

# 中国地域の観光産業の課題 ～ヒアリング結果を中心に～

## 調査レポート

少子高齢化、人口減少に直面し将来展望が描きにくい地域経済の今後の発展を支える柱として、観光に対する期待がいま一段と高まっている。国においては、「観光は我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱」と位置付け、2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定するなど、観光を将来の基幹産業として育てていく方針である。

中国地域においても、観光を地域経済の柱として確立するためのさまざまな取り組みが行われつつある。しかし、多くはまだ緒に就いたばかりで、当地域のインバウンド客数や宿泊者数などの主要な指標を見ると、他地域に見劣りするものが多く、地域経済の柱となるには力不足といえる。

こうした現状を踏まえ、当研究所では昨年度（2016年度）、中国经济連合会の協力のもと、（公社）中国地方総合研究センターと共同で、観光の基幹産業化を念頭に置いた「中国地域の観光産業の課題と解決方策」に係る調査を実施した。以下では、ヒアリングでの声を中心に調査結果の概要を紹介する。

## 1. 調査の概要

### （1）調査の目的

わが国を訪れた外国人観光客は2015年に約2,000万人に達し、その消費額は3.5兆円にも上った。2016年も引き続き増加し訪日外国人客は約2,400万人となった。

急速に拡大する世界のインバウンド需要をわが国経済の活力増進のために取り込むことは喫緊の課題となっており、国では「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」という考え方のもと、「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016年3月）を策定し、さまざまな取り組みを行っている。

こうした中、中国地域においても行政や観光事業者を中心に積極的な取り組みが行われつつあるが、当地域の外国人旅行消費単価は全国平均に比べて低く、外国人延べ宿泊者数の全国シェアも1.9%（観光客全体でも5.1%）と低位にあり、他

地域に後れを取っている。

そこで本調査では、今後、当地域の観光が雇用・所得の増大、交流人口の拡大、経済の活性化などに資するような「基幹産業」として根付くためには何が必要か、といった観点から、課題およびその解決方策を検討した。

### （2）調査の視点

中国地域の観光が産業として地域経済の柱の一つとなるためには、その経済効果、雇用創出効果など経済面からの貢献が重要である。そこで、経済的貢献のベースとなる「観光客数」と「消費単価」に着目し、その拡大を図るための課題や方策を考えた。

加えて、地域の観光推進にとって不可欠な要素である「推進組織」「人材育成」「受入環境」の3つの側面にも光を当て、その課題と解決方策を考察・整理した。

### (3) 調査手法

本調査では、統計データや既存文献からだけでは得られない現場の実態や課題を把握するために、特にヒアリング調査に重点を置いた。

中国地域で観光にかかわる官民の関係者に対し幅広くヒアリング調査を実施し(計33団体、個人)、生の声を集めた(図表1)。

あわせて、国・自治体等によるこれまでの取組・施策や統計データから見た当地域の観光の現状を整理したのち、最後に、観光産業振興に向けた課題ならびに解決方策をとりまとめた。

図表1 ヒアリング訪問先の概要

業種等	ヒアリング件数	ヒアリング先(業態等)
旅行業	3	業界団体, 旅行会社, 第3種旅行業免許を取得した団体
宿泊業	4	業界団体, ホテル, 旅館, ゲストハウス
運輸業	9	国内外航空会社, 鉄道会社, バス業界団体, バス会社, 旅客海運会社, 港湾施設管理者
行政・観光推進組織	14	県, 市(県庁所在地), 観光連盟, DMO, 国際会議誘致推進団体
在住外国人	3	中国人, 韓国人, ロシア人
計	33	

