

中国地方の訪日外国人宿泊の増加に向けた

提 言

平成30年6月

中国地方のインバウンド宿泊増加に
向けた観光に関する意見交換会

目次

はじめに 中国地方の外国人観光客を巡る状況について	1
<u>I. 中国地方の魅力の増大に向けて</u>	2
1. 中国地方の魅力とは	
～ 古くからの歴史・伝統文化、多島美の瀬戸内海など ～	2
(1) 固有の歴史・文化	2
(2) 自然・景観	2
(3) 飲食	2
(4) 二次交通の魅力	2
2. 中国地方の魅力向上のために	
～ 地域の伝統文化を活用し、楽しみを売り出すために ～	3
(1) 歴史的資源を活用したまちづくり	3
(2) 街や温泉街における夜の賑わいづくり	4
(3) 食や自然を生かした取組み	5
(4) 中山間地域・離島での滞在型観光の促進	6
(5) 富裕層向けの観光資源の開発	7
<u>II. 魅力ある中国地方を知ってもらうために</u>	7
1. 訪日リピーター層・短期滞在層への取組み	
～ 独自資源の発信と地域空港の国際航空路線の維持・拡充 ～	8
2. 日本に長期間滞在する外国人への取組み	
～ 中国地方の魅力を伝え山陰・山陽の観光地をつないで滞在させる ～	9
(1) 中国地方への誘客について	9
(2) 広島からの周遊について	10
(3) 関西圏、福岡からの誘客について	11
最後に	
～ 中国地方のインバウンド振興に向けた関係機関の連携 ～	11
参考資料	12

中国地方の訪日外国人宿泊の増加に向けて

はじめに 中国地方の外国人観光客を巡る状況について

日本を訪問する訪日外国人は、2017年には2,869万人まで増加しており、今後も官民一体となったプロモーションや各観光地における受入体制改善等により増加が見込まれる。政府は2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人を目標として掲げ、政府一丸となって各種施策を進めている。それにあたっては、文化財や国立公園などこれまで保護が主体であった行政を観光客向けに開放していくなど、これまでの施策の転換も行われている。このように、我が国として多くの外国人を迎えるということは、世界の国際観光需要を取り込むことによる我が国の力強い経済を取り戻すこと、また人口減少、少子高齢化が進展する中における国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し社会を発展するなどの効果をもたらす、これが我が国の目指す観光立国である、試算によれば、定住人口1人当たりの年間消費額は、外国人旅行者8人分の消費に相当し、たくさんの外国人旅行客が訪問することによって、人口減少の影響を和らげることができるとも言える。

中国地方における2017年の外国人宿泊者数約167万人であり、順調な伸びを示している。また楽天トラベルによれば、2017年の楽天トラベル外国語サイト経由の予約人泊数の伸び率では島根県が1位、鳥取県が3位と、広域観光周遊ルート「縁の道～山陰～」による事業の成果が現れていると言える。しかしながら、2017年の全国に占める中国地方への宿泊者数の割合は、日本人を含めた総宿泊者数は5.2%を占めるのに対し、外国人宿泊者数は2.1%を占めるに過ぎない。外国人旅行客の動向を見ると、欧米豪からの観光客は京都・大阪の関西圏から直接広島に来て直接関西圏に戻る割合が比較的多く、中国地方への長時間の滞在に至っていない現状がある。現に外国人観光客消費動向調査では、欧米豪からの観光客の広島県への訪問率は関東、関西に次いで高いと言えるものの、その他の中国地方の県は低い（例：2017年外国人観光客消費動向調査によると、アメリカからの観光客を見ると広島県への訪問率は8.0%（全国6位）に対し、鳥取県0.3%、島根県0.3%、岡山県0.6%、山口県0.6%）。

また、日本にリピーターとして訪問することの多いアジアからの観光客は中国地方の各空港の国際線の拡充と共に訪問数を伸ばしているものの、外国人宿泊数ということに焦点を当てると、2017年は隣の関西地域は1,970万人泊、九州地域は751万人泊と数は圧倒的に少ない。そのような状況を反映し、2017年の地域ブロック別の全国の訪日外国人旅行消費額単価では、中国ブロックは最下位となっている。

本意見交換会では、2020年までに中国地方における延べ外国人宿泊者数を320万人にする目標を達成するため、以下の2つの観点から議論した。

まずは、中国地方への長期滞在の実現のため、宿泊してでも行きたくなる中国地方の魅力の増大という観点。もう1つが、旅行先として中国地方を選択して頂くための様々な方策である。実現に当たっては単に認知度を上げることに注力するのではなく、

