

本 編

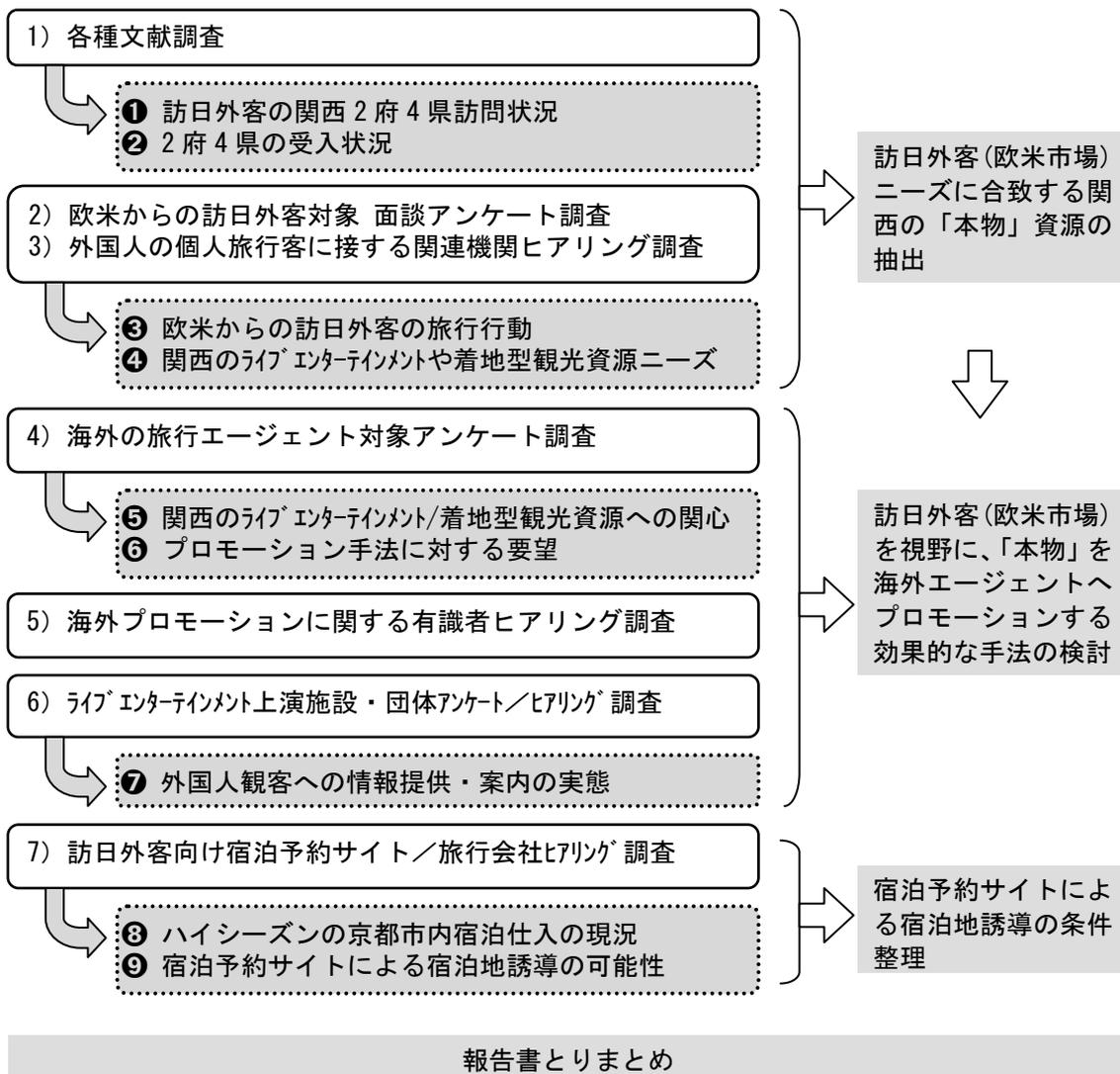
1. 調査の目的

本調査の目的は、「近畿圏広域地方計画」における「関西の魅力巡りプロジェクト」の具体化を背景に、関西発祥の能楽・文楽・歌舞伎、上方の演芸、また、地域の伝統芸能などを「ライブエンターテインメント」ととらえ、これら「本物」の魅力を訪日外国人の観光資源に活用する際の効果的な情報発信・プロモーション手法の検討である。また、欧米から関西を訪れる個人旅行客の旅行行動の把握を行い、あわせてハイシーズンの宿泊地誘導の可能性についても検討する。

1.1 調査の構成

欧米から関西を訪れた訪日外国人を対象とするアンケート調査、海外の旅行エージェントへのアンケート調査を中心に構成する(図表1)。

図表1 調査の構成



1.2 本調査におけるライブエンターテインメントの定義

本調査では「ライブエンターテインメント」を劇場・ホールで鑑賞する各種の公演にとどまらず、地域固有の伝統芸能・祭りも含めて幅広くとらえ、訪日外客の広域的な関西観光を推進する資源ととらえる(図表2)。

図表2 本調査における「ライブエンターテインメント」の考え方

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">① 伝統芸能(能楽、狂言、文楽、歌舞伎、関西各地の伝統芸能 等)② 関西各地の祭り、神事、年中行事③ 劇場・ホールで鑑賞する各種公演<ul style="list-style-type: none">・演劇、ミュージカル、オペラ・コンサート、楽器演奏(クラシック、ジャズ、奏琴、雅楽 等)・演芸(上方落語、お笑い、手品 等) 等 |
|--|

ⁱ 「近畿圏広域地方計画」における「関西の魅力巡りプロジェクト」

- ・関西各地に長期滞在型観光にも対応しうる魅力的な観光資源を創出。
- ・広域観光ルートを整備し、複数の観光地を組み合わせた広報・旅行商品化を図る「広域ツーリズム」を展開。
- ・旅行者の利便性を圏域全体で高めるとともに、観光のプロモーション活動を関西共同で展開。

2. 訪日外客の関西訪問の現況

訪日外客数は2007年に800万人を越え、2008年には過去最高の835万人を記録したが、2009年は世界金融危機を契機とした景気後退、円高の継続等により679万人に減少した。

本章では、各地への訪問率が発表されている2008年のデータに基づき、訪日外客の関西2府4県への訪問現況を整理し、続いて宿泊施設数など受け入れ体制の主な要素について概観する。

2.1 訪日外客の関西訪問の現況

2.1.1 訪問先

関西ⁱ⁾の訪問率は増加傾向にあり、府県別にみると大阪府(全国第2位)と京都府(同第3位)が高い(図表3)。

訪日外客の居住国別(市場別ⁱⁱ⁾)に関西の訪問率をみるとフランス、中国が50%を越えている。次いでマレーシア、続いてドイツ、カナダ、ロシア、英国など欧州からの訪問率が高い(図表4)。

これを府県別にみるとフランスは京都府(43.8%)、中国は大阪府(47.9%)の訪問率が40%を上回っている。しかし、各府県とも訪問率が高いのは都市部や中心地であり、郊外の訪問率は同じ府県でも低いのが現状である(図表4)。

図表3 関西への訪問率 2004-2008 推移

	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年
関西	31.9	32.4	33.4	34.2	33.4
滋賀県	0.5	0.9	0.8	0.7	0.7
京都府	17.4	19.1	20.3	21.8	21.4
大阪府	21.6	22.6	23.7	25.8	25.0
兵庫県	6.2	6.9	7.4	8.8	8.1
奈良県	4.8	4.9	6.1	7.1	6.5
和歌山県	1.0	1.0	1.3	1.2	1.3

出典：「JNTO 訪日外客訪問地調査」/日本政府観光局(JNTO)

ⁱ 本報告書で「関西」とは次の2府4県をさす。滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県。

ⁱⁱ 出典資料では居住国別を市場別と記している。

図表4 市場別 関西訪問率 2008

	関西	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
合計	33.4	0.7	21.4	25.0	8.1	6.5	1.3
韓国	24.8	0.6	14.1	21.9	7.9	7.0	0.7
台湾	25.6	1.0	15.9	21.8	8.5	5.1	1.6
中国	52.7	0.4	34.3	47.9	8.1	3.4	0.7
香港	25.8	0.2	13.5	23.3	7.7	2.9	2.6
タイ	37.5	0.4	19.1	33.6	11.9	7.9	2.2
マレーシア	48.3	3.5	30.8	44.2	7.6	6.4	0.6
シンガポール	33.3	0.9	19.6	28.3	7.2	3.7	0.9
インド	31.2	1.3	12.7	21.0	8.9	3.8	0.0
オーストラリア	37.6	0.3	30.8	23.6	6.9	8.0	3.6
米国	31.4	1.0	20.4	18.4	5.9	6.4	0.7
カナダ	42.8	1.0	35.5	26.5	8.9	8.9	1.0
英国	39.0	0.6	28.7	21.0	6.7	9.6	1.5
ドイツ	43.5	0.8	28.4	26.2	8.6	8.1	2.5
フランス	54.4	1.1	43.8	21.6	13.8	15.9	3.9
ロシア	42.1	1.8	31.6	19.3	7.0	8.8	1.8
その他	44.7	0.6	31.9	22.8	10.1	10.1	2.0
不明	51.7	0.0	20.7	20.7	6.9	13.8	6.9

出典：「JNTO 訪日外客訪問地調査」/日本政府観光局(JNTO)

<府県内の観光地の訪問率>

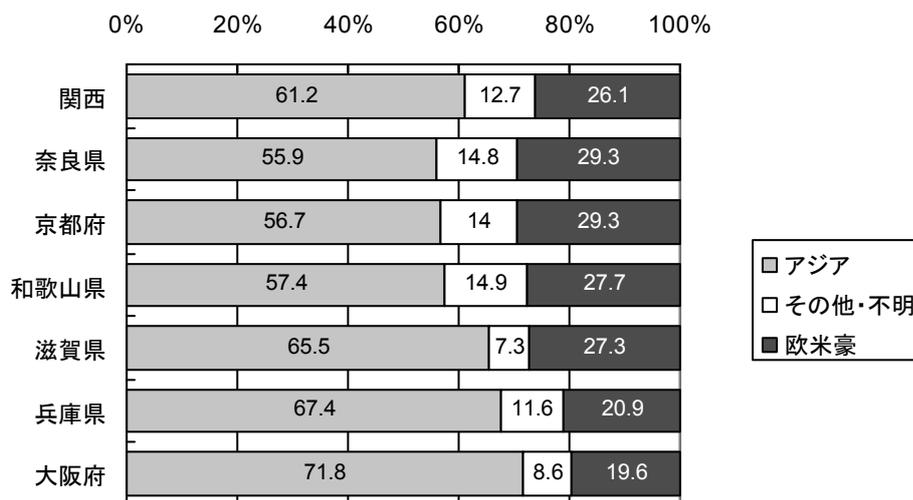
滋賀県	大津	滋賀県その他	滋賀県不明			
0.7	0.3	0.4	0.0			
京都府	京都市	宇治・平等院	天橋立	京都府その他	京都府不明	
21.4	20.5	0.1	0.1	0.2	0.8	
大阪府	大阪市	USJ	泉佐野	大阪府その他	大阪府不明	
25.0	23.6	1.6	0.5	0.6	0.9	
兵庫県	神戸・有馬温泉	淡路島	姫路	兵庫県その他	兵庫県不明	
8.1	6.5	0.1	1.6	0.7	0.0	
奈良県	奈良市	吉野山	奈良県その他	奈良県不明		
6.5	6.2	0.0	0.1	0.2		
和歌山県	和歌山市	高野山	白浜	勝浦・那智の滝	和歌山県その他	和歌山県不明
1.3	0.5	0.4	0.3	0.1	0.2	0.1

出典：「JNTO 訪日外客訪問地調査」/日本政府観光局(JNTO)

2.1.2 各府県への入り込み

各府県における訪日外客の居住国(地)構成をみるとアジアからの訪問が多いのは大阪府、兵庫県、滋賀県の順である。欧米豪からの訪問が多いのは奈良県及び京都府、和歌山県の順となっている(図表 5)。

図表 5 関西&2府4県 訪日外国人の居住地構成 (2008年)



出典：「JNTO 訪日外客訪問地調査」/日本政府観光局(JNTO)

