

インバウンド観光の現状と課題

地方創生の観点からの考察

日本総研
小林味愛

わが国は、急激な人口減少・超高齢社会へと突入している。特に地方部から都市部への人口流入も進んでいることから、民間研究機関は、全国の半数の自治体を「消滅可能性都市」に指定した。このような中、地域が生き残るためには、①地域内のモノを特に地域外で売ること②地域外からの来訪者（観光客または移住者）を増やすことによる地域内での消費拡大―が必要不可欠であり、観光による地域経済・産業の活性化が求められている。特に、インバウンド観光については、人口減少に伴う国内旅行者数の減少などを背景に、地方創生の一つの処方箋として注目されている。本稿では、インバウンド観光を促進するための前提として必要となる地域の意識の醸成や人材の育成に焦点を当てて、地方創生の観点からその現状と課題を事例の紹介を通じて考察する。

求められる意識醸成

(1) 総論

わが国は、他国に先駆けて「人口減少・超高齢社会」の危機に直面している。国立社会保障・人口問題研究所の推計では、60年の総人口は約8700万人まで減少し、高齢化率は将来的に41%程度まで上昇する。

こうした傾向は地方部でより顕著であり、東京圏をはじめとした都市部への過度の人口移動も相まって、中山間地域では集落の維持・存続すら危ぶまれる状況にある。こうした現状を打破していくために、官民の垣根を越えて「地方創生」に関する議論が展開されている。地方創生において、観光も一つの重要な役割を担

うことが期待されており、特に、インバウンド観光については、人口減少に伴う国内旅行者数の減少などを背景に、地方創生の一つの処方箋として注目されている。

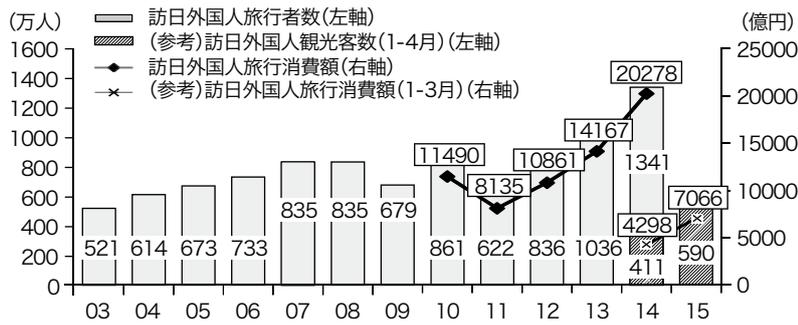
この点、アジア各国の経済成長やビザ要件の緩和なども背景に、訪日外国人旅行者数は増加傾向にあり、13年には1000万人の大台を突破

し、政府は30年には3000万人を達成するとの目標を掲げている。最新の統計では、15年1～4月の訪日外国人旅客数は590万人となっており、前年同期比で43.6%増となっている。また、訪日外国人旅行消費額は、調査開始の10年以降、翌年の東日本大震災による落ち込みを除き毎年増加傾向となっており、14年には2兆円を突破し、15年1～3月は7066億円と前年同期比で64.4%増加した（図表1、13頁）。

(2) 地域における観光の現状と課題

前述の通り、訪日外国人旅行者数は増加傾向にあるが、その訪問地は、東京から富士山を経て京都・大阪に至るいわゆる「ゴールデンルート」に依然として集中している。例えば、

【図表1】訪日外国人旅行者数および訪日外国人旅行消費額の推移



(注)2015年の実績は、訪日外国人旅客数は1-4月、訪日外国人旅行消費額は1-3月までの累計。
(出所)JNTO資料および観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに日本総研作成

都道府県別の訪問率は、東京都(48・5%)、大阪府(34・1%)、京都府(27・9%)が上位を占めている(図表2)。また、14年に「トリップアドバイザー」に投稿された外国語の口コミ数の都道府県別割合は、東京都、京都府、大阪府の3都府で全体の口コミ数の約6割を占めている。

