

まちづくり・地域興し論 第3講 2012年10月22日 (火)
観光振興のはじまり

3. 観光振興4つの背景

地域経済の再生と活性化

個性溢れる魅力創出こそが地域自立化の鍵



地域経済の構造転換

- 中央依存型経済 → 地域自立型経済へ
- 「人口＝定住人口」 → 「人口＝定住人口＋交流人口」
- 交流人口増を梃子に域際収支や国際収支を改善。地域や国の活性化を図る。
- それぞれの地域の「個性」や、「持ち味」を、いかに作り出すか？

国内旅行

観光振興4つの背景

4. 回復が待たれる国内旅行

1. 低迷する国内旅行

表10 宿泊観光旅行(国内)の実態調査 出典:日本観光協会 「観光の実態と志向(第25回)2006年12

年度	参加率 (%)	参加回数 (回)	平均宿泊数	1回あたり総費用(円)
2002	52.2	1.25	1.56	39,200
2003	52.5	1.17	1.56	40,840
2004	48.4	1.03	1.54	39,780
2005	49.2	1.08	1.60	39,160
過去のピーク	60.2 (1994年)	1.43 (1994年)	2.20 (1970年)	48,100 (1990年)

- アメリカ 年間11.7泊(3.4回x3.5泊) (2005)
- イギリス 17.6泊 (2.8回x6.4泊)

原因

- 長期不況による可処分所得の減少
- 将来不安による個人消費の抑制

④ 回復が待たれる国内旅行 変わる顧客ニーズにいかに対応するか？

供給サイド

- 「団体旅行」
↓
「家族・小グループ旅行」
- 「有名観光地や温泉などを訪れる
周遊型・物見遊山型」の団体旅行」



明確な目的をもった新しいタイプの旅行(体験型・滞在型・学習型)

「目的型旅行」

- 秘湯めぐり
- フィルムツアー(ロケ地)
- エコツアー(ガイド
- トレッキング



需要サイド

- 労働者一人平均の有給休暇付与日数 17.9日
- 有給休暇取得数 8.4日(47.1%)
2006年...過去最低
- 理由
 - 休暇の連続性のなさ
 - 盆・暮れ・ゴールデンウィーク等への極端な集中
 - 連続して休めない・家族と一緒に休めない

経済の波及効果

観光振興4つの背景

④. 回復が待たれる国内旅行 国内旅行回復が観光振興の鍵

• 国内観光消費額 23.8兆円(2010)

- 国民による**国内旅行** 22兆8千億円 (93.3%)
- 外国人旅行者による**国内旅行** 1兆6千億円 (6.7%)
 - 外国における自国民の旅行比率
 - » カナダ 30%
 - » イギリス 18.1%
 - » ドイツ 17%
 - » アメリカ 15.4%



- 国民による**海外旅行** 5兆1千億円

国内における旅行消費額(平成22年)

23.8兆円



我が国経済への貢献度(経済効果)

生産波及効果	49.4兆円	…5.5%(対国民経済計算 産出額)
付加価値誘発効果	25.2兆円	…5.2%(対名目GDP)
雇用誘発効果	424万人	…6.6%(対全国就業者数)
税収効果	4.0兆円	…5.3%(対国税+地方税)