2.1.3 訪日動機

関西の訪日動機では「歴史的建造物の見物」、「日本の伝統文化・工芸の体験」を挙げる人が全国平均に比べて多く、日本的なもの・体験への期待が高い。居住国別にみると、特に欧米からの訪日外客が、日本の歴史・文化に関心を持っている。なお、「日本の伝統芸能・祭りの鑑賞」は全国平均をやや上回る程度である(図表 6)(図表 7)。

図表 6 関西の訪日動機 トップ 10+「日本の伝統芸能・祭りの鑑賞」

順位	訪日動機	全国平均	関西
1	歴史的建造物の見学	28.7%	43.1%
2	ショッピング	39.0%	37.2%
3	日本食	37.0%	34.8%
4	温泉	32.3%	23.9%
5	日本の伝統文化・工芸の体験	14.5%	21.7%
6	自然景観	24.0%	20.1%
7	ファッション	17.9%	15.6%
8	都市景観	14.5%	14.8%
9	繁華街の街歩き	15.6%	14.6%
10	テーマパーク・アミューズメントパーク	12.3%	12.0%
15	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	4.6%	5.6%

出典：「JNTO 訪日外客訪問地調査」/日本政府観光局(JNTO)

図表7 市場(国)別 訪日動機 トップ5+「日本の伝統芸能・祭りの鑑賞」

順位	韓国	
1	温泉	41.1%
2	日本食	38.4%
3	ショッピング	36.8%
4	繁華街の街歩き	22.9%
5	ファッション	19.7%
13	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	5.5%

順位	台湾	
1	ショッピング	41.0%
2	温泉	36.0%
3	自然景観	34.6%
4	日本食	34.0%
5	歴史的建造物の見学	26.9%
16	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	2.7%

順位	中国	
1	ショッピング	50.9%
2	温泉	39.7%
3	歴史的建造物の見学	25.3%
4	自然景観	24.4%
5	日本食	23.0%
15	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	2.0%

順位	香港	
1	ショッピング	60.0%
2	日本食	50.6%
3	温泉	34.2%
4	ファッション	32.5%
5	自然景観	27.7%
15	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	2.0%

順位	タイ・マレーシア・シンガポール	
1	ショッピング	48.7%
2	日本食	45.3%
3	歴史的建造物の見学	33.6%
4	自然景観	29.3%
5	温泉	27.1%
15	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	3.4%

順位	オーストラリア	
1	歴史的建造物の見学	46.4%
2	日本食	35.6%
3	日本の伝統文化・工芸の体験	30.4%
4	雪・スキー	26.3%
5	ショッピング	17.5%
16	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	3.6%

順位	米国・カナダ	
1	歴史的建造物の見学	56.3%
2	日本食	33.5%
3	日本の伝統文化・工芸の体験	29.9%
4	ショッピング	22.9%
5	自然景観	19.1%
10	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	6.6%

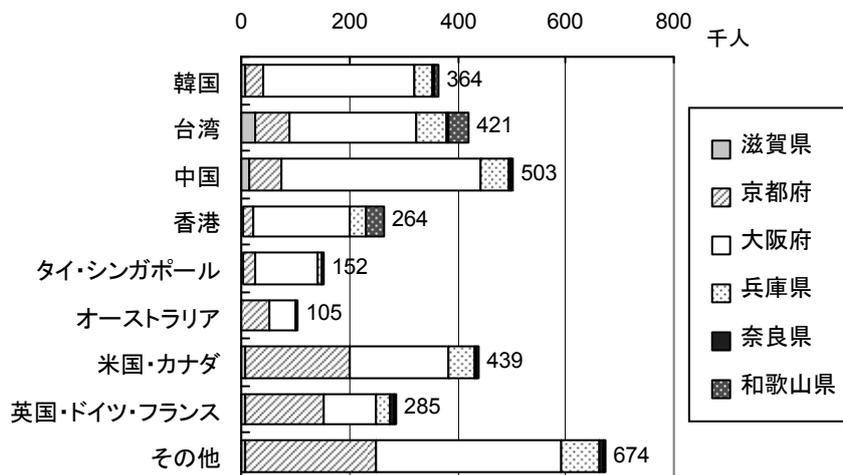
順位	英国・ドイツ・フランス	
1	歴史的建造物の見学	65.3%
2	日本食	37.6%
3	日本の伝統文化・工芸の体験	33.3%
4	ショッピング	15.8%
5	日本人とのふれあい(日本生活への興味)	15.5%
7	日本の伝統芸能・祭りの鑑賞	11.6%

出典：「JNTO 訪日外客訪問地調査」/日本政府観光局(JNTO)

2.1.4 宿泊地

訪日外客の宿泊地は、大阪府・京都府に集中している。欧米豪からの外客は約半数が京都府に宿泊している(図表8)。

図表8 市場別 2府4県別 外国人延べ宿泊者数

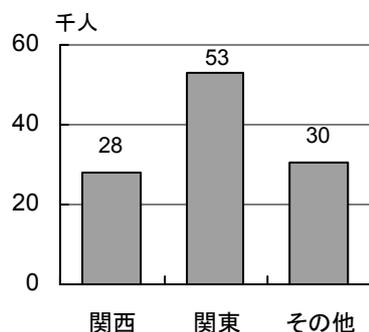


資料：「宿泊旅行統計調査報告(平成20年10月～平成21年9月)」/国土交通省より作成

2.1.5 国際コンベンションの外国人参加者数

中・大型の国際コンベンションで関西を訪れる外国人参加者数は、関東(1都7県ⁱⁱⁱ)の約半数である。府県別では、国際学会の会場となる京都国際会館や京都大学を有する京都府が最も多く、次に大阪府、兵庫県が並んでいる(図表9)。

図表9 国際コンベンションの外国人参加者数



	2008年 開催件数 (件)	2008年 外国人参加 者数(人)
関西	488	28,209
滋賀県	8	600
京都府	180	12,307
大阪府	144	6,859
兵庫県	123	6,308
奈良県	31	1,397
和歌山県	2	738

資料：「2008 国際会議統計」/日本政府観光局(JNTO)より作成

iii 東京都、群馬県、栃木県、茨城県、千葉県、埼玉県、神奈川県、山梨県

2.1.6 訪日外客に人気のある訪問地ランキング

世界最大の旅行口コミサイト TripAdvisor®^{iv}による「外国人が最も注目した日本の観光スポット 2008」ランキング^vでは、第 20 位までに金閣寺、伏見稲荷大社、スパワールド、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンなど京都府と大阪府の観光資源 8 つが挙げられている(図表 10)。

図表 10 外国人が最も注目した日本の観光スポット 2008

順位	観光スポット	所在地	順位	観光スポット	所在地
1	築地市場	東京都	11	大江戸温泉物語	東京都
2	東京ディズニーランド	千葉県	12	清水寺	京都府
3	ポケモンセンター東京	東京都	13	スパ ラクーア	東京都
4	六本木ヒルズ	東京都	14	大阪城	大阪府
5	東京ディズニーシー	千葉県	15	明治神宮	東京都
6	浅草寺 浅草観音堂	東京都	16	宝川温泉	群馬県
7	金閣寺	京都府	17	海遊館	大阪府
8	伏見稲荷大社	京都府	18	四天王寺	大阪府
9	スパワールド	大阪府	19	北海道神宮	北海道
10	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	大阪府	20	新宿御苑	東京都

出典：TripAdvisor®

-
- iv Trip Advisor® 月間ユニークユーザー数 2500 万人。アメリカ、日本、イギリス、アイルランド、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、インド、ブラジル、ポルトガル、スウェーデン、オランダ、カナダ及び中国でサイトを展開
- v 2008 年に海外の Trip Advisor®を利用したユーザーの、日本国内の観光施設約 1 万件に対するアクセス回数や滞在時間、クチコミ投稿数などから分析・集計されたもの。

2.2 受け入れ体制の現況

2.2.1 ビジット・ジャパン案内所

外国人に対応できるビジット・ジャパン案内所は全国に 232 カ所あり(2009 年 3 月末)、関西 2 府 4 県には 32 カ所ある。その立地場所は、空港、鉄道駅及び駅ビルが多い。

さらに、京都府・奈良県・滋賀県では観光施設や旅館が協力している(図表 11)。

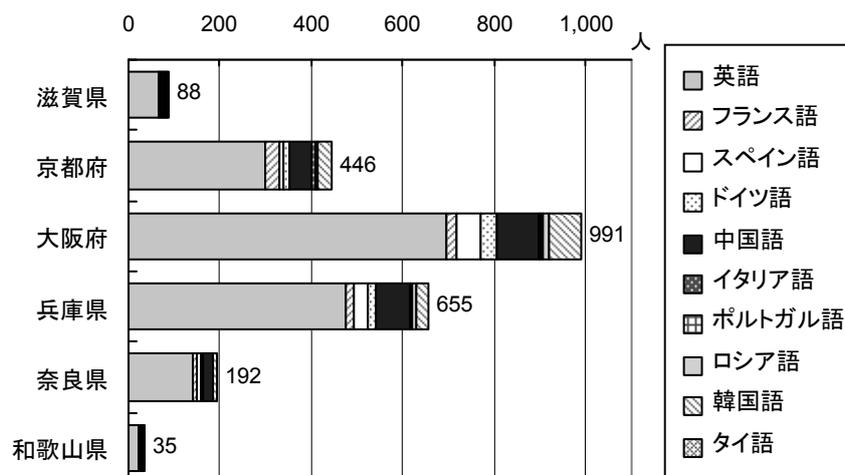
図表 11 関西のビジット・ジャパン案内所

滋賀	4カ所	①JR 大津駅 ②JR 彦根駅 ③MIHO MUSEUM ④月乃家山荘
京都	6カ所	①JR 京都駅 ②京都ハンディクラフトセンター ③旅館京らく ④洛頂旅館 ⑤広告代理店 ⑥語学教室
大阪	6カ所	①関西国際空港 ②JR 大阪駅 ③JR 新大阪駅 ④難波南海ターミナルビル ⑤JR 天王寺駅ステーションビル ⑥日本観光情報センター
兵庫	6カ所	①JR 新神戸駅 ②JR 姫路駅 ③高速道路淡路サービスエリア ④神戸交通セ ンタービル ⑤有馬温泉観光総合案内所 ⑥宝塚市観光案内所(一時閉鎖中)
奈良	7カ所	①近鉄奈良駅 ②旧 JR 奈良駅 ③旅館静観荘 ④旅館松前 ⑤奈良市観光 センター ⑥奈良市猿沢観光案内所 ⑦奈良県観光インフォメーションセンター
和歌山	3カ所	①JR 白浜駅 ②JR 新宮駅 ③JA ビル

2.2.2 通訳案内士

高い語学力と日本に関する広範囲の知識・教養をもって訪日外客に日本を紹介する通訳案内士は、関西で 2,407 人が登録している(図表 12)。

図表 12 2 府 4 県別 通訳案内士の登録数(平成 19 年 4 月 1 日現在)



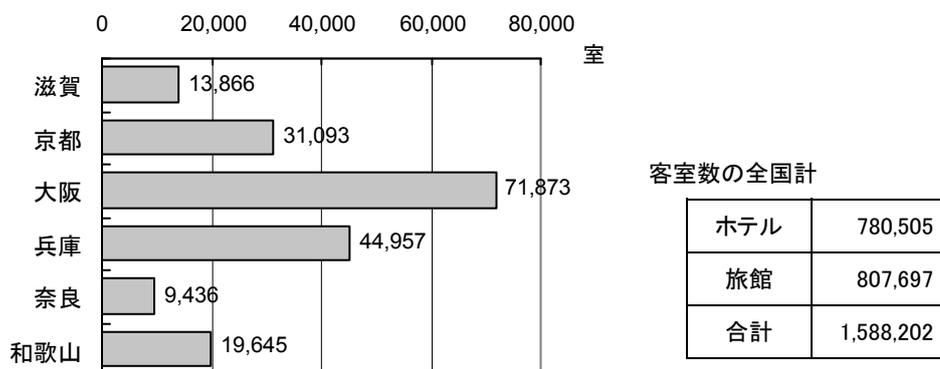
国土交通省資料より作成

2.2.3 ホテル・旅館客室数

関西のホテル・旅館の客室数は190,870室で、全国の12.0%にあたる（図表13）。大阪、兵庫、京都の客室数に比べて奈良、滋賀、和歌山は少ない。

国際競争力の高いホテルは大阪と京都の都心部に立地している。また、外国人観光客に対応する日本旅館は京都、兵庫に多く、廉価で泊まれる宿泊施設（(財)国際観光サービスセンターが組織する「ウェルカム・イン」）は京都に集中しており、京都には訪日外客に対応し得る多様な宿泊施設が立地している（図表14）。