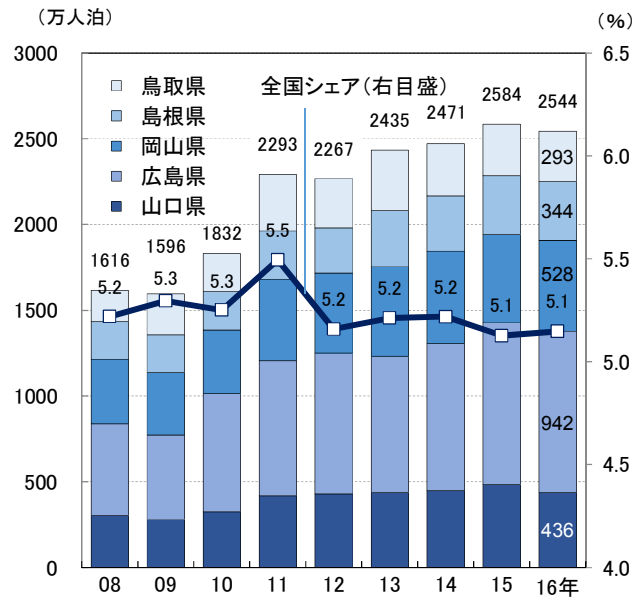
## 2. 中国地域の観光産業の現状

はじめに、統計データをもとに中国地域の観光産業の実態や特徴を概観してみる。

### (1) 宿泊者数

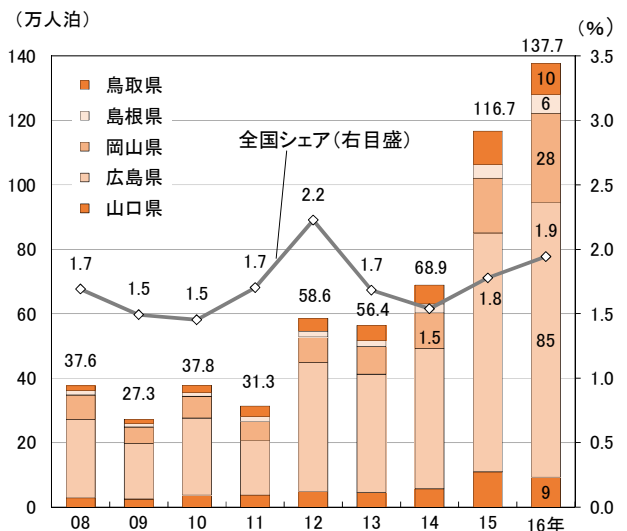
中国地域の延べ宿泊者数(日本人+訪日外国人)は近年増加傾向にあり、2015年には2,500万人泊を超えた(ただし、2016年は微減)。宿泊者数の対全国シェアは5%程度とほぼ横ばいで推移して

図表2 中国地域の延べ宿泊者数および全国シェアの推移(日本人+訪日外国人)



注：2010年までは従業員数10人以上の施設の集計，2011年以降は従業員数10人未満の施設を含む集計  
資料：観光庁「宿泊旅行統計」

図表3 中国地域の延べ宿泊者数および全国シェアの推移(訪日外国人)



注：2010年までは従業員数10人以上の施設の集計，2011年以降は従業員数10人未満の施設を含む集計  
資料：観光庁「宿泊旅行統計」

いるが(図表2)、当地域の域内総生産の対全国シェア5.6%と比較してもやや小さめで、国内の他地域に後れを取っていることが分かる。

また、2016年の訪日外国人旅行者数(全国)は、過去最高の2,404万人(対前年比21.7%増)を記

録するなか、中国地域における外国人延べ宿泊者数も急増傾向にあるが、対全国シェアは1.9%と依然として低位にとどまっている（図表3）。その要因としては、中国地域の観光資源のなかで外国人にも広く認知されているものは広島県のごく一部（宮島、原爆ドーム・平和記念公園）に限られていることや、当地域を訪れた外国人の多くが域内に宿泊せず、比較的短時間で通過していることなどが推察される。

