平成２８年度地域経済産業活性化対策調査事業

先進的取組の普及による関西における外国人受入環境整備の促進に関する調査報告書

平成２９年２月

経済産業省近畿経済産業局

目　次

要約編

本　編

序 はじめに …… 1

1 調査の背景と目的 …… 1

2 調査の視点と分野の設定 …… 2

3 調査フロー …… 4

Ⅰ 外国人受入環境整備の取組動向 …… 6

1 国内外の外国人観光客の受入環境整備の取組動向 …… 6

1-1 海外の地方における観光地づくり …… 6

1-2 国内におけるインバウンド観光への取組事例 …… 28

2 外国人の居住・生活環境整備の取組動向 …… 45

2-1 住み心地の良い生活環境づくり …… 45

2-2 学び、働き、活躍できる環境づくり …… 53

Ⅱ 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」 …… 57

1 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」の概要 …… 57

2 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」の募集、評価、選定の流れ …… 61

3 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」の評価基準の設定 …… 62

4 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」優良応募事例の事業・活動概要 …… 63

Ⅲ 優良応募事例にみる外国人受入環境整備への取組みと課題 …… 66

1 訪日観光客の取込みに係る取組事例の特徴とポイント …… 66

2 在住外国人の居住・生活サポートに係る取組事例の特徴とポイント …… 75

3 取組事例にみる外国人受入環境整備上の課題 …… 77

Ⅳ 関西における外国人受入環境整備促進方策の検討 …… 81

1 訪日観光客の取込みに係る促進方策 …… 81

2 外国人の居住・生活環境整備への促進方策 …… 87

結 おわりに …… 89

資料編

資料１ 優良事例基準策定委員会・優良事例検討委員会委員名簿 …… 90

資料２ 委員会及び優良事例一次評価ワーキンググループの開催概要 …… 91

資料３ 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」優良事例集 …… 95

資料４ 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」募集要項 …… 128

－要　約　編－

平成２８年度地域経済産業活性化対策調査事業「先進的取組の普及による関西における外国人受入環境整備の促進に関する調査」報告書（要約版）

調査の背景と目的

1. 背景

・訪日観光客が急増する中（2016 年：約 2,404 万人、旅行消費額約 3.7 兆円）、その経済効果を関西へ波及させるためには、関西における外国人受入環境整備の促進が重要。

・関西経済連合会では、2015 年 6 月、観光分野のみならず、関西への投資や留学生の増加等幅広い分野における外国人のニーズを共有し、魅力向上方策を地域全体で議論するため、国の機関等で構成する「はなやか KANSAI 魅力アップフォーラム」（以下、フォーラム）を設置。

・近畿経済産業局では、2015 年度より、フォーラムでの議論活性化のため、研究会を設置し、関西のさらなる魅力向上に向けた方策をフォーラムに提言した他、関西における外国人受入環境整備に係る 112 の先進事例を発掘し、事例集としてとりまとめ、HP で広く周知。

・2016 年 2 月開催のフォーラムにおいて、地域に数多く潜在する先進事例を発掘し、優良事例を表彰して広く周知するアワードの創設を提案。

2. 目的

・関西を拠点とする外国人受入環境整備に係る事業・活動を広く募集し、先進モデルとなる優良事例を発信・周知することによる、ゴールデンルート以外の幅広い地域における外国人受入環境整備への機運醸成。

Ⅰ　外国人受入環境整備の取組動向

1. 国内外の外国人観光客の受入環境整備の取組動向

・訪日観光の多くは、東京、富士山、大阪、京都といった「ゴールデンルート」にとどまる。

・欧米の先進諸国では、「グリーン・ツーリズム」や「産業観光」が広く受け入れられている。

・我が国の地方でも、農林漁業体験・滞在型観光等によるインバウンドへの取組が散見される。

1-1　海外の地方における観光地づくり

（1）魅力ある観光資源の創造

・街並みの景観や文化財の保全・保護を図り、観光資源としての磨きをかけ、観光客を誘客（欧米）

・自然資源保護に配慮しつつ、来訪者が滞在できる施設を用意し、来訪者のニーズに合わせた学習ツールやツアーを提供（欧米）

・農村の良さを保存しながら生活を豊かにする資源として「グリーン・ツーリズム」を重視（フランス）

（2）国際観光地づくりの「舵取り役」DMO

・国・地域レベルの DMO がマーケティングを含めた中長期のインバウンド観光戦略を実施する上で大きな役割を担う（欧米）

（3）観光クラスターの形成

・地域の観光局と地域共同体が中核的プレーヤーとして観光振興のための活動を展開（スイス）

1-2 国内におけるインバウンド観光への取組事例

（1）国際グリーン・ツーリズム

・国内旅行者に加えて、訪日観光客への日本の農山漁村の魅力を味わう環境整備と発信により、外国人受入環境を整備

（2）クールジャパン資源の観光への活用

・コンテンツ・音楽・伝統的工芸品等のクールジャパン資源を観光に活用

（3）観光地間が連携した長期滞在が可能な魅力あるルート形成

・テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地の連携・ネットワーク化による訪日観光客の滞在日数に対応した受入環境整備

（4）関西におけるDMOの動き

・広域連携 DMO 1 件（（一財）大阪湾ベイエリア開発推進機構）、地域連携 DMO 12 件、地域 DMO 7 件（2017 年 1 月現在の登録数）

・2017 年 4 月に、広域連携 DMO として、「（一財）関西観光本部」が設立予定

2. 外国人の居住・生活環境整備の取組動向

2-1　住み心地の良い生活環境づくり

・在住外国人等が安心して暮らすための、居住、医療、防災、子弟の教育、宗教文化面等でのきめ細かな生活や暮らしのサポート

2-2　学び、働き、活躍できる環境づくり

・留学生への生活支援や交流の場づくり、アルバイトや就職支援など学びを支える環境づくり

・対日投資や起業家人材の呼びこみなどの外国人が活躍できる環境づくり

【パラドール】
古城や貴族・領主の館、あるいは由緒ある修道院を一流ホテルとして整備したスペイン国営のホテルチェーン。スペイン全土 94 にまで拡大。（出典：「イベロ・ジャパン」HP）

【フランスの最も美しい村】
1982 年発足の「フランスの最も美しい村協会」により、2017 年現在、153 村を登録。
（出典：「フランスの最も美しい村巡り MAP」）

【地域資源を活かしたソーシャル・ツーリズムビジネスの創出】
飛騨地域の特徴である家屋、食文化、自然を体験できる様々なツアーを企画
（出典：美ら地球「SATOYAMA EXPERIENCE」）

【ものづくり見学観光】
新潟県三条市・燕市では、金属加工等の産業集積地として、ものづくりの現場の見学を通じた工場の魅力を体感する観光の取組を実施
（出典：「燕三条工場の祭典」HP」）

【おうみの多文化共生地域づくり推進事業～住居関連多言語資料の作成】
外国籍住民が住居探しの際に言葉や制度の壁が低くなるよう「民間賃貸住宅Q＆A」を作成。（出典：「滋賀県国際協会」HP）

【京都留学生情報サイトの開設】
留学生に役立つ情報を一元的にとりまとめたホームページ。日本語、英語、中国語、韓国・朝鮮語の４言語対応。（出典：「京都市国際交流協会」HP）

Ⅱ　「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」

1. 概要

・インバウンド観光需要の取込みや在住外国人の居住・生活サポートに寄与する事業・活動のうち、先進モデルとなり得る取組みを優良事例としてフォーラムに推薦。フォーラムにおいて表彰し、広く周知・発信することにより、他地域における外国人受入環境整備に係る取組みの展開を促進。

2. 実施スケジュール

8～10 月	優良事例評価基準の策定 ・優良事例基準策定委員会の開催（2回）
10 月～11 月	先進事例の発掘 ・ウェブサイトの構築により案件を広く募集
11 月～12 月	先進事例案件の審査と取組内容の深堀 ・応募案件の書面審査 ・先進モデルと想定される案件の現地審査
12 月～1月	先導モデルとなる優良事例の評価 ・在住外国人による優良事例一次評価 WG の開催（1回） ・優良事例検討委員会の開催（1回）

3. 募集対象のテーマ・分野

テーマ		分野
訪日観光客の取込みに係る事業・活動	テーマ①観光・訪日客を誘引する関西のさらなる魅力づくり	❶観光情報の発信・プロモーション
		❷観光商品・サービスの造成
		❸観光地づくりへの体制整備
		❹観光人材の確保・育成
在住外国人の居住・生活サポートに係る事業・活動	テーマ②住み心地の良い生活環境づくり	❶きめ細かな生活サポート
		❷コミュニティ・交流
	テーマ③学び、働き、活躍できる環境づくり	❶学び、活躍できる環境づくり
		❷ビジネスのしやすい環境整備

4. 優良事例の評価基準

（1）優れた事業・活動を目指す理念、訪日・在住外国人のニーズに応えるための着眼点や方法

（2）新しい独自の観点、新規性・独創性

（3）事業継続可能な運営体制等の事業・活動を展開・発展させる仕組み

（4）地域経済の活性化、雇用の創出等の波及効果

（5）地域イメージの向上や地域との親和性等の社会的効果

（6）他地域の参考となり、広く応用・展開できるモデル性

5. 募集日時・概要

募集期間：2016 年 10 月 14 日　～　11 月 11 日

平成２８年度地域経済産業活性化対策調査事業「先進的取組の普及による関西における外国人受入環境整備の促進に関する調査」報告書（要約版）

Ⅲ 優良応募事例にみる外国人受入環境整備への取組みと課題

1. 訪日観光客の取込みに係る取組事例の特徴とポイント

(1)クールジャパン資源を活用した訪日観光客の取込み	我が国の文化・ライフスタイルが、外国人にとって「クール（かっこいい）」と捉えられるクールジャパンへの近年の高評価を背景として、日本の伝統芸能である「能」のインバウンド展開、伝統的な菓子「金平糖」や「日本酒」のものづくり観光の展開が見られた。
(2)日本の食・食文化を体験する訪日観光客の取込み	日本の食・食文化への関心の高まりを背景に、寿司職人体験学校やハラール対応和食料理教室による日本の食・食文化を体験したい訪日観光客の取込みが見られた。
(3)日本について深く知りたいニーズに対応した訪日観光客の取込み	日本を二度三度と訪れるリピーターの増加、旅行形態が団体から個人へとシフトしている傾向を背景として、日本について深く知りたい、交流体験をしたいといったニーズに対応し、グリーン・ツーリズム事業、古民家再生と本物の伝統文化の提供、京都の高付加価値・文化体験サービスの提供などによる訪日観光客の取込みが見られた。
(4)ふれあいの機会へのニーズに対応した訪日観光客の取込み	地域の生活や文化を体験し、住民との交流を楽しみたいという「滞在交流型」観光へのニーズを背景として、地域コミュニティとの交流や日常の生活に触れることのできるゲストハウスやディープな商店街の散策など、日本人との共生が感じられるサービスの提供による訪日観光客の取込みが見られた。
(5)移動や滞在の利便性に資する多言語対応の情報・案内を活用した訪日観光客の取込み	多くの訪日観光客が言語の壁を有することから、いつでも・どこでも入手しやすい多言語対応の情報・案内が必要不可欠である事を背景として、Wi-Fi 環境の拡大化によるインターネットの接続環境の向上に資する取組み、観光関連情報の多言語化整備、外国語によるサービス・情報を提供する接客支援ツールの開発・提供、また、音声翻訳システムや訪日観光客向けタクシー認定制度の実証実験の取組みが見られた。
(6)ムスリム・フレンドリーな環境整備による訪日観光客の取込み	ビザ要件の緩和や LCC の就航等による東南アジアからの旅行者の急増、マレーシアやインドネシアなどイスラム圏からのムスリム旅行者の増加見込を背景として、言語に依存せずに食の成分表示を実現するピクトグラムの開発と提供、ムスリム対応可能な飲食店、物販店、礼拝施設の情報が掲載されたマップおよびスマホアプリの開発と提供、ムスリムのインバウンドに関する事業支援による訪日観光客の取込みが見られた。
(7)常設のナイトエンターテイメントの提供による訪日観光客の取込み	我が国には、海外の観光都市のような夜に楽しめるエンターテイメントが少なく、訪日観光客がナイトライフを楽しめるエンターテイメント施設等の充実が求められていることを背景として、「ノンバーバルパフォーマンス」常設劇場でロングラン公演を行うことによる、観劇文化を持つ欧米人客を中心とした訪日観光客の取込みが見られた。
(8)医療ツーリズム事業の提供による訪日観光客の取込み	自国より医療水準の高い国へ行き、治療や検診などを受ける「医療ツーリズム」への関心の高まりを背景として、人間ドックへの需要の高い中国人富裕層をターゲットに、くつろぎの空間で同伴者も一緒に滞在できる医療ツーリズムの提供による訪日観光客の取込みが見られた。
(9)外貨両替サービスの提供による訪日観光客の取込み	我が国には、外貨両替所の数が少なく、空港や主要な商業施設・宿泊施設などの特定場所に限らており、簡易的に両替できるサービスが求められていることを背景として、近年の外貨両替業務に対するニーズの増加に対応して「自動外貨両替機」を他行に先駆けて導入するなど、外貨両替サービスの向上に資する事業による訪日観光客の取込みが見られた。

2. 在住外国人の居住・生活サポートに係る取組事例の特徴とポイント

(1)在住外国人へのきめ細かな生活支援	在住外国人が、安心・安全に暮らせるためには、多言語による情報提供や通訳、外国人の立場に立った相談・対応体制を一層充実させていくことが必要であることを背景として、子育てや教育に関わる日常生活全体をバックアップするきめ細かな相談・サービスの提供や、日本語学習の場と生活支援サービスの提供により、在住外国人が安心して暮らし、活躍するための支援を行う取組みが見られた。
(2)学び、活躍できる環境づくり	外国人留学生の日本での就職ニーズが高まる一方、活動開始時期や、期間、採用ステップなど日本独特の慣習に戸惑う留学生が多く存在することを背景として、留学生との顔の見える関係性を重視した、きめ細かな就職活動研修を実施することにより高い就職率につなげている取り組みが見られた。

3 取組事例にみる外国人受入環境整備上の課題

1. 訪日観光客の取込みに係る課題

(1)多言語対応、スタッフの語学力向上	訪日観光客を受け入れる上では、言葉の壁を払しょくするため、外国語での接遇、施設における案内表示・標識、音声案内、パンフレット、ICTツールなどの多言語化が必要であり、外国人が不安なく快適に滞在できるための多言語対応、スタッフの語学力向上が課題としてあげられている。
(2)観光商品・サービスの認知度向上	ターゲットを絞った観光商品・サービスの効果的な情報発信による認知度向上が課題としてあげられている。特に、個人客やリピート客の増加に伴う「モノ」から「コト」消費へのニーズに対応した効果的な訴求力の向上が課題となっている。
(3)観光商品・サービスの差別化	類似観光商品・サービスの出現やビジネスモデルの一般化が見られ始め、観光商品・サービスのより一層の差別化や模倣観光商品・サービスへの対応が課題となっている。
(4)観光商品・サービスの継続・拡大化	観光商品・サービスの提供頻度の拡大、定期・定例化、提供エリアの拡大など観光商品・サービスの継続・拡大化に向けた運営体制や収益確保などの課題があげられている。
(5)地域との連携・関係性の構築	訪日観光客の呼び込みによる相乗効果や地域への波及効果を向上させるため、地域との連携・関係性の構築が課題としてあげられている。

2. 在住外国人の居住・生活サポートに係る課題

安定した収益の確保	事業継続に必要な収益性の確保が不十分であり、安定した収益を確保できるビジネスモデルを確立していくことが課題となっている。

Ⅳ 関西における外国人受入環境整備促進方策の検討

1 訪日観光客の取込みに係る促進方策

＜課題＞	＜方策＞
①多言語対応、スタッフの語学力向上	訪日観光客の満足度を高めるコミュニケーションとおもてなしの一層の充実
②観光商品・サービスの認知度向上	ターゲットを絞った観光商品・サービスの効果的な情報発信
③観光商品・サービスの差別化	訪日観光客を誘引する“とがった”観光商品・サービスの提供と深化
④観光商品・サービスの継続・拡大化	優れた観光商品・サービスの事業拡大支援
⑤地域との連携・関係性の構築	日本版 DMO の活動展開等による地域の多様な関係者との連携・関係性の構築

(1)訪日観光客へのおもてなし研修事業の実施

地域住民の訪日観光客への対応に係る不安や懸念を丁寧に聞き取りながら、対応策を講じていく「おもてなし研修」、「おもてなしワークショップ」などを開催し、受入施設はもとより、地域やコミュニティの訪日観光客受入体制づくりを促進する。

(2)事業者間連携

訪日観光客を取り込む地域の宿泊施設や文化体験施設、芸術や芸能などのコンテンツを提供する事業者、地元商店街、地域産業従事者、地域づくりNPOなど地域の多様な主体の連携により、観光商品・サービス同士を関連づける「ストーリー性」のある多彩なメニューを造成して訪日観光客に特別な体験機会を提供し、誘客の相乗効果や地域内の経済循環を向上させる。

(3)関西国際観光推進本部を核とした官民一体となった取組み

2017 年 4 月に発足する広域連携DMO「（一財）関西観光本部」を核とする観光エリア間の連携により、各地域に存在する観光資源を相互に結びつけることで、個々の資源の魅力をより増強させることが可能となり、官民一体となった広域観光地づくりの推進による地域創生への効果が期待される。

2 外国人の居住・生活環境整備への促進方策

安定した収益の確保	・居住・生活サポート実施事業者と地域の他団体とのネットワーク強化 ・在住外国人の居住・生活環境整備に係る優れた事業・活動の周知

(1)居住・生活サポート実施事業者と地域の他団体とのネットワーク強化

生活支援等の事業者と地域の自治体や企業、大学・専門学校、国際化や多文化共生に係る NPO 等様々なセクターとの連携構築により、安定した収益を確保できるソーシャルビジネスとして確立させる。

(2)在住外国人の居住・生活環境整備に係る優れた事業・活動の周知

優れた事業・活動を行う実施主体への国や自治体による認定行為等により、ユーザーが安心して利用できるサービスを周知し、在住外国人の居住・生活サポート要請につなげる。

上記方策の実施、継続的な先進事例発掘及び優良事例の顕彰・周知を通して、関西及び国内他地域における外国受入環境整備の促進を期待。

－ 本　編 －

序　はじめに

1　調査の背景と目的

2016年の訪日観光客は2,404万人と急増し、外国人の旅行消費額は約3.7兆円に達しており、今後とも訪日観光客が増加していくことが期待されている。

その経済効果を関西へ波及させるためには、訪日観光客の受入環境の整備・充実を進め、さらなる魅力の向上を図っていくことが重要である。

そのため、関西経済連合会では、観光分野のみならず、関西への投資や留学生の増加等幅広い分野における外国人のニーズを共有し、魅力向上方策を地域全体で議論するため、国の機関等で構成する「はなやか KANSAI 魅力アップフォーラム」（以下、「フォーラム」）を2015 年6月に設置した。

近畿経済産業局では、フォーラムでの議論の活性化に資するため「はなやか KANSAI 魅力アップ研究会」を設置し、「生活」「ビジネス」「学び」「楽しみ」の４つの観点から関西のさらなる魅力向上に向けた方策を検討し、フォーラムに対して提言を行った他、関西における外国人受入環境整備に係る１１２の先進事例を発掘し、先進事例集としてとりまとめ、HP で広く周知しているところである。

（http://www.kansai.meti.go.jp/3-1toukou/charm-kansai/20160930hanayaka_examples_syukyaku.pdf）

2016 年2月 29 日に開催された第２回フォーラムでは、関西のさらなる魅力向上の推進による訪日観光客等の誘引を目的に、地域において数多く潜在する先進事例を発掘し広く周知するため、地域での外国人受入に関する機運醸成を図るアワードの創設が提案された。

外国人受入環境整備については、様々な機関において推進されているが、潜在している優良事例にスポットを当て、広く周知していくことにより、他機関での新たな外国人受入に係る機運醸成、ならびに外国人受入環境整備の促進が期待される。

本調査は、関西を拠点とした外国人受入環境整備に係る取組について、実施団体（者）に対して広く募集し、応募のあった優良事例を先進モデル事例として発信・周知することにより、ゴールデンルート以外の幅広い地域における外国人受入環境整備への取組みの促進に資することを目的に実施したものである。

なお、実施団体（者）に対する募集対象地域は、関西２府５県（福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）を主たる対象地域とし、関西の訪日観光客誘致の推進母体として 2016 年３月に設立された「関西国際観光推進本部」においては、上記２府５県のほか、三重県、鳥取県、徳島県の３県が構成自治体となっており、この３県を関連対象地域として加えた 10 府県を対象とした。

２ 調査の視点と分野の設定

（１）調査の視点

観光は、関連する産業の裾野が広く、地域に大きな経済効果をもたらすばかりでなく、伝統の継承や文化の創造など、地域社会の価値向上に重要な役割を果たすことから、インバウンド観光の推進は、地方創生の重要な鍵となる。

このため、急増する訪日観光客を地方にも広く誘引し、観光を単なる交流人口の拡大に終わらせず、業種を越えた産業間の連携による地域産業の育成、雇用の拡大、地域社会の再生につなげていくことが重要である。

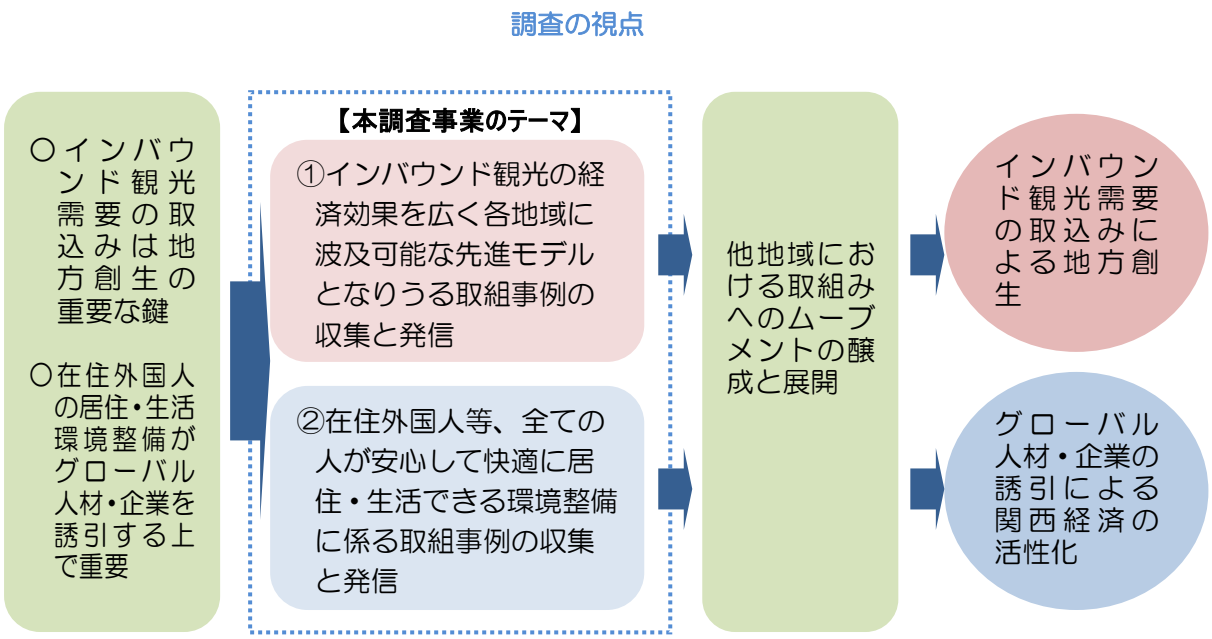
加えて、インバウンド観光のみならず、留学生やビジネスパーソン等の在住外国人にとっても安心で過ごしやすい環境が提供され、多様な交流や経験を通じて関西への愛着が育まれることが、グローバル人材・企業を誘引する上で重要である。

そのため、本調査では、外国人受入環境整備に係る取組みとして、

① インバウンド観光の経済効果をゴールデンルート以外にも広く各地域に波及させ、先進モデルとなりうる取組み

② ビジネスパーソン・留学生等の在住外国人等、全ての人が安心して快適に居住・生活できる環境整備に係る取組み

に着目し、これらの取組事例を募集し、優良事例として、広く発信・周知することにより、他地域における取組への機運醸成と展開の促進を図ることを目的とした。



（2）調査の分野

インバウンド観光の経済効果をゴールデンルート以外にも広く関西各地域に波及させるとともに、中・長期滞在する留学生や在住外国人にとっても安心して活躍できる外国人受入環境整備に関する、以下の分野を設定した。

1）訪日観光客の取込みに係る事業・活動

❶観光情報の発信・プロモーション

訪日観光客への地域の魅力発信やプロモーション、移動や滞在の利便性に資する多言語対応の情報・案内などに係る事業・活動への取組み

❷観光商品・サービスの造成

地域の持つ歴史や文化、自然などの観光資源を生かした付加価値の高い体験型・交流型の観光商品など、訪日観光客の多様なニーズに応えた新たな商品・活動の提供

❸観光地づくりへの体制整備

「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役であるDMOの設置等による観光推進

❹観光人材の確保・育成

観光経営マネジメント人材の育成や「おもてなし」マインドを持ったガイドや通訳案内士の育成、あるいは、外国人人材の登用など、質の高い活動を提供できる人材の育成・確保

2）在住外国人の居住・生活サポートに係る事業・活動

❶きめ細かな生活サポート

居住、医療、防災、子弟の教育、宗教文化などの不安なく、安心して暮らすためのきめ細かな生活サポート

❷コミュニティ・交流

異文化交流による多様性の相互理解、闊達なコミュニケーションの場づくりや生活の拠りどころとなる外国人コミュニティの構築

❸学び、活躍できる環境づくり

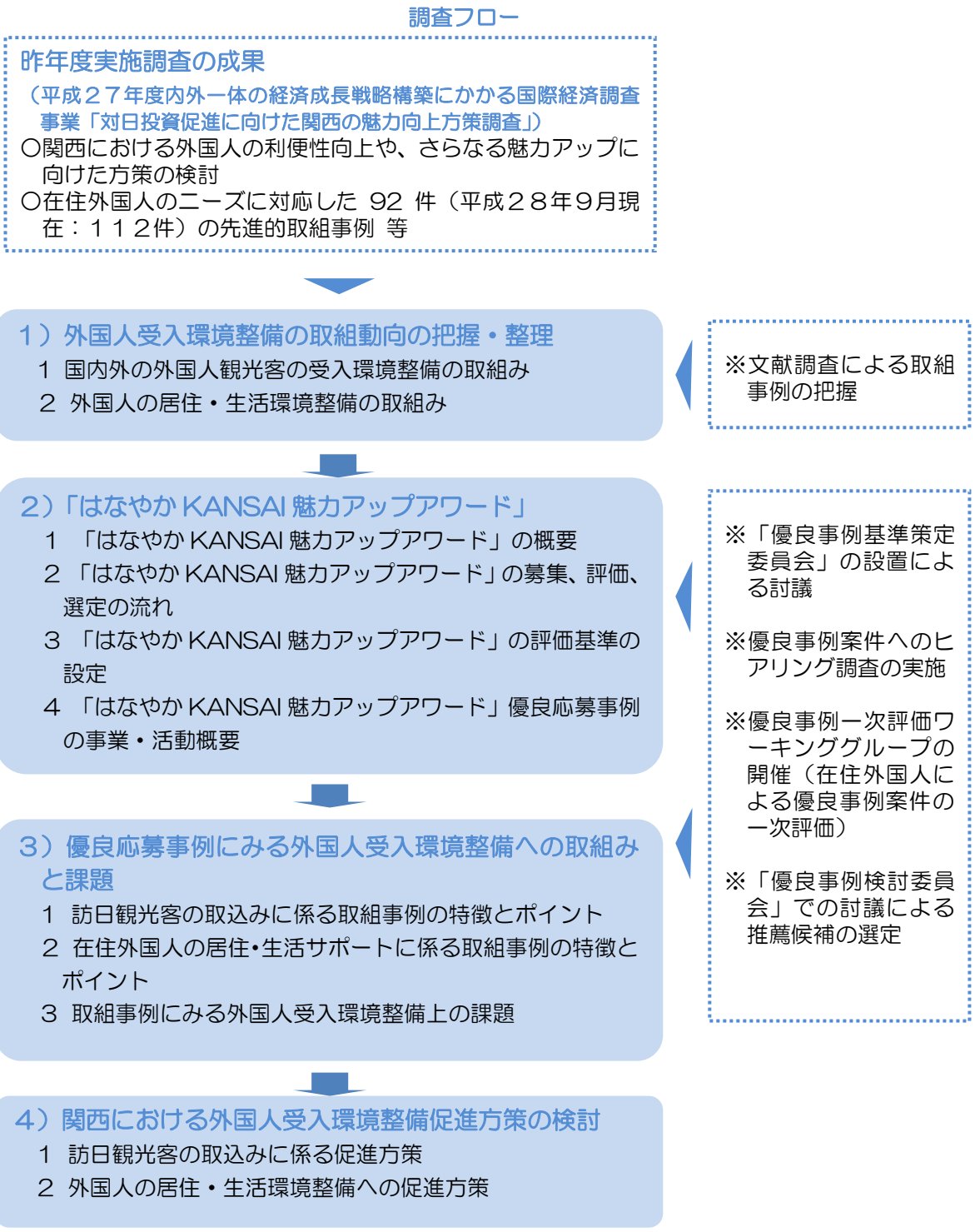
留学生への生活支援や交流の場づくり、アルバイトや就職支援など学びを支える環境づくり、就職サポートや企業における外国人社員の積極登用

❹ビジネスのしやすい環境整備

投資しやすい環境整備、創業スタートアップ支援など、対日投資や起業家人材の呼びこみ

３ 調査フロー

調査は、以下のフローに基づき実施した。



１）外国人受入環境整備の取組動向の把握・整理

関西を拠点とした外国人受入環境整備に係る取組事例の募集に先立ち、昨年度調査及び文献調査により、 国内外の外国人観光客及び外国人の居住・生活環境整備の取組動向について把握・整理した。

２）「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」

上記の外国人受入環境整備の取組動向を踏まえ、募集に係る分野・テーマを設定するとともに、募集要項、評価基準の設定について、「優良事例基準策定委員会」による討議を経て、「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」として募集し、先進事例の収集を行った。

加えて、優良事例案件へのヒアリング調査及び在住外国人による優良事例一次評価ワーキンググループを開催し、優良事例案件の一次評価を行った。

これらに基づき、「優良事例検討委員会」による討議を経て、インバウンド観光需要の取込みや在住外国人の居住・生活サポートに寄与する先進モデル事例としての評価を行い、フォーラムに優良事例として推薦する事業・活動の候補を選定した。

３）優良応募事例にみる外国人受入環境整備への取組みと課題

「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」応募案件における優良事例について、事業・活動の特徴とポイントを整理するとともに、外国人受入環境整備上の課題を整理した。

４）関西における外国人受入環境整備促進方策の検討

上記を踏まえ、訪日観光客の取込みに係る促進方策及び外国人の居住・生活環境整備促進方策について検討した。

Ⅰ 外国人受入環境整備の取組動向

1 国内外の外国人観光客の受入環境整備の取組動向

我が国へのインバウンド観光は、近年大幅に増加しているが、その多くは、東京、富士山、大阪、京都といった「ゴールデンルート」にとどまっている。

インバウンドの効果を「ゴールデンルート」以外にも波及させるべく様々な地域への誘客にも積極的に取り組み、地域経済活性化につなげていくことが重要である。

地方での観光の１つのスタイルである「アグリツーリズム」「グリーン・ツーリズム」「ヘルスツーリズム」、さらには産業観光や文化観光は、欧米の観光先進国では広く受け入れられており、我が国においても近年、農林漁業体験・滞在型観光等による地方におけるインバウンドへの取組みが散見されている。

訪日外国人は、日本食、温泉、生活文化、歴史、伝統文化への関心が高いが、地方はこれら「日本の良さ」の宝庫である。それぞれの地方が、風土、景観、気候、文化、歴史、伝統、特産物などから明確なアイデンティティを構築し、独自の「日本の良さ」を打ち出していければ、訪日外国人を引きつけることができるものと思われる。

そこで、地方における外国人誘客に関わる先進観光地である欧州等の海外および国内の取組事例が、どのようなコンセプトで、どのような取組みをどのような体制で展開しているのかを明らかにし、取組みの特徴や推進上のポイントを整理した。

1-1 海外の地方における観光地づくり

（１）魅力ある観光資源の創造

１）歴史的建造物や自然資源の積極的な活用

①パラドール（スペイン）

パラドール(Parador)とは、古城や貴族・領主の館、あるいは由緒ある修道院を一流ホテルとして整備したスペイン国営のホテルチェーンである。

パラドールが誕生したのは 1928 年。 ベガ・インクラン伯爵が、現国王の祖父にあたるアルフォンソ１３世に提唱し、自らが所有するグレードス山脈の狩猟のための山荘を宿泊施設として改装したのがはじまりである。その後、貴族制度の崩壊と共に荒れ果てていた歴史的価値のある古城や宮殿、修道院といった文化財の数々を国家で買い受け、あるいは借り受け、丹念な修復を施すことにより、特色あるホテルとして蘇らせ、現在では、パラドールはスペイン全土に 94 にまで拡大している。

パラドールは文化財の保護・保全を行う責任を担っており、宿泊業で得た収益は文化財の修復に充てている。文化財の中に宿泊することのできるパラドールは、利用者にとって特別な空間であり、2014 年の年間の宿泊客数 121 万人の 36%を外国人旅行者が占めている。

また、パラドールは、規模や設備、サービスに応じて施設ごとに５段階の評価をしており、宿泊客向けに「ローマ時代散策」、「修道院散策」など周辺地域の観光案内とセットに

したプランでの販売もパラドールが自ら行っている。

地方で十分な保護がなされていない文化財をパラドールが宿泊施設として活用することによって、文化財の保全・保護が可能となるだけでなく、地方への観光客も増加し、地域経済の活性化、雇用の創出につながっている。

パラドールマップ

出典：「イベロ・ジャパン」HP より引用

▲レオン/LEON
全パラドール中、最大かつ最も荘厳・華麗なパラドール。16 世紀に建設が始まり、2 世紀かけて建造された病院兼修道院で、プラテレスコ様式の装飾が施された、長さ 100m にもおよぶ外観は圧巻。回廊や教会など当時の姿を残す一方、客室や館内は注意深く念入りに改修され、美術品で見事に飾られている。

出典：「イベロ・ジャパン」HP より引用

▲グラナダ/GRANADA
アルハンブラ宮殿内の修道院をパラドールに改装したもので、庭園や館内の装飾、アーチ型の窓、客室それぞれにアラブとキリストの両文化が融合した、独特の空間を作りだしている。

出典：「イベロ・ジャパン」HP より引用

②フランスの最も美しい村（フランス）

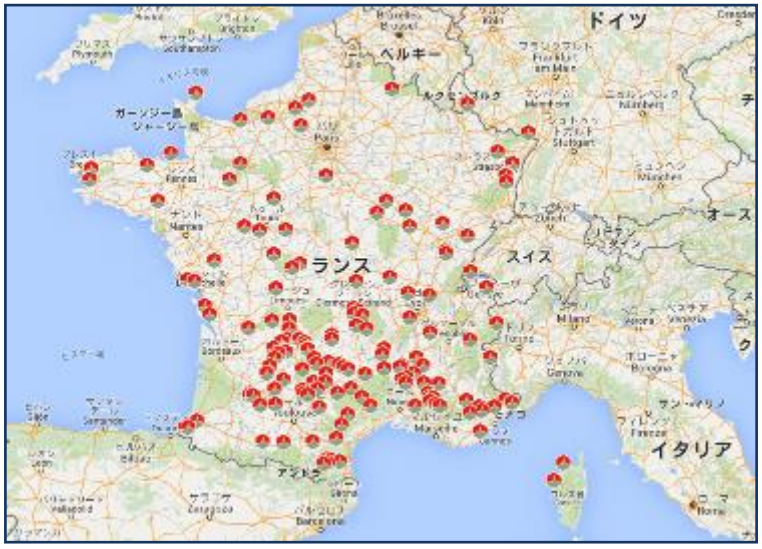
フランス政府は各地域の多様な魅力を発信し、国内の旅行先を多様化することにより国全体の旅行者の増加を目指しており、その一つとして、地方の美しい農山漁村を観光資源として活用している。

農山漁村を観光資源として活用する事例としては、小規模農村の保護と観光資源化を目的として 1982 年に発足した「フランスの最も美しい村協会（Les plus beaux villages de France）」の取組みが世界的に有名である。本協会は、153 村を「フランスの最も美しい村」として認定し、認定された村は、ミシュラン社が発行する専用マップに掲載されるほか、旅行会社が企画するツアーに組み込まれており、観光資源として活用されている。

申請要件は、人口 2,000 人以下の規模で、２つ以上の保護地域又は遺跡を有し、村議会の賛同が得られていることとなっており、さらに、審査員による厳しい現地調査と品質委員による審査が行われ、初回認定後も５年ごとに再審査を行うことで品質を維持している。

この協会は、素晴らしい村々の傑出した遺産を保護し発展させるために、活力と熱意を結集させ地方に過疎とは別の進むべき道を用意しようという首長らによって発足した。

フランスの最も美しい村位置図



出典：「フランスの最も美しい村巡り MAP」より引用

地方の村はこの協会の認証を得て加盟することにより、村の遺産の質を維持・向上させ、観光を中心とした地域づくりを進めている。美しい農山漁村の景観を保全・活用することにより、地域づくりへと発展させている事例である。

▲ロードマップと公式ガイド
出典：「フランスの最も美しい村巡り MAP」より引用

▲「フランスの最も美しい村協会」のロゴ
出典：「フランスの最も美しい村巡り MAP」より引用

なお、似たような協会は、ベルギーのワロン地域の「ワロン地域の最も美しい村」やイタリアの「イタリアの最も美しい村」、カナダ・ケベック州の「ケベックの最も美しい村」、日本の「日本で最も美しい村連合」が挙げられ、これらを統合した世界で最も美しい村連合も設立されている。

フランスの最も美しい村に認定された村（例）

〇リクヴィル（Riquewihr）村

ワイン街道の中心に位置する人口約 1,200 人の村。ヨーロッパ中から毎年 200 万人以上の観光客が訪れる、ワイン街道一番の観光地。

アルザス地方で最初に要塞化した町で、1000 年に村が創立して以来、肥沃な大地に恵まれ、公爵の城下町として栄えた。16 世紀中世時代の木組みの街並みが今でも残る。

▲ドルデーの塔
1291 年に建設された高さ 25m の美しい木組みの装飾をもつ見張り塔。

出典：「あるざすかい」HP より引用

▲シンヌの噴水
1560 年に建設され、ワイン樽の測定や中身の確認に使用されていた場所。ホーブール領主の紋章とリクヴィルの武器が描かれている。

出典：「あるざすかい」HP より引用

〇エギスハイム（Eguisheim）村

アルザス地方のワイン街道の中央に位置する人口約 1，500 人の伝統的な木組みの家が並ぶ美しい村。「フランス人が好きな村 2013 年」で No.1 に、さらに 1989 年にはフランス花のグランプリに選ばれ、2006 年にはヨーロッパ花の町コンクールで金賞を獲得する「フランス花の町」。アルザスワインの発祥の地で、現在も 40 軒ほどのワイナリーがある。

▲エギスハイム城と聖レオン９世の泉
エギスハイム城は、八角形の城壁に囲まれ、歴史的建造物に指定されている。この広場を中心に、木組みの家々が同心円状に広がる。

出典：「あるざすかい」HP より引用

▲マルシェで賑わう広場
5 月から 10 月にかけて、毎週木曜日の朝 9 時から 13 時まで、市がたつ。

出典：「ワンダートリップ」」HP より引用

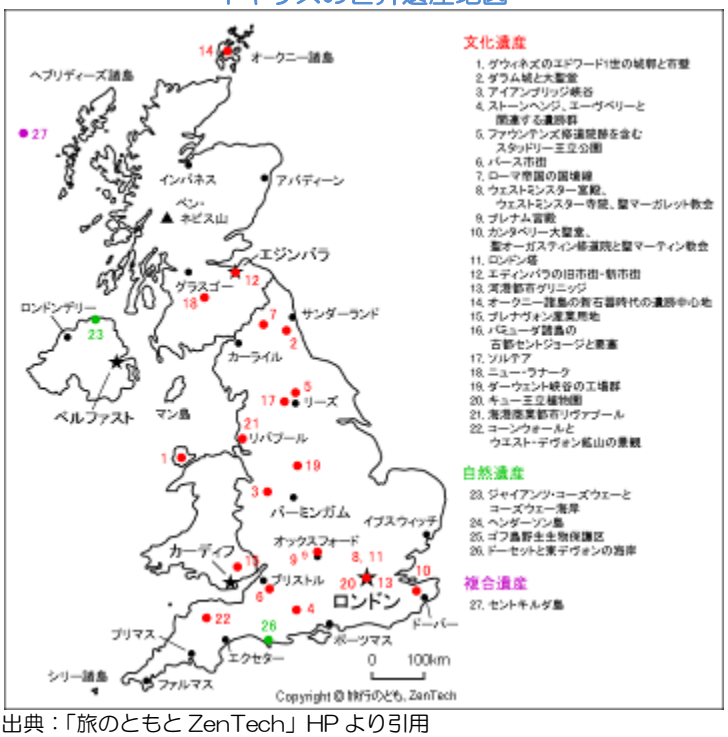
③イングリッシュ・ヘリテージ（英国）

英国イングランド地方の歴史的建造物、記念碑、遺跡は、1882 年の古代記念物保護法の制定により保護・保全が始まり、現在は 1983 年に創設されたイングリッシュ・ヘリテージ(English Heritage)により管理されている。

