

コーカサス地域
コーカサス地域観光開発のための
基礎情報収集・確認調査

最終報告書

平成 29 年 2 月
(2017 年)

独立行政法人 国際協力機構 (JICA)

株式会社 JTB コーポレートセールス

株式会社 アンジェロセック

株式会社 コーエイ総合研究所

共同企業体

東中
JR
17-006

独立行政法人国際協力機構
中央アジア地域コーカサス地域観光開発のための基礎情報収集・確認調査
最終報告書

目次

略語表	i
地図	iii
図表番号	iv
1. 業務の概要	1
(1) 業務の背景	1
1) コーカサス三国の観光開発の現状	1
2) 業務の目的	1
3) 業務対象地域	2
4) 受入実施機関（カウンターパート）	2
(2) 調査工程	3
1) 要員配置計画	3
2) 現地調査日程	4
3) 第一次現地派遣における各国の訪問先	8
4) 第二次現地派遣におけるワークショップ結果	13
2. アゼルバイジャン	15
(1) アゼルバイジャンの経済状況	15
(2) アゼルバイジャンの観光資源の状況	16
1) 主な観光資源	16
2) インフラの整備状況	25
(3) アゼルバイジャンの観光開発に関わる上位計画	29
(4) アゼルバイジャンの観光開発に関わる関係機関	32
1) 政府機関	32
2) 民間機関（民間旅行業界、商工会議所、ホテル協会等）	34
(5) アゼルバイジャンの観光に関わる法制度整備の状況	35
1) 入国管理	35
2) 国立公園法	36
3) 文化財保護法	37
4) 観光法	37
(6) アゼルバイジャンの観光産業人材育成の状況	37
1) 文化観光省	37

2)	観光分野の教育機関（大学、職業訓練学校等）	38
3)	民間観光セクター	39
(7)	アゼルバイジャンの観光分野に対する他ドナーの支援状況	39
1)	世界銀行	40
2)	EU	41
3)	UNDP	41
(8)	アゼルバイジャンの観光産業の動向	42
1)	外国投資	42
2)	観光客の動向	43
3)	観光関連産業の状況	50
4)	観光マーケティング・プロモーションの状況	63
(9)	アゼルバイジャンの観光開発の課題	66
1)	SWOT分析	66
2)	組織体制面の課題	67
3)	法制度整備面の課題	68
4)	インフラ整備面の課題	68
5)	観光マーケティング・プロモーション面の課題	69
6)	その他の課題	70
3.	ジョージア	71
(1)	ジョージアの経済状況	71
(2)	ジョージアの観光資源の状況	71
1)	主な観光資源	72
2)	インフラの整備状況	87
(3)	ジョージアの観光開発に関わる上位計画	90
(4)	ジョージアの観光開発に関わる関係機関	92
1)	政府機関	92
2)	民間機関（民間旅行業界、商工会議所、ホテル協会等）	95
(5)	ジョージアの観光に関わる法制度整備の状況	96
1)	入国管理	96
2)	国立公園法・景観保護法	96
3)	文化財保護法	96
(6)	ジョージアの観光産業人材育成の状況	97
(7)	ジョージアの観光分野に対する他ドナーの支援状況	98
1)	世界銀行	98
2)	USAID	100
3)	GIZ	100

4)	アジア開発銀行（ADB）	101
(8)	ジョージアの観光産業の動向	102
1)	外国投資	102
2)	観光客の動向	106
3)	観光関連産業の状況	112
4)	観光マーケティング・プロモーションの状況	125
(9)	ジョージアの観光開発の課題	127
1)	SWOT 分析	127
2)	組織体制面の課題	128
3)	法制度整備面の課題	129
4)	インフラ整備面の課題	129
5)	観光マーケティング・プロモーション面の課題	130
6)	その他の課題	131
4.	アルメニア	133
(1)	アルメニアの経済状況	133
(2)	アルメニアの観光資源の状況	133
1)	主な観光資源	134
2)	インフラの整備状況	139
(3)	アルメニアの観光開発に関わる上位計画	142
1)	アルメニア開発戦略（ADS）2014-2025	142
2)	観光開発コンセプトペーパー	142
3)	観光開発5ヶ年計画（2017-2021）	142
(4)	アルメニアの観光開発に関わる関係機関	144
1)	政府機関	144
2)	民間機関・NGO 等	145
(5)	アルメニアの観光に関わる法制度整備の状況	146
1)	入国管理	146
2)	国立公園法	147
3)	文化財保護法	147
4)	景観法等	147
(6)	アルメニアの観光産業人材育成の状況	147
1)	大学（観光学）	147
2)	職業訓練校	148
(7)	アルメニアの観光分野に対する他ドナーの支援状況	148
1)	USAID	149
2)	GIZ	150

3)	アジア開発銀行（ADB）	150
(8)	アルメニアの観光産業の動向	151
1)	外国投資	151
2)	観光客の動向	152
3)	観光関連産業の状況	159
4)	観光マーケティング・プロモーションの状況	165
(9)	アルメニアの観光開発の課題	169
1)	SWOT 分析	169
2)	組織体制面の課題	170
3)	法制度整備面の課題	170
4)	インフラ整備面の課題	171
5)	人材育成面の課題	172
6)	観光マーケティング・プロモーション面の課題	172
7)	その他の課題	173
5.	コーカサス三国への観光客誘致を目指したプロモーション案	174
(1)	日本市場を対象とした観光プロモーションの課題	174
1)	国際的な観光市場における競争力の強化	174
2)	戦略的な観光マーケティング・プロモーションの実施	175
3)	産・官・学連携による持続可能な観光デスティネーション開発を推進する為の体制の構築	177
4)	国・地域間の連携による付加価値の向上	178
(2)	日本市場を対象としたプロモーション案	178
(3)	欧州市場を対象としたプロモーション案	185
6.	コーカサス三国の観光セクターに対する JICA の協力案	193
(1)	JICA の協力案の提案に係る背景	193
1)	他ドナーによる支援案件との相乗効果を生む協力	193
2)	DMO の概念を活かした協力	193
3)	日本市場を対象としたプロモーション能力強化にかかる協力	194
4)	B to B による観光客の送客	195
(2)	JICA 協力案	196
1)	JICA 協力案の概要	196
2)	JICA 協力案の選定に関わるクライテリア	199
3)	短期	201
4)	中・長期	206
	添付資料	1
(1)	面談録	1

(2) 観光資源調査シート.....	77
(3) SWOT 分析結果.....	120
1) アゼルバイジャン.....	120
2) ジョージア.....	121
3) アルメニア.....	122
(4) 収集資料リスト.....	123
1) コーカサス三国共通.....	123
2) アゼルバイジャン.....	123
3) ジョージア.....	125
4) アルメニア.....	128
参考文献.....	130

略語表

略語	正式名称	日本語名称
ADB	Asian Development Bank	アジア開発銀行
ADS	Armenia Development Strategy	アルメニア開発戦略
ASS	Armenian Statistic Service	アルメニア国家統計局
ATDA	Armenian Tourism Development Agency	アルメニア観光開発庁
AZPROMO	Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation	アゼルバイジャン輸出投資促進基金
AzCB	Azerbaijan Convention Bureau	アゼルバイジャンコンベンションビューロー
AZTA	Azerbaijan Tourism Association	アゼルバイジャン観光協会
BTVS	Baku Tourism Vocational School	バクー観光職業訓練学校
CBT	Community Based Tourism	コミュニティ・ベースド・ツーリズム (地域住民に根差した観光)
CIS	Commonwealth of Independent States	独立国家共同体
GDP	Gross Domestic Product	国内総生産
DFA	Development Foundation of Armenia	アルメニア開発基金
DMO	Destination Management Organization	DMO (デスティネーション・マネジメント・オーガニゼーション)
EEU	Eurasian Economic Union	ユーラシア経済連合
EIB	European Investment Bank	欧州投資銀行
EU	European Union	欧州連合
FDI	Foreign Direct Investment	直接外国投資
FIT	Foreign Independent Tour	個人手配の海外旅行
GCCI	Georgian Chamber of Commerce and Industry	ジョージア商工会議所
Geostat	National Statistics Office of Georgia	ジョージア国家統計局
GIZ	Deutschen Gesellschaft fur Internationale Zusammenarbeit	ドイツ国際協力公社
GNTA	Georgian National Tourism Administration	ジョージア政府観光局
GTA	Georgian Tourism Association	ジョージア観光協会
ICAO	International Civil Aviation Organisation	国際航空民間機関
ICC	International Chamber of Commerce	国際商工会議所
IFCD	International Fund for Cultural Diversity	国際文化基金
IMF	International Monetary Fund	国際通貨基金
IUCN	International Union for Conservation of Nature and Natural Resources	国際自然保護連合
JATA	Japan Association of Travel Agents	一般社団法人日本旅行業協会

JICA	Japan International Cooperation Agency	国際協力機構
LCC	Law-Cost Carrier	ローコストキャリア(格安航空会社)
MICE	Meeting, Incentive, Convention/Conference and Exhibition	MICE (ビジネス) 観光
OJT	On-the-Job Training	実地研修
SAGA	Georgia Association of Guides	ジョージアガイド協会
SIT	Special Interest Tour	特別な目的に絞った旅行
SME	Small and Medium Sized Enterprises	中小企業
SWOT	Strengthe, Weakmess,Opportunities and Threaten	SWOT (強み、弱み、機会、脅威) 分析
TIC	Tourism Information Centers	観光情報センター
TSA	Tourism Satellite Account	旅行・観光サテライト勘定
UNDP	United Nations Development Programme	国連開発計画
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization	ユネスコ (国際連合教育科学文化機 関)
UNWTO	United Nations World Tourism Organization	国連世界観光機関
USAID	U.S. Agency International Development	アメリカ合衆国国際開発庁
WEF	World Economic Forum	国際経済フォーラム
WFTGA	World Federation of Tourist Guide Associations	世界観光ガイド協会
WTTC	World Travel & Tourism Council	世界旅行ツーリズム協議会
WWF	World Wide Fund for Nature	世界自然保護基金

地図

調査対象地域	コーカサス地域				
調査対象国の基本情報 * 出典： 世界銀行(2015年)		アゼルバイジャン			
		政治体制	共和制	国土面積	86,600 km ²
		首都	バクー	人口	965 万人
		主な宗教	イスラム教	GDP	530 億 USD
		ジョージア			
		政治体制	共和制	国土面積	69,700 km ²
		首都	トビリシ	人口	367 万人
		主な宗教	キリスト教	GDP	139 億 USD
		アルメニア			
		政治体制	共和制	国土面積	29,743 km ²
		首都	エレバン	人口	301 万人
		主な宗教	キリスト教	GDP	105 億 USD

【対象地域地図】



出典： Congressional Research Service

図表番号

図 1-1 : 要員配置計画.....	3
図 2-1 : アゼルバイジャンの GDP の推移 (2005 年~2015 年)	15
図 2-2 : アゼルバイジャンの主な観光資源の分布.....	16
図 2-3 : アゼルバイジャンに進出しているホテルの運営形態.....	42
図 2-4 : 観光関連産業全体の GDP への貢献.....	43
図 2-5 : アゼルバイジャンへの観光客の推移.....	44
図 2-6 : ロシア、ジョージア、トルコからアゼルバイジャンへの観光客の推移	44
図 2-7 : アゼルバイジャンへの外国人観光客の構成 (2015 年)	45
図 2-8 : 地域別外国人観光客数の推移.....	46
図 2-9 : アジアからの外国人観光客の推移.....	46
図 2-10 : 地域別外国人延べ宿泊者数の推移.....	47
図 2-11 : 地域別アゼルバイジャン人延べ宿泊者数の推移	48
図 2-12 : バクーとその他の地域におけるアゼルバイジャン人の宿泊者実数の構 成比の推移	48
図 2-13 : 地域別宿泊者の訪問目的.....	49
図 2-14 : アゼルバイジャンで催された国際団体の Meeting 数とその推定参加者 数.....	50
図 2-15 : アゼルバイジャンにおけるツアーオペレーターと旅行代理店数とその 売上の推移	51
図 2-16 : ツアーオペレーター、旅行代理店によって販売されたパッケージツア ーの市場規模.....	52
図 2-17 : コーカサス 3 ヶ国周遊等のツアー造成の際のツアーオペレーター造成 可能範囲.....	53
図 2-18 : アゼルバイジャンにおけるホテル等の宿泊施設の推移 (施設数・ベッ ド数・ルーム数)	54
図 2-19 : アゼルバイジャンにおける地域別のホテル等のルーム数の推移 (2010 年・2015 年)	54
図 2-20 : アゼルバイジャンにおけるチェーンスケールセグメントホテルの分布	55
図 2-21 : バクーにおける価格帯別ホテル軒数 (左軸) と累積度数 (右軸) ...	56
図 2-22 : 地域別のルーム当たりの収益 (単位 : 千マナト、ルーム)	57
図 2-23 : アゼルバイジャン発着の国際航空路線便数の推移 (週間)	58
図 2-24 : 地域別アゼルバイジャン発着の国際航空路線便数 (週間)	59
図 2-25 : 国別アゼルバイジャン発着の国際航空路線便数 (週間)	60
図 2-26 : 空港別国際航空路線便の構成比の推移 (週間)	60

図 2-27 : 空港別国際航空路線便数の推移 (週間)	61
図 2-28 : 空港別国別国際航空路線便数 (週間)	62
図 2-29 : Booking.com と Expedia へのアゼルバイジャンの宿泊施設の掲載件数	64
図 2-30 : Booking.com におけるアゼルバイジャンと隣国の宿泊施設の掲載件数	64
図 3-1 : ジョージアの GDP の推移 (2005 年~2015 年)	71
図 3-2 : ジョージアの主な観光資源の分布.....	71
図 3-3 : ホテル・レストランに対する外国投資と全体におけるシェアの推移	103
図 3-4 : ジョージアに進出しているホテルの運営形態.....	104
図 3-5 : 観光産業全体への GDP の貢献	105
図 3-6 : ジョージアにおける観光の経済波及効果.....	106
図 3-7 : ジョージアへの外国人観光客の推移 (単位 : 千人)	107
図 3-8 : 地域別ジョージアへの外国人観光客数の推移 (単位 : 千人)	107
図 3-9 : 欧州各国からのジョージアへの観光客数 (2010 年・2015 年)	108
図 3-10 : 入国した国境別外国人観光客数の推移 (2010 年・2015 年)	109
図 3-11 : 滞在時間別外国人観光客の割合の推移	109
図 3-12 : 北東アジア諸国からジョージアへの外国人観光客数の推移	110
図 3-13 : 月別の外国人観光客数の推移.....	111
図 3-14 : ジョージア国内観光客の目的地 (単位 : 千人)	111
図 3-15 : ジョージアの国内観光客の年齢別構成比.....	112
図 3-16: ジョージア国民のオンライン上での商品やサービスの購入経験率(2016 年 6 月実施)	113
図 3-17 : ジョージアにおける地域別種別宿泊施設の構成比 (宿泊施設数)	114
図 3-18 : ジョージアにおける地域別種別の構成比 (ルーム)	115
図 3-19 : 各地域における宿泊施設数の現状と今後 (2019 年)	115
図 3-20 : ジョージアの価格帯別ホテル軒数 (左軸) と累積度数 (右軸)	117
図 3-21 : 2014 年の客室稼働率と平均客室単価 (税抜き)	118
図 3-22 : ジョージアの地域別飲食施設の分布	119
図 3-23 : ジョージアのレストランでの雇用と売上の推移 (単位 : 人、千 GEL)	119
図 3-24 : 国際空港別航空便数と乗客数 (国内航空含む)	120
図 3-25 : ジョージア発着の国際航空路線便数の推移 (週間)	121
図 3-26 : 地域別ジョージア発着の国際航空路線便数 (週間)	122
図 3-27 : 国別ジョージア発着の国際航空路線便数 (週間)	123
図 3-28 : 空港別国別国際航空路線便数 (週間)	124
図 3-29 : Booking.com に記載のあるジョージアの宿泊施設 (地域別)	131

図 4-1 : アルメニアの GDP の推移 (2005 年~2015 年)	133
図 4-2 : アルメニアの主な観光資源の分布.....	133
図 4-3 : アルメニアに進出しているホテルの運営形態.....	151
図 4-4 : 観光関連産業全体の GDP への貢献	152
図 4-5 : アルメニアへの外国人観光客の推移 (単位 : 千人)	153
図 4-6 : アルメニアへの外国人観光客の推移 (単位 : 千人)	154
図 4-7 : アルメニアへの外国人観光客の構成	154
図 4-8 : アルメニアへの外国人観光客の月別推移	155
図 4-9 : 北東アジアからのアルメニアへの観光客数の推移 (単位 : 人)	156
図 4-10 : 主要国からのアルメニアへの観光客の来訪目的	157
図 4-11 : ディアスポラの平均滞在日数	157
図 4-12 : アルメニアにおける国内観光客の推移	158
図 4-13 : 地域別チェーンスケール別アルメニアのホテルの分布	160
図 4-14 : アルメニアにおける価格帯別ホテル軒数 (左軸) と累積度数 (右軸)	160
図 4-15 : アルメニアに進出しているホテルの運営形態.....	161
図 4-16 : アルメニア発着の国際航空路線便数の推移 (週間)	162
図 4-17 : 空港別国際航空路線便の構成比の推移 (週間)	162
図 4-18 : 地域別アルメニア発着の国際航空路線便数(週間).....	163
図 4-19 : 国別アルメニア発着の国際航空路線便数 (週間)	163
図 4-20 : Booking.com の掲載件数.....	166
図 4-21 : 地域別 Booking.com の掲載件数	166
図 4-22 : 各県のホテル数の伸び (エレバン市を除く)	169
図 5-1 : コーカサス三国周辺の主な観光地域	174
図 5-2 : コーカサス三国の観光客数の推移.....	174
図 5-3 : 日本の海外旅行市場におけるコーカサス三国の位置付け	175
図 5-4 : 海外旅行のきっかけ、計画段階の情報源.....	177
図 5-5 : 都道府県別主国者数と出国率 (2013 年)	179
図 5-6 : セグメンテーションとそのステップ	181
図 5-7 : 各セグメンテーションのプライオリティの考え方.....	181
図 5-8 : B to B プロモーションから消費者への波及効果	182
図 5-9 : プロモーション活動の全体図.....	184
図 5-10 : 各セグメンテーションの性年齢層の構成比	184
図 5-11 : コーカサス三国への欧州地域からの外国人訪問客数 (2015 年) ...	186
図 5-12 : 国外旅行者数と国外旅行一人当たりの国外旅行の際の消費支出 (2014 年)	187
図 5-13 : 欧州諸国の国外旅行者数の推計 (2020 年) と年平均伸率 (2015-2020 年)	188

図 5-14 : 欧州市場における旅行の手配形態.....	189
図 5-15 : 欧州市場における旅行の予約方法.....	190
図 5-16 : 欧州市場における旅行会社のオンライン・オフラインの推定売上.....	190
図 5-17 : 欧州市場における旅行の際の重要な情報源.....	191
図 5-18 : GetYourGuide における Tour&activities 商材の掲載数.....	192
図 6-1 : 実施体制図 (案).....	203
図 6-2 : 実施体制図 (案).....	209
図 6-3 : ジョージアの観光資源分布.....	216
図 6-4 : 実施体制図 (案).....	218
図 6-5 : アルメニアのデスティネーションの相関図.....	222
図 6-6 : アルメニアの県別の貧困率.....	222
図 6-7 : 実施体制図 (案).....	224
表 1-1 : アゼルバイジャンの現地調査日程.....	4
表 1-2 : ジョージアの現地調査日程.....	5
表 1-3 : アルメニアの現地調査日程.....	6
表 1-4 : 第二次現地調査日程.....	7
表 1-5 : アゼルバイジャンの現地調査の訪問先関係機関.....	8
表 1-6 : ジョージアの現地調査の訪問先関係機関.....	9
表 1-7 : アルメニアの現地調査の訪問先関係機関.....	11
表 1-8 : ワークショップ式次第.....	13
表 1-9 : ワークショップ参加者数.....	14
表 2-1 : バクー旧市街の主な観光資源.....	17
表 2-2 : バクー市内の主な観光資源.....	18
表 2-3 : バクー市郊外の主な観光資源.....	19
表 2-4 : シェキの主な観光資源.....	20
表 2-5 : アゼルバイジャンでの輸送モード別の旅行者数の推移.....	27
表 2-6 : 観光開発に関わる上位計画の概要.....	30
表 2-7 : 観光開発に係る主な関係機関.....	32
表 2-8 : ドナーによる支援状況.....	40
表 2-9 : アゼルバイジャンの観光商品.....	63
表 2-10 : アゼルバイジャンが実施しているプロモーション活動.....	65
表 2-11 : アゼルバイジャンの観光セクターの SWOT 分析.....	67
表 3-1 : トビリシおよびトビリシ周辺の主な観光資源.....	73
表 3-2 : ムツヘタ・ムティアネティ地方の主な観光資源.....	75
表 3-3 : カヘティ地方の主な観光資源.....	76
表 3-4 : シダ・カルトリ地方の主な観光資源.....	77
表 3-5 : イメレティ地方、ラチャ＝レチフミ及びクヴェモ＝スヴァネティ地方の	

主な観光資源.....	78
表 3-6：サムツヘ・ジャヴァヘティ地方の主な観光資源	80
表 3-7：サムグレロ・上スヴァネティ地方の主な観光資源.....	81
表 3-8：黒海沿岸地方の主な観光資源.....	82
表 3-9：ジョージアの主なフェスティバル.....	86
表 3-10：観光開発に関わる上位計画の概要.....	91
表 3-11：観光開発に係る主な関係機関.....	92
表 3-12：文化財保護に関する法令	97
表 3-13：ドナーによる支援状況	98
表 3-14：ジョージアで今後オープン予定の国際ホテルブランドチェーン（単位： ルーム数）	116
表 3-15：ジョージアの観光商品	125
表 3-16：ジョージアが実施しているプロモーション活動	126
表 3-17：ジョージアの観光セクターの SWOT 分析	128
表 4-1：エレバン市内の主な観光資源.....	135
表 4-2：アルメニア北部の主な観光資源	136
表 4-3：アルメニア東部の主な観光資源	137
表 4-4：アルメニア西部の主な観光資源	138
表 4-5：アルメニア南部の主な観光資源	139
表 4-6：観光開発に関わる上位計画の概要.....	142
表 4-7：観光開発に係る主な関係機関.....	144
表 4-8：観光学のコースを有する大学の状況	148
表 4-9：ドナーによる支援状況	149
表 4-10：アルメニアの観光商品	165
表 4-11：アルメニアが実施しているプロモーション活動	167
表 4-12：アルメニアの観光セクターの SWOT 分析	170
表 5-1：コーカサス三国の日本市場における知名度に対する声（抜粋）	175
表 5-2：コーカサス三国の商品を造成している日本の旅行会社	176
表 5-3：日本市場における催行ツアーの現状	178
表 5-4：マーケティング・プロモーションプランの目標	183
表 5-5：コーカサス三国における欧州諸国からの観光客の位置付け	185
表 6-1：案件リスト	196
表 6-2：JICA 協力案評価表	201
表 6-3：PDM:DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト	204
表 6-4：アゼルバイジャンの地方観光開発に係る観光開発地域、及び広域歴史文 化観光ルートの現状	207
表 6-5：対象地域に選定した地方拠点観光地域の現状.....	208
表 6-6：PDM：DMO によるシルクロードルート観光開発・能力強化プロジェク	

ト.....	210
表 6-7：対象地域の選定に係る各地方の状況	213
表 6-8：PDM：DMO に基づく地域観光資源を活かしたデスティネーション開発 プロジェクト.....	219
表 6-9：観光開発コンセプトペーパー（C/P）の優先開発地域.....	221
表 6-10：対象地域の選定に係る各県の状況.....	223
表 6-11：PDM：DMO によるエコツーリズム振興プロジェクト	225

1. 業務の概要

(1) 業務の背景

1) コーカサス三国の観光開発の現状

旧ソビエト連邦構成国で南コーカサス地方に位置するアゼルバイジャン、ジョージア、アルメニア（以下、「コーカサス三国」）は、歴史的にヨーロッパとアジアを結ぶシルクロード上に位置し、大コーカサス山脈やアララト山を臨む雄大な自然景観や、UNESCO の世界文化遺産に登録されたキリスト教徒の聖地の数々、西部の黒海や中部の高原のリゾートなど、様々な文化や自然が交錯した豊かな観光資源を有している。コーカサス三国は、1991年の独立以降、着実なる経済成長を重ね、近年、各国のGDP全体に占める観光セクターの割合が年々増してきている。

他方、コーカサス三国を訪れる観光客の多くは、相対的に一人当たりの観光消費額が低く滞在日数も短いロシアやトルコ、CIS 諸国等の近隣諸国からの観光客が大半を占めており、欧米、アジア及び中東諸国の観光客誘致が課題となっている。特に、日本では、コーカサス三国は、紛争地域としての印象が根強い他、コーカサス三国に焦点が当てられた日本語ガイドブックが存在しないなど、知名度が著しく低い。

また、地方部では、公共交通機関の利便性や品質が必ずしも十分ではなく、道路などの運輸・交通インフラ整備や、団体の観光客を収容可能なホテル等の観光インフラの整備も立ち遅れていることから、観光開発による裨益が地方にまで行き渡っていないのが現状である。

我が国は、コーカサス三国に対し、これまで有償資金協力、無償資金協力、技術協力等を通じて協力を続けており、2015年度に行われた外務省 ODA 評価「コーカサス諸国への支援の評価」では、コーカサス三国の基本方針として掲げてきた「持続的な経済成長」及び「社会の安定」の政策的な妥当性は、高いと評価されている一方、コーカサス三国に共通する横断的課題の一つとして、観光開発が挙げられている。



写真：コーカサス三国の主な観光資源

2) 業務の目的

本業務は、このような状況を踏まえ、コーカサス三国における観光セクターの振興を通じた地域開発や経済成長の推進に向け、各国における観光セクターの政策・制度・組織等を確認する。また、マーケティングにより、コーカサス三国への観光客誘致に向けた観光プロモーション案を検討する。さらに、

各国に共通する課題の解決に向けた地域間の連携を念頭に入れた協力の方向性を検討することを目的とする。

3) 業務対象地域

- ・ アゼルバイジャン国全土（ナゴルノカラバフ地域及び周辺は除く）
- ・ ジョージア国全土（ツヒンヴァリ地域/南オセチア及びアブハジアは除く）
- ・ アルメニア国全土（ナゴルノカラバフ地域及び周辺は除く）

4) 受入実施機関（カウンターパート）

- ・ アゼルバイジャン : 文化観光省
- ・ ジョージア : 観光庁
- ・ アルメニア : 経済開発・投資省

(2) 調査工程

1) 要員配置計画

	担当	氏名	所属	格付						合計 (人/月)			
					11	12	1	2	3	現地	国内		
現地調査	◎ 業務主任／観光政策 1	松崎夏奈	株式会社JTBコーポレートセールス	3								0.80	
	◎ 副業務主任／観光マーケティング 1	碓氷晶子	株式会社JTBコーポレートセールス	3								0.77	
	◎ 観光政策 2	木村剛	株式会社コーエイ総合研究所	3								0.37	
	観光政策 3	大原啓	株式会社アンジェロセック	3								0.57	
	観光マーケティング 2	渡邊浩良	株式会社JTBコーポレートセールス	4								0.23	
	◎ 観光広報	数藤健	株式会社JTBコーポレートセールス	4								0.00	
											2.74		
国内作業	◎ 業務主任／観光政策 1	松崎夏奈	株式会社JTBコーポレートセールス	3								0.75	
	◎ 副業務主任／観光マーケティング 1	碓氷晶子	株式会社JTBコーポレートセールス	3								0.75	
	◎ 観光政策 2	木村剛	株式会社コーエイ総合研究所	3								0.90	
	観光政策 3	大原啓	株式会社アンジェロセック	3								0.85	
	観光マーケティング 2	渡邊浩良	株式会社JTBコーポレートセールス	4								0.65	
	◎ 観光広報	数藤健	株式会社JTBコーポレートセールス	4								0.50	
											4.40		
報告書提出時期						▲	▲	▲					
						IT/R	DF/R	F/R					
<凡例> 現地調査：アゼルバイジャ ジョー ア 国内作業 評価対象専門家：◎											2.74	4.40	
											7.14		

図 1-1：要員配置計画

2) 現地調査日程

(ア) 第一次現地派遣

① アゼルバイジャン

表 1-1 : アゼルバイジャンの現地調査日程

	Date	Time	Ms MATSUZAKI Tourism Policy	Mr KIMURA Tourism Policy	Mr Watanabe Tourism Marketing
1	18-Nov	Fri	NRT/DOH(22:20/04:30)		
2	19-Nov	Sat	DOH/GYD(13:00/16:50)		
3	20-Nov	Sun	Site Visit Baku and surrounding Areas ・ Old City (Shirvanshakh Palace, Maiden's Tower etc.) ・ Heydar Aliyev Center ・ Bazaar ・ Ateshgah Tempe (Fire Temple) / Yanar Dag		
4	21-Nov	Mon	Nigar-san JICA		Meeting with relevant private sectors
			10:00	ADB with Mr. Faraj Huseynbeyov	
			15:00	Ministry of Culture and Tourism	
5	22-Nov	Tue	9:30	Embassy of Japan (Mr. USUI)	・ Azerbaijan Convention Bureau ・ Azerbaijan Tourism Association ・ Tour Operators (ecotours, GRANITAS etc) ・ Azerbaijan Airline
			11:00	World Bank with Mr. Haji Huesynov	
			14:30	Tourism and Mngement University (Mr. Eldar Aslanov)	
			15:30	Ministry of Culture Head of Dep of Cultural Institutions and folk art	
6	23-Nov	Wed	10:30	Azerbaijan Tourism Association	15:00 ENTUR
			12:00	State Statistical Committee Tourism Department	
			14:00	UNDP with Mr. Elnur Khalilov, UNDP Programme Adviser Ms. Sabina Babayeva, UNDP Tourism Project Manager	
			16:00	Ministry of Economy International Relations Dpt Economic Policy Dpt Ms. Tukazban Mammad-zade	
7	24-Nov	Thu	10:00	AZOROMO	・ Baku: National Museum of History of Azerbaijan/Carpet and Applied Arts Museum
			12:00	Azerbaijan Convention Bureau	
				Site visit inside Baku city	
8	25-Nov	Fri	AM Move from Baku to Naftalan (4.5h) and Ganja ≪ Gobustan ≫ ≪ Naftalan ≫ ・ Site Visit Albanian Church, Nidi Village etc.) ・ Inspection Hotels ≪ Ganja ≫ ・ Nizami Ganjevi Mausoleu, Sheikh Bahauddin Complex etc. Naftalan to Ganja		
9	26-Nov	Sat	Ganja-Sheki (2h)		Same as Ms. MATSUZAKI
			・ Meeting with Sheki Tourism Information Center/Local government ・ Site Visit (Sheki Khan's Palace, Caravan Serai etc.) ・ Meeting with local operators ・ Inspections of hotels		
			Sheki to Sighnagi Kakheti /Georgia	Sheki to Ismaili drop by Niji/Gabala	
10	27-Nov	Sun	On the way pass by Zagtala/Balakan		≪ Niji/Gabala ≫ ・ Visit town ・ Inspection of hotels/ Amusement park etc. Gabala to Ismaili
			Site visit Sighnagi/Telavi		
			≪ Sighnagi ≫ ・ Georgia part rch, St. George Church, Signagi Museum etc. ≪ Telavi ≫ ・ Batonis Tsikhe, Museum, Winery etc. Telavi to Tbilis		
11	28-Nov	Mon	Baku-Doha (03:50/05:40)		Georgia part
			Doha-HND(06:50/22:30)		

② ジョージア

表 1-2 : ジョージアの現地調査日程

	Date		Time	Ms MATSUZAKI	Mr Ohara	Ms Usui	Mr Watanabe
				Tourism Policy	Tourism Policy	Tourism Marketing	Tourism Marketing
1	26-Nov	Sat		Sheki to Signagi	Tokyo-Doha(22:20/04:30)	Tokyo-Doha	Sheki to Signagi
2	27-Nov	Sun		Site visit Signagi/Telavi	Doha-Tbilisi(13:00/19:05)	Doha-Tbilisi	Site visit Signagi/Telavi
				« Signagi » ・ Wall of Fortress, St. Stephen Church, St. George Church, Signagi Museum etc. « Telavi » ・ Batonis Tsikhe, Museum, Winery etc.			same as Ms Matsuzaki
			13:00	Signagi Tourist Information Center			
				Telavi to Tbilis			Telavi to Tbilis
3	28-Nov	Mon	9:30	Kick-off meeting with relevant ministries (Ministry of Culture and monument protection) (Ministry of Environment and Natural Resources Protection) (Ministry of Environment and Natural Resources Protection) (Ministry of Regional Development and Infrastructure).			
			11:00	GTA(Ms. Nata Kvachantiradze)			
			14:00	Ministry of Culture/Heritages and culture promotion& regional Development(Ms Vardzelashvili and Mr Dolidze)	12:00 Vanilla Sky		
			15:00	Ministry of Economy and Sustainable Development/Transportation and logistics Dep.(Mr Gogita Gvenetadze)	15:00 Georgian Guide Association (SAGA)		
			16:00	UNDP	16:00 Fly ge		
			10:00	Civil Aviation and Civil Aviation Agency with Nino Kvashvadze	Georgian National Wine Agency and Wine Tourist Association		
4	29-Nov	Tue	11:00	Ministry of Economy and Sustainable Development/Entrepreneurship Development Agency with Ms Ana Kvaratskhelia	Visit Georgia (Mr. Mamulashvili Alexandre and Ms Tamuna Khubua)		
			12:00	Swiss Corp (Mr Beka Tagauri)			
			14:00	GNTA (Ms Khatia Vashakmadze 574 03 96 36)			
			15:00	Dep. Infrastructure Development(Min of Regional Dev & Infrastructure (Mr Vasil Kapanadze)	Caucasus Travel (Ms Gvantsa Razmadze and Ms Kristina Papunashvili)		
			17:00	GEOSTAT (Mr Giorgi Kologashvili and Ms Tamta Bakhtadze)			
			10:00	Caucasus University /School of Tourism(TBA)	Site visite around the Tbilisi		
5	30-Nov	Wed	PM	Move to Tbilisi-Gori-Kutaisi			Tbilisi-Doha(20:00/00:10)
				・ Gori Fortress			
6	1-Dec	Thu		Site visit @ Kutaisi-Batumi-Kutaisi			Doha-Tokyo(03:20/19:00)
				・ Bagrati Cathedral ・ Gelati Monastery and Academy ・ Motsameta Monastery ・ Sataplia Cave National Park ・ Kutaisi Historical Museum etc			
				Back to Tbilisi	Visit Batumi (daytrip) Batumi Information Center		
7	2-Dec	Fri	10:00	Tbilisi History Museum	Site Visit/ Kutaisi- Akhaltsikhe - Varzia - Tbilisi		
			14:00	Land Resources Protection and Agency of Protected Areas/Ministry of Environment and Natural Resources Protection(Nino Chikovani and Natia Andguladze)	・ Ivane Javakishvili-Samthkhe-Javakheti History Museum ・ Zazma Monastery ・ Sapara Monastery ・ Rabati Fortress ・ Varzia		
			15:00	courtesy visit to EoJ			
			17:00	UNDP(Mr Giorgi)	Back to Tbilisi after visiting the sites		
8	3-Dec	Sat		Site Visit/ Tbilisi - Mtskheta - Anauri - Miritary Road - Tbilisi			
				・ Mtskheta Jari Monastery ・ Metekhi Church ・ Military Road ・ Tsminda Sameba Church (If weather permits)			
9	4-Dec	Sun		Tbilisi to Yereven			
				Drop by Hagpat Monestery, Sanahin Monastery etc on the way to Yereven			

③ アルメニア

表 1-3 : アルメニアの現地調査日程

	Date		Time	Ms MATSUZAKI	Mr Ohara	Ms Usui
				Tourism Policy	Tourism Policy	Tourism Marketing
1	4-Dec	Sun		Tbilisi-Yerevan On the way to Yerven, drop by <ul style="list-style-type: none"> • Hagphat Monastery* • Sanahin Monastery* • Sevanavank Monastery • Cemetery of Khatchkar 		
2	5-Dec	Mon	9:30	ADB Armenia		
			11:30	Greek-Armenian college of tourism, service and food industry, Mr. Artur Vardanyan		
			14:00	Ministry of Nature Protection		
			15:00	Mr. Robert Minasyan, Director of Armenian Institute of Tourism,	14:45	Armenian Marriott Hotel Interview&inspection
			16:00	Ministry of Culture	16:30	Inspection of local Handicrafts
			16:30	World Bank (Ms. Nora Mirzoyan)	17:15	Armintour Interview
3	6-Dec	Tue	11:00	Kick-off MTG		
			12:30	Ministry of Economy, head of Tourism Development Policy (Mr Apresyan)	14:00	Union of in-coming Tour Operators of Armenia
			14:00	USAID		
			15:00	National Statistic Service of RA (Ms Lilit Petrosyan)	16:30	The Armenian Guides Guild
		17:30	IDeA Foundation			
4	7-Dec	Wed		Visit Site Echmiadzi & Kotayk Area « Echmiadzi » <ul style="list-style-type: none"> • Echmidzin Cathedral* • Ruins of Zvartnots* • St.Hripsime Church* • St.Gayane Church* « Kotayk » <ul style="list-style-type: none"> • Garni Temple • Geghard Monastery 		
5	8-Dec	Thu		Yerevan-Doha(03:25/05:25) Doha-HND(07:10/22:30)	11:00 GIZ	Yerevan-Doha Doha-HND
					14:00 EoJ	
					Site inspection (Museum)	
6	9-Dec	Fri			Site visit/ Yerevan - Ararat - Tatev	
					<ul style="list-style-type: none"> • Norvank Monastery • Spitakavor Monastery • Khor Virap Monastery • Zorats Karer 	
7	10-Dec	Sat			Site visit/ Tatev - Yerevan	
					<ul style="list-style-type: none"> • Tatev Monastery • Goris 	
8	11-Dec	Sun			Back to Yerevan	
					Inspection of public transport in Yerevan	
9	12-Dec	Mon			Yerevan-Doha(03:25/05:25) Doha-HND(07:10/22:30)	

(イ) 第二次現地派遣

表 1-4 : 第二次現地調査日程

Date		Time	Ms. Kana MATSUZAKI/ Ms. Shoko USUI
28-Jan	Sat		Tokyo-Doha (22:20/04:30)
29-Jan	Sun		Doha-Baku (13:00/16:50)
30-Jan	Mon		Additional Survey & Preparation for workshop in Azerbaijan
31-Jan	Tue		Workshop (9:00-17:00)
1-Feb	Wed	AM	Additional Survey
			Baku-Tbilisi (17:50/19:05)
2-Feb	Thu		Additional Survey & Preparation for workshop in Georgia
3-Feb	Fri		Workshop (9:00-17:00)
4-Feb	Sat	AM	Additional Survey in Georgia (if necessary)
		PM	Tbilisi-Yerevan
5-Feb	Sun		Preparation for WS
6-Feb	Mon		Workshop (9:00-17:00)
7-Feb	Tue		Additional Survey
8-Feb	Wed		Additional Survey & preparation for Final Repport
9-Feb	Thu		Yerevan (03:25/05:25)-Doha-Tokyo(07:10/22:30)

3) 第一次現地派遣における各国の訪問先

① アゼルバイジャン

表 1-5 : アゼルバイジャンの現地調査の訪問先関係機関

No	日時	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
1	11月21日(月)	ADB アゼルバイジャンレジデントミッション事務所	09:00 – 10:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA) Mr. Faraj Huseynbeyov, Senior Project Officer 調査団: (松崎、木村、渡邊)
2	11月21日(月)	文化観光省計画開発局	15:00 – 16:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Mahir Gahramanov, Head of division of Planning and Development 調査団 (松崎、木村、渡邊)
3	11月22日(火)	日本大使館	09:30 – 10:30	<ul style="list-style-type: none"> 薄井謙彰氏、一等書記官 調査団 (松崎、木村、渡邊)
4	11月22日(火)	World Bank	11:30 – 12:30	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Madji Huseynov, Senior Infrastructure Specialist, Water Global Practice 調査 (松崎、木村、渡邊)
5	11月22日(火)	Azerbaijan Tourism and Management University (ATMU)	14:30 – 15:30	<ul style="list-style-type: none"> Dr. Eldar Aslanov, Vice-Rector, ATMU Mr. Orkhan Musa, Head of International Relation Department, ATMU 調査団: (松崎、木村、渡邊)
6	11月22日(火)	文化観光省文化局	16:00-17:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Fikret Babayev, Head of department 調査団: (松崎、木村、渡邊)
7	11月23日(水)	Azerbaijan Tourism Association (AZTA)	10:30-11:30	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Muzaffar Agakerimov, Advisor to the Chairman 調査団: (松崎、木村、渡邊)
8	11月23日(水)	State Statistical Committee, Tourism Statistic Section	12:00-13:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Gulbala Guliyer, Director of Tourism Statistics Section, Mr. Rauf Aliyer, Assistant 調査団 (松崎、木村、渡邊)
9	11月23日(水)	UNDP	14:20-15:30	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Elnur Khaliliov, Development Advisor, Ms. Sabina Babayeva, Tourism Project Manager Ms. Kamala Sharabchiyeva, Tourism Project Assistant 調査団 (松崎、木村、渡邊)
10	11月23日(水)	Ministry of Economy, Dept. of Cooperation with International Organizations	16:00-17:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Toghrul E. Guliyer, Deputy Director, Dept. of Cooperation with International Organizations Mr. Huseyn A. Huseynov, Deputy Director, Dept. of Economic Policy, Analysis and Forecasting, Mr. Sanan Guluyev, Advisor, Dept. of Cooperation with International Organizations 調査団 (松崎、木村)
11	11月23日(水)	Entour	16 : 00-17 : 00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Emil Nasibov(Managing Director) Mr. Rasim Farzaliyev(Operating Manager) 調査団 (渡邊)

No	日時	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
12	11月24日(木)	AZPROMO (Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation)	10:00-11:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Rufat Mammadov, President Mr. Raul Kharbanda, Project Manager, Investment Promotion Department 調査団(松崎、木村、渡邊)
13	11月24日(木)	Azerbaijan Convention Bureau	12:00-13:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Anar Narimanov, Executive Director 調査団(松崎、木村、渡邊)
14	11月26日(土)	Sheki Tourism Information Center	13:50-14:20	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Imamaliyev Nasib, Director 調査団(松崎、木村、渡邊)

② ジョージア

表 1-6 : ジョージアの現地調査の訪問先関係機関

No.	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
1	11月27日(日)	Sighnaghi tourism information center	13:00-14:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Tea Tamashvili (Georgian National Tourism Administration) Ms. Nana Korashvili (Municipality of Sighnaghi) Ms. Nana Begiashvili (Municipality of Sighnaghi) Ms. Maia Cherqezishvili (Municipality of Sighnaghi) 調査団(松崎、渡邊)
2	11月28日(月)	キックオフミー ティング Old Mtekhi	9:40-10:10	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Natina Anelyhudaze (Agency of Protected Area) Ms. Khatia Vahakmadze (Georgian National Tourism Administration) Mr. Pack Dolidze (National Agency for Cultural Heritage) Ms. Manana Vardzelashvili (National Agency for Cultural Heritage) Mr. George Tcheishvili (National Agency for Cultural Heritage) 調査団(松崎、碓氷、大原、渡邊)
3	11月28日(月)	Georgian Tourism Association(GTA)	11:00-12:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Natalie Kvachantiradze (GTA, Chairperson) 調査団(松崎、碓氷、大原、渡邊)
4	11月28日(月)	Vanilla Sky	12:00-13:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. MAKO TSKHOMELIDZE 調査団(碓氷、渡邊)
5	11月28日(月)	Fly.ge	14:00-14:45	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Inga Kurtskhoeianga 調査団(碓氷、渡邊)
6	11月28日(月)	文化・遺跡保護省 文化資源普及・地 域開発プログラム 局・国家文化遺産 保護局	14:15-15:30	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Ana Riboshenko (Director, Direction of Culture Popularization and Regional Programs Department) Ms. Manana Vardzelashvili (Head, UNESCO and International Relations Unit) Mr. George Tcheishvili (National Agency for Cultural Heritage) 調査団(松崎、大原)

No.	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
7	11月28日(月)	Georgian Association of Guides (SAGA)	15:00-17:00	・ Ms. Kety Meladze (President) 調査団(碓氷、渡邊)
8	11月28日(月)	経済・持続開発省 運輸・物流開発政策部	16:00-16:45	・ Mr David Javakhadze (Deputy Head of Transport and Logistic Development Policy Department) 調査団(松崎、大原)
9	11月28日(月)	USAID Georgia	17:20-17:50	・ Mr. David Tsiklaur (Project Manager, Office of Economic Growth) 調査団(松崎、大原)
10	11月29日(火)	国家ワイン局・ワイン観光協会	9:00-10:00	・ Mr. Nikoloz Kerkazdze (National Wine Agency) ・ Mr. Elene Bukhaidza (Wine Tourism Association, Executive Director) ・ Ms. Levan Chubinidze (Wine Tourism Association, Managing Director) 調査団(松崎、碓氷)
11	11月29日(火)	Ministry of economy and sustainable development of Georgia and Georgian civil Aviation Agency (GCAA)	10:00-11:00	・ Mr. Aleksandre Gachechiladze (Georgian civil aviation agency, Head of Air transportation) ・ Ms. Nino Kcanskvadze (Ministry of economy and sustainable development of Georgia, Head of Civil Aviation Division) 調査団(大原、渡邊)
12	11月29日(火)	LEPL Entrepreneurship development agency (Enterprise Georgia)	10:00-11:00	・ Mr. David Shiolashvili, (Head of Research, Analysis and Monitoring Department) 調査団(大原、渡邊)
13	11月29日(火)	Swiss Agency for Development and Cooperation	12:00-13:00	・ Ms. La Tsagareinshvili, (National Programme Officer) 調査団(大原、渡邊)
14	11月29日(火)	Visit Georgia	12:00-13:00	・ Mr. Alexander Mamulashvili (Managing Director) ・ Ms. Tamuna Khubua (Product Manager) 調査団(碓氷、松崎)
15	11月29日(火)	Georgian National Tourism Administration (GNTA)	14:00-15:00	Department of Tourism Product and Infrastructure Development ・ Ms. Tamar Jakonia, (Chief Specialist Research and Planning Department) ・ Ms. Khatia Vashakmadze (Chief Specialist) Brand development department ・ Ms. Nina Nizharadze (Chief specialist) Quality Development Department ・ Ms. Nino Chaganava (Specialist) 調査団(松崎、碓氷、大原、渡邊)
16	11月29日(火)	Caucasus Travel	16:00-17:00	・ Ms. Kristina Papunashvili (Product & Sales Manager) 調査団(碓氷、渡邊)

No.	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
17	11月29日(火)	Ministry of Regional Development and Infrastructure (MRDI)	16:00-16:30	・ Mr. Vasil Kapanadze 調査団(松崎、大原)
18	11月30日(水)	コーカサス大学ツーリズムスクール	10:00-11:00	・ Ms. Nana Tabidze (Professor, CBS,CTS) ・ Mr. Shalva Koghuasvili (Research Center, CS) ・ Ms. Ana Imedashvili (Executive Director) ・ Ms. Vando Kopaleisvili (Director of Acad. Program, CST) 調査団(松崎、大原)
19	11月30日(水)	Caucasus University School of Tourism	11:00-12:00	・ Ms. Nino Kalandadze (Dean) ・ Ms. Vardo Kopaleishvili ・ Ms. Ana Imedashvili 他 調査団(松崎、大原)
20	12月1日(木)	Batumi, Tourism Product Development Agency	16:30-17:30	・ Ms. Maia Kashibadze (Head of Tourist Information Centers Management Division) 調査団(碓氷、大原)
21	12月2日(金)	Ravati (アハルティへの城塞)	11:30-12:00	・ チケットオフィススタッフ 調査団(碓氷、大原)
22	12月2日(金)	環境・自然資源保護省 保護区局	14:00-15:00	・ Ms. Nita Tkavadze (Head of International Relations and Project Management Division) ・ Ms. Tamar Kvantaliani (Deputy Chairperson) 調査団(松崎)
23	12月2日(金)	在ジョージア日本国大使館	15:10-16:00	・ 長谷川 朋範 参事官 調査団(松崎)
24	12月2日(金)	GIZ	18:00-19:00	・ Mr. Jochem Theis (Country Component Manager) ・ Mr. Rati Anjaparidze (Programme Expert SME development and DCFTA in Georgia) 調査団(松崎)

