

1. 研究の概要

平成 15 年 7 月、観光立国行動計画が策定され、平成 18 年 12 月には観光立国推進基本法が成立した。同法に基づき、平成 19 年 6 月、閣議決定された観光立国推進基本計画においては、実訪日外国人旅行者数を平成 22 年までに 1,000 万人にすることを目標とし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にすることを旨とする（平成 18 年：733 万人）としている。また、平成 20 年には、観光地の魅力と国際競争力を高めることを目的として、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」が制定される。いずれの法律においても、インバウンド観光振興のためには、観光地の魅力の形成が不可欠である旨が謳われている。このように、インバウンド観光振興を目指すためには、まず、インバウンドを含めた国内外の旅行者を引きつけるために、観光地自体の魅力を向上させることが必要不可欠である。

では、観光地の魅力を向上させるためには、どのように、社会資本整備を行えばよいのであろうか。本研究では、この課題を明らかにするために、観光振興と社会資本整備との関係に留意しつつ、インバウンド観光政策の変遷、課題を把握し、将来に向けての留意点を整理するとともに、空港を核とする観光客の動向について分析し、地域の玄関である空港及び空港を中心とするゲートウェイ空間の利活用方策、空港及び地域の連携方策について提言するものである。

2. 研究の目的・構成

本研究は、観光立国の推進に寄与し、地域活性化を推進するため、観光振興と社会資本整備の関係性について分析し、観光振興の観点から社会資本整備の留意点について整理するとともに、空港を中心とする観光客の動向について分析し、地域の玄関である空港及び空港を中心とするゲートウェイ空間の利活用方策、空港及び地域の連携方策について提言するものである。

そのために、以下の研究を実施した。

1. 観光の現状の把握

・有識者、観光の専門家、関係者のヒヤリング等をもとに我が国における観光の現状と課題について把握する。

2. 我が国の観光政策・観光計画の歴史の把握

・我が国の観光政策、観光計画の歴史について把握するとともに、諸外国の観光政策と比較することで、今後の観光政策の方向性について提言する。

3. 観光振興の観点からの社会資本整備の留意点の把握

・主要な観光先進事例における事例分析から、観光振興に関する評価軸を整理するとともに、観光振興の観点から社会資本整備における留意点について整理する。

4. インバウンド観光振興の動向と留意点の整理

・データ等から全国的なインバウンド観光の動向と課題について整理するとともに、北海道等を事例として、インバウンド観光振興の動向、留意点等について整理する。

5. 観光振興の観点からの空港ターミナル及びゲートウェイ空間の利活用方策の提言

・空港を中心とする観光客の動向を分析し、地域及び空港毎の特徴を把握し、観光振興の観点から空港を中心とするゲートウェイ空間の利活用のあり方について提言する。

3. 研究の方法

(1) 「観光」の構成要素

既存文献によれば、観光現象を構成する要素として、「観光者」「観光情報」「観光交通」「観光施設・サービス」「観光資源」が考えられる(図-1)。以下に、概要を説明する。

観光者

観光の主体となるのが、観光を希望して行動する人である観光者(国民、外国人旅行者)である。英語では、touristが普通。昨今は、明確な観光意識のない観光行動が多くなっており、観光目的と業務目的などの壁がなくなっているのが現状である。

観光資源

観光主体である観光者の多様な欲求を喚起したり、充足させたりするための客体が観光対象であり、観光資源と観光施設・サービスに分けることができる。かつて、見る観光が中心であった時代には、自然景観や人文景観(歴史等)等の観光資源が主流であったが、昨今では、あらゆるもの(モノ、コト、ヒト等)が観光資源となる可能性を有している。

観光施設・サービス

観光資源を活用(開発)して観光対象とするときに介在するのが観光施設である。観光施設は、観光者をひきつけ、誘致の原動力となる観光対象施設と、それらを利用するための利用施設に分けられる。利用施設といえども魅力がないと集客効果が上がらないどころか、最近では宿泊施設、飲食施設(食)、交通施設(乗物の魅力やシーニックバイウェイ)自体が、主要な観光対象となることも少なくない。

観光情報

観光者と観光対象を結びつける機能を果たしているのが、観光情報と観光交通である。観光者が観光行動を起こす(目的地を決める。目的地での周遊、行動を決める)ための情報が観光情報である。メディア(テレビ、ガイドブック、写真)により、観光地のイメージが形成され、観光者の観光行動が誘発される。

観光交通

観光地まで行く、観光地の域内を移動するなどの、観光を目的とする交通を観光交通という。観光交通には、一度、通った道はなるべく通らない、時間的、季節的な変動が大きい等の特徴がある。

なお、以上のような分類は、便宜的なものであり、ドライブ自体が観光の目的であったり、遊園地など観光施設が観光の目的であったりというような例外的な事象もあることに留意する必要がある。

(2) 本研究で扱う「観光」構成要素の考え方

本研究では社会資本整備の留意点について検討することから、1)で述べた「観光」の構成要素のうち、「観光交通」の中から、主要な地域の玄関である空港及び空港と観光地を結ぶゲートウェイ空間をとりあげるとともに、観光地における社会資本全般と観光振興の関係に焦点をあてることとする。この場合の社会資本は、そのまま、「観光施設・サービス」「観光資源」、地区内における「観光交通」である場合や「観光施設・サービス」「観光資源」の魅力の保全、向上に役立つ場合などがある。

