

東アジア地域からのインバウンドと地方公共団体の海外展開

亀山 嘉大

Working Paper Series Vol. 2017-05
2017年2月

この Working Paper の内容は著者によるものであり、必ずしも当センターの見解を反映したものではない。なお、一部といえども無断で引用、再録されてはならない。

公益財団法人アジア成長研究所

東アジア地域からのインバウンドと地方公共団体の海外展開[¶]

亀山嘉大*

要旨

本稿では、地方公共団体の海外展開の長短や濃淡が、東アジア地域からのインバウンドにどのような影響を与えているのかを分析した。地方公共団体の海外展開の中でも、姉妹都市の提携、海外事務所の設置、職員の海外派遣、国際交流の実施などの有無や形態の違いを取り上げた。これらの効果に関して、分析対象を都道府県としてグラビティモデルを使用したパネルデータ分析を行った。分析結果から、地方公共団体の海外展開の効果は、韓国との関係では確認されなかったが、中国との関係では姉妹都市の提携年数、海外事務所の設置年数、海外事務所の設置数といった海外展開の長さや濃度のどちらでも確認され、これらがインバウンドの増加に影響を与えていることが示された。これらのことから、地方公共団体の海外展開は、一定の時間のもとで効果を発揮していることが示唆された。

キーワード：アジア地域、インバウンド、地方公共団体、海外展開、グラビティモデル

[¶] 本稿の作成のための調査・研究は、JSPS 科研費（研究課題：25590059，研究代表者：亀山嘉大）の助成を受けている。本稿に残る誤りは全て筆者の責任である。

* アジア成長研究所 客員主席研究員・佐賀大学経済学部／大学院地域デザイン研究科 教授 亀山嘉大（Email：kameyama@cc.saga-u.ac.jp）

1. はじめにー問題意識ー

2003年のビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC：Visit Japan Campaign）以降、訪日外国人旅行者は着実に増加し、暦年ベースで2013年に1,036万人、2014年に1,341万人、2015年に1,974万人を記録し、2016年10月に2,000万人を超えた。その内訳は、アジア地域からの訪日外国人旅行者が77.0%、韓国、台湾、中国、香港で64.9%、韓国と中国に限定しても45%を占めている。2015年4月20日付の『新聞晨报』によると、2015年2月18日（水）～3月5日（木）の春節休暇の10日間で来日した中国人旅行者は約45万人で、爆買いにともなう消費額は約60億円（約1,140億円）に達したという。中国人旅行者が、家電製品、ブランド品、化粧品といった消費財を“爆買い”している景色から、“外貨獲得”による地域活性化の有効性が垣間見えてくる。

国土交通省観光庁（2008）は、“外国人観光旅行の来訪の促進”と“国際相互交流の促進”を国際観光振興の2本の柱としている。これをもとに、地方公共団体の国際観光振興を整理してみると、①輸送ネットワークの整備・拡充（国際航空路線の拡充や外航クルーズ船の誘致）、②観光資源や交通機関の魅力や費用の情報発信、③訪日外国人旅行者の受入体制の確保（通訳サービス、案内・看板・標識・アナウンスの多言語化）、④国際的なイベントや交流事業の開催 に分類できる。これらの①～④に強弱を付けながら、全国各地の地方公共団体が、都市規模に関係なく“外貨獲得”のために国際観光振興に取り組んでいる。

