

増大するインバウンドと地域経済

**高知における
モビリティ、スポーツツーリズム、
クルーズ船を中心に**

2018年度

**高知大学人文社会科学部
国際社会コース
岩佐和幸ゼミナール**

発刊にあたって

本書は、高知大学人文社会科学部国際社会コース・岩佐和幸ゼミナールの 2018 年度調査報告である。本ゼミナールでは、《グローバル化と地域》をテーマに、フィールドワークに基づく共同研究を行っている。過去 2 年間は、人口減少関連のテーマに取り組んだが、今年度は、流行の「インバウンド（訪日外国人旅行）」に光を当てることにした。

今世紀に入り、日本政府は外国人観光客の受入に力を入れるようになった。2003 年の「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を皮切りに、2007 年の「観光立国推進基本法」施行と翌年の観光庁設置、さらに 2009 年の中国人への個人観光ビザ解禁や 2010 年の羽田空港の国際ハブ化等、「観光立国」に向けた施策が次々と打ち出されてきた。その結果、訪日外国人旅行者数は 2013 年以降急増し、2015 年には日本人海外旅行者数を上回る 1973 万人に達するようになった。さらに現在の安倍政権では、アベノミクスの成長戦略の一環として、東京五輪開催の 2020 年に 4000 万人、2030 年に 6000 万人へ訪日客目標を上方修正し、2025 年大阪万博を念頭にカジノを含む統合型リゾート施設整備法を制定する等、前のめり姿勢を鮮明にしている。こうした「観光立国」づくりの狙いは、人口減少・デフレで悩む国内経済とは対照的なアジア地域の成長の取り込みであり、経済波及効果の大きい観光産業を通じて地域経済を活性化することが謳われている。しかしこうした国の「旗振り」の影響で、受け入れ現場の地域では、変動激しい「爆買い」ブームや観光公害、非正規雇用依存と人手不足等、「負の側面」が一層顕在化するようになってきた。果たして、インバウンドは地域の視点でどのように評価できるのだろうか。本書ではこうした問題意識から、インバウンド観光の現状と課題を、高知県に則して検討を試みることにした。

高知県の場合、インバウンドの規模は他県に比べて大きくはないものの、プロチームのキャンプやクルーズ船の来港等、ピンポイントで注目すべき現象が起きている。そこで、観光客のモビリティ（移動手段）、スポーツツーリズム、クルーズ船観光の 3 つの観点から、県内におけるインバウンド観光の現状と課題を探っている。今年度は 2・3 年生の総勢 16 名が参加し、3 班に分かれて調査・分析・執筆を行ったが、テーマの新しさと課題の大きさゆえに、分析の未熟さや事実誤認等が散見されるかもしれない。大小にかかわらず、読者の皆さんからの忌憚のないご意見・ご感想等をお寄せいただけると幸いである。

なお、今回も、調査遂行に際して、関係諸氏の方々よりヒアリングやアンケート、資料提供等、多大なご協力をいただいた。また、2018 年 12 月 15・16 日に愛媛大学で開催された「大学間ゼミ研究交流集会」では、学生・教員の方々より貴重なコメントをいただいた。本書刊行に際しては、高知大学人文社会科学部国際社会コースの「創造的研究に対する活動支援」の助成を受けた。以上、この場を借りて、御礼申し上げたい。

2019 年 2 月

椰子の樹を仰ぐキャンパスにて

高知大学人文社会科学部
教授 岩佐和幸

目 次

発刊にあたって / 1

目次 / 2

第Ⅰ部 モビリティから考える高知県のインバウンド観光

はじめに.....	4
第1章 インバウンド観光とモビリティの必要性.....	6
1. 日本のインバウンド観光の特徴 / 6	
2. 高知県のインバウンド観光 / 9	
第2章 高知県におけるモビリティの現状.....	12
1. JR四国:ALL SHIKOKU Rail Passを中心に / 12	
2. とさでん交通の取り組み / 13	
3. レンタカー業者とインバウンド / 13	
4. タクシーとインバウンド:「おもてなしタクシー」を中心に / 15	
5. インバウンドと高知駅前レンタサイクル / 16	
第3章 モビリティの課題と改善策の提案.....	18
1. ヒアリング調査から見てきた課題 / 18	
2. 改善策の提案 / 20	
おわりに.....	22

第Ⅱ部 高知県の魅力を活かしたスポーツツーリズム

はじめに.....	23
第1章 日本のスポーツツーリズムの状況.....	24
1. スポーツツーリズムの概要と変遷 / 24	
2. スポーツツーリズムとインバウンド促進 / 25	
第2章 高知県のスポーツツーリズム	
—プロチームのキャンプを中心に—.....	27
1. 高知県のスポーツツーリズムの概要と観光コンベンション協会 / 27	
2. 高知県におけるプロチームのキャンプの現状 / 27	
3. キャンプ誘致の課題 / 28	
4. 小括 / 29	

第3章 受け入れ現場の視点から見る県内のスポーツツーリズム	
ーラグビー・トンガ代表招致とスポーツチーム宿泊施設の現状ー	30
1. ラグビー・トンガ代表招致と県への影響	／30
2. 宿泊施設とスポーツツーリズム:温泉付宿泊施設Hのケース	／31
おわりに	35

第Ⅲ部 クルーズ船インバウンド観光の真実 ー高知県における取組を例にー

はじめに	37
第1章 クルーズ船ブームと高知県の誘致活動	39
1. クルーズ船ブームの到来	／39
2. 高知県内におけるクルーズ船誘致と高知新港	／40
3. 高知県庁おもてなし課の政策・取組	／44
第2章 高知県におけるクルーズ船受入動向	46
1. 高知県へのクルーズ船寄港の変動状況	／46
2. クルーズ船の乗客の傾向	／48
3. クルーズ船インバウンドの現状と課題	／49
第3章 クルーズ船インバウンド観光と地域経済への影響	51
1. 高知新港での地元物販販売への影響	／51
2. 高知市中心商店街への影響	／53
3. クルーズ船インバウンド観光と県外への経済流出	／56
おわりに	59
執筆分担&編集後記	61

第Ⅰ部 モビリティから考える高知県のインバウンド観光

はじめに

近年、日本では、インバウンド(訪日外国人)の増加が顕著に見られるようになった。2011～17年の6年間で、訪日外国人観光客は622万人から2869万人へ約3.6倍に急増した¹。中国・タイ・マレーシアからの観光ビザ発給要件の緩和や免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大などの政策が、その要因として考えられる。また、政府は、インバウンド集客数を2020年の東京オリンピック開催までに4000万人、2030年までに6000万人にする目標を掲げており、2020年に8兆円、2030年に15兆円の消費額の増加を見込んでいる²。「インバウンド観光」が、2020年のGDP600兆円達成という政府目標の手段に位置づけられているのである³。

しかし、社会的にみると、増加しつづけるインバウンド観光客をただ受け入れるだけでは不十分である。インバウンド急増に伴い、受入体制の整備が急務だからである。そこで政府は、宿泊施設の拡充・多様化や、交通インフラの整備(空港、港湾、高速道路等)、規制緩和(通訳案内士、旅行業法の緩和等)、ソフトインフラの整備(海外カード対応ATMの設置等)に取り組むことを掲げている。その際注目されるのが、「観光先進国」目標の中で掲げている「3つの視点」と「10の改革」である。そこでは、首都圏のみに訪日外国人が集中するのではなく、「地方創生回廊」を完備し、全国どこでもストレスフリーに快適な旅行を実現することを目指すとしている⁴。

このような動きは、四国・高知とも無縁ではない。大型クルーズ船の誘致や「ジャパン・レールパス」の発行、高松空港や愛媛空港へ国際線導入などの影響から、四国・高知県でもインバウンド客が確実に増加しているからである⁵。とりわけ高知県の場合、2016年度の平均宿泊数は7.7泊で全国9位と、長期滞在型の傾向がみられるのが特徴である⁶。

¹ 日本政府観光局『「ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移」(2003年～2017年)』(https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_tourists_after_vj.pdf、2019年1月6日閲覧)。

² 国土交通省『観光ビジョンに掲げる目標値の進捗状況及び平成30年6～7月の災害による訪日数への影響』2018年8月
([https://www.kantei.go.jp/jp/singi\(/kanko_vision/kanko_kaigi_dai22/siryoul.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi(/kanko_vision/kanko_kaigi_dai22/siryoul.pdf)、2018年1月6日閲覧)。

³ 日本商工会議所『名目GDP600兆円目標の達成に向けて』2016年4月19日(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/skkkaigi/dai26/siryoul.pdf>、2019年1月6日閲覧)。

⁴ 観光庁『明日の日本を支える観光ビジョン』2016年3月30日策定
(<http://www.mlit.go.jp/common/001126601.pdf>、2019年1月6日閲覧)

⁵ 「四国の主要観光地、訪日客伸び続く 運輸局まとめ」『日本経済新聞』2018年7月25日付。

⁶ 観光庁『訪日外国人消費動向調査(2016年の年間値の推計)』2016年2月。

そこで私たちは、長期滞在型傾向と東西に長く観光地が点在している地理的状况から、「高知県のインバウンド観光において、モビリティは必須であり重要な役割を果たしているのではないか」という疑問が浮かんだ。そこで第Ⅰ部では、インバウンド観光が注目されるなかで高知県におけるインバウンド観光に関わる移動手段はどのような状況かに焦点を当てることにした。具体的には、モビリティに関わる様々な事業所や宿泊施設などへヒアリングを行い、現状と課題を探ることにした。

結論を先取りすると、高知県は東西に長いという地理的特徴があるため、観光地や四国八十八か所霊場が広域にわたって点在している反面、多言語対応の不足や遠方の観光地へのアクセスの悪さなど、外国人観光客にとってストレスフリーに訪問できる体制が充実しているとはいいがたく、様々な課題が浮き彫りとなった。それらを踏まえつつ、どうすれば高知県内の魅力ある観光地に足を運んでもらえるのかを、最後に具体策を提言したい。

以下では、第Ⅰ章「インバウンド観光の概要」、第Ⅱ章「高知県内のモビリティ事情」、第Ⅲ章「今後の改善策」の順で、論議を進めていく予定である。

第 1 章 インバウンド観光とモビリティの必要性

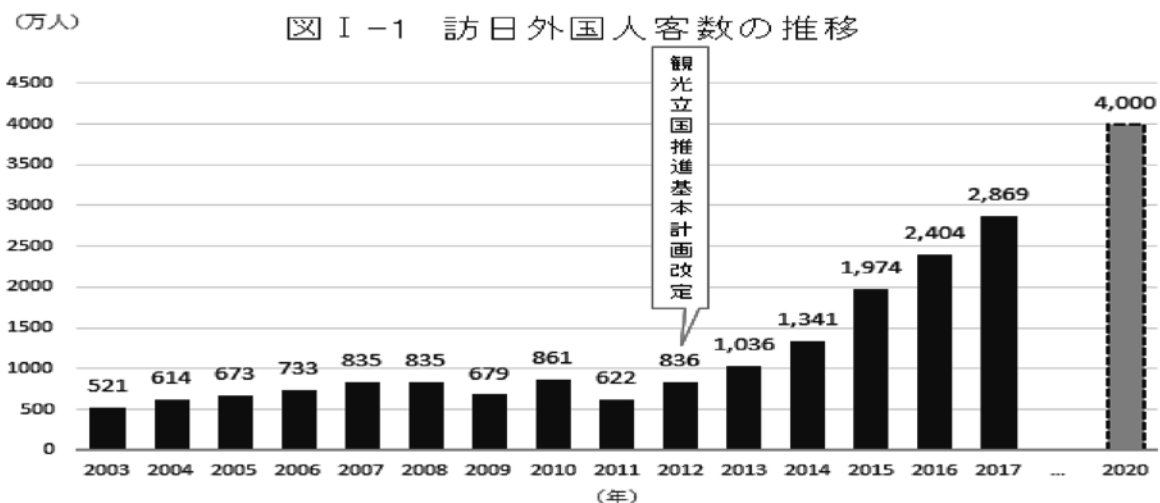
1. 日本のインバウンド観光の特徴

【1】インバウンドの急増

はじめに、日本におけるインバウンド観光の動向とその特徴について紹介しよう。

訪日外国人観光客は、年々増加している。観光立国の実現に関する基本的な計画である「観光立国推進基本計画」が、2012 年に改定された。その後、翌 2013 年以降は 5 年連続で外国人観光客数は過去最高を更新しており⁷、2017 年では約 2869 万人が日本を訪れた⁸。これは 2013 年の約 2.8 倍である（図 I-1）。このような中、政府は、2020 年の訪日外国人旅行者数を 4000 万人とすることなどを目標とした新たな「観光推進基本計画」を 2017 年に閣議決定した⁹。

また、訪日外国人観光客の増加に伴い、旅行消費金額も年々増加しており、2017 年には 4 兆 4162 億円に達した⁷。消費金額も訪日外国人観光客数と同様、2013 年以降の増加が大きくみられる（図 I-2）。さらに、訪日外国人観光客は、1 人当たりの消費金額も大きい。訪日外国人観光客 8 人分の消費額は、定住人口 1 人当たりの年間消費額である 125 万円に相当する⁸。このように、訪日外国人観光客によって得られる経済効果は大きいと考え、日本に外国人観光客を呼び込むことで、人口減少に伴う経済の縮小を補うことを政府は期待している。



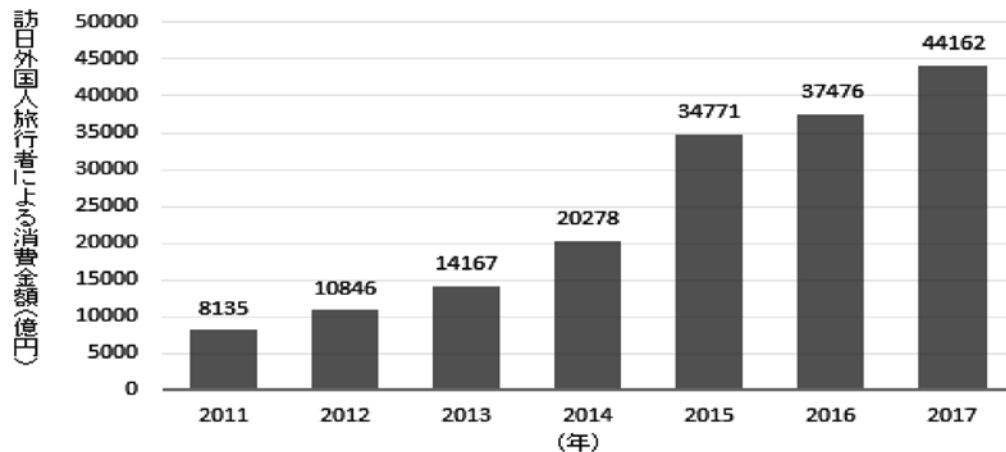
注：千の位以下は四捨五入してある。

出所：日本政府観光局（JNTO）『国籍/月別 訪日外客数（2003 年～18 年）』2018 年より作成。

⁷ 観光庁『訪日外国人消費動向調査』2018 年（<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>、2019 年 1 月 27 日閲覧）。

⁸ 国土交通省『地域のモビリティ確保の知恵袋 2017～訪日外国人旅行者の地方誘客を支える交通施策～』90 頁（<http://www.mlit.go.jp/common/001225872.pdf>、2019 年 1 月 7 日閲覧）。

図 I -2 訪日外国人旅行者の旅行消費



出所：観光庁『訪日外国人消費動向調査』2014 年、同 2017 年より作成。

【2】訪日外国人旅行者の観光特性の変化と受入側の課題

訪日外国人観光客の主な訪問先は、「ゴールデンルート⁹」に属する都道府県や、国際線が多く就航する空港がある都道府県に集中している。図 I -3 は、2017 年の外国人宿泊者数上位 10 都道府県を示しているが、上位 10 件で全体の 8 割を占めている。そこにはゴールデンルートに属する東京都、大阪府、京都府、千葉県、神奈川県、愛知県、山梨県の 7 つの都府県が含まれている。このうち千葉県、大阪府、東京都、愛知県は、表 I -1 が示すように、国際線の定期便数が多い県でもある。

とはいえ、近年では、訪日外国人観光客の動きが変化しつつある。図 I -4 は、訪日外国人観光客の宿泊地の経年変化である。図から分かるように、訪日外国人観光客の訪問地はゴールデンルート以外の地方部にも拡大している。国際的に知名度の高い観光地だけでなく、特色ある地域資源を目当てに日本を訪れる外国人観光客もいると考えられる。加えて、徳島県では古民家に宿泊することを目的とした外国人が世界中から来訪したり¹⁰、個人手配で旅行する外国人や訪日回数が複数回あるリピーターも増加している¹¹。

しかし、観光の多様化と地方への拡大の一方、交通の利用に関する課題も多く見られるようになった。訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケートの結果によると、「公共交通の利用」は、訪日外国人観光客が旅行中に困ったことのうち 4 番目に多い項目である¹²。具体的には、鉄道・バスでの「乗車方法がわかりにくい」「案内看板・放送がわかりに

⁹ 訪日外国人観光客にとって定番となっているルートのこと。訪日ラボ「ゴールデンルートとは」『インバウンド用語集』（<https://honichi.com/words>、2019 年 1 月 28 日閲覧）。

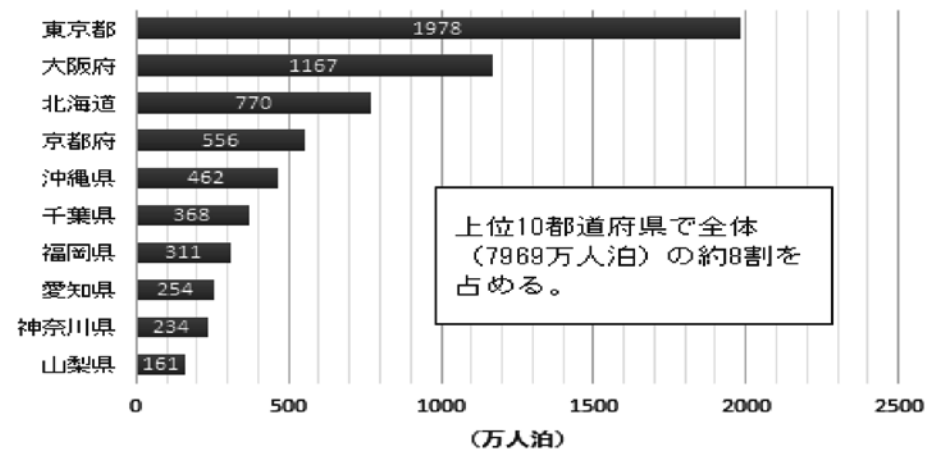
¹⁰ 国土交通省、前掲『地域のモビリティ確保の知恵袋 2017～訪日外国人旅行者の地方誘客を支える交通施策～』97 頁（<http://www.mlit.go.jp/common/001225872.pdf>、2019 年 1 月 7 日閲覧）。

¹¹ 同上、93 頁（<http://www.mlit.go.jp/common/001225872.pdf>、2019 年 1 月 7 日閲覧）。

¹² 観光庁『訪日外国人旅行者の国内における受け入れ環境整備に関するアンケート』2017 年

くい」「座席予約や切符が手配しにくい」などがあり、案内の分かりにくさや乗車するまでの手続きの困難さなどの課題がうかがえる。

図 I -3 外国人宿泊者上位10都道府県



出所：国土交通省『宿泊旅行統計調査』2017 年報道発表資料より作成。

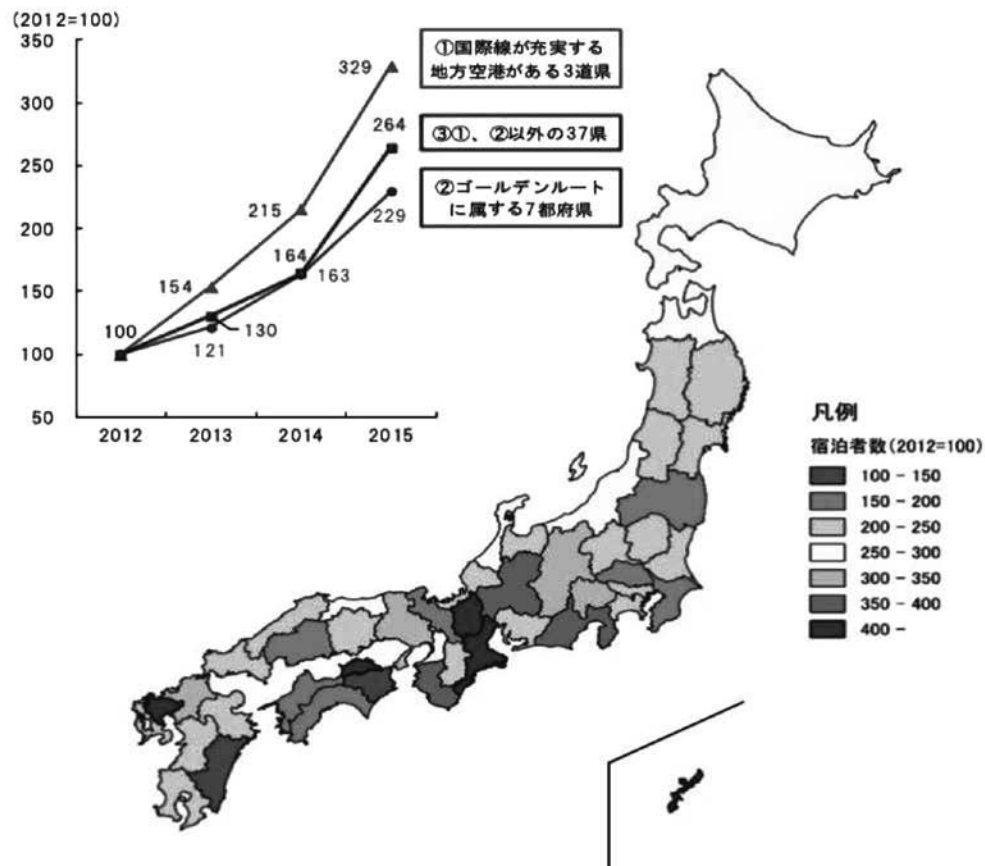
表 I -1 主要空港の国際定期便数（2017 年夏ダイヤ）

空港	都道府県	便数(便数/週)
成田国際空港	千葉県	1,612.5
関西国際空港	大阪府	1,113.5
羽田空港	東京都	758
中部国際空港	愛知県	348
福岡空港	福岡県	328
那覇空港	沖縄県	186
新千歳空港	北海道	144
広島空港	広島県	27
静岡空港	静岡県	24
高松空港	香川県	20