中国地方に行きたくくなるような観点で魅力を伝え、また来て頂いた観光客をリピーターにつなげられるよう観光地等の受入体制やおもてなしを着実に整える必要がある。

I. 中国地方の魅力の増大に向けて

1. 中国地方の魅力とは

～ 古くからの歴史・伝統文化、多島美の瀬戸内海など ～

(1) 固有の歴史・文化

中国地方は、古くからアジアとの玄関口となっている九州地方、また長らく日本の都があった関西地方の間にあり、これらの地方との交流を通じて、歴史的な史跡や文化が根付いている。特に世界に誇る観光地である広島平和記念公園、宮島、また世界遺産登録の石見銀山など、世界に価値を認められている資源が複数存在している。

また、日本3名園とされている後樂園や神話の国島根の出雲大社、明治維新の志士を数多く輩出した山口の萩など歴史的資源や世界的にも有名なマンガ作家の世界が楽しめる青山剛昌記念館をはじめ日本の歴史・現代文化双方を楽しめる要素があり、たたら製鉄や神楽など古くからの地域伝統芸能・文化を抱えている。

(2) 自然・景観

中国地方には大山隠岐国立公園はじめとする壮大な自然景観を抱えており、また温泉地も多数存在する。また多島美の景色が壮観で唯一無二な瀬戸内海、荒々しい日本海など風光明媚なスポットや夕日の名所も数多くあり、中山間地のスノーリゾートに加え、海・山を活用した体験メニューも多く期待できる。

(3) 飲食

中国地方には伝統的な文化を背景とした郷土料理や庶民料理、お酒が根付いている。瀬戸内海の温暖な気候や日本海側や中国山地の涼しい気候を生かした米や果物、魚介類など様々な食の堪能も可能である。その他、お好み焼きや瓦そばなどのその地域で独自に発展してきたメニューも楽しめる。

(4) 二次交通の魅力

観光資源としてみれば、広島市、岡山市を走る路面電車、山口を走る SL 機関車、一畑電鉄や若桜鉄道などレトロな列車が走る地域がある。また、山陰線や瀬戸内のローカル線を走る列車から見る田園や瀬戸内海の景色は他の地域では見られない魅力を持っている。本年7月からは JR グループによる山陰デスティネーションキャンペーンが開催され、様々なイベント列車の運行等が行われる。

また、山陽新幹線により関西や九州からのアクセスは容易であり、また中国地方各地に空港があり羽田空港との路線を有していることから首都圏からの移動時間も短

い。中国地方の周遊に向けての交通をみると、JRによる周遊パス、ビジット広島ツーリストパスなど交通事業者の枠を超えて地域内の周遊ができるチケットがあり、また中国・四国地域の高速道路を割引額で自由に走行できる山陰・瀬戸内・四国エクスプレスウェイパスなどがあり増えているレンタカー利用旅行者にとって利便性が大幅に向上している。今後、地方においては厳しい環境にある公共交通事業ではあるが、多言語化など更なる改善の余地はあり、観光客の取り込みに向けての更なる取組みを官民一丸となって進めていくことが求められる。

2. 中国地方の魅力向上のために

～ 地域の伝統文化を活用し、楽しさを売り出すために ～

日本の地方部を訪問する外国人が明確に伸びている。中国地方に隣接している関西、九州には多くの外国人旅行客が訪問しており、新幹線を利用すると移動時間はそれほどかからないし、JR や高速道路を利用した場合のエリアをまたがった周遊切符も出始めている。これらの訪日外国人を中国地方に呼び込むためには、日本の数多くの観光地から中国地方への訪問を選択してもらうよう、中国地方に他地域とは違う魅力を磨き上げ、ブランドイメージとして認識もらえるようにすることが求められる。

また現在、外国人観光客の訪日旅行は個人旅行が急速に増加しており、日本旅行に求めるニーズや旅行形態は多様化している。中国地方では各地域に多様な魅力があるので、それぞれの観光資源がどういった国籍・層の方に一番伝わりそうか、また狙いをつけている層に伝わるには何を加えたらいいのかを各地で調査していくことが重要である。そういう取組みを通じて、各地がインバウンド観光客誘致に関心を持ち、官民が一体となって進めていく機運が高まっていくきっかけともなり得る。

