

国際化推進委員会 提言書

「とちぎの観光産業」を「とちぎの感動産業」に

(活動テーマ「アジアを中心とした外国人観光客の誘致」)

平成25年6月



公益社団法人栃木県経済同友会

平成25年6月

栃木県知事 福田 富一様

提言

「とちぎの観光産業」を「とちぎの感動産業」に

公益社団法人 栃木県経済同友会
筆頭代表理事 板橋 敏雄

代表理事 小林 辰興

国際化推進委員会
委員長 内藤 靖

副委員長 上野 通子

副委員長 高本 寛

副委員長 三和 正寿

副委員長 村上 龍也

目次

はじめに	4
------------	---

提言

「とちぎの観光産業」を「とちぎの感動産業」に

提言1:ICTを活用したサービス提供による観光地活性化

提言の背景	6
1. 『観光地ナビゲーション』サービス	8
2. 『観光情報を動画で説明する』サービス	8
3. 『音声翻訳、文字翻訳』サービス	9
4. 『観光情報提供サイトの充実化』	9
5. 『Wi-Fi(無線 LAN)インターネット接続』サービス	10

提言2:真の観光立県とちぎを目指して

提言の背景	11
1. 官民協働によるニューツーリズム事業の創設と運営	14
2. 観光に携わる行政担当者の勤務年数について柔軟な対応を.....	14

国際化推進委員会名簿	15
------------------	----

資料集

- 資料① ICTを活用したサービス提供による栃木県観光活性化
- 資料② 体験型観光先進地「長崎県小値賀町視察」
- 資料③ ニューツーリズム～地域に根ざした観光資源の発掘～
- 資料④ とちぎ観光シンポジウム

はじめに

日本の人口は2013年現在、約1億2,800万人であるが、国立社会保障・人口問題研究所では、2030年には1億1,662万人、2060年には1億人を大きく割り込み8,674万人になるとの予測がなされている。

人口の減少は、地域コミュニティ機能の低下をもたらすとともに、地域の活力、にぎわいを減少させる懸念がある。人が集う場所に、にぎわいが生まれるわけで、何らかの形で地域に人を呼び込む必要性があることは言うまでもない。

しかし、日本全体が人口減少に進む中で、「定住人口」を増加させることは困難なことであり、地域の活力、にぎわいを創出してゆくためには、「交流人口」を増加させることが、極めて重要となってくる。そうした意味からも観光の担う役割は、今まで以上に大きくなってきていると言えよう。

観光は、旅行業を中心として、運輸業、宿泊業、飲食業、土産物産業等幅広い産業に関連する非常に裾野の広い総合産業であり、他産業への需要創出効果や雇用創出効果等の経済効果は極めて高く、観光が「見えざる貿易」といわれるゆえんでもある。また、日本国内においては、高齢化の進展に伴い、時間と経済的余裕のある世代が旅行市場の中核を形成する傾向にある。国際的にみても、グローバル化の進展により、欧米地域に加え、東アジア・太平洋地域を中心に国際観光需要の大幅な増加が見込まれ、国際交流による国際相互理解をも促進させると期待される。政府が言うように、観光はまさに、今後のリーディング産業と言えるであろう。

しかし、観光振興は決して容易なことではない。長引く経済不況に加え、原発事故による風評被害等、国内の観光地は、非常に厳しい局面を迎えている。

また、これまで、地域の持つ資源だけで、自然発生的に観光地として栄え、特段の努力もなく発展してきた観光地が全国的にも少なくない。さらに、ハコモノ主義や囲い込み主義といった旧態依然の体制から脱却できない観光地を中心に、国内外の多様化するニーズに対応できないといった構造上の問題も出てきている。

人口減少の時代において、今後このようなスタイルを続け、存続してゆくことが不可能であることは言うまでもない。

しかし一方で、物質的に満ち足りた成熟社会となった現在、観光に対するニーズは決して低下しているわけではない。レジャー・余暇を楽しむ生活に力点をおき、物の豊かさから心の豊かさを追求する人々の割合は増加傾向にあり、むしろ観光に対する潜在的需要は大きいと言える。

