

JULY

2020

# RIIM REPORT

# 19

## 「観光まちづくり」と建設コンサルタント（2）

- I. 研究概要
- II. 「観光まちづくり」と建設コンサルタント
  - (1) 観光まちづくりを取り巻く環境と現況認識
  - (2) 持続可能な観光まちづくりへのインフラ整備支援
  - (3) 持続可能な観光まちづくりへの事業参画・支援
- III. 先駆事例ヒアリング



## 「観光まちづくり」と建設コンサルタント（2）

|  |     |
|--|-----|
| I. 研究概要.....   | 1-1 |
| II. 「観光まちづくり」と建設コンサルタント                                  |     |
| 1. 観光まちづくりを取り巻く環境と現況認識                   （張 天童 研究員）..... | 2-1 |
| 2. 持続可能な観光まちづくりへのインフラ整備支援           （大串祐介 研究員）.....      | 3-1 |
| 3. 持続可能な観光まちづくりへの事業参画・支援           （三浦正徳 研究員）.....       | 4-1 |
| III. 先駆事例ヒアリング.....                                      | 5-1 |

今後への提案



## 目 次

|  |            |
|--|------------|
| <b>1. 研究概要</b>                               | <b>1-1</b> |
| 1.1. 研究目的 .....                              | 1-1        |
| 1.2. 本研究の構成 .....                            | 1-2        |
| <b>2. 観光まちづくりを取り巻く環境と現況認識</b>                | <b>2-1</b> |
| 2.1. 観光まちづくりにおけるこれまでの政府の取り組み .....           | 2-1        |
| 2.2. 観光まちづくりの現況 .....                        | 2-6        |
| 2.2.1 観光の現状 .....                            | 2-6        |
| 2.2.2 観光まちづくりの現状 .....                       | 2-18       |
| 2.3. 観光まちづくりにおける課題 .....                     | 2-20       |
| <b>3. 持続可能な観光まちづくりへのインフラ整備支援</b>             | <b>3-1</b> |
| 3.1. クルーズ船受入環境整備に着目したインバウンド対応 .....          | 3-2        |
| 3.1.1 研究の背景と目的 .....                         | 3-2        |
| 3.1.2 クルーズ船受入環境整備がもたらす効果と条件 .....            | 3-3        |
| 3.1.3 代表的な港湾における受入環境整備状況 .....               | 3-14       |
| 3.1.4 クルーズ船受入環境整備の課題と今後の対応 .....             | 3-29       |
| 3.2. 地域交通環境整備に着目したインバウンド対応 .....             | 3-32       |
| 3.2.1 研究の背景と目的 .....                         | 3-32       |
| 3.2.2 地域交通が抱える問題・課題 .....                    | 3-33       |
| 3.2.3 地域交通としての対応事例 .....                     | 3-40       |
| 3.2.4 地域交通に寄与する最新技術 .....                    | 3-44       |
| 3.2.5 地域交通の役割と今後の対応 .....                    | 3-46       |
| <b>4. 持続可能な観光まちづくりへの事業参画・支援</b>              | <b>4-1</b> |
| 4.1. 研究の背景と目的 .....                          | 4-1        |
| 4.2. 観光まちづくりの現状把握 .....                      | 4-2        |
| 4.2.1 観光まちづくりの実施体制 .....                     | 4-2        |
| 4.2.2 DMO の活動内容と課題 .....                     | 4-3        |
| 4.2.3 自治体の活動内容と課題 .....                      | 4-5        |
| 4.2.4 優良事例における活動内容と役割分担 .....                | 4-7        |
| 4.2.5 （株）南紀白浜エアポートの取り組み .....                | 4-11       |
| 4.3. 観光まちづくりの課題解決に向けた建設コンサルタントの事業参画・支援 ..... | 4-14       |

---

---

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| 4.3.1 「観光まちづくり」における課題.....        | 4-14       |
| 4.3.2 課題に対する建設コンサルタントの取り組み事例..... | 4-15       |
| 4.3.3 その他の観光まちづくりに関する取り組み.....    | 4-18       |
| 4.4. 観光まちづくりのさらなる発展に向けた取り組み.....  | 4-20       |
| 4.4.1 建設コンサルタントの新規事業分野.....       | 4-20       |
| 4.4.2 観光まちづくりのさらなる発展に向けた取り組み..... | 4-22       |
| <b>5. 先駆事例ヒアリング</b> .....         | <b>5-1</b> |
| 5.1. 実施概要.....                    | 5-1        |
| 5.1.1 ヒアリング目的.....                | 5-1        |
| 5.1.2 ヒアリング箇所概要.....              | 5-1        |
| 5.2. ヒアリング結果.....                 | 5-2        |
| 5.2.1 (株)南紀白浜エアポート.....           | 5-2        |
| 5.2.2 (一社)田辺市熊野ツーリストビューロー.....    | 5-7        |
| 5.2.3 和歌山県県土整備部.....              | 5-12       |

## 今後への提案

---

## 目 次

|                  |     |
|------------------|-----|
| 1. 研究概要          | 1-1 |
| 1.1. 研究目的.....   | 1-1 |
| 1.2. 本研究の構成..... | 1-2 |



---

## 1. 研究概要

### 1.1. 研究目的

#### (1) 研究の背景と目的

現在の人口減少社会において、人口の東京への一極集中が顕著となっており、これによる地方経済の停滞、地域の衰退化が社会問題として認識された。

政府は、2014年12月に、日本の人口の現状と将来の姿を示し、今後の目指すべき将来の方向を提示する「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（平成26年12月27日）」と今後5カ年の目標や施策の基本的な方向等を提示する「まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成26年12月27日）」を策定し、地方創生をテコとしたわが国全体の活力向上を目指している。

この地方創生の柱として注目されたのが「観光」であり、2016年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」において、「観光」が我が国の成長戦略の柱、地方創生の切り札として位置づけられた。さらに2016年に国土交通省都市局が「観光まちづくりガイドライン」を公表し、観光庁が観光地域づくりとして2015年から日本版DMOの創設や事例集を発刊し、日本全国で観光まちづくりに取り組む地域が多くみられるようになった。

一方、我が国においては、「観光」と「まちづくり」が一体となって、十分な調査・計画・検討が実施されることなく進んできていることも多い。そのため、地方において観光需要をうまく取り込めないケースやインバウンドに対して受入態勢が不十分なケース、観光客の急激な増加による自然破壊やゴミ投棄の他、住民の足である電車やバスの混雑や道路の渋滞などが問題となるケース等が生じている。

これらの状況から、本研究では、「観光」と「まちづくり」の一体的な取り組みの導入・実践・発展に向け、今後、建設コンサルタントが、これまで取り組んできた幅広い専門分野での実績を利活用する方策の提案を目的に行っており、

初年度には、「観光」と「まちづくり」において建設コンサルタントがその専門分野での経験、研究成果を生かすための基礎資料として

- ✓ 観光政策の動向と観光を取り巻く課題を通して
- ✓ 特定テーマ（DMO、人材育成、二次交通、駐車場、道の駅）に関する実態把握  
および観光関係業務の発注動向の把握から
- ✓ 特定テーマ毎に今後の研究課題を整理した

2年目には、前年度成果を受け、

- ✓ 実際「観光まちづくり」に直接かかわっている事業者へのヒアリングを通して
- ✓ 今後、建設コンサルタントが、「受け入れ環境整備」、「事業者の役割分担」、「インフラ整備を軸にした観光振興方策」、「インバウンド」のテーマ毎にどのように関与していくべきかの検討を行った。

3年目となる最終年度において、

- ✓ 改めて、観光まちづくりを取り巻く環境と現状認識を再整理した上で
- ✓ 地域単位（自治体・団体・企業）で観光まちづくり取り組む先駆事例の活動状況（ヒアリング）を通して、生活の向上・地域活性化を目指して対応すべき問題課題を洗い出し
- ✓ 持続可能なまちづくりへの「インフラ整備支援」および「事業参画・支援」の視点から、建設コンサルタントとしてのどのような役割・関与できるかを検討した。

## 1.2. 本研究の構成

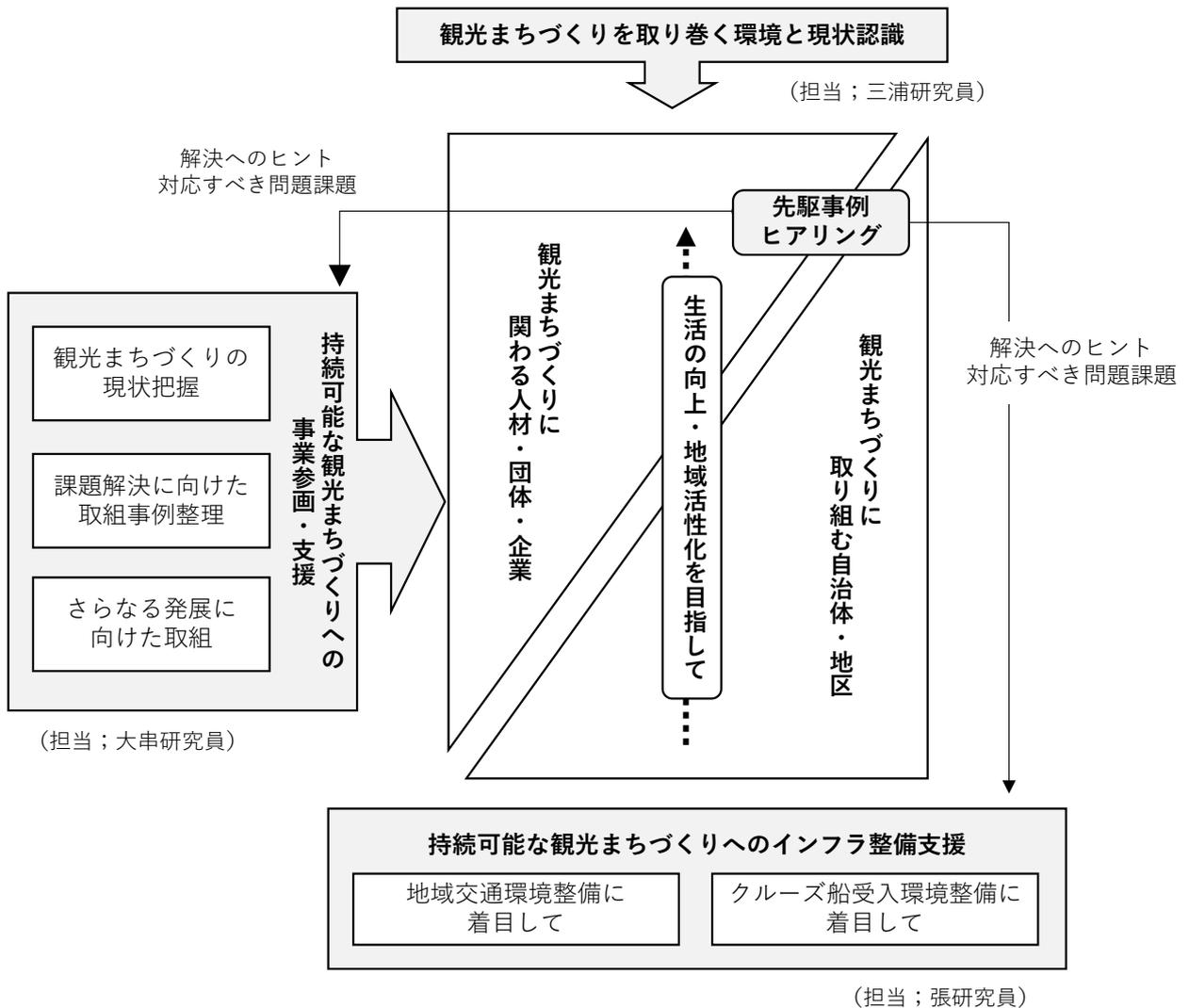


図 1-1 研究の位置づけ

## 目 次

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| 2. 観光まちづくりを取り巻く環境と現況認識            | 2-1  |
| 2.1. 観光まちづくりにおけるこれまでの政府の取組み ..... | 2-1  |
| 2.2. 観光まちづくりの現況 .....             | 2-6  |
| 2.2.1 観光の現状.....                  | 2-6  |
| 2.2.2 観光まちづくりの現状.....             | 2-18 |
| 2.3. 観光まちづくりにおける課題.....           | 2-20 |



## 2. 観光まちづくりを取り巻く環境と現況認識

### 2.1. 観光まちづくりにおけるこれまでの政府の取組み

我が国の観光に関する取組みは、1963年（昭和38年）の観光基本法制定以降、実質的な改定がなされることはなかったが、旅行スタイルの変化やインバウンドの増加を踏まえて2006年（平成18年）12月に「観光立国推進基本法」として観光基本法が全面的に改正された。これにより、観光が21世紀における日本の重要な政策の柱として明確に位置付けがなされた。その後、観光立国推進に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、2007年（平成19年）6月に「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、計画に関における基本的な目標、施策が提示された。さらに、「観光」は、直接、間接的に関連する分野が広いことから、関係行政機関の緊密な連携を確保し、その効果的かつ総合的な推進を図るため、2013年（平成25年）3月に「観光立国推進閣僚会議」を立ち上げ、6月に観光立国の実現に向けた施策を取りまとめた「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が閣議決定された。

その後、2016年（平成28年）3月には、「明日の日本を支える観光ビジョン」として、観光は「地方創生」への切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱という認識において、3つの視点と10の改革がとりまとめられ、5月には観光ビジョンを踏まえた政府の短期的な行動計画「観光ビジョン実現プログラム」が閣議決定された。図2-1にこれまでの観光に関する取組みを、表2-1に観光立国基本計画における目標及び施策を整理する。

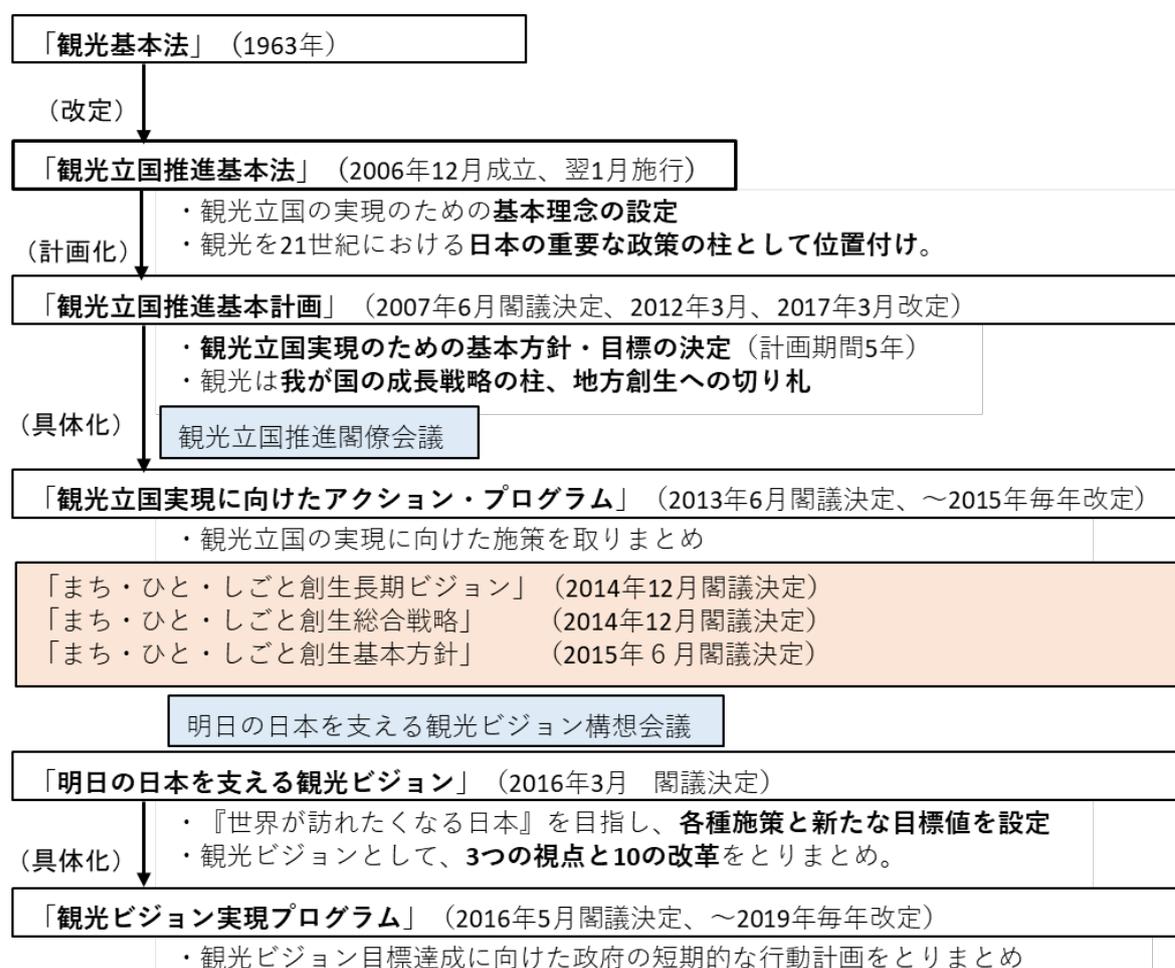


図 2-1 我が国の観光に関する取組み

表 2-1 観光立国基本計画における目標及び施策

|                                     |  | 観光立国推進基本計画(2007年)   |  | 観光立国推進基本計画(2012年)   |   | 観光立国推進基本計画(2017年)   |          |          |
|-------------------------------------|--|---|--|---|---|---|----------|----------|
| 基本的な方針                              |  | 国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大するとともに、国民の海外旅行を発展   |  | 震災からの復興   |   | 国民経済の発展   |          |          |
|                                     |  | 将来にわたる豊かな国民生活の実現のため、観光の持続的な発展を推進  |  | 国民経済の発展   |   | 国際相互理解の増進   |          |          |
|                                     |  | 地域住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会を実現  |  | 国際相互理解の増進   |   | 国民生活の安定向上   |          |          |
|                                     |  | 国際社会における名誉ある地位の確立のため、平和国家日本のソフトパワーの強化に貢献  |  | 国民生活の安定向上   |   | 災害、事故等のリスクへの備え  |          |          |
| 目標年                                 |  | H18年実績  | H22年目標   | H21年実績  | H28年目標  | H27年実績  | H32年目標   | H30年実績   |
| 国内旅行消費額                             |  | 24.4兆円(H17)   | 30兆円   | 25.5兆円  | 30兆円  | 20.4兆円  | 21兆円     | 20.5兆円   |
| 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数              |  | 2.77泊/年   | 4泊/年   | 2.12泊/年(H22)  | 2.5泊/年  | —   | —        | —        |
| 訪日外国人旅行者数                           |  | 733万人   | 1,000万人  | 861万人(H22)  | 1,800万人   | 1,974万人   | 4,000万人  | 3,119万人  |
| 訪日外国人旅行消費額                          |  | —   | —  | —   | —   | 3.5兆円   | 8兆円      | 4.5兆円    |
| 訪日外国人旅行者の満足度                        |  | —   | —  | 大変満足 43.6%<br>必ず再訪したい 58.4%   | 大変満足 45%<br>必ず再訪したい 60%   | —   | —        | —        |
| 訪日外国人旅行者に占めるリピーター数                  |  | —   | —  | —   | —   | 1,159万人   | 2,400万人  | 1,761万人  |
| 訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数              |  | —   | —  | —   | —   | 2,514万人泊  | 7,000万人泊 | 3,636万人泊 |
| 我が国における国際会議の開催件数                    |  | 168件(H17)   | 5割以上増  | 741件(H22)   | 5割以上増   | —   | —        | —        |
| アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合           |  | —   | —  | —   | —   | 26.10%  | 3割以上     | 30.30%   |
| 日本人の海外旅行者数                          |  | —   | —  | 1,664万人   | 2,000万人   | 1,621万人   | 2,000万人  | 1,895万人  |
| 観光地域の旅行者満足度                         |  | —   | —  | —   | 大変満足 25%<br>必ず再訪したい 25%   | —   | —        | —        |
| 施策                                  | 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成   | ①国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成<br>②観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地域の形成<br>③観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備                                     |  |   |   | ①国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成<br>②観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地域の形成<br>③観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備                                     |          |          |
|                                     | 観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成   | ①観光産業の国際競争力の強化<br>②観光の振興に寄与する人材の育成  |  |   |   | ①観光産業の国際競争力の強化<br>②観光の振興に寄与する人材の育成  |          |          |
|                                     | 国際観光の振興  | ①外国人観光客の来訪の促進<br>②国際相互交流の促進   |  |   |   | ①外国人観光客の来訪の促進<br>②国際相互交流の促進   |          |          |
|                                     | 観光旅行の促進のための環境の整備   | ①観光旅行の容易化及び円滑化<br>②観光旅行者に対する接遇の向上<br>③観光旅行者の利便の増進<br>④観光旅行の安全の確保<br>⑤新たな観光旅行の分野の開拓<br>⑥観光地域における環境及び良好な景観の保全<br>⑦観光に関する統計の整備 |  |   |   | ①観光旅行の容易化及び円滑化<br>②観光旅行者に対する接遇の向上<br>③観光旅行者の利便の増進<br>④観光旅行の安全の確保<br>⑤新たな観光旅行の分野の開拓<br>⑥観光地域における環境及び良好な景観の保全<br>⑦観光に関する統計の整備 |          |          |
|                                     | 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり(観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等)                                    |   |  | ①観光地域のブランド化<br>②外客受入環境の充実<br>③大都市における観光の推進<br>④複数地域間の広域連携<br>⑤新たな観光地域づくりのモデルとなる先進的取組<br>⑥観光産業の参画<br>⑦観光分野における人材の育成<br>⑧関係省庁をはじめとする関係者間の連携 |   |   |          |          |
|                                     | オールジャパンによる訪日プロモーションの実施   |   |  | ①プロモーションの高度化<br>②観光産業の参画<br>③関係省庁をはじめとする関係者間の連携   |   |   |          |          |
|                                     | 国際会議等のMICE分野の国際競争力強化   |   |  | ①MICEマーケティング戦略の高度化<br>②MICE産業の競争力強化<br>③MICEに関する受入環境の整備   |   |   |          |          |
|                                     | 休暇改革の推進  |   |  | ①休暇を取得しやすい職場環境の整備<br>②小・中学校の休業の多様化と柔軟化<br>③休暇取得の分散化   |   |   |          |          |
| 観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項 | ①多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化<br>②政府が一体となった施策の推進<br>③施策の推進状況の点検と計画の見直し<br>④地域単位の計画の策定 |   | ①多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化<br>②政府が一体となった施策の推進<br>③施策の推進状況の点検と計画の見直し<br>④地域単位の計画の策定 |   | ①多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化<br>②政府が一体となった施策の推進<br>③施策の推進状況の点検と計画の見直し<br>④地域単位の計画の策定<br>⑤おわりに |   |          |          |

# 「明日の日本を支える観光ビジョン」 - 世界が訪れたいくなる日本へ - 概要

平成28年3月30日策定

## これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

## 「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

| 視点 1<br>「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」   | 視点 2<br>「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」   | 視点 3<br>「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放</li> </ul> </li> <li>■ 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化</li> </ul> </li> <li>■ 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力を活かし、体験・活用型の空間へと集中改善</li> </ul> </li> <li>■ おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年を目標に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 古い規制を見直し、生産性を大切に観光産業へ                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、宿泊施設の整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援</li> </ul> </li> <li>■ あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施</li> <li>・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善</li> <li>・首都圏におけるビジネスエントの受入環境改善</li> </ul> </li> <li>■ 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成</li> <li>・観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変</li> <li>・モバイル通信・交通利用環境を実現</li> <li>・キャッシュレス観光を実現</li> </ul> </li> <li>■ 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化</li> <li>・新幹線開業やエクスプレス空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現</li> </ul> </li> <li>■ 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上</li> <li>・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化</li> </ul> </li> </ul> |

# 「明日の日本を支える観光ビジョン」 施策概要

| 1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に  | 2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に   | 3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・赤坂や京都の迎賓館に加え、我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設を一般向けに公開・開放</li> </ul> </li> <li>■ <b>文化財の観光資源としての開花</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化</li> </ul> </li> <li>■ <b>国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力を活かし、体験・活用型の空間へと集中改善</li> <li>・2020年までに、外国人利用者数を100万人に</li> </ul> </li> <li>■ <b>景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年を目標に、原則として全都道府県、全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定</li> <li>・歴まち法の重点区域などで無電柱化を推進</li> </ul> </li> <li>■ <b>滞在型農山漁村の確立・形成</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進し、2020年までに全国の農山漁村で50地域創出</li> </ul> </li> <li>■ <b>地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品の消費拡大</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、商店街等において、50箇所街並み整備、1500箇所外国人受入環境整備</li> <li>・2020年までに、外国人受入可能な伝統的工芸品産地を100箇所以上に</li> </ul> </li> <li>■ <b>広域観光周遊ルートの世界水準への改善</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・修景や体験プログラム開発等に国から専門チーム（プログラマー）を派遣</li> </ul> </li> <li>■ <b>東北の観光復興</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東北6県の外国人宿泊者数を2020年150万人泊（2015年の3倍）に</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>観光関係の規制・制度の総合的な見直し</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・通関室内士、ランドオペレーター、宿泊業等の抜本見直し</li> </ul> </li> <li>■ <b>民泊サービスへの対応</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現行制度の枠組みにとらわれない宿泊法制度の抜本見直し（本年6月中旬に検討会とりまとめ）</li> </ul> </li> <li>■ <b>産業界への観光経営人材の育成強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、トップレベルの経営人材の恒常的な育成拠点を大学院段階（MBAを含む）に形成</li> </ul> </li> <li>■ <b>宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅館等における「インバウンド」投資などを促進</li> </ul> </li> <li>■ <b>世界水準のDMOの形成・育成</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、世界水準DMOを全国で100形成</li> </ul> </li> <li>■ <b>「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光まちづくりに関する投資や人材支援を安定的・継続的に提供できる体制を整備</li> </ul> </li> <li>■ <b>次世代の観光立国実現のための財源の検討</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光施策に充てる国の追加的な財源確保策を検討</li> </ul> </li> <li>■ <b>訪日プロモーションの戦略的高度化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外著名人の日本文化体験映像を海外キー局で配信</li> </ul> </li> <li>■ <b>「インバウンド」観光促進のための多様な魅力の対外発信強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・在外公館や放送メディアなどを活用した情報発信</li> </ul> </li> <li>■ <b>MICE誘致の促進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・政府レベルでの誘致支援体制の構築</li> </ul> </li> <li>■ <b>ビザの戦略的緩和</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国、フィリピン、インド、ロシアの5ヶ国を対象</li> </ul> </li> <li>■ <b>訪日教育旅行の活性化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「2020年までに4万人から5割増」の早期実現</li> </ul> </li> <li>■ <b>観光教育の充実</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総合的な学習の時間等における教材の作成・普及</li> </ul> </li> <li>■ <b>若者の「アウトバウンド」活性化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若者割引等のサービス開発を通じた海外旅行の推進</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>最先端技術を活用した革新的な「出入国審査」の実現</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・世界最高水準の顔認証技術の導入などを促進</li> </ul> </li> <li>■ <b>民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設や観光バス乗降場等の整備促進</li> </ul> </li> <li>■ <b>キャッシュレス環境の飛躍的改善</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、主要な観光地等における「100%のキャッシュレス対応」を実現</li> </ul> </li> <li>■ <b>通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・無料Wi-Fi環境とSIMカードの相互補完の利用促進</li> </ul> </li> <li>■ <b>多言語対応による情報発信</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中小事業者のWEBサイトの約半分を多言語化</li> </ul> </li> <li>■ <b>急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに、外国人患者受入体制が整備された医療機関を全国100箇所整備（現在の約5倍）</li> </ul> </li> <li>■ <b>「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国語対応可能な警察職員配置等の体制整備</li> </ul> </li> <li>■ <b>「地方創生回廊」の完備</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能に</li> </ul> </li> <li>■ <b>地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・複数空港の一体運営（オペレーション）の推進</li> </ul> </li> <li>■ <b>外航・船受入の更なる拡充</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年に訪日外航旅客を500万人に</li> </ul> </li> <li>■ <b>公共交通利用環境の革新</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主要な公共交通機関の海外インターネット予約を可能に</li> </ul> </li> <li>■ <b>休暇改革</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年までに年次有給休暇の取得率を70%に</li> </ul> </li> <li>■ <b>インバウンドに向けた「インバウンド」の推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高い水準のインバウンド化と心のバリアフリーを推進</li> </ul> </li> </ul> |

（「明日の日本を支える観光ビジョン 概要（観光庁）」より引用）

## 新たな目標値について

### 安倍内閣3年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

- ・ **訪日外国人旅行者数**は、**2倍増の約2000万人**に  
(2012年) (2015年)  
836万人 ⇒ 1974万人
- ・ **訪日外国人旅行消費額**は、**3倍増の約3.5兆円**に  
1兆846億円 ⇒ 3兆4771億円

### 新たな目標への挑戦！

|                |  |   |
|----------------|--|---|
| 訪日外国人旅行者数      | 2020年： <b>4,000万人</b><br>(2015年の約2倍)   | 2030年： <b>6,000万人</b><br>(2015年の約3倍)      |
| 訪日外国人旅行消費額     | 2020年： <b>8兆円</b><br>(2015年の2倍超)       | 2030年： <b>15兆円</b><br>(2015年の4倍超)         |
| 地方部での外国人延べ宿泊者数 | 2020年： <b>7,000万人泊</b><br>(2015年の3倍弱)  | 2030年： <b>1億3,000万人泊</b><br>(2015年の5倍超)   |
| 外国人リピーター数      | 2020年： <b>2,400万人</b><br>(2015年の約2倍)   | 2030年： <b>3,600万人</b><br>(2015年の約3倍)      |
| 日本人国内旅行消費額     | 2020年： <b>21兆円</b><br>(最近5年間の平均から約5%増) | 2030年： <b>22兆円</b> 3<br>(最近5年間の平均から約10%増) |

(「明日の日本を支える観光ビジョン 概要(観光庁)」より引用)

また、「明日の日本を支える観光ビジョン」では、地方における観光客の増加は、地域経済に与える影響が大きいことから、観光は「地方創生」への切り札として位置付けられている。この活動の中心的存在として、日本版DMOの活動が期待されており、2015年より観光庁で候補法人の登録を開始し、2020年1月現在、全国で約270の日本版DMOが活動している。日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人として位置づけられている。

観光まちづくりを推進するため、政府はこれらDMOの活動支援をはじめ、関係省庁連携のもと、以下に示す多くの施策を実施している。

---

## 各省庁の主な施策（2019年度予算）（1/2）

### 継続的な「まちづくり活動」

|       |   |
|-------|---|
| 国土交通省 | 社会資本整備総合交付金<br>官民連携による地域活性化のための基盤整備推進支援事業<br>離島活性化交付金<br>地域公共交通確保維持改善事業<br>かわまちづくり支援制度<br>街なみ環境整備事業<br>不動産証券化手法を活用したモデル事業の形成支援等<br>訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業<br>地域交通のグリーン化に向けた次世代自動車普及促進事業 |
| 内閣府   | 地方創生推進交付金<br>中心市街地活性化制度   |
| 経済産業省 | 地域まちなか活性化・魅力創出支援事業  |
| 農林水産省 | 農山漁村振興交付金   |

### 「対外的なプロモーション」

|       |                        |
|-------|------------------------|
| 観光庁   | 訪日旅行促進事業<br>ビジットジャパン事業 |
| 国土交通省 | インフラツーリズム              |

### 「観光資源の発掘、磨き上げ」

|       |  |
|-------|--|
| 国土交通省 | 地方創生萬相談窓口<br>不動産証券化手法を活用したモデル事業の形成支援等  |
| 観光庁   | 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業<br>宿泊施設を核とした地域の活性化促進事業<br>テーマ別観光による地方誘客事業<br>観光地域づくり相談窓口  |
| 経済産業省 | 伝統的工芸品産業支援補助金<br>観光消費促進に向けたクールジャパン推進事業<br>国内・海外販路開拓強化支援事業  |
| 農林水産省 | 食によるインバウンド対応推進事業   |
| 文部科学省 | 文化芸術創造拠点形成事業<br>博物館ネットワークによる未来へのレガシー継承・発信事業<br>国際文化芸術発信拠点形成事業<br>文化財を活かした観光戦略推進プラン<br>伝統的建造物群基盤強化<br>国宝・重要文化財建造物保存修理強化対策事業 |
| 環境省   | エコツーリズムを通じた地域の魅力向上事業<br>自然環境整備交付金事業・環境保全施設整備交付金事業<br>生物多様性保全推進支援事業   |

---

## 各省庁の主な施策（2019年度予算）（2/2）

### 「人材、経営」

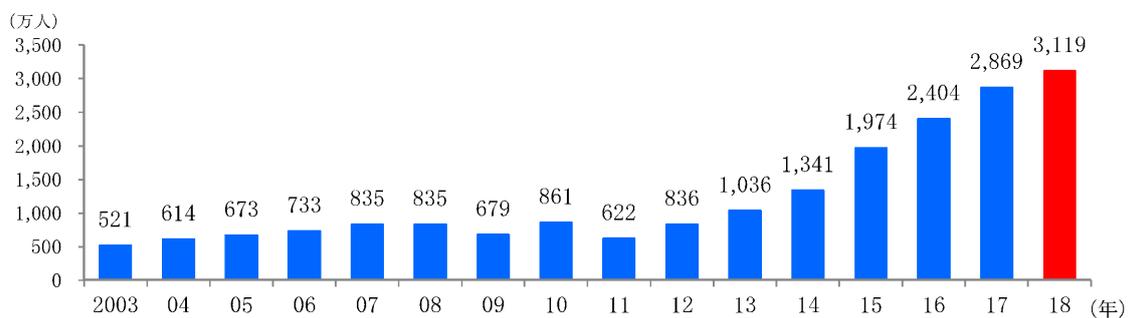
|     |  |
|-----|--|
| 観光庁 | 地域が稼ぐためのクラウドを活用した知的観光基盤整備事業<br>地域通訳案内士制度<br>観光産業における人材育成事業<br>テーマナビゲーター育成事業  |
| 総務省 | JETプログラム（語学指導等を行う外国青年招致事業）<br>外部専門家（地域力創造アドバイザー）招へい事業<br>地域おこし企業人交流プログラム<br>地域おこし協力隊<br>地域IoT実装総合支援<br>地域オープンデータ推進事業 |
| 内閣府 | プロフェッショナル人材事業<br>地方創生カレッジ事業<br>構造改革特区域制度   |

## 2.2. 観光まちづくりの現況

### 2.2.1 観光の現状

#### (1) 訪日外国人旅行者の状況

2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,119万人（対前年比8.7%増）となり、初めて3,000万人を突破し、6年連続で過去最高を更新している。一方、訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012年（平成24年）以降急速に拡大し、2018年（平成30年）は4兆5,189億円となったものの、訪日外国人旅行者1人当たりの旅行支出でみると、2018年（平成30年）は153,029円で、2015年以降減少傾向が続く。



#### 2-2 訪日外国人旅行者数の推移

（「令和元年版観光白書（観光庁）」より引用）

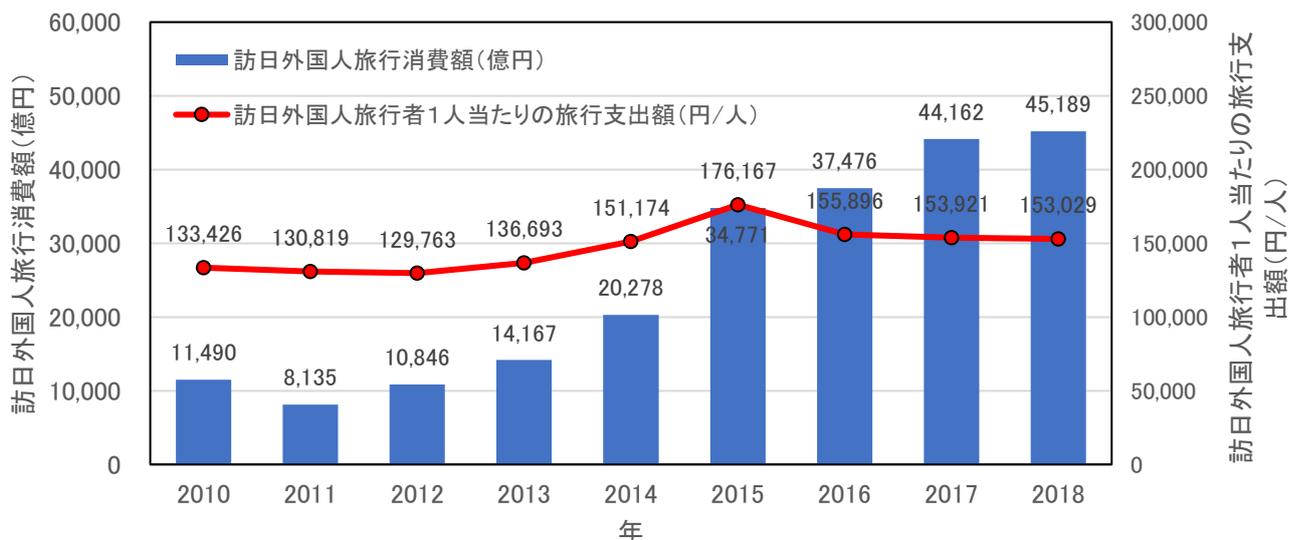


図 2-3 訪日外国人旅行者の旅行消費額

(「訪日外国人消費動向調査(観光庁)」より作成)

2018年訪日外国人旅行者数を国別で見ると、トップ20は図2-4に示す通り、1位は中国、2位は韓国、3位は台湾、4位は香港となり、東アジア諸国が全体の約86%を占める。経年的にみると、2011年以降、アジア諸国からの訪日客が急増している。欧米豪からの訪日客は、2011年以降増加傾向にあるものの、全体の14%程度を占めるのみである。

表 2-2 2018年訪日外国人旅行者数国別トップ20

| 国         | 累計         | 割合   |
|-----------|------------|------|
| 総数        | 31,191,856 | 100% |
| 1 中国      | 8,380,034  | 27%  |
| 2 韓国      | 7,538,952  | 24%  |
| 3 台湾      | 4,757,258  | 15%  |
| 4 香港      | 2,207,804  | 7%   |
| 5 米国      | 1,526,407  | 5%   |
| 6 タイ      | 1,132,160  | 4%   |
| 7 豪州      | 552,440    | 2%   |
| 8 フィリピン   | 503,976    | 2%   |
| 9 マレーシア   | 468,360    | 2%   |
| 10 シンガポール | 437,280    | 1%   |
| 11 インドネシア | 396,852    | 1%   |
| 12 ベトナム   | 389,005    | 1%   |
| 13 英国     | 333,979    | 1%   |
| 14 カナダ    | 330,600    | 1%   |
| 15 フランス   | 304,896    | 1%   |
| 16 ドイツ    | 215,336    | 1%   |
| 17 その他アジア | 196,912    | 1%   |
| 18 インド    | 154,029    | 0%   |
| 19 イタリア   | 150,060    | 0%   |
| 20 スペイン   | 118,901    | 0%   |
| 21 その他    | 1,096,615  | 4%   |

