



## 観光振興を通じた地域づくりの動向 ～三重県の観光産業の現状と今後の方向性～

2003年7月の「観光立国行動計画」策定などをきっかけに、訪日外国人観光客誘致を目的とした「ビジット・ジャパン・キャンペーン」など、わが国において観光立国に向けた取り組みが活発になされているなか、三重県でも「三重県観光振興プラン」を策定し、今後の観光振興の方向を示しています。国際的にみると、交通インフラの整備や東アジア諸国の観光需要の高まりを受けて、観光に対する注目が高まる一方で、観光地間の競争が激化しており、三重県の観光部門は厳しい状況が続いています。

そこで今回は、国際観光と国内観光の動向及び、三重県の観光部門の動向について整理した後、新たな観光の形態としての産業観光と、三重県観光振興プランについて述べ、最後に今後の観光振興に向けた課題についてまとめました。

### 要旨

#### 1. わが国観光の現状

今後の国際観光客の動向をみると、趨勢的に増加基調で推移し、特に東アジア・太平洋地域の重要度が高まる見込みです。こうしたなか、わが国でも、観光立国に向けた取り組みが進められています。

#### 2. 三重県における観光部門の動向

三重県の観光入込客数の推移をみると、伊勢志摩地域の不調を主因にピークの約9割の水準にとどまっているものの、県内が一様に低迷しているわけではないため、観光客が増加している市町村の取り組みを県全体に広げることが求められます。

#### 3. 新たな観光の形態と三重県観光振興プラン

従来の観光に「体験」や「学習」を加えた観光の形態に関心が集まっています。こうした新しい観光の一つである「産業観光」では、産業観光資源を地域住民の手で発掘し、意味付けし、情報発信を行うことによって、地域の活性化につながっています。三重県でも観光振興プランを発表し、こうした新しい動きを視野に入れた今後の方向性を示しています。

#### 4. 今後の観光振興に向けた課題

今後の観光振興に向けた主な課題を整理すると、①地域間連携の強化、②地域内連携によるものがたりづくり、③観光統計の整備、の3点です。三重県の豊富な観光資源を活かして、観光を振興するためにも、地域内外の連携を意識した取り組みが求められます。

## 1. わが国観光の現状

### (1) 国際観光の動向

近年の国際観光に影響を与えた主な出来事をみると、2001年のアメリカ同時多発テロなどの治安の悪化、2003年のSARS発生、2004年のスマトラ島沖地震、2005年のハリケーン被害、バリ島同時爆弾テロなど、世界的規模で国際観光に対する逆風が強まっています。もっとも、WTO (World Tourism Organization: 世界観光機関) の推計によると(図表1)、国際観光客数は、こうした情勢にも拘らず、趨勢的には増加基調で推移し、2020年には約15.6億人に達するとみられます。これは、

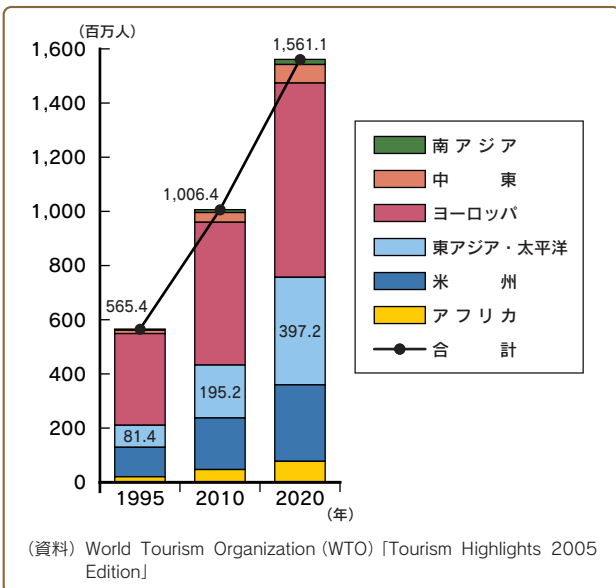
中国を中心としたアジア地域の経済発展に伴ってアジア域内の旅行が増加することなどが要因です。国際観光客の内訳をみると、東アジア・太平洋地域への観光客は、1995年の0.8億人から2020年には4億人近くへと約5倍に増加し、全体に占める比率でも14.4%から25.4%まで拡大することが予測されています。

こうしたなか、わが国でも2003年7月策定の「観光立国行動計画」や、同年スタートの「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の下、2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人にするという目標に向けて、数々の施策を実施しています。

