

## 特別研究発表会「にぎわう関西に向けた地域観光戦略」 講演要旨

財団法人 関西社会経済研究所

<日時> 2009年3月5日(木) 午後3時～5時

<会場> 関西経済連合会 291-293 会議室 (中之島センタービル 29 階)

<講師>

コーディネーター	伴 金美氏	大阪大学大学院経済学研究科教授、 マクロ経済分析プロジェクト顧問
基調報告・コメンテーター	高林 喜久生氏	関西学院大学経済学部教授、 マクロ経済分析プロジェクト主査
コメンテーター	笹森 秀樹氏	観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課長
パネリスト	浅野 寛氏	(株)関西電力 秘書室 マクロ経済分析プロジェクトメンバー
	進藤 丈明氏	(株)日本政策金融公庫 国際協力銀行 西日本国際営業部 総務課兼第1班 マクロ経済分析プロジェクトメンバー



(財) 関西社会経済研究所マクロ経済分析プロジェクトは、経済界から若手企業人を出していただき、日本経済の予測および関西経済のトピックスを取り上げて研究している。今回のシンポジウムはその成果発表である。

報告書の全文は**当研究所ホームページ** (<http://www.kiser.or.jp/ja/project/d/20093.html>) からダウンロード可能である。

### I 「にぎわう関西に向けた地域観光戦略 -実態調査に基づく分析-

【高林氏】

(1) 関西の観光をとりまく状況

関西の人口はすでに減少し始めている。定住人口が減少すると、にぎわいを維持するためには域外から観光客を呼ぶための戦略が必要となってくる。現状の交流人口、つまり関西を訪れる人の数は増加している。訪日外国人に限定すると、全国に比べてアジア人の来訪割合が高い。全国ではアジア人の割合は73%、欧米人は23%であるが、関西ではアジア人81%、欧米人15%である。

こういった方々を引きつけるに十分魅力のある観光資源が関西には揃っている。日本の世界遺産14件のうち、関西には5件、また国宝指定件数も59%が関西に集中している。質でも申し分なく、特Aランク・Aランクの観光資源の23%が関西に集中している。われわれの調査からは、欧米系観光客は伝統文化、歴史的施設を好む割合が高いと分かっている。彼らにはこのような資源を活用した取り組みが有効だろう。

## （2）ヒアリング調査からみた外国人観光客の動向

もっとも、観光の地域データは前提条件が自治体ごとに揃っておらず、絶対量が少ないなど問題も多い。そこで、今回はヒアリングやアンケートといった実態調査でデータの不足を補った。その一環として、心齋橋筋商店街へのヒアリングの結果を紹介したい。

心齋橋筋商店街は、近隣店舗や他業種（金融機関等）、行政等と連携して「大阪ミナミおいでやすプロジェクト」を立ち上げ、外国人観光客の受入れを進めている。メインターゲットは中国人で、銀聯カードの導入やマナー向上の呼びかけを進めている。彼らの受入れにあたってはあつれきもあったようだが、Made in Japanへのこだわりが強いことを反映させた商品展開を行い、団体客用の大型バス駐車場の整備などを行っている。この事例は関西の観光を考えるうえで様々な示唆を与えてくれ、個人的にも非常に感銘を受けた。

## （3）観光の経済効果

では、2010年に向けて奈良県で行われる「平城遷都1300年記念事業」を例に、観光の経済効果を紹介する。奈良県による試算の前提を基に、関西社会経済研究所で開発した関西地域間産業連関表で計算を行ったところ、興味深い結果が得られた。

県別にみると、記念事業による奈良県内の観光産業への経済波及効果は989億円で、全経済波及効果の63%を占める。関西2府5県では1560億円の経済波及効果が発生する。

産業別にみると、奈良県で経済波及効果が大きい部門は旅館・その他の宿泊所、飲食店、商業、食料品である。大阪府では金融・保険、兵庫県では食料品、京都府では鉄道輸送が大きい。いずれの府県でも中小企業や地場産業が多い食料品部門への効果が大きく、これは観光業の振興が地場産業のテコ入れにつながることを示している。

## （4）まとめ -にぎわう関西に向けた地域観光戦略のカギ-

今回の調査を進めるうえで強く感じたことは、関西の観光市場を活性化させるカギは「連携」だということである。成果が表れている組織は「連携」を上手に行っている。行政同士の連携、同業種の連携、住民と民間と行政との連携、などが観光資源の有効活用を生み、

ボトルネックの解消につながる。誘致活動にしても座っていないで、相手先を訪問したセールス活動が必要である。

## Ⅱ 「人口変動が関西の消費に与える影響」

### 【笹森氏】

今後は、関西だけでなく日本中で定住人口が減少するが、交流人口を増やすだけでよいのか。むしろ、地域にお金を落としてくれる観光客を増やすことが重要だ。外国人旅行者なら日本で18万円、日本人宿泊客なら4.5万円、日帰り客なら1.5万円を消費する。お客様に満足してもらおうと観光地で消費していただければ、かつりピーターの増加にもつながる。