③ アルメニア

表 1-7: アルメニアの現地調査の訪問先関係機関

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
1	12月5日(月)	ADB アルメニア事務所	9:30-10:30	・ Ms. Gohar Mousaelyan (Senior Project Officer) 調査団(松崎、碓氷、大原)
2	12月5日(月)	Armenian-Greek College	11:00-12:30	・ Mr. Arthur Vardanyan (Director) 調査団(松崎、碓氷、大原)
3	12月5日(月)	環境保護省 (Ministry of Nature Protection)	14:00-15:00	・ Mr. Khachik Hakobyan (Deputy Minister), ・ Dr. Vahagn Sargsyan, ・ Mr. Aymen Vardanyan ・ Mr. Ashot Hovhannisjor, ・ Mr. Artur Danielyan, 調査団(大原)

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
4	12月5日(月)	Armenian Institute of Tourism	15:00-16:30	・ Dr Robert Minasyan (Rector, Professor) 調査団(松崎)
5	12月5日(月)	Armenia Marriott Hotel Yerevan	14:45-15:15	・ Ms. Iren Grigoryan (Sales Account Executive) 調査団(碓氷)
6	12月5日(月)	文化省 (Ministry of Culture)	16:00-17:00	・ Mr. Nerses Ter-Vardanyan (Deputy Minister), ・ Mr. Arakelyan Artashes (Deputy Head of Foreign Relations Dep.) ・ Ms. Arakelyan Luisa 調査団(大原)
7	12月5日(月)	世界銀行アルメニア事務所	16:50-17:15	・ Ms. Nora Mirzoyan (Research Analyst) 調査団(松崎)
8	12月5日(月)	ARMINTOUR	17:15-18:15	・ Ms. Jusine Khachatryan (Head of Tourism Management and Marketing Department) 調査団(碓氷)
9	12月6日(火)	経済投資省 (Ministry of Economic Development and Investment) キックオフ会議	11:00-12:00	・ Mr. Mekhak Apresyan (Min. Economic Dev, Head of Tourism Dep.) ・ Ms. Zarmine Zeitountsian (Chairperson, State Committee for Tourism) ・ Ms. Cristine Poghosyan (National Statistic Service) ・ Mr. Arakelyan Artashes (Min. Culture) ・ Dr. Vahagn Sargsyan (Min. Nature Protection) 調査団 松崎、碓氷、大原
10	12月6日(火)	Tourism Committee	12:30-14:00	・ Mr. Mekhak Apresyan (Min. Economic Dev, Head of Tourism Dep.) ・ Ms. Zarmine Zeitountsian (Chairperson, State Committee for Tourism) 調査団(松崎、碓氷、大原)
11	12月6日(火)	Union of incoming Tour Operators of Armenia	14:00-15:30	・ Ms. Karine Davoyan (Director) 調査団(碓氷)
12	12月6日(火)	USAID アルメニア事務所	14:30-16:00	・ Ms. Haikanush Bagratunyan (Program Manager) 調査団(松崎、大原)
13	12月6日(火)	国家統計局 (RA National Statistic Service: NSS)	16:30-17:00	・ Ms. Kristine Poghosyan 調査団(松崎、大原)
14	12月6日(火)	Armenian Guide Guild	16:30-18:15	・ Ms. Lia Bakhshinyan (President) 調査団(碓氷)
15	12月6日(火)	IDeA Foundation	17:30-18:00	・ Ms. Armine Melik-Israyelyan (Head of Tourism Program) ・ Ms. Lena Muradyan (Director, Gyumri Project Hope) 調査団(松崎、大原)

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
16	12月7日(水)	SIMA Tours	16:45-17:45	・ Ms. Susanna Gevorgyan (Executive Manager) 調査団(碓氷)
17	12月8日(木)	GIZ アルメニア事務所	11:00-12:30	・ Mr. Wilhelm Hugo (Team Leader Armenia) ・ Mr. Aram Babayan (Program Expert) 調査団(大原)
18	12月8日(木)	AVARAYR Tour Company	13:30-14:30	・ Mr. Arkadi Sahakyan 調査団(大原)
19	12月8日(木)	在アルメニア日本大使館	15:00-15:30	・ 前川 恵(二等書記官) 調査団(大原)
20	12月11日(日)	アルメニア国鉄	10:30-11:00	調査団(大原)

4) 第二次現地派遣におけるワークショップ結果

表 1-8 : ワークショップ式次第

Time	Contents/Activities	Presented by
08:30 – 09:00	Entry of Participants	
09:00 – 09:10	Opening Address	JICA
09:10 – 09:20	Address from the Government	C/P
09:20 – 09:30	Purpose/Objective of the Workshop	JICA Mission team
09:30 – 10:00	Tourism Strategy/Tourism Development Plan as well as implementing projects by States	C/P
10:00 – 10:15	Coffee	
Part 1: Identifying Issues related tourism industry		
10:15 – 10:45	Presentation of results/findings through field survey	JICA Mission team
10:45 – 11:30	Workshop : SWOT analysis	
11:30 – 12:10	Presentation of results of SWOT analysis*	Each group leader
12:10 – 12:30	Discussion	
12:30 – 13:30	Lunch	
Part 2: Knowledge Sharing		
13:30 – 14:00	Case 1: Introduction of Cases of Development of Tourism Destination in Japan	JICA Mission Team
14:00 – 14:30	Case 2: Introduction of Japanese Promotional Activities	JICA Mission Team
14:30 – 14:45	Q&A	
14:45 – 15:00	Coffee break	
Part 3: Recommendations		
15:00 – 15:30	Recommendations for Promoting Tourism	JICA Mission team
15:30 – 15:45	Q&A	
15:45 – 16:00	Wrap-up of WS and Closing	JICA

*SWOT 分析の結果概要は、添付資料(3)参照

② ワークショップ参加者結果

表 1-9 : ワークショップ参加者数

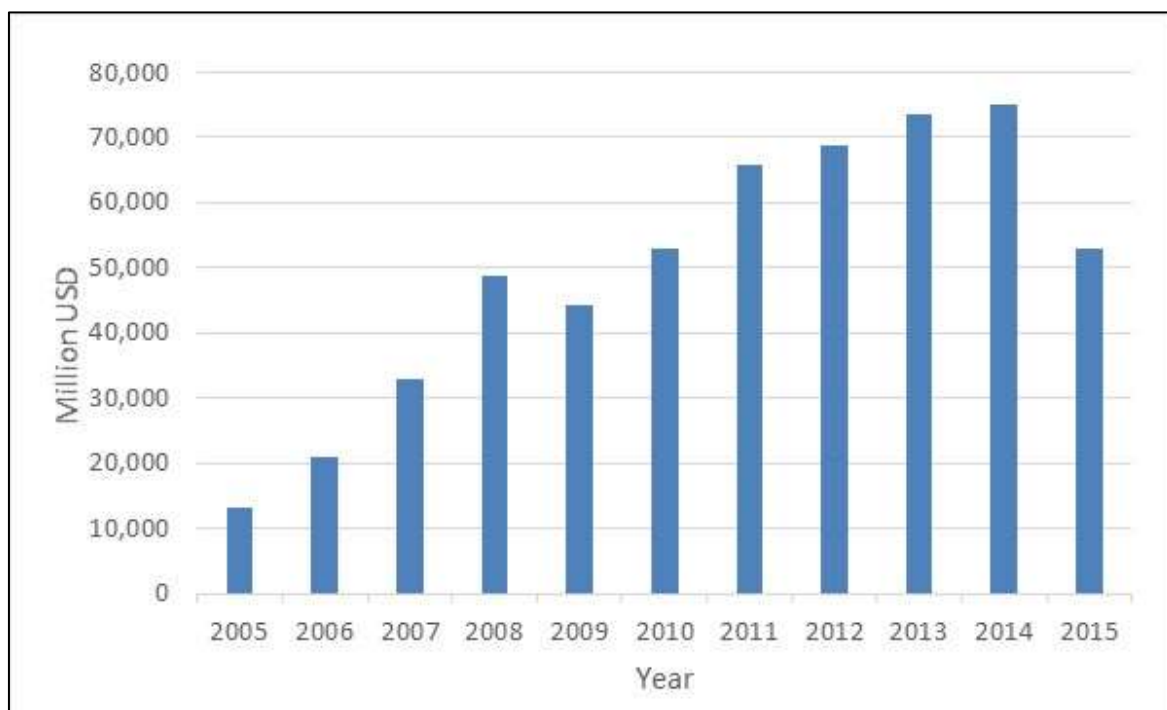
開催国	日時	会場	参加者数
アゼルバイジャン	1/31(火) 9時~17時45分	ホテルパークイン	38名
ジョージア	2/3(金) 9時~17時30分	トビリシマリオットホテル	32名
アルメニア	2/7(月) 9時~17時30分	マリオットホテルエレバン	25名

2. アゼルバイジャン

(1) アゼルバイジャンの経済状況

アゼルバイジャンの経済は、原油、天然ガスなどの資源に大きく依存した産業構造となっている。アゼルバイジャンは 1990 年代後半から、カスピ海における石油投資ブームを背景に順調な経済発展を遂げてきたが、2008 年の世界金融危機により、アゼルバイジャンの経済も大きな影響を受けた。その後、カスピ海における原油生産の拡大に伴い、経済は回復に向かった。2005 年から 2015 年までの GDP の推移は図 2-1 に示すとおりであり、2005 年以降、GDP は右肩上がりで見られ、2014 年に 751 億ドルに達したが、世界的な原油価格の下落、原油生産量の減少などの影響により、2015 年には前年に比べ 30%減少し、530 億ドルとなった。

2015 年度の GDP に占める産業別の構成比¹を見ると、鉱業・採掘業（26.4%）、建設（12.1%）と続き、このうち宿泊業、飲食業などの観光セクターは、2.7%を占めている。主要産業である石油セクターは、アゼルバイジャンの基幹産業であるものの、同セクターに従事する人口は全体の 3%未満であり、都市と地方の経済格差が深刻化している。また、世界的な原油価格の下落と相まって、脱石油経済による産業の多様化が、アゼルバイジャンの喫緊の課題となっている。

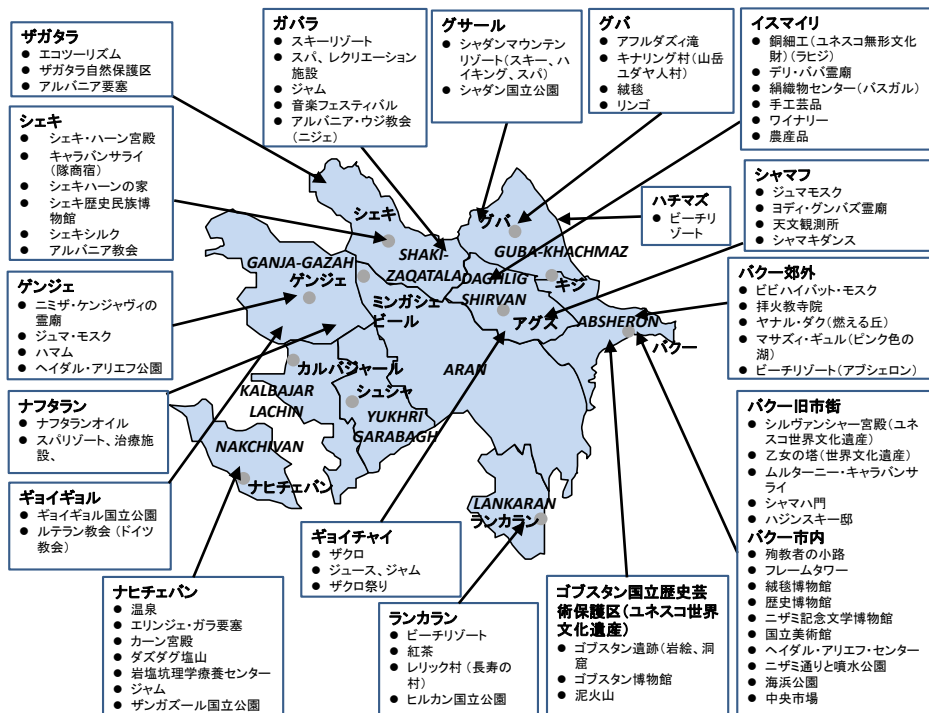


出典：World Bank

図 2-1：アゼルバイジャンの GDP の推移（2005 年～2015 年）

¹ Share of GDP by types of economic activity, State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan

(2) アゼルバイジャンの観光資源の状況



出典：JICA 調査団

図 2-2：アゼルバイジャンの主な観光資源の分布

1) 主な観光資源

アゼルバイジャンは、歴史的にヨーロッパとアジアを結ぶシルクロードの要衝に位置し、コーカサス三国唯一のイスラム教国である。UNESCO 世界遺産に登録されている「城壁都市バクー、シルヴァンシャー宮殿、及び乙女の塔」や、「ゴブスタンの岩絵の文化的景観」などの主な観光資源、歴史博物館、絨毯博物館、ヘイダル・アリエフ・センターなどの文化観光施設、カスピ海に面する海浜公園、ヤナル・ダグ(炎が噴き出る山)、マサズィル・ギュル(ピンク色に染まる湖)などは、国際空港のある首都のバクーとその近郊にあり、効率よく観光スポットを周ることができる。また、国内の主要な観光地として、北部には 18~19 世紀のシエキ・ハーン国の首都として栄えシルクロードの要塞であったシエキ、絨毯の生産地であるグバ、古代アルバニアの都市の遺跡があるガバラ、西部には、自然、文化、歴史遺産が豊富なゲンジエ、治療効果のあるナフタラン・オイルの産地のナフタラン、南部には紅茶の産地でカスピ海沿岸のリゾートエリアランカラなど、多くの見どころがある。加えて、アゼルバイジャンは世界の 11 気候帯のうち、9 つの気候帯が存在していることから、多様な自然環境、豊富な自然資源、数多くの動植物が生息しており、エコツーリズム、コミュニティ・ベースド・ツーリズム(CBT) のポテンシャルが高い。同国北東部のコーカサス山脈の麓にあるシヤンダン国立公園は、コーカサス地域で最大の面積を誇り、このような自然条件を生かした夏冬観光リゾート施設が整備されている。

また、アゼルバイジャンは、地勢的に東洋と西洋文化の交差点であることより、食文化においても、中央アジア、ロシア、トルコ、イランなどの影響を受けた様々な料理や、地方の郷土料理も楽しめる他、2003 年に世界無形文化遺産に登録されたムガール音楽、民族ごとに異なる舞踊など、伝統文化においても観光客を楽しませる要素が多くある。

このようにして、アゼルバイジャンには多種多様な気候、歴史、文化、生活習慣、食文化があることが観光の魅力である。

			
バクー市内 UNESCO 世界遺産「乙女の塔」と「シルヴァンシャー宮殿」	世界的建築家による現代建築 ヘイダル・アリエフセンター	バクー市近郊 UNESCO 世界遺産「ゴブスタンの岩絵の文化的景観」	シェキ 「シェキの離宮」内部のヴェネチアングラスのステンドグラス

(ア) バクー及び周辺地域

バクーの町は、城壁で囲まれたイチェリ・シェヘル（内城）と呼ばれるシルヴァン王朝時代の街（旧市街）を帝政ロシア時代の街が取り囲み、それをソ連時代の建物が取り囲むように形成されており、カスピ海に面した公園通り、商業開発エリア、文化・歴史・宗教建造物、近代的な建築物、各種博物館など、様々な観光資源、施設が点在している。バクーの都市景観もバクー観光の魅力の1つである。

● バクー旧市街

城壁に囲まれた旧市街の内側には、干し煉瓦作りの建物、入り組んだ石畳通りなどがあり、伝統的な街並みが保存されている。旧市街内には、2000年にUNESCO世界遺産に登録された、シルヴァンシャー宮殿、乙女の塔、ハمام（浴場）、モスク、キャラバンサライ（隊商宿）等があり、キャラバンサライを改装したレストラン、ホテル、土産物店が立ち並んでいる。

表 2-1：バクー旧市街の主な観光資源

観光資源名	概要及び現状
シルヴァンシャー宮殿	16世紀までこの地を支配したシルヴァンシャー朝の王宮であり、15世紀の建設。旧市街の一番の見どころ。王宮内には宮殿、モスク、王族、聖者の霊廟、沐浴跡、マサドラ（イスラム学校）跡、宮殿内部を改修した博物館などがある。宮殿内は案内板が設置され、見学順路が整備され、個人観光客でも音声観光案内機器（レンタル）によりガイドなしで観光を楽しむことができる。
乙女の塔	旧市街の海岸に面した通り沿いに位置した高さ30mの塔。この場所に拝火教寺院として最初の塔が建てられたのは紀元前5世紀から6世紀に建てられてと言われている。現在の塔は監視塔、灯台、さらに要塞機能として、12世紀に建て直されたもの。塔の内部は改修され、8階建ての博物館になっている。塔の屋上はカスピ海やバクー旧市街、市内を見渡す眺望施設になっている。
ムルターニー・キャラバンサライ	キャラバンサライ（隊商宿）は、現在、レストラン、土産物店として、観光客向けの施設として利用されている。
シャマハ門	隊商が通った12～14世紀頃に建造された石造門。旧市街の城壁の一部である、現在は、旧市街の車両の出入口となっている。
ハジンスキー邸	乙女の塔に隣接する1912年に建築されたゴシック様式のマンション。

出典：JICA 調査団

			
シルヴァンシャー宮殿内の設置されている案内板	ビジター用観光音声ガイダ ンスの案内ポイント	乙女の塔 (UNESCO 世界遺産)	ムルターニー・キャラバン サライ（レストラン、土産 物店として改装利用）

● バクー市内

バクー市内には、バクー市全体とカスピ海を見渡せる高台にある公園、その公園内にある紛争犠牲者の墓地と追悼のための記念碑（殉教者の小路）、同公園に隣接するバクー市のランドマークであるフレームタワー、また、主要な博物館、美術館、文化施設として、絨毯博物館、歴史博物館、ニザミ記念文学博物館、国立美術館、ヘイダル・アリエフ・センターなどがある。新市街の中央エリアには、高級店舗、レストラン、カフェ、土産物店、露店が並び、観光客が買物、飲食を楽しめるニザミ通り、カスピ海に面して整備された海浜公園、地元の様々な産品を購入できる中央市場などがある。

表 2-2：バクー市内の主な観光資源

観光資源名	概要及び現状
殉教者の小路	1990年1月20日のソ連軍の侵略による犠牲者及び1991年～1994年のナゴルノ・カラバフ紛争犠牲者の追悼モニュメントと墓地がある。
フレームタワー	2012年に建設された国のシンボルである炎（フレーム）を形取った3つのビル群。ビルにはホテル、マンション、オフィスが入り、ビルのガラスの表面には、10,000枚のLEDパネルが張られており、夜にはライトアップされ炎やアゼルバイジャンの国旗のイメージが映し出される。
絨毯博物館	2014年に新装オープンした絨毯博物館。建物の外観は絨毯を丸めたようなデザインである。博物館では、アゼルバイジャンの絨毯の歴史、絨毯作りの工程の説明、地域別の絨毯の展示、また、絨毯以外に民族衣装、銀製品なども展示されている。博物館内では、絨毯織りの実演が行われている。
歴史博物館	同博物館は19世紀末の石油成金、慈善家であったゼイナラプディン・タギエフの旧宅で、1902年の完成。アゼルバイジャンの歴史資料、約25万点が収められている。
ニザミ記念文学博物館	1860年建設の旧ホテル・メトロポールの建物を利用した博物館。
国立美術館	1937年に開館、1万2千点に及ぶ美術作品、絵画が展示されている。同博物館は19世紀末の建てられた石油富豪の元邸宅である。
ヘイダル・アリエフ・センター	2012年に完成した文化センター。同センターは主に展覧会、コンサートなどの文化活動に使用されている。同センターは斬新なデザインであり、設計はイラク人建築家、ザハ・ハディット。内部の展示スペースは、ヘイダル・アリエフ元大統領に関する展示コーナー、アゼルバイジャンの文化、歴史、民族衣装などの展示コーナーがある。
ミザニ通りと噴水公園	バクーで一番の繁華街であり、高級ブランドのショップ、カフェ、民芸品などを販売する土産物店、様々な店が立ち並んでいる。
海浜公園	カスピ海に沿って整備された公園で、広い遊歩道、緑地があり、公園内にはカフェ、遊園地、ショッピングセンターがある。
中央市場	市場内は新鮮な野菜、果物、肉、乳製品、ナッツやドライフルーツ、茶葉などの食品の店など、所狭しと軒を連ねている。カスピ海産のキャビアもここで味見して購入することができる。

出典：JICA 調査団

● バクー市郊外

バクー市郊外には、ビビヘイバット・モスク、拝火教寺院、ヤナル・ダグ（燃える丘）、マザズィル・ギュル（ピンクの湖）、ゴブスタン、泥火山などの観光資源があり、バクーから日帰りツアーで観光することができる。

表 2-3：バクー市郊外の主な観光資源

観光資源名	概要及び現状
ビビヘイバット・モスク	13世紀に建設されたイスラム教シーア派モスク。同モスクは重要なアゼルバイジャンのイスラム教建築物の1つである。同モスクは過去に何度も破壊され、現在のモスクは1994年にアリエフ元大統領の命令で改装された。巨大なモスクの中庭カスピ海やバクー市内を見渡せる。
拝火教寺院	バクー市郊外のスラハニ村にある17世紀に造られたヒンズー教徒とゾロアスター教寺院。この地域でも地表から噴出する天然ガスが自然発火することがあり、火を崇めるゾロアスター教徒の聖地とみなされた。この寺院は、インド北部、トルコ、シリア地方を結ぶルートの中継地として栄え、僧や信徒の往来があったことがわかっている。インドやイランで生活するヒンズー教徒及びゾロアスター教徒はこの地を聖地と見なし、礼拝に来ている。寺院の中央にある五角形の祭壇の真ん中では常に炎が燃え上がり、その周りの石造りの僧房、隊商宿、客室があり、1975年から博物館として開設され、写真、展示物が設置されている。
ヤナル・ダグ（燃える丘）	バクーの北25キロ、マヘメディ村にある燃える丘。石油採掘場近くにある小高い丘の地中から天然ガスが地表の割れ目から噴出し、2000年前から絶え間なく燃え続けていると言われている。観光資源として魅力はあるが、観光施設として付加価値を高めるためには、ビジターセンターあるいは案内板などの整備が必要である。
ゴブスタン	バクーの南西約60キロに位置する広大な石器時代の岩山。岩山には石器時代の人々が描いた岩画（紀元前10-8世紀）が約6000点発見されている。岩の表面には様々な動物、狩猟の場面、儀式の様子、踊る人々、舟を漕ぐ人々など、様々な絵が描かれている。岩山群はゴブスタン遺跡として、2007年に世界文化遺産に登録された。観光客用の見学ルート、ロープのフェンスなどが整備されている。遺跡に行く途中に博物館があり、2012年にオープンし、文化観光省によって運営されている。同博物館は、ゴブスタンの歴史、自然環境、岩絵について、アゼルバイジャン語、ロシア語、英語で詳細な説明、展示がされ、対話形式の博物館であり、スクリーンタッチパネル、プロジェクターによる映像などを導入した最新の展示システムとなっている。
泥火山	ゴブスタンの南10キロにある泥火山は、地下から噴火する天然ガスにより泥が泡立ち、マグマがたぎっているように見える。
マザズィル・ギュル（ピンク色に染まる湖）	バクーの北西に位置する湖。湖の水に豊富に含まれるヨード成分により、湖面がピンク色に染まっているように見えることで有名。時間帯によって、紫色に見えたりもする。この湖では取れる塩は上質であり、湖の周辺では多くの塩山がある。

出典：JICA 調査団

(イ) シェキ

シェキ(Sheki)は、シェキ・ザガタラ地域に属し、バクーから北西約300キロの大コーカサス山脈の南部に位置する、バクーに次ぐ第二の観光地である。1743年から1819年の間シェキ・ハーン国の首都であった当地は絹の生産地であり、シルクロードの要衝として多くのキャラバンが通過した。シェキには、シェキ・ハーン宮殿、キャラバンサライ、シェキ・ハーンの家、シェキ歴史民族博物館、工芸品工房、土産物店などの観光資源、観光施設がある。特産品としては、絹織物製品、絨毯織物、ステンドグラス工芸品、木彫品、刺繍などである。シェキには、ピティ(Piti)と呼ばれる料理(パンに肉入りスープかけて食べる料理)、パイ菓子のシェキ・ハルヴァ(Sheki Halva)など、シェキ独特の食物がある。シェキ郊外のキシユ村にはアルバニア教会がある。当該地域は、自然が豊富で環境・自然資源省が管理

する保全区域やファームランドがあり、ハイキング、エコツーリズム、ビレッジツアー、アグロツアー、周辺の川でフィッシングを楽しむことができる。

表 2-4：シェキの主な観光資源

観光資源名	概要及び現状
シェキ・ハーン宮殿	1762年に建設された当時の統治者であったシェキ・ハーンの夏の離宮。木製の窓はヴェネチアングラスを用いたステンドグラスで、小さなパーツで細かく精密に作られている。建物の内壁、天井には花、鳥、狩猟などの絵が描かれているが、これらの保護のため建物内は撮影禁止となっている。宮殿の正面は公園で裏面には土産物店がある。
キャラバンサライ（隊商宿）	18-19世紀に建てられたキャラバンサライ（石造りの2階建て）は現在、ホテルと改修し利用されている。部屋はシンプルであるが、当時の雰囲気を感じることができる。
シェキ・ハーンの家	18世紀に建てられたシェキ・ハーンの家で近年、ハーンの子孫により復元された。建物はステンドグラス、壁画で装飾されている。
シェキ歴史民族博物館	1895年に兵舎として建てられた建物を1980年に改修し、博物館として利用。シェキの自然、歴史、文化を紹介している。
工芸品工房、土産物店	シェキ観光案内所が入っている建物の1階が工芸品を販売する土産物店、工芸品の製作工房となっている。
アルバニア教会	シェキ近郊のキシユ村（シェキから5キロ）に1世紀頃に建てられたアルバニア教会。ドームを持つホール型として、初めて造られた教会。現在、歴史、建築の博物館として利用されている。

出典：JICA 調査団

			
幾何学的な模様のタイルで彩られた美しい外壁をもつシェキ・ハーン宮殿	様々な地元で作られた工芸品が売られている工芸品ショップ（シェキ）	観光案内板はロシア語、アゼルバイジャン語表記（シェキ）	ホテルとして改装利用されているキャラバンサライ（シェキ）

(ウ) ガバラ

600年前、カフカス・アルバニアの首都であったと言われているガバラは、シェキ・ザガタラ地域に属しシェキから東90キロに位置する。当地は、広大な森林、川、滝、湖などの自然に恵まれ、カフカス・アルバニ民族の1つであるウジ人が住んでいるニジェ（Nij）村がある。ニジェ村では、今でもアゼルバイジャン語と異なるウジ語が話され、伝統的な農業が営まれキリスト教を信仰している。ニジェ村にある石造りのアルバニア・ウジ教会（1723年建設）は、ガバラの観光資源の1つである。また、当地には古代アルバニアの都市の遺跡発掘サイト（1～11世紀）があり、城塞の跡、井戸、水道を見ることができる。

加えて、ガバラにはレクリエーション施設や高級ホテルリゾートがあり、2014年からスキーリゾートがオープンしている。また、国際音楽フェスティバル、ジャム祭りなどのイベントも毎年開催され、通年で楽しめる観光地として発展してきている。

(エ) ゲンジェ、ナフタラン

ゲンジェは、ゲンジェ・ガザ地域に属し、アゼルバイジャンの西部、バクーから 375 キロに位置するアゼルバイジャン第二の都市である。この地は 12 世紀のペルシャ文学の大詩人、ニミザ・ケンジャヴィイが生まれた場所として有名である。ゲンジェの市内には、ヘイダル・アリエフ公園、ジュマモスク、ハمام、ニミザ・ケンジャヴィイの霊廟と五大詩の彫刻群のある公園などの観光資源がある。

ナフタランは、ゲンジェから南東 48 キロに位置し、この地で産出されるオイルを利用した原油スパが有名である。ナフタラン・オイルは皮膚、関節炎、リウマチなどの治療に効果がある。当地には、オイルを使った治療施設を持ったホテルがあり、国内、ロシア、中央アジアから治療、療養を目的に多くの患者が訪れている。

			
ニミザ・ケンジャヴィイの霊廟 (ゲンジェ)	ニミザ・ケンジャヴィイの五大詩の彫刻群のある公園 (ゲンジェ)	ナフタラン・オイルを使った治療・療養施設をもつ Chinar Hotel & Spa (ナフタラン)	ナフタラン・オイルのバス (Chinar Hotel & Spa)

(オ) イスマイリ

イスマイリは、ダグリグ・シルバン地域に属し、バクーの西北西約 180 キロのコーカサス山脈の南東に位置し、豊かな自然に恵まれている地域である。イスマイリには、標高 1,200 メートルの山間に昔ながらの伝統的な手法で銅製品を作っているラヒジ (Lahij) 村があり、手工芸品生産の観光地として知られている。同村の鍛冶屋・銅細工職人は、約 10 名で、村内にある職人の工房では、観光客が銅製品の製造工程を見学することができる。また、「ラヒジの銅細工」は、2015 年 UNESCO の無形文化遺産リストに指定された。ラヒジでは、銅細工以外に革細工製品、手編み製品、各種野菜、果物の瓶詰め、香辛料なども製造、販売しており、観光案内所や小規模なホテルもある。またこの村の伝統的な石造りの家屋や、村の中心を通る石畳のストリートは魅力的な景観である。メイン道路からラヒジ村までの道路は未舗装であり、移動時間の短縮、安全面の観点から道路整備が急務である。

イスマイリは、アゼルバイジャンのワイン生産地として有名であり、観光客向けのワインツアーも観光資源の一つである。

			
標高 1200 メートルの山間に立地するラヒジ村の石畳のメイン通り (イスマイリ)	EU の支援で整備された案内板 (ラヒジ村)	銅細工職人 (ラヒジの銅細工は 2015 年の UNESCO 無形文化遺産に登録)	イスマイルのワイナリー

① ビーチリゾート

カスピ海沿岸のハチマズ、バクー、ランカランの3カ所は、カスピ海のビーチリゾートエリアとして有名である。各リゾートエリアには、ホテル、リゾートレクリエーション施設が整備されている。カスピ海沿岸は、気候的に泳げる期間が限定されているものの、文化観光省の新たな開発戦略では、アゼルバイジャン政府は、アブシェロン半島や南部カスピ海沿岸地域のビーチリゾート開発を推進していく予定である。

② エコツーリズム

アゼルバイジャンには、9つの気候帯があり、多様に富んだ地形、自然環境により、様々な植物が植生、動物、野生動物が生息する。現在、環境・自然資源省が管轄する国立公園が9カ所、保護区11カ所、国家野生動物保護区12カ所はあり、国立公園では、トレッキング、バードウォッチング、自然観察など、様々なエコツーリズムの活動が行うことができる。同国では、これまでのところエコツーリズムは盛んではないものの、観光資源としてのポテンシャルが高く、文化観光省は環境・自然資源省と連携し、エコツーリズムの推進に取り組んでいる。アゼルバイジャンの民間ツアー会社は、歴史・文化観光ツアーに加え、エコツアーの造成、販売も行っている。

③ ウィンターツーリズム

アゼルバイジャンの北部グバ・ハチマズ地域のグサールには、シャーダグと呼ばれる国内最高峰の山(4,243m)があり、スキーリゾートとして有名である。シャーダグ・マウンテンリゾートは、2012年12月にオープンし、128ヘクタールの広大なスキーリゾートに14のスロープ、11基のリフトが整備され、周辺には複数のホテルが立地しスキー以外にも雪山トレッキングなどのアクティビティが楽しめる。同リゾートには、ロシア、ヨーロッパからの多くの観光客が訪れている。バクーから同リゾートまでは、車でグバを経由し約3時間である。

アゼルバイジャンにはもう1ヶ所、シェキ・ザガタラ地域のガバラにもスキーリゾートが開発されており、周辺にはスパ施設を有する高級ホテルが立地している。

④ 伝統文化、芸能

(ア) 民族音楽

アゼルバイジャンの代表的な民族音楽には、歌い手と伝統楽器の伴奏によるムガーム音楽がある。ムガーム音楽は、固定した記譜ができないため、芸術的表現の妙技と多様性を守るため、師匠は自ら弟子に対して洗練された即興技術を訓練し、これによって多数のバリエーションが伝承されている。ムガーム音楽は、2003年にUNESCOの世界無形文化遺産に登録された。



また、アゼルバイジャンではタールと言われる楽器がよく使われる。タールとは長いネックのリュート属の楽器で、ペルシャ語で弦を意味する。タールとその演奏技術も2012年にUNESCO世界無形文化遺産に登録されている。バクーの旧市街、ホテル、レストランなどで、観光客向けにタールの楽

² <http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/azerbaijani-mugham-00039>

器を使ったムガール音楽の演奏が行われている。

(イ) 民族舞踊

アゼルバイジャンには、ハンカチ、スカーフ、ベールなどを使用した女性を美しく見せる民族舞踊が沢山ある。中でもアゼルバイジャンに伝わる最古の踊りと言われているのが、「吊るすこと、切ること」を意味するアスマ・カスマで、花嫁を花婿の家にする際に踊られる。また、19世紀後半にバクー地方で作られた高齢者向きの舞踊「アンザリ」、誇張したユーモラスな動きと、ゆっくりとしたテンポが特徴のシャキ・ザガタラ地方の踊り「アバイ」などが知られている。その他にもゆっくりとした音楽で始まり、レズギンカの速いリズムで終わるアヴァール人の踊り「アヴァル」や、アスタ・カラバギ、独特な技術が必要とされる速いリズムの男性舞踊「アゼルバイジャン」などがある。更に、アゼルバイジャンには、少数民族も多く、少数民族毎に伝統舞踊があり、地域別に開催されるフェスティバル、イベントで少数民族の伝統舞踊を観ることができる。



民族衣装の展示スペース
(ヘイダル・アリエフ・センター)

(ウ) 民族衣装

アゼルバイジャンの民族衣装は、独特で美しいシルエットが特徴である。特に女性の衣装は優美で、光沢のある色彩豊かなロングスカートを重ね着したのが特徴的である。ブラウスも無地や絵柄のものを重ね着し美しい金のベルトで腰を締め、頭からベールのような長い布を巻きつける。男性は「パパグ」という円筒型の帽子が印象的である。

アゼルバイジャンの民族衣装は、バクー市内の歴史館、絨毯博物館、ヘイダル・アリエフ・センター内の民族衣装展示スペースや、各地域にある歴史民族博物館等で見ることができる。

⑤ 伝統工芸

(ア) 絨毯

アゼルバイジャンの工芸品としては、絨毯が有名である。昔から羊の毛と絹で織られている絨毯は、毛羽のあるものとなないものの2つの種類がある。毛羽なし絨毯は絨毯作りの初期段階に関連し、地域織物のスタイル、織構造、装飾の豊かさと着色に応じて、7つの種類(Palas, Chechim, Kilim, Shedde, Verni, Zili, Sumak)に分類されている。細かい幾何柄や肖像画まで描くアゼルバイジャンの絨毯は、世界中で高く評価されている。現在、アゼルバイジャンには七つの絨毯学校(Quba, Baku (Absheron), Shirvan, Ganja, Gazakh, Karabakh, and Tabriz)があり、パターン、構成、色、技術は各学校によって異なる。アゼルバイジャン絨毯の伝統技術は、2010年にUNESCOの世界無形文化遺産に登録されたており、バクーに絨毯博物館では全国から収集した絨毯が展示されている。

(イ) 絹織物、刺繍

アゼルバイジャンでは、昔から絹が生産され、スカーフ、ベール、敷物などの絹織物製品が有名である。また様々な刺繍製品があり、模様、デザインは地域によって異なる。

(ウ) 銅製品

銅製品は、アゼルバイジャンの重要な伝統工芸品の一つであり、前述のイスマイリの観光資源で記載したラヒジの銅細工が有名である。ラヒジでは、伝統的な手法を鍛冶屋、銅細工職人が前代職人から引継ぎ、工房で銅を溶かし、打出し、形成、製品加工まで行っている。同製品は、細密な模様、絵柄を入れた水差し、器、皿、コップなどの台所用品や、キーホルダーなどが、土産品として売られている。



⑥ フェスティバル、イベント

(ア) ノヴルーズ

ゾロアスター教の祭事に起源を持つ日本の「春分の日」のようなお祭りで、アゼルバイジャンでは一年の始まりとされている日である。この日は食卓を「再生」を象徴する緑と、それに赤いリボンをつけたもので飾る。そして、風呂に入り、伝統的なお菓子を食するという習慣がある。また、地方では前日の晩に若者が焚き火を囲み、火を飛び越える「火渡り」が行われ、当日も屋外の特設会場で歌や踊りなどのエンターテインメントが催される。このお祭りは、毎年3月21日に開催される。ノヴルーズは2009年にUNESCOの世界無形文化遺産に登録された。

(イ) ザクロフェスティバル

アゼルバイジャンの中央のシルヴァン地方、ギョイチャイは乾燥亜熱帯気候に属し、ザクロの産地で有名である。毎年11月にザクロ祭りが開催される。ザクロフェスティバルでは、ザクロを使った料理、ジャム、ジュースなどの食べ物だけでなく、ザクロを描いた絵画などの美術作品の展示会、大道芸、コンサートなども開催される。



(ウ) ワインフェスティバル

アゼルバイジャンには、シャマフ (Shamakha)、イスマイリ (Ismayilli)、ガバラ (Gabala)、ゲンジェ (Ganja)、トブス (Tovuz) の5ヶ所のワイン生産地があり、毎年、10月にバクーの旧市街や、ワイン生産地では、ワインフェスティバルが開催される。中でもゲンジェのワインフェスティバルが最も有名である。

(エ) バクー国際ジャズフェスティバル

バクー市内で、毎年10月にバクー国際ジャズフェスティバルが開催される。アゼルバイジャンでは、旧ソ連時代から多くの人々にジャズが親しまれている。2002年にバクー市内のバクージャズセンターが建設された。1969年にバクーでジャズフェスティバルが最初に開催され、その後、長い間フェスティバルが中断されたが、2005年から、毎年ジャズフェスティバルが開催されている。ジャズフェスティバルの開催期間は、1週間で、国内及び海外の有名なジャズミュージシャンが参加し、ジャズ音楽を祝う目的として、ジャズ音楽演奏、様々なフェスティバル、イベントが行われる。

2) インフラの整備状況

① 運輸・交通インフラ

(ア) 空港、航空

アゼルバイジャンへのゲートウェイとなる空港は、首都バクーにあるヘイダル・アリエフ国際空港である。アゼルバイジャンには、ヘイダル・アリエフ国際空港を含め六つの国際空港（バクー、ゲンジェ、ランカラン、ナヒチェバン、ガバラ、ザガタラ、バクー）、四つの国内空港（アグスタファ、バクー、バラカン、イエブラフ）を含む合計10の空港が存在する。

ヘイダル・アリエフ国際空港は、バクーの東25キロに位置し、二つのターミナル（国際線、国内線）、二つの貨物用ターミナル、二つの滑走路（2,700m、3,200m）を有する。同国際空港は、国営のアゼルバイジャン航空が CIS 諸国のキエフ、アクタウ、モスクワ、ミネラルイェボドゥイ、ノボシビルスク、隣国ジョージアのトビリシ、湾岸諸国、中東、ヨーロッパ諸国、アジア地域として、ドバイ、アンカラ、ロンドン、カブール、パリ、ミラノ、イスタンブール、ローマ、テルアビブ、テヘラン、ウルムチ、北京と定期便を就航している。同空港には、ロシアのアエロフロート・ロシア航空、カタール航空、トルコ航空、オーストリア航空、ウズベキスタン航空、カザフスタンのアスタナ航空など、30社以上の航空会社が乗入れ、64都市（空港）と結ばれている。2014年の同空港の運行便数及び乗客数は、それぞれ34,794便、2,966,725人³であり、近年の乗入航空会社や就航ルートの増加に伴い、航空便数、乗客数が増加している（航空会社の動向については、後述「(7) 3観光関連産業の状況 ④航空会社」参照）。

国内線フライトは、国営のアゼルバイジャン航空がヘイダル・アリエフ国際空港をハブとして、ゲンジェ空港（週4便）、飛び地のナヒチェバン（毎日5便）に就航している。

(イ) 道路・バス・タクシー

首都バクーと国内の主要都市を結ぶ幹線道路や高速道路は、整備・舗装されており、道路状況は良好である。バクー市内の高速道路は、8車線道路（片側4車線）、バクー以外の都市間を結ぶ高速道路は6車線（片側3車線）となっている。アゼルバイジャンはバクーからアラット、ゲンジェ、カザック、ジョージア国境までの東西ルート（総延長503キロ）は Transport Corridor Europe Caucasus Asia Program（TRACECA）⁴の道路開発プロジェクトの一環で高速道路の整備が実施されている。また、カスピ海沿岸のロシア国境から、バクー、バクー郊外のアラットからアスタラ、ランカラン、イランの国境までの南北ルート（総延長521キロ）の高速道路の整備が実施されている。

バクー市郊外や地方地域は、幹線道路から観光サイトまでの区間道路が未舗装であり、整備が必要である。また地方部では、高速道路の休息施設、幹線道路沿いに観光客向けの休息施設が少ない。

バクー中心部から北約10kmのスムガイトへの高速道路入口に隣接した場所に、バクー国際バスター

³ 2014 World Airport Traffic Report, Airport Council International

⁴ Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia (TRACECA)は、ヨーロッパから黒海、コーカサス地域、カスピ海、中央アジアを経由し、中国へ通じる交通網の整備プロジェクトを実施するために1993年に設立したEU支援のプログラムであり、交通網の整備は歴史的に重要な絹ルート、“Great Silk Road”の復興に寄与する。TRACECA 回廊開発プロジェクトは、アルメニア、アゼルバイジャン、グルジア、モルドバ、イラン、ウクライナ、カザフスタン、キルギス、タジキスタン、ウズベキスタン、ルーマニア、ブルガリア、トルコの合計13カ国で合同調印している。

ミナルがある。同バスターミナルから、国内の主要都市や周辺国（ジョージア、トルコ、ロシア、イラン）の主要都市への長距離バスが毎日 1,000 本以上運行している。バクー国際バスターミナルの予約サイト（www.bbak.az）によれば、現在国内の主要観光地であるシェキ、ゲンジェ、ランカラ、グバ、ギョイチヤイを含む 74 都市、周辺国の 31 都市まで、長距離バスが運行している。予約サイトからバスチケットを予約できるが、アゼルバイジャン語のみで、外国人旅行者はツアー会社からバスチケットを購入するのが通常である。外国人旅行者はほとんどバスを利用していない。現在、アルメニアとの間の国境が閉鎖されているため、アゼルバイジャンからナヒチェバンへ陸路で直接行くことはできない。また、バスターミナルからロシア各都市へ直行バスが出ているものの、外国人はアゼルバイジャン-ロシア間の陸路国境通過が認められていないため、バスの乗車はできない。2015 年 8 月からヘイダル・アリエフ国際空港とバクー市内（地下鉄 28May 駅）を結ぶ空港バスが運行している。

タクシーについては、首都バクーで、メーター制タクシーとメーターなしのタクシーが利用可能である。メーター制タクシーは「ロンドンタクシー TX4」タイプで、このタクシーは 2011 年から運行している。料金は走行距離に依る。

（ウ） 鉄道・地下鉄

アゼルバイジャンの鉄道は、最初の開通がロシア帝国時代の 19 世紀後半とその歴史は非常に古い。1991 年にソ連から独立した後、国営のアゼルバイジャン鉄道（1880 年設立）により運営され、バクーから主要都市間で鉄道網が整備されている。鉄道路線の総延長は 2,918km である。現在、バクーと周辺国の都市間で運行している国際鉄道ルートは、ロシアの 4 都市（モスクワ、セントピーターズバーグ、チュメニ、マハチカラ）、ジョージアの 1 都市（トビリシ）、ウクライナの 2 都市（キエフ、ハリコフ）である。バクーと国内の都市間で運行している国内鉄道ルートは、バクー-コチェリーバラカン（シェキ経由）、バクー-ランカラ-アスタラ、バクー-アグスタファ、バクー-ゲンジェ、バクー-ミンゲチャウルなどである。

既存の鉄道は、貨物と旅客の車両があるが、車両は旧ソ連時代のものが利用されており、車両、路線の老朽化や、走行時速が遅いこと、乗り心地がよくないこと、車に比べ移動時間がかかること、運賃は長距離バスと比べ割高であること、運行本数が限定されること、などの理由から、旅行者の移動手段として鉄道が十分利用されていない。

表 2-5 で示した輸送手段別の旅行者数によると、アゼルバイジャン国内の移動で鉄道を利用する旅行者は、他の輸送手段を利用する人に比べ、極めて少ない。アゼルバイジャンでは、夜行寝台車が運行し、夜行寝台は宿泊費よりも安いいため、鉄道を利用する外国人旅行者もいる⁵。

⁵ カスピ海の至宝 アゼルバイジャン、キョウハンブック、2016

表 2-5 : アゼルバイジャンでの輸送モード別の旅行者数の推移

単位 : 人

区分	2010	2011	2012	2013	2014	2015
バス	10,665	22,073	30,240	14,868	13,529	12,248
鉄道	102	184	244	340	57	-
飛行機	49,594	48,669	61,991	68,046	70,272	41,495
水運	16	16	-	-	58	20
乗用車	4,357	5,934	4,956	8,707	7,782	8,202
他	5,189	6,744	4,000	-	607	-
合計	69,923	83,620	101,431	91,961	92,305	61,965

備考 : 旅行者はアゼルバイジャン人及び外国人。

出典 : Tourism in Azerbaijan Statistical Year Book 2016, State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan

現在、バクーからジョージアの首都トビリシを経由し、トルコのカルスまで繋ぐ総延長 82km の高速鉄道（バクー—トビリシ—カルス鉄道：BTK 鉄道）が建設中であり、2017 年に開通予定である。同高速鉄道は、アゼルバイジャン、ジョージア、トルコの 3 ヶ国を繋ぐ BTC パイプライン（バクー—トビリシ—ジェイハンパイプライン）⁶に沿って、「シルクロード鉄道」とも言われ、同高速鉄道の開通により、カルスからイランの国境、アストラへも繋がる。同ルートの鉄道ネットワークの整備により、移動時間が短縮され、同鉄道ルートを利用した観光客の増加が期待されると共に、アゼルバイジャンを含む中国からトルコまでの鉄道によるシルクロード観光ツアープログラムを企画することができる。

バクーには、地下鉄のバクーメトロが旧ソ連時代の 1967 年にオープンした。現在、23 駅、総延長キロ 34.6km、2 路線（南東ライン、北東ライン）が運行中である。運行時間は午前 6 時から翌日午前 1 時まで。チケットは、メトロの入口の券売機で BAKI KART という IC 型カードを 2 マナトで購入し、券売機でお金をチャージするシステムになっている。運賃は距離に関係なく、1 乗車につき 0.2 マナトである。メトロの案内板、行き先表示などは、アゼルバイジャン語、ロシア語、英語の 3 言語の表示となっている。メトロの入口を表記する案内板が少なく、メトロの入口を探すのは外国人観光客にはやや不便である。メトロの拡張については、第 3 番目の路線開発や国際空港までの接続の計画があるもののまだ実施されていない。

(エ) 海運（船、クルーズシップ）

カスピ海に面するバクーは、トルクメニスタンのトルクメンバシ、カザフスタンのアクタウとの間をフェリーが運行している。バクーの海岸公園の棧橋には、カスピ海遊覧船の乗場があり、観光客は、カスピ海遊覧を楽しむことができる。

② 衛生・電気・通信インフラ

(ア) 衛生

⁶ アゼルバイジャン側カスピ海にあるアゼリ・チラグ・グネシュリ油田から地中海までの全長 1,768km を結ぶ石油パイプラインで、世界第 2 位の規模。ジェイハンとはトルコの地中海沿岸南東部に位置する港の名前。

外国人旅行者が利用するバクーのホテル、レストランの衛生面については、特に問題はない。バクーでは、歩道、公園、公共施設などの公共スペースにはゴミ箱が設置され、市が清掃業者に委託し、ゴミの回収、清掃が実施され、街の美化が保たれている。他方、地方都市、村落部においては、飲食店での衛生改善、トイレの衛生面での改善が必要である。

(イ) 電気

アゼルバイジャンの主な電力源は、石油・ガス、水力で、2014年では、国内発電容量(6,860MW)の86%は火力発電所、14%は水力発電所の割合になっている。ヤシマ・ガス火力複合発電所建設事業準備調査の報告書⁷によれば、2014年時点、既存の電力発電施設による発電容量は、国内の電力需要を満たしている。しかし、発電施設の老朽化や送電ロスなどにより、発電容量は5,000MWに留まり、電力需要予測では2020年には、5,450MWになると見込まれ、既存施設電力施設による電力供給量が足りなくなるとのことであり、バクー市郊外に新たな電力発電施設の建設計画が検討されている。国内での電力供給の一方で、アゼルバイジャンで生産される豊富な石油、天然ガスは、パイプラインでジョージア、トルコ、ロシアへ輸出している。

