

「鳥取県西部の観光資源及びこれらを活用した
地域活性化についてのポテンシャル調査」
報告書

平成 31 年 3 月



中国支店 松江事務所



Copyright © Development Bank of Japan Inc. 2019

This material has been prepared by Development Bank of Japan Inc. (DBJ) and Japan Economic Research Institute Inc.(JERI) solely for the purpose of providing information. It is not intended as a solicitation or an offer to buy or sell any financial instrument, product, service or investment or for any other transaction.

This material is based on current, generally held views on the economy, society and other relevant matters, as well as on certain reasonable assumptions by DBJ and JERI. DBJ and JERI do not guarantee the thoroughness or accuracy of the information contained, which is subject to change without notice due to changes in the business environment or other reasons.

Please note that DBJ and JERI are not responsible for any action taken based on this material.

It is strictly prohibited to copy, extract or disclose all or any part of this material (including any attachments hereof) without prior written consent from DBJ. Any use of this material must be accompanied by attribution to DBJ.

©Development Bank of Japan Inc.2019

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行および(株)日本経済研究所が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行および(株)日本経済研究所はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

はじめに

- 日本を訪れる外国人観光客数はここ数年で大きく増加し、日本政府観光局（JNTO）によれば、2017 年の訪日外客数は約 2,800 万人を超え、2018 年は 3,119 万人であった。（確定値）。
- 日本政府は、2016 年 3 月 30 日『明日の日本を支える観光ビジョン構想会議』（議長：内閣総理大臣）において、新たな観光ビジョンである「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定した。これは、訪日客を、2020 年 4,000 万人、2030 年 6,000 万人とし、国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」を目指すものである。
- 観光先進国を目指すビジョンは地方圏において特に重 50 要である。人口が減少する地方圏において、定住人口から交流人口（観光）に経済の基軸を移していくことは、合理的である。具体的には、定住人口が減少して余裕ができたスペースを観光目的に転用していくことが考えられる。
- 日本、特に地方圏には優れた自然と文化がある。既に食文化は高い評価を受け観光客を引き付けている。一方、優れたポテンシャルがありながら、それを活かしていないのが自然である。日本政府観光局特別顧問のデービッド・アトキンソン氏は、「多様な自然が宝の持ち腐れになっている」と有効活用を訴えている。
- 本調査は鳥取県西部の優れた地域資源を、新しい着眼点によって、観光振興や地域振興につなげることを目的としたものである。
- 本調査の結果が、関係者の皆様による今後の取り組みの参考となれば幸いである。本調査にご協力を頂いた関係者の皆様には、この場を借りて御礼申し上げたい。

目次

はじめに	1
調査結果のポイント	5
I. 鳥取インバウンドの現状と課題	6
1. 県内外国人延べ宿泊者数	6
2. 境港：クルーズ船	7
3. 鳥取の空港	12
II. インバウンドアンケートにみる地域活性化への示唆	13
1. 地方圏への周遊について	13
2. 鳥取への期待	14
3. 鳥取での満足	15
4. 鳥取レジャーの内容：期待と満足	17
5. 中国地方全体のレジャーの内容	18
6. 香港インバウンドの鳥取への期待	20
7. 香港インバウンドの鳥取での満足	21
8. 香港インバウンドの鳥取レジャー：期待と満足の比較	22
9. 周遊ルート	23
III. 鳥取県西部の観光資源	24
1. 主な検討地域	24
(1) 検討地域	24
(2) 地域資源と同ネットワーク（価値星座：バリューコンステレーション）	24
2. 鳥取県西部の地域資源について	26
IV. 鳥取県西部の有望分野と先行事例	32
1. いちご観光農園	32
2. 中国人のスキー訪日	40
3. エコツアー	44
(1) オオサンショウウオ	44
(2) 星空ツーリズム	45
4. アドベンチャー・トラベル	47
5. 事業者ヒアリング調査	53
V. 鳥取県西部の地域振興戦略・地域振興策の検討	56
1. 経営学から考える地域振興戦略	56
(1) 非市場戦略（農業）	56
(2) バリューコンステレーション（価値星座）	57
2. 鳥取県西部の地域振興戦略（まとめ）	58

VI.参考資料（DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2018 年版詳細）	59
---	----

本調査の定義

鳥取県西部とは、米子市、境港市、大山町、日南町等を中心としたエリアを指し、本調査では当該エリアを中心に検討を行う。



出所：とっとり web マップ

調査結果のポイント

- ※ インバウンドは今のところ首都圏と関西が中心だが、今後は地方圏へ波及する。
- ※ それは、訪日客はリピーターが多く、日本への認知度が増えるに従い、地方圏へ周遊する傾向が出てくるためである。
- ※ また、訪日旅行の唯一のウィークポイントは、自然を活用したレジャーの供給力が弱いことであるが、当該ウィークポイントを補えるのは地方圏だからである。
- ※ 端的に言えば、自然は高い評価を得ているが、自然をみせるだけでは産業とはならない。レジャー化が必要であると言える。
- ※ 具体的には、①果実等の採取（観光農園）、②スキー・サイクリング等のアウトドア・アクティビティ、③オオサンショウウオ観察やホタル狩り、星空ツーリズム等のエコツアーの充実が重要となる。これらを総合的にとらえたアドベンチャー・トラベルへの取り組みが鳥取県西部インバウンドの鍵を握る。

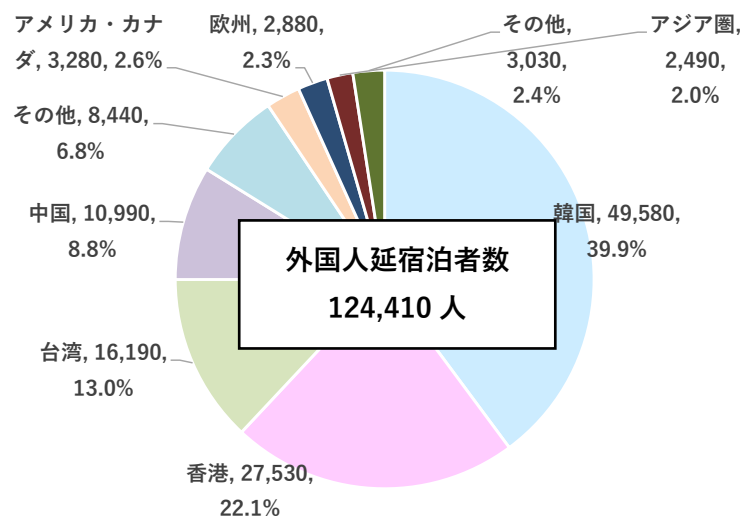
I. 鳥取インバウンドの現状と課題

- 鳥取にもインバウンドが波及しはじめた。地域振興の柱とすべきである。
- そのためには、満足度の高い自然を活かして、満足度が低い経済効果が高いレジャーを産業化する必要があるとみられる（詳細は次章以下で分析）。

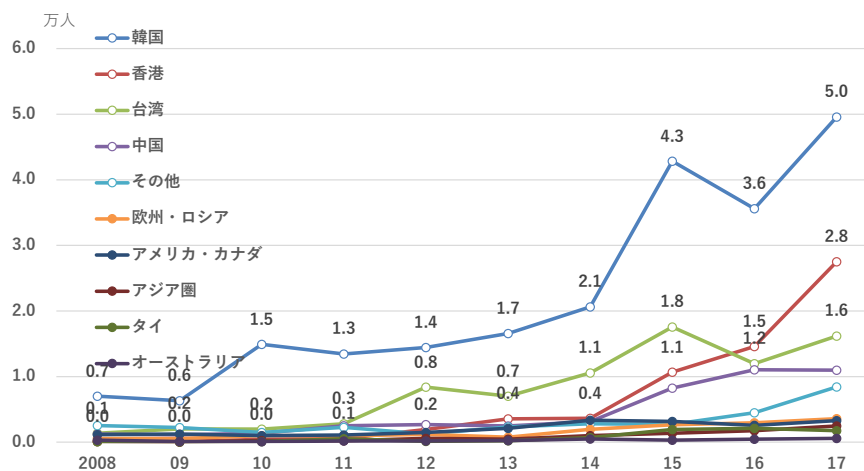
1. 県内外国人延べ宿泊者数

- 2017 年における鳥取への外国人延べ宿泊者数は約 12.4 万人。
- 国別の構成比上位は、韓国（39.9%）、香港（22.1%）、台湾（13.0%）。
- 香港が急増。米子鬼太郎空港の香港便の就航（2016 年）の影響。

鳥取への外国人延べ宿泊者数



鳥取への外国人延宿泊者数の長期推移

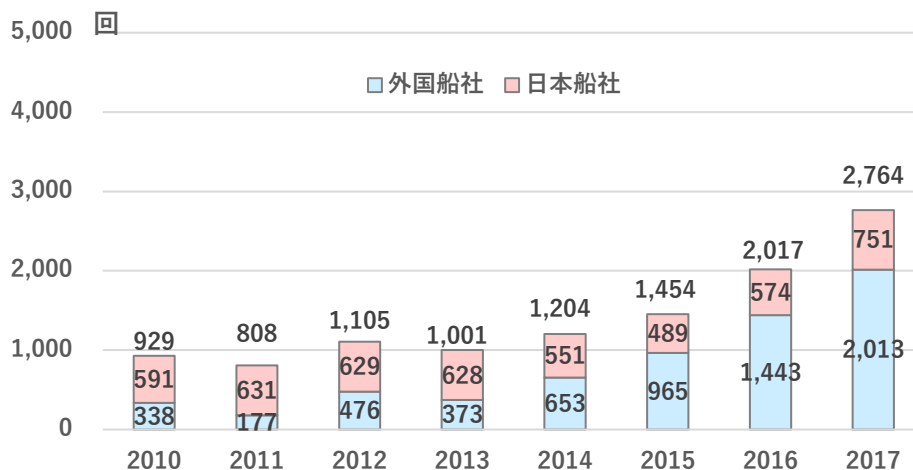


出所：観光庁宿泊旅行統計

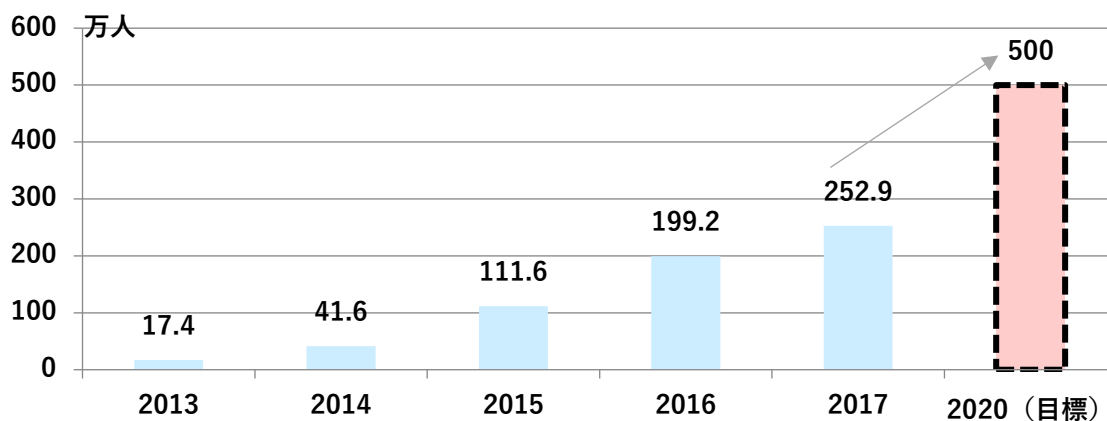
2. 境港：クルーズ船

- 首都圏等の空港の受け入れが限界に近づく中、クルーズ船による訪日客が増えている。2017 年の外国船社のクルーズ船寄港回数は 2013 回であり、ボトム時（177 回、2011）の 10 倍以上である。
- 訪日クルーズ旅客数は 252.9 万人（2017 年）とインバウンド全体（約 2,800 万人）の 1 割を占めるに至った。日本政府は、2020 年までにクルーズ船による外国人入国者数を 500 万人にまで増やすことを目標としている。これは 2020 年までのインバウンド観光客数の目標（4,000 万人）の 12.5%に相当する。

我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数



クルーズ船による外国人入国者数（概数）



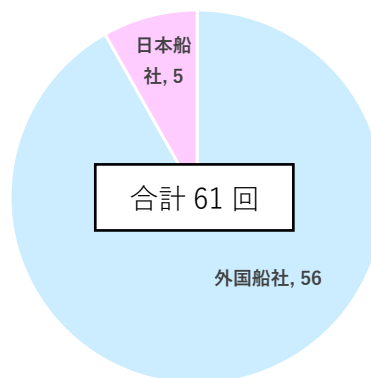
出所：国土交通省港湾局

- 境港のクルーズ船寄港回数は全国 11 位（61 回、2017 年）。外国船社が急増している（外国船社：2013 年、12 回→2017 年：56 回、4.7 倍増）。クルーズ船の寄港数最多は博多港で 326 回、次いで長崎が 267 回、那覇港 224 回と続く。
- 境港は「ポート・オブ・ザ・イヤー2017」に選定されている（公益社団法人日本港湾協会）。行政と地元企業などが一体となって港の魅力を発信し、外国のクルーズ船の寄港を大幅に増やしたこと等が評価されたもの。

2017 港湾別のクルーズ船の寄港回数

	港湾名	寄港回数
1	博多	326
2	長崎	267
3	那覇	224
4	横浜	178
5	石垣	132
6	平良	130
7	神戸	116
8	鹿児島	108
9	佐世保	84
10	八代	66
11	境	61
12	下関	57
13	金沢	53
14	大阪	49
14	広島	49
～	～	～
130	総計	2,764

境港のクルーズ船の寄港回数内訳



外国船社が運航するクルーズ船の寄港回数

	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数
1	博多	61	石垣	42	博多	85	石垣	59	博多	99	博多	245	博多	312	博多	309
2	那覇	46	那覇	37	長崎	72	那覇	41	長崎	70	長崎	128	長崎	190	長崎	262
3	鹿児島	45	博多	26	那覇	47	長崎	35	石垣	69	那覇	105	那覇	183	那覇	217
4	石垣	45	長崎	17	石垣	46	横浜	32	那覇	68	石垣	79	石垣	91	石垣	129
5	長崎	39	横浜	9	鹿児島	27	博多	19	横浜	48	鹿児島	51	平良	84	平良	129
6	神戸	22	鹿児島	8	横浜	26	神戸	18	神戸	32	神戸	42	鹿児島	80	鹿児島	98
7	横浜	18	広島	6	別府	25	広島	16	小樽	31	横浜	37	佐世保	62	佐世保	82
8	広島	8	神戸	6	神戸	22	鹿児島	16	鹿児島	29	佐世保	34	横浜	40	八代	65
9	大阪	6	大阪	5	大阪	22	大阪	12	函館	27	広島	25	広島	34	横浜	57
10	函館	4	別府	4	広島	14	境	12	釧路	21	大阪	18	神戸	32	境	56
	その他	44	その他	17	その他	90	その他	113	その他	159	その他	201	その他	335	その他	609
	合計	338	0	177	0	476	0	373	0	653	0	965	0	1,443	合計	2,013

注：「ポート・オブ・ザ・イヤー」は公益社団法人日本港湾協会が全国およそ 1,000 港の中から地域活性化に貢献した港を毎年、ひとつを選んで表彰している。

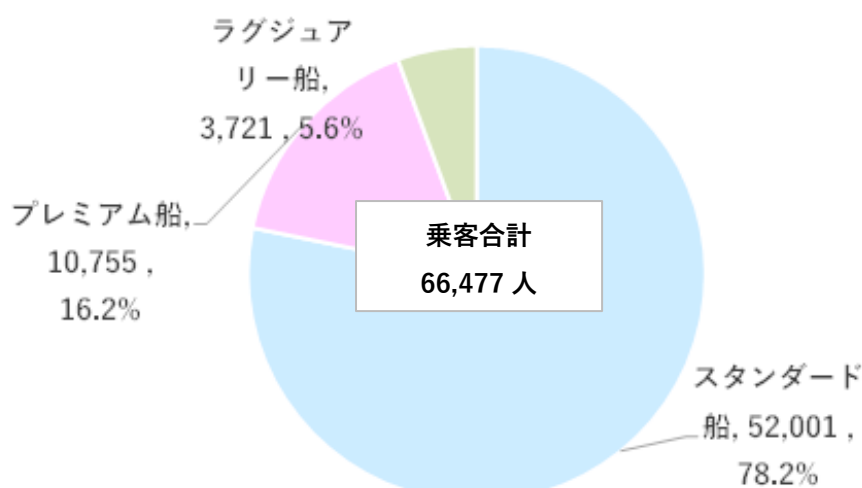
出所：国土交通省港湾局

- 境港のクルーズ船乗客は中国人の比率が高い（乗客合計 66,477 人、2017 年）。なお、外国船籍のクルーズ船でも、日本人を主とする場合もある。
- グレードは、スタンダードクラスの割合が高い（78.2%：乗客数ベース。クルーズ船は、大きく 3 クラス、ラグジュアリークラス、プレミアムクラス、スタンダードクラス、に分かれる）。
- 2020 年には CIQ（税関等）機能等を強化した新しい「境夢みなとターミナル」がオープンする。クルーズ客の増加に対応可能となる。

境港クルーズ客船寄港績（2017）

客船名	船籍	総トン数	定員数/1隻	乗客の主な国籍	寄港回数	乗客数（計）
コスタ・ネオロマンチカ	イタリア	56,769t	1,800名	日本	24	22,357
クェンタム・オブ・ザ・シーズ	バハマ	168,666t	4,905名	中国	2	9,608
ダイヤモンド・プリンセス	英国	115,906t	3,286名	欧米・日本	3	8,308
コスタ・ヴィクトリア	イタリア	75,166t	2,394名	韓国	6	7,291
ノルウエージャン・ジョイ	バハマ	167,725t	4,992名	中国	1	4,670
オペレーション・オブ・ザ・シーズ	バハマ	168,666t	4,905名	中国	1	4,581
飛鳥 II	日本	50,142t	872名	日本	4	3,256
コスタ・セレーナ	イタリア	114,147t	3,780名	中国	1	2,242
ロストラル	フランス	10,700t	264名	欧米	7	1,508
シルバー・ディスカバラー	バハマ	5,218t	128名	欧米・日本	1	96
オーシャン・ドリーム	パナマ	35,265t	1,422名	日本・韓国	1	1,252
カレドニアン・スカイ	バハマ	4,200t	114名	欧米	8	794
にっぽん丸	日本	22,472t	524名	日本	1	369
ブレーメン	バハマ	6,752t	193名	独	1	145
合計					61	66,477

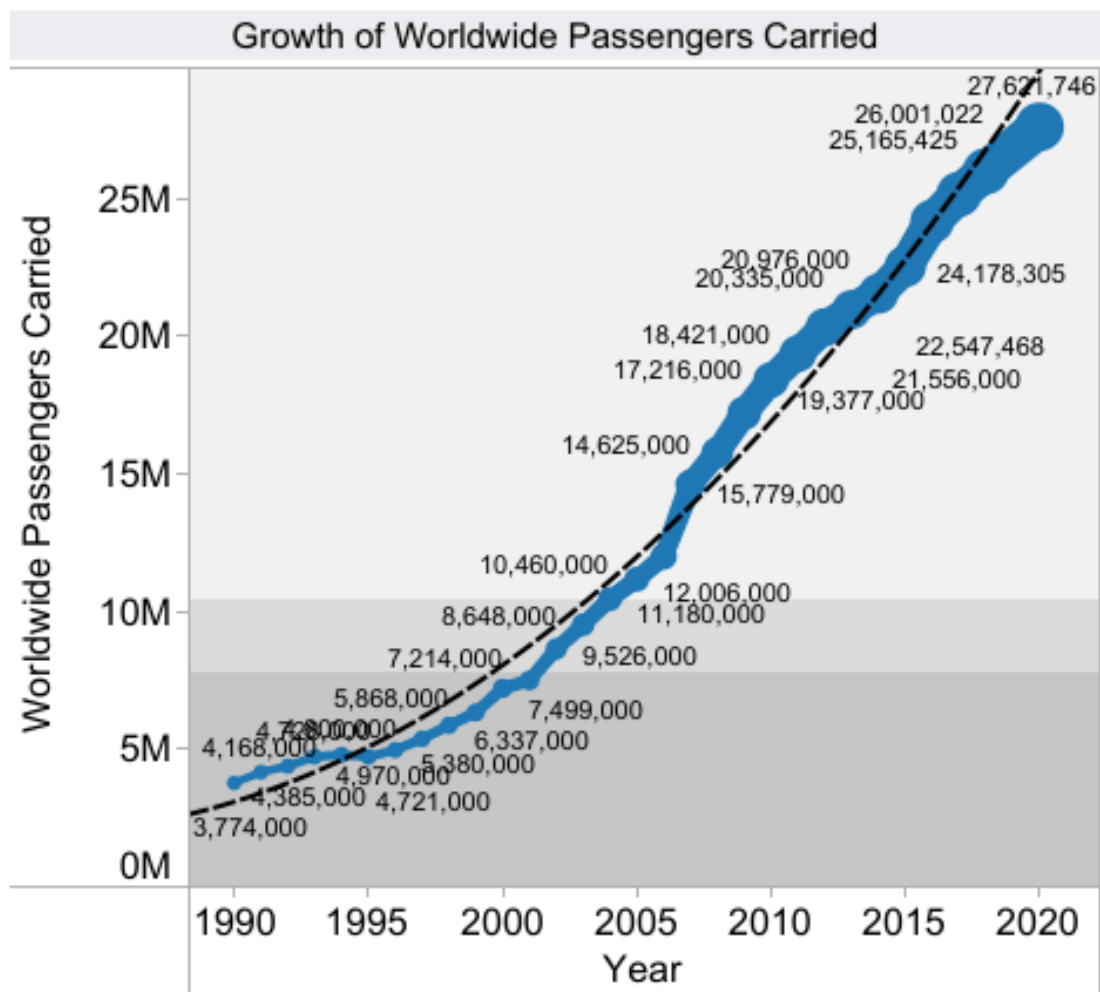
注：緑がスタンダードクラス、桃色がプレミアムクラス、青色がラグジュアリークラス
船籍グレード別乗客数内訳