## （2）旅行消費単価

図表4は、2016年の国内各地域における訪日外国人の1人1回あたりの旅行消費単価を表している。中国地域は、約2.1万円と全国10ブロック別では最下位となっている。他地域と比べて訪日外国人の域内宿泊比率が低いことや、滞在時間も短いことが、消費単価を押し下げる要因と推察される。

図表4 外国人旅行者1人1回当たり旅行消費単価（2016年）



注：1. 地方運輸局等10区分別。長野県は北陸信越運輸局、福井県、三重県は中部運輸局に含まれる。  
2. 「旅行消費単価」は「旅行中支出額」の平均値でありパッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃を含まない。

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

## 3. 観光の基幹産業化に向けた課題 ～ヒアリング調査の主な意見～

以上のように基本的なデータから見ても中国地域の観光（とりわけインバウンド観光）は、他地域に比べてやや後れを取っている現状が窺える。そうしたなかで、日ごろさまざまな立場で実際に観光にかかわっている関係者の視点から課題や対応方策を探ってみた。

ここからは、本調査の中核をなすヒアリングにおいて得られた観光産業の基幹産業化に向けた課題や要望等について、観光関連団体や事業者の主な声をテーマごとに整理し、その一部を紹介する。

### （1）外国人向け観光資源の充実

中国地域において外国人観光客の対全国シェアが低位にとどまっている背景には、多くの場所で訪日外国人のニーズに合った観光資源の魅力づくり・磨き上げが十分でない点が挙げられる。

こうした課題への対応の一つとして、国は「国立公園満喫プロジェクト」を打ち出し、外国人にも認知される国際水準のナショナルパークづくりを目指している。中国地域では大山隠岐国立公園が実施地域に指定されたことから（図表5）、この機会を生かすことが肝要だが、留意点として「実効ある取り組みを行うには補助金も重要だが、まず国立公園内の道路整備や看板設置などに関する個別の規制緩和が必要（自治体）」との意見が出た。

また、観光資源磨き上げの方向性として、「夏の海が好きなロシア人や、温泉を好む中国人といった、国別の特徴的な嗜好（ニーズ）を取り込むべき（在住外国人）」との助言も聞かれた。

一方で、「民間が管理する施設（神社仏閣等の文化財）については、公的施設と同じような積極的な観光客誘致策や施設開放を求めるのは困難（自治体）」との指摘もあった。

図表5 国の「国立公園満喫プロジェクト」実施地域に指定された大山隠岐国立公園



資料：鳥取県「国立公園満喫プロジェクト「大山隠岐国立公園」の選定について」（平成28年7月25日）

2016年7月、「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、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、「国立公園満喫プロジェクト」を実施する8カ所の国立公園のうちの1つに選定された。

大山から蒜山、毛無山を含む山岳地帯及び三徳山一帯、島根半島の海岸部分、三瓶山一帯、隠岐諸島の4つの地域から成る変化に富んだ景観を持つ国立公園であり、個性豊かな山岳景観、多彩な海岸景観が特徴。

## （2）MICE 誘致に向けた施設・支援の充実

中国地域への来訪者増に向けて、MICE<sup>※</sup>誘致、特に国際コンベンションの誘致も重要な施策である。中国地域における国際コンベンション開催件数、参加者数が増加傾向にあるなかで、今回のヒアリング調査では、中国地域（特に広島市）におけるコンベンション施設および宿泊施設の質・量の不足が指摘されていて、「開催可能なコンベンションの規模が限られる（観光振興団体）」のが現状である。

また、「近年国際会議の形態の変化により、中小規模の会議室ニーズが高まっている割に数が足りず、受け入れできないケースが増えている（コンベンション関連団体）」ことなどから、単なる規模だけでなくコンベンション主催者のニーズに合わせた施設整備が求められる。

また、国内の会議主催者への開催支援策（補助金等のインセンティブ）の検討や、会議開催中の懇親会などで利用できるユニークベニュー（地域

ならではの特徴的な場所）の整備の必要性、などが意見として出された（観光振興団体）。

※ MICEとは、企業等の会議（Meeting）、報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際会議（Convention）、展示会・見本市等（Exhibition）の頭文字で、外国人など多くの遠来客が集まる各種ビジネスイベントの総称。