このような各地の取組みだけでなく、中国エリア全体又は山陰・瀬戸内地域として、外国人観光客を滞在させるために何を売りにするのかを、より大きなエリアでも検討し、中国地方に目を向けさせるように誘導していくことも併せて行うべきである。平和記念公園、宮島に続く中国地方を代表する観光資源を地域全体で育て広く伝えていくことで、広島を中心とした中国地方全般を周遊できるコースができる。そういう取組みを行っていくべく、広域的に観光を所掌している機関と地域行政、DMO 等において、山陰と山陽地域が連携しつつ地域戦略に則って連携して進めていくものである。

そういう状況を踏まえ、以下の観点から中国地方の魅力増大に向けての取組みを記載する。

(1) 歴史的資源を活用したまちづくり

歴史的資源を活用したまちづくりは、地域の資産である古民家等の歴史的建築物を宿泊施設、レストランなど地域再生の核となる観光資源として活用する取組みであり、それによって、内外からの旅行者の増加、交流人口の拡大等の効果を見込むことができる。政府としても、2020年までに全国200地域での取組みを目指すべく、「歴史的

資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」(議長：官房長官)を立ち上げ、意欲ある地域を官民一体でワンセットで支援する体制を整備した。

中国地方においては、山間部や山陰地域を中心とした日本の原風景の味わえる地点、瀬戸内海等の多島美あふれる風光明媚な海と島の景色が楽しめる地点が多く存在する。更に、古くから大陸から京都・大阪への航路としての活用や、また日本史上に様々な歴史的場面を刻んでいる史実があるなど歴史的な遺産も数多く存在する。これらと歴史ある農村・漁村のもつ地域資源・建築物とを組み合わせ、地域の郷土料理、体験型の娯楽活動、伝統的家屋での宿泊をはじめとした滞在型の観光を楽しむことができる。この中国地方での古民家等の歴史的資源を活用した事例を収集すると共に、成功事例を広く情報発信し、各地域が具体的に取り組めるイメージを持てるようにすることが重要である。また、各市町村が自らの町の歴史文化や強みを認識し、それを観光振興という形で活用させていくことが、外国人旅行者等との交流を生み地域活性化につながるのと、考えを持っていただけるよう、関係機関が協力し取組みの後押しにつなげていくことが必要である。

(2) 街や温泉街における夜の賑わいづくり

外国人観光客の「モノ消費」から「コト消費」への消費動向の変化を踏まえ、最先端の観光コンテンツの育成を政府としても進めているところであり、その中でナイトタイムの観光資源開発は重要な役割を占めている。ナイトタイムの楽しみがあればその地に宿泊する強い動機付けとなり、当該地域の消費の増加に大きく寄与する。政府としても2020年に外国人観光客の消費額を8兆円にするとの目標を掲げている。

中国地方には、人口100万人を抱える広島をはじめとする大都市から、ひっそりとした山奥の温泉街など様々な宿泊地を抱えている。中国地方のナイトタイムの楽しみとして、この大都市における様々なエンターテインメントの他、山陽地域の工場集積群を活用した夜景、中国地方の古くから伝わる神楽を夜に公演するなどの取組み、また、豊かな自然を生かした鳥取県による「星取県」としての取組みなど各地で工夫されたオリジナルメニューが存在し、多様なメニューを提供できるポテンシャルがある。広島市などでは、本年4月から広島県が音頭をとって「サムライショウ」や尺八の演奏、日本舞踊など外国人観光客向けのイベントを定期的開催するなどの取組みが始まったが、現時点において全体としてその動きは弱いと言える。主要な商店の多くが夕方には閉まってしまい、ナイトタイムには宿泊施設の中での活動が中心となっている観光地が存在している。各地においてナイトタイムに大きく見込まれる消費をどのように取り込んでいくかを検討すべきである。そのためには商店や娯楽施設の営業時間の延長等の取組みの他、外国人旅行客が求めているその土地ならではの、例えば郷土料理を食べながら郷土芸能を楽しめる飲食や温泉街の屋台など夜の雰囲気を楽しむといった、歴史や食文化、夜の雰囲気や娯楽など地域の魅力を生かした夜に外出させるツアー造成等を各地で実施し、夜の楽しみとして売り出すことが重要である。また都市部では、居酒屋など日本の習慣が楽しめる場所や日本人と交流できる場所など

に安心して行けるよう、多言語表記等のソフト面の対応も求められる。

それらのツアー情報や外国人にも対応しやすい店舗情報等を地域の観光案内所やホテルで共有し、問い合わせに応じて対応できるようにする仕組みを構築していくことが必要である。さらに、宿泊施設が泊まるためだけではなく地域の情報拠点として夜に楽しめる店の紹介などができるような機能を果たすようになれば地域の活力増大にもつなげることができる。