お客様の満足度を高めるには、まずターゲットの特性を知ることが必要である。宿泊客の発地をみると、首都圏からの宿泊客が多いのは大阪府、京都府、奈良県。関西内からの宿泊客が多いのは福井県、滋賀県、兵庫県、和歌山県である。旅行先での交通手段をみると大阪府内での移動は列車が多い、京都府内での移動はバスが多いなどの特色はあるものの、平均的には自家用車・レンタカーが最大の足である。逆にバス・貸切バスは減少しており、大宴会場での宴会に代表されるようなお仕着せの観光メニューにとどまる観光地は生き残れないことを示している。宿泊観光の同行者の割合でも、職場・学校は減少し、家族・友人が増加していることから個人旅行が旅行の主流となることが予想される。

国際競争力のある観光地は、移動を伴わない家庭内レジャーや都市型レジャーにも勝てる力がある。その視点でみると、増加する外国人観光客に対応するためには、関西の公共交通機関の案内表示を改善する余地がある。関東のように私鉄と地下鉄の乗り入れを促進することも、おもてなしのためには必要である。

### 【浅野氏】

「修学旅行からみた関西の観光」という視点から報告を行う。修学旅行は教育をとりまく環境変化に伴い、見学型から体験・体感・交流型、集団行動からグループ行動にシフトしている。高等学校を例に挙げると、国際化の影響で修学旅行先も海外が増えており、その反面、京都や奈良の地位低下が起きている。

そのような中、新しいタイプの修学旅行の誘致の成功例を紹介したい。和歌山県の「ほんまもん体験」では、地場産業である林業体験や炭焼き体験を通じて、豊かな自然や地域産業を地元の人々との交流を通じて体感させる取組を行っている。他にも、串本町が実施する「民泊」では終了後に「ウルルン滞在記」のようなシーンが見られるほど、地元のおもてなしに生徒たちが感動するという。このような例は、これまで修学旅行地としてはマイナーであった地域にも、観光客誘致の勝算があるともいえる。

修学旅行は単なる学生の団体旅行ではない。学生が修学旅行で訪れて気に入った土地を家族とともにリピーターとして訪れることもある。地域間の人、文化の交流を育むきっかけにもなる。まちおこしとして、地域の住民にわが町の魅力再発見をってもらうきっかけともなりうるのである。修学旅行で観光客を呼べる地域は、元気な地域なのである。

## 【進藤氏】

インフラは色々な観点から見られるが、今回は交通面を取り上げる。

まず、関西のハード面での交通インフラは関東・中部に比べて、高速道路が比較的充実しているものの一般道路の整備状況がやや見劣りする。交通の要所である滋賀や人口の多い大阪では、1平米あたりの高速道路総延長が長い。一方、鉄道は中位である。国際空港である関空は、アジアの主要空港に比べて都市圏人口の多さの割に旅客数が少ないものの、利用者満足度は世界でも上位である。

次に、三大都市圏の主要交通機関に行った案内サービス（ソフトインフラ）の独自アンケート調査の結果を紹介する。近年急増するアジア系向けの表記、および今後案内表示の充実を強化すると答えた企業の割合は首都圏に比べて見劣りする。ピクトグラムや駅のナンバリング化も関西は発展途上である。

もっとも、関西は豊富なインフラを持ちつつそれを有効活用できていない。高速・一般道路のネットワーク強化や鉄道各社間の乗り入れ、神戸空港の活用はより進めるべきだ。それには一体的なインフラ整備、および更なるソフトインフラ整備姿勢が必要である。

### （1）リピーター獲得に向けて

#### ①インターネットによる情報提供を

観光情報をインターネットで提供することが必要である。今回の調査アンケートでは、大手小売店での催事情報や売り場情報の外国語ページが不足していることが明らかになった。和歌山県田辺町では定住カナダ人による英語の観光案内サイトが評判を呼んでおり、まちおこしにも役立っている。

#### ②「連携」したおもてなしを

単体の組織だけの頑張りでは効果に限界がある。心齋橋筋や串本町の取組のように、地域と行政、同業種間での連携をもっと進める必要がある。交通機関をみると、関東に比べて関西は地下鉄と私鉄の乗り入れが少ないためか、案内路線図に他社線が掲載されていない。乗り換えにも時間がかかる。また、案内地図が少なく外国人・日本人ともに道に迷っていることが多い。こういった細かい問題点を解消していかないといけない。

### （2）足下の経済危機・円高の影響

本日のレートは1ドル99円、ユーロは121円で、昨年夏に比べるとかなり円高が進んだ。2008年の訪日韓国人観光客は260万人だが、2009年は半減すると予想されている。日本の観光地にとっては、外国人観光客が減少するのは痛手だろう。しかし、このような円高でも来日する外国人は日本への関心が高いか富裕層であると思われるので、大切におもてなしするという意識が必要である。

（文責 事務局）