

観光情報における官民の連携と情報機構の確立に関する考察

A Study of the cooperation of the citizen of sightseeing information official and consideration about the establishment of the information

東京農業大学 ○正 員 田村正文 (Masafumi Tamura)

東京農業大学 小川繁幸 (Shigeyuki Ogawa)

東京農業大学 加来聡伸 (Akinobu Kaku)

東京農業大学 田中俊次 (Shunji Tanaka)

1. はじめに

現在、わが国においては観光事業の推進が大きなテーマとなっている。そのため、中央政府においては2008年10月1日より省庁改革の一つとして「観光庁 (Japan Tourism Agency)」が設立された。これは、2000年に金融庁が発足して以来の省庁改変である。

観光庁の設立の主な目標としては¹⁾、

- (a) 訪日外国人旅行者数の増加。
- (b) 日本における国際会議の開催件数の増加。
- (c) 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数の増加。
- (d) 日本人の海外旅行者数の増加。
- (e) 国内における観光旅行消費額の増加。

が挙げられている。これらの内、(a), (b)においては国外からのインバウンド効果を射程に入れた内容であり、一方、対極的に(d)においては、アウトバウンド効果についてである。特に、近年の少子高齢化が進み、さらには団体旅行 (マスツーリズム) から個人ないしは少人数旅行に転換が見られるものの、景気の先行きが不透明であり個人消費額が減少しているわが国にあっては、海外からのインバウンドに期待感が高まっているとも思われる。特に、景気回復の基調が非常に遅々としている北海道においては、台湾、中国からの観光客誘致が焦眉の課題となっている。

一方で(c), (e)においては、わが国国内における観光を通じた消費額の増加つまり、観光地ならびに滞在地への経済 (波及をも含む) 効果を見込んだ政策として位置づけられる。

しかしながら、統計上は観光業は第3次産業に分類されており、これは言うまでもなくサービス業として位置づけられている。だが、現在では例えば農家や漁家が営む民宿やレストラン等が見られるようになり²⁾、このこれらは単純に産業構造の変化と看做すことはできず、寧ろ経営の多様化として位置づけられるものであると言えよう。

これらの場合には、個々の経営者にあつては民宿等の経営よりも農業・漁業に重きを置いていることから統計的にはこの経営者の場合には第1次産業に従事していると位置づけられる。特に、このような展開は、一般的に地域経済学等における経済発展の説明で用いられているペティー・クラークの法則 (Pett y-Clark's Law) では、説明しきれない問題が孕んでいるとも解釈されよう。つまり、図-1に示すように、ペティー・クラークの法則は、一国経済が発展するに際して、当初は第1次産業

から始まり、その後第2次、第3次と高次的に発展していくことが前提となっている (図-2)。つまるところ、当該法則においては、第1次産業に従事しているものが付带的に第3次産業にも従事していることは想定されていないと思われる。しかし、現状の観光業の経営状況を概観すれば、低次産業が主たる経営であるものの、「その合間に」高次産業である観光業にも携わっている場合が少なくない。

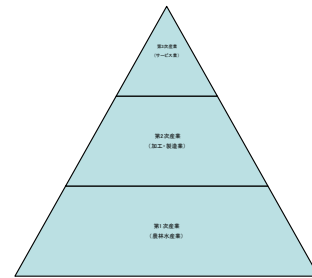


図-1. 産業構造の概念

第1次産業 → 第2次産業 → 第3次産業

図-2. ペティー・クラークの法則の概念

そのような事もあり、近年の個人・少人数向けの滞在型ツーリズムにおける、観光客の受ける側においては、従来の産業構造の枠組みでは必ずしも説明しきれず、総合的にリーディング産業として捉えるべきであると思われる。

そのような意識に基づき、本稿においてはリーディング産業としての観光について如何に観光客を誘致できるかといった直面する問題について、「地域と行政による連携」を中心に据えつつ、観光や交通に関する情報の発信という見地から各地域での動向について調査を行うものである。特に、観光に関しては個人の回遊行動などマイクロデータを用いて分析した研究は多いものの³⁾⁻⁴⁾、運営する組織について研究されたものは、非常に少ない。そのため、本稿においては、北海道と九州における動向を中心に考察するものである。

