

地方におけるインバウンド観光の進展

－長野県を事例に－

金 玉実

キーワード：インバウンド観光，観光立県，広域連携，長野県

I はじめに

I-1 研究の課題

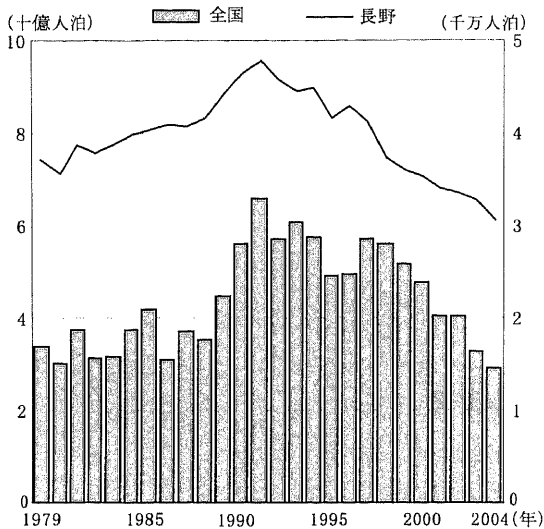
グローバル化の進展とともに、世界規模での人的交流は活発化しており、国際観光市場は急成長している。かつては、先進国から発展途上国へという国際観光流動が主体であった。しかし、近年の著しい経済発展とともに、多くの発展途上国が国際観光の有力な需要発生地として登場し、国際観光構造には大きな変化が現れている。

国際観光の振興は、産業基盤が弱い途上国の外貨取得の重要な手段として論じられてきた。オPPERMAN・チョン(1997)は、観光は発展途上国にとって経済上の万能薬であるとみなされてきたと指摘した。一方、先進国においても、深刻化している少子高齢化や地域産業の空洞化といった問題に対して、経済活性化の起爆剤として国際観光の振興が積極的に取り組まれるようになった。

日本において、インバウンド観光振興は、第二次世界大戦前とその直後、外貨獲得につながる重要な施策として重視されていた。しかし、経済の高度成長に伴い、国内旅行が飛躍的に成長し、海外旅行も規制の緩和とともに急成長を続けた。インバウンドが再び重要な施策として登場したのは、1996年の訪日外国人旅行者倍増計画(ウエルカムプラン21)の提出からである。そして、1997年には「外客誘致法」、2000年には「新ウエルカ

ム21」、2002年には「グローバル観光戦略」が策定され、国と地方、官民一体の協力体制が明示された。その具体策として2003年にビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)が展開されるようになった。さらに、2006年には「観光立国推進基本法」¹⁾が制定され、国際観光、インバウンド観光振興が重要な目標として位置づけられた(観光白書)。「観光立国」推進体制を強化するために、2008年10月1日に発足した観光庁においては、国際競争力の高い魅力ある観光地づくり、海外との観光交流の促進など、国際観光振興に関する施策が最も重要な業務内容として取り上げられている。

日本の観光産業は高度経済成長とともに発展してきたが、経済の低成長、少子高齢化の顕在化によって、国内需要が減少するなかで、伸び悩み状況が続く。とくに、バブル経済期以後、多くの観光地は厳しい状況に置かれるようになった。さらに、地域衰退が問題化されるなかで、石森(2008)は「地域再生」が国家的課題になっており、交流人口の拡大による地域活性化が不可欠であると指摘している。しかし、1990年代以降の景気不振や旅行形態の多様化、海外旅行の定着などによって、日本人の国内旅行は減少状況が続いている(第1図)。また、製造業を主体とした産業立国に成功した日本は、国際観光を振興する必要性と認識に欠け(岐部・原、2006)ていたため、インバウン

