

地域振興と観光

経済学部 第2部経済学科3年

藤井ゼミナール

堀内雅代・一井正樹・松村健一郎・玉那覇麻衣

高橋梢・仲田智恵子・太田博幸

目次

序章	3 ページ
1 地域格差と観光	
1.1 地域格差の動向	
1.1.1 人口動向	4 ページ
1.1.2 地域間の所得格差	5 ページ
1.2 観光による経済効果	6 ページ
2 観光の動向	
2.1 観光客の動向	
2.1.1 旅行参加の動向	8 ページ
2.1.2 観光消費の動向	10 ページ
2.1.3 意識の変化	11 ページ
2.2 観光の動向	
2.2.1 観光業の需要分析	14 ページ
2.2.2 宿泊業の収益性	17 ページ
3 地域の観光	
3.1 沖縄県	
3.1.1 観光産業による経済効果	20 ページ
3.1.2 観光の動向	21 ページ
3.1.3 観光の分析	22 ページ
3.1.4 今後の課題	23 ページ
3.2 新潟県	
3.2.1 観光の動向	24 ページ
3.2.2 今後の課題	27 ページ
3.3 鳥取県	
3.3.1 観光の動向	29 ページ
3.3.2 今後の課題	33 ページ

序章 観光開発による地域振興

グローバル化への対応として 1990 年代から日本では構造改革が進められ、市場経済の適用範囲の拡大が促されている。市場経済は勝者と敗者をはっきりと区分してしまうから、構造改革にもなって様々な格差が拡大している。大都市と地方の格差もその一つである。こうした格差問題を放置すれば社会が不安定になる。それゆえ、地域格差に対しては地域振興のための何らかの対策が必要となっている。本稿では、そうした対策の一つとして現在、有力視されている観光開発を取り上げる。

地方自治体は、現在さまざまな観光資源の発掘や政策に取り組み、各地に眠っている資産を有効に活用しようとしている。中央政府でも 2008 年に、国土交通省が観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成を目的としたニューツーリズム創出・流通の促進への取り組みを開始している。また、JNTO（日本国際観光振興機構）は政府のビジット・ジャパン・キャンペーンに協力し、2010 年までに訪日外国人旅行者数 1000 万人を実現することなどを目標として掲げている。

観光の効果としては、生産波及効果・付加価値効果・雇用効果・税収効果といった日本経済へ貢献が期待されている。すなわち、東京・名古屋・大阪といった主要都市だけでなく、地方都市でも経済効果を生み出し、地域に眠る資源で大都市との格差縮小を図る有力な産業であると期待されているのである。

本稿では、このように注目されている観光業について検討する。以下、最初に人口・所得動向から地域間格差の問題点を浮き彫りにする。それを踏まえた上で、なぜ観光業が注目されているのか、という点について経済効果から検証する。次に観光客の意識の変化を分析するとともに、観光業の収益・投資に着目することによって、需要と供給の両側面から観光の可能性を考える。最後に、沖縄・新潟・鳥取のケーススタディを通じて、地域の観光の実態を把握したい。

1 地域格差と観光

この章では、まず第1節で地域格差の実態を概観し、第2節では観光の経済効果について全国的視野から概観する。そして観光が地域格差の是正、すなわち地域振興に実際に有効なのかを検討したい。

1.1 地域格差の現状

1.1.1 人口動向

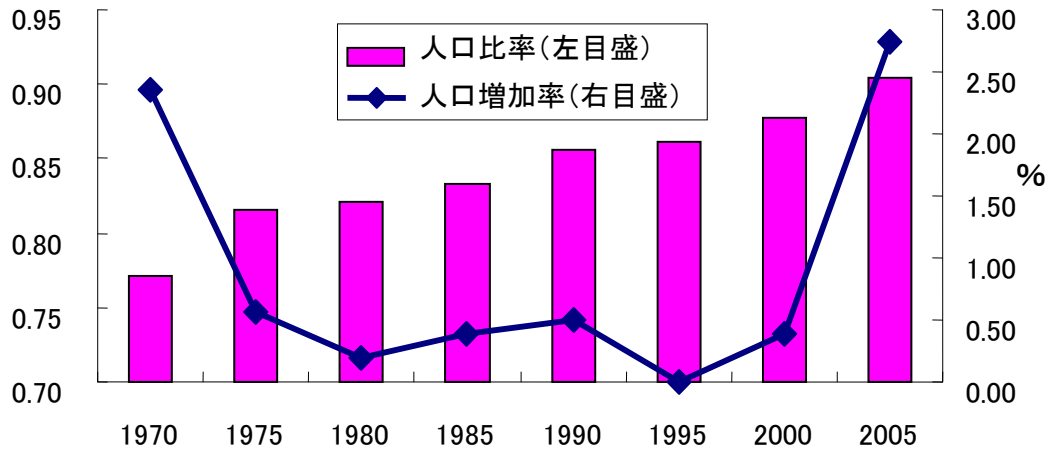
最近の地方経済の不振をもっともよく示すのが、地域的な人口成長のアンバランスである。図表 1-1 によれば、人口成長が鈍化し始めた 1970 年以降、都市への人口移動が著しい。1980 年代にバブルがおとずれと、三大都市圏への人口の集中がさらに顕著になった。バブル崩壊後、都市圏への人口流入が減少したものの、1995 年以降再び都市圏への人口流入が加速している。好景気になると人口は都市部へ集中し、不景気になると都市部へ移動せず、地方に留まる傾向があるといえよう。しかし、長期的にみると都市部の人口は年々増加していることが分かる。

このような、地方の人口減少の最大の原因は雇用の伸び悩みにあるといえる。雇用の伸び悩みは、言うまでもなく産業の停滞に起因していると考えられる。一方、大都市、とりわけ東京圏と名古屋圏では産業の成長が著しい。なぜ、この両地方は産業が成長を続けているのか。まず、東京圏を含む関東地方では、サービス業や金融・保険業がシェアを高めながら成長を続けており、今後も高い成長を続けることが予想されている。次に、名古屋圏を含む中部地方では、加工組み立て型製造業を中心に輸出主導で成長する構造が定着している。他の地方では、将来性の大きい成長産業の集積に後れをとっており、その結果、この二地方とその他の地方との間の人口の成長率の差は、今後もかなり大きいまま推移するであろうと予想されている¹。

要するに、現在大都市部へ人口が流入していることは、言い換えれば地方圏の産業が停滞していることが主因であろう。さらに地方圏は若年人口の流出が激しいため、高齢化の問題がとくに深刻になっている。それゆえ、都市への人口流入を抑制し地方の人口減少や高齢化を食い止めるために、地方経済の活性化が必要といえる。

¹ 『日本経済新聞』, 2007 年 11 月 30 日。

図表 1-1 三大都市圏・地方圏の人口比率と対前年人口増加率



注：人口比率=三大都市圏÷地方圏

出典：「日本統計年鑑」，「人口推計」。

1.1.2 地域間の所得格差

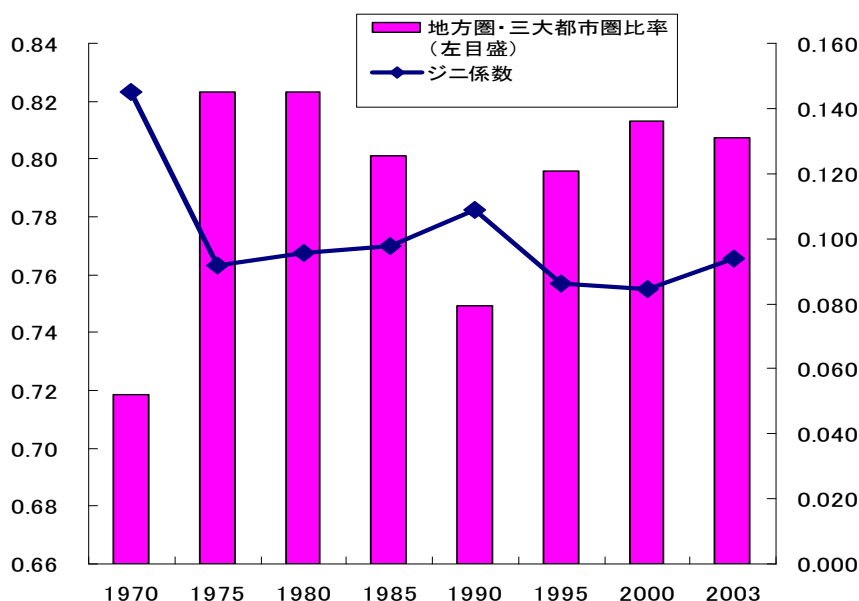
次に、図 1-2 より地域間の所得格差を明らかにしたい。ここでは、所得分配の不平等さを測る指標として第 1 にジニ係数を用いる。ジニ係数は 0 から 1 までの値をとり、0 に近いほど格差が小さい状態で、1 に近いほど格差が大きい状態であることを意味する²。第 2 に、地方圏・三大都市圏の一人当たり県民所得の比率を示す。

まず 1975 年から 1990 年までジニ係数は上昇し、地方圏・三大都市圏比率は大幅に低下している。これらの事実から 75～90 年に都道府県間の格差が拡大し、地方圏の所得が大都市に比べて相対的に下落していることが窺われる。しかし、バブル景気が終わると一変する。ジニ係数は低下し、また、地方圏・三大都市圏比率は上昇している。すなわち、所得格差は縮小しているといえる。ところが、2000 年に景気が回復して再びジニ係数は上昇する。同時に地方圏・三大都市圏比率も低下した。再び格差が拡大しているのである。

このように、大都市と地方の格差は景気の変化に応じて異なる動きを示している。不景気には格差が縮小し、好景気になると格差が拡大するのである。現在は、格差が拡大しているのは、大都市中心に景気が回復しているためであるといえる。

² ウィキペディア「ジニ係数」(<http://ja.wikipedia.org/wiki/>)。

図表1-2 都道府県の所得格差と一人当たりの県民所得



出典：『昭和国勢総覧』。

1.2 観光による経済効果

以上のような地域間の格差に対して観光開発ははたして有効であろうか。政府や地域がさまざまな観光政策を打ち出す中で、観光消費がもたらす経済効果がどれほどあるのか現状をみたい。

まず図表 1-3 により、旅行消費が我が国にもたらす経済波及効果をみよう。2006 年度の国内観光消費額は 23.5 兆円であり、その付加価値効果は、直接効果と波及効果を合わせると 36.6 兆円であった。この GDP に対する比率は 7.3% であり、かなり大きいといえるであろう。雇用効果はさらに大きい。まず直接効果が 187 万人、次いで波及効果が 398 万人であり、合わせて 585 万人となっている。この日本全体に対する比率は 8.8% である。

図表 1-4 より産業別に効果の大きさをみると、旅行消費額の直接的経済効果が最も大きいのは運輸業の 6.36 兆円、それに次ぐのが宿泊業の 4.26 兆円である。両産業の生産波及効果は、運輸業が 8.32 兆円、宿泊業が 4.45 兆円である。観光が運輸業や宿泊業を潤すのは容易に理解できるが、意外なのは、雇用誘発効果が最大なのが小売業の 718 万人、農林水産業の 538 万人となっていることである。

この事実から、日本の観光消費は、単に観光関連産業へ直接的な経済効果をもたらすだけでなく、観光に直接関わる産業以外にも幅広い波及効果をもっていることが推測される。

このように観光消費は、付加価値においても雇用においても、かなり大きな経済効果をもっているといえるが、2004 年以降、国内観光消費額は伸び悩んでいる。それ故、今後、観光をさらに拡大させることができれば、それによって地域経済の振興が進むと期待される。実際、地方には多くの観光資源が眠っているといえるであろう。つまり、地方こそ観

