

中国地域の外国人向け観光案内所の機能拡充方策に関する調査

調査レポート

全国的に訪日外国人観光客が急増する中、中国地域でも近年、外国人観光客の増加が続いている。この増勢を今後も維持し地域の活性化につなげるために、外国人観光客向けの観光情報提供が今後一層重要になるとの認識が広まっている。こうした中、中国電力、中国経済連合会、および中国地方総合研究センター（現・中国地域創造研究センター）は平成 29 年度、中国地域の外国人観光案内所に関する調査を実施した。

この調査では、特に外国人観光客の多い瀬戸内地域の案内所等へのヒアリングをもとに案内所の現状と課題を把握・整理した上で、中国地域の外国人観光案内所の機能拡充方策についてとりまとめた。以下では、最新の統計データも加え、その概要を紹介する。

※ 本レポートでは、中国経済連合会「中国地域の外国人観光客向け観光案内所の機能拡充方策に関する調査研究報告書」の成果も参考とした。

1. 中国地域における訪日外国人と観光案内所の現状

(1) 中国地域の外国人宿泊者数

中国地域における訪日外国人数は近年急増しており、平成 29 年の外国人延べ宿泊者数は 166.8 万人泊（対前年比 21.5%増）に上った。しかし、全国シェアは 2.1%と、経済規模（GDP）のシェア（5.6%）と比べても低位にある（図表 1）。

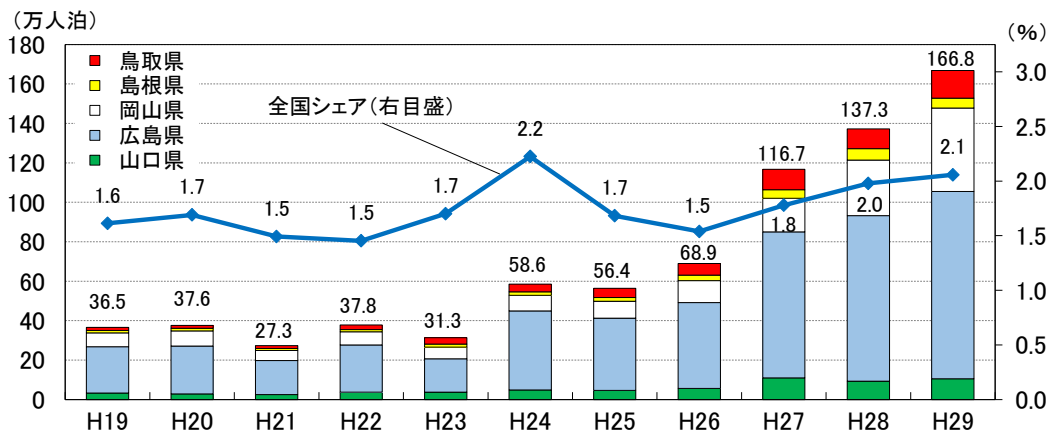
国別割合を見ると、中国地域は全国に比べて欧州、北米、豪州の割合が高い一方、中国、韓国の

割合が低くなっている。

各県の国別割合を見ると、岡山県では台湾、広島県では欧州や米国・カナダ、山口県、鳥取県では韓国がそれぞれ上位となっているなど、県ごとに差異が見られる（図表 2）。

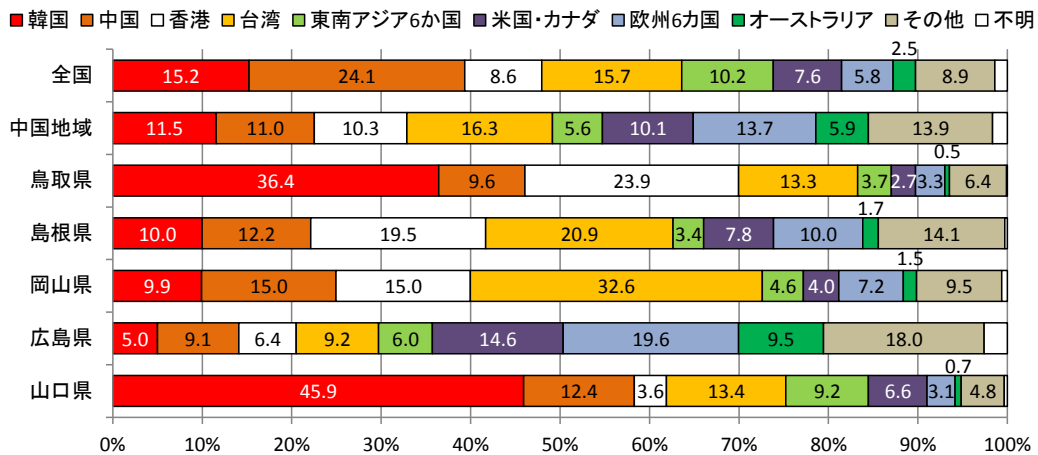
広島県を除き東アジアからの来訪者のウェイトが高い理由は、中国 5 都市、韓国 3 都市、台北、香港、シンガポール、ウラジオストクと中国地域内の 6 空港・港湾が国際定期便で結ばれているためと考えられる（図表 3）。

