

訪日外国人観光客と地域づくり

「楽しいですか?」「キレイですか?」「安全ですか?」「街の今を把握していますか?」「情報発信していますか?」「自分たちの街、好きですか?」・

株式会社しまなみ 代表取締役 村上 秀人



1. はじめに

現在、全国的に訪日外国人に対する取り組みが活発化し、需要拡大が見込まれる一方、爆買いなどの訪日外国人消費の恩恵を受ける都市部と、そうでない地方の間でのバラツキやさまざまな課題が存在しています。地方が生き残るためには、地域の知恵、地域の独自文化、地域の資源を活かした交流人口の増加が必要不可欠です。

現在、日本の人口は減少傾向にあり、市場の縮小や過疎化等さまざまな問題が生じ、10年後・20年後を考えた時、外国人観光客（インバウンド）の重要性は非常に大きく、その重要性を理解し、真摯に取り組んだ地域が繁栄していくのではないかと考えます。

『宿泊旅行統計調査報告』（国土交通省 / 観光庁）および『2014年国籍別 / 目的別 訪日外客数（確定値）』（日本政府観光局（JNTO））を見ると訪日外国人客は観光目的がほとんどであり、アジア諸国が非常に多いことがわかります。

世界的に見ると日本の受入外客数はまだまだ少なく、その中で全国に占める愛媛県の割合は低い状態です。今後は、訪日回数を重ねるとともに地方を訪れる外国人客の割合は高まると考えられ、これからの取り組みが重要であると考えます。つまりは、これからの地方でのインバウンド需要拡大の可能性は高く、これからの取り組みが地域を活かす大きな分岐点になると考えます。

外国人延宿泊者数（宿泊旅行統計調査報告）

出典：国土交通省/観光庁『宿泊旅行統計調査報告』

（観光目的以外の宿泊者も含む。調査対象施設（ホテル、旅館、簡易宿舎）の従業者数10人以上の統計のみ国籍（出身地）別を表示。）
（その他（アジア）は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピンの合計値）

<2014年（平成26年）確定値>

毎年3月末に年次速報、6月末に年次確定値発表。

	10人未満含む	10人以上	国籍（出身地）						
			韓国	中国	香港	台湾	アメリカ	その他（アジア）	オーストラリア
全国	44,824,600	42,072,820	4,338,950	7,796,250	3,182,310	7,937,310	3,190,380	4,999,490	1,222,500
愛媛県	64,120	56,540	9,400	6,050	6,770	15,800	5,660	2,600	650
全国に占める割合	0.14%	0.13%	0.22%	0.08%	0.21%	0.20%	0.18%	0.05%	0.05%
対前年増減(人)	-2,900	6,800	-1,690	1,000	4,040	5,230	1,780	370	70
対前年比(%)	-4.3%	13.7%	-15.2%	19.8%	148.0%	49.5%	45.9%	16.6%	12.1%

<2013年（平成25年）>

	10人未満含む	10人以上	国籍（出身地）						
			韓国	中国	香港	台湾	アメリカ	その他（アジア）	オーストラリア
全国	33,495,730	31,242,220	3,779,440	4,147,130	2,550,980	6,181,570	2,894,210	3,552,650	888,680
愛媛県	67,020	49,740	11,090	5,050	2,730	10,570	3,880	2,230	580
全国に占める割合	0.20%	0.16%	0.29%	0.12%	0.11%	0.17%	0.13%	0.06%	0.07%
対前年増減(人)	4,358	9,380	-430	1,110	900	4,230	-160	1,540	110
対前年比	7.0%	23.2%	-3.7%	28.2%	49.2%	66.7%	-4.0%	223.2%	23.4%

<2012年（平成24年）>

	10人未満含む	10人以上	国籍（出身地）						
			韓国	中国	香港	台湾	アメリカ	その他（アジア）	オーストラリア
全国	26,314,340	23,822,510	2,889,350	4,038,040	1,617,020	3,797,970	2,477,770	1,760,220	671,380
愛媛県	62,662	40,360	11,520	3,940	1,830	6,340	4,040	690	470
全国に占める割合	0.24%	0.17%	0.40%	0.10%	0.11%	0.17%	0.16%	0.04%	0.07%
対前年増減(人)	23,772	10,230	2,120	380	1,200	3,340	990	40	-50
対前年比	61.1%	34.0%	22.6%	10.7%	190.5%	111.3%	32.5%	6.2%	-9.6%

