と歩調を合わせ、宿泊業界も最低限度のホスピタリティーとして外国語対応を進める必要がある。

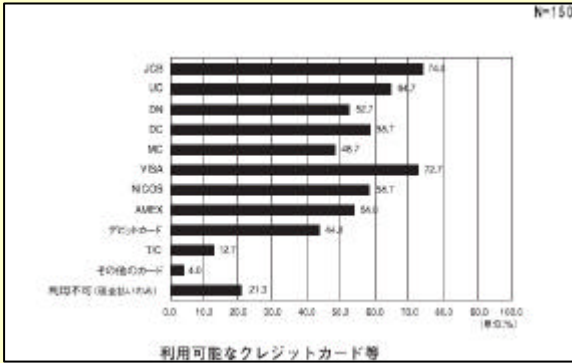
しかしながら、当地方の宿泊業界は、日本語の観光案内・交通案内を備えている施設が約 5 割、明細書・レシートや利用案内が約 4 割であり、外国語対応を進める以前の状況にあるものが多い。外国語対応しているものは、日本語対応しているもののうち 6～7 割程度であり、そのほとんどは英語である。また、職員の外国語対応能力は、フロントが約 8 割、レストランが約 5 割であり、国際的に普及しているクレジットカードを扱っているのは約 7 割である。つまり、当地方における宿泊施設については外国人が快適に利用できないものが少なからず存在している（図表 - 4 - 3）。

図表 - 4 - 3

クレジットカードの利用（複数回答）

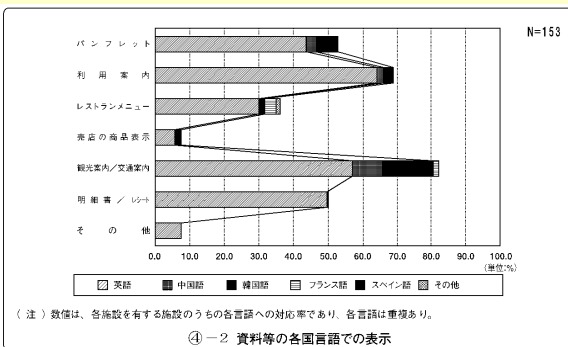
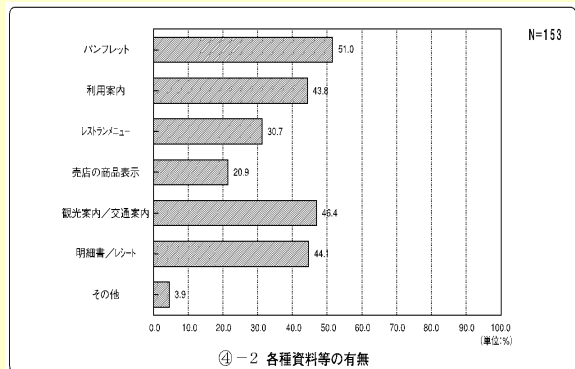
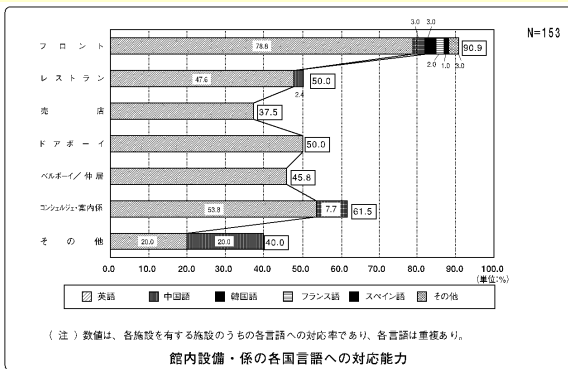
JCB カードおよび VISA カードは、いずれも 7 割以上の施設で利用可能である。JCB カードは、日本国内では有力であるが、外国人が持っている可能性は少ない（提携カード保有の可能性はある）。

国際的に一般化しているものとしては、VISA、ダイナース、AMEX などがあるが、VISA 以外は、5 割程度の施設でしか扱っていない。トラベラーズチェックが利用できる施設はわずか 12.7%にとどまる。



施設・係員の外国語対応能力

英語以外の言語については、対応できる施設はいずれも低い水準にある。



資料：中国地方の観光 国土交通省中国運輸局

バリアフリー観光情報の提供が不足

日常生活圏の範囲が狭い高齢者や障害者にとって、旅で得られる充足感は健常者より大きい。観光のバリアフリー化は、老夫婦、高齢者グループや親子三代の家族旅行、障害者の旅行を実現する上での課題であり、また、全ての国民がいずれは直面する普遍的な課題である。他方、観光消費額の長期減少傾向に悩む観光産業界や観光立国を目指す国にとっても、今後ますます比重を高める高齢者層が旅に出られる環境を整えることは重要な課題である。

大規模な旅客施設、車両・船舶、街路、公園、建築物等のバリアフリー化は、交通バリアフリー法に基づき、また、社会インフラの整備に合わせて長期的に着実に進められていくが、現世代の高齢者や障害者にとって観光におけるバリアフリー化は、それまで待てない切実な問題である。

そこで、主要観光地を中心に、公共施設や交通施設、宿泊施設、観光施設のハード面・ホスピタリティー面でのバリアフリー化度を国民一般に周知し、現行のサービス水準で、旅行者が自らのニーズを満たせる旅行計画を立てるのに役立ててもらふ必要がある。また、その情報は旅行会社にも提供してバリアフリー観光の商品造成を支援する必要がある。しかし、当地方では観光に関するバリアフリー情報が整理した形ではほとんど提供されていない。