図表 1 外国人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計」

図表2 外国人延べ宿泊者数の国別割合（平成29年）

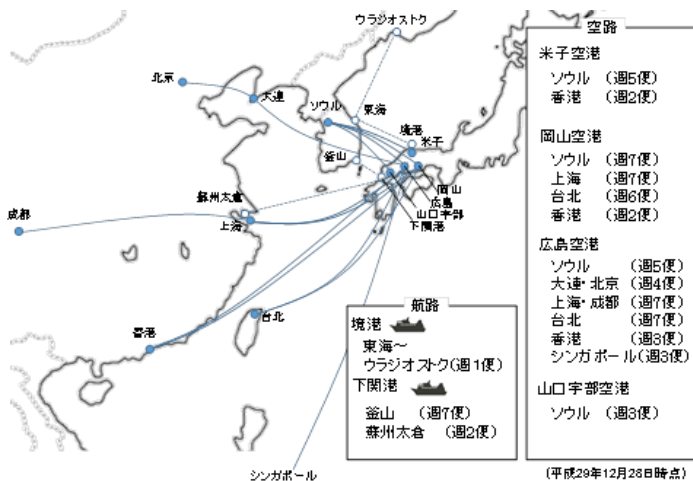


資料：観光庁「宿泊旅行統計」

注：従業者数10人以上の施設を集計

(2) 外国人観光客に役立つ情報源

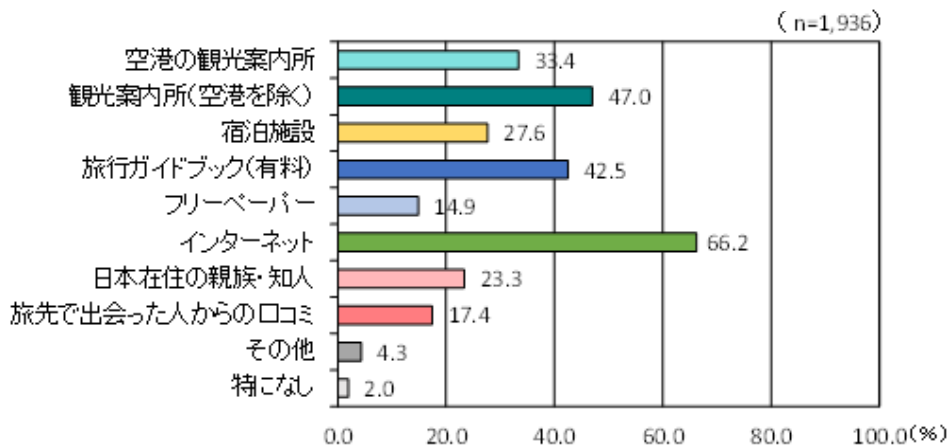
図表3 中国地域への国際定期便の状況



資料：各空港・港湾ホームページ

平成28年度「外国人観光客の中国地域内周遊に関する市場調査」(ちゅうごく産業創造センター、現・中国地域創造研究センター)において実施されたアンケート調査結果によると、外国人観光客にとって役立つ情報源としては、インターネットが全体の66.2%と最も多く、次いで「観光案内所(空港を除く)」が47.0%、「旅行ガイドブック(有料)」が42.5%、「空港の観光案内所」が33.4%となっている。中国地域を訪れる外国人観光客が有用と考えている情報源としては、案内所の役割が大きいことが分かる(図表4)。