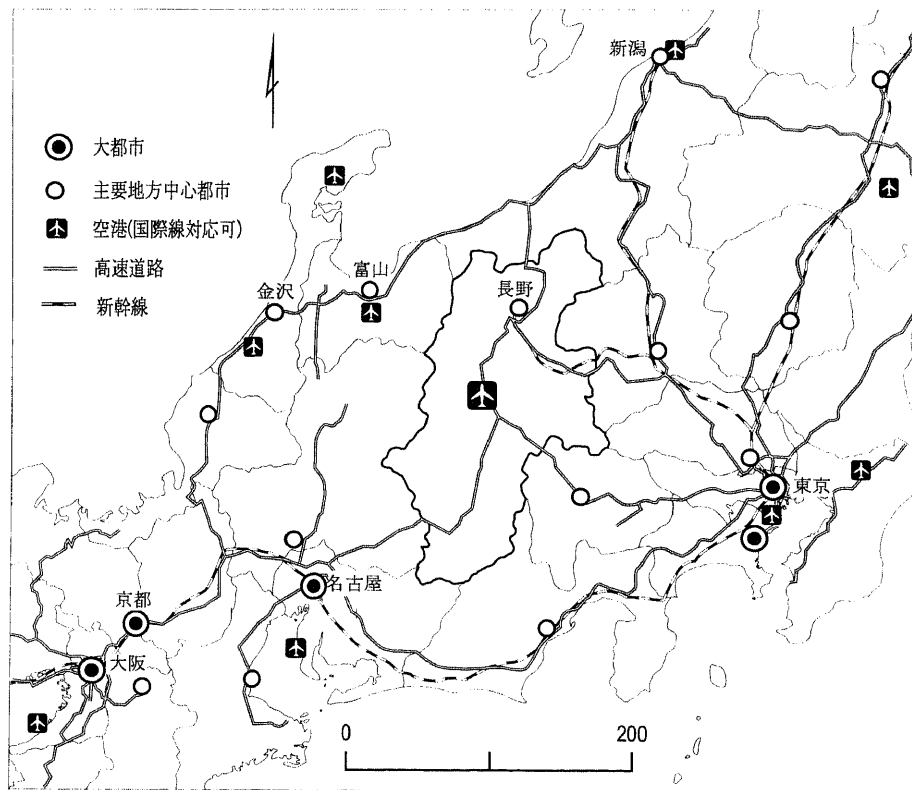


第1図 国内宿泊旅行者数の推移
(観光白書, 全国観光地観光客データブック2008年版より集計作成)

ドとアウトバウンドのアンバランス状態、国際観光収支の赤字が続いてきた。

近年における観光政策は、地域と住民の参加を積極的に推進しており、国、地方、官民一体の体制を求めている。国内観光が低迷するなかで地域にとっての観光収入は、日本人、外国人にかかわらず重要な収入源である(千, 2001)。これに応じて、各地域自治体は観光業を地域活性化の基幹産業としてとらえ、活発な観光振興を展開している。しかし、インバウンド観光の誘致において、多くの地方は知名度が低い、アクセスが不便である、国際観光交流の経験が少ないことによる対応の遅れなどの問題を抱え、大都市圏との格差が大きい。地域自治体における観光振興対策の中で、インバウンドは徐々に重要な施策として取り上げられ、インバウンド振興を図るためのさまざまな調整が行われている。

そこで本研究では、長野県を事例として、地方



第2図 インバウンド観光における長野県の立地条件

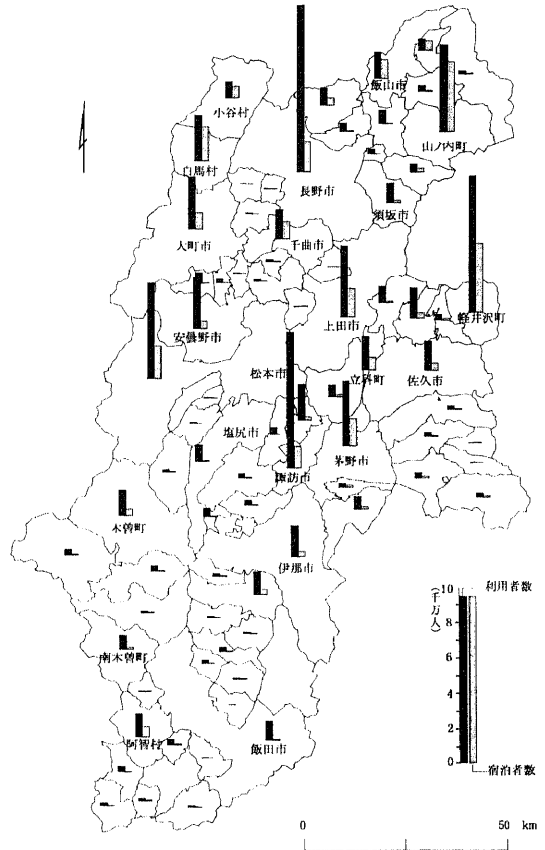
におけるインバウンド観光振興の進展過程と、インバウンド観光の実態を明らかにすることを目的とする。分析は、行政担当者、旅行者、観光客などへの聞き取り調査と、国と県の統計資料や事業報告書を基に実施した。

I-2 研究対象地域の概要

長野県の観光資源は山岳と高原、湖沼、温泉、気象など多彩な自然資源と幾多の文化資源から構成される。博物館・美術館数では日本1位、温泉地数とスキー場数で2位、自然公園数では3位である。具体的には、北アルプス連峰や上高地、志賀高原、美ヶ原、菅平、軽井沢高原などの山岳高原観光地や、戸倉、上山田、野沢、湯田中、浅間など湯量豊富な温泉地、諏訪湖、野尻湖、松原湖、白樺湖などの風光に恵まれた湖沼群を有する。東京、大阪、名古屋の三大都市圏に近く、観光客誘致からみて、優れた立地条件にあるといえよう(第2図)。1998年に、長野市を中心として、冬季オリンピックとパラリンピックが開催され、国際的にも広く知られている。

