

**DBJ Tokai Report Vol.3**

---

東海地域における  
観光の振興に向けて

平成 16 年 4 月

日本政策投資銀行東海支店

## 【要旨】

1. 東海地域では、2005年の中部国際空港開港と愛・地球博開催の2大プロジェクトに向けて、最後の仕上げが行われている。地元では2大プロジェクトが終了する2005年以降について空港・万博に代わる地域活性化策の必要性を唱える声もあるが、そうではなく空港・万博の効果を発揮させ、持続させる方策を2005年の1年前である今から考え、行動することが重要だと考える。空港は建設それ自体が目的ではなく、既存のハードやソフトと有機的に結合させながら開港後にその効果を有効に、かつ持続的に発揮させなければならない。万博も開催期間のみで考えるべきではなく、これを起爆剤として地域が活性化するために、万博終了後も睨んだ準備が必要である。

この2大プロジェクトの効果を発揮させ、持続させる、有力なアプローチの一つとして、「観光」が考えられる。観光は幅広い裾野を持つ産業であり、その経済波及効果も非常に大きいことから、21世紀の有力な成長産業の一つとも言われている。東海地域においても観光振興が順調にいけば、インフラの有効な機能の発揮に繋がり、それが地域の活性化、飛躍をもたらすと考える。

当レポートでは、東海地域を中心に観光の現状、地方自治体等の現在の施策を概観した後、近年東海地域を中心に提唱されている「産業観光」について、名古屋商工会議所（以下、「名商」という。）が事務局となって開催している「産業観光推進懇談会」加盟の24施設（以下、「AMIC加盟24施設」という。）を事例として取り上げて考察し、東海地域の観光振興に向けた提言を行う。

2. 日本全体の観光の動向をみると、国際観光は日本の大幅な出超となっている。訪日外国人観光客数（2002年524万人）は日本人の海外旅行者数（同1,652万人）と比べて約1千万人少なく、日本の国際旅行収支は2.9兆円（2002年）の大幅な赤字となっている。

国は、外国人観光客倍増の目標を設定し、「観光立国」の実現に向けた取り組みを進めており、日本の魅力・地域の魅力を高めるほか、海外への情報発信を強化するため、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を展開し、重点発信先を定めて戦略的に推進している。また、外国人の受入基盤を整えるため、外国語案内標識等、外国人が一人歩きできる環境整備を進める方針である。

一方、国内観光についてみると、宿泊旅行の年間延べ旅行者数は、1億7,900万人（2002年）であり、近年は減少傾向にあるが、日本人の海外旅行者数と比較すると、依然として国内観光の規模は大きい。近年の国内宿泊観光旅行の特徴としては 短期化傾向 費用の減少傾向 旅行ニーズの多様化 団体旅行から個人・グループ中心へ 公共交通機関から自家用車利用へ 情報入手手段の多様化 が指摘できる。このような特徴の背景には、旅行形態の「宿泊旅行」から「日帰り旅行」へのシフト等が影響しているものと思われる。

国の国内観光振興に対する施策では、国民の休暇取得の推奨等を実施しているほか、東

海地域では出先機関が希望地域に評価チームを派遣し、アドバイスを行う「観光なんでも鑑定団」事業や中部の観光資源を紹介するホームページ「中部観光ポータルサイト」の開設等を行っている。

3. 各県の統計から東海地域の観光の現状を整理すると、三重県を除いて、観光客数は増加傾向にある。これは新規施設の開業効果、観光振興イベントの開催によるところが大きい。三重県は伊勢志摩地域の落ち込みが全体に影響を与えており、減少傾向にある。観光客の動向は、域内の日帰り・少人数が中心であるが、飛騨、伊勢志摩、伊豆地域等、東海地域外からの観光客の比率が高い地域は宿泊客数の割合が高い。これらの地域の宿泊客数は減少傾向にあり、地域の観光全体に与える影響は大きくなっている。

各県の観光振興策をみると、中部国際空港開港や愛・地球博開催を1年後に控えているものの、各県で2005年の1年前である2004年の捉え方、重点策は異なっている。開催地である愛知県、開催地に近い美濃地方がある岐阜県では、その準備・連携に重点が置かれているが、2004年に熊野古道の世界遺産登録が予定されている三重県、浜名湖花博が開催される静岡県では、自身の県のメインイベントに重点が置かれている。また、三重県、静岡県では、県内観光の中心的地位を占め、近年落ち込みが目立つ伊勢志摩、伊豆の振興が重点課題となっている。

東海地域での広域連携は、外国人観光客の誘致に関してはみられるものの、国内観光客の誘致では、隣接県をライバルとみているため、その取り組みは必ずしも活発ではない。

また、近年、東海地域でも新しい観光として注目を集めている産業観光については、愛知県内、岐阜県美濃地域、浜松市等で取り組みがみられるものの、観光客数全体に占める割合はまだ低い。統計上、農業施設や物販施設等、所謂「ものづくり」以外の施設も含まれていることを考えると、ものづくりに関連する産業観光施設を訪れる観光客数の占める割合は更に低いのが現状である。

4. 歴史的文化的価値の高い産業文化財や生産現場等を観光対象とする産業観光は、ものづくり産業の集積地である愛知県内を中心に、1996年からその振興に向けた取り組みが進められている。中心的な推進主体である名商は、名古屋市周辺の24施設を対象として、横の連携を意識した会議を設置したほか、モデルコースの設定、全国産業観光フォーラム開催を主導する等、積極的な活動を展開している。初期の活動は、産業観光の周知度向上、推進の基盤づくりに重点が置かれたが、近年は、「万博の場外展示場」の役割を担うことを目的に、愛・地球博との連携を意識した活動を進めている。

産業観光の周知度は上昇しているものの、名商が事務局となって開催しているAMIC加盟24施設の入場者数は、取り組みが開始された1996年から2002年にかけて、新規開業施設と一部の施設を除いて減少しており、伸び悩みが窺われる。今後、産業観光を振興するには、産業観光施設の位置づけを明確にし、観光客の受入に堪え得る、または取り組

みに熱意のある施設を重点的にPRすること。ターゲットを明確にし、その施設の「売り」になるものを重点的に情報発信すること。地元住民が産業観光施設の良さを理解するために、地元住民の誘客を強化すること。「万博の場外展示場」的な役割を担うべく、万博期間中の施設の開館時間延長、最寄り施設の紹介、食事や温泉等を絡めたモデルコースの設定等、更なる連携の具体化を図ること。外国人観光客の視点に立った英語表記等の整備、休日・祝祭日における工場見学への対応等受入体制の整備を推進することが重要であると考えられる。

5. 以上を総括して、東海地域における観光の振興に向けて、以下の4点を提言したい。

第1に、顧客志向に立った受入体制の整備が必要である。そのためにはターゲット別のコース設定と効率的な情報発信 分かりやすい掲示、解説等 観光客にやさしい受入体制の実現が早急に求められる。前者については東海地域全体で観光を振興するために、愛・地球博を契機に、積極的に広域連携に取り組み、特に外国人観光客、東海地域外からの観光客をターゲットとした魅力あるコース設定を考え、歴史文化観光資源、自然観光資源に買い物、食事、街の魅力、産業観光資源をいかに絡めてPRするかが重要である。

第2に、地元の人々の地域への理解醸成及び観光客の増加に向けた地域の人々の知恵と行動が必要である。地元の人々が観光資源を見に行く（観光とは、光るもの、すぐれたものを観ること。）地域への理解を深める。知恵と行動により、自ら自慢したくなるような地域づくり、街づくりを行う。地域に愛着を持つ。地域外の人（外国人を含む）を、「どうぞいらっしやい。」とお誘いする。お持て成しをする。という流れを作りたい。学校教育での地元観光資源の体験の機会を増やすことも重要である。

第3に、宿泊客数増加につながる創意工夫が必要である。宿泊型観光地以外でも、例えば、名古屋でも創意工夫が必要である。中部国際空港利用者は、名古屋市を通る割合が高くなると思われるが、単に通過点となるのではなく、都市の魅力により観光客を惹きつけ、名古屋の街をゆっくり見てもらい、宿泊してもらえるようにしていく必要がある。「魅力ある街 名古屋」、「美しい街 名古屋」を実現したい。また、宿泊型観光振興の一つの方策として、イベントの開催が上げられる。札幌の雪まつりが好例となろう。

第4に、統計の整備による観光産業の実態把握が必要である。現状の把握、施策の効果に関する検証作業を行いやすくするために、国をあげて早急な統計の改善が望まれる。

## 目次

1. はじめに	...1
2. 観光の可能性と現状	...2
(1) 21世紀における観光の可能性	
(2) 日本における観光の現状	
3. 国の観光振興戦略	...9
(1) 「観光立国」の実現に向けた戦略	
(2) 国内観光旅行振興策、地方局での取り組み	
4. 東海地域の観光の現状と各県の観光振興策	...11
(1) 東海地域の観光の現状	
(2) 東海地域の各県の観光振興策	
(3) 広域連携	
(4) 小括	
5. 産業観光の現状と課題	...27
(1) 産業観光とは	
(2) 産業観光の現状	
(3) 産業観光の課題	
6. 東海地域における観光の振興に向けて	...36
(1) 顧客志向に立った受入体制の整備	
(2) 地元の理解醸成及び観光客の増加に向けた地域の人々の知恵と行動	
(3) 宿泊客数増加につながる創意工夫	
(4) 統計の整備による観光産業の実態把握	
付表	...39
参考資料・文献一覧	...47

## 1. はじめに

東海地域では、2005年の中部国際空港開港と愛・地球博開催に向けて、最後の仕上げが行われている。中部国際空港は総事業費が当初計画で7,680億円のビッグプロジェクトであり、2005年2月の開港に向けて、新空港の建設のほか、道路・鉄道等の交通アクセスの整備等も行われている。愛・地球博は愛知県長久手町、瀬戸市、豊田市で、2005年3～9月に開催される、21世紀最初の国際博覧会であり、会場建設費1,350億円のビッグプロジェクトである。

東海地域では、好調な企業業績に加え、この2大プロジェクトに向けた準備作業が進められていることから、他の地域と比べ経済が相対的に良好に推移しており、この2大プロジェクトが終了する2005年以降を「ポスト空港・万博」と呼んで空港・万博に代わる地域活性化策を検討しようという声も聞かれるが、空港・万博に代わるという視点ではなく、むしろ空港・万博の効果を発揮させ、持続させる方策を2005年の1年前である現時点から準備し、行動することが重要であると考え。空港は建設それ自体が目的ではなく、既存のハードやソフトと有機的に結合させながら開港後にその効果を有効に、かつ持続的に発揮させなければならないのであり、また、万博も開催期間のみで考えるべきではなく、これを起爆剤として地域が活性化するために、万博終了後も睨んだ準備が必要である。

この2大プロジェクトの効果を発揮させ、持続させる、有力なアプローチの一つとして、「観光」が考えられる。21世紀は「観光の世紀」とも言われ、全世界で観光客数が増加すると予測されている。また、観光は幅広い裾野を持つ産業であり、その経済波及効果は非常に大きいことから、21世紀の有力な成長産業の一つとも言われている。国においても「観光立国」の実現のために様々な施策が進められており、訪日外国人数倍増が目標とされている。東海地域においては、2大プロジェクトがあるので、この面での施策が特に重要で、観光振興が順調にいけば、インフラの有効な機能の発揮に繋がり、それが地域の活性化、飛躍をもたらすと考える。

当レポートでは、東海地域を中心に観光の現状、地方自治体等の現在の施策を概観した後、近年東海地域を中心に提唱されている「産業観光」について、名古屋商工会議所が事務局となって開催している「産業観光推進懇談会」加盟の24施設を事例として取り上げて考察し、東海地域における観光振興に向けた提言を行うこととしたい。

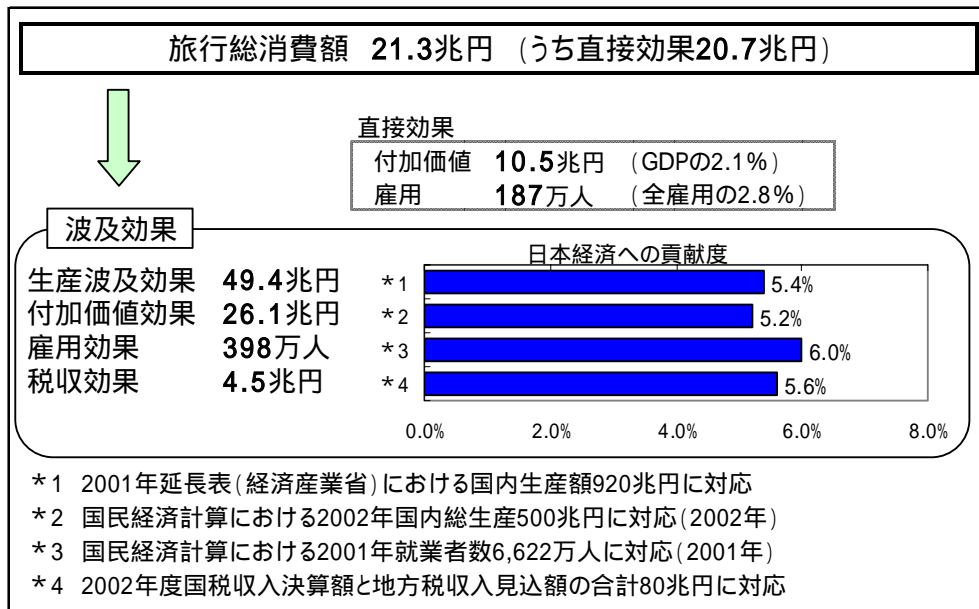
## 2. 観光の可能性と現状

### (1) 21世紀における観光の可能性

世界観光機関（WTO）によると、全世界における国際観光客数は、1960年の約0.7億人から2002年には約7.1億人に達し、2020年には約15.6億人になると予測されており、世界的にみて今後も観光客数の増加が見込まれている<sup>1</sup>。

国内に目を転じると、国土交通省の調査によれば、日本国内における旅行総消費額は21.3兆円（2002年）であり、そのうち付加価値は10.5兆円で、日本全体のGDPの2.1%に相当すると推計されている。経済波及効果を見ると、その付加価値効果は26.1兆円（GDPの5.2%）、雇用効果は398万人（日本全体の就業者数の6.0%）とされる。観光産業の規模はその波及効果まで含めると決して小さくはないと言える（図表1）。

図表1 観光産業の日本経済への貢献（2002年推計）

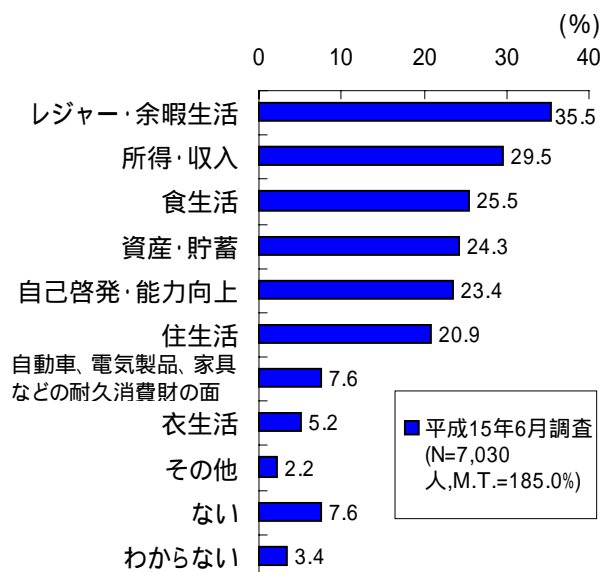


出所：国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

また、国民が今後の生活で重点を置きたい分野として「レジャー・余暇生活」が最も多く（図表2）、国民の余暇活動内容で「国内観光旅行」が「外食」に次いで2位、「ドライブ」が3位を占めることに加え（図表3）、高齢化社会の進展により、多くの余暇時間を持つ人が増加する見込みであり、観光産業は、21世紀の有力な成長産業の1つと考えられる。

<sup>1</sup> 世界の観光産業のGDP（関連産業、関連投資、税収などを含む）は、世界旅行産業会議（WTTC）の推計によると、35,269億米ドル（2003年）であり、世界のGDPの10.2%に相当する。WTTCは、1990年に世界の観光産業のトップリーダーが集まり、各国政府に対し観光産業の重要性を訴えるために設立された民間団体であり、世界経済に対する観光産業の貢献度を定期的に発表している（国際観光振興会「国際観光白書 2003年版」）。

図表2 今後の生活の力点



出所：内閣府「平成15年6月 国民生活に関する世論調査」

図表3 余暇活動の内容

(万人、%、円)

順位	余暇活動項目	参加人口	参加率	1回あたり費用
1	外食(日常的なものを除く)	7,750	70.8	3,430
2	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	6,310	57.7	29,590
3	ドライブ	5,940	54.3	2,520
4	カラオケ	4,950	45.2	1,590
5	ビデオの鑑賞(レンタルを含む)	4,790	43.8	510
6	宝くじ	4,500	41.1	2,810
7	音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど)	4,440	40.6	190
8	動物園、植物園、水族館、博物館	4,270	39.0	3,310
9	パソコン(ゲーム、趣味、通信など)	4,230	38.7	790
10	映画(テレビは除く)	4,080	37.3	1,610

