

山陽地域のインバウンド動向調査

～ポストコロナ、2025年大阪・関西万博を見据えた地域観光産業活性化のあり方～



調査の要旨



1. 山陽地域の現状

山陽地域（広島県、山口県、岡山県）の2019年訪日外国人消費額は約567億円であり、内訳は宿泊費、飲食費、買物代の順に多い。全国に比し、山陽地域は宿泊費の占める割合が高く、背景として買物よりは長期滞在する欧米の訪日外国人の宿泊費が寄与していることが考えられる。

人流については、訪日外国人の滞在直前に滞在した地域と滞在直後に滞在した地域を見ると、広島の場合は、京都から広島に入り、大阪に滞在している割合が2割程度あり、大阪に一部が流出している。山口については、福岡から入り、福岡に移動している割合が4割程度と高く、山口に滞在した訪日外国人が福岡に流出している。これは、広島は大阪に、山口は福岡に奪われていることが推察される。

2. 富裕層のニーズとポストコロナ

富裕層のニーズについて、「温泉のある日本旅館」の人气が高く、「世界遺産の見物」に対するニーズが高い点が特徴的である。全国の古民家は減少傾向にあるが、広島、岡山は、多くの古民家が地域資源として残っているため、例えば、Azumi Setodaのように古民家を活用した富裕層向けの宿泊施設を整備していくことも有効な施策の一つとなろう。富裕層は美術館、アートへの関心が高いほか、宿泊施設の形態を重視する。とりわけ、ポストコロナでは、「密にならない」スモールラグジュアリーホテルが注目されており、小規模でホスピタリティを感じる宿を好む傾向がある。

富裕層向けのサービスを充実させ、消費単価上昇や宿泊税等の徴収に繋げることで事業の収益化を目指しつつ、地域にその一部を還元するかたちで再投資を行う循環経済モデルの構築は、地域経済波及効果の拡大に寄与するものと考えられる。

3. 今後の課題

地域観光産業の活性化のためには、大阪や京都のような大規模な観光都市型ホテルでは提供できない、顧客のニーズにきめ細かく応えるサービスを創造・提供していくことにより、交流人口を拡大させ、サービスの付加価値向上に見合う消費単価の引き上げを追求していくことが重要である。今後の富裕層の誘致に向けては、日本刀に代表されるような伝統工芸品が訪日外国人には人気が高く、こうした顧客個別の「本物の価値」に対する志向に応えていくソフト面でのサービス強化が求められる。

また、英語で文化や歴史を説明ができる人材の確保、富裕層に相応しい高級ハイヤー手配によるスムーズな移動の実現に加え、海外のオーバーツーリズム対策の一つとしても有効とされる、一般観光客にとって認知度が低い潜在的に魅力的且つ新たな観光地への提案・誘導を行う人流マネジメントの導入についても検討を進めるべき重要な課題であろう。観光・旅行中に起こる様々なトラブルへの対処や地域独自の職人の工房体験ツアーや自走の仕組みも含めて地域の実情に詳しくこれらの課題解決を図る地域発の専門観光事業者を育成・支援していくことが期待される。

調査の目的	4
1. インバウンド市場の概要	6
2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ	29
3. 地域の有効施策	40
4. インバウンド需要の再生に向けて	50

調査の目的

WHOによると2022年2月14日時点において新型コロナウイルスの感染者数は、世界で約411百万人、累計死者数約582万人となっており、完全な収束には至っていない。観光産業への影響は大きく、訪日外国人については入込客数、消費額ともにほぼ消滅しており、地域経済への影響は甚大である。

観光立国と地方創生は政府成長戦略の柱であり、2025 年開催予定の大阪・関西万博開催に伴うインバウンド需要拡大を好機に、地域の特徴を活かした観光戦略による山陽地域への誘客促進及び地域の産業振興が期待されるところである。

広島県が策定した『ひろしま観光立県推進基本計画』では、2016年から2030年に向けて観光消費額の倍増を目標としており、観光産業が地域の成長を支える重要な分野の1つに位置付けられている。観光消費額の大幅な伸長を達成するには、日帰り型から宿泊・滞在型への転換の推進、消費単価の高い富裕層をターゲットにした戦略が有効と考えられる。

本調査では山陽地域（広島県、山口県、岡山県）を対象に、インバウンド観光に関する現状と課題を整理する。観光統計データや他地域有効施策の分析、関連事業者へのヒアリングを通じて、ポストコロナインバウンド観光活性化の在り方について考察する。

本調査は株式会社日本政策投資銀行と株式会社日本経済研究所が協働して実施した。本調査が観光に関する取組みの一助となれば幸いである。

注：富裕層は、飛行機代を除く「1回の旅行で1人100万円以上の消費をする層」と定義する

調査フロー図

1. インバウンド市場の概要

- ・ 山陽地域の上位計画の整理
- ・ 山陽地域の延べ宿泊数、消費額
- ・ RESASによる空港別移動分析
- ・ 富裕層のニーズ分析

概要

- ・ 山陽地域の現状を把握するため、訪日外国人需要（宿泊・消費）、国交通省FFデータによる地域・拠点間の流動量、富裕層のニーズを分析

2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ

- ・ 観光資源・インフラの整理
- ・ 古民家の動向
- ・ 山陽地域の先進事例

概要

- ・ 山陽地域の観光資源（世界遺産・名所・美術館等）やホテル、古民家の動向、山陽地域の先進事例について整理

3. 地域の有効施策

- ・ 富裕層向けサービス
- ・ 海外事例
- ・ 事業者ヒアリング結果

概要

- ・ 他地域での富裕層向けサービスや海外事例（古民家改修のモンターニャ・ヴェルデ、オーバーツーリズム対策のヴェネツィア）、事業者ヒアリング結果を踏まえ、山陽地域への示唆について検討

4. インバウンド需要の再生に向けて

- ・ 広島県の観光消費額
- ・ 地域経済循環の仕組み
- ・ 山陽地域における課題の整理

概要

- ・ 地域経済循環の仕組み（美術館、古民家、宿泊税）
- ・ 富裕層を誘客するための事業主体別の課題を整理

注：本調査では山陽地域を広島県、山口県、岡山県と定義する

1. インバウンド市場の概要

【山陽地域（広島県、山口県、岡山県）の上位計画の概要】 1. インバウンド市場の概要

- ひろしま観光立県推進基本計画では、観光消費額を4,062億円（2016年）から8,000億円（2030年）への倍増を目標としており、観光が成長を支える産業の1つになることを目指している。
- 目標達成には、観光入込客数と消費単価の両方を上げることが必要であり、日帰りから宿泊のシフト、消費単価の高い訪日外国人の誘致等が考えられる。

	現状	目標
広島県	○2016 ・観光消費額：4,062億円 ・宿泊者数：959万人 ・外国人宿泊者数：84万人 ・満足度：73.6%	○2022 ・観光消費額：5,400億円(2030年には8,000億円を目指す) ・宿泊者数：1,300万人 ・外国人宿泊者数：250万人 ・満足度：90.0%
山口県	○2019 ・延べ宿泊者数：376万人 ・外国人宿泊者数：10.4万人	○2024 ・延べ宿泊者数：550万人 ・外国人宿泊者数：20万人以上
岡山県	○2015~2019（平均） ・観光消費額：1,737億円/年 ・延べ宿泊者数：552万人/年 ・外国人宿泊者数：48.7万/年(2019)	○2024 ・観光消費額：1.750億円/年 ・延べ宿泊者数：600万人/年 ・外国人宿泊者数：48.7万人/年

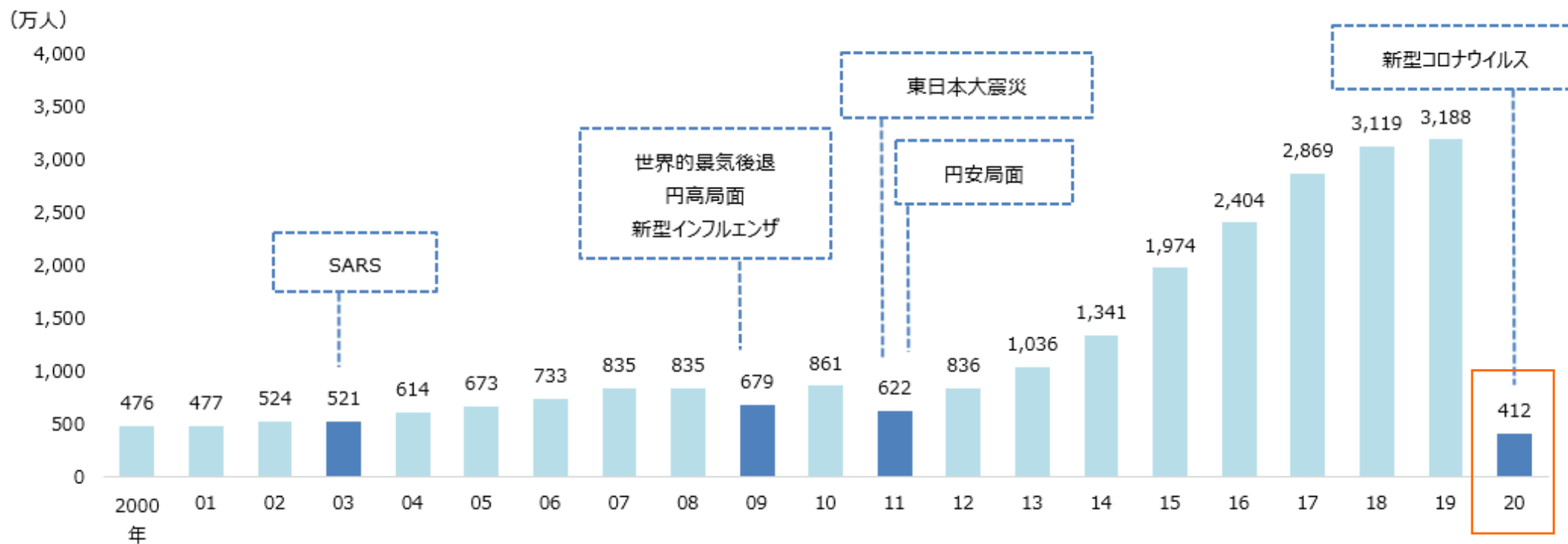
出所：ひろしま観光立県推進基本計画（2018～2022年度）、おいでませ山口観光振興計画(2017年3月)、山口県観光V次回復プラン(2021年10月)、第3次晴れの国おかやま生き生きプラン2021年3月

【全国のインバウンド市場の概要】

1. インバウンド市場の概要

- 2011年の東日本大震災以降に訪日外国人数は急速な増加を見せ、2011年から2019年までの10年足らずで約5倍に伸長している。しかしながら、2020年は新型コロナの影響で訪日外国人数は412万人にまで減少した。

訪日外国人数の推移



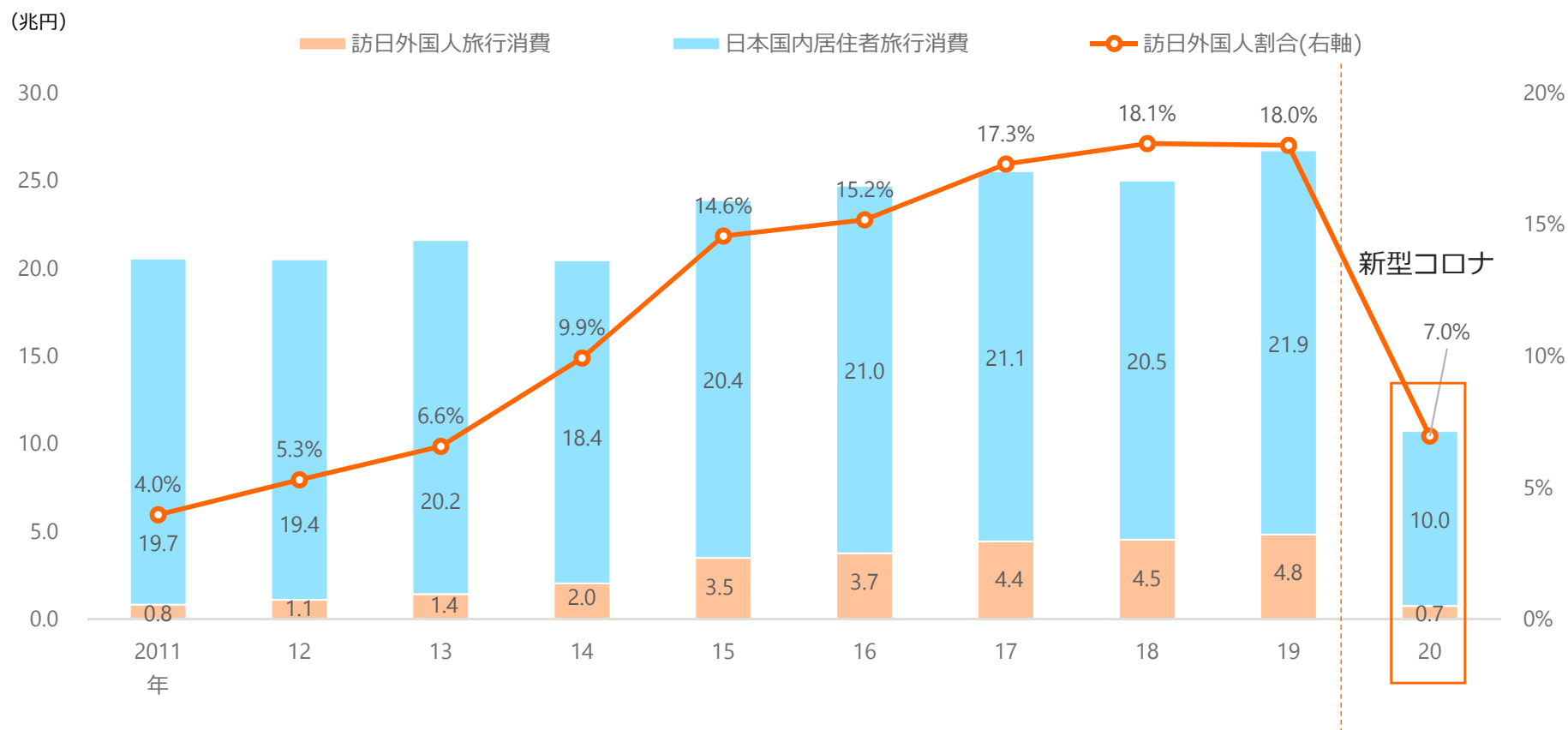
出所：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数の動向」

【全国のインバウンド市場の概要】

1. インバウンド市場の概要

- 訪日外国人数の伸びとともに、訪日外国人の旅行消費額も増加し、2019年には過去最高の約4.8兆円にまで増加した（2020年は新型コロナの影響により暦年での調査は未実施だが、約7,450億円と試算されている）。なお、国内旅行消費額は、2019年の21.9兆円から2020年の10兆円まで減少した。

国内の旅行消費額（日本国内居住者及び訪日外国人）の推移

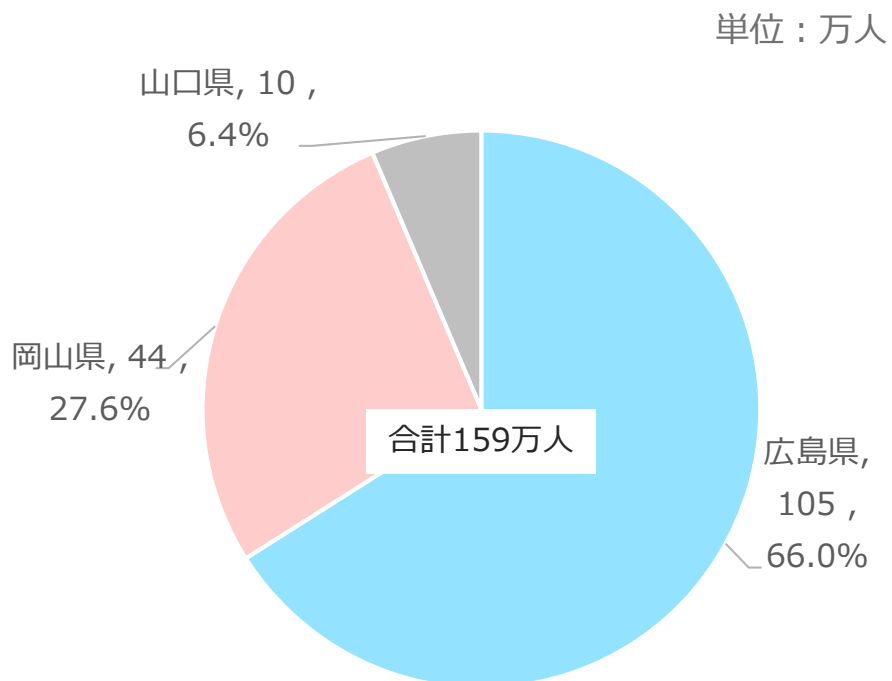


注：注）2020年における訪日外国人の旅行消費額の年間値は2020年1月～3月期の全国調査の結果を用いて試算されたもの。
出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」

【山陽地域の訪日外国人の延べ宿泊者数・国籍別割合】 1. インバウンド市場の概要

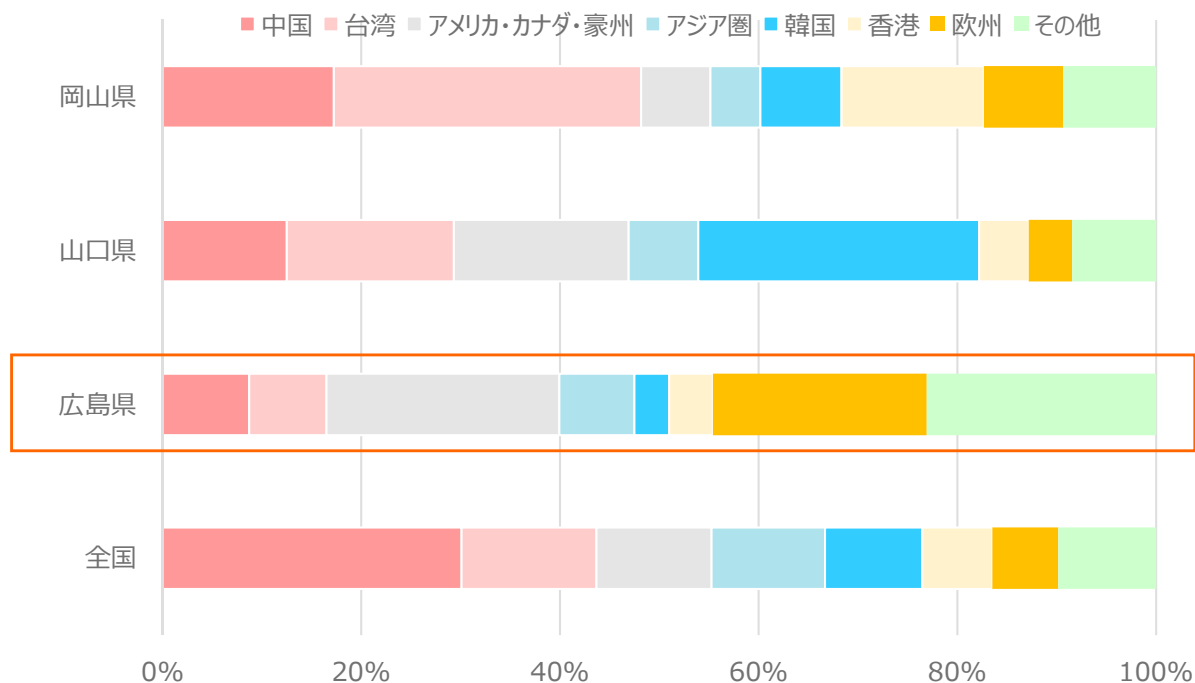
- 全国の訪日外国人延べ宿泊者数は9,919万人で、山陽地域は1.6%を占める。2019年の山陽地域の訪日外国人延べ宿泊者数は全体で159万人であり、そのうち広島県が最大で105万人（66.0%）を占めている。
- 国籍別に見ると全国に比し、広島県はアメリカ・カナダ・豪州、欧州の占める割合が高い点が特徴である。