図表13 2府4県 ホテル・旅館の総客室数（2008年度）



出典：「保健・衛生行政業務報告」厚生労働省

図表14 外国人旅客に対応する多様な宿泊施設

OHG 格付けでランクの高いホテル		
Superior Deluxe	ホテル阪急インターナショナル	大阪
	ザ・リッツカールトン大阪	
Deluxe	ハイアットリージェンシー京都	京都
	帝国ホテル大阪	大阪
	ハイアットリージェンシー大阪	
Moderate Deluxe	ホテルグランヴィア京都	京都
	ザ・ウェスティン都・京都	
	ヒルトン大阪	大阪
	ホテルニューオータニ大阪	
	リーガロイヤルホテル大阪	
	ザ・ウェスティン大阪	

	滋賀	京都	大阪	兵庫	奈良	和歌山
国際観光旅館連盟 加盟施設数	13	68	11	54	27	21
ウェルカムイン 参加施設数	1	77	21	4	10	5

資料：Hotel & Travel Index (Official Hotel Guide)ホームページ
財団法人 国際観光サービスセンター ウェルカムイン 施設一覧
社団法人 国際観光旅館連盟

2.2.4 観光協会ホームページの多言語化状況

各府県の観光協会ホームページは、英・韓・中(繁体字・簡体字)の4言語に対応している。なかには8カ国語のページを持つ観光協会もある(図表15)。

これら28サイトについて外国語で提供されているコンテンツをみると、頻繁な更新を必要としない観光地・観光施設の詳細情報はすべての観光協会が掲載している。また、府県の位置図、空港等からの国内アクセス案内、宿泊予約のためのリンク(宿泊施設のホームページ、JNTO、JAPANiCAN等)が20サイトで実施されている。

一方で、今年の最新情報(ニュース、イベント、体験など)の提供は、2つの観光協会の英・韓・中(繁体字)各1サイトにとどまる。例年のイベントを季節に合わせてトップページで告知する形の最新情報提供は10サイトで実施されている。

外国語で問合せができるメールアドレスは5つの観光協会が提供しているが、日本語フォームにつながったり、文字化けで利用できないものもあった(図表16)。

図表15 府県の観光協会ホームページ対応言語

府県	観光協会名	ホームページ名称/アドレス	対応言語
大阪府	財団法人 大阪観光コンベンション協会	OSAKA-INFO 大阪観光情報 http://www.osaka-info.jp	日・英・韓・中(繁・簡)・タイ
兵庫県	社団法人 ひょうごツーリズム協会	ひょうごツーリズムガイド http://www.hyogo-tourism.jp	日・英・韓・中(繁・簡)
京都府	社団法人 京都府観光連盟	京都府観光情報 http://www.kyoto-kankou.or.jp	日・英(一部) →リンク先「Welcome to Kyoto」 英・韓・中(繁・簡)
奈良県	一般財団法人 奈良県ビジターズビューロー	奈良県観光情報 大和路アーカイブ http://yamatoji.nara-kankou.or.jp	日・英・韓・中(繁・簡)・仏・独・葡
滋賀県	社団法人 びわこビジターズビューロー	滋賀県観光情報 http://www.biwako-visitors.jp	日・英・韓・中(繁・簡)
和歌山県	社団法人 和歌山県観光連盟	わかやま観光情報 http://www.wakayama-kanko.or.jp	日・英・韓・中(繁・簡)

図表16 外国語で提供しているコンテンツの状況

コンテンツ	外国語サイトにおける対応状況
位置図・アクセス案内	有 [20] /位置図のみ [5] /無 [3]
観光地・施設の詳細情報	有 [28] /無 [0]
検索機能	有 [15] /無 [13]
今年の最新情報	有* ¹ [3] /季節情報は有* ² [10] /ブログ、キャンペーンリンク有 [9] /無 [15]
宿泊予約のためのリンク	有 [20] /無 [8]
外国語対応問合せメールアドレス	有 [16] /利用不可* ³ [4] /無 [8]
外国語メールマガジン	有 [6] /無 [22]
外国語モバイル対応	日本語のみ [7] /無 [21]

*¹ 「今年の情報」について更新・提供しているサイト。

*² 例年のイベント情報や季節の花情報を、最新情報として掲示しているサイト。

*³ 日本語の問い合わせフォームに飛ぶもの1、文字化け3

2.3 関西の着地型観光資源

近年、関西各地では、国内外からの観光客に向けた着地型観光、ニューツーリズムの試みが行われている。地域の魅力を活かす着地型観光資源は、訪日外客に対して関西らしさをアピールする観光資源となり得る。

ここでは、関西の代表的な着地型観光資源を現時点での外国語対応の可否にかかわらず抽出し、後述する訪日外客へのアンケート調査において、認知・関心を聞く対象とする。

なお、2009年10月時点で、「エコツアー総覧」で情報提供している近畿2府4県のエコツアーは270件（滋賀114件、京都40件、大阪16件、兵庫26件、奈良21件、和歌山53件）である。

図表 17 関西の代表的な着地型観光資源など

ニューツーリズム創出事業	
H21	<p>■きょうとリラクゼーション・ツアー ～悠久の歴史と伝統の中で、心とからだを癒す旅～ ／京都府京都市</p> <p>京町家での水引工芸の製作体験により脳を活性化。昼食は旬の京野菜のヘルシーメニューを提供。東山の名刹・高台寺では名物和尚の話・心の癒し体験。ほかに聞香体験。</p> <p>■森の都加西「里山体験と田舎料理」 ／兵庫県加西市</p> <p>野菜収穫体験、植えつけ体験里山整備体験、しいたけ植えつけ体験、どぶろく製造体験。ハイキングの体験メニューは年齢や好みに合わせて選べる仕組み。</p> <p>■卑弥呼の里で魅力体験（発見する・食する・探訪する） ／奈良県桜井市</p> <p>纏向遺跡と箸墓古墳等の視察、地場産業の手延べ三輪そうめんづくり体験と銘木吉野杉の製材現場探訪。長谷寺の朝勤行の見学。</p>
H20	<p>■リアル湖北～戦国浪漫街道の旅～ ／滋賀県湖北・余呉・長浜</p> <p>戦国期のメイン舞台、湖北地域・北国脇往還沿線で、日本史転回の舞台裏をリアルに追体験。賤ヶ岳合戦に活躍した「七本槍」に学びと楽しみの要素を加え、9つのメニューで戦国浪漫の世界を学び、楽しみ、体感する旅。</p> <p>■水のかけ橋 琵琶湖エコツアー ／滋賀県蒲生・日野</p> <p>県内のツアープログラムを収集しツアーガイドを作成。琵琶湖の自然に触れ、豊かな水の暮らしを体験し、水源の里山の文化行事に参加する体験型環境学習ツアーを行う。</p> <p>■自転車タクシーを利用した文化観光エコツーリズム ／京都府京都市</p> <p>自転車タクシーを利用したエコツーリズム。まち歩きツーリズムでは少々遠いと感ずる距離、タクシーでは行けないところを巡る滞在型・体験型の着地型エコツーリズム。</p> <p>■京都シネマ紀行 東洋のハリウッドで世紀を超える ／京都府京都市</p> <p>映像・観光・環境の三位一体型のツーリズムを提案。映像により京都の魅力と希少性を告知し、その映像を見た観光客が京都を訪れ、観光客がもたらした収益を景観整備や環境保全に活かす。</p> <p>■肥後守ナイフ作りと藍染体験観光モニターツアー ／兵庫県三木市</p> <p>古式鍛錬見学（ふいごの使い方及び古式鍛錬の実演）、肥後守ナイフの作成体験、古くから三木に伝わる型紙を利用した藍染体験。</p> <p>■神戸発クルーズツアー「神戸・せとうち歴史探訪の旅」 ／兵庫県神戸・瀬戸田・高松</p> <p>船旅の利点を活かし「ゆっくり移動しながら」瀬戸内海沿岸の魅力を堪能。発着地及び寄港地で各地の史跡を巡るオプションプランを組み合わせ、スロウツーリズムのスタイルを検証する。</p> <p>■「奈良学舎」やまと講座：古都奈良の進行と美—そのころと形 ／奈良県奈良市</p> <p>時間をかけて、じっくりと奈良の奥深い魅力を「学ぶ」ことに主眼を置いた新しい「知的観光」スタイルとして、同じ場所に滞在し、座学・実習を兼備した宿泊型講座を開催。</p>

H20	<p>■木を感じ、木に学ぶ 大字陀・山里体感ツアー /奈良県宇陀市</p> <p>林業体験から木工体験を通じて「木」が「資源」から「製品」になる「つながり」を学び、「自然資源」の大切さを体験・学習する。また、山里散策、町並み散策など、大字陀地域における自然と人との関わりを体感。</p> <p>■世界遺産熊野古道「健脚！健浴！語り部が磨き上げる小辺路スペシャル」 /和歌山県田辺市・奈良県十津川村</p> <p>奈良県十津川温泉郷と和歌山県川湯温泉、湯の峰温泉、渡良瀬温泉を熊野古道ウォークの基点とできる温泉とウォークが密着した健康ウォーク。また、両県の語り部組織が連携して世界遺産小辺路の魅力を伝える。</p> <p>■生活改善を必要とする疾病予備軍の健康親交ツアー /和歌山県和歌山市</p> <p>「生活習慣に関する改善が必要な方々」を対象とした観光医療ツアー」の推進。また、同様の疾病とその悩みを持つ参加者の親交によりストレスの減少、かつ、満足感を高める。</p>
観光圏事業	
H21	<p>■びわ湖・近江路観光圏 /滋賀県彦根市、長浜市、東近江市、米原市、安土町、日野町、竜王町、愛荘町、豊郷町、甲良町、多賀町、虎姫町、湖北町、高月町、木之本町、余呉町、西浅井町</p> <p>近江商人の理念「三方よし」をもじり「水よし、里よし、人情よし」のコンセプトで、首都圏客を含め、彦根・長浜への通過型観光客や京都への入込客を、奥びわ湖地域や東近江地区へ誘客。</p> <p>■聖地熊野を核とした癒しと蘇りの観光圏 /和歌山県田辺市、奈良県十津川村</p> <p>「健心」「健脚」「健浴」「健食」をテーマに、首都圏の60代、関西圏の30代、欧米からの外国人をターゲットに「癒しと蘇り」の旅を提供する観光圏。</p>
H20	<p>■京都府丹後観光圏～ゆるりぐるりほっこり丹後～ /京都府舞鶴市、宮津市、京丹後市、与謝野町、伊根町</p> <p>冬のカニ、夏の海水浴を中心とした二季型観光から、「ふるさと生活体感型観光」にこだわり、「四季型・滞在型観光」への脱皮を図る。「ふるさと力」「誘客力」「地域力」の観光力により「うみ・さと・やまの癒しと健康のふるさと」丹後をつくる。</p> <p>■淡路島観光圏「おかえりなさい～神話のふるさと淡路島～」 /兵庫県淡路市、南あわじ市、洲本市</p> <p>淡路島全体をひとつの観光交流施設とみなし、「一日では感じ・見つけられない」、「淡路島でしか味わえない」滞在型観光への転換を図る。戦略的な情報発信を行い、農漁業の体験型観光の拡充を図る。</p>
グリーンツーリズム オーライ！ニッポン受賞事例	
H18	<p>■曾爾村 /奈良県曾爾村<大賞></p> <p>曾爾高原を訪れる観光客を対象として、曾爾村ファームガーデンや滞在型市民農園「クラインガルテン曾爾」等の施設整備を行い、都市住民が参加できるイベントを開催するなど観光を軸とした都市農村交流を推進。</p>
H17	<p>■特定非営利活動法人 北はりま田園空間博物館 /兵庫県西脇市<大賞> *1市4町(中町、加美町、八千代町、黒田庄町、西脇市)</p> <p>北はりま地域の1市4町全体を屋根のない博物館に見立て、点在する地域の魅力(環境、行事、祭り、生活、産業、文化施設など)を、住民が自主的に活動する拠点としてNPO北はりま田園空間博物館に登録。ツーリズムバスを仕立てるなど積極的な集客活動を実施。</p>
H16	<p>■八千代町 /兵庫県八千代町<グランプリ></p> <p>滞在型市民農園(クラインガルテン)や宿泊交流施設、加工体験施設などの整備と併せ、農林業体験ツアー等により神戸市や大阪市などから都市住民を受け入れ、地域の活性化を図る。</p>
エコツーリズム エコツーリズム大賞受賞事例	
H21	<p>■有限会社 地域観光プロデュースセンター /滋賀県大津市<特別賞></p> <p>5年前にエコツーリズム推進を目的とした協議会を設立し活動。地域の活動家、NPO、地域団体、行政が連携し協働する地域づくり型エコツーリズムを創出するためのプロデュース活動に取り組む。</p>
H20	<p>■マキノ里湖体験ツアー協議会 /滋賀県高島市<特別賞></p> <p>琵琶湖畔のマキノでは、地域の人々自らが歴史や生活文化等の地域資源に気付き、活かすとともに、活動を継続的に実施していくため協議会を設立し、マキノでしか体験できない本物の体験ツアーを実施している。</p>
H19	<p>■針江生水の郷委員会 /滋賀県高島市<特別賞></p> <p>湧き水を生活に利用した「かばた」の暮らしや環境保全の大切さを地域内外に発信し、次世代に継承していくため、毎月2回「命巡る水辺ツアー」などのエコツアーを実施。ガイド料に地域通貨を活用。</p>

