

観光振興対策特別委員会

I 特別委員会の設置

観光振興対策特別委員会は、平成30年4月臨時県議会において、観光振興対策に関する所要の調査活動を行うことを目的として設置されたものです。

II 調査活動の概要

我が国は本格的な人口減少社会を迎え、本県においても平成8年をピークに減少し続けており、人口減少に伴う地域経済の縮小や競争力の低下が懸念されます。このような中で地域経済の維持・活性化を図るためには、県外や国外からヒトやカネを県内に誘引し、県内における域内経済循環に資することが重要であり、観光は本県の地域経済を力強く牽引する重要な産業として期待されます。

国は、2020年訪日外国人旅行者数4,000万人の目標を掲げてインバウンドを中心とした観光施策（「観光ビジョン実現プログラム」）を展開しており、その成果として、平成30年の訪日外国人人数（推計値）は過去最高の3,119万人に到達しました。今後、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2025年の大阪・関西万博をはじめとした国際的なイベントが次々と開催されることから、国としても更に積極的にインバウンド対策に注力していくものと思われ、訪日外国人の更なる増加が期待されるところです。

また、今年のラグビーワールドカップを皮切りに、来年は東京オリンピック・パラリンピック、再来年はワールドマスターズゲームズと、世界的なスポーツ大会が毎年国内で開催される「ゴールデン・スポーツイヤーズ」を迎え、スポーツへの関心が更に高まる中、2026年には本県において2巡目の国民体育大会が開催されます。本県は長期間にわたり、温暖な気候や豊かな食を最大限に生かして、多くの種目を、そしてプロからアマチュアまで多層的にスポーツキャンプを受け入れてきた実績があります。これは他県にはない大きな強みであり、スポーツと関連した観光振興を図る好機となります。

このような状況を踏まえ、当委員会では、本県の観光振興についての課題の解決に向けて調査を行う観点から、①県内観光資源の充実に関すること、②インバウンド対策に関すること、③スポーツランドみやぎの充実に関することを調査事項として決定し、所要の調査活動を行ってきました。

調査に当たっては、関係部局に調査事項についての現状や課題、施策等について説明を求めるとともに、参考人を招いて専門的知見による意見を聴取したほか、観光関係団体との意見交換会や県内外の現地調査を実施するなど、様々な委員会活動を積極的に行い、現状把握等に努めてきたところです。

参考人を招いての意見聴取では、持続可能な地域づくりを通じた観光振興のあり方について、お話を伺い、意見交換を行いました。意見交換会では、「(公財)みやざき観光コンベンション協会」から本県の観光に関する現状や取組、課題等についてお話を伺い、意見交換を行いました。

また、県内調査では、自治体や観光関連団体等を訪問し、調査事項に関連する取組や課題等についてお話を伺い、意見交換を行いました。

さらに、県外調査では、夜景を地域資源として活用し観光振興に取り組む「金沢ライトアップバス実行委員会」、観光振興に資するため積極的なボランティア活動を行う「金沢市観光ボランティアの会『まいどさん』」、里山資源をありのまま活用したインバウンド事業を展開している「(株)美ら地球」、最後に、昨年開催された福井しあわせ元気国体・しあわせ元気大会のメイン会場である「9.98スタジアム(福井県営陸上競技場)」を訪問し、それぞれ説明を受け、意見交換を行いました。

これらの活動経過については資料のとおりですが、ここで総括して報告します。

1 県内観光資源の充実に関すること

(1) 本県の観光に係る現状と課題について

① 本県の観光の現状

ア 観光入込客数

本県の観光客入込客数は、平成11年以降減少傾向が続き、特に平成22年の口蹄疫発生、平成23年の新燃岳噴火や東日本大震災の影響により、厳しい状況にありましたが、平成25年度には初めて延べ1,500万人回を突破し、やや増加傾向にあります。観光庁の「平成28年観光入込客統計調査」によりますと、平成28年の本県の入込客数は全国で32番目となっています。

イ 延べ宿泊客数

本県の延べ宿泊者数は、平成22年は口蹄疫の影響から約248万人泊、平成23年は新燃岳噴火、東日本大震災の影響から約310万人泊となっていますが、その後増加傾向にあり、平成29年は約419万人泊となり、観光庁が統計方法を変更した平成22年以降では最多となっています。観光庁の「平成28年宿泊旅行統計調査」によりますと、平成28年の本県の延べ宿泊者数は全国で39番目となっています。

ウ 観光消費額

本県の観光消費額は、平成22年は口蹄疫の影響から約1,411億円、平成23年は新燃岳噴火、東日本大震災の影響から約1,316億円となり、その後約1,500億円前後で推移していましたが、平成28年には熊本地震の影響で大きく落ち込み、約1,331億円となっています。観光庁の「平成28年観光入込客統計調査」によりますと、平成28年の本県の観光消費額は全国で37番目となっています。

② 本県の観光の課題

ア 観光入込客と観光消費額

鹿児島県と比較すると、平成28年の本県国内観光入込客数は同県とあまり変わりませんが、観光消費額は鹿児島県の半分程度にとどまっています。理由として、本県は、消費単価の高い宿泊客の割合が低いことが上げられます。その主な要因としては、温泉のような宿泊動機につながるキラークンテンツが少ないことや、宿泊を伴う九州外からの入込客が約3割と少なく、約6割が日帰り圏内である隣県からの入込客であることが考えられます。

イ 宿泊者数の月別変動

本県の特徴として、スポーツキャンプシーズンである2月とゴルフマンスの11月の客室稼働率が6割を上回る一方で、梅雨時期の6月の客室稼働率が5割を大きく下回り、繁忙期と閑散期の差が大きくなっています。今後は、繁忙期の客室稼働率を高止まりさせると同時に、閑散期の稼働率をいかに引き上げるかが課題となります。

③ 県の取組

ア 宮崎県観光振興計画とこれまでの取組

本県では、「神話のふるさと宮崎観光おもてなし推進条例（平成27年3月20日条例第16号）」に基づき、本県観光の再興に向けて、行政や観光事業者・団体、県民が一体となって取り組む指針として「宮崎県観光振興計画」を策定しています。計画期間は平成27年度から平成30年度までの4年間となっており、本県の有する自然環境、神話、歴史・文化、食などの恵まれた観光資源を生かし、魅力的な観光メニューを構築するとともに、快適な受入体制の整備を図ることにより、国内外から多くの観光客を誘致し、県経済の発展や地域の活性化につなげることを基本目標としています。

委員会では、県を代表する観光団体である（公財）みやざき観光コンベンション協会と当計画の基本目標達成に向けて実施してきた具体的施策について意見交換を行いました。

当協会から、「『魅力ある観光地域づくりの推進』を重点事項に掲げ、地域連携DMO（Destination Management/Marketing Organization：地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人）候補法人として「宮崎版DMO」を推進するため、専門人材を新たに配置し、体制の強化を図っている。また、県内全市町村を訪問し、地域の新たな観光素材の発掘や地域が抱える課題等について調査を実施しており、その結果に基づき、県内の4ブロック（県北、県央、県西、県南）ごとに広域での周遊ルートの形成と体験・交流型観光体験メニューの充実化・商品化を目指す方針を策定する。このうち、まずは県内の先進例とするために、民間主導の取組が先行している県北地域への支援を実施し、魅力ある観光地域づくりに取り組んでいる。」との説明がありました。

委員から、「海外との人的交流が、今後の観光につながると思われる。各分野同士の交流はあるが、分野を超えた横断的全体的な情報把握や連携は行政には難しく、民間のバックアップがあれば、つながりが広がっていくのではないか」との意見があり、意見交換先からは、「以前と比較すると、本県の観光は官主導で民間が頼ってしまっているような状況にあり、民間のパワーをどう引き出し人材育成していくか、民間が主体性を持って考えて取り組まなければならない。」という意見がありました。

イ 観光みやざき未来創造基金

宮崎県観光振興計画に基づく具体的施策を積極的に推進するとともに、観光・交流の飛躍的な拡大が期待される一大イベント等を控え、この好機を逃さず、本県がこれまで築いてきた強みを生かした誘客等に取り組み、世界から選ばれる「観光みやざき」を実現することを目指して、県は平成30年度に「観光みやざき未来創造基金」を設置しました。

基金総額は20億円、事業期間は平成30年度から平成34年度までとなっており、主な取組としては、

- ・国際水準の「スポーツの聖地みやざき」への進化
- ・何度行っても飽きないオンリーワンのおもてなし
- ・外国人にもやさしい快適な国際観光都市へのレベルアップ

を実施していくこととしています。

(2) 地域資源を生かした観光振興について

各地域において持続可能な観光振興を図るには、地域自らが地域資源を見つけ、磨き上げることが重要であるため、現地調査においては、それらを実践している団体・企業等を重点的に調査しました。

① 県内の取組

ア 北きりしま田舎物語推進協議会の取組

北きりしま田舎物語推進協議会（所在地：小林市）は、西諸地域の農家民泊による教育旅行の受入れを柱とした事業を展開し、体験型観光・グリーンツーリズムの推進を通して、地域活性化を図っています。「はじめまして！の後は、もう家族」をモットーに、平成18年度の事業開始以降、農家民泊の受入実績は毎年増加し、平成29年度には約1,600人を受け入れています。現在の受入農家は約40軒となっており、一度に最大約170名の受入れが可能です。

地元の保健所による衛生講習会、消防署による救命救急講習会、リスクマネジメント講習会などの研修を定期的に行い、旅行客が安全・安心に農泊できるような受入体制を整備するだけでなく、これらの研修を通して会員同士で情報交換や連携強化を図る場となっています。

調査先からは、「修学旅行の契約は2年前には締結され、新燃岳噴火等の影響が長期化するとリスクが高まることや、修学旅行自体が一定の時期に限られており、通年での安定的な収益が課題となっている。今後は修学旅行だけでなくインバウンドやヘルスツーリズムなど多層的に取り組む必要がある。」「行政支援もいただいているが、本協議会では自己負担分も生じていることから、他地域よりも高めに価格設定せざるを得ない。」と経営面に係る課題についての意見がありました。

イ 島野浦未来会議の取組

島野浦未来会議（所在地：延岡市）は、本県最大の島である島野浦島に在住する若手漁師や観光ガイド、地域住民等が島の魅力を観光資源として最大限活用し、交流人口を増やすことで域内経済の活性化を目指す任意団体です。

代表の結城嘉朗氏は、島野浦島出身で県外からUターンした後、島の魅力を再認識するとともに、県内で未だ認知度の低い島野浦島を一人でも多く知ってもらうことを目的に、平成28年に当会議を設立しました。

会議では島民を集めワークショップを開催し、島民同士での議論を通して「島には隠れた地域資源があるが掘り起こされていない。」「島外の方に魅力ある地域資源を実感してもらうことで関係人口・交流人口の増加につながる。」という共通認識を持つことができ、島内の様々な関係者に理解と協力を得ながら、新しい事業にチャレンジできる環境を整備しています。

例えば、以前から島内で観光交流事業を行っている団体（島野浦いきいき観光協議会）と連携し、単に集客するだけの一過性のイベントではなく、きちんと島内にお金が落ち、かつ無理のない範囲で観光ビジネスとして成立する規模感となるよう、イベントやサービスの内容を試行錯誤しながら実施しています。

また、行政等からの補助金に頼らず、市内初のクラウドファンディングで資金調達を行ったり、漁業生産者として都市部の消費者と直接交流し、顔の見える関係から交流人口の拡大を図るなど、直面する課題を持続可能な形で解決しながら、観光振興を図っています。

このように非常に意欲的に取り組んでいる一方で、調査先からは、「当会議の主要メンバーは若手の漁業後継者である。自分達の本業であり島の主力産業でもある漁業も活性化させなければならない傍らで、観光振興や地域づくりを同時に行うのは非常に厳しく、意欲はあるがマンパワーが全く足りないことが大きな課題となっている。」との意見がありました。