アゼルバイジャン国内の電気事情に関して、バクー市内では停電が全くないが、地方都市や村落部では送電施設の老朽化、不備などにより、停電などの問題がある。ホテル、レストラン、ガソリンスタンドなどは、停電時に電気を確保するため、発電機を設置している。病院、消防、警察などの公共サービスに対しては24時間体制の電力供給が可能となっている。

地方都市や村落部の電力不足を回避し、電力需要に対応した電力供給を図るために、政府は新たな発電所の建設や、風力、水力、地熱発電などの再生可能エネルギーの導入の検討を行っている。

(ウ) 通信インフラ

インターネット環境はバクー以外の地方都市でも十分整っている。最近は無料でWifiを提供しているホテル、レストラン、カフェが増えている。

国内にはAzercell、Bakcell、Narの3つの通信会社があり、外国人旅行者でもいずれかの通信会社のSIMカードが購入でき、携帯電話による通話、データ通信の接続ができる。SIM購入にはパスポートのコピーが必要となる。

③ 公共サービス(病院、警察、治安等)

(ア) 病院

バクー市内にはInternational SOS Clinic Bakuなどの外国人受入対応可能な医療施設はある。地方都市には医療機関があり、それらの診療施設及び設備の質はそれほど低くないが、医療サービスの質は低く、英語を解する医療職はほとんどいない。また、地方都市での医療機関への受診の際はアゼルバイジャン語あるいはロシア語の通訳が必要である。なお救急は24時間受診可能である⁸。

⁷ アゼルバイジャン国ヤシマ・ガス火力複合発電所建設事業準備調査 最終報告書(英文)、2014年8月、JICA

⁸ 外務省ホームページ、医療事情(アゼルバイジャン) <http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/medi/europe/azerbaijan.html>

(イ) 警察

アゼルバイジャンでは警察は内務省の所轄である。バクー市内、地方都市では、頻繁にパトロールする警察車両を見かける。警察は主要な観光地、公共施設などで、安全管理、違法駐車、交通規則違反などを取り締まっている。

(ウ) 治安

バクー市内、地方都市などの観光地の治安は良好である。2017年2月時点における日本政府外務省の海外安全情報によると、ナゴルノ・カラバフ及びその周辺のアルメニア占領地域、並びにアルメニアとの国境周辺地域（アゼルバイジャン領ナヒチェバン自治共和国のアルメニアとの国境周辺地域を含む）以外の地域については、「レベル1：十分注意してください。」となっている。

(3) アゼルバイジャンの観光開発に関わる上位計画

首都バクーと地方との経済格差が拡大する中、アゼルバイジャン政府は、2014年に「地域社会経済開発国家計画（2014-2018年）」を策定し、脱石油経済、地域経済の多様化、インフラ整備等を目標に掲げ、アクションプランとして、地域別に観光を含むセクター毎のプロジェクト（施策）を策定・実施している。また、2020年を目標とした国家開発の方針を示した「アゼルバイジャン2020」で、観光は非石油セクターの開発において、重要な産業の1つとして位置付けられ、観光に関連し、運輸インフラの改善や文化遺産保護、環境保全などが重点課題に挙げられている。

文化観光省は、前戦略の成果を踏まえ、2010年に「アゼルバイジャン観光開発戦略（2010-2014年）」及びアクションプランを策定した。また、2011年をアゼルバイジャンの「観光年」と位置付け、様々なイベントや活動が実施された。同戦略で提案されたアクションプラン（施策）の実施により、観光関連法令・制度の改善、各種活動を通じた観光プロモーション、マーケティングの強化、国際基準の導入、観光インフラ整備などが実施された。また、文化観光省は「アゼルバイジャン観光開発戦略（2016-2025年）（観光戦略ロードマップ）」を作成し、2016年12月6日に大統領により最終承認された。観光戦略ロードマップは、10年間の長期的な観光開発、観光振興の戦略、2025年以降のビジョン、戦略毎の施策、短期（2016-2020年）のアクションプランで構成されている。当該ロードマップのタイムフレームは、短期（2016-2020）、中期（2021-2025）の戦略期間、及び長期ビジョン（2026以降）の3つに分かれており、MICE（Meeting, Incentive, Congress/Conference and Exhibition）観光⁹、医療観光、文化観光、フェスティバルなどを重点振興分野としている。

⁹ MICEとはMeeting, Incentive, Convention/Conference and Exhibitionの頭文字を取ったもので、国際会議、インセンティブツアーや国際展示会など概してビジネス目的で他国を訪れる形態を示す。例えば、アジア開発銀行が国際会議をバクーで実施したがこれもMICE観光の一つといえる。国際会議開催に係る費用からの収入だけでなく、会議に参加した各国の要人や付き添いで来た人々などが利用する宿泊施設、飲食施設や娯楽施設、また、土産物などの購入による収入もあることから、MICEによる経済効果は一般の旅行よりも大きいと言われている。

表 2-6：観光開発に関わる上位計画の概要

上位計画	観光開発の位置付け、関連計画、施策
地域社会経済開発国家計画(2014-2018年)	<p>【観光開発位置付け】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光開発は非石油セクターにおける地方開発の優先開発分野である。 <p>【計画の戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際基準に合致した地域観光インフラの整備の実施 ・観光セクターへの投資誘致を図るための最新の情報、技術を活用した全地域における観光活動の活性化、観光プロモーション活動の拡大 ・観光及びレクリエーションゾーンの観光インフラの整備、各地域での多様な観光の開発、新たな観光ルートの整備 ・観光セクター人材の専門能力の向上による観光サービスの質の改善を行うための活動の実施 ・各種レベルの宿泊施設、観光サービス施設の開発のための支援 ・無形、有形歴史文化遺産の保全、修復に関する活動の促進 <p>【アクションプラン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象地域は9つの経済地域（地域、地区、市） ・文化観光省担及び地方政府が担当のプロジェクト（施策）数は合計 58
アゼルバイジャン 2020	<p>【観光開発位置付け】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光は非石油セクターの中に重要な産業の1つ <p>【フレームワークの中での観光開発の計画提案】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光インフラの開発、国際スタンダードに見合った観光サービスの向上、観光分野での競争力向上、GDP での観光セクターの役割の拡大 <p>【観光開発の施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・法制度・基準の改善、カスピ海の観光潜在性を最大限に活かした施策の実施、地域レベルでの積極的な観光活動の実施、情報発信、広報・宣伝活動の強化、自然、歴史文化、社会経済などの特性を活かした多様な観光、関連観光ルートの開発、プロモーション
アゼルバイジャン観光開発戦略 (2010-2014年)	<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政府観光組織の構造改革 ・観光開発の施策の実施による国家経済の発展への寄与 <p>【戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際基準に合致した観光インフラの整備 ・観光セクターへの国内・海外の投資誘致のための投資、ビジネス環境 ・観光分野の国際経験を活かした効果的な規制、運営体制システムの構築 ・国際基準に準じた観光サービスの質の向上、及び国際観光市場で競争力の向上 <p>【アクションプラン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光関連法令、制度の改善（4） ・観光・レクリエーションゾーンの文化・歴史遺産の保全、観光施設の整備（3） ・多様な観光商品開発、施設整備（8） ・観光セクターへの国内・海外の投資誘致・促進（4） ・国際観光マーケティング（2） ・観光分野の人材育成、能力強化（7） ・観光統計データ収集、統計システムの改善（3） ・観光マーケティング・プロモーション（2） <p>※（ ）はプロジェクトの数。</p>
アゼルバイジャン観光開発戦略 (2016-2025年) (観光戦略ロードマップ)	<p>【2020年までの戦略的見通し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バクーを主要観光地に転換 ・アゼルバイジャンの観光潜在力の実現

上位計画	観光開発の位置付け、関連計画、施策
	<ul style="list-style-type: none"> ・観光を取り巻く環境、インフラ整備による観光客の満足度の向上 【2020年までの達成数値目標】 ・アゼルバイジャンの実質GDP：315百万AZN ・観光産業雇用の創出：12,600（2020年） ・バクーの観光客宿泊数：1.2百万（2015年）→3.2百万 ・観光客平均滞在日数：2日（2015年）→3日 ・外国人宿泊客数：40万人（2015年）→60万人 ・外国人訪問数：1.0百万人（2015年）→1.2百万人 ・低予算外国人観光数：225千人 ・治療・療養施設の利用率：40%→60%（ナフタラン治療・療養施設など） ・シルクロードや他の文化観光ツアールートへの集客数：18万人以上 【2020年までの基本戦略】 ・バクー市の観光ポテンシャルを高める効率性の高い運営管理システムの開発、マーケティング及びブランディング能力の強化、観光インフラの改善により、アゼルバイジャンが観光地として、長期的により多くの国際観光客を誘致する ・出入国の簡素化、コミュニケーション手段の改善、観光セクターの異なる関係者間の調整の確立、観光・レクリエーションゾーンの設置などの支援メカニズムの適用による長期的な発展 ・ウインター、文化、ビジネス、エコツーリズム、農村観光などの観光資源を活かした地方観光の発展によるアゼルバイジャン観光セクターの多様化 ・観光セクターのサービスの質、内容の改善するための観光品質管理システムを確立し、観光客の満足度を高める 【2025年までの長期見通し】 ・アゼルバイジャンを周辺国地域及び世界の中で魅力的な観光地の一つとして発展させる 【2025年以降の目標ビジョン】 ・観光資源の効果的な活用による既存の観光指標の最大化を図り、アゼルバイジャンを20の好まれる観光地の一つに発展させる 【戦略目標（2020年まで）】 ・戦略目標1：より多くの国際観光客誘致によるバクー市の観光潜在力の実現 ・戦略目標2：観光セクター開発に適した環境の創出 ・戦略目標3：国内及び地域への観光客向けの地域観光の開発 ・戦略目標4：観光客の満足度を高めるための国家品質システムの構築 【アクションプラン】 施策数合計：87（戦略目標1:32施策、戦略目標2：24施策、戦略目標3：22施策、戦略目標4：9施策）

出典：JICA調査団

(4) アゼルバイジャンの観光開発に関わる関係機関

アゼルバイジャンの観光開発に関わる主な関係機関は、次頁のとおり。

表 2-7：観光開発に係る主な関係機関

関係機関		主な役割
政府機関	文化観光省 Ministry of Culture and Tourism	観光政策の立案・実施、文化遺産管理、等を担う他、観光プロモーション用のWEBサイトを運営 (http://azerbaijan.travel)
	経済省 Ministry of Economy	観光を含む産業振興政策の立案・実施を担う
	環境自然資源省 Ministry of Ecology and Natural Resources	環境、環境保全、自然資源、国立公園、保全区域の利用、規制に関する政策の立案、活動実施、運営
	国家統計委員会 State Statistical Committee	観光セクターを含む人口、経済、産業などの各種統計データの収集、分析、管理、統計書の作成
	アゼルバイジャン輸出投資振興財団 (AZPROMO: Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation)	アゼルバイジャンの非石油セクターへの外国直接投資(FDI)投資促進、観光プロモーションを担う経済産業省の下部機関
民間機関	アゼルバイジャンコンベンションビューロー Azerbaijan Convention Bureau	MICE (Meeting (会議・研修・セミナー)、Incentive tour (FAM ツアー)、Convention (学会・国際会議)、Exhibition (展示会)) の誘致・運営する団体
	アゼルバイジャン観光協会 Azerbaijan Tourism Association	旅行代理店、ホテル業等の民間観光事業者で組織する観光業協会、メンバー間での情報共有、問題解決、観光業の発展、サービス向上、国内外の観光イベント、FAMツアーの支援

出典：JICA 調査団

1) 政府機関

① 文化観光省

アゼルバイジャンの観光産業発展を図る目的として、2001年に青年・スポーツ・観光省が設立された。2006年に文化省と観光省が統合し、文化観光省となった。同省の主な業務は観光セクターに関する規定、制度の策定、観光開発、観光振興の戦略、施策、プロジェクト/プログラムの策定、実施、管理を行うことである。

同省の組織体制は、首相閣僚理事会（観光大臣、4人の副大臣）、16の部局（Department）、部局内の課（Division）で構成される。省内の観光部は、4つの課（地方観光開発課、観光民間事業協力課、計画・開発課、マーケティング課）に分かれ、スタッフ数は全体で17名である。同省は、地域別に観光客への観光情報提供、観光プロモーション、イベントなどの各種活動の実施を行うため、11の観光情報センターが設置されている。

2016年9月1日に大統領命令により、観光省管轄下に、観光関連の省庁機関及び民間セクターとの連携・調整を推進することを目的とした観光審議会（Tourism Council）を設置することが決定された。観光評議会の構成メンバーは、文化観光大臣が委員長となり、その他関係省庁（外務省、経財省、自然保護省、緊急対策省など）の副大臣、組織長ら含む合計18名で構成され、同年12月27日に大統領の承認を受けた。2017年1月の段階で既に第1回会合が開催されている。

② 経済省

経済省は、アゼルバイジャンの経済発展、国家投資、経済関係、外国投資、持続可能な開発とビジネスのプロモーション活動を担当する政府機関である。同省には 22 の部局、バクー以外の 9 つの経済地域に地域事務所 (Regional Division) がある。後述するアゼルバイジャン輸出投資振興財団 (AZPROMO) は、同省が所轄する組織である。

経済省は、同省の「戦略計画 (2014-2016)」、及び前述の「地域社会経済開発国家計画 (2014-2018 年)」を策定し、それらの計画の戦略に沿って、省内の部局、関係機関など、省外の政府関係機関、地方自治体などの関係部局などと協力、連携し、アクションプランの各種計画、事業の実施、運営を行っている。「地域社会経済開発国家計画 (2014-2018 年)」は同省内の地域・国家計画開発部が直接担当している。

同省は、国際機関やドナーとの協議、調整も行っており、省内の国際組織協力部は年 2 回開催されるドナー間の調整会議に参加している。

③ 環境・自然資源省

環境・自然資源省は、自然環境、環境保全、環境管理、及び国立公園、自然保全区域などの利用、活動に関する政策、制度の立案、環境保全、管理、運用に関する戦略策定、施策、プロジェクト/プログラムの策定、実施などを行う政府機関である。同省は研究施設を有し、カスピ海、国内の都市、森林区域などの環境状況の調査、モニタリングなどを実施し、環境への影響、問題点など、様々な環境状況に関する情報を発信している。

同省は、アゼルバイジャン国内にある 9 つの国立公園、11 の国立自然保護区、24 の鳥獣保護区域の管理、運営、情報公開を行っている。各国立公園には、ビジターセンター、トレッキングや自然散策のルート、案内板などが整備され、同省は、文化観光省と協力、連携し、バードウォッチング、自然観察、トレッキング、キャンプなどのエコツーリズム活動の運営、プロモーションを行っている。

④ 国家統計委員会

国家統計委員会は、人口から経済、社会、産業、環境に至る各種統計データの収集、集計、分析、とり纏め、統計書の作成、ウェブサイト上での統計データの公開を行っている。同委員会は、委員長を含む上層部委員会、21 の部局、バクー市及び各地域の統計事務所で組織構成されている。同委員会によると、地域統計事務所には、合計約 1,800 人のスタッフが配置されている。同委員会内には、観光セクターの統計データを扱うセクションがあり、4 名の職員体制で担当業務を行っている。

統計の集計、分析手法は、ヨーロッパや世界標準の統計手法に準拠している。また、観光セクションでは、旅行・観光サテライト勘定¹⁰ (TSA: Tourism Satellite Account) を導入している。空港を含むアゼルバイジャンの国境からの出入国データは政府の国家国境局から入手している。統計の地域区分は、政府で規定した経済区 (Economic Zone) と市などの行政区分で分けている。訪問客データは旅行会社

¹⁰ 観光産業という裾野が広く国の経済や雇用創出に資する経済活動を公的に評価・認知してもらうための一つ的手段として、サテライト勘定という国民経済計算の核の部分である経済活動量と密接な関係も保ちつつ別勘定として推計する勘定方法が取り入れられるようになった。この TSA 国際基準は UNWTO、OECD などによって開発され、2008 年には「TSA 推奨方法論的枠組み 2008」が作成された。現在、フランス、カナダ、オーストラリアなど観光先進国 75 か国において導入されており、日本においても 2009 年から TSA の作成と公表を行っている。

を通じて入手しているほか、国内観光客の動向は国勢調査を通じて把握している。国内ホテル宿泊データの入手方法は、毎月、営業登録しているホテル事業者からのデータの送付である。集計した統計データは分析し、四半期、半年、年単位で、統計データを取り纏め、年1回観光統計書を作成し、文化観光省他、関係省庁、組織へ送付している。

⑤ アゼルバイジャン輸出投資振興財団 (AZPROMO)

AZPROMO (Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation) は、2003年に設立された経済省の所轄の官民連携組織で、事務所のスタッフ数は30名である。アゼルバイジャンの持続的な経済発展のため、非石油セクターへの外国直接投資 (FDI) 促進や、外国企業の投資エリアの選定、分析も行っている。FDIには観光セクターも含まれ¹¹、アゼルバイジャンにとって、特に観光インフラ、観光施設などの観光開発は重要であり、AZPROMOは海外からの観光セクターへの投資誘致に重点を置いている。また、アゼルバイジャンの観光業者が海外の企業とコンタクト、ビジネスが行えるよう、観光業者に対して必要な支援も行っている。また、AZPROMOはアゼルバイジャンに関心のある外国企業に対して投資に必要な情報の提供、各種手続きなどの支援を行うことができるワンストップサービスを提供している。

また、AZPROMOはジョージア、英国、中国、オーストラリア、ドイツ、アメリカの6ヶ所に海外事務所を置いている。バクー以外には国内に事務所がないが、国内での連絡対応は経済省の地域事務所を利用している。

2) 民間機関 (民間旅行業界、商工会議所、ホテル協会等)

① アゼルバイジャンコンベンションビューロー (AzCB)

アゼルバイジャンコンベンションビューロー (AzCB) は、MICE観光の誘致・運営を行うことを主目的とし、2013年に文化観光省の外郭組織として設立された団体であり、半官半民の官民連携体制で運営されている。AzCBの加盟企業は、ホテル、観光目的地運営組織 (DMO: Destination Management Organization)¹²やカンファレンス専門運営組織 (PCO: Professional conference organizer)、アゼルバイジャン航空等の民間企業である。AzCBの職員は合計4名。AzCBの収益構造は加盟企業のメンバーシップと政府からの拠出である。AzCBの運営活動資金の拠出割合は、政府60%-70%、メンバーシップが30-40%となっている。メンバーシップフィーは、業種区分で「ホテル」、「DMO」、「その他」の三つに分かれ、年間フィーはそれぞれ8,000AZN、4,000AZN、1,000AZNである。

AzCBでは、MICE観光誘致のマーケティング・プロモーション活動として、ホームページによる情報発信、SNS、ミーティングプランナーガイドの作成、MICE関連の主要展示会への参加 (IMEX等¹³)、国外主要市場でのアゼルバイジャンのMICEに係るワークショップの開催、FAMトリップ¹⁴の実施等

¹¹ 観光セクターへのFDIでは、文化観光省とも協力し、アゼルバイジャン観光のPR・宣伝のためのデスティネーションプロモーションビデオを作成し、BBCで放映した。

¹² DM(Destination Management)とは、観光目的地 (Destination) における観光資源 (自然・文化・歴史・史跡など)、芸術・芸能、食などを、持続的・自律的に観光客を誘致するために、効率的・効果的に運営管理すること。DMOとは、対象となる観光目的地の地域住民や当該地域に精通する人・専門家などと共に観光地域づくりを行う組織体を示す。

¹³ フランクフルトやアメリカで行われる世界最大級のMICE見本市。施設やDMC、オーガナイザー、主催者等が一同に会する。約3,500の団体がブースを設けている。

¹⁴ FAM(Familiarization) トリップとは、観光目的地としての知名度や認知度を高め、観光客誘致を促進することを目的に、

の活動を行っている。

ターゲットとする会議を誘致するための研究開発活動（R&D 活動）として、誘致可能なミーティングの分析、ターゲット団体へのアプローチ、各省庁、民間と共同し、Bid Manual の作成等による誘致に向けた体制構築などを行っている。その他の業務としては、誘致した会議参加者に対する報奨旅行、カンファレンス等を円滑に行うためのホテルや宴会会場・展示会場と DMO、PCO との調整や、アゼルバイジャン観光マネジメント大学（ATMU）における MICE に関する講義等を行っている。

② アゼルバイジャン観光協会（AZTA）

アゼルバイジャン観光協会（AZTA : Azerbaijan Tourism Association）は、民間観光関連事業者が協力連携し、アゼルバイジャンの観光業の発展、サービスの向上、外国人観光客の受入のためのアゼルバイジャンの魅力向上、観光振興を図ることを目的として、2009 年に設立された団体である。加盟メンバーとして、旅行会社 150 社、ホテル 100 社が登録されており、文化観光省と密接な協力関係を築いている。AZTA の代表は、国連世界観光機関（UNWTO : World Tourism Organization）ヨーロッパ支部の議長を担当し、UNWTO の活動にも積極的に参加している。AZTA のスタッフ数は 7 名である。

AZTA は、月 1 回、メンバーとの定例会合を開催し、問題点などについて協議や情報共有や、各種メディアの受入対応を行っている。加えて、AZTA では、ホテル、レストランの各種コース（フロント、ハウスキーピングなど）の研修の支援を行っており、研修を修了したものは証明書の発行をしている。

また、AZTA では、観光客のリピーターを増やすことなどを考慮し、メンバーの旅行会社やホテルとの協力によりデイリーベースの観光情報を入手し必要な情報分析を行ったり、観光統計を基に国別の観光客の動向を分析したりしている。それ以外にも、文化観光省と協力し、国内の観光セクター、観光ビジネスの様々な問題、課題に関して、改善、解決対応、国内外の観光イベント（ユーロビジョン 2015、F1 Gran Prix、国際観光フェア）、FAM ツアーの準備、開催の支援、観光法令（Law on Tourism）の改訂作業にも協力している。

メンバーシップフィーの支払いは、特に義務付けられていないため、組織の運営費はメンバーに対する様々な活動支援を通じて得ている。例えば、海外におけるトラベル・フェアが開催される際、協会として確保した開催ブースを協会メンバーに提供する代わりに、参加費のような形で当該フェアに参加する協会メンバーから金額の支払いを受け、一部を組織運営費に充てている。

(5) アゼルバイジャンの観光に関わる法制度整備の状況

1) 入国管理

① E-Visa の導入

アゼルバイジャン政府は、アゼルバイジャンへの入国者を増やすための手段として、2013 年 3 月からウェブサイト上で査証（ビザ）申請、取得できるよう、オンライン e-Visa システムを導入しビザ申請（有効期間 30 日間）の手続きの簡素化を行った。2016 年 12 月 1 日に政府は査証申請制度の更なる改訂を行い、2017 年 1 月から新たな e-Visa システムとして「ASAN Visa System」が導入され、同システム

対象市場の旅行会社やテレビ会社、広告会社などメディアを招聘すること。FMA トリップ受入側の現地（観光目的地）政府観光局や民間事業者（ホテル、レストラン）などが渡航費や宿泊費、食事代などを負担することが多い。

を通して観光ビザ（有効期間 30 日間）を申請すると 3 営業日以内にビザが取得できるようになった。なお、e-Visa 取得の際には、すべての申請者に対して 23 USD の査証申請料及び手数料が課せられ、支払いは VISA カードもしくは Master カードのみが利用可能である。

同システムが利用可能な国は、中東諸国（UAE、バーレーン、クウェート、カタール他）、EU 諸国（フランス、ドイツ、ギリシャ、英国、イタリア、スペインなど）、東南アジア諸国（ベトナム、タイ、マレーシア、インドネシアなど）、その他欧米、アフリカ諸国、日本を含め合計 81 カ国である。

② オンアライバル Visa

2017 年 1 月 1 日現在、オンアライバル Visa の現状は、下記のとおりである。

アゼルバイジャンへの入国に関して、アゼルバイジャン政府はビザ取得手続きの簡素化により、2016 年 2 月 1 日から「オンアライバル Visa」のシステムを導入した。ヘイダル・アリエフ国際空港及びゲンジェ空港において、日本国旅券所持者に対しては 30 日間有効の一般査証の取得が可能となり、写真や申請料も不要となった。その他の国境から入国する場合や一般査証以外の場合、在日アゼルバイジャン大使館や周辺国の在外公館で事前に査証を申請し、取得する必要がある。日本国籍者は査証代が無料で、取得にかかる期間は即日から 1 週間以内である。

アゼルバイジャンに 10 日間以上滞在する場合は、入国後速やかに滞在先宿泊施設または移民局で外国人滞在登録の申請手続きを行う必要がある。滞在の種別により、必要な提出書類等が異なるため、移民局や在日アゼルバイジャン共和国大使館へ事前に確認することが必要といえる。滞在手続きを怠ると移民局から罰金が課せられる。

日本以外の国籍の入国者に関して、「オンアライバル Visa」の適用¹⁵は、バーレーン、オマーン、カタール、サウジアラビア、クウェート、UAE、トルコ、イスラエル、米国、マレーシア、シンガポール、中国、韓国の 13 カ国である（2017 年 1 月 1 日現在）。

③ Visa 免除対象国

ロシア、ベラルーシ、カザフスタン、ウズベキスタン、タジキスタン、キルギス、ジョージア、モルドバ、ウクライナの 9 カ国は、90 日間以内の滞在であれば、査証が免除となっている（2017 年 1 月 1 日現在）。

2) 国立公園法

国立公園に関する既存の法令は、2000 年 3 月に制定された「自然・保護区域法（Law on Nature and Protected Areas）」である。同法令の記載事項によると、同法令が適用される対象区域は国立公園以外に国立自然保護区、自然公園、エコロジカルパーク、鳥獣保護区域、自然遺産、動物公園、森林植物園、ヘルストリートメントリゾートが含まれている。

同法令は、対象区域（特別保護自然地域）の区分、対象区域全体及び区域別の管理運営規定、対象区域の予算・財務管理規定、対象区域の保全、規制、対象区域での法令違反とそれに対する責任、国際協

¹⁵ 査証の滞在許可日数は 30 日間が原則。但し、例外としてイスラエル国籍の入国者に関しては滞在許可日数 60 日間が許可される。また、米国籍所持者に関しては、ニューヨークからバクーまで直行便を飛ばしているアゼルバイジャン航空を利用しバクーに入国した者のみ、滞在許可日数が 30 日間のビザがヘイダル・アリエフ空港にて発行される。

力など、15章、48の条項で構成されている。また、環境・自然資源省では、国立公園別の公園内での活動に関する禁止事項を設定している。

3) 文化財保護法

文化財保護に関する既存の法令は、1998年に制定され、「歴史・文化遺産保護法 (Law on Protection of Historical and Cultural Monuments)」である。同法令は2005年、2007年及び2010年の3度改訂されている。

同法令は、歴史・文化遺産の分類、所有権、遺産の登録規定、遺産の保護規定、遺産の利用、遺産調査、遺産修復工事、遺産保護に関する法律違反に対する責任などの7章、32の条項で構成されている。

「歴史・文化遺産保護法」に関連し、2003年5月の「アゼルバイジャン民俗表現の法的保護法 (Law on Legal Protection of Azerbaijani Folklore Expressions)」が制定された。同法令は、アゼルバイジャンの伝統民族音楽、舞踊、工芸、絵画などを対象として、それらの登録、保護、伝承、利用、知的所有権、伝統民俗に関する法律違反に対する責任などが記載されている。同法令は、2009年、2013年に2度改訂されている。

4) 観光法

1991年に制定された「観光法 (Law on Tourism)」は、UNWTOや専門家の支援により、10年先を見据えた内容とするべく改訂作業が行われ、「新観光法 (New Law on Tourism (100頁))」(案)が作成され、現在議会で協議中である。なお、新観光法が承認されるまでは、1991年の法律が継続的に適用される。

(6) アゼルバイジャンの観光産業人材育成の状況

1) 文化観光省

文化観光省は、2001年にUNWTOへ加盟し、文化観光省とUNWTOとのテクニカルミッション協力フレームワークのもとUNWTOが主催する様々な活動やプロジェクトに参加している。このような活動を通じて、文化観光省スタッフにおける観光セクター行政機関として必要な専門知識や実務能力が向上しており、バクーでの国際イベント、セミナー、国内での各種イベント開催など、民間観光セクターと協力し円滑に開催することが可能となっている。文化観光省は、UNWTOの支援以外にUNDPから同省のスタッフ、組織能力強化の支援を受け、統計データの分析、官民連携セミナー、ブランディング・マーケティングの研修、プロモーションマテリアルの作成、地域と連携した文化・村落観光の開発などの活動より、省内のマーケティング、プロモーション部局の人材能力が強化されている。

国内には11の観光情報センター (TIC : Tourist Information Center) があり、各センターのセンター長は本省である文化観光省から地域に派遣・配置しているが、専門性、能力が十分でない。TICの人材について、観光の専門家、経験がある人材の配置、あるいは能力強化を図る必要がある。

観光セクター開発のニーズや、期待は今後益々高まる中で、官民連携による観光プロモーションおよび観光開発を推進していく上で、文化観光省のスタッフの更なる能力強化、人材増強が不可欠である。

2) 観光分野の教育機関（大学、職業訓練学校等）

① アゼルバイジャン観光マネジメント大学

文化観光省が所轄する教育機関として、2006年に Azerbaijan Tourism Institute (ATI) が設立され、2014年に ATI はアゼルバイジャン観光マネジメント大学 (ATMU: Azerbaijan Tourism and Management University) に変更となった。ATMU は、学部、修士、博士のコースがあり、観光実務、観光サービス、マーケティングなど、合計 12 のプログラムがある。教育方法、学位の認定制度はボローニャ・プロセス¹⁶に従っている。講義は、アゼルバイジャン語、ロシア語、英語で教えている。マネジメントコースは全て英語の講義が行われている。ATI、ATMU は、過去 10 年間に 5,000 人以上を対象に観光分野の教育を提供してきた。

ATMU では、旅行会社、ホテルなど観光事業者とのパートナー契約を結んでおり、在学中の学生は、旅行会社やホテルで実地研修を受けることが可能である。また、ATMU は、ホテルや旅行会社の実務者をゲストスピーカーや講師として招聘している。将来的な観光セクターの人材育成を行うためには、観光事業者との協力、連携関係及び現場のニーズに応えた教育プログラムの改善、運営が必要である。ATMU は研修生の受入、講師派遣協力等について、合計 200 の企業と契約を結んでいる。通常はホテル等で 5~10 名単位で実施研修を行っている。ATMU のホテル・レストランプログラムには、21 名の臨時講師が在籍している。

ATMU によれば、アゼルバイジャンで観光産業に直接従事している人材は約 50,000 人おり、観光産業のニーズは高い。他方で、アゼルバイジャンにおけるホスピタリティやサービスの研修は、座学中心とした伝統的な手法を重視していることより、ビジネスレベルに達していない。

ATMU は、2010 年から 2012 年の 2 年間、UNDP から ATMU のプログラム、運営指導改善などの支援を受け、そのなかで文化観光省の機能強化支援プログラムの一環として ATMU 内に研究・開発センターが設置された。更に 2015 年から 2018 年まで、UNDP から、ATMU のスタッフの人材育成、指導能力強化、観光職業教育の強化、大学の新たな戦略計画 (2016-2024) の策定支援を受けている。

ATMU を含め、大学で指導している講師、教授は、実務経験が少ないため、実務経験が豊富な人材確保が不可欠である。

② 職業訓練学校

アゼルバイジャンの職業訓練学校は、教育省が管轄している。現在、国内に 20 の職業訓練学校があり、観光分野の職業訓練学校として、バクー観光職業訓練学校 (BTVS: Baku Tourism Vocational School) が 2011 年に設立された。現在、BTVS においては、9 つのプログラム、1 年コース (2 セメスター)、500 名の学生が在籍している。バクー以外にも、地方のイスマイリ、シェキ、マサリーなどに観光職業訓練学校がある。

BTVS は、2013 年から 2015 年まで、UNDP からインフラ/ICT 強化、カリキュラム改善及び新規コースの開発などの支援を受けた。しかしながら、UNDP によると、同支援プログラムの中で実施した

¹⁶ ボローニャ・プロセスとは、高等教育における学位認定の質と水準を国が違っても同レベルのものとして扱うことができるように整備するのを目的として、ヨーロッパ諸国の間で実施された一連の行政会合および合意のことである。名称は提案された地名であるイタリアのボローニャ大学にちなんでいる。

BTVS のスタッフ研修プログラムを受けたスタッフの専門知識や能力が低いことが一因となり、一部の研修が実施できなかったとのことである。このように BTVS のスタッフの能力や専門教育のレベルに課題があることが、優秀な観光分野の専門人材育成にも影響を与えている現状である。

アゼルバイジャンの観光産業人材において、今後も観光分野の職業教育の改善、能力強化の支援が必要である。それらの支援により、観光産業の就業環境の改善、若者や女性の観光産業への雇用機会の向上が期待できる。

3) 民間観光セクター

観光ガイドについては、文化観光省は AZTA を通じて、バクー国立大学、ATMU などから講師を派遣してもらい、観光ガイド養成の研修を実施している。研修費用は 600AZN で、研修期間は 6 か月間となっており、試験で合格すれば文化観光省から資格証明書が発行される。最初の資格は 1 年間有効となっているが、更新後の資格は 5 年間有効となる。

観光ガイドの資格登録制度については、まだ政府内で検討中である。2017 年には文化観光省と ATMU が協力し、観光ガイド協会を設立する予定である。現在、文化観光省で観光ガイド資格を持ったガイドの数が十分に把握されていないだけでなく、無資格で観光ガイド業を行っているケースも多く問題となっている。観光セクターにおいて、一定の質を持った観光ガイドを提供することは重要であり、年々増加する外国人観光客に対応した観光ガイドの育成や、観光ガイドの能力強化が不可欠である。

アゼルバイジャンでは、年々ホテル、レストランが増加している状況で、これらの業界での雇用ニーズが高まっている。他方で、職業訓練学校や観光分野の大学などの出身者は限定されているため、就業前にホテル、レストランの実務専門知識、能力をもった人材が少なく、その結果、これら観光産業に携わるスタッフの育成や能力強化は就業先のホテル、レストランに依存している。高級ホテルや高級レストランでは、独自の研修プログラムの実施や外部研修機関などが実施する研修への参加促進など、自社スタッフの人材育成を行なっているものの、それ以外の中堅のホテル、レストランなどのスタッフは研修機会を得ることが少なく、その結果、ゲストに対して提供できるサービスやホスピタリティが十分でない状況である。特に、中堅以下のホテル、レストランでは OJT による人材育成が不可欠である。なお、AZTA では、ホテル、レストランの職務別（フロント、ハウスキーピングなど）の研修実施支援を行っているが、今後は、ホテル、レストラン分野の人材育成ニーズ（地域別、職務別、レベル別）に対応した研修の実施が望まれる。

(7) アゼルバイジャンの観光分野に対する他ドナーの支援状況

アゼルバイジャンに対するドナーの支援状況としては、脱石油経済と地域間格差の是正に向けた民間セクターの中小企業育成や、運輸・道路インフラ整備を中心に支援が行われている。次表にドナーによる支援状況を示す。

表 2-8：ドナーによる支援状況

ドナー	主な取り組み
米国 (USAID)	「Country Development Cooperation Strategy (2011-2016)」による非石油セクター開発、高付加価値農産品の輸出促進支援、アグリビジネス支援、中小企業育成のための商業銀行支援などを実施
ドイツ (GIZ)	ビジネス環境整備、職業訓練強化などの中小企業支援（アゼルバイジャンを含む南コーカサス地域民間セクター開発）
世界銀行	「Country Partnership Framework (2015-2020)」による脱石油経済の強化としてビジネス環境整備、農業における競争力向上プロジェクト、インフラ整備、北部西部地域回廊観光開発プロジェクトの計画等を支援
EU	「Eastern Partnership Initiative」による地域・農村開発、教育・技術能力向上支援、「European Neighborhood Policy Instrument」による再生可能エネルギー、立法、農業、地域開発などの支援、観光分野支援では「農村観光支援」、「文化観光省文化セクターの政策、管理システムの改善支援」、「European Neighborhood and Partnership Instrument East Countries Forest Law Enforcement and Government II Program」による森林地域における持続可能な観光・レクリエーション開発の調査、コンセプトの作成などを支援
UNDP	民主的なガバナンス、持続的開発、危機回避・復興、女性のエンパワーメントの4つ分野での支援。観光分野の支援では「文化観光省の組織能力強化」「バクー観光職業学校支援」及び「アゼルバイジャン観光マネジメント大学 (ATMU) の能力強化」プロジェクトが実施された。
UNESCO	世界遺産登録の支援、有形・無形文化歴史遺産の保全、修復、文化教育関連セミナー、イベントの開催、博物館等の文化教育施設の人材能力強化、施設の機能改善支援など
アジア開発銀行	「Country Partnership Strategy (2014-2018)」による道路網改修、都市・公共インフラサービス改善プログラムなどを支援

出典：JICA 調査団

アゼルバイジャンの観光開発分野における主な支援ドナーとしては、世界銀行、EU、UNDP、UNESCO が挙げられ、下記の通り各種支援を実施している。

1) 世界銀行

世界銀行は、1997年から2007年まで「Cultural Heritage Support Project」を実施し、バクーにあるシルヴァンシャー宮殿、シェキにあるハーン宮殿、ナヒチェバンにあるモミネ・ハトゥン廟などの歴史的建造物の保全と修復及びアゼルバイジャンにおける文化観光保全・修復に係る能力強化を行った。また、2015年に定められた「Country Partnership Framework (CPF) 2015 - 2020」を見ると、世界銀行は1) 公共セクター管理・サービス提供、2) 経済競争力の2つの分野を重点分野として支援することが示されており、特に、観光セクター分野に係わる支援としては、インフラ整備、公共資源管理能力の強化、水・衛生・商業サービスの改善、自然資源の保全、環境改善、主要道路ネットワークの整備、中小企業への財源支援、農業、農産加工品の改善、農村開発などが含まれている。

更に世界銀行は、2015年に文化観光省と協力し、「北部西部地域コリドー観光開発プロジェクト (North-Western Corridor Tourism Development Project)」と称し、観光開発プロジェクトの調査、計画の提案を行った。当該プロジェクトの提案内容は、アゼルバイジャンの北部から西部地域までの観光地を結ぶ地域をプロジェクト対象地域として、観光現状調査、観光資源のアセスメント、開発戦略を策定し、地域毎に必要な文化遺産修復、観光施設や観光インフラの整備計画及び資金計画を行うというものであった。同プロジェクト案は文化観光省、経済省に承認されたが、財務省で否認され、現在、ペンディングになっている。同プロジェクトが否認された理由は、オイル価格の減額による政府の予算縮

小、アゼルバイジャン側のローン貸付負担、政府の優先度が、観光以外の主要インフラ整備に置かれたことなどが挙げられる。

2) EU

EU による観光分野への支援では「農村観光支援」として、六つの村落において、起業家、中小企業事業者への起業家精神、ビジネスマネジメントの能力向上研修、職業訓練学校の整備、若者向けの雇用支援研修、コミュニティ観光協議会の設立、戦略策定、企業家への財源支援など、各種活動が実施され、2016年2月に完了した。また、文化観光省を対象とした「文化観光省文化セクターの政策、管理システムの改善支援」が2016年8月から2年間の予定で実施中である。

EU は、「European Neighborhood and Partnership Instrument East Countries Forest Law Enforcement and Government II Program」¹⁷のプログラムの一環として、2015年に「森林地域における持続可能な観光・レクリエーションの開発」の調査及びコンセプトづくりの支援を行った。本調査の目的は、アゼルバイジャンの森林地域でのエコツーリズム開発のための潜在的なレクリエーション活動の評価、レクリエーション活動による負のインパクトの調査、パイロットプロジェクトエリア（グサール、マサリー）での観光管理計画、アクションプランの策定である。調査及びコンセプトづくりは、環境・自然資源省が実施機関となり、文化観光省、地元自治体、地域コミュニティとの連携の下、実施された。

3) UNDP

UNDP は「UNDP Country Progame (2016-2020) for Azerbaijan」で1) 民主的なガバナンス、2) 持続的開発、3) 危機回避・復興、4) 女性のエンパワーメントの四つの分野で支援を行っている。観光セクター支援プロジェクトとしては、文化観光省が実施機関となって以下の三つのプロジェクトを実施している。

「文化観光省の組織能力強化」プロジェクトが2010年から2012年まで実施された。同プロジェクトでは、文化観光省の機能、能力強化を目的として、①文化観光省スタッフの民間セクターとの連携したマーケティング能力強化、②アゼルバイジャン観光マネジメント大学（ATMU）スタッフの観光産業の雇用を促進するための専門知識、スキルの強化、③観光情報センターのスタッフの観光客向けに提供するサービス、情報の知識、能力の強化が行われた。予算は合計440,000 USD（文化観光省：400,000 USD、UNDP：40,000 USD）であった。

「バクー観光職業学校支援」プロジェクトが2013年から2015年まで実施された。同プロジェクトでは、バクー観光職業学校の機能拡充、スタッフの人材能力強化を目的として、①インフラ/ICT強化、②カリキュラム改善及び新規コースの開発、③国際的な専門知見、経験の拡充などの支援が行われた。予算は合計483,000 USD（文化観光省：383,000 USD、UNDP：100,000 USD）であった。

「アゼルバイジャン観光マネジメント大学（ATMU）の能力強化」プロジェクトは、2015年から2018年までのプロジェクト期間で現在実施中である。同プロジェクトは、ATMUの機能拡充、人材能力強化

¹⁷ プログラムは、EUが資金を拠出し、世界銀行 世界自然保護基金(WWF: World Wide Fund for Nature)及び国際自然保護連合(IUCN: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources)とのパートナーシップにより、世界銀行が実施している。

を目的として、①ATMU の組織支援、②ATMU 戦略計画（2016-2024）の策定支援、③ATMU 観光・ホスピタリティ学部の UNWTO TedQual 認証システムの導入支援、④国際的な専門知見、経験の拡充、⑤観光職業教育の強化などの支援が行われた。予算は合計 420,000 USD（文化観光省：300,000 USD、ATMU: 80,000 USD、UNDP: 40,000 USD）となっている。

UNDP による上記観光プロジェクトの支援結果によると、BTVS や他の職業学校において、更なる観光分野の職業教育の改善、人材能力強化を支援する必要があるとされている。また、観光産業へのニーズが高く、サービス、ホスピタリティ、スキル、専門知識の向上を図るためにも、観光分野の人材研修等の支援が必要である。

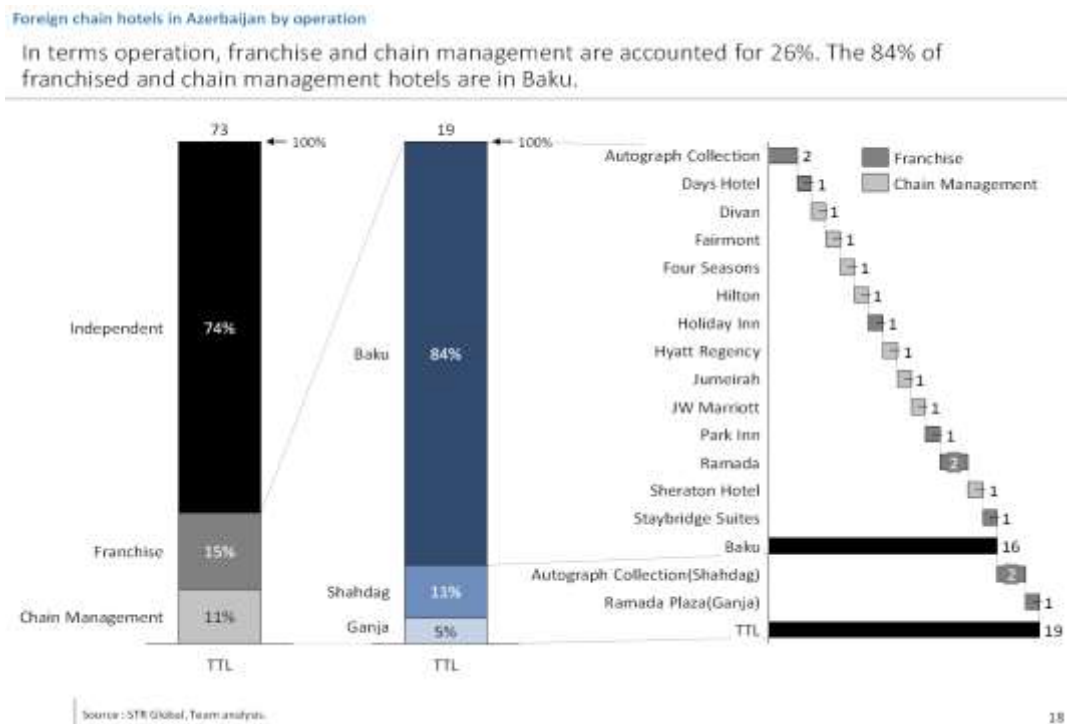
(8) アゼルバイジャンの観光産業の動向

1) 外国投資

首都バクーは海外からの民間投資により、急速に都市開発が進み、現在、大手の外資系ホテル、ビジネス・複合商業施設が数多く立地している。バクーでは 2015 年 6 月に第 1 回ユーロオリンピック（European Games）、2016 年 6 月に F1 グランプリが開催されるなど、アゼルバイジャン政府はバクーを MICE 観光地としてプロモートしている。また、アゼルバイジャンは、2001 年に UNWTO 加盟後、UNWTO 主催の様々なイベントや活動に参加し、観光産業を順調に発展させてきている。

STR Global のデータによると、フランチャイズ契約やチェーンマネージメントでアゼルバイジャンへの外資系チェーンホテルの進出も進んでいることが確認できる。

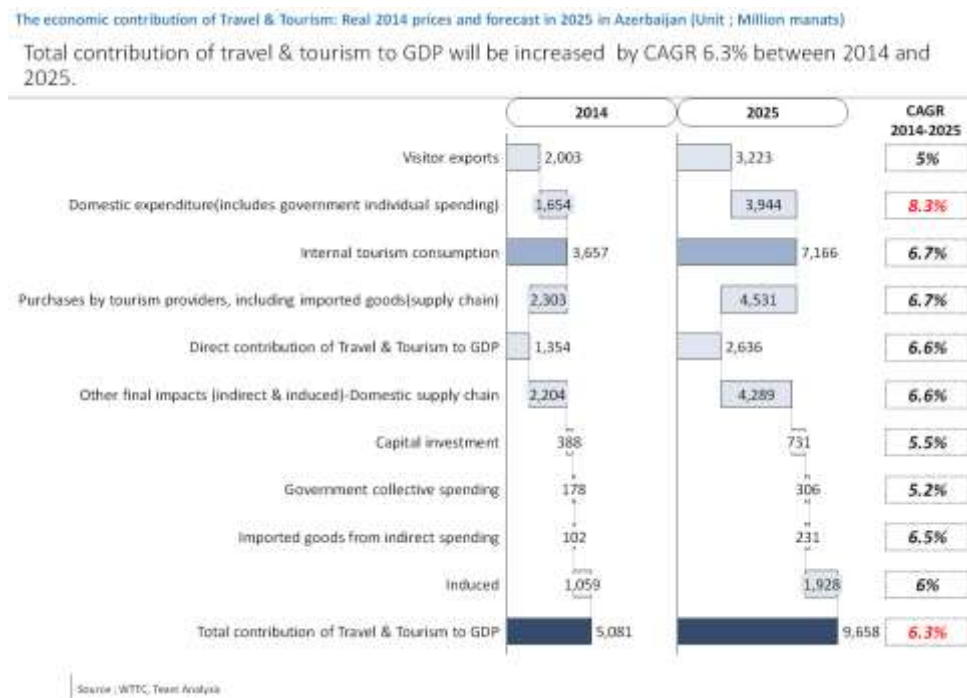
他方、外資系チェーンホテルの 80%以上が首都バクーに集中しているのが現状であり、第二の都市ゲランジェではラマダプラザのみが外国資本系のチェーンホテルとなっている。



出典：STR Global より JICA 調査団分析

図 2-3：アゼルバイジャンに進出しているホテルの運営形態

同国における観光関連産業全体の GDP への貢献は、2015 年の世界旅行ツーリズム協議会 (WTTC) の発表によると、2014 年の 50.8 億 AZN (64.7 億ドル) から年率約 6%で伸び、2025 年には 96.5 億 AZN (123.1 億ドル) に達すると予測している¹⁸。



出典 : STR Global より JICA 調査団分析

図 2-4 : 観光関連産業全体の GDP への貢献

2) 観光客の動向

① 外国人観光客の動向

外国人観光客は、2009 年の世界金融危機から 2013 年まで年率 8%の伸びを見せていたが、2013 年を契機に減少に転じ、2015 年は 2013 年比で -20%の 2 百万人弱となっている。この減少の要因となったのは、隣国ロシア、ジョージア、トルコからの観光客減と考えられ、2013 年 2 月に起きたロシアのクリミア再統合が影響したものと推察される。

なお、2016 年の外国人観光客の統計はまだ発表されていないが、「2016 年 5 月のアラブ首長国連邦からアゼルバイジャンへの観光客数は 2015 年が 99 人だったのに対し、2016 年は 3,000 人であった¹⁹という報道があり、アラブ首長国連邦からの観光客の増加が顕著であった。旅行会社や観光関連団体も一同に「ピーク期にアラブからの観光客の増加によって、バクーではホテルの客室不足が蔓延した²⁰」と回答しており、急激な観光客の増加によってハイシーズンの客室不足が大きな課題となっている。

¹⁸ WTTC Travel & Tourism Economic Impact 2015 Azerbaijan

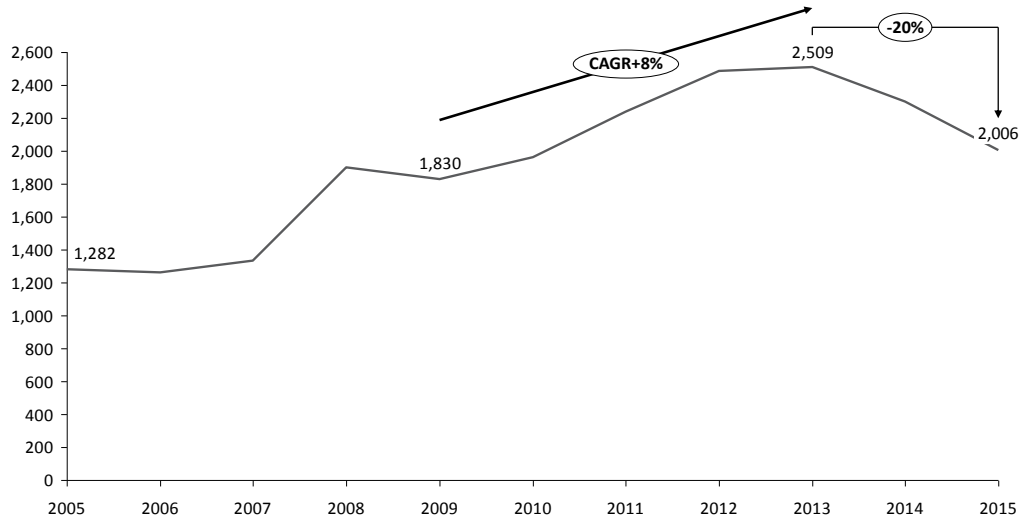
¹⁹ <http://www.azernews.az/travel/100200.html>

²⁰ 調査団ヒアリング調査より

Incoming tourists to Azerbaijan

Azerbaijan shows a sharp increase from 2009 to 2013.

