

## 観光動向

- 1 観光動向（中国人観光客の特徴）
- 2 コンベンション機能について
- 3 回遊性のあるまち
- 4 事例（回遊性のあるまち、話題性のあるまち）
  - ①長浜市(滋賀県)
  - ②川越市（埼玉県）
  - ③小樽市（北海道）
  - ④おかげ横町、内宮おはらい町（三重県伊勢市）
  - ⑤黒川温泉（熊本県南小国町）
  - ⑥由布院温泉（大分県由布市）
  - ⑦門司港（福岡県北九州市）
  - ⑧飫肥（宮崎県日南市）
  - ⑨竹富島（沖縄県竹富町）
  - ⑩九重“夢”大吊橋（大分県玖珠郡九重町）
- 5 資料集

# 1-1 観光動向（中国人観光客の特徴）

## 1. 旅行者数と国籍

（出典：2008観光白書）

- ・2008（H20）年の訪日外国人旅行者は、835万人
- ・アジアが615万人と全体の73.7%を占める
- ・韓国（28.5%）、台湾（16.6%）、中国（12.0%）、香港（6.6%）
- ・中国は100万人を超えた→10年後には3倍程度に増える可能性大

## 2. 中国の海外旅行者数の予測

（出典：劉桂香氏ヒアリング）

- ・海外旅行者数4600万人(H21) → 10年後は1億人 (約2.2倍増)
- ・富裕層 43万世帯(H21) → 10年後は150万世帯 (約3.5倍増)
- ・中産階級 3000万人(H21) → 10年後は1億人 (約3.3倍増)
- ・日本への旅行者の約45%が観光目的

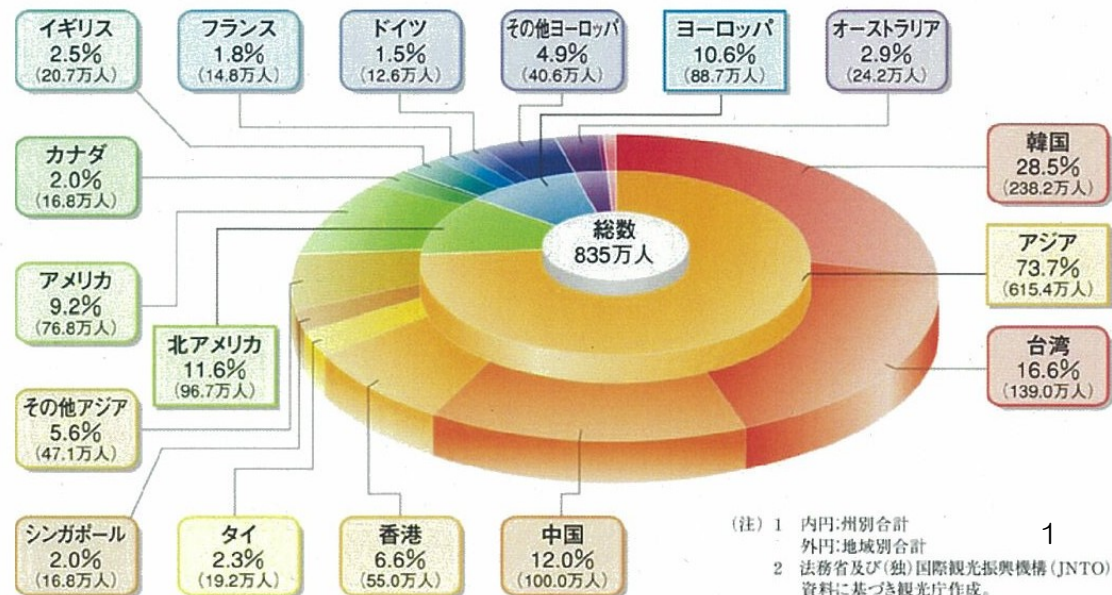
- ・日本の人気は5位
- ・旅行期間は4～5泊程度
- ・リピーター率は48%と高い

理由は

- ・安い(費用・交通費)
- ・短い(期間)
- ・近い(移動距離)



広域交通機能が充実されれば  
長崎の地理的の魅力は大きい



(注) 1 内門:州別合計  
外門:地域別合計  
2 法務省及び(独)国際観光振興機構(JNTO)  
資料に基づき観光庁作成。

# 1-2 観光動向（中国人観光客数の推移）

台湾の人口 2,277万人  
↓  
日本への来日客数は、  
その6% = 139万人  
長崎市宿泊者数約3万人(H20)

(出典「訪日来客数統計(JNTO)」)

## 中国 各主要都市の人口

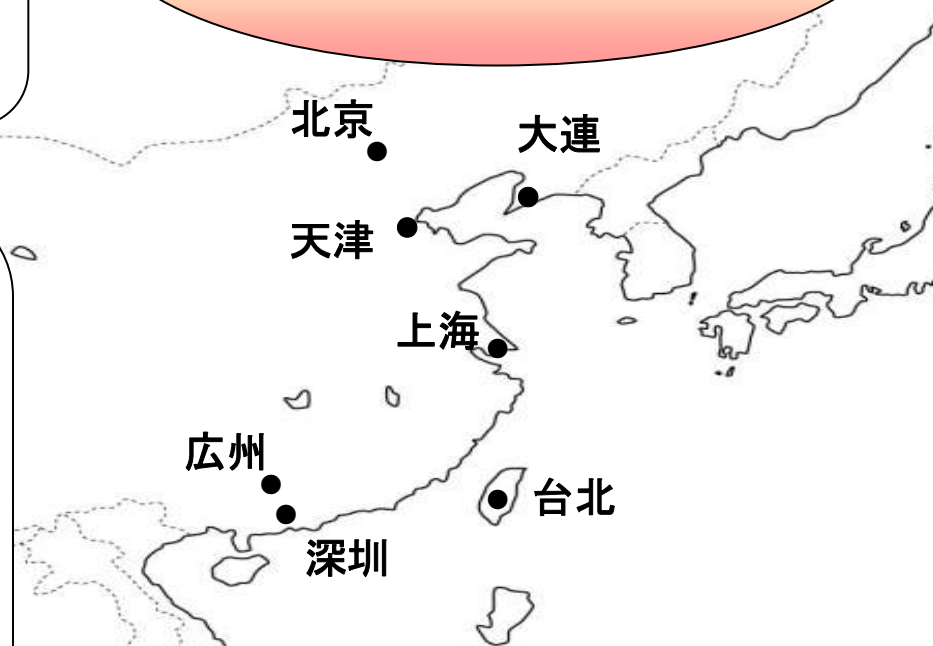
(出典「中国統計年鑑(2007年版)」)

北京	1,163万人
上海	1,368万人
天津	1,043万人
広州	975万人
深圳	846万人
大連	608万人

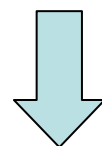
合計 6,003万人

↓  
その6% = 360万人

中国は観光産業にとって  
大きなマーケットとなり得る



H20の旅行者数 100万人



- ・中国個人ビザの解禁(H21.7.1)
- ・海外旅行者数約2.2倍
- ・富裕層・中産階級約3.3倍

10年後の旅行者数300万人以上期待できる

# 1-3 観光動向（中国人観光客の特徴）

## 3. 訪日の動機

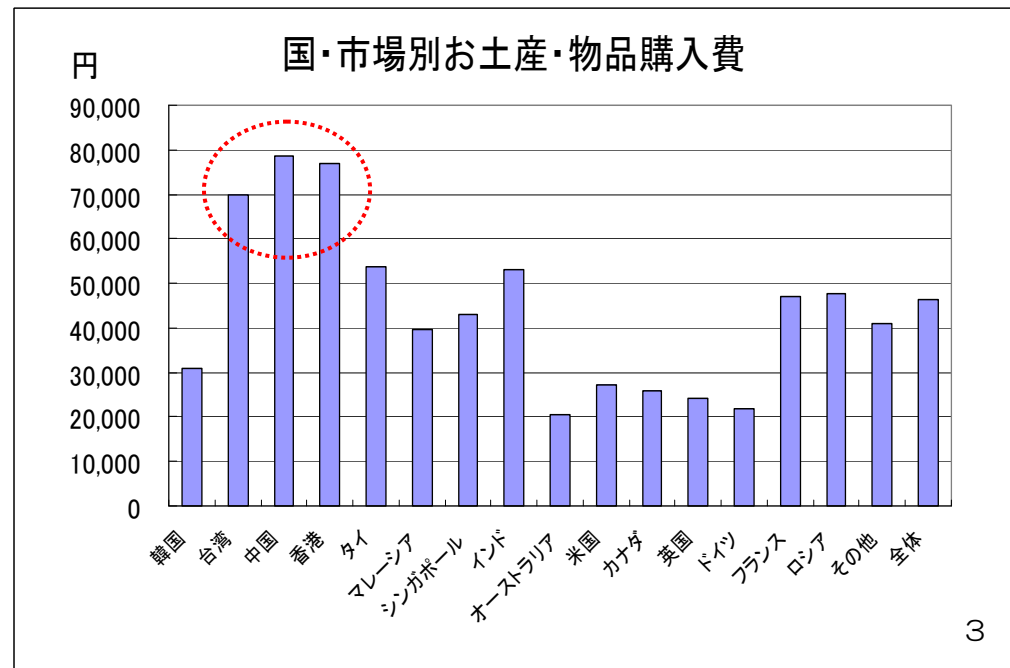
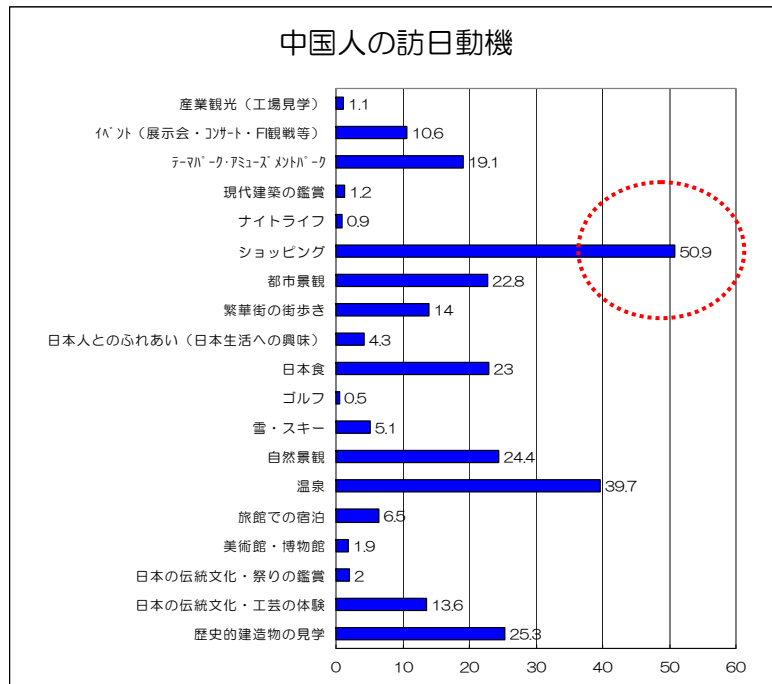
（出典：JNTO訪日外客調査H18～H20）

- ・中国人の訪日動機は、ショッピング、温泉、歴史的建造物の見学（日本的なもの）、自然景観、日本食、都市景観など
- ・ **ショッピングは50%と非常に高い**

## 4. 観光消費額

（出典：国際観光船アンケート結果(H18)、劉桂香氏ヒアリング）

- ・ 訪日外国人の内、観光消費額は**中国人が一位**、他外国人の2倍である
- ・ 1旅行当たり1人の平均観光消費額は16万円 → **長崎でも4万円消費(H18調査)**
- ・ 1旅行当たり1人の平均お土産代は8万円 → **長崎でも2万円消費(H18調査)**



# 1-4 観光動向（中国人観光客の特徴）

## 5. 長崎で観光した場所、移動手段

（出典：国際観光船アンケート結果(H18)）

- ・ 中国・香港が実際に観光した場所
  - ①「平和公園・原爆資料館」82%
  - ②「出島」68%
  - ③「グラバー園」38%
- ・ 移動手段
  - ①貸切バス42%
  - ②路線バス24%
  - ③タクシー10%

近年は日本らしいものの提供を求めているが、平和公園・原爆資料館は開館時間が早いことから貸切バスによるツアー客が多いと考えられる

## 6. 長崎の印象 （出典：国際観光船アンケート結果(H18)）

- ・ 中国・香港観光客(H18調査)
- ・ 観光施設が豊富だった → 30%
- ・ 観光施設が少なかった → 22%
- ・ お土産が豊富だった → 31%
- ・ お土産になるものが少なかった → 11%

## 7. お土産 （出典：国際観光船アンケート結果(H18)）

- ・ 中国・香港観光客(H18調査)
- ・ 以前は家電製品
- ・ 近年は化粧品、洋服・かばん・靴、たばこ、お菓子
- ・ ブランドショップの不足 → 1件 浜屋（コーチ）

中国観光客のお土産購入品目(全国)

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	化粧品	53.0
2	菓子	47.9
3	たばこ	32.8
4	カメラ、ビデオカメラ	27.3
5	洋服、かばん、靴等	25.2 4

# 1-5 観光動向（中国人観光客の特徴）

## 有名ブランドショップ件数（九州各県比較）

（出典：ブランド百貨店HP）

有名ブランドショップ 各県別出店状況

	福岡	佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島
アルマーニ	福岡アクロス	鹿屋プレミアム・アウトレット					
エルメス	福岡三越 岩田屋 小倉井筒屋 福岡空港			鶴屋百貨店			山形屋
カルティエ	福岡天神大丸 岩田屋			鶴屋百貨店			
グッチ	岩田屋 小倉井筒屋 大丸福岡天神			鶴屋百貨店	トキハ本店		
クリスチャン・ディオール	岩田屋			鶴屋百貨店			
コーチ	キャナルシティ博多 岩田屋 福岡三越 井筒屋小倉店 井筒屋鹿屋店		長崎浜屋	鶴屋百貨店	トキハ本店	宮崎山形屋	鹿児島三越
シャネル	福岡天神大丸 小倉井筒屋			鶴屋百貨店			
セリーヌ	福岡天神大丸 岩田屋				トキハ本店		
ティファニー	ティファニー福岡 大丸福岡天神 福岡空港 小倉井筒屋			鶴屋百貨店	トキハ本店		鹿児島三越
フェンディ	岩田屋 福岡三越 井筒屋小倉店			鶴屋百貨店	トキハ本店		
ブラダ	岩田屋			鶴屋百貨店			
ブルガリ	ブルガリ福岡店 (リバレイン博多) 大丸福岡天神 福岡空港						
ルイ・ヴィトン	博多リバレイン 大丸福岡天神 福岡三越 小倉井筒屋			鶴屋百貨店	トキハ本店		山形屋
	35	1	1	10	6	1	4

出典：ブランド百貨店 <http://www.wfb.jp/> 及び <http://www.winriver.net/brand/> より編集

# 1-6 観光動向（中国人観光客の特徴）

## 国内・海外観光客の誘客について

- 国内観光客は、リピーター客の誘致を促進するため、福岡都市圏を中心とした九州圏をはじめ、高速道路の無料化や新幹線効果などにより中国・関西方面からの誘客を促進する。
- 海外観光客は、東アジア地域（中国・韓国・台湾・香港）、東南アジア（シンガポール・タイ）からの誘客を促進する。

## 当地域で考えられるもの

- ①長崎らしいものの提供を進める
  - ・和・華・蘭の歴史・文化を磨き見せる（まち並みの景観の形成等）
  - ・さるく観光を推進、回遊性を充実させ、歩いて楽しいまちの魅力を見せる
- ②新たなニーズに対応できる観光を検討
  - ・MICE※・研修（長崎は200～300人規模が狙い目）
  - ・医療サービス、老人介護サービス、環境、防災（技術、公害、空気、水、地震博物館）、施設見学、近代化された工場見学
- ③買物サービスの工夫、充実
  - ・あらゆる観光客層に対応できる商店街の魅力をPR
  - ・長崎ならではの商品キャッチフレーズ
- ④青少年との交流
  - ・修学旅行、夏休みの学生交流
- ⑤中国人旅行者のニーズを把握
  - ・特に、中国人富裕層・中層階級をターゲットにする

※MICEとは：企業等の会議(Meeting)、企業の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際会議(Convention)、イベント、展示場・見本市(Event/Exhibition)の頭文字のこと。

# 2-1 コンベンション機能について

- ・長崎市におけるコンベンションの開催状況・・・年950件程度
- ・年間の参加人員・・・約31万人
- ・規模別件数・・・100人未満の割合が高い
- ・宿泊が想定される全国大会や国際大会・・・約45%

## 長崎市内で大会・会議の開催件数及び、参加人員

	件数	参加人員	平均
平成10年	972	338,239	348
平成11年	965	341,017	353
平成12年	968	344,995	356
平成13年	976	294,298	302
平成14年	941	252,708	269
平成15年	863	298,371	346
平成16年	845	253,508	300
平成17年	889	299,584	337
平成18年	982	336,154	342
平成19年	993	317,632	320
平成20年	986	343,157	348
	944	310,878	329

## 大会・会議の規模

100人未満	416	42%
100人以上～300人未満	317	32%
300人以上～500人未満	102	10%
500人以上～1,000人未満	77	8%
1000人以上から2,000人未満	46	5%
2,000人以上	28	3%
	986	

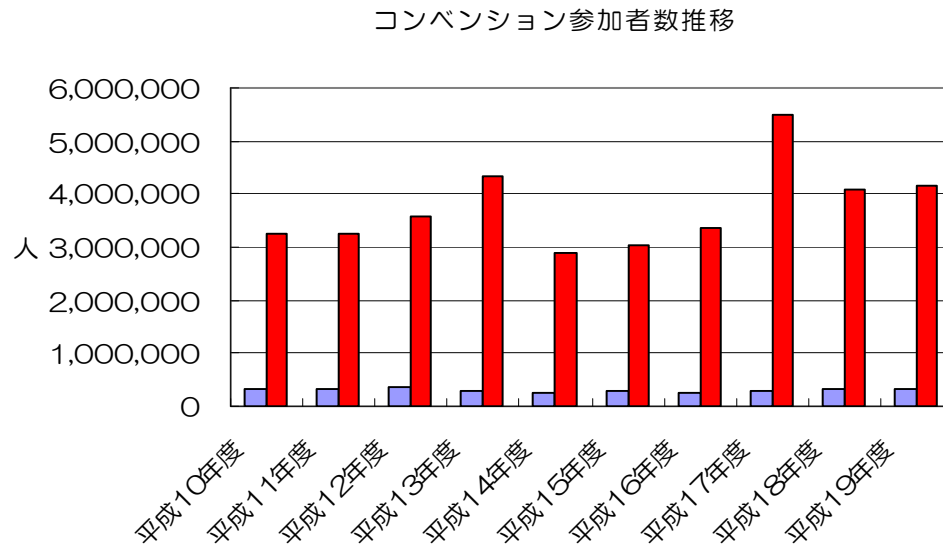
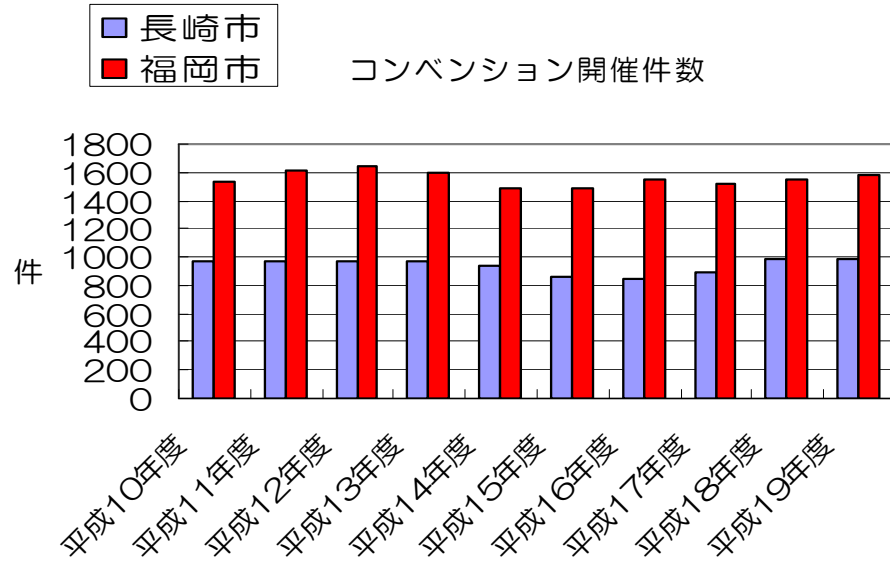
規模	件数	割合	参加人員	割合	平均規模
県内大会	636	65%	143,438	42%	226
九州大会	178	18%	44,568	13%	250
西日本大会	16	2%	3,337	1%	209
<b>全国大会</b>	141	14%	111,969	<b>33%</b>	<b>794</b>
<b>国際大会</b>	15	2%	39,845	<b>12%</b>	<b>2,656</b>
計	986		343,257		348

資料：長崎市「平成20年度観光統計」



# 2-2 コンベンション機能について

## コンベンション開催件数及び参加者数（長崎市・福岡市比較）



	長崎市		福岡市（予定ベース）	
	件数	参加人員	件数	参加人員
平成10年度	972	338,238	1,536	3,240,000
平成11年度	965	341,017	1,617	3,268,000
平成12年度	968	344,995	1,637	3,562,000
平成13年度	976	294,298	1,594	4,350,000
平成14年度	941	252,708	1,488	2,904,000
平成15年度	863	298,371	1,491	3,046,000
平成16年度	845	253,508	1,543	3,348,000
平成17年度	889	299,584	1,513	5,491,000
平成18年度	982	336,154	1,556	4,099,000
平成19年度	993	317,632	1,581	4,158,000
平均	939	327人/件	1,555	2,408人/件