## （3）クルーズ誘致に向けた港湾施設の整備

中国地域では境港や広島港等への大型クルーズ客船の寄港が増加しており、今後も中国からのクルーズ船を中心に増加が期待される。境港、広島港、下関港等においては大型客船に対応するための港湾整備も徐々に進んでいるが（図表6）、今回のヒアリング調査では、今後の需要増加を見越して設備の不足を指摘する声が聞かれた。

たとえば、「国際クルーズ船のファーストポート、ラストポートとしての利用に必要なCIQ（税関、出入国管理、検疫）設備の拡充が必要だ（自治体）」とか、「旅客ターミナル等、大型クルーズに対応した設備の増強が必要（交通事業者）」といった意見がある。

図表6 中国地域の主なクルーズ船寄港地の整備

### ○境港・・・竹内南岸壁整備



資料：中国地方整備局 境港湾・空港整備事務所

境港では、港全体の機能を再編するため、外港竹内南地区において、内貿 RORO 船（貨物をトラック等の自走する車両ごと運ぶ貨物専用フェリー）、国際フェリー等の機能集約化に対応した複合一貫輸送ターミナル整備を進めている。

整備施設は、岸壁（水深10m）、泊地（水深10m）、ふ頭用地、旅客上屋であり、事業期間は2015年度から2019年度である。



図表 6 中国地域の主なクルーズ船寄港地の整備  
(つづき)

○広島港・・・五日市岸壁整備



資料：広島県ウェブサイト

広島港では、多くの観光客の訪問につながるクルーズ客船の誘致・受入を積極的に推進し、裾野の広い観光産業の振興を図るため、五日市地区港湾整備事業を進めている。

水深 12mの岸壁 240mのほか、岸壁（水深 4.5m～11m）、廃棄物護岸、道路、緑地、人工干潟等を整備する予定である。

○下関港・・・長州出島整備



資料：下関市港湾局

下関港では、国際コンテナ貨物の増大や船舶の大型化に対応するため、関門海峡内に比べて制約が少なく、将来への発展可能性が高い新港地区に沖合人工島「長州出島」の整備を進めている。

第1期整備工事では、主に外国貿易貨物を取り扱う多目的国際ターミナルを核とする運輸・物流ゾーンの整備に着手し、2009年3月には一部供用を開始している。

また、「クルーズ船は総じて滞在時間が短いことから、いかに地元の経済効果を高めるかという視点からの工夫や取り組みが必要（自治体）」との声も聞かれた。

（4）プロモーション体制・戦略の強化

中国地域への来訪者数増を図るための組織として、2000年5月に中国地域観光推進協議会が設立

され、中国地域インバウンドフォーラムの開催や中国・台湾・香港・タイ・シンガポールの現地旅行会社へのプロモーション、現地メディアを通じた情報発信などを実施してきたが、こうしたなか、2015年には広域連携DMO※の「せとうちDMO」と「山陰インバウンド機構」が設立された。

ヒアリングの中では、広く中国地域を周遊してもらうために、中国地域を南北に結ぶ連携強化を求める意見やプロモーション手法に関する意見が多く出された。

たとえば、「インバウンドの域内周遊拡大のためには5県間の連携がこれまで以上に必要だ（自治体）」とする意見や、「四国のように地域一体となってターゲット国を絞った熱心なプロモーションを推進する必要がある（航空会社）」といった声が聞かれた。

また、プロモーションを進める上で、「日本人と外国人では興味や関心の所在がかなり異なることから、それぞれに合った戦略が必要（宿泊事業者）」という意見も出された。

※ DMOとは、地域と共同して観光振興を通じた地域づくりに取り組む団体のこと。観光庁が審査・登録する。Destination Management Organizationの略。