出所：国土交通省『国際線就航状況』2017 年、夏ダイヤ国際定期便（直行便）データより作成。

(http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08_000233.html、2019 年 1 月 29 日閲覧)。

図 I - 4 訪日外国人旅行者の宿泊地の経年変化



注：図は観光庁『宿泊旅行統計調査』2016年の結果をもとに観光庁が作成したものである。

出所：国土交通省『地域のモビリティ確保の知恵袋 2017～訪日外国人旅行者の地方誘客を支える交通施策～』2018年、92頁より引用。

2. 高知県のインバウンド観光

では高知県ではどのような特徴がみられるのだろうか。この節では高知県観光の動向と特徴について説明していく。

はじめに、観光庁が外国人観光客誘致に関する施策の立案・評価等のための基礎資料を得ることを目的に行った『訪日外国人消費動向調査』をもとに、高知県観光の動向を考察する。高知県の訪日外国人観光客訪問率は、2015年～17年までの3年間で0.2%となっており、全国的にみても非常に低い結果となっている¹³。しかし、平均泊数をみると、2016年は7.7泊（全国9位）、2017年は7.8泊（全国9位）と、全国でも非常に高い結果となっている¹⁴。また、外国人1人1回あたりの旅行消費金額も、2016年は4万7089円（全国5位）、2017年では6

¹³ 観光庁『訪日外国人消費動向調査』2015年、参考表2。同2016年、参考表6。同2017年、第12表。

¹⁴ 観光庁『訪日外国人消費動向調査』2016年、第10表。同2017年、第10表。

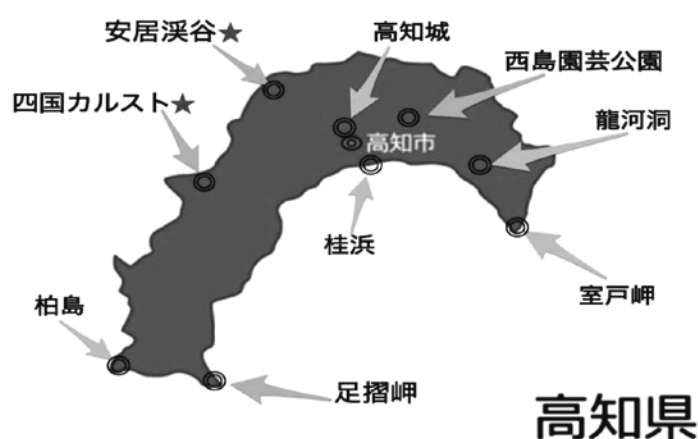
万 827 円（全国 3 位）と、高知県が上位に位置していることがわかる。このようなことから、高知県のインバウンド観光の特徴は滞在型であることが読み取れる。

ではなぜ、他県に比べて高知県は滞在型なのだろうか。その要因として、徒歩によるお遍路巡りを目的とした訪日外国人観光客の増加や、高知県が東西に長く、観光地が各地に点在しているため巡るのに時間がかかるという 2 点が考えられる。

1 つ目のお遍路については、米国のテレビ局 PBS で「世界の神聖な 6 か所」の 1 つとして「四国遍路」が放映されたことや、ニューヨークタイムズで「52 Places to Go in 2015」に日本で唯一四国が取り上げられたことなどが契機となり、世界でもお遍路に対する関心が非常に高まってきているといえる¹⁵。また、お遍路を目的として高知県を訪れる外国人観光客のほとんどが、徒歩での巡礼を希望する傾向がある¹⁶。それにより、自然と高知県に滞在する期間が長くなり、長期滞在型の要因のひとつとなっている。

次に観光地の点在についてであるが、訪日外国人観光客が日本に求めている上位 3 つは、日本食を食べること、ショッピング、自然・景勝地観光である¹⁷。この中で、高知県に該当する項目は、日本食を食べることと、自然・景勝地観光であろう。そこで、そのような 2 つの目的が果たせる高知県内の主要観光地を地図上で表したのが、図 I - 5 である。この図を見てわかるように、東西に長い地理的特徴に沿って、主要観光地も高知県の端から端に散らばっている。

図 I - 5 高知県の主要観光地



¹⁵ 観光庁『四国スピリチュアルコース』2017。

¹⁶ 美馬旅館へのヒアリングによる（2018 年 12 月 5 日）。

¹⁷ 観光庁『訪日外国人消費動向調査（7 月～9 月期報告書）』2018 年、26 頁。

表 I－2 高知市から四国カルスト、安居溪谷へ行く道のり

四国カルスト	場所	着	発	安居溪谷	場所	着	発
	JR 高知駅	—	11:08		JR 高知駅	—	11:08
	JR 須崎駅	12:16	13:22 (バスに乗り換え)		JR 佐川駅	11:55	14:31
	新田 (バス停)	14:15	14:15 (タクシーに乗り換え)		狩山口 (バス停)	15:13	15:13 (タクシーに乗り換え)
	天狗荘 (四国カルスト)	14:55	—		安居溪谷	15:30	—

注：2018 年 12 月 15 日（土曜日）10 時に高知駅にいる設定である。

出所:Yahoo!乗り換え案内アプリより作成 (<https://transit.yahoo.co.jp/smartphone/app/>)。

また表 I－2 は、実際の交通機関を使って目的地へ向かうという場面を想定したものである。表の左側は、四国カルストへの行き方である。乗り換えは計 2 回行った後、最後は公共交通機関がないためタクシーで向かわなければならない。右側は、安居溪谷への行き方である。使用する交通機関は四国カルストと同じであるが、バスの本数が少ないために乗り換えまでの待ち時間が非常に長くなっている。このように、中心部から距離のある観光地へ行くためには乗り継ぎが多く、費用もかかることが読み取れる。

これより、移動範囲の広い高知県を観光するにはモビリティが非常に重要な役割を果たしていると考えられる。そこで次章では、県内の移動手段に具体的に注目してみよう。

第2章 高知県におけるモビリティの現状

1. JR 四国:ALL SHIKOKU Rail Pass を中心に

本章では高知県内の交通事業者とモビリティの関係について検討する。最初に JR 四国について見ていく。

JR 四国は、四国の基幹的公共輸送機関としての鉄道事業を中心として、バス、ホテル、物販や I T ビジネスなど幅広い事業を展開している会社である。一般的な JR の汽車だけでなく高知県内の魅力を伝える観光列車などを走らせる事業も行っており、高知県民のみならず観光客にとっても非常になじみのある会社といえる。

現在、外国人観光客向けに行っている取り組みとして、「ALL SHIKOKU Rail Pass」が挙げられる。これは、JR 四国が中心となり、観光列車なども含む四国内の電車（汽車）、路面電車、バス、フェリーの利用が、券を一枚購入するだけで乗り降り可能になるというものである。2017 年の利用は 2 万 1587 枚となっている¹⁸。また価格は、表Ⅱ-1 のとおりであり、日数や年齢によってさまざまな価格帯が設定されている。

しかし、JR 四国によると、現状は利用者の 8 割が高松駅から利用しており、高知県内での発券数は四国内の中でも非常に低く、伸び悩んでいるという現状がある¹⁹。今後は、この券を見せることで割引やクーポンなどのサービスが受けられるようにするなど、高知県に来て楽しめる工夫にも力を入れていく方向である。

表Ⅱ-1 ALL SHIKOKU Rail Pass の料金表

Pass	Purchasing Overseas		Purchase in Japan	
	Adults over age 12	Children age 6-11	Adults over age 12	Children age 6-11
2-day	7,400 yen	3,700 yen	7,900 yen	3,950 yen
3-day	8,500 yen	4,250 yen	9,000 yen	4,500 yen
4-day	9,400 yen	4,700 yen	9,900 yen	4,950 yen
5-day	10,000 yen	5,000 yen	10,500 yen	5,250 yen

出所：ALL SHIKOKU Rail Pass (<https://shikoku-railwaytrip.com/railpass.html>)。

¹⁸ JR 四国ヒアリングによる（2018 年 11 月 7 日）。

¹⁹ JR 四国によって行われたアンケート結果による。（2018 年 11 月 7 日）。

2. とさでん交通の取り組み

次に、とさでん交通の取り組みについて説明する。とさでん交通は、土佐電鉄と高知県交通が共同新設分割という形で設立された会社である。軌道事業や旅客自動車運送業などが、主な事業内容であり、具体的には、路線バスや高速バスなどのバス事業と路面電車の運行を行っている²⁰。取り組みとしては、ICカード「ですか」を導入し、データを集めることで乗客の動きを把握することや、低床車両を路面電車を導入することで、利用者の利便性向上を図っていることなどが挙げられる。

外国人利用者向けには、先に述べた「ALL Shikoku Rail Pass」という乗車券を提供している他、高知市内で「My 遊バス」も運営している。My 遊バスは、JR 高知駅を起点に、はりまや橋、牧野植物園、桂浜など高知市内の観光スポットを回る周遊バスである。そのため、日本人はもちろん外国人利用者も多い。

とさでん交通が抱える課題は、現在県や市町村からの出資で成り立っているため、資金面で余裕がなく、なかなか新規事業を展開することができないことや、人口減少とモータリゼーションにより年々利用者が減少傾向にあることなどが挙げられる²¹。今後は、限られた財務事情の中で、利用者確保や利便性の向上に取り組む必要がある。

3. レンタカー業者とインバウンド

【1】外国人観光客の交通手段としてのレンタカー

外国人観光客が高知を観光するとき、どのような交通手段を使うだろうか。高知市内では路面電車やバスがある程度広がっており、おおよその主要観光地を訪れることができる。しかし、四万十市にある沈下橋など、高知市から遠方にある観光地へは、JR やバスなどの交通手段を使って移動した後、さらにそこから乗り換えてタクシーを利用する必要がある。あいにく外国人にとって乗り換えは難解で、少しの乗り換えでも避ける傾向にある²²。

一方、高知県が運営するインバウンド向けの観光情報サイト『VISIT KOCHI JAPAN』では、車を利用した観光プランが多く紹介されている。たとえば、四万十市への観光プランでは、四万十市トンボ自然公園や四万十川などが含まれるが、すべての移動手段は”drive”となっている²³。訪日目的の多くが日本食や自然・景勝地観光である外国人観光客が、高知で目的地までスムーズに訪れるには、レンタカーは有用な手段といえる。なぜなら、高知の自然・景勝地は点在しており、公共交通機関を使うと何度か乗り換えが必要となるためである。

乗り換えを嫌い、観光の目的を食や自然に置く外国人観光客にとって、東西に移動しながら

²⁰ とさでん交通ヒアリング(2018年10月26日)。

²¹ とさでん交通ヒアリング(2018年10月26日)。

²² 高知龍馬空港、土居沙綾さんのヒアリング(2018年10月16日)。

²³ VISIT KOCHI JAPAN, “Enjoy the natural beauty of Shimanto River along this route,” (http://www.visitkochijapan.com/plan_your_trip/kochi_en_02/、2019年1月9日閲覧)。

高知県観光をする際には、車を利用する必要性が高い。そこで本節では、高知県での外国人観光客のレンタカー利用について検討する。

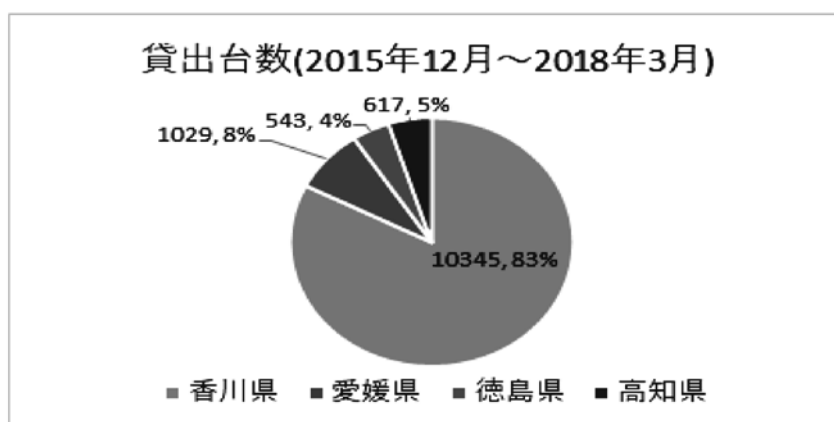
【2】外国人観光客のレンタカー利用の特徴

外国人観光客のレンタカー利用は、四国内の空港利用と密接な関係がある。四国で国際線が就航している空港は、高松空港と松山空港のみである。高松空港では、ソウル、上海、台北、香港の4都市から毎日1便ずつ国際線が発着する²⁴。一方、松山空港では、ソウルからは週5日²⁵、上海からは週2日の発着がある²⁶。実際にインバウンドの国際線利用回数を比べると、高松空港が松山空港の7倍も利用されている²⁷。

この点を踏まえ、レンタカー利用内容を見てみよう。図Ⅱ－1は、四国でのレンタカー貸出台数を各県ごとにまとめたものである。これによると、香川県での利用が最も多く、全体の8割以上を占めている。しかし、国際線の就航していない高知県では、利用率はわずか5%にとどまっている。

レンタカーを借りるとき、外国人観光客は乗り換えを避けるため、空港近辺で借りるのが一般的である。そのため、外国人観光客が一番レンタカーを借りているのは香川県にある一方、国際線の就航していない高知では、外国人によるレンタカー利用が少なくなっている。

図Ⅱ－1 四国での貸出台数内訳



出所：四国レンタカー協会連合会「国籍別レンタカー貸出台数実績」より作成。

²⁴ 高松空港「国際線時刻表 1 月 (1/8~1/31)」

(<https://www.takamatsu-airport.com/timetable/int.php>、2019 年 1 月 11 日閲覧)。

²⁵ 松山空港「松山空港国際線 フライト情報 ソウル」

(<http://www.matsuyama-airport.co.jp/inter/flight/seoul.html>、2019 年 1 月 11 日閲覧)。

²⁶ 松山空港「松山空港国際線 フライト情報 上海」

(<http://www.matsuyama-airport.co.jp/inter/flight/index.html>、2019 年 1 月 11 日閲覧)。

²⁷ 大阪航空局「利用実績速報」

(<http://ocab.mlit.go.jp/about/total/report/pdf/h29syuukei3004.pdf>、2019 年 1 月 11 日閲覧)。

【3】多言語対応

一方、外国人観光客がレンタカーを借りる際には、レンタカー業者と契約する必要がある。本項では、レンタカー業者の多言語対応について検討する。

改めて、レンタカーを借りる状況を確認しよう。外国の運転免許を取得している外国人が日本で車を運転する方法は、2通りある。1つ目は、国際運転免許証を用いて運転するケース、2つ目は外国の運転免許証に日本語の翻訳文を添付して運転するケースである。しかし、外国の運転免許証が使える国は、エストニア、スイス、ドイツ、フランス、ベルギー、モナコ、台湾のみに限られる²⁸。

では、多言語対応についてはどういう取り組みがなされているのだろうか。高知県レンタカー協会では、協会として多言語対応に取り組む予定はないとの回答であった。なぜなら、高知県でレンタカーを借りる外国人観光客が少なく、県全体のレンタカー業者が多言語対応を進める必要性が低いためである²⁹。外国人観光客利用の多い香川県や愛媛県のレンタカー店舗には多言語対応スタッフがいるのとは対照的である。空港経由の外国人観光客を増やすには、この点での取り組みが今後は求められる。

4. タクシーとインバウンド:「おもてなしタクシー」を中心に

本節では、タクシーに注目し、主に高知県内の観光客向けサービスを行っている「おもてなしタクシー」を取り上げてみたい。

まず、この事業に触れる前に、県内観光事業に関わる「高知県観光コンベンション協会」について紹介する。高知県観光コンベンション協会は、国内外の観光客やコンベンションの誘致並びに受入支援等を行うとともに、高知県の観光・物産事業の発達と振興を図ることを目的とした組織である³⁰。ヒアリングにうかがった国際誘致部では、主にウェブサイトやパンフレット、とさてらす内の「i」案内所で、外国人向けに観光地情報の提供や宿泊所の案内などを行っている。ウェブサイト「VISIT KOCHI JAPAN」は英語、中国語繁体字、簡体字、韓国語、タイ語の5言語で閲覧できるようになっている。また、パンフレット『こうちじん (KOCHI-JIN)』も、英語、中国語繁体字、簡体字の3種類が「とさてらす」などに設置されており、外国人が手に取りやすいようになっている。「i」案内所には英語対応ができるスタッフが常勤している。このように、外国語対応に力を入れて観光案内が行われている。

こうした観光客向けサービスの一環として行なっているのが「おもてなしタクシー」である。

²⁸ 警察庁「日本の免許がない方が日本で自動車等を運転するための方法」

(https://www.npa.go.jp/policies/application/license_renewal/pdf/driving_pattern.pdf、2019年1月13日閲覧)。

²⁹ 高知県レンタカー協会へのヒアリング(2018年10月26日)。

³⁰ 公益財団法人高知県国際交流協会「(公財) 高知県観光コンベンション協会」国際交流団体一覧(http://www.kochi-kia.or.jp/organization/org_h-17.html、2019年1月27日閲覧)。

「おもてなしタクシー」とは、高知県観光ガイドタクシー認定制度実行委員会が実施する活動である。所定の講座を受講し、認定試験に合格したドライバーが乗務し、乗客に高知らしい「おもてなしの心」で接客を行うタクシーである³¹。この中には、周遊タクシープランもあり、外国人に人気のお遍路や安居溪谷、仁淀ブルーなどの自然景勝地を巡ることのできるコースもある。言葉による言語対応はまだそれほどされていないようだったが、指さしシートなどを用いて外国人観光客とコミュニケーションがとれるようになっている。しかし、外国人観光客による利用はまだ少ないそうである³²。

交通という面で高知県のインバウンドを見たとき、高知県観光コンベンション協会は次の2つの課題を挙げていた。まず、多言語対応が遅れているという点である。これに対しては、バスなどの外国語表記を進め、数字やアルファベットなどの記号も用いてわかりやすい案内をしていきたいと述べていた。もう1つが、二次交通が行き届いていないという点である。これに対しては、ここで紹介した「おもてなしタクシー」やレンタカーを利用しやすくしていきたいということであった³³。

5. インバウンドと高知駅前レンタサイクル

近年、しまなみ海道のサイクリングロードを躍起に、外国人観光客にとってサイクリングで観光を楽しむことが注目されつつある。そこで、高知市内のレンタサイクルに注目してみよう。

まず、高知市内の外国人向けのゲストハウスで、レンタサイクルについてのヒアリング調査を行った³⁴。すると、多くの外国人観光客が市内観光をする際に、公共交通機関では回れない地元ならではのスポットを気軽に回ることのできるレンタサイクルを求めていることが分かった。しかし、ゲストハウス管理人も、外国人の要求に対応できるレンタサイクルについては十分に把握できていなかった。そこで、レンタサイクルの運営をしている、県の観光情報を一堂に集めた総合案内所・高知情報発信館「とさてらす」でヒアリング調査を行った。

レンタサイクルの貸出概要は、以下のとおりである。レンタサイクルは観光を目的とする

写真Ⅲ-1 「レンタサイクル貸し出し要綱」



³¹高知県観光コンベンション協会「おもてなしタクシー」高知県の観光情報サイトよさこいネット (<https://www.attaka.or.jp/kanko/taxi.php>、2019年1月28日閲覧)。

³²ここでの内容は、高知県観光コンベンション協会ヒアリングに基づく(2018年11月22日)。

³³ここでの内容は、高知県観光コンベンション協会ヒアリングに基づく(2018年11月22日)。

³⁴ゲストハウスとまり木でのヒアリング(2018年12月6日)による。

18 歳以上に原則無料で貸出を行い、2 つの条件を満たしていれば、国籍を問わず貸出を行っている。そして、利用の際には用紙に必要事項を記入し、身分証明書を提示してもらう。本人確認がとれれば、「とさてらす」が保有する 5 台の電動アシスト自転車、7 台のシティサイクルタイプ、3 台のクロスバイクタイプの計 3 種の中から選択し、貸出完了となる。受付時間は 8 時 30 分から 16 時、最終返却時刻は 17 時である。

外国人観光客向けには、記入や注意事項の書類は、英語、中国語、韓国語、繁体語での多言語対応を行っている。外国人観光客とはネット通信の関係で連絡がつきにくいことや携帯番号が使用できないため、事前に宿泊施設の電話番号を控えるなどの策をとっている。そのため、これまでに返却がなかった等のトラブルは発生していない³⁵。

2018 年 10 月に、とさてらすでは全 300 回貸出を行ったが、そのうち外国人利用回数は 40 回の利用があった。外国人利用客は、リピーターや口コミからがほとんどである。これより、ニーズはあるが認知度の低さからレンタサイクルを活用できていない人が多いことが分かる。ちなみに、「とさてらす」では、多言語対応は行っているものの、レンタサイクルの実施を公に告知しておらず、今後も告知する予定はないようである。その理由は、レンタサイクルを収益化することは考えていないからである。高知県のインバウンド観光では、レンタサイクルの需要拡大が見込めることから、今度はレンタサイクルもインバウンド観光での新しいモビリティ事業の一つに組み込んでいくべきであるといえる。

³⁵ 高知情報発信館「とさてらす」ヒアリング(2018 年 12 月 10 日)。

第3章 モビリティの課題と改善策の提案

1. ヒアリング調査から見てきた課題

第2章では、高知県内の主要交通事業者の取り組みについて、ヒアリング調査を基に明らかにした。本章では、これらの交通事業者に共通する課題に着目し、高知県内のモビリティサービスの改善策を提案したい。