2. 観光行政の動向

前節で概観したように、観光庁の発足と前後し各地域においても観光を巡る行政の組織の位置づけや当該地域における推進策などについても大きな変化が見られる。そこで、本稿においては、北海道と九州の動向を中心に考察を行う。

2.1 北海道における観光行政について

北海道においては、他の都府県と比較すれば観光に占める経済への影響が大きい。しかしながら近年の来道者数の増加率は減少傾向にあり、このことは、中央政府で進めている「観光立国」の構想においては何がしかの対策が必要であるといえる。そのようなことから、かつての北海道観光連盟を組織的に大きく改革し、2008年4月より「北海道観光振興機構」が発足した。下記は、著者らが2008年10月14日に当機構で行ったヒアリングやその後の資料の分析に基づくものである。

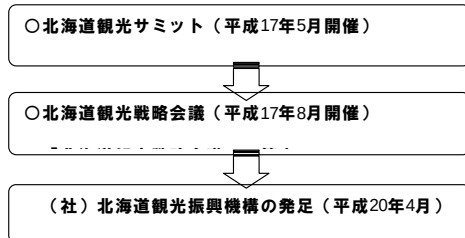


図-3 北海道における観光行政の変化
(図出典 同機構でのヒアリングに基づき著者作成)

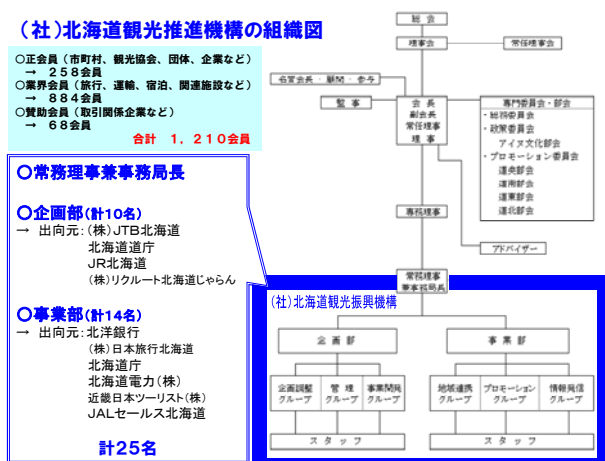


図-4 北海道観光推進機構の組織図
(図出典 同機構でのヒアリングに基づき著者作成)



図-5 北海道における観光行政の変革
(図出典 同機構でのヒアリングに基づき著者作成)

北海道では、観光客の誘致すなわち入込客数の増加や、より一層の滞在型観光の受入が地域再生のための喫急の課題であるといえる。そのため、従来より官による意識が強いとされてきた²⁾が、本機構では「民」からの視点を主とした新たな観光行政のあり方について模索しているというのが、振興機構の現状であるといえよう。

そのようなことから、従来までのマストツーリズムから脱却し新たな滞在型のツーリズムへの変革として戦略的に地域の観光協会や市町村と連携することで、観光需要の喚起を図っている。そのため、先述したように従来の北海道観光連盟を基盤としつ

つも、2008年より発足した北海道観光推進機構においては図-5に示すとおり、地域間でのコーディネート部門を大幅に拡張していることが明らかである。

特に、北海道における道外からの入れ込み客数は、季節的な変動があるものの、近年では海外特に東アジアからの入れ込み観光客数が増加している。

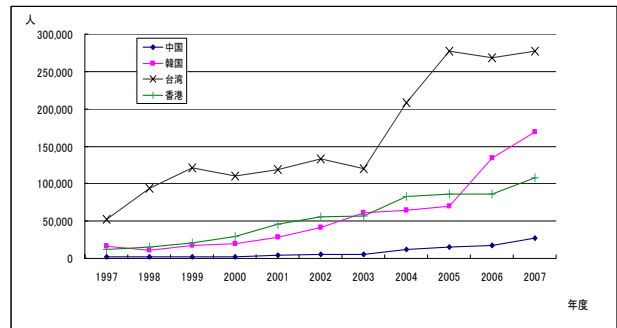


図-6 訪日外国人来道者数（実人数）の推移
(図出典 北海道経済部観光のくにつくり推進局)⁵⁾

図-6より、近年では台湾および韓国から北海道への観光客数の伸びが大きいことが明らかである。特に、台湾に対しては、北海道庁を中心として観光地としてのPRを現地で行うなど、行政が積極的に誘致活動を行っている効果が顕著に現れていると考えられる。