なお、「観光者」-「観光情報」-観光地の関係等については、観光振興においては、重要な観点であるが、本研究では扱わないものとする(事例分析のなかでは考慮する)。

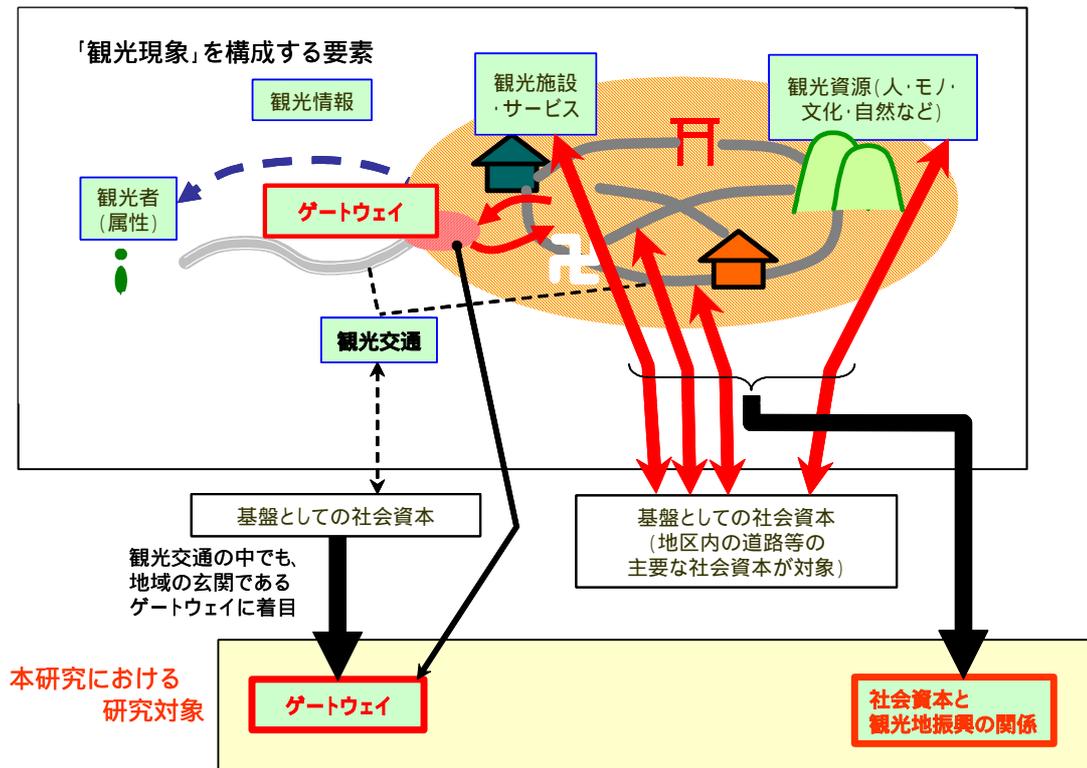


図 - 1 本研究の研究対象

4. 研究の成果

4.1 有識者ヒアから見る我が国における観光の現状と課題

有識者ヒヤリング等により、我が国の観光に関する課題等について整理した（表 - 1）。

表 - 1 観光に関する現状と課題

1. 観光振興の潮流	<ul style="list-style-type: none"> ・観光の概念が拡大、崩壊しつつある。六本木ヒルズで食事している人に観光している意識はないであろう。旅行目的のビジネスと観光も簡単には、割り切れなくなっている。 ・観光まちづくり（観光地計画）と通常のまちづくりが、接近し、区別がなくなってきている。 ・昨今の観光の潮流は、マス・ツーリズムからオルタナティブツーリズムという流れ。どんな町でも「観光地」になれる。 ・国内観光客は今後、小グループ（家族、親しい友人）から中グループ（兄弟の家族、一定規模の友人グループ）へと変化する。現在は個人対応（小規模）の温泉旅館が栄えているが、今後はそれでは対応しきれないため、ある程度のキャパシティを持った温泉旅館のニーズが高まると考えられる。また、今後は様々な「ニッチ・ツーリズム」が出てくる（映画ロケ地などの「ゆかり」ツーリズムなど）。 						
2. 観光振興の主体	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="256 819 357 909">観光振興の取り組み主体</td> <td data-bbox="357 819 1428 909"> <ul style="list-style-type: none"> ・観光の主体は誰か、国の役割は何か、はっきりしない。 ・中央は政策を現場に任せてアドバイザー、高級コンサルタントに徹するべき。そのためには、いろんなスケール（生活圏、観光圏）のケースをストックしていくことが大事。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 909 357 999">地域の視点</td> <td data-bbox="357 909 1428 999"> <ul style="list-style-type: none"> ・観光には「観光者」と「観光地（生活者）」がある。来訪者だけでなく、地域住民の視点が重要。地域の住民が「良き観光者」となり、自らが観光者としての視点を持てば、良いホスピタリティを発揮できる。 </td> </tr> </table>	観光振興の取り組み主体	<ul style="list-style-type: none"> ・観光の主体は誰か、国の役割は何か、はっきりしない。 ・中央は政策を現場に任せてアドバイザー、高級コンサルタントに徹するべき。そのためには、いろんなスケール（生活圏、観光圏）のケースをストックしていくことが大事。 	地域の視点	<ul style="list-style-type: none"> ・観光には「観光者」と「観光地（生活者）」がある。来訪者だけでなく、地域住民の視点が重要。地域の住民が「良き観光者」となり、自らが観光者としての視点を持てば、良いホスピタリティを発揮できる。 		
観光振興の取り組み主体	<ul style="list-style-type: none"> ・観光の主体は誰か、国の役割は何か、はっきりしない。 ・中央は政策を現場に任せてアドバイザー、高級コンサルタントに徹するべき。そのためには、いろんなスケール（生活圏、観光圏）のケースをストックしていくことが大事。 						
地域の視点	<ul style="list-style-type: none"> ・観光には「観光者」と「観光地（生活者）」がある。来訪者だけでなく、地域住民の視点が重要。地域の住民が「良き観光者」となり、自らが観光者としての視点を持てば、良いホスピタリティを発揮できる。 						
3. 観光資源の現状と課題	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="256 999 357 1088">風景と観光資源</td> <td data-bbox="357 999 1428 1088"> <ul style="list-style-type: none"> ・地域毎の景観の差異・特徴はごく自然にでてくる。 ・そこにあるものをきれいにしていく、ということが重要。美しい町に住んでいれば、自ずと人はそれを見にやってくる。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 1088 357 1211">生活景と観光資源</td> <td data-bbox="357 1088 1428 1211"> <ul style="list-style-type: none"> ・日本の場合、人と自然が関わり合いながら作ってきた多様な風景が資源になる。 ・珍しい風景を見に行くというよりも、地域の人々の暮らしを見て、その中で自分の生活を考えるというのが、成熟した観光に求められている。 ・欧米人には、景観と同時にライフスタイルを見せていった方が良い。 </td> </tr> </table>	風景と観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ・地域毎の景観の差異・特徴はごく自然にでてくる。 ・そこにあるものをきれいにしていく、ということが重要。美しい町に住んでいれば、自ずと人はそれを見にやってくる。 	生活景と観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の場合、人と自然が関わり合いながら作ってきた多様な風景が資源になる。 ・珍しい風景を見に行くというよりも、地域の人々の暮らしを見て、その中で自分の生活を考えるというのが、成熟した観光に求められている。 ・欧米人には、景観と同時にライフスタイルを見せていった方が良い。 		
風景と観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ・地域毎の景観の差異・特徴はごく自然にでてくる。 ・そこにあるものをきれいにしていく、ということが重要。美しい町に住んでいれば、自ずと人はそれを見にやってくる。 						
生活景と観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の場合、人と自然が関わり合いながら作ってきた多様な風景が資源になる。 ・珍しい風景を見に行くというよりも、地域の人々の暮らしを見て、その中で自分の生活を考えるというのが、成熟した観光に求められている。 ・欧米人には、景観と同時にライフスタイルを見せていった方が良い。 						
4. 観光振興と社会資本整備	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="256 1211 357 1413">観光振興と社会資本整備の関係</td> <td data-bbox="357 1211 1428 1413"> <ul style="list-style-type: none"> ・現在の観光政策はソフトに偏りすぎ。 ・観光とは、日本という品物を、国内・海外マーケットに売ること。そのためには、商品として売る品物（国土、社会資本）を良くしていかなければならない。 ・社会資本整備に関わる人々に、観光振興の観点から社会資本整備を見るような意識改革、勉強をしてもらうことが必要。 ・例えば、成田空港に降りたって東京に来るルートの周囲だけでもきれいにしていくべきではないか。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 1413 357 1480">観光インフラ</td> <td data-bbox="357 1413 1428 1480"> <ul style="list-style-type: none"> ・観光インフラとは何かという議論をきちんとすべき。観光の中で観光インフラがどのぐらいのウェイトを占めているのか明らかにしていけば、役所の位置づけが明確になるはず。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 1480 357 1570">評価・便益</td> <td data-bbox="357 1480 1428 1570"> <ul style="list-style-type: none"> ・観光の社会的便益を計れないか。 ・短期的な流行廃りのセグメンテーションで考えるべきではない。50年後を何を根拠に考えていくか、という点では歴史に学ぶことは大事。 </td> </tr> </table>	観光振興と社会資本整備の関係	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の観光政策はソフトに偏りすぎ。 ・観光とは、日本という品物を、国内・海外マーケットに売ること。そのためには、商品として売る品物（国土、社会資本）を良くしていかなければならない。 ・社会資本整備に関わる人々に、観光振興の観点から社会資本整備を見るような意識改革、勉強をしてもらうことが必要。 ・例えば、成田空港に降りたって東京に来るルートの周囲だけでもきれいにしていくべきではないか。 	観光インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ・観光インフラとは何かという議論をきちんとすべき。観光の中で観光インフラがどのぐらいのウェイトを占めているのか明らかにしていけば、役所の位置づけが明確になるはず。 	評価・便益	<ul style="list-style-type: none"> ・観光の社会的便益を計れないか。 ・短期的な流行廃りのセグメンテーションで考えるべきではない。50年後を何を根拠に考えていくか、という点では歴史に学ぶことは大事。
観光振興と社会資本整備の関係	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の観光政策はソフトに偏りすぎ。 ・観光とは、日本という品物を、国内・海外マーケットに売ること。そのためには、商品として売る品物（国土、社会資本）を良くしていかなければならない。 ・社会資本整備に関わる人々に、観光振興の観点から社会資本整備を見るような意識改革、勉強をしてもらうことが必要。 ・例えば、成田空港に降りたって東京に来るルートの周囲だけでもきれいにしていくべきではないか。 						
観光インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ・観光インフラとは何かという議論をきちんとすべき。観光の中で観光インフラがどのぐらいのウェイトを占めているのか明らかにしていけば、役所の位置づけが明確になるはず。 						
評価・便益	<ul style="list-style-type: none"> ・観光の社会的便益を計れないか。 ・短期的な流行廃りのセグメンテーションで考えるべきではない。50年後を何を根拠に考えていくか、という点では歴史に学ぶことは大事。 						
5. 観光振興の観点からみた交通ネットワークの課題	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="256 1570 357 1749">二次交通の課題</td> <td data-bbox="357 1570 1428 1749"> <ul style="list-style-type: none"> ・北東北観光はエージェン트에頼らざるを得ない。その際、空港からの2次交通が大きな課題。地元のバス会社にはテリトリーがあり、県を跨いで、なかなか運行できない。しかも、地方のバス会社の経営は大変苦しいのが現状。例えば、諸外国では観光地を拠点とするツアー・オペレーターがいるが、日本でもそういう業態（ランド・オペレーター）ができ、バス会社が転換するということはできないか。 ・自治体が補助金を出してワンコインバスを走らせる等、市場解放・自由競争という本来の目的とねじれている現象が起こっている。観光振興の観点から、法律の規制・運用を検討できないか。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 1749 357 1816">モード間の連結</td> <td data-bbox="357 1749 1428 1816"> <ul style="list-style-type: none"> ・地方空港のレンタカーの量は延びているのに、相変わらず送迎バスでターミナルから営業所まで運んでいる。2次交通の配置計画に、もう少し注意すべき。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 1816 357 1865">路線・アクセス</td> <td data-bbox="357 1816 1428 1865"> <ul style="list-style-type: none"> ・ヨーロッパでは、パーミンガムとボンの間等でいくらでも日帰りできるが、東京からソウルなどアジアへは日帰りできない。大都市はアクセス性、地方都市は路線・頻度の点に課題がある。 </td> </tr> </table>	二次交通の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・北東北観光はエージェン트에頼らざるを得ない。その際、空港からの2次交通が大きな課題。地元のバス会社にはテリトリーがあり、県を跨いで、なかなか運行できない。しかも、地方のバス会社の経営は大変苦しいのが現状。例えば、諸外国では観光地を拠点とするツアー・オペレーターがいるが、日本でもそういう業態（ランド・オペレーター）ができ、バス会社が転換するということはできないか。 ・自治体が補助金を出してワンコインバスを走らせる等、市場解放・自由競争という本来の目的とねじれている現象が起こっている。観光振興の観点から、法律の規制・運用を検討できないか。 	モード間の連結	<ul style="list-style-type: none"> ・地方空港のレンタカーの量は延びているのに、相変わらず送迎バスでターミナルから営業所まで運んでいる。2次交通の配置計画に、もう少し注意すべき。 	路線・アクセス	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨーロッパでは、パーミンガムとボンの間等でいくらでも日帰りできるが、東京からソウルなどアジアへは日帰りできない。大都市はアクセス性、地方都市は路線・頻度の点に課題がある。
二次交通の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・北東北観光はエージェン트에頼らざるを得ない。その際、空港からの2次交通が大きな課題。地元のバス会社にはテリトリーがあり、県を跨いで、なかなか運行できない。しかも、地方のバス会社の経営は大変苦しいのが現状。例えば、諸外国では観光地を拠点とするツアー・オペレーターがいるが、日本でもそういう業態（ランド・オペレーター）ができ、バス会社が転換するということはできないか。 ・自治体が補助金を出してワンコインバスを走らせる等、市場解放・自由競争という本来の目的とねじれている現象が起こっている。観光振興の観点から、法律の規制・運用を検討できないか。 						
モード間の連結	<ul style="list-style-type: none"> ・地方空港のレンタカーの量は延びているのに、相変わらず送迎バスでターミナルから営業所まで運んでいる。2次交通の配置計画に、もう少し注意すべき。 						
路線・アクセス	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨーロッパでは、パーミンガムとボンの間等でいくらでも日帰りできるが、東京からソウルなどアジアへは日帰りできない。大都市はアクセス性、地方都市は路線・頻度の点に課題がある。 						

6. 観光振興のための制度構築	国の関与と地方の関係	<ul style="list-style-type: none"> ・バリ島の開発では、UNDP（国連開発計画）は、マグネットを作り、その周囲に少しずつサテライトを配するというプランを当初、目論んでいた。しかし、インドネシア政府はいろんな民族を抱えており、いろいろな島に同じネームバリューのリゾートを作ろうとして、結局、現実的には何も動いていない。こうした構造は日本も同様。 ・日本のモデル事業は、アメリカのデモンストレーション・プログラムを輸入したものの。本来は、ある町で成功すると他の町でも使えるという意味であったが、日本では、自治体にばらまいてしまった。 ・どこか一つを重点的にやって成功例をつくるべき。最も人を集めるところをベースにして、そこからどういう風に人を周囲に流すかと考えるべき。 ・協議会の権限を担保する、人材育成にお金を出す等、地域をエンカレッジする政策を考え、地方に金を出す仕組みを組み替えるべき。人材育成は公共事業にならないが、本来、人材は最大のストックである。 ・新潟県の黒川村はうまく地域おこしをやって過疎団体を脱したら、補助金が来なくなり、意気消沈している。例えば、補助金を二本立てにして、一本は遅れている地域のバックアップ、もう一本は英才教育で、優等生を育てるといった発想はできないか。 ・湯布院の藁こづみに対する補助等、各地で新しい知恵が出始めている。地方の知恵に任せ、地方が動きやすくなるのが大事。
	地域振興の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・地域振興の中に観光を組み込むためには、地域の生活の仕組み、システム自体を構造改革する必要がある。近代は産業の時代で、観光も産業化した。今後は、産業で社会を支えて行くという考え方を切り替えていかなければならないのではないかと。 ・ガイドを事業としてやっていくのは重要だが、事業化できるのは限られている。ボランティア等多様な関わり方が出てくるだろう。 ・お金、物質、食材などが地域で循環していくような、サステナブル・コミュニティの方向へ切り替えて行けないか。
	観光地の再開発	<ul style="list-style-type: none"> ・公園事業や沿道整備などを総合的に実施できる、観光地の再開発の制度はできないか。
7-1. インバウンド振興の課題	主体	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド政策という点では、国が必ずしもやる必要はなく、各都市が主体的に行っていけばよい。
	インバウンド観光のとらえ方	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティビジネスとして観光を捉えていかなければインバウンド振興はできない。 ・いかなる業種であっても、地域の人に「観光関連産業」という意識が必要である。 ・インバウンド観光には、社会的効果(交流促進) / 文化的効果 / 環境的效果 / 教育的効果の4つの効果がある。 ・インバウンド観光には「安全保障」という観点が含まれる（「知日家」が増える）。 ・「観光客を呼ぶ」町づくりに、どのような町にするかという明確なコンセプトが必要。 ・「経済的效果」はあとからついてくる。そもそも、観光は在庫がつかない（ホテル、AIRなど）、モノのやりとりではなく、人のやりとりである等の観点から、通常の経済学とは異なる。 ・今後は、マストツーリズムからオルタナティブ・ツーリズムへ / 域外観光から域内観光へのシフト / 情報テクノロジー時代の到来、の3つの流れと、環境 / 華人圏 / 宗教 / 高齢化社会、の4つのキーワードが重要。
	資源	<ul style="list-style-type: none"> ・国内マーケットにも支持される場所であれば、海外マーケットには受け入れられない。 ・回り道になるかもしれないが、地域の魅力づくりをしなければならない。
	受け入れサイド	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドのキャパシティ論、トラブル等をどう考えるか。 ・「訪日外客数を2010年までに1,000万人にする」と言われているが、十分な受け入れ対応ができるのか不安。数ばかり追いついて対応が不十分になると、かえって「嫌日家」が増えてしまう。人材育成やキャリアングキャパシティなども課題。
	マーケティングの必要性	<ul style="list-style-type: none"> ・国によって志向が異なるため、マーケティングを行い、変化するニーズをきちんと把握する必要がある。 ・マーケティングが不十分。特に“来ていないところから呼ぶ”ことが肝要である。 ・アメリカやヨーロッパをターゲットにすべき。国際的に付き合っていく上で、自らの国を理解してもらう手段として、インバウンドを考えるべき。 ・ある程度、先を読みながらアイデアを出すことは必要だが、将来について下手な読み方はしない方がいい。地域はマーケットに合わせて作っていくというよりも、自分たちの生活に合わせて作っていくものである。
	見通し	<ul style="list-style-type: none"> ・WTO予測によると、今後もアジア域内観光は伸びてくる。現在は国際観光客到着数のうちアジア域内到着数は15%であるが、2020年には27%に拡大する。 ・海外では、中国、インド、ベトナム、マレーシア、タイ、ミャンマーなどのインバウンド数が増加すると考えられる。また、シンガポールの場合、本国のインバウンド魅力が限られているため、諸外国からマレーシアやインドへ訪れる際の出入口（起終点）としての役割・機能を高める方針を掲げている。一方、香港は中国化が徐々に進んでおり、魅力がダウンしているため、今後はあまり伸びないと考えられる。 ・中国では、国が国民の外貨所有を制限している一方、インドではそのような制限はなく、中流階級が伸びている。このため、今後は中国よりもインドが増える予想される。