Number of Foreign citizens arrived to Azerbaijan (Unit : thsd.)



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

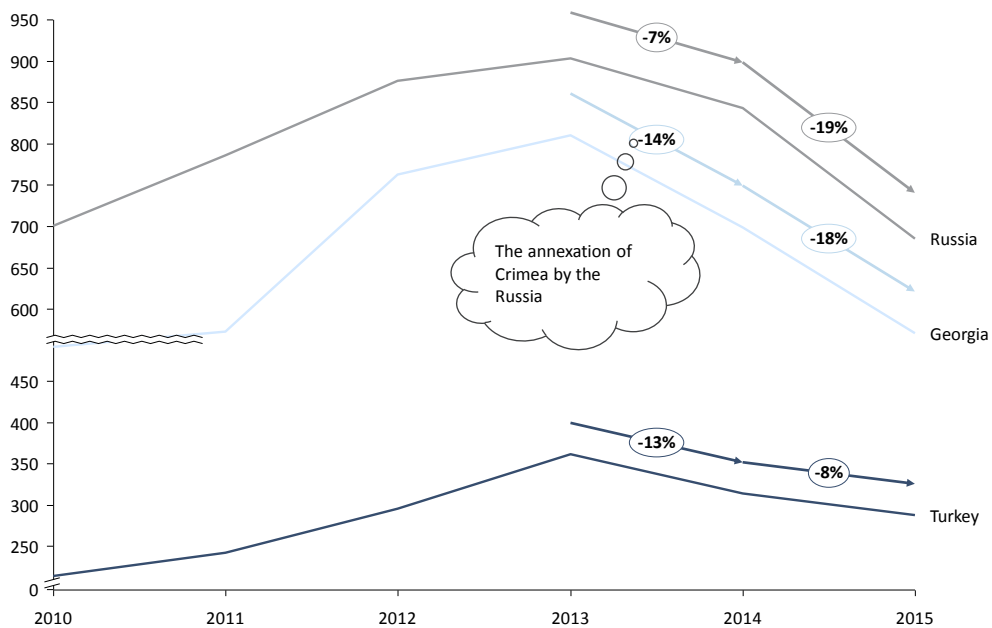
8

出典 : State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-5 : アゼルバイジャンへの観光客の推移

Number of incoming tourists from Russia, Georgia, and Turkey (unit : thsd)

Russia, Georgia and Turkey showed dramatic decreases from 2013 to 2015. It maybe because of the annexation of Crmiaea by the Russia.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, team analysis

出典 : State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-6 : ロシア、ジョージア、トルコからアゼルバイジャンへの観光客の推移

外国人観光客の構成では、欧州が90%程度を占める。そのうち、80%程度を中東欧が占めていることから、近隣からの観光客のフローが多数を占めていることが分かる。

地域別の観光客の推移では、前述のとおり、隣国の中・東欧からの観光客数が2013年から2015年にかけて減少している他、アジアからの観光客数も減少していることが分かる。

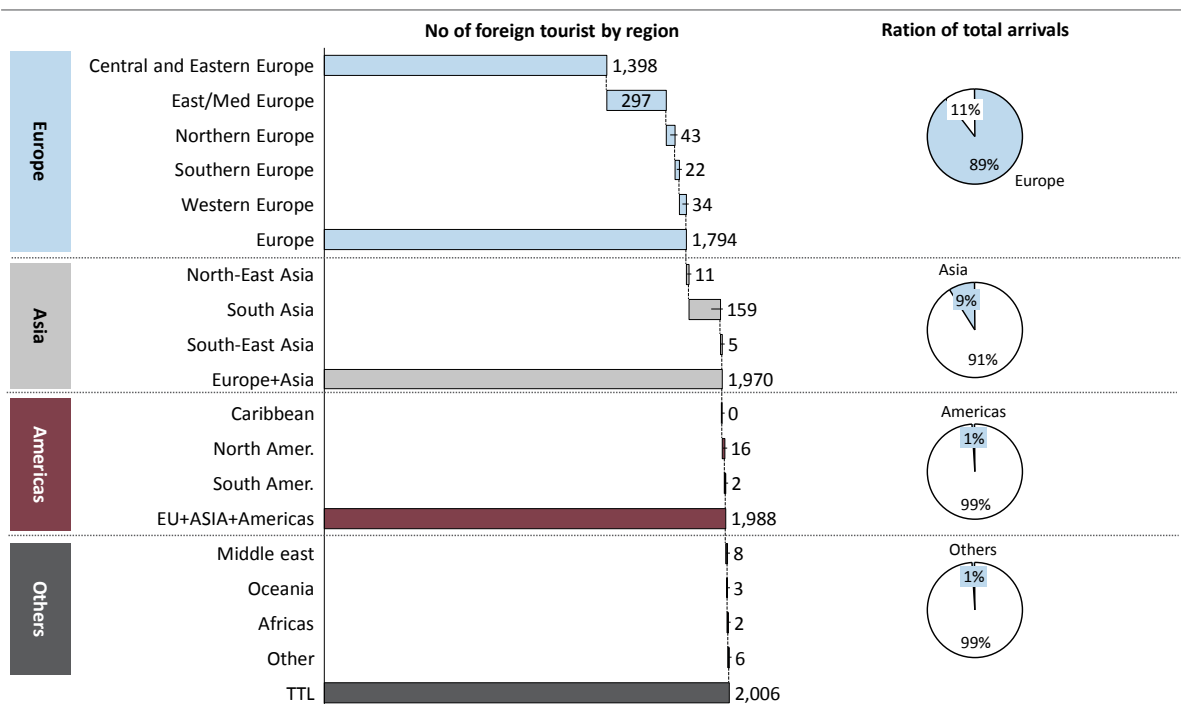
アジアからの観光客が減少した主な原因は、イランからの観光客の減少と考えられ、これは2011年のアメリカからイランに課された金融制裁が引き金となったと考えられる。

また、中東からの観光客が2014年から2015年にかけて急増しているが、これはUAEからの観光客の増加によるもので、「比較的近距离かつ、リーズナブルな価格で5つ星ホテルに宿泊でき、イスラム教国であることが主な理由で、ハンティング等を楽しむのに適したデスティネーション²¹」であることが誘客の増加に繋がっていると考えられる。

なお、2010年に1,800人程であった日本人観光客数は、約3,300人にまで増加している。

Number of Foreign citizens arrived to Azerbaijan by countries in 2015 (Unit : thsd.)

Europe accounted for around 90% of total arrivals.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

出典 : State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-7 : アゼルバイジャンへの外国人観光客の構成 (2015 年)

²¹ 現地旅行会社インタビューより

Number of incoming tourists to Azerbaijan by region (unit : thsd)

Number of incoming tourists from Central and Eastern Europe to Azerbaijan considerably decreased.



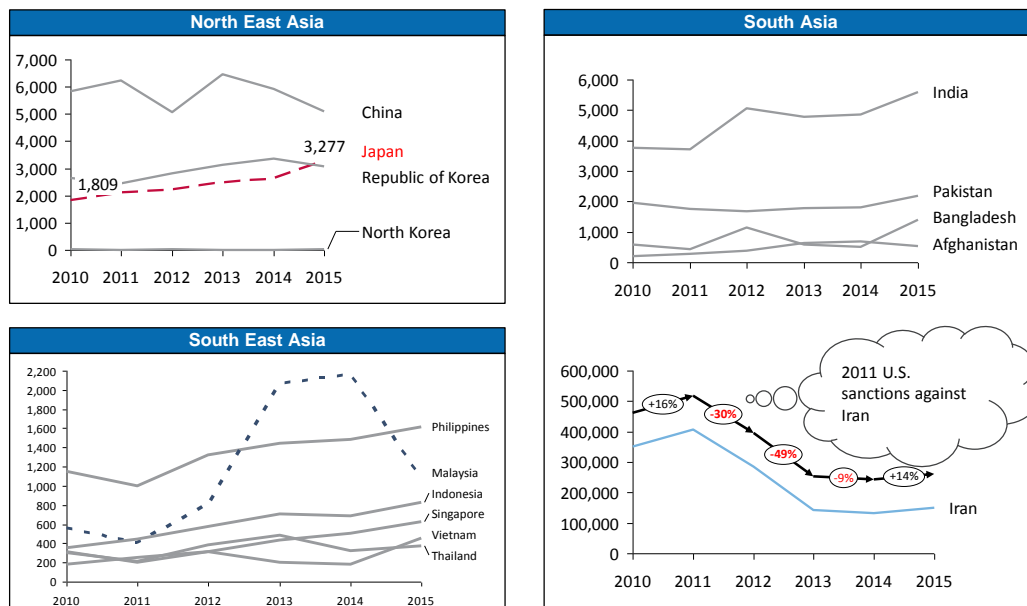
Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, team analysis

出典 : State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-8 : 地域別外国人観光客数の推移

Number of incoming tourists from Asia by countries (unit : person)

Iran showed a considerable drop from 2011 to 2014.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, team analysis

出典 : State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

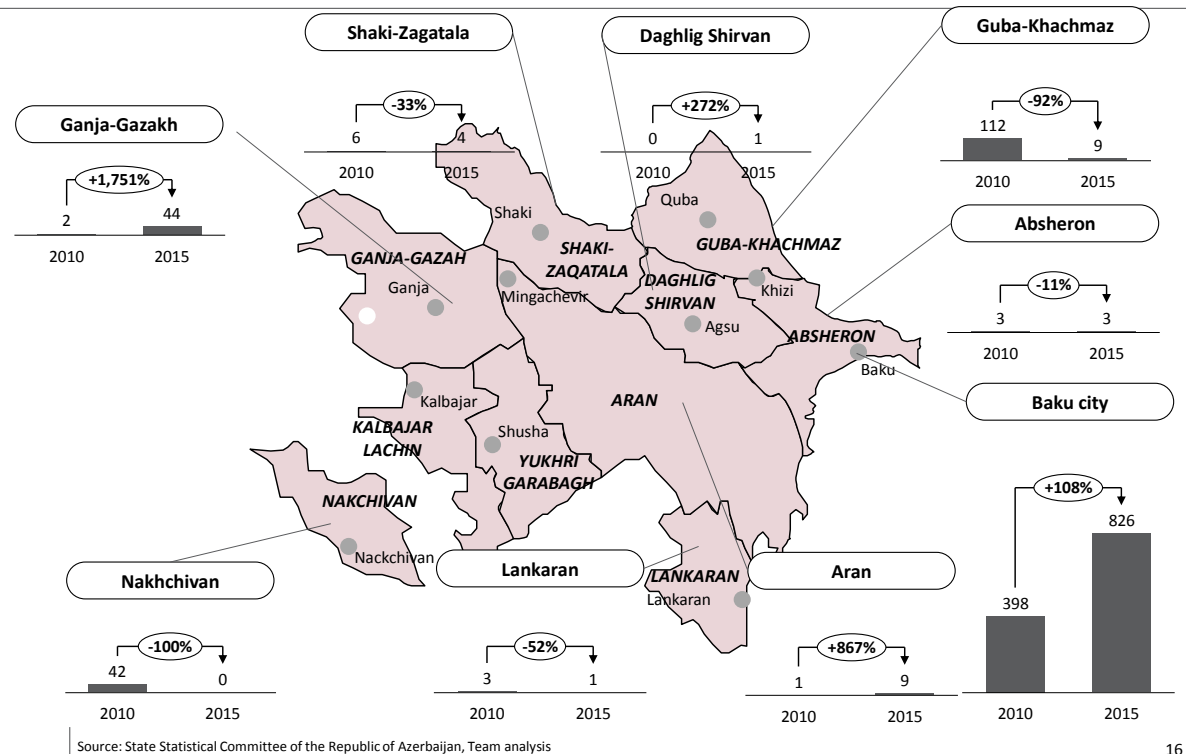
図 2-9 : アジアからの外国人観光客の推移

② 地域別の観光客の動向

アゼルバイジャン国内の各都市における外国人延べ宿泊者数の増減を見ると、バクーが 87.6 万人泊と他の都市と比べて圧倒的に多く、2010 年からの 5 年間で倍以上の伸びをみせている。

Number of overnights of foreign citizens in hotels and similar establishments by economic regions (Unit: thsd nights)

Baku city and Ganja showed considerable increases in terms of overnights of citizens.



16

出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-10：地域別外国人延べ宿泊者数の推移

国内観光客の延べ宿泊数では、バクーは 2010 年から 2015 年までの間に約 50%減少している一方、ゲンジェでは 372%増加している。

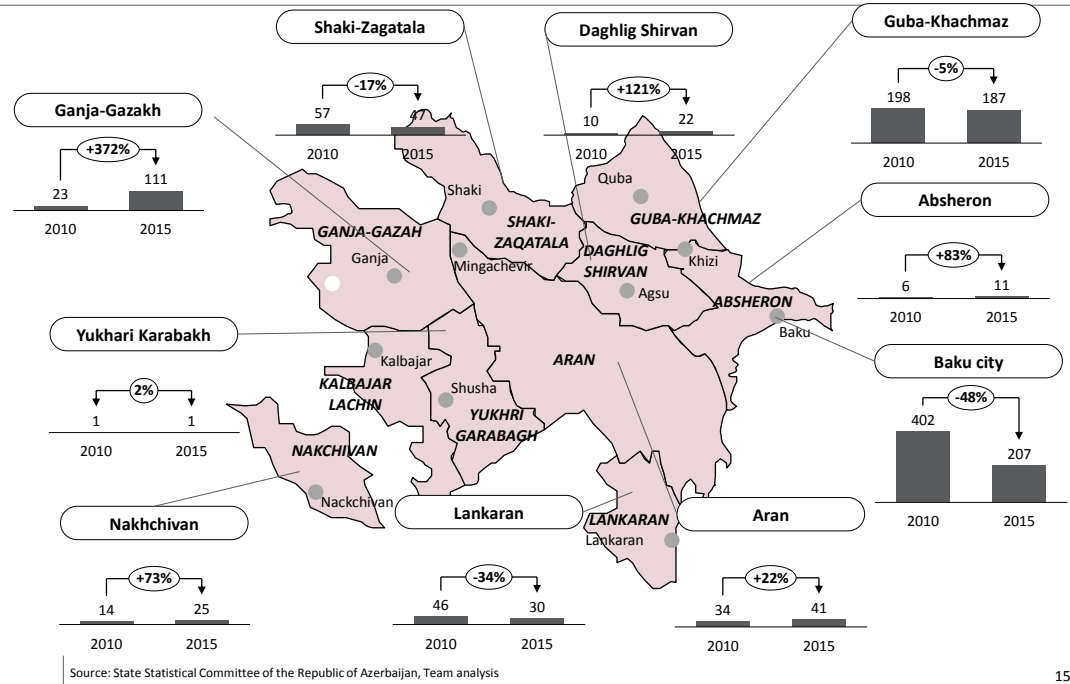
なお、宿泊者実人数では 2010 年から 2015 年までで 50%ほど増加していることから、バクーに宿泊する観光客のタイプが変化していることが分かる。

つまり、概して宿泊日数の多い「観光目的」の観光客が減少している一方で、ビジネス等の観光目的以外の観光客数が増加していることが挙げられる。

なお、バクーを除くその他の地域の国内観顧客の構成比は「観光目的」が 9 ポイントも増加していることから、地方への「観光目的」の観光客の分散が見て取れる。

Number of Azerbaijan citizen overnights in hotels and similar establishments by economic regions (Unit: thsd nights)

Domestic tourists showed sharp decrease in Baku city.



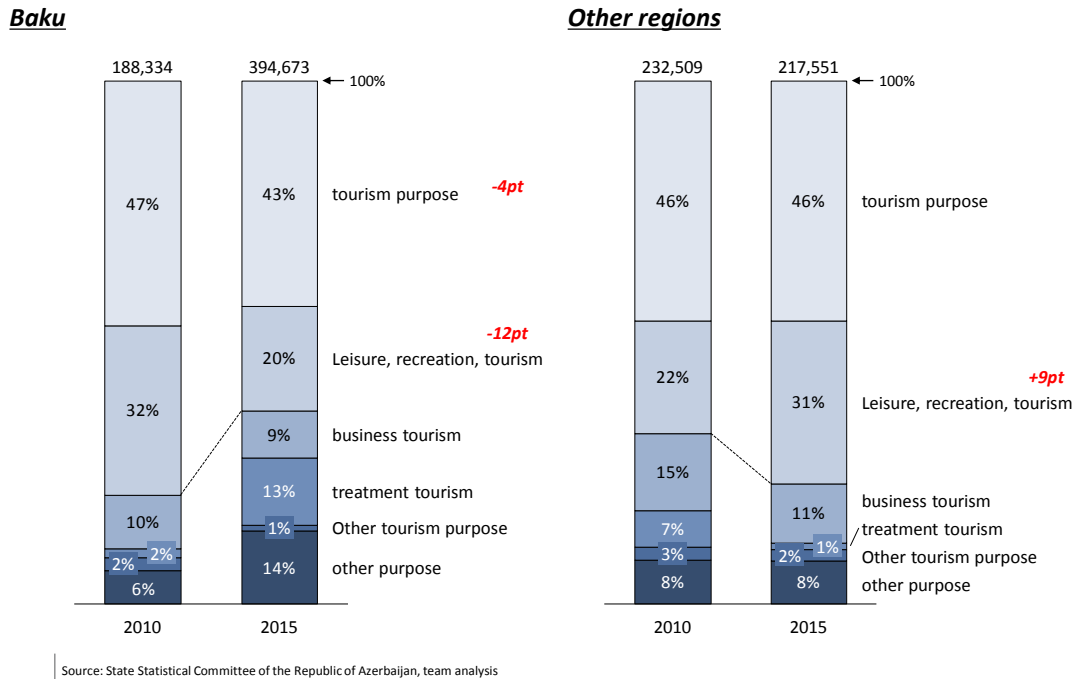
15

出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-11：地域別アゼルバイジャン人延べ宿泊者数の推移

Composition of accommodated country citizens in hotels and similar establishments in Baku and other regions by purpose of travel

On the one hand, composition of tourism and leisure/recreation showed -16pt drops, while other regions showed +9pt ups.

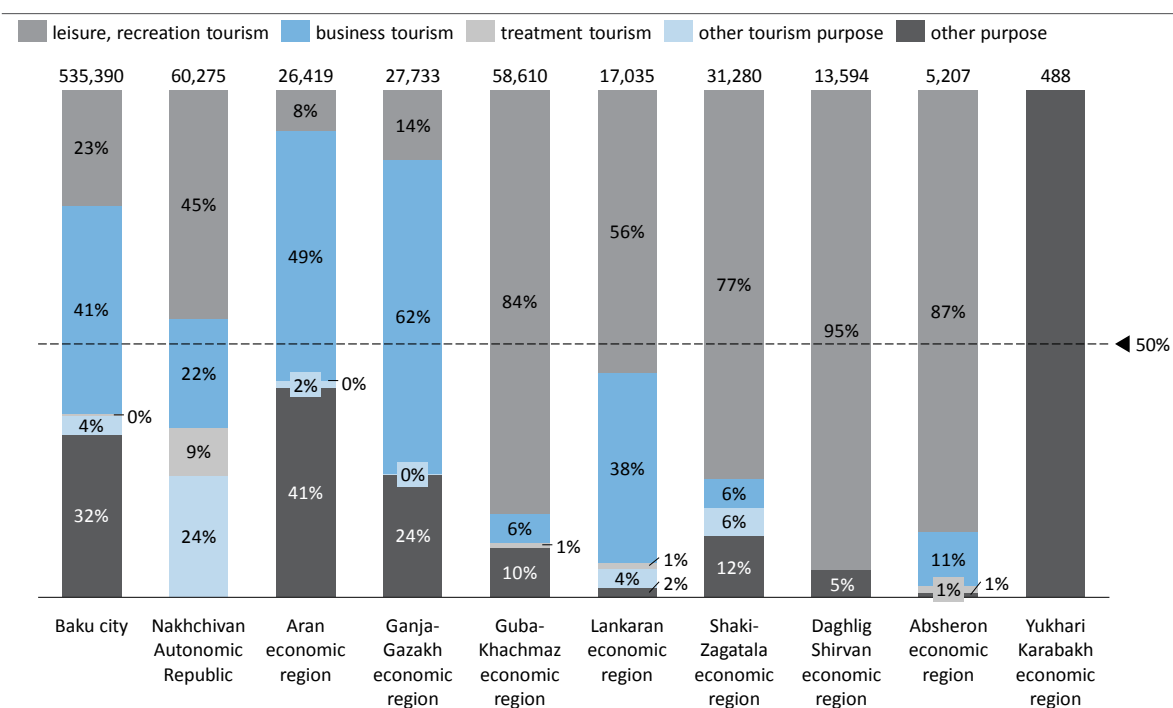


出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-12：バクーとその他の地域におけるアゼルバイジャン人の宿泊者実数の構成比の推移

地域別の宿泊客（国内客・外国人観光客の区別無）の訪問目的を見てみると、首都バクー及びゲンジェでは、商業などが発展していることから、ビジネス目的の滞在が40%を超えていることが特徴的である。

Ratio of accommodated persons by purpose of travel by economic regions in 2015



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

25

出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-13：地域別宿泊者の訪問目的

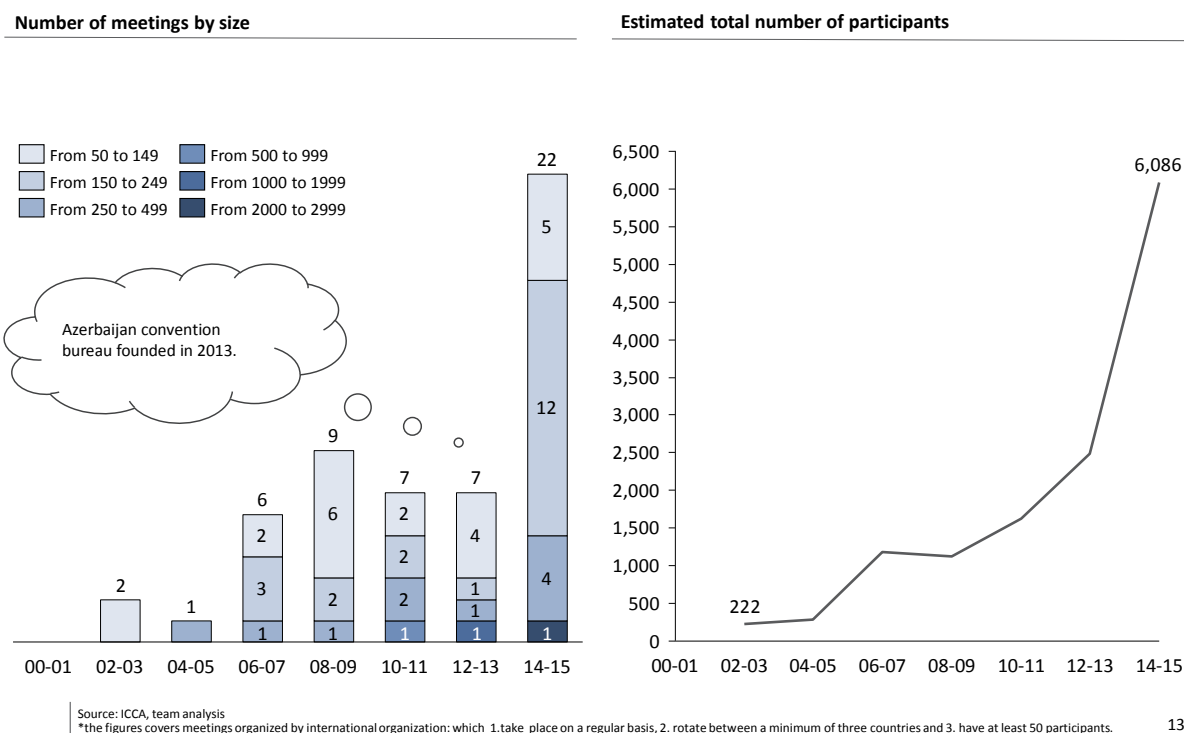
③ MICE 関連²²

アゼルバイジャンは、近年 MICE 誘致に力を入れていることもあり、コンベンション施設等のハード面の整備の他、ソフト面では官民連携での MICE 誘致団体として 2013 年に AzCB が設立されるなど、環境が整い急激に国際団体の会議誘致実績を伸ばしている。

²² 関連のデータに関しては、インセンティブ数等は公表されていないため、International Congress and Convention Association のデータを用いて分析を実施

Meetings which Azerbaijan attracted (Unit: number of meetings and participants)

Azerbaijan showed the sharp increase of meetings and the participants.



出典：ICCA データより JICA 調査団分析

図 2-14：アゼルバイジャンで催された国際団体の Meeting 数とその推定参加者数²³

3) 観光関連産業の状況

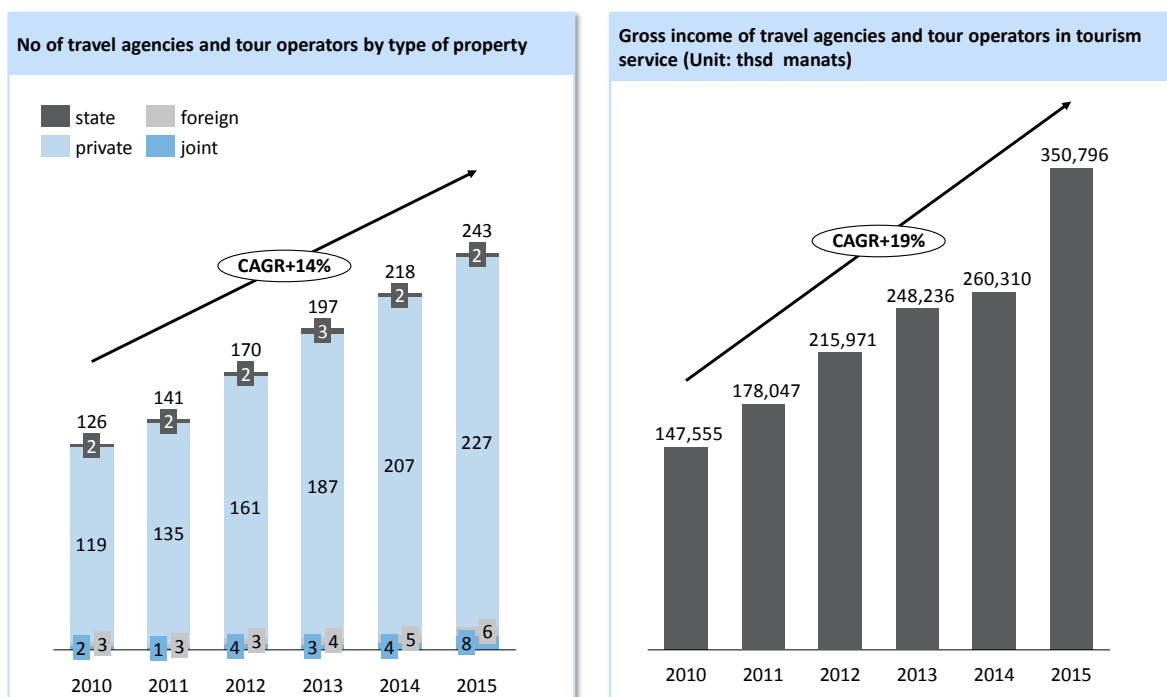
① ツアーオペレーター

(ア) アゼルバイジャンにおけるツアーオペレーター・旅行代理店の現状

統計局のデータでは、ツアーオペレーター及び旅行代理店数は、2010 年以降年平均で 14%増加しており、2015 年現在で 243 件となっている。しかし、2015 年に政府によるツアーオペレーター及び旅行代理店の登録制度が無くなったため、その数を正確に把握できていないのが現状である。

²³ 数値は国際団体主催の Meeting で、①定期的実施されているもの、②少なくとも 3 つの国以上でローテーションがあること、③少なくとも 50 人以上が参加しているもの

Both number and gross income of travel agencies and tour operators increased since 2010.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

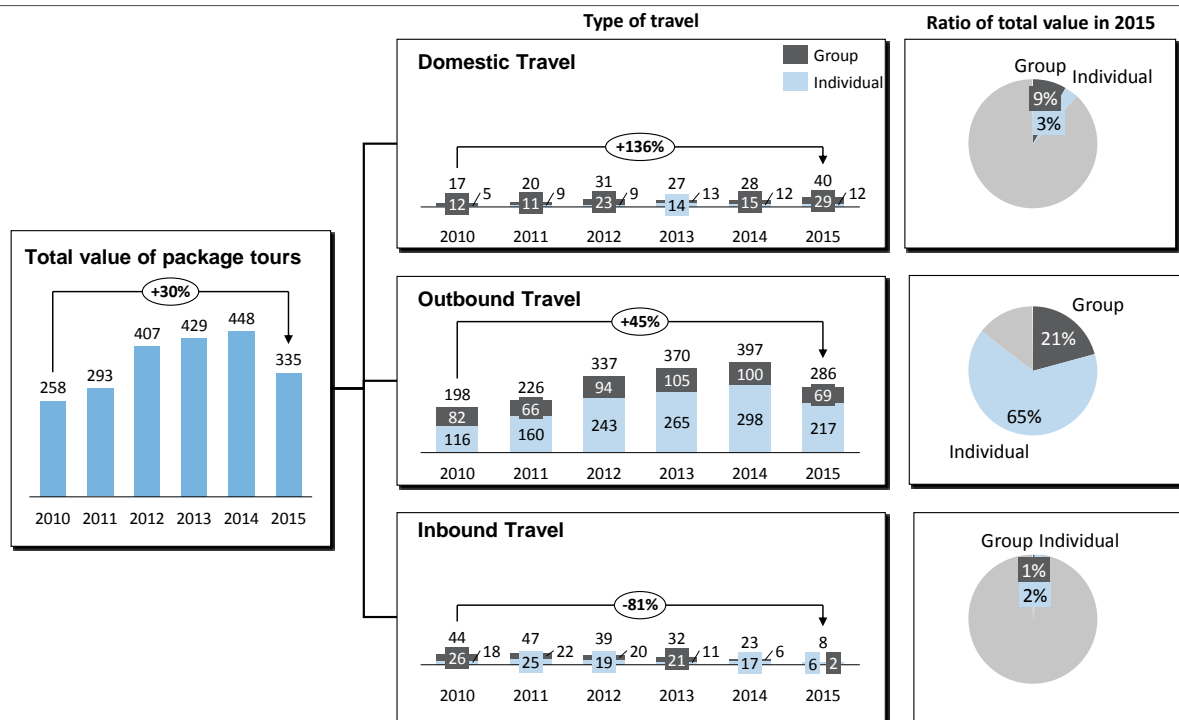
出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-15：アゼルバイジャンにおけるツアーオペレーターと旅行代理店数とその売上の推移

統計局が把握しているツアーオペレーター・旅行代理店によって販売されたパッケージツアーを国内旅行、海外旅行、外国人観光客毎にその市場規模を分けると、2015年の段階で約86%がアゼルバイジャン国内市場向けの海外旅行販売となっており、外国人観光客向けの市場規模は全体の3%程度となっている。

この数値は、2010年と比べると減少傾向にあるが、外国人観光客数全体の減少は見られていないことから、登録制度が無くなったことによってインバウンドツアー・オペレーターが売上を申告しなくなったこと、もしくは、インバウンドツアー・オペレーター自体が登録をやめたため売上が把握できなくなったことによるものと考えられる。

In terms of value of package sold by travel agencies and tour operators, outbound travel are accounted for around 86%.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-16：ツアーオペレーター、旅行代理店によって販売されたパッケージツアーの市場規模

(イ) ツアーオペレーターの商品造成および流通

アゼルバイジャン国内の商品造成については、欧州、アジア市場ともにバクーでの都市観光とシェキへの観光といった 2-3 泊ほどのツアーを組み、その後ジョージアへと抜けるツアーが多い。アゼルバイジャンのツアーオペレーターがコーカサス 3 国の商品造成を請け負うことは、アルメニアとの関係上できず、文化の異なるコーカサスを巡るようなオーソドックスな商品造成ができない。

なお、従来の観光商品と異なるターゲットに対してトレッキングやスキーリゾートを含む商品造成も始めているが、ニッチ層に向けた商品造成は、萌芽的な状況である。

商品流通は、欧米やロシアについては現地の大手旅行会社との直接取引であるが、日本市場においては、欧州に拠点を置くホールセラーを通じた形での流通が多く、利益を残しにくい構造となっている。

また、ジョージアとアルメニアを同時に訪問するコーカサス三ヵ国周遊型のツアーの場合、ワンストップで対応できるジョージア等のツアーオペレーターが旅行会社の窓口となるため、アゼルバイジャンのツアーオペレーターは、ジョージアのツアーオペレーターの下請けとなっているのが現状である。

Tour operators in Georgia are only players those who creates “Caucasus regions” tour.

	Tour operators in Azerbaijan	Tour operators in Georgia	Tour operators in Armenia
Product creation in Azerbaijan	○	○	✕
Product creation in Georgia	○	○	○
Product creation in Armenia	✕	○	○

Source : Interview, team analysis

出典：ヒアリング調査より JICA 調査団分析

図 2-17：コーカサス 3 ヶ国周遊等のツアー造成の際のツアーオペレーター造成可能範囲

(ウ) ツアーオペレーターのプロモーション活動およびその他のサービス

ターゲット市場に対するプロモーション活動としては、欧州、ロシア、並びに日本の旅行博に参加し、B to B のコネクションを築いていることが多い。ツアー商品には、バクー市内・近郊の観光ツアーの他、ジョージアやイランを組み合わせるツアーも実施している。

一般的な観光ツアーはもとより、スパ体験やウェディングディナーといった SIT²⁴タイプの手配、また、インセンティブツアーの受け入れや、小規模のエキシビションの対応等も行っている。

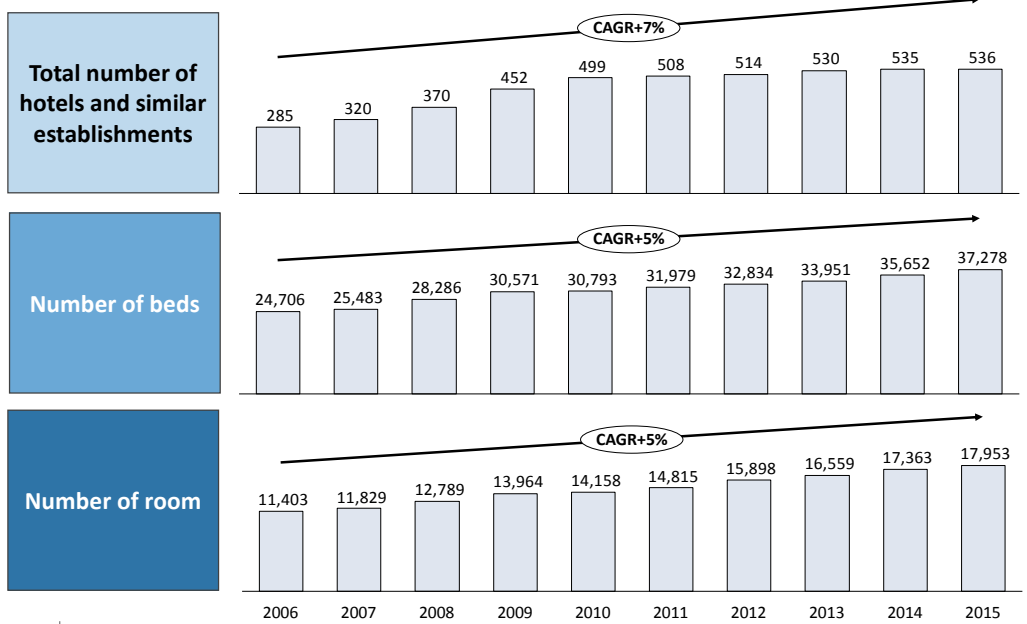
② ホテル・レストラン

ホテル等の宿泊施設は、施設数、ベッド数、ルーム数共に毎年増加しており、政府統計によれば、ホテル等の宿泊施設数は 2015 年現在 536 件、ベッド数は 37,278 台となっている。

²⁴ Special Interest Tour の略。特別な目的に絞った旅行を指す。

Number of hotels and similar establishments, beds and rooms in Azerbaijan

The number of hotels, beds and rooms have increased since 2006.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

18

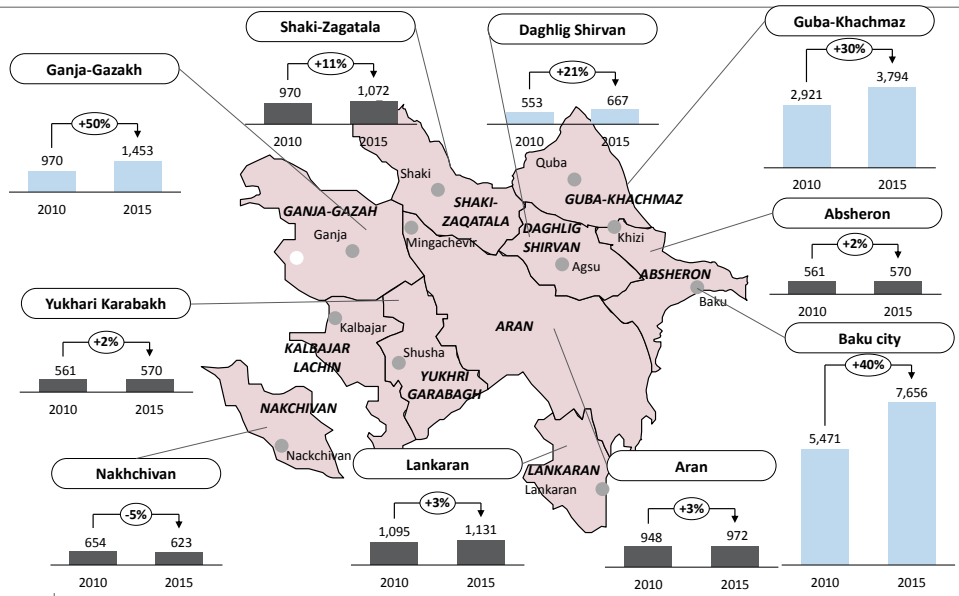
出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-18：アゼルバイジャンにおけるホテル等の宿泊施設の推移（施設数・ベッド数・ルーム数）

地域別にホテル等のキャパシティ（ルーム数）の増減をみると、2010年から2015年にかけて、バクー40%、ゲンジェ50%、グバ30%と都市部で大幅に収容数を増加させている。2015年現在、バクーは7,656室存在しており、アゼルバイジャン全体の約半数を占める形となっている。

Number of rooms in hotels and similar establishments by economic regions in Azerbaijan

Apart from Baku city, Ganja-Gazakh, Guba-Khachmaz and Daghlig Shirvan demonstrate more than 20% growth, compared to 2010.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

14

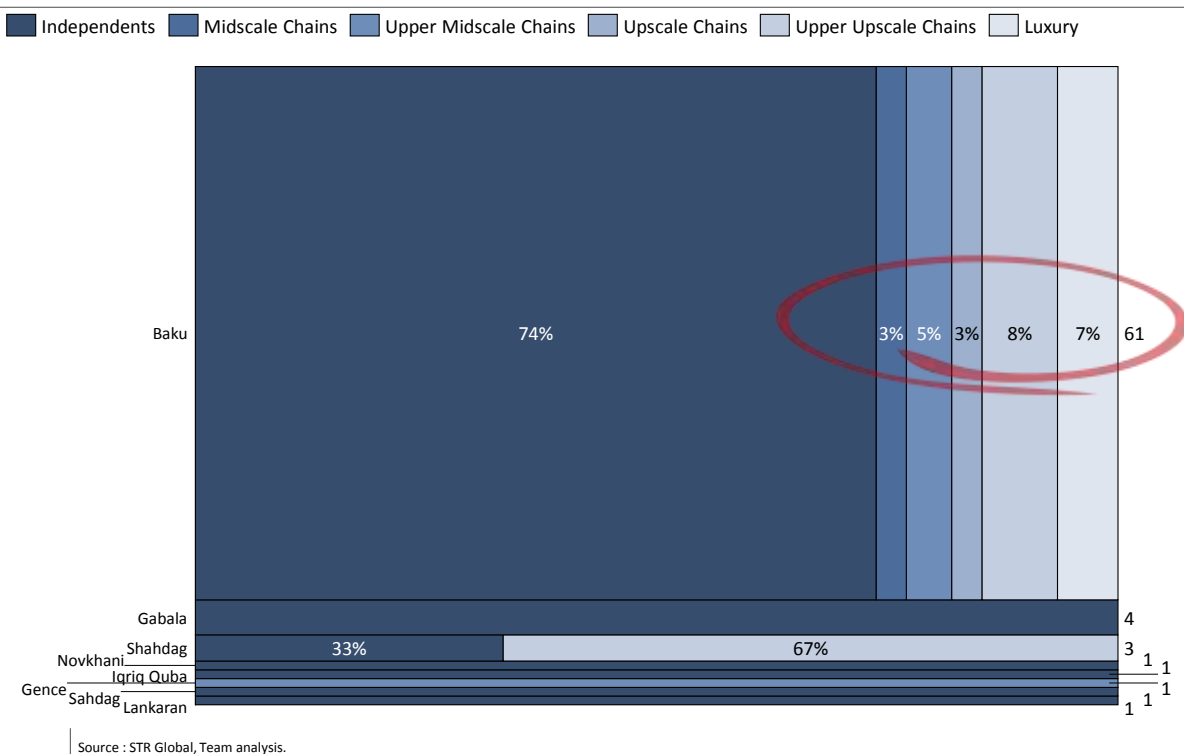
出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

図 2-19：アゼルバイジャンにおける地域別のホテル等のルーム数の推移（2010年・2015年）

STR Global のチェーンスケールセグメントデータ²⁵を用い、アゼルバイジャンのホテルを分析したところ、ブランドホテルが展開しているホテルでは、Luxury（最高級）から Upper Midscale（中上級）までのクラスが多く、リーズナブルな価格帯のブランドホテルが無い²⁶。

Composition ratio of hotel in Azerbaijan by city and chain scale

According to STR global data, there is no budget category hotels in Baku...



出典：STR Global より JICA 調査団分析

図 2-20：アゼルバイジャンにおけるチェーンスケールセグメントホテルの分布

なお、Independent に属するホテルを含む形でバクーのホテルのツインルームの平均価格帯を分析したところ、平均 60USD 以下の比較的安価なホテルが無いことが分かる。

²⁵ STR Global が定めており、ホテル業界の IR 資料や公的機関にも参考として用いられるセグメント分け。実勢の平均客室単価に基づいてブランドホテルをグループ分けする方法である。一方、独立系ホテルは、平均客室単価に関わらず、別のチェーンスケールカテゴリに含まれることとなっている。チェーンスケールセグメントは、以下の通り。

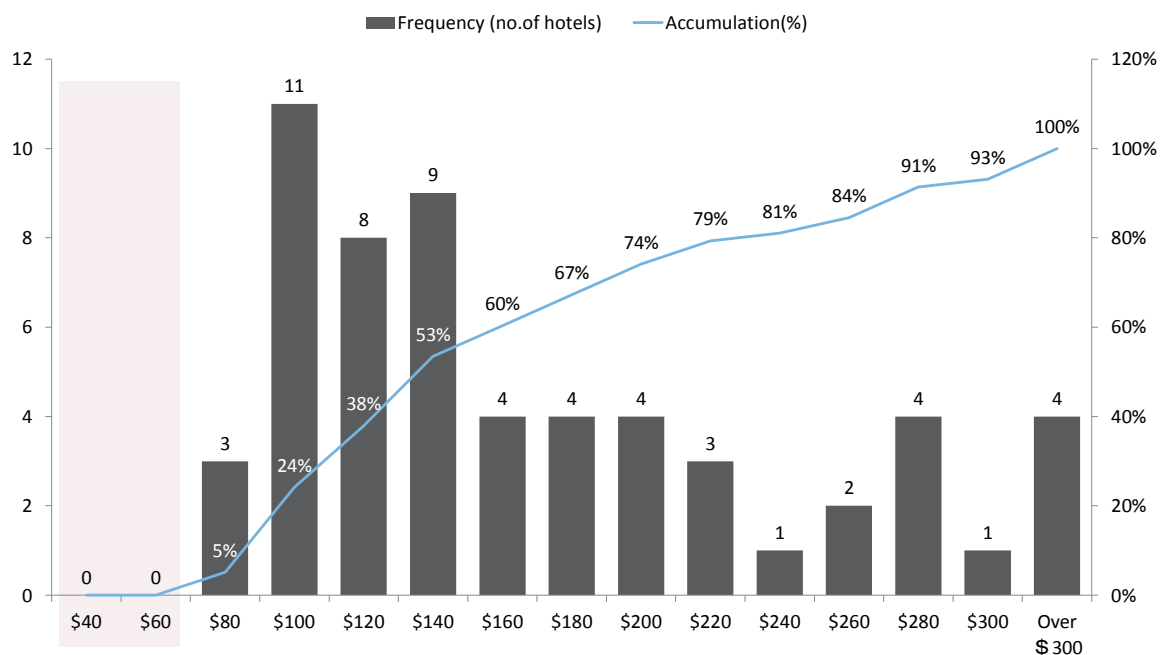
ホテルクラス	平均客室単価 (ADR : USD)	代表ブランド
Luxury (最高級)	324	Four Seasons、Ritz Carlton
Upper Upscale (高級)	180	Marriott、Hilton、Hyatt、Sheraton
Upscale (上級)	139	Hilton Garden Inn、Courtyard、Cambria Suites
Upper Midscale (中上級)	112	Comfort Inn、Holiday Inn、Hampton Inn
Midscale (中級)	86	Quality、Best Western、Ramada
Economy (下級)	61	Econo Lodge、Days Inn、Super 8、Red Roof Inn

出典：PWC より JICA 調査団作成

²⁶ ツアーオペレーターへのヒアリング調査でも同様に、若者のバックパッカーや国内観光客 (特に年金受給のシニア層等) にとって、選択肢が無い状況とのことが課題として挙げられている。

Frequency and the accumulation of hotels by average price ranges in BAKU

According to the STR global data, there are no hotels priced under 60 USD.



Source : STR Global, Team analysis.