図表4 外国人観光客に役立つ情報源



資料：ちゅうごく産業創造センター(現・中国地域創造研究センター)「外国人観光客の中国地域内周遊に関する市場調査」

注：アンケートは、中国地域内のゲートウェイや主要観光地で実施

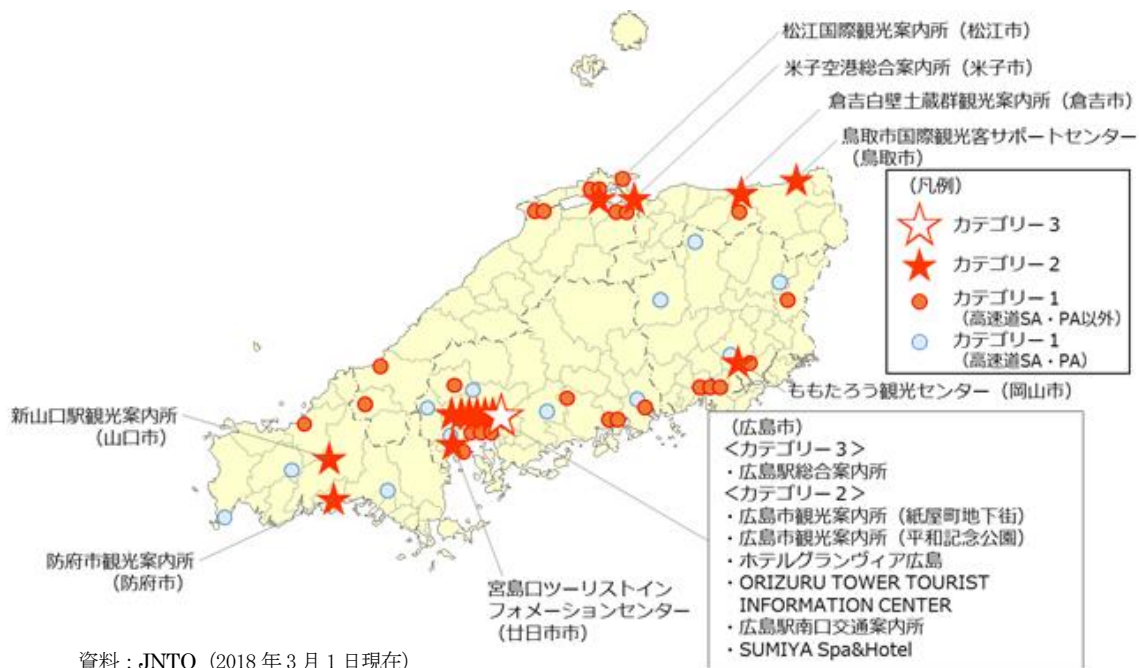
図表 5 外国人観光案内所の JNTO 認定要件等

分類	求められる機能	求められる立地場所	3000万人実現時における設置目標	中国地域の認定数
カテゴリー3	◆ 常時、英語を含む3以上の言語による対応が可能であり、全国レベルの観光情報、地図等を旅行者に提供できる	◆ 外国人旅行者がわが国のゲートウェイとして、最初に訪れる地域 ◆ 外国人旅行者が特に多く訪れる地域	◆ ゲートウェイとなる交通拠点に設置する ◆ わが国の国際的な観光地となる都市に設置する	1箇所 ＜瀬戸内地域 1箇所＞ (全国49箇所)
カテゴリー2	◆ 常時、英語対応が可能で、地域情報はもちろんのこと、周辺を含む広域の観光情報、地図等を旅行者に提供できる	◆ 外国人旅行者が、観光拠点として多く利用し、ローカルな情報に加え、次の移動先などの広域的な情報の提供が求められる地域	◆ 都道府県に少なくとも1以上設置し、全国的な受入体制を整備する ◆ 多くの外国人旅行者が訪れるような交通結節点に設置する ◆ 外国人旅行者の受入に積極的な都市に設置する	14箇所 ＜瀬戸内地域10箇所＞ (全国265箇所)
カテゴリー1	◆ 外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲がある ◆ 常時ではないが、英語対応が可能であり、地域の観光情報、地図等を旅行者に提供できる	◆ 外国人旅行者の最終目的地となり、ローカルな情報の提供が求められる地域	◆ 市町村に少なくとも1以上	50箇所 ＜瀬戸内地域37箇所＞ (全国490箇所)
パートナー	◆ 外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立に配慮して地域の観光情報、地図等を提供できる	◆ 外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲のある地域	◆ 全国各地で設置が進むことが望ましい	5箇所 ＜瀬戸内地域 2箇所＞ (全国104箇所)