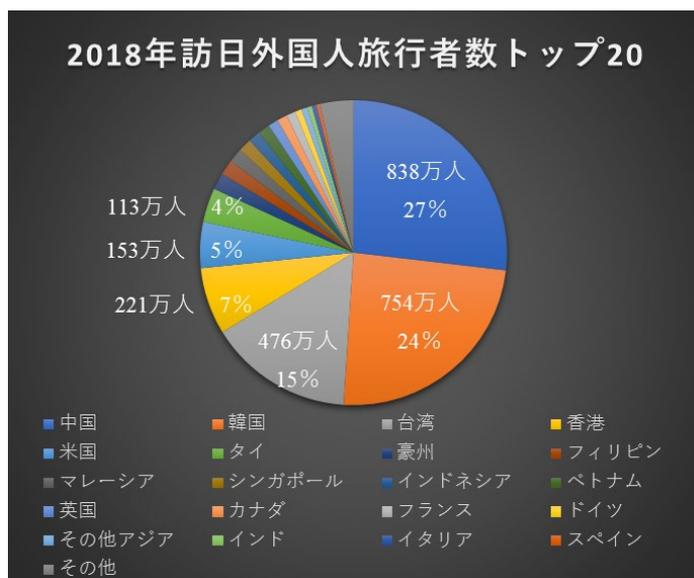
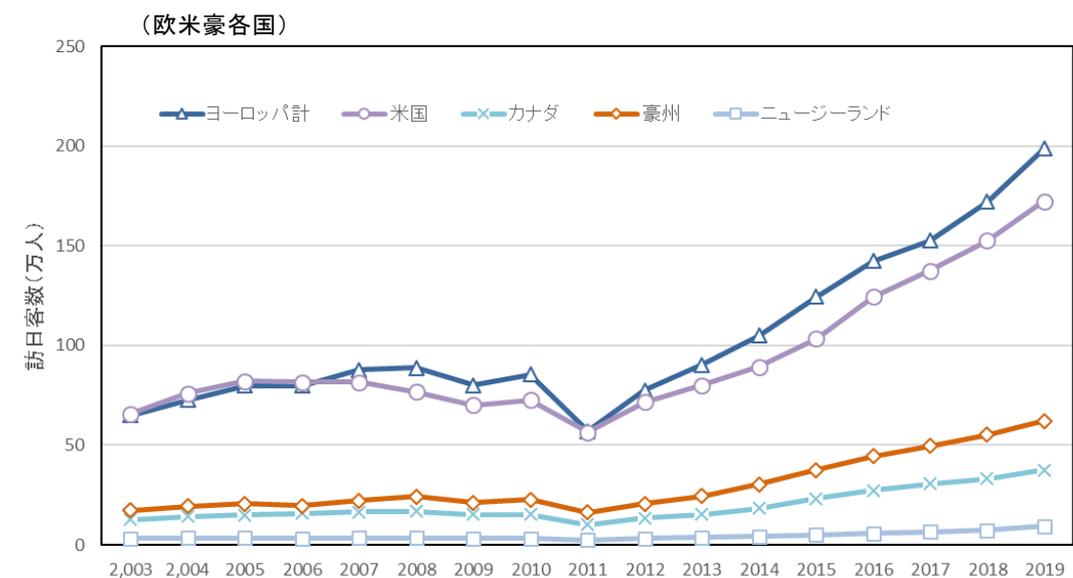
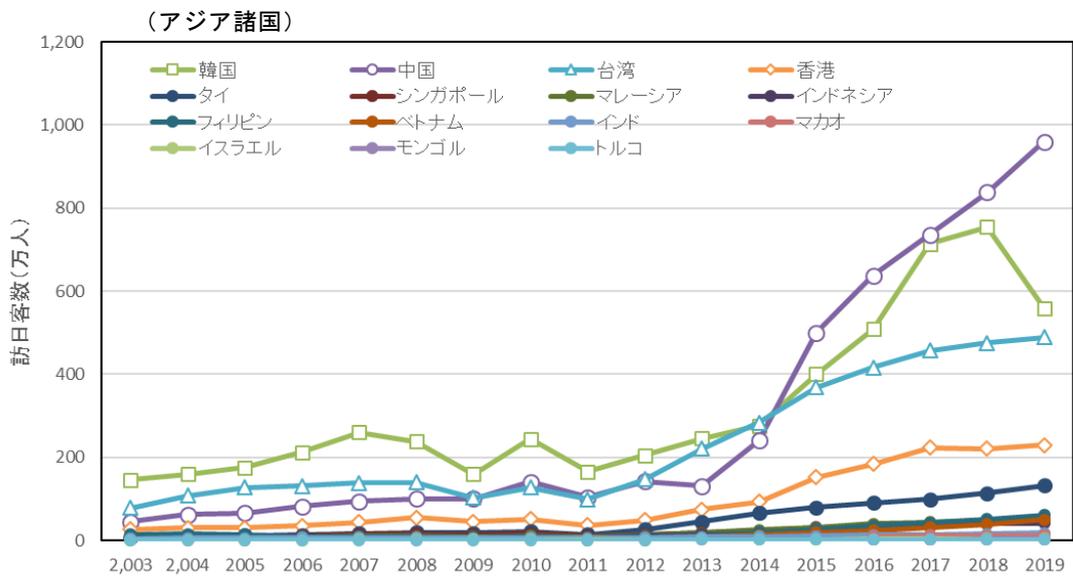
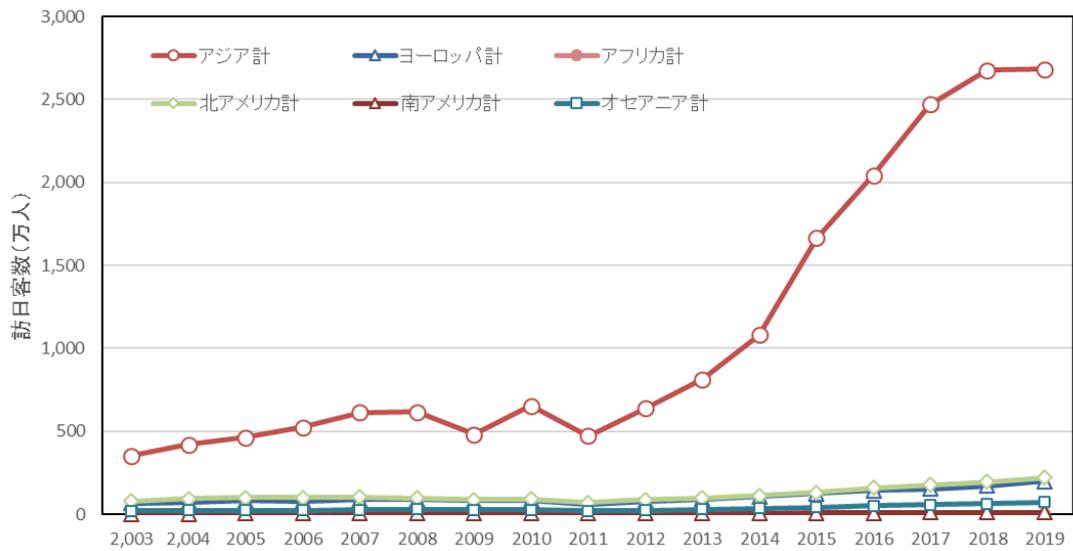


図 2-4 2018年訪日外国人旅行者数トップ20

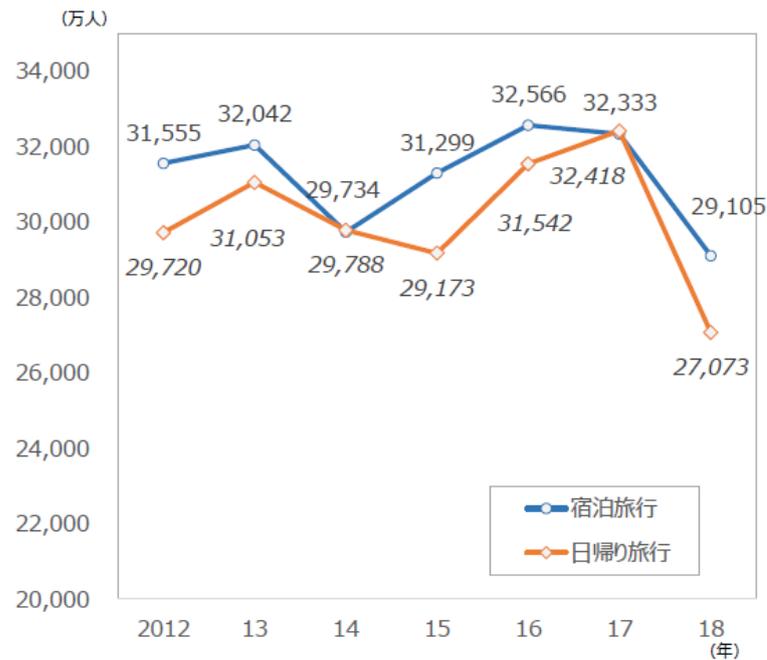


2-5 地域別の訪日観光客数の推移

(「訪日外客統計(観光庁)」を基に作成)

## (2) 国内旅行の状況

2018年（平成30年）に日本人で国内宿泊旅行に行った人数は延べ2億9,105万人、国内日帰り旅行は延べ2億7,073万人であり、豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに前年より減少した。また、日本人国内旅行消費額は、1人1回当たりの単価は、宿泊旅行及び日帰り旅行とも増加傾向にあるが、2018年は国内旅行者数の減少に伴い、若干の減少となった。



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

### 2-6 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

（「令和元年版観光白書（観光庁）」より引用）

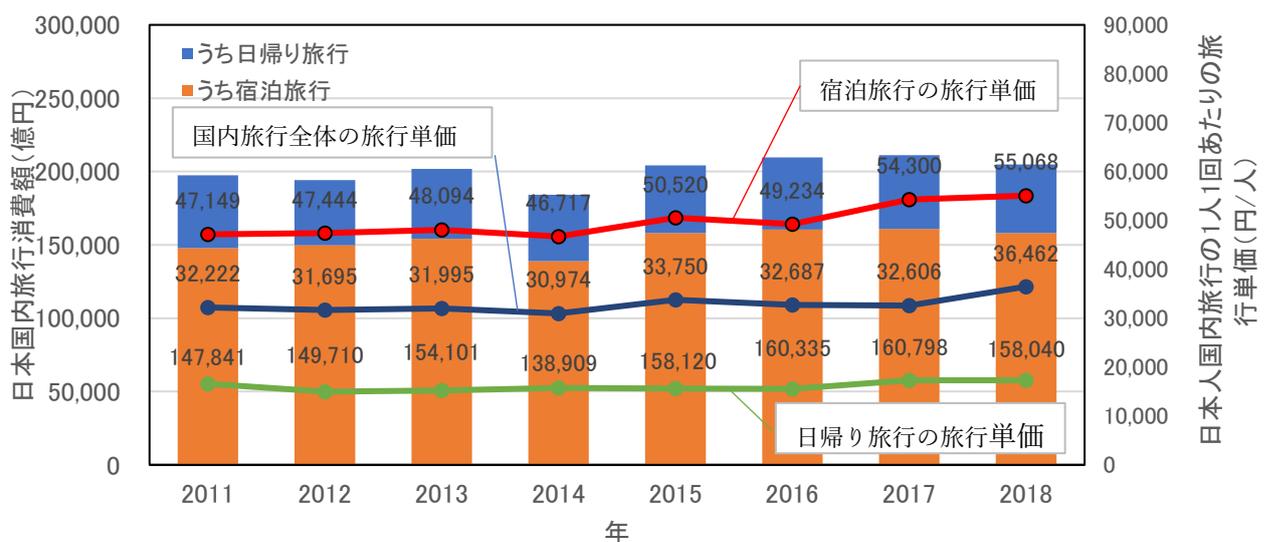


図 2-7 日本人国内旅行消費額の推移

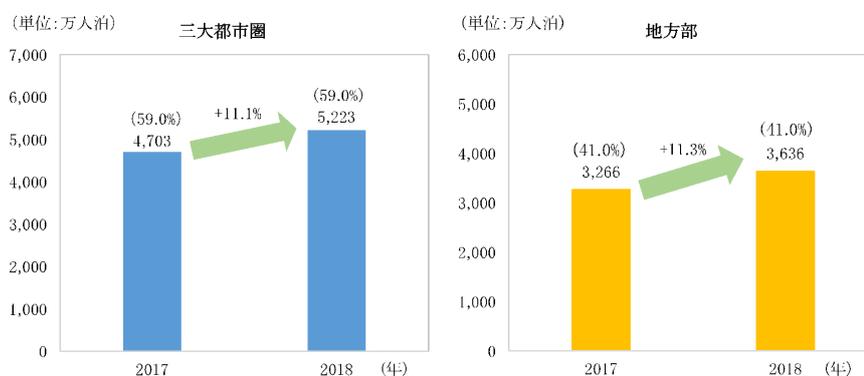
（「旅行・観光消費動向調査（観光庁）」を基に作成）

### (3) 地域における観光の状況

#### 1) 地方ブロック別の状況

2018年（平成30年）の全国の延べ宿泊者数は、5億902万人泊（前年比0.1%減）であり、地方ブロック別では、関東地方が1億4,245万人泊（全体の28.0%）、近畿地方が7,805万人泊（全体の15.3%）、中部地方が5,771万人泊（全体の11.0%）となり、当該3地方で全国の延べ宿泊者数の5割以上を占める。

このうち外国人延べ宿泊者数は、8,859万人泊（前年比11.2%増）であり、地方ブロック別では、関東地方が3,152万人泊（全体の35.7%）で最も多く、次いで近畿地方が2,214万人泊（全体の24.8%）であり、当該2地方で、全国の外国人延べ宿泊者数の60.6%を占める。また、10地方のうち8地方において、2011年（平成23年）以降増加を続けており、2018年（平成30年）の外国人延べ宿泊者数全体における地方部のシェアは、前年に引き続き4割を上回った。



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

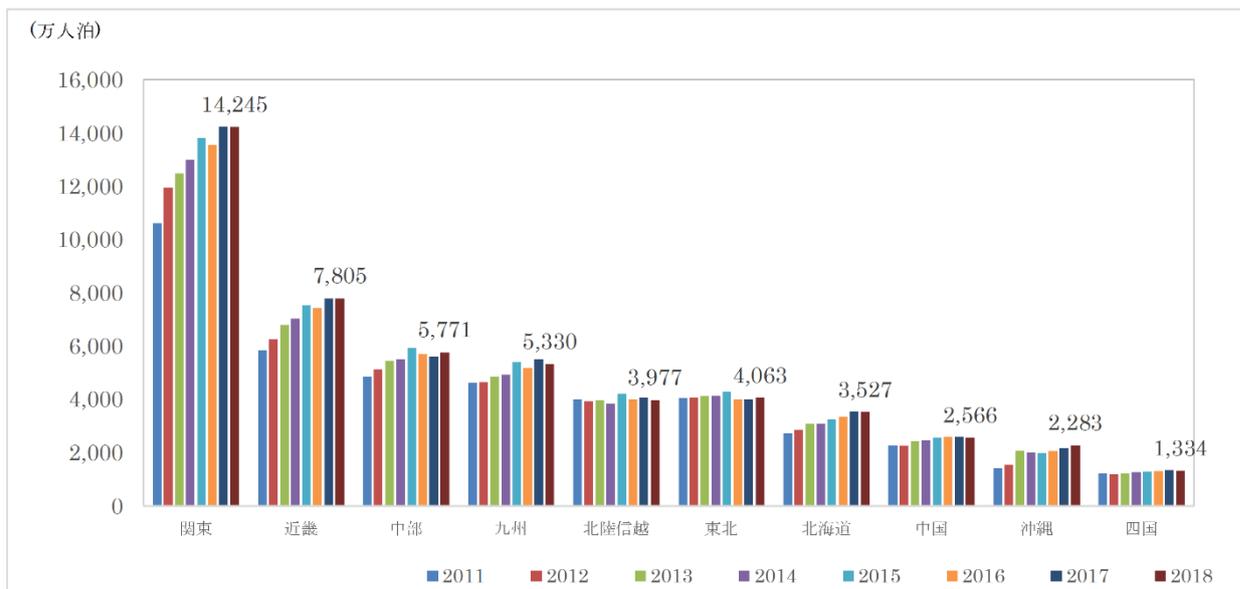
注1：2018年（平成30年）は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

注3：（ ）内は構成比を表している。

#### 2-8 三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移

（「令和元年版観光白書（観光庁）」より引用）

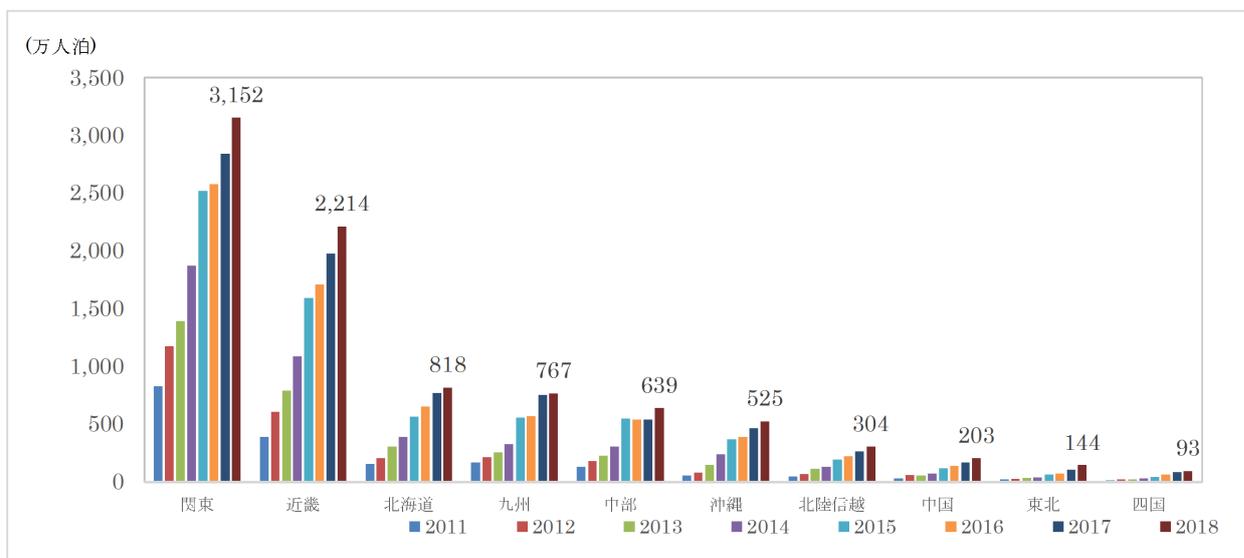


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2018年（平成30年）の数値は速報値。

図 2-9 地方ブロック別延べ宿泊者数

（「令和元年版観光白書（観光庁）」より引用）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2018年（平成30年）の数値は速報値。

2-10 地方ブロック別外国人延べ宿泊者数

（「令和元年版観光白書（観光庁）」より引用）

## 2) インバウンドの都道府県別来訪率

図 2-11 に 2017 年のインバウンドの都道府県別来訪率を示す。以下に示すものは日本を出国する訪日外国人を対象に行った聞き取り調査であり、出典は日本人の観光統計データ（日本政府観光局）を引用している。

直近の 2017 年では東京都が約半数のシェアで、続いて大阪府、千葉県、京都府の来訪率が高いことが分かる。

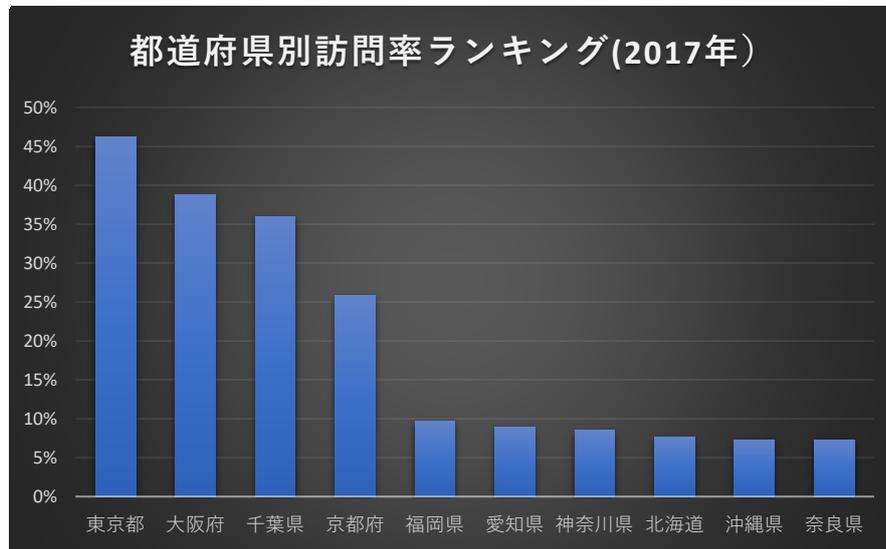


図 2-11 年度ごとの都道府県別来訪率（2017 年の訪問率ランキング上位 10）

（出典）日本の観光統計データ（日本政府観光局）

また、2011 年からの経年変化では、上位 7 都道府県は変わらないが、東京都は 2015 年以降でシェアが低下している一方で、千葉県は 2015 年より急激に増加している。大阪府、京都府は継続的に割合が増加している。

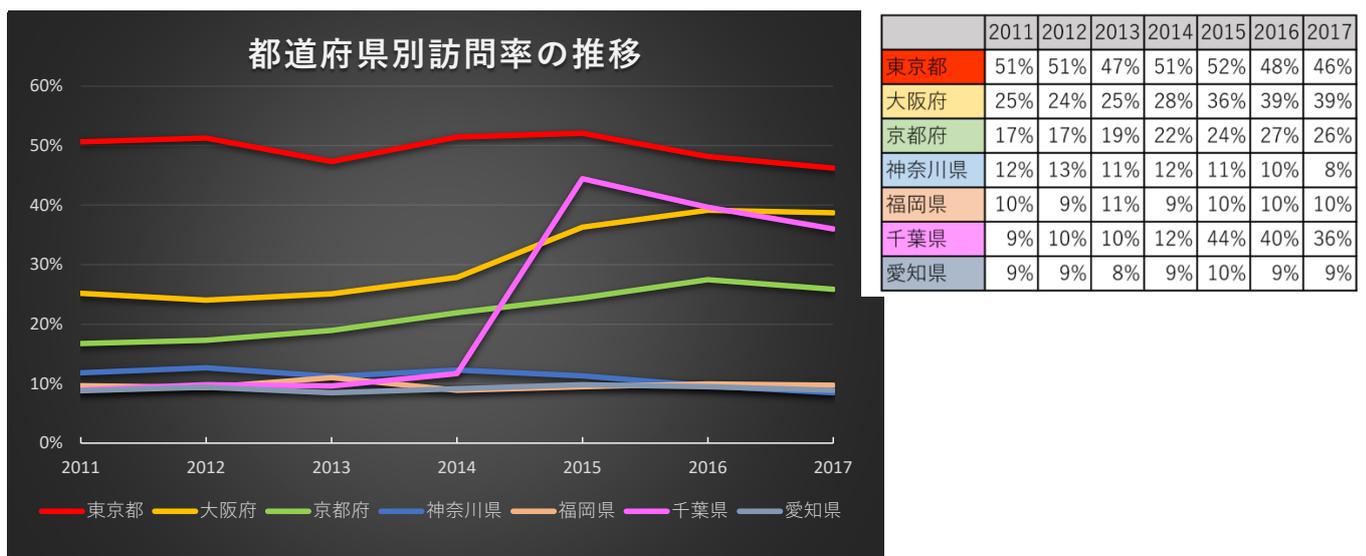


図 2-12 来訪率経年変化（上位 7 件）

（出典）日本の観光統計データ（日本政府観光局）

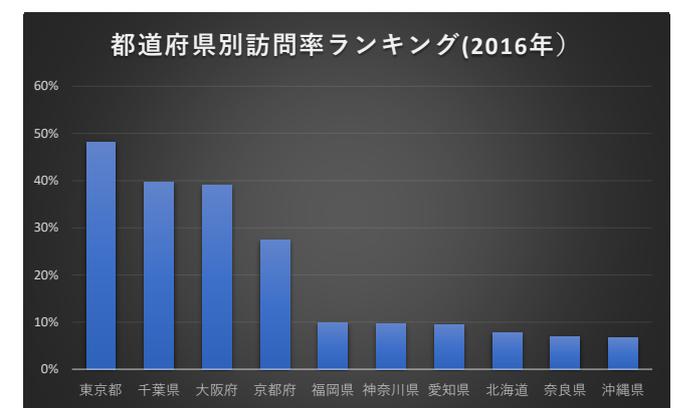
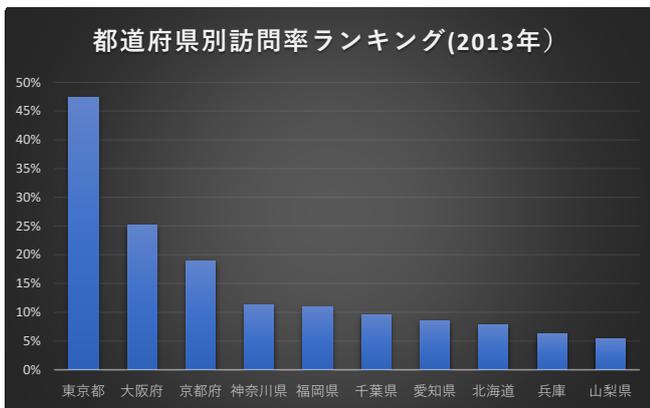
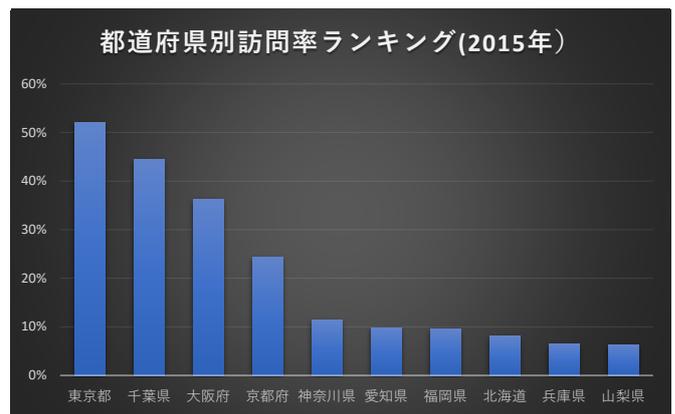
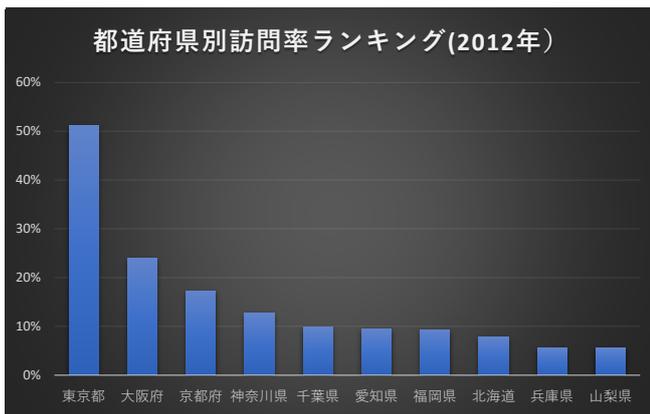
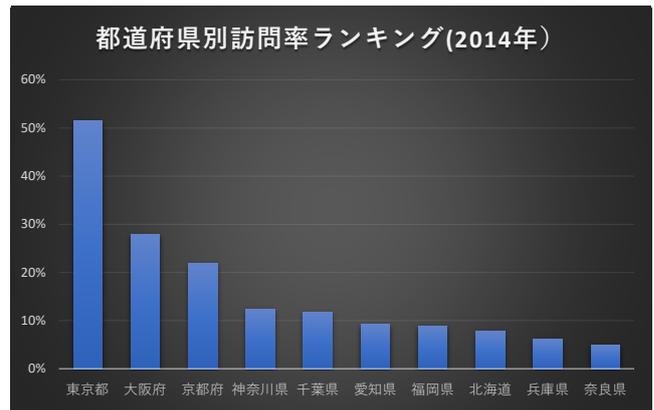
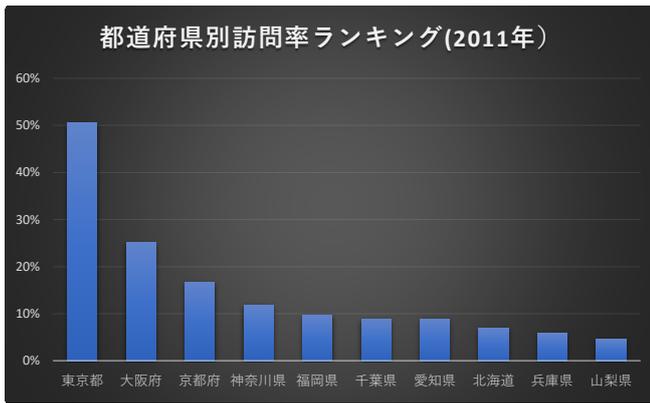


図 2-13 年度ごとの都道府県別来訪率 (2011年～2016年の訪問率ランキング上位10)

(出典)日本の観光統計データ(日本政府観光局)

東京都のシェア低下は、訪日リピーターの増加により訪問地が多様化していることや、LCC やクルーズ船による地方へのアクセス利便性向上により、訪日客が地方を訪れやすくなったことが考えられる。ここ数年の傾向だけで見れば低下だが、インバウンド総数の増加や周辺他県への関心の高まり（主にリピーターが地方に行く傾向）から、決して悪い傾向ではないと考える。

また、2015年の千葉県の増加は東京オリンピックの機運の高まりによる成田国際空港からの流入や東京ディズニーリゾートの増加や東京湾アクアライン料金値下げが影響していると考えられる。

京都や大阪の微増はインバウンドの総数の増加に伴ったものと考えられる。

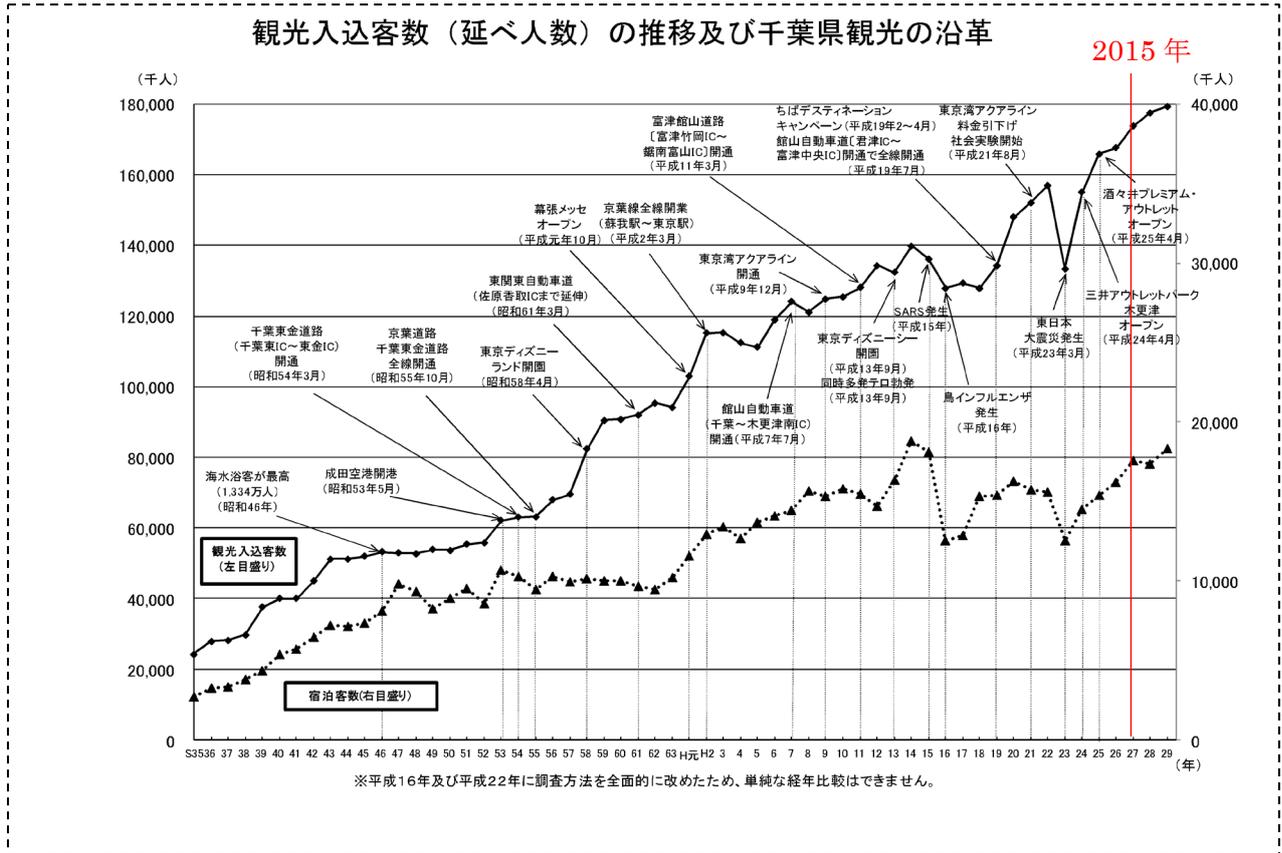


図 2-14 千葉県の観光入込客数の推移

(出典)千葉県「平成 29 年 千葉県観光入込調査」

#### (4) 観光消費額

##### 1) 全体（全国籍）

訪日外国人全体消費額は図 2-15 に示す通り、2011 年より右肩上がりを記録しているものの、政府の目標とする 8 兆円（2020 年）に対して 2018 年時点で 4.5 兆円と、目標の 2 分の 1 程度に留まる結果となっている。

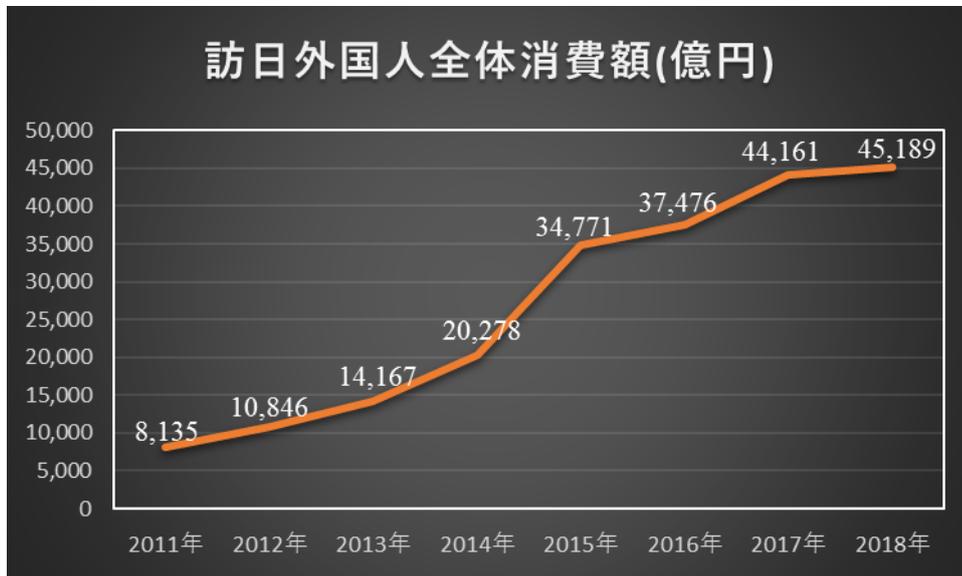


図 2-15 訪日外国人全体消費額の推移

(出典) 日本の観光統計データ(日本政府観光局)

訪日外国人全体消費額を国別に見てみると、図 2-16 に示す通り中国が全体の 3 分の 1 を占め、次いで韓国、台湾、香港、米国の順となり、訪日外国人旅行者数の上位の国（中国、韓国、台湾、香港、米国）に比例する順位となった。また、全体消費額のうち約 7 割が東アジア諸国であることが分かる。

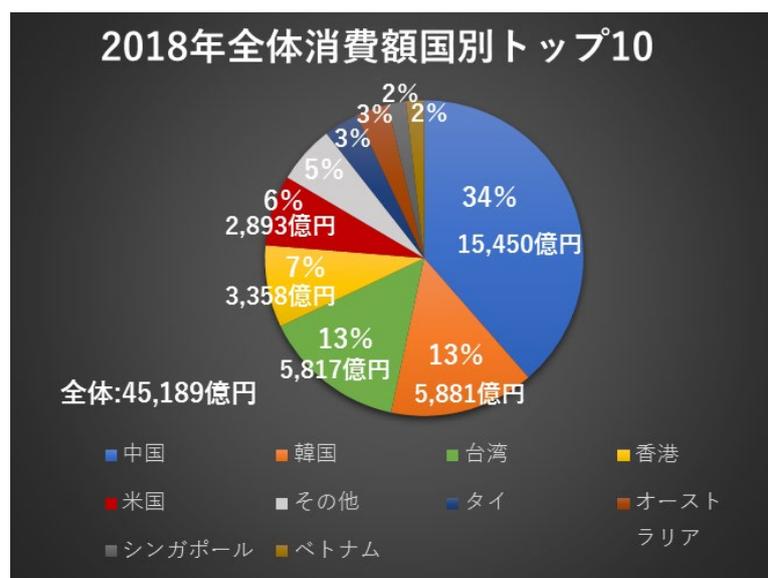


図 2-16 全体消費額国別トップ 10 (2018 年)

(出典) 日本の観光統計データ(日本政府観光局)

## 2) 訪日外国人1人当たり消費額

訪日外国人1人当たり消費額の推移は以下図 2-17 に示す通り、2015 年をピークにやや減少か横ばい傾向にある。2015 年が高い理由としては中国人観光客による爆買い（一度に大量に買う行為）が一時的に流行したためと考えられる。

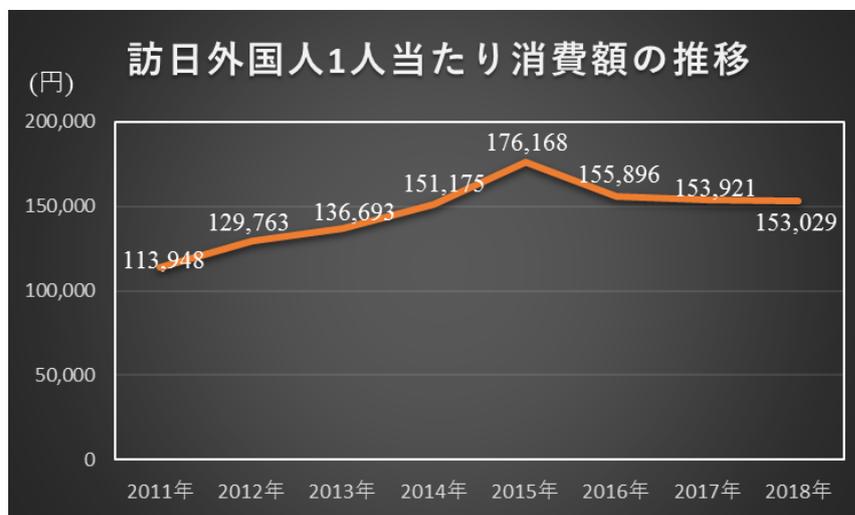


図 2-17 訪日外国人1人当たり消費額の推移（全体）

（出典）日本の観光統計データ（日本政府観光局）

国別に1人当たり消費額の推移を見てみると、増加傾向の国（グループA）と減少・横ばい傾向の国（グループB）と大別出来る。

表 2-3 グループAの消費額の推移

|       | 米国      | カナダ     | オーストラリア | 英国      | フランス    | ドイツ     |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 2011年 | 143,718 | 140,119 | 198,429 | 158,340 | 160,696 | 139,168 |
| 2012年 | 136,470 | 159,597 | 196,978 | 162,572 | 165,157 | 150,623 |
| 2013年 | 170,368 | 188,719 | 213,055 | 171,545 | 203,913 | 156,285 |
| 2014年 | 165,381 | 170,599 | 227,823 | 187,239 | 194,685 | 148,774 |
| 2015年 | 175,554 | 170,696 | 231,349 | 210,681 | 209,333 | 171,031 |
| 2016年 | 171,418 | 154,977 | 246,866 | 171,795 | 189,006 | 171,009 |
| 2017年 | 182,071 | 179,525 | 225,845 | 215,392 | 212,442 | 182,207 |
| 2018年 | 191,539 | 183,218 | 242,041 | 220,929 | 215,786 | 191,736 |

表 2-4 グループBの消費額の推移

|       | 中国      | 韓国     | 台湾      | 香港      | タイ      | マレーシア   | シンガポール  | インド     | ロシア     |
|-------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 2011年 | 188,295 | 75,626 | 106,503 | 117,978 | 144,030 | 148,006 | 145,196 | 145,950 | 212,641 |
| 2012年 | 187,970 | 71,707 | 112,379 | 135,951 | 127,174 | 130,847 | 129,821 | 159,059 | 185,079 |
| 2013年 | 209,898 | 80,529 | 111,956 | 141,351 | 126,904 | 144,784 | 164,247 | 144,644 | 210,305 |
| 2014年 | 231,753 | 75,852 | 125,248 | 147,958 | 146,029 | 145,466 | 155,792 | 167,530 | 201,588 |
| 2015年 | 283,842 | 75,169 | 141,620 | 172,356 | 150,679 | 150,423 | 187,383 | 148,340 | 182,484 |
| 2016年 | 231,504 | 70,281 | 125,854 | 160,230 | 127,583 | 132,353 | 163,210 | 144,275 | 190,874 |
| 2017年 | 230,382 | 71,795 | 125,847 | 153,055 | 126,569 | 135,750 | 164,281 | 157,443 | 199,236 |
| 2018年 | 224,870 | 78,084 | 127,579 | 154,581 | 124,421 | 141,419 | 172,821 | 161,423 | 188,256 |