イングリッシュ・ヘリテージは、イングランドの歴史的建造物を保護する目的で英国政府により設立された組織であり、ストーンヘンジのような考古学遺跡から、アイアンブリッジなどの産業遺産に至る広範囲にわたる建造物を扱っている。

英国においては、単に史跡を保護するだけでなく、歴史を伝えるということも重要視されており、イングリッシュ・ヘリテージは、訪問客に対して感動を与える体験を作り出すために、説明や表示、訪問者向けプログラム等に工夫を施している。

イギリスの世界遺産地図



出典：「旅のともと ZenTech」HP より引用

ストーンヘンジ

イングリッシュ・ヘリテージが管理している英国の主要な観光資源の一つであるストーンヘンジでは、2013 年末に新たなビジターセンターと博物館が建設された。それ以前は、ストーンヘンジ周辺には 1960 年代に設けられた仮設のトイレや小さな売店・カフェがあるのみだったが、2,700 万ポンド（約 44 億円）の費用を投じて施設整備された。

ビジターセンターは、遺跡周辺の景観を損ねないよう、ストーンヘンジから 2.4 km 離れた場所に建設され、周囲の景色になじむよう、デザインにも工夫がなされている。博物館には 300 近くの考古学の展示品に加え、最先端のオーディオビジュアル技術を組み合わせることでストーンヘンジの巨石、周辺の景観や人々、それらの持つ意義について学ぶことができる。また、ビジターセンターでは英語の音声ガイドをスマートフォンのアプリで提供するとともに、英語、フランス語、イタリア語、スペイン語、ドイツ語、日本語、中国語、ロシア語、オランダ語、ポーランド語の 10 カ国語の音声ガイド端末を有料で貸し出しており、各所に立てられた英語の解説看板とともに、毎年１００万人規模で訪れる訪問者の遺跡見学をより充実させている。

▲ストーンヘンジ
紀元前 2500 年から紀元前 2000 年に造られたと考えられる環状列石群。
出典：「ハウトラベル」HP より引用

▲ストーンヘンジ・ビジターセンター
2013 年末に開設。展示コーナー、カフェなどがある。ストーンヘンジまでは約 2.5 ㎞、シャトルバスなどで移動。
出典：「ハウトラベル」HP より引用

アイアンブリッジ

イギリス中部のバーミンガムから北西へ約 40km、テルフォードという名の都市の南を流れるセバーン川に架かるのが産業革命時代の 1779 年に建造された世界最古の鉄橋「アイアンブリッジ」である。

この地は、アイアンブリッジが建設された 18 世紀末には世界一の規模を有する製鉄所の街となり、製鉄業発祥の地、イギリス産業革命発祥の地である。

現在「アイアンブリッジ」を中心に約 6 平方マイルの範囲で、峡谷の両側に 6 つの博物館、5 つの主要な産業遺産や社会生活に関する史跡が「アイアンブリッジ博物館」として保存されている。社会教育施設として位置づけられ、文化遺産の勉強をする講習場を設けるなど人材育成も進められている。

▲アイアンブリッジ
アイアンブリッジ（正式名称：コールブルックデール橋）は、産業革命時代の 1779 年に建造された世界最古の鉄橋。

出典：「トラベルブック」HP より引用

▲渓谷博物館（Museum of the Gorge）
フィルムや模型などで当時の産業について説明してくれる渓谷博物館。

出典：「トラベルブック」HP より引用

▲ブリスツ･ヒル・ヴィクトリアン･タウン
ヴィクトリア女王がイギリスを統治していた 1837 年から 1901 年のヴィクトリア朝時代を再現した屋外博物館。スタッフも当時の衣装を着ている為、当時の雰囲気を存分に味わえる。

出典：「トラベルブック」HP より引用

③ 米国の国立公園（米国）

米国は、1872 年に世界で最初に国立公園法を制定した。その後 1916 年には、景観や自然、史跡、野生生物を保存・保護し、国立公園を楽しむことができるようにするため、内務省に国立公園局（National Park Service, NPS）が設立され、今日までに NPS は、284 カ所、面積にして実に 3,400 万ヘクタールを管理するに至っている。

国立公園局の管理下にある公園には、国立公園（National Parks）、国定公園（National Monuments）、国立歴史地区（National Historical Sites）がある。それらの規模は、歴史的建造物１軒のものから、アラスカのランゲル・セントエライアス国立公園（Wrangell St. Elias National Park）のように、１億 3,200 万ヘクタールにも及ぶ広大なものまで様々である。

アメリカの国立公園

出典：「USATourist.com 」HP より引用

自然保護運動発祥の地でもある米国の国立公園は、全米で約 50 カ所あり、2015 年には、国立公園来場者数は３億人を超え、訪米外国人旅行者の 34.2%が国立公園・国定記念物を訪問しており、国立公園は米国にとって重要な観光資源となっている。

利用者が国立公園を十分に活用できるよう、レジャー施設整備、年間パスポートの発行等、多様な取組を行っている。ほとんどの国立公園にはビジター･インフォメーション･センターがあり、フレンドリーで親切なレンジャー（スタッフ）がいる。また、その多くには、道路、トレイル、駐車場、洗面所、スナックバー、レストラン、ホテル、キャンプ場などの施設が整い、ガイド・ツアー、乗馬、レクチャーなどの教育的機会を提供しているものもある。

▲ビジターセンター
出典：BrandUSA「素晴らしきアウトドア」HP より引用

▲ジュニアレンジャープログラム
出典：「米国国立公園局」HP より引用

▲トレイル
出典：BrandUSA「素晴らしきアウトドア」HP より引用

国立公園局は、管理下にある各公園に関する情報を、ホームページ（www.nps.gov.）で公開しており、公園内の宿泊施設、キャンプ場、レストラン、その他施設の多くは、外部の契約業社が運営しているが、予約に関しては、国立公園局のホームページからリンクをたどってオンラインで可能な所が多くある。

全米で最も古い国立公園であるイエローストーン国立公園は、2015 年には 410 万人が来訪している。地区内に３箇所ある宿泊施設ではホテルや自然に調和するコテージタイプなど、需要に合わせて様々なタイプのものを用意している。間欠泉のあるオールドフェイスフル地区には、国立公園来訪者のためのレジャー施設やビジターセンターが集約されており、観光に活用する区域と保護すべき区域とを明確に分け、自然に対する配慮がなされている。また、間欠泉に近接したホテル、公園内のキャンプエリア、野生動物をすぐ近くで観察できるツアーの提供など、自然に直接触れられるコンテンツを充実させている。

このように、米国の国立公園は、公園内の資源保護に配慮しつつ、来訪者が滞在できる施設を用意したり、来訪者のニーズに合わせた学習ツールやツアーを提供したりすることにより、様々な楽しみ方ができる工夫が施されている。

イエローストーン国立公園

出典：「クラブツーリズム」HP より引用

2010 年、アメリカ合衆国初の観光促進法の成立に際して誕生した半官半民のマーケティング事業体として、観光需要の活性化、社会や経済効果の発展を目的とした米国の国外向けプロモーションを実施している BrandUSA は、近年自然に焦点を当てた観光プロモーションに注力しており、今後の継続的なプロモーションにより更なる来場者数増加を見込んでいる。また、2015 年に「素晴らしきアウトドア」と題したプロモーションウェブサイトを開設し、多くの国立公園などについて７カ国語で紹介している。

2）グリーンツーリズム・エコツーリズム

①グリーン・ヴァカンス（フランス）

農村ツーリズム（グリーン･ツーリズム）がヨーロッパで最も発達しているのはフランスであると言われる。農村休暇を楽しめる多彩なメニューがあり、活動を支える体制も充実している。フランスの農村ツーリズム振興は第二次世界大戦が終了したときに始まった。低所得者も長期休暇を過ごせる宿泊施設の整備，戦争で荒廃した農村の美化、過疎化防止などを目的として誕生したのである。

フランスの農村ツーリズムは、利益追求を目的とするリゾート地などのツーリズムとは明確に区別されている。福祉的機能を持つツーリズムとして、農村の本来の良さを保持しながら農村住民の生活を豊かにする手段として重視されており、 行政も積極的に支援している。こうしたことから、フランスでは年間旅行回数 1 億 7,300 万回のうち 5,000 万回が自然保護地区（国立公園、自然保護区）で実施されており、「グリーン・ヴァカンス」が定着している。

〇環境にやさしい移動

「グリーン・ヴァカンス」は、交通手段から始まる。『ロワール・ア・ヴェロ』は、最も注目に値するサイクリングロードのひとつである。ルネッサンス期の荘厳な城が建ち並び、ユネスコの世界遺産に登録されているロワール渓谷沿いには現在、雄大なロワール川の流れを横目に走る堤防コースなど、約 800 キロに渡りサイクリング専用ロードが整備され、年間 80 万人を超える旅行者がここでサイクリングを楽しんでいるが、そのうち 3 分の 1 が外国人である。

このサイクリングロードのルートは区画ごとに決められ、観光の拠点となる街から無理のない手頃な距離のサイクリングでロワール古城巡りのハイライトが楽しめる。いずれも整備と標識が行き届き、また起伏も少ないことから、ソーシャルでエコロジカルな旅のスタイルとして人気が高く、自転車で週末旅行を楽しむ家族の姿もよく見られる。村や森を抜けて城へと向かう道路では、自動車への気遣いなく快適なサイクリングが楽しめるように安全対策もとられ、またレンタルや修理ができるショップや駐輪場、荷物の陸送ができるホテルなどコース周辺の施設も、この「ロワール・ア・ヴェロ」に加盟している。

ロワール・サイクリングルート

▲ロワール・ア・ヴェロ
トゥールを中心とするサントル地方と、その西に広がるルマン、アンジェ、ナントを含むペイ・ド・ラ・ロワール地方の二つの地方にまたがる全長約 800km のサイクリングコース。

出典：「ロワール渓谷観光局」HP より引用

出典：「在日フランス大使館」HP より引用

出典：「フランス観光開発機構」HP より引用

〇環境保全型の宿泊施設

宿泊施設についても、『オテル・オー・ナチュレル』や『ラ・クレ・ヴェルト』などの環境認証がある。認証を取得するには、宿泊施設はとりわけ水の最適な使用基準を満たすほか、環境汚染を最小限に抑えるなどの努力をしなければならない。

農家民宿協会「アキュイユ・ペイザン」は、宿泊所と農場見学の両方を求める観光客を魅了している。エコツーリズムには食も欠かせないことから、民宿の主人はヴァカンス客に農業のノウハウや知識はもちろん、旬の地元食材なども紹介している。

〇多種多様なプラン

フランスの農村には、ベッド数にして 800 万余りの収容能力があり、これはフランス全土のツーリスト宿泊収容能力の約半分を占めている。農村部の観光宿泊施設としては、,ホテル、キャンプ場、貸し別荘、B&B 民宿、子どもがホームステイできる民宿などがある。民宿の最大組織は、法律以上に厳しい内部規制を定めて発展したジット・ド・フランスである。1955 年に創設された連盟は、現在では加盟者数 43,000、総民宿数 64,000(ベッド数 33 万)を誇っている。ジット・ド・フランスの民宿タイプには、以下の 6 種類ある。

ジット・ド・フランスの民宿タイプ

❶貸別荘型民宿	伝統的な家屋、ないし独立した居住部分を提供する自炊民宿。1 週間ないし週末単位で賃貸。
❷B&B 民宿	朝食付きで寝室を提供。1 軒当たり 6 部屋まで。昼食ないし夕食のリクエストを受ける民宿もある。
❸大型民宿	シンプルな内装の民宿で、12~50 人を収容。
❹子ども民宿	子どもたちをホームステイさせる。
❺農家キャンプ場	農家キャンプ場（6区画まで)、自然エリア・キャンプ場（25 区画まで）がある。
❻コテージ民宿	自然に恵まれた環境に建てられたシンプルな貸別荘。1 週間単位で賃貸。

出典：大島順子「福祉と農村価値向上を目指すフランスの農村ツーリズム」農業土木学会誌 Vol.72 (2004)

また、連盟では、民宿の特徴によって再分類した民宿タイプもある。釣りやウインタースポーツや乗馬を楽しめる、身体障害者も利用できる、自然に恵まれた環境にある、ワイン醸造農家や城などの豪華な家屋などの分類である。

フランスの農家約 66 万の農業経営体のうち、13,000 が宿泊施設、3,000 が食事提供(レストラン、民宿での夕食提供など)を副業としている。その他のツーリズム活動(農場見学、乗馬センターなど)を副業としている農家も 6,000 近くある。

農業会議所が運営する、アグリツーリズム・ネットワーク「農家へようこそ」のメニューには、以下の 9 つのタイプがある。

▲子どもがいる家庭で大人気のロバと行くハイキング。

出典：「在日フランス大使館」HP より引用

「農家へようこそ」の活動タイプ

❶滞在農家	B&B 民宿（昼食や夕食のリクエスト可能）
❷農家キャンプ	農家の小規模キャンプ場。25 区画まで。
❸乗馬農家	馬を飼育する農家の乗馬センター
❹ハンティング農家	地方の狩猟に詳しい農家が経営。
❺農家料理屋	農家が生産した食物を中心に使って、農家の家族が調理した郷土料理を提供するレストラン
❻農家でおやつ	午後のおやつの時間に、農家の仕事を見学させ、簡単な食事を提供する簡易レストラン
❼教育ファーム	団体を受け入れて、農業者が農業や環境問題などの授業を行う。
❽発見農家	個人でも農家見学ができる教育ファーム
❾農家の生産物	農家が生産した農産物や加工食品を直売。

出典：大島順子「福祉と農村価値向上を目指すフランスの農村ツーリズム」農業土木学会誌 Vol.72 (2004)

特に人気がある農家料理屋は、一般のレストランと競合関係にならないように配慮された規制がある。農家料理屋では、農家の生産物を中心に使うことという法律上での規制に加えて、郷土料理を出すこと、農家の家族が調理することをも義務付けている。

②アグリトゥリズモ（イタリア）

都市近郊の農家などに宿泊してのんびりと田舎での滞在を楽しんだり、農家や地元の料理を楽しむアグリトゥリズモ。農業のアグリコルトゥラ(agricoltura)と観光のトゥリズモ（turismo）が一緒になってこの言葉ができた。イタリアでは 60 年代から北部トレンティーノ・アルト・アディジェ州でアグリトゥリズモがはじまり、85 年にはイタリア政府がアグリトゥリズモに関する法律を整備し、以後急速にイタリア全土にも広まった。

農作業を手伝い安く宿泊させてもらうファームステイなどとは違い、イタリアの『アグリトゥリズモ』は基本的に食事や宿泊を目的とした施設で、アグリトゥリズモの中には宿泊施設はもたず、農村料理を提供する食堂だけの所もある。

宿泊施設のスタイルは様々で、自宅や離れを改造した素朴な部屋、キッチン付きのコテージタイプや、プチホテル風施設、プールまである豪華なものなどバラエティーに富んでいる。

食事は地元の特産物で大半の料理を客に提供することが義務づけられている（ワイン、チーズ、肉類、ソーセージ、野菜、果物など）。

都市観光と違い、アグリトゥリズモの魅力は大自然の中で過ごせるということ。あくまでも農家･農園が営んでいる施設であり、田園風景の中や広い畑に建っていることが多く、自然の中を散策したり、とれたての野菜を使った郷土料理やワインを楽しむことができる。乗馬、サイクリング、畑仕事などを宿泊客が体験できるところもある。

イタリア国立統計研究所（ISTAT）のデータによると、イタリアにおけるアグリトゥリズモの数は、1998 年に 9,718 軒だったが、2010 年には 19,019 軒と倍増しており、スロ

ーライフ、スローフードへの志向と相まって、その伸び率は 90%にのぼる。
　2010 年のアグリトゥリズモの宿泊客は 51%が外国人で、うち 42.7%がドイツ人、つづいてオランダ人、フランス人、ベルギー人となっている。

▲世界遺産の町サンジミニャーノの南約 5 キロの場所に位置するアグリトゥリズモ、ファットリア ヴォルトローナ（Fattoria Voltrona）。ブドウやオリーブなどを育てる広大な敷地の中、美しい丘を望む場所にレンガ造りの可愛らしい建物が宿泊施設として建てられている。

出典：「トラベル jp＜たびねす＞」HP より引用

▲塔が建ち並ぶ中世の町として有名なサンジミニャーノ

出典：「トラベル jp＜たびねす＞」HP より引用

▲安価に購入できる自家製のワイン

出典：「トラベル jp＜たびねす＞」HP より引用

▲レンタル用スクーター

出典：「トラベル jp＜たびねす＞」HP より引用

▲寝室

出典：「トラベル jp＜たびねす＞」HP より引用

（2）国際観光地づくりの「舵取り役」DMO

①ビジット・ナパ・バレー（米国）

カリフォルニア州ナパ郡の DMO であるビジット・ナパ・バレー（VNV）は、ナパ郡（人口約 14 万人）及びナパ市等の支援のもと、ナパ郡の観光マーケティングを実施する民間 NPO 法人として、1990 年に設立され、2010 年の TID（Tourism Improvement District 観光改善地区） の導入決定を機に、DMO の役割を強化している。

VNV のミッションは、「米国のワイン、食、アート、ウェルネスのデスティネーションの最高峰としてのナパ・バレーのポジションを推進し、保護し、強化すること」。主な目標は、①ナパ・バレーの伝説的なデスティネーション体験を消費者に対し、ターゲット化された国内外メディアやレジャー/グループマーケットを通じて効果的にマーケティングすることで、需要を創出する、②一貫性のあるデスティネーション情報、伝説的なゲストサービスの消費者への発信をサポートする、③「オフピーク」シーズンや日曜日から木曜日の旅行を推進するマーケティングプログラムを通じ、ターゲット化された成長を推進し、ビジターマネジメントをサポートすることである。

VNV では、安定的な財源を確保するために TID の仕組みを活用している。TID は特定地区で各観光産業従事者が負担金を出資し、景観整備や簡便なインフラ整備などのタウンマネジメントを実施する仕組みで、DMO と地域のメンバー企業が事業計画を策定し、地方自治体から承認を得て導入される。

ナパ郡の TID では域内の宿泊事業者に室料総収入の２%の賦課金を課しており（実際は宿泊客が負担）、徴収額の 25%は地方自治体の財源となり、75%は VNV が活用している。

VNV の観光マネジメントへの取組み

出典：観光庁「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」（２０１６年３月）

また VNV は、レストラン、ワイナリー、輸送会社、ツアー会社等の来訪者を対象とする企業とパートナーシップ契約を結び、一定の金額をパートナーシップ・フィーとして徴収することで収入を得ている。

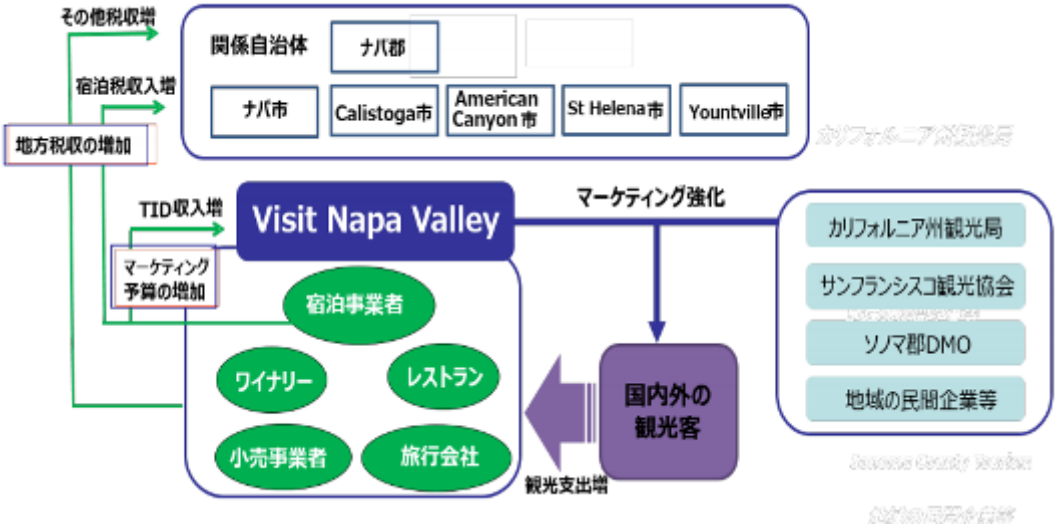
こうした安定した財源を確保できるようになったことで、DMO としての戦略的なマーケティングが可能となっている。例えば、２年に１回、ビジターズプロフィール調査を実施し、来訪者の消費額や性別等の属性、滞在中のアクティビティ、再訪意向等を調査し、その結果を基に、季節ごとに多くのキャンペーンを展開している。

プロモーションの結果、ナパ郡の旅行者数は 2005 年に 470 万人であったのが、2014 年には 550 万人となり、消費額は 10 億ドル弱から 16 億ドルに増加した。宿泊者の１人１日当たりの平均消費額についても 233 ドルから 389 ドルに上昇した。

また、1990 年度の DMO 設立時の予算は 50 万ドル以下だったが、プロモーション等によって旅行者が増加した結果、2016 年度予算は 650 万ドルとなっている。

DMO（ビジット・ナパ・バレー）を中心とした連携と収益の好循環

DMO（ビジット・ナパ・バレー）を中心に多様な関係者との効果的な連携が図られ、
戦略的な取組みにより地域経済における好循環が実現

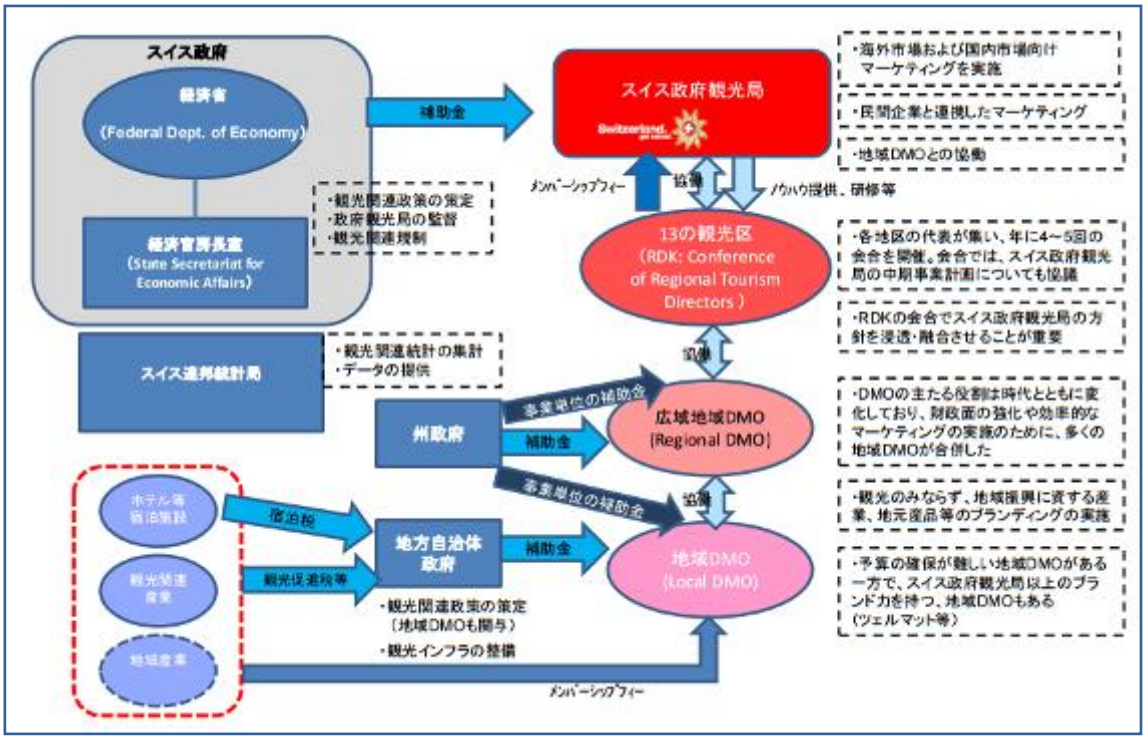


出典：大社充「観光による地方創生 観光地経営・観光地マーケティング」
（第２回地域しごと創生会議（２０１５年 12 月）資料）

②スイスの観光推進体制とトッゲンブルク DMO（スイス）

スイス政府観光局は、13 の広域観光区のトップと定期的にミーティング（RDK：Conference of Regional Tourism Directors）を実施し、スイス政府観光局の今後の中期事業計画等にかかる情報共有・意見交換を行っており、スイス政府観光局を頂点として、全国 13 の観光区、広域地域 DMO、地域 DMO が、協働、機能分担している。

スイスの観光推進体制



出典：観光庁「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」（２０１６年３月）

スイスでは、小規模な地域 DMO を統合し、複数の地方自治体をカバーする地域 DMO が一般的となっている。

スイス東部のスキー・リゾートとして知られるトッゲンブルク地方の地域 DMO、トッゲンブルク DMO は、2007 年に３つの小規模な地域 DMO の合併により設立され、合併により財務基盤・人員体制の強化を実現している。12 の地方自治体の行政区域をカバーする。

トッゲンブルは、1960～70 年代にスイス国内客に人気のあったスキー・リゾート地であったが、時代の変化とともに国内客が減少した状況下、将来に向けた新たな取組に着手している。

従業員数は７名で、学生インターンも受け入れる。年間予算は、1.7 百万スイスフラン（約 2 億円）。単年度だけでなく 3 カ年の予算計画も策定している。

トッゲンブルク DMO は、地域の自治体や主要関係者の意見を取り纏めて 2010 年～2020 年を対象とした長期の観光振興計画を策定している。 ①宿泊施設、②山岳鉄道（リフト、ケーブルカーを含む）、③新しい観光商品造成、④住んでよし訪れてよしの地域開発、

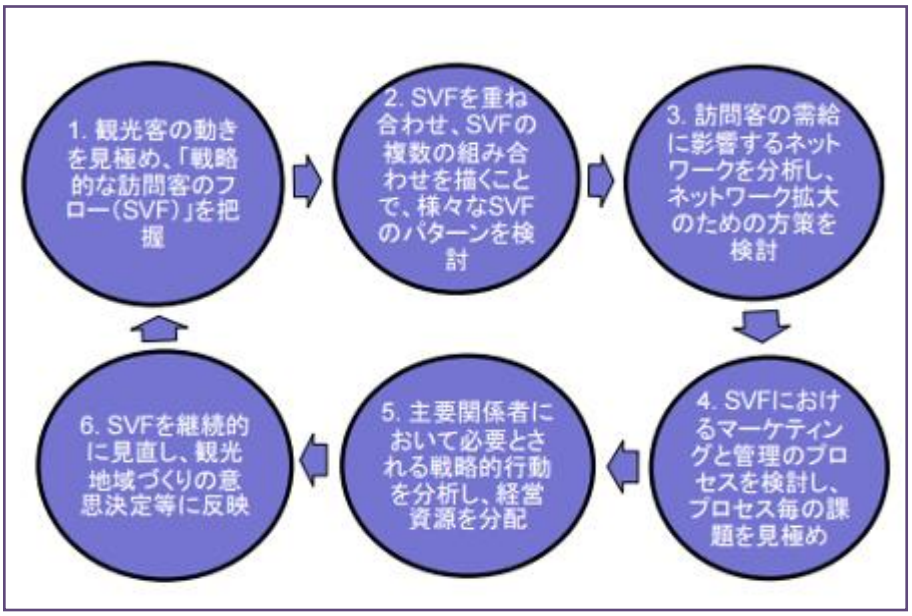
の４分野を重点分野と定めている。

現在の取組として、ホテルや山岳鉄道といった観光商品を有するパートナー企業との間で、「戦略的な訪問客のフロー（Strategic Visitor Flows：SVF）*」を分析・議論することを通じて、新しい観光商品のアイデアやプロジェクトの立上げを企図している。

※戦略的な訪問客のフロー（SVF）とは、

スイス・ザンクトガレン大学が提唱する観光地域マネジメントのモデル（St. Gallen Model for Destination Management：SGDM）にて重視されるコンセプトである。SVF は観光地域づくりに関して、マーケット主導型で、現実的で、先進的な視点を提供するものとされる。当モデルでは、地域の観光関係者が効果的な観光地域マネジメントの基礎となる SVF を見極める６つのステップ（下図）により、観光地域の魅力や持続可能性を高めることが可能になるとしている。

SVF を見極める６つのステップ



出典：観光庁「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」（２０１６年３月）

トッゲンブルク DMO では、宿泊施設の経営者の養成を積極的に実施しており、様々なホテルの要望をまとめて事業化し、州への補助金措置を求めるため、計画書の作成も実施している。これにより、DMO の宿泊施設事業に対する影響力が高まっている。

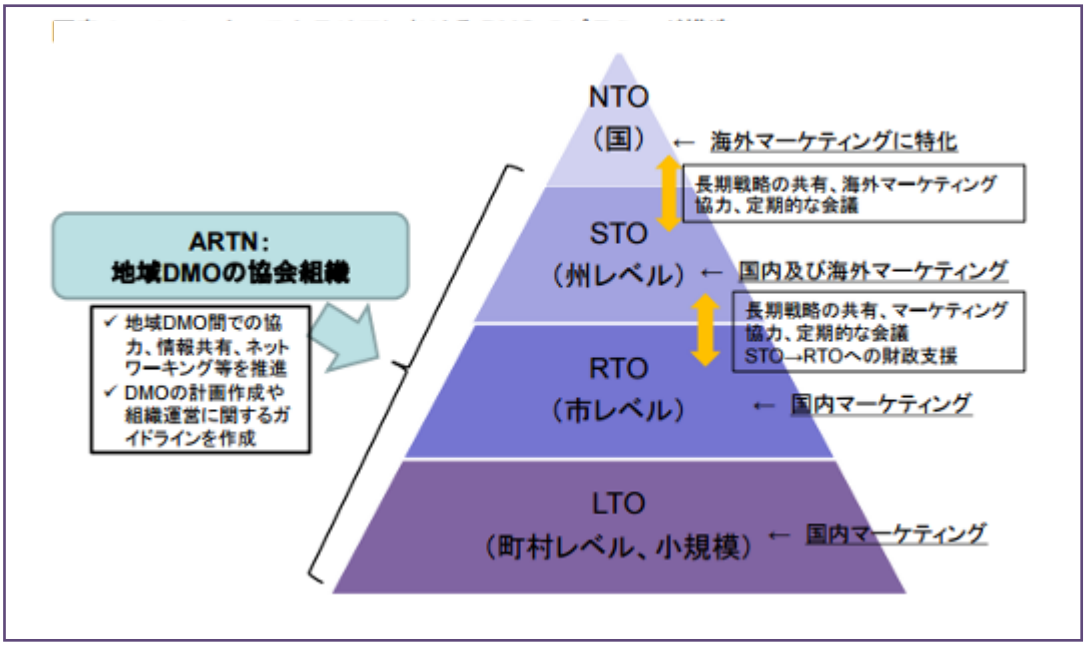
③オーストラリアの DMO 体制とニューサウスウエールズ州観光局（オーストラリア）

オーストラリアの DMO は、連邦政府の Tourism Australia（TA、オーストラリア政府観光局）、各州レベルの州政府観光局（STO：State Tourism Organization、州政府 DMO）、地方自治体レベルの地方観光局（RTO：Regional Tourism Organization、地域 DMO）、地域 DMO より小規模の地域観光局（LTO：Local Tourism Organization、小規模地域 DMO）に分類される。各 DMO の活動は、政府資金に大きく依存しているが、一般に政府とは独立した組織として運営されている。

オーストラリア政府観光局は海外市場向けマーケティングに特化する一方、各州レベルでは（州によって異なるが）訪問客数全体の約 80%が国内、約 20%が海外であり、概ねかかる比率に応じた国内外でのマーケティング活動を行っている。

オーストラリアでは、オーストラリア政府観光局と州政府 DMO、州政府 DMO と地域 DMO の間での情報共有や連携が重視されており、有効に機能している。

オーストラリアにおける DMO のピラミッド構造



出典：観光庁「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」（２０１６年３月）

さらに、オーストラリアには、オーストラリア政府観光局に加えて、観光統計にかかる調査・分析を担うオーストラリア観光調査機関（Australia Tourism Research）、観光資源・施設等にかかるデジタル情報を集約・管理するプラットフォームたるオーストラリア観光データ・ウェアハウス（Australia Tourism Data Warehouse）、観光分野におけるインフラ・主要施設の整備促進や人材育成を担うオーストラリア貿易促進庁（Austrade）、地域 DMO の観光地域マネジメント計画づくりを支援するオーストラリア地域観光ネットワーク（ARTN：Australian Regional Tourism Network）等、業界全体の取組・活動強化に向けた連邦政府レベルでのイニシアチブが機能している。

DMO の財源について、オーストラリア政府観光局は連邦政府（A$150 百万、約 135 億

円、A$1＝90 円換算)、州政府 DMO は州政府（クィーンズランド州 DMO：約 A$100 百万、ニューサウスウェールズ州 DMO：A$176 百万)、地域 DMO や小規模地域 DMO は市政府からの補助金が大部分を占めており、それ以外の財源としてはメンバーシップ料金等がある。

ニューサウスウェールズ州観光局（DNSW）

ニューサウスウェールズ州 DMO は、ニューサウスウェールズ州のイベント推進機関、シドニーの観光振興機関等、4 つの政府機関を合併し、2011 年に設立された同州の政府観光局である。職員数は約 160 人、予算規模は約 160 億円である。

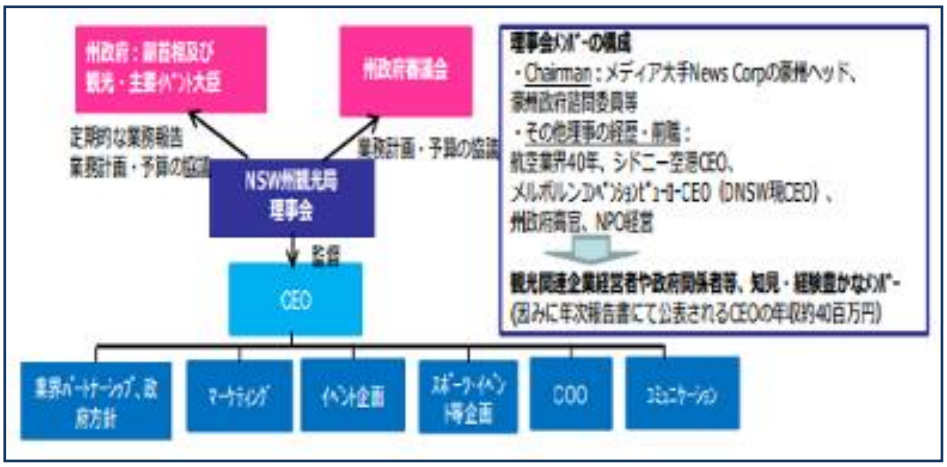
ニューサウスウェールズ州 DMO の主たる役割は、2012 年に州政府観光経済タスクフォースが策定した 2020 年までのアクションプランに従って、観光経済を成長させるための戦略を策定し実行することである。ミッションとして、2020 年迄に宿泊観光客支出を倍増させ、ニューサウスウェールズ州における観光経済効果を最大化することを掲げている。

ニューサウスウェールズ州 DMO 法令に従い、組織の目的、主たる機能、ガバナンス（州政府とは独立した理事会の設置(下図)）、情報開示等が定められている。

ニューサウスウェールズ州 DMO の戦略目標は、①2020 年の観光経済目標の達成、②シドニーとニューサウスウェールズ州を豪州トップの観光・イベントのデスティネーションとして確立、③豪州で最もしっかりしたイベント・スケジュールを策定、④業界関係者や顧客との協調強化、⑤パートナーシップ・プログラムを通じた価値の提供、⑥優れたスタッフの採用とスタッフの能力強化である。

ニューサウスウェールズ州 DMO は、年次報告書において設定した KPI の達成状況について詳細に公表していることに加えて、ニューサウスウェールズ州の観光統計データにつき、「パフォーマンス・スコアカード」、「インフォグラフィック」、「スナップショット」等、様々なわかりやすい形で公表しており、地域の観光経済の「見える化」を積極的に行っている。

州政府とは独立した理事会



出典：観光庁「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」（２０１６年３月）

ニューサウスウェールズ州 DMO は、観光事業者向けの「観光ビジネス・ツールキット」を作成・公表しており、あらゆる観光事業者が観光産業をよりよく理解し、持続的な観光商品の展開を支援することで、観光業界全体のレベルアップが図られるように努めている。観光産業の基本的な解説にはじまり、「観光商品の値の付け方」や「チラシ・パンフレットの作成」などが示されている。

さらに、ニューサウスウェールズ州の地域 DMO（RTO）等の活動を支援する資金プログラム（Regional Visitor Economy Fund）を有しており、ニューサウスウェールズ州 DMO と地域 DMO と折半での資金拠出によるマーケティング・プロジェクト等に充てられる。具体的には以下の２つのファンドであり、2015 年度の予算規模は A$7.2 百万である。

① 地域 DMO 向け限定ファンド（予算額：A$3.7 百万）

- 2013 年に制度化。
- 対象の地域 DMO は、適正なコーポレート・ガバナンスを有していることが要件。
- 対象資金：特定のマーケティング・プロジェクト（プロモーション活動、ウェブサイトの改善や宣伝ツールの作成等）に加えて、人件費、一般管理費等の通常経費も対象となる。特定プロジェクトは、地域の観光地域マネジメント計画（Destination Management Plan）にて位置づけられている必要がある。
- 対象プロジェクトについては、ニューサウスウェールズ州 DMO が規定する KPI（プロジェクトに伴う宿泊客数増加分等）を設定する必要がある。
- 1 件あたりの資金拠出額上限：A$150 千
- 2014 年度実績：14 件、A$2.7 百万

② 競争提案型ファンド（予算額：A$3.5 百万）

- 地域 DMO に加えて、小規模地域 DMO、民間事業者、地方自治体による応募も可能。
- 対象資金：特定のマーケティング・プロジェクト（プロモーション活動、ウェブサイトの改善や宣伝ツールの作成等）。なお、対象プロジェクトは、地域の観光地域マネジメント計画にて位置づけられている必要がある。
- 対象プロジェクトについては、ニューサウスウェールズ州 DMO が規定する KPI（プロジェクトに伴う宿泊客数増加分等）を設定する必要がある。
- 1 件あたりの資金拠出額上限：A$150 千（観光プロダクト開発）、 A$500 千（マーケティング）。
- 提案内容については、ニューサウスウェールズ州 DMO スタッフ、観光業界関係者ら最低２人により評価される。
- 2014 年度実績：10 件、A$3.6 百万

（3）観光クラスターの形成（スイス）

ツェルマットは、スイス南西部バレー州の南部に位置し、マッターホルン山東麓、フィスプ川谷間の人口 5,720 人（2010 年 12 月現在）の村である。

マッターホルンの懐に抱かれたツェルマット村からは、天気や時間帯によってその表情を変えるマッターホルンの姿を望むことができ、フランスのシャモニーに通ずるオート・ルートやパトロイ氷河を含む、山へ向かうハイキングやトレッキングの拠点となっている。

ツェルマットには、年間約 200 万人が訪れており、うち、スイス人 75.3 万人、ドイツ人 30.1 万人、英国人 16.4 万人、日本人 8.8 万人、米国人 7.6 万人となっている。

ツェルマット位置図

出典：「スイス政府観光局」HP より引用

▲ツェルマット村とマッターホルン

出典：「wada フォトギャラリー」より引用

▲ツェルマット駅前

出典：「写真で見るヨーロッパ旅行記」より引用

▲スネガ展望台

出典：「写真で見るヨーロッパ旅行記」より引用

▲ツェルマット村

出典：「wada フォトギャラリー」より引用

人口わずか 5,720 人の村が内外からの多くの観光客を引き寄せ続けている背景には、地域ぐるみの活動があり、いわば「観光クラスター」が形成されていることがあげられる。