なお、現に中国地方には神楽文化が根付いており、広島をはじめとする様々な地域で夜神楽を開演している。これらの取組みが地域の消費増大に結びつくよう検証していくことが、地方経済の維持につながる。特に観光客がインスタグラム等ビジュアルを中心にした情報発信を多用する傾向にあることから、夜の魅力ある観光資源を積極的に使用すること、夜に行われる各地の行事について地域に根付いた文化・慣習を外国人目線でわかりやすく伝えることも併せて考える必要がある。

このように観光地における夜の賑わいづくりのためには、魅力あるコンテンツづくりや多言語での解説などのソフト対策、道路・公園など公共空間の活用や既存建築物の有効活用などハード面の整備、深夜における公共交通の充実などの課題もあり、多様な関係者の連携が求められる。

(3) 食や自然を生かした取組み

2016年の訪日外国人消費動向調査によれば、旅行消費額における飲食費の占める割合は20.2%となっている。また、訪日前に期待していたことを複数回答で尋ねたところ71.2%が「日本食を食べること」と回答し、単一回答で尋ねたところでも26.0%が「日本食を食べること」と回答し割合としては一番多かった。このように、日本食は観光客誘客の有力な資源となっており、さらに日本食の中でもその地域にしかない郷土料理は観光客を引きつける重要な要素である。

中国地方には地域郷土料理やB級グルメ、地酒といった独自の食文化が存在する。まずは各地がそれぞれ独自の魅力を磨き上げると共に、それらを観光メニューとセットで食を楽しみ、「食」を外国人旅行者にとって「その地域で是非体験したいこと」として楽しめるよう、総合的に地域を売り出すことが重要であり、それを広域DMOや中国地方全体で情報発信することが求められる。またその食文化はどのような背景から生まれたのか、他地域の食文化とどのように違うのかといったことも併せてわかるようにし、差別化を図ることが重要である。ただし、長期滞在の旅行客は毎回和食や郷土料理を食べるというわけではないので、広域周遊には中国地方において多様な種類の食事が楽しめるようにすることや、様々な食習慣をもつ外国人観光客に安心して飲食してもらえるような表記等の対応が必要である。

なお昨年、中国運輸局、中国経済連合会の合同で、ベジタリアン・ムスリムセミナーを開催し、たくさんの関係者が聴講に訪れた。また、中国地方のベジタリアン・ムスリム対応の飲食店を広く情報発信している。世界的な人口規模からみると、ムスリムやベジタリアンは大きなマーケットであり、広島空港でのシンガポールへの国際定

期便就航により特に東南アジアからのムスリムなどの中国地方への訪問の増加が今後見込まれる。これらの方々が食事に関する心配をすることのないよう、中国地方においてこれらの方々が多様な飲食サービスが安心して楽しめる場所を多くし、それを広くPRすることが求められる。

また、中国地方域内には大山隠岐国立公園、瀬戸内海国立公園の2カ所の国立公園があり、特に大山隠岐国立公園においては中国四国地方環境事務所にてインバウンド観光客増加に向けての満喫プロジェクトが策定された。自然環境体験はメニューが充実すれば長時間楽しめる。国立公園への誘客を進めるため、関係機関が互いの強みを生かし連携して進めていくことが求められる。

(4) 中山間地域・離島での滞在型観光の促進

中国地方の中山間地域・離島は他の地域では見られない独特の地勢を持つ魅力的な地域である。春夏には山岳リゾート、マリナーリゾートとして、秋には紅葉の名所として、冬にはスノーリゾートとして雪を活用した観光メニューが活用できる。また伝統的な家屋、田畑、漁村風景など日本の原風景や豊かな自然が楽しめる地域となっている。しかしながら、知名度が高くない故に、宿泊施設が少なく、滞在時間も短い。政府では、これらの農村漁村の所得向上を目指し、農泊の推進を進めている。この農泊の推進のための交付金制度も措置されており、これらの支援策を積極的に活用し、滞在を進めていくことが求められる。

特に中国地方には、他の地域にない多島美が楽しめる穏やかな瀬戸内海を有している。これらの景色とアクティビティが味わえるしまなみ海道のサイクリングは国際的にも有名である。瀬戸内海の離島ではその落ち着いた雰囲気のみならず日本の伝統的な漁村の他、温暖な気候に加え豊富な魚介類、蜜柑をはじめとした果物などその地ならではの資源を持つところが多い。このような瀬戸内海の離島は中国地方を代表する観光地となり得るポテンシャルを有しているし、島の生活を満喫しながらの滞在という観点からの売り出し方もできる。