なお、理想的には、駅・空港から観光施設を巡り宿泊施設に至るまでバリアフリー化された観光コースが形成されることが求められる。

二次交通ネットワークの弱さが観光のハンディキャップ

当地方では観光の基盤である交通ネットワークの整備が遅れている。域内高速交通ネットワークは、山陽縦貫系や中国山地縦貫系は比較的早い段階で整備されたものの、山陰縦貫系や陰陽横断系は整備が遅れている。本四架橋の開通後の観光ブームとその後のリバウンドの例に見られるように、高速交通ネットワークの改善は持続可能な観光開発の唯一の要素ではないものの、当地方の交通ネットワークの弱さが観光のハンディキャップであることは否定できない。

もっとも、域内高速交通ネットワークが山陰縦貫系や陰陽横断系で着実に改善が進められているのに比べ、生活交通手段を利用する二次交通は、採算性の悪化に伴い運行（航）頻度の低下等により利便性はむしろ低下しており、問題はより深刻である。健常者であっても公共交通を利用すると「観光弱者」になる状況が中山間地や離島を中心に各地で発生している。

特定の旅行者同士が閉鎖的な車内空間で観光地間を移動する観光バス・マイカー活用型観光に比べ、公共交通活用型観光は地域の人々と触れ合う機会が多く、

より大きな出会いや発見のある旅となる。公共交通活用型観光を志向する旅行者層は、このような魅力に価値を置き、移動効率の低さ、手荷物負担、運賃の割高感といった不便さにはある程度目をつぶっていると思われる。しかし、その不便さを改善することは、公共交通活用型志向層の拡大につながると同時に、地元の交通産業には減少する生活交通需要の下支えにもつながる。

公共交通活用型観光の活性化に向けた課題の一つとして、公共交通活用型の観光を計画できるような情報の提供について先述したが、そのほかにも検討課題は多い。

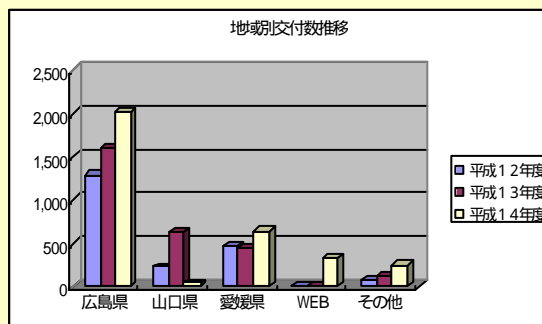
第一に、二次交通手段の確保である。既存の鉄軌道、バス、旅客船といった生活交通手段は採算性の観点から増便、路線新設は容易でない場合が多いと考えられるが、接続改善、経路変更等による観光利用の容易化や、リスクの少ない小口輸送手段の弾力的な運行（航）などを検討する必要がある。

第二に、観光バス・マイカー活用型観光に比べて割高な運賃の低廉化である。当地方にも周遊割引運賃が設定されているが、その多くは一交通事業者と系列会社のサービスの範囲内で設定されている。また、外国人旅行者向けの旅行費用低廉化策として、JR グループはジャパン・レールパス⁶⁸を海外で発売しているものの、ジャパン・レールパスは、東海道・山陽新幹線を通じて「のぞみ」が利用できないことから、首都圏から関西以西への誘客にも影響している。当地方では瀬戸内国際観光テーマ地区推進協議会（広島県、山口県、愛媛県）が発行する「瀬戸内ウェルカムカード⁶⁹」に地元交通事業者が参加しているものの、バス1社、旅客船会社3社と少ない（図表 - 4 - 4）。

図表 - 4 - 4

瀬戸内ウェルカムカード

名称 瀬戸内ウェルカムカード
 導入時期 平成12年5月
 有効地域 瀬戸内国際観光テーマ地区（広島県・山口県・愛媛県）
 加盟施設数 292



資料：瀬戸内海国際観光テーマ地区推進協議会

第三に、輸送サービスの観光客向けアメニティーの向上である。トロッコ列車、展望列車等の運行、駅舎の改良、船室の改装などハード面の改善や、タクシー乗務員の観光案内能力の向上、交通関連施設内における特産品の販売、見所情報の提供などソフト面の改善を検討する必要がある。

第四に、手荷物の負担の軽減である。駅等でのコインロッカー、手荷物託送サービスを周知するとともに、可能な限りこうしたサービス拠点を増加する必要がある。

(2)検討の視点及び具体的施策の方向

各種受入サービスの水準に関する情報を周知することが重要

観光案内所、ボランティアガイド、宿泊施設、二次交通サービス等の受入サービスの改善は、ハード面整備や人材育成を伴うため、広範囲に改善するにはなお相当の時間を要する。そこで、改善策と併行して、現行の各種受入サービスの水準を広く周知し、消費者が求める受入サービス水準を充たす旅行の計画が立てられるようにする必要がある。特に観光のバリアフリー化情報は、予想外の状況に弾力的に対処しづらい高齢者・障害者が旅行を計画する上で必要不可欠である。

観光は県境・ブロック境に関係なく広域的に行われることを考えれば、受入サービスの水準は、国の示す画一的な基準に沿って評価されることが望ましい。しかし他方で、受入サービスは地域事情を反映しつつ、迅速に改善を図る必要がある、その基準が受入サービスの提供者と消費者に権利義務を生じさせるものでない限り、全国基準を待つまでもない。このため、各県の固有事情を十分に反映しつつ、できる限りブロック単位で推奨基準等を設けて広域的にレベルアップを図るという視点が重要である。

また、ブロック観光情報サイトが構築された場合は、それを活用して推奨基準をクリアーしている施設を積極的に内外に周知する必要がある。

- 1)観光案内所、ボランティアガイド団体、外客向け宿泊施設の推奨基準の設定
- 2)優良基準を満たすサービス施設・団体のブロック観光情報サイトによる内外への周知
- 3)交通施設、観光施設、宿泊施設のバリアフリー化度の把握
- 4)ブロック観光情報サイトによるバリアフリー観光情報の周知