（出典）日本の観光統計データ（日本政府観光局）

■グループ A

グループ Aでは、オーストラリアを筆頭に米国、カナダ、英国、フランス、ドイツと欧米諸国が多いことが分かる。消費額が高い理由は、欧米諸国の旅行者は東アジア諸国の旅行者と違って日本の文化や風景を楽しみに来ていると考えられる。そのため、コト消費（例：温泉、スキーなど）などの増加より消費額が増加傾向であると言える。

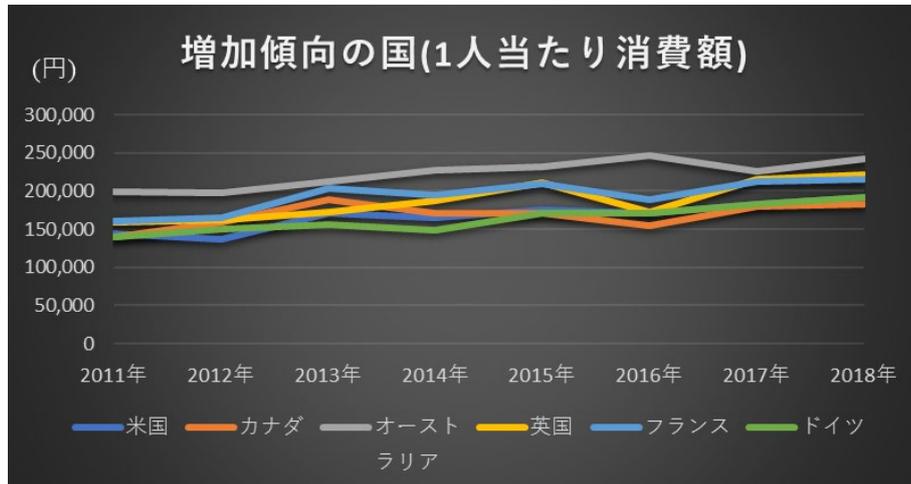


図 2-18 1人当たり消費額推移が増加傾向の国

■グループ B

グループ Bでは中国を筆頭に、台湾、香港、タイ、マレーシア、インド、ロシアなど日本近隣の東アジア諸国で減少・横ばい傾向の国が伺える。消費額が減少・横ばい傾向である理由は、東アジア諸国の旅行者は日本へ気軽に来訪出来る距離であることから、買い物を目的としている場合が多いが、2015年の爆買い以降は消費欲が落ち着いてきたためと言える。また、韓国は1人当たりの消費額が他国と比べ低いのが分かる

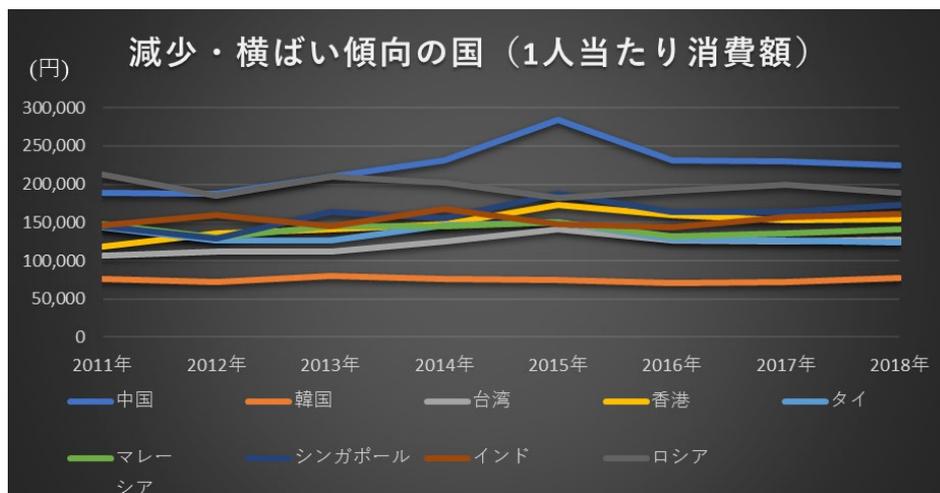


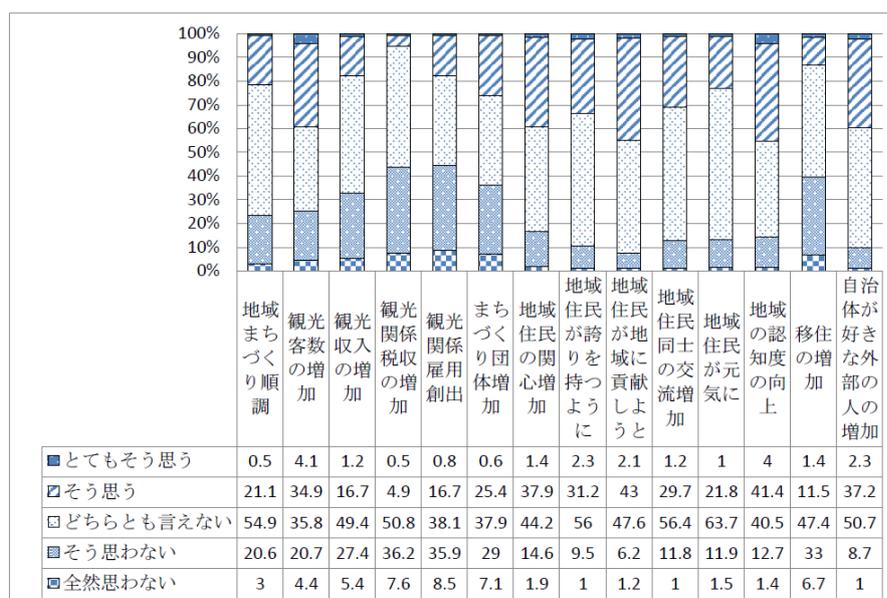
図 2-19 1人当たり消費額推移が減少・横ばい傾向の国

## 2.2.2 観光まちづくりの現状

日本における訪日外国人観光客、観光消費額の増加に伴い、近年、地方においても訪日外国人観光客の増加がみられ、観光関連産業の雇用増大や投資の増大がみられるようになった。これにより、一部の地域では観光産業の基盤再構築や観光を活用した地域づくりに関連した事業の進展や拡がり確認できる一方、観光地経営に係るノウハウや人材の不足などの課題を抱えている地域も少なくなく、地域交通問題への対応や地域の企業・住民の巻き込み等のまちづくり（安全、環境、福祉等のトータルの社会的効果）の視点からの取り組みがまだ弱い地域も見られる。

これらの地域では、増加するインバウンドをうまく取り込めず、観光まちづくりが停滞したり、一部の観光地においては、増加するインバウンドに対して、地域住民と訪問する旅行者の間で、混雑やマナー違反などの課題が提起され、いわゆるオーバーツーリズムに関連する課題が生じたりするようになってきた。

地方の観光まちづくりの状況について、既往文献（「観光まちづくりの現状と阻害要因-行政担当者を対象としたアンケート調査結果の報告」（韓 準祐））において、観光まちづくりに取り組む全国の都道府県、市町村を対象としたアンケート調査が実施されており、その取り組み内容、自己評価、阻害要因等について整理がなされている。このうち、観光まちづくりの自己評価について、観光まちづくりが順調と思うと回答した自治体 21.6%に対し、そう思わない自治体が 23.6%と上回っており、また、どちらとも言えないと回答した自治体が約 55%を占めている。また、観光客数が増加していると認識している自治体が 39%存在し、そう思わない自治体（25.1%）を上回っているのに対して、観光収入の増加、観光関係税収の増加、観光関係雇用創出、移住の増加においては、増加していないと思う自治体のほうが、増加していると認識する自治体よりも多くなっている。これらの結果から、多くの自治体において、観光まちづくりの取り組みにより、地域への観光客が増加しているものの、まちづくりに関しては十分な効果が発揮されていない状況にあると認識していることがうかがわれる。



2-20 観光まちづくりに関する自己評価（有効パーセント）

（「観光まちづくりの現状と阻害要因-行政担当者を対象としたアンケート調査結果の報告」（韓準祐）より引用）

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

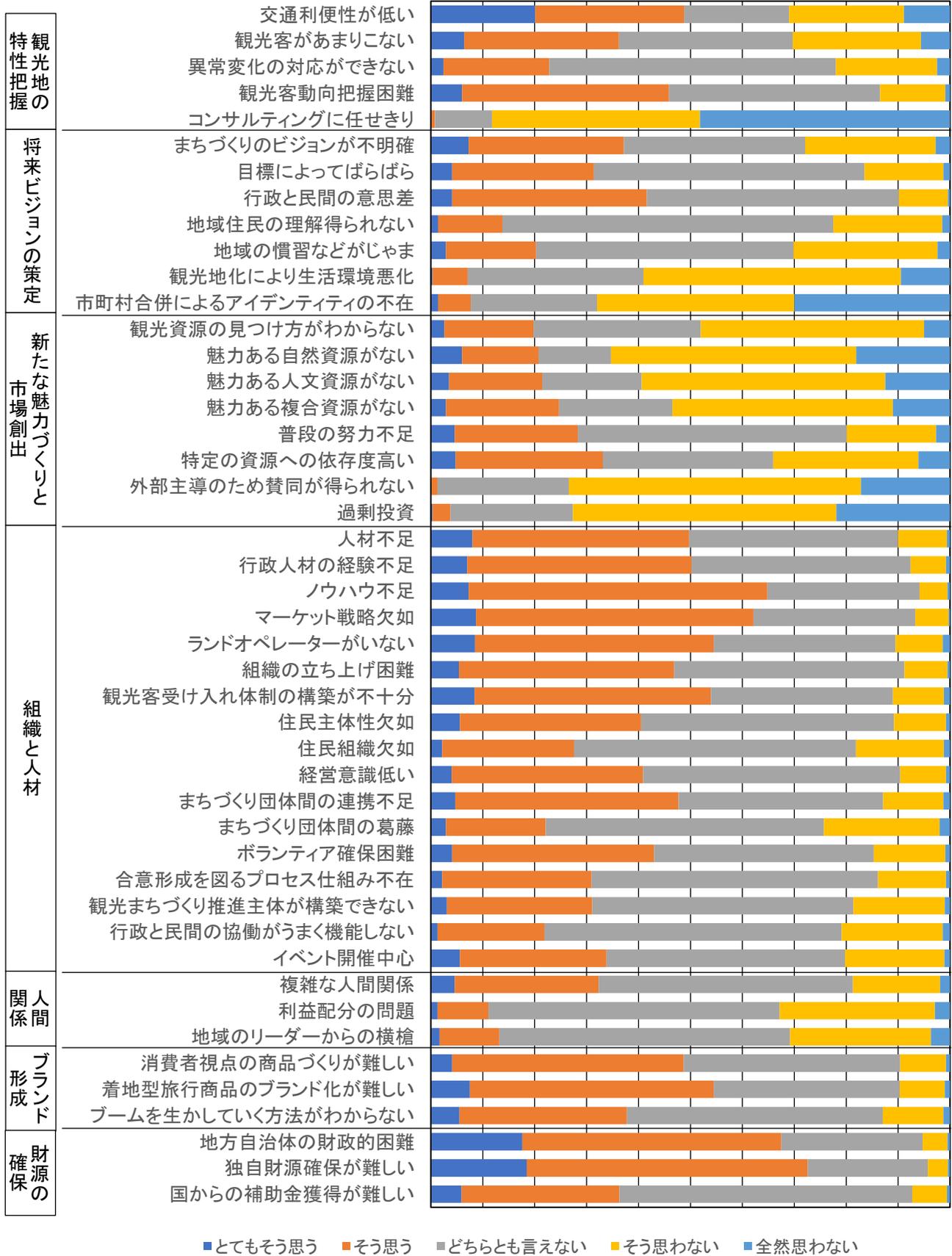


図 2-21 観光まちづくりにおける阻害要因

(「観光まちづくりの現状と阻害要因-行政担当者を対象としたアンケート調査結果の報告」(韓準祐)を基に作成)

---

## 2.3. 観光まちづくりにおける課題

我が国における訪日外国人旅行者は、2011年以降急激に増加しているものの、その訪問先としては、東京、大阪、京都を中心とした三大都市圏に全体の59%の観光客が集中しており、訪問先の偏りが生じている。この結果、京都や鎌倉等の人気スポットに観光客が押し寄せ、観光地の異常な混雑や交通渋滞、ごみ等のマナー、住民とのトラブル等いわゆる「観光公害」をおこしている事例もみられる。一方、地方では知名度の低さや観光資源の不足、交通の不便さ、受入環境が不十分等により、訪日外国人旅行者をうまく誘客できていない状況がある。

また、各自治体の観光まちづくりの取り組みについては、前項で整理した通り、多くの自治体は何らかの課題を抱えているものと考えられる。

観光まちづくりの阻害要因について、前出既往文献では、①観光地の特性把握、②将来ビジョンの策定と関連組織の巻き込み、③新たな魅力づくりと市場創出、④組織と人材、⑤人間関係、⑥ブランド形成、⑦財源の確保の7つのカテゴリーに分類し、阻害要因として想定される項目について“とてもそう思う”から“全然思わない”まで5段階で評価している。アンケート結果を図2-21に整理するが、これより、④組織と人材、⑥ブランド形成、⑦財源の確保のカテゴリー項目を阻害要因として考えている自治体の割合が高く、このうち④組織と人材では、ノウハウ不足、人材不足等と合わせて、まちづくり団体との連携不足、観光客受け入れ態勢の構築が不十分等でそう思う割合が高く、ハード整備やまちづくり活動との連携不足が阻害原因の1つと認識されているものと考えられる。

その他の阻害要因としては、①観光地の特性把握の“交通利便性が低い”、“観光客動向把握困難”、②将来ビジョンの策定と関連組織の巻き込みの“行政と民間の意識差”の項目が、阻害要因として「とてもそう思う」「そう思う」の割合が4割を超えており、そう思わない自治体の割合を超えている。

今後、観光まちづくりをさらに発展させるためには、こういった阻害要因を解消し、増加するインバウンドを地域に取り込み、交流人口の増加を促し、まちづくり、地域づくりを活性化させることが重要である。これに対し、本研究では、我々建設コンサルタントが積極的に対処すべき主要な課題として、以下の2点に着目し、観光まちづくりを進展させるための方策について検討を行った。

- ① 持続可能な観光まちづくりへのインフラ整備支援
- ② 持続可能な観光まちづくりへの事業参画・支援

## 目 次

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| 3. 持続可能な観光まちづくりへのインフラ整備支援     | 3-1  |
| 3.1. クルーズ船受入環境整備に着目したインバウンド対応 | 3-2  |
| 3.1.1 研究の背景と目的                | 3-2  |
| 3.1.2 クルーズ船受入環境整備がもたらす効果と条件   | 3-3  |
| 3.1.3 代表的な港湾における受入環境整備状況      | 3-14 |
| 3.1.4 クルーズ船受入環境整備の課題と今後の対応    | 3-29 |
| 3.2. 地域交通環境整備に着目したインバウンド対応    | 3-32 |
| 3.2.1 研究の背景と目的                | 3-32 |
| 3.2.2 地域交通が抱える問題・課題           | 3-33 |
| 3.2.3 地域交通に寄与する最新技術           | 3-40 |
| 3.2.4 地域交通としての対応事例            | 3-40 |
| 3.2.5 地域交通の役割と今後の対応           | 3-46 |



### 3. 持続可能な観光まちづくりへのインフラ整備支援

#### ○なぜクルーズに着目したか？

国際線におけるLCC旅客数の推移をみると、2007年から旅客数は増加が続き、国際線全体に占めるシェアも年々拡大しているが（図3-1）、こちらに比べ、近年、クルーズ船による外国人入国者数も右肩上がりに著しく伸びていて注目されている（図3-2）。

クルーズ船の寄港により、地域に大きな経済効果を及ぼすほか、地方に足を延ばす動きも広まり、地方創生に大きく貢献できる点は意義深いである。クルーズ船の振興は、観光と地方創生の相乗的な発展をもたらす効果的な施策といえる。

そこで、本研究では、クルーズ船受入環境整備に着目して、ハード・ソフト両面における課題と今後の対応について取りまとめる。

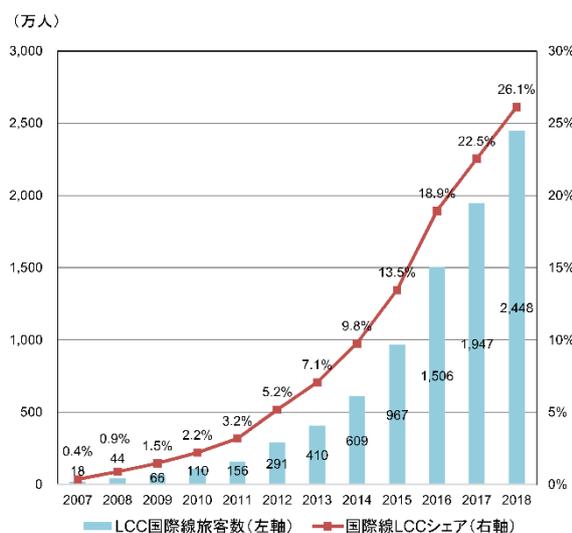


図3-1 国際線LCCの旅客数推移

(出典：国土交通省航空局各年の統計)

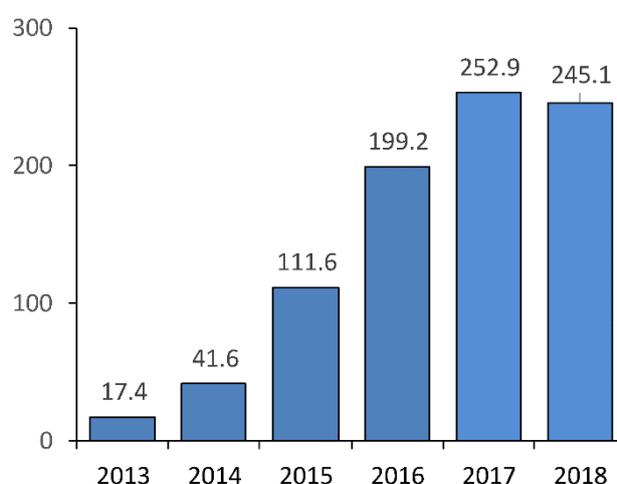


図3-2 クルーズ船の訪日客数推移

(出典：法務省出入国在留管理庁の集計)

#### ○なぜ地域交通に着目したか？

地域公共交通（以下、地域交通と言う）は地域の経済社会活動にとって重要な社会基盤である。しかし、地域交通の利用者は長期的に減少傾向となっており、その持続的な運営は危機的状況となっている。さらに、自家用乗用車の普及等により、日常生活における自家用自動車への依存が高まっており、長期的に公共交通の利用者は減少傾向となっている。

地域の公共交通は、地域の経済社会活動の基盤であり、その地域における公共財的役割は非常に大きなものがあり、その活性化・再生による地域住民、来訪者の移動手段の確保は地域における重要課題の一つとなっている。さらに、少子高齢化・人口減少の到来、地域の自立・活性化、地球温暖化をはじめとする環境問題等、昨今の我が国の大きな構造変化と重要な諸問題への的確な対応のためにも、地域の公共交通サービスの活性化・再生は喫緊の課題となっている。

そこで、本研究では、持続可能な観光まちづくりへのインフラ整備支援として地域に重要な役割を果たす地域交通に着目して研究を進める。

### 3.1. クルーズ船受入環境整備に着目したインバウンド対応

#### 3.1.1 研究の背景と目的

##### (1) 研究の背景

近年、世界のクルーズ人口は、アジアの経済成長等を背景として大きく増加している（図 3-3）。

政府では、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議（2016年3月）において、「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、その中で「クルーズ船受入の更なる拡充」を図ることとし、「訪日クルーズ旅客を2020年に500万人」という目標が立てられた。また、訪日外国人旅行消費額の目標を2020年に8兆円、2030年に15兆円とする等、「観光立国」から「観光先進国」に向け、政府を挙げ強力に推進しているところである。

日本を取り巻く社会経済環境は、人口減少・高齢化社会の到来、GDPの約2倍の長期債務を抱えている政府財政等、大変厳しい状況にある。こうした社会経済環境を背景に、インバウンドによる海外需要の取込みは必要不可欠であり、多くのクルーズ船観光客が寄港地を訪れ、「みなと」の賑わい創出や観光消費等、多くの面で経済効果、地域活性化効果が期待できること等から、日本は、21世紀の国づくりの柱として、優れた観光資源の有効活用による観光立国の実現を揚げ、急増するクルーズ需要やクルーズ船の大型化に対応するためのハード・ソフト両面におけるクルーズ船の受入環境の整備に係る取り組みを強化している。

訪日クルーズ旅客は主として外国籍クルーズ船による訪日であり、地理的な要因により九州・沖縄に集中しており、それぞれの港では寄港が激増していてクルーズ船を受け入れる岸壁が不足する等の問題が発生している。外国船の寄港状況を見ると、中国市場への配船減に伴い、中国発クルーズ船が九州を中心に減少する一方で、主に日本人客や欧米客を対象に日本発着クルーズを実施する外国クルーズ船は増加した。その結果、九州以外の国内各地域への寄港が増加する等、寄港地の分散化が進みつつある。

2020年以降も大型クルーズ船の中国市場への追加投入や、日本発着クルーズの更なる増加が予定される等、クルーズ市場の拡大が見込まれる。また、欧米富裕層を主な顧客とするラグジュアリー船の寄港が全国で増加する等、利用者層も変化しつつあることから、国土交通省としては、今後もクルーズ船の寄港による地域の活性化に向け、国際クルーズ拠点の形成等、クルーズ船の受入環境の整備や寄港地観光の上質化等に引き続き積極的に取り組んでいく予定である。

##### (2) 研究の目的

本研究では、地域活性化、地方創生を図るために、日本のクルーズ産業の更なる発展、インバウンドを切り札とする持続可能な観光まちづくりの実現に向け、クルーズ船受入環境整備に着目したインフラ整備支援の最近の動向等について整理した上で、クルーズ船受入環境改善のための課題と今後の対応について取りまとめる。

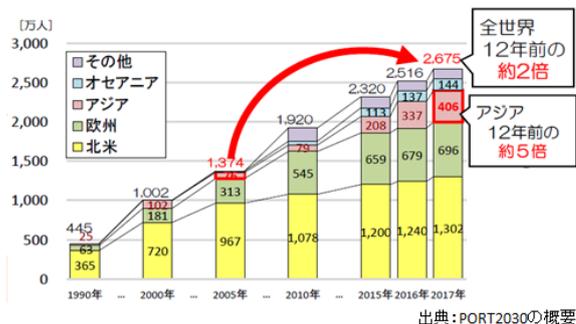


図 3-3 世界のクルーズ市場

### 3.1.2 クルーズ船受入環境整備がもたらす効果と条件

#### (1) クルーズ船の種類

現在、世界では400隻以上のクルーズ船が運航されている。乗客定員の規模により大型（1600名以上）、中型（600～1600名以上）、小型（200～600名以上）、ブティック型（50～200名以上）の4タイプに分類している。この中で、大型のクルーズ船が最も多く、日本に船籍を置く最大のクルーズ船「飛鳥Ⅱ」（約5.0万総トン、乗客定員872名）は中型に分類される。

表3-1 大型化が進むクルーズ船の船体情報

| 船名                  | 全長<br>(m) | 総トン数<br>(トン) | マスト高<br>(m) | 満載喫水<br>(m) | 全幅<br>(m) | 乗客定員<br>(人) |
|---------------------|-----------|--------------|-------------|-------------|-----------|-------------|
| Sun Princess        | 261       | 77,441       | 50          | 8.1         | 32.0      | 2,000       |
| Diamond Princess    | 290       | 115,875      | 54          | 8.5         | 37.5      | 2,706       |
| Voyager of the Seas | 311       | 138,194      | 64          | 9.1         | 38.6      | 3,138       |
| Queen Mary 2        | 345       | 148,528      | 62          | 10.3        | 41.0      | 2,620       |
| Quantum of the Seas | 348       | 168,666      | 63          | 8.8         | 41.0      | 4,180       |
| Oasis of the Seas   | 362       | 225,282      | 65          | 9.3         | 64.0      | 5,400       |

単価を下げてスケールメリットを追求するのは、一つの大きな戦略であり、近年ではクルーズ船は大型化する傾向にある（表3-1）。

現在世界で一番大きなクルーズ船は、「ロイヤル・カリビアン」グループが所有する「オアシス・オブ・ザ・シーズ」のシリーズ（総トン数22万トン超）である。最も高価なプランは600万円以上の世界最大の豪華客船で、2018年3月に就航し、夏は地中海クルーズ、11月以降はマイアミを拠点にカリブ海クルーズを行う。水面からの高さは65mで、横浜ベイブリッジやレインボーブリッジをくぐることは不可能である。

大型化の一方で、クルーズ船の多様化も進んでいる。サービス内容により、ラグジュアリークラス、プレミアムクラス、カジュアルクラス等が代表格である（図 3-4）。



図 3-4 サービス内容によるクルーズ船の分類

日本船はラグジュアリークラスに分類され、国内クルーズ・日本発着の海外クルーズともに実施しており、外国船は日本発着の海外クルーズ・海外発着のクルーズを実施している。

外国クルーズ船の主な寄港先を以下に示す。

表 3-2 各クラスにおける外国クルーズ船の主な寄港先

| ラグジュアリークラス               |   |
|--------------------------|---|
| キュナード・ライン                | スペイン・ポルトガルを巡るイベリア半島クルーズ、エーゲ海・地中海の島々を巡るクルーズ、英国ガーンジー島と世界遺産ブルージュを訪ねるヨーロッパ等クルーズ |
| ポール・ゴージャン                | 年間を通じてフレンチ・ポリネシアの島々を中心にめぐるクルーズ  |
| シルバーシー                   | オランダ、ベルギー、フランス等   |
| リージェント・セブン・シーズ・クルーズ      | ギリシャ、エーゲ海、地中海・アドリア海等  |
| ポナン                      | フランス語圏のマーケットを対象にする小型船   |
| ザ・リッツ・カールトン<br>ヨットコレクション | 地中海、大西洋等  |
| クリスタル・クルーズ               | エーゲ海、地中海、大西洋横断等   |
| プレミアムクラス                 |   |
| プリンセス・クルーズ               | 世界 350 の寄港地をめぐるクルーズ   |
| セレブリティ・クルーズ              | アラスカ、パナマ運河、メキシコ、ヨーロッパ等  |
| ドリーム・クルーズ                | シンガポール、香港、カンボジア等アジア   |
| オーシャン・クルーズ               | エーゲ海、地中海、アドリア海等   |
| ホーランド・アメリカ・ライン           | アラスカ・氷河等をめぐるクルーズ  |
| カジュアルクラス                 |   |
| ロイヤル・カリビアン・<br>インターナショナル | カリブ海、地中海等   |
| コスタクルーズ                  | 日本、釜山、地中海、モナコ、イタリア等   |
| セレスティアル・<br>クルーズ         | ギリシャやイタリア、フランス等を拠点とし、地中海・エーゲ海をめぐるクルーズ                                       |
| MSC クルーズ                 | 中国、日本、イタリア、スペイン、地中海等  |
| カーニバルクルーズ<br>ライン         | カリブ海、カナダ、メキシコ、バハマ諸島等  |

世界のクルーズマーケットは主に図 3-5 に示すように分けられている。カジュアルマーケット（85%）が、クルーズ市場を下支えしている構造である。

日本への寄港回数に関するマーケット別の割合については、ラグジュアリーが約 11%、プレミアムが約 44%、カジュアルが約 45%である。

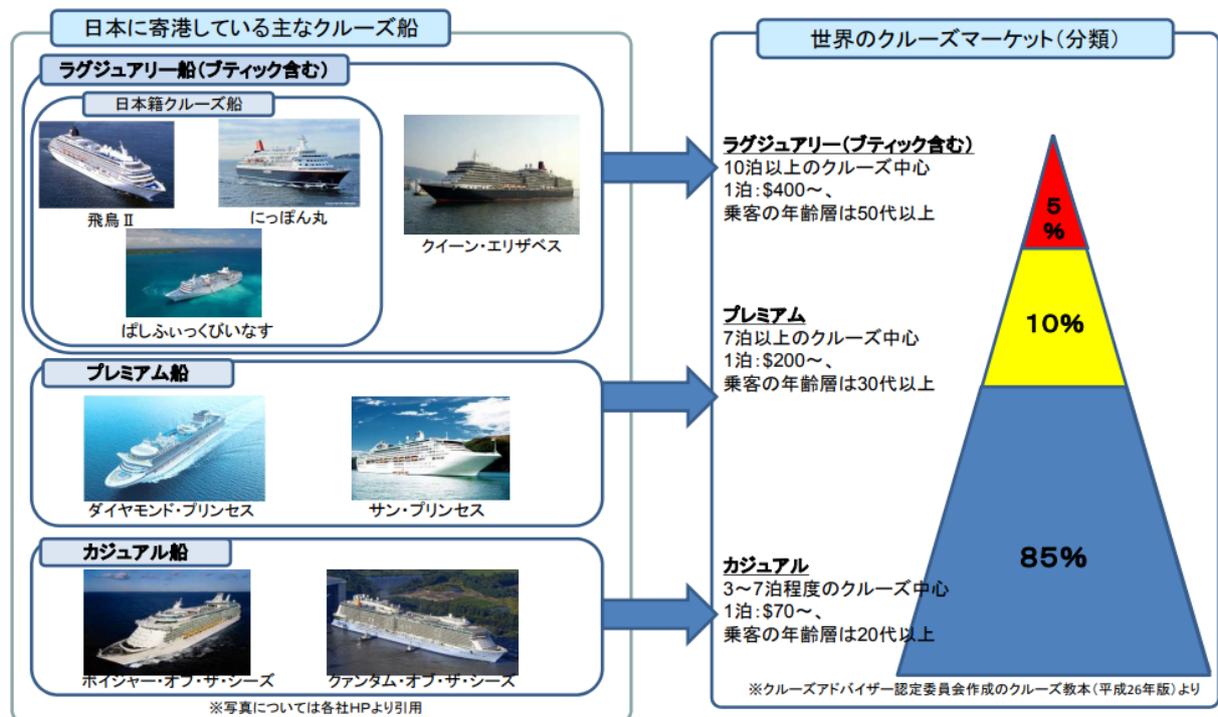


図 3-5 世界のクルーズマーケットの分類

このように、各クルーズ船社の設定料金、対象としている客層は異なっているため、寄港地が求められる内容も異なる。例えば高齢者が多い客層をターゲットとしているクルーズ船には、歩行による長距離の移動が必要な観光資源はあまり好まれないだろう。買い物を楽しみにしている中国等のアジアの客層をターゲットとしている船の場合は、ツアーに組み込めるショッピングモール等はアピールポイントになることもある。クルーズ船の誘致を行う際には、こうしたマーケットについても勘案する必要がある。

---

## (2) クルーズ船受入環境改善に向けて政府の取組状況

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」においては、クルーズ船の寄港増加や大型化に対応するため、クルーズ船とバスの乗換え導線の改善、無料公衆無線 LAN 環境の整備等、物流ターミナル等におけるクルーズ船の受入環境の改善に取り組むこととされている。

また、「明日の日本を支える観光ビジョン」では、クルーズについては、「2020 年に訪日クルーズ旅客を 500 万人に、日本の各地をカジュアルからラグジュアリーまで幅広く対応したクルーズ destinations に」するとの目標が掲げられた。

北東アジア海域をカリブ海のような世界的クルーズ市場に成長させ、クルーズ船寄港を活かした地方の創生を図ることとしている。

現在日本では、クルーズ船の寄港の急増に対し、その受入環境の整備が十分に追いついていないため、岸壁不足により寄港を断らざるを得ない状況や寄港地周辺における魅力的な観光コンテンツ不足等の要因により旅行客数に見合った経済効果が必ずしも十分に得られているとは言えない状況にある。また、日本人客の掘り起こし、北海道・東日本へのクルーズ誘致はより強化する必要がある。

これら諸課題へ対応するため、「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、クルーズ船受け入れの更なる拡充に向けてハード・ソフト両面から取り組みがなされている。ハード面では、クルーズ船の受入環境の整備、乗船客の安全性・利便性の確保のための諸設備の整備等、ソフト面では、商談会の開催、寄港地情報の一元的発信等の取り組みである。また、国際クルーズ拠点の形成に向けた動きも加速している。

2017年5月30日に観光立国推進閣僚会議において決定された「観光ビジョン実現プログラム2017」の中で以下4つの施策が掲げられた。

### 1) 「お断りゼロ」の実現

急増するクルーズ需要やクルーズ大型船・複数船の寄港に対応するために、日本では既存ストック改良により物流ターミナルで多くのクルーズ船を受け入れている。しかし、物流ふ頭では従来旅客の利用を想定していないため、着岸した岸壁の背後地には石灰石や木材チップ等が積まれていたり、老朽化した物流倉庫等が存在していたり、旅客の安全性や円滑な移動において課題を抱えていた。

クルーズ船寄港の「お断りゼロ」の実現に向け、国土交通省では、既存の貨物用岸壁等を活用しつつ、大型クルーズ船に対応した係船柱・防舷材の整備やドルフィン・栈橋等による岸壁延長不足の対応を行い、寄港可能な港湾の多様化を推進しているほか、クルーズ旅客の利便性や安全性の向上を図るために、移動式ボーディングブリッジの設置、屋根付き通路の設置、岸壁周りのバス・タクシー駐車場の整備、がん壁の古い倉庫の撤去等に対する補助制度（図3-6）を創設した。

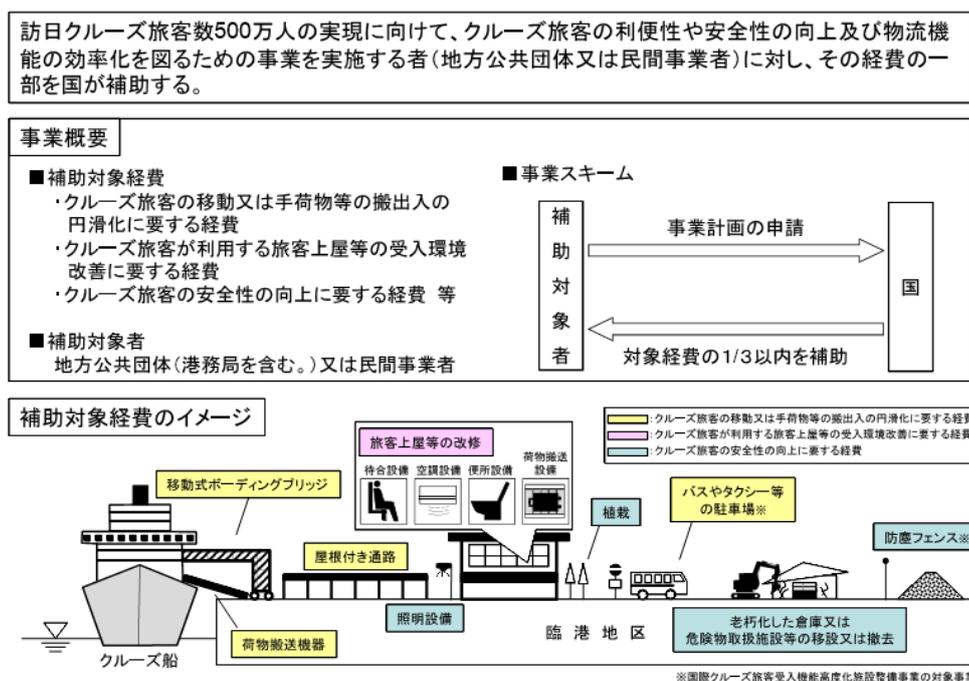


図3-6 国際クルーズ旅客受入機能高度化事業制度概要

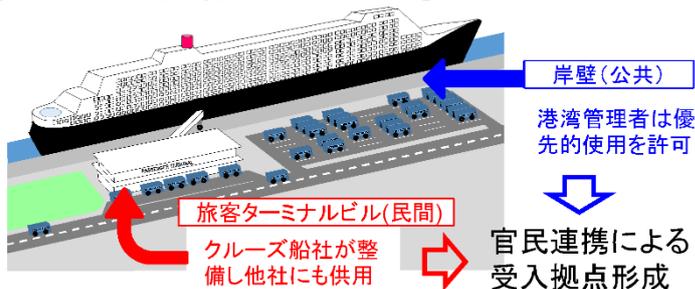
この他、待合所やCIQ施設がないふ頭では、船内でCIQを行う必要があること等から、クルーズ旅客の受け入れが非効率的な状況が発生しており、待合所やCIQ施設を含む旅客施設の整備を促進し、こうした状況を改善するため、平成28年度に民間事業者による旅客施設等の建設または改良に対して、資金の無利子貸付による支援を行う制度も創設した。

## 2) 官民連携による国際クルーズ拠点の形成

クルーズ船を専用的に受け入れる岸壁を備えた官民連携による国際クルーズ拠点（図 3-7）を形成するため、目標達成に向け施策の一つとして受け入れ拠点の形成を図る港湾を国が指定することになり、「国際旅客船拠点形成港湾」として横浜港、清水港、佐世保港、八代港、本部港、平良港、鹿児島港の 7 港に引き続き、国土交通省は 2019 年 4 月 22 日付けで、下関港及び那覇港を「国際旅客船拠点形成港湾」として指定した。

今後、港湾管理者による国際旅客船拠点形成計画の作成、港湾管理者とクルーズ船社による協定の締結、クルーズ船社による旅客ターミナルビルの整備等が行われることとなる。

### 【官民の連携による拠点形成のイメージ】



### 【岸壁の優先使用のイメージ】

・A社(協定船社)による予約(1年半程度前)

| 月 | 火  | 水 | 木  | 金 | 土  | 日 |
|---|----|---|----|---|----|---|
|   | A社 |   | A社 |   | A社 |   |

・A社の予約完了後、その他の社が予約

| 月  | 火  | 水  | 木  | 金 | 土  | 日 |
|----|----|----|----|---|----|---|
| B社 | A社 | C社 | A社 |   | A社 |   |

図3-7 官民連携による国際クルーズ拠点形成イメージ図

## 3) 全国クルーズ活性化会議と連携した寄港地の全国展開に向けたプロモーション

クルーズ船の寄港を活かした地方創生のためには、西日本の一部の港湾だけではなく、全国にクルーズ船寄港による効果を波及させることが必要である。「全国クルーズ活性化会議」（図3-8）との連携の元、外国クルーズ船社と港湾管理者等との商談会を実施するとともに、ウェブサイト（CRUISE PORT GUIDE OF JAPAN）において港湾施設の諸元や寄港地周辺の観光情報を一元的に発信する等、港湾と観光が一体となったプロモーションを展開している。



図3-8 全国クルーズ活性化会議開催状況

#### 4) みなとオアシスおよび港湾協力団体の活用

「みなとオアシス」とは、地域住民の交流や観光の振興を通じた地域の活性化に資する「みなと」を核としたまちづくりを促進するため、住民参加による地域振興の取り組みが継続的に行われる施設を国土交通省港湾局長が登録するもので、令和2年2月29日現在までに138箇所が登録されている（図3-9）。地域の活性化に寄与するとともに、クルーズ船寄港時には、クルーズ旅客の受入れや情報発信、歓迎イベント等を行っている「みなとオアシス」もある。

「港湾協力団体」に指定されたNPO等は、港湾区域内水域等を占有する際、港湾管理者との協議が成立することをもって、占有の許可があったものとみなされ、手続の簡素化を図ることができる。

さらに、クルーズ埠頭における臨時免税店の出店の促進、「みなとオアシス」における農水産品等の販売環境の改善によるクルーズ旅客による地域産品の消費の拡大、「旅客船ターミナルにおけるユニバーサルデザインへの対応」等の取り組みを通じて、クルーズ船の受入環境の向上を推進していく。