② 県外の取組

ア 鹿児島県旅行業協同組合の取組

鹿児島県旅行業協同組合（所在地：鹿児島市）は、鹿児島県内にある旅行会社が連携・協力し、県内市町村の観光振興や旅行商品の開発、共同仕入れ・共同販売、共同精算事務等を行うことを目的として、平成18年に設立され、現在78社で構成されています。

当組合では、平成21年度の鹿児島県地域密着型旅行商品造成事業を受託したことをきっかけに「かごしま ふた旅 魅旅」と称した着地型観光の旅行商品造成を行っています。県内全域を対象とした地元の魅力ある観光地の発掘やガイド等の人材育成、県外エージェントへの広報活動等を実施しており、平成26年度に委託事業が終了した後も、組合の主力商品となっています。また、平成22年度には鹿児島県着地型観光推進事業を受託し、主に大隅半島での旅行商品の造成、県外への広報活動やモニター受入事業を実施し、福岡県や近畿地方を中心とした誘客に成功しています。こちらも県の委託事業は終了していますが、自主事業として継続して実施しています。

組合員である地元の中小旅行会社が、各自で着地型旅行商品の企画・開発・広報・販売等を行おうとしても、地元との調整やガイドの育成、それらに係るコストと利益を比較すると、ビジネスとして成立しにくいという課題がありました。このため、当組合が一括して旅行商品を造成した上で、相談業務、広報、添乗まで丁寧に組合員をサポートすることで、組合員が安心してその商品を販売できる体制を整えており、組合員からも非常に好評を得ているとのこと。また、着地型観光では、観光客受入先の地域の協力が不可欠であり、当組合が受入先のワンストップ窓口として、旅行会社と地域の調整役という重要な役割を担っています。例えば、曾於市の着地型観光の場合、収穫体験でスイカ丸ごと1個をお土産として持って帰れる大人気の旅行商品を造成していますが、地元農家はスイカの結実や収量の調整があるため、地元の曾於市観光開発センターと当組合がお互いにワンストップで、旅行の日程や人数等のハンドリングをしながら募集しているとのこと。

意見交換では、委員から、「全体的に造成している旅行商品がかなりお得な設定になっているが、収益は大丈夫なのか。」との質問があり、調査先から、「地元市町村からの助成があって、低料金設定が可能となっており、これが人気殺到の原因と考えられる。ただし、市町村からの助成がある場合には、助成条件として各自治体内での周遊に限定されることが多く、エリア外を含めた商品造成ができない。」との回答がありました。さらに現在はバスが高騰しており、料金設定の維持が課題となっているようです。

また、委員から、「本県では旅行商品造成について行政がサポートする際、ローカルの中でも大きい会社だったり全国規模の支店が事業を獲得してしまいがちで、なかなか地元の中小旅行会社を育成する環境がないと聞く。鹿児島の場合は、貴組合が一手に引き受けて、地元の中小旅行会社をアシストし、安定経営をサポートする土壌ができています。そのポイントは何だと考えるか。」との質問があり、調査先からは、「当組合は利益追求よりも地元密着・地元重視でこれまでやってきている。観光関係者との連絡調整や観光人材育成といったスキルは、経験を踏まないと成長できない。宮崎県にも旅行業協同組合はあるので、そういった組織に頑張ってもらえるような環境を整えてあげてはどうか。『組合びいきだ』という意見も出てくるかもしれないが、県内業者は地元を愛しているし、やらせれば一生懸命頑張ると思う。ある程度地元の業者に任せてみるという制度設計をすることこそ、政治や行政の腕の見せ所ではないか。」との回答がありました。

イ 特定非営利活動法人鹿児島グルメ都市企画の取組

特定非営利活動法人鹿児島グルメ都市企画（所在地：鹿児島市）は、平成23年、鹿児島中央駅前にある「かごつまふるさと屋台村（以下「屋台村」という。）」を運営するために設立され、全国に誇る鹿児島の食文化を多くの人々に広く提供し、中心市街地の活性化に寄与するとともに、地産地消を推進することで地域産業の資源である農水産物や畜産物、芋焼酎等の振興を図りながら、地域社会の発展に寄与することを事業目的としています。

屋台村は、駅前の老舗ホテルの跡地を購入した地元企業（南国殖産株式会社）の社長が、青森県八戸市にある「みろく横町」をモデルに平成24年に開設したものであり、当団体は理事長に鹿児島県観光プロデューサーの古木圭介氏を、副理事長には飲食業をプロデュースする吉田秀夫氏を迎え、観光のプロと飲食業のプロが連携しながら、本格的に屋台村の運営・プロデュースを行っています。

屋台村には26の店舗がありますが、公募で選ばれた出店者は3年間の定期借家契約を締結し、3年経過した時点で一旦総入替えを行い再公募という制度になっており、若手起業家が切磋琢磨し成長する場として、起業家育成も兼ねたシステムになっています。今年度は第3期の公募が決定したばかりで、第1期（平成24年～平成26年）からの継続メンバーが3分の1、第2期（平成27年～平成29年）からの継続メンバーが3分の1、第3期の新規メンバーが3分の1となっており、新旧の店舗が切磋琢磨し成長できる環境にあります。屋台村のコンセプトは、「鹿児島県産品の情報発信」と「鹿児島市の玄関口におけるおもてなし・観光スポット」であり、出店の条件として、食材は鹿児島県産にこだわり、焼酎は鹿児島県産だけを提供するように各店舗に徹底し、26店舗全てが鹿児島県から「かごしま地産地消推進登録店」の認証を受けています。また、11店舗は奄美市や垂水市、長島町など鹿児島市外から出店しているため、屋台村に来れば鹿児島市だけではなく鹿児島県のものがまんべんなく味わえ、地域資源の情報発信拠点として地元住民も観光客も楽しめる内容になっています。各店舗とも定員8名と小規模な造りになっていますが、店員と客だけでなく、客と客の距離も非常に近く、地元客と観光客が触れ合える観光スポットとしての役割を果たしています。

これらの取組が奏功し、当初計画では毎年来店者数30万人、売上高5億円を目標としていたところ、実績は毎年40～50万人、売上高5.5億～7.3億円で順調に推移し、昨年は大河ドラマ「西郷どん」の効果で売上最高を達成しました。地域資源と良好な立地条件を最大限に生かし観光振興を順調に行っているところですが、土地・建物の所有者である南国殖産（株）の意向で、屋台村は平成32年度で終了するとのことです。

ウ 桜の馬場 城彩苑の取組

桜の馬場 城彩苑（所在地：熊本市）は、熊本城のエントランスにあたる桜の馬場地区において、観光客等の滞留時間を拡大するとともに、周辺地域への回遊性を促進し、中心市街地の活性化並びに城下町である本市の魅力向上に寄与することを目的に、平成23年に熊本市が観光交流施設として整備したものです。

施設の主な機能としては、①総合観光案内所、②歴史文化体験施設、③多目的交流施設、④飲食物販施設となっており、このうち公益的な役割を果たす①～③については、PFI事業BTO方式（Build Transfer Operate：民間事業者が自ら資金を調達した上で施設を整備し、整備後は施設の所有権を公共に移転した後、一定期間管理・運営を行う方式）にて整備・維持管理業務を行い、④は民間事業者が独立採算事業として、整備・維持管理を行っています。

熊本城は、平成29年熊本地震により、城壁や櫓の崩落等で広範囲にわたって甚大な被害を受け、現在も城内各地で復旧・修復作業が続いており、観光客はほとんどの場所において城に近づくことができないため、熊本を代表する観光資源を有効活用できないという大きな課題に直面しています。このため、城彩苑では、新しい科学技術を使って、熊本城を体感してもらう取組を行っています。

熊本城バーチャルツアーは、VR（仮想現実）技術を駆使し、スクリーンに江戸時代や熊本地震前の熊本城の様子を再現し、全体の俯瞰から等身大の目線まで、様々な角度で城内を見られるようになっていました。また、単に見せるだけではなく観光客にVR操作体験をさせることで、城への興味や愛着がわくとともに、復旧後の本物の熊本城を再訪したくなるような環境づくりを行っています。熊本城プロジェクションマッピングでは、熊本城をかたどった白い模型に、様々な角度から映写し、熊本地震前の状況、地震時の各施設の崩壊・崩落等の瞬間、復旧後の予想図等を比較しながら見るすることができます。時系列を追って映像を展開できることから、歴史や災害記録を可視化できる有効なツールとなります。

調査先からは、熊本地震後の観光戦略について、「熊本城の震災復興に係るイメージ戦略として、有名な漫画のフレーズに似せたキャッチフレーズでPR展開したところ、『熊本地震を茶化しているのか』という市民からの御批判もいただいた。しかし、批判を恐れては何もできない。熊本が奮い立って頑張っている姿を見ていただき、県内外の皆様から応援をいただくためにも、批判を恐れずに突き進むことも重要なのではないか。」という意見がありました。

エ 金沢ライトアップバス実行委員会の取組

金沢ライトアップバス実行委員会（所在地：石川県金沢市）は、金沢市内の観光スポットに点在する夜間ライトアップをつないで、夜間に観光客が周遊できるコンテンツ「金沢ライトアップバス」を企画・運営する任意団体です。平成14年に開催された「加賀百万石博」にあわせて、金沢市観光協会、金沢市旅館ホテル協同組合、ビジネスホテル協会、（株）北陸鉄道の共催で試験的に運行したところ、観光客から好評であったため、正式に事業継続するため、実行委員会として平成15年に設立されました。平成18年には、ライトアップバスの運行に合わせた夜間コンサート等の文化イベントを実施することで、夜間の観光入込客が増え、その実績により行政や民間からの理解や協力が進み、様々な形で支援を受けるようになりました。平成27年には北陸新幹線開業により、ライトアップバスの利用客が更に増加し、毎年2万人を超える状況が続いています。

ライトアップバスは毎週土曜日や連休時の夜のみで、年間約65日の運行となっています。1日12～18本を4～6台のバスで約10分ごとに運行しており、フリー乗車券もあるため、自分の行きたいライトアップスポットを巡ることも可能です。土地勘のない観光客へのおもてなしとして、通常運賃表示をする液晶画面に、各地のライトアップイメージや運行情報を掲示するとともに、バス停にも現在の運行情報（現在地や遅延情報）を液晶画面に掲示しています。

ほとんどの乗客が観光客で、乗客者数がそのまま観光動向に反映されるため、当実行委員会としても貴重な現場での情報収集やデータ分析のツールとして有効活用しています。

意見交換では、委員から、「損益分岐点の目安はあるのか、赤字の場合には公的なサポートはあるのか。」との質問があり、調査先からは「新幹線開業まではギリギリか赤字の状況で実行委員会のメンバーで手出しをしていたが、現在は民間からも協賛金をいただけるようになり、黒字で安定している。また運行補助については行政からの支援はないが、パンフレットでの周知や情報発信、あるいは観光地の安全対策等、側面的にはフォローしてもらっている。」との回答がありました。

また、調査先からは、「観光施策だけではなく、自分達が街を大事にするというまちづくりの意識があって初めて、こういう魅力ある資源ができる。事業を成し遂げるには、熱意と実行力が非常に大事である。一生懸命やったら行政が動き、民間が動いてくれた。情報発信も大事であるが、そもそも地域に魅力がないと発信できないので、金沢の魅力ある地域資源であるライトアップバスは今後も注力したい。」との意見がありました。