資料：観光庁，JNTO（日本政府観光局）

注：認定数は2018年3月1日現在

図表 6 中国地域の JNTO 認定外国人観光案内所の分布状況



資料：JNTO（2018年3月1日現在）

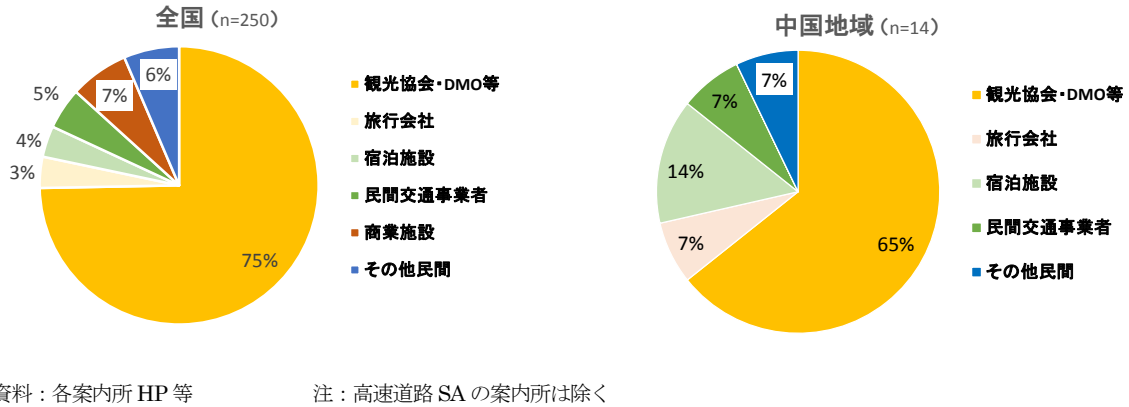
(3) JNTO 認定外国人観光案内所の設置状況

訪日外国人観光促進を所管する JNTO（日本政府観光局）は、外国人対応が可能な外国人観光案内所をその対応レベルに応じてカテゴリー3～1 およびパートナーに分類し認定している。それらに該当する案内所は中国地域で 70 箇所、うち瀬

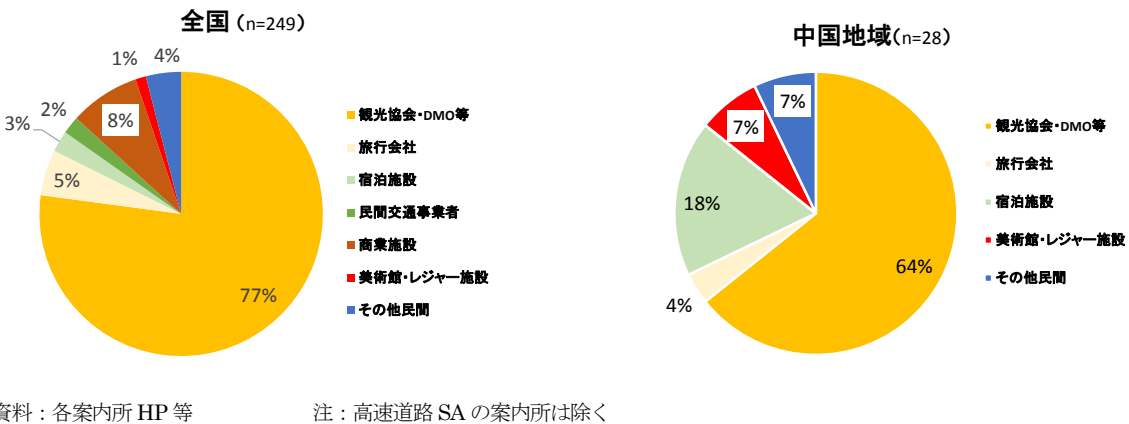
戸内地域（岡山県，広島県，山口県の萩市，阿武町を除いた地域）で 50 箇所となっている（カテゴリー別の認定要件，認定数は図表 5 のとおり）。