出所：境港管理組合ホームページ、海事プレス社「クルーズ客船データブック 2018-2019」より作成

- クルーズ船の世界市場は右肩上がりで成長している。
- 今までは欧米を中心とした成長。
- これからはアジアの成長が期待されている。

クルーズ船世界市場の成長

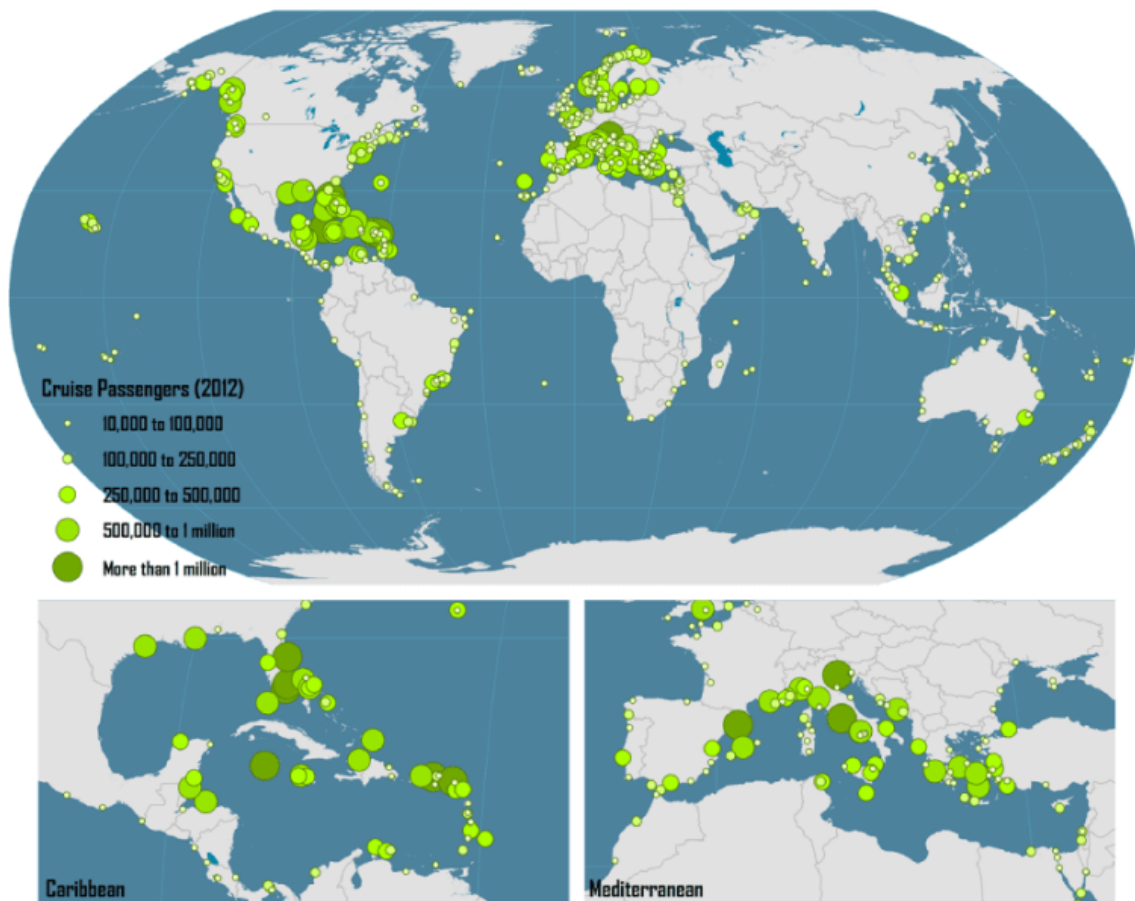


<https://cruisemarketwatch.com/growth/>

- クルーズ船寄港地：東アジアが空白であり、成長余地が大きい。
- 日本国内では、アジアに近い、西日本の成長が期待される。

クルーズ船寄港地

The Global Cruise Port System

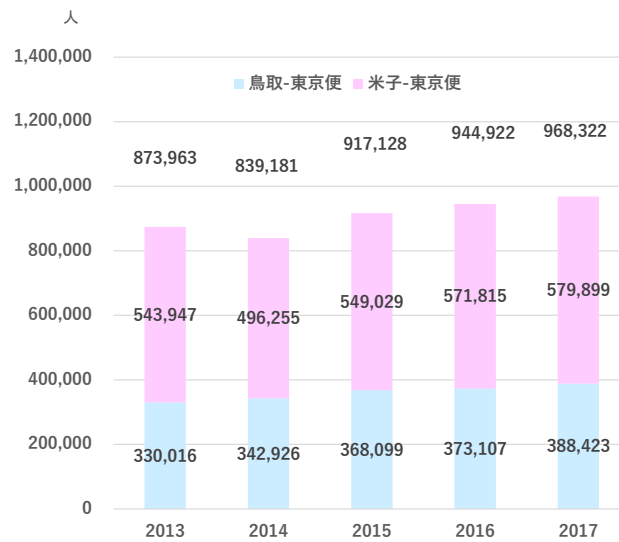


https://transportgeography.org/?page_id=7155

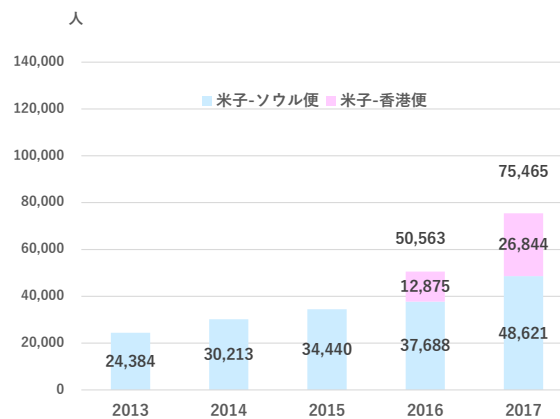
3. 鳥取の空港

- 空港の利用者数は 968 千人（2017 年）で、増加傾向にある。
- 訪日客は 2013 年から 2017 年にかけて 2.4 万人から 7.5 万人に増加している。ソウル便に加えて 2016 年より香港便が就航し、その影響で香港便は 2016 年から 2017 年にかけて 2 倍に増加した（1.3 万人→2.7 万人）。
- 米子鬼太郎空港は、山陰唯一の国際線（ソウル便、香港便）が接続している点の特徴である。

鳥取砂丘コナン空港・米子鬼太郎空港の乗降客数（国内）



米子鬼太郎空港の乗降客数（海外）



出所：鳥取県統計

Ⅱ. インバウンドアンケートにみる地域活性化への示唆

この章では、株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社が2018年夏に実施した、DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査により、鳥取のインバウンド観光について考察する。

1. 地方圏への周遊について

● 訪日回数が増えるほど地方圏への周遊が増える：今後に期待

訪日回数と知っている観光地の間には相関関係がある(下表)。訪日回数が1回増えると、知っている観光地は4箇所増加し、知っている観光地が増えれば、行ってみたい観光地が増える。すなわち訪日回数が増えると、地方への訪日客が増えることが期待できる。

たとえば、訪日客と鳥取往訪経験者を比較すると、全国的には初来日が多い(4割)。3一方、鳥取往訪経験者は訪日経験が増えるほど、鳥取を往訪する傾向にある(下図)。訪日客は多くがリピーターとなる。鳥取へのインバウンドはこれからが本番となる。

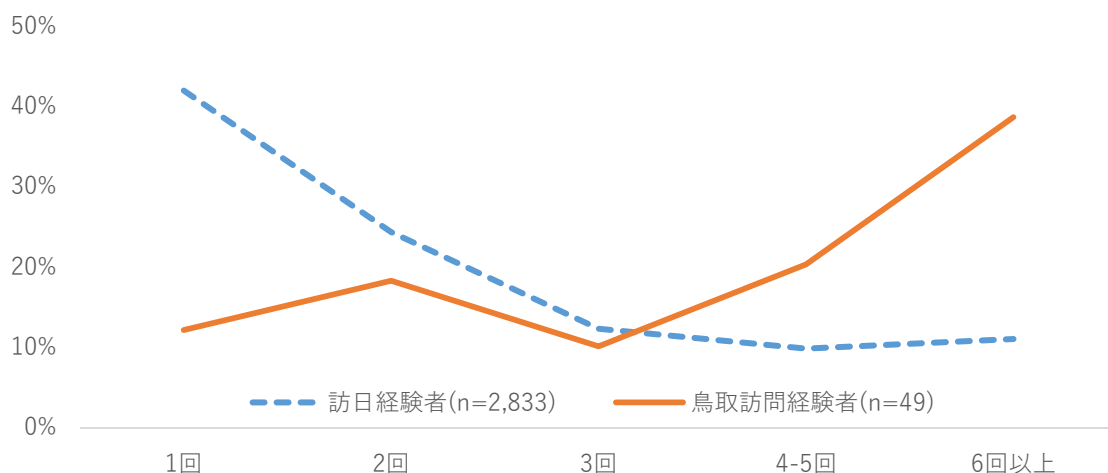
訪日回数と知っている観光地の関係

訪日回数と知っている観光地の数の関係	定数項	自由度修正済決定係数	観測数
3.950** (50.734)	6.256** (45.617)	0.291	6,283

出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2018年版)

注) 括弧内の数値はt値。*および**は、それぞれ5%、1%有意であることを示す。

鳥取往訪経験者と訪日回数

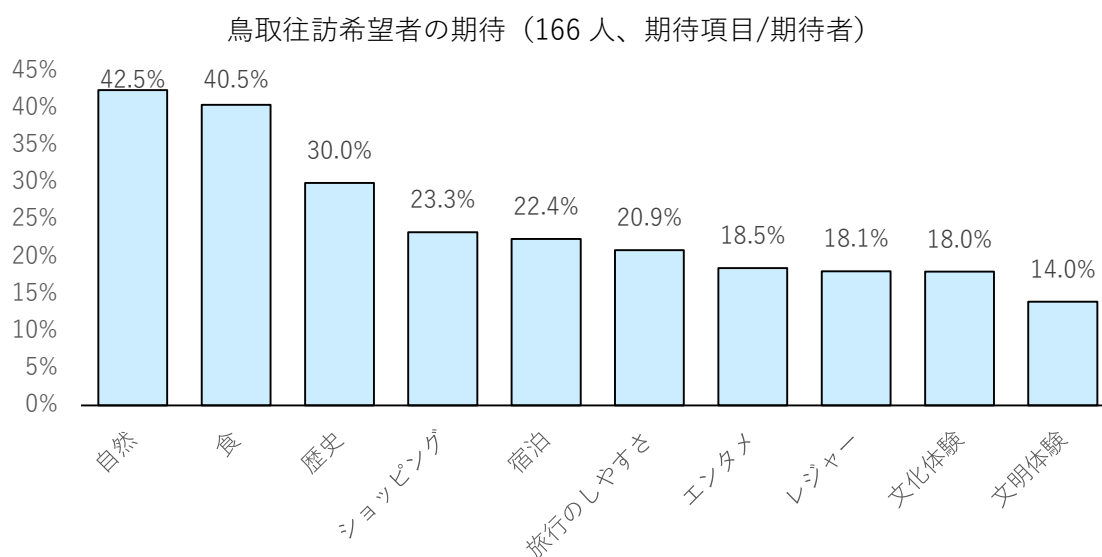


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2018年度版)より作成

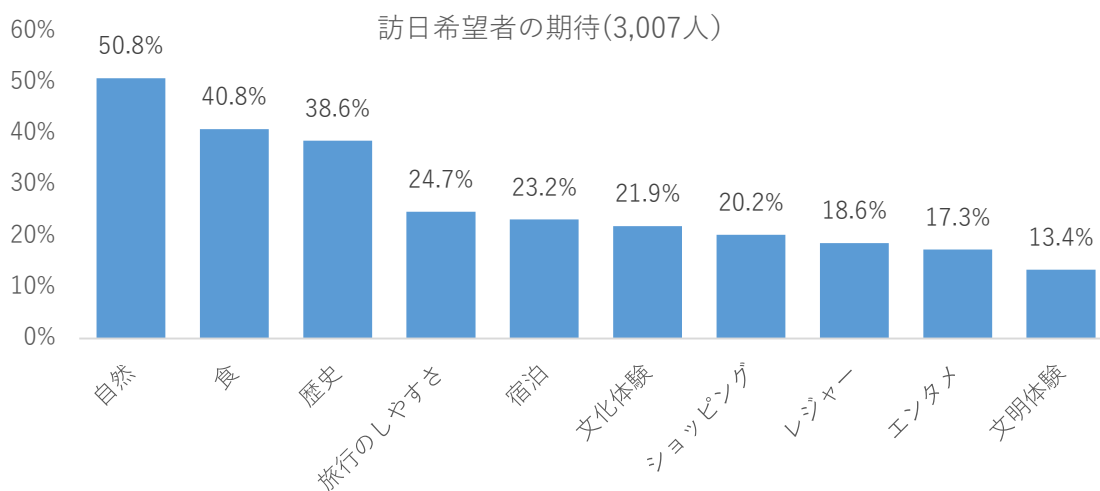
2. 鳥取への期待

- 鳥取への期待：自然が最も大きい。次いで、食、歴史の順となっている。

DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）において、鳥取に行きたいと回答した 166 人について、鳥取を含む日本への期待をまとめた（図：期待項目/期待者）。最も期待しているのは、自然である。食への期待も同様に高い。次いで、歴史、ショッピング、宿泊と続く。訪日希望者全体の傾向（下図）と上位は同じである。



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

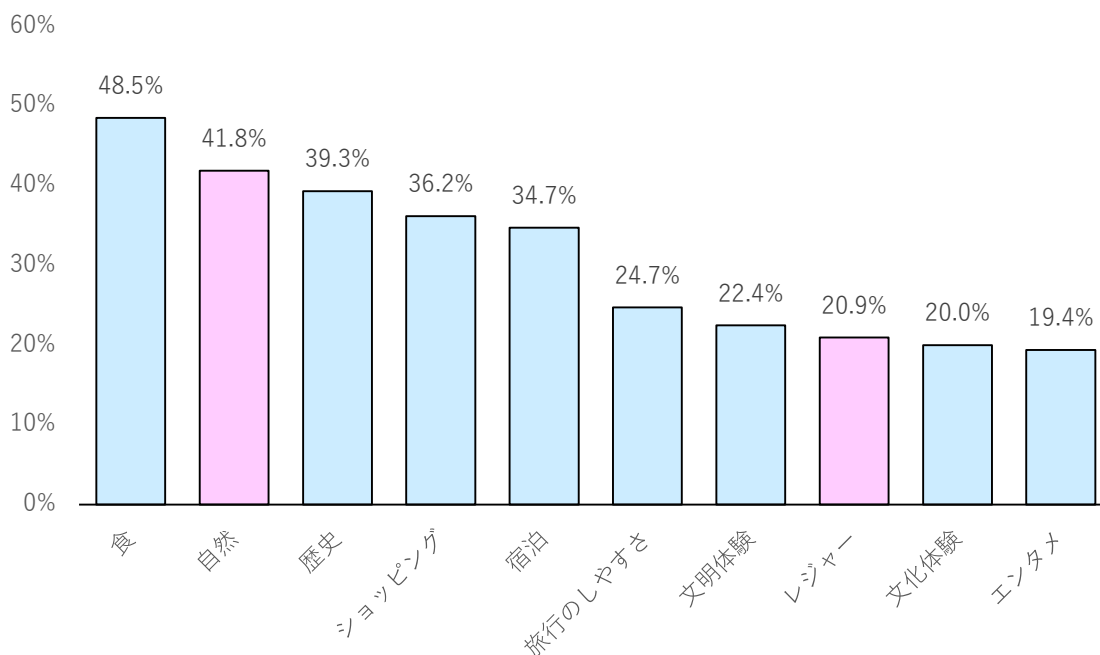
3. 鳥取での満足

- 特徴：レジャーの満足度が最下位ではない（全国各地は最下位が多い）。
- ただし、自然の満足度が高いのに比べると、自然を活用したレジャーの満足度は低いといえる。
- 自然を見せるだけでは地域振興とはならない。エコツアーのように自然を守りつつも、うまく活用して地域振興につなげる必要がある

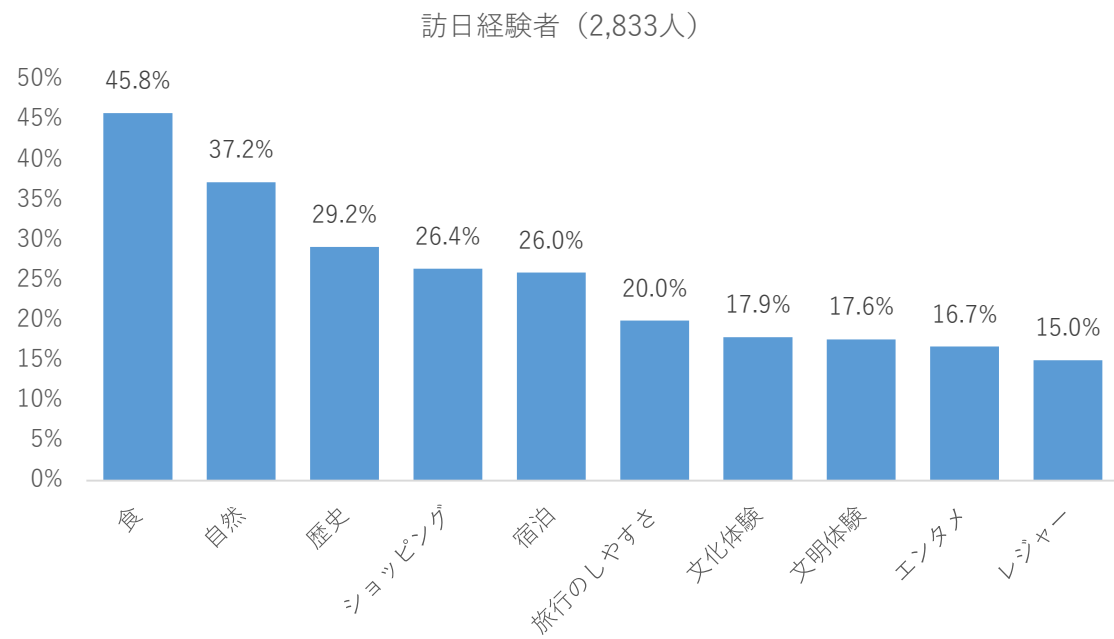
次に、DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）において、鳥取を往訪したことがあると回答した 49 人について、鳥取を含む訪日旅行の満足度をまとめた（図：満足項目/往訪者）。上位には期待項目と共通する、食、自然、歴史、ショッピングが入った。概ね期待通りだったと言えそうである。食がポイントを大きくあげて、トップにランクされている。食がトップなのは訪日平均と同じである（次頁図）。

レジャーが最下位ではないのは珍しい。訪日平均では最下位であるし、多くの地域でもそうである。もっとも、水準がそれほど高いわけではない。中国地方全体のレジャー満足度水準は鳥取を凌駕している。今後の伸長が期待できるのはレジャーである。その理由は、降雪に恵まれた鳥取では、急増する中国人スキー客に対応できるし、農作物・果樹の採取(観光農園)も充実してきているためだ。

鳥取往訪経験者満足度（49 人、満足項目/往訪者）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）



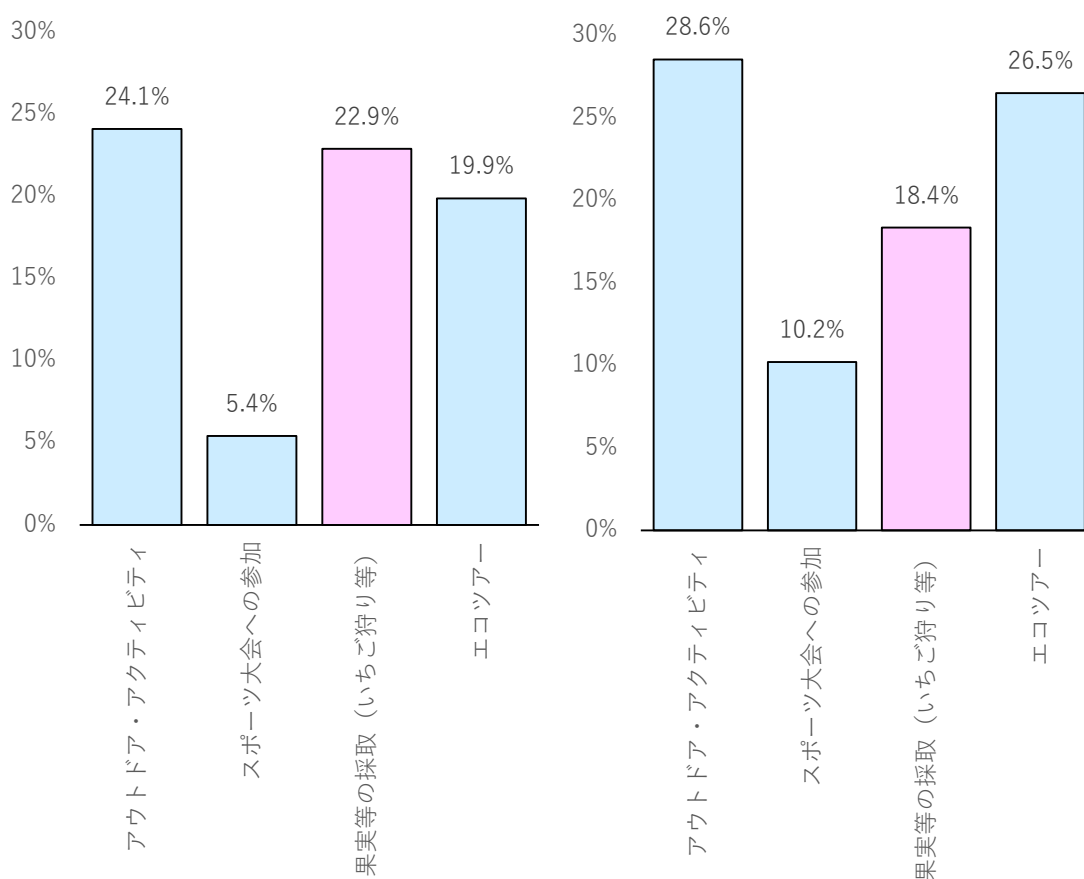
出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

4. 鳥取レジャーの内容：期待と満足

- レジャーへの期待と満足の水準を上げることが望まれる。
- 鳥取への期待：アクティビティへの期待が高い。
- 鳥取での満足：果実等の採取（いちご狩り等）のみが、期待を下回った。
- 果実等の採取の期待と満足のギャップはビジネスチャンスである。
- 期待を上回ったアクティビティとエコツアーは宣伝する余地がある。

鳥取レジャーに対する期待と、満足度の内訳を比較する。期待の段階では、「アウトドア・アクティビティ」、「果実等の採取（いちご狩り等）」、「エコツアー」が期待されている。満足度と比べると、「エコツアー」「アウトドア・アクティビティ」がポイント上げた。一方で、「果実等の採取（いちご狩り等）」はポイントを下げ、順位も落としている。

鳥取希望者レジャー期待内訳（166 人） 鳥取経験者レジャー満足度内訳（49 人）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

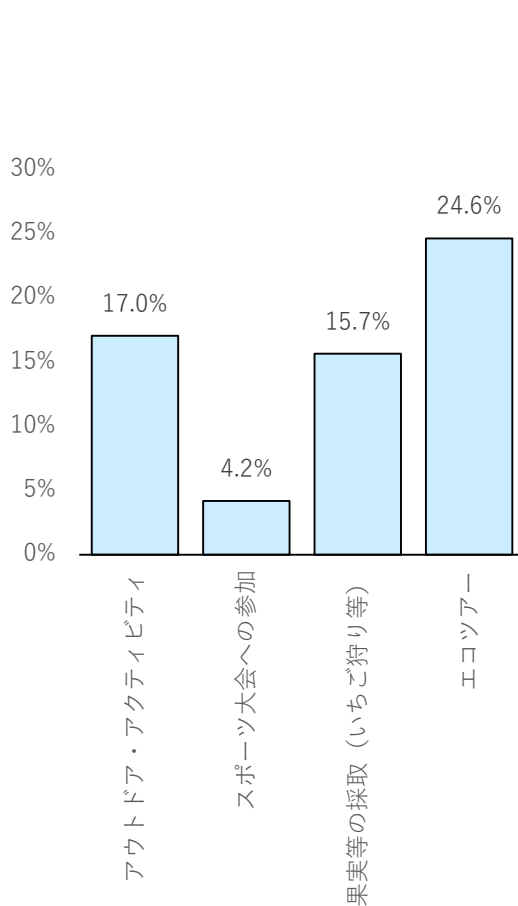
5. 中国地方全体のレジャーの内容

- 中国地方全体では、レジャーへの期待より満足度が高い結果となった。
- 中国地方は自然を活かしたレジャーの拠点として優れる。

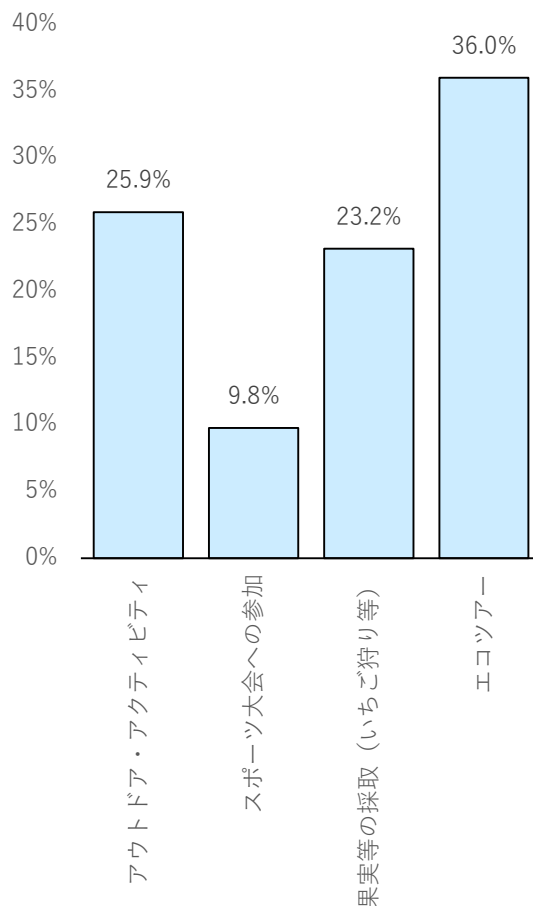
中国地方全体のレジャーに対する期待と、満足度の内訳を比較する。期待の段階では、「エコツアー」、「アウトドア・アクティビティ」、「果実等の採取（いちご狩り等）」が期待されている。特にエコツアーに対する期待が大きい。