一般的に、グラビティモデルにしたがうと、地域間の旅客流動量に対して、人口・経済規模や魅力度といった着地ポテンシャルは正の影響を与え、地域間の距離といったアクセス条件は負の影響を与える。そのため、旅行先の人口・経済規模は、大都市圏の方が地方都市よりも有利な立場にある。一方で、地域間の距離は、旅行先への時間を規定し、旅費も規定しているが、輸送の規模の経済（Bulk Economies in Transportation）が機能している場合、やはり大都市圏の方が地方都市よりも有利な立場にある。しかし、東アジア地域（韓国、中国、香港、台湾）からのインバウンドの誘致では、人口規模が上位の都市（広島市や岡山市）がある広島県や岡山県が、長崎県、大分県、宮崎県、鹿児島県の後塵を拝している（注¹）。この原因は一意に定まるものではないが、従来から（上記の）①輸送ネットワークの整備・拡充と旅客流動量の関係が追究されてきた。しかし、②③地方公共団体の情報発信と旅客流動量の関係、④地方公共団体の国際交流（海外展開）と旅客流動量の関係は追究されておらず、事業評価の点からも、これらの事業とインバウンドの誘致（旅客流動量）の関係を追究していく必要がある。

本稿では、地方公共団体の海外展開として、姉妹都市の提携、海外事務所の設置、職員の海外派遣、国際交流の実施などの有無や形態の違いを取り上げる。これらを指標化した上で、地方公共団体の海外展開の長短や濃淡が、東アジア地域からのインバウンドにどのような影響を与えているのかを分析していく。

2. 研究の背景と先行研究のサーベイ

近年、地方公共団体の海外展開は、国際親善や異文化理解を目的にした文化交流から、シティプロモーションをとともなう海外への特産品の売り込みや海外からの観光客の誘致を目的にした経済交流に変化している。総務省の外郭団体である一般財団法人自治体国際化協会（CLAIR：Council

of Local Authorities for International Relations) の調査「自治体間交流（国際交流）関係資料（<http://www.clair.or.jp/j/exchange/jirei/page-1.html>）」によると、2015年9月時点で、全国75の地方公共団体が26の国・地域の65都市に合計219の海外事務所を海外拠点として設置している。この数字は2011年の約1.5倍であり、基本的に増加の傾向にある。設置先は中国の76カ所を筆頭に、韓国の20カ所、シンガポールの19カ所、タイの18カ所、台湾の17カ所が続き、アジア地域に集中していることがわかる。表1は、アジア地域からの訪日外国人旅行者が45%を占める韓国と中国に関して、2014年の数字をもとに運輸局別（地域別）に、宿泊数、姉妹都市の提携数、海外事務所の設置数をまとめたものである。関東地域や近畿地域の宿泊数は韓国も中国も大きい。九州地域の姉妹都市の提携数は韓国25.6%、中国13.8%、海外事務所の設置数は韓国33.3%、中国28.6%で大きい。九州地域の姉妹都市の提携数や海外事務所の設置数は（姉妹都市の提携数の中国を除き）、関東の数字よりも大きいことがわかる。海外事務所の設置は、地方公共団体のシティプロモーションをとまなう海外展開の一例に過ぎないが、アジア地域の経済成長を取り込もうという各地の地方公共団体の姿勢が現れている。

表1 訪日外国人旅行者の訪問先別の延べ宿泊数、姉妹都市の提携数、海外事務所の設置数

	韓国		中国		韓国				中国			
	宿泊数	%	宿泊数	%	提携数	%	設置数	%	提携数	%	設置数	%
北海道運輸局	367,850	8.5	671,850	8.6	9	5.8	1	4.8	13	3.7	2	3.2
東北運輸局	37,260	0.9	31,420	0.4	9	5.8	5	23.8	42	11.8	5	7.9
関東運輸局	1,116,950	25.7	3,516,730	45.1	24	15.4	1	4.8	67	18.9	9	14.3
北陸信越運輸局	55,620	1.3	91,370	1.2	7	4.5	2	9.5	35	9.9	5	7.9
中部運輸局	159,960	3.7	921,180	11.8	15	9.6	1	4.8	38	10.7	7	11.1
近畿運輸局	971,960	22.4	1,935,720	24.8	20	12.8	1	4.8	55	15.5	9	14.3
中国運輸局	80,320	1.9	52,010	0.7	29	18.6	3	14.3	34	9.6	4	6.3
四国運輸局	43,380	1.0	19,270	0.2	3	1.9	0	0.0	18	5.1	2	3.2
九州運輸局	1,108,130	25.5	248,920	3.2	40	25.6	7	33.3	49	13.8	18	28.6
沖縄総合事務局	397,530	9.2	307,790	3.9	0	0.0	0	0.0	4	1.1	2	3.2
合計	4,338,960	100.0	7,796,260	100.0	156	100.0	21	100.0	355	100.0	63	100.0
平均値	433,896		779,626		16		2		36		6	
標準偏差	455,744.10		1,130,648.7		12.60		2.28		19.47		4.90	
変動係数	1.05		1.45		0.81		1.09		0.55		0.78	