【1】多言語対応への遅れ

第1の課題は、車内アナウンスや駅における多言語対応への遅れである。表Ⅲ-1は、高知県内における、モビリティサービスの多言語対応の状況をまとめたものである。このうち、路面電車では主要電停での英語表記や英語版のパンフレットを作成しているほか、観光客向けの周遊バスであるMy遊バスでは車内での英語アナウンスを実施している。また、電車においては、ALL SHIKOKU Rail Passのウェブサイトにて、英語、中国語、韓国語に対応している。一方で、路線バスやレンタカー、タクシーでは、一部を除いて対応がない状況である。

一方、ウェブサイトにて多言語対応を実施しているJR四国では、Japan Rail Passと組み合わせて訪日外国人観光客を四国に呼び込んでいるほか、車内での英語アナウンスを実施しているMy遊バスでは、利用者数の1割以上が訪日外国人観光客であることから、一定の成果を上げているといえる。未だに多言語対応の実施に至っていない交通機関においても、多言語対応へのニーズは大きいと思われる。

表Ⅲ-1 県内交通事業者の多言語対応の状況

サービス名	多言語対応の状況	交通事業者
路面電車	主要電停のみ英語表記、英語版の電停パンフレットを作成	とさでん交通
路線バス	対応していない	とさでん交通
電車（汽車）	All SHIKOKU Rail Pass ウェブサイトにて多言語に対応	四国旅客鉄道
My 遊バス	車内での英語アナウンスを実施	とさでん交通 高知県観光振興課
レンタカー	対応していない	レンタカー各社
タクシー	「おもてなしタクシー」を除き対応していない	タクシー各社

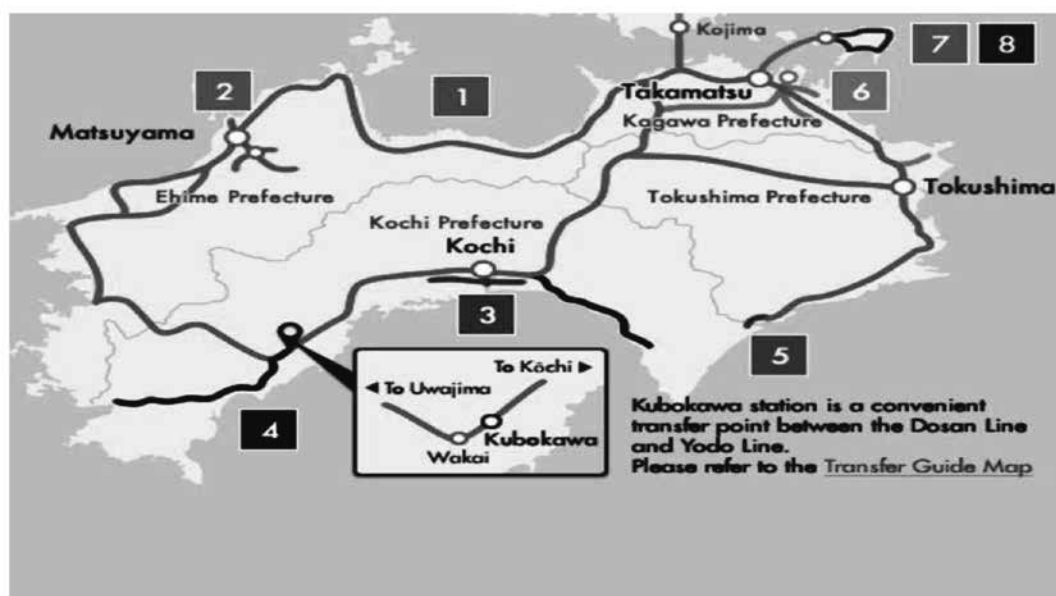
【2】「乗り継ぎ」の多さと「決済手段の多様化」への遅れ

第2の課題は、県内を観光目的で移動する際の「乗り継ぎの多さ」と、「決済手段の多様化への遅れ」である。第1章で述べたように、高知県は滞在型観光の傾向が強く、観光客は自然体験や食を楽しむことを目的に県内各地へ移動する必要がある。

図Ⅱ-1は、ALL SHIKOKU Rail Pass を利用することができる路線を示したものである。この図から見て取れるように、高知市内や県の東西に伸びる路線はあるが、県北部等に位置する多くの観光地へアクセスするには、他のバス路線へ乗り換える必要がある。例えば、紅葉や「仁淀ブルー」を鑑賞できる安居溪谷は、県内でも人気の高い観光地の一つである。しかし、安居溪谷へアクセスするには、JRと路線バス、タクシーを乗り継ぐ必要があり、言葉の壁がある訪日外国人観光客にとって、移動が容易でないことがわかる。

また、乗り換えが多いという表面上の事情だけでなく、鉄道利用パスやICカード等の共通の支払手段がないことも要因となり、訪日外国人にとって優しいとは言えない交通事情が続いているのである。

図Ⅱ-1 All SHIKOKU Rail Pass の利用対象路線



出所：JR 四国ウェブサイト (<https://shikoku-railwaytrip.com/railpass.html>)。

【3】既存サービスの PR 不足

第3の課題は、観光客が利用できる既存サービスの PR 不足である。高知県内で外国人観光客向けに提供されているモビリティサービスは、高知市周辺の観光地を回ることができる「My 遊バス」、指差し会話用のシートを用意した「おもてなしタクシー」、高知駅前での「レンタサイクル」ぐらいである。しかも、高知県観光振興課によると、おもてなしタクシーは訪日観光

客にはほとんど使われていないと指摘する³⁶。また、レンタサイクルにおいても具体的な PR は行われておらず、既存のモビリティサービスの存在を訪日外国人観光客が十分に認知できていない現状がある。

このことは、観光客にとって交通アクセスが不便であるだけでなく、モビリティサービスを提供する交通事業者にとっても需要が浸透しない課題につながっている。つまり、観光客にとっては旅行機会、交通事業者にとっては売上機会を損失であり、双方にとって好ましくない状況にあることがわかる。

2. 改善策の提案

【1】「車内アナウンス高知の学生にまかしちょき！」

そこで、こうした課題についての私たちの提案を紹介したい。

まず、一つ目の改善策は、車内での外国語アナウンスを学生が行う、通称「車内アナウンス高知の学生にまかしちょき！」である。高知県内の公共交通機関であまり言語対応が進んでいない現状を受けて、考案したものである。

具体的な内容としては、まず車内アナウンスを行う当事者を学生に限定して希望者を募り、車内アナウンスコンテストを行うことで優秀者を選定する。優秀者に選ばれた学生が高知県内の交通機関の車内にて、英語、中国語、韓国語のアナウンスを行う。

この取り組みは、交通事業者側は低コストで多言語対応を進めることができ、学生側にとっては語学力向上や活躍の場の獲得につながるため、双方にとってメリットがある。高知県の交通機関の多言語対応を推し進めることで、外国人観光客が高知県に訪れやすくなり、集客効果を期待できる。

【2】「タブレット使ってみんかえ??」

第2に、タブレット端末を活用した言語、決済対応サービスを普及させる、通称「タブレット使ってみんかえ??」である。これは、特にタクシーやレンタカーにおける言語対応、決済方法が発達していない現状から提案したものである。

内容としては、タクシーやレンタカー内に多言語マップや翻訳機能、QR 決済などの様々な決済方法に対応したタブレット端末を導入するものである。特に提案したいのが、通称「OHENRO TAXI&CAR RENTAL」である。

これは、高知県内の四国八十八箇所霊場を回るタクシー・レンタカーにタブレット端末を導入したものである。お遍路中であることが一目でわかる塗装がなされた車であり、目的に応じてどこでも乗り降り自由であるといったものである。

なお、このタブレット端末は、高知市商工会議所が市内観光関連施設などに貸出をしているものを使用することを想定している。実は、同会で現在保有する 100 台のうち、50 台が未使

³⁶ 高知県観光振興課ヒアリング（2018 年 11 月 20 日）。

用であるという。そこで、このタブレットを活用すれば、遊休装置を低コストで導入することができる³⁷。

【3】「チャリンコで高知の城下を回るぜよ！！」

3つ目に、高知県内のレンタサイクルの有効活用を目指す、通称「チャリンコで高知の城下を回るぜよ！！」である。外国人観光客の利用ニーズがあるにもかかわらず、PR 不足による認知度の低さや、規模の小ささなどによって活用できているとは言い難いレンタサイクルの現状を踏まえ、考案したものである。

具体的には、高知県内のホテルにレンタサイクルの案内パンフレットを設置し、ホテルやコンビニ等にも利用できたり、乗り捨て可能なスポットを設置する他、公共交通機関での自転車乗り入れも可能にするというのが、主な内容である。

このような施策を通して、観光客のレンタサイクルの利用を促進し、観光客がアクセスしやすい観光スポットにも足を運べるようになるだろう。

³⁷ 高知市商工観光部観光振興課ヒアリング(2018年9月7日)。

おわりに

第Ⅰ部では、外国人観光客の「移動」に着目し、高知県を訪れる外国人観光客と交通事業者の両者に焦点を当てて考察した。あわせて課題の抽出から改善策の提案を具体的に行った。最後に、全体をまとめておこう。

日本全国と高知県のインバウンド観光の動向を見ると、訪日外国人観光客数は年々増加しており、2017年には2869万人と2013年に比べて2.8倍もの伸びを記録した。東京都、大阪府、京都府を代表とする「ゴールデンルート」と呼ばれる地域には国際線の定期便数が多く、訪日外国人観光客の宿泊地の面でも集中している。しかし、近年では日本へのリピーターの増加とともに、「ゴールデンルート」以外へも外国人観光客が足を運ぶ傾向が出てきている。こうした中、高知県を訪れる訪日外国人観光客数は日本全体と比較して未だ0.2%と低い数字にとどまっているが、長期滞在型が多いのが特徴でお遍路巡りや魅力的な自然体験が海外メディアでも報道されるなど、今後來高する可能性はあるといえる。

その意味で、インバウンドへの対応をスムーズに行う必要があるが、現状は高知県内のモビリティ対応は遅れが目立っている。高知県は東西に面積が大きいことから、各地に点在する観光地を巡るためにはモビリティが重要であることは言うまでもない。そこで、高知県内のモビリティサービスを手がける交通事業者へのヒアリング調査を実施したところ、共通する課題点が、多言語対応への遅れ、「乗り継ぎ」の多さと「決済手段の多様化」への遅れ、既存サービスのPR不足である。

そこで、高知県内の交通事業者に共通して見られる課題点を踏まえ、改善に向けた取り組みへの提案を行なった。多言語対応への遅れに対しては、「車内アナウンス高知の学生にまかしちょき！」と題し、多言語音声の作成を県内の若者が活躍するチャンスと捉えられる工夫を行なった。また、多言語対応への遅れ・「乗り継ぎ」の多さと「決済手段の多様化」への遅れに対しては、「タブレット使ってみんかえ??」と題し、近年日本でも急速に普及する電子決済への対応を促し、現金以外の支払手段を提供することで、外国人観光客にも利用しやすい方法を考案した。さらに、高知市内のレンタサイクルへの認知が低いことを例に挙げ、「チャリンコで高知の城下を回るぜよ！」と題して市内の主要ホテルや駅などで乗り捨てが可能なレンタサイクルの仕組みを考えるとともに、観光客の多い場所にパンフレットを設置する等、PR不足の課題に対しても改善策として提案を行った。

以上の提案が、高知県内のインバウンド観光の発展に寄与することを願い、締めくくるところにする。

第Ⅱ部 高知県の魅力を活かしたスポーツツーリズム

はじめに

近年、スポーツの趣味性を観光業に活用しようという「スポーツツーリズム」が注目されている。2020年に東京オリンピック・パラリンピックが控えていることも一つの要因であり、スポーツを通じて観光客を増やし、地域経済の成長につなげようという取り組みが各地で進められている。

実は、高知県は、スポーツツーリズムの面では有望な地域であるといえる。全国的に見ても温暖な気候であり、冬季に入るとスポーツチームが県内でキャンプを実施するからである。シーズンオフの時にキャンプにやって来るチームは、アマチュアチームだけではない。例えば、野球では、2018年にパリーグで優勝した埼玉西武ライオンズが秋季キャンプを行っているし、サッカーではJリーグのチームが複数来ている。日本だけでなく海外チームがキャンプを行うこともある他、野球やサッカー以外のスポーツでも世界レベルの選手が高知に来ている。

そこで、第Ⅱ部では、本書の大きなテーマであるインバウンド観光の中でもスポーツツーリズムに着目し、一体どのような取り組みをしているのかについて検討することにした。具体的には、スポーツツーリズムに関わる行政・団体・企業等へのヒアリング調査を基に、現状・課題を明らかにしたいと考えている。

以下では、まず第1章で、日本全体のスポーツツーリズムの動きについて紹介する。第2章では、県内のスポーツツーリズムの全体像を把握する。第3章では、ラグビーにおけるトンガ代表チームの招致活動とスポーツチームの宿泊施設を取り上げ、現場の視点から見たスポーツツーリズムについて検討する予定である。

第1章 日本のスポーツツーリズムの状況

1. スポーツツーリズムの概要と変遷

はじめに、スポーツツーリズムの概要とその変遷について紹介しよう。

スポーツツーリズムとは、スポーツ資源とツーリズムとの融合を図っていく取り組みである。スポーツを「観る」「する」ための旅行そのものや周辺地域観光だけでなく、スポーツを「支える」人々との交流なども、その中に含まれる。また、ビジネスでの旅行者などが旅行先で主体的にスポーツに親しむことのできる環境の整備も含まれる。最近では、MICE推進の要となる国際競技大会の招致・開催など、複合的な形態も想定されている¹。

世界的には、1987年にイスラエルで開催された学会で、「スポーツツーリズム」という言葉が初めて公式に使われた。日本では、1990年代ごろから、主に学術的な側面からスポーツツーリズムが取り上げられるようになった。しかし、国家戦略としてスポーツツーリズムが取り上げられるようになったのは、ここ最近のことである。

表I-Iは、日本がスポーツツーリズムを国家戦略として取り入れてからの流れを表したものである。2010年1月に政府の観光立国推進本部で初めてスポーツツーリズムが取り上げられた後、同年5月に「スポーツツーリズム推進連絡会議」が設置され、翌6月に「スポーツツーリズム推進基本方針」が策定された。さらに、2012年4月には「一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構」が設立された。このように、日本でスポーツツーリズムが国家戦略として本格的に始動したのは、ここ10年ほどの話である。しかし、2019年にラグビー・ワールドカップ、2020年に東京オリンピック・パラリンピックを控える我が国にとって、スポーツツーリズムは、今後さらに注目される産業であるといえよう。

では、このスポーツツーリズムの意義はどこにあると考えられているのだろうか。まず第1に、スポーツツーリズムを推進することにより、新たな旅の魅力を作り出し、交流人口の増加が期待できるということである。

表 I-1 スポーツツーリズムの変遷

年月	できごと
2010年1月	政府の観光立国推進本部で初めてとりあげられる
2010年5月	「スポーツツーリズム推進連絡会議」設置
2011年6月	「スポーツツーリズム推進基本方針」策定
2012年3月	「観光立国推進基本計画」、「スポーツ基本計画」内で位置づけられる
2012年4月	「一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構」設立

出所：高橋義雄等『スポーツツーリズム・ハンドブック』学芸出版社、2015年、14頁より作成。

¹ 高橋義雄等『スポーツツーリズム・ハンドブック』学芸出版社、2015年、12頁。
ちなみに、MICEとはMeeting、Incentive travel、Convention、Exhibition/Eventの頭文字をとった、集客が見込まれるビジネスイベントの総称のことである。

第2に、スポーツの切り口で日本の多種多様な観光資源を顕在化させることで、日本の観光力を向上させるということである。スポーツツーリズムを通して地域を活性化し、産業・スポーツ振興を促進や国際交流を盛んにすることが、スポーツツーリズムの意義であると考えられている。

2. スポーツツーリズムとインバウンド促進

次に、スポーツツーリズムの基本的機能と分類の仕方について説明しよう。まず、スポーツツーリズムの基本的機能についておさえよう。そもそも、ツーリズムとは、様々な産業が組み合わさって成立するハイブリッドな産業である。例えば、旅行目的地まで人を移動させる運輸・輸送産業や、目的地で人に楽しい旅行体験を提供する宿泊・エンターテインメント産業、情報を伝えて旅行商品を提供する旅行業産業など、異なる産業が混合することによって成立している。この仕組みは、スポーツツーリズムも同様である。まず、旅行者が目的地まで移動する手段として様々な交通機関を利用する。旅行目的地は、人気の大会や自然を活かしたスポーツ施設である。そして、目的地で宿泊や食事、観光することで、地元へ経済効果として還元される。この効果は、規模が大きくなればなるほど、経済効果は巨額となる。そのため、今回取り上げる高知県をはじめ、各地でスポーツイベントを発展させたり競技場の規模拡大を図ったりしているのである²。

こうしたスポーツツーリズムには、次の3つの分け方がある。それは「観るスポーツ」「するスポーツ」「支えるスポーツ」である。「観るスポーツ」とは、プロアスリートのプレーを実際にスタジアムやキャンプ地で観るといったことが当てはまる。「するスポーツ」は、自分自身がスポーツイベントに参加することである。「支えるスポーツ」は、スポーツイベントのボランティアなどの形で運営に関わったり、スポーツ合宿を誘致したりするといったことを指している。例えば、試合を運営するスタッフや、選手たちを安全に目的地まで送り届ける公共交通機関の人々、選手に快適な居場所を提供する宿泊施設の人々など、様々な人々の支えによってスポーツイベントは成り立っているのである³。

では、スポーツツーリズムは、どのような形で外国人観光客の増加を見込めるのだろうか。「観るスポーツ」と「するスポーツ」の場合、例えば相撲やJリーグなど日本が有するスポーツ資源と、日本の地形や気候、歴史、文化といったスポーツ以外の観光資源とを融合・アピールすることが、日本でスポーツを楽しむことを訪日目的につながると考えられる。また、オリンピック・パラリンピックやワールドカップなどの国際スポーツ大会を日本に誘致することや、海外チームの合宿を日本に招致することにより、外国人の選手だけでなく外国人のファンが日本にやってくるということが期待できるし、外国のチーム・選手を観たいと考える日本人観光客の増加も見込める。さらに、開催地域や合宿地では、国際交流の経験や住民連携を見直すといった社会的効果も期待できる。こうして、国際スポーツ大会や国際的な合宿誘致が、ツーリズムの面でも注目されるようになっている⁴。

² 高橋義雄等『スポーツツーリズム・ハンドブック』学芸出版社、2015年、30～31頁。

³ 厚生労働省「スポーツツーリズム推進の方向性」(www.mlit.go.jp/common/000121396.pdf、2018年2月5日閲覧)。

⁴ 同上。

最後に、スポーツツーリズムを知るうえでカギとなるキーワードである「レガシー」を紹介しよう。レガシーは、後の章で紹介するように、様々な場でヒアリングを行う度に耳にしたキーワードである。

オリンピック・パラリンピックをはじめとするスポーツイベントを開催する際、競技施設やインフラ整備は必要不可欠であり、うまくいけば開催地の生活水準の向上が期待できる。レガシーとは、こうしたスポーツイベント開催後に残される施設や財産、運営のノウハウを、単発で終わらせるのではなく代々引き継いでいくということを指している⁵。例えば、2020 東京オリンピック・パラリンピックの場合、メガスポートイベント終了後に東京がさらに発展し、日本の大切な産業の一つとして続いていくだろうと、運営サイドでは期待しているのである。

以上、この章では、日本国内におけるスポーツツーリズムの捉え方やその変遷、キーワードについて紹介してきた。次章からは、高知県のスポーツツーリズムについて、ヒアリング調査をもとに詳しく検討していこう。

⁵ 笹川スポーツ財団『スポーツ白書 2017ースポーツによるソーシャルイノベーションー』
笹川スポーツ財団、2017 年、245 頁。

第2章 高知県のスポーツツーリズム ープロチームのキャンプを中心にー

近年、スポーツと観光を結びつけたスポーツツーリズムが脚光を浴びている。地域の自然や地形を活かしたスポーツイベントや、県でプロチームを誘致するなど、そのあり方は様々である。では、高知県ではどのようなスポーツツーリズムが取り組まれているのだろうか。また、実際にどのような効果が出ているのだろうか。このような疑問を解消すべく、私たちは、2018年7月から、スポーツツーリズムに関する調査を進めてきた。本章では、高知県観光コンベンション協会での聞き取り調査をもとに、高知県内のスポーツツーリズムの中でも特にプロチームのキャンプ誘致の実態について明らかにしていきたい⁶。

1. 高知県のスポーツツーリズムの概要と観光コンベンション協会

高知県では、龍馬マラソンや、ゴルフの「カシオ・ワールドオープン」の開催、野球、サッカー、ラグビー等のプロチームのキャンプ誘致など、様々なスポーツイベントが行われている。このようなイベントに関係しているのが高知県観光コンベンション協会である。

高知県観光コンベンション協会は、1950年に高知県観光連盟として設立され、1992年に社団法人化された。1994年には、財団法人高知コンベンションビューローが設立された後、2002年に高知コンベンションビューローと高知県観光連盟が統合し、財団法人高知観光コンベンション協会へと名称変更した。2013年には公益財団法人へ移行し、現在のような形になった。この協会は、高知県が持つ自然・文化などの様々な資源を活かした観光振興を総合的に推進することにより、地域経済の活性化を図ること、あわせて国民の生活・文化の向上と国際親善に寄与することを目的としている。組織構成は、総務物産部、受入部、国内誘致部、国際誘致部、プロモーション部、スポーツ部の8つに分かれている。その中でも今回は、スポーツツーリズムについての活動を行っているスポーツ部に聞き取り調査をした。

スポーツ部は、高知県のスポーツ観光の推進に関する事業を行っている。①プロ・アマスポーツのキャンプ、合宿、大会等の誘致・受入に関すること、②スポーツイベントの受け入れに関することの2つが、主な取り組みである⁷。高知県では、温暖な気候ということもあって、プロ野球やプロサッカーチームのキャンプ誘致が行われている。その誘致活動を行っているのが、この高知県観光コンベンション協会なのである。