※福岡市は公表資料が開催予定ベースであるため同一条件での比較ではない。

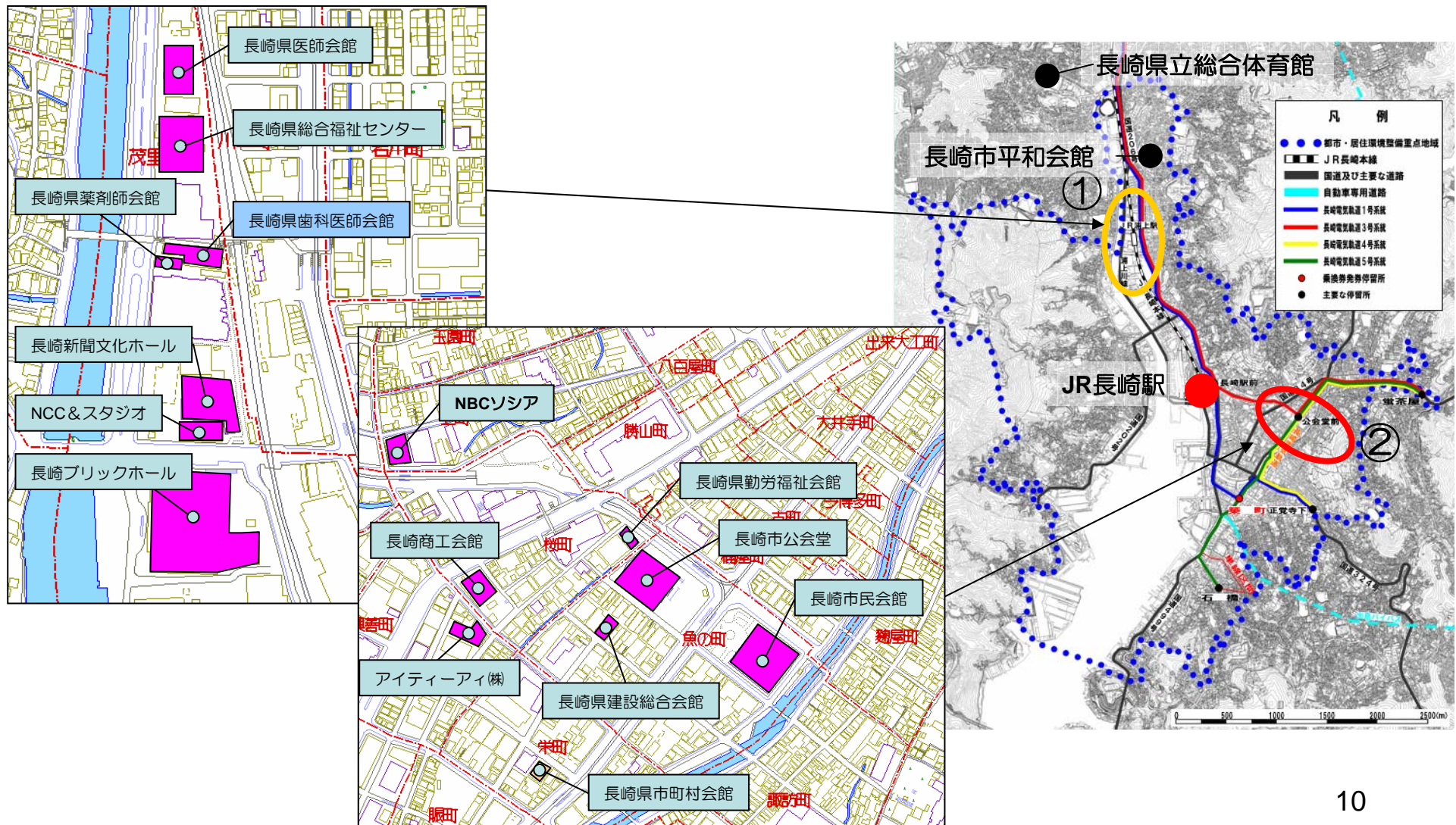
	長崎市	福岡市	福岡市/長崎市
開催件数	939	1,555	1.66倍
参加者/件	327	2,408	7.36倍

## 2-3 コンベンション機能について コンベンション施設数(長崎市・福岡市比較)

収容人員規模	長崎		福岡市			
	施設数	施設名	主会場収容人員	施設数	施設名	主会場収容人員
1,000人以上	4	長崎県立総合体育館(県)	最大5,600	12	マリンメッセ福岡(財)	9,000
		長崎市民会館(市)	3,586		福岡国際センター(財)	5,000
		長崎ブリックホール(市)	2,002		博多スターレーン展示会場	3,000
		長崎市公会堂(市)	1,747		JALリゾートシーホークホテル	4,000
500～999人	8				ホテルニューオータニ博多	2,000
					ホテルオークラ福岡	1,800
					福岡市民会館(市)	1,770
					福岡国際会議場(財)	1,536
					ホテル日航福岡	1,500
					ソラリア西鉄ホテル	1,200
					グランド・ハイアット・福岡	1,040
					福岡ファッションビルFFBホール	1,000
		長崎新聞文化ホール・アストピア	700	福岡県立ももち文化センター(県)	800	
		長崎市平和会館(市)	716	南市民センター(市)	800	
		長崎大学中部講堂	712	西市民センター(市)	800	
		三和公民館(市)	614	福岡国際ホール	800	
		長崎県総合福祉センター(県)	600	福岡市立少年科学文化会館(市)	764	
		長崎市野母崎文化センター(市)	578	西鉄グランドホテル	700	
長崎市チトセピアホール(市)	500	ホテルセントラーザ博多	700			
長崎市南部市民センター(市)	500	エルガーラホール	654			
		都久志会館(財)	637			
		福岡県中小企業振興センター(財)	621			
		ホテルレガロ福岡	600			
		ANAクラウンプラザホテル福岡	600			
		ガスホール(パピヨン24)	503			
		アクロス福岡(財)	300			

## 2-4 コンベンション機能について

長崎のメインコンベンションホールである長崎ブリックホールを中心に大小7つのコンベンション施設が集中しており①、長崎最大のコンベンションゾーンを形成している。また、長崎市公会堂周辺にも多くのコンベンション施設が集中②している。



出典：(社)長崎国際観光コンベンション協会ホームページ

## 2-5 コンベンション機能について

長崎市のホテル・旅館

重点整備地域周辺のホテル・旅館の状況

福岡市のホテルは長崎市の3倍の  
収容能力がある

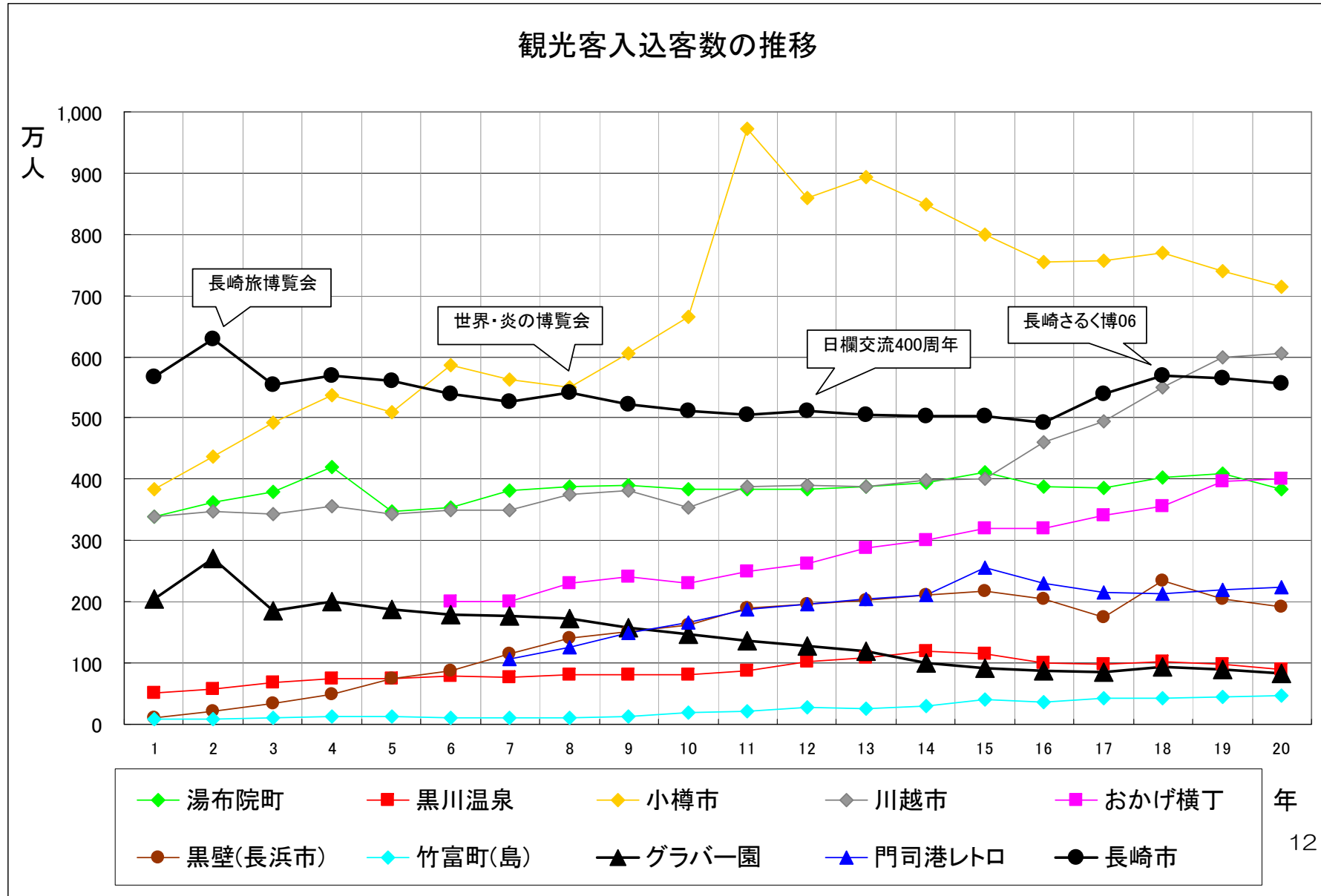
分類	うち眺望の良いホテル※
500人以上 3施設 STW120室 和室等341室 2,045人	3施設 STW120室 和室等341室 2,045人
200～500人未満 16施設 STW2167室 和室等329室 4,826人	4施設 STW 48室 和室等236室 1,150人
100～200人未満 19施設 STW1519室 和室等139室 2,880人	3施設 STW 86室 和室等 56室 465人
50～100人未満 10施設 STW 339室 和室等 26室 632人	
計48施設 STW4145室 和室等 835室 10,383人	計10施設 STW254室 和室等633室 3,660人

出典長崎コンベンションガイドブックによる整理

※立地により判断

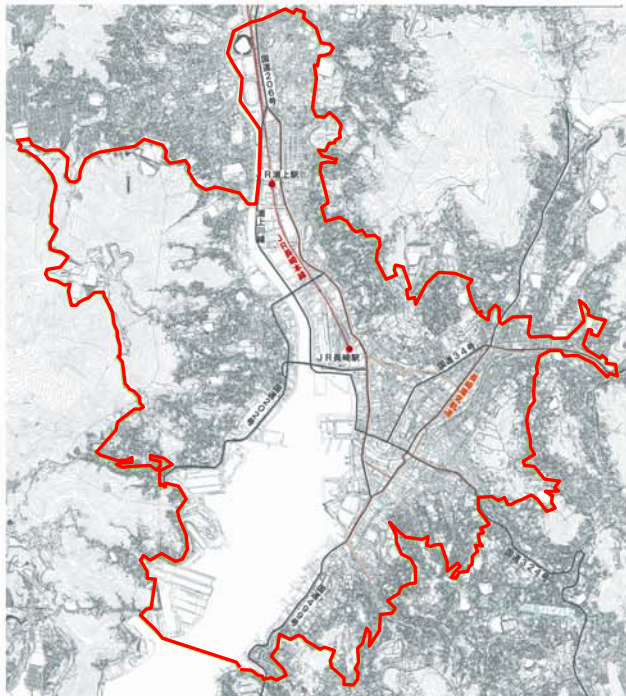
【参考】福岡市のホテル・旅館 195施設 21,910室 32,387人 (平成19年度)

# 3-1 回遊性のあるまち 国内観光地等の観光客入込数の動向

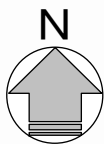


# 3-2 回遊性のあるまち まちなか区域(面積)の比較

長崎市のまちなか区域は、回遊性がある他都市の中心市街地と同程度の面積である。



「長崎市中央部・臨海地域」  
都市・居住環境整備重点地域  
【1,360ha(海域含む)】



0 0.5 1.0 2.0km



長崎市まちなか区域  
【約240ha】



長浜市中心市街地区域  
【約180ha】



川越市中心市街地区域  
【約265ha】



小樽市中心市街地区域  
【約180ha】

# 事例 ①-1 長浜市(滋賀県)

## 回遊性のあるまち

明治の銀行「黒壁」の保存運動が発展して、ガラス文化の発信基地に  
北国街道の伝統的町並みと新しいガラスを組み合わせ、黒壁スクエアとして再生

平成元年～平成15年で来街者数が約200万人増加

観光地では無名であった長浜市が昭和58年の長浜城歴史博物館の開館以降、長浜きもの大園遊会、長浜芸術版楽市楽座の開催、長浜御坊表参道整備など市民主導のまちづくりが活性化する中で、平成元年に黒壁ガラス館がオープンしこれをきっかけに年間200万人以上の観光客が訪れるまちに変わった。

### 黒壁スクエア

黒壁はリピーターづくりのために、一度にすべてを整備せず、何度かに分け、常に「変化」を作り出してきた。特に、北国街道沿いには江戸末期から明治初期の長浜らしい町家を利用して、直営店、共同経営店、テナント店といった多様な店舗展開によって、10年余りかけて30店舗余のガラスの総合文化産業ゾーン「黒壁スクエア」を形成。  
現在では年間約200万人の観光客を誘致している。

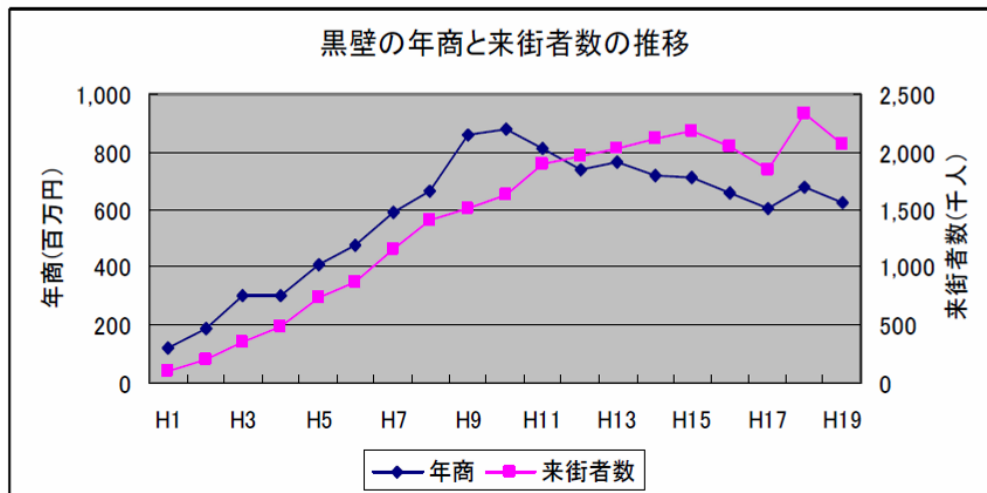


平日でも賑わう黒壁スクエアの様子



### スタンドグラスフェスタ

黒壁と提携している店舗からなる黒壁グループ協議会が、夜の賑わいをつくることで、観光客の滞留時間を延ばして宿泊型観光に結び付けるとともに、地元の方にも黒壁を楽しんでもらおうと知恵を絞り、ガラスとあかりを組み合わせた夜のイベント「スタンドグラス・フェスタ」を開催。  
また、地元住民で組織する北国街道まちづくり協議会と連携し、夜のあかりとガラスを組み合わせたイベントを、季節ごとに実施。



- 昭和62年(1987) 黒漆喰の壁から「黒壁銀行」という名で親しまれていた旧百三銀行長浜支店の保存・活用を目指し、地元有志が第三セクター設立を計画する。
- 昭和63年(1988) 長谷定雄氏(株長谷ビル会長)を中心に第三セクター(株)黒壁を設立する。初代社長に同氏が就任する。
- 平成元年(1989) 黒壁スクエアがオープンする。
- 平成2年(1990) 黒壁スクエア第二次計画案(北国ガラス街道構想)を発表する。
- 平成4年(1992) 黒壁ガラス大学が開講する。
- 黒壁第三次計画案(黒壁鑑賞館(現:美術館)建設等)を発表する。
- 平成9年(1997) 長浜オルゴール堂がオープンする。
- 平成11年(1999) 二代目黒壁社長に笹原司朗氏(琵琶倉庫(株)会長)が就任する。
- 平成14年(2002) 三代目社長に高橋政之氏(高橋金属(株)社長、長浜商工会議所会頭)が就任する。
- 平成16年(2004) 黒壁ガラス鑑賞館を黒壁美術館としてリニューアルオープンする。
- 平成17年(2005) 「海洋堂フィギュアミュージアム黒壁」がオープンする。

# 事例①-2 長浜市(滋賀県)

## [1] 中心市街地活性化の目標

基本的な方針を踏まえ、中心市街地活性化の目標を以下の4点に絞り、事業に取り組むこととする。

- ①美しく住む長浜を実現し、黒壁を中心とした文化芸術の情報発信活動を高め、**交流人口200万人を維持しつつその質の向上を図る。**

中心市街地を市民が集う場所となるよう魅力を高め、文化芸術の情報発信と広域的な観光交流の機能を強化し、より上質のホンモノを目指す来街者を惹きつけていく。

- ②長浜らしい**歴史・文化が息づくコンパクトな市街地形成を整える。**

コミュニティの構成に適切に対応した都市施設が配置され、奥深い歴史と新しい文化がひとつになり、賑やかで便利な中心性のある、住みよいコンパクトな市街地を形づくる。

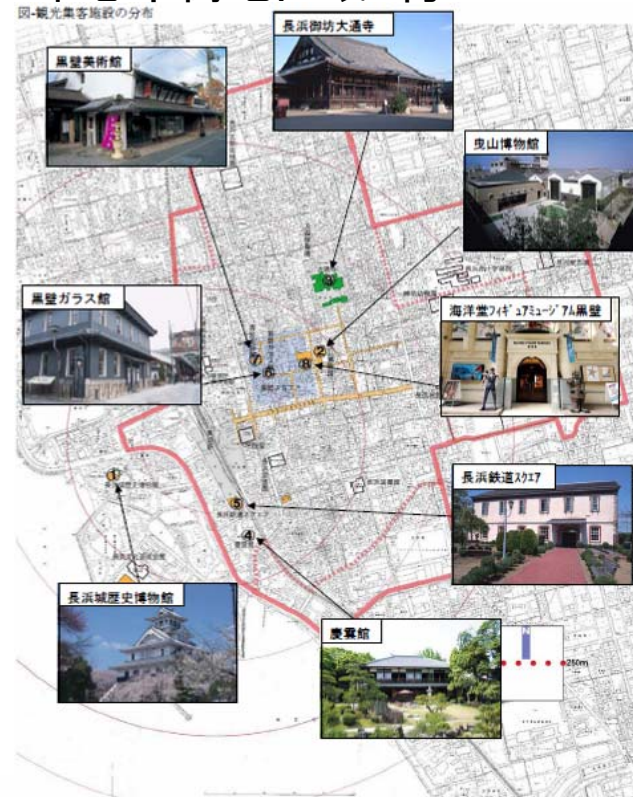
- ③長浜中心市街地へのエントランスとなるシンボルロード両端(駅周辺と市役所を核とした公益ゾーン)に、交通、生活、コミュニティ活動、来街者と市民が集結・交錯する**都市活動の交流拠点を創出する。**

古い大型店が立ちふさがる駅周辺を、商業観光都市長浜への玄関口にふさわしい景観を備え、市民の消費ニーズにも応える機能をもった核とする。市役所を中心とした公共施設ゾーンを新しい時代の市民活動の拠点とする。これらには来街者の駐車場も整備する。

- ④すぐれた住環境を有する共同住宅の供給や、伝統的町家等を生かした“まちなか居住”**“まちなかB&B”“緑側型福祉施設”等の供給による住環境整備と長浜らしい暮らしの提案を図る。**

「まちなか居住」を促進することで、中心市街地を子供から高齢者まで多様な家族が生活しやすい街にすると共に、「まちなかB&B」の導入により宿泊・滞在しやすい環境を整える。

## 中心市街地:約180ha



表一 観光客数の推移

	H7年	H8年	H9年	H10年	H11年	H12年	H13年	H14年	H15年	H16年	H17年	H18年	H19年
観光入込客数 (千人)県調べ	3,134	5,721	3,883	3,929	4,278	4,614	4,805	5,043	4,968	4,913	5,216	7,601	5,952
来街者数 (千人)黒壁調べ	1,162	1,402	1,508	1,623	1,898	1,955	2,022	2,107	2,177	2,048	1,839	2,339	2,058
宿泊者数 (千人)県調べ	—	—	—	—	193	218	249	282	282	294	314	319	309
曳山博物館 入館者数(千人)	—	—	—	—	—	43	56	47	48	47	50	186	56
長浜城歴史博物館 入館者数(千人)	181	520	166	99	126	113	122	147	122	122	141	353	152

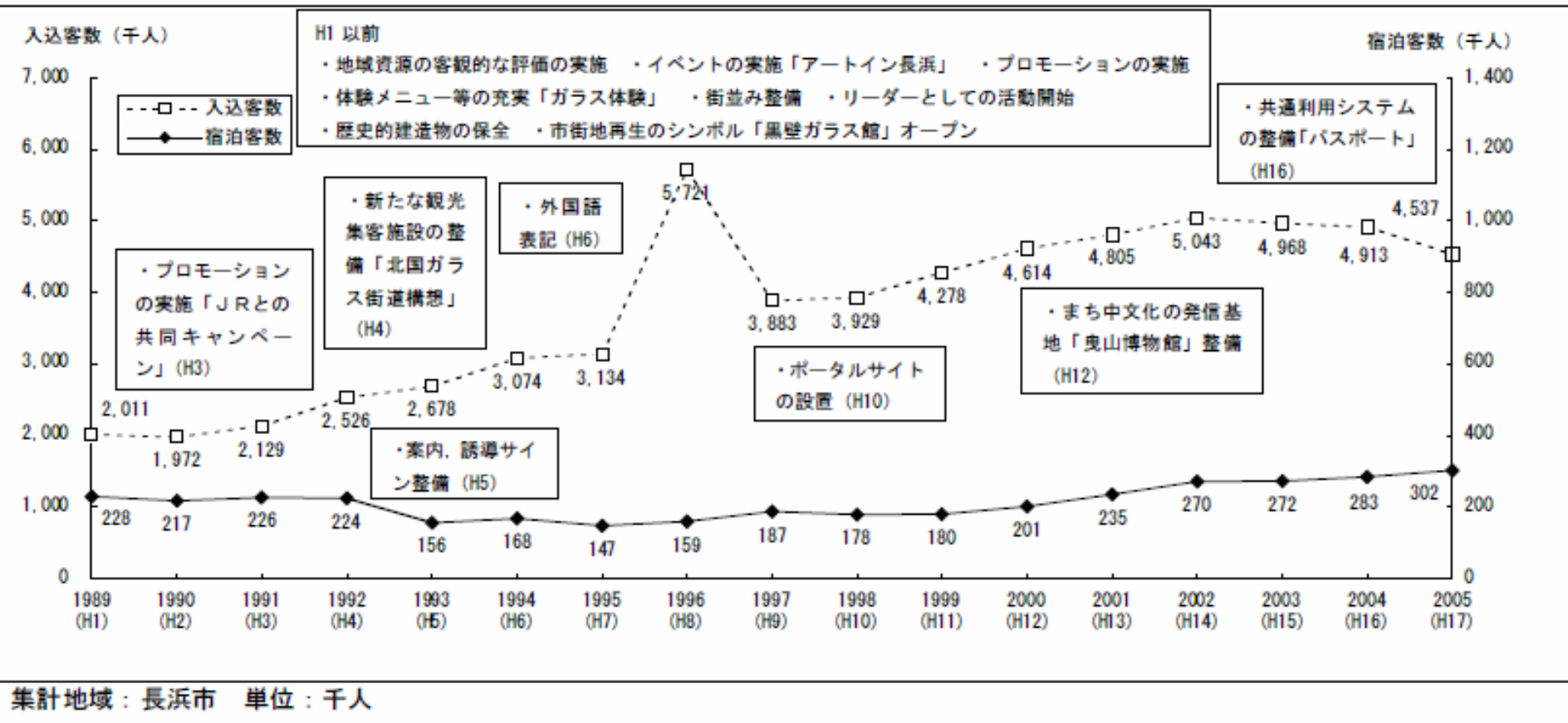
※長浜市観光振興課調べ



## 事例①-3 長浜市(滋賀県)

■概要：明治の銀行「黒壁」の保存運動が発展して、ガラス文化の発信基地に。伝統的町並みと新しいガラスとを組み合わせ、黒壁スクエアとして再生。

■表彰等：優秀観光地づくり賞（第8回 2001）、観光まちづくり（長浜）、観光カリスマ100選（第1回 2002.12）、住み良い都市ランキング1位（1995～1997）、岩切章太郎賞（第12回 1999）、日本建築学会文化賞（2007.05）