案内所は主要な観光地や県庁所在地などに集中的に分布し，地理的偏在が見られる（図表 6）。

図表7 カテゴリー2案内所の運営主体



図表8 カテゴリー1案内所の運営主体



(4) 外国人観光案内所の運営主体

外国人観光案内所の運営主体の状況を見ると、数の上で大多数を占めるカテゴリー2 および 1 の運営主体は、全国、中国地域ともに観光協会・DMO[※]等が大半を占めている。そんな中で、中国地域では宿泊施設や美術館・レジャー施設の運営する案内所の比率が全国より高くなっている。一方で、全国で見られる商業施設の運営による案内所が、中国地域ではまだ見られない(図表7,8)。

2. 中国地域の外国人観光案内所の課題

ここからはヒアリング調査で見えてきた中国地域の案内所の課題を整理・紹介する。

また、あわせて国への聞き取りや先進事例ヒアリングから明らかになった案内所の今後のあるべき姿、方向性等について概観する。

(1) ヒアリング調査の目的・手法等

本調査のヒアリングは、外国人観光案内所の充実に向け、案内所の現状および課題の把握を主な目的として実施した。また、案内所の今後のあるべき姿に関する示唆を得るため、行政(国)や先進事例(中国地域外)への聞き取りも行った。

ヒアリング対象は図表9のとおり、計26箇所を上った。そこから分かった主な課題等は、以下のとおりである。

※DMO：観光地域づくりのかじ取り役として、地域と協同して、明確なコンセプトのもとに観光戦略を策定し、実施する法人のこと。Destination Management Organization の略。

図表9 ヒアリング調査対象

分類		機関・団体数
観光案内所	JNTO認定(カテゴリー3)	1
	JNTO認定(カテゴリー2)	3
	JNTO認定(カテゴリー1)	7
	未認定	5
観光関連事業者		6
先進事例(域外の観光案内所)		2
公的機関		2
計		26

注：観光案内所および観光関連事業者は、外国人旅行者が多い瀬戸内地域を対象とした。

(2) ヒアリング調査から見た主な課題

① 人材確保・育成について

外国人観光案内所スタッフは多言語スキルなど高い能力が求められるが、人口規模が小さい地方では要件を満たす応募者は多くない。加えて、予算が限られている中、スキルに見合う処遇が難しいことから、人材確保に苦慮している案内所が多い。このように、多くの案内所が「人材確保」を主な課題として挙げている。

また、外国人観光案内所では、語学に加え、観光情報に係る豊富な知識が求められることから、継続的な教育・研修が必須である。多くの案内所では、採用時の研修、日常的な情報共有、社内研修の実施、JNTO研修会への参加等、様々な形で人材育成を実施している一方、継続的なスキルアップ研修は実施されていない実態が見られた。このように、「人材育成」も課題となっている。

② 収益基盤の確保について

案内所の一部には、無償の案内業務のほかに、着地型商品（観光客を受け入れる地域で作られるオプションツアー等の観光商品）の販売、手荷物預かり・配送サービス、レンタサイクル、各種チケット販売、土産物販売等の収益事業（観光客

から代金を受け取る商売）を行っているところがある。こうした収益事業は、観光案内所が事業を継続するうえで財務面からも有益であるほか、観光客の利便性を高めるものである（ワンストップサービス）。しかし、多くの案内所は観光協会など公的機関が運営主体となっており、民間事業者と競合したり不公平感をもたらしたりする恐れのある収益事業には取り組みにくい実態が見受けられ、今後の課題となっている。

③ 案内所間の連携について

一部の案内所では、DMO 主導により近隣の案内所と合同の研修会を実施するなど、連携の事例が見受けられる。しかし、多くの案内所では、JNTO や中国地域観光推進協議会主催の研修会で得た個人的繋がりを活かして情報交換等を行うといった程度の関係にとどまっており、定期的な会合も組織としての連携も行われていない。