（5）外国人観光客の消費を促す取り組みの強化

消費単価増に向けた取り組みを進めるにあたり、今回のヒアリング調査では中国地域の観光産業、特に飲食業や小売業における外国人観光客対応は、受入意識を含め遅れているとの指摘が多かった。

中国地域の都市では、「外国人観光客による経済効果はまだ十分に認識されておらず、インバウンド客を積極的に受け入れたいという飲食店や小売店もまだ少ない（自治体、宿泊事業者）」、「まずは飲食店のメニューの外国語版を作成することから

始めるべき(宿泊事業者)」、「飲食業の組合と連携することも重要(交通事業者)」といった意見が出された。

一方で、「古い商店街ではいまだにクレジットカードが使えない店が多いが、使用可能にするには機器設置や手数料などの負担増があり実際には困難だ(観光振興団体)」といった声が聞かれた。

### (6) 着地型旅行商品の充実

消費単価増に向けた方策の一つとして、地域の観光資源を熟知した地元の中小旅行業者による旅行商品(着地型旅行商品)の造成・販売も重要であり、一部で取り組みが進んでいる(図表7)。

その一方で、今回のヒアリング調査では、「観光協会などが着地型旅行商品を造成する場合、販売や集客(送客)が難しい(旅行業)」、「第3種旅行業が扱える募集型企画旅行の業務範囲が近隣市町村に限定され、旅行商品もその範囲内に制約されてしまう(自治体、観光振興団体)」など、実施面での難しさを指摘する声も聞かれた。

図表7 着地型観光の先行事例

○尾道観光協会…サイクリングツアーにより海外からも集客



資料：尾道観光協会

尾道観光協会は第3種旅行業を取得しており、「おのなび旅行社」としてサイクリングツアーの企画・実施、「ぐるっと瀬戸田周遊バス」やスイーツクーポンの販売等を行っている。

サイクリングツアーは、全長約70kmのしまなみ海道を活用し、添乗員資格を持つ職員(8名)と通訳可能な職員(3名)で、国内・海外両方から集客している。

### (7) 中山間地域における滞在型観光の強化と民泊の拡大

消費単価増に向けては、宿泊客の獲得が鍵となるが、主要観光地や都市部だけでなく、島しょ部や農村部、山間部にも宿泊客を誘致しようという取り組みが始まっている(図表8)。広島県では、すでに農山漁村での体験型修学旅行誘致の取り組みが行われているが、加えて「県北部の市町では『大人の民泊』の推進に前向き(自治体)」である。また、「空き家の活用方策の一つとしても民泊は有効である(自治体)」とする声も聞かれた。

一方で、「空き家を宿泊施設に変える際には、建築基準法や消防、保健所関係の手続きが煩雑(宿泊事業者)」といった不満の声に加え、「治安や騒音など地域社会との軋轢も予想され、安易な規制緩和や特区は不要(宿泊事業者)」、「一般住宅地を除くなど、地域の実情に配慮した規制緩和が望ましい(自治体)」といった慎重な意見も聞かれた。

図表8 滞在型観光の先行事例

○広島湾・ベイエリア海生都市圏研究協議会

…体験型修学旅行誘致の取り組み



資料：広島湾・ベイエリア海生都市圏研究協議会



広島県、山口県の2県・7地域を中心として、広島市の平和学習に加え、民泊体験や体験プログラムを用意し、「体験型修学旅行」の誘致拡大に積極的に取り組んでいる。

2015年度の入人数は50校、8,017人、延べ15,631泊となっており、2016年度は更に増加したとみられる。



## (8) 推進組織の持続的経営に向けた体制強化

中国地域では、先に述べたとおり山陽、山陰の両地域に広域連携 DMO が立ち上げられた。こうした DMO については、「3 年経過して補助金が切れたときどう運営するのか、その間に収益基盤が確立できるのか、採用した人材の雇用を継続できるのか、などが問題（観光協会）」との指摘があった一方で、「自ら DMO となって職員を倍増し、基盤となる人材の育成を図る計画である。自立に向けた自主財源確保に至るまで、国の支援をお願いしたい（観光振興団体）」という声も聞かれるなど、DMO をめぐっては課題と期待が混在している実態があらためて垣間見えた。