満足度は、すべての項目で期待よりもポイントを上げた。「エコツアー」は、例えば宮島の弥山は手軽なトレッキングコースとしてインバウンドの人気を集めている。

中国地方レジャー期待内訳（1,003 人）



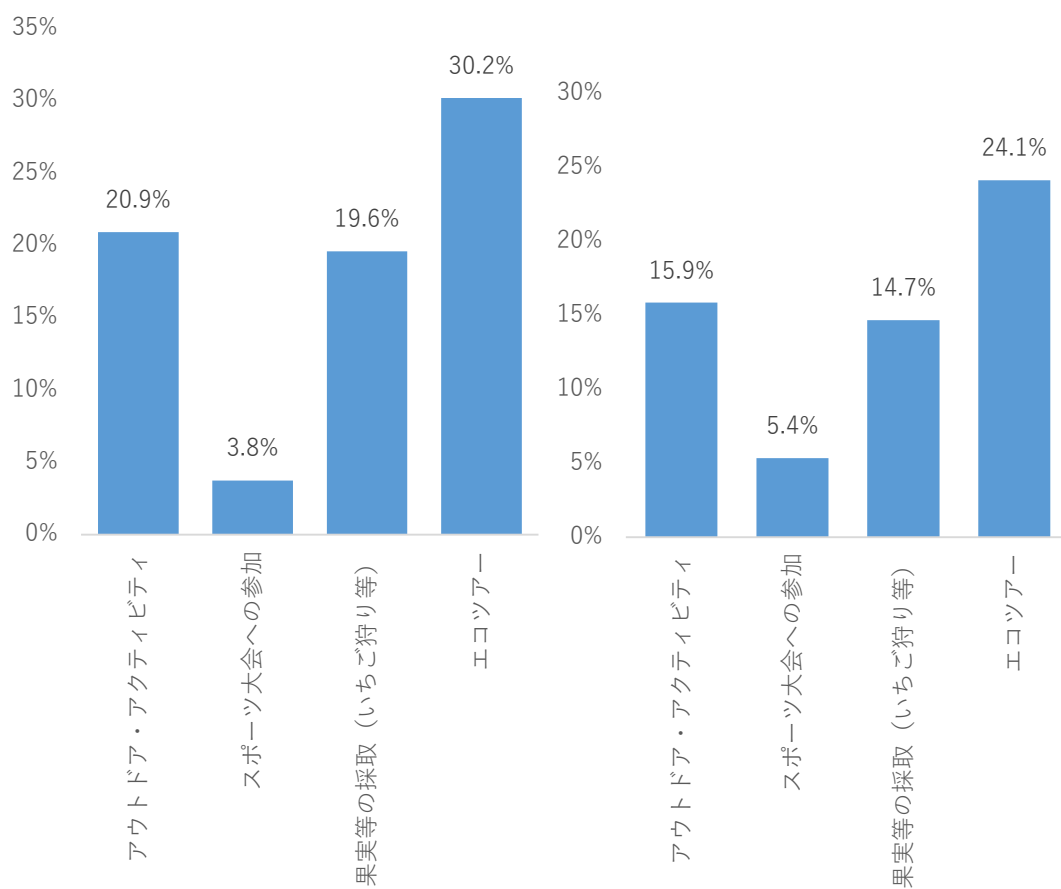
中国地方レジャー満足度内訳（328 人）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

全国レジャー期待内訳（3,003 人）

全国レジャー満足度内訳（2,833 人）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

次に、香港からのインバウンドに限定して、同じような分析を行った。

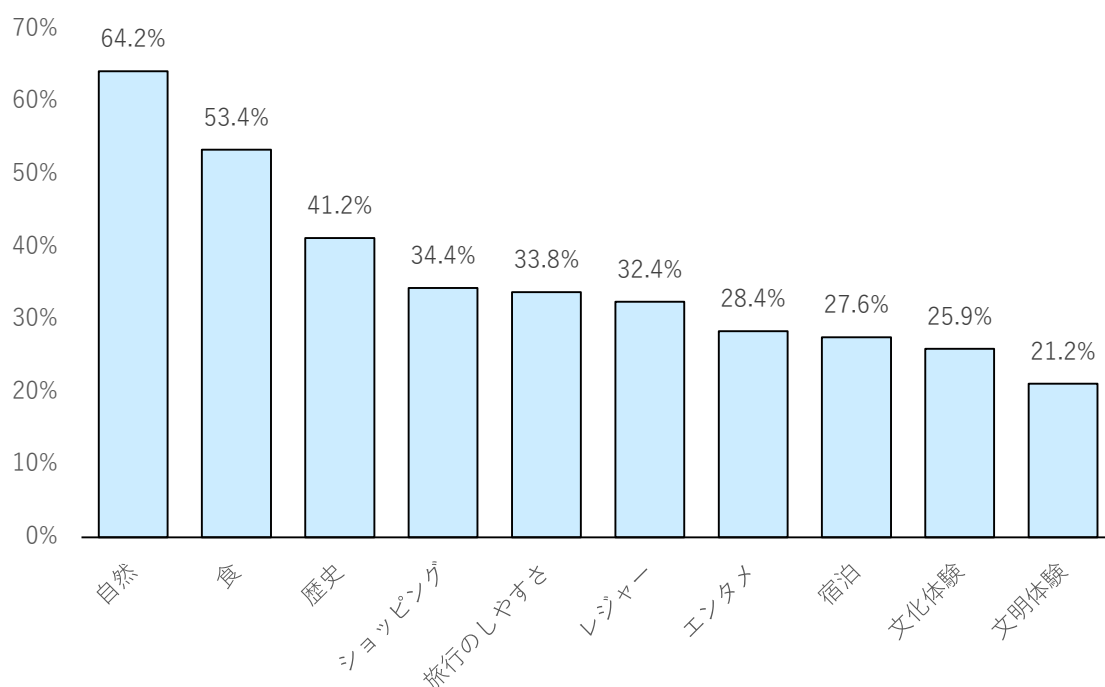
6. 香港インバウンドの鳥取への期待

- 香港インバウンドは期待度が高い。特に自然とレジャーへの期待度が高い。
- 他国に比べても増して、自然を活かしたレジャー強化が香港インバウンドには有効とみられる。

DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）の香港からの回答者に限定して検討を加えた。鳥取に行きたいと回答した 37 人は、期待度が高く、特に自然に期待している。自然はアンケート全体でも 2 人に 1 人が期待しており、同様にトップであったが、香港回答者は 3 人に 2 人が期待するなど、水準が高い。

また、レジャーへの期待度順位が 6 位と高いこと（全体 8 位）、一方で宿泊の順位が低い（香港 8 位、全体 5 位）点も特徴である。

香港インバウンドの鳥取往訪希望者の期待（37 人、期待項目/期待者）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

7. 香港インバウンドの鳥取での満足

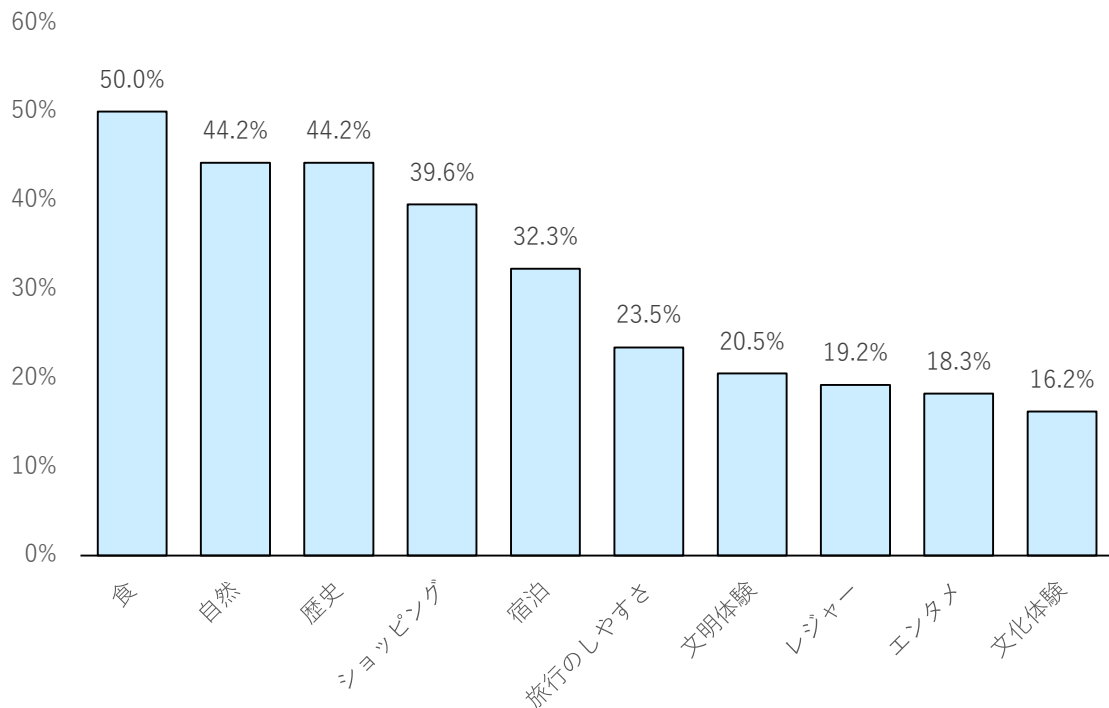
- 特徴：レジャーの満足度が最下位ではないのは珍しいが、期待に比べるとポイントを大きく下げた。
- レジャーの強化が課題であり、ビジネスチャンスと言える。

次に、DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）において、香港からの回答者に限定して、鳥取を往訪したことがあると回答した 13 人について、鳥取を含む訪日旅行の満足度をまとめた（図：満足項目/往訪者）。

サンプル数が少ない点に留意が必要であるが、順位、水準ともに、アンケート全体とほぼ同じである。

もっとも期待項目ではレジャーが順位を上げていたことを鑑みると、実際の満足度は低かったといえる。

香港インバウンドの鳥取往訪経験者満足度（13 人、満足項目/往訪者）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

8. 香港インバウンドの鳥取レジャー：期待と満足の比較

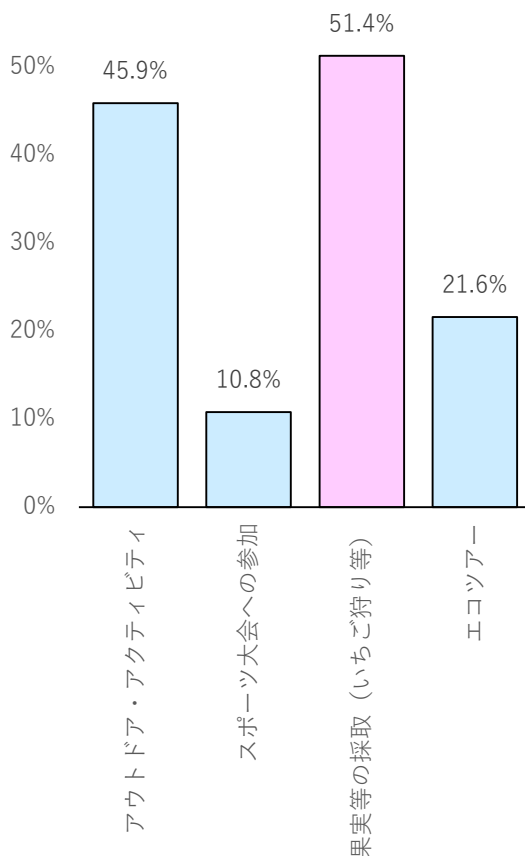
- 香港インバウンドに対するレジャー強化のポイントは果実等の採取（いちご狩り等）。
- 果実等の採取（いちご狩り等）に対する期待が高い一方で、満足度が低いため。
- このギャップはニーズでもあり、ビジネスチャンスとみられる。

香港インバウンドの鳥取レジャーに対する期待と、満足度の内訳を比較する。期待の段階では、「果実等の採取（いちご狩り等）」が最も人気があり、「アウトドア・アクティビティ」が次いでいる。両項目に対する期待は、他の項目よりもはるかに大きい。

満足度と比べると、「果実等の採取（いちご狩り等）」「アウトドア・アクティビティ」の両項目の満足度が高い点は共通しているが、果実等の採取が水準を下げ、順位も落としている。観光農園へのニーズは強いが、その期待には十分応えていない可能性がある。

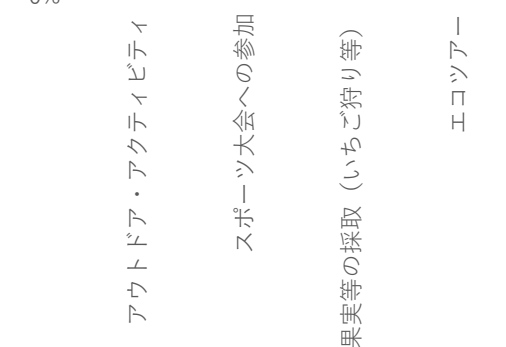
香港 鳥取レジャー期待内訳（37 人）

60%



香港 鳥取レジャー満足度内訳（13 人）

35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%

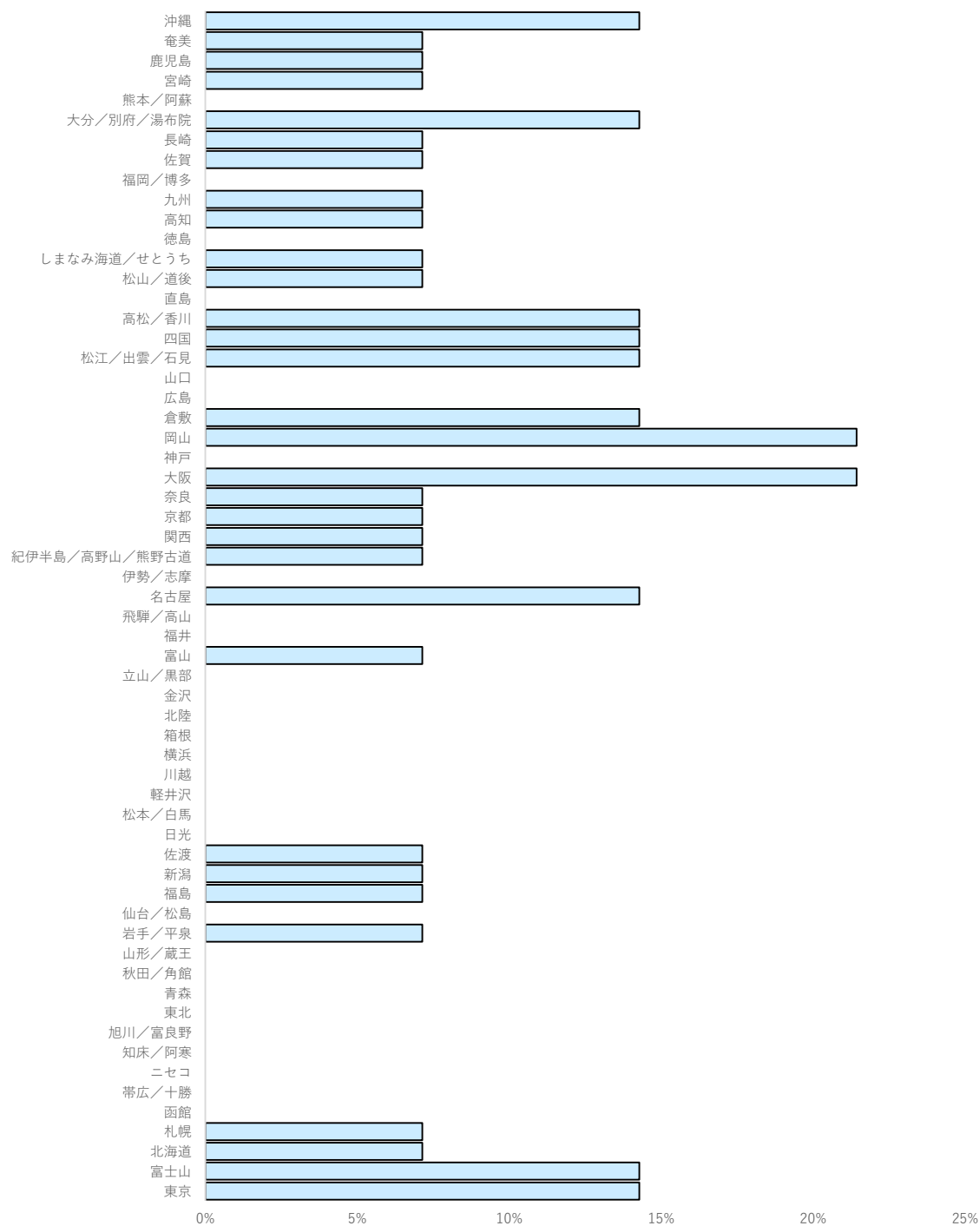


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

9. 周遊ルート

- 直近の鳥取往訪経験者は西日本周遊の一環のケースが多い。
- 大阪、岡山、広島との関係性が重要である。

鳥取と一緒に訪れた観光地（14人）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

Ⅲ. 鳥取県西部の観光資源

1. 主な検討地域

(1) 検討地域

鳥取県西部は日野川の流域から砂州である弓ヶ浜に広がる地域である。南端である日野川源流は砂鉄に恵まれ古くからたたら製鉄の適地であった。東には百名山の大山、日本一の砂州・弓ヶ浜の北端には、日本一のカニの水揚げを誇る境港があり、西にはラムサール条約に指定された中海が広がる。中海は鳥取と島根の県境となっているが、中海を中心に、米子市・境港市・松江市・出雲市・安来市が中海・宍道湖・大山圏域市長会を設立するなど、県境を越えた取り組みがなされている（オブザーバー・大山圏域7町村：日吉津村・大山町・南部町・伯耆町・日南町・日野町・江府町）。

クルーズ船ターミナルや空港からのアクセスを考えると180号線から日南に至るルートはもう少し注目されてもいいかも知れない。日南町はオオサンショウウオの主要生息地であり、特徴的なエコツアーが可能である。自然を活かしたアクティビティが今後の観光において重要であり、日南町はその適地とみられる。

鳥取県西部は、常緑照葉樹林帯である平野部から、豪雪地帯であり落葉樹林であるブナが広がる山間部まで、コンパクトな地域に多様な自然が展開されている。中海や日本海の水運を背景に古代より文化も栄え、山間部はたたら製鉄の適地として、明治初期まで日本の製鉄業を支えてきた産業地域でもあった。

現在は急増する訪日客の適地としての可能性が注目されている。天然の良港である境港には、国際クルーズ船が乗り入れ可能な岸壁が複数あり、最新のターミナルが2019年度に整備される。境港と中海の間には国際線が発着する空港がある。また、高速道路によって、関西や広島と結ばれている。

訪日客に最も評判が高い観光資源である食では、カニの水揚げが日本一（境港、2015）である。平野部には皆生温泉が、山間部にはスキー場があり、エコツアーの対象となるホタル・オオサンショウウオが生息している。また文化遺産として、たたら製鉄跡地、金持神社、福榮神社 等がある。

(2) 地域資源とネットワーク（価値星座：バリューコンステレーション）

鳥取県は星取県を名乗っている。これは、夜空が綺麗であるためだが、夜空に浮かぶ星を地域・観光資源と考えると、地域全体はそれらを結んだ星座（コンステレーション）と考えることができる。地域資源単体（星）では浮かんでこないストーリーも、地域資源をネットワーク化し星座（コンステレーション）と捉えるとみえてくるものもある。

例えば、鳥取を代表する、星、温泉、カニ、の地域資源を結ぶと、カニ座にみえるというようなものである。実際に鳥取県西部の地域資源を結ぶと、カニ座の配置と似てなくもない。

このようなネットワークによる価値共創を、経営学では、価値星座（バリューコンステレーション）と呼んでいる。また、心理学では、コンステレーションを全体が互いに関係を持つような有機的な関係と捉えている（河合、1993、46—82 頁¹）。地域資源の関係を有機的に結びつけるストーリーを構築することによって、観光におけるバリューコンステレーションを形成することが可能とみられる。

本調査のメッセージは、鳥取県西部の観光資源を結ぶことにより、アドベンチャー・トラベルという、ストーリー重視型の観光を創出できるのではないかというものだ。これは、地域資源を結んだバリューコンステレーションを形成するということに他ならない。アドベンチャー・トラベルは、報告書の後半で詳述するが、自然、アクティビティ、異文化体験からなる旅行形態である。自然とアクティビティは現時点におけるストーリーの、異文化体験は歴史を含んだストーリーの柱となる。

¹ 河合隼雄（1993）『物語と人間の科学』岩波書店

2. 鳥取県西部の地域資源について

- 鳥取県西部の地域資源：食については、カニ（ベニズワイガニ、松葉がに）が有名であり、ベニズワイガニ、ハタハタの漁獲量は日本一である。また、大山、水鳥公園、温泉、スキー場を有する。大山隠岐国立公園は国立公園満喫プロジェクトの先行8公園に選出され、周辺地域である日南町のオオサンショウウオ観察ツアーが注目されている。

自然	
大山  (C)鳥取県	だいせんホワイトリゾート  (C)鳥取県
日本で3番目の国立公園となった大山は、中国地方最高峰。	雪があまり降らない東南アジアからの訪日客へのPRポイントになる。
自然－公園	
コハクチョウ（米子水鳥公園）  (C)鳥取県	花（とっとり花回廊）  (C)鳥取県
山陰屈指の野鳥の生息地として観光スポットになっている。	西日本最大のフラワーパークで、ユリの花をメインフラワーとしている。

自然-温泉	
温泉（皆生温泉）  (C)鳥取県	温泉（新見千屋温泉 いぶきの里）  出所：いぶきの里 HP
皆生温泉は、温泉と海水浴が同時に楽しめる国内でも数少ない温泉地である。	鳥取県との県境、岡山県新見市埼北にある豊かな自然の中にある温泉である。
自然-星空	
鳥取の星空（ほしとりけん）  出所：鳥取県 HP	大山と天の川  出所：鳥取県 HP
自然-エコツアー	
オオサンショウウオ  出所：環境省	ホタル狩り  出所：鳥取県
日南町には特別天然記念物オオサンショウウオが生息し、国立公園満喫プロジェクトでエコツアーが試みられている。	日南町では舞い上がる数万匹の「ヒメボタル」と「ゲンジボタル」が山肌を覆いつくし、幻想的な世界を見ることができる。

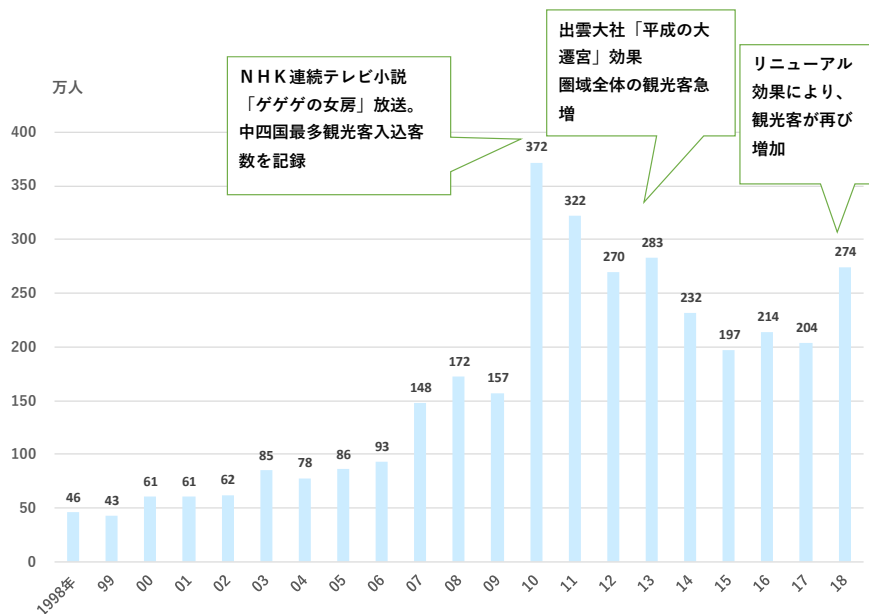
食	
ベニズワイガニ  (C)鳥取県	境港水産物地方卸市場  (C)鳥取県
ベニズワイガニは、境港が全国1位の取扱量を誇り、全国漁獲量の約6割が境港に水揚げされている。	境港は日本海沖合漁業の拠点であり、2020年までに高度衛生管理の整備を進めている。
ハタハタ  (C)鳥取県	果物（梨、いちご、すいか等）  (C)鳥取県
漁獲量の全国シェア一位であり、脂の乗りが非常に良く、うまみが強い。 2010年10月から全長20センチ以上のハタハタを「とろはた」としてブランド化している。	鳥取は果物の産地であり、二十世紀梨、いちご（とっておき）、すいか等様々な果物がある。