図3-9 みなとオアシス所在港湾の一覧

### (3) クルーズ船がもたらす寄港地への効果

経済的効果の面では、入港料等入港に伴う収入、オプションツアー催行に伴う収入、乗船客への地元産品の販売等の他、クルーズ船の地元食材の仕入れ等直接的効果がある。

外国クルーズ船の入港に伴う税金だけを見ると、特別とん税は国税であるが、とん税と一緒に徴収され、開港所在地市町村に還付させるため地方の財源になる。2019年新設の国際観光旅客税（一人1,000円）も国税であり、全てが地元自治体の取り分になるわけではないが、観光振興に使われる目的税であるので、地域にとってもプラスである。例えば、ダイヤモンド・プリンセス（純トン数：78,835トン、乗客定員数：3,100名）の大型クルーズ船の場合で試算すると、この2つの税だけでも1回の寄港で467万円の税収が見込まれる。

クルーズ船の寄港による地元への直接的な経済効果は、乗船客数や国籍、寄港時間等によっても変わるため一概には言えないが、数千万円に上るとの試算もある。

このような直接的効果だけではなく、クルーズ船の寄港には、客船寄港によって港に足を運ぶ地元市民が増え港に賑わいをもたらす、乗船客が街をぶらぶら歩くことによって地元が活気づく、等副次的効果があるとして経済的効果とともに注目されている。

国土交通省資料により、大型クルーズ船の寄港地における経済効果は1人当たり3～4万円と試算され、特に母港（発着地）になると、その効果は、さらに大きなものとなる。韓国政府による試算では、'12年の国内寄港観光客28万人の直接支出額のみで、1,300億ウォン（1人当たり平均消費512米ドル＞一般観光客の2倍）の経済効果があると報告されている。

○大型クルーズ船の寄港地における経済効果は、寄港地の特性等により違いがあるものの、少ない場合でも乗客1人当たり1万円/回程度であり、多い場合では、乗客1人当たり14万円/回程度に及ぶ。



図3-10 外国クルーズ船の寄港による経済効果

(4) 船社が寄港地に求める条件

寄港地には二つある。「発着地としての寄港地」と、目的地として訪れる「観光地としての寄港地」の二つである。共通して必要なことは、まず安全で確実に寄港できること、そして知名度があること、受入体制が整っていること、経済的メリットがあること等が挙げられる。

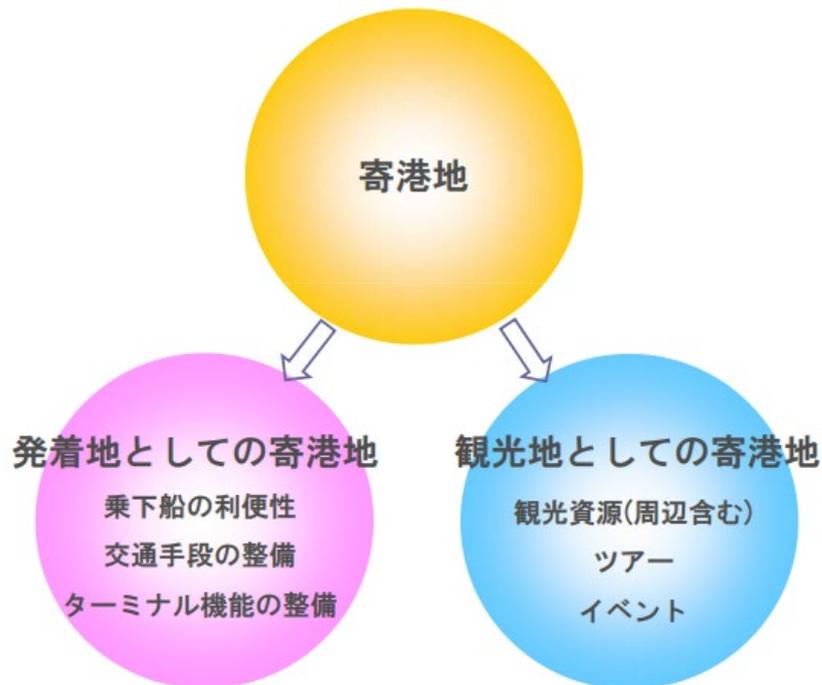


図3-11 クルーズ船が寄港地に求めるもの

受け入れに必要となる施設の目安は、東京湾水先区水先人会東京事務所「引受け基準の主要規定と従属規定」によると以下に示す通りである。

表3-3 引受け基準の主要規定と従属規定

|   |   |
|---|---|
| <p><b>2.本船喫水の制限</b><br/>本船の喫水に対する余裕水深は、下記の基準による。</p> <p>1) 入出港水路において:喫水の10%以上を確保する。</p> <p>2) 係留場所において:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 喫水9m未満の船舶については50cm以上を確保する。</li> <li>● 喫水9m以上14m未満の船舶については、喫水の8%以上を確保する。</li> </ul> <p>又、入出港可能最大喫水は、潮高を利用して上記1) 2) 項以上の余裕水深がある場合に限り、海図又は港湾局測深図の水深までとする。</p> | <p>1) 左記の最大可能喫水を超える船舶の入出港については、その喫水及び入出港の必要性等の申出を受けて、東京海上保安部、東京港管理事務所及び東京水先人会により潮汐・入出港時刻・気象・海象・荷役能力等を考慮して、水先引受けの可否を決定する。</p> <p>2) 15号地木材ふ頭及び13号地お台場ふ頭に係わる暫定措置(参考)</p> <p>(1) 15号地木材ふ頭の入港可能最大喫水 11.50m</p> <p>(2) 13号地お台場ふ頭の入港可能最大喫水 10.30m</p> <p>但し、関係先に意見書、確約書の提出を要する。</p> <p>3) 港内水深は河口港のため変化基だしい故、[II]「パース別水先業務引受けの制限」により難しいことがある。</p> |
|---|---|

---

## 1) 発着地としての寄港地

まず、乗下船の利便性が問われる。岸壁は一定の広さが必要であり、タラップから下りた乗客が滞留できないほど岸壁が小さい場合は乗下船に時間がかかる。乗下船に1時間、2時間要するということになると、現地のオペレーションに支障をきたす。また、下りてからの交通手段が必要である。公共交通機関があれば良いが、通常は、バスを使ってポイントからポイントへ、乗客を大量に短時間で運べればよい。

さらに、ターミナル機能が整備されていること。特に外航クルーズにおいて、外航から戻ってきた場合に重要である。天候に左右されないで検査、スムーズな出入国（CIQ）手続きができると、たいへん助かる。

ただ、乗下船客にとって便利な客船ターミナル等の施設、設備を持つ港湾は日本ではまだ少ないのが現状である。多くの港では、仮設のテントを設置する等して対応しているが、発着地では荷物を持つての乗下船になるため、必ずしも十分とは言えない。特に、悪天候時等には乗下船客の利便性は大きく損なわれる。発着地に適した港湾整備が待たれるところである。

## 2) 観光地としての寄港地

デスティネーション（目的地・途中寄港地）としての寄港の場合は、必ずしも前述のようなインフラは必要ない場合もある。むしろ、港から適当な距離（大体 40 分～1 時間半の範囲）で行けるところに魅力的な観光地があるかどうか、それらの観光資源を使ったユニークなツアーやイベントが組めるかどうか等が、観光地としての寄港地のポイントになる。

例え港周辺に有名な観光資源がない場合でも、港を起点に往復約 8 時間で移動・観光が可能地域であれば、観光バス・地元の観光船を利用して訪問も可能である。近隣市町村間の広域連携で魅力を増加させることで、より多くのクルーズ船の寄港誘致につながると考えられる。

お客様の寄港満足度が高ければ、船社も寄港地として選定しやすくなり、寄港のリピート化にもつながることになる。また、クルーズ船を迎える地元にとってもメリットがあることが重要である。寄港のリピート化はお客様・地元、それに船社の寄港満足度が相まって初めて実現するものであるからである。

### 3.1.3 代表的な港湾における受入環境整備状況

外国船社 2019 年の寄港回数が上位 10 位の港湾(表 4)に加え、「国際旅客船拠点形成港湾」に指定された港湾を含む計 14 港の代表的な港湾について、クルーズ船の受入環境整備状況等を整理し、下表にまとめる。

| 港湾名  | 管理者     | クルーズ船用ターミナル                  | 最大着岸可能トン数   | 駐車場・市内への移動手段等   | 最新の動向  |
|--|---------|------------------------------|-------------|---|--|
|  <p>博多港</p>   | 福岡市     | 博多港国際ターミナル<br>中央ふ頭クルーズセンター   | 22 万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型バス駐車場有(125 台分)</li> <li>・渋滞解消のために「ショットガン方式」を採用(市内待機)</li> <li>・市内への移動は大型観光バス、タクシー、BRT 大型連節バス等利用可能</li> <li>・徒歩圏内商業施設あり</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡市は超大型クルーズ船 2 隻同時着岸に対応するため、ふ頭北側にあるクルーズセンター付近にターミナルを新設することにした。約 400 億円の見通しで、2021 年までに公募を経て施設建設や運営を担う事業者を決定する。</li> <li>・新ターミナルは 22 万、16 万トン級のクルーズ船の同時受け入れを視野に、クルーズセンターにある CIQ 業務施設や待合室等を確保。賑わいを創出する民間施設と一体的に整備する。</li> <li>・クルーズ客用の観光バス駐車場も 100 台分増やし 240 台分とする。</li> </ul>                                      |
|  <p>那覇港</p>   | 那覇港管理組合 | 那覇クルーズターミナル<br>那覇国際コンテナターミナル | 16 万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「那覇クルーズターミナル」に大型バス 50 台、タクシー等 10 台～15 台駐車可能</li> <li>・2017 末に日本初中国 BYD 製電気バス 10 台導入(無料送迎)</li> <li>・市内への移動はタクシー等利用可能</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「東洋のカリブ構想」の実現に向けて、国と那覇港管理組合は 2019. 11 に那覇港新港埠頭の北西側の岸壁で、新たなクルーズ船の寄港拠点(第 2 クルーズバース)の整備事業に着手した。2020. 4 以降に護岸の設置等本格的な埋め立て工事が始まる予定で、22 年の供用開始を目指す。</li> <li>・那覇空港に近いことから、観光客が航空機で沖縄を訪れクルーズ船に乗り換える「フライ&amp;クルーズ」の推進も期待される。</li> </ul>  |
|  <p>長崎港</p>  | 長崎県     | 松が枝国際ターミナル<br>小ヶ倉柳国際ターミナル    | 16 万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターミナル大型バス駐車場の収容台数は少ない(17 台分)</li> <li>・市内への移動は無料連絡バス、路面電車等利用可能</li> <li>・近くに観光地あり、徒歩 20 分程度商業施設あり</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・松が枝埠頭で既存岸壁の延伸(360m→410m)を行い、16 万トン級対応可能になった。(2018. 10 供用開始)</li> <li>・松が枝岸壁の 2 バース化の早期の事業化について国に強く要望している。(410m+410m=820m) 2 バース化することにより、多様なクルーズ船を受け入れられることになり、客船から駐車場までを直結し、利便性・安全性の向上を図れる。</li> <li>・22 万総トン級は湾入り口にある女神大橋の下を通航できないため、小ヶ倉柳地区の埠頭に接岸できるよう検討中である。</li> </ul>  |
|  <p>平良港</p> | 宮古島市    | 平良港ターミナル                     | 7 万トン級対応可能  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・各地区における大型バス駐車場の収容台数は少ない(10 台分)</li> <li>・「トゥリバー地区」では、マリーナ、人工海浜等が整備されており、車で約 5 分</li> <li>・本部港と宮古島市平良港に中国 BYD 製電気バスを 2020 年までに計 80 台の導入を検討している</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・官民連携による北防波堤で進められている「平良港クルーズ拠点整備事業」は現在、大型クルーズ船が接岸する岸壁ジャケットの整備工事やバースと港を結ぶ臨港道路などの整備工事が着々と進められ、完成後 14 万トン級の船が接岸可能となる。周辺の道路整備を含め、2020. 4 に暫定供用された後、引き続き 22 万トン級クルーズ船に対応した岸壁(400m→450m)が整備されることになっており、2023 年の供用開始が予定されている。</li> <li>・防波堤沖地区にはターミナルビルも整備中であることから、ここを利用するクルーズ船は常設の CIQ 施設、WI-FI 等を利用できることになる。</li> </ul> |
|  <p>石垣港</p> | 石垣市     | 石垣港ターミナル<br>大型国際旅客船ターミナル     | 7 万トン級対応可能  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型バス 50 台、タクシー31 台駐車可能、離島ターミナル間有料シャトルバスの乗り場が整備されている</li> <li>・30 分前後で周辺の島々への直行便がある。市街地までタクシーで約 2 分</li> <li>・主要エリアまで直行で行けるシャトルバス(最大 1 台 60 人乗り)もある</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「新港地区」では、2020 年春の供用開始を目指して、20 万トン級クルーズ船に対応可能な全長 420m、水深 10. 5m のクルーズ船専用岸壁の整備が進められている。</li> <li>・一方で乗降客が風雨等をしのげる設備が整備されていないことから、市は屋根付き歩道の整備や旅客施設建設に向け準備を進めている。</li> </ul>   |

| 港湾名  | 管理者  | クルーズ船用ターミナル                                 | 最大着岸可能トン数  | 駐車場・市内への移動手段等  | 最新の動向   |
|--|------|---|------------|--|---|
| 佐世保港<br>  | 佐世保市 | 国際ターミナル                                     | 16万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型バス 50 台駐車可能</li> <li>・今後大型バス約 125 台を収容できる駐車場を整備する予定</li> <li>・JR 佐世保駅、バスターミナル、高規格道路に隣接しており、中心市街地まで徒歩圏内であるため、交通アクセスが良好</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・国際クルーズ拠点港湾の整備が着々と進む長崎県佐世保港（浦頭地区）が、当初の予定通り 4 月から供用を始める方針に変わりがないことである（22 万トン級対応可能になる）。</li> <li>・浦頭地区で工事が進むターミナル施設の竣工は 5 月にずれ込むものと見られ、現段階で供用開始時期は決まっていないようである。</li> </ul>   |
| 鹿児島港<br>  | 鹿児島県 | かごしまクルーズターミナル<br>北ふ頭旅客ターミナル                 | 16万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型バス 50 台駐車可能、中心市街地に近く、桜島までフェリーで約 15 分</li> <li>・魅力的な観光列車があり、「鹿児島港」から車で約 25 分</li> <li>・JR 九州バス（株）が運行する「RED LINER」等多数の観光バスもある</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・マリポートかごしまにはクルーズ専用岸壁が一つしかなく、北ふ頭は貨客併用であり、またクルーズ船の更なる大型化が進んでいること等から、官民連携によるクルーズ拠点を形成するため、マリポートかごしまにおいて、2022 年の運用開始を目指し、22 万トン級客船まで受入可能な水深 12m、延長 410m の 2 号岸壁と、新たな旅客ターミナル・駐車場の整備を進めている。</li> <li>・鹿児島県は、2019.9 から鹿児島港に寄港するクルーズ船のツアーバスの駐車場利用を「クルーズ NAVI」への事前登録制とし、1 日 1 台 2000 円の使用料を徴収することになった。</li> </ul> |
| 横浜港<br>  | 横浜市  | 大さん橋国際客船ターミナル<br>大黒ふ頭客船ターミナル<br>新港ふ頭客船ターミナル | 22万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・各ターミナル周辺大型バス駐車場複数あり、大黒ふ頭ではクルーズ期間中の車両をお預かりする「ドライブ&amp;クルーズ」サービスを実施している（最大 300 台利用可能）</li> <li>・徒歩圏内観光地あり、観光スポットを周遊する便利なバスがあり、「BRT」も導入する予定</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大黒ふ頭客船ターミナルが 2019.4 から供用され、22 万トン級クルーズ船対応可能になった。</li> <li>・新港ふ頭客船ターミナルが 2019.10 末に完成した（11 万トン級客船対応可能）。官民連携による CIQ 施設、体験・体感型の商業施設、高質なホテルの一体型ターミナルである。</li> <li>・2020 年度からはクルーズ船 7 隻同日着岸の運用が可能になる。</li> <li>・2025 年に向け「本牧ふ頭」に 22 万トン級大型客船に対応した CIQ 施設を整備していく計画であり、整備が完了するまで「大黒ふ頭」で暫定的な対応する。</li> </ul>    |
| 神戸港<br> | 神戸市  | ポートターミナル<br>中突堤旅客ターミナル                      | 22万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ポートターミナル」に車 136 台及びバス（常設 20 台・臨時 120 台）を、「中突堤旅客ターミナル」に車 130 台及びバス（常設 7 台・臨時 20 台）を収容できる駐車場が設けられている</li> <li>・駅に隣接しており、アクセスの利便性が高い</li> <li>・無料シャトルバス、観光バスも多数ある</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・神戸が有するウォーターフロントと都市の近接性を活かし、商業施設や居住機能を導入して市民の日常的な賑わいを創出する。</li> <li>・ターミナルに商業・業務・集客機能を備えるとともに、デザイン性にも配慮した象徴的な複合施設として再整備し、集客力を向上させる。</li> <li>・クルーズターミナルと都心を結ぶ新たな交通網を整備し、さらに東西のウォーターフロント、南北の神戸空港と新神戸駅の広域交通拠点とも結ぶ交通ネットワークを形成することで、市民・観光客等の利便性・回遊性を向上させる。</li> </ul>  |
| 大阪港<br> | 大阪市  | 暫定ターミナル<br>（天保山客船ターミナル<br>整備中）              | 16万トン級対応可能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型バス約 34 台駐車可能</li> <li>・駅に隣接し、徒歩圏内観光地、商業施設あり</li> <li>・市内への移動は電車、タクシー、バス等利用可能</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪港はクルーズ客船の母港化、にぎわい創出と集客力強化、天保山エリアの観光魅力向上を目指し、PFI 手法による民間活力を導入した天保山客船ターミナル整備事業の落札者が 2020.1 に決まり、2023 年春に完成する予定である（22 万トン級対応可能になる）。</li> </ul>   |

| 港湾名  | 管理者 | クルーズ船用ターミナル   | 最大着岸可能トン数            | 駐車場・市内への移動手段等  | 最新の動向  |
|--|-----|---------------|----------------------|--|--|
| 清水港<br>   | 静岡県 | マリナーターミナル     | 20万トン級対応可能           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・日の出岸壁上に73台のバスを待機させることが可能、大型客船が寄港する際は、必要に応じてバスを富士見埠頭静岡市岸壁背後用地に待機させる。</li> <li>・駅に近接し、徒歩圏内商業施設あり</li> <li>・市内への移動は無料シャトルバス等利用可能、水上バスやLRTの導入も検討中</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本での北東アジアクルーズの拠点化を目指し、今まで貨物・客船併用だった岸壁を22万トン級の船に対応できるクルーズ船専用岸壁に改良、大型クルーズ船2隻同時接岸バースを2022.3までに完成させる予定である。</li> <li>・2隻同時接岸させると共に、5号上屋の倉庫群(すでに撤去済)は新興津ターミナルの方へ移動させ、新たに防潮機能を備えた緑地帯の整備がされ、CIQ施設を有するターミナルビルや商業施設等も新設される。</li> </ul>            |
| 八代港<br>   | 熊本県 | コンテナターミナル暫定供用 | 16万トン級対応可能<br>(貨物ふ頭) | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型バス駐車場の収容台数は少ない</li> <li>・市内への移動は無料シャトルバス、路線バス、タクシー等利用可能</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・八代港では、国、県、ロイヤルカリビアン社の3者で連携し、2020.4からの運用開始を目指して、クルーズ拠点整備に取り組んでいる。</li> <li>・国直轄で整備する岸壁は延長410m(一部耐震強化岸壁)で、世界最大級の22万総トン級クルーズ船が接岸できることになる。クルーズ船の専用岸壁であるため365日利用可能となる。</li> <li>・大型バスを120台以上収容可能な駐車場や普通車用の駐車場を設ける予定である。</li> </ul>            |
| 本部港<br>  | 沖縄県 | 本部港ターミナル      | 2万トン級対応可能            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・本部港内に今年完成した立体駐車場が2020.2から供用開始になった(約381台)</li> <li>・那覇空港までバス約120分、伊江島までフェリーで約30分</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・官民連携クルーズ拠点港に選定されている沖縄県の本部港は大型クルーズ船受入に対応出来る港湾整備に取り組んでいる(20万トン級対応可能、バス駐車スペース約4,500㎡)。しかし岸壁整備費として、県が想定する予算額は国と相違があるため、19年度末に予定している岸壁の完成が遅れる見込みである。</li> </ul>   |
| 下関港<br> | 下関市 | 国際ターミナル       | 22万トン級対応可能           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・関門海峡を眺めながら、徒歩圏内で観光・グルメ・ショッピングを堪能できる</li> <li>・大型バス駐車場複数あり。</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・下関港や市では観光インフォメーションデスク、無料Wi-Fiの提供、市内への無料シャトルバス運行等の取り組みを計画している。</li> <li>・クルーズ船の寄港促進とそれに伴う経済効果の創出に向けて、関門港クルーズ振興協議会は2020.2.3に山口県下関市内で「関門港クルーズ商談会2020」を実施した。北九州市や下関市をはじめとする地元の観光施設や商業施設、飲食店、交通事業者らと意見交換しながら、各施設は魅力や特長を積極的にアピールした。</li> </ul> |

表 3-4 外国船社が運航するクルーズ船の寄港回数

| 順位 | 2013年 |     | 2014年 |     | 2015年 |     | 2016年 |      | 2017年 |      | 2018年 |      | 2019年 |      |
|----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|
|    | 港湾名   | 回数  | 港湾名   | 回数  | 港湾名   | 回数  | 港湾名   | 回数   | 港湾名   | 回数   | 港湾名   | 回数   | 港湾名   | 回数   |
| 1  | 石垣    | 59  | 博多    | 99  | 博多    | 245 | 博多    | 312  | 博多    | 309  | 博多    | 283  | 那覇    | 251  |
| 2  | 那覇    | 41  | 長崎    | 70  | 長崎    | 128 | 長崎    | 190  | 長崎    | 262  | 那覇    | 236  | 博多    | 205  |
| 3  | 長崎    | 35  | 石垣    | 69  | 那覇    | 105 | 那覇    | 183  | 那覇    | 217  | 長崎    | 215  | 長崎    | 178  |
| 4  | 横浜    | 32  | 那覇    | 68  | 石垣    | 79  | 石垣    | 91   | 石垣    | 129  | 平良    | 142  | 石垣    | 146  |
|    |       |     |       |     |       |     |       |      | 平良    | 129  |       |      | 平良    | 146  |
| 5  | 博多    | 19  | 横浜    | 48  | 鹿児島   | 51  | 平良    | 84   | —     | —    | 石垣    | 105  | —     | —    |
| 6  | 神戸    | 18  | 神戸    | 32  | 神戸    | 42  | 鹿児島   | 80   | 鹿児島   | 98   | 佐世保   | 105  | 鹿児島   | 95   |
| 7  | 広島    | 16  | 小樽    | 31  | 横浜    | 37  | 佐世保   | 62   | 佐世保   | 82   | 鹿児島   | 96   | 横浜    | 87   |
| 8  | 鹿児島   | 16  | 鹿児島   | 29  | 佐世保   | 34  | 横浜    | 40   | 八代    | 65   | 横浜    | 70   | 佐世保   | 77   |
| 9  | 大阪    | 12  | 函館    | 27  | 広島    | 25  | 広島    | 34   | 横浜    | 57   | 神戸    | 66   | 神戸    | 63   |
| 10 | 境     | 12  | 釧路    | 21  | 大阪    | 18  | 神戸    | 32   | 境     | 56   | 広島    | 44   | 大阪    | 57   |
|    | その他   | 113 | その他   | 159 | その他   | 201 | その他   | 335  | その他   | 609  | その他   | 571  | その他   | 627  |
|    | 合計    | 373 | 合計    | 653 | 合計    | 965 | 合計    | 1443 | 合計    | 2013 | 合計    | 1913 | 合計    | 1932 |

前頁に示した計 14 港の受入環境整備状況や最新の動向等を見ると、いずれの港においても大型クルーズ船の寄港に対応するためにクルーズ船専用岸壁やターミナル等の整備を積極的に進めているところである。

国土交通省港湾局がまとめた 2019 年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港数（速報値）により、外国船社が運航するクルーズ船の日本港湾への寄港回数は、前年比 1.0%増の 1,932 回となった（表 3-4）。

上位ベスト 5 が入れ替わり、中国発着のクルーズ船の超人気寄港先として 2015 年から 4 年にわたりトップの座を維持してきた博多港が 2 位となり、地理的優位性等を含めて着実に寄港数を積み上げてきた那覇港は初めて首位の座を射止めた。さらに、博多に次いで九州で第 2 位、全国でも 2 位か 3 位を続けていた長崎港が、東日本で圧倒的な寄港数を誇る横浜港に逆転され、ベスト 3 入りを逃した。

横浜港は「ふじ丸」引退（2013 年）以降に寄港数の伸び悩みに直面していたが、大黒埠頭や新港埠頭の整備進捗と歩調を合わせて船社に対するポートセールスを地道に展開している。2017 年から再び増勢傾向に転じる等、ようやく「営業」の成果が見えてきた。

今回の国交省発表資料では、これまではない新たな分析結果を示している。中国クルーズ市場の調整局面が 2019 年も続いたことで、各船社が中国市場への配船を減らした結果、中国発クルーズ船の寄港回数が九州を中心に減少したことによるものと考えられる。一方で、主に日本人客や欧米客を対象に日本発着クルーズを実施する外国クルーズ船は増加した（ライ&クルーズで乗船）。その結果、九州以外の各地域への寄港回数が増加する等、西高東低が極めて顕著だった寄港数の傾向が変化し、国内のさまざまな地域への寄港分散化が進みつつある。

訪日クルーズ旅客は2017年の252万9000人をピークに、2018年は245万1000人、2019年は215万3000人と2年連続で前年実績を割り込んだ。その大きな要因として港湾局は、「全体の8割を占める中国発の旅客が配船減を受けて14.5%減少した」ことを挙げている(図3-12)。一方で、アジアで2番目に大きな市場に成長した台湾からは前年比4.7%増の28.8万人が来航する等、明るい話題もある。さらに、フライ・アンド・クルーズで来日し、日本発着に乗船した外国人も同2割以上の伸びを示した(図3-13)。

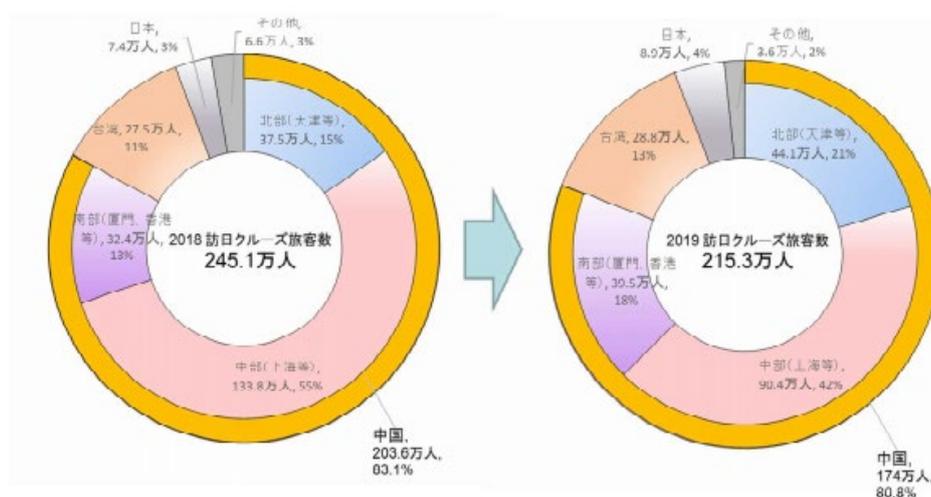


図3-12 外国船社の運航するクルーズ船の出発国別 訪日クルーズ旅客数

発地別に見ると、中国発のクルーズの寄港回数が893回と対前年比10.6%減、台湾発のクルーズが241回と対前年比2.4%減となった一方で、日本発のクルーズは707回と対前年比20.0%増加した(図3-13)。



図3-13 外国船社の運航するクルーズ船の出発国別寄港回数

また、寄港したクルーズ船を価格帯順（表 3-5）に、ラグジュアリー船、プレミアム船、スタンダード船に分類して見ると、特に欧米富裕層を主な顧客とするラグジュアリー船の寄港が全国各地域で増加し、利用者層も変化しつつある。

ここ 2 年ほど、一部の港湾関係者は「数ではなく質が問題」と指摘し、寄港するクルーズ船のカテゴリーや乗客の国籍を重視する誘致活動に舵を切っている。特に、年間寄港数が 30 回から 50 回程度の港湾で、こうした動きが増えつつある。

表 3-5 外国クルーズ船のクラス別・地方別寄港回数（2018 年／2019 年）

| クラス     | 年    | 北海道 | 東北 | 関東 | 北陸 | 中部 | 近畿 | 中国 | 四国 | 九州  | 沖縄  | 計    |
|---------|------|-----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|------|
| スタンダード  | 2018 | 12  | 8  | 54 | 24 | 11 | 75 | 18 | 15 | 631 | 333 | 1181 |
|         | 2019 | 11  | 8  | 36 | 22 | 2  | 58 | 18 | 11 | 472 | 385 | 1023 |
| プレミアム   | 2018 | 34  | 19 | 42 | 24 | 30 | 53 | 84 | 35 | 169 | 171 | 661  |
|         | 2019 | 43  | 29 | 61 | 26 | 41 | 82 | 94 | 44 | 143 | 169 | 732  |
| ラグジュアリー | 2018 | 7   | 3  | 3  | 5  | 1  | 8  | 19 | 3  | 16  | 6   | 71   |
|         | 2019 | 16  | 10 | 25 | 10 | 8  | 21 | 33 | 5  | 40  | 9   | 177  |

2019 年のクルーズ関係の速報値発表資料の最後に国交省は、「訪日クルーズ旅客数は 2019 年 11 月に 17 カ月ぶりに前年同月比増に転じた。2020 年以降も大型クルーズ船の中国市場への追加投入や、日本発着クルーズの更なる増加が予定される等、クルーズ市場の拡大が見込まれる」と展望した。その上で、「国交省としてはクルーズ船寄港による地域の活性化に向け、国際クルーズ拠点の形成、クルーズ船の受入環境整備や寄港地観光の上質化等に引き続き取り組んでいく」とまとめる。

クルーズ船の寄港は、入出港に伴う諸経費や個人消費等により、地域経済に様々な効果（正の循環）をもたらす。地場産品のクルーズ船客への売り込みにより、海外におけるビジネスチャンスやリピーターの拡大も期待される。

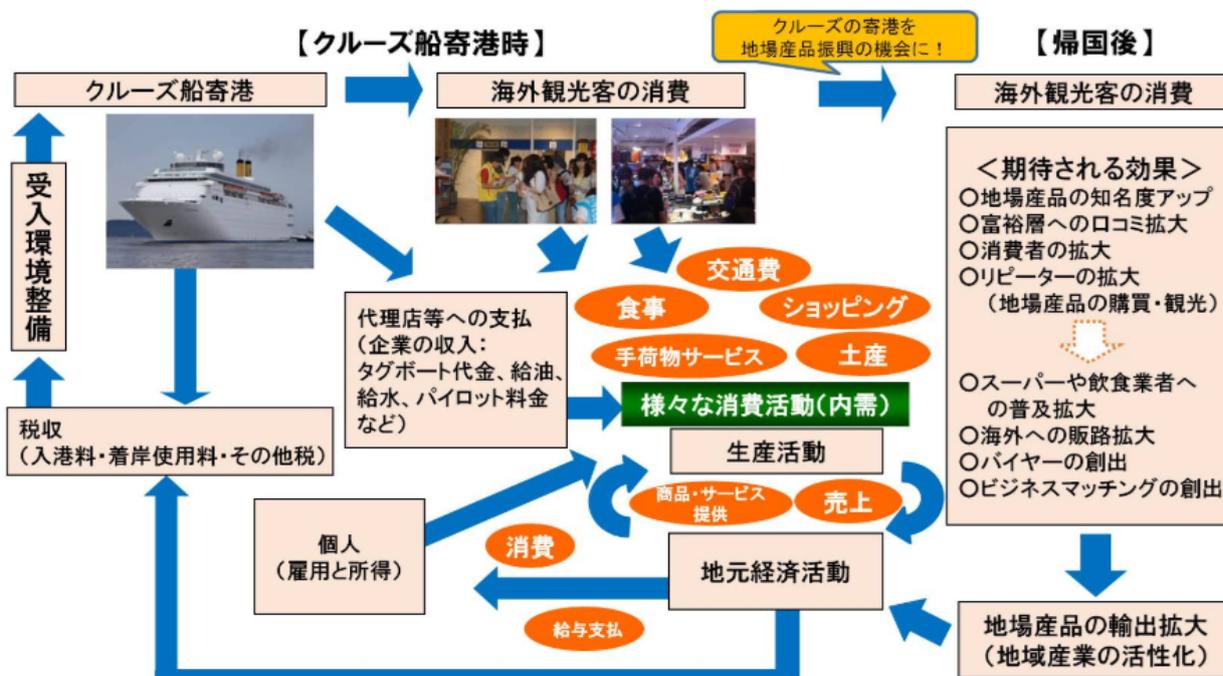


図 3-14 クルーズ船寄港による経済波及効果（正の循環）

## 1) 日本の先進事例

### ■秋田港

秋田港は秋田県秋田市の西部に位置する港湾で、県内各地へのアクセスが良好であり、古くから日本海における海上の要所として発展してきており、昭和 26 年に重要港湾に指定された。

2019 年のクルーズ船寄港回数は過去最多の 21 回となった。



#### a) あきたクルーズ振興協議会

秋田県では、官民が連携し、一体的にクルーズ船の誘致や円滑な受入態勢の構築等を推進することで、更なる寄港の増加と定着化につなげ、港の賑わいを創出するとともに、地域振興と経済の活性化、人材育成等に寄与することを目的に港湾管理者である秋田県が事務局となって「あきたクルーズ振興協議会」を 2017 年 3 月に設立した。

協議会の設立により、クルーズ船の寄港情報やクルーズ振興に関する取組等の共有が進んだことで、地域における受入体制の構築や民間事業者による消費拡大に向けた取り組み等が浸透し始め、民間による受入組織も立ち上がっている。

ワーキング活動のひとつの成果として、地元旅行会社が造成したオプションツアーが商品化されたほか、地元旅行会社の手配によるオプションツアーも少しずつ実現している。港においては、協議会会員の金融機関が外貨両替を実施することで受入態勢が充実し、また、教育機関が行った旅客の消費額や旅客動態調査により現状の把握や改善点等の抽出が可能となる等、協議会を通じて関係団体との連携が進展し、情報連絡網が強化されたことで、必要な情報を必要な時に共有することが可能となった。

今後、クルーズ船の寄港を契機とした地域における更なる消費拡大に向けて、港・観光・食が一体となった受入態勢の充実化と旅客ニーズに即した売込みを展開していくことにしている。



図 3-15 あきたクルーズ振興協議会の各種取り組み

## b)防舷材・係船柱の整備

秋田港には以前から防舷材・係船柱は設置されていたが、大型のクルーズ船寄港を新たに受け入れるために機能増加が求められたことから、2018年に防舷材と係船柱が新しくなった。これによって2018.10.24と11.2に寄港したMSC スプレンドィダ（137,936トン級）等の大型のクルーズ船も寄港可能となった。



図 3-16 防舷材と係船柱

## c) クルーズターミナル

秋田港のクルーズターミナルは2018.4.18に供用を開始した（東北初供用）。ターミナル供用開始前は、仮設テントを設置し、観光案内や地場産の販売を行っていたが、クルーズ船の寄港回数が増加していく中、仮設テントでは雨風を防げるスペースが無い等という課題があった。そこで、国の「地方創生拠点整備交付金」を活用し、中島ふ頭にクルーズターミナルを整備した（図3-17）。

ターミナルの供用により、雨風等の天候に関係なくクルーズ旅客を迎え、おもてなしをすることができる。また、屋根付き歩行者用通路を整備したことで、雨天時でも濡れることなくバスに乗降することができる。クルーズターミナル付近にも大型バス駐車場（図3-18）も整備されており、クルーズターミナル周辺ではバスの移動がスムーズに行うことができる。



図 3-17-1 クルーズターミナル整備状況



図 3-17-2 クルーズターミナル内の様子



図 3-18 クルーズ受入環境整備

撮影：2018年9月20日

#### d) 秋田港クルーズ列車

秋田港では、港からの二次交通対策と県内周遊促進による寄港効果の広域化(図 3-19)を目的に、県(あきたクルーズ振興協議会)、秋田市、JR 東日本秋田支社の3者が主体となって、既存の路線を活用し、秋田港駅とJR 秋田駅間(約 8.9km)を約 15分で結ぶクルーズ列車を開設した。

2018.4.18に日本初となるクルーズ列車の本格運行が開始した。このクルーズ列車はクルーズ船寄港時、クルーズ旅客の2次交通確保のために整備されたもので(一般的にクルーズ旅客の移動手段はバスだが、竿灯祭り期間中等はバスの確保が難しいのが現状)。クルーズ列車本格運行にあたり、各機関との調整(秋田港駅・土崎駅間は貨物専用路線のため旅客列車が走行するための様々複雑な手続きが必要であった)やトライアル運行(2017年竿灯祭り期間中)等行った。片道の乗車料金は200円となっている。

クルーズ列車は秋田港駅から直接観光地にアクセス可能であるほか、JR 秋田駅で秋田新幹線やリゾート列車に乗り換える場合等、様々なオプションツアーや個人旅行に対応可能となっており、飛躍的に観光地へのアクセスが向上した。

クルーズ列車は、二次交通の確保はもとより多様化する旅客ニーズへの対応、道路交通渋滞の回避、定時制の確保、さらにクルーズ列車そのものが観光資源となる等、他港にはない魅力的な取り組みとなっており、クルーズ列車の情報発信を強化していくことにしている。



図 3-19 クルーズ列車を活用した寄港効果の広域化

e) クルーズ旅客へのおもてなし

秋田港ではクルーズ客の受入環境向上に向け、「みなとオアシスあきた港」（平成 17 年指定）の構成施設であるポートタワーセリオンでの地場製品の販売や、クルーズ旅客に対し積極的な「おもてなし」を行っている。「なまはげ太鼓」や「秋田犬」等秋田県ならではの催しにより、にぎわい空間を創出している。加えて、知事・市長によるトップセールスを行う等、地域一体となってクルーズ振興に取り組まれている。



図 3-20 入港時の歓迎イベント

f) 秋田港の将来計画

現在、秋田港ではクルーズターミナルや秋田港クルーズ列車等のクルーズ船受入環境整備に力を入れている。将来計画では、ポートタワーセリオン前のくぼんだ水域部分（図 3-21 のピンクの場所）の埋め立て「クルーズ船 2 隻同時着岸」を計画している。

現在、秋田港のクルーズ船寄港回数は 20 回前後（最大船舶：13 万トン級クルーズ船）だが、将来的には 22 万トン級大型クルーズ船に対応可能なクルーズ専用岸壁の整備計画を進めており、5～10 年以内に供用を開始する予定である。



図 3-21 秋田港将来的な整備方針

## 2) 海外の先進事例

### ■ バルセロナ港

バルセロナ港は、スペインとフランスの国境から南へ約 150km 離れたリョブレガット川とベソス川の河口間の地中海沿岸に位置している。クルーズの港として、クルーズ旅客船の寄航数はヨーロッパ第 1 位、世界の第 4 位を記録している。

地中海クルーズの玄関口となっており、毎年、3 月頃から 11 月中旬まで、地中海クルーズを楽しむ人がとても多い。徒歩圏内に商業施設、ホテル、観光地あり、市街地へのアクセスが良好である。



東京都港湾局は 10 月 28 日、スペインのバルセロナ港と友好関係を深めるため協定を締結すると発表した。友好関係を深め、港湾計画や持続可能な港湾、クルーズなど港湾分野のさまざまな情報を交換することで、両港のさらなる発展につなげていく考えである。

### a) 港湾管理・経営

スペインでは国内 46 港湾を 28 の Port Authority、港湾公社によって管理しており、港湾公社を総括管理しているのが Puertos del Estado、国家港湾庁である。

各港湾公社は港湾運営において広範囲の自治を任されており、インフラ整備に関すること、例えば航路浚渫や、堤防・岸壁整備等は港湾公社自ら資金調達の上実施する。施設整備における国家港湾庁の財政的支援はない。