そこで、今後さらなる増加が期待される訪日外国人旅行者をいかにして地域に呼び込み、地域内での消費を拡大していくかが課題となる。この点、「インバウンド」や「訪日外国人旅行者」と一言でいっても、地域によって訪日外国人旅行者の国籍・地域の順位は異なり、また、旅行形態も団体旅行ではなく個人旅行が増えていることから、地域ごとに適切なターゲットを選定し、そのニーズに応じて地域資源を観光資源として価値化し、移動手段の利便性向上、多言語対応、無線LAN環境整備などの受け入れ体制を構築し、え、効果的なプロモーションを実施する必要がある。

ただし、その地域を訪問することを「選択」してもらうためには、なによりも「その地域でしか経験できない魅力(その地域を訪問する理由付け)」を磨くという視点を常に念頭に置く必要がある。そして、これを実現するためには、その魅力のストーリーづくりも当然行う必要があるが、前提として、その魅力や魅力を磨くための取り組みに関する住民を含めた地域の様々な関係者の共通認識・意識の醸成、取り組みをリ

ドし魅力を伝える人材の育成が必要不可欠であり、また、最も難しいことでもある。特に、共通認識・意識の醸成については、住民のみならず既存の観光事業者もインバウンド観光推進に関する意識が低いとのアンケート調査結果もあり、事業者や住民も含めた地域の関係者が一体となつて取り組みを進めるための意識醸成が必要である(図表3、14頁)。

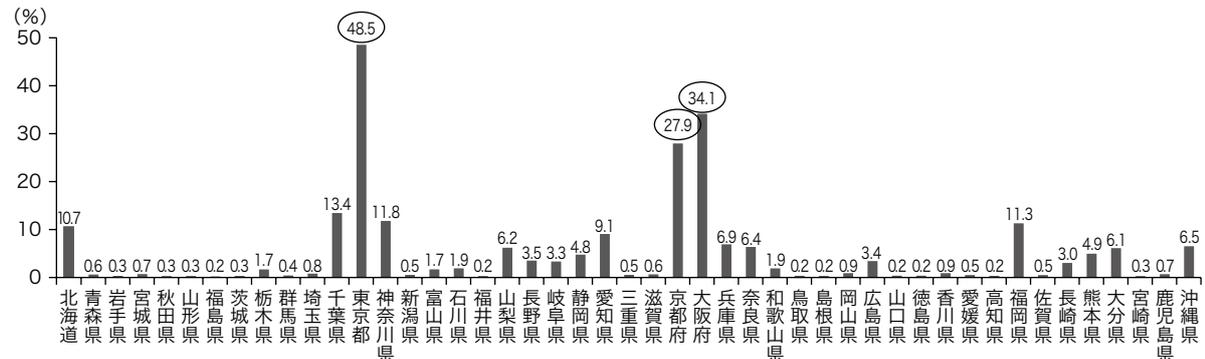
それでは、地域の様々な関係者の共通認識・意識をどのように醸成し、取り組みをリードし魅力を伝える人材を育成することができらるだろうか。当然、方程式のように共通の解は存在しないが、地域で実践され始めている事例を紹介することを通し、そこから得られる示唆を検討していきたい。

地域の取り組み事例

(1) 里山ツーリズムに関する住民の理解(飛騨市古川町)

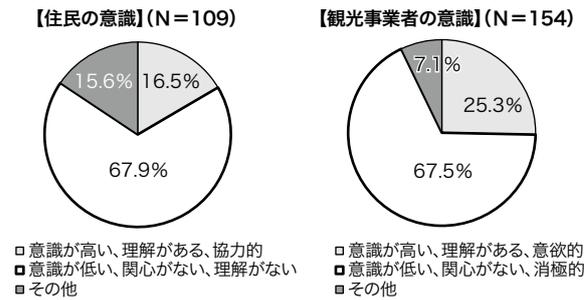
岐阜県飛騨市古川町では、訪日外国人向けツアーサービスなどを提供する「美ら地球」が中心となつて飛騨地域に残る景観、民家、文化などの「里山資源」を活用し、ツーリズムを通じて交流人口・定住人口を増

【図表2】都道府県別訪問率(観光・レジャー目的、2014年)