山陽地域の訪日外国人延べ宿泊者数2019



注：その他は詳細データなし
 注：従業者数10人以上の施設
 出所：観光庁「宿泊旅行統計」

国籍別訪日外国人延べ宿泊者数2019

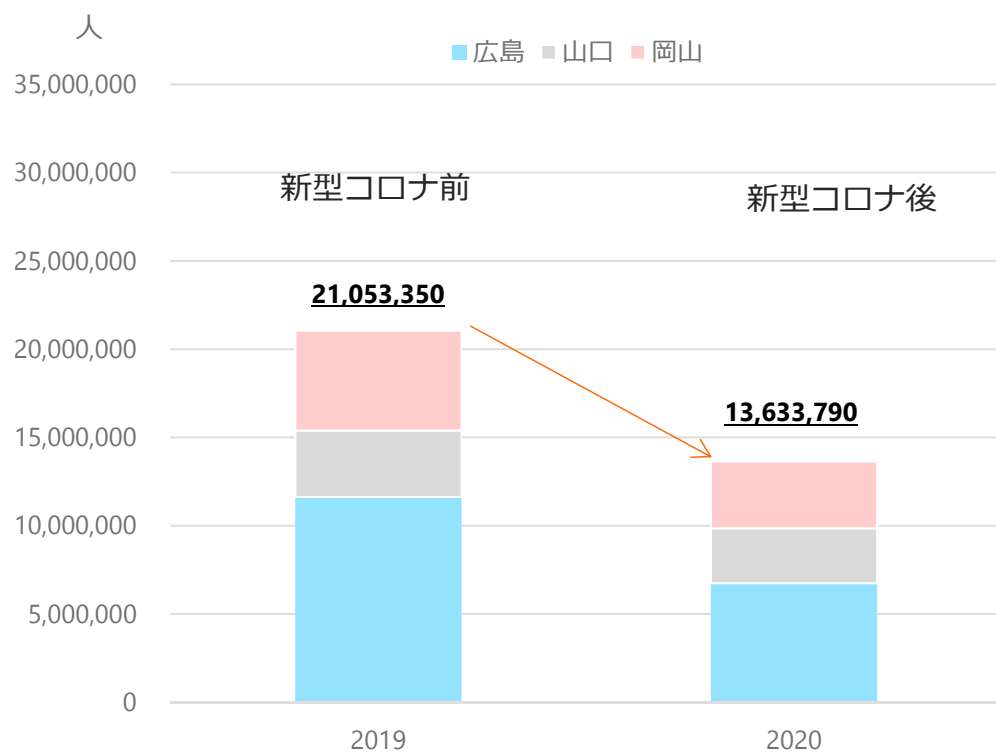


【山陽地域の日本人・訪日外国人の延べ宿泊者数】

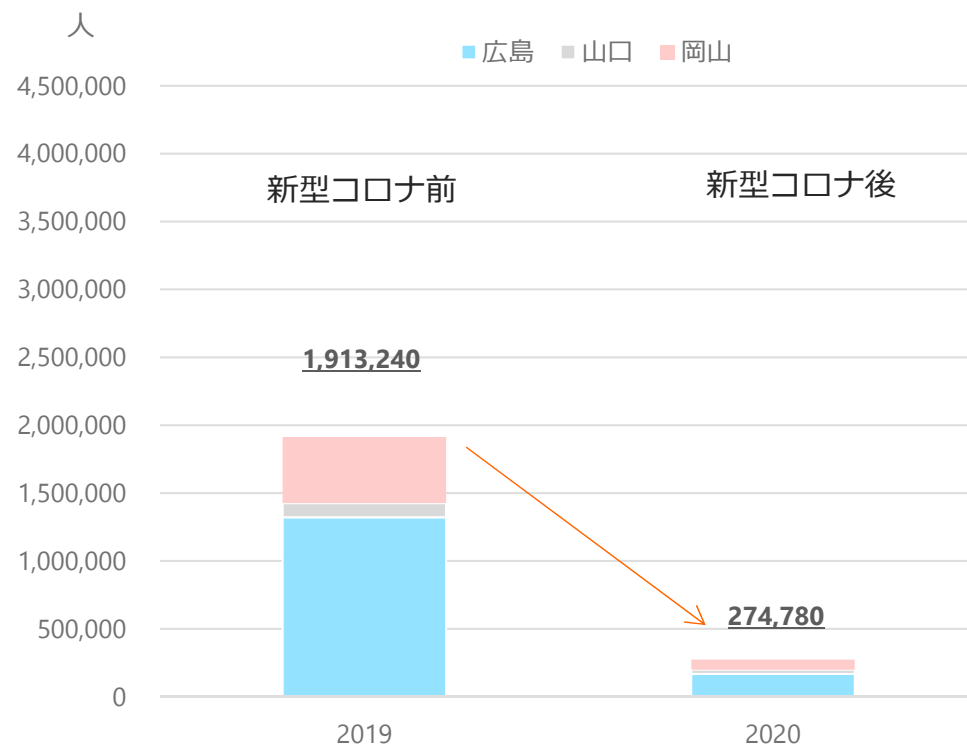
1. インバウンド市場の概要

- 山陽地域全体の延べ宿泊者数は新型コロナの影響で約21百万人から約14百万人に減少し、▲35.2%減少となっている。
- 訪日外国人延べ宿泊者数は新型コロナの影響で約2百万人から約27万人に減少し、▲85.6%減少となっている

山陽地域の延べ宿泊者数2019



山陽地域の訪日外国人延べ宿泊者数2019



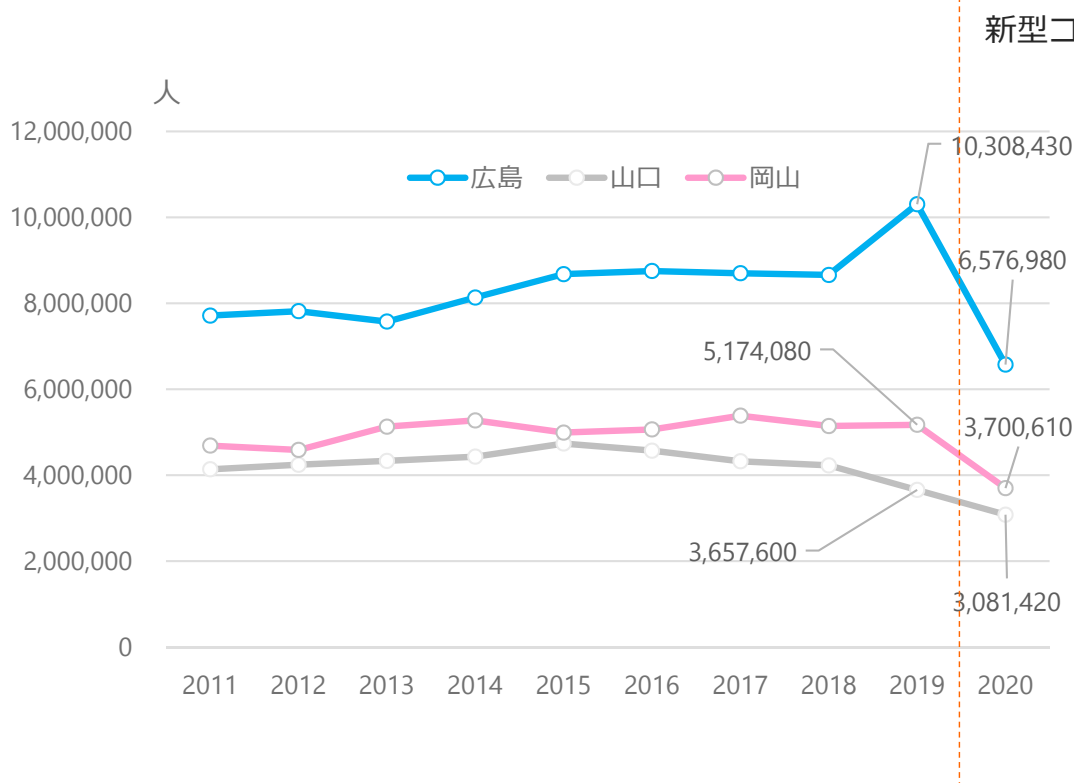
出所：観光庁「宿泊旅行統計」

【山陽地域の日本人・訪日外国人の延べ宿泊者数の推移】

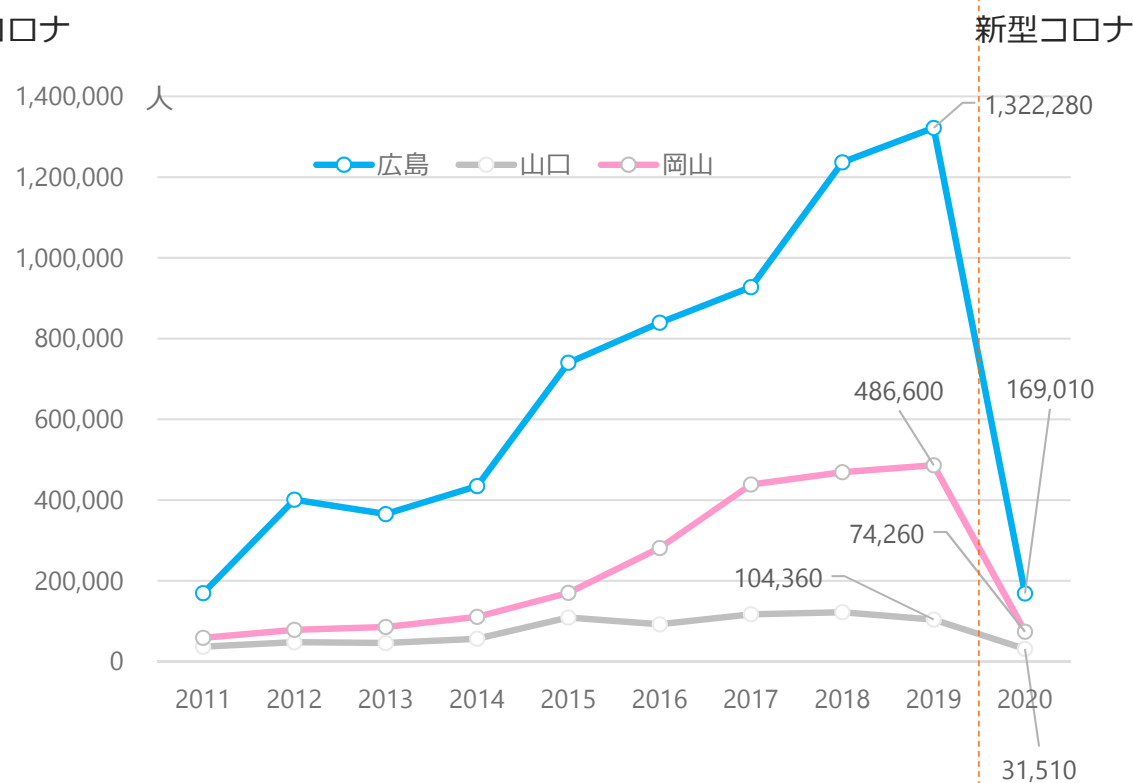
1. インバウンド市場の概要

- 経年でみると、山陽地域への日本人延べ宿泊者数は新型コロナの影響を受けて急激に減少し、特に広島県の減少幅が約10百万人から約6.6百万人（▲36.2%）と大きい。
- 訪日外国人延べ宿泊者数も広島県の減少幅が特に大きく、約1.3百万人から約17万人（▲87.2%）と大幅に減少している。

山陽地域の日本人延べ宿泊者数の推移



山陽地域の訪日外国人延べ宿泊者数推移



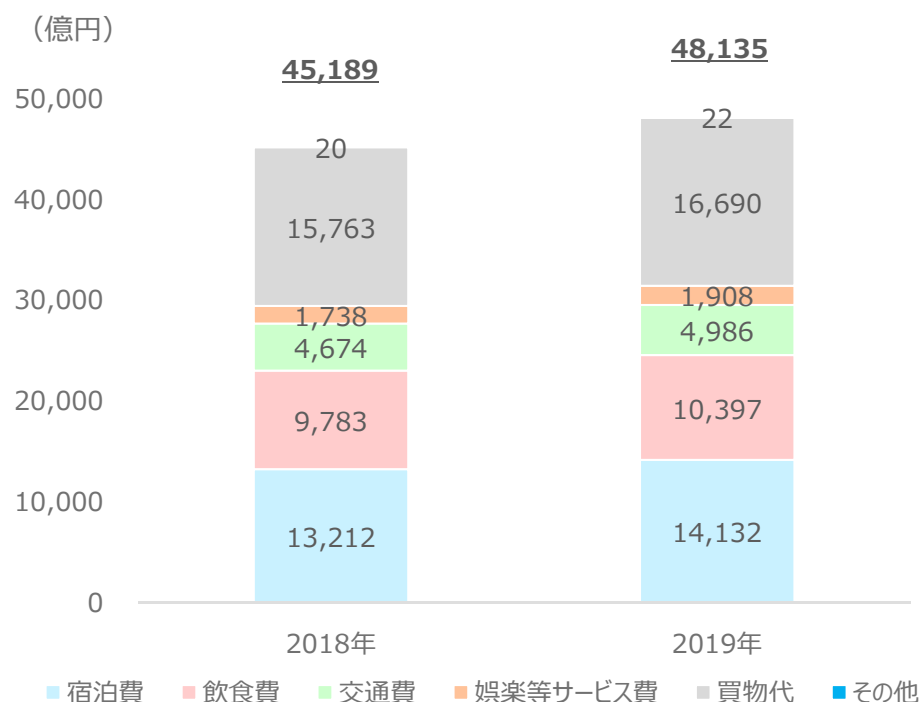
出所：観光庁「宿泊旅行統計」

【全国の訪日外国人の消費額】

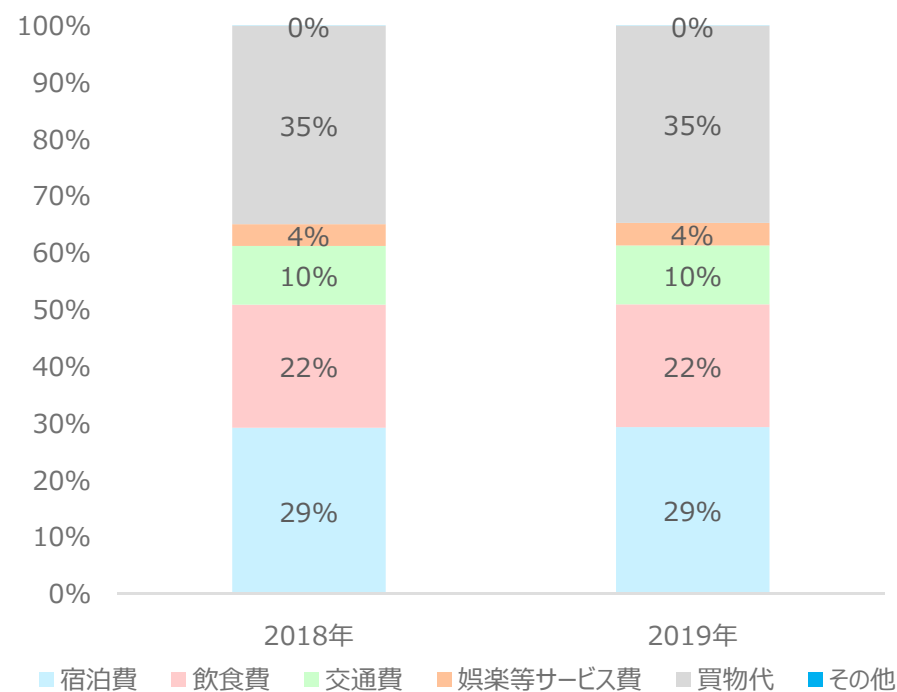
1. インバウンド市場の概要

- 2019年の全国の訪日外国人消費額は4.8兆円であり、内訳をみると、買物代、宿泊費、飲食費のサービスの順に多い。なお、2020年は新型コロナの影響を受け、約7,450億円と推計されている（詳細項目はなし）。

全国の訪日外国人消費額



全国の訪日外国人消費額構成割合



出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

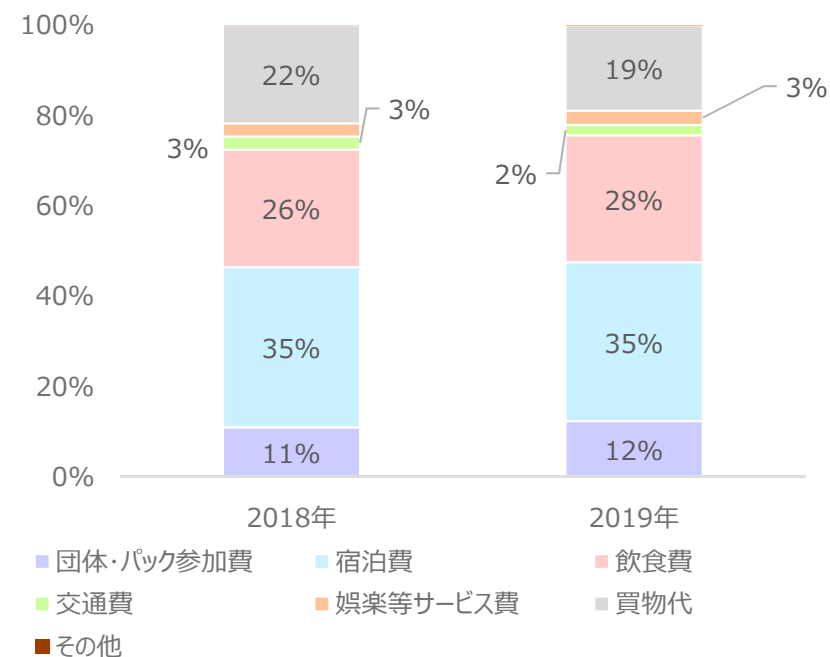
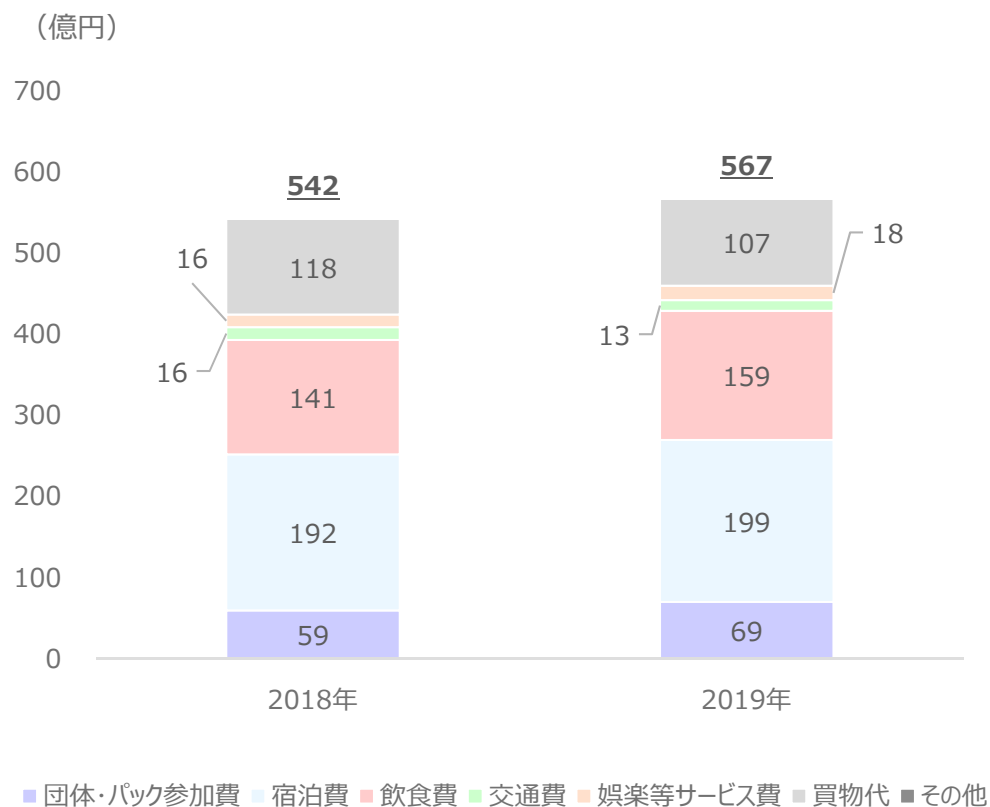
【山陽地域のインバウンド消費額】

1. インバウンド市場の概要

- 2019年の山陽地域の訪日外国人消費額をみると、約567億円であり、全国の訪日外国人消費額に占める割合は1.2%である。内訳をみると、宿泊費、飲食費、買物代の順に多い。全国に比し、山陽地域は宿泊費の占める割合が高く、背景として買物よりは長期滞在する欧米の訪日外国人の宿泊費が寄与していることがうかがわれる。

山陽地域の訪日外国人消費額

山陽地域の訪日外国人消費額構成割合



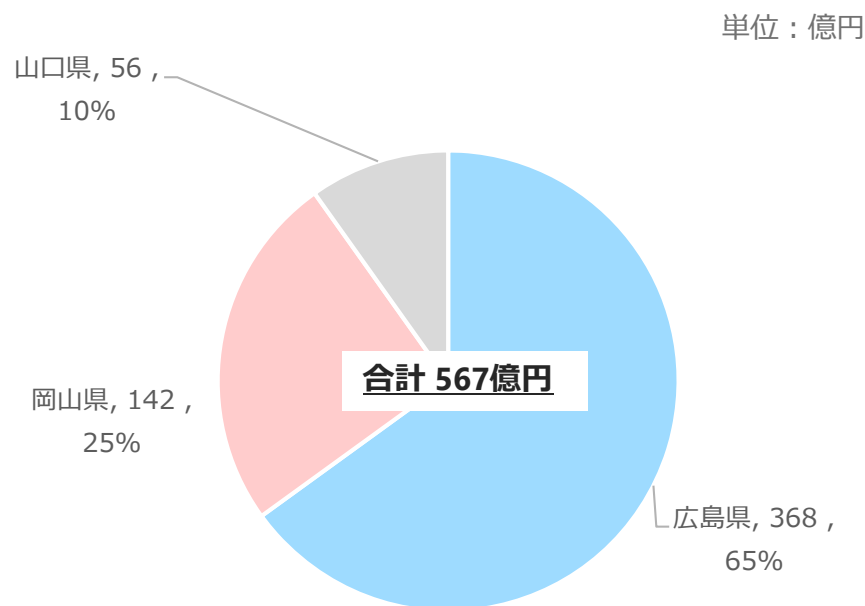
出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