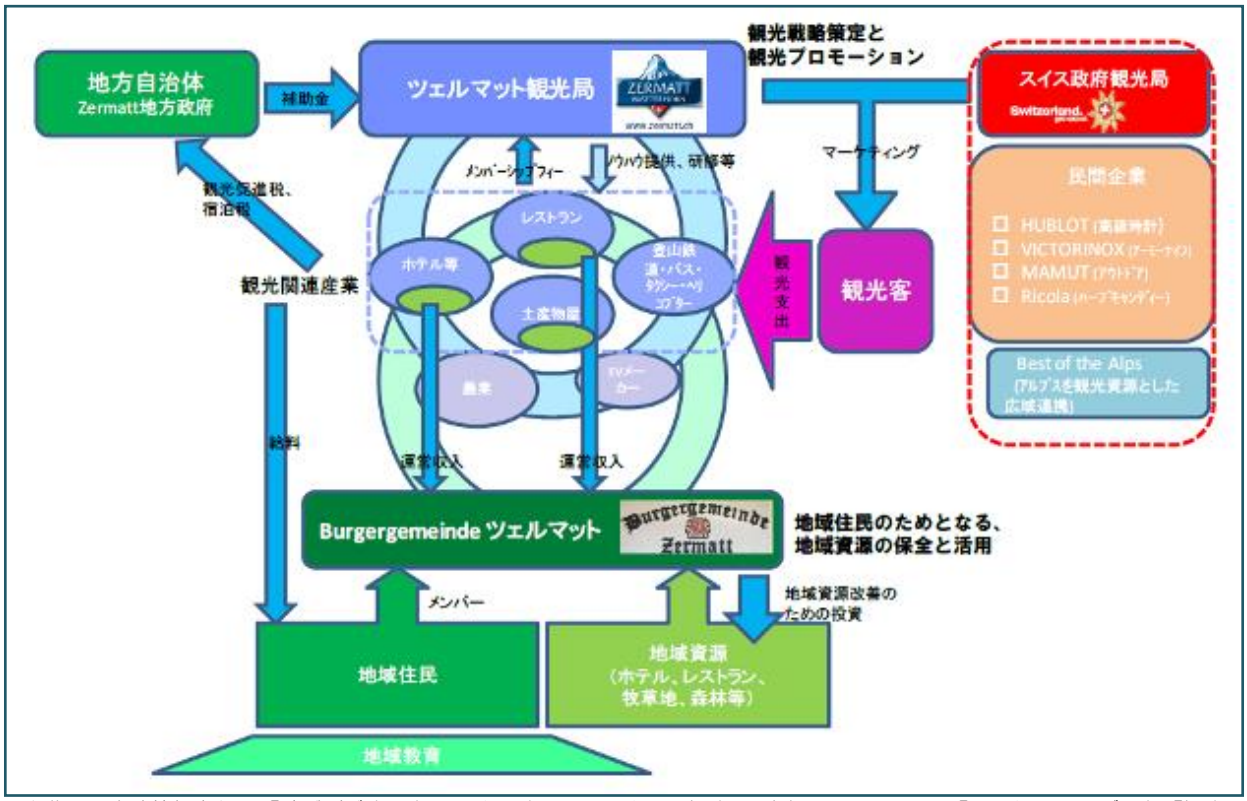
ツェルマットの観光クラスターの中核的プレイヤーとして位置付けられるのは、ツェルマット観光局とブルガーゲマンデ・ツェルマットの２つの組織である。

ツェルマット観光局は、基礎自治体たるツェルマットの DMO であり、マーケティング、中期計画の策定、インフォメーションセンター・コールセンターの運営等を行っている。ツ

ェルマット観光局の財源の大半は、地方政府からの補助金であるが、会員企業からのメンバーシップ・フィーも含まれる。ツェルマット観光局は、会員企業に対して、マーケティングにかかるノウハウ提供や研修等を行っている。会員企業は、地元ホテル、レストラン、土産物屋、登山鉄道・バス・タクシー会社、ブルガーゲマインデ等に加えて、スイスを代表する民間企業も含まれている。

ツェルマット観光局は、国内外のマーケティング活動において、バレー州観光局やスイス観光局に加え、ヨーロッパにおける高級通年リゾート 12 地域から成る「Best of the Alps（ベスト・オブ・ディ・アルプス）」（以下、BOTA）という広域連合体での戦略的なマーケティングによるところも大きい。BOTA は、スイス、オーストリア、フランス、ドイツ、イタリアの５カ国 12 箇所の高級リゾート地（他にシャモニーやサンモリッツも含む）について、それぞれの地域性を生かし差別化をはかりながら観光促進を図っていくことを目的とした広域観光促進組織である。

ツェルマット観光クラスターと資金循環



出典：日本政策投資銀行「地域ビジネスとして発展するインバウンド観光-日本版 DMO による「マーケティング」と「観光品質の向上」に向けて-」（2013 年３月）

ブルガーゲマンデ•ツェルマットは、同村に 400 年以上前から存在する地域共同体である。彼らはツェルマット生まれの地元民であり、約 1,500 人がメンバーとして属している。

この地域共同体が同地域の観光資産（ホテルやレストランを含む）を所有するとともに経営権を握っており、公共性を持つ一方で、地域の雇用と収益性を追求する地域経営の中核として機能している。スイスでは法律により外国人の土地購入を禁じているために、外国資本の参入の心配もなく、ツェルマット周辺のアルプス草原は村とブルガーゲマインデが所有し、

地域の経済運営に直接参加している。ホテル・レストラン等の経営から生み出される利益は、売上高で年間約 6,000 万スイスフラン（約 57.6 億円）、キャッシュフロー約 3,000 万スイスフラン（約 28.8 億円）にのぼり、ブルガーゲマンデ・ツェルマットは、こうした収益をホテル・レストランの更新投資等、地域資源改善の投資に充てている。

従って、同村の観光開発に関する主導権はブルガーゲマインデが握っており、彼らが主体的に観光政策の立案と推進にも関わっている。村からのマッターホルンの視界を悪くすることにつながる大気汚染を防ぐためのカーフリーリゾートの方針は、1961 年に村民による「域内車両禁止」の決定から生まれたものであり、村の全域では、内燃機関を搭載した自動車の乗り入れは禁止されている。

地域で収穫された農産物は、ホテルやレストランで提供され、地域の交通手段たるバスやタクシー向けに電気自動車を製造する中小メーカーも存在している。

ツェルマットの経済活動の９割近くが観光関連産業と位置づけられており、地域住民の観光産業の重要性に対する意識が高い。ツェルマットの観光政策の基本には、ブルガーゲマインデを中心とした地域住民自らが、同地域をどのように運営し魅力的なリゾート地としていくための方策を工夫する「地域経営感覚」を共有し実現していこうという姿勢がある。

1-2 国内におけるインバウンド観光への取組事例

（1）国際グリーン・ツーリズム

グリーン・ツーリズムとは、農村・山村・漁村に滞在し、都会では味わえなくなってきた自然や文化の魅力に触れ、農林漁業の体験やそこで生活する人々とのふれあいを楽しむ旅である。既存の国内の旅行者を対象とした受入環境に加えて、訪日観光客への日本の農山漁村の魅力を味わう環境整備と発信により、外国人を受け入れる取組みが見られる。

①地域資源を活かしたソーシャル・ツーリズムビジネスの創出

株式会社美ら地球（岐阜県飛騨市）

「株式会社 美ら地球（ちゅらぼし）」は、社会交流人口を増やす事業を通じ、世界中の人々が訪れ・住みたくなるようなクールな田舎を創り、日本の地方における新たなライフスタイルを提案するため、２００７年に設立された。

美ら地球は、飛騨地域の特徴である家屋、食文化、自然を体験できる様々なツアーを企画し、県や観光等の関係者と協力して啓蒙活動により地域の活性化に尽力している。

設立当初からインバウンドも視野に入れたツーリズムビジネスに取組み、飛騨地域、国内外での商談会及びインターネットでのプロモーション成果により外国人宿泊者数が増加している。

（グリーン・ツーリズムによる外国人への受入活動）

サイクリングツアー、食文化・酒文化紹介、里山の暮らしツアー等の各種プログラムを企画。

（社会貢献活動を目的としたプログラムの開発）

飛騨地方で伝承されている匠の技術継承や林業、農業も含めた担い手確保のため、築 50 年以上の民家を中心に聞き取り調査を行う「ひだ山村・民家活性化プロジェクト」により、家屋保存のための修復・改修工事や観光資源としての活用方法について検討。

（外部人材の活用）

上記プロジェクトの一環として、「飛騨民家のお手入れお助け隊」を組織し、外部からのボランティアの募集等の活動を展開している。外国からの参加者もある。

（誘致活動の実施）

調査結果を基に、使われなくなった家屋について、再利用可能に改修し、企業のオフサイトオフィスや外国人のロングステイ等、ニーズに応じた利用形態に取り組む「飛騨里山オフィス」を運営し地域の活性化を推進。

▲サイクリングツアー
出典：美ら地球「SATOYAMA EXPERIENCE 」より引用

▲Food&Culture Tour
出典：美ら地球「SATOYAMA EXPERIENCE 」より引用

▲飛騨の民家お手入れ
お助け隊の活動
出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

②地域の景観や伝統を地域の宝として農家民宿・体験事業を実施

春蘭の里実行委員会（石川県鳳珠郡能登町）

１９９６年、「限界集落」と言われ過疎化に悩んでいた旧能都町宮地及び鮭尾地区において、地区の再生に向けて地元の有志７人が「春蘭の里実行委員会」を結成し、農家民宿を中心としたグリーン・ツーリズムの取組を開始。

２０１４年には、47 軒の「農家民宿群」となり、集落内の廃校を活用した宿泊施設「こぶし」（２００６年開業）も含め、利用客数は約 11,000 人となっている。

訪日観光客の受入は２０１４年で約 1,700 人。昇龍道エリアの組合せでの行程が多く、イスラエル、中国、韓国、台湾、タイ、欧米等、幅広い国・地域からの受入れを実施している。

（取組みの概要）

- ●黒瓦、白壁などの住宅景観や地域住民の生活様式といった、地域の景観や伝統を地域の宝として農家民宿・体験事業を実施し、国内外の教育旅行や一般客を受入れ。
- ●輪島塗の器を使用するなど農家民宿の質の向上及び宿泊受付窓口・料金の統一化や、80 を超える体験メニューを整備。
- ●農家民宿の開業講座や勉強会など農家民宿の確保や魅力の向上、耕作放棄地などの整備を盛り込んだツアー企画に向けた現況調査、ワークショップや検討会の開催。

▲農家民宿「春蘭の宿」

出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

▲外国人旅行者の受入

出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

▲子供の田植え体験

出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

▲廃校を活用した宿泊施設「こぶし」

出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

③い草栽培の復活を目指すとともに、い草をテーマとした農業体験

Culture Link Project（岡山県早島町）

１９６０年代に人々の生活様式や早島周辺の社会環境も大きく変化し、早島の生産地としての地位は急激に低下し、２００８年には早島町のい草栽培面積はゼロとなった。

い草栽培の復活を目指すとともに、い草をテーマとした農業体験等を推進。「ゲストハウスいぐさ」の開業に伴い、訪日観光客の受入を開始。

（取組みの概要）

- ●古民家を都市住民等のボランティアによって改修し、２０１４年「ゲストハウスいぐさ」を開設。
- ●ホームページや Facebook、その他海外の旅行者向けのインターネットの宿泊情報サイトを活用する事により、外国人宿泊者は増加傾向。その結果、２０１５年世界最大の口コミ旅行サイト、トリップアドバイザーのエクセレンス認証を取得。

▲ゲストハウスの外観

出典：「岡山ゲストハウスいぐさ」HP より引用

▲い草の栽培

出典：「岡山ゲストハウスいぐさ」HP より引用

▲い草編み体験の様子

出典：「岡山ゲストハウスいぐさ」HP より引用

▲い草の機織りをするゲスト

出典：「岡山ゲストハウスいぐさ」HP より引用

④アウトドアと田舎体験で外国人を誘客

五ヶ瀬山学校推進協議会（宮崎県 五ヶ瀬町）

２０１０年に教育旅行を推進するための組織として、特定非営利活動法人五ヶ瀬自然学校が中心となり、すでに農泊に取り組んでいた夕日の里づくり推進会議と協働で五ヶ瀬山学校推進協議会を設立。

豊かな自然環境を活かし、観光 事業者、農林漁業関係者が体験メニューの提供や農家民宿、農家レストラン等に連携して取り組む中、外務省の国際交流事業を活用し、中国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、インド、アメリカ等からの大学留学生、修学旅行生を中心に受け入れており、最近では訪日観光客の受入が増加。

（取組みの概要）

- ●現在、フットパスコースを整備している 10 エリア 21 集落をモデルとして、五ヶ瀬いきいき集落活性化支援事業（フットパス、山学校、フードビジネス等６つの事業）を集落ごとに選択し事業展開。
- ●カヌーガイド等の人材育成に注力するとともに、ハラルなどの宗教等に対応した食事メニューの提供にも取り組んでいる。
- ●教育旅行で訪れた学生が 家族を伴って再度訪れるなどリピート効果も生まれている。

▲竹細工づくり体験
出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

▲そうめん流し体験
出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

▲福祉施設訪問
出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

▲もちつき体験
出典：農林水産省「インバウンド事例集」より引用

（外国人受入実績：人）

	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
外国人受入実績	269 人	165 人	427 人	59 人	271 人

⑤「離島」という不利な点を「田舎暮らし」という利点に変え、国内外の修学旅行生や観光客をおもてなし

特定非営利活動法人おぢかアイランドツーリズム協会（長崎県小値賀町）

それまで「自然学校」などを実施していた地元有志の団体や観光協会など３つの団体をまとめて窓口を一本化するため、2007 年、特定非営利活動法人おぢかアイランドツーリズム協会を設立し、「島の暮らし」を「島の宝」として、島を丸ごと生かした多種多様な体験プログラムを造成した。

①シーカヤック、トレッキング、シュノーケリング、野外活動ゲームなどの自然体験
②歴史文化・観光案内（野崎島・小値賀島・その他の島々など）
③民泊・島暮らし体験（民泊と農業・漁業・マリンクラフトなど各民泊民家での体験）
④島での自然文化歴史体験など（農業・漁業・畜産・郷土料理づくり・わらじづくり・焼きもの・ハンドベルなど。おもに団体向け）

インバウンド事業では、アメリカの民間教育団体『ピープル・トゥ・ピープル』による国際親善大使派遣プログラム（PTP）が大成功をおさめ、2 年連続で「世界一」の評価を得ている。 PTP により、６月中旬からの約１ヶ月間に 20 数名×9 グループ＝約 180 名が来島し、２００７年度は２泊３日、そして世界一の高評価（後述）を受け、２００８年度は１泊増の３泊４日となった。

民泊民家、町や教育委員会、商工会や島民ボランティアスタッフなどで「おぢか PTP 歓迎委員会」を組織し、全島をあげてアメリカからの高校生の受入体制を整えた。PTP 事業における町内の交流人口は延べ約 2,000 人、総人口の３分の２にものぼる。プログラムは民泊、島内観光、学校交流、自然体験、漁師町さるく（古い町並みの散策、お寺での念仏修行体験など）である。

世界各地で約 2～3 万人が参加した PTP の全 46～48 プログラムの中で小値賀・平戸のプログラムが世界一の評価を得ている。

▲PTP 参加者のアメリカ人高校生と地元のホスト

出典：自治体国際化協会「クレアインバウンドライブラリー」より引用

▲築 100 年以上の古民家を改築して宿やレストランに変えた。

出典：自治体国際化協会「クレアインバウンドライブラリー」より引用

⑥スノーモビル・雪遊びと民泊体験

飯豊町台湾インバウンド受入実行委員会　（山形県飯豊町）

飯豊町では、２００８年度より台湾インバウンド観光の取組み（どんでん平の雪遊び、中津川地区の農家民宿への宿泊、イチゴ狩り等）を道の駅「いいで」・飯豊町観光協会と連携し体験型観光を進めている。

主軸の商品は、雪遊びをメインとしたスノーモビル体験で、飯豊町には、以前よりスノーモビルを楽しむ愛好家や JSSA（日本スノーモビル安全普及協会）認定のインストラクターも多く、彼らの協力の下に、台湾からの観光客を受け入れている。

特に、飯豊町を台湾で有名にしたのは、スノーモビルに乗り、台湾旗を振りながらバスを見送る光景である。ＳＮＳ等を通じて台湾中に拡散され、台湾では、今や雪国体験といえば飯豊町というブランドが定着した。現在は農家民宿での宿泊とセットにしたアウトドア体験が同町のインバウンドの基本コースとなっている。

▲台湾インバウンド

出典：「山形県飯豊町観光協会」HP より引用

▲スノーモビル体験

出典：「山形県飯豊町観光協会」HP より引用

▲ＳＮＳ等を通じて台湾中に拡散された台湾旗を振りながらバスを見送る光景

出典：「山形県飯豊町観光協会」HP より引用

（取組みの概要）

●台湾旅行客を対象に、町・道の駅・観光協会が連携し冬期観光客誘致に取り組む。

●町の特長を活かした「農家民宿」「雪遊びイベント等」の町内滞在型プランを企画・実施。
→「体験型」と「おもてなし」が反響を呼び人気。

●東日本大震災前の参加人数を取り戻すべく、道の駅に「外国人観光案内」「免税店」「無料 Wi-Fi」のおもてなし機能を整備し、町と一体で観光客増加を推進。

（2）クールジャパン資源の観光への活用

地域それぞれに深い歴史と伝統が積み重ねられ、風光明媚な自然景観にも恵まれた我が国には多様な観光資源が存在している。その中には、コンテンツ・音楽・伝統的工芸品等のクールジャパン資源も多く、それらを観光に活用した事例も散見されている。

①アニメ聖地巡礼（石川県金沢市湯涌温泉）

湯涌温泉を舞台とするアニメ「花咲くいろは」の放送をきっかけに聖地巡礼型の観光振興を推進し、アニメ上の架空の祭り「ぼんぼり祭り」の開催等の取組みを実施。また、地元私鉄における駅名の変更、アニメラッピング車両の投入等、アニメとのタイアップにより、国内外より集客。

○「ぼんぼり祭り」来場者数

2011 年 3千人 → 2014 年 1万2千人

▲のと鉄道のアニメラッピング車両

出典：「鉄道車両図鑑」HP より引用

▲旅館・商店に貼られている花咲くいろはのポスター

出典：「湯涌温泉観光協会」」HP より引用

▲アニメーション作品「花咲くいろは」から生まれた「ぼんぼり祭り」

出典：「湯涌温泉観光協会」HP より引用

②海外テレビドラマ撮影誘致によるロケ地巡礼観光（千葉県成田市）

地元コンベンションビューローがタイ国のテレビドラマ「ライジング・サン」のロケ地誘致を実施し、同市をはじめとする千葉県内各地で撮影。同ドラマのヒットにより、同市のロケ地への巡礼観光ブームが起き、タイ人観光客が急増。

▲成田市が作成したテレビドラマのロケ地マップ

出典：「朝日新聞デジタル」HP より引用

③音楽イベントによる誘客（新潟県佐渡市）

太鼓芸能集団「鼓童」は、豊かな自然と芸能の宝庫である本拠地・佐渡において、1988年より佐渡の市町村と共に国際芸術祭「アース・セレブレーション（地球の祝祭）」を開催している。

「鼓童」のコンサートを中心に、多彩なゲストの演奏、イベントを行う人気の行事であり、毎回延べ１万人が来場し、多くの外国人が訪問している。

米国ニューヨークタイムス紙に「日本で最先端のワールドミュージックイベント」と評され、2009 年には米国ティファニー財団創設「ティファニー財団賞・伝統文化大賞」を受賞している。

▲鼓童村コンサート

出典：「アース・セレブレーション」HP より引用

▲鬼太鼓体験＆交流１泊２日ツアー

出典：「アース・セレブレーション」HP より引用

④ものづくり見学観光（新潟県燕市・三条市）

新潟県三条市・燕市では、金属加工等の産業集積地として、ものづくりの現場の見学を通じた工場の魅力を体感する観光の取組みを実施しており、中でも、地域の多数の工場を予約無しで訪問可能にした見学イベント「燕三条工場の祭典」の開催による誘客を実施。

日本の調理器具等への関心の高まりもあって、外国人の観光客も訪れるようになり、工場見学のみならず、触って感じることをテーマに、ものづくりを体験してもらう 30 分から１時間程度のワークショップに訪日観光客を受け入れている。技術の紹介・通訳のできるナビゲーターを育成し、伝わりにくいものづくりの魅力・見せ方の工夫を図っている。

また、シンガポールの富裕層を顧客に持つ旅行会社等を招請し、ものづくりの現場における体験や見学を通じて商品の製造過程そのものを楽しむ「産業観光」への海外プロモーションを展開している。

▲工場見学ツアーの様子

出典：「燕三条工場の祭典」HP より引用　出典：「燕三条工場の祭典」HP より引用

▲外国人のための包丁づくり講座

出典：「燕三条工場の祭典」HP より引用

⑤花火等地域観光資源を活用した外国人誘客（秋田県大仙市）

大仙市では全国的に有名な「大曲の花火」ブランドを活用した地域振興策として「花火産業構想」を策定した。

体験型施設の設置による通年の観光客誘致や花火製造の拠点整備による地域経済の再生と雇用の創出、そして「日本の花火」の持続的発展を目指している。

また、海外で開催される旅行商品造成の商談会への参加や各国の旅行エージェントの招聘、2017 年の国際花火シンポジウム誘致を実施。シンポジウムでは、世界各国の花火関係者約 500 人とその家族が大仙市内を訪れる。これを契機に、春の花火大会開催を定着させてアジア各国の旅行関係者に働き掛けるほか、多言語での情報発信や宿泊施設の整備を行う計画を進めている。

▲全国花火競技大会「大曲の花火」

出典：「大仙市・大曲の花火」HP より引用

▲2017 年に開催される国際花火シンポジウム開催地が大曲に決定

出典：「大仙市」HP より引用

⑥酒蔵ツーリズム（佐賀県鹿島市）

鹿島市には、酒蔵が６蔵あり、その一つ、富久千代酒造の「鍋島 大吟醸」が、2011 年、IWC（インターナショナルワインチャレンジ）で世界一の栄誉チャンピオン・サケに輝いた。IWC とは、世界最大規模で最高権威と評されるワインの品評会で、その受賞以来、鹿島は「世界一の酒が生まれたまち」として注目された。

これを契機に、市内の酒蔵が中心となって酒蔵ツーリズム推進協議会を設立し、酒蔵巡りを通じた地元の食や文化、歴史を全身で楽しむ「酒蔵ツーリズム」を実施。

外国の日本酒愛好家等を対象とするツアーの実施やＨＰ・パンフレットの多言語化の取組も実施している。

▲鹿島酒蔵ツーリズムのチラシ

出典：「鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会」HP より引用

（３）観光地間が連携した長期滞在が可能な魅力あるルート形成

テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地の連携・ネットワーク化により、訪日観光客の滞在日数に見合った、受入環境整備への取組みがみられる。

①魅力ある地域資源「瀬戸内しまなみ海道」をさらに磨き上げる～愛媛県、広島県、今治市、上島町、尾道市の広域連携による積極的な誘致活動とサイクリング環境の整備

（瀬戸内しまなみ海道振興協議会）

1999 年に開通した「瀬戸内しまなみ海道」は、６つの島々を９つの橋でつなぎ、日本で唯一、自転車道が併設されている高速道路であり、瀬戸内海特有の多島美を楽しみながら海峡をわたり、まるで海上を走るような感覚が味わえる。

愛媛県は、「瀬戸内しまなみ海道」を「サイクリストの聖地にしよう」と提唱し、広島県、今治市、上島町、尾道市と連携して、環境整備や地元住民の理解促進・支援、インバウンドを含めた誘致プロモーションに積極的に取り組んでいる。

広島県は、「瀬戸内しまなみ海道」の更なるブランド力向上に向け、関係自治体とともに、国に対してナショナルサイクリングロード制度の創設を働きかけている。

尾道市、今治市では「瀬戸内しまなみ海道」開通を機に、その特性を生かした「レンタサイクル」の運営をスタート。また、「瀬戸内しまなみ海道振興協議会」は、展示会等のプロモーション活動やイベントの開催などにより、「瀬戸内しまなみ海道」の認知度向上に貢献している。

▲海風を感じながら爽快なサイクリングを楽しめる。
出典：「瀬戸内しまなみ海道振興協議会」より引用

これらの多様な取組みにより、国内外から旅行者が集まっている。世界から注目を浴びる起爆剤になったのは、2012 年５月世界最大の自転車メーカーGIANT 社の劉会長を団長とする台湾等の訪問団（自転車関係者やメディア）が「瀬戸内しまなみ海道」を訪れたサイクリング交流イベントである。会長がこのコースを「まさにサイクリングパラダイス」と絶賛。　このイベント以前に中村愛媛県知事が台湾を訪問し劉会長と面談し、信頼関係を築いたことがきっかけで、サイクリングイベントにつながった。もともとサイクリング熱が高い台湾人旅行者をはじめ、2014 年６月の CNN での特集などもあり、世界各地の旅行者が訪れるようになった。旅行のロコミサイト「トリップアドバイザー」などでも高評価を得ている。

▲2014 年 10 月に行われた「サイクリングしまなみ」
出典：「瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会実行委員会」HP より引用

▲サイクルオアシス
出典：「しまなみサイクルオアシス」HP より引用

②山里を韓国人旅行者がトレッキング！「九州オルレ」（一般社団法人九州観光推進機構）

「九州観光推進機構」（「九州はひとつ」を掲げ、官民共同の組織として 2005 年に設立）は、韓国で人気を博していた「済州オルレ」に注目。

「オルレ」は韓国・済州島から始まったもので、もともとは済州島の方言で「通りから家に通じる狭い路地」という意味。自然豊かな済州島で、トレッキングする人が徐々に増え、「オルレ」はトレッキングコースの総称として呼ばれるようになり、今では韓国トレッキングの中心的コースになっている。

「九州観光推進機構」では、2011 年５月に「済州オルレ」の関係者を九州に招聘し、九州でのコース設定の可能性を探った。同８月に「社団法人済州オルレ」との業務協定を締結。2012 年３月に第一次コース４コースを設定し、2014 年４月には全部で 12 コースが完成した。これらコース設定は、自治体が応募すれば認定されるわけではなく、済州オルレスタッフとともに厳密に審査されている。

2012 年２月のスタートから 2014 年３月までの訪問者数は約 5.7 万人。韓国人が約 4.1 万人（日本人 1.6 万人）と集客に成功している。

日本人も行かなかった山間や海岸の小道にたくさんの韓国人旅行者が訪れ、地元の住民がトイレを提供、韓国語であいさつ、手を振るなどのおもてなしが行われている。観光案内所やレストランができるなど新たな賑わいや雇用も創出。何より地元住民が地域の良さを再認識して誇りを持ち、観光促進の機運が高まったことが評価される。

2014 年２月には「九州オルレ」の認定を受けている 12 のコースの自治体などの 11 の地域が連携して「九州オルレ認定地域協議会」を発足。オルレグッズの協同購入やインターネットでの情報発信、イベントなどを開催し、広域で集客に取り組んでいる。

▲九州オルレパンフレット
出典：「九州観光推進機構」HP より引用

▲コースの目印となるリボン
出典：「九州観光推進機構」HP より引用

▲カンゼ 馬の頭が進行方向。
出典：「九州観光推進機構」HP より引用

▲石にペイントされた矢印
出典：「九州観光推進機構」HP より引用

③にし阿波観光圏（徳島県三好市、美馬市、つるぎ町、東みよし町）

徳島県西部の二市二町では、２００７年度から官民が一体となった「そらの郷山里物語協議会」を設立し、山村の農業や吉野川ラフティングなどを体験する教育旅行の受け入れを開始。２００８年８月に「にし阿波観光圏協議会」を設立し、同年 10 月に「にし阿波観光圏」が観光圏認定される。２０１１年２月に「一般社団法人そらの郷」を設立し、観光地域づくりプラットフォームの役割を担って、関係４市町のそれぞれ独自の「自然・景観」、「食べ物」、「歴史文化・伝説伝承」、「体験」の地域資源を総合的に組み合わせ、民泊による体験型教育旅行やインバウンドの受入を推進している。

誰よりもはやく祖谷の魅力を発見した東洋文化研究家のアメリカ人アレックス・カー氏が、古民家再生を通じて、落合という限界集落の再生をプロデュースし、祖谷集落の旅行記を発信したことで、近年多くの外国人が訪れる地域となっている。

「歴史や伝説に彩られた日本の原風景の中で過ごす心豊かな時間の創造」による来訪・滞在の促進をテーマに、旅行業法の特例を活用した着地型旅行商品の販売、体験型教育旅行等の受入や訪日観光客の受入を推進している。

旅行業法特例を活用した観光圏内限定旅行業者代理事業の登録による着地型旅行商品として、「にし阿波観光圏共通手形」や「祖谷平家伝説ガイドツアー『もうひとつの平家物語』」などの販売を行うとともに、都会では体験できない、民泊による農山村の暮らしを体験する教育旅行の推進を行っている。

また、外国語パンフレットの作成、外国語案内看板の設置等による受入環境整備を行うとともに、ＰＲ・営業活動及び宿泊を目的とした旅行商品の造成を実施している。

これらにより、２０１４年に三好市の主要５ホテルで宿泊した外国人観光客は 6，186 人で、過去最多だった２０１３年の 1.6 倍に増加するなどの成果を上げている。

▲落合集落（集落全体が重要伝統的建造物群保存地区）

出典：「そらの郷山里物語」HP より引用

▲アレックス・カー氏のプロデュースのもと、ステイ施設として再生した８軒の古民家の１つ「浮生」。

出典：「桃源郷祖谷の山里」HP より引用

（4）関西におけるDMOの動き

日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である。

観光庁では、日本版DMOの形成･確立を支援するため、2015年１１月に、日本版DMOの候補となりうる法人「日本版DMO候補法人」を登録する制度を創設しており、2017年1月現在、広域連携DMO ４件、地域連携DMO ５６件、地域DMO ６３件が、日本版DMO候補法人として登録されている。

このうち、関西地域においては、広域連携DMO１件(一般財団法人大阪湾ベイエリア開発推進機構)、地域連携DMO 12件、地域DMO７件が登録されている。

① 関西国際観光推進本部の取組

近畿２府４県と近隣４県、経済、観光団体など、関西の官民約60団体が一体となって2016年３月に設立された「関西国際観光推進本部」では、広域での訪日観光客誘致の推進母体として、以下の事業・活動を推進してきた。

●「ＫＡＮＳＡＩ国際観光指針」の策定

「２０２０年に関西への外国人訪問率を４５％まで増加させる」という新たな目標に向かって、当本部の参画団体が進めていく施策の方向性を示す「ＫＡＮＳＡＩ国際観光指針」を策定。

●関西広域での国際観光プロモーション

世界遺産や豊富な歴史遺産、絶景、食文化等により関西の魅力を体感できる広域観光周遊ルート「美の伝説～THE FLOWER OF JAPAN, KANSAI～」（観光庁の「広域観光周遊ルート形成促進事業」に認定）をはじめとして、関西各府県および各市町村の多彩な魅力を海外での旅行博覧会への出展等を通して中国やアジア、欧米からの観光客向けにプロモーションを実施。

●関西統一交通パスの発売

パス一枚で関西の主要な鉄道･バスに乗車できる統一交通パス「KANSAI ONE PASS」の購入者向けに専用モバイルサイトを開設し、施設や店舗等の優待や観光情報を提供、外客の回遊性向上を推進。

▲統一交通パス「KANSAI ONE PASS」

出典：「関西国際観光推進本部」HPより引用

●KANSAI Free Wi-Fi（Official）の運用

訪日観光客等が関西エリアで初回の接続手続きを行うと、以降はエリア内での自治体無料 Wi-Fi の認証の手続きが不要となる「KANSAI Free Wi-Fi (Official)」の運用を 2016 年 10 月より開始。

●「ＫＡＮＳＡＩ」ブランドの発信

「はなやか関西」シンボルマークを活用し、国内外にて 「KANSAI」 ブランドを発信。また、関西プレスツアー等を実施し、関西広域への訪日観光客誘致を推進。

●マーケティング調査等の実施

事業者や自治体向けセミナーの開催、見学会の実施、基礎自治体向けメールマガジンの配信等を通じた、インバウンド誘致に向けた取組をサポート。

▲はなやか関西 シンボルマーク

出典：「関西国際観光推進本部」HP より引用

▲KANSAI Free Wi-Fi（Official）共通認証アプリ画面イメージ

出典：「関西広域連合」HP より引用

なお、観光振興強化に向け、関西広域での訪日観光客誘致に向けて施策を実施してきた「関西国際観光推進本部」と「関西地域振興財団」は 2017 年 4 月に統合され、広域連携ＤＭＯ「一般財団法人関西観光本部」が設立される予定。

広域連携ＤＭＯ「関西観光本部」では、これまで実施してきた事業・活動を引き継ぐとともに、2017 年度の新規事業として、以下の事業を推進予定である。

2017 年度 「関西観光本部」の主な新規事業案

■多言語コールセンター整備事業
・北京語、広東語、韓国語、英語、仏語に対応した緊急時の電話通訳サービスを実施。
・関西全域対象に 24 時間対応。

■手ぶら観光普及事業
・宅配便事業会社の既存の宅配システムを活用し、官民連携機関である当本部による保証の下、スーツケース等を宅配。
・外国人観光客へのＰＲ、利用案内、統一伝票等を当本部が提供。

■おもてなしバッジ事業
・会話可能な言語を示した「おもてなしバッジ」を経済団体等を通して広く配布し、街なかで困っている外国人の助けとなるボランティアを増やす。

■ムスリム受入環境整備事業
・イスラム教対応の考え方(厳格さのレベル等)を事業者へレクチャー。

■広域連携ＤＭＯ連携事業
・北海道、東北、中部、四国、九州の各地域の広域観光推進組織の連絡会議を開催。
・関西域内のＤＭＯの連絡会議も開催。

出典：「関西広域連合」HP より引用

②一般社団法人近江ツーリズムボード

近江ツーリズムボードは、2015 年９月に、行政機関を含まない日本初のＤＭＯとして、彦根市や近江八幡市など湖東・湖北地域の商工会議所、商工会及び企業・事業所が約 100 機関・社で組織した観光広域連携組織「近江インバウンド推進協議会」を、2016 年３月に、観光庁の認定を受け、日本版 DMO へと組織変更したものである。

事業の企画・運営、プロモーション、組織運営の３つの委員会による機軸事業を進めるとともに、以下の重点プロジェクトを推進する。

●美食都市推進プロジェクト（「近江美食都市」事業の研究と推進）
来訪者を増加させるキラーコンテンツである「美食文化」育成のための事業。

●DMC プロジェクト（DMC の研究と設立準備）
DMC(Destination Management Company)を設立し、近江ツーリズムボードで構想する事業をより専門的に推進する。

●地域ブランド商品開発と販路戦略
観光消費額増加のための地域伝統文化を基礎とした特産品開発事業。

◀ 近江「美食都市」推進プロジェクト
「地域のプロのための美食料理セミナーの開催」
「美味しいものがある街に、人は集まる」をキャッチフレーズに、世界を渡り歩いてきた料理人を講師として招き、地域の「料理力」を高めるための美食料理セミナーを開催。

出典：「近江ツーリズムボード」HP より引用

▲近江「美食都市」推進プロジェクト
「フードカーの製作」
誰もが認める近江の地域食材「近江牛」メニューの出店を想定した鉄板焼き機能に特化したフードカー、様々な食材に対応でき、スタンダードなメニューに対応可能なカフェ機能に特化したフードカー、ドリンクメニューの提供に必要な設備が詰まったバー機能に特化したフードカーの３台を製作。

出典：「近江ツーリズムボード」HP より引用

また、彦根市と多賀町が連携し宿泊者数の増加策を協議する「彦根・多賀地域連携組織委員会」の事業にも関わり、ライトアップ事業等のプロモーションなどを進めている。

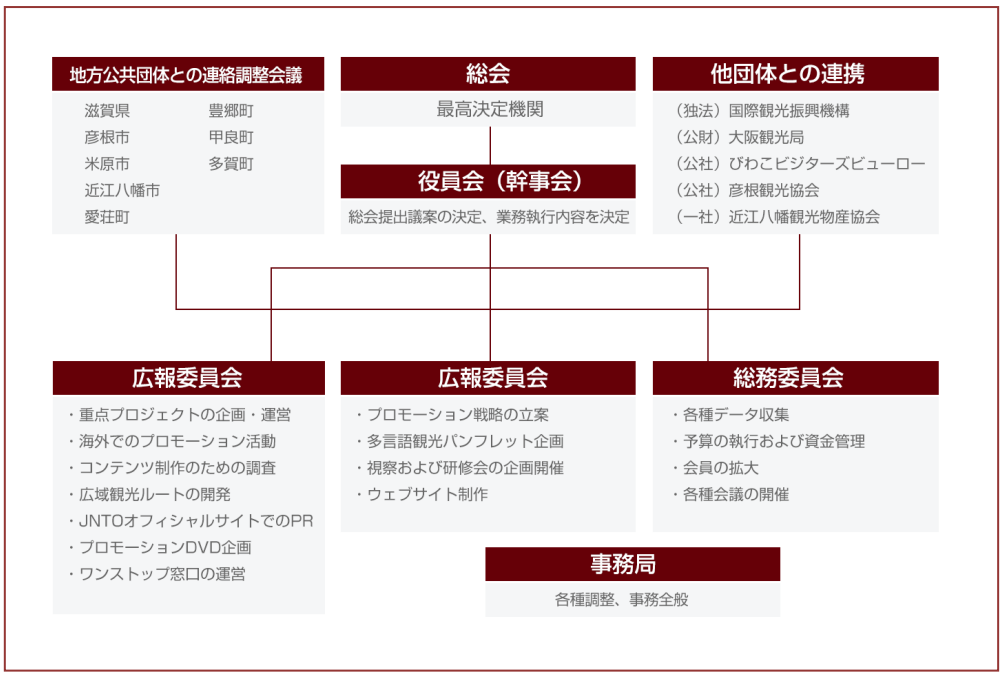
▲城あかり（彦根城）

出典：「光とアートで発信するブランディング事業 彦根・多賀地域連携組織委員会」より引用

▲神あかり（多賀大社）

出典：「光とアートで発信するブランディング事業 彦根・多賀地域連携組織委員会」より引用

近江ツーリズムボードの組織



出典：「近江ツーリズムボード」HP より引用

③一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー

2004 年 7 月に、熊野古道を含む「紀伊山地の霊場と参詣道」が、世界遺産リストに登録される中で、田辺市熊野ツーリズムビューローは、2005 年の田辺市、龍神村、中辺路町、大塔村、本宮町の市町村合併を機に、2006 年４月に、５つの既存の観光協会を構成団体として設立された官民共同の観光プロモーション団体である。

近年、旅行スタイルが「団体」から「個人・少人数グループ」へと変わってきている中で、2010 年５月に法人化し、2010 年７月には、第２種旅行業を取得し、地元の受入体制の整備、熊野古道をはじめとする着地型観光商品の開発などに取り組んでいる。

市内の 5 観光協会との役割分担により、プレスツアー、エージェントツアー、ウェブサイトによるＰＲ等に取り組むとともに、多言語案内看板やマップ、バス時刻表、指差しツール等を整備し、訪日観光客の受入環境の整備を行っている。

また、ワンストップでの旅行手配、地元ワークショップなどを通じて現地の受入体制整備を進めている。

旅行業の資格を取得した 2010 年には着地型旅行会社「熊野トラベル」を設立。熊野古道、温泉、食などの地域資源の活用、手荷物搬送、ガイドサービスなどを商品化している。

▲野中(中辺路)

出典：「田辺市熊野ツーリズムビューロー」HP より引用

▲熊野古道(中辺路)

出典：「田辺市熊野ツーリズムビューロー」HP より引用

▲外国人旅行者への対応のレベルアップを図るワークショップの様子（左が熊野本宮大社を対象としたもの、右が宿泊施設対象のもの）

出典：総務省「和歌山県田辺市「持続的な観光地づくり」」より引用

▲外国の旅行会社が案内のためのプレートを設置する民宿。

出典：「和歌山県広報室」HP より引用

▲外国人とのコミュニケーションを円滑にするために作成された指さし会話のためのマニュアル。

出典：「和歌山県広報室」HP より引用

▲サンティアゴ・デ・コンポステーラの教会にて熊野の山伏がホラ貝を吹く。

出典：自治体国際化協会（クレア）「クレアインバウンドライブラリー」より引用

また、総合特区法に基づく計画認定による特区通訳案内士制度を活用し誕生した「高野・熊野特区通訳案内士」と連携し、ガイドサービスを商品化している（県内全体では 100 人以上の現地ガイドが活動）。

2012 年の世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）主催の「明日へのツーリズム賞」では、日本で初めてファイナリストとしてノミネートされた。

欧米やオーストラリアなど外国人個人客の獲得に成功し、熊野トラベルの旅行業売り上げの 8 割を外国人利用が占める。

▲熊野古道を紹介する海外の旅行雑誌

出典：「和歌山県広報室」HP より引用

2 外国人の居住・生活環境整備の取組動向

地方創生の重要な鍵となるインバウンド観光の推進に加えて、留学生やビジネスパーソン等の在住外国人にとっても安心で過ごしやすい環境が提供され、多様な交流や経験を通じて関西への愛着が育まれることが、学生の関西への留学、グローバル企業の関西進出や外国人人材の関西での活躍にとって重要である。