しかしながら、北海道を訪れる観光客数は、図-7で示すとおり、周辺環境の変化などがあるものの、ほぼ5000万人程度で横ばいであることから、今後、来道客数を増加させるという意味においては、海外からの積極的・戦略的な観光客誘致が求められよう。

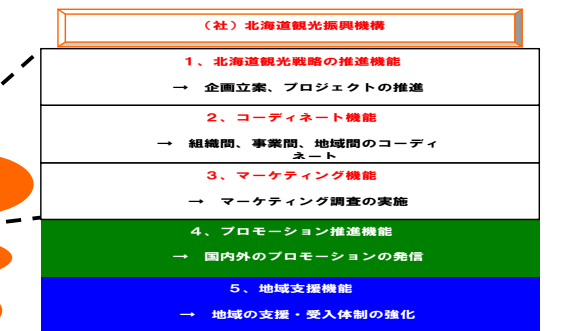


図-7 観光入込客数（実人数）の推移
(図出典 北海道経済部観光のくにつくり推進局)

しかしながら、道内の入れ込み観光客数は、道央圏に集中しており、今後、北海道全体としての経済成長を考える上でも道内全域への分散化が必要であると思われる。

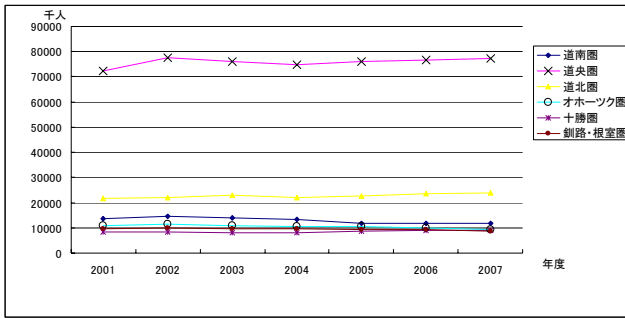


図-8 地域別観光入込客数の推移
(図出典 北海道経済部観光のくにつくり推進局)

そのため、例えば東オホーツクシーニックバイウェイなどに見られるようないわゆる観光地として、一般的に認知度の薄い観光地・景勝地の新たな確立が官民連携により推進される余地が残されているといえよう。そうした意味においても、北海道観光推進機構が今後果たすべく役割は非常に大きい。とりわけ、観光立国を宣言したわが国において、全域的に観光地を有している北海道においては、従来までの観光のあり方から脱却し、モデルケースを示す必要が今後必要となる。そのようなことから、民間ベースの視座からマーケティングやマネジメントが今後進められることに加えて、新たな観光資源との発掘やPRの意味においても、観光情報の提供が果たす役割は今後、ますます大きくなると思われる。また、当該機構においては、中期計画(平成20年～24年)として、目標とする観光消費額が1兆5000億円、生産波及効果が2兆3000億円を見込んでいる。

2.2 九州における観光推進の展開

九州地方においては、旧来よりわが国を代表する観光地として位置づけられる。しかしながら、近年では国内からの入れ込み客数の減少や個々の観光情報の発信が各県レベルで行ってきたことから、九州7県を総合したレベルで、九州観光を推進するため2007年に「九州観光推進機構」が設立された。この機構組織は、前節で展開した北海道観光振興機構も組織構成の上で参考にしたということから、概ね同様であるといえる。ただし、振興機構と抜本的に異なるのは、7つの県がエリア内に存在することから、各県庁からの出向者の比率が、高い。