【山陽地域のインバウンド消費額】

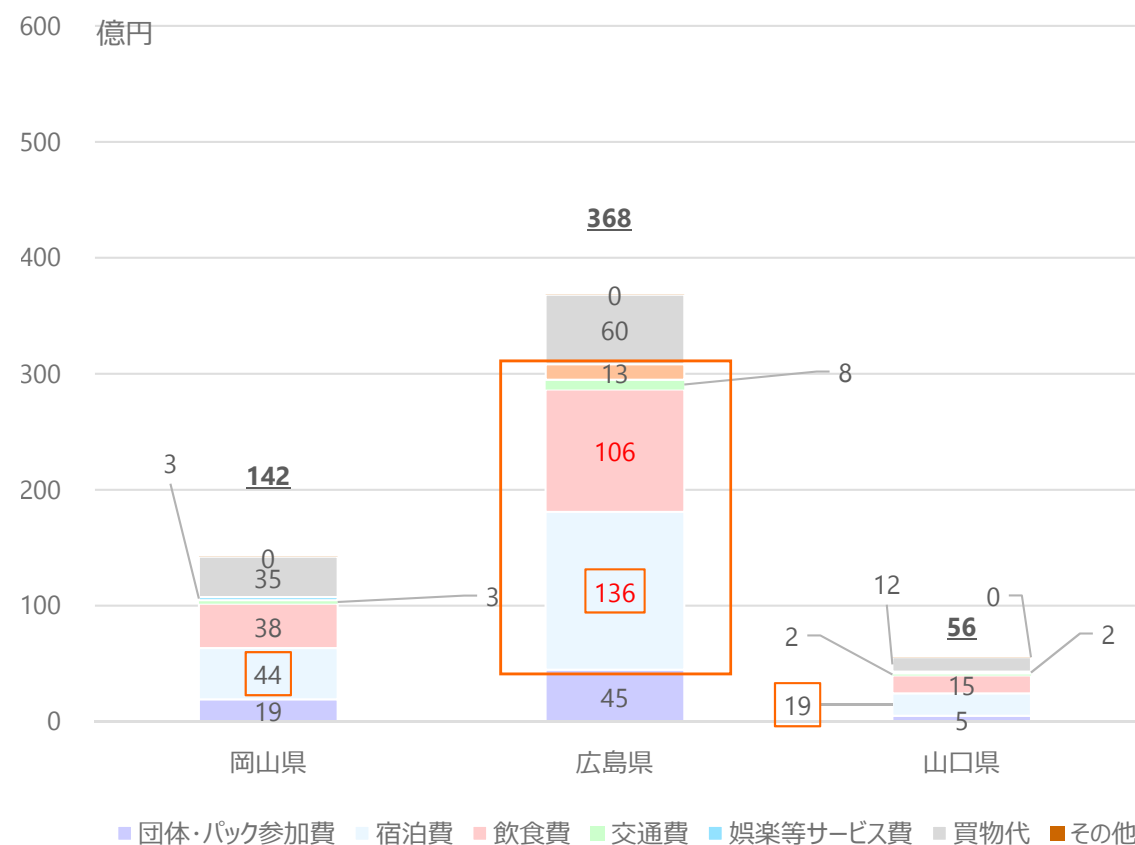
1. インバウンド市場の概要

- 山陽地域の訪日外国人消費額の内訳を県別にみると、広島県が最大で368億円（65%）を占めており、次いで岡山県142億円（25%）、山口県56億円（10%）と続いている。県別及び項目別に見ると、広島県の宿泊費、飲食費の占める割合が高く、山陽地域における消費総額に大きく寄与している。

山陽地域の県別訪日外国人消費額



山陽地域の県別訪日外国人消費額構成内訳



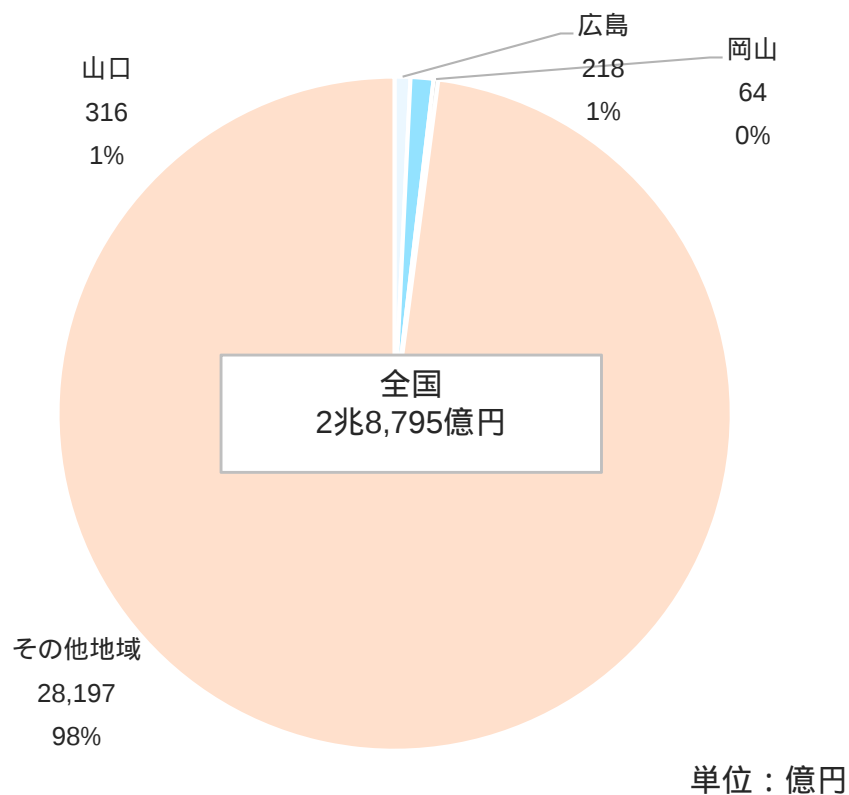
出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

【全国及び山陽地域の訪日外国人の消費】

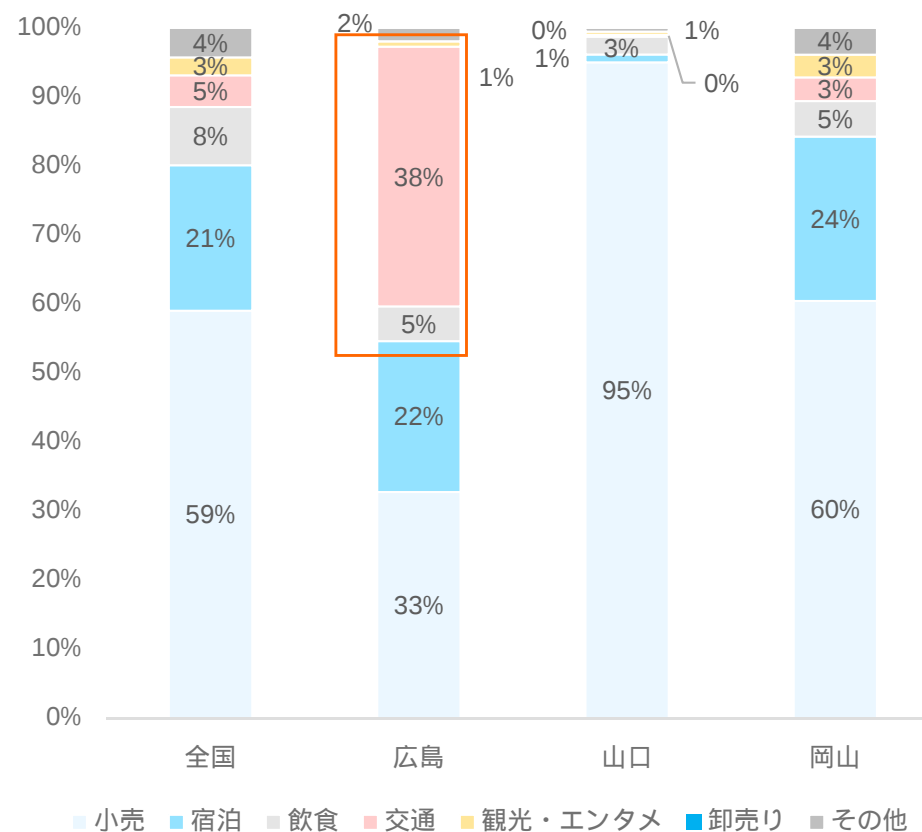
1. インバウンド市場の概要

- RESASのクレジットカードのデータによると、全国の訪日外国人によるクレジットカードの消費額は約2.9兆円で、そのうち山陽地域が占める割合は広島県、山口県がそれぞれ1%程度である。内訳をみると、全国に比し、広島県は交通と小売の占める割合が高く、山口県は小売、岡山県は宿泊の占める割合が相対的に高い。

訪日外国人消費額（2019年）＊クレジットカード



全国/広島/山口/岡山（2019年）＊クレジットカード



注：RESASとは、地方創生の様々な取り組みを情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）が提供しているデータサービス

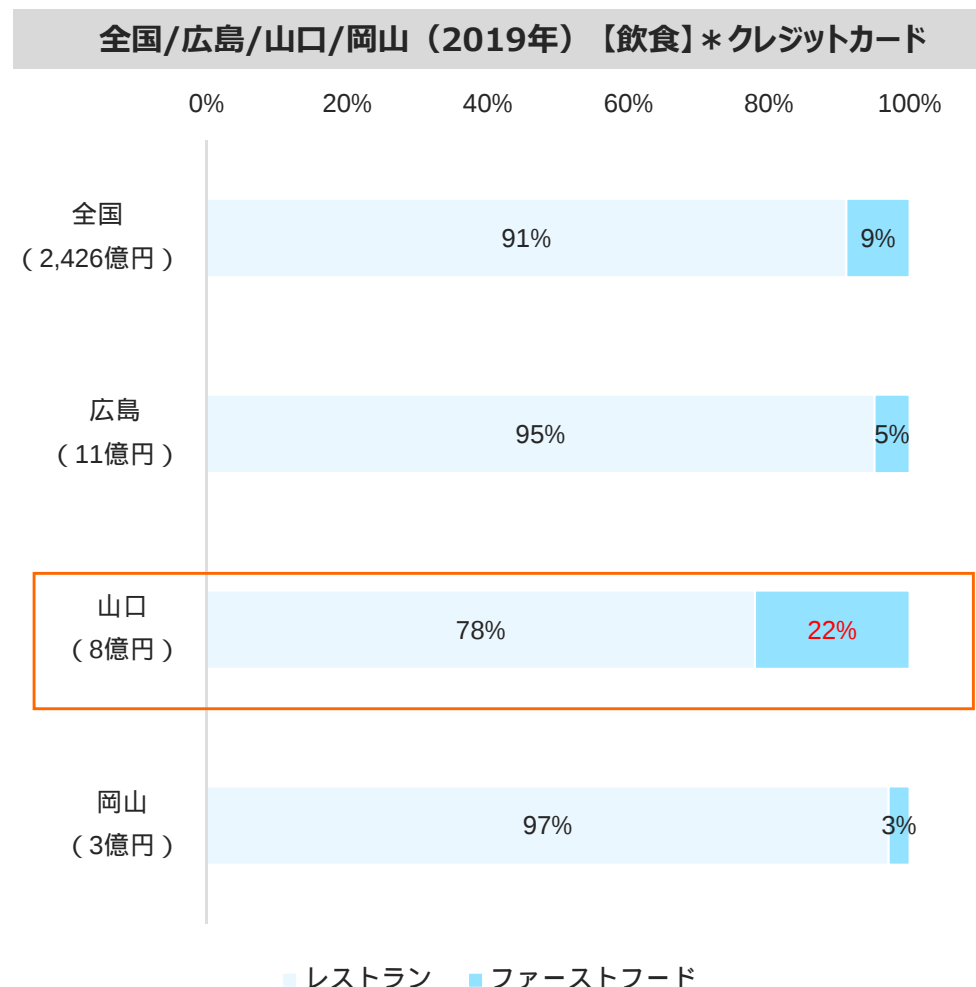
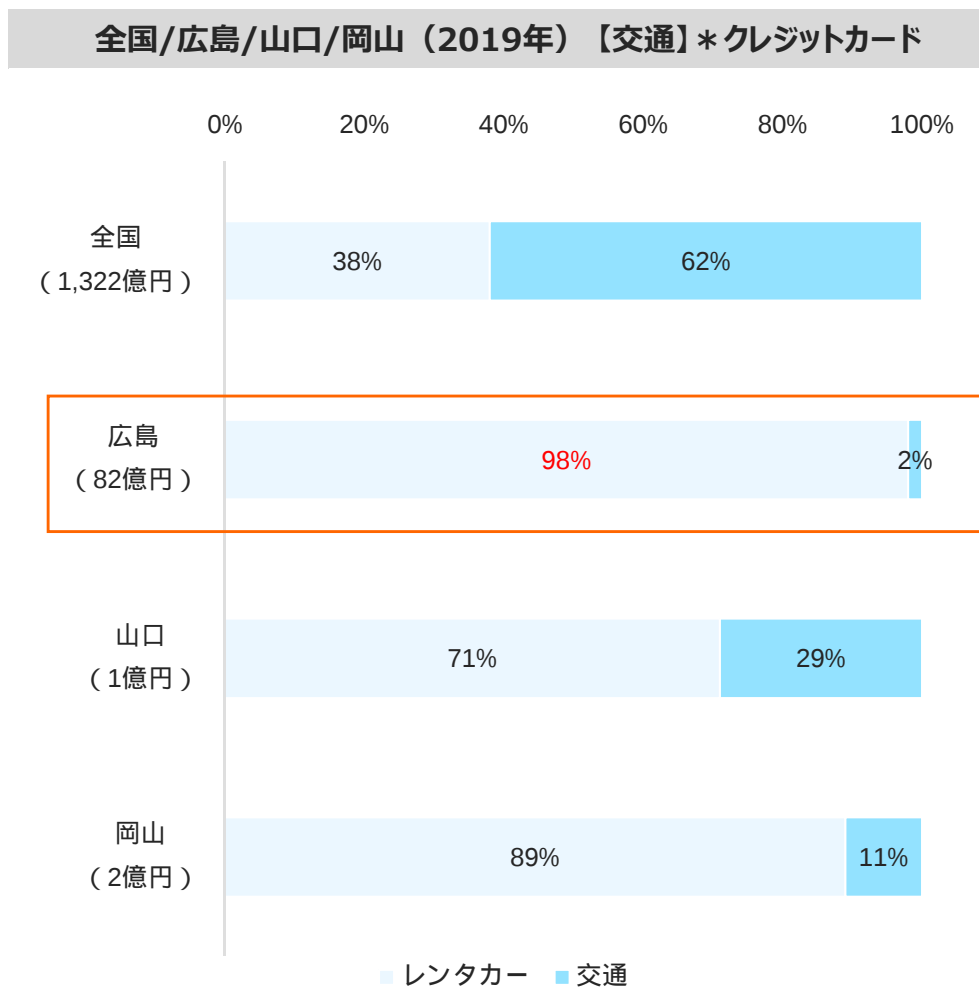
出所：RESAS（ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社のカードデータを再編加工）をもとに（株）日本経済研究所作成

【注記】ここでいう消費額とは、訪日外国人がクレジットカードを使用した消費額を地域別のシェア等率から算出した金額のこと。ここでいう国・地域とは、カード所有者の居住地をさす。

【山陽地域の訪日外国人の消費内訳】

1. インバウンド市場の概要

- 詳細を見ていくと、交通に関しては、広島県の消費額は約82億円で、レンタカーの占める割合が高く、欧米豪訪日外国人がレンタカーで移動していることがうかがわれる。飲食に関しては、山口県はファーストフードの占める割合が高く、レストランでの消費が比較的少ないことが考えられる。

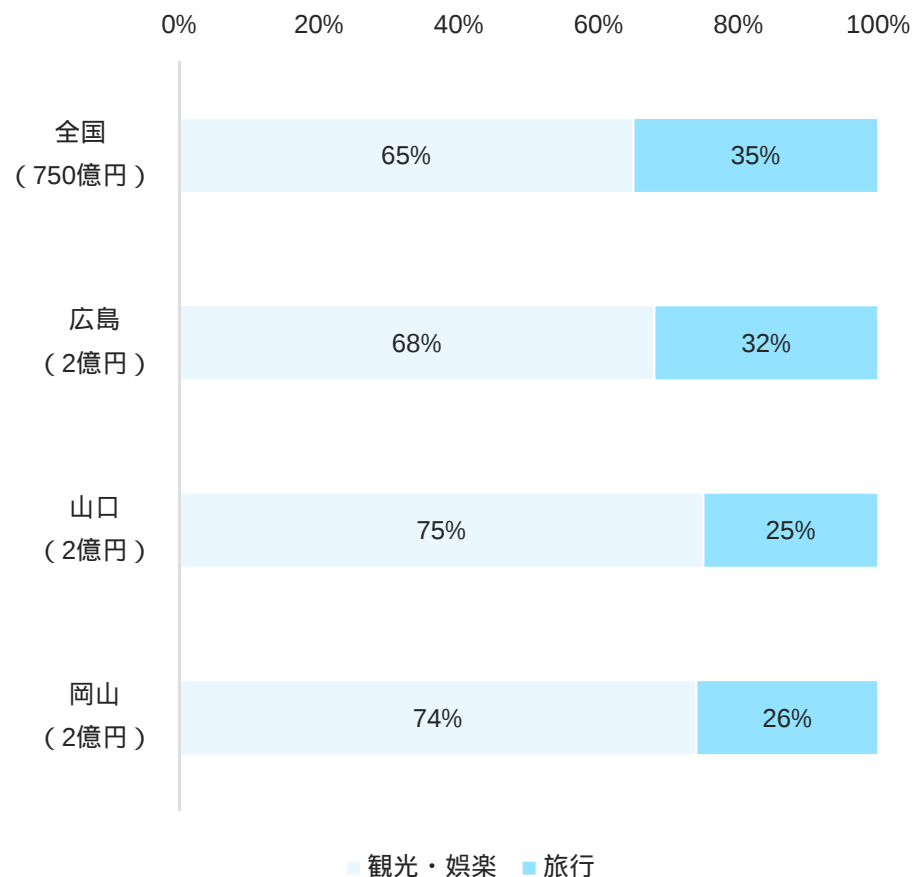


出所：RESAS（ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社のカードデータを再編加工）をもとに（株）日本経済研究所作成

【注記】ここでいう消費額とは、訪日外国人がクレジットカードを使用した消費額を地域別のシェア等率から算出した金額のこと。ここでいう国・地域とは、カード所有者の居住地をさす。

- 観光・エンタメについては、広島県は全国同様に観光・娯楽が7割を占めている。山口県と岡山県は全国よりも観光・娯楽の占める割合が高く、旅行の割合が低い。背景には旅行代理店を通した旅行の実施が少ない点が推察される。

全国/広島/山口/岡山（2019年）【観光・エンタメ】＊クレジットカード



注：観光・娯楽は観光名所、娯楽施設。旅行は、旅行代理店を指す。

出所：RESAS（ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社のカードデータを再編加工）をもとに（株）日本経済研究所作成

【注記】ここでいう消費額とは、訪日外国人がクレジットカードを使用した消費額を地域別のシェア等率から算出した金額のこと。ここでいう国・地域とは、カード所有者の居住地をさす。

【山陽地域の訪日外国人の他地域との流動量】

1. インバウンド市場の概要

- 訪日外国人の国内出発地とその後の訪問地への動向について、全国の動向を見ると、ゴールデンルートである東京-京都間、東京-大阪間、大阪-京都間等の流動量が多く、ゴールデンルートと比較すると、東京-広島間は85千人/年と絶対量が少ない。
- 山陽地域についてみると、京都-広島間、大阪-広島間の流動量が多い点が特徴的である。岡山-広島間、広島-大阪間、福岡-山口間の流動量も多い。

国内訪問地流動数（2019年）

ゴールデンルート

(千人/年)