注1) 参加人口：1年間に1回以上参加したと推定される人数

注2) 参加率：1年間に1回以上参加した人の割合

出所：(財)社会経済生産性本部「レジャー白書2003」

## (2) 日本における観光の現状

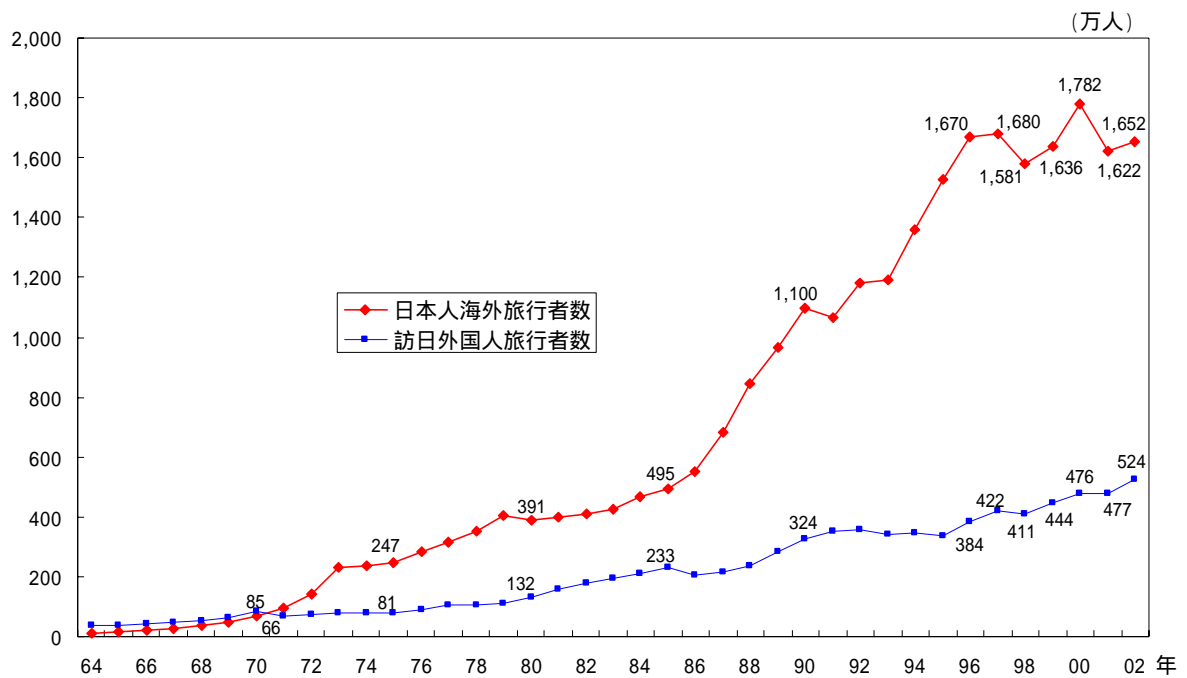
### 国際観光

日本における観光の現状について、国際観光と国内観光に分けて概観する。日本人の海外旅行者数は、経済発展や円高の進展等により66万人(1970年)から1,652万人(2002年)へ大幅に増加しているが、訪日外国人は、増加傾向にあるものの、85万人(1970年)から524万人(2002年)に留まっており、大幅な出超となっている(図表4)。日本の外



国人旅行者受入数ランキング(2001年)は35位(477万人)であり、1位のフランス(7,651万人)と比べて格差が大きい(図表5)。国際旅行収入ランキング(2001年)でも、日本は35位(33億米ドル)に留まっており、1位のアメリカ(723億米ドル)に大きく引き離されている(図表6)。日本の国際旅行収支(2002年)は、収入が0.4兆円であるのに対して支出が3.3兆円であり、2.9兆円の大幅な赤字となっている。

図表4 日本人海外旅行者数、訪日外国人旅行者数の推移



出所：国土交通省「平成15年版観光白書」

図表5 外国人旅行者受入数ランキング(2001年)

(万人、倍)			
順位	国名	外国人観光客数	日本を1とした場合
1	フランス	7,651	16.0
2	スペイン	4,952	10.4
3	アメリカ	4,549	9.5
4	イタリア	3,906	8.2
5	中国	3,317	7.0
35	日本	477	1.0

出所：図表4に同じ

図表6 国際旅行収入ランキング(2001年)

(百万米ドル、倍)			
順位	国名	国際旅行収入	日本を1とした場合
1	アメリカ	72,295	21.9
2	スペイン	32,873	10.0
3	フランス	29,979	9.1
4	イタリア	25,787	7.8
5	中国	17,792	5.4
35	日本	3,301	1.0

出所：図表4に同じ

東海地域で見ると、国際観光振興会「訪日外国人旅行者調査<sup>2</sup>」によれば、訪日外国人の「訪問率<sup>3</sup>」(2001 - 2002年)は愛知県が10.0%と全国6位であるものの、1位の東京都(56.5%)に大きく引き離され、静岡県(15位、2.7%)、岐阜県(22位、1.6%)、三重県(23位、1.5%)も低位に留まっている(図表7)。国別にみると、中国人の愛知県への訪問率が20.6%で全国3位となっていることが注目に値する(図表8)。観光/休暇目的で来た中国人の36.4%、業務目的で来た中国人の21.3%が愛知県を訪問している。中国人の訪日目的をみると、「業務」(30.7%)、「研修/視察」(15.0%)で5割弱を占めている。中国人は従来から研修・視察旅行を兼ねて観光地を回るタイプが主流であり、愛知県への訪問率が高いのは、ものづくり産業の集積地であることが関係していると推察される。

図表7 訪日外国人の訪問率(2001 - 2002年) 図表8 訪日中国人の訪問率(2001 - 2002年)

順位	都道府県名	訪問率(%)
1	東京	56.5
2	大阪	25.2
3	京都	15.8
4	神奈川	15.6
5	千葉	11.2
6	愛知	10.0
15	静岡	2.7
22	岐阜	1.6
23	三重	1.5

出所：(特)国際観光振興会「訪日外国人旅行者調査」

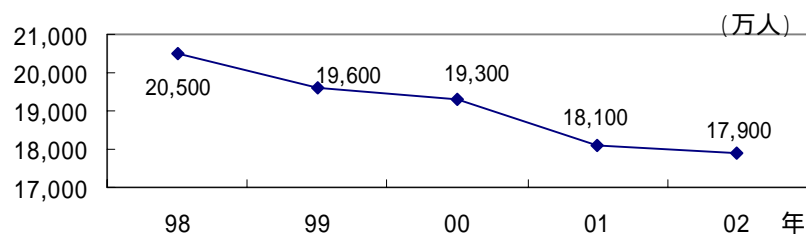
順位	都道府県名	訪問率(%)
1	東京	64.1
2	大阪	28.4
3	愛知	20.6
4	千葉	18.6
4	神奈川	18.6
6	京都	16.0
10	静岡	3.3
18	岐阜	2.0
33	三重	0.7

出所：図表7に同じ

### 国内観光

他方、国内観光に目を転じると、国土交通省によると国内宿泊観光旅行の年間延べ旅行者数(兼観光<sup>4</sup>含む)は1億7,900万人(2002年)であり、1998年に比べ2,600万人減少しているものの、日本人の海外旅行者数1,652万人と比較すると、依然として国内観光の規模は大きい(図表9)。

図表9 国民の国内宿泊旅行の年間延べ旅行者数(兼観光を含む)の推移



出所：国土交通省調べ((社)日本観光協会「数字でみる観光2003」)

<sup>2</sup> 国際観光振興会(JNTO)実施の訪日外国人に対するアンケート調査。

<sup>3</sup> 訪問率 = 「今回の旅行中に当該地を訪問した」と答えた回答者数 / 全回答者数 × 100

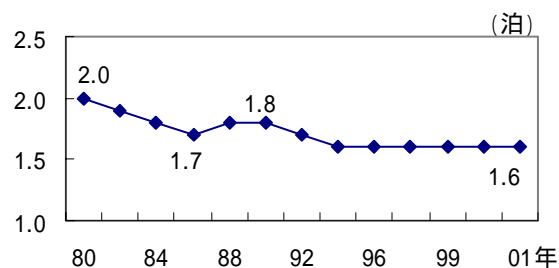
<sup>4</sup> 「兼観光」とは、「業務、家事・帰省のついでに1泊以上付け加えて観光を行った場合」を言う(国土交通省「平成15年版観光白書」)。

また、(社)日本観光協会「観光の実態と志向<sup>5)</sup>」から、近年の国内宿泊観光旅行の特徴は次の6点にまとめられる。

( ) 宿泊数の短期化傾向

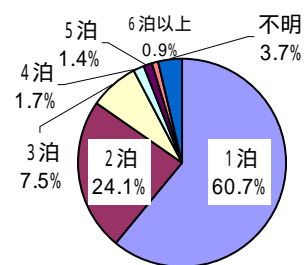
平均宿泊数は長期的にみて短期化の傾向(1980年2.0泊 2001年1.6泊)にある(図表10)。2001年でみると1泊が60.7%、2泊が24.1%となっており、2泊までで8割強を占めている(図表11)。年間の平均宿泊旅行回数も1996~2001年で1.3回から1.2回に減少しているため、年間宿泊数も減少傾向にある。

図表10 平均宿泊数



出所：(社)日本観光協会「観光の実態と志向」

図表11 宿泊数の割合(2001年)



出所：図表10に同じ

( ) 宿泊観光費用の減少傾向

宿泊旅行1回当たりの総費用は、1990年の48千円をピークに減少傾向にあり、2001年はピーク時と比べ9千円減の39千円となった。また、1泊当たりの総費用も1996年の28千円をピークに減少傾向にあり、2001年はピーク時と比べ3千円減の25千円となった。

( ) 旅行ニーズの多様化

2001年の観光目的をみると、上位4目的(「自然・名所・スポーツなどの見学や行楽」、「温泉に入る・湯治」、「スポーツ・レクリエーション」、「慰安旅行」)が20%前後で拮抗している。1996~2001年にかけて「慰安旅行」(4.5%ポイント減)、「スポーツ・レクリエーション」(4.0%ポイント減)の割合が減少する一方、「温泉に入る・湯治」(4.0%ポイント増)、「祭り・イベント」(3.1%ポイント増)が増加している(図表12)。

また、宿泊観光旅行先での行動をみると、従来型の「名所・旧跡を見る」(4.4%ポイント減)、「動・植物園」(4.2%ポイント減)等が減少する一方、「レジャーランド・テーマパーク」(7.5%ポイント増)、「温泉浴」(2.3%ポイント増)等が増加している(図表13)。

<sup>5)</sup> 1998年までは隔年で実施されていたが、1999年より毎年実施されている。

図表 12 宿泊観光旅行の目的の推移

(%、%ポイント)

	96年	98年	99年	00年	01年	96年-01年
自然・名所・スポーツなどの見学や行楽	24.9	25.2	22.8	24.3	24.0	0.9
温泉に入る・湯治	15.8	15.1	18.6	18.8	19.8	4.0
スポーツ・レクリエーション	20.5	19.5	15.9	14.2	16.5	4.0
慰安旅行	20.5	19.5	20.9	19.0	16.0	4.5
趣味・研究	4.2	4.7	3.1	3.6	3.7	0.5
祭り・イベント	0.2	0.3	1.2	4.0	3.3	3.1

注) 祭り・イベントは98年まで「博覧会」。

出所: 図表10に同じ

図表 13 宿泊観光旅行先での行動の推移 (複数回答)

(%、%ポイント)

	96年	98年	99年	00年	01年	96年-01年
温泉浴	48.7	45.8	51.3	50.7	51.0	2.3
自然の風景を見る	46.5	44.3	49.4	44.2	44.9	1.6
名所・旧跡を見る	32.9	29.3	31.7	31.5	28.5	4.4
特産品などの買物・飲食	26.1	23.6	28.7	26.6	25.1	1.0
動・植物園	20.5	18.0	18.0	17.3	16.3	4.2
レジャーランド・テーマパーク	7.8	12.7	12.9	12.8	15.3	7.5
ドライブ	10.6	11.1	13.3	12.1	12.4	1.8

注) 「動・植物園」は87年以降は「動・植物園、水族館、博物館、美術館、郷土資料館見物」。

出所: 図表10に同じ

( ) 団体旅行から個人・グループ中心へ

団体旅行は1996～2001年にかけて5.4%ポイント減少して9.8%と、全体の約1割しか占めないのに対し、家族や友人と行く旅行の割合が4.2%ポイント増加して82.1%と太宗を占めている(図表14)。また、同行人数で見ると、1～5人での旅行の割合が1996～2001年で8.0%ポイント増加し、2001年では59.8%となっている。

図表 14 宿泊観光旅行の同行者の推移

(%、%ポイント)

	96年	98年	99年	00年	01年	96年-01年
家族・友人	77.9	80.9	80.6	79.1	82.1	4.2
家族	34.5	37.3	41.8	36.4	43.8	9.3
友人・知人	31.2	29.6	27.3	31.2	24.6	6.6
家族と友人・知人	12.2	14.0	11.5	11.5	13.7	1.5
団体	15.2	12.1	12.5	13.2	9.8	5.4
職場・学校の団体	10.9	8.9	9.0	8.8	6.7	4.2
地域・宗教・招待などの団体	4.3	3.2	3.5	4.4	3.1	1.2
自分ひとり	3.2	2.4	2.2	2.7	2.8	0.4

出所: 図表10に同じ

( ) 公共交通機関から自家用車利用へ

「自家用車」利用の比率は、1996年において既に半数以上の51.4%であったが、2001年

には更に増加して 53.5%となった。一方、「バス」、「鉄道」の割合は減少し、それぞれ 27.4% (4.6%ポイント減)、27.2% (5.4%ポイント減)となっている(図表 15)。

図表 15 利用交通機関の推移(複数回答)

	(%, %ポイント)					
	96年	98年	99年	00年	01年	96年-01年
自家用車	51.4	52.2	48.9	49.8	53.5	2.1
バス *1	32.0	29.4	30.8	31.1	27.4	4.6
鉄道 *2	32.6	30.0	29.7	29.9	27.2	5.4
飛行機	9.4	10.6	7.1	10.9	11.1	1.7
営業車 *3	10.7	8.7	3.1	9.7	7.9	2.8
その他・忘れた	2.0	4.1	3.0	3.7	3.6	1.6
船舶	4.9	4.5	0.5	3.3	3.4	1.5

注) \*1 路線バス、貸切バスを合わせたもの

\*2 JR鉄道とその他私鉄(地下鉄を含む)を合わせたもの

\*3 レンタカー、タクシー・ハイヤーを合わせたもの

出所:図表10に同じ

#### ( ) 情報入手手段の多様化

1996年～2001年にかけて、「家族・友人の話」、「ガイドブック」、「パンフレット」が上位を占めているものの、「インターネット」(15.4%ポイント増)、「新聞・雑誌の広告・チラシ」(5.2%ポイント増)、「旅行専門雑誌」(3.7%ポイント増)、「新聞・雑誌の記事」(3.2%ポイント増)が増加し、特に「インターネット」による情報入手が目立つようになっている(図表 16)。

図表 16 宿泊観光旅行の目的地を決定する際に参考とするもの(複数回答)

	(%, %ポイント)					
	96年	98年	99年	00年	01年	96年-01年
家族・友人の話	48.1	43.3	43.3	42.4	41.6	6.5
ガイドブック	35.8	36.9	35.2	39.5	35.1	0.7
パンフレット	35.0	34.7	35.5	35.7	35.0	0.0
旅行専門雑誌	25.4	28.5	27.7	30.7	29.1	3.7
新聞・雑誌の広告・チラシ	19.2	19.5	23.4	23.5	24.4	5.2
旅行業者	19.5	19.3	21.2	20.4	18.1	1.4
新聞・雑誌の記事	13.7	15.6	16.4	16.8	16.9	3.2
インターネット	-	-	7.3	11.2	15.4	15.4
観光案内所・情報センター	13.1	12.3	10.9	12.6	12.8	0.3
テレビ・ラジオの番組	10.1	11.4	13.3	11.5	12.1	2.0

注)86年から調査開始。86年の「パンフレット」は旅行業者とパンフレットの合計。

出所:図表10に同じ

こうした特徴の背景には、バブル経済崩壊後の景気低迷による「安・近・短」志向の強まりや交通アクセスの改善等により、旅行形態が「宿泊旅行」から「日帰り旅行」へ、あるいは、「観る観光」から「体験観光」へシフトしていることが影響しているものと思われる。

### 3. 国の観光振興戦略

#### (1) 「観光立国」の実現に向けた戦略

国は2002年以降、観光振興を主要政策課題と捉え、主に外国人観光客増加に向けた取り組みを行っている。2002年12月に「グローバル観光戦略」を策定し、2003年には、訪日外国人を2010年に1,000万人に倍増させる目標を設定して、「観光立国」の実現に向けた戦略立案を行った。国の戦略は、「日本の魅力・地域の魅力の確立」、「日本ブランドの海外への発信」、「観光立国に向けた環境整備」に重点が置かれており、主な内容は次の通りである。

##### 日本の魅力・地域の魅力の確立

「一地域一観光」と「良好な景観形成」が掲げられている。前者は、地域の観光振興を進める上で、「一村一品」運動の発想に学びながら、日本の各地域を魅力ある観光地にしようという取り組みである。その中で「観光交流空間づくりモデル事業」の推進と「観光カリスマ百選」の選定が特徴的な取り組みとしてあげられる。「観光交流空間づくりモデル事業」は、地域特性を踏まえた観光戦略に基づき、多様な地域資源を活用し、地域の幅広い関係者が一体となって観光を軸とした良好な地域づくりと観光交流拡大の取り組みについて、モデル地域を選定し、国土交通省がその取り組みを重点的に支援する事業である。東海地域では、日本ライン広域観光推進協議会<sup>6</sup>、伊勢二見地域観光交流推進協議会<sup>7</sup>の2地域が選定されている。「観光カリスマ百選」は、観光振興を成功に導いた人々を観光カリスマに選定し、先達の類希なる努力を学ぶことにより、それぞれの地域の観光振興に役立てようというものであり、東海地域では計8人が選ばれている<sup>8</sup>(付表1)。

後者は、公共事業の景観アセスメント(景観評価)システムの確立、景観に関する基本法制の整備、屋外広告物制度の充実や電線類地中化の推進等を行うことにより、日本の魅力・地域の魅力を高めようとするものである。

##### 日本ブランドの海外への発信

外国人旅行者増加のためには、まず日本に旅行しようという気持ちを起こさせることが重要との認識から、総理大臣等によるトップセールスや総理大臣出演ビデオの作成、テレビ放映が行われているほか、2003年度より「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(以下、「VJC」という。)が展開されている。VJCは、外国人旅行者の訪日を飛躍的に拡大することを目的とした国、地方公共団体及び民間が共同して取り組む、国を挙げての戦略的なキャンペーンである。海外メディア等を通じた広報・宣伝、海外の旅行業者に対する日本向け旅行商品の開発のための情報提供支援を二本柱として推進している。戦略的にキャ

<sup>6</sup> 愛知県犬山市、岐阜県各務原市、美濃加茂市、可児市、坂祝町で構成される。

<sup>7</sup> 三重県伊勢市、二見町で構成される。

<sup>8</sup> 2004年3月までに5回の委員会が開催され、全国で計63人が選ばれている。

ンペーンを展開するため、韓国、台湾、米国、中国、香港を重点市場として定め、2004年度は新たに英国、ドイツ、フランスを加える計画である。東海地域では、岐阜県が2003年に米国・ニューヨークで開催した「オリベ 2003 in NY」や愛・地球博のPR等がVJCの一環として位置づけられている。

#### 観光立国に向けた環境整備

外国人が一人歩きできる環境整備を推進し、外国人のニーズに対応できる観光案内所や外国人旅行者にもやさしい案内標識等の整備を推進するほか、入国手続きの円滑化を目的とした、事前旅客情報システム導入による入国審査の迅速化や、旅行の低コスト化を目的とした、交通機関、観光施設等の外国人向け割引制度の検証等を実施することとしている。