ブロック内交流会・研修会でトップランナーのノウハウの共有し、レベルアップを支援

ボランティアガイド団体、観光案内所、宿泊施設等の担当者のレベルアップを図るためには、様々なノウハウを相互に共有することが最も早道である。また、高い水準を達成している団体や個人を講師として登用することは、志気の高揚にも寄与する。

既に全国単位、各県単位、市町村単位で交流会・研修会が開催されているが、既存の取組みと調整しつつ、ブロック内で交流会・研修会を活性化することが重要である。

1) 観光案内所職員、ボランティアガイド、外客向け宿泊施設職員等のための中国ブロック交流会、研修会の開催

観光案内所、宿泊施設等では外国人旅行者に対するトラブル支援情報が重要

外国人旅行者に急病、事故、事件等が発生した際、言語の壁が対応の遅れをもたらせば、外国人旅行者のストレスを高じさせるばかりでなく、事態を悪化させるおそれもある。自治体、警察等は外国人への対応窓口を持っており、JNTOの東京ツーリスト・インフォメーション・センター（東京 TIC）も外国人からのトラブル相談への対応ノウハウを持っている。そこで、当地方の観光案内所、宿泊施設等は、外国人からトラブル相談を持ち込まれた場合に備えて、相談内容を直ちに把握するための筆談集⁷⁰や適切な専門機関の電話番号リストなどを備えることが重要である（図表 - 4 - 5）。

図表 - 4 - 5

JNTOと国際観光旅館連盟が発行する筆談集

JNTO 筆談集

国観連筆談集




4. 問題 目的地へ

問題

1. 現在この地図上指針が現在的位置。
 a. 在籍地。(旅行手帳の地図上指針が現在位置。)
 b. 我不知確。請告知一下別人。

2. 我現在在... 請問您知道在什麼地方嗎？
 a. 我不知確。請告知我來。
 b. 我不知確。請告知一下別人。
 c. 我遺忘。不在這一帶。

(目的地情報)

◎公共施設

| | |
|--------------|-----------|
| ①ATM (自動現金機) | ②巴士招呼站 |
| ③警察 | ④醫院 |
| ⑤換幣所/自動換幣機 | ⑥藥房 |
| ⑦出租自行車 | ⑧廁所 |
| ⑨旅行社 | ⑩銀行 |
| ⑪交換式身份證 | ⑫雜貨 |
| ⑬住宿情報 | ⑭警察 (派出所) |
| ⑮公用電話 | ⑯出租汽車 |
| ⑰車站 (地下鐵/電車) | ⑱旅遊服務服務處 |
| ⑲足球場 | |

◎店舗

| | |
|--------|---------|
| ①書店 | ②便利店 |
| ③藥店 | ④電器店 |
| ⑤雜貨店 | ⑥100円店 |
| ⑦卡拉OK店 | ⑧CD店 |
| ⑨百貨公司 | ⑩美容院 |
| ⑪藥房 | ⑫超級市場 |
| ⑬眼鏡店 | ⑭中國人服務店 |

7. 問題 目的地へ

行き先を尋ねる際の質問

1. この地図で現在地を教えて下さい。
 a. ここです。(地図の上に現在地を指してあげて下さい。)
 b. わかりませんが、誰か他の人に聞いて下さい。

2. ...を探しているのですが、どこにあるかご存じですが、
 a. 教えてあげますから、ついて来て下さい。
 b. わかりませんが、誰か他の人に聞いて下さい。
 c. 残念ながら、この②にはありません。

(行き先例)

◎公共施設等

| | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| ①ATM (現金自動取引機) [at-é-mú] | ②バス停 [basu tei] |
| ③換幣所 [hanki go] | ④病院 [byōin] |
| ⑤コインランドリー [coin randorī] | ⑥郵便局 [yūbin kyoku] |
| ⑦レンタサイクル [renta saikuru] | ⑧トイレ [toire] |
| ⑨旅行社 [ryokū pashā] | ⑩銀行 [ginkō] |
| ⑪交換式パスポート [kōkan shiki pasupōto] | ⑫スーパー [supā] |
| ⑬警察署 [keisatsū-kan] | ⑭警察 (交番) [keisatsū (koban)] |
| ⑮公共電話 [kōkyōwa denwa] | ⑯レンタカー [rentakā] |
| ⑰駅 (地下鉄/電車) [eki] | ⑱観光案内所 [kankō annai-sho] |
| ⑲サッカースタジアム [sakkaa sutajiamu] | |

◎店舗名

| | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| ①本屋 [hon-ya] | ②コンビニエンスストア [konbiniensu sutō] |
| ③薬局 [iyakoku] | ④電気屋 (家電) [denki kōji ten (kameru)] |
| ⑤雑貨店 [zasshō-ten] | ⑥100円ショップ [hyakuen shooppu] |
| ⑦カラオケボックス [karaoke bokkusu] | ⑧CDショップ [shūbi shooppu] |
| ⑨パン屋 [pan-ya] | ⑩美容院 [menzai ten] |
| ⑪ディスカバリー [disukawā sutā] | ⑫スーパーマーケット [supā maketto] |
| ⑬レンタカー [rentakā] | ⑭カラオケボックス [karaoke bokkusu] |

1)トラブル相談への対応も含めた筆談集の備え置き

2)各観光案内所間及び警察等の外国窓口との広域的な相互協力体制の整備

ボランティアガイドの志気の高揚、活動の場の拡大が重要

ボランティアガイドは、そのサービス次第で観光客の当地の観光イメージを大きく左右するので、観光資源そのものといっても過言ではない。ボランティアとは言え、そのホスピタリティーや知識といった「資質」の向上、後継者の育成といった人材育成や活動の機会の拡大、交流の支援等は観光地全体で取り組むべき課題である。