光とその関連産業の将来性が高いのである。魅力ある観光地を掘り起こし、地域振興に役立たせることは、大いに期待される場所である。

図表 1-3 旅行消費が我が国にもたらす経済波及効果

	2002年	2004年	2006年
旅行消費額	21.3	24.5	23.5
兆円・万人			
直接効果			
付加価値効果	11.9	12.3	10.5
雇用効果	215	235	187
波及効果			
付加価値効果	28.3	29.7	26.1
雇用効果	442	475	398
税収効果	5	4.8	4.5
GDPに対する比率			
直接効果			
付加価値効果	2.3	2.4	2.1
雇用効果	3.4	3.6	2.8
波及効果			
付加価値効果	5.6	5.9	5.2
雇用効果	6.9	7.3	6.0
税収効果	5.0	6.0	5.6

出典：「観光白書」2003年、2005年、2007年版

図表 1-4 産業別経済効果

産業部門 (分析用7部門)	旅行消費額 (単位:兆円)	生産波及効果 (単位:兆円)	雇用誘発効果 (単位:千人)
食料品産業	1.49	3.88	168
小売業	1.52	2.91	718
農林水産業	0.28	1.28	538
宿泊業	4.26	4.45	468
運輸業	6.36	8.32	485
飲食店業	2.56	3.07	439
旅行サービス業等	1.42	1.76	167

出典：「観光白書」2007年版。

2 観光の動向

昨今、観光業に対する様々な施策が注目を集めている。しかし、はたして観光に対する需要はどれだけあり、どこに地方の活路を見出せるだろうか。ここでは、過去から現在に至る国民の意識、行動の変遷を辿りながら、今後の観光業に対する取り組みのヒントを得たい。

この章では、観光を大きく需要と供給とに大別し、分析を試みたい。まず第1節では需要面として観光客の動向を探る。とりわけ行動、消費、意識の変化に着目しながら、過去と現在との違いを浮き彫りにする。また、第2節では供給面である観光業の動向にスポットを当てる。ここでは主に、海外旅行と国内旅行の収入の比較、宿泊業の収益性調査を通して、マクロ的な観光の実態を明らかにしたい。

2.1 観光客の動向

2.1.1 旅行参加の動向

まず図表 2-1 から、1990 年以降の主たるレジャー活動の全体的な流れを見よう。国内観光旅行は、依然として高い参加率を誇っており、60%前後で推移してきたが、2002 年以降は減少に転じ、1990 年比で再び同水準の 50%に落ち込んでいる。帰省旅行は約 20%で横ばいに推移しており、遊園地、ピクニックなどのアウトドア、海水浴は軒並み下降気味である。

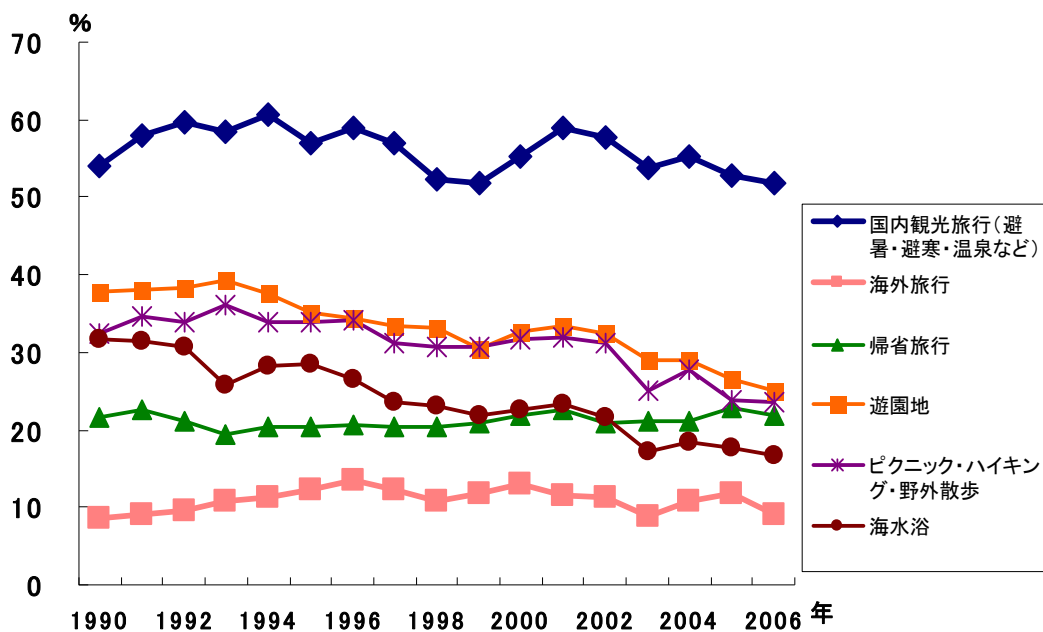
ここで特に注目したいのは、海水浴参加率の下落と、海外旅行の上昇傾向である。それは図表 2-2 から明らかである。1984 年にはおよそ 400 万人であった海外旅行者数は、その後急激な伸びを見せ、2006 年にはおよそ 1800 万人にまで達している。2003 年に一度激減しているのは、SARSの流行とイラク戦争の勃発によるものであり³、総じて 20 年間で約 4.5 倍も増加したことになる。

これにより、夏場の海水浴客は海外に流れていることが考えられ、“夏は国内より海外”の構図がうかがえる。しかし日本には、四季折々の美しさと風情がある。夏場の観光客取り込みに一層熱を入れるのも構わないが、むしろ春、秋、冬といった違う季節にこそ焦点を当て、新たな観光需要を掘り起こす工夫のほうがより重要であろう。

また、年々外国人の入国者数も増えてはいるものの、日本人出国者数との開きは依然として大きい。2006 年現在、およそ 800 万人の外国人入国者数は、今後さらに増加していくと見られるが、いかにこの角度を上げていくかが、今後の観光誘致における大きなポイントの 1 つといえる。

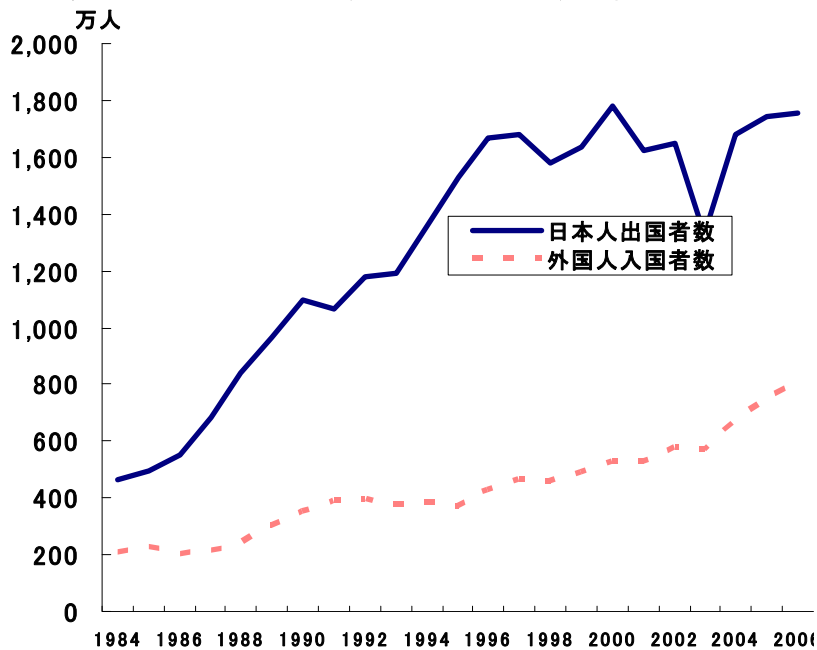
³ 「観光白書」平成 17 年版。

図表2-1 主なレジャー活動の参加率の推移



出典：『レジャー白書』2006年。

図表2-2 外国人入国者数・日本人出国者数の推移

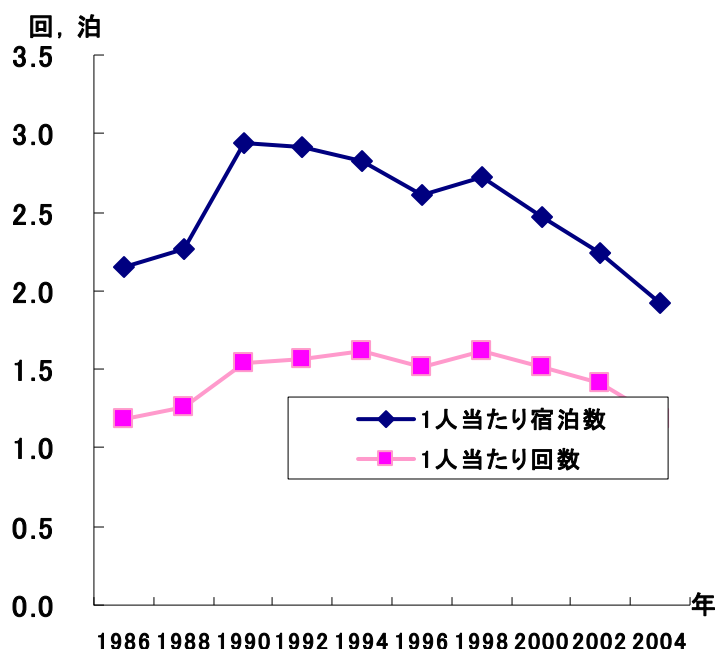


出典：「出入国管理統計」。

次に図表 2-3 より、国民 1 人当たりの宿泊数、宿泊旅行回数は、1980 年代後半のバブル期にはともに上昇するも、崩壊後の 1990 年代に入ると宿泊数が減少に転じ、2000 年からは回数も減少していることがわかる。ここから、1990 年代までの宿泊旅行は、景気の動向に左右されたと見てほぼ間違いないだろう。

しかし回復基調にある 2000 年以降での下落は、もはや宿泊旅行が景気の良し悪しとは関係なく、むしろ旅行に対する国民の意識そのものが変化したことの表れであると推測することができる。

図表 2-3 国民 1 人当たりの宿泊旅行回数
及び宿泊数の推移（平均）



出典：「観光白書」2005 年版。

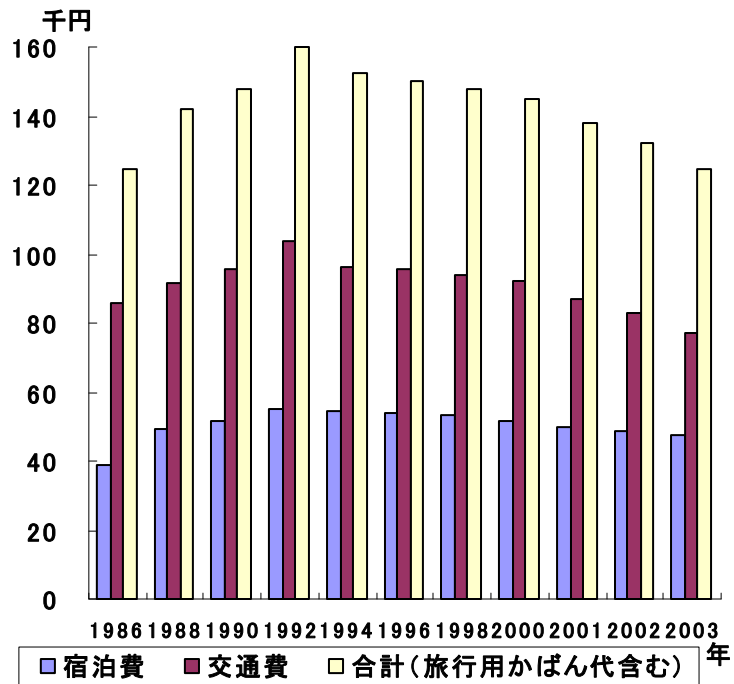
2.1.2 観光消費の動向

次に、消費面の動向を見よう。図表 2-4 より、旅行関連支出は 1980 年代後半軒並み高いが、1992 年をピークに下落している。しかし宿泊費自体はさほど変化がないことから、景気は宿泊費よりも、むしろ交通手段や関連商品への影響が大きいことがわかる。