案内所間の業務上の連携は、観光客の周遊促進やサービス向上のために欠かせないものであり、より緊密な連携が今後の重要な課題として挙げられる。

(3) 国の外国人観光案内所に対する考え方

① 観光庁

観光庁は現在、外国人観光案内所の量的拡大と質的向上の2つを目指している。

量的拡大については「未認定観光案内所の認定化の促進」「民間参入の拡充」に重点的に取り組んでいく。また、質的向上については、他のモデルとなるような応用可能な先進事例の情報収集と紹介を進めていきたいとしている。

② JNTO（日本政府観光局）

JNTO は主要業務である海外プロモーション、

図表 10 TIC TOKYO（東京都千代田区）の様子



[案内所の外観]



[案内カウンター]



[ポスター掲示とパンフレットラック]

外国人観光案内所の認定、研修等の支援等を通じてインバウンドの拡大を促す。

国が目指す観光案内所の量的拡大に向けては、すでに案内所機能を持っている民間事業者の認定を推進する方向が現実的と見ている。また、観光案内所同士のネットワーク化は引き続き重要な課題としている。

③ JNTO 認定に関する案内所等の受け止め

以上のように国が案内所のJNTO認定数増大を目指している中で、観光案内所等の側からは、ヒアリングの中で次のような点に認定のメリットを感じているとの声があった。

- ・インバウンドに関する情報の提供や、研修等の様々なサポート
- ・外国人観光客への認知度の向上
- ・他の案内所との交流・情報交換の活発化
- ・補助金などの助成制度
- ・スタッフの意識・モチベーション向上

一方で、JNTO 認定によって国籍別来訪者数等を JNTO へ定期的に報告する義務が生じ負担を懸念する向きもあるが、本調査のヒアリングでは業務負担面の問題はないという意見が聞かれた。

(4) 先進地に見る外国人観光案内所の方向性

中国地域の観光案内所の進むべき方向性を把握するため、観光案内所の先進事例とされる TIC TOKYO（東京都千代田区）と関西ツーリストイ

ンフォメーションセンター京都（京都市）の2箇所にヒアリング調査を実施した。各施設の特徴を以下で紹介する。

① TIC TOKYO（東京都千代田区）

TIC TOKYO は、森トラスト・ホテルズ&リゾーツ株式会社が運営する、カテゴリー3 の民間観光案内所である。加盟会員（観光振興に取り組む自治体、観光協会等）からの加盟料が主要な収入源となっている。

加盟会員に対しては、優先的な観光資源の紹介・誘客、パンフレットの設置、観光プロモーション映像の放映、ポスターの掲出、観光データの販売などのサービスを提供している。また、観光地の活性化、観光案内所の機能強化・ネットワーク強化に関する調査業務やその実現などの支援業務も受託している。

スタッフの大半は非正規社員だが、定着率はよい。スタッフの建設的な意見は積極的に採用しているほか、全国の観光地の視察にも派遣して意欲増進と能力向上を促している。

TIC TOKYO では会員のパンフレット設置で対価（加盟料）を得るなどの収益事業を行っているが、「観光協会が運営する案内所でも協会が一般社団法人化すれば収益事業をやりやすくなると思われる。ただし、案内所は地域の観光関連データ・情報を収集するマーケティング部であり、コストセンターでよい。観光客に関する役に立つデータ

図表 11 関西ツーリストインフォメーションセンター京都（京都市）の様子



〔案内カウンター〕



〔パンフレットラック〕



〔和室コーナー〕

を収集することが案内所の大切な役割」としている。

② 関西ツーリストインフォメーションセンター京都（京都市）

関西ツーリストインフォメーションセンター京都は、大手旅行会社と関西の私鉄が共同出資したカテゴリ3の民間の観光案内所である。国際観光都市京都の玄関口、JR 京都駅前のビルに立地する。

一般の観光案内のほか、チケット購入、宿泊手配など、外国人観光客のニーズに的確に応えるサービスの提供を行っている。また、「茶道」「座禅」「写経」「侍体験」「忍者」「ナシ狩り」「イチゴ狩り」などさまざまな体験型商品を提供している。さらに、企業向けのサービスとして、外国人向けPR 資料を有料でパンフレットラックに設置したり配布したりしている。

施設面では、増加の一途をたどるムスリム客のために、礼拝用スペースを男女別に設置し、喜ばれている。

スタッフは親会社である旅行会社の新入職員研修ほか、各種研修に参加して技能向上に努めている。経験を積んだスタッフは代替しがたい存在だが、多くは1年の有期契約の雇用形態をとっているため、今後の処遇と優秀な人材確保が課題となっている。