ボランティアガイドの資質の向上を図るためには、活動機会の確保、活動基盤の強化、表彰制度の導入等を通じて志気を高めることが有効である。既に一部のボランティアガイド団体は、旅行会社や観光案内所と提携して活動しているが、こうした提携を積極的に支援することが重要である。

また、国内旅行者向けのボランティアガイド団体は利用者から実費を受け取っているが、外国人旅行者向けボランティアガイドは通訳案内業法により有償サービスが禁止されている。ボランティアガイド団体は内外の旅行者を公平に扱う必要があること、ボランティア活動の充実のためには経費の確保が重要な課題であること等を踏まえつつ、プロ化しない範囲で案内サービスに係る実費収受のガイドラインを設けることが望ましい。

1) 優良団体の旅行会社や観光案内所での活用

2) 優良ボランティアガイド団体の表彰制度の導入

3) ボランティアガイドの実費収受のガイドライン作成

宿泊サービスの外国人対応は意欲のある施設を中心に

外国人に適した宿泊施設は各種団体に分かれて組織化されており、それぞれの中央組織は専従スタッフを置いた常設事務局を設け、傘下会員のサービス改善を支援している。しかし、こうした団体も地方レベルになると地方組織を持たないものがあるなど外国人対応へのサービス改善は不活発になっている。他方で、こうした団体に属していないが外国人対応に前向きな宿泊施設も多いと思われる。

当地方において宿泊サービスの外国人対応を進めるためには、運輸局、県等が

中心となって外国人対応に意欲的な宿泊施設をリストアップし、それらとの対話を通じて実効的な支援策を検討することが重要である。

1)外国人対応に意欲的な宿泊施設と運輸局、県等との連携強化

外国人へのホスピタリティーが高い都市を海外に積極的に宣伝することが重要

外国人にとって魅力ある観光地づくりをするためには、観光案内板、観光案内所等のハード面の整備や宿泊サービスのレベルアップ、おもてなしの気運の醸成等を総合的に進める必要がある。これをなしうるのは市町村にほかならないが、現状では全入込み観光客に占める外国人旅行者の割合は極めて低いため、こうした市町村の努力は費用対効果が低いことは否定できない。そこで、外国人へのホスピタリティーが高い市町村を海外に積極的に宣伝し、市町村の取組みを支援する必要がある。

1)交通施設、観光案内板、観光案内所等における外国人対応が進んだ都市（ウェルカムシティ）の認定

2)ブロック観光情報サイトによるウェルカムシティの海外宣伝

二次交通サービスの強化、周遊割引運賃の拡充、改善などが重要

需要開発が可能な観光コースでは、二次公共交通の輸送力を強化する必要がある。定期観光バス路線の創設のほか、乗合バスや旅客船では対応できない小規模のニーズに対しては、タクシー、海上タクシー、コミュニティバス、観光型乗合タクシー等による観光需要への対応を進める必要がある。また、レンタサイクルと公共交通との乗り継ぎ割引、別の駅での乗り捨て等も検討する必要がある。

また、魅力的な周遊コースでの割引運賃の設定に向けて、交通事業者の積極的な取組みが求められる。周遊割引運賃の設定は、単に観光バス・マイカー活用型観光に比べた割高感を改善するだけでなく、観光コースの提示を通じてその地域への旅行動機を植え付け、需要創造につながる。異種モードを含む複数交通事業者、地元市町村等が共同しつつ、魅力本位で周遊コースと運賃水準を設定することが肝要である。割引運賃を設定した周遊コースでは、立寄りポイントの観光案内資料の作成、乗務員の観光案内研修の実施等観光案内サービスの向上を図る必要がある。

さらに、観光客向けのアメニティーのある車両や船舶の導入、駅、車両等における観光案内情報の提供、観光需要に弾力的に対応した運行（航）ダイヤや運賃

の設定等を進める必要がある。

このほか、外国人旅行者の需要が大きい地域では、ウェルカムカードへの交通事業者の参加拡大、JRパスの「のぞみ」への利用拡大、拠点的な交通施設、車内での外国語案内の充実や切符における観光拠点駅名のローマ字標記などの検討課題がある。

- 1) 定期観光バス、観光タクシー等の拡大、コミュニティバス、乗合タクシー、海上タクシーの観光活用、レンタサイクルとの連携等二次交通ルートの強化
- 2) 周遊割引運賃の拡大と周遊コースにおける観光案内サービスの向上
- 3) 鉄軌道、乗合バス、旅客船等における車両、船舶等の観光ニーズへの対応
- 4) ウェルカムカードへの交通機関の参加拡大、JRパスの「のぞみ」への利用拡大、駅等における運行（航）情報の外国語案内、切符における観光拠点駅名のローマ字標記の導入等外国人旅行者へのサービス改善

5 . 統計手法の改善

(1)現状と課題

(社)日本観光協会は、各都道府県バラバラな観光統計基準を統一するため、「全国観光統計基準」を平成7年度に作成したが、新たな統計基準の採用に伴う過去の観光統計との継続性の断絶や財政負担等がネックになって、現時点で採用しているのは8都道府県(当地方は鳥取県と島根県)に止まっている(図表 - 5 - 1)。