オ 株式会社美ら地球の取組

株式会社美ら地球（所在地：岐阜県飛騨市）は、訪日外国人を対象に里山ツーリズムを中心とした体験型観光ツアーを行っている会社です。代表取締役の山田拓氏は夫婦で世界中を旅して、先人達が守り培ってきた里山の暮らしこそ、日本が世界に誇れる持続可能な社会モデルであり、ありのままの里山を体験してもらうことこそ、訪日外国人にとって何よりも魅力的な観光資源であると確信したとのことで、「くらしを旅するガイドツアー」をコンセプトに、「s a t o y a m a e x p e r i e n c e」とブランディングして事業を展開しています。その結果、世界的に有名な観光旅行口コミサイト「t r i p a d v i s o r」では、世界中から900件以上の高評価をもらい、年間高ランク評価の証明書を8年連続で獲得しています。

具体的なツアーとしては、サイクリング、まちあるき、冬山ウォーキング等がありますが、あくまで地元の暮らしを垣間見るもので、観光スポットは回りません。例えばフードツアーを行う場合には、飛騨牛等のブランド品ではなく、地元で日頃からなじんでいる酒や味噌等、日常の日本の食文化を体験してもらいます。また、冬山ウォーキングはサイクリングができない冬の時期に実施していますが、雪山までの移動が必要になるので、ツアーの実施に当たっては、バス会社やロープウェイ会社と連携し、地元にもうまくお金が落ちる仕組みを作っています。

ツアーの最中には、地元住民と遭遇し交流する機会があります。観光客にとって地元住民との交流は予想外の大きな付加価値となり、地元住民にとっては元気をもらえるため、双方にとってメリットがあります。特に地元の子供も達は、地元を楽しむ外国人を見て、何もないと思っていた地元の良さを再認識するとともに、飛騨にしながら世界を感じ国際交流に興味を持ってもらえる、という意味で教育面でも効果的とのことでした。

当社は、ビジネスの源泉でもある里山資源を昔から大事に守り続けてきた地域住民に対し、感謝し還元をしなければならないという強い意志で、地域住民と密接な関係を築きながら古民家再生のボランティア活動を行っています。具体的には、地域内にある約1300軒の古民家を1軒1軒調査し、歴史的価値や自分達の財力・人力等を総合的に判断し、可能な範囲での再生・保存に努めています。地域住民は古民家を負の遺産として認識しがちですが、古民家再生は農村風景の価値を維持することにもつながっており、当社が古民家の素晴らしさを情報発信し、古民家があるからこそたくさんの観光客に来ていただけるということを、地域住民に理解してもらうことが今後の課題となっています。

調査先からは、「持続可能なツーリズムとは、『地球環境の質』、『地域住民の生活の質』、『訪問者の満足』の3つのバランスをとること、すなわち観光客だけではなく地域にも目を向けて、全員がWIN-WINになることが重要である。そのためには自然や歴史に責任を持ち地域資源の維持・継承を図ること、そしてよそものが地域住民と密接な関係を築くためには、地元のキーパーソンとなる人物とつながりながら進めていくことが肝要である。」との説明がありました。

意見交換では、委員から、「設立以降経営面で苦労されていると思うが、どう乗り切ったのか。」との質問があり、調査先からは、「設立当初は本当に苦しかったが、岐阜県のソーシャルビジネス委託事業で地域資源の活用としてツアー事業を受託し、2～3年事業を継続することができた。そこから収益を上げるまでの次の段階が一番苦しかったが、なんとか小さい事業でつないできた。安定してきたのはここ2～3年で、現在は9名のスタッフを雇用できるまでにはなった。」との回答がありました。

また、委員から、「古民家の活用は空き家対策として非常に有効だと思われるが、宿泊等に活用してもらうような取組はあるのか。」との質問があり、調査先からは、「現在、飛騨古川は宿泊施設が少なく、どうしても隣の飛騨高山で宿泊してしまい、ここでは食事と土産程度しかお金が落ちないことが課題であった。そのため、現在古民家を活用した宿泊施設の経営を計画している。飛騨高山が有名になり観光地化してしまっているため、本当の田舎を楽しみたいという外国人旅行者に喜んでもらえる宿を目指す。ニーズも一定程度あるので収益は見込める。」との回答がありました。

また、調査先より「隣の飛騨高山は伝統的建造物保存地区に指定されているが、ここ飛騨古川は指定されていない。このきれいな町並みは先人達が歴史と文化を重んじて大事にしてきたものであるが、今の住民にその思いが浸透しきっているかが不安である。次世代にこの美しい地域資源をつなげるためには、ある程度の規制や制限が必要ではないか。」との意見がありました。

(3) 観光人材の育成について

観光産業を本県の成長に資する基幹産業とし、さらに高いレベルの観光立県を目指すためには、地域で磨かれた観光資源を有効に活用し、観光客の満足度を高めることで次の誘客につながる取組を企画・実践できる観光人材の育成が重要であるため、現地調査では、観光人材の育成を実践している団体・企業等を調査しました。

① 鹿児島県旅行業協同組合の取組

前掲の鹿児島県旅行業協同組合では、地域資源を生かした旅行商品造成の業務に加え、将来の観光人材を育成するため、「学生がつくる鹿児島県の着地型プランコンペ」を実施しています。平成28年に実施された「第11回国内観光活性化フォーラムinかごしま」の関連イベントとして開催され、これまで3回実施しています。

観光による地域活性化が注目され、様々なマーケット需要に対し、より一層の知恵や企画力を基にスマートな商品造能力が求められる中、若者ならではの自由な発想で学生のユニークな着地型旅行プランを募集するものです。平成29年の第2回コンペ以降は、鹿児島県教育委員会や地元メディア等の協力を受けながら、当組合の自主事業として実施しています。

参加条件は、鹿児島県内に在住する高校生以上の生徒、学生又は学生団体、募集内容としては、鹿児島県内の着地型ツアーで、所属校を出発し目的地は鹿児島県内の市町村、若者ならではの斬新なアイデアで実現可能性のある商品企画としており、平成29年は26作品、平成30年は14作品の応募があったとのこと。

参加学校や学生にとっては、「地元の魅力を再発見し、自分の住んでいる地域に興味と誇りを持つことができた。」、「プレゼンの仕方や商品の見せ方等実際の商品造成を行う難しさを実感した。」、「ツアー参加者の立場に立って考える大切さを学んだ。」等、観光人材にとって重要な視点を身につけたことが重要な成果であり、当組合としても鹿児島県の着地型観光旅行と教育機関との連携により、観光業の体験、社会人として求められる即戦力の基礎作り、将来の観光人材の育成につながると自負しているようです。

一方で、このプランコンペは当組合の自主事業で、全て経費は当組合が負担しているため、本業の旅行商品造成業務で利益率が上がらない中で、観光人材育成を目的としたコンペを今後継続できるかが、唯一最大の課題となっています。

意見交換では、委員から、「プランコンペで商品化したものはあるか。斬新な内容があれば御紹介いただきたい。」との意見があり、調査先から、「最優秀賞は必ずモニターを募って実施してみる。その際は受賞した学生も現場に同席させる。実施してみて、実際に旅行を行う場合の課題を拾い上げブラッシュアップする。単なる机上のコンペではなく実践してみて現場の声を拾うことも、学生には非常に勉強になる。また、斬新な内容としては、今若者で流行しているものを食べてみたり、観光スポットではない何気ない景色でインスタ映えを狙うなど、旅行関係者では考えつかない斬新なアイデアが出た。」との回答がありました。

また、委員から、「コンペは県内での観光人材定着の観点では非常に有効であると期待しているが、課題となる経費としては何が一番かかるのか。」との質問があり、調査先からは、「主にチラシの広報費と審査員の報償費に経費がかかっており苦慮している。人材育成の観点から重要な事業だと思っているので、事業継続のために何とか鹿児島県にもバックアップいただきたい。」との回答がありました。

② 特定非営利活動法人鹿児島グルメ都市企画の取組

前掲の特定非営利活動法人鹿児島グルメ都市企画では、「かごつまふるさと屋台村」のコンセプトとして、「鹿児島県産品の情報発信」と「鹿児島市の玄関口におけるおもてなし・観光スポット」を掲げています。

これらのコンセプトを堅持するためには、各店舗に対し、屋台村が単なるグルメスポットや利益を上げるだけの場所ではないことを徹底して意識してもらう必要があります。このため、屋台村の各店舗の店員は「村民」と呼ばれ、屋台村を営み盛り上げるための共同体の一員として行動するよう、当団体が指導を行います。具体的には、オーナー会議や村民会議、班体制等、共同体を意識した組織体制、かごしま弁・観光案内等おもてなしの研修、各店舗でおもてなしを有言実行するための「おもてなし宣言」の掲示、村民が自主的に企画・運営する村全体のイベント（特産品販売、ライブ等）の開催等を行っています。

熊本地震の際には、熊本県で被災された障害者施設利用者を屋台村に招待し、昼食のふるまいとともに福祉分野と連携してハンドマッサージを行いました。その後、鹿児島県内でも同じことができるのではないかと村民のアイデアにより、県内の福祉分野と連携してイベントをするようになりました。このことは当団体の予想を超えており、自発的に社会貢献を行う土壌が生まれたことは、人材育成の面で良い成果になっています。

また、出店者選考においては、屋台村のコンセプトを理解し、屋台村の出店を通して鹿児島を元気にしようという意欲を持っているか、店長は協調性を持ち屋台村全体の企画・運営に積極的に取り組もうとする人物か、という基準も設けています。

意見交換では、委員から、「独立した第1期・第2期のメンバーの追跡調査は実施しているのか。」との質問があり、調査先からは、「正式な調査はしていないものの、各メンバーから報告を受けており、開業を行った者、会社に入った者、うまくいっていない者、様々である。屋台村から卒業し、自分の店を経営できる人材、そして屋台村で学んだ『みんなのために働く』ということを地域で生かせる人材を育成していくことが、今後の課題である。」との回答がありました。

③ 金沢ボランティアガイドの会「まいどさん」の取組

金沢ボランティアガイドの会「まいどさん」（所在地：石川県金沢市）は、金沢を訪れた観光客に対し、金沢人の人柄と思いやりのある言葉遣いで奥深い魅力を紹介するとともに、金沢ファンやリピーターを増やすことを目的に設立された任意のボランティア団体です。

「まいどさん」とは、金沢弁で「こんにちは」という意味に近い言葉です。

平成5年に金沢市及び金沢市観光協会が観光ボランティアを募集し、選ばれた30名が養成研修を受けた後に観光ガイドを開始しました。その後、平成7年には、多分野にわたるボランティア人材育成を行う金沢ボランティア大学校に「観光コース」が新設され、初期メンバーに続く後継者育成を本格的に開始し、研修修了生の希望者を当会員として登録しています。現在は第23期生まで育成しており、会員数は350名を超えるまでになっています。

活動内容は、観光客等へのガイドを中心に、MICEのエクスカージョンガイド、金沢市民を対象とした生涯学習のためのガイド、生徒・学生・教師等を対象とした郷土学習のためのガイドを行うとともに、金沢の人気スポットに設置してある無料休憩館の当番、各種講演会への講師派遣、行政審議会の委員、各種イベントでの準備・運営・案内、他地域のボランティアガイドと連携した広域観光連携支援など、会員のスケールメリットを最大限に生かし多岐にわたる活動を行ってきたことが評価され、県や市から数多くの賞を受けています。

観光ガイドは、通常は予約制ですが、金沢の人気スポットである金沢市西茶屋資料館、長町武家屋敷休憩館、ひがし茶屋休憩館ではガイドが常駐し、ガイドに空きがあれば当日の申込みでも対応可能にしており、観光客のニーズに柔軟に対応できる体制を整えています。また、通常の観光ガイドは日中のみの対応ですが、前掲の金沢ライトアップバス実行委員会とも連携し、ライトアップバス運行日に限り、ライトアップされたひがし茶屋街での夜間ガイドを行っています。これはバスの定期運行を上手に活用し、決められた停車時間に合わせて案内するもので、観光客も予約なしでガイドがつくため大変好評で、ガイドも事前の調整負担等もないため、双方にとってメリットのある内容となっています。