また、補助金（補助事業スキーム）の在り方について、「行政の補助メニューは、申請から補助までのスピードが遅い（バス事業者）」ため、好機を逸することが多いといった声も聞かれた。

## (9) 観光産業の担い手の育成

今回のヒアリング調査では、外国人観光客対応人材の育成、着地型観光の担い手育成、観光産業の就職・就業環境の改善など、人材に関する課題を指摘する意見が多くあった。

ここ数年で急激にインバウンド観光が拡大したことから、「従業員の英語対応能力の充実が課題。英語に堪能な従業員ばかりではないため、常時、英語対応が可能な状況にはなく、大変苦勞している（宿泊事業者）」といった実態が見える。

また、大学での観光関連人材の育成や連携に関しては、「大学のカリキュラムでも接遇の基本教育が行われれば、入社後、すぐに戦力となる（宿泊事業者）」という期待がある一方で、「観光関連学部の学生がホテルに就職希望することは少ない。また、人手不足でインターンシップなどの受け入れ体制も容易に整わない（宿泊事業者）」といった

声も聞かれた。

## (10) 一次交通・交通インフラの整備

今回のヒアリング調査では、海外からの直行便就航の効果と課題、空港の運用時間、空港アクセスなど一次交通（出発国・地域から当地の空港・主要駅までの交通）を担う交通インフラに関する意見が多く挙がった。中国地域の各空港と諸外国を結ぶ国際定期便（LCC を含む）の新規就航および増便が引き続き望まれる中で、ヒアリングでは「地方空港では、相手国・地域との市場規模の違いもあり国際定期便の安定的な維持継続は容易でない（観光振興団体）」といった課題も示された。

一方で、「広島空港はせめて 22 時までの運用としてほしい（航空会社）」、「広島空港ではセキュリティ関連機器の数が不足していて大型機到着時等には長い列ができるので対応が必要（航空会社）」といった空港設備や運用の充実にに向けた要望も聞かれた。また、広島空港へのアクセスの脆弱さ（定時性の不足）を指摘する意見（航空会社）もあった。

## (11) 二次交通による周遊性の向上

二次交通（空港や主要駅から観光地までの交通）についても多くの課題が指摘された。「中山間地域のバスは近い将来維持できなくなる」（バス事業者）。したがって「中山間地域では今後ボランティアを活用するなどして最低限の実費をとる仕組みを作らなければ旅行者は全く移動できない（観光振興団体）」といった現実が指摘された。

また、「外国人にとっては確実に目的地に着く交通手段が重要視され、便数の多少は致命的問題ではない（自治体）」とする見方や「中国地域を周遊する外国人観光客には、民間各社が持っている既存の高速バス路線を活用することが重要（バス事



業者)」といった意見が聞かれた。

さらに、「広島県バス協会が発売している訪日外国人観光客周遊乗車券（Visit Hiroshima Tourist Pass）は県内バス会社 12 社が参加する全国初の画期的な企画で、今後の利用拡大に期待する（バス事業者）」とする意見や「電車、高速バス、船等で使える共通交通パスがあればさらに域内周遊客が増えるのでは（航空会社）」といった提案も聞かれた。

### (12) 案内機能の強化

現在、中国地域には、最も充実した案内サービスを提供できる「カテゴリー3」の外国人観光案内所は存在しない（全国では 39 箇所）。こうした中、「平成 29 年に完成予定の広島駅南北自由通路にカテゴリー3の案内所を設置したい（自治体）」という意向がヒアリングにおいて示された。ただし、「ランニングコストが発生することから規模や位置は検討中」という。この案内所については「少しでも広いスペースを確保し、国際会議への参加者のために、駅からホテルへのトランク宅配システムなども充実できれば喜ばれると思う（観光振興団体）」といった期待の声も聞かれた。