## 事例②-1 川越市(埼玉県)

伝統的建造物の保存による魅力ある町並み振興の推進。  
小江戸に息づくものがたりの心を伝える産業観光の推進。

年間観光客数375万人(H7)から494万人(H17)に

### 主な取り組み

#### 「川越蔵の会」によるまちづくり

蔵造りの町並みは、1960年代から衰退の一途を辿り、蔵の解体や取壊しが行われ、一時は大きな危機を迎えた。

1983年に市民・住民組織による「川越蔵の会」が発足し、商店街活性化による町並みの景観保存活動を進め、町並みの保全とまちづくりの取組を続けることによって、魅力ある町を形成するようになり、にぎわいを取り戻している。

現在、「川越蔵の会」はNPO法人として、伝統的な家屋の修復や町並みに合う建物の新築に関する市民へのアドバイスや、歴史的な建物などを利用したアートイベントの開催等の活動を展開。



長屋を利用したイベント活動

#### 伝統技術を活かした地域再生

川越市は伝統産業の活性化を図るため、平成17年度からNPOとの協働で伝統産業の調査・発掘・保存・活用を行う。

平成18年2月には、NPO主催により職人の技などをとりあげた「まちなか職人展」を開催し、地域交流を推進。



のこぎり鍛冶の実演

#### お囃子で語る川越まつりの伝承

川越まつりで欠かせないのが、山車とそれに乗る囃子方。37のお囃子団体は、川越まつり囃子を継承するため日夜練習。音を出しての練習が難しく、太鼓の代わりにタイヤを叩くという涙ぐましい努力も。しかし、平成15年に川越まつり会館がオープンし、各囃子連は館内で思う存分練習し、日曜・祝日にはその成果を披露出来るようになり、まつり本番さながらの熱気と興奮を伝えている。



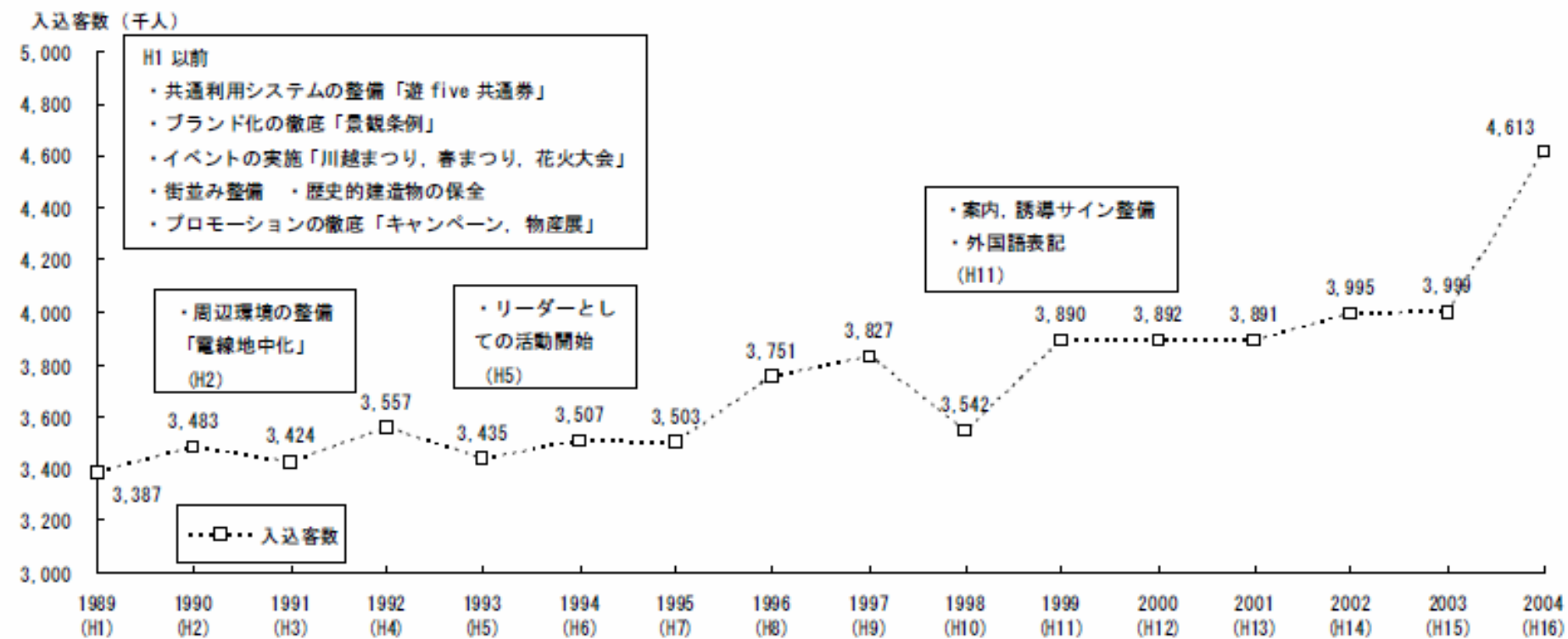
お囃子の練習

- 昭和58年(1983) 市民、住民組織による川越蔵の会の設立。新しい町並み保存運動が始動する。
- 昭和59年(1984) 「川越いも友の会」が発足。栽培、加工、流通、料理等川越いもの普及に努める。
- 昭和63年(1988) 川越一番街商店街が町並み委員会を発足させ、「町づくり規範」を策定する。
- 平成 元年(1989) NHK大河ドラマ「春日局」が放映されたことをきっかけに、徳川家光、春日局ゆかりの喜多院等に多くの人々が訪れ、観光人気が高まる。
- 平成 4年(1992) 蔵の町並み(一番街)の電線地中化が完成する。
- 平成11年(1999) 地域住民の熱意により、川越一番街商店街地域が伝統的建造物群保存地区に選定される。
- 平成14年(2002) 川越蔵の会が活動範囲を広げるため、特定非営利活動法人(NPO)化。
- 平成15年(2003) 川越まつり会館がオープン。常時3台の山車を展示し、通年で川越まつりを紹介する。
- 平成18年(2006) 川越蔵の会が「まちなか職人展」を開催。川越に今も生きつづける職人技を披露する。

## 事例②-2 川越市(埼玉県)

■概要：伝統的建造物の保存による魅力ある町並み振興の推進。小江戸に息づくものづくりの心を伝える産業観光の推進。その結果、年間観光客数約375万人（1995）から約494万人（2005）に。

■表彰等：優秀観光地づくり賞（第11回 2004）、観光まちづくり（川越）

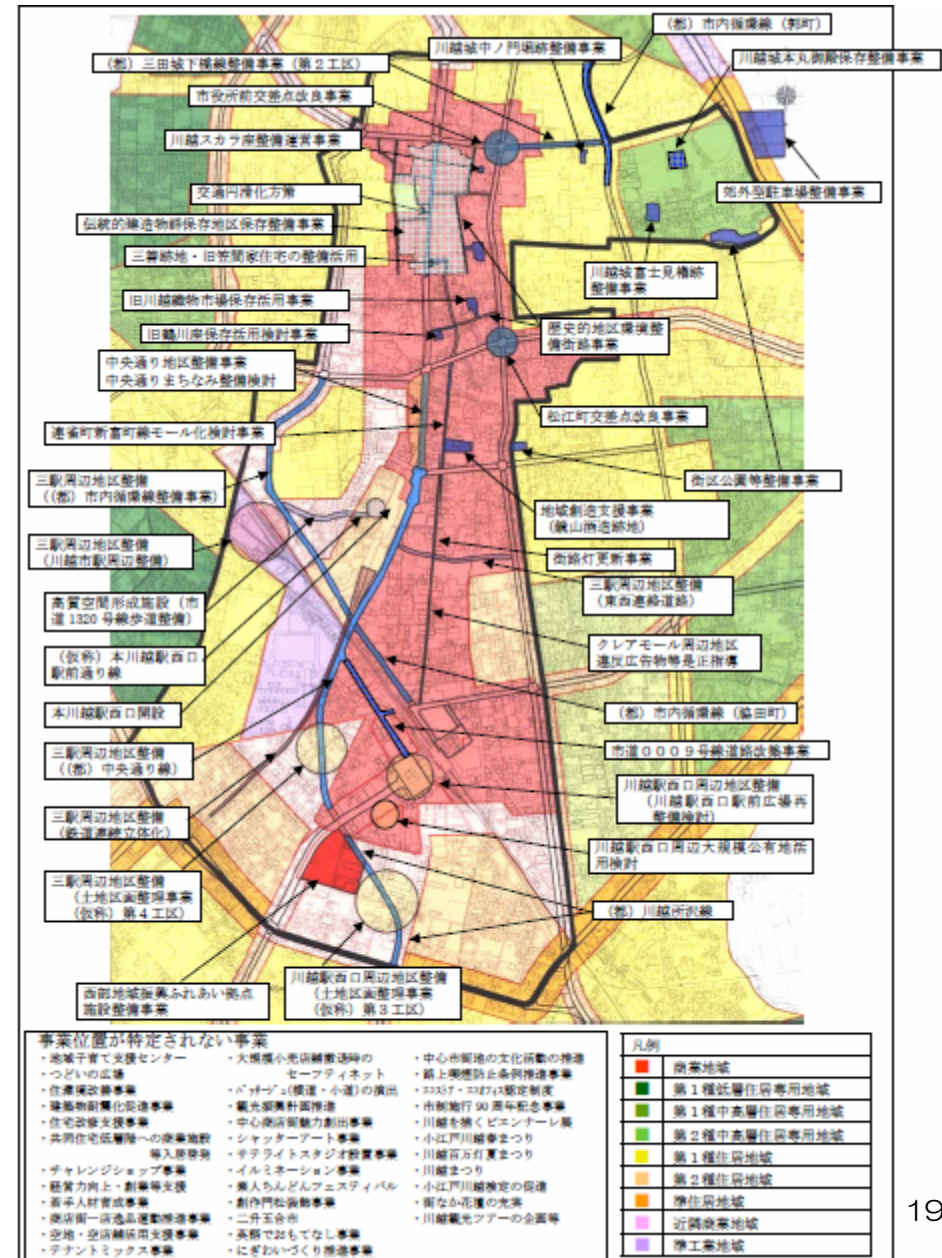


集計地域：川越市 単位：千人

18

# 事例②-3 川越市(埼玉県)

中心市街地活性化基本計画エリア  
(265ha)



資料 川越市中心市街地活性化基本計画より作成

# 事例③-1 小樽市(北海道)

歴史的建造物・街並みと運河を活かして国際的な観光地へ

誰もが参加できる。手作り型の冬のイベントを通して通年型観光地へ

市内観光入込客数が約273万人(昭和63年)から約756万人(平成17年)に

## 小樽観光都市宣言

市民、観光事業者、観光関連団体、経済界、行政が一体となって、より質の高い時間消費型観光のまちを目指している。

「小樽観光コース来(らい)ぶらり百選」

エリア名称と散策コース

Aエリア (453KB)	銭函・桂岡・春香・張碓	Aエリア+Bエリア (154KB)
Bエリア (892KB)	朝里川温泉	Bエリア+Cエリア (150KB)
Cエリア (904KB)	南小樽・築港	Cエリア+Dエリア (162KB)
Dエリア (1.11MB)	中心部	Dエリア+Eエリア (195KB)
Eエリア (1.14MB)	運河	Eエリア+Fエリア (189KB)
Fエリア (729KB)	高島・祝津・手宮・赤岩・オタモイ	Fエリア+Gエリア (153KB)
Gエリア (413KB)	塩谷・忍路・蘭島	



広域なコース設定



## 大型クルーズ船の寄港



H18年3月に寄港した飛鳥II(50,142ト)

近年のクルーズ船旅行への注目に合わせ、小樽市では国内外のクルーズ関係企業・団体等へ誘致活動を実施。2万ト以上のクルーズ船の寄港が年間4回(H13)から11回(H18)へ大幅に増加。

- 昭和48年(1973) 石造倉庫群の解体が始まり、「小樽運河を守る会」が発足する。運河論争を契機に、歴史的景観を「まちづくり」へ活かすことが官民共通認識となり、民間の歴史的建造物再利用や、多くの組織による様々な活動と提言がされる。
- 昭和53年(1978) 市内の若者達が運河保存運動の一環として第1回ポートフェスティバルを開催する。
- 昭和58年(1983) 運河保存運動の中心となる小樽運河百人委員会を設立し、全面保存を支持する約10万人の署名を集める。「小樽市歴史的建造物及び景観地区保全条例」が制定される。
- 昭和61年(1986) 小樽運河散策路が完成し、小樽市により周辺地区が景観地区に指定される。
- 平成 2年(1990) 小樽市観光物産プラザ、小樽マリーナがオープンする。
- 平成 4年(1992) 「小樽の歴史と自然を生かしたまちづくり景観条例」が制定される。
- 平成11年(1999) 雪あかり実行委員会が立ち上がり、第1回小樽雪あかりの路が開催される。小樽築港駅周辺にマリンロード、複合的商業施設などがオープンする。
- 平成14年(2002) ITを活用した道案内システム(iネット)の実証実験や小樽運河の浄化対策が始まる。
- 平成16年(2004) 小樽一舞鶴間に高速フェリーが就航、所要時間が30時間から20時間に短縮される。小樽雪あかりの路が手づくり郷土賞(地域活動部門)を受賞する。
- 平成17年(2005) 第12回優秀観光地づくり賞の金賞(国土交通大臣賞)を小樽市が受賞する。
- 平成18年(2006) 第8回小樽雪あかりの路で、来場者数が50万人を越える。

## 小樽運河の再生

小樽運河の保存を巡って起きた論争を契機に、小樽市が埋立てを計画していた小樽運河を景観資源とするため、散策路の整備や浄化対策を推進。

また、周辺地域では民間企業も石造倉庫を活かした商業施設とするなど官民協働のまちづくりが進行。

さらに、案内板に多言語を表記するなどの取り組みの結果、外国人観光客も増加。



## 小樽雪あかりの路



雪あかりの路(スノートンネル)

冬に弱い小樽観光を盛り上げる気運が高まり、市民らで構成される小樽観光誘致促進協議会が実行委員会を立ち上げ、降り積もる雪と明治からの歴史的な街並みのなかでスノーキャンドルを街中に灯すイベントを主催。

回を重ねるごとに、国内外からの観光客の中には、ボランティアへ参加し、スノーキャンドルづくりを楽しむ人も増加。

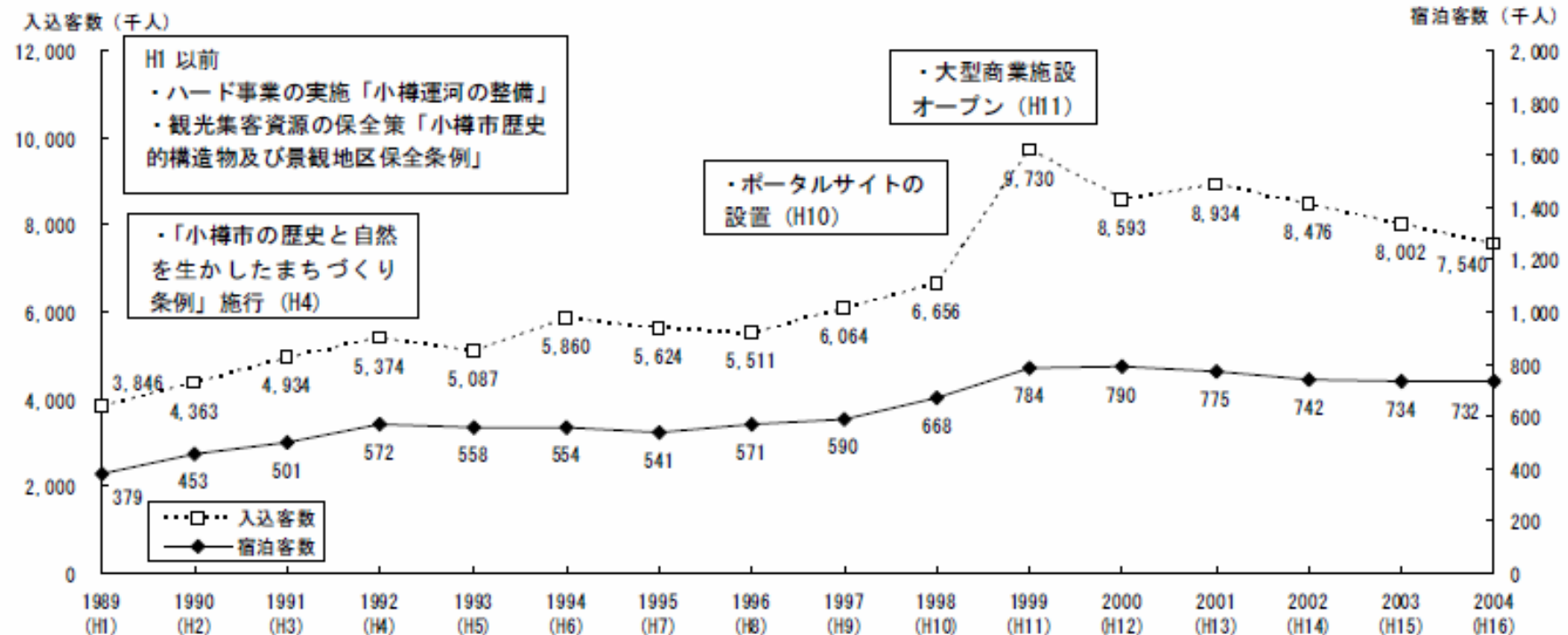


韓国から参加のボランティア

## 事例③-2 小樽市(北海道)

■概要：歴史的建造物・街並みと運河を活かして、国際的な観光地へ。誰でも参加できる手づくり型の冬のイベントを通して通年型観光地へ。その結果、市内観光入込客数が約273万人（1986）から約756万人（2005）に。

■表彰等：観光まちづくり（小樽）、優秀観光地づくり賞（第12回 2005）、観光カリスマ100選（第6回 2004.06）



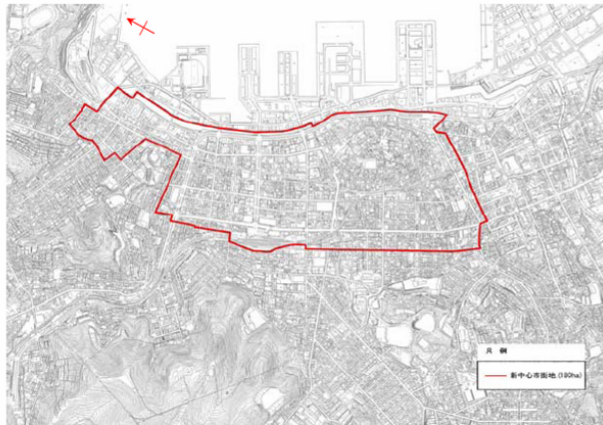
集計地域：1989～1996 観光地合計（小樽、朝里川）1997～2003 市町村（小樽市） 単位：千人 備考：1997年から実数統計に変更

# 事例③-3 小樽市(北海道)

中心市街地活性化基本計画策定エリア

(約180ha)

○ 区域図



歴史的資源の立地状況



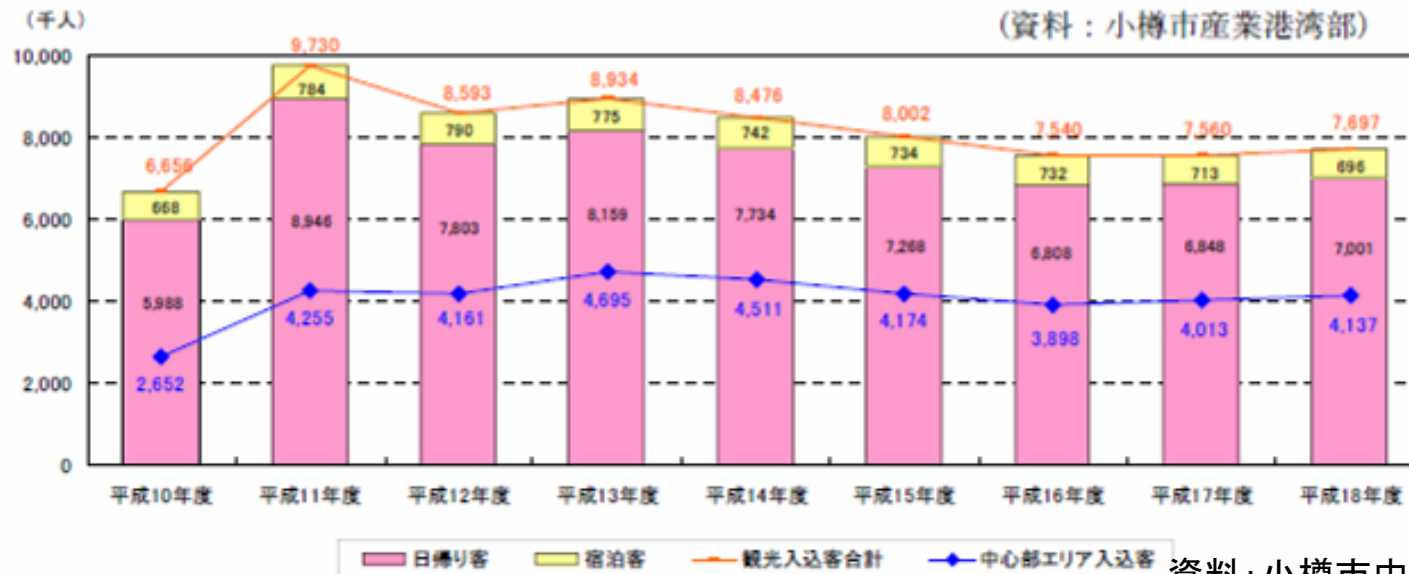
旧国鉄手宮線(散策路)



小樽運河

観光入込客数の推移

(資料: 小樽市産業港湾部)



# 事例④-1 おかげ横町、内宮おはらい町(三重県伊勢市)

伊勢神宮、およびその鳥居前町の町並みを活かした快適空間づくり。  
行政・企業・NPO等の民間、住民の3者が協働して観光振興を推進

おかげ横町の入込客数が約200万人(H6)から340万人(H17)に



## おかげ横丁

衰退した町の活性化のため、地元企業が昭和50年代から構想を練り、平成5年の御遷宮にあわせることを目標に多額の費用を投じ、7年がかりでおかげ横丁を誕生させた。庶民的、開放的な空間で、旅の楽しみを付加し休憩場所としての役割も果たしている。  
全国から人々が集まり、伊勢の物産を味わっている。

## 内宮おはらい町

「次の御遷宮までに、なんとかせなかん」を合言葉に、昭和50年代、かつての賑わいを取り戻すため地元住民が動き出し、住民・企業・行政が協働し住民主導型のまちづくりをスタート。10年の歳月をかけ「この町はあくまでも生活の場であり、町を保存するだけでなく、再生しようという地元の考えを尊重」した条例を制定。伊勢らしい古い町並の新たな創出と再生に重点を置く一方、今の暮らしにも不便をかけない、生活の匂いのするまちづくりを行っている。



<概要> 「おかげ横丁」

- 所在地 : 三重県伊勢市宇治中之切町5番地
- 施設規模 : 敷地面積 : 約2,700坪 (約9,000㎡) 42店舗 27棟
- オープン : 平成5年7月16日
- 事業主体 : 株式会社 赤福
- 運営主体 : 有限会社 伊勢福
- 事業費 : 140億円
- 入場料 : 無料 (おかげ座のみ 大人600円 子供300円)
- 営業時間 : 年中無休 4~9月は9時30分~18時  
10~3月は9時30分~17時  
(一部飲食店延長あり・繁忙期は特別設定)
- 店舗数 : 42店舗 (赤福運営3店舗・伊勢福直営24店舗・委託14店舗)
- 施設構成 : 27棟 (飲食7店舗 物販30店舗 美術館・資料館・他4館)