7 - 2 . インバウンド振興の課題	旅行会社	<ul style="list-style-type: none"> ・日本では、ランドオペレーター（現地旅行会社）機能が確立されておらず（観光業が産業として機能していない）、地域にお金が落ちるシステムになっていない。 ・アジアの国やオーストラリアでは直手配が多く、地元の業者が絡むところが少ない。 ・旅行会社は本来の“代理店”機能を発揮しなければならない。そのためには「モニターツアー」を開催するなどして、インバウンド観光の市場開拓を進める必要がある。 ・旅行会社がツアーを企画する場合、在日外国人の意見を参考にすべき。日本人だけで考えて企画しても意味がない。
	政策	<ul style="list-style-type: none"> ・VJCは宣伝に偏っている。 ・インバウンド数を増やすだけでは国際観光地とは言えない。 ・観光インフラが整備されていなければ、インバウンド客数が増えても地域産業の活性化につながるかどうか疑わしい。 ・量的な把握だけでなく観光政策の質的な把握が必要である。イギリス人観光客のバードウォッチングは非常に消費単価が高い（2週間程度の滞在で100万円を使うようである）。こうした現象は量的把握だけでは見極められない。 ・産・官・学共同で観光政策に取り組み、意識レベルを共有化する必要がある（アメリカやカナダではそれができているが、日本はできていない）。 ・地方間格差を埋める手段として観光業を位置づける必要がある。 ・観光政策も取り込んだ地域主体型の都市計画を行う必要がある。
	事例	<ul style="list-style-type: none"> ・千葉の県立佐倉高校の図書館にオランダ人が訪れている（他所にはないオランダに関する貴重な資料があるため）。これが縁で、国際花火大会が開催されている。 ・屋久島では世界遺産登録後10年にあたる2002年にマネーフローを作成した。それにより観光業と地場産業との連携が図られるようになった。 ・ツェルマット（スイス）では、観光客の4割はスイス人である（観光客の8割はヨーロッパ）。夏の観光客誘致対策を行っており、その結果、通年型・リピーター型・滞在型の旅行者比率が高くなっている。 ・コスタリカの首都サンホセでは4車線的高速道路が走っているが、自然保護区のモンテ・ベルデは悪路のままとすることで自然を保護している。 ・ニュージーランドでは国の観光政策として各都市がバス等で結ばれており、それが観光客の満足度を上げている。

4.2. 我が国における観光政策の歴史の把握

4.2.1 我が国における観光政策の歴史と現状

我が国の観光政策、観光計画の歴史について整理し、時代毎の特徴について把握するとともに、現在の観光政策の課題について整理した。戦前及び戦後オリンピックまでは、商品としての国土・社会資本の魅力の向上、高質な受け入れ施設の整備、ソフト（対外的な情報発信・サービス）などに係る国の政策が一体となっていたが、現在の政策は、ソフトに偏っており、社会資本整備と連携がとれていないことを指摘した。

表 - 2 我が国の観光政策の変遷

	国土・空間	施設	情報・サービス
明治	外国人によるリゾート開発 外国人による風景の発見	民間人による外国人向けホテル の建設	1893年「喜賓会」 (外客誘致斡旋機関) 創立
大正～昭和初期	1931国立公園制度	国の融資による国際観光ホテル	鉄道院国際観光局 国際観光委員会 国際観光協会
戦後から 昭和30年代	国際観光文化都市法	公的融資によるシティホテル建設	国際観光事業助成法 国際観光協会等
昭和40年代から 50年代	大規模レクリエーション基地構想(各省)		
昭和60年代	リゾート法		
現在	(観光ルネッサンス事業)		ビジット・ジャパン・キャンペーン 観光カリスマ

4.2.2 我が国と諸外国における観光政策の比較

我が国と諸外国の観光政策について比較、分析し、4.2.1で明らかにした戦後オリンピックまでの我が国の観光政策のあり方は、発展途上国型であること、先進国における観光産業に対する政府の関与には、フランス、イタリアなどのように政府の関与が大きいタイプとアメリカ、イギリスのように政府の関与が小さいタイプの2つがあり、現在の日本は、アメリカ型であることを指摘した。

4.3. 観光振興の観点から見た社会資本整備の留意点

4.3.1 観光振興の評価軸

観光関係機関及び観光関係の有識者に集まって頂き、全国数十事例の主要な観光先進地における事例分析を行い、観光振興に関する評価軸を、観光客、地域住民、観光産業の3主体の観点から整理するとともに、これらの評価軸の時代的変遷について考察した(表-3)。例えば、高度経済成長期には、宿泊施設の量・価格、アクセス性等が重要であったのに対し、近年は、宿泊施設の質、地域性などが重要な評価軸に変化している他、地域住民からみた評価軸と他の評価軸の調和が重要となって来ている。また、それぞれの評価軸間の関係(齟齬を来す場合など)について整理した(表-4、図-3)。

表-3 観光振興の評価軸(観光を構成する3主体とそれぞれの魅力要素)

主体 項目		観光客	地域住民	観光産業
地域を 評価する時の 要素		観光地としての魅力要素	地域の生活環境の魅力要素	観光産業にとっての魅力要素
		資源性・地域性 快適環境・空間 行動(アクティビティの多様性) 宿泊施設(の質) アクセス・交通条件	安全・安心・安寧な生活 利便性の高い生活 快適な生活 歴史、伝統、文化 誇りや愛着を醸成する個性 雇用の場・所得	観光施設の事業性 ・事業効率・規模・安定 ・新たな事業機会・発展 観光地の持続性 ・地域への融合 (地域に馴染んでいるか) ・地域への貢献 (観光産業雇用創出、 経済波及効果等) ・資源の保全・活用・発掘
上記の時代 変化	観光の大衆化の時代(高度成長期あたりまで)	全国観光資源評価等でランキングされた資源、観光施設における行動の多様性、宿泊施設の量・価格、アクセス・交通条件が重視される。	安全・安心・安寧な生活や、利便性の高い生活、雇用の場・所得などの生活環境の基礎的な面の整備が求められる。	観光の大衆化に対応するため、需要に対応した観光施設の供給に重点がおかれ、観光事業も経済性・効率性が追求される。
	観光が成熟化した近年	上記プラス 地域性や、快適環境・空間、宿泊施設の質等も重視されるようになる。	上記プラス 快適な生活、歴史、伝統、文化、誇りや愛着を醸成する個性等の重視に偏向していく。	上記プラス 観光客の求める資源の変化、観光資源の疲弊化等もあり、観光地の持続性が重視されるようになる。
定量指標の例 総合指標 重複指標	顧客満足度 観光入込客数 宿泊者数 宿泊比率 リピーター比率	人口定着率 道路整備率・改良率 公共施設整備率 誇りや愛着度 各種産業指標 (工業製品出荷額等)	観光消費額(消費単価) 宿泊施設数・宿泊収容力 飲食店数・飲食店売上額 地域雇用者数 観光入込客数(推移) 宿泊者数 宿泊比率 リピーター比率	