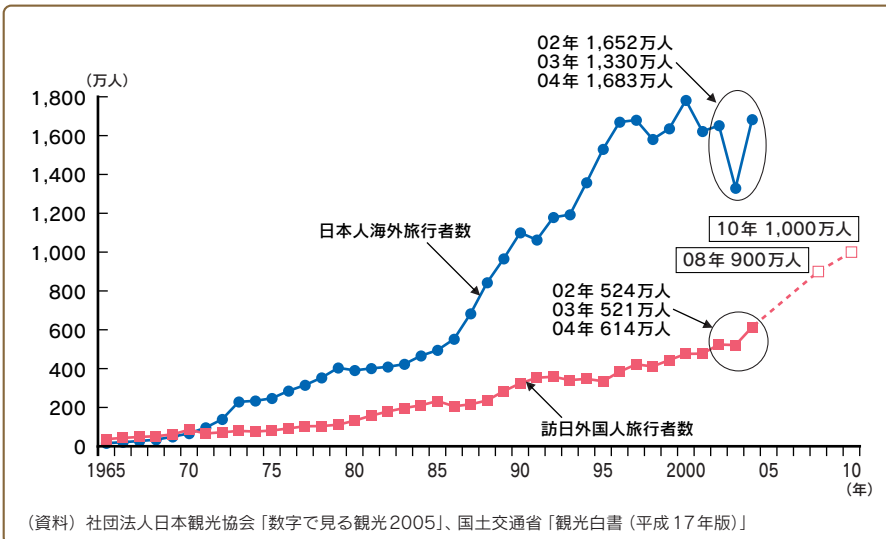
ここで、わが国の海外旅行者数と訪日外国人旅行者数の推移をみると(図表2)、海外旅行者数は1980年代後半より、円高の進行などを背景に順調に増加し、2000年には1,782万人に達しました。その後、2003年にはイラク戦争の開始やSARS発生を受けて大きく落ち込んだものの(2002年1,652万人→2003年1,330万人)、2004年は1,683万人まで回復しました。

一方、訪日外国人旅行者は、日本人海外旅行者数に比べて緩やかな増加にとどまっていたものの、ビジット・ジャパン・キャンペーンの効果もあり、2004年には600万人を超えたうえ、JNTO (Japan National Tourist Organization: 国際観光振興機構) の試算によると、2005年についても愛・地球博(愛知万博)の開催や、アジア各国に対する訪日ビザの緩和措置(注1)などの効果により、1月～

図表1 国際観光客到着数の実績と予測



図表2 日本人海外旅行者数、訪日外国人旅行者数の推移

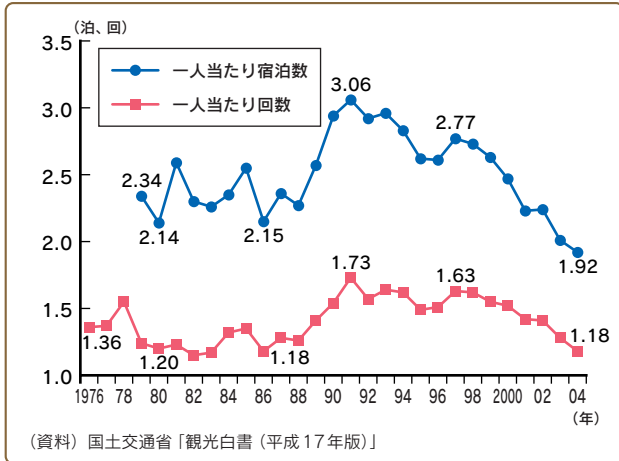


10月の累計で、前年の519.6万人から、566.8万人へと前年比9.1%の増加となっています(注2)。

### (2) 国内観光の動向

次に国内観光の状況についてみるために、国民1人当たりの宿泊数及び宿泊観光旅行回数の推移をみると(図表3)、1人当たり宿泊数は1991年の3.06泊をピークに減少傾向で推移しており、2004年には2泊を下回り1.92泊となりました。1人当たりの年間宿泊旅行回数をも、

**図表3 国民1人当たりの宿泊数及び宿泊観光旅行回数の推移**

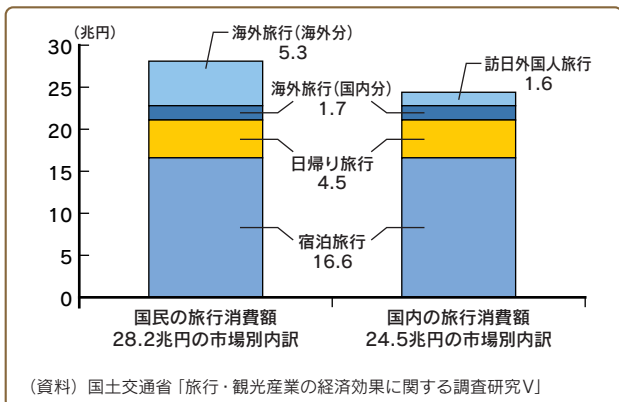


同じく1991年の1.73回をピークに減少しており、2004年には1.18回になりました。

このように、国内宿泊観光は低調に推移しているものの、わが国経済の中では依然として大きなウェイトを占めています。

まず、国土交通省が試算した2004年度の旅行消費額推計をみると(図表4)、海外旅行を含めた国民の旅行消費額は28.2兆円、訪日外国人旅行を含めた国内旅行消費額は24.5兆円となっています。これを2003年度と比較すると、海外旅行が国内分+0.5兆円(1.2兆円→1.7兆円)、海外分+1.1兆円(4.2兆円→5.3兆円)と大きくプラスになったことを主因に、国民旅行消費額は+1.6兆円(26.6兆円→28.2兆円)となりました。加えて、国内旅行消費も+0.7兆円(23.8兆円→24.5兆円)と前年より増加しました。

