

『アジア・インバウンド誘致のために』～観光県宮崎に求められるもの～レポート発表について

平成 12 年 12 月 8 日

日本政策投資銀行南九州支店

日本政策投資銀行南九州支店（平野俊明支店長）は、このほど、地域経済活性化の一策として期待されている観光産業の復興の目玉と目される「アジア・インバウンド」誘致に関するレポートを纏めました。「安・遠・短」が主流となりつつあるわが国の旅行形態の変化に加え、運輸省が推進する「ウエルカムプラン21」の浸透等により、訪日外客（インバウンド）の獲得は、今や地域間競争の様相を呈してきています。こうした中、「九州ブーム」「宮崎ブーム」と言われ、入込み客数も年間 18 万人を超えた平成 10 年以降宮崎県へのインバウンド数は、減少傾向にあります。

「観光立県宮崎」維持、地場観光産業の浮揚のために、我々は何を考え、行っていけば良いのか、を分析するため、12 年 7 月に当支店では、香港・シンガポール・台湾の三カ国を訪問、訪問先として「宮崎」を選ぶために何が必要かのヒアリングを実施致しました。

本レポートは、こうした各国からのヒアリング結果に加え、「広域連携」が叫ばれて久しい鹿児島、熊本といった隣県のインバウンド誘致活動状況も含めて取り纏めたものであります。

〈レポートのサマリー〉**1. 南九州の観光の現状**

九州 7 県の最近の観光統計の中での、南九州各県の動きを分析するとともに、その理由が前出地域間競争と少なからず関連性があることを紹介。また、韓国、香港、台湾の三カ国が大口入込み先であることを紹介する。

2. 東南アジア三カ国訪問結果

当支店が行った三カ国ヒアリング結果の要約を紹介している。

1) 香 港

低価格帯の「団体旅行者」が主流（ツアーの価格は 4 泊 5 日で 8 万円程度）、日本への送客は 6 社のエージェントが寡占状態にあること。「宮崎」の名前は浸透しつつはあるが、隣県鹿児島との区別がつかない等広域ベースでの連携の必要性を痛感。なお、香港中文大学を訪問し、地元学生とのディスカッションの様態も掲載。

2) シンガポール

「希望」と「現実の」違いを実感。日本に興味はあるものの、遠い 高い 言葉の問題の 3 点で実際の旅行者数は、年間 4 万人強（全体の 1.5%、香港の 10 分の 1）。宮崎の知名度も今一つ。まずは、地道な広報活動から進めるべき。

3) 台 湾

親日感情が非常に強く、旅行者数も増加中（99 年ベースで年間 72 万人）。エージェントも香港と違いエアライン系列で多数有。かつて南九州はテーマパークブームもあり地理的メリットも手伝い大幅に入込みを増やしたが、一巡化と北海道・東北地区の精力的なプロモーションにより、大幅に入込みを減らす。「宮崎」の名前は浸透も、北海道の勢いに押されている

格好。

4) 三カ国からの共通アドバイス

- ・CIQ 問題、土日の空港クローズ
- ・高い旅行コスト
- ・「宮崎」「鹿児島」「熊本」単体では売れない
- ・若者の嗜好をつかめ

3. 南九州各県(鹿児島、宮崎、熊本)ヒアリング結果

受け入れ側となる南九州三県の誘致活動の現状につき、各県でのヒアリング結果を整理。

1) 熊本県

- ・福岡との距離の近さを「身方」につける一団体客のバスツアーには適度な福岡との距離
- ・南九州広域連携には積極的にはなれず一むしろ観光予算削減対策が関心事

2) 鹿児島県

- ・行政－民間の連携に工夫の要
- ・マーケティングの不足感
- ・エージェントとのパイプを持ったホテルへの入込み増(鹿児島市内周辺健闘、指宿減)
- ・民間ベースでの連絡会の立ち上げ→インバウンド誘致努力

3) 宮崎県

- ・トップセールスに代表される行政の強烈なリーダーシップとインセンティブの準備は各地で非常に高い評価
- ・観光交流からビジネス交流への視点転換による入込み増を狙う
- ・安い航空会社の育成－新規参入会社への期待
- ・「規制緩和」への挑戦

4. 提 言

- ①「広域連携」による観光振興を→「宮崎」「鹿児島」単独で別々のセールス活動は非効率かつ成果薄。特に行政レベルでの再考を期待。空港国際線の利用方法を含め要検討。
- ②ソフト面での整備重点化を→受け皿である都市の魅力アップのための仕掛け、案内板の整備、「ウエルカムカード」の活用等
- ③交通アクセス問題(高い、遠い)克服を→「安いツアー」実現のための努力を(安い航空会社誘致、県内企業、九州内同業者間での連携等)
- ④空港機能の規制緩和を→CIQ 不足等タテ割り中央行政のシステムはもはや時代遅れ。地方への権限委譲促進を。
- ⑤交流事業の増大; 受け入れ側にもホスピタリティの醸成を→市民参加型の交流事業の頻度を多く。札幌方式のホストファミリー育成策も重要。
- ⑥行政への注文→「窓口の一体化」「ローテーションの画一化」等々

三つのキーワード

1. テーマパークだけに頼らない宮崎本来の観光資源PR体制の確立
2. コンベンション誘致への注力、ビジネス交流の強化
3. 規制緩和へのさらなる挑戦