
インバウンド客が香川県にもたらす 地域経済効果の最大化に向けて

～他県の事例分析を基に考える～



2018年6月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行四国支店

 **JERI** 株式会社 日本経済研究所
Japan Economic Research Institute Inc.

謝辞：本レポートの執筆にあたり、香川県をはじめ各県の観光事業に携わる多くの方々にご協力を頂きました。ここに感謝申し上げます。

<要旨>

1. 株式会社日本政策投資銀行（DBJ）四国支店は、香川県におけるインバウンド（訪日外国人旅行者）の地域経済効果を高めるための方策に関して調査を実施した。
2. 本稿では、まず香川県のインバウンド観光の現状について、各種統計や DBJ 四国支店「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査（2017年）」を元に、整理・分析を行った。その結果、インバウンドが香川県にもたらす地域経済効果を最大化するためには、以下の段階を踏んで考える必要があるとの結論に至った。

【Step1】周遊型観光による誘客の促進

まずは広域周遊型の観光プロモーション等の促進により、「香川県に来てくれる外国人観光客の数」を増やす。

【Step2】外国人観光客の香川県での観光消費額をふやすこと

具体的には、

（ア）夜型観光の振興等による宿泊観光客数の増加

夜型観光の振興等により「香川県に泊まってくれる外国人観光客」の数、延べ宿泊日数を増やすこと

（イ）香川県における観光消費額単価の向上

高単価商品やコト消費を起点としたより高額な消費機会の創出を通じて「香川県における観光消費額単価」を向上させること

等々・・・

3. 続いて、【Step2】（外国人観光客の香川県での観光消費額をふやすこと）に関して更に踏み込んで考えるために、佐賀、長崎、広島、岡山の夜型観光を中心とする県外事例（佐賀牛に関しては高単価商品の開発の事例）を調査し、「成功に向けたポイント」を分析した。

<検討した県外4地域の事例>

地域	観光資源
佐賀	<ul style="list-style-type: none">● アート県庁プロジェクト● 武雄のあかり展● 佐賀牛
長崎	<ul style="list-style-type: none">● 稲佐山夜景（長崎の夜景）● 長崎さるく
広島	<ul style="list-style-type: none">● 厳島神社● ひろしま夜神楽
岡山	<ul style="list-style-type: none">● 後樂園・岡山城同時ライトアップ

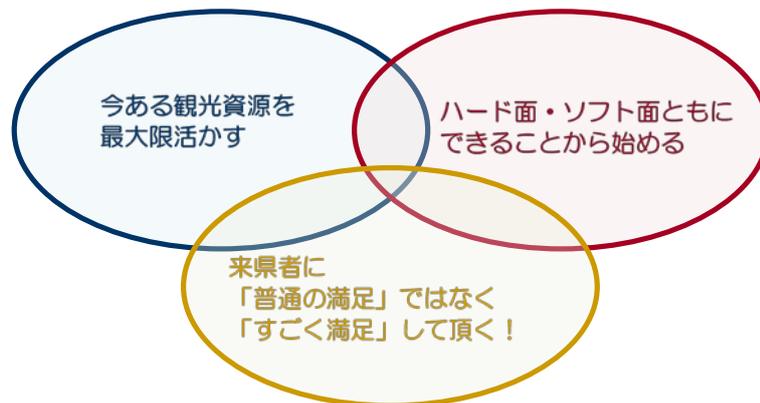
分析の結果、夜型観光や高単価商品開発の「成功に向けたポイント」として、以下の5点が重要であるとの結論に至った。

- ① 行政によるリーダーシップ
- ② 地域住民の草の根の強力・地元企業等の協力
- ③ 外部プロフェッショナルの活用
- ④ 多様な楽しみ方の工夫・提案
- ⑤ クオリティに対する第三者の評価

4. 以上を踏まえ、地域（香川県）における経済効果を最大化する観点から、香川県のインバウンド観光振興について、各ステップごとに検証した。【Step2】に関しては、夜型観光や高単価商品の開発に関し、栗林公園のライトアップやオリーブ牛を例に県外4地域の事例分析で抽出した「成功に向けたポイント」を元に考察を試みた。

本調査全体を通じた結論として、各ステップを踏んで香川県のインバウンド観光の経済効果を最大化する施策を効果的に進めていくためには、以下の3点がポイントになると考える。

- ◇ **今ある（既にある、潜在する）観光資源を最大限活かす**
- ◇ **ハード面・ソフト面ともにできることから始める**
- ◇ **来県者に「普通の満足」ではなく「すごく満足」して頂く！**



5. DBJ 四国支店は、引き続き四国地域におけるインバウンド振興に関する調査を続け、情報発信を継続していきたいと考える。

<目次>

要旨	3
目次	5
第1章 香川県のインバウンド観光の現状	6
1. 香川県の外国人観光客の動向	6
2. 香川県の主な観光資源・観光振興に関する取組み	17
第2章 夜型観光等に取り組む県外事例の分析	28
1. 各地の具体的な取組み	29
(1) 佐賀	29
(2) 長崎	38
(3) 広島	42
(4) 岡山	47
2. 受入環境の整備状況	50
第3章 香川県のインバウンド観光振興に向けて	54
1. 香川県のインバウンド観光振興に関する ステップごとの提言	55
2. 結び	58

第1章 香川県のインバウンド観光の現状

平成30年4月に瀬戸大橋開通30周年を迎えた香川県の観光は、平成23年から始まった「うどん県」キャンペーンや、瀬戸内国際芸術祭の開催（平成22年、平成25年、平成28年）等により、全国的にも注目されている。その中でも外国人観光客の動向は、観光庁による「宿泊旅行統計調査（平成28年）」において、外国人延べ宿泊者数が前年比70.3%増と全国47都道府県でトップの伸び率となるなど、非常に好調であると言える。

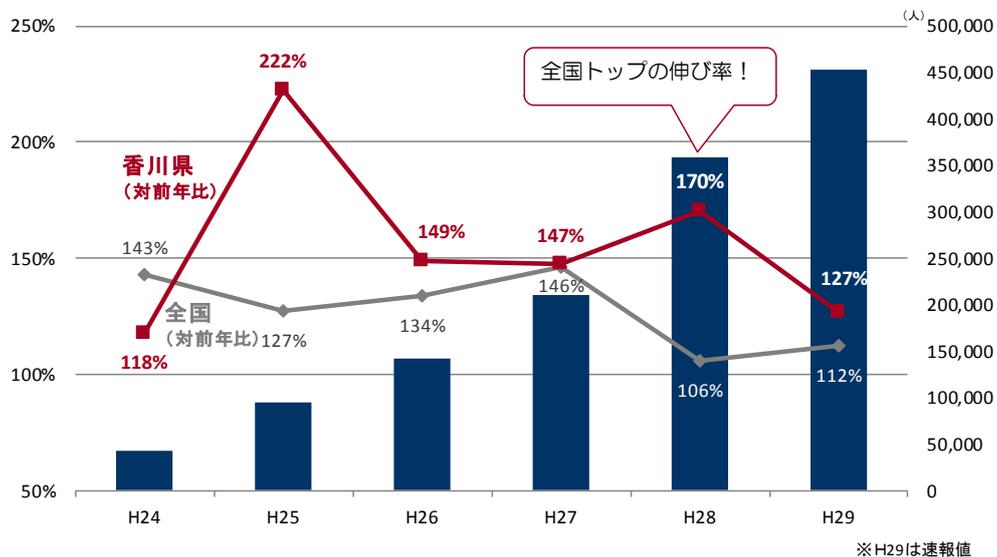
そのため、㈱日本政策投資銀行（DBJ）四国支店は、平成29年度より香川県におけるインバウンド（訪日外国人旅行）の地域経済効果を高めるための方策について考えるための各種調査を行ってきた。本章では、香川県のインバウンド観光の現状について把握するため、各種統計やDBJが実施したアンケート調査結果について整理・分析を行う。

1. 香川県の外国人観光客の動向

（1）香川県の外国人延べ宿泊者数

香川県の外国人延べ宿泊者数は、平成25年以降は全国平均以上の伸び率を維持してきた。とりわけ平成28年は前年比70.3%増と全国47都道府県でトップの伸び率を記録したことは前述の通りである（図表1）。経年で見ると増加率が目立って高くなっている平成25年と平成28年は、いずれも瀬戸内国際芸術祭が開催された年であり、瀬戸内海の島々を舞台とする現代アートの芸術祭は、インバウンドの誘客に大きく貢献していると考えられる。

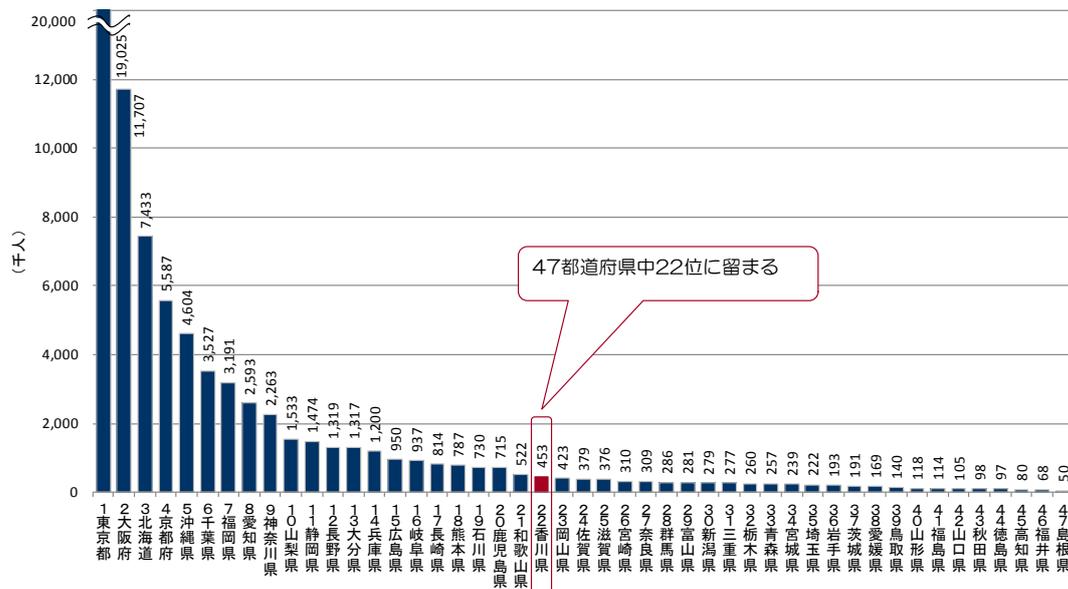
【図表1】 香川県の外国人延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成

一方で、香川県における外国人延べ宿泊者数453千人（平成29年速報値）は、47都道府県中22位に留まっている（図表2）。香川県においては、これからも外国人宿泊者数を伸ばす余地があると言えよう。

[図表 2] 都道府県別外国人延べ宿泊者数（平成 29 年）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（平成 29 年速報値）」より作成

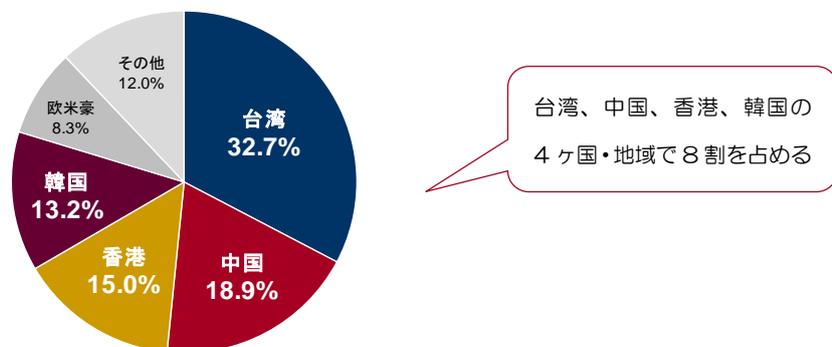
（2）香川県を訪れる訪日外国人の特徴

次に、香川県を訪れる訪日外国人の特徴について整理する。尚、②訪日回数及び③所得階層については、香川県のみに関するデータではなく、四国を訪れたことのある「四国訪問経験者」に関する調査結果である点にご留意頂きたい。

① 国籍・地域

香川県に宿泊する訪日外国人の国籍・地域は、高松空港に直行便が就航している台湾、中国、香港、韓国の 4 カ国・地域で全体の 8 割を占める（図表 3）。このことから、外国人観光客は、イン・アウトのいずれか、あるいは両方で高松空港を利用して来県することが多いと推測される。

[図表 3] 香川県に宿泊する訪日外国人の国籍・地域



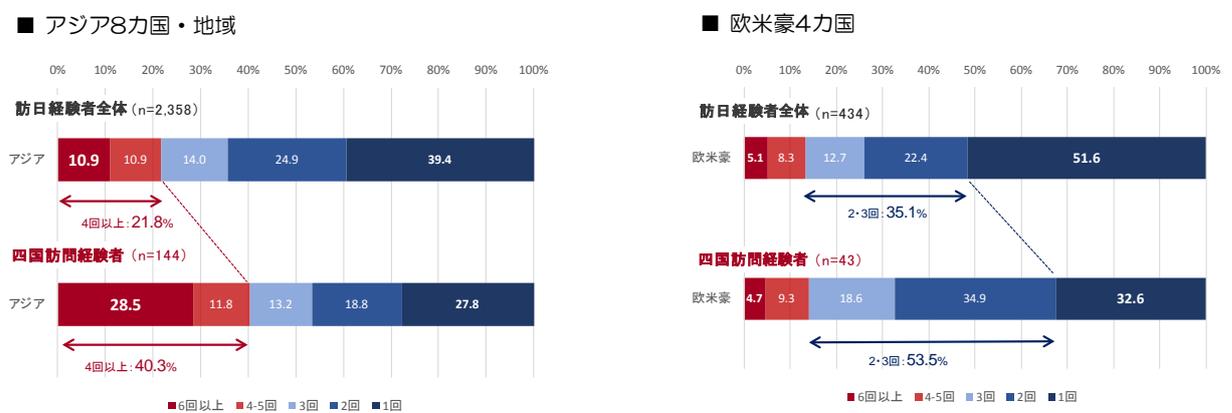
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（平成 28 年）」より作成

② 訪日回数（四国訪問経験者）

アジアからの四国訪問経験者は、訪日「6回以上」が28.5%と訪日経験者全体(10.9%)の2.6倍に達する。また、「4回以上」で4割を超えることから、とりわけアジアからの旅行者は何度も日本を訪れているリピーターが多い(図表4)。

一方で、欧米豪からの四国訪問経験者は、リピーターの中でもとりわけ訪日回数「2・3回」のゾーンが53.5%と訪日経験者全体(35.1%)より厚くなっている点の特徴である。欧米豪からの旅行者は、日本での滞在時間が長く、広域周遊を行うことから、アジアと比べると比較的訪日回数の少ない訪日2・3回目の旅行者が四国を訪れているものと推測される。

[図表4] 四国訪問経験者の訪日回数



出典：DBJ 四国支店「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査(2017年調査)」¹

③ 所得階層（四国訪問経験者）

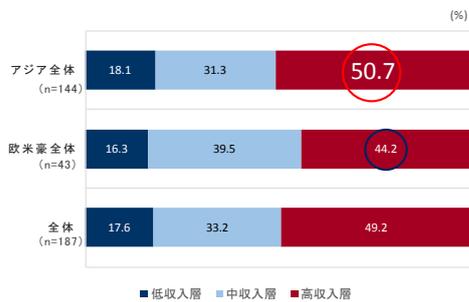
四国訪問経験者の所得階層を訪日経験者全体と比較すると、アジアからの四国訪問経験者における高収入層の比率(50.7%)は、訪日経験者全体(38.8%)と比較して高くなっている(図表5)。アジアからの四国訪問経験者は訪日回数の多い旅行者が多く、相対的に所得の高い層が多く来四しているものと考えられる。富裕層の消費意欲を喚起するような取組みを行うことにより、更なる消費額向上の余地があると考えられる。

一方、欧米豪からの四国訪問経験者全体に占める高収入層の比率(44.2%)は、訪日経験者全体(48.4%)と比べ大きな違いは見られなかった。

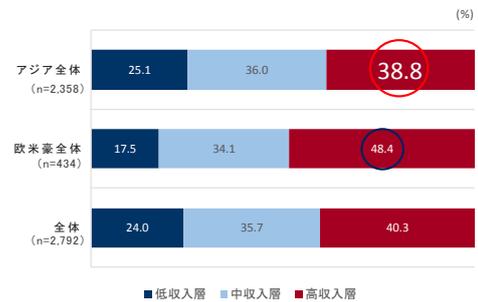
¹ (株)日本政策投資銀行(DBJ)は、(公財)日本交通公社(JTBF)と共同し、アジア・欧米豪12カ国・地域(韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス)の海外旅行経験者を対象にインターネットによるアンケート調査を実施。DBJ 四国支店は、2017年の調査結果より、四国に関するデータを抽出し、分析結果を2018年3月に公表した。

[図表 5] 四国訪問経験者の所得階層

■ 四国訪問経験者の所得階層



■ 訪日経験者全体の所得階層



出典：DBJ 四国支店「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査(2017年調査)」

(3) 訪日外国人の観光消費額単価の状況

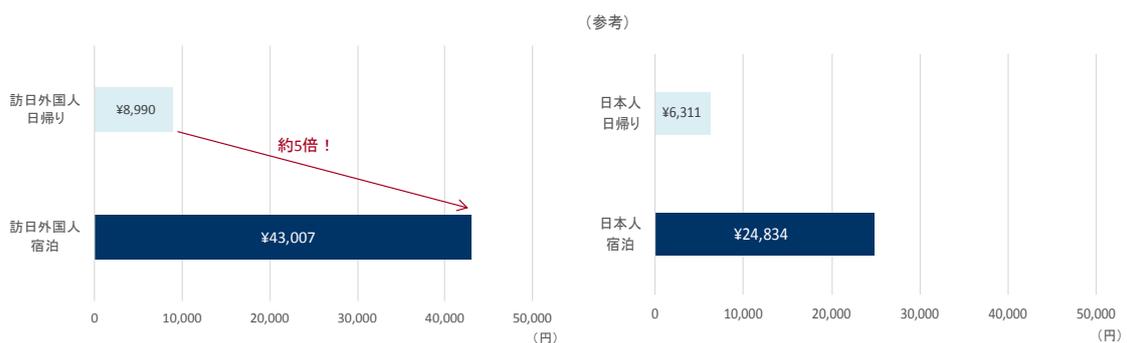
ここでは、地域におけるインバウンド増をもたらす経済効果に大きく影響する観光消費額単価に関し、他の都道府県の状況との比較も行いながら分析を試みる。

