

平成21年度広域ブロック自立施策等推進調査

産業遺産を活用した広域連携及び多様な主体の連携による
地域活性化方策に関する調査

(官民の事業展開による経済効果に関する調査)

平成22年3月

国土交通省九州地方整備局

福岡県

目 次

【要約編】

官民の事業展開による経済効果に関する調査（要約）	
--------------------------------	--

【本編】

1. 事業の目的・趣旨	1
1 - 1 本調査の背景と目的	1
1 - 2 調査の全体像	2
1 - 3 調査の体制	4
2. 近代化産業遺産をめぐる経済環境の分析	6
2 - 1 観光の全国的動向	6
2 - 2 近代化産業遺産関連の参考事例の検討	14
3. 九州・山口における観光動向、産業遺産関連の動向	21
3 - 1 観光客数の推移	21
3 - 2 近代化産業遺産をめぐる動向	33
4. 経済効果の算出	41
4 - 1 対象地域への集客予測	41
4 - 2 対象地域における経済効果の予測	73
5. 今後の方向に関する提案	88
5 - 1 モデル地域において経済効果が最大となるプログラムの検討・選定	88
5 - 2 世界遺産ルートの検討	103
5 - 3 今後の整備方策	109

【要約編】

1 . 事業の目的・趣旨

1 - 1 本調査の背景と目的

平成 20 年 9 月に「九州・山口の近代化産業遺産群」は、わが国の「世界遺産暫定一覧表」にリストされ、世界遺産登録の実現に向けて各種の活動が進められている。「九州・山口の近代化産業遺産群」は、構成する産業遺産群を一つのストーリーでつなぐことを特徴としており、わが国で初めて「シリアルノミネーション」としての世界遺産登録を目指すものである。

世界遺産登録に向けては、産業遺産を将来にわたって保存し、活用していくための取組をどのようにしていくかが課題となる。企業等による産業遺産を活用した事業展開の経済効果や、産業遺産を活かしたまちづくりの効果など官民の事業展開による経済効果を分析し、地域活性化に向けた今後の具体的方策等について調査を実施する。

1 - 2 調査の全体像

まず、近代化産業遺産をめぐる経済環境の分析を行うとともに、九州・山口における観光動向、近代化産業遺産関連の動向について把握する。次に、3 つのモデル地域を選定し、当該 3 地域での集客予測を行うとともに、経済効果を推計する。

さらに今後の方向に関する提案として、モデル地域において経済効果が最大となるプログラムの検討・選定と、世界遺産ルートの検討を行う。いずれについても、後述の検討委員会の意見をもとに調査方針を確定した。

モデル地域としては、筑豊エリア、三池エリア、長崎エリアを対象とした。

1 - 3 調査の体制

本調査においては、有識者からなる検討委員会を設置した。座長は九州大学名誉教授 有馬学氏であり、その他 8 名の委員、4 名のオブザーバーを配置した。

近代化産業遺産をめぐる経済環境の分析

2 - 1 観光の全国的動向

国民の国内宿泊観光旅行についてみると、平成 20 年度において、1 人当たり宿泊観光旅行回数は 1.55 回（暫定値）、1 人当たり宿泊数は 2.44 泊（暫定値）である。訪日外国人旅行者数の推移をみると、ほぼ一貫して増加傾向にあり、平成 20 年には 835 万人に達した。その内アジアからの訪問者が増加しており、中国、韓国、台湾からの観光客で半数を占める。現在韓国が最多であるが、今後は中国人観光客が急増する見込みである。

わが国における旅行形態は団体旅行が減少し、個人旅行が増加しつつある。修学旅行は伝統遺産の多い京都は堅調であるが、産業遺産見学を実施している割合は低く、今後伸びる余地がある。最近、東京で開催された炭鉱に関する展覧会が好評だったように産業遺産に対する関心は相当程度高いと考えられる。

2 - 2 近代化産業遺産関連の参考事例の検討

石見銀山のケースは産業遺産の世界遺産として参考になるところが大きい。石見銀山の世界遺産登録は平成 19 年であるが、その年の観光客数は登録前年の 40 万人から 71 万人強へと急増し、平成 20 年には 81 万人に達した。その波及効果として、同じ島根県内の主要観光施設へも観光客が増えており、また遠方からの客が増えたことで宿泊数及び観光消費額も伸びている。

これまでの国内の世界遺産登録地の観光入込の推移をみると、従前は有名でなかった観光地において世界遺産登録後に観光客数が急増している。例えば、白川郷や石見銀山などは大幅に伸びている。一方、従前から有名だった遺産（原爆ドームや日光）などは、登録後に減っているところもあり、有名観光地の場合には、世界遺産登録が必ずしも集客増につながるわけではない。

3 . 九州・山口における観光動向、産業遺産関連の動向

3 - 1 観光客数の推移

長崎・鹿児島などは県外からの観光客が多く、その他の県は一般的に県内客が大半である。よって九州・山口全体では日帰り観光客が占める割合が高く、宿泊客は相対的に少ない。

九州新幹線やNHK大河ドラマ（篤姫）などの要因によって一部地方では、日帰り・宿泊ともに県外からの入込客数が増加している。

3 - 2 近代化産業遺産をめぐる動向

本調査の対象地域でもある長崎エリアにある端島は昭和 49 年の閉山に伴い 35 年間無人であったが、平成 21 年より上陸が解禁となり見学ツアーが行なわれるようになった。来訪者の 9 割が県外居住者である。欧米人の関心も高い。注目すべき点として訪問者の 9 割が上陸に好印象を持ち、6 割ほどが再訪の希望を持った。既存の推計では、平成 21 年度の経済波及効果を約 17 億 8 千万円と推計している（うち直接効果 10 億 6 千万円）。

今回実施した全国へのインターネットアンケートでは、九州・山口のイメージとして温泉地が最多とはいえ、「幕末維新に関連した地域」、「製鉄・造船など近代化産業が興った地域」、「早くから西洋とつながりの深い地域」といった回答も多く、近代化産業遺産に関連性のあるイメージを抱く人が少なくない。年齢階層的には 年齢が高い世代ほど、近代化産業遺産への関心が高い傾向にある。また、女性より男性の方が近代化産業遺産への関心が高い。

4 . 経済効果の算出

4 - 1 対象地域への集客予測

対象地域への集客予測について、既存参考事例のデータに基づく重回帰分析、インターネットアンケートからの積み上げ法の 2 つの方法で行った。

重回帰分析による推計結果では、世界遺産登録年度の九州・山口の近代化遺産への訪問客数は176万人となった（注：旅行者1人が何箇所も訪問するので、各県の観光統計ベースではその数倍の人数として認識される）となった。但し、データとしての説明力は高いとは言い切れない。

アンケート積上法による訪問者数予測によれば、登録初年度の延べ訪問者数（地域別年齢別）は145万人である（同上）。アンケートでの意向調査結果についてはそのまま用いているのではなく、過去の集客施設での実績等を勘案して、現実的な数値にしている。モデル地域3地域別には、長崎地域109万人、三池地域43万人、筑豊地域41万人という結果となった（注：1人の旅行者は複数の地域も訪問するので、地域別に合計すると上記の145万人を上回る）。

また、海外からの観光客についてもアンケート積上法による訪問者数予測を行った結果、3地域合計11万人となった（平成25年を基準とした推計）。

なお、この推計は、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産として登録された後、他の既存の世界遺産と比して遜色のないプロモーションや施設整備が行われ、魅力のある施設群として十分に認知されることが前提となる。何もしないで実現する数字ではない。

4 - 2 対象地域における経済効果の予測

既存統計に基づき、入込客の購入者単価、購入率を設定するとともに、インターネットアンケートの結果から宿泊旅行者の比率、宿泊者の対象地域内での宿泊比率を設定した。それをもとに、対象地域内での消費支出を算出し、さらに九州地域産業連関表（平成17年データ、九州経済産業局作成）を用いて経済効果を算出した。

その結果、経済効果として、直接効果は長崎地域172億円、三池地域50億円、筑豊地域49億円で合計271億円と推計できた。さらに、生産波及効果として長崎地域267億円、三池地域80億円、筑豊地域78億円で合計425億円と推計できた。

5. 今後の方向に関する提案

5 - 1 モデル地域において経済効果が最大となるプログラムの検討・選定

4. で算出した経済効果は、何もしないで実現するものではないため、産業遺産のある各地域で整備を行うとともに、九州・山口全体としてのプロモーション等を行い「世界遺産ルート」を構築する必要がある。

一般に、集客における経済効果を最大化させるためには、当地を訪れる人を増やす、より滞在日数を増やす、リピート者を増やす、という3点が挙げられる。これらを可能にするためには、人々への認知と動機付け、プラン提供や環境整備などが必要となる。

こうした点を踏まえて、3つのモデル地域ごとにプログラムを提案した。

なお、人々の年齢層、性別、居住地域によって関心の持ち方が異なるため、ターゲットの属性に応じた関心の違いを十分に踏まえて、プロモーションを図ることが重要である。

また、モデル地域ごとに違う魅力を発揮すること、滞在時間を伸ばすために時間消費型

のプログラムの開発、リピーターとなってもらうために適宜新規のプログラムを追加すること等が必要である。

5 - 2 世界遺産ルートの検討

九州・山口においては、近代化産業遺産をテーマに、炭鉱、製鉄、港湾などの複数の近代化遺産を対象としてシリアルノミネーションでの世界遺産登録を目指している。「世界遺産ルート」の構成要素について考えると、2つの要素があると考えられる。

- 1) 世界遺産の登録資産のあるエリア間をつなぐ高速交通網整備の進展
 - 2) 各地の近代化産業遺産のつながりをストーリーとして示し、広域周遊を促す仕組み
- 本文中には世界遺産ルートの一つの典型例として、長崎の端島、三池の炭鉱関連施設、筑豊の炭鉱関連施設をめぐるルートを提案した。

5 - 3 今後の整備方策

(1) 各地で行うこと

ビジターセンターの整備

宿泊施設の整備

様々なリピートを喚起するためのプログラム開発

各地で他地域の紹介を実施（インタープリテーション、パンフレット、展示）

インタープリテーションとは、ガイドや教師（インタープリター）が、直接体験や教材を通じて、自然・文化・歴史を分かり易く人々に伝えること

地域の文化等の資源の発掘、収集と周遊ストーリーへの反映

(2) 広域で行うこと

九州・山口の近代化産業遺産に関連した文化的・観光的プロモーション

当地域に関心を持った人や旅行者への情報提供

近代化産業遺産に関心を持つ人のマーケティング調査

教育旅行などの旅行誘致の体制づくり

海外からの観光客誘致のための体制整備

広域周遊のためのモデルプランの作成、広域での体験プログラムの情報集約化

玄関口となる拠点での観光案内機能の強化

共通ロゴ、案内板の作成

プリペイドカードの発行

域外者を含むファンクラブの設置

【本編】

1. 事業の目的・趣旨

1-1 本調査の背景と目的

(1) 本調査の背景

平成20年9月に「九州・山口の近代化産業遺産群」は、わが国の「世界遺産暫定一覧表」に記載され、世界遺産登録の実現に向けて各種の活動が進められている。「九州・山口の近代化産業遺産群」は、構成する産業遺産群を一つのストーリーでつなぐことを特徴としており、わが国で初めて「シリアルノミネーション」としての世界遺産登録を目指すものである。

これらの遺産は国際的に価値の高い地域資源であるとともに、九州・山口全体でストーリーをなすことから県境を越えて広域的に地域活性化を図るための貴重な資源となりうるものである。しかし、現状未だ取組が不十分であるため、広域的に連携を図りながら、世界遺産登録の動きと並行して早期に取組を進める必要がある。

そこで、広域ブロック自立施策等推進調査「産業遺産を活用した広域連携及び多様な主体の連携による地域活性化方策に関する調査」として以下の4つの調査を行うこととなった。本調査はそのうち「官民の事業展開による経済効果に関する調査」である。

図表1.1.1 広域ブロック施策推進調査「産業遺産を活用した広域連携及び多様な主体の連携による地域活性化方策に関する調査」の全体像

全体の調査名称	平成21年度広域ブロック自立施策等推進調査 産業遺産を活用した広域連携及び多様な主体の連携による地域活性化方策に関する調査
---------	--

新たな時代のより一体的な九州圏の形成に向けた官民一体の先進的取組

各調査の名称	産業遺産を活かした地域活性化への民間活力導入に関する調査	官民の事業展開による経済効果に関する調査	地域間連携や多様な主体の連携のための仕組みづくりに関する調査	産業遺産を活かしたまちづくり・景観形成施策の展開に関する調査
担当	経済産業省九州経済産業局	福岡県	鹿児島県	鹿児島県
設置した分科会名	民間活力導入分科会	経済効果分科会	多様な主体の連携分科会	まちづくり・景観形成分科会

注：各調査の名称は、広域ブロック自立施策等推進調査で設定した名称であり、担当機関が調査実施機関に委託した際の事業名とは一致しない場合がある。

(2) 本調査の目的

「九州・山口の近代化産業遺産群」については、平成21年1月にユネスコの世界遺産暫定一覧表に記載されたところである。世界遺産登録に向けて、産業遺産を将来にわたって保存し、活用していくための取り組みをどのようにしていくかが課題となる。

企業等による産業遺産を活用した事業展開の経済効果や、産業遺産を活かしたまちづくりの効果など官民の事業展開による経済効果を分析し、地域活性化に向けた今後の具体的方策等について調査を実施する。

1 - 2 調査の全体像

(1) 調査フロー

調査フローは、図表1.2.1のとおりである。

まず、2.において、近代化産業遺産をめぐる経済環境の分析を行った。

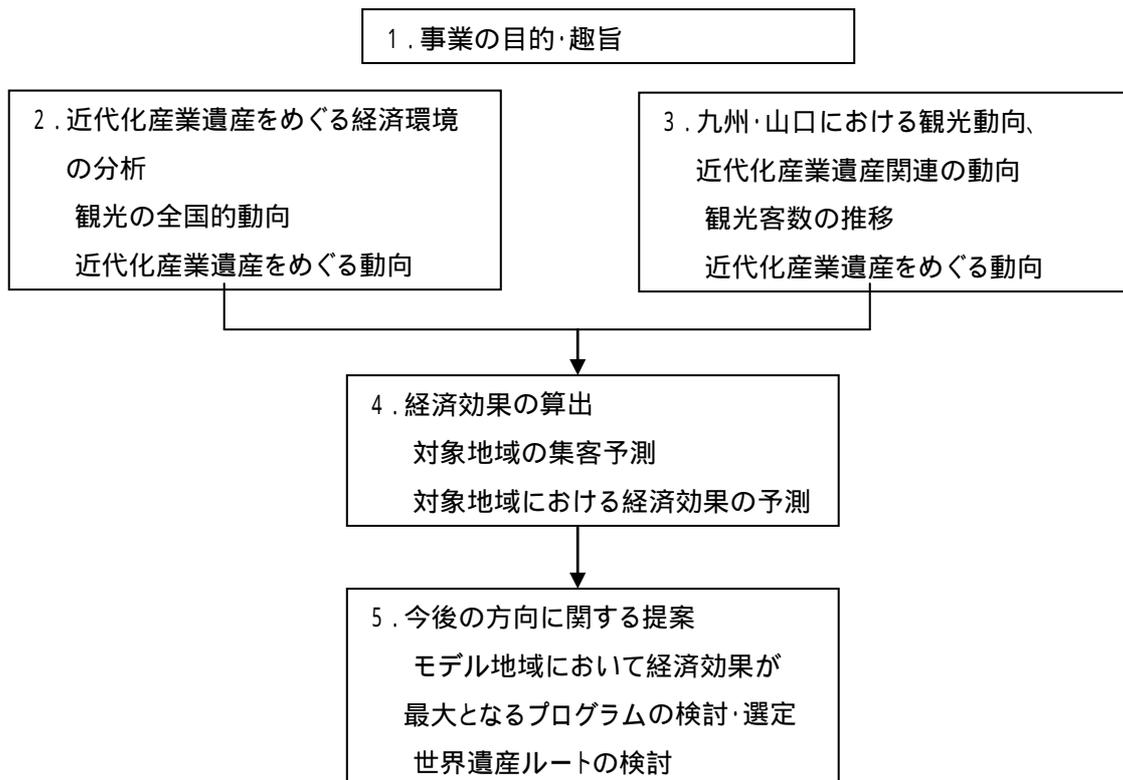
次に、3.において、九州・山口における観光動向、近代化産業遺産関連の動向について把握した。

4.において、経済効果を算出する。具体的には、3つのモデル地域を選定し、当該3地域での集客予測を行うとともに、経済効果の予測を行った。

5.では、今後の方向に関する提案として、モデル地域において経済効果が最大となるプログラムの検討・選定と、世界遺産ルートの検討を行った。

いずれについても、後述の検討委員会の意見をもとに調査方針を確定した。

図表1.2.1 調査全体のフロー



(2) モデル地域選定の考え方

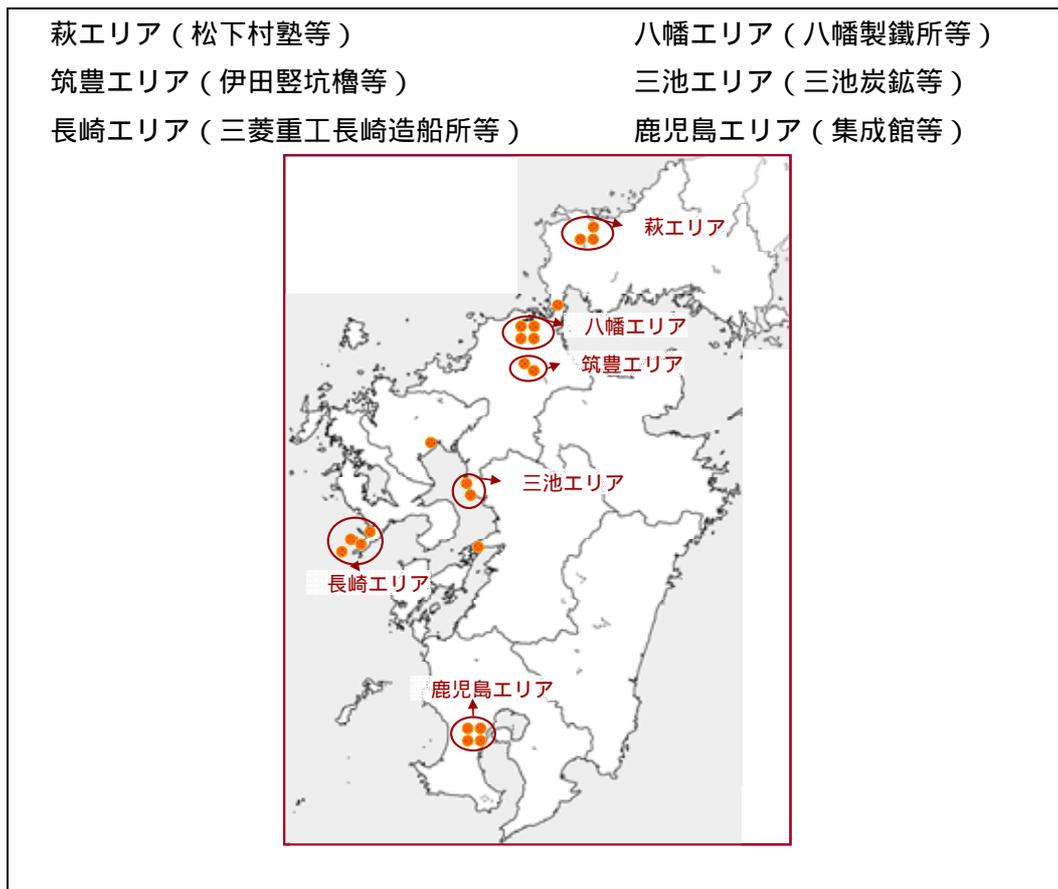
本調査のみならず、広域ブロック自立施策等調査の他調査(図表1.1.1参照)においても、実際の事業展開に活用できる具体性のある調査にするためには、時間等の制約もあるため、いくつかの地域をモデルエリアとして取り上げ調査することが有効である。

このことを踏まえ、九州・山口の関係地域の課題の諸要素を代表的に有する地域であって、その地域をモデル的に検討することで九州・山口全体の地域活性化につながると考えられる地域、また調査結果の世界遺産登録への活用を図るため、構成資産候補を有する地域をモデルエリア地域として選定することとした。

選定の考え方は、以下の通りである。

各モデルエリアにおける検討に当たっては、既存の取組も含め、地域資源の多面的な活用の視点も考慮する。「九州・山口の近代化産業遺産群」構成資産(又は主な関連資産)の状況をみると、以下の6つのエリアが候補となる。

図表1.2.2 モデル地域の候補



前述の6つの候補エリアの中から、他の分科会と調整の上、本調査では、以下の3つの地域を対象として検討を行うこととする。

筑豊エリア

筑豊エリアの主な資産としては、伊田豎坑櫓等がある。想定される今後の活用・保存・課題としては、石炭産業で賑わった町並みがよく残っている地域であり、今後の活用としては石炭産業と関連した社会生活を実感できる野外博物館の設置等が考えられる。

このエリアについては、民間活力導入に関する調査のパートで対象とするとともに、経済効果検討の観点から、本調査でも対象とする。

三池エリア

三池エリアの主な資産としては、三池炭鉱旧万田坑等がある。このエリアでは、石炭の採鉱から、港までの輸送、港からの積出という一連の流れを理解することができる。想定される整備内容としては、三池炭鉱専用鉄道跡の利用などがある。

このエリアについては、民間活力導入に関する調査のパートで対象とするとともに、経済効果検討の観点から、本調査でも対象とする。

長崎エリア

長崎エリアの主な資産としては、端島炭鉱等がある。長崎地域は、全国的に有名なグラバー園など既に観光地として有名であり、観光ポテンシャルが既に顕在化している地域として、筑豊エリアや三池エリアとの対比による検討も可能である。また、筑豊、三池との広域周遊という観点からも検討が可能となる。

そこで、このエリアを経済効果検討のためのモデル地域として検討する。

1 - 3 調査の体制

本調査の体制を、以下に示す。本調査においては、有識者からなる検討委員会（広域ブロック調査における略称は経済効果分科会）を設置した。

（１）検討委員会

検討委員会において、調査方法・内容の検討を行い、その意見を基に調査を実施した。

（２）委員構成

構成委員 ：座長（座長、有識者委員、行政委員の順、有識者委員は50音順、敬称略）

有馬 学 九州大学 名誉教授

大江 英夫 九州観光推進機構 事業本部長

笹原 司朗 琵琶倉庫(株) 代表取締役

西山 徳明 九州大学大学院芸術工学研究院 教授

陶山 正徳 福岡県企画・地域振興部総合政策課 世界遺産登録推進室長

嶋田 光一 飯塚市生涯学習部文化財保護課長
 安藤 龍生 田川市石炭・歴史博物館長
 米岡 正治 熊本県教育庁文化課長
 丸山 秀人 荒尾市政策企画課長
 嶋田 孝弘 長崎県知事公室世界遺産登録推進室長
 島崎 昭秀 長崎市企画財政部世界遺産推進室長

オブザーバー (民間有識者、行政関係者の順、敬称略)

加藤 康子 「九州・山口の近代化産業遺産群」世界遺産登録推進協議会コーディネーター

成清 四男美 経済産業省九州経済産業局総務企画部企画課長

大野 崇 国土交通省中国地方整備局企画部 事業調整官

田中 泰幸 国土交通省九州地方整備局企画部 事業調整官

(3) 検討委員会の開催実績と検討事項

本検討委員会の開催実績と主な検討内容を、図表1.3.1に示した。合計3回開催され、すべて福岡県福岡市博多区のアスクビルにて行われた。

図表1.3.1 検討委員会の開催実績

回	日時・場所	主な検討内容
第1回	平成21年11月26日 アスクビル4階会議室(福岡市)	・調査計画(調査項目・調査手法・スケジュール等) ・現状・課題(文献調査による整理)
第2回	平成22年2月26日 アスクビル4階会議室(福岡市)	・経済効果の推計方法について ・調査のとりまとめ案について
第3回	平成22年3月24日 アスクビル4階会議室(福岡市)	・調査報告書案について ・今後の課題

2. 近代化産業遺産をめぐる経済環境の分析

2 - 1 観光の全国的動向

(1) 観光客数の推移

国民の国内宿泊観光旅行についてみると、平成20年度において、1人当たり宿泊観光旅行回数は1.55回（暫定値）、1人当たり宿泊数は2.44泊（暫定値）である。平成18年度まではほぼ横ばいで推移していたが、リーマンショック等による景気悪化の影響を受け、過去1,2年は落ち込んでいる。

図表2.1.1 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



(注) 1 観光庁作成。
 2 平成15年度から調査手法を変更し、国の承認統計として実施している「旅行・観光消費動向調査」の数値を採用しているため、それ以前との単純比較はできない。
 3 暫定値とは、平成20年4～12月の3四半期の集計結果を基に、平成20年度の年間量を推計したものである。

出典：観光庁「平成21年版観光白書」

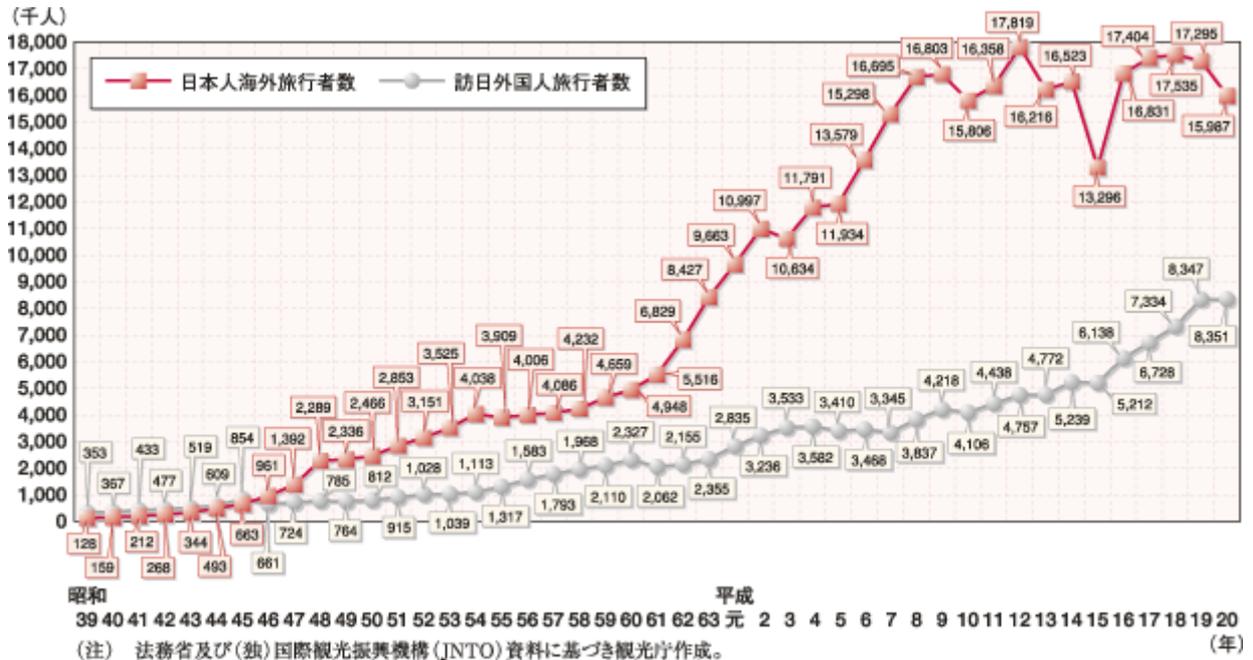
なお、日本人の海外旅行者数は、1980～1990年代には急増し、平成12年度には1,782万人となった。その後は、増減を繰り返しつつも、大きくは変動せず横ばいとなっている。ただし、平成20年度は、リーマンショック等による景気悪化の影響を受けて、1,599万人と前年度より低下した。（出典：観光庁「平成21年版観光白書」、原データは法務省）

(2) インバウンド（訪日外国人観光客）の動向

インバウンドの全国動向

訪日外国人旅行者数の推移をみると、ほぼ一貫して増加傾向にあり、平成20年には835万人に達した。リーマンショック等による景気悪化の中でも、過去最高の観光客数を記録したのである。

図表 2.1.2 日本人海外旅行者数と訪日外国人旅行者数の推移

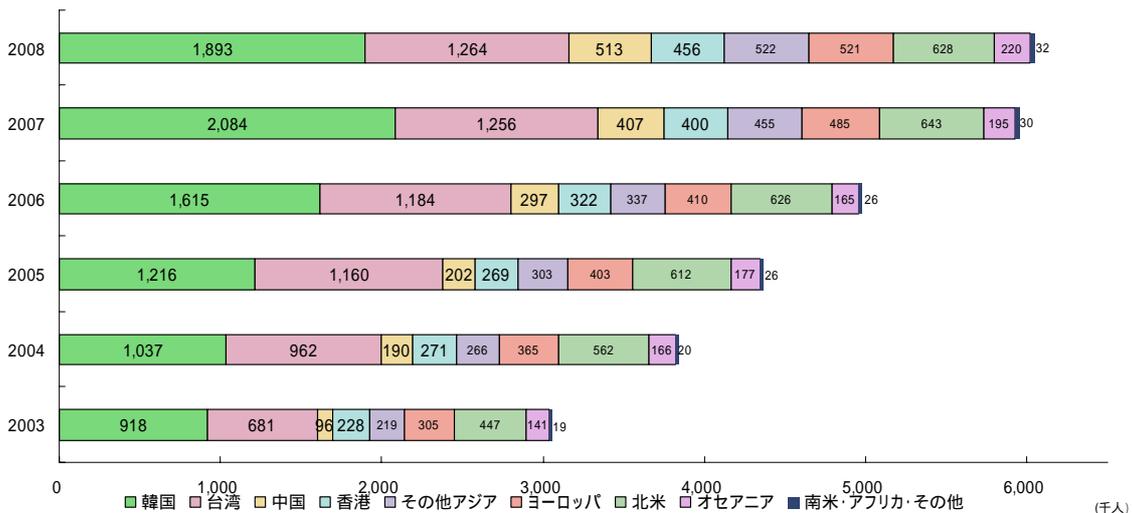


出典：観光庁「平成 21 年版観光白書」

インバウンドの出発地別の内訳を見ると、上位から順に韓国（平成 20 年に 189 万人）、台湾（同 126 万人）、中国（同 51 万人）、香港（同 47 万人）などとなっている。アジアの 4 地域の合計では、413 万人であり、全体の約半数を占める。

アジアからの訪問者が増加しており、中国、韓国、台湾からの観光客で半数を占める。

図表 2.1.3 訪日外客数（観光客）



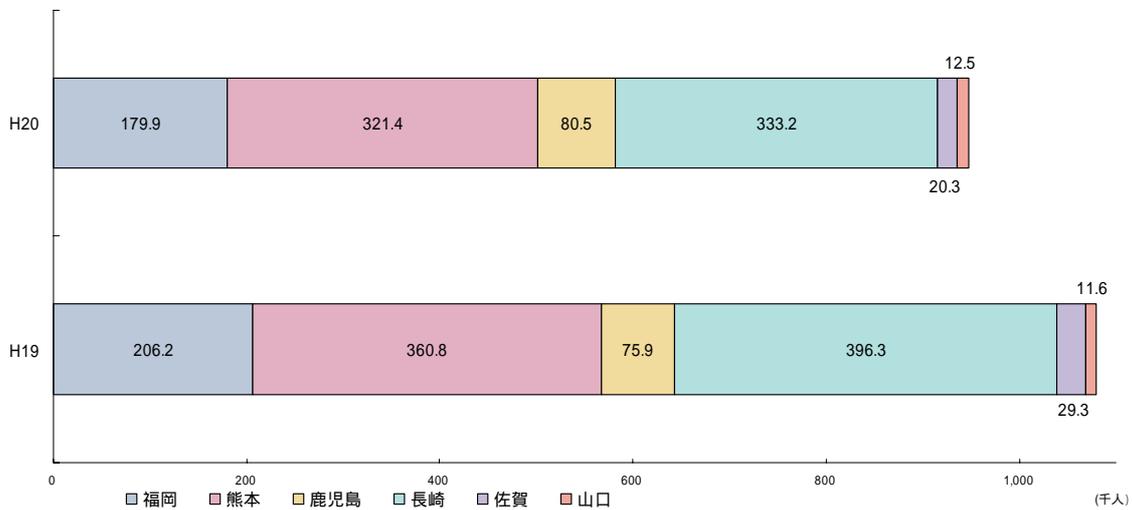
注： 2007 年以降には一時上陸客が含まれる

出典：JNTO 国際観光白書 2009 より作成

九州・山口におけるインバウンド

九州・山口への観光客インバウンドは熊本、長崎が多く両県で3分の2以上を占める。

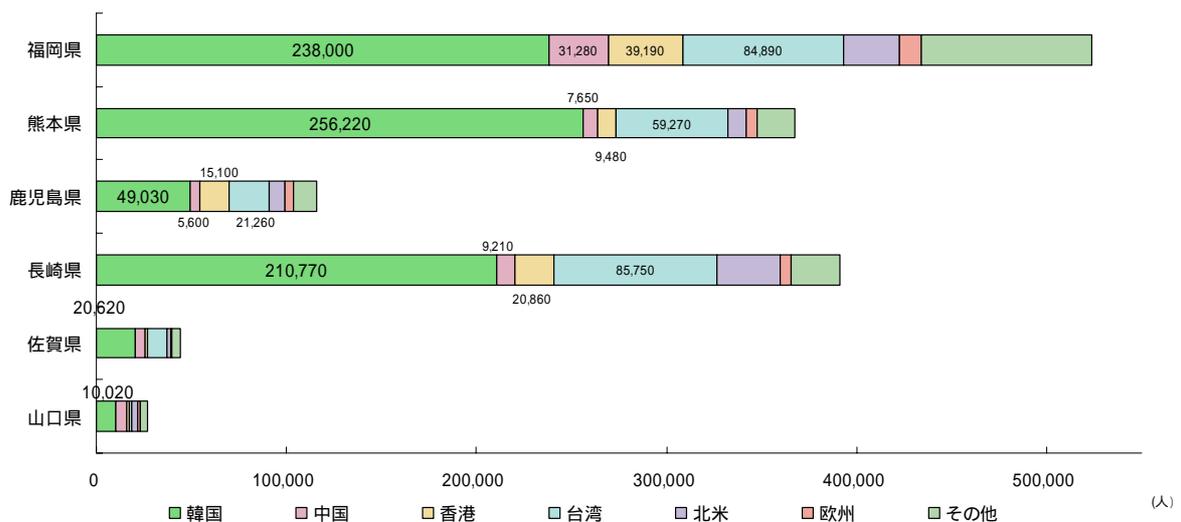
図表 2.1.4 外国人宿泊客数（観光目的の宿泊者が50%以上）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成

平成 20 年の出身地別外国人の宿泊者を国・地域を見ると、九州各県及び山口県では、韓国・中国・香港・台湾からが圧倒的に多く各県とも3分の2以上を占めている。中でも韓国は最も多くなっている。

図表 2.1.5 平成 20 年外国人延べ宿泊客数（国・地域別）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成

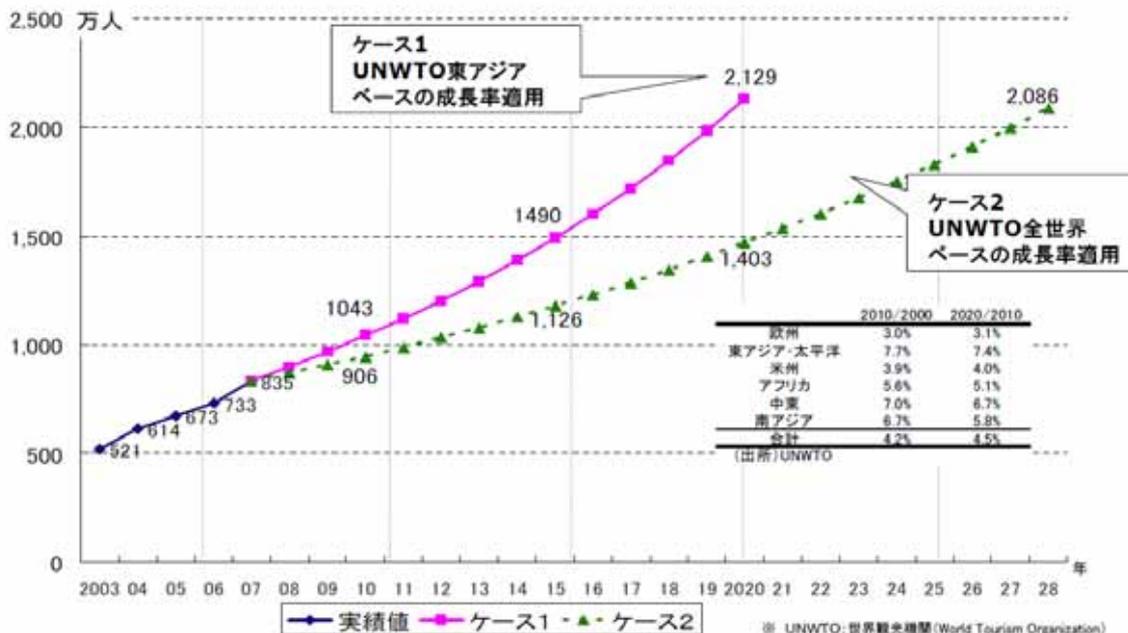
インバウンドの今後の見込み

観光庁においては、インバウンドの中長期戦略についての見通しを示している。

具体的には、政府の観光立国推進戦略会議（座長：牛尾治朗氏）による、平成 21 年 3 月の提言「訪日外国人 2,000 万人時代の実現へ - もてなしの心によるあこがれの国づくり（第二の開国） - 」において、推計により、2020 年に 2100 万人を超えるケースがある得ることを示している（下図参照）。

これは、東アジアベースの成長率を適用したものであり、実現性は高いと考えられる。政府では、これにより、2020 年代に訪日客 2,000 万人時代の実現を目指すべき時期になったとしている。

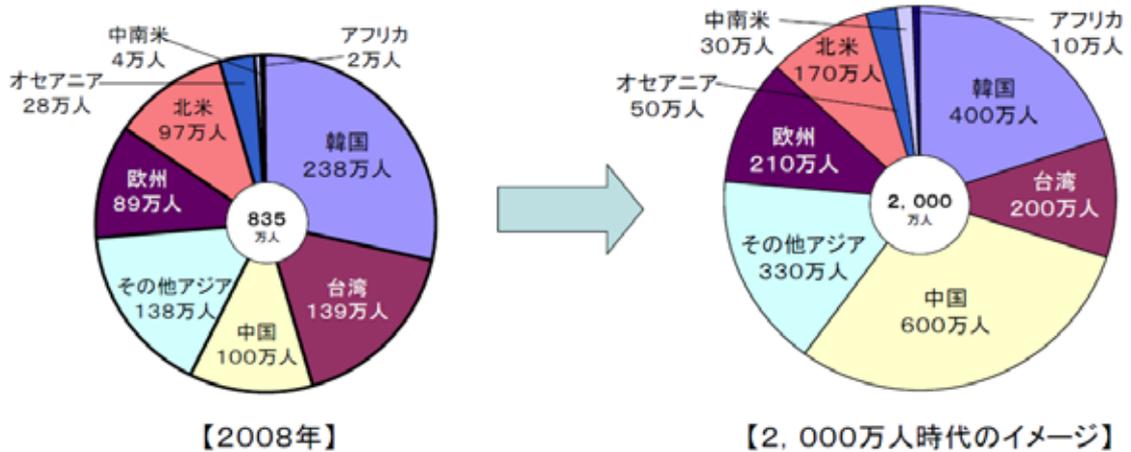
図表 2.1.6 政府の観光立国推進会議によるインバウンドの予測



出典：観光庁「インバウンドの中長期戦略について（観光立国推進戦略会議の提言）」平成 21 年 4 月 24 日

また、インバウンド出国地別の数の見通しを示している。これによると、2008 年時点では、韓国（238 万人）、台湾（139 万人）、中国（100 万人）の順で合計 835 万人であるが、今後、中国からのインバウンドが急拡大し、2000 万人時代（2020 年）には、中国（600 万人）がトップで、次いで韓国（400 万人）、台湾（200 万人）と予想している。