そもそも、人々がその地を訪れたいと感じる魅力があるかどうか、観光地の評価につながる。そうした魅力を創出することが観光振興の原点である。地域の歴史、文化、伝統や自然といった揺るぎのない魅力は大切にしつつも、既存の観光資源や成功体験に安住することなく、常に斬新な視点で地域の魅力を創出し、それを発信してゆく不断の努力が必要である。

ところで、栃木県は、豊かで美しい自然環境や温泉に恵まれ、世界遺産の日光の社寺に代表される歴史的、文化的資源のほか様々な観光資源を有している。

しかし、こうした観光資源に恵まれ過ぎたがゆえに、新たな地域の魅力を創出する努力が不足していたという点も指摘せざるをえない。

現在、全国的に地域の特性を活かした独自の魅力を、地元主導によって打ち出し、人的交流を盛んにし、内発型の活力創造につなげていく試みが盛んに行われている。本県においてもすでにグリーンツーリズム等の体験型観光、イベント開催による集客等、先行事例を参考にしながら地域活性化を模索している地域もあり、今後の更なる発展が期待される場所である。

旧態依然からのやり方・発想からの脱却、新たな地域資源を掘り起こし、ブラッシュアップしてゆくこと、さらには、観光業に携わるものだけでなく、栃木県の発展のためあらゆる産業の人々が連携協働してゆくことで、はじめて、栃木県の観光に新たな地平が開かれると考え、今回、栃木県経済同友会国際化推進委員会が過去 2 年間調査研究してきた結果をまとめ、2つの内容を提言する。

提言：～「とちぎの観光産業」を「とちぎの感動産業」に～

提言1：ICTを活用したサービス提供による観光地活性化

※詳細は、資料集の資料①を参照。

提言1の背景 前述したように、グローバル化の進展により、今後、欧米地域に加え、東アジア・太平洋地域を中心に国際観光需要の大幅な増加が見込まれている。そうした環境下、日本でもここ数年スマートフォンやタブレットの普及は急速に進んでいるが、欧米・アジアの国々では日本以上に普及が進んでいる国も少なくなく、訪日外国人観光客の多くがこれらのスマートフォンやタブレットを携帯しているのが現状である。

観光庁が実施した訪日外国人観光客のアンケートによると、日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものの1位はパソコン（インターネット）、2位もスマートフォン（インターネット）という結果であり、外国人観光客の情報収集手段は、インターネットであることが浮き彫りになった。

また一方で、「インターネットを利用したくてもWi-Fi環境が少ない」「案内板などに日本語表示しかなく理解が困難」「多言語対応スタッフがない（少ない）」「Webによる情報提供が不足していて情報入手が困難」など、外国人観光客の不満の多くは言語やICTに関するものである。

では、アジア諸国ではどうかというと、香港やタイでは英語だけでも複数の国向けのサイトが用意されている。香港でいえば、英語のサイトだけでも、イギリス、アメリカ、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、ASEAN諸国とそれぞれの国や地域ごとに用意されている。それぞれの国から香港を見た場合、距離も異なれば、歴史背景も異なるわけで、そうした受け止め方の違いを考慮して、外国人の琴線に触れるような工夫がなされているのである。また、観光大国フランスでは、観光業のICT利用は広く普及しており、その売上高は年々増加している状況である。

一方、日本国内を見た場合、観光庁では、訪日外国人観光客の受入環境整備事

業の一環として観光のICT化を推進することにより、「訪日外国人旅行者の受入環境におけるバリアの解消を促進するとともに、訪日外国人旅行者の満足度を向上させ、リピーターの増加及び訪日旅行の評判の向上を目指す」ため、平成22年12月に「観光ICT化促進プログラム」を策定した。また、地方単位で見た場合も、山梨県や京都市さらには、長野市、福岡市、秋田市といった地域が既に、観光ICT化に向けた先駆的なサービスを展開している。

しかし、観光大国のフランスや香港などの諸外国と比較すると、日本の場合、まだまだ改善の余地があると言わざるをえない。グローバル化、高度情報化が進展している現在、競争相手は日本国内の観光地間だけではなく、その対象は、世界各国であることを強く認識しなければならないだろう。