① 香川県における観光消費額単価

香川県における訪日外国人の観光消費額単価は、宿泊客が 43,007 円であり、日帰り客 (8,990 円) の約 5 倍となっている(図表 6)。また、同じ宿泊客でも、外国人観光客と日本人観光客(県外)の観光消費額単価を比較すると、外国人観光客が日本人観光客の約 2 倍の消費を行っていることが分かる。

以上より、香川県にとって、宿泊を伴う外国人観光客を増やしていくことが高い地域経済効果に結び付くと言える。

[図表 6] 香川県における観光消費額単価

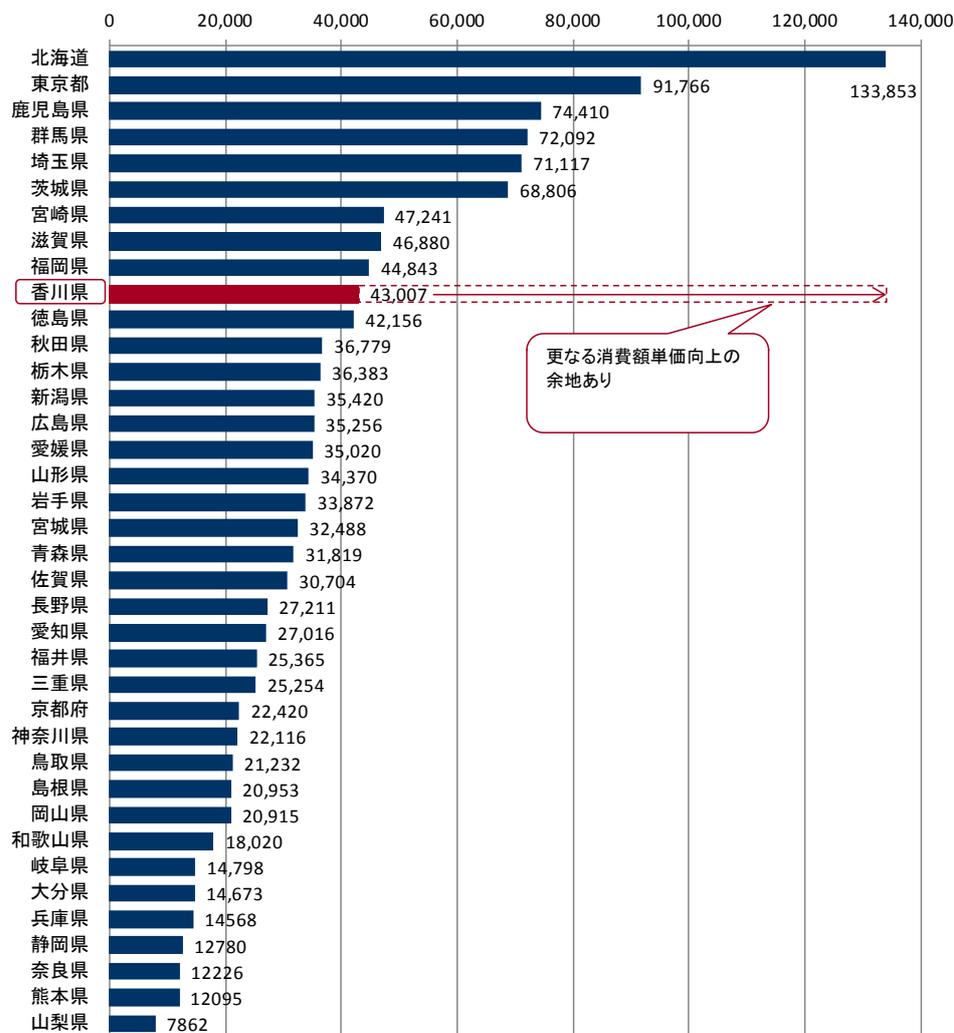


出典：観光庁「共通基準による観光入込客統計(平成28年)」より作成

都道府県別に観光消費額単価（訪日外国人・観光目的・宿泊）を比較すると、香川県における観光消費額単価より高額となっている地域もあり、宿泊日数の伸長や高単価商品の購買促進等により、更なる観光消費額単価向上の余地はあるものと思われる（図表7）。

〔図表7〕 観光消費額単価の他地域との比較（訪日外国人・観光目的・宿泊）

（円）



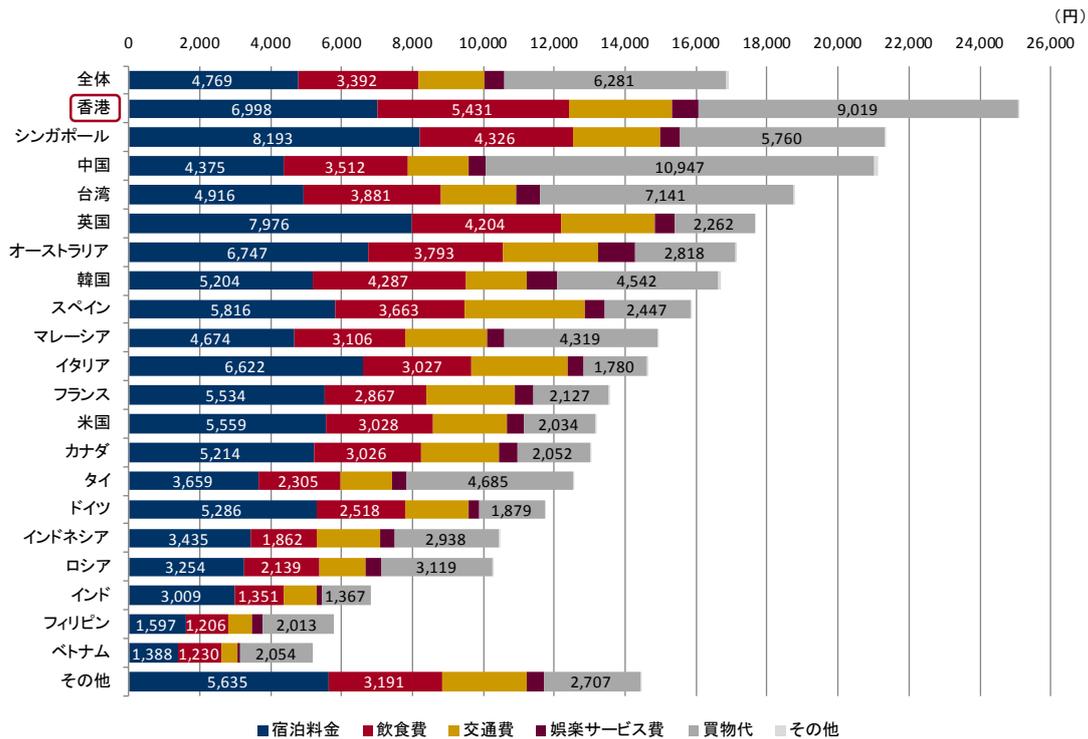
出典：観光庁「共通基準による観光入込客統計（平成28年）」より作成

②（参考：全国）訪日外国人旅行者1人1泊あたり観光消費額単価

国・地域別に日本旅行における1人1泊当たりの費目別旅行支出を比較すると、香港が25,091円と最も高額であり、次いでシンガポール（21,335円）となっている（図表8）。宿泊料金はシンガポール、英国が1泊当たり8,000円前後と高い傾向にあり、宿泊料金+飲食費ではシンガポール、香港、英国が1泊当たり12,000円を超える消費支出となっている。

香川県においても、宿泊する人を増やすこと、宿泊日数を増やすことにより、宿泊費や宿泊に伴う飲食費の増加、また高単価な商品の開発・提供により、消費額全体を増やす余地があると考えられる。

[図表 8] 訪日外国人旅行者 1 人 1 泊当たり費目別旅行支出

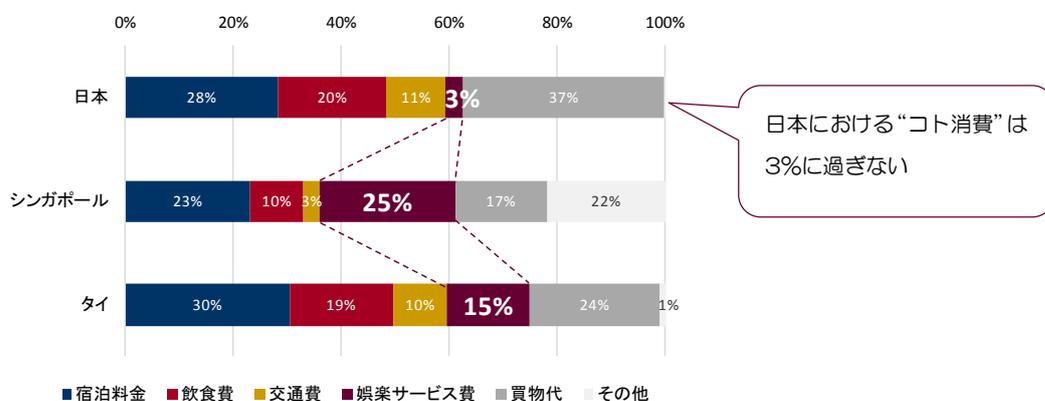


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査（平成 29 年速報値）」より作成
 ※データは全国ベース

③（参考：全国）国別 1 人当たり費目別旅行支出

費目別旅行支出に関して、コト消費に該当する「娯楽サービス費」の占める割合を他国と国際比較したところ、日本（2017 年）が消費額全体の約 3%であるのに対し、シンガポール（2016 年）では約 25%、タイ（2016 年）では約 15%となっている。このことから、日本全体の課題としてコト消費を伸ばす取り組みが必要であると考えられる（図表 9）。また、例えば登山（コト消費）を目的に来日したインバウンド客に日本ブランドのアウトドア用品（モノ消費）を購入してもらおう等、コト消費を起点としてモノ消費や宿泊・飲食への消費に繋げる試みも有効であろう。香川県においても、体験型のコト消費の機会を創出していくことが求められる。

[図表 9] 国別 1 人当たり費目別旅行支出



出典：（日本）観光庁「訪日外国人消費動向調査（平成 29 年速報値）」より作成
 （シンガポール、タイ）UNWTO Tourism Highlight 2016 各国政府、観光局の資料より当行作成

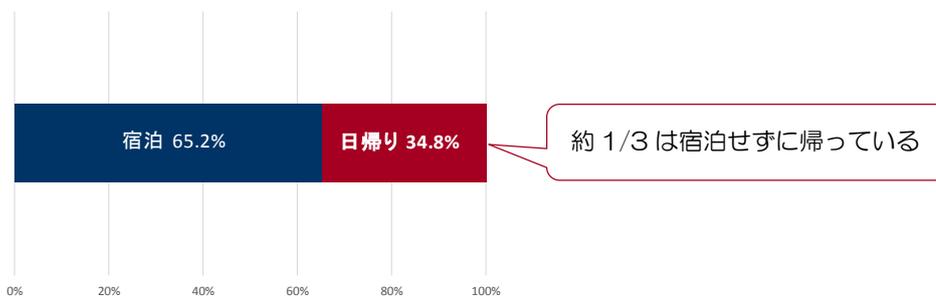
(4) 訪日外国人の宿泊の状況

続いて、宿泊に関するデータを元に、訪日外国人の香川県における宿泊の状況について分析する。尚、②滞在日数に関する DBJ アンケート調査のデータは、香川県のみに関するデータではなく、四国を訪れたことのある「四国訪問経験者」に関するアンケート調査結果である点にご留意頂きたい。

① 香川県における訪日外国人の宿泊比率

香川県を訪れる訪日外国人（観光目的）のうち、宿泊観光客の割合は約 65%である（図表 10）。裏を返せば、3 人に 1 人は日帰り観光客であり、香川県を訪れたにも関わらず県内に宿泊していない。これら日帰りの外国人観光客に香川県への宿泊を促すことが、地域経済効果を高めるために有効であると考えられる。

[図表 10] 香川県の訪日外国人（観光目的）に占める宿泊・日帰り客の割合

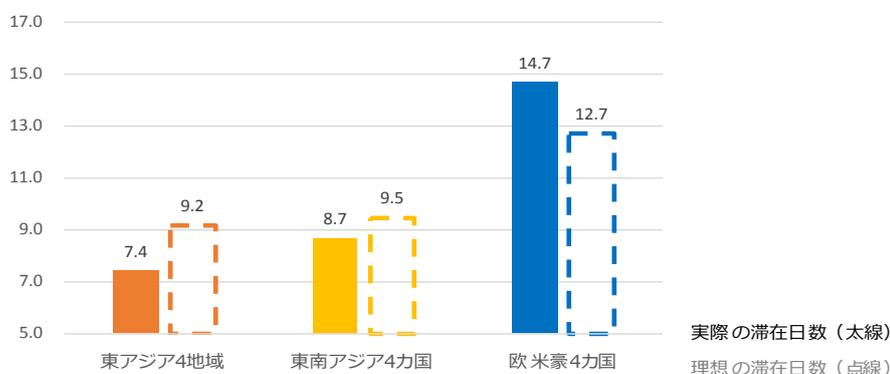


出典：観光庁「共通基準による観光入込客統計（平成 28 年）」より作成

② 滞在日数（四国訪問経験者）

香川県へ多く来訪している東アジア 4 カ国・地域の四国訪問経験者は、実際の滞在日数（平均値）よりも理想の滞在日数（平均値）の方が長いという結果が出ている（図表 11）。東アジア 4 ヶ国・地域の四国訪問経験者は、日本旅行に満足し、より長期間の日本滞在を希望していると思われることから、彼らに香川県の観光地の持つ魅力をアピールし、滞在を楽しんでもらうための取組みを推進することが、インバウンドの経済効果拡大にも効果的であるものと思われる。

[図表 11] 四国訪問経験者の日本における滞在日数

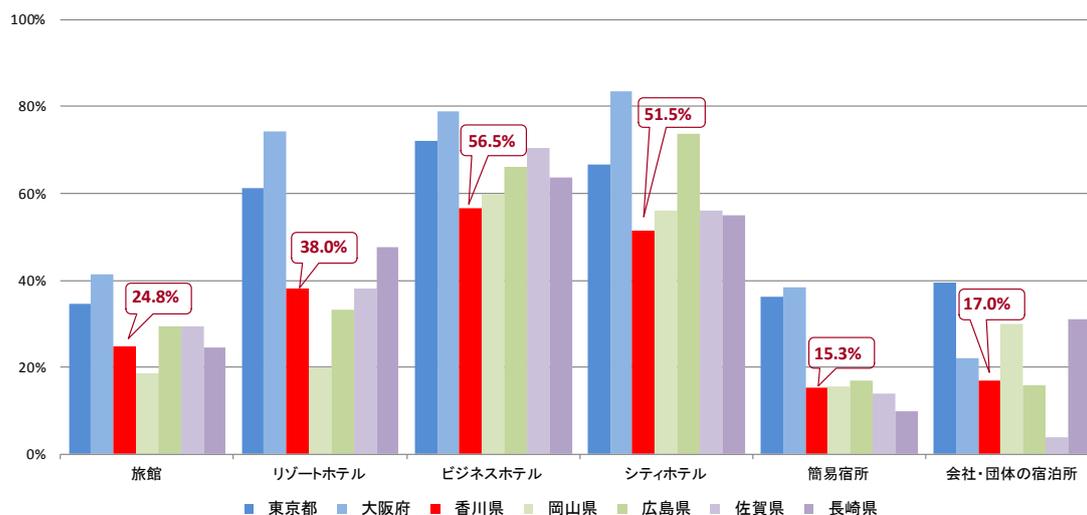


出典：DBJ 四国支店「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査(2017年調査)」

③ 宿泊施設の稼働率

香川県における宿泊施設タイプ別の稼働率は、全ての宿泊施設タイプにおいて、ゴールデンルート上に位置する東京都や大阪府と比較して、低い水準に留まっている（図表 12）。とりわけ、香川県において訪日外国人の主要宿泊先となっているビジネスホテルの稼働率は、第 2 章でヒアリングを行った 4 地域（岡山・広島・佐賀・長崎）と比べても低い。他県と比べて香川県にはまだ外国人宿泊観光客を受け入れる余力があるものと考えられる。

[図表 12] 宿泊施設タイプ別の定員稼働率



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（平成 29 年速報値）」より作成

(参考) 高松空港の状況

参考までに、香川県のインバウンド客の増加に大きく寄与している高松空港の現状について、国際線の動向を中心に整理する。

①国際線の就航状況

香川県は、平成 22 年の浜田知事就任以来、県を挙げて高松空港への国際線誘致に注力してきている。それまでソウル線(アジアナ航空、週 3 往復)が唯一の国際線であったが、平成 23 年に上海線が就航(春秋航空、週 2 往復)し、翌年には増便(週 3 往復)した。続いて平成 25 年に台北線が就航(チャイナエアライン、週 2 往復)した後、平成 26 年には上海線及び台北線が増便(いずれも週 4 往復)となった。平成 28 年には香港線の就航(香港エクスプレス、週 3 往復)及び増便(週 4 往復)に加え、ソウル線の LCC 化(エアソウル)及び増便(週 5 往復)、台北線が増便(週 6 往復)、更に平成 29 年には上海線の増便(週 5 往復)と、継続的に新規路線就航と増便を実現させてきている。その結果、高松空港は四国の空の玄関口としての地位を確立しつつある(図表 13,14)。