図表 2.1.7 インバウンドの出国地別の人数見通し



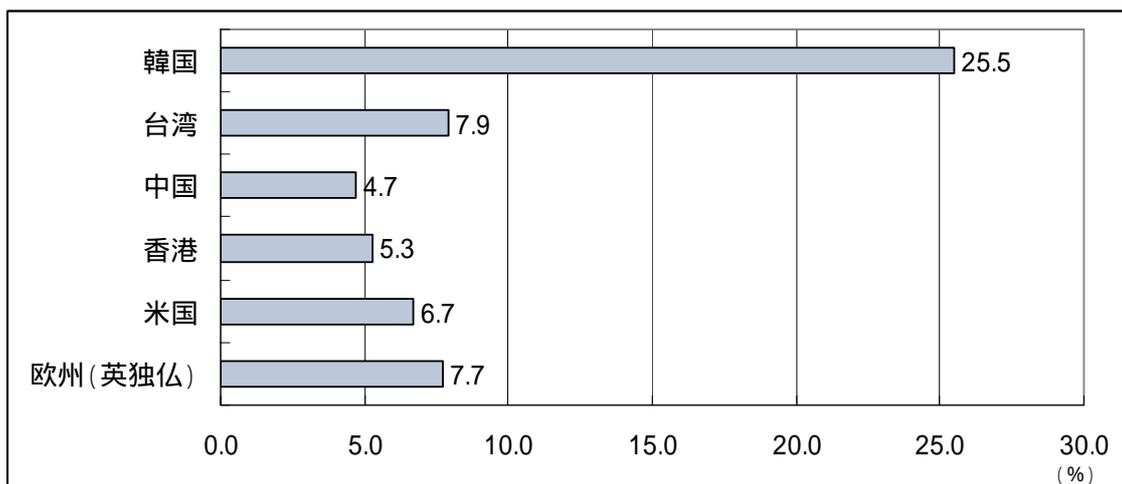
出典：観光庁「インバウンドの中長期戦略について（観光立国推進戦略会議の提言）」平成21年4月24日

訪日外国人の訪問先

現状において、訪日外客の相手国・地域別に九州への訪問先を見ると、韓国人が九州を訪問している割合が25.5%と非常に高いことがわかる（下図）。

一方、現状では中国から九州を訪問している割合は4.7%に過ぎない。しかし、中国からの訪日旅行者は今後急速に増加することが予想されており、リピーターも増えると予想されることから、中国人の九州訪問率は次第に高まると考えられる。

図表 2.1.8 訪日外客（相手国・地域別）の九州への訪問率（2008年）



出典：日本政府観光局「JNTO 訪日外客訪問地調査 2007/2008」（2009年）より作成

(3) 主な観光形態の動向

ここでは、近年の観光形態について記述する。

個人旅行の増加、「着地型観光」の拡大

わが国においては、団体旅行は減少しており、個人旅行が増加している。

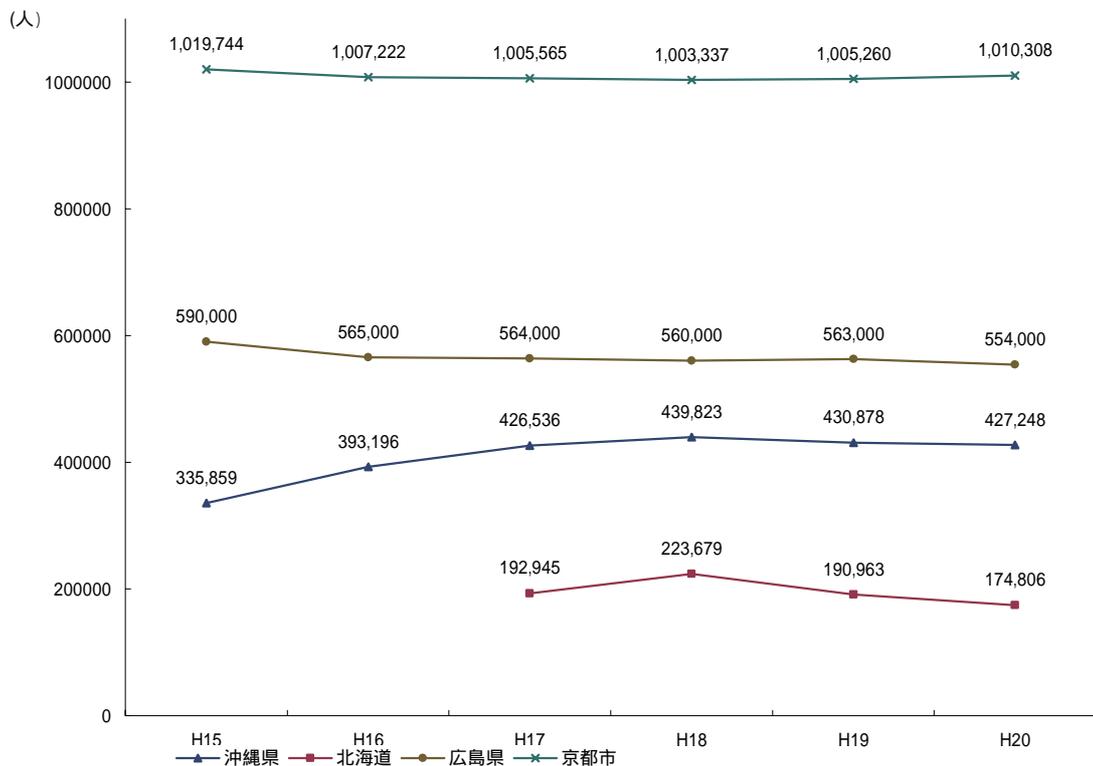
また、旅程を組むことにおいて、宿泊先や航空券などをネットで購入する形態が増加している。

こうした中で、各地においては、団体旅行のような発地からのツアーではなく、「着地型観光」に注力し、地域で半日ないし1日を過ごせるプログラムを提供することが増えている。

教育旅行（修学旅行）の動向

有名観光地の修学旅行客数をみると京都が一番多く、安定した修学旅行先となっている。ここ数年、沖縄県は頭打ち、北海道は減少しているなど都市部から移動時間がかかるところが減少傾向にある。

図表 2.1.9 修学旅行者数の推移



出典：各県市の観光統計より作成

修学旅行の実施内容について、各層とも寺社・史跡・文化財、博物館・美術館等の見学、歴史的街並みや建造物群保存地区の見学の順になっている。現状では、産業遺産見学の割合は低く、今後伸びる余地が大きいと考えられる。

図表 2.1.10 修学旅行実施内容構成比上位と産業遺産見学 (%)

	高等学校	中学校	小学校
寺社・史跡・文化財等の見学	15.22	19.00	23.70
博物館・美術館等の見学	10.30	12.20	16.30
伝統的街並みや建造物群保存地区の見学	10.21	11.70	11.90
}	}	}	}
産業遺産見学	0.19	2.50	3.10

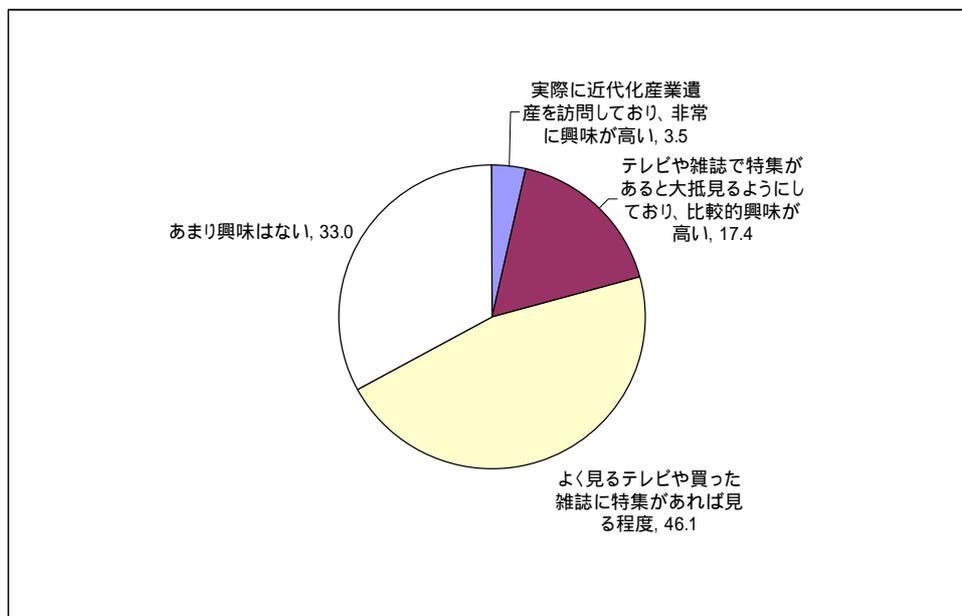
出典：日本修学旅行協会「平成 21 年全国修学旅行の実態調査」より作成

産業観光、産業遺産への関心の高まり

近年、産業観光が盛んになってきている。

今回実施した、全国の一般向けアンケートでも、近代化産業遺産への関心は相当程度に高く、テレビや雑誌で特集があると大抵見るようにしているという「比較的興味がある人」までで約 2 割となっている。

図表 2.1.11 近代化産業遺産への関心



注：対象は全国のモニター登録者 3,405 人

出典：インターネットアンケート結果（平成 22 年 3 月上旬実施）

近代化産業遺産への関心を示す事例

[目黒区美術館における展覧会]

東京都の目黒区美術館では、平成 21 年 11 月 4 日～12 月 27 日の間、『文化資源としての<炭鉱>展』を開催した。この展覧会は、以下の三つのパートで構成されていた。

part.1 - <ヤマ>の美術・写真・グラフィックは、絵画、写真などグラフィックで構成され、筑豊が誇る山本作兵衛への「筑豊炭鉱絵巻」の絵画等が展示された。

part.2 -は、現代美術家の川俣正により「コールマイン・プロジェクト～筑豊、空知ルールでの展開」という新作インスタレーションの展示が行われた。

part.3 - 「映像の中の炭鉱」は、炭鉱を主題にした劇映画、記録映画に加え、炭鉱会社・炭鉱労働組合の宣伝映画など約 10 作品を、民間の映画館「ポレポレ東中野」で上映した。

ヒアリング記録によれば、以下の通りであった。

- ・最初の 1 ヶ月は 20～30 人と低調だった。いかに炭鉱が忘れ去られているかを感じた。当初、展覧会の伝わり方が炭鉱の紹介のように伝わっていたのかもしれない。
- ・40 代前半より若い人は石炭に触れたことがない人が多いのではないかと。若い人は炭鉱と言う意味すら知らない。
- ・全国紙で 12 月第一週に取り上げられ、ブログに火がつき、最後の 2 週間で一気に人が増えた（多い日で 500～600 人）。ブログの効果を認識した。
- ・今回、徹底的に集めたカタログ（416p）が好評で 12 月 15 日には売れ切れた。そのこともブログで話題になった。
- ・今回のポイントは東京で山本作兵衛の紹介は初だったことと、炭鉱にこんな豊かな文化があったのかが伝わったことだと思う。

東京において、炭鉱を中心とする産業遺産に注目する人が多くいることを示している。

2 - 2 近代化産業遺産関連の参考事例の検討

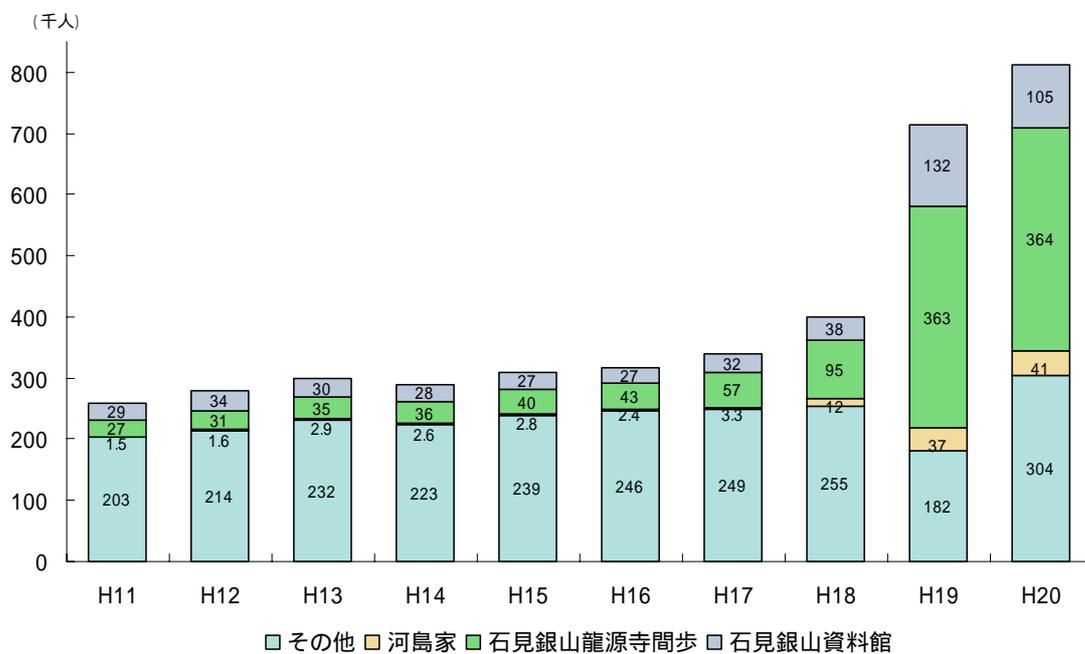
(1) 石見銀山

観光客数の推移

石見銀山の歴史は古く、近代化産業遺産ではないが、産業遺産として世界遺産登録された事例として参考になるところが大きい。

石見銀山の世界遺産登録は平成 19 年である。観光客数は、その年に前年の 40 万人から 71 万人へと急増した。平成 20 年には 81 万人に達した。内訳を見るとビジターセンターである「石見銀山資料館」や遺産本体である「龍源寺間歩」は平成 18 年と比べて 4 倍以上になっている。

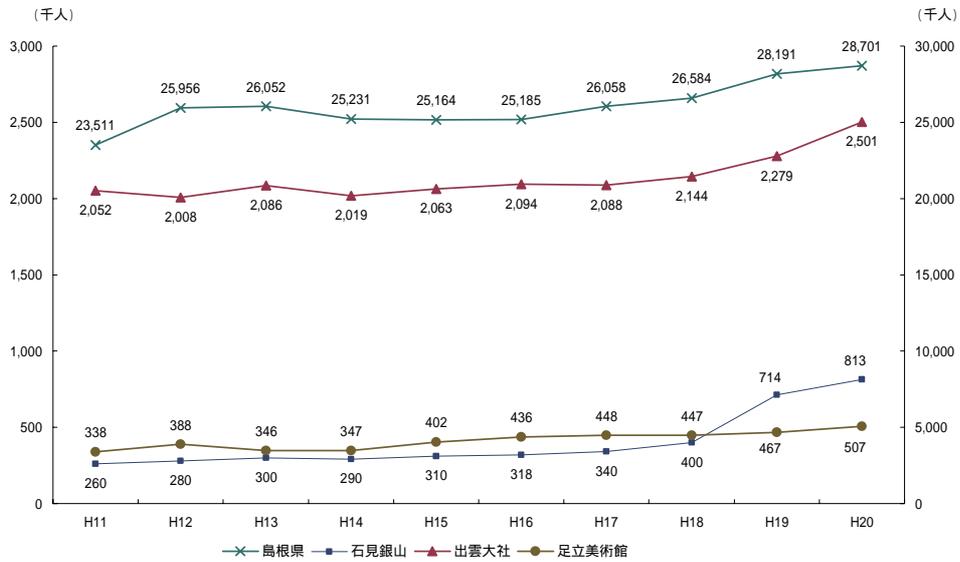
図表 2.2.1 石見銀山入込観光客数の推移



出典：島根県観光動態調査より作成

また、石見銀山への観光客増加に合わせて、島根県の他の主要観光施設の入込客数が増加している。世界遺産登録の波及効果が一定程度表れているものと考えられる。

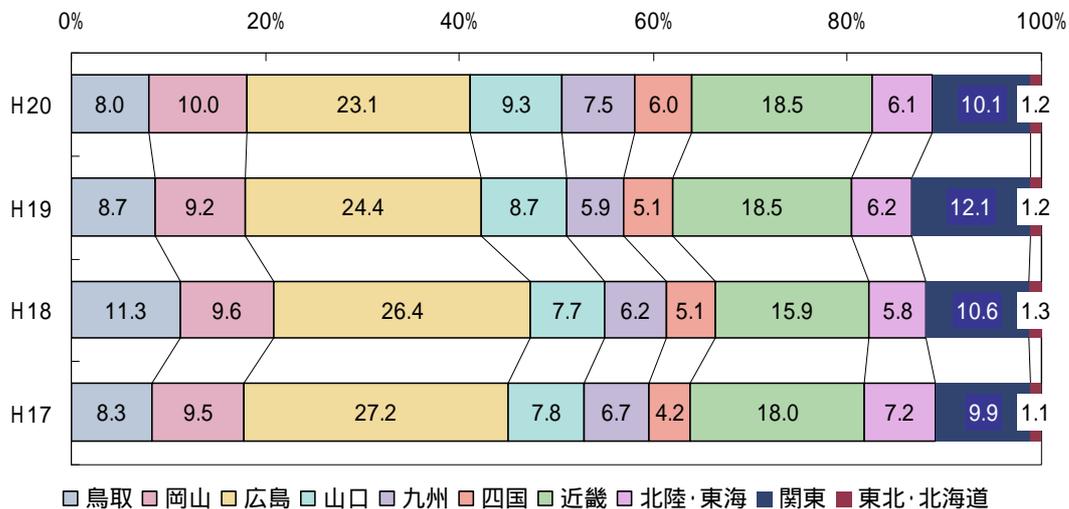
図表 2.2.2 島根県主要観光施設の入込観光客数の推移



出典：島根県観光動態調査より作成

世界遺産の登録前後をみると、九州（H17年 7.8% H20年 9.3%）、四国（同 4.2% 6.0%）や関東（H17年 9.9% H19年 12.1%）というように遠方からの来訪が増えている（平成 20 年は景気後退の影響があり、不規則な変化になっていると考えられる）。

図表 2.2.3 県外観光客発地別入り込み割合の推移



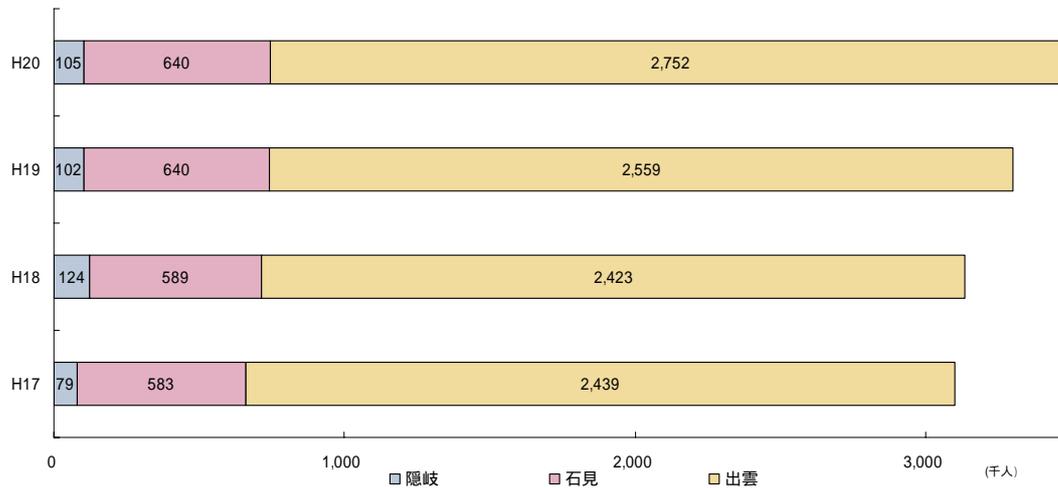
出典：島根県観光動態調査より作成

また、島根県を訪れる外国人の数は増えているが、外国人の石見銀山への訪問は少ない。現在までのところ、世界遺産登録が外国人観光客の誘致に直接つながっていないようである。

遠方からの来訪者が増えたことで、宿泊者数は大きく伸びている。しかし、地域別にみ

ると遺産のある石見地域はほとんど変わらず、出雲地域が伸びている。出雲大社の観光客数が伸びていることなども合わせるとほかの観光施設と合わせた観光ルートの整備や遺産地域外の有力な宿泊施設との組み合わせがなされているものと考えられる。

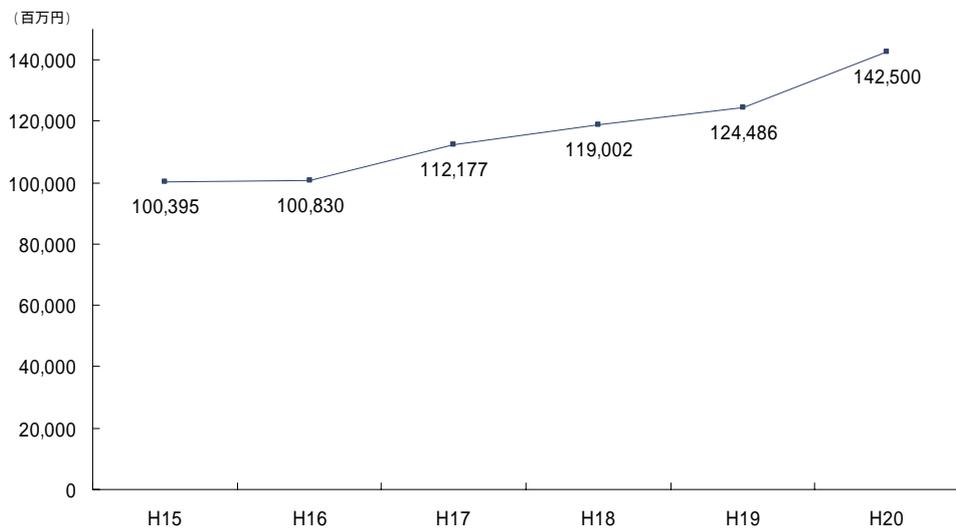
図表 2.2.4 県内宿泊者数



出典：島根県観光動態調査より作成

観光消費額についても、世界遺産登録前の平成 18 年と平成 20 年を比べると約 2 割増加している。

図表 2.2.5 観光消費額



出典：島根県観光動態調査より作成

地元で得た情報としては以下のことがある。

- ・来客者の特徴：感覚的には、登録後は若い人も多い（特に連休、土日など）。また、ETCの効果で四国から来る人も増加。
- ・日帰と宿泊：近隣県（広島、岡山、島根あたり）だと、日帰りでも来るが、それ以外だと宿泊が多い。宿泊の場合、石見地域内に泊まるよりも、松江（または出雲）に泊まる人が多いと思われる。例えば、「1日目：松江泊、2日目：出雲 石見 帰還」や、「1日目：出雲泊、2日目：出雲 石見 帰還」。石見地域（大田市）での宿泊施設は、温泉津温泉か大田市のビジネスホテル等。
- ・石見での来客者の動き：通常の動き方は、世界遺産センターの見学 龍源寺間歩見学 大森の町並み散策（熊谷家住宅、資料館など）。大田市の駅から世界遺産センターまではバス（30分）、世界遺産センターから龍源寺間歩までは、自転車（自転車を借りる場所までバスで5分）で15分（往復30分）、徒歩なら40分（往復80分）。大森の町並み散策は徒歩で30分程度。上記を全部足すと、大田駅から石見銀山を見て駅に戻るには、6時間程度あれば余裕。
- ・客単価：データは無いが、感覚的に一人当たり2万5千円（一泊2日）が限界。土産5000円、飲食・交通費7000円、宿泊1万3000円ぐらいか。
- ・リピーター、周遊者の行動：世界遺産になって新しいのでリピーターはこれからである。近隣の人で、昔の銀を運んでいた街道（山から港）をトレッキングしている人はいる。
- ・前述の通常の動き方のほかに、かなり関心の高い人には街道のトレッキング（10キロ～20キロ）、その中間として、大久保間歩見学、キーホルダー作成（錫合金）などがある。

広域周遊、プロモーションについて

島根県では、平成21年7月に「しまね観光アクションプラン」を発表している。それによると、以下のような現状と課題認識、方向性が示されている。特徴としては、石見銀山地域においては、パークアンドライド型、歩く観光を確立できたことが挙げられる。今後の方向性としては、松江や出雲、広島などとの広域観光ルートの確立等が挙げられており、具体的な取組事項として周遊パスの開発、JRのキャンペーンの実施などが挙げられている。

図表2.2.6 島根県による石見銀山を活かした観光振興の取組（抜粋）

石見銀山の現状認識（抜粋）	<p>パークアンドライド型 遺跡全体を映像や模型などで紹介する「石見銀山世界遺産センター」が平成20年10月にフルオープン。これにより、観光客は同センター駐車場に車を止め、事前学習後、路線バスで現地へ移動するというパークアンドライド型の仕組が確立。</p> <p>歩く観光：域内を運行する路線バスが廃止され、遺跡内は原則として「歩く観光」を基本としている。</p>
---------------	--

課題認識	人目を引く構造物等が少なく、一見するだけではわかりにくいいため、世界遺産ブランドだけでは現水準の観光客増加は見込めない。 観光客の増加に伴う環境の悪化により遺跡自体の価値が損なわれないよう、環境の保全と観光との調和に配慮しつつ、歴史ファンや自然愛好家が息長くリピーターとして訪れるような取組が必要。
石見銀山を核とした方向性	新たな魅力の創出と観光客の利便性の向上 ・ガイドの充実 ・観光通過等を取り入れた観光誘客のための魅力・利便性の付加 等 周辺観光地との連携による石見銀山観光の付加価値の向上 ・松江、出雲地域の観光資源との組み合わせによる滞在型観光の推進 ・石見銀山の銀と、たたら製鉄の鉄に関するテーマ設定による出雲圏域の観光客の回遊性を促す新たな観光ルートの構築 ・原爆ドーム、厳島神社、石見銀山の3つの世界遺産連携。教育旅行誘致。
石見地域の観光振興の方向性	広域観光ルートの確立 県：観光地間の情報の共有化と連携の促進 等 地元：JR西日本の「石見キャンペーン」の実施、周遊パスの開発 等 石見地方の重要な文化的資源である「石見神楽」の活用 「なつかしの国 石見」による地域イメージの確立、発信 個人旅行者に優しいまちづくり 「海」と「山」の豊富な食材を活かした「食」による魅力向上 観光の担い手づくり（観光ガイドの育成及び活用）

出典：島根県商工労働部観光振興課「しまね観光アクションプラン」(平成21年7月)より抜粋

地元で得た情報としては以下のことがある。

- ・広域周遊：石見銀山に来た人は、主に、出雲・松江とセットであろう。東京の旅行会社などは、今までの出雲・松江プランに加えて、石見銀山というプランを作っている。姫路城・原爆ドーム・宮島の世界遺産周遊プランというのも近年ある。
- ・関心テーマの展開：石見銀山に来て、(産業遺産、歴史的遺産等に)関心を持った人が、その後、(別の機会に)行く先は、現状ない。

受入体制、チケット販売について

石見銀山では、自家用車受入のため約400台の駐車場を用意している。世界遺産の主要拠点である龍源寺間歩付近には駐車場がないため、離れた場所に「石見銀山世界遺産センター」と駐車場を整備し、バスで輸送する「パークアンドライド方式」をとっている。

また、エリア内の複数の施設の入場料を割引、周遊を促進するため、割引機能の付いた電子マネー「石見銀山WAON」を発行している(WAON発行以前には、共通チケットを発行していた)。石見銀山で発行されたWAONが全国のWAON加盟店で利用された場合には、その売上金の一部をイオンから石見銀山基金に寄付し、石見銀山遺跡の保全に役立てることとしている。

図表 2.2.7 石見銀山における自家用車受入体制、共通チケットへの取組

<p>駐車場、バス輸送</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・主要拠点の龍源寺間歩から離れた「石見銀山世界遺産センター」に駐車場がある。 <ul style="list-style-type: none"> 第 1 駐車場 乗用車 99 台、予約バス 11 台、障害者用 5 台 第 2 駐車場 乗用車 38 台 第 3 駐車場 乗用車 250 台 合計 403 台（乗用車 387 台、予約バス 11 台、障害者用 5 台） ・自家用車の場合、石見銀山駐車場に駐車し、世界遺産センター前のバス停「石見銀山駐車場バス停」から路線バスで石見銀山地内に入る。運行間隔はおおむね土日祝日で 15 分に 1 本、平日で 30 分に 1 本。（パークアンドライド方式をとる） 		
<p>電子マネーによる観光通貨</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・電子マネー（カード式）による観光通貨「石見銀山WAON」（イオン系）を発行。 ・発行手数料 300 円。 ・利用方法は、世界遺産センターまたは観光案内所(大田市観光協会)でカードを購入し、チャージ機で入金。有料施設へ入場の際、施設に設置してある読取機へカードをかざし、支払い完了。 ・カード残金を現金に換金することはできない。WAON カード取扱店（イオン系店舗等）での買い物等に利用できる。 <p>* WAON カードを発行する前には、有料 5 施設共通の「石見銀山散策チケット」があった。</p>		
<p>主要施設</p>		<p>通常料金</p>	<p>WAON 利用時</p>
	<p>世界遺産センター（展示棟）</p>	<p>300 円（150 円）</p>	<p>250 円（100 円）</p>
	<p>龍源寺間歩</p>	<p>400 円（200 円）</p>	<p>300 円（150 円）</p>
	<p>五百羅漢（羅漢寺）</p>	<p>500 円（300 円）</p>	<p>400 円（200 円）</p>
	<p>旧河島家</p>	<p>200 円（100 円）</p>	<p>150 円（50 円）</p>
	<p>熊谷家</p>	<p>500 円（100 円）</p>	<p>400 円（80 円）</p>
	<p>石見銀山資料館</p>	<p>500 円（200 円）</p>	<p>400 円（150 円）</p>
	<p>勝源寺</p>	<p>400 円（100 円）</p>	<p>350 円（80 円）</p>

出典：大田市観光協会 WEB サイト掲載情報により作成

参考：万田坑施設の駐車場は 79 台（大型バス 5 台、中型バス 3 台、普通車 72 台）（荒尾市社会教育課 WEB サイトより） / 田川市石炭・歴史博物館の駐車場は 20 台

(3) 世界遺産登録地の動向

ここでは、わが国で世界遺産登録がなされた施設等において、登録前後の観光客数の推移をみる。

その結果をみると、すでに有名となっている遺産（原爆ドームや日光）などは、登録後に減っているところもある。

一方、従来、メジャーな観光地でなかった地域は、世界遺産登録後、観光客数が急増していることがわかる。例えば、白川郷や石見銀山などは大幅に伸びている。従って、九州・山口においても従来、有名でない地域ほど世界遺産登録による影響が大きいものと予想される。

なお、本報告書4章、5章で取り上げるモデル地域のうち、筑豊地域や三池地域は従来、観光地としてはそれほど有名でなかったケースであり、従来のパターンからすれば、世界遺産登録後に観光客の急増が考えられる。また、長崎地域は既に有名な観光地であるが、端島や小菅修船跡、造船関連の施設（史料館）などは珍しく、世界遺産登録の効果は小さくないと考えられる。

図表2.2.8 日本の世界遺産の登録前後の観光客数推移

	登録前年	登録年	登録後1年	登録後2年	登録後3年	登録年月
白神山地	2,433	2,351	2,792	2,901	3,084	1993年12月
屋久島	242	209	233	257	253	1993年12月
白川郷・五箇山の合掌造り集落	1,296	1,385	1,920	1,942	1,815	1995年12月
広島市の平和記念碑(原爆ドーム)	1,555	1,442	1,388	1,252	1,181	1996年12月
厳島神社	1,588	1,685	1,901	1,545	1,375	1996年12月
日光の社寺	1,608	1,583	2,132	1,590	1,507	1999年12月
琉球王国のグスク及び関連遺跡群	2,096	2,117	2,035	2,362	2,513	2000年12月
紀伊山地の霊場と参詣道	9,354	10,905	11,066	10,703	11,383	2004年7月
知床	2,293	2,451	2,383	2,126	1,930	2005年7月
石見銀山遺跡とその文化的景観	400	714	813			2007年7月

出典：内閣府「地域の経済2005」、和歌山県観光動態、北海道観光入込客数調査報告書、島根県観光動態調査より作成

3. 九州・山口における観光動向、産業遺産関連の動向

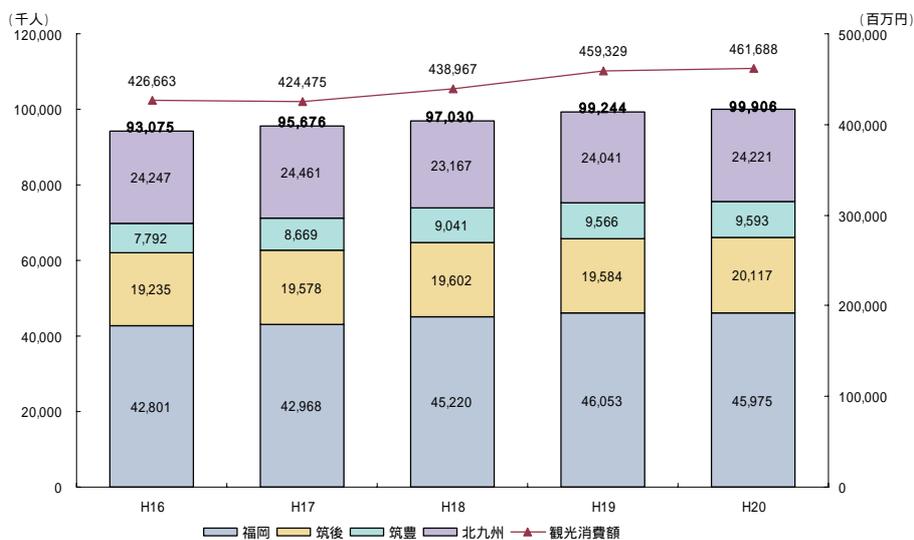
3-1 観光客数の推移

(1) 福岡県

観光入込客数と観光消費額ともに増加しており、平成20年は過去最高となった。地区別に見ると北九州地区以外の3地区が入込客数増加している。

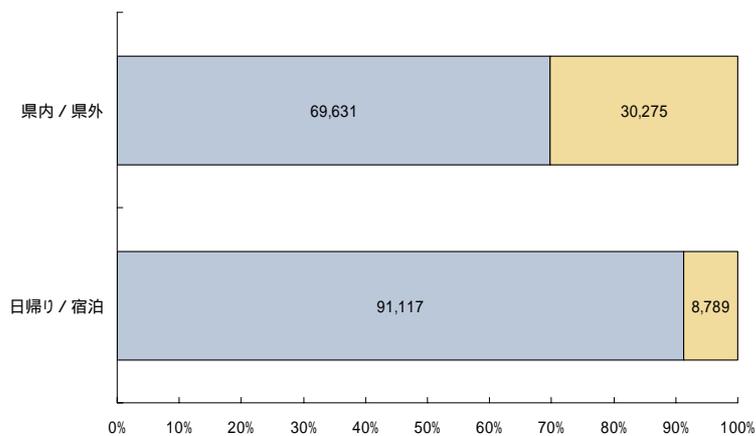
また、全体の入込客数に対する日帰り客の比率が高く9割を超えており、県内客も7割を占めているのが特徴的である。

図表3.1.1 地区別観光入込客数と観光消費額の推移



出典：福岡県「平成20年福岡県観光入込客推計調査」より作成

図表3.1.2 平成20年県内・県外別入込客数と日帰り・宿泊別入込客（千人）



出典：平成20年福岡県観光入込客推計調査より作成

産業遺産関連施設では、田川市石炭・歴史博物館（田川市）が約 2.2 万人、石炭産業科学館（大牟田市）が約 1.5 万人、石炭記念館（直方市）が約 0.7 万人などとなっている。

九州国立博物館、（140 万人）、柳川川下り（32 万人）、門司港レトロ地区（224 万人）などは、集客規模が大きく、産業遺産との組み合わせによる周遊との相乗効果が期待できると考えられる。

図表 3 . 1 . 3 主な観光施設の利用状況(人)

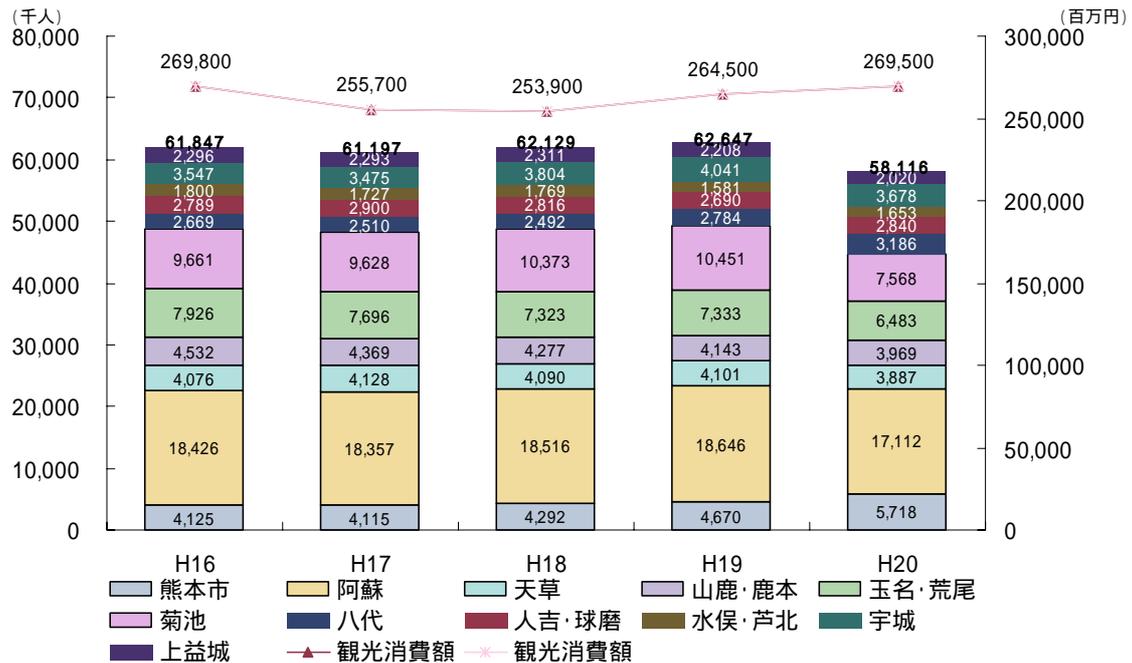
市町村名	施設名	H19利用者計	H20利用者計
大牟田市	三池カルタ記念館	11,277	10,176
	大牟田市動物園	159,641	170,755
	石炭産業科学館	12,875	14,273
直方市	石炭記念館	6,635	6,815
	福智山ろく花公園	47,859	45,321
	竜王峡キャンプ村	16,300	14,700
飯塚市	嘉穂劇場	55,758	54,196
	飯塚市歴史資料館	22,623	18,054
	旧伊藤伝右衛門邸	186,798	149,261
	サンビレッジ茜	54,028	54,028
田川市	田川市石炭・歴史博物館	21,726	21,481
	田川市美術館	40,925	37,276
	池のおく園 中村美術館	-	13,186
北九州市	平尾台	554,000	521,000
	皿倉山周辺(帆柱山)	412,000	492,000
	小倉城周辺(松本清張記念館、庭園)	433,000	437,000
	小倉駅周辺(AIM,アミュプラザ)	403,000	382,000
	グリーンパーク	518,000	496,000
	和布刈地区	1,238,000	1,254,000
	スペースワールド地区	1,999,000	2,055,000
	門司港レトロ地区	2,202,000	2,239,000
	河内貯水池周辺	251,000	274,000
太宰府市	九州国立博物館	1,559,898	1,401,253
柳川市	川下り	356,380	320,943
福岡市	キャナルシティ博多	12,850,000	12,900,000
	ホークスタウンモール	8,000,000	8,000,000
	博多リバレイン	7,045,658	7,021,732
	ヘイサイドプレイス博多埠頭	1,594,900	1,778,800
	マリアシティ福岡	6,650,000	7,140,000
	福岡市動植物園	737,070	738,441
	海の中道海浜公園	926,905	947,906
	マリワールド海の中道	655,049	639,316
	ヤフードーム	3,502,000	3,171,964
	博多座	538,649	503,589