<2011年（平成23年）>

	10人未満含む	10人以上	国籍（出身地）						
			韓国	中国	香港	台湾	アメリカ	その他（アジア）	オーストラリア
全国	18,415,690	17,015,780	2,546,320	2,716,300	1,300,860	2,422,860	1,900,360	1,054,820	485,930
愛媛県	38,890	30,130	9,400	3,560	630	3,000	3,050	650	520
全国に占める割合	0.21%	0.18%	0.37%	0.13%	0.05%	0.12%	0.16%	0.06%	0.11%

表1 外国人延宿泊者数（宿泊旅行統計調査報告）

2014年 国籍別 / 目的別 訪日外客数 (確定値)

出典: 日本政府観光局(JNTO)

	総数	伸率(%)	観光客	伸率(%)	商用客	伸率(%)	その他客	伸率(%)
総数	13,413,467	29.4	10,880,604	36.6	1,537,114	4.9	995,749	6.3
アジア	10,819,211	33.3	9,050,505	40.3	963,276	5.8	805,430	7.1
韓国	2,755,313	12.2	2,285,069	15.8	326,075	-2.4	144,169	-2.6
中国	2,409,158	83.3	1,753,572	148.8	269,334	14.7	386,252	3.0
台湾	2,829,821	28.0	2,674,425	29.4	111,815	5.8	43,581	15.0
香港	925,975	24.1	886,308	25.0	33,996	5.6	5,671	21.0
タイ	657,570	45.0	599,690	52.6	35,455	-5.9	22,425	-2.9
シンガポール	227,962	20.4	194,092	22.3	30,356	10.9	3,514	11.3
マレーシア	249,521	41.4	211,898	50.8	26,555	3.6	11,068	6.2
インドネシア	158,739	16.0	120,535	18.5	19,017	3.8	19,187	14.6
フィリピン	184,204	70.0	136,561	98.7	21,005	21.7	26,638	19.1
ベトナム	124,266	47.1	41,375	56.7	20,240	41.9	62,651	43.0
インド	87,967	17.1	29,035	24.8	37,945	14.4	20,987	12.4
イスラエル	18,808	29.9	13,481	42.7	4,688	2.7	639	37.7
トルコ	14,766	18.5	8,675	21.0	4,155	13.4	1,936	19.0
その他アジア	175,141	27.5	95,789	38.9	22,640	1.6	56,712	22.9
ヨーロッパ	1,048,731	16.0	691,956	22.8	273,874	4.9	83,001	4.4
英国	220,060	14.7	145,047	24.2	57,002	0.5	18,011	-1.8
フランス	178,570	15.3	123,003	19.4	40,740	8.1	14,827	4.8
ドイツ	140,254	15.2	72,545	24.1	58,131	6.3	9,578	11.3
イタリア	80,531	19.8	56,475	28.0	19,162	4.9	4,894	1.2
ロシア	64,077	5.9	41,796	3.6	14,861	12.6	7,420	6.6
スペイン	60,542	36.2	49,202	42.9	8,016	11.4	3,324	17.8
スウェーデン	40,125	10.8	26,790	18.0	10,276	-4.9	3,059	13.3
オランダ	39,866	17.7	25,209	28.5	12,827	2.5	1,830	5.5
スイス	33,150	17.0	24,689	21.2	6,914	4.0	1,547	18.3
ベルギー	18,934	14.3	11,568	23.6	6,310	3.5	1,056	-4.1
フィンランド	19,661	19.0	14,036	23.2	4,520	9.8	1,105	8.7
ポーランド	17,883	15.2	13,124	14.9	3,151	19.0	1,608	10.8
デンマーク	17,901	18.8	11,463	29.3	5,602	2.8	836	11.9
ノルウェー	15,230	8.1	11,006	11.8	3,360	-5.1	864	24.1
オーストリア	15,398	18.3	9,292	26.2	4,988	11.0	1,208	-2.6
ポルトガル	14,439	24.4	12,345	27.8	1,709	10.0	385	-1.3
アイルランド	12,596	11.9	7,386	25.3	3,813	-1.7	1,397	-5.8
その他ヨーロッパ	59,514	15.7	36,880	24.1	12,582	6.7	10,052	1.0
アフリカ	28,336	6.1	11,377	28.6	7,130	6.4	9,829	-11.8
北アメリカ	1,112,317	13.3	791,820	18.1	246,126	2.5	74,371	4.3
米国	891,668	11.6	611,075	16.0	219,240	2.4	61,353	5.0
カナダ	182,865	19.7	152,005	24.0	21,150	2.1	9,710	2.7
メキシコ	30,436	30.4	24,799	38.1	4,037	5.9	1,600	2.0
その他北アメリカ	7,348	11.4	3,941	22.9	1,699	8.6	1,708	-6.5
南アメリカ	56,873	13.9	41,404	16.8	8,506	2.7	6,963	12.2
ブラジル	32,310	19.2	24,006	22.7	4,808	2.5	3,496	22.6
その他南アメリカ	24,563	7.6	17,398	9.6	3,698	3.0	3,467	3.4
オセアニア	347,339	21.9	293,258	26.9	38,171	1.4	15,910	-1.2
豪州	302,656	23.8	259,968	28.5	31,251	1.7	11,437	-0.5
ニュージーランド	41,622	12.6	32,019	17.8	6,257	-0.4	3,346	-4.1
その他オセアニア	3,061	-9.0	1,271	-21.1	663	3.4	1,127	1.4
無国籍・その他	660	35.0	384	55.5	31	-8.8	245	17.8

