

## SS 1 4 観光協会業務の理解

執筆者：川野美和氏（社団法人日本観光協会）

観光協会には、社団法人、財団法人、任意団体等、様々な形態があります。特に都道府県や市町村といった自治体、そして地域の観光関連事業者等と連携しながら、地域づくりや人材育成、観光情報の発信拠点としての役割を担っています。ここでは、観光産業の仕組みにおける観光協会の位置づけや機能・役割、具体的な業務について理解します。

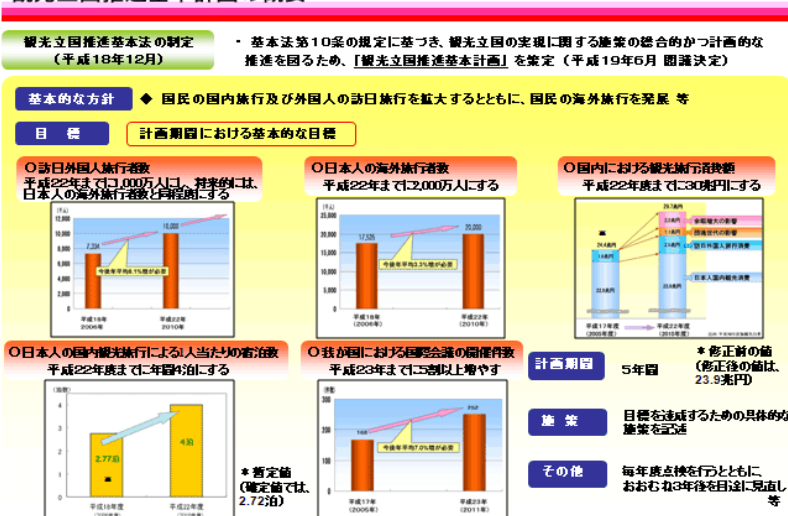


### 1、重要な産業政策としての「観光」

平成 19 年 1 月、国は、国民が誇りと愛着を持てる活力に満ちた地域社会の実現、並びに観光立国の実現を目標とした観光立国推進基本法を施行、同年 6 月には「観光立国」の実現に関する具体的な政策をとりまとめた観光立国推進基本計画を閣議決定し、観光は我が国の経済発展、地域活性化のための重要な産業政策の柱として明確に位置づけられることとなりました。

観光立国推進基本計画は、平成 19 年度から 23 年度までの 5 年間で観光立国に関する数値目標を達成するため、国土交通省を中心に「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を基本として、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成、観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興、観光旅行の促進のための環境の整備を 4 つの柱に、具体的な取り組みを推進するものです。計画の実現にあたっては、国全体での推進、官民の協力体制をもとに総合的かつ計画的に取り組むことが不可欠だとして、平成 20 年 10 月 1 日、国土交通省に観光庁が設立されました。