出典：平成 2 0 年福岡県観光入込客推計調査より作成

(2) 熊本県

熊本県の観光入込客数と観光消費額はここ数年横ばい状態である。平成 20 年については、観光入込客数は減少したが、観光消費額は熊本城「本丸御殿」の一般公開に伴う熊本市の観光客数の増加により微増となった。日帰り客が 9 割近くいるものの、県内客と県外客の割合がほぼ同じであるため、近郊県からの観光客が多いと思われる。

図表 3 . 1 . 4 地区別観光入込客数と観光消費額の推移

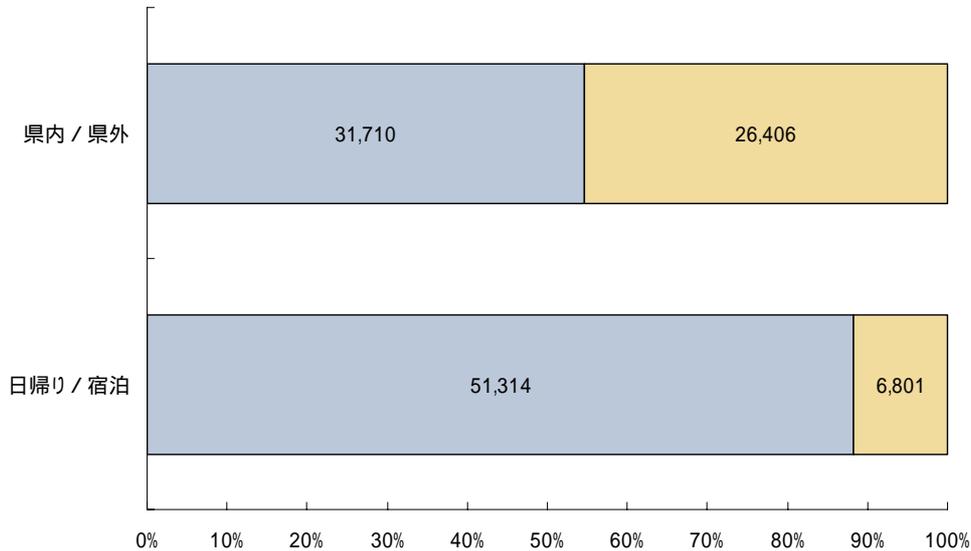


平成 19 年以前の入込観光客数は旧市町村単位での集計値

出典：平成 20 年熊本県観光統計より作成

日帰り客が9割近くいるものの県内客と県外客の割合がほぼ同じであるため、近郊県からの観光客が多いと思われる。

図表3.1.5 平成20年県内・県外別入込客数と日帰り・宿泊別入込客(千人)



出典：平成20年熊本県観光統計より作成

熊本城・阿蘇山周辺の施設の集客力が高い。近郊県からの自家用車による来訪が多いためか、道の駅も高い集客力を持っている。産業遺産関連施設では、三角西港公園が30万人を越えている。三池地区のあるグリーンランドでは、89万人の集客がある。

図表3.1.6 主な観光施設の利用状況(人)

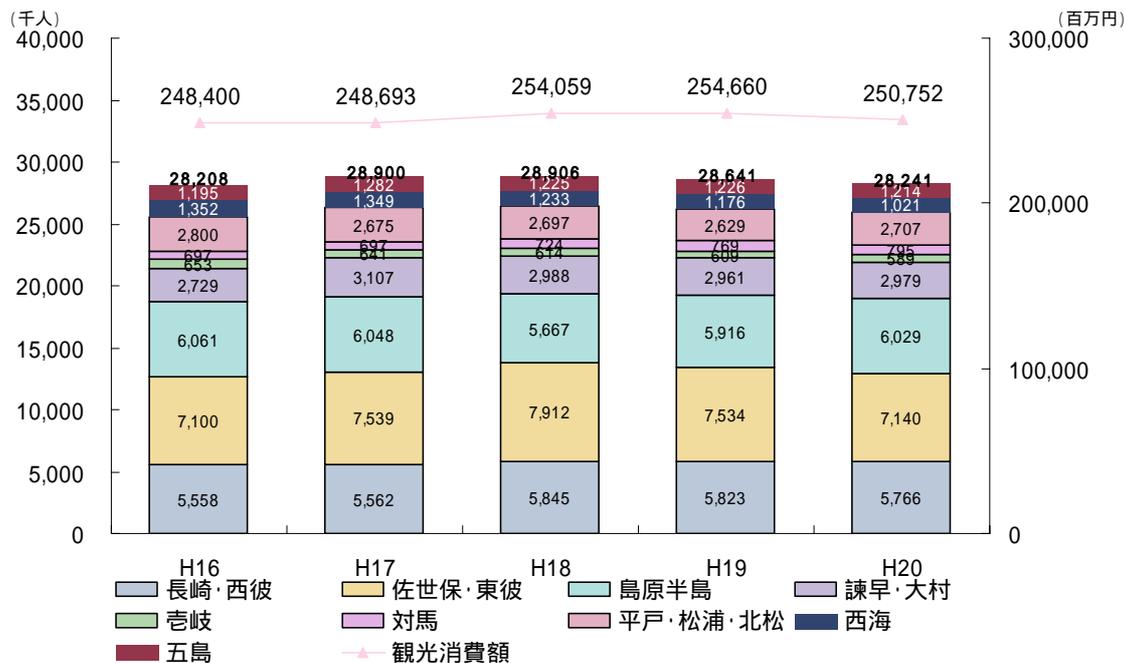
市町村名	施設名	H19利用者計	H20利用者計
荒尾市	グリーンランド	949,677	887,831
	ウルトラマンランド	169,275	130,366
宇城市	三角西港公園	273,650	307,271
	フィッシャーマンズワーフ ラ・ガール	296,098	302,590
熊本市	熊本城	1,215,225	2,039,558
	熊本市動植物園	593,944	589,342
阿蘇市	大観峰茶店	1,265,000	1,194,600
南阿蘇村	阿蘇ファームランド	4,071,768	3,323,889
西原村	俵山交流間 萌の里	1,009,554	1,027,758
菊池市	道の駅七城 メロンドーム	1,368,953	1,329,127
大津町	道の駅大津 肥後文化の森	1,136,500	1,256,000
氷川町	道の駅竜北物産館	1,170,281	1,419,345

出典：平成20年熊本県観光統計より作成

(3) 長崎県

長崎県の観光入込客数・観光消費額ともここ数年増加していたが、平成20年には減少に転じる。比較的県外客・宿泊客の比率が高い長崎県では不況の影響が出やすいものと思われる。

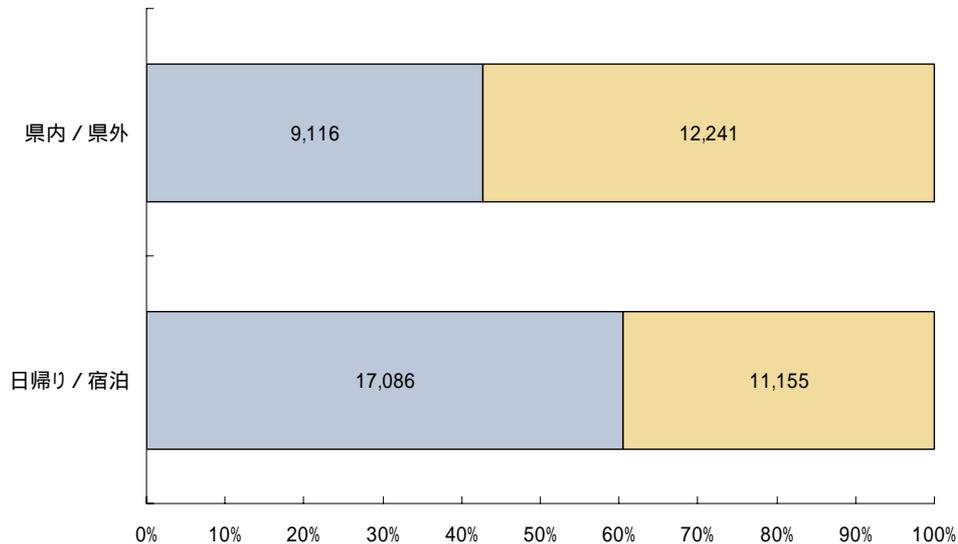
図表3.1.7 地区別観光入込客数と観光消費額の推移



出典：平成20年長崎県観光統計より作成

県外者が約 57%と多く、宿泊入込客数も 40%弱と高く、遠方からの観光客が多いものと思われる。

図表 3 . 1 . 8 平成 2 0 年県内・県外別入込客数と日帰り・宿泊別入込客 (千人)



出典：平成 2 0 年長崎県観光統計より作成

長崎市を中心に集客力の高い施設が多い。産業遺産関連施設ではグラバー園が約 84 万人と長崎市で一番の集客施設となっている。

図表 3 . 1 . 9 主な観光施設の利用状況(人)

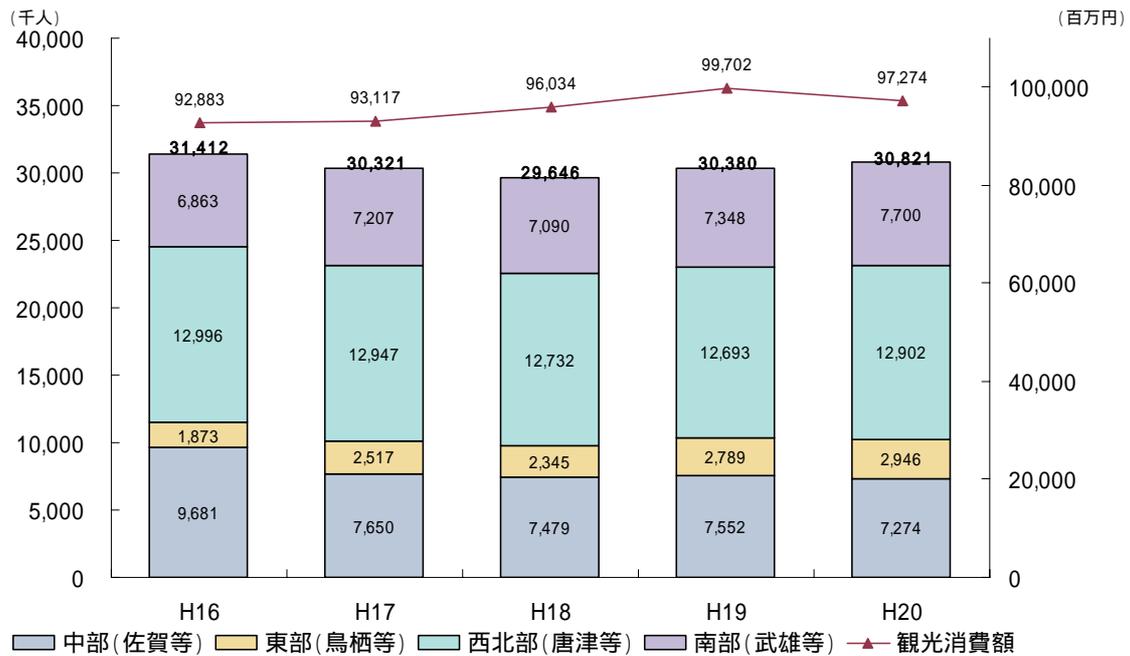
市町村名	施設名	H19利用者計	H20利用者計
長崎市	グラバー園	888,361	841,199
	長崎原爆資料館	726,748	693,771
	出島	318,109	342,145
	長崎ペンギン水族館	225,518	227,989
	長崎県美術館	363,864	367,712
	長崎歴史文化博物館	521,327	425,934
佐世保市	ハウステンボス	2,215,800	2,015,600
	佐世保市石岳動植物園	196,851	188,583
島原市	雲仙岳災害記念館	163,466	166,933
	島原城	218,576	238,402

出典：平成 2 0 年長崎県観光統計より作成

(4) 佐賀県

観光入込客数は近年、微増している。特に東部地域は大きく伸びている。これは吉野ヶ里歴史公園の整備がすすんだことなどが影響していると思われる。観光消費額については、日帰り観光客が増えたもの、宿泊客が減ったため減少している。

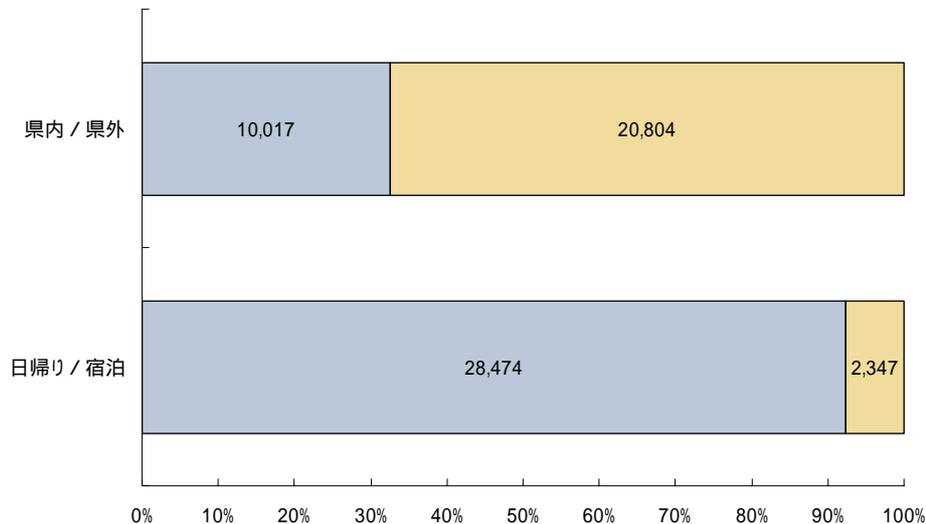
図表3.1.10 地区別観光入込客数と観光消費額の推移



出典：平成20年佐賀県観光客動態調査より作成

県外からの観光客のほうが多い。隣県に福岡という大人口圏を抱えているため、福岡県からの観光客が全体の30%と大きなウェートを占めている。これは、佐賀県内からの観光客数に匹敵する規模である。その結果、圧倒的に日帰り観光客が多く、9割を超えている。

図表3.1.11 平成20年県内・県外別入込客数と日帰り・宿泊別入込客(千人)



出典：平成20年佐賀県観光客動態調査より作成

吉野ヶ里歴史公園が集客力の高い観光施設となっている。福岡県からのアクセスも近いため、観光客数は近年大きく伸びている。

図表3.1.12 主な観光施設の利用状況(人)

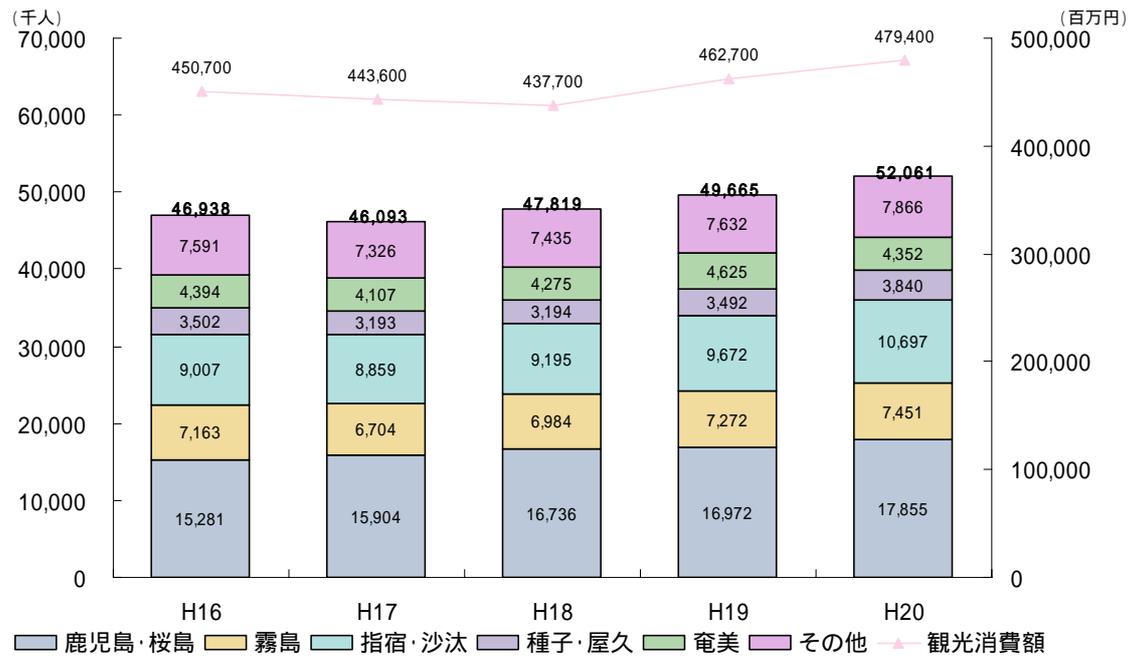
市町村名	施設名	H19利用者計	H20利用者計
佐賀市	県立博物館	40,613	38,970
	県立美術館	133,919	134,358
	佐賀城本丸歴史館	161,411	156,290
唐津市	唐津城	120,107	124,673
	唐津曳山展示場	84,778	97,243
	波戸岬海中展望塔	68,118	61,111
	名護屋城博物館	112,012	82,785
多久市	多久聖廟	42,755	40,660
武雄市	県立宇宙科学館	209,866	195,672
神埼市・吉野ヶ里町	吉野ヶ里歴史公園	593,759	646,509
有田町	九州陶磁文化館	71,197	62,905

出典：統計佐賀(月報)より作成

(5) 鹿児島県

観光入込客数は順当に伸びており、ここ5年で1割以上増えている。地区別に見ると、鹿児島・桜島地区が伸びており、大河ドラマ等の影響があるものと思われる。観光消費についても他の県が減少傾向にある中、増加している。

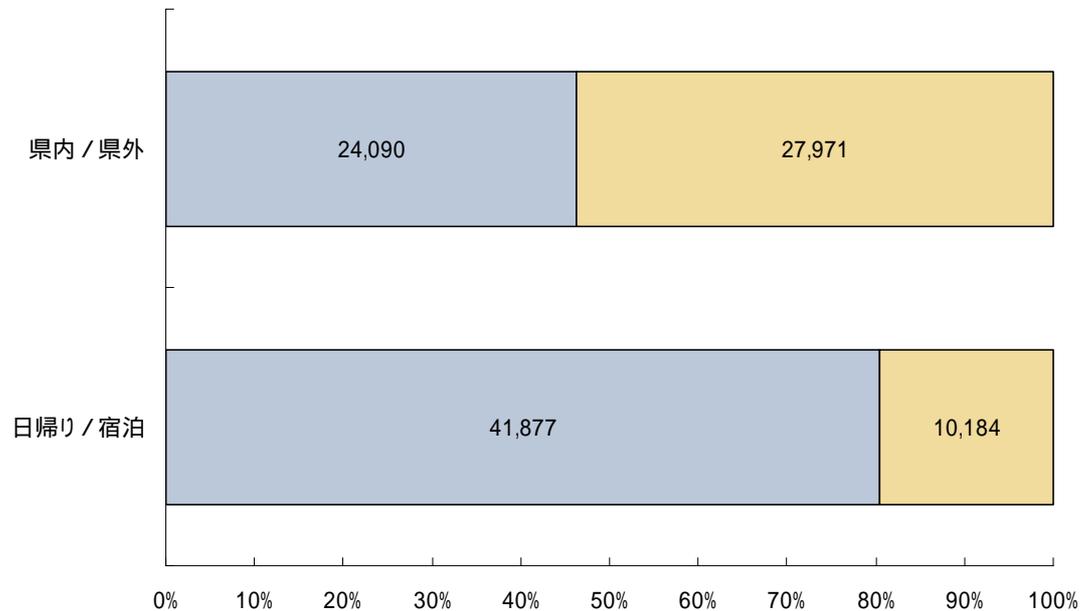
図表3.1.13 地区別観光入込客数と観光消費額の推移



出典：平成20年鹿児島県観光統計より作成

県外客のほうが県内客と比べて多い。九州新幹線の開通や大河ドラマ効果で日帰り・宿泊ともに県外からの入込客数が増加している。

図表 3.1.14 平成20年県内・県外別入込客数と日帰り・宿泊別入込客(千人)



出典：平成20年鹿児島県観光統計より作成

鹿児島市内の観光施設で「篤姫館」(平成20年1月～平成21年3月まで)が期間限定で開館し、約67万人を集客した。その影響もあり、「カゴシマシティビュー」「維新ふるさと館」は過去最高の利用者人数となった。

図表 3.1.15 主な観光施設の利用状況(人)

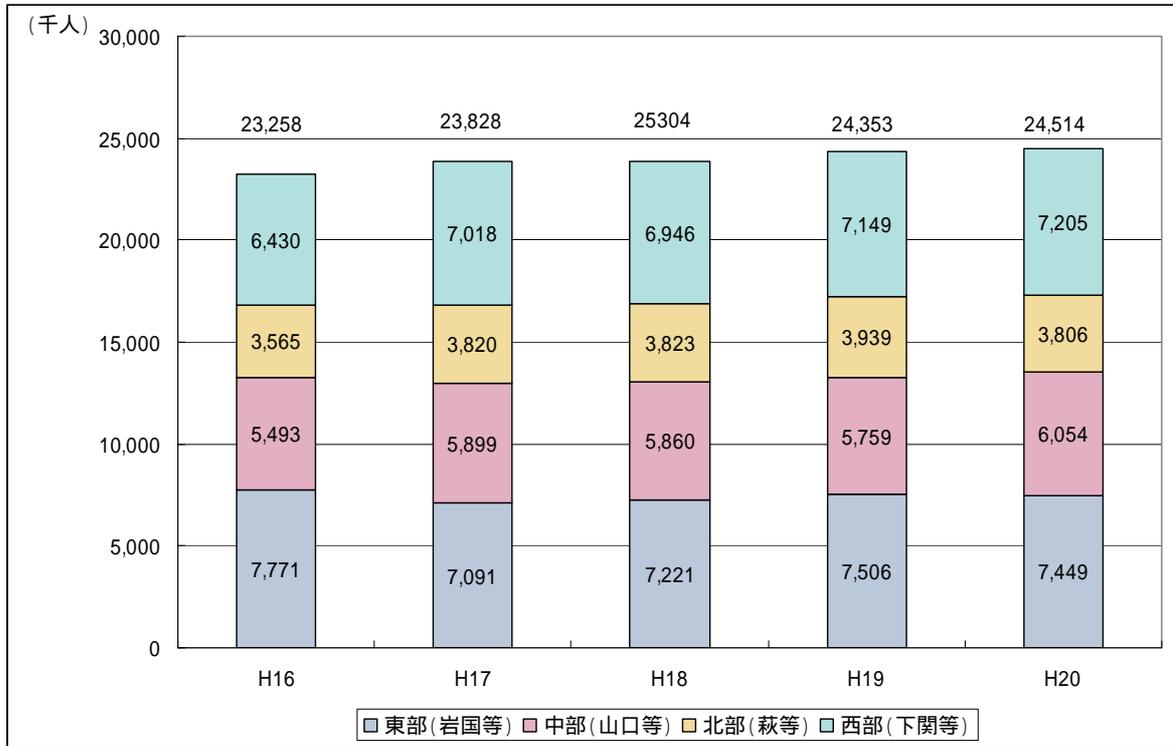
市町村名	施設名	H19利用者計	H20利用者計
鹿児島市	カゴシマシティビュー	195,065	268,518
	維新ふるさと館	140,920	168,167
	かごしま水族館	693,454	705,742
	平川動物公園	444,164	417,841
	桜島ビジターセンター	55,288	54,280

出典：平成20年鹿児島市観光統計より作成

(6) 山口県

観光入込客数(一時イベント除く)は微増を続けている。地区別では下関市を中心とする西部地区や山口市を中心とする中部地区が伸びている。

図表 3 . 1 . 1 6 地区別観光入込客数の推移

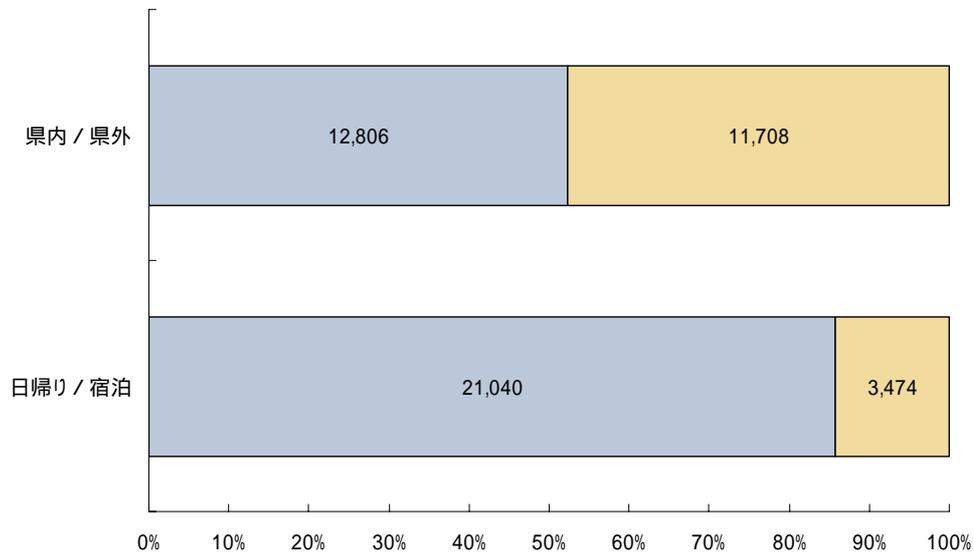


注：平成19年の合計数字は国民文化祭の来場者を足した数字

出典：平成20年山口県観光客動態調査より作成

県内客と県外客がほぼ同じ比率であるが、県外客は減り続けている。それに伴って宿泊客の比率も低下し続けている。

図表 3.1.17 平成20年県内・県外別入込客数と日帰り・宿泊別入込客(千人)



出典：平成20年山口県観光客動態調査より作成

図表 3.1.18 主な観光施設の利用状況(人)

市町村名	施設名	H19利用者計	H20利用者計
萩市	萩博物館	89,326	101,853
	旧久保田家住宅	104,327	84,387
	萩城跡指月公園	67,196	87,114
	松陰神社	591,037	550,762
	道の駅「萩しーまーと」	1,500,804	1,485,988
下関市	火の山	201,192	226,615
	巖流島	60,793	58,567
	市立水族館「海響館」	630,612	638,674
	道の駅「螢街道西ノ市」	642,317	668,678
岩国市	錦帯橋	746,408	747,416
美祿市	秋芳洞・秋吉台	915,138	848,661
	秋吉台サファリランド	209,459	207,616
山口市	道の駅「きらら あじす」	784,638	889,480

出典：平成20年山口県観光客動態調査より作成

3 - 2 近代化産業遺産をめぐる動向

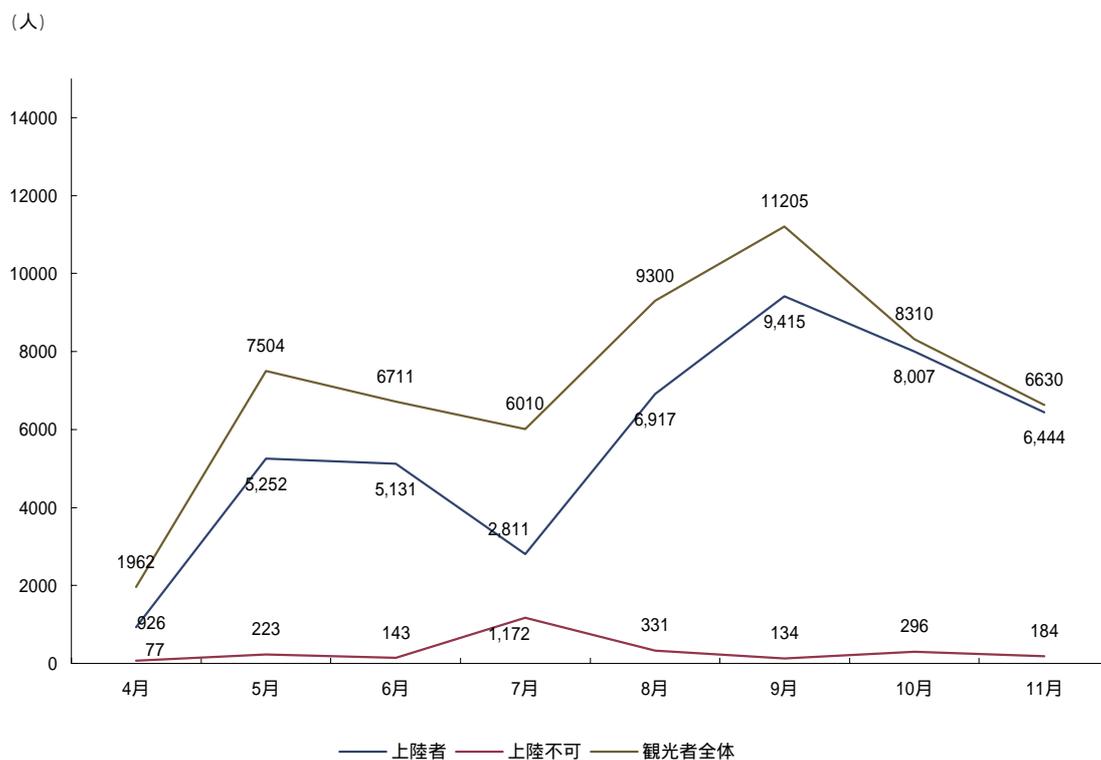
(1) 長崎・端島ツアーのインパクト

本調査の対象地域でもある長崎エリアにある端島（通称は軍艦島）は昭和 49 年の閉山に伴い 35 年間無人であったが、平成 21 年 4 月 22 日より上陸が解禁となり見学ツアーが行なわれるようになった。

集客数の推移

長崎市においては、平成 21 年度の集客を 5 万人、平成 22 年度は 5 万 5 千人程度と予測している。端島への来訪者は県外がほとんどで福岡と首都圏の人が多く。平成 21 年 4～5 月に行われたアンケートでは、来訪者の 90.6%が長崎県外の居住者であった（市内 4.7%、長崎市以外の県内 4.5%）。

図表 3.2.1 端島上陸者の推移



出典：長崎市提供資料より作成

来訪者は端島を目的として訪れる人が多く、首都圏からの観光客は 1 泊 2 日が通常である。海外については欧米人（フランス・イギリス・イタリア）の興味が深い。航空機の海外機内誌に登場したことで海外から取材も来るようになった。

ツアー参加者の評判等

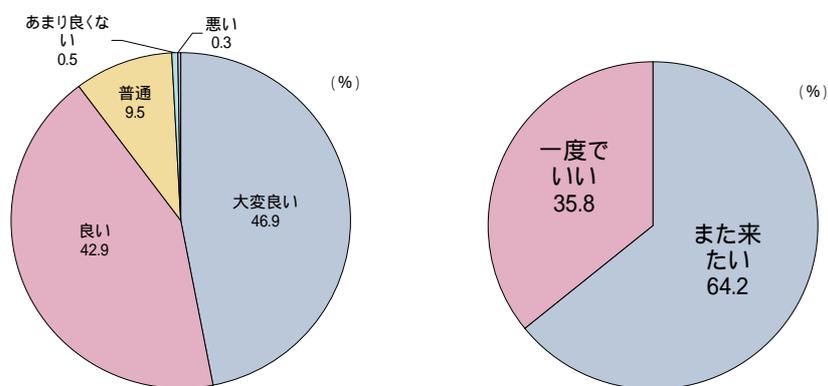
端島上陸者へのアンケートの結果によれば、上陸の印象について「大変よい」と「良い」を合わせて9割近くが好印象を持っている。主な理由としては、想像した以上に迫力があり感動した、神秘的な魅力を感じた、等が挙げられた。

また、「また来たい」という人が約3分の2となっている。その理由として、友人や家族もつれて上陸したいという声もあった。産業遺産を見た人が、自分の感動を他の人にも伝えたいという欲求であり、今後のプロモーション方策の参考になる意見である。

図表 3.2.2 端島上陸者の感想(1)

【端島に上陸しての印象】

【端島への上陸について】

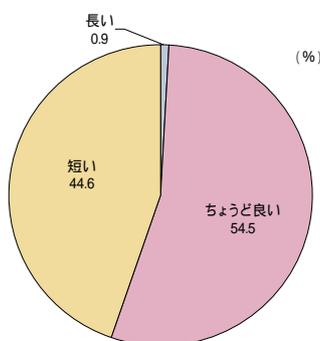


出典：長崎市資料（端島上陸者、平成21年4月22～5月18日のアンケート）

一方、見学時間については、「短い」という回答が多く、来訪者が物足りない感覚があると推察される。見学範囲が限られていることを不満とする意見も多く挙げられており、上陸以外の産業遺産関連での体験も含めて満足度を上げる工夫が必要と考えられる。

図表 3.2.3 端島上陸者の感想(2)

【見学時間はどうでしたか？】



出典：長崎市資料（端島上陸者、平成21年4月22～5月18日のアンケート）

課題や最近の動き

端島は船の関係で一日最大 1,000 人しか上陸できない。

また、天候の影響で上陸できる日は 365 日中 200 日程度である。従って、上陸できなかった人にも満足してもらえるような対応が課題となっている。その際には、長崎の魅力(歴史・文化・食など)を伝えていくことが重要となる。

端島ツアーを行う船会社にはそれぞれガイドがいるが、端島出身者が担当している例は 1 名だけである。船会社間でインタープリテーション にムラがあるとの指摘もある。

なお、最近、端島出身者の同窓会が開催されたとのことである(平成 22 年 1 月)。この同窓会の参加者は 50 代から 80 代の人々が中心であった。こうした動きが出てきたことは注目される。

インタープリテーションとは、ガイドや教師(インタープリター)が、直接体験や教材を通じて、自然・文化・歴史を分かり易く人々に伝えること

経済効果の推計

端島ツアーの客単価は 4,000 円程度である。内訳は、入場料(大人 300 円、子供 150 円)船代 4,000 円。船会社は現在 5 社あり、船会社に年 2 億円の収入になる。

端島クルーズについて、(財)ながさき地域政策研究所は、平成 21 年度の経済波及効果を約 17 億 8 千万円と推計している(うち直接効果 10 億 6 千万円)。

図表 3 . 2 . 4 端島クルーズによる経済波及効果の算出

分類	設定数値	根拠
前提条件	平成 21 年度の年間参加者数 約 75,000 人 うち上陸者数 54,000 人	4~9 月のクルーズ参加実績をもとに推計。
	参加者の居住地別内訳 市内 5.3% 県内(市内を除く) 5.7%、 県外 89.0%	アンケート結果(平成 21 年 5 月 25 日~6 月 7 日実施、回答 1,308 件)からの設定。
	平均消費額 市内 2,779 円/人 市外 14,242 円/人	既存統計
経済波及効果	総合効果 約 17 億 8 千万円 うち直接効果 約 10 億 6 千万円 波及効果 約 7 億 2 千万円	詳細不明

出典：(財)ながさき地域政策研究所「軍艦島クルーズによる経済波及効果について」平成 21 年 11 月 6 日

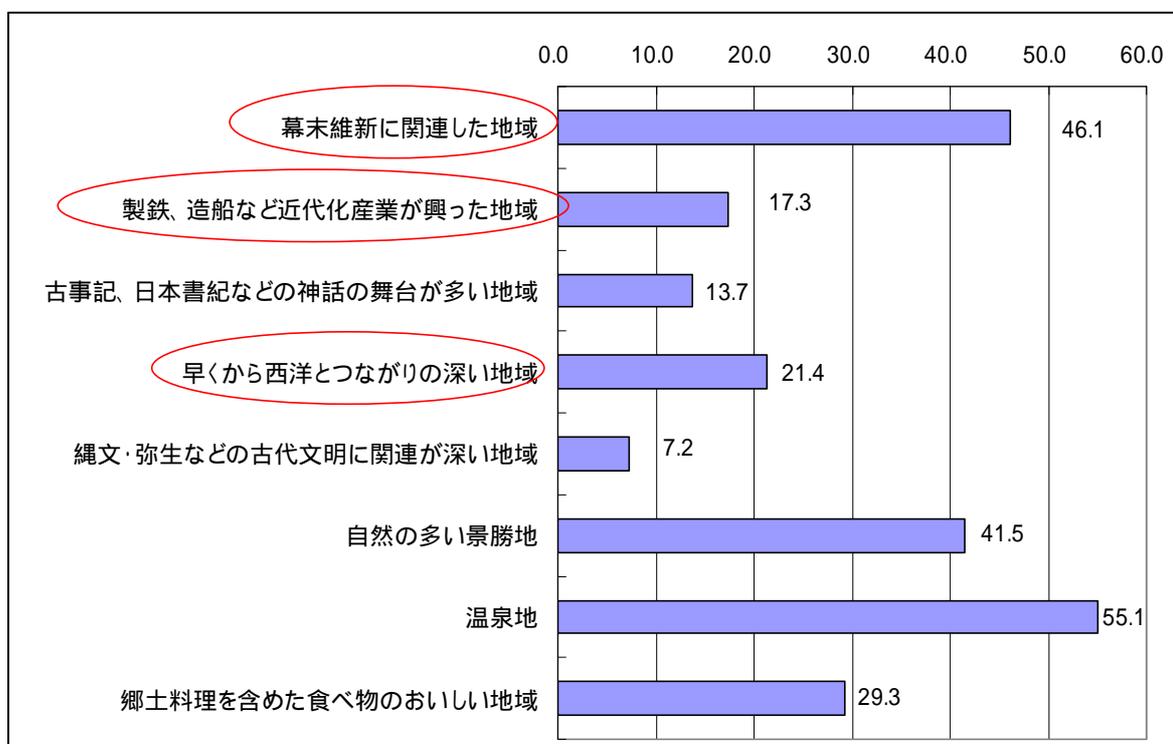
(2) 九州・山口の近代化産業遺産群への関心度合い

本調査では、経済効果の推計のために全国の人に対するインターネットアンケート調査を実施した(詳細は、4.において後述)。その結果から、近代化産業遺産群への関心について紹介する。

九州・山口のイメージ

九州・山口に対するイメージについて尋ねたところ、「幕末維新に関連した地域」、「製鉄・造船など近代化産業が興った地域」、「早くから西洋とつながりの深い地域」といった回答が多かった。これらはいずれも近代化産業遺産群に関連したものであり、今後、九州・山口の近代化産業遺産群をアピールしていく上での手がかりと考えられた。

図表3.2.5 九州・山口に対するイメージ



注：回答者はインターネット調査のモニター登録者のうち3,405人
出典：インターネットアンケート結果(平成22年3月上旬実施)