[図表 13] 高松空港の国際線就航状況

路線	便数/週	航空会社	機種	座席数
ソウル(仁川)	5 往復	エアソウル	A321	194
上海(浦東)	5 往復	春秋航空	A320	180・186
台北(桃園)	6 往復	チャイナ エアライン	738	158・161
香港	4 往復	香港エクスプレス	A320	174・180・188

出典：高松空港ホームページより作成

(平成 30 年 1 月時点)

②国際線における外国人比率

こうした高松空港の国際線の充実に伴い、利用客数も増加している。また、国際線全体の乗客に占める外国人比率を試算したところ、就航路線の拡大、便数の増加に伴い、外国人比率も右肩上がりて推移し、足下では入国及び出国ともに約 75%となっている(図表 14)。県による高松空港の国際線の充実が、現在のインバウンド客の増加という結果につながっているといえる。

[図表 14] 高松空港の国際線就航状況及び外国人比率の推移



出典：法務省「出入国管理統計表」、国土交通省「空港管理状況調査」、高松空港 HP より作成

③近隣空港における国際線の就航状況

一方、近隣の関西、中国、四国地域の各空港においても、近年のインバウンドが好調であることを受け、国際線の就航路線の拡大、便数の増加といった動きが活発化している(図表 15)。

[図表 15] 周辺空港一覧

平成29年10月末現在

	高松空港	松山空港	徳島飛行場 (徳島阿波おどり空港)	高知空港 (高知龍馬空港)	岡山空港	広島空港	関西国際空港								
設置管理	国土交通大臣	国土交通大臣	防衛省	国土交通大臣	岡山県	国土交通大臣	関西国際空港株式会社								
滑走路	2,500m×60m	2,500m×45m	2,500m×45m	2,500m×45m	3,000m×45m	3,500m×60m	①3,500m×60m ②4,000m×60m								
運用時間	15時間(7:00~22:00)	14時間(7:30~21:30)	14.5時間(7:00~21:30)	14時間(7:00~21:00)	14.5時間(7:00~21:30)	14時間(7:30~21:30)	24時間								
路線	航空会社	航空会社	航空会社	航空会社	航空会社	航空会社	航空会社								
国際線就航状況	ソウル(仁川)	エアソウル 5	チェジュ航空 3	-	-	大韓航空 7	エアソウル 5 14 チェジュ航空ほか4社 大韓航空、アジアナ航空								
	上海(浦東)	春秋航空 5	中国東方航空 2	-	-	中国東方航空 7	春秋航空 14 Peach Aviation 中国東方航空ほか6社 タイガーエア台湾ほか4社								
	台北(桃園)	チャイナエアライン 6	-	-	-	タイガーエア台湾 5	チャイナエアライン 7 28 エバー航空ほか2社								
	香港	香港エクスプレス航空 4	-	-	-	香港航空 2	香港エクスプレス航空 28 ジェットスター・ジャパンほか1社 香港航空他3社								
	備考	民間事業者による空港運営開始予定(H30/4)	ソウル線再開、台湾チャーター便運行(H29/11)	旅客ターミナルビル増築・改修工事(H28/11~)	-	台北線はH28/7開設、H29/6増便(3→4往復/週)、H29/10増便(4→5往復/週)、H29/12増便予定(5→6往復/週)	上記路線の他、中国国際航空(大連経由北京行、4往復/週)、シルクエア(シンガポール、3往復/週)就航	便数は、高松空港に就航している路線のみ掲載							
	旅客数(千人)	国内線別	旅客数(千人)	国内線別	旅客数(千人)	国内線別	旅客数(千人)	国内線別	旅客数(千人)	国内線別	旅客数(千人)	国内線別	旅客数(千人)	国内線別	
H28年度	国内	1,654	19位	2,883	14位	1,071	27位	1,431	23位	1,247	25位	2,572	16位	6,570	7位
乗降客数	国際	230	10位	29	29位	-	-	1	38位	212	13位	313	8位	19,043	2位
	合計	1,884	18位	2,912	14位	1,071	29位	1,432	24位	1,460	23位	2,885	15位	25,613	3位

注1.国際線就航状況は定期運航便のみ
 注2.背景がブルーはLCC、ピンクは大手航空会社
 出典)国土交通省「空港一覧」、「平成28年空港管理状況調査」、JTB「時刻表2017年11月号」、各空港HP

■関西国際空港及び広島空港の就航状況

関西国際空港は、高松空港と同じエアライン²であるエアソウル(ソウル線)、春秋航空(上海線)、チャイナエアライン(台北線)、香港エクスプレス(香港線)が就航している。コンセッション(運営権売却)により民間事業者が運営を開始した平成28年4月以降、LCC専用となるターミナルの拡張等を進め、国際線における発着便の誘致を強化し、平成28年度の外国人旅客数は過去最高を更新した。

広島空港では、エアソウル(ソウル線)、チャイナエアライン(台北線)、香港エクスプレス(香港線)の3路線が、高松空港と重複している。その他、昨年10月に約14年ぶりにシンガポール線(シルクエア)を再開する等、国際線の充実を図っている。

■四国における他空港の就航状況

四国においては、松山空港が、平成28年より運休していたソウル線(チェジュ航空)を昨年11月に再開した。加えて、台北線の新規就航に向けた誘致活動を本格化している。

また、徳島空港は、旅客ターミナルビルの増築・改修工事を実施し、本格的な国際線の誘致活動を行っている。

④今後の高松空港への期待

高松空港においては、国管理空港としては仙台空港に次ぐ国内2番目のコンセッションが実施された。昨年12月に、三菱地所(株)、大成建設(株)、パンフィックコンサルタンツ(株)、シンボルタワー開発(株)の4社を中心に香川県、高松市も出資するSPC(特別目的会社)「高松空港株式会社」にビ

² 大手航空会社の航空券は往復・周遊等で割引があるのに対し、LCCの航空券は片道販売を基本としている。LCCユーザーは、往路・復路ともLCC(他社を含む)を利用するケースがほとんどであると思われる。

ル施設等事業が譲渡され、今年4月には、空港運営事業が譲渡され、民営化が実施された。

4 社の計画によると、国際線では、タイやシンガポール、北京への直行便を新たに就航させるとともに、現在のソウル、上海、台北、香港の4路線のデイリー化を図る計画である。また、国内線でも、新千歳や中部、福岡といったLCCが多く就航する国内空港との便を就航させ、訪日外国人の呼び込みを狙うとしている。併せて、LCC対応のスポット(駐機場)及び搭乗施設の新設、国際線手荷物受取場の処理能力拡大、空港からのアクセス強化といった投資計画も織り込まれている。

これらを受けて、更なるインバウンド客を誘致するには、中四国を中心とした地方空港をハブとして広域での「周遊型観光」の活性化が必須であろう。具体的には、“四国”や“瀬戸内”といったエリア全体での周遊観光の魅力を高め、国内外の旅行者に向けて発信し、施策を打ち出していく必要がある。

2. 香川県の主な観光資源・観光振興に関する取組み

前項で見てきたとおり、香川県の外国人宿泊観光客数は、平成 22 年の浜田知事就任以来、県を挙げた高松空港への国際線誘致が功を奏し、順調に増加を続けている。外国人観光客の増加をより高い経済効果に結びつけるためには、更なる外国人観光客の来県を促すとともに、①香川県を訪れる外国人観光客の延べ宿泊日数を増やすこと、②高単価商品の購買促進により外国人観光客の 1 人当たりの消費額単価を伸ばすこと等、が課題であるものと考えられる。

香川県において、これらの方策を考える前に、まずは香川県の主な観光資源と観光振興に関する主な取り組みを簡単に整理することとしたい。

(1) 香川県の主な観光資源と現在の状況

香川県における代表的な観光資源（観光地、観光施設、食文化）を概観すると以下の通りとなる。

[図表 16] 香川県の主な観光資源

観光資源	概要
栗林公園	<p>国の特別名勝に指定された日本庭園であり、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンでも三つ星を獲得している。</p> <p>高松市中心部に位置し、高松空港や高松港からもアクセスしやすい。</p> <p>春と秋のライトアップ期間には開園時間が延長され、幻想的な庭園を楽しむ。</p> <p>平成 28 年には年間 70 万人が入園した。</p> 
瀬戸内海の島々	<p>【多島美】</p> <p>オリーブが有名な小豆島を始めとする瀬戸内の無数の島々が織りなす美しい景観。</p> <p>香川県・瀬戸内海の島々へは、高松港から高速船やフェリーが就航しており、島だけでなく金波・銀波といわれる美しい風景を海上からも楽しめる。</p> <p>小豆島にはサイクルステーションも整備され、島内サイクリングなどの体験型観光も楽しめる。</p> 

	<p>【アート】</p> <p>瀬戸内の島々を舞台とする瀬戸内国際芸術祭が3年に一度開催される。</p> <p>芸術祭の開催期間だけでなく、直島を始めとする島々には、常設されているアート作品や、芸術的な建造物も多い。</p> <p>瀬戸内の現代アートを目的に海外から訪れる観光客も多く、中でもベネッセハウス等のある直島は欧米でも人気が高いと言われる。</p>	
<p>琴平地区</p>	<p>金刀比羅宮をはじめ、旧金毘羅大芝居（金丸座）、こんぴら温泉郷など多くの観光資源を有している。琴平地区には年間227万人（平成28年）が訪れており、香川県内有数の観光地である。</p> <p>近代芸術の瀬戸内国際芸術祭に対し、琴平地区には日本の伝統的な芸術・芸能が多く残っており、瀬戸内地区と琴平地区を組み合わせることによる芸術をテーマとした香川県内周遊ルートも楽しめる。</p>	
<p>屋島</p>	<p>高松市北東部にある半島で、平らな溶岩台地で大きな屋根のように見えるので屋島と呼ばれている。山上からは瀬戸内海の多島美も一望できる。</p> <p>瀬戸内海国立公園の一部であり、国の史跡天然記念物にも指定されている。源平合戦の古戦場としても有名。</p>	
<p>さぬきうどん</p>	<p>香川県民の生活に浸透している郷土料理で、シンプルな「かけうどん」の他にも、「ぶっかけうどん」「釜あげうどん」「釜玉うどん」など様々な食べ方がある。</p> <p>早朝から朝うどんを提供する店もあり、朝食に讃岐うどんを食べる人も多い。</p>	

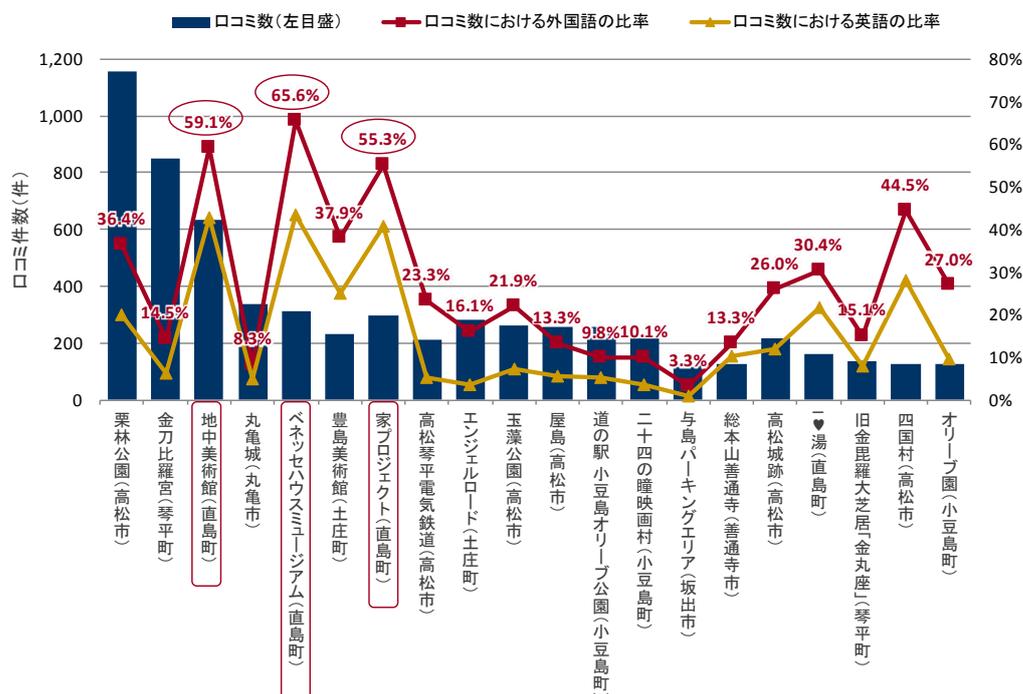
オリーブ牛	<p>瀬戸内の温暖な気候で古くから育てられてきた全国屈指の品質を誇る讃岐牛と、小豆島の特産品であるオリーブの組み合わせ。</p> <p>オイル搾油後の果実を与えて育てたオリーブ牛は、「コクがある」「さっぱりしている」「やわらかい」「ヘルシー」と人気がある。</p>
-------	--

出典：「平成 28 年香川県観光客動態報告」、インターネット検索等より作成（写真提供：公益社団法人香川県観光協会）

(ア) 香川県の人気観光施設の口コミ数と口コミにおける外国語の比率

香川県で人気の観光施設に関する口コミ数（日本語及び外国語合計）は、栗林公園が最も多く、次いで金刀比羅宮となっている（図表 17）。外国語による口コミ数は、栗林公園が最も多く、次いで地中美術館、ベネッセハウスミュージアム、家プロジェクトの順となっている。ベネッセハウスミュージアムについては総口コミ数の 6 割以上が外国語の口コミであり、地中美術館、家プロジェクトも外国語の口コミが半数以上となっていることから、直島の観光施設は外国人の関心が高く、実際に多くの外国人が訪れている状況が伺える。

【図表 17】 人気の観光施設の口コミ数・口コミにおける外国語の比率



出典：トリップアドバイザー検索結果より作成

※ 「香川県、観光」で平成 30 年 2 月 13 日検索「人気の観光・アクティビティ」上位 20 件にて整理

※外国語は「口コミ数総数－日本語」による計算値

(イ) 海外における香川（高松・直島）の認知度と四国の認知度

DBJ 四国支店の「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査（2017 年調査）」によると、アジア（8 カ国・地域）において、エリア名の「四国」の認知度（18.8%）が、「高松」³（8.5%）や「直島」（5.1%）など四国内の個別の地名の認知度より高い。国・地域別での「四国」の認知度は、香港（44.7%）、台湾（41.9%）で 4 割を超え、中国（27.8%）でも 3 割近くに達し、東アジアで高い水準となっている（図表 18）。

また、欧米豪（4 カ国）における「四国」の認知度はまだ低く、10%を超える国はない。欧米豪においても、アジアと比べると差は小さいものの、エリアとしての「四国」の方が個別の知名度よりもやや高い。

³ 「高松」（香川県）と「松山／道後」（愛媛県）は観光地に県名が含まれていないため、「徳島」や「高知」に比べ、若干認知度が低い結果となっている可能性がある。

[図表 18] 四国の観光地の認知度（国・地域別比較）

	1 2 カ 国 ・ 地 域 全 体	ア ジ ア 全 体	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	欧 米 豪 全 体	ア メ リ カ	オ ー ス ト ラ リ ア	イ ギ リ ス	フ ラ ン ス
			上段: 回答数	下段: パーセンテージ	上段: 回答数	下段: パーセンテージ	上段: 回答数	下段: パーセンテージ	上段: 回答数	下段: パーセンテージ		上段: 回答数	下段: パーセンテージ	上段: 回答数	下段: パーセンテージ
サンプル数	6,274	4,149	521	533	504	519	515	514	519	524	2,125	526	526	539	534
四国	916 14.6%	782 18.8%	40 7.7%	148 27.8%	211 41.9%	232 44.7%	50 9.7%	33 6.4%	30 5.8%	38 7.3%	134 6.3%	28 5.3%	43 8.2%	31 5.8%	32 6.0%
高松	468 7.5%	354 8.5%	31 6.0%	72 13.5%	78 15.5%	88 17.0%	24 4.7%	20 3.9%	23 4.4%	18 3.4%	114 5.4%	44 8.4%	34 6.5%	20 3.7%	16 3.0%
直島	289 4.6%	212 5.1%	32 6.1%	47 8.8%	29 5.8%	36 6.9%	25 4.9%	15 2.9%	17 3.3%	11 2.1%	77 3.6%	31 5.9%	22 4.2%	14 2.6%	10 1.9%
松山／道後	367 5.8%	301 7.3%	31 6.0%	69 12.9%	59 11.7%	55 10.6%	29 5.6%	14 2.7%	19 3.7%	25 4.8%	66 3.1%	31 5.9%	17 3.2%	11 2.0%	7 1.3%
しまなみ海道／ せとうち	295 4.7%	249 6.0%	14 2.7%	68 12.8%	71 14.1%	52 10.0%	13 2.5%	10 1.9%	10 1.9%	11 2.1%	46 2.2%	19 3.6%	11 2.1%	11 2.0%	5 0.9%
徳島	498 7.9%	370 8.9%	56 10.7%	45 8.4%	86 17.1%	63 12.1%	32 6.2%	24 4.7%	30 5.8%	34 6.5%	128 6.0%	39 7.4%	31 5.9%	32 5.9%	26 4.9%
高知	445 7.1%	337 8.1%	22 4.2%	61 11.4%	98 19.4%	70 13.5%	29 5.6%	23 4.5%	20 3.9%	14 2.7%	108 5.1%	28 5.3%	28 5.3%	36 6.7%	16 3.0%

...40%以上
 ...20%以上
 ...10%以上

実際に、海外から日本を訪れる外国人観光客が1地域のみを訪れることはそれほど多くなく、いくつかのエリアを周遊するケースが多いと言われている。

以上より、外国人観光客への観光プロモーションは、個別の地名よりも“四国”“瀬戸内”といった広域周遊エリアが連携して行うことがより効果的であると思われる。

(2) 県内における観光振興に関する主な取組み

香川県内における観光振興に関する主な取組みについて、行政主体、民間・地域連携の観点から主なものを整理する。

[図表 19] 香川県内の主な取組み

主体	項目
行政主体	<ul style="list-style-type: none"> ・香川県(多言語コールセンター、かがわ Wi-Fi、誘致活動) ・香川県観光協会(DMO登録、観光案内所、うどん県旅ネット) ・高松市(外国語観光サイト、魅力ある屋島再生協議会)
民間・地域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄道フリーパス「ALL SHIKOKU Rail Pass」 ・瀬戸内国際芸術祭・ART SETOUCHI ・さぬきアカデミー ・観光香川おもてなし運動県民会議 ・高松市タクシー協会