		国内訪問地（目的地）												
		北海道	東京	岐阜	京都	大阪	兵庫	奈良	岡山	広島	山口	香川	愛媛	福岡
国内訪問地（出発地）	北海道	3,335.5	176.1	2.4	15.4	61.1	2.5	1.4	0.2	4.0	0.0	0.5	0.4	3.2
	東京	154.7	2,041.7	69.6	969.4	770.6	34.7	52.6	9.0	85.2	3.3	9.9	3.6	33.8
	岐阜	1.4	63.5	198.0	81.9	46.7	3.6	6.9	1.4	18.1	0.0	0.7	0.8	1.2
	京都	16.2	689.5	66.3	107.0	1,880.4	472.6	1,754.5	18.0	205.2	2.4	18.3	3.3	18.8
	大阪	41.8	607.0	40.9	3,749.2	299.6	454.5	1,007.3	35.0	146.6	3.1	20.8	4.8	29.3
	兵庫	4.4	55.1	5.3	223.5	294.6	99.1	150.5	20.3	36.3	0.8	13.3	3.6	5.4
	奈良	5.3	130.7	16.4	494.0	641.4	265.5	3.2	3.6	36.0	0.3	1.7	0.2	2.8
	岡山	0.1	8.5	0.3	18.5	34.3	21.8	2.9	30.7	36.7	2.2	29.4	4.9	5.1
	広島	3.6	101.8	10.2	114.5	148.7	36.5	22.0	40.6	125.9	16.5	10.9	19.2	57.4
	山口	0.2	2.7	0.3	1.1	2.5	1.3	0.1	1.0	12.3	36.2	0.1	0.4	67.6
	香川	0.0	10.3	0.2	12.5	25.3	13.2	2.2	25.5	12.9	0.2	197.5	32.2	1.8
	愛媛	0.0	4.4	0.7	2.7	7.1	3.3	0.3	9.0	18.8	0.2	21.6	28.2	3.3
	福岡	5.4	33.0	1.1	14.2	32.9	4.5	0.8	8.0	52.4	70.9	1.5	1.9	1,017.5

注：山陽地域との間で18千人以上の流動がある県を抽出

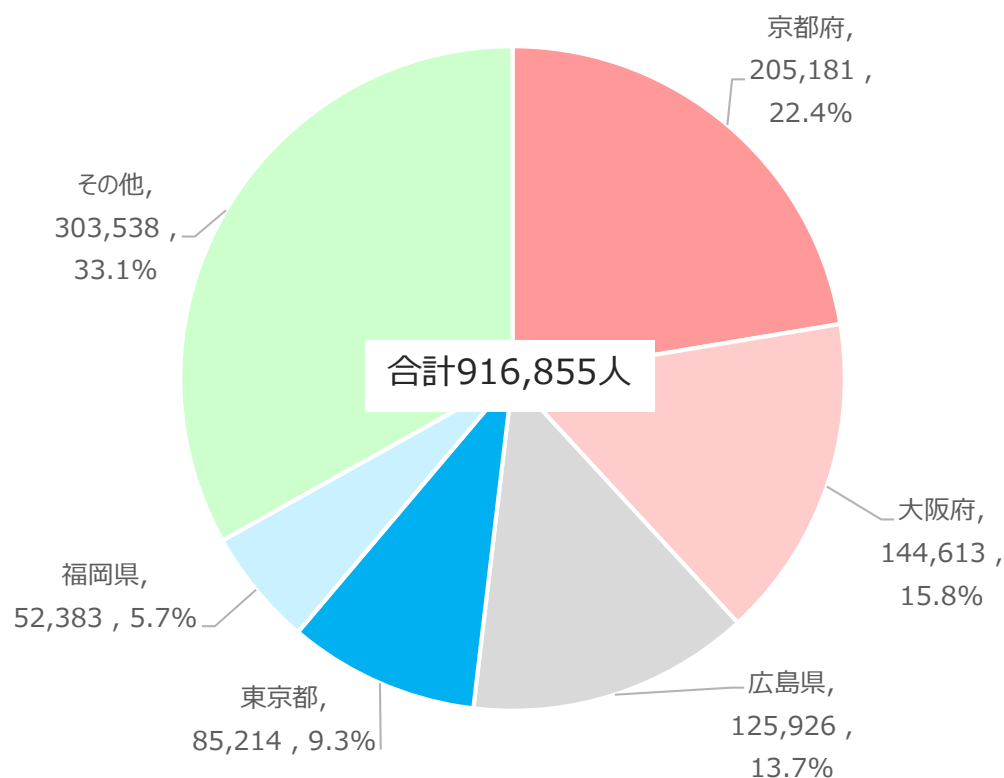
出所：国土交通省 FF-Data（訪日外国人流動データ） 2019

【広島県の訪日外国人の滞在直前直後の地域】

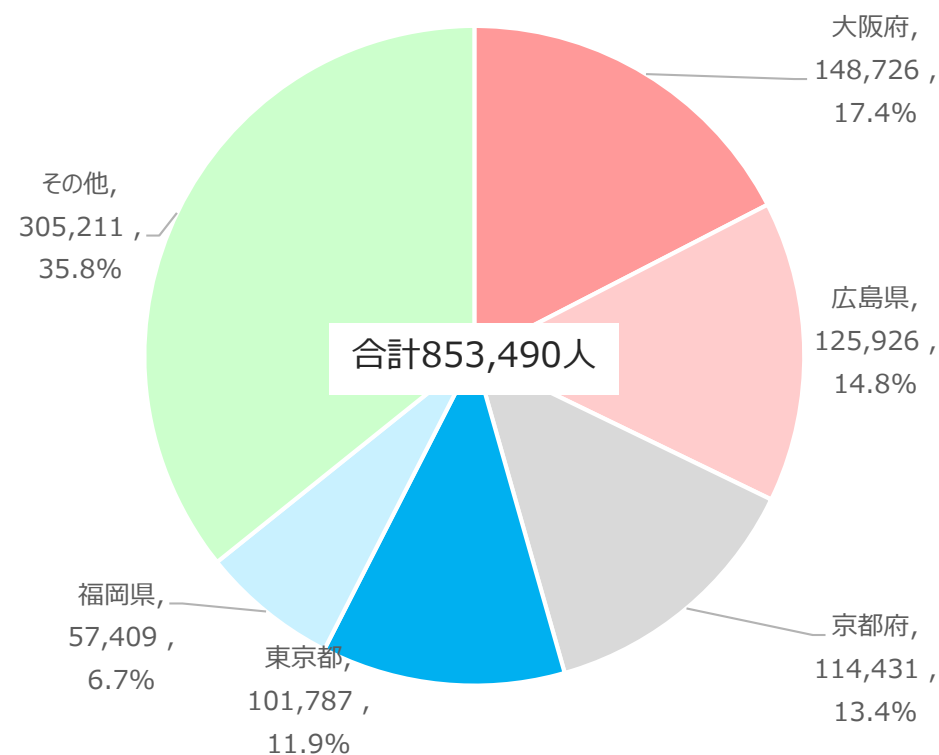
1. インバウンド市場の概要

- 訪日外国人の滞在直前に滞在した地域と滞在直後に滞在した地域を見ると、広島の場合は、京都から広島に入り、大阪に滞在している割合が2割程度あり、**大阪に訪日外国人の一部が流出していることが分かる。**

広島県の滞在直前に滞在した地域



広島県の滞在直後に滞在した地域



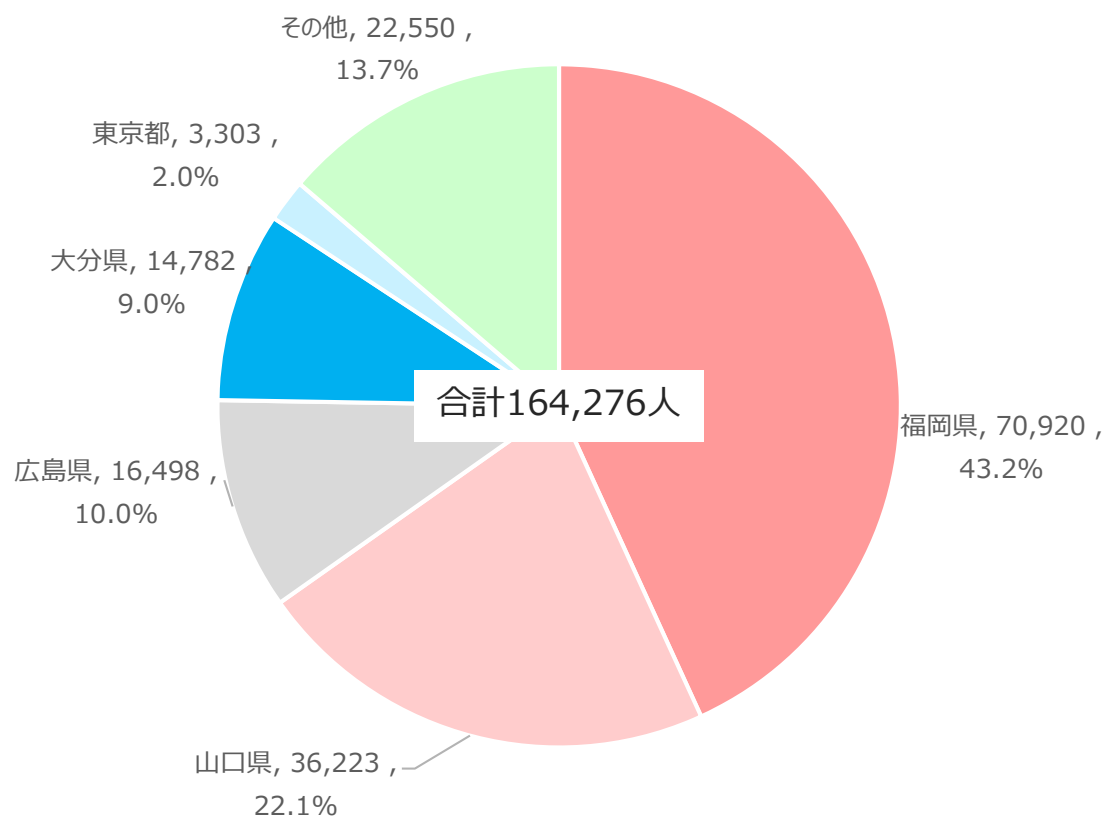
注: 2019年、全目的
出所: RESAS、国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」より作成

【山口県の訪日外国人の滞在直前直後の地域】

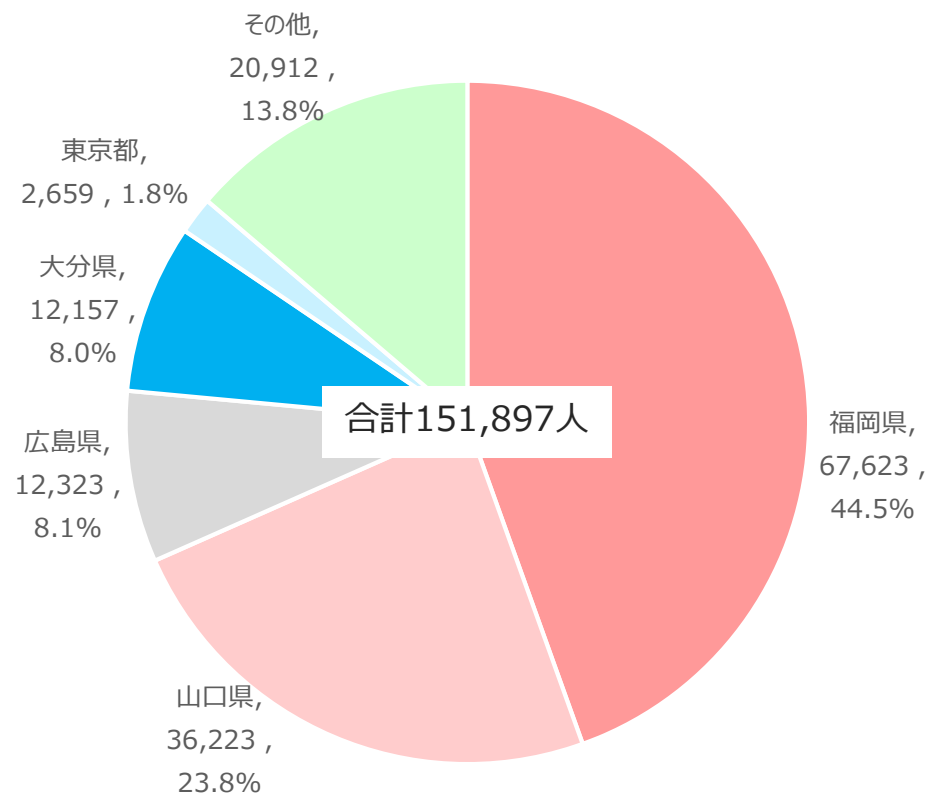
1. インバウンド市場の概要

- 山口については、福岡から入り、福岡に移動している割合が4割程度と高く、**山口に滞在した外国人観光客が福岡に流出しているといえる。**

山口県の滞在直前に滞在した地域



山口県の滞在直後に滞在した地域



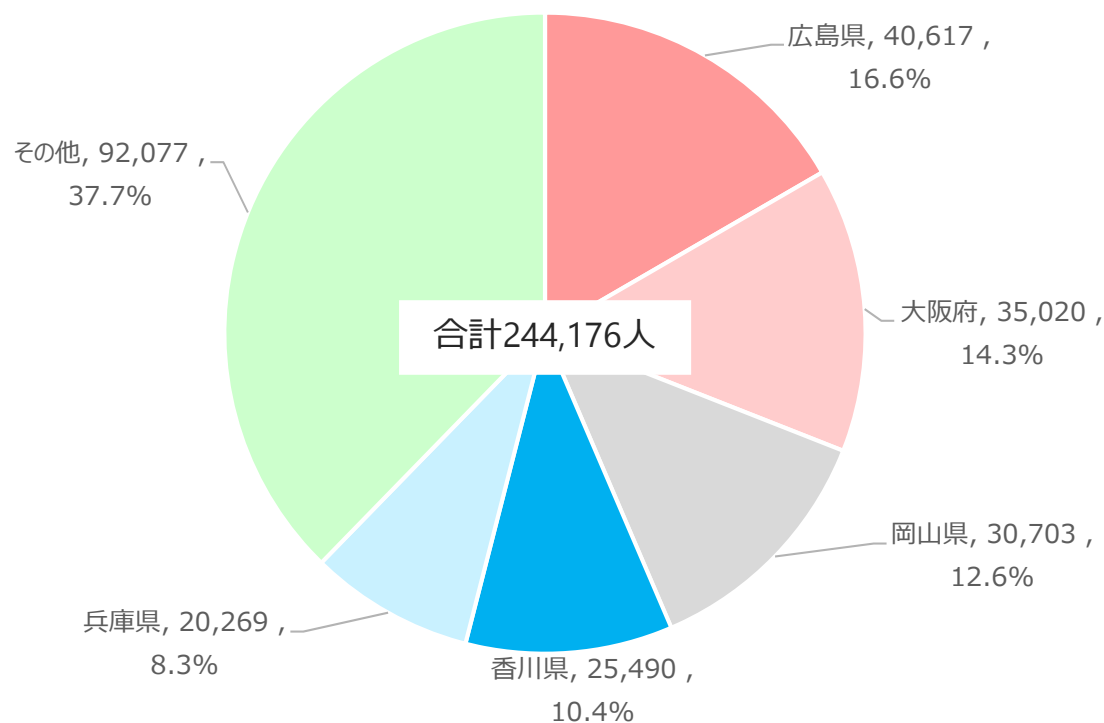
注:2019年、全目的
出所: RESAS、国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」より作成

【岡山県の訪日外国人の滞在直前直後の地域】

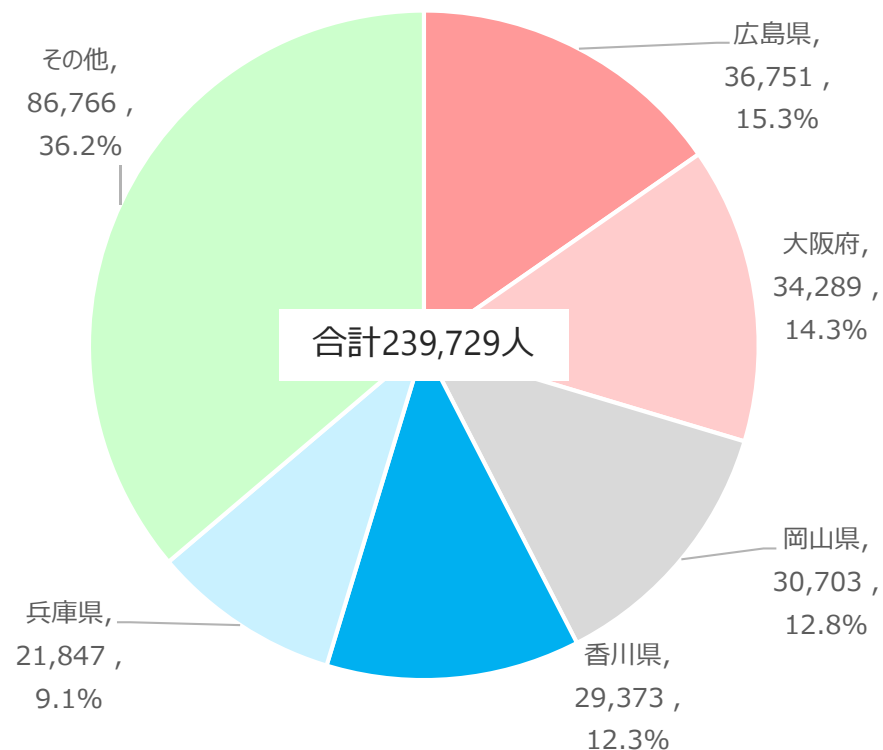
1. インバウンド市場の概要

- 岡山については、広島から入り、広島、大阪に移動している割合がそれぞれ2割弱あり、**大阪に外国人観光客の一部が流出しているといえる。**

岡山県の滞在直前に滞在した地域



岡山県の滞在直後に滞在した地域



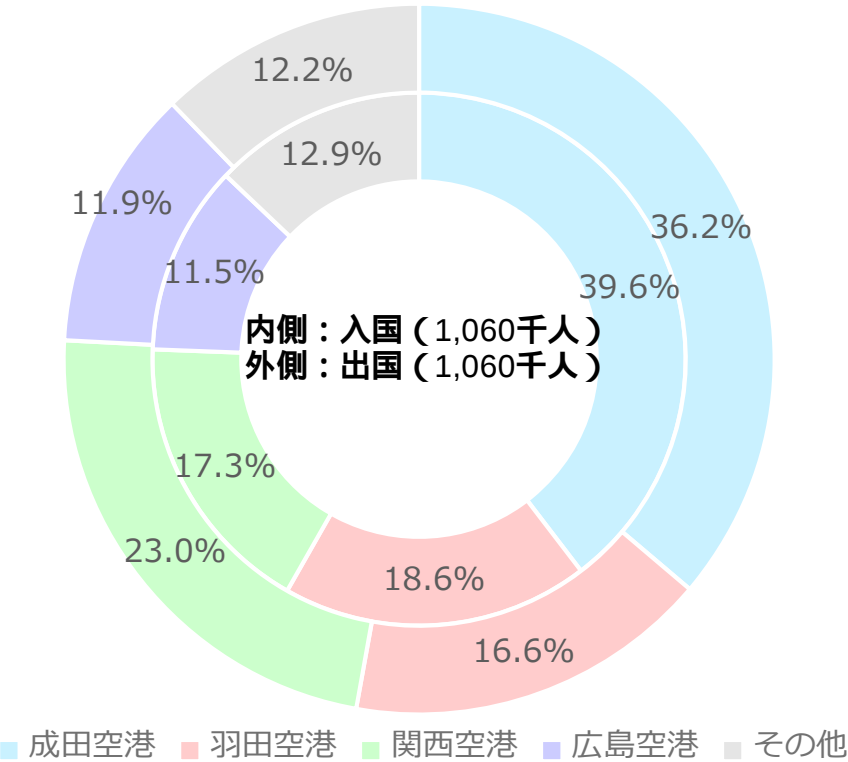
注:2019年、全目的
出所: RESAS、国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」より作成

【広島県の訪日外国人の空港別出入国状況】

1. インバウンド市場の概要

- 広島県の訪日外国人の出入国空港を見ると、成田空港から出入国するパターンが3割程度を占める。次いで羽田空港、関西空港からの出入国、**広島空港からの出入国も1割程度ある。**

広島県 入国空港 x 出国空港内訳
(2019年すべての期間 全目的)



出入国空港の合計ランキング
(2019年すべての期間 全目的)

順位	広島県	総数：1,060千人
1位	成田空港（入）×成田空港（出）	296,405人（28.0%）
2位	羽田空港（入）×羽田空港（出）	117,410人（11.1%）
3位	関西空港（入）×関西空港（出）	108,465人（10.2%）
4位	広島空港（入）×広島空港（出）	105,426人（9.9%）
5位	成田空港（入）×関西空港（出）	81,651人（7.7%）