図表 2-5 より、旅行関連支出の全消費に占める割合と、余暇活動の消費に占める割合は、ともに 2000 年以降ほぼ横ばいであるが、余暇活動の消費に占める割合は、若干上向き傾向にある。ところが図表 2-4 では、旅行関連支出は減少している。このことから、余暇活動費そのものが、今は減少傾向にあると考えることができる。

だがその中であって、旅行関連支出が、余暇全体の割合の中でなお高い位置を占めているとすれば、今後観光業こそが、余暇市場全体の牽引役を果たすことにつながると期待できる。

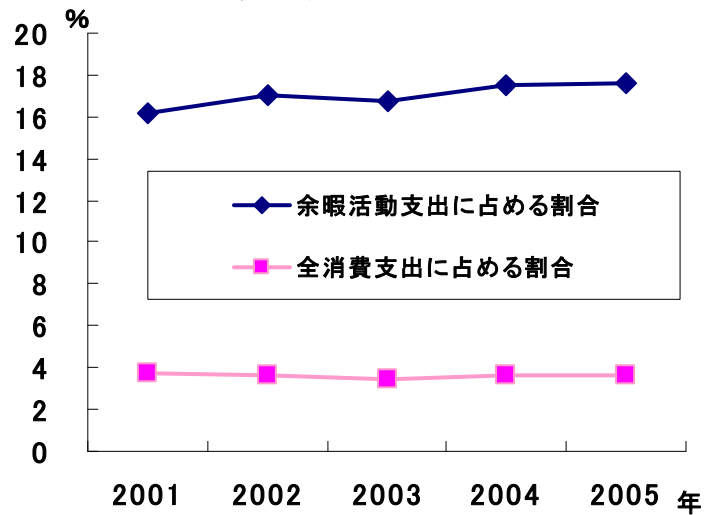
図表2-4 旅行関連支出の推移



注：金額は1世帯当たり。

出典：「観光白書」2004年、2006年版。

図表2-5 旅行関連支出の
余暇活動支出に占める割合



出典：「観光白書」2006年版。

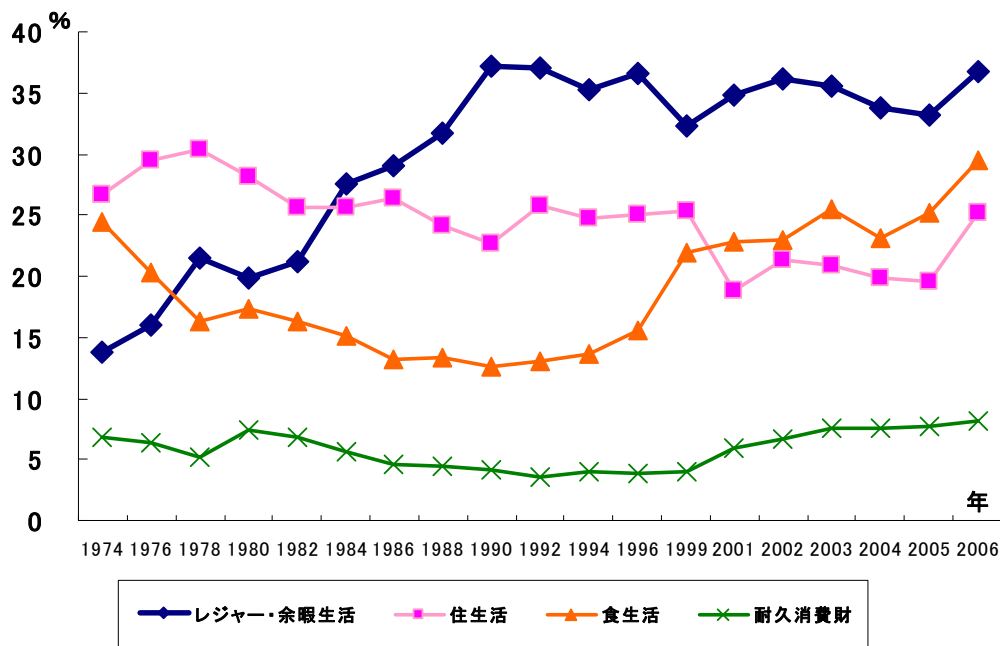
2.1.3 意識の変化

次に国民の意識の動向を見よう。まず図表 2-6 より、1970 年代以降、生活の中でレジャ

一・余暇活動を重視する傾向が急速に高まっていることがわかる。一方それに反比例するかのよう、住生活や食生活に対する意識は下降している。これは、それまでの生活経済最優先が一服し、より豊かさ志向へと意識が移ったことの表れといえる。

しかし、近年になって再び住生活、食生活への優先意識が高まっており、前項の図表 2-4 でも旅行関連支出が手控えられていることから、今後の観光業は、よりインセンティブを高める工夫が必要といえる。

図表2-6 今後の生活の力点の推移



注：耐久消費財とは、自動車、電気製品、家具など。

出典：「観光白書」2007年版。

次に図表 2-7 より、余暇時間に対する意識の変化をみよう。これによると、1993 年を境に、余暇時間が「減った」と感じる人が「増えた」と感じる人を上回っているのがわかる。その差は年々広がる一方で、2006 年現在では 10%以上もの開きがある。

では、果たして実態はどうであろうか。図表 2-8 によると、総実労働時間も所定労働時間も、ともに 1985 年から 2002 年までの間におよそ 200 時間も減っていることがわかる。つまり、これほど大幅に労働時間が短縮したにもかかわらず、実態と国民の感じ方とは、全く乖離しているのである。

これは刮目すべき事柄である。なぜなら、政府や企業が余暇時間を増やすべく努力してきたはずの施策が、国民意識上は全く功を奏していないからである。特に、図表 2-7 で増減の意識が逆転した 1993 年は、図表 2-8 によると、最も前年度からの減り幅が大きかった年である。それにもかかわらず、この年から実態と意識とのギャップが広がり始めたという

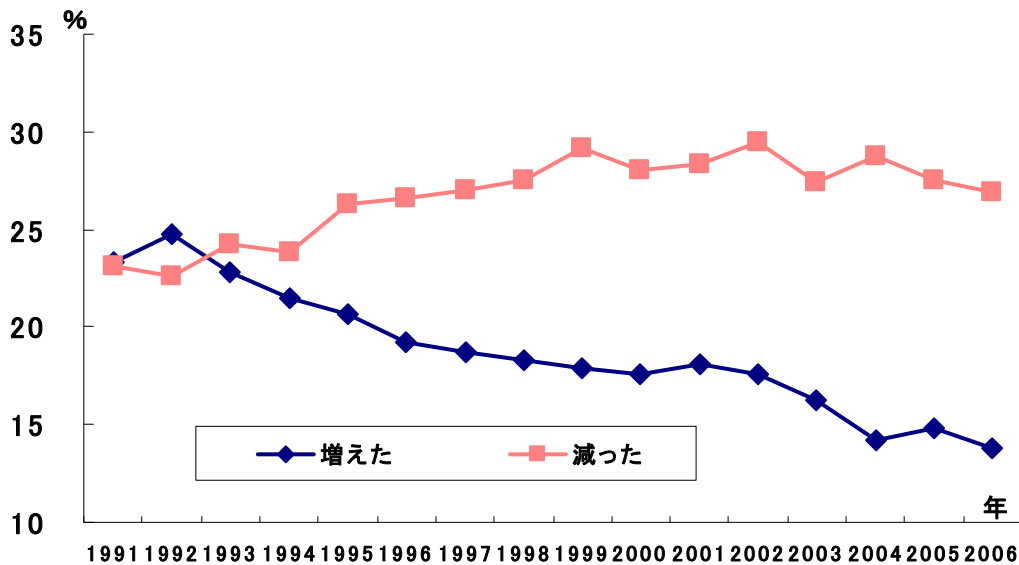
ことは、一体どういうことだろうか。

これは1つには、せつかく増えたはずの時間が、自分の自由時間とは別のことに使われてしまっていることの表れではないだろうか。それは例えば、家事、買い物、子供の世話などの、いわば義務的な時間である。もちろん、年齢や家族形態によって理由は様々ある。しかし一昔前と比べて核家族化が進み、また夫婦共働きの世帯が多い現代にあつては、ある意味当然のことといえるかもしれない。

つまり、いくら労働時間が短縮したとしても、それがそのまま自分の可処分時間につながっていないところに、ゆとりを感じられない最大の問題があるのではないだろうか。もしそうだとするならば、それは企業や政府の施策以上に、まずは国民一人一人が、自分達の時間の使い方をもう一度見直す必要があるといえるだろう。

一方、労働時間が大幅に減少してきたとはいえ、総実労働時間と所定労働時間との間には、未だなお200時間近い差があるのも事実である。これは、言い換えれば時間外労働がこれだけあるということに他ならない。よって政府や企業は、この差をいかに縮めるかに一層心を砕くべきであろう。一例としては有給休暇の取得率向上やフレックスタイム制⁴の積極的導入など、国民が真にゆとりを感じられるよう、より柔軟な労働の在り方を提供する必要があるといえる。

図表2-7 余暇時間に対する意識の推移

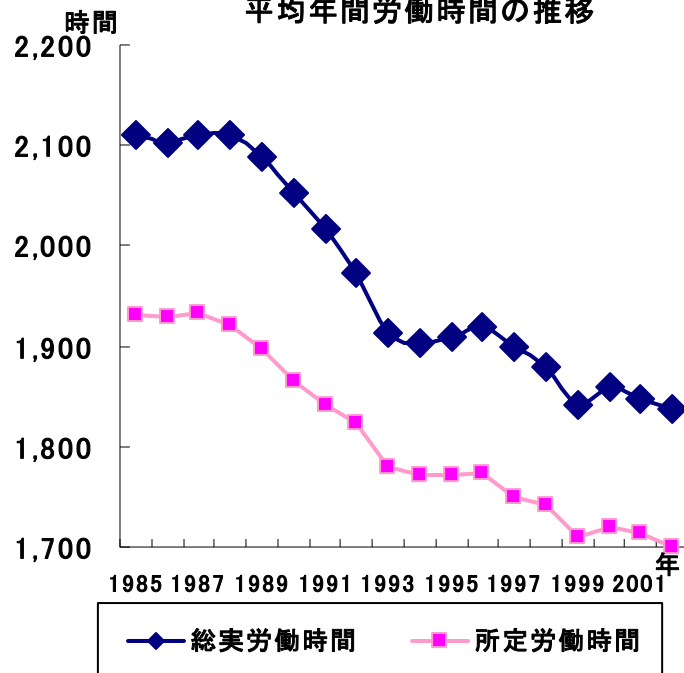


注：回答は、前年と比較しての意識。

出典：「レジャー白書」2006年。

⁴ 労働者自身が、一定の定められた時間帯の中で、始業と終業の時刻を決定することができる制度。1日の労働時間帯を、必ず勤務しなければならない時間（コアタイム）と、その中であればいつ出退勤してもよい時間帯（フレキシブルタイム）とに分けて実施するのが一般的である。 ウィキペディア「フレックスタイム制」(<http://ja.wikipedia.org/wiki/>)。