#### (2) 国内観光旅行振興策、地方局での取り組み

国内観光旅行の推進に関しては、年次有給休暇取得の推奨、学校の秋休み、地域ごとの休暇分散の推奨、観光旅行の様々な意義の啓発等を行い、国内観光旅行の基盤整備を進めている。

東海地域では、中部運輸局・中部地方整備局が独自の取り組みとして「観光なんでも鑑定団」による、観光地の評価、アドバイスの提供を行っており、申込み地域に対し、アドバイザー、鑑定団を派遣して、専門家が「よそ者」の視点でその地域の評価を行い、発展に向けた提言を実施している。2002年度は岐阜県神岡町（現 飛騨市）、2003年度は三重県鳥羽市、静岡県環浜名湖地域に対して鑑定を実施した。第三者的な評価を実施して今後の観光地づくりに役立ててもらうほか、鑑定団に鑑定してもらったという話題づくりが目的とされている。その他に、2004年2月に中部運輸局のホームページ上に「中部観光ポータルサイト」を開設し、大手旅行代理店に依頼して、中部7県（東海4県＋北陸3県）における観光の紹介や、モデルコースの提案を行っている。

国内旅行振興に対する国の取り組みはいずれも大枠的なものが中心となっているが、地域の観光振興はあくまで各地域が主体となって自主的に取り組むことが何よりも重要である。

## 4. 東海地域の観光の現状と各県の観光振興策

本章では、東海4県の観光統計や各県の観光担当部署へのヒアリング等に基づき、東海4県の県別にみた近年の観光の現状、各県の観光振興策及び広域連携の取り組みについてとりまとめた。なお、観光統計は各県別に集計方法が異なっているため、各県横並びの比較はできないことに留意が必要である(図表17)。また、各県の統計は国内観光客が大半を占めると考えられるため、国内旅行を前提とした記述になっている。

代表的な観光資源の分類方法は、須田寛著「実務からみた新・観光資源論」(2003年)によることとし、「自然観光資源」、「歴史文化観光資源」、「複合観光資源」、「産業観光・街道観光・都市観光」等のテーマ別観光資源に分けて整理を行った。但し、各県の観光資源別の観光客数の割合をみる場合は、各県の統計での分類方法によった。

図表17 各県の観光統計の概要

県名	統計名	対象	日帰り/宿泊	延べ数/実数	期間	動態調査
愛知県	愛知県観光レクリエーション利用者統計	年間1万人以上(行催事は年間1千人以上)	観光レクリエーション利用者総数は各施設への入込数の単純合計。	延べ数	暦年	01年実施
岐阜県	岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書	年間観光客が50,000人以上、または季節的観光客が月間5,000人以上	観光レクリエーション客数は宿泊客・日帰り客の合計である。観光資源分類別の統計は宿泊/日帰り別の数字は発表していない。	実数	暦年	毎年実施
三重県	観光レクリエーション入込客推計書	人数基準は不明	観光レクリエーション入込客数は宿泊客・日帰り客の区別はない(但し、区別のある施設もある。)	実数	暦年	毎年実施
静岡県	静岡県観光交流の動向	年間1千人以上(1998年～) 1998年以前は年間1万人以上(季節行楽・行事は1件1千人以上)	観光交流客数は観光レクリエーション客数と宿泊客数の合計。観光資源分類別の統計は、観光レクリエーション客数のみ。	延べ数	年度	実施せず

出所：各県の観光統計により作成

### (1) 東海地域の観光の現状

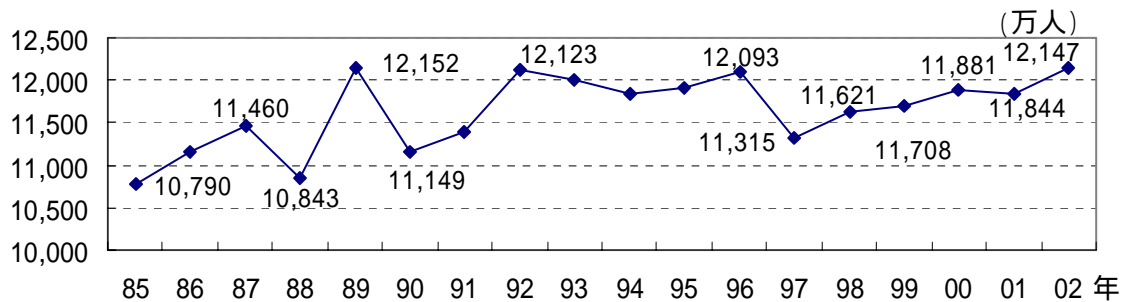
#### 愛知県

##### ・観光客数の推移

「愛知県観光レクリエーション利用者統計」(以下、「愛知県観光統計」という。)によると、愛知県の観光レクリエーション利用者総数(以下、「利用者総数」という。)は1989年(1億2,152万人)をピークとして、その後おおよそ1億1千万人から1億2千万人の間で増減を繰り返している。最近の動きをみると、天候不順の影響で落ち込んだ1997年を底に緩やかに増加している。直近5年(2002年/1998年)では4.5%増加し、2002年は1億2,147万人となった(図表18)。主な増加要因は、JRセントラルタワーズパノラマハウス(2000年、名古屋市)、豊田スタジアム(2001年、豊田市)、ラグーナ蒲郡ラグーナフェスティバルマーケット(2002年、蒲郡市)、同ラグナシア(2002年、蒲郡市)、げんきの郷(2002年、大府市)等、複数の大型施設の開業によるものである(付表2)。



図表 18 観光レクリエーション利用者総数の推移



出所：愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」

#### ・観光資源

愛知県内の観光資源を整理すると、「自然観光資源」では、三河湾地区にある温泉や三河湾国定公園が、「歴史文化観光資源」では、熱田神宮等の神社・仏閣、名古屋城、犬山城や織田信長・豊臣秀吉・徳川家康の三英傑ゆかりの観光施設がそれぞれ代表的なものと考えられ、その他にもものづくりや伝統産業関連施設等の「産業観光資源」、名古屋市を中心とした「都市観光資源」等がある。

「愛知県観光統計」によると、熱田神宮、豊川稲荷等の「神社・仏閣」やなごやまつり等の「行・催事」が利用者数の上位を占めている（付表2）。2002年の施設区分別利用者数の割合をみると「神社・仏閣」（20.9%）、「公営公園等」（18.3%）、「行・催事」（13.4%）が上位を占めている。また、愛知県では近年、新しい観光形態として注目を集めている産業観光の普及へ向けた取り組みがみられるが、県が産業観光施設として紹介している170施設のうち、統計から把握できる63施設の利用者数合計は、県全体の利用者数の9.6%である。63施設の中には利用者数の多い農業体験施設等も含まれているため、ものづくりに関連した施設の利用者数でとらえ直すとその割合は更に低下し、現時点では、産業観光施設利用者数の全体に占める割合は決して高いとは言えない状況にある（図表19）（付表3）。

次に直近5年間の施設区分別の増減をみると、「神社・仏閣」（9.8%減）、「公営公園等」（5.6%減）で利用者数が減少している一方、「名所・旧跡等」（56.4%増）、「民営遊園地・博物館」（45.4%増）等で利用者数が増加している。「名所・旧跡等」はJRセントラルタワーズパノラマハウスの新規開業、「民営遊園地・博物館」はラグーナ蒲郡の新規開業が主な増加要因として寄与している。また、63の産業観光施設の利用者数合計は6.3%減となっている（図表19）。

図表 19 施設区分別利用者数の推移

施設区分	(万人、%)						
	98年	99年	00年	01年	02年	02年/98年	02年構成比
神社・仏閣	2,815	2,737	2,718	2,603	2,540	9.8	20.9
公営公園等	2,355	2,408	2,350	2,585	2,222	5.6	18.3
行・催事	1,455	1,603	1,577	1,625	1,632	12.2	13.4
民営遊園地・博物館等	700	621	574	622	1,018	45.4	8.4
公営博物館・資料館等	786	695	731	753	813	3.4	6.7
観光農園等	543	603	667	633	661	21.7	5.4
温泉	380	378	374	372	420	10.5	3.5
名所・旧跡等	264	373	501	427	413	56.4	3.4
その他	2,328	2,289	2,367	2,224	2,428	4.3	20.0
合計	11,626	11,707	11,859	11,844	12,147	4.5	100.0
うち産業観光	1,240	1,185	1,221	1,145	1,162	6.3	9.6

注)「産業観光」は、愛知県が産業観光施設として紹介している170施設のうち、統計から把握できる

63施設の利用者数の合計

出所:図表18に同じ

#### ・観光客の動向

観光客の動向について、「観光客動態調査<sup>9</sup>」によると、東海4県からの集客が88.6%（県内：75.9%、他の東海3県：12.7%）となっている。交通手段をみると県内観光客の79.7%、県外観光客の53.8%が自家用車を利用している。県内の平均立ち寄り先は、県内観光客で1.3ヶ所、県外観光客で1.7ヶ所であり、県内観光客の80.4%、県外観光客の54.5%が1ヶ所しか立ち寄らない。県外観光客のうち、「4ヶ所以上立ち寄る」と回答した人の割合は7.9%であり、県内での観光客の回遊性は低い（図表20）。また、他県との回遊性も低く、県内観光客の9割以上<sup>10</sup>、県外観光客の64.9%が「直接来て、このまま帰途」と回答している。

全体に占める宿泊観光の割合は13.6%、県内観光客で5.1%、県外観光客で40.3%であり、県外観光客の66.4%が「1泊どまり」である（図表21）。また、同行者をみると、家族が57.1%、友人・知人が26.0%と、少人数の行動が主体である。

図表 20 県内の立ち寄り施設数（2000年度）

	（%）		
	全体	県内	県外
1ヶ所	74.3	80.4	54.5
2ヶ所	17.3	14.7	25.6
3ヶ所	5.4	3.4	11.8
4ヶ所	2.9	1.4	7.9
不明・無回答	0.1	0.1	0.2
合計	100.0	100.0	100.0

出所:愛知県「観光客動態調査」

図表 21 宿泊者の宿泊数（2000年度）

	（%）		
	全体	県内	県外
1泊	72.3	87.1	66.4
2泊	16.4	6.9	20.2
3泊	4.1	0.7	5.4
4～5泊	2.4	0.7	3.1
6泊以上	4.2	3.3	4.6
不明・無回答	0.6	1.3	0.2
合計	100.0	100.0	100.0

出所:図表20に同じ

<sup>9</sup> 「緊急雇用対策観光情報収集提供事業調査報告書 - 愛知県内における観光客の動向 -」（2001年3月）。本文では全て「観光客動態調査」とする。

<sup>10</sup> 愛知県内居住者は、94.5%が「直接来た」、93.4%が「このまま帰途」と回答している。

### ・小括

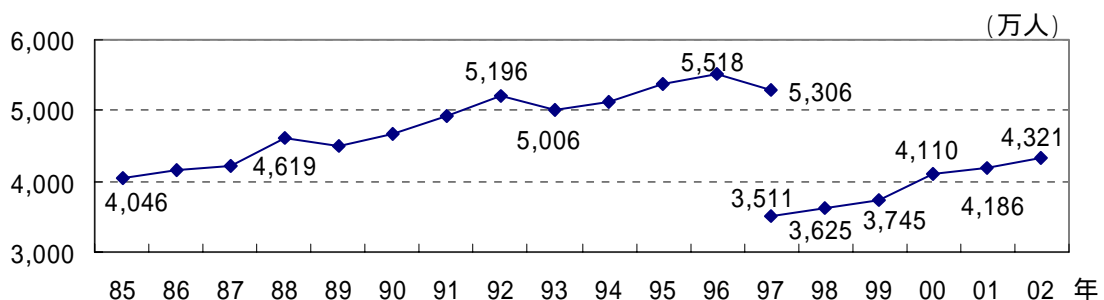
愛知県内の観光形態の主流は、自家用車利用による、東海地方からの日帰り・少人数旅行で、1、2ヶ所を回るスタイルと考えられる。因みに、上記動態調査では愛知県の観光の姿を「身近なレクリエーション等の最寄型」と形容している。近年、愛知県では利用者総数は増加しているものの、新規開業施設の集客によるところが大きく、既存施設の集客は全体として伸び悩んでいる。また、産業観光についてみると、全体に占める利用者数の割合は低く、かつ利用者数も直近5年間で減少しており、その普及にはまだ時間がかかると思われる。

### 岐阜県

#### ・観光客数の推移

岐阜県では、1996年11月に「全国観光統計基準<sup>11</sup>」が制定されたことを受け、1997年より同基準に基づく統計調査を実施している。「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」（以下、「岐阜県観光統計」という。）によると、岐阜県の観光客数は増加傾向にある。1997年は天候不順等の影響により前年比減となったが、1998年より毎年増加している。直近5年（2002年/1998年）では19.2%増加し、2002年は4,321万人となった（図表22）。1997年7月に開業した河川環境楽園の順調な集客増、同年12月の安房トンネル開通、1999年の東海北陸道・名神高速道直結、2000年12月の東海北陸道飛騨清見延伸等による交通網の整備や、2000年、2001年の飛騨美濃体験博、2002年の姫街道400年祭等のイベント開催、同年の古川町（現 飛騨市）が舞台となったNHK連続テレビ小説「さくら」の放映等が主な増加要因として考えられる。

図表22 観光客数の推移<sup>12</sup>



出所：岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」

<sup>11</sup>原則として、年間の観光客数が5万人以上、季節的観光客数が5千人以上となる観光地点を選定し、各地点の観光客数を合計した観光客延人数からパラメータ処理を行うことにより観光客実人数を計算するもの。パラメータは観光客実態調査の結果に基づいて計算される。

<sup>12</sup>岐阜県は、1997年に統計方法を変更したため、1997年以前と以後の観光客数を単純比較することはできない。1997年は新旧両基準で観光客数を集計し、旧基準によると観光客数は5,306万人となった。

圏域<sup>13</sup>別にみると、直近5年で西濃圏域を除く他の4圏域で二桁増となっており、特に岐阜圏域（40.3%増）の伸びが目立つ（図表23）。岐阜圏域は集客数が県内第1位の河川環境楽園の開業や東海北陸道・名神高速道の直結による影響が大きいものと考えられる。

図表23 圏域別観光客数の推移<sup>14</sup>

	(万人、%)					
	98年	99年	00年	01年	02年	02年/98年
全体	3,625	3,745	4,110	4,186	4,321	19.2
岐阜圏域	828	943	1,064	1,115	1,161	40.3
西濃圏域	1,032	1,092	1,266	1,092	1,093	5.9
中濃圏域	697	693	744	835	814	16.8
東濃圏域	500	499	496	505	588	17.6
飛騨圏域	568	518	540	639	665	17.1

出所：図表22に同じ

#### ・観光資源

岐阜県内の観光資源を整理すると、「自然観光資源」では、日本三名湯の1つである下呂や奥飛騨等の温泉、木曾三川、中部山岳や伊吹山等の山岳、「歴史文化観光資源」では、岐阜城等の戦国武将ゆかりの施設、千香保稲荷神社、谷汲村華厳寺等の神社・仏閣が、「複合観光資源」では、高山市、古川町（現 飛騨市）等の古い街並み、世界遺産である白川郷の合掌造りが代表的なものと考えられ、その他にも美濃和紙、陶磁器等の伝統工芸関連施設等の「産業観光資源」、中山道等の「街道観光資源」がある。岐阜県は、観光振興イベントが多いことも特徴であり、最近では姫街道400年祭りが行われ、観光客を集めている。

「岐阜県観光統計」から観光客数上位施設（2002年）をみると、河川環境楽園、千香保稲荷神社等の神社・仏閣、高山、下呂温泉や白川郷等の飛騨圏域の観光地が上位を占めている（付表4）。観光地分類別にみると、観光客数が突出して多い分野はなく、「文化・歴史」（22.2%）、「自然」（19.0%）、「イベント」（14.1%）、「スポーツ・レクリエーション」（14.0%）、「温泉」（11.6%）が主なものとなっている。また、美濃地方を中心に「産業観光」の普及に向けた取り組みがみられるが、その観光客数の全体に占める割合は5.4%であり、「産業観光」に集客数の多い道の駅が含まれていることを勘案すると、ものづくりや伝統工芸を扱った産業観光施設の観光客数の全体に占める割合は更に低いものとなる（図表24）（付表5）。

また、直近5年の観光地分類別の増減をみると、「買物」（168.7%増）、「産業観光」（43.3%増）、「イベント」（34.6%増）、「自然」（22.1%増）等で観光客数が増加している。岐阜県内では道の駅が多数開業しており、道の駅の新規開業効果が「買物」、「産業観光」の観光客数増加の主要因である。また、「自然」は河川環境楽園の順調な集客が主要因である。一方、

<sup>13</sup> 岐阜県観光統計では、県内を「岐阜圏域」、「西濃圏域」、「中濃圏域」、「東濃圏域」、「飛騨圏域」の5圏域に分けて集計しており、本レポートはその分類によった。なお、「飛騨圏域」以外の4圏域を総称して「美濃圏域」と呼ぶこととする。

<sup>14</sup> 02年から「岐阜圏域」の集計対象の変更があり、全体の観光客数は過去に遡って修正され公表されているが、各圏域別の修正後の観光客数は公表されていないため、全体から他4圏域の合計を差し引くことにより岐阜圏域の観光客数を修正した。

減少しているのは、「行・祭事」(9.0%減)、「スポーツ・レクリエーション」(4.7%減)等である(図表24)。

図表24 観光地分類別の観光客数<sup>15</sup>

	98年	99年	00年	01年	02年	02年/98年	02年構成比
							(万人、%)
文化・歴史	982	967	917	915	961	2.2	22.2
自然	674	767	838	861	823	22.1	19.0
イベント	454	463	703	586	611	34.6	14.1
スポーツ・レクリエーション	634	627	636	559	604	4.7	14.0
温泉	437	452	463	486	500	14.5	11.6
買物	155	192	280	432	416	168.7	9.6
産業観光	162	175	169	226	232	43.3	5.4
行・祭事	192	193	159	175	174	9.0	4.0
合計	3,689	3,835	4,165	4,238	4,321	17.1	100.0

出所：図表22に同じ

#### ・観光客の動向

観光客の動向について、「岐阜県観光統計」によると、東海4県からの観光客が85.4%(県内：45.2%、他の東海3県：40.2%)を占める。交通手段をみると自家用車の利用が83.9%と大部分を占めており、89.1%が「日帰り旅行」である。同行者は「1～5人」で88.6%を占め、「ひとり」、「家族同伴」、「友人同伴」で95.0%を占めている。岐阜県全体でみると、東海地方からの日帰り・少人数旅行が主流であると言える。