**図表4 2004年度の旅行消費額推計**



次に、これを利用して推計した経済波及効果をみると(図表5)、生産波及効果は55.4兆円、うち付加価値効果はGDPの5.9%にあたる29.7兆円

となり、これによる雇用創出効果は全就業者数の7.3%にあたる475万人、税収効果は国税及び地方税の6.0%にあたる4.8兆円と推計されています。

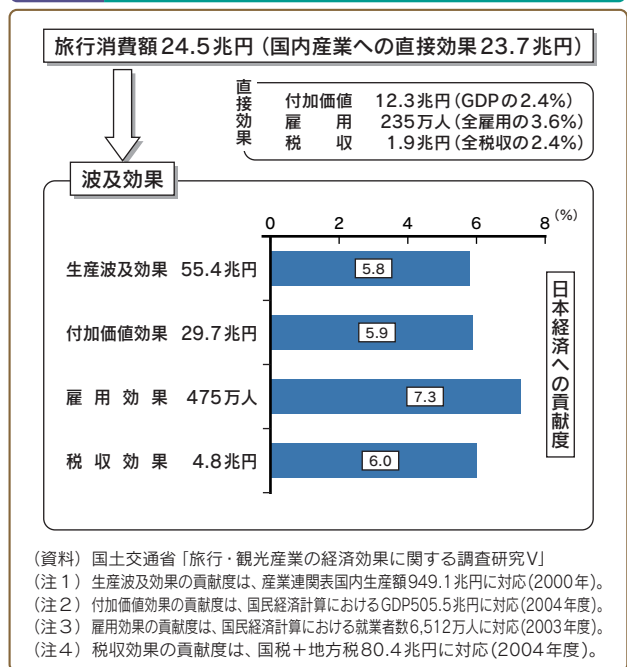
(注1)

90日以内の短期滞在目的で訪日する台湾人旅行者のビザが免除となったほか、同じく短期滞在目的で訪日する韓国人旅行者に対して特例で認めていたビザ免除期限が、2005年9月30日から2006年2月28日へと暫定的に延長された。

(注2)