出所：国土交通省観光庁『宿泊旅行統計調査』

自治体国際化協会「自治体間交流（国際交流）関係資料」

海外への特産品の売り込みであっても、海外からの観光客の誘致であっても、その本質的な目的は、地域の知名度を上げながら、経済交流によって外貨を獲得し、域内総生産を高めることである。一方で、シティプロモーションをとまなう海外展開は、旅行先（着地）の知名度を上げながら、良い印象を浸透させ、訪日外国人旅行者に“旅行したい地域”や“旅行しやすい地域”という認識をもたせることができる。これによって、インバウンドの誘致（旅客流動量）にも影響を与えているものと考えられる。このような地方公共団体の海外展開が、（発地への情報の浸透を介して）インバウンドにどのような影響を与えているのか、その効果を検証し、政策の有効性を確認していくことは意義がある。

インバウンドと地域発展という文脈のもと、交通インフラの整備を取り上げたものは数多ある。近年のものでは、早川・後藤（2010）が、国内の高速道路や新幹線の開通といったアクセシビリティの改善が訪日外国人旅行者数に与える影響を分析し、新幹線開通後に統計的に有意に観光客が増加した観光地は9カ所、減少した観光地は37カ所であることを示している。森本（2014）は、空間経済学のモデル分析によって、交通アクセスの改善が短期では集積地に圧倒的に有利に働き、長期では集積地が有利だが、小さな複数の集積地であればともに発展することを示している。

同じ文脈のもと、輸送インフラの整備以外で地方公共団体の役割や課題を論じたものは少ない。清水・祖田（2005）は、北海道庁と札幌市のインバウンド観光のターゲット戦略の違いを指摘している。松永（2005）は、観光振興の助成金の使途が空港利用促進に偏っていることを指摘している。近年のものでは、宇都宮（2016）は、観光資源、交通インフラ、観光関連の職員数などが訪日外国人宿泊数の伸びに与える影響を分析し、観光関連の職員数（比率）が効果を発揮していることを示している。亀山・侯（2016）は、観光の情報発信と旅行者の購買プロセスを関連付けてSWOT分析で整理し、インバウンドと地方公共団体の情報発信の関係を考察している。豊田（2016）は、姉妹都市の提携をもとにした（インバウンドに限らない）経済交流の効果を検証していくことの意義を指摘している。

また、日比野・森地・島田（2011）や菱田・日比野・森地（2012）は、居住地（発地）の違いが着地の選択にどのような影響を与えているのかを分析した上で、訪日旅行の市場として中国は同質な市場ではなく、居住地域別の施策が必要であると指摘している。これらの分析では、（居住地域別で訪日旅行の志向が異質になる要因として）観光経験の違いが指摘されているが、それらを醸成する一因に発地である現地における情報発信（海外展開）があるのではないだろうか。

観光入込客数の予測モデルや観光目的地の選択モデルの研究では、清水（2010）にもあるように、“アクセス条件”と“魅力度”を主要な変数として、それらの構成要素の効果が検証されている。（先述の）アクセス条件に続き、魅力度を見ると、高橋・五十嵐（1990）、森川・竹内・加古（1991）、溝上・朝倉・古市・亀山（2000）のように、着地側の魅力度を集約して計測するための技術的な計測方法を追究したものが多し。先行研究と一線を画し、清水・川口（2007）、清水・橋川・谷道（2009）、清水（2010）は、魅力度として宿泊県観光地の広域連携の効果を上げている。近年、国土交通省は、インバウンドの推進に向けて広域連携を進めている（国土交通省観光庁，2011）。清水（2010）に代表される一連の研究は、地方公共団体を政策主体にしたものではないが、観光に関連した（インフラ整備以外の）ソフト面での政策の効果を検証した数少ない研究として意義がある。