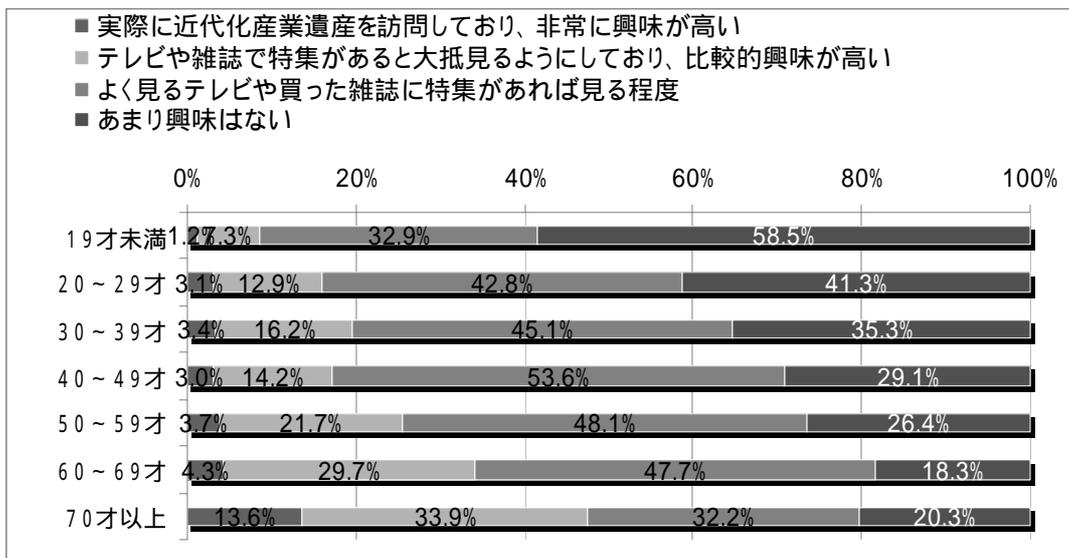
年齢階層、性別、居住地別に見た関心度合い

次に、回答者の年齢階層別、性別、居住地域別（九州・山口の域内と域外）にみると以下のような結果が得られた。

・年齢階層別の特徴

まず、近代化産業遺産群への関心の度合いを尋ねたところ、年齢が高い世代ほど、近代化産業遺産群への関心が高くなる傾向が明らかであった。

図表 3.2.6 年齢階層別の近代化産業遺産群への関心度合い

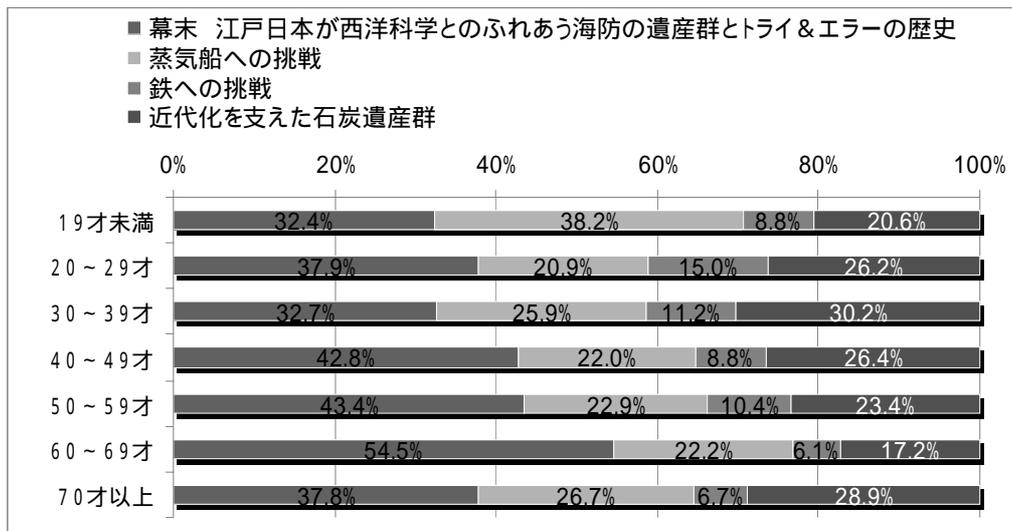


注：回答者はインターネット調査のモニター登録者のうち 3,405 人
出典：インターネットアンケート結果（平成 22 年 3 月上旬実施）

次に、九州・山口の近代化産業遺産のどのストーリーに興味があるかについて尋ねた。その結果、40 歳代を分岐点として「幕末 江戸日本が西洋科学とのふれあう海防の遺産群とトライ&エラーの歴史」への関心が年齢とともに高くなっている（70 代を除く）。一方で、30 代をピークとして、「近代化を支えた石炭遺産群」への関心が高いことも特徴的である。

なお、本設問は、写真を提示しつつ尋ねているため、回答結果には写真のビジュアルイメージが影響している可能性がある。すなわち、「近代化を支えた石炭遺産群」については、端島（廃墟と海上に浮かぶ写真）や山本作兵衛の絵画の写真を示したものであり、このビジュアルイメージが 30 代を中心としてインパクトを与えたとも考えられる。「幕末 江戸日本が西洋科学とのふれあう海防の遺産群とトライ&エラーの歴史」は、アヘン戦争や島津斉彬といったキーワードとともに提示したものであり、歴史好きの年輩者の関心をひいたとも考えられる。

図表 3.2.7 年齢階層別のしてみたい観光テーマ（ストーリー）

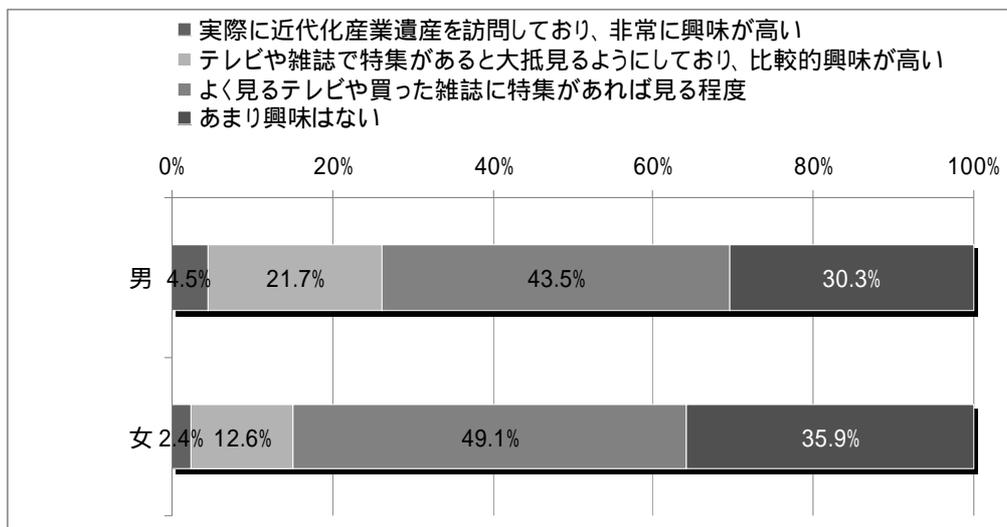


注：回答者はインターネット調査のモニター登録者のうち 3,405 人
 出典：インターネットアンケート結果（平成 22 年 3 月上旬実施）

・性別

性別にみると、男性のほうが近代化産業遺産群への関心が高い傾向にある。「非常に興味が高い」と「比較的興味が高い」を合わせた回答では、男性が 26% であるのに対し、女性は 15% で、約 6 割である。

図表 3.2.8 性別の近代化産業遺産群への関心度合い

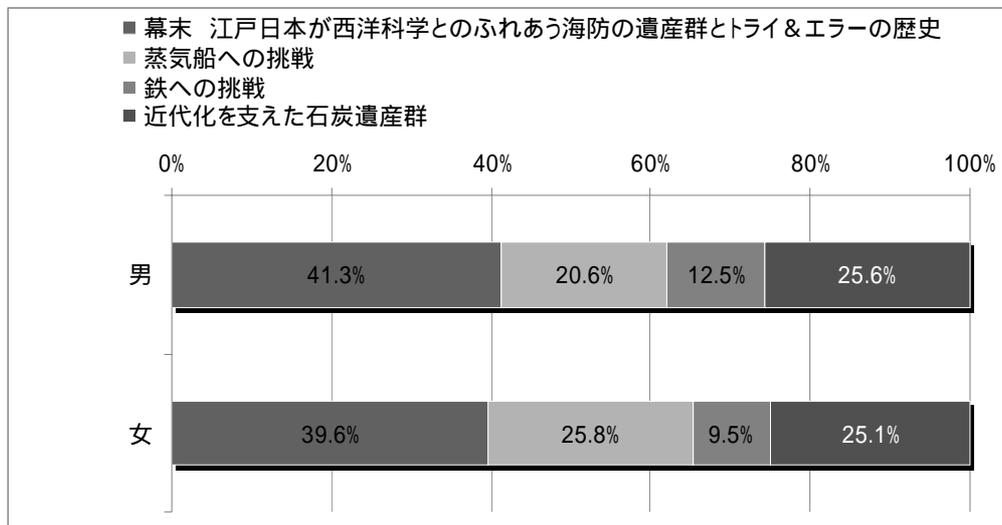


注：回答者はインターネット調査のモニター登録者のうち 3,405 人
 出典：インターネットアンケート結果（平成 22 年 3 月上旬実施）

九州・山口の近代化産業遺産のどのストーリーに興味があるかについて尋ねた結果をみ

ると、性別での差はあまりないが、「蒸気船への挑戦」については、男性よりも女性の関心割合が高い傾向にある。

図表 3.2.9 性別のしてみたい観光テーマ（ストーリー）

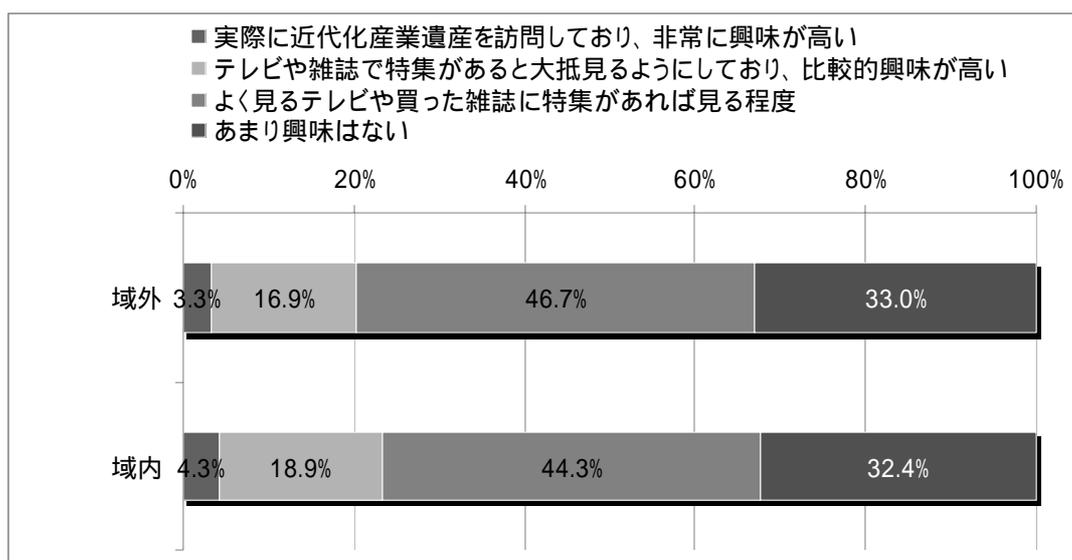


注：回答者はインターネット調査のモニター登録者のうち 3,405 人
出典：インターネットアンケート結果（平成 22 年 3 月上旬実施）

・居住地域（域内 / 域外）別

居住地域が九州・山口の域内か域外かについてクロス集計を行ったところ。両者には大きな差が見られなかった。「実際に近代化産業遺産を訪問しており、非常に興味が高い」人の比率は、域内者においては 4.3%であり、域外者の 3.3%に比べて 3 割ほど多い。

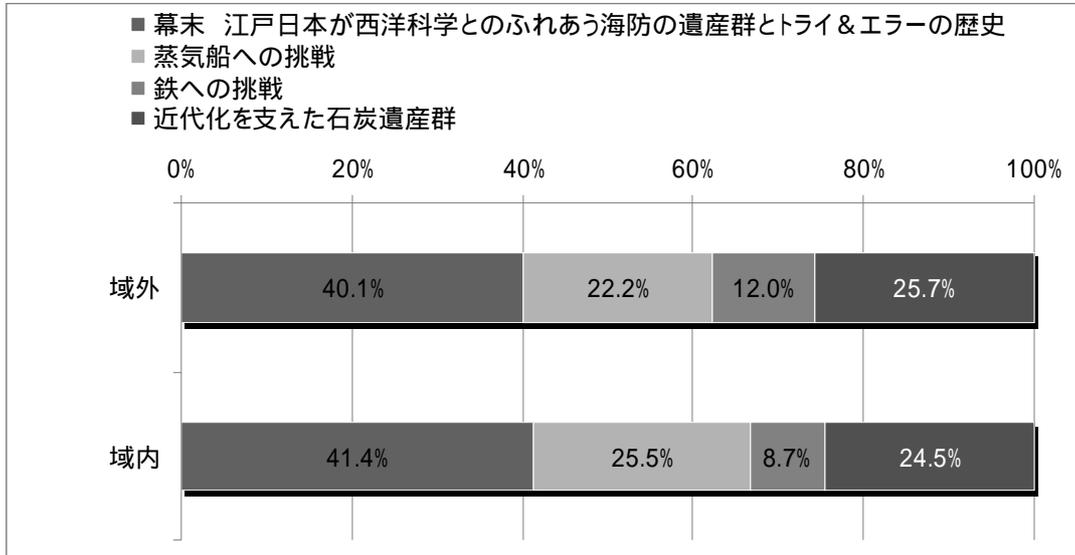
図表 3.2.10 居住地域別（域内 / 域外）の近代化産業遺産群への関心度合い



注：回答者はインターネット調査のモニター登録者のうち 3,405 人
出典：インターネットアンケート結果（平成 22 年 3 月上旬実施）

次に、九州・山口の近代化産業遺産のどのストーリーに興味があるかについて尋ねた結果をみると、域内と域外ではほぼ同様であり、差がない。

図表 3.2.11 居住地域別（域内/域外）のしてみたい観光テーマ（ストーリー）



注：回答者はインターネット調査のモニター登録者のうち 3,405 人

出典：インターネットアンケート結果（平成 22 年 3 月上旬実施）

4. 経済効果の算出

4 - 1 対象地域への集客予測

(1) 集客予測手法の事例

以下では、過去の他の集客施設の集客予測事例をもとに、一般的に集客予測で用いられる手法を記載する。今回調査で、適用可能なのは、類似事例の分析による予測、アンケート積上法による予測である。

他に集客施設の集客予測のためには、「ハフモデル」¹という手法があるが、同モデルは競合関係の影響を考慮する場合に有効なもので、周辺にいくつかの競合関係にある施設が存在しない今回のケースでは採用しないこととする。

類似事例の分析による予測

過去の類似施設や類似のイベントの実績をもとに、重回帰分析等によりモデルを構築し、推計式を作成する方法である。得られた推計式に推計対象の施設やイベントの条件値を代入し、当該施設等の来場者数を予測する。

重回帰分析の場合、次式のようなモデルとなる。

$$Y = a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots + a_n X_n + b$$

Yは、被説明変数の入場者数となり、 $X_1 \sim X_n$ が説明変数となる。通常、Xには、後背圏人口などの市場ポテンシャルを表す指標と施設規模などの対象施設の吸引力（魅力）を表す指標を採用する。それぞれの説明変数（X）の前のaは係数、bは定数項である。

モデル式の構造や説明変数は、多様なモデルや指標から選択することが可能となるため、多数のパターンから対象施設に適したモデルを構築することができる。

この手法は、既に類似施設や類似のイベント等が多数存在し、実績データが得られる場合に有効な手法となりうるが、類似の施設事例がないようなケースでは、適用は困難である。

アンケート積上法による予測

前述の類似事例による予測は、類似施設や競合関係にある施設が存在することがモデル構築の前提になるが、類似施設や競合施設が存在しない、あるいは、極めて少ない場合、

¹ ハフモデルとは、主として小売店舗の立地計画について、事前に集客力、売上高の予測を行うためのモデル式のことをいう。「ハフ」とは考案者のダビッド・L・ハフ氏から取られている。主に商業施設の集客予測に利用されるが、商業施設以外の集客施設についても、競合施設の影響を考慮する場合に有効である。

具体的には、ある店舗に消費者が買い物に出かける確率を、他の店舗との競合状況を考慮しながら予測するもの。消費者は、近くにある大きな店舗へ行くという一般的な傾向を前提にしており、ある店舗を選択する確率を、店舗の売場面積に比例し、そこまでの距離に反比例するものとして設定し、推計する。

予測モデルの構築が困難となる。

一方、一般消費者のアンケート結果に基づいて積上で予測する方法では、既存施設のデータからでは予測モデルの構築が困難な場合でも、アンケートにより来場意向等を把握することにより、予測を行うことができる。

具体的には、予測対象施設からの距離や回答者の属性別の来場意向を把握することにより、地域別・属性別の来場確率を推計し、地域別・属性別の人口を乗じることによって算出する。

アンケート積上法による予測は、明確な競合施設や類似施設が存在しない場合や、広域的に集客が期待できる施設等の予測を行う場合に有効である。

(2) 既存の世界遺産登録事例からの集客予測

重回帰モデルの開発

既存の世界遺産登録事例から、重回帰分析による登録初年度の入場者予測を行った。登録初年度の来客数 (Y) を被説明変数とし、人口ポテンシャル (X₁)、50km圏内空港の旅客数 (X₂)、200km圏内人口 (X₃) を説明変数とした。

説明変数は、下記の指標を示すものとして採用した。

- ・人口ポテンシャル (X₁) は、人口地理学的市場条件の高さを表す指標で、0～30km圏人口および30～50km圏人口を平均直線距離で割り引いたもの。当該施設の立地の良さを表す。

$$\text{人口ポテンシャル} = \frac{0\sim 30\text{km 圏内人口}}{0\sim 30\text{km 平均距離}} + \frac{30\sim 50\text{km 圏内人口}}{30\sim 50\text{km 平均距離}}$$

- ・50km圏内空港の旅客数 (X₂) は、広域的なアクセス性の良さを表す指標。
- ・200km圏内人口 (X₃) は、広域的な人口地理学的市場条件の高さを表す指標。

図表4.1.1 重回帰モデルに使用した類似事例データ

	遺産名	登録年度 客数 (Y)	人口ポテンシャル (X ₁)	アクセス性 (50km圏内空港の旅客数)	200km圏内 人口 (X ₃)
世界遺産実績	姫路城	1,019,845	160,424	0	36,808,028
	白川郷・五箇山の合掌造り集落	1,385,000	29,591	1,289,144	29,438,226
	原爆ドーム	1,442,000	229,446	62,601	16,950,248
	厳島神社	1,685,000	178,333	62,601	19,941,924
	日光の社寺	1,583,000	48,090	0	65,177,639
	石見銀山遺跡とその文化的景観	713,700	12,216	0	12,321,311

注：人口ポテンシャル (X₁) は合成指標であり単位はない。50km 圏内空港の旅客数 (X₂) の単位は「人」、200km 圏内人口 (X₃) の単位は「人」。

分析結果と予測

重回帰分析の推計結果は、以下の通りである。重決定係数 R^2 は、0.51 と説明力はあまり高くはないが、ある程度の傾向は示していると考えられた（図表 4 . 1 . 2 ）。

そこで、長崎地域を中心エリアと設定して初年度の来客数を予測したところ、登録初年度客数は 176 万人と推計された（図表 4 . 1 . 3 ）。

なお、推計の際にデータとして用いた既存の世界遺産登録は、「九州・山口の近代化産業遺産群」ほどに広域にわたる拠点群ではなく、ほぼ 1 地点のデータである点で相違がある。

「九州・山口の近代化産業遺産群」の場合には、拠点（施設等）が分散しているため、集客が各拠点到分散することが考えられ、1 拠点の数字としてはこの推計結果よりも低くなる可能性が高い。その一方で、世界遺産登録拠点を擁する地域が増えると、県内や近県からの集客が見込めるので集客可能性は高くなるので、「九州・山口の近代化産業遺産群」全体としては、1 地点だけの事例と比べて集客力が高まる可能性がある。

図表 4 . 1 . 2 重回帰分析の分析結果

重決定係数 $R^2 = 0.514$

得られた重回帰式

$$\text{登録年度客数 (人)} = 2.780 \times \text{人口ポテンシャル} + 0.310 \times \text{アクセス性} + 0.011 \times 200\text{km 圏内人口} + 608,128$$

注：重決定係数 R^2 とは、モデルのあてはまりの良さを示す指標であり、通常 0.8 以上程度であればあてはまりが良いとされるが、0.5 程度でもある程度の傾向は示していると捉えられる。

参考：詳細結果

回帰統計	
重相関 R	0.717
重決定 R ²	0.514
補正 R ²	-0.214
標準誤差	405726.281
観測数	6.000

分散分析表

	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	3	3.48574E+11	1.16191E+11	0.706	0.631
残差	2	3.29228E+11	1.64614E+11		
合計	5	6.77802E+11			

	係数	標準誤差	t	P-値
切片	608127.986	509291.800	1.194	0.355
人口ポテンシャル	2.780	2.275	1.222	0.346
アクセス(50km圏内)	0.310	0.386	0.803	0.506
200km圏内人口	0.011	0.010	1.072	0.396

図表 4 . 1 . 3 九州・山口の近代化産業遺産群の初年度来客予測結果

	遺産名	登録年度 客数(Y)	人口ポテンシャル(X_1)	アクセス性 (50km圏内空 港の旅客数)	200km圏内 人口(X_3)
世界遺産実 績	姫路城	1,019,845	160,424	0	36,808,028
	白川郷・五箇山の合掌造り集落	1,385,000	29,591	1,289,144	29,438,226
	原爆ドーム	1,442,000	229,446	62,601	16,950,248
	厳島神社	1,685,000	178,333	62,601	19,941,924
	日光の社寺	1,583,000	48,090	0	65,177,639
	石見銀山遺跡とその文化的景観	713,700	12,216	0	12,321,311
予測結果	九州・山口地域の近代化遺産群	1,761,950	50,980	2,743,000	15,217,086

注)九州・山口地域の近代化遺産群は、長崎地域の位置で推計した。

なお、一般にレジャー施設等の集客施設においては、開業初年度の訪問者数が最も多く、年とともに訪問者数が減少する傾向があるが、これまでの世界遺産登録地のデータをみるとそうした傾向は見られない(図表 2 . 2 . 8 参照)。

(3) アンケート積上法による訪問者数予測

訪問者数の推計手順

訪問者数の推計の手順は、以下に示す通りである。推計は、アンケート結果をもとにしているが、アンケート回答数値の妥当性を検証する作業を 3) で実施している点が特徴である。(図表 4 . 1 . 4 を参照)

- 1) アンケートで訪問意向を示している人の比率(訪問意向比率)を、15 歳以上の人口(地域別・年齢別)に乗じて「訪問意向者数」を推計する(地域別・年齢別に推計)。
- 2) アンケートでの訪問意向について、回答者自身に自己評価をしてもらい、「訪問実現確率」を算出し、人口に乗じて「訪問可能者数」を推計する(地域別・年齢別に推計)。
- 3) 九州・山口に訪問したことがない人の比率を「九州・山口訪問出向抵抗」、アンケートの「イエステンダンシー」(過去に実施したアンケート結果と実際の集客数の対比に基づく)による修正率をアンケートベース修正率として地域別に設定、訪問可能者数にこれらの修正率を乗じて「潜在訪問者数」を推計する。
- 4) 潜在訪問者数は訪問時期を特定していないため、アンケートで世界遺産登録初年度に訪問するという「初年度訪問比率」を乗じて、九州・山口全体への初年度訪問者数を推計する。さらに、初年度訪問者数の 1 年間の平均訪問回数に乗じて、九州・山口全体への「初年度延べ訪問者数」(1) を推計する。
- 5) モデル地域への訪問率を算出し、「モデル地域での初年度訪問者数」(2) を推計する。

- 1 初年度延べ訪問者数は、1人が1回旅行した場合を「1人」と数える。ある人が、1年に2回、旅行すれば「2人」と数える。ある人が1回に複数の箇所を回っても、「1人」と数える。単位は、「人・回」
- 2 モデル地域での初年度訪問者数は、ある1人がある1地域を訪問した場合を「1人」と数える。1人の人が1回の旅行で複数の箇所を訪問すると、それぞれの地域に「1人」と数えられる（例：1人の人が3地域をまわれば、それぞれの地域で「1人」と計算され、合計すると「3人」となる）。従って、訪問先地域別に集計すると、1の述べ訪問者数を上回る。

訪問者予測における前提と注意点

ここで行っている予測は、アンケートから得られた誘引可能性を評価した推計である。

それは、いわば目標設定のための予測値であると捉えるべきであり、何もしないで実現する数字ではない。以下に示すようなプロモーションや受入体制整備等が実施された場合に実現するものであり、ポテンシャルと言うべき数字であることに留意が必要である。特に、現在、観光地として十分認識されていない地域においては、プロモーションや受入体制整備が非常に重要となる。

ここでの訪問者予測は、以下のような前提のもと、得られた結果であるという点に留意する必要がある。

1)世界遺産登録に向けたプロモーションや体制整備の進展状況

本予測分析は、アンケート調査をベースに行ったものであるが、この前提としては、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産として登録された以後、他の既存の世界遺産と比して遜色のないプロモーションや施設整備が行われ、魅力のある施設群であることが十分に認知されることが前提となる。

プロモーションや誘致といった活動が不十分であると、観光施設としてのポテンシャルは有していてもポテンシャルに見合った顧客を誘引できないことは言うまでもない。

2)受け入れ態勢の整備の進展状況

プロモーションと合わせて観光客受け入れのための受け入れ態勢の整備も十分になされていることも前提となる。

アンケート調査による訪問者の予測は、ニーズベースからの予測であり、受け皿としての観光施設等のキャパシティ（収容可能人数、駐車場台数等）による限界を考慮していない。ニーズベースからの訪問者予測を実現するには、観光施設等の受け入れ側でそれだけの来訪者を受け入れられるような態勢を整備することが不可欠となる。

観光施設や駐車場の整備以外にも、施設周辺のアクセス道路や案内板、ビジターセンターの整備など広域的な周遊ルートの整備と誘導、各近代化産業遺産施設間の連携体制の整備なども課題となる。

3)構成資産と関連資産との違いによる地域ブランドへの影響

「世界遺産」は観光客誘致のためにはブランドとして働く。その際、世界遺産の構成資産ではない関連資産の場合にどの程度のブランド価値になるかは定かではない。

筑豊地域の近代化産業施設は、世界遺産の構成資産ではなく、関連資産として想定されていることに留意が必要である。本調査では、構成資産と関連資産を区別することなくアンケートしているため、集客数自体は過大評価となっている可能性がある。

筑豊地域の集客数として記載されている数値を達成するためには、上述したプロモーションや整備に加えて、関連資産であっても、構成資産とともに一体として「世界遺産」であるという認識を持ってもらうようなプロモーション戦略が課題となる。

4)インバウンドにおける不透明要因

インバウンドの推計にあたっては、観光庁が提示する中長期予測を基本として用いたが、為替環境や経済状況、ビザ発給の方針等によって観光客数は増減する可能性が高い。

例えば、中国人の個人観光ビザの緩和は今後進むものと考えられ、訪日観光客の増大要因としてインパクトの大きな環境変化要因であるが、政策に左右されることであり、不透明である。

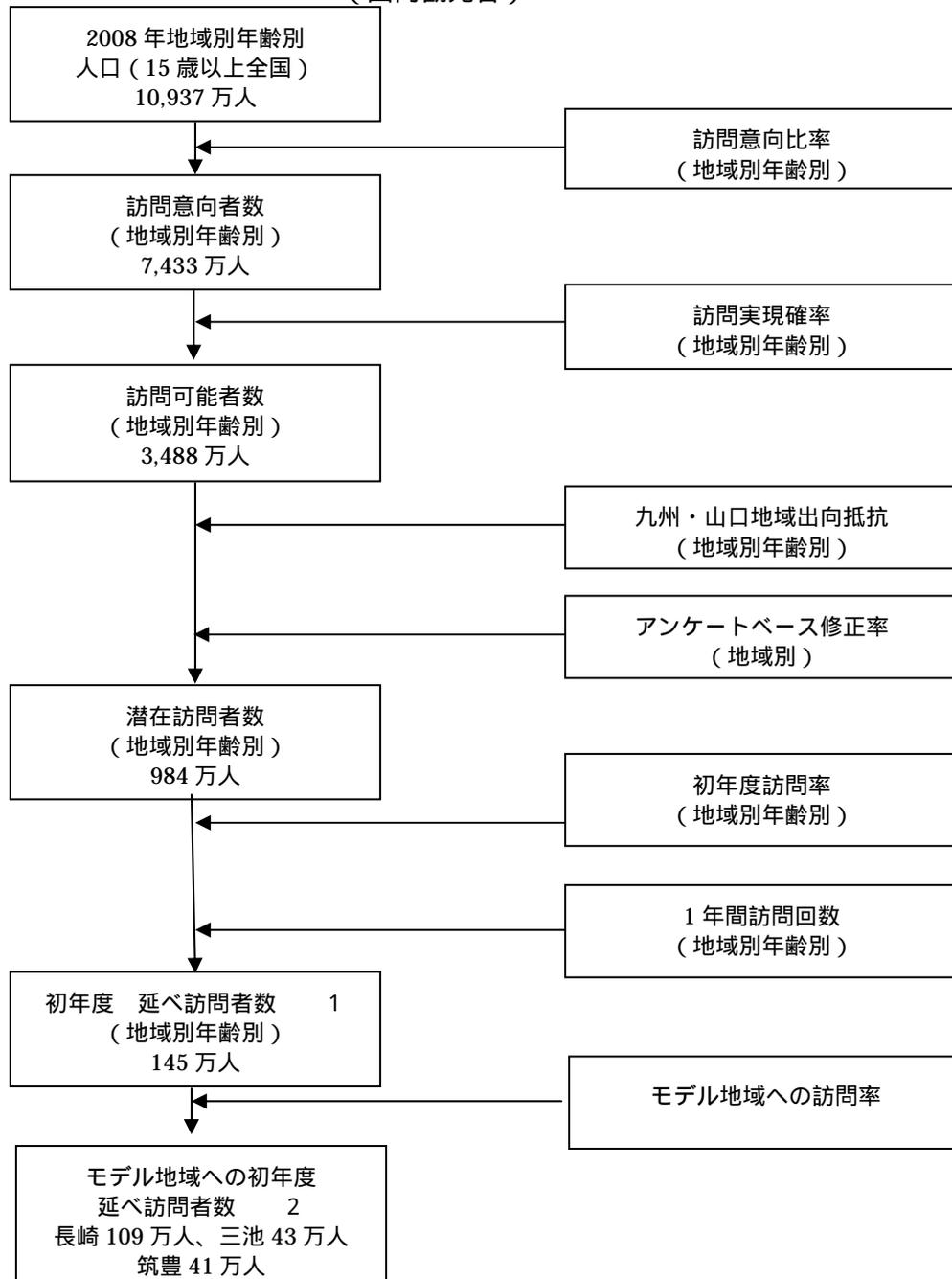
また、日本への来訪者のうち九州を訪問する人の割合も変化する可能性がある。現在、韓国人において約4分の1と高く、中国人は4%強と低位にとどまっているが、この比率は今後変化する可能性がある。特に中国人の日本観光のリピーターが増えることによって、九州を訪問する人の割合が高まると考えられる。

5)教育旅行等の不透明要因

本調査での訪問者予測では、個人としての観光旅行のポテンシャルを見込んだものであり、教育旅行や企業の研修旅行など、個人の意向とは異なるところで設定される旅行需要は見込んでいない。修学旅行による訪問者は、どの程度修学旅行を誘致できるかによって決まるが、それは旅行代理店や学校等への誘致活動の結果によって大きく左右され、不透明な部分が大きいため、今回の予測対象からは除いている。

なお、修学旅行者数は、沖縄県は40万人台、広島県は50万人台で推移しており、今後、九州・山口が近代化産業遺産をめぐる魅力的な教育旅行のテーマを打ち出し、効果的に誘致できれば、訪問者数としての上乗せが期待できる。

図表 4 . 1 . 4 訪問者数推計のフロー
(国内観光客)



- 1 初年度延べ訪問者数は1人が1回旅行した場合を「1人」と数える。ある人が、1年に2回旅行すれば「2人」と数え、ある人が1回に複数の箇所を回っても「1人」と数える。
- 2 モデル地域での初年度訪問者数は、ある1人がある1地域を訪問した場合を「1人」と数える。1人の人が1回の旅行で複数の箇所を訪問すると、それぞれの地域に「1人」と数えられる(例: 1人の人が3地域をまわれば、「1人」が3地域でカウントされる)。

前提条件

1) 地区区分の考え方

「九州・山口の近代化産業遺産群」は、九州・山口に分布することから、九州・山口は、県別に区分し、その他の地域に関しては、北海道、東北、関東、甲信越、北陸、近畿、四国、中国（山口県を除く）の地域区分とした。

2) 地域別の人口

最新の人口として2008年総務省人口推計を用いた。地域別年齢別人口は以下の通りで、全国合計で10,937万人である。

図表4.1.5 地域別年齢別人口

(単位：千人)

地域	年齢	人口
北海道	15～29歳	872
	30～49歳	1,448
	50歳以上	2,540
東北	15～29歳	1,476
	30～49歳	2,338
	50歳以上	4,381
関東	15～29歳	7,137
	30～49歳	12,406
	50歳以上	16,960
東海	15～29歳	2,513
	30～49歳	4,219
	50歳以上	6,290
甲信越	15～29歳	814
	30～49歳	1,378
	50歳以上	2,517
北陸	15～29歳	466
	30～49歳	794
	50歳以上	1,399
近畿	15～29歳	3,447
	30～49歳	5,696
	50歳以上	8,823
中国(山口除く)	15～29歳	961
	30～49歳	1,548
	50歳以上	2,793
四国	15～29歳	582
	30～49歳	984
	50歳以上	1,929
山口県	15～29歳	212
	30～49歳	344
	50歳以上	721
福岡県	15～29歳	891
	30～49歳	1,317
	50歳以上	2,145
佐賀県	15～29歳	140
	30～49歳	204
	50歳以上	386
長崎県	15～29歳	217
	30～49歳	346
	50歳以上	681
熊本県	15～29歳	288
	30～49歳	433
	50歳以上	843
大分県	15～29歳	179
	30～49歳	287
	50歳以上	573
宮崎県	15～29歳	172
	30～49歳	268
	50歳以上	538
鹿児島県	15～29歳	262
	30～49歳	399
	50歳以上	817
合計		109,374

3) 九州・山口の近代化産業遺産群の概要

本推計の各パラメーターの根拠となるアンケート調査は、現状の九州・山口の近代化産業遺産群の概要を写真とともに簡略に説明し、この遺産群が世界遺産登録されたと仮定した場合の訪問意向に基づいて訪問者数を予測している。

4) インターネットアンケート調査

本推計は、モニターを対象としたインターネットアンケート調査結果に基づいて訪問者数を予測している。全体で3,405件のアンケートを行い、調査対象としては、北海道、東北、関東、東海、甲信越、北陸、近畿、中国（山口除く）、四国、九州・山口における年代別3区分を対象として、図表4.1.6に示す割り付けのもと調査を行った。

サンプル数の観点では、統計的にみて、全体的な傾向を把握するには十分なサンプル数が確保されている。具体的には、3,405件のサンプル数での統計誤差（ ）は単純計算で約1.7%であり、有意性を担保できる水準である。例えば、新聞の世論調査は通常3,000票程度で実施されている。また、後述の計算上では、クロス集計を行っての分析も実施しているが、当該分析を行う上ではクロス集計を行うことで想定される誤差の拡大を、全体平均値との中間値を取ることで抑えている。

標本調査において認められる誤差範囲のことで、標本数をNとすると $1/\sqrt{N}$ で表わされる。標本数が多いほど、統計的な確からしさが向上するため、Nが多いほど統計誤差は小さくなる。

調査対象

図表 4.1.6 地域別年齢別回答者数

		回答数	%
全体		3405	100.0
1	北海道 15～29歳	93	2.7
2	北海道 30～49歳	91	2.7
3	北海道 50歳以上	95	2.8
4	東北 15～29歳	90	2.6
5	東北 30～49歳	91	2.7
6	東北 50歳以上	94	2.8
7	関東 15～29歳	89	2.6
8	関東 30～49歳	88	2.6
9	関東 50歳以上	94	2.8
10	東海 15～29歳	91	2.7
11	東海 30～49歳	90	2.6
12	東海 50歳以上	93	2.7
13	甲信越 15～29歳	87	2.6
14	甲信越 30～49歳	93	2.7
15	甲信越 50歳以上	93	2.7
16	北陸 15～29歳	90	2.6
17	北陸 30～49歳	91	2.7
18	北陸 50歳以上	95	2.8
19	近畿 15～29歳	93	2.7
20	近畿 30～49歳	88	2.6
21	近畿 50歳以上	99	2.9
22	中国（山口除く） 15～29歳	89	2.6
23	中国（山口除く） 30～49歳	93	2.7
24	中国（山口除く） 50歳以上	94	2.8
25	四国 15～29歳	92	2.7
26	四国 30～49歳	87	2.6
27	四国 50歳以上	93	2.7
28	山口・九州 15～29歳	308	9.0
29	山口・九州 30～49歳	300	8.8
30	山口・九州 50歳以上	321	9.4

調査方法

インターネットアンケート調査会社のアンケートモニターに対する Web アンケートを調査手法として採用した。

遂行に際しては、一般的な年齢別の回収率を鑑み、登録モニター（約 130 万人、2010 年 3 月時点）の中から各セグメント（例えば北海道 15～29 歳など）ごとにアンケート回答を依頼。セグメントごとに目標とする回答数を設定し、目標に達した場合、当該セグメントについての回答を締め切った。結果として、九州・山口域外では各セグメントとも 90 程度、九州山口域内では各セグメントとも 300 程度の回答数となっている。

調査期間

平成 22 年 3 月上旬

主な調査項目

- 問 1. 九州・山口の「観光」イメージ
- 問 2. 九州・山口観光訪問経験
- 問 3. 九州・山口訪問先
- 問 4. 宿泊施設選択理由
- 問 5. 文化遺産への興味
- 問 6. 過去 5 年の文化遺産訪問経験
- 問 7-1. 「近代化産業遺産」の認知
- 問 7-2. 近代化産業遺産に対する興味
- 問 8. 過去 5 年の近代化産業遺産訪問経験
- 問 9. 九州・山口の近代化産業遺産群に対する認知
- 問 10. 九州・山口の近代化産業遺産群への興味
- 問 10-1. 筑豊地域に行く場合の訪問施設
- 問 10-2. 筑豊地域に行く場合の地元宿泊意向
- 問 10-3. 三池地域に行く場合の地元宿泊意向
- 問 10-4. 長崎地域に行く場合の訪問施設
- 問 10-5. 長崎地域に行く場合の地元宿泊意向
- 問 11. 九州・山口の近代化産業遺産群の旅程別訪問意向
- 問 12. 有明海沿岸道路・九州新幹線全面開通による旅程別の訪問意向変化
- 問 13. 九州・山口の近代化作業遺産群観光で重視する項目
- 問 14. 九州・山口への観光訪問意向
- 問 15. 世界遺産登録された場合の九州・山口への訪問意向
- 問 16. 九州・山口訪問する場合の観光テーマ
- 問 17. 世界遺産登録された場合の九州・山口の近代化産業遺産群への訪問意向
- 問 18. 九州・山口の近代化産業遺産群への訪問年度
- 問 19. 九州・山口の近代化産業遺産群への年間訪問回数
- 問 20. 九州・山口の近代化産業遺産群への訪問同行者
- 問 21. 九州・山口の近代化産業遺産群への訪問人数
- 問 22. 九州・山口訪問の際の宿泊地域
- 問 23. 九州・山口宿泊予算
- 問 24. 九州・山口の近代化産業遺産群訪問の際の宿泊日数
- 問 25. 九州・山口観光のトータル予算
- 問 26. 九州・山口への交通手段
- 問 27. 九州・山口内の交通手段
- 問 28. 「九州・山口の近代化産業遺産群」への訪問確率