【香川県】

① 香川県多言語コールセンター

香川県では、外国人観光客が言葉の壁や情報収集の不自由さを感じることなく、快適に滞在できる環境を整えることを目的として、外国人観光客との円滑なコミュニケーションや多言語表示を支援する24時間対応の多言語コールセンターを開設している。具体的なサービス内容は、①コールセンターを活用した通訳と、②日本語文と外国語文の相互翻訳の2つである。

コールセンターを活用した通訳(①)は、外国人観光客に対応する県内各施設において、通訳の必要が発生した場合にコールセンターを活用した多言語通訳を行うものであり、「2地点3者通訳(目の前に外国人がいる場合)」と「3地点3者通訳(電話の向こうに外国人がいる場合)」が利用できる。また、タブレットやスマートフォンを使用しているTV通訳サービスも提供している。

日本語文と外国語文の相互翻訳(②)は、外国人観光客に対応する県内各施設の表示やメニューの多言語化等を行うのに際し、日本語文を外国語に、海外からの外国語文を日本語に翻訳するものである。

いずれのサービスも対応言語は9言語で、うち7言語(英語、中国語、韓国語、スペイン語、ポルトガル語、ベトナム語、タイ語)は24時間対応されている(フランス語とタガログ語は10～19時対応)。

平成29年10月には機能拡充を実施し、スマホ等から県公式観光サイト「うどん県旅ネット」上の専用バナーをクリックすれば県内であれば無料で電話通訳サービスが利用可能になり、また「香川県多言語コールセンター」ステッカーを作成し、同センターに加入済である施設や店舗である旨を明示できるようになった。

外国人観光客に対応している事業者からは、「多言語コールセンターを活用しており、非常に利便性が高まった」との意見が寄せられている。

②かがわ Wi-Fi

香川県は、国内外からの観光客や来訪者が、手軽に観光情報や交通情報にアクセスでき、さらには、災害発生時に素早く緊急情報等を取得することができるよう、「だれでも」「無料で」「簡単に」利用できる無料公衆無線 LAN サービス「かがわ Wi-Fi」を提供している。

平成 30 年 2 月現在、県内に 891 ケ所の Wi-Fi スポットが設置されている（県設置：30 ケ所、市町設置：74 ケ所、民間設置 787 ケ所）。高松市内の設置が全体の約半数の 420 ケ所となっている。

新たに「かがわ Wi-Fi アクセスポイント」を設置する香川県内の市町、民間事業者を対象に補助金を交付している。

③誘致活動（ファムトリップ⁴）

香川県の国際観光推進室はインバウンド誘致に向け、ファムトリップに注力している。人的な交流・ネットワーク形成を重視し、人間関係を重視するアジア市場からのインバウンド誘致に積極的に取り組んでいる。

ファムトリップを重視するのは、目で見て直接体験してもらった中から魅力的な商品を造成していくことが重要と考えるためである。また、実際に受け入れる施設やホテルが、現地旅行会社とコミュニケーションを取ることができ、事前の摺り合わせにより旅行者の満足度が向上する事もファムトリップに期待されている効果である。

高松空港はアジア 4 都市との直行便が就航しており、インバウンド誘致に大きく貢献しているが、ファムトリップの実施にあたっては、航空路線との連携も重要である。また、より多くの外国人観光客を呼び込むためには、効果的なプロモーションや周遊型観光の促進が必要であることから、ファムトリップへのメディア招致や、隣県と連動した活動も実施している。

【香川県観光協会】

④DMO登録（DMO：Destination Management Organization）

香川県観光協会は情報発信、観光客誘致、受入体制整備などの業務を実施しており、平成 29 年 11 月の第一弾日本版 DMO において「地域連携 DMO」として登録された。

（※日本版 DMO とは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。日本版 DMO には平成 29 年 11 月 29 日時点で広域連携 DMO5 件、地域連携 DMO23 件、地域 DMO13 件の計 41 件が登録。）

⁴ Familiarization Trip の略語。観光地等の誘客促進のため、訪日旅行責任者やブロガー、海外メディアの旅行ライターなどを対象に現地を視察してもらうツアー。観光地のプロモーションの一環として行われることが多い。

[図表 20] 香川県観光協会の沿革

年	概要
昭和 45 年	香川県の観光事業の振興を図り、観光団体との連絡協調を行うとともに、国際観光を促進し、香川県の文化や産業の発展に寄与することを目的に発足
平成 25 年	公益法人制度改革に伴い、公益社団法人に改組
平成 27 年	観光圏整備法に基づく「観光圏」認定を受け、「香川せとうちアート観光圏」として、協会が「観光地域づくりのプラットフォーム」としての中心的な役割を担い、香川県と 8 市 9 町とともに滞在型観光の推進を図る
平成 28 年	観光地域づくりの舵取り役としての日本版 DMO 候補法人として登録
平成 29 年	日本版 DMO の地域連携 DMO に登録される

出典：香川県観光協会ホームページ等より作成

⑤観光案内所

香川県観光協会では多言語対応可能な観光案内所の整備・運営（委託）を行っている。「高松空港インフォメーションセンター」は、5 カ国語に対応しており、JNTO の外国人観光案内所認定制度でカテゴリー3（最高ランク）に認定されている。スタッフも優秀な人材を揃えており、質の高いサービスが提供されている。

（※カテゴリー3 の認定基準は、「常時英語による対応が可能。その上で、英語を除く 2 以上の言語での案内が常時可能な体制がある。全国レベルの観光案内を提供。原則年中無休。Wi-Fi あり。ゲートウェイや外国人来訪者の多い立地」となっている。）

高松空港以外にも、高松駅に観光案内所「香川・高松ツーリストインフォメーション」が設置されている。案内所スタッフは英語、中国語、韓国語に対応できる体制を整え、「高松空港インフォメーションセンター」と同様、良質な観光案内サービスが提供されている。カウンターには無料の検索用タブレットが 2 台設置されている。

⑥うどん県旅ネット（観光情報サイト）

香川県観光協会の公式サイト「うどん県旅ネット」では、観光スポット、モデルコース、グルメ、イベントの情報発信や旅の予約ページなどが設けられ、英語、中国（繁体・簡体）、韓国語、タイ語の多言語ページも用意されている。

同ホームページでは、香川県の観光素材写真の無料ダウンロードが可能であり、香川県の PR に利用してもらうことを目的に提供されている。

【高松市】

⑦高松市外国語観光サイト

高松市は、観光情報サイト「Experience Takamatsu-Sense of Wonder」にて外国人観光客向けに市の魅力を発信している。日本語以外に英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語の多言語に対応しており、「観光」、「食」、「ショッピング」の各分野ごとの情報が提供され

ており、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とも連動できる機能も備えている。

なお、フォトダウンロードは香川県観光協会の公式サイトである「うどん県旅ネット」へリンクされている。

⑧魅力ある屋島再生協議会

魅力ある屋島の再生に向け、その特性及び価値の保存並びに地域資源としての有効活用を図り、屋島の持続性のある活性化を推進することを目的とする協議会。高松市が中心となり、農林水産省四国森林管理局、国土交通省四国運輸局、環境省、香川県、香川県観光協会、高松観光コンベンション・ビューロー、屋島山上観光協会、四国旅客鉄道、高松琴平電気鉄道、高松市観光ボランティアガイド協会、屋島地区コミュニティ協議会などが参加している。

屋島ドライブウェイは、屋島山上への車両用道路として利用されてきたが、通行料金の割高感が一因となり、利用者の減少が続いていた。協議会では、屋島ドライブウェイの無料化が検討され、高松市は屋島観光の活性化に向け屋島ドライブウェイの通行料を平成 29 年 7 月に無料化、平成 30 年 5 月には歩行者や自転車も通行可能となった。また、山上観光の目玉として屋島水族館のリニューアルも計画されている。

【民間・地域連携】

⑨鉄道フリーパス「ALL SHIKOKU Rail Pass」

JR 四国（四国旅客鉄道株）は、訪日外国人向け四国広域鉄道パス「ALL SHIKOKU Rail Pass」を発行している。当パスは平成 24 年 4 月より販売開始されており、JR 四国と四国各県の私鉄 5 社（高松琴平電気鉄道株、伊予鉄道株、土佐くろしお鉄道株、とさでん交通株、阿佐海岸鉄道株）全線が乗り降り自由となる。高松空港に直行便が就航している東アジア地域を中心として多くの外国人観光客が利用しており、年々販売実績を増やしている。国・地域別では、機内販売が行われている香港の利用者の割合が高くなっている（販売実績：平成 27 年度 9,706 枚→平成 28 年度 18,476 枚→平成 29 年度 21,587 枚）。

平成 30 年 3 月より、これまでの四国内鉄道 6 社全線に加え、外国人観光客に認知度の高い小豆島観光が可能となるよう、新たに小豆島フェリー株（高松港～土庄港間フェリー）及び小豆島オーリーブス株（小豆島島内路線バス）が対象として追加された。また、発売当初より有効期間 2、3、4、5 日用が設定されていたが、四国内での滞在期間を延ばしてもらうために、新たに 7 日間用を新設するとともに 2 日間用が廃止された。

上記改定と同時に、国際路線の就航が多い高松空港を拠点として香川県内エリアを周遊する外国人観光客向けに、小豆島を含む香川県内のみで利用可能な 2 日間用パス

「KAGAWA Mini Rail & Ferry Pass」の販売も開始された。

⑩瀬戸内国際芸術祭・ART SETOUCHI

瀬戸内海の島々を舞台に開催される現代アートの国際芸術祭であり、3年に一度開催される（第1回：2010年、第2回：2013年、第3回：2016年）。次回は2019年の開催が予定されている。

主催の瀬戸内国際芸術祭実行委員会の会長には香川県知事、総合プロデューサーには公益財団法人福武財団理事長が就任している。第1回開幕までの経緯は下記の通り。

[図表 21] 瀬戸内国際芸術祭 2010 開幕までの経緯

時期	概要
2004年	若手職員(香川県)による政策研究『『現代アート王国かがわ』の確立』で「アートアイランド・トリエンナーレの開催」を提言
2005年3月	直島福武美術館財団が「瀬戸内アートネットワーク構想」を発表、5年毎に複数の島々を会場とする文化芸術イベントを提唱
2006年度	香川県観光交流局のアートツーリズム事業において、直島と高松、小豆島、丸亀、坂出を結ぶ航路便「アートシャトル」を実験運航
2007年9月	香川県議会9月定例会において芸術祭への参画を表明
2008年4月	実行委員会設立総会
2008年11月	実行委員会第2回総会:「瀬戸内国際芸術祭基本計画」策定
2009年3月	実行委員会第3回総会:「瀬戸内国際芸術祭実施計画」策定
2009年12月	実行委員会第4回総会:「瀬戸内国際芸術祭詳細計画(素案)」発表
2010年3月	実行委員会第5回総会:「瀬戸内国際芸術祭詳細計画」策定
2010年7月19日	瀬戸内国際芸術祭 2010 開幕(第1回)

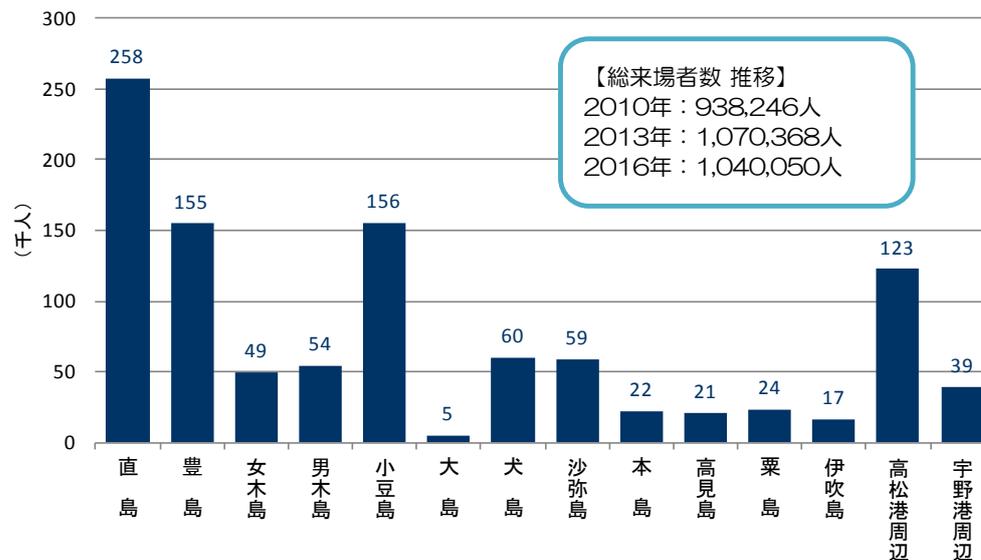
出典：瀬戸内国際芸術祭 2010 総括報告（瀬戸内国際芸術祭実行委員会）より

芸術祭の開催期間中には国内外から多くの観光客が訪れ、2016年（開催期間108日）の総来場者数は104万人となった。「こえび隊（瀬戸内国際芸術祭サポーター）」など地域の人々も一緒に作り上げている点も成功のポイントであるといわれている。

芸術祭の開催年以外にも「ART SETOUCHI」として情報発信及び誘客活動が行われている。開催期間以外にも常設で芸術作品が展示されており、直島の地中美術館など芸術的な建造物は知名度も高く、欧米をはじめ海外からの観光客も多く訪れている。

関係者等へのヒアリングにおいても、「芸術祭の影響という意味では、期間中だけ飛躍的に増加するのではなく、開催される毎に旅客数が底上げされている印象。期間外でも島を訪れたいという人が多いのだろう」といった意見が聞かれた。会場別の来場者数は図表22の通り。

【図表 22】 瀬戸内国際芸術祭 2016 の総来場者数（会場別）



出典：ART SETOUCHI ホームページより作成

⑪ さぬきアカデミー

百十四銀行、香川県観光協会、わがかがわ観光推進協議会は共同で、香川の街を知ってもらう取組みとして、全10回の「さぬきアカデミー」を開催している。

さぬきアカデミーは、香川県の良さを知り、郷土愛をはぐくみ、香川県のことをもっと誇りに思ってもらうことを目的として、香川の観光・歴史・文化など、多様な角度から香川県の素晴らしさについて学ぶ講座。全講座終了後には試験（全テーマ）を実施し、合格者には認定証を交付している。

⑫ 観光香川おもてなし運動県民会議

香川県の今後一層の交流人口の拡大を図るため、香川県を訪れる観光客を県民一人ひとりが心から“おもてなし”することにより、リピーター拡大や口コミ情報の拡散による新たな観光需要の誘発に繋げることを目指して「観光香川おもてなし運動県民会議」が設立された。

香川県知事、観光協会会長、県商工会議所連合会会長、県婦人団体連絡協議会会長が発起人となり平成29年10月に設立、県内を代表する幅広い分野の118団体が参画している。

⑬ 高松タクシー協会

高松タクシー協会は、平成29年11月に高松市内の法人タクシー19社157両にクレジットカード決済機を導入した。平成30年度中にさらに150両を追加する計画であり、将来的には配車アプリを使ったネット決済ができるサービス導入も視野に入れている。また、SuicaやWAONなどのICカードも利用できるよう順次整備していく計画である。

第2章 夜型観光等に取り組む県外事例の分析

第1章で香川県のインバウンド観光の現状を整理・分析した結果、外国人観光客の増加をより高い経済効果に結びつけるためには、(1) まずは広域周遊型の観光プロモーション等により更なる外国人観光客の来県を促すとともに、(2) (ア) 県内の外国人観光客の延べ宿泊者数を増やすこと、すなわち外国人観光客に香川県に1泊でも多く泊まってもらうことが、最も効果があることが分かった。また、(イ) 高単価商品の購買促進により外国人観光客の1人当たりの消費額単価を伸ばすことも効果的であると考えられる。これらを実現するためには、香川県において夜型観光を振興し、外国人観光客に香川県での宿泊を喜んでいただくとともに、高単価商品の販売を促進していくことも重要であると考え

る。
更に、香川県を訪れた外国人観光客にリピーターになってもらえば、宿泊に伴う高い経済効果を維持・継続することができるが、そのためには外国人観光客に、香川県に「来て良かった」「また泊まりに来たい」と思ってもらうことが重要である。

本章では、第1項で、夜型観光等に取り組む県外4地域：①佐賀（アート県庁プロジェクト、武雄のあかり展、佐賀牛）、②長崎（稲佐山夜景、長崎さるく）、③広島（厳島神社、ひろしま夜神楽）、④岡山（後樂園・岡山城同時ライトアップ）の事例を整理し、夜型観光等（佐賀牛については高単価商品の販売促進）の「成功に向けたポイント」について分析を行った。

【成功に向けたポイント】

- ① 行政によるリーダーシップ
- ② 地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力
- ③ 外部プロフェッショナルの活用
- ④ 多様な楽しみ方の工夫・提案
- ⑤ クオリティに対する第三者の評価

加えて、第2項で外国人観光客に「来て良かった」「また泊まりに来たい」と思っただけのための基盤である受入環境整備（多言語コールセンター、観光案内所等）についても、香川県及び県外4地域の取組みにつき整理・分析を行った。