3. 実証分析—インバウンドの増加における地方公共団体の海外展開の効果—

3.1 推定式の設定とデータの説明

ここまでの議論から、地方公共団体の海外展開の長短や濃淡は、発地における情報発信を通じて、着地ポテンシャルを高めたり、アクセス条件を低めたりして、インバウンドの誘致（旅客流動量）に何らかの影響を与えているものと考えられる。本稿では、インバウンドの誘致（旅客流動量）に対して、旅行先の人口・経済規模や地域間の距離、そして、地方公共団体の海外展開の

長短や濃淡がどのような影響を与えているのかを分析していくために、グラビティモデルをもとに、以下の(1)式のように推定式を特定した。

$$\ln T_{ij} = \alpha \ln Size_j + \beta \ln Overseas_{ij} - \gamma \ln Dis_{ij} \quad (1)$$

T_{ij} は発地(韓国か中国) i から着地(日本の都道府県や市町村) j への旅客流動量であり、 $Size_j$ は着地 j の経済規模、 Dis_{ij} は発地 i と着地 j の2地域間の距離である。発地の経済規模は、各都道府県に対して韓国か中国の国レベルの数値が入り、定数の扱いになるため捨象している。 $Overseas_{ij}$ は地方公共団体の海外展開によって着地ポテンシャルである魅力度が高まることを考慮し、表2に掲載した事業項目を変数として取り上げる。着地ポテンシャルである旅行先の魅力度は、海外の旅行者に検索ワードとして地域名が普及していない限り、旅行先の候補にあがらないためインバウンドに繋がらない。地方公共団体の海外展開は、発地である現地(海外)での情報発信であり、これによって、地域名の普及とともに旅行先の魅力度を高め、インバウンドの誘致(旅客流動量)に影響を与えているものを考えられる。このことを踏まえて、着地ポテンシャルである魅力度は、(発地における情報発信である)地方公共団体の海外展開の効果が内包された構造として、種々の海外展開の効果を定量的に示していく。

表2 推定における地方公共団体の海外展開の変数リスト

事業項目	変数名	備考
a-1) 姉妹都市の提携数	$NoSC_{ij}$	各都道府県における姉妹都市の提携数の合計
a-2) 姉妹都市の提携年数	$Year-SC_{ij}$	各都道府県内で最も古い姉妹都市関係を選択し、2008(2014) - 提携年次 + 1 で算出
b-1) 海外事務所の設置数	$NoOO_{ij}$	各都道府県における海外事務所の設置数の合計
b-2) 海外事務所の設置年数	$Year-OO_{ij}$	2008(2014) - 設置年次 + 1 で算出
b-3) 海外事務所の設置形態	$DM-OO_{ij,n}$	n=1~3 (1: 独自事務所、2: 機関派遣等、3: 業務委託等)
b-4) 職員の海外派遣人数	$NoOP_{ij}$	
c-1) 国際交流の実施件数	EX_{ij}	各都道府県における国際交流の実施件数の合計
c-2) 国際交流(文教)の実施件数	EXC_{ij}	各都道府県における国際交流(文教)の実施件数の合計
c-3) 国際交流(経済)の実施件数	EXE_{ij}	各都道府県における国際交流(経済)の実施件数の合計
c-4) 国際交流(行政)の実施件数	EXG_{ij}	各都道府県における国際交流(行政)の実施件数の合計