◆注1: 「訪日外客」とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から日本に居住する外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。「観光客」とは、「短期滞在入国者」から「商用客」を引いた入国外国人で、「親族友人訪問」を含んでいる。「その他客」とは観光、商用目的を除く入国外国人で、留学、研修、外交・公用などが含まれる。

◆注2: 本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

表2 2014年国籍別 / 目的別 訪日外客数 (確定値)

2. 現在の取り組みと今後の課題と対策

近年、愛媛県をはじめ、周辺自治体のリーダーシップにより、瀬戸内しまなみ海道のサイクリングが注目されています。このため、アジア圏や欧米などのインバウンドが増加しています。2015年の今治市が把握できているインバウンドのしまなみ海道のレンタサイクル利用者は、今治側で延べ3,042名(対前年比132%)、尾道側で延べ4,449名となっています。台湾を中心にアジアとヨーロッパ方面が目立ちます。

2014年の今治市内宿泊数は、アジア9,054名・ヨーロッパ442名・アメリカ728名・その他136名・不明1,501名の合計11,861名(対前年比129.7%)となっ

ており、今治市内の訪日外国人も年々増加傾向にあります。

これからのインバウンドの重要性は非常に高く、人口が減少し続けている国内にとって増加する訪日外国人への「おもてなし」の取り組みは、地方にとっても非常に大きな意味を持つものと受け止めています。まだまだ、この地方都市においては、インバウンドの重要性を理解するには難しいところがありますが、地方のグローバル化は明らかに進んでいると実感しています。「おもてなし」で大切なのは、まず地元の人が自分たちの地元を好きになること、誇りに思うこと、自慢できることが大切ではないかと思います。好きになれば素直に「おもてなし」ができ、ホスピタリティ(あり方、心得、行為)が生まれ、サービス(やり方、動作)が生まれます。

(1) 「重点道の駅」の取り組み

現在、弊社の運営施設(道の駅ようみいきいき館・道の駅マリンオアシス)はかた・道の駅多々羅しまなみ公園・来島海峡急流観潮船)では、2014年10月末に免税店の許可を受け、2015年からスタート。2015年3月には日本政府観光局(JNTO)の外国人観光案内所の認定を受け、地元短期大学の協力を得ながら約7名の通訳を兼ねたスタッフを配置し、英語・台湾語・中国語・韓国語での対応にあたっています。



写真1 道の駅多々羅しまなみ公園

また、2014年7月に第3種旅行業（着地型旅行）の免許を取得、地域と連携した体験メニューや観光メニューを企画提案販売しています。こうした中、しまなみ海道周辺の道の駅が国土交通省の「重点道の駅」に指定され、弊社の今後の地域づくりに対する役割は大きいと確信しています。

(2) インバウンド対応のための提供サービス

各施設のインバウンド向けサービスについては、通訳を兼ねたスタッフの配置、インターネット接続（Wi-Fi）、英語でのホームページ、英語・台湾語でのパンフレット作成、クレジットカード決済等を提供しています。



写真2 英語、台湾語のパンフレット

今後は、次のステップとして、インバウンド向けのプロモーション活動を今まで以上に充実させていきたいと思っています。そして、情報発信の充実・接客スキルの向上・旅行会社等との連携強化・宿泊施設との連携強化・行政との協力などインバウンドに対して、さらなる営業活動の強化を行ってまいります。