2005年8月までは確定値。9月、10月はJNTOが独自に算出した推計値。

**図表5 旅行・観光産業の経済波及効果(2004年度)**

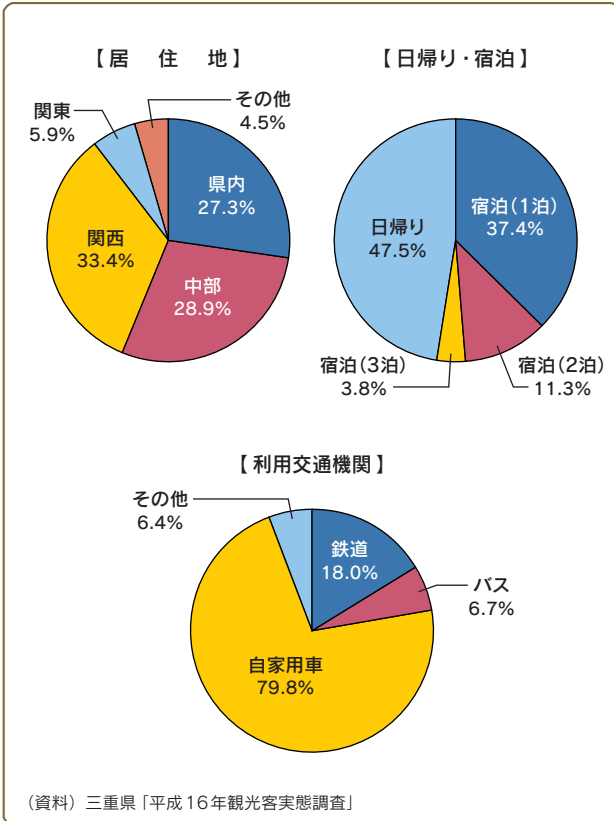


## 2. 三重県における観光部門の動向

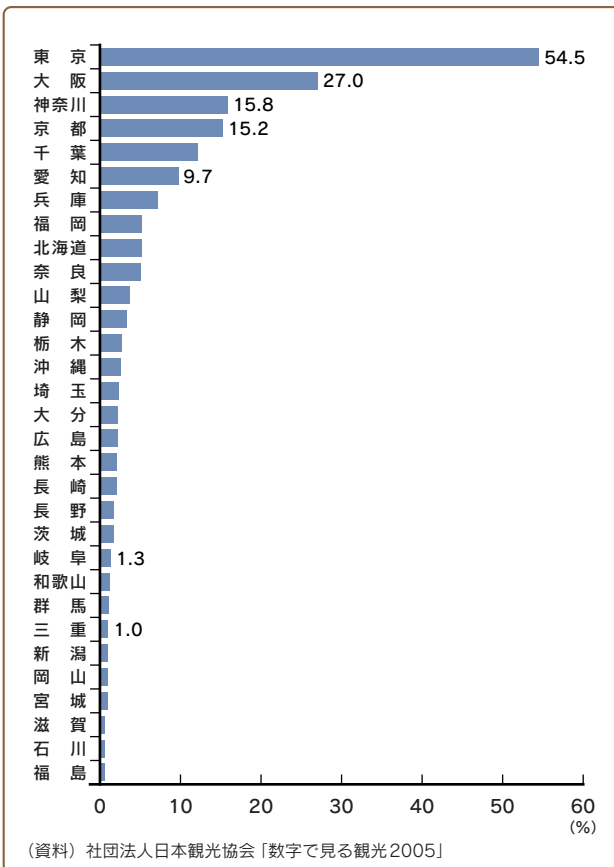
### (1) 県内観光の特徴

三重県が毎年実施している「観光客実態調査」より、三重県を訪れた観光客の特徴をみると(図表6)、まず、居住地は「県内」が27.3%、「中部」を合わせると56.2%となり、近隣からの訪問客が過半数を占めています。加えて、「関西」からの観光客を合算すると約9割となり、ほとんどの観光客が「県内」、「中部」、「関西」からの来訪者です。三重県ではこうした状況を踏まえて、2006年度に「観光みえディスティネーション対策事業」として予算を計上し、鉄道会社や航空会社などと連携した観光商品開発や情報発信を行い、遠隔地からの観光客

図表6 三重県観光客実態調査（2004年）の概要



図表7 訪日外国人旅行者の訪問率



誘致に力を入れる方針です。

次に、日帰り・宿泊の比率をみると、「日帰り」の比率が47.5%とわずかに「宿泊」を下回っているほか、利用交通機関別では、自家用車が79.8%と全体の約8割を占めています。これを全国の平均と比べてみると、自家用車を利用した観光旅行の割合は、日帰り観光で61.0%、宿泊観光で51.1%となっており（注3）、県内観光客の自家用車利用率の高さが窺われます。

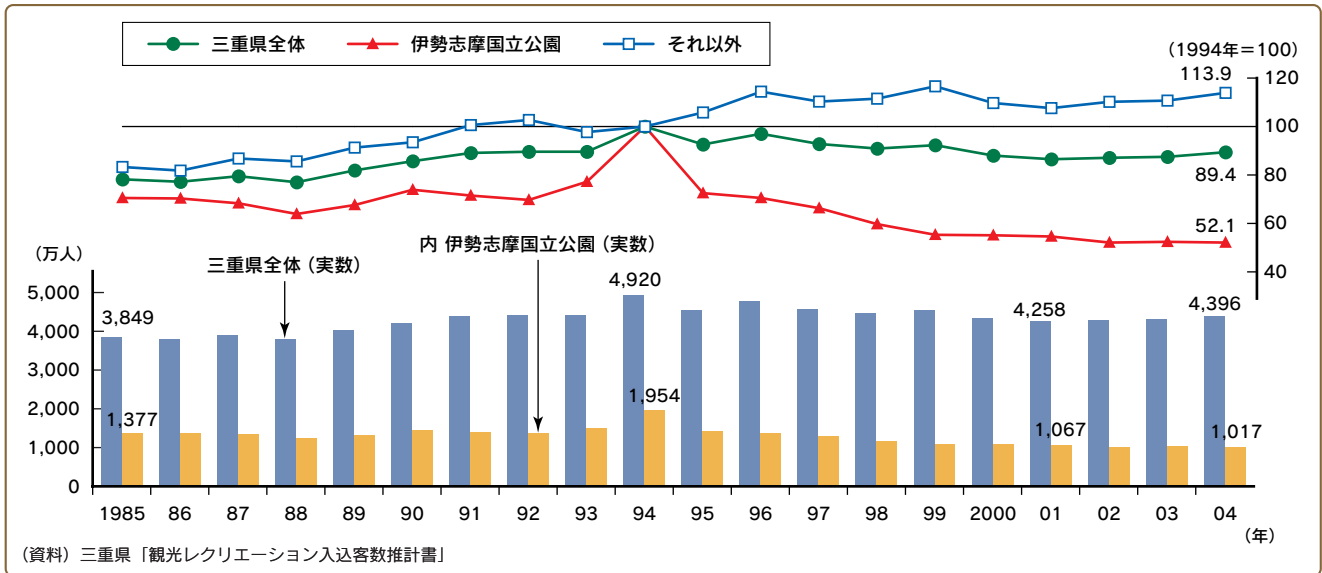
最後に訪日外国人旅行者の現状に目を移すと、訪日外国人旅行者のうち、三重県を訪問する比率は、全体のわずか1.0%に過ぎません（図表7）。もっとも、隣接する愛知県への訪問率が全体の約1割に上ることから、2005年2月に開港した中部国際空港からの海上アクセスや、伊勢湾岸自動車道の開通などのインフラ整備の進展を利用して、愛知県、岐阜県と連携した広い視点による外国人観光客誘致が求められています。加えて、三重県内の観光資源の発掘、深耕も必要となります。外国人旅行者の訪日動機をみると（図表8）、「自然・景勝地」や「歴史・町並み・建造物」といった従来型の観光資源よりも、「日本人の生活の見聞・体験」、「買物」といった生活に根ざした体験を求めていることがわかります。わが国政府においても、単に外国人観光客の誘致にのみ目を向けるのではなく、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」という概念を提示し、住民の生活環境を向上させることを通じて地域の魅力を高め、観光客を呼び込むことを目指しています。