全国観光統計基準に則して観光客の動向を捉えた観光統計は、有効な観光政策を企画立案する上で必要不可欠であり、当地方でもその採用を拡大していく必要がある。特に訪日外国人に関する統計に関しては、平成22年の訪日外国人旅行者数1000万人を目標に掲げて国・自治体・民間が連携してVJCに取り組んでおり、その施策効果を統一的に把握し、より実効性ある施策展開につなげていくことが当地方においても重要である。また、わが国の観光産業は、感染症、テロ、航空機事故等により突発的で急激な観光入込み減を被るおそれがあることから、入込み観光客数を統一的な手法で迅速に把握するシステムを整えておくことは、支援措置を機動的に講ずるためにも重要である。

図表 - 5 - 1

全国観光統計基準を適用している都道府県(平成16年1月末現在)

| | 都道府県名 | | | | | |
|------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 全 国 | 北海道 | 秋田県 | 東京都 | 山梨県 | 岐阜県 | 大阪府 |
| 中国地方 | 鳥取県 | 島根県 | | | | |

資料：中国運輸局調べ

(2)検討の視点及び具体的施策の方向

当地方の全5県が全国観光統計基準に足並みを揃えるには相当時間を要すると予想されるほか、仮に5県で導入されたとしても年1回の公表になるため、各県の既存の統計を補完して当地方の入込み状況を迅速かつ統一的に把握できる簡易な統計手法を早期に導入することが望まれる。その導入に際しては、補完的な観光統計という性格上、数値を提供する側と集計する側に多大なコストが発生しないシステムにすることが重要である。統一的に動向を把握するための必要最小限度の統計としては、統計的に有意なサンプル数で各地の推移(基準年に比べた増減率)が分かれば十分であり、入込み客数や観光消費額の全体像まで推計するには及ばない。また、月次データを集計対象にするとしても、集計・公表作業は年に何回かで十分であろう。

集計対象としては、観光施設よりは宿泊施設に比重が置かれるべきであろう。なぜなら、観光施設の利用実績は、市民の日常的な利用を含む、観光客が 1 回に複数箇所を訪問する可能性がある、周辺の観光施設の新規開設や大規模改良により特異値が発生しやすい、といった問題を抱えているからである。これに対して、宿泊施設の利用実績は、観光消費額が大きい宿泊旅行の動向を把握できる、宿泊費を集計できればこれを中心とした観光消費額をある程度推測できる、旅行者の国籍や目的を把握できる、といった利点を持っていると考えられる。