但し、圏域別にみると、飛騨圏域が他圏域と比べて以下の3点の特徴が指摘できる。

第1に、広域から集客していることである。東海4県からの観光客が59.9%であり、関東地方(14.4%)、関西地方(11.5%)からの観光客がそれぞれ1割強を占め、距離が近い北陸地方からの観光客が占める割合(5.5%)も他圏域と比較して高い(図表25)。

第2に、宿泊客数の割合が39.7%と高いことである。これは名古屋圏から遠く、集客の広域化がみられるほか、下呂、奥飛騨の温泉地があること等によるものと考えられる。

第3に、宿泊者数の割合が高いため、1人当たりの観光消費額も他圏域と比べ高いことである(飛騨圏域 17,900円、岐阜県全体 6,500円)(図表26)。

<sup>15</sup> 02年の修正後の「観光地分類別」の数字は未公表であるため、全体の観光客数も修正前のものを使用した。従って98～01年の全体の観光客数は、図表22、図表23とは異なる点に留意する必要がある。

図表 25 居住地別観光客数の割合（2002年）

	飛騨圏域	岐阜圏域	西濃圏域	中濃圏域	東濃圏域	全体
東海4県	59.9	90.8	94.9	83.5	88.5	85.4
県内	22.8	60.7	47.9	37.6	45.2	45.2
他の東海3県	37.1	30.1	47.0	46.0	43.2	40.2
北陸地方	5.5	0.5	0.4	2.3	0.4	1.6
甲信越地方	4.9	0.9	0.2	0.3	3.9	1.6
関東地方	14.4	2.7	1.0	2.4	2.8	4.0
関西地方	11.5	3.4	2.8	9.9	2.9	5.7
その他	3.8	1.7	0.7	1.6	1.5	1.7
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

出所：図表22に同じ

図表 26 宿泊・日帰りの割合、観光消費額（2002年）

	飛騨圏域	岐阜圏域	西濃圏域	中濃圏域	東濃圏域	全体
宿泊客数の割合	39.7	7.1	2.1	6.7	8.3	10.9
日帰り客数の割合	60.3	92.9	97.9	93.3	91.7	89.1
1人当たり観光消費額	17,900	3,500	2,000	7,931	5,700	6,500

出所：図表22に同じ

#### ・小括

岐阜県内の観光形態の主流は、日帰り・少人数旅行と考えられるが、飛騨圏域では宿泊型の観光が占める割合が高く、飛騨圏域と他圏域では異なる様相を呈している。飛騨圏域は、下呂や奥飛騨の温泉、高山の古い街並みや世界遺産である白川郷等全国ブランドの観光資源が多く、他圏域と比べ注目度が高いことが岐阜県の大きな特徴である。また、産業観光については、道の駅の開業効果等により近年観光客数は増加しているものの、その全体に占める割合は低く、ものづくりに関連した施設に限ると、その割合は更に低くなる。

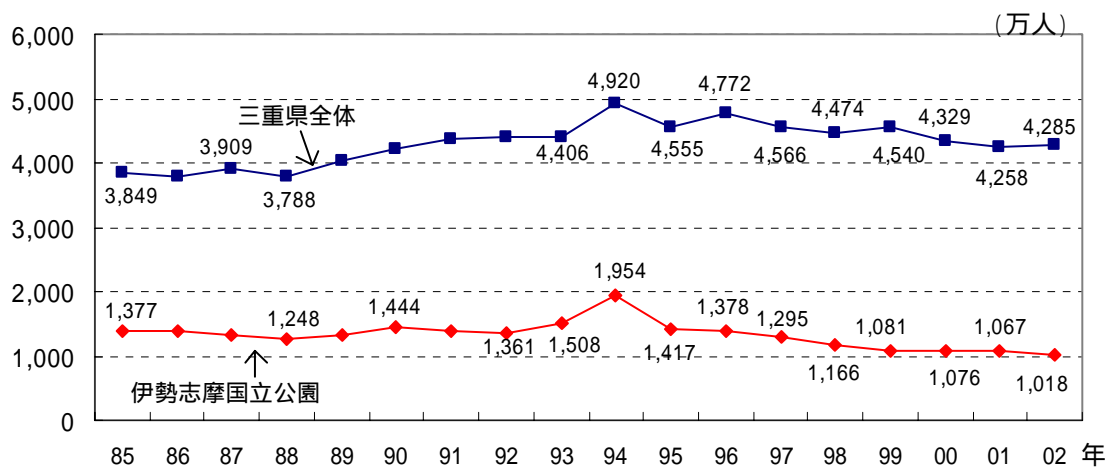
### 三重県

#### ・観光客数の推移

「三重県観光レクリエーション入込客数推計書」（以下、「三重県観光統計」という。）によると、三重県の観光レクリエーション入込客数（以下、「入込客数」という。）は、「まつり博・みえ'94」の開催、志摩スペイン村の開業があった1994年の4,920万人をピークに減少傾向にあり、2002年はピーク時と比べ12.9%減の4,285万人となった（図表27、28）。

三重県では自然公園別に入込客数を集計しており、自然公園別で見ると、全体の23.7%（2002年）を占める伊勢志摩地域の入込客数の落ち込みが目立っている。伊勢志摩国立公園地域の入込客数は、ピーク時の1994年と比べ47.9%減少しており、5年前の1998年と比較しても12.7%減少している。直近5年の県全体の観光客数が4.2%減であることと比較しても、伊勢志摩地域の落ち込みが目立つ（図表28）。

図表 27 三重県観光客数の推移



出所：三重県「三重県観光レクリエーション入込客数推計書」

図表 28 自然公園別観光客数の推移

公園名	94年	98年	99年	00年	01年	02年	02年/94年	02年/98年	02年構成比
伊勢志摩国立公園	1,954	1,166	1,081	1,076	1,067	1,018	47.9	12.7	23.7
吉野熊野国立公園	144	137	205	151	148	149	2.9	8.8	3.5
鈴鹿国立公園	284	321	309	312	309	318	11.9	1.0	7.4
室生赤目青山国立公園	156	251	249	212	205	173	10.4	31.2	4.0
水郷県立自然公園	617	645	737	673	592	636	3.1	1.3	14.8
伊勢の海県立自然公園	81	84	85	83	83	77	5.2	8.3	1.8
赤目一志峡県立自然公園	65	58	54	50	48	50	23.3	13.3	1.2
香肌峡県立自然公園	31	44	52	62	62	61	97.1	38.3	1.4
奥伊勢宮川峡県立自然公園	70	100	97	81	110	112	59.7	11.7	2.6
自然公園外	1,518	1,670	1,671	1,629	1,635	1,694	11.6	1.4	39.5
三重県合計	4,920	4,474	4,540	4,329	4,258	4,285	12.9	4.2	100.0

出所：図表27に同じ

## ・観光資源

三重県内の観光資源を整理すると、「自然観光資源」では、長島温泉、湯の山温泉、志摩温泉郷等の温泉、伊勢湾岸、青山高原、鳥羽水族館が、「歴史文化観光資源」では、伊勢神宮、松尾芭蕉ゆかりの施設、志摩スペイン村、鈴鹿サーキット、世界遺産への登録が予定されている熊野古道が代表的なものと考えられ、その他に北勢地域の一部等で取り組みがみられる「産業観光資源」、東海道等の「街道観光資源」がある。

「三重県観光統計」から観光客数上位施設（2002年）をみると、長島温泉、湯の山温泉等の温泉、伊勢神宮等の神社・仏閣、鈴鹿サーキットや志摩スペイン村が上位を占めている（付表6）。なお、「三重県観光統計」では観光地分類別の調査は実施されていない。

### ・観光客の動向

観光客の動向について、「観光客実態調査」<sup>16</sup>（2002年）によると2つの特徴が指摘できる。第1に、東海4県からの観光客が57.5%（県内：30.7%、他の東海3県：26.8%）に留まり、関西地方からの観光客が33.3%を占めることである。三重県は関西文化圏の一つとも言われ、和歌山、奈良、滋賀の3県と接しているという地理的要因も関係している。特に、伊賀地域（51.3%）、伊勢志摩地域（41.7%）でその割合が高くなっている（図表29）。第2に、全体に占める宿泊客の割合が49.9%と高いことである。名古屋に近い北伊勢、大阪・京都・兵庫に近い伊賀は日帰り客の割合が高いものの、有効回答数の36.6%を占める伊勢志摩地域の宿泊客の割合が74.5%と高いことが影響している（図表30）。また、同行者について、「家族同伴」が64.8%、「友人との旅行」が23.9%を占め、少人数の行動が主体であり、交通手段をみると「自家用車」の利用が83.3%を占めている。

図表29 観光客の居住地の割合（2002年）

	(%)						
	北伊勢	鈴鹿	中南勢	伊勢志摩	東紀州	伊賀	全体
東海4県	71.4	73.0	60.6	43.5	69.7	45.1	57.5
県内	23.9	36.8	47.2	17.9	41.7	28.7	30.7
他の東海3県	47.5	36.2	13.4	25.6	28.0	16.4	26.8
関西	18.1	23.5	32.7	41.7	24.2	51.3	33.3
関東	3.1	2.1	4.9	7.6	3.8	2.8	5.0
その他	7.4	1.4	1.8	7.2	2.3	0.8	4.2
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

注)関西:大阪、京都、兵庫、和歌山、滋賀、奈良。関東:東京、神奈川、千葉、埼玉、栃木、茨城、群馬  
出所:三重県「観光客動態調査」

図表30 宿泊客・日帰り客の割合（2002年）

	(%)						
	北伊勢	鈴鹿	中南勢	伊勢志摩	東紀州	伊賀	全体
宿泊客の割合	15.8	32.1	42.9	74.5	61.8	27.4	49.9
日帰り客の割合	84.2	67.9	57.1	25.5	38.2	72.6	50.1
有効回答数の構成比	9.9	19.6	21.9	36.6	5.9	6.0	100.0

出所:図表29に同じ

### ・小括

三重県内の観光形態の主流は、自家用車利用の少人数旅行であるが、二大都市圏に挟まれた立地であり、かつ南北に長い地形であるため、観光客の居住地の割合や日帰り型か宿泊型かは地域別に異なり、それぞれ特徴のある行動形態を示している。北勢地域（北伊勢、鈴鹿）は東海地域からの日帰り観光、伊賀地域は関西地域からの日帰り観光、伊勢志摩地域は宿泊観光が主体である。三重県は全国ブランドの伊勢志摩地域、長島温泉、湯の山温

<sup>16</sup> 県内33地点の観光客に対するアンケート調査。全体の動向のほか、県内を「北伊勢」、「鈴鹿」、「中南勢」、「伊勢志摩」、「東紀州」、「伊賀」の6地域に分けて分析をしている。



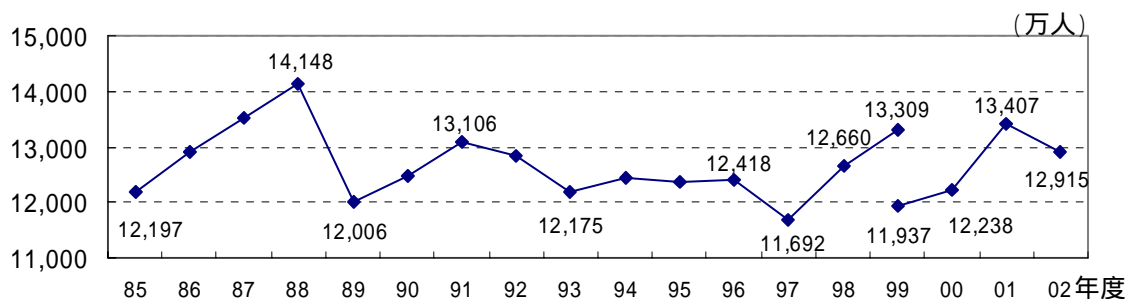
泉、鈴鹿サーキット等を中心とした北勢地域、松尾芭蕉ゆかりの施設を中心とした伊賀地域、松阪等の中勢地域、熊野古道の世界遺産登録で注目を集める東紀州地域と各地域別に分けてとらえる必要がある。また、産業観光については、現在、観光地分類別の調査が行われていないことから実態把握が困難であるが、北勢地域の一部で伝統工芸施設や工場見学の受け入れがみられる以外は特に目立った動きはないようである。

## 静岡県

### ・観光客数の推移

「静岡県観光交流の動向<sup>17)</sup>」(以下、「静岡県観光統計」という。)によると、静岡県の観光交流客数(以下、「観光客数」という。)は、1988年度をピークに1997年度まで総じて減少傾向であったが、1998年度<sup>18)</sup>以降は増加傾向にある(図表31)。これは御殿場プレミアムアウトレット、エスパルスドリームプラザ等の大型施設や日帰り温浴施設の新規開業、伊豆新世紀創造祭(1999年)や東海道400年祭(2001年)等の大型イベントの開催による影響が大きいものと考えられる。但し、2002年度は、ワールドカップサッカー大会があったものの、前年度の東海道400年祭のような大型イベントが特になく、また新規施設の開業も多くなかったことから、前年度比3.7%減の1億2,915万人になった。

図表31 観光客数の推移<sup>19)</sup>



出所：静岡県「静岡県観光交流の動向」

観光レクリエーション客数・宿泊客数別にみると、観光レクリエーション客数は、1998

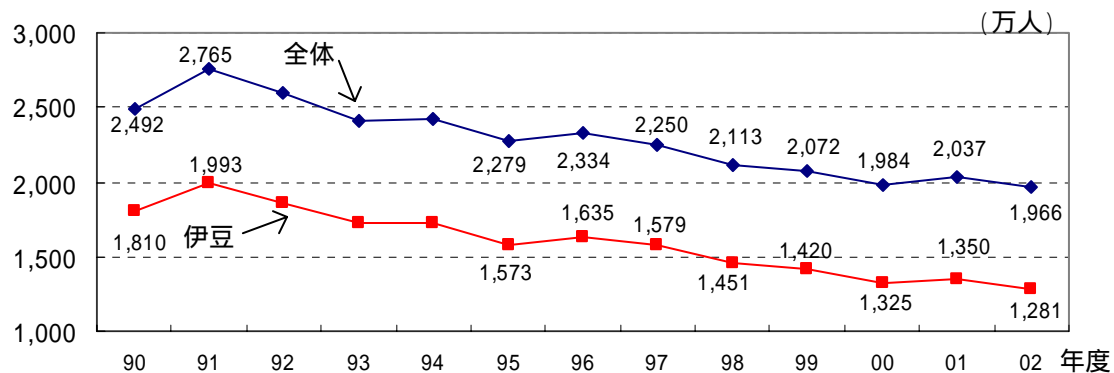
<sup>17)</sup> 静岡県では、「宿泊客数」と「観光レクリエーション客数」を合計したものを「観光交流客数」として集計している。1999年度までは、上記2つに「宿泊施設を休憩に利用した日帰り客数」を加えて「観光交流客数」としていたが、2000年度から「宿泊施設を休憩に利用した日帰り客数」の集計ができなくなったため、集計の対象から除外している。なお、静岡県は年度(4月-翌年3月)集計(他の東海3県は暦年(1-12月)集計)。

<sup>18)</sup> 但し、98年度(1億2,660万人)は、新しい調査項目(ゴルフ場、川釣り、コンベンション、スポーツ観戦、フリーマーケット)が加わった影響で前年度比増となったが、新しい調査項目を除くと1億1,615万人と、前年度と比べ微減(0.7%減)になる点は留意する必要がある。

<sup>19)</sup> 99年度を新基準で集計すると、1億1,937万人となり、00年度(1億2,238万人)は前年度比増となっている。また、89年度の前年度比大幅減は、集計の基礎資料変更及び伊東沖海底噴火の影響によるところが大きい。

年度以降増加傾向にあり、直近5年（2002年度/1998年度）では20.2%増となっている（9,110万人 1億949万人）（図表33）。一方、宿泊客数は、1991年度の2,765万人をピークに減少傾向にあり、2002年度はピーク時に比べ28.9%減の1,966万人となった。特に、県全体の宿泊客数の65.2%を占める伊豆地域の落ち込みが目立っており、2002年度はピーク時に比べ35.7%減少し、直近5年でも11.7%減少した（図表32）。

図表32 宿泊客数の推移



出所：図表31に同じ

#### ・観光資源

静岡県内の観光資源を整理すると、「自然観光資源」では、伊豆地域や箱山寺等にある温泉、富士山、浜名湖、太平洋岸が、「歴史文化観光資源」では、徳川家康ゆかりの観光施設（久能山東照宮等）が代表的なものと考えられ、その他に浜松市を中心としたものづくり関連施設等の「産業観光資源」、東海道等の「街道観光資源」がある。静岡県は、全国有数の温泉地が多い県であることが特徴であり、県内の温泉地数は全国第7位の106ヶ所、温泉宿泊施設の年間延宿泊利用人員は、北海道（2002年 1,363万人）に次いで全国2位である（1,106万人）。

2002年の観光レクリエーション客数について、「静岡県観光統計」から観光地分類別にみると<sup>20</sup>、観光客数が突出して多い分野はなく、「スポーツレクリエーション」（18.6%）、「文化・歴史」（17.9%）、「買物」（17.7%）、「季節行楽・行事」（13.5%）、「イベント」（12.4%）が主なものとなっている。近年、浜松市を中心に取り組みがみられる「産業観光」の全体に占める割合は、4.4%に留まっており、そのうち54.4%<sup>21</sup>が観光農林業、観光牧場やいちご狩り等であることを勘案すると、ものづくりや伝統工芸を対象とした産業観光施設への集客数が全体に占める割合は低い（図表33）。

また、直近5年で見ると、「買物」（316.8%増）、「イベント」（71.6%増）、「温泉」

<sup>20</sup> 静岡県は、観光レクリエーション客数について、「全国観光統計基準」による観光地分類別の数字を1998年度から公表している。

<sup>21</sup> 54.4%の内訳は、「観光農林業」15.8%、「観光牧場」13.3%、「みかん狩り」13.3%、「潮干狩り」7.1%、「みかん狩り」4.4%、「観光漁業」0.5%（静岡県「静岡県観光交流の動向」）。

(62.9%増)が大幅増となっている。日帰り型の温泉施設への観光客数が増加した反動で、宿泊型の温泉施設への観光客数が減少している可能性がある。一方、「文化・歴史」(13.3%減)、「スポーツレクリエーション」(6.4%減)、「自然」(6.1%減)が減少している(図表33)。