バルセロナ港は Port Authority of Barcelona (PAB : バルセロナ港湾公社) が港湾エリア全般の経営・管理運営を行っている。全体収益の約 8 割が港湾施設の使用料となっており、そのうち土地賃貸料が約 3 割である。欧米各国の Port Authority では代表的な港湾サービスの提供類型のひとつである、Landlord Port 型 (地主型) による経営を行っている。



図 3-22 スペインの港湾と Port Authority

ターミナル C は現状の施設を全てを取壊し、2019 年に新たなターミナル建設に着手予定である。2021 年の竣工を目指し、ロイヤルカリビアンとの J/V により同社の専用ターミナルとして運営予定である。この追加投資により、ターミナル B の契約期限は現在の 2029 年から 2044 年まで 15 年間延長される。

なお、小型のラグジュアリー船については、市中心部まで歩ける WTCBターミナルを利用する。(3 バースあり)。

b) クルーズターミナル

クルーズターミナルについては、ターミナル A からターミナル E までの 5 ターミナルが稼働しており、最新のターミナルであるターミナル E はカーニバル・コーポレーション専用ターミナルとして 2018.5 に除幕式を終えたばかりである。ターミナル F が今後 MSC が建設する予定である。

表 3-6 クルーズターミナルの概要

|           |    |         |  |
|-----------|----|---------|--|
| クルーズターミナル | 24 | ターミナル A | 2008 年 4 月オープン<br>面積：6,200 m <sup>2</sup>                                |
|           | 25 | ターミナル B | 面積：6,500 m <sup>2</sup> ターミナル A～C をつなぐ連続コンコースによりオアシス・オブ・ザ・シーズクラスの船も利用可能。 |
|           | 26 | ターミナル C | 2010 年に改修。2015 年にターミナル C と B を結ぶ新しい通路を整備                                 |
|           | 27 | ターミナル D | 2007 年オープン、2014 年に拡張。カーニバル・コーポレーションの船舶優先権を確保した私有コンセッションの下で運営             |
|           | 68 | ターミナル E | 2階建 12,500 m <sup>2</sup> 陸上からクルーズ船に LNG 供給が可能                           |



図 3-23 クルーズターミナル整備状況

各ターミナルには、VIP ラウンジ、会議室、入国手続きエリア、観光局、お店等が完備している。ターミナルの北にはクルーズ客向けのバス・タクシー乗り場、南には降り場、ターミナル勤務者用の駐車場やロータリーも整備されている。

c) その他設備の状況及びウォーターフロント（Port Vell）

A～C で 2 基のボーディングブリッジを使用している。このブリッジは A～C の連続 3 ターミナル間相互を自在に移動するほか、スロープの高さや傾斜も自在に調整ができ、屋根や空調も完備している。その他、荷物のチェックインから乗船下船から荷物受取りまでは国際空港と同様の作りとなっている。セキュリティには特に気をつけており、荷物検査はランダムではなく 100%実施している。

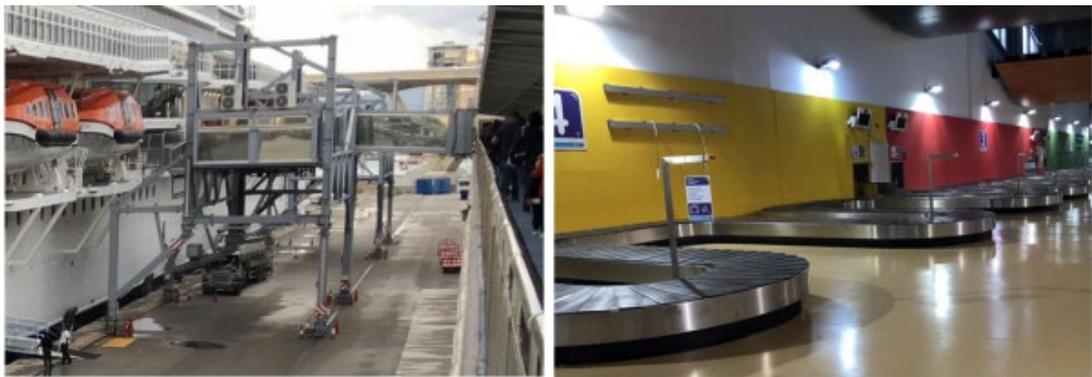


図 3-24 ボーディングブリッジ、ターミナル内ラゲッジクレーム

ターミナル E は空港や Airline と連携しバルセロナ空港への直行便の増便に成功しており、フライ&クルーズの需要が大きい（乗船客の 80%は飛行機を利用）。また、鉄道との連携も重要視している。ターミナルへのアクセス手段としては、タクシー（乗客の大多数が利用）、シャトルバス（バルセロナ空港や最寄りの地下鉄駅から各ターミナルまで 15 分間隔で運行）、自家用車（ターミナル横に十分な駐車場を完備）がある。チェックインカウンター数は 98 ブースあり、待合室には 1,500 脚の椅子、VIP ラウンジや高さ調節可能で屋根付き冷暖房完備のボーディングブリッジを備えている。

1992 年のバルセロナオリンピックを契機に、老朽化した港湾施設や倉庫等旧港湾地域をウォーターフロントとして再開発し、都市機能を取り入れることで港湾と都市の融合を図ったものであり、1995 年にオープンした。現在は 200 社以上の企業が事業を行っており、年間 1,600 万人以上の観光客が訪れる場所となった。施設としては、世界貿易センター、クルーズターミナル、5 つ星ホテル、遊覧船、ヘリコプター遊覧施設等がある。毎年 7,000 件の雇用と 3 億ユーロ以上の事業を創出している。



図 3-25 Port Vell

---

#### d)クルーズ振興の取組

2018年、バルセロナ港には年間800回の寄港があり、うち52%が発着クルーズとなっているが、PABはクルーズ船誘致のために次の点に力を入れてきた。

- (ア) Destination になること
- (イ) 施設・サービスの充実
- (ウ) Itinerary (アイテナリー、旅程) の検討と船社への提案等関係者との連携

まず初めに PAB は観光地としてのブランディングに注力することとした。ここで重要視したことは、①発着港として前後泊のプロモーションに力を入れること、②クルーズ船社への営業にあたっては本社を訪問し、訪問時には必ず観光部局 (Tourism Board) と同行することであった。

現在では、母港化が進んだため、乗船客の30%以上がバルセロナに3日間宿泊し、これらの多くが四つ星以上の高級ホテルに滞在する等、観光振興に発着港としての強みが発揮されている。

クルーズ船社への旅程提案等について他港と連携して実施しているが、PAB は地中海の港との連携に力を入れている。ひとつの取組例として、The Association of Mediterranean Cruise Ports に加入している。港同士が協調して、ターミナルのレベルを同等に上げていくことが重要と考えている。

最後に経済効果の観点だが、バルセロナ港においてクルーズ船のための水際線は港全体の12%、港への収入は8%であり、この数値はコンテナ船やRoRo船よりも低いというのが事実である。しかし、2014年度の調査では、通常の一泊の旅行者の市内消費額が平均156ユーロに対し、クルーズ客は平均202ユーロとなっており、市内でより多くの支出を行なっている等クルーズ船の乗船客がもたらす経済効果は大きい。一年間の実績を見ると、直接的・間接的経済効果はカタルーニャ州のGDPに4億1,320万ユーロ貢献し、6,759人分の雇用を創出した。同様にバルセロナ市に対してはGDPに3億1,340万ユーロ貢献し、5,039人分の雇用を創出した。

---

### 3.1.4 クルーズ船受入環境整備の課題と今後の対応

#### (1) クルーズ船受入環境整備の課題

クルーズ船の寄港回数の増加は、訪日観光客の増加に貢献するとともに、寄港地においては経済効果や地域の活性化が期待できる。そのため、クルーズ船の寄港促進に向けた誘致活動や、各地の港湾設備の整備が重要であるとされている。

近年、カジュアルクルーズの人気上昇に伴い、更なる利潤を上げるために世界のクルーズ船が大型化している。しかし現在、日本の旅客船ターミナルに大型クルーズ船を寄港させるには、岸壁の長さや水深等が不足している。

大型クルーズ船専用岸壁等が整備されている港があるが、やはり物流ターミナルで受け入れざるを得ない港が各地に多く存在する。旅客の受け入れが本来想定されていない物流ターミナルにはCIQ施設・多言語表示・Wi-Fi環境等が不十分であり、諸外国と比較してクルーズ船入港時における手続に多くの時間を要することから、クルーズ旅客の受け入れにおいて非効率な状況が発生している。

また、魅力的な観光コンテンツ不足等の要因により旅行客数に見合った経済効果が必ずしも十分に得られているとは言えない状況にある。商業施設だけではなく、豊かなウォーターフロントをめざし、内港地区の再開発等により、港湾空間の質の向上させ、賑わいと風格を備えた国際交流の中核拠点形成する必要がある。

さらには、クルーズ船寄港時には貨物の荷役を中止又は大幅に制限する必要性が生じる可能性があること、コンテナや貨物を輸送する車両とクルーズ船の乗客が輻輳し危険であること、クルーズ船の見物客やクルーズ旅客の利用するバス・タクシー等の車両により港湾周辺の道路が混雑すること等、訪日クルーズ観光客の受入環境としては不十分な現状となっている。

観光地としての魅力の醸成やクルーズ文化の定着に関して、世界有数の観光地であるバルセロナにおいても、バルセロナ港湾公社が観光部局と連携してクルーズ船社の本社を訪問しているほか、スペイン国内港湾間の連携強化等に努めてきた。日本でも周辺地域や海外クルーズポート等との広域連携及び港を拠点とする観光振興がクルーズ戦略として極めて重要だと思う。

これら課題や更なる訪日クルーズ観光客の増加への対応として、各港ではお客様の寄港満足度を高めるために、受入環境の整備に一層の工夫が必要である。

---

## (2) クルーズ船受入環境整備にむけての今後の対応

近年における日本へのクルーズ船寄港の増加及びそれにより生じた課題に対応するため、「港湾法の一部を改正する法律案」が、2016.2.5に内閣から国会に提出され、5.13の参議院本会議において可決、成立した。

改正港湾法をめぐる主な国会論議を踏まえ、クルーズ船受入環境整備に向けての今後の対応を以下にまとめる。

### a) 受入環境整備の今後の取り組み

欧米系のクルーズが近年増加傾向にあるため、それらのクルーズも日本へと積極的に取り組むことが求められている。

政府も大型クルーズ船受入れのための港湾整備に重点を置く方針を明らかにしている。現行の2倍以上の受入設備を整備するには、財政上の制約に留意しつつ、航路の浚渫、防舷材・係留柱の改修、旅客施設の整備等所要の予算の確保が必要となる。現在や将来における需要動向を踏まえた、港湾施設の新規整備や既存施設の活用が重要である。

加えて、クルーズ船を受け入れる港湾施設の整備促進に合わせて、上陸した観光客が乗車する大型バスが引き起こす交通渋滞や路上駐車への対策を始めとする港周辺地域への配慮や海上観光交通等の拡充や訪日観光客の受入れに必要な観光案内所及び観光ガイドの人材確保等ソフト面の整備も欠かせない。

また、CIQ 手続の所要時間に関して、「観光ビジョン実現プログラム 2016」においては、空港での入国審査に要する待ち時間を 20 分以下に短縮することが目標とされ、クルーズ船における入国審査の所要時間を短縮するため、あらかじめ外国の出発地に派遣した入国審査官がクルーズ船に乗り込み、公海上において個人識別情報の提供を受ける等、クルーズ船が日本の港に到着するまでの時間を活用して上陸審査の事前準備を行う海外臨船審査の早期運用開始を目指し、対象国・地域との調整を行っているところである。

### b) 列島のクルーズアイランド化

欧米や ASEAN 諸国等の中国・台湾以外から発着するクルーズも含めた中長期クルーズを誘致するためには、外国クルーズ船入港時の手続きの迅速化・円滑化に向けた国との連携や海外船社へのポートセールスやソフト・ハード面両方の受入れ体制の拡充等が必要不可欠となることから、官民一体の誘致活動を行っていくことが肝要である。

近年は、都市再開発の進展に伴い、ウォーターフロントにおいて潤いある生活空間を市民に提供するとともに、近年のクルーズ需要の爆発的な増加に伴い、これまで必ずしも十分な対応ができていなかった。クルーズ船・外国人クルーズ旅行客を受け入れるための港湾整備や美しく快適で賑わいのある空間づくりが強く求められている。

さらに将来は、港湾管理者の多くを占める地方自治体において港湾の技術者や技能者の減少が見込まれることから、国が有する知見や人材を活用して地域の港湾行政を支える観点も必要となってくる。

日本発着クルーズの振興による交流人口の拡大が経済効果を生み、地方創生に大きく寄与することから、その効果をさらに拡大するために、日本発着クルーズを増加させ、クルーズ船の母港化を

---

促進する必要がある。

また、外国人クルーズ旅行客を飽きさせず、リピーターの増加につなげていくためには、国内フェリー・鉄道等を活用した新たな周遊ルートづくりや体験・参加型アクティビティを充実させる必要がある。IoT等を活用して外国人クルーズ旅行客の満足度とその決定要因等に関するきめ細やかな情報の入手・分析を推進し、惹きつける観光コンテンツを港湾周辺に充実させる。

これにより日本にクルーズ文化を定着させ、安定したクルーズ市場・関連ビジネスを形成すると考えられる。

## 3.2. 地域交通環境整備に着目したインバウンド対応

### 3.2.1 研究の背景と目的

#### (1) 研究の背景

近年、観光需要の高まりにより我が国の訪日外国人旅行者（以下インバウンドと言う）は大きく増加しており、今後の日本経済を担う新たな基幹産業としての期待が高まっている。インバウンドの客数と消費額は下図のように、2011年以降右肩上がり増加し続けており、2018年には客数3000万人、消費額4兆5千億円を突破した。

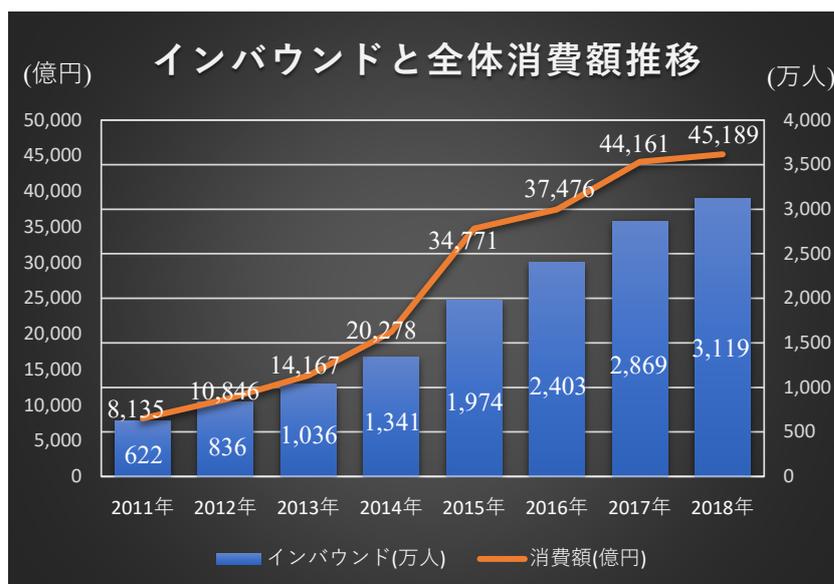


図 3-26 インバウンドと全体消費額推移

好調なインバウンド需要の一方で、地域交通が抱える様々な課題や観光地で局所的なオーバーツーリズムといった新たな課題が見えてきており、これらの課題に対し、新たな観光周遊への転換の取組が各所でなされているものの、まだまだ十分とは言えない。

#### (2) 研究の目的

本研究では、上述した課題（地域交通の課題、局所的なオーバーツーリズム）に触れつつ、国内の観光地域交通環境整備に関する情報収集整理から、問題課題の抽出・整理とそれらに対する今後の対応方針を示す。

### 3.2.2 地域交通が抱える問題・課題

#### (1) 地域交通が抱える諸問題

##### 1) 少子高齢化の進行による生産年齢人口の減少

我が国は2008年の1億2,808万人をピークに減少に転じており、2060年には総人口8,674万人になると予測されている。さらに、生産年齢人口が約64%→約51%、高齢人口が約23%→約40%と予測されており、地域交通にとっては、担い手不足や輸送人員の減少が課題となっている。

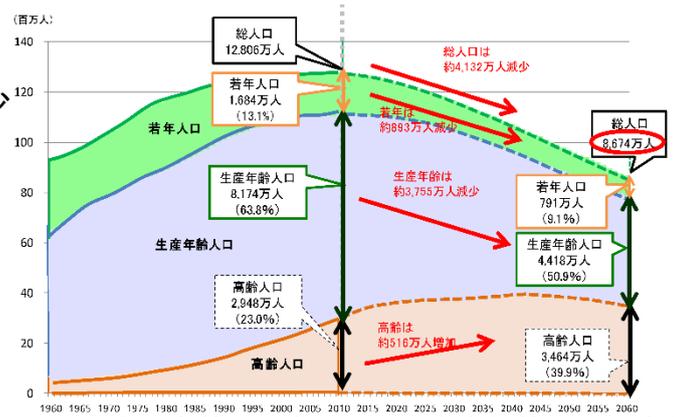


図3-27 少子高齢化の進行による生産年齢人口の減少

出典) H30.10 公共交通政策の現状と課題  
(国土交通省総合政策局公共交通政策部)

##### 2) 将来の移動手段確保へ高まる不安

国土交通省国民意識調査によると、将来的な不安として「公共交通が減り自動車が運転できないと生活出来ない」が最多で、特に地方部でその傾向が顕著に見られた。



図3-28 国民意識調査

出典) H30 国土交通省国民意識調査

##### 3) 地域交通の財政的な課題

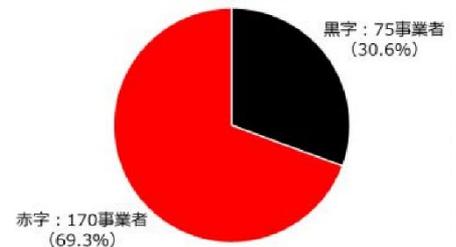
地域交通の輸送人員は軒並み下落傾向にあり、全国の6割の事業者が赤字となっている。さらに、地方部のバス事業の収支率は低い水準、低賃金、長時間労働などにより、自動車運転者を志望する人が減っており、担い手不足が深刻化している。



図3-29 輸送人員の推移

出典) 自動車輸送統計調査

乗合バス事業者の収支状況 (2017年度)



| 2017年度<br>大都市・その他地域の別 | 事業者数 |     |     |
|-----------------------|------|-----|-----|
|                       | 黒字   | 赤字  | 計   |
| 大都市部                  | 51   | 29  | 80  |
| その他地域                 | 24   | 141 | 165 |
| 計                     | 75   | 170 | 245 |

図3-30 地方部のバス事業者収支状況

出典) 自動車局発表資料より

## (2) 二次三次交通のサービスレベルの低さ

次に、地域交通が抱える課題として、二次三次交通のサービスレベルが低く、あるいは周知浸透が十分でないため、地方部になかなか回ってもらえないという課題が挙げられる。

### 1) 用語の定義

地域交通、1次交通、2次交通、3次交通の定義を以下に示す。

表 3-7 用語の定義

| 用語   | 定義   |
|------|--|
| 地域交通 | 地域公共交通は、自動車を使用しない住民に対して、通勤、通学、買物、通院などの移動手段を提供し、日常生活を支えるもので、路線バス、コミュニティバス、乗合タクシーなどがこれに該当する。<br>※「地域公共交通づくりハンドブック」（国土交通省自動車交通局旅客課） |
| 1次交通 | 域外から拠点地域への移動のこと。<br>拠点である航空、鉄道、高速バスがこれに該当する。   |
| 2次交通 | 拠点地域から域内への移動のこと。<br>域内の観光エリアまでの電車、路線バス、タクシーなどがこれに該当する。   |
| 3次交通 | 域内間の移動のこと。<br>コミュニティバス、地域観光タクシー、レンタル自転車などがこれに該当する。   |

### 2) 二次三次交通のサービスレベルの低さ

地域交通が抱える課題として、二次三次交通のサービスレベルの低さがある。

地方観光地の地域交通（例：路線バス）は本数の少なさ、行き先の分かりにくさ、料金收受方法（現金のみ）、多言語表記なし等によるサービスレベルの低さから、観光客にとって利用しづらくなっている。

特に外国人観光客は限られた日数と時間の中で色々なところを回る必要があるため、1日に数本の路線バス等の利用は難しいものとなっている。

以下に外国人観光客の誘致にあたって考えられる二次三次交通に必要なサービス一覧を記載する。

表 3-8 二次三次交通に必要なサービス一覧

| 必要なサービス項目         | 内容                                       |
|-------------------|--|
| 公共交通機関の外国語対応      | 鉄道、路線バス等の行き先や乗り換えが分かる多言語化                |
| 料金收受方法の簡素化        | 現金や地域専用カードではなくクレジットカードなどのキャッシュレス決済可能かどうか |
| 案内表記の分かりやすさ、外国語対応 | 現地での移動の際の路線バス等の案内表記の分かりやすさや多言語化          |
| 路線図などの交通情報の分かりやすさ | 交通機関の表示が事業者ごとに異なるなど分かりにくくなっていないか         |

### 3) 周知浸透が十分でない

地域交通が抱える課題として、周知浸透が十分でないという課題がある。

周知浸透の度合いを図るにはまずプル型およびプッシュ型の情報提供の違いを把握する必要がある。以下にその意味と具体例を示す。

表 3-9 プル型およびプッシュ型の情報提供の意味と具体例

| 情報提供の仕方    | 内容  |
|------------|---|
| プル型の情報提供   | 英語の pull (引き出す) の意味の通り、必要な情報をユーザーが能動的に取得するサービスのこと           |
| プル型の具体例    | 公式 HP 掲載、SNS による告知  |
| プッシュ型の情報提供 | 英語の push (押す) の意味の通り、必要な情報をユーザーの能動的な操作を伴わず、自動的に配信されるサービスのこと |
| プッシュ型の具体例  | DM (ダイレクトメール)、電話営業、飛び込み営業                                   |

今の時代、スマートフォンやパソコン等で誰でも好きな情報を得ることが出来るが、こういったプル型の情報取得では以下のような偏りが出る。

#### ○プル型情報提供の偏った例

JTB、じゃらんといった大手旅行サイトで記載されている観光地の順列は、上位ほど認知度が高いが、ユーザーは必ずしも上位のみを求めている訳ではない。

例えば、地方観光都市の熊野古道（和歌山県）は 2018 年ロンリープラネット\*にて世界 5 位に選ばれており、外国人にとってはもはやメジャーな観光地となっているが、国内の大手旅行サイトでは主に関東圏から紀伊半島への交通手段である南紀白浜空港を利用するプランは順列上、最下位になってしまっている。

この例は、プル型情報提供の偏った一つの例であり、プッシュ型の情報提供も効果的に使っていく必要があると言える。



図-31 ロンリープラネット HP での紀伊半島掲載写真

### (3) 観光地のオーバーツーリズム

#### 1) オーバーツーリズムとは

オーバーツーリズムの定義は、観光庁の R1.6「持続可能な観光先進国に向けて」（別紙）によると、「観光地やその観光地に暮らす住民の生活の質、及び／或いは訪れる旅行者の体験の質に対して、観光が過度に与えるネガティブな影響」とある。

また、観光庁発行の観光白書では以下のように述べている（平成 30 年版「観光白書」P111 より）。

「特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような観光の状況は、最近では「オーバーツーリズム（overtourism）」と呼ぶようになっている。」

現在、インバウンドによる来訪客数は好調だが地域によっては偏りがあり、特に、初来訪のインバウンドの多くはゴールデンルート（\*）に来訪する傾向が高い。中でもゴールデンルートの一角である京都では一部の地域でオーバーツーリズムの現象が起きている。

下図はインバウンドがゴールデンルートに集中している状況を示す。

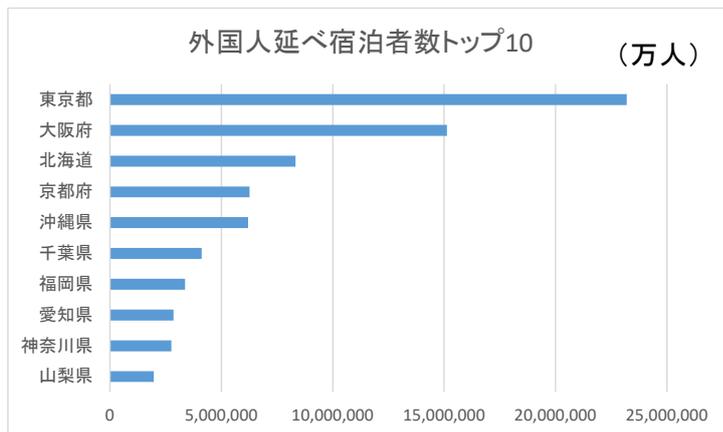


図 3-32 2018 年外国人延べ宿泊者数トップ 10

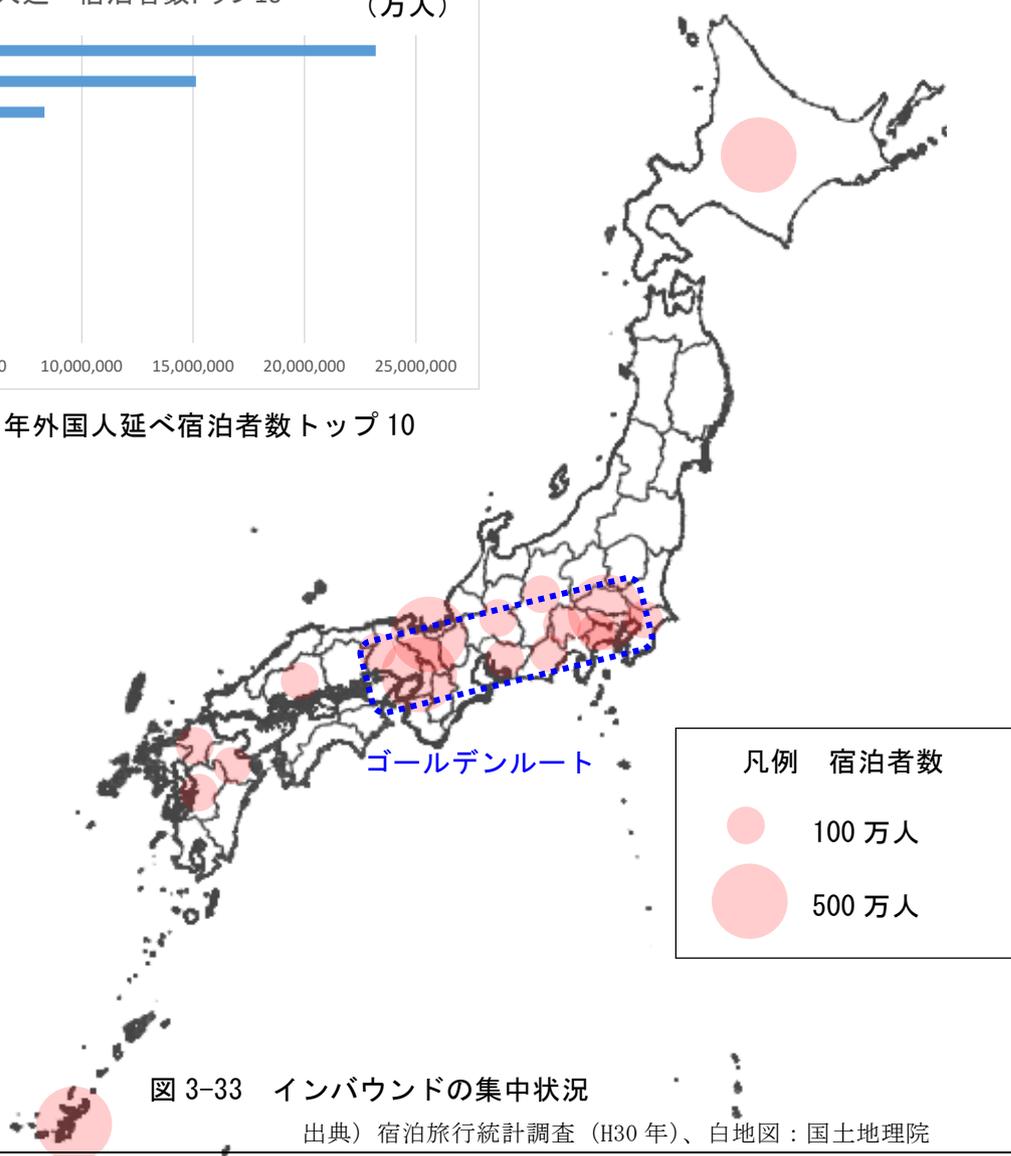


図 3-33 インバウンドの集中状況

出典) 宿泊旅行統計調査 (H30 年)、白地図: 国土地理院

## 2) 拠点都市への集中と地域交通への影響

### a) 京都の例

日本でも各地で訪日外国人が増えており、特にゴールデンルートと言われる東京、箱根、名古屋、京都、大阪などを巡る観光周遊ルートの中で特に京都でオーバーツーリズムの傾向が見られる。

京都では2011年には年間100万人程度であった外国人宿泊者数は2018年にはその約6倍である約620万人に急増した。

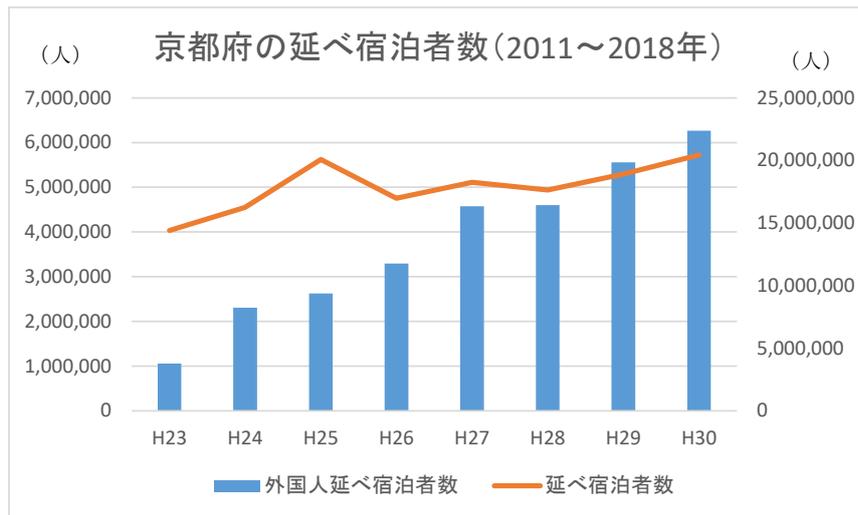


図 3-34 京都府の延べ宿泊者数 (2011~2018年)

出典) 宿泊旅行統計調査 (2011~2018年) 観光庁

そもそも京都は歴史的な街並みや人々の生活空間の中に点在する寺社や史跡が観光対象である。つまり街全体が観光名所であるため、観光客が地域住民の生活の場にも入ってくることになる。これは、観光客にとって観光地は非日常空間であるが、地域住民にとっては日常であり、その日常に地域住民の動線と観光客の動線が重なることで、バスや電車、道路や店など、地域交通に悪影響を及ぼしている。

さらに、過剰な混雑は、京都の観光地が持つ本来の美しい景観を損なわせ、観光客の満足度や再来訪意向の低下に繋がる他、観光地周辺の住民の生活にも影響を与え、観光客に対する受入意欲の低下を招くこともある。



図 3-35 京都市内の観光地の様子

出典) 京都市情報館(京都市 HP)

## b) 鎌倉の例

神奈川県鎌倉市は都心から南に鉄道で約 1 時間という交通利便性の高い観光都市であり、近年年間 2,000 万人を超える延べ入込観光客数となっている。

一方で、交通渋滞や利用集中による市民生活へ悪影響が顕著であり、鎌倉市の平均旅行速度は県平均よりも 5 割ほど低く、渋滞が非常に起こりやすいという課題がある。(右図) その原因は様々だがほとんどの道路が片側 1 車線、観光客が車道に飛び出すといった問題が指摘されている。この現状もあり、平成 29 年鎌倉市民意識調査報告書によると、交通環境に関する満足度は低く、否定的な意見も増加している。

2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催に伴い、より多くの来訪者が鎌倉地域を訪れることが予測され、自動車利用の抑制や公共交通への転換を促し、交通渋滞の解消を図ることが必要となるという問題意識から、鎌倉市は 2015 年に「鎌倉地域の地区交通計画策定に向けた中間とりまとめ」という報告書を公表した。

同報告書でロードプライシングが重要施策に位置付けられたが、実現にあたっては料金による行動変化の想定や、料金収受システムの設定による制度や採算性の確認が必要となることから、市単独の検討は困難という意見もあり、2020 年 1 月に鎌倉市は課金による自動車交通量の抑制策「ロードプライシング」の早期実現に向けて支援を求める要望書を国土交通省に提出した。目標としていた 2020 年度中の実施は難しい状況であり、市としても引き続き検討を進めるとしているが、依然として交通渋滞や利用集中による市民生活への影響は残っている。



図 3-36 鎌倉市内から江の島と富士山を望む

出典) 鎌倉市観光協会

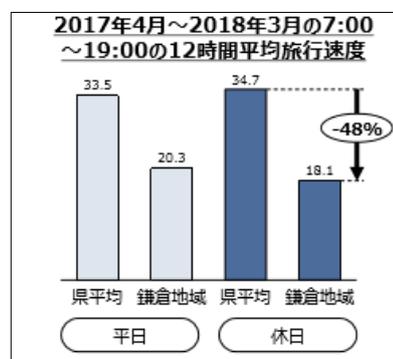


図 3-37 鎌倉市の平均旅行速度の県平均比較

出典) 鎌倉市観光協会  
(鎌倉市観光地マスタープラン)

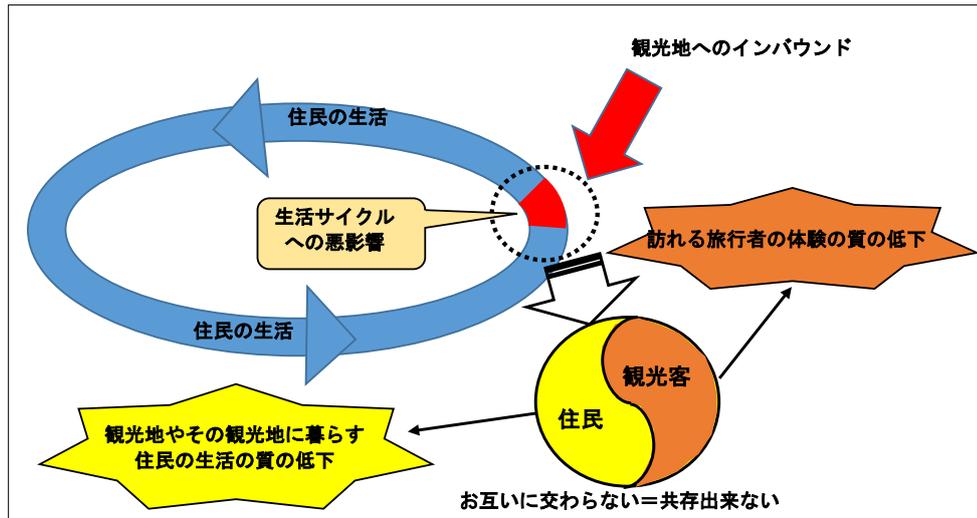


図 3-38 オーバーツーリズムでの観光地と地域住民の疲弊状況

このような拠点都市への集中に対して、地域交通は本来の機能として地域住民の利便性を最大限に考慮して、その路線やサービス水準を決定することが原則であるため、路線バス等は主要な観光周遊ルートと地域住民の利用ルートと一致しないことが多く、仮に一致したとしても一度に多くの観光客を運ぶ運航体系になっていないことが多いといった課題が残る。

### 3.2.3 地域交通としての対応事例

様々な地域課題に対し、DMO より地域交通としての対応事例について実際に話を聞く貴重な機会を得られたことから、以下にその要点を示す。(詳細のヒアリング議事録は6章に記載)

#### (1) ヒアリング概要

##### 1) 概要

表 3-10 ヒアリング概要

| 項目          | 内容                                    |
|-------------|---------------------------------------|
| ヒアリング日時     | 2020年2月4日                             |
| ヒアリング対象 DMO | (一社)田辺市熊野ツーリストビューロー                   |
| ヒアリング場所     | 田辺市熊野ツーリズムビューロー事務所<br>(和歌山県田辺市湊1-4-6) |

##### 2) 対象地域の概要

ヒアリング対象の(一社)田辺市熊野ツーリストビューローは平成18年田辺市内の観光協会(田辺・龍神・大塔・中辺路町・熊野本宮)を構成団体として設立した官民共同の観光プロモーション団体である。

田辺市内には豊かな自然と奥深い歴史を感じさせる世界遺産「熊野古道」を有する。「熊野古道」は紀伊半島に位置し、三重県、奈良県、和歌山県、に跨る参詣道の総称であり、2004年に世界文化遺産に登録され、徐々に熊野を訪れる外国人観光客の数を増やしている。さらに、世界的旅行ガイドブックであるロンリープラネットにおいて2018年に世界5位に選出、国内最大級の外国人向け日本情報サイトであるガイジンプットにて2020年の観光地の中で第1位に選出されるなど、世界的にはもはやメジャーな観光地としての地位を築きつつある。



図 3-39 熊野古道からの風景

出典) 田辺市熊野ツーリズムビューローHP より

## (2) 地域交通に関連する取り組み

### 1) 背景・課題

多くの外国人観光客は熊野古道を歩くことを目的に和歌山県を訪れているが、熊野地域を運行する公共交通機関（路線バス事業者4社、JR）の表記が事業者・場所により異なり分かりにくい状況である。

### 2) 取り組み

こういった課題を受けて、田辺市熊野ツーリズムビューローでは二次交通の利便性向上に向けた取り組みを行った。以下にその例を示す。

表 3-11 二次交通の利便性向上に向けた取り組み一覧

| 取り組み項目           | 内容  |
|------------------|---|
| (1)共通の路線図        | <ul style="list-style-type: none"><li>・複数の路線バス事業者の路線図を、鉄道情報も含めて1つに集約</li><li>・系統番号を導入し、バス車両、路線図、バス停の掲示物等に表示</li></ul> |
| (2)交通拠点の整備       | <ul style="list-style-type: none"><li>・交通拠点を5つ設定し、案内情報を充実</li><li>・1箇所に複数あるバス乗り場には、行き先ごとに乗り場番号を表示</li></ul>           |
| (3)バス停・バス亭掲示板の整備 | <ul style="list-style-type: none"><li>・路線図、周辺案内図、運賃の支払い方の掲示を推進</li><li>・複数のバス会社共通の時刻表、主要停留所案内の掲示を推進</li></ul>         |
| (4)バス停名称の統一      | <ul style="list-style-type: none"><li>・バス会社で異なっていたバス停名称の変更・統一</li></ul>   |
| (5)情報発信          | <ul style="list-style-type: none"><li>・新しいバス路線図等を掲載したアクセスマップを製作</li><li>・和歌山県多言語情報「Visit Wakayama」等も活用して発信</li></ul>  |

### 3) 効果と課題

熊野地域を訪れた外国人観光客の街頭調査（平成 31 年熊野地域における二次交通の案内に関する共通整備ガイド 熊野外国人観光客交通対策推進協議会）により、路線バスの案内表示について約 8 割が満足している結果（約 2 割は不満）となっており、一定の効果があると言える。

しかし、外国人観光客より Wi-Fi 接続が可能な環境を望む声も多いため、今後はインターネットの接続環境を整える等、地域交通に付加価値を持たせるのが望ましいと言える。

また、ヒアリングの際に熊野古道に立ち寄り、実際に効果と課題を確認した。以下にその一覧表を示す。尚、初めて熊野古道を訪れた外国人目線の評価であることを予め断っておく。