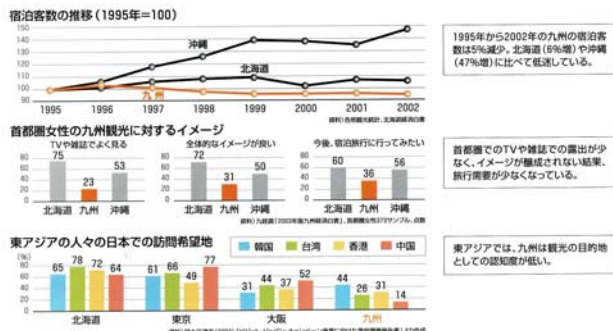


図-9 九州観光における旅行者の意識
(図出典 九州観光推進機構 2頁より) ⁶⁾

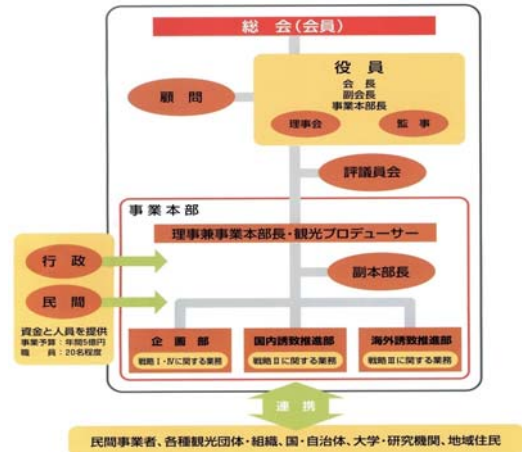


図-10 九州観光推進機構の組織概要
(図出典 九州観光推進機構 10頁より)

さらには、従来まで各県単位でPRを行っていた観光客誘致を県レベルを払拭し横断的にテーマごとにモデルコースを提案する、「九州温蓄の旅」をプロモーションの一環として行っていることに特徴がある。これは、テーマを例えば文化、歴史、食など数多く設定し、それを巡るモデルコースを提示するという、いわゆる観光行動に「ストーリー性」を持たせた所に特徴がある。これは、一般には市販されておらず、主として旅行会社等の観光の企画、募集を行う企業や団体へ配布し、それを参考にしつつ、ルートを策定するための下地として位置づけられる。それによって、当推進機構の活動を介して各県ひいては九州地方全域にわたる観光誘致ならびにそれを通じての経済波及効果が期待されている。

著者らが2008年12月1日に九州経済調査会ならびに当推進機構で行ったヒアリングによる調査に基づけば、上述の背景として、近年の九州方面への観光需要の落ち込みが見られることから、いかに既存の観光資源およびインフラを活用しつつ、そこに独自性を持たすかというユニーク性を高めること、さらには各県により観光のデータの収集にばらつきがあったことから、統計上のデータベースの構築として九州全域で統一性を持たせることが可能となることが挙げられよう。

3. 交通インフラと観光

前節においては、北海道ならびに九州における観光事業全体の窓口ともなる機構の概要について概観してきた。その結果、機構そのものの組織構成は、おおそ同一であるものの、戦略的にみて相違があることが明らかとなった。すなわち、北海道においては、2008年4月より発足した新しい機構であるということもあるが、民の視点を取り入れたマーケティングやプロモーションを行い、官民連携により今後新たな観光資源の発掘や既存の観光地の充実を図ろうと模索しているのに対して、九州においては、県境という概念を取り払い、九州全体としての横断的な観光戦略を行うのに並行して、そのモデルルートにストーリー性を持たせようとするところに特徴が見られる。

このような、北海道ならびに九州と地理的に離れた地域において、共通するキーワードとしては新幹線の開業が挙げられよう。現在では、北海道新幹線は、新青森―新函館間が2015年度

(ただし、2008年11月時点で、2009年度から新函館―札幌間を先行的に工事に着手することで政府・与党が最終調整に入る)に開業することが予定されている。同時に九州新幹線においても現在開業している鹿児島中央―新八代間に直結し、2010年に博多―新八代間が新規に開業する予定となっている。それにより、首都圏ならびに関西圏のような人口規模の大きな地域と直結することで、新たな企業の誘致や観光客誘致が戦略的に活発化することが予想される。現在開業が確実化されている、九州地方においては、九州西部が新幹線によるネットワークが通じることで、福岡市を九州地方の拠点となるものの、東部の大分県、宮崎県では鉄道や道路の交通網の整備が遅れていることから、両県を結ぶ高速道路の建設が急がれている。それにより、近畿以西の各県・地域からの観光の入れ込み客数が増加することが期待されているが、一方で、フローである観光に対してストックとなるべき企業の誘致なども積極的に行われている。中でも、佐賀県鳥栖市においては、九州新幹線の開業に合わせて、最先端医療機関の誘致を行っており、これを核としつつも周辺地域への観光などにも積極的に整備を行っている。つまり、このことは、新幹線開業による機会費用ないしは時間価値の減少によるアクセス性を考慮した「ヘルスツーリズム」の新たな展開として考えられる。一方で、北海道新幹線においては、東北新幹線の延伸として将来的に札幌までを視座に入れているが、現時点で開業が確実視されているのは、新函館までである。だが、札幌まで延伸した場合、世界で最も輸送力の大きい羽田―新千歳間からいくらかシフトすることが想定されている。