■ おかげ横丁への観光客数の推移 単位: 万人

期間	全入込者
平成5年7月~12月	63.6
平成6年1月~12月	200.5
平成7年1月~12月	200.5
平成8年1月~12月	229.5
平成9年1月~12月	240.1
平成10年1月~12月	230.0
平成11年1月~12月	250.0
平成12年1月~12月	263.0
平成13年1月~12月	288.5
平成14年1月~12月	299.6
平成15年1月~12月	320.7

おかげ横町整備前は  
35万人(平成4年)で  
あった「おはらい町」の  
観光客数がオープン  
年には半年間で64万  
人と約2倍に

## これまでの経緯

- 昭和54年(1979) 内宮前町町再開発委員会が結成される。
- 平成元年(1989) 「伊勢市まちなみ保全条例」が制定される。
- 平成4年(1992) おはらい町における無電柱化工事が完了。
- 平成5年(1993) おはらい町における道路再舗装(石畳)工事が完了。  
おかげ横丁オープン。
- 平成13年(2001) 「二見町の景観・文化を守り、育て、創る条例」が制定される。
- 平成15年(2003) 河崎「川の駅」が開設される。
- 平成16年(2004) 二軒茶屋「川の駅」が開設される。  
神宮を参拝される賓客の宿泊施設であった賓日館が県の有形文化財に指定される。  
「おひなさまめぐりin二見」を表参道沿道等にて実施する。
- 平成17年(2005) 伊勢船型復元木造船「みずき」が、各「海の駅」~「川の駅」間を就航。  
中部国際空港~神社「海の駅」(一部開設済)間を高速船「伊勢1号」が就航。
- 平成18年(2006) 神社「海の駅」が開設される。

資料 国土交通省「地域いきいきまちづくり100」

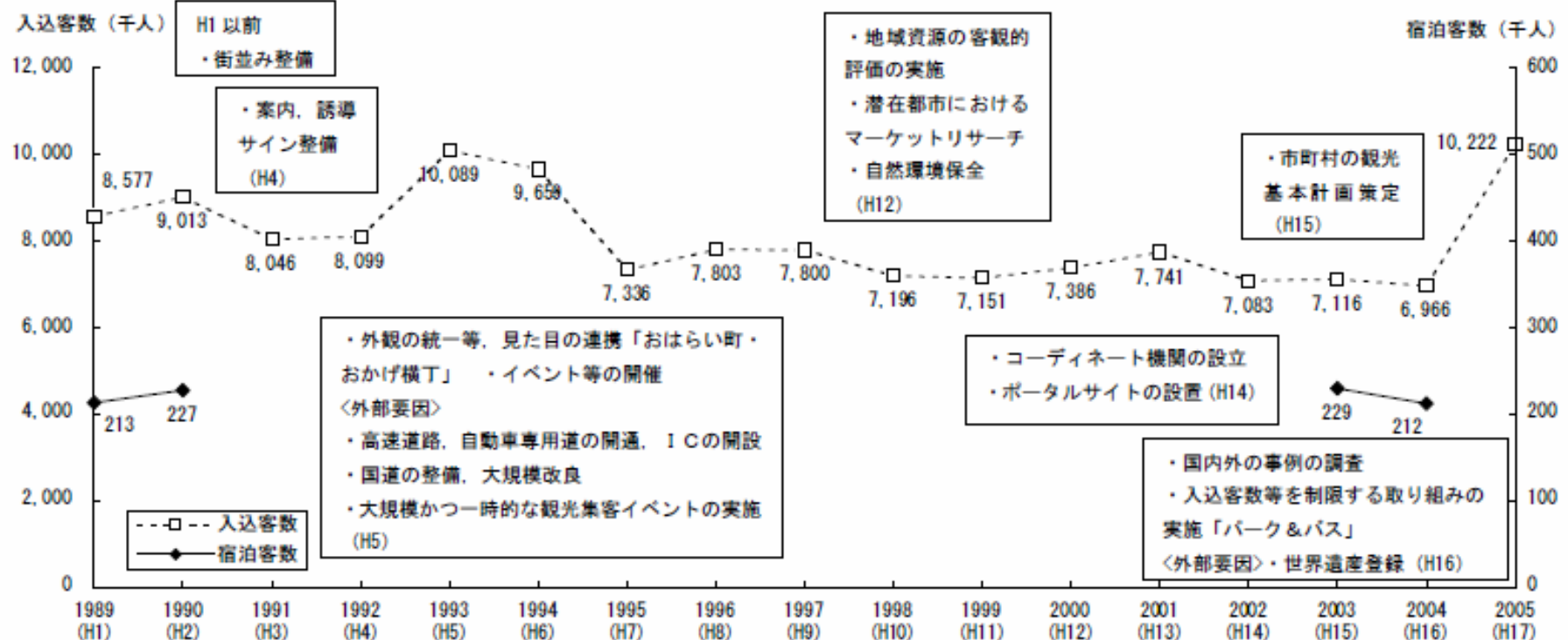
<http://www.chugoku.meti.go.jp/research/sigaiti/chosa/chosa04.pdf>



## 事例④-2 おかげ横町、内宮おはらい町(三重県伊勢市)

■概要：伊勢神宮、およびその鳥居前町の町並みを活かした快適空間づくり。行政、企業、NPO等の民間、住民の3者が協働して観光振興を推進。その結果、おかげ横丁の入込客数が約200万人(1994)から約340万人(2005)に。

■表彰等：観光まちづくり(伊勢・二見)、観光カリスマ100選(第3回 2003.06)



集計地域：伊勢市 単位：千人

## 事例⑤-1 黒川温泉(熊本県南小国町)

旅館経営者全員が一体となった観光振興

観光客自身が好きな温泉を自由に入湯できるシステムの構築

入込客数が80万人(H6)から100万人(H16)へ

後藤哲也の取組み

人々に「癒し」と「くつろぎ」を求めたいというニーズ、自然の中で開放されたいという欲求があることを見抜き、それには露天風呂が最も適していると確信を持つ。一人露天風呂を作ろうと決意。旅館敷地内の山肌に向かい、洞窟風呂の製作に着手し3年で完成させた。また雑木を植え、作り込んだ日本庭園ではなく、野の山を再現に取り組んだ。

主なソフト面での取組み

「入湯手形」により、日帰客も含めて、何処の露天風呂も入れるという仕組みは、画期的であった。この企画が大ヒット、話題となって、黒川温泉が人気温泉地として飛躍

主なハード面での取組み

「露天風呂」の整備や「樹を植える」「看板を取り去る」ことによる環境整備がある。一般論的にいうと、「癒しの里」というコンセプト

### 様々なお風呂を満喫できる「入湯手形」

黒川温泉では、旅館一つ一つが旅館のお部屋を意味し、通りの一本一本が各々のお部屋を結ぶ廊下と考える「黒川温泉(いち)旅館」の理念のもと、24軒の旅館の露天風呂に入湯できる『入湯手形』を発行しており、今年で20周年を迎えた。この手形づくりは地域の老人会に依頼する等、地域との密接な関係構築にも貢献している。



入湯手形



植樹の様子

### 自然を守る努力

春と秋に植樹活動を実施し、「心が癒される豊かな自然」を守るよう努力しており、特に秋の植樹には、一般客も招待している。

また、自然に優しい「よもぎ石鹸」を利用し、日頃から周辺環境の保全に配慮した取り組みを進めている。

25

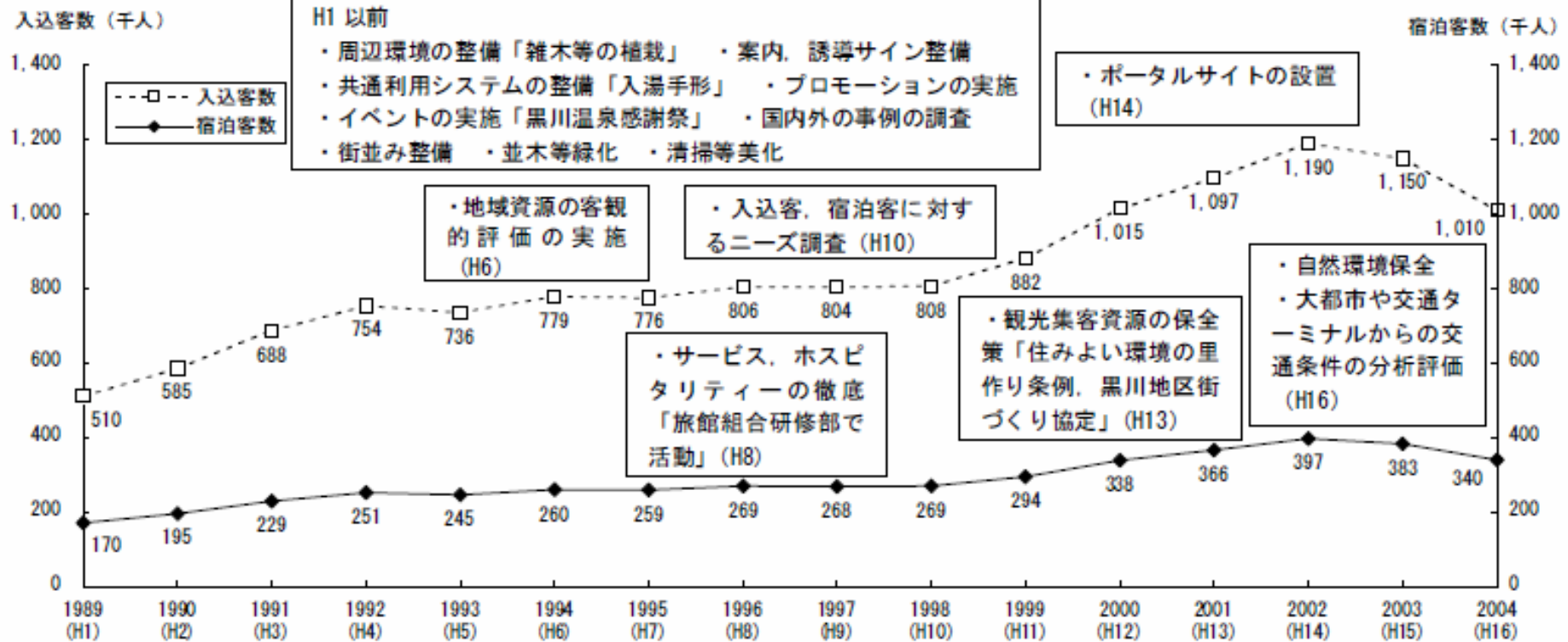
## 事例⑤-2 黒川温泉(熊本県南小国町)

■概要：旅館経営者全員が一体となった観光振興。観光客自身が好きな温泉に自由に入湯できるシステムの構築。その結果、入込客数が約 80 万人（1994）から約 100 万人（2004）に。

■表彰等：優秀観光地づくり賞（第 13 回 2006）、観光まちづくり（黒川温泉）、観光カリスマ 100 選（第 1 回 2002.12）

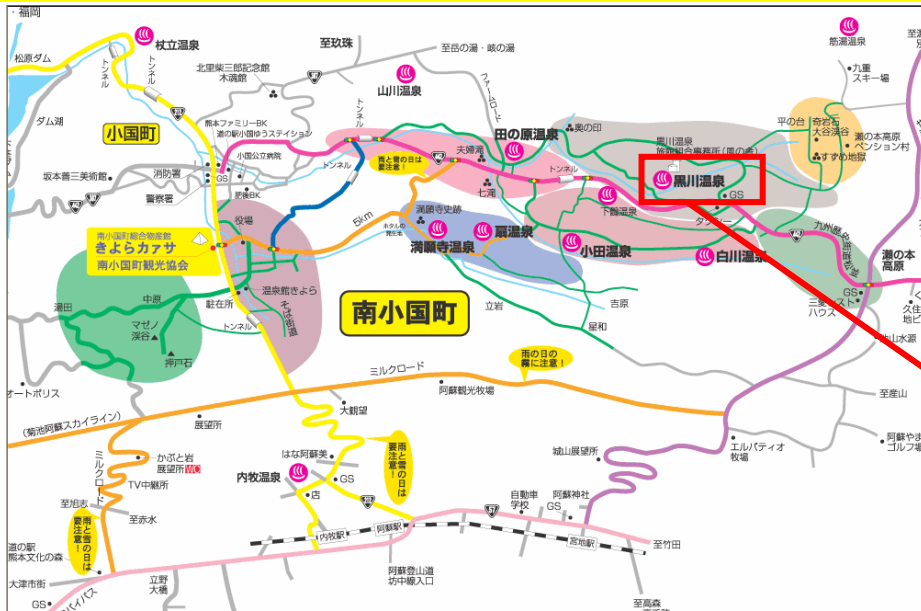
■ポイント：1986 年に入湯手形の発行を開始して以来、入込客が大きく増えている。

個々の旅館経営者が共同して、それぞれの旅館のお風呂を入湯手形という仕掛けでネットワーク化することにより、温泉街の回遊性を高めて、個性が異なる風呂を楽しむことと温泉街を歩いて楽しむことを可能にし、観光集客を拡大した。



集計地域：黒川温泉 単位：千人

# 事例⑤-3 黒川温泉(熊本県南小国町)



黒川温泉マップ Webで黒川温泉を旅しよう!

マップ上の旅館、お食事処などをクリックすると詳細を見ることができます。



# 事例⑥-1 由布院温泉(大分県由布市)

まちづくり100年を目指す持続発展可能な観光まちづくり  
 住民とリピーターが交流できる新たな生活型観光地づくり

名もなき温泉地が年間約380万人の観光客が来るまちに

「クアオルト構想」の推進による温泉地づくり

近隣の別府温泉に比べ小規模で際立った特徴のない当時の由布院温泉の状況に危機感を感じた若手旅館経営者数名がドイツの温泉保養地の視察を行い、その体験をもとに提唱したのが「クアオルト構想」で温泉、文化、自然を活かして住民の生活環境を整えた上で観光客もイベント等を見ながら滞在を楽しむことのできるドイツ流の保養温泉地を形成するというもの。

### ゆふいん情報発信運動

地震の風評被害を克服する策として、観光PRのため走り出した観光辻馬車も今年で32回目を迎えた。このようにマスコミのPR力を活用する「情報発信運動」を展開、さらに住民組織の実行委員会による「ゆふいん音楽祭」「牛喰い絶叫大会」「湯布院映画祭」をスタートした。これらのイベントは由布院を一躍全国レベルの知名度を持つ町へと引き上げた。



### 歩いて楽しいまちづくりのために

2002年に交通社会実験を旧湯布院町で行なった。これは由布院盆地中心部に車の乗り入れ規制するとともに、歩いて楽しいまちづくりを提案した。また、この実験には延べ1,400名以上のボランティアの参加も得た。



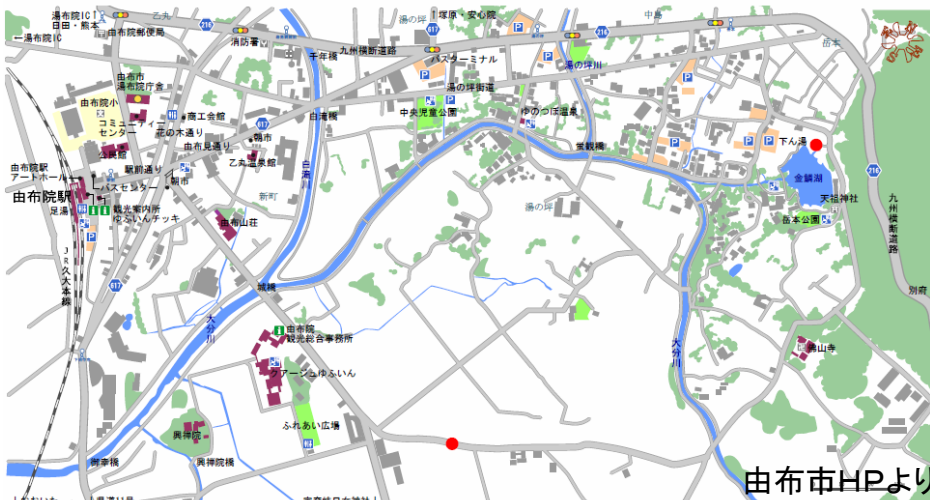
歩行者天国になった湯の坪道

### 地場流通と異業種連携の試み

由布院温泉観光協会と旅館組合の共同事業として、親類クラブ委員会ではゆふいん流グリーンツーリズムを提唱し、多くのチームと連携して料理や物産の開発も手がけている。農業・商業・観光等の異業種が連携できる地域づくりネットワークと流通システムを目指している。



スローフードマーケット



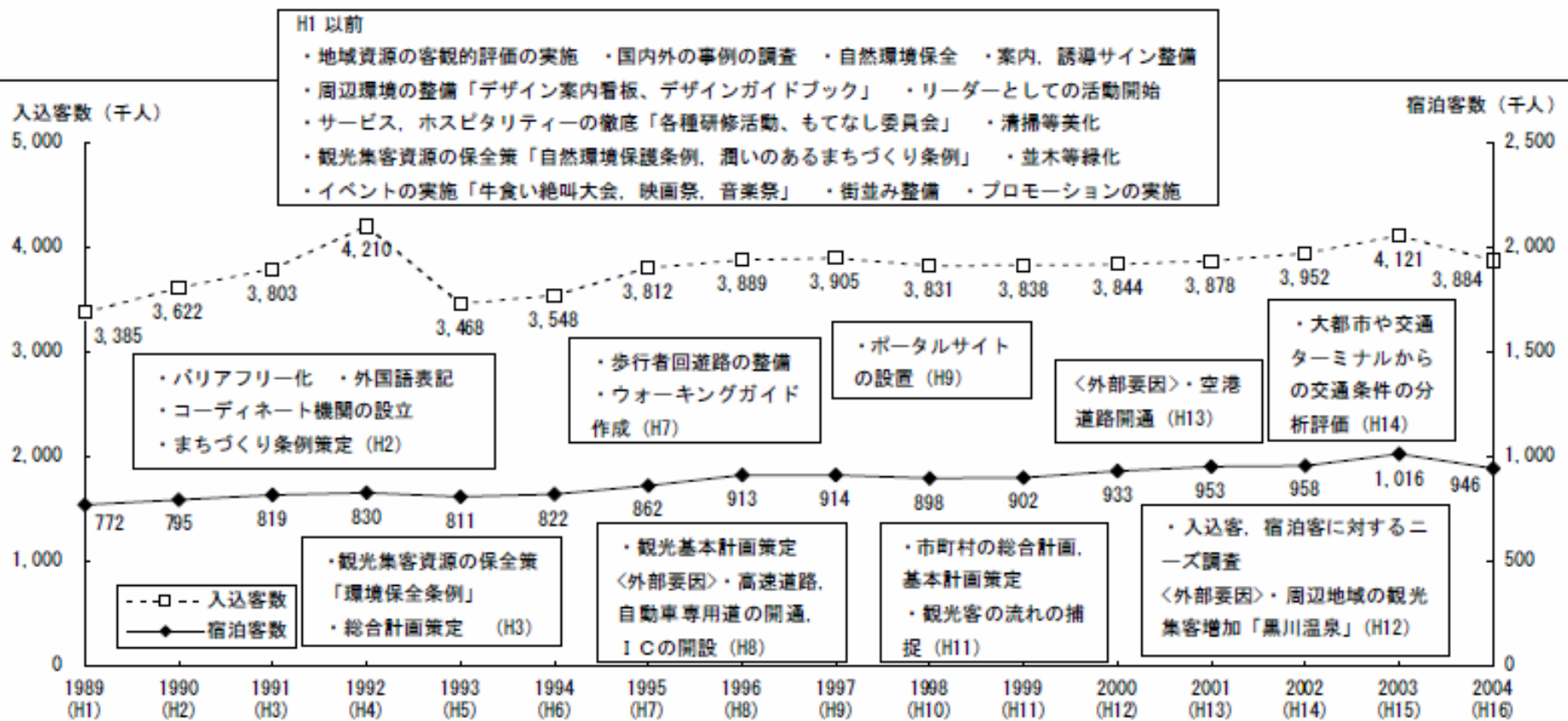
### これまでの経緯

- 昭和50年(1975) 大分中部地震の風評被害を克服するため、観光辻馬車、ゆふいん音楽祭を始める。
- 昭和52年(1977) この町にこどもは残るかシンポジウム開催。
- 平成 2年(1990) 「潤いのある町づくり条例」制定。
- 平成 9年(1997) ゆふいん料理研究会が発足。
- 平成14年(2002) 車を中心部に入れないための交通社会実験を実施。
- 平成17年(2005) NHK連続テレビ小説「風のハルカ」の舞台となる。
- 平成17年(2005) 湯布院町と挾間町、庄内町が合併し由布市が誕生。

# 事例⑥-2 由布院温泉(大分県由布市)

■概要：まちづくり 100 年を目指す持続発展可能な観光まちづくり。住民とリピーターが交流できる新たな生活型観光地づくり。その結果、名もなき温泉地が年間約 380 万人の観光客が来るまちに。

■表彰等：優秀観光地づくり賞（第 7 回 2000）、観光まちづくり（由布院温泉）、観光カリスマ 100 選（第 1 回 2002.12）



集計地域：湯布院町 単位：千人

## 事例⑦-1 門司港(福岡県北九州市)

## 話題性のあるまち

- 明治・大正期の歴史的建造物とウォーターフロント景観を活用
- 地元住民、民間、行政が力を結集
- 下関市と連携し、共通リーフレット製作、共同イベントの開催



平成7年3月のグランドオープン後、観光客数が劇的に増加！  
約25万人(H6)→約107万人(H7)→約231万人(H16)



### これまでの経緯

- 昭和63年(1988) 門司港レトロ第1期事業開始(～平成6年)。  
歴史的建造物の保存活用、ウォーターフロント整備、電線地中化等レトロな雰囲気  
に合わせた町並みを整備する。
- 平成 7年(1995) 門司港レトロがグランドオープンする。
- 平成 9年(1997) 北九州市、下関市等が関門海峡観光推進協議会を設立し、関門として一体的にPR。  
門司港レトロ第2期事業(サイクリングロード整備、第三セクターによる宿泊施設整備  
等)が開始される。
- 平成11年(1999) 「門司港レトロ展望室」の整備「海峡プラザ」がオープンする。
- 平成13年(2001) 夜間景観「門司港レトロナイトファンタジー」が整備される。
- 平成15年(2003) 「海峡ドラマシップ」「九州鉄道記念館」が開館する。
- 平成16年(2004) 「関門海峡周遊バス」の運行が開始される。
- 平成17年(2005) 「門司港レトロ路地裏ガイド」が開始される。