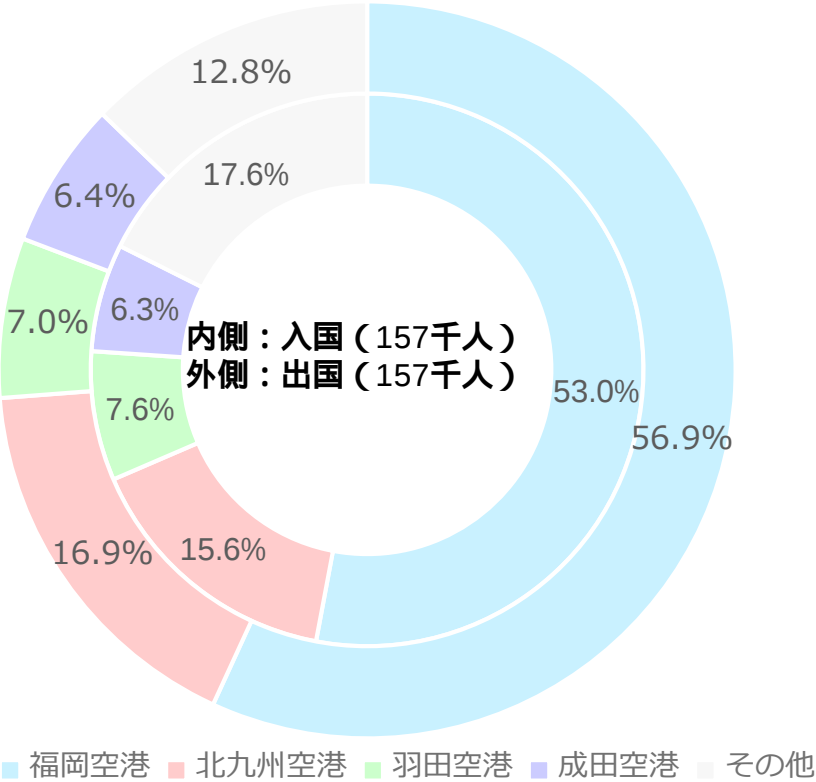
出所：RESAS、国土交通省FF-Data(訪日外国人流動データ) より作成

【山口県の訪日外国人の空港別出入国状況】

1. インバウンド市場の概要

- 山口県の訪日外国人の出入国空港を見ると、福岡空港から出入国するパターンが約半分を占める。次いで北九州港から出入国するパターンが多い。背景にはアジアから利用者が多いことが考えられる。

山口県 入国空港 x 出国空港内訳
(2019年すべての期間 全目的)



出入国空港の合計ランキング
(2019年すべての期間 全目的)

順位	山口県	総数：157千人
1位	福岡空港（入）×福岡空港（出）	76,849（48.8%）
2位	北九州空港（入）×北九州空港（出）	24,472（15.6%）
3位	羽田空港（入）×羽田空港（出）	9,151人（5.8%）
4位	成田空港（入）×成田空港（出）	6,729人（4.3%）
5位	広島空港（入）×広島空港（出）	6,112人（3.9%）

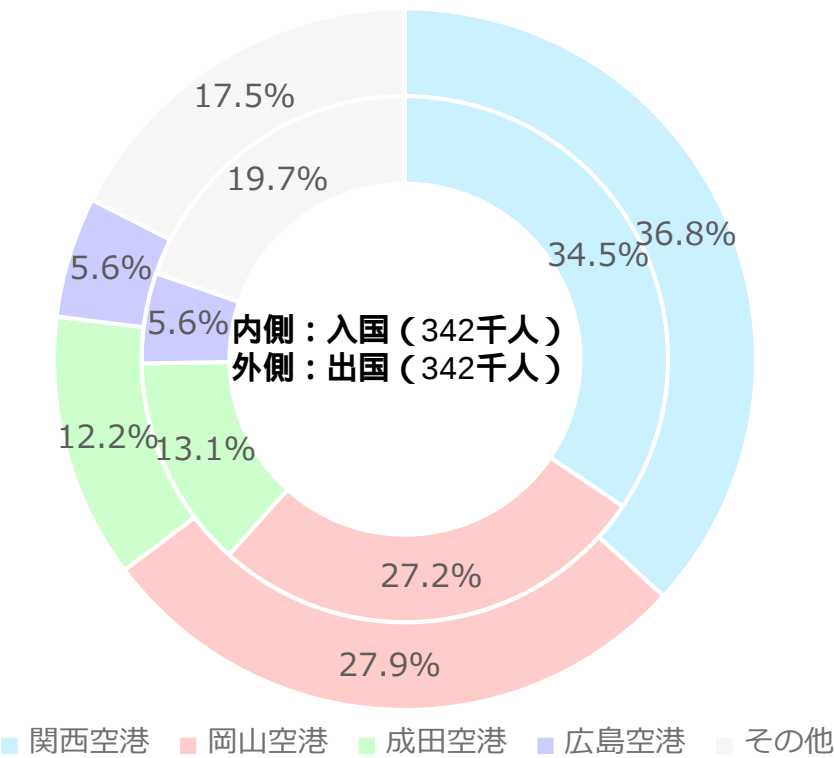
出所：RESAS、国土交通省FF-Data(訪日外国人流動データ) より作成

【岡山県の訪日外国人の空港別出入国状況】

1. インバウンド市場の概要

- 岡山県の訪日外国人の出入国空港を見ると、関西空港から出入国するパターンが最も多く3割程度を占める。次いで岡山空港も2割強を占める。

岡山県 入国空港 x 出国空港内訳
(2019年すべての期間 全目的)



出入国空港の合計ランキング
(2019年すべての期間 全目的)

順位	岡山県	総数：342千人
1位	関西空港（入）×関西空港（出）	100,724人（29.5%）
2位	岡山空港（入）×岡山空港（出）	81,040人（23.7%）
3位	成田空港（入）×成田空港（出）	29,361人（8.6%）
4位	広島空港（入）×広島空港（出）	15,397人（4.7%）
5位	高松空港（入）×高松空港（出）	13,058人（3.8%）

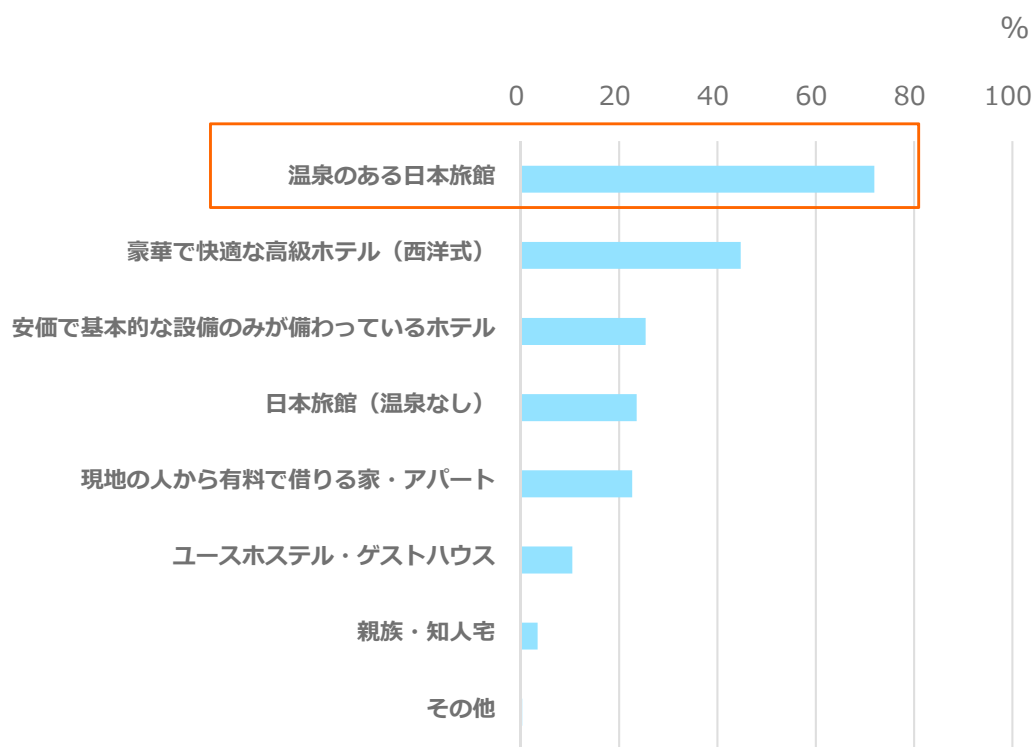
出所：RESAS、国土交通省FF-Data(訪日外国人流動データ) より作成

【インバウンド高収入層のニーズ】

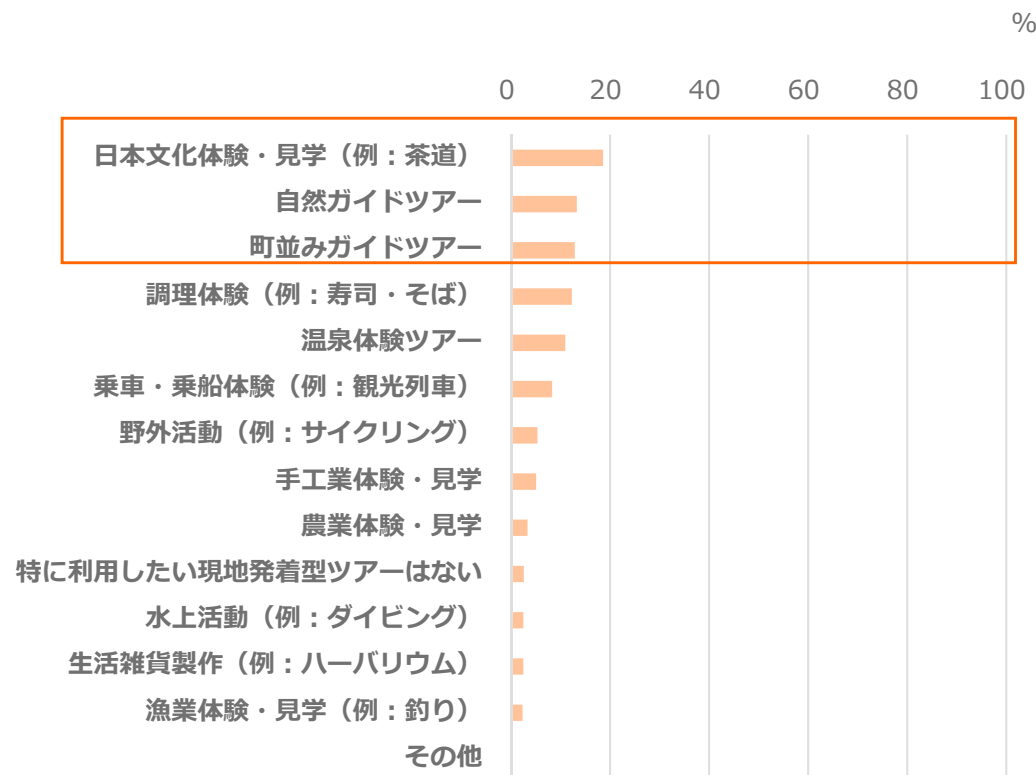
1. インバウンド市場の概要

- 消費単価が高い高収入層が求める宿泊施設については、「**温泉のある日本旅館**」の**人気が高い**。
- 利用してみたいツアーについては、「日本文化体験・見学（例：茶道）」、「自然ガイドツアー」、「町並みガイドツアー」のニーズが高い。温泉や日本旅館、日本文化や町並みに対するニーズがあることがうかがえる。

高収入層が宿泊したい施設



高収入層が利用してみたいツアー



n=1,206

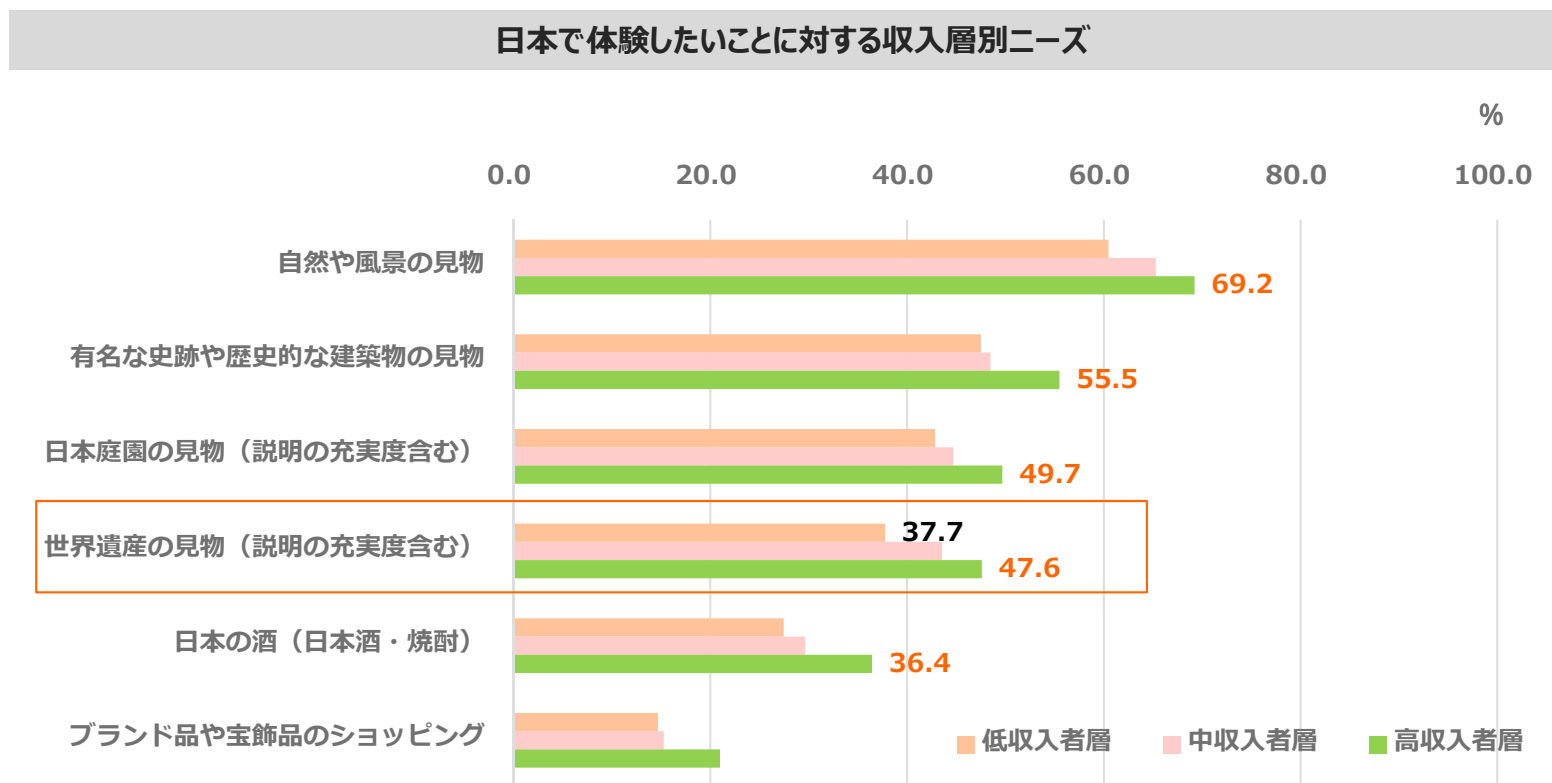
注：高収入層の定義：国により異なるが、米国では年収10万ドル以上

出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）（2019.10.10）

【インバウンドの収入層別ニーズ】

1. インバウンド市場の概要

- 日本で体験したいことについて収入層別に見たところ、「自然や風景の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」「日本庭園の見物」「世界遺産の見物」のニーズが高く、特に、高収入層は低収入層に比し、「世界遺産の見物」に対するニーズが高い点が特徴的である。



注：n=3,836

注：低収入層、中収入層、高収入層の定義：国により異なるが、米国では低収入層0～59千ドル、中収入層6万ドル～99千ドル、高収入層：10万ドル以上

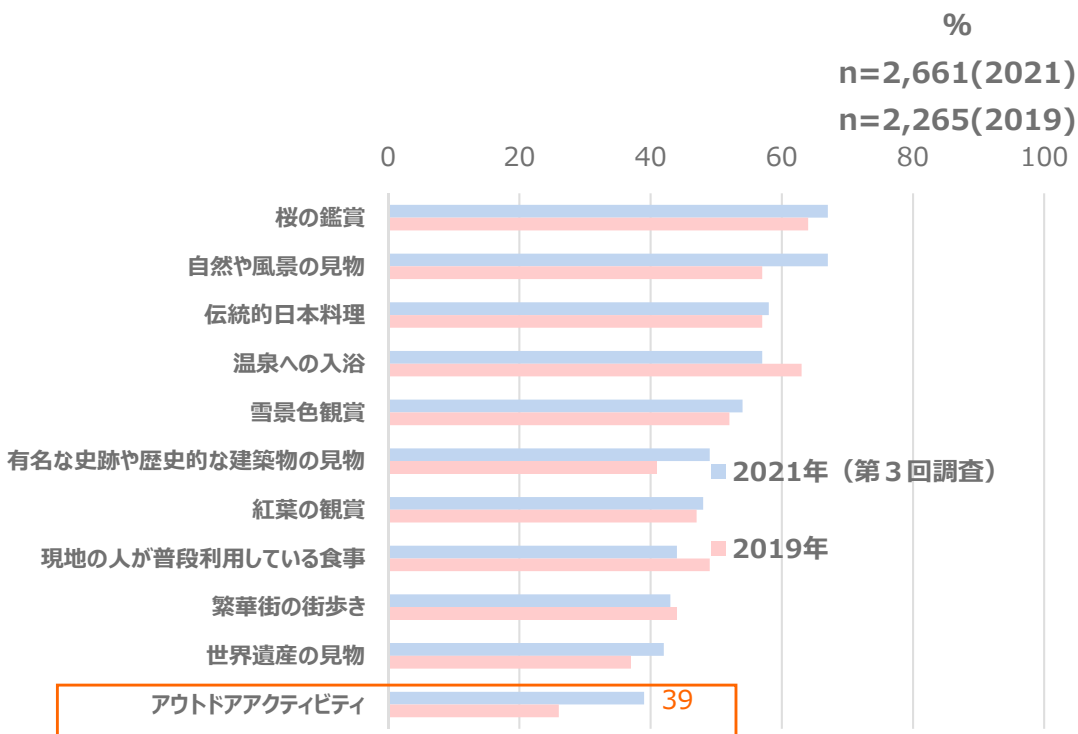
出所：DBJ・JTB アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 (第3回 新型コロナ影響度特別調査) (2022.2.28)

【インバウンドの訪日体験ニーズ】

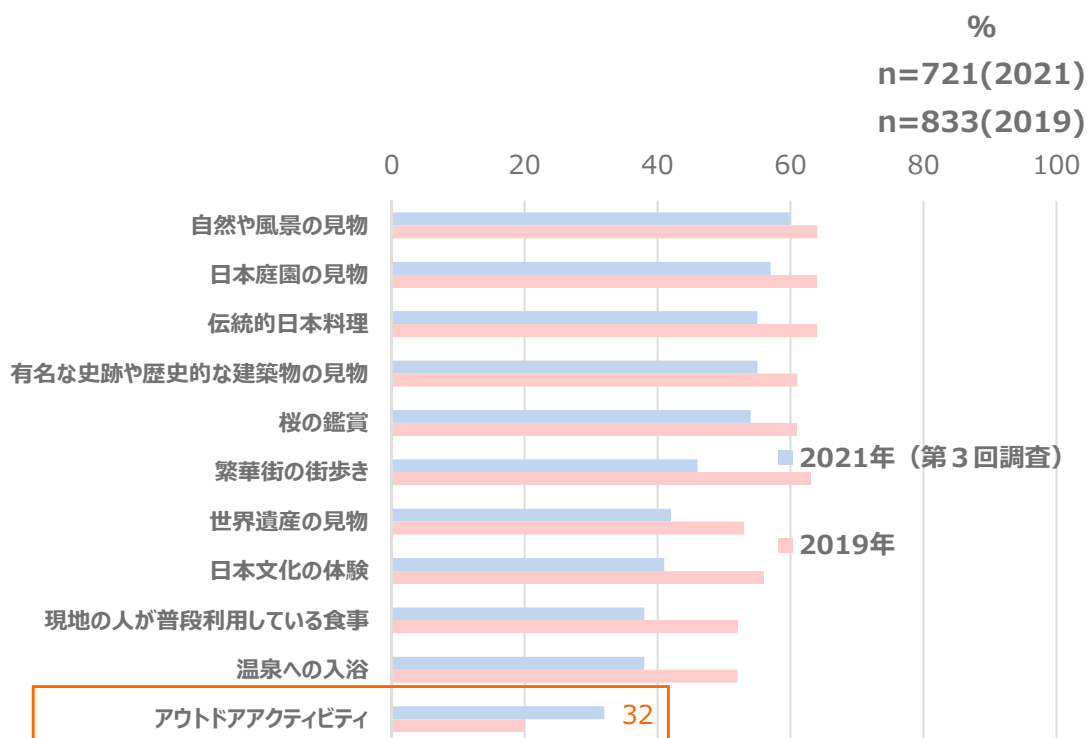
1. インバウンド市場の概要

- アジアと欧米豪で訪日体験ニーズを見たところ、新型コロナの影響を受けてアジア、欧米豪ともに「アウトドアアクティビティ」のニーズが高まっている。
- 「日本庭園の見物」「日本文化の体験」については、欧米豪は上位10位にランキングされているが、アジアには入っておらず、欧米豪は日本の伝統や歴史に対する関心が高い点がうかがわれる。

アジアの訪日体験ニーズ



欧米豪の訪日体験ニーズ



出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 (第3回新型コロナ影響度特別調査) (2022.2.28)