出典 : STR Global より JICA 調査団分析

図 2-21 : バクーにおける価格帯別ホテル軒数 (左軸) と累積度数 (右軸)

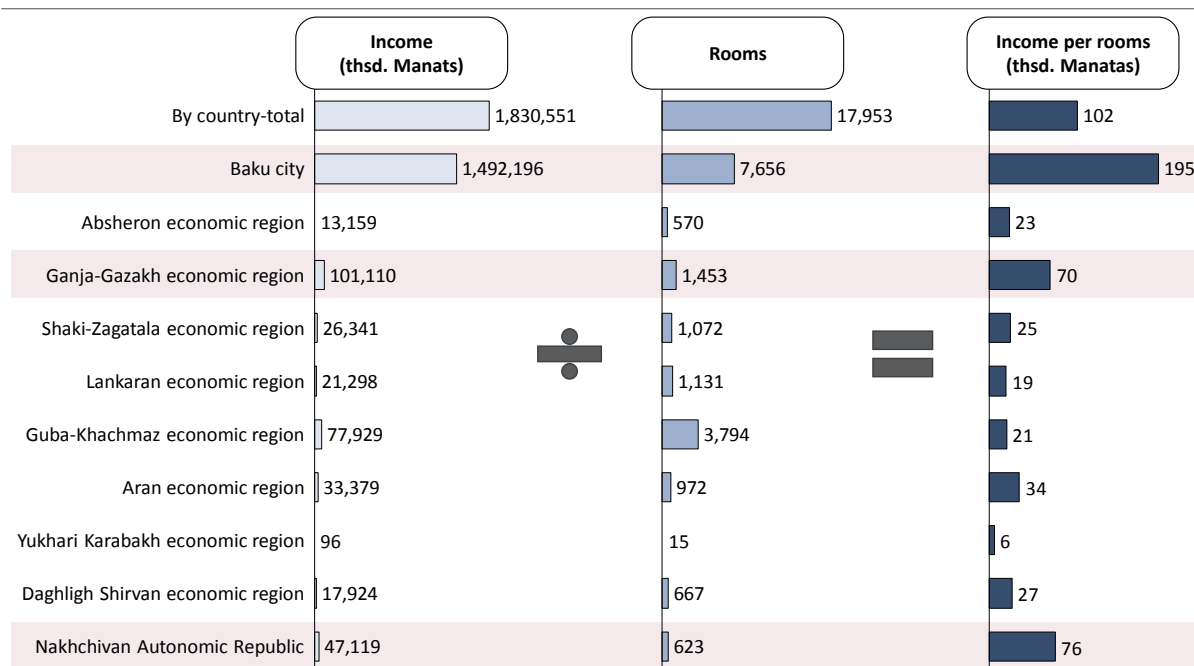
なお、シーズンリティも大きな課題となっている。2016年において、5-9月のハイシーズンにおけるバクーのホテル稼働率は75-80%であった一方、オフシーズンにおける稼働が0%に近い時期もあり、その結果、年間平均をしてみるとバクーは26%、その他地域の平均稼働率は12%と全体的に稼働率が低く²⁷なっている。

また、地域別にホテル等の収益、ルーム数、ルーム当たりの収益性を分析したところ、収益の額、部屋の数、収益性ともにバクーが圧倒的に高いことが分かり、地方部との差は歴然である。

²⁷ 統計局ヒアリングより

Income of the hotels and similar establishments per room by region

Baku city shows not only the largest capacity but also business efficiency.



Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, Team analysis

26

出典：State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan より JICA 調査団分析

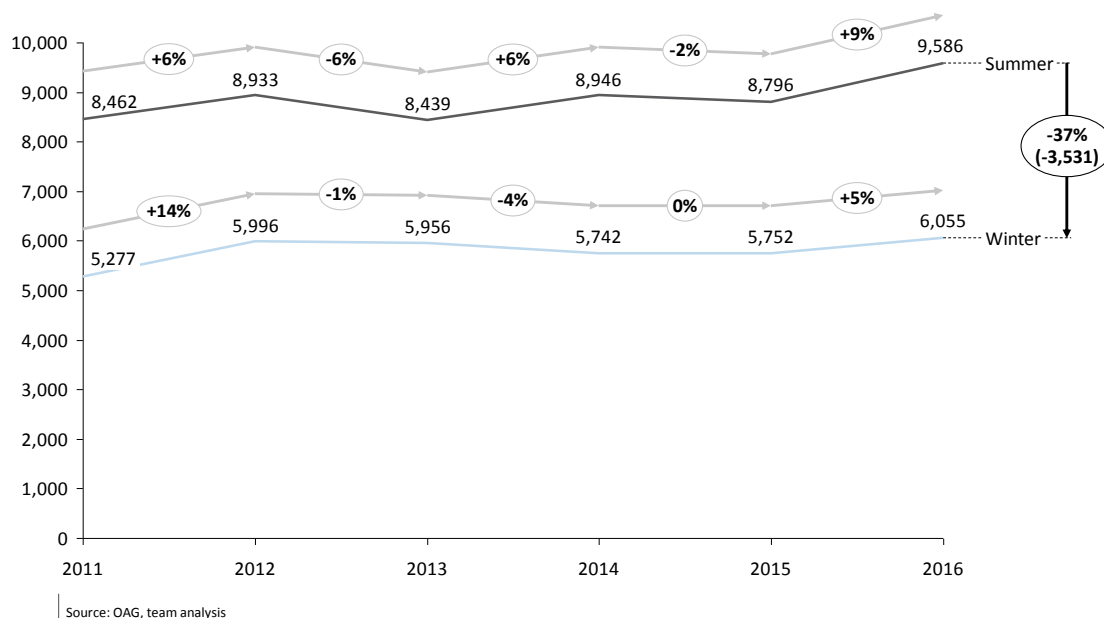
図 2-22：地域別のルーム当たりの収益（単位：千マナト、ルーム）

③ 航空会社

アゼルバイジャン発着の国際航空便は、2011 年以降増加と減少を繰り返しているが、2016 年は 2015 年比で夏ダイヤ+9%、冬ダイヤで+5%増加した。なお、夏ダイヤと冬ダイヤの差は 37%存在しており、シーズナリティの違いが明確に出ている。

Total number of international scheduled flights per week in Azerbaijan (unit: flights)

The number of flights in summer and winter increases compared to 2015. However a seasonal gap between summer and winter is around 40%.



出典：OAG より JICA 調査団分析

図 2-23：アゼルバイジャン発着の国際航空路線便数の推移（週間）

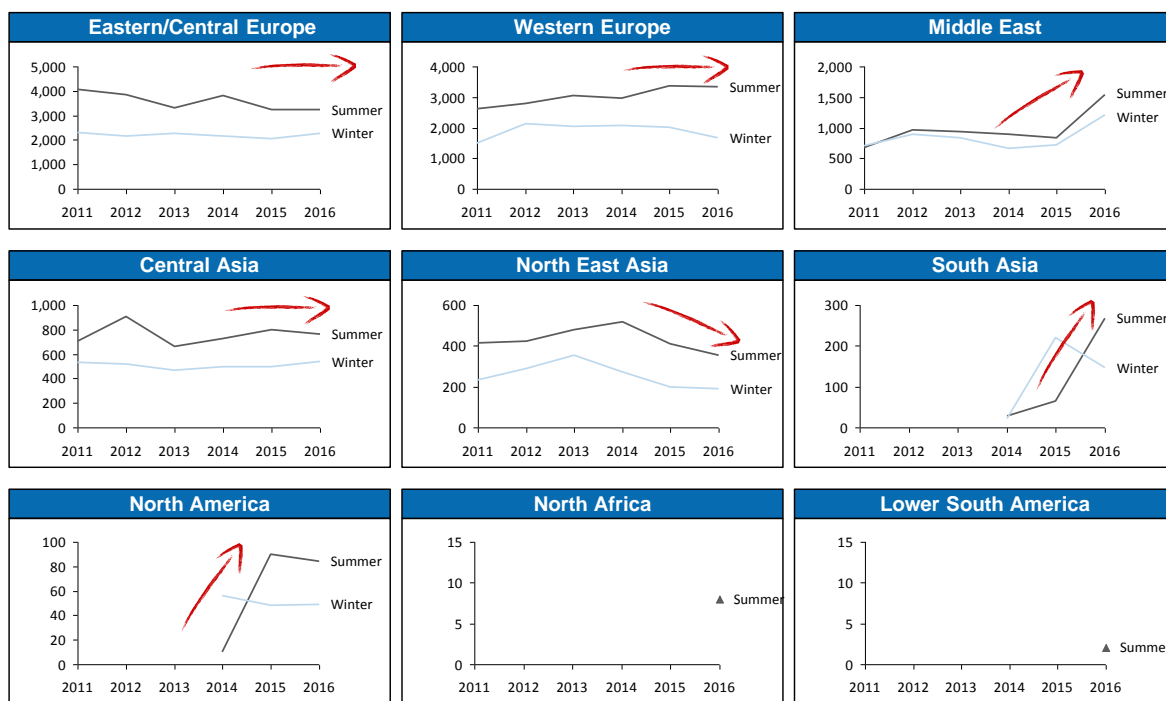
アゼルバイジャンへの国際航空路線便数の推移を地域別に見ると、2015年から2016年にかけて中東と南アジアからの増加が顕著で、中東は特にUAEおよびカタールとの路線が増加している。この理由は、上記2) 観光客の動向で述べた通り、アゼルバイジャンを訪れたいと言う両国から観光需要が増加していることによるもので、こうした需要に応える形で航空路線の便数も増えてきている。

一方、南アジアの路線は、パキスタンとの路線が増加傾向にあり、理由としては、パキスタンからのインセンティブ旅行先として同じイスラム教国で、5つ星ホテルが他の国よりも割安で宿泊可能なことなどからアゼルバイジャンが訪問先として選択され、その結果、航空便の増加に繋がっていることが考えられる。

UAE、カタール、パキスタンのケースのように、イスラム教国ということを利用してハラル対応がしっかりされていること、5つ星ホテル等が他の国に比べて割安なこと等により、人気が出てきていることが主な理由と考えられる。

Total number of international flights to Azerbaijan by regions (unit : flights)

Middle East and South Asia showed dramatic increases.



Source: OAG, team analysis

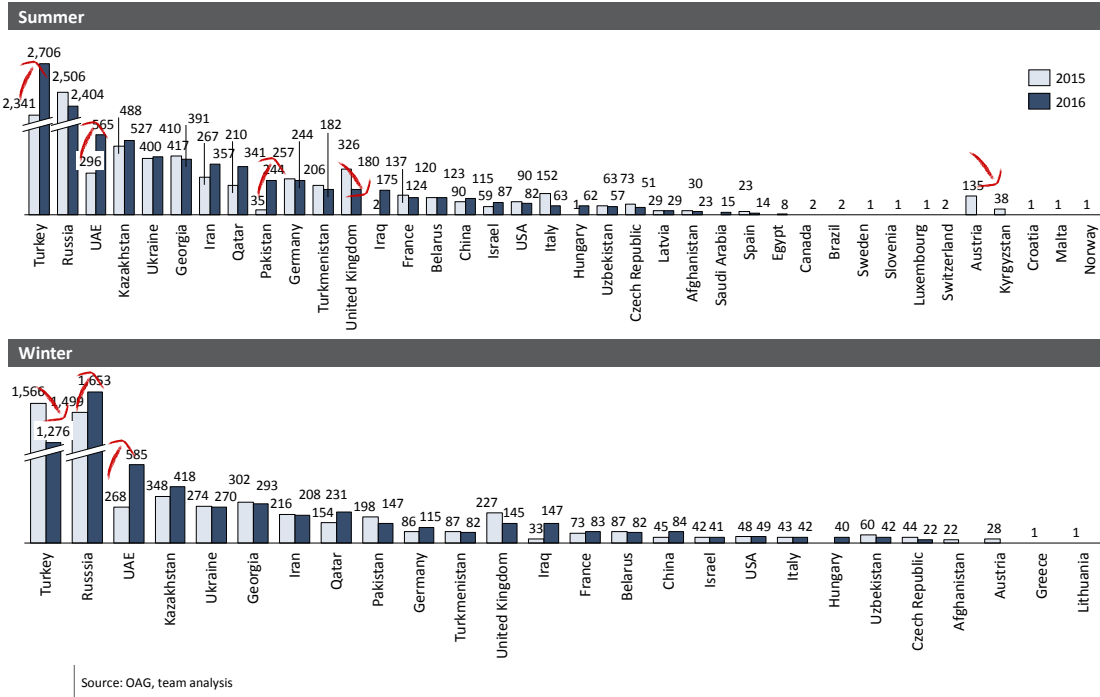
出典 : OAG より JICA 調査団分析

図 2-24 : 地域別アゼルバイジャン発着の国際航空路線便数 (週間)

国別では、夏ダイヤではトルコ、アラブ首長国連邦、パキスタンからの航空路線が増加したものの、トルコは2016年6月28日に起きたイスタンブール空港攻撃テロの影響で冬ダイヤの路線は前年から大きく減少させている。

Total number of scheduled flights to Azerbaijan by departure countries (unit : flight)

Compared to 2015, Turkey, UAE, Pakistan showed considerable increases in summer. However, the number of flights from Turkey in Winter decreased because of Terrorism attack happened in Turkey.



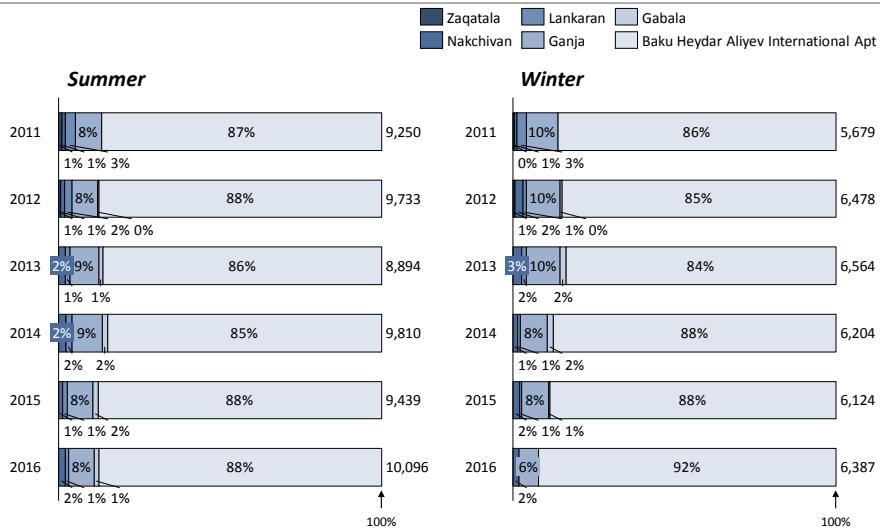
出典：OAG より JICA 調査団分析

図 2-25：国別アゼルバイジャン発着の国際航空路線便数（週間）

空港別に国際航空路線便の構成比をみると、ヘイダル・アリエフ国際空港が約 90%を占めており、その推移に大きな変化は無い。

Composition ratio of international scheduled flights from/to Azerbaijan by airports (unit : flights)

Baku had consisted around 90% of total flights from/to Azerbaijan.



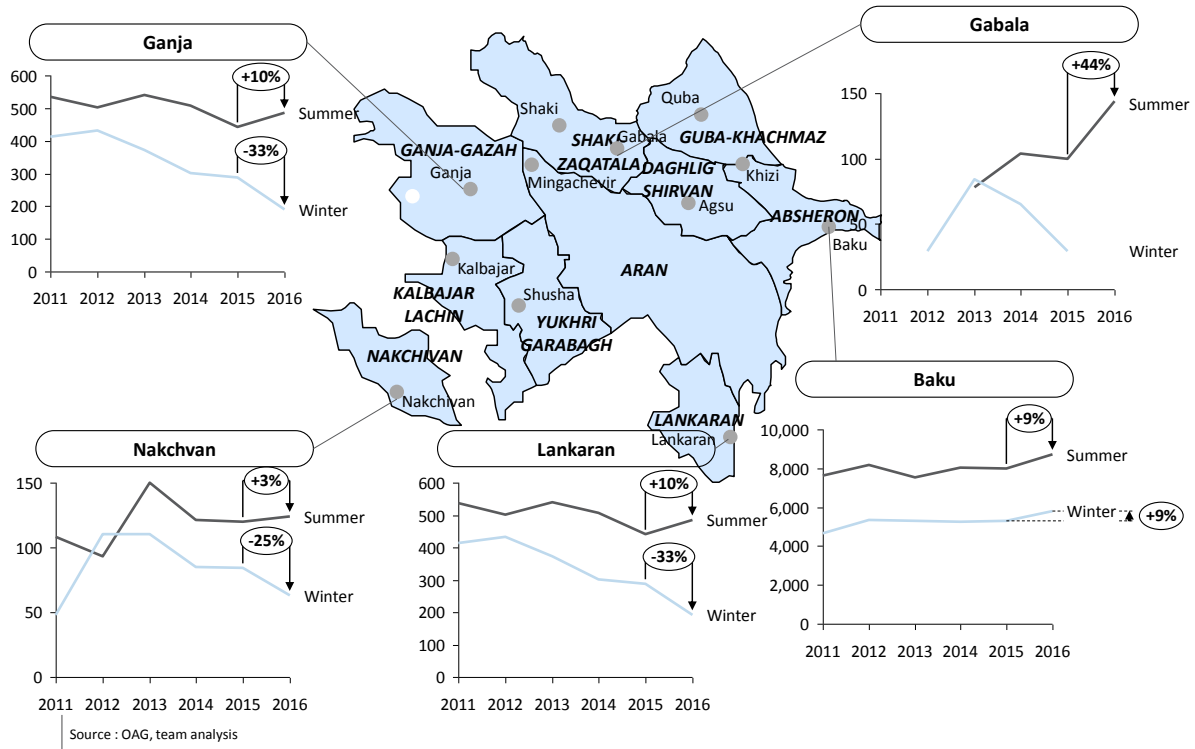
出典：OAG より JICA 調査団分析

図 2-26：空港別国際航空路線便の構成比の推移（週間）

全ての空港の夏ダイヤで2015年から2016年にかけて路線数を増加させている。なお、夏ダイヤと冬ダイヤのシーズンリティは全ての空港で存在する。

Total number of international scheduled flights from/to Azerbaijan by airports (unit : flights)

All airports showed increases, compared to 2015 in summer. In winter, only the number of flights from/to Baku was raised.



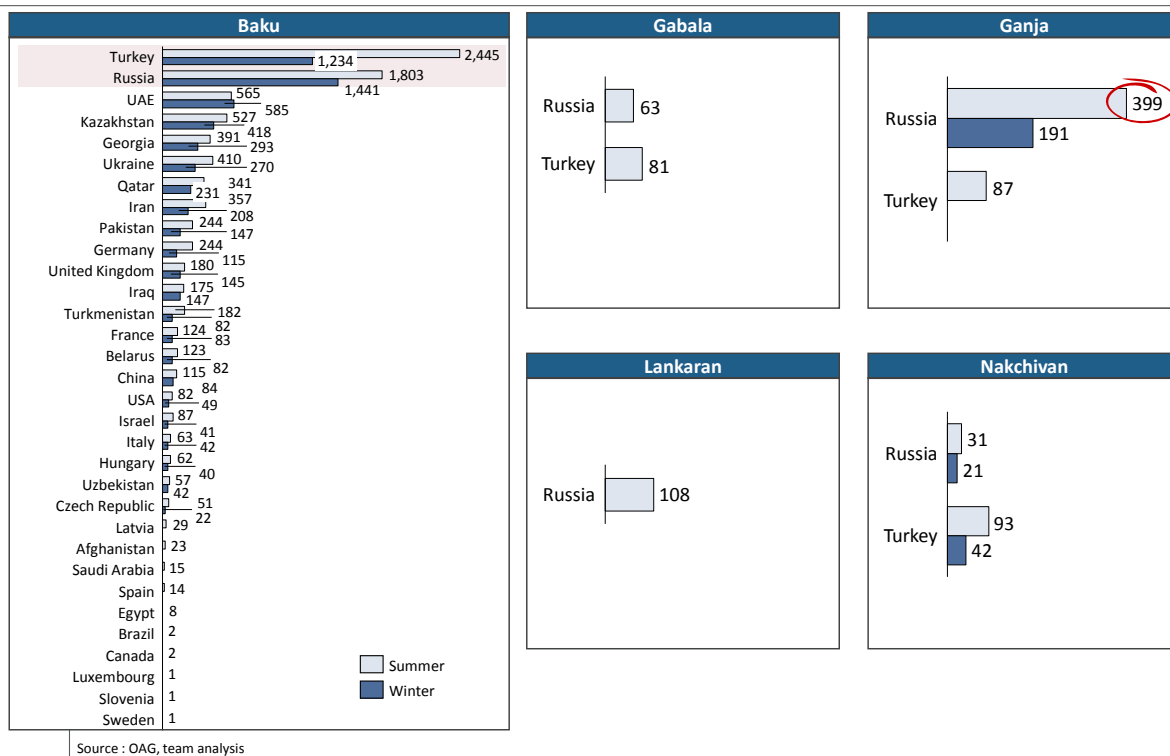
出典：OAG より JICA 調査団分析

図 2-27：空港別国際航空路線便数の推移（週間）

2016年の国別・空港別の国際航空路線便数では、バクーではトルコ、ロシアが圧倒的に多く、次いでアラブ首長国連邦、カザフスタンとなっており、隣国の路線が多い。一方、地方空港では、ロシア、トルコ路線に限られている。

なお、日本からの直行便は存在しないため、トルコやカタール等からの経由便に限られる。

The number of international flights from/to Baku was accounted Turkey and Russia.



出典 : OAG より JICA 調査団分析

図 2-28 : 空港別国別国際航空路線便数 (週間)

④ 工芸品等

アゼルバイジャンには絨毯、刺繍、シルク、羊毛、銅製品など手工芸品がある。アゼルバイジャンの絨毯文化は、2010年にUNESCO無形文化遺産として登録されている。シルク製品は、シェキ周辺で制作が盛んに行なわれている。

また、ワイン、ブランデー、紅茶、ジャム、蜂蜜など加工品も数多くあり、土産物品となり得るものが多い。アゼルバイジャンには紅茶文化が根付いており、紅茶を飲む際にジャムを食べるため、薔薇やザクロを原料とした日本人にとっては珍しいジャムも多数作られている。



4) 観光マーケティング・プロモーションの状況

アゼルバイジャンの観光マーケティング・プロモーションの状況については、マーケティング戦略を検討する際に検討するフレームワークある 4P の理論²⁸に基づき、Product、Place、Promotion の 3 つの点から同国の現状を示す。

① Product

アゼルバイジャンの提供している観光商品の現状は下記の通りである。首都バクー以外にもビーチやスキーリゾートの開発等、地域の特性に沿った商品開発を進めている。

表 2-9：アゼルバイジャンの観光商品

	概要
City Break	バクーは治安も良く、都市観光の資源として、街歩きやレストラン、食事、博物館等国際的な魅力を兼ね備えている。 Hop-on-hop-off バスやツアーリスト・インフォメーション・センターがあるものの、観光施設の看板が整備されていない箇所等もあり、一層の個人旅行者向けの整備が必要である。
Sun Beach	アプシェロンや南部のランカラン、アスタラ地域にビーチリゾートが存在する。主にロシア等からの観光客が利用しているが、国際的な認知は高くない。今後エンターテイメント等の施設を拡充し、ビーチツーリズムを拡大していく予定。
Nature/Eco	豊富や植生や野生植物が存在するほか、ハイキングやトレッキング等の自然を生かした商品開発が進んでいる。
Culture	現代建築やゴブスタンの世界遺産、少数民族の文化等の観光資源が存在する。ヤナル・ダグのように、看板の整備や施設の整備が整っていない観光資源も少なくない。
Health and Wellness	伝統的・近代的療養施設や温泉が存在する。 特に、ナフタランは CIS 諸国や欧州からの療養者が訪れる等人気を博している。
Winter/Ski	シャーダグマウンテンリゾートやトファンダーグマウンテンリゾート等のスキーリゾートが存在する。スパ等を併設したリゾートとなっており、欧州からの観光客等を誘客している
Gastronomy and wines	アゼルバイジャン伝統料理のほか、バクーにはイタリアンから日本料理等、様々なレストランが存在する。ワインやブランデーを生産しておりワイナリーツアーもあるが認知度は低い。
Meeting and Incentive	バクーを中心に、国際会議場や宴会場を備えた国際スタンダードホテルが存在する。インセンティブの誘致も行われているが、著名な建造物をユニークベニューとして活用する際の施設側の運営面等に課題がある。

出典：JICA 調査団作成

② Place

(ア) 欧州市場

欧州市場においては、アゼルバイジャンを扱う旅行会社はニッチなデスクステーションを扱うホールセラーが多いのが現状である。オンラインでの宿泊施設の流通は、都市の施設に集中しており、ジョージアと比べると圧倒的に掲載件数 (= 流通) が少ない。

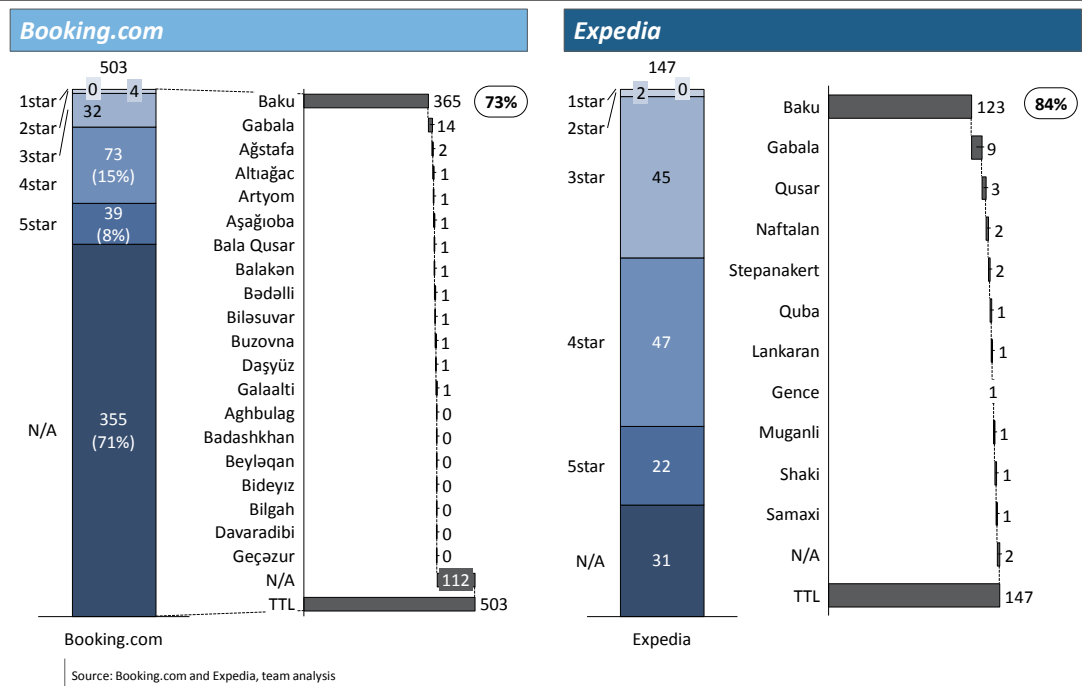
また、現在世界で最も売上の大きい旅行サイトである Booking.com および Expedia へのアゼルバイ

²⁸ Product(観光商品・サービスの内容)、Price(観光商品・サービスの価格)、Place(これら観光商品・サービスを販売・提供する場所や流通)、そして、Promotion(観光商品・サービスを販売する為の広報・宣伝活動、販売促進活動)の4つのPの頭文字を取り、4Pと呼ばれている。マーケティング戦略を立案・実行する際の一つのプロセスとして4Pが用いられる。

ジャンの宿泊施設の掲載件数を見ると、Booking.comは508件、Expediaは147件となっており、両サイトともに、70%以上がバクーにあるホテルとなっている。さらに、アゼルバイジャンの宿泊施設と隣国の宿泊施設数を比べると、ジョージアの物件が圧倒的に多くジョージアの10分の一以下に留まる。

Number of listed Azerbaijan accommodations in Booking.com and Expedia (as of 17th December, 2016)

Accommodations listed in Booking.com and Expedia are 503 and 123 respectively. The ratio which Baku consisted of, are above 70%.

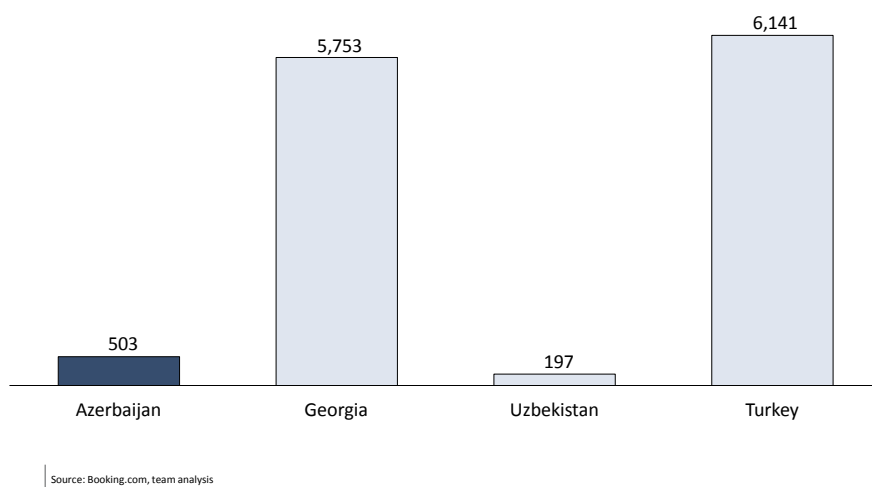


出典：Booking.com、Expedia より JICA 調査団分析

図 2-29：Booking.com と Expedia へのアゼルバイジャンの宿泊施設の掲載件数

Number of listed accommodations in Booking.com(as of 17th December, 2016)

Compared to neighboring countries, the amount of accommodation in Azerbaijan is much less than in Georgia....



出典：Booking.com より調査団分析

図 2-30：Booking.com におけるアゼルバイジャンと隣国の宿泊施設の掲載件数

(イ) 日本市場

前述のとおり、日本市場向けの旅行商品流通は、ジョージアとアルメニアを含めた3ヶ国周遊型のツアーが多い。この理由としては、アゼルバイジャンとアルメニアの政治的な関係もあり、日本の旅行会社から欧州やジョージアのツアーオペレーター経由でアゼルバイジャンのツアーオペレーターへと問い合わせが行く形となっているため、日本の旅行会社との直接取引のケースは、比較的少なくなっている。

③ Promotion

(ア) プロモーション活動全般

政府としては、主に主要国の旅行博覧会にブースを出展することや FAM ツアー等を催して、一般消費者の認知向上や現地旅行会社との関係構築サポートを実施している。

なお、主要な市場に対しては、現地の旅行会社等へ委託をして、広報等を実施する文化観光省の現地代表事務所 (Representative Office) を設置している。現地代表事務所はドイツ、ドバイ、ロシア、トルコにある。

表 2-10 : アゼルバイジャンが実施しているプロモーション活動

	全般	日本向け
Consumer adverting programmes and campaings		
Print media; newspapers, magazines, trade and professional press, TV, Radio, Cinema	・ CNN 等の国際的なメディアに広告を配信している。	・ 文化観光省の支援のもとプロモーションマテリアル (書籍) の作成を行った。
Personal selling		
Consumer exhibitions	・ ロンドンの World Tavel Market やベルリンの ITB Berin に出展。	・ 日本の旅行博覧会 (Tourism Expo) に出展している。
Trade fairs		
Trade sales visits	・ 民間企業が実施している。	・ 民間企業が実施している。
Workshops	・ 旅行博覧会の時に実施。	・ Tourism Expo の際に実施。
Trade familiarisation trips and trade academies	・ 主要な旅行会社等を招く FAM トリップを実施。	・ JATA と連携し、主要な旅行会社等を招くファミトリップを実施。
Media familiarisation programmes	・ 主要なメディアを招く FAM トリップを実施。	・ TradeFAM の一部にメディアが参加。
Digital marketing and promotions	・ SNS で動画等を配信	・ 日本語は無し。

出典 : JICA 調査団

(イ) 欧州市場

欧州の主要な都市で実施されている旅行博覧会 (ロンドンで行われている World Travel Market やベルリンの ITB Berlin 等) に出展し、消費者への認知度向上や B to B の関係強化をしている。また、アゼルバイジャン観光の PR/宣伝のためのプロモーションビデオを作成し、BBC 等で放映する等の広告活動も実施している。

(ウ) CIS 市場

官民共にロシアをはじめとする CIS 市場をターゲットとしており、アゼルバイジャンにおいてプライオリティが高い市場である。モスクワで実施されている旅行博覧会への出展やワークショップの実施やセールスコール等を実施している。

(エ) 日本市場

プロモーション活動としては、旅行会社の造成担当者等を招く FAM ツアーの実施や、毎年 9 月に開催される旅行博への出展をしている。日本語向けのリーフレットを作成しているが、日本における広報を担当する代表事務所等は存在していない。

(オ) 国内市場

アゼルバイジャン国内の旅行会社の多くは、アゼルバイジャン国民または外国人観光客の国外旅行(アウトバウンド)を対象としてきており、国内市場に対するプロモーション活動はリーフレット作成程度のみである。他方で、昨年末に承認された観光戦略ロードマップにおいて、国内観光も主要市場の一つとして挙げられていることから、今後当該市場に対するプロモーション活動が活性化される可能性は高い。

(9) アゼルバイジャンの観光開発の課題

1) SWOT 分析

アゼルバイジャンは、これまで石油経済依存の恩恵を受け、首都のバクーでは、政府や国内外の民間投資により、ハイクラスのホテル、コンベンションセンター、公共インフラが整備され、バクー市内・近郊を対象とした文化・歴史観光や、ホテル、コンベンションセンターを活用したイベント開催を含む MICE 観光が促進されてきた。

一方、地方都市の観光資源(北部:シェキの宮殿、東部:ラヒジの銅細工(UNESCO 世界無形文化遺産)、南部のスキーリゾートなど)については、公共交通機関やインフラの問題から十分な開発が行われておらず、観光開発による裨益が十分に地方に行きわたらない状況にある。

また、アルメニアとの間でナゴルノ・カラバフ地域を巡る紛争を抱えており、両国間の国境は閉鎖されたままで、地域間の結びつきは他のコーカサスの国々よりも、同じイスラム教国であるトルコや、カザフスタン、ウズベキスタンなどの CIS 諸国との方が強い。

アゼルバイジャンの観光セクターの SWOT 分析の結果を次表に示す。

表 2-11：アゼルバイジャンの観光セクターのSWOT分析

	正の要因	負の要因
内部環境	強み (Strength) <ul style="list-style-type: none"> 東部のカスピ海や火山地形から西部のコーカサス山脈まで豊かな自然景観を有する。 シルクロードの要衝に位置し、イスラム教、キリスト教、ゾロアスター教などの文化が融合し歴史的建造物から現在建築まで多様な観光資源を有する。 豊かなオイルマネーを背景にホテルやコンベンションセンターなどの施設の近代化が進み、MICEやユーロオリンピックなどイベント誘致に成功している。 観光セクターに関わる官民組織の調整・連携強化を行う観光審議会が存在する。 ホテル、旅行会社などのビジネスライセンス制度が廃止されている（観光産業への参入障壁が少ない）。 	弱み (Weakness) <ul style="list-style-type: none"> 観光資源が首都のバクー近郊に集中しており、地方部の観光開発が立ち遅れている。 地方部への公共交通機関、運輸・交通インフラが脆弱である。 ツーリスト・インフォメーション (TIC) など観光客に現地の情報を提供する機関・施設、観光地図等の資料が整備されていない。 観光産業人材の育成が遅れ、適切なスキル、専門性を有する現地の旅行代理店や観光ガイドが少ない。 国内航空路線、鉄道、バスなどの公共交通機関の質が低く、整備が遅れている。 5つ星レベルの以外の3~4星といった中級ホテルやビジネスホテルが少なく、観光客層のニーズに合った宿泊施設の提供が限定的である。
	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ユーラシア大陸の中央に位置し、ヨーロッパ、アジア、ロシア、中近東それぞれの地域へのハブとなるポテンシャルを有する。 コーカサス地域唯一のイスラム教国として文化や食事が異なるため、他国との差別化や他国との広域連携により観光商品のバリエーション化が図れる。 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 内陸部に隣国アルメニアとの紛争地域（ナゴルノ・カラバフ）を抱えている。 一連のイスラム国 (IS) によるテロ事件以降、イスラム教の国に対するネガティブな偏見が増している。 近隣国のトルコやイランに比べて工芸品や農産物加工品の知名度が低く、国際競争力に乏しい。
外部環境		

出典：JICA 調査団

2) 組織体制面の課題

- エコツーリズムは、文化観光省が今後優先的に取り組むセグメントであるが、エコツーリズムの主な対象エリアは国立公園やその他に自然保護区域等であり、それらのエリアは環境・自然資源省の所轄であることより、自然保全を優先課題としている環境・自然資源省との協力連携は難しいのが現状である。
- 文化観光省においては、人材及び予算に限りがあることから、観光プロモーション戦略などの戦略計画を立てる際に必要となる市場調査や、観光サービスの質の向上と改善のために必要な顧客のニーズ調査などが実施されてきていない。戦略的かつ成果の出る観光プロモーション活動や観光開発を行う上ではこうした現状分析が不可欠であるため、これらの調査を実施できるような体制を構築することが求められる。文化観光省内でのリソースが十分でない場合は、国家統計委員会やその他民間リソースなどとも連携も含めて、実施体制を考えることが重要と言える。
- 文化観光省は、国内 11 の地域に TIC を設置し、各センターにセンター長を配置しているが、専門性、能力が十分でない。今後、地方地域の観光開発やネットワーク化を推進していく上で、当該センターは、各地域の観光情報発信、提供だけでなく、地元自治体、住民などとの協力や積極的な観光振興を主体的に牽引していく必要があり、TIC には、観光分野の専門知識、経験のある人材を配置する必要がある。

- シェキ、イスマイリ、ガバラ、グバなどの拠点観光地において、地域レベルで多様な観光商品の開発、各種観光活動の推進を図るためには、地元自治体、観光業者、地域住民組織などの協力・連携し、観光振興を自立的・持続的に計画、実施していく地域観光振興母体である「DMO: Destination Management Organization」の設立が望まれる。DMOの組織体制としては、TIC、あるいは地域の自治体の観光部局が中心的な役割となる。

3) 法制度整備面の課題

- UNWTO や専門家の支援の下、1991年に制定された現行の観光法の改訂作業が実施され、現在、議会で協議中である。現行の観光法が今まで改訂されず、四半世紀(25年)も順守されたことは、文化観光省の法制度の認識が低いと言える。2017年には新観光法が議会で承認される予定であるが、今回の新観光法は大幅な内容改訂であり、承認後は、文化観光省内、関係機関、民間観光事業者に対して法案の共有を行い、十分な理解を深める必要がある。
- 2015年からホテル、旅行会社などのビジネスライセンス制度が廃止となった。それにより、ホテルや旅行会社の設立など、観光業への参入が容易となった。全てのホテル及び旅行会社は、税務省(Ministry of Taxes)に観光セクターの企業として登録が義務付けられている。他方、制度廃止によるデメリットとして、企業による適正な観光ビジネス活動の管理、規制が難しくなり、違法な観光業者が横行する要因となっている。文化観光省は観光セクターの企業に対して、観光関連のビジネス、運営、クレームなどの問題点等、必要な助言、対応を行っている。アゼルバイジャンの適正な観光ビジネス環境を維持するためには、観光業のビジネスライセンス、企業活動を管理、モニタリング、規制する法制度、組織機関などが必要である。

4) インフラ整備面の課題

- アゼルバイジャンのバクーや、主要観光地の観光開発の発展、MICEのニーズにより、大手外国資本のチェーンホテルなど、高級ホテルが増加した一方、中級ホテルが不足している。国内観光客やホテルの供給バランスを考慮し、今後、中級ホテルも増やす必要がある。
- バクー市を含め、国内の主要観光地において、観光案内板がほとんど整備されていないため、観光ガイドなしの個人ツアー客(FIT)にとって、移動、観光が不便である。文化観光省によれば、案内板の表記は、過去には三つの言語(アゼルバイジャン語、ロシア語、英語)の記載があったものの、政府の指示によりアゼルバイジャン語のみに統一された経緯がある。年々外国人観光客が増加する傾向にあり、バクー市内を含め、主要な観光地には、英語併記の統一したデザインの各種観光案内板、方位案内板の整備が急務である。
- 道路に関しては、バクー市郊外の支線道路、地方の観光地へ通じるアクセス道路は、未舗装箇所や、整備が実施されていない箇所も多く、観光客の移動時間の短縮、観光サイトへの円滑なアクセス、安全面などの観点から、優先道路整備や観光地のインフラ整備計画に従い、運輸省や地方政府の支援協力による道路舗装、道路補修などの道路整備が急務である。
- アゼルバイジャン国内の鉄道網は、ロシア時代に整備されたもので、現在は国営のアゼルバイジャン鉄道によって運営されているが、鉄道の線路、車輛の老朽化で、走行速度も遅く、観光客に十分利用されていない。現在、バクーからジョージアのトビリシを経由し、トルコのカルスまで続く高

速鉄道（BTK 路線）が建設中である。文化観光省はシルクロードルート沿いの観光地を訪ねる観光ツアーをプロモーションしていることより、今後、観光ツアーの多様化として、当該国鉄会社やツアー会社と協力し、高速鉄道などの鉄道を利用した新たな観光ツアープログラムの実施していく必要がある。

5) 観光マーケティング・プロモーション面の課題

① Product

- 日本の旅行会社が販売しているツアー商品は、コーカサス三か国周遊型がメインであり、アゼルバイジャンでの滞在日数は、他国と比較して短い。バクーのみに滞在してジョージアへと移動するツアーも見られるが、これはアゼルバイジャンの観光地として認識されているのが、バクーとシェキのみであることが原因と考えられる。したがって、旅行商品を造成・販売する旅行会社に対して、バクーとシェキ以外の観光地を知ってもらうための FAM ツアー等の活動が必要である。
- 観光コンテンツのバラエティが少なく、地域住民との交流や伝統文化体験等のプログラムを拡充する必要がある。例えば、日本で販売されている旅行商品にはアゼルバイジャンの民家を訪問し、カスピ海ヨーグルトの作り方を見学するプログラムが入っているものもあるが、他に体験できるプログラムは入っていない。近年、日本人旅行者の中では現地の伝統文化体験等へのニーズが高まっており、そうしたニーズに応え、現地でしか体験できないプログラムを商品化した上、旅行会社への提案や、現地のツーリズム・インフォメーションセンター等で申し込みができるような体制を構築する必要がある。

② Place

- 欧州市場では、欧州にある旅行会社との B to B の関係構築はできているものの、地方の宿泊施設のオンラインサイトへの流通が進んでいない。Booking.com が圧倒的なシェアを誇る欧州市場に対しては、観光客を地方の中小の宿泊施設への宿泊を促進するために、オンラインへの掲載を促す等の取組が必要である。
- 日本市場に関しては、アゼルバイジャンにおけるランド手配は、ジョージアのツアーオペレーターが日本の旅行会社の窓口となっているケースが多く、アゼルバイジャンでの滞在や訪問地はジョージアのツアーオペレーターの営業力や提案力に影響されてしまっている。したがって、アゼルバイジャンへの滞在を伸ばしたり、宿泊を促すには、ジョージアのツアーオペレーターや、日本の旅行会社側に新たなテーマを提案したりすることが必要である。

③ Promotion

- 日本での認知度は低く、消費者にとってデスティネーションの選択肢となっていない。日本市場においては、アゼルバイジャンの観光に関して広報やプロモーションを行う代表事務所が無く、大使館が問い合わせ等に対応していることもあり、メディアに対して受け身の姿勢になってしまっている。一般消費者に観光地としての魅力を伝えることができるようなメディアとの関係構築²⁹やメデ

²⁹ 例えば、日本においてアゼルバイジャンを取り上げている TV 番組があったが、露出したコンテンツはフレームタワーとナフタラン・オイルに限定されており、アゼルバイジャンの認知拡大には寄与したものの観光地としての魅力は伝わりづらい内容であった。

ィアキット等のマテリアルの整備も必要である。

- 欧州や日本で人気のガイドブックにおける情報量が圧倒的に少なく、地方の観光の魅力やアゼルバイジャンの魅力が伝わっていない。例えば、バクーには、お洒落なレストランやカフェが多数存在するが、都市観光を自由に楽しめるような詳細な情報は記載されていない。また、ワイン・紅茶・ザクロジュース等の飲み物、絨毯・シルクや銅製品・ジャム・ワイン・紅茶といった土産品が充実しているものの、そうした土産品等もあまり取り扱われていない状況である。したがって、これら一般消費者が活用するガイドブックなどにおける情報が充実するよう、雑誌等の民間企業に対するFAMの実施や、定期的な情報交換など民間との協力関係を強化することが必要である。

6) その他の課題

① ツアーオペレーターの直面する課題

- アラブ諸国からのフローの急増により、ハイシーズンのホテルやバス等の車両が不足している。また、アラブ諸国からの観光客はハイシーズンの間1-2か月間の長期間ホテルを予約するため、1-2泊程度バクーに滞在し、他の都市やジョージア等を周遊する日本・韓国等のアジア市場向けの宿泊施設の予約が取り難くなっている。また、一定数の英語やロシア語の観光ガイドは居るが、日本語のガイドの数は不十分である。

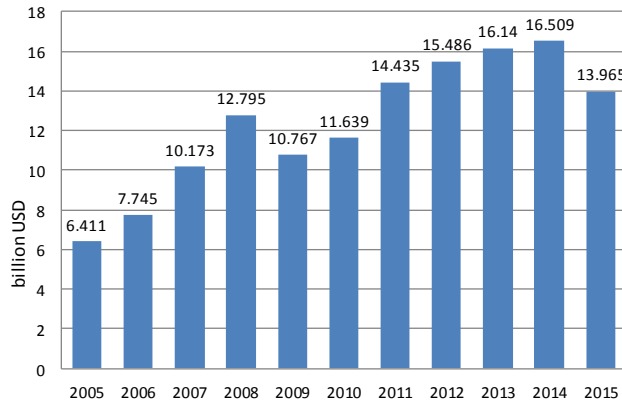
② 手工芸品に係る課題

- アゼルバイジャンには、様々な工芸品がある一方、日本人観光客に販売する土産品の観点からは、紅茶やジャムを単体で販売するよりも、‘紅茶を飲む際にひと匙のジャムを口にふくめて一緒に飲む’というような固有の文化性を訴えるストーリーとともに商品の販売促進をするなどの工夫が必要である。また、多くの土産品に関しては商品陳列や包装の仕方を工夫し、商品を手にとってもらうための改善を行うことも必要である。例えば、アゼルバイジャンの特産品であるシルクやウール、刺繍製品といった商品は、一般家庭向けの日用品として販売されているものが多く、パッケージングされていない状態で商品が販売されているケースが多い。観光客の一人当たり消費額の増加を図るためには、観光客の立場になり、買って帰りたいと思うような商品開発と改善（商品サイズを小型化・軽量化する、綺麗なパッケージングを行うなど）を行う事が重要である。

3. ジョージア

(1) ジョージアの経済状況

ジョージアにおける 2015 年の GDP に占める産業別の構成比を見ると、鉱工業 (16.8%)、貿易 (16.7%)、運輸・通信 (10.5%)、農業 (9.1%)³⁰ などとなっており、このうち観光セクターは、5.9%³¹ を占めている。観光セクターの対 GDP に占める割合の世界的平均が 4.1% であることを鑑みると、観光セクターが同国の経済に影響を与える重要な産業であることが分かる。また、製造業の中では、豊かな農産品を活かした紅茶やワインを生産する農産品加工業が生産額の約半分を占める。



出典：World Bank

図 3-1：ジョージアの GDP の推移 (2005 年～2015 年)

(2) ジョージアの観光資源の状況



出典：JICA 調査団

図 3-2：ジョージアの主な観光資源の分布

³⁰ Gross Domestic Product of Georgia 2015, Geostat, 15.11.2016

³¹ 2015 Georgian Tourism in Figure structure & Industry data, Georgian National Tourism Administration, 2016