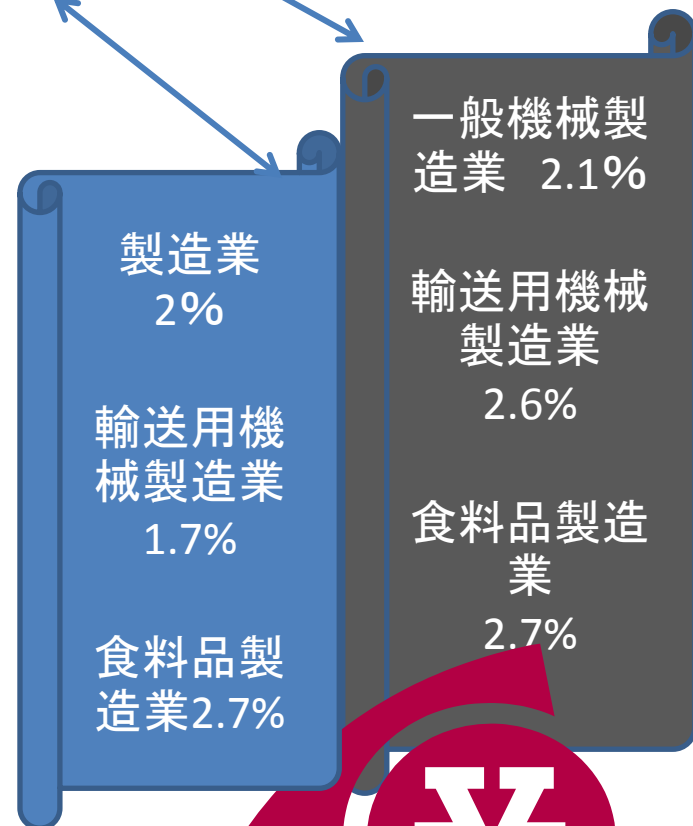
観光振興4つの背景

⑤ 旅行消費が我が国にもたらす経済波及効果 (

- ◆ 観光消費額 24.4兆円 (GDPの約6%) [2006]
 - ◆ 付加価値 12.3兆円 (GDP503兆円の2.4%)
 - ◆ 直接の雇用効果 229万人 (全雇用の3.6%)
 - ◆ 税込 2.0兆円 (全税込の2.2%)

□ 生産波及効果	55.3兆円*1	5.8%
□ 付加価値効果	29.7兆円*2	5.9%
□ 雇用効果	469万人*3	7.3%
□ 税込効果	5兆円*4	

売上高—原材料等



*1 : 産業連関表国内生産額 949.1兆円に対応 (2000年)
 *2 : 国民経済計算における名目GDP 509.8兆円に対応 (2006年度)
 *3 : 国民経済計算における就業者数 6,404万人に対応 (2005年度)
 *4 : 国税+地方税89.0兆円に対応 (2006年度)
 *5 : ここで言う貢献度とは全産業に占める比率

旅行消費額 23.5兆円 (国内産業への直接効果 22.9兆円)
 波及効果

国際会議

国別国際会議件数

国名	2003年 順位	開催件数	2004年 順位	開催件数	2005年 順位	開催件数
アメリカ	(1)	1,241	(1)	1,207	(1)	1,039
フランス	(2)	723	(2)	606	(2)	590
ドイツ	(3)	535	(3)	538	(3)	410
イギリス	(5)	482	(4)	424	(4)	386
イタリア	(4)	512	(5)	400	(5)	382
中国*	(20)	135	(11)	249	(11)	216
韓国	(32)	87	(17)	165	(14)	185
シンガポール	(23)	125	(20)	156	(15)	177
日本	(12)	247	(14)	221	(17)	168

総数
8,953件

中国の躍進（2004年は第20位から第11位へ）

- ①外資系進出企業の増加
- ②魅力ある観光資源の多さ（35の世界遺産・五輪（2008）・上海万博（2010））
- ③宿泊費をはじめとする開催費用の低廉さ

*香港・マカオを含む
出典：国際観光振興機構『国際観光白書』2007年

都市別・国際会議開催件数

総数
8,950万件

都市名	2003年 順位	開催件数	2004年 順位	開催件数	2005年 順位	開催件数
パリ	(1)	303	(1)	245	(1)	294
ウィーン	(4)	199	(3)	224	(2)	245
ブリュッセル	(2)	225	(2)	226	(3)	189
シンガポール	(8)	125	(5)	156	(4)	177
バルセロナ	(7)	133	(6)	147	(5)	162
ソウル	(28)	54	(11)	108	(9)	103
北京	(37)	44	(15)	94	(18)	82
東京	(28)	54	(33)	49	(25)	56