図表2-8 労働者1人あたりの
平均年間労働時間の推移



出典：『余暇・レジャー総合統計年報 2008』。

2.2 観光の動向

2.2.1 旅行業の動向

近年、国内旅行や海外旅行においてさまざまな形態のパックツアーが登場している。その背景には、旅先のホテルや旅館、交通機関に及ぶ市場活性化がされている。ここでは旅行業者の収益性などから最近のトレンドを考察し、将来的な観光業の対策と改善策を探っていききたい。

まず主要旅行業者の取扱額と収益額を示した図表 2-9 を見てみよう。日本人の旅行業者取扱額は、国内旅行では 1997 年をピークにその後少しずつ減少している。海外旅行の取扱額は、1996 年から 2003 年にかけて減少傾向が見られ、2003 年を底とし、それ以降は増加傾向が見られる。海外取引者数と取引額はほぼ同じような変化を見せているが、ここで注目したいのは国内の取扱額と取引者数だ。国内取引額が減少傾向を見せているのとは反対に取引者数は上昇し続けており 10 年で 2 千万人程度増えている。取引者数が増えているのに対し、取引額が減少しているということは、年々各人の国内旅行への投資金額が減っていることを表している。その背景を図表 2-9 のパック旅行の需要分析と照らし合わせて見てみたい。

国内取引額の上昇と図表 2-9 のパック国内旅行人数の上昇はほぼ同じ動きを見せている。

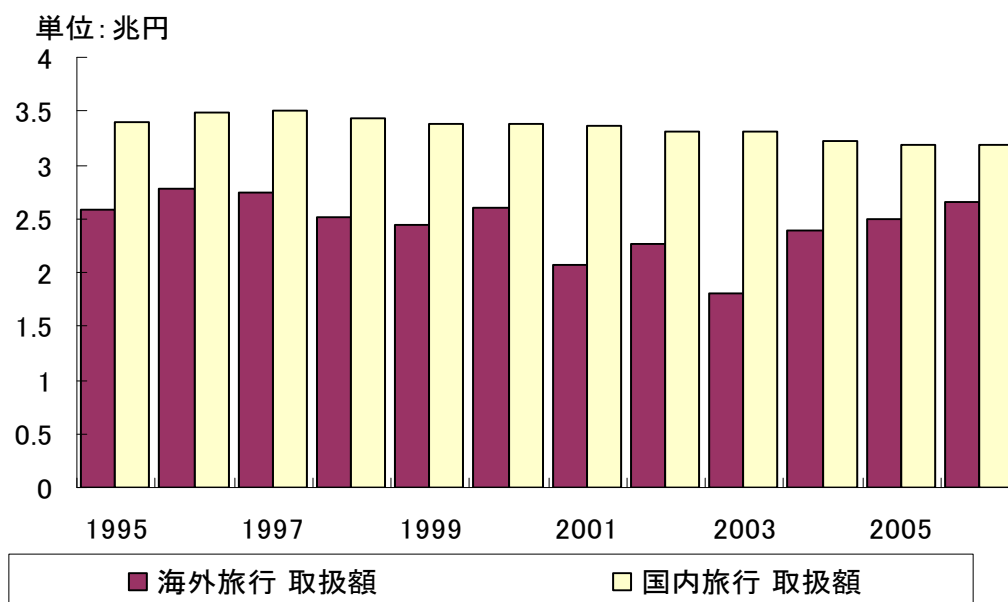
パック国内旅行割合も同じ上昇を見せていることは、パック旅行の取得が国内旅行の需要を高める主な要因になっていると考えられる。パック旅行の利点は比較的事前の情報集が少なく済み、安心して旅行が出来ることや、割安感があることなどが上げられる。毎年国内旅行や海外旅行においてさまざまな形態のパックツアーが登場しているが、往復の交通と宿泊のみをセットにしたフリープランは1990年以降、観光や食事など現地での行動を自ら組み立てられることもあり、海外旅行商品の主流となっている⁵。格安プランが多いのも特徴である。

しかも、フリープランの充実により旅行者のニーズに合わせたプランの選択が可能になった。利用のしやすさと充実した価格や内容のパックツアーの提供により、国内は比較的安価なパック旅行でという風潮が強まってきている。

一方、対照的に海外旅行の取扱額は近年上昇しており、パック利用割合は10年間で下降気味である。今はインターネットの普及で海外情報も簡易に入手できる。海外へはいかに自分の好きな旅行形態にするかが国内よりも重視されつつあり、それに対する投資は惜しまない傾向が強くなっていると考えられる。

以前はパック旅行といえば海外旅行のイメージが強かったが2005年からパック利用割合は国内旅行が海外旅行を抜いた。国内の旅行取扱額と海外旅行取扱の差は近年縮まってきている。旅行業者にとって、いかに安価で魅力的なパックツアーを多様に提供することが重要になり、一方で海外旅行へは価格だけではない内容の充実さが重要になってきていると考えられる。

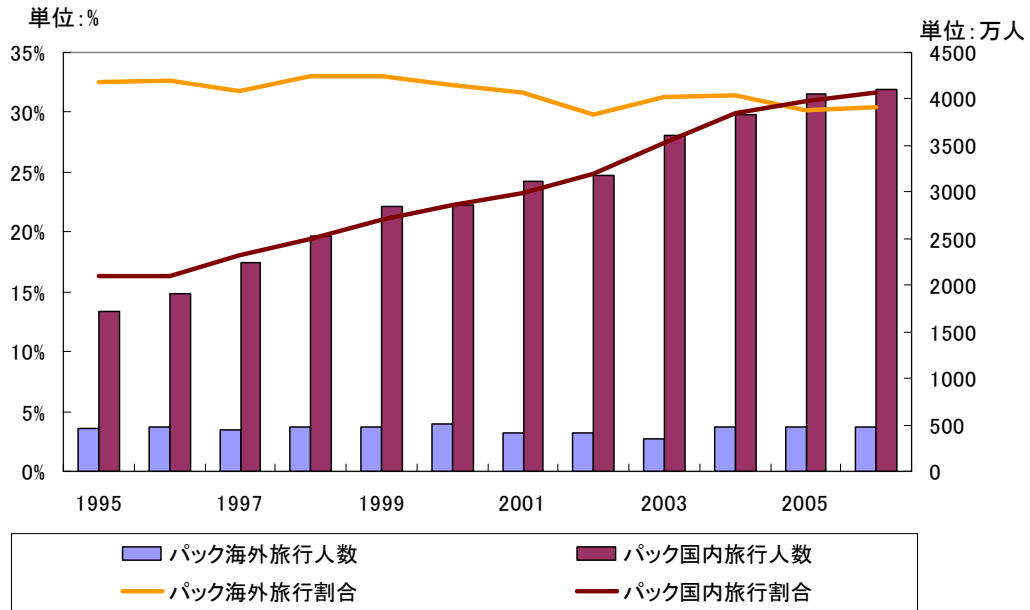
図表2-9 旅行取扱額



出典：「主要旅行業者 50 社の旅行取扱状況速報」。

⁵ ウィキペディア「パッケージツアー」(<http://ja.wikipedia.org/wiki/>)。

図表2-10 パック旅行取扱額割合と
パック旅行者数



出典：図表 2-9 に同じ。

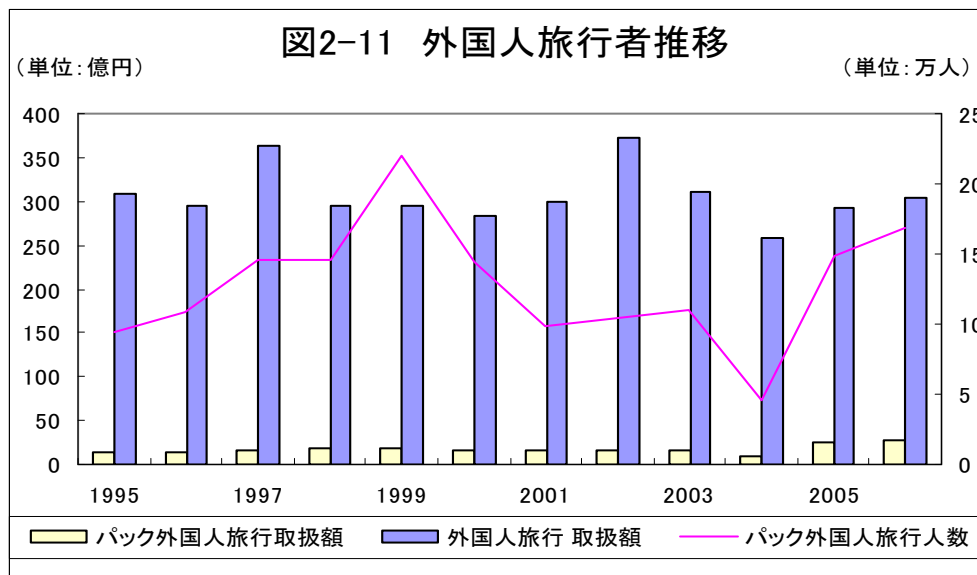
図表 2-11 は外国人旅行取扱額の詳細を示している。訪日外国人の取扱人数は 2006 年では約 17 万人である。これは全体取扱人数の約 0.4%で、取扱額は 0.2%未満になる。

外国人入国者数は毎年上昇傾向にあるが、取引額自体は伸び悩んでいる。潜在的な需要はあるが、訪日外国人が日本国内の企画旅行を利用する形態が備わっていないのが現状である。国内では利用割合が高いパック旅行だが、外国人旅行ではわずか 1 割にも満たない。

ここ近年 J T B など一部の旅行業者は、訪日外国人向けの旅行サイトを開設している。その内容は厳選した宿泊施設の紹介、豊富なツアーコースの設定、観光・イベント情報などの掲載である。電話・オンライン予約ができるようになっており、英語の以外にも韓国語、中国語のサイトも展開するなど利用のしやすさを計っている⁶。将来的に外国人取扱規模の拡大を目指している。

2003 年には、政府がビジット・ジャパン・キャンペーン (V J C) が開始され、訪日外国人は右肩上がりに増加している。外国人旅行者向けの募集型企画旅行の確立が旅行業者にとって一層重要な課題になってきている。外国人旅行者向けのプランの充実、積極的な PR による訪日外国人旅行者への呼びかけが、今後の観光収入の拡大に大きく繋がってくるであろう。

⁶ J C A S T ニュース, 2007 年 4 月 3 日 (<http://www.j-cast.com/>)。



出典：図表 2-9 に同じ。

2.2.2 宿泊業の収益性

図表 2-12 は、1989 年より 5 年ごとに日本全国の旅館とホテルの財務状況を調査し、まとめたものである。これにより宿泊施設における問題点を明らかにし、改善点を探りたい。

ここで注目したいのは、事業所数の減少と収入金額の増加である。この一見相反する現象の要因は、1990 年代はじめに起こったバブル崩壊にあると考えられる。これにより、採算の合わなくなった施設は倒産を余儀なくされ、自ずと大型の施設が生き残ることとなったのである。また、同じグループ内であっても、採算性の低い施設を削り、主要な施設に特化する、あるいは合併し大型化する、などといった「選択と集中」が行われてきたのである。

このことは、事業所数が減少した一方で、従業員数や経費総額はさほど減っていないか、むしろ増えていることからもうかがえる。つまり全体の流れとして、これまで分散していたマンパワーとお金の一つの場所に集中し、その結果サービスの向上と設備の充実化が図られたということである。それがより施設の魅力を高め、さらなる集客率の上昇に繋がったのであろう。