観光地の利用者数は、1991年に1億764万人でピークに達した、国内有数の観光県である。しかし、その後、善光寺御開帳や諏訪御柱祭のようなイベント開催年を除けば、利用者数は全国同様に年々減少する傾向にある(第1図)。この背景には、バブル崩壊による景気不振や海外旅行への志向増加、スキー客の減少などの要因があげられる。一方、豊かな資源条件と立地条件に依存しすぎ、積極的な観光地づくりに欠けているとの指摘もある(池田、1994)。

長野県における観光客の分布傾向をみると(第3図)、長野市、軽井沢町、諏訪市、松本市、山ノ内町の入込み客数が最も多い。宿泊者数では、山ノ内町の宿泊者数が最も多く、それに軽井沢町、白馬村、松本市、長野市などが続いている。このように、観光客の地域分布には明らかな地域的な偏在がみられる。



第3図 長野県における観光客の分布傾向(2006年)
(全国観光地観光客データブック2008年版より作成)

II 長野県におけるインバウンド活性化に向けた行政の取り組み

II-1 インバウンド振興策の変化

長野県は1998年の長野冬季オリンピック開催時に、インバウンド観光振興の機会に恵まれた。当時は、外国人観光客の誘客促進を図るための事業として、ウェルカム・ナガノ観光対策事業を実施した。さらに、「一校一国運動」、「一店一国運動」などは国際交流活動への市民参加を促進させる革新的な試みとして、高く評価され、後の国際大会でも引き継がれるようになった。

2001年に策定された「長野県観光ビジョン(長野県観光振興基本計画)」では、国際観光の推進が長野県観光振興の重要な目標の一つとして位置づけられている。2005年の「信州わくわく・ゆっ

たり観光アクション」においては、外国人誘客が「観光日本一“信州”」の構築における重要な戦略の一つと位置づけられ、外国人宿泊者数の目標値設定や、信州フェア、台湾プレスの招聘など具体策も提案されている。

さらに2008年2月、「観光立県長野」再興計画（観光施策計画5ヵ年計画）においては、外国人倍増プロジェクトが8つの重点プロジェクトの1つとして設定された。同時に、誘客宣伝、国際チャーター便の誘致、旅行環境整備や、主体別の取り組みに対して具体的に方向性を示すなど、より高い実行性を有するようになっている。

II-2 県の組織体制と広域連携

2007年4月の県の組織再編とともに観光部が新設され、観光企画課、観光振興課、国際課による、効率的な業務分担が図られている。観光部に隣接して信州長野県観光協会が県庁内に設置されており、観光商品の造成、販売、営業など「営利に結びつく」活動を主な事業中心としている。一方、観光部における国際観光振興業務は、観光振興課内の国際観光班が担当しており、観光協会においては、商品企画部が国際観光を担っている。とくに観光協会では、長い海外滞在経験を有する担当者を採用している。さらに、東京、名古屋、大阪に観光情報センターを設置している。一方、県内に分散する地方事務所の商工観光課に担当者1名を設置する体制をとり、広域的な連携を強化している。また、中国の上海と深圳にある県の海外事務所をインバウンド観光振興に活用している。

第1表は長野県が主体として実施したインバウンド促進事業を示している。2006年度に25件、2007年度に27件選定されている。対象地域として最も多いのは台湾で、2006年度に7件、2007年度に9件で、事業の3割を占めている。それに次ぐのが中国で、2割を占めている。表で現れる台湾、韓国、中国、オーストラリア、香港、シンガポールなどの国や地域は、長野県によるインバウンド観光振興の重点対象であり、誘客事業の中心である。

海外でのプロモーション活動の多くは、近隣県やより広い範囲での連携によって実行されている。長野県が関係する広域連携事業体には、中部圏広域観光推進連絡協議会（1978年設立）、中部山岳三県観光推進協議会（2004年設立）、中央内陸県広域観光推進協議会（2002年設立）、上信越国際観光テーマ地区推進協議会²⁾（2005年設立）、国際観光圏関東推進協議会（2005年設立）がある。海外観光展やファームトリップを共同で行うことで、旅行業者が実際に観光資源を体験して、ツアー造成に結びつけることが可能になり、海外観光誘致事業の効果を高める。また、外国人の観光ニーズからみると、行政域にこだわらない広域ルートをたどるのが主形態で、広域連携が必要である。