また山間部は1メートルを超える積雪があり、スキー場などのスノーリゾートも存在している。特にアジアからの観光客は雪に興味を持っている。アジアからの距離が近く気軽に行ける感のある中国地方であるが、高速道路網の整備により車でのアクセスが容易となった広島等での都市観光と海・雪とのふれあいを組み合わせたツアーや、広島発の1日ツアーの造成も可能である。

これまでの観光振興の中ではさほど重要視されなかった中山間地域、離島の観光資源であったが、幅広い旅行ニーズを持っている外国人観光客を大変引きつける可能性を有するものである。ビジットジャパン事業等で海外旅行社のファムツアーやブロガー招請等を活用し、しっかりとこれらの地域を取り上げてもらい、まずは外国人に楽しみを知ってもらうこと、またそういう魅力が身近にあることを地域が自覚し、地域振興策としての観光を認識することが必要である。

(5) 富裕層向けの観光資源の開発

観光による消費効果を高めるには、富裕層の誘客が重要となる。中国地方には、歴史的な街並みや伝統的な古民家に滞在して静かでゆったりとした時間を過ごせる地域も多く、瀬戸内海地域では、山海の豊富な食材を利用した洗練された和食の他、水陸両用機や高級クルーズ船の運航など、雄大な多島美をふんだんに楽しめる要素を生かした、富裕層向けの観光サービスが整いつつある。彼らの求めているニーズを調査の上、観光体験メニューの充実を進めていくことが求められる。また富裕層を如何に地域により長く滞在させるかという観点で、周遊滞在のモデルプランや各旅行者のニーズに合わせてのプライベートツアーを設定し、富裕層を対象に集中的な売り込みが必要である。中国地方において海外の富裕層滞在を狙った施設等はまだまだ少ないと思われるが、今後、多種多様な訪日外国人が来ることやその消費効果を鑑みると、富裕層を満足させられる宿泊施設や観光コンテンツの充実に向けて、関係者が一丸となって取組みを進めていくことが求められる。

II. 魅力ある中国地方を知ってもらうために

日本を訪問する訪日外国人は国籍ごとにそれぞれの特徴がある。日本から近い東アジア諸国からの旅行者は、1回当たりの日本の滞在が短い一方で、日本のことを熟知し訪日5回以上といったリピーターが比較的多い。実際に中国地方の各空港にはこれらの国からの国際定期便の便数が増加している。一方で、欧米豪といった日本から遠い国からの旅行者は1回当たり14日以上日本に滞在する割合が比較的多く、旅行中の消費も多い。また日本への旅行に期待する事項も国籍によって傾向が異なる。例えば、訪日外国人消費動向調査によれば、アジア諸国からの観光客は温泉入浴やショッピングといったものに期待を寄せる割合が多いのに対し、欧米豪からの観光客は日本の歴史・伝統文化体験や日常生活体験に期待を寄せる割合が高い。

多くの外国人観光客は日本入国前に個人のブログや旅行会社やJNTOのホームページなどネットで情報を仕入れることが多い。これらのことから、観光客の国籍や年齢層などその訪日目的ごとに周知戦略は分けていく必要がある。例えば各地域で外国語パンフレットやホームページの作成等を行っているが、単に日本語版を訳すのではなく、各国の旅行ニーズに合わせ言語ごとに各国の観光客に構成を変えることなどである。また、日本滞在中の旅行情報源ではスマートフォンによる情報取得割合が多いことから、それぞれのホームページがスマートフォンでも見やすい画面になるような伝え方の工夫が求められる。

株式会社日本政策投資銀行における調査（「中国地方におけるインバウンド推進に向けて」）によれば、中国各県の認知度を見ると、広島県が群を抜いて高く、それ以外はさほど高くないという結果が出ており、また観光庁の訪日外国人消費動向調査では、欧米豪からの観光客の広島県への訪問率は全国でも上位に入る一方でそれ以外の訪問率は低い。まずは、欧米豪市場に向けて中国地方、特に広島を中心としたエリアの

魅力をあらかじめ伝えることにより実際にゴールデンルートに加えて中国地方を訪問したいと思わせるようにすることが必要である。また、外国人観光客は SNS や口コミサイトの情報を旅行の参考にすることが多いことから、アジアや欧米豪から実際に中国地方を訪問した観光客の満足度を向上させて今後のリピーターにつなげていくという観点からも取り組むべきである。