1) 宿泊業者から提供された宿泊者数の月次データを基礎とした管内観光入込み推移の把握

6．中山間地及び瀬戸内海離島の観光活性化策

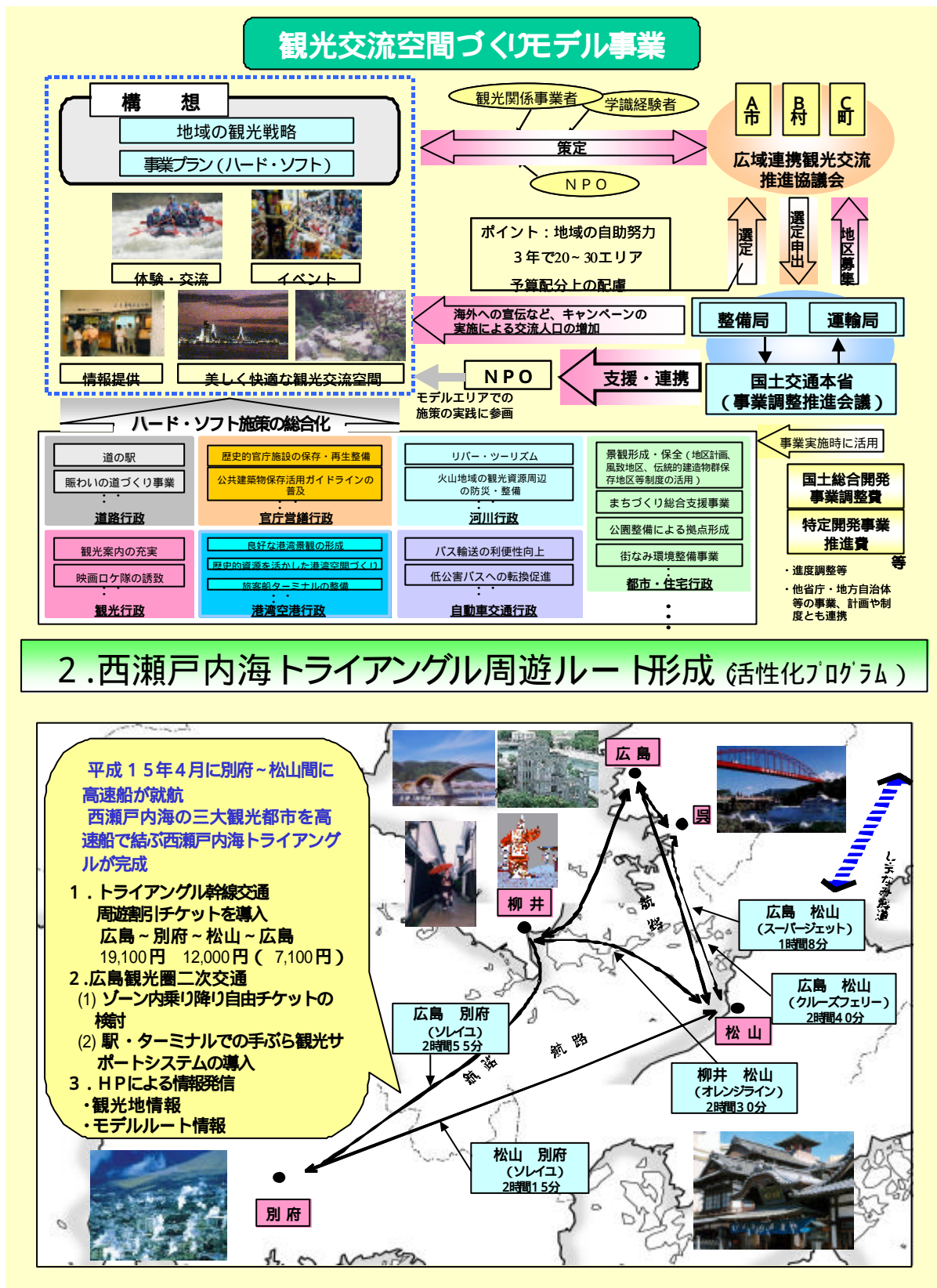
(1)現状と課題

各県は旅行会社と連携して瀬戸内海島しょ部のクルーズ船周遊ルート、備北・芸北エリアのバス周遊ルート、宍道湖沿岸ルート、旧石見街道ルート、萩、岩国、長門、山口等の古都散策ルート等で観光開発のための先駆的事業を行っている。また、石見銀山、景観百選等のテーマ性を持ったルート開発や観光宣伝を行っている。

中国運輸局も中国地方整備局と連携して、萩・益田・津和野圏において「観光交流空間づくりモデル事業⁷¹」を実施している。また、海域の観光活用に関しては、「西瀬戸内海トライアングル（広島・別府・松山）」の周遊観光コースの形成支援、モーターボート・ヨット（プレジャーボート）の周遊観光の拠点となる「海の駅⁷²」のネットワーク化、マリンレジャーの楽しさを宣伝するイベント（「マリン・グラン・フェスタ⁷³」等）の開催、外航豪華客船の中国地方主要港への誘致等を支援する「中国地方クルーズ振興協議会」の設置等を実施している（図表 - 6 - 1）。

これらの事業のうち、新たな観光地形成を目指す各種モデル事業は、公的な支援措置が終了した後の純民間ベースによる持続可能性を常に課題として抱えている。

図表 - 6 - 1





マリングランフェスタ

(第19回広島ポートショー&
マリンフェスティバル&「海の駅」)

| |
|---|
| <p>第19回広島ポートショー 期間：平成16年4月9日(金)～11日(日) 会場：観音マリーナ 主催：広島ポートショー実行委員会</p> |
| <p>マリンフェスティバル 期間：平成16年4月9日(金)～11日(日) 会場：観音マリーナ 主催：NPO法人・ボランティア</p> |
| <p>海の駅 期間：平成16年4月9日(金)～11日(日) 会場：観音マリーナ 主催：瀬戸内海「海の駅」設置推進会議運営委員会</p> |

(フェスティバル)

| |
|---|
| <p>期間：平成16年5月9日(日) 会場：宮島競艇場 主催：宮島競艇場企画実行委員会</p> |
|---|

(広報・案内)



「海の駅」

(2)検討の視点及び具体的施策の方向(3.(2)及び4.(2)以外のもの)

個性の喧伝とホスピタリティーが重要

個性的な大規模観光施設や国宝級の文化財を持たない中山間地や離島は、ともすれば「どこにでもある単なる田舎」と見られがちである。観光は各地域が個性を競い合う土俵であり、政府が標榜する「一地域一観光」も各地が積極的に個性を打ち出すことを推奨している。埋没しがちな中国地方の中山間地や離島の地域関係者には、他にない賦与の個性を再発見し、郷土料理、生活文化、伝統芸能、伝統工芸等において既成概念から敢えて離脱してまで個性を伸ばし、それを全国に喧伝し、数年以内に結果を出す、という起業家精神が求められる。その際、大手の観光産業資本が参入していないことを逆手に取って、各地域は地場の食材を活用した郷土料理や地域関係者によるマニュアル化されていないホスピタリティーを地域の個性としてアピールするという視点が重要である。一方、国もこうした地域の個性を内外に宣伝することで、地域関係者の努力を支援する必要がある。

1)観光交流空間づくりモデル事業等ハード・ソフト一体型、NPO 参画型の広域連携事業への支援

2)観光カリスマ⁷⁴等観光有識者のアドバイザーとしての派遣

中山間地は街並み等の景観を保存し交流の歴史の系譜を示すことが重要

中山間地では、三瓶山、出雲街道、三徳山、美作三湯、世羅台地の花、神楽といった有望な観光素材を活かしつつ、街並み等の景観の保全、飲食施設、休憩施設、駐車場、トイレ等の基本的な施設の整備や料理の開発を官民連携で行うことが重要である。

本地域は、歴史的文化的資源の活用が重要であるが、ほとんどの歴史的資源は「見るだけ」、「作者名、様式名、年代等を知るだけ」では退屈であり、その特徴が極めて分かりにくい。したがって、個別施設の歴史解説ではなく、街道筋あるいは地域全体で東西南北の交流の歴史・文化の系譜を示すことでイメージを強化する必要がある。また、観光客に対して、できればビジュアルなバーチャル体験メニューなどを用意して、それにまつわる人物像、当時の日本人の風習、今日との関わりなどが体感できるようにすることが望まれる。

瀬戸内海は離島と船旅の活用が重要

瀬戸内海では、くつろぎ、安らぎといった瀬戸内旅情が体感できる「離島」と「船旅」をより一層活用することが重要である。高速船、フェリーと本四架橋の鉄道、高速バスとを効果的に組み合わせることによって、瀬戸内海のパンoramaが多角的に眺望でき、また、行程の多様性、効率性も大幅に向上する。