産業観光	
	<p>■堺打刃物 /大阪府堺市 伝統的製法による刃物づくりを老舗などで見学。刃物ミュージアムも有り。JTB「地恵のたび」旅行商品。</p>
	<p>■日清インスタントラーメン発明記念館 /大阪府池田市 インスタントラーメンづくりができる体験型の企業博物館。英語・中国語の音声ガイド機レンタル有り。</p>
	<p>■生野銀山 /兵庫県朝来市 江戸時代の鉱山の産業遺跡（坑道跡、資料館）の見学。鉱石探し、天然石採取などの体験プログラムを実施。</p>
世界文化遺産、重要伝統的建造物群保存地区	
	<p>■熊野古道ウォーク /和歌山県田辺市 世界文化遺産・熊野古道（巡礼の道）を案内ガイドと一緒に歩く。英語が話せるガイド、外国人のガイドも存在する。</p>
	<p>■高野山の宿坊体験 /和歌山県高野町 高野山観光協会（高野山参詣講）が、宿坊寺院の宿泊と精進料理の予約を受けている。インターネットから申し込み可。外国人僧侶のいる寺院などを中心に外国人の宿泊者は増加傾向。</p>
	<p>■漁村の伝統的家屋「舟屋」の見学 /京都府伊根町 1階が舟の格納庫および物置場で、2階が住居の「舟屋」集落を、海上や展望台から見学するほか、ガイド（個人のみ受け入れ）の案内で町の散策。</p>
	<p>■かやぶきの里 北村 /京都府南丹市 かやぶき屋根の民家が集まる集落内で、民俗資料館、民宿、土産物屋、飲食店が運営されている。</p>
	<p>■今井町の町並み /奈良県橿原市 江戸時代の町家500軒が残る町並みを見学。観光ボランティアガイド組織有り。</p>
アートツーリズム、アニメツーリズム	
	<p>■MIHO MUSEUM /滋賀県甲賀市 著名な建築家 I.M. ペイ設計による美術館で、西洋と東洋の古代美術を見学。日・英・中・仏・西・露と多言語に対応。</p>
	<p>■宝塚市立手塚治虫記念館 /兵庫県宝塚市 「鉄腕アトム」の作者、手塚治虫のマンガ美術館の見学。「日本のアニメを活用した国際観光交流等の拡大による地域活性化調査（平成18年度国土施策創発調査）」参加施設。</p>
	<p>■京都国際マンガミュージアム /京都府京都市 マンガ学部を有する京都精華大学と京都市が運営。米国などからの教育旅行を受け入れ、英語でマンガ制作ワークショップを実施。「日本のアニメを活用した国際観光交流等の拡大による地域活性化調査（平成18年度国土施策創発調査）」参加施設。</p>
JTB交流文化賞 受賞事例	
H21	<p>■外国人旅行者に京都から日本の魅力を発信！（有限会社ワックジャパン） /京都府＜優秀賞＞ 海外からの旅行者に日本文化体験プログラムを提供。茶道、華道、書道、着物の着付け、料理などのプログラムでは、分野毎に高い技能をもった女性たちが、英語等の説明付きの体験プログラムを実施。</p> <p>■世界に向けた田辺の挑戦～外国人に優しいまちづくり～持続可能な世界標準の観光地をめざして（田辺市熊野ツーリズムビューロー） /和歌山県田辺市＜優秀賞＞ 外国人スタッフ「国際観光推進員」の雇用。 多言語のホームページなどの作成、プレスツアーやエージェントファームの誘致、商談会参加による売込みなどで海外へ情報発信。受入地のレベルアップのため、ワークショップ形式を取り入れた研修会を開催。</p>
H17	<p>■コウノトリも暮らすまちへ 豊岡の挑戦（兵庫県豊岡市企画部コウノトリ共生課） /兵庫県豊岡市＜最優秀賞＞ コウノトリ野生復帰を中心とした自然環境への取り組みの進展とともに、旅行だけでなく、視察、研修、研究などの目的での訪問や、環境教育の場として修学旅行の受け入れなど、地域内外の交流が活発化。</p>

図表 18 関西の重要無形民俗文化財

府県名	重要無形民俗文化財	種別		市町村名
滋賀県	近江中山の芋競べ祭り	風俗習慣	生産・生業	蒲生郡日野町中山
	三上のずいき祭	風俗習慣	祭礼（信仰）	野洲市
	長浜曳山祭の曳山行事	風俗習慣	祭礼（信仰）	長浜市
京都府	やすらい花	民俗芸能	風流	京都市北区
	久多の花笠踊	民俗芸能	風流	京都市左京区久多
	京都の六斎念仏	民俗芸能	風流	京都市
	京都祇園祭の山鉾行事	風俗習慣	祭礼（信仰）	京都市
	佐伯灯籠	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	亀岡市
	嵯峨大念仏狂言	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	京都市右京区 嵯峨釈迦堂藤ノ木町
	松尾寺の仏舞	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	舞鶴市松尾
	壬生狂言	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	京都市中京区 仏光寺坊城上る
	田原の御田	民俗芸能	田楽	南丹市日吉町田原
	涌出宮の宮座行事	風俗習慣	祭礼（信仰）	木津川市山城町平尾、 木津川市山城町綺田
大阪府	住吉の御田植	民俗芸能	田楽	大阪市住吉区
	聖霊会の舞楽	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	大阪市天王寺区
兵庫県	車大歳神社の翁舞	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	神戸市須磨区
	上鴨川住吉神社神事舞	民俗芸能	その他	加東市上鴨川
	但馬久谷の菖蒲綱引き	風俗習慣	娯楽・競技	美方郡新温泉町
	淡路人形浄瑠璃	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	三原郡三原町
	東光寺の鬼会	風俗習慣	年中行事	加西市上万願寺
奈良県	吉野の樽丸製作技術	民俗芸能	生産・生業	吉野郡
	十津川の大踊	民俗芸能	風流	吉野郡十津川村武蔵 吉野郡十津川村小原 吉野郡十津川村西川
	春日若宮おん祭の神事芸能	民俗芸能	その他	奈良市春日野町
	陀々堂の鬼はしり	風俗習慣	年中行事	五條市大津町
	題目立	民俗芸能	語り物・祝福芸	奈良市上深川町
	奈良豆比古神社の翁舞	民俗芸能	渡来芸・舞台芸	奈良市奈良坂町
和歌山県	粟生のおも講と堂徒式	風俗習慣	社会生活（民俗知識）	有田川町粟生
	河内祭の御舟行事	風俗習慣	祭礼（信仰）	串本町、古座川町
	花園の御田植	民俗芸能	田楽	かつらぎ町花園梁瀬
	杉野原の御田植	民俗芸能	田楽	有田川町杉野原
	那智の田楽	民俗芸能	田楽	那智勝浦町

図表 19 地域伝統芸能大賞受賞一覧

受賞者・団体	賞名	年度
(財)淡路人形協会（淡路人形浄瑠璃公演） ／兵庫県南淡町	地域伝統芸能大賞（活用賞）	平成 8 年度
長浜曳山祭総当番（長浜曳山祭）／滋賀県長浜市	地域伝統芸能大賞（地域振興賞）	平成 13 年度
佐伯灯籠保存会／京都府亀岡市	地域伝統芸能大賞（地域振興賞）	平成 16 年度

3. 訪日旅行における関西のライブエンターテインメント

3.1 海外の旅行エージェントの認知・関心

海外の旅行エージェントを対象に関西にある日本文化のライブエンターテインメント(18頁、図表21の10項目)に対する認知・関心、ツアー商品への取り入れの現況について、アンケート調査を行った。

[調査対象1]

日本への送客実績、旅行会社との連携実績がある海外の旅行エージェントの欧州6社、北米4社から回答を得た。(自記入式アンケート)

[調査対象2]

京都をファムトリップで訪れたヴァルトゥオーソ (Virtuoso)ⁱに加盟する旅行会社及び旅行コンサルタントの北米6社(者)から回答を得た。(自記入式アンケート)

図表20 回答を得たエージェントの概要(調査対象1のみ)

■ A社 (フランス) 2007年設立。2008年度の訪日実績は約1,000名。
■ B社 (フランス) 中国を中心に販売していた。日本の食をテーマに販売を意識している。
■ C社 (ドイツ) パッケージツアー、FITともに扱う。
■ D社 (イタリア) 3年前からアウトゴーイングを開始し2008年度の訪日送客は200名。パッケージツアーのほかFITも重視。
■ E社 (英国) 訪日をメインに販売。今年度よりFIT販売も。2008年度の訪日送客は1,000名。
■ F社 (スペイン) パッケージツアー中心でFITの販売も行う。今後は日本を強化する予定。
■ G社 (米国) 米国各地・カナダに支店を持つ日系旅行代理店。創業39年。様々な訪日ツアーを催行。
■ H社 (米国) 1988年創業。格安ツアーを主に扱う。
■ I社 (米国) アメリカ東部の富裕層FITを取り扱う。クルーズを中心に高額商品を得意とする。
■ J社 (カナダ) 日本の大手旅行会社グループに加入し、パッケージツアーの販売強化計画。

ⁱ ヴァルトゥオーソ (Virtuoso)。北米・南米・オセアニアの富裕層専門の旅行会社、コンサルタントのアソシエーション。

図表 21 設問対象とした日本文化のライブエンターテインメント

<p>1 歌舞伎</p> 	<p>2 能・狂言</p> 	<p>3 文楽</p> 	
<p>4 舞楽</p> 	<p>5 琴・三味線</p> 	<p>6 舞妓の踊り</p> 	<p>7 落語</p> 
<p>8 都市の祭り (伝統衣装を着た人々や山車が都市の大通りを行列する祭り)</p> 	<p>9 郊外の祭り (山や田で豊作を祈る伝統的な祭り・踊り)</p> 	<p>10 花火大会</p> 	

写真出典：松竹株式会社ホームページ「歌舞伎美人」、大槻能楽堂ホームページ、おおきに財団ホームページ、天満天神繁昌亭ホームページ、京都市観光協会ホームページ、Kiichi Saito ホームページ、大阪観光コンベンション協会ホームページ

3.1.1 認知・関心

「関西で上演・開催がある」の認知が高いものは「舞妓の踊り」「能・狂言」であり、また回答者の半数の8社(者)が「文楽」「琴・三味線」を挙げている。一方で「まったく知らない」が他よりも高いものは「舞楽」「落語」「郊外の祭り」となっている(図表 22)。

関西旅行の要素としての関心を聞いたところ、「英語で上演されれば関心がある」との回答は僅かであり、「日本語だけの上演」「英語の解説付き上演」に関心が示された。日本文化のライブエンターテインメントは、日本語で上演されてこそ旅行要素として魅力があると考えられている(図表 23)。