昨年度実施した「対日投資促進に向けた関西の魅力向上方策調査」（平成２７年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業）において発掘した取組をまとめた、「関西の魅力向上に向けた先進取組事例集」から引用し、以下に「住み心地の良い生活環境づくり」および「学び、働き、活躍できる環境づくり」に係る取組動向を整理した。

2-1 住み心地の良い生活環境づくり

在住外国人等が、居住、医療、防災、子弟の教育、宗教文化などの面で不安なく、安心して暮らすためのきめ細かな生活や暮らしのサポートが関西の各地域・コミュニティで展開されている。

（１）外国人への暮らしの情報の提供およびサポート

①おうみの多文化共生地域づくり推進事業～住居関連多言語資料の作成～

公益財団法人滋賀県国際協会（滋賀県大津市）は、外国人が住宅を探すにあたり、日本特有の住宅制度や入居拒否などがあり、困難を伴う場合があるため、外国籍住民が住居探しの際に言葉や制度の壁が低くなるよう「民間賃貸住宅Ｑ＆Ａ」を作成。

外国人自ら通訳が居なくても住居探しの活動ができるようサポートすることや、不動産業者や大家が外国人顧客に対面した際に、日本人同様に対応できるよう、日本語併記の冊子を作成し、広く周知している。

なお、この冊子には多言語の用語一覧もあり、現場での活用がよりしやすい工夫がされている。

▲民間賃貸住宅Ｑ＆Ａ

出典：「滋賀県国際協会」HP より引用

②外国人向け住宅物件検索サイト運営

公益財団法人京都市国際交流協会（京都市左京区）では、外国人の住居の安定的な確保を図ることを目的に、「住宅情報の提供」、「受入住宅の開拓」、「不動産業界との連携」、「地域住民との共生」を促進・充実させるためのシステム構築を行い、安心して暮らせる環境作りをサポートしている。

▲HOUSE navi - 京都の外国人の為のお部屋情報サイト

出典：「HOUSE navi」HP より引用

具体的には、外国人向け住宅物件検索サイト「HOUSE navi」（日本語・英語・韓国語・中国語）を、日本賃貸住宅管理協会京都府支部と共同で運営しており、物件情報及び多言語対応可能な不動産業者の情報を提供している。

③８カ国語の三者通話用電話の利用等

大阪府では、大阪在住の外国人が、外国語による情報提供や相談を受けることができるよう、「大阪府外国人情報コーナー」を公益財団法人大阪府国際交流財団内に開設している。この相談コーナーでは在留資格、労働、医療、福祉など様々な情報を提供している。

日本語を話せない外国人の方が窓口に来られた時など、緊急を要する場合には、トリオフォンによる電話での対応を実施している。トリオフォンとは、自宅などに待機している対応言語の登録相談員に同じ電話機を用いてつなぎ、相談者とコーナーの相談員そして登録相談員の３者が同時に通話できるものである。

通訳料は無料であり、英語、中国語、韓国･朝鮮語、ポルトガル語、スペイン語、ベトナム語、フィリピン語、タイ語に対応している。

▲大阪生活必携ー大阪にお住まいの外国人の方のための生活ガイド
出典：「大阪府外国人情報コーナー」HP より引用

（２）医療における多言語対応

①適切価格による医療通訳の推進

特定非営利活動法人多言語センターFACIL （神戸市長田区）では、900 名以上、５１言語の登録通訳・翻訳者のネットワークを有し、地域住民である外国人が必要とする情報の翻訳、 生活現場で必要な通訳者の派遣など、地域の多言語環境を促進し、また外国人を含む地域の住民や行政機関、医療機関、地域の企業などを対象とした多言語・多文化な医療通訳等に取り組んでいる。

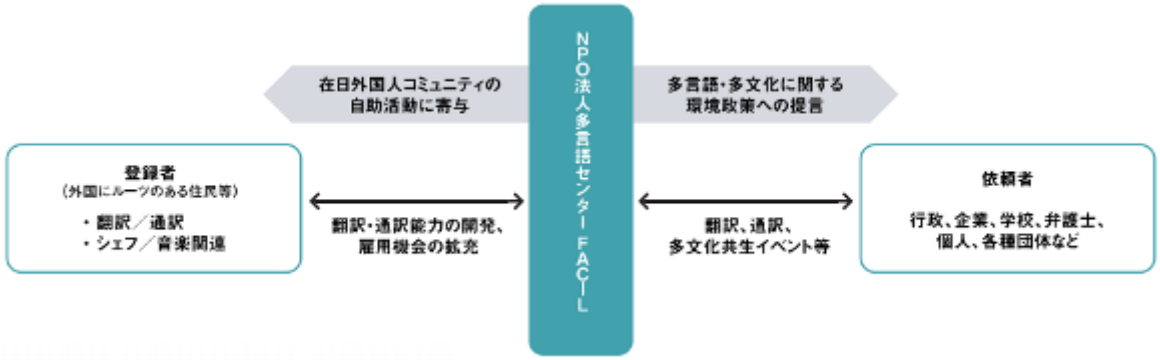
医療通訳は患者の自己負担と考えられている場合が多いが、通常の翻訳者を患者が雇うにはあまりにも高額で、十分な地域サービスが受けられない現状がある。

▲患者のための利用手引き
出典：「多言語センターFACIL」HP より引用

FACIL では、「兵庫県内の医療通訳システム構築モデル事業」として、2003 年よりモデル事業に取り組んでいる。

その結果、2011 年から市内 3 病院で、病院側が 3,500 円、患者が 1,500 円を負担して医療通訳派遣を利用できる仕組みを構築した。

2014 年度は 3 病院で 200 件以上の利用があり、2015 年からは新たに 3 病院が追加されている。



▲多言語センターFACIL のビジネスモデル
出典：経済産業省 「ソーシャルビジネス・ケースブック」（２０１５ 年 ３ 月）

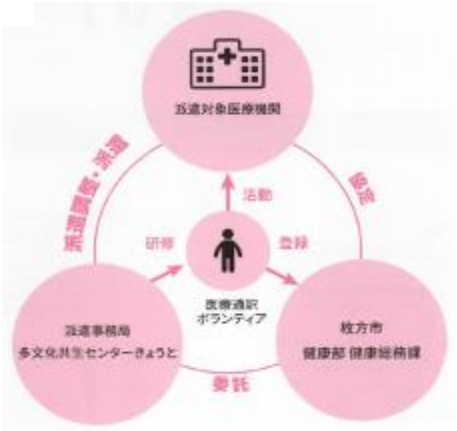
②病院への医療通訳者派遣制度

京都市では、日本語を母国語としない市民が安心して医療サービスを受け、京都で健康に暮らせるよう、京都市、公益財団法人京都市国際交流協会、特定非営利活動法人多文化共生センターきょうと、協定病院の協働で、医療通訳派遣事業を実施している。英語、中国語、韓国・朝鮮語に対応しており、事前の予約が必要である。

また、京都市では、特定非営利活動法人多文化共生センターきょうと及び株式会社多文化らぼと協働で、外国人ママのための専門医療通訳者派遣事業「ことさぽ」に取り組んでいる。

大阪府では、大阪大学医学部附属病院が有償による医療通訳を実施している。また、大阪府立病院機構が運営する府立 5 病院や堺市立総合医療センターでは、無償による医療通訳ボランティアを派遣している。

大阪府枚方市では、特定非営利活動法人多文化共生センターきょうとに委託し、市内の対象医療機関に医療通訳ボランティア（枚方市医療通訳士）を派遣している他、枚方市医療通訳士の養成にも取り組んでいる。



▲枚方市医療通訳士登録派遣事業図
出典：「枚方市」HP より引用

③国際診療科の設置

関西国際空港からの救急医療を必要とする患者の搬送先病院にも指定されている独立行政法人りんくう総合医療センター（大阪府泉佐野市）では、語学が堪能な医師を中心に2006 年に「国際外来」を開設。2012 年には常駐スタッフの充実を図った上で「国際診療科」として再スタートした。

通訳サービスのみならず、海外から訪日された患者について、海外の旅行保険会社への対応、診断書等の英訳（有料）他、国際医療に関連して院内で生じる様々な問題の窓口となっている。また、米国で臨床経験のある医師による、英語での初診も行っている。

「国際診療科」には約 60 名のボランティア通訳者が「りんくう国際医療通訳翻訳協会（IMEDIATA）」として活動。来院時の受付から院内各科の外来診察、各種検査、薬の説明、会計まで患者に付き添い通訳している。

毎月１回ネイティブスピーカーを講師に招き、研修医をはじめとする全スタッフを対象に医療英語のレッスンを行っている。

2013 年に一般財団法人日本医療教育財団より外国人患者受入れ医療機関認証制度「JMIP」（バージョン1.0）の認証を取得している。

厚生労働省平成 27 年度補助金事業「医療機関における外国人患者受入れ環境整備事業」医療通訳拠点病院として選定されている。

▲りんくう総合医療センターは外国人患者受入れ医療機関認証(JMIP)を国内で初めて取得した３病院の一つ。

出典：「りんくう総合医療センター」HP より引用

（3）災害時等の緊急対応

①5 カ国語対応の 119 番通報

京都市では、京都を訪れる多くの訪日観光客や留学生など、日本語を介してのコミュニケーションが困難な方からの 119 番通報及び災害現場の対応について、消防職員の語学力や消防局作成の冊子、救急現場活動シート等を活用して対応している。

こうした中、2013 年より民間通訳業者による電話同時通訳サービス（3 者間通話機能等）を用いた、365 日 24 時間の 5 カ国語通訳体制の運用を開始している（英語、中国語、韓国・朝鮮語、スペイン語、ポルトガル語）。

同様のサービスについて、神戸市、和歌山県田辺市・白浜町・新宮市・上富田町・すさみ町では 2014 年から、堺市では 2015 年から導入している。

▲119 番通報時（三者通話）

出典：「京都市消防局」HP より引用

②在住外国人向け防災ガイドブック作成・防災教室の開催

公益財団法人兵庫県国際交流協会（神戸市中央区）では、災害体験が少なく、日本語力や生活情報の不足などから災害時に弱者となりやすい在住外国人の防災意識を喚起するため、防災に役立つ情報を簡潔にまとめた「子どもと親の防災ガイドブック」を日本語・外国語併記（9 言語）で作成・配布。また、兵庫県の広域防災拠点である広域防災センターにおいて防災教室を開催している。

ガイドブックには外国人の視点を反映し、日本語と併記の外国語を対比しながら、日本語に不慣れな親は日本語を、母国語との接触が少ない子どもは母国語を学習できる教材としても活用できるようにしている。

▲子どもと親の防災ガイドブック（スペイン語版）

出典：「兵庫県国際交流協会」HP より引用

（4）子供の就学サポート

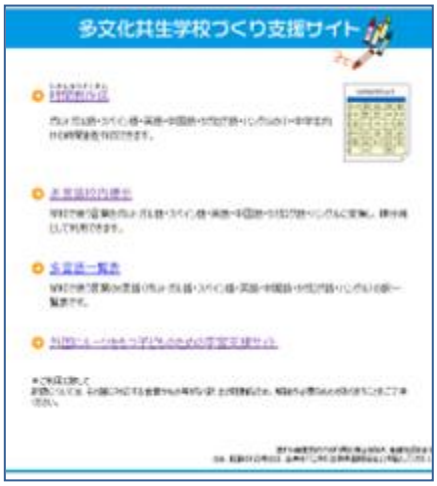
①外国人住民支援事業／進路支援事業　（多言語の進路ガイダンス・学校支援サイト）

公益財団法人滋賀県国際協会(滋賀県大津市)では、多言語での進路ガイダンスを開催、資料も多言語対応で作成している。また、外国にルーツをもつ子どもの日本語指導者養成講座の開催や情報提供にも積極的に取り組んでいる。

学校現場においては、進学情報のみならず、就学の際の多言語での情報提供が十分では

なく、日本語を母国語としない保護者や子どもに対し、学校生活全般における細やかな情報提供の必要性を感じ、学校生活の言葉のサポートができるサイト「多文化共生づくり学校支援サイト」を作成。

「多文化共生づくり学校支援サイト」は、６カ国語での小・中学生向けの時間割作成、多言語校内標示、多言語一覧表、外国にルーツをもつ子どものための学習支援サイトからなっている。



▲多文化共生づくり学校支援サイト

出典：「滋賀県国際協会」HP より引用

②学力・生活力につながる日本語指導のシステムづくりと教室運営

大阪府豊中市では、行政（教育委員会）とボランティア（「日本語指導者グループとよなか JSL」）、国際交流協会が連携しながら在住外国人の子どもを対象とした日本語教室を運営している。

地域には、在住外国人を対象とした日本語指導についての豊富な経験やノウハウを持つ人たちがいるが、「子どものための」日本語指導となるとその経験をもつ人は少なくなる。子どもに対する指導は、大人に対する指導と異なった方法で行わなければならないという認識のもと、ボランティアグループ内でも日々指導法を研究しながら、子どもの学校生活に必要な日本語を中心に、系統的な日本語指導を実践している。

▲子どもの日本語指導者養成講座の様子。

出典：「自治体国際化協会」HP より引用

（5）コミュニティ・交流

①異文化交流による外国人受入

特定非営利活動法人国際交流の会とよなか（大阪府豊中市）は、市民による身近な国際交流・国際協力を目的として、1985 年に豊中市で発足した。約 90 名の正会員自身が活動を行い、事務局が活動を支援している。

会員活動は 4 グループに分かれている。

①在住外国人支援活動
- 外国人親子の子育て支援
- 通訳・翻訳サービス
- 日本語サポート　等

②国際理解活動
- 国際子どもキャンプ
- グローバルサロン　等

③国際交流活動
- TIFA キッチン
- ホストファミリー活動　等

④国際協力活動
- ネパールでの女性や子どもの自立支援活動　等

▲外国人親子のための子育てサロン

出典：「国際交流の会とよなか」HP より引用

▲国際理解プログラム

出典：「国際交流の会とよなか」HP より引用

TIFA カフェ・サパナでは、外国人の方が日替わりで料理を提供している。異文化交流につながるだけでなく、日本における就労支援にもつながっている。

2000 年に豊中市役所 5 階に外国人向け市政案内・相談窓口が設置され、国際交流の会とよなかも運営に関わり、週 4 日は英語対応、週 1 日は多言語対応をしている。

▲TIFA カフェ・サパナで提供される「母国の家庭料理」

出典：「国際交流の会とよなか」HP より引用

▲ネパールの女性と子どもの支援活動

出典：「国際交流の会とよなか」HP より引用

②スペイン語情報誌 Latin-a 発行

ひょうごラテンコミュニティ（神戸市長田区）は、日本に在住するスペイン語圏出身者への支援を行っており、生活相談や通訳、子ども向けスペイン語教室等を実施している。

情報誌「Latin-a」は、2005 年 6 月より発行しているスペイン語情報誌である。日本語があまり理解できないスペイン語圏の方が日本で生活していくうえで必要不可欠な情報を提供することを目的としており、様々な分野の専門家（外国人や日本人）が無償で記事を提供している。

▲情報誌 Latin-a

出典：「ひょうごラテンコミュニティ」HP より引用

（6）生活情報の発信

関西在住外国人向け英語フリーペーパー発行

関西シーン（大阪市西区）では、主に関西在住外国人のための英語情報誌 Kansai Scene（フリーペーパー）を、毎月 1 日約 15,000 部発行している。関西国際空港、関西のホテル、ゲストハウス、レストラン、大型書店洋書コーナー、観光案内所等、外国人が集まる 600 カ所以上に配布。

制作スタッフが在住外国人であるため、外国人の目線で関西を深く知ってもらう記事作りに力を入れており、関西在住外国人の日本での活動や、日本の伝統・文化に関する情報を特集記事としている。関西のイベント・飲食店・外国語の通じる病院情報等を掲載、クラブ・ライブ情報等のナイトエンターテイメントや、求人情報まで充実。

▲『関西シーン』2015 年 2 月号
出典：関西シーン 提供

コミュニティ雑誌として、イベント（クリスマス、ハロウィーン等）やパーティーを開催。企画に反映させるべく、読者からの声を聞く他、外国人と日本人が交流する場にもなっている。

関西シーンは、関西在住外国人を主なターゲットとした月刊誌であるが、今後の展開として、訪日観光客をターゲットにした冊子の作成について検討中。

オンライン配信も行っており、すべての記事をウェブサイトで読むことが可能である。

▲特集記事
出典：関西シーン 提供

2-2 学び、働き、活躍できる環境づくり

留学生への生活支援や交流の場づくり、アルバイトや就職支援など学びを支える環境づくり、投資しやすい環境整備、創業スタートアップ支援など、対日投資や起業家人材の呼びこみなどの外国人が活躍できる環境づくりが関西の各地域・コミュニティで展開されている。

①京都留学生情報サイトの開設

公益財団法人京都市国際交流協会（京都市左京区）では、留学生にとって役に立つ情報を一元的にとりまとめたホームページ「京都留学生情報サイト」を開設。

本サイトは、生活に役立つ情報を集めた「留学生お得だねっと」、就職や社会参加のお手伝いをする「kokoka 留学生ねっと」、留学生関連ウェブサイトを集めた「留学生情報リンク集」の３つのページで構成されており、対応言語は、日本語、英語、中国語、韓国・朝鮮語の４言語となっている。

▲京都留学生情報サイト

出典：「京都市国際交流協会」HP より引用

②留学生交流ファミリー制度の設置

公益財団法人京都市国際交流協会（京都市左京区）では、協会登録ボランティアが、京都に住む留学生を家族の一員として迎え、季節の行事や市民生活をともに楽しみ、日本で生活する上での相談相手として精神的な支えとなるなど、普段の生活の中で相互の理解と交流を深める留学生交流ファミリー制度を設置。1992 年以来続いているボランティア活動であり、年２回（春期・秋期）のマッチング会で留学生を紹介し、原則、留学生１人と１家庭との密な交流を行うもの。

▲事業周知チラシ

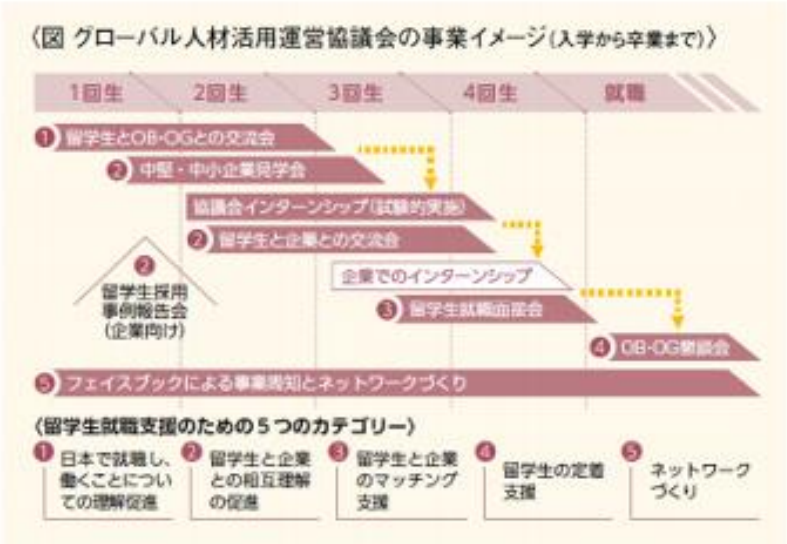
出典：「京都市国際交流協会」HP より引用

③留学生が関西で学び、関西で就職できる仕組みの構築

関西経済連合会（大阪市北区）では、2013 年６月、留学生の就業支援に取り組んでいる経済団体等、大学、大学コンソーシアム、行政機関とともに、産学官協働による「グローバル人材活用運営協議会」を設立し、以下の事業を展開している。

- 日本で就職し、働くことについての理解促進。
- 留学生と企業との相互理解の促進。

・留学生と企業のマッチング支援。
・日本企業に就職した留学生の定着支援。
・フェイスブックによる事業周知と留学生と企業とのネットワークづくり。
＜facebook＞ https://www.facebook.com/global.kansai



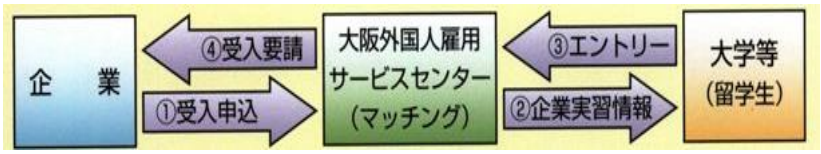
▲留学生の入学から卒業、就職以後にかけて提供する事業の流れ

出典：「関西経済連合会・グローバル関西」フェイスブックより引用

④留学生ビジネス・インターンシップの実施

大阪外国人雇用サービスセンター（大阪労働局）（大阪市北区）では、留学生と企業の相互理解の促進や、卒業後の本格就労に向けた実践的準備の機会の提供を通じ、企業における高度外国人材の活用促進を図るため、留学生に対するインターンシップを実施。

管内の約７０の大学と連携し、インターンシップ実施計画書を留学生に発信。大学等の夏期・春期の長期休校期間中１～２週間のプログラムで実施。



▲インターンシップの仕組み

出典：「大阪外国人雇用サービスセンター」HP より引用

⑤講義とインターンシップによる 100%の就職率を確保

学校法人エール学園（大阪市浪速区）では、一般的なインターンシップが夏季期間の２週間程度であり、受け入れ企業にも負担がかかることから、受け入れ企業のニーズに合わせるとともに、インターンシップをカリキュラムとして位置づけ、講義とインターンシップによる教育を行っている。

毎年 100 社以上の企業連携と地域社会の支援で留学生のニーズにより「採用選考型インターンシップ」、「キャリアアップ型インターンシップ」、「地域貢献型インターンシップ」の

３種類のインターンシップが行われている。

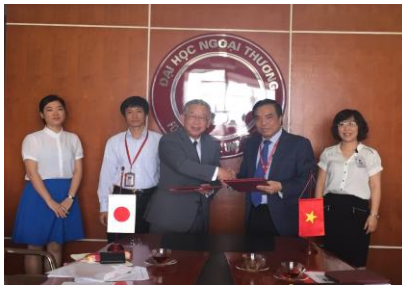
「デュアルビジネスコース」では、入学後３カ月間で座学を行ない、４カ月以降は週３日のインターンシップが行われ、100%の就職率を確保している。

▲インターンシップ風景
左：観光案内所での社会経験　右：企業での実務経験
出典：エール学園　HP より

特に、日本での就職を希望する留学生を対象とした「デュアルビジネスコース」では、入学後の１月から３月まで日本語の取得の座学、４月から６月まで貿易、経営等の座学、７月から 12 月までが、座学と週３日のインターンシップを実施するカリキュラムとなっている。この長期型インターンシップにより、インターンシップ先に７割が内定。内定されない３割の留学生には、インターンシップ先以外の企業への就職斡旋により、100%の就職率を確保している。

また、留学生と企業の交流の場「国際人財活用ネットワーク交流会」活動を推進しており、受け入れから就職支援までの仕組みづくりを推進している。

エール学園では、ハノイ貿易大学と単位互換制度を活用した提携を行い、ハノイ貿易大学の学生が、エール学園での約 1 年間の日本語教育及びインターシップ実施後、日本で就職することとなり、関西への優秀な外国人材の誘引に寄与していくことが期待される。



▲ハノイ貿易大学との提携風景
出典：エール学園 提供

⑥「完全英語」によるキャリアフェアなどを介したグローバル人材採用への支援

株式会社ジェイケイ・ブランディング（京都市上京区）では、公益財団法人京都市国際交流協会との提携により、2012 年より「完全英語」によるキャリアフェア「English Career Fair」、京都を中心に関西圏の大学に在籍する外国人留学生や日本人バイリンガルの就職を支援するための「UNIVERSAL JOB FAIR & PARTY」の開催や、京滋地域に所在する京都大学、同志社大学、立命館大学、京都工芸繊維大学でのオンキャンパスキャリアフェアを実施している。

「English Career Fair」は、「完全英語」による情報提供を行うものであるが、参加者は日本語にも通じている。約 60 カ国から参加。欧米等の英語圏での学生が多い。

▲「English Career Fair」の様子
出典：ジェイケイ・ブランディング 提供

世界を舞台に活躍する人（ユニバーサルタレント）に、日本の大学（学ぶ）、企業（働く）に来てもらうには、①プロモート（PR）をして取り込むことと、②活かすための「人材育成」と「ロールモデル創り」が重要であるとの考えの下、「World Stage ～エンプロイヤー・ブランディング Web サイト」を開設し、世界で活躍する企業のロールモデルを発信

し、グローバル人材採用への支援を行っている。

▲「World Stage ～エンプロイヤー・ブランディング Web サイト」
出典：ジェイケイ・ブランディング 提供

⑦英国企業等の対日投資プロジェクトのサポート

在大阪英国総領事館 OB が創業したＫＡＨＭジャパン株式会社（大阪市北区）は、英国等の海外人脈を生かして、関西を中心に海外の大学や企業を結びつける事業に取り組んでいる。

日本国内の情報収集や営業代行等を通して、日本における英国企業の事業化や進出支援を担うベンチャー企業である。取扱分野は、自動車、情報通信、生命科学など幅広く、オックスフォード大学産官学連携機関・Oxford University Innovation（OUI）、英国自動車技術総合研究所・ホリバ MIRA 社、列車向けオープンネットワークソリューションの Nomad Digital 社の日本代表を務めるなど、日英両国のビジネスの橋渡しを担っている。

今後とも、経験豊かなシニアをネットワーク化することで、海外から関西への投資を呼び込む計画。経済産業省近畿経済産業局、大阪商工会議所、公益財団法人都市活力研究所、独立行政法人中小企業基盤整備機構、国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構、一般財団法人アジア太平洋研究所、京都リサーチパーク、大学等の学術機関など、関西の産学官のネットワークを活かして事業展開を進める。

▲英国貿易投資総省主催のセミナーや商談の様子
出典：ＫＡＨＭジャパン 提供

Ⅱ　「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」

1　「はなやかＫＡＮＳＡＩ魅力アップアワード」の概要

インバウンド観光需要の取込みや在住外国人の居住・生活サポートに寄与する事業・活動に対して、総合的に優れた取組み及び各評価項目において突出して優れた取組みを、フォーラムに推薦し、同フォーラムにおいて関西インバウンド大賞、特別賞の表彰を行い、先進モデル事例として広く発信・周知することにより、他地域における取組みの機運醸成と展開を促進し、拡大するインバウンド観光需要の取込みによる地域創生とグローバル人材・企業の誘引に資することを目的に実施。

◆募集対象の分野

アワードでは、急増するインバウンド観光の経済効果を広く関西各地域に波及させるとともに、中・長期滞在する留学生や在住外国人にとっても安心して活躍できる外国人受入環境整備に係る以下の事業・活動を募集の対象とした。

募集対象のテーマ・分野

	テーマ		分　野
訪日観光客の取込みに係る事業・活動	テーマ❶ 観光・訪日客を誘引する関西のさらなる魅力づくり	・地方における訪日観光客受入環境整備による地方創生と、関西のさらなる魅力向上に資する取組み	❶観光情報の発信・プロモーション ❷観光商品・サービスの造成 ❸観光地づくりへの体制整備 ❹観光人材の確保・育成
在住外国人の居住生活サポート事業・活動に係る	テーマ❷ 住み心地の良い生活環境づくり	・不安なく、安心して暮らすためのきめ細かな生活サポート、生活の拠りどころとなるコミュニティ形成に資する取組み	❶きめ細かな生活サポート ❷コミュニティ・交流
	テーマ❸ 学び、働き、活躍できる環境づくり	・留学生への生活支援や交流の場づくり、就職サポート、対日投資や起業家人材の呼びこみに資する取組み	❶学び、活躍できる環境づくり ❷ビジネスのしやすい環境整備

外国人受入環境整備に関する事業・活動のイメージ①

テーマ・分野		事業・活動のイメージ
テーマ❶ 観光・訪日客を誘引する関西のさらなる魅力づくり	❶観光情報の発信・プロモーション	○訪日観光客への地域の魅力発信・プロモーション ・外国人目線のプロモーション ・SNS を活用したフリープロモーション ☞**外国人視点での継続的な情報発信** ・日本に暮らす外国人が取材・編集し、徹底した外国人視線で、日本の旅行情報や生活、文化情報を集約したポータルサイトの発信。 ☞**現地旅行エージェント等への情報発信・ＰＲ** ・現地旅行エージェント、個人旅行者向け海外旅行会社、航空会社等を活用した情報発信。 ☞**ブロガーによるフリープロモーション** ・ブログ、SNS、海外旅行者向け宿泊情報サイトを活用し、計画的・戦略的に情報発信。 ○移動や滞在の利便性に資する多言語対応の情報・案内 ☞**ＩＣＴ活用による多言語案内** ・訪日観光客の使用言語に合わせた観光資源の価値や魅力の解説、サインや観光案内。
	❷観光商品・サービスの造成	○地域の持つ歴史や文化、自然などの観光資源を生かした付加価値の高い体験型・交流型の観光商品など、訪日観光客の多様なニーズに応えた新たな商品・サービスの造成 ・グリーンツーリズム・エコツーリズム等の着地型観光の造成 ・クールジャパン資源の活用 （愛好者に絞り込んだ体験型プログラムで地域の特色づくり） ☞**歴史的建造物や自然資源の活用** ・黒瓦、白壁などの街並みの景観や文化財の保全・保護を図り、観光資源としての磨きをかけ、観光客を誘客。 ・自然資源保護に配慮しつつ、来訪者が滞在できる施設を用意したり、来訪者ニーズに合わせた学習ツールやツアーを提供。 ☞**グリーンツーリズム・エコツーリズム** ・既存の国内の旅行者を対象とした受入環境に加えて、訪日観光客への日本の農山漁村の魅力を味わう環境整備と発信により、外国人を受け入れる取組みを推進。 ・「過疎地」という不利な点を「田舎暮らし」という利点に変え、地域まるごと生かした多種多様な体験プログラムと農家民宿で、訪日観光客をおもてなし。 ・サイクリングツアー、食文化、里山の暮らしツアー等の体験プログラムで日本の農村休暇を提供。 ☞**クールジャパン資源の観光への活用** ・コンテンツ・音楽・伝統的工芸品等のクールジャパン資源を観光に活用し、外国人を受け入れる取組みの推進。 ・地域の酒蔵が中心となって、外国の日本酒愛好家等を対象とする酒蔵巡りを通じ、地元の食や文化、歴史を全身で楽しむ「酒蔵ツーリズム」を実施。 ・金属加工等の産業集積地として、ものづくりの現場の見学を通じた工場の魅力を体感する観光の取組みを実施。 ・海外でも話題になったアニメやドラマの巡礼型の観光振興により国内外の観光客を集客。 ☞**医療観光** ・豊かな観光資源と世界レベルの医療を結び付けた「医療観光」。

外国人受入環境整備に関する事業・活動のイメージ②

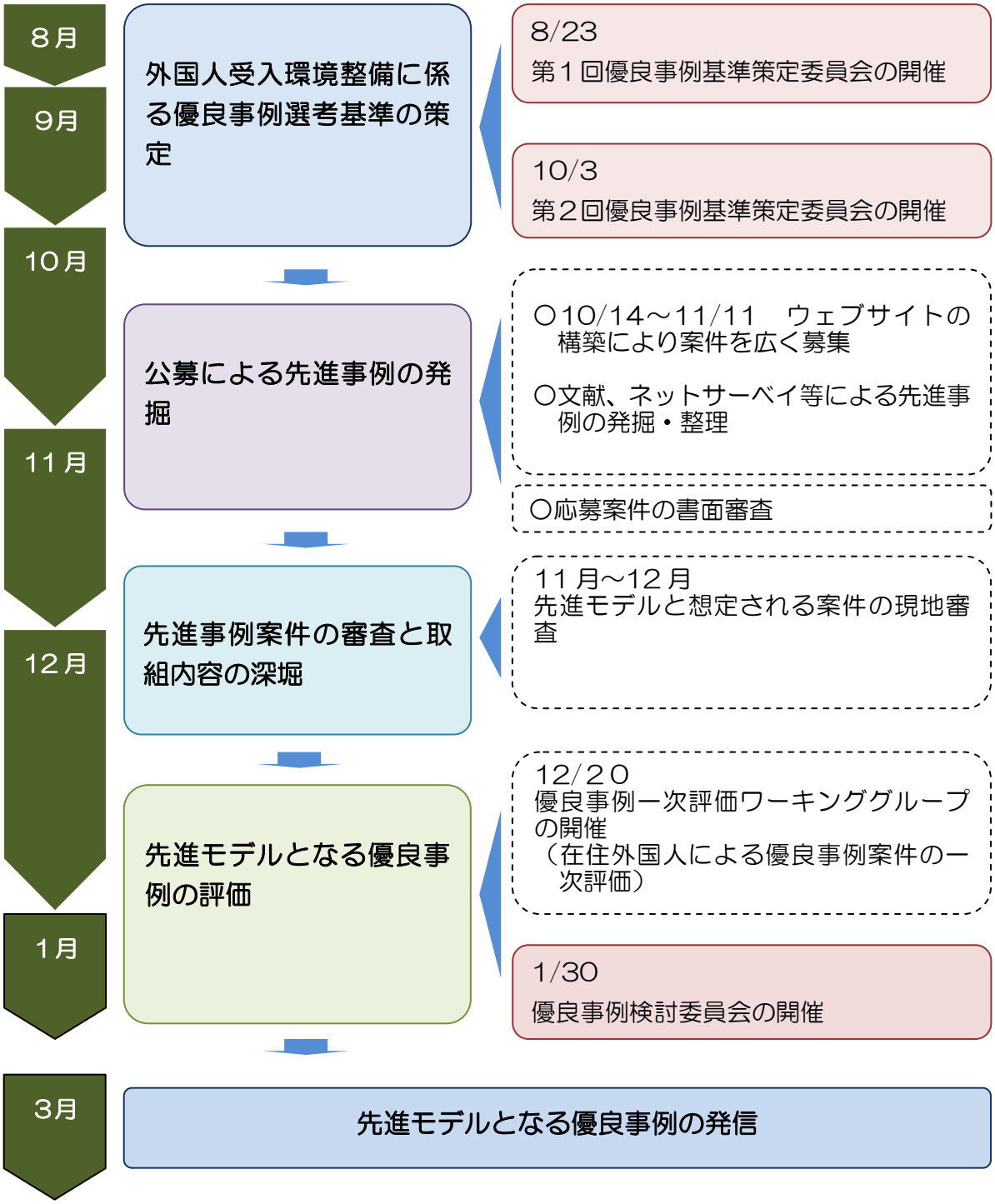
テーマ・分野		事業・活動のイメージ
テーマ❶ 観光・訪日客を誘引する関西のさらなる魅力づくり	❸観光地づくりへの体制整備	○「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役であるDMOの設置等による観光推進 ・観光資源の洗い出し、磨き上げ、実施計画の策定 ・関係者、地域住民との意思疎通と連携、協力体制の構築 ☞**ツーリズムビューロー等の設置** ・自治体及び観光協会がツーリズムビューローを設置し、旅行業事業、情報発信事業、受入地のレベルアップ事業を実施。 ・観光地域づくりプラットフォームを設立し、構成市町それぞれ独自の「農林業(食)」、「自然・環境」、「歴史文化」資源を総合的に組み合わせ、体験型教育旅行や訪日観光客の受入を推進。
	❹観光人材の確保・育成	○質の高いサービスを提供できる人材の育成・確保 ・観光経営マネジメント人材の育成 ・「おもてなし」マインドを持ったガイドや通訳案内士の育成 ・外国人人材の登用 ○ボランティアガイドの育成・確保 ☞**産学官連携による教育プログラムの構築** ・専門学校、大学等の教育機関と連携し、観光人材教育プログラム研修を実施し、外国人おもてなし人材を育成。 ☞**在住外国人の登用** ・日本の文化や事情にも理解の深い在住外国人を「目利き」（アドバイザー）に、地域の資源視察やモニターツアー、ワークショップを実施し、新たな魅力の発掘、魅力あるインバウンド商品を造成。
テーマ❷ 住み心地の良い生活環境づくり	❶きめ細かな生活サポート	○居住、医療、防災、子弟の教育、宗教文化などの不安なく、安心して暮らすためのきめ細かな生活サポート ・住宅、教育、文化交流などの外国人赴任者への暮らしの情報の提供およびサポート ・医療等の緊急時対応、多言語対応の推進 ☞**暮らしのサポート** ・外国籍住民向けの住宅情報、子弟の進路支援から身近な生活情報などの「暮らしの情報サイト」の整備。 ・外国人赴任者への暮らしのサポーターネットワークづくり。 ☞**医療等の緊急時対応** ・電話同時通訳サービスによる365日24時間の母国語通訳体制の運営。 ・ボランティア通訳者による院内各科の外来診察、各種検査、薬の説明、会計までの付き添い通訳。
	❷コミュニティ・交流	○異文化交流による多様性の相互理解、闊達なコミュニケーションの場づくりや生活の拠りどころとなる外国人コミュニティの構築 ・日本文化の理解や異文化交流の充実化 ・日本の文化体験、レジャー・アミューズメント等の情報提供およびガイド ・日常生活に必要な宗教文化、趣味や娯楽など外国人ネットワークの構築 ☞**外国人コミュニティ** ・地域で暮らす外国人の学び・集う多文化共生の地域コミュニティづくり。 ・在住外国人への関西で暮らす魅力や交流イベント・パーティーなどの情報提供。

外国人受入環境整備に関する事業・活動のイメージ③

テーマ・分野		事業・活動のイメージ
テーマ❸ 学び、働き、活躍できる環境づくり	❶学び、活躍できる環境づくり	○留学生への生活支援や交流の場づくり、アルバイトや就職支援など学びを支える環境づくり ・暮らし、アルバイト、文化交流などの情報提供およびサポート ・人的交流の場の充実 ☞**留学生サポート** ・暮らし、アルバイト、文化交流などの情報を提供する「留学生情報サイト」の整備。 ・留学生ホームステイによる人的交流。 ・企業とタイアップした良質なアルバイト先を留学生に提供。 ○就職サポートや企業における外国人社員の積極登用 ・きめ細かな就職サポート ・外国籍社員の積極的採用と定着化 ☞**就職サポート** ・留学生へのキャリアカウンセリングとグローバル人材を求める企業との出会いの場を提供。 ・留学生インターンシップの積極受入れ・採用と従業員間の相互理解とコミュニケーションを深め、海外取引業務拡大を推進。
	❷ビジネスのしやすい環境整備	○投資しやすい環境整備、創業スタートアップ支援など、対日投資や起業家人材の呼びこみ ・対内投資の促進 ・外国人起業家の受入れ支援・定着化 ☞**対日投資サポート** ・日本国内の情報収集や営業代行等、日本での海外企業の事業化や進出を支援。 ・日本での起業をめざす外国人へのスタートアップ支援。

２　「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」の募集、評価、選定の流れ

調査のスケジュール



３ 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」の評価基準の設定

（１）優良事例の評価基準

観光は、関連する産業の裾野が広く、地域に大きな経済効果をもたらすばかりでなく、伝統の継承や文化の創造など、地域社会の価値向上に重要な役割を果たす。

このため、訪日観光客の取込みに係る取組事例は、単なる交流人口の拡大に終わらせず、業種を越えた産業間の連携による地域産業の育成、雇用の拡大、地域社会の価値向上等に寄与していくことが期待される。

また、在住外国人の居住・生活サポートに資する事業・活動への取組事例は、取組みを推進することにより、留学生やビジネスパーソン等の在住外国人にとっても安心で過ごしやすい環境が提供され、多様な交流や経験を通じて在住外国人による地域への愛着が育まれるとともに、在住外国人が活躍できる環境となることが期待される。

こうした、優良事例を評価し、広く発信・周知することにより、他地域における取組みへの機運醸成と展開の促進を図ることが本アワードの目的であり、優良事例の評価基準として、以下の項目を設定した。

優良事例の評価基準

（１）優れた事業・活動を目指す理念、訪日・在住外国人のニーズに応えるための着眼点や方法により、成果をもたらしていること。
（２）新しい独自の観点によって今までにない工夫など、新規性・独創性のある事業・活動であること。
（３）事業継続可能な運営体制、関係者・関係機関との連携・協力関係等の事業・活動を展開・発展させる仕組みがあること。
（４）取組み事業・活動がもたらす地域経済の活性化、雇用の創出等の波及効果があること。
（５）取組み事業・活動がもたらす地域イメージの向上や地域との親和性等の社会的効果があること。
（６）他地域の参考となり、広く応用・展開できる事業・活動であること。

（２） 評価方法

各評価基準に対して総合的に優れた取組事例に加え、評価基準の各項目において、特に優れた取組事例についても、先進モデル事例として評価し、フォーラムに推薦する。

４ 「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」優良応募事例の事業・活動概要

「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」優良応募事例の訪日観光客の取込みに係る事業・活動（26 件）、在住外国人の居住・生活サポートに係る事業・活動（３件）の概要は、以下のとおりである。