図表8 外国人旅行者の訪日動機

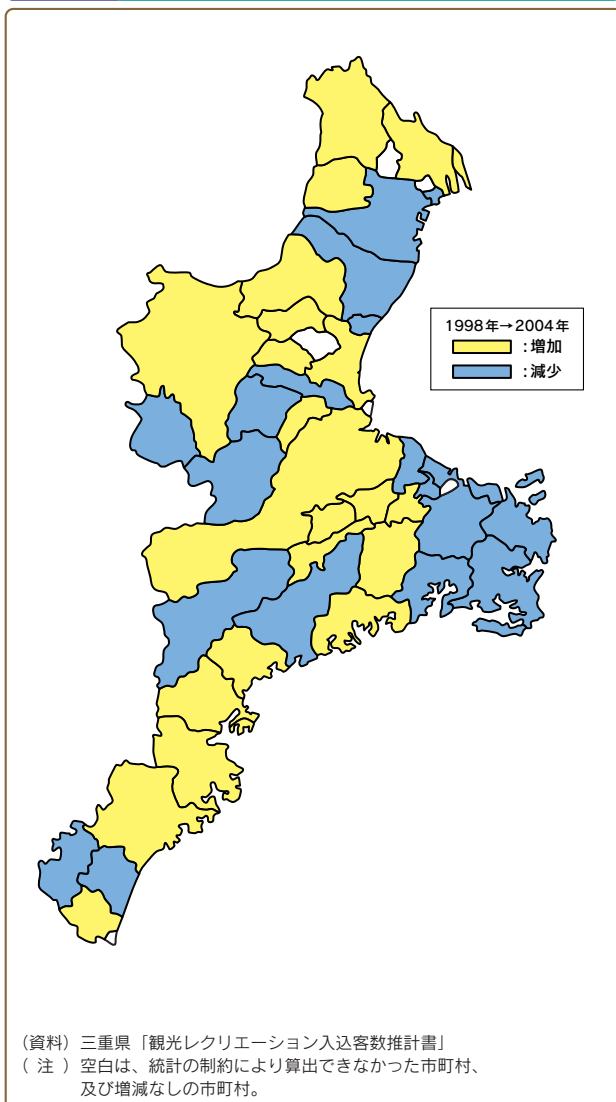
項目	(%)
日本人の生活の見聞・体験	32.1
買物	31.9
日本訪問への憧れ	29.2
日本食	26.8
自然・景勝地	24.4
リラックス・温泉	23.1
歴史・町並み・建造物	16.2
伝統文化の見聞・体験	15.0
日本の近代・ハイテク	11.3

(資料) 財団法人社会経済生産性本部「2005年レジャー白書」  
(注) 複数回答。

図表9 三重県観光入込客数の推移



図表10 観光入込客数の市町村別動向



(2) 県内観光入込客数の推移

こうした状況下、三重県の観光について時系列で捉えるために、三重県の観光入込客数の推移をみると(図表9)、2001年を底に、足下では緩やかながら増加傾向で推移しています。もっとも、「世界祝祭博覧会(まつり博三重)」の開催などにより、観光入込客数が最も多かった1994年と比較すると、約9割の水準にとどまっています。その主因として、三重県を代表する観光地である伊勢志摩地域の不調が挙げられます。伊勢志摩国立公園の観光入込客数をみると、1994年には1,954万人と2,000万人近くまで増加したものの、その後は減少傾向で推移し、2004年には1,017万人とピークの5割近くまで落ち込んでいます。もっとも、伊勢志摩国立公園を除くベースでみると、1995年以降も1994年を上回る水準で推移しており、県内の観光が一様に低調であったわけではありません。