意見交換では、委員から、「インバウンドで外国人対応が急務だと思うが、特に団体客等大人数のガイドとなると、直接説明を聞くのでは聞き取りにくいこともあると思うので、各人に翻訳機を持たせ、対応するスポットでは自動音声で解説する等の工夫があってもよい。」との意見がありました。また、調査先から、「インバウンドに対応できる環境整備は、多言語表示や決済機能を中心に広がってはいるものの、訪日外国人に受けそうな商品ばかり置いてあるようなごく一般的な土産屋が、伝統的建築物保存地区でもあるひがし茶屋街にも進出してきており、本当の意味で金沢の伝統文化を受け継ぐようなお店がどんどんなくなっているため、危機感を感じている。」との意見がありました。

(4) 県への提言

① 持続可能な地域づくりを通じた観光振興について

本県は自然環境、神話、歴史・文化、食など観光資源に恵まれており、これらの資源を発掘し磨き上げながら、魅力ある観光地づくりを進めるとともに、県内での観光消費額を高め、域内経済を循環させる持続可能な仕組みを構築することが重要です。

当委員会では、政府の観光カリスマであり、スイスでの持続可能な観光地づくりを実践しているJTIC、SWISS代表の山田桂一郎氏から「持続可能な地域づくりを通じた観光振興」について意見聴取を行いました。

山田代表から、「持続可能な地域づくりの最終目的は『宮崎県及び県内市町村の自立と持続』であり、それを達成するために必要な手段は『域内経済循環』である。キャッシュフローを域内で加速させ、域内のあらゆる産業の事業者が相互に取引する状態が理想である。」「域内経済循環をするためには、『地産地消』ではなく、『地消地産』、つまり自分達で域内消費するために物を生み出し循環させないといけない。」との説明がありました。

観光は観光事業者や旅行業者だけでなく、宿泊、飲食、輸送、物販、物流、通信等の様々な産業、そして地域資源を守り磨くとともに、観光客をおもてなしする地域住民全てが不可欠であるとても裾野の広い産業です。観光が地域にもたらすポテンシャルを地域全体で共有するとともに、観光関係者と地域住民や地元の多様な産業が連携・協力して観光地づくりを行い、持続可能な観光振興に取り組む環境整備を支援するよう要望します。

② 観光に取り組む団体への支援について

現地調査で訪問した島野浦未来会議では、「地域づくりを通じた観光振興により交流人口を増やし島を活性化させたい想いは強いが、一にも二にもマンパワーが足りない。」という説明があり、委員から、「地域おこし協力隊のように、真剣にかつ専属的にサポートしてくれる人材がいると、状況が好転していくと思われる。」との意見がありました。

同じく現地調査で訪問した株式会社美ら地球では「設立当初は人的にも経済的にも非常に厳しい状況で、岐阜県庁からソーシャルビジネス委託事業への応募を薦められ、受託することで経営を維持し、次につなげることができた。」との説明がありました。当社のように現在軌道に乗っている団体においても、設立当初は人的あるいは財政的な基盤が脆弱であるケースが見られ、志がいくら高くても、的確なタイミングで適切な支援を受けなければ、持続可能な観光振興を図ることは困難になり、ひいては地域資源の有効活用や地域活性化のチャンスを逃すこととなります。このことについて、委員より「地域で観光を頑張ろうとしている団体には、失敗を恐れずにしっかりと行政支援を行い、観光のスペシャリストになるよう育成をした方が良い。」との意見がありました。観光振興の萌芽となるような県内各地の取組について、アンテナを高くして情報収集に努めるとともに、ニーズを的確に把握し迅速にサポートするよう要望します。

③ 観光動向等に関するデータの収集や活用について

観光地や観光商品を魅力的なものにするためには、観光客のニーズに合わせ柔軟に対応するマーケットインの思考が重要です。山田代表から、「マーケティングを行うに当たり重要なのは、顧客が誰かを明確にすることである。観光客は昔のように集団ではなく個人化多様化の傾向にあり、分類が困難になってきているため、個々のデータから分析することが重要となってくる。」との説明があり、宮城県気仙沼市の取組が紹介されました。

気仙沼市では、市を応援するファンクラブを設立し、市内の事業所・企業での購買時にポイントが付与される会員証を発行しています。購買客の行動履歴や消費履歴等のデータが市のDMOに共有され、性別、年齢、利用金額等の属性も把握し分析できるだけでなく、特定の属性に合わせてピンポイントで情報提供を行い、購買意欲を喚起させるような取組を行っています。このような綿密なマーケティングにより観光消費額が高まることが期待されることから、観光動向等のデータを効率的かつ確実に収集し、積極的な活用や緻密な分析ができる環境を整備するよう要望します。

④ 観光産業を担う人材の育成について

政府は、平成28年、世界が訪れたい日本を目標とする「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、観光産業の人材育成を重要な柱のひとつとして位置づけました。県においても、本県が観光客に選ばれる観光地となるよう、本県ならではの魅力的な観光地づくりを牽引する人財を育成することを目的として、平成28年に観光みやぎき創生塾を開設し、トップレベルの人材育成を行っています。一方で、訪日外国人の飛躍的な増加やICTの発展等、観光を取り巻く環境は急速にかつ大きく変化しており、観光客の満足度を高めるためには、環境変化に適応しつつホスピタリティを持って対応ができる現場の人材育成も重要になります。観光客のニーズの多様化や観光客増加に伴う観光人材の確保の観点から、観光産業をリードするトップレベルの人材だけではなく、観光産業の中核を担う人材、さらには即戦力となる地域の実践的な観光人材と多層的な観光人材の育成を行うよう要望します。

2 インバウンド対策に関すること

(1) インバウンドを取り巻く本県の現状について

① 本県のインバウンドの状況

本県の外国人延べ宿泊者数は、全国的なインバウンド需要の高まり、韓国のLCCであるイースター航空の就航やアジアナ航空の増便等により、平成29年は過去最高の約30万人泊となっています。一方で、観光庁「平成29年宿泊旅行統計調査」によりますと、全国で29番目となっており、九州では最下位となっています。その要因としては、海外からの入国拠点となる羽田空港、成田空港、関西空港、福岡空港等から県内の観光地までが遠く、二次交通の移動に時間がかかること、そして本県の知名度が低く、特に本県までの直行便がない国や地域においては外国人に対する発信力が弱いことが考えられます。

これらの課題を踏まえ、(公財)みやぎき観光コンベンション協会では、東アジアや東南アジアへのセールスや商談会の開催、航空会社と連携した欧米豪市場からの誘客を目的としたニーズ調査、九州運輸局、九州観光推進機構、地方自治体及び観光関係団体等の連携によるビジット・ジャパン事業(外国人旅行者を対象とした誘客プロモーション)への参加、個人訪日旅行者向けアンケート調査の実施、国際MICEの誘致等に取り組んでいるところです。

② 本県の国際航空路線の現状と対策

宮崎空港発着の国際航空路線は、ソウル線、台北線及び香港線の3路線が運航しており、いずれの路線も本県経済の活性化や県民の利便性向上を図る上で、重要な交通基盤となっています。平成29年度は、アジアナ航空によるソウル線の冬期増便及びLCCイースター航空のソウル線への就航等もあり、国際線の利用者数は約11万人と、宮崎空港の開港以来、定期便のみで初めて10万人の大台を突破しました。

一方で、香港線は、平成27年3月の就航以来、インバウンド・アウトバウンド双方向の利用促進や、香港航空への支援等を行いながら路線の維持に努めてきましたが、路線収支の赤字を理由に、平成30年10月末から運休となっています。他の航空会社に対する誘致活動等を行い、できる限り早期に再開されるように取り組む必要があります。また、国際線の安定的な運航のためには、インバウンドだけでなく、アウトバウンドの割合を増やす必要がありますが、平成29年度の宮崎空港発着の国際線における日本人の利用割合は、ソウル線が13.0%、台北線が27.5%、香港線が10.8%と低い状況にあるため、県民に対する更なる利用促進の取組が必要です。さらに、訪日需要の旺盛な中国本土や東南アジアの観光客を取り込むためには、新規路線の開拓が必要ですが、まずはチャーター便の誘致に向けて情報収集やセールス活動を積極的に行う必要があります。

このため、県では、インバウンド及びアウトバウンドに係る様々な取組を行っています。インバウンド対策としては、韓国、台湾、香港において、海外旅行会社や航空会社等へのセールス、海外メディアやインフルエンサー等の招請によるプロモーション、旅行博や商談会への出展、現地でのプロモーション、香港からの体験型教育旅行の受入れ、九州・山口各県の共同運用による多言語コールセンターの開設、メディアやSNSを活用した情報発信等を行っています。また、アウトバウンド対策としては、県民への路線PRや直行便利用時の県民に対する渡航支援、直行便を運航する航空会社や現地旅行会社に対する路線の維持・充実の要望、新規路線開拓のための情報収集やセールス、高校生による台北線を活用した修学旅行プロデュース大会、若年層に対するパスポート取得支援の拡充等に取り組んでいるところです。

③ 本県のクルーズ船の受入れと整備状況

ア クルーズ船の受入れ状況

本県のクルーズ船の寄港については、平成24年に中国クルーズ市場の成長による配船増加に伴い、外国からの寄港が14回、国内を含め合計20回の寄港と急増しましたが、平成25年尖閣諸島問題の影響で国外からのクルーズがゼロになりました。その後、平成27年に油津港において16万トン級クルーズ船の受入体制が整ったことから、平成28年以降大型クルーズ船の寄港が増加し、平成29年は外国船が30回、国内船が10回、合計40回と過去最高を記録しています。しかし、平成30年は他県との競争や海外クルーズ市場の変化により、寄港数が大幅に減少し、外国船が9回、国内船が10回、合計19回となっています。

本県に寄港したクルーズ船の乗客状況については、過去最高の寄港回数を記録した平成29年には外国船と国内船を合わせて合計93,669人となり、平成26年の8,383人と比較し約11倍となっています。また、外国クルーズ船の主な出発地は、約半分が上海となっています。

本県の外国クルーズ船寄港増加を図るため、県ではクルーズ船の誘致や受入体制の充実に取り組んでいます。クルーズ船の誘致については、クルーズ船社や関連旅行会社へのセールス、関係者の招請・視察、誘致セミナーや商談会の開催、情報発信等を行っています。各港での受入れについては、地元自治体の官民による協議会が主体となり、各港での観光物産展や入出港時の郷土芸能等の披露による歓迎イベント等、それぞれの趣向を凝らした取組を行っています。また、乗船客の多くが参加するバスツアーでは、各港最寄りの観光地に加え、他市町村の観光地に立ち寄ったり、観光列車「海幸山幸」を利用したツアーや油津～飢肥間のサイクリングツアー等の新しい企画にチャレンジし、本県を再び訪れたいくなるような観光地の魅力づくりに取り組んでいます。

イ 各港の整備状況

クルーズ船の受入方針として、県内3つの重要港湾において、航路の幅や水域の広さ、岸壁の水深のほか、船舶が安全に航行、接岸するために必要な条件等が各港により異なるため、それぞれの施設規模に応じて受入れを行うとともに、港湾施設の利用については、定期貨物航路等の荷役作業の妨げとならないよう、貨物船との利用調整を図りながら、物流を優先した受入れを行っています。

細島港では、工業港地区の水深10メートル岸壁でクルーズ船を受け入れています。この岸壁では週2回RORO船の入港があり、トラック等を乗降させる荷役作業を行っているため、岸壁の利用調整を行った上で受け入れています。寄港実績のうち最大入港船舶は総トン数約75,000トン、全長268メートルのスーパースター・ヴァーゴです。受入れの環境整備については、国土交通省の補助事業を活用しトイレ等の休憩施設整備を行っており、平成30年度に完成予定です。