1. 訪日リピーター層・短期滞在層への取組み

～ 独自資源の発信と地域空港の国際航空路線の維持・拡充 ～

観光庁の宿泊統計調査の結果を見ると、中国地方各県の外国人観光客宿泊者の国籍割合は、岡山県は台湾人、山口県は韓国人といった各県内の空港に就航している国際定期便の就航地の国籍の割合が多い傾向にある。現に中国地方の空港にはアジアからの国際定期便が数多く運航している。これらの便の利用者は既に訪日経験があり、ある程度中国地方のことを知っており興味を持って頂いているケースが多いと思われる。現に訪日外国人消費動向調査では、東アジア諸国（韓国、台湾、中国、香港）からの観光客は、リピート回数が多いほど中国地方への訪問率が高いとの結果が出ている。中には、外国人がまだ誰もいない地域に行ってみたいというニーズをもった観光客もある。このような特定の目的を持った方々に対しては、次も中国地方へのリピーターとして当該地域やその周辺を周遊してもらえるべく、旅行の満足度をあげることを目指すべきである。そのため満足度を高めるべく、受入環境の整備はもちろんのこと、観光案内所や宿泊施設等で周辺の魅力的な観光資源、また知る人ぞ知るといった穴場的な場所の紹介ができるよう、各地域・市町村で旅行者のニーズに合わせた戦略を立てた上で関係者が取り組むことが必要である。

また、これまで中国地方を訪問したことの無い訪日リピーター層に対しては、まずは中国地方各地にある独自の観光資源や興味の高い温泉等を発信することにより興味を持たせることが重要である。また最近では地域の風景、食べ物、地域のお祭りなど写真映えするフォトジェニックな観光資源を撮影しそれを SNS にて発信する旅行者も増えていることから、そういった口コミ効果を狙った PR を展開することも必要である。アジア地域から日本各地の地方空港にも国際定期便は就航しており、訪問先を選ぶに当たりこれらの地域よりも中国地方の各地域に訪問する動機付けをしなければならない。そのためせとうち観光推進機構、山陰インバウンド機構をはじめとする広域観光主体のほか、航空路線の維持・拡充に向けて各県・地域の観光部署と航空部署が一体となって誘客や地元空港の利用促進、また海外都市との交流に取り組むなど観光地点や地域名で認知度を向上させ、魅力を伝えていくことが効果的であるといえる。それが軌道に乗ってくれば、既存の中国地方発着の国際定期便の増便や新たな就航先の開拓等の拡充も視野に入れ、各地域から就航地先に向かうアウトバウンド需要の増大と併せて、地方空港の国際戦略として関係者間で検討すべきである。その他、中国地方から近距離にある関西国際空港、福岡空港を拠点とした各地域の周遊ルート、

滞在メニューも就航地先等の市場に強力に広報していくことも求められる。

それだけではなく、これらの中国地方の観光に興味を持った外国人観光客にプラスアルファの情報提供により、中国地方での滞在時間を延ばしていく工夫も求められる。そのためにも、中国地方の各観光地の紹介 HP 等を互いにリンクさせることや観光案内所で近隣地域の魅力や公共交通等のフリーパスやレンタカー等を利用しての観光周遊の案内ができるようにするなど、関係者が広域周遊を意識できるような取組みも考えるべきである。その際、レンタカーの利用を想定した道路案内標識の英語表記の改善・充実、道の駅のトイレの洋式化、Wi-Fi ポイント整備など利用環境の整備も必要である。

2. 日本に長期間滞在する外国人への取組み

～ 中国地方の魅力を伝え山陰・山陽の観光地をつないで滞在させる ～

欧米豪を中心とした日本に長期間滞在する観光客は、いわゆるゴールデンルート周遊の他に地方部を訪問する機会があると考えられ、その中での中国地方への誘致を目指す、またゴールデンルート以外で比較的多くの外国人が訪問する広島から中国地方への滞在周遊を図るといった観点からの取組みが必要である。