2. 高知県におけるプロチームのキャンプの現状

次に、野球とサッカーのキャンプに注目してみよう。高知県のキャンプ・合宿誘致は、

⁶ 本章では、高知県観光コンベンション協会でのヒアリング結果(2018年11月16日)に基づいている。

⁷ (公財)高知県観光コンベンション協会組織図
(<https://www.attaka.or.jp/info/dtl1.php?ID=517> 2019年1月4日閲覧)。

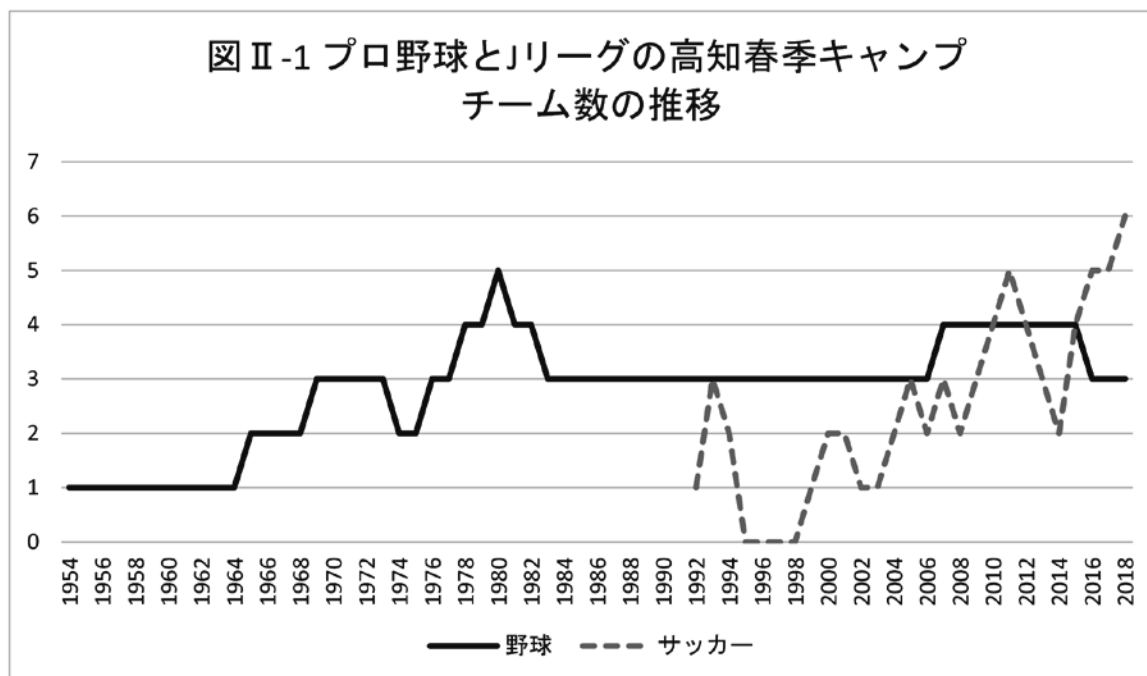
2018 年現在、春季・秋季を合わせると、プロ野球では阪神タイガース、埼玉西武ライオンズ、オリックスバファローズ、韓国ハンファイーグルス、LG ツインズの計 5 チーム、サッカーではセレッソ大阪 U23、徳島ヴォルティス、アルビレックス新潟、カタレ富山、ブラウブリッツ秋田、カマタマーレ讃岐、横浜 F マリノス、中国の石家永昌足球俱樂部、韓国の光州 FC の計 9 チームに上る。国内だけでなく、アジアのチームも来ているのが注目される。

新規のチームを誘致する方法は、もともとチームと繋がりのある人に繋げてもらうか、飛び込み営業をするなどして売り込んでいくという。チームとは 1 年をとおして情報交換をしており、最低でも月に 1 回は直接会ってミーティングを行い、日程調整や細かな要望などを決めていくとのことである。

プロチームのキャンプは、サッカーが 1992 年から、プロ野球が 1954 年から誘致が行われてきた。では、その間どのように推移してきたのだろうか。そのチーム数の推移を表したのが、図Ⅱ-1 のグラフである。サッカーのキャンプ誘致は、開始当時の 1992 年以降、着実に数を増やしていることがわかる。一方、プロ野球は、1960 年代以降増えたものの、1980 年の 5 チームがピークで、それ以降は伸び悩んでいることがわかる。

3. キャンプ誘致の課題

キャンプ誘致のメリットとして考えられることは、主に 4 つある。1 つ目は、プロの施設利用料がアマチュアと比べて高く、利益が見込めることである。2 つ目は、高知県のス



出所：高知県観光コンベンション協会「Jリーグ高知春季キャンプ年表」「プロ野球高知(春季)キャンプの状況」(2018 年)より作成。

スポーツ競技力向上に繋がることである。プロの練習を見る機会があると、地元のアマチュア選手が感化され、そのスポーツに興味を持ち指揮を高めることが期待できるからである。3 つ目は、県内はもちろん、県外からの観光客も見込めることである。チームの熱狂的なファンは、キャンプの開催場所や日程なども調べてやってくるので、高知県を訪れるきっかけにもなり、訪れた際に食事や宿泊をしてもらえれば、経済効果も生まれるからである。4 つ目は、選手がホテルや施設に長期間滞在することによる経済効果が見込まれることである。長くて2週間ほどキャンプが行われるので、その間の宿泊費や食事等で地域に与える経済効果は大きいそうだ。

このように多くのメリットが期待できるが、実際にはそれだけでなく、いくつか課題もある。現在、キャンプ地の多くは沖縄県と宮崎県が占めており、高知県は後塵を拝している。例えば、2018 年のプロ野球春季キャンプは、12 球団のうち沖縄で行ったチームが 9 チーム、宮崎で行ったチームが 8 チームである一方、高知県で行ったチームはわずか 3 チームであり、大きく差がついていることがわかる。

差が開く理由として考えられることは、3 つある。1 つ目は、受け入れできる施設が少ないことである。プロ野球の球団受け入れのためには、野球場や補助グラウンド、多目的ドーム、投球練習場が必要である。しかし、高知県にはプロ野球の受入ができる施設は 4 つしかなく、宮崎県と比べると 2 分の 1 にすぎない。宮崎県と沖縄県は、施設投資を行うことで、チームの誘致を積極的に図っている。施設の数が多いと、同じ期間に複数のチームを受け入れることが可能になるため、キャンプが行われている間、練習試合もスムーズにできる。しかし高知県の場合、施設のキャパシティが足りないため、逆にチームの受け入れを断ることもあるそうだ。

2 つ目は、県の脆弱な財政事情である。県の財源が乏しいため、施設を増やしたり、チームの要望にすべて答えたりするための投資が難しいのである。

3 つ目は、交通が不便であることである。高知の場合、高知龍馬空港に発着する飛行機の便が少ないだけでなく、陸路においても、新幹線が通っていない。そのため、大勢の集団の移動が時間的に困難になるので、チームがキャンプに来づらい状態になっている。

4. 小括

以上、本章では、高知県観光コンベンション協会でのヒアリング調査をもとに、高知のスポーツツーリズムの現状を、プロチームのキャンプを中心におこなってきた。その結果、まず第 1 に、スポーツツーリズムの取り組みは高知県でも行われており、野球やサッカーなどのプロスポーツチームのキャンプ誘致に力を入れ、県民のスポーツ競技力の向上、県の経済活性化を図っていることが明らかになった。

しかし、施設のキャパシティ不足や移動の不自由ゆえにライバルの沖縄や宮崎に対して不利な状況にあり、チーム誘致が伸び悩んでいることも見えてきた。

高知県観光コンベンション協会としては、プロチームの誘致をする際には、今後はキャンプだけでなく、フードフェスティバルやゲストを招くなど、ほかのイベントとも合わせて開催することによって、さらなる観客の増加を図りたいと考えている。

第3章 受け入れ現場の視点から見る県内のスポーツツーリズム ーラグビー・トンガ代表招致とスポーツチーム宿泊施設の現状ー

1. ラグビー・トンガ代表招致と県への影響¹

前章では、高知県のスポーツツーリズムについて、プロチームのキャンプの推移を中心に明らかにした。では、スポーツチームの滞在は、県内にどのような影響を与えるのだろうか。本章では、海外の代表チームとチーム受入施設に絞り、この課題に迫ってみたい。

まず本節では、2019年のラグビー・ワールドカップ開催に際して来高するトンガのラグビー・ナショナルチームの例を取り上げ、事前合宿の招致に至った経緯とトンガ来高の影響を通じて、海外のナショナルチームの誘致とスポーツツーリズムについて考察したい。

まず、高知県がトンガ代表を誘致することになった経緯を確認しよう。高知県庁スポーツ課に勤務する林直人氏は、高知県のスポーツツーリズム担当であり、彼の人脈をたどってトンガ王国出身で元日本代表のシナリ・ラトゥ選手と出会ったことがきっかけであり、そこからチームの事前合宿までこぎ着けたという。

次に、トンガ来高に向けて行っている取り組みについて述べる。「高知県スポーツ推進計画」には、大きく分けて2つの記載がある。トンガ王国応援プロジェクトの実施と、周囲に認知してもらい、高知県全体で盛り上げることである。「トンガ王国応援プロジェクト」とは、トンガ代表チーム“イカレタヒ”と高知家のロゴマークがプリントされたコラボレーション・シャツの販売である。ポロシャツは2500円、Tシャツは2000円で販売している。2019年にラグビー・ワールドカップが開催予定であることから、県内でより多くの人にシャツを着てもらい、街中をコラボレーション・シャツの「トンガレッド」に染めて、2019年に“イカレタヒ”を出迎えようと考えている。また、シャツの販売収益の一部を、トンガ王国の子どもたちや学校に、ラグビーボールをはじめとするラグビー用品を寄贈するという企画に充てており、県民にトンガ王国を周知してもらおう効果も期待している。

次に、トンガ代表チームと関わっていく上での留意点について見てみよう。ラグビー代表チームを受け入れる際には、受入側が過剰なおもてなしをする傾向に陥りやすい。だが、郷土料理などのホスト側が食べてもらいたい料理が、必ずしもビッグゲームを控えた世界的アスリートが食したいものと一致するとは限らない。さらに、アレルギーや宗教食といった点にも注意しなければいけない。そのため、県、チーム、ホテルが密接に連携を取って、食事の問題に取り組んでいる。こうした活動を通して、高知県にトンガ代表が来ることを県民に周知してもらい、万全の態勢で迎え入れようとしている。

では、実際に受入に伴う費用はどれぐらいかかるのだろうか。ニュージーランドのオールブラックスなどの強豪チームに比べると、今回のトンガのチームは比較的安いとはいうものの、「具体的な数字は開示できないが、決して安価ではない」とのことである。それでも、「そもそも金銭面ではなく招致することによって得られるメリットが他にある」という。例えば、トンガ代表が高知県に来ることで、ラグビーファンは県外から足を運び、高知県

¹ ここでは高知県庁スポーツ課・林直人氏へのヒアリング調査に基づく（2018年9月19日）。

でお金を使うことになり、高知県の経済が回るようになるだろう。また、選手に子どもへのレッスンを開催してもらうことで、高知県のスポーツ力の向上に繋がると同時に、世界に視野を向けたグローバルな発想の契機になるだろう。こうした費用対効果が、高知県がトンガのチームをはじめ海外チームの誘致に力を入れる一つの理由である。

また、トンガのチームを招致することにより、スポーツ以外での関わりは増えたのだろうか。第1に、高知県でも行われているTシャツアート展をトンガで行うことが決定している。第2に、トンガ王国ではごみ問題が深刻化しているため、高知県はパッカー車を寄贈した²。これについては、現地の新聞で取り上げられたため、高知県のことがトンガで一定周知されている(写真Ⅲ-1参照)。第3に、トンガ王国では、高知県と同様にカツオがよく獲れるにもかかわらず、獲れた後に販売・消費されずにリリースするような状況なので、それを活かす方法を考えているという。これらは、今後も高知県とトンガ王国が関係を維持していく上で重要となり得る試みであるといえよう。

写真Ⅲ-1 高知県が寄贈した
パッカー車



出所：JICA 独立行政法人国際協力機構ホームページ。

ここまで2019年のラグビー・ワールドカップ開催に伴うトンガの事前合宿誘致について検討してきたが、今回の経験を今後どのように活かしていくのだろうか。担当者からは、次の2点の指摘があった。まず、現在の担当者が異動した際に、このトンガ王国との関わりを高知県から無くさないようにするために、受入のノウハウをしっかりと引き継いでいく必要がある点である。これは、第1章で述べた「レガシー」にも関わる点である。次に、高知県内のラグビーの実力を引き続き強化するとともに、スポーツ力の向上を図りつつ、子どもたちに世界に視野を向けたグローバルな発想の契機にしたいという点である。

このように、現在高知県では、トンガ代表の事前合宿に向けて取り組みが行われているが、その効果の具体像はこれからという状況である。今後の課題としては、トンガ王国との関係性維持と、受入の引き継ぎとともに、受入の費用対効果のデータに即した分析・検証と、地域スポーツへの波及効果の具体像をしっかりと行うことが求められている。

2. 宿泊施設とスポーツツーリズム：温泉付宿泊施設Hのケース³

【1】施設の概要とスポーツチームの受入実績

次に、県外からのスポーツチームの合宿という点から、スポーツツーリズムについて検討する。具体的には、県内で温泉入浴施設と宿泊施設が併設されている、高知市内の温泉付宿泊施設Hの事例を中心に検討する。

Hは、地域の人の憩いの場になって欲しいという思いから生まれた、高知市に位置する

² JICA 独立行政法人 国際協力機構ホームページ

(<https://www.jica.go.jp/tonga/office/information/event/180115.html>)。

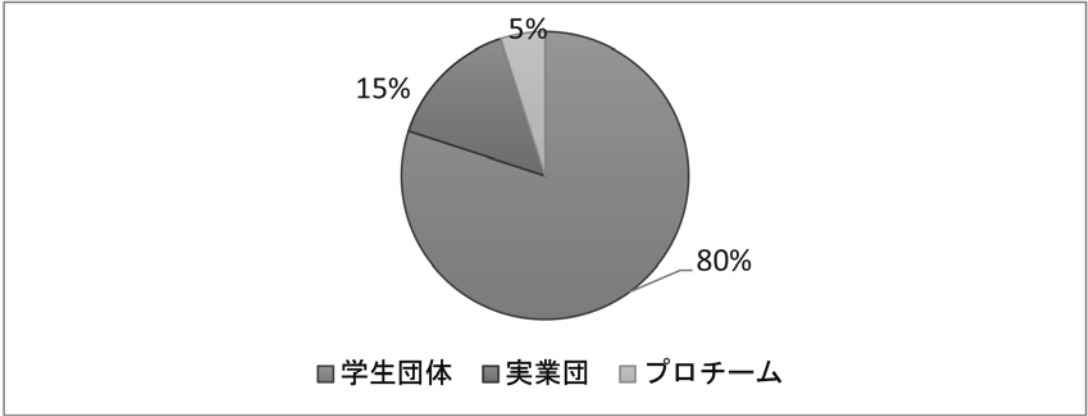
³ ここでは、温泉付き宿泊施設Hでのヒアリング調査(2018年11月6日)に基づく。

創業 18 年目となる温泉付宿泊施設である。従業員数は、正職員が約 20 名で、他に数名のアルバイトがいる。高知市の U 病院グループが母体となって経営しており、B 病院の院長がオーナーを務めている。月平均の売上は 1000 万円程だが、スポーツチームの合宿が増加する 2・3 月は、1 カ月 2000 万円ほどの売上を記録する。このように、スポーツチームの合宿による恩恵を、H は大きく受けているということがわかる。

次に、具体的な受入状況を検討しよう。H は、様々なカテゴリーのスポーツチームを受け入れている。高校や大学の部活といった学生団体や、実業団、プロチームなどであり、その内訳は、学生団体が約 80%、実業団が約 15%、プロチームが約 5% である(図Ⅲ-1)。

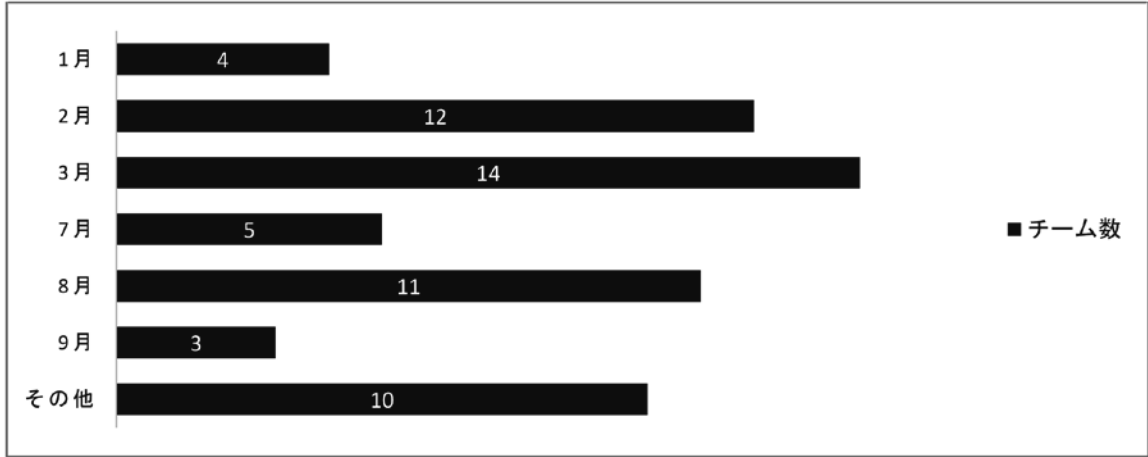
一方、図Ⅲ-2 は、スポーツチームの宿泊数を月別にまとめたものである。やはり 2・3 月に多いことがわかる。これを人数でみると、1～3 月に約 1080 人、7～9 月に約 490 人が利用していた。これは 2017 年の例だが、ここ数年は繁盛期の部屋数のキャパシティに限界があるため、新館を造るなど施設拡大に取り組んでいるところである。

図Ⅲ-1 Hにおける合宿チームの内訳(2017 年)



出所：H でのヒアリングより作成。

図Ⅲ-2 宿泊したスポーツチームの月別推移(2017 年)



出所：H でのヒアリング調査より作成。

次に、2018年に合宿を行ったトップアスリート・チームの例を紹介しよう。例えば、2018年11～12月までの1カ月間、チェコとベルギーのカヌーナショナルチームが宿泊していた。選手たちは宿舎から車で片道40分程度の須崎市にある練習場に通っていた。実は、須崎市内にはワールドクラスのトップアスリートに対応できる宿泊施設とノウハウが足りていないという背景があり、Hが宿泊先として選ばれた経緯がある。ワールドクラスのトップアスリートにも高い評価を受けていたということがわかる。選手たちは、高知の食やHの天然温泉を気に入っているようで、「今後も継続的に関係を保っていきたいと考えている」と担当者の方は語っていた。

【2】アスリートとの関わり

次に、Hがスポーツチームやアスリートに信頼され、多くのチームを受け入れることに成功している要因は何なのかについて説明していく。

まず第1に挙げられる強みは、食・医療・温泉・宿の4本柱がしっかりとあるということである。地元の食材を積極的に使った鮮度抜群の美味しい食材をいかした食や、オーナーが医療従事者ということを活かしたアスリートへの医療面でのサポートに加え、自然豊かな地にあり、心身共にリラックスすることができる天然温泉、宿泊施設の4つの強みがあることで、身体の状態を大切にするアスリートたちに支持される施設として成功することができているという。

第2の要因は、競技場に近いという立地面での強みである。高知県立春野総合運動公園へは、徒歩で5分程度しかかからない。このような競技場の近くで質の高い宿泊をすることができる施設というのは全国を探してもあまり数はなく、Hの大きな強みであるという。

第3に挙げられるのは、スポーツやアスリートをよく理解し、要望にも柔軟に対応している点である。スポーツ選手のケアには欠かすことのできない氷の無料提供や、ごはんのおかわり自由など、スポーツやアスリートの特性をよく理解し、様々なサービスをしている。過去にはチームの要望に応えるため、簡易ベッドを急遽取り入れるといったこともあったという。

このように、選手たちが快適に過ごしてもらえるよう、柔軟に様々な対応をするということもHは大切にしている。

【3】スポーツチーム受入がもたらす影響

今度は、スポーツチームの受入でどのような影響をもたらすのかについて述べよう。

まず、第1に、トップアスリートが宿泊することにより、学生団体やアマチュアチームへの良い宣伝につながるということである。トップアスリートが宿泊するということは素晴らしい施設が備わっているのだろうと考え、利用してくれることが多いという。施設側もスポーツを理解し適切なサポートができるという点を積極的にアピールしている。

第2に、スポーツチームが高知にやってくことで、熱心なファンも同時に高知に連れてくる可能性があるという点である。高知には、Jリーグのチームやプロ野球のチームをはじめとする人気チームが数多く合宿している。それに伴い、キャンプの様子を一目みようと、県外からも数多くのファンが駆けつけてくる。その際に高知県で宿泊・食事・観光を通じて様々な消費活動をすることによって、宿泊施設だけでなく県全体に経済的影響を

もたらししてくれる。さらに、選手とファンが、高知県の美味しい食や気さくな県民性に触れて県の魅力を発信してくれるようになれば、県全体のアピールと印象向上にもつながるのである。

【4】課題と展望

最後に、現在の課題と今後の展望について説明しよう。

Hでは、今後も引き続きスポーツチームの合宿受入を積極的に進めていきたいと考えている。これまで述べてきたように、スポーツチーム受入の恩恵は多く、今後も大切にしていきたいとしている。しかし、一方で、施設のキャパシティの問題もある。これは、Hだけではなく県全体の宿泊施設にも共通していえることである。高知県が龍馬マラソンをはじめとするメガスポーツイベントを開催する際に、海外や県外の参加者を増やしたいと考え、招致に取り組んではいるが、宿泊施設のキャパシティがイベント時には足りなくなる状況がある。龍馬マラソンをはじめ、高知県のスポーツイベントの規模と認知度をさらにアップしていくためにも、宿泊施設のキャパシティの拡大は今後さらに取り組んでいかななくてはならない課題であろう。

