

中海・宍道湖経済圏における観光振興策

～「地域づくり健康診断」結果から～

日本政策投資銀行 松江事務所

平成17年9月

目 次

はじめに	1
1．中海・宍道湖経済圏の地域構造	2
(1)概況	
(2)経済圏の特色	
(3)中海・宍道湖経済圏の観光	
2．最近の観光を巡る動き	10
(1)最近の我が国の国内観光動向	
(2)観光地の勝敗を分けるもの～地域間競争の実態～	
(3)中海・宍道湖経済圏観光の現状をどうみるか	
(4)他地域事例の研究（金沢市）	
3．観光産業を盛り上げるために	17
(1)何故「観光」なのか	
(2)現状分析の必要性	
(3)今後の戦略と数値目標の設定	
付表	21

はじめに

平成 17 年 4 月 23 日出雲大社において、鳥取、島根両県にまたがる 20 の社寺仏閣による「出雲の国 社寺縁座の会」が、神仏霊場開きを営んだ。360 年振りに大社本殿において法楽が催され、行政の枠を超えた当地の「誇りある文化資源」の連携のひとつが具体化したのである。

近年、中海・宍道湖圏域では、このような観光に纏わる広域連携活動が盛んに行われはじめている。人の流れや経済活動において一体感の感ぜられる中海・宍道湖圏域では、地域資源を生かす「観光」の可能性に着目し、地域を訪れる観光客の目、外からの目を意識し始めた様々な取り組みが動き始めている。

このような中海・宍道湖圏域を対象として、日本政策投資銀行は、平成 17 年 3 月に「地域づくり健康診断」を実施した。「地域づくり健康診断」とは、本行地域企画部が行う、統計データを使った本行独自の客観的な地域分析に加え、地域の方々とのディスカッションを重ねることにより地域の課題と可能性を発見するプログラムである。

この「地域づくり健康診断」の中においても、中海・宍道湖圏域の一体性と山陰地域の集積地域としてのポテンシャルが明示され、今後の地域を支える産業のひとつとして、観光が有望であることが示唆された。

日本政策投資銀行松江事務所では、この中海・宍道湖圏域における「地域づくり健康診断」の結果をベースに、「中海・宍道湖圏を考える」と題する連載記事を 17 年 5 月 13 日から 7 月 1 日にかけて山陰中央新報紙上において掲載した。このレポートは、「地域づくり健康診断」とこれら記事を見直し、改めてとりまとめたものである。中海・宍道湖圏域の経済振興策の一つとして期待される観光振興の一助になれば幸いである。

平成 17 年 9 月
日本政策投資銀行 松江事務所

1 . 中海・宍道湖経済圏の地域構造

(1)概況

「地域づくり健康診断」(以下「健康診断」)のデータ分析の基本となるのは、都市圏(10%通勤通学圏)単位¹による地域の把握である。この分類による都市圏は、住民の居住・生活圏域の感覚と近いと言われており、分析する上でも他地域との横並びの比較を容易に出来る利点を持っている。

「健康診断」では、平成12年の国勢調査をベースにした都市圏分析を試みている。中海・宍道湖圏域を10%通勤・通学圏でみてみると、大きく松江都市圏、出雲都市圏、米子都市圏の3つの都市圏で構成されていることが分かる。さらに、これら都市圏の間にある平田市が、松江都市圏、出雲都市圏のいずれにも含まれていたり、米子都市圏に含まれる境港市が松江都市圏の周辺町村と都市圏を形成しているなど、3つの都市圏は相互に重なり合った構造を示しており、全体としてつながりを持った大きな中海・宍道湖経済圏を形成している。

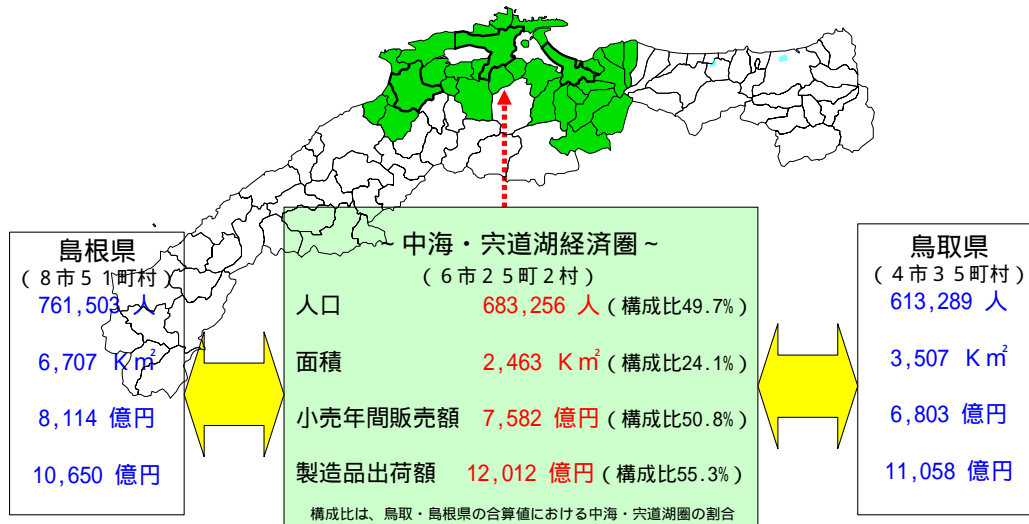
中海・宍道湖経済圏を構成するのは6市25町2村(平成12年時点)、人口は683千人である。圏域の面積2,463k㎡は、島根県と鳥取県とを合わせた面積の24.1%を占め、小売販売額、製造品出荷額はそれぞれ、7,582億円(構成比50.8%)、1兆2,012億円(構成比55.3%)と過半数を占める山陰地方の中心地域となっている(図1-1)。この人口規模を日本海側の主要都市圏と比較すると、新潟都市圏(人口991千人)や金沢都市圏(人口794千人)に匹敵する(図1-2)。中海・宍道湖経済圏は、中心都市が3つに分散はしているものの、圏域としての経済力はかなりな大きさを持っている。

次に、平成7年から12年にかけての雇用の増減と人口の流出入の動きから、最近の都市圏の成長力をみでみる(図1-3)。3都市圏とも雇用は減少しているが、人口は流入している。この時期、経済状況はあまり良くなかったとされているが、他地域との比較でみると、雇用は減少したものの人口は流入しており、当地域の状況は決して悪い状態ではなかった。むしろ、日本全体の中でみでみると、東京圏や最近元気と言われている名古屋圏と、同様の位置にあったのである。

このように、中海・宍道湖経済圏は全体として、相当の人口規模、経済力を持ち、なおかつ最近の人口動態からみれば、比較的優秀な動きを示している。しかし、将来を見据えた場合、既存産業の手詰まり感のある低位安定状態にあるとも言える状況であり、今後、成長のポテンシャルを持った新たな産業振興が必須となってきていると考えられる。

¹平成12年国勢調査による15歳以上の10%通勤・通学圏(中心市およびその市に通勤・通学している住民の比率が10%以上の市町村を合算したもの)。

図1 - 1 中海・宍道湖経済圏の経済力
～鳥取・島根両県との比較～



人口 2000年「国勢調査」、面積 2002年10月1日国土交通省国土地理院「全国都道府県別市区町村別面積調」、小売年間販売額 2002年経済産業省「商業統計」、製造品出荷額等 2001年経済産業省「工業統計」

注：中海・宍道湖経済圏については、3都市圏の合計から松江・出雲都市圏の両圏域に含まれる平田市のダブルカウント分を差し引いた数値。

図1 - 2 中海・宍道湖経済圏の人口比較

中国地方の都市圏(18ヶ所)人口:10%通勤通学圏(2000年度国勢調査)

- ・ 広島都市圏 1,772,911人
 - ・ 岡山都市圏 1,423,630人
 - ・ 福山都市圏 684,882人
 - ・ 倉敷都市圏 619,544人
 - ・ 下関都市圏 310,317人
 - ・ 松江都市圏 292,434人
 - ・ 呉都市圏 288,653人
 - ・ 周南都市圏 265,281人
 - ・ 宇部都市圏 258,283人
 - ・ 鳥取都市圏 249,385人
 - ・ 米子都市圏 246,052人
 - ・ 山口都市圏 197,339人
 - ・ 津山都市圏 183,462人
 - ・ 出雲都市圏 173,776人
 - ・ 東広島都市圏 163,011人
- (以下、岩国・和木15.6、防府13.4、倉吉10.8万人)

中海・宍道湖経済圏... 68万人

山陰の5都市圏計... 104万人

- ・ 松江都市圏 292,434人
- ・ 鳥取都市圏 249,385人
- ・ 米子都市圏 246,052人
- ・ 出雲都市圏 173,776人
- ・ 倉吉都市圏 108,342人