II-3 受入環境の整備

長野県では、台湾、韓国、中国、オーストラリアと、近年高い成長率を示しているタイとシンガポールをインバウンド観光振興事業の重点市場に絞って活動を行っている。それに応じて、長野県公式観光ウェブサイトでは、英語、韓国語、繁体漢字、簡体漢字の多言語体制で对外発信し、多言語対応のパンフレットも用意されている。内容は、統一された単純な翻訳文ではなく、外国人市場のニーズに合わせ、差別化を図っている。たとえば、漢字で作られたパンフレットは主に景色や伝統建築、美食をテーマにしているのに対して、英語と韓国語のパンフレットはウィンタースポーツが主題であった。

さらに、信州まつもと空港の国際チャーター便の誘致は、長野県発のツアー造成の可能性をもたらした。2005年3月に、香港観光客を乗せた初のチャーター便運航に成功し、2007年までに台湾2便、中国4便、香港2便のツアーを誘致した。しかし、標高が高く、山岳に囲まれた空港の立地条件など、大規模な利用にはまだ多くの問題点が存在する。

第1表 長野県におけるインバウンド促進事業

年度	対象国・地域	事業種	事業内容	実施日	
2006	台湾	AT	航空会社2社, エージェント14社, マスコミ3社	2006/04/16-19	
		AT	エージェント9社	2006/11/12-14	
		PR	「信州フェア」(高雄)	2006/06/10-12	
		PR	教育旅行説明会(高雄・台南・台北)	2006/08/16-23	
		PR	「信州フェア」(台中・潭化県)	2006/11/23-12/01	
		PR	「信州フェア」(台北)	2006/12/01-10	
			PR	「長野県産品常設コーナー」(潭化県)	2007/2/10~
	中国	PT	上海テレビ(東京印象)3名	2007/01/10-12	
		PT	上海・南京・杭州マスコミ6名	2007/01/12-14	
		AT	エージェント5社	2006/06/29-07/03	
		AT	広東エージェント5社	2006/09/04-08	
		AT	上海エージェント5社	2006/10/24-28	
		PR	YOKOSO! JAPAN2006大連ジャパンフェスタ	2006/10/20-22	
	オーストラリア	PT	スキー・スノーボード専門誌6名	2007/02/05-16	
		AT	エージェント	2006/04/03-06	
		AT	エージェント	2006/08/21-25	
		AT	エージェント10名	2007/03/05-11	
		PR	ブリスベン・メルボルン・シドニー	2006/05/26-06/07	
	韓国	PT	韓国テレビ(MBC)	2006/05/22-24	
		AT	教育旅行エージェント	2006/12/15	
		PR	セールスプロモーション(ソウル)	2006/08/21-24	
PR		観光プロモーション(ソウル)	2006/10/19-24		
香港	PT	マスコミ9名	2007/02/01		
タイ	PT	タイテレビ	2006/05/12-14		
その他複数	AT	YOKOSO! JAPANトラベルマート2006秋ファミトリップ*	2006/09/18-20		
2007	台湾	PT	エージェント・プレス関係者招聘20名	2007/04/17-18	
		PT	メディア招聘4名	2007/07/02-06	
		AT	エージェント10名	2007/10/26-30	
		AT	エージェント6名	2007/11/11-13	
		PR	教育旅行現地説明会・インセンティブツアー現地商談会	2007/06/18-24	
		PR	教育旅行現地説明会・商談会	2007/08/14-18	
		PR	信州フェア(台中)	2007/11/24-12/02	
		PR	信州フェア(台北)	2007/11/29-12/09	
		PR	台北国際旅行博(ITF2007)	2007/12/14-17	
	中国	PT	マスコミ招聘5名	2007/09/22-24	
		AT	エージェント10名	2007/05/30-06/03	
		AT	メディア・エージェント6名	2008/03/01-08	
		PR	2007青島ジャパンフェスタ	2007/06/24-26	
		PR	上海世界旅遊資源博覧会(WTF2008)	2008/03/26-30	
	オーストラリア	PT	スキーメディア招聘4名	2008/02/14-19	
		AT	スキーエージェント4名	2007/12/12-17	
		AT	スキーエージェント8名	2008/03/15-21	
		PR	スキーEXPO	2007/05/20-06/03	
	韓国	PT	ファイナンシャルニュース取材1名	2007/06/26-29	
		AT	エージェント15名	2008/01/18-20	
		PR	国際スキー博覧会	2007/10/08-15	
香港	PT	マスコミ招聘	2007/05/14-18		
	PR	訪日スキー商談会	2007/10/30		
タイ	PT	マスコミ招聘	2007/05/14-18		
	AT	エージェント10名	2007/09/09-10		