もう1つ、改善すべき課題として、レガシーの問題も挙げられる。スポーツ合宿を高知県が受け入れるにあたって、宿泊施設は県と連携をとりながら招致をしており、お互いの意思疎通をしっかりとるのは非常に大切なことである。しかし、観光コンベンション協会や県庁の担当者の人事異動によって、長年培ってきた連携を失ってしまうこともある。頻繁な人事異動があると、これまでに積み上げてきたチームや人とのつながりや受入ノウハウを新たに再構築しなければいけない。これは非常にもったいないことであると考えており、今後改善すべき課題と語ってくれた。なお、このことは県庁も同様に問題として認識しており、「レガシーをいかに残すか」ということは、高知県全体でも非常に大きな問題であると考えられる。

以上からもわかるよう、高知県が積極的にスポーツ合宿を受け入れることは、宿泊施設に多大な好影響をもたらす一方で、キャパシティの問題や、レガシーの問題も同時に存在しており、今後も高知県全体で総合的に取り組んでいかななくてはならない。

おわりに

ここまで、高知県のスポーツツーリズムについて、様々な例を挙げて比較・検討してきた。最後に、全体の内容をまとめておこう。

第1章では、スポーツツーリズムの概要とその変遷について明らかにし、その基本的機能と分類について説明した。第2章では、高知県内に焦点を絞り、スポーツツーリズムの代表例としての野球・サッカーのキャンプについて概観した。第3章では、実際に行われている誘致例としてトンガの代表チームと宿泊施設を取り上げ、高知県に及ぼす効果について検討した。そこからは、スポーツツーリズムの可能性はあり、一部で効果は表れているものの、プロチームについては高知と条件が類似したライバル地域との差が生じていることや、受入の影響分析がデータに基づいてなされておらず費用対効果が未解明であること、さらには受入効果が広く波及しているかどうか也十分明らかにされたとは言いがたい状況が見えてきた。

では、今後はこうした課題をどう解決すべきなのだろうか。まず、高知県が行っている政策と現状とのギャップについて分析する必要がある。例えば、分析から見えてきたギャップとして、外国・県外からのチーム・観客の受入に対して、県内で用意できるキャパシティや施設・設備の不足が見られる点が挙げられる。そのため、有名なチームの誘致がうまくいかず、ライバルと差をつけられている状況が出てきている。また、トンガ代表チームの誘致についても、受入に伴う費用と社会経済的効果を具体的に明示しなければ、税金を投じて多額の費用を投じる意義が県民に伝えられないのではないだろうか。

次に、他地域とのライバル関係を克服するためには、高知にしかないスポーツツーリズムの追求も必要である。この点については、スポーツ庁は「その地域ならではのスポーツを楽しむ新しい旅行の形」⁸と言及している。また、高知県は「本県が根本的に抱えている地理的ハンディを克服していくためには、「地理的な利便性よりも個人の嗜好が旅行動機に大きな影響を与えるスポーツツーリズムを推進することが重要」と述べている。つまり、高知県は、誘致の対象を「コアなファン」に絞り込んだ高知らしい個性的なスポーツツーリズムを追求することで、より着実な経済効果を得ようとしていることが考えられる。

その意味で、今後の高知県のスポーツツーリズムは、他県のキャンプ誘致のように広い土地を利用して大規模施設を整備し、それに基づく大量の観光客受入を目指した、いわば「マス・スポーツツーリズム」ではなく、河川を利用したカヌーやカヤック、道路を使ったマラソンやサイクリング、海を利用したダイビング等、県内の山・川・海という豊かな自然をそのまま活かした「エコ・スポーツツーリズム」を一層推進すべきではないかと思われる。

実は、こうした取り組みは、すでに行われている。カヌー・カヤックであれば、仁淀川のある越知町観光協会において初心者から上級者までの3コースが作られている。マラソ

⁸ 「ENJOY! SPORTS TOURISM」スポーツ庁ホームページ
(<https://www.asoview.com/brand/sports-tourism/>)。

ンについては、代表的な龍馬マラソンや、景色を楽しむ四万十桜マラソン、夫婦で参加する馬路おしどりマラソンなど、様々な趣旨で開催されている。サイクリングでは、「ぐるっと高知サイクリングロード」というものが存在しており、中・上級ならびに観光・ファミリー向けコース等、全 43 コースが設けられている。最後に、ダイビングについては、大月町柏島のダイビングライセンスの取得講習等が有名である。やみくもに観光客を誘致するのではなく、地元からは低予算でも整備が可能で、観光客にとっても多様なニーズを満たせるような高知らしいスポーツツーリズムを構想・推進することも、今後は目指していくべきであろう。

もちろん、ここで明らかにした内容は、県内のスポーツツーリズムの一部にすぎず、未解明の課題が多く残されている。それでも、今回の分析をきっかけに、今後の県内スポーツツーリズムの可能性を探る一助になることを期待して、全体を締めくくりにしたい。

第Ⅲ部 クルーズ船インバウンド観光の真実

―高知県における取組を例に―

はじめに

近年、インバウンド観光を通じて地域活性化を図るという観点から、大型クルーズ船の誘致活動が全国的に注目されている。例えば、観光庁が掲げた「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」では、寄港地を中心に地域活性化等に寄与するクルーズ船の寄港を進めるために環境整備等を加速化し、2020年にはクルーズ 100 万人時代の実現を目指すと明記された¹。その後、2015 年の段階でクルーズ船観光客数は 111.6 万人と、目標を 5 年前倒しで実現したため、2016 年 3 月の「明日の日本を支える観光ビジョン」では、2020 年までに訪日クルーズ旅客を 500 万人に増やすという新たな目標が定められた²。国土交通省では、目標実現のために増大するアジアのクルーズ船需要を取り込むべく、寄港地の全国展開や国際クルーズの拠点形成などの各種施策を推進している。

このように、国が主体となって取り組んでいるクルーズ船誘致策は全国規模で広がりを見せており、今やブームになっている。高知県も例外ではない。2017 年に放送された NHK ニュースによると、高知県はクルーズ船客の消費単価が最も伸びている県だという。具体的には全国平均が 2 万 5000 円であるのに対し、高知県は 6 万 827 円と 3 万 5000 円あまり上回っている³。そのため、後述のように県ではクルーズ船受入についての港湾整備や観光施策等を打ち出している。

では、年々盛り上がりを見せるクルーズ船ブームの中身はどうなっており、高知県にどのような影響を及ぼしているのだろうか。私たちは、調査テーマを「クルーズ船インバウンド観光の真実」に設定し、県内インバウンド観光の中で大きな地位を占める一方、全体像が知られていないクルーズ船インバウンド観光の実態を解明するため、約半年かけて調査をおこなってきた。

今回調査を行うにあたり、重視したポイントは、以下の 2 つである。

まず 1 つ目が、注目されているクルーズ船の県内寄港状況と関連政策についてである。近年、全国的にクルーズ船の誘致活動が行われており、クルーズ船客数も伸びている。で

¹ 観光庁『観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014』2014 年 6 月 17 日 (http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics02_000075.html, 2019 年 1 月 28 日閲覧)。

² 観光庁『明日の日本を支える観光ビジョン』2016 年 3 月 30 日 (http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics01_000205.html, 2019 年 1 月 28 日閲覧)。

³ 「なぜ高知県で一番伸びた？外国人観光客の消費単価」NHK ニュース おはよう日本、2018 年 6 月 6 日 (<https://www.nhk.or.jp/ohayou/digest/2018/06/0606.html>, 2019 年 1 月 28 日閲覧)。

は、高知県ではどのような傾向があり、県や関連団体ではどのような対応をしているのだろうか。こうした点に着目し、イメージにとどまらず具体的データに基づき検討する。

2 つ目に、クルーズ船が地域経済に及ぼす効果についてである。クルーズ船寄港に伴うインバウンド観光は、地域の中で大きな人の流れを瞬間的に生み出している。では、そうした人の動きが地域に一体どのような影響を及ぼしているのだろうか。この点が、クルーズ船観光による地域活性化を占う重要なポイントである。そこで、クルーズ船インバウンド観光と地域経済の関係について、観光客と地域との接点に着目しながら分析し、その実態を可視化したいと考えている。

本論に入る前に、全体の構成について簡単に説明しておこう。

第1章では、クルーズ船ブームの全国動向と高知県内における取組について、統計資料や県庁でのヒアリングを基に分析している。

第2章では、高知県におけるクルーズ船受入の動向を検討する。具体的には、高知県港湾振興課でのヒアリングや資料を基に、クルーズ船の来港推移等を解説している。

さらに第3章では、クルーズ船と地域経済の関係に注目し、高知県内におけるクルーズ船受入効果の実態を明らかにする。ここでは高知新港での出店者や高知市内中心商店街、インバウンド専用ドラッグストアの県内進出、バス会社の手配状況にターゲットを絞り、ヒアリングならびにアンケート調査を基に分析を行っている。

最後に「おわりに」では、以上の分析結果を総合化し、クルーズ船誘致の内実を可視化することで見えてきた課題と展望を提示し、締めくくりにしたい。

第1章 クルーズ船ブームと高知県の誘致活動

1. クルーズ船ブームの到来

高知県内のクルーズ船観光の分析に入る前に、この章ではクルーズ船インバウンドが全国的なブームとなり、近年どのように規模を拡大し続けてきたのかについて、その背景を確認する。また、拡大に伴い、どのような政策が打ち立てられたのかを、日本全体と高知県のレベルでみていきたい。

現在、全国的にクルーズ船受入がブームになっている。訪日外国人観光客のインバウンド需要情報を配信するニュースサイト「訪日ラボ」によると、全国的なクルーズ船寄港数増加の背景が述べられている。旅客船は、かつては人の国際移動の中心手段であったが、20世紀半ばに登場した航空機の影響で大型旅客船の需要が低下したため、船舶需要は一時期落ち込みを見せていた。しかし、プールや映画館、カジノなどの娯楽施設が備わったクルーズ船が2000年頃から観光産業に参入するようになることで、再び船舶が注目されるようになった。現在では船体の大型化が進むとともに低価格で利用できるようになり、クルーズ船での船旅が多くの人に楽しんでもらえるレジャーとなった²。

こうした背景のもとで、世界的なクルーズ船利用人口が年々増加している。そして、世界のクルーズ船マーケットでラグジュアリー船よりも利用者数が特に多く比較的低価格で利用できるプレミアム船やカジュアル船の誘致拡大に着目した観光庁は、2014年に、2020年までの目標として「クルーズ100万人時代」計画を打ち立てた³。また、クルーズ船誘致に向けた政府の取り組みとして、国土交通省港湾局は、外国籍クルーズ船会社からの寄港時の要望に対応するために「クルーズの振興のためのワンストップ窓口」を設置したり、港湾や寄港地の観光情報を提供するウェブサイトを開設した⁴。加えて、外国籍クルーズ船を受け入れる日本各地の港湾が誘致に関わる情報や課題を共有したり、クルーズ船事業による港湾使用による地域振興などを目的として「全国クルーズ活性化会議」が

² 「クルーズ船が世界的なブームになっている理由とは：2015年には日本での利用者数が100万人を突破」訪日ラボ編集部，2016年8月12日

(<https://honichi.com/news/2016/08/12/kuruzusengasekaitekin/>，2019年1月9日閲覧)。

³ 国土交通省「観光立国の推進」2016年2月2日

(<https://www1.mlit.go.jp/common/001097282.pdf>，2019年1月9日閲覧)。

⁴ 国土交通省 「クルーズ振興」(http://www.mlit.go.jp/kowan/kowan_tk4_000019.html，2019年1月9日閲覧)。

設立された⁵。

こうして、大型クルーズ船受入に対応すべく、日本各地で港湾整備や施設改良、観光情報の発信が積極的に執り行われてきた。その成果として、2020 年をクルーズ船外国人観光客 100 万人達成の目処に設定していたが、その目標は早くも 2015 年に達成した。さらに、2017 年の訪日クルーズ旅客数は前年比 27.2%増の 253.3 万人、寄港回数は前年比 37.1%増の 2765 回と過去最高を記録し、中でも外航クルーズ船の寄港回数は 2014 回に達した。港湾別でみると、博多港が 4 年連続で全国 1 位（326 回）であり、次に長崎港（267 回）、那覇港（224 回）と続く。高知港は、この中で 16 位（42 回）に位置している⁶。

日本に寄港するクルーズ船は、その多くが東シナ海を周遊する中国発であり、2008 年に初めて中国発のクルーズ船が博多港に寄港して以降、その数は右肩上がりに上昇している⁷。これは、日本のクルーズ市場に強いインパクトを与え、西日本中心に各港湾でクルーズ船誘致が高まった。しかし、全国で最も寄港数の多い福岡市では、市民の関心は低いという。地元市民の支持が得られないというのは、地域再生に大きく寄与しているとはいえない。一体、誰のためにクルーズ誘致をするのだろうか、今、問われている。

2. 高知県内におけるクルーズ船誘致と高知新港

このような全国的なクルーズ船ブームの中、高知県でもクルーズ船関連の取り組みが行われてきた。本節では、県内の施策について説明しよう。なお、ここでは高知県港湾振興課とおもてなし課への聞き取り調査をもとに、クルーズ船誘致事業における目標・計画と現在の取り組みについてまとめるとともに、現段階での課題にも触れていく⁸。

【1】高知新港の建設と活用

まず、クルーズ船を受け入れる港である高知新港の取り組み・政策について紹介する。

高知市内には、重要港湾として高知港と高知新港がある。高知港は、土佐湾の中央部に位置し、古くから京阪神と南四国を結ぶ海上交通の要衝として機能しており、1951 年に重

⁵ 国土交通省『全国クルーズ活性化会議概要』国土交通省ホームページ、2018 年 2 月 20 日 (<http://www.mlit.go.jp/common/001223500.pdf>、2019 年 1 月 9 日閲覧)。

⁶ 国土交通省『2017 年の我が国のクルーズ等の動向（調査結果）について～日本人のクルーズ人口、クルーズ船の寄港回数及び訪日クルーズ旅客数が過去最多～』2018 年 6 月 12 日 (http://www.mlit.go.jp/report/press/kaiji02_hh_000236.html、2019 年 1 月 9 日閲覧)。

⁷ やまところ.jp、『インバウンド特集レポート 過去最高なのに盛り上がらない?! インバウンド・クルーズ市場の実態』、2018 年 3 月 5 日、(<https://www.yamatogokoro.jp/report/22022/>、2019 年 1 月 29 日閲覧)。

⁸ 高知県庁おもてなし課（2018 年 8 月 9 日）、高知県港湾振興課（2018 年 11 月 6 日）でのヒアリングに基づく。

要港湾に指定された⁹。同港は、良質な鉱産資源の産地が背後にあり、積出基地として重要な役割を果たしていたが、湾内には 5000 t 対象の岸壁しかなく、1970 年の台風 10 号による高潮被害をきっかけに、浦戸湾内の埋立についての意見が出るようになった。しかし、湾内での新たな港湾整備には限界があり、船舶の大型化や貨物増大等の港湾需要にも対応できない問題があった。そこで、外洋に面した高知新港が建設されることになり、1998 年 3 月に開港に至った¹⁰。

高知新港は、2000 年 6 月に「高知港長期構想」が策定されて以降、「高知県経済を支える国際物流・交流拠点」として位置づけられた。そして、その実現を図るため、同年 11 月に「高知港港湾計画」が策定され、「国際港湾としての外貿物流機能の強化」や「国際化に対応する交流拠点空間の作成」に向けた施設の整備・活用が図られるようになった。

【2】第 1 期振興プランの策定

さらに、10 年後の 2010 年 3 月に開催された「今後の高知新港を考える会」では、高知新港が目指すべき方向として、次の 5 項目が挙げられた¹¹。

- ①競争力や利便性の高い港づくり
- ②コンテナ船、バルク船、RORO 船、客船等オールユーザーが利用可能な港づくり
- ③港湾ユーザーのデマンドに対応できる港の運営
- ④県内の生産者、消費者に対して最適となる流通機能の確保
- ⑤港湾利活用企業等の集積

このように、高知県経済に貢献し、コンテナ船・バルク船・クルーズ客船等のオールユーザーにとって使いやすい港の実現を目指す中、貨物量の増加に伴う問題が生じることになり、メインバースである 14m 岸壁の共用開始に向けて、港湾の課題解決や社会環境の変化への対応策を検討する必要性が生じた。そこで県港湾振興課では、高知新港の物流インフラとしてのポテンシャルを活かし、県内産業の振興にどのように寄与していくかという視点から、「高知新港振興プラン」（以下、第 1 期振興プラン）を 2012 年 12 月に策定した¹²。

第 1 期振興プランでは、高知新港が県経済を支える物流・交流拠点となるため、高知新港の整備状況、課題、ニーズを踏まえた基本方向を設定し、その実現に向けて次の 5 つの戦略に基づく取り組みを掲げた。その中で、クルーズ船誘致方策が立てられたのである¹³。

⁹ 高知県土木部港湾振興課『高知新港振興プラン』2012 年 12 月、1 頁
(http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/175201/files/2013021500136/2013021500136_www_pref_kochi_lg_jp_uploaded_attachment_87685.pdf、2019 年 1 月 28 日閲覧)。

¹⁰ 同上、1 頁。

¹¹ 高知県土木部港湾振興課『第 2 期高知新港振興プラン』2017 年 10 月、1 頁、
(http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/175201/files/2017122600108/file_201712262142556_1.pdf、2019 年 1 月 28 日閲覧)。

¹² 同上、1 頁。

¹³ 同上、1 頁。

- ①集貨・航路誘致方策（コンテナ貨物、バルク貨物、フェリー・RORO 船）
- ②企業誘致方策
- ③クルーズ船誘致方策
- ④地震・津波対策の強化
- ⑤土地利用、施設配置、港湾施設の整備方針

そこで、高知新港における関連施策を整理した表 I－1 を踏まえ、クルーズ客船誘致方策について紹介する。

第 1 に行われたのは、受入態勢の整備（港湾施設整備）である。これは、係船柱や防舷材等整備に関して船会社と協議するとともに、他港の動向を分析して整備を検討するというものである。第 2 に、受入態勢の整備（観光客の受入）であり、外部委託の検討を行った。第 3 に、効果的な広報・セールス活動の推進であり、海外へのポートセールスや県内モニターツアーの実施が掲げられた。その上で、2006～11 年の 6 年間に、クルーズ船の寄港実績は年平均 6 回であったことから、「第 1 期振興プラン」では、その目標値を倍の 12 回以上、外国クルーズ客船は 4 回以上と定められた。

こうして、クルーズ客船については、メインバースの供用開始と大型外航クルーズ客船の受入に対応した周辺施設の整備や積極的な誘致活動により、2016 年度から寄港回数が大幅に増加した。当初は年間 12 回以上（外国クルーズ客船 4 回以上）という寄港回数の目標に対して、30 回（邦船 6 回、外国船 24 回）という実績を達成したのである。また、高知新港の経済効果のうち、クルーズ客船に関するもの（2016 年度推計）は、直接効果が 9.4 億円、間接効果を含むものが 15.8 億円となった。

一方、高知新港の利用拡大に伴って、いくつか課題も表れるようになった。まず、貨物船とクルーズ客船との岸壁の利用調整である。経済活動と観光産業の調和的な発展にどう取り組むかが、高知新港における重要な課題として浮上している。

また、クルーズ船誘致については、次の 2 つの課題が出てきた。1 つ目は、増大するアジア発着クルーズ客船の効率的かつ持続可能な受入である。現在、クルーズ客船が急増しているのは外国客船のアジア発着クルーズであるが、クルーズ船会社は常に新たな港と観光地を求めている。こうした動きに対応するため、下関港や鹿児島港などの西日本の各港

表 I－1 高知新港におけるクルーズ船関連施策

2012 年	高知港外国客船受入協議会が立ち上げ
2013 年	7－1 岸壁の一部浚渫（サンプリンセス対応）
2014 年	超大型客船に対応した係船柱や防舷材等の整備（～2015 年）
2015 年	外国クルーズコンベンション等での PR を強化 高知港外国客船受入協議会のメンバー拡充による受入態勢の強化
2016 年	外部委託による客船受入強化 150 台駐車可能なバスヤード、道路、トイレの整備 客船ターミナル整備（2018 年度完成予定）

出所：高知県港湾振興課「第 2 期振興プラン」より作成。

湾においては、岸壁の機能強化や客船ターミナルの整備などが進められている。特に「国際クルーズ拠点港湾」¹⁴に指定された八代港と佐世保港等では、大型客船専用岸壁が整備予定となっており、クルーズ船ブームに伴う他港との誘致競争が年々激しくなっている¹⁵。

2つ目は、多様なクルーズ船の誘致である。アジア発着クルーズの寄港が増加する一方で、日本の船やアジア発着以外の外国船会社による日本発着クルーズとワールドクルーズは、現在横ばいの状態である。アジア発着のクルーズ客船は大型で、1度に多くの外国人旅客が本県を訪れることから、大きな経済効果を生み出す。しかし、かつて尖閣諸島問題に伴う日中関係の悪化の際には、中国発着のクルーズ客船の寄港数が急落した。変動の大きいアジア発着クルーズ頼りではなく、社会・政治情勢に影響されない多様なクルーズの誘致に力を入れていくことも必要だと指摘されている¹⁶。

【3】第2期振興プランの策定

このように高知新港を取り巻く状況変化の中、クルーズ客船誘致の役割が一層注目されるようになった。

ここで、高知県の産業政策の中での高知新港とクルーズ船インバウンドについて触れておこう。2016年度に始まった高知県の「第3期高知県産業振興計画」では、県の産業政策の基本的枠組として、「地産外商」の取組を強化するとともに、より力強い「拡大再生産」の好循環につなげるための抜本的な取組強化を掲げている。この中で、高知新港については、地産外商を支える輸出拠点として、需要に沿った港湾機能の向上をめざしていくことや、地産外商で創出される新たな貨物を取りこぼすことなく、高知新港へ集約していくことが記されている。また、こうした輸出促進に加えて、国際観光の促進の観点から外国人観光客の飛躍的な増加の実現を図る方向性も示され、増加するクルーズ客船のおもてなしと物流機能との共存という面からも、機能充実に向けた取組が必要であると記された¹⁷。