また、観光地の案内板については、「中国地域の中山間地域には案内板がないところが多く、個人で旅行する客は困るだろう（旅行会社）」という指摘や「出雲大社の隣の古代出雲歴史博物館は、非常に人気があるが、たまたま歩いて見つけたという人が多く、案内板等の工夫が必要だ（宿泊事業者）」という意見も出た。

さらに、「公共交通機関における外国語表記は、空港と JR を除くと、ほとんどのところで未整備であり、今後の課題（自治体）」との声も聞かれた。

## 図表 9 観光案内所の取組事例

### ○岡山市…ももたろう観光センター（岡山駅）



資料：岡山コンベンションセンター ウェブページ

岡山駅地下街に設置されており、岡山市・県内市町村、中国四国地域、全国の政令指定都市の観光パンフレットを揃えている。

広いスペースがあり、ロコミ情報や観光・文化に関するイベント情報、物産展の案内など岡山の様々な魅力や情報を提供している。

### ○広島県バス協会…交通事業者による案内所の設置（広島駅南口）



公益社団法人広島県バス協会は、2016年3月30日にJR広島駅南口に「交通案内所」を開設した。電車・バスの乗り場・発車時刻・乗換情報等の案内のほか、路線図・バス時刻表・観光パンフレット等の提供を行う。また、広島ピースバス及び訪日外国人観光客周遊乗車券「Visit Hiroshima Tourist Pass」の販売も行っている。

インバウンド対応として、英会話のできるスタッフが常駐するほか、多言語翻訳サービスも導入し、様々な国・地域から訪れる外国人の公共交通利用をサポートしている。

### (13) 通信環境の強化

近年、外国人観光客のあいだではインターネットを通じた観光情報収集が盛んになってきているなか、中国地域の観光客向け通信環境（特に無料公衆無線 LAN：無料 Wi-Fi）の整備について意見



が相次いだ。

まず利便性に関しては「広島無料 Wi-Fi (Hiroshima Free Wi-Fi) は繋がりにくい (航空会社)」、「外国人旅行者も苦労されていると思う (宿泊事業者)」との評価や、そもそも「パスワードなしで繋がらないものは無料 Wi-Fi とはいえない (自治体)」といった意見が聞かれた。

そうした中、整備方策については、「バスセンターや広島駅の Wi-Fi 整備は、拠点整備とランニングコストについて行政が負担すべき (バス事業者)」、「Wi-Fi 整備は観光客対応のほか、防災対応の用途もあるので行政が取り組む意義がある (観光推進団体)」など、行政のイニシアティブを期待する声が出た。一方で、「バスへの Wi-Fi 整備は