弊社の運営施設（道の駅ようみいきいき館・道の駅マリンオアシスのかた・道の駅多々羅しまなみ公園）の2015年のインバウンド利用者数（昼食予約団体のみ）が延べ3,247名となっています。そして、現在のインバウンドの予約状況を見ても増加傾向にあります。ただ、近隣および隣県のインバウンド受け入れに力を入れている施設と比べるとまだまだ少ない状況ですが、これからの取り組みで間違いなく増加していくと思っています。主に団体旅行については台湾・中国・韓国などのアジア圏が多くなっています。今治市・松山市・道後温泉を宿

泊地とし、行程としては、南予方面・東予方面（香川・徳島・高知へ）・しまなみ方面（本州へ）の3方向への動きが主で、現在の誘客活動については、空港・港・駅から宿泊地間のコースメニュー（旅行商品）の提案が重要になっています。地域で連携を強化しエリアが一体となって誘客営業しなければならない時代になってきています。

インバウンドの個人のサイクリストの施設立ち寄りも増加しており、愛媛県・今治市・尾道市等と協力し情報交換や企画商品開発を行っています。今後はさらにこれらの協力体制を強化し、さまざまな取り組みを実践していきたいと思っています。

個人やグループについては、今後の取り組みとしてインターネットを活用し、ホームページなどの情報発信だけでなく、世界の旅行系口コミサイトやYouTube、FacebookやLINEなどのSNSを利用した情報発信、訪日外国人が自らSNSを利用し情報を拡散していただけるような感動体験の提供など、コミュニケーションの活性化、情報の地域間格差の解消など積極的に取り組んでいきたいと思っています。

(3) インバウンド誘客への取り組み

『アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成26年版）』（日本政策投資銀行）では、アジア諸国で日本の人気の観光資源は、回答の多かった順番で、①日本料理を食べる ②自然や風景の見物 ③温泉への入浴 ④日本旅館での宿泊 ⑤遊園地やテーマパークで遊ぶ ⑥洋服やファッション雑貨のショッピング ⑦近代的・先進的な建築物の見物となっています。これらを見ても、これからは、地方でもインバウンド需要拡大の可能性は非常に期待できるものと思っています。

例えば、弊社で言えば、運営施設はしまなみ海道での昼食場所としての位置づけで、道の駅多々羅しまなみ公園では、しまなみ海道の景色を見ながらの食事で高評価をいただいております。

2013年12月に「和食」の食文化が、ユネスコの無形文化遺産に登録されたことにより、世界的に「和食」への評価が高まり、注目を浴びています。

これらを踏まえてメニューの充実を図りたいと思っています。中には、宗教的な問題や、ベジタリアン等の個々の問題、アレルギー等の問題と多種多様な対応が求めら

れるのが現状ですが、可能な限り「お客様の要望に応える」ということは常に心掛けています。また、現在農林漁業者や製造加工業者と連携し、地元のブランド商品開発や、体験メニューの新規開拓等、インバウンドの増加を含め交流人口の増加に伴い、消費を促すための取り組みも始めています。

地元食材や愛媛県産食材にこだわりを持ち、地域をブランド化していくことが、地域の営業販売窓口としての弊社の役割だと認識しています。商品販売等についても営業用のパンフレット等の資料は多言語化しているものの、メニュー表や店内のポップ等、細部までの多言語表示は未だ不十分で今後の作業の一つとして取り組んでいます。

自然や風景に関して、「瀬戸内しまなみ海道」は、瀬戸内海の多島美をはじめ、来島海峡の渦潮、様々な橋、大三島の大山祇神社、島の美術館、小島の芸予要塞跡、村上水軍の歴史にまつわる数々の史跡、さまざまな資源が豊富で、また更に「とびしま海道」・「ゆめしま海道」・「中国やまなみ街道」と連携すれば更に拡大します。

弊社が運営する来島海峡急流観潮船は、日本三大急潮流のひとつ、来島海峡の渦潮と来島海峡大橋、海事都市「今治」の造船所群内の建造中の船舶を間近で観ることができるため、年々人気が高まっており、平成20年3月の運航開始以来、300,000人近い方にご乗船していただいています。また、来島海峡急流観潮船のコース上にある「小島」の芸予要塞跡の史跡めぐりや「来島」の来島村上水軍城址など通常コースにアレンジを加え地元の歴史遺産を活かし、広く誘客活動を行っています。今後更にインバウンドが増えていく中、瀬戸内海において島の多島美や黄金色の夕陽、各島それぞれの特徴や歴史、島ならではの郷土文化、瀬戸内海にある島の数だけ物語が存在し、それらを結び瀬戸内全体を自然のテーマパーク化とし、世界に情報発信できればと考えています。そのためにも、船を使った誘客は欠かせないものと考えています。いろいろな特徴をもった島が点在するこの地域では、まだ知られていない観光資源が豊富で、これから創っていきけることは多々あると確信しています。弊社は、今後も船を使った商品は更に重点をおいて開発し続けていきます。