そこで、市町村別の観光入込客数動向をみるために、伊勢志摩国立公園の入込客数が1,200万人を下回った1998年と2004年を市町村別に比較すると(図表10)、伊勢志摩地域や、四日市・鈴鹿地域など観光客が減少している地域がある一方、東紀州地域や伊賀地域など、観光客が増加している市町村も多くみられます。今後、地域間の連携による観光振興を図ることで、観光客が増加している市町村の取り組みを三重県全体に広げることが求められます。

(注3)

社団法人日本観光協会「観光の実態と志向(平成16年版) 第23回 国民の観光に対する動向調査」

## 3. 新たな観光の形態と三重県観光振興プラン

### (1) 産業観光の概要

以上みてきたように、世界的にみてもアジアを中心に観光需要の増加が予測されることなどから、わが国でも観光に対する関心が高まっています。そうしたなか、観光振興の新たな切り口として、従来の観光に「体験」や「学習」を加えた観光の形態に注目が集まっています。三重県でも、伊勢志摩地域の観光客の低迷が続くなか、このような新しいタイプの観光に期待が寄せられています。

こうした新たな観光のひとつとして「産業観光」が挙げられます。産業観光とは、この概念を広めた第一人者である須田寛氏(東海旅客鉄道(株)相談役)によると、『歴史的・文化的価値のある産業文化財(古い機械器具、工場遺構などのいわゆる産業遺産)、生産現場(工場、工房等)及び産業製品を観光資源とし、それらを通じてものづくりの心に触れるとともに、人的交流を促進する観光活動』と定義されています(注4)。すなわち、過去の産業遺産から、現在稼働中の工場、未来の技術まで、幅広く産業

に関する事物を対象とする観光で、従来型の観光と比べてより人々の生活に密着したものです。なぜならば、人々が生活している場所には生活の基盤として必ず産業があるため、生産施設が地域のランドマークになっていたり、伝統的な産業が根付いていたりして、産業自体がまちの生活や文化に大きな影響を与えているからです。

もっとも、産業施設が身近にあるため、それを観光資源として活用するには、「産業観光資源」としての意味付けと、適切な情報発信を行うことが必要です。財団法人社会経済生産性本部と社団法人日本観光協会の「地域資源を活用した産業観光モデル事例20」をみると(図表11)、それぞれの地域特有の産業資源に価値を見出し、情報発信を行うことによって観光振興につなげている例が挙げられています。例えば、事例3「日本最古級の木造芝居小屋・康楽館」では、秋田県のかつて鉱山を中心に栄えていた町で、取り壊しを検討されていた芝居小屋や旧鉱山事務所を修復し、産業観光資源として活用することを通じて、住民参加によるまちづくりを進めています。

産業観光を進めるうえで大切なのは、単に産業に関する施設や体験を提供するだけでなく、地域住民や関係者の手で価値を見出し、意味付けをし、情報発信をすることです。そのことを通じて、単なる工場見学やイベント参加ではなく、産業観光

図表11 地域資源を活用した産業観光モデル事例

No.	項目	類型	地域
1	小樽運河と手作り体験	港湾都市型	北海道小樽市
2	鉄とガラスのモダンイズム工場	港湾都市型	北海道室蘭市
3	日本最古級の木造芝居小屋・康楽館	鉱山都市型	秋田県小坂町
4	伝統的織物と鋸屋根のまちなみ	内陸繊維都市型	群馬県桐生市
5	鉄道遺産を活用したまちづくり	その他	群馬県松井田町
6	織物産業と足利学校・鏝阿寺	内陸繊維都市型	栃木県足利市
7	港湾の京浜臨海部	港湾都市型	神奈川県京浜臨海部
8	楽器やオートバイなど身近なものづくり現場を魅せる	大消費地型	静岡県浜松市
9	産業技術中枢圏域としての大きな産業集積	大消費地型	名古屋市を含む中部圏
10	酢の里・酒の文化館・旧カプトビール	田園都市型	愛知県半田市
11	ぶどうとワインでテーマ性のある地域づくり	田園都市型	山梨県勝沼町
12	「蚕都」の歴史的まちなみの再生	内陸繊維都市型	長野県上田市
13	読書発電所・桃介橋	電源地域型	長野県南木曾町
14	琵琶湖疎水と蹴上発電所・インクライン(*)	その他	琵琶湖疎水
15	赤煉瓦建造物群の活用	港湾都市型	京都府舞鶴市
16	鉄の道文化圏	鉱山都市型	島根県奥出雲地域
17	世界遺産登録を目指す石見銀山	鉱山都市型	島根県大田市
18	知の博物館都市づくり	鉱山都市型	愛媛県新居浜市
19	門司港レトロ	港湾都市型、大消費地型	福岡県北九州市門司区
20	近代工業の発祥地を産業観光拠点に	電源地域型、その他	鹿児島県鹿児島市・大口市