このような位置づけを踏まえ、高知新港に関しても、2017～21年度の5カ年における新たな振興計画として、「第2期高知新港振興プラン」（以下「第2期振興プラン」とする）が策定された。同プランでは、高知新港の有するポテンシャルを4つ挙げている¹⁸。1つ目は、高知新港は、西日本の主要港の中でも太平洋側に面するという地理的な船の特徴があり、瀬戸内海を航行したり、大阪湾等に進入したりするルートに比べると入出に時間・費用がかからないのが強みといえる。2つ目は、水深の深い岸壁などの施設が充実しているため、世界最大級の大型クルーズ客船（22万t級）が着岸可能であり、クルーズ船の2隻同時着岸も可能である。3つ目は、高知新港は、コンテナ貨物やバルク貨物の増加に応じて、ヤード拡張が可能な余地を残していることである。観光面でも最大150台のバスが駐車可能であるなど、貨物・旅客の需要増加にも対応できる十分なスペースを有しているこ

¹⁴ 国際クルーズ拠点港湾とは、官民連携により国際クルーズ拠点を形成するため、旅客船等への投資を行うクルーズ船社に岸壁の優先使用などを認める制度であり、岸壁の安定的な確保とクルーズ船社による投資が行われるというものである。同上、9頁。

¹⁵ 同上、9頁。

¹⁶ 同上、9頁。

¹⁷ 高知県『第3期高知県産業振興計画 2016～19年』、13頁。

¹⁸ 『第2期振興プラン』、前掲書、14頁。

とである。4 つ目は、2020 年度に高知インターチェンジから高知南インターチェンジの区間が供用開始となり、高知新港と高速道路が結びつき、物流面で効率化されることである。

こうしたポテンシャルを活かすべく、高知新港の目指す姿として、物流面では「四国における東南アジア方面への輸出拠点（コンテナ貨物）」及び「地場産業を支える物流拠点（バルク貨物）」、観光面では「西日本太平洋側における国際クルーズ拠点」をそれぞれ掲げ、さらに物流機能と観光機能の調和を図るため、「物流及びクルーズ観光が高次に共存した港湾」を加えた 4 項目が設定された¹⁹。その上で、第 2 期振興プランでは、「西日本太平洋側のクルーズ客船寄港地として定着化・発展」することを基本目標に、次の 3 つの戦略がたてられた。1 つ目は、アジア発着クルーズの増加に対応した効果的で持続可能な受入体制の構築、2 つ目は、多様なクルーズ船（邦船、外国客船による日本発着クルーズ、ワールドクルーズ）の誘致、3 つ目は安全で快適な寄港を実現するための港湾機能の強化である。

そして期間内目標値は、アジア発着クルーズが 2016 年度の 14 回から 2021 年度、70 回、外国船による日本発着・ワールドクルーズと邦船は、2016 年度の 16 回から 2021 年度は 30 回とし、合計では 2021 年度に寄港回数 100 回という目標値が掲げられたのである²⁰。

3. 高知県庁おもてなし課の政策・取組

以上述べたクルーズ船関連政策は、単なる港湾政策だけにとどまらない。クルーズ船客を高知観光に結びつける狙いがある以上、高知県や高知市の観光政策とも関わる問題となってくる。そこで次に、高知県おもてなし課でのクルーズ船客向け観光政策について注目しよう²¹。

「おもてなし課」とは、観光地の整備や受入体制を整えて観光客を迎えるといった観光振興推進について取り組む課である。近年増加傾向にある外国人観光客受入において、おもてなしの心で迎える県民運動の推進や受入整備を行うことを目的としている²²。

クルーズ船については、高知に寄港した外国人旅客に向けた観光事業の促進を行っている。まず、観光客の多くが訪れる中心市街地内の対応策や現状報告についての話し合いの場を、商店街関係者などと一緒に定期的に設けるなど、実際に外国人観光客とふれ合う地元の販売業者との連携を図っている。また、地元の高校生・大学生・留学生・おせっかい協会²³との連携や、災害発生時に備えた多言語掲示板の配置、外国人観光客向けの観光サ

¹⁹ 同上、16 頁。

²⁰ 同上、37 頁。

²¹ ここでは、高知県庁おもてなし課での聞き取り調査（2018 年 8 月 9 日）に基づく。

²² 高知県庁おもてなし課（<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/020201/>，2019 年 1 月 28 日閲覧）。

²³ 高知おせっかい協会（<http://www.k-osekkai.com/>，2019 年 1 月 9 日閲覧）。おせっかい協会とは外国人観光客がよりよい環境で観光が出来るよう整備を行っていく、高知県内で活動する団体である。

イトの設立などを行っている。特に、言語トラブルに対する対応には力を入れており、地元のボランティア団体や学生を中心に通訳を依頼し、問題の減少を図ると同時に、地元住民と外国人観光客とのふれあいによる社会的な効果も望んでいるとのことである。加えて、県は、2016 年より外国籍船の会社を招待して、モニターツアーを実施したり、米国の見本市への出店など、クルーズ船誘致を強化するために積極的な取り組みを続けている。

その一方で、港湾を持つ全国各地のクルーズ船誘致合戦も過熱していることから、一層他県との連携がより必要になってきているという。また、高知県に寄港する外国籍クルーズ旅客に向けた県内観光地を巡る観光ツアーが県内の旅行代理店より提供されている他、外国人観光客を案内するボランティアや通訳スタッフの姿も見られるようになってきており、こうした取り組みにも注目しているとのことである。

今回の聞き取り調査の中で、何度も「おもてなし・おせっかい文化」という言葉が述べられ、「県民が主体となって外国人観光客と接してほしい」と行政の担当者が望んでいることがわかった。しかしその一方で、現在では、決められた観光ツアーのプランであるため観光の幅を広げられないことや、財政的な理由によって海外クレジットカード対応の換金所の設置が困難であることなど、クルーズ船誘致における問題点も挙げられた。

以上、全国的なクルーズ船ブームの背景と高知県のクルーズ船港湾の取り組みをみてきた。では、現在ではクルーズ船インバウンド観光は一体どういう状況にあるのだろうか。次章からはその動向に迫ることにしよう。

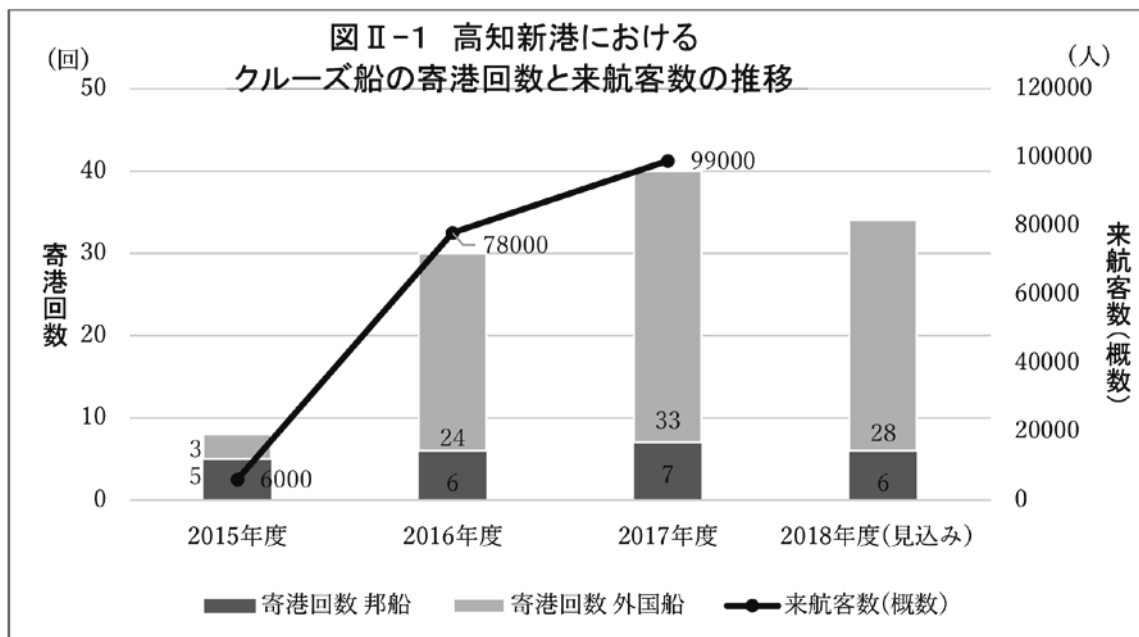
第2章 高知県におけるクルーズ船受入動向

前章では、クルーズ船誘致活動の拡大の背景と、それに伴う高知県のクルーズ船誘致推進の取り組みを見てきた。これを踏まえ、本章では、実際に高知県にどのような船が来航しているのかについて、主に高知県港湾振興課でのヒアリング内容を基に分析する。そして、データを基に高知県のクルーズ船受入動向の特徴を把握する。

1. 高知県へのクルーズ船寄港の変動状況

最初に、高知県が受け入れるクルーズ船の推移と特徴について紹介する。図Ⅱ-1は、過去4年間のクルーズ船の寄港回数と来航客数の推移について示したものである。すでに1章でも触れているが、寄港回数は、2015年には8回であったのが、2016年には30回、2017年には40回と、2016年を境に急増している。その内訳を見ると、主に外国船の寄港回数が大幅に増加していることが読み取れる。また、来航客数も、2015年には約6000人であったのが、2016年には約7万8000人、2017年には約9万9000人と、2016年を機に急激に上昇し、そこから順調に数字を伸ばしていることがわかる。

これらのデータから、2016年からの来航客数の急激な増加は、外国船受入の拡大が影響しているといえるだろう。この急激な受入拡大の要因として、前章で述べたような高知新港の大規模整備による誘致効果および高知県におけるクルーズ船誘致活動が挙げられる。とはいえ、クルーズ船の来航数には、変動がつきものであるという点にも留意が必要である。実際、2018年の寄港数は34回となり、一転して減少しているのである。



出所：高知県港湾振興課『クルーズ客船等の入港予定等について（2018年12月11日時点）』および高知県庁港湾振興課ヒアリングより作成。

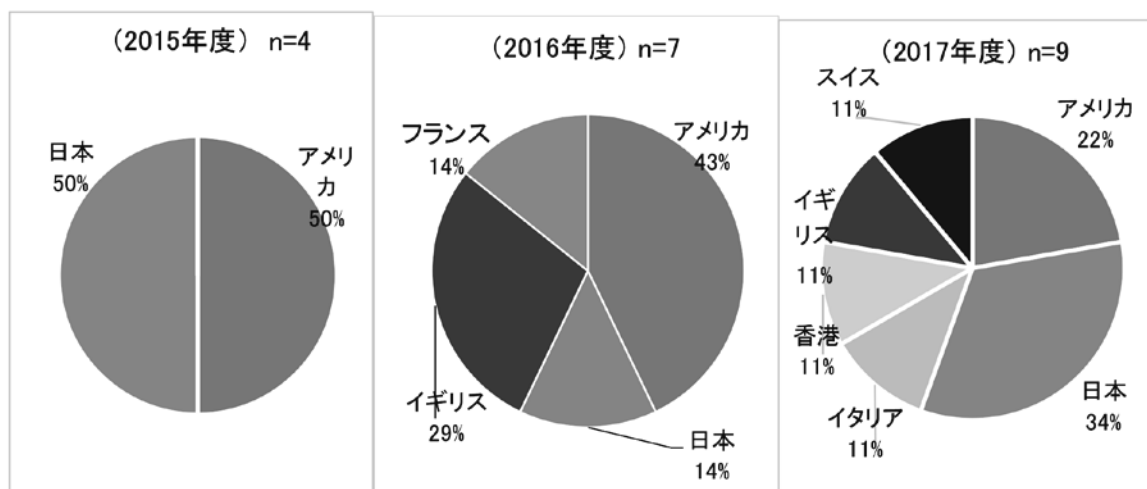
この減少の大きな理由として、中国を発着地とするクルーズ船の寄港が 17 回から 3 回に激減したことが挙げられる。県港湾振興課によると、多くの船会社が中国市場に参入した結果、価格競争が激化して客単価が下がり、それを戻そうと船会社が撤退しているからではないかと分析している。しかも、中国発着船には大型船が多いため、クルーズ客も 2017～18 年度に 10 万人超から 3 割近く減少するという見通しを立てている²⁴。その意味で、クルーズ船誘致には、寄港地自らがコントロールできない外的要因に左右されやすく、その分、受入地域も翻弄されるリスクがあることに留意しなければならない。

次に、高知県に来航したクルーズ船の国籍別動向を検討しよう(図Ⅱ-2)。2015 年には全体で 4 社が来航しており、その内訳は、米国の会社と日本の会社が半数ずつとなっている。これに対して翌 2016 年には船会社数が 7 社に増えており、国籍別では米国 43%、日本 14%、イギリス 29%、フランス 14%である。さらに 2017 年には取引会社は 8 社となり、米国 22%、日本 34%、イタリア、香港、イギリス、スイスがそれぞれ 11%という結果である。

以上のデータより、高知県のクルーズ船事業については、取引会社数がわずかに数年で倍増するとともに、船会社の国籍の多様化も進んでいるといえる。

さらに、図Ⅱ-3 は、これらの船会社の保有するクルーズ船寄港数の国籍別割合を示したものである。2015 年には 8 回のクルーズ船来航があったが、うち 37%が米国、63%が日本の船であった。ところが 2016 年には来航回数が 30 回まで急増し、その内訳は米国が 70%、日本が 20%、イギリスが 7%、フランスが 3%であった。さらに 2017 年には来航回数は 40 回と増え、内訳はアメリカが 60%、日本が 17%、イタリアが 15%、香港が 2%、イギリス、スイスが 3%であった。ここでも、年々寄港船籍が多様化していることが読み取れる。

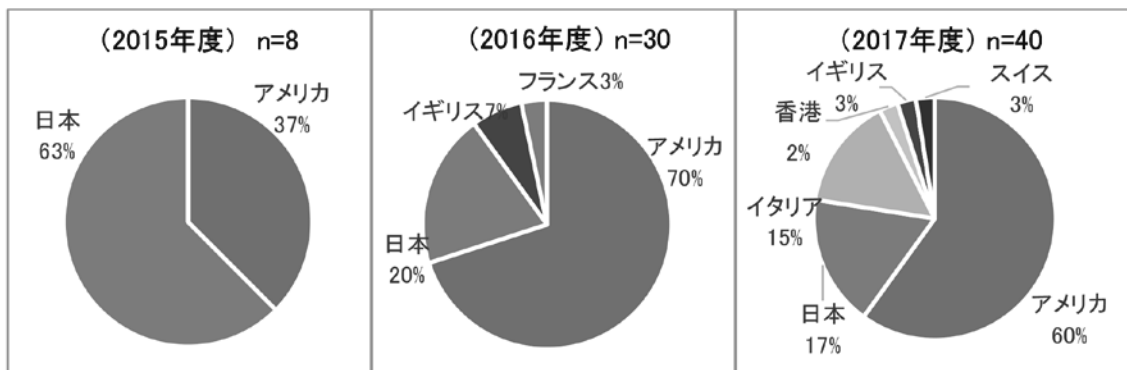
図Ⅱ-2 クルーズ船会社の国籍別割合



出所：高知県庁港湾振興課『各年度寄港実績一覧』より作成。

²⁴ 『高知新聞』2019 年 1 月 9 日付。

図Ⅱ-3 クルーズ船寄港数での国籍別割合



出所：高知県港湾振興課『各年度寄港実績一覧』より作成。

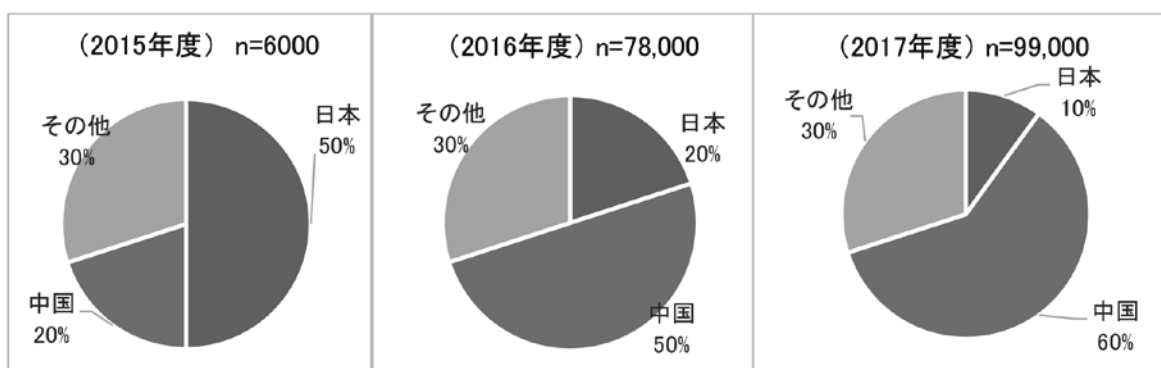
2. クルーズ船の乗客の傾向

次に、高知県に寄港するクルーズ船の乗客動向について見てみよう（図Ⅱ-4）。

2015年の来航客は約6000人であり、うち日本人が50%、中国人が20%、その他が米国、香港、オーストラリア、カナダからの観光客であった。ところが、2016年には来航客は約7万8000人と前年の13倍と激増するとともに、国籍別でも、日本人の割合が20%に低下する一方、中国人が50%と最も多くなり、その他にはイギリス、香港、台湾、米国からの観光客で占められるようになった。前年度と比べて日本人と中国人の割合がちょうど逆転していることがわかる。さらに2017年には、来航客は約9万9000人まで増え、内訳を見ると日本人が10%まで比率を下げているのに対して、中国人の割合が60%とさらに高まっており、その他台湾、米国、香港、イギリスからの観光客で占められている。この推移から明らかなように、中国人来船客の割合が年々高くなっていることがわかる。

以上のデータより、高知県のクルーズ船受入の傾向については、2016年から外国船の受入が急増していること、船会社の国籍の多様化が年々進んでいること、クルーズ船発着地の関係から中国人観光客の割合が年々増加しているとまとめることができる。

図Ⅱ-4 国籍別観光客割合



注：詳しいデータは開示できないとのことであったため、概数を示している。

出所：高知県港湾振興課ヒアリング(2018年10月12日)より作成。

3. クルーズ船インバウンドの現状と課題

では、クルーズ船インバウンドには、一体どのような特徴があるのだろうか。

第1に、来船客の増加が大きく、観光への効果が期待される点である。国土交通省は、クルーズ船は寄港地を中心に一度に多くの観光客が訪れ、グルメ、ショッピングなど地域での消費が生まれるとともに、外国人観光客との交流が進展するなど、地方創生に大きく寄与すると記している²⁵。高知でも2016年度より、岸壁での受入業務に関して外部委託を導入し、歓迎式典やよさこい鳴子踊り披露、観光案内や物販サービスなどのイベント等を充実させた結果、船会社や乗船客から高評価を得ている。また、外国客船寄港時に高知新港から距離のある中心市街地へ乗船客等を誘導するため、無料のシャトルバスを運行し、多くの乗船客等が利用することで、市街地のにぎわい創出にもつながっている²⁶。

第2に、プラス面だけではなく、インバウンド観光の規模の大きさが様々な負担をもたらす点である。例えば、市内観光には通関が必要だが、滞在時間が限定されることや、大規模移動に伴う移動手段の負担や観光地での「観光公害」など、地域住民に負担をかけることも生じている。

第3に、こうしたクルーズ船は、あくまでクルーズ船会社の選択に左右されるという点である。先ほど述べたように、船会社の都合で船が突然キャンセルになったりするケースがあるが、こうした事態に受入側の地域はどうすることもできず、万全の準備をしても空振りに終わることもある。つまり、その都度受動的に対応するしかないのである。

以上の特徴を踏まえ、クルーズ船の受入体制の課題を、3つに分けて述べていく。

第1に、客船寄港の増加に伴う負担増への対策である。まず、岸壁でのイベントやシャトルバスの運行にかかる外部委託経費が増加しており、1寄航当たり平均約300万円もかかっている。また、観光案内や物販サービス等の岸壁でのおもてなしについては、仮設テントを設置して実施しているため、寄港時の天候に大きく左右されてしまうことが挙げられており、実際、イベント等が実施できない状況も発生している。また、岸壁でのイベント等の内容が毎回同じようなものとなってしまう、リピーターを確保していくという観点からは、受入内容のマンネリ化も危惧される²⁷。

第2に、CIQ（出入国管理、税関など）入国審査についてである。入国検査では、専用の客船ターミナルがないため、クルーズ客船の岸壁への着岸後に審査官が船内に乗り込み、機材等を設置し手続きを行っており、この設置に要する時間だけで約1時間かかっている。

²⁵ 国土交通省、『2017年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港回数』、2018年1月16日、(http://www.mlit.go.jp/report/press/port04_hh_000189.html、2019年1月29日閲覧)。

²⁶ 高知県土木部港湾振興課『第2期高知新港振興プラン』、2017年10月、32頁、(http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/175201/files/2017122600108/file_201712262142556_1.pdf、2019年1月28日閲覧)。

²⁷ 同上、32頁。

このため乗船客の滞在時間も減少し、観光地は市内に集中してしまうとのことである²⁸。税関検査については、岸壁に設置した仮設テント内で行っているため、スペースが狭く、また炎天下や雨天の中乗船客が滞留してしまうケースがある²⁹。

第3に、市街地での受入、特に観光の問題である。乗船客のツアー先のほとんどが高知市内に集中しており、市街地における食事場所や駐車スペースなどが不足している。また、4000人規模の乗船客が移動する際には約100台近くのコバスを確保しなければならないが、高知県内だけではバスの確保が難しく、四国他県のコバスも活用している状況である。