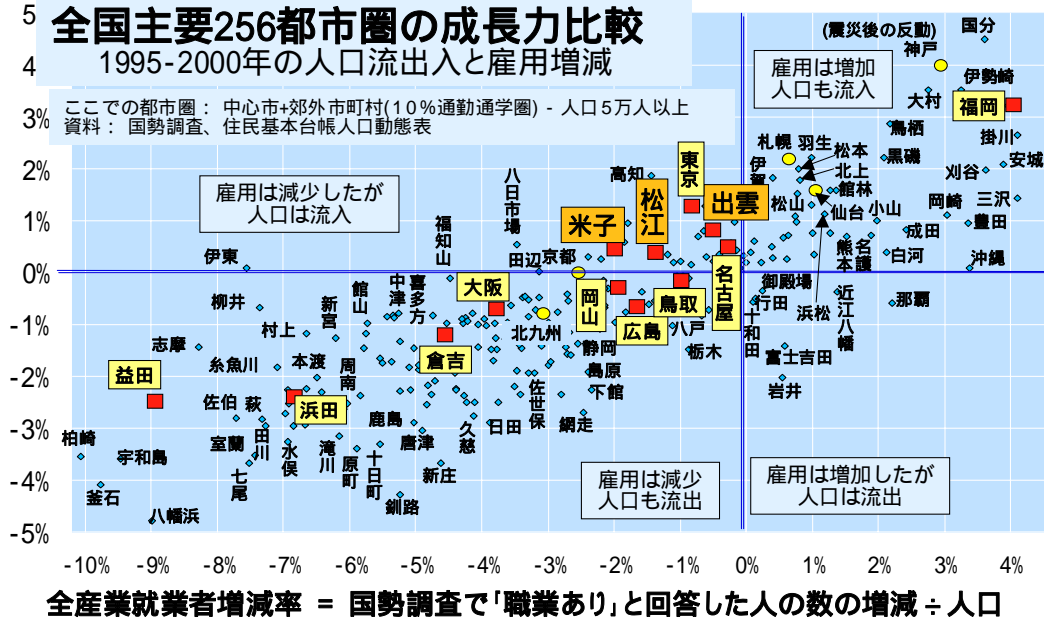
中海・宍道湖経済圏でみると、新潟、金沢都市圏に次ぐ人口集積

- ・ 新潟都市圏 990,617人
- ・ 金沢都市圏 794,044人
- ・ 富山都市圏 601,179人

図 1 - 3 主要都市圏の雇用増減と人口流出入

ここでの都市圏：中心市 + 周辺市町村 (2000年国勢調査に基づく10%通勤通学圏) - 平成合併前

$$\text{人口社会増減率} = (\text{転入者数} - \text{転出者数}) \div \text{人口}$$



(2) 経済圏の特色

経済圏の規模

中海・宍道湖経済圏について、日本海側の主要都市圏である、新潟都市圏、金沢都市圏と比較してみる。

まず、人口規模は、新潟都市圏、金沢都市圏をやや下回っているが、日本海側では3番目の規模となっている。また、3都市圏を含むこともあり、地域面積が比較的に広いので人口密度は低く、新潟都市圏、金沢都市圏の半分程度の277.4人/km²となっている。

次に、小売年間販売額(平成14年)をみると、中海・宍道湖経済圏の7,582億円に対し、新潟都市圏が1兆992億円、金沢都市圏が9,196億円となっている。人口一人あたりに換算すると、各都市圏とも110万円程度の同様の水準である。

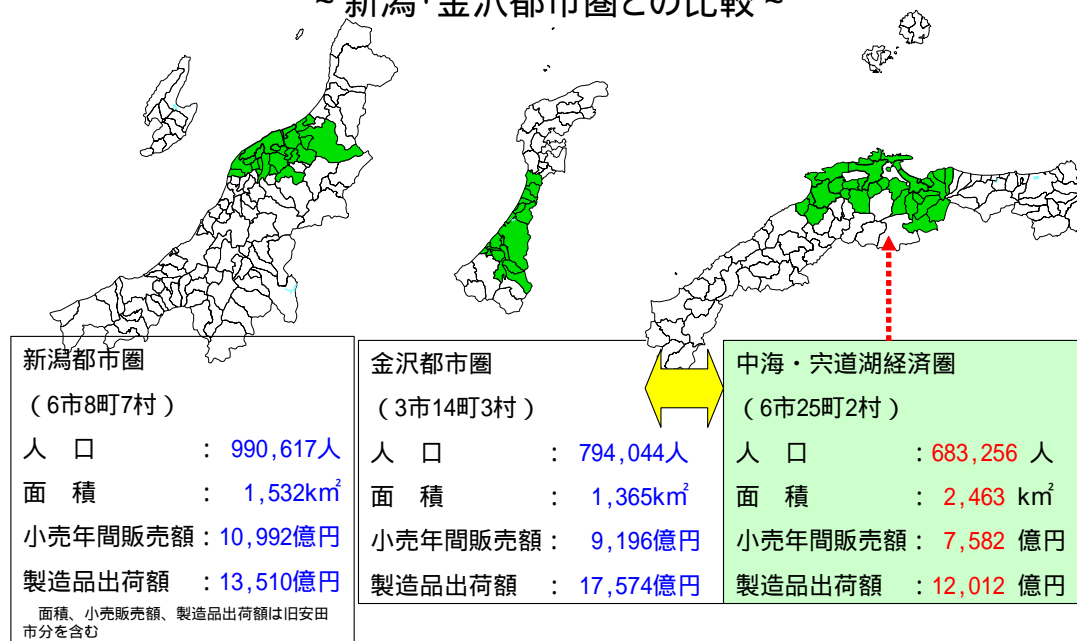
製造品出荷額(平成13年)では、中海・宍道湖経済圏の12,012億円に対し、新潟都市圏が13,510億円、金沢都市圏が17,574億円となっている。人口一人あたりに換算すると、中海・宍道湖経済圏176万円となっており、金沢都市圏の221万円には及ばないが、136万円の新潟都市圏を上回る水準となっている。

こうした日本海側では有数の経済力をもつ中海・宍道湖経済圏は、松江市、出雲市、米子市という3都市圏の集合体であることが特色として挙げられる。しかし、新潟都市圏や金沢都市圏のような絶対的な中核市街地集積を持っていないことは、特色である一方、地

域の一体感や都市圏のイメージ形成を阻害している側面もある。

例えば、中海・宍道湖経済圏において、松江から米子にかけての 20km×30km の範囲内に約 20 万人の業務人口を抱えるが、金沢都市圏では金沢駅を中心とする 10km 四方内に約 23 万人の業務人口が集積しており、集積度合いの違いは大きい。さらに商業面では、近年の郊外型の大型店の出店増加などに伴い、中核となる松江、米子などの既存の中心市街地は崩壊状態にあることを勘案すると、金沢都市圏や新潟都市圏と比較した場合、人口集積を必要とする都市型サービス業などの発展が充分ではない懸念がある。こうした現状を踏まえると、中海・宍道湖経済圏にあっては、三つの都市圏の連携の度合いを深め、経済圏の一体感を醸成し、機能分担を進めるなどして経済圏の発展に努めていくことが必要と考えられる。

図 1 - 4 中海・宍道湖経済圏の経済力比較
～新潟・金沢都市圏との比較～



人口 2000年「国勢調査」、面積 2002年10月1日国土交通省国土地理院「全国都道府県別市区町村別面積調」、小売年間販売額 2002年経済産業省「商業統計」、製造品出荷額等 2001年経済産業省「工業統計」
注：中海・宍道湖経済圏については、3都市圏の合計から松江・出雲都市圏の両圏域に含まれる平田市のダブルカウント分を差し引いた数値。

人口動向

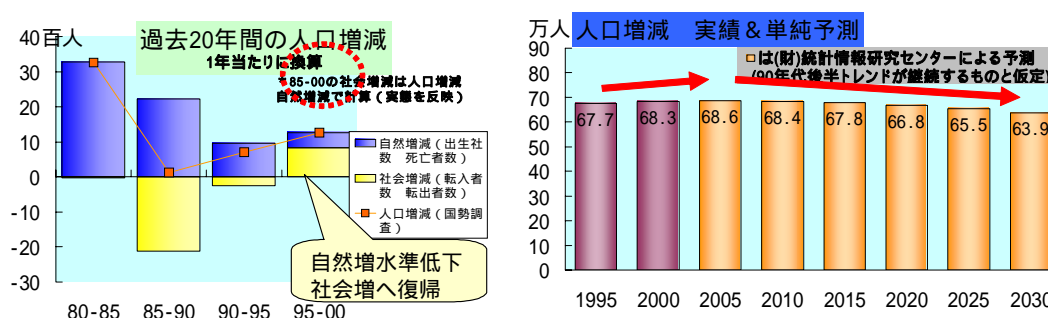
島根県は昭和 60 年頃、鳥取県は平成 2 年頃をピークに人口減少傾向となっているが、中海・宍道湖経済圏の人口は現在まで増加傾向を続けている。過去 20 年間の人口増減の要因をみると、自然増加の水準は年々減少してきているが、昭和 60 年から平成 2 年にかけて大きく増加した社会減少が、その後縮小し、平成 7 年から 12 年にかけては社会増加に転じている（図 1 - 5）。地域の中心として集積度合いが高まる可能性が高い、このような転出入のトレンドを元に今後を予測してみると、自然減少が進むことにより、圏域の人口は

平成 17 年の 686 千人をピークに減少に向かい、平成 32 年(2020 年)には、2.6%減の 668 千人になるものと予想されている。大きくは無いが、着実に人口は減少する可能性が高いと考えられる。しかし、これは、1990 年代後半の転出入トレンドを前提としたコーホート予測²であり、地域の魅力が無くなり転入者の割合が低下すると、より大きな人口減少に見舞われる可能性がある。

次に年齢別の構成変化をみてみると、平成 12 年と 32 年の比較では、15 歳から 34 歳の若年人口が 36 千人減少するとみられるのに対し、70 代以上は 41 千人増加し、人口の 5 人に 1 人以上が 70 代以上になると予想されている(図 1 - 6)。このような人口構成の変化は、地域の生産活動や消費行動に大きな影響を与えるものと考えられる。