1. 各地の具体的な取組み

(1) 佐賀

①アート県庁プロジェクト

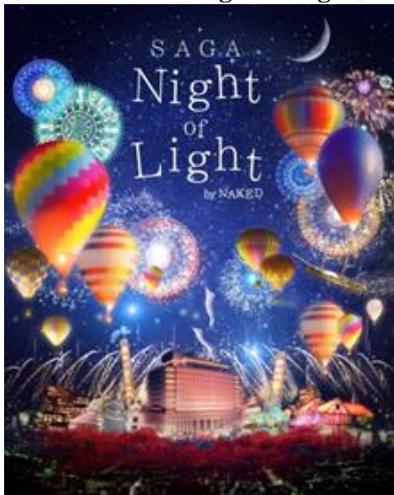
【概要】

平成28年7月より、九州初の夜景プロジェクションマッピングとして、佐賀県庁最上階の展望ホールを使用して開催されているイベントである。

第一弾（平成28年7月～平成29年7月）は「SAGANight of Light」、第二弾（平成29年7月～現在開催中）は「星空のすいぞくかん」というテーマのもと、年中無休かつ無料で実施されており、開催時間は、4月～9月は20:00～22:00、10月～3月は18:30～22:00となっている。

第一弾、第二弾ともにクリエイティブカンパニー「NAKED（ネイキッド）」がプロデュースを手掛けており、現在開催中の第二弾「星空のすいぞくかん」では、展望ホール南側の窓ガラスにオリジナルのストーリーが上映され、佐賀の夜景を自由に泳ぎまわる魚たちを楽しむことができる。北側には人の動きに反応して映像が変わるインタラクティブな作品が展開され、西側では佐賀の風景を描いた鉛筆画の作品に映像が投写され、朝から夜へゆっくりと時間が移る光景を見ることが出来る内容となっている。

第一弾「SAGA Night of Light」



出典：佐賀県

第二弾「星空のすいぞくかん」



【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ ①

当プロジェクトは、佐賀県が率先して夜型観光資源の開発に取り組んだことにより開始された。それまでは、夜に楽しむことができる常設の観光施設が市内に無かったため、市内の中心地区で一番高い建物である佐賀県庁（新館）の最上階の展望ホールにて、プロジェクションマッピングを企画したものである。このイベントは、観光客を集め、夜の街中の回遊性を高めるための施策として位置付けられており、観光地としてのイメージを定着させるための試験的な取組みであったものの、観光客より高い評価を受けていることから、今後も継続する方向で検討されている。

第一弾「SAGANight of Light」は全額を県の予算負担で実施したが、現在開催されている第二弾「星空のすいぞくかん」は、国2割、県8割の予算負担で実施されている。

★ 地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力 (②)

当プロジェクトの開始以降、一貫して地元の飲食店等と協力し、来場者に向けたサービスを提供している点も特徴として挙げられる。

第一弾「SAGANight of Light」では、近隣の飲食店と提携して無料クーポン券を配布し、割引等のサービスが受けられるようにした（参加店は約40店舗、20時以降も営業している店が対象）。

現在開催されている第二弾「星空のすいぞくかん」では、佐賀商工会議所青年部と連携し、佐賀市内の居酒屋やレストランで割引などのサービスを受けられるグルメガイド本を会場内で販売している（参加店は約100店舗、利用期間はH30年7月末まで）。

★ 外部プロフェッショナルの活用 (③)

当プロジェクトのプロデュースは、第一弾、第二弾と一貫して、アーティストである村松亮太郎氏が代表を務めるクリエイティブカンパニー「NAKED」が手掛けている。「NAKED」は、「日本一の星空」として有名となった長野県阿智村における星空とプロジェクションマッピングのショー（天空の楽園 Night Tours）、東京タワーやあべのハルカスの展望台における夜景イベント、東京駅の3Dプロジェクションマッピング等、数々の夜景とプロジェクションマッピングによる空間演出を手掛けた実績がある。

加えて、現在開催されている第二弾「星空のすいぞくかん」では、地元出身の歌手である松谷さやか氏がテーマソングを提供している。

★ 多様な楽しみ方の工夫・提案 (④)

第一弾「SAGANight of Light」は、太古の昔から佐賀の街が出来上がるまでの移り変わりを色鮮やかに表現した。また、唐津くんちの曳山や佐賀城天守の復元など、佐賀の歴史を踏まえた内容となっていた。

現在開催されている第二弾「星空のすいぞくかん」では、水族館をテーマにし、通行すると魚のトンネルが現れる「アクアリウムトンネル」や、窓に触れると魚が集まってくる「スターライトフィッシュ」など、人の動きに反応するインタラクティブ作品もあり、子連れのファミリー層も楽しめる内容となっている。

SNS等での情報の拡散を期待し、写真撮影や動画撮影には制限を設けていないことが奏功し、実際にInstagramや個人ブログ等による情報発信や口コミ等で情報が広がっているといった声も聞かれる。

平成28年7月の当プロジェクト開始以来、平成30年2月末時点で累計約10万人が入場した。当初1年間は約5万人の来場者数であったことから、現在開催されている第二弾「星空のすいぞくかん」はそれを上回るペースとなっており、これらの多様な楽しみ方の工夫・提案が集客に繋がっていると考えられる。

[図表 23] アート県庁プロジェクト概要

期間	テーマ	来場者数	料金	その他
平成 28 年 7 月 18 日～ 平成 29 年 7 月 20 日	SAGA Night of Light	約 5 万人	無料	約 40 店舗で使用できる無料 クーポン配布
平成 29 年 7 月 21 日～ 開催中	星空のすいぞくかん	平成 30 年 2 月時点で累 計 10 万人 突破	無料	約 100 店舗で使用できるグ ルメパスポートを販売 (1 年間有効)

出典：ヒアリング内容、公表情報から作成

②武雄のあかり展（武雄市）

【概要】

「武雄のあかり展⁵」は平成27年から毎年開催されており、平成29年で3回目の開催となった。夏の期間に、市内の観光資源である武雄温泉楼門や御船山楽園、慧州園等をライトアップし、その中でも主要イベントとして御船山楽園におけるデジタルアートの展覧会を実施している。武雄市は温泉地で海が無いこともあり、夏は観光客が少ないことが悩みであったが、夏の閑散期を当イベントの集客によってカバーしている状況である。

特に、国登録記念物である御船山楽園の自然を活かしたチームラボ⁶によるデジタルアートは、大掛かりな内容となっており、平成29年は約8万人が訪れるなど、非常に集客力のある展覧会となっている。

御船山楽園での水面プロジェクション

「小舟と共に踊る鯉によって描かれる水面のドローイング」／チームラボ



出典：武雄市観光協会

【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ ①

「武雄のあかり展」は、当初は、重要文化財に指定されている武雄温泉楼門の築100周年を記念したイベントとして検討されたものであったが、武雄市及び武雄市観光協会の主導により、市内の観光資源を一括して、毎年定期開催するイベントとしたものである。開催期間中、市はこれらの複数のスポット間を周遊するバスの運行や、近隣の市営駐車場の無料開放等の支援を行っている。

また、御船山楽園とチームラボとの提携についても、元武雄市観光協会会長（前市長）・御船山観光ホテル社長の広い人脈と、その行動力により実現したと言える。

★ 外部プロフェッショナルの活用 ③

御船山楽園のデジタルアートを手掛けたチームラボは、47万人が訪れた「チームラボ 踊るアート展と、学ぶ未来の遊園地」や、福岡城跡がインタラクティブな光のデジタルアート空間となった「福岡城 チームラボ 城跡の光の祭」、マリーナベイ・サンズのスケートリンクのインタラクティブな光の巨大なインスタレーション空間「Digital Light Canvas」等、多数の実績がある。御船山楽園において実施された、池の水面を含む自然へのプロジェクショ

⁵ 平成29年は、7月中旬～9月末までの間、御船山楽園、慧州園、武雄温泉、武雄神社、武雄の大楠、市立図書館、県立宇宙科学館といった複数のスポットをライトアップするイベントとし、武雄市観光協会が協賛して実施した。御船山楽園の「かみさまがすまう森のアート展」（デジタルアート展）は別途入場料が必要であるが、平成29年は約8万人の集客があった。

⁶ プログラマ、エンジニア、CGアニメーター、数学者、建築家など、様々な分野のスペシャリストから構成されているウルトラテクノロジスト集団。アート、サイエンス、テクノロジー、クリエイティビティの境界を越えて、集団的創造をコンセプトに活動している。

香川県でも平成26年、27年に開催された「香川ウォーターフロントフェスティバル」において高松市内各所でプロジェクション・マッピングをはじめとする各種デジタルアートを展示した実績を有する。

ンマッピングは当時新しい挑戦であったが、毎年工夫と改良を重ね、自立した展覧会として成立する高いクオリティを誇る。

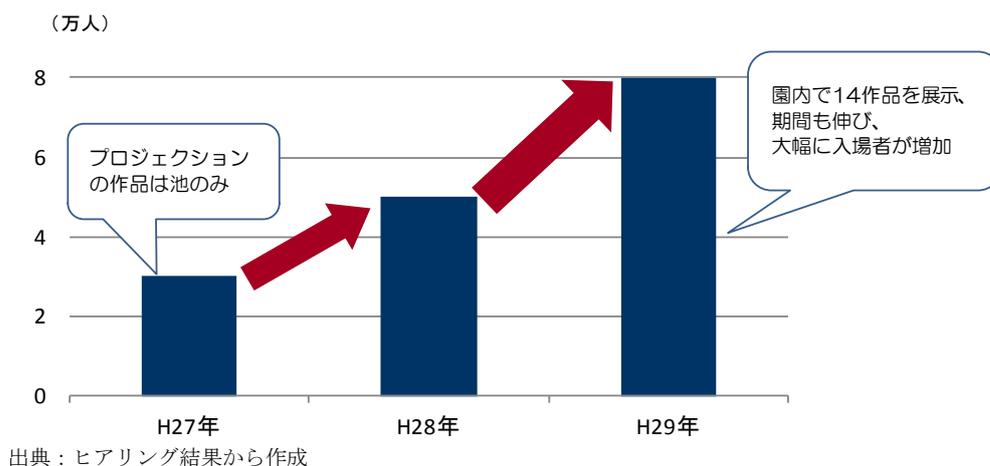
「武雄のあかり展」開催期間中、御船山楽園の水面プロジェクションのデジタルアートのみで1年目は約3万人、2年目は約5万人の来場があった。平成29年は、芸術文化支援活動の一環として新たに資生堂が協賛し⁷、より大掛かりな展覧会となったこともあり、約8万人の来場者数となった。

★ 多様な楽しみ方の工夫・提案 (④)

御船山楽園におけるデジタルアート作品は、当初は1作品のみが展示されていたが、毎年コンテンツを充実・変更し、対象となる場所を拡大し、平成29年は全14作品の展示となった。規模の拡大に伴い、御船山楽園の入園料金も値上げされている（平成28年：大人700円→平成29年：大人1,600円）。

開催期間が延長されたのみならず、毎年工夫を凝らし異なる内容で実施することで、多様な楽しみ方の提案を行っていることも、入場者数の増加の要因であると考えられる。

[図表 24] 御船山楽園デジタルアート展の入場者数の推移



「武雄のあかり展」は、市内の観光資源を一括したイベントであり、対象となる会場数も毎年増加している（図表 25）。3年目となった平成29年には、御船山楽園の他、慧洲園、武雄温泉、武雄神社、武雄の大楠、武雄市図書館、佐賀県立宇宙科学館と7か所に増えた。市内有数の観光資源である慧洲園も、有償でライトアップを実施するようになった。

期間中は、宿泊者数も増加しており、武雄市内だけでなく、近隣自治体からも「武雄のあかり展イベント期間中は宿泊客数が増加した」と評価されている。

⁷ 「資生堂 presents チームラボかみさまがすまう森のアート展」で出展された14作品の1つに、資生堂の新たなスキンケアブランド「WASO」とのコラボレーションによる作品「WASO Tea House・小さきものの中にある無限の宇宙に咲く花々」がある。

[図表 25] 武雄のあかり展概要

	期間	会場	料金
平成 27年	7月17日～ 8月31日	御船山楽園、武雄の大楠、武雄市 図書館、武雄温泉街	御船山楽園： 大人 500 円、小人 300 円
平成 28年	7月15日～ 9月25日	御船山楽園、武雄神社、武雄の大 楠、武雄温泉街、武雄温泉保養 村、佐賀県立宇宙科学館	御船山楽園： 大人 700 円、小人 300 円
平成 29年	7月14日～ 9月30日 ⁸	御船山楽園、慧洲園、武雄温泉、 武雄神社、武雄の大楠、武雄市図 書館、佐賀県立宇宙科学館	御船山楽園： 大人 1,600 円、中高生 1,200 円、 小学生 800 円 慧洲園(大滝と夏もみじのライトア ップ):大人 800 円、学生 700 円

出典：公表情報、ヒアリング結果から作成

武雄のあかり展（平成 29 年度）ポスター



(各写真の紹介)

武雄のあかり展	武雄市図書館	御船山楽園	武雄温泉 楼門	武雄の大楠
	武雄神社	御船山楽園	県立 宇宙科学館	慧洲園

出典：たけおポータル

★ クオリティに対する第三者の評価 (⑤)

武雄市の「武雄のあかり展」を始めとする夜景観光に対する一連の取組みは高い評価を受けており、同市は、長崎、神戸といった夜景が有名な都市が加盟する「全国夜景都市協議会⁹」のメンバーに加っている（全 11 都市）。

⁸ 御船山楽園のデジタルアート（資生堂 presents チームラボかみさまがすまう森のアート展）は、当初は期間を 10 月 9 日まで予定していたが、好評のため最終的には 10 月 29 日まで延長した。

⁹ 一般社団法人夜景観光コンベンション・ビューローと長崎市が共同で呼び掛けたものであり、美しい夜景を観光資源として活用する取組みを積極的に進める全国 11 自治体により、平成 28 年 12 月に発足。加盟都市は、長崎、札幌、足利、新潟、金沢、神戸、北九州、福岡、武雄、佐世保、雲仙の各市。

③佐賀牛

【概要】

佐賀牛は、JA グループ佐賀管内肥育農家で飼育された黒毛和種であり、日本食肉格付協会の定める牛取引規格の最高の肉質である「5」等級および「4」等級かつ BMS（霜降りの度合いを示す脂肪交雑）「No.7」以上の品質の物を指す。この格付基準は、全国に約 150 以上ある黒毛和種ブランド牛（銘柄牛）の中でも最上位クラスである。当基準を満たさなかったものは、「佐賀産和牛」として佐賀牛とは別のブランドとして販売されている。

【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ ①

佐賀牛は海外においても知名度が高く、特に香港で人気があると言われている。この背景には、県の職員が、佐賀県出身の元香港総領事とのコネクションを活用し、香港の五つ星ホテルにおける佐賀牛の取り扱いに成功したことが一つの要因として挙げられる。

こうした取り組みが奏功し、香港からは、本場の佐賀牛を食することを目的に佐賀を訪れる人もいるといった話が聞かれる（尚、香港の人は食に対する消費額単価が高い（図表 8））。

★ 地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力 ②

佐賀牛は、昭和 58 年に県下の若手肥育農家グループが肉質の向上にむけて研究を開始したことが起源となりブランド化に至っている。

佐賀牛が、商標登録、国内広域展開、日本を代表するブランド牛への成長を経て、海外においても認知度が高まった背景には、JA と農家の信頼関係に基づく、佐賀牛ブランド確立に向けての継続した取組みが挙げられる。前述の通り香港において佐賀牛の人気が高い理由には、「香港が日本からの牛肉の輸入を解禁する」との情報を基に、JA が事前に佐賀牛の輸出に向けた準備を進めた戦略が成功したことも一因であると考えられる。

★ 外部プロフェッショナルの活用 ③

佐賀牛ブランドのプロモーションに関しては、JA グループ佐賀、佐賀県、肥育農家を構成メンバーとする販売促進の機能を有する協議会や委員会により、テレビ CM による大規模な販売促進が継続されてきた。

平成に入ってから、関西・北九州を中心に、若者に人気がある「ウッチャン・ナンチャン」の内村光良氏を監督に起用した CM の放送を開始し、その後、料理の鉄人「フレンチの坂井」を起用した新 CM の放送も行われた。その他、TV 番組「どっちの料理ショー」で佐賀牛が特選素材として取り扱われたり、TV 番組「平成教育委員会」でも最高級佐賀牛の極上料理が取り上げられたりした実績がある。

★ クオリティに対する第三者の評価（⑤）

佐賀牛は、日本食肉格付協会の定める牛取引規格の最高の肉質である「5」等級および「4」等級かつ BMS「No.7」以上の品質を満たしており、海外でも有数の和牛ブランドとして高く評価されている。

平成 12 年に開催された九州・沖縄サミットでは、蔵相会議時での夕食に佐賀牛を食材とした料理が振る舞われた。近年では、平成 29 年 11 月のトランプ米大統領の来日の際、迎賓館の夕食会で佐賀牛のステーキが振る舞われたことにより、更に注目度が高まった。