以上の課題に対する対応策として、県としては次の3つが考えられている。1つ目は、持続可能なおもてなしの実施である。ここでは、県民参加によるおもてなしの充実が図られており、県内の小・中・高等学校、専門学校、大学等との連携を図り、各種イベントの実施や、観光案内所での通訳やボランティア活動など、岸壁や市街地における受入体制の充実を図っている³⁰。また、県民に対して、クルーズに関する講演やセミナー、マスコミやホームページ等に広報を積極的に展開することで、クルーズ客船に関心をもってもらう取り組みを継続している。そして、高台企業用地にクルーズ客船の展望スペースを設けるなど、県民がクルーズ客船に親しめるよう検討する³¹。また、経済性も考慮した効率的なおもてなしの実施も考えており、客船ターミナルや照明灯などの整備により、仮設テント等岸壁での受入に要する経費を低減するとともに、雨天時に対応できるボーディングブリッジの整備を検討するなど、天候に左右されないおもてなしを実施することも検討している³²。

2つ目は、円滑なCIQ審査の実施である。客船ターミナルを整備してCIQ審査スペースを設けることにより、CIQ審査に要する時間の短縮を図れば、乗船客の市内滞在時間の増加につなげることができ、観光や買い物等経済効果の増加が期待できる。特に、高知新港は、クルーズ客船寄港のファーストポートまたはラストポートの割合があわせて約7割と高く、CIQ審査の円滑化がクルーズ客船の誘致にもつながっていくと考えている³³。

3つ目は、ツアー先観光地の拡大である。高知南国道路や高知西バイパスの整備などを背景に、高知県観光振興部や高知県観光コンベンション協会と連携し、外国船会社や旅行会社への訪問や県内観光地等を視察するモニターツアーの実施などを通じて新たなオプションツアーの造成を提案していくことが挙げられている³⁴。

以上、高知県におけるクルーズ船の動向と特徴を高知新港に絞って検討し、その課題を具体的に明らかにしてきた。では、クルーズ船インバウンド観光は高知にどのような影響を及ぼしているのだろうか。次章では港湾という点から地域という面に広げて検討していきたい。

²⁸ 高知新港、港湾振興課でのヒアリング調査に基づく（2018年11月6日）。

²⁹ 高知県土木部港湾振興課『第2期高知新港振興プラン』、2017年10月、32頁
(http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/175201/files/2017122600108/file_201712262142556_1.pdf、2019年1月28日閲覧)。

³⁰ 同上、33頁。

³¹ 同上、33頁。

³² 同上、33頁。

³³ 同上、33頁。

³⁴ 同上、34頁。

第3章 クルーズ船インバウンド観光と地域経済への影響

本章では、高知新港から高知経済に視点を移し、高知県におけるクルーズ船の寄港に伴うインバウンド観光の地域経済効果を分析する。具体的には、観光客の消費に直接関わりと予想される高知新港、高知市中心商店街、インバウンド専用ドラッグストアに注目し、その実態をヒアリング調査とアンケート調査をもとに明らかにする。加えて、クルーズ船観光客の県内移動手段である貸切バスにも注目し、県内輸送業への波及効果についても検討する。県内でも話題のクルーズ船観光客の急増は、実際にはどのような影響をもたらしているのだろうか。地域の視点からクルーズ船受入の実態について考察していきたい。

1. 高知新港での地元物販販売への影響

まず、クルーズ船観光客の乗降場所である高知新港での観光客の消費動向から始めよう。高知新港では、クルーズ船が訪れた際には地元業者が港で出店し、土産物などを販売している。以下ではその地元業者の出店の影響について明らかにする³⁵。

まず、出店業者について紹介する。高知新港で出店するには「高知港振興協会」への加盟が条件となる。以前は本協会に加盟しなくても出店できたが、寄港が増加した2016年からは出店希望業者が急増したことから、協会加盟を出店の条件とした。高知港振興協会とは、高知新港の発展・活性化のため、加盟団体で協力体制を整えるという目的で1990年に設立された組織である。クルーズ船観光が流行する前は、物販関係では3社のみであったが、2016年以降増加し、現在は26社の物販業者が加盟している。



写真Ⅲ-1 高知新港での物販の様子

加盟団体は、毎年協会に会費を払い、出店が許可される。加盟業者の市町村別分布は、高知市内が23件と最も多く、土佐市、香南市、佐川町が1件ずつである。1回のクルーズ船来港で、この加盟業者の中から平均して6～7業者が出店している。

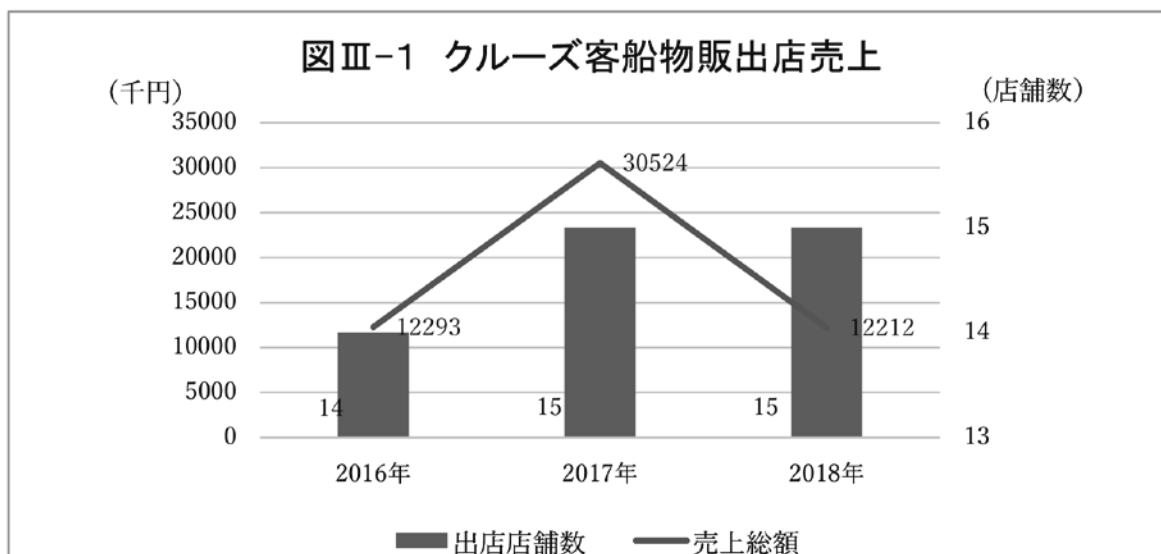
では、クルーズ船観光客は、どういうものを購入するのだろうか。観光客の購入するものとしては、お菓子や土産物、木工品、着物などの日本独自のものや、日本らしさのあるものが人気である。例えば、高知県の特産品である芋けんぴやミレービスケットなどのお菓子を販売している事業者は、出店業者の中でも特に人気があるようだ。さらに電化製品やPOLAの化粧品なども、主に消費型観光を特徴とする中国人に人気である。

続いて、高知新港の物販における売上の推移を見てみよう(図Ⅲ-1)。事業者数については過去3年間で大きな変化はないが、売上合計については変化がみられる。2016年には約

³⁵ 高知港振興協会ヒアリング(2018年11月29日)による。

1200 万円、2017 年には約 3000 万円、2018 年には約 1200 万円の売上があり、2017 年が突出して多くなっているのがわかる。このように、クルーズ船は地元業者に利益をもたらしているのは確かである。ただし、年ごとの変動の大きさも、気になるところである。

2018 年度については年度途中の数字であるものの、クルーズ船事業は冬が閑散期といわれており、今後急激な売上の伸びは見込めないことから、前年割れすると思われる。事業者数に変化がないにもかかわらず、売上が大幅に減少している理由としては、やはり 2018 年の寄港回数の減少が大きい。しかもクルーズ船の寄港は地元でコントロールできず、直前にキャンセルになることもある。こうした点に、クルーズ船特有の脆弱性がうかがえる。



注：2018 年のデータはヒアリングを行った 2018 年 11 月 29 年時点での数値。

出所：高知港振興協会『平成 28 年度 クルーズ客船物販出店売上一覧』より作成。

一方、クルーズ船の受入には、いくつかの費用が掛かる点も留意が必要である。高知県では、日本船では年度始め、外国船では初来港時、その他節目となる来港時にセレモニーを行う。その際に高知港振興協会では花束を約 1 万 5000 円分（5000 円相当のものを 3 つ）、記念品として写真Ⅲ-2 のような 3500 円相当の写真たてを用意する³⁶。したがって、協会では 1 回のセレモニーで計 2 万円の出費をすることとなる。



写真Ⅲ-2 記念品の写真たて

また、協会の昨年度の年間収支をみると、協会費全体の約 34% を、「ポートセールス等利用促進事業」の項目が占めている³⁷。昨年は初来港のクルーズ船も多かったことから、先ほど述べたようなセレモニー等の出費が大きな割合を占めていたと推察される。ただ、この一見多く見える出費について、協会側としてはそこ

³⁶ 高知港振興協会ヒアリング(2018 年 11 月 29 日)による。

³⁷ 高知港振興協会『2017 年度収支決算書』2017 年。

まで問題視はしていない。その理由は、この経費は高知新港の発展のために必要な出費であるからである。あくまで本協会は高知新港の発展に寄与するということが目的であるため、このような出費が増加することはむしろ事業の成果の表れであるにとらえている。

以上より、高知新港での物販については、確かにクルーズ船増加で物販販売効果は見られることが分かった。しかし、クルーズ船の寄港が不安定であり、2018年は収益が急激に落ち込んでいる点は無視できない。また、高知新港の活性化に取り組む高知港振興協会では、クルーズ船来航時にかなりの額を出費している。全国的にクルーズ船誘致合戦が激しくなる一方、クルーズ船会社の方針によって変動は避けられないことから、クルーズ船受入の経済効果については、プラス面だけでなくマイナス面も視野に収める必要がある。

2. 高知市中心商店街への影響

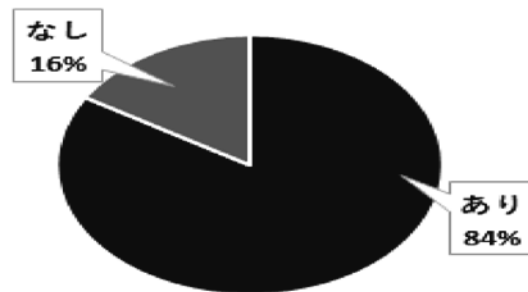
とはいえ、クルーズ船観光客は港だけにとどまるわけではない。滞在時間のおよそ半日は、高知市内各地を回遊することになる。そこで、視点を移動ルートに沿う形で、観光客の消費行動を迫いかけてみよう。

クルーズ船が到着した後、船内の観光客は下船して、チャーターバスに乗り、決まったルートに沿って市内巡りをするようになる。具体的には、高知新港→高知城→ひろめ市場→桂浜→五台山を廻るルートである。では、観光客は市内でどのような消費行動とっているのだろうか。以下では外国人観光客の“ゴールデンルート”の中に位置する、高知市中心商店街への影響に着目してみたい。なお、今回、高知市中心街再開発協議会の協力を通じて、商店街各店舗へのアンケート調査を独自に行った。ここではその結果を基に、クルーズ船インバウンド観光効果の実態に迫っていく。

まず、アンケート調査の概要について説明する。アンケート調査は、2018年11月22日～30日にかけて、クルーズ船観光客の経済効果をテーマに実施した。質問事項は、①外国人観光客の来店はあるか、②クルーズ船来航時、売上は変化したか、またどのような商品が多く売れたか、③観光客向けに特別な対応をしているか、④クルーズ船観光客について現在どのような課題があるか、⑤自由記入欄の5つを設けた。調査したのは、帯屋町商店街、はりまや橋商店街、京町・新京橋商店街という中心市街地の商店街に加盟する約350店舗であり、そのうち回答数は43店舗、回答率は12.3%である。

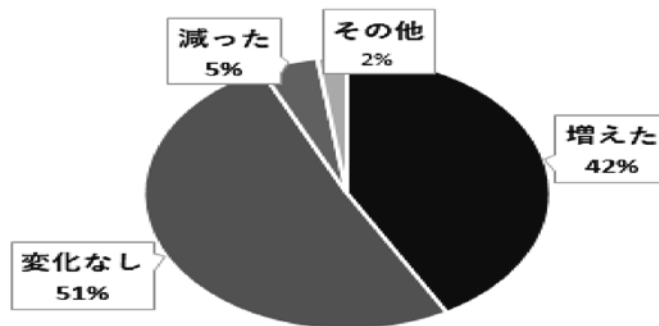
まず図Ⅲ-2・3は、クルーズ船寄港時の外国人観光客の来店の有無と、クルーズ船寄港時の売上の変化である。外国人観光客の来店があると回答したのは全体の84%と、ほとんどの店に外国人観光客が足を運んでいた。しかしながら、クルーズ船寄港時に売上が上がった店は、全体の42%にとどまった。つまり、外国人観光客の来店はあるものの、売上が伸びていない店が半数以上を占めていることになる。また、図Ⅲ-4は、外国人観光客向けの特別な対応の有無に関する質問であるが、「対応していない」と回答した店が全体の56%と半数以上となっている。近年増加傾向にある外国人観光客に対する対応の低さが明らかになった。

図Ⅲ－２ クルーズ船来航時の
外国人観光客の来店



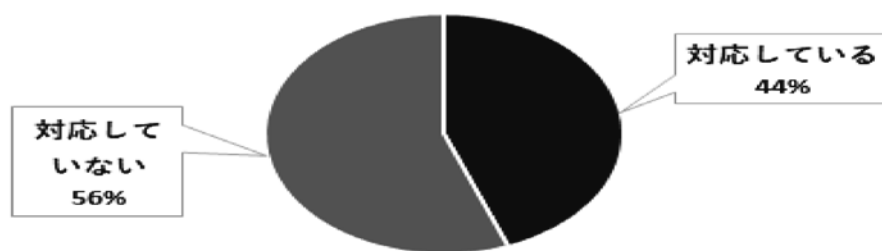
出所：本調査結果より作成。

図Ⅲ－３ クルーズ船来航時の売上の変化



出所：本調査結果より作成

図Ⅲ－４ 外国人観光客向けの
特別な対応の有無



出所：本調査結果より作成

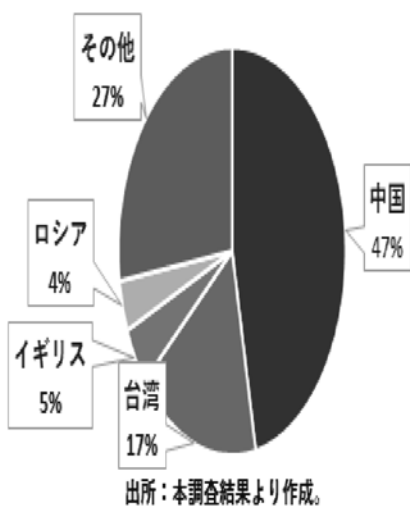
次に、「売上がある」と回答した店での具体的な購入品に注目しよう。表Ⅲ－１は、商品取扱リストトップ９をまとめたものである。アンケート結果から、すでに説明したように、国産の化粧品や衣料品、サンゴアクセサリなど、日本ならではの土産物が人気である。しかし一方では、細目を見ると、欧米チェーン店のハンバーガーやビッグサイズのドリンクなど、自国で慣れ親しんでいる物を購入していく観光客が見られることも判明した。

さらに、観光客の国別差異を見てみよう。図Ⅲ－５～７は、取扱件数の多かった衣料品分野、靴分野、雑貨・土産物分野の３項目の割合をピックアップした各購入品国別割合で

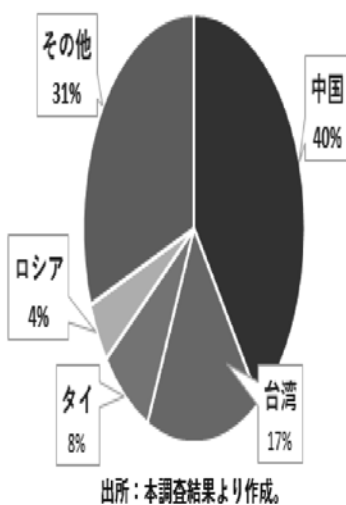
表Ⅲ－１ 商品取り扱い一覧トップ９

順位	商品名	順位	商品名
1	衣料品	6	化粧品
2	靴	7	酒・食品
3	雑貨・土産物	8	浴衣・和装小物
4	サンゴ製品	9	スポーツ用品
5	時計宝石・眼鏡		

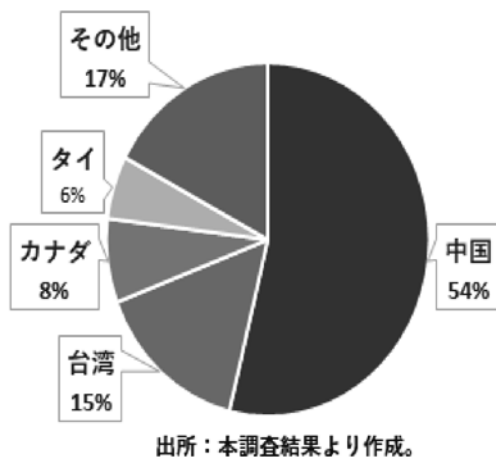
図Ⅲ－５ 衣料品分野における国別割合



図Ⅲ－６ 靴分野における国別割合



図Ⅲ－７ 雑貨・土産物分野における国別割合



ある。ここで注目したいのは、3項目とも中国が圧倒的に多く、アジア人だけで7割を占めている点である。中国人観光客は消費型の観光スタイルを取っていることが、ここからも推察できる。

今度は、各店舗から聞こえてきたクルーズ船観光客に関する意見について、自由記述から取り上げてみよう。はじめに、クルーズ船来航に対してプラス思考の声としては、「活気が増す」「外国人観光客と関わる良い機会になる」などといった意見が多く挙げられた。普段体験できない異文化との接触やコミュニケーションは、クルーズ船寄港時の醍醐味と言えよう。しかしながら、一方では、「通訳不足」「クルーズ船に関する情報が遅い」「案内掲示板が足りない」「近くに両替機がない」といったマイナス意見もかなり多く挙げられた。中でも、言語対応と決済方法に関する問題は、困っているという声が多く聞かれた。すでにその対応策として、クレジット決済の導入や外国語パンフレットの準備、無料タブレットの貸出を取り組んでいる店もある。しかしながら、やはり高価な両替機の導入や全店舗でクレジット決済に対応することは、個別店舗では難しい。このまま通訳不足やキャッシュレス化への課題が解決されないまま、クルーズ船寄港数が増えていけば、県内商店街では対応不足の悪循環を生み出すことが懸念される。クルーズ船寄港を推進するならば、こうした面での行政支援が不可欠であろう。

以上のように、インバウンド観光を地域経済の成長につなげるためには、単なる寄港日程・回数の増加にとどまらず、寄港後の地域内経済循環の拡大を目指し、特に商店街と行政の間での情報共有とニーズ把握が必要不可欠である。つまり、クルーズ船受入に関する課題解決に向けて、地元のための観光政策を進めていくことが重要なのではないだろうか。

3. クルーズ船インバウンド観光と県外への経済流出

【1】県外企業によるインバウンド専用ドラッグストアの高知進出:ドラッグオンの事例

ここまでクルーズ船インバウンド観光の高知への経済効果について注目してきた。だが、クルーズ船観光がプラスの経済効果に結びつくとは限らない。そこで本節では、外国人観光客の経済効果が県内へ還元されない問題について述べていく。第1のケースとして、高知市卸団地に進出してきた大型免税ドラッグストア「ドラッグオン」に注目したい³⁸。

ドラッグオンは、2014年に福岡市を拠点に設立された株式会社ケアルプラスが経営している大型免税ドラッグストアである³⁹。このドラッグオンが高知市内に進出してきたのは2018年夏であり、卸団地内にオープンした。卸団地での出店を決めた理由は、中国発のクルーズ船が入港し、観光客を送迎する大型バスを駐車するスペースが確保できたことである。中国人観光客クルーズ船からバスで送迎され、ドラッグオンにやってくる。購入していくものは、自国で購入が不可能な日本製の生活雑貨や化粧品などが中心であるという。

³⁸ ドラッグオン福岡本社・卸団地担当者への電話での聞き取り調査（2018年11月16日）に基づく。

³⁹ ドラッグオン「企業情報」（<http://www.drugon.jp/corporate/index.html>，2019年2月7日閲覧）。

一方、高知県の特産品は、開店当初は複数品目を販売していたが、クルーズ船寄港時間が毎回異なること、福岡本社から開店の度に出勤する社員が入高するタイミング、そして現地の販売業者のスケジュールが合致しないことから、現在は高知県産の特産品は一切置いていない。このことから、観光客の物品購入による経済効果は、全て本社が置かれている福岡市へ流出していることが分かる。

それに加えて、開店時の従業員の雇用効果も限定的である。アルバイト従業員は高知県内で採用するものの、社員と登録販売者は福岡から派遣される。そのため、従業員雇用による経済効果も大きくはない。

さらに、聞き取り調査によると、観光客は高知港への寄港前後の寄港地で免税品をすでに購入するため、高知で免税店へ足を運びたいと思う観光客が少ないことを問題点として挙げていた。そのため、今後は中国発のクルーズ船が高知への寄港を増加しても、収益面から毎回開店する保証はないと述べていた。一方、先に述べたように、地元住民からは、ドラッグオン出店に対して、地元の観光事業に貢献していないのではないかなど、疑問の声も聞かれる。

これらのことから、ドラッグオンの出店は、事業拡大を図る県外企業の売上・利益拡大にはつながるものの、地域経済効果は見込めないのは明白である。しかも、高知県をアピールする場にもなりえないことから、今後も地域へのプラス効果は望めないと言える。

【2】クルーズ船寄港による輸送業への影響:とさでん交通の事例

一方、クルーズ船に関連する観光事業は、商業関係だけではない。クルーズ船観光客を移動させるためにチャーターする大型バスも、来港時には活躍することになる。では、県内運輸業への効果はどれくらいあるのだろうか。以下では、県内最大の事業者であるととさでん交通を例に挙げ、交通関係への影響に焦点を当てたい。