また、収入増のもう一つの要因は、前項でも示したように、旅行会社のパック商品の充実化である。これによって施設の低コスト化が生じ、旅行客が増えたのである。これは、手軽に旅行したいという顧客のニーズや意識の変化を見事に捉えたということであろう。では、この収入効果はどこに現れ、どこに期待を見出すことができるのだろうか。観光におけるその効果をみる。

例えば、北海道富良野市は外国人旅行者を対象にした観光政策が実施された。3・4 年前は観光客の外国人が占める割合は 1%を下回っていた。しかし現在は 10%を上回る。オース

トラリアからの観光客は4年前、年間で250人だったのが2007年は6000人に急増した。富良野市は、中心地とスキーリゾートの中にあるすべての看板を英語・ハンゲル・中国語・広東語表記に変えた。また英語・ハンゲル・中国語が流暢な職員を配置した「情報センター」を設置した。ホームページと各種の案内資料も言語別に用意した。そしてリゾート地から7キロ離れた中心地を結ぶ無料シャトルバスを毎日往復運行している。昨年冬だけでも年1万1000人の外国人観光客がこのバスを利用した。⁷

このように富良野市の他に九州・秋葉原など、各自治体は顧客のニーズを考えたサービス提供によって外国人旅行者を増加させることができる。

実際に日本政府は、2003年4月「ようこそ JAPAN」というキャッチフレーズを掲げ「観光立国」政策を実践してきた。国土交通省は航空会社・鉄道会社・旅行会社所属の民間人を大挙に招待し「ビジット・ジャパン・キャンペーン事務局」を設置した。そして地方自治体と連携した斬新でさまざまな外国人誘致案を作った。良いアイデアを提示した地方自治体には49%以下の範囲内で政府が補助金を支援した。昨年は200カ所を超える地方自治体にこの助成金が交付された。

日本国際観光振興機構は、2008年1月28日「昨年、日本を訪問した外国人旅行者は前年に比べて13.8%増加し、834万人の史上最高を記録した」と発表した。外国人旅行者が日本で使った金額は20.2%増の1.36兆円に達した。これからも政府、地方自治体、観光業界が三位一体となり、外国人がより気軽に日本を訪れるよう努力する必要がある。そうしてサービスの向上と日本の伝統の心に触れたいという要望に応えることが、更なる外国人旅行者の増加に繋がるのである。

図表2-12 旅館・ホテルの事業所数・従業者数・収入金額・経費総額・設備投資

旅館・ホテル					
	(単位 数)	(単位 人)	(単位 100万円)		
西暦	事業所数	従業者数	収入金額	経費総額	設備投資額
1989	69,051	731,553	5,819,526	4,887,459	1,098,946
1994	66,752	785,280	7,632,941	6,718,807	926,902
1999	60,426	861,055	9,204,736	8,062,450	697,657
2004	52,156	693,091	…	5,743,205	243,119

出典：「サービス業基本調査報告」。

今後の国内旅行は、劇的に変化する可能性は低いと考えられる。つまり国内市場のみでは、地方活性化を図ることは困難である。21世紀の観光改革では、今まで獲得に力を入れてこなかった海外顧客の獲得を目指す必要がある。新たな取り組みを実施していくことで、今まで縮小してこなかった大都市と地方の所得などの格差縮小への試みが、今までの大都市中心の成長の流れを打破するきっかけにつながるのではないだろうか。

⁷ 『中央日報』, 2008年1月30日。

3 地域の観光

3.1 沖縄県

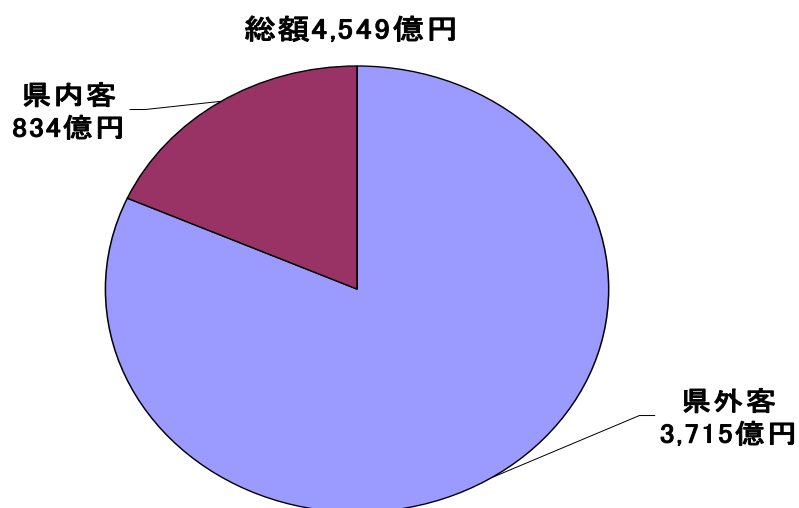
沖縄県には独特の気候・風土に加え独自の芸能、食文化があり、それらは他県に類を見ないほど多様といってもよいだろう。日本にありながら異国を感じさせる沖縄県には季節を問わず毎年県内外から多くの観光客が訪れている。

3.1.1 観光産業による経済効果

2006年の入域観光客数は563万6900人と過去最高を記録、観光収入は初めて4000億円を突破した⁸。観光産業が沖縄にもたらす経済波及効果は6,903億円ともいわれており、これは沖縄県の県内生産額の11.7%に相当する規模である⁹。このことから沖縄県にとって観光産業が重要な産業だということがわかるだろう。ここでは、沖縄県の観光客の動向を探るとともに観光産業がどのような経済効果を生むのか考察していきたい。

2004年の入域観光客数は515万人、これらの人々が沖縄県内で消費した金額は4,549億円と推計される。このうち県外客が3,715億円と全体の約80%を占めており、県内客も824億円と比較的大きな割合となっている。観光産業が沖縄県にもたらす直接効果は4,105億円とされており、これに他産業の生産を促す効果を加えた生産波及効果は6,903億円となる、これは沖縄県の県内生産額の11.7%に当たる金額となっている。

図表 3-1 観光収入の内訳



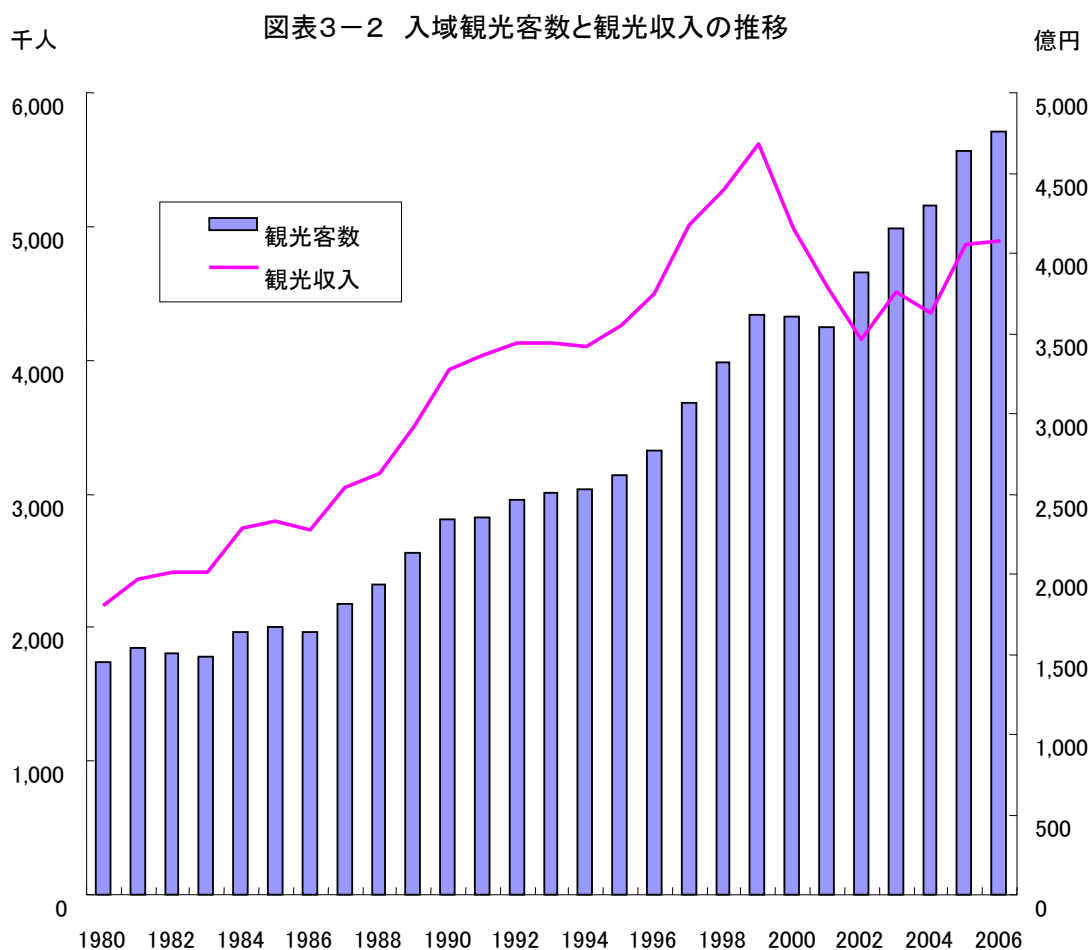
出典：「沖縄県観光要覧」。

⁸ 『沖縄タイムス』2007年6月27日。

⁹ 沖縄観光ニュース。

3.1.2 観光の動向

図表 3-2 より、沖縄県の入域観光客数と観光収入の推移を見てみよう。入域者数は 1996 年頃から毎年伸び続けているのがわかる。80 年代後半に観光客数が増大し、県内のホテルでは客室不足という事態が発生した。これを解消するため 1991 年かりゆしオーシャンタワーホテル、92 年のラグナガーデンホテル、93 年リザンロワジュールホテルと県内では連続して大型ホテルが建設されたが、93 年から観光客数は伸び悩み、大幅なホテル稼働率低下に陥ることとなった。これは、円高による海外旅行者数が増加したことが原因であると考えられる。しかし、国内の旅行・航空会社によって「リカバリーキャンペーン」が打ち出だされ、観光産業の建て直しを図る結果となった。それが、1996 年以降の観光客数の伸び率につながったことに加え、独自の食文化や伝統・沖縄サミット開催により沖縄県への全国的な関心の高まりが過去 5 年間の観光客数の増加につながった結果である。



出典：図表 3-1 に同じ。

本土復帰を果たした 1972 年の入域観光客数は 44 万人、それから 34 年経った現在の観光客数は 500 万人を突破しており、これは沖縄県の観光産業が急速な成長を遂げた結果だといえる。その背景について考えてみよう。まず、第一に挙げられるのが沖縄県の観光産業

は 1975 年に開催された沖縄国際海洋博覧会を機に拡大していったということである。

それ以降 2005 年まで約 10 年のサイクルで低迷と成長を繰り返してきた。この 10 年のサイクルは「沖縄県観光振興計画」¹⁰の時期と一致している。第一次観光振興計画（1972～82 年）では、この間に海洋博覧会が行われ、成功している。第二次観光振興計画（1983～90 年）では海洋博覧会が成功したことから観光客数を 193 万人から 300 万人へと目標を掲げ、見事達成された。第三次計画（1992～01 年）は、入域観光客数 500 万人計画を立案。同時多発テロの影響により 443 万人と目標値には届かない結果となったが、ほぼ達成されたといっていいただろう。そして、現在の観光振興計画（2002～11 年）では、入域観光客数 650 万人を計画している。