<参考資料> アンケート調査設問（１） 問１～問１０

問1. あなたは、九州・山口地域について、どのような「観光」のイメージを持ちますか、（は3つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 幕末維新に関連した地域 製鉄、造船など近代化産業が興った地域 古事記、日本書紀などの神話の舞台が多い地域 早くから西洋とつながりの深い地域 縄文・弥生などの古代文明に関連が深い地域 自然の多い景勝地 温泉地 郷土料理を含めた食べ物のおいしい地域
問2. あなたは九州・山口地域に観光目的の宿泊旅行で行ったことがありますか、（は1つだけ） 【九州・山口域内の場合は「観光目的の宿泊旅行」で、居住されている県以外で九州・山口地域の他県に行ったことがありますか、に変更】	<ol style="list-style-type: none"> 今年行った 過去3年以内に行った 過去5年以内に行った 過去6年以上昔に行ったことがある 行ったことがない
【問3は問2で「1」から「4」にお答えの方にかがいます】 問3. その「観光目的の宿泊旅行」では、九州・山口地域のうち、どこに行かれましたか、（はいくつでも）	<ol style="list-style-type: none"> 福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 山口県
問4. あなたが宿泊施設を選んだ理由は何ですか、（は3つまで）	<ol style="list-style-type: none"> 宿泊施設の雰囲気（部屋など）が魅力的だから 料理が美味しいから 宿泊料金がリーズナブルだから 近隣に行きたい温泉地があったから 団体やバック旅行で決まっていたから 会社や知り合いの施設だったから 知人に強くすすめられたから いつもそこに決めてあるから その他
問5. あなたは、文化遺産（歴史上、芸術上、学術上重要な建造物・記念物・遺跡等）に興味がありますか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> いくつもの文化遺産を実際に訪問しており、非常に興味が高い テレビや雑誌で特集があると大抵見るようにしており、比較的興味が高い よく見るテレビや買った雑誌に特集があれば見る程度 あまり興味はない
問6. あなたは過去5年以内に文化遺産に行かれましたか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 今年行った 過去3年以内に行った 過去5年以内に行った 過去6年以上昔に行ったことがある 行ったことがない
問7 - 1. 文化遺産の中には、以下に示すような産業遺産というものがあります。このうち、特に近代化に関わる「近代化産業遺産」について、あなたはご存知ですか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 良く知っている ある程度は知っている あまりよく知らなかった 今回初めて知った
問7 - 2. あなたは近代化産業遺産に興味がありますか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 実際に近代化産業遺産を訪問しており、非常に興味が高い テレビや雑誌で特集があると大抵見るようにしており、比較的興味が高い よく見るテレビや買った雑誌に特集があれば見る程度 あまり興味はない
問8. あなたは過去5年以内に近代化産業遺産にどの程度行かれたことがありますか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 5つ以上行ったことがある 3、4つ程度は行ったことがある 2、3つ程度は行ったことがある 1つだけ行ったことがある 行ったことがない
問9. 九州・山口地域における近代化産業遺産群について、どの程度ご存知ですか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 詳細に知っている どういった近代化産業遺産があるかといった概要は知っている 近代化産業遺産群があるということは知っている 全く知らない
<p><九州・山口の近代化産業遺産群に関する説明 * > 写真入りで4ページ程度の説明文を掲載</p>	
問10. 九州・山口地域における近代化産業遺産群には、次のような近代化産業遺産があります。あなたはこの遺産に興味がありますか、（それぞれの番号1つに）* 萩の工業化初期の時代の関連遺産と徳川時代の文化背景（山口県） 集成館の先駆的工場群（鹿児島県） 佐賀藩の造船所施設（佐賀県） 三菱造船所施設、炭坑の島、その他関連遺産（長崎県） 下関砲台跡と築約灯台（山口県） 三池炭鉱、鉄道、港湾（福岡県・熊本県） 八幡製鐵所（福岡県） 筑豊炭田（福岡県）	<p>（各地域とも選択肢は以下で統一。）</p> <ol style="list-style-type: none"> 非常に興味がある 比較的興味がある 興味がある あまり興味はない 全く興味はない
【本設問は筑豊地域（福岡県）に対して、「非常に興味がある」、「比較的興味がある」、「興味がある」とお答えされた方にお伺いします。】 問10 - 1. 筑豊地域に行くとした場合、どういった施設に行ってみたいと思いますか、（はいくつでも）	<ol style="list-style-type: none"> 田川市石炭・歴史博物館（田川市） 田川市石炭記念公園（田川市） 田川市美術館（田川市） 中村美術館（田川市） 彦彦山神宮（添田町） 上野焼窯（福智町）
問10 - 2. 筑豊地域（福岡県）に行くとした場合、近代化産業遺産関連の施設がある周辺で宿泊すると思いますか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 市内（田川市、飯塚市、直方市）にぜひ宿泊してみたい 旅程によっては宿泊してもよい あまり宿泊はしたくない 宿泊しない わからない
【本設問は三池炭鉱、鉄道、港湾（福岡県、熊本県）に対して、「非常に興味がある」、「比較的興味がある」、「興味がある」とお答えされた方にお伺いします。】 問10 - 3. 三池地域（福岡県、熊本県）に行くとした場合、産業遺産関連の施設がある周辺で宿泊すると思いますか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> 市内（大牟田市、荒尾市）にぜひ宿泊してみたい 旅程によっては宿泊してもよい あまり宿泊はしたくない 宿泊しない わからない
【本設問は長崎地域に対して、「非常に興味がある」、「比較的興味がある」、「興味がある」とお答えされた方にお伺いします。】 問10 - 4. 長崎地域に行くとした場合、どういった施設に行ってみたいと思いますか、（はいくつでも）	<ol style="list-style-type: none"> 小菅修船場跡 三菱史料館 高島炭坑 端島炭坑 旧グラバー住宅 その他
問10 - 5. 長崎地域に行くとした場合、長崎地域で宿泊すると思いますか、（は1つだけ）	<ol style="list-style-type: none"> ぜひ宿泊してみたい 旅程によっては宿泊してもよい あまり宿泊はしたくない 宿泊しない わからない

*九州・山口の近代化産業遺産群や各地域の説明については、説明に用いた写真の著作権の関係から、掲載を割愛した（なお、アンケートへの写真利用については承諾を得ている）。

< 参考資料 > アンケート調査設問 (2) 問 1 1 ~ 問 2 0

問11. もしあなたが九州・山口地域へ近代化産業遺産に関連して旅行するとしたら、下記のような旅程で行きたいと思いませんか。(それぞれの番号1つに) 4泊5日プラン(福岡・三池 三角西港 熊本 鹿児島) 3泊4日プラン(福岡・三池 長崎) 3泊4日プラン(長崎・三池 鹿児島) 3泊4日プラン(北九州 筑豊 三池 長崎) 1泊2日プラン(北九州 筑豊 福岡) 1泊2日プラン(長崎 佐賀 三池) 1泊2日プラン(福岡 鹿児島) 1泊2日プラン(鹿児島 三池)	(各地域とも選択肢は以下で統一。) 1. 是非行きたい 2. できれば行きたい 3. わからない 4. あまり行きたいくない 5. 行きたいくない
問12. 有明沿岸道路・九州新幹線が全面開通すると、移動時間が短縮され、問11の観光ルートの日程内で行ける観光地を増やしたりすることができます。そうした場合、各旅程について行きたい度合いは変化しますか?(それぞれの番号1つに) 4泊5日プラン(福岡・三池 三角西港 熊本 鹿児島) 3泊4日プラン(福岡・三池 長崎) 3泊4日プラン(長崎・三池 鹿児島) 3泊4日プラン(北九州 筑豊 三池 長崎) 1泊2日プラン(長崎 佐賀 三池) 1泊2日プラン(福岡 鹿児島) 1泊2日プラン(鹿児島 三池)	(各地域とも選択肢は以下で統一。) 1. かなり高まる 2. 少し高まる 3. わからない 4. 変わらない 5. 低くなる
問13. もしあなたが再び九州・山口地域へ近代化産業遺産の観光に関連して旅行するとしたら、下記にあげる項目について、どのくらい重要視しますか。(それぞれの番号1つに) ビジターセンター等で、地域の産業遺産に加えほかの地域の産業遺産に関する資料や紹介をしっかりと受け取ることができる 案内版が整備されており、その産業遺産の内容が容易に理解でき、また、その場所にわかりやすくたどり着くことができる 産業遺産の近くに広く待たずに止められる駐車場等が整備されている 産業遺産の周辺の道路が整備されており、車の通行がしやすく、歩きやすくなっている	(各地域とも選択肢は以下で統一。) 1. かなり重視する 2. 少し重視する 3. わからない 4. あまり重視しない 5. 重視しない
問14. あなたは今後、観光目的で九州・山口地域に行ってみたいと思いませんか。(は1つだけ) [九州・山口域内の場合は「あなたは今後、観光目的の宿泊旅行で、居住されている県以外で九州・山口地域の他県に行ってみたいと思いませんか。」に変更] 問15. 今後、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録されたとしたら、近代化産業遺産(炭鉱、造船所、砲台跡、製鐵所等)を見ることを目的の一つとして九州・山口地域に行ってみたいと思いませんか。(は1つだけ) [九州・山口域内の場合は「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録されたとしたら、近代化産業遺産(炭鉱、造船所、砲台跡、製鐵所等)を見ることを目的の一つとして居住されている県以外で九州・山口地域の他県に行ってみたいと思いませんか。」「(は1つだけ)」に変更]	1. 是非行ってみたい 2. できれば行ってみたい 3. あまり行ってみたいと思わない 4. 行ってみたいと思わない 1. 是非行ってみたい 2. できれば行ってみたい 3. あまり行ってみたいと思わない 4. 行ってみたいと思わない
[問15で「1. 是非行ってみたい、および「2. できれば行ってみたい」とお答えの方に] 問16. 近代化産業遺産の観光を目的として九州・山口地域へ行くとしたら、主にどんなテーマの観光をしたいですか。(は1つだけ) [九州・山口域内の場合は「近代化産業遺産の観光を目的として居住されている県以外で九州・山口地域の他県へ行くとしたら、主にどんなテーマの観光をしたいですか。」「(は1つだけ)」に変更]	1. 幕末 江戸日本が西洋科学とふれあう 海防の遺産群とトライ&エラーの歴史 例)長州ファイブ 集成館(斉彬と地球儀)、萩の反射炉、前田砲台 2. 蒸気船への挑戦 例)三重津(佐野常民)、小菅修船場跡(グラバーと五代)、三菱史料館(岩崎弥太郎) 3. 鉄への挑戦 例)八幡製鉄所 鉄は国家なり 4. 近代化を支えた石炭遺産群 例)重慶島、三池、山本作兵衛の絵、炭坑の労働文化
問17. 今後、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録されたと仮定して、あなたが九州・山口地域の近代化産業遺産の観光に行く可能性はどれ位ありますか。(は1つだけ)	1. 行く 2. たぶん行く 3. 半々である 4. たぶん行かない 5. 行かない
[問17で「1」「2」「3」とお答えの方に伺います] 問18. あなたが九州・山口地域の近代化産業遺産に行くとするば、いつごろ行くと思いませんか。(は1つだけ)	1. 世界遺産登録になった初年度 2. 登録後2年目以降
問19. 九州・山口の近代化産業遺産群は、1日で全てを回るのは困難です。あなたは九州・山口地域に1年間に何回くらい行く可能性ありますか。(は1つだけ)	1. 1回以下(2年に1回など) 5. 4回 2. 1回 6. 5~6回 3. 2回 7. 7~9回 4. 3回 8. 10回以上
問20. あなたが九州・山口の近代化産業遺産群に行くとするば、誰と一緒に行くと思いませんか。(は1つだけ)	1. 一人で 2. 夫婦・恋人で 3. 親子で 4. 孫と子ども夫婦と3世代で 5. その他の家族・親戚で 6. 同性の友人・知人のグループで 7. 異性を含む友人・知人のグループで 8. 募集団体で 9. その他()

< 参考資料 > アンケート調査設問 (3) 問 2 1 以降

{問20で3 - 9と回答した方にお伺いします}	1. 2人 2. 3人 3. 4人 4. 5人 5. 6人以上
問21. 複数で行かれる場合、何名程度のグループで一緒に行かれますか。(は1つだけ)	1. 福岡県 2. 佐賀県 3. 長崎県 4. 熊本県 5. 大分県 6. 宮崎県 7. 鹿児島県 8. 山口県
問22. あなたが九州・山口地域に行くとするば、どこに泊まりたいと思いますか。(はいくつでも) 【九州・山口域内の場合は「あなたが居住されている県以外で九州・山口地域の他県に行くとするば、どこに泊まりたいと思いますか。(はいくつでも)」に変更】	1. なし(知人宅等) 2. 5000円以下 3. 5000円～7500円 4. 7500円～1万円 5. 1万円～1万5千円 6. 1万5千円～2万円 7. 2万円～2万5千円 8. 2万5千円～3万円 9. 3万円以上
問23. あなたが九州・山口地域で宿泊するとした場合、宿泊する施設の予算はどの程度ですか。一泊一人当たりの概算の料金を以下からお選びください。(は1つだけ) 【九州・山口域内の場合は「あなたが居住されている県以外で九州・山口地域の他県で宿泊するとした場合、宿泊する施設の予算はどの程度ですか。一泊一人当たりの概算の料金を以下からお選びください。(は1つだけ)」に変更】	1. 日帰り(宿泊しない) 2. 1泊 3. 2～3泊 4. 4～6泊 5. 7泊以上
問24. 九州・山口地域の近代化産業遺産の観光を目的として、同地域に行く場合、何泊くらいすると思いますか。(は1つだけ)	1. 10,000円未満 2. 10,000円以上20,000円未満 3. 20,000円以上30,000円未満 4. 30,000円以上50,000円未満 5. 50,000円以上100,000円未満 6. 100,000円以上150,000円未満 7. 150,000円以上200,000円未満 8. 200,000円以上
問25. あなたが九州・山口地域を観光目的で訪れる場合、1人あたりのトータル予算(宿泊、食事、遺産見学、その他旅行費用の合計金額をお答えください。ただし、九州・山口地域に行くまでの交通費は含みません)はいくらくらいだと思いますか。(は1つだけ)	1. 飛行機 2. 新幹線 3. 在来線 4. 自家用車 5. レンタカー 6. 貸切バス 7. 路線バス 8. 船 9. バイク、自転車 10. 徒歩 11. わからない (選択肢は同上)
問26. 九州・山口地域へは主にどのような交通手段を用いて行くと思いますか。(は1つだけ)	問27. 九州・山口地域内ではどのような交通手段を用いられると思いますか。(は1つだけ)
問28. 最後に、改めて「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産に登録されたとして、登録後3年間のうちにあなたが九州・山口地域に行く可能性をパーセンテージで教えてください。(数字を1つだけ で囲む)	(0～100までの数値を囲む)

パラメーターの設定

1) 訪問意向比率

インターネットアンケートにより得られた「九州・山口の近代化産業遺産群」への訪問意向比率(「行く」、「たぶん行く」、「半々である」の3ランク(問17)を採用)は以下の通りである。

地域別年齢別にみると、回答結果にバラツキがみられるため、各地域の数字と全体平均値(九州・山口外/内の別)との平均を取ることににより、補正を行った。

訪問意向者数は、7,433万人となった。

図表4.1.7 地域別年齢別の訪問意向比率の設定と訪問意向者数の推計結果

(単位:千人)

地域	年齢	人口	サンプル数	訪問意向比率(アンケート集計結果)				訪問意向比率(補正後)				訪問意向者数(推計結果)
				行く	多分行く	半々	合計	行く	多分行く	半々	合計	
北海道	15-29歳	872	93	6.5%	9.7%	41.9%	58.1%	5.3%	11.3%	42.4%	59.1%	515
	30-49歳	1,448	91	2.2%	13.2%	45.1%	60.4%	3.7%	13.5%	46.8%	64.0%	927
	50歳以上	2,540	95	3.2%	15.8%	48.4%	67.4%	3.6%	17.9%	47.1%	68.6%	1,743
東北	15-29歳	1,476	90	3.3%	14.4%	40.0%	57.8%	3.8%	13.7%	41.4%	58.9%	870
	30-49歳	2,339	91	4.4%	5.5%	46.2%	56.0%	4.8%	9.6%	47.4%	61.8%	1,446
	50歳以上	4,381	94	3.2%	13.8%	47.9%	64.9%	3.7%	16.9%	46.8%	67.4%	2,952
関東	15-29歳	7,137	89	6.7%	24.7%	32.6%	64.0%	5.5%	18.9%	37.7%	62.1%	4,429
	30-49歳	12,406	88	2.3%	13.6%	50.0%	65.9%	3.7%	13.7%	49.3%	66.8%	8,282
	50歳以上	16,960	94	4.3%	25.5%	34.0%	63.8%	4.2%	22.8%	39.9%	66.9%	11,339
東海	15-29歳	2,513	91	3.3%	9.9%	48.4%	61.5%	3.7%	11.5%	45.6%	60.8%	1,528
	30-49歳	4,219	90	7.8%	13.3%	38.9%	60.0%	6.5%	13.6%	43.8%	63.8%	2,692
	50歳以上	6,290	93	4.3%	24.7%	44.1%	73.1%	4.2%	22.4%	44.9%	71.5%	4,497
甲信越	15-29歳	814	87	0.0%	13.8%	40.2%	54.0%	2.1%	13.4%	41.6%	57.0%	464
	30-49歳	1,378	93	6.5%	10.8%	46.2%	63.4%	5.8%	12.3%	47.4%	65.5%	903
	50歳以上	2,517	93	3.2%	11.8%	49.5%	64.5%	3.7%	15.9%	47.6%	67.2%	1,691
北陸	15-29歳	466	90	1.1%	5.6%	46.7%	53.3%	2.6%	9.3%	44.8%	56.7%	264
	30-49歳	794	91	3.3%	15.4%	54.9%	73.6%	4.2%	14.6%	51.8%	70.6%	561
	50歳以上	1,399	95	2.1%	18.9%	52.6%	73.7%	3.1%	19.5%	49.2%	71.8%	1,004
近畿	15-29歳	3,447	93	6.5%	9.7%	49.5%	65.6%	5.3%	11.3%	46.2%	62.8%	2,166
	30-49歳	5,696	88	9.1%	14.8%	44.3%	68.2%	7.1%	14.3%	46.5%	67.9%	3,867
	50歳以上	8,823	99	2.0%	21.2%	47.5%	70.7%	3.1%	20.6%	46.6%	70.3%	6,202
中国(山口除く)	15-29歳	961	89	7.9%	16.9%	38.2%	62.9%	6.0%	14.9%	40.5%	61.5%	591
	30-49歳	1,548	93	8.6%	23.7%	53.8%	86.0%	6.9%	18.7%	51.2%	76.8%	1,189
	50歳以上	2,793	94	9.6%	26.6%	41.5%	77.7%	6.8%	23.3%	43.6%	73.8%	2,060
四国	15-29歳	582	92	2.2%	13.0%	47.8%	63.0%	3.2%	13.0%	45.4%	61.6%	358
	30-49歳	984	87	2.3%	13.8%	58.6%	74.7%	3.7%	13.8%	53.6%	71.2%	700
	50歳以上	1,929	93	5.4%	21.8%	46.2%	73.1%	4.7%	20.8%	46.0%	71.5%	1,379
山口県	15-29歳	212	25	4.0%	12.0%	48.0%	64.0%	6.0%	14.0%	48.3%	68.3%	145
	30-49歳	344	29	3.4%	24.1%	41.4%	69.0%	5.2%	24.3%	42.8%	72.2%	248
	50歳以上	721	36	5.6%	36.1%	38.9%	80.6%	6.2%	32.7%	41.1%	80.0%	577
福岡県	15-29歳	891	143	9.1%	18.2%	49.0%	76.2%	8.5%	17.1%	48.8%	74.4%	663
	30-49歳	1,317	141	7.8%	27.0%	46.1%	80.9%	7.4%	25.8%	45.0%	78.1%	1,029
	50歳以上	2,145	143	7.0%	32.9%	42.0%	81.8%	7.0%	31.1%	42.8%	80.7%	1,731
佐賀県	15-29歳	140	17	11.8%	17.6%	47.1%	76.5%	9.9%	16.8%	47.8%	74.5%	104
	30-49歳	204	6	0.0%	16.7%	50.0%	66.7%	3.5%	20.6%	46.9%	71.1%	145
	50歳以上	386	13	0.0%	15.4%	61.5%	76.9%	3.5%	22.4%	52.4%	78.2%	302
長崎県	15-29歳	217	22	9.1%	18.2%	59.1%	86.4%	8.5%	17.1%	53.9%	79.5%	172
	30-49歳	346	24	4.2%	16.7%	37.5%	58.3%	5.6%	20.6%	40.7%	66.9%	231
	50歳以上	681	28	0.0%	25.0%	46.4%	71.4%	3.5%	27.2%	44.8%	75.5%	514
熊本県	15-29歳	288	24	8.3%	12.5%	50.0%	70.8%	8.2%	14.2%	49.3%	71.7%	207
	30-49歳	433	28	10.7%	17.9%	50.0%	78.6%	8.9%	21.2%	46.9%	77.0%	333
	50歳以上	843	20	5.0%	20.0%	50.0%	75.0%	6.0%	24.7%	46.6%	77.3%	651
大分県	15-29歳	179	21	4.8%	9.5%	42.9%	57.1%	6.4%	12.7%	45.7%	64.9%	116
	30-49歳	287	22	0.0%	36.4%	27.3%	63.6%	3.5%	30.5%	35.6%	69.5%	200
	50歳以上	573	24	12.5%	25.0%	41.7%	79.2%	9.7%	27.2%	42.5%	79.4%	455
宮崎県	15-29歳	172	7	0.0%	0.0%	85.7%	85.7%	4.0%	8.0%	67.2%	79.1%	136
	30-49歳	268	11	0.0%	27.3%	45.5%	72.7%	3.5%	25.9%	44.7%	74.1%	199
	50歳以上	538	18	16.7%	33.3%	38.9%	88.9%	11.8%	31.4%	41.1%	84.2%	453
鹿児島県	15-29歳	262	29	6.9%	17.2%	34.5%	58.6%	7.4%	16.6%	41.5%	65.6%	172
	30-49歳	399	24	16.7%	16.7%	45.8%	79.2%	11.8%	20.6%	44.8%	77.3%	305
	50歳以上	817	21	9.5%	19.0%	42.9%	71.4%	8.2%	24.2%	43.0%	75.5%	617
合計												74,330
九州・山口地域外(補正用)	15-29歳	18,268	814	4.2%	13.0%	42.9%						
	30-49歳	30,811	812	5.2%	13.8%	48.6%						
	50歳以上	47,632	850	4.1%	20.0%	45.8%						
九州・山口地域内(補正用)	15-29歳	17,608	288	8.0%	16.0%	48.6%						
	30-49歳	29,707	285	7.0%	24.6%	43.9%						
	50歳以上	45,813	303	6.9%	29.4%	43.2%						

2) 訪問実現確率

訪問実現確率とは、実現可能性について回答者自身に「確率」として自己評価をしてもらい、設定したパラメーターである(問28)。先の質問で「行く」と答えている人も、現実には行けない可能性を自己評価している。福岡県の15~29歳を例にとれば、問17の質問で「行く」と回答した回答者のうち、平均して79.6%が実際しそうだと自己評価している。

なお、訪問実現確率に関しても、前頁と同様のバラツキの補正を行った。

訪問可能者数を算出すると、3,488万人となった。

図表4.1.8 地域別年齢別の訪問実現確率

(単位:千人)

地域	年齢	訪問実現確率(アンケート結果)			訪問実現確率(補正後)			訪問可能者数
		行く	多分行く	半々	行く	多分行く	半々	
北海道	15-29歳	55.0%	57.8%	35.8%	64.4%	55.9%	36.4%	220
	30-49歳	27.6%	52.5%	32.3%	46.5%	55.9%	34.0%	366
	50歳以上	55.0%	63.3%	36.2%	67.0%	61.7%	37.1%	785
東北	15-29歳	80.0%	80.0%	34.2%	76.9%	52.0%	35.6%	366
	30-49歳	81.3%	44.0%	35.4%	75.3%	61.7%	35.5%	595
	50歳以上	68.3%	52.7%	33.7%	73.7%	56.3%	35.8%	1,270
関東	15-29歳	75.8%	57.3%	36.7%	74.8%	55.6%	36.9%	2,033
	30-49歳	62.5%	62.1%	37.0%	66.0%	60.7%	36.4%	3,564
	50歳以上	76.3%	59.2%	43.6%	77.6%	59.6%	40.8%	5,609
東海	15-29歳	80.0%	61.7%	40.2%	76.9%	57.8%	38.6%	681
	30-49歳	82.9%	51.3%	35.9%	76.1%	55.3%	35.8%	1,185
	50歳以上	80.0%	56.1%	35.9%	79.5%	58.0%	36.9%	2,069
甲信越	15-29歳	85.3%	41.3%	31.3%	73.8%	47.6%	34.1%	180
	30-49歳	59.2%	66.5%	31.3%	64.3%	62.9%	33.5%	377
	50歳以上	58.3%	51.8%	36.4%	68.7%	55.9%	37.2%	733
北陸	15-29歳	100.0%	45.0%	34.6%	86.9%	49.5%	35.8%	107
	30-49歳	53.3%	54.6%	32.6%	61.4%	57.0%	34.2%	227
	50歳以上	85.0%	56.1%	35.7%	82.0%	58.0%	36.8%	447
近畿	15-29歳	85.0%	57.8%	38.2%	79.4%	55.9%	37.6%	962
	30-49歳	64.4%	64.6%	37.8%	66.9%	62.0%	36.8%	1,750
	50歳以上	90.0%	62.9%	41.5%	84.5%	61.4%	39.7%	2,978
中国(山口除く)	15-29歳	66.4%	58.0%	43.5%	70.1%	56.0%	40.3%	278
	30-49歳	80.0%	65.5%	38.7%	74.7%	62.4%	37.2%	556
	50歳以上	90.0%	60.2%	44.1%	84.5%	60.1%	41.0%	1,052
四国	15-29歳	85.0%	52.1%	38.0%	79.4%	53.0%	37.5%	154
	30-49歳	80.0%	60.8%	39.8%	74.7%	60.1%	37.8%	308
	50歳以上	87.0%	72.3%	36.6%	83.0%	66.1%	37.3%	671
山口県	15-29歳	95.0%	76.7%	52.9%	88.9%	71.9%	50.0%	84
	30-49歳	100.0%	77.9%	47.1%	94.9%	73.9%	46.1%	147
	50歳以上	92.5%	73.8%	54.3%	83.9%	70.3%	49.0%	349
福岡県	15-29歳	79.6%	66.5%	47.2%	81.2%	66.9%	47.1%	368
	30-49歳	90.9%	70.8%	45.9%	90.3%	70.3%	45.6%	597
	50歳以上	79.5%	66.8%	42.9%	77.4%	66.8%	43.3%	957
佐賀県	15-29歳	87.5%	73.3%	36.3%	85.2%	70.3%	41.6%	56
	30-49歳	92.0%	60.0%	46.7%	89.8%	64.9%	45.9%	78
	50歳以上	69.4%	80.0%	46.3%	75.2%	73.4%	45.0%	164
長崎県	15-29歳	85.0%	65.0%	46.5%	83.9%	66.1%	46.8%	95
	30-49歳	100.0%	75.0%	52.8%	94.9%	72.4%	49.0%	139
	50歳以上	69.4%	59.3%	47.3%	75.2%	63.0%	45.5%	273
熊本県	15-29歳	85.0%	73.3%	47.9%	83.9%	70.3%	47.5%	116
	30-49歳	81.7%	50.0%	47.1%	85.7%	59.9%	46.2%	182
	50歳以上	30.0%	65.0%	43.5%	52.6%	65.9%	43.6%	335
大分県	15-29歳	90.0%	75.0%	52.2%	86.4%	71.1%	49.6%	67
	30-49歳	92.0%	70.6%	42.5%	89.8%	70.2%	43.9%	115
	50歳以上	65.0%	77.5%	42.5%	70.1%	72.1%	43.1%	256
宮崎県	15-29歳	86.7%	69.4%	46.7%	82.8%	67.2%	46.8%	69
	30-49歳	92.0%	90.0%	31.0%	89.8%	79.9%	38.1%	110
	50歳以上	76.7%	53.3%	31.4%	76.0%	60.1%	37.5%	232
鹿児島県	15-29歳	85.0%	56.0%	42.0%	83.9%	61.6%	44.5%	92
	30-49歳	87.5%	52.5%	37.7%	86.6%	61.2%	41.5%	166
	50歳以上	72.5%	56.3%	35.6%	73.9%	61.5%	39.6%	311
合計							34,880	
九州・山口地域外(補正用)	15-29歳	73.8%	54.0%	37.0%				
	30-49歳	69.4%	59.4%	35.7%				
	50歳以上	79.0%	60.0%	37.9%				
九州・山口地域内(補正用)	15-29歳	82.8%	67.2%	47.0%				
	30-49歳	89.8%	69.9%	45.2%				
	50歳以上	75.2%	66.8%	43.7%				

3) 九州・山口地域出向抵抗

九州・山口の近代化産業遺産群への興味を有していても、九州・山口に足を運ばない可能性もある。一般的には、興味を持っていても移動距離が遠くなるほど実際に訪問しない可能性が高まる。特に北海道や東北など九州・山口から遠い地域では、九州・山口へ出向く機会が少ない。

そこで、推計に際しては出向抵抗という概念を採用し、上記の効果を考慮した。ここで出向抵抗とは、「行きたい」と思っている人が実際に行動に移さない確率（行かない確率）を数値化したものであり、例えば出向抵抗が80%であれば、100人が行きたいと思っても実際に行く人は100人×80%=20人となる。

本推計での出向抵抗率の算出に際しては、アンケート問2「九州・山口への観光目的の宿泊旅行経験」について「行ったことがない」及び「過去6年以上昔に行ったことがある」の比率を採用した。九州・山口の居住者は、出向抵抗率を0%とした。地域別・年齢別のパラメーターは以下の通りである。

図表4.1.9 地域別年齢別の出向抵抗率の設定

地域	年齢	出向抵抗率 (アンケート結果)
北海道	15～29歳	82.8%
	30～49歳	85.7%
	50歳以上	82.1%
東北	15～29歳	83.3%
	30～49歳	87.9%
	50歳以上	85.1%
関東	15～29歳	62.9%
	30～49歳	81.8%
	50歳以上	73.4%
東海	15～29歳	70.3%
	30～49歳	73.3%
	50歳以上	67.7%
甲信越	15～29歳	88.4%
	30～49歳	84.9%
	50歳以上	84.9%
北陸	15～29歳	81.1%
	30～49歳	83.5%
	50歳以上	77.9%
近畿	15～29歳	62.4%
	30～49歳	65.9%
	50歳以上	69.7%
中国(山口除く)	15～29歳	43.8%
	30～49歳	44.1%
	50歳以上	47.9%
四国	15～29歳	67.4%
	30～49歳	58.6%
	50歳以上	58.1%
九州・山口地域内	15～29歳	0.0%
	30～49歳	0.0%
	50歳以上	0.0%

4) アンケートベース修正率

一般的にアンケート調査では、回答が肯定的に偏る、いわゆる「イエステンダンシー」が生じるため、推計において補正する必要がある。

今回の予測では、この傾向を取り除くため、1996年に三菱総合研究所が集客予測を実施したある集客施設について、アンケートベース修正を行わない場合の地域別来館者予測値(B)と実際の1997年(開業2年目)の地域別来館者実績(A)との比($=A/B$)を求め、これをイエステンダンシーによるアンケートベース修正率として用いた。

図表4.1.10 集客施設アンケートベース修正率と本調査へのあてはめ

地 域	1995年実績 (A)	アンケート修正率 を用いない予測値 (B)	アンケー ト修正率 ()	本推計における地域別想定
施設所在県	512,601	602,351	0.851	産業遺産のある九州・山口 (山口県、福岡県、佐賀県、 長崎県、熊本県、鹿児島県)
近隣圏	1,236,273	1,668,670	0.741	
隣接県	995,049	1,317,946	0.755	産業遺産のない九州・山口 (大分県、宮崎県)
その他全国	271,377	420,740	0.645	北海道、東北、関東、東海、 甲信越、北陸、近畿、中国 (山口を除く)、四国
合計	3,015,300	4,009,740	0.752	

5) 潜在訪問者数

設定した九州・山口地域出向抵抗率(図表4.1.9) アンケートベース修正率(図表4.1.10)を加味して潜在訪問者数を推計すると、984万人となった。

図表4.1.11 修正率を加味した潜在訪問者数の推計結果

(単位：千人)

地域	年齢	出向抵抗率	アンケート補正率	潜在訪問者数(推計結果)
北海道	15～29歳	82.8%	64.5%	24
	30～49歳	85.7%	64.5%	34
	50歳以上	82.1%	64.5%	91
東北	15～29歳	83.3%	64.5%	39
	30～49歳	87.9%	64.5%	46
	50歳以上	85.1%	64.5%	122
関東	15～29歳	62.9%	64.5%	486
	30～49歳	81.8%	64.5%	418
	50歳以上	73.4%	64.5%	962
東海	15～29歳	70.3%	64.5%	130
	30～49歳	73.3%	64.5%	204
	50歳以上	67.7%	64.5%	431
甲信越	15～29歳	88.4%	64.5%	13
	30～49歳	84.9%	64.5%	37
	50歳以上	84.9%	64.5%	71
北陸	15～29歳	81.1%	64.5%	13
	30～49歳	83.5%	64.5%	24
	50歳以上	77.9%	64.5%	64
近畿	15～29歳	62.4%	64.5%	234
	30～49歳	65.9%	64.5%	385
	50歳以上	69.7%	64.5%	582
中国(山口除く)	15～29歳	43.8%	64.5%	101
	30～49歳	44.1%	64.5%	200
	50歳以上	47.9%	64.5%	354
四国	15～29歳	67.4%	64.5%	32
	30～49歳	58.6%	64.5%	82
	50歳以上	58.1%	64.5%	182
山口県	15～29歳	0.0%	85.1%	71
	30～49歳	0.0%	85.1%	125
	50歳以上	0.0%	85.1%	297
福岡県	15～29歳	0.0%	85.1%	313
	30～49歳	0.0%	85.1%	508
	50歳以上	0.0%	85.1%	814
佐賀県	15～29歳	0.0%	85.1%	48
	30～49歳	0.0%	85.1%	66
	50歳以上	0.0%	85.1%	140
長崎県	15～29歳	0.0%	85.1%	81
	30～49歳	0.0%	85.1%	118
	50歳以上	0.0%	85.1%	233
熊本県	15～29歳	0.0%	85.1%	99
	30～49歳	0.0%	85.1%	155
	50歳以上	0.0%	85.1%	285
大分県	15～29歳	0.0%	75.5%	50
	30～49歳	0.0%	75.5%	87
	50歳以上	0.0%	75.5%	193
宮崎県	15～29歳	0.0%	75.5%	52
	30～49歳	0.0%	75.5%	83
	50歳以上	0.0%	75.5%	176
鹿児島県	15～29歳	0.0%	85.1%	78
	30～49歳	0.0%	85.1%	142
	50歳以上	0.0%	85.1%	264
合計				9,838

6) 初年度訪問率と訪問回数

アンケートでは、問18で、訪問意向のある人に対し訪問時期を尋ねている。そこで、「世界遺産登録になった初年度」と回答している比率を初年度訪問率とした。初年度訪問比率についても、バラツキを考慮して補正を行った。アンケートベースで訪問意向のある人に、1年間の訪問回数を尋ねている。1年間の訪問回数を年間訪問頻度として設定した。

図表4.1.12 地域別年齢別の初年度訪問率と初年度訪問回数の設定

地域	年齢	初年度訪問比率(アンケート結果)	初年度訪問比率(補正後)	1年間訪問回数(アンケート結果)
北海道	15～29歳	5.4%	5.3%	1.22
	30～49歳	1.1%	3.1%	1.09
	50歳以上	2.1%	4.1%	1.30
東北	15～29歳	2.2%	3.8%	1.08
	30～49歳	4.4%	4.8%	1.11
	50歳以上	4.3%	5.2%	1.09
関東	15～29歳	9.0%	7.1%	1.50
	30～49歳	5.7%	5.4%	1.05
	50歳以上	4.3%	5.2%	1.37
東海	15～29歳	6.6%	5.9%	1.32
	30～49歳	7.8%	6.5%	1.27
	50歳以上	7.5%	6.8%	1.19
甲信越	15～29歳	4.7%	5.0%	1.17
	30～49歳	2.2%	3.7%	1.18
	50歳以上	3.2%	4.7%	1.19
北陸	15～29歳	2.2%	3.8%	1.25
	30～49歳	4.4%	4.8%	1.12
	50歳以上	4.2%	5.2%	1.24
近畿	15～29歳	5.4%	5.3%	1.44
	30～49歳	9.1%	7.1%	1.34
	50歳以上	7.1%	6.6%	1.29
中国(山口除く)	15～29歳	5.6%	5.5%	1.55
	30～49歳	9.7%	7.4%	1.46
	50歳以上	9.6%	7.8%	1.55
四国	15～29歳	6.5%	5.9%	1.30
	30～49歳	2.3%	3.7%	1.20
	50歳以上	12.9%	9.5%	1.53
山口県	15～29歳	16.0%	15.1%	2.33
	30～49歳	8.9%	4.0%	2.50
	50歳以上	13.9%	13.9%	2.25
福岡県	15～29歳	16.8%	15.5%	2.09
	30～49歳	12.1%	10.1%	2.37
	50歳以上	14.0%	13.9%	1.73
佐賀県	15～29歳	17.6%	15.9%	1.56
	30～49歳	16.7%	12.4%	2.50
	50歳以上	23.1%	18.5%	1.67
長崎県	15～29歳	4.5%	9.4%	2.85
	30～49歳	4.2%	6.1%	1.33
	50歳以上	10.7%	12.3%	1.55
熊本県	15～29歳	8.3%	11.3%	3.22
	30～49歳	7.1%	7.6%	1.75
	50歳以上	16.1%	6.9%	1.65
大分県	15～29歳	19.0%	16.6%	2.38
	30～49歳	8.9%	4.0%	2.55
	50歳以上	20.8%	17.3%	1.33
宮崎県	15～29歳	14.3%	14.3%	1.67
	30～49歳	9.1%	8.6%	1.57
	50歳以上	11.1%	12.5%	1.40
鹿児島県	15～29歳	6.9%	10.6%	1.38
	30～49歳	4.2%	6.1%	2.08
	50歳以上	19.0%	16.5%	1.18
合計				
九州・山口地域外(補正用)	15～29歳	5.3%		
	30～49歳	5.2%		
	50歳以上	6.1%		
九州・山口地域内(補正用)	15～29歳	14.2%		
	30～49歳	8.1%		
	50歳以上	13.9%		

九州・山口の近代化産業遺産群の初年度の訪問者数の予測

図表４．１．１２に記載した初年度訪問比率および１年間訪問回数を、潜在訪問者数(図表４．１．１１)に掛け合わせた結果、九州・山口の近代化産業遺産群の初年度の訪問者数は、約 145 万人と予測された。

図表４．１．１３ 初年度延べ訪問者 推計結果

(単位：千人)