出典：国際観光振興機構「国際観光白書」 2007年版

留学生

(表3) 主要国の留学生
受入れ状況

国名	留学生受け入れ数 (万人)	留学生比率(%)
アメリカ	56.6	5.5
イギリス	35.6	24.9
ドイツ	24.8	12.3
フランス	26.5	11.9
オーストラリア	22.9	24.2
日本	11.8 (13.8万人 2011)	3.3

留学生総数
270万人

(出典: 文部科学省 「我が国の留学生制度の概要」 2007年度版)

日本への国別留学生数

http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/24/01/1315686.htm

2012

順位	国名	留学生数	構成比 (%)
1	中国	87,533	
2	韓国	17,640	
3	台湾	4,571	
4	マレーシア	2,417	
5	ベトナム	4,033	
6	アメリカ		
7	タイ		
8	インドネシア		
9	バングラデッシュ		
10	スリランカ		
	合計	117,927	

2006 (教科書)

順位	国名	留学生数	構成比 (%)
1	中国	74,292	63.0
2	韓国	15,974	13.5
3	台湾	4,211	3.6
4	マレーシア	2,156	1.8
5	ベトナム	2,119	1.8
6	アメリカ	1,790	1.5
7	タイ	1,734	1.3
8	インドネシア	1,553	1.3
9	バングラデッシュ	1,456	1.2
10	スリランカ	1,143	1.0
	合計	117,927	

ソフトパワー

第4章 必要なソフトパワーの強化

1. ソフトパワーとは？

ジョセフ・ナイ教授(1980年代)

ハードパワー・・・経済力や軍事力。相手に影響力を及ぼす伝統的な国力。



• **ソフトパワー**・・・自らの魅力によって相手を取りこんでしまう新しい国力。



第4章 必要なソフトパワーの強化

2. ライバルは世界の観光地

中国の古典「易境」『観国乃光(国の光を観る)』

(非日常を体験する。)

1. 世界遺産

★1972年

★2003年より地域が申請

★141国851件

★我が国は16件

(日本ではヴェネチア条約がネック)



2. 世界無形文化遺産

★2003年ユネスコ条約

★民俗文化財・伝説・フォークロア

★78カ国(2007年)

3. 素材のままの観光資源(優れた素材や文化だけでは足りない)

★保護・保全と利用・活用

グループ課題



観光振興の本質は魅力づくり

国際化の進展で、国内外を問わず、ボーダーレス化が進んでいる。このため、日本国内の観光地は、今や海外の一流観光地などと正面から競合する時代を迎えている。

教科書(第4章 必要なソフトパワーの強化)を読んで話し合ってください。

- ①競合していると思われる日本の観光地と外国の観光地。
- ②この2つの観光地がどのように競合しているか？それぞれの観光地の特徴と違いを述べて説明する。
- ③この2つのうちで、日本の観光地をもっと魅力的にするにはどうしたらよいか

本日の課題

- 第7章を読んで、800字程度でまとめと感想を書いてください。
 - 課題を10月29日(日曜日 11:59pm)までにメールで提出。
 - 大学のウェブメールを使用して送る。
 - 送り先アドレスは kaorukom@eve.u-ryukyu.ac.jp
 - 本日の課題の件名は、「2012 まちづくり(7章)温泉」

観光振興の本質は魅力づくり

- 観光振興の提言や取り組み(政策課題)の共通点
 - 外国人旅行者の訪日促進
 - 魅力あるまちづくり、地域づくり
 - 自然環境や歴史・文化遺産の保全・保護
- しかし、観光振興の視点からいえば、外国人旅行者誘致は、あくまで観光振興のための1つの手段であり、目的ではない。
- 停滞気味な観光市場の原因をとらえ、対策を実施すること。そのうえで日本の各地域が持てる、地域資源を存分に活用し、それぞれの個性や魅力を創出していくこと。これにより、日本が全体として多様性ある重層的な魅力を持つ国になっていく。
- そのような個性や魅力が備われば、国内外を問わず、旅行者や数多くやってくる。逆にそのような魅力に乏しければ、いかに誘致活動を繰り返しても、訪れる旅行者は課散られるだろう。また、仮に一度はその地を訪れたとしても、決してリピーターとはならないだろう。