(1) 中国地方への誘客について

中国地方には、日本の他の地域と差別化できる観光資源が存在するが、世界遺産である平和記念公園、宮島は知名度が突出しているものの、それ以外の観光資源は知名度が低い。

まずは、広島を中心とした中国地方の魅力を伝え知名度をあげていくと共に、中国地方を訪問したとしても平和記念公園・宮島のための滞在に終わらないよう、それらに続く外国人観光客にインパクトのある既存の観光資源を中国地方として育て、広島と合わせた周遊コースを確立することでより深く中国地方の魅力が味わえることを広く PR し、実際の宿泊数の増加につなげていくことが重要である。長期滞在の多い欧米豪からの観光客は日本の伝統文化・食体験や史跡めぐりといったものに興味を持つ傾向にある。例えば、世界に唯一無二の多島美の落ち着いた風景の味わえる瀬戸内海を生かした離島滞在や食体験、山陰地域では古代日本における神話の舞台となった日本の原風景や日本文化の味わえる史跡・博物館巡りや神楽などが候補としてあげられる。エリア全体でこれ、という形で育てていくことである

それには各地域でセールスを行うよりは中国地方、瀬戸内、山陰といった大きな規模の中で、上記の誰もが知る観光資源に加え魅力ある着地型ツアー、体験プログラムが楽しめるという形でのセールスやその積極的な PR を実施することが必要である。誰もが知る観光資源と「瀬戸内」、「山陰」、「山陰・山陽」という名称をリンクさせる形で地域全体の知名度向上を図り、外国人観光客に実際に足を向けさせる取組みが期待される。

また、途中で旅行先を変えられる旅程自由型の旅行者へは、日本滞在のなるべく早い時期に誰もが知る観光資源に加えその近隣の中国地方の魅力を伝えていくことが必要である。成田空港、羽田空港、関西国際空港近辺や首都圏、関西圏の観光案内所等における中国地方の観光情報のPRを強化し観光案内所等で中国地方の魅力が伝えられるような人員の配置や育成などの取組みを行うことである。

(2) 広島からの周遊について

中国地方に来る外国人観光客のうち、広島を訪問する観光客の比率が最も高い。実際に広島に来ている外国人観光客には、広島の一部のみの観光に終わらせることのないよう、上記と共に来日前又は来日して早い段階での広島を起点とした面的な広域観光周遊コースや広島発の観光ツアーを示すことが求められる。訪日外国人の多くが所持しているジャパンレールパスは新幹線も利用可能であり、あらかじめ岡山や山口の魅力が伝えることができれば、広島から容易に移動が可能なることからこれらの地域への観光客の訪問が期待される。瀬戸内や山陰、また広島の観光案内HPのアクセス数を増やすための取組みだけでなく、そこからどのような周遊ができてどういった楽しみがあるのかを示していく必要がある。

また、広島には、ビジット広島ツーリストパスなど広島中心部だけではなくその周辺も周遊できる外国人向けのフリーパスがいくつか存在する。ビジット広島ツーリストパスは10,000枚以上売り上げているが、このフリーパスをうまく活用させること、範囲拡大等によるサービス向上は、広島のみならず周辺地域への誘客に向けては有力な手段であるといえる。

その他、広島の観光案内所、宿泊施設にて、広島発の観光客個々のニーズに応じた観光ルートを紹介できるような取組みを進めるべきである。地域伝統芸能を体験したい客には神楽の本場を見せる周遊、自然を楽しみたい客には三段峡や瀬戸内海の島々を巡る周遊を紹介するなどである。各地・自治体の外国語版パンフレットは観光案内所等で充実してきているが、地域としてニーズに合わせた具体的な周遊の提案ができるべく、観光案内所や宿泊施設における案内人員を育成するような施策が必要である。例えば、昨年広島駅に開設されたJNTO カテゴリー3認定の観光案内所には、非常に多くの外国人観光客が訪問しており、平和記念公園や宮島以外にも広島近隣のお薦めの観光地や過ごし方などの問い合わせもなされている。そういう案内員が一日若しくは半日で周遊できる具体の観光周遊ルートを紹介する場面で、近隣の観光地の紹介がしっかりと行われることにより広島近辺、中国地方での滞在が長くなるようにすべく、観光案内所の機能強化を関係機関が連携して取り組むことである。また二次交通で行くことが困難な地域へはレンタカーを利用することが有力な手段であり、レンタカー利用での周遊を示すことができれば観光案内サービスが向上すると思われる。

中国地方には、せとうち観光推進機構と山陰インバウンド機構という山陽、山陰に2つの広域DMOがある。これらの連携、山陰と山陽を観光周遊の面で様々な場面で連携を図り、中国地方を縦で結ぶルートの構築を関係機関で進めることも有力な手段といえる。