#### 観光立国推進基本計画の概要



## 観光庁の意義

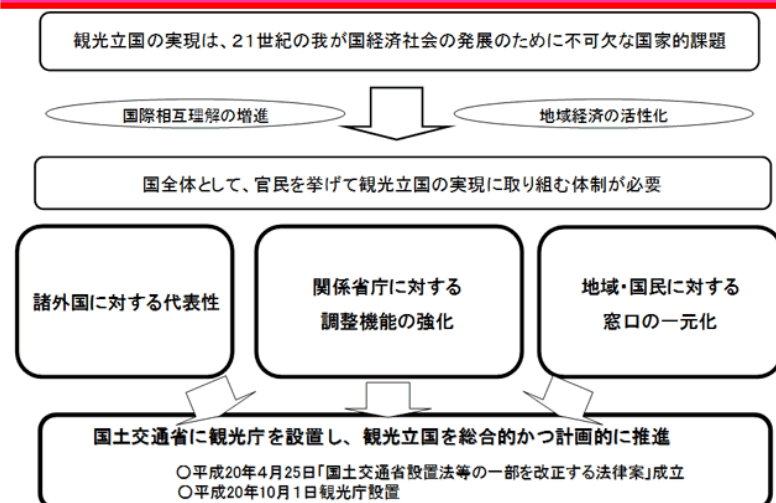


図1：観光庁ホームページより引用

## 2、観光の形態の変化

従来、観光は国や地方自治体、それに関わる団体や事業者など観光関係団体事業が関わるものだと思われていましたが、最近では観光施設や自然風景だけでなく、地域の持つありのままの魅力、人との触れ合いや日常生活も観光資源と考えられるようになるなど、観光の捉え方が多様化しています。旅行形態についても、学校や会社での団体旅行が減少し、家族や友人、小グループで旅行に行く人が増えており、旅行内容も体験、活動、学習型へと変化が見られます。それらの変化を受け、ツアーの出発地を基本とした発地側が造成する商品の質も変わってきており、発地側が着地からの詳細な情報を求めるようになってきているため、着地情報が重要視されるようになってきています。このように観光の捉え方や旅行形態が変化する中で、観光関係事業者だけでは、観光客の多様化するニーズに対応できなくなっており、地場産業や農村漁業を始め地域住民等と協力しながら観光を振興していくことが必要です。

## 3、観光協会とは

「観光辞典」によると、観光協会は、「観光協会または観光連盟は、国や地方自治体などの公的機関と、営利を目的とする民間企業との中間的な存在として、公益的な観光事業を推進する目的で設立される団体です。全国を活動の対象地域とする中央組織（日本観光協会）と、各都道府県または市町村内を主な活動範囲とする地方組織（地方観光協会）とがあり、いずれも地方自治体、観光関係団体、企業等を会員として構成されている。地方組織のうち都道府県におけるものは1992（平成4）年度以後47団体全てが法人格（社団法人46、財団法人1）を有するようになり、一定の組織体制が整えられましたが、市町村におけるものは、政令指定都市等の一部を除いて、その多くが任意団体であり、組織の基盤は「地元行政に依存している」として位置づけられています。現在は、都道府県における観光協会は、37が社団法人、10（うち一般財団法人1）が財団法人です。運営形態や活動地域により、その機能・役割は様々です。

## 4、社団法人日本観光協会の役割

前述のように、「観光立国」の実現に向け、国をあげての観光政策が推進される中、全国を活動地域として観光振興に取り組む(社)日本観光協会が果たす役割も重要となってきています。

(社)日本観光協会は、観光産業に関する中枢機関として、観光旅行の安全の確保、利便の増進及び容易化等のために必要な事業を行うことで、地域経済、観光産業の発展、国民の生活・文化の向上に寄与し国際親善に資することを目的とし、地方公共団体、観光協会、観光関係団体、鉄道、航空、観光関連企業等全国約 750 の観光関係者を会員として組織されている社団法人です。

主な事業として、観光地域づくりの推進、広域観光の推進、旅フェアの開催、人材の育成、広報事業、観光情報ネットワークの整備、訪日外国人観光客の誘致( ) (台湾) さらに総合研究所を設け地方自治体等が行う観光基本計画の推進や地域振興に関する事業等について支援協力を行っています。

訪日外国人観光客 外国から観光で日本を訪れることを意味し、インバウンドとも言います。外国からの訪日旅行者を増やすことが、国際理解の促進や日本の経済効果等に繋がるとして、国においては、平成 14 年からビジットジャパンキャンペーン事業(VJC)を実施しています。外国人が旅行しやすい環境整備や国内外における様々なキャンペーン等を実施することで訪日旅行を推進しています。

### 1) 観光地域づくりの推進

優秀観光地づくり賞・花の観光地づくり大賞等、地域住民が協力して優れた観光地づくりを行っている地域を表彰する顕彰事業により、観光地域づくりを支援する他、産業文化財・生産現場を通じて、ものづくりの心に触れる産業観光、フラワーツーリズム等に関しフォーラム、ワークショップ等の開催、健康回復・維持・増進を図るための観光旅行としてのヘルスツーリズム等の、ニューツーリズム(新しい旅のスタイル)の推進による地域づくりを支援しています。



## 2) 旅フェア

「国内旅行の需要喚起」を主な目的に、全国の地方公共団体・観光協会や観光関連企業が一堂に会し、旅することの楽しさや国内観光資源の魅力伝える国内最大級の旅の総合見本市としての「日本観光博覧祭 旅フェア」を毎年開催、業界関係の相互理解の促進を図るビジネスプログラムも実施しています。