(資料) 財団法人社会経済生産性本部、社団法人日本観光協会「地域資源を活用した産業観光モデル事例20」

(注) インクラインとは、高低差のある蹴上と南禅寺の舟だまりの間の傾斜地にレールを敷設し、艇架台によって船を運ぶ施設。

として地域の活性化につなげることが可能となります。前述の秋田県小坂町の例でも復旧した日本最古級の芝居小屋で芝居をみるだけでなく、かつて鉱山を中心に栄えた町の歴史と文化を、住民の手によって掘り起こすことによって、地域づくりにつなげています。

## (2) 三重県観光振興プラン

産業観光に限らず、観光に体験や学習などの視点を加えた新しい観光形態が広がるなか(注5)、三重県では2004年11月に、「三重県観光振興プラン—観光構造の変革、そして観光文化の創造をめざして—(以下、振興プラン)」を発表し、今後の県内観光のあり方についての方向性を示しました。

振興プランでは、①新しいツーリズムへの対応に加えて、②観光産業の高付加価値化への対応や、③多様な主体による観光地づくりへの対応、を通じた県内観光構造の変革を目指しています。すなわち、従来のマス・ツーリズムに加えて、消費者の多様化した価値観に対応するために、地域の観光資源の発掘などを通じて、新しい観光形態を広めるとともに(注6)、産業間の連携による質の高い個性的なサービスの開発を支援し、観光地作りや観光客の受け入れ態勢の整備に関して、多様な担い手の育成を行うこととしています。

こうした目的に対して振興プランでは4つの基本姿勢と6つの観光戦略が定められています(図表12)。4つの基本姿勢を詳しくみると、次の通りです。

①現場主義の徹底：県民や観光客の声を踏まえた政策により、観光客が実際に来訪する「現場」の主體的な努力が実を結ぶように行政が支援する。

②「選択」と「集中」：意欲と優れた計画を持つ市町村を選択し、限られた予算を集中して投入することで、まず成功例を示す。

③おもてなしの心の醸成：県民一人ひとりのおもてなしの心の向上を図り、来訪者の満足度を高め、口コミ情報やリピーター客の増加につなげる。

④本物志向の追及：三重県の持つ観光資源を掘り起こし、「本物を大切に作る気構え」で素材の良さや地域へのこだわりを活かした商品づくりやブランド化を行う。

この基本姿勢の下、6つの観光戦略とそれぞれを支えるシステム戦略が設定されており、これを推進するために、観光産業の実体を捉えるための統計の整備と顧客満足度を評価するシステムの構築が進められています。

これらに加えて振興プランでは、三重県を北勢地域、中南勢地域、伊勢志摩地域、伊賀地域、東紀州地域の5つの地域に分け、それぞれの特色を整理し、今後の具体的な施策の方向性を示しています。

**図表12 三重県観光振興プラン**

基 本 姿 勢			
①現場主義の徹底	②「選択」と「集中」	③おもてなしの心の醸成	④本物志向の追及
観 光		戦 略	
○イメージ戦略		○社会基盤整備戦略	
1. 三重県観光の新たなイメージの構築		1. 美しい観光地づくり	
2. 三重県観光の核となる観光地の選定		2. 快適な観光交流空間づくり	
3. 核となる観光地における基本的な戦略展開		3. 「わかりやすく、やさしい観光地」の整備	
4. エリア別誘客戦略		(ユニバーサル・ツーリズムの推進)	
○情報発信・誘客戦略		4. 交通アクセスの改善	
1. 効果的な観光情報コンテンツの整備		○ひとづくり戦略	
2. 消費者の段階的情報発信		1. 観光地を抱える市町村をはじめとする行政における人材育成	
3. メディアミックスの推進とアイデンティティの確立		2. 観光関連施設従事者のホスピタリティの向上と成果の検証	
4. 流通拡大のための仕組みづくり		3. 県民のホスピタリティ・マインドの醸成	
5. コンベンションの誘致		4. 観光地をコーディネートする人材の育成	
6. 外国人旅行者の誘致戦略		5. 観光ボランティアガイドの増強とネットワーク化	
7. 広域連携の推進		6. 観光客を楽しませる能力を持つ観光産業従事者の育成	
○観光地の魅力づくり戦略		7. 人材(観光キーパーソン)情報の収集と活用	
1. 観光地の魅力づくり活動の支援		○推進体制戦略	
2. 県産品の魅力づくり		1. 県の総合的な観光行政組織の検討	
3. グリーンツーリズムの推進		2. 観光関係諸機関の連携体制の整備と役割分担の明確化	
4. エコツーリズムの推進			
5. 産業政策を通じた新たな観光資源の創出			
6. 文化遺産を活かした魅力づくり			