表 - 4 観光の評価軸間の相互関係

観光客	観光地としての魅力要素	一般的な関係	<p>【観光の大衆化の時代】 関係大 観光客の需要に対応するため、観光産業が観光施設等の供給を果たしてきた。需要過多の時代は、「観光客にとっての魅力」=「観光産業にとっての魅力」でズレは少ない。</p> <p>【観光が成熟化しつつある近年】 関係大 観光産業は、基本的には観光客にとっての魅力を高めるべく取り組むが、供給過多（地域間競争）の時代になるとズレも生ずるようになる。</p>	観光産業	
		相反する関係となり、問題が生じる場合の例	<p>× 地域の資源容量や魅力の本質を考慮しない観光開発（=観光産業）の進行により、逆に観光の魅力を損なう。</p> <p>× 行きすぎた観光客数に対応するため、あるいは都市的な利便を求めるような観光ニーズの高まりにより、外部資本が過度に流入し、地元の観光産業が廃れる。</p>		観光産業としての魅力要素
		両立しながら観光の魅力を高めるための留意事項	<p>・ 観光産業の振興のみに目が配られていると、観光地の魅力の低下を招く場合もある。地域の資源容量や魅力の本質を十分踏まえた、観光産業の取り組みが必要</p>		
観光客	観光地としての魅力要素	一般的な関係	<p>【観光の大衆化の時代】 関係少 限られた観光資源周辺、囲い込まれた観光施設の中で観光行動が行われることが多く、比較的両者の関係は小さかった。</p> <p>【観光が成熟化しつつある近年】 関係大 地域住民の生活の場そのものが、観光の舞台となる場合が増えてきており、両者の関係が強くなってきている。</p>	地域住民	
		相反する関係となり、問題が生じる場合の例	<p>× 地域の生活の場に観光客が流入し、プライバシーの侵害や騒音、ゴミ投棄等のいわゆる観光公害が生じる。</p> <p>× 生活道路に観光交通や通過交通が流入し、渋滞が発生する。</p> <p>× 地域住民の雇用の場・所得向上を目指し、工場団地開発や大規模商業施設開発が行われると、観光資源の価値を損傷につながる。</p> <p>× 地域の客間として大事にされるべき歴史文化資源（城址等）が、地域のコミュニティ施設として利用され、観光の価値を損なう。</p>		地域の生活環境としての魅力要素
		両立しながら観光の魅力を高めるための留意事項	<p>・ 地域の暮らし自体、暮らしの中に培われた歴史、伝統、文化、コミュニティ自体等が観光の魅力となるような、観光のしくみが必要</p> <p>・ 地域住民にとっては、上記のような魅力が観光対象となったり、評価してもらうことで、誇り、愛着、自信が醸成されるため、適切な交流機会を生み出すことも必要</p>		
観光産業	観光産業としての魅力要素	一般的な関係	<p>【観光の大衆化の時代】 関係少 観光を基幹産業とする温泉地等観光地が比較的限られ、一般地域住民との接点は少なかった。または観光産業は、比較的限られた観光施設で営まれており、両者の関係は小さかった。</p> <p>【観光が成熟化しつつある近年】 関係大 今まで観光産業とは無縁の地域でも観光への取り組みが見られ、観光産業と地域住民との関係は強まっている。</p>	地域住民	
		相反する関係となり、問題が生じる場合の例	<p>× 金銭至上主義や粗末な文化が蔓延し、地域のコミュニティが崩壊したり、歴史、伝統、文化が損なわれる。</p> <p>× 観光開発によって、自然や地域社会の価値を損ね、生活環境の質の低下を招く。</p> <p>× 「観光（産業）」への地域住民の理解が十分でないため、来訪者に排他的であったり、観光産業が阻害されるなど、地域に不協和音が生じる。</p>		地域の生活環境としての魅力要素
		両立しながら観光の魅力を高めるための留意事項	<p>・ 観光産業と、地域の多様な産業、コミュニティビジネス等との連携により、経済波及効果を高めることが必要</p> <p>・ 「観光（産業）」に対する地域住民の理解を深め、観光関連の取り組みに幅広い住民が参入・参加できるようにしくみが必要</p>		

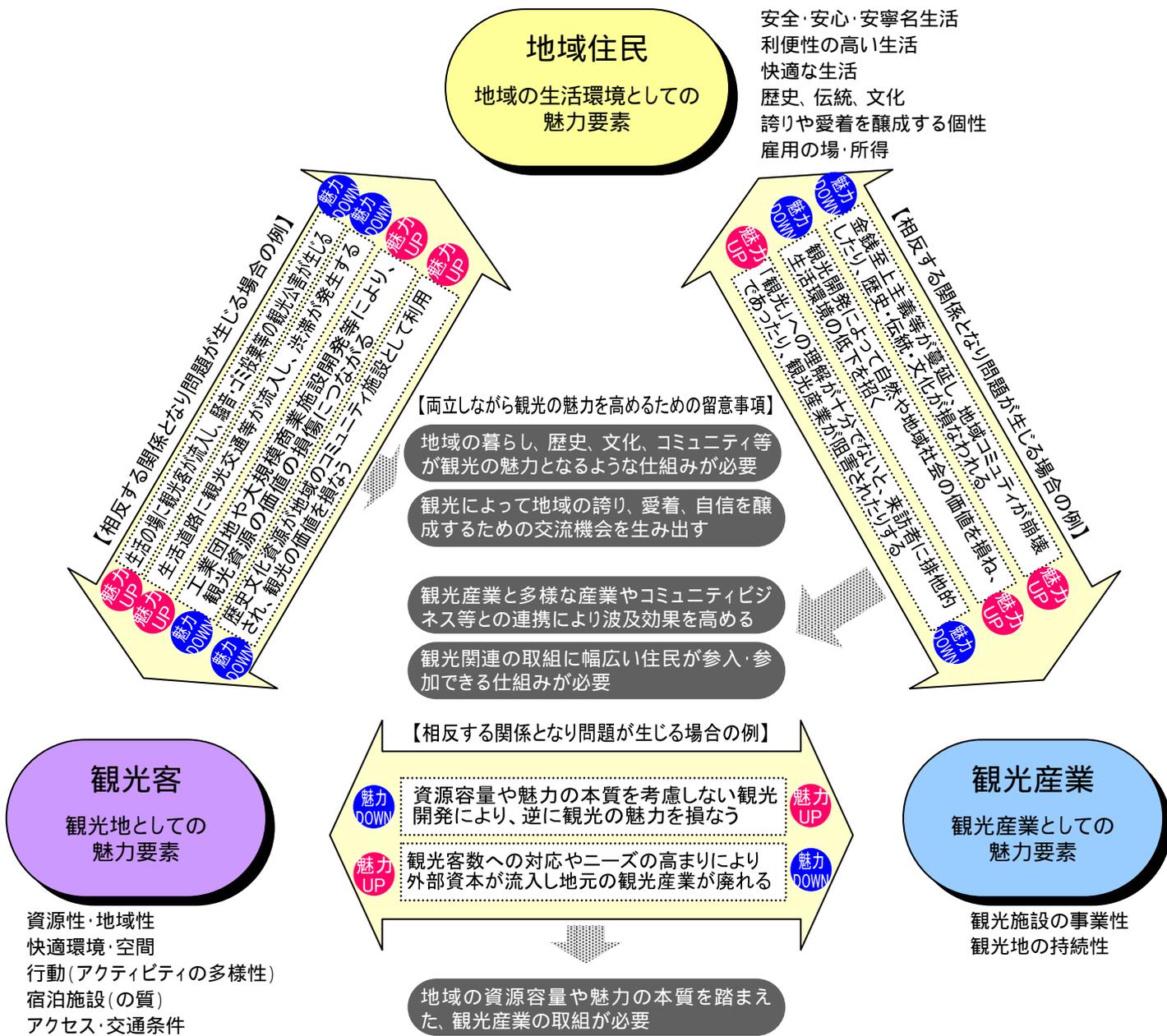


図 - 2 3主体と観光振興の評価軸の相互関係

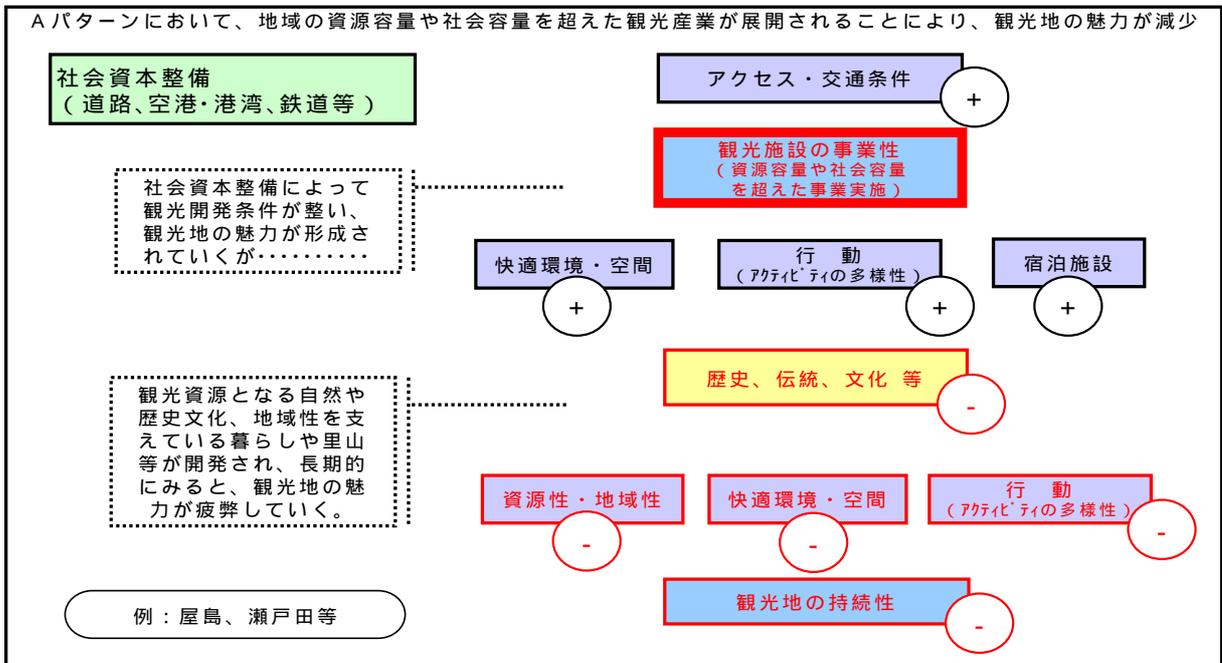
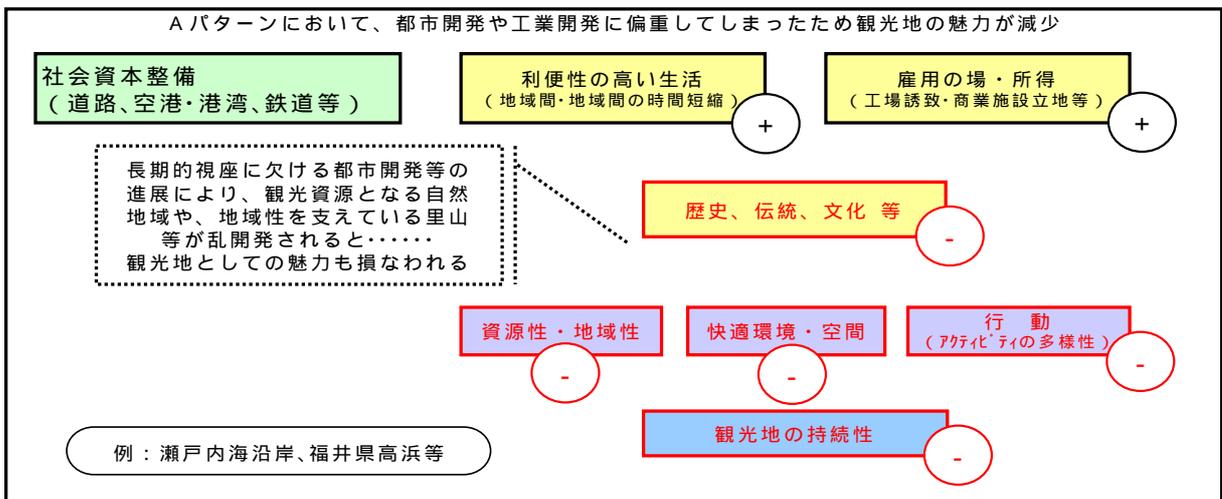
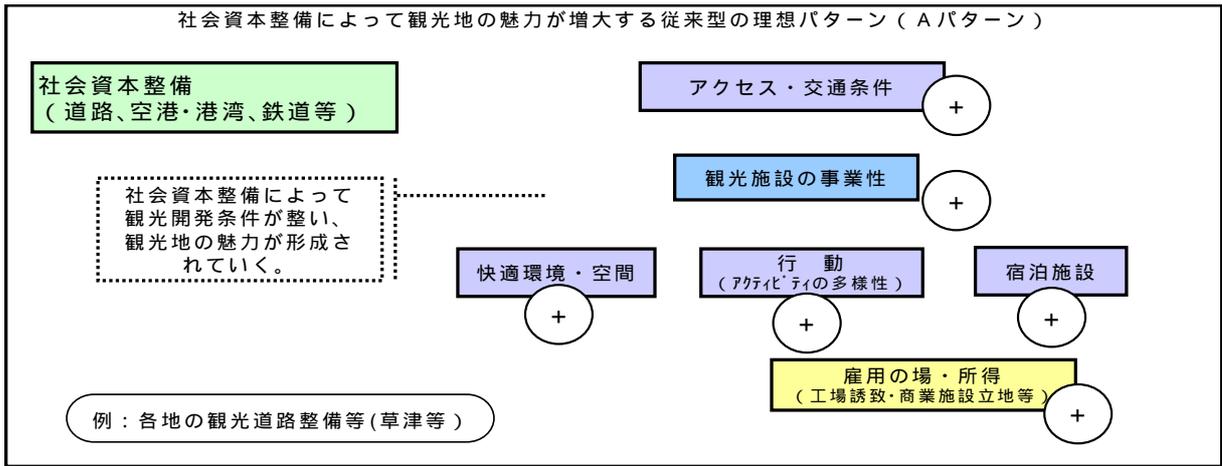
4.3.2 観光振興の観点から見た社会資本整備における留意点