[図表 26] 佐賀牛の概況

区分	年度	主な動き	備考
商標登録	昭和 58 年 (1983 年)	「佐賀牛」のはじまり	県下の若手肥育農家グループが研究を重ね、出荷された肉牛から肉質の向上が顕著となり、現在の「佐賀牛」の基礎となった。
	昭和 59 年 (1984 年)	「佐賀牛」と命名し販売を開始	大阪市食肉市場において、県下 JA グループから出荷する肉牛枝肉に「佐賀牛」シールを貼付し販売を開始。
	平成 3 年 (1991 年)	「佐賀牛」販売促進協議会の設立	県内「佐賀牛」取扱指定店の拡大を目的とし発足。協議会メンバーとして県・県食肉公正取引協議会。
	平成 4 年 (1992 年)	「佐賀牛」マークの商標登録	
国内広域展開・ブランド化の推進	平成 5 年 (1993 年)	関西及び北九州を中心に新たなテレビ CM の放映開始	若者に圧倒的人気がある「ウッチャン・ナンチャン」の内村光良氏を CM 監督に起用した新企画で作成。
	平成 7 年 (1995 年)	関西及び北九州を中心に新たなテレビ CM の放映開始	料理の鉄人「フレンチの坂井」を起用。
	平成 12 年 (2000 年)	九州・沖縄サミットの蔵相会議時ディナー食材として「佐賀牛」が選ばれる。	7 月 8 日にホテル日航福岡で開催された九州・沖縄サミット蔵相会議時のディナーで、「佐賀牛」を食材とした料理が各国の関係者に振舞われた。
	平成 18 年 (2006 年)	人気番組「平成教育委員会」および「どっちの料理ショー」で「佐賀牛」が取り上げられた。	
海外展開・更なるブランド化の進展	平成 19 年 (2007 年)	「佐賀牛」の海外輸出開始	香港に向けて「佐賀牛」の輸出を開始。
	平成 20 年 (2008 年)	「佐賀牛」のアメリカ輸出開始	香港に続き、アメリカに向けて「佐賀牛」の輸出を開始。
	平成 21 年 (2009 年)	全国 7ヶ所に佐賀牛広告看板を設置	佐賀牛消費宣伝事業委員会において、モノレール浜松町駅・JR 新大阪駅・JR 博多駅・福岡空港・J2 サガントスホームスタジアム等に「艶さし、プレミアム 佐賀牛」の看板を設置。
	平成 22 年 (2010 年)	「佐賀牛」のマカオ輸出開始	
	平成 23 年 (2011 年)	「佐賀牛」のシンガポール輸出開始	シンガポールに初の「佐賀牛」指定店を認定。
	平成 24 年 (2012 年)	「佐賀牛」対米輸出の再開	平成 22 年に国内で発生口蹄疫の影響により停止していた「佐賀牛」の対米輸出を、9 月より再開。
	平成 29 年 (2017 年)	トランプ米国大統領来日時夕食会での食材に「佐賀牛」が選ばれる。	11 月 6 日に迎賓館で開催された、日米首脳会談時の夕食会で、「佐賀牛」を使用したステーキが振舞われた。

出典：JA グループ佐賀 HP より作成

(2) 長崎

① 稲佐山夜景（長崎の夜景）

【概要】

長崎の夜景は以前から有名であるが、平成 24 年、夜景観光コンベンション・ビューローにより、香港、モナコと併せて世界新三大夜景に選定されたことにより、一段と知名度が高まった。長崎の夜景に関しては、独特の地形に基づく多方向からの俯瞰的な夜景鑑賞を可能にしている点や、夜景に特化した観光パンフレットやHP「長崎ノ夜景」、夜景ナビゲーターの養成等、ソフト及びハード両面から国際的な夜景観光の推進に積極的に取り組んでいる点が評価された。

また平成 27 年には長崎市が、神戸市、札幌市とともに「日本新三大夜景都市」に選定されている。長崎の夜景の中でも特に稲佐山は長崎を代表する夜景観賞地として全国的にも有名である。

稲佐山からの夜景



(写真提供：長崎県観光連盟)

【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ ①

長崎市は、夜景観光コンベンション・ビューローとともに、美しい夜景を観光資源として積極的に活用する自治体による協議会の設立を呼び掛け、全 11 都市からなる「全国夜景都市協議会」を平成 28 年 12 月に発足させた。

★ 地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力 ②

稲佐山夜景については、県、市、商工会議所、地域住民のいずれもが当地における重要な観光資源として認識・理解しており、観光客に向けた夜景の魅力の PR について行政がリーダーシップを発揮しつつ地域全体が協力的であることが大きな特徴として挙げられる。

<光のおもてなしプロジェクト>

平成 25 年の夏に、長崎にて全国高等学校総合高校文化祭（2013 長崎しおかぜ総文祭）が開催された際には、前年に長崎の夜景が「世界新三大夜景」に選定されたこともあり、全国から集まる高校生を光のおもてなしで歓迎しようと、長崎の地域経済活性化活動を展開している長崎サミットプロジェクト（長崎商工会議所、長崎経済同友会、長崎県経営者協会、長崎青年会議所、長崎県、長崎市、長崎大学）が「光のおもてなし 2013」の取組みを実施した。

「光のおもてなし 2013」は、夜景をパワーアップさせて、長崎を訪れた観光客のおもてなしをするため、地域の企業や一般の家庭に対し、「20 時～21 時の 1 時間だけカーテンをあけませんか」と積極的に呼びかけを行ったものであり、その効果は好評を博した。商工会議所青年部はこの取組みの中心的な役割を担い、同時期に「ながさきひかるプロジェク

ト」のフェイスブックページを立ち上げ、「夜景とまちづくり」に関する情報発信は今日に続いている。

その後も、長崎商工会議所青年部が立ち上げた長崎夜景プロモーション実行委員会による同様の取組み（光のおもてなし）は継続されており、平成26年（ながさきがんばらんば国体開催期間）、平成28年（長崎ねんりんピック開催期間）と、全国各地から多くの人が集まるイベントが行われるタイミングに併せて実施されている。

★ 外部プロフェッショナルの活用（③）

長崎の夜景を音楽で世界にアピールするため、世界的なヴァイオリニストの葉加瀬太郎氏に長崎夜曲の作曲を依頼した。葉加瀬氏は長崎にゆかりがなかったが、世界的に著名であり、かつ市民が親しみやすいアーティストとして選定された。長崎夜曲は平成25年12月に完成し、その後は公共交通機関の待合所や十八銀行各店舗での提示BGM放送等、多くの市民が耳にすることになり、地元の音楽家や子供たちにも演奏されるようになった。

その他、平成28年の「光のおもてなし2016」では、地元出身のシンガーソングライターである福山雅治氏が特別監修した楽曲メドレーを使用した「平和を願う祈りのイルミネーションショー」が催された。

★ 多様な楽しみ方の工夫・提案（④）

長崎では複数のスポットから様々な夜景が鑑賞できる。長崎の夜景は、稲佐山の山頂から市内の中心部を見渡す景色が最も有名であるが、港町である長崎は、長崎港を取り囲むすり鉢状の独特の地形から、稲佐山の山頂のみならず、眺める場所や方角により多様な夜景を楽しむことが出来る。

稲佐山の山頂からは、東の方角を見下ろせば長崎港の周辺の街明かりを鑑賞でき、南方向を向けば女神大橋を見渡すことが出来る。この南方向の景色は、東方向と比べて明かりが少なく、トワイライトタイムには独特の幻想的な景色が見られる。

また、長崎港に面する内港エリアにある「長崎水辺の森公園」からは、港に停泊するクルーズ客船や女神大橋のライトアップを撮影できる。クルーズ客船が女神大橋を通過する様子を撮影する人気スポットとしては、グラバー園から徒歩圏内にある鍋冠山の展望台もある。ここからは、旧グラバー住宅や軍艦島等、「明治日本の産業革命遺産」の構成資産5カ所を一望することができる。このように、長崎では稲佐山の他にも、様々なアングルからの夜景を楽しむことができる。

「世界新三大夜景」の選定基準の一項目に「鑑賞できる俯瞰的夜景に対してアプローチ可能な複数の視点場が存在していること」があり、この点からも、長崎の夜景は多様な鑑賞の視点場があり、その点が観光資源としての魅力を高めていると評価できる。

★ クオリティに対する第三者の評価（⑤）

長崎の夜景のクオリティについては、新世界三大夜景への選定（平成24年）、日本新三大夜景都市への選定（平成27年）でも認められているところであり論をまたない。

②長崎さるく

【概要】

長崎市内は、コンパクトに西洋、和、中華の要素が融合している点が特徴である。「和華蘭（わからん）」文化と呼ばれており、長崎市は、この3つの要素が融合された街を観光客に歩いて見て回ってもらうことを意識している。

「さるく」とは「町をぶらぶら歩く」という意味の長崎弁である。長崎の良さを街を歩きながら味わってもらうためのコースは「長崎さるく」と名付けられており、街中を自由に歩く「遊さるく」、長崎名物・ガイド付きまち歩きツアー「通さるく」、専門家による講座や体験を組み合わせた「学さるく」等、多様なコースのラインナップがある。

【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ ①

長崎さるくのコースの中には、田上富久長崎市長自らがガイドを務める「学さるく」もある。市長は市職員時代に「長崎さるく博」の運営に深く関わっており、また、市長となった後には、マニフェストにおいて「外国人向けさるくの実施」「民間の企画によるさるくメニューの増加」を謳っている。さるくの発展に対する行政の支援が見て取れる¹⁰。

さるくガイドを務める田上市長（右）



出典：一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会

★ 地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力 ②

長崎さるくが大きく発展するきっかけになったのは、平成18年に約半年にわたり開催された、「長崎さるく博」であると言える。これは、国内初の「まちあるき」をテーマにした博覧会であり、市民が中心となって行われ、まち全体をパビリオンとみなした街歩きの基礎イベント（「遊さるく」42コース、「通さるく」31コース、「学さるく」74コース）や、会場イベントなどが実施された。企画・運営に関わった市民は延べ約3万人に上った。

「長崎さるく博」の開催以降も、長崎市の街歩きは「長崎さるく」として定着し、地元ガイド付きコースや新たな民間提案によるコースの設定等、地域との連携を維持しながら継続されている。

¹⁰ 平成18年の長崎さるく博は長崎市による強いリーダーシップにより開催された。長崎市はさるく博以降も、長崎さるくの発展を継続的に支援する立場として関わっている。

★ 外部プロフェッショナルの活用 (③)

長崎さるく博のコーディネイトプロデューサーは、イベントツーリズムのプロデューサーである茶谷幸治氏が務めた。茶谷氏は、これまで「アーバンリゾートフェア神戸'93」のチーフプロデューサーを皮切りに、「ジャパンエキスポ世界リゾート博」の催事プロデューサー、「南紀熊野体験博」「しまなみ海道'99」の総合プロデューサー等を務めている。一貫して地域・住民主体の地域活性化のイベントを主導し、コーディネイトプロデューサーを務めた「長崎さるく博」では、日本初となる街歩き博覧会を市民主体で成功させた。

[図表 27] 茶谷幸治氏がプロデュースした主なイベント

時期	イベント	
1993	アーバンリゾートフェア神戸'93	チーフプロデューサー
1994	ジャパンエキスポ世界リゾート博	催事プロデューサー
1999	ジャパンエキスポ南紀熊野体験博	総合プロデューサー
1999	しまなみ海道'99	広島・愛媛両県総合プロデューサー
2004～2006	長崎さるく博	コーディネイトプロデューサー
2008～2015	大阪あそ歩	チーフプロデューサー
2013～2014	名古屋やっとかめ文化祭	総合プロデューサー

出典：茶谷幸治氏ウェブサイト

★ 多様な楽しみ方の工夫・提案 (④)

「長崎さるく」には、様々なレベルやエリア、内容が異なる多様なコースがある。エリアには、「ベイエリア」、「居留地」、「まちなか」、「浦上と稲佐」が対象となっており、それぞれに複数のコースが設定されている。また、「食」、「健康」、「歴史・文化」、「平和」といったテーマごとのコースもある。全部で40以上のコースがあり、所用時間は1.5時間程度と手ごろながら、内容が専門的なコースもあり、観光客は様々なエリアをそれぞれのレベルで楽しむことができる。外国人向けさるくコース、外国語のさるくマップや、期間限定の通さるく（ランタンフェスティバル開催期間に合わせた「ランタンさるく」等）もある。

★ クオリティに対する第三者の評価 (⑤)

「長崎さるく博」は、従来のような大規模なパビリオンではなく、市民と行政によって作られた「まち歩きコース」とツアーからなる博覧会である点が最大の特徴である。観光客と市民が触れ合う新しい観光スタイルの仕組みづくりが評価され、日本産業デザイン振興会による日本グッドデザイン賞を受賞した。また、日本イベント産業振興協会による「日本イベント大賞（地域振興部門賞）」も受賞している。

(3) 広島

① 厳島神社

【概要】

広島湾に位置する厳島（宮島）は、日本三景の一つで「安芸の宮島」と呼ばれている。厳島神社は海を敷地とした独創的な神社であり、世界遺産に登録されていることもあり、国内外から多くの観光客が訪れる。

宮島へは、最寄りの廿日市市の宮島口からだけでなく、広島市の宇品港からの高速船や、平和記念公園と宮島を結ぶ船舶（世界遺産航路）等複数のアクセスルートがある。

宮島の外国人観光客数は平成7年に約34千人だったものが、平成29年には約10倍の約324千人と過去最多を更新している。平成20年の日本とフランスの国交開始150周年の現地ポスターには世界遺産モンサンミッシェルと厳島神社の大鳥居が起用されたこともあり、海外の国・地域別ではフランスからの観光客が最も多く訪れている。尚、廿日市市とモンサンミッシェルは観光友好都市として提携している。

また、平成27年から広島港廿日市地区に大型クルーズ客船の寄港が本格的に開始されたこともあり、中国や台湾といったアジア方面からの外国人観光客も増加している。

広島は、厳島神社と原爆ドームという「世界遺産」という分かりやすく競争力のある観光資源を二つ有しており、多くの外国人観光客を取り込んでいるものの、関西圏からは日帰り観光が可能であり、広島に宿泊せずに帰ってしまう人も多い。そのため、広島県では夜や早朝の観光プロダクトを開発することにより、宿泊客の取り込みを目指している。例えば宮島では、厳島神社や大鳥居等が毎日23時までライトアップされており、干潮時にはライトアップされた大鳥居などを間近から眺めることができる。

【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ (①)

前述の通り、宮島が日仏国交開始150周年の現地ポスターに起用されたことをきっかけに、廿日市市はパリにおける観光交流セミナーに参加する等の活動を積極的に行った。その過程でモンサンミッシェルとの交流を深め、モンサンミッシェルとの観光友好都市の提携に至った。

厳島神社・大鳥居



(撮影：(株)日本経済研究所)

モンサンミッシェル

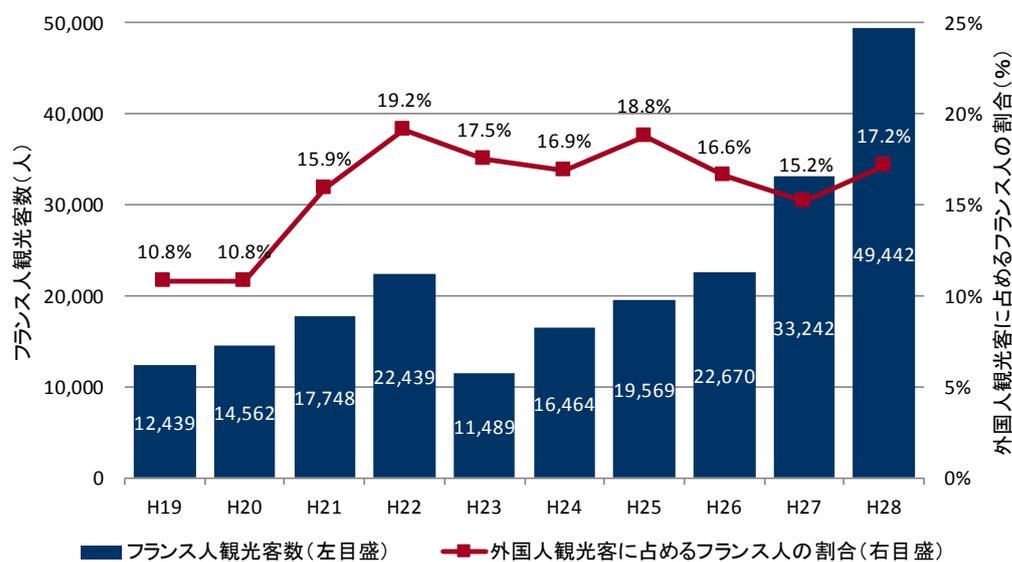


(撮影：(株)日本経済研究所)

行政によるこのような取組みが奏功し、フランス人観光客は増加傾向にあり、廿日市市とモンサンミッシェルが観光友好都市として提携した平成 21 年には外国人観光客に占めるフランス人の割合が大幅に上昇した（図表 28）。廿日市市は平成 30 年現在、来年の観光友好都市提携 10 周年に向け、フランスからの誘客促進を図るための各種プロモーション事業（ポスター制作、フランス・ガイドブックへの広告掲載など）を積極的に展開している。

広島県は、年間 400 万人を超える観光客が訪れる宮島へのアクセスルートであると同時に、住民の生活航路である宮島航路の機能を強化するため、宮島口のフェリーターミナルや栈橋の整備を進めている。

〔図表 28〕 宮島を訪れるフランス人観光客の状況



出典：廿日市市資料より作成

★ 地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力（②）

宮島公認ガイドが案内するナイトガイドツアーを実施することにより、宮島に泊まらないと体験できないコンテンツを提供している宿泊施設もある。また、宮島地区はもともと夜間に営業している店舗が少ない地域であったが、宿泊客の満足度を高めることを目的として、夜遅くまで営業している飲食店を紹介する「夜営業飲食店マップ」を作成・配布している宿泊施設もある。

★ 多様な楽しみ方の工夫・提案（④）

宮島には多くの外国人観光客が訪れているが、宮島以外の廿日市市内観光地には外国人観光客があまり訪れていないのが現状である。中山間地域にも魅力的な観光資源があることから、宮島口地区を拠点に市域全域へ観光客を誘客していくために、外国人を対象としたモニターツアーを実施している。

広島県は、厳島神社と原爆ドームの二つの世界遺産を有し、多くの外国人観光客が訪れているが、大阪などから日帰り観光が可能であるため、広島での宿泊に繋がっていないケースも多い。そのため、広島市が中心となり、広島県に二つの世界遺産以外にも魅力的な観光資源があることを情報発信し、二つの世界遺産と広域の観光資源とを組み合わせることで宿泊観光につなげていくことを目的として、広島広域観光情報サイト「Explore HIROSHIMA」による着地型観光を意識した情報発信を行っている。

本サイトでは、広島市だけでなく、広島県内市町や、岩国など山口県東部地区の市町までエリアを拡大し、広域都市圏としてプロモーションを展開している。8ヶ国語（日本語、英語、中国語（簡体字版・繁体字版）、ハングル語、フランス語、ドイツ語、タイ語）の多言語で作成しており、単なる翻訳ではなく、国ごとに異なる嗜好に合わせたモデルコースの提案等を行っている。