表 3-12 熊野古道での外国人観光客目線での効果と課題-1

| 施設    | 効果と課題  | 状況写真  |
|-------|--|---|
| バス停留所 | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光客用のバスと住民バスとが明確に区別されており分かりやすい。</li> <li>路線図により行先が明確であるが、英語などの多言語表記がなされていない。</li> <li>初めて乗降する外国人観光客は不安に感じるかもしれない。</li> </ul>                            |   |
| 道標    | <ul style="list-style-type: none"> <li>初めて訪れる観光客が、次の目的地まであとどのくらいの距離か分かる道標がいたるところに設置されていて分かりやすい。</li> <li>さらに熊野古道から逸れないように軌道修正の役割も果たす。</li> <li>こちらはローマ字表記となっており、外国人観光客に効果が大きいと思われる。</li> </ul> |  |
| 解説板   | <ul style="list-style-type: none"> <li>それぞれの地点には解説板があり、興味深い歴史を知ることが出来る。</li> <li>こちらも英語表記がなされており、初めて訪れる外国人観光客もその地の歴史を知ることが出来る。</li> </ul>  |  |

表 3-13 熊野古道での外国人観光客目線での効果と課題-2

| 施設      | 効果と課題   | 状況写真  |
|---------|---|---|
| スタンプラリー | <ul style="list-style-type: none"> <li>・それぞれの地点にはスタンプラリー箱が設置されており、訪れた人の収集欲を満たすことができる。</li> <li>・実際に押印したところきちんとインクも出ており、こまめに管理されているのが分かる。</li> <li>・ヒアリングで聞いた話によると外国人観光客には特に人気であるということである。</li> </ul>                      |    |
| 案内板     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・主要地点には案内板が設置されており、現在地、次の地点までの距離、さらにトイレの場所など、事細かに示されていて分かりやすい。</li> <li>・英語表記もされているため、外国人観光客はこれを見れば迷わず進むことができる。</li> </ul>   |   |
| 熊野古道    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・熊野古道そのものは綺麗に整備されており、通行する人は自然の原風景を体感できる。</li> <li>・ヒアリングで聞き取った内容によると、雨風や台風によって、道が荒れた場合であっても、地元企業による清掃等が行われているため、常時整備されていると言ってよい。</li> <li>・外国人観光客の求める自然と癒しはまさにこの原風景にある。</li> </ul> |  |

### 3.2.4 地域交通に寄与する最新技術

#### (1) MaaS の概要

前項のような様々な地域交通の課題に対して有効な手段が MaaS である。

MaaS とは Mobility as a Service の略で、国土交通省によると、「スマホアプリにより、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」と定義されており、地域が抱える様々な課題を解決できるとされている。

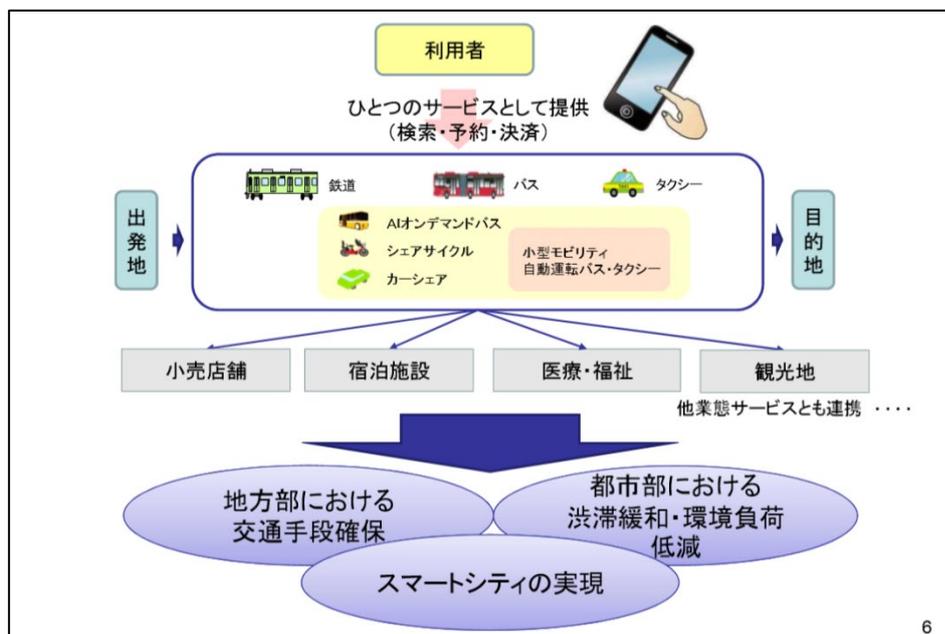


図 3-40 MaaS の概念図

出典) 日本版 MaaS の実現に向けて(H31.4 国交省総合政策局)

#### (2) 地域交通としての MaaS の必要性

##### 1) MaaS により出来ること

地域交通に MaaS を導入することで、既存の交通手段を活用しつつ、地域の輸送サービス・移動手段の維持・確保を図ることが出来、地域住民のみならず観光客などの来訪者も、自ら運転することなくドア to ドアで便利に移動することが可能になる。



図 3-41 地方の MaaS 導入イメージ

出典) 地域公共交通・MaaS をめぐる取組について(R1.11 国土交通省)

## 2) MaaS がもたらす効果

### ○利便性向上

MaaS を導入することで、下図のように既存の移動行程と比較しても、出発地から目的地までの経路選択、予約、料金支払いをシームレスに行うことができ、利便性向上に大きく寄与する。

#### ●既存の移動イメージ

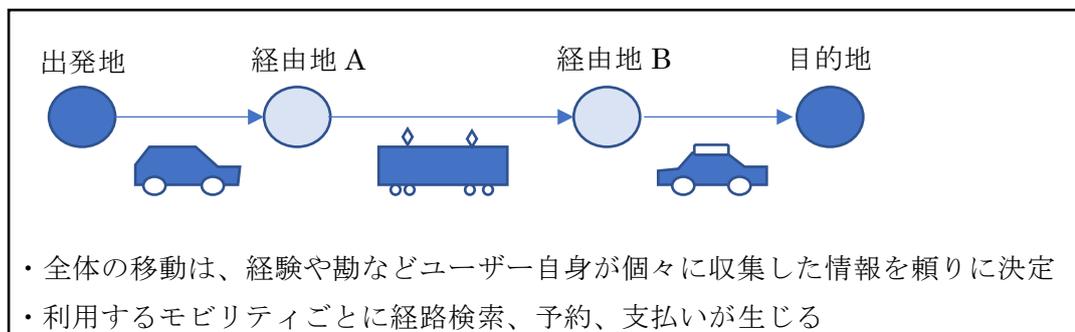


図 3-42 既存の移動イメージ

#### ●MaaS で実現される移動イメージ

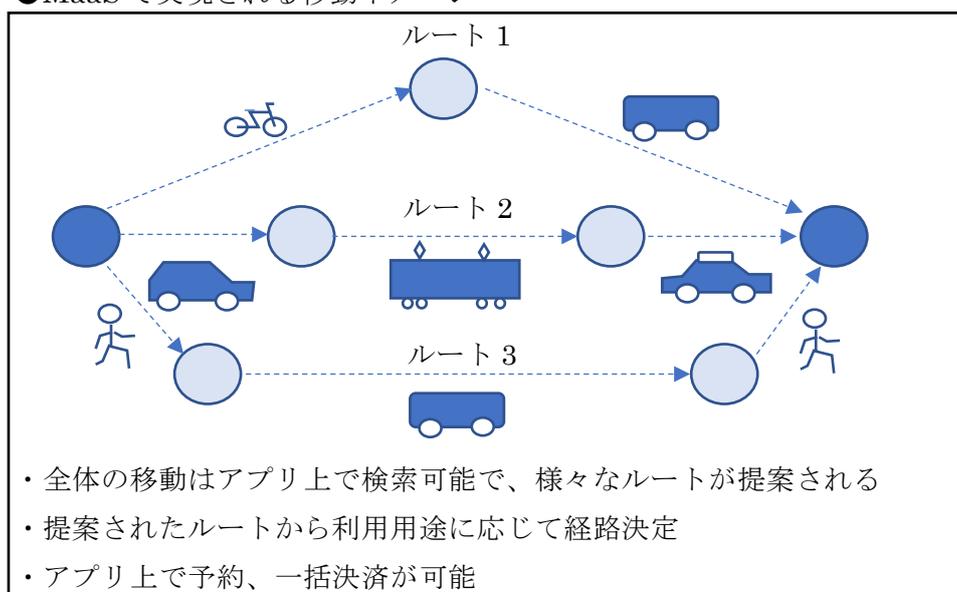


図 3-43 MaaS で実現される移動イメージ

### ○公共交通機関の利用割合増加

MaaS は移動ユーザの利便性を高めるだけでなく、モビリティの利用状況にも変化をもたらすことが報告されている。顕著に変化が現れたのは、フィンランド・ヘルシンキにおける Whim と呼ばれる MaaS アプリケーションの導入前後で自家用車の利用割合が減少し、公共交通機関の利用割合が増加し、さらに共有の自動車（タクシー、レンタカー）を利用する割合が増えるなど、モビリティの利用状況が大きく変化した事例である。

このように、MaaS は自家用車から公共交通機関へのシフト、自動車の所有から共有へのシフトをもたらすポテンシャルがあることが分かる。

---

### 3.2.5 地域交通の役割と今後の対応

#### (1) 地域交通環境整備の課題

- ・ MaaS 導入後はラストマイル利用としてのシェアサイクル等が盛んになると思われるが、依然として自転車での走行が危険な空間が多いことやステーションのインフラ整備空間の確保といった新たな問題が出てくる。
- ・ 人口減少、少子高齢化における交通の諸問題を ICT の力でサポートするのはいいが、スマホを扱えない高齢者などの足はどうするのか。そういった交通弱者向けのサポートも今後必要となってくる。
- ・ MaaS 導入後に、自家用車→地域公共交通への交通手段シフトが起こるのが理想で、社会全体でそういった風潮にする必要がある。
- ・ 今後の地域公共交通は、特に中山間地での地域の足となるべく、自動運転技術の発達も望まれる。

#### (2) 地域交通環境整備に向けての今後の対応、提案

地域交通の様々な課題を MaaS の導入等により解決できるとしたが、MaaS は手段であって目的ではない。MaaS を活用することで、様々な地域課題の解決や、人々の移動の概念の変革、それにより人々の暮らしが豊かになることがゴールと捉えるべきである。

そのためには、地域交通やまちづくりにノウハウのある建設コンサルタントの観光分野への積極的な参入により、各産業を縦割りに捉えるのではなく面的に捉え、トータルコーディネーターとしての総合的な判断が今求められていると考える。

## 参考文献一覧

- 1) 国土交通省観光庁：「観光白書」令和元年版、2019
- 2) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議：明日の日本を支える観光ビジョン、2016. 3
- 3) 西田玄：クルーズの更なる振興に向けて、2016. 9
- 4) 国土交通省クルーズ振興室：訪日クルーズ旅客 500 万人の実現に向けた取り組み、2017
- 5) 港湾空間高度化環境研究センター：クルーズ船の誘致による地域振興の手引き、2011. 1
- 6) みなと総合研究財団クルーズ総合研究所：クルーズポート読本、2018. 8
- 7) 国土交通省：観光立国の推進、2015
- 8) クルーズ紀行 HP：[www.mwt.co.jp/cruise/shipdata/](http://www.mwt.co.jp/cruise/shipdata/)
- 9) 国土交通省：港湾の中長期政策『PORT 2030』、2018. 7
- 10) 国土交通省港湾局：「みなとオアシス」の概要、2020. 2
- 11) 黒澤武邦、富士修：  
インバウンド観光促進における外国クルーズ船誘致の課題に関する考察、2019. 3
- 12) 東京湾水先区水先人会東京事務所 HP：[www.tokyobay-pilot.jp/index.html](http://www.tokyobay-pilot.jp/index.html)
- 13) 商船三井客船：船客・船社が寄港地に求めるもの、2012. 10
- 14) CRUISE PORT GUIDE OF JAPAN HP：[www.mlit.go.jp/kankocho/cruise/jp/](http://www.mlit.go.jp/kankocho/cruise/jp/)
- 15) インフラストラクチャー研究所：RIIM REPORT 18、2019. 7
- 16) みなと総研クルーズニュース HP：[www.wave.or.jp/cruise/cruisenews\\_index.html](http://www.wave.or.jp/cruise/cruisenews_index.html)
- 17) 西日本新聞 HP：[www.nishinippon.co.jp/item/n/471301/](http://www.nishinippon.co.jp/item/n/471301/)
- 18) 琉球新報 HP：<https://ryukyushimpo.jp/>
- 19) 長崎県港湾課：  
活力ある地域づくりを支える交通ネットワークの形成と個性あるまちづくりの推進、2019. 7
- 20) 宮古新報 HP：<http://miyakoshinpo.com/news.cgi?no=21918&continue=on>
- 21) tripnote HP：<https://tripnote.jp/nagasaki/place-sasebo-port>
- 22) 鹿児島県 HP：[www.pref.kagoshima.jp/kenmin/index.html](http://www.pref.kagoshima.jp/kenmin/index.html)
- 23) 神戸市：神戸港将来構想、2017. 5
- 24) 五洋建設グループ：大阪市天保山客船ターミナル整備等 PFI 事業提案の概要、2020. 2
- 25) 熊本県：八代港における国際旅客船拠点形成計画書、2017. 11
- 26) 沖縄県：沖縄クルーズ戦略策定事業報告書、2017. 3
- 27) 沖縄県：国際旅客船拠点形成計画、2018. 1
- 28) 下関市港湾局 HP：[www.shimonoseki-port.com/jp/index.htm](http://www.shimonoseki-port.com/jp/index.htm)
- 29) 国土交通省：訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港回数(2019 年速報値)、2020. 1
- 30) 国土交通省東北地方整備局港湾空港部 HP：[www.pa.thr.mlit.go.jp/kakyoin/](http://www.pa.thr.mlit.go.jp/kakyoin/)
- 31) 国土交通省東北地方整備局秋田港湾事務所 HP：[www.pa.thr.mlit.go.jp/akita/index.html](http://www.pa.thr.mlit.go.jp/akita/index.html)

- 32) 日本の魅力発信に向けたクルーズ着地型観光の充実のための検討会(観光庁) :  
クルーズの着地型観光に関する優良事例集、2019.6
- 33) クルーズマンズ HP : <https://cruisemans.com/ports>
- 34) 国際港湾協会協力財団 : 海外港湾事例研究報告、2019.1
- 35) LNEWS HP : <https://www.lnews.jp/2019/10/11028408.html>

## 目次

|  |      |
|--|------|
| 4. 持続可能な観光まちづくりへの事業参画・支援               | 4-1  |
| 4.1. 研究の背景と目的                          | 4-1  |
| 4.2. 観光まちづくりの現状把握                      | 4-2  |
| 4.2.1 観光まちづくりの実施体制                     | 4-2  |
| 4.2.2 DMOの活動内容と課題                      | 4-3  |
| 4.2.3 自治体の活動内容と課題                      | 4-5  |
| 4.2.4 優良事例における活動内容と役割分担                | 4-7  |
| 4.2.5 (株)南紀白浜エアポートの取り組み                | 4-11 |
| 4.3. 観光まちづくりの課題解決に向けた建設コンサルタントの事業参画・支援 | 4-14 |
| 4.3.1 「観光まちづくり」における課題                  | 4-14 |
| 4.3.2 課題に対する建設コンサルタントの取り組み事例           | 4-15 |
| 4.3.3 その他の観光まちづくりに関する取り組み              | 4-18 |
| 4.4. 観光まちづくりのさらなる発展に向けた取り組み            | 4-20 |
| 4.4.1 建設コンサルタントの新規事業分野                 | 4-20 |
| 4.4.2 観光まちづくりのさらなる発展に向けた取り組み           | 4-22 |



---

## 4. 持続可能な観光まちづくりへの事業参画・支援

### 4.1. 研究の背景と目的

我が国における観光まちづくりは、2000年に観光政策審議会の答申の中で重要施策の一つとして位置付けられ、2002年に「観光まちづくりプログラム策定推進事業」が開始され、取り組みが始まった。その後、2006年に観光立国推進基本法が成立、2008年に観光庁が設置され、本格的に施策展開がなされるようになった。さらに、2016年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」において、“観光は地方創生の切り札である”と位置づけられ、政府全体で観光まちづくりを後押ししている。この結果、一部の地域では観光産業の基盤再構築や観光を活用した地域づくりに関連した事業（人材育成を含む）の進展や拡がり確認できる一方、取り組みに対して想定した効果が得られず、観光まちづくりの活動自体が停滞している地域も見られる。これらの地域には、地域交通や地域産業、観光資源等、地域特有の課題もあると想定されるが、観光まちづくりの推進体制等、共通する課題も多いものと考えられる。

2014年に韓準祐らが実施した全国の自治体へのアンケート調査結果では、観光まちづくりが順調に進んでいると回答した自治体は、有効回答798件の内、約22%に過ぎない。また、観光まちづくりを阻害する要因については、主に“組織と人材”、“ブランド形成”、“財源の確保”の割合が高いとの研究成果が発表されている。また、「世界水準のDMOのあり方に関する検討会 中間とりまとめ」（観光庁）において、多くのDMOが抱えている共通的な課題として、“目的・役割分担の明確化”及び“組織・財源・人材”を上げている。

これまで、地域の観光まちづくりに対して建設コンサルタントは、主に自治体が発注する地域計画や交通計画、施設設計等の受注により関与してきた。一方、近年、建設コンサルタントは、CMとしての発注者支援の他、官民連携（PPP/PFI等）やICT技術等を活用した新規事業等、その活動領域を広げており、より広範囲かつ多様な技術サービスの提供を行っており、一部の事業者は、様々な事業形態で地域の観光まちづくりに取り組んでいる。

建設コンサルタントは、インフラ整備に関して広い専門知識を有し、交通計画、地域計画、まちづくり事業等に関して多くの経験を有する技術者も多く存在する。また、観光まちづくりで顕在化した課題に対し、CMやPFI等の経験や知見等から、新たな技術サービスの提供が可能なものと想定される。

観光まちづくりを主導する観光庁の予算は年々増加しており、また、“観光は地方創生の切り札である”の掛け声のもと、政府全体で観光まちづくりを後押ししている。これらの状況から、建設コンサルタントにとって地域の観光まちづくりへの参画は、あらたな事業分野として有望なものと考えられる。

これより本研究では、近年の建設コンサルタントの観光まちづくりにおける活動内容を把握し、観光まちづくりにおける課題解決に向けての建設コンサルタントの事業参画・支援について検討するとともに、さらなる発展に向けた取り組みについて提案するものである。

## 4.2. 観光まちづくりの現状把握

### 4.2.1 観光まちづくりの実施体制

観光まちづくりを進めるにあたっては、国、地方自治体、地元住民、事業者の他、様々な団体、組織が協力し、それぞれの役割を果たすことが重要であり、その中心的な役割を担うのが日本版DMOである。

日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人として位置付けられている。そのほか、県及び市町村は、観光振興計画や地方創生計画等の基本計画策定の他、日本版DMOの活動において必要な支援や関係機関との調整、インフラ整備、各種規制等の調整等を担う。また、観光事業者や地域住民は、DMOと連携、協同しながら観光コンテンツの造成、受入環境整備等により地域の魅力向上を図り、地域への観光客誘致、観光消費拡大を目指す。

観光まちづくりでは、これらの活動を通じて地域の魅力、利便性の向上、交流人口の増加、地域経済の活性化等を図るとともに、これらを起爆剤に、地域住民がより住みやすいまちとなるよう、合わせてまちづくり活動を推進していくことが重要なものと考えられる。

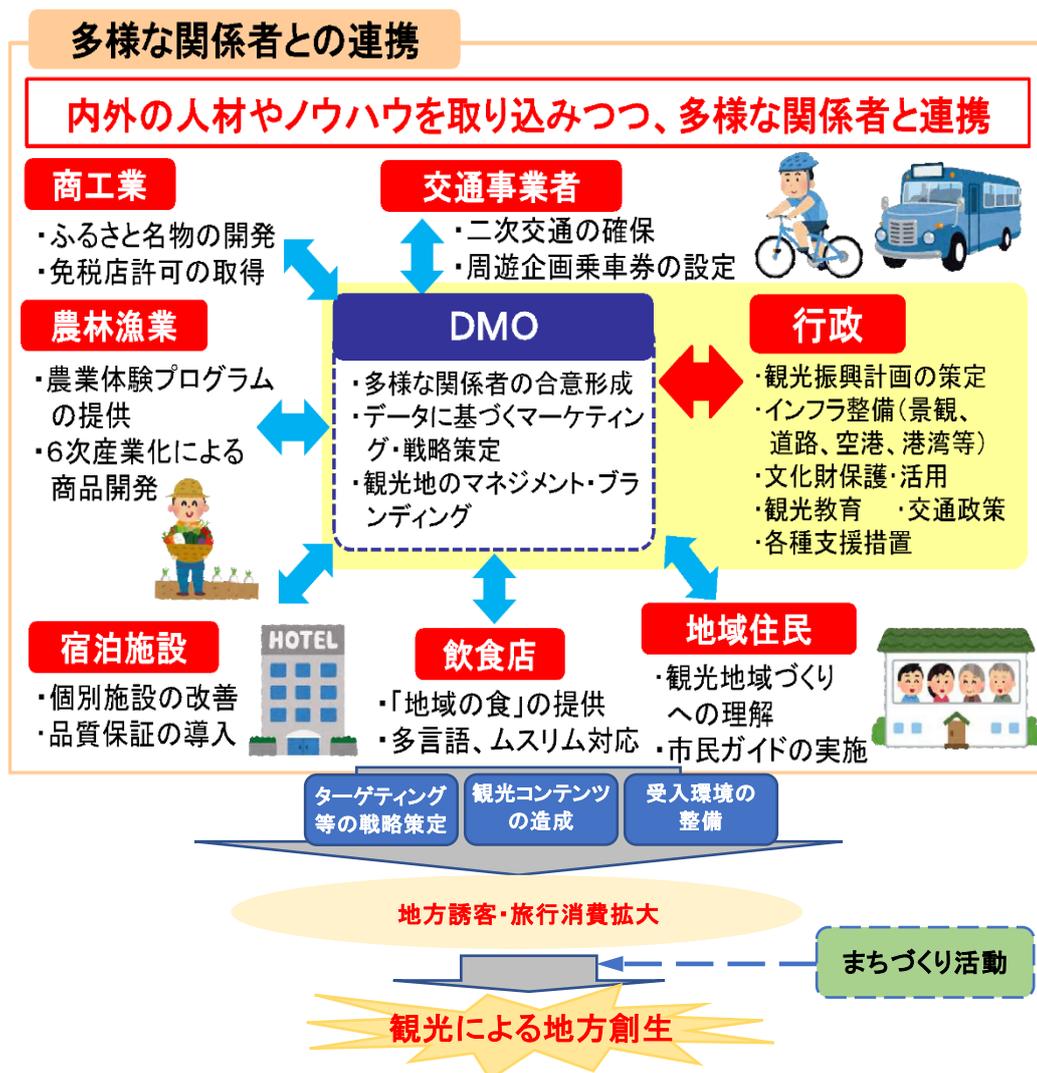


図 4-1 日本版 DMO の役割 (観光庁作成の図に加筆)

## 4.2.2 DMO の活動内容と課題

地域により状況は千差万別と考えられるが、観光まちづくりの目指す状況は、“まちに人を呼び込む活動のとり組み具合”と“まちづくり活動のとり組み具合”の両方が活性化することにより達成できる。

日本版 DMO は、この目標達成に向け、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定し、関係機関と調整し実践する。

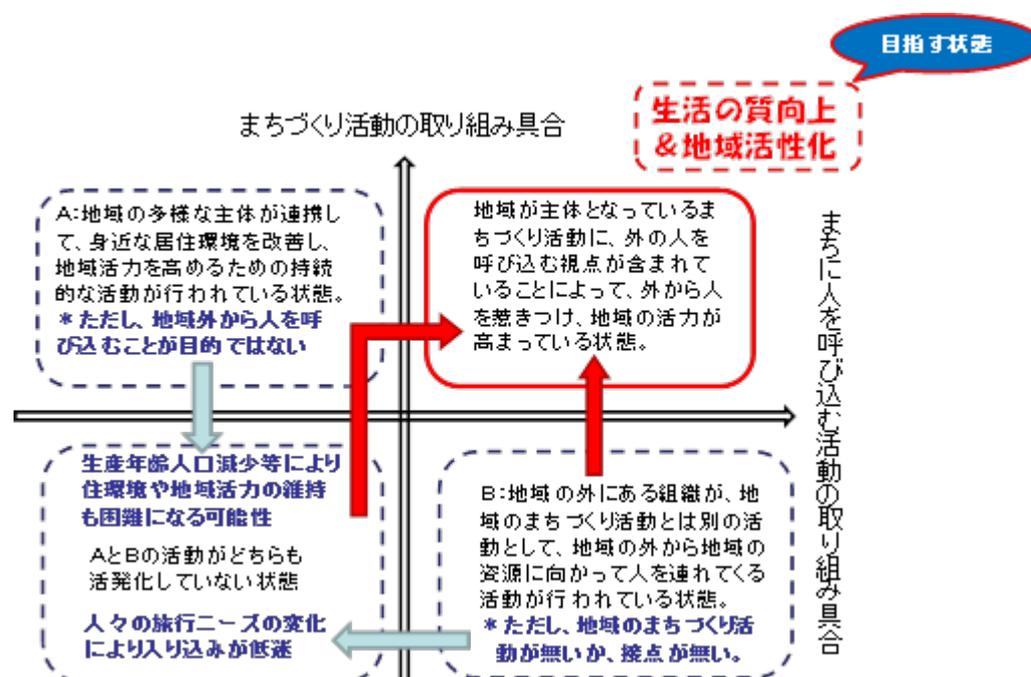


図 4-2 観光まちづくりの概念図

(「観光まちづくりガイドライン 都市局都市政策課 (平成 28 年 3 月)」より引用)

現在、多くの地域で日本版 DMO が主体となった観光地域づくり活動がなされており、その活動内容について観光庁 HP 等で多くの事例を確認できる。これらの事例報告を見ると、“まちに人を呼び込む活動”の取り組みが多くを占め、“まちづくり活動”に関連した報告は少ない。

“まちづくり活動”に関する日本版 DMO の活動内容を把握するため、全国の日本版 DMO の形成・確立計画を確認した結果、「関連する地方公共団体の担当部署」において“地域づくり関連部署”の記載がみられる DMO が一定数存在するものの、「連携する事業者名および役割」において、まちづくり協議会、NPO、市民団体等、地域が主体となったまちづくりに関連する団体が記載されている DMO は 10 団体以下であり、DMO の活動において地域主体でのまちづくり活動との連携が十分なされていない状況が想定された。

これについては、前出既往文献 [韓 準祐, 2016]の行政担当者を対象としたアンケート調査結果においても、まちづくり団体間の連携不足を観光まちづくり進展の阻害要因として認識している自治体が約 48%を占めていることから、同様の認識を有する行政担当者も多いものと想定される。

また、「世界水準の DMO のあり方に関する検討会」において日本版 DMO 及び候補法人に対して実施したアンケートにおいても、DMO が抱える共通的な課題として、“着地整備に関する取組が十分

なされぬまま情報発信に偏った取組を行っている DMO がみられる “との指摘がなされている。

これより、日本版 DMO の活動において、地域主体のまちづくりに関する NPO や市民団体等と連携を深めること、もしくは、DMO の活動において、まちづくりに精通した人材を巻き込み、着地整備に関する取組を活性化させることが、今後観光まちづくりをさらに進展させるために重要な課題の 1 つであると考えられる。

## 1.DMOを巡る地域の現状と課題

### I. 検討会におけるDMOの取組状況に関する調査・ヒアリング

○各地域におけるDMOの取組状況を調査するため、日本版DMO及び候補法人に対して、以下の事項についてアンケート調査を実施するとともに、各DMOの役員構成、事業費の内訳について整理(詳細別添)。

①観光振興計画におけるDMOの役割、②基礎的な取組の必要性に関する地域内共有及びDMOの活動への反映、③観光協会等の既存組織の業務との関係の整理、④地域の関係者間のマネジメント、⑤DMOが実現を目指すビジネスモデル・地域の経済循環、⑥来訪者の経験価値の向上、⑦ヒト・モノ・カネに関する資源の確保や配分

○上記のほか、上記の項目の観点から特徴的な取組を行っている9つのDMOからヒアリングを実施。

### II. DMOが抱える共通的な課題について

○その後の論点整理における議論を通じ、現在多くのDMOが抱えている共通的な課題として以下の点を共有。

#### i DMOの目的・役割について

- 国、JNTO、各層DMO、自治体の役割分担が不明確であり、取組内容の重複も見られる等効率的に取組が実施されていない場合がある。地域における観光施策の意義、その達成に向けての自治体・DMOの役割が十分に共有されていない場合もある。
- 地域の観光資源や受入環境の整備等の着地整備に関する取組が十分なされぬまま情報発信に偏った取組を行っているDMOが見られる。

#### ii DMOの組織・財源・人材(人材育成)について

- DMOの意思決定の仕組みに、文化財、国立公園、農泊の関係者等、ディステーションの関係者の参画が確保されていない場合がある。
- 財源について、多くのDMOでは安定的かつ多様な財源の確保の点で課題を抱えている。特に受益者負担の視点を踏まえた特定財源の確保の取組の例は少数に留まっている。
- 出向者が中心となっている組織では、専門的なスキルの蓄積や人脈の継承が困難であり、組織としての専門性の維持、向上に課題を抱えている。

2

図 4-3 DMO をめぐる地域の現状と課題

(「世界水準の DMO のあり方に関する検討会 中間とりまとめ 平成 31 年 3 月 29 日」より引用)

---

### 4.2.3 自治体の活動内容と課題

観光まちづくりにおいて、県及び市町村は、観光振興計画や地方創生計画等の基本計画策定の他、日本版DMOの活動において必要な支援や関係機関との調整、インフラ整備、各種規制等の調整等を担うものとされている。

県及び市町村の観光政策に関して、毎年、(公財)日本交通公社が自主研究として地方公共団体を対象にアンケート調査を実施しており、旅行年報として取りまとめを行っている。この2019年版によれば、都道府県が2018年に実施した代表的な事業分野として選定した項目は、「情報発信(80.0%)」、「旅行目的となる観光資源のソフト整備(75.0%)」の2項目がとびぬけて高く、ほとんどの都道府県がこの2つの分野を重視しているものと考えられる。一方、市町村では、「情報発信(59.0%)」がとびぬけているものの、他にも多くの分野に分散しており、市町村によって重視する事業にばらつきがあることがわかる(図4-4参照)。

一方、都道府県が市町村に主導的な役割を期待する分野として多く選択された事業分野は「受入環境のハード整備(66.7%)」、「旅行目的となる観光資源のハード整備(46.2%)」、「受入環境のソフト整備(43.6%)」、「住民向け事業(43.6%)」であり、市町村が実施した事業と比較すると、「住民向け事業」を実施している市町村の割合が低く、都道府県の期待との差が大きい。

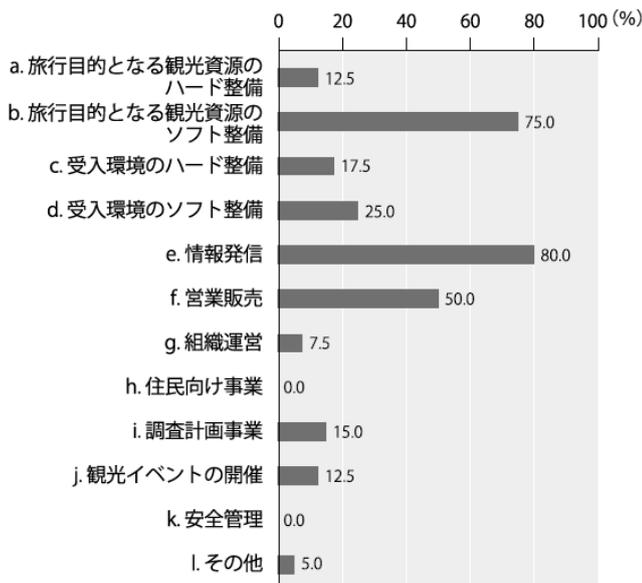
逆に市町村が都道府県に主導的な役割を期待する事業分野は、「c.受入環境のハード整備(48.5%)」、「予算・財源(47.6%)」、「旅行目的となる観光資源のハード整備(40.8%)」が選択されており、市町村単独では対応が困難なハード整備については、財源も含め、県に対応を期待する姿が見える(図4-5参照)。

これより、観光資源や受入環境のハード整備については、市町村が主体で整備を進めるが、その際の予算、財源や広域交通網整備等市町村単独で困難な事業については、都道府県に整備を期待する市町村が多い。また、都道府県の約半数が市町村に期待する「住民向け事業」は、実施している市町村が少なく、今後、県と市町村の役割分担について明確にしていく必要があるものと想定される。

また、観光まちづくりの方向性を定め、事業効果を適切に評価するために不可欠となる「調査・計画事業」を代表的な事業分野に挙げているのは、都道府県で15%、市町村で19.0%と他の事業分野に比べ低い。これより、観光地経営に必要なデータ収集、分析についてはDMOに一任しており、行政のほうでは重視していない状況がうかがえる。

\*「住民向け事業」:「理解促進のための広報や説明会の開催」「観光を体験する機会の創出」等の取り組みが挙げられる。

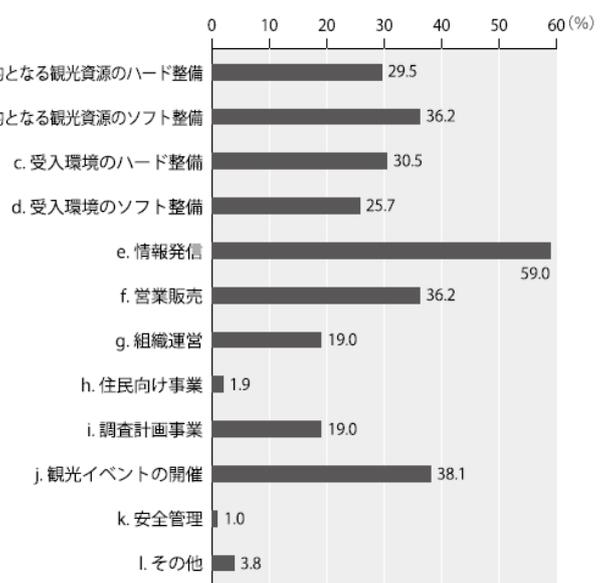
(3つ選択して回答、n=40)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」(公財)日本交通公社

(都道府県)

(3つ選択して回答、n=105)



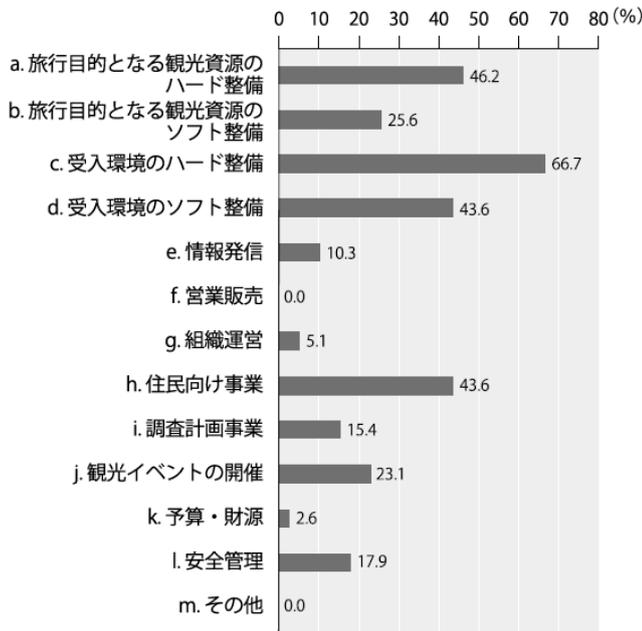
出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」(公財)日本交通公社

(主要市町村)

図 4-4 2018年に実施した代表的な事業分野図

(「旅行年報 2019 (公財) 日本交通公社」より引用)

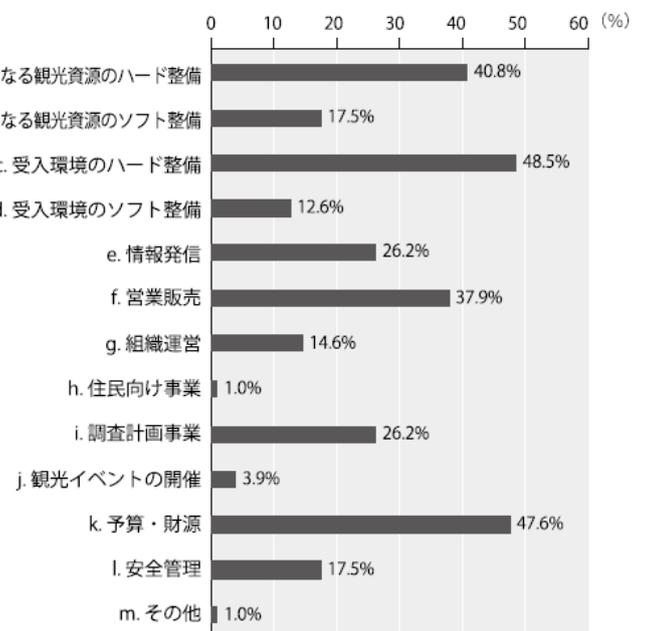
(3つ選択して回答、n=39)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」(公財)日本交通公社

(都道府県)

(3つ選択して回答、n=103)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」(公財)日本交通公社

(主要市町村)

図 4-5 市町村もしくは都道府県に主導的な役割を期待する事業分野

(「旅行年報 2019 (公財) 日本交通公社」より引用)

## 4.2.4 優良事例における活動内容と役割分担

### (1) (一社) 田辺市熊野ツーリストビューローの取組み

地方における「観光まちづくり」の実態を把握するため、今回、和歌山県田辺市で活動する(一社) 田辺市熊野ツーリストビューロー及び和歌山県庁を訪問し、ヒアリングを実施した。

(一社) 田辺市熊野ツーリズムビューローは田辺市の地域DMOで、世界遺産「熊野古道」を地元住民、企業と連携して保全・継承し、多くの来訪者を受け入れる持続的で社会性の高い取り組みが評価され、今年度、第5回ジャパン・ツーリズム・アワードの「観光庁長官賞」と「DMO推進特別賞」を受賞した。田辺市熊野ツーリズムビューローの取り組みは、「観光まちづくり」における優良事例として地域DMOが参考にすべき点が多く、また、今後、建設コンサルタントが観光まちづくりに積極的に関与していくために、その活動を学ぶことは意義深いものと考えられる。

#### 1) 田辺市の概要

田辺市は、紀伊半島の南西側、和歌山県の南部に位置しており、平成17年5月1日に 田辺市、龍神村、中辺路町、大塔村、本宮町の5市町村が合併して新「田辺市」が誕生した。

田辺市の総面積は1,026.91km<sup>2</sup>と、和歌山県全域(4,724.68km<sup>2</sup>)の2割を超える県下最大の面積を有する。市の北部は紀伊山地に面し、熊野本宮大社をはじめ、熊野参詣道、熊野九十九王子社跡など、ユネスコの世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」に含まれる物件が点在する。

人口は74,770人(H27年国勢調査)と和歌山市について第2位であるが、1985年以降、毎年減少傾向が続く。

田辺市における地方創生計画は、平成27年12月に「田辺市人口ビジョン」及び「田辺市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定、その後、平成31年3月に「田辺市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を改定している。

「田辺市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、「人の流れ」、「しごとづくり」、「結婚・出産・子育て」、「まちづくり」の4つの施策分野についてKPIを設定し、各施策を展開しており、このうち、「しごとづくり」において「観光立市」の推進を掲げ、DMO(田辺市熊野ツーリストビューロー)が中心となって、県、市、観光事業者等と連携、協働しながら海外でのプロモーション、インバウンド受入環境を充実させてきた。この結果、欧米豪のインバウンドが大きく増加するとともに、新たな事業(手荷物運搬サービス、現地ガイド等)も展開され、サービス業における有効求人倍率も増加傾向となっている。



図 4-6 田辺市の位置

(「ウィキペディア (Wikipedia)」より引用)



図 4-7 田辺市の人口・世帯数

(「田辺市統計書(平成30年度版)」より作成)