出所: 自治体国際化協会「自治体間交流(国際交流)関係資料」をもとに筆者作成

推定式に関して、分析対象を2008年と2014年における都道府県とし、以下の要領でデータを充当してパネルデータを作成した。被説明変数の T_{ij} は、国土交通省観光庁『宿泊旅行統計調査報告(各年版)』の国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数で充当した。説明変数の経済規模 GRP 、 POP 、 $Kankouhi$ は、内閣府『県民経済計算(各年版)』の県内総生産、総務省『住民基本台帳人口移動報告(各年版)』の推計人口、総務省『都道府県決算状況調(各年版)』の観光費(商工費)で充当した。観光費は、商工費に含まれている(商工費=商業費+鉱工業費+観光費)。商工費は各

都道府県の政策判断に基づく歳出であり、平均的な特性として、年々、鉱工業費の絶対数や比率は下がり、商業費や観光費の絶対数や比率が上がっている。各都道府県の政策判断を含む経済規模の指標として採用した。地域間の距離 Dis_{ij} は、発地（外国） i と着地（日本の都道府県の所在地） j の緯度・経度から算出した上で、国際線のある空港の有無を考慮して、1週間当たりの国際線の便数で均し、1便当たりの距離とした。発地に関して、中国は浦東国際空港、韓国は仁川国際空港に代表させている。さらに、地方公共団体の海外展開の長短や濃淡として、姉妹都市の提携、海外事務所の設置、職員の海外派遣、国際交流の実施、国際会議の開催などの有無や形態の違いを取り上げる。これらの事業項目のデータを CLAIR の Website から入手し、表 2 にしたがって指標化した上で、説明変数として充当した。

3.2 都道府県のパネルデータ分析の結果

表 3 は、パネルデータ分析（固定効果モデル）の推定結果である（注 2）。経済規模を見ると、着地の都道府県の人口規模 POP と観光費 $Kankouhi$ は、韓国、中国のどちらの関係でも有意に正で符号条件を満たしている。地域間の距離 Dis を見ると、韓国との関係では有意ではなく、中国との関係では有意に負で符号条件を満たしている。地方公共団体の海外展開の長短（姉妹都市の提携年数 $Year-SC$ 、海外事務所の設置年数 $Year-OO$ ）と濃淡（姉妹都市の提携数 $NoSC$ 、海外事務所の設置数 $NoOO$ ）を見ると、韓国との関係では有意ではなく、中国との関係では（ $NoSC$ 以外が）有意に正であった。姉妹都市に基づく地方公共団体の国際交流を見ると、文教交流（教育・文化・スポーツ・医療） EXC 、経済交流 EXE 、行政交流 EXG は、韓国、中国のどちらの関係でも有意ではなかった。

表 3 推定結果

①	韓国				中国			
	Coef.	Std. Err.	t	P> t	Coef.	Std. Err.	t	P> t
POP	14.961 ***	4.428	3.38	0.002	4.469	5.076	0.88	0.383
Kankouhi	0.654 ***	0.202	3.24	0.002	0.873 ***	0.240	3.63	0.001
Dis	-0.111	0.253	-0.44	0.662	-0.457 *	0.230	-1.98	0.053
Const.	-214.825 ***	63.895	-3.36	0.002	-64.200	73.342	-0.88	0.386
	R ² : overall = 0.3853				R ² : overall = 0.6353			
	Prob > F = 0.0012				Prob > F = 0.0000			
	Obs. = 94				Obs. = 94			
②	韓国				中国			
	Coef.	Std. Err.	t	P> t	Coef.	Std. Err.	t	P> t
POP	15.902 ***	4.982	3.19	0.003	6.234	4.955	1.26	0.215
Kankouhi	0.660 ***	0.207	3.18	0.003	0.896 ***	0.231	3.88	0.000
Dis	-0.097	0.261	-0.37	0.712	-0.135	0.267	-0.51	0.616
NoSC	0.030	0.338	0.09	0.929	0.964	0.719	1.34	0.187
Year-OO	0.118	0.307	0.39	0.702	0.308 *	0.169	1.82	0.076
Const.	-228.733 ***	72.203	-3.17	0.003	-94.472	71.913	-1.31	0.196
	R ² : overall = 0.3851				R ² : overall = 0.6266			
	Prob > F = 0.0024				Prob > F = 0.0000			
	Obs. = 94				Obs. = 94			