さらに、瀬戸内しまなみ海道は、サイクリストの聖地



写真3 観潮船

として世界に向け発信しています。愛媛県の施策「愛媛マルゴト自転車道」や今治市の施策「いまばりサイクルシティ構想」の中心にあり、今後さらに官民協力しながら、自転車を使ったインバウンドの誘致も拡大していくものと思われます。

愛媛県では「サイクリングパラダイス・愛媛」を目指して、誰もが自転車に親しみ、楽しめるためのプロジェクトを進めています。そして、多くの人が自転車に親しみサイクリングを楽しむ日として、「愛媛サイクリングの日」が創設されました。



写真4 サイクリングイベントの様子

2016年10月には、しまなみ海道の高速道路を一部通行止めにして、国内外からサイクリング愛好者が参加する国際サイクリング大会「サイクリングしまなみ2016」も開催される予定となっています。

インバウンドを含むサイクリストについても、各施設のフードコートの軽食メニューの充実や施設のインフラ整備、船を利用し「とびしま海道」や「ゆめしま海道」と結んだ周遊コース、サイクリングとクルージングを組み合わせた商品や離島への誘客活動も更に強化したいと考えています。

今後は、瀬戸内海広域を舞台に、自転車ごと乗れるサイクルシップ等、更に需要が高まると予想されます。そうしたハード面の整備、観光商品の開発もさらに取り組みを強化していくことが、独自資源の強みを活かした地域づくりに繋がる誘客になると考えます。

2015年6月には、四国ツーリズム創造機構が申請者となり、「広域観光周遊ルート」として「スピリチュアルな島～四国遍路～」が国土交通省の認定を受け、今後更にインバウンドの増加が見込まれます。

今後、更に地域と連携したサイクリング・クルージング・体験メニュー・郷土文化や歴史などを組みわせて地域一体となった旅行商品を充実させていきたいと思っています。

温泉や日本旅館についても、今治市から松山市までおよそ40kmの間には、湯ノ浦温泉、今治温泉、鈍川温泉、奥道後温泉、道後温泉と泉質の異なる温泉があります。インバウンドを含む観光客すべてにおいて、宿泊施設との連携は非常に強く、不可欠となっています。

弊社としては、こうした流れの中、インバウンド商談会や研修会に積極的に参加し、周りとの連携、情報交換を密にし、インバウンドへの取り組みを今まで以上に強化していきます。

3. おわりに

確実にインバウンドは増加し、訪日回数が増えればそれに合わせて目的や訪問先も変化していくと思います。努力しなければすぐに飽きられてしまいます。いつも、「何か」を期待してもらえよう常に変化が必要であり、そのためには地域ならではの『強み』を活かした取り組みと情報発信をいろいろな角度から行っていきたく思っ

ています。日本の『強み』は安心安全な観光であり、地域の『強み』は自然・歴史・郷土芸能や郷土料理などの郷土文化。それぞれの独自資源を活かした感動体験メニューを地域が連携し創出していくことが必要であると感じています。

異文化で育った外国人の方たちが、すべて私たち日本人と同じ目線で日本を見るということは考えにくく、私たちにとって当たり前なのが、珍しかったり驚かれたりすることもあります。日本での当たり前、地域での当たり前、地元での当たり前、これらもすべてインバウンドにとっては観光資源だと考えます。地元にとっての日常が、そこを訪れる人たちにとっての非日常であり、それが『強み』であり、『資源』であると思っています。

「体験」・「健康」・「安全」・「ここだけ」・「今だけ（旬）」などさまざまなキーワードに、「ストーリー性」や「オリジナル性」を加えた継続性を持った商品開発が重要であり、それらをどう情報発信して誘客に結びつけていくか、今話題になっている「爆買い」等は地方では考えにくいことですが、その地域ならではのブランド力、情報発信力を身につけていくことが、これからのグローバル時代と地域づくりとを結びつけていくものであると思っています。

Profile 村上 秀人 (むらかみ ひでと)

株式会社しまなみ 代表取締役
株式会社 来島 代表取締役
株しまなみ
しまなみ海道沿いの道の駅3駅・来島海峡急流観潮船等を管理運営。
株来島
第3種旅行業。
1963年 今治市生まれ。今治市在住。
1985年 松山商科大学経営学部卒業。
2014年より現職。