PT-プレストリップ(マスコミ関係者を招請しての下見旅行)

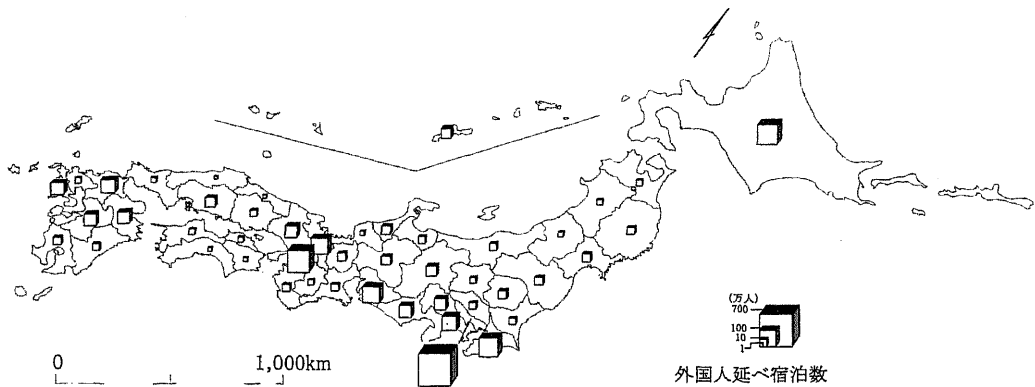
AT-エージェントトリップ(旅行エージェントを招請しての下見旅行)

PR-海外プロモーション活動(海外現地でのPR活動)

*ファミトリップ(Familiarization Trips)は、ターゲットマーケットの旅行業者を日本国内に

招請し、視察してもらう形態であり、視察旅行とも言う。

(長野県観光協会事業報告書により作成)



第4図 日本における外国人宿泊旅行者の分布（2007年）
 （国土交通省HP掲載資料「宿泊旅行統計データ」により作成）

Ⅲ 長野県におけるインバウンド観光の実態

Ⅲ-1 インバウンド観光の動向

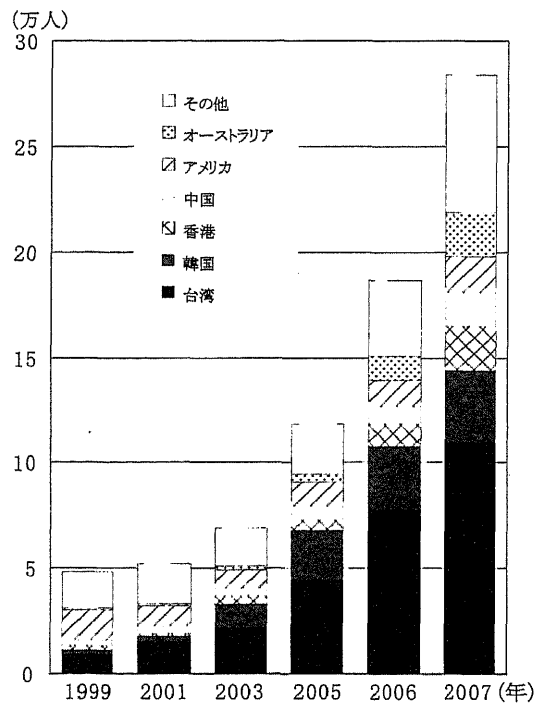
近年、国と地方をあげて行われるインバウンド観光振興のなかで、日本を訪れる外国人旅行者は確実な成長をみせている。外国人宿泊者数を指標にその分布をみると全体の7割以上が東京都、千葉県、大阪府、北海道、愛知県、京都府、神奈川県に集中している。逆に、それ以外の県では極端に少ない（第4図）。長野県は全国の約1%にすぎない。

第5図は、長野県における外国人宿泊者数の推移を示している。外国人宿泊数は2003年から著しく成長し、とくに台湾と韓国を代表とするアジア国や地域、オーストラリアの増加が特徴である。