(3) 関西圏、福岡からの誘客について

中国地方は関西、九州の間にあり、新幹線を利用すればすぐに移動できる距離にある。また現に関西、九州には多くの外国人観光客が訪問している。関西には大阪、京都という代表的な観光地、九州は福岡を中心に九州全体での周遊ルートがあり、近くとはいえこれらの観光に加えて中国地方まで足を伸ばす動機付けを行っていくことが必要となってくる。まずは関西や九州の宿泊施設や観光案内所、またホームページ等で広域周遊を促すべく中国地方の情報を扱っていただき、興味を抱かせる取組みや、関西・九州発のオプションツアーの中で中国地方を取り上げてもらうようなツアー造成から始めることである。

また、JRにて関西や九州から中国地方を周遊できるパスも発売されていることや実際の外国旅行社招請事業でも関西国際空港や福岡空港から入出国するケースが多い。中国地方単体で売り出すよりも、関西や九州の観光と中国地方をセットにして売り出した方がいいケースがあることも考える価値はある。今後、そのようなプロモーションのあり方を中国地方の広域観光推進事業組織の関係者で検討し、早期に実施していくことが求められる。

最後に

～ 中国地方のインバウンド振興に向けた関係機関の連携 ～

中国地方のインバウンド観光の振興については、多くの観光関係者が日々努力を重ねている。ただ、これらの関係者の実施している事業が重複していると効果は限られる。そのため多くの関係者が互いに連携し合い進めていくことが必要である。政府機関である中国運輸局、中国地方整備局、各県・市町村の行政主体、中国地域観光推進協議会、広域連携DMOや各DMO、民間組織など観光推進組織が中国地方の観光課題についての認識を共有し、それぞれが日本全体の取組みや国際観光のトレンド、他地域の取組み、中国地方各地の取組みを把握しながら、各自の戦略や施策の展開を行えるようにすることが重要であり、今後もそのような連携体制が整えられるよう取り組んでいく必要がある。

中国地方のインバウンド宿泊増加に向けた 観光に関する意見交換会

1. 状況

政府は、観光立国推進基本計画の中で、2020年に訪日外国人旅行者4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円、地方部での外国人延べ宿泊者数7,000万人泊の目標を掲げている。ここ中国地方においても、2017年の外国人宿泊者数は137万人泊であったが、2020年には320万人泊を目標としている。中国地方でもそれに向けて、各県、広域連携DMOの各組織や、VJ事業戦略などを立てて取り組んでいる。

2. 意見交換会

このような状況に鑑み、中国運輸局が中心となって、中国地方を統括する観光関連の官民機関を集め、外国人宿泊者数の目標達成に向けて、意見交換の場を設定する。

意見交換会では、2020年に向けた目標が設定されている中国地方の外国人宿泊者数増加に向けた取組みを中心に議論する。

具体的には、中国地方の外国人宿泊者数増加に向けて大きく、①中国地方の新たな観光地魅力づくりへの取組み、②中国地方の魅力の周知、大都市圏から中国地方に訪問させる取組み、広島を中心とした周遊のための取組み等の2つの話題に絞り、官民機関からの意見を募り、最終的には、これらの方策を取りまとめることとする。

意見交換会で出された事項は、ブロック会議はもちろん様々な取組みにフィードバックさせるなど関係機関が適宜連携する形を取る。

3. メンバー

中国運輸局（座長・事務局）、中国地方整備局、（一社）中国経済連合会、中国地域観光推進協議会、（一社）せとうち観光推進機構、（一社）山陰インバウンド機構、（公財）中国地域創造研究センター（有識者）。

なお、途中、在住外国人（ホテル従業員等）などからの意見を聴取する機会を設ける。

4. 議題

中国地方の外国人宿泊者数を増大するための取組みについて。

- ①中国地方の新たな観光地魅力づくり（例：古民家再生の情報発信、夜の賑わい、食・自然の活用、体験メニューの活用など）
- ②中国地方の魅力の周知、大都市圏から中国地方に訪問させる取組み、広島を中心とした周遊のための取組み等

5. 予定

2, 3回の議論の後、6月を目処として中国地方の外国人宿泊者の増加に向けた方策をまとめる。その後は、その時々状況に応じて中国地方の観光に関する課題を話し合う場として、意見交換会自体は存続させる。

中国地方の訪日外国人宿泊の増加に向けた提言

編集・発行 平成 30 年 6 月

中国地方のインバウンド宿泊増加に向けた観光に関する意見交換会

(事務局) 国土交通省中国運輸局観光部

〒730-8544 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 (観光部代表) FAX: 082-228-9412

URL: <http://www.tb.mlit.go.jp/chugoku/>