「日本語だけの上演でも関心がある」は、言葉が理解できなくても日本文化の雰囲気を楽しめるビジュアル要素(衣装、化粧、面、山車など)を持つ「舞妓の踊り」「歌舞伎」「能・狂言」「(伝統衣装を着た人々や山車が都市の大通りを行列する)都市の祭り」「花火大会」で高い。ただし、エージェントの認知が低い「舞楽」は、華やかな写真をアンケート用紙に添えたものの関心は低い。

「英語の解説があれば関心がある」は、「歌舞伎」「文楽」「落語」「能・狂言」が他のジャンルと比べて高い。

図表 22 日本文化のライブエンターテインメントの認知

エージェント数。n=16

	関西で上演、開催があると知っている		日本文化の一つであると知っている		まったく知らない	
① 歌舞伎	7	(6, 1)	12	(9, 3)	0	(0, 0)
② 能・狂言	9	(6, 3)	10	(9, 1)	1	(0, 1)
③ 文楽	8	(6, 2)	9	(8, 1)	2	(1, 1)
④ 舞楽	3	(3, 0)	8	(7, 1)	5	(3, 2)
⑤ 琴・三味線	8	(7, 1)	10	(7, 3)	2	(1, 1)
⑥ 舞妓の踊り	12	(9, 3)	11	(9, 2)	1	(0, 1)
⑦ 落語	5	(5, 0)	8	(7, 1)	5	(2, 3)
⑧ 都市の祭り	6	(6, 0)	9	(8, 1)	3	(1, 2)
⑨ 郊外の祭り	3	(3, 0)	7	(7, 0)	5	(2, 3)
⑩ 花火大会	7	(6, 1)	9	(7, 2)	2	(0, 2)

表中カッコ内は内数。(左:P17 調査対象1、右:同・調査対象2)。

図表 23 旅行要素としての関心

エージェント数。n=16

	日本語だけの上演でも関心がある		英語の解説があれば関心がある		英語で上演されれば関心がある		関西旅行の要素として関心はない	
① 歌舞伎	8	(7, 1)	7	(6, 1)	1	(1, 0)	3	(1, 2)
② 能・狂言	6	(6, 0)	5	(4, 1)	1	(1, 0)	3	(1, 2)
③ 文楽	4	(2, 2)	7	(6, 1)	1	(1, 0)	2	(1, 1)
④ 舞楽	2	(2, 0)	3	(3, 0)	1	(1, 0)	3	(1, 2)
⑤ 琴・三味線	5	(4, 1)	0	(0, 0)	1	(0, 1)	2	(1, 1)
⑥ 舞妓の踊り	10	(8, 2)	1	(1, 0)	0	(0, 0)	1	(0, 1)
⑦ 落語	3	(3, 0)	6	(5, 1)	0	(0, 0)	3	(1, 2)
⑧ 都市の祭り	6	(5, 1)	1	(1, 0)	0	(0, 0)	2	(0, 2)
⑨ 郊外の祭り	4	(3, 1)	1	(0, 1)	0	(0, 0)	3	(1, 2)
⑩ 花火大会	6	(5, 1)	0	(0, 0)	0	(0, 0)	4	(2, 2)

表中カッコ内は内数。(左:P17 調査対象1、右:同・調査対象2)。

3.1.2 採用の現況

関西の伝統芸能や祭りなど日本文化のライブエンターテインメントを旅行商品に取り入れているエージェントは僅かであった(図表 24)。

採用と回答したエージェントは「ギオンコーナーⁱⁱ」の利用が見られる。また、「ツアーで必ず訪れる要素として採用」の回答は3社で、うち1社は「歌舞伎、能・狂言等は問い合わせがあればチケット手配を代行するのみ」で積極的な採用はしていない。

図表 24 旅行商品への採用

エージェント数。n=16

	調査対象 1		調査対象 2
	ツアーで必ず訪れる要素として採用	オプションの一つとして採用	採用したことがある
① 歌舞伎	1	3	—
② 能・狂言	—	2	—
③ 文楽	1	1	—
④ 舞楽	—	2	—
⑤ 琴・三味線	—	—	—
⑥ 舞妓の踊り	3	3	1
⑦ 落語	—	1	—
⑧ 都市の祭り	—	2	—
⑨ 郊外の祭り	—	2	—
⑩ 花火大会	—	1	—
その他自由記入	茶室のティーセレモニーを採用		1

ii ギオンコーナー(京都伝統芸能館) 7種類の伝統芸能(茶道、琴、華道、雅楽、狂言、京舞、文楽)を50分で紹介する公演を1日2回、夜に行う。解説資料は多言語化され、国内外の観光客に人気がある。

3.1.3 採用していない理由

旅行商品に採用していない理由では、「外国語の資料や英語を話すスタッフなどの対応がない」「顧客の間で有名でない」「社内に内容を知っている担当者がいない」「上演時間が長い」が挙げられた。その対象とされたライブエンターテインメントは「舞妓の踊り」以外の全てである(図表 25)。上演する団体・施設における外国語対応や、観光客向けの短いプログラムづくり、関係者によるプロモーションの充実が必要と考えられる。

なお、調査対象2のエージェントは富裕な顧客の希望に応じたオーダーメイドの旅程を組むため、調査対象1と異なる選択肢で質問した。

図表 25 旅行商品に採用していない理由

調査対象 1			エージェント数。n=10
理由と回答数		対象	
① 外国語に対応していないから	8	〔3社が選択〕落語 〔2社が選択〕歌舞伎、能・狂言 〔1社が選択〕文楽	
② 顧客の間で有名ではないから	7	〔2社が選択〕舞楽、落語 〔1社が選択〕文楽、能・狂言、郊外の祭り	
③ 内容を知っている担当者がいないから	6	〔1社が選択〕歌舞伎、能・狂言、文楽、 舞楽、琴・三味線、落語	
④ 上演時間が長いから	3	〔1社が選択〕歌舞伎、能・狂言、文楽	

調査対象 2		エージェント数。n=6
a)	内容を知っている担当者がいないから〔2社〕	
b)	顧客から相談を受けたことが無いから〔1社〕	
c)	顧客が法人のため〔1社〕	

3.1.4 エージェントが望むライブエンターテインメント

採用を検討したいライブエンターテインメント、また夕食後の関西観光に必要なエンターテインメントについては「舞妓・芸妓の踊り、お座敷遊び」を中心に、「歌舞伎」「お笑い」「能・狂言」「文楽」「雅楽」「琴・三味線」「和太鼓」「大相撲」「書道パフォーマンス」などが挙げられた(図表 26)。

調査対象 1 の海外エージェントは、上演時間の短い伝統芸能プログラムや廉価なお座敷遊びなど、訪日外国人が気軽に参加できる方法の提供を求めている。

図表 26 エージェントが望むライブエンターテインメント

調査対象 1 n=10	採用を検討したいもの	夕食後の関西観光に必要なもの
調査対象 1 n=10	① 歌舞伎 短時間の歌舞伎プログラム ② 能・狂言 ③ 文楽 ④ 雅楽 ⑤ 琴・三味線 ⑥ お笑い(吉本新喜劇) ⑦ (エンターテインメントではないが)桜の花見	[ライブエンターテインメント] ① 芸妓・舞妓の踊り ② 廉価で気軽なお座敷遊び ③ お笑い ④ 和太鼓 ⑤ (夕食後は不可能だが)大相撲 ⑥ 寛げるエンターテインメント
		[その他] ① 面白い体験ができるもの ② 道頓堀界隈の散歩/ミナミの繁華街観光 ③ ライトアップされた夜の寺の観光
調査対象 2 n=6	① 伝統的な服を着た芸妓・舞妓とお茶屋での夕食 ② 書道(パフォーマンス) ③ コミックショー(喜劇)	[ライブエンターテインメント] ① 文楽 ② 芸妓・舞妓の踊り ③ 琴・三味線
		[その他] ① 花火のディスプレイ ② リバーボートクルーズ ③ バーやダンスなどのナイトライフ

3.2 上演施設・団体の態勢

関西でライブエンターテインメントを上演している施設・団体を対象に、訪日外国人に対する情報提供の現況についてアンケート調査を行った。

〔調査対象〕

関西の代表的なライブエンターテインメント上演施設（以下、劇場という）25カ所、及び伝統芸能・祭りを継承する8団体（以下、団体という）。そのうち劇場19カ所、及び6団体から回答を得た（自記入式アンケート）。

【調査対象例】

劇場 国立文楽劇場、なんばグランド花月、大阪四季劇場、いずみホール、
京都四條南座、宝塚大劇場 等

団体 都をどり、壬生狂言、春日若宮おん祭の神事芸能、河内祭の御舟行事 等

3.2.1 多言語による情報提供

外国人の観客に外国語で情報提供をしていると回答した劇場は11施設（国公立5、民間6）、団体は3であった（図表27）。

劇場内においては、主に英語で「外国語の案内標識の設置」や「外国語を話すスタッフによる対応」がなされている。スタッフによる対応は、研修中の施設も含めて伝統芸能を演目とする劇場で取り組まれているのが特徴的である。

「広報・宣伝ツールの多言語化」については、英語のホームページや施設紹介パンフレットを作成している劇場が多く、なかには、これらに加えて公演・演目別の案内チラシや解説を多言語で提供している劇場もある。

電話・インターネットによる自主事業チケット予約の可否について聞いたところ、外国語で電話・インターネットによる予約が可能な劇場及び団体はまだ少数である（図表28）。外国語で電話予約可能でも担当者不在時は不可という劇場もある。

海外から外国語でインターネットによる予約が可能な劇場は、伝統芸能を上演する「国立文楽劇場(大阪市)」と「山本能楽堂(大阪市)」の2つであった。

図表 27 外国語による情報提供の取り組み

[] 内は対応している劇場・団体数

	外国語の案内標識設置	外国語を話すスタッフによる案内・情報提供	広報・宣伝ツールの多言語化	その他の取り組み
伝統芸能	対応有り [4]	対応有り [5]	対応有り [7]	対応有り [4]
	■英語 [4]	■英語 [4] ■英語、韓国語、中国語 [1]	■ホームページ [6] ■施設紹介パンフレット[4] ■入門解説、番組解説 [2] ■チラシ [2] ■上演や祭りのスケジュール案内 [1]	■公演案内配布（英・韓・中・仏） [1] ■英語イヤホンガイド[1] ■対応マニュアル作成中 [1] ■字幕と配布資料を多言語化（英・韓・中）した公演の開催 [1] ■スタッフ研修 [1]
伝統芸能以外	対応有り [6]	対応有り [2]	対応有り [5]	対応有り [1]
	■英語 [5] ■英語、韓国語、中国語 [1]	■英語 [2]	■ホームページ [4] ■施設紹介パンフレット[3] ■公演スケジュール案内[1]	■スタッフ研修 [1]

図表 28 訪日外国人への多言語による情報提供

	電話予約			インターネット予約				インターネット予約サイト		
	日本語	外国語	不可	日本語	外国語 (日本国内 限定)	外国語 (海外から 予約可)	不可	自社運営	委託	委託先サイト名
劇場	15	4	2	11	1	2	5	7	4	Getii CNプレイガイド びあ イープラス
団体	2	1	1	1	0	0	2	0	1	

3.2.2 公演開始時刻と所要時間

夜の公演開始時刻は19時台までが多く、夕食と重なる時刻に開演している。夕食後のナイトライフの対象になり得る開演時刻を21時以降と考えれば、該当する施設は「Billboard Live Osaka(大阪市)」のみである。ほかには、20時開演の公演を行っている「ギオンコーナー(京都市)」がある(図表29)。

鑑賞に要する時間が長いのは、文楽(4～5時間)、歌舞伎(3～4時間)、能・狂言(3～4時間)などの伝統芸能である。ただし、歌舞伎は一幕のみ観られる「一幕見席」を販売する場合があります、文楽や能・狂言においても初心者や外国人向けに2時間程度のプログラムを用意している劇場がある。

また、「ギオンコーナー」「淡路人形浄瑠璃館(兵庫県南あわじ市)」のように、50分程度の観光客向けプログラムのみを上演している施設もある。

演劇、ミュージカル、音楽コンサートは概ね2～3時間とみられる。

チケット価格は公演内容や座席によって様々であるが、日本円で4～5千円の価格であれば幅広いジャンルから観る演目を選ぶことが可能と考えられる。なお、伝統芸能においては、研修生の公演を無料～2千円程度で観ることができる。