図表 33 観光地分類別の観光レクリエーション客数

	(万人、%)						
	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度	02年/98年	02年構成比
スポーツレクリエーション	2,173	2,176	2,038	2,101	2,035	6.4	18.6
文化・歴史	2,260	2,118	2,011	2,033	1,959	13.3	17.9
買物	465	680	1,071	1,935	1,936	316.8	17.7
季節行楽・行事	1,509	1,481	1,553	1,664	1,474	2.3	13.5
イベント	788	1,325	1,399	1,368	1,352	71.6	12.4
自然	1,190	1,244	1,131	1,164	1,117	6.1	10.2
温泉	368	437	530	587	599	62.9	5.5
産業観光	358	405	521	517	477	33.2	4.4
合計	9,110	9,865	10,254	11,370	10,949	20.2	100.0

出所：図表32に同じ

#### ・観光客の動向

静岡県は、「観光客動態調査」を実施していないので、観光客の動向はデータから検証できないが、静岡県生活・文化部観光交流室によると、静岡県内においても日帰り客や小グループ客の割合が増加しているとのことである。またエリア別にみると、県域が東西に長いいため、東部が他地域と比べ、関東地方からの観光客の割合が高いことが特徴であり、伊豆地域では、関東からの日帰り客は増加傾向にある一方で、宿泊客数は減少傾向にあるとのことである。

#### ・小括

静岡県は、県域が東西に長く、人口が多い関東地方に接しているため、多くの温泉地がある伊豆地域で、静岡県観光客数の全体に占める割合が高く、宿泊型の観光地である伊豆地域における宿泊客数の減少は静岡県観光全体に大きな影響を与えているとみられる。

また、産業観光については、浜松市を中心に取り組みがみられるが、開始からまだ2、3年しか経っていないこともあり、現時点では、静岡県全体の観光客数に占める割合は低い。

## (2) 東海地域の各県の観光振興策

東海地域の各県とも、外国人観光客の誘致に力を入れており、重点国でのPR、外国語マップの作成、外国語標識の整備、海外エージェントの招聘等を行う計画である。本項では、

外国人観光客誘致策以外の、各県の観光振興策について、「観光振興策の重点、2004年の位置づけ」と「産業観光への取り組み」の2つの観点からまとめた。

#### 愛知県

##### ・観光振興策の重点、2004年の位置づけ

愛知県では、2005年の中部国際空港開港、愛・地球博開催の2大プロジェクトの成功が最も重視されており、2004年は両プロジェクトに向けた最後の仕上げを行う年であると位置づけられている。愛・地球博を起爆剤として、愛知の知名度向上、観光客の回遊性向上を図ることが最大のテーマであり、愛・地球博への修学旅行客誘致<sup>22</sup>も積極的に行っている。

##### ・産業観光への取り組み

愛知県は、ものづくり県としての特性を生かして、産業観光振興に向けた取り組みを行っており、また、愛・地球博を訪れる外国人観光客、修学旅行客を県内で回遊させる手段の一つとして、産業観光を考えている。

愛知県は、県内の170施設を産業観光施設として紹介しており、産業に関わるものは一次、二次、三次に関わらず、芸術・テーマパークを除いて産業観光施設としている。主な取り組みとしては インターネットやCD-ROMによるデジタル映像提供（エピソード紹介、ストーリーづくり）、産業観光をPRする専任者を置く「産業観光あないびとプロモーション事業」、産業観光施設間の回遊を目的とする愛知県産業観光スタンプラリーの実施（1997年から毎年実施）、高齢者・障害者を対象としたバリアフリー産業観光モデルコースモニターツアー事業、産業観光モデルコースの紹介等があげられる。

#### 岐阜県

##### ・観光振興策の重点、2004年の位置づけ

岐阜県は、飛騨圏域と比べ、相対的に誘客が弱い美濃地方の観光振興策に重点を置いており、隣の愛知県で2005年に開催される愛・地球博を、岐阜県への誘客増を図る千載一遇のチャンスととらえ、2004年は、愛・地球博との連携を図る準備の年と位置づけている。具体的には、東海環状自動車道・東回りルートの2005年開通を睨んで、同自動車沿いを「美濃ミュージアム街道」と名付け、産業観光を中心とした観光振興を図るほか、2005年に「花フェスタ2005」の開催を決定し、愛・地球博入場者の岐阜県への誘客を図る方針である。

##### ・産業観光への取り組み

産業観光については、美濃地方の観光振興策として考えられている。岐阜県では、産業

<sup>22</sup> 愛知県は、学校へのダイレクトメール発送、全国の旅行会社へのPR、修学旅行のキーマン招聘等を行っている。

遺産や企業資料館、見学可能な工場が比較的に少ないため、和紙、陶磁器、木材等の伝統工芸、農業、食品工業を中心とした、観光客が実際に作業を体験する体験観光施設が産業観光の中心として位置づけられている。2004年度は、旅行代理店にツアー商品代の一部を補助するインセンティブツアーの実施、ホームページ等による情報発信、回遊性を高めるためのスタンプラリーの実施、産業観光ガイド発掘事業を実施する計画である。また、2004年1月22日に「美濃ミュージアム街道協議会」が設立され、同街道の230の観光施設のうち、95施設が参加した。会長には日本昭和村の運営を受託している(株)ファームの久門社長が就任し、民間主導の展開を狙いとしているが、横の連携は始まったばかりである。

### 三重県

#### ・観光振興策の重点、2004年の位置づけ

三重県では、伊勢志摩、東紀州、伊賀の各地域への支援が重点的に考えられており、特に代表的な観光地である伊勢志摩地域の観光客数の落ち込みをいかに食い止めるかが大きな課題であり、住民も参加する検討会の設置や鳥羽市の海岸にウッドデッキを設置し、景観を整備することが計画されている。また、2004年は愛・地球博の準備年というよりは、東紀州にある熊野古道の世界遺産への登録が予定されているほか、伊賀出身の松尾芭蕉の生誕360周年の年と位置づけられており、三重県は、この2つのイベントを観光振興の起爆剤とするため、イベントによるPRを中心に、ハード整備も含めて実施する方針である。

#### ・産業観光への取り組み

産業観光については、県のホームページ上で体験観光施設の一覧を紹介しているが、パンフレットの作成や産業観光というカテゴリーの設定は行われていない状況にある。

### 静岡県

#### ・観光振興策の重点、2004年の位置づけ

静岡県では、県全体の宿泊者数の約7割を占める伊豆地域の宿泊客数の減少をいかに食い止め、観光客を滞在させるかが最も重要な課題と認識されており、伊豆地域を含む東部地域を重点的に支援する方針である。また、2004年は、愛・地球博開催の準備年というよりは、県内で同年に開催される「浜名湖花博」がメインイベントと位置づけられており、愛・地球博との連携はそれほど意識されていない。また、2005年の中部国際空港の開港よりも2006年の開港に向けて工事が進められている静岡空港の開港が意識されている。

#### ・産業観光への取り組み

産業観光については、浜松市で先行的に取り組まれており、県もそれを支援している。

浜松市は、ヤマハ(株)、河合楽器製作所(株)等の楽器メーカー、ヤマハ発動機(株)、(株)スズキ、本田技研工業(株)の二輪・四輪メーカー等が立地しており、ものづくりの街として知られているが、その特性を生かすため、2001年から産業観光振興に向けた取り組みを進めている。2001年8月に「浜松市産業観光研究会」を発足させ、2002年10月に「産業観光フォーラム in 浜松」を開催したほか、2003年の夏休み期間にスタンプラリーを実施し、同年11月に「はままつ産業観光ツアー」を開催した。

浜松市は、浜名湖に隣接し、農業が盛んな土地でもあるため、工場見学をメインとしながら、資料館、伝統工芸だけでなく、農業体験施設・農業テーマパークにも対象を広げている。浜松市でメインと考えられている工場見学については、企業によってその取り組みが異なっており、団体や2週間前の事前予約しか受け入れない施設も多い。また、県は修学旅行客の誘致も睨みながら、体験観光の普及を中心に施策を展開している。学校の先生、エージェントの招聘や県内の体験・産業見学施設をまとめた冊子・CD-ROMを配布している。2004年度からは産業観光施設のハード整備に対し、企業に対し50%を上限に補助金を支給する制度を設ける方針である(負担割合:県25%、市町村25%)。産業観光の普及に向けた取り組みは、開始からまだ2、3年しか経っておらず、本格的な展開はこれからという段階である。

### (3) 広域連携

#### 外国人観光客の誘致

外国人観光客の誘致については、広域連携について積極的な動きがみられる。外国人観光客は国内旅行客と比べ旅行期間が長いため、1回の旅行の訪問先が広域化する傾向があり、広域連携になじみやすいと言われている。

東海地域では、東海4県が「東海地域外国人観光客誘致促進協議会」を結成しているほか、中部運輸局主導で、北陸地域も含めた「中部の観光を考える百人委員会」が結成され、広域観光ルートの提案を行っている。

#### 国内観光客の誘致

国内観光客は、日帰りや短期間の宿泊が多く、旅行者が広域的に移動しない傾向があるほか、隣接県はライバルと考えられているため、広域連携への取り組みに対するインセンティブは弱い。愛知県や岐阜県では県内で広域的なルート設定を行う例もみられるが、県域が南北に長い岐阜県では美濃・飛騨、三重県では北勢・中勢・伊賀・伊勢志摩・東紀州、県域が東西に長い静岡県では西部・中部・東部と、各県のエリア内の連携が第一に考えられている。但し、現状、日帰り客数の増加や訪問施設数が平均1~2ヶ所に留まっていることを考えると、エリア内での連携の成果も十分に上がっているとは言い難い。

今後、エリアを絞った広域連携として取り組みが始まった「観光交流空間づくりモデル事

業」のモデル地域に選定された日本ライン地域、伊勢二見地域の動向が注目される。

#### (4) 小括

東海地域は、優れた観光資源が豊富にある地域である。飛騨や伊豆等の温泉、伊勢志摩、三河湾などの国立公園、国定公園や中部山岳等の「自然観光資源」、伊勢神宮や熱田神宮等の神社・仏閣、三英傑ゆかりの観光施設、松尾芭蕉ゆかりの施設や世界遺産への登録が予定されている熊野古道等の「歴史文化観光資源」、世界遺産の白川郷や高山市、古川町（現飛騨市）の古い街並み等の「複合観光資源」が代表的なものとして考えられ、その他にもものづくり関連施設等の「産業観光資源」、中山道や東海道等の「街道観光資源」、名古屋市を中心とした「都市観光資源」等も存在する。

東海地域の観光客の動向をみると、道路網の整備や新規施設の開業、観光振興イベントの継続的な実施等により観光客数は近年緩やかに増加しているが、域内の日帰り・自家用車利用の観光客の占める割合が高く、宿泊客の割合が高い地域は、飛騨、伊勢志摩、伊豆等の域外からの集客の比率が比較的高い地域であるが、高山を除いて観光客数、宿泊客数は減少傾向にある。伊勢志摩、伊豆等は団体旅行向けに集客してきた地域であるが、昨今の個人・グループ化の傾向により、落ち込みが目立っている。

各県の観光振興策をみると、中部国際空港開港や愛・地球博開催を1年後に控えているものの、各県で2005年の1年前である2004年の捉え方、重点策は異なっている。2004年の重点策として、愛・地球博への準備、連携に力点を置いているのは、開催地である愛知県と、会場から比較的距離が近い岐阜県的美濃地方であり、熊野古道の世界遺産への登録が予定されている三重県、浜名湖花博が開催される静岡県では、自身の県のメインイベントに重点が置かれている。また、両県いずれも、県内の全国ブランドの観光地である伊勢志摩、伊豆の振興が重点課題となっている。外国人観光客の誘致に関しては、広域的に考えられていることもあり、中部国際空港開港、愛・地球博開催を中心とした連携は検討されているようではあるが、東海地域全体としてみると、各県で2005年の2大プロジェクトに対する位置づけは異なっていると言える。

東海地域での広域連携は、外国人観光客の誘致に関してはみられるものの、国内観光客の誘致では、隣接県をライバルとみているため、その取り組みは必ずしも活発ではない。

また、東海地域でも新しい観光形態として注目されている産業観光については、愛知県内、岐阜県美濃地域、浜松市等で取り組みがみられるものの、観光客数全体に占める割合はまだ低い。産業観光施設には、統計上、農業施設や物販施設等、所謂「ものづくり」以外の施設も含まれていることを勘案すると、ものづくりに関連する産業観光施設を訪れる観光客数の占める割合は更に低いのが現状である。

## 5. 産業観光の現状と課題

近年、東海地域では新しい観光形態の一つとして「産業観光」が提唱され、産業観光の振興に向けた取り組みが行われている。本章では、早くから取り組みを開始した名古屋商工会議所(以下、「名商」という。)が事務局となって開催している「産業観光推進懇談会」(以下、「AMIC」という。)加盟の24施設を事例として取り上げ、産業観光の現状と課題を考察する。

### (1) 産業観光とは

「産業観光」とは、名商文化委員会委員長である東海旅客鉄道(株)の須田会長が中心となって1996年から提唱されている新しい観光形態の一つである。須田会長によると、「産業観光」とは、「歴史的文化的価値の高い産業文化財(機械機具等の産業遺産、工場遺構)、生産現場(稼働中の工場、工房)、更に産業成果物(製品等)を観光資源とする観光をいう。いわば、物づくりの歴史と現状とを広く観光対象-観光資源とした、物づくりの原点にふれる観光である。」と定義されている。近年、東海地域では愛知県を中心に産業観光の振興へ向けた取り組みが行われており、岐阜県、静岡県浜松市等でもみられる。

東海地域では愛知県を中心に、古くから織機、自動車、航空機等のものづくり産業が発達しており、多くの工場が立地し、現在も稼働している。その他に、伝統工芸・文化が発達したことも特徴であり、陶磁器、瓦、刃物、和紙、酒・酢等の醸造等が古くから伝えられている。こうした長い歴史の中で、多くの産業遺産等が残っており、産業遺産、伝統工芸品や先端技術を紹介する資料館が民営、公営ともに多数存在し、公開されている。産業観光は、このように既にある多数の産業文化財、生産現場、産業成果物を観光資源として、観光振興のために活用しようというものである。

産業観光は、世界に誇る日本の産業技術に対する外国人の注目度が高いため、外国人観光客誘致の方策として、また、学習型、教育目的の要素もあるため、東海地域で少ない修学旅行者<sup>23</sup>の誘致の方策として考えられている。

産業観光の振興は、1996年から名商が開始したキャンペーンが契機となっており、これまでの取り組みは以下の通りである。

名商は、愛知県、名古屋市等の行政、各観光団体等との協力の下、関係博物館、資料館等に声掛けを行うことから活動を開始した。当地域の産業観光施設を周知させるために、その拠点となる24施設を対象とするとともに、8工場<sup>24</sup>を加えて、重点的、集中的に情報

<sup>23</sup> (財)日本修学旅行協会の調査では、都道府県別旅行先のランキングをみると、東海4県は総じて低位にとどまっている。高校生(2001年度)では、愛知41位(0.1%)、岐阜34位(0.3%)、三重25位(0.4%)、静岡25位(0.4%)となった。中学生では(2002年度)では、愛知36位(0.0%)、岐阜23位(0.9%)、三重36位(0.0%)、静岡19位(1.4%)となった。小学生では、愛知24位(1.5%)、岐阜32位(0.6%)、三重14位(4.7%)、静岡27位(1.1%)となった。

<sup>24</sup> ういろろ製造(株)青柳総本家・犬山工場、お菓子製造(竹田製菓(株))・お菓子の城、ミシン等製造(ブラザー工業(株))ギャラリー・瑞穂工場、えびせんべいの製造(株)えびせんべいの里、自動車製造(トヨタ自動車(株))・トヨタ会館、味噌製造(合資会社八丁味噌)、抹茶製造(株)あいや、新聞製作(株)中日新聞社、(株)読売新聞中部支社が紹介されている。



発信することとした(図表 34)。その基準は、公開されていること、1業種2施設までとし、産業別に代表的なものを満遍なく選ぶこと、交通アクセスが整備されていること、個人のほか多数の団体見学が可能であること、展示物の説明、見学者への適切な助言ができるような人材が配置されていること、名古屋市近郊または名古屋から日帰り往復見学が可能であること(名古屋市から概ね 50km 圏内)等である。名商では、美術品、工芸品も広い意味での産業成果物ととらえ、現代美術を対象とするものを除いて産業観光の対象に含めている。

図表 34 AMIC 加盟 24 施設の一覧(2002 年)

名称		市町村	入場者数	名称		市町村	入場者数
名古屋市科学館	名古屋市	655	博物館「酢の里」	半田市	76		
名古屋市博物館	名古屋市	632	ガスエネルギー館	東海市	-		
でんきの科学館	名古屋市	546	トヨタ博物館	長久手町	183		
徳川美術館	名古屋市	209	内藤記念くすり博物館	川島町	36		
有松・鳴海絞会館	名古屋市	161	愛知県陶磁資料館	瀬戸市	82		
産業技術記念館	名古屋市	143	盛田 味の館	常滑市	75		
NTTソリューションスクエア PLA-NET	名古屋市	14	窯のある広場・資料館(世界のタイル博物館併設)	常滑市	30		
リタケの森クラフトセンター	名古屋市	569	七宝町産業会館	七宝町	-		
UFJ銀行貨幣資料館	名古屋市	-	高浜市やきもの里かわら美術館	高浜市	-		
ネックス・プラザ	名古屋市	-	博物館明治村	犬山市	576		
国際デザインセンター・デザインミュージアム	名古屋市	-	かかみがはら航空宇宙博物館	各務原市	162		
名古屋空港航空宇宙館	豊山町	39	名鉄資料館	可児市	-		

注)愛知県陶磁資料館の入場者数は「展示館」、「陶芸館」の各入場者数の合計

出所:名古屋商工会議所発行パンフレット「名古屋周辺の博物館」

愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」、岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」

名商は1996～2001年度を産業観光推進の第1期ととらえ、推進体制づくりや情報発信に重点を置いた活動を展開した。ここでは、1997年に24施設の館長等を集めてAMICを充足させる等、横の連携づくりに主眼が置かれた(図表 35)。

図表 35 名古屋商工会議所の主な取り組み(第1期)