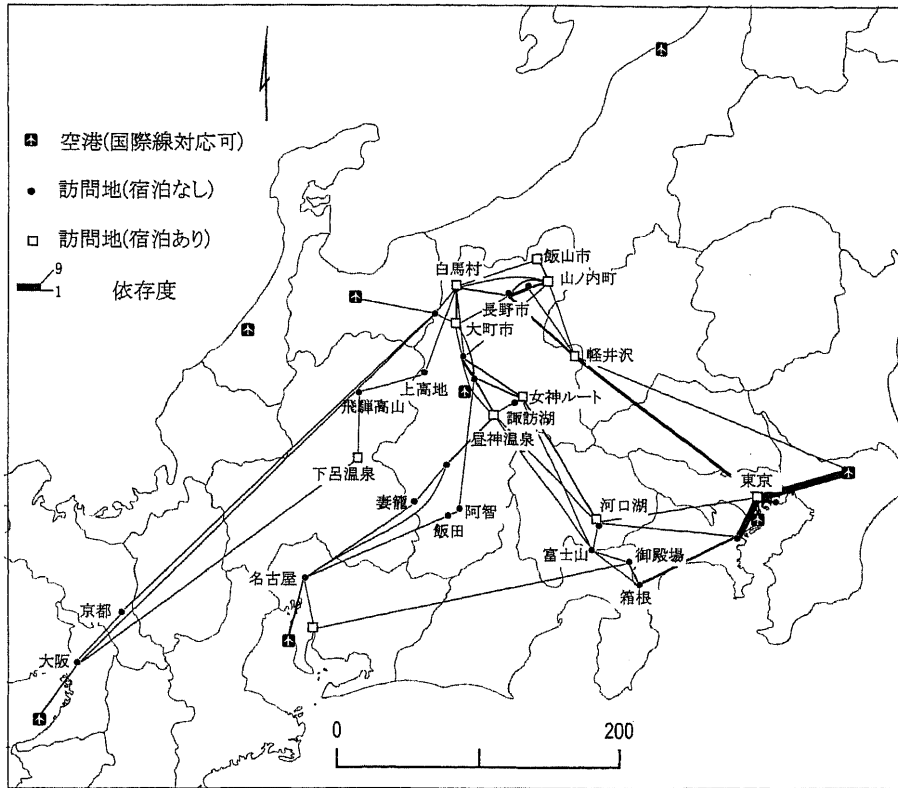
台湾人は全外国人宿泊数の38%（2007年）を占めており、長野県にとって最も重要なマーケットである。1999年に、長野県は日本観光協会と山梨県観光連盟などと共同で「台湾エージェント・トリップ事業」を実施した。さらに富山県が2004年から台湾で開始した「黒部アルペンルート」の現地誘客活動は、多大な実績を挙げてきた。「黒部アルペンルート」に基づいた富山県との連携は、長野県の観光振興にとって有利な条件となっている。

一方で、近年、韓国人やオーストラリア人スキー客の増加が目立っている。外国人スキー客に

とって人気が高かった北海道のニセコが飽和状態になったことから、徐々に他地域への流出を促しているとの見方がある。長野県は冬季オリンピックの開催を機にスキー場での外国人対応サービスの整備が進展し、また、温泉と組み合わせされやすいことが魅力である。



第5図 長野県における外国人宿泊者数の推移
 （長野県観光部統計資料より作成）



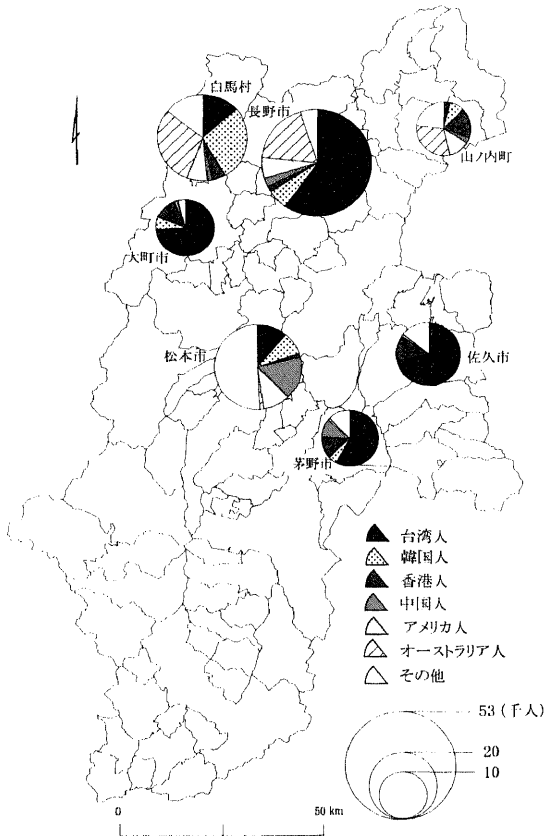
第6図 中国人の長野県へのツアー訪問地構成計画
 (長野県観光協会「長野県観光計画提案」(2008年, 中国語版)より作成)
 注: 依存度とは訪問地間の依存程度で, ツアーコースの連結数で測定, 全8コース.

