

インバウンド観光と地域活性化 ～島根県松江市の観光振興を考える～

東京大学大学院 公共政策学教育部 公共政策学専攻
国際公共政策コース 修士1年 尾崎まりあ

1. はじめに

日本は、2008 年を概ねピークに人口減少社会に突入しており、今後も人口減少が加速度的に進む見通しとなっている。とりわけ、東京圏への人口流出に伴う地方の人口減少の深刻化、地方消滅の危機が懸念される。

本稿は、地方創生の切り札となり得るインバウンドに着目し、インバウンドの意義やインバウンド観光を概況した上で、島根県松江市の事例を考察し、最終的な提案を行うものとする。

2. インバウンド観光と地域活性化

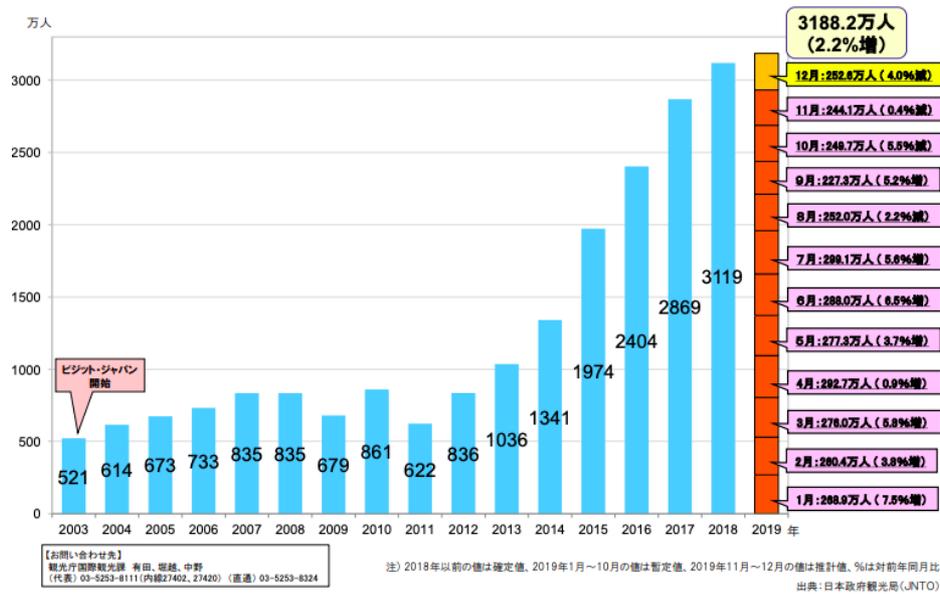
インバウンドとは、一般的に外国人が訪れてくる旅行を指すと解されている。近年、こうしたインバウンドが地域活性化の一助となるとして地方の注目を集めている。

観光庁の調査によれば、失われた定住人口1人当たりの年間消費額（125万円）を補うためには、外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）25人分、国内旅行者（日帰り）80人分の観光消費が必要であるとされる。つまり、地方経済の活性化にはインバウンドによる消費が最も効率的且つ効果的であると言える。その他にも、インバウンドによる交流人口の増加や、それに伴うにぎわいの創出、新たな雇用の創出、地域産業の活性化、企業の投資拡大や観光関連産業の生産性向上など様々な効果が期待される。