1) 主な観光資源

ジョージアは、北は大コーカサス（カフカス）山脈、南は小コーカサス山脈、西は黒海が広がった豊かな自然資源を有していることに加え、最古のキリスト教国の一つであり、シルクロードの要衝として繁栄した歴史や、近隣諸国からの侵入や占領を受けてきた中で育まれた文化など、自然、文化伝統、歴史といった多様な観光資源を有している。また、バトゥミやアナクリアといった黒海沿いにはビーチリゾートが整備されており夏場のバカンスを楽しめる他、コーカサス山脈沿いではスキーリゾートの開発も進んでおり、冬場のバカンスも楽しむことができる。更に、同国は「ワインの発祥の地」とも言われており、紀元前7～5000年前に遡る伝統的なクヴェヴリ（卵型の粘土製容器）を使用したワイン製造法は、2013年12月にUNESCO世界無形文化遺産として登録され、同国の代表的なワインの産地であるカヘティ地方やイメレティ地方などではワイン・ツーリズムの促進を行っている。2016年9月にはUNWTOとジョージア政府観光局（GNTA）が協働し、第一回UNWTOワイン・ツーリズム国際会議がカヘティ地方で開催されるなど、同国のワイン・ツーリズムを後押しする動きがみられている。これらの観光資源の他にも、メディカルツーリズム、スパ/ウェルネスツーリズムや、リゾート地におけるカジノなどのゲーム（賭博）ツーリズムを開発する動きもある。

			
クタイシ UNESCO 世界遺産 「バグラティ大聖堂」	アナヌリの教会 トビリシ近郊の日本人観光 客に人気の観光スポットの 一つ	大コーカサスを臨む ロシア軍用道路の国境付 近、天空のツミンダ・サメ バ教会	ジョージアワイン カヘティ地方を代表する 「キンズマラウリ」

(ア) トビリシおよびトビリシ周辺

首都トビリシは、シルクロードの要衝として栄えた街であり、東西南北から様々な民族が行き交うだけでなく、数々の他民族による侵略もあったことから多文化が混在した街並みを有している。トビリシ市内にはグルジア正教の教会、アルメニア使徒教会、ユダヤ教のシナゴグ、イスラム教寺院、カトリックの教会などが多様な宗教が共存する、世界でも稀有な街となっている。現在、トビリシ旧市街の全域が歴史保存区域となっており、19世紀の街並みが今も残されている。一方で、「平和の橋」や、旧印刷会社を改装したブティックホテルなどの近代建築も点在しており、古い街並みと近代建築が融合した景観も楽しめる。

また、トビリシ周辺地区の一つクヴェモ・カルトゥリ地方には、ベタニア修道院やヨーロッパ最初の人類でアフリカ以外では最古の人類の化石が見つかったドマニシ遺跡などがある。首都トビリシから当該地方州都のルスタヴィまでは、マルシュルートカが毎時間複数本運行している（所要約20分、大人一人3GEL）他、タクシーによるアクセスも可能となっている。

表 3-1 : トビリシおよびトビリシ周辺の主な観光資源

主な観光資源	概要
ナリカラ要塞 Narikala Fortress	旧市街を見下ろす高台にあり、4～5世紀ごろから砦として活用されていたとされる。19世紀初頭に火薬庫が爆発し、多くの建物が失われたものの今も教会が残っており、多くの礼拝者が訪れている。
シオニ大聖堂 Sioni Cathedral	6世紀に創建された教会で、戦乱に遭い何度か再建を重ね、現在の建物は13世紀ごろに建て直されたもの。教会の内部にはジョージアにキリスト教を伝えた聖ニノの十字架が収められており、数多くのイコンも施されている。
アンチスハティ聖堂 Anchiskhati Church	6世紀に創建されたとされており、トビリシの中でも最も古い教会と言われている。何度か建て直しがされているが、ほぼ当時の形を残しているとされている。ソ連時代にはギャラリーとして使用されていたこともある。
メテヒ教会 Metekhi Church	ムトゥクヴァリ川のほとりにある丘の上に建つ教会。5世紀頃に建てられ周囲の要塞はシルクロードのキャラバン隊を守る要塞でもあった。帝政ロシア時代には監獄として使われており、文豪ゴーリキーもここに幽閉されていた。また、ソ連後期には劇場としても使用されており、独立後の1999年に再び教会として使用されるようになった。教会周辺のアラバリ地区は昔ながらの街並みを残す。
アバノトウバニ Abantoubani	ジョージアの公衆浴場。「アバム」とはジョージア語で「蒸し風呂」のことを指すものの、トビリシでは浴槽に浸かる入浴スタイル。個室浴場と共同浴場があり、個室は1時間40GEL、共同浴場は1時間3GEL。垢すりマッサージも10GELで受けることができる。
母の像 Karkis deda	ソロラキ丘に立つ、街のシンボルとも言える像。右手には剣を、左手にワインの杯を持っているのは、「敵には剣で迎え撃つが、友人はワインで歓迎する」と言うジョージア人の愛国精神を表しているといわれている。
ムツタミンダ山 Mtatsminda pantheon	「聖なる山」という意味の名で、6世紀に聖ダヴィドがこの山で修行したことから聖地とされた。山の中腹に聖ダヴィド教会がある。
国立博物館 Simon Janashia Musuem of Georgia	ジョージアの歴史を学ぶことができる博物館。ジョージアで出土した古代から紀元前3世紀のイベリア王国時代までの黄金や銅製品が多く展示されている。また、ユーラシア最古の人骨（ドマニシ原人）や、各地方の民族衣装なども展示されている。入館料5GEL。ガイド料25GEL。
国立美術館 National Gallery	2011年に再建された美術館。11～12世紀のフレスコ画やイコン、聖具のほか、ジョージアが誇る天才画家プロスマニの作品も展示されている。この建物はもともと神学校として使われていた。入館料5GEL。
ベタニア修道院 Betania Monastery	トビリシから約16kmにある12世紀に建てられた修道院。内部にはギオルギ3世、タマル王、ギオルギ4世のフレスコ画がある。
ボルニシシオニ教会 Bolnsi Shioni Cathedral	5世紀創建の初期のジョージア協会の建物。ジョージアに現存するジョージア文学最古の碑文が当該教会の外壁に残っていたが、オリジナルはジョージアの国立博物館に保存されている。
ドイツ人入植者の旧家 Old German House	19世紀初頭にボルニシにはドイツのシュヴァーベンから95の家族が入植しており、当該旧家その一つである。
ドマニシ遺跡 Dmanisi Archeological Site	ヨーロッパ初めての人類と考えられているドマニシ原人や数百万年前の遺物が見つかった遺跡。
ダヴィド・ガレジ洞窟修道院 David Gareja Monastery	トビリシから南東約70kmのアゼルバイジャンとの国境上にある洞窟修道院。6世紀に聖ダヴィドによって創設されたが、17世紀のペルシャ侵攻の際に破壊され一時は衰退した。また、ソ連時代には軍の射撃場となっていたこともあり、意図的な破壊行為もあった。修道院ある丘一体には一部フレスコ画が残る洞窟跡があり、参道はハイキングコースにもなっている。

出典：JICA 調査団

			
ナリカラ要塞を望む	公衆浴場のアパノトウバニ	旧市街にあるシナゴーク	旧市街にある標識

(イ) ムツヘタ・ムティアネティ地方

ムツヘタ・ムティアネティ地方の中心地であるムツヘタは、トビリシから北西約 25 キロ、車で約 30 分のところにある。ジョージアの古都で、街の名前はジョージア人の神話的な創始者カルトロスの息子ムツヘトスに由来している。ムトクヴァリ川とアラグヴィ川が交差している場所に位置し、ジョージア軍用道路の通過点の街でもあるムツヘタは、少なくとも紀元前 2 千年頃から人々が住み始めたと考えられている。1994 年に UNESCO 世界文化遺産遺産に登録された³²この街には、ジョージアの宗教的な総本山とされるスヴェティ・ツホヴェリ大聖堂とジュヴァリ教会がある。また、大聖堂周辺の街並みは整備されており、観光客用にフェルト製品やジョージアワインなど土産販売をする店舗が立ち並んでいるほかカフェなども揃っている。

当該地方北東部チェチェン共和国との境界沿いの大コーカサス山脈の山麓にあるシャティリ村は、秘境中の秘境と言われており、冬場は道路が閉ざされるため夏場のみアクセスが可能である。シャティリ村には、山の斜面に建てられた中世の要塞が残っており独特な景観を楽しむ他、トレッキングなども可能となっている。

首都トビリシから軍用道路沿いへの公共交通機関は、ディドゥベ・バス停からマルシュルートカやタクシーが運行している（カズベキまでマルシュルートカで所要約 3 時間大人一人 10 GEL、乗り合いタクシーで約 15GEL）。シャティリ村へも夏場のみ週 2 便、トビリシからマルシュルートカが運行している（所要約 5 時間大人一人 20 GEL）。

³² 1994 年に UNESCO 世界文化遺産に登録された「ムツヘタの歴史的建造物群」は、世界遺産登録範囲周辺の私有地拡大や、修復・管理についての適切な計画が策定されていないことに対してしかるべき対応を取るよう求めていたものの、十分に対応されていなかった。このため、2009 年に世界遺産委員会は当該遺産を「危機にさらされている世界遺産リスト」に移動させたが、2016 年になって当地の管理状況に改善が見られたとして、危機遺産リストから除去された。

表 3-2：ムツヘタ・ムティアネティ地方の主な観光資源

主な観光資源	概要
スヴェティ・ツホヴェリ大聖堂 Svetitskhoveli Cathedral	ジョージア最古と言われている当該大聖堂は4世紀にミリアン3世が木造聖堂として建立。5世紀ニヴァフェタン1世によって再建、11世紀にジョージア人の建築家アルスキスゼによって現在の石造の教会が再建された。イエス・キリストが磔になったときの上着の一部が、これを触れた女性とともに埋葬されている。国内ではトビリシのサメバ大聖堂に続き2番目に大きい教会で1994年にUNESCO世界文化遺産に登録された。
サムタヴロ修道院 Samtavro Monastery	スヴェティ・ツホヴェリ大聖堂から歩いてすぐのところにある、4世紀に建てられた修道院。教会の西側には、ジョージア最初のクリスチャン王ミリアンとその妻ナナが埋葬されている。また、聖徒ニノが住んでいたことがあるといわれており、1994年にUNESCO世界文化遺産に登録された。
ジュヴァリ聖堂 Jvari monastery	6世紀に建立された聖堂でジュヴァリとは十字架の意味。聖堂にはファサードやレリーフが残るものの、建物の石材が風や酸性雨など自然浸食や不十分な管理によって損傷が激しく、保全の必要性がある。1994年にUNESCO世界文化遺産に登録されている。
ジョージア軍用道路 Military Road	トビリシから大コーカサス山脈を越え、北オセアチア共和国の首都ウラジカフカスまで続く南北全長約210kmの道。1799年にロシアが軍用に作ったものであるが、現在は当該道路沿いには数々の観光資源が存在し、観光ルートの一つとなっている。軍用道路が通っている主な町はトビリシ、ムツヘタ、アナヌリ、グダウリ、ステパンツミンダとなっている。
アナヌリ教会 Ananuri Church	トビリシから北約70キロ。軍用道路沿いにある教会で17世紀建立。他の国内にある教会と同じように要塞としての役割もあった。城塞の中に2つの教会があり、山側がイエス・キリストに捧げた教会、湖畔側が聖母マリアに捧げた教会となっている。聖母マリアの教会（湖畔側）には見応えのあるイコノスタシス（障壁）がある。
グダウリ Gudauri	トビリシから軍用道路沿い約120km、車で約2時間のところにある町。標高2,196mに位置しておりソビエト時代からスキーリゾート地として栄え、ヨーロッパからの観光客も多く訪れる。他方で、降雪が激しくなると除雪が間に合わずグダウリに向かう道路は閉鎖されてしまう。
十字架峠 Jvari Pass	グダウリからステパンツミンダの間の軍用道路沿いで最も高い峠にある十字架で標高は2396m。峠の名前は、1824年にコーカサスの総督であったロシア人将校アレクセイエルモロフによって建てられた十字架に由来する。
カズベキ山 Kazbeki Mountain	標高5047m、コーカサス山脈最高峰の一つで、夏場はハイキングが可能。
シャティリ村 Shatili Village	標高約1,400mのところにある集落で、冬場は道が閉鎖され村人は下山を強いられる。村には中世時代の要塞集落がそのまま残っている。

出典：JICA 調査団

			
大きさに圧巻されるスヴェティ・ツホヴェリ大聖堂	劣化の見られるジュヴァリ聖堂のファサード	スヴェティ・ツホヴェリ大聖堂脇の遊歩道は整備されており土産物・カフェが並ぶ	アナヌリ教会

(ウ) カヘティ地方

トビリシから東へ約114km、車で約2時間半から3時間にあるカヘティ地方は、ジョージアワインの一大生産地で多くのワイナリーがある。この地方で栽培されるブドウは500種類以上になり、8,000年

前からクヴェヴリといわれる陶磁器を使用したワイン製法が続けられている。

ワイン以外にも、当地には城壁に囲まれた町シグナギや、聖ニノの埋葬されているボドベ修道院、アラヴェルディ大聖堂など宗教的建造物があるほか、歴代カヘティ王が祀られたバトニスツィへ、ハイキングの楽しめるラゴデヒ保護区など多様な観光資源がある。城塞の町シグナギは、「隠れた町」という意味で、18世紀にダゲスタンからの進入を防ぐために城壁が建てられたと言われており、城壁内の町・村には23の塔がある。シグナギにあるシグナギ博物館には、カヘティ地方出生のジョージアを代表する奇才画家ニコ・ピロスマニの絵画が展示されている。当該地域の北部には秘境の一つとなっているトゥシェティ国立公園があり、地域住民が営む伝統的な生活様式や古い塔が残っている。

当該地方の州都テラヴィまでのアクセスは、首都からはマルシュルートカがオルタチャラ・バス停からほぼ1時間に1本運行（所要時間2時間半、大人一人7GEL）されている他、イサニ・バス停近くから乗り合いタクシーが出ている。シグナギまでは、サムゴリ・バス停から2時間ごとにバスが運行している（所要約1時間半、大人一人6GEL）。

表 3-3：カヘティ地方の主な観光資源

主な観光資源	概要
バトニスツィへ Batonis Tsikhe	テラヴィの中心にある17～18世紀に建てられた歴代のカヘティ王の要塞。ペルシャの影響を受けた建築様式の城、庭、二つの教会、城壁などから成っている。
イカルト修道院 Ikalto Monastery	テラヴィから西へ10km。6世紀に建てられた修道院には3つの教会とアカデミーがある。
アラヴェルディ修道院 Alaverdi Monastery	テラヴィから約20kmの位置にあるこの修道院の元々の建物は6世紀ごろにアッシア13士の一人であるヨセフ・アラヴェルディによって建てられたといわれている。現在の建物の大部分は11世紀に建てられた。ジョージアで最も古い建物の一つとされている。
ネクレシ修道院 Nekresi Monastery	ジョージアの一番古い建物の一つで4世紀に創建された。この修道院には7世紀に建てられたバジリカ風の教会と9世紀にたてられたワインセラーもある。
グレミ修道院 Gremi Church	テラヴィから北東へ19km離れたグレミ村にある修道院。グレミは16世紀にカヘティ王国の首都として栄えた村で、カヘティ王国が最も反映した16世紀の雰囲気を残す。
シグナギ Signaghi	トビリシから南東へ113km、テラヴィからは車で約1時間。18世紀にエレクレ二世国王によって建てられた城壁に囲まれた町で、近年ジョージア政府は当地の観光開発に力を入れており、旧市街の修復作業を行った。要塞の壁は4.5kmになり、23の塔が残る。この町から見る東コーカサス山脈やアラザニ平地の美しい風景も観光資源の一つと言える。また、町の小高いところに博物館があり、同地方で出土された遺跡や民族衣装のほか、ジョージアを代表する画家ニコ・ピロスマニの絵画も展示されている。
聖ボドベ修道院 Bodbe Monastery	シグナギから2kmのところにある教会。ジョージアで布教活動をし、ジョージアをキリスト教国家にした聖徒ニノが祀られている。
トゥシェティ国立公園 Tusheti National Park	コーカサス山脈の中では最も生態系が保存される不思議な大自然や風光明媚な景観、そして独自の文化と建物様式が残る地方がこのトゥシェティ地方。当該国立公園は面積が76万haにもおよび標高は2000～4000mという厳しい高山環境を有する。
ラゴデヒ保護区 Lagodekhi Protected Area	コーカサス山脈の斜面に広がる保護区で、24,451haの面積を有す。希少な動植物相が見られる。エコツーリズムサイトの一つとして、ハイキングトレイル、乗馬、文化的ツアーなどが楽しめる。

出典：JICA 調査

			
シグナギの旧市街	シグナギ市内を見渡す	ニコ・ピロスマニの作品が常設展示されている	伝統的なワイン造りに使われるクヴェヴリ

(エ) シダ・カルトリ地方（ゴリノゴリ周辺）

シダ・カルトリ地方の州都であるゴリ市は、トビリシから西に 76km、ムトクワリ川をさかのぼった地点にある街であり、旧ソ連の指導者スターリンの生地でもある。2008 年の南オセチア紛争の際には、ロシア空軍による爆撃を受け、死傷者が出ている。首都トビリシのディドゥベ・バス停からマルシュルートカ（所要 1.5 時間～2 時間、大人一人 3GEL）、乗合いタクシー（大人一人約 5GEL）、鉄道によるアクセスが可能である（トビリシのヴァグザルスクエア駅から電車で約 1 時間半）。ゴリ近郊には、ウプリスツィへの洞穴住居跡、アテニシオニ教会などあり、これらのサイトにもマルシュルートカやタクシーでのアクセスが可能である。

表 3-4：シダ・カルトリ地方の主な観光資源

主な観光資源	概要
ゴリスツェ（ゴリの要塞） Goris Tsikhe	ゴリ市中央の丘の上に立つ中世の要塞。オスマン帝国やロシア帝国の侵略、また、1920 年の地震の影響を受けて、現在は周囲の城壁のみが残る。
スターリン博物館 J,Stalin's State Museum	スターリンの生家跡に建設され、1957 年に開館された。スターリンの写真、肖像画、彫像、手紙などの遺品のほかデスマスクもある。入場料 10GEL～15GEL。
アテニシオニ教会 Ateni Sioni Church	ゴリから南へ約 10km のところにある 7 世紀初頭に建設された教会。教会内部には 11 世紀のフレスコ画があり、「ヨセフの夢」の壁画が有名。中世のジョージア文字ヌスフリや現在のジョージア文字が刻まれている。
ウプリスツィへの洞穴住居跡 Uplistsikhe Cave Town	ゴリから東へ 10km、「神の砦」という意味のウプリスツィへはおおよそ 1,000 年～2,000 年前から人々が居住していたといわれている。キリスト教以前の異教徒・多神教時代の要素を持った建築物もみられる他、劇場、ワインの醸造所などが残る。入場料 3GEL。

出典：JICA 調査団

(オ) イメレティ地方（クタイシ）、ラチャ＝レチフミ及びクヴェモ＝スヴァネティ地方

イメレティ地方の州都であるクタイシは、首都トビリシから西に約 221 キロにある。トビリシに次いで 2 番目に大きな町であり、紀元前 6 世紀から 3～4 世紀まで繁栄したコルキス王国の首都であった。紀元前 3 千年前に既にこの地域で人々が暮らしていたとされており、コルキス王国消滅後も、975 年～1122 年の間、一時的にグルジア王国の首都となっていた他、15 世紀以降はイメレティ王国の首都でもあった。クタイシ市内及び近郊には、1994 年に UNESCO 世界文化遺産に登録されたバグラティ大聖堂、ゲラティ修道院があるほか、サプリア鍾乳洞、プロメテウス国立公園などがある。また、クタイシ郊外には最近発見されたコルキス王朝に由来するヴァニ遺跡がある。町の中心にある中央公園には観光案内所があり、英語での案内を受けることが可能である。

また、イメレティ地方の北側にあるラチャ＝レチフミ・クヴェモ＝スヴァネティ地方は、大コーカサス山脈の南の山麓に広がる。同地方は、山々に囲まれた風光明媚な景観や針葉樹林の中の美しい空気な

ど大自然の雰囲気を楽しめる。

州都アンブロラウリから東方約 30km に位置するオニの町は青銅器時代から人が住んでいたと考えられ、紀元前 6 世紀から 3 世紀のコルキス王国時代の遺跡が出土している他、トビリシ、クタイシに次いでユダヤ人が多く居住しており、市内には 80 年代に建設されたシナゴグがある。それ以外にもオニ周辺には文化的遺産（コテヴィ要塞、ミンダ要塞）、ジョージア正教会、自然資源などの観光地が点在する。11 世紀に建てられたとされるニコルツミンダ大聖堂は、その中世時代の建築スタイルで有名であり、大聖堂の外壁は、福音書のエピソードを描いた様々な装飾がなされている。

アンブロラウリから約 24km の場所には、コーカサスの大自然と共存するような形で 4 つの小さな村が存在し、その中の一つであるムラヴァルザリ村には、ジョージア唯一、牛の頭部がモチーフとしてファサードに施された教会がある。また、オニから東方 15～30km のコーカサス山脈山麓地帯に位置するショビヤウツェラの町には、天然の炭酸水を含む約 16 種類の鉱水が湧き出しており、ソ連時代から保養リゾート地として利用されている。当該地方には、ジョージアの高級ワインの一つであるフヴァンチカラ銘柄のワイン産地となっている。

クタイシまでのアクセスについては、当地にはダヴィト・ザ・ビルダー・クタイシ国際空港（以下、クタイシ国際空港）があることから、国内外から空路によるアクセスが可能である。陸路に関しては、首都トビリシのディドゥベ・バス停から毎日運行しているバス（所要 4～5 時間）、マルシュルートカ（所要時間約 3.5 時間、大人一人 10GEL）、列車（所要 5.5 時間、大人一人当たり 5GEL～）でのアクセスが可能である。

また、ラチャ地方に関しては、2017 年 1 月に当該地方の州都であるアンブロラウリに新たな空港が開港された。ただし、2017 年 1 月の時点で、当該空港の滑走路はまだ 1.1km の長さしかない為、受入が可能なのは 15 人～20 人乗りの小型機のみとなっている。

表 3-5：イメレティ地方、ラチャ＝レチフミ及びクヴェモ＝スヴァネティ地方の主な観光資源

主な観光資源	概要
バグラティ大聖堂 Bagrati Cathedral	1008 年にグルジア王バグラド 3 世によって建立され、ジョージアで一番高所に位置する教会であった。1691 年にオスマン帝国によって爆破、破壊された為、廃墟の状態であったが、1994 年に UNESCO 世界文化遺産に登録された後、2001 年にジョージア正教会に返還され当該大聖堂は再建されることになった。しかしながら、大聖堂は「完全性と正当性」を損なう形で再建された為、2010 年に UNESCO 危機遺産リストに移行されている。
ゲラティ修道院 Gelati Monastery and Academy	グルジア王国の最盛期を迎えた 12 世紀にダヴィド 4 世によって修道院兼アカデミーとして創立された。中世グルジアの学芸の中心地で、12 世紀から 17 世紀にかけての膨大な量の壁画や本を収蔵している。修道院南門の中にダヴィド 4 世の墓がある。1994 年に UNESCO 世界文化遺産に登録された。
モツァメタ教会 Motsameta Monastery	クタイシから 6km 離れた山の中にある教会で 11 世紀に建てられた。モスリムに改宗することを拒否し、殺害された兄弟ダヴィドとコンスタンチンを称える教会。
サタプリア自然保護区 Sataplia Nature Reserve	1935 年に保護区に指定され、保護区内には全長約 900m のサタプリア鍾乳洞、恐竜の足跡の化石、博物館などがある。入場料 6GEL。
プロメテウス洞窟 Prometheus Cave	クタイシから約 20km にある 1984 年に見つけられた全長 11km におよぶ鍾乳洞。1.2km の地下ルートにはライトアップされた鍾乳石が立ち並んでいるほか、地底湖のボートトリップも可能。入場料 10GEL のほかボートトリップには 7GEL が必要。

主な観光資源	概要
ヴァニ遺跡 The antique city of Vani	クタイシから南方約 41km に位置するヴァニ市では、紀元前 7 世紀～ 1 世紀ころのコルキス王国の金・銅製品や遺跡が見つかるが、まだ全て発掘されていない。これら出土品はトビリシの国立博物館に展示されている。
ツハルトボ・リゾート Tskaltubo Resort	クタイシから車で約 10 分程度にある保養地。ソビエト時代には最も有名な保養地の一つであった。ラドン要素の含む天然温泉が湧き出ており、70 種類の病に効能があるとされている。現在、世界銀行の支援によって当該リゾート地区の開発整備が行われている。
サイルメ・リゾート Sairme Resort	クタイシの南約 57km、標高 950m の亜熱帯山岳地帯に位置する保養地で、19 世紀のころから保養地として親しまれていた。2011 年から 2013 年にかけて当該リゾート地の改修工事が行われ、宿泊施設のみならず周辺レクリエーション施設、レストラン、スパセンターなどのグレードアップが行われた。
ニコルツミンダ大聖堂 Nikortsminda cathedral	クタイシから約 63km、ラチャ地方にある大聖堂。11 世紀頃に建てられたとされており、その中世建築は見ごたえがある。また大聖堂脇にある三階立ての鐘楼は 19 世紀後半に建てられたものである。
ラチャ＝レチフミ及びクヴェモ＝スヴァネティ保護区 Racha Lechkhumi Lower Svanet planned Protected Area	大コーカサス山脈の山麓に広がる同保護区の領域は標高 500 m～4,600m と標高差が大きいことから、コーカサス地域固有の 164 種の植物が生育しており、うち 26 種はジョージア固有種、更にうち 5 種は同保護区固有の種類となっている他、鳥類や爬虫類なども多様に生息し豊かな生態系を有している。また、保護区州へには文化的・考古学的な建築物もあり、エコツーリズム、CBT 開発のポテンシャルも高い。
ショビ・リゾート Shovi Resort	州都アンプロラウリから約 80km、ロシアとの国境近くの第コーカサス山脈山麓にある。1962 年に設立された当該リゾートはジョージア国内のみからではなく、東ヨーロッパやソビエトからの訪問客が訪れる。標高約 1,650m の場所にあるものの、亜熱帯気候により夏場は湿度が 80% 程度ある。また、当地は 16 種類の天然水・天然温泉が湧き出ており、貧血や低血圧、気管支炎などに効能があるといわれている。
オニのシナゴーク Synagogue in Oni	オニ市にある 1895 年にポーランド人の建築家とギリシャに住むユダヤ人によって建設されたオニのシナゴークは、トビリシとクタイシにあるシナゴークに続き 3 番目に大きいとされている。
ミンダ要塞 Minda Fortress	中世に建てられたとされるミンダ要塞は州都アンプロラウリから東方向約 10km のところに位置する。当時の王の権力を思わせるかのように、リオニ川沿いにある岩山の頂上から生え出たような形で聳え立っている。

出典：JICA 調査団

(カ) サムツヘ・ジャヴァヘティ地方

サムツヘ・ジャヴァヘティ地方の州都アハルツィヘは、首都トビリシから約 200km のジョージア南部に位置する。当該地域には、ジョージアの経済にも貢献している石油パイプラインである BTC パイプライン、天然ガスのパイプラインである南コーカサスパイプライン³³が通っている他、現在建設中のバクーからトルコのカルスを結ぶ BTK 列車の路線もアハルツィヘを通過する。この地域は、歴史的に度々国境線が変更されていることもあり、人口の約半分がアルメニア人となっている³⁴。観光資源としては、アハルツィヘのサパラ修道院、ヴァルジアの洞窟都市やバクリアニのスキー場などが挙げられる。

州都アハルツィヘまでは、首都トビリシのディドゥベ・バス停からマルシュルートカが 1 時間に 1 本運行している（所要時間 2.5 時間、大人一人 8GEL）。また、アハルツィヘからヴァルツィアまでマルシュルートカ（所要約 2 時間、大人一人 4GEL）、もしくはタクシー（大人一人約 60GEL）でのアクセスが可能である。

³³ 南コーカサスパイプラインは、BTC パイプラインと並走して敷設されているバクー・トビリシ・エルズルム（トルコの都市）を結ぶ全長 692km の天然ガスパイプライン。

³⁴ Population Census 2014, National Statistic Office of Georgia

表 3-6 : サムツヘ・ジャヴァヘティ地方の主な観光資源

主な観光資源	概要
サパラ修道院 Sapara Monastery	アハルツィヘから南東約30kmに位置する、9世紀～13世紀初めにかけて建てられた教会。当地を守りモンゴルからの侵略を防いだジャケリ家の長であるサルギスの息子によって建てられた。教会内部にはイコノスタシスや14世紀のフレスコ画が残る。
ザルズマ修道院 Zarzma Monastery	アハルツィヘから西約30kmに位置する。6～7世紀に神父セラブオンザルズメリによって建てられ、現在の建物は14世紀の形が残っているとされている。教会内部のフレスコ画は16世紀のオスマン帝国侵略に損傷を受けたが現在は修復されている。
ヘルトヴィシの要塞 Fortress of Khervisi	アハルツィヘから南東約46kmに位置する。10世紀に建てられた要塞はジャヴァヘタ・ムトクヴァリ川とアルタニ・ムトクヴァリ川の合流する丘の上に建てられており、当該地方の防衛の要衝だった。
サムツヘ・ジャヴァヘティ博物館 Samtskhe-Javakheti History Museum	城壁跡にあるサムツヘ・ジャヴァヘティ地方の歴史博物館。オスマン帝国の支配下であったため、イスラムの影響を受けた物やコーカサス絨毯などが展示されている。月曜休館。入場料大人7GEL。
ヴァルツィア洞窟都市 Vardzia Cave City (Vanis Kvabebi)	アハルツィヘから南約63km。ジョージア国内で見つかっている洞窟都市の中でもスケールが大きいもので、かつて三千の洞窟に5万人の人々が住んでいたといわれている。12世紀にタマラ女王によって建設され、教会、台所、王室、ワイン醸造所など数千の部屋が残っている。山中の隠れた場所に作られたため、モンゴル侵略時にも多くのイコンなど貴重な宗教崇拝物を守ることができた。
トモグヴィ要塞 Tmogvi Fortress	ボルジョミからアハルツィヘ、ヴァルツィアに向かうルートクラ川沿いにあり、9世紀に建てられた。要塞は当該地域の丘3つ以上に亘って広がっており、それぞれの丘にいくつかの塔が建設されていた。また、要塞はトンネルで川と繋がっていたとされる。
ボルジョミ Borjomi	トビリシから約160km、アハルツィヘから北東約50kmにある町。鉱泉として湧出するミネラルウォーターが有名で、19世紀にロシア帝国に占領されると保養地として栄えた。
ボルジョミ・ハラガウリ国立公園 Borjomi-Kharagaul National Park	ヨーロッパ内で最も大きい国立公園のひとつで、85,083haを有す。ドイツ政府および国際NGOの世界自然基金(WWF)の支援によって11のトレイルが設置されているほか、乗馬やサイクリングなどエコツーリズムが楽しめる。
ティモテスバニ聖堂 Timotesubani Monastery	11～18世紀にかけて建造された教会。教会内部にあるフレスコ画は13世紀のものとなっている。
バクリアニススキーリゾート Bakuriani Ski Resort	トビリシから約190km、アハルツィヘからは約77kmにある、スキーリゾートでグダウリと同様にヨーロッパからの観光客も訪れる。夏場はハイキングや乗馬が楽しめる。
パラヴァニ湖 Paravani Lake	ジョージア最大の火山湖。海拔2,073mのところに位置する。釣りが楽しめる。

出典：JICA 調査団

(キ) サムグレロ・上スヴァネティ地方

サムグレロ・上スヴァネティ地方の州都スグディディは、首都トビリシから約318kmのジョージア北西部に位置し、スヴァン人が多く居住する。特に上スヴァネティ地域は、3,000mから5,000m級の山々に囲まれており、ヨーロッパの定住地域では最も海拔標高が高い。スヴァネティの先住民族であるスヴァン人は、4世紀から6世紀にキリスト教に改宗し、現在はジョージア正教徒であるがかつて信仰していた異教の守護聖人聖ゲオルギウスが未だに尊崇されている。また、スヴァン人は勇猛な民族とされており、モンゴル軍が西進した際にもその略奪はスヴァネティまでは及ばず、モンゴル軍に破壊されそうになったジョージア国内における文化的に貴重な資源などの避難所の役割を果たした。

スヴァネティの景観は、深い渓谷に分けられた山々がそそり立ち、その植生も豊かであるため、トレッキングに訪れる観光客もいる。9世紀から12世紀に建てられた数々の独特な塔や、ジョージア正教会の聖堂、要塞化した建造物群は、優れた文化的景観を形成していることから上スヴァネティ地区一帯は、1996年にUNESCO世界文化遺産に登録された。また、当該地域には、黒海に面した港湾都市のポチ市や、リゾート地アナクリアなども含まれる。

首都トビリシから上スヴァネティ地区の入り口であるメスティアまでは、陸路でのアクセス（車で約10時間、マルシュルートカで約9時間、大人一人30GEL）が可能である他、メスティアのクィンタマラ空港に週4便（月・水・金・日）国内線が発着している（所要時間約1時間、大人一人片道65GEL）。また、2016年3月からクタイシ国際空港からの空路アクセスも可能となっている（月・金の週2便、大人一人片道40GEL）。

表 3-7：サムグレロ・上スヴァネティ地方の主な観光資源

主な観光資源	概要
ウシュグリ村 Ushguli	上スヴァネティにある村で、人の居住地としてはヨーロッパでもっとも標高の高い位置にある村として知られている。村には11世紀建立の教会があり、フレスコ画が残る。また、ウシュグリ博物館には、イコンや装飾品や民具が展示されている。メスティアから45km、車で1.5～2時間。一年の半分は雪が降っているため、メスティアからの道路が閉鎖されていることが多々ある。1996年にUNESCO世界文化遺産に登録された。
メスティア Mestia	メスティアはスヴァン民族にとって文化的・宗教的中心地。標高は1,500mのところに位置する。スヴァン文化のシンボルでもある石の塔が見られる。1996年にUNESCO世界遺産に登録された。メスティア歴史民俗博物館、スヴァネティ歴史民俗博物館がある。
シュハラ山、テトゥヌルディ山、ウシュバ山での登山 Mountains in Svaneti	スヴァネティ地方はコーカサス山脈の南側にあることから、登山スポットとしても有名である。ガイド協会などを通じてガイドの備上が可能。
ダディアニ宮殿博物館 Dadiani Palace& Museum	州都スグディディにある19世紀に建てられたコルクス女王とニコの宮殿がダディアニ宮殿博物館として公開されている。館内には聖母マリアの聖骸布、ナポレオン・ボナパルトのデスマスクなどが展示されている。入館料大人2GEL。
アナクリアリゾート Anaklia Resort	16世紀には黒海の重要な要塞町であった。ソ連時代に黒海沿いのリゾート地として人気になり、2010年サアカシュヴィリ大統領により当該地区はリゾート地として新たに修復された。毎年夏には国際的な音楽フェスティバルが行われている。
コルヘティ国立公園 Kolkheti National Park	面積28,940haを有す当該国立公園は黒海沿いに位置し多様な生態系を持つ。90年代後半に世界銀行と地球環境ファシリティの統合沿岸管理プロジェクトが実施された。2007年に観光客向けに開放され、バードウォッチング、ハイキング、乗馬、ボートツアーなどが楽しめる。
ポチ Poti	黒海沿いにある港町。近年、港湾都市だけでなく、観光地としての発展を図っている。5世紀ごろにはシルクロードの宿場として栄えたとされており、古い硬貨など見つまっている。市内には博物館や劇場があり、周辺には釣りやピクニックが楽しめるパリアストミ湖がある。

出典：JICA調査団

(ク) 黒海沿岸地方（グリア地方、アジャラ自治共和国）

黒海沿岸地方は、アジャラ自治共和国のバトゥミを中心として、コブレティ、ウレキなど多くのビーチリゾートが存在するだけでなく、ジョージア正教会、モスク、シナゴグ、カトリックやアルメニア教会など多様な宗教施設や、美しい滝などの自然公園、保養地など、様々な観光資源を有す。アジャラ自治共和国のある地域は、かつてイスラム王朝に征服されていた時期が長かったことから、イスラム教

を信仰する人々が多く居住しており、食事もトルコ料理に似たものが多い。バトゥミ市内にはTICがあり英語・ロシア語・ジョージア語での観光情報・地図などが入手可能となっている。

首都トビリシからバトゥミまでのアクセスは、鉄道の利用（所要約5時間、急行列車は毎日、夜行列車は2日に1便運行）が可能であるほか、ディドゥベ・バス停から毎日マルシュルートカが運行している（所要約6時間、大人一人20GEL）。

表 3-8：黒海沿岸地方の主な観光資源

主な観光資源	概要
バトゥミ Batumi	トビリシから南東へ約250km、トルコとの国境から約20kmに位置する。ジョージア最大の港町で、アジャラ自治共和国の首都。観光開発が進んでおり、近年国際チェーンの高級ホテルなどの投資も盛ん。市内には旧市街地、ブルーバード公園、アクアパーク、バトゥミ植物園など観光施設が多くある。
コブレティ Kobuleti	バトゥミから北へ約25kmにあるコブレティはアジャラ自治共和国政府によって「特別観光区」に指定されているリゾートエリア。当地の観光産業は主に中小企業やゲストハウスによって成り立っている。
聖マリア教会 Virgin Nativity Church	19世紀に建てられ、もともとはカトリック教会であったが20世紀からジョージア正教会として使用されている。
アジャラ国立美術館 Adjara State of Museum of Art	1998年に建設された美術館で、絵画、彫刻や、ゴニオ要塞の彫刻装飾や1～2世紀ごろの黄金の宝飾品、中世の貴金属などが展示されている。入場料大人1GEL
ゴニオ要塞 Gonio Fortress	バトゥミから南へ15km、トルコとの国境から約4km。古代ローマの要塞で1世紀ごろに建てられた。かつてはローマ・ビザンチン軍の決戦の場や黒海沿岸の重要な要塞であった。12使徒のひとりマティアの墓があると考えられている。
ペトラ要塞 Petra Fortress	バトゥミから約25kmに位置し、ジョージア、ビザンチン、イランおよびアルメニアを結ぶ交差点に6世紀に建てられた要塞。現在残っている要塞の長さは約200m。
マフンツェティの滝とタマリ橋 Makhuntseti Water fall & Tamari Bridge	標高335mに位置するマフンツェティの滝はケダの町の近くにある。滝の近辺にはいくつかのピクニックサイトがありピクニックが楽しめるほか、アジャラワインハウスやワインセラーなども点在する。タマリ橋はマフンツェティ滝の近くにあり12世紀に建設された。
ムティララ国立公園 Mtirala National Park	バトゥミから東に約30kmにある当該公園は約15,698haの面積を有す。公園内には95種の動植物が生息しており、その内23種はレッドリストに入っている。また、ジョージア国内でも最も湿度が高い公園となっている。園内ではピクニック、キャンプなどができるほか、乗馬なども可能。
バフマロリゾート Bakhmaro Resort	ジョージアから約360kmのグリア地方にあるバフマロリゾートは標高2,000mのジョージア国内で最も高地にあるリゾート地である。年間を通じた平均的な湿度は73%で黒海の家風と山の風が混在することから呼吸器官系の疾患者にとって良い保養地と言われている。また、夏場のリゾートだけでなく冬場のリゾート地として開発する方向にある。
ウレキリゾート Ureki Resort	バトゥミから北60km、トビリシから約300kmのグリア地方にある黒海沿岸リゾート。当該ビーチの砂はブラックサンドという磁性のものであることから一部では心臓疾患に効果があるとされている。

出典：JICA 調査団

① エコツーリズム

ジョージアは、北の大コーカサス山脈と南の小コーカサス（メスヘティ）山脈に挟まれており、国土の5割以上が山地、3割程度が山麓地帯となっている。4つの気候帯を有する同国の動植物相は多様性に富んでおり、多湿な森林層、湿原地帯、高原地帯、高山性の生態系から乾燥地帯などの自然環境の下、当該地域に固有な生物が多く生息する³⁵。現在、環境・自然保護省国家保護局により87カ所が保護区³⁶に指定されており、うち18の保護区でエコツーリズムが推進されている。エコツーリズムが推進されているこれらの保護区では、複数のトレッキングトレイルが整備されてほか、サイクリングコース、キャンプサイト、ピクニックエリア、乗馬用トレイルなども整備されており、訪問者の嗜好にあったエコツーリズムが楽しめる。また、各保護区にはビジターセンターが設置されており、エコガイドの手配、トレッキング用のバックパック、テント、寝袋などの貸し出し、レンタルバイク、馬の貸し出しの他、宿泊施設の紹介なども行っている。これらエコツーリズムを推進している各保護区における入園料、レンタル機材の料金、トレッキングトレイル情報（地図含む）、保護区周辺の宿泊施設情報など、旅行者にとって必要な情報は保護区を管轄する国家保護局のホームページに掲載されている。

なお、国家保護局からの情報によると、保護区を訪れる観光客の大半が国内旅行者であるものの、過去5年間と比べると外国人旅行者による訪問は約6倍近くの伸びとなっている。上記18の保護区における国内外両方からの訪問者数については、2010年には12.6万人であったのが2015年には51.8万人、2016年10月の段階では既に前年を大きく上回る72.3万人を記録している。いずれにせよジョージアのエコツーリズムはまだ開発段階にあり、今後、多様な自然資源を活かしたエコツーリズムは、文化資源以外の観光商品として更なる整備が期待される。

② ワイン・ツーリズム

ジョージアのワインは、古代よりクヴェヴリと呼ばれる卵型の粘土製容器を用いた伝統的な手法で製造されており、2013年には、この8,000年前から続く伝統的なワイン造りの手法がUNESCO世界無形文化遺産に指定された。また、国内において生産されているブドウ種は数百にのぼり、そのうち525種はジョージアが固有種³⁷と言われている。このようにジョージアのワインは、ストーリー性、独自性が高く、ワイン通やワイン好きにとっても、そうでない人にとっても一度は試してみたい、見てみたいという興味を抱かせるものであり、観光資源としての資質が高い。加えて、2016年9月にUNWTO主催による世界で初めてのワイン国際会議が同国のカヘティ地方で開催されたことで、より一層「ジョージアワイン」がブランド化され、ワイン・ツーリズムの振興を後押しするきっかけとなったと言える。

実際に、既にワインを観光資源としたワイン・ツーリズム開発は進んでいる状況で、国内で最も収穫できるブドウの品種が多く、ワインの生産地として有名なカヘティ地方では、数多くの大手ワイナリー³⁸

³⁵ ジョージアに生息する12種類の両生類、54種類の爬虫類、100種以上の哺乳類、370種以上の鳥類が、コーカサス地域の固有種と考えられている。（国家保護区局ヒアリグより）

³⁶ ジョージアの保護区は国際自然保護連合（IUCN）の基準に従い、5つのカテゴリーに分けられており、①厳正自然保護区（14カ所）②国立公園（11カ所）③管理保護区（19カ所）④天然記念物（41カ所）⑤景観保護区（2カ所）となっている。

³⁷ 525種の固有種のうち、流通販売のために作られるワインに使用しているのは約25種。それ以外の固有種は大量にワインを生産する為には収穫量が足りないなどで大量生産用としては使われていない。

³⁸ Teliani Valley、Gamtkitsulashvili brothers winery、Winery Khareba、Pheasant's Tears、Kinzumarauli Marani Winery、などが挙げられる。

が自社のワイン工場における見学ツアーのみならず、収穫時期におけるブドウ摘み、ワイナリー見学と併せてワイナリーに併設するレストランでのジョージア料理の体験、ジョージアパン作り体験、ワイナリー周辺地区の見学ツアーなど、幅広いアクティビティを企画・提供している。加えて、ジョージア現地旅行会社のビジット・ジョージアやコーカサストラベルなどもインバウンド旅行者向けにジョージワインツアー³⁹を催行している。

また、ジョージア政府が掲げている 2025 年までの観光戦略において、国際観光客及び観光客一人当たりの支出額の増加を目指している（観光戦略の詳細については次項（3）を参照）。したがって、このように独自性の高いジョージアワインは、観光客の呼び込みと支出増加に資する観光資源の一つと捉えており、同国政府機関もジョージアワイン自体の知名度の向上及びワイン・ツーリズム振興のプロモーションなどを行っている。例えば、ジョージア観光庁（GNAT）は「ワイン・ルートプロジェクト」⁴⁰を実施しており、国内のワイナリーに関するデータベースの整備、一定の評価基準を満たしたワイナリーの位置を明示する「ワイン・ルート」と記載された看板の設置、「ワイン・ルート」の看板が設置されている場所を示した地図の無料配布などを推進しており、国内外の観光客が大手ワイナリー以外の小規模ワイナリーにも立ち寄れるような仕組みづくりを行っている。その他にも、海外に対するワイン・ツーリズムのプロモーション活動として、海外の旅行フェアにおいてジョージアワインの展示・試飲を行っている。

このように、官民ともにワインを観光資源としたワイン・ツーリズムの開発・振興を行っており、今後も更なる開発が見込まれる。

③ メディカルツーリズム／ウェルネス・スパツーリズム

メディカルツーリズムは、近年同国において国際観光客を呼び込む新たな観光資源として取り組みが始められたところである。現在のところ、地域圏内におけるメディカルツーリズム先進国はトルコであるが、ヘルスケアに掛かる費用という観点からみると、ジョージアはトルコにとって価格競争相手と言える。したがって、トルコに代わる域内のメディカルツーリズム推進国となるべく、数年前からジョージアにおける大手民間医療施設は医療体制の強化、医療設備のアップグレード及び医療サービスの質の改善を進めており、民間投資も活発に進んでいる。その結果、2015 年 11 月には、ジョージアヘルスケアグループはロンドン株式取引所の上場企業となるなど、同国医療の改善とメディカルツーリズム促進に向けた取り組みが着々と進んでいる。他方、国際基準と比較すると、高品質の医療サービスの提供、専門医や多言語で対応可能な医療スタッフの充実などが求められる。

ウェルネスツーリズムについては、イメレティ地方にあるツハルツボは世界でも珍しいラドン成分を含む鉱水⁴¹であり、旧ソ連時代には政府により 16 の保養施設が建設され、多くの利用者がいたものの、ソ連崩壊後、1 つの保養所のみが利用可能という状態にあった。その後、同施設は民営化され、民間事業者により保養施設及び周辺地区にウェルネスセンター及びメディカルセンターが建設されるなど、当

³⁹ 旅行会社によるワインツアーは、複数のワイン生産地（カヘティ地方、ムツヘタ、イメレティ地方、ラチャ＝レチフミ及びクヴェモ・スヴァネティ地方、グリア地方など）を巡るツアーが提案されている場合が多い。

⁴⁰ 2011 年～2013 年の間 USAID の支援のもと、国内最大のワイン生産地のカヘティ地方を中心にイメレティ地方などにある約 50 のワインセラーの位置を示す看板を主要幹線道路沿いに設置しており、当該「ワイン・ルートプロジェクト」はその事業の続きと言える。

⁴¹ ラドン成分を含む鉱水は循環器官系の疾患、神経系疾患、婦人科系疾患及び皮膚疾患に効果があるといわれている。

地は再びウェルネスツーリズム開発を推進しており、現在、世界銀行のプロジェクト「**Second Regional Development Project (2012～2018)**」の一環で水道の整備や公園などの公共スペースの整備・開発支援がなされている。ツハルツボ以外にも、天然温泉が湧き出るアバストゥマニ・スパ（サムツヘ・ジャヴァヘティ地方）、16種類もの鉱水が湧き出るショヴ・リゾート（ラチャ地方）、泥浴のできるアクタラ・スパ（カヘティ地方）など、保養目的で滞在可能な施設は国内に数多くある。

④ ウィンターツーリズム

ジョージアにおけるウィンターツーリズムは、この数年間で急速に拡大・発展しており、北部のグダウリや南部のバクリアニ、ゴデルジは、同国を代表するウィンターリゾート地となっている。グダウリは1980年代にスキーリゾートとして整備・開発されてから過去5年間で来客数は数倍に増え、現在1シーズン中に2万人以上が同リゾートを訪れている。一方、旧ソ連時代の冬季オリンピックのトレーニング地として活用されていたバクリアニも、近年改修され、2015年から2016年までの冬季シーズンにおいては、8.6万人以上の観光客が訪れている。2015年12月には、アジャラ自治共和国にあるゴデルジウィンターリゾートがオープンし、オープンシーズンには約7千人の来客があった。また、2016年2月には南部コーカサスで最も長いスキースロープ⁴²と、最も厳しい傾斜のあるウィンターリゾートのテトゥヌルディリゾートがスヴァネティ地方にオープンした。当該リゾートはまだ開発段階であるものの、すべての施設・整備が完成すると、一度に6,806人の訪問客、及び4,100人のスキヤーのゲレンデ使用が可能となり、1年のうち6～7か月間スキーを楽しめる大規模リゾートとなる。

ジョージア政府としても、2017年から向こう2年間のスキーリゾート開発費として111百万GELを投資することを決めている。約60百万GELはグダウリと新たなスキーリゾート地コピにおけるスキーリフトの建設費に、25百万GELはバクリアニにおける人口湖建設費に、20百万GELはメスティアからハチバリを繋ぐリフト建設費に、残りはバクリアニにおけるスキージャンプ台建設や、新たな滑走路の建設などに充てられる計画となっている。