このような人口の減少、少子高齢化の進展は、現在と同じ経済活動・基盤をベースとして考えた場合、その活力を鈍らせる可能性が高いものと考えられ、今から人口構成の変化に見合った経済社会の基盤造りを考えておく必要があるだろう。

図 1 - 5 中海・宍道湖経済圏の人口増減



松江都市圏：松江市、安来市、平田市、鹿島町、島根町、美保関町、東出雲町、八雲村、玉湯町、宍道町、八束町、大東町、加茂町

米子都市圏：米子市、境港市、西伯町、会見町、岸本町、日吉津村、淀江町、大山町、名和町、中山町、日野町、江府町、溝口町、伯太町

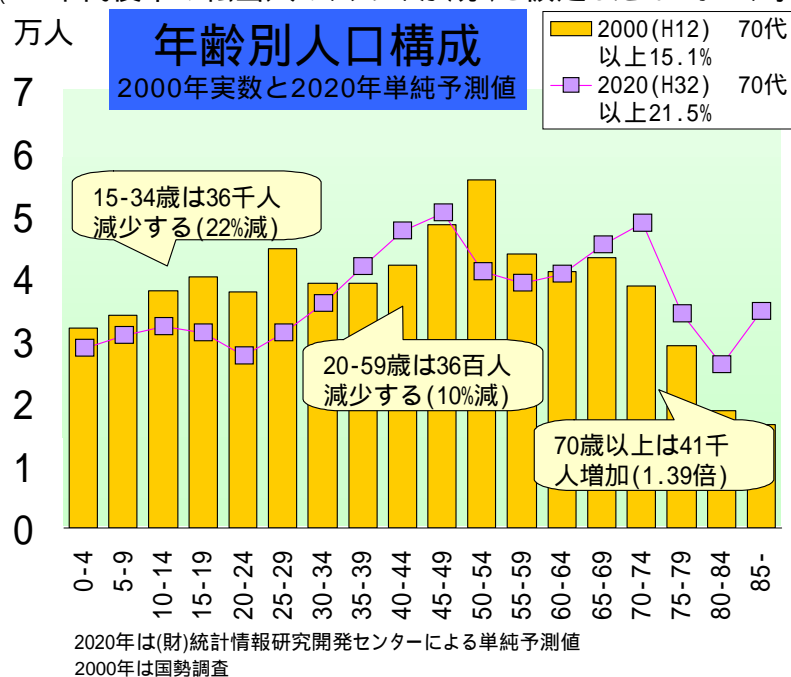
出雲都市圏：出雲市、平田市、斐川町、佐多町、多伎町、湖陵町、大社町

資料：国勢調査、(財)統計情報研究センター

注：中海・宍道湖経済圏人口については、3都市圏の合計から松江・出雲都市圏の両圏域に含まれる平田市のダブルカウント分を差し引いた数値。

² コーホート分析は、同年または同期間に出生した集団 (= コーホート) の時間変化を軸に人口の変化を捉える分析手法。人口変動要因を分析しやすく、地域人口の推計に多用される。

図1 - 6 中海・宍道湖経済圏の人口将来予測
(90年代後半の転出入のトレンドが続くと仮定したコーホート予測)



新しい移出産業創出の必要性

結局、今後の人口動向から見て、既存産業における雇用の伸びが期待出来ない以上、中海・宍道湖経済圏の発展のためには、外貨を稼ぐ新しい移出産業の創出が不可欠となる。

どのような産業を振興すべきかについて考えた場合、まず、農林水産業など第一次産業は、当地固有の地域資源の一つであり、安心・安全をキーワードとした農産物等の域外移出について期待出来るが、県内総生産に占めるウェイトは2.3%に過ぎず、大きな波及効果は期待しがたいだろう。製造業については、企業誘致や新産業の創造が期待されているが、これまでの当地の産業集積状況等を考えると今後の急拡大については不確定要素が多く、新しい移出産業として位置づけるには、今後の経過を見守る必要がある。建設業は、公共工事の縮減に伴い、他産業への転換が求められている。商業・サービスなどの第三次産業は、基本的には他の産業の発展に伴い発展するもので、商業単体での発展は期待しがたい。これらの点を踏まえると、魅力的な資源を持っており域外からの交流人口を呼び込むことが出来ること、また、幅広く他の産業への波及効果が見込まれることなど、「観光産業」は、振興すべき産業の候補となるだろう。観光産業は、当地においてこれまでも重要な産業の一つであったが、これまでみたような視点から、改めて20年後に備えた観光振興を考える必要がでてくる。

(3) 中海・宍道湖経済圏の観光

中海・宍道湖経済圏には、全国区クラスも含めた多彩な観光資源が豊富に存在している。神話の国出雲を代表する出雲大社や日本情緒の残る城下町松江などの歴史資産が残る一方、大山、日御碕などの、山、海の自然景観にも恵まれている。皆生、玉造といった温泉地もあり、また、最近では、境港の水木しげるロードが「妖怪」をテーマにしたユニークさで注目を浴びている。

これらの観光資源を背景に、松江市、出雲市、米子市、玉湯町、大社町（いずれも合併前）の合計の宿泊客はここ数年 220 万人前後で推移している。これは、金沢市の 210 万人（平成 15 年）に匹敵し、高山市の 140 万人（平成 15 年）よりも多い水準にあり（図 1 - 7）健闘していると言えよう。

このような当地の最近の主要な地区あるいは施設別の観光入り込み動向について、平成 11 年、13 年、15 年の間の増減を比較したのが図 1 - 8 である。

図の右側が、11 年から 15 年までの間に入り込みを増加させた地域・施設である。足立美術館は継続的な伸びを見せているが、松江市や玉造温泉は、15 年は 11 年より入り込み増加となっているもの、13 年以降減少傾向にある。一方、図の左側は 11 年から減少傾向にある地域・施設であり、松江しんじ湖温泉、皆生温泉、一畑薬師の減少幅が大きい。

このような動きから分かることは、10%以上の入り込みの増加をみせる地域・施設がある一方、10%以上の減少となっている地域・施設があるなど、地域内の動向は一様ではないことである。このような地域内の破行性のある動きは、最近の不況や大都市圏等からの交通事情だけでは説明することが出来無い。今後の当地の観光振興を考えるため、その要因を以下で検討していきたい。

図 1 - 7 中海・宍道湖経済圏の観光

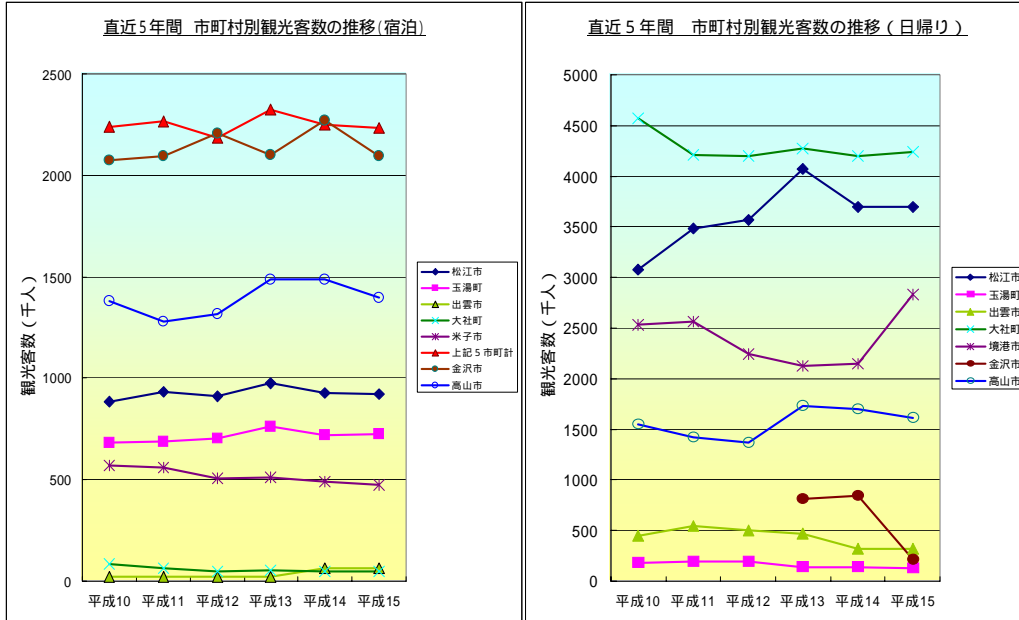
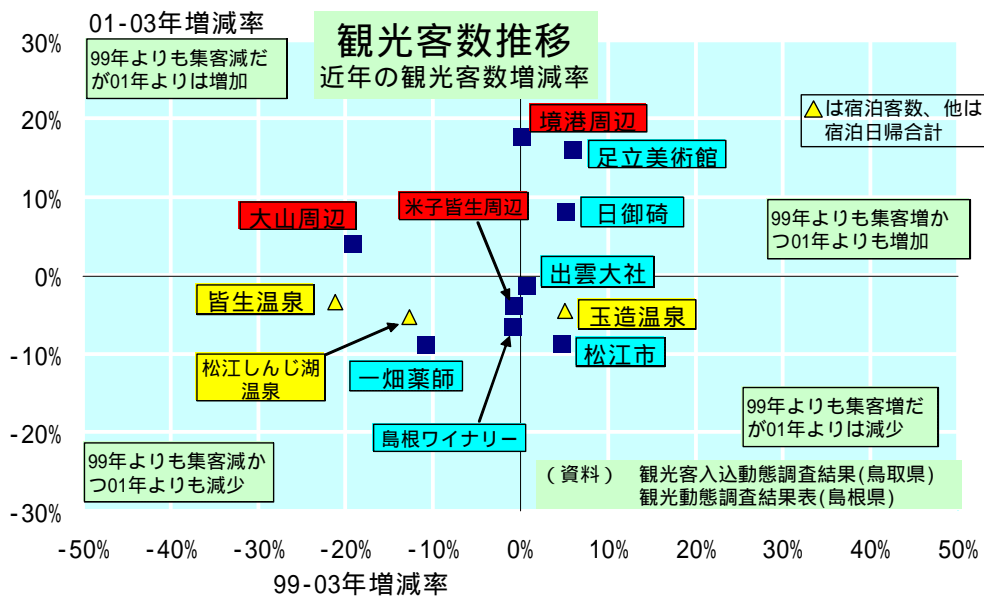