資料：門司港レトロインフォメーションHP、国土交通省「地域いきいきまちづくり100」



## 事例⑦-2 門司港(福岡県北九州市)

### 主な取り組み

#### ○門司港レトロ路地裏ガイド

北九州市経済文化局門司港レトロ室が主体となり、昭和の趣きが残る路地裏を探索するルートを、ボランティアが案内



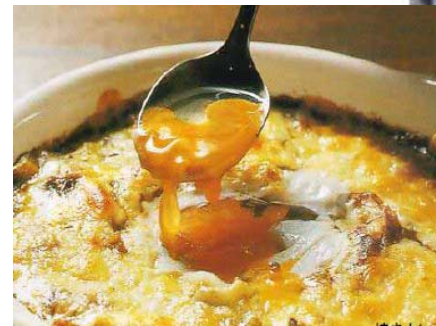
#### ○関門海峡周遊バス

北九州市、下関市、山口県で構成される関門海峡観光推進協議会が主体となり、北九州市・下関市の宿泊者を対象に、観光スポットをガイド付きで無料で巡る周遊バスを運行。



#### ○ご当地グルメの発掘

門司子発祥のご当地グルメが人気。中でもカレーをオーブンで焼き、香りとコクを追求した「焼きカレー」が代表格で、20店舗以上で展開。



#### ○歴史的建造物の発掘

海運会社のビルや料亭を、居酒屋やカフェ、旅館等に改築し、再活用・レンガ造りの防火壁・うだつが印象的。





## 事例⑧-1 飢肥(宮崎県日南市) 話題性のあるまち

- 歴史的な景観の保全、ドラマのロケ等を通して全国的に有名な観光地へ
- 行政、住民等が協働してホスピタリティあふれる観光地づくりを推進



日南市の観光入込客数が約87万人(H6)から約107万人(H17)に！

- |             |  |
|-------------|--|
| 平成 9年(1997) | 大正時代に建てられた歴史的価値の高い「赤レンガ倉庫」を残したい、観光客に見てほしいという思いから、市民有志31名が「赤レンガ倉庫」を購入する。                |
| 平成10年(1998) | 「赤レンガ倉庫」など5件が国の登録有形文化財に登録される。  |
| 平成12年(2000) | 全国の歴史的景観を持つ自治体及び関係者が、景観や町並み保全について、シンポジウム等を開催し、これからの町並み等の保全について研究する「全国町並みゼミ日南大会」が開催される。 |
| 平成13年(2001) | 日南市漁業発展の礎であるマグロ漁船「チョロ船」を市が50年ぶりに復元・進水する。   |
| 平成16年(2004) | NHK連続テレビ小説「わかば」飢肥が舞台になる。   |



## 事例⑧-2 飫肥(宮崎県日南市)

### ○飫肥地区の街づくり(飫肥楽市楽座)

地元住民で組織されている飫肥楽市楽座は、「自分たちが楽しくなければ、来た人も楽しくない」をモットーに、人力車の無料乗車体験等、魅力を発見できるようなイベントを開催。



### ○飫肥地区の街づくり(飫肥に灯りをともす会)

地元住民で組織されている飫肥に灯りをともす会は、観光客の目を楽しませる、環境保全を啓発することを目的に、廃油キャンドルづくりの体験講習会・灯明の実施等、街づくりの活性化を推進。



### ○ボランティアによる観光ガイドの実施

住民のボランティア団体が、飫肥の観光案内を行うとともに、ガイドボランティアを拡充。



### ○泰平踊(郷土舞踊)の披露

元禄の初めより伝わる郷土舞踊で、本町組(亀組)、今町組(鶴組)の2つの保存会により保存・伝承。ボランティアで泰平踊を披露。



# 事例⑨-1 竹富島(沖縄県竹富町)

# 話題性のあるまち

○生活の中で育まれた文化遺産を観光資源へ



**観光客数が約86,000人(H1)から約416,000人(H17)に！**

- 昭和62年(1987) 集落が重要伝統的建造物群保存地区に選定される。
- 平成 8年(1996) 竹富島のPRと全国的な啓発活動のため、全国竹富島文化協会を設立する。
- 平成14年(2002) 文化遺産の保存と継承のため、NPOたきどうんが発足する。  
1市2町で八重山ビクターズビューローを設置する。
- 平成15年(2003) 竹富東港の旅客待合所「てえどうん かりゆし館」が完成する。
- 平成17年(2005) 旧与那国家住宅の石垣等の施設整備を開始する。  
西棧橋・なごみの塔が国の登録有形文化財に登録される。  
「竹富島家並」が手づくり郷土賞(大賞部門)を受賞する。



## 事例⑨-2 竹富島(沖縄県竹富町)

### ○旧与那国家の改修

指定文化財でもある旧与那国家住宅の改修に合わせて、周辺の石垣等の修復を島民総動員で行い、文化財の保存、維持管理への意識向上が図られた。また、観光客もこの体験に参加できる。



### ○竹富島フィールドミュージアムのサポート施設

竹富島ならではの文化、生活習慣を体感してもらおうとともに、旬の情報、島マナー等を提供する施設を6つのサポート施設を整備。



### ○竹富島型エコツアーの実施

島のおじいおばあさんと触れ合い、時には歌や踊りが飛び出すなど、ユーモアあふれる貴重な話を聞くことができるツアー「素足で感じる竹富島」を実施。歴史や文化の体験が可能。



### ○伝統文化の継承

先祖から脈々と伝わる、独自の三味線や方言等の文化を来訪者との交流のひとつの材料とすることで、島の活性化に繋げている。各種講座等を設け、主に島の子供たちへの伝統文化の継承に努めている。

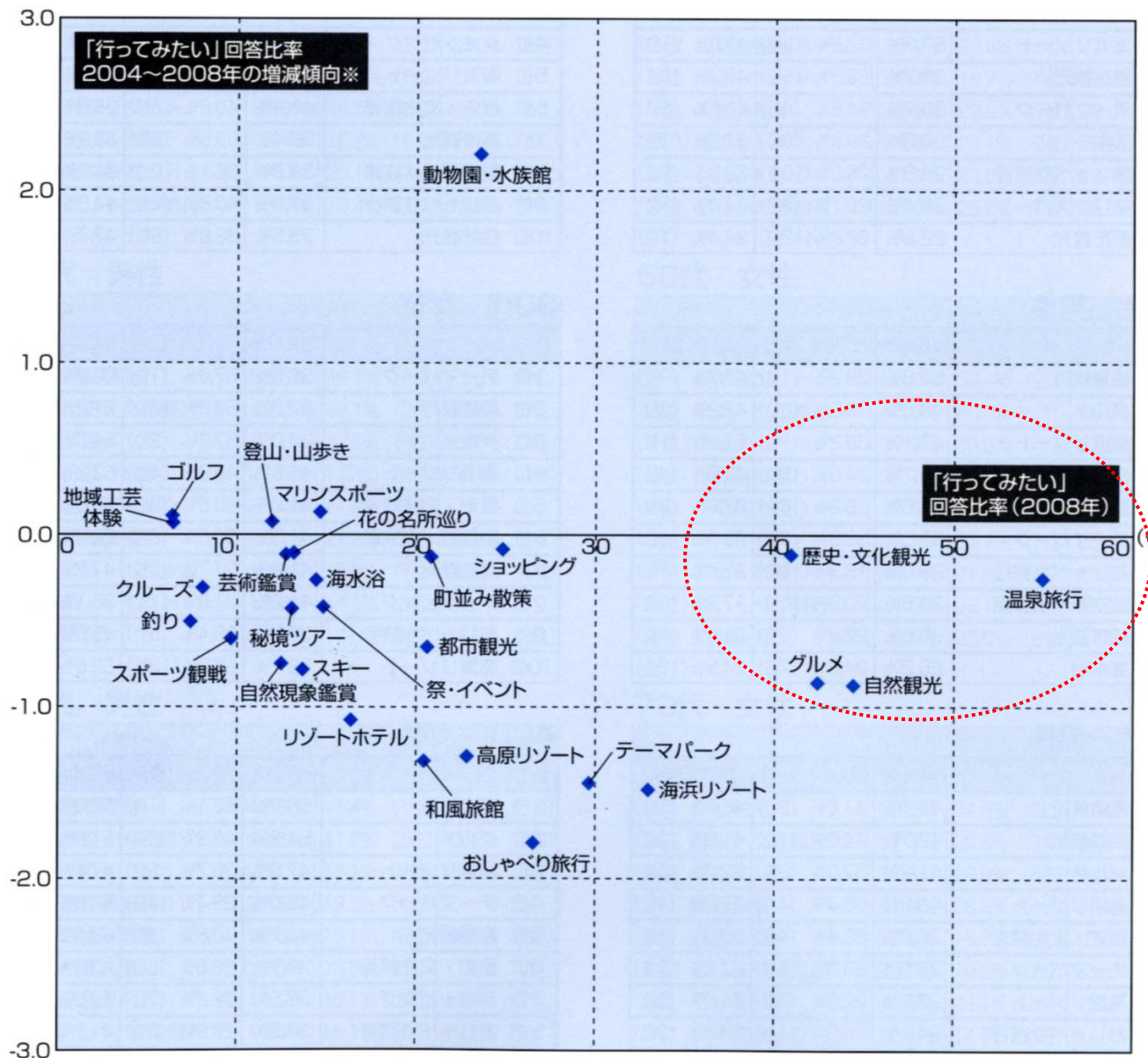


# 事例⑩-1 九重“夢”大吊橋(大分県玖珠郡九重町) 話題性のあるまち

大吊橋は高原と温泉の町である九重町の位置し、2006年10月にオープン。390メートルの全長、173メートルの高さがともに日本一を誇る。橋から望む鳴子川渓谷の新緑や紅葉を見下ろす風景が人気を呼び、開業1年で200万人を超す観光客が訪れた。平成21年9月現在の来場者は約487万人。



# 参考)行ってみたい旅行タイプ



プロットは右にあるものほど旅行を希望する人が多く、原点を境に上部にあるものは近年人気上昇傾向にある旅行タイプ

注) 縦軸の「増減傾向」の数値は、2004年から2008年までの5年間の回答比率を用いた線形回帰直線の傾きの値です。

資料：財団法人日本交通公社「旅行者動向2009」

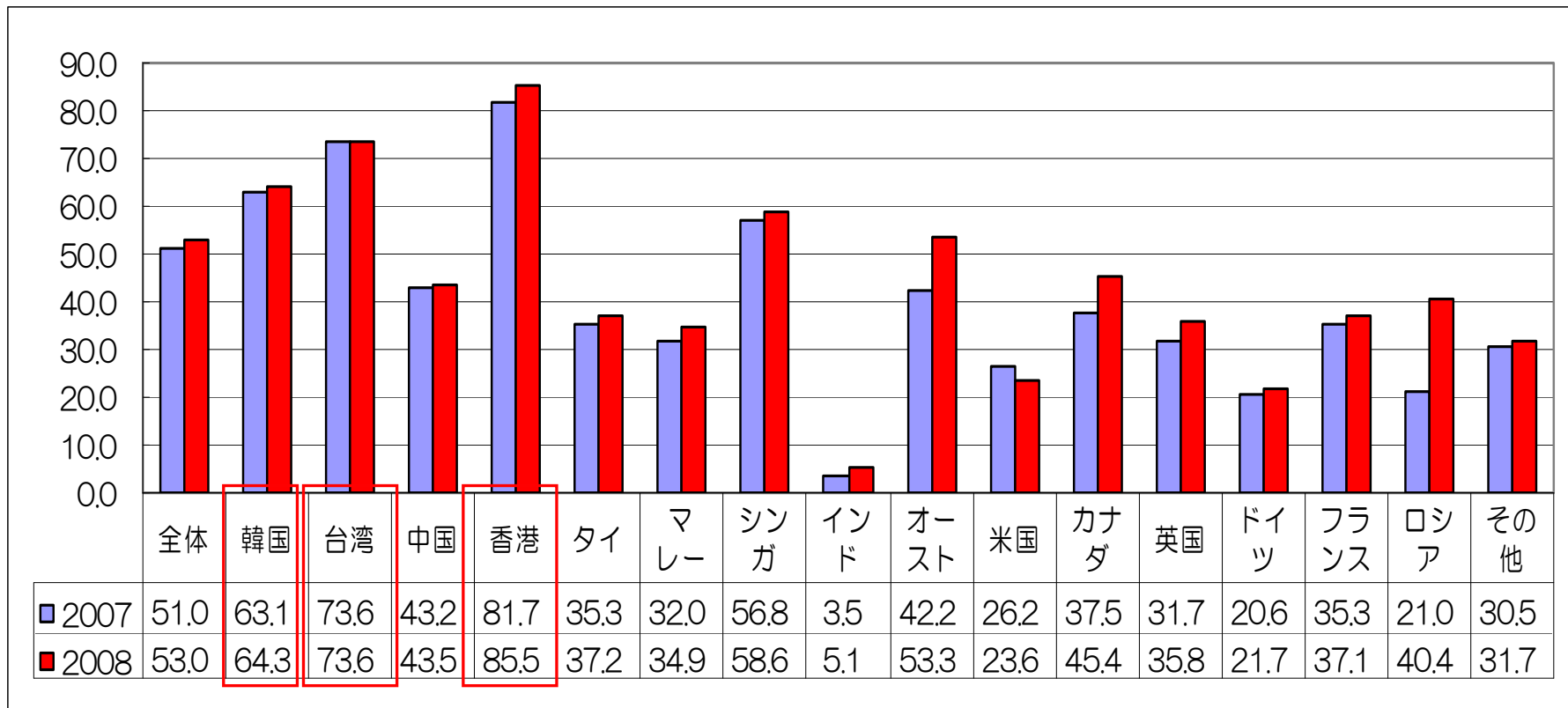
## 5 資料集

1. 日本政府観光局訪日外客調査（H18～H20）  
JNTO訪日外客訪問地調査2007-2008  
JNTO訪日外客実態調査2006-2007（満足度調査編）  
JNTO訪日外客消費動向調査2007-2008
2. 国際観光船乗客アンケート結果（H18）  
国際及び国内観光船入港にかかる経済波及効果等調査業務報告書  
シンクながさき
3. 中国国際旅行社（日本）劉桂香氏聞き取り調査（H21）
4. チャイナネット2009/8/25  
日本政府観光局（JNTO）上海事務所長の鈴木克明氏

# 1-2 観光客の特徴（日本全体）

## ■市場別観光客比率

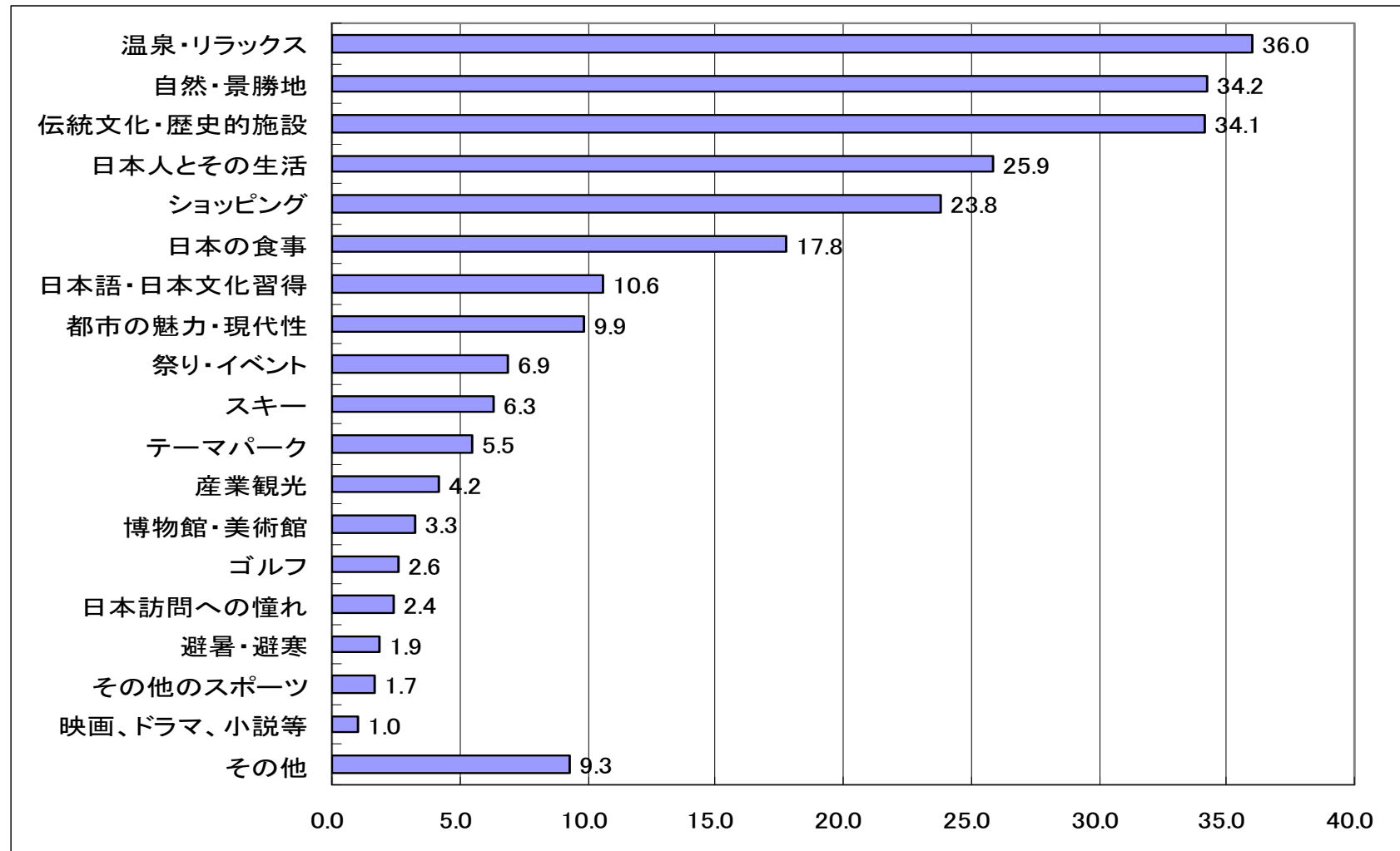
- ・2008（H20）年の訪日目的としては、観光が53.0%となっている。
- ・近年は観光客の伸びが高く、米国以外のどの市場においても、観光客の割合が増加している。
- ・特に韓国、台湾、香港などのアジアの国々では観光客の割合が多い。





## 1-2 観光で日本を訪れたい理由（日本全体）

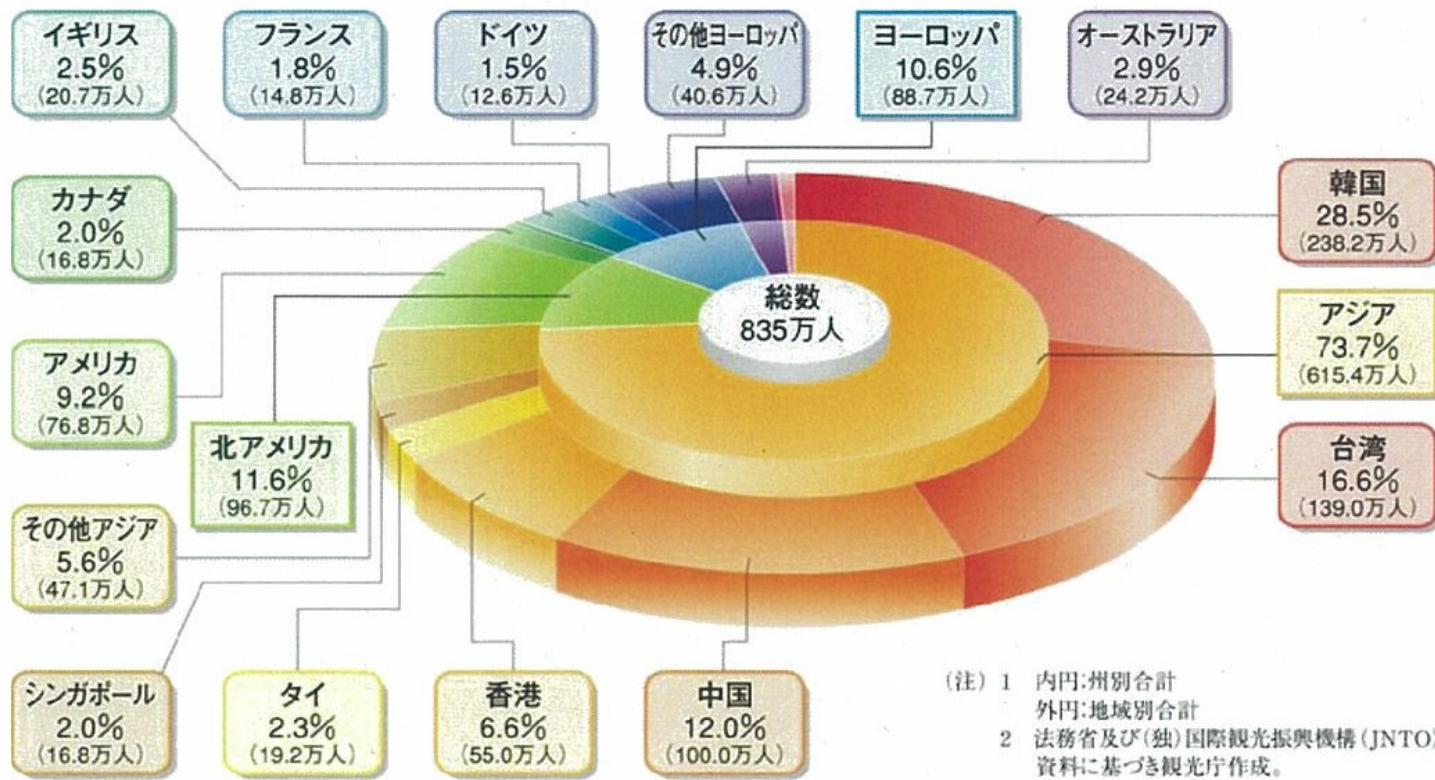
■最も多い理由は「温泉・リラックス（36.0%）」に次いで「自然・景勝地（34.2%）」「伝統文化・歴史的施設（34.1%）」の順となった。



# 1-3 観光客の特徴（日本全体）

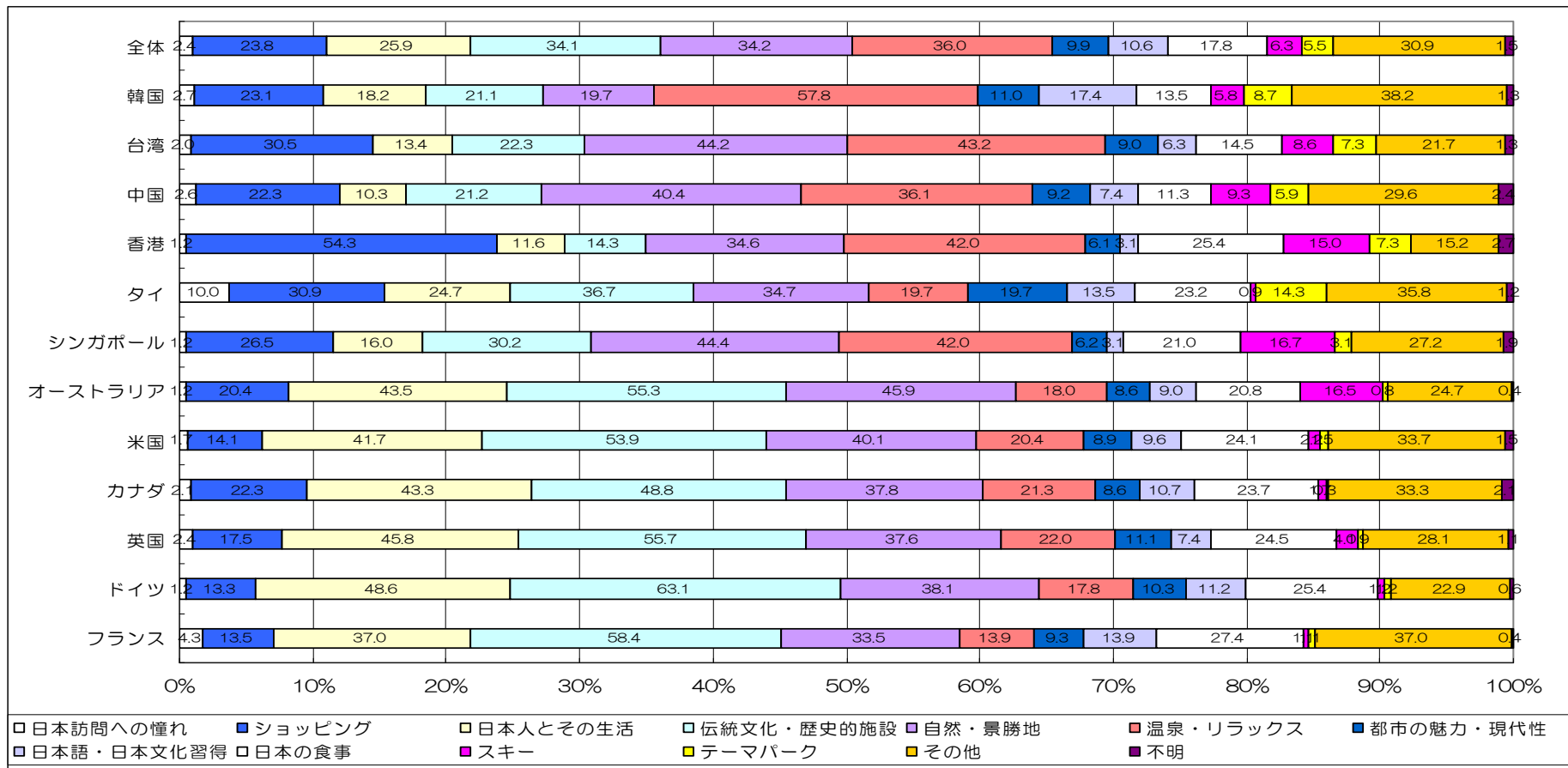
## ■旅行者数と国籍

- ・2008（H20）年の訪日外国人旅行者は、835万人。
- ・アジアが615万人と全体の73.7%を占める。
- ・韓国(28.5%)、台湾(16.6%)、中国(12.0%)、香港(6.6%)
- ・中国は100万人を超えた。