地 域	年 齢	初年度延べ訪問者数	うち域内外	
北海道	15～29歳	2	447	
	30～49歳	1		
	50歳以上	5		
東北	15～29歳	2		
	30～49歳	2		
	50歳以上	7		
関東	15～29歳	52		
	30～49歳	24		
	50歳以上	68		
東海	15～29歳	10		
	30～49歳	17		
	50歳以上	35		
甲信越	15～29歳	1		
	30～49歳	2		
	50歳以上	4		
北陸	15～29歳	1		
	30～49歳	1		
	50歳以上	4		
近畿	15～29歳	18		
	30～49歳	37		
	50歳以上	49		
中国(山口除く)	15～29歳	9		
	30～49歳	22		
	50歳以上	43		
四国	15～29歳	2		
	30～49歳	4		
	50歳以上	26		
山口県	15～29歳	25		998
	30～49歳	13		
	50歳以上	93		
福岡県	15～29歳	101		
	30～49歳	121		
	50歳以上	197		
佐賀県	15～29歳	12		
	30～49歳	20		
	50歳以上	43		
長崎県	15～29歳	22		
	30～49歳	10		
	50歳以上	44		
熊本県	15～29歳	36		
	30～49歳	21		
	50歳以上	33		
大分県	15～29歳	20		
	30～49歳	9		
	50歳以上	45		
宮崎県	15～29歳	12		
	30～49歳	11		
	50歳以上	31		
鹿児島県	15～29歳	11		
	30～49歳	18		
	50歳以上	51		
合計		1,445		

注：ここでの初年度延べ訪問者数は、1回の訪問で近代産業化遺産を複数箇所回っても1人とみなし、1年の内に2回訪れた場合は、2人とみなしている。

対象地域への訪問者数予測

対象地域への訪問者予測は、九州・山口の近代化産業遺産群に訪問する全訪問者のうち、対象地域に立ち寄り人数を予測する。

対象地域の中で既に観光都市としてのイメージも形成され、観光関連都市整備も進んでいる長崎地域に関しては、長崎地域の産業遺産に「非常に興味がある」から「興味がある」までの人が長崎地域を訪れると予測した。九州・山口内居住者と地域外居住者別に推計し、長崎地域への訪問者は、約 109 万人と予測された。

三池地域、筑豊地域に関しては、現在は、観光都市としての整備状況に対して認識が高い九州・山口居住者に対して、長崎地域の産業遺産に「非常に興味がある」という人の比率と、三池地域、筑豊地域の産業遺産に「非常に興味がある」という人の比率の割合を算出し、この比率を以って三池地域及び筑豊地域への訪問者数を算出した。三池地域への訪問者は約 43 万人、筑豊地域への訪問者は約 41 万人という予測結果となった。

なお、対象地域への訪問者数に関しては、対象地域ごとに算出したため、1回の旅行で複数の対象地域を回った場合、複数人として算出されている。

図表 4 . 1 . 1 4 対象地域の訪問者 推計結果

(単位：千人)

		訪問者比率	訪問者数	合計
長崎地域	域内	75.0%	749	1,094
	域外	77.1%	344	
三池地域	域内	29.5%	295	430
	域外	30.4%	136	
筑豊地域	域内	28.3%	282	412
	域外	29.1%	130	

【補足】

図表 4 . 1 . 1 3 で示した初年度延べ訪問者数は、1人が1回旅行した場合を「1人」と数える。ある人が、1年に2回、旅行すれば「2人」と数える。ある人が1回に複数の箇所を回っても、「1人」と数える。単位は、「人・回」

図表 4 . 1 . 1 4 で示したモデル地域での初年度訪問者数は、ある1人がある1地域を訪問した場合を「1人」と数える。1人の人が1回の旅行で複数の箇所を訪問すると、それぞれの地域に「1人」と数えられる(例：1人の人が3地域をまわれば、それぞれの地域で「1人」と計算され、合計すると「3人」となる)。従って、訪問先地域別に集計すると、1の述べ訪問者数を上回る。

インバウンドの訪問者予測

1) 前提条件

海外について、国内訪問者予測と同様にアンケートを実施し、アンケート積上法による訪問者数予測を行った。

調査対象

中国（上海）に居住する観光目的で訪日意向があるアンケートモニター。回答数は「10代・20代」、「30代」、「40代以上」の3つの年齢区分でそれぞれ100名ずつ。

調査方法

インターネットアンケート調査会社のアンケートモニターに対する Web アンケートを調査手法として採用した。

遂行に際しては、日本とは異なり、中国では50代のアンケートモニターが少ないことから、年齢区分を10代・20代、30代、40代以上の3区分とした。

調査期間

平成22年3月上旬

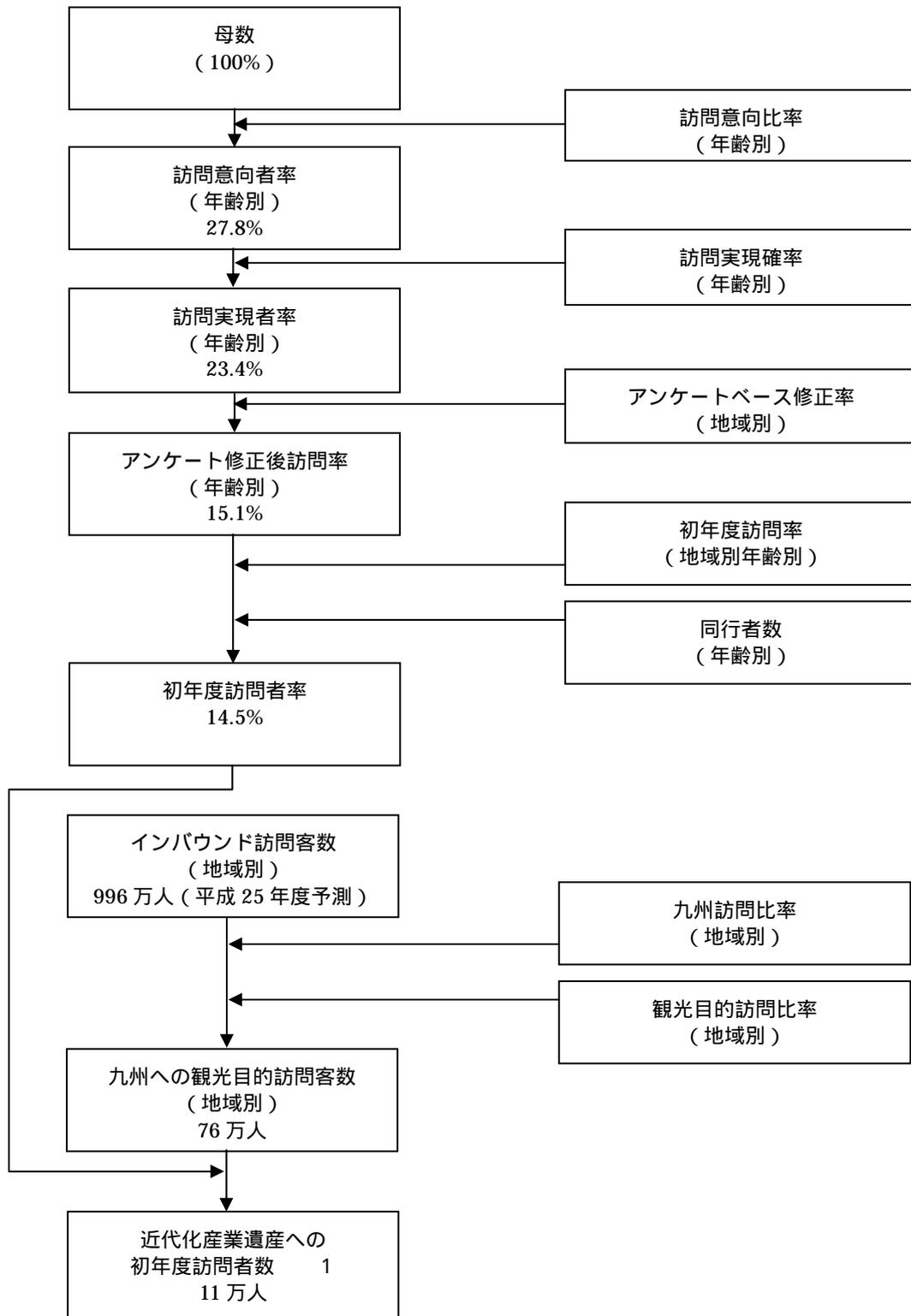
訪問者数の推計手順

訪問者数の推計の手順は、図表4.1.15に示す通りである。推計の基本的な考え方は、国内訪問者数推計のフローと同じくアンケートベースでの推計となるが、掛け算の順序が一部入れ替わっている。具体的には、インバウンドの訪問者数予測ではまず訪問者比率を算出し、それに日本全体でのインバウンド訪問者数を掛け合わせる形で算出している。

図表 4.1.15 訪問者数推計のフロー（1）

（九州へ観光目的で来たインバウンド訪問客が近代化産業遺産を訪れる確率。

数値は各年代の平均値。）



1 初年度訪問者数は1人が1回旅行した場合を「1人」と数えるため、ある人が1回に複数の箇所を回っても「1人」と数える。

<参考資料> アンケート調査設問(1) 問1～問10

問1. あなたは、どのような目的で訪日する予定ですか。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 観光目的で訪日したいと思っているが、具体的な計画は立てていない 2. 観光目的で訪日したいと思っており、具体的に計画を立てている 3. 仕事の関係で訪日する必要があるが、まだ具体的に旅程が決まっているわけではない 4. 仕事の関係で訪日する必要があり、旅程も決まっている
問2. 現在計画している訪日では、日本のどこに行く予定ですか(いくつでも)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 北海道 2. 東北 3. 関東(東京など) 4. 北陸・中部 5. 近畿(大阪・京都など) 6. 四国 7. 中国 8. 九州 9. 沖縄 10. わからない
問3. あなたのこれまでの訪日回数を教えてください。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 0回 2. 1～5回 3. 6～10回 4. 10回以上
問4. あなたはこれまで日本へ観光目的での宿泊旅行で行ったことがありますか。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 今年行った 2. 過去3年以内に行った 3. 過去5年以内に行った 4. 過去6年以上昔に行ったことがある 5. 行ったことがない
問5. その宿泊旅行では、日本のどこに観光へ行かれましたか(いくつでも)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 北海道 2. 東北 3. 関東(東京など) 4. 北陸・中部 5. 近畿(大阪・京都など) 6. 四国 7. 中国 8. 九州 9. 沖縄 10. わからない
問6. その宿泊旅行へはツアーで行かれましたか	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪れる観光地も決まっており、自由行動もほとんどないツアーで行った 2. ある程度観光地は決まっていたが、それなりの自由行動があるツアーで行った 3. 現地での行動はほぼ自由になっているツアーで行った 4. 個人旅行で行った
問7. あなたは、一般に文化遺産や自然遺産といった遺産に対して関心がある方ですか。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人より関心が強い方だ 2. 人並みには関心がある 3. あまり関心が強い方ではない 4. ほとんど関心がない
問8. あなたは、近代化産業遺産というものをご存知ですか。以下の概要をご覧ください。UNESCOの世界遺産委員会では、アジアにおいて、産業遺産の登録を推奨しています。産業遺産は、製鉄所や繊維工場、鉱山遺産などの工場、工房、建物、機械、及び製造所など、生産に直接的に関係する施設だけでなく、輸送施設、生産物を消費する場所、住宅、宗教礼拝、教育など産業に関わる社会活動のために使用されるいろいろな場所も含まれます。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 良く知っている 2. ある程度は知っている 3. あまりよく知らなかった 4. 今回初めて知った
問9. 特に近代化産業遺産に対して、関心がある方ですか。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人より関心が強い方だ 2. 人並みには関心がある 3. あまり関心が強い方ではない 4. ほとんど関心がない
問10. これまでに文化遺産や自然遺産を始めとする世界遺産に行かれたことはありますか。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 今年行った 2. 過去3年以内に行った 3. 過去5年以内に行った 4. 過去6年以上昔に行ったことがある 5. 行ったことがない

< 参考資料 > アンケート調査設問（１） 問１１～問２０

<九州・山口の近代化産業遺産群に関する説明* > 写真入りで4ページ程度の説明文を掲載	
問11. 今後、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録をされたとしたら、近代化産業遺産（炭鉱、造船所、砲台跡、製鐵所等）を見ることを目的の一つとして九州・山口地域に行ってみたくありませんか。	1. 是非行ってみたい 2. できれば行ってみたい 3. ツアーで組まれていけば行ってよい 4. あまり行ってみたいと思わない 5. 行ってみたいと思わない
問12. 今後、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録をされたとしたら、あなたが九州・山口地域の近代化産業遺産に行くとしたら、いつごろ行くと思いますか。 問13. あなたが九州・山口の近代化産業遺産群に行くとしたら、誰と一緒に行くと思いますか。 複数のパターンをお考えの場合、もっとも可能性が高いほうをお選びください	1. 世界遺産登録になった初年度 2. 登録後2年目以降 1. 一人で 2. 夫婦・恋人で 3. 親子で 4. 孫と子ども夫婦と3世代で 5. その他の家族・親戚で 6. 同性の友人・知人のグループで 7. 異性を含む友人・知人のグループで 8. 募集団体で 9. その他()
問14. 複数で行かれる場合、何名程度のグループで一緒に行かれると思いますか。自分含めての数でお答えください	1. 2人 4. 5人 2. 3人 5. 6人以上 3. 4人
問15. 今後、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録をされたと仮定して、あなたが九州・山口地域の近代化遺産の観光に行く可能性はどれ位ありますか。	1. 行く 2. たぶん行く 3. 半々である 4. たぶん行かない 5. 行かない
問16. あなたが九州・山口地域で宿泊するとした場合、宿泊する施設の予算はどの程度ですか。一泊一人当たりの概算の料金を以下からお選びください。	1. なし(知人宅等) 2. 300元以下 3. 301元～500元 4. 501元～750元 5. 751元～1,000元 6. 1,001元～1,250元 7. 1,251元～1,500元 8. 1,501元～2,000元 9. 2,001元以上
問17. 九州・山口地域の近代化産業遺産に観光リゾートに行く場合、何泊くらいすると思いますか。	1. 日帰り(宿泊しない) 2. 1泊 3. 2～3泊 4. 4～6泊 5. 7泊以上
問18. あなたが九州・山口地域を観光リゾート目的で訪れた場合、1人あたりのトータルの予算(宿泊、食事、遺産見学、その他旅行費用の合計金額をお答えください。九州・山口地域に行くまでの費用(飛行機代)は含みません)はいくらくらいだと思いますか。	1. 500元未満 2. 500元以上1,000元未満 3. 1,000元以上2,000元未満 4. 2,000元以上3,000元未満 5. 3,000元以上5,000元未満 6. 5,000元以上7,500元未満 7. 7,500元以上10,000元未満 8. 10,000元以上15,000元未満 9. 15,000元以上20,000元未満 10. 20,000元以上
問19. 九州・山口地域内ではどんな交通手段を使われると思いますか。(いくつでも)	1. 飛行機 2. 新幹線 3. 在来線 4. レンタカー 5. タクシー 6. 貸切バス 7. 路線バス 8. バイク、自転車 9. 徒歩 10. わからない
問20. 最後にもう一度、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録をされたとしたら、登録後3年間にあなたが九州・山口地域に行く可能性をパーセンテージで教えてください。	(0～100までの数値を記載)

* 説明文の掲載については、先述の国内アンケートと同様掲載を割愛する。

2) 海外からの九州・山口の近代化産業遺産群への訪問率の予測

上記のアンケート結果を、国内アンケートと同様の手法で分析し、インバウンドでの訪問者予測を行った。具体的には以下に示す通り。

まず、国内アンケートと同様、年代別のクロス集計を訪問意向に関する設問（問15）で行い、さらに問15で「行く」と回答した回答者に対して、訪問実現確率（問20）のクロス集計を行った。

これらを掛け合わせて、さらにアンケート修正率（図表4.1.10に記載されている「その他全国」の値である64.5%を採用）、初年度訪問比率および同行人数を掛け合わせることで、初年度訪問者比率を算出した。

なお、海外に関しては、不確定要素が高いため、「行く」のみの訪問比率を採用した。

**図表4.1.16 海外からの九州・山口の近代化産業遺産群への訪問率
（母集団は訪日意向がある人）**

	訪問意向比率 (アンケート問15)		訪問実現確率 (アンケート問20)		アンケート 修正率	アンケート 修正後訪 問率	初年度比率 (アンケート問12)		同行人数 (アンケート 問14)	初年度訪 問者比率	中国の年 齢別人口 (千人)
	行く	たぶん行く	行く	たぶん行く							
10代、20代	28.0%	51.0%	82.9	58.4	64.5%	15.0%	40.0%	53.0%	2.2	13.1%	423,748
30代	29.0%	50.0%	78.3	62.6	64.5%	14.6%	45.0%	48.0%	2.2	14.5%	210,209
40代以上	27.0%	53.0%	88.9	64.7	64.5%	15.5%	38.0%	59.0%	2.7	15.6%	472,894
年齢別人口に対応した初年度訪問者比率										14.5%	1,106,851

注：アンケート回答数は、10-20代/30代/40代以上で各100人（計300人）

出典：三菱総合研究所実施 海外WEBアンケート結果（実施平成22年2～3月）

さらに上記計算結果を、年代セグメントごとの構成人員で加重平均し、平均的な初年度訪問者比率を算出した。なお、加重平均に際しては、国際連合による平成22年の中国での人口推計結果を採用した。

その結果、初年度の訪問比率に同行者数を乗じた集客指数の人口構成比を考慮した平均値は、14.5%となった。

なお、この数値は、前提としてそもそも観光目的での訪日予定がある回答者を対象としたアンケートであるため、九州・山口に観光目的で来る訪日客のうち14.5%が近代化産業遺産群を一つの目的として訪日するというを示している数値となる。

3) 九州・山口の近代化産業遺産群への初年度訪問者数の予測

ここでは、世界遺産登録が向こう5年間以内に行われるものと仮定して、その中間値である平成25年時点での訪日客の推計を行い、平成25年時点での推計として計算を行った。この仮定を置いたのは、インバウンドについては、今後の伸びが急速であり、どの年次で計算するかによって数字が大きく（上方に）変わるからである（インバウンドの見通しについては図表2.1.7参照）。従って、平成25年以降の年次で推計を行ったとすれば、以下の値よりも大きくなる。

まず、「インバウンドの中長期戦略について（観光立国推進戦略会議の提言）」（観光庁、平成21年4月24日）に示されている平成32年の国別の訪日客の目標と平成20年の訪

日客の実績から平成 25 年の訪日客数を設定した。(図表 4 . 1 . 1 7 参照)

次に、「JNTO 訪日外客訪問地調査 2007/2008」(日本政府観光局(JNTO))、平成 21 年 3 月発行)の九州訪問比率、観光目的比率から平成 25 年の九州を観光目的で訪問する訪日客数を推計し、この客数に前述の集客指数を乗じることにより、九州・山口の近代化産業遺産群への訪問者を予測した。その結果、11 万人となった。

図表 4 . 1 . 1 7 訪日客実績および将来の見通し

(単位：千人)

	韓国	台湾	中国	その他アジア
平成20年	2,380	1,390	1,000	1,380
平成25年(線形近似)	3,055	1,644	3,083	2,180
平成32年	4,000	2,000	6,000	3,300

出典：観光庁「インバウンドの中長期戦略について」より作成

図表 4 . 1 . 1 8 九州・山口の近代化産業遺産群への初年度訪問者数 推計結果

(単位：千人もしくは%)

	平成25年 訪日客数	訪日客が九州を訪 問する比率	訪日客が観光目 的訪問する比率	九州への観光 目的訪問者数	初年度 訪問者比率	訪問者数 (推計結果)
中国	3,083	4.7%	43.5%	63	14.5%	9
台湾	1,644	7.9%	76.5%	99	14.5%	14
韓国	3,055	25.5%	64.3%	501	14.5%	72
その他アジア(香港を採用)	2,180	5%	86%	99	14.5%	14
合計	9,963	-	-	762	-	110

出典：九州訪問比率および観光目的訪問比率は JNTO 訪日外客訪問地調査 2007/2008

注 1：平成 25 年訪日客数は図表 4 . 1 . 1 7 より、初年度訪問者比率は図表 4 . 1 . 1 6 より転載。ともに推計結果。

ここで九州比率とは訪日客のうち九州へ訪問する訪日客割合を、観光比率とは訪日客のうち観光目的で訪日する訪日客の割合を示しており、いずれも「JNTO 訪日外客訪問地調査 2007/2008」(日本政府観光局(JNTO))の調査結果を採用している。

また、平成 25 年客数は図表 4 . 1 . 1 7 の値を、初年度訪問者比率は図表 4 . 1 . 1 6 の平均値を採用している。

4) 対象地域訪問者数

次に、九州・山口の近代化産業遺産群への訪日訪問者に国内アンケートから得た対象地域訪問比率(図表 4 . 1 . 1 4)を用いて対象地域の訪問者数を予測した。その結果、訪問者数は、長崎地域に 8.5 万人(=11.0 万人×77.1%、以下同様)、三池地域に 3.3 万人、筑豊地域に 3.2 万人と推計できた。

図表 4 . 1 . 1 9 対象地域への初年度訪問者 推計結果 (参考値)

(単位：千人)

	対象地域 訪問比率	訪問者数 (推計結果)
長崎地域	77.1%	85
三池地域	30.4%	33
筑豊地域	29.1%	32

注：対象地域訪問比率は図表 4 . 1 . 1 4 「域外」の値より転載

なお、ここでは各地域別の関心度合いが国内観光客と同様の傾向を示すものと仮定して推計したが、海外観光客において国内観光客とは異なる特有の関心がある場合がある。海外観光客の関心次第では、地域別の数値は異なってくるため、ここでは参考値として示した。

また、海外観光客の関心は、相手国・地域別に異なっており、それぞれに対応したプロモーションが重要である (5 . 5 - 3 (2) での海外からの観光客誘致の項を参照)。

【補足】

先述のように、この推計は世界遺産登録が平成 25 年に行われるものと仮定して、平成 25 年時点での推計を行ったものである (但し、インバウンドの全国数値 (日本への入国者数) 以外は現状の数字を使用 (例：訪日者の国籍別の九州地域訪問率))。

従って、平成 25 年以降の年次で推計を行ったとすれば、数値は上方に変わる。

国内・インバウンド訪問者の合計

推計の結果、国内、及び海外からの対象地域への訪問者数は以下の示す通りとなった。

長崎地域は、国内来訪者と海外来訪者の合計で 118 万人となった。三池地域は 46 万人、筑豊地域は 44 万人となった。

訪問者数合計に占める訪問外国人数の比率について、長崎地域を例として算出してみると 7.2%となる。これを、主要な世界遺産登録地のデータと比較してみると、白川郷並みであり、無理な数字ではないことがわかる。

なお、対象地域への訪問者数に関しては、対象地域ごとに算出したため、1回の旅行で複数の対象地域を回った場合、複数人として算出されている。

図表 4 . 1 . 2 0 対象地域への初年度訪問者数（国内・海外合計） 推計結果
（単位：千人）

	訪問者数		合計
	国内	海外	
長崎地域	1,094	85	1,179
三池地域	430	33	464
筑豊地域	412	32	444

注 1：国内訪問者数は図表 4 . 1 . 1 4 より、海外訪問者数は図表 4 . 1 . 1 6 より転載。

注 2：海外からの訪問者数は平成 25 年時点での推計である。国内からの訪問者数は特に年次に左右されないものとして算出している。

注 3：海外からの訪問者の地域別数値は参考値である。

図表 4 . 1 . 2 1 主な世界遺産の海外来訪者比率（参考）
（単位：千人）

	訪問者数	訪問外国人数	外国訪問者割合
姫路城	1,195	166	13.9%
厳島神社	2,674	72	2.7%
白川郷	1,762	123	7.0%
長崎地域	1,179	85	7.2%

注：厳島神社は平成 17 年度の宮島への観光客数より計算。姫路城および白川郷は平成 20 年度の実績データによる。

長崎地域は図表 4 . 1 . 2 0 による。

世界遺産ルート整備による効果（有明海沿岸道路・九州新幹線全面開通効果）

ここでは、「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録され、さらに、各拠点間を結ぶ「世界遺産ルート」が整備された場合の効果について推計する。具体的には観光客の増加率について推計する。

ここで、「世界遺産ルート」の構成要素として想定しているのは、以下の通りである。

〔世界遺産ルートの構成要素〕

- a．広域高速交通インフラの整備（有明海沿岸道路・九州新幹線全面開通）
- b．周辺のアクセス道路の改善や案内板や駐車場の整備
- c．広域での周遊を促すような説明機能を備えたビジターセンターの整備

これらの整備が進むことで九州・山口広域での周遊が促されるとともに、訪問の魅力が増し、全体として観光客の増加が見込まれる。

以上3項目を挙げたうち、ここでは、アンケート結果をもとにした定量的に推計が可能なaの、有明海沿岸道路・九州新幹線全面開通による観光客の増加についてのみ推計する。

まず、居住地別（九州・山口内外別）にみた「九州・山口の近代化産業遺産群」の訪問意向と、「世界遺産ルート」が整備された場合に、訪問したい意向が高まるかどうかについて集計したところ、次表に示す通りであった。（問12および問17のクロス集計結果）

図表4.1.22 九州・山口内外別の訪問意向と
ルート整備による訪問意向の変化【居住地別】

		行く	たぶん行く	半々である	たぶん行かない	行かない	合計
九州・山口外	かなり高まる	0.6%	0.2%	0.2%	0.1%	0.0%	100.0%
	少し高まる	1.3%	3.7%	5.7%	0.9%	0.2%	
	わからない	1.6%	7.1%	19.9%	8.5%	2.0%	
	変わらない	0.8%	4.3%	19.1%	15.9%	5.3%	
	低くなる	0.1%	0.3%	0.9%	0.6%	0.6%	
合計	4.5%	15.7%	45.8%	26.1%	8.0%	100.0%	
九州・山口内	かなり高まる	0.6%	0.2%	0.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	少し高まる	1.8%	4.3%	3.8%	0.3%	0.0%	
	わからない	2.6%	7.4%	16.2%	5.1%	1.4%	
	変わらない	2.1%	10.8%	23.3%	11.9%	3.7%	
	低くなる	0.2%	0.6%	1.6%	1.3%	0.5%	
合計	7.3%	23.4%	45.2%	18.6%	5.5%	100.0%	

ここで、「かなり高まる」「少し高まる」という人について、訪問意向が1ランク高まる（「たぶん行く」「行く」、「半々である」「たぶん行く」、「たぶん行かない」「半々である」）と設定した。

上記仮定のもと、九州・山口内外ごとに訪問意向を設定しなおした訪問意向の推計結果を図表4.1.23に示す。

図表４．１．２３ ルート整備による訪問意向の変化推計結果

	行く	たぶん行く	半々である	たぶん行かない	行かない
九州・山口外	8.4%	17.6%	40.9%	25.2%	7.8%
九州・山口内	11.9%	22.9%	41.4%	18.3%	5.5%

また、上記とは別途、九州・山口内外の訪問実現確率についても以下の通り算出した。図表４．１．２４に記載する数値は、図表４．１．７の下欄に記載している九州・山口内外の訪問実現確率を、年代別に区分することなく算出したものである。

図表４．１．２４ 九州・山口内外全体としての訪問実現確率

	行く	たぶん行く	半々である	たぶん行かない	行かない
九州・山口外	73.8%	58.2%	36.9%	-	-
九州・山口内	82.5%	67.9%	45.3%	-	-

図表４．１．２２の合計値欄と図表４．１．２４を用いることでルート整備前の訪問者数を推計することができるのに対し、図表４．１．２３と図表４．１．２４を用いることでルート整備後の訪問者数を推計できる。これにより、ルート整備によって訪問者数がどの程度増加するかの増加率を推計した。九州・山口外は7.7%、九州・山口内は4.1%、全体では5.2%訪問者が増加するという結果となった。

図表４．１．２５ 世界遺産ルートによる訪問客の増加率 推計結果

	訪問者増加率
九州・山口地域外	7.7%
九州・山口地域内	4.1%
全体	5.2%

4 - 2 対象地域における経済効果の予測

以下では、前述の来訪者数の推計結果をもとに、消費支出の推計、波及効果の算出を行って、対象地域における経済効果の予測を行う。

(1) 消費支出の推計

購入者単価と購入率（利用率）

対象地域への訪問者が対象地域内で行う支出を直接効果として推計する。消費支出は、宿泊旅行者と日帰り旅行者に分けて、支出項目別に購入者単価と購入率（利用率）を予測することにより推計する。

購入者単価は、「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（2008年3月、国土交通省総合政策局観光経済課）の個人旅行者の購入者単価を採用した³。この単価に示されている費目別の数値について、今回検討している3地域の実情に合わせて以下のように設定した。

- ・交通機関に関する利用率は、アンケートから得た域内利用交通機関を用いた。
- ・「ガソリン代」の購入比率は、アンケートのレンタカーと自家用車の利用比率を用いた。
- ・「飛行機」と「新幹線」に関しては、域外消費とみなし、利用率を0%とした。「飛行機」「新幹線」の購入金額を域外消費として見込んでいないため、直接投資や波及効果がやや低めに算出されている可能性がある。
- ・交通機関の中で、「タクシー・ハイヤー」はアンケート項目にないため、上記調査の利用率を採用した。「駐車場・有料駐車場料金」の利用比率は、上記調査のガソリン代購入率/駐車場・有料道路料金購入率から算出した。
- ・「美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など」は、対象地域への旅行の目的を勘案して利用率を100%と設定した。
- ・対象地域への旅行目的から考えて、利用が見込まれないと思われるレジャー項目は、利用率を0%とした。

以上の設定により、1人当たりの購入金額の合計は、宿泊旅行者は39,573円、日帰り旅行者は13,304円となった。これは、アンケートにおける1人あたりのトータル予算（九州・山口に行くまでの交通費は含まない）の平均値39,440円に非常に近い数字であり、妥当性が高いと考えられる。

購入者単価と購入率（利用率）を次表に示す。

³異常値と思われる「写真撮影代」、「郵便・電話通信料」は、団体旅行も含む全体を採用。

図表4.2.1 購入者単価・購入率（利用率）の設定

（単位：円）

	購入者単価		購入率（利用率）	
	宿泊旅行	日帰り旅行	宿泊旅行	日帰り旅行
1 飛行機	33,325	33,627	0.0%	0.0%
2 新幹線	21,263	18,033	0.0%	0.0%
3 鉄道	4,512	3,737	38.6%	28.8%
4 バス	3,872	1,981	29.8%	30.1%
5 タクシー・ハイヤー	3,308	2,196	15.8%	9.0%
6 船舶（フェリー・クルーズなど）	8,445	4,118	4.7%	4.7%
7 レンタカー代	14,467	8,883	31.8%	11.0%
8 ガソリン代	6,363	3,919	67.3%	64.4%
9 駐車場・有料道路料金	6,708	3,390	52.5%	50.6%
10 宿泊費（キャンプ場利用料を含む）	17,304	2,173	53.0%	0.7%
11 食事・喫茶・飲酒	7,522	2,853	72.6%	62.2%
12 農産物（野菜・果物・花など）	3,656	2,099	10.7%	9.0%
13 農産加工品（ジャム・ソーセージ・乳製品など）	2,560	2,073	7.6%	5.2%
14 水産物（鮮魚・魚介類など）	5,208	3,828	9.3%	4.2%
15 水産加工品（干物・練製品など）	3,964	3,000	12.8%	4.8%
16 菓子類	3,725	2,248	51.6%	31.0%
17 お弁当・飲料・酒・茶葉・その他食品	2,822	1,607	42.0%	30.7%
18 繊維製品（衣料品・帽子・ハンカチなど）	10,753	10,456	4.8%	3.2%
19 靴・カバン類	10,211	11,732	1.6%	1.1%
20 陶磁器・ガラス製品	5,989	5,146	1.9%	1.3%
21 絵はき・本・雑誌など	1,525	2,356	4.9%	2.2%
22 木製の小物・家具・和紙など	3,260	2,045	1.6%	0.9%
23 医薬品・化粧品・ハミガキ・シャンプーなど	1,767	3,059	2.9%	0.4%
24 フィルム	1,343	859	1.6%	0.8%
25 電気製品・電池	12,686	12,168	1.1%	0.4%
26 カメラ・時計・眼鏡	7,913	887	0.5%	0.2%
27 その他製造品（文具・玩具など）	2,569	2,619	4.4%	3.1%
28 立寄温泉・温浴施設・エステ	2,580	1,779	9.4%	10.3%
29 テーマパーク・遊園地・博覧会など	-	-	0.0%	0.0%
30 美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など	1,991	1,416	100.0%	100.0%
31 ゴルフ場・テニスコートなど	-	-	0.0%	0.0%
32 スキー場リフト代	-	-	0.0%	0.0%
33 スポーツ観戦・芸術鑑賞（舞台・映画など）	-	-	0.0%	0.0%
34 展示会・コンベンションなど参加費	-	-	0.0%	0.0%
35 観光農園	-	-	0.0%	0.0%
36 遊漁船（釣り、ホエールウォッチングなど）	-	-	0.0%	0.0%
37 ガイド料（自然体験・スキー教室・現地ツアーなど）	3,924	3,000	0.4%	0.3%
38 レンタル料（スキー・自転車・キャンプ用品）	-	-	0.0%	0.0%
39 マッサージ	9,700	1,607	2.1%	0.5%
40 写真撮影代	3,634	1,575	2.0%	1.4%
41 郵便・電話通話料	1,447	208	3.8%	1.8%
42 宅配便	2,085	5,146	8.3%	1.0%
43 その他	-	-	0.0%	0.0%
一人当たり購入金額合計（購入単価×購入率合計）	39,573	13,304		

出典：国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する経済効果に関する調査研究」（2008年3月）をもとに三菱総合研究所において設定

消費支出の推計に係る前提整理

購入者単価・購入率（利用率）をもとに対象地域内での消費支出を推計するための前提を以下の通り記載する。

・全旅程の中で対象地域に滞在する日数の割合の設定

アンケートの旅程に関する訪問意向（問 1 1）において、5 段階中上位 2 段階に回答した回答者割合と、各選択肢の訪問箇所数から全体としての平均訪問箇所数を 2.2 箇所と算出した。この結果から、全旅程の中で 1 地域に滞在する日数の割合を算出した（ $1 \div 2.2$ 箇所 = 45.5%）。この割合を、全旅程で支出する費用の中で対象地域に消費配分される比率と仮定し、各地域での消費支出単価を設定した。

・宿泊旅行者が対象地域で宿泊する比率の設定

宿泊者の対象地域内での宿泊者比率は、アンケート問 1 0 の副問として設けた各地域内での宿泊意向を尋ねる設問のうち、「市内でぜひ宿泊してみたい」と回答した回答者の比率を取って長崎地域 43.0%、三池地域 13.5%、筑豊地域 12.5%と設定した。

・アンケート回答者の平均的な宿泊数からの宿泊単価の調整

本調査でのアンケートによる平均宿泊日数（問 2 4 から算出、算出に際しては、幅を持って聞いていた設問では中間値を、7 泊以上では 7 泊を採用）が、2.12 泊であった。これは、国土交通省調査（図表 4 . 2 . 1 の出典と同じ）の平均宿泊日数が、2.11 泊とほぼ同じであった。本調査での推計にあたっては、調整値として、 $2.12 \div 2.11$ （= 1.0047）を乗ずるものと設定した。

・日帰り訪問者比率の設定

日帰り宿泊者の比率の推計は、以下の手順で行った。

- ）各地域における県内、域内県外、域外訪問者比率の推定
- ）域内県外および域外訪問者の宿泊比率の推定
- ）上記を掛け合わせることにによる日帰り訪問者比率の算出

以下、具体的に記載する。

- ）各地域における県内、域内県外、域外訪問者比率の推定
- ・長崎地域、三池地域、筑豊地域といった各地域に対する訪問者を、訪問者の居住地ごとに推計する。
- ・推計に際しては、アンケート項目で各地域への興味度合いを聞いている設問（問 1 0）

のうち、域内について5段階評価中上位2段階（非常に興味がある、比較的興味がある）に回答した回答者を、回答者の居住地ごとにクロス集計し、比率を算出した。まず、以下にクロス集計の算出結果を下表に示す。

図表4.2.2 地域ごとの訪問者発地の推定

	長崎地域	三池地域	筑豊地域
山口県	7.2%	7.7%	6.2%
福岡県	32.6%	37.1%	40.2%
佐賀県	2.4%	1.1%	2.7%
長崎県	7.6%	3.7%	3.4%
熊本県	5.2%	7.0%	3.4%
大分県	4.8%	5.1%	5.5%
宮崎県	3.5%	2.6%	3.1%
鹿児島県	5.9%	4.8%	4.5%
域外	30.9%		
合計	100.0%	100.0%	100.0%

注：表側（山口県等）が発地、表頭（長崎地域等）が着地を示す。

- ・上記より、長崎地域では県内から7.6%、三池地域では県内（福岡県および熊本県）から44.1%、筑豊地域では40.2%が県内からの訪問者と推計できる。なお、域外訪問者比率は全体の比率を採用した。

）域内県外および域外訪問者の日帰り比率の推定

- ・続いて九州・山口域内の県外から来る訪問者および域外からの訪問者の宿泊比率について推計を行う。
- ・本推計に際しては、アンケート問24に設置した設問の集計を域内外ごとにクロス集計した結果を用いる。具体的には図表4.2.3より、域内県外8.0%、域外1.2%である。なお、本設問では、域内回答者に対しては「九州・山口の居住域外に観光目的で旅行する場合」に何泊するかという聞き方をしているため、「域内県外」の日帰り比率を求めることができる。

図表4.2.3 域内県外及び域外の日帰り比率の設定（アンケート集計結果）

	日帰り	1泊	2~3泊	4~6泊	7泊以上
域内県外	8.0%	59.1%	32.3%	0.6%	0.0%
域外	1.2%	20.2%	69.7%	8.6%	0.3%

注1：「域内県外」とは、居住地が九州・山口内で、訪問先の施設等の所在県とは異なる県からの来訪者を示す。

注2：過大推計を防ぐため、「県内」は日帰り100%と設定（ を参照）

- ・なお、インバウンドについては日帰り比率を 0%と設定した。

) 上記を掛け合わせることによる日帰り訪問者比率の算出

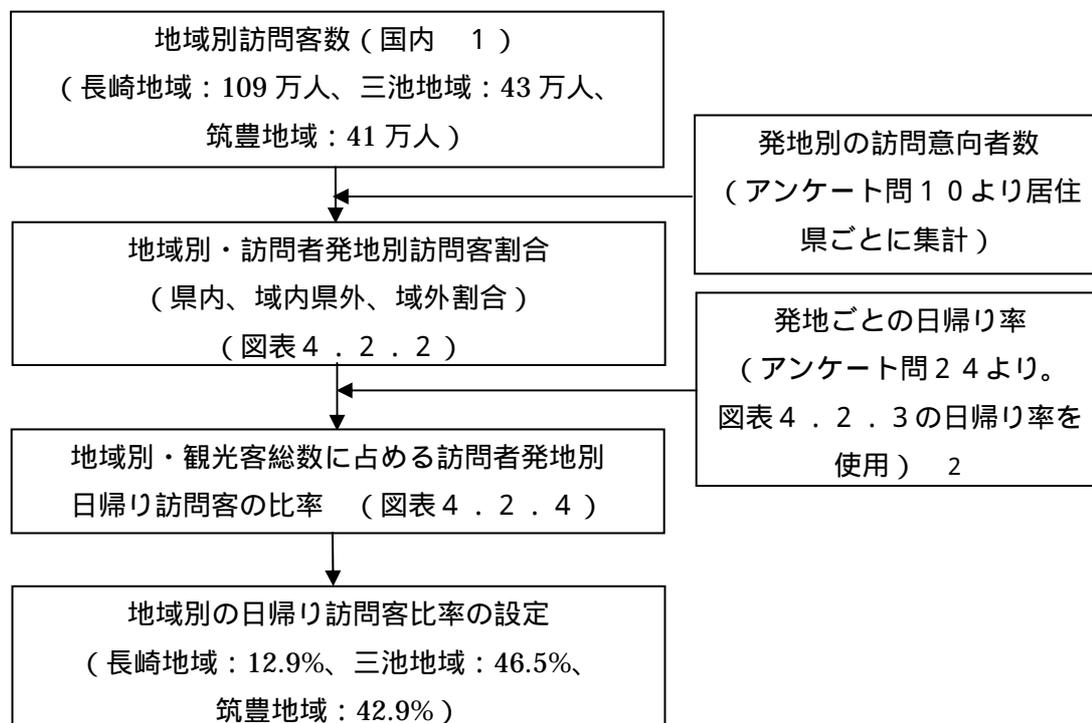
- ・上記をもとに、日帰り比率を推計した結果を以下に示す。なお、県内への訪問については、過大推計を防ぐため、全て日帰りと仮定して推計を行った。