中国人についてもインバウンド観光振興においてその重要性が高まっている。しかし、中国人にとって長野県の知名度が高いとはいえない。また、初旅行者が多いため、東京-大阪を軸とする、いわばゴールデンルートへの志向性が高い。第6図は、長野県観光協会によって提案された、ツアーコースである。全8コースの地域構成をみると、東京、大阪、名古屋への依存度が非常に高い。実在する中央道ツアー³⁾は、ゴールデンルートに組み入れられている。中央道ルートツアーに関して、平田・薬丸(2007)は、ゴールデンルート商品から派生した商品に近いと指摘しているが、今後は、ビザ制限の緩和や訪日回数の増加に伴って、ゴールデンルートへの依存度が弱まり、他の地域への訪問が徐々に増えると考えられる。

第7図は、外国人宿泊者数の地域的分布を示し

ている。長野市の宿泊者数が最も多いが、その6割は台湾人である。次に外国人宿泊者数が多いのは白馬村で、6割近くをオーストラリア人(29.6%)と韓国人(28.2%)が占める。外国人宿泊者数が3番目に多い松本市では中国人の数が最も多い。大町市と立科町においては外国人宿泊数の7割以上、茅野市の外国人宿泊数の6割近くが台湾人であった。台湾人は自然志向で、日本の温泉や自然景観に高い興味を持っている一方、オーストラリア人と韓国人はスノースポーツへの志向性が高く、とくに、長野オリンピックのアルペンスキー会場として有名になった白馬村に集中していると考えられる。このように、外国人の出身地による訪問地域の選択には明らかな違いが存在していることが分かる。

第8図は、外国人宿泊者の月別変動を示したも



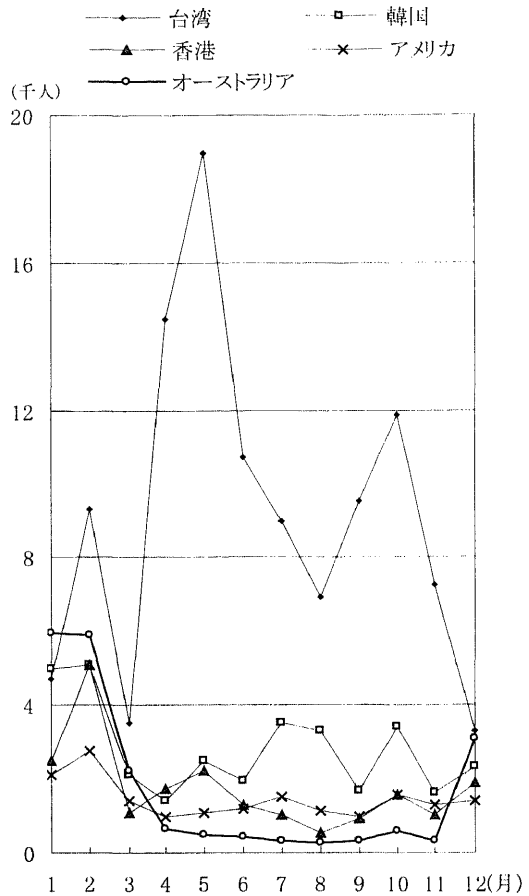
第7図 長野県における外国人宿泊者の分布
(2007年) (長野県観光部資料より作成)
注：県観光部資料に掲載された市町村のみ表示、その他は77,557人いる。

のである。台湾人については4、5月と10月に高い数値が現れており、訪問ピークが桜開花や紅葉の季節に一致していることは、自然景観への強い志向が伺える。一方、韓国とオーストラリア人については、1-2月にピークが現れており、スキーが長野県訪問につながる重要な目的であることが考えられる。

Ⅲ-2 訪日教育旅行の誘致

2004から2005年にかけて、中国、韓国、台湾からの修学旅行生訪日ビザが相次いで免除されたことにより、主にアジアの国々から日本が修学旅行先として関心を集めている。

長野県においても、外国人誘致事業の一環とし



第8図 長野県における外国人宿泊者数の月別動向
(長野県観光部統計より作成)

て、2007年から訪日教育旅行が積極的に推進されている。教育旅行はまず、旅行者の地域訪問をもたらし、宿泊者数の増加を推進することが期待される。さらに、長野県の認知度が旅行参加者を核に口コミによって広範囲に広がるのと同時に、将来的には学生自身が再度来訪者になれるポテンシャルが高いと考えられている。

2007年の受入実績をみると、訪日教育旅行は37団体の2,036人に達した。その内訳は、台湾26団体1,187人、韓国4団体239人、中国6団体595人、オーストラリア1団体の15人である。

訪日教育旅行の誘致における現在の問題点としては、主に外国人と交流する学校の確保やホームステイ先の確保などがある。とくに、中国に関し

ては、修学旅行がまだ学校教育の一環として一般化されておらず、夏と冬の休暇期間が主な来訪時期になっているため、交流学校とのスケジュール調整がうまくいかない場合もある。