2. 日本におけるインバウンド観光の概況

2-1. 訪日外国人旅行者数の推移

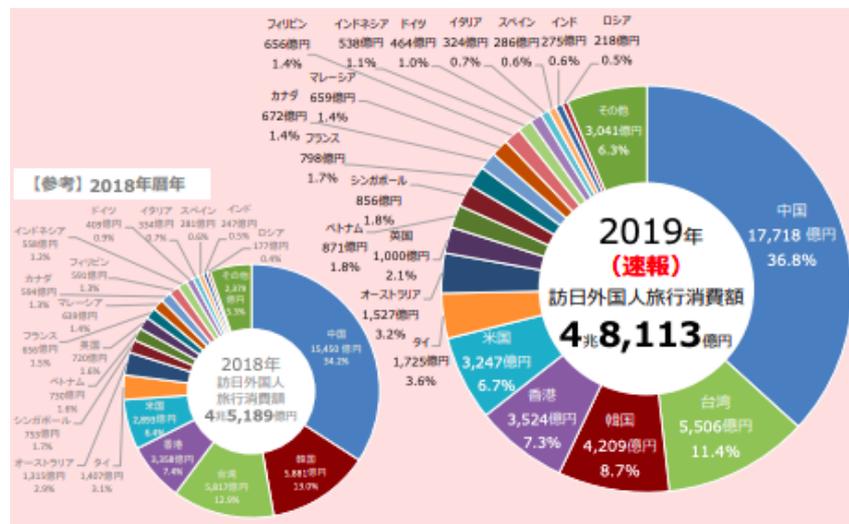
図1の示す通り、訪日外国人旅行者数は2012年第2次安倍内閣が積極的なインバウンド政策打ち出して以降、増加の一途を辿っている。2018年には史上初めて年間3000万人を突破。日本政府観光局の最新発表によれば、2019年度の訪日外客数は前年比2.2%増の3188万2千人で過去最多となり、韓国を除く19市場で最高記録を更新した。国際的な観光需要の高まりや、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2025年の大阪・関西万博の開催を控え、訪日外国人旅行者数は今後益々増加することが予想される。



【図1】 訪日外国人旅行者数の推移
(出典：観光庁「訪日外国人旅行者数」会見資料)

2-2. インバウンド消費による経済効果

訪日外国人旅行者の増加に伴い、その消費額も急増している。2019年の訪日外国人旅行の消費額は、4兆8,113億円と推計され、前年比6.5%増と7年連続で過去最高を記録した。国籍・地域別で見ると、中国が1兆7,718億円と最も大きく、次いで、台湾、韓国、香港、米国の順となっている。1人当たり旅行支出は15万8,458円で、前年比3.5%の増加となった。1人当たりの旅行支出については、国籍・地域別にみると、オーストラリアが24.9万円と最も高く、次いで英国、フランスの順となっている。



【図 2】 2019 年度国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比

（出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」報道発表資料）

2-3. 観光関連施策

さて、政府はどのような観光政策を打ち出しているのか。以下では最新の取り組みとして「明日の日本を支える観光ビジョン」と「観光ビジョン実現プログラム 2019」を取り上げる。

「明日の日本を支える観光ビジョン」は、今後のインバウンド政策の指針となるものとして平成 28 年 3 月に策定された。政府は、同ビジョンにおいて観光を地方創生の切り札、GDP600 兆円達成への成長戦略の柱と位置付け、インバウンド消費を更に拡大しその効果を全国津々浦々に届けるための 3 つの視点と観光目標（図 3）を設定した。

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

【図 3】 2020 年・2030 年の目標値

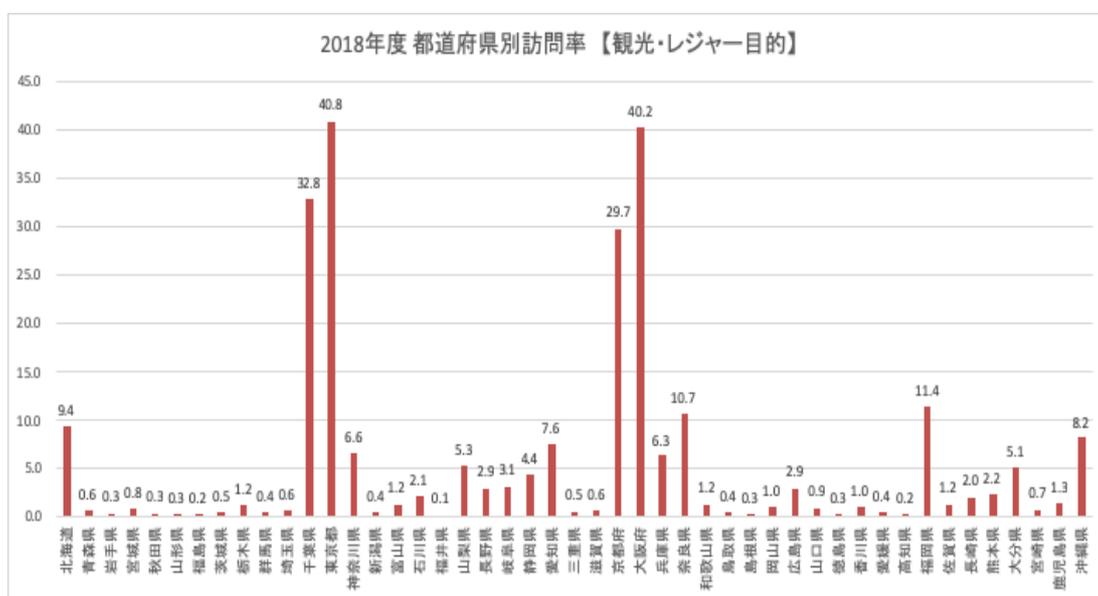
（出典：観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」）