⑤ 伝統文化・芸能

(ア) 伝統音楽

コーカサスの山岳民族から受け継がれてきたポリフォニー（多声音楽⁴³）は、合唱の原点ともいわれている。多くの場合は3つの声部からなり、男性2人のソリストと男性合唱隊から構成され複雑なメロディー、圧倒的な声量とハーモニーで有名である。合唱曲は、ブドウの収穫や儀式の際の歌、日常生活において即興で歌われる歌など、多くの楽曲が存在する。こうした口承芸能は2,500～3,000年前には生活の一部として定着していたと考えられており、2001年には「世界無形文化遺産の傑作」としてUNESCO無形文化遺産に登録されている。また、ポリフォニーとは別に、宴会の席などでよく歌われる民謡の「スリコ」は、スターリンが好んでいた民謡の一つであり、旧ソ連でも有名となった。民謡には、儀礼の歌、労働の歌、恋愛の歌、哀悼の歌、童謡、英雄をたたえる歌など様々な種類がある。

(イ) 民族舞踊

ジョージアは、東西南北の諸文明・諸文化が行き来していた歴史から様々な民族が居住しており、民

⁴² 2016年の段階ではまだ7kmの滑走路しか完成していないものの、今後9kmまで延長する計画。

⁴³ 複数の異なる声部（パート）が協和しあう音楽。

族舞踊も多く存在する。一般的に男性は高く飛び、爪先たちで踊るなど勇敢さと技能をアピールし、女性は背筋を伸ばし氷の上を滑るような動きで優雅さをアピールする踊りとなっている。各伝統舞踊とも踊りに特徴があり、例えば、カズベキ山岳地方の踊りの「カズベグリ」は、男性のみで踊られ、山岳に住む男性の強さと忍耐力を表現している。アジャリア地方の伝統舞踊である「ホルミ」は、古代戦闘舞踊で、ジョージア人の強さを表現しており、「レズギンカ」は、レズギ族に伝わる求愛の舞踊の一つと言われ、穏やかなメロディーの中でも強いテンポと激しいリズムで踊られる。なかでも「カルトゥリ」は、典型的な民族舞踊の一つで5部構成⁴⁴となっている。こうした伝統舞踊は、基本的には男女が触れ合うことはないが、トルコ・イランの舞踊の影響が強いダンスは手を繋いで踊ることもある。こうした民族舞踊は、レストランやイベント、フェスティバルで鑑賞できるほか、プロのダンサーによるものは劇場で鑑賞可能となっている。

これら民族舞踊は、それぞれの民族衣装をまとうて踊られている。男性の衣装の特徴としては、チョハと呼ばれる丈の長いコートのような上着で、チョハと一緒に羊毛や毛皮で作られた帽子、ロングブーツ、短剣と短剣を吊るすベルトが着用される。チョハは近年では民族舞踊の衣装として着用されることがほとんどで、日常に着用されることは少なかったものの、ジョージア人の Samoseli Pirveli がチョハのブランドを立ち上げたことをきっかけに、最近では結婚式など催事で着用されるなど、再評価されている。女性の衣装は、アラハリと呼ばれるコーカサス地域一体及びイランで着用されている丈の長く腰回りが絞られた細身の衣装で、飾り袖や金の刺繍が装飾されているものもある。民族舞踊の際には、男性の民族衣装と色やモチーフを合わせたものが着用されており、衣装だけでも楽しめる。女性の民族衣装も現在においては結婚式用など、現代風にアレンジされ活用されている。

⑥ フェスティバルなど

もてなし好き、宴好き、大らかな気質が特徴であるジョージア人にとって、年間を通じた文化的・伝統的行事は家族・友人らと時間をともに過ごす大事なイベントと言える。年間を通じて様々な祭りが全国で開催されているものの、特に5月から10月は気候が安定していることもあり、多くのフェスティバルが開かれている。主なフェスティバルは下表のとおり。

また、ジョージア観光庁（GNTA）が運営管理している旅行情報サイトには、近々に予定されているフェスティバル、展示会など各種イベントの告知がなされており、検索が可能となっている⁴⁵。

表 3-9：ジョージアの主なフェスティバル

祭典名	時期	場所
新ワインフェスティバル	毎年5月	トビリシ、ムツタミンダ野外公演
チーズフェスティバル	毎年7月	ムツヘタ、スヴェティ・ツホヴェリ大聖堂脇
トビリソバ	毎年10月	トビリシ
屋外オーケストラ	5月	トビリシ、ローズパーク
ロイヤルディストリクト・シアターコンサート	5月	トビリシ、ロイヤルディストリクトシアター
国際音楽祭	5月	トビリシ

⁴⁴ 男性が女性を招く場面から始まり（1部）、男女一緒に踊る（2部）、男性のソロダンス（3部）、女性のソロダンス（4部）、そして最後に男女一緒に踊る（5部）。

⁴⁵ http://georgia.travel/events?keyword=&category=&date_from=&date_to=

祭典名	時期	場所
民族祭	5月	クタイシ、トビリシ
ゴールデンバタフライ（映画祭）	5月末～6月	トビリシ
黒海ジャズフェスティバル	6月	バトゥミ
カーペット祭	6月	アハルツィヘ
ナイトセレナーデ（クラシック音楽祭）	8月	バトゥミ、トビリシ
トビリシジャズフェスティバル	10-11月	トビリシ

出典：JICA 調査団

⑦ 特産品・工芸品

ジョージアの特産品としては、クヴェヴリを使って伝統的手法を用いられて作られたワインが挙げられる他、スルグニに代表されるようなチーズも地元ならではの特産品として挙げられる。工芸品に関しては、羊毛を使ったフェルトの小物や、クヴェヴリを作っている粘土を使用した陶磁器などがある。お土産物の中には 300ml 程度入る小型の人型陶磁器にジョージアワインが入って売られているものなどもある。

2) インフラの整備状況

① 運輸・交通インフラ

(ア) 空路

ジョージアにおける航空インフラは近年急速に整備されてきており、現在、旅客機の離発着空港として稼働しているのは、トビリシ国際空港、クタイシ国際空港、バトゥミ国際空港の 3 つの国際線空港と 1 つの国内線空港（クィンタマラ空港）となっている。国際線空港は、国際民間航空機関（ICAO）の国際的基準値に基づき運営しているが、トビリシ国際空港及びクタイシ国際空港は、それぞれ 2007 年 2 月と 5 月からトルコの航空運営会社である TAV エアポート・ホールディング社に運営を委託している。

4 つの空港に就航している航空会社は、トルコ航空、ジョージア航空、ウクライナ国際航空、カタール航空、ルフトハンザ航空、ペガサス、ウィズエアー、シベリア航空など、国際線は 32 社の航空会社、国内線は 1 社の航空会社となっている。これら航空会社における国際訪問客の利用度を見てみると、2015 年においてはトルコ航空が最も利用されている航空路線となっており（空路にてジョージアを訪れる 19.8%がトルコ航空利用）、次にジョージア航空（11.6%）、ウクライナ国際航空（9.7%）となっている。また、2012 年にクタイシ国際空港が完成した際に同国への格安航空会社（LCC）の路線導入が始まり、LCC 会社のペガサス、ウィズエアー、フライドバイなどが就航を開始し、ジョージアを訪れる国際訪問客のうち、それぞれ 6.6%、4.6%、4.1%の訪問客が当該 LCC を利用して同国を訪れている。

加えて、2015 年にはギリシャの航空会社がトビリシ～テサロニキの周遊便を週 2 回、イラクの航空会社がトビリシ～バクダッド間の周遊便を週 1 回就航させ、2016 年にはイランの航空会社 2 社がトビリシ～テヘラン間の直行便を週 2 回就航させた他、イスラエルの航空会社もトビリシもしくはバトゥミ～テルアビブ間の定期便を就航させるなど、ジョージアを巡る国際線はめまぐるしく発展してきている。

他方で、このような航空路線の拡大が進む中で、各空港で 1 時間に受け入れ可能な旅客収容数を鑑み

ると、トビリシ国際空港は 2,000 人/時間、クタイシ国際空港は 600 人/時間、バトゥミ国際空港は 300 人/時間、クィンタマラ空港は 50~70 人/時間であり、そのキャパシティは極めて限定的といえる状況である。

(イ) 陸路

道路インフラの整備は、ジョージア政府が優先課題の一つとして取り組んでいる。国際幹線道の一部となっているアゼルバイジャン国境からジョージア東西を横断し、黒海でトルコ国境につながる東西回廊、および、ロシア～トルコをつなぐ南北道路の整備状況は、ADB、世界銀行、JICA、EIB といったドナーによる支援で整備されており、道路の状態も良好といえる。主要幹線道から延びる支線や地方の道路は、砂利道など舗装されていない部分もまだ残っているものの、現在販売されている観光ツアーに組み込まれている観光地の殆どは主要幹線道路沿い、もしくは舗装されている支線上に位置しており、バスやコーチを利用した集団旅行形態で旅行する観光客にとって観光地へのアクセスは大きな弊害ではないと言える。他方、冬場には、特に山間や標高の高い位置にある観光地やリゾート地を訪問する際に、天候状態によって道路が雪に埋もれてしまい、道路が封鎖され目的地にアクセスできない状況も発生している。

(ウ) 海路

黒海にあるポチ港とバトゥミ港がジョージアの二大港であり、客船が着岸するのはバトゥミ港のみとなっている。バトゥミとロシアのソチをつなぐ便が週 2 便、ブルガリア～ジョージア～ウクライナを周遊するフェリーが週 1 便就航している。2009 年からの統計を見ると、2009 年には 1.9 万人が、翌年 2010 年及び 2011 年には最多数の 3.2 万人が当該港湾を利用して出入国しており、2012 年以降は約 2.5 万人程度が当該港を利用⁴⁶している。当該国への国際観光客数を鑑みると、海路利用の訪問者数は全体の 0.4%程度に留まり⁴⁷、現状としては、あまりニーズは高くない状況である。他方、2016 年 10 月には、ジョージア政府とアナクリア開発コンソーシアム (ADC)⁴⁸との間でアナクリア港開発に係る契約締結が行われ、2 年間の歳月を経て検討・協議されてきた当該港湾の開発事業が本格開始されることとなった。当該港湾の建設工事は BOT 方式 52 年間コンセッションにて実施される予定となっており、合意文書のなかで、ジョージア政府は当該港に通じる鉄道建設やその他の当該地域の運輸環境を改善する為のインフラ開発などに 1 億 USD を投資するとしている。アナクリアは歴史的にもシルクロードの要衝で、ヨーロッパと中国を最短で繋ぐルート上に位置していることから、当該港湾が建設されれば欧州市場と中国を含むアジア市場間の貿易の活性化を促すだけでなく、地域経済開発にも資することが期待されている。

(エ) 公共交通

主要都市を結ぶ交通手段としては、長距離バス、乗り合いミニバス (マルシュルートカ)、鉄道などがある。長距離バスについては、トビリシ、クタイシ、バトゥミなどを拠点とする民間バス会社がそれぞれ長距離バスの提供を行っている他、近隣地方都市間を結ぶ乗り合いバスが不定期に運航している。

⁴⁶ Maritime passenger to/from Batumi Sea port(2011-2016), Transport and Logistics Development Policy Development of the Ministry of Economy and Sustainable Development

⁴⁷ 2015 Georgian Tourism in Figure structure&Industry data, Georgian National Tourism Administration, 2016

⁴⁸ アナクリア開発コンソーシアム (ADC) は、ジョージアに拠点を置く TBC ホールディング社とアメリカに拠点を置く Conti インターナショナル建設会社から成る事業体で、アナクリア港開発に関しては港の建設、運営、維持を請け負っている。

また、トビリシ市内ではトビリシ市が主導となって設立されたトビリシ運輸会社が市内バスのサービスを提供している。

鉄道に関しては、黒海とカスピ海を繋ぐ国際鉄道として国営のジョージアン鉄道がアブハジア～トビリシ～バクーの間を運行している。乗車券は出発の2週間前から駅窓口もしくはインターネット上で購入可能⁴⁹となっている。電車スケジュールについては、国際線のトビリシ～バクー間の往復電車は毎日朝晩2本の運行、トビリシ～エレバン間は1日2本隔日に運行している他、夏場はバトゥミ～エレバン間を毎日運行している。また、2007年からアゼルバイジャン、ジョージア、トルコの3か国政府のイニシアティブで、カスピ海からヨーロッパを繋ぐ新たな夜行列車⁵⁰の運行に向け鉄道路線の敷設工事と整備を行っており、2017年中には開設予定となっている。その他、国内移動については、トビリシから主要都市（バトゥミ、クタイシなど）行きの列車が毎日4本程度発着している。

なお、首都トビリシには地下鉄が2路線通っており、22駅のうち20駅が地下にあり、2駅（ディドゥーベ駅、ゴツィゼリ駅）が地上にある。もともと1952年に旧ソ連時代に建設が開始され、独立後は電力不足のためなどに地下鉄の運行が停止していた時期もあった。現在、トビリシ地下的は駅の改築や車両、その他の設備の更新などを含む大規模な改良計画を行っている。

② 衛生・電気・通信インフラ

(ア) 衛生

国内の主要都市のほとんどに上水道が敷設されており、現地の人々は水道水を飲用している。首都トビリシとバトゥミなど、上水道の整備や水質管理がある程度行き届いている地区においては、水道水を飲用することができるもの、地方都市においては上水道設備がきちんと整備されていなかったり、生活用水や農業用水などの汚水処理が適切に行われていなかったりと、水道水に対する安全性は不確かなものである。したがって、日本人旅行者の飲用としてはペットボトル水の購入が一般的に勧められている。また、ローカルレストランや食堂などにおいては、例えば、バーベキューなどを調理する調理スペースが屋外オープンスペースに設置されている、家族経営のような小さいレストランでは調理する場での服装が普段着と同じものであるといったような調理上の衛生に課題がある。

公衆トイレに関しては、観光地や街中に設置されている場所はほとんどない。他方、教会など観光サイトとして訪れるような場所には概ね設置されており、比較的清掃も行き届いている場合が多い。

(イ) 通信インフラ

ジョージアにおける観光インフラとしての電気・水道・通信等の整備状況については、地方都市においても十分に普及が進んでおり、観光客として不便を感じることはない。

携帯電話会社はGeocell、MagtiCom、Mobitelなど複数存在し、プリペイド式が一般的。通信エリアについては、地方都市や山岳部も含めて国内ほぼ全域で携帯電話が普及されており、通話が可能となっている。

⁴⁹ ジョージア鉄道HPから購入可能。http://www.railway.ge/?web=0&action=0&lang=eng

⁵⁰ アゼルバイジャンのバクーからジョージアのトビリシを通過し、トルコのカルスまでを結ぶ為、それぞれの頭文字をとってBTK路線と称されている。

インターネットについては、トビリシ市内の殆どのレストランではWifiが配備されており、店で飲食をする際は無料でWifiサービスを使うことができる。地方都市部においても、ホテル・レストランでのインターネット接続は可能で、接続状態も良好といえる。

③ 公共サービス（病院、警察、治安等）

（ア） 病院

メディカルツーリズムの振興を図っていることから、この数年で私立病院を中心に病院内の機材、テクノロジー技術、サービスの改善などが行われている。しかしながら、まだ西欧諸国と比較すると医療設備・サービス、治療後の管理など様々な面で立ち遅れている状況で、ジョージア国外で教育を受けた専門性の高い医師が少なく、その結果、英語を含む多言語を話せる医師も少ない。

（イ） 治安など

2008年にジョージアと南オセチアの軍事衝突が発生し、これを契機にアブハジアおよびその周辺にも軍事衝突の戦火が飛び火した。その結果、現在でも南オセチアおよびアブハジアとジョージア政府の間では緊張状態が続いており、これらの地域に立ち入る場合は、ジョージア政府からの許可を得る必要がある。このように特定地域においては、政治的事情による治安への懸念があるものの、首都のトビリシやその他主要都市における治安は、一般的に良好である。

なお、2017年1月時点における日本国外務省の海外安全渡航情報によると、上記南オセチア（ツヒンヴァリ地域）及びその周辺地域、アブハジアおよびその周辺地域ならびに国境周辺地域に関しては「レベル4：退避してください。渡航は延期してください（退避勧告）」となっているが、その他のジョージア国内は「レベル1：十分注意してください」となっている⁵¹。

（3） ジョージアの観光開発に関わる上位計画

ジョージア政府は、世界銀行や国連通貨基金（IMF）の支援の下、2003年に「ジョージア経済開発・貧困削減計画」を策定し、迅速かつ持続的な経済成長と貧困の削減を戦略目標に掲げ、重点分野として、マクロ経済の安定、ビジネス環境改善、人材開発、観光・農業セクターの強化などを掲げている。また、2014年に同国政府により「ジョージア2020」と称される同国の長期的な社会経済開発計画書が策定されており、同国の経済発展を目指す上で取り組むべき優先分野は、①民間セクターの競争力強化、②人的資源開発、③資金調達手段の改善、の三つが掲げられている。観光セクターは、これら三つの優先課題に横断的に係わるセクターであり、国の政策としても観光セクター開発は重視されていると言える。

観光セクターの長期的な開発戦略としては、世界銀行の支援の下、「ジョージア観光戦略（2015-2025）」が策定されている。同戦略では、国民及び国の経済開発のため、持続的かつ国際的なレベルを有す観光振興を目指し、2025年までの具体的な目標指標として、10の指標を掲げている（詳細は下記の表3-1参照）。また、これら指標達成の戦略目標として1) 自然・文化遺産の保全と活用、2) これら自然・文化遺産を中心とした体験を楽しめる独自の商品開発、3) 世界クラスのサービス提供を通じた競争力強化、4) 効果の高いマーケティング・プロモーションを通じた西欧諸国など高額支出の望める市場の誘致、5) 観光産業関連データの収集・分析や業界のパフォーマンスの測定能力強化、6) 観光セクターにおける官

⁵¹ 外務省海外安全ホームページ http://www.anzen.mofa.go.jp/info/pchazardspecificinfo_2016T092.html#ad-image-0

民からの投資拡大、7) 国内外からの投資を促進するビジネス環境の強化、8) これらの戦略目標達成に向け政府機関、業界団体、NGO 団体及び地域住民との協力関係の構築、を掲げている。

表 3-10：観光開発に関わる上位計画の概要

計画書	概要
<p>ジョージア経済開発・貧困削減計画（2003～2005）</p>	<p>【観光開発位置付け】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・持続的な経済成長をもたらす産業の一つとして、エネルギー、運輸、農業と並び優先度の高いセクターと位置付けられている。 <p>【優先戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光資源にかかわる市場調査およびポテンシャルのあるリゾート調査 ・政府主体の国際的なキャンペーンの実施 ・リゾート地のインベントリー作成 ・リゾート地における衛生管理ゾーンの整備 ・観光事業に対する民間投資の促進 ・出入国手続きの簡素化 ・緊急時の救護・エスコートのためのインフラ開発 ・観光セクターにおける訓練を受けた専門スタッフの育成 ・MICE の開発 ・地域住民の喚起を起こす文化・自然・アドベンチャーツーリズムの開発 ・歴史的・文化的建造物の修復 <p>【アクションプラン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光資源およびポテンシャルのあるリゾート地に関する市場調査 ・リゾート地に関するインベントリーの作成 ・アグロツーリズムの導入と開発 ・緊急事態発生時の救護サービスインフラの設置 ・国際ドナーからのファンドレイジングのための特別プログラムの準備
<p>ジョージア社会経済開発戦略「ジョージア2020」</p>	<p>【優先分野】</p> <p>民間セクターの競争力強化、人定資源の開発、金融へのアクセス改善</p> <p>【具体的指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2020年までに一人当たりの名目 GDP の倍増（2014年の5,811GELから2020年には13,000GEL） ・失業率を12%以下 ・輸出増加に伴い、財政赤字をGDPの1.5～2.0%に抑える ・公的債務を2017年までに対GDP比40%以下に抑える <p>【観光開発位置付け】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光セクターに直結した戦略は明記されていないものの、失業率の低下、輸出増加といった指標達成を目指す上で観光セクターは深く関わる
<p>ジョージア観光戦略（2015-2025）</p>	<p>【ビジョン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2025年までには通年観光できる高品質の観光デスティネーションとなっている ・戦略的なインフラ投資、マーケティング、人材育成などを通じて競争力のある観光デスティネーションとなる ・観光客の消費額を増やすようなデスティネーションとなる <p>【戦略指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2025年までの具体的な目標指標として以下を掲げている。 <ol style="list-style-type: none"> ① 国際入込客数11百万人を目指す ② 国際観光客誘致により年間観光収入5.5億USドルを目指す（現在は1.8億USドル） ③ 観光セクターがGDPに占める割合を6.7%まで増やす

計画書	概要
	④ 観光セクターへの年間平均雇用者数を 33 万人まで増やす ⑤ 観光客一人当たりの 1 日の支出単価 500US ドルを目指す（現在 320US ドル） ⑥ 観光客一人当たりの平均滞在時間を 5.3 日まで増やす（現在平均 4.3 日） ⑦ 観光セクターに対する海外直接投資を年間 910 百万 US ドルまで増やす（現在、年間 559US ドル） ⑧ 近隣諸国からの訪問客の全体に占める割合を 80%まで下げる（現在、88%を占める） ⑨ 支出単価の高い諸国からの訪問客数を 20%まで増やす（現在、12%） ⑩ WEF による観光競争力ランキングを 35 位まで上げる（現在、66 位）

出典：JICA 調査団

(4) ジョージアの観光開発に関わる関係機関

裾野が広い観光産業の発展を促進するためには、多岐にわたるセクター及び様々なレベルでの協力体制を構築することが不可欠である。ジョージアの観光開発に関わる主な関係機関は、以下のとおり。

表 3-11：観光開発に係る主な関係機関

関係機関		主な役割
政府機関	ジョージア観光局（GNAT）	経済開発省の外局の一つ。ジョージアの観光開発政策に基づき、持続的な観光開発の推進、国際観光客誘致、国内旅行の開発及び観光セクターにおける人材育成などを実施（ http://gnat.ge/ ）
	国家統計局（Geostat）	国内の様々なデータを統計として収集・分析、配信を実施
	文化遺産保護省	ジョージアの文化や建築物など遺跡の保全に係わる活動を実施
	環境・自然資源保護省保護区管理局	ジョージア国内の保護区の運営管理、保護区におけるエコツーリズムの推進等を実施
	国家ワイン局	ジョージアワインの啓蒙・知名度向上、ジョージアワインの輸出促進、ワイン・ツーリズム開発支援等を実施
民間機関	ジョージア観光協会（GTA）	旅行会社やホテルなど民間の観光関連団体・企業が構成員となった組織、観光プロモーションやマーケティングを実施
	ジョージアガイド協会（SAGA）	非営利の観光ガイド協会。同国の観光ガイドの専門性の強化をめざし、トレーニング、観光ガイドに関するフォーラム等を実施
	ワイン・ツーリズム協会	ジョージアにおけるワイン・ツーリズムの推進のため、特に中・小規模のワイン生産者を対象に事業環境の整備、資格認定、意識啓発、トレーニングの実施のほか、国内外におけるワインのプロモーション促進、ワインフェスティバルなどイベントの企画等実施

出典：JICA 調査団

1) 政府機関

① ジョージア観光庁（GNAT）

同国の観光セクターを牽引する政府機関として、経済・持続可能開発省の管轄下にジョージア政府観光庁（GNAT：Georgian National Tourism Administration）が設置されており、観光開発政策に基づいて、観光プロモーション活動、観光開発を通じた雇用の創出、観光人材育成、観光インフラ整備の促進など諸活動を推進している。職員数は 83 人、そのうち契約職員 52 名。契約職員のうち 24 名は地方 TIC で勤務している職員である。

GNTA の地方関連組織として、TIC が国内 18 か所に設置されており、管轄地域における新たな観光商品開発やプロモーション、国内外の観光客に対する地域観光情報の提供、各地域における観光開発支援など、地域レベルでの活動を行っている。

予算は、管轄省の経済・持続可能開発省から配分されており、2014 年次の予算は 12.7 百万 GEL、2015 年次の予算は 25.8 百万 GEL、2016 年次の予算 28.7 百万 GEL、うちプロモーションに配分された予算は 2014 年次 9.7 百万 GEL、2015 年次 23 百万 GEL、2016 年次で 18 百万 GEL と、平均的に全体予算の 80%はプロモーション活動に配分されている。

GNTA の 2015 年時における具体的なプロモーション活動内容は、26 の国内外の観光フェアへの出展、9 つのターゲット市場に対するマーケティングキャンペーンの実施、64 の FAM ツアー実施、及び 2 本のプロモーションビデオを作成し、当該映像は CNN やユーロニュースというテレビ媒体で放映された。

プロモーション活動以外の GNTA の活動として民間観光関連事業者に対するトレーニングの企画・運営を行っており、2015 年次には 1,100 人、2016 年 11 月現在で 1,050 人に対するトレーニングを実施済みである。トレーニング内容は、例えば、小規模ワイナリーに対するビジネストレーニングや、語学（英語）レッスンなどとなっている。民間観光関連事業者と良好な関係が築けていることから、これらトレーニング内容も現場のニーズに応える内容を提供している。

他方で、他省庁とも必要に応じて情報共有を行うなど、連携して観光振興を進めようとしているが、他省庁と横断的な関係性を構築するような体系だった活動は行われていない状況である。

地方自治体との関係性については、地方に設置されている TIC の運営自体が自治体の協力の下で行われていることから⁵²、地方自治体とは良好な関係が築かれている。

② 国家文化遺跡保護局

国家文化遺産保護局（National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia）は、文化・遺跡保護省（Ministry of Culture and Monumet Protection）国内の 15 の博物館・美術館などを運営管理している他、文化遺産や文化的サイトの登録・インベントリー作成、文化遺産・文化的サイトにおける修復作業、これら遺産・サイトのモニタリングなどを行っている。文化的施設などの修復・修繕については、技術的な能力が必要であることから、専門知識を有する外部の建築家や考古学者等にアウトソーシングし、これら文化遺産の保全活動を行っている。また、博物館で得られた入場料などは、一旦、文化・遺跡保護省で取り纏められ、その後、緊急に修復が必要な博物館（例えば火事にあつたなど）の修復費用に充てられる他、博物館で雇用されているスタッフの給与としても使われている。それ以外に余る部分は、国庫に入ることになる。

現在実施中のプロジェクトでは、世界銀行が実施している「Regional Development Project (2012～2017)」を通じて、クヴァレリなどカヘティ地方における文化遺産保全・修復を行っているほか、同ドナーによる「Third Regional Development Project (2015～2019)」を通じて、南部地方にあるヴァルツィア等における文化遺産保全・修復などが行われている。また、以前は日本の支援により博物館の修復

⁵² 地方 TIC の運営については、ほとんどの TIC に関して自治体から TIC の事務所を提供してもらい、また TIC 運営スタッフとして市（町）役所当局から人員を配備してもらっている。

なども行われた。加えて、目下、政府の予算で国内の遺産のインベントリーとして、GIS データベースが構築されている最中である。

登録文化財のカテゴリーとしては、① UNESCO の世界遺産、② Cultural Heritage Monument (史跡)、③ Cultural Heritage Object (文化財/国宝) の三つのカテゴリーがある。各地の教会や修道院は、ジョージア正教会が管理しており、保存・修復の方法を巡って国家文化遺産保護局の管理が及ばず、世界遺産のクタイシのバグラディ修道院の修復(エレベーター等の設置により危機遺産リストに格下げ)の問題などが生じている。なお、道路脇に設置されている各文化遺産の案内板は、地域開発経済基盤省の管轄となっている。

③ 国家保護区局

環境・自然保護省の関連局として設置されている国家保護局 (Agency of Protected Areas) の任務は、ジョージア国内の自然保護区、国立公園、天然記念物、景観保護区、生物圏保護区、世界自然遺産、湿地帯などの運営管理を行うことである。具体的な活動目的としては、保護区の運営管理体制の改善、地方事務局の運営機能の確保、法的に定められた規制に従った管理プロセスかどうかの監督、新たな保護区の整備や保護計画の立案などである。

保護区のカテゴリーは、以下の五つに分けられる。①厳正自然保護区 (14 ヶ所) ②国立公園 (11 ヶ所) ③管理保護区 (19 ヶ所) ④天然記念物 (41 ヶ所) ⑤景観保護区 (2 ヶ所)。これらのうち 28 ヶ所の保護区・国立公園には地方事務局が設置されている。地方事務局は、管轄している国立公園・保護区に訪れた観光客に当該保護区などの情報を提供できる人員 (観光専門家) も配置している。

職員数は、トビリシ本局内で 36 名程度、地方事務局全体で 350 名～450 名程になる。(地方事務局については、事務局の運営管理を行っている職員に加え、ガイド、公園管理員や密猟をパトロールする者なども含んだ人数) 地方事務局の職員は本局が雇用している場合がほとんどであるが、ガイドなどは地元から雇用されている場合もある。

予算は、環境・自然保護省から配分されているものに加え、コンセッションフィー (ホテルなどに対する土地利用料)、国立公園などの入場料およびドナーからの支援により成り立っている。国庫から配分される予算については、大半が人件費 (職員、ガイド、森林警備員など) に割り当てられており、数多くある保護区などの保全・管理などはドナーからの支援で賄っている部分が多い。

④ 国家ワイン局 (NWA)

国家ワイン局 (NWA: National Wine Agency) は農業省の外局として 2014 年に設置され、「Vine and Wine」という法律に従って、ワインに係るブドウ栽培の規制・統制、生産過程のモニタリング含む品質コントロール、ワイン生産者に対するワイン生産証明書の発行、国内外でのプロモーション活動などを行っている。

国内 6 ヶ所に地方事務所があり、カヘティ地方事務局が中心となっている。ブドウの収穫時期になると事務所の代表達が生産者を訪問し、収穫ブドウの質の検査、ワインの生産過程のチェックなど、品質管理を行っている。また、これらの品質管理は、トレーニングを受けてテストに合格した者が行っている。

⑤ 企業開発庁

経済・持続可能開発省の傘下の組織として 2014 年 5 月に設立。役割としては、財政的・技術的支援や輸出サポートといった中小企業支援を実施している。ガリバシヴィリ首相によりイニシアティブが執られている「Produce in Georgia（中小企業による国内における生産性や競争力の向上等）」の一旦も担う。

観光関連の活動としては、2016 年から始まったホテル起業者に対する財政・技術支援（トビリシとバトゥミを拠点とする起業者を除く）を行っている他、地方都市における観光関連事業起業家へ上限 5,000USD までの融資を行うマイクログラント事業などを行っている。

2) 民間機関（民間旅行業界、商工会議所、ホテル協会等）

① ジョージア観光協会（GTA）

GTA（Georgian Tourism Association）は、2005 年に設立された観光関連事業者などがメンバーとなった民営の観光協会である。現在、協会メンバーは、旅行会社、ホテル、ゲストハウス、ワイナリー、カジノなどを含む 65 社となっており、年会費は 200USD となっている。組織の運営費用は、この年会費から賄われている。また、当該協会自身が、UNWTO の組織委員会、ジョージア商工会議所（GCCCI : Georgian Chamber of Commerce and Industry）、国際商工会議所（ICC : International Chamber of Commerce）などのメンバーにもなっている（民間の航空会社は同協会には未加入）。各種活動は、事務局長のもとに設置されている三つの委員会（インバウンド観光開発委員会、税務・司法委員会、航空券販売業者委員会）にて議論が行われ、活動を推進している。当該委員会の委員長はメンバー企業の中から選出されている。メンバーとなっている民間企業以外にも、ガイド協会、インバウンドツアー協会、ワイン協会など、民間の観光関連団体との連携をしている他、GNTA や環境省関連組織の保護区局といった政府機関、GIZ などの国際機関や地方自治体と良好な関係性を築いている。

主な活動内容はジョージアの観光振興を促すため①観光サービスやマネジメントに係る能力強化、②インバウンド観光客誘致、③民間セクターと政府組織の協力・協働体制の強化、などである。なかでも、観光セクターにおける能力強化は非常に重要だと考えており、各種トレーニングを実施している。

近年では、GIZ の実施した民間セクター開発プロジェクトや地域開発プロジェクトの枠組みの中で、GIZ の支援のもと、小規模ホテルオーナーを対象としたホテルマネジメントに関するトレーニングなどを行った。

インバウンド増加に資する活動としては、国際観光フェアにおけるブース出展を、GTA メンバー企業に促している。

② ジョージアガイド協会（SAGA）

SAGA（Georgian Association of Guides）は、2010 年に設立された組織で、協会職員は 4 名。同協会独自のガイド養成とガイドへのライセンスを発行している。現在、ライセンスを取得しているガイド数は 120 名。ライセンスを受けているガイドのメンバーシップは年間 100GEL（毎年 9 月に更新）。メンバーシップ料金は、公認ガイドの 1 日分のガイド料金の約半額と定めており、負担を軽減している。

主な活動内容は、ガイド認証制度の運営、ガイド認証制度試験の実施、公認ガイドへのライセンスカ

ードの発行、公認ガイドデータベースの作成などである。

ガイドへのトレーニングに関しては、当該協会においてガイドスキルや、ガイディング情報（ジョージアの歴史、文化、ワイン等の観光商品）などを提供し、ガイド育成を行っている。SAGAによって認証を受けた公認ガイドをウェブ上で紹介し（ガイドの顔写真、ガイド領域、コンタクト先等）、一般顧客やツアーオペレーターからの申し込みをできるようにプラットフォームを運営している。

(5) ジョージアの観光に関わる法制度整備の状況

1) 入国管理

2013年まで同国の入国管理制度は極めて緩く、100国以上の国を対象に査証無しの入国及び1年までを最長期間とした滞在許可が与えられていた。しかし、EU加盟を目指す中で、EUの移民政策と一致した制度・体制にすべきという考え方のもと、2014年9月に新たな入国管理法が施行され、その後2015年6月に改定された法律が現在も適用されている。

同入国法によると、査証の種類は「公用ビザ」「一般ビザ」など五つに分類される。EU諸国及び日本を含む94ヶ国の国籍保有者は、入国の際の査証が免除されているだけでなく、査証及び在留資格無しで最長1年間の居住・労働および留学が認められている。併せて、2015年2月からは、手続きの簡素化を図り、短期「一般ビザ」申請（90日間有効）については、オンラインでの査証申請が可能⁵³となった。なお、2016年2月からイラン国籍の渡航者に対する査証が緩和され、査証なしで45日間までの滞在が可能となった。

2) 国立公園法・景観保護法

1996年に、未来の世代に向けた持続的な社会開発を実現化する為、ジョージア国内にある独自性の高い自然資源及び、文化的資源及び歴史的・文化的に価値の高い景観を保護する目的で、保護区制度に関する法（Law on the System of Protected Areas）が制定された。同文書においては、保護区の定義（自然保護区、国立公園、天然記念物指定区域、景観保護区、世界遺産など）、土地・森林・水といった自然資源だけでなく、史跡や文化財をを利用するにあたっての規制、新たな保護区の設置・開発の為の手続き（保護区管計画の策定など）、保護区運営管理方法、保護区運営管理に係る関連省庁の役割などが明記されている。同法律によると、国内のある区域を保護区として登録する為には、国家保護局への登録申請及び関係当局による管理計画の策定が必須と定められている。また、保護区内におけるこれら規定を遵守しなかった場合は、行政によりペナルティが課せられるとも示されているが、具体的なペナルティの内容は明記されていない。

国家保護区局によると、保護区内の自然資源に関する管理については同局地方事務所を中心として地域住民の理解を得ながら行っており、大きな違法は見られていないとのことである。

3) 文化財保護法

文化財保護法に関しては、1999年に制定された文化財保護法(Law on the Protection of Cultural Heritage)が、2007年6月に文化遺産法(Law of Georgia on Cultural Heritage)として改定・採択された。

⁵³ オンラインでの短期ビザの取得には約5営業日必要。

オンライン査証申請 web サイト URL: <https://www.evisa.gov.ge/Geo/visa/en/visaApp> (2012/12/14 アクセス)

同文化遺産法（2007年）は、ジョージアにおけ文化財保護に対する規制・統制を促すことを目的とし制定され、法の効力の範囲は、① ジョージア国土領域内すべての文化財保護活動、② 国外にあるジョージア国に帰属する文化財保護に対する配慮、及び③ 個々の法令に定められている文化財及び文化的価値の高い資財の輸出入に係る手続きの順守及び文化財保護に関する専門的な取り組みに係る調整手続きの順守、の三つの領域と定められている。また、同文書は、99年に策定された文化財保護法に比べ、文化財の登録・保護・運営管理体制（文化省の権限、法務省の権限など）、文化財保全の発掘や保全の方法、文化財保全バッファゾーンの整備など全13章、61条項に亘ってより詳細に文化財に関する権利・義務について明記されている。

なお、上記文化遺産法が制定される2年前の2005年に、ジョージア政府は、歴史的・文化的建造物に対する修復・建築作業及び遺跡発掘作業に対する許可証発行の規則に関する決議を通し、歴史的・文化的建造物への建設作業、もしくは、それに値する作業を実施する際には、国からの許認可を受けることを義務付けた。ちなみに、建設許可書自体は、建築及び建設活動に係る国家管理法に基づき発行されるものであるが、許可書を得た後に実際に文化的歴史的建造物に対する建設作業を行う際には、文化・遺跡保護省がその作業工程の監理を行う。

表 3-12：文化財保護に関する法令

法令名	制定	目的
Law on the Culture	1997	ジョージア国の制定に基づき、国内の文化的資源の活用や保護の重要性を示し、国全体として文化への意識を高めその保全に取り込むことを目的とする。
Law on the Protection of Cultural Heritage	1999	ジョージアにおけ文化財保護に対する規制・統制を促すことを目的とする。
Law of Museum	2001	博物館の設置や運営に関して必要な条項を定め、法に従った運営管理のもと物理的・財政的に健全な博物館運営活動を行うことを目的とする。
Law of Georgia on Cultural Heritage	2007	1997年制定の法令を改定したもの。

出典：JICA 調査団

(6) ジョージアの観光産業人材育成の状況

ジョージアの観光産業人材育成の種類は、以下大きく三つのタイプに分類される。

1) 観光セクター全般に対する学術的知識

トビリシ国立大学やイリア国立大学など、商学部の学科の一つとして観光経営や観光マネジメントが設置されている。これら大学での教育内容は、観光関連民間セクターにおいて観光経営やマネジメントを行えるようなカリキュラムを提供している。こうした商学部を卒業し、学士号もしくは修士号を得ている人材が GNTA に入庁している。

2) 観光産業に係るマネジメント能力

コーカサス大学観光スクールなど民営による大学やビジネススクールを中心に、観光事業をマネジメント（経営・運営）する上で必要なマネジメント能力強化のためのコースを提供している。コースカリキュラムには、観光事業マネジメント、ホテルマネジメント、観光事業計画（財務管理、市場ニーズの

分析など)、会計学、簿記などの科目が含まれる。理論を含めた講座形式と、OJT形式両方を組み合わせてカリキュラムを形成している場合がほとんどである。

3) 観光産業実務者に必要な実務能力

イカロス訓練学校など訓練学校を中心に、いわゆる産業の中でも一番「現場」に近い人材に対して実務レベルの能力強化のためのコースを提供している。これら訓練学校のカリキュラムは、現場ニーズに沿った内容としており、レストランにおけるサーバー育成、バーテンダー育成、メイド育成など、コースを受けることで身につく力が明確になっている。こうした訓練学校には、実習ができるような機材も揃っており、講座形式だけでなく実習を通じて、個人の実務能力を高めている。

いずれのレベルの教育機関においても共通して言えるのは、適切な技術やノウハウを持つ講師が不足していることが挙げられる。実際に、本調査の民間セクターへのヒアリングを通じて確認した観光人材の課題に関しては、殆どの事業者が、ガイドを含むサービス人材が質的・量的に不足していること、また、そうした一定の質を提供できる人材を育成するために適切なカリキュラムや実習を行える教育機関が不足していること、を挙げていた。

(7) ジョージアの観光分野に対する他ドナーの支援状況

表 3-13：ドナーによる支援状況

ドナー	主な取り組み
米国 (USAID)	「中小企業サポートプロジェクト (2006~2009)」において、観光開発支援として地方の観光中小企業に対する助成、EQUIP3 プログラムの一環として職業訓練学校支援 (2007~2012) の実施、「経済繁栄イニシアティブ(EPI)」の中で、「MICE 観光に関するバリューチェーンアクションプラン」の策定やワインツーリズムプロモーション計画書の策定等を支援
EU	「ジョージアにおける観光セクター支援プロジェクト」(2011~2013) を実施し、観光セクターにおける法的枠組みの改善やDMO ネットワーク構築を含むGNTAの能力強化等を支援
ドイツ (GIZ)	「南コーカサスにおける民間セクター開発プロジェクト (2013~2016)」の一環としてコーカサス三国域内の農産品や観光産業の輸出産業に係る競争力強化を図るため民間セクターの能力強化を支援
世界銀行	民間セクター開発を支援、観光インフラ整備、CBT 開発など観光セクターへの積極的な支援を実施
アジア開発銀行	東西回廊などインフラ整備を主に支援。

出典：JICA 調査団

ジョージア政府は、海外援助の重点分野として、1) 経済成長、2) 天然資源の持続的利用、3) 社会福祉、4) ガバナンス、5) 人材開発、6) 法と正義の6分野を掲げている。ドナーによる支援は、経済成長のためのインフラ支援とEU加盟に向けた法整備やガバナンス支援の分野を優先している。我が国は、1) 経済インフラ整備、2) 民生の安定を重点分野として支援を実施しており、観光セクターに係わる支援としては、2) 民生の安定分野において「農業・地域開発」に係わる協力プログラムとして、観光分野の本邦研修員受け入れを行っている。

1) 世界銀行

世界銀行は、支援重点分野として、1) 包括的な成長を促進するための公共サービスデリバリーの強化、2) 競争力強化による民間セクター主導の雇用創出、を掲げている。

観光セクターに関連する支援としては、過去に「Cultural Heritage Project (1998~2004)」を通じて、歴史的建造物およびその周辺地域の修復・修繕活動や、文化的価値の高い有形・無形文化遺産に対する保護活動支援が実施された。同支援では、借款事業 (3.57 百万 USD) として、マニユクリプトの保存や、伝統音楽や伝統舞踊の記録を行っているような NGO、学術機関、コミュニティに対する上限 7.5 万 USD の助成に加え、技術支援として文化遺産保全基金に対する技術的支援、スタディツアーの実施、文化遺産に対する啓蒙活動実施支援 (技術支援部分 USD1.4million) など行った。

2012 年からは、観光振興を通じた地域開発プロジェクトを三つの地域で実施・展開している。いずれの地域開発プロジェクトも、プロジェクト対象エリアにおける観光産業振興を通じて地域経済開発を促進することを目指し、借款事業として対象地域でのインフラ整備、技術支援部分として観光関連行政機関の能力強化支援を行っている。

「Regional Development Project (2012~2017)」は、ワインの名産地であるカヘティ地方をプロジェクト対象地域とし、対象地区内の水道整備、文化的遺産や資源周辺の観光インフラ整備といったインフラ整備事業 (56.90 百万 USD)、及び行政能力強化事業 (3.10 百万 USD) として GNTA、国家文化遺産保護局や、プロジェクト対象地域の関係者に対するデスティネーション・マネジメントや、デスティネーション・プロモーション、持続的な文化遺産マネジメントなどの能力強化支援を行っている。

「Second Regional Development Project (2012~2018)」では、イメレティ地方をプロジェクト対象地域とし、インフラ整備事業 (35.26 百万 USD) 及び行政能力強化事業 (3.7 百万 USD) が実施されている。同プロジェクトには大きく 2 つのコンポーネントが含まれており、1 つ目のコンポーネントとしては、ツハルツボ町の再開発事業 (当該地区の街灯・水道などの都市インフラ整備、公園などの公共スペースの開発、観光施設の整備、当該地区独特の工法で毛説された公共建築物の改修) 及び観光地周遊ルート開発が含まれている。また、行政能力強化を図る 2 つ目のコンポーネントには、ツハルツボにおけるデスティネーション・マネジメントおよびデスティネーション開発事務局の設置、持続的な文化遺産サイトの運営のための観光客受け入れ計画策定、民間観光関連事業者に対する能力強化などが含まれている。

「Third Regional Development Project (2015~2019)」は、サムツヘ・ジャワヘティ地方及びムツヘタ・ムティアネティ地方をプロジェクト対象地域としてインフラ事業 (53.百万 USD)、行政能力強化支援 (7 百万 USD) の支援を行っている。インフラ事業に関しては、対象地域における中心的都市のドゥシェティ、ステパツミンダ、アバツマニ 3 都市の再開発 (旧市街の再開発、ファサードや屋根の修復、公共スペース、博物館、道路、水道施設などの改修・開発、文化・自然遺産サイトの強化)、文化遺産サイト⁵⁴へのアクセス道路や観光施設の建設及び観光サイトの改善などが含まれており、行政能力強化に関しては、GNTA、国家文化遺産保護局やその他プロジェクト対象地域におけるプロジェクト関係者の能力強化を図るため、各プロジェクト対象地区におけるデスティネーション・マネジメント事務局設置、マーケティング・プロモーションの実施、文化遺産サイトにおける持続的なサイト運営管理計画の策定支援、中小規模の民間観光関連事業者に対する新規事業立ち上げ・事業拡大に関するアドバイザー

⁵⁴ サパラ修道院、サロ・ダルバジ・ハウス、ザルズマ修道院、ヴァルジア洞窟都市、ヘルトヴィシ要塞、アハルカラキ要塞、トモグヴィ要塞、ジュヴァリ聖堂、ムツヘタの歴史的建造物群、アナウリ要塞、ゲルゲティ強化、ダリアリ修道院が対象となる文化遺産サイト。

サービスなどの支援を行っている。

2) USAID

USAID は、Country Development Cooperation Strategy 2013-2017 に基づき、1) 民主的なチェック&バランス、責任のあるガバナンスの強化、2) 包括的で持続可能な経済成長、3) 安定的で統合された健康的な社会、の三つを重点分野として支援している。

現在、観光関連に関する支援で直結するプロジェクトはないものの、関連するプロジェクトとしては、“Zrda Activity”が挙げられる。当該活動は、少数民族グループが居住する国内 6ヶ所の地域（スワネティ、サムツヘ・ジャヴァヘティ、ムツヘタ、カヘティなど）にある 70 のコミュニティにおける 650 の中小零細企業の持続的な経済発展を目指し、対象地域の各所帯におけるポテト農家等の生産性向上、生産者と仕入れ者の関係性構築、地域間ネットワークの強化などを行っている（事業費：16.0 百万 USD、米 Chemonics 社が受託）。観光に関連する活動としては、これら対象地域におけるゲストハウスに対する能力強化トレーニングや、GNTA と共にフェスティバルの開催などを支援している。

また、ヨーロッパ・ユーラシア地域の持続的・包括的な経済開発を支援する「地域経済開発プロジェクト」が 5 年間のプロジェクトとして実施されており、民間セクターの競争力強化というコンポーネントの中で、地域横断的な観光商品開発やバリューチェーンの強化など観光セクターへの支援も実施されている。

過去の観光セクター関連プロジェクトとしては、2009 年にツーリズム・インフォメーションの整備や、ワイン・ツーリズムに関する調査実施や MICE 観光におけるバリューチェーンアクションプラン策定などを支援した（米 Deloit 社が受託）。また、EQUIP3 (Educaional QualityImprovement Proqram3) のプログラムの一環として 2008 年から 2011 年までの 3 年間において、職業訓練教育プロジェクト (VEP: Vocational Education Project) を実施し、観光セクターおよび建設セクターに関連する 7 つの公立職業訓練センターに対して職業訓練や教育内容の改善・開発と労働市場のニーズに見合った訓練の提供を行い、852 名がコースを終了し、そのうち 79% が観光セクターに就業した。本支援の実施において民間支援によるカリキュラム開発やインターン受け入れなど、民間と教育機関の協力体制も構築された。

隣国アルメニアの USAID は、観光セクターに関する活動をいくつか実施していることから、将来的にジョージア・アルメニアで連携した活動実施も検討されている。

3) GIZ

GIZ は、1992 年からジョージアの社会市場経済からの移行、民主化、法制度整備の支援を行っており、2006 年に GIZ ジョージアリージョナルオフィスを設置。現在、約 60 名のナショナルスタッフ及び 14 名の専門家が勤務している。GIZ が実施するプログラム・プロジェクトは、① 持続的経済開発、② 民主化・地方自治の開発・法制度、③ 環境・エネルギー、の三つの分野に重点が置かれている。

これらの優先重点分野に基づき、現在、南コーカサス三国を跨るリージョナルプログラム六つを実施している。（① 民間セクター開発プログラム、② 法・司法改革支援プログラム、③ 地方自治体の開発支援プログラム、④ 生物多様性の持続的管理プログラム、⑤ 山脈地帯における統合的浸食管理プログラム、⑥ 公共財政管理プログラム）