レジャー	
花見山スキー場  出所：花見山スキー場 facebook	いぶきの里スキー場  出所：いぶき里スキー場 facebook
西日本屈指のロングコースからハイレベルな斜度のコースまですべての人が楽しめる。誰でも楽しめるスノーシューも出来るため、雪を楽しむことが出来る。	大自然の中で、スキースポーツを楽しむことが出来る。標高は最上部で775mであり、中上級者等の4コースがある。
観光農園  出所：大山町	カヤック  出所：ジャパンエコトラック HP
大山近くの観光農園では、ブルーベリー、りんごの収穫体験をすることが出来る。清んだ空気、自然の恵みを感じる果物を食べて、リフレッシュする。	雄大な大山を背にしながらカヤックを楽しむことが出来る。 中国地方の最高峰である大山の自然の恵みに触れる。

レジャー	
電動アシスト自転車でサイクリング  出所：一般社団法人大山観光局 大山の雄大な自然を感じながら、電動アシスト自転車でサイクリングを楽しめる。	だいせんホワイトリゾート  (C)鳥取県 スキーのみではなく、雪遊びや自然を感じ、幅広い年代で雪を楽しむことができる。
観光スポット	
水木しげる記念館  撮影：日本経済研究所 妖怪研究家、冒険旅行家でもある水木しげる氏の作品やコレクションを多数展示。韓国ドラマ「アテナ:戦争の女神」のロケ地。入館者 350 万人達成（2017 年）。開館 15 周年。	水木しげるロードのオブジェ  撮影：日本経済研究所 ゲゲゲの鬼太郎で有名な漫画家・水木しげる氏は境港市出身で、境港駅から約 800m 続く水木しげるロードの道路脇には、漫画に登場する妖怪のブロンズ像約 153 体が立ち並んでいる。年間約 274 万人が訪れている（2018 年）
出所：鳥取県ホームページ、鳥取県撮れたて写真館ホームページ、いぶきの里 HP、花見山スキー場 facebook、いぶきの里スキー場 facebook、大山町 HP、一般社団法人大山観光局 HP、ジャパンエコトラック HP。	

- 「ゲゲゲの鬼太郎」で有名な漫画家・水木しげる氏は境港市出身。水木しげる記念館は、韓国ドラマ「アテナ:戦争の女神」のロケ地にもなっている。駅から同館に至る道には妖怪のオブジェが飾られ、水木しげるロードと呼ばれている。

水木しげるロード入込客数の推移



出所：境港市

ゲゲゲの鬼太郎のデザインをしている境港線の車両



撮影：日本経済研究所

IV. 鳥取県西部の有望分野と先行事例

1. いちご観光農園

(1) 香港といちご

- 日本の果実等の輸出は、りんごが最も多く次いでぶどう、いちごである（下表）。
- いちごの輸出先は香港が突出している。
- 香港へのいちご輸出が増えたのは、訪日客が増えた 2014 年以降である。

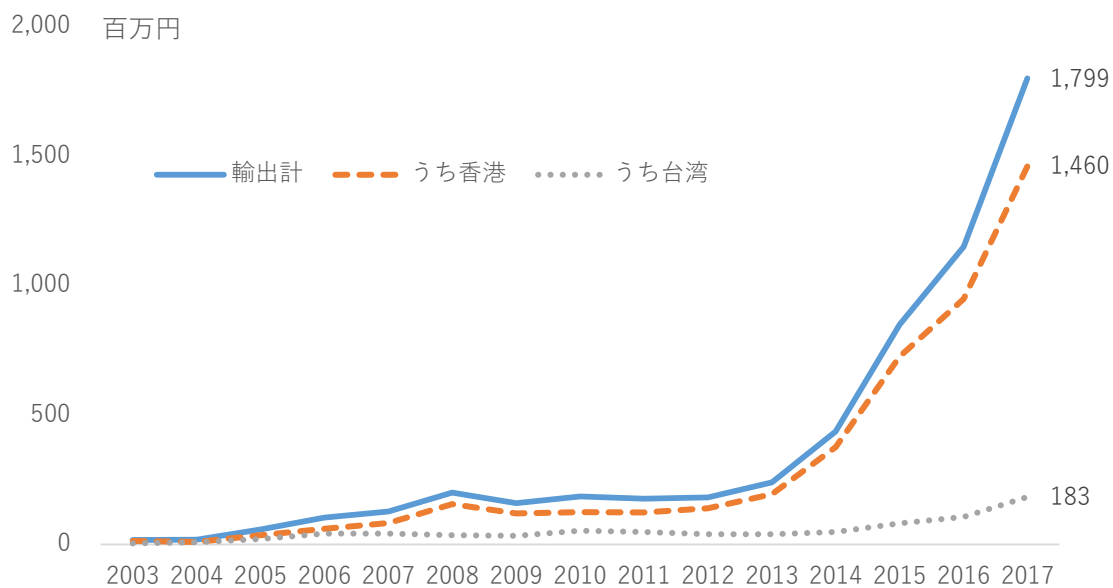
我が国の農産品の輸出先

単位：千円

	1 位	金額	2 位	金額	3 位	金額
うんしゅうみかん等	カナダ	155,996	香港	152,256	台湾	99,524
ぶどう（生鮮）	香港	1,696,892	台湾	1,072,529	シンガポール	86,535
メロン	香港	363,261	マカオ	20,810	シンガポール	11,584
りんご	台湾	7,819,818	香港	2,458,142	タイ	222,543
なし	香港	526,282	台湾	342,644	ベトナム	60,109
桃（ネクタリン含む）	香港	1,201,197	台湾	337,007	タイ	23,249
いちご	香港	1,460,041	台湾	183,397	シンガポール	89,495
柿	タイ	201,504	香港	124,763	台湾	6,023
くり	中国	598,798	香港	400	台湾	280

出所：農林水産省 農林水産物輸出入概況（2017 年）

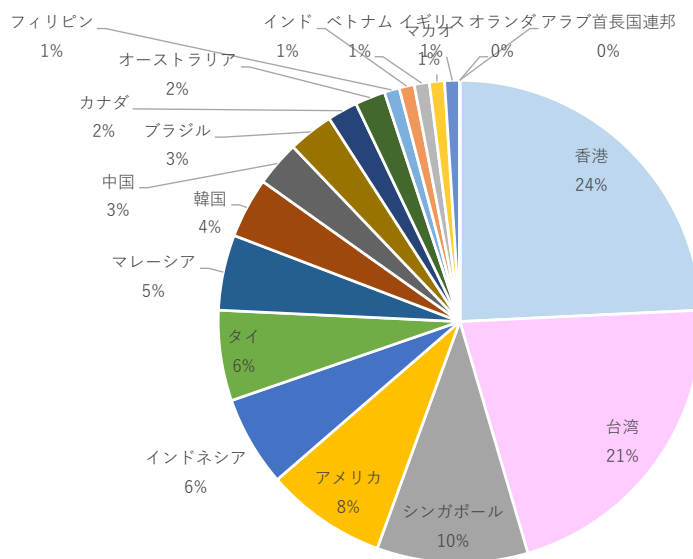
いちごの輸出先の推移



出所：農林水産省 農林水産物輸出入概況

- 一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会によると、海外への果物お土産情報サイトを検索する国や地域は香港からが24%と約1/4を占め最大である。
- 同協会によると、香港における「日本のおみやげ」フルーツは、りんごといちごが多い。

海外への果物お土産情報サイト（Japan Fruit Shopping Guide）の検索状況の上位国



出所：平成27年度おみやげ農産物検疫受検円滑化支援事業報告書
一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会

友人・知人・家族等から「日本のおみやげ」としてもらったフルーツ

国別		みかん	りんご	桃	ぶどう	梨	さくらんぼ	柿	イチゴ	すいか	メロン	その他
香港	78人	21.8	56.4	42.3	35.9	24.4	10.3	19.2	51.3	7.7	41.0	0.0
台湾	81人	8.6	81.5	17.3	9.9	24.7	17.3	12.3	8.6	3.7	30.9	1.2
タイ	76人	11.8	26.3	10.5	13.2	15.8	9.2	27.6	39.5	7.9	48.7	3.9
インドネシア	54人	27.8	48.1	22.2	31.5	31.5	24.1	14.8	13.0	7.4	18.5	1.9
シンガポール	45人	15.6	28.9	33.3	31.1	13.3	17.8	15.6	44.4	13.3	33.3	4.4
マレーシア	37人	16.2	18.9	13.5	21.6	27.0	10.8	21.6	27.0	10.8	18.9	5.4

注：回答数：371（複数回答）

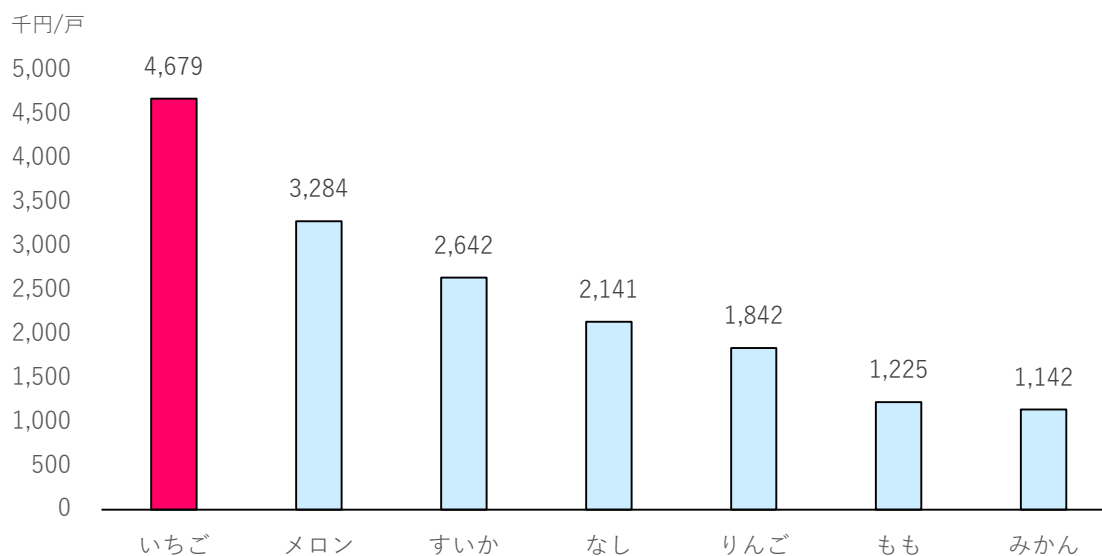
中国は農産物持ち込みが原則禁止されているため、アンケート集計の対象国から除外した。韓国は植物検疫上、持ち出しできるフルーツが少ないため、アンケート集計の対象国から除外した。鳥取西部地域の訪日観光客の多数を占める香港と台湾については上位3位までを赤色にしている。

出所：2015年度おみやげ農産物検疫受検円滑化支援事業報告書
一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会

(2) いちご観光農園の収益性

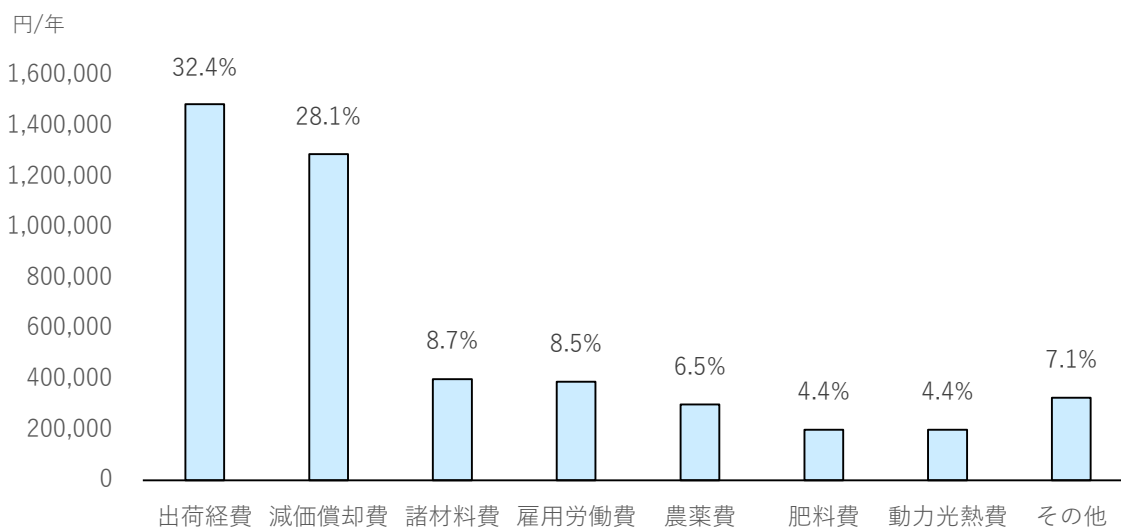
- いちごは他の果物に比べ、収益性が高い。
- 観光農園は、最もコストがかかる出荷経費（選果や包装、運搬）が省ける。
- インバウンド対応がビジネスチャンスである。
- それには、多言語対応が差別化のポイントとなる（対応農園が少ない）。

農業所得比較



出所：農林水産省「農業経営統計調査品目編 2007（調査最終年）」

いちご年間費用（一戸あたり、％は費用構成比）



出所：栃木県「新規参入によるいちご経営の収支等試算」

(3) 先進事例

①ストロベリーフィールズ 筑紫野いちご・いちじく農園（福岡県筑紫野市）

- **福岡市内から車で 40 分の位置にあり、来園者の 37%が訪日外国人で、そのうち 80%が香港からである。**
- **SNS による口コミによりメールによる予約が入っている。**

Case 1

● 1.背景・経緯

訪日外国人旅行者が 3 年ほど前から増加傾向にあり、2016 年度には来園者の 37%が訪日外国人になった。SNS による口コミで評判が伝わり、現在、訪日外国人旅行者の 80%が香港からの利用者になっている。香港では、ストロベリーフィールズが有名になっており、メールで予約が入る状況になっている。

【ストロベリーフィールズの園内】



出所：ストロベリーフィールズ HP

● 2.事業展開の内容

レンタカーや観光バスで来園する訪日外国人からは、日本のいちごは甘く、評価が高い。香港のイチゴは小ぶりで、それに比し、日本のいちごは大きく、美味しいと言われている。香港では、いちごのチョコレートフォンデュが流行中で、帰国前日に来園する訪日外国人が「おみやげ」として持ち帰る。当園は、完全予約制である。

品種は、福岡が誇る大粒でコクと甘味と酸味が絶妙なバランスのあまおう、かおりの、さがほのか、よつぼし、紅ほっぺ、恋みのり等を取り扱っている。

料金は 40 分食べ放題で大人 1,500 円～2,000 円程度、摘取り持ち帰りの入園料 500 円/30 分、ジャム作り体験 1 セット 2,500 円（200 g のジャムが 2 瓶で、約 40 分農園スタッフが指導）となっている。

● 3.ポイント

アジアに近い立地条件と福岡の地域資源である「あまおう」を活かしたビジネス展開をしている。SNS による口コミによる評判で広まり、香港での知名度が上がり、メールで予約が入る点は、他の地域のビジネスモデルとして参考になるといえる。

出所：おみやげビジネス読本（一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会）より作成

②ドラゴンファーム（千葉県千葉市）

- 成田空港から車で 40 分と訪日外国人からアクセスに良い立地条件である。
- 週末の来園者は1日 200 名、そのうち訪日外国人者の比率は約 10%である。日本のいちごは甘く、香りが良くて種類が豊富である。そのような評判が広まり、タイからの利用者が増加している。

Case 2

● 1.背景・経緯

ドラゴンファームは、成田空港から車で 40 分とインバウンド観光客にはアクセスがしやすい立地条件にある。

当園は、お客様毎に手製のいちごの模型を使っていちごの摘み方や食べ方を丁寧に説明している。

週末の来園者は1日 200 名、そのうち訪日外国人者の比率は約 10%である。アジア圏が多く、ホームページを英語対応にしたところ、タイの利用者が増えてきた。

【ドラゴンファームの園内】



出所：ドラゴンファーム facebook

● 2.事業展開の内容

添乗員の通訳を通して、丁寧にいちご狩りの説明をし、さらに、お好みに合わせて味わえるよう練乳とチョコレートシロップの2つのトッピングを用意している。

品種は、あきひめ、おいCベリー、おおきみ、かおりの、かなみひめ、こいみのり、さがほのか、とちおとめ、べにほっぺ、もういっこ、やよいひめ、よつぼし等を扱っている。

いちご狩りはインバウンドツアーの目玉企画の1つで、タイ人はフルーツが食卓に必ず登場するほどフルーツ好きであり、タイは気温が高いのでいちごが酸っぱくなりがちであるが、日本のいちごは甘く、香りが良くて種類が豊富である。そのような評判が広まり、タイのお利用者のお目当てがいちご狩りになってきている。利用料金は30分 2,000 円～3,000 円程度である。

● 3.ポイント

成田空港に近い立地条件を最大に活かした観光農園である、手製のいちごの模型を使っていちごの摘み方や食べ方を丁寧に説明している点や、ホームページの英語対応は、インバウンド観光客への対応として他地域の参考になる。

出所：おみやげビジネス読本（一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会）より作成

③イチゴワールド（宮城県山元町）

- 東日本大震災を経験し、いちごを通して復興を図っている事例である。
- 「ミガキイチゴ」というネーミングでブランド化し、他地域との差別化を図り、ブランド戦略を展開している。

Case 3

● 1.背景・経緯

2011 年の東日本大震災の経験から、「いちご」を通して被災地を支援していくために当地域にイチゴハウスが整備された。最先端 ICT（情報通信技術）を活用するなど「IT 農業」を実践している。当園は学校や企業からの見学や視察を受け入れている²。

● 2.事業展開の内容

東北一のイチゴの産地・宮城県亘理郡山元町で事業展開し、「高設栽培」という地面から 1 m ぐらいの高い位置で栽

培している。観光客は、かがまずに、立ったままイチゴ狩りを楽しむことが出来る。また、ベビーカーや車いすの方も安心して入場することが出来る。

当園のいちごは、「食べる宝石 ミガキイチゴ」というコンセプトで PR しており、農業生産法人株式会社 GRA の先端農場で栽培された上質な複数品種（とちおとめ、もういっこ、よつぼし）の統一ブランドである。完熟になるまで待って収穫された甘くてジューシーな大粒イチゴは、食べる宝石「ミガキイチゴプラチナ」として 1 粒 1,000 円で首都圏の百貨店で取扱うものもある。いちごのみならず、いちごの化粧品、スパークリングワイン等もインターネットで販売し、2013 年には「グッドデザイン賞」を受賞し、香港、台湾、シンガポールにビジネス展開している。利用料金はシーズンによって異なり、30 分食べ放題 1,300 円～2,000 円程度である。オプションで練乳かけ（無料）、チョコレートファウンテン（200 円）もある。

● 3.ポイント

宮城県山元町のいちごをブランド化し、他地域のいちごと差別化を図っている。ブランド戦略を持ち、食べる宝石「ミガキイチゴプラチナ」として 1 粒 1,000 円の高級いちごとして首都圏の百貨店に納品している点は、消費額を伸ばしていくために有効な戦略である。

【イチゴワールドの園内】



出所：株式会社 GRA HP

² 震災地にどのような想いでこの施設を立ち上げたのか、その経緯と仕組みについて施設を見学しながら案内をし、時間は 60 分～80 分で 5 万円程度である。

④桃茂実苑（ともみえん） 観光農園（岡山県赤磐市）

- 香港の情報雑誌等に、「桃茂実苑の白桃狩り」が紹介され、2012 年からインバウンド観光客が急増した。香港は検疫なしで果物を持ち帰ることが出来るため、お土産にする旅行者が多い。

Case 4

● 1.背景・経緯

香港の情報雑誌等に「桃茂実苑の白桃狩り」が紹介され、2012 年からインバウンド観光客が急増している。香港は検疫なしで持ち帰ることが出来るため、お土産にする旅行者が多い。

来園者は年間 2.6 万人で、このうちインバウンド観光客は 2014 年で 5,111 人程度である（うち香港 9 割）

【桃茂実苑の園内】



出所：桃茂実苑 HP

● 2.事業展開の内容

桃茂実苑（ともみえん）は、果物栽培が盛んな岡山県赤磐市にある観光農園である。農園の広さは約 15,000 m²で、桃は 23 品種、ぶどうは 4 品種を育てている。夏から秋にかけて「桃狩り」「ぶどう狩り」を楽しむことが出来る。

当園には、香港からの多くの観光客が訪問している。桃は香港で「縁起の良い食べ物」とされており、岡山に行けば柔らかくてジューシーな白桃が香港現地で購入するよりも安価に味わえると評判になり、「白桃狩り」の人气が高まっている。

香港の情報雑誌等に、「桃茂実苑の白桃狩り」が紹介され、2012 年からインバウンド観光客が急増し、香港は検疫なしで果物を持ち帰ることが出来るため、お土産にする旅行者が多い。

利用料金はメニューにより、白桃 2 個＋試食 2 個 1,800 円程度である。インバウンド観光客向けに英語、中国語、韓国語の予約サイトを開設し、混雑しないよう来園時間の枠（9:00～11:00 等）や受け入れ可能人数を設定している（1 日あたり最大 300 人）。白桃が不足しないよう県内農家等仕入先を確保し、観光農園の注意事項、桃の扱い方、マナーを伝える案内板を英語、中国語で表記した。観光客の手荷物を増やさないよう最終宿泊施設への宅配サービスも展開している。

● 3.ポイント

インバウンド観光客向けに多言語対応の予約サイトを開設し、混雑しないよう来園時間、受け入れ可能人数の設定、観光農園でのマナー、宅配サービスを実施している点は、インバウンド観光客へのサービス展開を目指す他地域の観光農園の参考になると言える。