図 1 - 8 中海・宍道湖経済圏の観光



2 . 最近の観光を巡る動き

(1)最近の我が国の国内観光動向

最近、国内の観光動向に大きな変化が生じてきていると考えられている。現在、国の「Visit Japan キャンペーン」をはじめとして、国内各地で観光振興に向けた動きが活発化しているが、バブル期以降、集客減に悩んでいる観光地も多い。その一方で、着実に集客を伸ばしている地域・施設も出てきている。

観光白書（国土交通省）によると、平成 15 年の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は、2.01 泊と対前年度比 10%減少している。ピーク時平成 3 年の 3.06 泊と比較すると、現状は三分の二の水準に留まっている。また、旅行関連消費支出も長期減少傾向にあり、平成 4 年に 16 万円あった同支出は、15 年には、その 78%の 12.5 万円にまで減少している。

バブル崩壊後の不況やデフレの影響により、国内の消費支出は落ちてはいるものの、これらの指標にみるように 2 割～3 割もの落ち込みを見せてはいない。国内観光産業の不振は、不況の影響だけではなく、それ以外の観光産業固有の要因によってもたらされていると考える必要がある。したがって、景気回復だけをあてにしているだけでは、今後の改善は見込めない可能性が高い。

国内観光産業の不振の原因として、よく海外旅行の増加が引き合いに出される。確かに平成 15 年の海外旅行者数は、1330 万人と 9.11 テロや S A R S の影響もあり、前年比 19.5% の大幅減少となったが、それでも初めて日本の海外旅行者が一千万人を超えた平成 2 年よりも 20%以上多い水準にあり、国内旅行に影響を与えたものと考えられる。

さらに、東京などの大都市圏においては、街歩き自体が遊びの対象となっており、点に過ぎない観光名所に頼っていて、街の魅力に乏しい観光地にとっては大きな競合要因になってきていることや、携帯電話やインターネットにかかる情報関連支出の増加が、消費支出全体が伸び悩む中、確実に旅行関連支出を圧迫しているものと考えられる。

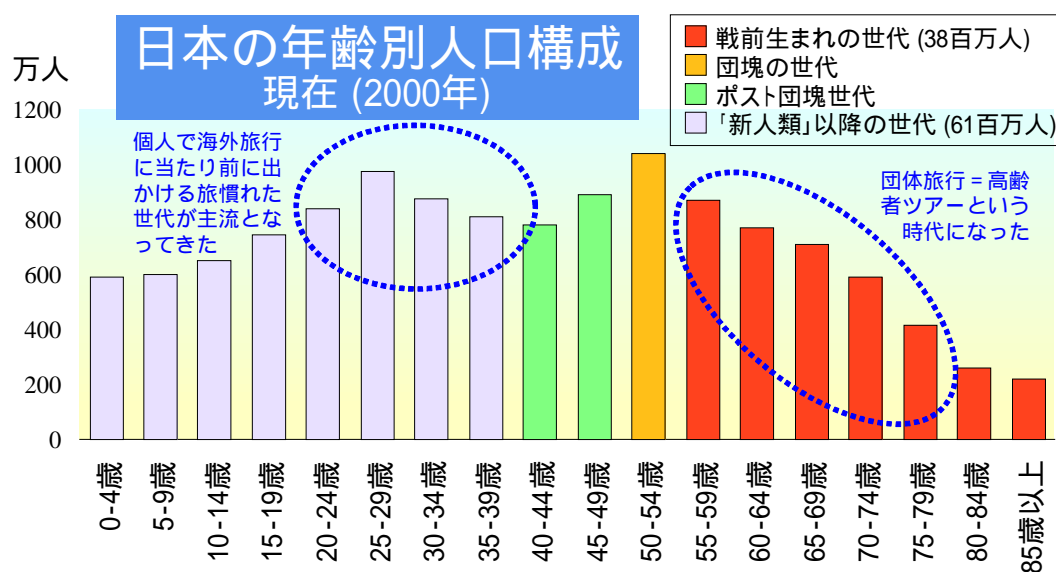
このように国内旅行は、海外旅行だけでなく、時間消費型の娯楽に関する消費支出の多様化という要因を競争相手としなくてはならなくなっている。例えば、平成 15 年に海外旅行者数が大幅に減少しているにも拘わらず、国内宿泊数も減少している。これは、国内旅行と海外旅行とは代替関係には無いことを如実に示している。消費者は旅行の行き先として、国内か海外かという選択をしているのではなく、海外の特定の先に行きたいと考えているのである。海外旅行の増加は、確かに国内旅行市場に影響を与えているが、それは、国内旅行の代わりに海外旅行をするのではなく、もっと広い選択肢の中の競争関係に基づいているのである。

こうした国内旅行の競争力不足の原因は様々考えられるが、その苦戦している要因については言えば、人口構造の変化からも説明出来る。

図2 - 1は、平成12年の日本の年齢別人口構成である。職場旅行など、団体バスによる国内旅行を好んだ団塊の世代より上の世代は、もはや人口の二割に過ぎない。団塊の世代は、夫婦旅行など少人数のグループ旅行へシフトしてきている。団塊の世代より下の世代は、昭和60年のプラザ合意以降の円高の恩恵に浴し、気軽に海外に出かけるようになった。さらに下の団塊ジュニアの世代は、学生時代からマイカーで行動し、海外でも格安航空券を駆使して自由旅行を楽しむ旅慣れた世代となっている。

このように人口構造からみて日本人の旅行の楽しみ方が多様化し、旧来型の団体旅行を好む世代の人口が少なくなっているのに対して、団体旅行に特化することによって成長を遂げてきた国内観光旅行業界は十分な対策を取ってこなかったのではないかと考えられる。従って、これからの観光業は、このような各世代別の行動様式の変化に対応していく必要があり、人口構成の変化などある程度予測の出来るデータを活用していくことが必要である。

図2 - 1 団体の減少を招いた世代交代



資料: 国勢調査

(2) 観光地の勝敗を分けるもの～地域間競争の実態～

国内観光旅行需要は確かに減少してきているが、一方で中海・宍道湖圏でもそうであるように、全国には着実に観光入り込みを伸ばしている地域も数多く存在する。

このような観光地の優勝劣敗を分けるものは何なのだろうか。観光地不振の理由につい

ては色々と言われている。例えば、大都市圏からの遠隔地において、主要都市との時間距離、二次交通の有無、交通費の絶対額など様々な意味で、交通の便が不振の理由とされている。確かに、消費支出が抑制傾向にある中、交通費のハンディは不振要因となる面もあるだろう。しかし、国内旅行と海外旅行が代替関係に無いことに現れているとおり、実は、そこが多少不便なところであっても、行きたいところに行くのが、今の世代の観光旅行の感覚なのである。また、価格の面でも、費用対効果が伴えば、交通費はある程度は許容されるのである。そして、このような考え方をする世代が多数派を占めつつある。

また、観光旅行に行きたいところには、何らかの観光資源があると考えられるが、それがどうしても行きたい観光資源かどうかを判断するのは、消費者である。国内観光旅行が他の娯楽に圧倒されている理由としては、観光資源の売り方が、ターゲットとなる消費者の嗜好の多様化に十分に対応していない可能性が考えられる。

そこで、統計データの比較的整っている、長野県の最近の観光入り込み動向を事例に検討してみる。

図2-2は長野県内の歴史・文化観光地別の入り込み伸び率を示したものである。バブル期の平成3年と13年の伸び率と、長野オリンピックが開催された9年とを13年の伸び率を比較している。

長野は東京から長野新幹線で100分（最短で85分）、小諸も佐久平で長野新幹線から乗り換えて約100分で到着する。松本は、新宿から特急で2時間40分、高遠、伊那はともにバスやローカル線に乗り換えて3時間程度かかる時間距離にある。乗用車による東京からのアクセス時間は、概ね小諸、長野、松本、伊那、高遠の順であることを勘案すると、図にみるような長野県内各地の入り込みの最近の伸び率を決めているのは、決して交通の便ではないと考えられる。

また、観光資源という観点からみると、例えば、長野市の善光寺や松本市の国宝松本城は最近の観光入り込みの維持・増加にはあまり貢献していないものと考えられる。

このような長野県の事例からみて、観光地の最近の動きを決めている要因は、交通の便やかつての観光資源ではないとすると、それは、各地が行ってきた消費者の嗜好変化に対応する努力以外の何ものでもない。これまで栄えた観光地には、それなりの観光資源を有しているはずである。それを、新しい時代に合った形で再びニーズに対応した演出が出来るかどうかは、地域の人々の熱意と工夫にかかっている。