上記目標達成のため、令和元年 6 月「観光ビジョン実現プログラム 2019」が策定された。このアクションプランでは、①外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備をすること、②地域の新しい観光コンテンツの開発すること、③日本政府観光局と地域の適切な役割分担と連携強化すること、④出入国の円滑化することが掲げられ、政府一丸となって取り組みを進めている。具体的には、多言語表示、Wi-Fi の設置、キャッシュレス対応、スノーリゾート活性化、体験型宿泊コンテンツの開発、先進的なプロモーション、顔認証システムによる出入国の迅速化などを行っている。

2-4. 課題

2-4-1. 地域間格差

日本のインバウンド需要は近年急速に拡大しているものの、地域的偏在が見受けられることが指摘されている。2018年度の都道府県別訪問率みると（図4）、その分布は東京都、千葉県、大阪府、京都府といった大都市圏やいわゆるゴールデンルート¹に大きく偏っていることが分かる。また、訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数についても（図5）東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県に多くの観光客が宿泊しており、ランキング上位10都道府県が全体の8割を占めている。こうした訪問率の偏りは同時に、インバウンド消費の偏りをも意味する。旅行者数（＝訪問率）、延べ宿泊者数、消費額のいずれについても地域的偏りが見られ、インバウンドの力が必要な地方部ほどその恩恵を享受できずに更なる格差を産むことが懸念される。なお、昨今リピーターの増加に伴い地方部への訪問率が徐々に増加しつつある点についても言及しておきたい。



【図4】2018年度 訪日外国人観光客 都道府県別訪問率

（出典：観光庁 「外国人旅行者消費動向統計【都道府県別訪問率】」より作成）

¹ 東京、箱根、（富士山）、名古屋、京都、大阪を含む人気の周遊ルート

上位	自治体	宿泊者数	シェア
1位	東京	2,319万人	24.60%
2位	大阪	1,512万人	16.00%
3位	北海道	834万人	8.80%
4位	京都	627万人	6.60%
5位	沖縄	620万人	6.50%

下位	自治体	宿泊者数	シェア
1位	島根	7万人	0.07%
2位-3位	福井、高知	8万人	0.08%
4位-6位	秋田、山口、徳島	12万人	0.12%
7位	山形	16万人	0.17%
8位	福島	18万人	0.18%