表 3 推定結果 (続き)

③	韓国				中国			
	Coef.	Std. Err.	t	P> t	Coef.	Std. Err.	t	P> t
POP	14.825 ***	4.918	3.01	0.005	7.367	5.034	1.46	0.151
Kankouhi	0.657 ***	0.210	3.13	0.003	0.997 ***	0.224	4.46	0.000
Dis	-0.105	0.291	-0.36	0.721	-0.023	0.245	-0.09	0.926
NoSC	-0.210	0.385	-0.55	0.589	1.095	0.710	1.54	0.131
NoOO	-0.451	0.716	-0.63	0.532	0.897 ***	0.293	3.06	0.004
EXC	-0.011	0.167	-0.07	0.946	-0.067	0.179	-0.37	0.711
EXE	0.075	0.216	0.35	0.73	-0.232	0.167	-1.39	0.174
EXG	0.218	0.170	1.28	0.207	-0.073	0.158	-0.46	0.645
Const.	-212.762 ***	70.857	-3.00	0.005	-112.908	73.138	-1.54	0.131
	R ² : overall = 0.3801				R ² : overall = 0.6288			
	Prob > F = 0.0231				Prob > F = 0.0000			
	Obs. = 94				Obs. = 94			
④	韓国				中国			
	Coef.	Std. Err.	t	P> t	Coef.	Std. Err.	t	P> t
POP	14.129 ***	4.518	3.13	0.003	11.527 ***	4.162	2.77	0.008
Kankouhi	0.687 ***	0.204	3.36	0.002	0.635 ***	0.195	3.26	0.002
Dis	-0.104	0.260	-0.40	0.690	0.273	0.209	1.31	0.199
Year-SC	-0.239	0.247	-0.97	0.339	3.932 ***	0.815	4.82	0.000
NoOO	-0.494	0.686	-0.72	0.476	0.500 **	0.243	2.06	0.046
EXG	0.214	0.130	1.64	0.108	0.083	0.130	0.64	0.526
Const.	-202.745 ***	65.299	-3.10	0.003	-181.238 ***	60.909	-2.98	0.005
	R ² : overall = 0.3778				R ² : overall = 0.6064			
	Prob > F = 0.0047				Prob > F = 0.0000			
	Obs. = 94				Obs. = 94			

注：***は 1%水準、**は 5%水準、*は 10%水準で有意であることを示している。

出所：筆者作成

推定結果を踏まえて、以下のことを知見としてあげることができる。第 1 に、観光費 **Kankouhi** の効果が、韓国、中国のどちらの関係でも確認されたことから、都道府県の政策判断による観光振興に関係した着地（日本）側のハードやソフトの整備が一定の役割をはたしているものと推察できる。第 2 に、地方公共団体の海外展開の効果は、韓国との関係では確認されなかったが、中国との関係では海外展開の長さ（姉妹都市の提携年数 **Year-SC**、海外事務所の設置年数 **Year-OO**）と濃度（海外事務所の設置数 **NoOO**）のどちらでも確認されたことから、地方公共団体の海外展開が、中国との関係で姉妹都市の提携と海外事務所を軸に、一定の政策的な効果を発揮しているものと推察できる。一方で、韓国と中国で結果が異なった理由は、地方公共団体の海外展開の方針の違いにあるのではないだろうか。地方公共団体の海外展開は、亀山・侯（2016）にあるように、姉妹都市の提携や海外事務所の設置に関して、相手国を絞って実態のある交流を実施しているところもあれば、そうではないところもある。た、豊田（2016）にあるように、当初の親善友好から文化・教育交流と経済交流の段階に進んでいるが、予算や人材の制約もあり経済交流を実効できる地方公共団体は限られている（注 3）。再び表 1 を見ると、地方公共団体の海外展開は、姉妹