宮崎港では、水深9メートル岸壁でクルーズ船を受け入れています。寄港実績のうち最大入港船舶は総トン数約28,000トン、全長193メートルの初代飛鳥です。宮崎港は市街地や高速道路に近いことから、ショッピングをはじめ後背観光地等へのアクセス利便性を生かした誘致に取り組むこととしています。

油津港では、水深10メートル岸壁及び水深12メートル岸壁でクルーズ船を受け入れています。これらの岸壁では通常はRORO船やチップ船等が荷役活動を行っており、特に不定期で入港するチップ船とは早い段階から綿密な受入調整を行っています。寄港実績のうち最大入港船舶は総トン数約168,000トン、全長348メートルのクァンタム・オブ・ザ・シーズです。受入れの環境整備については、平成26年度から平成27年度にかけて16万トン級クルーズ船対応の整備を行い、平成29年度には世界最大級約22万トン級クルーズ船の受入れも可能となる着脱式の係船柱及び防舷材を1基ずつ整備、そして平成30年度にはツアー用観光バスの駐車場の舗装工事及びトイレ等の整備設計等を行っているところです。

④ 交通機関を活用した県内周遊促進の状況

平成29年の観光庁「訪日外国人消費動向調査」によりますと、外国人観光客が日本滞在中にほしい情報として、「交通手段」が47.2%と最も多く、二次交通に対するニーズが高い状況にあります。このため、県や県内の交通事業者等が、交通機関を活用した外国人観光客の周遊促進について、様々な取組を行っています。

まず、県内や九州内の交通事業者が外国人向け割引乗車券を発行しており、宮崎交通（株）による同社路線バスの一日乗り放題乗車券（VISIT MIYAZAKI BUS PASS）をはじめ、九州・山口の交通事業者が加盟する運営委員会による九州一円の高速バス・路線バスの乗り放題乗車券（SUNQパス）、九州内のJR鉄道乗り降り自由の特別乗車券（JR九州レールパス）、レンタカー利用時にNEXCO西日本が管理する九州内の高速道路乗り放題の商品（Kyushu Expressway Pass）等を販売しています。

また、隣県等と連携し、個人旅行客向けのプロモーションを実施しています。平成29年度から平成30年度にかけて、福岡市や大分県と合同でのSUNQパスを活用した九州周遊ルートのPR、南九州3県合同での観光地情報と合わせたJR九州レールパスやSUNQパスの情報PR、北九州市や大分県等と連携した旅行会社や人気ブロガー等を招請したレンタカー利用客向けのPR等を行っています。

さらに、外国人にもわかりやすい情報提供を行っています。バスについては、宮崎交通（株）が4カ国語のVISIT MIYAZAKI BUS PASSによる観光地やバス利用案内をはじめ、車内放送の多言語化、主なバス停のナンバリング、観光情報アプリの導入等、外国人観光客の利便性向上に努めており、これらの取組について県が一部支援を行っています。その他、JRでは車内放送の英語案内、レンタカー事業者においてはレンタカーナビの多言語化や4カ国語ドライブマニュアル作成等を行っています。

（2）県外での取組

インバウンド対策は現状分析や、受入体制整備、ホスピタリティまで、官民を挙げて幅広い対応を求められることから、現地調査では行政や企業が取り組んでいるインバウンド対策について調査しました。

① 鹿児島県の取組

鹿児島県では、平成24年の鹿児島ー台北線就航、平成26年の鹿児島ー香港線就航に加え、平成28年から平成30年の間に3つのLCC（香港エクスプレス、イースター航空、チェジュ航空）が就航し、鹿児島空港の国際航空路線は、平成30年7月現在でソウル線が週7便、上海線が週2便、台北線が週5便、香港線が週10便となり、海外からのアクセスが格段に向上しています。また、平成23年の九州新幹線の全線開業や県内における高速道路網の整備により、外国人観光客が陸からも県内に入りやすく旅行しやすい環境となっています。

その結果、平成29年の外国人延べ宿泊者数は前年比54.7%増の744,180人となり、順位としては全国第20位、九州では第5位となっています。外国人延べ宿泊者数の内訳としては、従業者数10人以上の施設では、香港、台湾、中国、韓国の4カ国で全体の約85%を占めていますが、特に香港は平成26年には28,660人しかいなかった延べ宿泊客数が、香港線の増便を経て、3年後の平成29年には6倍超の192,660人と目覚ましい伸びが見られ、国際定期路線の就航状況と外国人延べ宿泊者数の相関関係が見てとれます。

鹿児島県のクルーズ船寄港状況は、平成27年までは県全体で年間約60～80回で推移していましたが、近年は鹿児島港のマリンポートかごしまを中心に寄港が急増し、平成28年には117回、平成29年には153回となっています。平成30年4月には、同エリア内に地方創生拠点整備交付金を活用したC I Q（C u s t o m s（税関）、I m m i g r a t i o n（出入国管理）、Q u a r a n t i n e（検疫））ターミナルが完成し、クルーズ船の更なる誘致に弾みがつくだけでなく、入国手続きが迅速化され、船外での滞在時間が増加することにより、県内での経済効果が期待されます。

鹿児島県のインバウンド対策としては、観光PR動画撮影、教育旅行誘致、フリーペーパーやSNSを活用した情報発信、通訳ガイド育成、多言語コールセンター設置、観光案内標識の整備等が実施されています。調査先からは、「大分県が温泉効果により外国人宿泊者数の伸び率が増加しているが、単に大分県がうらやましいと思うだけでは何にもならない。発想の転換であり、これは鹿児島にとっても東九州自動車道を利用して鹿児島へ誘客する商機となるので、アンテナを高くして積極的に仕掛けていくことが重要である。」との説明がありました。

② 八代港の取組

ア 八代港の概要

八代港（所在地：熊本県八代市）は、大きく4つのエリアに分かれており、このうち外港地区において、大型クルーズ船の受入れを積極的に行っていますが、本来この地区はコンテナ貨物や飼料用作物、木材チップ等、外国との貿易用として利用されています。平成24年度の水深14メートル岸壁の完成以降、クルーズ船の受入環境向上を図るために、水深や船舶規模ごとの船舶航行安全対策、係船柱や防舷材の設置、夜間入出港ルール策定等を積極的に行ってきました。その結果、平成26年までは多くて年1回だった外国クルーズ船の寄港が、平成27年・平成28年には10回、平成29年には約70回と急増しています。急増した理由は、世界的なクルーズ船社であるロイヤル・カリビアン・クルーズ社（本社：アメリカ合衆国）が、平成27年の初寄港をきっかけに頻繁に寄港を行うようになったためです。急増する寄港に対応するため、国によるクルーズ船専用岸壁の耐震強化整備、県によるコンテナヤード移設拡充や大型ガントリークレーン整備を行うことで、クルーズ船専用の受入れができるように環境整備を図っています。一方で八代港には旅客ターミナルがなく、C I Qは船内で行わざるを得ないことから下船までに時間を要することや、元々が貨物港であることから100台を超える観光バスの待機場所確保に課題があります。

イ 国際旅客船拠点形成港湾

これらの課題を解決し、急増する外国クルーズ船を安定的かつスムーズに受け入れるために、熊本県はロイヤル・カリビアン・クルーズ社と連携し、平成29年に国の「国際旅客船拠点形成港湾」の指定を受けています。国際旅客船拠点形成港湾とは、港湾管理者が国際旅客船の拠点形成を行う際に民間事業者と協定を締結し、港湾管理者が係留施設等受入環境の整備を行うとともに、民間事業者が旅客施設等への投資を行うことで、係留施設の優先的使用権を与え、投資した民間事業者が当該港湾に寄港しやすい環境を整えることで、国際旅客船の安定的な受入れを図る制度です。現在、八代港を含め全国で7つの港が国から指定を受けています。この制度を活用し、国、熊本県及びクルーズ船社は「国際旅客船取扱埠頭機能高度化事業」を展開し、国による22万トン級クルーズ船対応専用岸壁・泊地の整備、県による旅客受入大型観光バス駐車場の整備、船社による旅客ターミナル及び船外客も視野に入れた集客施設の整備を行い、平成32年度には供用開始を予定しています。熊本県では、この事業を通して外国クルーズ船の寄港が更に高まるものと期待しており、八代港を「アジアに開くゲートウェイとしての『九州中央の大型クルーズ船の受入拠点』」と位置づけ、平成32年寄港回数100回、運営開始から10年以内には200回を目標として掲げています。

ウ クルーズ船の誘致及びクルーズ船客の観光に係る取組

熊本県では、ロイヤル・カリビアン・クルーズ社の八代港への初寄港以降、知事や副知事、八代市長が同社上海支社長へのトップセールスを積極的に行い、関係を強固なものにして、国際旅客拠点形成港湾の協定締結を行うまでに至っています。一方で、八代港からの寄港地ツアーについては、現在は特定の外資系免税店や大型商業施設を巡る無料ツアーとなっており、地元への経済効果は限定的になっています。このため、熊本県では県内旅行社や市町村と連携して、クルーズ船向けの地元消費型寄港地ツアーを造成し、船社に積極的に売り込んでいます。クルーズ船担当者からは、「熊本は大規模観光施設は少ないが、観光素材としては良いものがある。今は無料ツアーがほとんどだが、低価格からスタートして、少しずつ付加価値をつけるツアーなら可能ではないか。」との反応があったようです。また、船社からの要請により、船員を対象に船外に出て熊本の魅力を体験してもらうツアーを実施しており、船員のリフレッシュを図るとともに、今後乗船する船客に対し熊本のおすすめスポットを紹介する等、熊本の情報発信が期待されるところです。更に、地元の八代市においても、市、DMOやつしろ、八代市商店街等が連携し、商店街で船客をおもてなしする取組を実施しています。

意見交換では、委員から、「県で直接八代市周辺の経済効果をもたらす取組は行っているのか。」との質問があり、調査先からは、「県は、多言語表示や決済機能の活用促進でサポートしている。八代市も商店街の取組は頑張っているが、まだ大型商業施設に行かれてしまうケースが多い。」との回答がありました。

③ 株式会社美ら地球の取組

前掲の株式会社美ら地球は、外国人観光客を対象としたインバウンドビジネスを行っていますが、「地域資源豊かな里山で持続可能な観光ビジネスを行うためには、今のインバウンドの現状を把握しつつ、自らがターゲットにしたい対象を明確にすることが重要である。」との説明がありました。

ア 国により異なるインバウンドの状況

平成15年、国がビジット・ジャパン・キャンペーンを打ち出したことをきっかけに、インバウンド対策が盛んになり、平成27年には45年ぶりに訪日外国人の数が日本人の出国者数を超えました。現在の訪日外国人の約85%はアジア系で、約10%が欧米系になっています。アジア系と欧米系では観光動向が異なり、アジア系は団体ツアーが多く、滞在期間は1週間程度で、リピーターが多くショッピングを好む傾向にあります。欧米系は、個人旅行が多く、滞在期間は2週間程度、日本の伝統や文化を好む傾向にあります。観光消費額については、オーストラリア、イギリス、ドイツの旅行者が多い傾向にあります。

イ 株式会社美ら地球のターゲティング戦略

旅行者によって観光動向が異なる中で、ターゲットの顔を思い浮かべ、今提供できるサービスはどの訪日外国人なら心に響くのか、逆にターゲットにしたい訪日外国人を心から満足させるにはどういったことをしなければならないかを明確にすることが重要です。株式会社美ら地球は、消費額の高い欧米系の個人旅行者をターゲットにしています。欧米系の滞在日数が平均2週間程度で、有名な東京と京都の間で素敵な観光がしたい、というニーズに対応できるようにしており、里山でのアクティビティを含め、飛騨で2泊程度してもらうことを想定したサービスの提供を行っています。実際に、昨年度の実績は83%が訪日外国人で、その多くはアメリカ、イギリス、オーストラリアからの観光客でした。ターゲットの1つであるドイツは当社の認知度が低く実績が振るわなかったため、今後も積極的にプロモーションを行うこととしています。プロモーションの仕方もむやみに宣伝を行うのではなく、海外個人旅行者の最新動向を把握した上で、効果的な方法で行うことが大切です。最近の個人旅行者は海外の代理店を通して申し込むことが多いため、国内外の商談会で直接海外代理店と接触してプロモーションを行っています。