図表 4 . 2 . 4 各地域の日帰り訪問者比率

	長崎地域	三池地域	筑豊地域
日帰り比率	12.9%	46.5%	42.9%
うち域内県内居住者	7.6%	44.1%	40.2%
うち域内県外居住者	4.9%	2.0%	2.3%
うち域外居住者	0.4%	0.4%	0.4%

- ・推計結果としては、日帰り比率が長崎地域では 12.9%、三池地域では 46.5%、筑豊地域では 42.9%となる。三池、筑豊地域で日帰り比率が高いのは、主に福岡県内からの訪問者が多いことに起因している。
- ・以下に、上記の算出をフロー図として整理したものを示す。

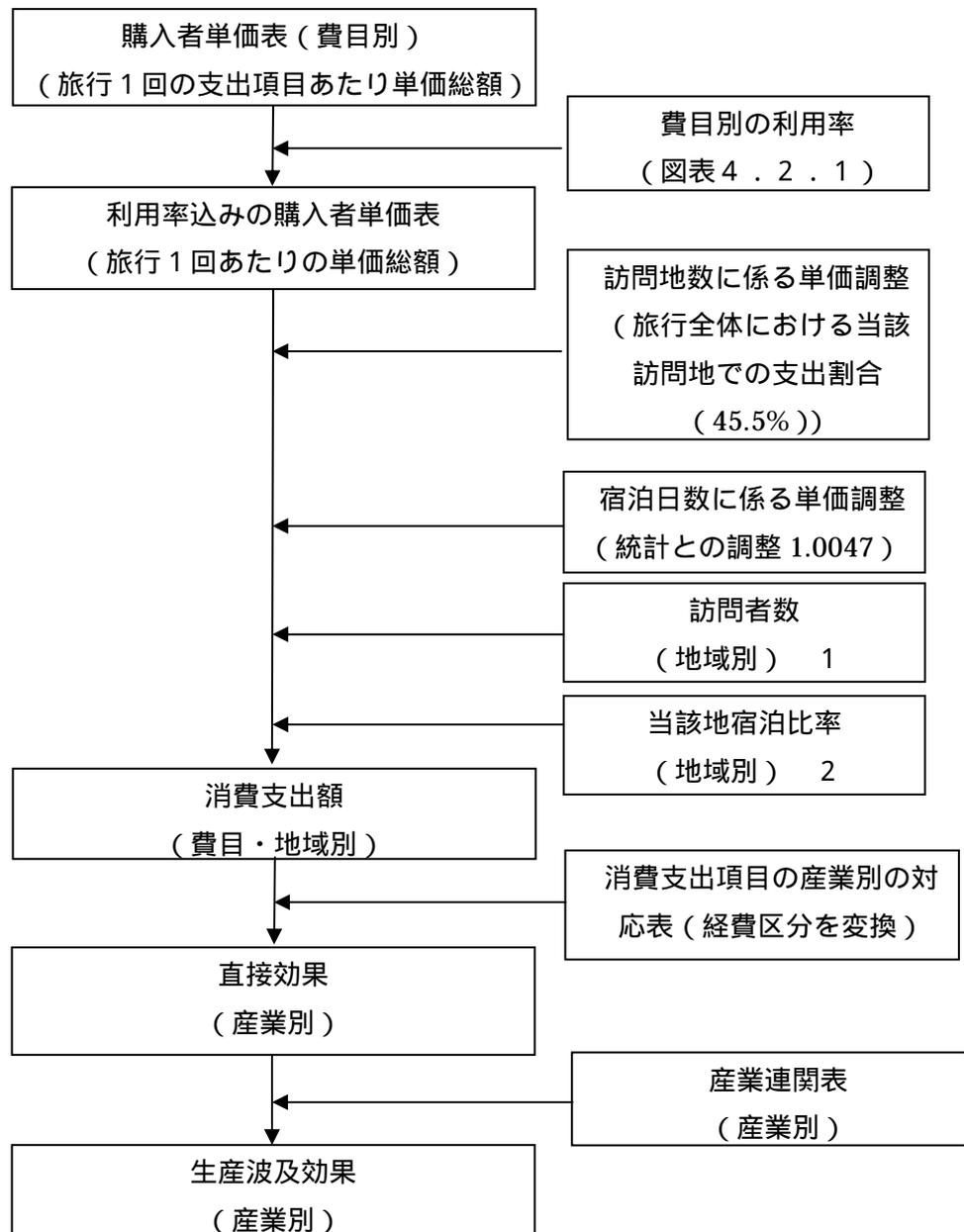
図表 4 . 2 . 5 日帰り訪問者比率算出フロー



- 1 海外からの訪問客はすべて宿泊訪問客と仮定
- 2 県内からの訪問であれば、全ての訪問客が日帰りすると仮定。域内県外、域外については、アンケートの「観光目的で旅行に行く場合何泊するか」という設問から日帰りする訪問客の割合を設定。

以下に、これらを踏まえた消費支出の算出フロー図を示す。

図表4.2.6 消費支出算出フロー



- 1 日帰り訪問者比率をもとに、各地域への訪問者数を宿泊訪問者数と日帰り訪問者数に分解して宿泊訪問者、日帰り訪問者ごとに消費支出を算出した。
- 2 消費支出額は、購入者単価表に訪問者数を乗じることで算出しているが、宿泊訪問者による宿泊費のみは、これに各地域での宿泊意向をさらに乗じることで算出している。例えば、長崎地域であれば、43.0%の回答者が「市内にぜひ宿泊してみたい」と回答しているため、上記の計算フローから算出された宿泊に係る消費支出額にさらに43.0%を掛けた結果である19億円を各地域における宿泊費の消費支出額として採用した。

消費支出の推計

以上の設定をもとに、モデル地域別の消費支出を推計した。

図表４．２．７ 対象地域内での消費支出（長崎地域） 推計結果

（単位：千円）

	長崎地域		
	宿泊旅行	日帰り旅行	合計
1 飛行機	0	0	0
2 新幹線	0	0	0
3 鉄道	826,978	68,882	895,859
4 バス	547,348	38,253	585,601
5 タクシー・ハイヤー	248,189	12,664	260,852
6 船舶(フェリー・クルーズなど)	190,366	12,526	202,891
7 レンタカー代	2,182,212	62,375	2,244,587
8 ガソリン代	2,032,200	161,672	2,193,872
9 駐車場・有料道路料金	1,673,451	109,902	1,783,353
10 宿泊費(キャンプ場利用料を含む)	1,872,622	975	1,873,597
11 食事・喫茶・飲酒	2,593,159	113,704	2,706,864
12 農産物(野菜・果物・花など)	185,759	12,104	197,863
13 農産加工品(ジャム・ソーセージ・乳製品など)	92,387	6,907	99,294
14 水産物(鮮魚・魚介類など)	229,992	10,302	240,294
15 水産加工品(干物・練製品など)	240,937	9,227	250,163
16 菓子類	912,715	44,652	957,367
17 お弁当・飲料・酒・茶葉・その他食品	562,815	31,611	594,426
18 繊維製品(衣料品・帽子・ハンカチなど)	245,093	21,439	266,531
19 靴・カバン類	77,580	8,269	85,849
20 陶磁器・ガラス製品	54,034	4,286	58,320
21 絵はき・本・雑誌など	35,483	3,321	38,805
22 木製の小物・家具・和紙など	24,768	1,179	25,948
23 医薬品・化粧品・ハミガキ・シャンプーなど	24,333	784	25,117
24 フィルム	10,204	440	10,644
25 電気製品・電池	66,264	3,119	69,382
26 カメラ・時計・眼鏡	18,788	114	18,901
27 その他製造品(文具・玩具など)	53,675	5,202	58,878
28 立寄温泉・温浴施設・エステ	115,161	11,741	126,902
30 美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など	945,433	90,729	1,036,162
37 ガイド料(自然体験・スキー教室・現地ツアーなど)	7,453	577	8,030
39 マッサージ	96,728	515	97,242
40 写真撮影代	34,512	1,413	35,925
41 郵便・電話通話料	26,110	240	26,350
42 宅配便	82,176	3,297	85,473
合計	16,308,924	852,420	17,161,344

図表4.2.8 対象地域内での消費支出（三池地域） 推計結果

（単位：千円）

	三池地域		
	宿泊旅行	日帰り旅行	合計
1 飛行機	0	0	0
2 新幹線	0	0	0
3 鉄道	210,199	97,754	307,953
4 バス	139,124	54,287	193,411
5 タクシー・ハイヤー	63,084	17,972	81,056
6 船舶(フェリー・クルーズなど)	48,387	17,776	66,163
7 レンタカー代	554,670	88,520	643,189
8 ガソリン代	516,540	229,437	745,977
9 駐車場・有料道路料金	425,354	155,967	581,321
10 宿泊費(キャンプ場利用料を含む)	149,435	1,383	150,818
11 食事・喫茶・飲酒	659,123	161,364	820,487
12 農産物(野菜・果物・花など)	47,216	17,178	64,394
13 農産加工品(ジャム・ソーセージ・乳製品など)	23,483	9,802	33,285
14 水産物(鮮魚・魚介類など)	58,459	14,620	73,078
15 水産加工品(干物・練製品など)	61,241	13,094	74,335
16 菓子類	231,992	63,368	295,360
17 お弁当・飲料・酒・茶葉・その他食品	143,055	44,861	187,916
18 繊維製品(衣料品・帽子・ハンカチなど)	62,297	30,425	92,722
19 靴・カバン類	19,719	11,735	31,454
20 陶磁器・ガラス製品	13,734	6,083	19,817
21 絵はき・本・雑誌など	9,019	4,713	13,732
22 木製の小物・家具・和紙など	6,296	1,674	7,969
23 医薬品・化粧品・ハミガキ・シャンプーなど	6,185	1,113	7,298
24 フィルム	2,594	625	3,218
25 電気製品・電池	16,843	4,426	21,269
26 カメラ・時計・眼鏡	4,775	161	4,937
27 その他製造品(文具・玩具など)	13,643	7,383	21,026
28 立寄温泉・温浴施設・エステ	29,271	16,662	45,933
30 美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など	240,308	128,759	369,067
37 ガイド料(自然体験・スキー教室・現地ツアーなど)	1,894	818	2,713
39 マッサージ	24,586	731	25,317
40 写真撮影代	8,772	2,005	10,777
41 郵便・電話通話料	6,637	340	6,977
42 宅配便	20,887	4,679	25,567
合計	3,818,822	1,209,713	5,028,535

図表4.2.9 対象地域内での消費支出（筑豊地域） 推計結果

（単位：千円）

	筑豊地域		
	宿泊旅行	日帰り旅行	合計
1 飛行機	0	0	0
2 新幹線	0	0	0
3 鉄道	213,185	86,476	299,661
4 バス	141,100	48,024	189,124
5 タクシー・ハイヤー	63,980	15,898	79,878
6 船舶(フェリー・クルーズなど)	49,074	15,725	64,799
7 レンタカー代	562,549	78,307	640,856
8 ガソリン代	523,878	202,967	726,845
9 駐車場・有料道路料金	431,396	137,973	569,369
10 宿泊費(キャンプ場利用料を含む)	140,331	1,224	141,555
11 食事・喫茶・飲酒	668,487	142,747	811,234
12 農産物(野菜・果物・花など)	47,886	15,196	63,082
13 農産加工品(ジャム・ソーセージ・乳製品など)	23,816	8,671	32,488
14 水産物(鮮魚・魚介類など)	59,289	12,933	72,222
15 水産加工品(干物・練製品など)	62,111	11,583	73,694
16 菓子類	235,287	56,057	291,345
17 お弁当・飲料・酒・茶葉・その他食品	145,087	39,685	184,772
18 繊維製品(衣料品・帽子・ハンカチなど)	63,182	26,915	90,097
19 靴・カバン類	19,999	10,381	30,380
20 陶磁器・ガラス製品	13,929	5,381	19,311
21 絵はき・本・雑誌など	9,147	4,169	13,317
22 木製の小物・家具・和紙など	6,385	1,481	7,866
23 医薬品・化粧品・ハミガキ・シャンプーなど	6,273	984	7,257
24 フィルム	2,630	553	3,183
25 電気製品・電池	17,082	3,915	20,997
26 カメラ・時計・眼鏡	4,843	143	4,986
27 その他製造品(文具・玩具など)	13,837	6,531	20,368
28 立寄温泉・温浴施設・エステ	29,687	14,740	44,427
30 美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など	243,722	113,904	357,625
37 ガイド料(自然体験・スキー教室・現地ツアーなど)	1,921	724	2,645
39 マッサージ	24,935	646	25,582
40 写真撮影代	8,897	1,774	10,671
41 郵便・電話通話料	6,731	301	7,032
42 宅配便	21,184	4,139	25,323
合計	3,861,843	1,070,149	4,931,992

図表 4 . 2 . 1 0 対象地域内での消費支出（3地域合計） 推計結果

（単位：千円）

	三地域合計		
	宿泊旅行	日帰り旅行	合計
1 飛行機	0	0	0
2 新幹線	0	0	0
3 鉄道	1,250,362	253,111	1,503,473
4 バス	827,571	140,565	968,136
5 タクシー・ハイヤー	375,253	46,534	421,786
6 船舶(フェリー・クルーズなど)	287,827	46,027	333,853
7 レンタカー代	3,299,430	229,202	3,528,632
8 ガソリン代	3,072,618	594,076	3,666,694
9 駐車場・有料道路料金	2,530,202	403,842	2,934,043
10 宿泊費(キャンプ場利用料を含む)	2,162,389	3,581	2,165,970
11 食事・喫茶・飲酒	3,920,770	417,815	4,338,585
12 農産物(野菜・果物・花など)	280,861	44,478	325,339
13 農産加工品(ジャム・ソーセージ・乳製品など)	139,687	25,380	165,067
14 水産物(鮮魚・魚介類など)	347,741	37,854	385,595
15 水産加工品(干物・練製品など)	364,288	33,904	398,192
16 菓子類	1,379,994	164,078	1,544,072
17 お弁当・飲料・酒・茶葉・その他食品	850,957	116,157	967,114
18 繊維製品(衣料品・帽子・ハンカチなど)	370,572	78,778	449,350
19 靴・カバン類	117,298	30,385	147,683
20 陶磁器・ガラス製品	81,698	15,751	97,448
21 絵はき・本・雑誌など	53,650	12,204	65,853
22 木製の小物・家具・和紙など	37,449	4,333	41,782
23 医薬品・化粧品・ハミガキ・シャンプーなど	36,791	2,881	39,671
24 フィルム	15,428	1,618	17,046
25 電気製品・電池	100,189	11,460	111,648
26 カメラ・時計・眼鏡	28,406	418	28,824
27 その他製造品(文具・玩具など)	81,156	19,116	100,271
28 立寄温泉・温浴施設・エステ	174,120	43,142	217,263
30 美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など	1,429,462	333,392	1,762,854
37 ガイド料(自然体験・スキー教室・現地ツアーなど)	11,269	2,119	13,388
39 マッサージ	146,249	1,892	148,141
40 写真撮影代	52,181	5,192	57,373
41 郵便・電話通話料	39,478	882	40,359
42 宅配便	124,247	12,116	136,363
合計	23,989,589	3,132,281	27,121,870

直接効果・生産波及効果の推計

対象地域における消費支出を産業部門に対応させて直接効果を推計するとともに、産業連関表により、生産波及効果を推計する。消費支出項目と産業部門の対応は、「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」の対応表をもとに設定した。

産業連関表は、経済産業省九州経済産業局作成の平成17年九州地域産業連関表（29部門逆行列係数表）を利用した。

以上の結果、モデル地域における直接効果・生産波及効果は、以下のように算出できた。3地域の合計で直接効果は271億円、生産波及効果が425億円である。

図表4.2.11 モデル地域における直接効果・生産波及効果 推計結果

	経済効果	
	直接効果	生産波及効果
長崎地域	172億円	267億円
三池地域	50億円	80億円
筑豊地域	49億円	78億円
3地域計	271億円	425億円

出典：図表4.2.12～15より転載。

なお、これらの数字は、4.4-1(3)で記載したように、一定の前提のもとに計算されたものであることに留意が必要である。ポテンシャルと言うべき数字であり、何もしないで実現するものではない。

また、4-2(1)で記載したように、消費単価のうち九州・山口の外から当地域に往復するための交通費として考えられる「飛行機」、「新幹線」については、消費単価には含めず、あくまで域内での消費支出と想定されるもののみを推計対象にしている。従って、日本全国への経済効果としてはこれより大きな数字となる。

図表４．２．１２ 対象地域の直接効果と生産波及効果（長崎地域） 推計結果

（単位：千円）

	長崎地域	
	直接効果	生産波及効果
農林水産業	438,157	888,923
鉱業	0	597,118
飲食料品	1,901,251	2,433,556
繊維製品	266,531	470,835
製材・木製品・家具	0	325,635
パルプ・紙・板紙・加工紙	25,948	317,079
化学製品	35,761	380,291
石油・石炭製品	2,193,872	2,379,316
プラスチック製品	0	228,048
窯業・土石製品	58,320	417,438
鉄鋼製品	0	234,679
非鉄金属製品	0	244,637
金属製品	0	228,690
一般機械	0	250,997
電気機械	69,382	379,318
輸送機械	0	196,355
精密機械	18,901	295,986
その他の製造工業製品	183,531	512,279
建設	0	366,621
公共事業	0	348,264
商業	0	236,851
金融・保険・不動産	0	157,819
運輸	3,814,030	4,404,097
情報通信	26,350	394,873
公務・教育・研究	1,036,162	1,311,653
医療・保健・社会保障・介護	97,242	367,894
対事業所サービス	2,244,587	2,514,609
対個人サービス	4,751,318	5,168,448
その他	0	626,710
合計	17,161,344	26,679,020
乗数効果(生産波及効果 / 直接効果)		1.55460

< 補足 >

直接効果の合計は、図表４．２．７の合計値と一致する。これは、上記図表が図表４．２．７の支出項目を産業別に配分しなおしたものであることに起因する。

図表４．２．１３ 対象地域の直接効果と生産波及効果（三池地域） 推計結果
（単位：千円）

	三池地域	
	直接効果	生産波及効果
農林水産業	137,472	279,015
鉱業	0	182,139
飲食料品	590,896	757,224
繊維製品	92,722	156,084
製材・木製品・家具	0	102,150
パルプ・紙・板紙・加工紙	7,969	99,762
化学製品	10,516	121,599
石油・石炭製品	745,977	805,744
プラスチック製品	0	71,720
窯業・土石製品	19,817	133,045
鉄鋼製品	0	74,681
非鉄金属製品	0	77,646
金属製品	0	71,501
一般機械	0	78,888
電気機械	21,269	119,945
輸送機械	0	61,738
精密機械	4,937	92,346
その他の製造工業製品	66,212	170,026
建設	0	111,576
公共事業	0	106,082
商業	0	71,257
金融・保険・不動産	0	46,522
運輸	1,255,470	1,442,206
情報通信	6,977	112,196
公務・教育・研究	369,067	452,412
医療・保健・社会保障・介護	25,317	102,204
対事業所サービス	643,189	722,279
対個人サービス	1,030,729	1,153,991
その他	0	203,357
合計	5,028,535	7,979,338
乗数効果(生産波及効果 / 直接効果)		1.58681

図表４．２．１４ 対象地域の直接効果と生産波及効果（筑豊地域） 推計結果
（単位：千円）

	筑豊地域	
	直接効果	生産波及効果
農林水産業	135,305	274,569
鉱業	0	179,880
飲食料品	582,299	746,063
繊維製品	90,097	152,521
製材・木製品・家具	0	100,513
パルプ・紙・板紙・加工紙	7,866	98,121
化学製品	10,440	119,357
石油・石炭製品	726,845	785,457
プラスチック製品	0	70,540
窯業・土石製品	19,311	130,646
鉄鋼製品	0	73,342
非鉄金属製品	0	76,284
金属製品	0	70,375
一般機械	0	77,592
電気機械	20,997	117,895
輸送機械	0	60,725
精密機械	4,986	90,924
その他の製造工業製品	64,065	166,127
建設	0	110,201
公共事業	0	104,772
商業	0	70,434
金融・保険・不動産	0	46,121
運輸	1,228,156	1,411,689
情報通信	7,032	111,011
公務・教育・研究	357,625	439,970
医療・保健・社会保障・介護	25,582	101,514
対事業所サービス	640,856	719,279
対個人サービス	1,010,532	1,132,021
その他	0	199,076
合計	4,931,992	7,837,016
乗数効果(生産波及効果 / 直接効果)		1.58902

図表 4 . 2 . 1 5 対象地域の直接効果と生産波及効果（3地域合計） 推計結果
（単位：千円）

	三地域合計	
	直接効果	生産波及効果
農林水産業	710,934	1,442,507
鉱業	0	959,138
飲食料品	3,074,446	3,936,843
繊維製品	449,350	779,440
製材・木製品・家具	0	528,298
パルプ・紙・板紙・加工紙	41,782	514,961
化学製品	56,717	621,247
石油・石炭製品	3,666,694	3,970,517
プラスチック製品	0	370,308
窯業・土石製品	97,448	681,129
鉄鋼製品	0	382,702
非鉄金属製品	0	398,567
金属製品	0	370,566
一般機械	0	407,477
電気機械	111,648	617,158
輸送機械	0	318,818
精密機械	28,824	479,256
その他の製造工業製品	313,807	848,431
建設	0	588,398
公共事業	0	559,118
商業	0	378,542
金融・保険・不動産	0	250,462
運輸	6,297,655	7,257,992
情報通信	40,359	618,080
公務・教育・研究	1,762,854	2,204,035
医療・保健・社会保障・介護	148,141	571,612
対事業所サービス	3,528,632	3,956,167
対個人サービス	6,792,578	7,454,460
その他	0	1,029,143
合計	27,121,870	42,495,374
乗数効果(生産波及効果 / 直接効果)		1.56683

5. 今後の方向に関する提案

4. で算出した経済効果は、何もしないで実現するものではないため、産業遺産のある各地域で整備を行うとともに、九州・山口全体としてのプロモーション等を行い「世界遺産ルート」を構築する必要がある。

5 - 1 モデル地域において経済効果が最大となるプログラムの検討・選定

(1) 検討の考え方

集客ポテンシャルと現実のギャップの捉え方

4. で行った推計は、過去に全国各地で世界遺産登録がなされてきた地域並みに、来訪者へのプロモーションや来訪者受入体制の整備がなされていた場合に実現するものであり、ポテンシャルと言うべき数字である。このことについては、4. 4 - 3 (3) において記載した通りである。

特に、三池地域や筑豊地域は、これまで観光地としては有名でなく、産業遺産をめぐる人も限定的であったため、上記で示したポテンシャルと現状とのギャップは大きい。一方で、長崎地域については、既に観光的な知名度は高く、宿泊施設は充実しており、近年、端島がマスコミで取り上げられる機会が増えていることもあり、集客ポテンシャルは発現しやすい（実際には既に発現）と考えられる。

とはいえ、過去に世界遺産登録のなされた拠点での世界遺産登録前後の観光入込数を見ると、石見銀山のようにあまり有名でなかった観光地では観光客数が急増している一方、厳島神社のようにもともと有名な観光地の場合には、観光客の伸びは少ない。

すなわち、現状で十分観光化されていない三池地域や筑豊地域においては、今後観光客が伸びるポテンシャルが大きいと言え、適切なプロモーションと受入体制整備を進めれば、観光客を伸ばせる可能性がある。

経済効果最大化のための視点

一般に、集客における経済効果を最大化させるためには、

- ・ 当地を訪れる人を増やす
- ・ より滞在日数を増やす
- ・ リピート者を増やす

という3つが基本となる。

それぞれについて、記述すると以下の通りである。

- ・ 当地を訪れる人を増やす

そのためには、人々の認知を図り、現地に行ってみたいという動機付けを図るとともに、実際に旅行行動を起こす人がプランニングしやすい環境を提供することが重要となる。

・滞在日数を増やす

そのためには、広域周遊したくなるプランを提供するとともに、各地において魅力的な時間消費プログラムの提供することなどが重要となる。

・リピート者を増やす

そのためには、現地でプログラム等に変化があり、また行きたくなるような環境づくり、シリーズ的に行きたくなるような動機付け等が重要となる。

図表 5 . 1 . 1 経済効果最大化のための視点

	旅行者の動き	経済効果最大化のために 対応すべきこと
1 当地を訪れる人を増やす	1-1 マスコミや口コミを通じて現地の魅力を知る	マスコミ等へのPR（取材ツアーの開催、番組企画への提案等） 口コミやブログでのコミュニケーションを喚起するための話題づくり
	1-2 旅行先の情報を手軽に入手し、円滑にプランニングする	ネット検索で、現地の情報がわかりやすく表示されるようにする 現地での移動や宿泊等の情報、無理でない行程の組み方等について、情報提供する（WEBサイトにて）
2 滞在日数を増やす	2-1 九州・山口にある魅力的なスポットを知り、もっと広域で周遊したくなる	九州・山口の他の観光資源との組み合わせによる魅力アップの提案（旅行代理店向け、WEBでモデルプラン提示等） 広域で周遊したくなるようなストーリー性のある「近代化遺産」めぐりの提案 「もう1ヶ所」立ち寄れる先を増やす。交通インフラの整備と簡単に見学できるコースの設置
	2-2 魅力的なプログラムがあるので、一つの地域にもっと滞在したくなる	魅力的な時間消費型プログラムの開発と提供 地域内の各施設の周遊を促すプリペイドカード等の提供
3 リピート者を増やす	3-1 同じ場所にもう1回行きたくなる。別の誰かを連れていきたいとなる。	各地域において、体験メニューを何段階か用意する。 今までとは違うプログラムを企画し、リピートするための魅力づくり。
	3-2 九州・山口の他の場所にも行きたくなる。	例えば、炭坑遺産でもいろいろなタイプがあることを知らせ、各地を巡る魅力をアピールする。

なお、「1 当地を訪れる人を増やす」については、近年のインターネット普及に対応することが重要である。すなわち、近年の購買行動においては、ある商品に関心を持ったらネットで検索し、そこで情報を得て、行動する人が増えている。そこで、九州・山口の近代化産業遺産に関心を持った人が容易にアクセスでき、旅行に必要な情報を十分に得られるWEBサイトの構築は非常に重要となる。

参考 購買行動のモデル

従来の購買行動モデル = A I D M A

米国のサミュエル・ローランド・ホールは、消費者がある商品を知って購入に至るまでに次のように「AIDMA (アイドマ)」という各段階があるとしている。

- ・ Attention (注意) : 消費者がその商品の存在を知る
- ・ Interest (関心) : その商品に興味を持つ
- ・ Desire (欲求) : 欲しいと思うようになる
- ・ Memory (記憶) : 記憶し
- ・ Action (行動) : 購入する

ネット時代の購買行動モデル = A I S A S

近年、大手広告代理店の電通は、ネットでの購買行動のプロセスモデルとしてAISAS(エーサス、アイサス)^(R)というモデルを提唱している。

- ・ Attention (注意): 消費者がその商品の存在を知る
- ・ Interest (関心): その商品に興味を持つ
- ・ Search (検索): インターネットで検索する
- ・ Action (行動、購入): 店頭ないしネットでの購入
- ・ Share (共有): 商品評価をネット上で共有しあう

出典：各種資料により作成

多様な消費者の属性に応じた対応

近代化産業遺産について、人々の持つ関心は多様である。それは、

- ・ 年齢層別
- ・ 性別
- ・ 居住地別 (九州・山口の域内と域外)

によって異なると考えられる。

本報告書 3 - 2 (2) で示したように、九州・山口の近代化産業遺産については、年齢層別に見ると 50 歳代以上の年輩者の関心が特に高く、性別には男性の関心が高い。興味を持つ観光テーマについては年齢層によって異なっており、40 代以上は「幕末 江戸日本

が西洋科学をふれあう」というテーマに関心を示す一方、30代は「近代化を支えた石炭産業遺産群」に関心を示している。

既存調査においては、

- ・ 伝統産業、食品・醸造、農林水産業については女性の関心が顕著に高い
- ・ 機械（自動車など）については男性に比べて女性の関心が低い

といった調査結果がある（国土交通省都市・地域整備局「産業観光ガイドライン」（平成19年度 中部圏における多軸連結構造の形成推進調査 ものづくり文化回廊形成推進調査）による）。

従って、近代化産業遺産を核とした観光振興を図るには、ターゲットの属性（年齢層、性、居住地等）に応じた関心の違いを十分に踏まえて、プロモーションを図ることが重要である。

モデル地域での取組、世界遺産ルートでの取組、その他の整理先に挙げた表について、

- ・ モデル地域での取り組み
- ・ 世界遺産ルートでの取り組み
- ・ その他の共通的取り組み

に分けると以下の表のようになる。

図表 5 . 1 . 2 経済効果最大化のための視点

	旅行者の動き	経済効果最大化のために対応すべきこと		
		モデル地域でのプログラム	世界遺産ルート（広域周遊）	その他共通的取り組み
1 当地を訪れる人を増やす	1-1 マスコミや口コミを通じて現地の魅力を知る			マスコミ等へのPR（取材ツアーの開催、番組企画への提案等） 口コミやブログでのコミュニケーションを喚起するための話題づくり
	1-2 旅行先の情報を手軽に入手し、円滑にプランニングする			ネット検索で、現地の情報がわかりやすく表示されるようにする 現地での移動や宿泊等の情報、無理でない行程の組み方等について、情報提供する（WEBサイトにて）。

2 滞在日数を増やす	2-1 九州・山口にある魅力的なスポットを知り、もっと広域で周遊したくなる	九州・山口の他の観光資源との組み合わせによる魅力アップの提案 簡単に見学できるコースの設置。	広域で周遊したくなるようなストーリー性のある「近代化遺産」めぐりの提案。 「もう1ヶ所」立ち寄れる先を増やす。 交通インフラの整備	
	2-2 魅力的なプログラムがあるので、一つの地域にもっと滞在したくなる	魅力的な時間消費型プログラムの開発と提供 各地域において、体験メニューを何段階か用意する。 地域内の各施設の周遊を促すプライベートカード等の提供		
3 リピーターを増やす	3-1 同じ場所にもう1回行きたくなる。別の誰かを連れていきたいくなる。	今までとは違うプログラムを企画し、リピートするための魅力をつくる。		
	3-2 九州・山口の他の場所にも行きたくなる。	モデル地域ごとに違う魅力を発揮する。	例えば、炭坑遺産でもいろいろなタイプがあることを知らせ、各地を巡る魅力をアピールする。	

(2) モデル地域において経済効果が最大となるプログラムの必要条件

前に示した表より、モデル地域において経済効果が最大となるプログラムを提案する。その際、必要となる条件を挙げると以下の通りである。

モデル地域ごとに違う魅力を発揮すること

筑豊、三池、長崎の3地域は、それぞれ炭鉱跡という産業遺産を有するが、それぞれの有する特性は異なっており、以下のように相互に補完的だと考えられる。

- ・筑豊： 炭鉱のまちの生活文化をよく理解できる（but 炭鉱施設の名残が少ない）
- ・三池： 炭鉱の仕組みがよく理解できる（but 炭坑の文化や当時の雰囲気は少ない）
- ・長崎： 炭鉱のまち全体を理解できる（but 炭鉱の仕組みに触れられない、人不在）

図表5.1.3 炭鉱に関して各地域が有する資源

	筑豊エリア	三池エリア	長崎エリア
炭鉱の仕組み	伊田堅坑櫓（田川） 二本煙突 田川市石炭・歴史博物館	万田坑、宮原坑の櫓が現存。 専用鉄道跡、三池港の閘門など石炭積出の全体像を理解できる。 石炭層が露出している地区もある。 石炭産業科学館で、炭鉱の仕組みを学習できる。	端島の近くに高島炭鉱があり、展示施設あり。 長崎市北部の池島炭鉱は研修坑として入坑体験ができていた。
炭鉱のまちの生活文化	田川市石炭・歴史博物館で山本作兵衛の資料を鑑賞できる。 旧伊藤伝右衛門邸がある。炭住跡も現在はある。 文化資源が豊富（炭坑節、ひよ子（菓子）、成金饅頭、嘉穂劇場）。		
炭鉱のまち全体	炭鉱のまちとしての風情、景観が残されている。 まちを歩けば当時の名残を発見することもできる。		端島には、当時の住宅、作業場等がそのまま残っている。（但し、現在住人はいない。）
他の産業遺産や現代の産業等への展開	遠賀川は若松への石炭輸送のルートであった（五平太舟）。	三井化学大牟田工場（プラスチックメガネレンズ製造）。 三井三池製作所（原動機、掘進機械、運搬機械など）。	造船の歴史（長崎港に小菅修船場、三菱重工のドックあり）。 三菱重工では、最新鋭の造船を行っている。
産業遺産以外の魅力			グラバー園、オランダ坂、出島、浦上天主堂、平和公園などにより全国的有名観光地。

そこで、各地域のプロモーションをする際には、それぞれの特性をアピールすることが考えられる。そうすることにより、ある地域を訪れた人が他の地域を訪れたいくなるような動機付けができると考えられる。

- ・三池エリアで炭鉱の仕組みを理解し、興味を持った人が、炭鉱のまち全体を見るために端島に赴く。
- ・端島で炭鉱のまちの廃墟を見て炭鉱のまちを偲びたくなった人が、筑豊に行き、炭鉱文化の絵画、説明に触れ、往時のイメージをふくらませる。

魅力的な時間消費型プログラムの開発と提供

全体としての滞在時間を延ばすためには、各地域において魅力的な時間消費型プログラムを提供する必要がある。

民間活力導入調査では、以下のようなモデルプランを提示している。このように、時間消費を促すプログラムの整備は、経済効果最大化のためには重要である。

・筑豊地域：

田川市石炭・歴史博物館を「ビジターセンター」として、野外博物館（構想であり現在はない）で昔遊びを行い、「炭住ホテル」（構想であり現在はない）に宿泊。

翌日は、レンタカーで直方に移動し、練習坑道での疑似体験、直方の歴史的建造物群の散策。さらに飯塚に移動し、旧伊藤伝右衛門邸、嘉穂劇場などを見学。（2日滞在）

・三池地域：

大牟田駅から時計回りに宮浦坑、宮原坑、万田坑、三池港、三井港倶楽部回り、採炭から石炭の積出までを体感するルート。（1日滞在）

各地域において体験プログラムを何段階か用意、適宜新規なプログラムを提供すること
各地域でリピーターを増やすためには、何段階もの体験プログラムを用意しておき、何度も訪れる動機付けとすることが考えられる。また、複数の地域でのプログラムを、好きなように取捨選択し、全部の地域を合わせると何度も訪問したくなるようなプログラム開発が重要である。これは、特に九州・山口域内からの来訪者に対しては有効と考えられる。

例えば、

- ・各地域において、段階別のプログラムを提供することで、関心が高まった人を受け入れる。
- ・ある地域で初級コースに参加した人が、次は別の地域の中級コースに参加するなど、広域的にリピート促進する仕組み。

が構築される。さらに、プログラムが適宜、更新されることによりリピートの関心をひくようにするのである。

図表5.1.4 炭鉱に関して各地域で提供することが考えられるプログラム

現状（括弧内は平成20年の観光入込客数）

	筑豊エリア	三池エリア	長崎エリア
かなり人気の場所 (集客規模5万人以上)	旧伊藤伝右衛門邸 (15万人)		グラバー園(84万人) 端島(H21年度5万人程度見込)
人気の拠点 (集客規模1~5万人程度)	田川市石炭・歴史博物館 (2万人)	石炭産業科学館 (1.2万人)	
その他 集客規模1万人以下)			造船関連の産業遺産



今後、期待されるプログラム

	筑豊エリア	三池エリア	長崎エリア
テーマ プログラム	炭鉱のまちの生活文化体験	炭鉱の仕組み体験	炭鉱のまち全体の体験
初級コース ・5万人以上 ・主たる観光目的のついでの場合を含めて、幅広く受入。	旧伊藤伝右衛門邸 ビジターセンターとしての石炭・歴史博物館	万田坑(平成22年4月オープン)	グラバー邸 端島(他地域の炭鉱遺産の紹介を行い、関心を惹きつける)
中級コース ・1~5万人程度 ・産業遺産に興味を持つ人を受入。	石炭と人々の暮らしに関する野外博物館(石炭の燃焼、製鉄等について、機械を動かしながら体験できる、当時の生活体験等)	大牟田市石炭産業科学館(ビジターセンター機能を強化) 専用鉄道跡に沿って宮原坑、万田坑から三池港までめぐる	さるくツアー 長崎港の造船関連の産業遺産、現代の最新鋭の造船の見学
上級コース ・数千人程度 ・産業遺産にかなり興味を持ち、主体的に関与する人を受入。	炭鉱のまちあるき(町を歩きながら往時の名残を見いだす)	石炭に触れて体験できるプログラム(石炭の露出層めぐり、石炭を燃やす体験等)	池島炭鉱、高島炭鉱めぐり

現存 整備中 整備が期待されるもの

もう1ヶ所、簡単に立ち寄れる先の提供

旅行者は、じっくり見学したい人、少しだけ見たい人など多様である。

経済効果を最大化するには、なるべく多様な人を取り込むことが重要である。そこで、ついでに立ち寄る人、半日過ごす人、終日過ごす人など、複数のプログラムを用意しておく。例えば、世界遺産のシンボリックな施設だけを見学したい人の需要にも対応する。

そのため、段階別のプログラムを提供する。

九州・山口の他の観光資源との組み合わせの提案による魅力アップ

近代化産業遺産は、観光資源としては、誰もが魅力を感じるものではない。単独では、旅行行動には結びつきにくいものである。例えば、石見銀山は、松江や出雲とのセットの旅行商品として企画され、人気を集めている。また、石見銀山と原爆ドーム、厳島神社という世界遺産をつなぐルートでの旅行もなされている。

モデル地域で考えられるプランの例を挙げると、以下のようになる。

・三池地域その1：柳川観光との組み合わせ

- 1日目 (博多の住民) 博多発 柳川散策 遊覧船 柳川泊 (マイカー移動)
- 2日目 大牟田市石炭産業科学館(駐車) 宮浦坑 宮原坑 万田坑 三池港 帰宅

・三池地域その2：グリーンランド(遊園地)との組み合わせ

- 1日目は子ども中心、2日目は父親中心で家族を案内して周遊
- 1日目 (博多の住民) 博多発 グリーンランド 1日遊び グリーンランド泊
- 2日目 大牟田市石炭産業科学館(駐車) 宮浦坑 宮原坑 万田坑 三池港 帰宅

・長崎地域その1：長崎のまちの観光資源との組み合わせ(グラバー園等)

- 1日目は端島見学、2日目は長崎市内観光(初めて来る人)
- 1日目 (東京の住民) 東京発 端島見学 市内泊
- 2日目 グラバー園、出島、オランダ坂等を散策 帰宅

・長崎地域その2：長崎市内観光、三菱重工の造船所見学との組み合わせ

- 1日目 (東京の住民) 東京発 端島見学 市内泊
- 2日目 グラバー園、出島、オランダ坂等を散策 市内泊
- 3日目 三菱重工史料館見学、小菅修船場見学 帰宅