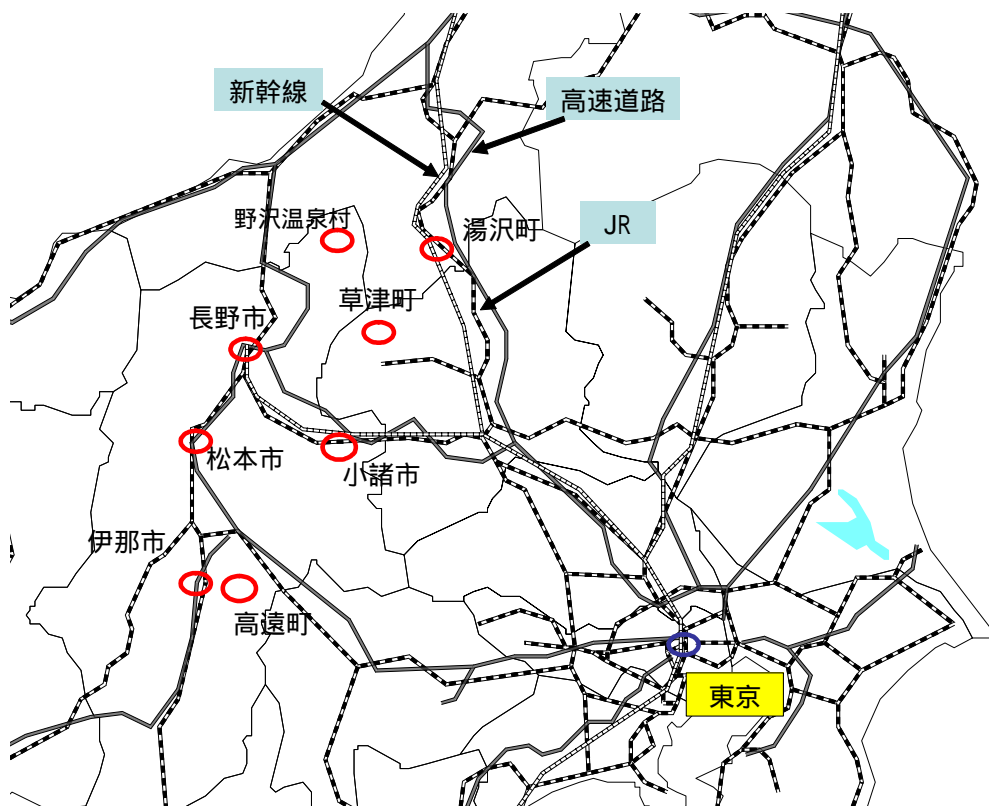
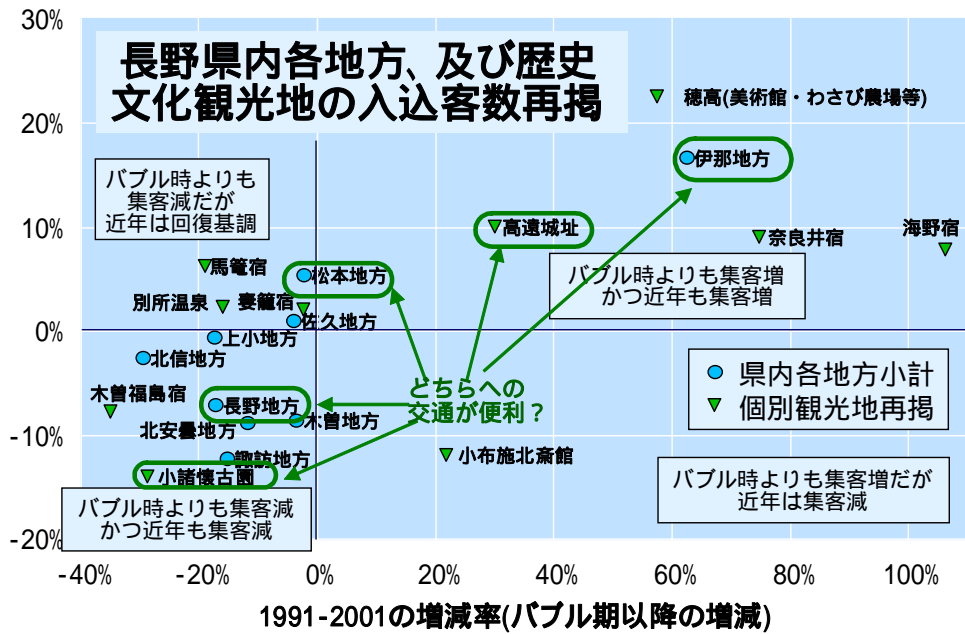
実は、中海・宍道湖経済圏の観光入り込み状況にも同じことが言えるのである。施設・地域ごとに入り込み状況が異なるのは、決して不況のせいだけではなく、需要に的確に応じることが出来たかどうか、あるいは、ニーズを把握し、広告・宣伝にどのような創意工夫がなされているかといった点の違いであると言えよう。

時代の変化に対応出来る、「考え方の世代交代」が必要な時代に入ってきている。

図 2 - 2 信州の観光にみる地域間競争

観光統計の整備が進んだ長野県を例にとっています

1998-2001の増減率(オリンピック以降の増減)



(3) 中海・宍道湖経済圏観光の現状をどうみるか

最近の国内観光の動向を決める要因としては、交通の便やかつての観光資源等の重要性が低くなってきており、かわりに消費者の嗜好変化にどのように対応出来るかが重要度を増してきている。そして、我が国全体の傾向としては、消費者の嗜好変化に十分対応出来ていない結果、国内観光の市場規模は縮小傾向にある。

このような全国の動向と比較すると、中海・宍道湖経済圏の観光入り込み数は横ばいで推移しており、むしろ健闘していると言えるだろう。これは、当地に大小様々な豊富な観光資源があり、かなり入り込みが落ち込んでいる観光地・観光施設がある一方で、足立美術館や水木しげるロードのように近年入り込みを伸ばしている所があるため、全国との比較の中では、地域トータルとしては新しい動きに対応し、観光地としての魅力を維持していると考えられる。

しかし、中海・宍道湖経済圏は今後、新しい移出産業として観光産業を振興していく必要がある、現状より一層の観光産業の発展が望まれている。横ばいでは不足なのである。そのため、現状の見極めをしっかりと行い、地域トータルの観光産業の伸張を図っていかなくてはならない。

まず、最近の入り込みが低下傾向にある業況不振の地域・施設については、不振の原因が本当に不況等なのか、それとも旧来型の団体客中心の観光から脱し切れていないためなのかなどを検証することが必要であろう。不振の理由を明確にすることにより、このような地域・施設は自らの資源を有効に使いながらどのように時代のニーズに合った魅力的な観光地・観光施設に作り替えていくかを、よりの確に考えていくことができる。

伸びている観光地・観光施設については、これを地域として支援・活用しているかどうかについて、現状把握する必要がある。例えば、観光地・施設間の連携（＝ネットワーク）について、増加している観光客を近隣の観光地にも回遊させるような仕組みが出来ているかどうかは検討の価値がある。消費者ニーズに基づき、観光地・施設同士の魅力ある組み合わせを考えることは、今後の入り込み増大に重要となつてこよう。

そして、こういった地域の取り組み状況・観光情報を消費者に的確に伝える地域トータルの効果的な情報発信・広告・宣伝について、チェックする必要がある。自らの資源の特色を理解し、誰に何をどうやって売り込んでいくのか地域全体の取り組みが必要となろう。

以上のように、国内の観光産業に起きていることを踏まえ、地域の現状を分析することにより、これから取り組むべき地域の課題は浮き彫りになってくる。

もちろん、当地域でも様々な取り組みがなされており、一定の成果を挙げているものも多い。そのことが、地域の観光入り込みを支えていると考えられる。しかし、今後、まだまだ大きな変化が予想される消費者のニーズについて、しっかりとした対応を行わなければ、新しい移出産業として育成・振興していくことは覚束ない。そして、その情報を地域で共有して地域のレベルアップを図っていくことが必要であろう。

例えば、各地の地域版のポータルサイトを比較した場合、九州地域など当地域よりも優れている事例は多い。ライバルに遅れをとらないためにも、各地の事例研究を進めることも重要である。

(4)他地域事例の研究（金沢市）

観光地金沢の現状

比較事例研究先として、同程度の経済規模であり、イメージの重なる部分も多い金沢の観光振興の動向についてみる。

金沢は江戸時代に加賀百万石の城下町として栄え、藩主前田家ゆかりの金沢城、兼六園や武家屋敷のほか、茶屋街や近江市場のような庶民文化も今に残している観光都市として有名である。また、泉鏡花など明治以降の文学の舞台ともなり、伝統工芸や食文化などの観光資源にも恵まれている。最近では、このような地域の伝統文化だけでなく、未来につながる創造をコンセプトに掲げた金沢21世紀美術館がオープンし、話題を呼んでいる。

観光入り込み動向は、NHKの大河ドラマ「利家とまつ」が話題となった平成14年以降反動減がみられるものの、平成6年の6百万人に比較すると15年は660万人と概ね好調に推移している。宿泊入り込みは、近年200万から230万人程度で推移しており、中海・宍道湖圏とほぼ同規模である。

観光地づくりはまちづくり

金沢の観光の特色はいろいろあるが、ひとつに東茶屋街に代表されるように、良く整備された町並みが挙げられるだろう。金沢は戦災に遭わなかったので、昔の町並みが良く残っているとされているが、そこには、町並みを残すための地域における様々な努力がなされている。金沢の町並みが残っているのは、観光地として整備したのではなく、「まちづくり」をおこなった結果なのである。