観光振興と社会資本の一般的な関係について整理するとともに(表-5)、社会資本整備が観光振興の評価に与える影響について主要なパターンを整理した(図-3)。

さらに、観光振興の評価軸及び評価軸間相互の関係毎に、観光振興に配慮した社会資本整備にあたっての留意点、配慮事項について整理した(表-6,7)。

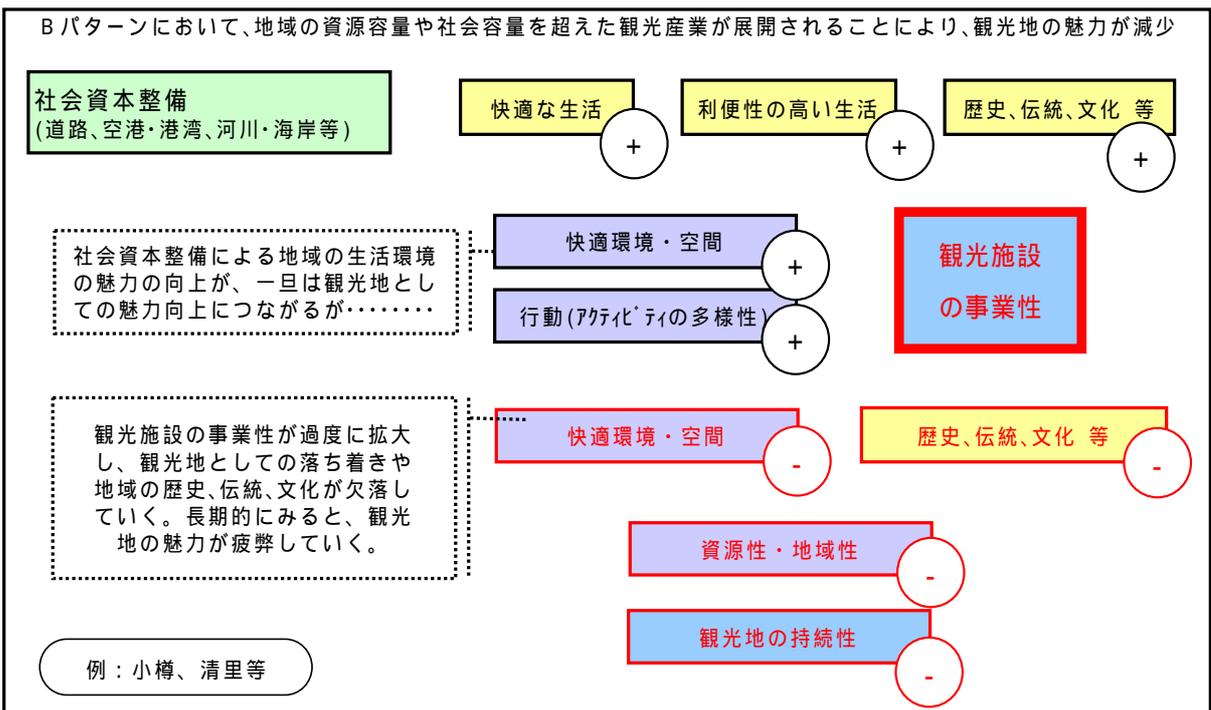
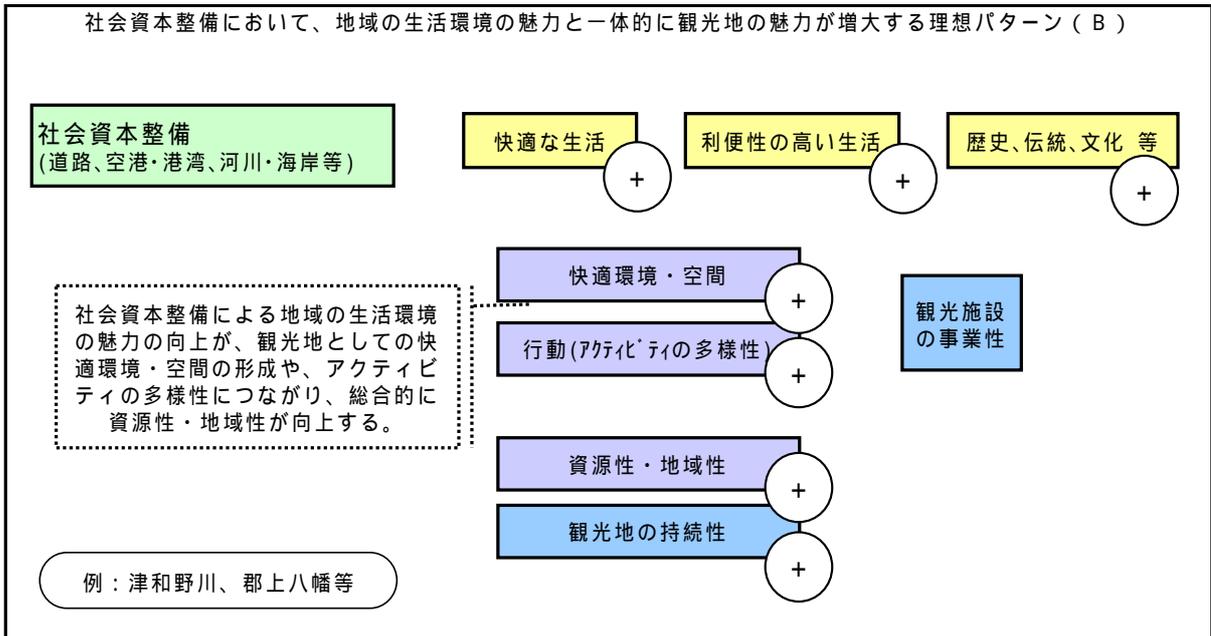
表-5 社会資本整備と観光振興の関係

観光地の魅力要素	社会資本整備が観光地の魅力向上に与える主な効果	例・解説
資源性・地域性	整備された社会資本自体が観光名所となる。	
	- 1. 社会資本自体が景観対象となる。	ダムが眺めの対象に(黒四ダム)
	- 2. 社会資本整備により美しい景観が創られる。	目抜き通りや並木道等が創られる(角館の桜並木)
快適環境・空間	- 3. 社会資本の利用自体が興味深い体験となる。	長大橋を渡ることが観光の魅力になる(レインボーブリッジ、瀬戸大橋)
	社会資本の活用により観光資源の発掘・保全が図られる。	
	- 1. 自然資源や自然環境が保全される。	美しい海岸が護られる(海岸浸食防止による三保の松原の保全)
	- 2. 歴史的環境や文化財が保全される。	街路整備と合わせ伝建地区が保全される(高山)
行動(アクティビティ)	- 3. 新たな観光資源が発見される。	文化財がみつかる
	- 4. 地域コミュニティが保全されたり、伝統文化が伝承される。	ルート整備により、観光資源の価値が見直され管理道路整備により棚田が保全される(飯山)道の駅の整備により集落が保全される(伊根)
	社会資本の活用により観光行動の舞台が創られる。	
アクセス交通条件	- 1. 視点場や散策ルートが創られる。	国営公園が観光資源となる
	- 2. スポーツ、文化、レクリエーション活動の場が創られる。	海岸事業により海水浴場が整備される
	- 3. 祭りやイベント等の場が創られる。	河川事業により、水辺のオープンスペースが整備される(津和野川)
宿泊施設	アクセスが改善され、移動が容易となる。	
	- 1. 観光対象への物理的アクセスが確保されたり、容易となる。	道路整備により、観光地間の移動が快適となる。
	- 2. 観光のための移動時間が短縮される。	空港開設により、空路が開拓される(能登空港)
地域住民の意識	- 3. 物理的アクセス、情報アクセスの拠点が形成される。	道の駅が整備される(舟屋の里伊根)
	観光施設や体験・交流プログラム等のソフトな魅力が誘発される。	
		立地条件(市場条件)が向上することにより、新たな宿泊需要がみこめるようになり、宿泊施設が整備される
	地域住民の意識を変え、(観光への取り組み)意欲が高まる。	
		道路整備をきっかけに、沿道で市民による花の修景事業が始まる(飯山)



観光客にとっての魅力要素(評価軸)
 地域住民にとっての魅力要素(評価軸)

図 - 3 社会資本整備が観光振興の評価に及ぼす効果と影響（その1）



観光客にとっての魅力要素(評価軸)
 地域住民にとっての魅力要素(評価軸)
 観光産業にとっての魅力要素(評価軸)