(出所)観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに日本総研作成

〈図表3〉インバウンド観光の推進に対する住民および観光事業者の意識



(出所)一般財団法人地域活性化センター「『インバウンド観光施策』の現状と課題 調査研究報告書」をもとに日本総研作成

やし、地域の里山資源が継承されることを目指した事業を実施している。具体的には、主に①飛騨里山サイクリング②アート&カルチャー③タウ&ビレッジウオーク④ロングステイ(貸家ビジネス)という四つのプログラムを実施しており、なかでも飛騨里山サイクリングの参加者数は、毎年2倍以上増加している。14年は年間約2000人を集め、そのうち約7割(約1400人)は、個人旅行割合の多いオーストラリア、米国をはじめとした外国人観光客であったという。この飛騨里山サイク

リングは、飛騨の田んぼや農作業の風景を観光客に見てもらおうのみでなく、たまたま居合わせた地元の人々との会話をはじめ、地域の日常生活に触れ合うことができるところが特長であり、外国人観光客の主要認知経路であるクチコミサイト「トリップアドバイザー」のクチコミ評価で日本一となるなど、外国人観光客を魅了し続けている。

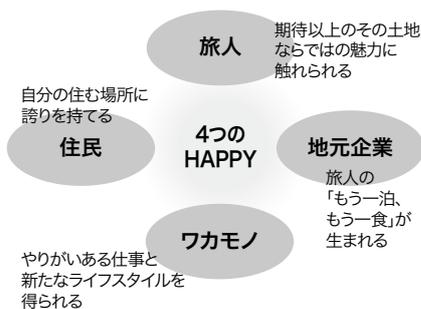
では、どのようにして地元の人々から受け入れられる体制が構築できたのであろうか。特に、「里山」というこれまで観光資源として活用されてこなかった住民の日常生活の一部を観光資源として価値化することについては、非常にハードルが高いと考えられる。観光は一般的には、観光客が地域を訪れることによつて発生する交通渋滞や風紀の乱れなどのいわゆる「観光公害」が懸念され、地域住民に疎まれる面があることも否めない。この点、「美ら地球」は、地元の人々との信頼関係を構築するために、「飛騨民家のお手入れお助け隊」をはじめとしたボランティアツーリズムや飛騨地域の古民家に係る調査の情報共有の場の設定など、日常から地域の人々と数多くの接点

を持つ取り組みを行っている。この「飛騨民家のお手入れお助け隊」は、お手入れを希望する住民の家を掃除するもので、ボランティア人材はインターネットで公募している。単に古民家を掃除するのみでなく、参加者が木の伝統的なふき方を学んだり、家主とコミュニケーションをとって楽しむことができる点が特長であり、海外からもこのボランティアツアーに参加するために来日する人もいう。

このように、単にボランティアツアーを実施したから成功しているというわけではないが、地域の理解を促進するために、地域の実情に応じて日常から地域の人々と数多くの接点を持つための地道な取り組みを実施し続けていることが、結果として外国人観光客を魅了できる観光資源の価値化に繋がっていると考えられる。さらには、外国人観光客の満足度のみならず、地域住民や地元企業などの満足度も向上するという好循環が生み出されている(図表4)。

(2) 教育旅行の受け入れのための住民の理解(奈良県明日香村)
奈良県明日香村では、飛鳥ニュー

〈図表4〉「美ら地球」が実施する事業の好循環の意識



(出所)「美ら地球」提供資料をもとに日本総研作成

ツーリズム協議会が主体となって、11年から教育旅行として学生を受け入れて民家ステイ事業を実施しており、12年からは海外の学生も受け入れている。同事業が始まった背景としては、明日香村の観光が日帰り中心の通過型観光であり、明日香村での消費額が少なかったことや、村内居住者の高齢化進展・産業の衰退など、村を取り巻く環境が厳しさを増しており、有効な地域活性化策を模索していたことなどがあつたという。

この民家ステイ事業では、みそ作り、農作業、寺社仏閣の手伝い、手打ちうどん作り、浴衣着付け、茶道の稽古、和菓子作り、まき割り、トレッキングなど、受け入れ家庭ごとに趣味や家業を活かした体験をすること