<p>&lt; 第1期(1996～2001年度) &gt;</p> <p><b>推進体制づくり</b></p> <p>「産業観光推進懇談会」(AMIC)の発足(1997年、年4回開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メンバー:24施設の館長、名商、愛知県、名古屋市、2005年国際博覧会事務局等</li> <li>・具体的施策の立案や情報交換を行い、横の連携づくりに重点。</li> </ul> <p>シンボルマークの作成(1997年)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各館のパンフレット・ポスターに掲出。</li> </ul> <p><b>情報発信活動</b></p> <p>「産業観光のしおり」の発行(1998年)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産業観光資源(24施設、8工場)、産業観光モデルコース(20コース)等を紹介。</li> </ul> <p>ホームページの開設、図書「産業観光」の発刊(1999年)、各種メディアへの報道資料提供等。</p> <p><b>関係団体への要望活動</b></p> <p>教育機関に対する活動(修学旅行、学校行事の一環として要望)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・教育委員会向けダイレクトメールの発送、パンフレット配布等</li> </ul> <p>(財)日本修学旅行協会への協力要請</p> <p>「産業観光推進交通事業者等連絡会議」の設置(1998年、年4回開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・バスダイヤの改善、ミュージアムバスの運転、「産業観光案内所」の設置等を実施済。</li> </ul> <p><b>イベント開催、各種イベントへの参加</b></p> <p>「産業観光サミットin愛知・名古屋」の開催(2001年10月25日、「産業観光フォーラム」に改称)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全国の産業観光関係者を集めて協議。第2回は浜松市、第3回は鹿児島市で開催済。</li> <li>・10月25日を「産業観光の日」、その日を含む週を「産業観光週間」に指定。</li> </ul>
--

出所:須田寛・徳田耕一・安村克巳「新・産業観光論」により作成

第1期では産業観光の周知度向上や施設間の横の連携づくりに重点が置かれたが、2005年の愛・地球博開催を睨み、産業観光施設が「万博の場外展示場」の役割を担うことを目的として更なる振興を図るため、2002～2005年度を対象とした「産業観光推進第2期推進計画」(アクションプラン)が作成された(図表36)。近年では、2005年の愛・地球博に訪れる観光客をいかに回遊させるかに重点が置かれており、産業観光施設は有力な回遊手段の一つとして考えられている。

図表36 名古屋商工会議所の主な取り組み(第2期)

<p>&lt; 第2期(2002～2005年度) &gt;</p> <p>「産業観光推進第2期推進計画」(アクションプラン)の策定          情報発信の充実          ・地元周知度の向上策、域外の産業観光施設との提携企画、共同宣伝等を検討。</p> <p>観光資源の開発と充実          ・ストーリーづくり、木目細かいモデルコースづくり等を検討。</p> <p>受入体制の充実          ・学習、体験観光の色彩が強いことに鑑み、ガイドの充実、交通アクセス改善を検討。</p> <p>推進体制の強化          ・推進組織として新たに「産業観光推進委員会」を設置(2002年)。</p> <p>年度別重点テーマ</p> <p>「情報発信(の強化)」の発行(2002年度)          ・「産業観光情報」(24施設の情報を集めた情報誌)の発刊(年4回)等。</p> <p>「産業とくらし」(2003年度)          ・テーマに関する企画展の開催等。</p> <p>「国際連携」(2004年度)          ・愛・地球博1年前を意識し、外国人向けモデルコース設定、外国語パンフレットの充実等。</p> <p>「万国博とともに」(2005年度)          ・万博会場内への「産業観光ブース」設置、万博入場者割引、万博連携モデルコースの設定等。          ・「国際産業観光フォーラム」の開催。</p>
--

出所：図表35に同じ

## (2) 産業観光の現状

本項では、名商が事務局となって開催している「産業観光推進懇談会」加盟の24施設(以下、「AMIC加盟24施設」という。)を事例として取り上げ、産業観光の現状についてデータや現地視察に基づき整理する。

### 産業観光の周知度

名商は、2000年より「旅まつり名古屋」会場内で「産業観光に関するアンケート調査」を実施しているが、4回目となる2003年(回答者：2,040人)の調査結果によると、回答者の居住地は、93.6%(名古屋市：72.2%、愛知県(名古屋市以外)：21.4%)が愛知県である。産業観光の周知度は2000年の51.4%から2003年には74.6%へ徐々に上昇しており(図表37)、情報発信活動については一定の成果が出ていると言える。AMIC加盟24施設を対

象とした、1人当たりの平均来館数はわずかではあるが増加しているものの(2000年 8.8館 2003年 9.2館)(図表37) 平均来館数は今までで行ったことのある施設の累計であることを勘案すると、伸び悩んでいるとも考えられる。24施設のうち、2003年の「行ったことのある施設」の上位5施設は「名古屋市科学館」(回答者の81.4%)、「博物館明治村」(同79.3%)、「でんきの科学館」(同78.5%)、「名古屋市博物館」(同70.9%)、「徳川美術館」(同66.7%)で前年と変わらず、3分の2以上の人が1回は訪れている。

図表37 産業観光の周知度、平均来館数

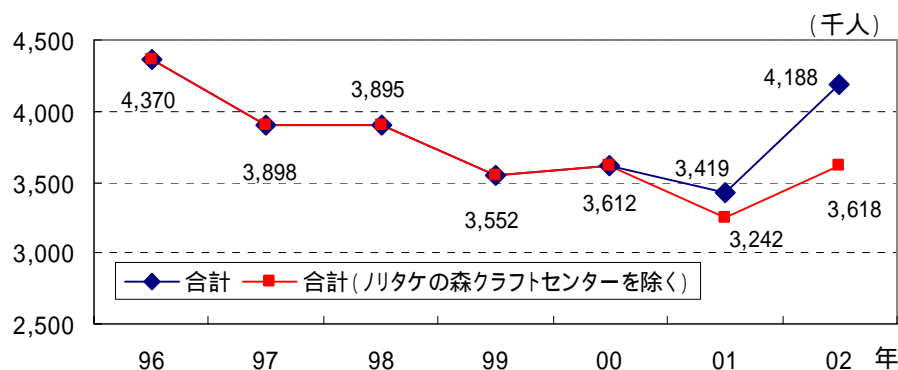
	(%, 館)			
	00年	01年	02年	03年
周知度	51.4	66.2	74.4	74.6
平均来館数	8.8	8.7	9.0	9.2

出所:名古屋商工会議所「産業観光に関するアンケート」

#### 入場者数の推移

AMIC加盟24施設のうち、愛知県、岐阜県の観光統計<sup>25</sup>から入場者数が把握できる18施設について、産業観光への取り組みが開始された1996年から2002年までの7年間の入場者数の推移をみると、18施設合計で入場者数は4.2%減少し、2001年開業の「ノリタケの森クラフトセンター」を除いて考えると、17.2%減となり、入場者数の伸び悩みが窺われる(図表38)。2002年の入場者数が1996年と比べて増加している施設は18施設中4施設に留まる(図表39)。同年の入場者数をみると、上位5施設(「ノリタケの森クラフトセンター」を除く17施設中の上位5施設)が全て前年比増となっているが、集客力のある特別展の開催の効果が大きく、行ったことのある人が多いという前述のアンケート結果を踏まえると、リピーター獲得のための効果的な施策が今後の集客のキーになるものと思われる。

図表38 AMIC加盟24施設の入場者数の推移



注1) 愛知県、岐阜県統計から入場者数がわかる18施設の合計

注2) 「ノリタケの森クラフトセンター」の入場者: 01年 178千人、02年 569千人

出所: 愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」、岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」

<sup>25</sup> 愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」、岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」

図表 39 AMIC 加盟 24 施設の各施設の入場者数

	(千人、%)								
	96年	97年	98年	99年	00年	01年	02年	02年/96年	02年/00年
名古屋市科学館	715	619	663	694	618	561	655	8.4	5.9
名古屋市博物館	1,066	830	752	524	773	536	632	40.7	18.2
博物館明治村	689	620	549	449	406	392	576	16.4	41.8
でんきの科学館	580	639	559	527	534	518	546	5.9	2.2
徳川美術館	295	226	221	207	226	198	209	29.2	7.6
トヨタ博物館	178	167	159	186	167	157	183	2.6	9.8
かかみがはら航空宇宙博物館	467	290	241	208	177	173	162	65.3	8.6
有松・鳴海絞会館	-	-	174	170	162	171	161	-	0.7
産業技術記念館	101	112	117	111	115	129	143	41.5	24.5
博物館「酢の里」	72	73	59	55	54	62	76	6.1	40.4
盛田 味の館	0	72	76	87	87	74	75	-	13.9
愛知県陶磁資料館(陶芸館)	0	59	54	52	52	44	46	-	12.3
名古屋空港航空宇宙館	47	43	48	40	41	38	39	16.4	4.7
愛知県陶磁資料館(展示館)	69	58	131	56	45	50	36	47.5	19.4
内藤記念くすり記念館	54	43	44	45	41	39	36	33.0	11.9
窯のある広場・資料館(世界のタイル博物館併設)	26	35	38	39	33	35	30	14.5	8.9
NTTソリューションスクウェア PLA-NET	-	-	-	91	69	51	14	-	79.6
リタケの森クラフトセンター	-	-	-	-	-	178	569	-	-
七宝町産業会館	12	13	13	12	12	11	-	-	-
ガスエネルギー館	-	-	-	-	-	-	-	-	-
名鉄資料館	-	-	-	-	-	-	-	-	-
高浜市やきものの里かわら美術館	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UFJ銀行貨幣資料館	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ネックス・プラザ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
国際デザインセンター・デザインミュージアム	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	4,370	3,898	3,895	3,552	3,612	3,419	4,188	4.2	15.9
合計(リタケの森クラフトセンターを除く)	4,370	3,898	3,895	3,552	3,612	3,242	3,618	17.2	0.2

注1) NTTソリューションスクウェア PLA-NETの02年は、1～3月の入場者数の合計。

注2) リタケの森クラフトセンターは01年10月開業であるため、01年は10～12月の入場者数の合計。

出所: 愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」、岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」

### (3) 産業観光の課題

産業観光の振興については、各機関、施設で連携した取り組みが行われているものの、残念ながらその成果は、まだ十分なものとは言えない状況であると思われる。関係者へのヒアリングや現地視察から、産業観光の課題と考えられる点は下記の通りである。

#### 産業観光の範囲

産業観光は、須田会長により定義されてはいるものの、各機関でその範囲は異なっており、非常に幅の広い概念になっている。産業観光は産業遺産や工場現場等、所謂「ものづくり」を想起させるものであるが、農業体験や道の駅まで含まれているケースもあり、「ものづくり」とは直接関係のないものまで産業観光の名の下にPRされている。そのため、産業観光の概念がわかりにくくなっている面がある。AMIC 加盟 24 施設の中には、利用者の立場からすると、産業観光を連想できない施設も含まれており、今一度産業観光の意味を考え直して、施設の位置づけを明確にした方がよいのではないと思われる。また、産業観光マークを掲示していなかったり、産業観光施設であることを明示していなかったり、連携している他施設の紹介を行っていない施設も存在する。持て成しの気持ちが薄い施設は、却って産業観光施設の紹介パンフレットを見て来館した観光客を落胆させることにもなりかねない。各観光施設の取り組みについて評価を行い、その結果を踏まえて、観光客

の受入に堪えうる、または取り組みに熱意のある施設を重点的に PR することが産業観光の底上げにつながるのではないかとと思われる。

#### ターゲット別の情報発信の工夫

産業観光施設の中には、東海地域でしか見ることのできない、または他の地域ではあまり見られないオリジナリティのある施設もあれば、東海地域以外でも同様の施設が存在するものや子供連れや団体客を主な対象とした施設等、様々な性格を有するものが含まれている。各機関が多くのモデルコースを設定しているが、利用交通機関別、日帰りか宿泊かの区別、テーマ別に分けたものが主であり、その対象が地元からの日帰り・子供連れなのか、学生団体なのか、年配客の団体なのか、東海地域外から訪れる観光客なのか、ビジネスに来たついでの観光客なのか、あるいは外国人も考慮に入れているのかについて、ターゲットが明確ではないように思われる。パンフレットは多数発行されているが、観光客の視点に立つと、紹介されている施設が多すぎて、どこを選んでよいかわかりにくいものが多いとの印象を受ける。観光形態が多様化し、ニーズが多様化している中で、ターゲットを明確にしたパンフレットを作成する等、木目細かい情報発信を行う工夫が必要である。

産業観光施設は学習的、教育的要素が強く、単なる展示物の見学が多いという印象もあるようではあるが、実際は、実演を見学できたり、作業を体験できたり、工場見学がセットになっているものや、他には見られない貴重なオリジナリティのあるものを展示しているところもある。このような施設の「売り」になるものを重点的に情報発信することが重要だと思われる。

産業観光施設の良さを対外的にアピールするには、まず地元住民がそれを理解することが必要であり、そのためには地元住民の誘客を強化することも重要である。レストランやカフェを併設していたり、広場を無料開放している施設もあるが、そういうものも最大限アピールして、地元住民を多く集め、賑わいを生み出す工夫が必要である。地元住民が観光客をその施設へ連れて行くことも考えられるし、賑わいがあれば、その評判を聞きつけて訪れる観光客もいるであろうし、口コミで高い評判が広がる可能性もある。

#### 連携の具体化

##### ・ AMIC 加盟 24 施設間の連携

AMIC 加盟 24 施設は、相互の連携活動を進めており、館内での他施設パンフレットの陳列、ホームページ上での連携（施設一覧ページの設定、相互リンクの設定等）、南エリアの 6 館共同によるスタンプラリーの実施、「産業技術記念館」・「ノリタケの森クラフトセンター」による共通割引入場券の販売等が行われている。その連携への取り組みは評価すべきことであるが、更なる推進が望まれる。例えば、パンフレットについて他施設のものを全て置いているわけではなく、中には他施設のパンフレットを 1 枚も置いていない施設もみられ、「産業観光情報」や「産業観光のしおり」を置いている施設も数施設に留まっていた。

2002年8月に名古屋駅中央コンコース内に設置された産業観光総合案内所、金山総合駅北口にある名古屋市観光案内所でも、産業観光が積極的にアピールされているとは言い難く、AMIC加盟24施設のパンフレットは人目につくところには配置されていない。

今後は、8工場を含めた連携の更なる具体化と実行が求められる。「名古屋周辺の博物館」というパンフレットには、割引優待施設の一覧が掲載されてはいるものの、目につきにくく、しかも優待内容は紹介されていない。特に、日帰りで少ない施設を訪れる観光形態が主流になる中、観光客に「もう1施設」という動機を付与する手段として、割引を全面に出し、少しでも観光客数を増やす仕掛けをすることが重要だと思われる。その日に行かなくても別の日に行きたいという動機づけを与えるだけでも効果に違いがあらわれるのではないかと思われる。例えば、各施設で最寄りの施設の内容、交通アクセス等を紹介したり、テーマが類似した施設を紹介したりする掲示板の導入等は具体化の一つになるのではないか。

#### ・愛・地球博との連携

愛・地球博は、産業観光施設をアピールし、誘客を図る最大のチャンスである。「万博の場外展示場」的な役割を担うため、多くの施設で万博のポスターの掲示、万博協賛施設を示すステッカーの掲示がなされ、一部の施設では万博の紹介ボードの設置や万博キャラクター関連製品の展示等もみられるが、さらに連携を深める方策を考える必要がある。例えば、AMIC加盟24施設で万博の前売り入場券を提示すると、入場料の割引が受けられたり、記念品がもらえることになっているが、その内容を施設内で詳しく紹介している施設は1施設しかなかった。万博協賛施設を示すステッカーを貼るだけでは十分ではなく、万博会場からの交通アクセスを掲示する等、万博開催の1年前から万博との関連性を絶えずアピールする仕掛けづくりが必要だと思われる。

また、万博開催期間中、施設の開館時間を延長することも一考に値すると考えられる。万博会場への観光客は、万博会場での滞在が中心になると思われ、同じ日に他施設を廻るとすれば、訪問時間が夕方以降になる可能性が高い。宿泊客の場合は、万博会場から宿泊場所へ移動する経路の途中に産業観光施設があればそこを訪れるような仕掛けが必要である。

#### ・他の観光資源との連携

産業観光施設への入場者数が全体に占める割合は1割を下回っており、産業観光が観光の主要な一形態として位置づけられるには時間を要するものと思われる。他の観光資源とうまく組み合わせながら、「ついでに」、「もう1施設」廻りたいと思う観光客を産業観光施設に誘導するための仕組みを考えることが重要である。例えば、食事や温泉等の癒しを絡めたモデルコースの提案、旅行商品の設定等の充実が求められる。既存のモデルコースは、産業観光施設だけを廻るコースや産業観光をメインに他の施設を廻るコースが多いが、個

人・グループ向けにはむしろ、産業観光施設を従としたコース設定の提案も考えるべきではないか。

#### 観光客受入体制の整備

産業観光施設は、万博を訪れる外国人が回遊する施設としても想定されているが、外国人の受入体制が万全とは言えない施設も多い。一部の施設では英語解説文の掲示、多言語レシーバーの貸出し、英語ガイドの導入を行っているところもあるが、英語表記がない施設も一部にあるほか、多くの施設で十分な英語の解説文が備えられていない。

また、説明文の文字が小さく読みにくいとか、コインロッカーが入口付近にないとか、観光客の立場に立った受入体制になっていない部分も見受けられる。ある施設のガイド付きツアーでは、ガイドを流れ作業的に行い、わずか数分で終わってしまうものもある。これでは「ものづくりの原点に触れる」目的で訪れた観光客を満足させることはできないばかりか、ましてや観光客から当該施設の良さを情報発信してもらうことは期待できなくなる。

また、観光客を呼び込む手段も必要である。見学記念品を配布する施設は24施設中1施設しかなく、ミュージアムショップで販売されているオリジナル商品も少なかったが、その観光施設でしか入手できない、しかも評判の高いレアグッズを観光客に用意することも仕掛けの一つになると思われる。また、ホテルやタクシーで気軽に産業観光施設を紹介したり、観光案内所における体制を整えることも必要だと考える。特に、観光案内所を訪れる観光客の中には、到着時には事細かに行き場所を決めていなかったり、ビジネス来訪の空き時間を使って廻ってみたいという客が多いと思われ、観光案内所においては、そのような観光客を産業観光施設に誘導する絶好の機会ととらえて知恵を出す必要がある。