瀬戸内海の観光振興においては、「瀬戸内海」を静穏な海に抱かれた個性ある島々と沿岸部で構成された「テーマパーク」と位置付け、修学旅行や家族旅行をターゲットに「体験」を「アトラクション」、「旅客船」や「本四架橋」を「遊覧施設」、「広域周遊運賃割引」を「入場料金」、「沿岸自治体、国の機関等」を「共同管理者」に置き換え、関係者は県境・ブロック境に捉われず、利用者に分かりやすい「くつろぎ、和みのメニュー」を示す必要がある。瀬戸内海の随所で繰り広げられた文化交流、交易、海戦の歴史、現存する歴史的文化的資源や瀬戸内海の眺望名所などを活用することは言うまでもない。最新の造船技術を取り入れた話題性の高い船舶の導入も旅客船の遊覧施設化の観点から重要である（図表 - 6 - 2）。

また、域内に多数存在するプレジャーボートは、そのほとんどが釣りを目的としているが、これらによる観光活動を拡大するため、観光推奨航路、係留可能施設とそこでの補給可能物資、上陸後の観光コース等の情報を提供することが重要である。

図表 - 6 - 2



- 1) **運輸局・整備局の広域連携によるハード・ソフト一体型・海陸一体型の瀬戸内海観光振興策の推進**
- 2) **「海の駅」のネットワーク拡大と情報発信**
- 3) **高速水上タクシー等の開発支援**
- 4) **プレジャーボートのための瀬戸内海推奨航路やクルージングレジャーの情報発信**

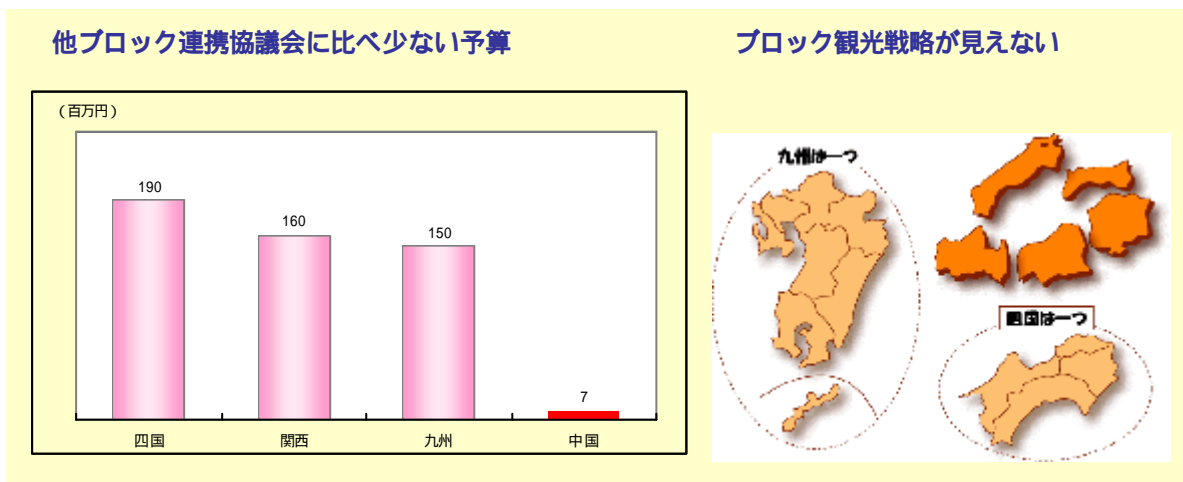
7. 推進体制の強化

(1) 現状と課題

5 県の連携基盤は脆弱

中国地方の観光振興策を含め地域振興のあり方について、国のブロック出先機関、各県、広島市、地方経済界の長が意見交換を行う場として、「中国ブロック国土交通懇談会」、「中国地方の観光振興を支援する百人委員会」等があるが、具体的な観光施策を実施する組織は「中国地域観光推進協議会」と「中国ブロック広域観光振興事業推進協議会」のみであり、それらの事業規模は四国、九州等其他ブロックの観光推進母体に比べて桁違いに小さい(図表 - 7 - 1)。

図表 - 7 - 1



「観光交流空間づくりモデル事業」により広域地域の官民連携型事業をハード・ソフト両面から支援

平成 15 年度に創設された「観光交流空間づくりモデル事業」は、複数市町村が連携して幅広い官民の参画の下でハード・ソフト整備を一体型に進める観光振興事業に対して地方整備局とともに地方運輸局も支援策を講ずるものである。15 年度は西日本で唯一、萩・益田・津和野圏が選定され、概ね 5 カ年間にわたって具体的な事業が行われることとなっている。

歴史的な観光素材の系譜を解き明かせる有識者の知見が観光に生かされていない

他のブロックのような大規模な集客施設(東京ディズニーランド、東京タワー、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン等)や全国レベルの祭り(札幌雪祭り、東北三大祭、祇園祭、阿波踊り、博多どんたく等)、そして著名なランドマーク(富士山、阿蘇山等)が存在しない中国地方においては、歴史的資産や歴史的人物は

重要な観光資源である。

中国地方の日本史学界には、歴史的観光素材の系譜を解き明かし、それを観光資源に転化させる知見が蓄積されているが、観光産業界や地元自治体は「学」の優れた知見を十分に活用していない。

(2) 検討の視点及び具体的施策の方向

ブロック全体の観光振興を図るために設立された組織の機能強化

ブロック内連携を強化するためには、広域的な観光振興組織として設立された中国地域観光推進協議会や中国ブロック広域観光振興事業推進協議会の活用が重要である。特にインバウンド対策は、特殊なノウハウを踏まえた広域的な宣伝や受入対策が必要であるから、これらの観光振興組織を活用した取組みは効果的である。また、VJC 地方連携事業には、計画、実施、事後評価の各段階で関係者との調整が重要である。