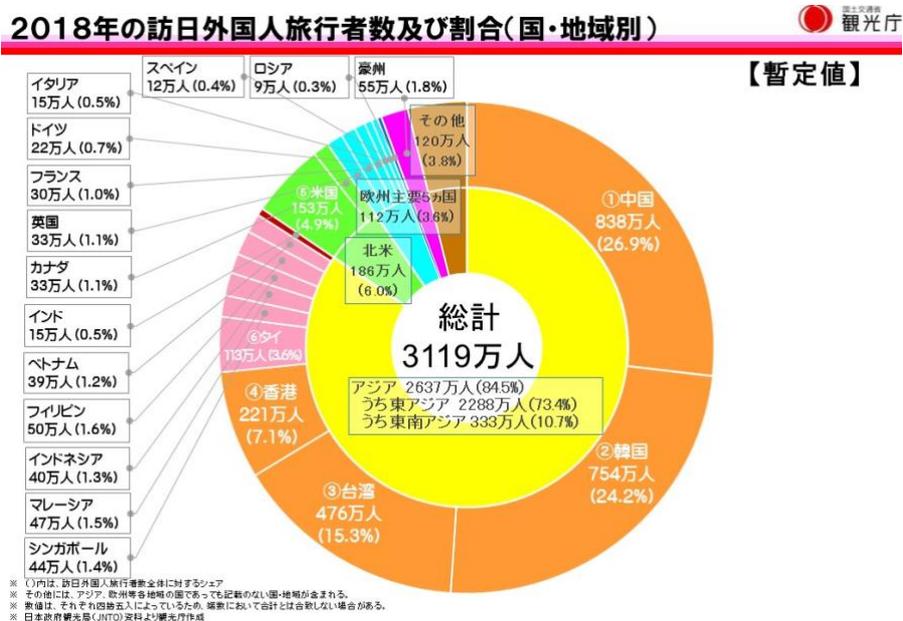
【図5】外国人旅行者延べ宿泊者数ランキング

(出典：観光庁「2018年度宿泊先調査」より作成)

2-4-2. 訪日外国人旅行者の国・地域的偏り

二点目の課題として、訪日外国人旅行者の国・地域的偏りが挙げられる。図6に示す通り、訪日外国人旅行者の内訳を国・地域別にみると中国、韓国、台湾を始めとするアジア地域からの旅行者が全体の8割を占めているのが現状である。

国・地域の偏った観光は外交問題の影響を受け易い他、遠方からの長期滞在者のもたらす高い経済効果を楽しむためにも、現時点でまだまだ伸び代のある欧米系に今後ターゲットをシフトしていく必要がある。



【図6】2018年度訪日外国人旅行者 国・地域別内訳

3. 島根県松江市の事例研究

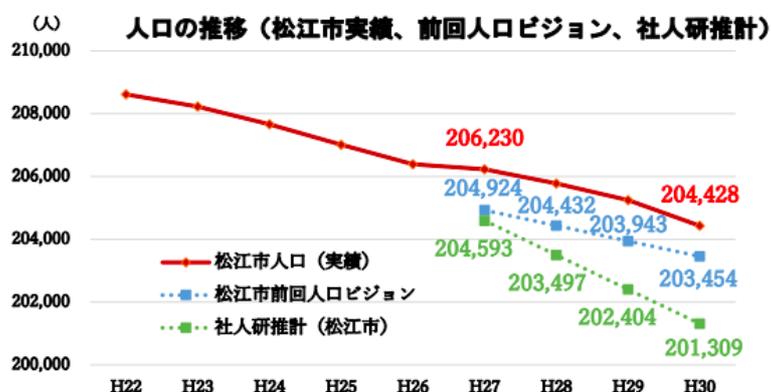
以下では、島根県松江市におけるインバウンド観光の事例を紹介する。島根県は、日本の観光課題が顕著に現れている県であり、全国でもインバウンドの恩恵を限定的にしか受けられていない地域の代表格である。

3-1. 基本情報

島根県松江市は、島根県東部に位置する中核市である。旧松江市、鹿島町、島根町、美保関町、出雲村、玉湯町、宍道町、八束町の1市6町1村の合併により新設され、地理的には、安木市や鳥取県境港市に隣接している。

その歴史は古く、縄文時代からの遺跡が数多く発掘されている他、完本として現存する唯一の風土記「出雲国風土記」の中では奈良時代からの文化・風土・生活の様子が記録として残されている。江戸時代中期以降は、松江藩の城下町として栄え、今もその街並みは当時の名残をとどめている。

平成30年時点での松江市の推計人口は204,428人で、年々減少していることが窺える（図7）。人口減少社会にあって、今後とも持続可能な松江市をいかにして創るかが地域の課題であるといえる。