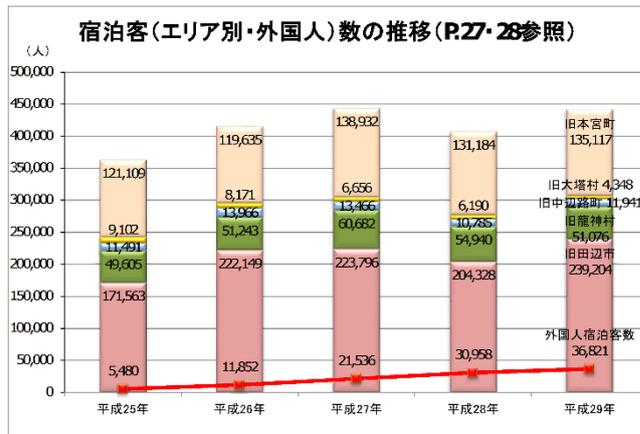
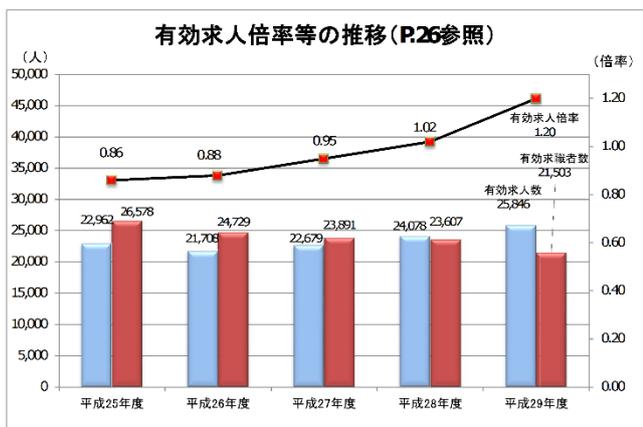
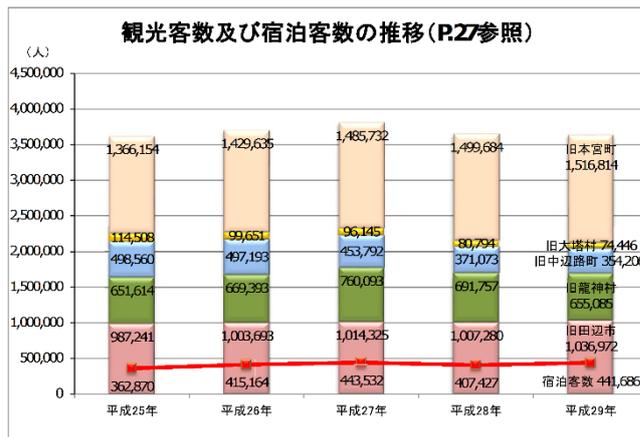
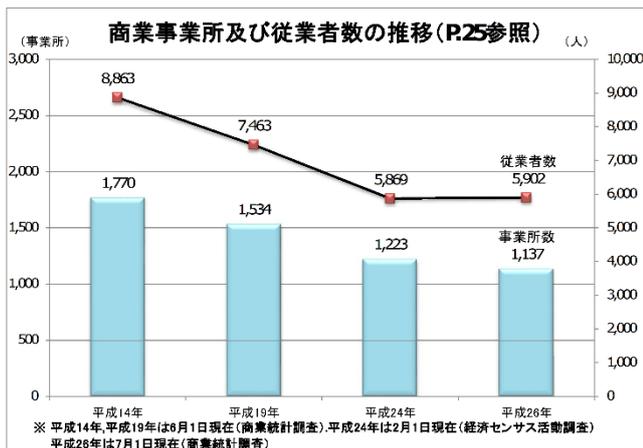


図 4-8 田辺市の観光及び社会状況

(「田辺市統計書(平成30年度版)」より引用)

## 2) (一社) 田辺市熊野ツーリストビューローの活動内容

(一社) 田辺市熊野ツーリズムビューローは、熊野古道を含む「紀伊山地の霊場と参詣道」の世界遺産登録、市町村合併等を契機に、田辺市内の5つの既存の観光協会(田辺、龍神、大塔、中辺路町、熊野本宮)を構成団体として、2006年(平成18年)4月に設立された官民共同の観光プロモーション団体で、2010年(平成22年)5月に一般社団法人化し、2019年(平成31年)3月に地域DMOとして登録された。

ビューローでは、「観光プロモーション」に加えて「着地型観光(旅行業)」を柱に据え、国内外からの個人旅行者をメインターゲットとした情報発信と誘客促進に取り組んでおり、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の国内外への認知度アップをはじめ、新たな観光資源・地域資源の発掘とブラッシュアップ、更には旅行者と地域とを繋ぐパイプ役(中間支援組織)の役割を果たしている。

また、外国人目線での受け入れ環境や地元住民と訪日外国人旅行者との意思疎通を容易にするコミュニケーションツールの作成等により、田辺市への訪日外国人旅行者の大幅な増加に貢献している。

今回実施したヒアリング内容は5章に整理するが、これらのヒアリング結果より(一社)田辺市熊野ツーリズムビューローの取組みを以下に整理した。

---

### ① プロモーション活動

田辺市が観光プロモーション業務を DMO に委託し、パンフレット作成、HP での情報発信、SNS 等の活用、プレス・ファムツアーの実施、観光関連イベント等での情報発信など、国内外に向けて総合的に実施している。

各観光協会と DMO の分担は、主に海外向けのプロモーションを DMO が県と協働して行っており、国内向けのプロモーションを各観光協会主体で実施している。

### ② 受入環境整備

DMO が外国人目線で必要な受け入れ環境整備を自治体に提案し、トイレ整備、Wi-Fi の設置、標識や看板のローマ字標記の統一等のハード整備は、県が中心に実施している。その他、現場で必要なハード整備については市に依頼し、市は県や国の補助金を用いて事業化している。

ソフト対策として、DMO が宿泊関係者や交通関係者を対象に現地研修を頻繁に実施し、受け入れ環境のレベルアップを図っている。

### ③ 着地型観光

世界中からの個人旅行者に行き届いた対応を行うため、DMO において 2015 年（平成 23 年）より旅行業を開始した。当初は FIT（個人旅行者）だけの申込だったが、現在、海外の旅行会社 100 社と取引しており、DMO の主要な収入源となっている。

2017 年に開設した熊野トラベル（KUMANO TRAVEL）は、宿泊予約せずに来訪する外国人観光客が増えてきたことで観光地が荒れるのを防ぐため、その観光客を捌く目的で設置した。

### ④ まちづくり事業

まちづくり事業は、DMO と田辺市及び商工会議所、まちづくり会社が連携して推進している。DMO は、地域の受入環境整備や着地型観光事業等を通じて地域にお金が回るしくみ、新しいビジネスの創出や新しい人が移り住むようなきっかけを創出する。また、観光産業は一部のメンバーだけが儲ける業界だと思われていたが、受入環境整備を通じて外国人観光客を守るために地域の様々な方が関わることで、地域活性化に繋がっている。

この結果、他の政策の効果と相まって、田辺市は和歌山県の中で一番移住者が多い市となっている。

### ⑤ その他

田辺市では、地域の歴史文化を次の世代に引き継がないといけないという思いで、全ての小中学校で熊野古道学習を取り入れている。

熊野古道の維持管理では、台風、大雨等で古道が荒れた際には、「道普請（みちぶしん）」という地域のボランティア団体及び地元企業が CSR 活動として保全活動に取り組んでいる。

### 3) 成功の秘訣

(一社) 田辺市熊野ツーリズムビューローでは、「まちに人を呼び込む活動」において、常にターゲットを明確にし、観光客目線で不便な点、不足する物を見つけ出し、それを県、市、関係団体と連携、調整し解消することにより、観光客の満足度の高い受入環境を作り上げている。

また、組織として社員総会及び理事会を、田辺市内の各観光協会、商工会議所、まちづくり会社、地元金融機関、行政から田辺市観光担当部長、学識経験者として大学教授等、幅広い分野の関係者で構成し、県、市と緊密に連携してプロモーション活動や受入環境整備、まちづくりを進めることで、大きな効果を得ることができたものと考えられる。

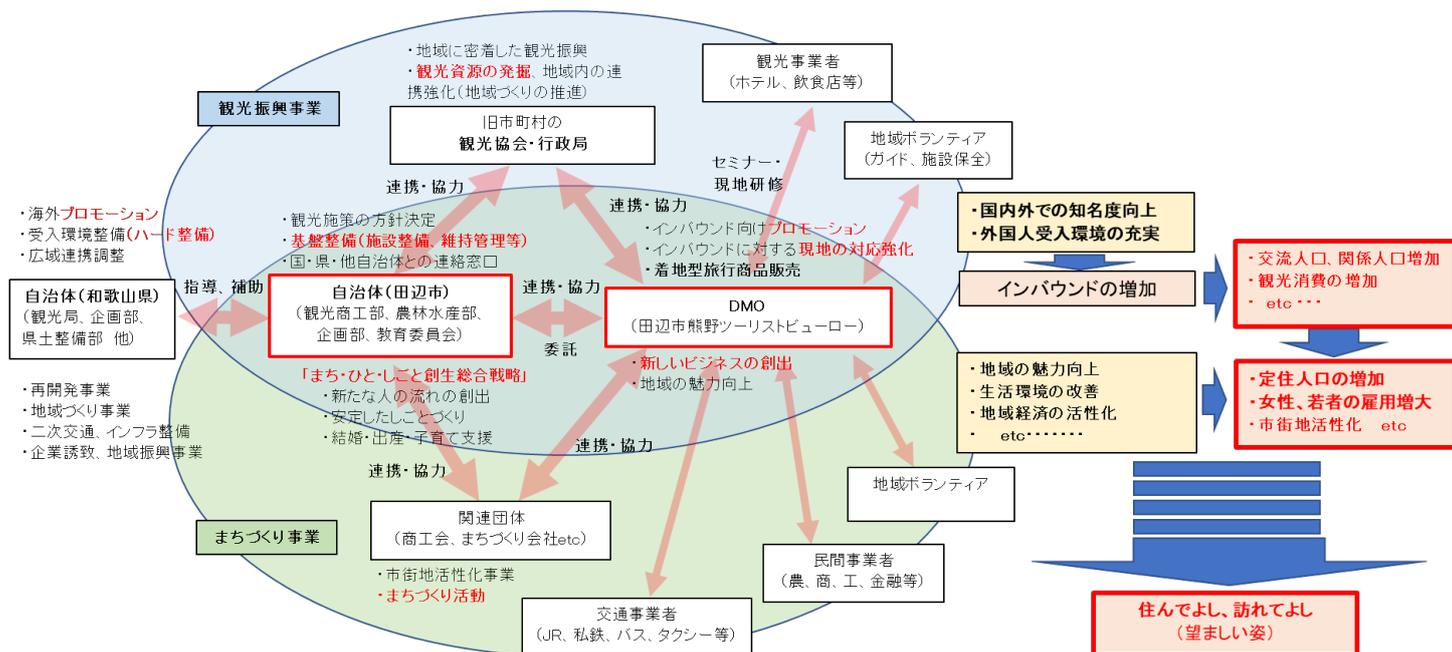


図 4-9 (一社) 田辺市熊野ツーリズムビューローの取組みと役割分担

#### (成功の秘訣)

- ターゲットを明確化し、関係事業者で共有。海外プロモーションを DMO (田辺市熊野ツーリズムビューロー) と県が協働で実施。海外の旅行ガイドへの掲載。
- 組織として、専門人材を積極的に活用。
- 観光客目線での受入れ環境整備を実施 (案内板表記、予約決済システム、従業員教育等)。ハード整備 (案内板等) での県の積極的な協力。
- 地域住民、DMO、民間事業者、行政等の役割分担、協働
  - ◇ DMO が主導的な立場で観光地経営を実施。行政は、各事業者等と対等な立場で協働
  - ◇ まちづくりに関する DMO の役割の明確化。自治体、地域住民、まちづくり会社との連携
- 観光地経営において、1 事業者が頑張ってもその効果には限度がある。民間、行政、地域住民等が一体となって協働することにより、地域全体の観光振興が図られる。

#### 4.2.5 (株)南紀白浜エアポートの取組み

南紀白浜空港は1968年(昭和43)に開港した和歌山県南部に位置する地方空港で、定期便は、現在、羽田便が3往復/日のみである。2018年の旅客数は約16万人で、毎年3億円を越す赤字が生じていたことから、和歌山県では民間活力導入により運営の改善を図るものとし、コンセッション方式で民間企業への空港の運営委託を行うものとした。この結果、2019年4月から(株)経営共創基盤(東京都千代田区)が出資する空港運営会社「(株)南紀白浜エアポート」が運営を開始した。

同社は、管理機材大型化や新規航路の誘致などを働きかける一方、空港を中心とした地方活性化により、空港利用客を28年度に25万人に引き上げる方針を打ち出している。岡田社長は地域活性化の方針として(1)紀南地方全体を対象とした誘客(2)ロシアなど新たな顧客層の呼び込み(3)夏季以外や平日の旅客呼び込み、の3つを挙げ、県と協力しながら様々な取り組みを進めており、赤字の空港を抱える他の地域からも注目を集めている。

##### 1) 南紀白浜空港の概要

南紀白浜空港は1968年(昭和43)に開港した和歌山県南部に位置する地方空港で、開港当初は東京、大阪、名古屋を結ぶ定期便が就航していたが、やがて大阪、名古屋便は撤退し、現在は、羽田便が3往復/日のみである。また、1994年に関西空港が開港したことにより、本空港利用客の大半は南紀白浜温泉や熊野古道など空港周辺地域の観光地を訪れる観光客が占める。



図 4-10 南紀白浜空港位置および空港周辺の観光資源

(「南紀白浜空港民間事業等活用推進調査(和歌山県)」より引用)

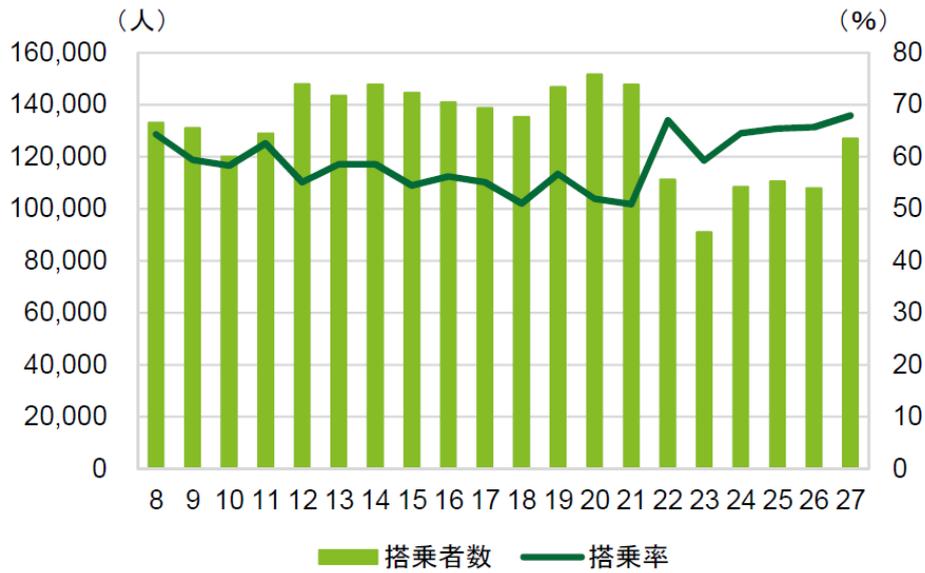


図 4-11 南紀白浜空港搭乗者数の推移

(「南紀白浜空港民間事業等活用推進調査 (和歌山県)」より引用)

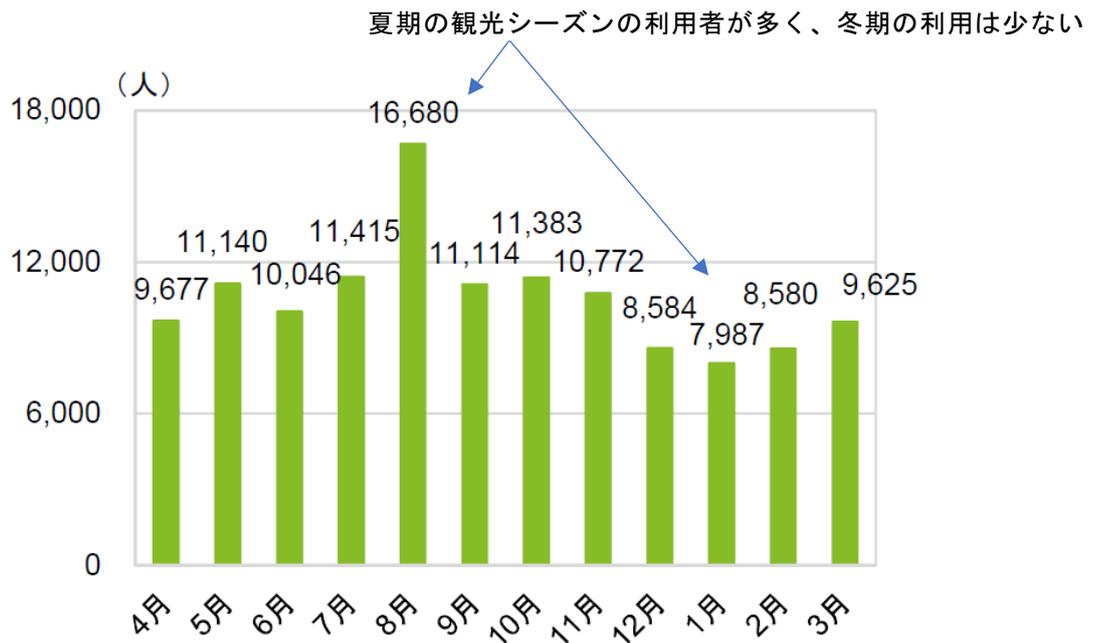


図 4-12 平成 27 年度の月別搭乗者数

(「南紀白浜空港民間事業等活用推進調査 (和歌山県)」より引用)

---

## 2) (株)南紀白浜エアポートの活動内容

(株)南紀白浜エアポートでは、コンセッション方式による公共施設の運営において、地域と一体となった様々な取り組みにより地域活性化を行うことにより、新たな需要を創出し、施設利用率を高めることにより経営改善を図る取り組みが行われている。

今回実施したヒアリング内容は5章に整理するが、これらのヒアリング結果より(株)南紀白浜エアポートの具体の取組みを以下に整理した。

### ① 戦略的な経営

(株)南紀白浜エアポートでは、地方空港の経営において、赤字対策としての人件費削減ではなく、地元自治体、事業者等と一体となって積極的な地域振興、人財育成に取り組むことにより地域の魅力を高め、課題を解決し、空港利用者の増加を図ることに注力している。具体的には、以下の取り組みを行っている。

- ・ 田辺市熊野ツーリストビューロー等のDMO、和歌山県、近隣自治体と連携しながら、観光資源や利便性を高める一方、行政界等にとらわれない、紀南全体を対象にした広域周遊商品の開発、PR活動を実施。
- ・ 地元自治体(白浜町)が進めるワーケーションやIT産業の積極的な誘致、実証実験(IOTの聖地を目指す)、民間ロケット発射場誘致等によるビジネス利用客の増大を図る。
- ・ 和歌山大学サテライトキャンパスと組んだ実践型の観光授業による人材育成。
- ・ 「どこでもドア構想」に基づく、空港を拠点とする二次交通網の整備(バス、タクシー、鉄道)

### ② 建設コンサルタントとの業務提携

建設コンサルタントと業務提携を行うことにより、空港土木施設の維持管理、地域観光拠点の渋滞対策等、様々な取り組みにおいてICTやドローンの活用、交通政策、観光政策における専門知識を活用し、コスト縮減や地域活性化に向けた新たな取り組みを進めている。

(成功の秘訣)

- ・ 民間事業者ならではの積極的な事業展開
- ・ 地元自治体、事業者との連携
- ・ 様々な分野に精通した建設コンサルタントの活用

---

## 4.3. 観光まちづくりの課題解決に向けた建設コンサルタントの事業参画・支援

### 4.3.1 「観光まちづくり」における課題

前項の優良事例より、観光まちづくりがうまく軌道に乗っている取り組みでは、以下の点が共通している。

- ① 地域に愛着を持った事業主体が積極的に活動。行政は、これら事業者と協働し、地域の PR 活動、企業誘致やハード整備等でサポート。
- ② ターゲットを明確にし、必要な知識、経験を有する専門人材、企業を活用。

一方で、既往研究成果および参考文献より、自治体が観光まちづくりを進めていくうえでの主な阻害要因、課題として以下の項目がピックアップされる。

- ① 組織と人材
  - ・人材不足（行政、ランドオペレーター、ボランティア）、経験不足、ノウハウ不足
  - ・マーケット戦略不足
  - ・観光客受け入れ体制構築が不十分
  - ・住民主体性欠如
  - ・まちづくり団体間の連携不足
  - ・県と市町村、DMO の役割分担明確化
- ② ブランド形成
  - ・消費者視点の商品づくりが難しい
  - ・着地型旅行商品のブランド化が難しい
- ③ 財源の確保
  - ・地方自治体の財源
  - ・独自財源確保が難しい（DMO）
- ④ 観光地特性
  - ・交通利便性低い
  - ・観光客動向把握困難

これらの優良事例に共通する要因や既往研究結果等から得られた阻害要因、課題を踏まえて、今後、観光まちづくりを進めるにあたって建設コンサルタントがどう取り組んでいくべきか、次節で事例等を整理する。

## 4.3.2 課題に対する建設コンサルタントの取り組み事例

### (1) 組織と人材

現在の観光まちづくり活動は、“まちに人を呼び込む活動”が主体となっており、“まちづくり活動”との連携が不十分である。“まちに人を呼び込む活動”に関しては、観光庁が主体となって専門人材の派遣や人材育成事業を展開している。また、まちづくり活動に関しても、国土交通省都市局や各自治体が専門人材の派遣や人材育成事業を展開している。

建設コンサルタントとしては、これまで都市計画や地域計画、まちづくり事業に多くの事績を有することから、まちづくり活動の専門化として市町村またはDMOの活動に対して積極的に関与していくことが望まれる。

本課題に対して、建設コンサルタントとして取り組み事例を以下に示す。

### 1) 都道府県等が実施している人材遣制度等の活用

まちづくりにおける専門家の派遣制度として、各市町村等ではアドバイザー派遣制度設けている場合が多い。こういった制度を活用することにより、我々建設コンサルタントが継続的にまちづくりにかかわっていくことが可能となる。

(仙台市の例)



#### まちづくりアドバイザーとは

- まちづくり学習活動又は地域活性化活動に対し、学習会の開催、地域の問題提起に対する助言、住民アンケートの実施等の支援を行います。
- まちづくり計画案作成活動に対し、まちづくりの方針もしくは構想の策定、地域の課題の整理、地元の合意形成等の支援を行います。

#### まちづくりコンサルタントとは

- まちづくり計画案作成活動に対し、まちづくり計画案の策定、当該計画案に係る地元の合意形成等の支援を行います。

#### 専門家の派遣対象となるまちづくり活動とは

地域の整備、開発及び保全に関する学習を行う活動、地域の活性化を図る活動又は地域のまちづくり計画案を作成する活動で、当該地域の区域内の住民が主体となって行うものをいいます。

#### 専門家の派遣を受けるには

#### まちづくりコンサルタントの派遣

##### 派遣要件

次の要件のいずれにも該当している団体であること

- まちづくり計画案の策定に係るものを行う団体であること
- 町内会、商店会等の一定の地域を代表する団体又はまちづくり協議会等のまちづくりの実施のため組織された団体であること
- 活動の内容等を当該活動に係る地域の住民に周知することが可能な団体であること
- 活動の内容が妥当なものであると認められる団体であること
- 過去5年以内に同一の区域での目的又は内容を同じとするまちづくり活動に対しまちづくりコンサルタントの派遣を受けたことがない団体であること

##### 派遣期間

- コンサルタントの派遣期間の合計は2年を限度とします。ただし、市長が認めた場合は3年まで延長することが可能です。

##### 派遣費用

- 仙台市が予算の範囲内で負担します。仙台市がまちづくり専門家と派遣業務委託契約を締結し派遣を行います。

---

## 2) 包括連携協定等による体制構築、技術提供

包括連携協定では、まず、官民で意識共有、体制作りを行い、民間の得意分野を生かして官民連携で課題解決に向けた事業を展開する。

従来、自治体は特定企業との協力関係を結ぶことについて、公共性・公平性等を理由として限定的な対応を行ってきた。しかし、災害時の協力等を端緒として、近年、幅広い分野で自治体と企業の間で「包括連携協定」の締結がなされており、地銀、生命保険会社、大手流通企業、旅行会社等が自治体事業のパートナーとして活動している。

建設コンサルタントと自治体の包括連携協定の活動実績としては、2017年に茨城県守谷市と(株)福山コンサルタントがグリーンインフラ推進に向けた包括連携協力に関する協定を締結した。

自治体との包括連携協定締結により、建設コンサルタントとしては、自治体や事業者との間に太いパイプを築き、関連する事業構想や意思決定段階において関与することが可能であり、専門家として事業をコーディネートできる可能性がある。

今後も様々な分野で包括連携協定の締結が見込まれ、新たなまちづくりへの協働体性として期待したい。

## 3) 民間事業者との業務提携

建設コンサルタントと交通事業者、まちづくり会社等で業務提携を行い、専門技術の提供、運営事業への参画を行う。特にまちづくり会社等では、行政、関連事業社との合意形成や事業推進の経験が不足している場合があり、建設コンサルタントの有する専門知識や経験が有効なものと考えられる。

オリエンタルコンサルタンツは、南紀白浜エアポートと業務提携を締結し、土木施設維持管理、観光・地域活性化、交通の3分野で同社が培ってきた技術を活用しており、南紀白浜地区のまちづくりに貢献している。。

## 4) DMO等への出向

組織運営や事業マネジメント、まちづくりや交通計画等の専門技術を有する人材をDMOや民間事業者、NPO等に出向させ、技術提供、人材育成を行う。

人件費については出向元の負担となるが、包括連携協定と同様に、自治体や事業者との間に太いパイプを築くことで、関連事業における優位性を得ることができる。

(株)ケー・シー・エスは、広域連携DMOに社員を専門人材として派遣しており、各種データの分析・収集等(マーケティング)のマネージャーとして専従している。また、DMOの連携する事業者として(株)ケー・シー・エスが参画している。

---

## (2) ブランド形成

建設コンサルタントと自治体との包括連携協定により、グリーンインフラの一環としてビールを製造、販売し、好評を博している。

その他の事例として、オリエンタルコンサルタントでは自家醸造を断念していた地元酒蔵を完全子会社とし、醸造所と井戸を新たに整備し、自家醸造を再開。地域の飲食店や住民と協働し、発酵をテーマとした食品開発に取り組み、新たな地域ブランドをつくることで、地域活性化に取り組んでいる事例もある。

## (3) 財源の確保

財源の確保については、大きく自治体のハード整備に必要な財源及び DMO の運営に必要な独自財源に分けられる。

自治体の財源については、官民連携（PFI、指定管理者制度、コンセッション等）により、歳出の削減や民間資金での施設整備が可能となり、近年、建設コンサルタントの SFC への参画も増えてきている。また、自治体や DMO の独自財源の確保手法として、地域資源を活用した小水力発電やバイオマス発電等の地域エネルギー事業により施設運営に必要なエネルギーを賄うとともに売電収入を得る事例や、クラウドファンディングを活用して資金調達をおこなう事例が報告されている。

### 1) PFI 等による拠点整備

PFI 事業は、従来、給食センターやごみ焼却場、図書館、庁舎等の箱物の整備が多く、市場規模も大きくなかったが、平成 29 年の都市公園法改正により、飲食店、売店等の公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置と、当該施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場等の一般の公園利用者が利用できる特定公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選定する Park-PFI が新たに設けられた。これにより、都市公園等地域の交流人口拡大を図る拠点施設整備において、建設コンサルタントが積極的に関わることが可能となった。

### 2) 指定管理者等による拠点運営

指定管理者制度は、それまで地方公共団体やその外郭団体に限定していた公の施設の管理・運営を、株式会社をはじめとした営利企業・財団法人・NPO 法人・市民グループなど法人その他の団体に包括的に代行させることができる（行政処分であり委託ではない）制度である。

現在、建設コンサルタントでは、道の駅等の指定管理者として運営に携わり、道の駅を活用した地域活性化施策について取り組みを進めている。また、道の駅以外でも地域物産・農水産直売とベーカーリー販売を行う地域振興施設の運営等を行っている事例がある。

### 3) 地域との連携事業による独自財源の確保

建設コンサルタントが地元企業や自治体と連携し、太陽光発電、小水力発電等のエネルギー開発を実施。それを地域のエネルギーとして活用するとともに、売電収入を得る事例が報告されている。

岐阜県中津川市では、建設コンサルタントと地元建設会社が共同事業者として、農業用水路を活用した小水力発電事業を実施している。事業は、河川から水を引いている既存の農業用水路と付帯

---

設備を改修、整備して発電所を建設し、既存の農業用水路を小水力発電設備の導水路として共用することで建設コストを抑えるとともに、劣化した個所の入替えや補修により将来の農業用水路の維持管理費用を軽減するものであり、農業用水路を利用した小水力発電により、地元のアジサイ園のライトアップなどを行い、地産地消の電力で観光資源を掘り起こし地域活性化を目指している。

他に、エネルギーの地産地消事業として、温泉地などで地熱を利用した小規模発電事業と、果樹などのハウス栽培事業を同時に実施する事業等を実施されている。

#### (4) 観光地特性

観光まちづくりにおいて、中山間地等における二次交通の不便さは大きな課題であり、行政、交通事業者をはじめ、多くの分野で研究が進められている。建設コンサルタントにおいては、国や自治体と連携しながら、効果的な幹線道路や高速道路等の整備をはじめ、近年ではビックデータを活用した交通状況解析や MaaS の取り組み、自動運転の実証実験等の取り組みを進めている。

また、観光客動向把握においては、ビックデータを活用した交通状況解析の他、ビーコンや IC タグ、AI 等の活用等の実用化に向けて技術開発を行っている。

#### 4.3.3 その他の観光まちづくりに関する取り組み

建設コンサルタントが取り組んでいる、観光まちづくりに関する、様々な取り組み事例を整理した。

##### 1) モビリティレンタルサイクル

ユネスコエコパークに登録されている南アルプス市において、利便性が良く環境に配慮した超小型モビリティ（EV）等のレンタルサービスを提供している。これにより、着地型観光など市内の移動手段として貢献している。

##### 2) プラットフォーム構築

富士山における登山者・観光客の安心安全システムの社会実装を目指し、様々な現地実証実験を通して、登山にかかる課題解決に寄与することを目的とし、（一社）富士山チャレンジプラットフォームを設立した。当社団では、富士山での登山者動態や登山道地形のデータを軸に、安全啓蒙、事前防災、環境保全、維持管理に関わる様々な分野の行政・民間関係者が連携して課題解決に必要なデータプラットフォームを構築し、世界文化遺産にふさわしい持続可能な富士山の環境づくりを目指とともに、同様の課題を有する地域への展開を図っている。

##### 3) ポータルサイトを用いた情報発信

（株）地球の歩き方 T&E とともに一般社団法人未知倶楽部を設立し、全国道の駅の登録するポータルサイト「未知倶楽部」を活用した道の駅及びその周辺地域の魅力発掘・発信を中心に、地域活性化に寄与する事業を展開している。また、DMO ネットにコンサルティング部門の専門業者として登録しており、DMO への情報提供等を行っている。

また、海外においてもインドネシア・バリ島で旅行者向けに観光情報を、スマートフォンを介して提供する事業を開始している。

---

#### 4) 着地型観光

自社が所有する電気ボート「江戸東京号」に乗船し、日本橋川や神田川、隅田川を巡りながら街並みに残る江戸の雰囲気を経験してもらう有料のツアー企画を実施している。

## 4.4. 観光まちづくりのさらなる発展に向けた取り組み

### 4.4.1 建設コンサルタントの新規事業分野

建設コンサルタントは、社会資本整備事業において、発注者の補助者の立場から設計者としての自立を果たし、補助から支援へと役割を拡大してきた。

さらに社会環境の変化を踏まえた新たな社会資本整備の方向を捉え、建設コンサルタント間や他業界との連携により、コンセッション方式を活用した PPP、PFI による社会資本経営、ICT 技術を活用したリモートセンシング等の従来の建設分野を超えた新分野を開拓するなど、建設コンサルタントが活躍する市場を拡大する新たな取り組みが進められている。

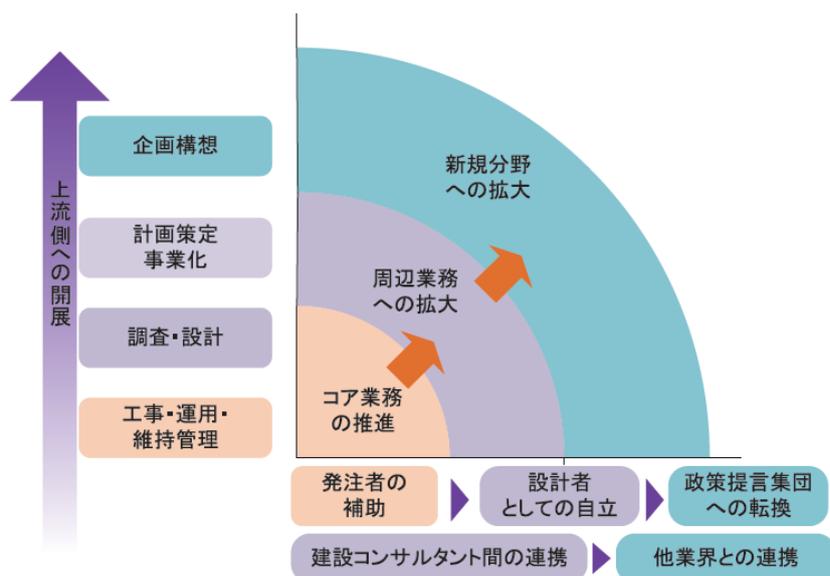


図 4-13 建設コンサルタントの活動領域拡大の方向性

(「令和元年度 建設コンサルタント白書」より引用)

#### (1) ICT 活用

平成の時代を通じて情報通信技術（ICT）等が社会に浸透し、さらには未来につながる新技術として、IoT、ビッグデータ、人工知能（AI）等が大きく発展し、現在も進歩を続けている。このような新技術等をもたらす未来の社会像として、IoT で全ての人とモノがつながることによる知識・情報の共有、AI による必要な情報の必要なタイミングでの提供、ロボットやドローンによる様々なニーズへの対応等が可能となり、これまでの社会が抱えていた少子高齢化等の課題や困難が克服されると期待される。

こういった新技術によりもたらされる未来の社会像を踏まえ、現在、建設コンサルタントが進めている新たな取り組み事例を以下に示す。

##### ① ビッグデータの活用

###### ● スマートプランニング

スマート・プランニングとは、個人単位の行動データをもとに、人の動きをシミュレーションし、施策実施の効果を予測した上で、施設配置や空間形成、交通施策を検討する計画手法である。

---

従来は、教育文化施設や、医療福祉施設等の立地を検討する場合、人口分布や施設の立地状況等から概ねの位置を計画し、当該地区内については公有地や遊休地等の状況により検討されているのが実態であるが、スマート・プランニングでは、ビッグデータを活用して、個人の移動特性を把握し、施設配置や道路空間の配分を変えたときの「歩行距離」や「立ち寄り箇所数」、「滞在時間の変化を見て、最適な施設の立地を検討するものである。

スマート・プランニングを用いることで、行政や民間事業者がデータに裏付けられた共通認識を持った上で、最適な施設立地について議論することが可能となり、また、ワークショップなど、計画に対する市民等への説明の場において、具体的なデータを示した上で、複数の立地案を比較した結果の説明が可能になり、施策検討の「見える化」が促進されることが期待されている。

- 交通計画、安全対策

トラフィックカウンター、VICSのほか、カーナビゲーションやスマートフォンから走行データを取り込んで交通状況解析を行い、交通・道路計画に活用する取り組みが進んでいる。これらのビッグデータは、新たな道路計画の他、渋滞対策や広域観光支援、災害時の交通状況把握等広く活用が進められている。

また、走行する車の速度超過、急ブレーキ発生などの運行データ等を活用することにより、生活道路における潜在的な危険箇所の特定を行うことが可能となり、従来行われてきた事故発生箇所への対策のみならず、潜在的な危険箇所への対策も可能となる。

---

#### 4.4.2 観光まちづくりのさらなる発展に向けた取り組み

観光まちづくりの個別の課題に対して、建設コンサルタントはこれまでの活動内容から十分に対応可能であり、必要な技術サービスを提供可能と考えられる。

また、近年、建設コンサルタントはその活動領域を従来発注者が担っていた企画構想、計画策定・事業化の段階まで広げており、さらに他業界との連携により先端技術を含めた広範囲な技術提供を目指している。

観光まちづくりに関して、これまで観光がメインのプロモーションや各種調査業務が主体であり、また、調査業務においても発注形態が役務のものが多く、事業環境として建設コンサルタントが積極的に参画することが難しい状況であった。また、まちづくりにおいては、多くの関係者と様々な利害関係を調整しながら、継続的に取り組むことが必要であり、自治体発注が発注する単年度の委託業務では、十分な成果を上げることが難しい状況であった。

これに対し、近年、観光まちづくりにおいて、ソフト、ハード両面での受入れ態勢の整備の重要性が認識されるようになってきている。また、建設コンサルタントも、委託業務のみではなく、新たな領域として CM 等で実施している複数年にわたる委任契約や、PFI/PPP 等による事業参画、自治体とのパートナーシップや包括連携協定等により、これまで自治体が担ってきた役割に対しても積極的に参画する動きが出てきている。

観光まちづくりは、地域住民、まちづくり団体、事業者等と密接に連携し、PDCA を回しながら長期的な取り組みが重要であり、このため、地域に密着した地域コンサルタントの活躍が不可欠である。一方で、ICT 技術の活用や PFI、包括連携協定等での事業展開は資金的な負担が大きく、リスクが伴うことから大手企業以外での参入が難しい状況である。

今後、観光まちづくりのさらなる発展に向けては、こういった新たな取り組みを推し進め、建設コンサルタントの活動領域を拡大していくこと、およびこれらの活動を積極的にアピールすることが重要である。そのためには、地域コンサルタントと大手コンサルタントが、それぞれ得意とする分野において連携し、積極的にかかわっていくことが求められる。

## 目 次

|                           |      |
|---------------------------|------|
| 5. 先駆事例ヒアリング              | 5-1  |
| 5.1. 実施概要                 | 5-1  |
| 5.1.1 ヒアリング目的             | 5-1  |
| 5.1.2 ヒアリング箇所概要           | 5-1  |
| 5.2. ヒアリング結果              | 5-2  |
| 5.2.1 (株)南紀白浜エアポート        | 5-2  |
| 5.2.2 (一社)田辺市熊野ツーリストビューロー | 5-7  |
| 5.2.3 和歌山県県土整備部           | 5-12 |



---

## 5. 先駆事例ヒアリング

### 5.1. 実施概要

#### 5.1.1 ヒアリング目的

観光まちづくりにおいて、今後、建設コンサルタントが積極的に関与していくには、自治体、事業者、DMO 等が、それぞれどういった活動を行っているか、また抱えている課題について理解することが重要である。

今回、石田先生の紹介で、田辺市熊野ツーリズムビューロー代表多田稔子氏をはじめ、和歌山県県土整備部高松諭部長、南紀白浜エアポート岡田信一郎社長から直接お話を伺う機会を得られたことから、その活動内容や現在の課題等についてヒアリングを行うとともに、現地状況を視察し、観光まちづくりにおいて我々建設コンサルタントが如何に向き合い、どういった取り組みを進めていくべきか、観光まちづくりを進めるにあたって何が重要なのかを学ぶものである。

#### 5.1.2 ヒアリング箇所概要

##### (1) (株) 南紀白浜エアポート 岡田信一郎社長

南紀白浜空港は 1968 年（昭和 43）に開港した和歌山県南部に位置する地方空港で、定期便は、現在、羽田便が 3 往復/日のみである。2018 年の旅客数は約 16 万人で、毎年 3 億円を越す赤字が生じていたことから、和歌山県では民間活力導入により運営の改善を図るものとし、コンセッション方式で民間企業への空港の運営委託を行うものとした。この結果、2019 年 4 月から (株) 経営共創基盤（東京都千代田区）が出資する空港運営会社「(株) 南紀白浜エアポート」が運営を開始した。