優良応募事例の事業・活動概要

◆訪日観光客の取込みに係る事業・活動（26 件）

事業者（所在地）	事業・活動の名称	概　　要
大阪糖菓㈱ （大阪府八尾市）	コンペイトウミュージアム（観光サービス・ミュージアム事業）	・日本で唯一、コンペイトウの手作り体験ができる『見て・聞いて・作れる』体験型企業ミュージアム。 ・英語版 DVD、外国人にも分かりやすいパンフレットを準備し、訪日観光客を誘客。
㈱神戸酒心館 （兵庫県神戸市）	酒蔵ミュージアム	・酒蔵見学、売店等の企業ミュージアム。2015 年から Free　Wi-Fi の整備、パンフレットと館内表示の多言語化を実施し、年間 13,000 人の訪日観光客が来場。
㈱イロドリ （大阪府大阪市）	梅田の商業施設「阪急三番街」で海外観光客向け日本文化体験ツアーの開催	・関西でも最大級の約 260 もの店舗を有する「阪急三番街」地下街の認知度アップを目指した「海外観光客向け体験ツアーイベント」の実施。
農業法人㈱秋津野 （和歌山県田辺市）	都市と農村の交流『秋津野ガルテン』	・都市と農村の交流を目指す、レストランや宿泊施設、地元柑橘を使ったスイーツの加工などの体験施設などの複合施設。 ・年間４万名以上が利用。宿泊客は２０１６年度約３千名。１～２割程度が外国人宿泊客(欧米、豪州中心)。
いえしまコンシェルジュ合同会社 （兵庫県姫路市）	島の暮らしを魅力とした観光まちづくり事業	・島の暮らしの紹介を旨とする観光ガイド。 ・2012 年４月から、日本人のほか、留学生や日本に住む外国人に対して日本語でのガイドを実施し、2015 年度は 1,500 人が利用。訪日観光客は、家島全体で 150 人が来島。
Washoku　Home Cooking Machiko （大阪府大阪市）	ハラール対応和食料理教室	・自宅を教室とする、日本の家庭料理や食事作法を体験できる料理教室。 ・日本企業へのハラールアドバイス・認証取得支援や海外進出の支援、イスラム教国からの来賓者に対するハラール和食の提供・プロデュースも実施。
㈱梅守本店 （奈良県奈良市）	寿司職人を体験できる学校やハラール弁当で「観光奈良」の振興に貢献	・海外団体向け・個人旅行者向けに計３つの寿司学校を展開。事業開始から約３年で約９万人に対してサービスを提供。 ・また、「ハラール認証」を取得し、７種類のハラール弁当を製造・販売。
㈱PIJIN （大阪府大阪市）	奈良市内における QR コードを活用した観光案内板等多言語化業務	・案内板などの情報表示物に QR コードを付加することにより、スマートフォン上で多言語翻訳を提供する IT ソリューション。 ・奈良市全域における観光関連情報の多言語化整備を実施。
㈲リンクコーポレーション （大阪府大阪市）	難波イブニングウォーク	・連携するホテルの宿泊者を対象とする、無料の地元密着型ナイトツアー。 ・毎週金曜夜間、ホテル宿泊者から希望者を募り、なんばエリアを案内。
㈱フードピクト （兵庫県神戸市）	FOODPICT　おいしい絵文字が世界をつなぐ	・言語に依存せずに食の成分表示を実現するピクトグラムの提供。 ・ライセンス月額１，０００円で提供し、国内外約 1,３５０カ所へ普及。

優良応募事例の事業・活動概要

◆訪日観光客の取込みに係る事業・活動（26 件）のつづき

事業者（所在地）	事業・活動の名称	概　　要
㈶山本能楽堂 （大阪府大阪市）	関西から世界へ、世界から関西へ～山本能楽堂インバウント推進事業	・地域資源である伝統芸能のインバウンド展開を平成 18 年から先駆的に実施。 ・「初心者のための上方伝統芸能ナイト公演」として、多言語資料の配布やネイティブ外国人による英語の司会と解説付き公演を実施。
グランソール奈良 （奈良県宇陀市）	健診インバウンド事業	・リゾートとしての価値を高めた医療ツーリズム事業。高機能医療機器を用いた全身の精密検査の提供に加え、アメニティの充実した客室や大浴場、管理栄養士がメニューを考える専用レストランを完備。
棚田の宿　ささゆり庵㈱運営母体：ベンチャーケミカル㈱） （奈良県宇陀市）	棚田の宿　ささゆり庵の運営	・国定公園の峰々を背景に、棚田と地ささゆりが咲く日本の原風景をもつ室生深野集落にて、富裕者層をターゲットに一日一組限定の伝統古民家一棟貸宿を運営。 ・日本の伝統文化を英語解説により、「口伝実演」「眼前体感」で提供。
ART　COMPLEX GROUP （京都府京都市）	「ノンバーバルパフォーマンス」常設劇場でロングラン公演	・非言語作品（ノンバーバル）のナイトパフォーマンス。マイムやブレイクダンス、ジャグリング、マジックなど世界レベルで活躍するパフォーマーが日替わりで出演。
㈱池田泉州銀行 （大阪府大阪市）	現金による外貨両替対応（ショップ・ATM）	・外国人向け両替インフラの構築。 ・他行に先駆けた自動外貨両替機の設置、要所への出張両替、外貨両替予約サービス（実証実験）などを実施。
㈱シーズ （大阪府大阪市）	おもてなしタブレット®（訪日客向け多言語接客ツール）	・タブレットを顧客に手渡す形で、外国語によるサービス・情報を提供する接客支援ツール。基本 4 言語（英、繁、簡、韓）を提供、言語追加も可。
㈱シーズ （大阪府大阪市）	関西ムスリムフレンドリーマップ&ガイド	・関西エリアを対象とする、ムスリム対応可能な飲食店、物販店、礼拝施設の情報が掲載されたマップおよびスマホアプリ。
㈱シーズ （大阪府大阪市）	TAX-FREE　SHOPPING GIUDE（免税店検索アプリ）	・免税店に特化した店舗検索アプリ。日本初・日本唯一で、現在は全国を網羅。 ・対象地域の全ての免税店を掲載し、情報の新鮮さを保つため 3 ヶ月に一度情報を更新。
㈱Local24 （京都府京都市）	自動販売機を利用した無料 Wi-Fi の提供による訪日観光客へのサービス提供	・自動販売機上に無料で利用できる無線ＬＡＮを設置するプログラム。Free Wi-Fi が客寄せ効果となり、設置者・飲料メーカー共にメリットがある仕組み。
㈲ワックジャパン （京都府京都市）	外国人富裕層観光客に対する京都の高付加価値・文化体験サービスの提供	・富裕層の訪日観光客に対し、京町家や非公開有名寺院などにおける、アテンドサービスを付加した日本文化体験等の観光サービスを提供。
姫路市 （兵庫県姫路市）	姫路城外国人案内パンフレット多言語化事業（19 言語）	・訪日外国人の 95%以上をカバーする 19 言語の姫路城案内パンフレットの制作。
京都市域訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験実行委員会 （京都府京都市）	京都市域訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験	・国、自治体、タクシー業界が連携して、認定基準の設定の下、外国人専用乗り場を京都駅に２ヶ所設置し、外国人向けタクシー認証制度導入の実証実験を実施。
ヤマハ㈱ （静岡県浜松市）	音のユニバーサルデザインシステム「おもてなしガイド」を活用した「SoundUD プロジェクト」	・日本語アナウンスをスマートフォンやデジタルサイネージ上で同時通訳する技術の広報・周知活動。音により読み取り、データも内蔵されているため、インターネットや Wi-Fi 環境がなくても利用可能。 ・関西を先進モデル推進エリアとし、空港や交通機関、観光施設等で検証を実施。

優良応募事例の事業・活動概要

◆訪日観光客の取込みに係る事業・活動（26 件）のつづき

事業者（所在地）	事業・活動の名称	概　　要
㈱Feel Japan （京都府京都市）	地域を巻き込み、日本を発信するゲストハウス FUJITAYA Kyoto	・“日本を感じる”ことができるゲストハウス。街中観光、サイクリングツアー、たこ焼きパーティー、書道体験、和菓子ワークショップなどの体験イベントを実施。
㈱ 棚田 LOVER’ｓ （兵庫県神崎郡）	棚田での自然体験、古民家、温泉での交流を中心とした外国人個人客へのグリーン・ツーリズム事業	・棚田での農作業体験および古民家での地元の食材を使った食事等を提供するグリーン・ツーリズム。農家、温泉、商店街などと連携し、地元資源を活用した様々なイベントを実施。
関西ムスリムインバウンド推進協議会 （大阪府大阪市）	関西ムスリムインバウンド推進事業	・イスラム、ハラール、ムスリムのインバウンドに関する事業を支援する取組を実施。 ・インターネットおよび訪日観光客向けサイトを活用したプロモーションや、旅行会社への情報提供を通じた送客支援も実施。

◆在住外国人の居住・生活サポートに係る事業・活動（3 件）

事業者（所在地）	事業・活動の名称	概　　要
京都オリエンテーション （京都府京都市）	京都で暮らす外国から来たご家族の子育てや日常生活を快適に	・留学生、外国人研究者やビジネスパーソンとその家族を対象とする、教育や子育てに関わる日常生活全体をバックアップするサービス。
（特活）にほんご豊岡あいうえお （兵庫県豊岡市）	あいうえお日本語教室から始まる多文化共生のまちづくり	・日本語教室を軸とする、外国人への生活支援サービスを展開。就学前の児童を持つ家庭への入学説明会や、病院・自治体（行政）からの依頼を受けての通訳・翻訳ボランティア手配、イベントやセミナーなどを通した地域との交流支援、生活に必要な資料の多言語化などを実施。
㈱ロジックアンドサプライズ （兵庫県尼崎市）	留学生・外国籍人材の就職活動支援事業	・留学生・外国籍人材および関西本社企業を対象とする就職・採用支援事業。 ・求職側へは「就職塾」として勉強会や交流会を提供、採用側へは合同企業説明会の開催や人材紹介を実施。

Ⅲ 優良応募事例にみる外国人受入環境整備への取組みと課題

1 訪日観光客の取込みに係る取組事例の特徴とポイント

（1）クールジャパン資源を活用した訪日観光客の取込み

ゲーム・マンガ・アニメといったコンテンツ、ファッション、地域産品、日本食、伝統文化、伝統的工芸品等のものづくりなどの我が国の文化・ライフスタイルが、外国人にとって「クール（かっこいい）」と捉えられるクールジャパンとして、近年海外で高い評価を受けている。

応募案件における優良事例においても、日本の伝統芸能である「能」のインバウンド展開、伝統的な菓子「金平糖」や「日本酒」のものづくり観光の展開による訪日観光客の取込みが見られた。

上方伝統芸能である「能」の観賞と体験によるインバウンド展開

（公益財団法人山本能楽堂）

- 能・狂言・落語などの上方芸能を手軽に鑑賞できる「初心者のための上方伝統芸能ナイト」を、多言語資料の配布やネイティブ外国人による英語司会と解説付の公演で実施。能楽堂の見学会や体験講座も英語で実施。また、施設を活用し、食事会やワークショップ、華道や茶道の体験も行い、日本の伝統芸能の普及に貢献している。
- ナイト公演も継続して実施しており、関西に不足していると言われているナイトエンターテイメントの充実化に寄与している。
- また、公共空間での「ストリートライブ能」公演も実施し、上方伝統芸能の魅力の発信に取り組んでいる。

見て・聞いて・作れる体験型の「コンペイトウミュージアム」

（大阪糖菓株式会社）

- 日本で唯一、江戸時代から続く日本独自の製法による金平糖の手作り体験を行う「コンペイトウミュージアム」を八尾、堺、福岡の３施設で展開。
- 年間 25,000 人が来場しており、うち、外国人の占める割合は１％程度であるが、英語版 DVD や英語版の外国人にも分かりやすいパンフレットを準備するなど訪日観光客の誘客を推進している。
- 他企業の視察先として、企業ミュージアムのノウハウを他社にも紹介している。

酒造見学と日本酒の訪日観光客への PR

（株式会社神戸酒心館）

- 海外における「日本酒ブランド」確立にむけたマーケット戦略の一環として、訪日観光客への PR 施設として、酒蔵見学、免税売店等の企業ミュージアムを整備。
- Free Wi-Fi の整備、パンフレット（16 カ国語）と館内表示（５カ国語）の多言語化、スタッフの英語・仏語・韓国語対応によるおもてなしを実施。

（2）日本の食・食文化を体験する訪日観光客の取込み

近年、健康的であるなどのイメージやおいしさ、見た目の美しさ等の理由から日本食が世界的なブームとなっている。

２０１３年には「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され、海外の日本食レストランは、２０１５年７月時点、約８万９千店と２０１３年１月時点の 1.6 倍に増加（農林水産省調査）しているように、日本食が世界的な人気を有してきている。

海外からの訪日観光客が増加しているが、その動機の上位に「日本食」を食べることがあげられるなど、海外での日本食人気は今後も高まるものと思われる。

こうした日本の食・食文化への関心の高まりを背景に、応募案件における優良事例においても、寿司職人体験学校やハラール対応和食料理教室による日本の食・食文化を体験したい訪日観光客の取込みが見られた。

「おもいやりとおもてなしの心」とエンターテイメント性のある寿司職人体験学校

（株式会社梅守本店）

- 寿司作り体験を通じて、日本の伝統的な食文化、おもてなしの心を学ぶ、体験・販売事業を奈良と京都で展開。
- 海外団体向け・個人旅行者向けに、寿司作りを伝授し、写真に残し、体験後には卒業証書を授与するなど、外国人の好みを押さえ、趣向をこらした「おもいやりとおもてなしの心」とエンターテイメント性のある作って楽しい、食べて美味しいユニークな体験プログラムを提供。

日本の家庭料理や食事作法を体験できるハラール対応和食教室

（Washoku Home Cooking Machiko）

- 自宅を教室に、日本の家庭料理や食事作法を体験できるハラール対応料理教室により、イスラム教国からの訪日・在住外国人にハラール和食を提供。
- 食の楽しみをはじめ、ムスリムへのサービスの充実化が求められる中で、日本企業へのハラールアドバイス・認証取得支援や海外進出支援、イスラム教国からの来賓者へのハラール和食の提供・プロデュースを実施し、ハラール対応への普及に努めている。

（3）日本について深く知りたいニーズに対応した訪日観光客の取込み

訪日観光客が増大する中で、初めて日本を訪ねる外国人から、日本を二度三度と訪れるリピーターまで多様化し、団体旅行から個人旅行へとシフトしている。

そして、そうした変化にともない、有名観光地以外の日本各地を巡りたい、自国にはない感動的な景色や日本独特の文化や伝統体験を志向する旅行者も増えている。

応募案件における優良事例においても、こうした、日本について深く知りたい、交流体験をしたいといったニーズに対応し、グリーン・ツーリズム事業、古民家再生と本物の伝統文化の提供、京都の高付加価値・文化体験サービスの提供などによる訪日観光客の取込みが見られた。

農村体験と世界遺産「熊野古道」散策などのグリーン・ツーリズム

（農業法人株式会社秋津野）

- 木造の旧校舎を活用したノスタルジックな体験研修施設、農家レストラン、宿泊施設、お菓子作り体験工房などをもつグリーン・ツーリズム施設。
- 世界遺産熊野古道の散策や地域の特産品である柑橘類の摘みとりやジャムづくり、備長炭風鈴づくり体験などで、日本の精神文化や田舎の暮らしを体感。
- このグリーン・ツーリズム事業の大きな特徴は、「秋津野塾」を中心としたコミュニティづくり活動と、その後、地域住民の出資により誕生した秋津野直売所「きてら」、都市と農村の交流施設「秋津野ガルテン」のソーシャルビジネスの両輪での地域づくりである。
- 海外からの農業体験の修学旅行生、地域づくりや農業視察研修を目的に訪れる外国人、世界遺産熊野古道を訪れる訪日観光客の受入れも積極的に行っている。

一日一組の一棟貸伝統古民家で、伝統文化を「口伝実演」「眼前体感」できる棚田の宿

（棚田の宿　ささゆり庵）

- 国定公園の峰々を背景に、棚田とササユリが咲く日本の原風景をもつ室生深野集落にて、欧米の高所得者層をターゲットに、一日一組の一棟貸古民家を経営。
- 集落の中でも高地にある築約 150 年の古民家を、京都美山町から茅葺職人を呼び、室生深野の原風景と日本の精神文化を残そうと再生。
- 庵主を含め英語が堪能なスタッフ３名で、京都の金剛流宗家家元による能楽、ミシュラン星を獲得したシェフが作る和食など、当地に関わりのある伝統文化や食のプロとの強いつながりの下で、おもてなしを行っている。
- また、庵主は、修験道山伏行者で、宿舎敷地内には、護摩堂をもち、宿泊者に日本の伝統的な修法を堪能してもらうほか、本地域で生まれた「能楽」「虚無僧尺八演奏」「忍者演武」などの伝統文化を英語解説で提供。

棚田での自然体験、古民家、温泉での交流を中心とした

外国人個人客へのグリーン・ツーリズム事業

（特定非営利活動法人棚田 LOVER’s）

- 棚田での農作業体験および古民家での地元の食材を使った食事を提供するグリーン・ツーリズム。
- 農家、温泉、商店街などと連携し、地元資源を活用した様々なイベントを実施。
- 特定非営利活動法人 Peace & Nature との連携や宿泊機能の整備を通して、訪日観光客の受入体制の整備を図っていく。

外国人富裕層観光客に対する京都の高付加価値・文化体験サービスの提供

（有限会社ワックジャパン）

- 富裕層の訪日観光客に対し、京町家や非公開有名寺院などにおける、アテンドサービスを付加した日本文化体験等の「非日常」「特別」な文化体験プログラムを展開。
- ホームビジット、寺院案内など、130 種ものプログラムを保持し、寺社仏閣とのコネクションや地域住民とのネットワークにより、地域資源を活用した独自のサービスを提供している。
- 茶道や着物の着付けなど、女性ならではの強みを活かした商品を開発することにより、地元の女性が活躍できる場も提供している。

島の暮らしを魅力とした観光まちづくり事業

（いえしまコンシェルジュ合同会社）

・瀬戸内海の小さな離島「家島」の暮らしの紹介を旨とする観光ガイド。
・ガイドのほか、住民が主体となって実施する体験プログラムを用意。料理体験や貝殻のアクセサリーは特に若年層に人気。
・2012 年 4 月から、日本人のほか、留学生や日本に住む外国人に対して日本語でのガイドを実施し、2015 年度は 1,500 人が利用。訪日観光客は、家島全体で 150 人が来島。

梅田の商業施設「阪急三番街」で海外観光客向け日本文化体験ツアーの開催

（株式会社イロドリ）

・訪日観光客向け体験ツアーイベントを、関西でも最大級の約 260 もの店舗がありながら、そのほとんどが地下街にある「阪急三番街」の認知度アップを目指して実施。
・「ランチ体験」「抹茶体験」の２種のツアーを実施。阪急三番街内には北向地蔵尊といった日本らしい観光スポットもあり、日本文化の魅力の発信にも繋がった。
・関西在住の留学生や帰国子女に協力を求めて一緒にツアーを作り、当日も案内役を務めてもらい、英語・中国語・韓国語での対応を実現。

（4）ふれあいの機会へのニーズに対応した訪日観光客の取込み

地域の生活や文化を体験し、住民との交流を楽しみたいという「滞在交流型」観光を志向する旅行者も増えている。

応募案件における優良事例においても、地域コミュニティとの交流や日常の生活に触れることのできるゲストハウスやディープな商店街の散策など、日本人との共生が感じられるサービスの提供による訪日観光客の取込みが見られた。

地域を巻き込み、日本を発信するゲストハウス

（株式会社 Feel Japan）

・街中観光、サイクリングツアー、たこ焼きパーティー、書道体験、和菓子ワークショップなどの体験イベントを実施。
・加えて、近所のレストランや銭湯への案内、地域のお年寄りによる三味線、踊り、習い事の発表の場とするなど、地域を巻き込んだホストとゲスト、ゲスト同士、ゲストと地域の人といった人と人を繋げ、“日本を感じる”ことができるゲストハウス。

無料の地元密着ツアー「難波イブニングウォーク」

（有限会社リンクコーポレーション）

・連携するホテルの外国人宿泊者の「夜の時間帯に楽しめる安全なスポットを知りたい」という声からスタートした、無料の地元密着型ナイトツアー。
・毎週金曜夜間、ホテル宿泊者から希望者を募り、なんばエリアを案内。ツアーは約４５分。
・外国人の受け入れを歓迎していて、地元の人しか知らないディープなお店をめぐる。
・ホテルなど訪日観光客を集める能力のある施設と周辺の商店街を結び付けることで、訪日観光客に滞在している街を楽しんでもらうことができる。

（５）移動や滞在の利便性に資する多言語対応の情報・案内を活用した訪日観光客の取込み

多くの訪日観光客にとっては、言語の壁を有することから、いつでも・どこでも入手しやすい多言語対応の情報・案内が必要不可欠となる。

応募案件における優良事例においても、Wi-Fi 環境の拡大化によるインターネットの接続環境の向上に資するもの、観光関連情報の多言語化整備、外国語によるサービス・情報を提供する接客支援ツールの開発・提供による訪日観光客の取込みが見られた。

また、音声翻訳システムや訪日観光客向けタクシー認定制度の実証実験の取組みも見られた。

自動販売機を利用した無料 Wi-Fi の提供による訪日観光客へのサービス提供

（株式会社Ｌｏｃａｌ２４）

- 自動販売機上に無料で利用できる無線ＬＡＮを設置するプログラムを提供。
- 特に地方において、訪日観光客受け入れの課題となっている Wi-Fi 環境の充実に貢献。
- 飲料メーカーとタイアップして自動販売機上に設置することで、メーカー（飲料の販売増）、設置者（集客増）、インバウンド客（無料 Wi-Fi 利用可能）の三方よしを実現。

奈良市内における QR コードを活用した観光案内板等多言語化業務

（株式会社 PIJIN）

- 案内板などの情報表示物に QR コードを付加することにより、スマートフォン上で多言語翻訳を提供する IT ソリューション事業。
- 奈良市全域における観光関連情報の多言語化整備を実施。QR Translator を利用することで、既存観光案内板等へのシール貼付による省スペースでの多言語化に成功。
- ウェブ上で表示可能なため、専用アプリケーションのダウンロードが不要であることから、初めて日本を訪れる訪日観光客にも利用されやすい。
- JR 奈良駅、近鉄奈良駅の観光案内所や、世界遺産の神社仏閣をはじめとする観光施設 500 カ所以上を網羅。日本語を含め 11 言語におよぶ観光案内情報の多言語発信を実施。

おもてなしタブレット®（訪日客向け多言語接客ツール）

（株式会社シーズ）

- タブレットを顧客に手渡す形で、外国語によるサービス・情報を提供する接客支援ツール。
- 語学力のない店員でも、外国人相手にクオリティの高い接客が可能。セミオーダーメード提供により、施設・店舗のこだわりを盛り込んだ、納得のいくツールを実現。
- 低コストで導入可能なため、インバウンド対応に十分な予算をかけられない中小事業者でも積極的に訪日観光客を取り込める。

TAX-FREE SHOPPING GIUDE（免税店検索アプリ）

（株式会社シーズ）

- 免税店に特化した店舗検索アプリ。日本初・日本唯一で、現在は全国を網羅。
- 掲載者にはレコメンド機能、アプリクーポン機能を提供することで、訪日観光客の買い物需要を取り込める。
- 全国地域版のダウンロード数は約９万回以上。都市圏および北海道の需要が高いが、観光客の多様化により今後は地方版の利用増にも期待がかかる。

姫路城外国人案内パンフレット多言語化事業（19 言語）

（姫路市）

・訪日外国人の 95%以上をカバーする英語、繁体中国語、簡体中国語、朝鮮語、ポルトガル語、スペイン語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、ロシア語、フィリピノ語、ベトナム語、タイ語、マレー語、インドネシア語、タミール語、ヒンディー語、オランダ語、スウェーデン語の 19 言語の姫路城案内パンフレットを制作。
・母国語での案内があることで、姫路城をより深く知ることが出来たと反響は大きい。

音のユニバーサルデザインシステム「おもてなしガイド」
を活用した「SoundUD プロジェクト」

（ヤマハ株式会社）

・日本語アナウンスをスマートフォンやデジタルサイネージ上で同時通訳する技術の広報・周知活動。
・音により読み取り、データも内蔵されているため、インターネットや Wi-Fi 環境がなくても利用可能で、災害時でも情報を受け取ることができる。
・関西を先進モデル推進エリアとし、空港や交通機関、観光施設等で検証を実施。

京都市域訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験

（京都市域訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験実行委員会）

・国、自治体、タクシー業界が連携して行う外国人向けタクシー認証制度の実証実験。
・外国人専用乗り場を京都駅に２ヶ所設置。認定基準は、外国語研修とユニバーサルドライバー研修を受けた運転者、大型荷物が２個以上搭載できクレジットカード及び交通系ＩＣカードが利用できる車両とし、認定車両数１０１両、運転者１７４名（２０１７年３月現在）で運営。
・２０１７年３月より、全国タクシー配車アプリに、本認定制度タクシーのアイコンを追加し、専用乗り場以外での利便性、実車率の向上を目指している。

（6）ムスリム・フレンドリーな環境整備による訪日観光客の取込み

近年、ビザ要件の緩和やLCCの就航等により東南アジアからの旅行者が急増しており、今後も、マレーシアやインドネシアなどイスラム圏からのムスリム旅行者が増加することが見込まれている。

応募案件における優良事例においても、言語に依存せずに食の成分表示を実現するピクトグラムの開発と提供、ムスリム対応可能な飲食店、物販店、礼拝施設の情報が掲載されたマップおよびスマホアプリの開発と提供、ムスリムのインバウンドに関する事業支援による訪日観光客の取込みが見られた。

FOODPICT　おいしい絵文字が世界をつなぐ

（株式会社フードピクト）

- 食物アレルギーやベジタリアン、宗教による食戒律により、食に制約を有する人、訪日観光客に対する「食」の利便性向上のため、言語に依存せずに食の成分表示を実現するピクトグラムを提供。
- ライセンス月額1,000円で提供し、国内外約1,350カ所へ普及しており、利用者には食戒律についての研修プログラム、表示品質の管理向上に向けた監査コンサルティングを実施。
- ２０１７年４月より、災害時の全国の避難所に導入されるコミュニケーションカードにも、フードピクトが採用されることになっている。

関西ムスリムフレンドリーマップ&ガイド

（株式会社シーズ）

- 関西エリアを対象とする、ムスリム対応可能な飲食店、物販店、礼拝施設の情報が掲載されたマップおよびスマホアプリの提供。
- ハラールの正しい知識をもとに、ムスリムが自身で判断可能な情報提供を行う「ムスリムフレンドリー」という考え方を提唱。
- セミナーで知識を伝達し、それぞれの事業者が自社で対応可能なハラールを示す。情報の正確性・鮮度等を担保する工夫をしている。
- 今後さらに増えていくことが予測されるムスリム観光客・在住ムスリムにとって非常に便利なツール。

関西ムスリムインバウンド推進事業

（関西ムスリムインバウンド推進協議会）

- 日本を訪れるムスリムにストレスなく快適に滞在してもらうための環境整備や情報提供を実施。
- イスラムやハラールに関する定例会および勉強会、交流イベント（ハラールバーベキューなど）、宿泊施設、飲食店などに対するムスリム対応サポート、ムスリム向けお土産コーナープロデュースなどを実施。
- インターネットおよび外国人旅行者向けサイトを活用したプロモーションや、旅行会社への情報提供を通じた送客支援も実施。

（7）常設のナイトエンターテイメントの提供による訪日観光客の取込み

我が国には、海外の観光都市のような夜に楽しめるエンターテイメントが少なく、商業施設も早い時間に閉店し、訪日観光客を迎え入れる深夜営業の飲食店の数やバリエーションが少ないことから、訪日観光客からは、日本は、「ナイトライフが未熟だ」と言われている。

このため、訪日観光客がナイトライフを楽しめるエンターテイメント施設等の充実が求められている。

応募案件における優良事例においても、昼は寺社など観光資源にあふれるものの夜は選択肢が乏しい京都において、「ノンバーバルパフォーマンス」常設劇場でロングラン公演を行うことによる、観劇文化を持つ欧米人客を中心とした訪日観光客の取込みが見られた。100 席の小劇場の３割が外国人で埋まり、訪日観光客に楽しいナイトライフを提供している。

「ノンバーバルパフォーマンス」常設劇場でロングラン公演

（ART COMPLEX GROUP）

- 非言語作品（ノンバーバル）のナイトパフォーマンス。マイムやブレイクダンス、ジャグリング、マジックなど世界レベルで活躍するパフォーマーが日替わりで出演
- ロングラン公演でも飽きさせない工夫で、新しい日本のカルチャーを発信。２０１２年４月から京都の専用劇場において公演を続け、２０１６年１１月時点で1,５００回の公演、１０万人の動員を達成。
- ２０１５年１１月～２０１６年４月まで、ロシア・モスクワの専用劇場でロングラン公演を実施。舞台芸術コンテンツ初の輸出事例となっている。
- ２０１６年７月より、日本オリジナルダンスジャンルである舞踏のロングランを開始しており、三条烏丸周辺の蔵を「京都舞踏館」として運営。

（8）医療ツーリズム事業の提供による訪日観光客の取込み

医療ツーリズムとは、自国より医療水準の高い国へ行き、治療や検診などを受けることであり、同伴者が一緒に滞在し、治療や検査後に周辺を観光することが多いことからインバウンド観光の一形態としてとらえられている。

我が国でもインバウンド推進施策の一つの観光政策・形態として掲げられ、医療滞在ビザが発給されている。

応募案件における優良事例においても、人間ドックへの需要の高い中国人富裕層をターゲットに、くつろぎの空間で同伴者も一緒に滞在できる医療ツーリズムの提供による訪日観光客の取込みが見られた。

リゾートとしての価値を高めた医療ツーリズム事業

（グランソール奈良）

- 中国人富裕層を対象に、リゾートホテルのような施設で高機能医療機器を用いた全身の精密検査を受けられる事業を展開。
- マンツーマンの医療通訳とやさしく丁寧な医療検診、自然に恵まれた環境の中で、リゾートホテル並みのくつろぎと癒しの空間を提供。
- 日本人受診者への配慮も維持し、検診の導線やタイムスケジュールを決定している。

（9）外貨両替サービスの提供による訪日観光客の取込み

今後、2020 年に予定される東京オリンピック・パラリンピックを控え、訪日観光客数のさらなる増加が見込まれる。一方で、我が国には、外貨両替所の数が少なく、空港や主要な商業施設・宿泊施設などの特定場所に限らていることから、外貨両替に対する訪日観光客の不満も高い。このため、鉄道駅や観光地などでも、外貨を円貨に簡易的に両替できるサービスを充実化し、訪日観光客への利便性向上を図っていくことが求められている。

応募案件における優良事例においては、近年の外貨両替業務に対するニーズの増加に対応して「自動外貨両替機」を他行に先駆けて導入するなど、外貨両替サービスの向上に資する事業による訪日観光客の取込みが見られた。

現金による外貨両替対応（ショップ・ATM）

（株式会社池田泉州銀行）

- 訪日観光客の外貨両替に対するニーズに対応するため、外貨両替業務に特化した有人店舗を３ヶ店（関西国際空港、梅田、あべの）運営している。
- 訪日観光客の急増を背景に、「自動外貨両替機」を他行に先駆けて導入し、外貨両替拠点の拡大及び営業時間延長による外貨両替サービスの向上を図っている。

２ 在住外国人の居住・生活サポートに係る取組事例の特徴とポイント

（１）在住外国人へのきめ細かな生活支援

在住外国人の中には、ビジネスパーソンの家族等日本語によるコミュニケーションが困難な人も多く、日常生活に問題や不安を抱える人が存在している。在住外国人が、安心・安全に暮らせるためには、多言語による情報提供や通訳、外国人の立場に立ったきめ細かな相談・対応体制を一層充実させていくことが必要である。

応募案件における優良事例においては、子育てや教育に関わる日常生活全体をバックアップするきめ細かな相談・サービスの提供や、日本語学習の場と生活支援サービスの提供により、在住外国人が安心して暮らし、活躍するための支援が行われている。

京都で暮らす外国から来たご家族の子育てや日常生活を快適に

（京都オリエンテーション）

- 京都で暮らす留学生、外国人研究者やビジネスパーソンとその家族の子育てや教育に関わる日常生活全体をバックアップするサービスを提供。
- 女性経営者が自らの海外生活体験や子育て経験をもとに起業し、子育て中の女性がサポートスタッフとして働くなど、女性の強みを活かしたビジネスモデルを展開。
- 単なる通訳・翻訳サービスに終わらない生活目線の２０を超えるサービス群（渡航前相談、子育て・教育アシスタンス、生活オリエンテーション、定住のためのアシスタンス）からオーダーメイドの解決策を提案。

あいうえお日本語教室から始まる多文化共生のまちづくり

（特定非営利活動法人にほんご豊岡あいうえお）

- 日本語教室を軸とする、外国人への生活支援サービスを展開。
- 在住外国人が散在する地方都市（但馬地域）において、日本語教室の開催等を通じて、増加する在住外国人を支えるセーフティーネットとなっている。
- 日本語教室等で学習した在住外国人が、市役所や観光施設における通訳等の専門職に就職する等、外国人の自立支援・就労支援にも貢献。人材不足が予見される地方都市の新たな人材創出にもつながっている。

（2）学び、活躍できる環境づくり

関西７大学の留学生の約７割が関西地域での就職を希望しているという結果（アジア太平洋研究所調査）にみられるように、外国人留学生の就職ニーズは高い。

一方、外国人留学生の就職活動については、日本人学生と同様の選考試験を受けることになり、活動開始時期が早く、期間も長く、エントリーシートの提出、面接というステップを踏む。特に、採用時には面接を重視するために、ビジネスシーンで通用する日本語能力や日本の企業文化への理解が求められる。

日本での就職を希望する留学生にとって、こうした独特の就職活動形態を理解することや企業情報を得ることは難しく、就職に係るサポートが必要である。

応募案件における優良事例においては、留学生との顔の見える関係性を重視した、きめ細かな就職活動研修を実施しており、高い就職率につなげている。

外国人留学生・外国籍人材の就職活動支援事業

（株式会社ロジックアンドサプライズ）

- 留学生・外国籍人材および関西本社企業を対象とする就職・採用支援事業。求職側へは「就職塾」として勉強会や交流会を提供、採用側へは合同企業説明会の開催や人材紹介を行っている。
- 留学生との顔の見える関係性を重視した少人数制の「就職塾」（無料）によるきめ細かな就職活動研修を実施。
- 内定を得られない留学生等へのフォローアップを図り、就職率は８０％。

３ 取組事例にみる外国人受入環境整備上の課題

訪日観光客の取込みに係る応募案件の有する課題としては、①多言語対応、スタッフの語学力向上、②観光商品・サービスの認知度向上、③観光商品・サービスの差別化、④観光商品・サービスの継続・拡大化、⑤地域との連携・関係性の構築があげられる。

また、在住外国人の居住・生活サポートに係る課題には、安定した収益の確保があげられる。

（１）訪日観光客の取込みに係る課題

① 多言語対応、スタッフの語学力向上

訪日観光客を受入れる上では、言葉の壁を払しょくするため、外国語での接遇、施設における案内表示・標識、音声案内、パンフレット、ＩＣＴツールなどの多言語化が必要であり、外国人が不安なく快適に滞在できるための多言語対応、スタッフの語学力向上が課題としてあげられている。

② 観光商品・サービスの認知度向上

ターゲットを絞った観光商品・サービスの効果的な情報発信による認知度向上が課題としてあげられている。特に、個人客やリピート客の増加に伴う「モノ」から「コト」消費へのニーズに対応した効果的な訴求力の向上が課題となっている。

③ 観光商品・サービスの差別化

類似観光商品・サービスの出現やビジネスモデルの一般化が見られ始め、観光商品・サービスのより一層の差別化や模倣観光商品・サービスへの対応が課題となっている。

④ 観光商品・サービスの継続・拡大化

観光商品・サービスの提供頻度の拡大、定期・定例化、提供エリアの拡大など観光商品・サービスの継続・拡大化に向けた運営体制や収益確保などの課題があげられている。

⑤ 地域との連携・関係性の構築

訪日観光客の呼び込みによる相乗効果や地域への波及効果を向上させるため、地域との連携・関係性の構築が課題としてあげられている。

訪日観光客の取込みに係る課題①

課題	内　容
❶多言語対応、スタッフの語学力向上	【事業者の視点】 ●英語版広報ツールはあるが、他の言語での対応ができていない。 ●スタッフの外国語のスキルアップが課題。 ●施設利用者へ提供する通訳・翻訳サービスの質の向上が必要。 ●英語が話せる人材が不足しており、増やしていく必要がある。
	【優良事例検討委員・在住外国人の視点】 ●サービス提供にあたり、多言語対応が課題。 ●ムスリムにはアラブ諸国やインドネシア出身の人が多い。ムスリム対象商品の場合、英語のみならず、アラビア語やインドネシア語の対応が必要。
❷観光商品・サービスの認知度向上	【事業者の視点】 ●地域の魅力を伝えるガイドサービスを利用した来訪者の満足度は高いが、いかにリピートしてもらうかが課題。 ●伝統芸能の魅力を活用し、観光商品として具体化し、渡航前の旅行者への告知などの PR を充実していくことが課題。 ●来日前に「知ってもらう」必要があるが、訪日観光客に対する告知が不足している。 ●今後増加する訪日個人観光客の集客方法として、英語・中国語の予約サイトの整備、Facebook・トリップアドバイザーなどの活用や海外メディアへの露出等に取り組む必要がある。
	【優良事例検討委員・在住外国人の視点】 ●サービスに係る情報発信が十分にされているか疑問。サービスを受ける側が自主的に探さないと見つからないのは、アピール不足である。 ●英語版のチラシには住所しか掲載されておらず、地図の添付がないので、場所が分かりにくい。 ●どこに行けばそのサービスが受けられるのかについての案内が欲しい。
❸観光商品・サービスの差別化	【事業者の視点】 ●ターゲットとする国・地域に住む人々の旅行スタイルや習慣、ニーズを把握し、彼らをもっと深く知った上で企画を作り込むことが重要である。 ●アジアと欧米など、地域による日本文化への基本的な理解度の違いを踏まえた上で、日本文化への理解を深めてもらうための商品化が必要。 ●近年では競合他社による模倣品が出てきている。 ●ビジネスモデル自体は、一般化しつつあり、類似サービスが周辺地域や国内他地域に多数出現して、経営上の問題がいずれ表面化することを危惧している。
	【優良事例検討委員・在住外国人の視点】 ●他事業者の提供するサービスとの継続的差別化が重要。 ●類似のサービスも考えられるため、いかに市場を制覇できるかが課題。 ●同様のサービス提供が多数ある場合、料金が安いほうが利用しやすい。

訪日観光客の取込みに係る課題②

課題	内　容
❹観光商品・サービスの継続・拡大化	【事業者の視点】 ●伝統芸能の普及・継承施設でありながら、観光施設としての利用を増やすためのバランスが課題。 ●週一回実施しているサービスの提供回数の増加と、この地域にしかない資源の更なる発見、体験メニューの拡充など、訪日観光客の思い出に残るサービスの選択肢の充実化が課題。 ●現在、大阪を始めとする関西エリアを中心にサービスを提供しているが、今後は近隣府県にまで提供エリアを拡大するとともに、内容の充実化を図っていくことが必要。
	【優良事例検討委員・在住外国人の視点】 ●体制整備・収益確保など事業の持続性が課題 ●サービス提供の定期・定例化が、訪日個人観光客を集めるカギではないか。 ●現在のサービス提供対象者は、提携施設利用者という特定の人に限られているが、その対象をもっと広げる方がいいのではないか。
❺地域との連携・関係性の構築	【事業者の視点】 ●本施設を利用する訪日観光客が、地域内にあるレストランやお土産店等で消費することで、新たな需要を喚起し、地域内での“つながり“を生み出す存在になるよう、周辺地域内での連携強化が重要。 ●観光ニーズが高い飲食店や土産物店等を含めた観光資源の新たな創出に力を入れ、地域としての集客性を高めていくことが課題。
	【優良事例検討委員・在住外国人の視点】 ●今後地域とどう連携し、地域への波及効果を出すかが課題。 ●施設を訪れた訪日観光客が他の周辺観光地を訪問したり、地域の食を味わうことがない限り、直接的な地域への波及効果は薄い。 ●農産物等地域資源を活用する取組みに期待したい。 ●サービス提供事業者を核に、関連地域産業が恩恵を受けられたらいいと思う。