2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ

- 山陽地域には世界遺産である原爆ドーム、厳島神社、萩反射炉があり、特に富裕層のインバウンド観光客のニーズに訴求する世界遺産を活用し、消費額を伸ばしていくことが期待される。

	観光資源の例	世界遺産の厳島神社
広島県	● 原爆ドーム、厳島神社、宮島水族館、おりづるタワー、広島平和記念資料館、お好み村、広島城、縮景園、マツダミュージアム、大和ミュージアム、千光寺、ONOMICHI U2、しまなみ海道、瀬戸田、耕三寺、多々羅大橋、福山城、広島三次ワイナリー等	
山口県	● 萩反射炉、角島大橋、元乃隅神社、錦帯橋、松下村塾、萩城下町、秋吉台、秋芳洞、千畳敷、瑠璃光寺、防府天満宮、瀬祭の蔵元、周南工場夜景クルージングツアー	
岡山県	● 岡山城、岡山後楽園、吉備津神社、倉敷美観地区、大原美術館、倉敷アイビースクエア、瀬戸大橋、備中松山城、おかやまファーマーズ・マーケット ノースヴィレッジ等	

写真：iStock

注：オレンジ色の文字は世界遺産

- 山陽地域には多数の美術館があり、大原美術館やひろしま美術館等著名かつ一定の集客力が期待できる観光スポットが点在している。富裕層は美術館や博物館に対するニーズが高いため、美術館を活用した消費額の増加が期待される。

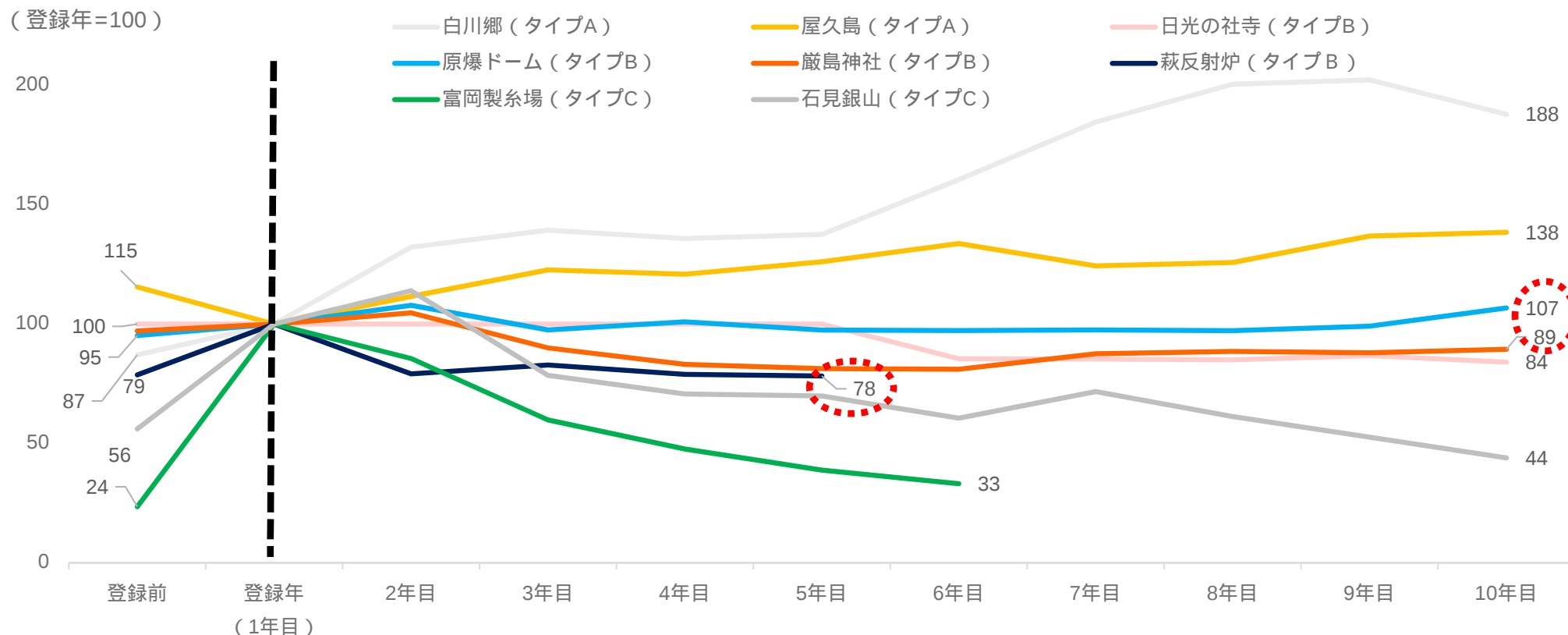
	美術館の例	大原美術館の外観
広島県	・ 広島県立美術館、ひろしま美術館、広島市現代美術館、呉市立美術館、大和ミュージアム(呉市海事歴史科学館)、蘭島閣美術館、尾道市立美術館、なかた美術館、平山郁夫美術館、耕三寺博物館、ふくやま美術館、ふくやま草戸千軒ミュージアム(広島県立歴史博物館)、奥田元宋・小由女美術館	
山口県	・ 山口県立美術館、下関市立美術館	
岡山県	・ 岡山県立博物館、岡山県立美術館、岡山市立オリエント美術館、岡山シティミュージアム、林原美術館、夢二郷土美術館(本館)、夢二郷土美術館 夢二生家記念館・少年山荘、瀬戸内市立美術館、備前長船刀剣博物館、 ・ 大原美術館、倉敷市立美術館、やかげ郷土美術館、笠岡市立竹喬美術館、井原市立田中美術館、華鶴大塚美術館、華鶴大塚美術館、高梁市成羽美術館、新見美術館、犬島精錬所美術館	

写真提供：大原美術館

出所：せとうち美術館ネットワークHPより作成
<https://www.jb-honshi.co.jp/museum/>

- 世界遺産への来訪者数を見ると、タイプA（登録後に増加）、タイプB（概ね堅調型）、タイプC（登録後に減）にわかれる。タイプAの白川郷や屋久島はインバウンド向けPRや自然を活用したツーリズムにより来訪者が増加している。タイプCの石見銀山は観光客が急増したが、地域住民の要望をふまえ、路線バスが廃止されることになり、観光客の減少につながった。
- タイプBの原爆ドーム、厳島神社、日光の社寺は世界遺産登録後の10年目までは安定的な需要がみられる。萩反射炉は来訪者数が一旦減少し、現在は横這い傾向にあり、一定の需要があると考えられる。

国内の世界遺産来訪者数推移



注1:タイプA：登録後に増加 タイプB：概ね堅調型 タイプC：登録後に減少

注2：石見銀山、富岡製糸場は入館者数、厳島神社は宮島の来島者数、白川郷、屋久島、原爆ドーム、日光の社寺は各市町村への来訪者数

出所：日本政策投資銀行「佐渡島の金山」世界文化遺産登録を契機とした地域価値の向上に関する調査報告書 2021年7月

白川村、屋久島町、広島市、栃木県、大田市、富岡市、廿日市市、萩市の統計資料より日本経済研究所作成

【山陽地域の5つ星ホテル】

2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ

- 日本国内のFive Star Alliance登録の5つ星ホテルは計35あるが、うち22ホテルが東京に集中している。
- 三大都市圏以外には3ホテルしかなく、山陽地域では広島県のみである。

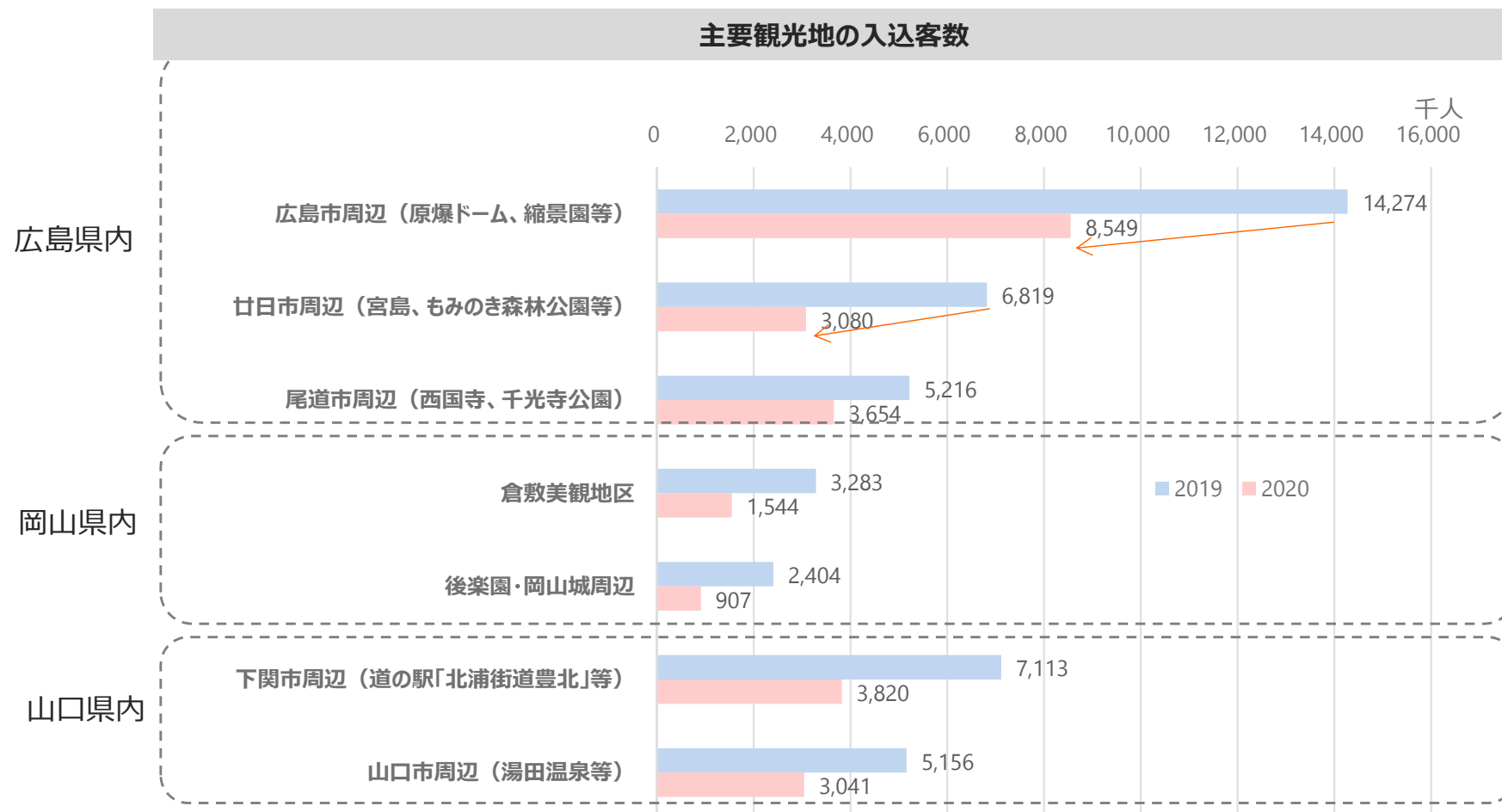
地域	5つ星ホテル		
東京	● ホテルニューオータニ 東京 ● パレスホテル東京 ● パークハイアット東京 ● アンダーズ東京 ● ザ・リッツ・カールトン・東京 ● 帝国ホテル東京 ● グランドハイアット東京 ● コンラッド東京 ● ザ・ペニンシュラ東京 ● シャングリラホテル東京 ● マンダリンオリエンタル東京 ● アマン東京 ● ホテルオークラ東京 ● セルリアンタワー東急 ホテル ● フォーシーズンズ丸の内東京 ● ザプリンスパークタワー東京 ● インターコンチネンタル東京ベイ ● キャピトルホテル東急 ● ANAインターコンチネンタルホテル東京 ● プリンسギャラリー東京紀尾井町 ● ホテル椿山荘東京 ● 東京エディション虎ノ門		
大阪	● 帝国ホテル大阪 ● セントレジス大阪	● コンラッド大阪 ● 阪急インターナショナル	● ザ・リッツ・カールトン大阪
京都	● 翠嵐	● リッツカールトン京都	● ハイアットリージェンシー京都
横浜	● インターコンチネンタルザグランド横浜		● 横浜ベイホテル東急
北海道	● ウィンザー洞爺リゾートアンドスパ		
三重	● アマネム		
広島	● シェラトングランドホテル広島		

注：Five Star Allianceは2005年設立の高級ホテルのオンライン旅行代理店。ワシントンD.C.およびニューヨークに拠点を置く。

出所：Five Star Allianceより作成

<https://www.fivestaralliance.com/>

- 山陽地域の主要観光地の入込客数について2019年（新型コロナ前）と2020年（新型コロナ後）で比較すると、約4割減となっている。
- ただし、同期間における我が国全体でみたときの旅行者数が約5割減（旅行・観光消費動向調査等より）であることを鑑みれば、コロナ禍にあっても山陽地域においては底堅い入込を維持している。

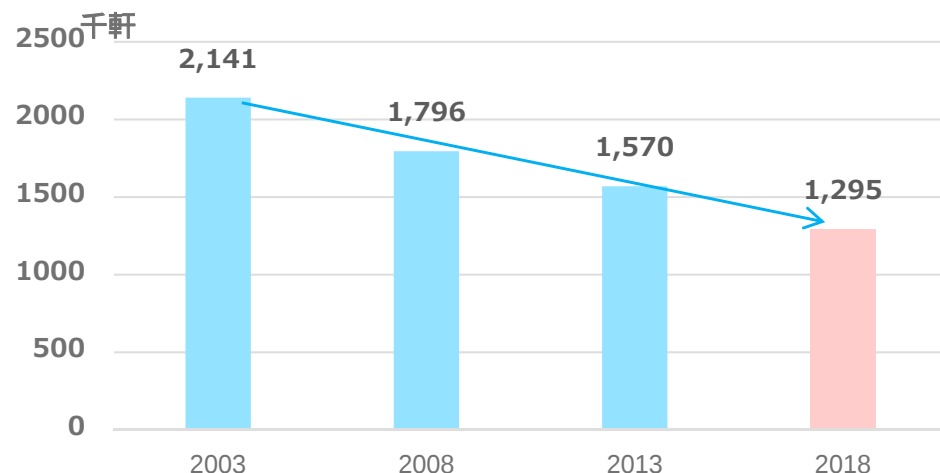


出所：中国地方ハンドブック2022年版 日本政策投資銀行中国支店・松江事務所・岡山事務所より作成

【古民家の全国的な動向と山陽地域の古民家数】 2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ

- 全国的古民家は減少傾向にあるが、都道府県別に見ると、現存している古民家は広島県で46千軒（全国6位）、岡山県で約43千軒（全国7位）と、未活用の古民家が地域資源として多く残っており、そのポテンシャルは高い。

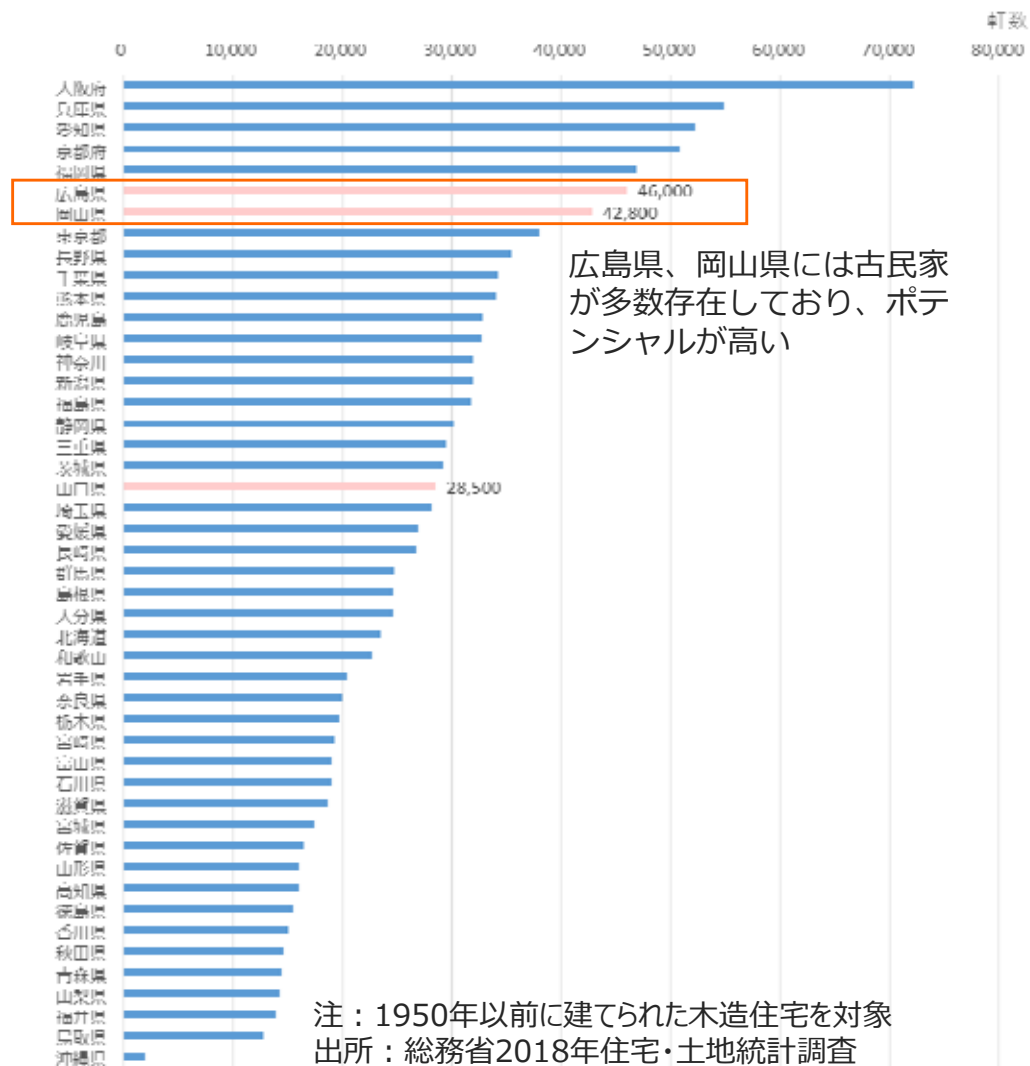
古民家の推移



注：1950年以前に建築された木造住宅を古民家と定義

出所：総務省住宅土地統計調査より作成

現存する古民家数



広島県、岡山県には古民家が多数存在しており、ポテンシャルが高い

注：1950年以前に建てられた木造住宅を対象
出所：総務省2018年住宅・土地統計調査

- アマンの創業者エイドリアン・ゼッカが手がけるAzumi Setodaは、しまなみ海道の一角にあるレモンの島で有名な生口島にある高級旅館。滞在型の宿泊施設で、富裕層をターゲットとしている。

	Azumi Setoda	外観
概要	・ 立地：広島県尾道市（生口島） ※三原市・尾道市・今治市などから車・フェリー・高速船等で40～60分程度 ・しまなみ海道の一角にあるレモンの島で有名な生口島にある高級宿泊施設。アマンの創業者エイドリアン・ゼッカが手がける。 ・瀬戸田には製塩業や海運業を主に営んでいた堀内家という豪商がおり、その堀内邸をリノベーションした客室。 ・料金の目安：1泊2食 約10万円（大人1名）	
ポイント	・訪日外国人のニーズに対応し、古民家を活用した高級旅館 ・富裕層をターゲットとした滞在型の宿泊施設 ・近隣には平山郁夫美術館、耕三寺があり、観光スポットになっている。	

写真提供：Azumi Setoda

出所：Azumi Setoda HP等公表資料より作成

【旅館くらしき】②富裕層向け古民家の事例 2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ

- 旅館くらしきは、倉敷美観地区の中心部に位置し、大原美術館を中心とした歴史的建造物、情緒溢れる町並みの中で宿泊できる旅館である。美しい町並みの中で大原美術館や歴史的建造物を楽しむことが出来る。

	旅館くらしき	外観
概要	・ 立地：岡山県倉敷市 ※JR倉敷駅より徒歩約15分 ・ 倉敷美観地区の中心部に位置し、陽前の庭、伝統建築の静かな佇まいに癒される旅館である。 ・ 江戸末期に遡る道具蔵などを改装し、ゲストルームは8室。 ・ 美観地区は、白壁の蔵屋敷、なまこ壁、柳並木など、趣ある景観が楽しめるエリアになっている。 ・ 世界的な照明デザイナー・石井幹子氏がプロデュースした「倉敷美観地区夜間景観照明」がある。照明の工夫により町家や白壁の建物、レトロな洋館を演出している。 ・ 料金：1泊1名29千円～	
ポイント	・ 美観地区の中にあり、大原美術館を中心とした歴史的建造物、情緒溢れる町並みの中で宿泊できる旅館である。 ・ JR倉敷駅下車、徒歩約15分の好立地にあり、周辺には大原美術館があり、倉敷デニム、町屋を改装したカフェ、美しい町並みの中で癒される空間になっている。	