同社は、機材大型化や新規航路の誘致などを働きかける一方、空港を中心とした地方活性化により、空港利用客を 28 年度に 25 万人に引き上げる方針を打ち出している。岡田社長は地域活性化の方針として(1)紀南地方全体を対象とした誘客(2)ロシアなど新たな顧客層の呼び込み(3)夏季以外や平日の旅客呼び込み、の 3 つを挙げ、県と協力しながら様々な取り組みを進めており、赤字の空港を抱える他の地域からも注目を集めている。

##### (2) (一社) 田辺市熊野ツーリズムビューロー

(一社) 田辺市熊野ツーリズムビューローは、熊野古道を含む「紀伊山地の霊場と参詣道」の世界遺産登録、市町村合併等を契機に、田辺市内の 5 つの既存の観光協会（田辺、龍神、大塔、中辺路町、熊野本宮）を構成団体として、2006 年（平成 18 年）4 月に設立された官民共同の観光プロモーション団体で、2010 年（平成 22 年）5 月に一般社団法人化、2019 年（平成 31 年）3 月に、地域 DMO として登録された。

(一社) 田辺市熊野ツーリズムビューローでは、「観光プロモーション」に加えて「着地型観光（旅行業）」を柱に据え、国内外からの個人旅行者をメインターゲットとした情報発信と誘客促進に取り組んでおり、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の国内外への認知度アップをはじめ、新たな観光資源・地域資源の発掘とブラッシュアップ、更には旅行者と地域とを繋ぐパイプ役（中間支援組織）の役割を果たしている。

また、外国人目線での受け入れ環境整備や地元住民と訪日外国人旅行者との意思疎通を容易にす

---

---

るコミュニケーションツールの作成等により、田辺市への訪日外国人旅行者の大幅な増加に貢献し、2019年度第5回ジャパン・ツーリズム・アワードの「観光庁長官賞」と「DMO推進特別賞」を受賞した。

### (3) 和歌山県県土整備部

南紀白浜エアポート、田辺市熊野ツーリストビューロー等の観光まちづくりにおける先進的な取り組みに対し、国や関連自治体と調整を行い、また、様々な施策展開により活動を支援している。今回、和歌山県の観光まちづくりに直接かかわる商工観光労働部観光局観光交流課及び県土整備部都市住宅局都市政策課の各担当者と意見交換を行った。

## 5.2. ヒアリング結果

### 5.2.1 (株) 南紀白浜エアポート

日時：令和2年2月4日（火）9：20～10：50

場所：南紀白浜空港 打合せ室

参加者：南紀白浜空港（社長）岡田信一郎、池田直隆

建設コンサルタンツ協会 今井、三浦、山内、張、大串

#### (1) 概要説明

三浦研究員からインフラ研の活動内容、本研究の目的、前年度研究結果等について概要を説明した。

#### (2) 意見交換

##### 1) 白浜の現状認識・課題（岡田様）

###### ① 白浜町の現状

；人口減少とともに所得水準の低さ（県下最下位）

；年間340万人、和歌山県の一番の観光地であるが、74%が関西、飛行機で東京都が5%、インバウンド5%の割合（関西の奥座敷という位置付け）

；温泉地ではあるがビーチが有名で、夏季に集中して4割が日帰り、県内全体でも85%が日帰り（高速道路の延伸効果でありデメリットでもある）

・外国人にはものすごく知られた、客観的に評価の高い場所

    ロンリープラネット（世界5位）、エアビーアンドビー（2019選出）、2020年に外国人が訪れるべき日本の地ランキング（熊野が1位）

・ポテンシャルのある観光資源

    白浜（ワイキキビーチと姉妹ビーチ）、アドベンチャーワールド（6頭／日本のパンダ10頭）、北山村（日本で唯一の飛び地；筏下り）、勝浦（マグロ水揚げ高日本一）等、紀伊半島全体に広がっているというのがこの地域の魅力。

###### ② 空港としてのミッション

；航空路線のネットワークの拡充の課題として

    ①認知度が低い（熊野古道の最寄空港が南紀白浜空港であることが知られていない）

- 
- ②計画購買（空港を利用した行程が販売されていない）
  - ③受け入れ態勢（顎足枕；食事と移動と宿泊、言語対応、キャッシュレス等）
- ；バリューチェーンの真ん中にある空港を基点に、前行程も後行程も含め、地域とともに取組む

## 2) 対応と施策（岡田様）

### ① 行政による地域支援

旅行者個人単位をターゲットとした、紀伊半島全体の魅力を各観光協会と仕掛けている状況  
行政による地域支援が下支えになっている

- a) 和歌山県と共同による IT 企業誘致（ワーケーション）
  - b) 南海トラフ対策；補助金によるリノベーション（ホテルの避難所活用のため耐震補強）
  - c) ナショナルサイクリングロード整備
  - d) 空港の民営化や串本民間ロケット発射場 等
- その他、田辺（合気道の発祥地；海外から見ると聖地）、メガソーラー（ゴルフ場跡地）、スポーツ合宿 等

### ② 変化として、年間を通しての利用（ビジネスマンの激増、従来は 8 月ピーク）

## 3) 空港経営について（岡田様）

- ・ 白浜の場合は 3 億円の赤字（他の自治体空港の平均赤字 2.5 億円）
- ・ 東北バス事業を通じた地方創生の経験を活かして空港を拠点とした地方創生の挑戦
- ・ 経営コンセプト、基本的価値観
  - 空港の発展＝地域経済の活性化  
イメージ；ニセコ（投資が投資を呼ぶ循環が必要）
  - 地域活性化の 3 方針として
    - a) 紀南全体を対象にして、伊勢志摩も含めた紀伊半島全体で広域周遊を仕掛けること
    - b) 関西圏のみならず首都圏や東北圏から人を呼び込む
    - c) オフピークを上げること（年間を通して働ける環境）
- ・ 南紀白浜空港の制約・メリット
  - 滑走路が短い（2000m；機材制約）、利用客は多くないがその分みんなの顔が見える
- ・ 空港経営上の施策
  - 東京から 1 時間のリゾート、1 時間で世界 5 位の素晴らしい観光資源にアクセスできる
  - “関西の奥座敷から日本の白浜、世界の紀伊へ” というビジョン
    - a) 非日常を感じる b) 地域の拠点となる c) リゾート意識を持ち出迎える
  - 具体的な施策として、ビジネスマン（ワーケーション）、暖かい気候を活かした東北・ロシア等の開拓・誘致
- ・ 空港施設管理への IOT 活用（点検結果の見える化；GPS やドローンの有効活用；オリコ

---

ンと連携)

- ・ 空港運営組織間（人）の日々の連携から生まれる危機管理（空港のセキュリティ；全員が顔見知り不審者の早期発見につながる）
- ・ シニア職員のモチベーション確保、消防業務（実務経験）の体制確保 等

#### 4) 白浜の観光事業について

- ・ IOTの聖地を目指す；顔認証、キャッシュレス等の実証実験を実施中（リゾート地では荷物を持ちたくない）
- ・ 地域連携；紀南全体でのAIとかIOTを使った地方創生というスーパーシティ構想
- ・ 人材育成；和歌山大学サテライトキャンパスと組んだ実践型の観光の授業
- ・ 二次交通・交通連携が大きな課題
  - ひとたび空港に来れば、自転車、バス、タクシー、レンタカー等の交通結節点の機能強化・事業者連携（Maas）が必要
- ・ 渋滞対策；花火大会（旧空港スペースへの誘導、終了時の分散帰宅（地域での食事；地域活性化）

#### 5) 質疑

Q；フェリー・クルーズ誘致について

A；何千人級が同時に来られても地域が受け入れられない。地域が育てるためにも少ない人（5～10人の小グループ）をコンスタントに呼びたい。夏で儲けて冬はさぼるような一攫千金みたいな地域は避けたい。

Q；南紀白浜空港と同様の課題を持つ地方空港（例：能登空港、但馬空港、花巻空港等）でも、南紀白浜空港の経営コンセプトが参考になるのでは？

A；複数空港が相談に来ている。赤字の県営空港の課題は、増収対策を考えるのではなく（ノウハウがない）、コスト縮減として手をつけやすい人件費削減（人数を減らす→OBに切り替える）を行うことで空港経営に携わる人的基盤が失われている。

Q；空港を拠点としたパーク&ライド（バスターミナル）の利用状況について

A；空港施設への行動目的が付加されれば利用増加が望めるが、地元住民は自家用車での移動が基本となっている。現状利用者が多い田辺市から大阪方面は逆方向なので利用するインセンティブがない。

バス会社としては早くから参入したかったが、和歌山県から、空港は飛行機利用者のための施設設計との考えから断られた経緯がある

Q；コンセッションを組んでいる“みちのりホールディングス”との関係について

A；パーク&ライド事業（コスト精査の知見）とともに、東北とのチャーター便（みちのりホールディングス傘下の旅行代理店）を一緒に取り組んでいる。花巻空港からのチャーターについては、岩手県北観光と一緒に取り組んでいる。

---

Q ; 旅行会社への働きかけについて

A ; 来訪実績がない東北側の担当者がツアーを企画すると、現地の利用条件（移動手段・時間、宿泊施設）がわからないので、グループの旅行会社と一っしょに自ら企画している。

Q ; 空港の防災拠点としての機能について

A ; 旧空港は県内 4 か所の防災拠点に指定されている（標高 100m）

米軍も岩国から厚木に飛んでいく途中で給油のため利用する。米軍が言うには、南海トラフ発生後、四国・紀伊半島地域では、高知空港、徳島空港、神戸空港、関西空港が利用出来なくなる可能性が高く、利用できるのは高松空港と南紀白浜空港だけとなり、きわめて重要なオペレーションの拠点となる。そこで、普段から利用していないと勝手が分からないというので米軍は南紀白浜空港を使ってくれる。

Q ; コンセッションにおける地域住民との関係性について

A ; これまでの南紀白浜空港に関する記事は、避難訓練、津波・防災訓練程度であったが、顔認証をはじめ様々な事業活動が記事になり、地域住民からは空港が地域の顔として見られ、親しみを感じてもらっている。JTBのような大きな代理店は地域の顔になっているが、地域のためと言いながら観光客を呼び込んでも実際は自社の利益を最重要している。我々はもっと地域と一っしょにやっていきたい。

Q ; 自然エネルギーについて

A ; 自社では対応していない（南紀白浜空港のメガソーラー；国際航業）

Q ; 住みやすさについて

A ; 大都市に比べ、様々な取り組みによって生活の質が高く、移住した我々のライフスタイルを PR することでワーケーションの呼び込みにもなっている。

Q ; 受け入れ環境整備について

A ; 需要があると分かれば、企業進出・人材は集まり整備が進む。需要が地域を育てるイメージがあり、よっぽど目利きのいい人が整備しない限りうまくはいかない。これらの情報交換等の体制は、自社は県の 1 部門みたいなものなのでうまく進めている。

自治体としては特定の企業と環境整備を進めることができないため（公平性の確保）、自社が様々な事業活動を通しての道先案内人的な役割を担っていることもあって感謝されている。

Q ; 田辺市熊野ツーリズムビューローとの連携について

A ; 熊野古道についても、白浜と同様に、地域を壊さないためにすこしずつ観光客を呼び込んでいくといった考えは同じであり、担当者とは仲良くお付き合いしている。

---

Q；事業の位置づけについて

A；地域再生であり成長支援であるが、この事業を5年で倍にするとかではなく、バス事業のように、儲からないと思っているがきちんとやり遂げることによって、世の中を驚かしてやろうというロマンで行っている。

Q；高齢化が進む中での職員確保について

A；365日行うランウェイチェック業務はシニア職員にて対応している。現状では、セキュリティの関係上、現在働いている職員の知り合い、元役場勤務等、身元確認のジャッジを入れている。61歳から75歳までの幅で採用している。

Q；貴社の事業展開と建設コンサルタントとの役割分担について

A；自分たちが関わっている事業はまちづくりであり、建設コンサルタントの得意分野であるとする。コンセッション事業が全国に広がっている中、南紀白浜空港のような小規模事業に大手は参入してこないが、建設コンサルタントでも手が届く投資範囲の事業でもあり、今後このような事業は増えていくものと考えているので、積極的に建設コンサルタントの方々にも担っていただきたい。

以上

---

## 5.2.2 (一社) 田辺市熊野ツーリストビューロー

日時：令和2年2月4日（火）13：00～14：30

場所：田辺市熊野ツーリズムビューロー事務所

参加者：(一社)田辺市熊野ツーリズムビューロー 小川 雅則 事務局長  
(一社)建設コンサルタンツ協会 今井、三浦、山内、張、大串

### (1) 概要説明

三浦研究員からインフラ研の活動内容、本研究の目的、前年度研究結果等について概要を説明した。

### (2) 田辺市熊野ツーリズムビューローの概要及び活動紹介

#### 1) ビューローを立ち上げることになった背景

- ・平成16年（2004年）に熊野古道が世界遺産登録されたのが最初のきっかけである。
- ・また設立の背景には平成17年（2005年）の田辺市合併もあった。
- ・当初はそれぞれの市町村の観光協会が別々にPRしていたが利用者側にとっては意味がなく、1本化しようということで平成18年（2006年）にビューローを設立した。
- ・熊野古道というキラーコンテンツを存分に活用すべく、熊野古道に人が歩く風景を作ろうという合い言葉に観光プロモーションを始めた。
- ・民間だからこそできる観光プロモーションで、熊野古道をまず発信しようとなった。

#### 2) 観光戦略（基本スタンス）

- ・ビューローの基本スタンスは以下の5点とした。

- |                      |
|----------------------|
| ① 「ブーム」より「ルーツ」       |
| ② 「乱開発」より「保全・保存」     |
| ③ 「マス」より「個人」         |
| ④ インパクトを求めず、ローインパクトで |
| ⑤ 世界に開かれた「上質な観光地に」   |

⇒持続可能で質の高い観光地「田辺市」

- ・①：一時のブームで団体客による観光公害が背景となったため、ルーツ（起源）を大切にしたいという思いから。
- ・②：大型ホテル等の箱物の乱開発はせず、資源の保全や保存を大切にしよう。
- ・③：ターゲットはアジア系のマス（団体客）ではなく、欧米豪の個人とした。
- ・④：大々的なPRによるインパクトを求めず、静かに少しずつPRしよう。
- ・⑤：インバウンドを推進しよう。

#### 3) 活動内容

- ・現地のレベルアップとしてまず、和歌山県の支援のもと標識や看板のローマ字標記の統一や、番号道標を設置した。
- ・宿泊関係者や交通関係者を対象に現地研修をのべ60回行ってレベルアップを図った。

- 
- ・ 2次交通の改善としてバス時刻表4社を統一した。これは大変で当初バス会社は対応してくれず、外国人観光客のバス利用が増えてきてようやく実現した。
  - ・ カナダ人のブラッドトウルを採用したのがおおきなターニングポイントとなった。外国人目線の日本の良さを再確認するきっかけになるとともに、標識や看板、英訳の担当やプロモーションにも大きく貢献している。
  - ・ 英訳の標記を追加した。というのも知的好奇心の高い外国人が多いためである。
  - ・ 次に情報発信として、欧米豪の方達に熊野古道を発信してもらうのを狙いとしてウェブサイト、パンフレット、ガイドブックで情報発信を行った。
  - ・ 新たな試みとして熊野古道スタンプラリーを始めたが、予想以上に反響があり、体験した外国人観光客によってSNS等で広く発信された。
  - ・ 世界中からの個人旅行者に行き届いた対応が必要と考えて、ビューローでも平成23年より旅行業を始めた。

#### 4) その他の紹介

- ・ 外国人観光客は平日に来てくれる上に、上質であるため、宿にとって大変ありがたい。逆に日本人は休日特にGWなどの繁忙期に集中するため、平準化できる外国人観光客の受け入れは歓迎してくれた。
- ・ 外国人観光客が増えたことで、地域の誇りの再構築や、世界に認められたという地域住民の意識も変わってきた印象である。
- ・ 維持管理・保全として、台風、大雨等で古道が荒れた際に、「道普請（みちぶしん）」という地域の保全活動に取り組んでいる。和歌山県が企業にCSR活動しませんかと営業かけて、賛同した企業が取り組み始めている状況である。
- ・ 地域の歴史文化を次の世代に引き継がないといけないということで、田辺市では全ての小中学校で熊野古道学習を取り入れている。
- ・ 和歌山県の自治体の中では、ここ数年田辺市が一番移住者が多い。
- ・ DMOとして、地域にお金が回るしくみ、新しいビジネスの創出や新しい人が移り住むようなきっかけを作れたと思っている。
- ・ 観光産業は当時一部のメンバーだけが儲ける業界だと思われていたが、外国人観光客を守るために地域の様々な方が関わってくれることで、地域活性化に繋がっている。
- ・ 熊野トラベル店舗は、市の支援を頂き2017年にトラベルカウンターとして設置した。というのも、宿泊予約せずに来訪する外国人観光客が増えてきたことで、熊野古道沿いで野宿をしたり、民家の軒先に泊まったりするケースが増えてきたことにより、地域でのトラブルを防ぐとともに、熊野古道を安全に歩くためにルート説明等を行うなどの役割を果たす目的で設置した。
- ・ 次の戦略として、世界的な巡礼の動きからすると熊野古道中辺路ルートはまだまだ短い（スペインのサンティアゴ巡礼路は約800km）が、熊野から三重県の伊勢に行く伊勢路が160kmあるので、紀伊半島内の熊野古道のいくつかのルートを紹介することでロングトレイルの提案を考えている。
- ・ 伊勢路ルートは、標識や看板の整備がまだまだ進んでいないことから、ここ数年は、三重県

---

とも連携しながら、看板整備をはじめ、外国人観光客向けの受入体制の整備、ガイドブック、ルートマップも作成している。

- ・ どの地域の DMO にも共通していると思うが、人財と財源の持続性が組織最大の課題である。
- ・ 2020 年ガイジンポットではオリンピックイヤーであるにも関わらず、1 位熊野、2 位東京と堂々の 1 位である。じわじわと次の目的地として注目を浴びているという印象。

### (3) 意見交換

Q1 ; 役割分担は年々変わってきているのか？

A2 ; ビューロー（外国向け）、田辺市（国内向け）にプロモーションをしており、今後も役割は変わらない。

Q2 ; 市町村のプロモーションだと一時的な滞在になりやすく、広域的なプロモーションが必要ではないか。

A2 ; 分担する中で国内のプロモーションに我々が地元の方達と参加して支援することもある。

Q3 ; 受入環境整備は県や市が実施していくというスタンスか？

A3 ; 現場で必要なことについては、受入環境整備は市に予算取りをお願いし、市は県や国の補助金を頂いて実現に向けて努力して頂いている。

Q4 ; となると定期的に会合を行っているのか？

Q5 ; 市役所が表立って出来ないこと（宗教的な部分）はビューローが担当し、ビューローでは出来ないこと（市役所の信用性）は市役所に担当頂いており、補完し合っている形である。

Q6 ; 和歌山県が音頭を取って受入環境整備がまとまってきたのか？

A6 ; 和歌山県が大変インバウンドに力を入れて下さり環境整備（トイレ整備、Wi-Fi の設置等）頂いた。

Q7 ; 現状、団体での申し込みは何割あるか？

A7 ; 当初は FIT（個人旅行者）だけの申込だったが、今海外の旅行会社 100 社と取引しているが、全体売り上げの 1/3 がエージェントとなっており、この割合は今後も増えていく傾向にある。

Q8 ; 海外の旅行会社と連携して着地型旅行を商品としているのか？

A8 ; 販売元である海外の旅行会社のオファーを受けて、熊野エリアに滞在している間だけは我々がサポートさせて頂くというスタイルである。宿泊施設をはじめ、二次交通、ガイド、お弁当をつけて見積を出している。

Q9 ; 団体で海外から観光客が来る場合は大型バスの利用有るか？

A9 ; 弊社の取り扱いの団体は、4~5 名多くても 10 名以内であり、20 人も 30 人も来る団体は扱

---

っていない。

Q10；個人型の旅行と従来型の大型バスの立ち寄りほどのように変遷しているか？

A10；大きな宿は個人客だけでは経営が成り立たないので国内外の大手の旅行会社と組んで団体バスを入れているところもある。

Q11；個人と団体の住み分けが出来ている、役割分担が出来ているのか？

A11；取り合いというよりは、小さな宿は個人旅行者を受入れ、大きな宿は団体客受け入れている。さらに外国からの団体バスも入れている。

Q12；ロンリープラネットに掲載された関係でオーバーツーリズムのような現象は起きているか？

A12；宿泊のキャパが限られており、繁忙期（3～5月、9～11月）は満室になる。これにより余剰分はお断りしている状況である。従ってオーバーツーリズムが起きる環境にない。

Q13；宿が増えてきたらまた別の問題が出てくるのか？

A13；世界遺産の地なので、大手ホテル建設は地元の皆さんが反対してきた背景がある。外資が入ってきて一人勝ちは地域の理解が得られない環境にある。

Q14；ピーク時と閑散期は結構差があるのか？

A14；繁忙期（3～5月、9～11月）と比べて、閑散期（6月、12～1月）は海外客は少ない。

Q15；海外の方が来られるのは大阪が多いか？

A15；日本に入るのは東京・大阪で半分ずつ。共通してJRバスなどの公共交通機関を利用する。

Q16；地域の方々が持続的に地域を守っていけるような量をビューローが安定供給（抑制 or 広報）しているようなバランス取りをしているイメージか？

A16；地元が反対したとしても法律に基づいて建物は建てられるが、一番の問題は、上水道が通っていないと定住人口に合わせた供給しか出来ないため、新たなホテル建設などは地域住民反対の他に水道のようなインフラ面の課題がある。

Q17；古道の維持管理は結構頻繁にされているのか？

A17；点検・保全は地元の森林組合に委託をして定期点検を行ってもらっている。台風一過で被害が大きな場合は県や市も巻き込んで一斉に現地確認に行く。

Q18；伊勢路など広域な繋がりが出来るとお客さんをもう少し呼べるのではないか？

A18；三重県御浜町からオファー頂いたので、広域的な情報発信と地域の商品開発、地元滞り出来るコンテンツを作る予定である。それが一つの足掛かりになると思っている。

---

Q19 ; 高野山とも連携しているか？

A19 ; 和歌山県全体の外国人旅行者を見るとアジアからの観光客が多いが、高野山と熊野だけは欧米豪が多く、同じ思考の方が来られる。小辺路ルートが奈良県を通っているので、奈良県とも連携している。

Q20 ; いま観光関連で建設コンサルタントと共存したりするものは有るか？

A20 ; 特に建設コンサルタント会社とは現在仕事をしていない。

Q21 ; 維持管理の面や自動運転、MaaS 関連でコンサルが助言できたりすることがあるかもしれない。

A21 ; 私達が一番困っているのは実際に熊野古道を何人歩いているかカウント出来ていない。何か新しいものを用意しないといけないという思いはある。

⇒日本工営で富士山チャレンジというプラットフォームを立ち上げ、登山者にビーコンを配り、登山者の動向把握と共に、時間帯や季節ごとの動向把握や防災関係などをやっており、コンサルが力を入れている分野でもある。

Q22 ; 地域の人口増に繋がれば良いという思いが強くなり、これから先どんな模索をすべきか？

A22 ; 地域の存続が大前提で、いきなり定住は難しいので、まずは交流人口、関係人口を含めながら、地域の暮らし・魅力を感じ取ってくれる必要があると思っている。まだまだ外国人の旅行者が増えるというビジネスが成り立つ余地があり、我々の仕事を地域に発信するべきと思う。最終的には外国人が歩く風景が日常的にしたい。

- ・ 地元を存続するために地元にお金が落ちる仕組みや、地元の暮らしを体験出来るコト消費のようところが商品化出来ていないので、そのあたりが課題である。
- ・ 今後の大きな課題は、宿泊施設の方の高齢化と働き手不足である。大手なら人材派遣があるが小さなところはそうはいかない。自分達の代で終わるという宿もある。

以上

---

### 5.2.3 和歌山県県土整備部

日時：令和2年2月5日（水）15：00～16：30

場所：和歌山市小松原通一丁目1番地 南別館9F

参加者：和歌山県県土整備部 高松部長、庄司技監

県土整備部都市住宅局 市川副課長、小松班長、黒井副主査

商工観光労働部 岩阪副課長

建設コンサルタンツ協会 今井、三浦、山内、張、大串

#### (1) 事前質問に対する説明

Q:和歌山県で取り組んでいる「観光まちづくり」の具体的な事例を教えてください。

A:

- ・「水の国、わかやま」等のような和歌山県独自の切口を見つけ、県の歴史等を紹介することで、和歌山県内に点在する豊富な観光資源(世界遺産、温泉、パンダ等)を周遊していただき、なるべく長く滞在できるように「観光まちづくり」に取り組んでいる。
- ・「日本遺産」で和歌山を売り出すことで、和歌山県において2019年3月末時点で「日本遺産」制度に4件が認定されている。これらの日本遺産と主要観光地や体験メニューや食等と絡めた新たな旅プランを提案することにより、県内での滞在時間の延長を促進する。
- ・DMOとしての成功事例が少ない中で、「田辺市熊野ツーリズムビューロー」が突出し、地域住民と連携した着地型観光によるまちづくりに成功したため、「観光庁長官賞」と「DMO推進特別賞」を受賞した。
- ・インバウンド促進を担当する「観光交流課」が「田辺市熊野ツーリズムビューロー」と連携し、海外向けプロモーションやPR用のパンフレット作り等を行うことで、「田辺市熊野ツーリズムビューロー」を支援する形で「観光まちづくり」に取り組んでいる。

Q:「住んでよし、訪れてよし」の実現に向けた取組について教えてください。

A:

- ・「都市政策課」では主に「観光まちづくり」を支えるようなハード整備や環境整備に携わっている。和歌山県の景観の保全と形成、歴史まちづくり等に関する事業は、県庁で計画を定め、各市町村との協議・合意を得た上で進められている。
- ・和歌山市ではリノベーションを盛んに進めており、若者を中心に、遊休不動産の再生により、町中に広がっていく空き家等をカフェやゲストハウスとして活用することで、エリアの価値を高めていく活動を行っている。またリノベーションスクールの開催や再開発事業等を行うことで、人が集まってくれば、インバウンド効果にも期待できる。
- ・和歌山県全域は景観計画区域として指定されている。建築・建設事業や都市の形成変更等の景観に影響を与えるような行為を行う場合、届出を提出する必要がある、周辺環境との十分な調和が求められている。
- ・地域の魅力を高めるためには、国交省都市局の事業を活用しながら、道路の美装化等を図り、建物の修景整備等は補助がつくような貢献事業として行っている。
- ・各市町村の建設課で実施される事業を円滑に進めるためには、県庁が音頭を取り、国交省と協議

---

の上、市町村教育委員会等にご協力をいただきながら、地域づくりに取り組んでいる。

## (2) 意見交換

**Q:歴史まちづくり事業等の資金源や継続性等について教えていただきたい。**

**A:**

- ・PFI を利用する事業が少なく、ほぼ補助金を用いて行われている。
- ・国交省都市局では目標値を定め、この目標値に基づき完了後も事業を継続的に評価していく。
- ・推進協議会が設立されており、この中で専門家(大学の先生、歴史的な建物の所有者等)の意見を聞きながら、事業の進捗や評価を把握できる体制が整っている。ただし、協議会には建設コンサルタントは参加していない。

**Q:和歌山県における受入環境整備の実施体制や役割分担について教えていただきたい。**

**A:**

- ・県と市町村の観光部門で協議会を設立し、ソフト事業を中心に受入環境整備を行っている。
- ・「観光交流課」では積極的な海外プロモーション(年間 26 ヶ国・地域に 46 回)を行っており、引き続き増加する海外からの観光客の和歌山県への誘客を進めている。
- ・「田辺市熊野ツーリズムビューロー」の活動に関して、田辺市がバックアップしており、熊野古道が通っている地域の旅館や商業施設等と十分な研修を行い、他県との連携を図りながら、受入環境整備を進めている。
- ・和歌山県では「商工観光労働部 企業立地課」がものづくり企業の融資を支援し、IT 企業の集積は白浜町が担当している。
- ・ワーケーションを広げていくためには、「ワーケーション全国協議会」が設立されており、県知事が会長を務めている。市町村や宿泊施設等関連事業者の協力を得ながら、県のほうで力を入れ始めたところである。
- ・観光まちづくり成功事例から見ると、建設だけではなく、教育や観光関連部門とうまく連携をとるのが重要である。建設コンサルタント会社にもこのような観点から事業に取り組んでいただきたい。

**Q:観光客数把握の方法について教えていただきたい。**

**A:**

- ・現状においては熊野古道の観光客数を把握するのが困難である。ただし、サイクリングコースではモバイルスタンプラリーが行われており、QR コードを読み取ることによって、参加者の大まかな人数と行動コースを把握できている。これらの経験を生かし、IT 技術をより有効に活用できるよう努めていきたい。

**Q:大型クルーズの寄港等による観光客の増加に伴う交通渋滞等に関する課題や対策案について教えていただきたい。**

**A:**

---

- 
- 場合により多少タクシーの渋滞が生じるが、大きな交通渋滞問題がないため、これからもより多くの観光客を受け入れたいと考える。
  - 大型クルーズ船を迎えるために、受入環境整備についていろいろ取り組んでいるところである。また、クルーズ船客は基本的に船に泊まり、土日に限らず、周辺しか観光しないため、現在まだ大きな問題にはなっていない。

### ヒアリングしたい事項(南紀白浜エアポート)

| 番号                          | 内容  |
|-----------------------------|---|
| <b>1. (株) 南紀白浜エアポートについて</b> |   |
| 1                           | 南紀白浜空港エアポート様が地域づくりにおいて担っている役割や活動について紹介していただきたい  |
| <b>2. 地方創生への取り組み</b>        |   |
| 2                           | 南紀白浜空港エアポート様の記事(12/16付建設工業新聞)の中で、”現状7割台の搭乗率を改善して飛行機をいっぱいにする、そのための課題は山積み”と話されていますが、今お考えの課題と取り組みについて、例えばどういったことがあるか教えていただきたい。   |
| 3                           | より多くの観光客に南紀白浜空港を利用していただくための、受入環境整備における課題や今後の整備計画を教えていただきたい。<br>またより大きな経済効果をもたらすためには、例えば徒歩圏内の商業施設の増加や空港限定イベントやツアーなどの企画が考えられますが、こちらについて空港独自の取組があれば教えていただきたい。(地域活性化の拠点化) |
| 4                           | 南紀白浜空港から1時間程度離れている和歌山下津港では発着港を目指して16万トン級クルーズ船に対応できるように、工事を進めています。観光客誘致のため、「フライアンドクルーズ」ツアーの設定などが考えられますが、今後の取組計画について教えていただきたい。<br>(例えば、港湾やクルーズ船社との連携、港への送迎、前後泊など)       |
| 5                           | 近年、道の駅が地域活性化の拠点として様々な取り組みを進めています。同様に、地方空港においても、地域の窓口として、また、地域の産業振興、防災の拠点としての整備を期待したいと思います。  |
| <b>3. 関連団体との連携、役割分担</b>     |   |
| 6                           | 南紀白浜空港は、和歌山県南部における観光客の窓口となりますが、更なる発展に向けては、県や市町村、DMO、民間事業者等との連携、役割分担が不可欠と思います。<br>現在、こういった関連団体との連携する体制はどのようになっているのか、よろしければ教えていただきたい。                                   |
| <b>4. 建設コンサルタントの役割</b>      |   |
| 7                           | 建設コンサルタントの強みと、今後観光地域づくりに向けてコンサルタントに求めることを教えていただきたい。   |

## ヒアリングしたい事項（田辺市熊野ツーリズムビューロー）

| 番号                                   | 内 容  |
|--------------------------------------|--|
| <b>1. （一社）田辺市熊野ツーリストビューローの活動について</b> |  |
| 1                                    | 田辺市熊野ツーリストビューロー様が地域づくりにおいて担っている役割や活動について紹介していただきたい   |
| <b>2. 観光地経営について</b>                  |  |
| 2                                    | インタビュー記事で「今の結果は、お客様のニーズにこつこつ応えて、必然的に取り組んできただけ・・・」という返事をされていた。それだけでなく、何か思いがあって、観光事業をやろうと決めたのではと想像します。その思いについて、一端をお聞かせ願えればと思います。 |
| 3                                    | ビューロー様のHPに「受入地としてのレベルアップを主な業務として、行政や観光協会、民間事業者とも協働し、ソフト・ハード事業に取り組んでまいりました」とあるが具体的にどういった業務を行ってきたか、教えていただきたい                     |
| 4                                    | ビューロー様のHPに記載の「着地型観光（旅行）」についてその概要と取り組んでいること、力を入れていることがあれば教えていただきたい  |
| 5                                    | 2018年ロンリープラネットの紀伊半島掲載を受けて、インバウンドに変化（観光客数、観光客層、国、滞在期間、消費額など）があれば教えてください   |
| 6                                    | 近年のインバウンドの急増（2018年3000万人突破）が、観光地に対しての変化（観光客数、消費額、その他影響（良い影響・悪い影響））があれば教えてください  |
| 7                                    | インバウンド増加の影響等で、オーバーツーリズムなどの問題や課題があれば教えてください   |
| 8                                    | 観光分野の人材確保や専門性についてどのように対応されているのでしょうか。   |
| 9                                    | クルーズ船観光客のような大人数団体を案内したことがあれば、課題や今後改善すべき点について教えてください。<br>(移手段、多言語対応、オプション内容等)   |
| 10                                   | 1時間程度離れている新宮港では11万トン級クルーズ船に対応できるように、工事を進めているため、今後クルーズ船観光客が増える見込みです。観光客の増加による交通渋滞に関して、課題や対策案を教えてください。<br>(例えば、大型バス駐車場不足など)      |
| 11                                   | 観光客誘致による地域創生のために、着地型や体験型オプションツアーなどが考えられますが、こちらをクルーズ船社に提案し採用された実績がありましたら、教えてください。また経済効果はどうでしょうか。                                |
| <b>3. 地方創生への取り組み</b>                 |  |
| 12                                   | 観光客誘致活動による増加する観光客をすべて消化するためには、受入環境整備における改善すべき点について教えていただきたいです。(例えば、道路、駐車場など)<br>また、今までお気づきの点や課題を克服し、行政施策などに反映させた実績があれば教えてください  |
| 13                                   | 行政、まちづくり、インフラ、二次交通に対して、観光業の視点から不満や要望は何かありますか。<br>観光業を進める中で、インフラ（特に二次交通）で困ったことはありますか。   |
| 14                                   | 観光まちづくりにおける今後の展望（持続可能な地域づくりに関して）を教えてください   |
| <b>4. 関連団体との連携、役割分担</b>              |  |
| 15                                   | 地方創生に向け、県や市町村、広域DMO、民間事業者等との連携および役割分担が不可欠と思います。現在、こういった関連団体等との連携体制はどのようになっているのか、よろしければ教えていただきたい。                               |
| <b>5. 建設コンサルタントの役割</b>               |  |
| 16                                   | インフラの調査・計画を得意とする建設コンサルタントに期待する点はあるか？あればどんな内容か教えていただきたい。  |

## ヒアリングしたい事項（和歌山県県土整備部）

| 番号                                   | 内 容  |
|--------------------------------------|--|
| <b>1. 和歌山県における「観光まちづくり」の取り組みについて</b> |  |
| 1                                    | 和歌山県で取り組んでいる「観光まちづくり」について、具体的な事例について教えていただきたい  |
| 2                                    | 「住んでよし、訪れてよし」の実現に向けて観光客誘致だけではなく、受入環境整備（ハード、ソフト）に関して和歌山県で現在実施中あるいは今後の整備計画について教えていただきたいです。<br>また他県に比べ、独自の課題や対策案があれば、教えていただきたいです。                                   |
| 3                                    | 「和歌山下津港」と「新宮港」ではそれぞれ大型クルーズ船の対応工事を進めており、クルーズ観光客は今後さらに増加する見込みです。観光客の増加による交通渋滞問題について既に改善されている点や今後の対策案などを教えていただきたいです。<br>(例えば、道路や大型バス駐車場の整備、二次交通の充実化など)              |
| 4                                    | H27和歌山県都市計画マスタープラン(紀北圏域)にて「観光資源としての歩行者系ルートの整備」の中で、「散策ルートの整備にあたっては自然環境や歴史文化的な環境の破壊につながらないような配慮を促します」と記載があるが、具体的な取り組みがあれば教えてください。                                  |
| 5                                    | 観光庁や総務省等で、地方創生、観光まちづくりに関する多くの施策が展開されているが、最も利用している施策は何になるのでしょうか。また、国に期待したい施策があれば教えていただきたい。  |
| <b>2. 関連団体との連携、役割分担</b>              |  |
| 6                                    | 「観光まちづくり」では、県の取り組みの他、各自治体、DMO、民間事業者等との連携、役割分担が不可欠だと認識しています。<br>現在、和歌山県で進めている具体的な取り組みにおいて、これら関係団体との連携方法や、役割分担について可能な範囲で教えていただきたい。また、その中で、建コンに期待する役割があれば教えていただきたい。 |
| 7                                    | 観光まちづくりの役割分担において、今後、市町村やDMOの活動に対してさらに期待する点があれば教えてほしい。  |



---

## 今後への提案

近年、我が国の観光は 2020 年東京オリンピック開催を控え、2020 年の訪日外国人旅行者 4,000 万人や訪日外国人旅行消費額 8 兆円\*という目標に近づき、好調な産業に成長した。日本政府は、好調な観光事業をけん引役に、地方創生の切り札として観光まちづくりに取り組んできた。

しかし 2020 年、世界中での新型コロナウイルス感染拡大により我が国の社会経済、特に観光産業は痛恨の打撃を受けた。2020 年 4 月 7 日の発令の緊急事態宣言は 5 月 25 日に解除されたが、東京オリンピック・パラリンピック開催延期など、コロナ禍が観光産業に与えたダメージは図りしれない。コロナ禍では人々の生活行動、社会経済活動を著しく制限するものとなり、「不要不急」の立ち位置の旅行・観光は真っ先にそのターゲットとなった。国内の移動制限や入国規制による外国人観光客の減少、国や都道府県知事からの「STAY HOME」等の要請もあり、宿泊業では予約のキャンセルが殺到して休業や廃業に追い込まれたり、ソーシャルディスタンスの確保や消毒作業など感染防止のためのコスト増加でさらに経営を圧迫させる事態となった。

このような世界的パンデミックにより、これまで外国人観光客に頼っていた我が国の観光産業を抜本的に見直す必要が出てきたことは明白である。コロナ禍にあっても観光産業の持続可能性を高めるには、マイクロツーリズム、需要の分散がキーワードになると考える。前者は、星野リゾート代表の星野佳路氏が提唱したもので、自宅から 1 時間程度の移動圏内を観光する近距離型旅行のことである。コロナ禍により国や都道府県を跨がる遠距離の移動が難しくなった今、三密（密集、密接、密室）を避けた新しい生活様式での近距離型旅行は地域の魅力の再発見や地域経済への貢献にも繋がる。後者は、観光需要が戻った時に以前のスタイルに戻るのではなく、コロナ禍後のテレワーク推進や休暇の分散取得促進等に伴い、お盆や大型連休に頼らない旅行時期といった需要の分散が望まれる。

こういった観光形態の変化は、観光まちづくりの取り組みにおいても、新たな見直しが必要となる。これまでの活動内容、課題を振り返りながら、我々建設コンサルタントがその活動領域を拡大し、地域コンサルタントと大手コンサルタントが、それぞれ得意とする分野において連携し、積極的にかかわっていくことで、観光需要が激減した地方が新しい生活様式の中で復活し、持続可能な発展を遂げていくために必要不可欠と考えられる。

以上

---

\*2017 年の観光立国推進基本計画による



# RIIM REPORT vol.19 JULY 2020

---

発行日：令和2年7月1日（通巻第19号）

編集：三浦 正徳（研究員）  
山内 清司（研究員）  
張 天童（研究員）  
大串 祐介（研究員）

発行：一般社団法人 建設コンサルタンツ協会 インフラストラクチャー研究所  
Japan Civil Engineering Consultants Association  
Research Institute of Infrastructure Management

住所：〒102-0075 東京都千代田区三番町1番地（KY三番町ビル）  
TEL) 03-3239-7994 FAX) 03-3221-5019

URL：<http://www.jcca.or.jp/>  
<http://www.jcca.or.jp/member/infrastructure/work.html>