図表 3-3 の目的別旅行・観光消費額の内訳を見てみよう。宿泊費が 1.445 億円と最も大きく、次に「買い物・土産費」、「飲食費」となる。買い物・土産費がやや伸び悩んでいる点が気になる。2004 年の入域観光客数の一人当たりの消費量は 70,490 円、この額は年々減少傾向にあったが、2006 年に観光収入が 4014 億 800 万円と 4000 億円を突破し、これにより一人当たりの消費量が 7 万 2297 円と前年より 0.5%増を達成し、平均滞在日数・飲食費・娯楽費もそれぞれ増加する結果となった。項目別の増加率は次の通りである。

平均滞在日数は 3.85 日（前年比 0.1 日増）、飲食費 14,512 円（10.1%増）、娯楽費 6250 円（2.7%増）。この中で宿泊費だけが 24.306 円（0.7%減）という結果を残した。宿泊費の減少については個人旅行が増加し、低価格ホテル・民宿の利用が増えている可能性が考えられ、飲食費の増加は平均滞在期間が伸びているのでそれに伴い増加したといえる。

図表 3-3 目的別観光消費額の内訳

宿泊費	1.445 億円
買い物・お土産費	966 億円
飲食費	818 億円
県内交通費	771 億円
入場・娯楽費	416 億円
その他	134 億円

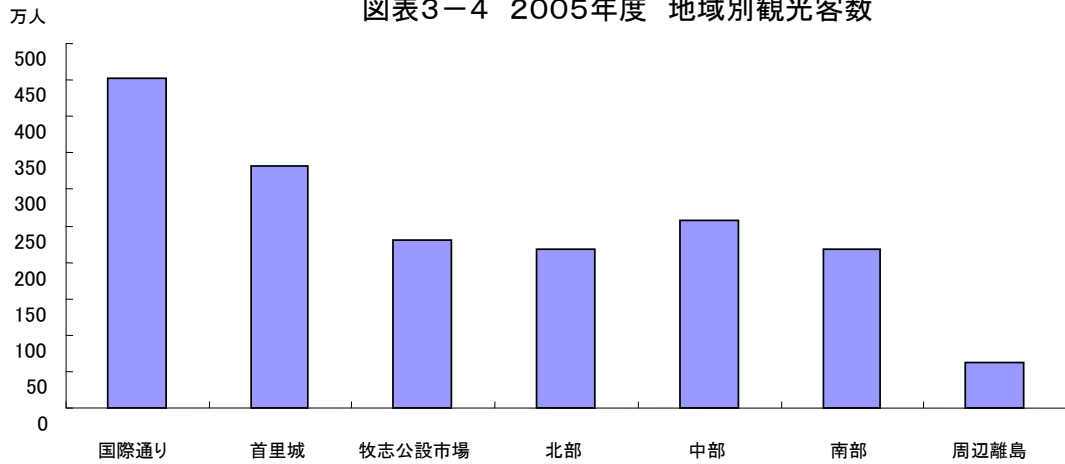
出典：図表 3-1 に同じ。

3.1.3 観光の分析

沖縄県を訪れる観光客の分析をしてみよう。県外客の多くは主に観光・ショッピングを目的として訪れている。那覇市内にある「国際通り」に県外客が集まる理由は、ホテルや土産物屋など商業施設が数多く立ち並んでいること、ゆいレールの開通により那覇空港から市内へ移動する時間と費用が軽減されたことが大きな要因である。

¹⁰ 内閣府沖縄振興局。

図表3-4 2005年度 地域別観光客数



出典：図表 3-1 に同じ。

3.1.4 今後の課題

観光産業は、観光収入を拡大して地域の GDP を拡大するのが目的である。沖縄県は 2017 年までに入域観光客数 1000 万人計画を打ち出している。その成功のためには、沖縄県の特異性を活かすことが重要であり、県外客もそれを望んでいる。ホテルやサービス業の質が向上すれば、観光客は増大する。観光業の発展に伴って他産業も伸びていけば沖縄県の経済成長にもつながり、失業率の低下を防ぐことができるだろう。沖縄県には現在十分な労働力がある、資本さえあれば観光施設・リゾート地の建設は可能なのだ、あとはサービス業に従事できる人材さえ確保できれば観光産業の発展につながる可能性もないとはいえない。また、沖縄県は車社会であるため交通渋滞が避けられない。バスやレンタカーを利用して観光する県内外客がほとんどである。交通渋滞を緩和するために交通網の見直しも今後の課題として考えるべきだといえる。

観光収入の面でいうと、沖縄県はプロ野球球団のキャンプ地となっており、2007 年 2 月の春季キャンプでは全球団の 3 分の 2 が県内でキャンプを行った。このキャンプによる沖縄県への経済効果は約 53 億 3700 万円となっており、これは沖縄の観光収入の増大につながるといえる。こうした、スポーツコンベンション地としての沖縄県という面を強化していくことによって、マリンスポーツやレジャー、ショッピングなどの他にも沖縄の魅力を全国に PR することができ、沖縄は観光産業をより飛躍させることができるだろう。新しい魅力を生み出すことが今後沖縄の経済成長に必要であると考えられる。

3.2 新潟県

新潟県は日本海に面している県であり積雪地帯にある。その為、夏は海水浴、冬はスキーなどの季節ごとの観光が盛んなことが特徴である。しかし、近年地方の観光業は伸び悩んでおり、県外からの観光客数は停滞している。新潟県の観光の停滞の原因を探り、問題点を浮き彫りにさせたい。

3.2.1 観光の動向

まず初めにここ 10 年間の県外客入り込み推移を見てよう。図表 3-5 は全体の県外客入り込み数と、1999 年から 2005 年までの県外のスキー客の推移である。全体の県外客は年々減少をしている。1995 年の県外客は 3540 万人、2005 年は 2486 万人であり、この 10 年で 1000 万人程度の県外客が減少している。

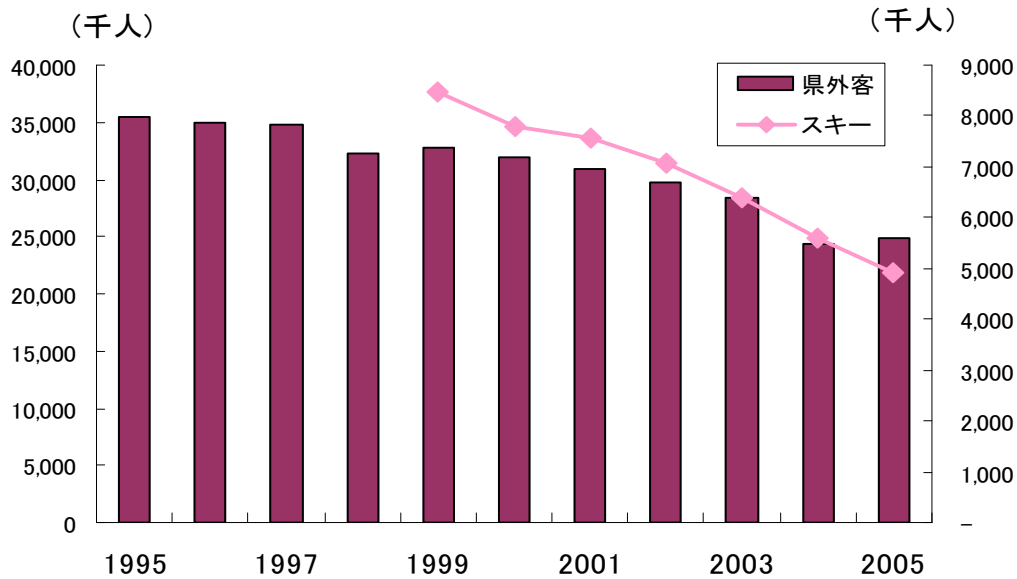
目的別に見ると、スキーに次いで多いのは産業観光、温泉、自然景観、海水浴、まつり・イベントの順となる。しかし観光客の大部分がスキー目的であり、その他の目的観光に大きな差はない。2005 年の新潟県の温泉地数は 151 地であり、北海道・長野に続いて、全国第 3 位である。¹¹温泉などの宿泊施設は高級旅館から低価格旅館まで豊富にあり、自然景観にも優れている。スキー以外の観光資源が県外客に広く認知されていないことが挙げられる。また、まつり・イベントに関しては、近年中越地震復興のイベントが行われており、上昇傾向にある。

スキー目的の観光客が、県外客数の最も多くを占めているが、1999 年以降を見ると、スキー客数は著しく下降しており、6 年間で約 4 割の減少を見せている。スキー目的以外の県外客はほぼ下降を見せずに横ばいであり、スキー客の減少が、県全体の観光客数を下げている大きな要因になると考えられる。6 年間のスキー客数の減少は全体の減少の 45%、約半分を占めている。

2004 年は昨年と比べて大きく減少しているが、これは中越地震による災害の影響を受けたものと考えられる。

¹¹ 「新潟県の温泉」。

図表3-5 県外客入り込み推移



出典：「新潟統計年鑑」。

県外客は県境付近の観光地に集中する傾向がある。また、スキー場が多い地域に集中していることも特徴だ。魚沼地方は山岳地域であり、スキー場が最も盛んな地域である。魚沼地方は関東地方からの玄関口に当たり、特にスキー客を中心として多くの県外客を受け入れている。

上越地方は魚沼地方に続きスキー場が多い地域だ。越後の中心として栄えた歴史的遺産・文化的風土など、豊富な観光資源を擁している。しかし冬場のスキー場入り込み客数は大きいですが、その他のシーズンは、ある程度の入り込みがあるものの、通年的なものとはなっていない。県境付近の山岳地域は豊かな資源に恵まれ、また世界有数の豪雪地帯で首都圏に近いことから、県外客を多く入り込んでいる。一方で岩船・胎内、阿賀野川地方の平野地帯は、温泉が多数あるものの県外客の入り込み数は乏しい。

以前は新潟県の観光を代表する観光地域だった佐渡島だが、1991年の121万人をピークとしてその後は漸減し続け、2005年には40万人まで落ち込んだ。主な佐渡島の観光資源としては佐渡金山やトキがあり、砂金取りやたらい舟などの多数の体験施設が観光者向けのスポットとなっている。また、海岸に囲まれている佐渡島は絶景スポットが多数あり、自然景観に優れている。文化資源や社寺・史跡が圧倒的に多いことも特徴である。佐渡には数多くの博物館、資料館などがあり、佐渡で育まれていた文化や芸能を大切に守り、受け継いでいる。佐渡おけさ、相川音頭、鬼太鼓、人形浄瑠璃、能、そして無名異焼など多

彩であり、人形芝居は重要無形民族文化財に指定されている。¹²

しかし、現在はこれらの観光資源が生かしきれていない状況にあり、その誘客活動も乏しい。海水浴や登山などのアウトドア観光から、文化資源や社寺・史跡などの佐渡の魅力を活かした多種多様な観光ルートの設定やPRで、佐渡の知名度の回復と、幅広い層の客の誘客を促進したい。