中国地方のいちご農園一覧

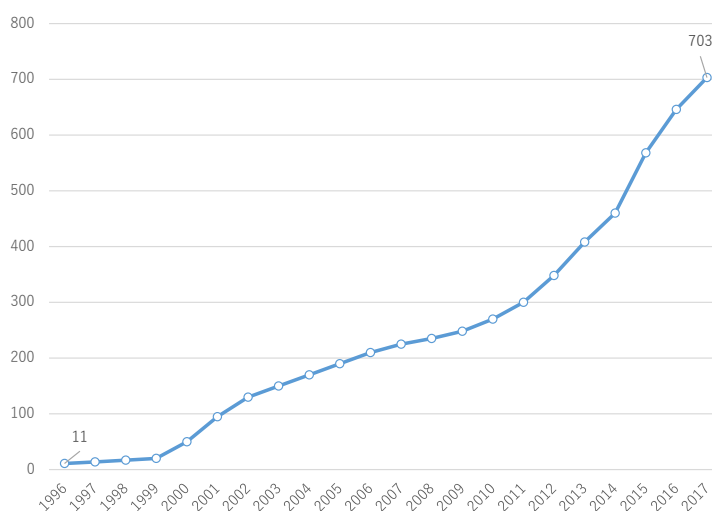
県名	名称	住所	アクセス	利用料金	サービス内容
鳥取	松山農園	鳥取県湯梨浜町原870	J R 泊駅→車15分	イチゴ狩りは30分 食べ放題。1人 2,000円	土作りからこだわる「わかば農法」で栽培。
島根	きんた農園ベリーネ	島根県浜田市金城町七条イ735	J R 浜田駅→石見交通バスで25分、バス停：金城中学校前下車、徒歩20分	大人1,500円	イチゴ狩りとブドウ狩りができる観光農園。高設栽培や通路も広めで車椅子やベビーカーでも移動できる。
岡山	おかやまファーマーズマーケット・ノースヴィレッジ	岡山県勝田郡勝央町岡1100番地	勝間田駅下車後、タクシーにて5分 徒歩20分	イチゴ狩り大人1,500円	イチゴ、ブルーベリーを栽培する交流体験型農業公園である。農園のほかにアスレチック、動物園、飲食施設、宿泊施設もある。
岡山	西山ファーム	岡山県赤磐市仁堀東1077	中国自動車道 美作ICおよび湯郷温泉より車で30分、山陽自動車道山陽ICより車で30分、路線バスの宇野バス「菊ヶ峠」より徒歩5分	ひえひえ桃食べ放題コース：大人(6歳以上)2,250円	モモ、イチゴ、ブルーベリーを栽培する観光果樹園であり、20種類もの品種を栽培している。
岡山	定兼いちご農園	岡山県勝央町植月北1938-3	J R 勝間田駅→車10分	40分食べ放題。小学生以上1,400円	高設栽培を行っており、イチゴが腰の高さで狩れるよう調節してある。
岡山	美作農園	岡山県美作市奥585-1	J R 林野駅→宇野バスで20分、バス停：奥上下車、徒歩3分	入場無料、各施設・サービスにより異なる	イチゴとぶどうの観光農園。立ったままイチゴ狩りが楽しめる。
岡山	農マル園芸 吉備路農園	岡山県総社市西郡411-1	J R 総社駅→車15分	入場無料(各体験施設により異なる)	中四国最大級の総合観光農園である。立ったままイチゴ狩りが楽しめる。花、農産物の直売所、レストラン&カフェ、ビザづくり体験工房や乗馬体験施設などがある。
岡山	安原観光いちご園	岡山県倉敷市早高433	J R 茶屋町駅→車5分	大人1,700円	水耕栽培を採用しているため、イチゴに泥や汚れがつきにくく、清潔なまま楽しむことができる。
岡山	岡山市サウスヴィレッジ	岡山県岡山市南区片岡2468	J R 備前片岡駅→徒歩10分	内容により異なる	さまざまな農業体験ができる公園である。イチゴやブドウなど農作物の収穫やフラワーリース作りなどが体験できる。
広島	白龍湖観光農園	広島県三原市大和町大草398	J R 河内駅→車15分	30分食べ放題。大人1,700円	広島空港に近い緑に育まれた農園。イチゴ狩り、梨狩り、通年パークゴルフを営業している。
広島	豊平どんぐり農園	広島県北広島町阿坂4827-1	J R 可部駅→車30分	季節・内容により異なる	ブルーベリー狩り、トマト狩り、フレッシュなブルーベリースムージーやイチゴスムージーも毎日販売している。
広島	平田観光農園	広島県三次市上田町1740-3	J R 三次駅→車25分	大人800円～2,100円	創業1955年。60年以上もの間フルーツを作り続けている大型農園である。15haの広大な敷地では、150品種もの多様なフルーツを育てている。
広島	果実の森公園	広島県三原市大和町大草75-28	J R 河内駅→車20分	季節・内容により異なる	四季を通して、1年中果実が実る白龍湖近くのフルーツランド。初夏から夏にかけてさくらんぼ、ブルーベリーの味覚狩りを行っている。
山口	はあと農園	山口県山口市嘉川3468-10	J R 嘉川駅→徒歩10分	入園無料(イチゴ狩りは別途)	直売所やカフェも併設され、おすすめメニューの「はあといちごのブリュレ風パンケーキ」680円など、イチゴを使ったスイーツも楽しめる。
山口	観光農園ファームランド	山口県田布施町川西394-1	J R 田布施駅→車7分	入園料大人540円、収穫したイチゴは量り売り	イチゴ狩りを、「ストロベリーピクニック」とよび、イチゴ狩りの後はゲストルームへ移動して、手作りのオリジナルデザートが楽しめる。
山口	いちご農園 ANN	山口県柳井市余田3260-1	J R 柳井駅→車10分	季節によるが大人1,400円～1,600円程度	日照時間・気温・土質等イチゴ作りにには欠かせない条件に恵まれた山口県柳井市の余田で、高設・土耕栽培により多くの品種を栽培。

出所：Japan Fruits ホームページより作成

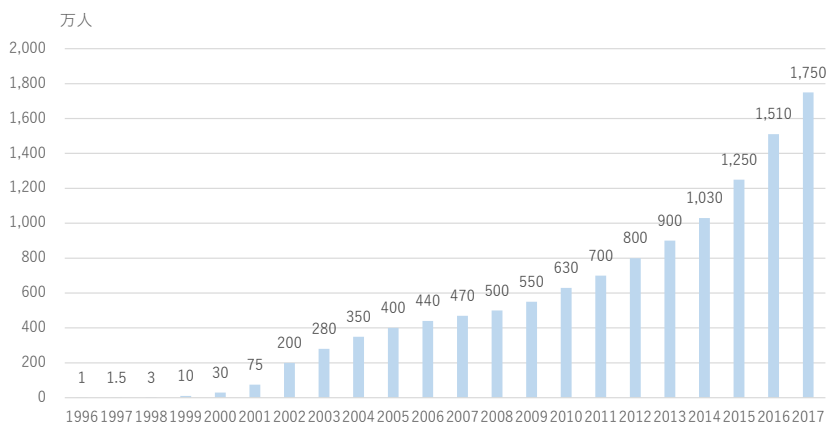
2. 中国人のスキー訪日

- 中国では2022年に北京オリンピックを控える。
- それまでに中国のスキー人口は現状の約1千万人から3~4千万に増える（目標）
- 中国では、スキー場数が急増しており、数では世界一となっている。
- ただし、人工雪がほとんど雪質が悪く、日本のスキー場への往訪が増えている。
- 特にニセコは香港ファンドが欧米人設計による宿泊施設等を手掛け、欧米リゾートに遜色ない環境整備により本格派のスキー客に人気となった。
- 鳥取等のローカルスキー場は雪遊びやいちご狩りなど、プラスアルファによって、初心者ターゲットに差別化を図る必要があるとみられる。

中国のスキー場数の推移（箇所）



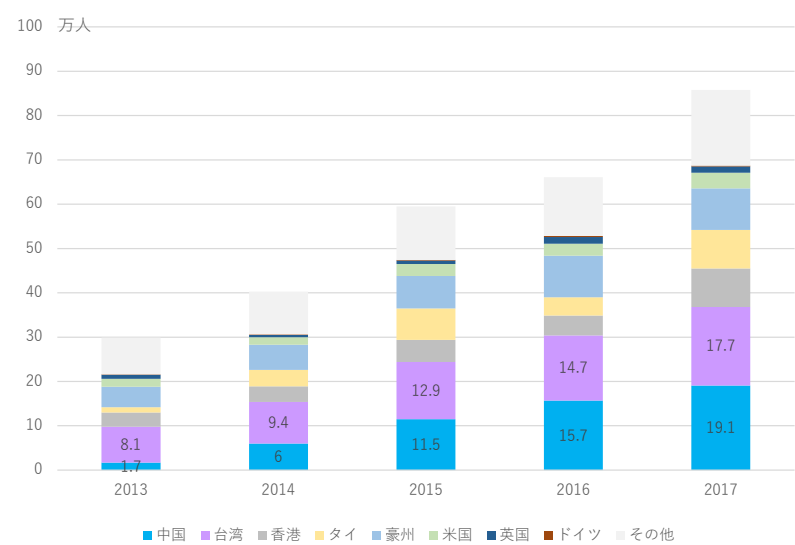
中国人のスキー人口の推移（万人）



出所：China Ski Industry White Book(2017 Annual Report)

- 訪日外国人のスキー客は急増している。特に中国人（中国・香港）の増加が著しい。
- もっとも、スキー・スノーボードを実施したのは中国人訪日客の 2.6%に過ぎない。
- 次回スキー等の希望は同 16%と多く、将来の拡大が期待される。

訪日外国人スキー客の推移（推計）



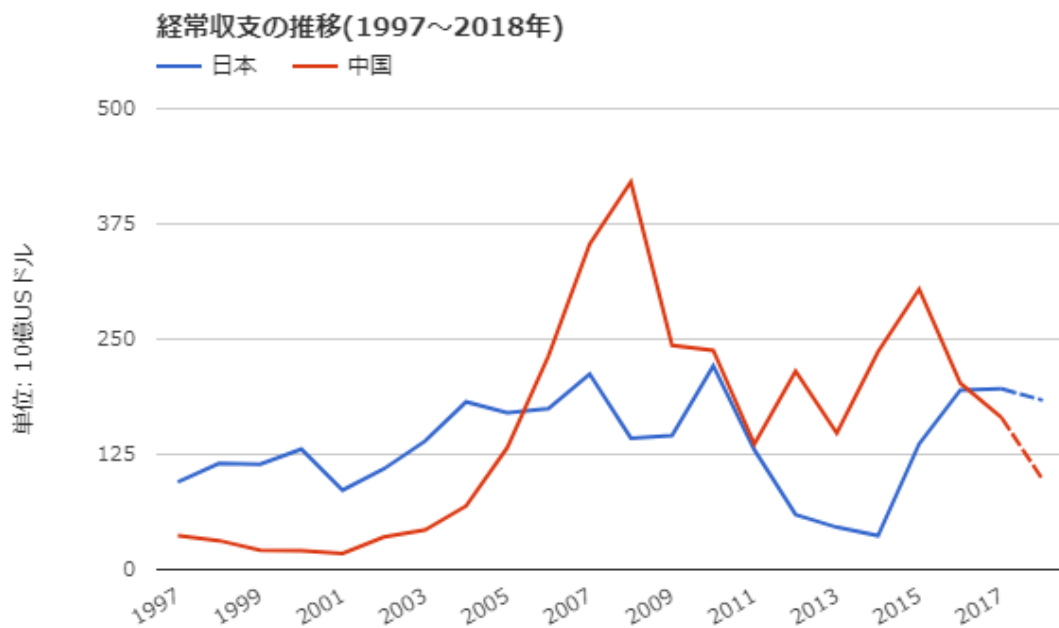
出所：観光庁資料（「訪日外国人消費動向調査」各年版（全目的）から推定）

今回スキー・スノーボードを実施した割合 次回スキー・スノーボードを実施したい割合

	(%)		(%)
オーストラリア	19.1	オーストラリア	35
タイ	8.8	香港	24.5
インドネシア	5.9	タイ	24.4
ロシア	5.7	マレーシア	23.5
カナダ	5.1	インドネシア	22.6
マレーシア	4.6	台湾	21
英国	4.4	ロシア	20.3
ベトナム	4	シンガポール	20.2
香港	3.9	カナダ	19.6
台湾	3.9	フィリピン	18.3
フィリピン	3.3	英国	17.5
全体平均	3	ベトナム	17.4
中国	2.6	インド	17
米国	2.5	米国	17
インドネシア	2.4	全体平均	16.1
シンガポール	1.9	中国	16
イタリア	1.5	イタリア	14.1
フランス	1.4	フランス	12.4
ドイツ	1.1	スペイン	9.7
スペイン	0.8	ドイツ	7.5
韓国	0.3	韓国	7

出所：観光庁 訪日外国人消費動向調査 2017

- 中国におけるアウトバウンドの拡大は、経常収支を悪化させている。
- 米中貿易摩擦等から中国の貿易収支も悪化が見込まれている。
- 経常収支の状況によっては渡航制限もありうる点には留意が必要とみられる。
- 経常収支 = 貿易収支 + サービス収支(旅行等) + 一次所得収支 + 二次所得収支(援助等)



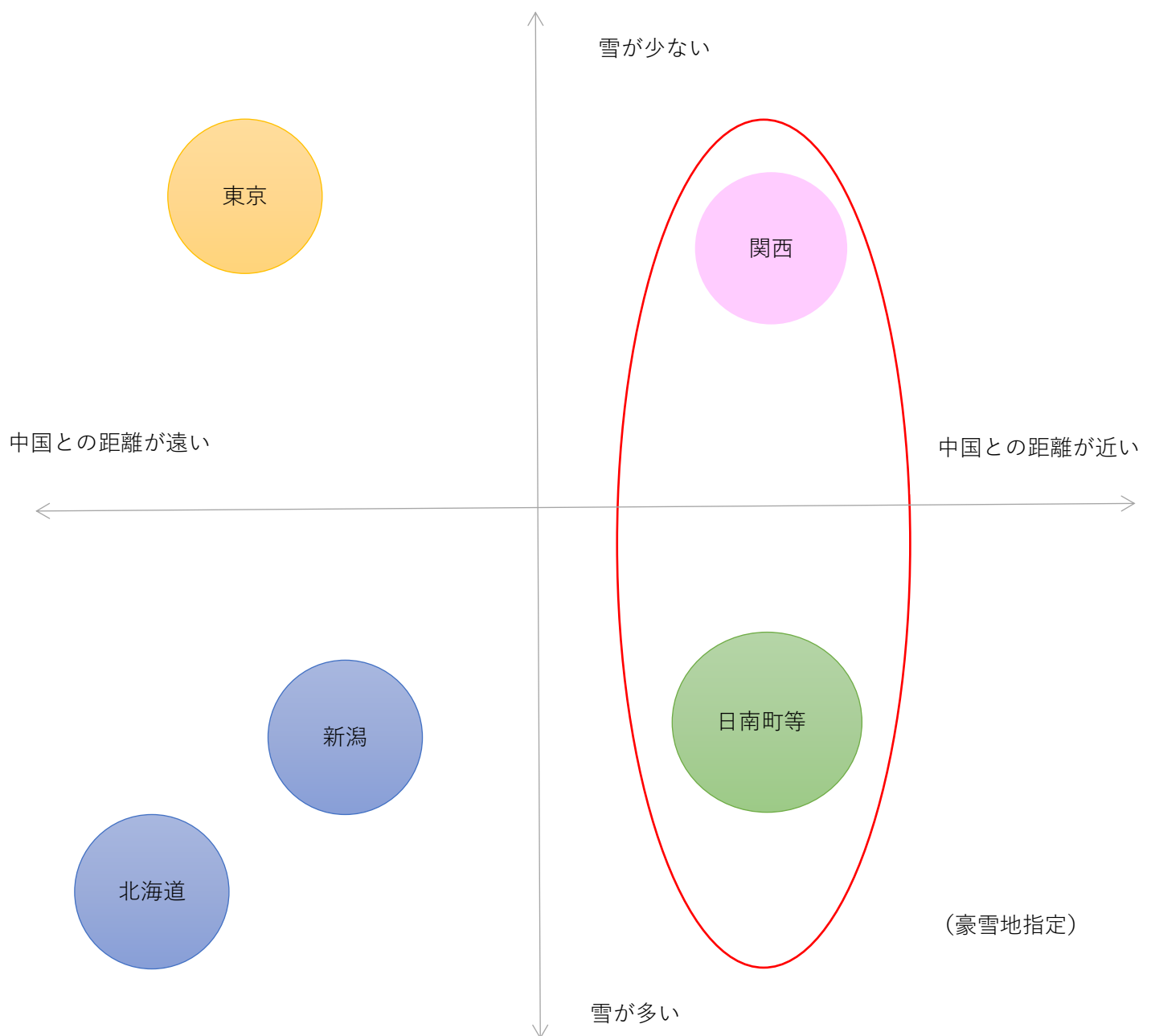
注：2018 は IMF による 2018 年 10 月時点の推計

出所：世界経済のネタ帳、

http://ecodb.net/exec/trans_country.php?type=WEO&d=BCA&c1=JP&c2=CN&s=1997&e=2018、2018 年 12 月 28 日アクセス

- アジアで雪が降る国は多くはなく、東アジアからの訪日客にとって、日本の雪は大きな差別化要素になる。
- 鳥取西部地域にある日南町は豪雪地帯指定を受けており、東アジアから近い距離にある。上記のような特徴をふまえて、アジアからの訪日客からのニーズが高い温泉、日本食（カニ等）と鳥取西部地域の雪やスキー場を活用した周遊（関西、広島）を訴求していく必要があると考えられる。

日南町等（鳥取県西部）のポジショニング



3. エコツアー

- **エコツアー：日本観光の課題を解決する自然を活かしたレジャーの供給力改善には、観光農園やスキーとともに、エコツアーが鍵を握る。**
 - (1) **オオサンショウウオ：日南町のオオサンショウウオ観察ツアーは環境省が進める国立公園満喫プロジェクトにおいても注目されている。**
 - (2) **星空ツーリズム：鳥取県は星空を観察する環境では日本一とされ、星取県を名乗っている。日南町は鳥取市佐治町とともに星空保全地域に指定されている。**

(1) オオサンショウウオ

訪日客アンケートで分析した通り、自然を活かしたレジャーの供給力改善が、日本観光の課題である。具体的には、観光農園やスキーとともに、エコツアーが鍵を握る。日南町のオオサンショウウオは環境省も注目するコンテンツで、国立公園満喫プロジェクトの一環として、エコツアーが試みられている。

国立公園満喫プロジェクトとは、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標にしたものである。この背景には、政府が2016年に取りまとめた観光立国ビジョンである「明日の日本を支える観光ビジョン」があり、ここで政府が掲げる観光ビジョン10の柱のうちのひとつとされた。

国立公園満喫プロジェクトの有識者会議には、日本観光における自然活用の不足を指摘したデービッド・アトキンソンや、星野リゾートの星野代表が加わっている。同会議は、2016年5月から今日まで9回開催され、2020年に訪日外国人の国立公園利用者を1000万人とすべく、各種工程表を作成するなど、精力的に活動を行っている。

鳥取県西部の大山隠岐国立公園は、先行8公園に指定され、①二次交通情報を8カ国語に対応させ利便性を向上、②三瓶山地域において市営スキー場跡地にワイナリーやブドウ畑を整備し景観を改善、③大山に木道・遊歩道を整備、④日南町のオオサンショウウオ観察ツアーを実施している。日南町は厳密には国立公園地域に該当しないが、オオサンショウウオの貴重性が注目され、関連地域として取り入れられたものとみられる。今後は入域料を設定するなど、利用者負担による保全の仕組みづくりが進められる見込みである。

国立公園の海外への情報発信は、各種プロジェクトの進展等から2019年3月が予定されている。日南町のオオサンショウウオ観察ツアーが、世界に発信されることとなるだろう。

利用者負担による保全の仕組みづくり

○オオサンショウウオ観察ツアー

大山隠岐国立公園



日野川源流域の里山において、行政・研究者・地域住民・事業者で連携したオオサンショウウオの保全活動に貢献するツアープログラムを一般向けに開始。



- ・ 4月より一般提供開始
- ・ 5月に外国人メディア（米国3名・英国1名）のモニターツアーを実施

⇒高評価。SNS・記事等を通じて国外へPR

（掲載記事の例）Japan Visitor

<https://www.japanvisitor.com/japan-nature/salamander-tours>

豪州旅行雑誌 International Living 2018/7月号

- ・ 独・米のメディアより取材依頼。9月に米メディアが国立公園内他地域を含めて取材予定



■ツアー内容：オオサンショウウオ研究者による生態調査への参加
（夕方～夜間の河川における捕獲調査）

■実施体制：地域住民・保護団体・日南町・環境省の協力の下、研究者・英国人ガイドで実施、インサイドジャパン社が協力

■料金：ツアー人数に応じて1人2万円～。千円/人は、保護団体を通して識別チップの購入や人工産卵巣穴の整備などの保全活動に還元

○入域料等の推進

各地での入域料導入検討の推進に向け、入域料等の先進事例の分析、導入のための事業手法や課題を整理し、H30年度内にとりまとめを行う。

出所：第9回国立公園満喫プロジェクト有識者会議配布資料（2018/8）

（2）星空ツーリズム

鳥取県は星空を観察する環境では日本一とされ、星取県を名乗っている。日南町は天文台を有する鳥取市佐治町とともに星空保全地域に指定されている。鳥取県が星取県を名乗る論拠は鳥取県観光戦略課によると次の通りである。

鳥取県は全国星空継続観察で何度も日本一に輝いている。同観察は環境省が、星空観察という身近な方法による大気環境の調査活動の実施を通じて、大気環境保全に関する意識を高めることを目的として、1988年度から2012年度まで実施されていた。同観察では、全国24定点観測地点の「カメラ撮影（写真）」において、鳥取県は11度も日本一となっている。また、定点観測地以外の地点も含んでも（＝人が住んでいる場所に限らない）、2度、日本一となり、特に1989年の数値は、星空が有名なハワイのマウナケア山（標高4,205m）の山頂に匹敵するレベルであった。

同じように星空ツーリズムを漂倣する沖縄県石垣島や長野県阿智村では、インバウンドを含め活況を呈しており、星空ツーリズムは、エコツアーの重要なコンテンツとなりつつある。



出所：鳥取県

4. アドベンチャー・トラベル

- 鳥取県西部の有望分野である観光農園やスキー、エコツアー等によるレジャー観光は、アドベンチャー・トラベルと呼ばれている。
- これは、①異文化体験（いちご農園、たたら製鉄、修験道等）、②アクティビティ（スキー等）、③自然（エコツアー等）、からなる旅行形態である。
- 欧米を中心に世界的にアドベンチャー・トラベルが急伸している。
- アドベンチャー・トラベルの振興は、インバウンドに限らず、欧米のライフスタイルに憧れる関西等の大都市圏住民を引き付ける可能性がある。

（1）アドベンチャー・トラベルの成長

アドベンチャー・トラベルは欧米を中心に急成長を遂げている分野である。これは、異文化体験、アクティビティ、自然、からなる旅行形態である。欧州・北米・南米におけるアドベンチャー・トラベルの市場規模は約 49 兆円（2017）であり、年率 11.4%で成長しているとの試算がある。また、一人当たり消費額も他の観光の 2 倍程度とみられている（北海道経済産業局、2018）。

アクティビティは、ニーズが高い順に、ハイキング、バックパッキング、トレッキング、カヤック、ラフティング、クライミング、マウンテンバイク、スキューバダイビング、ケイビング、キャンピングがある（北海道経済産業局、2018）。

欧米におけるアドベンチャー・トラベルの急成長に刺激され、日本でも同トラベルを目指す動きが出てきている。例えば北海道では、2017 年に道内約 50 の企業・団体からなる「北海道アドベンチャートラベル協議会」が設立された。2018 年には世界最大の関連機関である Adventure Travel Trade Association を北海道に招聘し、関連事業者間の情報交換会である「アドベンチャーコネクト」を行っている。さらに同年、北海道の阿寒（釧路市）では、阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社が設立された。

北海道には、ニセコの価値を豪州人が発見し、その後の発展につながったという成功体験がある。欧米人のライフスタイルに憧れる日本人やアジア人が続くことによって、雪だるま式に需要が膨らむというパターンである。アドベンチャー・トラベルに対する熱視線もそのパターン再来への期待がある。

アクティビティと自然や異文化体験を融合させてケースとして北海道のサイクリングを紹介しよう。2016 年 12 月 9 日に「自転車活用推進法」が成立し、基本方針の中に「観光旅客の来訪の促進その他地域活性化の支援」が記載された。北海道では 2017 年 2 月に「北海道のサイクル・ツーリズム推進に向けた検討委員会（事務局：北海道開発局）」を設立し、サイクリング環境の整備を行っている。例えば道東エリアでは、阿寒・摩周・釧路湿原ルート等をモデルルートとし、野生動物との出会いや、異文化体験が可能な阿寒湖アイヌコタンがある。アイヌの秋祭りである「イオマンテの火まつり」はユネスコ世界無形文化遺産に

登録されている。



出所：HOKKAIDO CYCLE TOURISM 資料 サイクル・ツーリズム北海道推進連絡会



出所：EXPLORE the WONDERLAND デジタルパンフレット
「プライムロードひがし北海道」推進協議会

（２）鳥取県西部のアドベンチャー・トラベル

鳥取県西部の有望分野である観光農園やスキー、エコツアー等によるレジャー観光は、アドベンチャー・トラベルと共通点が多い。アドベンチャー・トラベルの定義は、①異文化体験、②アクティビティ、③自然のうち２つを含む旅行形態である。鳥取県西部には、①異文化体験として、いちご農園やたたら製鉄、修験道等があり、②アクティビティとしてスキーやカヌー、サイクリング等があり、③自然として、オオサンショウウオやホタルのエコツアー等がある。

これらはいずれも、有望分野として先に検討を加えたものである。したがって、鳥取県西部におけるインバウンド振興のコンセプトとして、アドベンチャー・トラベルは適しているといえるだろう。

アドベンチャー・トラベルというライフスタイルが注目に値するのは、名所巡りや食事、買物のような通常の静的な観光が日常生活の延長線上にあるのに対し、放浪や冒険を切り口としていることから動的で、かつ精神的な色彩が強いためである。単なる旅行を超えたライフスタイルに近いニュアンスが含まれるためである。