(3) モデル地域において経済効果が最大となるプログラム

以上の検討をもとに、モデル地域において経済効果が最大となるプログラムを提案する。

これらは、モデル地域を中心として、なるべく滞在日数が多くなるものとして提案するものである。滞在時間を延ばすためには、部分的に新たなプログラムの開発も必要となるので、それらも含めて提案している。

筑豊地域

従来、筑豊地域の観光資源としては、旧伊藤伝右衛門邸、田川市石炭・歴史博物館などがあるが、滞在型の観光客を誘致するための要素が弱かった。

そこで、複数の時間消費型のプログラムを提供するとともに、宿泊施設を整備することで、当地域において1泊2日程度の滞在を楽しめるプログラムを開発する。

筑豊地域の田川、直方、飯塚を1泊2日で十分に楽しめるコースである。このコースは、民間活力導入調査で設定したものである。次頁の図表に具体的な想定を示した。これは、民間活力導入調査（担当：九州経済産業局）で提案された行程を具体化したものである。

〔プログラムの概要〕

- ・1日目の午前中は、出発地から筑豊地域への移動時間である。筑豊地域での移動手段はレンタカーとする。
- ・午前中に筑豊地域に到着地、昼食は、村田春次郎旧邸（あをぎり）などでとる。
- ・午後は、ビジターセンターとしての機能が強化された「田川市石炭・歴史博物館」を見学し、炭鉱の歴史や炭鉱のまちの文化に触れる。山本作兵衛の絵画を鑑賞する。
- ・さらに、「野外博物館」(新たに整備)で昔遊びなどを体験して時間を過ごす。
- ・こうして、午後一杯を楽しんだ後、炭住を再現した「炭住ホテル」(新たに整備)に移動し、滞在する。そこで、夕食をとり、滞在する。
- ・2日目は、直方の石炭記念館の見学から観光を開始。
- ・さらに、直方の歴史的建造物群を散策する。散策しながら昼食をとる。
- ・その後、飯塚に移動時、旧伊藤伝右衛門邸を見学。
- ・博多まで移動し、帰路につく。

〔プログラムの実現に必要なこと〕

- ・当地域の近代化産業遺産めぐりの出発点として、田川市石炭・歴史博物館の「ビジターセンター」としての機能を強化することが求められる（インタープリテーション、各種施設への誘導の機能など）。
- ・魅力的な時間消費プログラムとして、「野外博物館」の整備が求められる。
- ・滞在型観光のために、「炭住ホテル」の整備が求められる。

図表5.1.5 筑豊地域におけるプログラム提案

日程	時刻	場所		移動手段	備考
1日目	06:45	自宅(大阪市内)	発	電車等(30分)	【飲食場所】村田春次郎旧邸(あをぎり)、九州日立マクセル赤煉瓦記念館、ラピュタファームなどを想定 【ビジターセンターである博物館の見学】山本作兵衛の絵の見学、ガイドの説明を聞く、疑似体験(ハンドルポンプなど) 【野外博物館での体験】昔遊び(紙芝居、竹馬、鞠つき)など 【炭住生活体験】炭住を再現したホテルで、「昔の尋常小学校の授業を、当時の教科書を使って受ける」、「ガンガン七輪を利用した料理体験」などを実施する
	07:45	新大阪	着		
	08:00		発	新幹線(2時間17分)	
	10:20	小倉	着		
	10:50		発	レンタカー(30分)	
	12:00	田川の飲食店	着		
		昼食	:	(滞在)	
		:			
	13:00	田川の飲食店	発	レンタカー(20分)	
	13:20	田川市石炭・歴史博物館	着		
		博物館見学	:	徒歩	
		:			
		野外博物館(提案)で遊び	:	徒歩	
18:00	野外博物館	着	徒歩		
18:15	炭住ホテル(提案)	発			
	食事等				
2日目	9:30	ホテル	発	レンタカー(30分)	【採山の疑似体験】直方の練習坑道を整備して、採炭の疑似体験を実施する。 【歴史的建造物群の散策】直方に残る、歴史的建造物群など往年の町並みをしのばせる建物を散策する 【炭鉱王の生活見学】炭鉱王の旧伊藤伝右衛門邸などを見学する
	10:00	直方市石炭記念館	着		
		石炭記念館の見学	:	徒歩	
	11:45		発	レンタカー(15分)	
	12:00	直方の歴史的建造物群を散策し昼食をとる	着	(滞在)	
	14:30	直方市	発	レンタカー(30分)	
	15:00	飯塚市	着		
		旧伊藤伝右衛門邸などを見学		徒歩またはレンタカー	
	18:00	飯塚市	発	レンタカー(30分)	
	18:30	博多	着		
	19:00	福岡空港	着		
	19:25		発	飛行機(70分)	
20:25	伊丹空港	着			

三池地域

三池地域には、かつて石炭採掘を行っていた万田坑、宮原坑などがあるとともに、かつて石炭の積出を行っていた三池港、さらには、それらの拠点間をつなぐ専用鉄道跡などがある。現状では、それら施設をめぐるウォーキングツアーが開催されるようになってきている。

今後、集客拡大とともに経済効果の最大化を図るためには、時間消費型のプログラムを充実させる必要があるとともに、既存観光資源との組み合わせにより宿泊観光化を図る必要がある。

〔プログラムの概要〕

- ・子どもが小学生程度のファミリー層を想定し、1日目は、子どもの関心に従って遊園地で遊ぶ。2日目は、産業遺産のストーリーを学習した親がリードしつつ、巡回する。ガイドの説明を受けるとともに、親がその言葉を租借して子どもに解説する。
- ・1日目は、三池地域に移動した後、荒尾にあるグリーンランドで終日、遊ぶ。滞在は周辺のホテルとする。
- ・2日目は、三池地域の近代化産業遺産をめぐる日とする。
- ・最初に、大牟田市石炭産業科学館を訪問する。ホテルや駅から送迎バスが出ていることを想定する。
- ・石炭産業科学館では、石炭採掘の仕組み、三池地域の各種施設（炭鉱、港湾等）の配置を学ぶ。さらに、石炭を燃やすなど体験型のメニューで時間を過ごす。
- ・さらに、三池地域の諸施設を専用鉄道跡に沿って巡回する。
- ・最後に三井港倶楽部で、当時の賓客をもてなしていた雰囲気を経験する。

〔プログラムの実現に必要なこと〕

- ・専用鉄道跡に沿って周遊できるような移動ルートの整備が必要である。
- ・石炭産業科学館は、ビジターセンターとして、石炭の不思議（燃えること）等を体験できる機能を強化し、より親しみやすい拠点とすることが期待される。

図表5.1.6 三池地域におけるプログラム提案

日程	時刻	場所		移動手段	備考
1日目	8:00	自宅	発	電車	【遊園地での遊び】 子どもが主役の1日を過ごす。 昼食は園内とする。
	8:30	博多	着		
	8:40		発	電車(特急)	
	9:10	大牟田	着		
	9:30		発	送迎バス(またはタクシー)	
	10:00	グリーンランド	着	(滞在)	
	17:00	グリーンランド	発		
	17:30	ホテル	着		
2日目	9:30	ホテル	発	送迎バス(またはタクシー)	【三池エリアの炭鉱の歴史を知る】、三池エリアの炭鉱の仕組みや歴史を学ぶ。体験型メニューを拡充。 【三池エリアの炭鉱遺産を周遊】 宮浦坑、三池集治監外堀から宮原坑、万田坑、三池港へと巡る。 昼食は弁当など。 【三井港倶楽部で、当時の賓客をもてなしていた雰囲気体験】
	10:00	大牟田市石炭産業科学館	着		
		石炭産業科学館見学		館内見学 広場での体験(体験型のメニューを新設)	
	11:00	移動	発	小型バス等	
	11:15	見学地着	着		
		三池炭鉱遺産の周遊		小型バス等 または新たな移動手段	
	17:00	三井港倶楽部	着		
		三井港倶楽部での夕食			
	19:30	大牟田駅	着		
	19:45		発		
	20:40	博多駅	着		
21:10	自宅	着			

長崎地域

長崎地域において、近代化産業遺産をめぐりつつ、2泊3日の旅行が出来るプランである。長崎地域には、グラバー園をはじめとする洋館群、坂本龍馬関連の史跡、キリスト教関連の遺産群、原爆遺構など、既に多数の見学者が訪れている施設があり、そこに炭鉱跡としての端島、造船関連の産業遺産を組み合わせることで、当地域だけでも2泊3日の滞在型のプログラムを提供できると考えられる。

〔プログラムの概要〕

- ・近代化産業遺産に関心が高い人とそれほど関心が高くない人で構成されるグループを想定し、近代化産業遺産関連施設と既存の観光資源とをバランス良く巡る旅程とする。
- ・1日目は、歴史的な背景を十分に知らなくてもビジュアル面だけでも非常にインパクトの強い端島を見学する。悪天候で上陸できない場合には、翌日か翌々日に延期する（そのために1日目に設定する）。
- ・端島をめぐることで、かつて栄えた炭鉱のまち、そこで暮らした人々への思いを馳せる。長崎湾内では建造・修理中の船舶を眺めつつ、「船」のイメージを膨らませる。
- ・2日目は、従来型の観光地に関心が高い人にも魅力を提供する内容とする。出島の見学から始まり、グラバー園、南山手及び東山手の洋館群を見学する。
- ・グラバー園では、長崎湾を一望し、「船」への関心を高める。また、近隣で、近代化産業遺産の概要を学ぶ（現状、南山手レストハウスで近代化産業遺産のパネル展示）。
- ・3日目は、「船」をテーマとする。最初に、三菱重工長崎造船所の史料館を見学し、造船の歴史や三菱の歴史を学ぶ。
- ・そこから小菅修船場跡まで移動し、日本最初の洋式近代ドックの偉業を見る。それまでの旅程で、イメージができているので、印象が強まる。

〔プログラムの実現に必要なこと〕

- ・以上の内容は、既存の施設、ツアー等で対応可能である。端島クルーズは単独でも人気を集めている。しかし、既存観光地と関連付けて訪問する人が少ないため、炭鉱、造船、洋館などの歴史を関連付けてプロモーションを図ることが重要となる。
- ・現状で強い集客力を発揮しているグラバー園付近には、近代化産業遺産の全体像を学ぶことのできる施設があることが望まれる。現状、南山手レストハウスで近代化産業遺産のパネル展示を行っているが、旅行者の動向を踏まえて必要に応じて機能拡充の検討が求められる。

図表 5 . 1 . 7 長崎地域におけるプログラム提案

日程	時刻	場所		移動手段	備考
1日目	06:30	自宅(都内)	発	電車等(1時間)	【大波止で荷物を預けて、乗船】 【軍艦島クルーズに参加】 悪天候で出港しない場合には、 市街散策に予定を変更し、2日目に 端島訪問を狙う。 【ホテルにチェックインした後、市 街地へ】 (飲食付きのホテル・旅館に宿泊 する場合は、外出なし)
	07:30	羽田空港	着		
	08:00	羽田空港	発	飛行機(2時間)	
	10:00	長崎空港	着		
	10:10	長崎空港	発	バス(40分)	
	10:50	大波止(長崎市)	着		
	:	食事と散策	:	徒歩散策(1時間) 食事(1時間)	
	13:00	大波止	発	船舶(1時間)	
	14:00	端島	着		
	:	端島散策	:	徒歩(1時間)。ガイドを 聞きながら散策。	
	15:00	端島	発	船舶(1時間)	
	16:00	大波止	着		
	16:30	ホテルでチェックイン	着		
	17:00	ホテルでチェックイン	発		
:	長崎市街を散策、 夕食	:	徒歩散策		
夜	ホテル	着			
2日目	9:00	ホテル	発	市電、バス、タクシー等	
	9:30	ホテル	着		
	10:30	出島	発	市電、バス、タクシー等	
	11:00	グラバー園 南山手洋館群	着		
	13:00	グラバー園 南山手洋館群	発	徒歩	
		昼食			
	14:00	東山手洋館群 市内散策		徒歩	
	18:00	夕食			
		ホテル			
	9:00	ホテル	発	バス、タクシー等	
3日目	:	三菱重工長崎 造船所史料館		見学	
	10:30		発	バス、タクシー等	
	11:00	小菅修船場跡	着	見学	
	11:30		発		
		昼食			
	14:00	もう1箇所の見学		見学	
	17:00	帰路へ			
21:30	帰宅(都内)				

【もう1箇所の見学】旅行者の関心に応じて、坂本龍馬関連の史跡(亀山社中跡など)、キリスト教の遺産群(大浦天主堂など)、原爆遺構、長崎歴史文化博物館、長崎湾内巡りをもう1回、など。

5 - 2 世界遺産ルート of 検討

(1) 検討の考え方

世界遺産ルートの2つの側面

九州・山口においては、近代化産業遺産をテーマに、広域にわたって炭鉱、製鉄、造船、港湾などの複数の遺産を対象としてシリアルノミネーションによる世界遺産登録を目指している。

そのため、世界遺産登録がなされた際には、各地の世界遺産をつないだ形で観光客を受け入れることが考えられる。経済効果を最大化するためには、各地を周遊するような観光客の増大を目指して、「世界遺産ルート」を整備することが重要となる。

「世界遺産ルート」の具体的な要素としては、世界遺産の登録資産のあるエリア間をつなぐ高速交通網整備、各地の近代化産業遺産のストーリー的つながりを示し広域周遊を促す取り組みの2つが考えられる。

すなわち、高速交通網整備が進めば、エリア間の移動が容易になり、訪問地域・箇所数が増えるとともに、訪問できる地域・箇所数が増えることにより、当地域に旅行してみたい人が増えることになる。また、広域での共同プロモーション、広域の案内機能を持ったビジターセンターの各地への配置等により各地の近代化産業遺産のつながりをストーリーとして示すことができれば、広域周遊がより促進されると考えられる。

なお、「世界遺産ルート」においては、旅行者が一度に全部をまわるケースは少ないと想定している。特に、九州・山口域内からの旅行者については、一度に各地を訪れるのではなく、何回にも分けて各地を訪問すると想定するのが自然である。

高速交通インフラの整備

高速交通インフラの整備が進むと、周遊の際の移動時間が短くなることになる。これにより、より遠くへ行けるとともに、1日で周遊できる拠点が増えるものと考えられる。それにより、九州・山口を訪れる人の増加が見込まれる。

4. では、有明海沿岸道路の整備と九州新幹線（鹿児島ルート）の全面開通の場合に、どの程度の集客増が見込めるかを計算した。それによると、5.2%、訪問客が増えるという結果であった。

広域周遊を促す仕組み

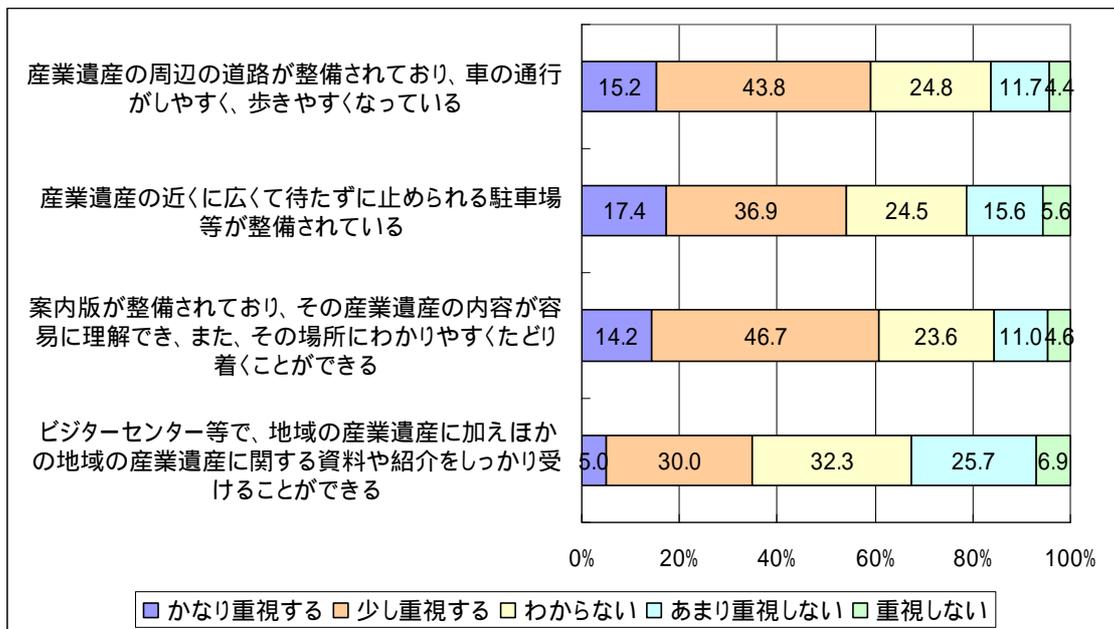
「世界遺産ルート」の要素としては、もう一つ、各地のビジターセンターでの広域の資源の紹介を行うなど、広域周遊を促す仕組みが挙げられる。

これについては、4. で実施したインターネットアンケートで、意識調査を行っている。その結果をみると、「ビジターセンター等で地域の産業遺産に加えほかの地域の産業遺産に関する資料や紹介をしっかりと受け取ることができる」ことについて、3分の1の人が重視し

ている。従って、ビジターセンターの整備は一定の効果があると考えられる。

また、車の通行がしやすいこと、駐車場が整備されていること、案内版があることなども重視されており、これらの整備により、広域周遊が促進されることが考えられる。

図表 5 . 2 . 1 周遊化への効果



出典：インターネットアンケート調査（平成 22 年 3 月上旬実施）

(2) 世界遺産ルートの提案

ここでは、世界遺産ルートの一つの典型例として、長崎の端島、三池の炭鉱関連施設、筑豊の炭鉱関連施設をめぐるルートを提案する。

炭鉱の歴史めぐり その1 (ビジュアルや仕組みの興味を持つ人向け)

ここでは、ビジュアルやモノの仕組みに興味を持つ人向けのプランとして構想した。

次の頁の図に、旅行する人が、どんな行動をし、何に感動し、次に何に関心を持つかについて想定した流れを掲載している。

- ・旅行に行くまで： テレビ等で端島のことを知り、行きたいと思う。さらに、ネット検索をすると、現地の情報がわかり、具体的な行程もわかる。そこで、家族を誘い、旅行をセットする
- ・1日目：最初に端島を見学し、廃墟の島に圧倒される。ガイドの説明に触発されて、石炭産業の歴史にさらに興味を持つ。移動して、温泉に泊。
- ・2日目：大牟田市石炭産業科学館で、石炭を燃やす体験をする。子どもは初めて石炭を見た。館内で、三池全体の採炭から輸送、積出までの仕組みを知る。
- ・宮浦坑、宮原坑、万田坑、三池港、三井港倶楽部というように周遊。荒尾の温泉泊。
- ・3日目：田川に移動。田川市石炭・歴史博物館で山本作兵衛の絵を鑑賞する。さらに、野外博物館（民間活力導入調査で構想）で当時の遊びをする。または、旧伊藤伝右衛門邸の見学、田川のまちあるき等。

[実現のために必要な方策]

このプランを実現するために必要なことは以下の通りである（図中 印で表示）。なお、大牟田市石炭産業科学館をビジターセンターと位置づけているのは例示である。

在京マスコミへの宣伝：テレビや雑誌等で紹介されるように売り込み

旅程をネットで検索しやすいサポート：地域の資源の情報提供、移動時間や交通に関する情報、食事や宿泊に関する情報

有明海沿岸道路の早期整備：長崎 三池の移動が容易となる

他地域についてガイドが紹介：お互いに他地域への周遊を促す

大牟田市石炭産業科学館（ビジターセンター）での他地域の展示、紹介

大牟田市石炭産業科学館（ビジターセンター）周辺での十分な駐車場台数の確保

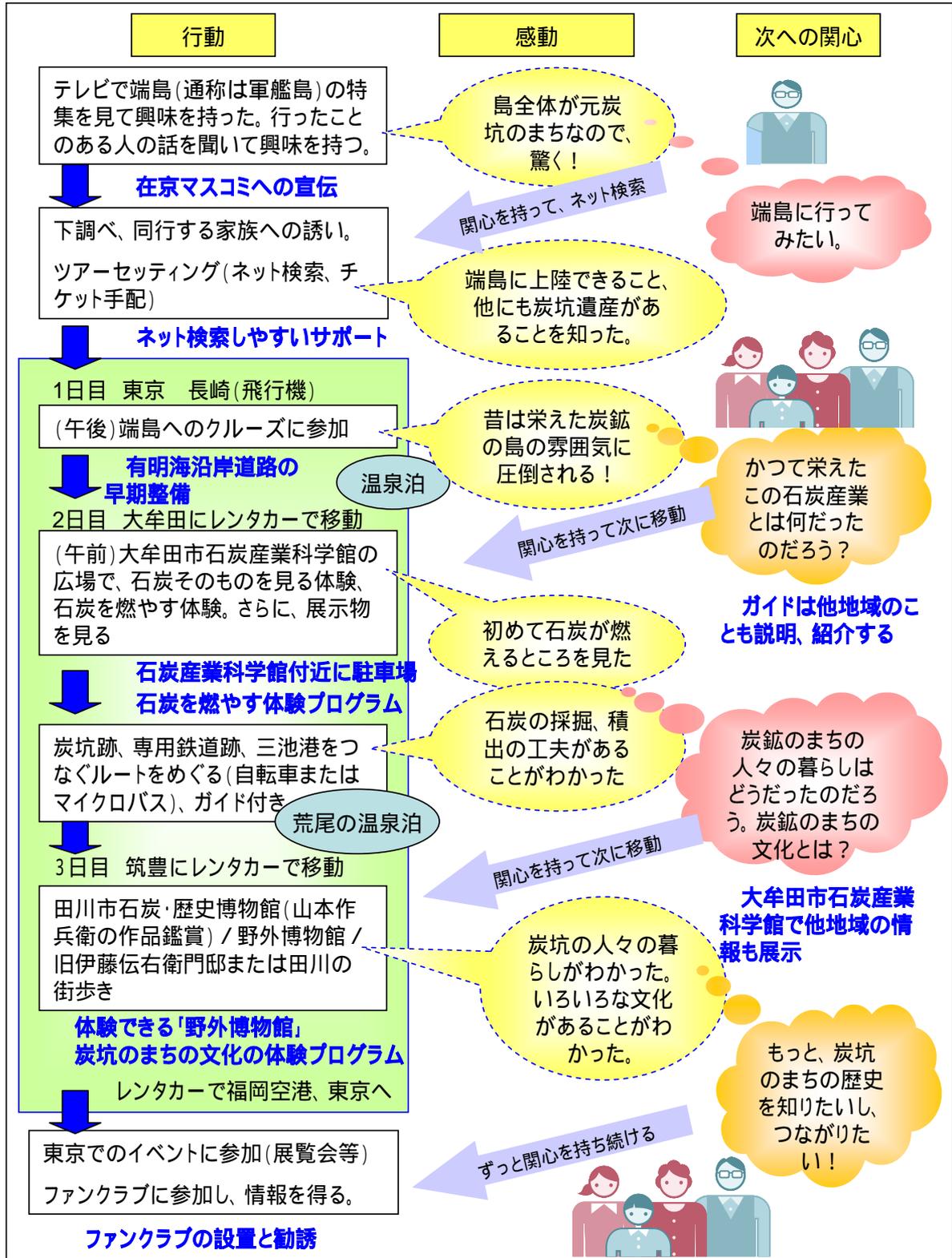
大牟田市石炭産業科学館（ビジターセンター）において石炭を燃やす体験プログラムを提供

田川市石炭・歴史博物館（ビジターセンター）において野外博物館を整備

田川市石炭・歴史博物館（ビジターセンター）を核に炭鉱のまちの文化の体験プログラムを提供

九州・山口の炭鉱のまちのファンクラブの組織化と勧誘

図表5.2.2 炭鉱の歴史めぐり その1(ビジュアルや仕組みの興味を持つ人向け)
(印は、実現のために必要となる方策)



出典：三菱総合研究所作成

炭鉱の歴史めぐり その2（人の歴史が好きな人向け）

次に、人の歴史が好きな人向けに、とは逆にまわるルートを構想した。

次の頁の図に、旅行する人が、どんな行動をし、何に感動し、次に何に関心を持つかについて想定した、流れを掲載している。

- ・旅行に行くまで： テレビ等で石炭の歴史を巡る旅のを知り、行きたいと思う。さらに、ネット検索をすると、現地の情報がわかり、具体的な行程もわかる。そこで、家族を誘い、旅行をセットする
- ・1日目：田川に移動。田川市石炭・歴史博物館で山本作兵衛の絵を鑑賞する。さらに、野外博物館（民間活力導入調査で構想）で当時の遊びをする。または、旧伊藤伝右衛門邸の見学、田川のまちあるき等。筑豊の炭住ホテル（提案）に泊。
- ・2日目：大牟田市石炭産業科学館で、石炭を燃やす体験をする。子どもは初めて石炭を見た。館内で、三池全体の採炭から輸送、積出までの仕組みを知る。宮浦坑、宮原坑、万田坑、三池港、三井港倶楽部というように周遊。荒尾の温泉泊。
- ・3日目：長崎に移動、端島を見学し、廃墟の島に圧倒される。ガイドの説明に触発されて、石炭産業の歴史にさらに興味を持つ。

[実現のために必要な方策]

このプランを実現するために必要なことは以下の通りである（図中 印で表示）。なお、大牟田市石炭産業科学館をビジターセンターと位置づけているのは例示である。

在京マスコミへの宣伝：テレビや雑誌等で紹介されるように売り込み

旅程をネットで検索しやすいサポート：地域の資源の情報提供、移動時間や交通に関する情報、食事や宿泊に関する情報

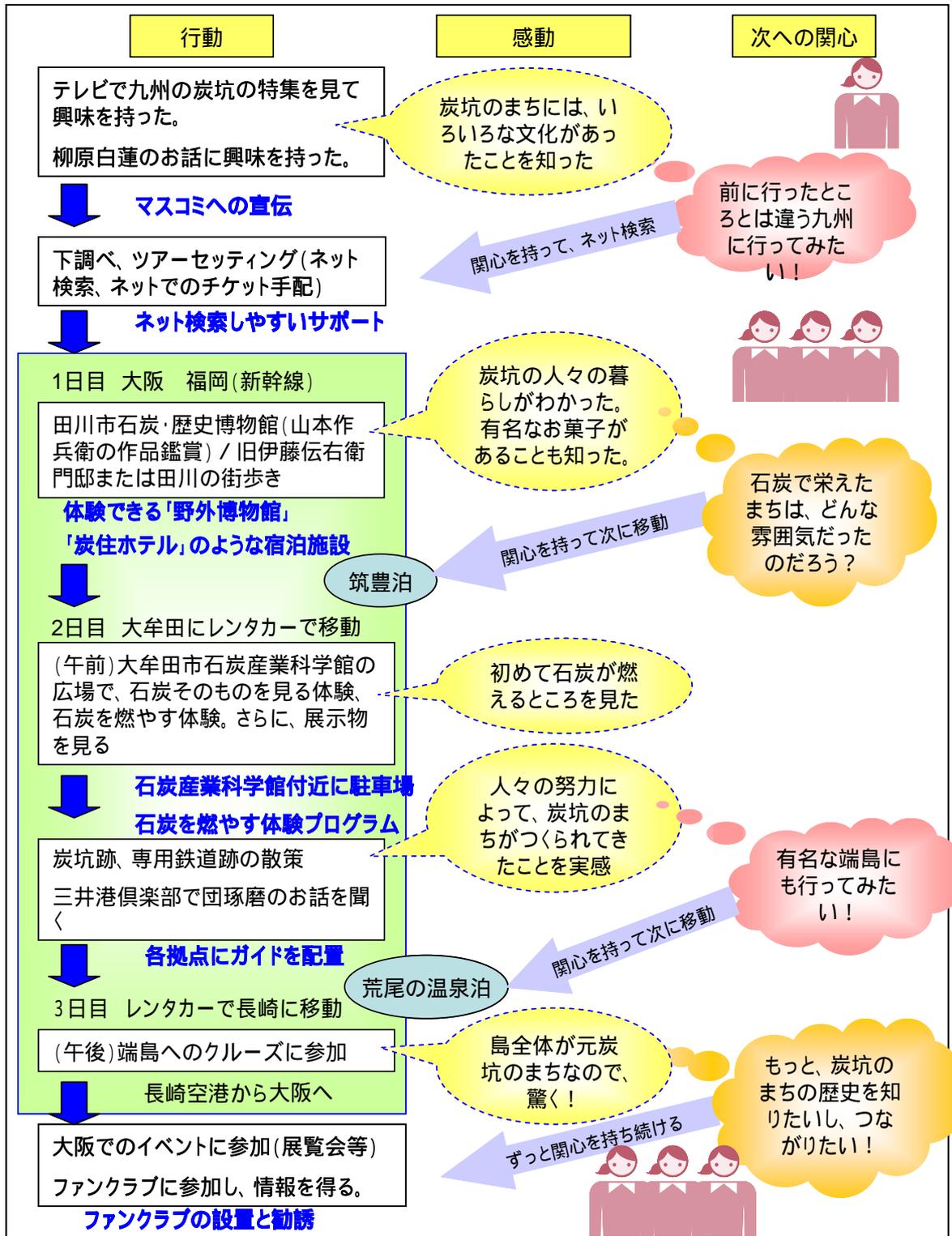
筑豊に「炭住ホテル」のような宿泊施設を整備

大牟田市石炭産業科学館（ビジターセンター）周辺での十分な駐車場台数の確保

大牟田市石炭産業科学館（ビジターセンター）において石炭を燃やす体験プログラムを提供

九州・山口の炭鉱のまちのファンクラブの組織化と勧誘

図表5.2.3 炭鉱の歴史めぐり その2 (人の歴史が好きな人向け)
(印は、実現のために必要となる方策)



出典：三菱総合研究所作成

5 - 3 今後の整備方策

以上の検討を踏まえて、今後、各地域及び広域で行うべきこととして、以下のものが考えられる。

なお、これらはモデル地域等における経済効果の最大化という観点で提案しているものであり、経済効果の最大化以外の要素は考慮していない点に留意する必要がある。

また、実際に各地において個々の施設整備を検討する際には、フィージビリティ（実現可能性）について詳細に調査検討することが望まれる。

（１）各地で行うこと

ビジターセンターの整備

- ・ビジターセンターは、当該地域に散在する近代化遺産の全体像をそこで示し、当該地域での周遊の起点となる。そこにはガイド（インタプリター）が配置し、地域にある近代化産業遺産の由来、見学の魅力などについて、来訪者が楽しく理解できるようにする必要がある。
- ・また、九州・山口全体として世界遺産ルートを形成し、広域での周遊を促すため、各地にビジターセンターを配置し、それぞれの施設において他の地域の展示や紹介を行う仕組みを導入すべきである。
- ・ビジターセンターでは、滞在の魅力を高め、近代化産業遺産への理解を高めるため、体験型のメニューを充実させることが課題となる（詳細は上記の民間活力導入調査を参照）。
- ・なお、ビジターセンターの整備に当たっては、既存施設の活用・機能強化を含めて考える必要がある。例えば、筑豊地域では、「田川市石炭・歴史博物館」をビジターセンターとして位置づけ、機能強化を図ることが適切である。（詳細は別途実施された民間活力導入調査（担当：九州経済産業局）を参照）
- ・ビジターセンターは、地域における周遊の起点であり、マイカーによる来訪者の受入のため、十分な駐車場台数を確保することが必要となる。（参考：年間80万人を受け入れている石見銀山の世界遺産センターでは400台の駐車場を用意し、パークアンドライド型の仕組みを提供（2 - 2参照））

宿泊施設の整備

- ・経済効果を高めるためには、日帰型から宿泊型へ、1泊から2泊へと、長期滞在を促すような魅力づくりが必要である。その際、訪問先地域に、泊まりたくなるような宿泊施設があることは重要な要素となる。
- ・そのためには、単に寝泊まりできるというだけでなく、そこで楽しい時間を過ごしたいという欲求に答える必要がある。例えば、近代化産業遺産のテーマと関連付けて宿泊施設を整備することにより、宿泊の動機付けを図ることが考えられる。民間活力導入調査では、筑豊地域に「炭住ホテル」を整備することを提案している。

参考：(株)リクルートが実施した「じゃらん宿泊旅行者調査 2009」(全国 1 万 4,000 人の宿泊者へのアンケート)の結果によると、「魅力的な宿泊施設が多かった」の都道府県ランキングで、1 位沖縄県、2 位千葉県、3 位大分県、4 位熊本県、5 位長崎県などとなっている。リゾートホテルであること、テーマパーク付近にあること、露天風呂や温泉があることなどが魅力となっている。これらは、そこで時間を過ごすことの魅力である。

様々なリピート需要を喚起するためのプログラム開発

- ・近代化産業遺産は、知れば知るほど奥が深く、関連性が次々に出てくるテーマである。
例えば、産業同士のつながり(例：炭鉱と製鉄)、歴史上の人物同士のつながり(例：グラバーと岩崎弥太郎はともに高島炭鉱の経営に携わっていたことがあり、相互に親交があった)、地域同士のつながり(例：薩摩藩の小松帯刀が長崎で小菅修船場を計画)、知識と身体を動かす体験とのつながり(例：石炭に関する知識と実際に石炭を燃焼させる体験)など、様々である。
- ・こうした特徴を活かして、1 回限りでの訪問で終わらずに何度も来訪したくなるような仕掛けづくりが重要となる。
- ・そのためには、各地域で、来訪者の知識の度合いや関心に応じた体験メニューを開発しておくことが効果的である。それにより、ある地域を何度も訪れる人を増やすとともに、いくつかの地域をめぐりながら関心を高める人を増やす。

例：(同一地域で)石炭を燃やす経験 炭鉱の櫓や各種施設めぐり 体験談を聞く
(複数地域で)炭鉱のまち体感 炭鉱の櫓や施設めぐり 炭鉱文化の体験

各地で他地域の紹介を実施(インタープリテーション、パンフレット、展示)

- ・上記のビジターセンターで展示、紹介を行うとともに、インタープリテーション、パンフレット作成等を含めて、広域周遊を促す。
インタープリテーションとは、ガイドや教師(インタープリター)が、直接体験や教材を通じて、自然・文化・歴史を分かり易く人々に伝えること

地域の文化等の資源の発掘、収集と周遊ストーリーへの反映

- ・当該地域の魅力を伝えるには、地域固有の歴史や文化が重要となるが、現状では、必ずしも十分に資源発掘がなされていない。そこで、地域の歴史や文化についてなるべく詳細に調査し、それを新たな周遊のストーリーに活用していくことが重要である。

(2) 広域で行うこと

九州・山口の近代化産業遺産群に関連した文化的・観光的プロモーション

- ・全国や域内のマスコミ(テレビ、新聞、雑誌等)に対して、当該地域の魅力を伝える。そのため、取材ツアーの企画、番組企画の提案などを行う。また、フィルムコミッションの活動とも連携し、ロケ地誘致も図る。

- ・九州・山口の近代化産業遺産群に関連した文化情報の収集を並行して進め、対外的なアピールに活用する。

当地域に関心を持った人や旅行者への情報提供

- ・九州・山口に旅行をしたい人が簡単に情報収集できるように、WEB での情報提供を充実させる。
- ・例えば、動画での現地のシーンの案内、主な施設間の移動時間と移動手段、食事や宿泊の情報も掲載する。(石見銀山のWEB サイトは食事、宿泊等の情報もある)

近代化産業遺産に関心を持つ人のマーケティング調査

- ・本調査でも一部触れたが、産業遺産への関心の持ち方は、年齢層別、性別、居住地別等に多様である。上記の ~ に挙げた事項を効果的に行うためには、どういう層がどういう関心を持っているのか、そのボリュームやニーズ等を十分把握して、情報提供や誘致を行う必要がある。そのためには、人々の関心内容等について調査を行い、何がヒットするかを確認する作業が重要である。

教育旅行などの旅行誘致の体制づくり

- ・教育旅行（修学旅行等）の誘致、研修旅行の誘致などを行う。対象は、旅行代理店や個別の学校等となる。
- ・教育旅行の場合には、旅行全体としてある程度の学習要素が揃えられるように産業遺産以外のプログラムも含めて提案を行えるようにする（例：長崎での平和学習との組み合わせ）。
- ・誘致に当たっては、旅行誘致のための「エージェント」を設け、活動することが考えられる。その詳細イメージは「多様な主体の連携」調査（担当：鹿児島県）において記載している。

海外からの観光客誘致のための体制整備

- ・「九州・山口の近代化産業遺産群」が世界遺産登録されれば、国際的にも知名度は向上する。また、今後、わが国を訪問する外国人観光客はアジア地域と中心に急増する見込みである。
- ・そこで、海外からの観光客誘致に向けて、外国語（アジア諸地域の言語含む）での情報提供（WEB、パンフレット作成等）、現地案内の外国語併記、外国語での案内体制など受入体制を構築しつつ、海外観光客誘致のためのプロモーションを行うことが求められる。
- ・誘致に当たっては、相手国別に対応を図る。短期的には韓国からの観光客のボリュームが大きく、有望である。韓国人は現在でも韓国ゆかりの地を訪問することが多いことから、特に筑豊地域や三池地域でハングルによる案内パンフレットの提供等が重要

となる。また、韓国の行政機関等ではわが国地域での環境保全への取組に関心が高いことから、視察ツアーの受入が有望と考えられる。なお、平成 32 年頃までに中国人観光客の急増が予想されることから、中国人に対するプロモーションの検討も重要である。

広域周遊のためのモデルプランの作成、広域での体験プログラムの情報集約化

- ・広域周遊のためのモデルプランを作成し、旅行代理店向け、個人向けにアピールする。モデルプランは、来訪者の関心によって使い分ける。
- ・周遊プランの実現を図るために、プログラムが不足している場合には、地元と広域で協力して新たなプログラムを開発する。
- ・モデルプラン作成のための関係者の勉強会開催、モデルプランの募集と表彰なども考えられる。
- ・モデルプラン作成と合わせて、教育旅行プログラムの企画開発を行う（モデルプランの作成、各地の運営者との調整）。さらに、修学旅行誘致活動を行う。
- ・各地域では、様々なリピートを喚起するためのプログラムを開発し、それを広域でとりまとめた場合に、多くの体験メニューがあり、何回にも分けて各地を訪問したくなる人を増やす。

玄関口となる拠点での観光案内機能の強化

- ・駅や空港など、旅行者の玄関口となる拠点において、近代化産業遺産に関する案内機能を強化する。案内版の表示やパンフレット等の配置、観光案内所における案内人の配置などが考えられる。

共通ロゴ、案内板の作成

- ・世界遺産の共通ロゴ、共通案内版のデザインを制作し、統一して活用する。
- ・それにより、広域を周遊する動機付けを図る。

プリペイドカードの発行

- ・近代化産業遺産関連の各施設を巡回できるプリペイドカードを石見銀山のケース等を参考に発行し、地域内の各施設の巡回を促す。
- ・石見銀山においては、発行されたカードによる売上高の一部が保存活用のために、カード発行者から寄付されている。そのような協力関係を構築できるよう調整を図る。（プリペイドカードの発行については、民間活力導入調査（担当：九州経済産業局）においても記載している）

域外者を含むファンクラブの設置

- ・九州・山口の近代化産業遺産に慣れ親しんだ人と継続的に関係を維持するため、東京

など域外者を含めて、九州・山口の近代化産業遺産のファンクラブを設置することが考えられる。

- ・メンバーとしては、九州・山口出身者、九州・山口の近代化産業遺産に旅行したことがある人、近代化産業遺産に興味がある人などを想定する。メンバーには、(メールで)情報提供を行う。イベント情報などを定期的に提供することで、継続的に関心を惹きつけ、リピーターになることや、口コミでの宣伝を期待する。