出典：国勢調査、島根県人口移動調査、

松江市人口ビジョン(前回)、国立社会保障・人口問題研究所将来推計

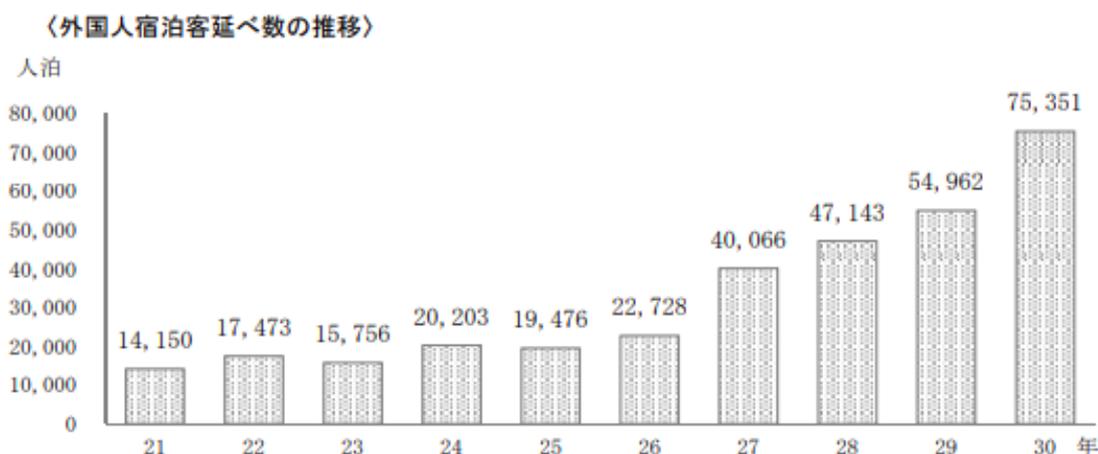
【図7】松江市の人口推移

3-2. 観光動向

3-2-1. 訪日外国人旅行者数

先述の通り、全国的なリピータ客の増加に伴い、島根県を訪れる訪日外国人旅行者数は増加傾向にある。ただし、全国比では伸び悩んでおり、平成30年の外国人延べ宿泊者数は全国最下位を記録している。

松江市では、平成30年の外国人入込客数（観光施設利用者数）は27,681人（対前年比9.0%増）、また宿泊者数は75,351人（対前年比37.1%増）となり、双方ともに過去最高を更新した。



【図8】松江市における外国人延べ宿泊者数の推移

（出典：平成30年 松江市観光動態調査結果）

重要業績評価指標（KPI）	策定時		現況値		目標値	
主要観光施設の外国人利用者数	26年	7.5万人	29年	15.8万人	31年	16万人
外国人宿泊客数	26年	3万人	30年	(速報値) 9.0万人	31年	11万人
消費税免税店舗数	26年度	6店舗	29年度	71店舗	31年度	100店舗

【図9】島根県における外国人宿泊者数

（出典：平成31年度 まちひとしごと創生 島根県総合戦略）

3-2-2. 観光施策

（1）松江市総合計画（2017-2021）の観光振興策

松江市総合計画（2017-2021）は、その基本施策に「観光文化産業の魅力向上とインバウンドの強化」を掲げている。具体的には、①インバウンド重点地域へのプロモーション強化と山陽方面との広域周遊ルート確立、②外国人旅行者受入環境の拡充と消費拡大策の展開、③諸外国との交流推進によるグローバル人材の育成と海外への情報発信などを主要施策と位置づけ取り組みを行うことを明示している。

（２）広域連携による取り組み

次に、鳥取県と島根県が連携して設立した山陰版DMO山陰インバウンド機構を取り上げる。その主要な任務としては、①事業計画策定・マーケティング、②受入環境整備・交通アクセスの円滑化、③滞在コンテンツの充実、④対象市場に向けた情報発信・プロモーションがあり、各分野で積極的な活動を行っている。