また、ガイドの質がツアーの鍵であり、訪日外国人をうまくアテンドして満足度を最大限に高めるためには、言語能力もさることながら、旅行者の目線で心の底から飛騨の魅力を伝えることができることが重要で、株式会社美ら地球のスタッフは全員が移住者のため、それが可能とのことでした。

意見交換では、委員から、「ここに来た観光客はリピーターが多いのか、それとも口コミで初めて来る客が多いのか。」との質問があり、調査先からは、「欧米系旅行者が日本に来るのは一生に1回という方も多く、インターネットでの高評価を見ていただいて来る方が多い。そのためにも満足していただくことは重要である。」との回答がありました。

(3) 県への提言

① 訪日外国人のターゲティングとプロモーションについて

観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によりますと、2017年の訪日外国人1人当たりの旅行支出は153,921円で、同年国内旅行客1人当たりの宿泊旅行支出(49,732円)の約3.1倍、1人当たりの日帰り旅行支出(15,526円)の約9.9倍となっており、今後、観光消費額の更なる向上を図るには訪日外国人による観光が不可欠となります。一方で、県外調査で訪問した株式会社美ら地球からの説明のとおり、訪日外国人も国によって観光動向が異なるため、戦略的にターゲティングすることが重要です。委員からは、「国内は人口減少が進み観光需要は減るため、海外から呼び込むことが大事である。何を求めて宮崎に来るのか、来てもらうのかをしっかりと打ち出すべきである。」との意見がありました。県は宮崎県観光振興計画に基づき、従来からターゲットを明確にした誘客促進に取り組んでいますが、各国の政治情勢や経済状況により、観光動向や消費動向が刻々と変化することに留意しながら、本県の強みを最大限に活用できる戦略的なターゲティングをするよう要望します。

また、訪日外国人は都道府県ごとに観光地を認識することは少ないため、九州という広域的なエリアとして、九州一丸となって魅力ある観光地の情報発信や誘客促進を図る必要があります。視察で訪問した鹿児島県は、北九州から入る訪日外国人を東九州自動車道を使って鹿児島県まで誘引したいという積極的な姿勢を示していました。同じく視察で訪問した鹿児島県旅行業協同組合から「熊本県の組合とは交流があるが、宮崎県の組合とは交流がないため、機会があれば交流したい。」との意見があり、組織によっては隣県同士で連携が取れていない状況も見られました。官民を挙げて隣県や九州一円での連携を深化させ、本県も含めた九州各県の強みを十分生かした広域観光ルートの創出や積極的なプロモーションを行うよう要望します。

② 訪日外国人向けの環境整備の充実と観光消費額の向上について

国内外問わず、観光客に我が観光地を知ってもらい興味を持ってもらうには、効果的な情報発信が重要です。また、観光客の満足度を高めるには、観光地の風景やガイドのホスピタリティだけではなく、観光地の情報や、観光地までのアクセス、決済機能等、利便性が高くストレスのたまらない周辺環境も重要な要素になります。

委員から、「宮崎県でダメな観光資源など全くない、全て素晴らしい資源である。ただ売り方が下手であって、どこに対してどのように情報発信していくかの分析が必要である。」、「宿泊施設や観光地の情報発信は行政だけでなく、企業や一般人でもウェブサイトやSNSでできる時代なのだから、宮崎のいいところを情報発信するような県民運動をしたらどうか。」、「中国や東南アジアでもキャッシュレス化が急激に進んでいる中、本県においてもキャッシュレス化は民間だけに任せず、行政も普及支援をしていくことが大事ではないか。」との意見がありました。

訪日外国人に対して本県観光の入口ともいえる情報発信は非常に重要であるため、ターゲットに合わせ、アクセスしやすい効果的な情報発信の方法を研究し、積極的に情報発信を行うとともに、本県を訪れた際の多言語対応やWi-Fi対応、キャッシュレス決済、二次交通等、訪日外国人が県内を周遊し滞在しやすい環境整備を更に促進するよう要望します。

また、県内での観光においては、単に周遊するだけではなく、観光消費額を高めてもらうことが重要です。調査で訪問した八代港においても、クルーズ船客の地元での消費機会が少ないことが課題となっており、委員からは、「クルーズ船客も含めた訪日外国人を丁寧におもてなしして、地元への消費額を少しでも高めるような取組が必要である。」との意見がありました。官民で連携し、訪日外国人の消費行動が地元へ経済効果をもたらすような仕組みを支援するよう要望します。

③ 多分野での国際交流の促進について

鹿児島県では国際航空路線の増便以降、外国人観光客数が急増しており、国際線の直行便が各県のインバウンドに重要な影響を与える要因の1つとなっています。本県への外国人旅行者を増加させるためには、国際線の維持・充実を図ることが重要であり、インバウンド同様にアウトバウンドを促進させることが重要です。様々な国と積極的な国際交流を行い、異文化に対する理解を深めることで、交流先から本県に対する興味を持ってもらうとともに、県民も外国人旅行者に対するおもてなしを積極的に行えるようになり、本県における観光満足度を高めることが期待されます。

委員からは、「国際交流を深めるには、信頼関係を築きそれを確固たるものにする必要があり、そのためには、様々な形で本気で心を通わせ向き合う必要がある。」「若者の外国への渡航体験は重要であることから、修学旅行やパスポート取得支援等を通して海外との交流ができるような環境をつくってあげてほしい。」「アウトバウンド・インバウンド双方での交流について、官民や分野を超えてお互いに往来できるよう、県も部局を超えて積極的に取り組むべきだ。」との意見がありました。

官民をあげて、スポーツ、文化、経済、食など様々な分野において、形式的でなく、心と心を通わせた国際交流に積極的に取り組むよう要望します。

また、観光客にとって、観光スポットの良否もさることながら、現地での触れ合いが大きく観光地の印象を左右し、リピーターとなるかの分水嶺になります。このため、訪日外国人との相互理解や気持ちのこもった交流が大変重要であり、若いうちから国際交流の機会を設けることで、外国人への苦手意識の払拭やコミュニケーション能力の向上など、国際交流に必要なスキルを効果的に習得することが期待されます。訪日外国人が出会い交流する日本人は、誰もが観光人材たり得ることを踏まえ、将来の宮崎の観光を担う人材育成のために、ホームステイや短期留学等、中長期的な視点を持った教育交流を積極的に行うよう要望します。

3 スポーツランドみやぎの充実に関すること

(1) スポーツランドみやぎに係る現状と今後の展開について

① スポーツキャンプ・合宿の受入等について

本県におけるスポーツキャンプ・合宿の受入実績は、団体数及び延べ参加人数ともに年々増加傾向にあります。平成5年度の受入実績が団体数280、延べ参加人数が51,379人であったのに対し、平成29年度の実績は団体数1,259、延べ参加人数196,835人と格段に飛躍しています。近年の傾向としては、韓国のプロチームや学生団体等、海外からもキャンプ・合宿に来ることや、1人当たりの平均滞在日数が6.2日/人と増加しキャンプ・合宿が長期化していることが挙げられます。また、プロチームが集中する春季キャンプには県内外から多くの観客がキャンプ地等を訪問しますが、平成30年春季キャンプ（平成30年1月～3月）の観客数は762,835人と、前年度（平成29年）の703,788人と比較し8.4%の増となっています。これは当時日本一となった福岡ソフトバンクホークス歓迎パレードや、ジャイアンツvsホークスOB戦、オープン戦等、目玉となるイベントによるところが大きく、今後も同様の工夫により集客効果が期待されます。スポーツキャンプ・合宿の経済効果は、キャンプ等の参加者及び観客の直接消費額や関連産業へもたらす波及効果等を基に算定しており、平成30年春季キャンプの経済効果は129億9,700万円と過去3番目の規模となっています。

また、本県では国際的なスポーツイベントにおけるキャンプ・合宿地の誘致を行っており、2019年のラグビーワールドカップについては、日本代表の事前チームキャンプ地、イングランド代表の公認チームキャンプ地として決定しています。また、2020年の東京オリンピック・パラリンピックについては、ドイツ、イタリアなど7カ国に事前合宿の誘致活動を進行中で、このうちドイツの陸上、カナダのトライアスロン・パラトライアスロンについては事前キャンプが決定しています。他にも、柔道やトライアスロン、陸上、スピードスケート等、様々な種目の日本代表の合宿を毎年多く受け入れており、万全の環境が求められるトップレベルのスポーツ合宿についても対応できる受入体制を整備しています。

委員からは、「プロスポーツのキャンプの受入実績は他県と比較しても優位な状況であるが、更に受入れを行う可能性はあるのか。」との質問があり、県当局から「プロ野球についてはキャンプの設備基準が厳格であり、現行のスポーツ施設以外での誘致は厳しい状況にある。Jリーグについても、冬芝をはじめとした施設整備が必要であり、更なる受入れについては、市町村も含めた関係者で協議していきたい。」との回答がありました。これに対し、委員から、「スポーツといっても、多くの種目や分野があるので、引き続きニーズの掘り起こしをお願いしたい。」との意見がありました。

② スポーツ観光実態調査について

スポーツキャンプ等の観客や本県でスポーツを楽しむプレーヤーは、その主目的に加え、観光や食事、宿泊等を行うことで、本県の経済効果を高めることが期待されます。このため県では、観客やプレーヤーを対象にスポーツ観光実態調査を実施しました。

プロ野球キャンプ地来訪者の特徴としては、全体の9割が九州圏内で、1泊以上の宿泊をした者の割合が約36%、九州内では福岡からの来訪者の5割程度が県内に宿泊しています。周遊ルートについては、宮崎市内の各球場から宮崎市中心部が多く、飲食や買い物が目的と思われます。一方で観光地への立ち寄りも限定的であり、また滞在時間も比較的短い状況にあります。また、認知度や関心度を定性的に捉えるためのウェブ調査では、来訪目的の3分の2がキャンプ見学をメイン、3分の1が観光をメインとしており、関東・関西からの観客は、観光目的も半分以上を占めています。一方でキャンプ以外の来訪時には、食事や買い物の比率は高いが、観光や体験等の項目は低い結果となっています。サーフィンについて調査を行ったところ、県外在住のサーフィン経験者のうち、本県でのサーフィン体験のある者は約40%であり、リピーター率は比較的高い傾向にあります。特に九州在住者の3分の1はリピーターで、6回以上のリピーターとなっているコアなサーファーは40代男性が多い状況にあります。一方で、関東・関西のサーファーは来県していないケースが多く、本県のサーフィン環境の良さが伝わっていない状況です。来県理由としては、「波が良い」、「気候が温暖」など環境の良さが評価されているほか、「誘われたから」という理由も多く、来訪経験者が友人・知人を誘っている状況がうかがえます。県外サーファーの現地行動としては、買い物や温泉に加え、宿泊を伴うためご当地の夕食を楽しむ傾向があります。

ゴルフについて調査を行ったところ、県外在住のゴルフ経験者のうち、本県でのゴルフ経験者は約2割で、首都圏や関西圏では特にゴルフ環境の良さが伝わっていない状況です。来訪理由としては本県のゴルフコースの質や温暖な気候が多く、県外ゴルフ客の現地行動としては、サーファー同様、買い物や温泉、ご当地の夕食を楽しむ傾向があります。

また、サイクリングについて調査を行ったところ、本県でのサイクルツアーの興味関心は2割強で、若い年代ほど関心が高い状況にあります。また、関心の高い者を対象に具体的なニーズを調査したところ、海岸線を一望しながら回るコースやダイナミックな自然の風景を満喫しながら回るコースなど、都会では味わえない走りに対するニーズが高くなっています。