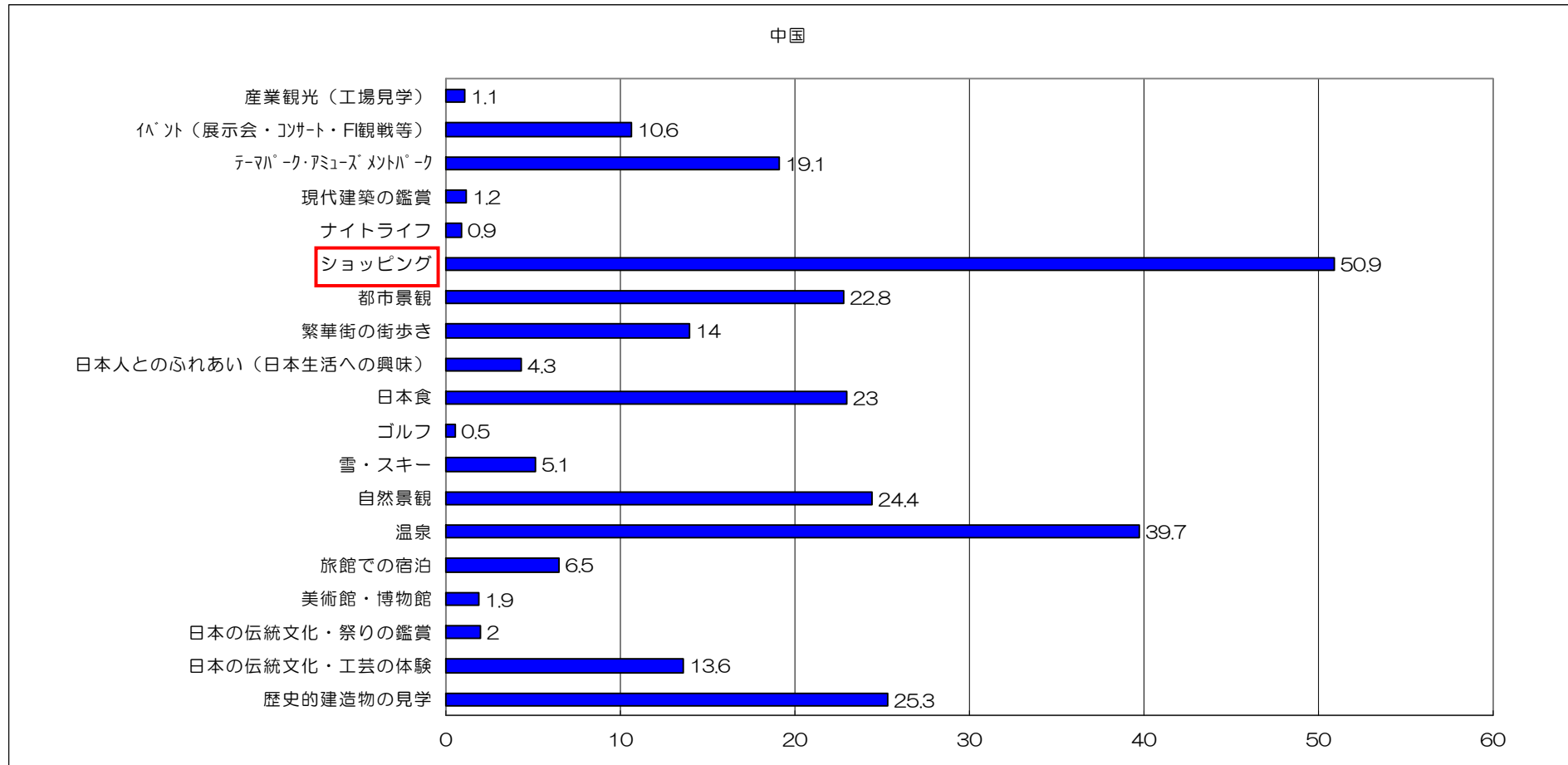
# 1-4 観光で日本を訪れたい理由 (日本全体)

- 観光目的での再訪日の理由を居住国別に見ると、欧米の諸国では「日本人とその生活」「伝統文化・歴史的施設」の割合が高いのに対して、タイを除くアジア諸国では「温泉・リラックス」「ショッピング」の割合が相対的に高かった。
- 香港人の半数以上が「ショッピング」を挙げている。
- フランス (27.4%)、香港 (25.4%)、ドイツ (25.4%) の順で「日本の食事」を理由に挙げている。



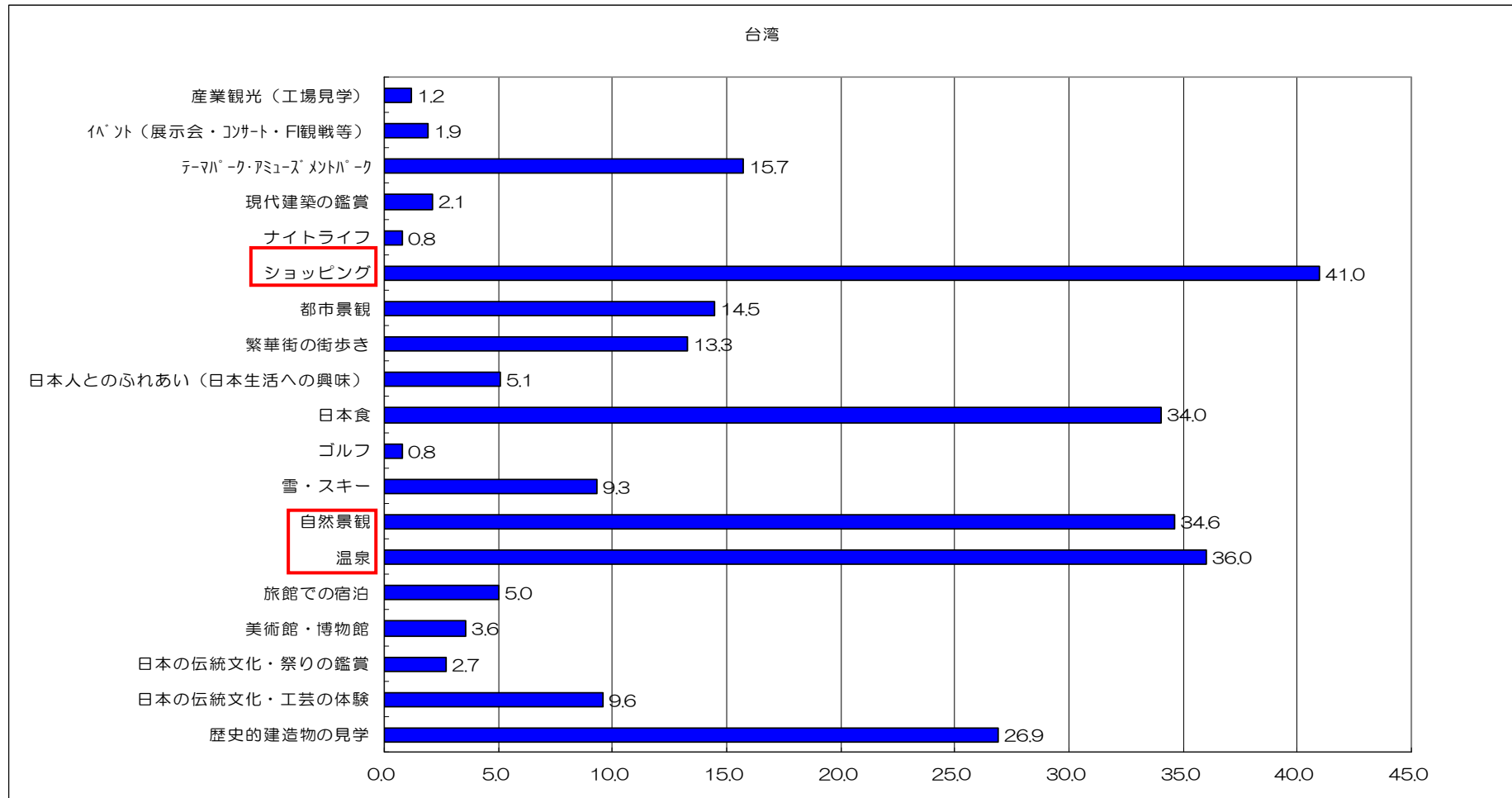
# 1-5 中国人の訪日動機（日本全体）

- ・ **ショッピング**を訪日動機に挙げる人が**半数**に上る。



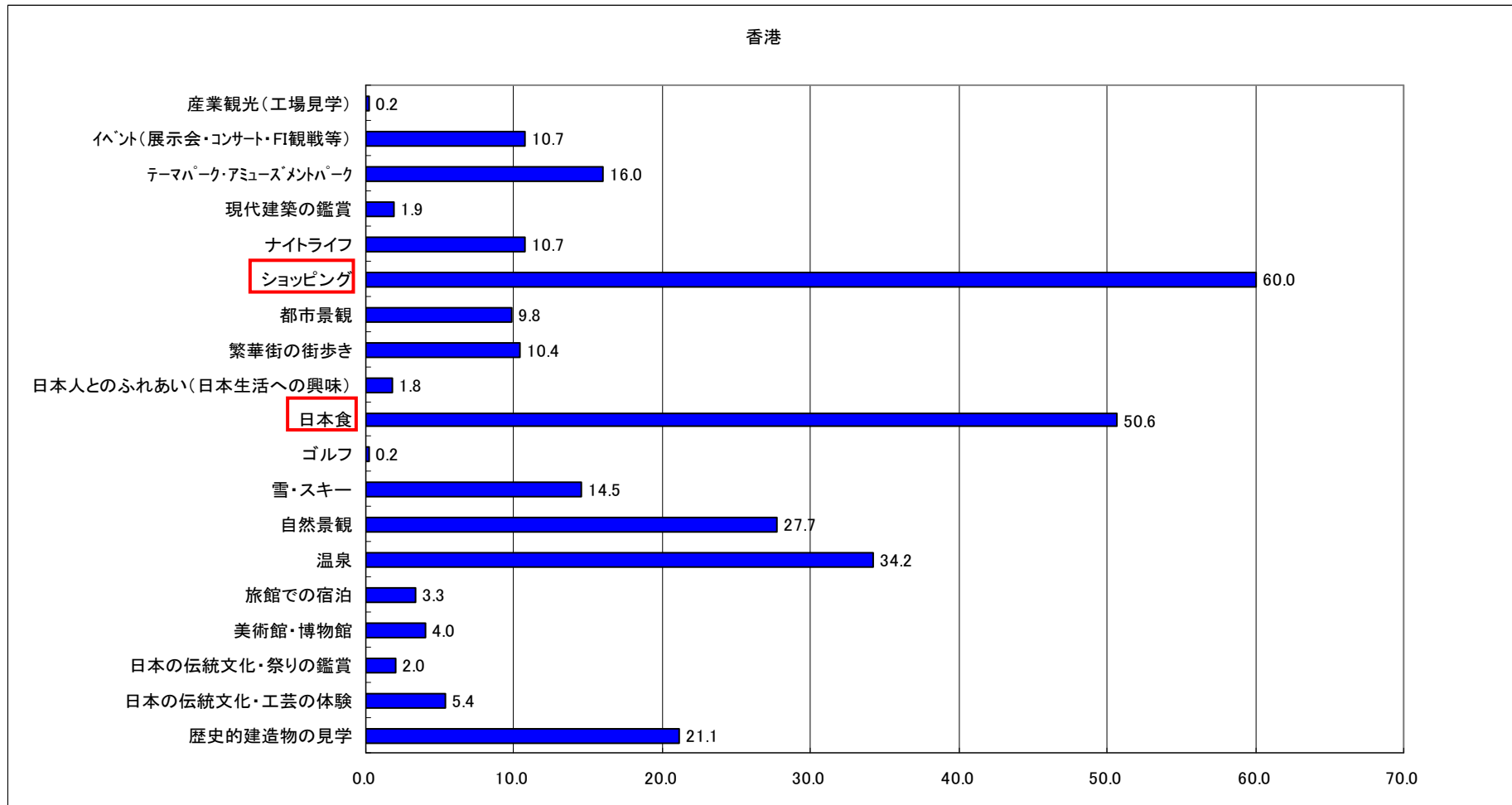
# 1-6 台湾人の訪日動機（日本全体）

- ・ **ショッピング**、**温泉**、**自然景観**が訪日動機となっている観光客が多い。



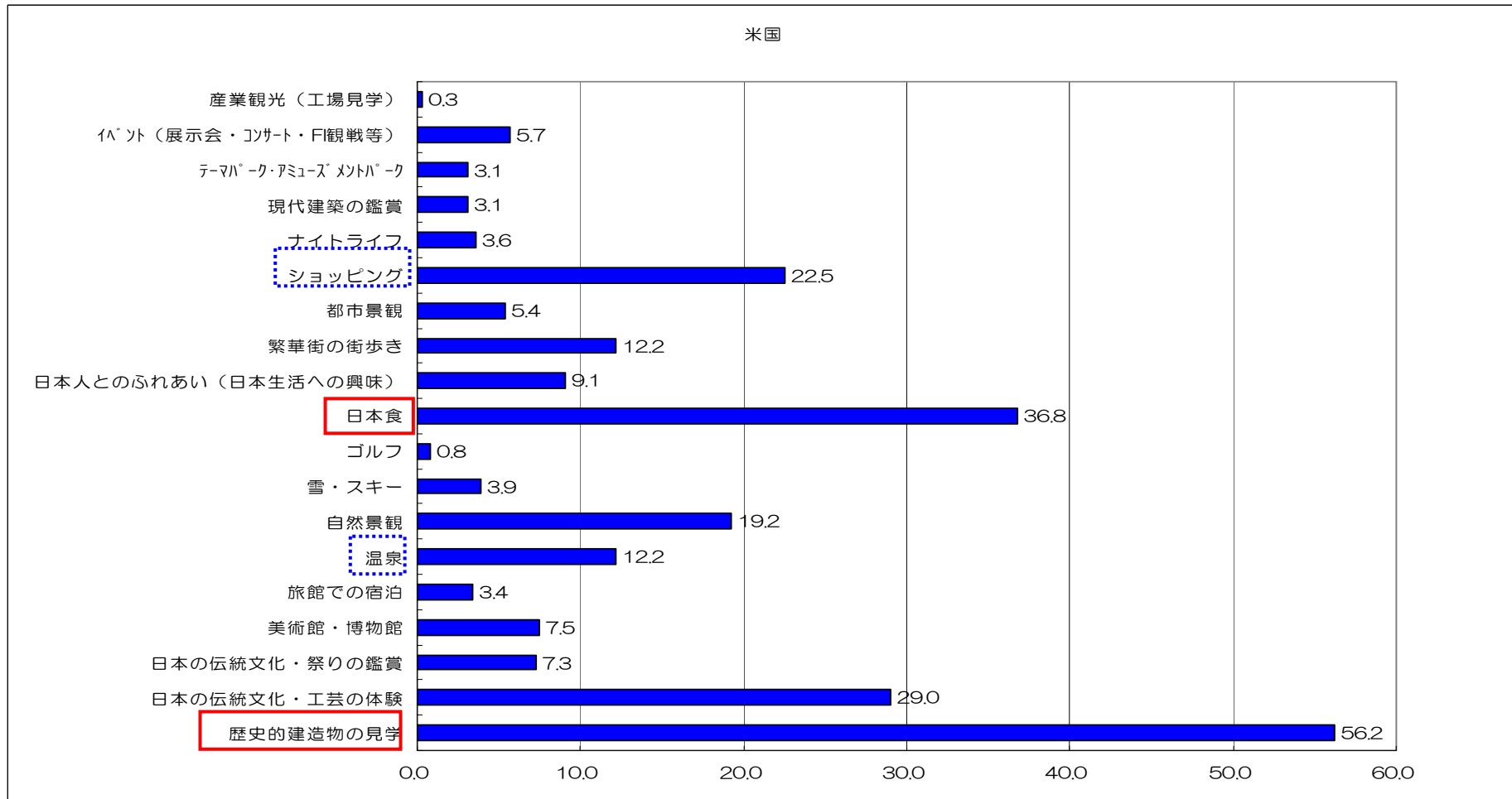
## 1-7 香港人の訪日動機（日本全体）

- ・ **ショッピング**と挙げる人が**60.0%**と最も多く、次いで**日本食**が**50.6%**となっている。



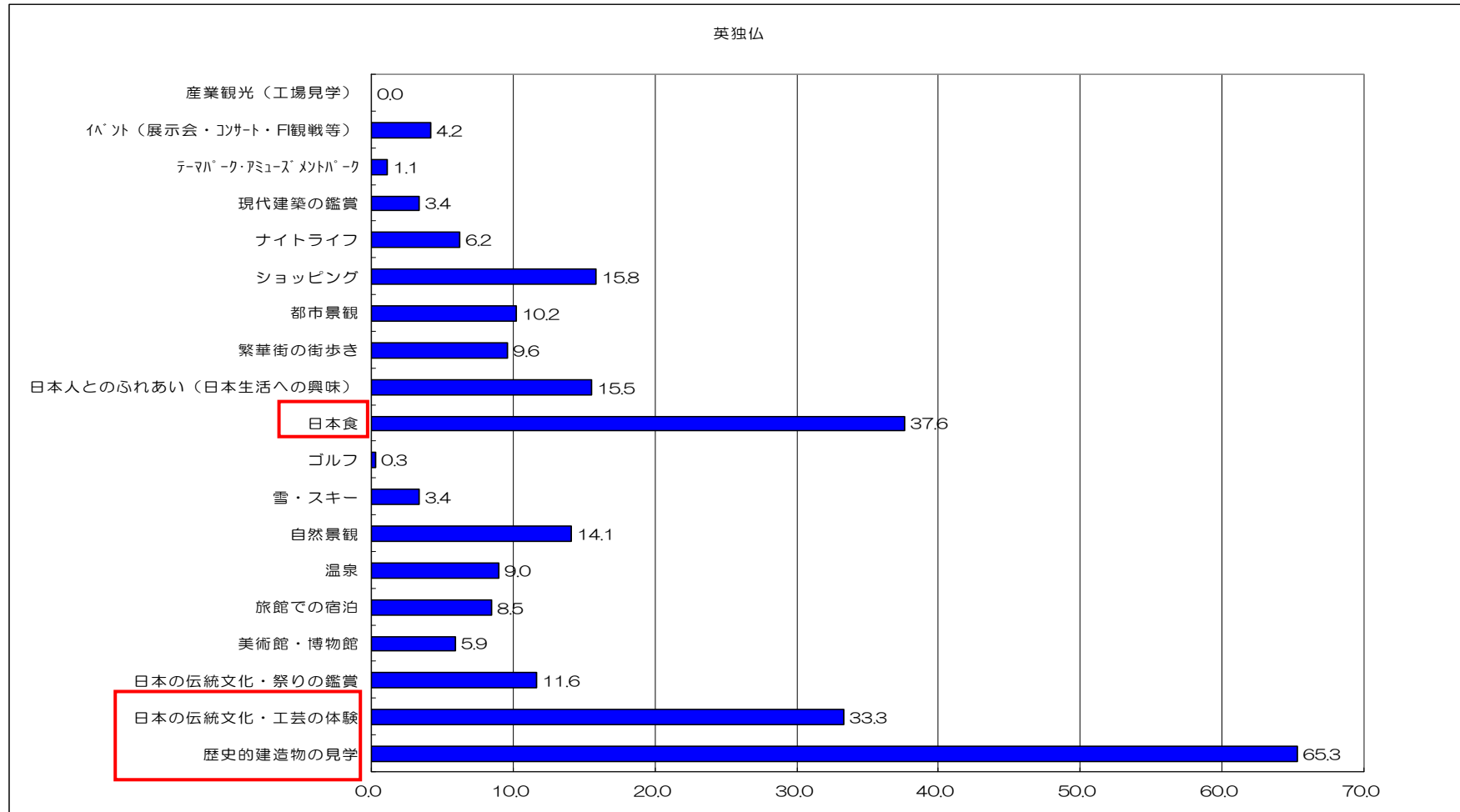
## 1-8 米国人の訪日動機（日本全体）

- ・ 全体では4位である**歴史的建造物の見物**を挙げる人が**56.2%**と最も多い。
- ・ 逆に**ショッピング**や**温泉**を上げる人は**少ない**。



## 1-9 英独仏人の訪日動機（日本全体）

- ・ 歴史的建造物の見物、日本食、日本の伝統文化・工芸の体験など、日本らしさに係る動機が多い。





# 1-10 国・地域別のお土産・物品購入費比較（日本全体）

（単位：円）

国・地域名	回答者数	お土産・物品購入費
韓国	788	30,910
台湾	766	69,692
中国	528	78,680
香港	258	76,829
タイ	93	53,676
マレーシア	74	39,663
シンガポール	127	42,834
インド	63	53,190
オーストラリア	188	20,605
米国	667	27,261
カナダ	113	25,826
英国	189	24,335
ドイツ	137	21,884
フランス	94	47,002
ロシア	32	47,576
その他	542	40,846
全体	4,659	46,464