アドベンチャー・トラベルは、主に欧米のインバウンドを意識したコンセプトである。しかし、欧米のライフスタイルに憧れるアジア人もその視野に入る。また、インバウンドに限らず、同じように欧米のライフスタイルに憧憬をもつ関西等の大都市圏住民、特にリタイア層を引き付ける可能性があるだろう。

（３）隠れた資産：たたら製鉄跡地

アドベンチャー・トラベルの構成要素である異文化に冒険や放浪の要素が濃ければ、アドベンチャー・トラベルはより重畳的となる。幸いにも日本文化の基層には、冒険・放浪を基軸とした縄文文化がある。平地は米作りのために、弥生化が進んだが、漁山村には、米作りを主としない縄文的な色彩を残したライフスタイルを感じる場合がある。

例えば放浪遍歴の文化を現代に伝える修験道（三徳山三佛寺等）は、アドベンチャー・トラベルの原型であり、インバウンドにも人気である。冒険・放浪文化でもあった縄文文化の流れを契機とするマーケティングが出来れば、各地域でアドベンチャー・トラベルを地域活性化の起爆剤とすることができる。

農耕的なイメージが強い日本は、主要文明の中で最も近年まで狩猟採集を主としてきた地域である。自然に恵まれていたためだ。ところが、強兵につながる人口扶養のために、米への転換を図り、そのための強制が文化的装置として作用したことから、農耕民族との認識が浸透しているが、それは史実に反する。

縄文の影響は、定住よりむしろ漂泊集団が文明を造ってきた歴史にみることもできる。自給自足的な農村に文明（医薬品等）や娯楽を提供したのは漂泊職業集団であった。また、工業の要である鉄は、移動を必要とする「たたら製鉄」であった。「たたら製鉄」は出雲地区

を除いては 10 年程度で樹木の植え替えのため立地を移動するのが普通であった³。製鉄自体に冒険の要素が入っているのである。

明治に官営八幡製鉄所が稼働するまで、中国山地は千年以上にわたり日本の鉄生産を支えてきた。奥日野はその代表的地域である。奥日野には異文化体験を核にアドベンチャー・トラベルを振興しうる基本要素がある。具体的には、たたら製鉄跡地を巡るトレッキングやマウンテンバイクと、オオサンショウウオ観察のエコツアーを連動させることなどが考えられる。アクティビティで空腹となれば、たたらどんぶりもある（写真）。

「たたら」活用例



撮影：日本経済研究所

³ 舘充（2005）「わが国における製鉄技術の歴史-主としてたたらによる砂鉄精錬について-」 p.7

(4) 各地のアドベンチャー・トラベル

①ニュージーランド

- **日本と緯度や地形が類似するニュージーランドはアドベンチャー・トラベルが盛んである。スキー、カヤック、マオリ文化があり、大自然の中でバンジージャンプ、スカイダイビング、ケイビング、キャニオニング等を体験できる様々なプログラムが提供されている。**

Case 1 アドベンチャー・トラベル ニュージーランド

● 背景・経緯

ニュージーランドは、大自然を活かした「ニュージーランド 100%ピュア・キャンペーン」を実施しており、様々なアドベンチャー・アクティビティのプログラムを提供している。ニュージーランド政府観光局は、海外の旅行者にニュージーランドに来訪してもらうために、国際的なマーケティング活動を行っている。現地の旅行関係者と連携しながら「ニュージーランド 100%ピュア・キャンペーン」を通じて世界の旅行者やメディアに情報発信をしている。

● 事業展開の内容

ニュージーランドはバンジージャンプ発祥地であり、様々なアドベンチャー・アクティビティのプログラムを提供している。ラフティング、スカイダイビング、ジップライン、キャニオニング、洞窟体験、サイクリングでは、「ニュージーランド・サイクル・トレイル」、世界トップのスキースクール、ゲレンデすぐまで送迎のある宿泊施設、ワイナリーもある。マオリ文化は、ニュージーランドの先住民で、ニュージーランドの文化の根幹をなし、歌や踊りといったマオリ文化のパフォーマンスを楽しむことが出来る。

● ポイント

スキーを含むアドベンチャー・トラベルを中心とした地域振興をニュージーランドは行っており、大自然の見せ方、楽しみ方に関する情報を効果的にプロモーションしている。スキーのみではなく、マオリ文化のような異文化とのふれあいを融合させた PR の手法は、アドベンチャー・トラベルの見せ方として他地域の参考となる。

②北海道 道東エリア（釧路市等）

- 北海道の道東では、ニュージーランドと遜色ないアドベンチャー・トラベルの提供が可能とみられる。スキー、カヤックが可能でアイヌ文化の地域資源がある。
- アドベンチャー・トラベルの国際機関（ATTA）⁴が高く評価している。

Case 2 北海道 道東エリア

● 1.背景・経緯

北海道の道東エリアは、2つの国立公園である「釧路湿原国立公園」、「阿寒摩周国立公園」を有する地域である。良質の温泉が湧出する阿寒湖温泉には日本最大のアイヌコタン「阿寒湖アイヌコタン」があることでも有名である。当地域にある釧路市は2016年1月には観光庁ショーケースに選定された。

● 2.事業展開の内容

北海道道東地域では、雄大な自然を活かしたアクティビティを提供しており、釧路川をカヌーで下り、大自然を味わうことが出来る。この他にはルアーフィッシングやフライフィッシング、バックカントリー、スキー、スノーボードレッスン、スノーシュー、アイスウォーク、アイスダイブ、流氷ウォーク、ダイビング、犬ぞり、ワカサギ釣り等氷点下でしか味わえない世界を様々な形のアクティビティで提供している。当エリアには特別天然記念物であるタンチョウとマリモがあり、厳冬期に出現するフロストフラワーを見るために欧米や中東からの富裕層が来訪している。釧路市では入湯税を増額し、「釧路市観光振興臨時基金」を設置し、観光地域づくりの財源として活用している。基金の用途は観光地域づくりに限定し、駐車場や案内板、無料wifi等の整備に充当している。

● 3.ポイント

大自然を活かした北海道の道東エリアは、氷点下でしか味わえない世界を見せるために様々なアクティビティを展開している。入湯税を増額し、観光振興の財源に充当し、地域が一体となって観光振興に取り組んでいる点は他地域の参考になる。

アドベンチャー・トラベルを推進する事業体として、2018年4月に阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社が設立されている。今後、カナダ・ケベック州の山岳地帯で開催され既に高い評判を得ている森に対するデジタルマッピングである「Foresta Lumina」の阿寒版を、先住民であるアイヌの生活と文化に貢献するモデル事業として展開する予定である。

【阿寒湖の大自然】



撮影：日本経済研究所

⁴ ATTA：Adventure Travel trade Association：世界最大級のアドベンチャー・トラベル・サミットを主催する1,000会員を有するアドベンチャーツーリズムに関連する機関。

5. 事業者ヒアリング調査

- 事業者ヒアリングによると、いちご農園は単体ではなく、スキー場、温泉、宿泊施設等とパッケージで売り出していくことが重要である。
- インバウンド対応としては、多言語対応、いちご農園の利用のマナーのご案内、キャッシュレス化、物流コスト、二次交通がポイントである。

【中国人の訪日スキー客需要についての事業者ヒアリングコメント】

- ・ インバウンド観光客は、多言語対応が重要である。多言語対応のための端末設備もあるが、インバウンド観光客をスキー場で待たせられない。
- ・ 初めてのスキー客はどのようにスキー場で滑れば良いか分からない。スキーはインストラクターが重要で、インストラクターがいないと、満足できる体験にはならないのではないか。
- ・ スキーは、「二次交通」が非常に重要な問題である。スキー場利用者にとっては、空港からどのようにスキー場までいくかが非常に重要である。FIT を獲得するには、交通アクセスは特に重要で、空港からすぐアクセスできる場所にあるスキー場であれば良い。
- ・ インバウンド観光客向けには、サービス内容が分かりやすいようにチケット売り場、雪遊び、遊ぶことが出来る場所がインバウンド観光客に分かるようにサービスをパッケージにしないと売れない。
- ・ レジャーはスキーの初心者でうまく滑れず、結果的に楽しめなかった人のフォローも重要である（雪遊び等で楽しめるようフォローが重要である）。スキー場で転倒すると、大事故になる場合もあるので、スキーは注意が必要なスポーツである。
- ・ スキーのみならず、雪遊びが出来ると良い。大きなスキー場に行って、スキーが滑れないと降りられなくなる場合がある。
- ・ スキーのみで来訪する人は一部である。従って、スキー単体ではなく、観光農園や温泉等周遊ルートを構築することが重要である。
- ・ 日本は雪の質が良いので、その点は強みになるので PR 出来る。香港からの観光客もスキーを楽しむ。
- ・ ニセコや滋賀県のスキー場は、交通アクセスは悪いが、インバウンド観光客には人気が高い。ただし、ニセコは 10 年以上もインバウンドへの取り組みを継続して実施しているケースである。
- ・ 子供向けのサービスプログラムはポテンシャルが高い。
- ・ スキー単体ではなく、観光農園や、例えば長野県の猿の見学ツアー等と組まないと成功しないのではないか。

有望分野に関する、インバウンドをテコにした地域振興のポイントは以下の通り。

● 1：インバウンド向けに多言語対応や予約サイトを充実させる

DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）では、鳥取レジャーに対する期待の中では「アウトドア・アクティビティ」、「果実等の採取（いちご狩り等）」「エコツアー」に対する期待が高いため、海外に向けて英語等で情報発信し、福岡県筑紫野市のストロベリーフィールズ 筑紫野いちご・いちじく農園のように海外からもメール等で予約を受入れる仕組みが必要である。

● 2：混雑しないよう来園時間や受け入れ可能人員を設定

香港便等の航空機やクルーズ客の到着時にはインバウンド観光客の混雑が予想される。海外からのインバウンド観光客の鳥取レジャーの満足度を上げるためには、混雑しないよう来園時間や受け入れ可能人員を予め設定し、利用制限時間や、混雑状況をインターネットで情報配信していくことも考えられる。

● 3：いちごが不足しないよう農家との連携

混雑した場合や何等かの原因で不作の場合は、いちごが不足しないよう近隣の農家との連携も必要である。いちごに代わるものの提供や、近隣の直売所との連携等サービスの向上を検討していくことも考えられる。

● 4：いちごの摘み方等マナーを多言語で対応

千葉県事例のドラゴンファームでは、お客様毎に手製のいちごの模型を使っていちごの摘み方や食べ方を丁寧に説明している。インバウンド観光客には、初めての経験であるケースもあるため、どのようにいちごを摘めば良いのか、多言語で解説していく必要がある。観光客のマナーの良さは施設の評価の良さにもつながるため、今後の集客に影響が及ぶと考えられる。

● 5：空港や境港への宅配サービスの提供

観光の最終日に、いちご農園に立ち寄り、お土産として購入してもらうことが想定される。香港のケースでは、検疫なしでいちごを持ち出すことが可能であるため、空港や港に宅配サービスを展開することも考えられる。検疫については、国籍毎に異なるため、いちご農園に入園の際に確認し、香港以外の観光客に対する対応を検討していくことが必要である。

● 6：スキー場での多言語対応

スキー場で「楽しい体験」をしてもらうためには、利用客を待たせないように多言語対応

を充実させることが重要である。スキーは、インストラクターが重要であり、多言語対応のギアを着用すれば、インストラクターの指示が伝わるように出来るサービスがある。このようなサービスを含めて中国人向けのサービスの質の向上を検討していく必要がある。

- 7：スキー場をキャッシュレス化する

事業者ヒアリングによると、中国のスキー場はキャッシュレス化が進んでおり、中国人の利用客をねらう場合は、現金ではなく、カード決済、キャッシュレス対応が出来るよう投資が必要である。

- 8：二次交通を充実させる

事業者ヒアリングによると、二次交通は非常に重要であり、空港や港からどのようにスキー場や観光地まで行くかが重要な課題である。地域の自治体と連携しながらバスの運行や多言語による情報提供を検討していく必要がある。

V. 鳥取県西部の地域振興戦略・地域振興策の検討

1. 経営学から考える地域振興戦略

地域を一つの企業と考えると、地域振興には経営学の知見を応用することができる。いちご農園等、農業については地域との関連性が決定的であり「非市場戦略」が問われる。境港～日南に至る観光は、インバウンドによる成長が期待できる。成長を確実なものにするためには、各地の観光資源を星に見立て、それぞれの観光資源をつなぐ星座に相当するストーリーを構築し、「バリューコンステレーション」を形成することが求められる。具体的には、ストーリー重視型の旅行形態であるアドベンチャー・トラベルが有力とみられる。

(1) 非市場戦略（農業）と意味創出（観光）

産業を競争のタイプと競争の型で整理すると、いちご農園を含む農業は完全競争の市場ではなく、寡占市場であり、非市場戦略が重要となる。非市場戦略とは、例えば、海外でビジネス展開する際に、政府を通じて関税や非関税障壁を撤廃させるよう働きかけることである。日本国内では、地域のステークホルダーとの関係強化や地域との共生等が非市場戦略に該当する。

観光については、ブランド化の競争となるが、何らかのストーリーを構築実行し、地域や自然、文化に意味をつけていくことが肝要とみられる。地域に意味を創るためには、各地域の地域資源を結んで、立体的なストーリーを構築する手法が有力である（バリューコンステレーション）

競争のタイプ	意味を創る			<u>インバウンド</u>
	品質・コスト		ものづくり	
	地域との共生	農業		
		非市場型	価格競争	ブランド化
		競争の型		

出所：入山章栄「世界標準の経営理論」Diamond Harvard Business Review を参考に
日本経済研究所作成

（２）バリューコンステレーション（価値星座）

インバウンドは、日本人の嗜好と異なっている部分が少なくないので、想定されるストーリーを柔軟に修正しつつ構築していく戦略が重要である。本調査の分析によれば、自然を活かしたレジャーが不足しているので、それを補完するストーリーが最も重要である。

具体的には、イチゴ狩り等への期待が大きいにも関わらず、供給が不足しているので、インバウンド向け観光農園を整備し、自然を活かしたレジャーの底上げを図ることが最も重要とみられる。

さらに、スキーやサイクリング、マウンテンバイク等のアウトドア・アクティビティを強化していくことが望ましい。但し、アジアのインバウンドではスキー等の経験が少ないことから、いちご狩り等の手軽に楽しめるコンテンツと同時並行的に供給することによって、アクティビティのハードルを下げる配慮が必要とみられる。

鳥取西部地域には、かに、スキー、温泉、いちご等地域資源は豊富にあり、インバウンド観光客のニーズに対応できるコンテンツがある。また「たたら製鉄」の歴史や、砂鉄採取をめぐる当時の人々の営み、鉄を活用した日本刀にふれる体験、購入、地域の希少動植物のヒメボタル⁵、オオサンショウウオ⁶の活用等、ストーリーを構築できる地域資源は多い。

これらの地域資源を輝く星に見立てると、地域資源をつなぐストーリーは星座に相当する。地域資源の価値を星座のようにつないでストーリーを構築することが望まれる（バリューコンステレーション：価値星座の形成）。その際に、自然とアクティビティ、異文化体験をつなぐアドベンチャー・トラベルという視点が有力となる。

例えば、「たたら」文化に潜む放浪の要素は、オオサンショウウオ観察・エコツアーのような探検的アクティビティと親和性が高く、パッケージでアドベンチャー・トラベルのストーリーを構築することが可能とみられる。また、スキーは初心者には難しいが、うまくいかない場合に観光農園等があると楽しめるように、地域資源の連携によって、初心者にもやさしいアドベンチャー・トラベルといったストーリーの提供も、アジア圏の観光客を想定した場合には重要とみられる。

⁵ 日南町福万来（ふくまき）地区は、林一面飛び回る「ヒメボタル」と川沿いを天まで昇るがごとく飛ぶ「ゲンジボタル」が左右同時に見ることのできる全国でも希少なホテル観賞スポットである。

⁶ 鳥取県西部の日南町は、オオサンショウウオの生息地として著名である。政府が推進する国立公園満喫プロジェクトのエコツアーにおけるキラーコンテンツと目されており、政府支援により利用者負担による保全の仕組みづくりが進められつつある。

2. 鳥取県西部の地域振興戦略（まとめ）

● 1：地域とのつながりやネットワークを最大限に活かす（非市場戦略）

地域ではステークホルダーの関係性を調整する非市場戦略が重要である。地元企業や金融機関、自治体、これまでの人的なネットワークを最大限に活用することで、事業のスムーズな実行につなげていく。

● 2：インバウンドの期待や不満に対応する

自然は評価されているが、自然を活用したレジャーにはそうではない。イチゴ狩り等への期待が大きいにも関わらず、供給が不足している。インバウンド向け観光農園を整備したり、自然を活かしたレジャーの底上げを図ったりすることが重要とみられる。

● 3：東アジアとの海を使った近接性を活かす

古代から日本海を使った東アジアのネットワークは緊密であった。統計データからも境港からのクルーズ客は増加している。鳥取県西部のアジアからの近さを活かすには、海の活用が重要となる。

● 4：雪を活用する

2022年には北京で冬のオリンピックが開催される。アジアのスキー人口は急増している。スキーに限らず、雪を活用したアクティビティは有望である。「スノー市場」という幅広い概念でとらえていく必要がある。

● 5：アドベンチャー・トラベルを志向する

異文化体験（いちご農園、たたら製鉄、修験道等）、アクティビティ（スキー等）、自然（エコツアー：オオサンショウウオ、星空ツーリズム）、からなるアドベンチャー・トラベルは、世界的に注目されている。鳥取県西部の地域資源は、アドベンチャー・トラベルの観点からとらえ直すことが望まれる。

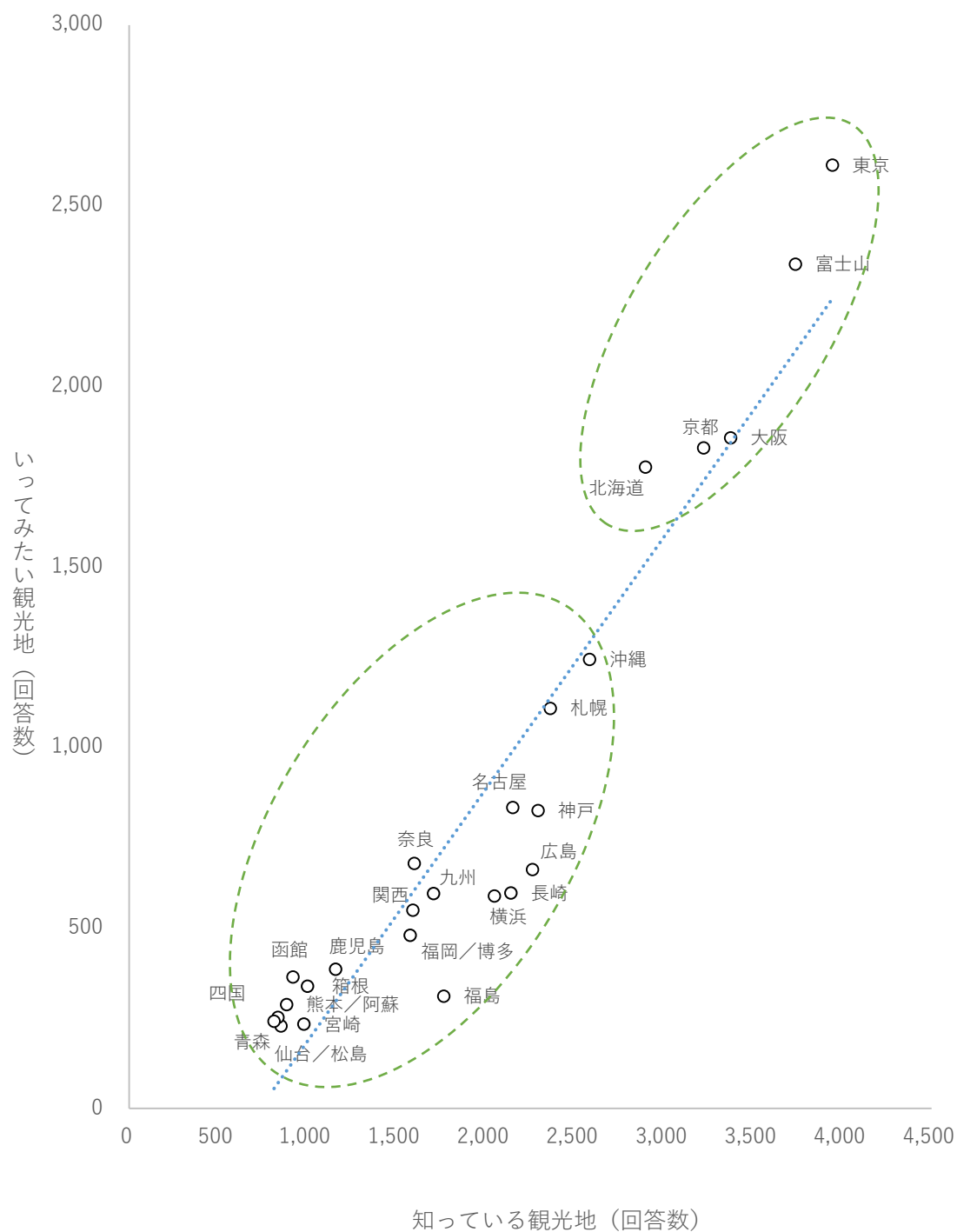
● 6：バリューコンステレーションを形成する（地域資源を星座のように結ぶ）

例えば、スキーは初心者には難しく、うまくいかない場合に観光農園等があると楽しめるように、地域資源の連携は重要である。地域資源を星に見立て、星座のようにつないで価値やストーリーを形成するバリューコンステレーションという視点が重要である。

VI.参考資料 (DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2018 年版詳細)