★ クオリティに対する第三者の評価（⑤）

宮島は、松島（宮城県）、天橋立（京都府）とならび日本三景の一つとして古くから有名な観光地であった。加えて厳島神社は、世界遺産に登録されており、多くの観光客が訪れている。広島県内にはもう一つの世界遺産である原爆ドームがあり、厳島神社・原爆ドームを目的として外国人観光客が多く訪れている。

②ひろしま^{よかぐら}夜神楽

【概要】

神楽は、秋の収穫を終え、豊かな実りを授けてくれた八百万の神々と先祖の魂をお迎えして奉納する農耕儀礼であり、現在でも全国的に様々な形で保存伝承されている。

広島は全国でも有数の神楽が盛んな地域であり、県内では200～300の神楽団があると言われて

ひろしまの神楽



中には追っかけがいるほど人気の神楽団もあり、豪華絢爛な衣装をまとったダイナミックな舞と趣向を凝らした演出により、能や歌舞伎の要素を取り入れてショーアップした伝統芸能を披露している。

(写真提供：広島県)

広島の伝統芸能として親しまれている「神楽」を国内外に発信し、中心市街地の夜のにぎわいの創出を図るため、ひろしま神楽振興推進実行委員会（構成：広島市、広島商工会議所、広島県観光連盟、広島観光コンベンションビューロー）が主催し、広島山県郡友会、広島市神楽振興連絡協議会、西日本旅客鉄道(株)の協力で、「ひろしま夜神楽」を実施している。

「ひろしま夜神楽」は平成20年から開催され、10回目を迎える平成29年には11月に9日間上演された（一部貸切公演あり）。上演時間は19:30～21:10と遅めの時間設定となっている。会場は被爆建造物で広島市指定重要文化財に指定されている旧日本銀行広島支店が使用された。

平成29年は、広島県の主催、ひろしま神楽振興推進実行委員会の共催、ひろしま通訳・ガイド協会の協力により「外国人観光客向け夜神楽」が試験的に計4回開催された（1回50名程度の集客規模、会場は広島県立美術館の講堂を使用）。これが好評だったため、平成30年4月から本格的に開始し、県内各地の神楽団の持ち回りで10月まで計40回の公演を予定している。

「外国人観光客向け夜神楽」は開演時間が18時となっており、「ひろしま夜神楽」と比べて少し早めの時間帯であるが、通訳によるガイドや一演目の後に解説が入ったり、衣装などの撮影時間を設けたりする等、日本人を対象とした「ひろしま夜神楽」とは異なるメニュー構成で上演された。

【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ ①

概要で述べた通り、「ひろしま夜神楽」は、広島市や広島商工会議所が中心となり、中心市街地の夜のにぎわい創出を図ることを目的として、平成20年から開催されている。さらに、平成29年からは広島県の主催により「外国人観光客向け夜神楽」を開催している。

このように、広島ならではの伝統芸能として親しまれている「神楽」を国内外に発信し、

平和都市観光と伝統芸能を融合した新たな観光資源とするために、県や市等の行政が強いリーダーシップを発揮している点が特徴である。

★ **地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力（②）**

「ひろしま夜神楽」の実施にあたっては、行政を中心に構成されるひろしま神楽振興推進実行委員会の主催に加え、地元の各種団体や企業が協力して行われている。また、「外国人観光客向け夜神楽」の開催に際しては、地元神楽団やひろしま通訳・ガイド協会の協力により、上演中には舞台脇のモニターに英訳が映され、観客はストーリーを理解しながら楽しむようにする等の工夫が施されている。

会場についても、旧日本銀行広島支店や、広島県立美術館の講堂が使用される等、地域を挙げて協力している様子が窺える。

★ **多様な楽しみ方の工夫・提案（④）**

広島県内には神楽団が 200~300 あると言われており、異なる神楽団によりそれぞれの演目が公演されている。平成 29 年の「ひろしま夜神楽」は 9 日間開催され、9 日とも違う神楽団による公演であった。

「外国人観光客向け夜神楽」では、演目の内容を、国・地域別の特性を踏まえて外国人向けに適切な表現に変更するなど、一部内容をアレンジして対応している。また、45 分間の上演が終わると、出演者への質問コーナーや舞台衣装を着ての記念撮影が可能となる等の楽しみ方ができるようになっている。

(4) 岡山

①後楽園・岡山城同時ライトアップ

【概要】

後楽園は、岡山県岡山市にある日本庭園であり、水戸偕楽園、金沢兼六園と並ぶ日本三名園の1つである。平成24年度以降、外国人観光客の入園者数は年間約2万人のペースで増加しており、平成28年度は全体の入園者数882千人のうち、外国人観光客数は124千人(外国人比率約14%)であった(図表29)。国・地域別に見ると、入場者の多い順に台湾、フランス、韓国、中国、香港となっていることから、後楽園のパンフレットは五ヶ国語(中国簡体字・繁体字、韓国語、英語、フランス語)で作成されている。

後楽園と旭川を挟んで隣接する岡山城においても、後楽園と同様、入場者数は全体及び外国人観光客ともに増加傾向にある(図表30)。

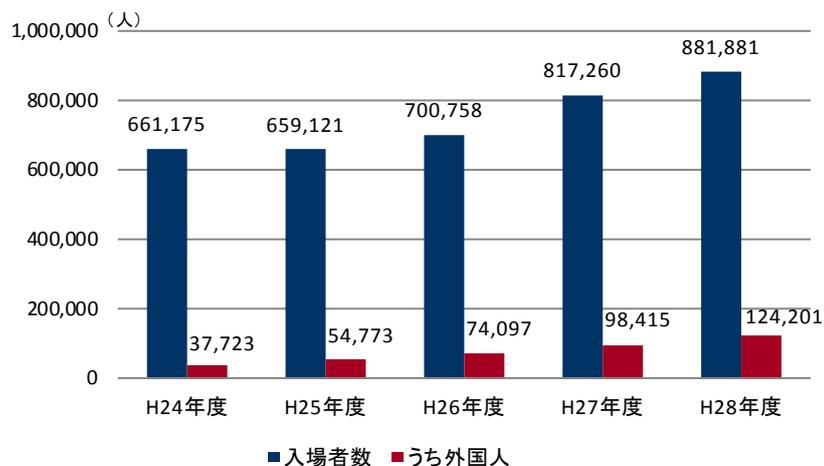
後楽園は「幻想庭園」、岡山城は「鳥城灯源郷」として、同時期にライトアップを実施しており、期間中は後楽園と岡山城を結ぶ月見橋もライトアップされ、相乗効果による魅力の向上を図っている。ライトアップの回数は、JRのデスティネーションキャンペーンに合わせて、平成28年から、これまでの年2回(夏・秋)から年3回(春・夏・秋)に増やした。春と秋は10日間、夏は1ヶ月間実施している。

【ポイント】

★ 行政によるリーダーシップ ①

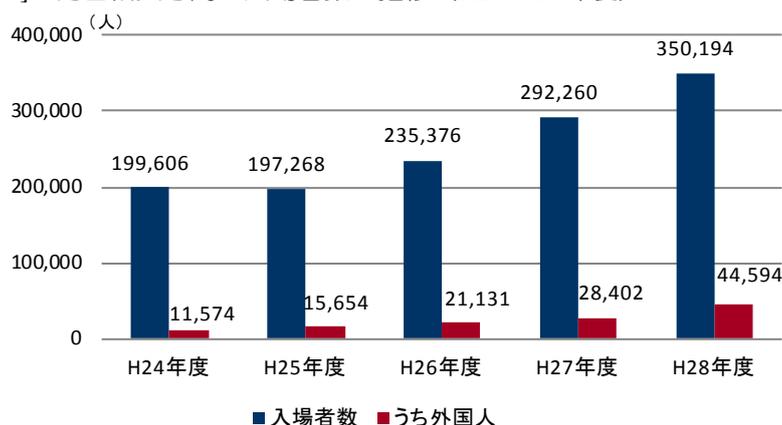
県が所管する後楽園と、市が所管する岡山城の一体的運用による観光客増加を目指し、平成26年に「岡山後楽園・岡山城等連絡推進協議会」が発足した。後楽園と岡山城をセットにした共通入場券の取り扱いや、ライトアップ開催期間中の駅周辺のホテル宿泊者向け無料シャトルバスの手配等も行っている。

[図表29] 岡山後楽園 入園者数の推移(H24～28年度)



出典：岡山後楽園事務所

[図表 30] 岡山城天守閣 入場者数の推移 (H24～28 年度)



出典：公益社団法人おかやま観光コンベンション協会

★ 地域の住民の草の根の協力・地元企業等の協力 (②)

岡山後楽園では、平成 17 年以降、園内及び岡山城を案内するボランティアガイドを募集・養成（後楽塾）している。ボランティア養成コースは平成 29 年秋で第 13 期目を迎えた。ボランティアの任期は 2 年間であるが、多くの方が任期終了後も引き続きガイドやおもてなしイベントの開催に関わる等、ボランティア活動を継続している。

幻想庭園（ライトアップイベント）では、ナイトボランティアによるガイドもあり、また、両備グループや山陽新聞社、中国銀行、ベネッセホールディングス等、多数の地元企業が協賛している。

★ 多様な楽しみ方の工夫・提案 (④)

平成 28 年からライトアップは春、夏、秋の年 3 回実施されている。季節や開催年に合わせた特徴的なライトアップや演出が行われている。

幻想庭園



(撮影：(株)日本経済研究所)

岡山城との同時ライトアップ



また、ライトアップに併せて、庭園ビアガーデンや、県下各地域の物産の試食・販売、アーティストによるライブステージ等、多様なイベントが開催されている。

<夏の幻想庭園 各種イベント>
庭園ビアガーデン



スターライトステージ



和の学校（日本の伝統文化体験）



出典：岡山後楽園

旭川河川敷での花火大会



★ クオリティに対する第三者の評価（⑤）

概要で述べた通り、後楽園は、水戸偕楽園、金沢兼六園と並ぶ日本三名園の1つであり、優れた景勝を持つ日本庭園として多くの人に知られている。

加えて、後楽園は「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」にて三つ星を獲得していることも、外国人観光客の増加に繋がっていると考えられる。「ミシュラン・グリーンガイド」は、飲食店・レストランやホテルを評価するミシュランガイドの旅行者ガイド版として発行されており、旅行者たちが、訪れる土地をよりよく理解し、充実した旅を楽しめるような情報が掲載されている。掲載地は旅行者へのお薦め度という観点から、“星なし”から「わざわざ旅行する価値がある」という“三つ星”までが付与されている¹¹。

¹¹ 評価の基準は以下の9つ。「1. 旅行者がその観光地を訪れた時に受ける第一印象」、「2. その場所の知名度」、「3. 文化財の豊かさ、レジャーの充実ぶり」、「4. ユネスコの世界遺産などの公的評価」、「5. 芸術品や史跡の固有の美術的価値」、「6. 美観」、「7. 作り物ではない本物としての魅力と調和」、「8. 旅行のしやすさと利便性（施設整備、アクセス、維持管理など）」、「9. 旅行者の受け入れの質」

2. 受入環境の整備状況

前項では主に夜型観光等に取り組む他地域事例を紹介した。本項では、インバウンド観光客に「来て良かった」「また泊まりに来たい」と思っただけのための基盤である受入環境整備（多言語コールセンター、観光案内所等）についても、香川県及び今回調査した4県の取組みにつき整理・分析を行う。

（1）多言語コールセンター

県単独での多言語コールセンターの取り組みを実施していない県もある中、香川県の多言語コールセンターは9言語（英語、中国語、韓国語、スペイン語、ポルトガル語、ベトナム語、タイ語、フランス語、タガログ語）に対応したサービスを提供している（図表31）。

香川県の多言語コールセンターは、「2 地点 3 者通訳（目の前に外国人がいる場合）」のみならず「3 地点者通訳（電話の向こうに外国人がいる場合）」にも対応できる。タブレットやスマートフォンを使用するTV通訳サービスも提供しており、平成29年10月からはスマートフォンで「うどん県旅ネット」上の専用バーナーをクリックすれば、県内であれば無料で電話通訳サービスが利用可能となるサービスを開始した。その他、香川県は日本語文と外国語文の相互翻訳サービスも提供している（参照：第1章2.（2）①）。

以上より、香川県の実施している多言語コールセンターサービスは、他県と比較しても遜色のない水準であると言える。

[図表 31] 各県における多言語コールセンターの概要整理

県	概要
香川	香川県では、外国人観光客との円滑なコミュニケーションや多言語表示を支援する 24 時間対応の多言語コールセンターを開設し、観光案内所運営主体やその他の観光関係施設を対象にサービス提供している。
	対応言語:9 言語(英語、中国語、韓国語、スペイン語、ポルトガル語、ベトナム語、タイ語、フランス語、タガログ語) 一部の言語(フランス語、タガログ語)は日中のみサービス提供
岡山	岡山県では、外国人旅行者との円滑なコミュニケーションを支援するため、岡山県内の宿泊施設や飲食施設、観光施設、小売施設などを対象に 24 時間対応の多言語コールセンターサービスを提供している。
	対応言語:3 言語(英語・中国語・韓国語)、 メール等の翻訳サービスは、英語・中国語(簡体字・繁体字)・韓国語・タイ語・フランス語に対応
佐賀	佐賀県観光連盟が提供するトラベルサービス「どがんしたと?(DOGAN SHI TA TO)」では、外国人観光客向けの多言語コールセンターサービスを 24 時間 365 日提供している。
	対応言語:14 言語(英語・中国語・韓国語・タイ語・ベトナム語・インドネシア語・フランス語・ドイツ語・イタリア語・スペイン語・ポルトガル語・ロシア語・ネパール語・タガログ語)
長崎	長崎県では、近隣の県と連携した対応を検討中
広島	広島県単独でのサービスはない。広域連携 DMO のせとうち観光推進機構(対象地域:兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県)において、「外国語電話通訳サービス」を 24 時間 365 日提供している。
	対応言語:12 言語(英語・中国語・韓国語・タイ語・ポルトガル語・スペイン語・フランス語・イタリア語・ドイツ語・インドネシア語・ベトナム語・ロシア語)

出典：ヒアリング、インターネット検索等より作成

(2) 観光案内所

香川県内には、平成 30 年 2 月 28 日現在、JNTO 認定の外国人観光案内所が 10 カ所ある(図表 32)。その内、香川県観光協会が運営する、高松空港の「高松空港インフォメーションセンター」と高松駅の「香川・高松ツーリストインフォメーション」は JNTO が実施する外国人観光案内所の認定制度(図表 33)において、最高ランクの「カテゴリー3」の認定を受けている。

今回調査した 4 県の中でも「カテゴリー3」認定を受けた外国人観光案内所が複数存する地域はないことから、香川県内の外国人観光案内所の水準は非常に高いと評価することができる。と考える。

[図表 32] 各県における観光案内所（JNTO 認定外国人観光案内所）の概要整理

県	JNTO 認定外国人観光案内所					主な案内所の概要
	件数計	Cat. 3	Cat. 2	Cat. 1	パートナー	
香川	10	2	3	5	0	「高松空港インフォメーションセンター」(高松空港): 営業時間 8:15~21:40 【JNTO カテゴリー3】 「香川・高松ツーリストインフォメーション」(高松駅): 営業時間 9:00~20:00 【JNTO カテゴリー3】 (主体:香川県観光協会)
岡山	14	0	1	13	0	「ももたろう観光センター」(一番街地下): 営業時間 9:00~20:00 【JNTO カテゴリー2】 「岡山市観光案内所」(JR 岡山駅): 営業時間 9:00~18:00 【JNTO カテゴリー1】 (主体:おかやま観光コンベンション協会)
佐賀	11	0	1	9	1	「佐賀市観光案内所」(JR 佐賀駅): 営業時間は 8:30~18:00 【JNTO カテゴリー1】 (主体:佐賀市観光協会)
長崎	11	0	4	5	2	「長崎市総合観光案内所」(JR 長崎駅): 営業時間 8:00~20:00 【JNTO カテゴリー2】 「長崎空港案内所」(長崎空港): 営業時間 7:00~21:45 【JNTO カテゴリー2】
広島	29	1	7	19	2	「広島駅総合案内所」(JR 広島駅): 営業時間 6:00~24:00 【JNTO カテゴリー3】 (主体:JR と広島市が協定締結) 外国人向け街角観光案内所「トラベルパル・インターナショナル」(市内):民間事業者や店舗等の協力により、休憩スペースやトイレ等を提供(主体:広島市、H29.11 現在で 52 か所)。

出典: JNTO 認定外国人観光案内所一覧、ヒアリング等より作成 (認定件数は平成 30 年 2 月 28 日現在)

[図表 33] (参考) JNTO 認定外国人観光案内所のカテゴリー区分・認定件数・主な基準

区分	件数	主な基準
カテゴリー3	49	常時英語による対応が可能。その上で、英語を除く 2 以上の言語での案内が常時可能な体制がある。全国レベルの観光案内を提供。原則年中無休。Wi-Fi あり。ゲートウェイや外国人来訪者の多い立地。
カテゴリー2	266	少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐。広域の案内を提供。
カテゴリー1	490	常駐でなくとも何らかの方法で英語対応可能。地域の案内を提供。
パートナー施設	104	観光案内を専業としない施設であっても、外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立な立場で地域の案内を提供。
計	909	

出典: JNTO 認定外国人観光案内所一覧より (認定件数は平成 30 年 2 月 28 日現在)

(3) 観光情報サイト

香川県観光協会の公式サイト「うどん県旅ネット」は、観光スポット、モデルコース、グルメ、イベントの情報発信や旅の予約ページなどが設けられている（図表 34）。平成 30 年 5 月からはうどん打ちやガラス彫刻など県内の体験プログラムが予約できるサイトの本格運用を開始するなどコンテンツを進化させており、将来のインバウンド向け体験プログラムの予約提供等が期待される場所である。外国語も 5 言語（英語、中国語（繁体・簡体）、韓国語、タイ語）での情報提供を実施している。また、香川県の観光素材写真の無料ダウンロードサービスも提供している。