金沢市には、まちづくりに関する条例が17本あると言われるなど、町並みを残す上で行政が貢献した部分が多いといわれている。しかし、実は東茶屋街が観光客を呼ぶスポットになっている理由は、見た目の景観だけでなく、そこに生活があることがポイントになっているのである。まちが今も生きているのは、中身は変化してきている部分もあるものの、単なる観光客向けの飲食物販店、あるいは文化財としてだけでなく、地域住民・財界等が積極的に利用者となり、茶屋文化を残してきたが故に起きたことなのである。

このような地域におけるまちづくりは、東茶屋街のような昔の町並みと21世紀美術館のような近現代を共存させ、金沢にまち歩きの楽しさを与えている。金沢観光において、観光客は「面として金沢のまち」を楽しむことができるのである。

学ぶべきポイント

金沢から学ぶ点として、まず、まちづくりと観光地づくりとの関係は、大いに参考になるだろう。金沢で地域づくりが出来ているのは、地域住民をはじめとして、財界、行政、大学など様々な関係者が思いを同じにしていった結果と考えられる。中海・穴道湖圏において観光振興に取り組む場合も、地域住民を含めた「意識」を作っていくことが必要であろう。

また、金沢のパフレットの作り方や、イベントの開催など、全般的に広告宣伝やイメージ作りが巧みである。一般的にみて金沢の観光面における評価の高さは、このような見せる取り組みの成果とも言えるだろう。

しかし、金沢の観光も、周辺温泉地との連携などに課題が無いわけではない。金沢だけでなく他の様々な事例に学び、中海・穴道湖経済圏の良い面、悪い面について検討しながら、今後の観光振興についてどうするか考えていく必要がある。

写真2 - 1 東茶屋街の町並み



3 . 観光産業を盛り上げるために

(1)何故「観光」なのか

当地では、観光産業の振興に対して、「観光、観光とばかり、口にする」「利益を受けるのは、ホテル・旅館や土産物業者ばかり」「客が来て町が汚れる」「今のままで充分」といった声があがることがままある。

しかし、観光は「観光産業」と捉えると、農林水産業、食料品製造業、卸・小売業、不動産業、運輸・通信業、サービス業等の多方面の地域産業に多大な影響を与える産業であり、また、様々な付加価値を生むことの出来る「産業」であることも考慮すべきである。

冒頭のような批判をする人々は、「観光客が地域の外からやってくる」と言うことは、当地の「総合的な文化・経済力」に対する評価であり、魅力のないところに観光客はやってこないという単純な事実を認識すべきであろう。現在この地域は、「どうにかなっている」が、将来を考えた場合、今のままでよいのかを考える必要がある。今、何が評価されているのか、それは将来も評価されるのか、そして次の世代に何を残していかなくてはいいのか、当地の人が「その気になって」考えることが求められているのである。観光は、このように考える場合、外から見られたときの地域の魅力について考える切り口の一つとなる。

観光産業を振興するためには、まず、観光客に来訪してもらわねばならない。そして、来訪した観光客が自然と消費活動をおこなうように仕向ける必要がある。外から見て魅力がある総合的な文化・経済力をもつことを前提に、人口構造の変化を起因とする消費者ニーズの多様化に対応して、他の消費行動との競争に負けずに消費させるにはどうしたらよいかを地域として考えなくてはいいけない。

(2)現状分析の必要性

まず、ターゲットとする消費者に、この地域あるいは施設が観光地としてどのようにみられているのかを把握することが必要になる。

例えば、集客を伸ばしている足立美術館のような施設では、このようなニーズ把握に成功していると考えられる。周辺の観光地・施設がその客層を把握・分析し、ニーズに対応出来るのであれば、足立美術館と連携した誘客が可能になってくると考えられる。

また、統計データの活用も重要である。広島大学地域経済システム研究センターの調べ³では、中国地方に訪問する外国人の居住地別の割合をみると、他地域に比較してアジア系の

³ 「中国地方におけるインバウンド観光の現状と課題に関する調査研究」(平成 17 年 3 月)
広島大学 地域経済システム研究センター(中国経済連合会連携事業)

比率が少なく、欧米系の比率が多くなっている。この結果からは、小泉八雲の影響や最近の日本ブームで日本情緒が求められているといった推測が出来るが、本当にそのような理由なのかどうかを検証するとともに、重要なのは、このようなデータに基づいて、欧米系の訪問比率が高いという特性を伸ばすように対応するのか、それとも今後はアジア系が増えると考えて弱点を補うように対応するのか、地域自身で判断することである。

このように、地域の現状について様々な角度から情報を共有すると同時に、それぞれがターゲットとなるマーケットを明確にすることが必要である。次に、各観光地・施設が、それらの情報に基づく独自の判断により地域内で様々な「競争」と「連携」を行うことによってさらに多様性が生まれ、この地域を訪れた消費者のより多くのニーズに応えられるようになるのである。消費者のニーズに応えることが出来れば、リピーターの増加や消費の増加が期待出来ることになる。

そして、このような現状分析は個々におこなわれることになるが、その情報を地域内で共有することによって、地域としての一体感が醸成されていくことになる。さらに、観光地・施設のみならず、一般市民、行政、経済界など、様々なレベルで形にした地域としての一体感は、来訪者にも伝わるものである。つまり、観光客は、その地域の生活文化に触れることにより、一カ所ではなく、行く先々でニーズが満たされると感じるようになるのである。

そういった意味で、松江城の堀端で営業している「環（かえる）」という喫茶店・ギャラリーは興味深い存在である。築40年ほどの和風住宅をほとんど手を入れずに使っているが、喫茶室となっている8畳2間続きの和室と、三方を囲む3尺幅の広縁は程よい空間を確保しており、広縁越しに目に映る緑が心を和ませる。昭和中期というイメージコンセプトの下、床の間と書院とが作り出す余裕の空間、深い軒からこぼれる柔らかな光、ちょっと古めの調度品などが何とも言えない調和を見せていて、何となく心地よいのである。この松江の風情と似合っている空間は、若い世代から熟年世代までの幅広い客層にすこぶる評判が良く、木・金曜日営業のランチは予約無しでは食べられないほどである。つまり、観光客だけでなく市民が多数利用しているのである。ここは、世代交代が進み、観光消費の中核となりつつある、若い女性や世の奥様方の松江におけるニーズとは何かを考えさせてくれる、非常に魅力的な施設になっている。

この建物は歴史的な価値のあるものではなく、マンション建設計画があったものをお堀端という景観に配慮した松江市が買い取り、将来は市の歴史資料館に建て替えられる予定である。近々、この建物が壊されると聞くと客は一様に驚き、残念な思いを口にする。それは、やっと見つけた安らぎの空間への惜別の情にも思われる。この試みを糧として、よりよい施設が松江市の手により工夫・建設されることを期待したい。

他にもこの地域には、様々な取り組みが始まっており、注目に値する。6月には松江、米子、安来、境港の4市の商工会議所が中心となって、鳥取、島根両県の44団体が結集し「中海・宍道湖・大山圏域観光連携事業推進協議会」が発足した。中海・宍道湖を活用し

た新しい観光ルートづくり、観光情報の一元的な発信、温泉・美術館などのネットワーク化、地場産業を生かした体験型観光という、4つの専門部会に分かれて、広域的な取り組みを行っていく予定である。観光に対する、地域を挙げての広域的な取り組みが本格化することは大いに評価すべきであり、今後の成果が期待される。

また、当地域に数多ある神仏霊場を結ぶ「出雲の国 社寺縁座の会」は、出雲大社を第一の札所として、20の社寺を拝巡することを提案している。各社寺では拝巡の証として、朱印と護縁珠を授与され、20社寺全てを巡ると、首から提げられる護縁珠むすびが出来上がる寸法である。当地の誇りある文化資産の連携は、観光にとどまらない多方面への波及が考えられる。他にも、市民レベルでは、米子市に本拠を置くサッカーチーム「SC鳥取」が地域リーグで活躍しており、一体感を生むためにチーム名の変更も検討する必要があるが、地域のシンボルとして活用するようなことも考えられる。

いわゆる観光業者だけでなく、地域の様々な分野の人々が一体感を持ち、生活文化という共通の土俵に上がり、外（観光客）からの地域を見る目に対してどのように応えていくのかを地域内で競争し、あるいは連携する。そのことが、来訪者に地域資源の多様性を発見・認識させ、地域内の当初目的にはないほかの観光地・施設にも回遊させることに繋がるものと考えられる。

(3) 今後の戦略と数値目標の設定

観光にまつわるこのような活動は、広告宣伝とリンクすることが不可欠である。例えば、出雲大社や大山は、それが何県にあるのかは全く関係ない全国区の観光地であり、これらのイメージをどのように活用するか、また、周辺との連携にどのように繋げていくのかをまず考えることが必要であろう。また、各地の宿泊・入り込み状況の現状分析を進めることにより、広告宣伝する相手を絞り込むことも可能になり、さらにこれらの情報を、地域づくりと連動させることにより、より効果的な「観光産業」の振興が可能になってくる。

この地域の観光における産業振興は、現状の観光施策・対策が過去を代表する団体客向けではなく、今後を象徴する多様化する個人旅行者向けになっているかどうか、個々の施設の現状分析を含め、まずは総点検を行うことから始めてはどうだろうか。