図 - 3 社会資本整備が観光振興の評価に及ぼす効果と影響（その2）

表 - 観光振興の評価軸毎にみた社会資本整備の効果と影響 - 観光地と生活環境の双方にとって魅力ある地域を形成するための社会資本整備の留意点 -

魅力の尺度（大項目）		社会資本整備との関係		これからの社会資本整備に当たっての留意事項 ～国や地方公共団体等、公共事業実施主体の配慮事項～	社会資本整備を観光振興に活かすための 地域の観光・交通事業者、住民等の取り組み	
		観光振興上の効果 - プラス要因	影響 - マイナス要因			
観光地としての魅力要素	社会資本整備が直接効果・影響を与える	資源性・地域性 「観光地としての魅力」 興味対象となる自然資源・自然環境が保全 興味対象となる歴史・文化遺産 伝統行事や技術が保全・継承 興味対象となる美しい風景が保全・整備 観光地の雰囲気・景観が保全（面的な広がりへの配慮） 「地域の生活環境としての魅力」 地域の誇りや愛着を醸成する 個性的な地域資源が保全・継承 歴史、文化、伝統が継承され、 独自の地域性がある	社会資本整備（例えば河川・海岸整備）により、地域ならではの観光資源＝地域資源が保全されたり、価値が向上する。 道路等の整備により、地域の歴史、文化遺産の維持管理が容易になり、保全・継承が進む。 道路や港等の整備により、観光資源・地域資源への物理的アクセス、視覚的アクセスが可能となる。 社会資本自体（ダムや橋等）自体が観光資源・地域資源となる。	観光の舞台となる自然や、地域住民が愛着をもつ環境が損なわれる場合がある。 高速道路、大規模な構造物等の出現や場違いなデザインにより観光地（地域）の雰囲気・景観が悪化 過大・過密利用になれば、自然環境・地域環境が悪化する（例えば排気ガス等による自然環境の悪化）。	「多様な地域資源に目を向け、その保全につながる社会資本整備を」 卓越した資源はもちろんのこと、比較的ありふれた自然や環境が当該地域の成り立ちや文化の基底になっている場合があり、これらが観光の魅力の規定するようになっている。社会資本整備に当たっては、地域性を培う資源、魅力を十分吟味し、その保全・継承につながるようにしていく。 「観光資源・地域資源の保全のため必要となる整備段階の配置や景観デザインへの配慮」 観光資源・地域資源の保全に配慮した配置や、構造・デザイン等の採用。 観光資源への物理的アクセスを可能にするだけでなく、道路や河川等の整備にあわせて落ち着いて風景を楽しむことができる視点場等の整備により、視覚的アクセスの多様化を図っていく。 「資源の持続的価値保全のため必要となる運営段階での環境や景観等への配慮」 交通アクセスの整備に当たっては、過大・過密利用による自然や地域性の損傷を避ける視点が不可欠となり、マイカー規制や利用者数制限等利用コントロールを図っていく。	目指すべき地域イメージを明確にしておく（それに沿った社会資本整備を誘導・要請）。比較的ありふれた自然や環境が当該地域の成り立ちや文化の基底になるとともに、観光の魅力の形成につながっている場合もあり、地域特性を予め十分把握しておく。 資源容量の観点から、適正な観光客入込数を設定し、その実現に向け利用制限を図っていく。
		快適環境・空間 「観光地としての魅力」 興味対象となる良好な街並み、拠点景観が形成 快適な活動空間が形成 賑わいが形成 雰囲気・情緒が形成 「地域の生活環境としての魅力」 日常生活における利便性の高い拠点地区（中心市街地等）の形成	歩道整備や無電柱・電線化、街並み環境整備事業等により、観光客にとっても、地域住民にとっても風情があり、快適な街並みが形成される。 質の高い地域の空間軸（道路や河川等）が形成され、地域全体の美しい景観形成が誘導されていく。	旧市街地への幹線道路整備により、通過交通が流入し、街並みの情緒がなくなったり、快適空間が損なわれる。 都市施設、商業施設、観光施設等がスプロールや乱立等により、地域性や風情がなくなり、俗化が進む。	「地域の魅力・活力が集積する中心市街地を活かすための集中的投資」 地域の文化的、経済的財産が集積する中心市街地（旧市街地）の魅力を保全・活用し、観光客にとっても、地域住民にとっても歩いて巡ったり、生活できように、社会資本整備を行っていく。 「快適な歩行環境の確保」 地域の魅力を十分に味わえる場として、また、地域住民が集まる場として、快適な歩行環境の確保に努める。 「誘発される無秩序な開発等を回避するため必要となる運営段階のコントロール施策」 都市施設、商業施設、観光施設等のスプロールやチェーン店等没地域性の店舗の立地等を避けるための地域側のコントロール施策と一体となった社会資本整備。 「地域の景観づくりに寄与する景観デザインの導入」 地域全体の美しい景観形成を先導する模範的な景観デザインの導入が望まれる。	既存ストックが集中する中心市街地（旧市街地）や既存観光拠点の魅力向上に向けて、継続的に取り組む。 民地側の敷地、建築物等の景観デザインの水準を高め、公共空間と一体となった良好な街並み整備を図る。
		行動（アクティビティ） 「観光地としての魅力」 非日常的な体験・出会い 行事・イベントへの参加機会提供 その他多様なアクティビティへの参加機会が提供 「見る」「遊ぶ」「食べる」「癒す」「体験する」「買う」等に関わる行動の選択性・水準 「地域の生活環境としての魅力」 コミュニティ活動の継承 行事・イベントの継承 域外からの来訪者との交流・出会いの機会形成 魅力ある飲食店等の立地	道路や港、河川等の整備により観光客と地域住民との多様な交流、イベントの空間が形成される。 道路や河川等の整備により、伝統的な祭りの舞台が維持される。 道路や河川等の維持管理業務の一環として、地域住民の修景等に関わる主体的な取り組みが誘発され、観光客をもてなす良好な景観が形成される。 観光施設事業に関わる地域住民の機運が醸成され、多様な観光施設の利用機会が提供される。 観光客の利用しないしは観光客と地域住民の複合利用により魅力ある飲食店等が立地。	過大・過密利用になったり、地域の生活の場まで観光客が無秩序に入り込むようになると、安静な生活や地域コミュニティが損なわれる。 外部資本による観光施設が無秩序に広がると、地域住民の意欲やコミュニティ意識が低減につながる。	「地域文化等の体験や地域住民との交流の場を創出」 名所旧跡を「見る」だけでなく、地域の自然・歴史・文化体験、地域住民との出会いや暮らしを通じた感動的な交流が観光の魅力要素となってきている。これらの体験・交流機会を生み出す場の整備を図っていく。 「地域住民が参加し魅力づくりに取り組む場の確保」 地域住民による出店・商品販売等（小さなビジネス）の場となる施設整備の場の確保や、地域住民が主体的に修景やイベントに取り組む場として道路敷や河川敷の活用を図っていく。 「体験・交流活動の場に相応しい景観・環境デザインへの配慮」 本物の自然・歴史・文化体験ができるように、社会資本の景観・環境デザインには風土性への配慮が必要となる。 「観光エリアと伝統的地域コミュニティ等との的確な棲み分けを推進」 場合によっては社会資本の配置により観光空間と一定距離を隔て、安静な生活や伝統的な地域コミュニティが保全していくことも必要となる。	道路敷や河川敷、公園・広場を活用した魅力あるイベントを定期的に開催するなど、地域全体を使ったプロモーションに取り組む。 道路敷や河川敷の美化等維持管理に自発的に取り組む。 社会資本整備を好機として捉え、当事者意識をもって主体的に事業に取り組み、地域資源を有効活用した観光魅力の向上につなげていく。 社会容量の観点から、地域の適正な観光利用像を明らかにし、利用制限を図っていく。
		宿泊施設 「観光地としての魅力」 設備、サービスとも質の高い宿泊施設が提供 多様な宿泊施設が整備され、 利用機会が提供	社会資本整備により、市場条件や環境条件の改善が図られ、宿泊事業の可能性が高まる等の効果はあるが、社会資本整備が直接宿泊施設の魅力に効果を与えることは考えにくい。			
観光の魅力とは直接関係ないが	社会資本整備が直接効果影響を与える	「観光地としての魅力」 市場からのアクセスが容易 良好な交通の便が整備 時間距離、経済距離が短い ターミナルからのアクセスが容易 多様な交通手段が提供 他の観光地の周遊が容易	道路、鉄道、空港、港等の社会資本整備により、人口集積地からの交通アクセスが改善され、当該観光地まで短時間で到達できるようになる。 周辺観光地を周遊する観光ルート（道路等のハード）や観光コースが形成される。 観光地内を円滑に巡ることができるようになり、観光資源が有効利用されるようになる。 鉄道駅、道の駅、海の駅、空港等の観光拠点形成される。 アクセス道路や鉄道駅などのゲートウェイの魅力により観光地の印象を高めることができる。	観光客の過大・過密利用や、通過交通の流入などを招くことがあり、走行性や安全性が損なわれる。また安全で安心して暮らせる日常の生活環境が損なわれる場合もある。通過立寄り型の利用が増加するとゴミや処理等の地域負担が相対的に増加する。（いわゆる観光公害） 軌道や大規模な通過交通路の配置によっては、地区内交通が遮断されたり、地区のコミュニティの分断につながる場合もある。 アクセスが観光地や観光対象に近づきすぎることによって観光体験の質を低下させたり疎離化させたりする場合がある。	「高速交通網と連携する2次交通を含めた交通ネットワークの形成」 道路、鉄道、空港等の高速交通網とあわせて、それと円滑にネットワークする2次交通関連の社会資本整備が必要となる。 「観光地・観光対象の特性に応じたアクセスの向上」 地域や観光対象の魅力を十分に発揮させるような適切なアクセスを整備する。歩いて楽しむ場所と交通機関を利用する場所との関係に配慮した整備も必要となる。 「観光ゲートウェイの魅力アップとサービスの向上」 鉄道駅、空港、港等の交通の結節点については、観光ゲートウェイとしての魅力アップにより印象を高めるとともに、情報提供機能等の整備を拡充する。 「観光交通と地域交通の共存」 観光と、地域住民の暮らしの双方にとって、移動の安全性、円滑性が共存するような交通施設整備が求められる。観光交通と地域交通との棲み分け（時間、空間）や誘導方策などを適切に導入する。 「地域コミュニティの維持・発展への配慮」 地域の歴史や文化の基底となっている地域コミュニティの維持・発展につながるよう、配置等への十分な配慮が必要となる。	交通アクセス条件の整備は、それにより通過型、日帰型の観光地化が促進されるなど、観光地にとってメリットになるとは限らない。市場構造の変化を的確に捉えつつ、当該地域に滞在する魅力を生み出す努力が必要となる。 関係事業者が周遊コースの設定、および共通の地図、パスポート等の発行等を連携して実施するなど、社会資本を活用したジョイントプロモーションに取り組む。 公共交通機関利用やパーク＆ライドを促進するため、地域行政と交通事業者等が共同でフリンジ駐車場の適正配置や周遊バス等の2次交通機関の運行に取り組む。