ができる。海外からは、アジアやASEAN（東南アジア諸国連合）各国をはじめとして、欧米や中東からも教育旅行生が数多く訪れており、12～14年度までの海外からの受け入れ人数（累計）は、約1300人を超える。

このような教育旅行生の受け入れは、明日香村の「若いファン」をつくることに繋がり、帰国後に次は家族で明日香村を訪れたり、大人になつてから再び明日香村を訪れるという長期的な視点からのリピーターになる可能性もある非常に有意義な取り組みである。ただ、1校受け入れるたびに数十から数百人の学生が一度に宿泊することとなるため、「語学の壁」も勘案すると、十分な受け入れ家庭を確保することが非常に難しいようにも思える。しかし、担当者が一軒一軒丁寧に説明に赴き、民家ステイに対する理解を促進することを繰り返してきた結果、徐々に受け入れ家庭が増えてきたという。当然、受け入れ家庭専用のマニュアルや年6回のセミナーなども実施されているが、一度受け入れを体験すると「もう一度受け入れたい」と希望する家庭も増え、仮に言葉が通じな

かったとしても、海外の学生も受け入れ家庭ともに満足するような環境を整えられつつあるという。このように、地域全体の協力を仰がなければ成し遂げることが困難な事業を実施する場合は特に、事業に関する共通認識・意識を醸成する必要がある。地道な取り組みが求められる。その際、(1)で述べた通り、事業に携わるそれぞれの関係者の満足度が向上するという好循環を生み出す仕組みを地域の実情に応じて構築する必要がある。

(3) インバウンド観光を担う地域人材の育成（富山県）

富山県では、①おもてなし力の向上②お客様に満足いただける観光ガイドの育成③魅力ある観光地域づくりをリードする人材の育成—を目指し、11年6月に「とやま観光未来創造塾」を開講した。当初からの設置コースは、①観光おもてなし入門コース②観光ガイドコース③観光魅力アップコースの三つであり、受講者が受講料を支払って一流の講師陣による指導を受けるもので、インバウンド観光の人材育成に特化したものはなかった。しかし、外国人旅行

者の急増などを踏まえ、地域資源を活かしてインバウンドツーリズムを企画できる人材の育成を目指し、15年度に同塾に四つ目のコースとして「グローバルコース」が新設された。これは、富山県内において外国人向けの着地型観光事業を起業できるプログラムプロデューサーの育成を目指すものであり、これまでの三つのコースと異なり、外国人向けツアーの現場で実際に働きながら起業・就業に必要な知識・技術を習得する雇用型訓練コースである。具体的には、前述した「美ら地球」での約半年間の実務研修や海外研修などが行われる予定であり、最終的には、実際に事業立ち上げが可能となるレベルの事業計画の策定が求められる。インバウンドの人材育成に関するこれまでの取り組みの多くは、観光事業者などを対象とした研修会や外国語対応のできるスタッフ・ガイドの育成に注力されてきたが、富山県が新たに取り組むグローバルコースは、地域のインバウンド観光を中心に担う事業者を生み出すという点で画期的な取り組みであろう。

結語

本稿では、インバウンド観光を推進するに当たり、必要となる地域の関係者の共通認識・意識の醸成や人材の育成について述べてきた。「インバウンド」というと多言語対応の問題に対応するための取り組みのみで終わってしまう場合も見受けられる。インバウンド観光を重視していく地域では、当然、言語に対応するための取り組みは必要なことである。しかし、インバウンド観光を真に促進するために欠かすことのできない根底にある取り組みは、地域の関係者の共通認識・意識の醸成、そして地域のインバウンド観光を中心的に担う人材の育成である。前述の通り、全地域に通じる全く同じ解決策があるわけではないが、これまで「他人ごと」であったかもしれないインバウンド観光を「自分ごと」として捉えられる環境を時間をかけて地道に作り上げていく必要がある。インバウンド観光の促進は、確かに地方創生において重要な役割を担っているが、このような取り組みを通じた地域の意識改革や人材の育成自体が地方創生そのものとも言える。