そして、これらをデータとして把握し、その上で地域共通の数値目標を設定することが考えられる。例えば、「団塊の世代」をターゲットとする場合、退職した彼らのライフスタイルを想定すると、今まで以上に宿泊日数を伸ばす可能性が見えてくる。混雑具合や予算を考慮すれば、土曜日泊の1泊2日から平日を使った2泊3日へのシフトは充分起こりうるのである。従って、彼らをターゲットとする場合、連泊可能な宿泊スタイルを提案することが、当地の観光にとって重要な課題となってくるだろう。これは、宿泊施設だけの課題ではなく、観光客が滞在を増やしたくなる観光資源の演出や2次交通、広域的な案内システムなど、地域全体を周遊させる工夫が必要になってくる。

こうして、当地の宿泊客をさらに1泊宿泊（連泊）させることを目標とすると、現在の宿泊客 220 万人に対して、仮に宿泊単価を1万円として計算すると、 $220 \text{ 万人} \times 1 \text{ 万円} / \text{泊} = 220 \text{ 億円の消費増加効果}$ が試算される。滞在日数の増加による関連消費の増加も含めれば、さらに大きな消費が見込まれることになり、これらについても、個別の単価設定が出来れば、消費効果を試算出来る。このように数値目標（宿泊客の増加）を設定することは、観光産業の振興度合いを客観的に把握出来ることになり、達成期限を設けてその達成度合いのモニタリングをセットにした個別、具体的な観光産業振興方策を立てることが容易になるものと考えられる。

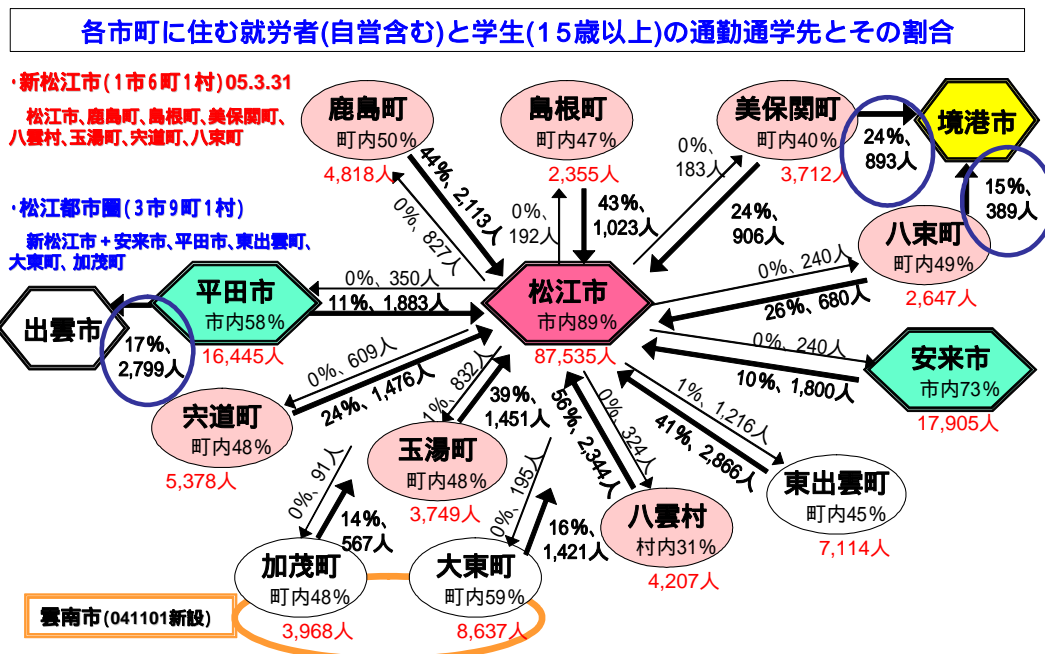
確かに、いきなり宿泊数を2倍にすることは困難かもしれない。しかし、個別の可能性や裏付けとなるデータを取り、併せて具体的な企画提言を積み上げていけば、例えば、現在の宿泊者 220 万人のうち団塊の世代の占める構成比分を目標とすることは全くの絵空事ではないものと考えられる。従って「団塊の世代の宿泊増加による宿泊客の 万人増加」という具体的な数値目標と達成期限については、地域合意の上で設定することは可能であろう。

繰り返しになるが、目標を設定するためには、まず基本的なデータの把握が必要である。その実態把握に基づいて、目標を立てることになる。そのベースとなるのは、地域内の各施設毎の努力による個別の積み上げデータである。まず、観光の現場に携わる人たちに、自分たちの相手にしている客がどういう属性や特性をもっているのかをデータとして客観的に把握してもらう必要があるだろう。そして、地域では、それらの情報をどのように集積し、地域として活用していくのかを具体的に考えなくてはならない。「中海・宍道湖・大山圏域観光連携事業推進協議会」をはじめとする広域的な各組織が、このような数値目標と達成期限を設定しながら、互いに目標を共有化し、連携しながら活動していくことを期待したい。

(付表)

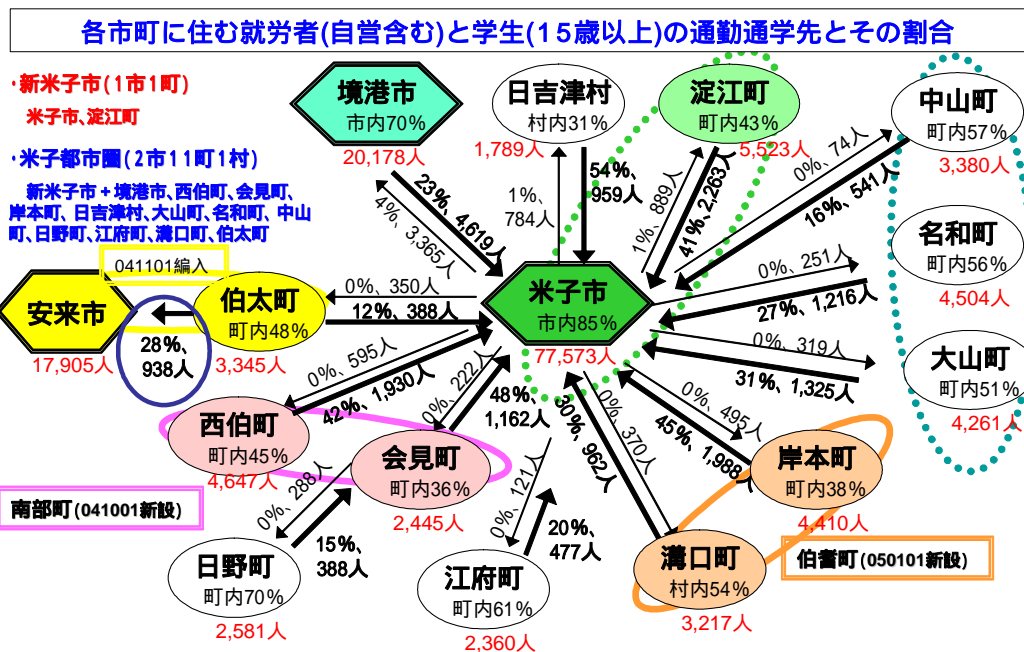
付表1-1 中海・宍道湖経済圏の地域構造(1)

～ 合併前の松江市を取り巻く状況～



付表1-2 中海・宍道湖経済圏の地域構造(2)

～ 合併前の米子市を取り巻く状況～



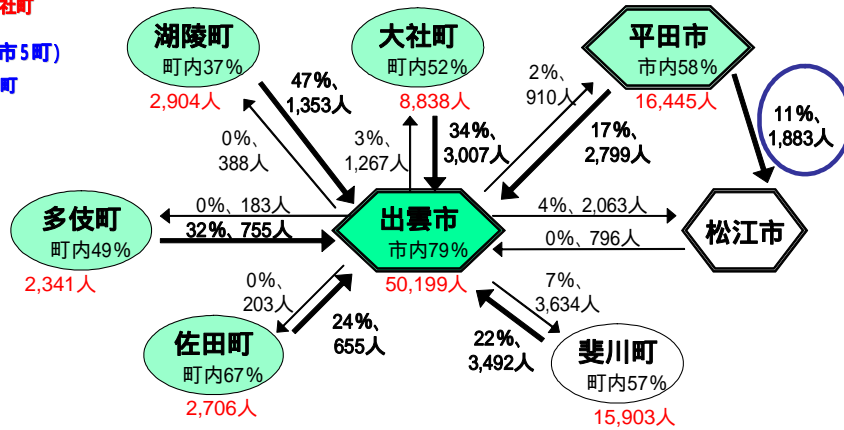
付表1 - 3 中海・宍道湖経済圏の地域構造(3)
 ~ 合併前の出雲市を取り巻く状況 ~

各市町に住む就労者(自営含む)と学生(15歳以上)の通勤通学先とその割合

・新出雲市(2市4町)