表 - 観光振興の評価軸相互の関係からみた社会資本整備の留意点

注) キーワード欄は「室谷正裕：新時代の国内観光 - 魅力度評価の試み -」等から抽出している。

観光の魅力向上のため、社会資本の整備段階で特に留意すべき事項

項目 = 評価軸	キーワード	資源性・地域性	快適環境・空間	行動(アクティビティ)	宿泊施設	アクセス・交通条件	観光施設の事業性	観光地の持続性	
観光地としての魅力要素	資源性・地域性	<p>【賦存資源】</p> <p>資源性 / 多様性 / 集積度</p> <p>自然 / 歴史・文化・伝統 / 景色・風景</p>  <p>時間をかけた本物の街並み形成の阻害につながる場合もある(彦根夢京橋キャッスルロード等)</p>	 <p>質の高い環境整備(社会資本整備)自体が長い年月の経過により観光資源になり得る(足助香風溪)</p>	 <p>観光資源の魅力そのものである屋島山上に観光施設が立地し、しかも多くは廃屋として放置されている(高松市屋島)</p>	 <p>排気ガスや過密利用による自然環境への影響を抑えるため、低公害のシャトルバスを中心とした公共交通に限定(上高地の車輛規制)</p>	 <p>地域の魅力と関係のない観光施設、商業施設の立地拡大により、資源性や地域性が損なわれ始めている(小樽運河周辺)</p>			
	快適環境・空間	<p>【空間快適性】</p> <p>アメニティ / 雰囲気</p> <p>景観・町並み / 環境・快適空間 / 雰囲気・情緒 / 非日常性</p>	<p>社会資本整備が擬似的な街並み整備を促進させ、本物の歴史・伝統・文化の損傷につながったり、時間をかけた本物の街並み形成の阻害につながる場合もある(彦根夢京橋キャッスルロード等)。質の高い街並み整備や環境整備(社会資本整備)自体が長い年月の経過により観光資源になり得るといった、基本的考え方が重要(足助香風溪)。</p>	<p>歴史的な街並みやアメニティの感じられる界隈空間は、非日常的な賑わいを生み出し、多様な人々がぶつれあう場ともなる。このような場を活かしながら、観光客や地域住民の交流機会を増やしていく。</p>					
	行動(アクティビティ)	<p>【活動メニュー】</p> <p>メニューの豊富さ / 独自性</p> <p>施設 / 温泉 / 活動・出会い / 特産品</p>	<p>社会資本整備によって観光資源本体(あるいは間近な位置)への観光施設整備や、相応しくない活動導入が容易になり、逆に資源の価値が損なわれる場合がある。代表例として、山岳・丘陵の最も重要な頂上部への施設配置があげられる(高松市屋島山上の水族館)。導入する活動や観光施設の配置等については、観光資源の価値を保全するように、その位置関係に十分な配慮が必要となる。</p>	<p>広場のプロムナード、およびこれらと一体となった景観等の社会資本整備を進め、地域全体で快適環境・空間の形成を図る(草津温泉)</p>					
	宿泊施設	<p>【宿泊施設】</p> <p>サービス水準 / 多様性 / 話題性</p> <p>規模 / 食事 / ホスピタリティ</p>	<p>社会資本整備によって観光資源本体(あるいは間近な位置)への宿泊施設整備が誘導され、風景や環境、静穏な雰囲気がダメージを受けるなど、逆に資源の価値が損なわれる場合がある。特に山岳・丘陵の頂上部への施設配置等は留意が必要(高松市屋島山上の宿泊施設群)。宿泊施設の配置等については、観光資源の価値を保全するように、その位置関係に十分な配慮が必要となる。</p>	<p>宿泊施設の内部で快適環境・空間が提供され、観光客が囲い込まれてしまっている例が少なくない(和倉温泉等)。街なかの条件を活かした公園・広場・プロムナード、およびこれらと一体となった景観等の社会資本整備を進め、地域全体で快適環境・空間の形成を図っていくことが望まれる(草津温泉)。</p>	<p>宿泊施設の内部で多様なアクティビティが提供され、観光客が囲い込まれてしまっている例が少なくない(和倉温泉等)。街なかのきめ細かな資源を有効活用するための社会資本整備を進めながら、地域全体で多様なアクティビティの提供を図っていくことが望まれる。</p>	 <p>街なかへの通過交通や観光車輛の流入をできるだけ抑えている(郡上市郡上八幡)</p>			
	アクセス・交通条件	<p>【アクセス・交通条件】</p> <p>アクセス・交通条件コスト</p>	<p>アクセス・交通条件の改善は、基本的には観光資源の有効利用につながるものの、多数の車輛や観光客の来訪が繊細な自然や、辛うじて継承されている伝統文化の価値を損ねる場合もある。こうした場合には車輦や観光客のコントロールを図る手だても必要となる(上高地)。</p> <p>また観光資源本体へのアクセス整備が、資源価値を損ねる場合もある。ルート等については、観光資源の価値を保全するように、十分な配慮が必要となる。</p> <p>アクセス整備が地域の基本条件を変え、地域性が大きく変容する場合もある(離島への架橋等)。</p>	<p>アクセス・交通条件の改善が、通過交通等の流入を促進し、街なかの観光の魅力が大きく規定する楽しく、快適に歩く環境を損ねる場合が少なくない。地域の経済的・文化的財産が集中し、観光の価値も高い街なかの歴史遺産エリア周辺において、通行交通を排除するバイパスの整備(郡上八幡)や、マイカーの利用を制限する駐車場および公共交通機関整備等に取り組む必要がある。</p>	<p>アクセス・交通条件の整備は市場条件の改善に直結するため、観光施設の立地・誘導の可能性を高める。またアクセス・交通条件の改善は、基本的には多様な観光施設を連携させ、地域内の活動メニューを増やすことにつながる。</p>	<p>アクセス・交通条件の整備は市場条件の改善に直結するため、宿泊施設の立地の可能性を高める。ただし資源の価値を疲弊するような施設整備では、宿泊施設の魅力も長続きしない。宿泊施設の配置や誘導に当たっては、アクセス・交通条件のみならず、資源性・地域性等への配慮が不可欠である。</p>			
観光産業にとっての魅力要素	観光施設の事業性	<p>・事業効率・規模・安定</p> <p>・新たな事業機会・発展</p>	<p>地域の魅力と関係のない観光施設が無秩序に立地し、単なる商業型集客施設になってしまったり野放図に拡大すると地域性が減少し、観光の魅力は減少する(小樽運河周辺)。資源性・地域性の価値を維持するため、立地誘導する観光事業の内容、立地エリア等をコントロールするなどの対応が求められる。</p>	<p>観光事業はハヤリスタリの変動が大きく、観光施設や宿泊施設の魅力は陳腐化しやすい。このため急に整備された観光施設の中には、老朽化したり、放置され廃屋となり、観光客に惨めな姿を晒している少なくない(高松市屋島山上)。利用促進策を講じながら観光事業を安定させ、観光施設や宿泊施設の的確な維持管理を図っていくことが、快適環境・空間形成の基本となる。</p>	<p>観光事業はハヤリスタリの変動が大きく、観光施設の魅力は陳腐化しやすい。このため急に整備された観光施設の中には、老朽化したり、放置され廃屋となり、観光客に惨めな姿を晒している少なくない(高松市屋島山上)。観光施設の機能を常に更新し、居心地の良い滞在機会を提供するなど利用促進策を講じ、観光事業の成立を図っていく。</p>	<p>アクセス・交通条件の整備は、観光事業の市場条件の改善につながりやすい。</p> <p>一方で観光施設の事業性を高めるために、アクセス・交通条件の整備が要請される場合もある。こうした場合には資源性・地域性の保全、快適環境・空間の形成等の視点が欠かせない。</p>			
	観光地の持続性	<p>・資源の保全・活用・発掘</p> <p>・地域への融合(地域に馴染んでいるか)</p> <p>・地域への貢献(観光産業雇用創出、経済波及効果等)</p>	<p>社会資本整備により、資源の乱用が進み資源性や地域性を消失する観光地も少なくない。観光地の持続性の要諦は、観光資源の価値の保全・活用、新たな資源価値の発掘であることを念頭に置き、観光地の成長管理を的確に実施していくことが重要である。</p>	<p>地域とは関係のない観光事業や商業主義に偏重した開発を排除するなどのコントロールにより、快適環境・空間の整備・育成を図っていくことが肝要である。</p>	<p>観光地の持続発展のためには、地域の自然や歴史・伝統・文化に立脚したアクティビティや、地域住民との交流や暮らし体験を活かしたアクティビティの提供が望まれる。</p>	<p>地域とは関係のない観光事業や商業主義に偏重した開発を排除するとともに、観光事業と地域産業との関連性を強めたり、地域住民の参入・参加機会を増やす等、観光事業の地域への融合を進めていくことが肝要である。</p>	<p>観光施設の事業性については、短期で捉えるのではなく、資源の保全・活用・発掘等によりその価値を維持していく取り組みや、観光客のハヤリスタリへの対応等、長期的な視点で検討していく必要がある。</p>		

4.4. インバウンド観光振興の動向と課題

4.4.1 インバウンド観光振興の現状把握

データ等をもとに、インバウンド観光振興の現状と動向について把握した。国によって、志向や旅行形態、利用空港に特徴があること、それらが時間によって変化していること等を把握した（例えば、表 - 8、図 - 4）。

表 - 8 国別の嗜好と動向

特性/国	韓国	台湾	中国	香港	アメリカ
訪日旅行者数 (観光客数) (観光率)	175万人 (122万人) (69.6%)	127万人 (116万人) (91.0%)	65万人 (20万人) (30.9%)	30万人 (27万人) (90.1%)	82万人 (49万人) (59.4%)
主要マーケット	20代友人 / 30-40代と子供 / 50-60代 熟年夫婦	親子 / 25-35 歳独身友人 / 中年 / 哈日族(日本大好きな若者)	富裕層 / 夫婦・家族	20-40代友人 や個人 / 夫婦・家族	高学歴・高所得層 / シニア層
訪日旅行の特徴	一般的なツアー - は3泊4日	一般的なツアー - は4泊5日	6-7日で大阪 - 東京周遊型 ツアーが主流	一般的なツアー - は4泊5日	一般的なツアー - は7泊または2週間弱
	個人旅行が 76%と多い	団体旅行が 60%と多い	団体旅行が 64%と多い	個人:団体旅行の比率6:4	個人旅行が 86%と多い
	地域を限定した旅が多い	地方旅行の先駆者	代表的な観光地を多数訪問		
	活気ある街の賑わいに惹かれる	流行や話題のスポットを体験		都会志向が強い	伝統と近代性を体験

注)「旅行の特徴」は観光客(「観光/休暇」目的の旅行者)に限定したデータを利用
参考: JNTO 国際観光白書 2006

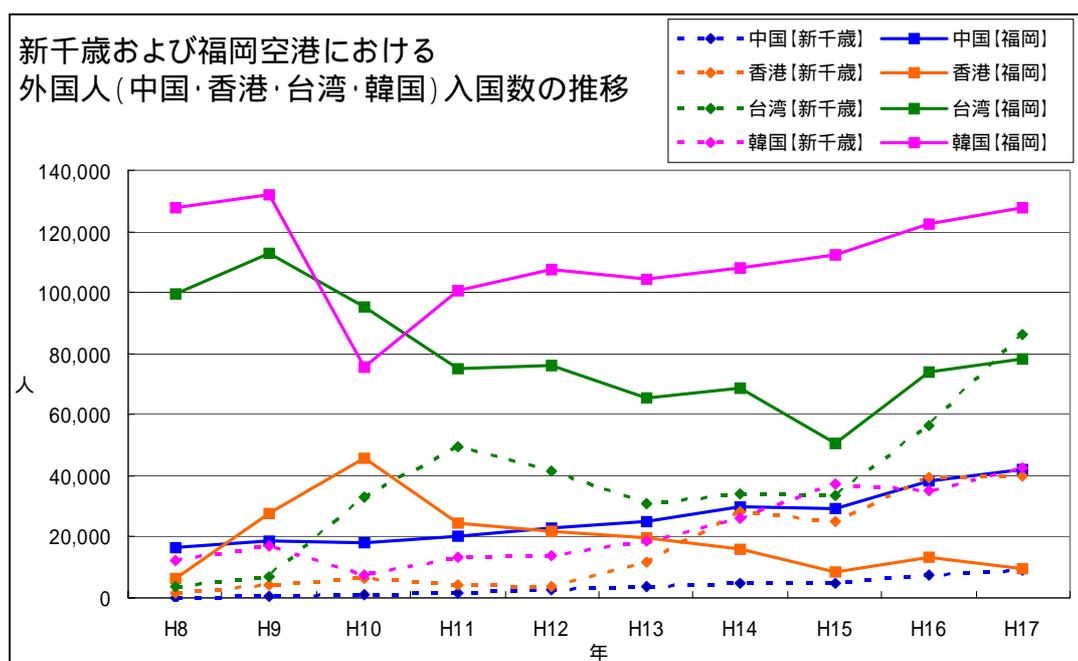


図 4 新千歳及び福岡空港における外国人入国者数の推移
(福岡空港では、香港、台湾が減少。新千歳空港では、増加)