観光立国の実現は、平成24年7月に閣議決定された「日本再生戦略」でも成長戦略の柱の一つとして、国家的重要課題として位置付けられている。

栃木県においては、こうした国家的施策を背景に、平成23年から平成27年までの5カ年を計画期間とした「新とちぎ観光プラン」を策定し、「観光立県」の実現に向けて、あらゆる施策を展開し、誘客等様々な効果をあげているところである。しかし、県内の各観光地を見た場合に、ICTを活用した施策については、加速するグローバル化、高度情報化の流れからすると、さらに、掘り下げた、スピード感をもった対応が必要であると考え。栃木県は前述のとおり、美しい自然環境や温泉に恵まれ、歴史的、文化的資源のほか様々な観光資源を有しており、観光においては、全国的にも極めて優位な位置にある。その意味からも、インバウンドにおいて必要不可欠な観光ICT化は、官民協働で、他県に先駆けた取組を展開してゆかなければならない。栃木県の予算の査定においても、財政が厳しい状況ではあるが、観光はあらゆる産業に経済波及効果が大きく、地域活性化への貢献度が高いことから、これまで以上に「選択と集中」の考え方を取り入れていただきたいと考える。以下、具体的な提言を示したい。

1. 『観光地ナビゲーション』サービス

スマートフォンでお好みのコースを選択するだけで、まるで母国語を話す観光ガイドが同行し説明してくれているかの様に、スマートフォンが観光コースの道案内や観光スポットを説明するサービス。

【サービス提供イメージ】

- ・観光案内所等でナビゲーション端末（スマートフォン）を無償で貸し出す。
- ・利用者は予め登録されている観光コースの中から好みのコースを選択し周遊を楽しめる。（例）中禅寺湖周辺散策、東照宮案内、日光自然ふれ合い、文化体験、有名人お勧め …等
- ・主要な観光スポット以外に、観光ルートの途中にある隠れた穴場観光スポットなどの紹介も可能。

2. 『観光情報を動画で説明する』サービス

従来の観光案内情報提供は、チラシやホームページ等による文字と静止画での説明が主であったが、特に体験型観光などについては、文化の異なる外国人にはなかなか魅力が伝えにくいのが現状である。そこで、動画と音声（多言語）を使った説明を取り入れることで、今まで伝えられなかった“真の魅力”を伝えることが可能になる。

- ・スマートフォンのカメラで、観光案内チラシや雑誌に掲載されている気になる写真を撮影すると写真が動画となって動き出し、動画と音声による説明がスタートする。
- ・写真以外にも看板やポスターの撮影を行うことで動画を再生することが可能。
- ・撮影した写真が動き出す面白さやQRコードの掲載が不要になり、アナログ媒体の価値を高めることが出来る。

3. 『音声翻訳、文字翻訳』サービス

■**音声翻訳** スマートフォンに話しかけると、まるで通訳がいるかの様にスマートフォンが言葉を翻訳し相手の言語で話しをしてくれるサービス。

・観光客が地元の方と気兼ねなくコミュニケーションをとることができ、日本の文化に気軽に触れることができる。

(例) 土産物の説明、飲食店で料理の説明を聞く、地元の老人が昔話をする …等

・駅、店舗、ホテル、タクシーなど観光地各所に配備することで、観光客の言語でお客様対応が可能となり観光地全体のホスピタリティ向上につながる。

■**文字翻訳** 飲食店のメニューや街中の標識などにスマートフォンのカメラを向けると、翻訳された文字が画面上に表示される。

・レストランのメニュー、街中の看板や案内板などにスマートフォンのカメラを向けると利用者の言語に翻訳された文字が画面に表示される。これにより観光客は、迷わず・安心して観光を楽しむことが可能になる。

4. 『観光情報提供サイトの充実化』

体験型観光、周辺観光地情報、異文化外国人を意識した観光情報提供などを行う観光情報 サイトの立ち上げ。栃木観光は「ここを見れば全てわかる！」という充実した“観光情報提供 サイト“を準備し、外国人観光客が情報収集する際に迷わない環境を提供する。(新規 or 既存サイトを利用)