図表 29 主な劇場の開演時間帯・価格帯

劇場名、団体(が継承する伝統芸能・祭り)名	地域	主要公演の開始時刻					主要公演の価格帯
		12 10 時 時 台 々	16 13 時 時 台 々	18 17 時 時 台 々	20 19 時 時 台 々	21 時 々	
国立文楽劇場	大阪	○	○				3,600～5,800円
大阪松竹座		○	○				4,200～15,750円
大槻能楽堂		○		○	○		4,200～8,200円
山本能楽堂			○		○		1,000～5,500円
天満天神繁盛亭		○	○	○			1,300～3,500円
なんばグランド花月		○	○	○	○		2,500～4,500円
大阪四季劇場			○	○			3,000～9,800円
梅田芸術劇場		○	○	○	○		4,000～23,000円
イオン化粧品シアターBRAVA!			○	○	○		3,000～12,000円
いずみホール					○		2,000～9,000円
サンケイホールブリーゼ			○	○	○		2,000～9,000円
Billboard Live Osaka				○		○	4,800～12,600円
ザ・能勢人形浄瑠璃			○				2,500円
京都四條 南座	京都	○	○	○			4,200～12,600円
金剛能楽堂			○				6,000円
京都観世会館		○	○				3,500～6,500円
京都劇場			○	○			3,000～9,800円
京都芸術劇場			○	○			1,000～8,500円*
ギオンコーナー					○		3,150円
都をどり		○	○				2,000～4,500円
宝塚大劇場	兵庫	○	○				3,500～11,000円
兵庫県立芸術文化センター				○	○		1,000～4,500円
新神戸オリエンタル劇場		○	○	○			2,800～6,000円
淡路人形浄瑠璃		○	○				1,260～1,500円
びわ湖ホール	滋賀			○	○		2,000～6,000円

* 「京都芸術劇場」：授業発表公演は無料

3.3 訪日外客のライブエンターテインメント体験状況

関西を訪れた訪日外客、特に「日本的なものや体験」への関心が強い(前章「2. 訪日外客の関西訪問の現況」より)欧米人の観光客を対象に、関西における旅行内容、関西観光の情報収集、関西のライブエンターテインメントのほか地域資源への関心などについてアンケート調査を行った。

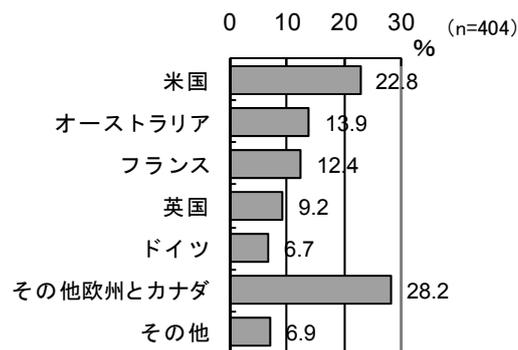
本章では、ライブエンターテインメントに関する設問の回答をみる。他の設問の結果については次章「4. 訪日外客の旅行行動」に詳述する。

〔調査概要〕

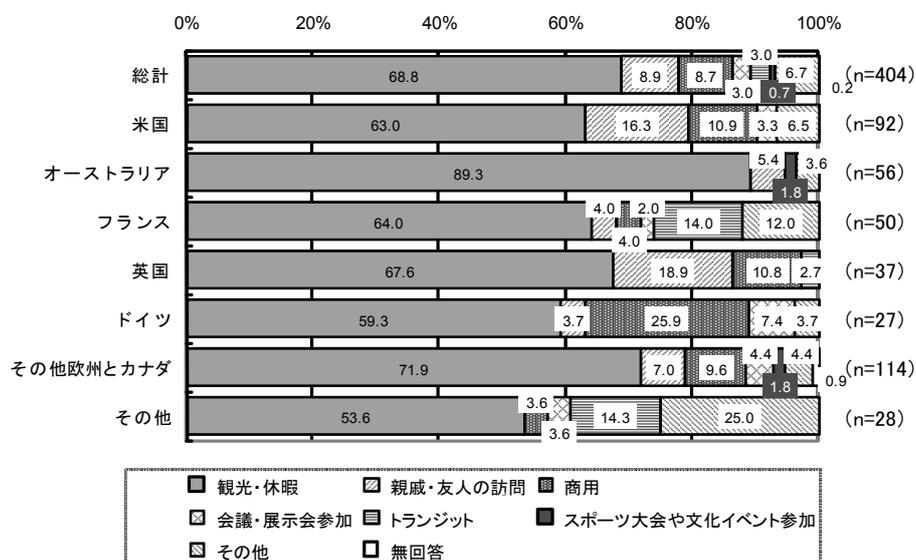
調査対象	関西を訪れた訪日外客、特に欧米人の観光客。404人から回答を得た。
調査方法	調査員による面談アンケート(英語)
調査地点	関西国際空港、高野山、大阪城、姫路城、ギオンコーナー

〔回答者属性〕

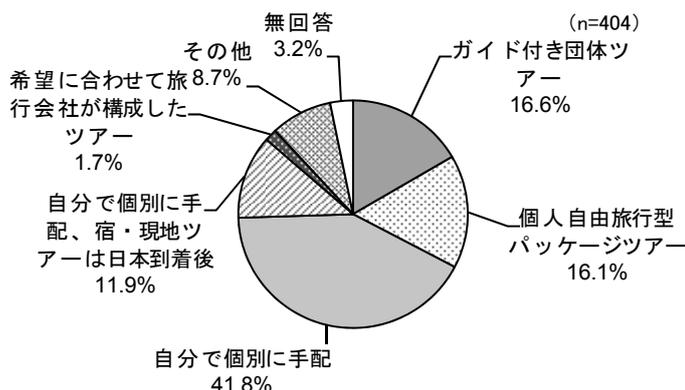
図表 30 居住地区分



図表 31 旅行目的(居住地別)



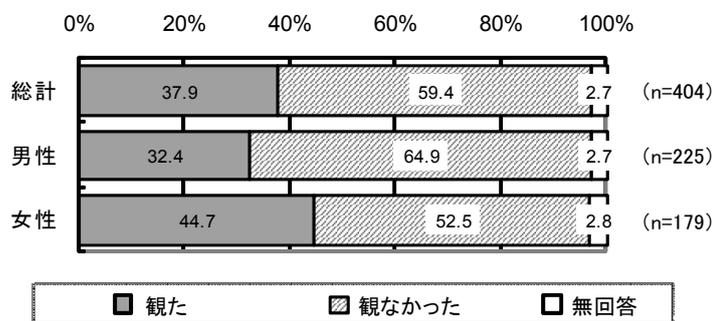
図表 32 旅行形態・手配方法



3.3.1 今回の旅行で観たライブエンターテインメント

日本滞在中に何らかのライブエンターテインメントを「観た」は 37.9%であった (図表 33)。居住地による差はほとんど無いが、男女別にみると女性(44.7%)が男性(32.4%)を上回っている。

図表 33 今回の旅行でライブエンターテインメントを観たか (男女別)



《何を観たか》

観た内容を分類すると (図表 34、分類 1) ショー形式の「イベント(87ポイント、以下同じ)」が最も多く、「音楽(33)」「演劇・舞踊(31)」「スポーツ(14)」「祭り(10)」の順となっている。

さらに、各ジャンルの内容を伝統的な日本文化のエンターテインメントか否かで分類したところ (図表 34、分類 2)、「音楽」は琴や尺八よりも、ジャズ、ロック、クラシックなどの鑑賞が多く、「演劇・舞踊」は、歌舞伎、文楽、能といった伝統文化のライブエンターテインメントが、ミュージカルなどを上まわった。

「イベント」は、アンケート調査地点に「ギオンコーナー(61)」を含むために回答数が多くなった。ただし、ギオンコーナーの数値を除いても伝統文化のエンター

テインメントは20ポイントあり、日本文化をショー形式（またはショーのように）で気軽に鑑賞した人が多いことが伺える。

《どこで観たか》

鑑賞した場所は「関西(137)」が多く、ギオンコーナーを除いても76ポイントで、「東京(32)」を上まわる。ただし、「歌舞伎(19)」は「東京(13)」で観た人が「大阪・京都(5)」よりも多く、「能(2)」も東京で鑑賞されている。

図表34 今回の旅行で観たライブエンターテインメント

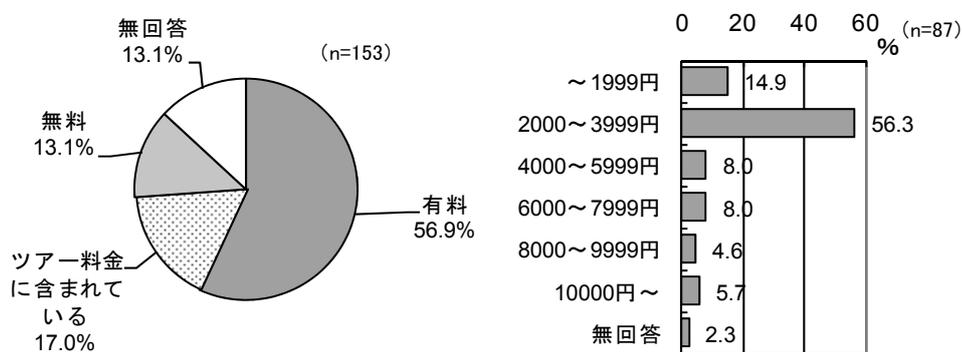
分類1	分類2	何を観たか	回答数			
			総数	観た場所（内数）		
				関西	東京	他
音楽	伝統芸能	琴、尺八、和太鼓、雅楽	9	6	0	3
	その他	ジャズ、クラシック、ロック、学生コンサート、ビートルズショー 等	17	11	3	3
	不明	京都駅や大学でのコンサート 等	7	4	0	3
	小計		33	21	3	9
演劇・舞踊	伝統芸能	歌舞伎(19)、文楽(3)、能(2)	24	8	15	1
	その他	宝塚歌劇、ミュージカル、時代劇	4	3	0	1
	不明	ホテルで観た喜劇、人形劇	3	3	0	0
	小計		31	14	15	2
祭り	伝統の祭り	だんじり祭、祇園祭、神輿、寺の祭	7	6	1	0
	不明	祭	3	2	1	0
	小計		10	8	2	0
イベント	伝統文化	ギオンコーナー(61)、伝統的な踊り、着物ショー、舞妓ショー、茶道、チャンバラ、新人の僧の儀式 等	80	75	0	5
	その他	ハロウィーン、マジックショー、花火大会、鴨川でファイヤーダンス	7	3	3	1
	小計		87	78	3	6
スポーツ	伝統スポーツ	相撲、剣道、合気道パフォーマンス	6	4	2	0
	その他	ラグビー、格闘技、体育の日フェスティバル	8	1	6	1
	小計		14	5	8	1
その他	その他・不明	芸者、学園祭、結婚式、なんばパークスで観た踊り 等	17	11	1	5
合計			192	137	32	23

《いくらで観たか》

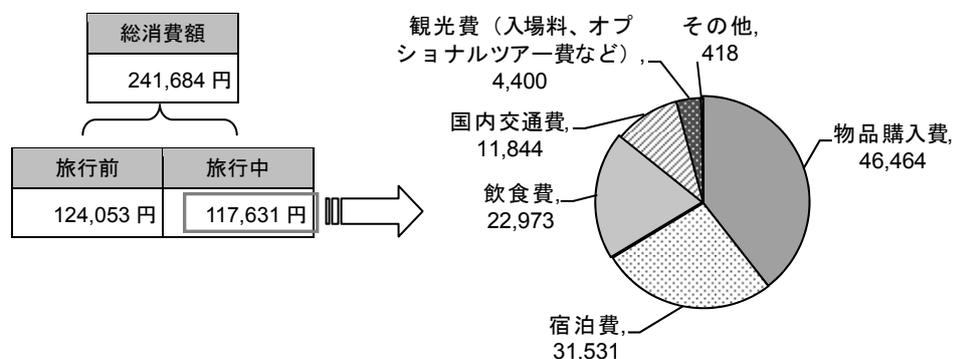
ライブエンターテインメントを観た人の 73.9%が有料で鑑賞している(図表 35) (「ツアー料金に含まれている(17.0%)」を含む)。「無料」は、観光中に偶然観た駅・商業ビルのイベントコンサート、祭りの神輿行列、無料の学生コンサート、友人の招待で観たミュージカルなどである。