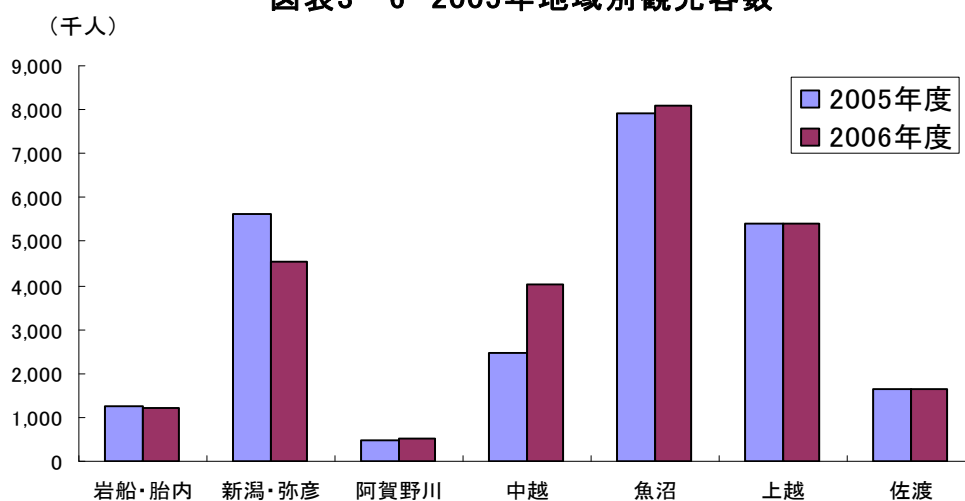
また県外観光客を出発地別に見てみると、圧倒的に関東地方からの観光客が多い。2005年の観光客の約6割を占めている。これは上越新幹線や関越自動車道により、関東地方からのアクセスが良いことが理由の一つと言える。

新潟県の観光客の半分以上を占める関東地方客だが、ここ10年間で約831万人が減少した。これは県全体の減少の約8割に値する。他の地方客に大きな変化はなく、関東地方の著しい減少が、県全体の観光客数に大きく影響している。

関東地方客に次いで中部、東北、北陸、近畿地方と続き、外国人観光客に関しては、2005年時点で全体の0.005%に満たないほど極僅かである。

減少した関東地方客の呼び込みと、国内客だけではなく外国人観光客向けのPRへの取り組みが、今後の課題になると考えられる。

図表3-6 2005年地域別観光客数



出典：図表3-5に同じ

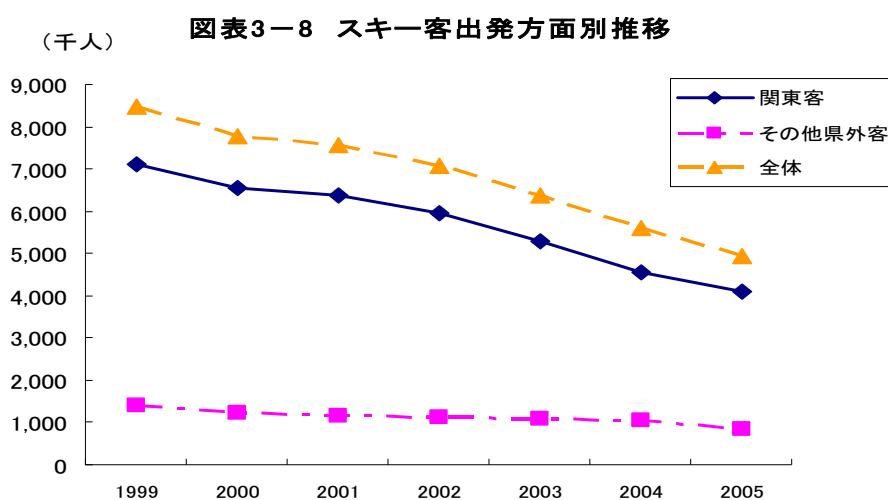
新潟県はスキーを主な観光地とし、関東地方客が最も多くを占めている。その関係について見てみたい。目的別で観光客の出発地別を見てみると、どの目的でも関東地方客が最も多くを占めている。外国人客の割合は最も少なく、その他の地方客も極めて少ない。

スキーに関しては、8割以上が関東地方客である。スキー場は上越新幹線沿いに魚沼・上越地方にあるため、関東地方客が多いと考えられる。スキー客の8割以上が関東地方客

¹²佐渡観光ポータルサイト「佐渡観光Navi」。

だが、1990年代後半のスキーブームが過ぎ去ってから、関東地方を中心としたスキー客数は年々減っている。6年間のスキー客の減少数は約356万人で、その中の約301万人は関東地方客の減少である。

少子化が進んでいることもあり、若年層のスキー客の誘導も、難しくなっている。さらに、スキー場の開業はその年毎の天候に左右されやすい。近年の暖冬の影響で、スキー業はますます屈強に立たされており、閉鎖するスキー場も出てきている。スキーだけの観光スポットではなく、その周辺地域の観光の活性化により、スキー業全体を盛り上げていくことが今後重要になってくる。



出典：図表3-5に同じ

3.2.2 さらになる振興を目指して

ここ10年間の新潟県の観光客の減少は、関東地方客を中心とした、スキー利用者の減少が大きな要因になったことを述べた。スキー場を主な観光資源とし、関東地方客に依存していた新潟の観光体制は崩れつつある。そのためスキー場の活性化を図ることが重要であるが、少子高齢化が進んでいる今日、若年層をはじめとするスキー人口の減少を食い止めることは極めて困難である。そのため、スキーだけではなく周辺の観光素材を含めた周遊型の観光振興を図ることが必要である。

それぞれの地域がスキーだけでなく、温泉、食を始め、自然、文化などのスキー周辺の観光素材を十分に活かすことでさらに付加価値を高め、スキー観光を推進していくことが望まれる。

個々のスキー場だけではなく、関連事業を含め、サービスの向上を図るとともに、周辺の観光素材を付加し、地域ならではのブランド・商品として魅力をさらに高めることが重

要になる。スキー観光の活性化を図るためには、ゲレンデから宿泊、レンタル、食事まで、個々の事業者が一体となった体制の整備が必要だ。

また新潟県は自然環境に恵まれ、あたたかい人情に触れられる点に高い評価がある。豊かな自然に加え、郷土料理や文化施設を利用した観光により、ふるさとを喪失した都会人に対する、ふるさと型・文化型観光により、減少した関東地方客の呼び込みを図る。佐渡の観光客は年々減少しているが、その特有の観光資源を活用した積極的な PR によって、県外客だけではなく外国人観光客の誘客促進も図りたい。そのためには、外国人向けの観光プラン、ガイドを充実させ、日本海に面する、ロシア、韓国、中国への航空手段を充実させることも重要だ。

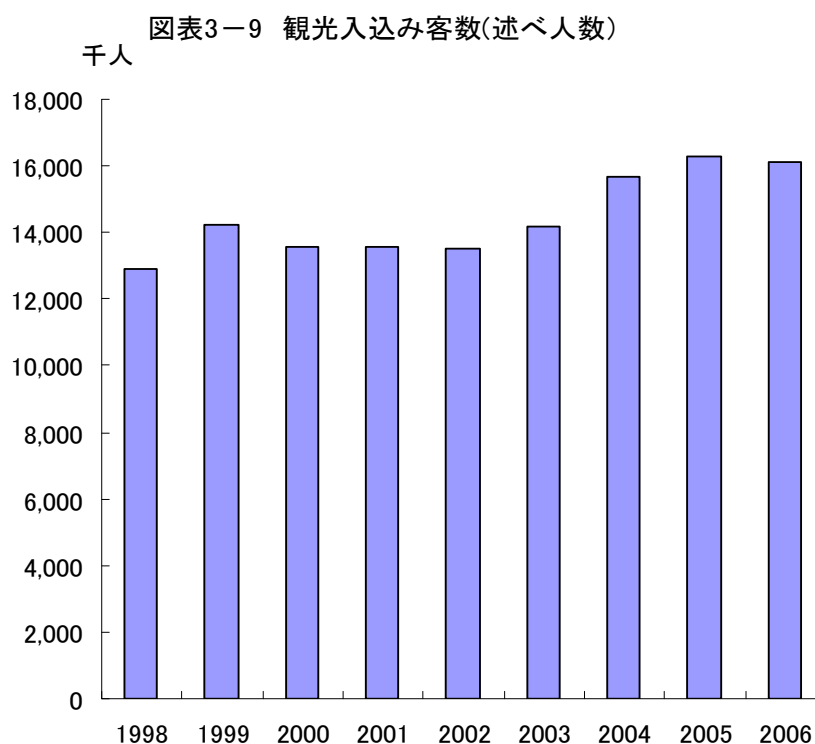
地域の素材を十分に活用した地元ならではのおもてなし、サービスを作り上げていくことが課題であり、こうした取り組みには、地域同士の連携と個々の観光事業が一体となった取り組みが不可欠である。

3.3 鳥取県

鳥取県は日本海に面し、水産物や自然に恵まれた県である。観光資源として有名な鳥取砂丘があり、スキーや温泉も楽しめる。最近では境港市が観光資源として注目されているが、県全体の観光客数は頭打ちになっている。ここでは過去の動向を見ながら新たな観光を提起する。

3.3.1. 観光の動向

1998年から2006年までの鳥取県の観光入込み客数を調べて見ると、1999年に大きく伸びたが、2000年には70万人も減っている。この原因は2000年10月に発生した「鳥取県西部地震」である。2003年から2005年までは上昇していき、その後は頭打ちになっている。



出典：[2006], 『平成16年(度) 全国観光動向』, 社団法人 日本観光協会。
「観光客入込動態調査平成18年度版」。

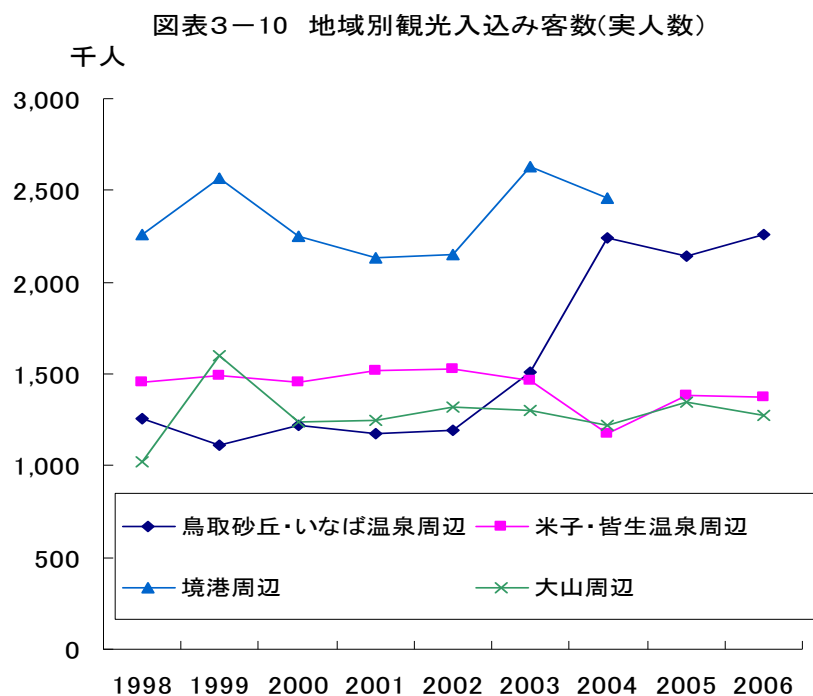
観光客が上昇してきた理由は新規施設のオープンなどの要因が大きく、低迷する国内旅行の人气が回復したわけではない。山陰地方では首都圏からの観光客を増やす取り組みや、県境を越えた圏域を一体的な観光圏と位置付け、観光振興を図る取り組みが行われている。

砂丘では、草原化によって国の天然記念物としての景観が損なわれないようにボランティアの手作業によって除草作業が行われている。その人数は年々増加しており今では年間延べ千人に上まわっている。このことから地域住民の「砂丘をきれいに守っていこう」という意識の高さがうかがえる。