【事業者の視点】

応募シート及び現地審査より抽出した課題

【優良事例検討委員・在住外国人の視点】

優良事例検討委員及び優良事例一次評価ワーキンググループメンバーより指摘された課題

（２）在住外国人の居住・生活サポートに係る課題

教育や子育て、就労など、日常生活全体をバックアップするきめ細かな在住外国人サポートサービスは、外国人居住者の不安を解消するうえで重要である。在住外国人をメンバーとする、優良事例一次評価ワーキンググループにおいても、日本での生活開始時の自らの経験から、必要不可欠なサービスとして評価された。

しかしながら、現状として、事業継続に必要な収益性の確保が不十分であり、安定した収益を確保できるビジネスモデルを確立していくことが課題となっている。

在住外国人の居住・生活サポートに係る課題

課題	内　容
安定した収益の確保	【事業者の視点】 ●個々の利用者へのサービス提供は、提供事業者にとっては毎月の収益が不安定となるとともに、サポートを必要としていても費用負担を躊躇するサービス利用者もおり、収益性を確保していくことが課題である。 ●自治体等からの賛同と助成金で継続性が担保されているものの、事業収益は少なく、人材面や資金面での課題を抱えている。
	【優良事例検討委員・在住外国人の視点】 ●安定した収益を確保できるビジネスモデルを早期に確立できるかがカギになる。 ●ニーズは十分にあると考えらえるが、ビジネスとしてどう展開してゆくかが課題。 ●助成金頼みになっている点が事業継続性にとって最も大きな課題。

【事業者の視点】

応募シート及び現地審査より抽出した課題

【優良事例検討委員・在住外国人の視点】

優良事例検討委員及び優良事例一次評価ワーキンググループメンバーより指摘された課題

Ⅳ 関西における外国人受入環境整備促進方策の検討

1 訪日観光客の取込みに係る促進方策

今後とも訪日観光客が増加する中で、ゴールデンルート以外の幅広い地域における外国人受入環境整備への取組みを促進し、関西のさらなる魅力向上と地域創生を推進していく必要がある。

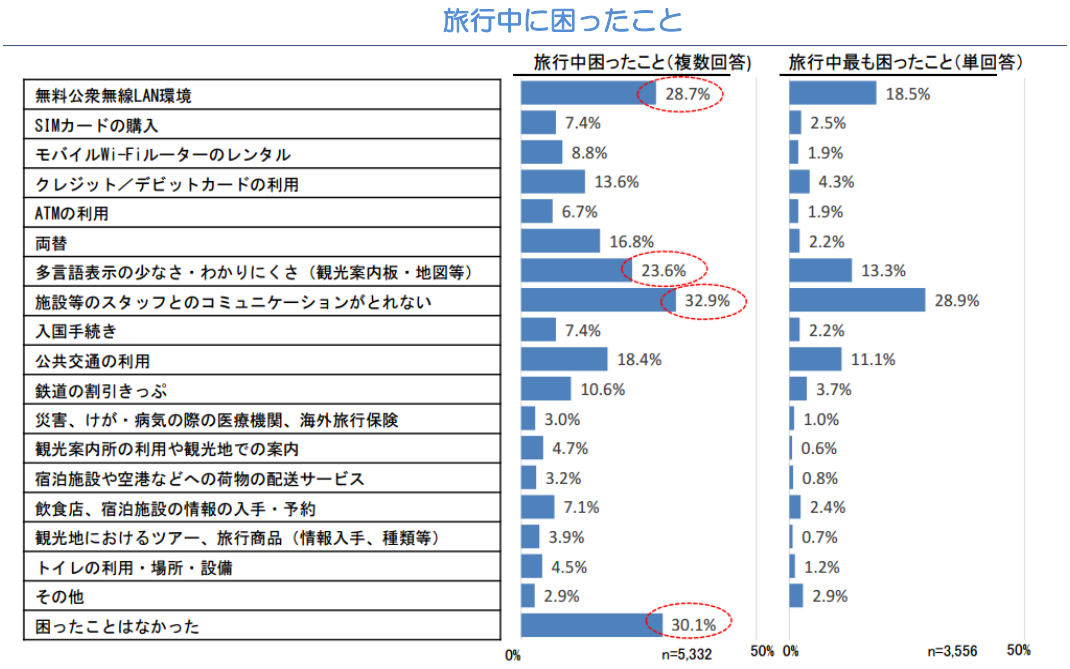
訪日観光客の取込みに係る優良応募事例の有する課題としては、①多言語対応、スタッフの語学力向上、②観光商品・サービスの認知度向上、③観光商品・サービスの差別化、④観光商品・サービスの継続・拡大化、⑤地域との連携・関係性の構築があげられており、以下にこれらの課題に対応した訪日観光客の取込みに係る促進方策を検討した。

訪日観光客の取込みに係る促進方策

《訪日観光客の取込みに係る課題》	《促進方策》
①多言語対応、スタッフの語学力向上	①訪日観光客の満足度を高めるコミュニケーションとおもてなしの一層の充実
②観光商品・サービスの認知度向上	②ターゲットを絞った観光商品・サービスの効果的な情報発信
③観光商品・サービスの差別化	③訪日観光客を誘引する“とがった”観光商品・サービスの提供と深化
④観光商品・サービスの継続・拡大化	④優れた観光商品・サービスの事業拡大支援
⑤地域との連携・関係性の構築	⑤日本版 DMO の活動展開等による地域の多様な関係者との連携・関係性の構築

（1）訪日観光客の満足度を高めるコミュニケーションとおもてなしの一層の充実

訪日観光客の取込みに係る優良応募事例から、外国人が不安なく快適に滞在できるための多言語対応、スタッフの語学力向上が課題としてあげられた。観光庁の実施した「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」（2017 年 2 月）によると、旅行中困ったことは「施設等のスタッフとのコミュニケーション」が最も多く、訪日観光客の満足度向上とフラストレーション解消のために多言語対応の改善・強化が求められる。



出典：観光庁「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」（2017 年２月）

多くの訪日観光客は、日本人とのコミュニケーションを求めており、これに対応したスタッフ・人材の育成をはじめ、ピクトグラムを活用した施設案内、海外からの問い合わせ対応や予約のための外国語対応のウェブサイトなどの整備により、訪日観光客の満足度を高めるコミュニケーションとおもてなしの一層の充実を図っていくことが重要である。

とりわけ、これまで訪日観光客の来訪が少なかった地方においては、受入れに対する不安を解消していくことが重要である。

熊野古道の観光振興に当たる「一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー」（P43 参照）では、インバウンド対応に不安を抱く地域住民を集めてワークショップを開催し、自然体の対応が望ましいこと、対応支援ツール（指さしで行える多言語の意志疎通ボード、インバウンド客の要望や頻発するトラブルに関する Q&A 等）を用意すること、住民の疑問や SOS には 24 時間体制で臨むこと等を伝え、コミュニティ全体が積極的に訪日観光客を受入れるための体制整備を図っている。さらに、宿泊予約やタクシーの手配が可能なシステムをビューローのウェブサイトに構築し、海外からの事前受入れを開始。地元宿泊施設（旅館、民宿）による対応が困難なクレジット決済について、同ビューローが事務手続きを代行している。

訪日観光客を迎えるためには、言葉の壁を解消するための、多言語対応が必要とされるが、これに対応するには高額なコストがかかるため、「田辺市熊野ツーリズムビューロー」にみられるような地域が一体となった受入体制整備が必要である。今後、展開される日本版 DMO の整備等により、多言語対応への充実・強化を促進していくことが必要である。

また、「株式会社 Feel Japan」（P69 参照）が運営するゲストハウスは、日本の日常的な文化を体験する多彩な体験イベントの開催に加え、近所のレストランや銭湯への案内、地域のお年寄りによる三味線、踊り、習い事の発表の場の提供などを通して、地域を巻き込んだ

“日本を感じる”ことができるゲストハウスである。

ゲストハウスの開業にあたっては、地域のお寺で複数回の説明会を開くとともに、住宅街での開業であるため、ゴミや騒音等のトラブルに係る注意喚起を宿泊客に対して恒常的に実施した結果、地域住民とのトラブルはなく、ゲストハウスの近隣住民が道に迷っている外国人宿泊客を当宿まで案内してくれるなど良好な関係を築いている。

地域住民とのコミュニケーションや日本人の日常生活体験等を通じて、日本人との交流を楽しみたい訪日観光客のニーズに応えるゲストハウスである。

（2）ターゲットを絞った観光商品・サービスの効果的な情報発信

個人客やリピート客の増加に伴う「モノ」から「コト」消費への観光ニーズに対応した効果的な訴求力の向上が課題となっている。

観光商品・サービスのマーケティングは、「誰に」（市場・顧客）、「何を」（顧客のニーズを満たす商品・サービス）、「どのように」（価格・販売チャネル・プロモーション）提供するかの一連のプロセスであるが、「何を」を先にするのではなく、「誰に」を重視した訴求が効果的である。

観光商品・サービスの価値をターゲットとする市場やその中でも特に狙う「層（セグメント）」を明らかにし、効果的に情報発信を行うことが重要である。

そのためには、訪日観光客の国・地域のニーズを把握することが重要である。各国の旅行シーズンやスタイル等を知る基礎資料としては、日本政府観光局や財団法人自治体国際化協会の現地事務所、日本貿易振興機構（ジェトロ）などが送客国側の趣味嗜好や現地のトレンド情報等を定期的に収集、提供しており、これらの活用が有効である。

優良応募事例の中には、「富裕層」をターゲットに、富裕層向けの雑誌やサイト等を活用し、情報発信を行うことで、効果的な誘客を行っている事例も見られた。

一日一組の一棟貸古民家を経営し、伝統文化を「口伝実演」「眼前体感」できる「棚田の宿ささゆり庵」（P68 参照）や京町家や非公開有名寺院などにおける、アテンドサービスを付加した「非日常」「特別」な文化体験プログラムを提供する「有限会社ワックジャパン」（P68 参照）は、富裕層をターゲットに、効果的な観光商品・サービスの訴求により誘客に成功している。

また、「グランソール奈良」（P74 参照）は、中国富裕層をターゲットに医療ツーリズムを展開しており、優良事例一次評価ワーキンググループメンバーの中国人留学生からは、「両親を連れていきたい。中国の医療サービスはあまり進んでいないので、富裕層にとっては魅力的。」といった高評価を得ている。

日本の家庭料理作りや食事作法を体験できるハラール対応和食教室を提供する「Washoku Home Cooking Machiko」（P６７参照）は、今後増加が予想される、訪日・在住ムスリムのニーズに応えるサービスを展開している。

また、実際に日本を訪れた各国旅行者の SNS での発信や口コミは新鮮な情報源として貴重である。

山形県飯豊町（P32 参照）を台湾で有名にしたのは、スノーモビルに乗り、台湾旗を振りながらバスを見送る光景である。SNS 等を通じて台湾中に拡散され、台湾では、今や雪国体

験といえば飯豊町というブランドが定着したように、訪日したブロガーによる情報が多くの外国人誘客に繋がっている。

実際の来訪に至る前段階である認知・注目や共感にも訴えかけることができることもポイントである。

（3）訪日観光客を誘引する“とがった ”観光商品・サービスの提供と深化

優れた資源や立地環境を有していたとしても、厳しい競争環境の中で訪日観光客を獲得していくのは、容易なことではない。訪問先としての競争力を獲得するためには、徹底的な差別化を図ることが必要であり、他の地域にはない個性や特徴、考え方や手法など“とがった ”何かが求められる。

優良応募事例の中には、地域固有資源の観光商品化、複数の観光商品を結び付ける「地域のストーリー」の提示、伝統芸能から何気ない日本の日常生活などユニークな体験機会の提供などに取り組む事例が見られた。

そうした活動の中でも、訪日観光客に提供しているビジネスモデルは、一般化しつつあり、類似施設がいずれは周辺地域や国内他地域に多数出現することが懸念されており、より一層ターゲットを絞り、商品・サービスを差別化するとともに、提供商品・サービス自体が訪日目的となるようにブランド化していくことが必要となる。

（4）優れた観光商品・サービスの事業拡大支援

優良応募事例の中には、訪日観光客の取込みに成功し、そのビジネスモデルの他地域への展開を図っている事例や今後図ろうとしている事例が見られた。

訪日観光客の受入環境整備の充実に寄与するものであり、スムーズな新たな事業展開が可能となるような支援を講じていく必要がある。

（5）日本版 DMO の活動展開等による地域の多様な関係者との連携・関係性の構築

優良応募事例の中には、地域との関係性を重視したユニークなサービスを提供する事例が見られるとともに、訪日観光客の誘客による相乗効果や地域への波及効果を向上させることへの重要性が指摘されている。

訪日観光客を誘引する観光地づくりにおいては、地域に賦存する固有資源の観光商品化および商品同士を関連づける「ストーリー性」の訴求、地場産品を活用した飲食サービスや土産物販売による域内調達率の向上、滞在時間の長期化を促すツーリズム、地元ガイドによる案内、伝統産業や芸能、地域行事などのユニークな体験機会の提供に取り組むことが必要である。

このためには、地域の様々な主体、例えば、農林漁業関係者、伝統工芸・産業従事者、郷土や歴史の研究者や愛好家、地元商店街、スポーツ等の愛好団体、自然保護団体など、従来は観光と疎遠であった者を含めた関係者との連携・関係性の構築を促進していくことが求められる。

日本版 DMO は、様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS 等を活用した情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等に

ついて、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体として設置される機関であり、日本版 DMO の活動展開等により、地域の多様な関係者との連携・関係性が構築されていくことが重要である。

上記の（1）～（6）を踏まえ、以下に具体的な方策を提案する。

1）訪日観光客へのおもてなし研修事業の実施

訪日観光客の最大の不満点は、言葉の壁により思うようなコミュニケーションが取れないことにあり、言語フラストレーションを解消し、満足度の高い訪日観光を提供していくことが必要である。

このためには、接客スタッフ等の外国語能力の向上をはじめ、海外からの問い合わせ対応や予約のための外国語ウェブサイトの整備、施設案内の多言語化等が求められるが、それと同時に、「おもてなし」を通じたコミュニケーションが重要である。

「おもてなし」の第一歩は、外国人が日本人とは違う文化・風習・嗜好を有していることを理解し、受け入れることであり、その違いを理解した上で、日本のサービス提供の仕方を工夫することだと言われている。

また、地域の日常的な暮らしや体験を求めるリピーター客が増加する中で、訪日観光客を受入れる地元住民やコミュニティは、背伸びすることなく、ありのままに訪日観光客を迎え入れ、相互に交流を楽しむことが重要と思われる。

既に、こうした訪日観光客へのおもてなしセミナーや受入地域住民へのワークショップを開催し、「おもてなし」の受入体制を整備し成果を上げている地域がみられるが、今後訪日観光客を受け入れようとする地域では、訪日観光客の日本とは異なる文化背景を理解し、ともに楽しめる交流の仕組みづくりが必要となってくる。地域住民の訪日観光客への対応に係る不安や懸念を丁寧に聞き取りながら、対応策を講じていく「おもてなし研修」、「おもてなしワークショップ」などを開催し、受入施設はもとより、地域やコミュニティの訪日観光客受入体制づくりを促進していくことが有効である。その際、国内他地域における先進モデルとなる事業の実施主体を講師に招くシンポジウムの開催、先進モデルの取組に係るマニュアルの整備・共有等、成功事例の横展開を視野に入れることが重要である。

2）事業者間連携

訪日個人客やリピート客の増加に伴う「モノ」から「コト」消費への観光ニーズが高まる中で、訪日観光客を取り込む地域の宿泊施設や文化体験施設、芸術や芸能などのコンテンツを提供する事業者、地元商店街、地域産業従事者、地域づくり NPO などが連携し、多様化するニーズに応えていくことが求められる。

地域の多様な主体の連携により、観光商品・サービス同士を関連づける「ストーリー性」のある観光商品・サービスの多彩なメニューの造成が可能となり、訪日観光客にとって、特別な体験機会の提供につながるとともに、誘客の相乗効果や地域内の経済循環の向上に資することとなる。

事業者間の連携により、訪日観光客の取込みに係る共通の課題を関係者間で共有することができ、それらの課題の解決にあたり、さらなる連携強化につながっていくと考えられる。

３）関西国際観光推進本部を核とした官民一体となった取組み

2016 年３月に設立された「関西国際観光推進本部」（P39 参照）では、広域での訪日観光客誘致の推進母体として、「ＫＡＮＳＡＩ国際観光指針」を策定するとともに、関西の魅力を体感できる広域観光周遊ルート「美の伝説」をはじめとする関西広域での国際観光プロモーション活動、関西統一交通パスの発売による訪日観光客の回遊性向上の推進、KANSAI Free Wi-Fi（Official）の運用など、観光振興強化に向け各種事業を実施してきた。

2017 年４月からは、広域連携ＤＭＯ「一般財団法人関西観光本部」として、広域での観光客誘致を推進することとなっている。

訪日観光においては、旅行日程やニーズの多様化により、広域的に観光地を巡る観光施策の展開も必要となる。また、国内外での観光地間競争が激化する中、関西観光本部を核とする観光エリア間の連携により、各地域に存在する観光資源を相互に結びつけることで、個々の資源の魅力をより増強させることが可能である。

また、これまであまり知名度の高くなかった潜在力のある観光地を、知名度の高い観光地と併せて広域の周遊ルートに組み込むことにより、インバウンド観光需要の恩恵を関西の隅々まで行き渡らせることができる。その結果、地方への訪日観光客の誘引により、当該地域の活性化につながり、官民一体となった広域観光地づくりの推進による地域創生への効果が期待されるところである。

さらに、関西観光本部による他地域の広域連携 DMO との連携により、より広範囲にわたる多様な観光商品・サービスの提供が可能となり、日本全体としての長期滞在を促すツーリズムの造成が可能となる。

２ 外国人の居住・生活環境整備への促進方策

在住外国人の中には、ビジネスパーソンの家族など日本語によるコミュニケーションが困難な人、日常生活に問題や不安を抱える人も多く存在している。近年増加傾向にある留学生についても、日本の生活慣習や文化に対する理解が不十分なため、日本での生活になじめない学生も多い。

優良応募事例に見られるような、子育てや教育、就労など、日常生活全体をバックアップするきめ細かな在住外国人向けサポートサービスは、在住外国人の不安を解消し、安心・快適に過ごすための重要な事業であり、グローバル人材や留学生の誘引に必要不可欠なものである。

一方、外国人の居住・生活等をサポートする多くの事業・活動は、事業継続に必要な収益性の確保が不十分な状況にある。

また、留学生の多くは、日本での就職を望んでいるものの、日本独特の就職活動形態への理解や企業情報の入手に苦労しており、就職に係るきめ細かなサポートが必要とされている。

このため、外国人の居住・生活サポートや就職サポートを実施している優れた事業・活動の周知や、地域の自治体や多様な関係者との支援ネットワークの充実化を図るとともに、安定した収益を確保できるビジネスモデル確立のための支援策を講じていく必要がある。

上記を踏まえ、以下に具体的な方策を提案する。

１）居住・生活サポート実施事業者と地域の他団体とのネットワーク強化

在住外国人への生活や就職サポート等による、外国人と日本人がともに活躍できる社会づくりは、国際化や多文化共生社会づくりを推進する自治体にとっても、グローバル人材を雇用する企業にとっても、また、多くの留学生を受け入れる大学・専門学校にとっも重要な課題である。

現状としては、それぞれのセクターがそれぞれの立場から、サービスの質・量の相違はあるものの、サポートの必要な在住外国人に支援サービスを提供している。

「特定非営利活動法人多言語センターFACIL」（P46 参照）は、医療通訳の自己負担を低額で抑えられるように、病院側が 3,500 円、患者が 1,500 円を負担して医療通訳派遣を利用できる仕組みを構築している。病院側の医療通訳へのニーズを取り込み、連携関係を構築することで、患者の負担を軽減するとともに、事業継続可能なビジネスモデルとなっている。

このように、外国人の居住・生活環境整備に係る事業・活動については、関係する様々なセクターとの連携構築により、ソーシャルビジネスとして成立するものと思われ、生活支援等の事業者と地域の自治体や企業、大学・専門学校、国際化や多文化共生に係る特定非営利活動法人等とのネットワークを強化していく必要がある。

２）在住外国人の居住・生活環境整備に係る優れた事業・活動の周知

１）で述べた、居住・生活サポート実施事業者と地域の関係団体とのネットワーク強化により、安定した収益を確保できるビジネスモデルを確立していく上でも、優れた事業・活動が広く認知される必要がある。

事業・活動の周知により、事業・活動への賛同や在住外国人の居住・生活サポートを必要とするセクターからのサポート要請につながる。優れた事業・活動を行う実施主体への、国や自治体による認定行為等によりユーザーが安心して利用できるサービスの周知に努める必要がある。

結 おわりに

観光は、地域内外の需要の拡大、雇用機会の創出など、地域に大きな経済効果をもたらすとともに、伝統の継承や文化の創造など、地域社会の価値向上に重要な役割を果たす。政府の「明日の日本を支える観光ビジョン」で設定された目標達成に向け、ゴールデンルート以外の幅広い地域における外国人受入環境整備への取組みを促進し、関西のさらなる魅力向上と地域創生を推進していく必要がある。

また、留学生やビジネスパーソン等の在住外国人にとっても安心で過ごしやすい環境が提供され、多様な交流や経験を通じて地域への愛着が育まれるとともに、在住外国人が活躍できる受入環境整備を促進していくことが重要である。

本調査において発掘した訪日観光客の取込みに係る事例は、日本についてもっと深く知りたい、和食文化やクールなジャパンを体験したいといったニーズに応える事例、ナイトライフを楽しめるエンターテイメントの充実に寄与する事例、自国では得にくいサービスを提供する医療ツーリズムの事例等であり、訪日個人客やリピート客の増加に伴う「モノ」から「コト」消費への観光ニーズを捉えたものとなっている。

また、移動や滞在の利便性に資する多言語での情報提供・案内、外貨を円貨に簡易的に両替できるサービスの事例は、訪日観光客が不安なく快適に滞在する上で必要なサービスであり、広く展開していくことが求められる。

さらに、ムスリム・フレンドリーな環境整備に資する事例は、今後更に増加が見込まれる訪日・在住ムスリムへの対応という、ターゲットを絞った観光商品・サービスの拡大・充実化に向けてヒントとなる事例である。

在住外国人の居住・生活サポートに係る事例においては、子育てや教育に関わる日常生活全体をバックアップする相談・サービスの提供や、日本語学習の場と生活支援サービスの提供により、在住外国人が安心して暮らし、活躍するための支援が行われている。多文化共生の社会づくりのためには、こういった、在住外国人へのきめ細かな生活支援事業が広く展開されていくことが求められる。

加えて、優秀なグローバル人材の取り込みは地域経済活性化のためにも必要であり、就職支援に係る事例では、留学生との顔の見える関係性を重視した、きめ細かな就職活動支援による高い就職率の達成が見られる。

本調査において提案された方策の実施、継続的な先進事例の発掘及び優良事例の顕彰・周知を通して、優れた先進モデルの横展開が図られ、関西及び国内他地域における外国人受入環境整備が促進されることを期待したい。

資料編

資料１　優良事例基準策定委員会・優良事例検討委員会委員名簿

（敬称略、順不同）

【委員長】

廣岡　裕一	和歌山大学　観光学部　教授

石崎　祥之	立命館大学　経営学部　教授
小野田金司	神戸山手大学　現代社会学部　教授
金　　相　俊	近畿大学　経営学部　准教授
松村　嘉久	阪南大学　国際観光学部　教授
大和　里美	奈良県立大学　地域創造学部　准教授

資料２ 委員会及び優良事例一次評価ワーキンググループの開催概要

１ 第１回 優良事例基準策定委員会

（１）日時・会場

①日時

平成 28 年８月 23 日（火）14:00～16:00

②会場

近畿経済産業局 第１別館 302 会議室

（２）内容　　（敬称略）

①挨拶

近畿経済産業局　通商部長　浅井亨

②議事

・外国人受入環境整備に係る優良事例の評価基準案について

（３）参加者

【委　員】

石崎 祥之	立命館大学 経営学部 教授
小野田金司	神戸山手大学 現代社会学部 教授
金　相 俊	近畿大学 経営学部 准教授
廣岡 裕一	和歌山大学 観光学部 教授
大和 里美	奈良県立大学 地域創造学部 准教授

（50 音順）

【オブザーバー】

横山 理恵	外務省 大阪分室
関　将 弘	農林水産省 近畿農政局 企画調整室 室長
福井 優子	農林水産省 近畿農政局 企画調整室 企画官（調整）
富永 安弘	国土交通省 近畿地方整備局 企画部 広域計画課長
西 田　明	国土交通省 近畿地方整備局 企画部 広域計画課 建設専門官
蒲原 朗子	日本貿易振興機構 大阪本部 ビジネス情報提供課 課長代理

【近畿経済産業局】

浅 井　亨	通商部長
山 口　洋	通商部 国際化調整企画官
内海 美保	通商部 国際課長
橋本 俊次	通商部 投資交流促進課長
柳澤 啓子	通商部 投資交流促進課 課長補佐
松本 じゅん	通商部 投資交流促進課 課長補佐
齋 藤　暁	通商部 投資交流促進課 投資交流係長
遠山 創大	通商部 投資交流促進課 総括係

【事務局】

高野 隆嗣	アルパック㈱地域計画建築研究所 取締役部長
釜 下　仁	アルパック㈱地域計画建築研究所 技術参与
益山 周三	アルパック㈱地域計画建築研究所

2 第2回 優良事例基準策定委員会

（1）日時・会場

①日時

平成 28 年 10 月 3 日（月）10:00～12:00

②会場

近畿経済産業局 第2別館 ミーティングルームB

（2）内容

（敬称略）

①挨拶

近畿経済産業局　通商部長　浅井亨

②議事

・外国人受入環境整備に係る優良事例の評価基準案について

・評価基準に基づく募集要項案について

（3）参加者

【委　員】

小野田金司	神戸山手大学 現代社会学部 教授
金　相 俊	近畿大学 経営学部 准教授
廣岡 裕一	和歌山大学 観光学部 教授
松村 嘉久	阪南大学 国際観光学部 教授
大和 里美	奈良県立大学 地域創造学部 准教授

（50 音順）

【オブザーバー】

福井 優子	農林水産省 近畿農政局 企画調整室 企画官（調整）
黒田 洋介	国土交通省 近畿地方整備局 建政部 計画管理課長
富永 安弘	国土交通省 近畿地方整備局 企画部 広域計画課長
西 田　明	国土交通省 近畿地方整備局 企画部 広域計画課 建設専門官
廣瀬 洋一	国土交通省 近畿運輸局 観光部 国際観光課長

【近畿経済産業局】

浅 井　亨	通商部長
山 口　洋	通商部 国際化調整企画官
内海 美保	通商部 国際課長
橋本 俊次	通商部 投資交流促進課長
柳澤 啓子	通商部 投資交流促進課 課長補佐
松本 じゅん	通商部 投資交流促進課 課長補佐
齋 藤　暁	通商部 投資交流促進課 投資交流係長
遠山 創大	通商部 投資交流促進課 総括係

【事務局】

高野 隆嗣	アルパック㈱地域計画建築研究所 取締役部長
釜 下　仁	アルパック㈱地域計画建築研究所 技術参与
高田 剛司	アルパック㈱地域計画建築研究所 チーム長
益山 周三	アルパック㈱地域計画建築研究所

3 優良事例一次評価　WG

（1）日時・会場

①日時

平成 28 年 12 月 20 日（火）15:00～17:00

②会場

公益財団法人都市活力研究所 会議室 グランフロント大阪ナレッジキャピタル

（2）内容

（敬称略）

①WG

・各応募事業への外国人留学生の意見

（3）参加者

【参加メンバー】

公益財団法人都市活力研究所 Kansai Tourism Supporters より、
欧米、アジアからの留学生５ 名

【オブザーバー】

近藤 明彦　　公益財団法人都市活力研究所 主席研究員

【近畿経済産業局】

橋本 俊次　　通商部 投資交流促進課長
柳澤 啓子　　通商部 投資交流促進課 課長補佐
冬木 祥子　　通商部 投資交流促進課 総括係長
齋 藤　暁　　通商部 投資交流促進課 投資交流係長
遠山 創大　　通商部 投資交流促進課 総括係

【事務局】

高野 隆嗣　　アルパック㈱地域計画建築研究所 取締役部長
釜 下　仁　　アルパック㈱地域計画建築研究所 技術参与
江藤 慎介　　アルパック㈱地域計画建築研究所 主任
益山 周三　　アルパック㈱地域計画建築研究所

4 優良事例検討委員会

（1）日時・会場

①日時

平成 29 年 1 月 30 日（月）15:00～16:30

②会場

近畿経済産業局 第２別館 ミーティングルームＢ

（2）内容

（敬称略）

①挨拶

近畿経済産業局　通商部長　浅井亨

②議事

・現地審査の結果報告 及び 優良事例一次評価WGの結果報告
・「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」各委員の評価について
・「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」優良事例の検討

（3）参加者

【委　員】

石崎 祥之	立命館大学 経営学部 教授
小野田金司	神戸山手大学 現代社会学部 教授
金　相 俊	近畿大学 経営学部 准教授
廣岡 裕一	和歌山大学 観光学部 教授
松村 嘉久	阪南大学 国際観光学部 教授
大和 里美	奈良県立大学 地域創造学部 准教授

（50 音順）

【オブザーバー】

吉川 茂樹	独立行政法人 中小企業基盤整備機構近畿本部 販路開拓部長／国際化支援課長兼務
岩 本　聡	総務省 近畿総合通信局 情報通信部 情報通信連携推進課 情報通信利用促進官
横山 理恵	外務省 大阪分室
田中 正雄	農林水産省 近畿農政局 企画調整室 調整官
小 幡　徹	農林水産省 近畿農政局 企画調整室 農政推進官
西 田　明	国土交通省 近畿地方整備局 企画部 広域計画課 建設専門官

【近畿経済産業局】

浅 井　亨	通商部長
山 口　洋	通商部 国際化調整企画官
内海 美保	通商部 国際課長
橋本 俊次	通商部 投資交流促進課長
柳澤 啓子	通商部 投資交流促進課 課長補佐
冬木 祥子	通商部 投資交流促進課 総括係長
齋 藤　暁	通商部 投資交流促進課 投資交流係長
遠山 創大	通商部 投資交流促進課 総括係

【事務局】

釜 下　仁	アルパック㈱地域計画建築研究所 技術参与
高田 剛司	アルパック㈱地域計画建築研究所 チーム長
益山 周三	アルパック㈱地域計画建築研究所

資料３　「はなやかＫＡＮＳＡＩ魅力アップアワード」優良事例集

１　事例一覧

（１）訪日観光客の取込みに係る事業・活動

◯外貨交換・クレジットカード

No	概　　要	実施主体
1	現金による外貨両替対応（ショップ・ATM）	㈱池田泉州銀行

◯ムスリム対応

No	概　　要	実施主体
2	ハラール対応和食料理教室	Washoku Home Cooking Machiko
3	フードピクト（絵文字）の開発・普及	㈱フードピクト
4	ハラル＆ムスリムフレンドリーマップ／アプリ	㈱シーズ
5	関西ムスリムインバウンド推進事業	関西ムスリムインバウンド推進協議会

◯防災情報

No	概　　要	実施主体
6	災害時拠点に対応した無料公共Wi-Fi環境の整備	㈱Local24

◯観光情報の発信・案内

No	概　　要	実施主体
7	多言語対応QRコードの整備	㈱PIJIN
8	姫路城外国人案内パンフレット多言語化事業（19言語）	姫路市

◯公共交通

No	概　　要	実施主体
9	フォーリンフレンドリータクシー（訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験）	京都市域訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験実行委員会（京都市・近畿運輸局・タクシー事業者団体 等）
10	リアルタイムアナウンス翻訳システム「おもてなしガイド」実証実験	ヤマハ㈱

◯宿　泊

No	概　　要	実施主体
11	棚田の宿　ささゆり庵	棚田の宿　ささゆり庵
12	地域を巻き込み、日本を発信するゲストハウス　FUJITAYA Kyoto	㈱Feel Japan

◯食事・買い物

No	概　　要	実施主体
13	おもてなしタブレット®	㈱シーズ
14	TAX-FREE SHOPPING GIUDE（免税店検索アプリ）	㈱シーズ

◯エンターテイメント

No	概　　要	実施主体
15	コンペイトウミュージアム（観光サービス・ミュージアム事業）	大阪糖菓㈱
16	寿司職人を体験できる学校やハラル弁当で「観光奈良」の振興に貢献	㈱梅守本店
17	地元商店街ツアーを開催～難波ファンを増やそう～	スイスホテル大阪南海㈱、㈲リンクコーポレーション
18	「ノンバーバルパフォーマンス」常設劇場でロングラン公演	ギア -GEAR-

◯観光商品

No	概　　要	実施主体
19	蔵見学を通じた新しい酒蔵文化の発信	㈱神戸酒心館
20	都市農村交流における訪日外国人の受入れ	農業法人㈱秋津野
21	地域の魅力を伝える案内ガイドを通じた観光まちづくり事業	いえしまコンシェルジュ(同)
22	メディカル・ツーリズム事業の展開	グランソール奈良

◯文化体験

No	概　　要	実施主体
23	「阪急三番街」で海外観光客向け日本文化体験ツアー	阪急三番街、㈱ソラリス、㈱イロドリ
24	関西から世界へ、世界から関西へ～山本能楽堂インバウント推進事業	(公財)山本能楽堂
25	茶道・華道・家庭料理・着物着付け体験など日本の伝統的な文化体験プログラムのアレンジと提供	㈲ワックジャパン
26	棚田での自然体験、古民家、温泉での交流を中心とした 外国人個人客へのグリーンツーリズム事業	㈱棚田ＬＯＶＥＲ’ｓ

（2）在住外国人の居住・生活サポートに係る事業・活動

◯就職サポート

No	概　　要	実施主体
27	外国人留学生・外国籍人材の就職活動支援事業	㈱ロジックアンドサプライズ

◯地域コミュニティ

No	概　　要	実施主体
28	京都で暮らす外国人家族の子育て・日常生活をサポート	京都オリエンテーション
29	あいうえお日本語教室からはじまる多文化共生のまちづくり	㈱にほんご豊岡あいうえお

２ 取組事例

（１）訪日観光客の取込みに係る事業・活動

○外貨交換・クレジットカード

1	現金による外貨両替対応（ショップ・ATM）		
実施主体	㈱池田泉州銀行	所在地	大阪市北区

ｏ訪日外国人観光客の外貨両替に関する不満として、①両替場所の少なさ、②レートの悪さ、③時間がかかる、の３点が上位に挙がっている。こうした不満を解消するため、池田泉州銀行ではキャッシュによる外貨両替を実施しており、外貨両替のみを行う有人店舗の外貨両替ショップを３ヶ所（関西国際空港、池田泉州銀行梅田支店内、あべのハルカス）で展開している。加えて訪日外国人の利用も見据え、他行に先駆けて、ホテル、ターミナル駅等の公共性・利用頻度が高い場所への自動外貨両替機の設置や、営業時間の延長による外貨両替サービスの向上を図っている。

川西自動外貨両替コーナー

ｏ関西国際空港や大阪市内のホテルで、英語・中国語での割引券を配布したり、関西交通路線図を掲載した英語の割引券を提供している。また、中国蘇州に池田泉州銀行の駐在員事務所があり、蘇州市民限定の外貨両替割引サービス（割引券の配布）を実施している。

ｏクルーズ船寄港地・大型展示商談会での出張両替を実施している。費用対効果を高めるため、常設の両替所や自動外貨両替機の設置ではなく、簡易な両替所を寄港日や商談会に合わせて設置している。大阪南港で実施した際には、300～400 人が利用した。

ｏ２０１３年には関西国際空港にて、フランス人団体旅行客への外貨両替予約サービスの実証実験を実施した。フランス人旅行客が専用 IC カードを現地空港のデジタルサイネージにタッチするだけで、所定の両替依頼書に記入することなく、外貨両替を可能にする内容で、両替依頼書に記入する手間が省けることから、時間短縮に繋がることが期待される

外国人向け外貨両替割引券

大阪南港での出張外貨両替の様子

フランス人団体旅行客への
外貨両替予約サービス

ｏ大阪観光局と提携し、訪日外国人が「OSAKA Free Wi-Fi」にアクセスした際に、両替所情報や割引情報がトップ画面で表示される。

ｏ有人店舗では、両替した方に折り紙や手作りのしおり等を記念にプレゼントし、おもてなしの心を伝えている。

URL: http://www.sihd-bk.jp/

手作りのしおり
提供：同社

○ムスリム対応

2	ハラール対応和食料理教室		
実施主体	Washoku Home Cooking Machiko	所在地	大阪市中央区

ｏ自宅を開放して、日本の家庭料理や食事作法を体験できる料理教室を開催。中国で日本語教師をしていた経験・語学力(英語・中国語）及び祖母がしていた和食の料理教室を手伝っていた経験を活かして、2015 年 1 月から事業を開始。

ｏ完全予約制で、週 3 回程度開催している。和菓子、寿司、大阪スペシャル（たこ焼き、お好み焼き）、一汁三菜コースなど、外国人がなかなか触れられない日本の伝統食や家庭料理の料理教室を、ハラール対応の上で実施している。

ｏ教室設立当時はハラールの対応をしていなかったが、ハラールに関する問い合わせがあり、日本ハラール協会の講習を受講した。また、イスラム教施設を訪問してムスリムの方々が日本で食に不自由している状況に出会ったことをきっかけに、外国人も安心して食べられる日本食の提供が大事と考えるようになった。教室で使用する食材や調味料については、企業への問い合わせや生産現場の見学を実施するなどして、含有物や屠殺方法を確認するといった、厳密な選定を行っている。

ｏ教室利用者の合計は平成 28 年 11 月現在 119 名。そのうちハラール対応希望は全体の約 4 割となっている。香港からの利用者が最も多い。その他、インドネシア、マレーシア、シンガポール等のアジア圏の利用者が多い。

ｏ主催者は教室運営での利用者の声や、独自に調査したハラールの専門的な知見を活かし、日本企業へのハラールアドバイス・認証取得支援や海外進出の支援、イスラム教国からの来賓者に対するハラール和食の提供・プロデュースも手がけている。大阪イスラミックセンターのスーパーバイザーでもある。2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、参加国の半数はイスラム教国であることから、国内のハラール対応状況を向上させるべく、料理教室を原点として様々な活動に取り組んでいる。

URL: http://washoku-hc.com/

教室の様子　　ハラール対応食材

出典：同社 HP

3	フードピクト（絵文字）の開発・普及		
実施主体	㈱フードピクト	所在地	神戸市中央区

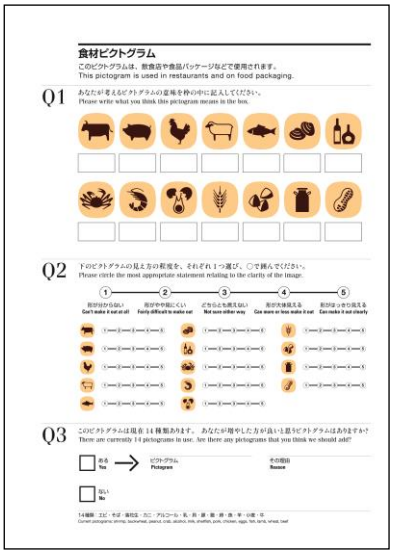
ｏ様々な文化背景を持った外国人が日本に訪れるようになる中で、アレルギーのある人や宗教による食戒律、ベジタリアンなど、食に制約がある人でも安心して食事を楽しむことができる環境をつくるため、フードピクト（食材の絵文字）を開発。フードピクトは食物アレルギーの特定原材料７品目と、宗教による食戒律とベジタリアンに対応した７品目の合計 14 品目で構成されており、月 1,000 円のライセンス料により利用できる。

ｏフードピクトの開発過程において、ISO（国際標準化機構）が規定しているピクトグラムの作成方法を参考に、国内外の 1,500 名に対し、理解度・視認性・必要品目に関する国際調査を実施。ピクトグラムの第一人者である株式会社 NDC グラフィックスの協力のもと開発した。

ｏ2016 年３月現在、全国約 1,350 ヶ所以上で採用されており、空港や国際展示場、ホテル、国内外のコンベンションでも利用されている。2020 年までに全国 50,000 箇所へのフードピクトの導入を目標としている。

ｏ当社のフードピクトは、あくまで使用されている食品情報を提供するものであり、判断はお客様に委ねている。また、アレルギーなどは命に直結する可能性があることから、管理体制が整っている飲食店・ホテル等での利用を基本としている。まず、駅ビルや空港、ホテル、コンベンション等、多くの人の目に触れる場所を中心にフードピクトを導入してもらい、そこからの発信・普及を図っている。

フードピクト（14 品目）
© INTERNASHOKUNAL & NDC Graphics



国際調査時のアンケートシート

フードピクトの使用例
出典：同団体 HP

ｏ2016 年に兵庫県の「クリエイティブ起業創出助成金」の対象団体に決定。また、積極的な人材採用と商品展開により事業を加速させることを目的に、2017 年 1 月に株式会社を設立した。