とさでん交通は、第Ⅰ部でも紹介したとおり、高知市に本社を置く軌道・バス事業者である。高知県内で軌道事業・乗合バス事業・貸切バス事業を行っていた土佐電気鉄道・高知県交通・土佐電ドリームサービスの3社の経営統合・共同新設分割方式により、2014年10月1日に設立された。従業員数は、パート・臨時を除いて705名、出資金は10億円(資本金5億円・資本準備金5億円)である。事業内容は、軌道事業、旅客自動車運送事業、自動車整備事業、航空代理事業、広告事業、物品販売事業、土地建物賃貸業等である。

では、クルーズ船と同社との関係を見ていこう。クルーズ船の乗客が下船後に行う観光方法には、2種類ある。個人での観光か、ツアーでの観光かである。個人で観光する場合は、はりまや橋観光バスターミナルまでのシャトルバスを利用する方法と、高知新港からタクシーに乗り、自分の行きたい観光スポットへ向かう方法である。一方、観光ツアーに申し込んだ場合、船会社と提携した旅行会社が事前に組んだプランに従い、貸切バスに乗って高知県内を観光する。このとき、とさでん交通は、観光ツアー用に貸切バスの依頼を受けることになる。その理由は、同社のバス保有台数が県内最大だからである。

しかし、このクルーズ船観光客用の貸切バスには、大きな問題がある。一つ目が、バスの台数と費用の問題である。もし、クルーズ船乗客数が4000名以上いた場合、必要となるバス台数はおよそ100台になる。しかし、とさでん交通が所有している大型バスはわずか

30 台であるため、およそ 70 台のバスが不足することになる。

では、不足分の貸切バスは、どのように補っているのか。実は、同社のみならず、県内のバス会社のみではまかないきれないので、四国内の他県のバス会社から余っているバスを、とさでん交通が手配しているのである。つまり、不足しているバス台数分の利益は、隣県に流れ出てしまうということである。しかもその際には、県外のバスが高知新港へ往復する費用もかかるため、必然的に余分なコストがかかってしまう。しかも、ツアー客が減った場合にはキャンセル料が出るものの、天候などによりクルーズ船の来港自体がキャンセルになった場合は、キャンセル料がとれないという問題もある。

2 つ目が、価格競争の問題である。現在のバス運賃の計算方法は、運行(km)による計算運賃及び運行時間に 2 時間の計算運賃で成り立っているが、これは利用時間の大小により大きく異なる。とさでん交通では隣県からバスを借りている分、バス運賃が高くなることもあり、このことが運賃の価格差として表れているようである。バス会社には、とさでん交通のような既存のバス会社のほか、保有台数が少ない新興バス会社、そして九州には中国資本のバス会社が存在する。九州地区では、クルーズ船を主力で受注しているバス会社よりも、中国資本系のバス会社がチャーター料金を引き下げて受注している。そのため、旅行会社はそれと同等の運賃を求めてくるようだが、とさでん交通は法令に準ずる運賃支払を求めており、クルーズ船インバウンド向けに運賃を低めに設定することはないという。

3 つ目が、バス依頼の時期に関する問題である。旅行会社からバス会社へ貸切バスの依頼が来るのだが、だいたい半年前から急なケースだと 2 日前というようにばらつきが見られる。貸切バスの需要には、他に学生などの遠足や合宿、県内の団体旅行などもある。つまり、貸切バスの予約は先着順であり、依頼されるタイミングが急であれば、貸切バスがすでに予約で埋まった後であり、依頼されたバス台数が残っていない場合には対応できないこともある。これでは、いくらクルーズ船インバウンド観光に対応したくても、なかなかできないということになる。

最後に、大型バスとの関連で、市内施設への影響も指摘しておこう。クルーズ船インバウンド観光はまだ新しく、高知県では対応する施設整備は間に合っていない。例えば、バスの駐車場が挙げられる。観光ツアー時に貸切バスを大量かつ同時に停車できるほどの広さを持つ駐車場は高知市内には少ない。観光スポットには高知市中心部の高知城やひろめ市場なども含まれるが、中心部であるためなおさら駐車場は限られる。そのため、観光ツアーではバス数台ずつ分かれて、時間をずらしながら廻っている。また、多くのバスが一斉に通行することで、ときには渋滞を引き起こすこともある。全体的に交通面での対応が遅れているのが現状である。

このように、クルーズ船インバウンド観光は、輸送業への大量需要が起きると思われがちだが、実際の県内メリットはわずかしかない。需給のアンバランスや不定期対応の難しさ、価格競争、交通渋滞など、課題山積である。問題ばかりであるが、「他県に先駆け、高知県が早めに誘致してきたクルーズ船事業は今後も伸ばしていくことが重要である」と担当者はいう⁴⁰。まずは現状を把握し、課題を 1 つずつ解消していくことが必要であろう。

⁴⁰ とさでん交通ヒアリング調査に基づく（2019 年 10 月 26 日）。

おわりに

以上、第Ⅲ部では、全国的にブームとなっているクルーズ船誘致と、それに伴う寄港地でのインバウンド観光に注目してきた。高知では、クルーズ船誘致の取組を行政やボランティア団体を中心となって推進する一方、クルーズ船受入効果が可視化できていなかった。そこで、私たちは現状と課題を浮き彫りにすることを目指してきた。今回の調査の結果、高知県のクルーズ船観光事業において、次の3つの像が明らかになった。

第1に、クルーズ船寄港における変動の大きさである。クルーズ船ブームと国の政策の結果、全国各地で誘致合戦が始まり、高知県でも誘致の取組が進められた。その結果、2016年は寄港が急増したものの、寄港数の増加直後である2018年には一転して減少した。その大きな理由は、他の港湾との競争が激しくなっていることと、クルーズ船の運航が船会社の判断で大きく変わり、港の側では変動的な対応はできないことである。つまり、地域の側でクルーズ船の寄港をコントロールできないことが、持続的な観光効果のネックになっているのである。

第2に、クルーズ船インバウンドの経済効果の限界である。寄港数を増やしたいという行政側の意向に反して、実際に港で物品販売を行う地元業者は、上で述べたように、寄港回数の変動に応じて売上は増減せざるをえない。また、中心市街地にある商店街では、来客数は増えたものの、目に見える経済的効果が感じられないという声が過半を占めた。しかも、外国人観光客への対応も遅れている。一方、県外からのドラッグストアの進出やバス需要の県外流出など、経済効果が域外に流出したり、バス移動に伴う高知市内での外部不経済も問題として浮き上がり上がった。関係者の間で状況・課題を共有し、連携しながら現在の問題を解消し、より態勢を整えていくことが求められる。

第3に、クルーズ船受入政策と地域のニーズが合っていないことである。高知県の中で、寄港する外国人観光客に合った受入態勢を整備したいと試みる一方で、クルーズ船事業に携わる県庁各担当部署間で、協力体制の形成が不十分となっている。「おもてなし・おせっかい文化」の下で観光客を受け入れる姿勢は、高知県の特色を生かした観光事業である。しかし一方では、態勢が不十分なまま誘致船数を増やす取り組みが進められており、寄港後の問題が新たに出てきている。高知県の特徴を生かした観光事業を図る場合、行政内、そして行政と地元業者・住民との間で、より連携の取れた観光事業の土台作りが必要であると考えられる。

近年の全国的なインバウンドの増加に伴い、高知県も観光事業にさらに熱をいれているが、現在では目標と現実には大きなズレが生じている。まずそのズレを解消して現状を共有し、地域のためのインバウンド観光を目指した無理のない目標設定が必要である。

最後に、クルーズ船の増大と地域住民との関係である。私たちが地域にもたらす実態を調査していく中、高知県に住んでいる個々人がこの問題に対して正確に捉え、主体的に考えながら行動していくことも大事であると考えようになった。現在の姿が可視化できた今、次は住民一人ひとりが、地域住民のための観光政策に主体として関わっていくことがますます求められているのである。

執筆分担と編集後記

第1部

尾崎 佐和(はじめに、第2章1)

今回調査をするにあたり、ここ数年でインバウンド観光客が増えているという実感は県民としてあったものの、どれくらいの規模で増えているかやインバウンド観光客がどのようなモビリティ手段を使って高知へ来訪しているのかなどヒアリング調査を行う上明らかになりました。また様々な施設にヒアリング調査を行う上で、高知県の事業所はインバウンド観光客が観光しやすいように自助努力を行っているが、やはり金銭的問題から中々思う様に対応できないということも浮き彫りとなりました。政府はインバウンドを2020年には4000万人に増やすことを目標に飛行機の国際路線を増やしたり、豪華客船を就航させるなど様々な施策をとってはいるものの、田舎では急増するインバウンド観光客を十分に「おもてなし」できるほどの受入体制が追いついていないため今後どのように対応していくかが問題となってくると考えています。今回のヒアリング調査やゼミ合宿の発表など、学ぶものが多く大変良い経験となりました。調査に協力してくださった方々、並びにご指導してくださった岩佐先生、ゼミナールのメンバーには、心より感謝いたします。

刈谷 舞花(第1章1、2章)

私は高知大学に入学する前から高知県のインバウンド観光に興味があり、今回ゼミナールを通じて調査できて良かったと思っています。私はインバウンド観光について考えるとき、これまでは、高知県や日本の魅力は何か、言語対応はどうすればいいかなど、多くの外国人を誘致することに焦点を当てて考えてしまいがちでしたが、合同ゼミ発表会などやゼミでの活動を通し、インバウンド観光のそもそもの目的や、メリット、デメリットを意識して、テーマについて考えるようになったのが自分の中での一番の成長だと感じています。また、初めて本格的なヒアリングをしてみて、時間が思うように作れなかったり、大変なこともありましたが、県の行政機関や交通会社の方の貴重な意見をお聞きすることができてとてもいい経験になりました。ゼミの皆さん1年間ありがとうございました。来年も頑張りたいと思います。

新城 菜々美(第1章2)

今回の調査を通して、地方だからこそ感じられる魅力に多くの外国人が興味をもち訪れているにも関わらず、地方だから資金面的な問題を避けることができずにモビリティの発達に思うように取り組むことができないという現状があることが、非常に難しい点だなと感じました。その中でやっていくべきことは、私たち日本人が過ごしやすい

環境を整えることが、外国人観光客の方たちがより日本へ訪れやすくなる環境作りの第一歩なのかなと思います。普段私はあまり公共交通機関を使うことはないのですが、使用した際には、以前意識しなかった車内アナウンスや英語表記などについて考えるきっかけが増え、今回の調査はそれだけでもとても意味のあることだったなと感じています。また先輩方や先生のご指導に直接触れられたことも、自分にとっては非常に大きな経験となりました。本当にありがとうございました。

河村 彰哉(第2章1、第3章)

今回、今まで取り扱ったことのなかったモビリティという分野の調査をする中で、様々な発見があり、とても刺激的でした。

各交通機関にヒアリング調査に行き、それぞれの利用者数や問題点などがだんだんと明らかになってくる中で、高知県全体をモビリティという観点から俯瞰してみることができ、全体的な高知県内の人の流れがだんだんとわかってきました。そういった中で、インバウンド外国人への受け入れ体制が、まだあまり進んでいないことが把握でき、それに対する改善策を考案することがとても有意義な調査になったと言えます。

ただ、もう少し具体的に外国人観光客がどういったルートで高知県内を回っているのかを把握できれば、よりの確な改善策を提案できたと思います。また、改善策を考案するにあたって、各事業者や行政などの具体的な経済状況、それに伴った実現可能性などをもう少し考慮することができればよかったと思うので、そこを踏まえて、次年度の調査につなげていきたいと思います。

近藤 伶美(第2章3)

高知県のモビリティの現状を把握するため、レンタカーの実態を調査した。電話でのヒアリング調査ははじめての体験でとても苦労したけれど、電話を終えた際の達成感が大きく、良い経験ができたと思う。調査を終えて、車での観光が便利な高知県だからこそ、インバウンドにとって使いやすい制度を整え、レンタカーをもっとPRしたら、高知県を訪れるインバウンドが増えるのではないかと感じた。

森田 久真(第3章1)

訪日観光客のモビリティに焦点を当てた調査は、滞在型という高知県観光の特色から着想を得て始まりました。調査ではまず、訪日観光客がどのような手段で高知県に来ているのかをヒアリングで把握していくことから始まり、観光地を回る際に不便に感じていることを把握しました。その後さらに、地元の交通事業者や行政機関へのヒアリングを基に、モビリティサービスを提供する側が抱える課題を把握することに努めました。扱う範囲

が広く文献調査・ヒアリング調査ともに数をこなす必要がありましたが、とてもまとめが良かったです。あまり先行調査のないテーマだと思いますので、楽しみながら読んでいただけると幸いです。

第Ⅱ部

坂上 友介（はじめに）

今回のスポーツツーリズム調査において経験は活かされるということを実感しました。キャンプの調査をするにあたって野球をしていた経験が活きたりして、とてもやりがいがあり調査をして良かったと思っています。そして、高知県の子どもたちがスポーツツーリズムを通して、もっとスポーツに関心を持ってほしいと思っています。全国的に見たらプロスポーツチームを近くで見ることがなかなかできないことなので、その機会を活かしてほしいです。高知県がスポーツでさらに盛り上がることを祈っています。

宮川 広大（第1章、第3章2）

今回の調査では、スポーツツーリズムという普段聞き慣れない分野について調査したが、自分がスポーツをやっているということもあり、楽しく調査することができた。今年は昨年に比べヒアリングの数、調べる量が多かったが、調べれば調べるほどわからないところ、明らかにしなくてはならないところが出てきて、「知る」ということの楽しさや難しさを体感することができた。

スポーツツーリズムは今後さらに盛り上がっていく分野だと、調査をしていくうちに実感したので、これからも注目していきたい。

田村 真帆（第2章）

スポーツツーリズムについて調査を進めるにあたって、高知県内でも、プロチームや海外チームなどがキャンプに来ていたり、イベントや施設な工夫をしていたり、様々な取り組みが行われていることがわかった。自分たちの力だけでフィールドワークを行うのは初めてだったので、難しさもありましたが、新鮮で新しい気づきもたくさんあり、とても有意義な時間でした。

ご指導してくださった岩佐先生、ゼミの皆さん、ありがとうございました。

井上 大輔（第3章1）

私は、高知県庁スポーツ課へヒアリング調査を行い、ラグビートンガ代表が高知に来ることを知りました。さらに、そういったプロチームの受け入れとは想像していたより何倍も時間と労力をかけて行っていることを知り、だからこそ受け入れの引き継ぎや受け入れ先との関係性維持が大きな課題になっているのではないかと感じました。今後、そのような課題を解決していくことは高知県の益々の発展につながるはずであるので、一人一人が課題意識を持ち全員で考えていく必要がある

と感じました。

山本 真由（おわりに）

本稿のテーマである高知県のインバウンド事業のうち、主にスポーツツーリズムを纏めさせていただきました。数値や図を参照し、既存の定義と比較してギャップを見出す事は難しく、苦難しました。しかし、メンバーと話し合い、繰り返し入念な調査を行ったことや、加えて大学間で相互に意見交換を行う機会があった事によって、多面的な視点で纏める事ができました。本項を執筆するにあたって、先生を始め沢山の方のご協力を得ることが出来、調査の成果をこのような形で残すことが出来ることをとても光榮に思っています。

第Ⅲ部

福永 美南海（はじめに、第3章）

インバウンドという大きなテーマから、私たちの班ではクルーズ船に焦点を当てて調査を行ってきました。近頃、高知県内で外国人観光客を見かける頻度が大幅に増えましたが、その背景にはクルーズ船が関わっていたこと、加えて、受入態勢が追いついていない高知県では現在強化している最中であること、クルーズ船来航により良い影響を与えられている側もあればあまり実感できていない側がいるということ等。想像とは異なる調査結果もありましたが、少しは現状がつかめてきたと思います。まだまだ改善点はあるにしろ、まずは認識することが重要です。この報告が少しでも皆さまのお力になれば幸いです。

最後になりましたが、ご指導してくださった岩佐先生をはじめ、調査にご協力してくださった皆様、一緒に調査をおこなってきたゼミの皆さん、本当にありがとうございました。

立石 真菜美（第1章、第3章、おわりに）

今回の調査を通して私達は多方面にヒアリング調査を行いました。実際に地元や関係者の方々の生の声を聞くことができるヒアリング調査は、とても新鮮なもので、また多くの学びがありました。文面からは分からなかったものがどんどん見えてくると、新たな問題が見えて、次の課題についてグループ内で何度も話し合いを重ね、非常に貴重な時間を過ごすことが出来ました。今回の調査を行なっていく過程で得たものは、今後の学習や卒業論文へと繋げていきたいと思っています。ヒアリング調査でお世話になった方々、指導してくださった岩佐先生、互いに刺激をもらった同じゼミの仲間たち、そして濃い時間を共に過ごしたグループの4人、ありがとうございました。

川原 帆乃香（第1章2、第2章3）

私は、主に高知新港での政策・取組を担当しました。実際に高知新港さんを伺い、ヒアリング調査を行った際、私は初めてクルーズ船を見ました。私が見たクルーズ船はMSC クルーズという船で、3

千、4千人規模の船だったため高知新港に向かうトンネルを抜けた際に広がる壮大な景色は忘れられないほど綺麗でとても印象に残っています。そこに一つの町ができているようで、港でのにぎわいとおもてなしを県民全体でしようという取組に、高知県民の良さを感じ感激しました。地域の方にお話を伺った際、「高知県民はクルーズ船大好きやさね。」という声もありクルーズ船は地域活性化にも繋がっているのだと思いました。しかし、誘致する上で様々な問題があり、それを目の前にして懸命に港で頑張っている皆さんの姿を見て、クルーズ船はやっぱり高知に夢を与えているのだと思いました。とても学ぶことが多く、充実した時間でした。岩佐先生、ゼミの皆さん、それと調査を通して関わった方々、ありがとうございました！

坂本 萌（第2章、第3章1）

今回の調査を通して、クルーズ船受入に関して本当に多岐に渡る様々な業種の方々が関わっていることに驚きました。それぞれの立場でのベストを同時に実現するのは難しいですが、その中でも互いの意見を受け入れ理解し合うことで、受け入れる側にも大きなメリットを生み出せるのではないかと考えました。現在、高知県におけるクルーズ船事業の数字的な効果は少し勢いが落ちてきてはいますが、約半年間の調査を経て、私はこれからもっと発展していく産業であると希望を持っています。今回の調査で明らかになった課題が、これからのクルーズ船事業の発展に少しでも繋がり、

そしてクルーズ船を通して高知の魅力がたくさんの人に伝わっていくことを願っています。

芝 絢奈（第3章2）

私は高知県内商店街においてアンケート調査を行いました。慣れない作業に戸惑いながらも商店街の皆様のご協力のお陰で無事に調査を終え、予想していたよりも多くのクルーズ船外国人観光客に対する生の意見を聞くことが出来ました。今回の調査を終えて、現在、クルーズ船事業が抱えている課題には、商店街の目線から見ると労働者不足や少子高齢化といった根本的な問題も関わっている事が分かったので、現場の声を届けるためには皆で情報を共有し、県民一人ひとりが危機感を持つことが必要だと感じました。ご指導くださった岩佐先生、ゼミナールの皆さん、本当にありがとうございました。



高知大学岩佐（和）ゼミナール 既刊報告書一覧

- 2000 年度 岐路に立つ土佐マグロ漁業 ― グローバル化の荒波の中で ―
- 2001 年度 国境を越えるショウガと国内産地の選択 ― 高知県窪川町のショウガ農家を中心に ―
- 2002 年度 自然体験型観光とまちづくりへの課題 ― 「くじらのみえる町」大方町からの報告 ―
- 2003 年度 高知直販所物語 ― グローバからローカルへ 地産地消の取り組み ―
- 2004 年度 高知の農業の新たな主役 ― 外国人研修生と女性リーダーを中心に ―
- 2005 年度 外国人研修生と地場産業 ― 愛媛県今治市のタオル・縫製業を中心に ―
- 2006 年度 国際化する地域と外国人労働者 ― 広島県西部地域を中心に ―
- 2007 年度 国境を越える労働力と地域産業 ― 広島県江田島市のカキ養殖業と中国人研修生 ―
- 2008 年度 グローバル化する食/ローカル化する食 ― カツオー本釣りが高知オーガニックマーケットを事例に ―
- 2009 年度 「村の直売所」さんさん市の発展に向けて ― 日高村さんさん市活性化委員会最終報告書 ―
ジェンダー格差をこえて ― 高知の女性の労働実態 ―
- 2010 年度 ローカリティの表現体として喫茶店と龍馬ブーム
- 2011 年度 回転寿司のグローバル化と地域 ― 高知市内の寿司業界を中心に ―
- 2012 年度 ユズ産地・高知県における加工業の発展と農家
- 2013 年度 ブレンド産地からブランド産地へ ― 隠れた名品・土佐茶の再生を求めて ―
越裏門&寺川魅力発掘 2013 ― 越裏門・寺川プロジェクト 2013 年度成果報告集 ―
- 2014 年度 ファッションのファスト化と県内企業のサバイバル
- 2015 年度 TPP 神話をこえて ― 高知の視座からの分析 ―
- 2016 年度 人口減少と高知の未来 ― 地産外商と第 4 次産業革命を中心に ―
- 2017 年度 人手不足と外国人労働者 ― 高知県の外国人技能実習生を中心に ―

増大するインバウンドと地域経済

― 高知におけるモビリティ、スポーツツーリズム、クルーズ船を中心に ―

2019 年 3 月 14 日 発行

編集・発行 高知大学人文社会科学部国際社会コース 岩佐和幸ゼミナール

〒780-8520 高知市曙町 2-5-1 高知大学人文社会科学部 岩佐和幸研究室

Tel : 088-844-8244 (研究室直通)

Fax : 088-844-8425 (学科事務室)

e-mail : kiwasa@kochi-u.ac.jp

<http://souls.cc.kochi-u.ac.jp/?&rf=59>

印刷 株式会社リーブル

〒780-8040 高知市神田 2126-1

Tel : 088-837-1250

Increasing Inbound Tourism and the Regional Economy

**Mobility, Sports Tourism,
and On-shore Cruise Ship Tours
in Kochi, Japan**

2018

IWASA K. Seminar

**International Studies Course
Faculty of Humanities and Social Sciences
Kochi University**