## 3) 情報提供

都道府県・市町村等の協力を得て、約 16 万件の観光資源、観光施設等についての基礎情報、季節情報を収集し、インターネット（全国地域観光情報センター全国旅そだん）をはじめ一般消費者向けに広く情報発信しています。収集した観光情報は旅行会社や航空会社、地図会社、カーナビ、携帯情報端末、携帯電話等に観光情報を提供する会社等により幅広く活用されています。



全国地域観光情報センター 全国旅そだん  
<http://www.nihon-kankou.or.jp/index.html>

#### 4) 総合研究所

観光に関するコンサルタント業務や調査研究業務等を行い、全国各地の観光振興や観光の基礎的研究等に貢献しています。観光振興アドバイザー派遣事業や人材育成支援事業、観光振興のためのビジネスモデルの構築等の観光振興活性化事業等を行うとともに、国民の観光に関する動向調査を（昭和39年より）実施しており、観光の基礎資料として広く活用されています。



#### 5、地方組織としての観光協会の業務

地方の観光協会の業務は、都道府県レベル、市町村レベルで規模や内容等が異なってきますが、一般には行政や企業が単独では実施し難い観光イベントや観光展等のキャンペーン事業、広報宣伝事業、観光案内所の運営等を行っています。

旅行形態の変化や訪日外国人観光客の増加に伴い、観光協会の業務も変化しており、主な事業としては、観光パンフレットの作成・配布等の事業、修学旅行誘致に係る事業、国のビジット・ジャパン・キャンペーンを受けた訪日外国人観光客誘致（インバウンド）事業、観光資源の開発や人材育成等のまちづくり、観光アドバイザーの派遣、旅行エージェント・マスコミモニターツアー等を行うようになっていきます。

##### 1) 観光イベントや観光展等のキャンペーン事業

地域活性化、観光客誘客等を目的として開催される祭りやシンポジウム、フォーラム等の観光イベントの企画実施・支援や、県外で行われる観光展、物産展、イベント等へ参加・協力することで、他地域の人々に対し、地域の観光PRを行っています。



写真：シンポジウムの事務局



写真：観光展でのPR

## 2) 観光パンフレットの作成・配布

日本人観光客の誘客とともに訪日外国人観光客にも対応できるように、英語・中国語・韓国語等の多国語のパンフレットや、観光施設情報だけでなく口コミ情報や穴場スポット、体験可能施設の情報を掲載するなど、観光客の多様化するニーズに応えられるよう内容の充実したパンフレットを作成し、観光情報センター、観光案内所、宿泊施設やイベント会場等で配布しています。

参考：旅行に出かける前の情報源について、家族・友人の話（37.9%）が一番多く、次いでインターネット（37%）、パンフレット（33.6%）、ガイドブック（32.1%）となっています。

インターネット内訳は、インターネットでの広告（19.2%）、インターネットでの書き込み情報（15.7%）、ブログからの情報（2.1%）

（社）日本観光協会 平成20年度調査

## 3) 観光案内所等の運営

地域の観光の玄関口である観光案内所や観光施設の管理運営を行っています。特に観光案内所では当地を訪れた観光客へのきめ細かい情報発信が要請されます。



写真：観光客への情報提供



写真：観光案内所の様子

## 4) 修学旅行誘致

継続性、経済波及効果、地域を理解し将来のリピーターに繋がる可能性があることなどから、修学旅行誘致が積極的に行われています。修学旅行誘致に向けた取り組みとしては、現在の修学旅行が体験学習を求めている傾向を踏まえて、地域カラーを出した体験型紹介冊子の作成、関係機関の訪問などの広報活動等を行っています。

さらに、最近では、国内の修学旅行誘致だけでなく、海外（台湾・香港・韓国等アジア圏等）からの訪日教育（修学）旅行誘致も積極的に行われています。



写真：訪日教育旅行視察団受入



写真：日台教育旅行交流座談会

## 5) 訪日外国人観光客誘致（インバウンド）事業

平成 14 年、日本人の海外旅行者が約 1,600 万人であるのに対して、日本を訪れる外国人旅行者は、その 3 分の 1 以下である約 500 万人に過ぎないことから、その格差を是正しようと、国においてはピジット・ジャパン・キャンペーン事業が実施され、海外からの観光客誘致に取り組んでおります。