(2) スポーツキャンプの受入れについて

① 宮崎市の取組

ア 宮崎市生目の杜運動公園の概要

宮崎市生目の杜運動公園は、総面積35.4haの敷地内に9レーンの陸上競技場、アイビースタジアム、はんぴドーム、体育館、多目的グラウンド等を備えた総合運動公園であり、スポーツランドみやぎきの推進を図る市の中心的な施設として、プロスポーツチーム等のキャンプや全国規模の各種大会に利用されています。当公園のスポーツキャンプ受入れとしては、平成15年より実施している福岡ソフトバンクホークスの春季・秋季キャンプが有名ですが、他にもフェニックスリーグやJリーグのアビスパ福岡、フェジアーノ岡山、福岡大学や中央大学のサッカー部等、プロから大学チームまで幅広く受け入れています。

また、当公園では多目的広場を利用した有名アーティストのライブを実施し、スポーツ以外の多目的利用による地域活性化を図っていますが、騒音対策や駐車場対策、痛んだ芝生の原型復旧等が課題となっており、多目的利用の頻度を更に高めるには、これらの課題を解決する必要があります。

イ スポーツキャンプを機とした観光施策の取組

福岡ソフトバンクホークスの春季キャンプは、本県を代表するスポーツキャンプの1つであり、観客延べ動員数は県内外合わせて約30万人になります。当公園でのキャンプは、選手にとっては全選手が隣接した場所でトレーニングができる環境が、そして観客にとっては選手との触れ合いや本拠地福岡からのアクセスが魅力的であると好評を得ています。

地元自治体としても、キャンプ参加者及び観客に対し食や文化、観光スポット等をPRする機会であり、県や市、民間事業者等で連携しながら様々な取組を行っています。キャンプ地での取組としては、公園内にホークスビレッジを開設し、宮崎の特産品を使った料理や軽食等を取り扱う約30店舗が出店し、キャンプ地に来ないと食べられない限定メニューを提供することで、宮崎の食の魅力をPRしています。また、キャンプ地内に天然温泉を使った足湯を設置し、宮崎の神話をモチーフにしたタペストリーを鑑賞しながら足湯を使っていたくことで、神話のふるさと宮崎をPRしています。

調査先からは、「スポーツキャンプによる観光振興を図るにも、まずはキャンプ地のある宮崎市まで足を運んでもらわないと始まらない。そのためには口コミが一番効果的だと感じている。そのため、球場内にフォトスポットを設置しており、ファンによるSNSによる拡散を期待している。」との説明がありました。

また、市では当公園内駐車場の自家用車やツアーバスのナンバーを基に、キャンプ地の観客動向調査を実施しており、自家用車の約60%及びツアーバスの約80%が県外ナンバー（自家用車の約31%及びツアーバスの約53%が福岡ナンバー）という結果を基に、より効果的な観光施策を検討することとしています。

スポーツキャンプを当地で継続してもらうには、チームを一生懸命応援しサポートすることも重要であるため、宮崎市では球団表敬訪問や本拠地での「みやざきスペシャルゲーム」におけるPR、クライマックスシリーズや日本シリーズ等のパブリックビューイングなどを実施しています。

② 日向市の取組

日向市はお倉ヶ浜総合運動公園と大王谷運動公園の2カ所でスポーツキャンプの受入れを行っています。これまで、大阪近鉄バファローズ（昭和58年～平成16年）、東北楽天ゴールデンイーグルス（平成17年）、韓国プロ野球チーム3球団、侍ジャパン女子代表、実業団や大学野球部等のキャンプの受入実績があり、現在は、東北楽天ゴールデンイーグルスの2軍、韓国プロ野球チームKt-ウイズ、パナソニック野球部、立教大学野球部のキャンプを受け入れています。

メインとなるお倉ヶ浜総合運動公園は、施設の老朽化が進行し、公式戦ができるスケールではないため、現在はあくまで2軍クラスの練習規模ということで、各チーム了承の上で、キャンプを実施している状況です。ロッカールームもプレハブで対応し、ブルペンもプロ野球の基準には達していないため、プロチームのキャンプ誘致には、施設整備の改善が喫緊の課題となっています。

調査先からは、「長年にわたり近鉄バファローズを受け入れてきた強みがあり、宿泊や食事、輸送等、地元事業者が必要となる部分については万全の受入体制で臨むことができるし、以前とは異なり、東九州自動車道が開通しているため、多くのプロチームを受け入れている宮崎市と連携し、練習試合ができるような取組も合わせて検討していきたい。」との説明がありました。

(3) 本県の特性を生かしたスポーツ観光について

① サーフタウン日向の取組

日向市は、全国的にも有数のサーフスポットを有しており、これを核にした関係人口や交流人口の増加を図ることを目的に、平成27年に策定した地方創造戦略の1つとして「美しい海岸線とサーフィンを生かしたまちづくり」をコンセプトとした「サーフタウン日向」を打ち出しました。「サーフタウン日向」は、「平成31年度までの累計移住者200人」、「平成31年度のサーフィン等利用客数252,000人」、「平成27年度観光消費額21億3,000万円を平成32年度に倍増」を目標に掲げ、東京オリンピックサーフィン誘致活動をはじめ様々な取組を行っています。

取組の1つである「リラックスサーフタウン日向プロモーション」はサーフタウン日向の魅力を発信するプロジェクトであり、ネットサーファーが本物のサーファーになるまでの成長を描いたPR動画発信や、キャラクターやロゴの作成、移住相談会、サーフィンを通したまちづくりシンポジウム等、未経験者・ビギナーから本格的な移住対象者、そして地元の市民まで、多層的なアプローチで魅力発信を行っています。

平成29年9月には、お倉ヶ浜海岸において、ISA（国際サーフィン連盟）主催の世界ジュニアサーフィン選手権が開催され、期間中は41カ国約500人の選手と38,200人の観客がサーフタウン日向の波を楽しみました。国際大会ということもあり、国内外のメディアでテレビ19件、新聞462記事、国内ウェブ1,415記事、海外ウェブ463記事で取り上げられ、約11億円の広告効果があったとのこと。大会期間中は、小中学生の応援参加や市民ボランティアによる交流に加え、各選手団との民間レベルでの国際交流が行われ、日向市の国際化の発展と多文化理解が深まるとともに、大会運営、各種おもてなしや国際対応等を市民が協力し合って実施したことで、今後も大規模なサーフィン大会を市民の力で受け入れる体制が整備され、サーフタウン日向の大きな推進力となっています。

平成29年11月には、サーフタウン日向を実現するための課題、基本目標、行うべき施策が見える化し、今後の指針を示すための「サーフタウン日向基本構想」を策定しています。4つの課題（サーフィン利用者の受け皿づくりが必要、多様な楽しみ方ができる環境づく

りが必要、サーフタウン日向の取組の市全体への波及が必要、市民の機運醸成、実行体制の構築が必要)と、4つの基本目標(世界から人が集まる「サーフィンのメッカ 日向」、思い思いに日豊海岸を楽しめる「私流リラックスタウン」、食・文化・自然・人を生かした「オール日向でリラックス」、市全体でリラックスサーフタウン日向を実現していく「チームづくり」)に基づき、サーファーや観光客に必要な施設整備、サーフスポット間のアクセス向上、サーファーの観光消費額の向上、市民の海辺に対する理解促進等、様々なハード事業・ソフト事業を実施していくこととしています。

意見交換では、委員より「若いサーファーは車中泊を行い、お金が日向市内に落ちないと聞く。一方で、ISA世界ジュニアサーフィン選手権では経済効果があったと思われる。今後も世界大会の誘致の見込みはあるのか。」という質問があり、調査先からは「オリンピック等の影響でサーフィンに対する見方が、『趣味』から『スポーツ』に変化しており、中高年が興味を持ったりサーフィンをはじめたりするケースが出てきている。最近では、日向市内のホテルも土日宿泊の2~3割がサーフィン目的と聞いており、観光消費動向に変化が起きている。また、世界大会の誘致については具体的な話はないが、ISA世界ジュニアサーフィン選手権は好評をいただいたし、ISAまでのレベルではないが、長期間継続しているサーフィン大会はあるので、そういった大会もレベルを上げて世界から認められるサーフスポットにしていきたい。」という回答がありました。

(4) 他県の国体に係る取組について

① 福井県の取組

福井県は、平成30年10月に第73回国民体育大会(福井しあわせ元気国体)・第18回全国障害者スポーツ大会(福井しあわせ元気大会)を開催しました。メイン会場となった福井運動公園は、昭和43年に開催された福井国体の時に整備されたものであり、50年近く経過し老朽化が深刻になっていたため、2巡目の開催を機に、平成26年以降、運動公園内の陸上競技場、補助競技場、体育館、水泳場、野球場、補助球場、テニスの7施設を再整備しています。総合開会式・閉会式の会場となった福井県営陸上競技場については、平成26年に25億円かけて場内の一部を改修しました。具体的には、国体用の貴賓室やエレベーター等に加え、メインスタンドの身障者座席の新設、盛り土のスタンドの芝生張り替え、400メートルトラック全面張り替え、夜間照明灯4基及び大型映像装置の新設等、国体基準に合わせた改修を行っています。平成29年9月に当競技場で第86回日本学生陸上競技対校選手権大会が開催され、男子100メートル決勝で桐生祥秀選手が日本人初となる9秒台(9秒98)の記録を樹立しました。これを記念し、この記録が記憶に残るとともに、当競技場を陸上競技の聖地として全国に発信するため、当競技場の愛称を「9.98スタジアム」とするとともに、競技場正面や観覧席入口に、新しい愛称をモチーフにしたデザインを施しています。全国的な話題をビッグチャンスとして、迅速かつ有効に活用することで、国体や福井県のPR効果を高めています。

一方で、調査先からは、「施設の改修等を行っているものの、福井運動公園の敷地は前回の国体からほとんど変わっていない。運動公園の周辺は以前未利用地が多かったが、今では住宅地に囲まれる状況に変わり、シャトルバスの輸送における土地の確保、周辺の交通安全対策、騒音対策等、前回の国体とは異なる課題もあり、対応に苦慮した。」との説明がありました。

② 鹿児島県の取組

鹿児島県は、2020年に開催予定の第75回国民体育大会（燃ゆる感動かごしま国体）・第20回全国障害者スポーツ大会（燃ゆる感動かごしま大会）の開催予定地となっています。現地では国体に向けた受入体制や国体に向けた施設整備について調査しました。

国体に向けた受入体制については、2020年東京オリンピック・パラリンピックと重なることもあり、宿泊や輸送面で様々な需給動向予測が非常に困難を極める状況にある一方で、不足にならないようにすることが命題になっています。シミュレーションを行った結果、現段階で宿泊数が足りない状態であり、43全市町村が競技会場となるため、各市町村と綿密な連携を図りながら宿泊数の確保を早急に行うことが課題となっています。また、競技者・関係者が一堂に会する総合開会式及び閉会式においては、安全で確実な輸送が重要ですが、国体開催時期が秋の観光シーズンや修学旅行の時期に重なり、バス利用の競合が避けられない状況にあるため、早期から大型バスの需要調査を行い、需給調整を図る必要があります。

国体に向けた施設整備として、燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会の基本目標の1つである「簡素・効率化を図る国体」の目標のもと、既存施設の有効活用を図ることとしています。一方で、日本スポーツ協会の定める国体施設基準や中央競技団体の視察・助言に従い、これらをクリアするために、様々な改修を行う必要があります。例えば、メインスタジアムとなる鴨池陸上競技場の電光掲示板については、これまで動画未対応でしたが、障がい者に配慮し、手話通訳や大きい字幕で動画を映写しなければならないことから、国土交通省の社会資本整備総合交付金を活用して、フルカラーの動画対応掲示板に改修しています。市町村施設については22市町48施設が整備され、このうち17市町32施設は国体施設基準等に対応するため、改修に当たっては県から最大2分の1の補助を受けています。県内に既存施設がない競技については、特殊競技施設として、県の全額補助により仮施設を整備しています。