3. 外国人観光案内所の機能拡充方策

以上のヒアリング調査等から見てきた外国人観光案内所の現状、課題等を踏まえ、中国地域の外国人観光案内所の機能拡充に向けた方策を、以下のような3つの視点（量的拡大、質的拡大、ネットワーク化）から取りまとめた。

（1）外国人観光案内所の量的拡大に向けて

① 既存案内所のJNTO認定取得支援

中国地域では、主要観光地や県庁所在地以外の案内所のうち、JNTOの外国人観光案内所の認定を受けている案内所はほとんどない。外国人対応が可能な体制確保への不安が要因と考えられるが、制度への認識不足も見受けられ、こうした案内所に対しては、各種支援メニュー（電話による通訳サポート等）の周知等により認定数の増加を図る。

② 新規施設のJNTO認定取得支援

ホテル、ゲストハウスなどでは、既に宿泊者に対して何らかの観光案内活動を行っているところが少なくない（ただし未認定）。このような宿泊施設に対してJNTO認定観光案内所のメリットをPRしたり、認定申請手続きをサポートしたりすることで、認定数の増加につなげる。

また、全国展開をしている商業施設、飲食店等の中には外国人観光客の誘客を目指す企業もあり、JNTO認定制度の周知や認定申請手続きのサポートを通じて案内業務への参入・認定を促し、案内所

図表 12 ホテル内の観光案内所



[カテゴリー2 を取得したホテルグランヴィア広島]

の量的拡大を図る。

(2) 外国人観光案内所の質的向上に向けて

① サービス内容の充実

日本語による意思疎通が不自由な外国人観光客の利便性を向上させ、その満足度（評価）を高めるために、案内所は従来の観光情報や交通情報の提供に加え、交通チケットの販売、手荷物預かり・配送サービス、着地型旅行商品の販売などを案内所で一括して行う、いわゆるワンストップサービスの体制を整備する。そのために、必要な規制緩和も行う。

このような多様なサービス（収益事業）を充実させることで、観光案内事業の財政的自立が促され、事業の継続性を高めることにもつながる。

また、案内所の混雑を回避しスムーズな旅行を支援するために、交通案内等の単純なニーズと、より複雑な観光案内ニーズを、補助的なスタッフの活用によって前捌きする体制を構築することにより効率化・円滑化を図る。

② 優良人材の確保・育成

限られた人材を有効に活用するとともに計画的な人材育成を図るために、たとえばDMOが地域の複数の案内所を一括運用し、適宜スタッフの配置転換（ローテーション制）等を行うことで、案内所間

の交流促進や幅広い知識・技能の習得を促す。

また、案内所への配分予算の増額などにより、賃金を含むスタッフの処遇改善を促し、より高度なスキルを保有する人材の確保・維持を図る。

さらに、大学の観光関連学部との連携や留学生の活用等を通じて、若い人材の確保・活用を図る。

(3) ネットワーク化による機能強化に向けて

地域の案内所間で、インターネット上での情報交換（情報共有）を活発化したり、共同研修を実施したりすることで日常的な連携を強化し、案内サービスのレベルの向上、観光客満足度の向上を促す。

とりわけ、県庁所在地等の比較的規模が大きい案内所同士が連携を密にし、互いに県境を越えた広域周遊プランを外国人観光客に提案しあうことで、中国地域が一体となった周遊促進を図る。

また、1日程度で周遊できる範囲の近隣案内所のグループ化と連携緊密化を図ることで、比較的小さな地域内の周遊促進につなげる。

本調査では、この他にも多くの方策が提示された。詳細は、文末の参考文献に示す中国経済連合会の報告書を参照されたい。

案内所をはじめ、行政、観光関連団体、観光関連事業者等が、このような方策を展開することで、全国的に勢いを増すインバウンド観光を中国地域にも取り込み、地域経済の活性化につなげる仕組みづくりが求められる。

[参考文献]

一般社団法人中国経済連合会「中国地域の外国人観光客向け観光案内所の機能拡充方策に関する調査研究報告書」（2018年3月）

地域共創本部 地域経済グループ

森岡 隆司