ｏ2017 年 4 月より、災害時の全国の避難所に導入されるコミュニケーションカードにも、フードピクトが採用されることになっており、被災地での外国人と日本人の意思疎通や、受け入れ地域における異文化理解に寄与するものとなっている。

http://www.foodpict.com/products

4	ハラル＆ムスリムフレンドリーマップ／アプリ		
実施主体	㈱シーズ	所在地	大阪市中央区

ｏ大阪および関西圏を訪れるムスリム旅行者に向けて、安心してサービスを受けることができるレストランや宿泊施設を案内する「ハラル＆ムスリムフレンドリーマップ」を編集・制作。掲載店舗・施設のハラル料理への対応や祈祷室の有無など、ムスリムへの対応状況について情報を得ることができる。大阪市内を中心とする旅行・観光関連施設において無料で配布されている。

ｏ冊子については、2017 年3月に 4 版目を出版。関西地域を対象にしたアプリも開発してリリースしている。

ｏ掲載施設に関する情報については、その情報量・正確性・情報の鮮度を同時に確保する工夫をしている。また、ハラル認証にこだわらず、幅広くムスリムのニーズに対応したサービスを紹介している。

ｏ約 130 カ所の施設を紹介しており、今後はさらに調査エリアを関西圏全域へと拡大し、内容の充実を図る予定。

URL：http://www.ccc-inc.com/inbound/index.html

ハラル＆ムスリムフレンドリーマップ
提供：同社

5	関西ムスリムインバウンド推進事業		
実施主体	関西ムスリムインバウンド推進協議会	所在地	大阪市中央区

ｏ本協議会では、日本を訪れるムスリムの方にストレスなく、快適に滞在してもらうための環境整備や情報提供を行っている。本協議会には、訪日旅行専門の国内手配を行うランドオペレーター会社や、ムスリムの雇用に関するサポートを行う行政書士事務所、アラビア語の掛軸を日本で初めて開発した表装メーカーなどが所属しており、相互に連携をはかっている。

ｏ活動としては、具体的には、イスラムやハラールに関する勉強会や交流会、宿泊施設や飲食店などに対するムスリム初期対応サポート、ムスリム向けお土産コーナープロデュースなどを行うことで、イスラム教やムスリム対応に関する正しい理解の普及に努める。これを地元在住のムスリムと一緒に行うことで、相互理解の促進に加え、ムスリムインバウンドを通じての多文化共生のまちづくりも目指している。また、ムスリム向けメディアでの情報発信や、イスラム圏からのファムトリップ受入れ、海外の観光見本市でのチラシ配布等により、ムスリムに対して関西の観光プロモーションも実施している。

「ムスリムインバウンド EXPO in 大阪 2017」
広報資料
提供：同協議会

ｏ企業や個人事業主に向けたセミナーやムスリム対応サポートの結果、実際にサービス提供を開始した事業者は 10 件以上。厳格な宗教と誤解されがちなイスラム教を正しく理解してもらい、出来る範囲から対応を始めるよう提案を行っている。ムスリム対応を始めたところの多くで、ムスリムの集客数が純増している。

ｏ本協議会は、平成 29 年開催予定の「ムスリムインバウンド EXPO in 大阪 2017」の実行委員会の代表を務めている。今後も、関西一円が「ムスリムフレンドリー」な都市として認知されることを目標に、ムスリムの訪日ニーズに対応可能な国内事業者や自治体を増やし、より多くのムスリムに関西を訪れてもらえるよう、環境整備や情報発信を強化していく。

URL：http://jlinksjapan.com/main/osakakyotokobemuslimtravelassociation

○防災情報

6	災害時拠点に対応した無料公共 Wi-Fi 環境の整備		
実施主体	㈱Local24	所在地	京都市中京区

ｏ無線網構築及び無線網を使った配信事業に取り組んでおり、業務と公衆サービスを同時に提供できるシステム提供を行っている。配信事業の導入例として、カンテレ扇町スクエア アトリウム・インタラクティブエリアにて Wi-Fi サービスの提供にあたり、導入支援及びシステムの保守管理を担当した。なお、アトリウム・インタラクティブエリアでのコンテンツ配信を含む事業主体は、関西テレビ放送㈱である。

導入事例（自動販売機）

提供：同社

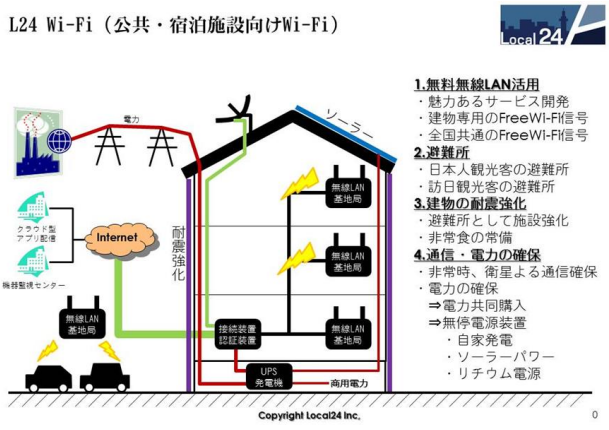
ｏ具体的には、自動販売機の天井部に Wi-Fi ルーターを取り付けることで、自動販売機 50m 四方であればキャリア（スマートフォン・ノートパソコン・携帯ゲーム機等）を問わず、自動販売機に記された SSID を選択、パスワードを入力することで簡単に使用できるサービスを実施している。自動販売機設置場所を Wi-Fi スポットとして開放することで、自動販売機設置者（エリアオーナー）の集客力向上に繋ぐことができ、各地の観光スポット、地域の商店街、公共交通機関にサービスを提供。

導入事例（関西テレビアトリウム）

提供：同社

ｏ簡単に使用できるこのサービスは、特に、無料 Wi-Fi の整備があまり進んでいない地方部において、訪日観光客の集客と、観光客の現地での情報収集に寄与するとして、興味を持たれている。

ｏ公共施設・宿泊施設向けの Wi-Fi サービスの展開にも取り組んでいる。「無料無線 LAN 活用」だけでなく、非常時に「避難所」として活用できるよう「建物の耐震強化」「非常食の常備」「通信・電力の確保」（ソーラーパワー等による自家発電装置の導入等）をパッケージ化したサービス。これまで非常時における訪日外国人観光客への情報は限られていたが、公共施設・宿泊施設にアクセスすることで、一時的な避難ができる上、スマートフォン等から各国大使館ウェブサイト等にアクセスでき、避難方法等を把握可能になる。



公共・宿泊施設向け Wi-Fi

提供：同社

ｏ全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会と連携し、2017 年度中にサービスを提供する予定。

ｏ岡山空港、北九州高速鉄道など、公共施設への設置も進んでいる。

https://www.local24.co.jp/

○観光情報の発信・案内

7	多言語対応 QR コードの整備		
実施主体	㈱PIJIN	所在地	大阪市中央区

ｏ訪日外国人が訪日中に抱く一番の不満の言語問題を解消すべく、外国語表記サービスの QR Translator サービスを運営。

ｏ発行・掲載された QR コードをスマートフォン等で読み取ることで、36 言語の中から最大 15 言語の翻訳ページを表示させることができる。シール貼付による既存観光案内板等の多言語化が可能なため、省スペース化および整備コスト削減の実現が評価されている。

ｏQR コードは世界的に普及しており、専用のアプリケーションを必要としないため、利便性が高い。翻訳は機械によるものだけでなく、人力による翻訳データを挿入・表示することもできる。当サービスの管理画面ではいつでも掲載文の更新が可能で、他にも音声のアップロードや、言語別アクセス数の分析・２次利用も行うことができる。

ｏ現在、関西国際空港や近鉄百貨店あべのハルカス本店、京都伏見稲荷大社、セブン-イレブン（免税店）店舗等、外国人観光客が多い場所を始めとし、各メーカーパッケージや展示会などでの採用事例も増えている。

関西国際空港における使用例

京都伏見稲荷大社における使用例

近鉄百貨店あべのハルカス本店における使用例

日本酒 商品紹介イベントにおける使用例

出典：同社 HP

ｏまた、平成 27 年には、奈良市役所から依頼を受け、奈良市内における QR コードを活用した観光案内板等多言語化業務を実施。JR 奈良駅、近鉄奈良駅の観光案内所、世界遺産の神社仏閣をはじめとする観光施設 500 箇所以上に、シール貼付・パネル設置・クリアスタンド設置にて QR Translator を導入。

ｏ奈良市役所が主導してまち全体の多言語化を実施したことによって、QR Translator の広範囲かつ多数の設置に繋がり、各施設においても多言語対応の検討が促進されるきっかけになっている。今後は市内各企業へ運用・管理を割振り、まち全体が一体となって多言語対応を進めていく。

ｏ今後は、蓄積されるアクセスデータの活用および外国人観光客向けの調査を並行して実施することにより、必要性の高い情報かつ安心・安全な観光周遊に寄与できる情報の洗出しを図り、更なる環境整備施策の策定を進めていく予定。

奈良市における使用例
提供：同社

URL：https://www.qrtranslator.com/jp

8	姫路城外国人案内パンフレット多言語化事業（19 言語）		
実施主体	姫路市	所在地	兵庫県姫路市

ｏ平成27年に5年半に及ぶ天守閣保存修理を終えた姫路城には、日本の城郭で最多となる 286 万人が訪れ(平成２７年度)、うち 30 万人が外国人観光客であった。姫路市では、従来、英語、中国語（繁体字・簡体字）、朝鮮語、フランス語の５言語の城内案内パンフレットを制作していたが、姫路城の歴史的・文化的な奥深い魅力をダイレクトに伝えるため、平成 28 年に訪日外国人の95%以上をカバーする19言語の城内案内パンフレットの制作を実施した。

姫路城案内パンフレット

出典：同市 HP

【対応言語】
英語、繁体中国語、簡体中国語、朝鮮語、ポルトガル語、スペイン語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、ロシア語、フィリピノ語、ベトナム語、タイ語、マレー語、インドネシア語、タミール語、ヒンディー語、オランダ語、スウェーデン語

ｏ城郭について説明する際には、専門的な用語や外国人にとって理解しがたい内容が多く含まれることになる。そのため、翻訳にあたっては、翻訳業者に任せきりにせず、語学に堪能な職員を全庁から集め、どのように表現すれば姫路城の魅力を十分に伝えることができるかを話しあいながら、翻訳と内容の吟味を繰り返し行った。

ｏ平成 28 年 4 月～10 月までに約 11 万部を配布。外国人入場者数は、前年度同期間と比べ、約 1.26 倍に増加。外国人観光客からは、母語の案内があることで姫路城をより深く知ることが出来たと反響は大きい。

ｏ19 言語への対応は全国的にも珍しく、市役所が率先して多言語対応を行うことで、外国人観光客をおもてなしするという市内の気運を醸成し、受入環境の向上を図る狙いもある。今後は、外国人観光客のリピートも視野に入れ、さらなる魅力発信施策を検討していく。

URL: http://www.city.himeji.lg.jp/koho/press/_35595/_36452/_36728.html

○公共交通

９	フォーリンフレンドリータクシー（訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験）		
実施主体	京都市域訪日外国人向けタクシー認定制度実証実験実行委員会（京都市・近畿運輸局・タクシー事業者団体 等）	所在地	委員会事務局：京都市伏見区

【概　　要】
平成28年３月１日より、京都市域におけるタクシーの外国人旅行者の受入れ環境の向上を図るため、語学やマナー研修を受講した運転手、クレジットカード決済機器等を搭載している車両を「フォーリンフレンドリータクシー（FF タクシー）」として認定し、全国初の専用乗り場を設置する実証実験を実施。（平成２９年４月１日より本格運行開始。）

【実証実験内容】（平成２９年３月１日現在）
- 認定運転者（１７４名）
  外国語及び接遇研修を受講した運転者
- 認定車両（１０１台）
  大型スーツケースが２個以上搭載でき、各種クレジットカード及び交通系 IC カードが利用可能な車両
- 専用乗り場
  京都駅烏丸口乗り場：平成２８年３月１日（火）設置、運用時間午前９時～午後１１時
  京都駅八条口乗り場：平成２８年４月１８日（月）設置、運用時間２４時間
- 体制整備
  毎月１回実行委員会を開催し、そこで協議された改善点は事業者説明会、ＦＦタクシー運転者リーダー会議をはじめとして各事業者団体へも情報共有し、同時に一般ドライバーにも周知し、乗り場での理解・運営を支えている。（烏丸口乗り場では、自動音声案内による案内を実施している。）
- 配車アプリ
  全国タクシー配車アプリに、ＦＦタクシーのアイコンを追加し、専用乗り場以外での利便性、実車率の向上を目指している。（平成２９年３月１日開始。）

【期待できる効果】
- 外国人旅行者とタクシーのミスマッチ解消による、外国人旅行者の満足度向上
- タクシー運転者の資質向上による、質の高いタクシーの増加
- 外国人旅行者のタクシー利用の増加による、バスの混雑緩和
- タクシー業界と自治体の連携による、タクシー業界の活性化
- スーツケース等の大型荷物への対応車両拡大による、利用者の利便性向上

【実証実験の成果】
- 平成28年３月１日～３月23日の利用者向けアンケートにおいて、外国人利用者のうち97.7%が「快適であった」、97.9%が「京都駅からタクシーに乗る際は専用乗り場を利用したい」と回答されており、概ね好評であることがわかっている。

【今後の取組予定】
- 今後も定期的に認定運転者と車両の増加を検討していく。

（左）語学研修のロールプレイング
（右）京都駅烏丸口乗り場

提供：同委員会

10	リアルタイムアナウンス翻訳システム「おもてなしガイド」実証実験		
実施主体	ヤマハ㈱	所在地	浜松市中区

ｏ日本語による音声アナウンスの内容が理解できない外国人観光客、または音声が聞き取りづらい日本人を対象に、対象エリアで流れるアナウンスの内容を、瞬時にスマートフォン等に多言語で表示する「おもてなしガイド」を、ヤマハが国立研究開発法人情報通信研究機構と共同研究をしながら開発。インバウンドの旅行者は、スマートフォンに「おもてなしガイド」アプリをインストールすることで、自国の言語でアナウンス情報を受け取ることができる。

ｏ交通機関や施設内で使用されるアナウンス内容はパターン化されているため、既存の定型文をあらかじめ多言語でデータ登録。施設内のスピーカーから流れる日本語アナウンスを認識し、データベースの中から最適な定型文を瞬時に検索、手元のスマートフォンに、選択した言語にてテキスト情報を表示することができる。インターネット通信を必要としないため、放送設備を備えた施設なら、電波が届かないところでもどこでも対応可能。万一の災害時にインターネットが使えなくなってしまったとき等も利用できる。

ｏ現在、以下施設をはじめ様々な施設にて実証実験を実施している。

＜関西での主な実証実験導入施設＞
関西国際空港（第１ターミナル４階）、阪神電気鉄道（神戸三宮駅）、阪急電鉄（河原町駅／京とれいん）、京阪電気鉄道（交野線または宇治線の車両）、近畿日本鉄道（大阪難波駅／伊勢志摩ライナー）、南海電気鉄道（特急ラピート）、高島屋（京都店）

＜京都 Sound UD プロジェクト（平成 28 年９月１日～順次開始）＞
参画企業・施設
【鉄道】　京都市交通局、近畿日本鉄道、京阪電気鉄道、京福電気鉄道、西日本旅客鉄道、阪急電鉄、WILLER TRAINS（京都丹後鉄道）
【バス】　京都市交通局、京阪バス
【商業施設】京都駅前商業施設（イオンモール、京都駅観光デパート、京都駅ビル開発、髙島屋、ジェイアール西日本伊勢丹）
錦市場（京都府商店街振興組合連合会・京都商店連盟）
【文化観光・旅行】京都府立植物園、東映太秦映画村、元離宮二条城、エイチ・アイ・エス
対応表示言語
日本語、英語、中国語（簡）、中国語(繁)、韓国語、タイ語、フランス語、スペイン語 ※
※「京都観光総合調査平成 26 年」を元に、京都に宿泊する外国人の約７割に対応できる８言語を選定。

京都 Sound UD プロジェクト　イメージ
提供：同社

ｏさらに、自動放送として用意されていないイレギュラーな事態が発生したときのアナウンスについても、音声認識と翻訳による多言語対応の精度向上に取り組んでいる。

ｏ平成 28 年度中には、当機能を他アプリに実装するための SDK を提供開始予定。すでに多くのアプリ事業者から導入希望の声があり、利用可能なアプリ数は一気に増加する予定。

ｏ観光面だけでなく、災害放送への対応も企図し、京都市の防災訓練や、京都府下鴨警察署との共同展開の取組も実施している。

URL: http://jp.yamaha.com/

○宿　泊

11	棚田の宿　ささゆり庵		
実施主体	棚田の宿　ささゆり庵	所在地	奈良県宇陀市

ｏ国定公園にも指定される奈良の山々を背景に、日本の原風景を堪能できる宿泊施設。国内外の富裕者層をターゲットに、１日１組限定で古民家の一棟貸を行っている。築約 150 年の古民家を買い取り、茅葺き屋根を再生させつつ、それを活用した経営を行う。囲炉裏をしつらえた部屋からは、室生深野集落の棚田と室生赤目青山国定公園の峰々を見渡すことができ、宿泊した外国人は、都会にはない日本の魅力に触れることができる。（平成 28 年は 10 月までに 202 名の外国人が宿泊（外国人比率 32%）。）すでに欧米の超 VIP から富裕者が訪れている。

ｏ修験道行者(山伏)である庵主は宿舎敷地内に護摩堂を設けており、宿泊者に伝統的な修法を堪能してもらうほか、本地域で生まれた「能楽」「虚無僧尺八演奏」「忍者演武」などの伝統文化のライブ公演をしており、外国人宿泊者にも理解してもらえるように、英語での解説を行う。また、京都の金剛流宗家家元による能楽や、プロによる尺八演奏、伊賀忍者演武、ミシュラン星獲得のシェフが作る和食を提供するなど、日本の伝統文化や食のプロとも連携しつつ、宿泊客をもてなす。また、日本文化を紹介した洋書ライブラリーがある。農業体験用畑やピザ焼き窯を設置し、バイクや自転車、カヌーを用意するなど、宿泊者が充実した滞在を送ることができる環境づくりを心がけている。

ｏ発信方法としては、ホームページ（英語版もあり）、PR 動画（国際観光フィルムコンテストで Best Asian Film 賞を受賞）の作成や、１年間におよぶ伝統的茅葺　家屋の修復を記録した英語併記の写真集「天空に宿す、雲上に暮らす」の発刊等により PR を行っているほか、海外富裕者層の観光展示会 ILTM Cannes(フランス)や ILTM Tokyo（東京）に出展。さらに「ミシュランガイド奈良 2017 特別版」の旅館部門では、三つ星を獲得した。米国の有名観光雑誌 DEPARTURE や、世界的観光旅行雑誌の最高峰 CONDE NAST TRAVEL MAGAZINE に記事が掲載される予定で、欧米ではこれまでにない富裕者層の旅先として脚光をあびつつある。また、自庵専用ヘリポートを設置して、更に周辺観光諸点（京都、伊勢、高野山、吉野山、熊野）を空で繋ぐヘリポートを各所に設置開発している。　単なる観光諸点を結ぶ空の移動手段だけでなく、「一日空の旅プラン」例えば、「世界遺産紀伊半島ヘリコプター巡礼、吉野～熊野編、吉野～高野山編」も造成している。

ｏ地元住民の「深野ササユリ保存会」といった、自然風景や里山景観を維持する活動へも積極的に参加するなど地域住民との親和性を有しており、当庵屋号も地域住民の許可と賛同を得て「ささゆり庵」としている。加えて、新しいサイクリングロードの企画や、美しい景観を残すための電柱の地中化など、集落の価値向上にも努めている。

○奈良県内の６軒の小規模高級ホテル・旅館とコンソーシアム（リョカン・アンド・ホテル・セレクション（ＲＨＳ））の発起人施設として、海外を中心とする富裕層向けの宣伝、広告や旅行プランの企画などで連携し、奈良への外国人旅行客の誘客を進めている。
URL: http://sasayuri-ann.jp （日本語）　http://stayjapan.jp（英語、フランス語、ドイツ語）

庵の様子

庵主による護摩法要

自庵専用ヘリポートと周辺観光地ヘリポート設置開発

伊勢、倶留尊山、室生寺、三輪山、檜原神社（元伊勢）、二上山、大鳥神社、淡路の石上神社の延長線上にある「太陽の道」に面して、黎明～朝日の絶景が囲炉裏部屋に居ながらにして堪能できる。

写真集
「天空に宿す、雲上に暮らす」
提供：同社

12	地域を巻き込み、日本を発信するゲストハウス　FUJITAYA Kyoto		
実施主体	㈱Feel Japan	所在地	京都市下京区

ｏただ泊まるだけではない、「日本を感じる」ことができるゲストハウス。ホストとゲスト、ゲスト同士、ゲストと地域の人といった、人と人を繋ぐ宿であることをコンセプトとしている。街中観光、サイクリングツアー、たこ焼きパーティ、書道体験、和菓子作りなどの体験イベントを開催しているほか、近所のレストランや銭湯への案内、地域のお年寄りとの交流の場を設けるなど、地域との接点を多く持つ。

ｏ平成 26 年に９客室で開業し、２年目に稼働率９０％以上、単年度黒字を達成している。平成 29 年４月には、２店舗目の開業を予定している。

ｏ宿泊客の９５％が外国人（うち欧米系が７０～８０％）で、ゲストからの評価も高い（トリップアドバイザーのコメント数　207 件（うち、とても良い・良い　97.1％）（2017/2/8 現在））。

ｏゲストと心の通じ合う接客を実践していくため、スタッフの待遇やモチベーションも大事にしている。例えば、元パティシエのスタッフであれば和菓子作り体験を企画してもらうなど、それぞれのバックグラウンドを活かした企画を実施している。スタッフが楽しんでいることがゲストにも楽しんでもらうことにつながり、ゲストからの信頼や高い評価につながる。

ｏ地域との親和性も重視しており、宿泊客にはゴミ・騒音に係る注意喚起を恒常的に行っているため、トラブルはない。また、地域の方を宿に招いて三味線等を宿泊客に披露してもらうこともある。周辺の喫茶店のメニューの英語化のサポートや、「ベジタリアンカード」（食べられないものを示したカード）をゲストに渡し、レストランの店員とコミュニケーションがとれるようにするなど、地域との共生を目指し、行動している。結果として、地域住民がゲストに当宿を案内してくれるようになるなど、良好な関係が築かれており、外国人が多く泊まりながらも、地域に根ざしたゲストハウスとなっている。

URL: http://fujitaya-kyoto.jp/ （HP）
URL: https://www.facebook.com/Fujitaya-Kyoto-1630236339081 89/（facebook）

和菓子体験

たこ焼きパーティ

提供：同社

○食事・買い物

13	おもてなしタブレット®		
実施主体	㈱シーズ	所在地	大阪市中央区

ｏタブレットを利用外国人客に手渡すだけで、外国語によるサービス・情報を提供することができる接客支援ツール。基本的には、４ 言語（英、繁、簡、韓）対応だが、言語を追加することも可能。汎用的な設計により、導入店舗が必要な情報をカスタマイズして追加することができるツールをローコストで実現している。現在、飲食店と宿泊施設で導入事例がある。

ｏ導入施設は、商品や施設内外の案内、背景文化の紹介などの情報を専用のタブレットに登録することができる。外国語対応が不慣れなスタッフでも接客の質を落とさず外国人に対応することが出来る。

ｏ導入店舗・施設は、外国語に堪能なスタッフの獲得に係るコストを削減することができる。また、外国人旅行客対応に段階的に取り組んでいきたい事業者にとっての第一ステップとしても有効と考えられる。現在、旅行会社や販売代理店との協力体制の構築を通じ、導入施設の拡大を図っている。

URL：http://www.ccc-inc.com/inbound/index.html

事情紹介チラシ

提供：同社

14	TAX-FREE SHOPPING GIUDE（免税店検索アプリ）		
実施主体	㈱シーズ	所在地	大阪市中央区

ｏ関西発で全国に展開している免税店検索アプリ。英語、簡体字、繁体字、韓国語に対応しており、対象地域の免税店の位置情報やそこで購入できる商品等の情報をユーザーに提供する。本アプリは、関西、東京、北海道、東北、中部・北陸、中国・四国、九州・沖縄の地域別に 7 バージョンが導入されている。

ｏ観光庁が発表している免税店の情報をベースとしているが、位置情報などを確認・修正した上で掲載している。また、現在地から設定距離圏内の店舗の検索や店舗に誘導するナビゲーション機能、販売品別に店舗をカテゴライズする機能を付加することで、実用性・利便性を高めている。

ｏ掲載店舗には、有料で店舗を上位表示できるレコメンドやアプリクーポンなどの機能を提供している。

URL：http://www.ccc-inc.com/inbound/index.html

事業紹介チラシ
提供：同社

○エンターテイメント

15	コンペイトウミュージアム（観光サービス・ミュージアム事業）		
実施主体	大阪糖菓㈱	所在地	大阪府八尾市

ｏコンペイトウなどの砂糖菓子の製造会社が運営する、見て・聞いて・作れる体験型企業ミュージアム。国内では 7～8事業者がコンペイトウを製造しているが、コンペイトウの手作り体験を行える施設は当ミュージアムのみ。2003 年に堺での設置を皮切りに、その後八尾（本社・工場内）、福岡でも運営を開始。ミュージアムの案内人が、コンペイトウ王国の王さまや姫、コンペイトウ博士、南蛮人等に扮していることも人気を博し、3 店舗合わせて年間 25,000 人が来場する。

ｏ体験者のうち、外国人の占める割合は１％（250 人／25,000 人）。インバウンド観光客向けには、英語版 DVD やパンフレットを用意しており、個人客、団体客ともに受入れ実績がある。有名ブロガーのロコミもあり、台湾、香港からの観光客が多く訪れる。また、スイスのメディアからの取材の影響もあって、海外への輸出の拡大につながった。

英語版パンフレット

提供：同社

ｏコンペイトウは宗教的禁忌に触れる食材の使用は少なく、来館した外国人もほとんどがコンペイトウを味わうことが出来る。サクラソウやモミジなど、日本的なモチーフを用いた商品もあり、今後インバウンド需要の取り込み拡大を視野に入れていく。

URL: http://www.konpeitou.jp/

16	寿司職人を体験できる学校やハラル弁当で「観光奈良」の振興に貢献		
実施主体	㈱梅守本店	所在地	奈良市

ｏすしや和食弁当の製造販売を営む同社は、外国人が日本を訪れる最大の動機・楽しみが「日本食」であることから、奈良を訪れる外国人観光客が一日寿司職人を体験できる「うめもり寿司学校」を平成 25 年に開設。「国籍、人種、年齢を超え、病気や障害のある方を含め、すべての皆様が楽しめる感動の場創り」を理念に毎日開催。一日最大 400 人もの寿司作り体験の受け入れが可能、店内は国際色豊かで、外国人観光客の利用数は平成 25 年に 9,000 人、26 年に 20,000 人、27 年に 62,000 人と。年々増加。特に、香港、台湾、中国からの利用者が多い。
「寿司学校」では、和帽子、法被、手袋を身につけての本格的な寿司職人体験ができ、体験教室を終えた方には、寿司作りのマニュアルや修了証書を授与。一度の体験だけではなく、帰国後も日本の寿司、食文化を思い出して頂けるよう、心をこめたおもてなしを行っている。

ｏさらに、近年増加しているイスラム教徒の多い東南アジア地域の観光客の「イスラム教の戒律を守りつつ、安心して和食を食べたい」との声に応えるため、平成 26 年 11 月に「ハラル認証」を取得し、手まり寿司弁当など 7 種類のハラル弁当を製造・販売している。
食材はハラル認証を受けている業者から購入し、調味料もアルコールや添加物を含まないものを使用するとともに、調理器具や食材の保管棚、搬入口も別にするなど相当な労力が必要だったが、訪日外国人の他に関西中から注文を受けるなど、多くのイスラム教徒に喜ばれている。

提供：同社

ｏ平成 28 年 3 月には京都校を開校。京都らしい設えで海外の観光客に大人気で、こちらも最大 250 名の受入れが可能。奈良市でも、個人旅行客向けの寿司学校を新たに展開。続いて東京出店も計画中である。
ファーストクラスの機内食への採用実績のある同社の「寿司学校」で、「Let’ｓEnjoy! 」の掛け声のもとで一体となって行う「寿司体験」は、日本が世界に誇る「世界無形文化財」である「和食」、自然への尊重を大切にする日本の精神文化やおもてなしの心まで、多くの訪日外国人に伝え、食文化の発信・PR により、今後も一層の外国人の訪日に繋げる役割を果たしていく。

URL: http:// www.umemori-sushischool.com
URL: http://umemori-halal.com

〈主な出典:近畿の食と農インバウンド推進協議会「近畿の食と農インバウンド 先駆的 64 事例」〉

17	地元商店街ツアーを開催～難波ファンを増やそう～		
実施主体	スイスホテル大阪南海㈱、㈲リンクコーポレーション	所在地	大阪市中央区

ｏ毎週金曜日、スイスホテル南海大阪の宿泊客を対象に、ガイドブックに掲載されていないようなディープなお店を紹介する街歩きツアー「難波イブニングウォーク」を開催。参加費は無料。ホテル周辺で夜でも安心して楽しめるスポットを知りたいという外国人宿泊客からのニーズに応える。利用者はアジア・欧米が半々で、30～40 代のファミリー層が３割ほどを占める。

ｏツアーコースは、千日前道具屋筋商店街とウラなんばエリアのバラエティーに富んだ７つの店（包丁専門店・食品サンプル・うどん屋など）を中心に実施。個性豊かな店が多く、外国人旅行客に人情味あふれる大阪の魅力を自然に伝えることができ、好評を博している。「難波で遊びたい」「難波に来たい」という難波ファンを増やし、NAMBA の魅力を世界に発信する。

うらナンバ風景

ｏ難波では徒歩１０分圏内に道具屋筋、電気街、黒門市場が立地しており、これまでそれぞれがまちづくりを行ってきた。それらがインバウンド観光の受入れを契機に手を結び始めており、この取組を通しても、ホテル、商店街の垣根を越えた、新しい形の地域の連携スタイルを構築している。商店主が関心を持ち、ツアーコースへの参加を希望したり、道具屋筋では自主的に「ものづくり体験コース」が開催されるようになるなど、地域への波及効果は大きい。今後もリピーターに「進化している」と言われるよう、包丁専門店で実際に玉ねぎを切ってみるなどの体験を取り入れていく等、ツアー内容の充実を図っていく。

ｏこのようなツアーは、無料であれば「友達が案内しているようなもの」なので、通訳案内士の資格を取得する必要がないため、様々な地域や商店街で簡単に実施することができる。リンクコーポレーションでは、「難波イヴニングウォーク」で培ったノウハウを、他地域にも応用可能なものと考え、講演活動などを通してノウハウの移転も積極的に行っている。

http://link-corporation.net/

ツアーの様子
提供：(有)リンクコーポレーション

18	「ノンバーバルパフォーマンス」常設劇場でロングラン公演		
実施主体	ギア -GEAR-	所在地	京都市中京区

ｏ平成 22 年、「Cool Experience in Japan 事業」（経済産業省）として、言語をまったく使用しないノンバーバルパフォーマンス『ギア-GEAR-』を企画製作。

ｏ平成24年4月から、京都の専用劇場「ART COMPLEX1928」（客席 100 席）において、『ギア-GEAR-』の公演を開始。平成２８年 11 月時点で、1,５00 回の公演、10 万人の動員を達成している。

ｏオリジナルコンテンツのノンバーバルパフォーマンスは日本において珍しく、ロングランは初の事例である。

ｏパントマイムやブレイクダンス、マジック、ジャグリングなどの世界チャンピオンクラスのパフォーマーによってストーリーを紡ぎ、ノンバーバル(=非言語)であるため、子どもから大人までが一緒に楽しめる。

ｏ観客のうち、外国人は多い時には約３割で、欧米・アジア圏から訪れる。雨の日に観光名所に行かなかった外国人観光客が当日券を購入して観に来るケースもある。ナイトカルチャーへのニーズから週５日、１日２公演を実施。

ｏ世界最大の旅行口コミサイト「トリップ・アドバイザー」の「外国人に人気の観光スポット 2015」ランキングで全国 19 位。外国人観光客の間で口コミにより人気を博している。

ｏ平成２７年１１月～平成 28 年４月まで、ロシア・モスクワの専用劇場で６ヶ月間のロングラン公演を実施。舞台芸術コンテンツ初の輸出事例となっている。

URL: http://www.gear.ac/

『ギア-GEAR-』の舞台

『ギア-GEAR-』のパフォーマー

提供：同社

ART COMPLEX1928
出典：ヒアリングの際撮影

◯観光商品

19	蔵見学を通じた新しい酒蔵文化の発信		
実施主体	㈱神戸酒心館	所在地	兵庫県神戸市

ｏ1751 年創業の老舗酒蔵による、日本酒ミュージアム。平成 27 年からインバウンド対応を開始し、Free　Wi-Fi の整備やパンフレットと館内表示の多言語化を実施（パンフレット 16 カ国語、館内表示５カ国語）。売店には英・仏・韓国語に対応可能なスタッフを配し、試飲・酒の製造工程の説明も英語で対応が可能。

神戸酒心館　長屋門
提供：同社

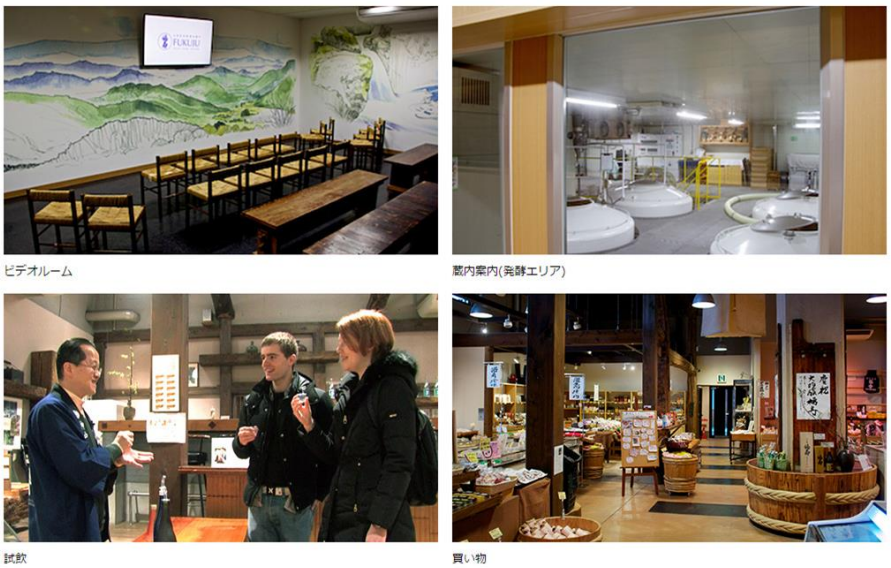
ｏ来館者数年間約１３万人のうち、外国人来場者数は約１万 3 千人。韓国、台湾、香港、インドネシア、ベトナムとアジアからが多い。

ｏ海外への発信には Facebook 等の SNS を重視。兵庫県や神戸市による、有名ブロガーの招聘等を通じた海外メディア・旅行会社への発信も効果を上げている。海外の TV 局、雑誌社、旅行会社等の取材多数（月平均５社）。

ｏ世界に SAKE を広めるべく、社長・副社長が月 1 回は欧米（フランス等）の三つ星レストラン等へ営業に出向いている。また、平成２０年からは、日本人がノーベル賞を受賞した際のパーティで同社銘柄の「福寿」が提供されるようになり、その効果で５年で販売量が倍増した。その他、当社社長が監事を務める灘五郷酒造組合が領事館にアプローチして「灘の酒」の試飲会を実施したり、CHIC(関西在住外国人向けサービスを行う神戸の非営利団体）にアプローチし、蔵見学・試飲会を実施するなど、地域ブランドの発信に積極的に取り組んでいる。

ｏ地元商店街と連携し、酒粕を活用したスイーツなどの商品開発にも取り組んでいる。また、酒の原料や売店の商品には出来る限り県内の産品を活用している。

URL: http://www.shushinkan.co.jp/
URL: http://www.enjoyfukuju.com/



館内の様子
出典：同社 HP

20	都市農村交流における訪日外国人の受入れ		
実施主体	農業法人㈱秋津野	所在地	和歌山県田辺市

ｏ和歌山県田辺市の上秋津地区は、三方を山に囲まれ、古くから農業が盛んな地域であるが、農業を取り巻く環境は厳しく、後継者問題、田畑の宅地化、混住化地域での農業など、さまざまな問題があった。そのような状況の中で、農業における課題を解決し、地域を活性化するためのグリーンツーリズムを推進する主体として、平成 19 年に農業法人株式会社秋津野が設立された。全株主の半分以上、また取締役員の３分の２が農業者で、現在、出資者は 489 名、資本金 5,180 万円で地域活性化のため、様々な事業を行っている。農産物の直売所や、柑橘類の加工工房などの事業に加え、平成 18 年まで小学校として活用されていた廃校舎をリニューアルし、平成 20 年に秋津野ガルテンをオープン。農業体験や地元の柑橘を使ったお菓子作り体験、地域の野菜をふんだんに使った農家レストランは、地域女性の雇用の場となっている（平成２８年１１月現在でパート含め 35 名を雇用）。

提供：同社

ｏ外国人の受け入れも順調で、熊野古道人気も相まって、外国人観光客も多く訪れている他、平成 25 年にはオーストラリアからの修学旅行の高校生 16 名、翌年には農業視察として韓国等から 106 名の外国人を受入れている。平成 28 年（４月～１１月）には、外国人 465 名が宿泊し、宿泊なしでは 297 名がこの施設を利用している。このように、外国人利用者が増える中、校庭に立つ２階建ての宿泊施設には、Free Wi-Fi（多言語による接続案内）も整備され、地域の農家 14 戸と協力して農家民泊で受け入れる等、外国人にも魅力的なコンテンツを提供し続けている。

ｏ訪日外国人の誘客としては、ヨーロッパからの日本旅行を専門に手がける「奥ジャパン株式会社（イギリス：2005 年設立／代表者マット・マルコム氏）」と連携し、個人旅行客や団体客を対象に継続的な受入れを行っている。また、着地型旅行社である「一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー」との協力により、オーストラリアからの修学旅行生の受入れも実施している。

ｏ民設民営で、地域住民が知恵を絞って経営しているが、先の旅行会社をはじめ、行政や大学等の各種機関とのネットワークも大切にしている。「人」・「システム」づくりをモットーに、今後も地域の基幹産業の「農」を軸に、地域滞在・体験に重心を置き、国内及び訪日外国人の受入れに努めていく。

URL: http://agarten.jp/

〈主な出典:近畿の食と農インバウンド推進協議会「近畿の食と農インバウンド 先駆的 64 事例」〉

21	地域の魅力を伝える案内ガイドを通じた観光まちづくり事業		
実施主体	いえしまコンシェルジュ(同)	所在地	兵庫県姫路市

ｏ瀬戸内海播磨灘に浮かぶ家島は、姫路港から定期船で約３０分、人口約 6,000 人の小さな離島群だ。

ｏ漁業、採石、海運業で栄えた島を再度盛り上げようと地元有志が立ち上げた「ＮＰＯ法人いえしま」が 2009 年に開催したイベントに、当時まちづくりに興味があった当社の現代表者が参加。それを契機に、大阪から家島に移住し、2012 年から「いえしまコンシェルジュ」が家島の魅力を紹介する「いえしまガイド」をスタートした。

ｏ対岸にある年間２８６万人を超える入城者数(平成２７年度)を有する世界文化遺産・国宝「姫路城」からの次の立ち寄り場所として観光客を呼び込む戦略で、平成２７年度は年間約１，５００人のガイドを行った。

島に向かう外国人観光客

ｏガイドコースは、島の暮らし・景観・文化・歴史・水産資源等を伝えるものを中心とし、商店街や路地を解説付きで散策する気軽なコースや、漁師町「宮」散策と家島特産『海苔工場』の見学、生簀からあげたばかりの魚を料理してもらうコースを用意している。また、住民が講師となる、「プロのインストラクターに教わるカヌー体験」や、貝殻アクセサリーづくり、料理づくりといった体験プログラムも用意。島民と地域産業、観光客を繋ぐコーディネート役となり、普通の観光では味わえない家島全体の魅力発信に貢献している。

ｏ中播磨県民局ＨＰにおける英語での情報発信、姫路地域にあるゲストハウスからの口コミ等により、島を訪れる外国人観光客も増えており、ガイド開始時の約３倍に増加。ガイドの利用者は、開始時から 10 倍以上に増加している。