①の業務に関しては、山陰の知名度向上を目指し、データに基づいた誘客策の分析調査と立案を進めている。具体的には、山陰の認知度や、山陰を訪れている訪日外国人の周遊動線、行動、消費、訪問動機等を調査し、誘客戦略・事業計画の策定を取り行っている。②については、二次交通対策及び人材育成をメインに取り組んでいる。最新の成果として、島根県、鳥取県各地の人気スポットで使えるクーポン、歩き方マップ、効果的な交通サービスなどを提供するモバイルアプリ“Visit San'in Tourist Pass”の開発と利用者増加に向けたプロモーション活動²を行った。また、人材育成のためのガイド研修、インバウンド観光人材養成のためのセミナーを開催している。③の滞在コンテンツの拡充としては、農山漁村観光への滞在促進策の検討や実施し、モニターツアーなどを行っている。④としては、多言語に対応したWEBサイトの構築、航空会社と連携しJAL/ANAのWEBサイトでの情報発信、新大阪駅で電子版による島根・鳥取の広告掲示による誘客に取り組んでいる。

3-2 -3. 代表的な観光資源

（１）自然景観

大山隠岐国立公園/穴道湖/中海/夕陽 など

（２）温泉

松江穴道湖温泉/玉造温泉/出雲温泉 など

（２）歴史

松江城/武家屋敷/小泉八雲/茶室 など

（５）神話

加賀潜戸/多古七ツ穴/黄泉平坂/美保神社 など

（６）食

出雲そば/和菓子/地酒（李白・国暉・豊の秋・王祿）/雲州人参 など

² アプリ登録数実績 5015 人、施設利用延べ人数実績 3264 人

3-3. 島根県松江市の抱える観光課題

個人的な意見にはなるが、松江市の主要な観光課題として以下三点を指摘したい。

まずは、世界での低い認知度である。JTB が訪日外国人旅行者 6000 人に対して行った調査では、島根県の認知度は 28.6%と全国で 44 位であった。日本に来たことのある外国人旅行者の中でも、島根県はあまり認知されていないのが現状である。また、交通インフラ整備の遅れも課題の一つとして挙げられる。域内の移動手段となるバスや電車が少なく、観光客はレンタカーがないと移動が困難であると考えられる。また、松江市街地から利用可能な空港として、出雲空港と米子空港の二つがあるものの、直行便のある国際線は米子空港のソウル、香港、上海の 3 線のみであり、充分とは言い難い。さらには、高齢化/人口減少による担い手不足が深刻であり、観光の重要な要素となる飲食店や宿泊施設が増えない状況が指摘できる。

4. 提案

以上を踏まえ、松江市のさらなる観光振興に向けた提案を行う。松江市、ひいては島根県のインバウンド誘客策として、①テーマ、②情報発信、③観光資源の磨き上げ、④担い手の確保、⑤交通・環境整備の五点に触れたい。

全体の方向性としては、「神の国」のイメージを強調することで地域を印象づけたいと考えている。島根県独自のコンテンツである神話は、他地域と差別化を図る上で有効且つ日本らしさを求める外国人観光客にも響きやすいだろう。また、「神の国」と表現は人々の記憶にも残りやすいのではないかと考え、神話をテーマにした観光の強化を提示する。また、その進め方としては、自治体の財政面も考慮し段階を踏んで行うことを提案したい。

まずは、プロモーション活動が先決であると考え。山陰インバウンド機構なども利用しながら、県と市町村で連携し島根県を「神の国」としてプロモーション、世界での認知度を向上し誘客につなげたい。日本ファンから初心者まで、幅広いターゲットに届く PR を、自治体の垣根を超えて行うことで観光客の流動性を促すことにも着手したい。手段としては、海外のガイドブックや広告代理店での宣伝などが考えられるが、とりわけ SNS の利用が効果的であると考え。