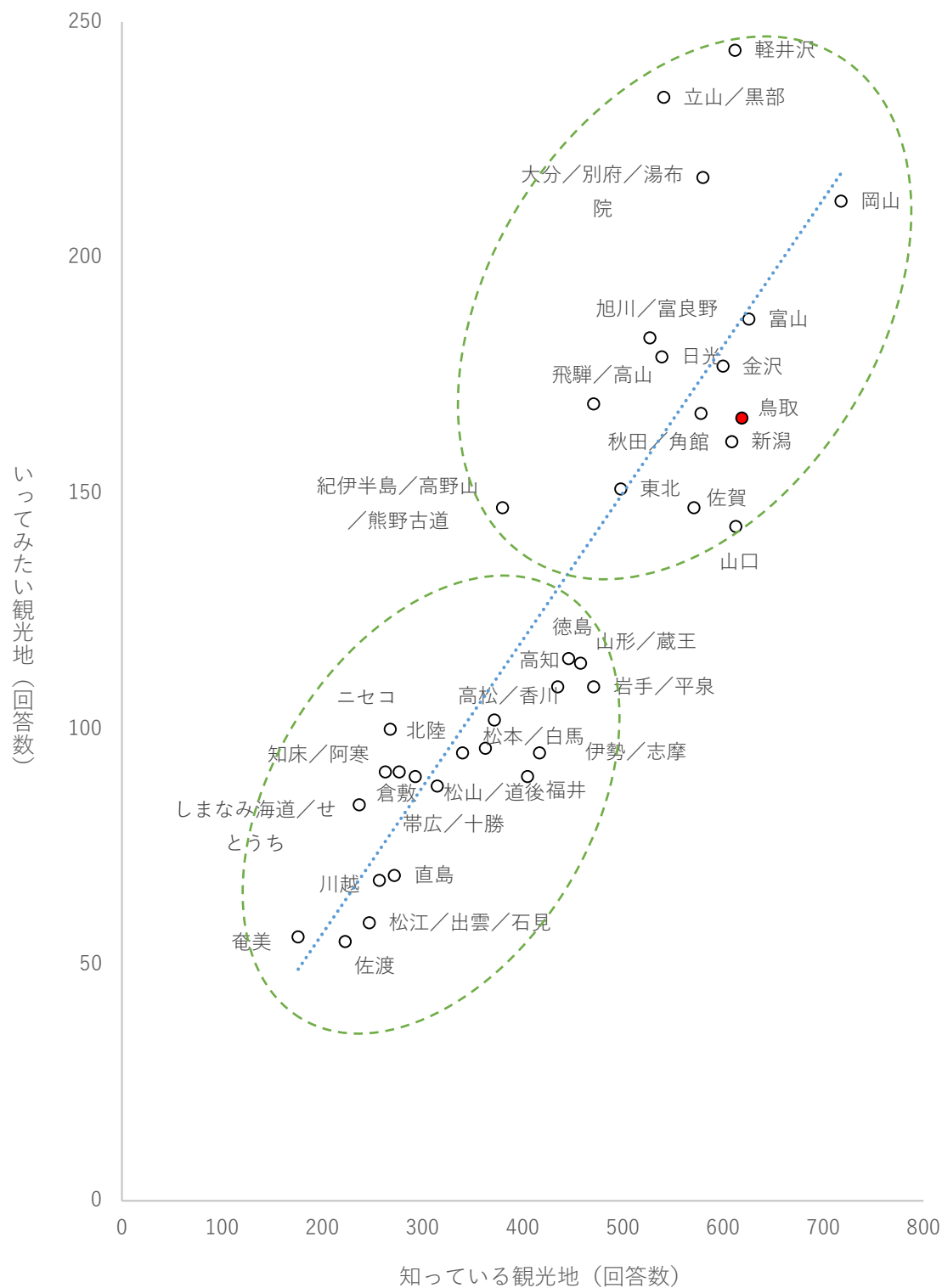
1. 日本の観光地に対する認知・希望

- 認知・希望が上位の観光地（都市等）：東京、富士山、大阪、京都、北海道は認知度が高く、行ってみたい観光地ともに上位にある。



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

- 認知・希望が下位の観光地（リゾート等）：鳥取の認知・希望は、全体の第3グループにある

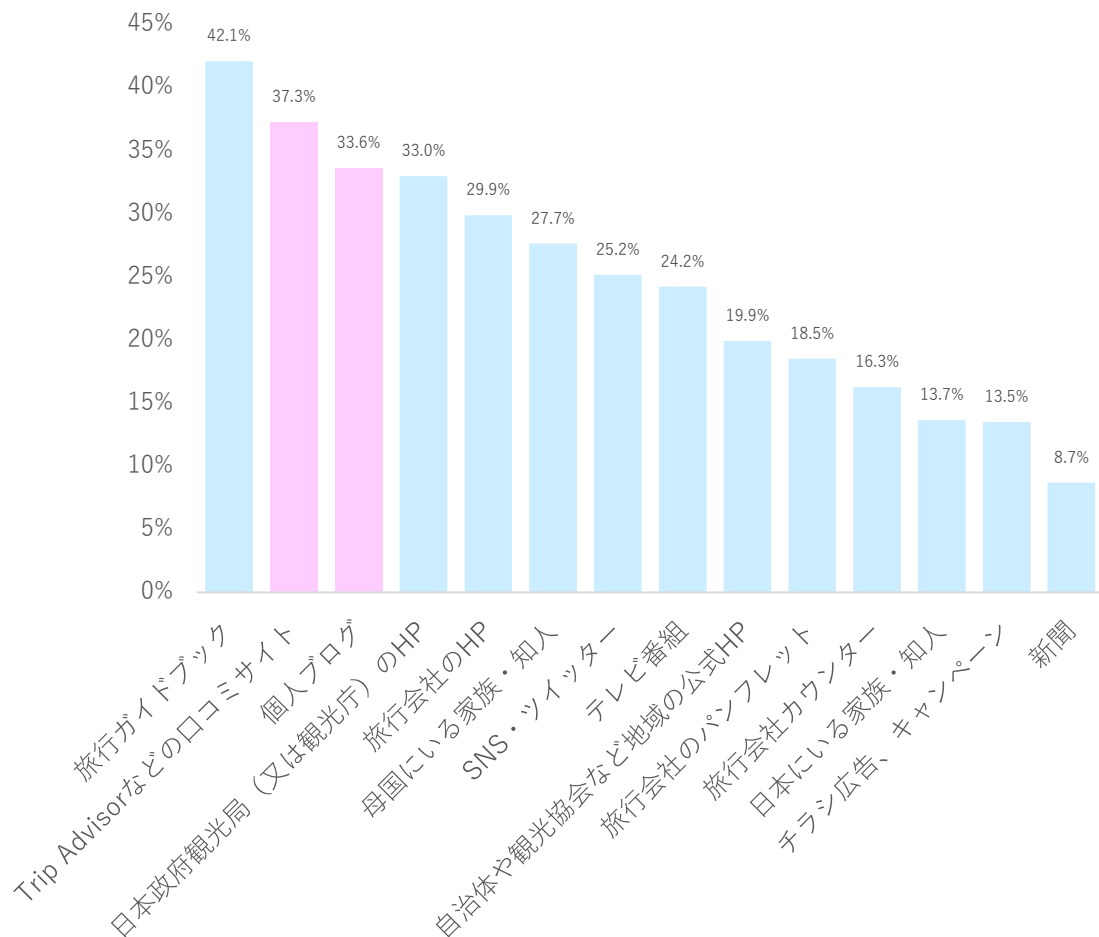


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年版）

2. 訪日・情報収集手段

- 訪日客の情報収集手段について見ると、旅行ガイドブック（42.1％）に次いで、口コミ（37.3％）やブログ（33.6％）が重要なメディアとなっている。
- 認知度を高めて往訪してもらうには、口コミやブログで好感度の高い情報を提供してもらう必要があると考えられる。
- ネットで好感度の高い情報を発信してもらうためには、満足度を高める必要がある。特に現状の満足度は低い、上げることが可能なレジャーの満足度を上げることがポイントとみられる。

情報取集手段

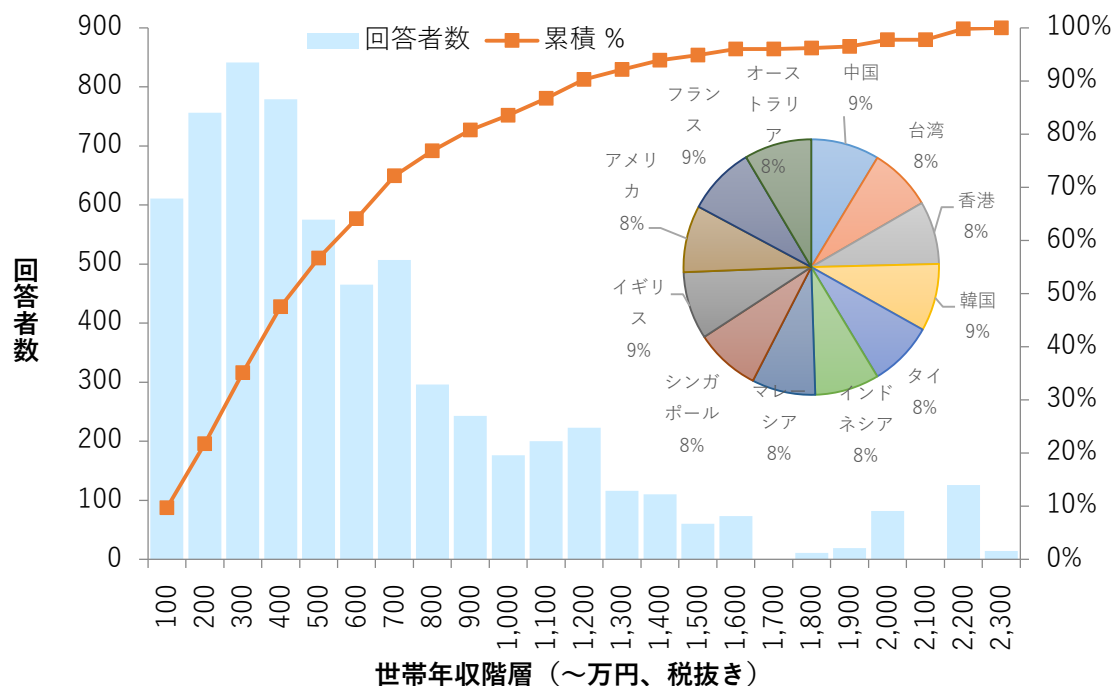


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

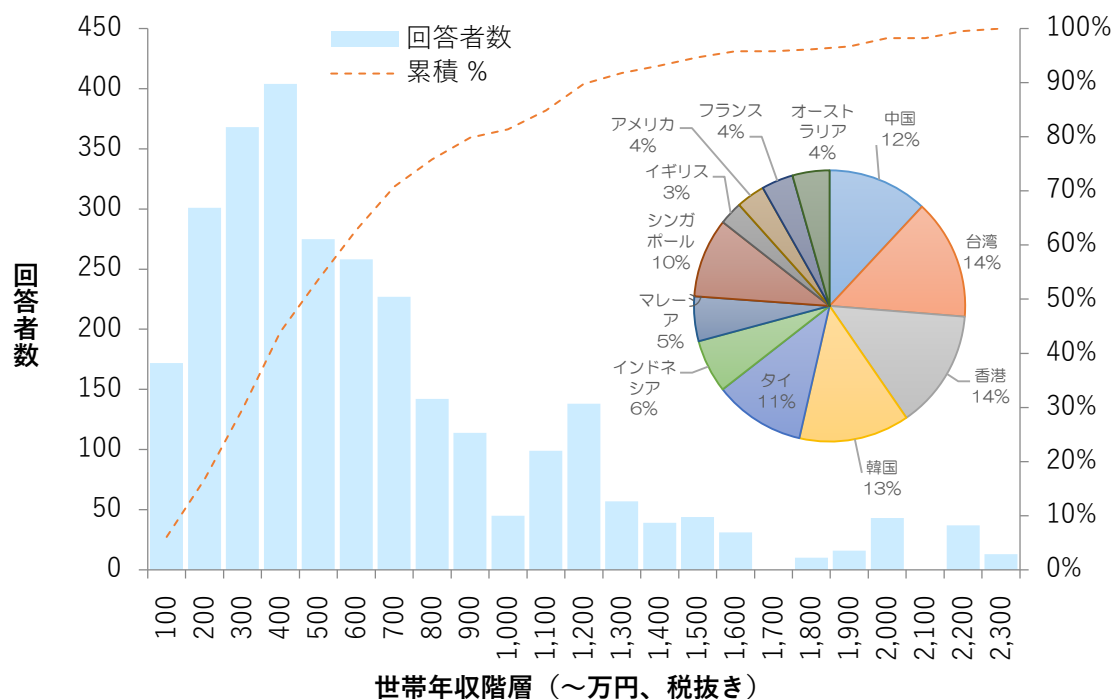
3. 属性情報等

● 回答者の世帯年収と国・地域を示す。

アンケート回答計（6,283 人、平均世帯年収 561 万円）

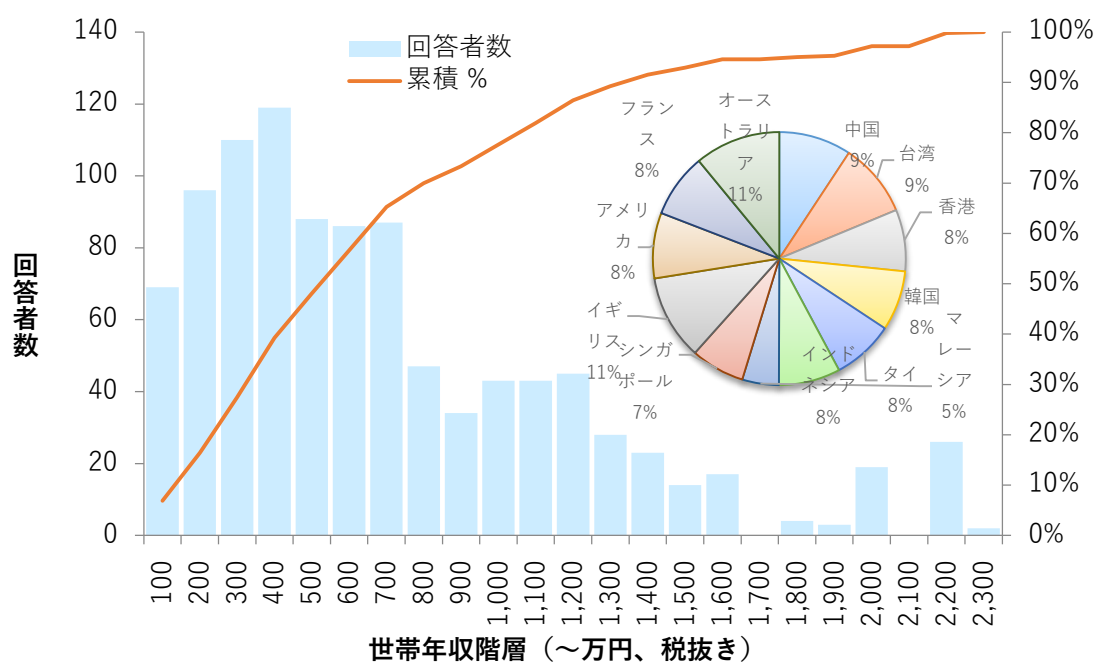


全国訪日計（2,833 人、平均世帯年収 593 万円）

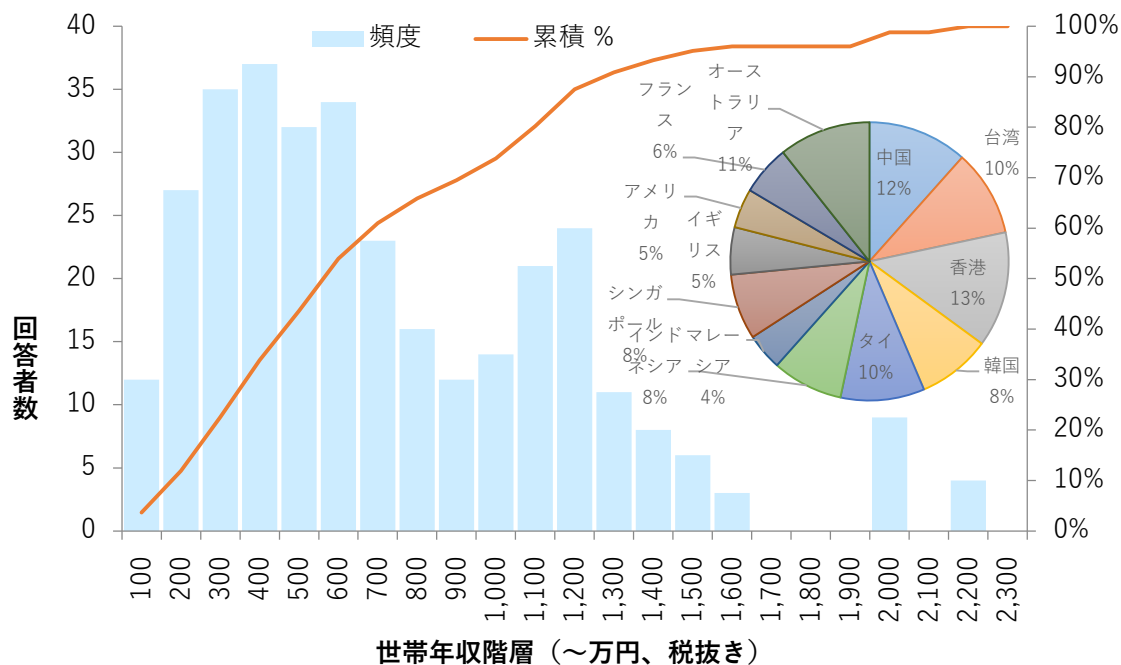


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

中国地方往訪希望者（1,003 人、平均世帯年収 650 万円：税抜き）



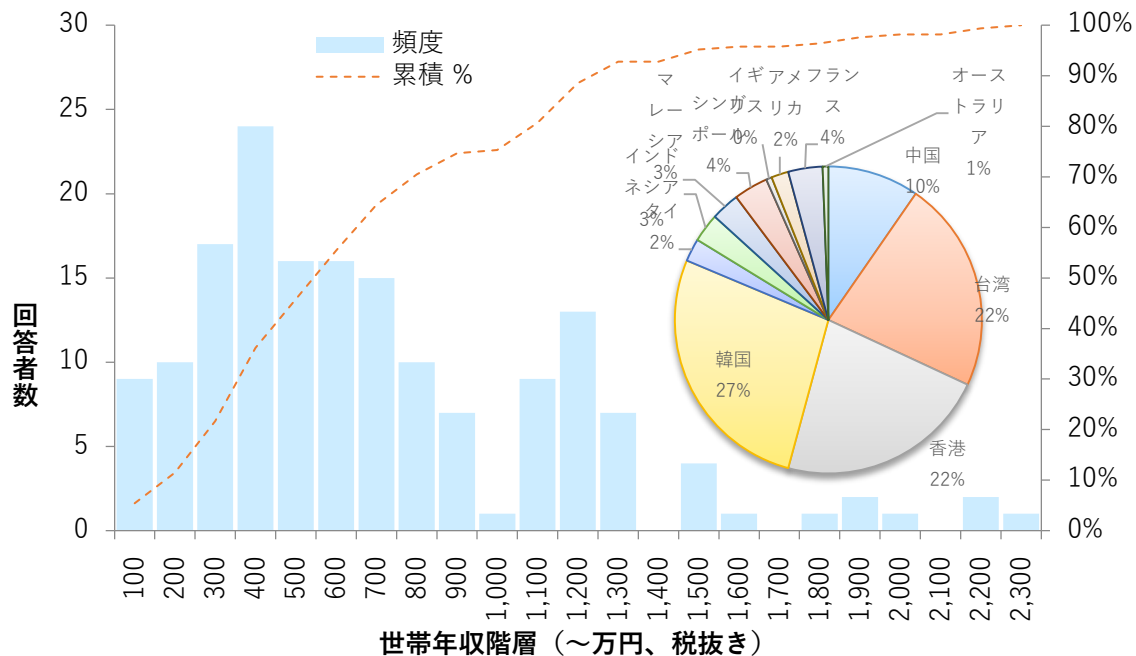
中国地方往訪経験者（328 人、平均世帯年収 678 万円：税抜き）



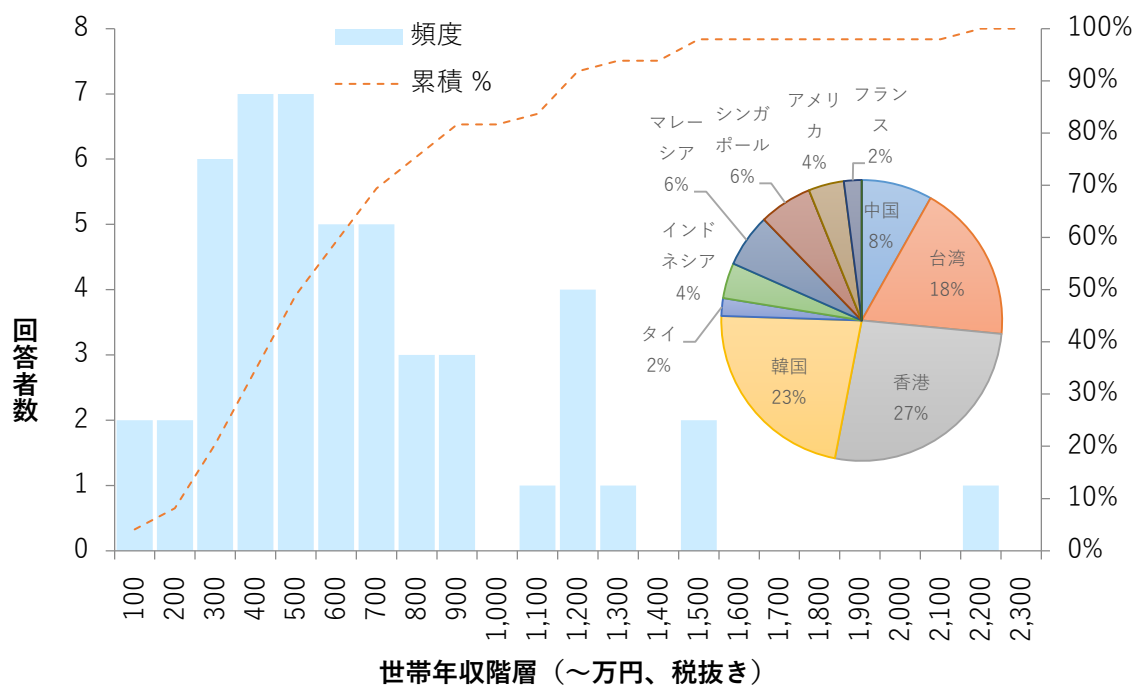
出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

- 鳥取往訪経験者や希望者の年収は訪日平均をやや上回る。やや二極化している。
- 中国、台湾、香港、韓国が訪日平均よりも多い。

鳥取往訪希望者（166 人、平均世帯年収 656 万円：税抜き）



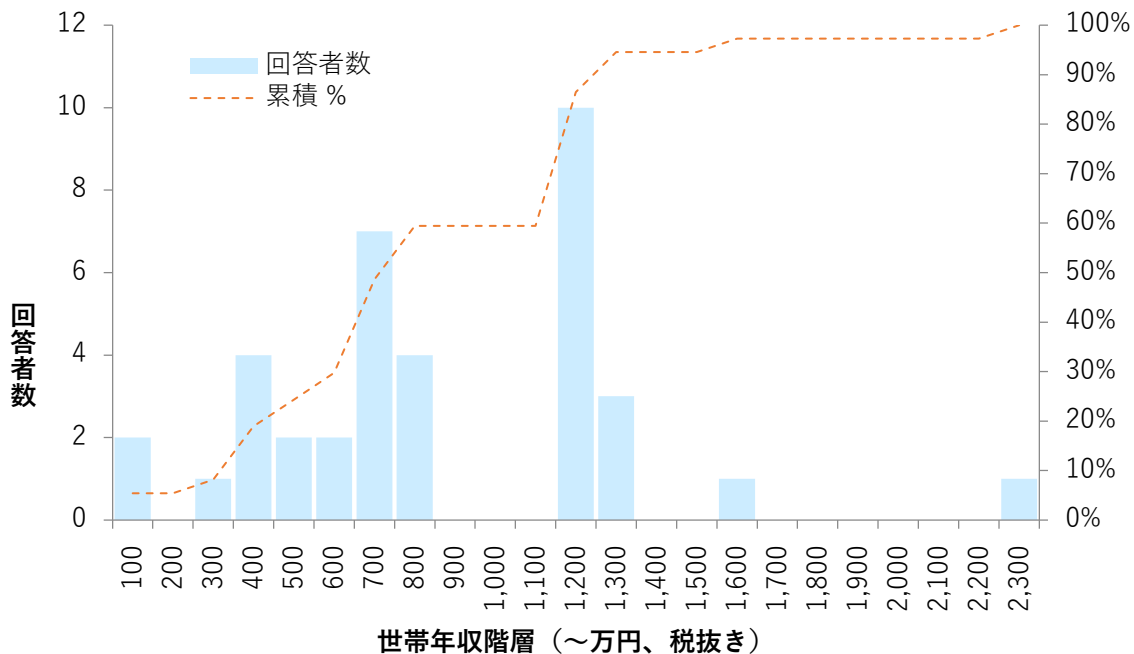
鳥取往訪経験者（49 人、平均世帯年収 623 万円：税抜き）



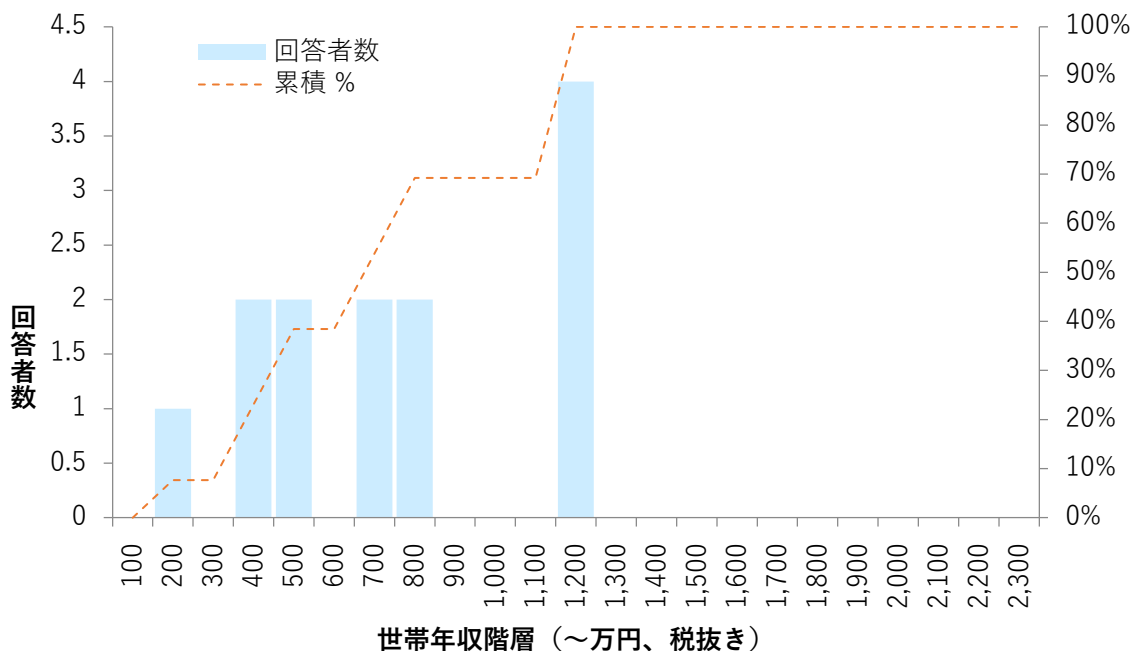
出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