図表 10 観光の基幹産業化に向けた課題・対応の方向性一覧

視点	課題	方向性
1. 来訪者 (特に、外国人観光客) 増に向けて	(1) 外国人観光客向け観光資源の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国立公園の活用</li> <li>・歴史資源・文化財の活用</li> </ul>
	(2) MICE 誘致に向けた施設・支援の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンション開催支援制度の充実</li> <li>・ユニークベニユーの開発</li> <li>・コンベンション関連施設の整備</li> </ul>
	(3) クルーズ誘致に向けた港湾施設等の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クルーズ客の滞在・周遊促進</li> <li>・クルーズ向け港湾施設の整備</li> <li>・瀬戸内海のクルーズ振興</li> </ul>
	(4) プロモーションの体制・戦略の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・官民が一体となったプロモーションの推進</li> </ul>
2. 消費単価増に向けて	(5) 外国人観光客の消費を促す取組の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各店舗等のインバウンド対応支援</li> <li>・クルーズ船寄港時の免税店出店</li> <li>・訪日外国人観光客向け商品等の開発</li> </ul>
	(6) 着地型旅行商品の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第3種旅行業等による着地型旅行商品開発</li> </ul>
	(7) 中山間地域における滞在型観光の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農山漁村地域における宿泊事業 (農泊等) の展開</li> </ul>
3. 推進体制の整備・観光産業人材の育成	(8) 推進組織の持続的経営に向けた体制強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・専門的人材の活用、DMO への支援</li> <li>・地域の実情に応じたタイムリーな資金支援方策の検討</li> </ul>
	(9) 観光産業の担い手の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ガイドの人材確保</li> <li>・教育機関等と連携した観光産業人材の育成</li> </ul>
4. 受入環境の整備	(10) 一次交通・交通インフラの整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外からの定期直行便の拡充</li> <li>・空港施設の整備・運用改善</li> <li>・空港アクセスの整備</li> </ul>
	(11) 二次交通による周遊性向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中国地方内の周遊促進</li> <li>・貸切バス運賃設定方法見直し</li> </ul>
	(12) 案内機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の観光案内所機能の強化</li> <li>・基幹観光案内所の整備</li> </ul>
	(13) 通信環境の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Wi-Fi 環境整備</li> <li>・多様なアクセス手法の提供</li> </ul>

コスト面で困難なことから、ビジネスチャンスを見つけた第三者が負担するようなビジネスモデルはできないか（バス事業者）」と、新たな道を模索する立場も見られた。また、「空港等のゲートウェイでプリペイド SIM<sup>※</sup>を簡便化して売るのが、広域で安定した通信速度を得られる（自治体）」といった、Wi-Fi 以外の多様な通信環境の整備を求め声も聞かれた。

※ SIM とは、スマートフォンや携帯電話に装着され、通話・データ送信などの通信サービスの利用を可能にする小型のカード。

#### 4. まとめ

以上のとおり本稿では、ヒアリング調査で拾い集めた中国5県における観光産業の現場での生の声を抜粋して紹介した。

しばしば指摘されているとおり、観光産業は運輸業、宿泊業、飲食店、旅行業、商業、娯楽サービス（施設）などを含み、間口が広く、そのためヒアリングで得られた振興策をめぐる課題も上記のように多岐にわたっている。

そこで、今回の調査では、それらを次の4つの視点に分類し、課題・方向性（方策の大枠）を整理した。

1. 来訪客（特に、外国人観光客）増に向けて
2. 消費単価増に向けて
3. 推進体制の整備・観光産業人材の育成
4. 受入環境の整備

ヒアリング結果等を踏まえ、項目ごとに考察・検討した課題・方向性は図表10のとおりである。（各方向性は、より具体的な方策を伴うが、紙幅の関係で本稿では割愛した。）

方策には短期で成果が出せるもの、中長期の取り組みが求められるものが含まれているほか、方

策の性格によって迅速な対応が必要なもの、または息の長い取り組みが求められるものなどさまざまである。また、方策の実施にあたっては、行政でなければできないものがある一方、民間主体で行うべきものもあり、いずれにしても官民の適切な役割分担と協力がなければ、実効性を伴う成果は望むべくもない。

また、当地域の観光全体の底上げを図るために不可欠な広域連携を促進するには、県・市町村の枠を超えた協力や広域の観光推進団体間の協働が引き続き重要であることは、今回のヒアリング結果からも明らかである。

地方創生の柱の一つと位置づけられる観光を「基幹産業」の一つとして育てていく取り組みはまだ道半ばであり、残された課題も多い。それだけに、逆に伸びしろの大きい分野とも言え、今後も官民の知恵を結集した取り組みが必要である。

#### 《参考文献》

中国経済連合会「中国地方の観光産業振興の課題と解決方策に係る調査について」（2016年12月）

経済産業グループ

森岡 隆司