調査先からは、「1巡目の国体の時は競技場周辺は未利用地も多く、駐車場や輸送に問題はなかったが、現在は土地利用が大きく変化し、Jリーグ等の大規模なスポーツイベントの時は既存の駐車場と許可区域での路上駐車で何とか対応している。しかし、国体の総合開会式レベルの規模となると、現在の運用では対応が困難と考えられ、今後、輸送バスを中心とした駐車場の確保が課題となる。」との説明がありました。

(5) 県への提言

① スポーツキャンプ・合宿の誘致について

本県の地域資源を最大限に活用して様々な種目のプロチームを受け入れる本県のスポーツキャンプ・合宿の受入体制は、他県にはない大きな強みとなっています。一方で、プロスポーツにおける施設基準はかなり厳格であるため、スポーツ施設が限定されるという課題もあります。委員から、「プロの基準を満たさない他の市町村でも、スポーツキャンプ・合宿に積極的なところもある。もっと市町村と連携して、全県下で様々な種目やプレーヤー層を対象とした受入体制をつくってあげることが、将来の各市町村の受入体制強化につながるのではないか。」との意見がありました。スポーツランドみやぎの更なる推進を図るため、各市町村と連携して全県化・通年化・多種目化に向けた環境整備について検討するよう要望します。

また、委員から、「スポーツキャンプの誘致に当たっては、他地域との差異をつけるには人間関係、信頼関係が重要である。今までと同じやり方ではなく、地域全体で応援することでチームに地域に根ざしてもらえるような工夫が必要ではないか。」との意見がありました。スポーツのキャンプ地・合宿地を選択する基準として、施設や気候条件といった可視的な要素はもちろんのこと、スポーツチームと本県との強い絆づくりや、チームに対する地域からの熱意ある支援も大変重要になるため、官民を挙げて各チームとの積極的で丁寧な関係づくりを継続的に行うよう要望します。

② サーフィンを通じた観光振興について

本県には県北から県南まで多くのサーフスポットが点在し、安定した波と初心者から上級者まで楽しめる幅の広さがサーファーを魅了しています。サーフィンが東京オリンピック・パラリンピックの公式種目に追加されて以降、サーフィンに対する注目度が増すとともに、サーフィンのイメージも娯楽からスポーツへと大きく変化しています。2017年に日向市お倉ヶ浜で開催されたISA世界ジュニアサーフィン選手権大会で高評価を得ただけでなく、2019年には、宮崎市木崎浜において、東京オリンピックの出場資格をかける初の大会となるISAワールドサーフィンゲームズの開催が予定されており、本県のサーフィンに係る良好な環境は、本県を代表する地域資源の1つとして世界中に認知され、国内外からの更なる集客効果が期待されます。

一方で、委員からは、「現在のサーファーの消費動向では、地域にお金が落ちにくく観光振興になりにくい一方で、サーフィン関係者から道路やトイレ、駐車場等の受入環境整備の要望が多く、そこに税金が投入されている。さらに地元住民は、自分達で汚したわけでもない海岸を、自分達の負担で環境美化しており、地元とサーファーの対立にもつながりかねない。」という意見がありました。単に、宿泊や食等を通じた消費喚起を図るだけでなく、地元自治体や地域住民が良好なサーフィン環境を維持・改善しやすい体制を整えた上で、更なる集客を図り観光消費額を高めるといような、サーファーと地元の双方にとってWIN-WINとなる仕組みづくりを推進するよう要望します。

③ 各種スポーツ大会の積極的な実施について

本県はスポーツランドみやぎきを推進しており、地域資源を生かしたスポーツツーリズムによる観光振興が期待されるところです。

委員からは、「観光地は一度訪問するとリピーターとして次回いつ来るかはわからないが、青島太平洋マラソンのような毎年開催されるスポーツイベントだと、宿泊や食事による経済効果は高いと考えられる。」との意見がありました。スポーツランドみやぎきの更なる充実には、スポーツキャンプの誘致による誘客に加え、参加型のスポーツ大会やイベントを積極的に実施し、実際に参加してもらうことが重要です。既に青島太平洋マラソンをはじめ、トライアスロンやサイクリングなど、県内の様々な大会で県外や国外からの参加が見られますが、各主催者と連携しながら、幅広い情報発信や現地会場でのホスピタリティ等、県外や国外からの更なる参加促進やリピーター確保に係る取組を積極的に行うよう要望します。

また、現地視察で訪問した福井県の9.98スタジアムのように、当該施設での日本記録更新樹立を機として、施設を聖地化し全国から注目されるケースも見られます。本県における全国規模や国際規模の大会の実施は、スポーツランドみやぎきを国内外から認知してもらう好機にもなります。委員からは、「国際的なスポーツイベント誘致に当たって、種目によっては現存の体育施設では国際基準を満たさないため、開催が難しいものもあると聞く。」との意見がありました。将来の全国大会や国際大会の誘致も視野に入れ、県内の主要な体育施設の新設や更新、改修等を行う場合には、各種目の国際基準に応じた設計について検討するよう要望します。

④ 2026年宮崎国体について

2026年に開催予定の宮崎国体は、単に競技の優劣を競う場ではなく、県民が一体となってスポーツランドみやぎきを推進し、全国にPRするとともに、将来の宮崎を担う若者や子ども達に、国体を通して有形無形の様々なレガシーを継承していく好機となります。

現地視察で訪問した福井県や鹿児島県では、国体の施設整備に係る対応は万全である一方、メインスタジアムにおける輸送体制や駐車場の確保等が課題となっていました。これらの課題を解決し、各体育施設の競技環境と同様に、宿泊や輸送体制等も円滑に対応できる大会運営能力を有することで、全国規模や世界規模の大会への対応も可能となり、国体開催以降のスポーツ大会誘致に向けたレガシーとなります。2026年の本県国体開催まで、国体はもちろんのこと、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスターズゲームズ等、多くの大規模スポーツイベントが行われます。これらの大会の成果だけでなく施設や運営等の課題も参考にしながら、官民でしっかりと連携・協力し、早期から本県開催時の大会運営上の課題を洗い出すとともに、その対応策について検討するよう要望します。

Ⅲ 結 び

以上、当委員会の1年間の調査内容及び活動について総括して御報告申し上げます。

県内観光資源の充実に関しては、地域資源を活用した観光振興の取組について重点的に調査しました。どの地域においても、地域住民や地元企業が、我が街の地域資源の特長を知り、ありのままの地域資源を魅力ある観光資源として効果的に生かした取組を行っていることが印象的でした。全ての調査先において共通していたのは、様々な課題があっても地域資源の可能性をひたすらに信じ、観光を通じた地域振興に一生懸命に取り組んでいる姿です。

近年の価値観の多様化とともに、観光動向の個人化・多様化が進んでおり、景勝地や有名観光地だけではなく、体験型観光や地域資源そのものを楽しむ観光など、メディアやSNS等で数多く紹介されています。つまり、どのような地域でも観光客の心をつかむ工夫と戦略さえあれば、素晴らしい観光地になるチャンスはあります。一方で、地元の視点だけでは慣れきってしまった環境ゆえに、「うちには何もない」とネガティブな思考に陥ったり、自分達の地域資源の良さに気づかず、チャンスを自ら逃すことになりかねません。各地域が自らの地域資源の魅力やポテンシャルを知るためには、外部からの視点が重要になります。また、観光が裾野の広い産業であることから、その魅力やポテンシャルは地域に広く共有される必要があります。

県当局には、外部からの支援により、各地域が自らが持つ地域資源の良さを再発見しつつ、調査先のように地域自らが主体となって自信と誇りを持って観光地づくりと魅力発信に取り組むための支援を推進するよう要望します。

インバウンド対策に関しては、地方自治体のインバウンドに係る取組や、海外クルーズ船誘致、訪日外国人のターゲティング戦略などについて調査しました。外国人観光客の観光動向や消費動向は年を追うごとに変化しているため、最新の傾向をしっかりとキャッチアップしながら、本県の観光資源に合った層をターゲティングする必要があります。また、本県の外国人延べ宿泊者数は九州最下位と厳しい状況にありますが、逆に考えると、今こそ多くの外国人観光客に宮崎の魅力を知ってもらう最大のチャンスとも言えます。外国人から見た宮崎の魅力やそれを効果的に伝える方法について、本県在住の外国人や海外経験豊富な県民等の協力をもらい助言を受けることも有効な手段と考えられます。

2020年には東京オリンピック・パラリンピック、2025年には大阪・関西万博と国際的な行事が次々に開催され、訪日外国人の更なる増加が期待される一方で、国はもちろんのこと各県においても、地域経済活性化の起爆剤ともいえるインバウンド対策を中心とした観光施策に注力することは明らかです。時に他県と協力し、時にはお互いに競争するという状況下において、県当局には、官民で連携しながら観光に係るデータや施策等を比較分析し、本県ならではの効果的な観光施策に努めるよう要望します。

スポーツランドみやぎの充実に関しては、スポーツキャンプの受入状況や本県の特性を生かしたスポーツ観光、国体の状況など、広範囲にわたり調査しました。スポーツ庁は平成30年

に「スポーツツーリズム需要拡大戦略」をまとめ、スポーツツーリズムの更なる推進を図っており、スポーツキャンプ・合宿の受入拡大やキャンプ観客数の増加等に取り組む本県としては、交流人口を増加させるとともに、宮崎の良さを知ってもらいファンになってもらう最大の機会です。しかし、本県のスポーツツーリズムにおける観光客はキャンプ観戦や試合観戦、スポーツイベント参加が主目的であり、会場内での情報発信は行っているものの、その先の県内観光や消費につながりにくいことが課題となっています。一方で、スポーツツーリズムの観光客は、その主目的がある限りリピーターとなる可能性は高く、観光消費額を高めることで地域経済の活性化が期待されます。

県当局には、スポーツツーリズムの客層を細分化した上で、各層の心をくすぐるような観光メニューを創出し、会場から県内各地の観光地等へ誘い、観光消費額を高める取組を推進するよう要望します。また、本県におけるスポーツツーリズムの課題を解決するため、サイクルツーリズムやフォトロゲイニングなど、観光資源との親和性が高いスポーツツーリズムを推進するよう要望します。

さて、本県の観光を振り返りますと、その歴史は「宮崎観光の父」と称された岩切章太郎氏から始まったともいえます。岩切氏は景観や交通、遊園等、多様な分野において、官民で連携・協力し、本県の持続ある発展を目指して長年をかけて観光の基礎を築き上げました。その成果が1960年代～1970年代の新婚旅行ブームで一気に結実し、観光地宮崎は全国に認知されるようになりました。岩切氏が「自然の美、人工の美、人情の美」の理念を貫き、本県発展のために懸命に観光振興に臨んだその姿は、当時とは全く状況が異なる現在においても学ぶべきものがあります。

マーケティングやターゲティングなど、観光振興に必要な理論や技術を十分に駆使し更なる集客や観光消費額の向上を通じた本県の経済活性化を目指すだけでなく、そもそも本県にとっての観光とは何か、観光を通して宮崎をどうしたいのか、という明確なグランドデザインを持って、岩切氏のように理念を貫き、失敗を恐れずに斬新なアイデアによる新しい取組に果敢にチャレンジしていただきたいと思います。

最後になりましたが、当委員会の提言を踏まえ、官民挙げてオール宮崎で持続可能な観光振興にしっかりと取り組んでいただき、県内の各地域が活性化し、今後も自立・持続していくことを期待しまして、当委員会の報告といたします。