都市の提携数を見ても、海外事務所の設置数を見ても、韓国でよりも中国の方が活発であり、倍近く差が付いていることがわかる。韓国との関係では、地方公共団体の海外展開が西日本地域に偏っていることがわかる。このことは、姉妹都市の提携数で顕著であり、近畿以西の西日本地域で韓国が 58.9%、中国が 45.1%となっている。さらに、韓国人旅行者は個人旅行が中心^(注4)になっていることもあり、地方公共団体の海外展開の効果は少ないものと推察できる。第3に、中国との関係では、地方公共団体の海外展開の効果は、その長さや濃度のどちらでも確認された。地方公共団体の海外展開は、発地である現地（海外）において着地である旅行先の地域名の普及とともに旅行先の魅力度を高めることで、着地ポテンシャルである魅力度を高め、インバウンドの誘致（旅客流動量）に影響を与えているものと推察できる。このような環境の醸成のためには、一定の時間が必要であるということが示唆された。

4. おわりに

本稿では、地方公共団体の海外展開の中でも、姉妹都市の提携、海外事務所の設置、職員の海外派遣、国際交流の実施などの有無や形態の違いを取り上げて、これらを指標化した上で、地方公共団体の海外展開の長短や濃淡が、東アジア地域からのインバウンドにどのような影響を与えているのかを分析してきた。

分析結果から、都道府県の政策判断による観光振興に関係した歳出である観光費の効果が、韓国、中国のどちらの関係でも確認された。地方公共団体の海外展開の効果は、韓国との関係では確認されなかったが、中国との関係では姉妹都市の提携年数、海外事務所の設置年数、海外事務所の設置数という海外展開の長さや濃度のどちらでも確認された。一方で、地方公共団体の国際交流の効果は、韓国、中国のどちらの関係でも確認されなかった。これらのことから、地方公共団体の海外展開は、姉妹都市の提携や海外事務所の設置を軸に、中国との関係で、インバウンドの増加に影響を与えることで、一定の政策的な効果が発揮されていることが確認された。

本稿の分析結果から、2008年と2014年における都道府県の平均的な傾向ではあるが、地方公共団体の海外展開は、一定の時間のもとで効果を発揮していることが示唆された。このことは、インバウンドの誘致に関して、VJC以前、古くから姉妹都市の提携に代表される海外展開を実施してきた地方公共団体が有利に展開できているということでもあるが、数々の試行錯誤をともなう時間や苦勞の結果でもある。政策的含意をあげると、VJC以後、海外展開を始めた地方公共団体は、成果を得るためには時間や苦勞がかかるということを理解した上で、先行している地方公共団体の事例を見習いながら、発地で地道な情報発信を続けていく覚悟が必要であろう。

注

(注1) 国土交通省観光庁(2014)の国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数(平成25年1~12月)を見ると、岡山県43,770人、広島県70,740人に対して、長崎県239,330人、大分県355,530人、宮崎県256,420人、鹿児島県144,070人となっている。

(注2) 主要な推定結果であり、表3の変数の中で報告していないものもある。

(注 3) 国土交通省観光庁 (2015) の旅行手配方法にもあるように、団体ツアーでの来訪と団体ツアーでない来訪 (個人旅行) の比率は、韓国が 13.8% : 86.2%、中国が 35.6% : 64.4%である。

(注 4) 加えて、豊田 (2016) は、中国の姉妹都市の提携では、中国の国家戦略もと経済交流を目的とした姉妹都市の提携が優先的に許可されているということを指摘している。なお、国際交流基金日米センター (2006) によると、姉妹都市の提携に基づく国際交流に関して、日本とアジア各国は“自治体主導型”であり、日本と欧米諸国は“市民団体主導型”であるということである。