・多言語対応はもちろんのこと、様々な文化や多様性を意識した情報を提供。

・行ってみたい、見てみたい、やってみたい、食べてみたい、泊まりたい・・・
と思った時にすぐに予約できるシステムを提供。

・無料 Wi-Fi スポットを利用することで、いつでも様々な観光情報の収集を行うことができる。

5. 『Wi-Fi（無線 LAN）インターネット接続』サービス

◆観光地各所に無料利用できる『Wi-Fi スポット』サービスを提供する。

・観光地に Wi-Fi スポットを配備することで観光客を呼び寄せることができるようになる。

・設置場所は、駅、観光案内所、店舗、観光スポット内などを想定しており、必要な箇所でスポット的にサービスを提供する。（観光地周辺のお店等に協力いただき、観光動線上に設置）

・これにより、観光客は、様々な観光情報収集等を安心して行えるようになる。

・Wi-Fi スポットの利用開始時に Wi-Fi 設置店舗のクーポン券やお店紹介ページを表示させる等の工夫をすることもでき、Wi-Fi 設置店舗等の売り上げアップなども期待できる。

提言 2：真の観光立県とちぎを目指して

提言 2 の背景 栃木県経済同友会の国際化推進委員会では、提言 1 で示した ICT 活用による地域活性化とあわせて、栃木県におけるニューツーリズムの可能性について調査研究をしてきた。そのヒントを探る目的で、平成 24 年 8 月に体験型観光で脚光を浴びている長崎県小値賀町を視察した。(詳細資料②参照)

長崎県小値賀町は、五島列島の北、西海に浮かぶ 17 の島々からなる人口 2,800 人の町で、島ぐるみのおもてなしで国内のみならず、外国人観光客からも高い評価を受けている。特にインバウンド事業において、最も注目すべき成果は、アメリカの民間教育団体『PTP (ピープル トゥー ピープル)』による「国際親善大使派遣プログラム」の派遣先として、2 年連続で「世界一」の評価を得たことである。プログラム参加者からは「こんなに親身になってお世話をしてもらったのははじめて」「小値賀での時間を生涯絶対に忘れない」などの高評価が多く寄せられている。

栃木県から電車と飛行機、船を乗り継ぎ、約 10 時間かけてようやく到着して、はじめに驚くことは、島にはレジャー施設はもとより、土産店もほとんどなく、あるのは島民が利用する小売店のみということである。また、島には信号も 1 つしかない。まるで昭和にタイムスリップしたような錯覚さえ受ける。こんな何もない島が、本当に国内外から脚光を浴びているのであろうかというのが、第一印象であった。しかし、島での時間が過ぎるにつれ、その印象は一変した。一般の民家で地元の人が作った夕食をとりながらの交流体験、古民家を現代風に改修したレストランでの食事、古民家を改装した一棟貸切の宿での宿泊体験、その中には、現代人が忘れかけていた「本当の豊かさ」「上質な空間」「上質な時間」があった。

ところで、この島を体験型観光の先進地に育てあげた第一人者が、大阪府出身の高砂樹史という人物である。高砂氏は、ある劇団で、10 年間にわたる劇団生活を経て、第一子誕生を契機に田舎暮らしをはじめ、「本当の豊かさ」「生きる力」

をもとめて 2005 年に小値賀町へ家族で移住してきた。

しかし、そこには小さな島であるが故に抱えている問題が山積していた。全国でもトップクラスの人口減少率や高齢化率に加え、10 年で子どもの数が三分の一になるという極端な少子化。他方、島民のアンケートの結果では中学生の三人に一人が「卒業しても家業を継いで島に残りたい」、都会で働いている 30 代の島の出身者のほとんどが「いつかは島に帰り、子どもを島で育てたい」と思っていることがわかった。しかし「仕事がないので帰れない」というのが現実であった。

そこで、「観光を産業にして外貨を稼ぎ、若者の雇用を創り出す」というミッションのもと 2007 年に、思いを共有する仲間たちと、観光関連 3 組織（観光協会、民泊団体、自然学校）を合併させ、新たに「NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会」を設立し、島の「ワンストップ窓口」いわゆる「観光プラットフォーム」を確立した。

高砂氏の事業のコンセプトは、「何もない離島の魅力」に焦点をあてた新しい体験型観光、エコツーリズムによって、人口 2,800 人の小さな島から、都会の人には「心の豊かさ」「生きる力」「癒し」を提供し、一方で、島には「都会の経済的活力」を導入するという『共感共生型事業』であった。