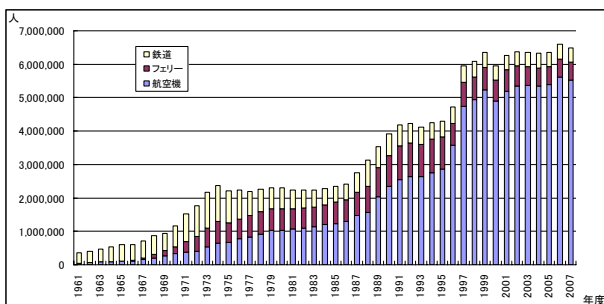


図-11 北海道への交通手段別観光客数
(図出典 北海道経済部観光のくにつくり推進局)

図-11でも明らかなように、多くは航空機利用である。だが、北海道新幹線が出来ることで、同一企業を用いての移動が可能となる。

4. まとめ

本稿では、北海道と九州における観光の窓口ともなるべく機構の組織構成についてみてきた。その結果、双方の機構とも官民と連携し、戦略的に観光誘致を行っていることが示された。とりわけ、両地域ともに入れ込み客数が減少しているものの、そこからの打開策として民の視点を重要視し行い、話題性のあるプランニングを展開しつつあることが明らかとなった。

また、本稿で見てきた各地域の観光の組織運恵において、官民連携の発想で新たな観光を展開しようとしている。中でも冒頭に挙げた、観光庁の目標として、わが国を観光立国とするうえで、「訪日外国人旅行者数1000万人、日本人の海外旅行者

数2000万人、観光旅行消費額30兆円、日本人の国内旅行における1人当りの宿泊数4泊、わが国における国際会議の開催件数5割増」を掲げている¹⁾。特に、1人当りの宿泊数を延ばす、いわゆる滞在型の観光へのシフトを短・長期的に中央政府による政策的変革を図ろうとするものであるが、そのためには、従来のマストツーリズム主導の観光地を需要に見合った整備に加えて、それへのアクセスへのインフラ整備やルートの設定においても、今後中央政府のような鳥瞰的な視座から、地域的な地方における官民による連携がより一層求められるといえよう。

今後は、本稿の冒頭で述べたように、観光がリーディング産業として全ての産業部門の牽引役として構築される可能性がある。そのため、観光誘致、企業誘致など従来までは単発的な経済政策として行われてきたものを、「観光」を切り口として総合的に考察していくことが求められよう。

本稿の課題としては、数多くあるが、一つに北海道、九州ともに札幌市、福岡市といった拠点が形成されている。そこから如何に分散させるかを詳細に分析することが求められよう。観光データにおいては、現在県別レベルでもデータの取り方に相違が見られ、同時に観光・ビジネスといった目的別において整合性が保たれているとはいいがたい。そのような事から観光データについても分析を進める必要がある。さらには、新幹線が開業することによる経済への影響についても仔細に分析を行う余地が残されている。また、北海道における観光のモデルケースを政策的含意として提示することが必要であると著者らは認識している。

謝辞

本稿を執筆するに当たり、(社)北海道観光振興機構、九州観光推進機構、(財)九州経済調査会にはヒアリング調査ならびに資料収集において多大なるご協力を賜りました。また、東京農業大学會田勝美教授には科研費を、執筆者の一人である田村は、北海道開発協会から研究に際して財政的な支援を賜ったことに感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 観光庁ホームページ (<http://www.mlit.go.jp/kankochou/>) , 2008年12月15日確認済。
- 2) 小林好宏・佐藤郁夫編『生活見なおし型観光とブランド形成』, (財)北海道開発協会, 2008。
- 3) 岡本直久他「東オホーツクシーニックパイウェイにおける情報提供が観光行動における影響の考察」, 『土木計画学研究・講演集』No. 32, 2007。
- 4) 味水祐毅「高速道路における観光情報の提供の効果に関する考察」, 『日本交通学会2008年第67回研究報告会予稿集』, pp. 261-270, 2008。
- 5) 北海道経済部観光のくにつくり推進局ホームページ (<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/>) , 2008年12月15日確認済。
- 6) 九州観光推進機構「九州観光戦略～九州が一体となって取り組むべき施策」, 九州観光推進機構, 2005。