参考文献

- 宇都宮浄人 (2016) 「インバウンド観光の地域間格差の実態と背景—「宿泊旅行統計調査」の実証分析—」『運輸と経済』76 (7), pp. 128-136.
- 亀山嘉大・侯鵬娜 (2016) 「インバウンドの拡大と地方公共団体の情報発信—中四国・九州地域の事例から—」『経済地理学年報』62 (3), pp. 191-209.
- 国際交流基金日米センター (2006) 『姉妹都市交流ブックレット—あなたの町の国際交流をより元気にするために—』国際交流基金日米センター
(<https://www.jpfi.go.jp/cgp/info/publication/pdf/sistercity/booklet.pdf>).
- 国土交通省観光庁 (2008) 『平成 20 年度 観光の状況』国土交通省観光庁
(<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/kankou-hakusyo/h21/images/01.pdf>).
- 国土交通省観光庁 (2011) 『観光圏整備事業のノウハウに関する基礎資料』国土交通省観光庁
(<http://www.mlit.go.jp/common/000161119.pdf>).
- 国土交通省観光庁 (2014) 『宿泊旅行統計調査報告 (平成 25 年 1~12 月)』(平成 26 年 6 月).
- 国土交通省観光庁 (2015) 『訪日外国人の消費動向—訪日外国人消費動向調査結果及び分析—』(平成 26 年 年次報告書).
- 清水伊織・祖田亮次 (2005) 「北海道におけるアジアからのインバウンド・ツーリズム」『北海道地理』80, pp. 25-39.
- 清水哲夫 (2010) 「地域連携効果を考慮した訪日外国人宿泊数予測モデルの構築」第一回 観光統計を活用した実証分析に関する論文 (観光庁長官賞受賞論文).
- 清水哲夫・川口高志 (2007) 「訪日観光市場における地域連携効果に関する基礎的研究」『第 36 回 土木計画学研究・講演集』(CD-ROM).
- 清水哲夫・橋川淳・谷道奈穂 (2009) 「連携効果を考慮した訪日外国人の宿泊地選択モデル」『第 39 回 土木計画学研究発表会・講演集』(CD-ROM).
- 高橋清・五十嵐日出夫 (1990) 「観光スポットの魅力度を考慮した観光行動分析と入込み客数の予測」『土木計画学研究・論文集』8, pp. 233-240.
- 豊田哲也 (2016) 「姉妹都市提携の変容と展望」『国際教養大学アジア地域研究連携機構研究紀要』2, pp. 9-22.
- 早川伸二・後藤孝夫 (2010) 「交通アクセスの改善が観光地の入込客数に与える影響—幹線交通の

- 整備による効果を中心にー』『交通学研究 (2009 年研究年報)』 53, pp. 135-144.
- 菱田のぞみ・日比野直彦・森地茂 (2012) 「訪問地選択の多様性に着目した訪日中国人旅行者の居住地別観光行動の時系列分析」『土木学会論文集 D3 (土木計画学)』 68 (5), pp. 667-677.
- 日比野直彦・森地茂・島田貴子 (2011) 「居住地域別訪日中国人旅行者の日本国内における観光行動ーインバウンド戦略検討のための基礎的分析ー」『交通学研究 (2010 年研究年報)』 54, pp. 55-64.
- 松永裕巳 (2005) 「九州における観光推進体制の変化についてーインバウンド振興を中心にー」『関門地域研究』 14, pp. 61-77.
- 溝上章志・朝倉康夫・古市英士・亀山正博 (2000) 「観光地魅力度と周遊行動を考慮した観光交通需要の予測システム」『土木学会論文集』 639, pp. 65-75.
- 森川高行・竹内博史・加古裕二郎 (1991) 「定量的観光魅力度と選択し集合の不確実性を考慮した観光目的地選択分析」『土木計画学研究・論文集』 9, pp. 117-124.
- 森本裕 (2014) 「交通アクセス改善が観光サービス産業に与える影響」『応用地域学研究』 18, pp. 29-40.