・ 訪日外客が1回で使うお土産・物品購入費

平均は4万6,464円

中国・香港が7万円台

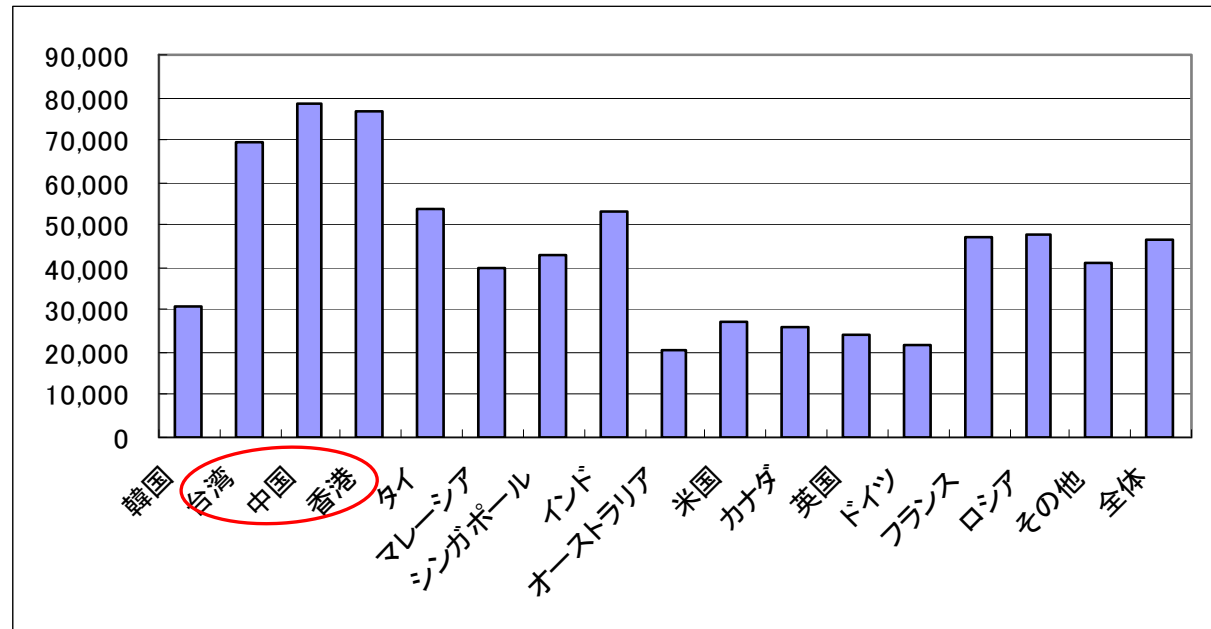
台湾が6万円台

・ アジア人の消費額が欧米人の消費額を上回る

・ アジア人の中でも韓国人の消費額は比較的少ない

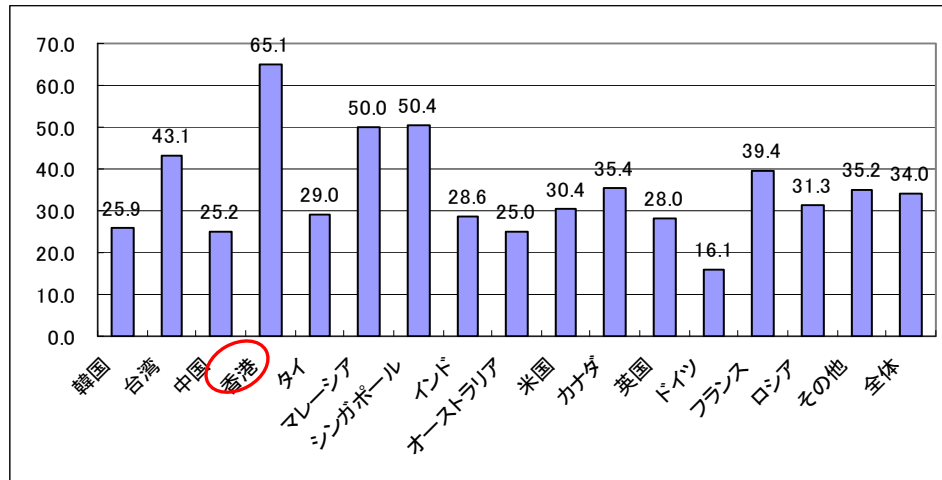
・ 欧米人の中ではフランス、ロシアの金額が比較的多い

市場別お土産・物品購入費



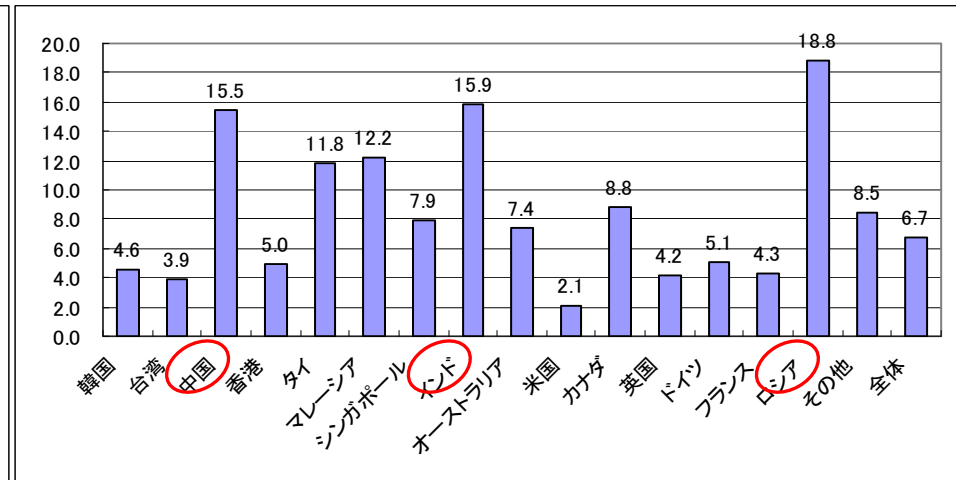
# 1-11 主要国・地域のお土産品目別購入率（15市場比較） 1/2

## ①洋服、かばん、靴等

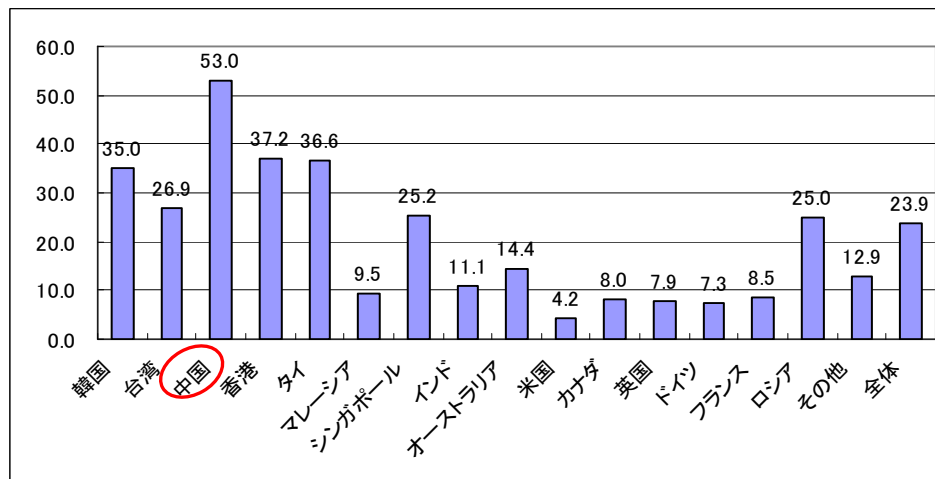


## ②時計

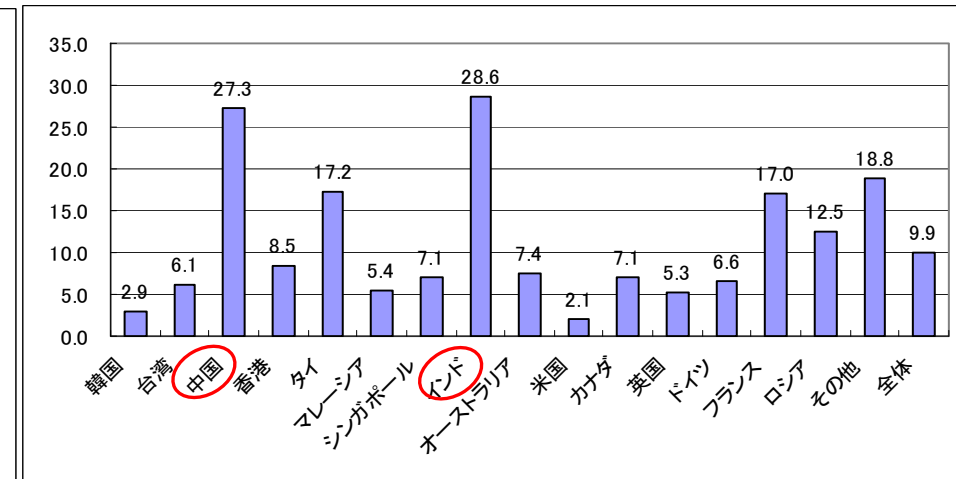
日本全体



## ③化粧品

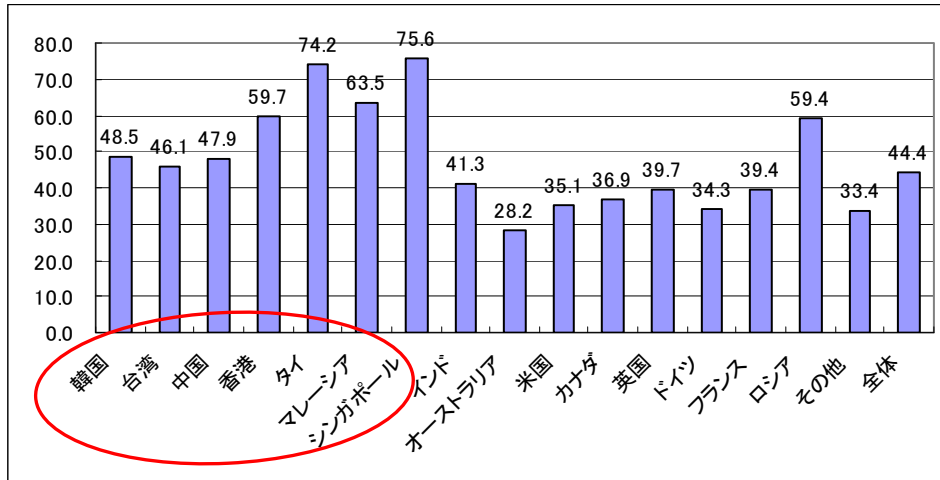


## ④カメラ、ビデオカメラ



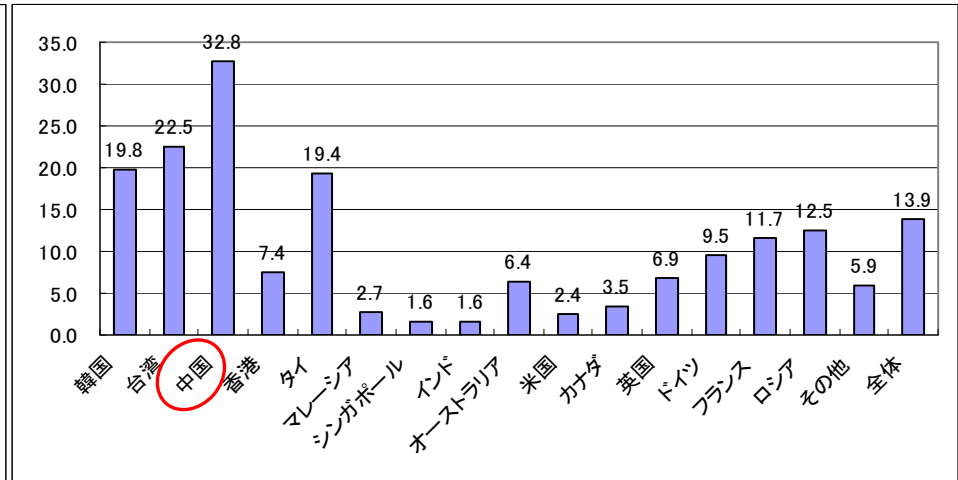
# 1-12 主要国・地域別のお土産品目別購入率（15市場比較）2/2

## ⑤菓子

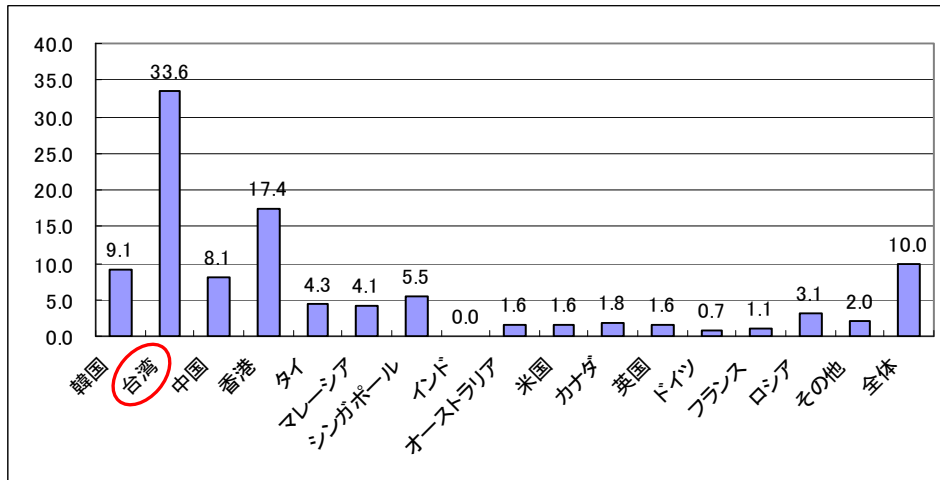


## ⑥たばこ

日本全体



## ⑦薬・サプリメント



- ・「洋服、かばん、靴等」は特に香港人旅行者が多い
- ・「化粧品」特に中国人旅行者が多い
- ・「時計」「カメラ、ビデオカメラ」は中国、インド人旅行者が多い
- ・「菓子」は特に東南アジアからの旅行者が多い  
主としてファミリー層からのものと推測される。
- ・「たばこ」は東南アジアでなく、東アジア人旅行者が多い
- ・「薬・サプリメント」は特に台湾人旅行者が多い

アジア人に好まれるお土産：

「洋服、かばん、靴等」「化粧品」「時計」  
「菓子」「たばこ」「薬・サプリメント」

# 1-13 主要国・地域別のお土産購入品目購入率 ベスト5

## ■主要6国、地域でのベスト5

韓国 n=788

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	菓子	48.5
2	化粧品	35.0
3	洋服、かばん、靴等	25.9
4	酒	22.7
5	たばこ	19.8

中国 n=528

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	化粧品	53.0
2	菓子	47.9
3	たばこ	32.8
4	カメラ、ビデオカメラ	27.3
5	洋服、かばん、靴等	25.2

米国

日本全体

n=667

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	菓子	48.5
2	洋服、かばん、靴等	35.0
3	和服(着物)、民芸品	25.9
4	おもちゃ、キャラクターグッズ	22.7
5	その他の食品、飲料、調味料	19.8

台湾 n=766

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	菓子	46.1
2	洋服、かばん、靴等	43.1
3	その他の食品、飲料、調味料	38.5
4	薬、サプリメント	33.6
5	化粧品	26.9

香港 n=258

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	洋服、かばん、靴等	46.1
2	菓子	43.1
3	その他の食品、飲料、調味料	38.5
4	化粧品	33.6
5	おもちゃ、キャラクターグッズ	26.9

英国

n=189

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	菓子	46.1
2	洋服、かばん、靴等	43.1
3	和服(着物)、民芸品	38.5
4	おもちゃ、キャラクターグッズ	33.6
5	ポストカード	26.9

# 1-14 主要国・地域別、最も満足したお土産ベスト5

日本全体

## 韓国

n=788

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	化粧品	8.8
2	洋服、かばん、靴等	8.0
3	菓子	7.2
4	おもちゃ、キャラクタグッズ	3.8
5	酒	3.4

## 中国

n=528

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	カメラ、ビデオカメラ	17.2
2	化粧品	15.9
3	洋服、かばん、靴等	6.1
4	その他の電気、電子製品	4.5
5	菓子	4.5

## 米国

n=667

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	洋服、かばん、靴等	8.1
2	和服(着物)、民芸品	7.8
3	食器、キッチン用品	4.2
4	おもちゃ、キャラクタグッズ	3.9
5	菓子	3.7

## 台湾

n=766

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	洋服、かばん、靴等	15.4
2	CD,DVD、ゲームソフト	8.5
3	菓子	7.3
4	化粧品	5.5
5	おもちゃ、キャラクタグッズ	4.7

## 香港

n=258

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	洋服、かばん、靴等	27.5
2	菓子	6.2
3	カメラ、ビデオカメラ	5.8
4	化粧品	5.0
5	CD,DVD、ゲームソフト	4.3
5	おもちゃ、キャラクタグッズ	4.3

## 英国

n=189

順位	お土産購入品目	購入率 (%)
1	和服(着物)、民芸品	6.9
2	洋服、かばん、靴等	5.3
3	食器、キッチン用品	4.2
3	カメラ、ビデオカメラ	4.2
3	その他の電気、電子製品	4.2

- ・ 「洋服、かばん、靴等」は購入率が高いため、多くの市場で満足度が高い
- ・ 「カメラ、ビデオカメラ」は購入率が低いにもかかわらず、満足度は高い

## 2-1 国際及び国内観光船入港にかかる経済波及効果等 調査業務報告書（平成19年3月シンクながさき）

### アンケート調査の概要

### 長崎でのアンケート調査

#### ■調査対象船と調査時期

インターセプトによる記入依頼法

- ・ **コスタアレグラ**

平成18年10月23日（月）午後13:00～17:00

- ・ **サファイアプリンセス**

平成18年10月28日（土）午後13:00～17:00

- ・ **飛鳥Ⅱ**

平成19年3月12日（月）午後13:00～16:30

#### ■回収率

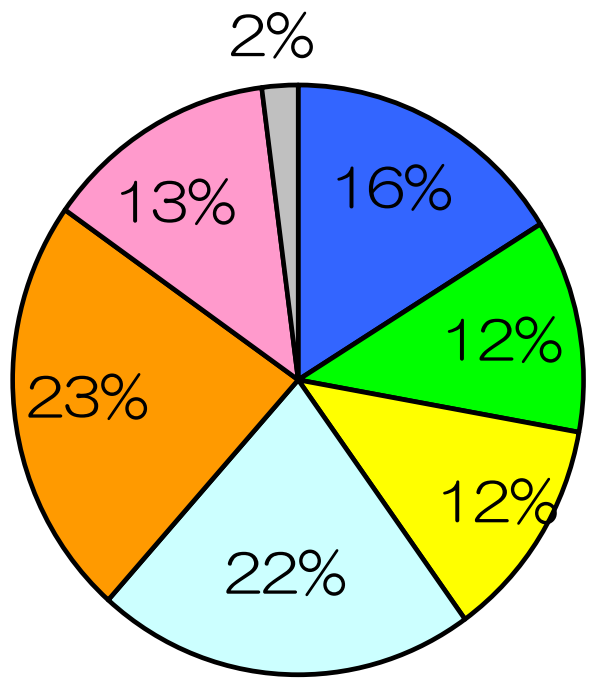
・ コスタアレグラ                      137票

・ サファイアプリンセス              276票

・ 飛鳥Ⅱ                                      129票

# 2-2 国際及び国内観光船の年齢構成

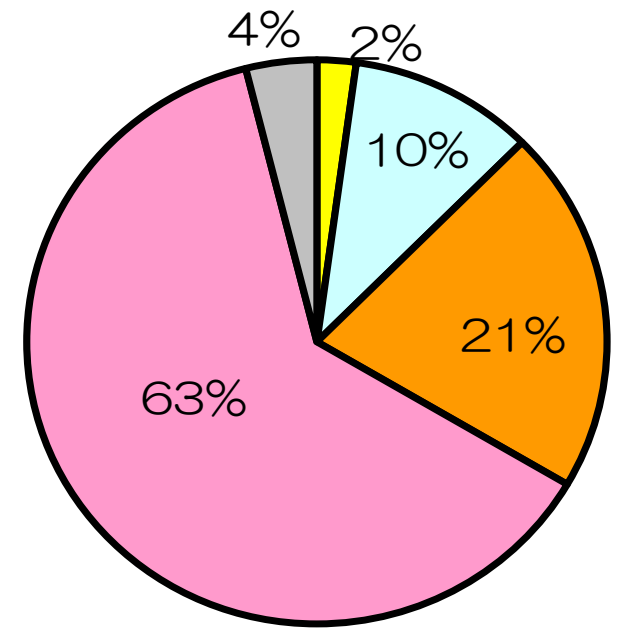
■ 国際観光船の年齢構成  
 コスタアレグラ・サファイアプリンセス



n=413

- ・幅広い年齢層
- ・50歳以上で6割弱を占めている。

■ 国内観光船の年齢構成  
 飛鳥II



n=129

- ・60歳以上で8割強を占めている
- ・特に70歳以上が6割強を占めている

## 2-2 国籍別1人当たり長崎での平均観光消費単価

### 中国人乗客 平均観光消費額

交通費・宿泊費	13,252
飲食費	2,075
お土産代	19,796
その他	5,048
計	40,171

単位：円

### 日本人乗客 平均観光消費額

交通費・宿泊費	4,780
飲食費	2,235
お土産代	5,885
その他	585
計	13,485

単位：円

### 中国以外の外国人乗客 平均観光消費額

交通費・宿泊費	4,564
飲食費	1,824
お土産代	2,114
その他	959
計	9,461

単位：円

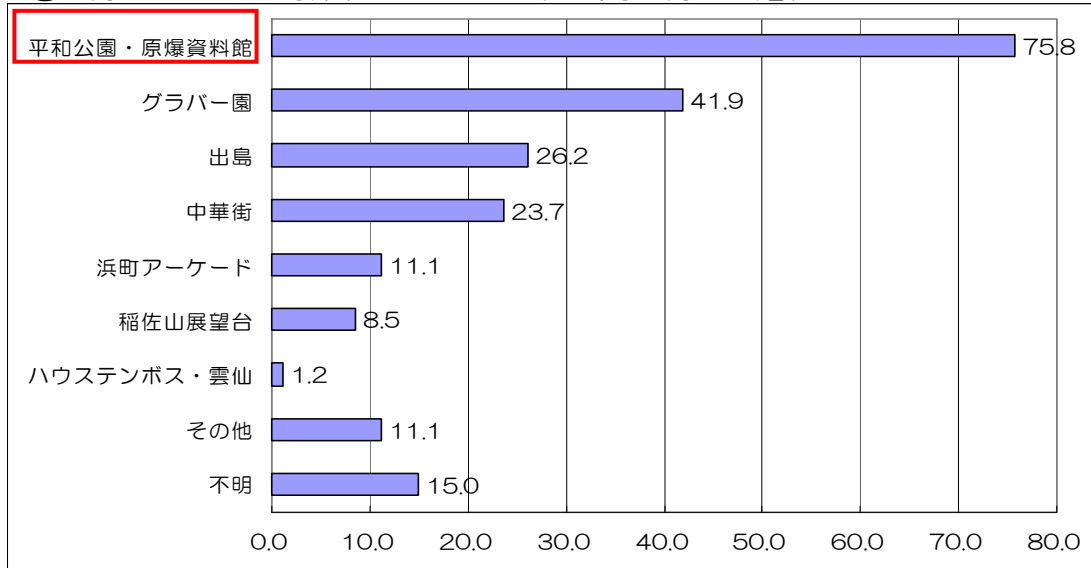
- ・ コスタアレグラ  
→ 中国人乗客
- ・ サファイアプリンセス  
→ 中国以外の外国人乗客
- ・ 飛鳥Ⅱ  
→ 日本人乗客