産業観光では、工場見学も主要な観光資源の一つと考えられているが、企業の産業観光への理解と協力が不可欠である。企業にとっては、見学コースの設定、駐車場・トイレの設置、案内役の配置等費用負担が大きい上に、情報の社外流出のリスクもあり、公開に慎重にならざるを得ない部分があるが、CSR (Corporate Social Responsibility; 企業の社会的責任) の観点からも、是非とも積極的な対応が望まれる。また、観光客にとっては、事前予約が必要であったり、団体以外は受入不可能であったり、休日は非公開であること等、工場見学を観光対象として普及させるには課題も多く残されている。工場見学を観光対象とするには、企業の協力を引き出す地域の支援が必要であり、企業がメリットを感じ、観光客もメリットを感じることでできる体制を作り上げることが重要である。例えば、静岡県で2004年度より導入される、工場の産業観光のための投資に対しては補助金を支給する制度が、体制づくりの一つの方法としてあげられる。工場見学を観光対象として普及させるためには、観光客に対して、「いつ、どこで、何を見ることができなのか」といった情報を、観光客がその情報に触れやすい場所に、絶え間無く発信し続けることが必要であろう。

### 小括

産業観光は、新しい観光形態であるがゆえに、現在のところ、観光の主要な一形態までには育っていない。産業観光施設として紹介されている施設も様々であり、その取り組みについて施設間で差が出ているのが実情である。また、産業観光の振興に向けて、連携の取り組みもみられてはいるが、協議会への参加や他施設のパンフレットを置くだけに留まっている感もあり、更なる具体化への取り組みが求められる。

産業観光の普及は、一朝一夕で進むわけではなく、長期的な視野に立って産業観光全体の推進のために、時間をかけた地道な取り組みが必要である。関係者ならびに「地元住民」が「知恵」を出し、具体的な「行動」に移す必要があると考える。一方で、東海地域では2005年に愛・地球博が開催され、多数の観光客の来訪が予想されており、産業観光をPRする絶好のチャンスである。「万博の場外展示場」的な役割を担わせることは有効であるので、例えば工場見学を週末・祝祭日も可能にする等早急に受入体制を整備して、来訪者から評価されるようにしなければならない。



## 6. 東海地域における観光の振興に向けて

本章では、これまでとりまとめたことに基づき、東海地域における観光の振興に向けて提言を行いたい。

### (1) 顧客志向に立った受入体制の整備

#### ターゲット別のコース設定と効果的な情報発信

観光形態、観光ニーズ、情報入手手段が多様化する中、ターゲット別の情報発信が重要である。地元を中心とした東海地域か域外か海外か、団体かグループか、グループでも友人同士か家族連れかカップルか、あるいは若年層か、中高年層か、シニア層か等に分けて、コース設定を行い、効果的に情報発信をする必要があると思われる。

観光施設を紹介する現在のパンフレットは、観光客の視点から考えると紹介されている施設が多すぎて、どこを選んだらよいかわかりにくいものが多いように思われる。各県、各市町村、各観光団体、各観光支援機関等がそれぞれ多数のパンフレットを発行しており、情報過多という面もある。紹介する観光施設を絞り、各機関が歩調を合わせ、統一的にPRするほうが効率的であり、観光客の利便性に資するのではないか。

例えば、2005年に開催される愛・地球博には多くの入場者が見込まれているが、直行直帰で終わらせないための工夫を早急に考えるべきである。愛知県内、岐阜県美濃地方では愛・地球博との連携が考えられているが、もう少し範囲を広げることが可能ではないか。東海地域全体で観光を振興するために、愛・地球博というビッグプロジェクトを契機に、積極的に広域連携に取り組み、特に外国人観光客、東海地域外からの観光客をターゲットとした魅力あるコース設定を考えるべきだと思われる。歴史文化観光資源、自然観光資源に買い物、食事、街の魅力、産業観光資源をいかに絡めてPRするかが重要である。旅行代理店が中心となって、中部8県（東海4県＋北陸3県＋長野県）で「外国人観光客誘致促進協議会」を組織し、2004年2月に開催した上海での旅フェアで、中部8県をPRする等の活動を行っているが、一層の活動を行い、成果を上げることが期待される。

中部国際空港の開港は、外国人観光客誘致という視点だけでなく、東海地域以外の遠方の国内観光客の誘致という視点からも大きな転換点になると思われる。中部国際空港の開港は、東海地域への航空路線に改めて注目が集まることとなり、自家用車や新幹線では訪れることが難しく、従前は全体に占める割合が小さかった北海道、東北、九州、四国の観光客を誘致するチャンスになりうる。中部国際空港を起点として、東海地域を廻り、関西、北陸、関東に抜けるルートの設定等、遠方の国内観光客の誘致にはある程度広域的な観点を導入するのも有効ではないかと思われる。その際、遠方から来る人が満足する観光資源を重点的にPRすることが重要であり、地元では見ることのできない、体験できないものを観光対象とした、ターゲット別の効果的なルート設定が求められよう。シニア層の取り込みも重要な視点であろう。

わかりやすい掲示、解説等 観光客にやさしい受入体制の実現

特に外国人観光客数の増加が国家的な目標として位置づけられている中、外国語による標識、ガイドの養成等受入体制の整備の遅れがよく指摘されており、東海地域においては、中部国際空港の開港と愛・地球博の開催があることから、早急な整備が必要である。観光客の視点に立ち、わかりやすい掲示、解説とし、交通アクセスの改善、ガイドの充実等を図らなければならない。

## (2) 地元の理解醸成及び観光客の増加に向けた地域の人々の知恵と行動

観光振興が図られるためには、地元の人々の地域への理解醸成が必須である。地元の人々が観光資源を見に行く（観光とは、光るもの、すぐれたものを観ること。）。地域への理解を深める。知恵と行動により、自ら自慢したくなるような地域づくり、街づくりを行う。地域に愛着を持つ。地域外の人（外国人を含む）を、「どうぞいらっしやい。」とお誘いする。お持て成しをする。という流れを作りたい。

東海地域では、域内の人の日帰り観光客の割合が高く、日帰り観光客の平均訪問施設数は1～2施設に留まり、1施設だけを訪れる観光客も多い。このような現状を考えると、日帰り客をいかに周遊させるかを考えることも重要であり、「狭域連携」と「もう1施設、+ の工夫を」の2点を提言したい。

広域連携の重要性については巷間言われており、観光振興のために重要であることは理解できるが、域内の日帰り観光客については、より狭い地域での「狭域連携」をより積極化することから開始すべきなのではないかと思われる。観光客の回遊性向上策の共同立案や、県内の各エリア内での連携を先行して検討すべきである。観光客の視点から考えると、県境に意味はなく、県境を接した地域同士でも狭域は成立すると考えられ、県境にとらわれず県境を接した地域同士で知恵を出し合うことも必要であろう。

近年主流の、日帰り1～2施設だけを廻る、小人数の観光形態を考えると、多数の施設を廻る観光はなかなか受け入れられないことが予想されるが、1～2施設のつもりで廻っている観光客に対して、訪れた施設でもう1施設廻ってみようかという動機づけを与えることができれば、地域全体の延べ観光客数の増加につながる。近隣施設の具体的な内容の紹介、交通アクセスの表示等により、近隣の他施設を積極的にPRし、相互に観光客を紹介する仕組みを作り上げていくことが地域全体の観光振興の第一歩になるとと思われる。地域全体の利益を考える観光施設が一つでも多く現れることが期待される。

まずは様々な観光資源を組み合わせ、場合により食事や買物等と組み合わせながら、「もう1施設」廻りたいと思う観光客を増やすという視点が大切である。学校教育での地元観光資源の体験の機会を増やすことも重要である。

### ( 3 ) 宿泊客数増加につながる創意工夫

域内及び隣接地域からの日帰り観光客が増加傾向にあるものの、やはり観光消費額に与える影響の大きさという観点から重要なのは宿泊客数の増加である。東海地域の中で代表的な宿泊型観光地である下呂温泉等の飛騨、伊勢志摩、伊豆地域では、近年宿泊客の減少傾向が続いているが、これら宿泊型観光地での宿泊客数増加につながる創意工夫が必要である。宿泊型観光地以外でも、例えば、名古屋でも創意工夫が必要である。中部国際空港利用者は、名古屋市を通る割合が高くなると思われるが、単に通過点となるのではなく、都市の魅力により観光客を惹きつけ、名古屋の街をゆっくり見てもらい、宿泊してもらえるようにしていく必要がある。「魅力ある街 名古屋」、「美しい街 名古屋」を実現したい。観光客の目線で、いかに魅力を高められるか。客を集めるには、マスコミにいかによく取り上げられるかも重要である。特に映像で取り上げられることが必要であろう。

また、宿泊型観光振興の一つの方策として、イベントの開催が上げられる。札幌の雪まつりが好例となろう。冬の北海道は雪のために行きにくいというイメージがあったが、逆に雪を「売り」にした祭を全国区にすることにより、多くの観光客を集めている。イベントの効果は大きい。

### ( 4 ) 統計の整備による観光産業の実態把握

観光産業の実態を正確に把握するために、各県の観光関連統計の整備が必要である。統計手法が各県でまちまちであることから、データによる各県別の比較ができず、現状の把握が困難となっている。現状の把握、施策の効果に関する検証作業を行いやすくするために、国をあげて早急な統計の改善が望まれる。

以 上

付表1 東海地域において、観光カリスマに選定された8人

カリスマ	場所	カリスマ名称	選定理由
小澤庄一（おざわしょういち） （足助町観光協会 会長） （第1回選定）	愛知県足助町	生活文化体験型観光（山里版）のカリスマ	街並み保存運動の先頭に立ち、生活文化を伝承していくことの重要性を住民に浸透させた。また、「三州足助屋敷」「福祉センター百年草」という2つの独立採算運営の施設を建設し、山村生活文化伝承と高齢者雇用を同時に実現させた。
濱田益嗣（はまだますたね） （㈱赤福 代表取締役社長） （第1回選定）	三重県伊勢市	日本の暮らしと街並みをテーマにしたミニタウンのカリスマ	1980年代の伊勢神宮内宮門前町の往来者が年間20万人と低迷していたところ、古い街並みを再現して「日本文化、日本の暮らし」を表現した「おかげ横丁」を建設・運営し、2002年には年間約300万人を集め、これからの地域活性化の1つの方法を示した。
中山勝比古（なかやまかつひこ） （日間賀観光ホテル 代表取締役社長） （第3回選定）	愛知県南知多町	漁業を活用した離島観光のカリスマ	「見る観光」から「参加する観光」へと変化しつつある観光客のニーズに応え、漁業と観光の融合にいち早く取り組み、さまざまなアイデアを実行に移して、離島ながらも多くの観光客の心をつかむことに成功した。
村坂有造（むらさかゆうぞう） （(有)村坂印刷 代表取締役社長） （第3回選定）	岐阜県古川町（現 飛騨市）	「そば（相場）」を守る伝統が息づくまちづくりのカリスマ	まちづくりのリーダーの養成や住民の自覚を高めるためのイベント企画や組織づくりを行なうとともに、周囲との調和を大切に、それを維持しようとする「そば」という町の伝統を活かし、飛騨の匠の技が息づく伝統的な街並みづくりを主導し、「癒しのふるさと」として集客に成功した。
吉田修（よしだおさむ） （(有)農業法人モクモク 代表取締役専務） （第4回選定）	三重県阿山町	企業的農業経営による地域ブランド、農村交流ネットワーク構築のカリスマ	「おいしさで安心の両立（自然、農業、手づくり）」をテーマに、無添加のハム、ウィンナー等の地域ブランドを開発。農畜産物の手づくり体験や情操教育の場の提供等にも取り組み、地域農業と農村文化および自然環境にとことんこだわることで、消費者の組織化を図ることで、消費者と生産者との交流を通じた地域の活性化に貢献した。
中川満（なかがわみつる） （野外博物館合掌造り 民家園事務局長） （第5回選定）	岐阜県大野町	「伝承文化と生活体験を観光資源にするカリスマ」	世界遺産白川郷（萩町集落）と隣接する「野外博物館民家園」において、村外の新しい視点から、それまでオフシーズンであった「冬季の白川郷」の観光化、古き伝承文化と農村風景の再現、自然観察や農業体験などのイベントを実践することで、平成14年度に昭和47年開業以来最高の入り込み客数を実現するとともに、村内各施設の運営や住民の観光に対する考え方を変えるなど大きな影響を与え、白川村の魅力を再発見し観光振興等に貢献している。
中田金太（なかだきんた） （㈱飛騨庭石 代表取締役社長） （㈱高山ランド 代表取締役社長） （第5回選定）	岐阜県古川町（現 飛騨市）	「伝承文化の新たな創造と保存伝承のカリスマ」	地域の基幹産業である観光産業にあって、古来より保存されている祭屋台の製造技術の保存・伝承に努めるとともに、新たな観光資源の開発に尽力し、地域経済の発展、ひいては観光都市高山の発展に努めている。
蓑谷穆（みのたにたかし） （(社)飛騨高山観光協会 会長） （高山商工会議所 会頭） （第5回選定）	岐阜県高山市	「観光都市を継続的に発展させるカリスマ」	地域経済における観光産業の重要性に着目し、住民の参画意識を持った観光事業の推進に努め、飛騨高山観光協会の会長に就任し官主導の組織から民主導となる地域密着型の観光協会の運営に改め、社団法人化による民間主導の観光協会を実現させた上で、観光魅力を継続・維持・発展させる取り組みに努めている。

注) 委員会の開催月：第1回 2002年12月、第2回 2003年3月、第3回 2003年7月、

第4回 2003年10月、第5回 2004年2月

出所：国土交通省ホームページ

付表2 愛知県の観光客数上位施設

		(千人、%)						
02年順位	市町村	観光資源名	98年	99年	00年	01年	02年	02年/98年
1	名古屋市	熱田神宮	6,585	6,584	6,517	6,266	6,216	5.6
2	豊川市	豊川稲荷	6,000	6,000	6,000	6,000	5,790	3.5
3	蒲郡市	ラグーナ蒲郡ラグーナフェスティバルマーケット	-	-	-	-	2,446	-
4	大府市	げんきの郷	-	-	-	-	2,183	-
5	名古屋市	東山動植物園	2,033	2,060	2,054	2,128	1,967	3.2
6	名古屋市	名古屋港水族館	1,383	1,323	1,254	1,437	1,923	39.0
7	知立市	三河三弘法 遍照院	1,805	1,788	1,788	1,788	1,788	0.9
8	名古屋市	なごやまつり	1,400	2,138	1,882	2,010	1,695	21.1
9	犬山市	成田山名古屋別院	2,093	1,985	1,841	1,792	1,545	26.2
10	足助町	香嵐溪	1,283	1,472	1,521	1,539	1,505	17.3
11	一宮市	木曾三川公園三派川地区センター	1,101	1,193	1,210	1,258	1,409	28.0
12	稲沢市	国府宮神社	1,331	1,274	1,213	635	1,314	1.3
13	一宮市	一宮七夕まつり	1,320	1,337	1,325	1,366	1,311	0.7
14	渥美町	伊良湖旅客ターミナル	1,713	1,576	1,625	1,589	1,278	25.4
15	安城市	安城七夕祭り	1,200	1,210	1,220	1,240	1,250	4.2
16	岡崎市	岡崎公園	1,457	1,390	1,497	1,481	1,148	21.2
17	一宮市	真清田神社	1,240	1,206	1,803	1,944	1,130	8.9
18	小牧市	田懸神社	1,900	1,251	1,190	1,230	1,080	43.2
19	碧南市	明石公園	1,150	1,140	1,082	1,184	1,078	6.3
20	碧南市	あおいパーク	532	723	827	960	1,042	95.9
21	豊田市	豊田スタジアム	-	-	-	399	1,005	-
22	幸田町	JAあいち三河憩いの農園	908	935	982	934	977	7.6
23	蒲郡市	ラグーナ蒲郡ラグナシア	-	-	-	-	951	-
24	豊田市	鞍ヶ池公園	1,026	1,051	947	1,047	951	7.3
25	名古屋市	名古屋城	941	951	976	942	939	0.2
26	名古屋市	シートレインランド	621	897	838	919	900	44.9
27	津島市	津島神社	871	855	842	864	888	2.0
28	東海市	大池公園	664	647	809	830	865	30.3
29	豊田市	矢作緑地	339	434	391	773	863	154.6
30	名古屋市	愛知県美術館	362	196	880	798	853	135.6
31	尾張旭市	森林公園	1,096	967	884	903	844	23.0
32	一色町	一色さかな広場	900	818	763	784	828	8.0
33	犬山市	日本モンキーパーク	915	746	853	844	802	12.3
34	下山村	三河湖	796	759	752	790	778	2.3
35	名古屋市	名古屋農業センター	776	722	749	730	758	2.3
36	十四山村	海南こどもの国	681	702	673	734	744	9.3
37	刈谷市	刈谷市交通児童遊園	764	711	645	690	742	2.9
38	名古屋市	農業文化園・戸田川園地	51	-	820	838	740	1,351.0
39	幡豆町	愛知こどもの国	787	742	699	746	719	8.6
40	西尾市	憩いの農園	540	600	620	700	710	31.5
41	豊橋市	豊橋総合動植物公園	720	688	662	691	660	8.3
42	名古屋市	名古屋市科学館	663	694	618	561	655	1.2
43	豊田市	豊田おいでんまつり	630	650	630	650	650	3.2
44	美浜町	えびせんべいの里	600	620	650	650	650	8.3
45	名古屋市	名古屋市博物館	830	524	773	536	632	23.9
46	新城市	桜淵公園	750	750	650	593	630	16.0
47	岡崎市	岡崎観光夏まつり	400	410	430	597	612	53.0
48	南知多町	師崎釣り	578	592	663	608	602	4.2
49	名古屋市	JRセントラルクラスビルナマハウス	-	-	1,428	718	594	-
50	蒲郡市	ガン封じ寺無量寺	640	615	564	550	584	8.8