- 香港のみの属性情報を下図に示す。
- 希望・経験ともに平均所得が上昇した。所得分布は2極化がみられる。

鳥取往訪希望者：香港のみ（37人、平均世帯年収 823 万円：税抜き）



鳥取往訪経験者：香港のみ（13人、平均世帯年収 707 万円：税抜き）

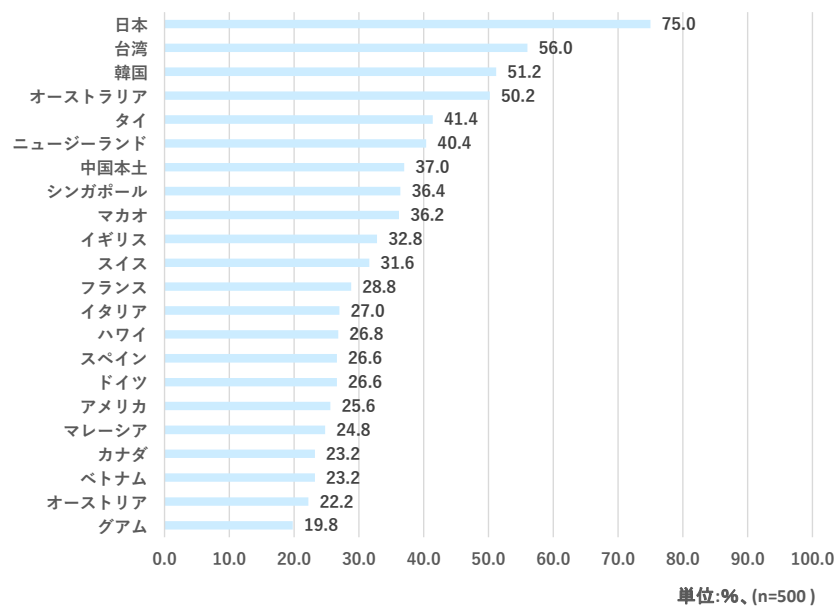


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

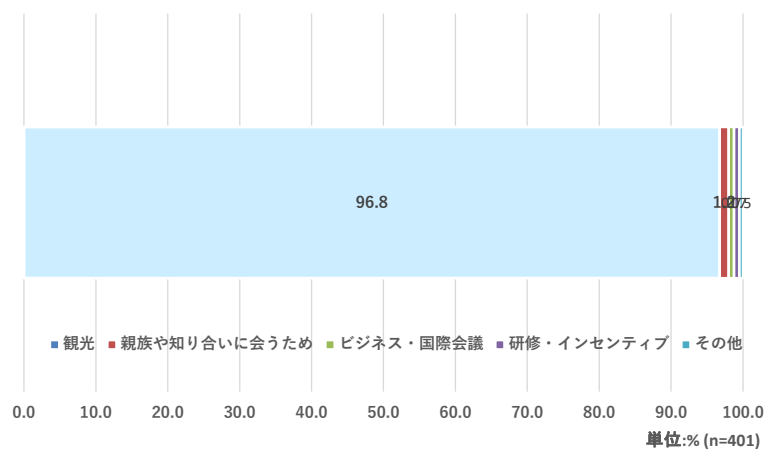
4. 香港人の行きたい国・目的

- 香港人の行きたい国は第1位が日本であり、75%を占めている。
- 訪日目的については、96.8%が観光目的である。

行きたい国（複数回答）



訪日の目的（単回答）

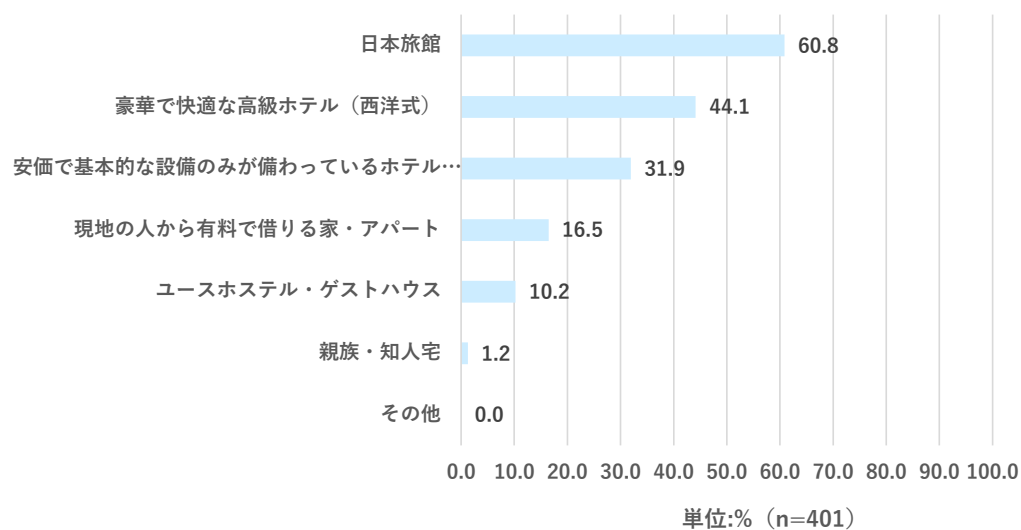


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

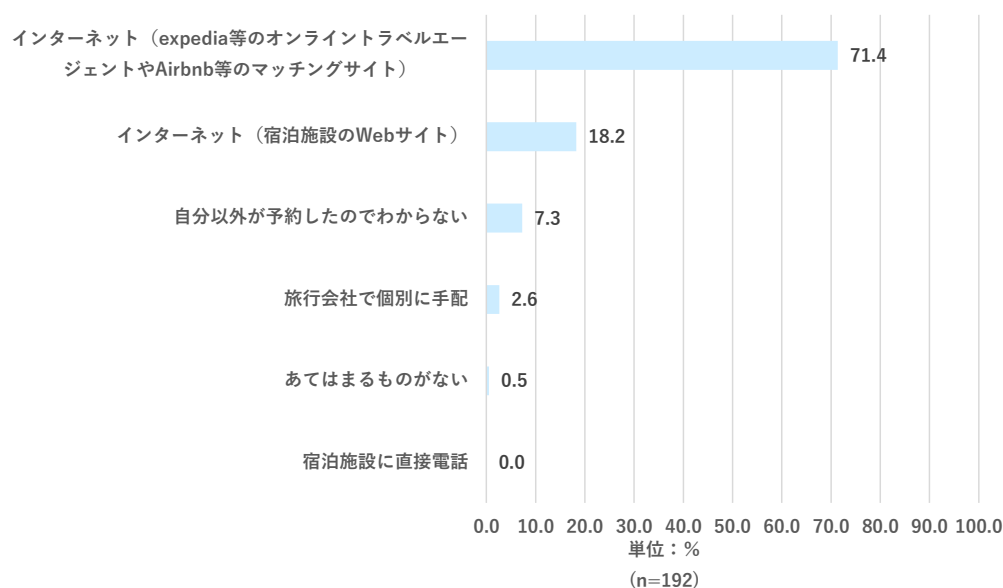
5. 香港人の宿泊したい施設と手配方法

- 香港人が日本で宿泊したい施設は日本旅館が最大で 60.8%、次いで豪華で快適な高級ホテル（西洋式）が 44.1%である。
- 宿泊施設の手配方法は、インターネット（expedia 等）が最大で 71.4%となっている。

日本で宿泊したい施設（複数回答）



宿泊施設の手配（単回答）

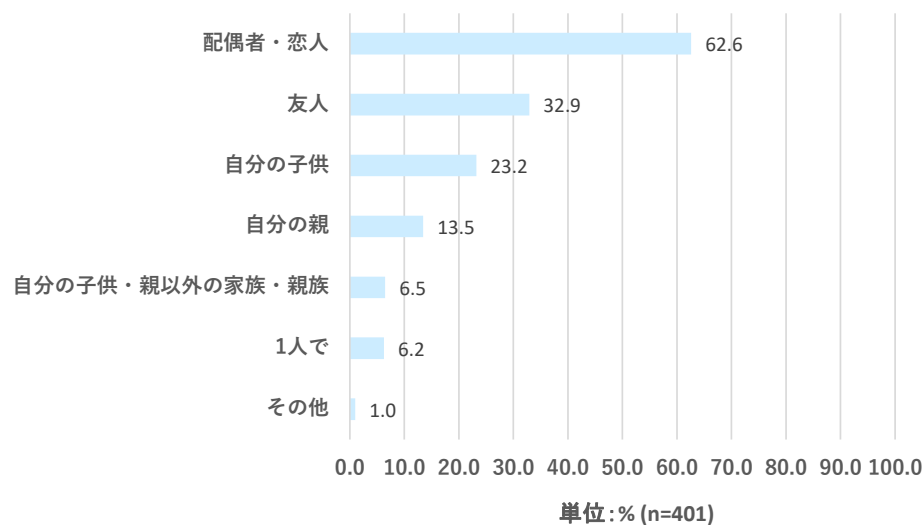


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

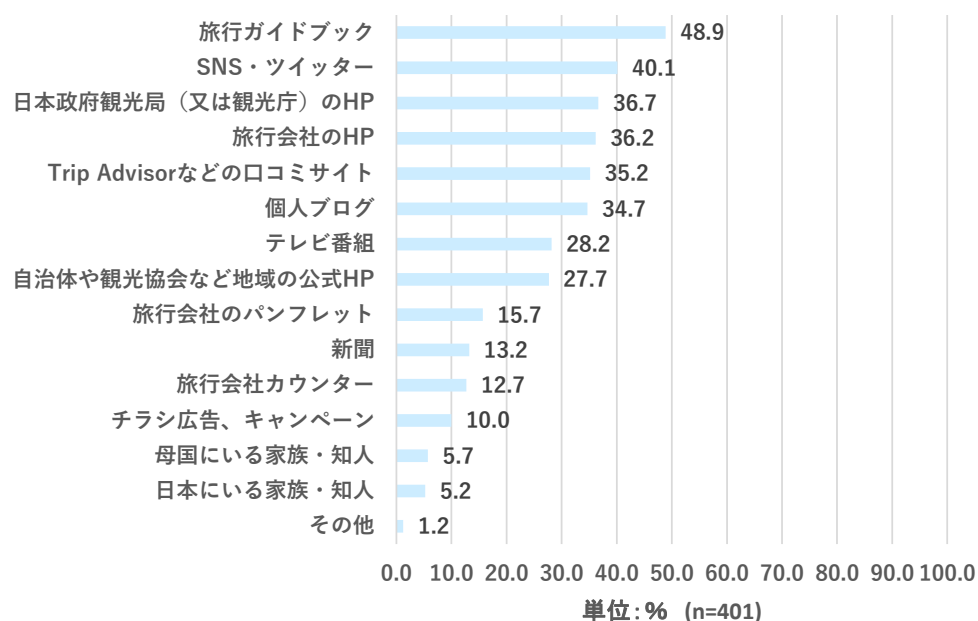
6. 香港人の旅行同行者と情報収集源

- 一緒に旅行した人は、配偶者・恋人が最大で 62.6%、日本旅行をする前に情報収集した情報源は旅行ガイドブックが最大で 48.9%、次いで SNS（ツイッター）が 40.1%、日本政府観光局の HP が 36.7%と続いている。

誰と旅行をしたか（複数回答）



日本旅行をする前に収集した情報源（複数回答）

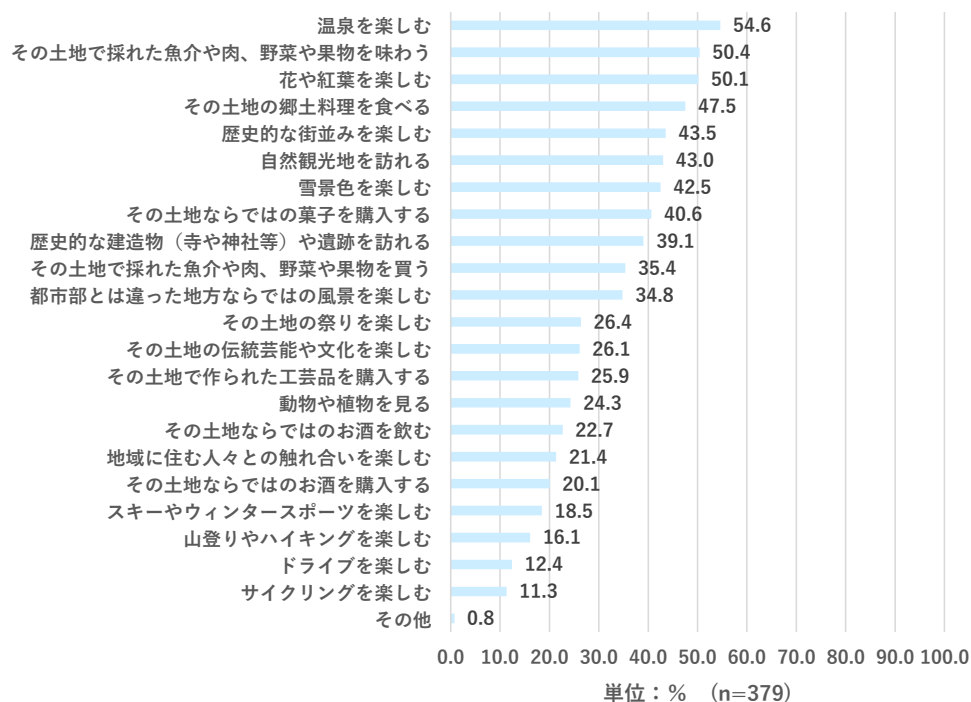


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

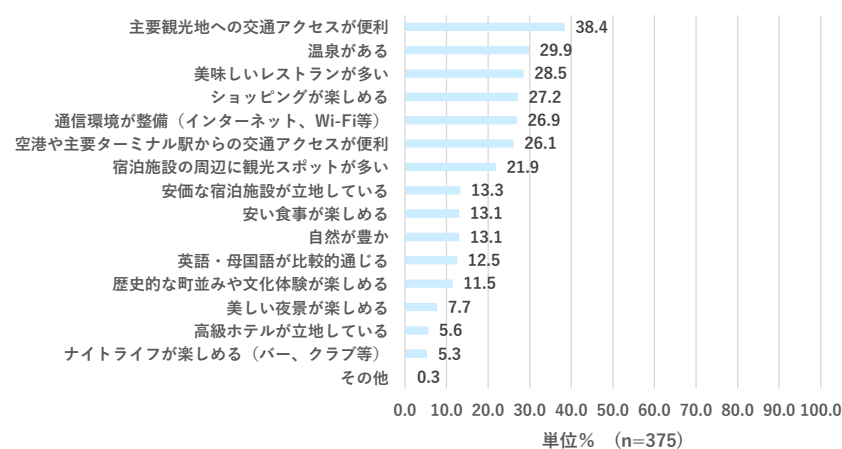
7. 香港人が地方観光地で体験したいこと及び宿泊先の決定要因

- 日本の地方観光地で体験したいことは、「温泉を楽しむ」が最大で 54.6%、次いで「その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう」が 50.4%、「花や紅葉を楽しむ」が 50.1%、「その土地の郷土料理を食べる」47.5%と続いている。

日本の地方観光地で体験したいこと（複数回答）



日本旅行時に、宿泊地決定に際、重視するもの（複数回答）

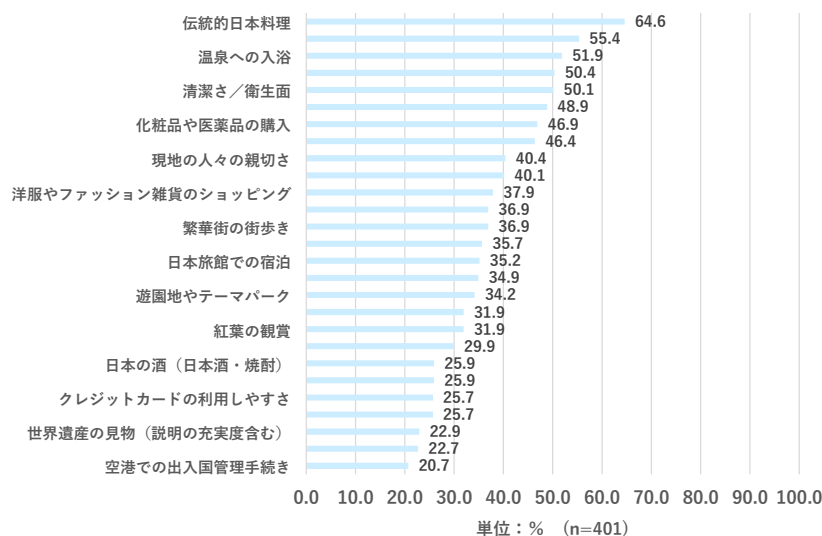


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

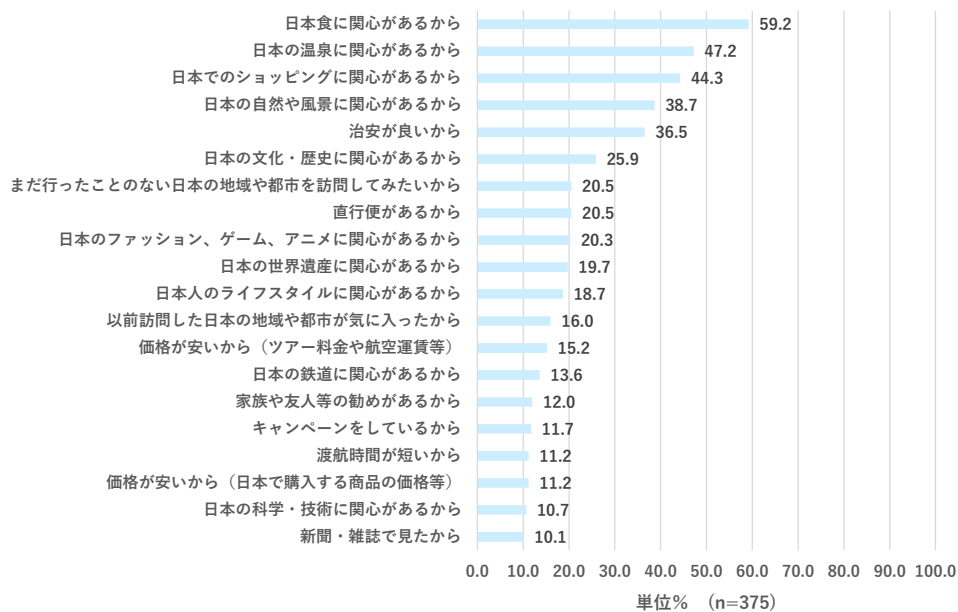
8. 香港人が日本旅行で満足したもの

- 日本旅行で満足したものは、「伝統的日本料理」が64.6%、「温泉への入浴」55.4%、「清潔さ／衛生面」51.9%と続いている。
- 日本旅行のきっかけは、「日本食に関心があるから」が最大で59.2%、「日本の温泉に関心があるから」47.2%となっている。

日本旅行で満足したもの（複数回答）



日本旅行をしたいと思ったきっかけ（複数回答）

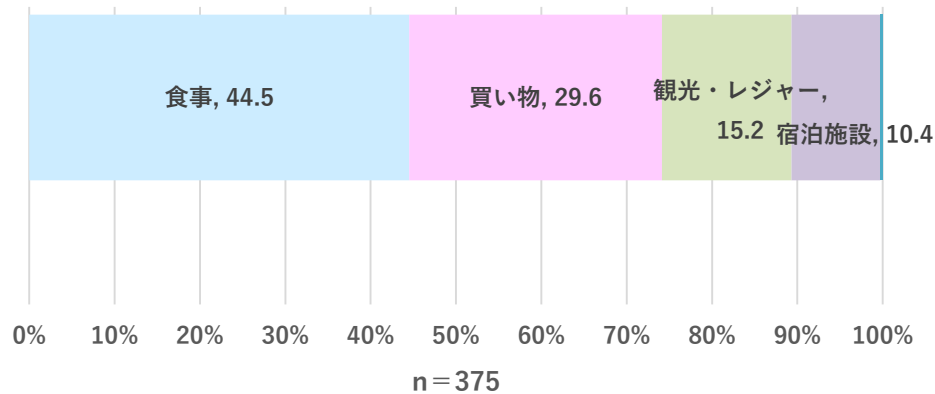


出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

9. 香港人が訪日旅行でお金をかけたいこと

- 香港人が訪日旅行でお金をかけたいものは「食事」が最大で 44.5%、「買い物」が 29.6%、「観光・レジャー」が 15.2%と続く。

訪日旅行でお金をかけたいもの（単回答）



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

10. カテゴリとアンケート設問満足度項目の関係

カテゴリ	DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）設問・満足度項目
歴史	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）
	日本庭園の見物（説明の充実度含む）
	世界遺産の見物（説明の充実度含む）
	美術品や文化財、博物館の鑑賞（説明の充実度含む）
文化体験	伝統工芸品の工房見学・体験
	イベント・祭りの見物
	伝統的なスポーツ（相撲、剣道、柔道等）の観戦
	演劇や伝統芸能鑑賞
	サムライ・忍者体験
	温泉への入浴
	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）
	少数民族の民俗文化体験
	伝統工芸品の制作
自然	自然や風景の見物
	雪景色観賞

カテゴリ	DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）設 問・満足度項目
	桜の観賞
	紅葉の観賞
食	伝統的日本料理
	現地の人が普段利用している安価な食事
	日本の酒（日本酒・焼酎）
	スイーツ
エンタメ	ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物
	最先端の工場や加工食品工場見学・体験
	国際スポーツ大会の観戦
	国内のプロスポーツ観戦
	遊園地やテーマパーク
	繁華街の街歩き
	ギャンブルやショー体験
	ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験
ショッピング	ブランド品や宝飾品のショッピング
	洋服やファッション雑貨のショッピング
	家電製品や AV 製品のショッピング
	化粧品や医薬品の購入
	食品や飲料のショッピング
	アニメやポップカルチャーに関するグッズの購入
	伝統工芸品の購入
レジャー	アウトドア・アクティビティを楽しむこと（例：スキー、サイクリング、 トレッキング、ダイビングなど）
	スポーツ大会（マラソン等）への参加
	農作物や果実の採取（リンゴ・いちご狩り等）
	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー
旅行のし やすさ	日本人々と交流
	バス・タクシーの利便性
	観光情報の充実度
	オプショナルツアーの予約方法のわかりやすさ
	清潔さ／衛生面
	治安
	現地の人々の親切さ

カテゴリ	DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）設 問・満足度項目
	母国語の通用しやすさ
	英語の通用しやすさ
	旅行代金
	外貨両替のしやすさ
	自国金融機関のキャッシュカードの利用しやすさ
	クレジットカードの利用しやすさ
	電子決済の利用しやすさ
	携帯電話や通信機器の利用しやすさ（Wi-Fi 等の充実度）
	信仰する宗教に対する理解や配慮
	免税制度の使いやすさ
	鉄道の利便性
	空港での出入国管理手続き
	交通機関や街中での案内標識
文明体験	近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）
	最新のファッションや流行の見物
	治療や健診
宿泊	豪華で快適な高級ホテルでの宿泊
	安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊
	日本旅館での宿泊
	現地の人から有料で借りる家・アパートでの宿泊
	伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊

出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）

11. DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年版）の概要

- ※ 株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社が実施したもの
- ※ 実施時期：2018 年 6 月～2018 年 7 月
- ※ 調査対象者：20 歳～59 歳の男女、かつ、海外旅行経験者
- ※ 調査地域：韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、
- ※ インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの 12 地域
- ※ 中国は北京および上海在住者のみ
- ※ 有効回答者数：上記各地域に居住する住民計 6,283 人
- ※ 協力実査会社：楽天インサイト株式会社
- ※ 調査項目設計協力：株式会社日本経済研究所