写真：旅館くらしきfacebook

【長門湯本温泉】 ③官民連携の温泉街再生事例 2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ

- 長門市では、官民協働で温泉街再生のマスタープランを作成。宿泊施設（界 長門）は民間事業者が整備し、行政は周辺整備を実施。官民連携による温泉街の再生モデルである。

	界 長門	外観
概要	・ 立地：山口県長門市 ※JR長門湯本温泉駅より徒歩約15分、美祢ICから車で約30分、新山口駅より車で約70分、山口宇部空港から車で約70分) ・ 長門湯本温泉では、温泉旅館の廃業をきっかけに官民連携で温泉街のマスタープランを作成。 ・ 長門市が老朽化した施設を除却し、周辺整備に投資を行った。 ・ 店舗Cafe&pottery音が完成して以降、新たな店舗が開業している。 ・ 料金：1泊1名32千円～（2名1室利用時、夕朝食付き、税・サービス料込）	
ポイント	・ 官民連携により温泉街のまちづくり再生プランを作成し、民間は宿泊施設に投資を行い、行政が周辺整備を行った。 ・ 行政の先行投資がさらなる民間投資を呼び込み、地域経済を牽引している。	

写真提供：界 長門

出所：界 長門HP等公表資料より作成

【山陽都市ゲートウェイの再整備】④山陽地域のプロジェクト 2. 山陽地域の主要な観光資源とインフラ

- 広島では、国、広島市、広島電鉄等の広島駅南口広場再整備プロジェクトがあり、公共交通機関の機能強化により賑わいの創出が期待される。
- 岡山では、両備グループがイトーヨーカドー岡山店跡地を活用した再開発事業を実施している。全体のデザインは岡山市出身の工業デザイナー水戸岡鋭治氏が手掛けている。

	広島駅南口広場再整備（広島）	杜の街づくりプロジェクト（岡山）
概要	・ 立地：広島県広島市（広島駅南口） ・ 事業費：約360億円（内訳：国172億円、広島市170億円、広島電鉄18億円） ・ 事業主体：広島市 ・ 工期：2018年～2023年（予定） ・ 公共交通機関の機能強化（広場、路面電車2ルートの整備） ・ 賑わいの創出（ペDESTリアンデッキ、大屋根等の整備）等	・ 立地：岡山市中心部 ・ 両備グループによる、イトーヨーカドー岡山店跡地の再開発事業。 ・ マンション、オフィス・商業、ヘルスケア棟から構成される。 ・ 全体のデザインは岡山市出身の工業デザイナー水戸岡鋭治氏が手掛ける。
ポイント	・ 広島電鉄駅前大橋ルート及び循環ルートが整備され、公共交通の利便性が拡充されるとともに、広島駅に高架で広島電鉄が乗り入れ、新駅ビルと一体化し、さらなるにぎわいが創出される。	・ 市内中心部の開発であり、地方都市の市内中心部としては全国でも最大級のプロジェクトである。 ・ クリニックや子育て施設、商業テナントが街の中にあり、女性が働きやすい環境を整備している。

3. 地域の有効施策

【地域の有効施策～宿泊～】 ① 富裕層向け城泊宿泊プラン

3. 地域の有効施策

- 2020年にユネスコ無形文化遺産に登録された大洲城に宿泊するプランでは、1泊100万円（2名）であり、全国でも5城しかない木造復元天守の1つで、400年前の姿の奇跡の城に宿泊できる。これにより地域の消費額の増加が期待される。

	大洲城1泊100万円（2名）宿泊プラン	外観
概要	・ 立地：愛媛県大洲市 ※JR伊予大洲から徒歩約25分、タクシー約5分 ・ 天守、重要文化財のふたつの櫓（やぐら）を含む大洲城に宿泊するプラン。 ・ 料金：1泊2日 2名利用 550,000円（大人1名）。 ・ 1日1組限定。年間30組限定。 ・ 大洲城は、全国でも5城しかない木造復元天守の1つであり、400年前の姿の奇跡の城。 ・ 大洲城は、伝統技術を復興させたことで「第一回ものづくり日本大賞」を受賞。「伝統建築工匠の技:木造建造物を受け継ぐための伝統技術」として2020年にユネスコ無形文化遺産に登録されている。	
山陽地域への示唆	・ 広島城、岡山城でも宿泊プランを提供することで、観光消費の増加が期待できる。 ・ 福山城では現在、宿泊の検討を行っている。	

写真：Ozu Castle Stay
<https://castlestay.ozucastle.com/about>

【地域の有効施策～宿泊・体験プログラム～】 ②富裕層向け体験プログラム 3. 地域の有効施策

- アマネムでは、富裕層向けに体験プログラムを提供しており、ベテランの海女さんと一緒に潜り、漁を間近に見学したり、三重県を代表するアコヤ貝真珠が出来る過程を体験するプログラムが提供されている。

	アマネム	
	①海女さんと海に潜る 体験プログラム	②英虞湾マイパール 体験プログラム
概要	・ 立地：三重県志摩市 ・ 海女とは、素潜りで海に潜って魚介を採る職業の女性を指す。国の重要無形民俗文化財にも指定されており、志摩では現在でも約230人の海女さんが鮑をはじめサザエ、イワガキ、イセエビ、ウニなどを採り生計をたてている。 ・ ベテランの海女さんと一緒に潜り、漁を間近に見学し、地域の歴史、文化、伝統を体験するプログラム。 ・ 海女小屋を模した小屋で、海女さんと一緒に魚介の炭火焼きランチを楽しむことが出来る。 ・ 開催時期 5月～10月、所要時間7時間 ・ 2名様 10万円～	・ 立地：三重県志摩市 ・ 三重県を代表するアコヤ貝真珠が出来る過程を体験するプログラム。 ・ 養殖場を訪問し、養殖人の指導を受け、アコヤ貝への核入りにチャレンジし、冬まで英虞湾で育ててもらう。 ・ 冬に英虞湾に訪れ、貝から取り出し。または、ご自宅に郵送することも可能。 ・ 開催時期：4月～ 7月 ・ 所要時間：約4時間 ・ 2名様 10万円～
山陽地域への示唆	・ 広島県は地域資源である「かき」が有名であるため、かきをテーマにした高級体験プログラムの提供が考えられる。	・ 岡山県で日本刀や焼き物等の職人の指導を受けながら、特別な体験プログラムを提供し、富裕層へ訴求することが期待できる。

【地域の有効施策～アルベルゴ・ディフューゾ～】 ③古民家改築、食を通じた地域活性化 3. 地域の有効施策

- モンターニャ・ヴェルデ（イタリア）は、地域全体を一つの宿に見立てた観光戦略で成功したアルベルゴ・ディフューゾの先進事例。地域資源の農産物の提供や食を通じた教育活動を行い、コンテンツを充実させている。

	モンターニャ・ヴェルデ	歴史的建造物の活用による宿泊施設
概要	・ 立地：イタリア トスカーナ州 ・ 空き家を改修し、地域全体を1つの宿に見立てた観光戦略で成功した事例。 ・ オーナーのバルバラさんの元教師の父親が放棄農地を購入し、アグリツーリズモを始めた。 ・ 地域資源である農産物をレストランの食材に提供している。農産物は有機栽培行い、D.O.P（EUが認定した農産物やその加工品につける表示）と呼ばれる原産地呼称保護の認証を受けている。 ・ 農産物は有機栽培で行い、教育活動の出来る農場を整備し、子供たちに継承する場を設けている。食を通じて地域の文化や環境を保護すること、それを次世代につなげていくことを重視している。	 助成金で改修したことを示すボードが設置された一角 写真：中橋恵
山陽地域への示唆	・ 集落全体を一つの宿に見立てた観光戦略がポイント。 ・ 単なる空き家の改修ではなく、地域資源の農産物の活用や食を通じて教育活動を行うコンテンツが重要。 ・ 山陽地域は島が多く点在しているため、レモンの島である生口島の様に島全体を1つのコンセプトでマネジメントし、レモンを通じた食育等コンテンツを充実させていくことが考えられる。	

注：アルベルゴ・ディフューゾとは、空き家を活用した宿泊施設で、レセプション、客室、レストラン、売店等が町全体に水平に分散しており、地域全体で地域活性化を図ることを目的としている。

出所：中橋恵(2020年11月)「都市と農村を繋ぐ持続可能なモデル,アルベルゴ・ディフューゾ」都市計画第347号 日本都市計画学会、ヒアリングより作成

- ヴェネツィア市は、オーバーツーリズムが社会問題となる中で、ブラーノ島、ムラーノ島等からの日帰り客から1律3ユーロの上陸税（入島税）を徴収し、建造物の修復やごみ処理、環境保全のために活用している。

	ヴェネツィア	観光客で混雑するヴェネツィアの広場
概要	・ 立地：イタリア ヴェネト州 ・ 2000年から2017年にかけて観光客の数は約272万人から503万人に増え、延べ宿泊者数は約591万人から1,169万人へ増加。急増の背景にはLCCの定着がある。日帰り客も急増した。 ・ ゴミの散乱が深刻化する中、質の悪い飲食サービスを提供しないよう、テイクアウト店舗の規制をしている。 ・ ブラーノ島、ムラーノ島等からの日帰り客から1律3ユーロの上陸税（入島税）を徴収し、建造物の修復やごみ処理、環境保全のために活用している。 ・ 24時間同一料金で使い放題の交通チケットを販売し、あまり知られていないエリアへ誘導する人流マネジメントを行っている。	
山陽地域への示唆	・ 山陽地域には世界遺産が複数あり、特に厳島神社はインバウンド観光客に人気が高い。 ・ 持続可能な観光を実現するためには、創設予定の宮島訪問税を歴史的建造物の保全と観光の両立に活用していくことが肝要である。	写真：iStock

【地域の有効施策】⑤MaaS先進事例

3. 地域の有効施策

- MaaS（注）の取組である、Izukoは、鉄道と接続交通を組み合わせた複数デジタルフリーパスと、観光施設や飲食店等のデジタルパスで交通と観光がシームレスに楽しめる、スマホ1つで購入・決済・利用できるサービスを展開。

	Izuko	スマホのアプリで交通と観光がシームレスに
概要	- エリア：静岡県伊豆半島全域 - 鉄道と接続交通を組み合わせた複数デジタルフリーパス（2日間有効）と、観光施設や飲食店等のデジタルパス取り扱い数も拡大し、交通と観光がシームレスに楽しめる、スマホ1つで購入・決済・利用できるサービスを提供（フェーズ1～フェーズ3）。 - 実施主体：東急株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、株式会社ジェイアール東日本企画 - 効果：①エリア拡大の結果、フェーズ3の販売効果はフェーズ2の3倍の12%増加した。②観光商品拡充を行い、観光チケットの販売割合が高くなった。③機能面拡充により交通チケット購入者の約半数が事前購入し、約4割が新しく導入した認証若しくは決済方法を選択し、利便性の向上に寄与した。	 Izuko Izukoでできる あんなこと こんなこと 伊豆おすすめ情報紹介 交通・観光 チケットの購入 伊豆エリアの 観光マップ 目的地までの ルート検索 スマホで決済 オンデマンド 乗合交通の予約 レンタサイクルの 予約 レンタカーの 予約 出所：Izukoプレスリリース、広告
山陽地域への示唆	福山市ではしおまち（潮待ち）観光MaaSを実証実験を実施し、MaaSの活用により、複数の観光地への立ち寄りが期待できることから、回遊性向上の効果が期待される。	

注：MaaS（マース：Mobility as a Service）とは、地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービス。国土交通省ではMaaSの全国普及に取り組んでおり、実証実験への支援を行っている。山陽地域からは広島市、福山市、庄原市がMaaS実証実験支援事業に選定されている。

出所：東急株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、伊豆急行株式会社（2021年4月27日）観光型MaaS「Izuko」Phase3の結果報告より作成

中国地域におけるMaaS等の新たなモビリティサービス実現に向けた論点

	中国地域におけるMaaS等の新たなモビリティサービス実現に向けた論点
論点①気運の醸成	地域の交通の将来像等について住民や事業者等に理解・関心を広め、取組に向けた気運の醸成を図ることが、取組をスタートさせる上での重要な点である
論点②多様な関係者の参画	自治体と交通事業者は、観光、商業、システム、医療・介護、物流等の事業者、経済・業界団体、住民も含めた、多様な関係者の取組への参画を促していく必要がある
論点③地域にあったモビリティサービスの構築	導入するモビリティの形態や提供するサービス、料金、経路、システム、既存交通サービスとの連携等、地域にあったモビリティサービスについて長期的な視点に立って検討し、構築していく必要がある

中国地域におけるMaaS実現に向けた具体的方策

	中国地域におけるMaaS実現に向けた具体的方策
方策①地域主導による気運の醸成	- 自治体や交通事業者等を中心に地域が主導して、地域の社会課題やMaaS等の新たなモビリティサービスの必要性に関する理解の促進を図る - 地域公共交通計画の策定等を契機に、交通事業者や住民等へのヒアリングやワークショップを通じて意見交換や情報提供を行い、気運醸成に向けた一歩を踏み出す
方策②組織体制の構築及びビジョンの共有	- モビリティサービス実現に不可欠なプレーヤーである自治体や交通事業者が中心となり、コンソーシアムや協議会等の連携組織を構築する - 連携組織においては、関係者の取組の方向性を一致させるため、関係者間でビジョンを共有する
方策③PDCA サイクルの循環によるサービスの高度化、地域適合化	検討プロセス等に基づき、PDCA サイクルを循環させることで試行錯誤し、サービスの高度化、地域適合化を進めていく。その過程では、ロードマップの策定等により検討プロセスを段階的、計画的に進化させていく

出所：中国地域におけるMaaS等の新たなモビリティサービス実現に向けた方策検討調査（2021年3月）公益財団法人 中国地域創造研究センター

【地域交通の現状と課題】（参考）

3. 地域の有効施策

- 山陽地域の拠点空港には多数の国際線が就航しており、広島空港には北京、香港、上海、台北等からのインバウンド客が直接山陽地域にアクセスできる。
- 一方、二次交通に関してはバスの本数の少なさ、運転手不足の深刻化、バス事業の収益力低下等が課題であり、MaaSの活用が期待される。

山陽地域の主要空港（概要）

	国内線	国際線	空港アクセス
広島空港	・ 東京日17便 ・ 札幌日2便 ・ 仙台日2便 ・ 沖縄日1便 ・ 成田日2便	・ 北京日週4便 ・ 香港日週4便 ・ ソウル全面運休 ・ 上海日週7便 ・ 台北週7便 ・ バンコク週3便	・ 広島駅より45～50分 ・ 広島バスセンターより55分 ・ 白市駅より約15分 ・ 西条駅より25分
山口空港	・ 東京日10便		・ 新山口駅より30分 ・ 宇部新川駅より約15分
岡山空港	・ 東京日10便 ・ 札幌日1便 ・ 沖縄日1便	・ ソウル週7便 ・ 上海週7便 ・ 香港週2便 ・ 台北週7便	・ 岡山駅より30分 ・ 倉敷駅より35分

出所：中国地方ハンドブック2022年版 日本政策投資銀行中国支店・松江事務所・岡山事務所 を参考に作成

地域公共交通の課題

	ポイント
自動車の運転手不足の深刻化	・ 労働時間は長く、年間所得額は低い ・ 第二種大型自動車運転免許保有者は約15年間で約20%減少 ・ 有効求人倍率は全職業平均の約2倍で人手不足が深刻
地方部の乗り合いバスの収支	・ 乗合バス事業の収支は全体でも約5%の赤字構造にあり、地方部では15%程度の赤字 ・ 他の交通事業はそれぞれの産業全体では黒字。地域鉄道と離島航路に限ると6～7%の赤字 ・ 地方部の乗合バスは厳しい赤字構造下にある
市町村の地域公共交通の組織体制	・ 専任担当者が不在の市町村は約8割で、依然として人材不足が課題
地域公共交通の確保に関する地方負担の増加	・ 地域交通の確保（地方バス、離島航路支援等）に関する特別交付税交付額は毎年増加傾向にあり、9年間で約50%増加している

出所：国土交通省交通政策審議会交通体系分科会第19回地域公共交通部会 配付資料(2019年12月24日) 資料4 参考資料より作成

- 富裕層は体験型プログラムのニーズがあり、工房体験、焼き物、酒造見学等お客様1人1人に対してきめ細やかなサービスを提供することが重要である。
- スモールラグジュアリー旅館は数室しかないので、コロナ禍でも「密にならない」点が強みである。

	スモールラグジュアリー旅館事業者ヒアリングのポイント
富裕層向けのサービスについて	・ 宿泊者は医者、経営者等が多く、東京、大阪、名古屋からの利用で、広告は、ほぼ行っていない。一休のHPに掲載しており、訪日外国人向けのPRはThe RYOKAN COLLECTIONのサイトに掲載している。 ・ 世界のラグジュアリートラベル業界最大規模のイベントであるInternational Luxury Travel Market(ILTM)とのネットワークを活用している。 ・ 富裕層は体験プログラムのニーズがあり、工房体験、焼き物、酒造見学等、リクエストに応じてタクシーを手配し、お客様1人1人に対して決め細やかに対応している。 ・ 個人に対して細かくサービスを展開している点がポイントで、富裕層は、口コミでお客様が広がり、欧米のお客様は美術館、アートに関心が高いお客様が多い。 ・ 強みは数室しかないので、大型ホテルに比し、コロナ禍でも「密にならない」点である。スモールラグジュアリー旅館は、宿泊者個人に対して柔軟な対応ができる点がポイントである。
山陽地域への示唆、課題	・ 交通関連については、富裕層向けの高級車が不足している。予約が出来ないと高級車で送迎が出来ない。 ・ 富裕層向けに英語でサービスを提供出来る人材が不足している。 ・ 富裕層向けのサービスは、個人を対象に体験型プログラムの提供を充実させていくことが重要である。地域資源を活用したコンテンツを提供するとともに、高級車の手配、英語でのサービス案内、スモールラグジュアリー旅館はコロナ禍でも密にならない点をアピールし、口コミで富裕層を獲得していくことが重要である。

注：事業者ヒアリングは2021年12月実施

- 富裕層はアートや歴史などに知的な関心が深いので、表面的ではなく**本物の価値を提供することがポイント。**
- **宿泊施設形態が重要で、コロナ禍前から小規模で個性的な魅力のあるラグジュアリーホテル志向が高まっていた。コロナ後には一層その傾向は高まる可能性がある。**

	旅行事業者ヒアリングのポイント
富裕層向けのサービスについて	・ テーラーメイド、柔軟性は重要である。提案力、コーディネート力がポイントで、顧客志向の徹底と本物の価値を提供することが重要である。 ・ 体験がキーワードになっているが、ストーリーも弱く、単に形だけ体験するでは富裕層は満足しない。 ・ 当然だが、アートと名がつけば何でもいいわけではない。一流のプロデュースとキュレーションがされている直島のような場所では、目の肥えた訪日客は、幅広い視点で感動している。 ・ 日本人があまり旅の目的には上がらないが海外の人が興味を持つ例もある。例えば日本刀。海外の人にとってはアートであり、巧の技を見学するお客様もいる。 ・ 富裕層は一般層よりもアート、歴史、自然などに関心が総じて高い。ただ、歴史だからアートだから富裕層が来るとか単純な発想は意味がない。関心の度合いが深いので本物を提供することが肝要。ポストコロナで、大都市を避け、密にならないところへ行く、と言われていることは一定程度は富裕層にも当てはまると思うが、最近ではみんながそれを言っていて、ややそれが誇張されている気もしている。 ・ 宿泊施設形態が重要で、コロナ禍前から小規模で個性的な魅力のあるラグジュアリーホテル志向が高まっていた。コロナ後には一層その傾向は高まる可能性がある。
山陽地域への示唆、課題	・ 中国地方では、直島、広島・宮島に富裕層の訪日外国人が集中している。広がりをもつ実現するかが次の鍵。 ・ 英語でコンテンツを深く伝えることは非常に重要である。通訳案内士の役割は大きく、彼らは自己研鑽に努めている。例えば、広島ガイドのお陰で、世界に原爆の悲惨さ、平和の尊さを伝えていくことができている。但し、業務が安定的ではないため、通訳案内士への支援が必要ではないか。 ・ 観光に関する地域に根差したビジネスを行う起業家・事業会社が重要である。例えば、地元のつながりを活用して、職人とのプログラムを作り、職人にもその観光業者にも収益が回る仕組み。自走化が重要。