境港市はゲゲゲの鬼太郎の作者の出身地であり、「妖怪大戦争」や「ゲゲゲの鬼太郎」の映画もきっかけとなり「水木しげるロード」や「水木しげる記念館」の入込み客数が伸びている。昨年のゴールデンウィークには22万人の観光客が押しかけ、代表的観光地である鳥取砂丘の12万人を抜き去った。

先行き不透明な経済情勢の中でどうしたら観光客を呼び込むことができるのか、鳥取県として長期的な展望に立って観光戦略を考えてみるべきではないか。頭打ちになっている観光客を伸ばしていくためにも新たな取り組みが必要である。

次に鳥取県の主な観光地から4つを取り上げて1998年から2006年までの入込み客数をグラフにした(境港周辺は2004年までしか資料がなく調査方法も違うため他の地域との比較は出来ない)。



出典：図表 3-9 に同じ。境港周辺は(www.sakaiminato.net/photolib2/P00717.pdf)。

注：境港周辺は水木しげるロード・水木しげる記念館・夢みなど公園・水産直売施設・海とくらしの史料館・宿泊キャンプ等が含まれる。

代表的な観光地である鳥取砂丘は2002年から上昇しており、2006年には最高客数の226万1千人を記録した。上昇している理由としてあげられるのが、鳥取県の代表的観光地である「鳥取砂丘」を活性化していくために、1999年から自治体や観光業者が中心となって行っている「鳥取砂丘新発見伝¹³」というイベント活動である。特に、2002年からスタートした砂丘周辺の木にデコレーションをつけてライトアップする「砂丘イリュージョン」は好評だ。クリスマスから年末年始にかけてのイベントとして、12日間で延べ8万3千人の入場者を呼んだ。

スポーツ面では、砂丘の斜面を利用して滑り降りるスノーボードならぬ「サンド（砂）ボード¹⁴」を楽しむ若者が増えてきている。すでに「全国サンドボード選手権大会」も3回開催されており、新たなスポーツとして注目され県外からの観光客呼び込みに期待がかかる。今後は、このように砂丘をただ単に観光資産としてPRするのではなく、それに新たな付加価値をつけることでさらに観光客の増加が見込まれると考える。

大山は1999年に一時上昇するが、また下降しそれ以降は目立った変化はなく停滞気味である。この大山では、80年代後半に「リゾート開発」政策として「ふるさと大山ふれあいリゾート構想」が計画された。このリゾート開発はゴルフ場やホテルが定番であり、「大山スイス村計画¹⁵」もその1つだった。しかし、このゴルフ場の開発中に遺跡が発見され、住民団体が中心となってゴルフ場開発反対運動を行い開発は中止された。今後は、スキーやスノーボード客を増やすことで観光客上昇がのぞめる。

境港周辺は2003年にピークをむかえ翌年には減少しているが、近年「水木しげるロード」という目玉観光地が注目されているので今後に期待がかかる。昨年10月には飲料メーカーの「コカ・コーラウエストジャパン」の全面協力を受け、市内に「妖怪自販機¹⁶」が設置された。この自販機には境港市観光協会主催の妖怪人気投票で選ばれた妖怪が描かれ募金箱としての位置付けがあり、観光客に妖怪をアピールするメリットもある。「境港市観光支援自販機」として、売上の二割が同協会の観光振興費に充てられる。

また、境港商工会議所の「ゲゲゲの鬼太郎・新ビジネスプランコンテスト¹⁷」の応募プランに基づく商品化第1弾として、市特産の弓浜緋（がすり）で作った「妖怪神社の御守り」が開発された。同商議所では、八月下旬から約一カ月半、鬼太郎と、市の特産である魚介やその加工品、弓浜緋とをタイアップさせた新商品の開発などのアイデアを募集。全国20都道府県とアメリカから80人計216件の応募があったことから鳥取県に対する注目の高さが窺える。

米子・皆生温泉は2004年に減少し、また回復したが以前ほどの入込み客数までではない。

13 『週刊ダイヤモンド』、7月28日号。

14 『週刊ダイヤモンド』、7月28日号。

15 松本正孝、[2005]、『遺跡保存運動のあしあと』、みどり印刷。

16 『日本海新聞』、2007年10月17日。

17 『日本海新聞』、2007年12月28日。

そこで近年、注目を集めているのがユニバーサル観光¹⁸だ。障害のある人や病気の療養をする人たちを受け入れて観光や温泉治療などを行う。県内には全国に知られた皆生や三朝などの温泉地があるが、こうした温泉地に全国から人工透析の患者を受け入れてはどうか、と県観光連盟の初代プロデューサーに就任したおそどまさこさんが提案している。県内には人工透析ができる病院が26カ所あり、自由に束縛されずに旅行をしたいと思っている障害者を受け入れるだけでも相当な経済効果が見込まれる。鳥取県が積極的に障害者を受け入れるようになれば、受け入れ可能な旅館やホテルなどの施設を全国に発信することもできる。人工透析の患者の場合には、ホテルや旅館などのバリアフリー化は必要なく受け入れ協力の看板とその気持ちがあればいい。これは、落ち込んだ観光を官民が団結して復活させようという取り組みだが、組織や体制を整備しても内容が伴わなければ観光客を呼び戻すことは難しい。バブル景気のころと変わらない温泉地や観光地に、ニーズが多様化した観光客が戻ってくるとは思えない。国内旅行以上に安くなった海外旅行と競争して観光客を呼び込むには他にはない鳥取県だけの観光の魅力づくりが不可欠だ。海外旅行が自由にできる時代になって障害者の中にも「自由に旅行を楽しみたい」という欲求は高まっている。今こそ新しい発想で鳥取県らしさを盛り込んだ観光戦略を考えてみるべきである。

次に2000年から2006年までの発地別観光入込み客数を調べてみる。入込み客数は県内客が最も多く次に多いのが中国地方と近畿地方である。2005年までは中国地方のほうが多いが、2006年は近畿地方が中国地方を抜いて多くなっている。中部地方は2006年に増加していることが目立つ。北海道・東北地方と九州・沖縄地方は年々減少傾向にあり、関東地方と四国地方は特に目立った変化はない。

図表 3-11 発地別観光入込み客数

地域名	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
北海道・東北	45	45	49	48	32	28	24
中部	186	186	218	243	172	191	334
関東	289	289	213	200	214	196	221
近畿	1,791	1,792	1,481	1,455	1,547	1,722	2,243
中国	1,795	1,797	2,191	2,385	2,341	2,192	1,714
四国	303	303	273	290	269	256	233
九州・沖縄	113	113	83	83	70	70	81
県内	4,076	4,080	4,278	4,480	4,575	4,523	4,346
計	8,598	8,605	8,786	9,175	9,220	9,178	9,196

出典：図表 3-9 に同じ。

¹⁸ 『日本海新聞』, 2005年6月6日。

今後、新たな観光客増加が期待されるのが韓国からの観光客だ。鳥取県は韓国に近いこともあり、週に3日、1日1便ずつ米子空港から仁川国際空港まで定期便が出ている。そのため、韓国の人たちにも鳥取県をPRすることで国内だけでなく海外からの観光客増加が望める。韓国の旅行関係者に山陰両県の観光を紹介する「山陰観光説明会¹⁹」も行われている。

3.3.2. 今後の課題

鳥取県はかつての「リゾート開発」政策が中止されたことにより、美しい自然が失われずにすんだ。結果的にゴルフ場開発から大山の自然を守ってくれたのはオオタカや遺跡だった。そのため今後は私たちがこの自然を守っていかなければならない。したがって、利益目的だけでリゾート開発を行うのではなく、鳥取県の魅力である美しい自然を生かしたリゾート開発が大切だと考える。

また、組織だけでなく民間企業や地域住民も協力し鳥取県らしい発想転換が必要である。一度訪れたらまた来たくくなるような観光地を目指しリピーター増加に努めることが観光客増加につながる。

現在注目されている境港市の観光効果は今後も期待される。映画「ゲゲゲの鬼太郎パート2」が今夏、公開されるため更なる期待がかかる。また地域の特産品とキャラクターを掛け合わせることで相乗効果となり新たな利益が生まれると期待される。

海外からの観光客として最も期待されるのが韓国からの観光客である。新たな観光客の獲得を目指し韓国にも鳥取県の良さをPRしていく必要がある。

現在でも鳥取県イコール砂丘というイメージが強く、ほかの観光地や特産品があまり知られていないが、今後はもっとたくさんの観光地が全国の人に知られ何度も訪れたくくなる県になって欲しい。

¹⁹ 『日本海新聞』, 2007年8月28日。

参考文献

<統計>

東洋経済新報社[1991], 『昭和国勢総覧』第1巻, 東洋経済新報社
社会生産性本部編[1991-2007], 『レジャー白書』, 社会生産性本部.
生活情報センター編[2007], 『余暇・レジャー総合統計年報 2008』, 生活情報センター.
新潟県商工労働部観光課編[2005], 『新潟観光統計概要』
新潟県[1990], 『新潟県観光振興基本計画』
社団法人日本観光協会[2006], 『平成16年(度) 全国観光動向』,

<ホームページ>

財務省統計局ホームページ「日本統計年鑑」, 「人口推計」
(<http://www.stat.go.jp/data/chouki/index.htm>)
日本政策投資銀行ホームページ「地域データベース」
(<http://www.dbj.go.jp/japanese/download/database/main.html>)
国土交通省ホームページ「観光白書」
(<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/kankou-hakusyo/kankou-hakusyo.html>)
国土交通省ホームページ「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅶ」
(http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha07/01/011225_4/01.pdf)
国土交通省ホームページ「主要旅行業者50社の旅行取扱状況速報」
(<http://www.mlit.go.jp/toukeijouhou/koutsu-toukei/index.html>)
法務省ホームページ「出入国管理統計」
(<http://www.moj.go.jp/NYUKAN/nyukan42.html>)
総務省ホームページ総務省「サービス業基本調査報告」(<http://www.stat.go.jp/index.htm>)
ウィキペディア(<http://ja.wikipedia.org/wiki/>)
沖縄県庁ホームページ「観光要覧」(<http://www3.pref.okinawa.jp/>)
沖縄観光ニュース (<http://www.sokuhou.co.jp/>)
新潟県庁ホームページ「新潟県の温泉」
(<http://www.pref.niigata.jp/seikatsukankyo/kankyo/a/onsen/1.html>)
新潟県庁ホームページ「新潟統計年鑑」(<http://www.pref.niigata.lg.jp/>)
佐渡観光ポータルサイト「佐渡観光Navi」(<http://www.sadokankou.gr.jp/>)
鳥取県文化観光局ホームページ「観光客入込動態調査平成18年度版」
(<http://db.pref.tottori.jp/bunkakankouhp.nsf/>)

<雑誌>

「イリュージョン、スポーツで集客力アップを図る鳥取砂丘」、『週刊ダイヤモンド』, 2007年7月28日号, p94.

<新聞記事>

嶋田裕光「産業・地域で成長格差拡大」、『日本経済新聞』, 2007年11月30日.

「“ようこそ JAPAN” 4年で結実…訪日外国人増加」,

『中央日報』, 2008年1月30日.

『沖縄タイムス』, 2007年6月27日.

「ユニバーサル観光」、『日本海新聞』, 2005年6月6日.

「米子ソウル便存続訴え 韓国で山陰観光説明会」、『日本海新聞』, 2007年8月28日.

「“妖怪自販機”が登場」、『日本海新聞』, 2007年10月17日.

「妖怪神社御守り新ビジネスプランコンテスト商品化1号」、『日本海新聞』, 2007年12月28日.