料金価格帯で「2000～3999円(56.3%)」が多いのは、調査地点でもあったギオンコーナー(3,150円)の鑑賞が多いためと考えられる。「JNTO 訪日外客消費動向調査 2007-2008」では、アジアを含む訪日外客の1人1回当たりの「旅行中消費額」117,631円のうち観光費(入場料やオプションツアー費など)が4,400円であることを踏まえれば、ギオンコーナーで3,150円を個人で支払って鑑賞する欧米人旅客は、ライブエンターテインメントへの支出額が平均よりも高い層とみることができる(図表 36)。実数は少ないが「4,000円以上(26.7%)」の回答者は歌舞伎などを観ている(図表 37)。

図表 35 ライブエンターテインメントの費用と、「有料」の内訳(1人当たり)



図表 36 参考 旅行中消費額の項目別内訳



出典: JNTO 訪日外客消費動向調査 2007-2008

図表 37 4,000 円以上で観たライブエンターテインメントの内容

金額（円換算）	何をどこで観たか	回答者の居住地
4,000 円台	ビートルズショー（東京）	米国
5,000～6,000 円台	文楽（国立文楽劇場）、歌舞伎（東京）、音楽コンサート（京都）、格闘技（大阪城ホール）	米国、デンマーク、英国
7,000～8,000 円	相撲（東京）、琴（四国）、ラグビー（東京）	英国、米国、オーストラリア
9,000～12,000 円	歌舞伎（東京）と相撲、歌舞伎（場所不明）、舞妓の踊り（京都）	スイス、ロシア、ドイツ
20,000 円	歌舞伎（東京）と文楽（大阪）、歌舞伎（大阪）と相撲（大阪*） *調査時期は大阪場所の季節でないため、イベント的な相撲と思われる。	ドイツ、その他
40,000 円	芸妓*（京都） *お座敷遊びと思われる。	フランス

3.3.2 観なかった理由

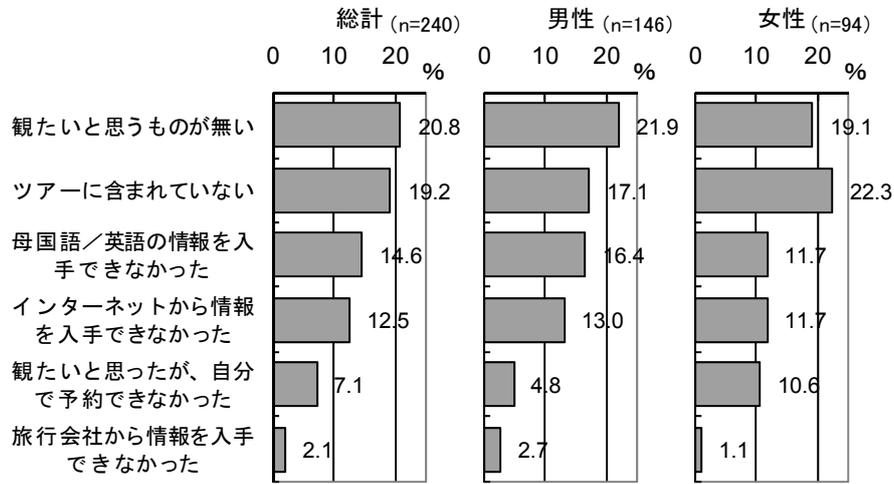
ライブエンターテインメントを「観なかった(59.4%)」(29 頁、図表 33)人にその理由を聞いたところ、「観たいと思うものがない(20.8%)」「ツアーに含まれていない(19.2%)」が上位であった(図表 38)。

「ツアーに含まれていない」から観なかったという受動的な人がある一方で、「観たいと思うものがない(20.8%)」「情報を入手できなかった(関連する選択肢の回答計 29.2%)」から観なかったとの回答もあり、魅力あるライブエンターテインメントの情報提供に取り組めば、より市場が広がる可能性を示している。

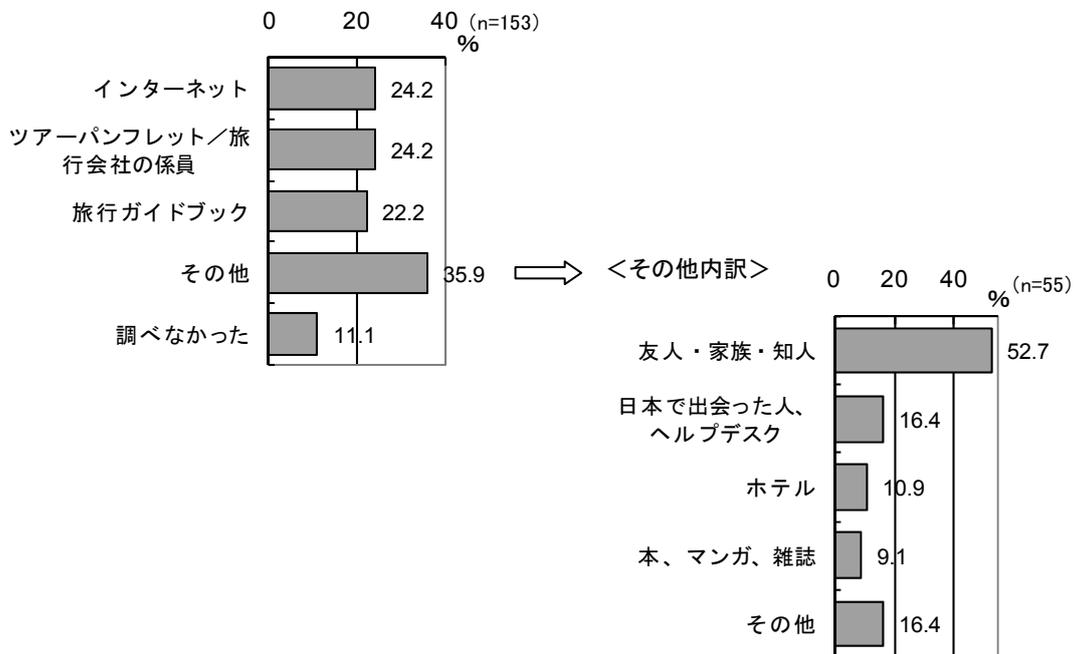
なお、「ツアーに含まれていない」「自分で予約ができなかった」は女性に多く、「母国語/英語の情報を入手できなかった」は男性に多い。

ライブエンターテインメントを観た人のうち演目や公演スケジュールの情報を「調べなかった」は 11.1%にとどまり、各自でインターネット、旅行ガイドブック、友人・家族・知人などから情報を得ている(図表 39)。

図表 38 ライブエンターテインメントを観なかった理由



図表 39 演目・公演スケジュールの情報源 (ライブエンターテインメントを観た人)

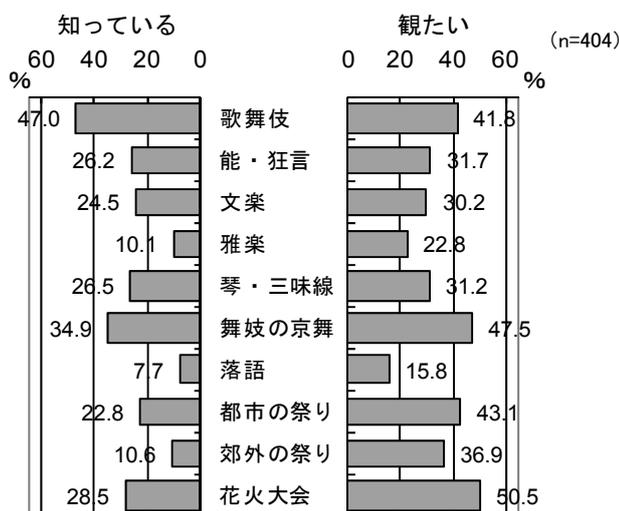


3.3.3 認知・関心

関西にある日本文化のライブエンターテインメント(18頁、図表21の10項目)のなかで、30%以上の認知があるものは「歌舞伎(47.0%)」「舞妓の京舞(34.9%)」である。これらに続き、「花火大会(28.5%)」「琴・三味線(26.5%)」「能・狂言(26.2%)」「文楽(24.5%)」が25%~30%の認知度となっている(図表40)。

一方で、観たいものは「花火大会(50.5%)」「舞妓の京舞(47.5%)」「都市の祭り(43.1%)」「歌舞伎(41.8%)」「郊外の祭り(36.9%)」の順であり、花火大会や祭りへの関心が高い。特に「郊外の祭り」は、認知度は低いに関心度が高く、訪日外客が都市部以外の関西各地を訪問するきっかけになる可能性がある。これをジャンル別にみると図表41の通りである。

図表40 関西にある日本文化のエンターテインメントへの認知・関心(全体)



図表41 関西にある日本文化のエンターテインメントへの認知・関心(ジャンル別)

観たい人別の認知度

	歌舞伎		能		文楽		雅楽		琴・三味線		舞妓の京舞		落語		都市の祭り		郊外の祭り		花火大会	
	知っている	知らない																		
観たいもの																				
歌舞伎	92	77	57	112	49	120	12	157	54	115	74	95	16	153	54	115	24	145	66	103
能	74	54	45	83	42	86	11	117	46	82	52	76	10	118	35	93	18	110	48	80
文楽	71	51	45	77	43	79	11	111	40	82	45	77	10	112	34	88	16	106	40	82
雅楽	52	40	30	62	25	67	9	83	33	59	35	57	7	85	22	70	14	78	31	61
琴・三味線	67	59	43	83	35	91	9	117	40	86	47	79	9	117	32	94	19	107	48	78
舞妓の京舞	110	82	65	127	51	141	17	175	59	133	68	124	17	175	56	136	26	166	72	120
落語	39	25	26	38	22	42	7	57	26	38	30	34	7	57	17	47	8	56	22	42
都市の祭り	95	79	54	120	53	121	17	157	60	114	73	101	12	162	43	131	20	154	58	116
郊外の祭り	88	61	50	99	47	102	17	132	56	93	66	83	14	135	43	106	21	128	55	94
花火大会	113	91	57	147	49	155	17	187	68	136	84	120	15	189	52	152	25	179	70	134

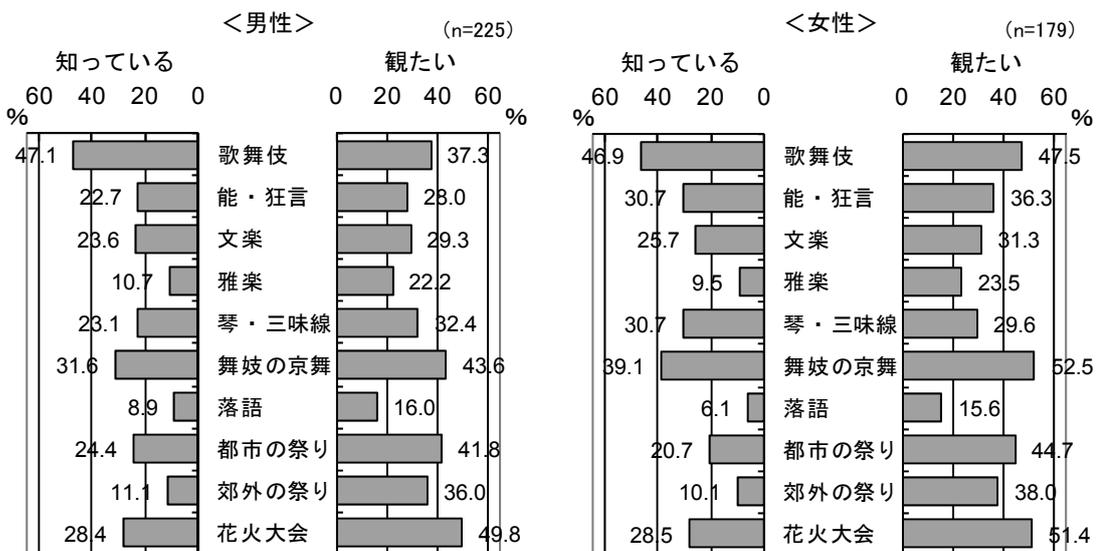
知っている人別の関心度

	歌舞伎		能		文楽		雅楽		琴・三味線		舞妓の京舞		落語		都市の祭り		郊外の祭り		花火大会	
	知っている	観たいと思わない	観たい	観たいと思わない	知っている	観たいと思わない														
歌舞伎	92	98	74	116	71	119	52	138	67	123	110	80	39	151	95	95	88	102	113	77
能	57	49	45	61	45	61	30	76	43	63	65	41	26	80	54	52	50	56	57	49
文楽	49	50	42	57	43	56	25	74	35	64	51	48	22	77	53	46	47	52	49	50
雅楽	12	29	11	30	11	30	9	32	9	32	17	24	7	34	17	24	17	24	17	24
琴・三味線	54	53	46	61	40	67	33	74	40	67	59	48	26	81	60	47	56	51	68	39
舞妓の京舞	74	67	52	89	45	96	35	106	47	94	68	73	30	111	73	68	66	75	84	57
落語	16	15	10	21	10	21	7	24	9	22	17	14	7	24	12	19	14	17	15	16
都市の祭り	54	38	35	57	34	58	22	70	32	60	56	36	17	75	43	49	43	49	52	40
郊外の祭り	24	19	18	25	16	27	14	29	19	24	26	17	8	35	20	23	21	22	25	18
花火大会	66	49	48	67	40	75	31	84	48	67	72	43	22	93	58	57	55	60	70	45