出所：愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」

付表3 愛知県の産業観光施設

	(千人)				
	98年	99年	00年	01年	02年
合計	12,405	11,849	12,207	11,451	11,621
名古屋市					
アサヒビール(株)名古屋工場					
ブラザー工業(株)瑞穂工場ギャラリー					
名古屋市農業センター	776	722	749	730	758
でんきの科学館	559	527	534	518	546
(株)中日新聞社					
朝日新聞名古屋本社					
名古屋郵便集中局					
UFJ銀行貨幣資料館					
愛知県警察広報センター コノハスクひろば					
(株)白洋舎 名古屋工場					
下水道科学館					
ネクス・プラザ					
名古屋市港防災センター					
ノリタケの森				178	569
名古屋海洋博物館					
産業技術記念館	117	111	115	129	143
名古屋市農業文化園	51	39	820	838	704
ランの館	312	252	198	166	143
名古屋市科学館	663	694	618	561	655
有松・鳴海絞会館	174	170	162	171	161
徳川美術館	221	207	226	198	209
国際デザインセンター・デザインミュージアム					
マンドリンの音の博物館					
紙の温度					
名古屋市博物館	830	524	773	536	632
合計25ヶ所	3,701	3,245	4,193	4,024	4,519
尾張					
(株)青柳総本家犬山工場					
キリンビール(株)名古屋工場内キリンビアパーク名古屋					
一宮地場産業ファッションデザインセンター					
中央可鍛工業(株)日進工場					
愛知豊明花き地方卸売市場					
愛知牧場	240	270	200	207	209
中部電力 西名古屋火力発電所					
窯垣の小径資料館				12	13
瀬戸市新世紀工芸館	0	25	16	16	16
品野陶磁器センター	34	28	112	31	19
尾西市歴史民族資料館		11	10	17	25
七宝町郷土資料館					
美和町歴史民族資料館					
甚目寺町歴史民族資料館					
弥富町歴史民族資料館					
名古屋市・市電・地下鉄保存館					
瀬戸市マルチメディア伝承工芸館 - 瀬戸染付研修所 -					
朝日新聞西春工場					
竹田製菓(株)お菓子の城	231	160	142	136	114
(株)サイトウ					
テキスタイル館					
トヨタ博物館	159	186	167	157	183
名古屋空港 航空宇宙館	48	40	41	38	39
愛知県陶磁資料館(展示館)	131	56	45	50	39
愛知県陶磁資料館(陶芸館)	54	52	52	44	46
犬山市文化史料館・別館からくり展示館	38	43	37	35	38
一宮市博物館	20	25	22	22	25
瀬戸市歴史民族資料館					
博物館明治村	549	449	406	392	576
七宝町産業会館	13	12	12	11	0
犬山本窯尾関作十郎相生陶房					
一里塚本業窯					

	(千人)				
	98年	99年	00年	01年	02年
創陶					
合資会社六兵衛作陶所					
グラススタジオ・バルト					
合計35ヶ所	2,255	1,885	1,263	1,169	1,342
知多					
中空酒造(株)国盛酒の文化館	62	58	58	57	53
博物館「酢の里」	59	55	54	62	76
盛田(株)盛田・味の館	76	87	87	74	75
おかき茶屋					
鯛祭ひろば			124	115	94
(株)えびせんべいの里	600	620	650	650	650
つくだ煮街道14浜幸	158	376	324	290	205
醸造「伝承館」					
愛知県常滑窯業技術センター					
新日本製鐵名古屋製鉄所					
大同特殊鋼(株)知多工場					
常滑市小脇公園	197	184	124	143	113
東邦ガス(株)ガスエネルギー館					
中部電力(株)知多火力発電所・知多電力館	30	29	31	29	33
常滑市立陶芸研究所					
半田市立博物館	108	114	103	109	98
常滑市民族資料館	33	29	31	27	32
東海市立平州記念館・郷土資料館					
知多市歴史民族博物館		19	15	17	20
武豊町歴史民族資料館	20	17	19	18	20
知多市リサイクルプラザ					
水の生活館	35	33	42	34	40
鍛造技術の館					
窯のある広場・資料館・INAX世界のタイル博物館	38	39	33	35	30
木綿蔵・ちた					
角山陶苑陶芸教室					
共栄窯セラミックアートスクール					
千交苑陶芸教室					
陶兵八 焼物体験教室					
INAX陶楽工房					
常滑陶芸教室					
常滑市登窯広場(展示工房館)	43	42	48	50	49
方円館					
常滑焼展示即売場 まるふく					
楽七陶房・楽七陶芸教室					
内海フォレストパーク(森の夢工房)	121	99	86	75	77
合計36ヶ所	1,578	1,801	1,830	1,786	1,665
西三河					
(株)まるや八丁味噌					
八丁味噌の郷・資料館					
マルサンアイ(株)マルサンアイ工場					
九重時代館					
神杉酒造(株)					
(株)あいや					
(株)葵製茶					
一色さかな広場					
キュービー(株)拳母工場					
(資)野田味噌商店(榎塚味噌)					
足助町福祉センター「百年草」(zizi工房・パーバラはうす)	112	30	28	25	26
岡崎市繊維センター展示室					
岡崎石工団地協同組合					
協同組合岡崎石製品工場公園団地					
(株)マキタ岡崎工場					
(株)デンソー デンソーギャラリー					
トヨタ自動車(株)トヨタ会館					
トヨタ鞍ヶ池記念館					
あいち中央農業協同組合総合センター					
碧南市農業活性化センターあおいパーク	532	723	827	960	1,042
へきなんたんピア					
岡崎信用金庫資料館					

	(千人)				
	98年	99年	00年	01年	02年
吉良町歴史民族資料館					
知立市歴史民族資料館	27	25	28	25	20
高浜市立郷土資料館					
学びの館(一色地域文化広場)					
碧南市哲学たいけん村無我苑	38	35	33	35	32
一色町佐久島弁天サロン					
香恋の館					
MAGロード館					
安城産業文化公園デンパーク	799	607	579	567	555
三好町緑と花のセンター「さんさんの郷」					
柴峰人形美術館					
三州足助屋敷	145	134	123	120	108
旭高原元気村(きらめき館・げんき館・向上館)	143	133	172	167	148
愛知県畜産総合センター					
手作り工房山遊郷					
手作りの里「山紫庵」					
薬膳亭そば道場「男川やな」					
おかざき世界子ども美術博物館					
高浜市やきものの里かわら美術館	41	44	61	41	54
和紙のふるさと	46	43	44	41	38
計42ヶ所	1,882	1,774	1,894	1,982	2,021
東三河					
(株)蒲サ食品	27	36	20	15	13
雪印乳業(株)愛知工場					
本多電子(株)内 超音波科学館					
蒲郡オレンジパーク	700	915	711	188	136
愛知県栽培漁業センター					
中部電力(株)奥矢作揚水発電館	15	13	14	10	
豊橋地下資源館	48	45	42	47	42
蒲郡情報ネットワークセンター 生命(いのち)の海科学館					
グリーンステージ花の木 豊根村ビジターセンター / 民族館					
蒲郡市博物館	35	36	42	38	42
田原町民族資料館					
田原まつり会館					
豊橋水の展示館					
サンテパルク田原	193	282	314	348	357
設楽町奥三河郷土館					
東栄町博物館・民芸館					
東栄町花祭会館					
稲武町郷土資料館					
古橋懐古館					
豊橋市二川宿本陣資料館	37	26	24	34	26
田原町博物館	20	20	18	28	20
東栄町森林体験交流センター「スターフォレスト御園」					
伊良湖旅客ターミナル	1,713	1,576	1,625	1,589	1,278
こんにやく村					
東栄町交流促進センター「千代姫荘」					
農林漁業体験実習館 アグリゾートやまびこ					
鳳来町学童農園山びこの丘	54	62	67	63	35
設楽そば道場					
(株)山湊(山の工房)					
木材需要促進センター「モッキー」	99	85	70	69	64
鬼久保ふれあい広場 木工館・遊木	48	48	79	63	61
合計31ヶ所	2,988	3,144	3,026	2,490	2,074

出所:愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」、愛知県ホームページ



付表4 岐阜県の観光客数上位施設

02年順位	市町村	観光資源名						(千人、%)
			98年	99年	00年	01年	02年	02年/98年
1	川島町	河川環境楽園	-	1,661	2,879	3,212	3,506	-
2	高山市	高山市	2,237	2,233	2,249	2,432	2,524	12.8
3	平田町	千香保稲荷神社	2,076	2,137	2,148	2,085	2,205	6.2
4	下呂町	下呂温泉	1,752	1,675	1,731	1,643	1,587	9.4
5	海津町	千本松原・木曾三川公園	1,284	1,403	1,415	1,566	1,580	23.1
6	岐阜市	世界イベント村ぎふ	309	255	1,466	1,435	1,407	355.3
7	岐阜市	伊奈波神社	1,349	1,290	1,282	1,226	1,382	2.4
8	白川村	白川郷合掌造り集落	859	863	998	1,140	1,324	54.1
9	岐阜市	岐阜公園	2,323	2,207	1,303	1,296	1,191	48.7
10	谷汲村	谷汲村華厳寺	1,007	1,000	998	1,049	1,050	4.3
11	岐阜市	長良川花火大会	800	800	800	800	800	0.0
12	古川町	飛騨古川 古い町並み	216	189	191	212	697	222.7
13	平田町	道の駅クレール平田	-	-	271	612	664	-
14	養老町	養老公園	588	568	596	620	622	5.8
15	丹生川村	乗鞍岳(スカイライン含む)	452	481	520	468	611	35.2
16	高山市	高山祭り	345	394	372	734	610	76.8
17	海津町	老人福祉施設海津苑	39	570	553	554	530	1,259.0
18	恵那市	恵那峡	704	431	342	373	518	26.4
19	恵那市	道の駅らっせいみさと	-	-	-	466	517	-
20	関ヶ原町	伊吹山ドライブウェイ	668	704	667	401	514	23.1
21	上宝村	新穂高ロープウェイ	516	529	524	518	506	1.9
22	土岐市	どんぶり会館	318	537	469	443	477	50.0
23	美並村	道の駅美並	-	-	-	447	451	-
24	岐阜市	ぎふ信長まつり	440	440	480	450	450	2.3
25	岐阜市	岐阜ファミリーパーク	570	565	475	439	447	21.6
26	高鷲村	高鷲スノーパーク	-	43	325	389	434	-
27	明宝村	道の駅明宝(磨墨の里公園)	909	751	685	467	432	52.5
28	付知町	道の駅花街道付知	-	-	-	131	418	-
29	海津町	チューリップまつり	594	310	401	398	418	29.6
30	八幡町	郡上八幡	549	547	530	548	417	24.0
31	岐阜市	道三まつり	480	480	480	480	380	20.8
32	本巣町	道の駅織部の里もとす	-	-	-	279	370	-
33	垂井町	南宮神社	455	459	463	441	363	20.2
34	池田町	グリーンセラ池田温泉	330	365	354	357	360	9.1
35	可児市	花フェスタ記念公園	327	347	307	396	359	9.8
36	清見村	道の駅パスカル清見	-	-	-	497	356	-
37	八幡町	郡上おどり	330	290	358	341	350	6.1
38	土岐市	土岐美濃焼きまつり	350	350	380	350	350	0.0
39	岐阜市	畜産センター	439	395	377	328	348	20.7
40	白川村	道の駅白川郷	240	241	277	317	340	41.7

出所:岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」

付表5 岐阜県の産業観光施設（岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」に産業観光施設としてデータが掲載されている施設）の観光客数（延べ人数）

		(千人)				
市町村名	観光施設名	98年	99年	00年	01年	02年
各務原市	かかみがはら航空宇宙博物館	241	208	177	173	162
川島町	内藤くすり記念館	44	45	41	39	36
大垣市	ソフトピアジャパン	212	190	243	224	210
大垣市	大垣市情報工房	47	42	135	112	120
養老町	養老天命反天地	154	122	90	94	83
関ヶ原町	関ヶ原観光いちご狩り	20	26	26	20	20
関ヶ原町	胡麻の郷	-	-	46	63	65
揖斐川町	揖斐川のやな場	86	84	95	90	92
大野町	根尾川観光やな場	32	31	30	28	24
美濃加茂市	山之上観光果樹園	13	14	11	8	7
関市	フェザーミュージアム	0	0	0	19	24
美濃市	美濃和紙の里会館	68	64	54	62	53
洞戸村	板鳥川洞戸観光ヤナ	52	53	49	65	64
洞戸村	鮎の里ほらど	11	14	13	19	14
八幡町	釣り	209	19	85	88	82
白鳥町	味の里しるとり	-	-	-	190	155
高鷲村	牧華の里	329	362	351	367	321
美並村	観光ヤナ	13	9	11	15	16
土岐市	どんぶり会館(道の駅)	318	537	469	443	477
中津川市	ふれあい牧場	83	103	105	79	58
恵那市	道の駅らっせいみさと	-	-	-	466	517
坂下町	道の駅「きりり坂下」	-	-	-	121	130
蛭川村	博石館	109	100	92	82	126
山岡町	つみとり農園ゆめ大国	11	12	9	14	32
清見村	ウッドフォーラム飛騨	54	48	48	35	32
白川村	合掌造り民家園	56	51	63	91	114
古川町	道の駅アルプ飛騨古川	-	-	-	50	72
高根村	飛騨たかね工房	-	-	-	-	75
上宝村	奥飛騨クマ牧場	156	155	139	127	112
馬瀬村	馬瀬川溪流釣り	34	28	28	18	16
馬瀬村	馬瀬川鮎釣り	26	20	-	30	29
合計		2,376	2,335	2,410	3,232	3,337

出所：岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書」

付表6 三重県の観光客数上位施設

		(千人、%)						
02年順位	市町村	観光資源名	98年	99年	00年	01年	02年	02年/98年
1	長島町	長島温泉(なばなの里を含む)	3,541	5,372	4,787	4,010	4,461	26.0
2	伊勢市	伊勢神宮・内宮	4,217	4,094	4,129	4,146	3,940	6.6
3	鈴鹿市	鈴鹿サーキット	3,163	3,063	2,855	2,745	2,611	17.5
4	磯部町	志摩スペイン村	2,050	2,293	1,951	1,589	1,884	8.1
5	二見町	二見浦	2,036	1,997	1,945	1,928	1,801	11.5
6	伊勢市	伊勢神宮・外宮	1,778	1,888	1,849	1,737	1,529	14.0
7	鈴鹿市	椿大神社	1,263	1,260	1,271	1,278	1,272	0.7
8	多度町	多度大社	1,215	1,196	1,187	1,198	1,198	1.4
9	菰野町	湯の山温泉	1,078	1,044	1,001	988	1,006	6.7
10	鳥羽市	鳥羽水族館	1,209	1,096	1,053	974	908	24.9
11	美杉村	川上山若宮八幡神社	910	921	901	913	873	4.1
12	二見町	夫婦岩	855	874	905	885	869	1.6
13	津市	津の海	692	707	674	695	642	7.2
14	紀伊長島町	道の駅「紀伊長島マンボウ」	-	-	-	-	501	-
15	一志町	一志温泉やすらぎの湯	260	298	440	469	438	68.5
16	上野市	サンピア伊賀	231	125	367	377	438	89.6
17	鳥羽市	パールロード鳥羽展望台	480	505	657	498	424	11.7
18	久居市	榊原温泉	446	443	410	401	416	6.7
19	熊野市	鬼ヶ城	419	447	405	388	410	2.1
20	津市	津まつり	348	345	340	360	400	14.9
21	阿山町	モクモク手づくりファーム	324	313	295	378	382	17.9
22	松阪市	中部台運動公園	587	546	465	405	374	36.3
23	浜島町	浜島地区	388	393	384	379	370	4.6
24	大台町	道の駅「奥伊勢おおだい」	-	-	-	339	370	-
25	四日市市	大四日市まつり	360	380	320	340	360	0.0
26	青山町	青山高原	369	339	355	359	330	10.6
27	浜島町	合歓の郷	350	271	292	306	328	6.3
28	津市	高田本山	146	183	232	292	325	122.6
29	多気町	五桂池ふるさと村	143	180	241	244	299	109.1
30	津市	結城神社(梅まつり)	50	296	244	260	295	490.0
31	伊勢市	伊勢志摩スカイライン	406	377	330	324	292	28.1
32	大山田村	伊賀の国大山田温泉さるびの	-	-	334	305	285	-
33	鈴鹿市	青少年の森	140	185	253	303	282	101.4
34	津市	津観音	281	267	257	280	274	2.5
35	鈴鹿市	県営鈴鹿スポーツガーデン	218	238	241	217	259	18.8
36	美杉村	魚丸グループ	299	239	241	213	251	16.1
37	鳥羽市	志摩マリンレジャー	-	-	254	252	246	-
38	鳥羽市	ミキモト真珠島	360	298	271	251	245	31.9
39	志摩町	御座海岸	286	253	247	233	239	16.4
40	玉城町	アスピア玉城	114	119	217	235	229	100.9

出所：三重県「三重県観光レクリエーション入込客数推計書」

## 参考資料・文献一覧

- 愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」
- 愛知県（2001）「緊急雇用対策観光情報収集提供事業調査報告書 - 愛知県内における観光客の動向 - 」
- 岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果報告書」
- 国土交通省（2003）「平成15年版観光白書」
- 国土交通省総合政策部観光部（2003）「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」
- 国土交通省ホームページ
- (財)社会経済生産性本部「レジャー白書2003」
- (財)日本修学旅行協会（2001）「全国小学校修学旅行の実態（平成12年度実施）」
- (財)日本修学旅行協会（2002）「全国高等学校修学旅行の実態（平成13年度実施）」
- (財)日本修学旅行協会（2003）「全国中学校修学旅行の実態（平成14年度実施）」
- 静岡経済研究所（2003）「新たな観光形態として各地で広まる「産業観光」の動き」 SERI まんすりー2003年11月号
- 静岡県「静岡県観光交流の動向」
- (社)中部経済連合会（2003）「中部の観光産業振興に向けて」
- (社)日本観光協会「数字でみる観光2003」
- (社)日本観光協会「観光の実態と志向」
- 須田寛（1999）「観光の新分野 産業観光」 交通新聞社
- 須田寛・徳田耕一・安村克巳（2002）「新・産業観光論 近代化産業遺産の活用と「交流の世紀」への歩み」
- (株)すばる舎
- 須田寛（2003）「実務から見た 新・観光資源論」 交通新聞社
- 総合ユニコム(株)（2004）「月刊レジャー産業資料」2004年2月号
- (特)国際観光振興会「訪日外国人旅行者調査」
- 内閣府「平成15年6月 国民生活に関する世論調査」
- 名古屋商工会議所「産業観光に関するアンケート」
- 日経産業消費研究所（2003）「産業観光「離陸」の条件」 日経地域情報431号
- 日本政策投資銀行（2000）「地域レポート VOL.3 地域づくり型観光の実現に向けて - 地域振興策としての観光の可能性 - 」
- 額賀信（2004）「観光革命 スペインに学ぶ地域活性化」 日刊工業新聞社
- 三重県「三重県観光レクリエーション入込客数推計書」
- 三重県「観光客動態調査」

DBJ Tokai Report 既刊目録

- Vol.1 東海地域における市町村合併の効果について (平成 15 年 5 月)
- Vol.2 愛知県における自動車産業クラスターの現状と発展可能性  
- 日本政策投資銀行・スタンフォード大学共同調査  
「地域の技術革新の起業家精神に関する調査」 - (平成 15 年 11 月)

DBJ Tokai Report

Vol.3

平成 16 年 4 月発行

日本政策投資銀行東海支店 企画調査課

(執筆担当 松戸元気(現 情報通信部所属))

名古屋市中区丸の内 1-17-19

TEL 052-231-7564