注：事業者ヒアリングは2021年12月実施

4. インバウンド需要の再生に向けて

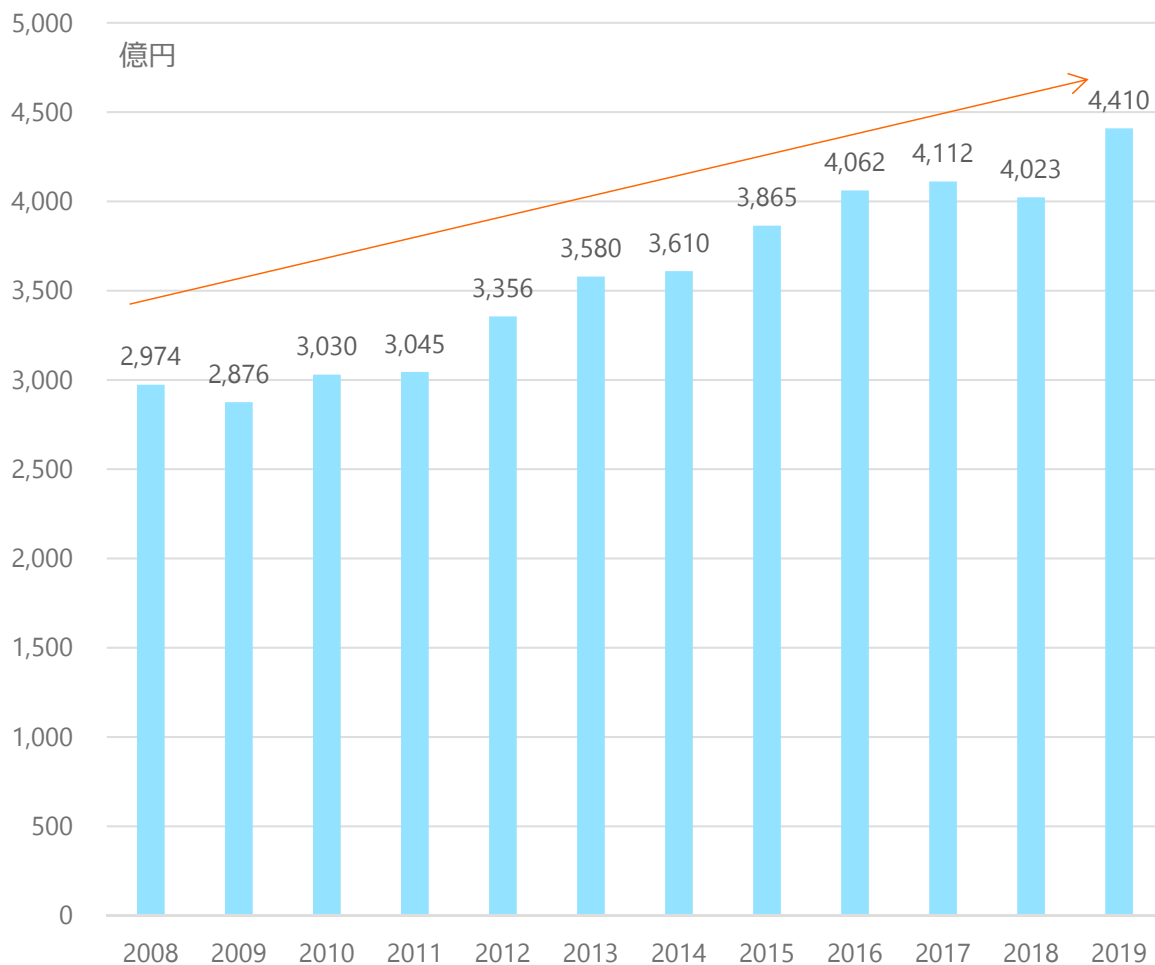
～ 広島県をモデルに～

【広島県の消費額】

4. インバウンド需要の再生に向けて

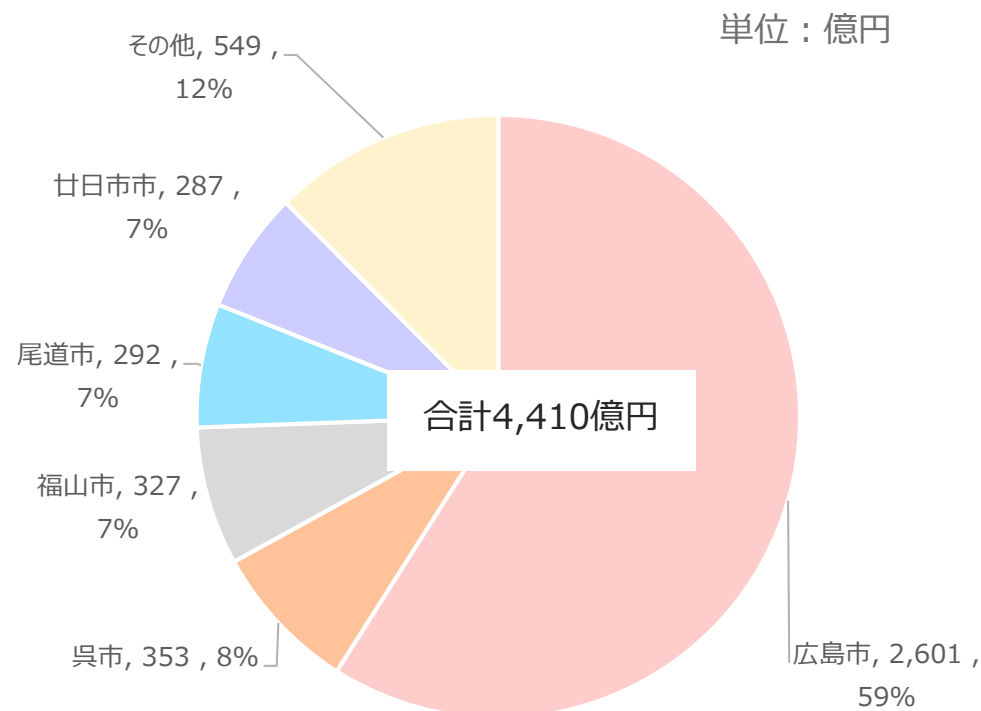
- 広島県の観光消費額は、4,410億円（2019年）であり、増加傾向にある。内訳をみると、広島市が6割を占めており、呉市、福山市、尾道市、廿日市市が続いている。

広島県の観光消費額の推移



出所：2019年 広島県観光客数の動向 一般社団法人広島県観光連盟

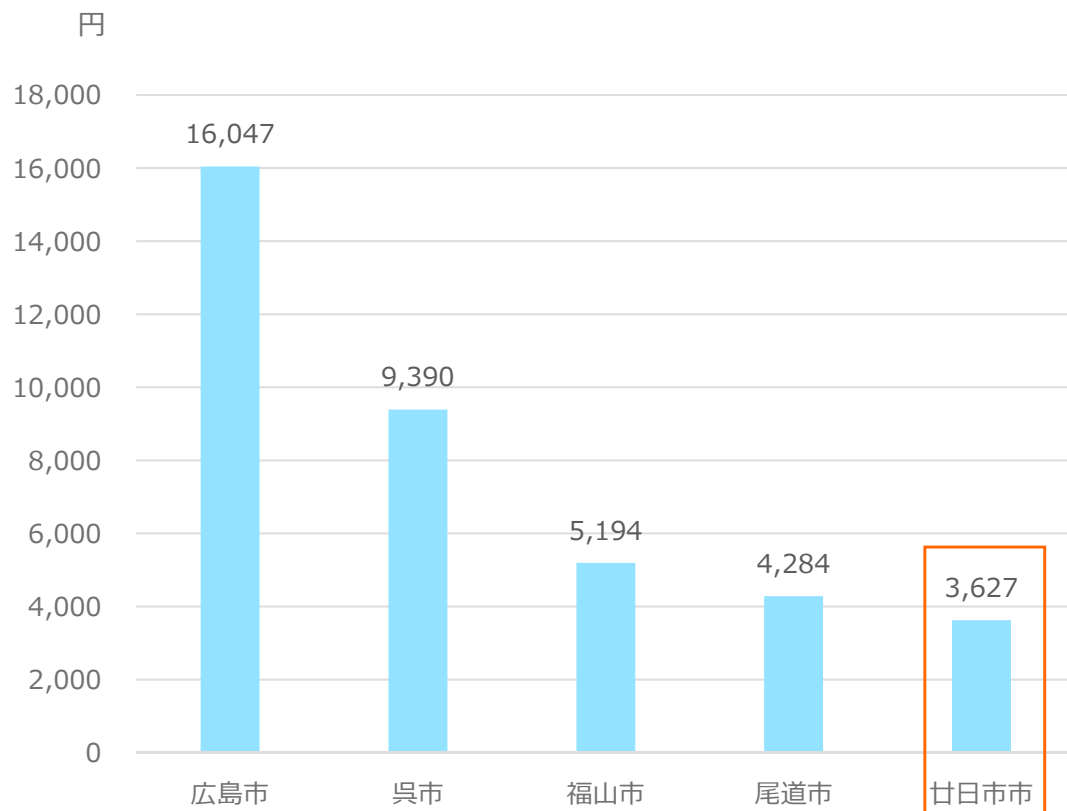
広島県の市町村別観光消費額内訳



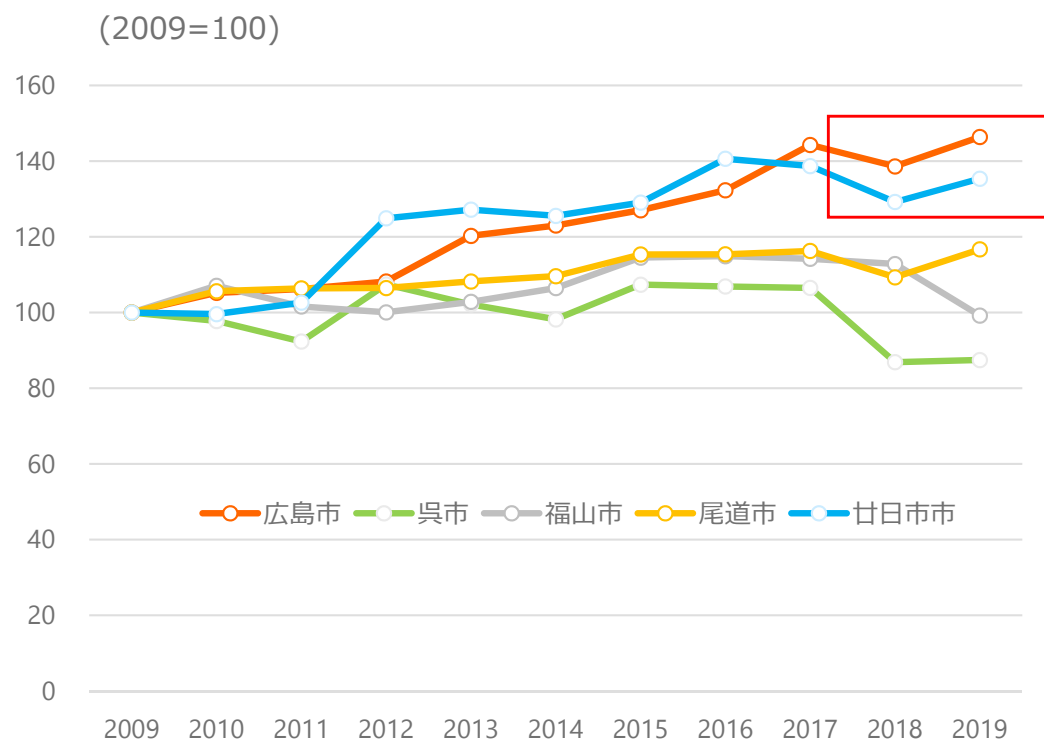
【広島県の消費額】

- 1人あたり観光消費額をみると、広島市が最大で16千円、次いで呉市、福山市、尾道市が続いている。観光消費額の多い上位5都市の観光入込客数をみると、**廿日市市は増加傾向にあるにもかかわらず、1人あたり観光消費額が少ない。**

1人あたり観光消費単価（上位5都市）



観光消費額の多い上位5都市の観光入込客の推移

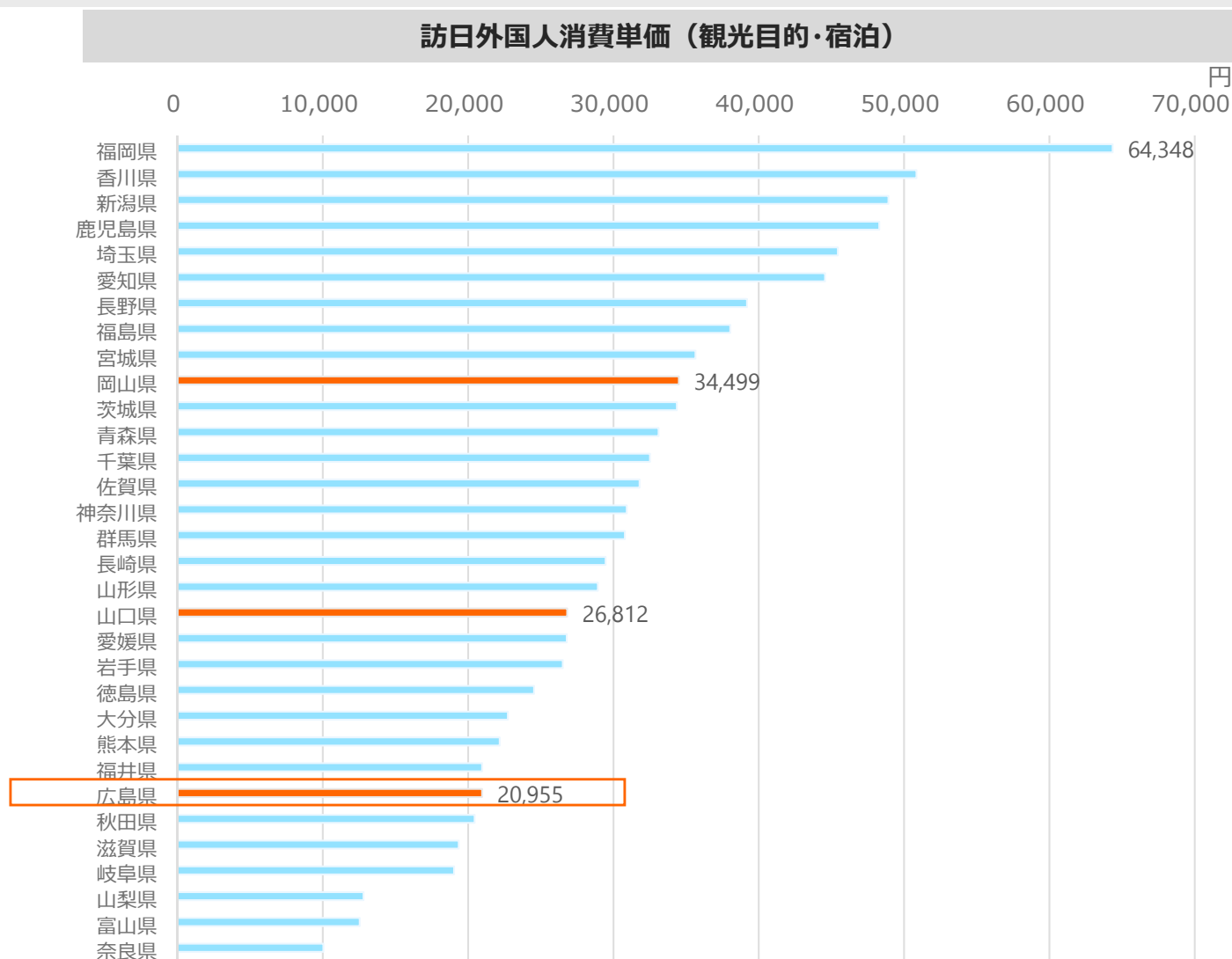


出所：2019年 広島県観光客数の動向 一般社団法人広島県観光連盟

【広島県の1人あたりインバウンド消費額】

4. インバウンド需要の再生に向けて

- 訪日外国人の1人あたり観光消費額（観光目的・宿泊）をみると、広島県は約2.1万円であり、1位の福岡県(6.4万円)の1/3にとどまっている。背景には、**地域資源を十分活用しきれておらず、消費拡大に向けた工夫が必要**である。



注：一部自治体は集計中

出所：観光庁「全国観光入込客統計に関する共通基準2019」

- インバウンドを含む観光客の消費を伸ばし、地域に循環させていく仕組みが重要である。例えば、尾道市のケースでは、平山郁夫美術館でアートを楽しみ、富裕層向け高級旅館Azumi Setodaに宿泊し、富裕層から宿泊税を徴収することで、古民家の改修やまちづくりに再投資し、さらなる富裕層を地域に呼びこむことが期待される。

宿泊客は宿泊税等を支払う

経済効果を地域に再投資する仕組み

美術館を観光し、古民家に宿泊する

平山郁夫美術館 外観（尾道市）



Azumi Setodaのある街並み（尾道市）



写真提供：Azumi Setoda

市役所



観光客に高付加価値なサービス

宿泊税をまちづくり等に活用

民間事業者は観光客にさらに高付加価値なサービスを提供し、宿泊客、リピーターを確保する

宿泊客から徴収した宿泊税等でまちづくりに投資し、さらに観光客を呼び込む

主体別	ポイント
民間事業者	消費額を伸ばしていくためには、1泊10万円程度の富裕層向け古民家等を整備し、大阪や福岡に流出したインバウンド観光客を山陽地域に戦略的に誘客することが考えられる。富裕層は世界遺産、歴史やアート、工房体験、備前焼、酒造見学に関心が高く、お客様1人1人に対して決め細やかなサービスを提供することが重要である。日本刀も訪日外国人には人気が高く、地域資源をさらに活用していくことが期待される。富裕層は「本物の価値」を求めており、地域の食材については地理的表示のような国際的な認証を取得することも有効である。
自治体	- 広島県については、厳島神社のある廿日市市は観光客が増加しているにもかかわらず、消費額が低い。事業者ヒアリングによると厳島神社と直島に訪日外国人が集中しており、持続可能な観光を実現するためには、ヴェネツィアのように人流マネジメントの検討が今後必要になってくるであろう。 - 山口県については、萩反射炉が世界遺産に認定されているにもかかわらず観光客数が伸びていないため、さらなる誘客に向けた施策が必要である。岡山県については、伝統的な美術館や富裕層向け高級旅館における近年のサービス強化等の取組みを踏まえ、さらなる消費拡大が期待される。
DMO	- 事業者ヒアリングから、高級車が不足している地域があり、富裕層にふさわしい移動手段が確保できていない。富裕層をターゲットとするのであれば、自動車産業の集積がある広島を中心に高級車の手配を地域で協力して手配し、富裕層にふさわしい移動空間をデザインするため、人流マネジメントやあまり知られていない地域への誘導などデータに基づいた観光戦略が必要である。 - 地域の歴史や文化を訪日外国人に伝えていくには英語で説明できる人材が必要であり、行政よりは人事異動が少なく、ノウハウが蓄積されやすいDMOが中心となり、留学やデータサイエンティストの育成等観光のプロを育成していくことが重要である。

まとめ 山陽地域のインバウンド動向調査

ポストコロナ、2025年大阪・関西万博を見据えた地域観光産業活性化のあり方

ポストコロナの山陽地域のインバウンド観光のあり方 (地域のレジリエンシー強化)

山陽地域の観光消費拡大に向けて(課題認識)

地域の現状と課題

- ・広島は大阪に、山口は福岡に訪日外国人の一部が流出
- ・ひろしま観光立県推進基本計画では、観光消費額を2030年に観光消費額8,000億円へと倍増を目標
- ・地域資源として山陽地域には古民家が多数あり

民間事業者ヒアリング

- ・富裕層は、ラグジュアリー、ホスピタリティ、世界遺産、歴史、伝統、アートに高い関心
- ・特定の観光地への集中(厳島神社、直島)
- ・外国語対応人材、スムーズで効率的な移動手段の不足

戦略の方向性

- ・交流人口拡大
- ・日帰り型から滞在型への転換(流出抑制)
- ・消費単価の上昇

施策の方向性

- ・購買意欲の高い富裕層をターゲットへ
- ・サービスへの付加価値追求(本物志向)
- ・地域有効資源活用・魅力向上(オーバーツーリズム対策、非日常体験)

レジリエンシー

施策

- ・大洲城(愛媛県大洲市)の1泊100万円の宿泊プラン
- ・アマネム(三重県志摩市)の富裕層向け体験プログラム
- ・古民家を活用したアルベルゴ・ディフーズによるまちづくり(イタリア トスカーナ州)
- ・日帰り客への課税、24時間同一料金の交通チケットによる混雑緩和(イタリア ヴェネト州)
- ・公共交通機関等のMaaS等による最適な移動、人流の最適化

- ・富裕層に好まれる美術展、アート祭典開催
- ・古民家の有効活用、スモールラグジュアリーホテル整備
- ・顧客個別のニーズに応える決めこまやかなサービス提供
- ・日本刀に代表される伝統文化の「本物の価値」に触れる体験
- ・新たな観光地提案・案内と地域分散を企画した人流マネジメント導入
- ・地域を専門とする観光事業者の育成・支援(自治体、DMO)
- ・地域の魅力・サービス向上に伴う収益強化
- ・収益の一部還元と再投資を通じた地域経済効果の拡大

本稿の作成にあたり、観光関連の事業者、団体など多くの皆様にご協力を賜りました。
ここに厚くお礼申し上げます。

お問い合わせ先

株式会社日本政策投資銀行中国支店 企画課

TEL : 082-247-4311

株式会社日本経済研究所 地域・産業本部

TEL : 03-6214-4620

著作権©2022 Development Bank of Japan Inc.

当資料は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）グループにより作成されたものです。

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。本資料は当行ら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、当行らはその正確性・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・日本経済研究所』と明記して下さい。