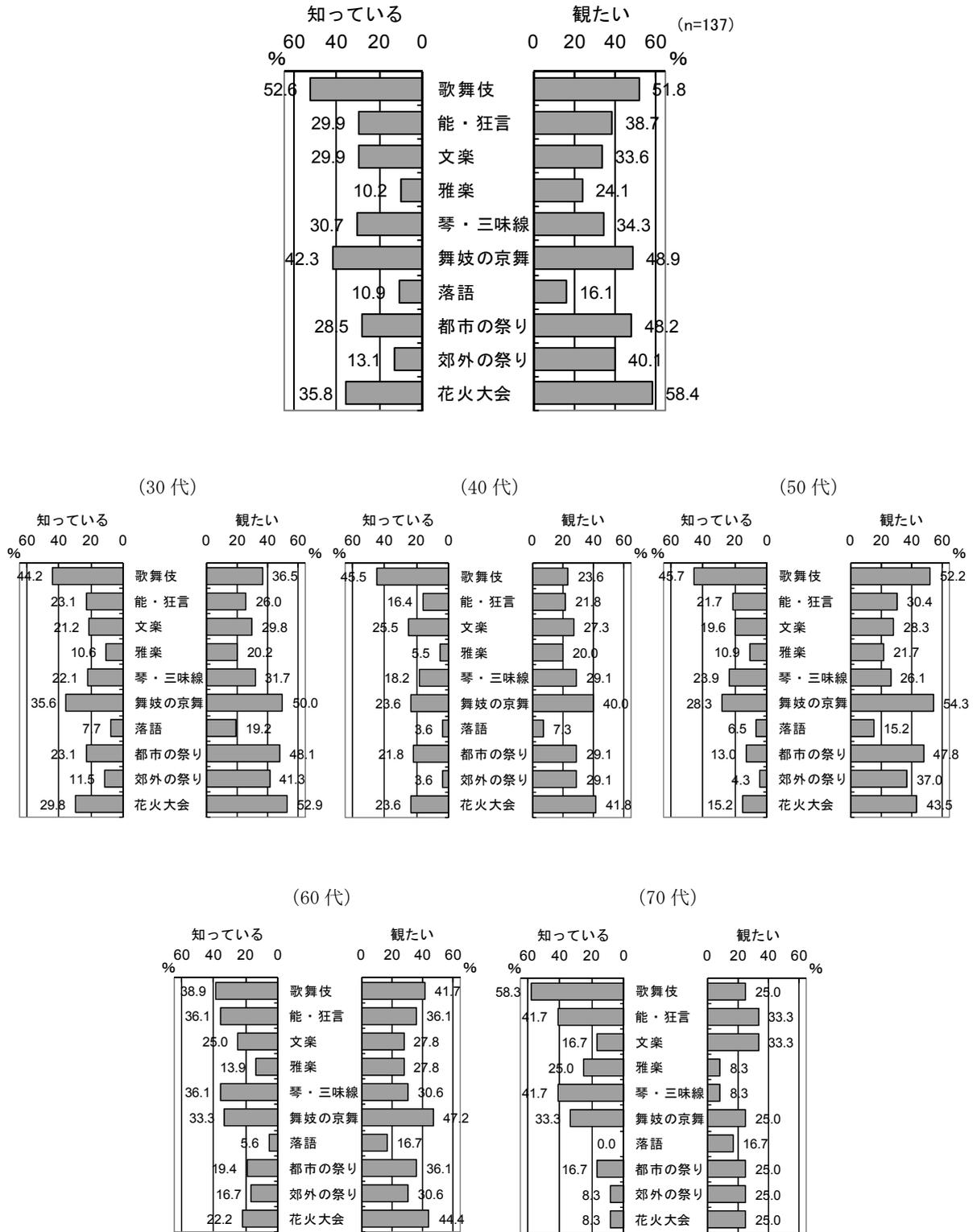
男女別に関心度をみると、全般的に女性のほうが高く、特に「歌舞伎(10.2ポイント差)」「舞妓の京舞(同8.9)」「能・狂言(同8.3)」への関心が高い(図表42)。年齢別では、「20代」の認知度・関心度が高く、すべてのライブエンターテインメントについて、「全体」の数値を上回っている(図表43)。

30代~50代は「歌舞伎」の認知度が45%前後あるが、その関心度は「50代(52.2%)」を除いて認知度よりも低い。なお、回答者数は少ないが、60代以上は他の年代よりも、歌舞伎以外の伝統芸能に対する認知度が高い。「能・狂言(60代:36.1%)(70代:41.7%)」「琴・三味線(60代:36.1%)(70代:41.7%)」。ただし、関心度は低く、観たい気持ちにはつながっていない。

図表42 関西にある日本文化のエンターテインメントへの認知・関心(男女別)



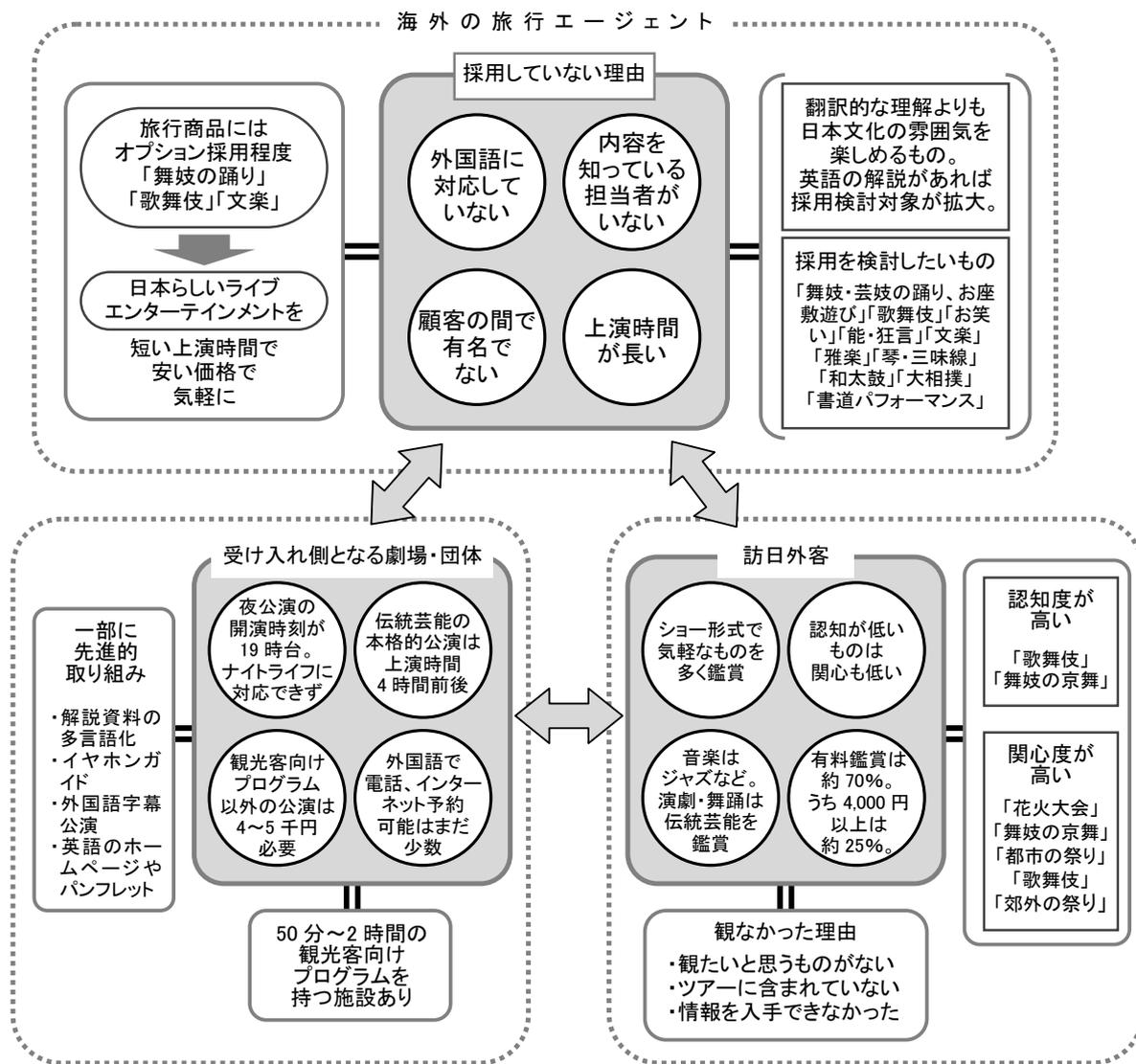
図表 43 関西にある日本文化のエンターテインメントへの認知・関心 (20代)



3.4 訪日観光資源としてのライブエンターテインメントの課題

関西のライブエンターテインメントについて、①海外の旅行エージェント、②受け入れ側となる劇場・団体、③訪日外客の立場からみた関心やニーズをまとめ、現状と課題を把握する(図表 44)。

図表 44 エージェント、劇場、訪日外客のニーズ



《情報提供》

- ◇エージェントの認知が低いジャンルは旅行商品への採用を検討する対象になりにくい。
- ◇エージェントが採用を検討する際、主催・上演する機関(劇場・団体)に直接の問い合わせを望む場合は、受け入れ側の資料やスタッフが外国語に対応できれば詳細情報が入手しやすい。
- ◇訪日外客は、よく知らないジャンルには概ね関心が低く、花火大会や祭りを除いて積極的に鑑賞しようと考えていない。そのため、エージェントも採用を検討しない。
- ◇訪日外客のなかには、ライブエンターテインメントに関する情報入手の希望が見られる。例えば、魅力あるライブエンターテインメントの情報と、インターネット予約など個人旅行者が自分で手配しやすい環境の提供によって市場が広がる可能性がある。

《価格、所要時間》

- ◇一般的なツアー（富裕層向けでない）を扱うエージェントは、廉価なお座敷遊びや、上演時間の短い伝統芸能プログラムなどを求めている。
- ◇訪日外客で上演時間の長いジャンル（文楽、歌舞伎など）を鑑賞している人は少ない。
- ◇多くのライブエンターテインメントの夜公演の開始時刻は18～19時台までで、夕食時間と重なっているため、ナイトライフの対象になりにくい。
- ◇観光客向けプログラム以外の公演は4～5千円(1人当たり)が必要になるが、これは訪日外客が日本滞在期間中に使う観光費とほぼ同額である。

《可能性のあるジャンル》

- ◇エージェントが関心をもっているジャンルは、「舞妓・芸妓の踊り、お座敷遊び」「歌舞伎」「お笑い」「能・狂言」「文楽」「雅楽」「琴・三味線」「和太鼓」「大相撲」「書道パフォーマンス」など。
- ◇女性の訪日外客は、男性よりもライブエンターテインメントに関心が高く、特に「歌舞伎」「舞妓の京舞」「能・狂言」への関心が高い。
- ◇20代の訪日外客は、アンケート選択肢に挙げたすべてのジャンルについて、他の年代に比べて認知が高く、また、関心も高い。
- ◇「郊外の祭り」は、認知度は低いが関心度が高く、訪日外客が都市部だけでなく関西各地を訪問するきっかけになる可能性がある。