表 - 9 北海道における空港別のインバウンド観光客動向（一覧）

		新千歳	函館	旭川	とち帯広	釧路	女満別
インバウンド観光客	チャーター便の動向	<ul style="list-style-type: none"> 地方空港が連携してチャーター便を飛ばすようになり、inとoutで異なる空港を使ったツアーが組みやすくなった。そのためか、新千歳空港のチャーター便の利用者数は減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> 台湾、韓国、香港、中国からのチャーター便が運航されている。なお、2006年6月からは、函館-ソウルの定期便が日・水・木曜に就航する予定である。 	<ul style="list-style-type: none"> 台湾の場合、旭川空港 in・旭川空港 outが多い。 チャーター便は便数・利用者数とも伸びている。 ケアンズからの直行便が飛んでいる。 シドニーから関空経由で旭川に入る便もある。 2005年12月開催の日韓航空協定会合において、ソウル～旭川の定期便の開設が許可された。 	<ul style="list-style-type: none"> 台湾からのチャーター便が多く、帯広 in・函館 out となっている。 韓国からは年2回のチャーター便がきている。 中国や香港からのチャーター便の発着を目指している。 	<ul style="list-style-type: none"> 台湾、韓国、香港からのチャーター便が運航されている。 台湾からのチャーター便は、釧路 in・旭川 out が最も多く、次いで釧路 in・函館 out が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 空港の改修に伴い、国際化が可能になった。今後はチャーター便の誘致に力を注ぐ。 中国の南方航空からのチャーター便も積極的に誘致している。
	インバウンド観光客の動向	<ul style="list-style-type: none"> 台湾、韓国、香港からの観光客が主流で、シンガポールからもわずかながら訪れている。 バス利用の外国人ツアーは全体的に3泊4日が多い。コースとしては、新千歳～札幌～層雲峡～阿寒～新千歳が大半を占める。 新千歳 in・新千歳 out のほかに、新千歳 in・函館 out も多くみられる。 映画「ラブレター」の影響により、韓国から小樽へ観光客が訪れるようになった。 オーストラリアからの観光客は個人旅行が多い。ニセコでスキーをするオーストラリアからの個人客が増えている。 冬場にはマレーシアやタイからの観光客が訪れる。 韓国、台湾、香港、シンガポールの観光客にレンタカーのモニターツアーを実施した。今後受け入れ環境が整えば、レンタカー利用者が増えると考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> ユジノサハリンスクに定期便が飛んでおり、年間約5,000人が利用している。ビジネス利用がほとんどである。 台湾からの観光客については、函館 in・out（1泊）のツアーもあるが、大半は4泊5日もしくは5泊6日で、ほとんどが女満別 out である。 香港からの観光客は年末年始や旧正月の時期に多く訪れる。周遊型のツアーが多い。 韓国からの観光客はゴルフが主な目的であるが、一方で青函トンネルを見に行く人も多い。 シンガポールからも年間約700人の観光客が訪れている。但し定期便・チャーター便とも就航していない。 外国人のレンタカー利用は全体の数%である。欧米人の観光バス利用はない。 	<ul style="list-style-type: none"> 台湾からの観光客は廻れるところすべてを訪れる。また、最近では旭山動物園をルートに組み込まれている。 韓国からの観光客は4割がゴルフ客で、そのほかは富良野や美瑛を訪れる周遊ツアー客である。3～4泊が中心。 香港からの観光客は4泊5日のツアーのみであり、冬遊びが人気である。 オーストラリアからの観光客は富良野のスキー目的が多く、1週間～3週間の長期滞在である。 今後、知床の世界遺産などの関係で、ヨーロッパからの観光客が増えることが予想される。 	<ul style="list-style-type: none"> 台湾からの観光客は帯広空港～十勝川温泉～層雲峡～札幌～小樽～登別～函館の4泊5日のツアーになっている。また、SARSの時にも受け入れを行った紫竹ガーデン（帯広市内）が観光ルートに組み込まれている。 韓国からの観光客の8割がゴルフ目的である。 一昨年からWRCラリーが行われており、スタッフや観客などのレンタカー利用がみられる。WRCラリー開催時は利用者全体の1割程度が外国人になるが、それ以外の時期の外国人利用は年に10件程度である。 	<ul style="list-style-type: none"> 年間5万人のインバウンドがある。 台湾からの観光客は4泊5日が多く、釧路 in・函館 out のツアーのなかには7泊8日もある。宿泊先は、釧路（阿寒）知床・網走、層雲峡・旭川、十勝川、札幌、登別、函館である。 台湾からのツアーは成熟してきており、リピーターも増えている。体験型観光の面白さが認識され始めたと思われる。 韓国からの観光客の6割はゴルフ目的（4泊5日）。 アジアからの観光客は都市観光（札幌など）を行う。 バードウォッチングを目的としたイギリスからの観光客も訪れており、1週間～10日程度滞在する。その間に100万円程度消費するとみられている。 	<ul style="list-style-type: none"> 海外からの観光客は、新千歳空港から入ってくるケースが多い。 4泊のツアーが多く、行き先は様々である。 外国人旅行者13,000人のうち、6,000人が台湾からの観光客である。観光客数が全般的に少ない12月においても、台湾観光客の姿がみられる。 韓国からの観光客は、釧路空港から入る場合も網走に立ち寄る。 アメリカなどの団体客は、春から秋にかけて4回程度来ている。滞在期間が長いのが特徴である。 海外からの観光客でレンタカーを利用する人はほとんどいない。 女満別 in（女満別～函館、とち帯広、釧路）、女満別 out（旭川、とち帯広、釧路～女満別）ともに様々な観光コース設定がなされている。

4.5 観光振興の観点からの空港ターミナル及びゲートウェイ空間の利活用方策

航空旅客動態調査、アンケート調査をもとに、空港を中心とする観光客の動向について分析し、空港によって、利用者構成比率、旅行形態が異なり、その結果、空港毎に2次交通手段、旅行範囲等に特徴があることを明らかにした。さらに、そのような地域や空港の特徴に基づいた空港ターミナル及びゲートウェイ空間の改良・利活用の重要性について指摘した。

4.6 インバウンド観光振興の留意点

(1) 国内観光、インバウンド観光共通

全般

(一体化・総合化の視点)

- ・高度経済成長期までは、社会資本整備と観光政策は、一体的に行われていた。現在、ソフトに偏っている観光振興施策においても、社会資本整備と連動した、総合的かつ一体的な視点が重要となる。

(地域の魅力の向上)

- ・集客力増加のためには、地域の資源の魅力の向上が必要不可欠である。インバウンド振興のためにも、まずは、国内客に来て貰えるような地域の魅力が前提となる。従って、イベントやプロモーションもさることながら、資源の魅力の発見し、向上させることがまず、第一に必要なことである。

(持続可能性)

- ・イベントや流行で、一時的に集客できたとしても、流行が去った後、地域の資源は疲弊することになる。持続可能な観光振興のためには、地域住民の生活の観点(評価軸)と両立した整備が行われることが必要である。

(コンセプトの設定)

- ・観光振興に当たっては、地域住民の視点を重視し、結果として来訪者の増加を図るのか、主として来訪者の集客を目的とするのか、あるいは、社会資本整備においても、それだけ、それ自身を観光振興の目玉とするのか、あるいは、それは、

空港及び空港を中心とするゲートウェイ空間

- ・地域や空港の特性を把握し、その特性に応じた改良・利活用を図る必要がある。

(2) インバウンド観光

全般的

(動向)

- ・国によっては、団体旅行から個人旅行へと形態が変化している。このような行動形態を予測し、それに、対応した対策を講じることが必要である。

(マーケティング)

- ・相手国毎に志向・動向が異なる。これらをマーケティングし、適切に対応することも考えられる。しかし、その動向も時代によって変化することに留意が必要である。本来は、マーケティングに影響を受けず、地域の個性を地道に洗練させてゆくことが望ましい。

空港及び空港を中心とするゲートウェイ空間

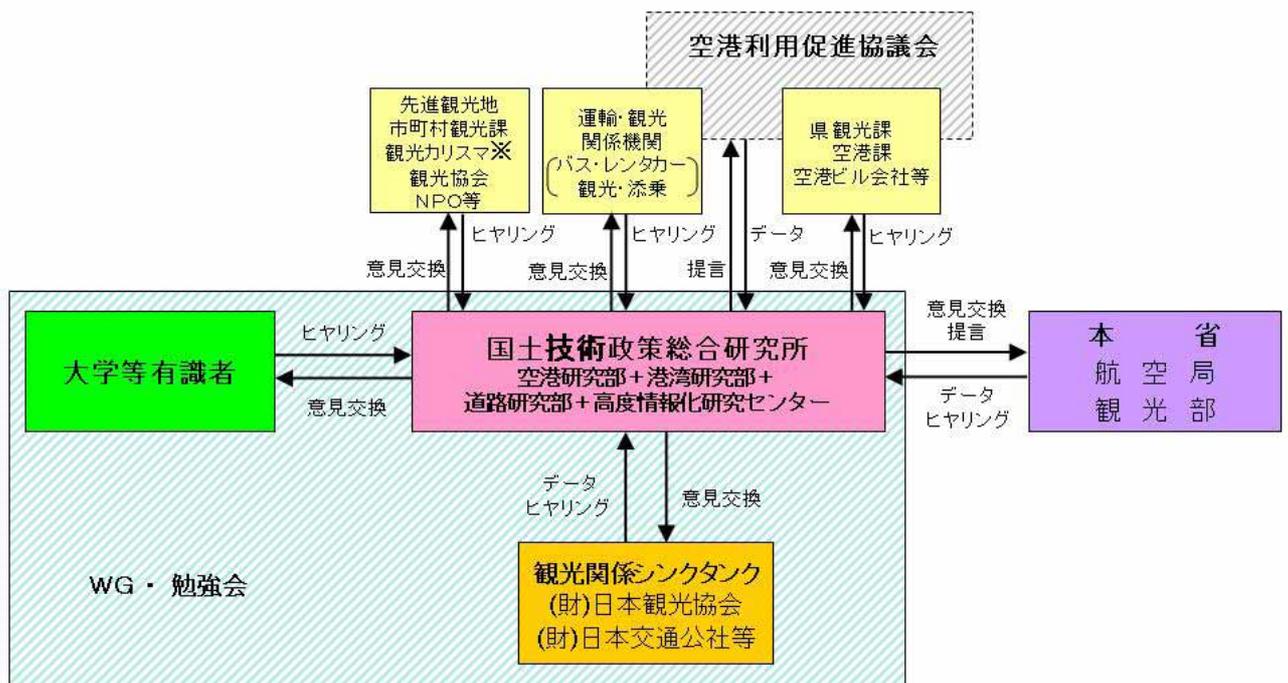
- ・個人旅行の増加に対応し、多様な2次交通手段の利便性を向上させることが重要となる。
- ・さらに、国によって、行動形態等が異なる。このような利用者による特性を把握し、その特性に応じた改良・利活用を図る必要がある。

5. 研究の実施体制

(研究の実施体制)

- ・本研究が取り扱う対象は、観光振興と社会資本整備の双方にまたがる広い範囲であること、また、観光立国行動計画策定以降、様々な取り組みが行われている分野であることから、観光振興、社会資本整備に係る広い範囲の有識者、観光関係機関等の専門家にご協力頂くこととした。その結果、体系的な資料・情報収集が可能となった。また、WGの設置により、研究全体のフレーム設定、課題の把握、個別事例の分析等に関し、専門的な見地からのご助言を頂けた。
- ・自治体の観光部局、空港部局、先進的な観光地における、まちづくり、観光振興の担い手等にヒヤリング、意見交換等を行い、現場の課題等について把握することができた。
- ・このため、研究の実施方法・体制としては、妥当だったと考える。

(研究の体制図)



(※国土交通省観光部が選定した著名観光地における地域リーダー)