この動きを受け、地方においても、積極的に訪日外国人観光客誘致（インバウンド）事業が行われるようになりました。まず、情報発信方法として有効であるホームページを英語だけでなく、繁体字（台湾）簡体字（中国）韓国語と、数カ国語に渡って翻訳しているところも少なくありません。その他に、海外旅行エージェントやマスコミ関係者の視察受け入れ、観光説明・商談会や国際観光展への出展等の海外プロモーションの実施等が行われています。



写真：台北国際旅行博（ITF）の様子



写真：マスコミ関係者の視察受入

## 6) まちづくり

各地域において魅力ある観光地域づくりが推進される中、観光協会もまちづくりの中心的な存在として様々な事業を行っています。まちづくりを成功させるには、地域住民、民間団体、自治体が一体となって取り組むことが重要です。

### (1) 観光資源の開発

観光資源になりうる可能性があるにもかかわらず埋もれていた資源に光を当てることで、新たな観光資源としてPRしたり、新商品の開発を行うなど、魅力ある観光地づくりを進めています。

### (2) 歴史・自然・文化の保存、活用

歴史的建造物や古い町並みの保存・活用、古くから伝わる祭りなどの文化、自然を維持し、観光資源としてPRしています。古い建物を、ミニコンサートやギャラリーの場として使用

している地域や、地域を支えてきた地場産業の工場や製品を産業観光として活用している地域もあります。

### (3) 環境づくり

まちづくりを進める上で、受入態勢の整備も必要となります。そこで、観光協会や自治体は、地域住民や民間団体では対応しきれない観光客増加に伴う公共のトイレの増設や案内看板の設置、交通アクセスの利便の増進、観光施設の老朽化に伴う修理など景観や環境等に十分に配慮した受入態勢の整備を行います。

### (4) 人材育成

観光協会では、次世代のまちづくりを担う人材の育成のため、セミナーや講座等を実施しています。特に、地域の顔として観光客を迎え、歴史・文化・食生活など地域独自の魅力を伝える観光ボランティアガイド等の存在が重要視されるようになり、観光ボランティアガイドの事務局や、連絡協議会の事務局を担っている観光協会等は、質の高いボランティアガイドの育成にも力を入れています。



写真：研修会の様子



写真：観光ボランティアガイド全国大会

## 6、まとめ

観光立国の実現に向け、平成20年10月に発足された観光庁では、2泊3日以上滞在が可能な「観光圏」を形成し、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進する「観光圏整備法」、観光振興に取り組む民間組織を支援する「観光ルネサンス補助制度」、総務省では、魅力ある地方に生まれ変わるために独自のプロジェクトを考え取り組む地域に対して「がんばる地方応援プログラム」等を実施しております。このような政府の動きを受け、(社)日本観光協会は、地域における観光振興をさらに進めようと、観光関係団体等と協力しながら、各地における魅力あるまちづくりの支援やニューツーリズムの推進を行っております。そして、地方組織の観光協会は、観光パンフレット作成・配布や観光案内所での業務だけでなく、観光資源の開発や人材育成、受入態勢整備等のまちづくりや訪日外国人観光客誘致(インバウンド)等の様々な事業に取り組むようになりました。さらに、観光の形態が変化し、地域が持つ着地情報が重要視されるようになったことで地方の観光協会による効果的な情報発信が求められるようになるなど、同観光協会が果たす役割はさらに重要になってきております。

また、観光振興を図る上で、従来の行政単位を超えた広域連携は欠かせない要素となり、自治体、観光協会、民間組織等をメンバーとする広域連携組織が設立され、観光展でのPRを始め、広域観光ルートの設定、情報発信、訪日外国人観光客誘致(インバウンド)事業等が実施されております。現在は、(社)北海道観光振興機構、東北観光推進機構、中部広域観光推進協議会、関西広域機構、中国地域観光



推進協議会、四国ツーリズム創造機構、九州観光推進機構が設立されています。

このように、国の目標とする観光立国の実現のために、新たな組織が作られるなど様々な動きが見られますが、観光協会は、地域づくり・まちづくりの重要な一員として、また、民間企業と公的機関の中間的な存在として、そして観光のプロとして先頭にたって観光の推進に努めております。

**【参考資料】**

観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/index.html>

観光辞典（(社)日本観光協会発行）