第二に、神話関連観光地の拡充が求められる。出雲大社など既にヒットしている観光地と合わせて、神話ゆかりの地での体験コンテンツを充実させる。松江市には、佐太大神の出生地として描かれる加賀潜戸や、国譲り神話の舞台となった美保関神社などの観光資源がある。昨今のトレンドであるコト消費に鑑みて、こうした観光地を「見る」だけでな

く「体験する」ことができるよう、観光地の磨き上げが必要ではないか。例えば、神社での神事体験や、カヤックをしながら加賀の潜戸の洞窟を潜る体験などが考えられる。自治体としては、このような取り組みへのアイデア提供や資金的な援助に取り組まれない。

第三に、人材育成である。充実させた観光コンテンツを継続的に発展させるためにも、担い手を確保する必要がある。自治体・DMO 単位で語学研修を行い、神話など高度な日本文化を適切に伝えることのできるガイドの育成及び住民の意識改革（外国人へのアレルギー緩和）に努めることを推奨したい。また、島根大学・島根県立大学といった現地の学生をガイドなど観光に携わる人材として活かすことができるのではないか。アルバイト、ボランティア、講義の一貫として、など様々な形が考えられるが、自治体と大学とで連携し若い力を利用していくべきであるとする。

最後に、交通・受入環境整備である。インバウンドを地方に呼び込むためには、交通の整備が不可欠である。一定の増客が見込めるようになった時点で、観光客を全国津々浦々まで分散させるため、二次交通の利便性が向上されるよう行政の支援を求めたい。ソフト面では、多言語表示、Wi-fi の導入、キャッシュレス対応などデジタルインフラへ移行が誘客の一助となるであろう。私個人的な感覚では、松江市街地や人気観光地での多言語表示はかなり進んでいるが、市街地を離れたエリアの多言語表示は不足していると感じた。Wi-Fi やキャッシュレス対応に関しても同様に遅れをとっていると感じたため、整備を進めるべきではないだろうか。

5. 結びに

近年の積極的なインバウンド政策を追い風に、訪日外国人旅行者数及び旅行消費額は引き続き増加することが予想される。今後ともインバウンド誘客に取り組み、インバウンド消費の恩恵を地方にまで波及させることが、地方経済の健全化や人口減少に歯止めをかけ地域活性化に資すると言える。

島根県松江市は現在、全国的に見ればインバウンドの誘客率は高くないものの、今後も観光産業に力を入れて取り組むことで増客が期待できる地域である。個人的に松江を訪れて感じたことは、日本の一番深い歴史を知りたければここが一番であるということである。近い将来、外国人のメジャーな周遊ルートが東京-京都-島根になる日が来ることを期待したい。

6. 参考資料

2019 年度 A セメスター

「事例研究（現代行政 I）」レポート

瓦林 康人（2018）「2017 年国連開発のための持続可能な観光国際年 における我が国の取り組み、そして未来へ」、観光庁

観光庁 統計情報 訪日外国人消費動向調査（2019）「2018 年年間値の推計」 集計結果
長内智、渡邊吾有子（2019）「インバウンド需要拡大の恩恵に見られる都道 府県間格差」、大和総研

観光庁資料（2019）「次世代ヘルスケア産業協議会第 10 回新事業創出 WG」

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 -世界が訪れたい日本へ-」

日本政策投資銀行（2018）「観光旅行の現状と関連市場の動向」

島根県松江市（2019）「観光白書」

松江市観光振興部観光文化課（2019）「平成 30 年 松江市観光動態調査結果」

島根県観光連盟 <<https://www.kankou-shimane.com/>>

観光庁 日本版 DMO <http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000053.html>

JNTO 日本の観光統計データ <<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--lodgers--by--prefecture>>

山陰インバウンド機構「平成 30 年度事業報告」<https://www.sanin-tourism.com/wp-content/uploads/2019/12/H30_jigyohoukoku.pdf>

山陰合同銀行「地域経済活性化に向けた取り組みについて」<
<https://www.gogin.co.jp/www/contents/1000000180000/index.html>>

JTB INBOUND SOLUTION<

<https://www.jtb.co.jp/inbound/market/2019/recognized-ranking-report-2019/>>