以上より、香川県の観光情報サイト「うどん県旅ネット」は、他県と比較しても遜色ないサービス内容を誇っていると言えよう。

[図表 34] 各県における観光情報サイト（ホームページ）の概要整理

地域	言語数	概要
香川	5	香川県観光協会の公式サイト「うどん県旅ネット」では、観光スポット、モデルコース、グルメ、イベントの情報発信や旅の予約のページなどが設けられている。5 言語（英語、中国語（繁体・簡体）、韓国語、タイ語）で観光情報を提供。香川県の PR に利用してもらうことを目的に、香川県の観光素材写真の無料ダウンロードを提供している。 高松市も、観光情報サイト「Experience Takamatsu-Sense of Wonder」にて外国人観光客向けに市の魅力を発信している。日本語以外に英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語の多言語に対応。
岡山	6	岡山県観光連盟の観光総合サイト「おかやま旅ネット」では、観光スポット、おすすめコース、グルメ、お土産、イベント、旅の予約などのページが設けられている。6 言語（英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語、タイ語、フランス）で観光情報を提供。岡山県観光の PR に活用してもらうことを目的に、名所・自然・イベント等の写真データを提供している。 岡山市も、公式観光サイト「おかやま観光ネット」にて 5 言語で情報提供している。
佐賀	5	佐賀県（観光連盟）の観光情報サイト「あそぼーさが」では、観光スポット、グルメ・お土産、祭り・イベント、モデルコースなどのページが設けられている。5 言語（英語、韓国語、中国語（簡体・繁体）、タイ語）で観光情報を提供。佐賀県の観光に関する画像がデータベース化され、検索・閲覧・ダウンロードする事が可能。 佐賀市観光協会公式ポータルサイトは日本語のみで情報提供。
長崎	8	長崎県（観光連盟）の観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」では、モデルコース、イベント、グルメなどのページが設けられている。8 言語（英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語、フランス語、スペイン語、オランダ語、イタリア語）で観光情報を提供。旅行会社、学校関係者、ウェブデザイナー等の事業者へ写真を提供している。 長崎市にも公式観光サイト「あっ！と ながさき」があり、4 言語で観光情報を提供している。
広島	5	広島県（観光連盟）の公式観光サイト「ひろしま観光ナビ」では、観光スポット、モデルコース、グルメ、イベントなどのページが設けられている。5 言語（英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語、フランス語）で観光情報を提供。 広島市等の広島広域観光情報サイト「ひろたび (Explore HIROSHIMA)」では、広島市内だけでなく岩国など山口県東部地区までエリアを拡大し、広域都市圏としてプロモーションを展開。7 言語（英語、韓国語、中国語（繁体・簡体）、フランス語、ドイツ語、タイ語）で、国ごとに異なる嗜好に合わせモデルコース等の観光情報を提供している。

出典：ヒアリング、インターネット検索等より作成（言語数は日本語以外の言語数にて整理）

第3章 香川県のインバウンド観光振興に向けて

第1章の分析結果を踏まえると、外国人観光客が香川県にもたらす経済効果を最大限高めるためには、

(1) 周遊型観光による誘客の促進【Step1】

まずは広域周遊型の観光プロモーション等の促進により、「香川県に来てくれる外国人観光客の数」を増やし、その上で

(2) 外国人観光客の香川県での観光消費額をふやすこと【Step2】

具体的には、

(ア) 夜型観光の振興等による宿泊観光客数の増加

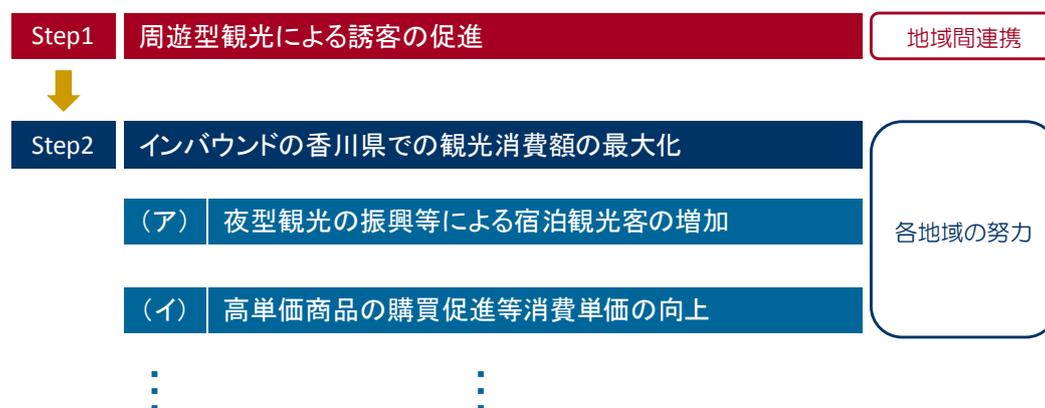
夜型観光の振興等により「香川県に泊まってくれる外国人観光客」の数、延べ宿泊日数を増やすこと、

(イ) 香川県における観光消費額単価の向上

高単価商品やコト消費を起点としたより高額な消費機会の創出を通じて「香川県における観光消費額単価」を向上させること

等に取り組んでいくことが必要であるとの結論に至った（図表35）。

[図表35] インバウンドが香川県にもたらす地域経済効果の最大化に向けたステップ



また、第2章では【Step2】に焦点を当て、佐賀、長崎、広島、岡山の夜型観光を中心とする事例（佐賀牛に関しては高単価商品の開発の事例）の分析を行った。夜型観光や高単価商品開発の「成功に向けたポイント」として、以下の5点が重要であると分析した。

- ① 行政によるリーダーシップ
- ② 地域住民の草の根の強力・地元企業等の協力
- ③ 外部プロフェッショナルの活用
- ④ 多様な楽しみ方の工夫・提案
- ⑤ クオリティに対する第三者の評価

以上を踏まえ、当レポートの結論をまとめると以下の通りとなる。

1. 香川県のインバウンド観光振興に関するステップごとの提言

(1) 周遊型観光による誘客の促進【Step1】

まず、香川県への来訪者を増やすためには、“四国”や“瀬戸内”といったエリア間の連携による周遊型観光を促進することが重要である。現在以下に述べるような取組みが行われているが、これらが更に広がることが期待される。

■せとうち DMO（瀬戸内ブランド推進体制）

瀬戸内を共有する7県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）、域内外の民間事業者、そして7県の金融機関及び㈱日本政策投資銀行（DBJ）にて構成される広域連携 DMO（観光地経営組織）である。瀬戸内が有する観光資源を活用しながら、多様な関係者とともに情報発信・プロモーションや効果的なマーケティング、瀬戸内の魅力を体感できる新たな観光プロダクト（観光サービスや地域産品等）の開発等を行い、地域が主体となって行う観光地域作りを推進している。

■四国ツーリズム創造機構

「四国はひとつ」「民間活力の活用」という理念と総合的な観光戦略のもと、四国の認知度向上や国内・海外観光客の誘客の促進等の諸事業を、官民一体となって効果的かつ円滑に実施し、四国の観光産業の振興や地域の活性化及び国際化に寄与することを目的として平成21年に設立された「オール四国」の観光推進組織。インバウンドにおいては広域観光周遊ルート形成計画「スピリチュアルな島～四国遍路～」を誘客戦略の柱として外国人観光客の拡大に取り組んでいる。

■JR 四国による訪日外国人向けフリーパス（ALL SHIKOKU Rail Pass）

JR 四国が訪日外国人向けに発行している四国内周遊フリーパスであり、JR を含む四国内の鉄道6社全線が乗り降り自由となる。FIT（foreign independent travel：個人手配海外旅行者）が多く利用する香港線では機内販売も行われており、年々販売実績を増やしている（平成27年度：9,706枚→平成28年度：18,476枚→平成29年度：21,587枚）。

■その他周遊型観光における取組

高松市は、瀬戸内の中心都市である広島市、岡山市、松山市と「瀬戸内4県都市長会議」を開催し、観光振興や販路拡大等の共通課題に取り組んでいる。また、四国4県や経済団体等で作る四国八十八景実行委員会は、新たに「四国八十八景」を認定する等、周遊型観光を目指した取組みを行っている。

香川県において、単独観光地による誘客も有効であるが、来県する外国人観光客を増やすためには、“四国”や“瀬戸内”のエリア間連携による周遊型観光による誘客の促進が効果的であり、重要であると考えます。周遊型観光による誘客を考える際には、芸術（現代アート、伝統芸能）やフード（うどん、オリーブ）、体験等をキーワードに、関連性の高い複数コンテンツの組み合わせを行った周遊型観光のルート提案も有効となろう。

（２）外国人観光客の香川県での観光消費額をふやすこと【Step2】

（ア）夜型観光の振興等による宿泊観光客数の増加

香川県における訪日外国人観光客の消費額単価は、宿泊客が 43,007 円であり、日帰り客（8,990 円）の約 5 倍となっていることから、外国人観光客の香川県での観光消費額を増やすためには、来県する外国人観光客に「一泊でも長く」「泊まってもらおう」ことが最も効果的である。

第 2 章の事例分析で抽出した夜型観光や高単価商品開発の成功に向けた 5 つのポイントを香川県の夜型観光に当てはめると以下の事が言える。

香川県でも、例えば主要観光地である国の特別名勝・栗林公園は、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンでも三つ星を獲得しており、その「⑤クオリティに対する第三者の評価」は論をまたない。栗林公園は旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」の平成 29 年度人気観光地においても全国 18 位にランクインしている。その栗林公園の夜間ライトアップは多くの人で賑わう人気のイベントであるが、現在は春と秋の年 2 回（各 10 日間）しか開催されていない。今後、栗林公園の有するインバウンド人気観光地としてのポテンシャルを更に高めるためには、「①行政によるリーダーシップ」により夜間ライトアップの開催時期及び期間の拡大を検討するとともに、旅行者に好評な「栗林公園ボランティアガイド」の更なる拡充・活用を図るなど「②地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力」を引き出していくことが重要であると考えます。尚、香川県は今秋より観光分野で働く人材の育成に着手し、民間の受入企業のもとで職業訓練を実施するとしており、「②地域住民の草の根の協力・地元企業等の協力」が進むことが期待される。さらには、全国各地でイルミネーションやライトアップが開催されている現状において、新たに「③外部プロフェッショナルの活用」を採り入れることにより他地域との差別化を図ることも有効であろう¹²。更には、訪れた人にリピーターになってもらうために、官民が連携して「④多様な楽しみ方の工夫・提案」として演出等のリニューアルを継続的に行うことも必要であると考えます。

また、外国人観光客の夜間観光に欠かせなく、消費金額も高い飲食店に関しては、店舗側が外国人を歓迎する店頭のぼりの設置や、メニューの多言語表示を行うだけでも、インバウンド客にとっての敷居が随分低くなるとの声も聞かれる（「②地域企業等の協力」）。その他にも、行政や観光協会が外国人の受入に積極的かつ夜間営業している店舗・施設のマップ等を作成することも有効であり（「④多様な楽しみ方の工夫・提案」）、また安心して楽しめる店舗・施設の認証制度（ステッカ

¹²香川県では、高松市内で平成 26 年と平成 27 年のいずれも 7 月から 8 月にかけて開催された「香川ウォーターフロントフェスティバル」において、チームラボ（P32 参照）を活用し、高松市内各所でプロジェクト・マッピングをはじめとする各種デジタルアートを展示した実績等がある。

一など)があるとより分かりやすくなる(「①行政によるリーダーシップ」「⑤クオリティに対する第三者の評価」)。

栗林公園のライトアップやインバウンド客への夜間飲食店の活用促進を考えるにあたり、積極的にインバウンド客を受け入れ、域内で消費してもらうためには、ハード面・ソフト面ともにできることから始めることが重要であると考えます。

(イ) 香川県における消費額単価の向上

インバウンド客が香川県にもたらす経済効果を最大限高めるためには、誘客・宿泊効果としての宿泊観光客の増加並びに観光消費額の増大に加え、高単価な商品・サービスによる消費額単価の向上を目指すことも必要であると考えます。

本調査で事例分析した佐賀牛は、日本食肉格付協会の定める最高ランクの肉質を満たしており、海外でも有数の和牛ブランドとして評価されている(「⑤クオリティに対する第三者の評価」)。佐賀牛が香港を中心として高い知名度を誇るに至った理由として、佐賀県職員のコネクションを活用して香港における販売戦略が奏功したこと(「①行政によるリーダーシップ」)、香港が日本からの牛肉輸入を解禁する前からJAが中心となり、佐賀牛の輸出に向けた準備を地道に進めたこと(「②地域住民の草の根の協力・地元企業等の努力」)などが挙げられる。

以上のような取り組みが功を奏し、本場の佐賀牛を食べることを目的に佐賀県を訪れる外国人観光客が増えている。

香川県にも、日本屈指のオリーブ産地である小豆島が発祥のオリーブ牛がある。オリーブ牛とは、讃岐牛の中でも、讃岐牛銘柄推進協議会が定めるオリーブ飼料を同協議会が定める給与期間・給与量で育てられた香川県産黒毛和牛のことであり、「⑤クオリティに対する第三者の評価」を有した食材であると言える。肉質・食味ともにレベルの高いオリーブ牛についても、JAや農家が行政と連携しつつ戦略的なプロモーションを実施し、国内外における知名度やブランド力を高めていくことが必要であると考えます。高単価な食材が夕食として食べられる機会が増えれば、単に飲食単価の増加だけでなく、それを目的とした宿泊に繋がる可能性も高くなり、更なる相乗的な効果も期待される。

また、最近注目されているコト消費(体験型観光)についても効果的に推し進める必要がある。具体的には、体験型観光だけで終わらせるのではなく、例えば酒蔵体験から日本酒の購入に、また登山体験からアウトドアグッズの購入に繋げるといった、体験型観光を起点とした関連商品の購入(コト消費からモノ消費)に繋げていくことによって観光消費額を増加させる戦略を考えていくことも重要であると考えます。

香川県も平成30年6月に瀬戸内海沿いを東西に走る124.7kmサイクリング基幹ルートを設定した。今後、多言語のマップ作成や休憩ポイントの設運等に取り組む予定とのことであるが、小豆島やしまなみ海道のサイクリングルートとの相乗効果の発揮に加え、サイクリング(コト消費)を起点としたモノ消費の喚起にも期待が寄せられるところである。

2. 結び

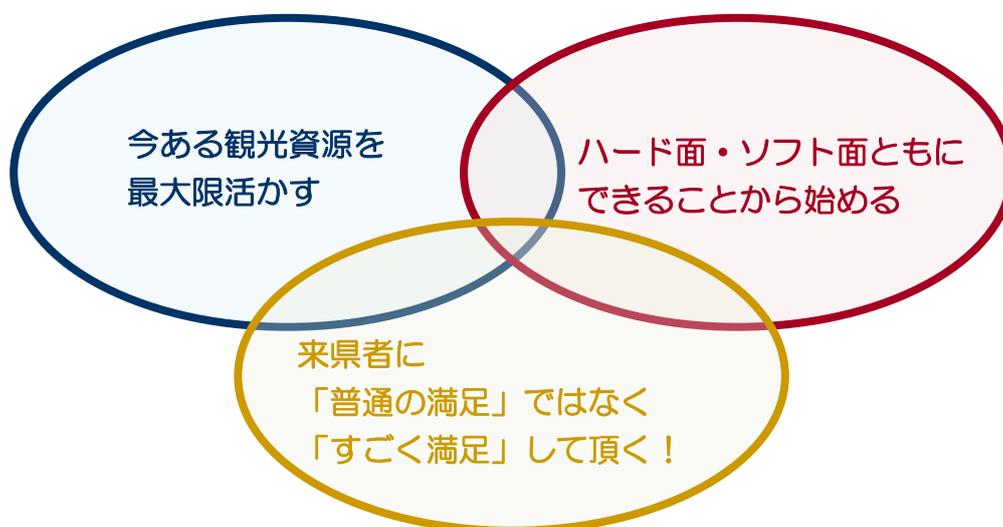
今年は瀬戸大橋開通 30 周年、明石海峡大橋開通 20 周年の節目の年であり、本州と四国を結ぶ瀬戸大橋や明石海峡大橋を活用したインバウンド客の誘致に本格的に取り組む良いタイミングである。日本旅行の定番コースとなっているゴールデンルートからインバウンド客を呼び込むためにも、関西空港から岡山県や徳島県を経由して香川県に来てもらう等、周遊型観光による誘客の促進が重要である。加えて、香川県におけるインバウンドの地域経済効果を最大化するためには、香川県の観光資源の持つ魅力に更に磨きをかけつつそれらを海外に効果的に発信し、外国人観光客に香川県に一泊でも長く泊まってもらい、滞在を楽しんでもらいつつ更なる消費をしてもらう仕組みを築いていく必要があると考える。

本稿で主に分析を試みた夜型観光や高単価商品の開発をはじめとするインバウンド政策の促進において、ポイントは3つあると考える。それは、①瀬戸大橋や栗林公園といった「既にある、あるいは地元では気づかれずに眠っている観光資源」を最大限活かすことと、②ハード面・ソフト面ともにできることから始めること、さらに、③香川県のリピーターになってもらうために、来県者に「普通の満足」ではなく「すごく満足」してもらうこと、の3点である（図表 36）。

香川県を訪れた観光客の満足度を高め、香川県に「また来たい」「また泊まりに行きたい」と思ってもらうためには、外国人観光客とふれあう香川の人が、来県してくれた外国人観光客に対し、直に心のこもった“おもてなし”を提供することが不可欠ではないか、と考える。

こうした施策を通じて、観光消費額の増加が市民にも実感され、地域が一丸となったインバウンド客の“おもてなし”が浸透し、更にインバウンド客が増える好循環が形成されるならば、香川県のインバウンド観光は経済的にも社会的にもより地域（香川県）に大きなインパクトをもたらすものと考えられる。

[図表 36] 香川県のインバウンド観光振興に向けた提言



以上

【問い合わせ先】

株式会社日本政策投資銀行 四国支店 企画調査課 TEL087-861-6676

©Development Bank of Japan Inc. 2018

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。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：日本政策投資銀行と明記して下さい。

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。