今、観光に求められていることは、前述したように、地域の歴史、文化、伝統や自然といったゆるぎない魅力を大切にしつつ、既存の観光資源に安住することなく、常に斬新な視点で地域の魅力を創出してゆくことである。

高砂氏が中心になりつくり上げた島の体験型観光は、まさにそれが完璧なまでに実現されていた。開始から 6 年足らずのこの事業は、たった 2800 人の島に、アメリカや首都圏などからやってくる宿泊客は 1 万人を超え、観光総収入は 2 億円を超えるまでに成長し、現在もなお、成長を続けているのである。

栃木県経済同友会国際化推進委員会では、この視察から、栃木県におけるニューツーリズムの可能性をまとめた。(詳細資料③参照)

また、平成 25 年 2 月 5 日に、これまでの調査研究活動の集大成として、当会会員のほか観光業者、行政、一般の方々約 150 名の参加者のもと、観光シンポジウムを開催した。(詳細資料④参照)

このシンポジウムでは、おもてなしの宿で全国的にも有名な石川県和倉温泉の加賀屋の小田禎彦会長をお招きし、観光地活性化についてのご講演をいただき、さらに、栃木県内の観光振興に第一線で活躍されている方 3 名によるパネルディスカッションを実施した。

小田会長は講演の中で、『「観光」とは、「国の光を観る」というのが語源で、その「光」とは「その地独特の文化、他では味わえないもの」、すなわち、「栃木に行かなければ味わえない、見られない、楽しめない」というものが、栃木の「光」である。そうゆうものをさらにブラッシュアップしてゆくことが重要であり、これは、今どきの言葉でいうと「コア・コンピタンス」(すなわち、「他からの期待に答えて、期待通りのものを提供する能力」ということになる。栃木にしかない「光」「お宝」「魅力」を内部の眼、外部の眼で発掘し、それを磨きあげて、観光客に期待通りに提供してゆく努力が極めて重要になる』また、『25 年前に田舎でジャズフェスティバルをやろうと取組んできたが、最初はなかなか思うようにならず、25 年たった今やっと軌道に乗ってきた状況で、やはり、新しいものを作りあげるには「粘り」が重要になってくる』と新たな資源の発掘(ニューツーリズムの必要性)とその取組にあつたては信念と粘り・継続性の必要性を強調された。

また、パネルディスカッションでは、『観光の分野で何かを作り上げようとするにはかなりの時間が必要であり、そうした過程において、短期間で行政担当者が異動になることは、栃木県の観光においては大きなマイナスになる。オール栃木を標榜するには、しっかりとした理念と相当な時間が必要であり、場合によってはプロジェクトチームの創設も必要である』との前向きで斬新な意見も多く、栃木県観光振興の大きな指針が多く示された。そこで、これらを踏まえ、2 つの具体的内容を提言したい。

1. 官民協働によるニューツーリズム事業の創設と運営

栃木県経済同友会国際化推進委員会では、栃木県におけるニューツーリズムについて、例えば「オーケストラやバンドのサマーキャンプの誘致」等具体的企画の案をまとめた。詳細については資料③を参照願いたい。

既に、大田原市において、新しくグリーンツーリズム事業がスタートしており、今後の発展を期待するところであるが、栃木県には、前述したように、多くの観光資源に恵まれており、まだまだ発展の可能性が高いと考える。

当会が企画したニューツーリズム案は、当然のことながら、当会単独で実現できるものではなく、また新しい試みには、相当の時間とパワーが必要である。

ぜひ、1 つでも多くの「栃木の観光の宝・光」を創出するべく、場合によっては、プロジェクトチームの設置も視野にいれて、官民協働で活動が展開できる体制を構築していただきたく、ここに強く要望する次第である。

2. 観光に携わる行政担当者の勤務年数について柔軟な対応を

前述した栃木県経済同友会主催の観光シンポジウムの中で、行政への要望として、観光に携わる担当者が短期間で異動となる弊害についての意見が多く出された。観光振興には、相当な時間が必要であることは言うまでもなく、特にプロジェクトや具体的に進行中の案件に携わる行政担当者の勤務年数に関しては、現場サイドの要望もある程度受入れ、柔軟な対応を検討いただくことを強く提唱する。