(資料) 三重県「三重県観光振興プラン-観光構造の変革、そして観光文化の創造をめざして-」

(注4)

須田寛[2005]『産業観光読本』交通新聞社

(注5)

環境の視点を加えた「エコツーリズム」や、農業の視点を加えた「グリーンツーリズム」など。また、ビジネス客を取り込むために世界規模の会議を誘致するという「コンベンション」需要にも注目が集まっている。

(注6)

こうした観光形態を従来のマス・ツーリズムに対応して、「オルタナティブ・ツーリズム (alternative tourism: もうひとつの観光)」と呼ぶ。

## 4. 今後の観光振興に向けた課題

最後にここまでの議論を踏まえて、今後の観光振興に向けた課題を挙げると次の通りです。

### (1) 地域間連携の強化

まず1つめは地域間連携の強化です。観光振興は、その地域単独で行うものではなく、目的地へ辿り着くまでの過程や景観を含めて考えるべきものです。例えば伊勢志摩地域の観光を考えるのであれば、鉄道沿線の景観整備や、港、駅など交通結節点を含めた環境作りが求められます。

加えて、地域間の連携を強化する前提として交通インフラの整備が欠かせません。特に三重県は自家用車での訪問客が多いため、道路渋滞の解消や駐車場の整備が喫緊の課題といえます。移動の

質自体を高めるという点では、中部国際空港からの海上輸送についても、空港と各港間の縦の輸送だけでなく、県内の横の輸送や周遊など港を活用した観光振興策を考えることも必要でしょう。

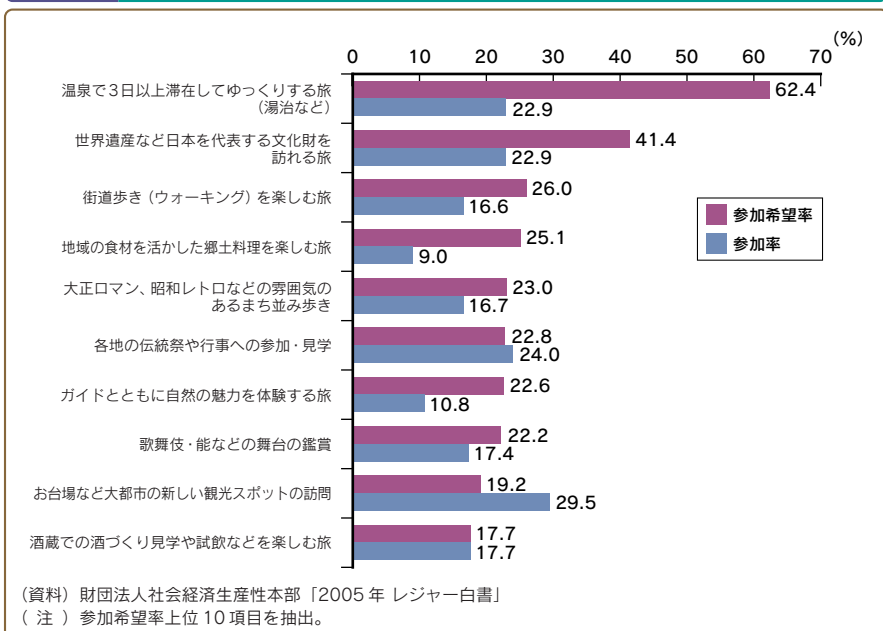
### (2) 地域内連携によるものがたりづくり

2つめは地域内の連携による観光資源の発掘とものがたりづくりです。国際観光移動の増加により、競合観光地が増加している状況下、そのなかから訪問地として選択してもらうためには、三重県を訪れるだけの理由となるストーリーが求められます。特に三重県には歴史有る伊勢神宮から最先端技術まで多くの観光資源があるため、これを地域内の連携により観光客にアピールするレベルまで高めることが重要です。

### (3) 観光統計の整備

3つめは観光統計の整備です。代表的な観光関連の統計である「観光入込客数」についても、県によって作成基準が違うため、都道府県間の比較すら難しい状況です。国土交通省ではこうした状況を踏まえて2005年8月に「我が国の観光統計の整備に関する調査報告書」を出し、観光政策の基礎となる重要なインフラとして宿泊統計を中心とした観光統計の整備に取り組む方針を示しています。

図表13 観光形態別の参加率と参加希望率



三重県内には豊富な観光資源が存在しています。レジャー白書より観光形態別の参加希望率をみると(図表13)、上位には温泉、世界遺産、街道観光、郷土料理と、三重県が内外に向けてアピールしている分野が挙げられています。こうした、観光資源を活かして観光を振興するためにも、地域内外の連携を意識した取り組みが求められます。

(05.12.26)

池野 哲宜