体験の様子
提供：同社

ｏ今後も島内の地域活動団体や一般社団法人せとうち観光推進機構等との連携・協力を強化することで、さらなる家島の魅力発信と、国内外からの観光客の受け入れ促進を目指す。受け入れ機能の整備のため、平成 29 年度以降、島内の観光拠点としてゲストハウスの本格運営を予定。

URL:http://ieshimacon.com

22	メディカル・ツーリズム事業の展開		
実施主体	グランソール奈良	所在地	奈良県宇陀市

ｏ「中国人の富裕層」を対象に、リゾートホテルのような施設でCT（コンピューター断層撮影装置）やMRI（磁気共鳴画像装置）などの高機能医療機器を用いた全身の精密検査を受けられる事業を展開。家族の同行・宿泊も可能である。

グランソール奈良

ｏ利用者のスケジュールは４泊５日から６泊７日が主流で、検査費用は平均３０万円程度。オプション検査も充実しており、加えてアンチエイジング点滴も好評である。来日した日の夕方にチェックインして施設内で宿泊。翌午前中に検査を受け、午後から奈良や京都・大阪に向けて観光するのが一般的なコースである。

個室

ｏ背景には、健康診断に１、２年待たされ、医療機関によっては十分な検査が受けられないなどの中国の医療事情がある。日本の医療技術への関心は高く、利用者の口コミによる集客効果も大きい。行政の市長クラスや芸能人が検診サービスを利用したこともある。

ｏがんの罹患率が高い現在、がん免疫細胞療法の注目度も高く、治療での受入を行っている。 がんの再発予防のため、精密検診と同時に受診するケースが増えている。

診断風景

提供：同社

ｏ平成 24 年のサービス開始以来、海外からの利用者は年々増加。平成 24 年には 25 名だったが、平成 27 年には 210 名を受け入れている。中国以外のアジアからの問合せも増えており、平成 28 年現在、パンフレット・問診票・同意書・各種案内を中国語・英語・ベトナム語の３か国語で用意している。検診時には中国人の医療通訳がつき、安心して受診できる。

ｏ検診結果を国際便で郵送し、現地の病院での再検査や治療を勧めるため、中国・上海の病院と提携している。日本での治療を希望する患者のため、国内での受入れ先の拡大も図っていく予定。

URL：http://www.grandsoul.co.jp/

○文化体験

23	「阪急三番街」で海外観光客向け日本文化体験ツアー		
実施主体	阪急三番街、㈱ソラリス、㈱イロドリ	所在地	大坂市北区

ｏ平成 28 年８月、大阪梅田の地下ショッピングモール「阪急三番街」において、外国人観光客を対象に４日間限定の体験ツアーを実施。２時間のツアーを８回実施し、合計 70 名が参加。ツアーではまわらない店舗のクーポンがついた冊子(英・簡・繁・韓) も作成し、関西国際空港のインフォメーションカウンターや阪急ツーリストセンター、阪急三番街の館内などに設置した。

ｏ「阪急三番街」は約 260 軒の店舗が集積する関西最大級のショッピングモールでありながらその大部分が地下にあり、外国人観光客からの認知がされにくい。大阪でも難波や心斎橋などミナミに外国人観光客の注目が集まる一方で、梅田は交通拠点として人は集まるが、滞在時間はまだまだ少ない。その中で、「海外の人たちに、もっと阪急三番街を知って・体験して欲しい」という思いで、認知度の向上を目指してツアーを企画した。

ツアーの様子
提供：(株)イロドリ

ｏ「ランチ体験」「抹茶体験」の２種のツアーを実施。「ランチ体験」ではとんかつやうどんといった日本人にとってポピュラーな昼食、「抹茶体験」ではショッピング内のスペースで自ら抹茶を点てて頂く体験を中心とし、阪急三番街内の人気レストランや個性的な店舗を巡った。阪急三番街内には北向地蔵尊といった日本らしい観光スポットもあり、利用者に喜ばれた。また、キャラクターグッズを取り扱うショップでは、多くの参加者が写真撮影を楽しみ、SNS にアップしていた。

ｏこのツアーを企画するにあたっては、「日本人だけで考えない・実行しないこと」を心がけた。関西在住の留学生や帰国子女に協力を求め一緒にツアーを作り、海外にいる彼らの家族や友人にも意見をもらいながら、企画を進めた。当日にも彼らに案内役を務めてもらい、英語・中国語・韓国語での対応を実現。通訳を通してコミュニケーションが出来たことで、ツアー参加者に阪急三番街や日本文化の魅力を深く知ってもらうと同時に、参加店舗が外国人対応の勘所を知ることにも繋がった。

URL: https://irodori2u.co.jp/k00177/

24	関西から世界へ、世界から関西へ～山本能楽堂インバウント推進事業		
実施主体	(公財)山本能楽堂	所在地	大阪市中央区

ｏ昭和２年創設の歴史ある能楽堂で、地域資源である上方伝統芸能の魅力の発信、普及・啓発に取り組んでおり、平成２０年から、英語・中国語・日本語等の字幕対応（プロジェクタで投影）、多言語資料の配付による公演等を実施している。また、鑑賞、体験をサポートする多言語での DVD やオリジナルアプリ（We Noh、OHAYAHI sensei 等）の制作も行っている。施設を活用し、食事会やワークショップ、華道や茶道の体験会場としての利用も受け入れている。

ｏ「初心者のための上方伝統芸能ナイト」として、能、狂言、文楽、落語、お座敷遊び、上方舞等の伝統芸能を一度に楽しめる公演は平成 28 年現在累計で 150 回以上開催しており、述べ 22,000 人、うち外国人 5,000 人ほどが鑑賞した。平成 23 年には「初心者のための上方伝統芸能ナイト」公演の 100 回記念として、可能な限りの英語での公演を実施。大好評となり、以後再演を重ね、平成 28 年度も５回開催。

ｏ鑑賞だけでなく、能楽堂の見学会や、能楽師による解説、舞台上での謡体験(英語版の読本を配付)、能面・能装束の試着等ができる「体験プログラム」も実施しており、こちらは年間 60 回ほどの開催で、外国人の利用率は２割以上。

ｏ平成 25 年には観光庁のユニークベニューとして取り上げられるなど、「現代の社交場」としての評価も高く、海外の要人やビジネス客等への日本文化によるおもてなしに幅広く利用されている。地元密着のネットワークを活かし、老舗料亭とコラボしてのパーティ開催など、独自の価値を提供している。

ｏ従来から国際交流に力を入れており、毎年の海外公演を実施している。海外公演の際には現地の学生や在住の人々との草の根的な文化交流を心がけており、平成 27 年のブルガリア公演においては、現地で能の稽古を重ねたブルガリア人 10 人が出演する能「紅葉狩」の公演を実現。国際交流基金「地球市民賞」を受賞するなど高い評価を得た。平成 28 年にはヨーロッパ三大演劇祭の一つであるシビウ国際演劇祭に日本の能として初めて招聘を受け、大きな反響を得た。

URL:http://www.noh-theater.com

能舞台写真

アプリや映像を活用した、
伝統芸能の魅力の多言語発信

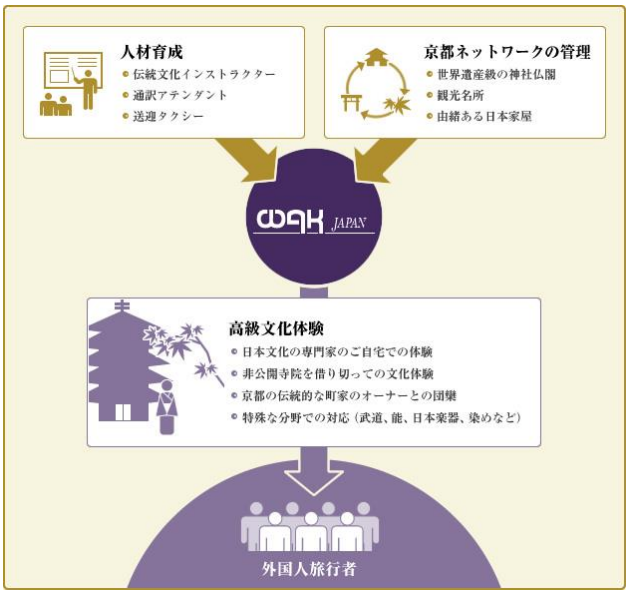
能の体験講座

提供：同財団

25	茶道・華道・家庭料理・着物着付け体験など日本の伝統的な文化体験プログラムのアレンジと提供		
実施主体	㈲ワックジャパン	所在地	京都市中京区

ｏ和装結婚式、武道体験、祇園お茶屋体験、祇園で舞妓変身、非公開寺院訪問、生け花、折り紙、書道、茶道、日舞など、外国人観光客の様々な要望、目的に応じた１３０種類もの文化体験プログラムを提供している。単一の提供だけでなく、複数プログラムを組み合わせた対応も可能である。利用者のバックグラウンドを考慮してプログラムをアレンジし、提供側も利用側も誇りを持って高め合うような文化体験の実現を目指している。

ｏ茶道や書道等の先生のお宅を訪問する「ホームビジットプログラム」など、外国人観光客には難しい個人家庭への訪問や地元の人々との交流体験も可能であり、ハリウッドスターも利用。



ワックジャパンの事業の仕組み
出典：同社 HP

ｏ利用客の約９０％が訪日外国人（欧米人が中心）であり、フランス、イギリス、北米、ロシアの利用客が多い。日系企業による招待旅行・研修旅行では、書道によって仕事に必要な集中力を感じてもらうなど、日本文化の精神と企業理念を結びつけた文化紹介が好評を博している。

インドからの家族旅行

ｏ拠点は、築 100 年の京町屋「わくわく館（高倉二条）」と、バリアフリー施設を備えた「京都和心館（大和大路七条）」。京都和心館は、高齢者やハンディキャップのある方を含むすべての人が安心して楽しめる施設となっている。平成 29 年３月には、利用が増加しているファミリー層向けに、「わくわく館」奥の酒蔵を修復。ゆったりとしたプライベート空間を提供する。

ｏ52 名の講師アテンドスタッフは全員英語対応が可能で、茶道、華道、着付け、料理など複数の分野で豊富なキャリアや資格を有している。サービスに関する事務、準備をするスタッフは総勢 １１名。うち８名が正社員で、全員女性。観光産業による雇用を創出し、地域に貢献している。

ｏ文化体験に使う道具や素材は極力地元産のものを使用し、京都ブランドの知名度向上に貢献している。

URL：https://wakjapan.jp/

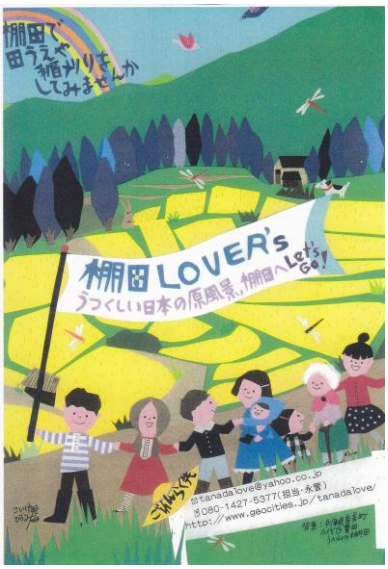
アメリカからのご家族　書道体験

アメリカからのご家族　料理体験

提供：同社

26	棚田での自然体験、古民家、温泉での交流を中心とした 外国人個人客へのグリーンツーリズム事業		
実施主体	(特活)棚田ＬＯＶＥＲ’ｓ	所在地	兵庫県神崎郡

ｏ兵庫県神崎郡市川町上牛尾地域では、放棄田や農地後継者不足などの問題に対応するため、「NPO 法人　棚田ＬＯＶＥＲ’s」が中心となり、地域の農村の魅力を伝える取組が展開されている。取組内容としては、都市住民や外国人など招いて、農作業体験や自然観察会、古民家や旧小学校における地域の食材を使った料理体験などを開催。また、都市（神戸や姫路など）における、棚田米の試食会やＰＲ・交流会といった活動を通して、都市と農村をつなぎ、多くの人に本地域の魅力を知ってもらう取組も行う。いずれも、移住促進や棚田の保全を目指した活動だ。活動は平成 19 年に始まり、地元自治会や地元住民を始め、農業団体、企業など 100 を超える団体と連携している。メディアにも 140 回以上取り上げられ、体験やイベントの参加者数は、合計で年間約 2,500 人に上る。成果として、既に約 10 人がこの地域に移住しており、農家民泊や古民家カフェを営んでいる。



事業紹介チラシ
提供：同法人

ｏ近年、同地域には外国人観光客も増えてきており、インバウンドへの対応を企図している。従来のノウハウをベースとして、外国人の方の母国の料理を通じた地元住民との交流や、長期滞在が可能な宿泊施設の整備を構想しており、１年後、３年後、10 年後という段階的な目標設定のもと、第一段階として少数の受け入れ体制づくりを始めている。神戸を拠点に日本人と外国人が一緒に安全な食と環境づくりに取り組む NPO 法人「Peace & Nature」などとも連携し、受け入れ体制づくりを図っていく。

URL: http://tanadalove.com/

（2）在住外国人の居住・生活サポートに係る事業・活動

○就職サポート

27	外国人留学生・外国籍人材の就職活動支援事業		
実施主体	㈱ロジックアンドサプライズ	所在地	兵庫県尼崎市

ｏ「外国人留学生・外国籍人材のための就職情報サイト「LANDS NAVI（ランズナビ）」の運営をはじめ、外国人留学生等の就職活動支援、採用支援事業を展開している。

ｏ「LANDS NAVI」に登録した外国人留学生を対象に「就職塾」を開講。「合同企業説明会・少人数制の企業説明会」を実施し、外国人採用意欲の高い関西本社企業と、日本で働きたい外国人留学生との出会いの場を提供している。

ｏ就職塾（2016 年は１１４名が参加）は毎年 12 月～6 月の期間に、大阪、神戸、京都で 30 回程度開催。5 名程度の少人数の座学形式で、独自開発の就活日本語テスト、模擬面接も含め、個々の外国人留学生へのきめ細かな就職活動支援を無料で行っている。日本語力向上に力を注ぐなど、就職活動のみならず日本社会・日本企業等で活躍する人材の育成を目指している。

ｏ2015 年度開催の「合同企業説明会」では、就職塾参加者を中心に 226 名が参加。出展企業 18 社中 11 社に内定している。また就職塾参加者の外国人留学生に対しては、卒業までフォローアップを図り、参加者の就職率は８０％にのぼる。卒業後も末長く付き合う外国人も少なくない。

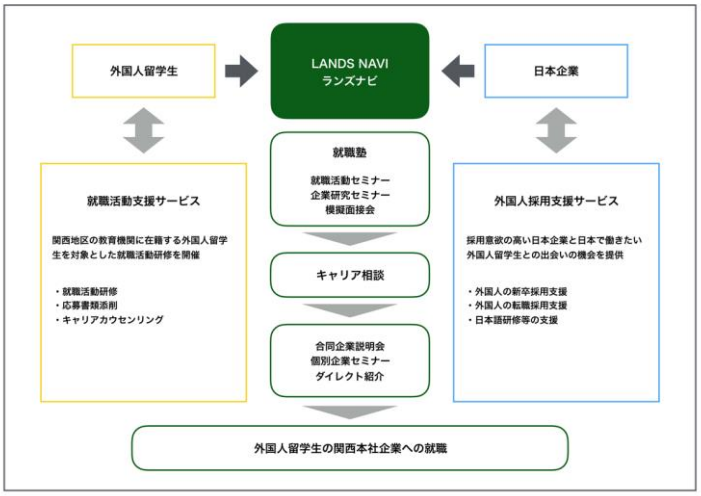
ｏ「LANDS NAVI」の登録留学生は京都大学、大阪大学、神戸大学等の国公立大学が 45%、関西大学、関西学院大学、同志社大学、立命館大学の関西４大学が 40%である。

ｏ出身国は中国 50%､韓国 10%､台湾 5%､その他アジア 15%､北米、南米、ヨーロッパ、中東・アフリカがともに５%で、日本語のレベルは、日本語能力試験１級（N1）保持者が 80%、日本語能力試験２級（N2）保持者が 20%である。

URL：http://lands-navi.com

「LANDS-NAVI 」Web サイト
出典：同社ＨＰ

LANDS NAVIランズナビのよる、きめ細かいマッチングの流れ



マッチングの流れ
画像提供：同社

○地域コミュニティ

28	京都で暮らす外国人家族の子育て・日常生活をサポート		
実施主体	京都オリエンテーション	所在地	京都市左京区

ｏ京都で暮らす留学生、外国人研究者やビジネスパーソンとその家族を対象に、教育や子育てに関わる日常生活全体を快適にするサービスを提供。「京都で暮らす外国からきたご家族が地域の一員として家族で一緒に支え合って暮らせる環境を整えること」を理念に平成 28 年 1 月に起業。

ｏ生活目線の 20 を超えるサービス群（渡航前相談、子育て・教育アシスタンス、生活オリエンテーション、定住のためのアシスタンス）から、それぞれのご家族に最適なサービスを提案し提供するワンストップサービス。６年半以上地域で活動している、日本語を母語としない家族のための子育て支援ボランティア団体「Jafore（ジャフォール）」（スタッフ数１８名）を母体としており、現在、当社とは補完関係にある。当社はボランティアでは対応できないニーズに対して解決策を提案している。

ｏ代表自身が３児の母親であり、商圏とするエリアでの子育て経験とジャフォールの支援経験から、地域の情報やノウハウの蓄積を活かし、外国からきたご家族の細かなニーズをくみ取ることができる。さらには、発達障がいやアレルギーをはじめとする特別な配慮が必要なお子様がいるご家族へも安心を提供。

ｏ特に要望が多いのは、保育所・幼稚園探しから入園手続きの依頼である。また、妊娠時のサポート、赴任前の外国人からの問い合わせにも対応し、居住エリアや学校などの紹介も実施している。本国に帰る際の手続き依頼も多い。

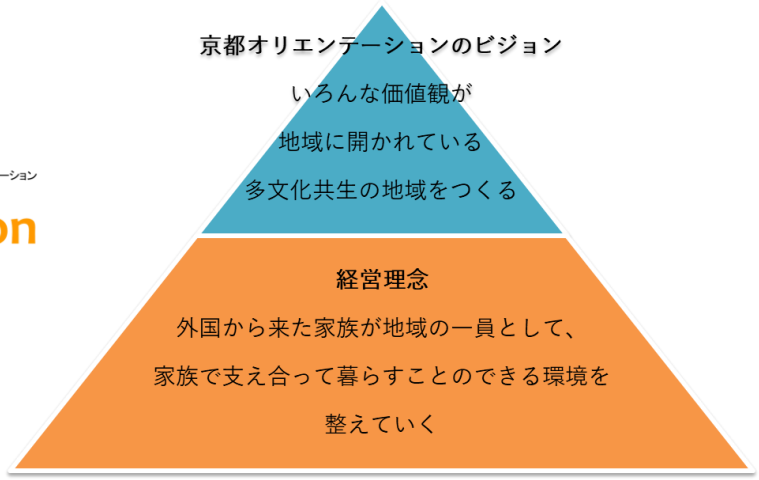
ｏ利用者層は、外国から京都に赴任する研究者や留学生のほか、日本・外国企業の従業員家族の利用もある。利用者出身地域は、欧米系、アジア系、アフリカ系などさまざまである。

ｏ家族への個々のサポートのみならず、現在は、地域の保育・教育施設で外国からの子弟を積極的に受け入れ、多文化・多言語対応施設として特色を出し、差別化を目指す施設のお手伝いもしている。

URL: http://kyotori.com/

Kyoto 京都オリエンテーション Orientation

京都オリエンテーションの
ビジョン



提供：同社

29	あいうえお日本語教室からはじまる多文化共生のまちづくり		
実施主体	(特活)にほんご豊岡あいうえお	所在地	兵庫県豊岡市

ｏ日本語教室をはじめとした外国人への生活支援事業を展開している。豊岡市には人口の 0.6%にあたる 520 人余りの外国人が居住しており、中国人、韓国人、フィリピン人などが多いが、最近ではベトナム人の実習生や主婦が増加傾向にある。少子高齢化の中、地域が維持されていくためには今後も増加していくと考えられる外国人が地域に溶け込み活躍できる環境を整えることが必要であるとの考えに基づき、この事業に取り組んでいる。

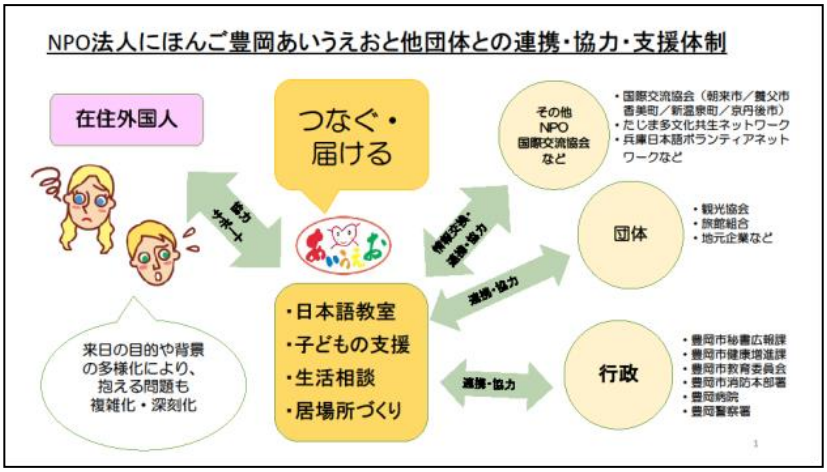
ｏ生活者としての外国人が増えてきたことから、日本語学習だけでなく、支援の幅をより広げるために、地域の日本語教室で支援をしていた有志が集まり、NPO 法人を設立した。旧豊岡市を中心に平成 17 年に合併した１市５町（但馬地域）や京丹後市など、広範囲での事業を展開している。

ｏ日本語教室の学習者数は現在 70～80 人で、その出身は 22 ヶ国にも及ぶ。初級～上級、ビジネス、日本語能力試験対策、漢字学習、初期適応などのクラスがあり、朝、昼、夜の時間帯でほぼ毎日開いている。参加者は会話力、読み書きの向上に加え、能力試験合格などの成果を収めている。また、当教室は居場所や交流場所としての機能も果たしており、教室の内外を問わず、人との繋がりが広がっている。当法人が依頼を受けて行っている通訳や翻訳にも学習者の能力が活かされている。学習者が地元の企業や自治体に就職するなど、地域への波及効果も生まれている。

ｏ生活支援面では、就学前の児童を持つ家庭保護者への入学説明会や、生活面で不可欠なごみの分別説明、防災に関する学習、災害時の情報提供を行っている。病院、自治体（行政）などからの依頼を受け、通訳、翻訳ボランティアの手配もしている。イベント、セミナーを通した地域との交流、生活に必要な資料の多言語化も実施している。自転車のルールを多言語化したところ、全国から使用したいと多くの問い合わせがあった。また、スタッフ常駐の生活相談窓口を開設しており、日々相談が寄せられている。生活相談件数　平成 26 年度 197 件、平成 27 年度 245 件、平成 28 年度 204 件（10 月末現在）。

ｏ運営資金は豊岡市の補助や、各種助成金、賛助会員（個人 130 名、法人 17）からの賛助金で賄っており、日本語教室の参加費は極力低価格に抑えている。事業安定のため、自治体へ当法人の事業実績および在住外国人の抱える問題やニーズなどを説明し、予算確保に努めている。また、多文化共生への理解を促進するための講演会の開催、日本語教室学習者を活用したインバウンド対応支援事業の構想企画など、様々な資金確保の取組も行っている。

URL：http://www.eonet.ne.jp/~aiueo-nihongo/



取組紹介

提供：同社

資料４　「はなやかＫＡＮＳＡＩ魅力アップアワード」募集要項

はなやかKANSAI
魅力アップアワード

関西インバウンド大賞

＜募集要項＞

関西の魅力アップに向け、インバウンド観光需要取込みと在住外国人の居住・生活サポートに資するすぐれた取組を募集します！

「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」とは

円安やビザの発給要件の緩和などにより、２０１５年の訪日外国人旅行客は１，９７３万人と急増しており、その経済効果を関西へ波及させるためには、訪日外国人の受入環境の整備・充実を進め、関西の魅力を向上することが急務となっております。

そのため関西では、外国人観光客に限らず、ビジネスマン、留学生等の受け入れに向けて、外資系企業、総領事館、留学生等の外国人の視点に立って、関西の強みや克服すべき課題について、関係機関(＊)が共有・議論する場として、「はなやか KANSAI 魅力アップフォーラム」が 2015 年６月に設置されました（事務局：関西経済連合会)。

本年２月に開催の「第２回はなやかＫＡＮＳＡＩ魅力アップフォーラム」において、地域に数多く潜在する外国人受入環境整備に係る先進事例を発掘し、優良事例について表彰する「はなやかＫＡＮＳＡＩ魅力アップアワード」の創設が提案されました。

本アワードは、すぐれた外国人受入環境整備への取組を表彰することによって、外国人受入環境整備に関する情報を需要者サイドに広く伝えるとともに、先進モデル事例として広く発信・周知することにより、他地域における取組への機運醸成と展開を促進し、拡大するインバウンド観光需要の取込みによる地域創生とグローバル人材・企業の誘引に資することを目的とします。

インバウンド観光需要の取込みや在住外国人の居住・生活サポートに寄与する事業・活動に対して、総合的に優れた取組および各審査項目において突出して優れた取組を、「はなやかＫＡＮＳＡＩ魅力アップフォーラム」に推薦し、同フォーラムにおいて**関西インバウンド大賞**、他数件の表彰を予定しています。

＊フォーラム参画機関

関西広域連合、自治体、関西経済連合会、関西経済同友会、関西商工会議所連合会、関西地域振興財団、日本貿易振興機構（ジェトロ）大阪本部、近畿総合通信局、外務省大阪分室、大阪税関、近畿農政局、近畿経済産業局、近畿地方整備局、近畿運輸局

◆応募のメリット

メリット1　**優れた事業・活動としての PR 効果**

・表彰結果は広く公表されることから、受賞実績は対外的な PR につながります。

メリット2　**事業・活動への信用力の向上**

・有識者による厳格な審査を経て表彰されることで、事業や活動への信用がより一層高まります。

メリット3　**事業・活動のさらなるモチベーションアップ**

・皆様方の事業や活動が表彰されることで、スタッフ・関係者のモチベーションアップや自信につながります。

メリット4　**提供する事業・活動を整理・見直す機会**

・本アワードへの応募を通じて、皆様方の事業や活動を改めて整理・見直すことのできる機会となります。

応募対象の分野と応募対象者

◆応募対象の分野

アワードでは、急増するインバウンド観光の経済効果を広く関西各地域に波及させるとともに、中・長期滞在する留学生や在住外国人にとっても安心して活躍できる外国人受入環境整備に関わる以下の事業や活動を募集の対象としています。

応募対象のテーマ・分野

	テーマ		分　野
訪日観光客の取込みに係る事業・活動	テーマ❶ 観光・訪日客を誘引する関西のさらなる魅力づくり	・地方部における訪日外国人受入れ環境整備による地方創生と、関西のさらなる魅力向上に資する取組み	❶観光情報の発信・プロモーション ❷観光商品・サービスの造成 ❸観光地づくりへの体制整備 ❹観光人材の確保・育成
在住外国人の居住・生活サポートに資する事業・活動	テーマ❷ 住み心地の良い生活環境づくり	・不安なく、安心して暮らすためのきめ細かな生活サポート、生活の拠りどころとなるコミュニティ形成に資する取組み	❶きめ細かな生活サポート ❷コミュニティ・交流
	テーマ❸ 学び、働き、活躍できる環境づくり	・留学生への生活支援や交流の場づくり、就職サポート、対日投資や起業家人材の呼びこみに資する取組み	❶学び、活躍できる環境づくり ❷ビジネスのしやすい環境整備

（１）訪日観光客の取込みに係る事業・活動

❶観光情報の発信・プロモーション

外国人観光客への地域の魅力発信やプロ―モーション、移動や滞在の利便性に資する多言語対応の情報・案内などに係る事業・活動への取組み

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞外国人視点での継続的な情報発信

・在住外国人が取材・編集し、徹底した外国人視線で、地域の旅行情報や生活、文化情報を集約したポータルサイトを発信

☞現地旅行エージェント等への情報発信・ＰＲ

・現地旅行エージェント、個人旅行者向け海外旅行会社、航空会社等を活用した情報発信

☞ブロガーによるフリープロモーション

・ブログ、SNS、海外旅行者向け宿泊情報サイトを活用し、計画的・戦略的に情報発信

☞ＩＣＴ活用による多言語案内

・外国人観光客の使用言語に合わせた観光資源の価値や魅力の解説、サインや観光案内の整備

❷観光商品・サービスの造成

地域の持つ歴史や文化、自然などの観光資源を生かした付加価値の高い体験型・交流型の観光商品など、外国人観光客の多様なニーズに応えた新たな商品・活動の提供

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞グリーンツーリズム・エコツーリズム

・既存の国内の旅行者を対象とした受入れ環境に加えて、外国人旅行者への日本の農山漁村の魅力を味わう多種多様な体験プログラムと農家民宿で、外国人観光客をおもてなし

☞クールジャパン資源の観光への活用

・地域の酒蔵が中心となって、外国の日本酒愛好家等を対象とする酒蔵巡りを通じ、地元の食や文化、歴史を全身で楽しむ「酒蔵ツーリズム」を実施

・金属加工等の産業集積地として、ものづくりの現場の見学を通じた工場の魅力を体感する観光の取組を実施

・海外でも話題になったアニメやドラマの巡礼型の観光振興により国内外の観光客を集客

❸観光地づくりへの体制整備

「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役であるDMOの設置等による観光推進

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞ツーリズムビューロー等設置

・自治体及び観光協会がツーリズムビューローを設置し、旅行業事業、情報発信事業、受入地のレベルアップ事業を実施

・観光地域づくりプラットフォームを設立し、構成市町それぞれ独自の「農林業(食)」、「自然・環境」、「歴史文化」資源を総合的に組み合わせ、体験型教育旅行やインバウンド観光客の受入を推進

❹観光人材の確保・育成

観光経営マネジメント人材の育成や「おもてなし」マインドを持ったガイドや通訳案内士の育成、あるいは、外国人人材の登用など、質の高い活動を提供できる人材の育成・確保

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞産学官連携による教育プログラムの構築
- 専門学校、大学等の教育機関と連携し、観光人材教育プログラム研修を実施し、外国人おもてなし人材を育成

☞在住外国人の登用
- 日本の文化や事情にも理解の深い在住外国人を「目利き」（アドバイザー）に、地域の資源視察やモニターツアー、ワークショップを実施し、新たな魅力の発掘、魅力あるインバウンド商品を造成

（2）在住外国人の居住・生活サポートに資する事業・活動

❶きめ細かな生活サポート

居住、医療、防災、子弟の教育、宗教文化などの不安なく、安心して暮らすためのきめ細かな生活サポート

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞暮らしのサポート
- 外国籍住民向けの住宅情報、子弟の進路支援から身近な生活情報などの「暮らしの情報サイト」の整備
- 外国人赴任者への暮らしのサポーターネットワークづくり

☞医療等の緊急時対応
- 電話同時通訳サービスによる 365 日 24 時間の母国語通訳体制の運営
- ボランティア通訳者による院内各科の外来診察、各種検査、薬の説明、会計までの付き添い通訳

❷コミュニティ・交流

異文化交流による多様性の相互理解、闊達なコミュニケーションの場づくりや生活の拠りどころとなる外国人コミュニティの構築

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞外国人コミュニティ
- 地域で暮らす外国人の学び・集う多文化共生の地域コミュニティづくり
- 在住外国人への関西で暮らす魅力や交流イベント・パーティーなどの情報提供

❸学び、活躍できる環境づくり

留学生への生活支援や交流の場づくり、アルバイトや就職支援など学びを支える環境づくり、就職サポートや企業における外国人社員の積極登用

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞留学生サポート
- 暮らし、アルバイト、文化交流などの情報を提供する「留学生情報サイト」の整備
- 留学生ホームステイによる人的交流
- 企業とタイアップした良質なアルバイト先を留学生に提供

☞就職サポート
- 留学生へのキャリアカウンセリングとグローバル人材を求める企業との出会いの場を提供
- 留学生インターンシップの積極受入れ・採用と従業員間の相互理解とコミュニケーションを深め、海外取引業務拡大を推進

❹ビジネスのしやすい環境整備

投資しやすい環境整備、創業スタートアップ支援など、対日投資や起業家人材の呼びこみ

《例えば、こんな事業・活動への取組みです！》

☞対日投資サポート
- 日本国内の情報収集や営業代行等、日本での海外企業の事業化や進出を支援
- 日本での起業をめざす外国人へのスタートアップ支援

◆応募対象者

インバウンド観光需要取込みと在住外国人の居住・生活サポートに資する上記の事業や活動に取組む、以下の事業者、実施団体を応募の対象とします。

なお、関西２府５県（福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）および三重県、鳥取県、徳島県において実施されている事業・活動を対象とします。

（１）営利団体、非営利団体を問わず、自治体の事業・活動、個人の事業・活動も対象としています。

（２）企業規模、業種や事業の継続年数は問いません。

（３）公序良俗に反する事業を行っていない。重大な法令違反・労働災害を起こしていないことなどのコンプライアンスを遵守していることを条件とします。

（４）応募時点で実施していない事業及び応募から１年以内に終了が見込まれる事業は対象外とします。

（５）応募内容が他の特許等を侵害している場合、または係争中の場合は対象外とします。

（６）社会通念上不適切と思われる組織からの応募は対象外とします。

審査基準と審査方法

◆審査基準

応募案件について、以下の基準により定量的・定性的な側面から審査します。

（１）優れた事業・活動を目指す理念、訪日・在住外国人のニーズに応えるための着眼点や方法により、成果をもたらしていること。

（２）新しい独自の観点によって今までにない工夫など、新規性・独創性のある事業・活動であること。

（３）事業継続可能な運営体制、関係者・関係機関との連携・協力関係等の事業・活動を展開・発展させる仕組みがあること。

（４）取組み事業・活動がもたらす地域経済の活性化、雇用の創出等の波及効果があること。

（５）取組み事業・活動がもたらす地域イメージの向上や地域との親和性等の社会的効果があること。

（６）他地域の参考となり、広く応用・展開できる事業・活動であること。

◆審査方法

応募案件は、事前選考（書面／現地審査）および在住外国人によるワーキング会議を経た後、学識経験者等の有識者で構成される審査委員会において審査されます。

事前選考において書面審査を通過された応募者には、事務局よりヒアリング（現地審査）にお伺いさせていただく場合がありますので、御了承ください。

なお、審査内容は不開示とさせていただきます。

応募期間

２０１６年１０月１４日（金）～２０１６年１１月１１日（金）（＊期日までに必着）

応募方法と応募書類

公式 WEB サイト(http://www.kansai-award.go.jp/)にアクセスいただき、画面の指示に従って実施してください。

必要書類は下記のとおりです。

No	必要書類	必須／任意	提出形式
1	応募シート	必須	公式 Web サイトより、応募フォームページに必要事項を記入し、送信
2	定款ないし定款に類するもの（団体の規約等）	任意	pdf 形式
3	直近事業年度分の決算報告書	任意	pdf 形式
4	事業・活動内容等のパンフレットや新聞・雑誌等での紹介記事等	任意	・Microsoft office word ファイルに貼付 ・A4 サイズ５枚以内とすること
5	事業・活動の内容を表す写真、概要図など（コピーライトの表示など必要があればご記載ください）		

※Web サイトより応募シートを送信いただきましたら、受付確認のメールを送信致します。応募から数日たっても確認メールが届かない場合は、応募が完了していない可能性がございますので、事務局までご確認ください。

◆応募に係る注意事項

- 提出された応募書類等は返却いたしません。
- 提出された応募書類に記載された個人情報は、本事業の運営以外の目的には使用いたしません。
- 提出された応募書類に不備がある場合は、審査対象から除外させていただく場合がございます。
- 応募者の資格、応募書類への記載内容等に虚偽等がある場合は、応募書類の受理や受賞を取り消させていただく場合がございます。
- 応募に際し掲載する著作権・肖像権等の知的財産権等については、応募者において事前に対応いただいたうえでご応募ください。

応募に際して、ご不明な点がございましたら下記事務局までお問合せください。

はなやか KANSAI 魅力アップアワード事務局
株式会社 地域計画建築研究所京都事務所内
〒600-8007　京都市下京区四条通り高倉西入ル立売西町 82 番地
TEL：075-221-5132(代)　FAX：075-256-1764
http://www.kansai-award.go.jp/　　E-mail: global@arpak.co.jp
担当：益山、高野

受賞者の発表等

◆賞について

「関西インバウンド大賞」他、数件の優良事例を表彰の予定です。

◆受賞者の発表

「はなやかＫＡＮＳＡＩ魅力アップアワード」に優良事例として推薦させていただくお取組の決定は２月を予定しております。最終的な受賞者の発表は、ウェブサイトにて、２０１７年３月に実施の予定です。

なお、受賞者には、追って詳細を連絡させていただきます。

◆応募者への広報等へのご協力のお願い

応募者の取組内容は、近畿経済産業局ウェブサイトに掲載し、周知させていただく場合がございますので、ご協力をお願いします。

スケジュール

「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」応募スケジュール（予定）

項　目	日　　程
○募集の開始	2016年10月14日（金）～
○応募書類の受付	2016年10月14日（金）～11月11日（金）
○事前選考（書面/現地調査）	2016年11月14日（月）～
○在住外国人によるワーキング会議	2017年1月
○審査委員会（推薦案件の決定）	2017年1月
○受賞者発表・表彰	2017年3月

※日程については、現時点での予定であるため、前後することがあります。

応募・問合せ先

はなやか KANSAI 魅力アップアワード事務局

（Web サイト　http://www.kansai-award.go.jp/）

株式会社 地域計画建築研究所京都事務所内

〒600-8007　京都市下京区四条通り高倉西入ル立売西町 82 番地

TEL：075-221-5132(代)　FAX：075-256-1764

http://www.kansai-award.go.jp/　　E-mail: global@arpak.co.jp

担当：益山、高野

事業主体

経済産業省 近畿経済産業局

近畿経済産業局 通商部 投資交流促進課

〒540－8535 大阪市中央区大手前 1－5－44

TEL：06-6966 - 6033　FAX：06-6966 - 6087

（記載様式）
※WEB サイトからの応募が出来ない方は、こちらにご記入の上、事務局まで送付してください。
(2016 年 11 月 11 日(金) 必着)
※記入欄が不足する場合は、適宜拡張してご記入ください。
ただし、シートのページ数は A4 サイズ６ページ以内としてください。

申請日　平成　　年　　月　　日

「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」事務局 御中

団体名

所在地

代表者役職・氏名

はなやか KANSAI 魅力アップアワード応募シート

公募のあった「はなやか KANSAI 魅力アップアワード」について、下記のとおり応募します。

１．基本情報（平成 28 年 10 月現在）

団体名			
代表者名	（役職）		
所在地			
設立年月日	平成　　年　　月　　日	スタッフ数	人
業　種		HP/URL	
担当者名	（所属・役職）		
電話番号	（　　）　　－	E-mail	
応募事業での過去の受賞歴			

２．事業・活動の名称

事業・活動の名称		
事業・活動のテーマ・分野 ※該当するテーマにレ点を、該当分野の番号に○印をお付けください。	□　訪日観光客の取込みに係る事業・活動 １　観光情報の発信・プロモーション ２　観光商品・サービスの造成 ３　観光地づくりへの体制整備 ４　観光人材の確保・育成	□　在住外国人の居住・生活サポートに資する事業・活動 １　きめ細かな生活サポート ２　コミュニティ・交流 ３　学び、活躍できる環境づくり ４　ビジネスのしやすい環境整備

３．事業・活動の展開状況

❶背景と経緯	※事業・活動の目的と背景、取組みに至った経緯についてご記入ください。
❷事業・活動の内容	※事業・活動の内容をご記入ください。 〇取組の実施期間（　　年　　月～現在）
❸事業・活動の特徴・アピールポイント	※事業・活動の工夫や独自性などの特徴やアピールポイントをご記入ください。
❹実施・運営体制	※事業・活動の実施・運営体制をご記入ください。また、関係者・関係機関、地域住民との連携・協力などの関係性についてもご記入ください。

❺事業・活動の成果	※これまでの利用状況や今後の利用見込み、取組み事業・活動がもたらす地域への波及効果など、事業・活動の成果についてご記入ください。 ※利用者（外国人）からの声をお聞きの場合、感想の主な内容をご記入ください。 ※成果に係る数値情報をご記入ください。 例：外国人観光客／国内観光客別の利用数（訪日観光客の取込みに係る事業・活動の場合）、相談件数、イベント等の集客数、サイト等へのアクセス数　など ※マスコミ等の取材、他地域からの視察や研修等の受入れがありましたら、取材先と件数、受け入れ先と人数等をご記入ください。

4．取組上の課題と今後の展開

取組上の課題及び今後の展開	※取組みを行う上で直面する課題がございましたらご記入ください。また、事業の今後の展開についてもご記入ください。