国際化推進委員会名簿

行	職名	氏名	役職	企業名
1	委員長	内藤 靖	代表取締役	(株)テラクリエーション
2	副委員長	上野 通子	センター長	文星国際交流センター
3	副委員長	高本 寛	支店長	(株)エヌ・ティ・ティ・ドコモ栃木支店
4	副委員長	三和 正寿	支店長	野村証券(株)宇都宮支店
5	副委員長	村上 龍也	代表取締役	(株)村上
6	オブザーバー	板橋 敏雄	取締役会長	(株)板通
7		青木 栄久	代表取締役社長	(株)オーリス
8		赤尾杉 文男	代表取締役	(株)ウィルホーム
9		阿部 孝二	執行役員総支配人	(株)ホテル東日本宇都宮
10		新井 賢太郎	取締役会長	(株)谷黒組
11		安藤 寛樹	代表取締役	(株)安藤設計
12		飯塚 真玄	代表取締役会長	(株)TKC
13		伊沢 正吉	代表取締役	(株)あしぎん総合研究所
14		磯山 左門	代表取締役社長	アクリーグ(株)
15		板橋 信行	代表取締役社長	(株)板通
16		市田 侑三	代表取締役社長	(株)想石
17		市田 洋三	新事業部 部長	(株)想石
18		稲見 京二	取締役副社長	三高物産(株)
19		井上 槇子	代表取締役社長	金谷ホテル(株)
20		宇井 肇	代表取締役社長	日光総業(株)
21		上野 章	代表取締役副社長	仙波糖化工業(株)
22		遠藤 栄	代表取締役会長	遠藤食品(株)
23		大澤 光司	代表取締役	(株)メディカルグリーン
24		岡 孝夫	代表取締役	(株)アクティブホンダ
25		門田見 岳史	支店長	株式会社 JTB 関東 法人営業宇都宮支店
26		北出 幸一	局長	日本放送協会宇都宮放送局
27		木下 恒彦	支店長	パナソニック(株)関越支店
28		郡司 祐一	代表取締役	(株)関東農産
29		小島 一夫	代表取締役	三水プラント(株)
30		小林 清美	代表取締役	(株)フローリー・パッツ
31		斎藤 進	代表取締役	(有)ミヤ商事
32		佐伯 崇司	代表取締役社長	元気寿司(株)
33		佐藤 伸之	常務取締役	佐藤建設工業(株)
34		佐山 良一	相談役	(株)フォワード

35		角 一幸	代表取締役社長	(株)TKC
36		関 雅樹	代表取締役社長	(株)壮関
37		高木 邦格	理事長	学校法人国際医療福祉大学
38		鷹箸 一成	常務取締役	(株)栃木銀行
39		田部井 純	支社長	東京ガス(株)宇都宮支社
40		田島 章夫	常務取締役	ホテルニューイタヤ
41		田村 実	代表取締役社長	(株)スマイルスタッフ
42		陳 賢徳	代表取締役	(株)ブルーヒルズ
43		池田 博紀	支店長	みずほ証券(株)宇都宮支店
44		波木 恵美	代表取締役社長	鬼怒川グランドホテル(株)
45		野田 和郎	代表取締役	(株)ハヤブサドットコム
46		萩原 良章	相談役	宮本工業(株)
47		花島 伸治	支店長	日本興亜損害保険(株)栃木支店
48		早川 敏彦	専務取締役	(株)早川工業
49		林 明夫	代表取締役社長	(株)開倫塾
50		比企 洋子	常務理事	(医)大衛会比企病院
51		比企 ルツ	代表取締役	(有)リベカ
52		膝附 政義	会長	(株)雅秀殿総本店
53		堀江 裕	執行役	(株)足利銀行
54		益子 博美	取締役ジェネラルマネージャー	(株)花のギフト社
55		三好 仁	代表取締役	昭和電機(株)
56		八木澤 哲男	代表取締役社長	(株)あさやホテル
57		吉新 旦夫	代表取締役社長	(株)吉新組
58		吉田 恭平	代表取締役	(株)ダイニチ
59		若月 章男	代表取締役	鈴運メンテック(株)

(敬称略)