出雲市、平田市、佐田町、
多伎町、湖陵町、大社町

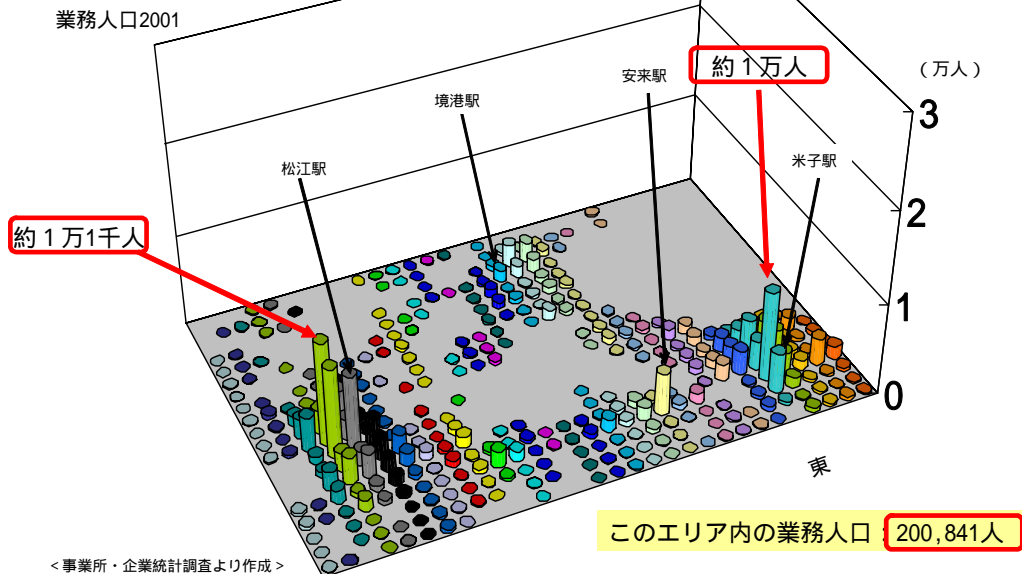
・出雲都市圏(2市5町)
新出雲市 + 斐川町



付表1 - 1 ~ 3 は 2000 年国勢調査ベース

付表2 - 1 中海・宍道湖経済圏人口
 2001年事業所・企業統計調査ベース

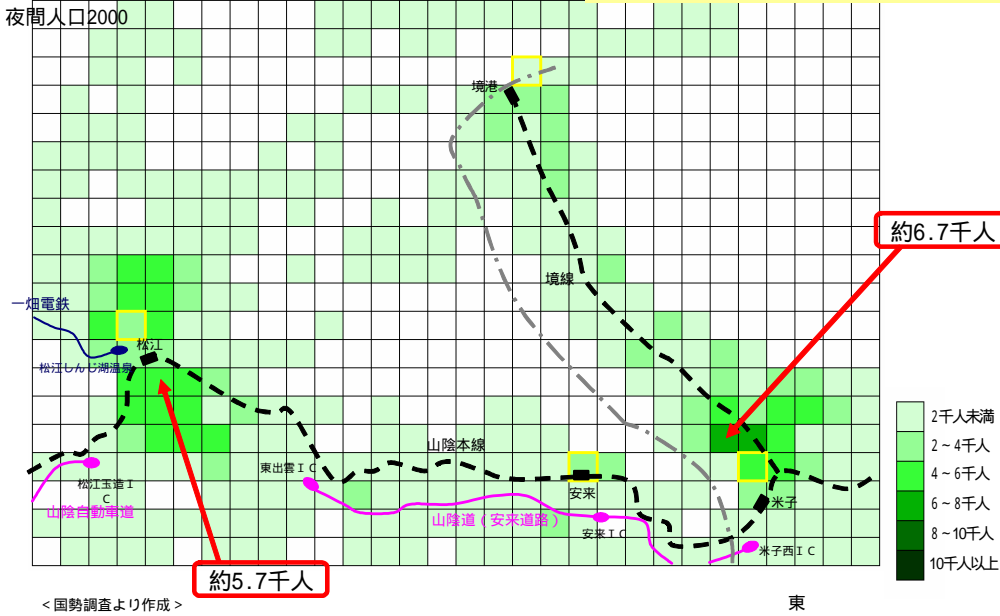
中海・宍道湖経済圏 (20 × 30km)



付表 2 - 2 中海・宍道湖経済圏人口 2000年国勢調査ベース

中海・宍道湖経済圏 (20 × 30km)

このエリア内の夜間人口 358,754人

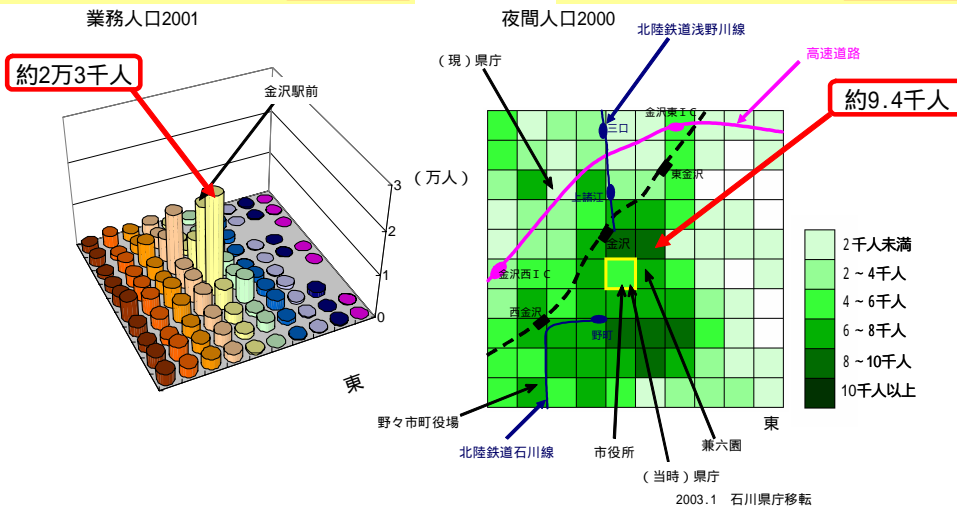


付表 3 金沢都市圏人口 2000年国勢調査ベース

金沢市 (10 × 10km)

このエリア内の業務人口 234,179人

このエリア内の夜間人口 364,358人



松江～米子20 × 30km : 200,841人 (再掲)

松江～米子20 × 30km : 358,756人 (再掲)

<国勢調査、事業所・企業統計調査により作成>

(参考)

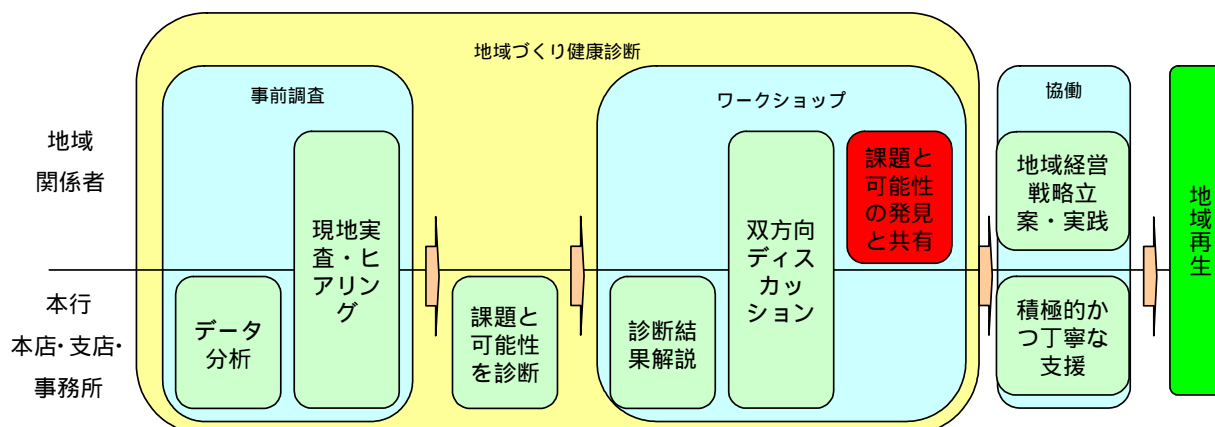
地域づくり健康診断について

(1) 概要

- 地域の現状を明らかにし、課題と可能性を診断するプログラム。

(2) 目的

- 地域関係者自身による地域の課題と可能性の発見と共有。
- 地域毎に異なる課題に対する的確な地域経営戦略立案・実践に向け、地域関係者が自ら考え、実際に次の行動を起こすためのきっかけづくり。



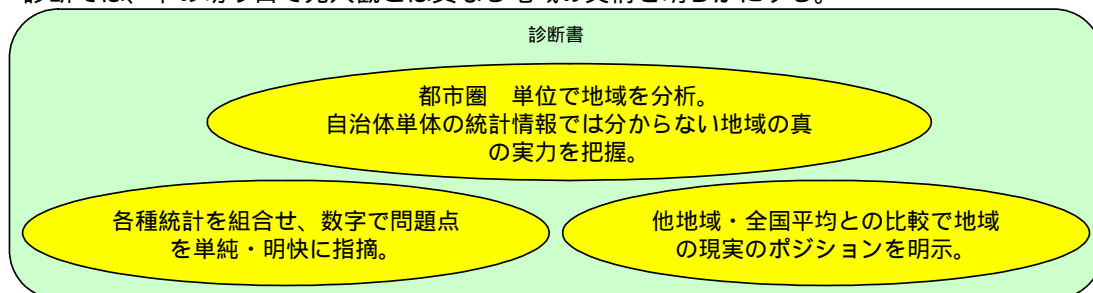
(3) 参加者

- 地域の要望に基づき、自治体単独や広く地域関係者を集める（自治体、経済団体、地元企業、マスコミ、市民）等ケースバイケース

(4) 地域診断後の動き

- 地域課題解決に向けたアクションプランの検討等、地域関係者による取組が開始。
- こうした取組に対し、D B Jは各種アドバイスをを行い積極的かつ丁寧に支援。

診断では、下の切り口で先入観とは異なる地域の実情を明らかにする。



都市圏：2000年国勢調査による10%通勤通学圏 - 中心市に通勤通学している住民の比率が高い市町村を合算したもの