# 2-3 国際観光船客の観光した場所・施設

## ①観光した場所・施設（国際観光船）

n=413単位:%



実際に観光した場所・施設については、

「平和公園・原爆資料館」が最も多く75.8%。

次いで

「グラバー園」が41.9%、

「出島」26.2%、

「中華街」23.7%となっている。

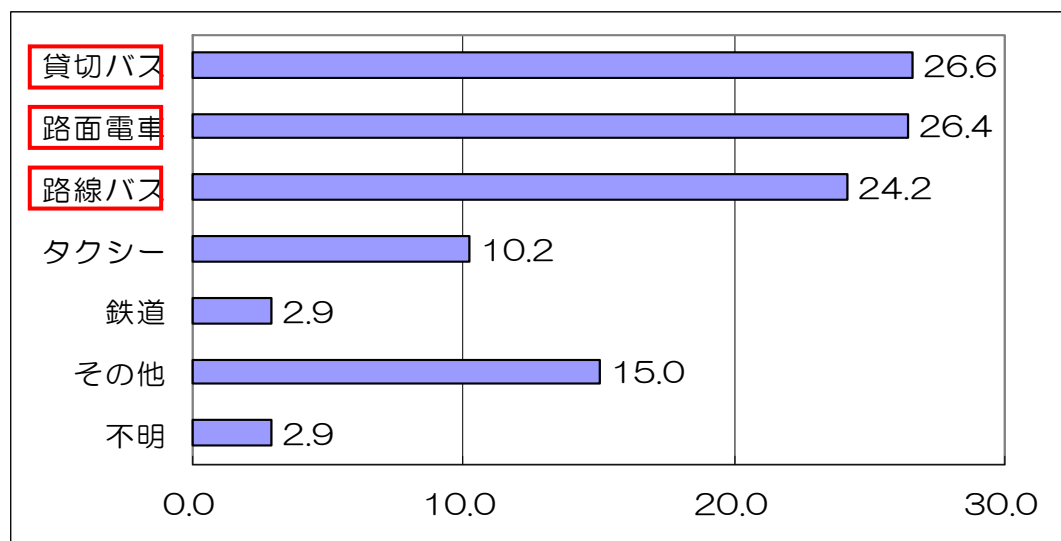
## ②居住国別観光した場所・施設（国際観光船）

居住国別	グラバー園	出島	中華街	平和公園 原爆資料館	浜町アーケード	稲佐山 展望台	ハウステンボス 雲仙	その他	不明
中国・香港	37.8	67.7	13.4	81.9	12.6	2.4	2.4	11.8	0.8
イギリス	26.2	2.4	36.9	61.9	15.5	19.0	1.2	8.3	3.6
アメリカ・カナダ	45.3	4.7	21.1	80.5	7.8	10.2	0.0	10.2	0.0
その他	58.6	17.1	30.0	74.3	10.0	4.3	1.4	15.7	2.9
全体	41.9	26.2	23.7	75.8	11.1	8.5	1.2	11.1	1.5

## 2-4 国際観光船客の利用交通機関

### ①利用交通機関（国際観光船）

n=413単位:%



乗客が実際に利用した交通機関は、「貸切バス（26.6%）」  
 「路面電車（26.4%）」  
 「路線バス（24.2%）」  
 が多くなっている。  
 なお、「その他」には徒歩が含まれており、歩いて観光した乗客も少なからずいたことを示している。

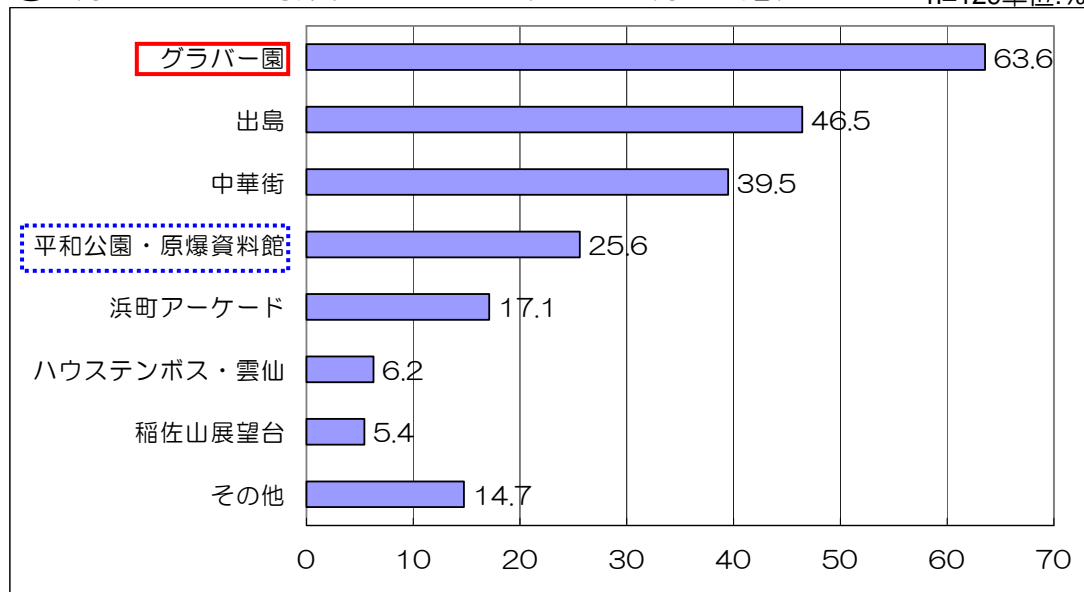
### ②居住国別利用交通機関（国際観光船）

居住国別	鉄道	路線バス	路面電車	タクシー	貸切バス	その他	不明
中国・香港	2.4	23.6	6.3	10.2	41.7	15.0	3.9
イギリス	1.2	11.9	50.0	4.8	22.6	14.3	4.8
アメリカ・カナダ	1.6	30.5	32.0	6.3	18.8	18.0	0.8
その他	8.6	28.6	25.7	22.9	20.0	10.0	1.4
全体	2.9	24.2	26.4	10.2	26.6	15.0	2.9

## 2-5 国内観光船客の観光した場所・施設と利用交通機関

### ①観光した場所・施設（国内観光船）

n=129単位:%

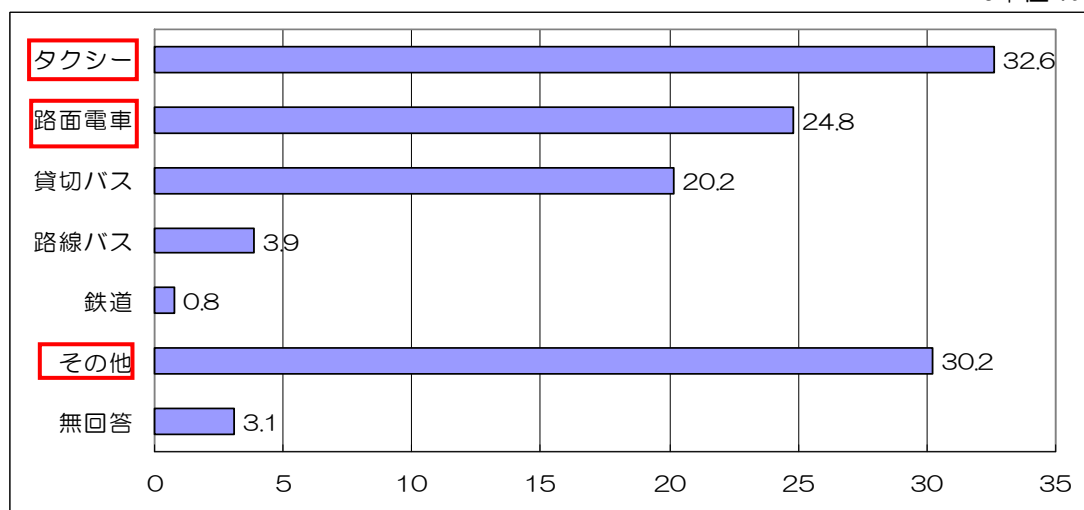


実際に観光した場所・施設については、「**グラバー園**」が最も多く**63.6%**であった。

次いで、「出島」46.5%、「中華街」39.5%。国際観光船と比較して、「**平和公園・原爆資料館**」の割合がかなり**低**くなっている。

### ②利用交通機関（国内観光船）

n=129単位:%



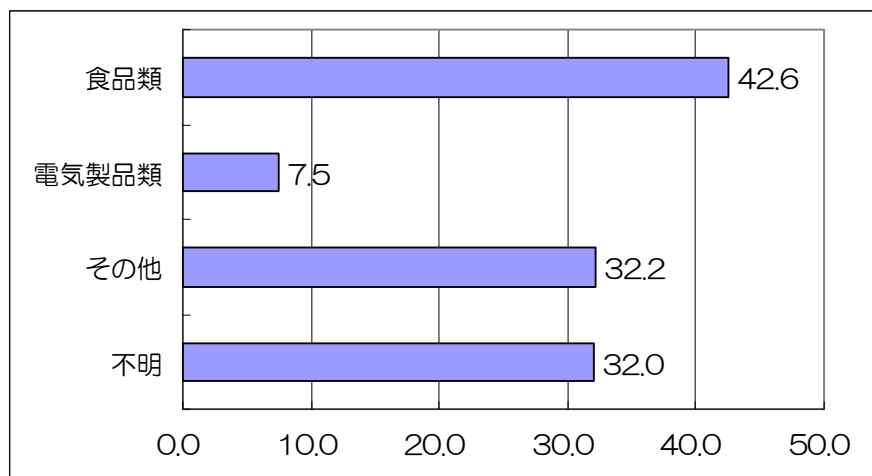
乗客が実際に利用した交通機関は、「**タクシー**」**32.6%**や「**路面電車**」**24.8%**が多くなっている。

また、「その他」には徒歩が含まれるが、約3割いたことを示している。国際観光船と比較して、「タクシー」「その他」の割合が高い。

## 2-6 国際及び国内観光船客が長崎で購入したお土産の内容

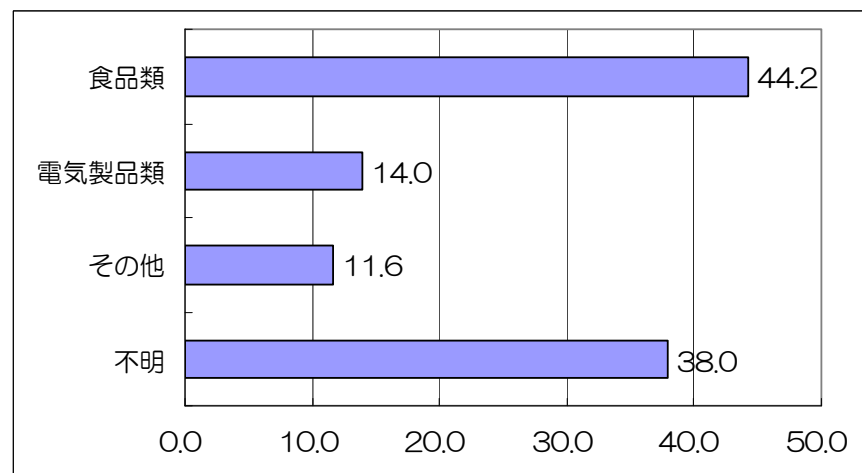
### ①お土産の内容（国際観光船）

(n=413 単位:%)



### ②お土産の内容（国内観光船）

(n=129 単位:%)



### ③国際観光船客の居住国別お土産の内容

(n=413 単位:%)

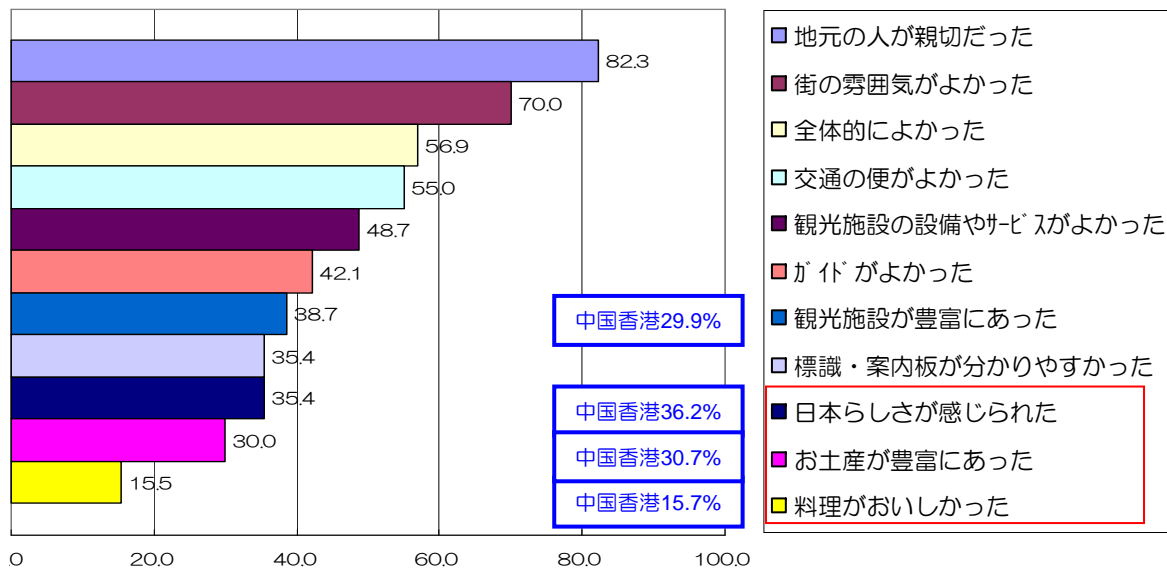
居住国別	食品類	電気製品類	その他	不明
中国・香港	83.5	15.7	24.4	7.9
イギリス	14.3	2.4	38.1	50.0
アメリカ・カナダ	26.6	2.3	35.2	42.2
その他	34.3	5.7	32.9	35.7
全体	42.6	7.5	32.2	32.0

国際観光船客が買った  
お土産の内容

- ・「食品類」が42.6%と高い
- ・特に中国・香港客が購入した割合は83.5%と非常に高い

## 2-7 長崎に対する印象（国際観光船客）

### ■長崎に対する肯定的印象（国際観光船客 n=413 単位:%）

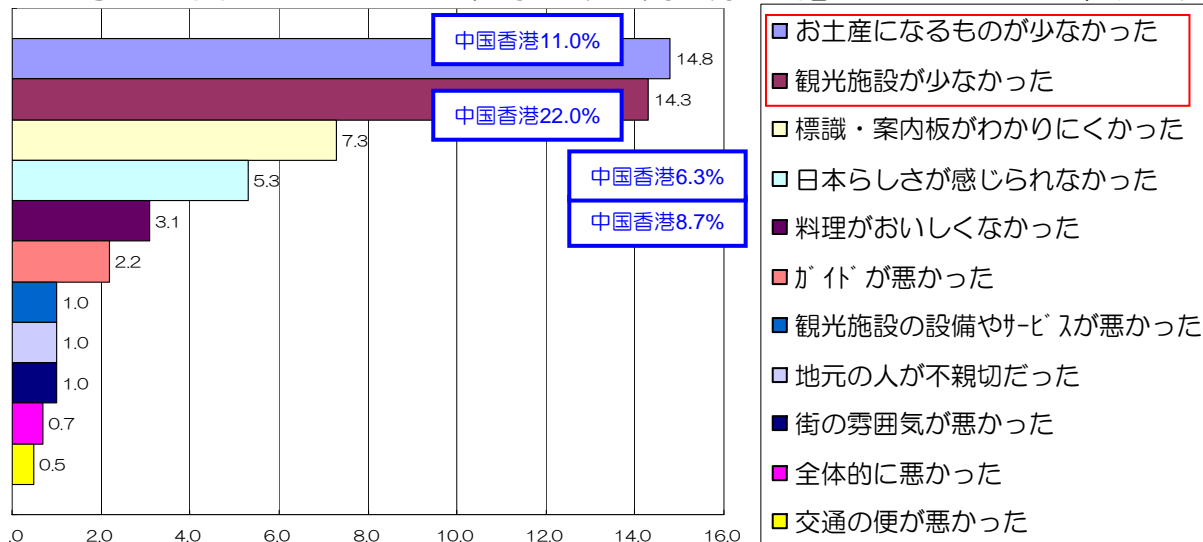


#### 肯定的な印象

「地元の人が親切だった」が最も多く82.3%と8割を超えていた。

次いで、「街の雰囲気がよかった」70%、「全体的によかった」56.9%、「交通の便がよかった」55%となっている。

### ■長崎に対する否定的印象（国際観光船客 n=413 単位:%）



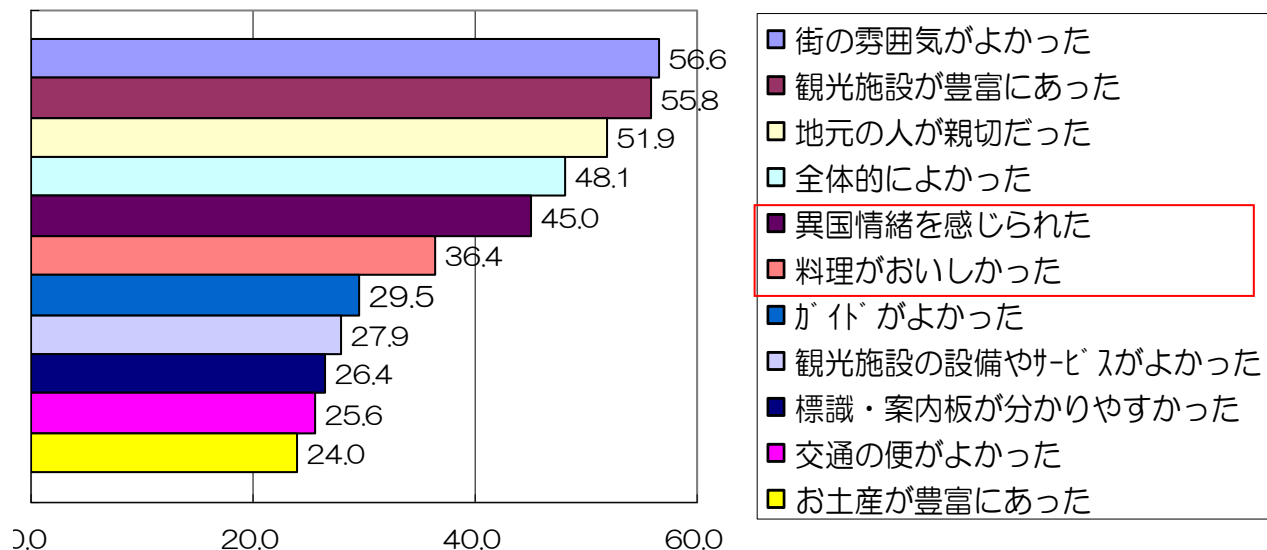
#### 否定的な印象

すべての否定的印象項目への回答割合は、肯定的印象項目への回答割合を下回っており、最も高かった「お土産になるものが少なかった」で14.8%に過ぎなかった。

全体的にみると、乗客は概ね肯定的な印象を持っている。

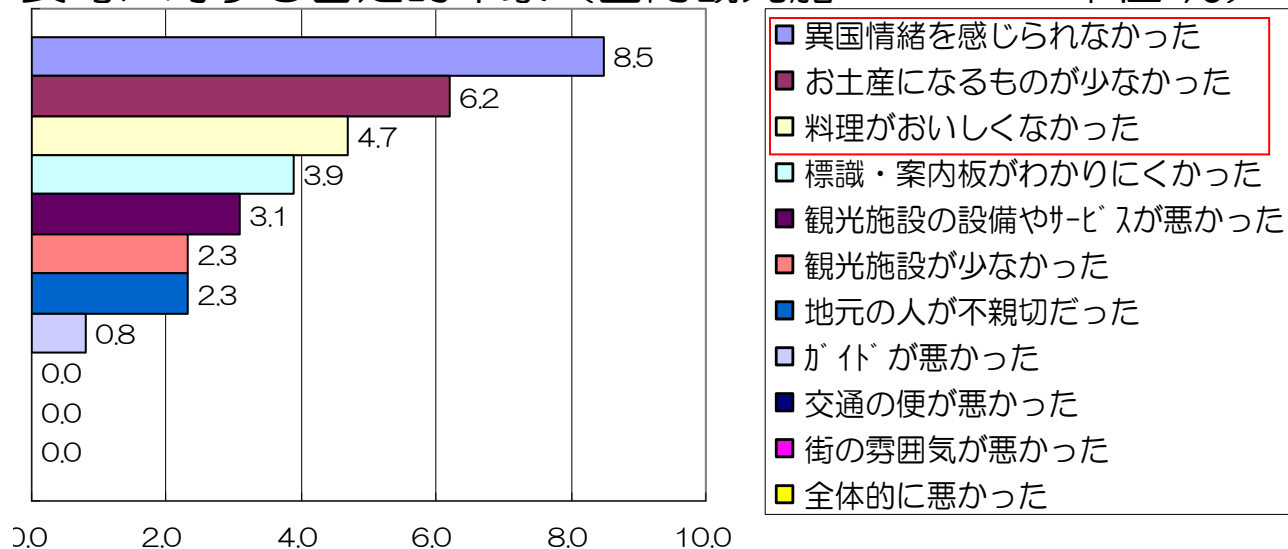
## 2-8 長崎に対する印象（国内観光船客）

### ■長崎に対する肯定的印象（国内観光船客 n=129 単位:%）



肯定的な印象に関しては、「街の雰囲気がよかった」が最も多く56.6%、次いで、「観光施設が豊富にあった」55.3%、「地元の人が親切だった」51.9%といずれも半数を超えていた。

### ■長崎に対する否定的印象（国内観光船客 n=129 単位:%）



否定的な印象については、すべての否定的印象項目への回答割合は、肯定的印象項目への回答割合を下回っており、最も高かった「異国情緒を感じられなかった」で8.5%に過ぎなかった。

全体的にみると、乗客は概ね肯定的な印象を持っている。

### ○中国の観光客の実態

- ・中国客のアウトバウンドは好調、金融危機の影響はない
- ・中国全体で海外旅行4600万人（2008年）10年後は1億人
- ・日本へのリピーター率は一番高い（48%）
- ・一回の旅行は4～5日間
- ・日本では約10万円使う
- ・訪日客の45～50%が観光、他はビジネス

### ○中国の観光客に長崎が何を提供し、売り、知らせるか。

- ・独自性が必要、長崎に呼ぶには、他と比べ10倍以上の知恵が必要
- ・長崎ならではの商品キャッチフレーズが必要

### ○MICE

- ・中国に対し長崎が使うべきマーケット。10年前はタイ、4～5年前からヨーロッパ、オーストラリア、こらからはアメリカと日本。長崎は200～300人規模が狙い目。

### ○友好の旗

- ・長崎の中国との友好は財産。友好の旗を大切に

### ○短期留学

- ・夏休みの学生交流、長崎への短期留学

### ○日本らしいものの提供

- ・平和公園より島原の武家屋敷や雲仙

## 3-2 中国国際旅行社（日本）劉桂香代表取締役会長との意見交換

### ○買物サービスの工夫、充実

- ・買物しないと帰れない、買物の時間、場所、品物、相手の欲しがるもの  
ブランド品専門店、アウトレット、日本ブランドの専門店、百貨店の洋服

### ○新たなニーズに対応できる観光

- ・産業観光、医療サービス、老人介護サービス・施設見学・近代化工場見学・研修、  
環境、防災（技術、公害、空気、水、地震博物館）

### ○その他

- ・冬の旅行は北の人にいい
- ・九州7県でのチャーター便
- ・現地メディアの活用、今年売りたいものは前年から
- ・ガイドの言語能力不足。税関の態度、サービス悪い。買い物の時間が短い

### ○コスタアレグラ

- ・客層はバラバラ、コスタは高くない方、いろんな人がいる  
30代はお金をもっている
- ・コスタの会社上部との関係をもっとしっかり  
コスタに送客している中国の旅行社の意見を聞くこと
- ・買い物、観光施設のニーズ把握

### ○ニーズの不一致

- ・日本らしいもの、体験、買い物 → ○
- ・教会、平和公園、孔子廟、崇福寺、唐人屋敷 → ×



## 4 近年の中国人観光客の動向（情報提供：チャイナネット2009/8/25）

- 日本を訪れる中国人観光客の消費額は外国人中**1位**
- 「**中国人観光客**の日本観光における**1人当たり平均消費額は16万円**（約1万4000元相当）
- 「日本を訪れる**外国人観光客**の**1人当たり平均消費額は8万円**で、中国人観光客の消費額は他国の2倍
- **数年前、電気製品**は中国人観光客が日本滞在中に最も購入したいと考える物だったが、**最近では服や化粧品**などが人気
- 金融危機が全世界にまん延しているが、中国人の日本観光意欲には影響しておらず、2008年に日本を訪れた中国人観光客は100万人に達し、過去最高

日本政府観光局(JNTO)上海事務所長 鈴木克明