Ⅳ おわりに

本稿では、長野県を対象に地方におけるインバウンド観光振興の推進体制と、インバウンド観光の実態を分析した。

地域における産業空洞化や少子高齢化が深刻化しているなか、地域問題の解決策として観光による地域活性化が期待された。しかしながら、バブル経済の崩壊による景気悪化、海外旅行ブーム、旅行形態の変化などにより、国内観光需要は減少しつつある。一方で、国際観光マーケットの急成長、日本政府による積極的な外客誘致活動によるインバウンド観光の振興は、地域活性化の重要な手段となっている。

長野県は、豊富な自然観光資源と文化観光資源

に恵まれた日本国内でも有数な観光県であるものの、1991年をピークに、厳しい状況が続いてきた。

近年、長野県は「観光立県」を目標に多大な調整を行なった。観光部の設置、観光協会との役割分担、さまざまな地域との広域連携、積極的な海外PR活動などは、確実に成果を上げてきた。県内各地域における進展程度には差があるものの、外国人観光客の数は高い成長率を継続している。とくに、長野県の優れた自然を求める台湾人の成長が著しい。次に注目されるのが、県内の優れたスキー場を求めてくるオーストラリア人と韓国人である。

全国レベルでは、長野県のインバウンド観光は、大都市圏や北海道に比べ、その規模からみると大きな格差が存在する。しかし、インバウンド観光の進展に伴う外国人観光客の日本に対する認知の増加や、再訪率のアップ、地方自治体の積極的な誘致活動によって状況は大きく変わると考えられる。

本稿を作成するにあたり、長野県観光部観光振興課、長野県観光協会、長野市コンベンションビューロー、長野市役所産業振興課、戸隠観光課、の方々には、資料の提供およびお話を頂くなど、多大なご協力を頂きました。また、手塚章先生、呉羽正昭先生をはじめとする筑波大学生命環境科学研究科の諸先生から終始ご指導頂きました。記して感謝申し上げます。

[注]

- 1) 観光が21世紀の日本の重要な政策の柱であることを明確に位置付けた「観光立国推進基本法」が平成2007年1月1日から施行されたが、同法では観光立国の実現に関する諸施策の総合的かつ計画的な推進を図るためのマスタープランである「観光立国推進基本計画」を政府が策定することが規定されている。これに基づき、同年6月29日には、観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針や①訪日外国人旅行者数を1,000万人にする、②日本人の海外旅行者数を2,000万人にする、③観光旅行消費額を30兆円にする、④国内旅行による1人当たりの宿泊数を年間4泊にする、⑤国際会議の開催件数を5割以上増やす、などの目標を掲げるとともに、その達成のために必要な政府の施策等を定めた「観光立国推進基本計画」が閣議決定されたところである（平成20年版「観光白書」）。
- 2) 「国際観光テーマ地区」とは、多様な地域への外国人観光客の来訪を促進するため、優れた観光資源を有する地域と宿泊拠点からなる地域をネットワーク化し、訪日外国人旅行者が3～5泊程度できる観光ルートを備えた広域的な地域である「外客来訪促進地域」の通称であり、「外国人観光旅客の来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法」（外客誘致法）に基き、2008年3月現在、全国16地区の国際観光テーマ地区が整備されている（JNTO）。

3) 中央道ルートツアーとは、中央自動車高速沿線の魅力を活用したツアーである。

【文 献】

- 池田敏夫 1994. 長野県におけるリゾート開発と自然保護の方向. 余暇問題研究班編『余暇生活とリゾート開発－長野県の実態調査を中心に－』1-21, 関西大学経済・政治研究所.
- 石森秀三 2008. 『大交流時代における観光創造』北海道大学.
- 岩本敏夫 2001. 国際観光－インバウンド・ツーリズム政策に関する一考察. 長崎国際大学論叢 1 (1) : 41-51.
- 岐部 武・原 祥隆 2006. 『やさしい国際観光』(財)国際観光サービスセンター.
- 千 相哲 2001. インバウンドとアウトバウンドからみる国際化. 九州産業大学商経論叢42 (3) : 137-157.
- 平田真幸・薬丸 裕 2007. 揺籃期市場における訪日旅行商品開発の事業モデル～中国上海市を対象にして～. 溝尾良隆編『観光地の持続的発展とまちづくり』225-238, 藤原印刷株式会社.
- オPPERマン, M.・チョン, K. S. 著, 内藤嘉昭訳 1999. 『途上国観光論』学文社. Oppermann, M. and Chon, K.S. 1997. *Tourism in developing countries*. London: International Thomson Business Press.

(2008年11月28日 受理)