また、ブロック内連携のより充実強化に向けて中国地域観光推進協議会等の事務局体制の強化について関係者で検討を行うことが必要である。

なお、ブロック内の観光関係者の努力が相乗効果を発揮するためには、関係者間の共通認識の形成が不可欠である。このため、観光入込み動向、関係機関による施策とその方向性等を一元的に整理し、公表することが重要である。

- 1) 官民の実務者等で構成する「中国地域観光戦略会議（仮称）」の設置と同会議によるブロック観光戦略と実施計画の策定
- 2) 5 県等と中国運輸局で構成する「中国地方 VJC 調整会議（仮称）」の設置
- 3) 地方港湾の外航旅客船誘致等のための官民連携組織である「中国地方クルーズ振興協議会」の活動強化
- 4) ブロック内連携事業全般にわたる日観協、JNTO との連携強化
- 5) 「中国地方観光白書」の作成

幅広い人材の登用と人材の育成

地域再生プログラムには「地域再生の起爆剤となるような地域観光を活性化していくためには、ソフトインフラとして『ひと（人材）の育成』が重要である」と記述されている。政府は「観光カリスマ」を選定して、観光地づくりの核となる人材の育成を図ることとしているが、当地方においても各県等が積極的に「中国版観光カリスマ」を発掘し、そのノウハウを地域に広めていくことが重要である（図表 - 7 - 2）。

図表 - 7 - 2

| <u>観光カリスマ百選（中国地方）</u> | | 平成16年7月1日現在 |
|--|--|-------------|
| <p>各観光地の魅力を高めるためには、観光振興を成功に導いた人々に学ぶことが極めて効果が高いことから、その先達となる人々を『観光カリスマ』として選定、国土交通省ホームページ (http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/top.htm)等で公表</p> | | |
|  | <p>松場 登美氏（島根県大田市） 「わらしべカリスマ」</p> <p>ユニークな企画で住民のふるさと意識を高揚。生活雑貨の販売で石見銀山の生活文化を発信。</p> | |
|  | <p>坂本 多旦氏（山口県阿東町） 「農業経営を基礎とした観光交流空間の創出のカリスマ」</p> <p>異業種・地域外の視点を取り入れた新企画により農業経営の現場に多くの都市住民を集客。</p> | |
|  | <p>吉崎 博章氏（島根県西郷町） 「観光による離島振興を進めるカリスマ」</p> <p>観光産業とは異業種の立場ながら、隠岐で青年会議所の設立や交通機関の改善などに取組み。</p> | |
|  | <p>松浦 宣秀氏（広島県蒲刈町） 「藻塩のカリスマ」</p> <p>古代の塩づくりを再現し、地場産業の育成など、多様な効果を生み出し観光振興に寄与。</p> | |
|  | <p>平田 克明氏（広島県三次市） 「四季を通じて多角的な観光農園を展開する農村交流のカリスマ」</p> <p>周年型の観光農園を経営、作物を活かした料理店やワイナリー事業も展開するなど地域経済に貢献。</p> | |

さらに、歴史学者の観光振興施策への参画や、観光有識者の育成と登用にも努めていく必要がある。

- 1)中国地方の観光カリスマ、観光エキスパート（観光評論家、キャスター、有識者等）の発掘と活用
- 2)観光振興施策検討の場への文化系・自然科学系学識経験者の積極的登用など産学官連携体制の強化

地域再生プログラムのスキームを活用

「観光交流空間づくりモデル事業」は採択のハードルが比較的高く、選定箇所数に制約がある。自治体にとって活用が容易な国の支援組織として、平成16年2月27日に「地域再生本部」が決定した「地域再生のためのプログラム」で「共通プラットフォーム」、「地域再生支援チーム」、「特定地域プロジェクトチーム」等の検討の枠組みを活用して、観光を核とした地域振興の方向性や特定地域における具体策の検討を進める必要がある。

おわりに

21世紀初頭における中国地方の公共交通サービスと観光振興のあり方については、以上のとおりであるが、本答申は、国の関係行政機関、地方自治体、交通事業者に加え、地域の住民等が一体的、積極的に、21世紀初頭の地域の公共交通サービスや観光振興のあり方を模索して、実現していくための契機となることを願って示した一つの施策指針というべきものである。このため、本答申では、中国地方における公共交通と観光をめぐる「現状と課題」をできる限り細かく把握・整理した上で、これに対する施策については、中国地方内を中心とする具体的な先進事例等を参考に、「具体的な施策の方向」として示すことで関係者の合意形成の第一段階となるよう配慮した。

また、「はじめに」で記述したとおり、本答申後は、概ね年に1回の頻度で答申に盛り込まれた施策内容について、フォローアップを行うこととされており、答申に盛り込まれた施策内容に対応する具体的な改善方策の実施状況等について、適切に把握及び評価が行われることを期待するとともに、経済・社会の状況や交通需要の動向に応じて適宜施策内容についても再検討を加えていくことが必要である。また、本答申の具体化にあたり、広範な関係者による合意形成が必要な重要課題が生ずれば、関係者間で積極的に議論が行われ、合意形成が図られるべきであると考えます。

最後に、地域の個々の課題への具体的な改善方策については、本答申で示した施策指針を参考として、地方公共団体等が中心となり、住民のコンセンサスづくりを経て選択・実現していかなければならないものであるが、その際には、改善方策の実現に向けて、本答申において示された共通の問題認識のもとに、国の関係行政機関、地方自治体、交通関係事業者、さらに利用者である地域住民・企業等による密接な連携が図られることを期待するものである。

21世紀初頭における中国地方の
公共交通サービスと観光振興のあり方について
(答申)

中国地方交通審議会
事務局 :中国運輸局企画振興部企画課

広島県広島市中区上八丁堀 6番 30号
広島合同庁舎 4号館
TEL 082 - 228 - 8701
FAX 082 - 228 - 9412