観光セクターに関しては、コーカサス三国を対象として「Private Sector Development in the South

Caucasus」プロジェクトを2013年から実施している。同プロジェクトは、対象国であるコーカサス三国における農産品や観光産業といった輸出産業に係わる民間企業の国際市場に対する競争力やバリューチェーンの促進を図るため、① ビジネス環境の改善、② 特定されたセクターにおけるバリューチェーンの促進（アクションプランの策定と実施）、③ 職業訓練、の三つの活動を推進している。

ジョージアにおいては、建設クラスターと観光クラスター（特にワイン業者）を対象として支援を行っており、プロジェクトコンポーネントは、① ビジネス環境の改善、② バリューチェーンの構築、③ ゲストハウスなど中小企業を対象とした職業訓練、の三つから成り立っている。③の職業訓練については、プロジェクトに先駆け、2010年及び2012年にそれぞれ「Matching Vocational Education in Georgia with Labour market Needs, Analysis of Labour Market needs and Vocational Education and Training (VET)」という調査を実施し、この調査によって抽出された市場ニーズに基づき対象地域における中小企業関連関係者の能力強化を行っている。アジャラ自治共和国やアナクリア地方においては、ゲストホテルなど、中・小規模のホテルオーナーを対象に、マネジメントを含む質の改善を図ったトレーニングを300以上実施しており、ラチャ・レチフミ州においては地域住民に対するホスピタリティ研修、中小企業に対するビジネススキル強化のための小規模な技術移転、ハイキングガイド育成などを支援している。

4) アジア開発銀行（ADB）

ADBは、ジョージアの社会経済開発戦略である「ジョージア2020」に基づき作成した「ADBカンントリーパートナーシップ戦略2014-2018」に沿って持続的かつ包括的な経済成長の達成のため、民間セクター開発、政策制度改革、能力開発、ナレッジマネジメントに重点を置いた支援を行っている。特に、運輸、エネルギー、上水道、都市インフラ、財政管理分野に関する協力を展開している。

観光セクターに間接的に関連する支援としては、アゼルバイジャンの国境から首都トビリシを抜けて黒海沿いのサルピまでを繋ぎトルコ国境に抜ける、東西ハイウェイの一部区間の整備支援を行っている。

同ハイウェイは、近隣諸国を繋ぐだけでなく、欧州とアジアを結ぶ国際幹線道路となっていることから、当該道路を整備することによりジョージア国内の輸送力強化や物流の効率化が図られ、地域経済の活性化及び国の経済成長が期待されるとして、同国政府のインフラ開発の関する取り組みのなかでも最も優先度が高い案件となっている。また、同ハイウェイは、既述の通りトビリシからゴリ、クタイシ、ポチ、バトゥミまでを繋いでおり、同国の主要観光地を通過する形となっていることから、同ハイウェイを整備することにより、国内を陸路で巡る観光客の利便性が向上することも期待される。

ADBは、2009年から同ハイウェイの整備を行っており、「Road Corridor Investment Program-Tranche1」として、2009年からコブレティ市の周辺道路における2車線道路の新たな敷設と拡張、コブレティ市からバトゥミまでの区間の道路の拡張（事業費118.80百万USD。2017年12月完成予定）、2013年から「Sustainable Transport Investment Program-Tranche 3」としてトビリシ〜ルスタヴィ間の道路改修とアナクリア沿岸の整備（防波堤設置、砂浜沿いの整備、浅瀬部分の整備）（事業費73百万USD。2018年12月完成予定）、そして、「Sustainable Urban Transport Investment Program-Tranche 4」として、2015年からバトゥミ沿岸の整備を行っている（事業費20百万USD。2020年6月完了予定）。

なお、2010年に「Road Corridor Investment Program-Project 2」として、バトゥミ周辺道路の敷設、サルピ国境沿いのインフラ整備などを行うプロジェクトの実施が予定されていたものの、案件実施の合

意がなされた後、事業費が計画時よりも高額になる見込みが出てきたことなどから、2011年11月に同案件は中止となった（当初の事業費は150百万USDを予定）。

東西ハイウェイの整備については、ADB以外にも世界銀行、EIBなどドナーが支援を実施しており、日本政府（JICA）も「東西ハイウェイ整備事業」として2009年からイメレティ州のゼスタフォニ〜クタイシ〜サムトレディア間の整備支援を行っており、2017年に完成を予定している。なお、当該支援は当初の事業審査時の想定を上回る為替変動などにより総事業費が増加したことなどから、2015年にジョージア政府が日本政府に追加の借款を要請したことによるもので、日本政府は2016年から追加資金を投入し、事業を継続実施している。

(8) ジョージアの観光産業の動向

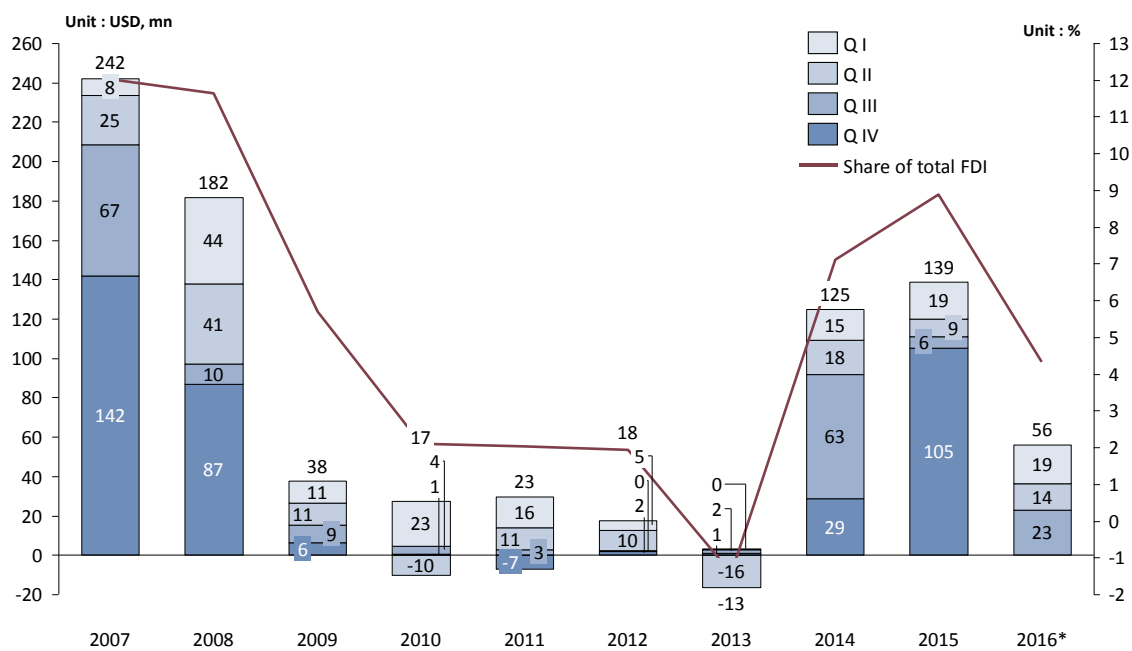
1) 外国投資

ホテル・レストランに対する外国投資は、2007年に2.42億USDだったものが、2008年のオセチア紛争などの影響により、2013年までに13億USD減少した。しかし、2014年からは回復に転じている。この理由としては、2012年の国勢選挙及び大統領選挙により、それまでの強硬的な反ロシア政策から、ロシアとの関係にも配慮するようになったという同国の政治体制に変化があったこと、民間の投資会社がOECDや世界銀行ともに汚職撲滅に努め、トルコ、ブルガリア、イタリア等よりも上位の168か国中52位（2015年）になった⁵⁵こと等が考えられ、これら要因により、外国投資家等からの短期の投資が集まりやすくなったと考えられる。

なお、2007年のホテル・レストランに対する外国投資のシェアは、全体の12%程度と高く、2015年には9%程度となっている。

⁵⁵ Transparency international : <https://www.transparency.org/country/>

The tourism sector has been the recipient of large FDI flows.



Source: Geostat, team analysis
*as of December 2016

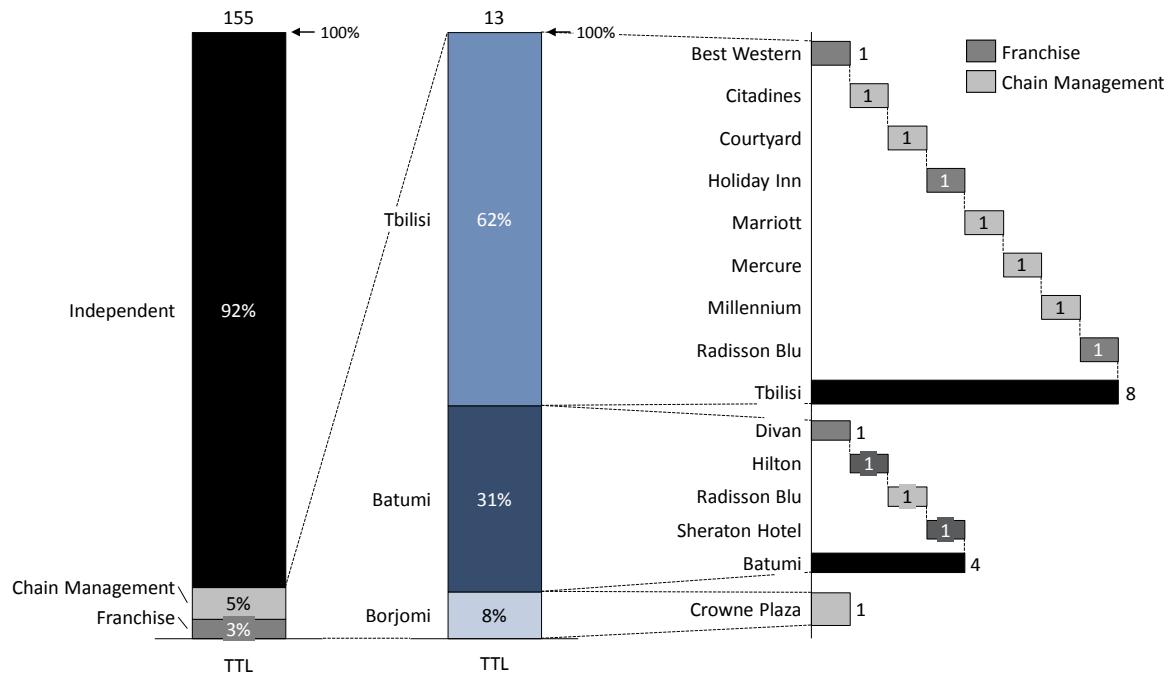
出典 : Geostat より JICA 調査団分析

図 3-3 : ホテル・レストランに対する外国投資と全体におけるシェアの推移

STR Global のデータによると、フランチャイズやチェーンマネージメント契約でのジョージアへの外資系チェーンホテルの展開は8%程度となっている。うち、62%をトビリシが占め、バトゥミが31%となっている。

Foreign chain hotels in Georgia by operation

In terms operation, franchise and chain management are accounted for 8%.



Source : STR Global, Team analysis.

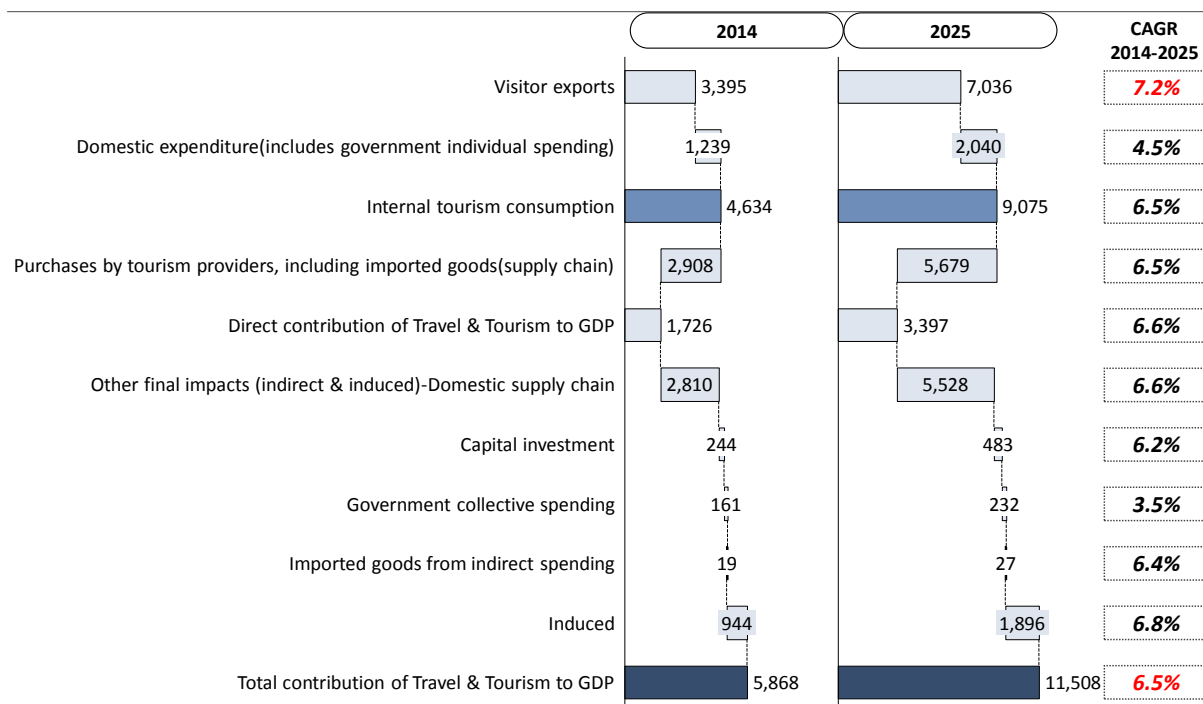
出典 : STR Global より JICA 調査団分析

図 3-4 : ジョージアに進出しているホテルの運営形態

同国における観光関連産業全体の GDP への貢献は、2015 年の WTTC の発表によると、2014 年の 58.7 億 GEL から年率約 6.5% で伸び、2025 年には 115 億 GEL に達すると予測している。

The economic contribution of Travel & Tourism: Real 2014 prices and forecast in 2025 in Georgia(Unit ; GEL million)

Total contribution of travel & tourism to GDP will be increased by CAGR 6.5% between 2014 and 2025.



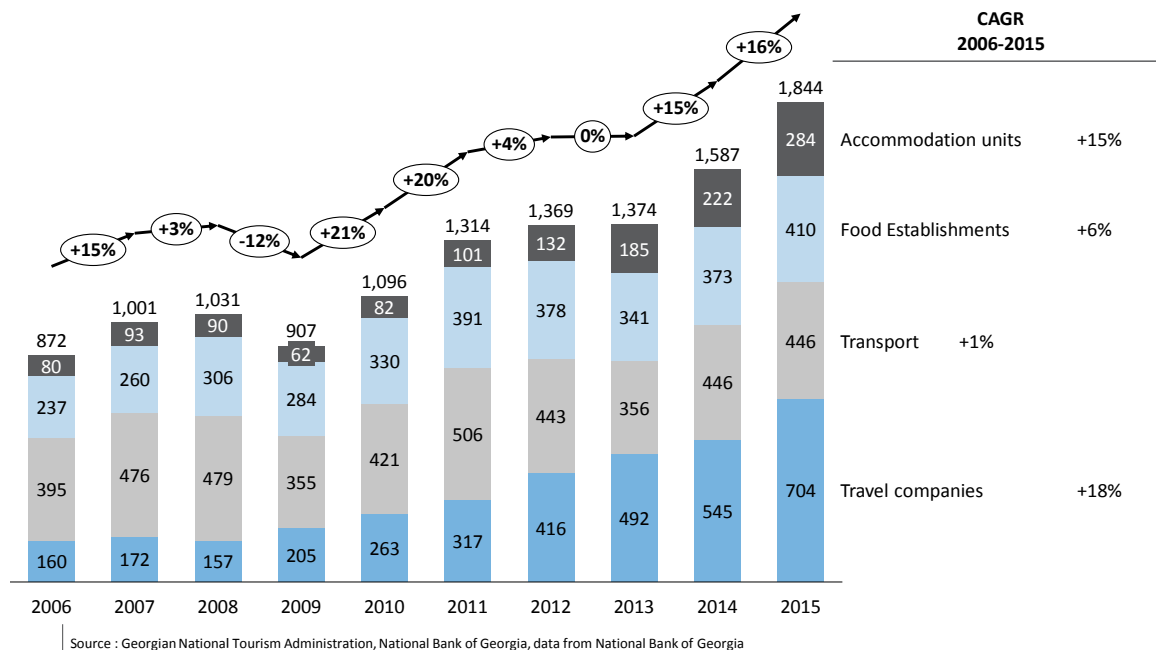
Source ; WTTC, Team Analysis

出典 : WTTC より JICA 調査団分析

図 3-5 : 観光産業全体への GDP の貢献

観光業の経済波及効果は、2009 年から継続的に増加しており、2006 年から 2015 年までの年平均経済成長率は、旅行業 18%、宿泊業 15%、飲食 6%、交通 1%となっている。

Tourism value added in Georgia showed constant increases since 2009.



出典 : GNTA より JICA 調査団分析

図 3-6 : ジョージアにおける観光の経済波及効果

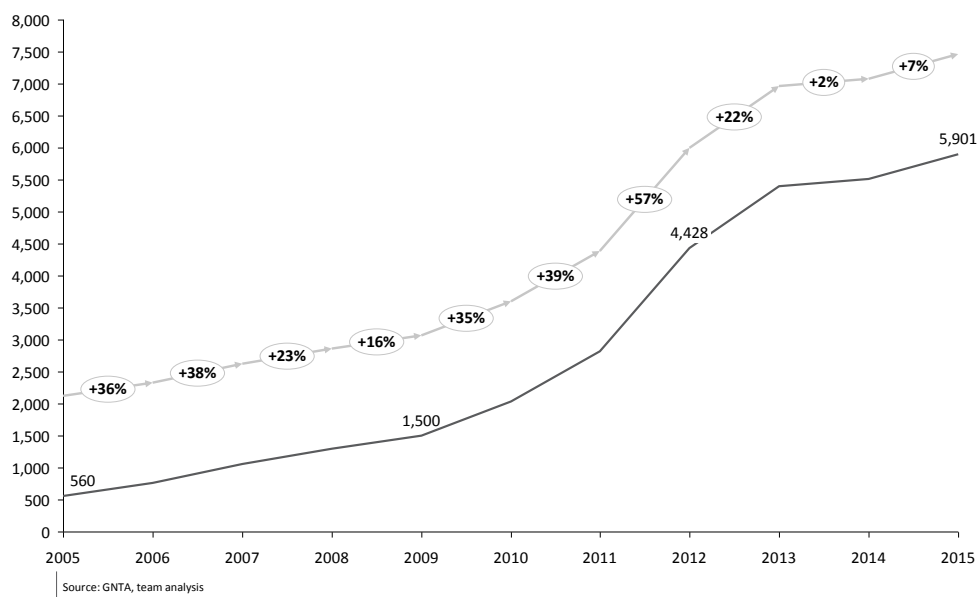
2) 観光客の動向

① 外国人観光客の動向

ジョージアへの外国人観光客は、2005年の56万人程度から、2015年には約590万人となり、その数を10倍以上に伸ばしている。

Number of foreign arrivals to Georgia (unit : thsd)

Number of foreign arrivals to Georgia has grown consistently.



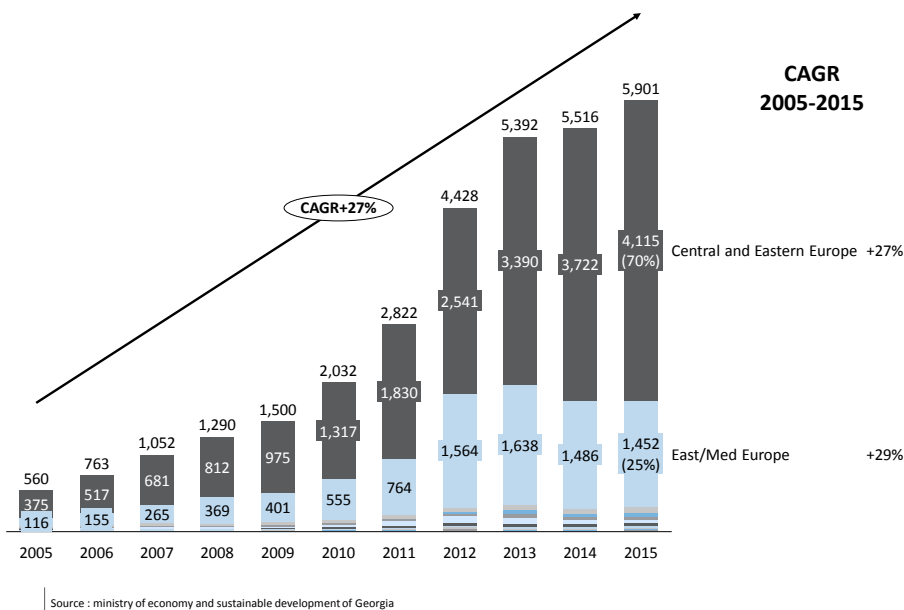
出典：GNTA、JICA 調査団分析

図 3-7：ジョージアへの外国人観光客の推移（単位：千人）

ジョージアへの外国人観光客を地域別にみると、2015年には隣国の中東欧と東・地中海地域の欧州が約95%を占めており、それぞれの地域からの観光客の伸び率も、年平均で中東欧が+27%、東・地中海地域の欧州が+29%と大幅に増加し続けている。

International Arrivals by Region (unit : thsd)

Central & Eastern Europe and East/Med Europe led the dramatic international flows to Georgia.



出典：GNTA、JICA 調査団分析

図 3-8：地域別ジョージアへの外国人観光客数の推移（単位：千人）

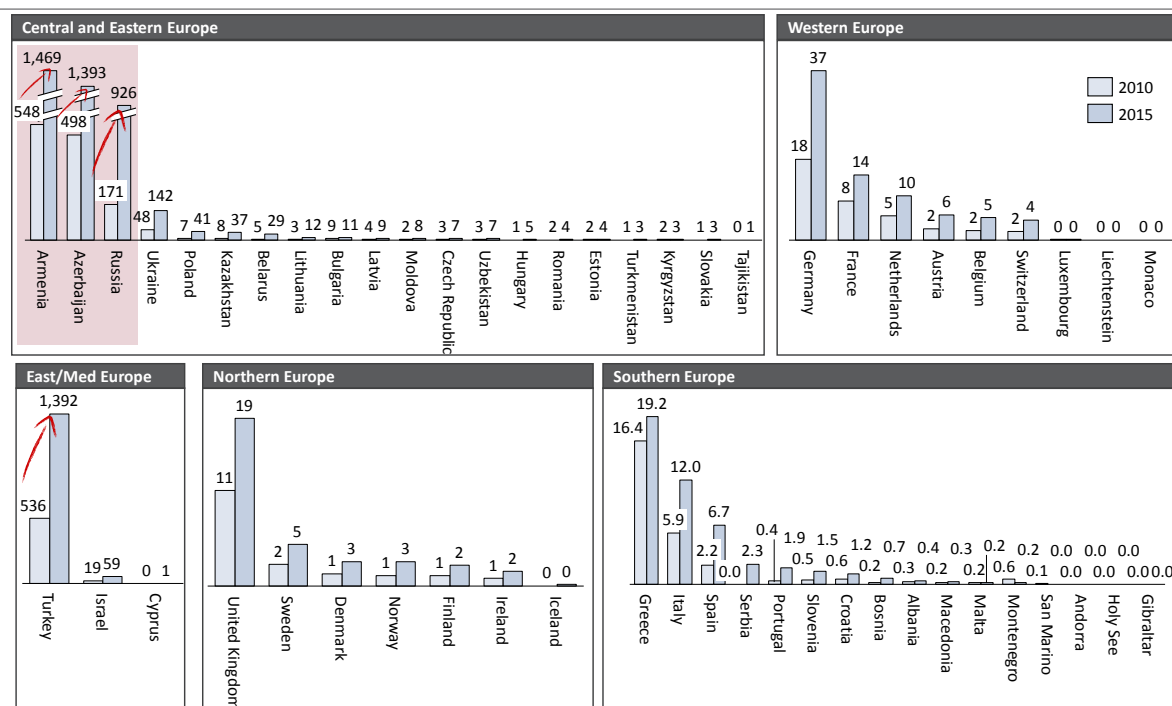
外国人観光客を国別にみると、アルメニア、アゼルバイジャン、ロシア、そしてトルコといった隣国からの観光客が圧倒的に多い。

入国した国境別（地域別・空港別）に外国人観光客の推移をみると、空港及び陸路からの入国者数が増加している。

滞在時間別の傾向では、2015年には日帰り客が38%、トランジットが24%を占めていることから、隣国の外国人観光客の滞在時間の増加、もしくは滞在時間の長い国からの観光客の誘致が求められていると考えられる。

International Arrivals from Europe regions (unit : thsds.)

Neighboring countries showed dramatic increases.



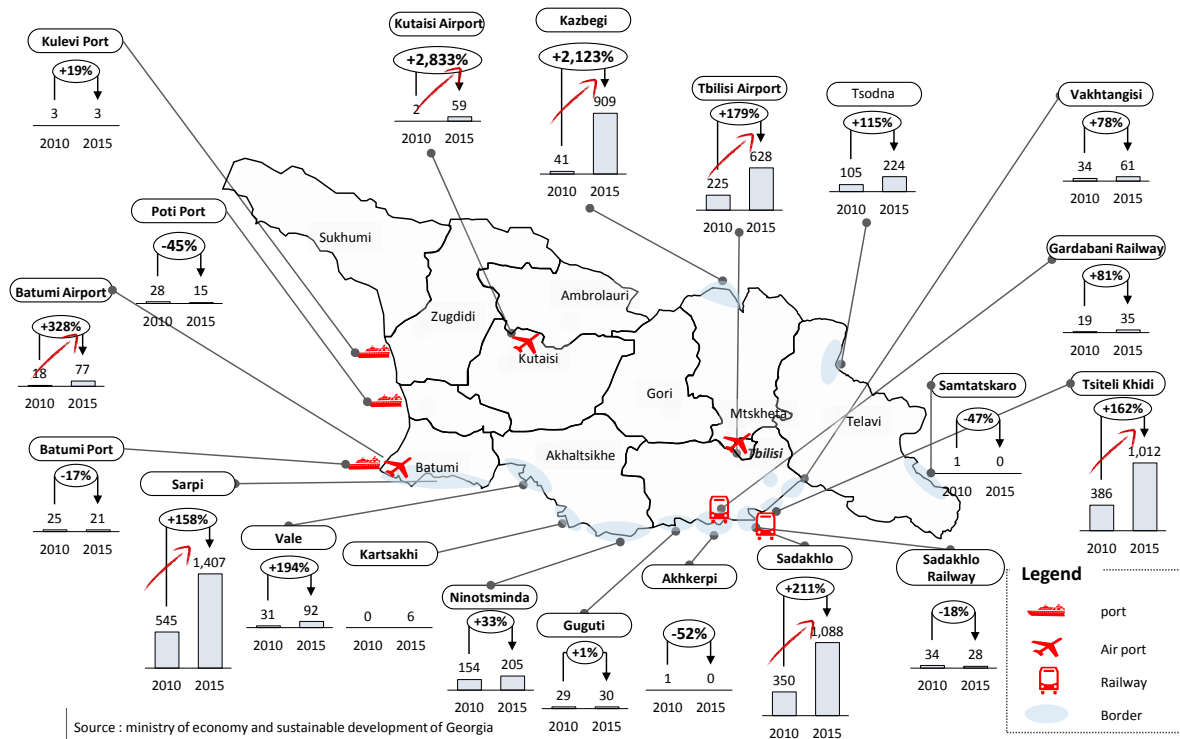
Source : GNTA, team analysis

出典 : GNTA より JICA 調査団分析

図 3-9 : 欧州各国からのジョージアへの観光客数 (2010年・2015年)

International Arrivals by Borders (Unit : thsds.)

All airports showed considerable increases between 2010 and 2015.

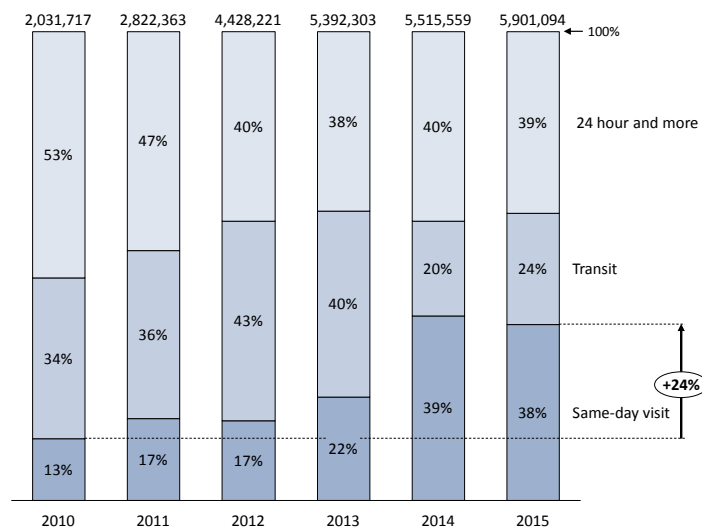


出典 : GNTA、JICA 調査団分析

図 3-10 : 入国した国境別外国人観光客数の推移 (2010年・2015年)

International Arrivals by Travel Duration

Same-day visit increase by 24% between 2010 and 2015.



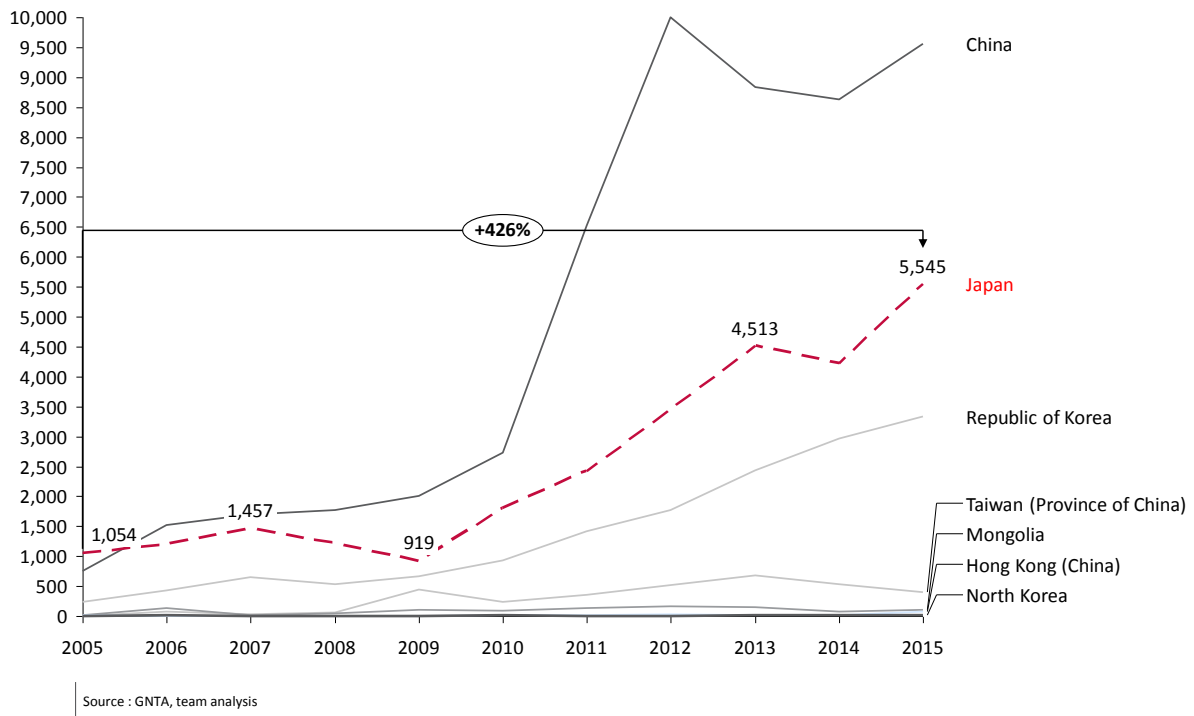
出典 : GNTA、JICA 調査団分析

図 3-11 : 滞在時間別外国人観光客の割合の推移

ジョージアへの日本人観光客は、2005年の1,054人から、2010年以降、着実に増加を続けており2015年には、5,545人と、2005年から4倍以上の増加となっている。

International Arrivals from North-East Asia (unit : person)

Number of Japanese tourists to Georgia increased by 426% between 2005 and 2015.

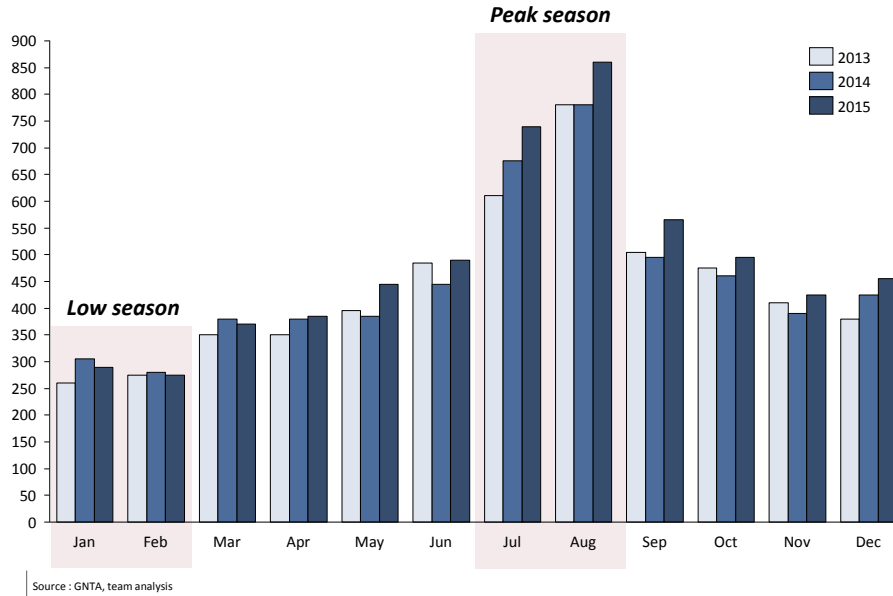


出典 : GNTA、JICA 調査団分析

図 3-12 : 北東アジア諸国からジョージアへの外国人観光客数の推移

外国人観光客の季節変動をみてみると、6月～8月の夏場に同国を訪れる外国人観光客が、全体の35%（約200万人）を占める一方、冬場（1月～2月）に同国を訪れる外国人観光客は、平均的に月30万人程度となっている。

A gap between peak and low is quite clear.



出典 : GNTA、JICA 調査団分析

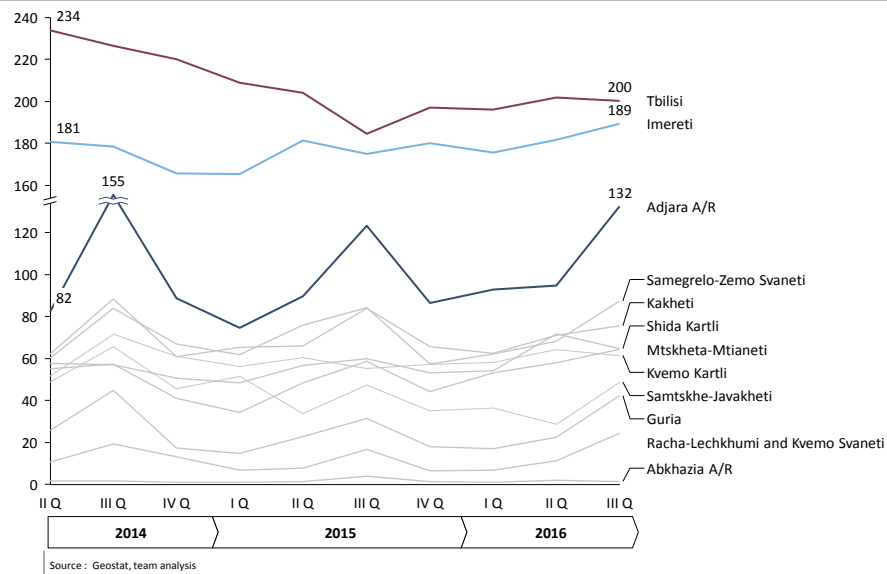
図 3-13 : 月別の外国人観光客数の推移

② 国内観光客

国内観光客では、トビリシへの訪問客が最も多く、イメレティ州、アジャラ自治共和国が続く形となっている。2016年の第3四半期の調査では、トビリシに20万人、イメレティ州に18.9万人、アジャラ自治共和国に13.2万人の国内観光客が訪れている。

Monthly average number of domestic visitors of age 15 and older and their visits by visited regions, thousand

Tbilisi, Imereti and Adjara A/R are most visited regions for domestic travelers.



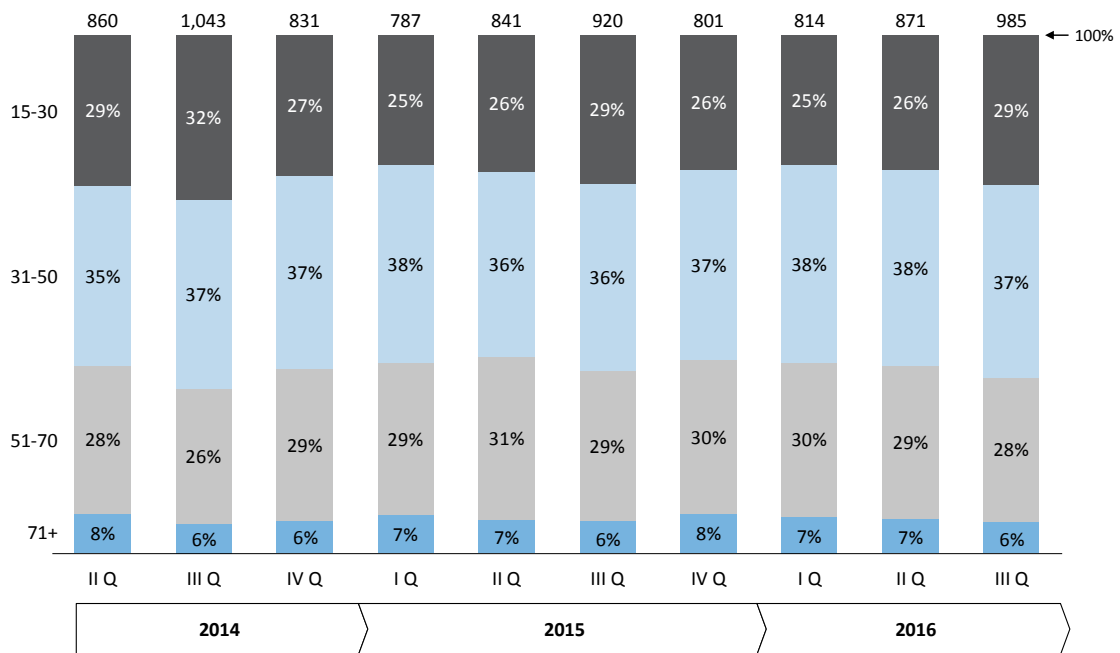
出典 : GNTA、JICA 調査団分析

図 3-14 : ジョージア国内観光客の目的地 (単位 : 千人)

なお、国内観光客を年齢層別にみると、31-50歳が、約40%程度、15-30歳が、約30%となっており構成に大きな変化は無い。国内観光客の旅行目的では、家族親族訪問が55%を占め最も多く、次いで買い物が11%となっている。家族親族訪問が目的となっていることもあり、宿泊に費やす費用は低くなっている。

Share of domestic travelers by age group

31-50 are consisted of 35-37%.



Source : Geostat, team analysis

出典 : GNTA、JICA 調査団分析

図 3-15 : ジョージアの国内観光客の年齢別構成比

3) 観光関連産業の状況

① ツアーオペレーター

政府による登録制度は無く、外国人観光客をメインターゲットとするツアーオペレーターや、ジョージア国民向けの国外旅行を扱う旅行会社が存在している。

2017年2月時点でGNTAが把握している旅行会社数は479社となっており、9割以上の旅行会社がインバウンド旅行者への商品販売を行っている。

(ア) ツアーオペレーターの商品

ツアーオペレーターが造成するツアー商品の特徴は、下記の通り。

- ジョージア市内観光ツアー
- テーマ性（ハイキング、冬のスキー、ワイン、カルチャー等）のあるジョージア国内を訪問する

ツアー

- ジョージアにトルコやイランを合わせたコンバインツアー

また、インセンティブツアーの受け入れも実施しているツアーオペレーターもあり、ワイナリーやフルーツ農園、ジョージア人家庭を訪問したるといったローカルコミュニティを巻き込んだプログラムがツアー日程に組み込まれているケースもある。

なお、パッケージツアーの販売のみならずオンライン予約にて個人観光客の取り込みを進めており、欧米、ロシア、UAE の利用が多い。

(イ) プロモーション活動

ターゲット市場に対するプロモーション活動としては、ジョージア政府として出展する旅行博と一緒に参加することもあるが、アジア諸国で開催される旅行博に独自で出展するなど、新規市場の開拓を積極的に行っているツアーオペレーターも存在する。また、自社で作成するパンフレットをターゲットとする市場に合わせて掲載する商品を変えた上で多言語化するなど、市場の特性を見据えたプロモーション活動をしているツアーオペレーターもある。

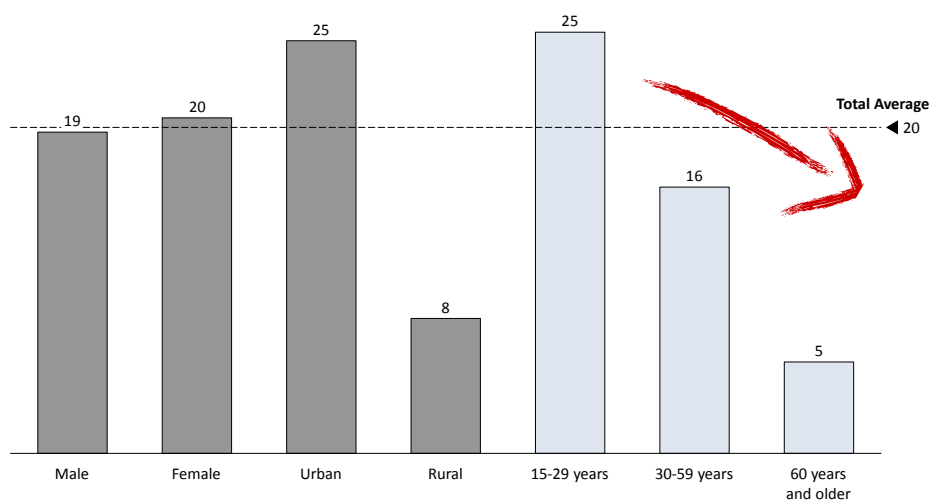
(ウ) その他

ジョージアにある旅行会社のオンラインでの取引は、ここ数年で始まったばかりであり、若年層の利用は多いが年齢の高いシニア層への浸透は徐々に進んでいる状況である。

一般的にも、オンラインでの商品やサービスの購入は増加傾向にあるものの、ジョージア国民に対するサービス展開は萌芽期である。

Share of population aged 15 and older using the internet for buying/ordering goods or services* (%), June 2016

Old people have not been accustomed to using the internet for buying/ordering good and services...



Source: Geostat, team analysis
* Individuals who used internet within last 12 months

出典：Geostat、JICA 調査団分析

図 3-16：ジョージア国民のオンライン上での商品やサービスの購入経験率（2016年6月実施）

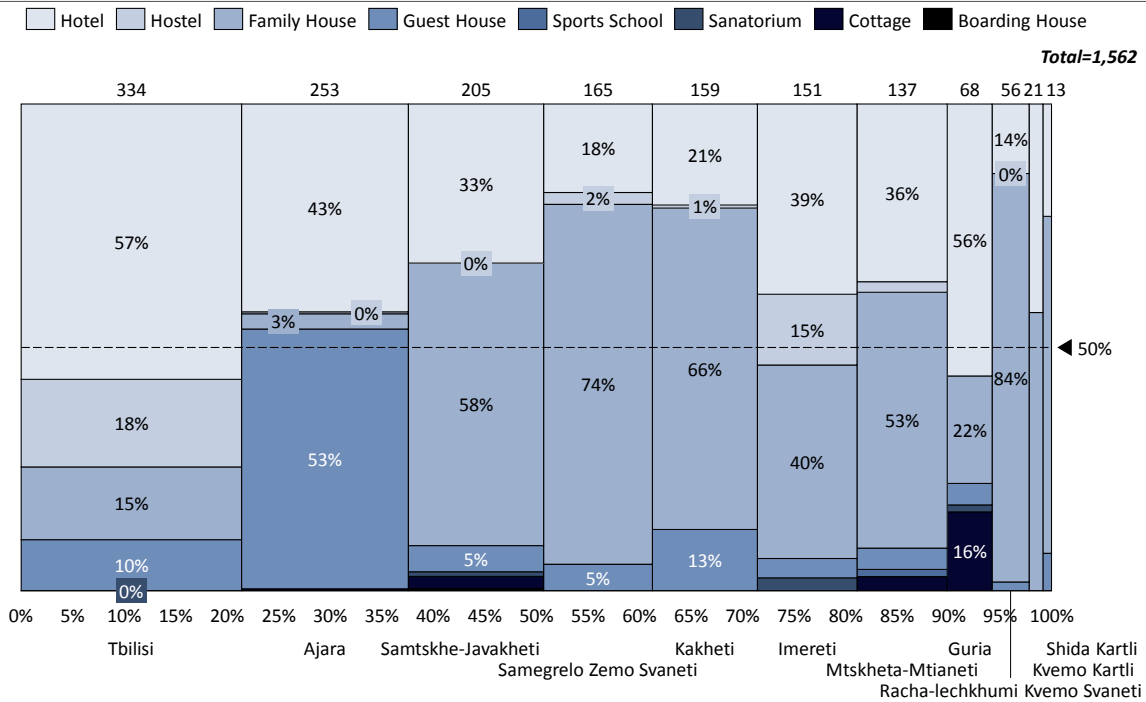
② ホテル・レストラン

(ア) ホテル

政府統計によると、1,562軒の宿泊施設があり、そのうち約20%がトビリシに、約15%がアジャラ州とサムツヘタ・ジャヴァヘティ州にあり、三つの地域で国内の宿泊施設の半数を占める。トビリシではホテルが57%、ホステルとファミリーハウスがそれぞれ15%程度となっている。

Number of accommodation in Georgia by region by type

The Hotel share of Tbilisi and Guria are over 50%. Ajara has many guest houses.



Source: GNTA, team analysis

出典：GNTA、JICA 調査団分析

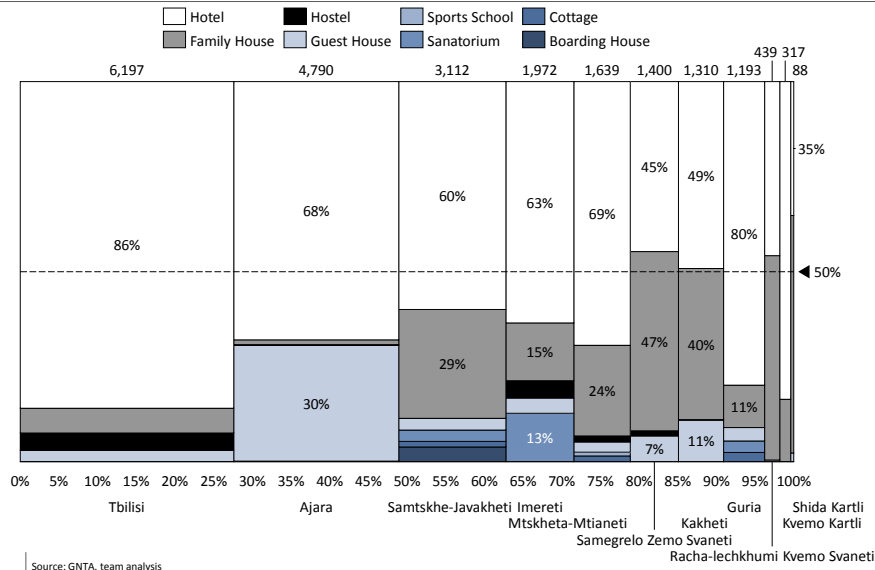
図 3-17：ジョージアにおける地域別種類別宿泊施設の構成比（宿泊施設数）⁵⁶

一方で、全国の部屋数全体を基に宿泊タイプ別の部屋の構成比をみると、ホテルタイプの宿泊施設の構成比が圧倒的に多く、トビリシでは80%を超えている。

⁵⁶ 地域別種類別データは2016年7月現在が最新となる。

In terms of rooms, Hotels are accounted considerable share.

Total=22,457



Source: GNTA, team analysis

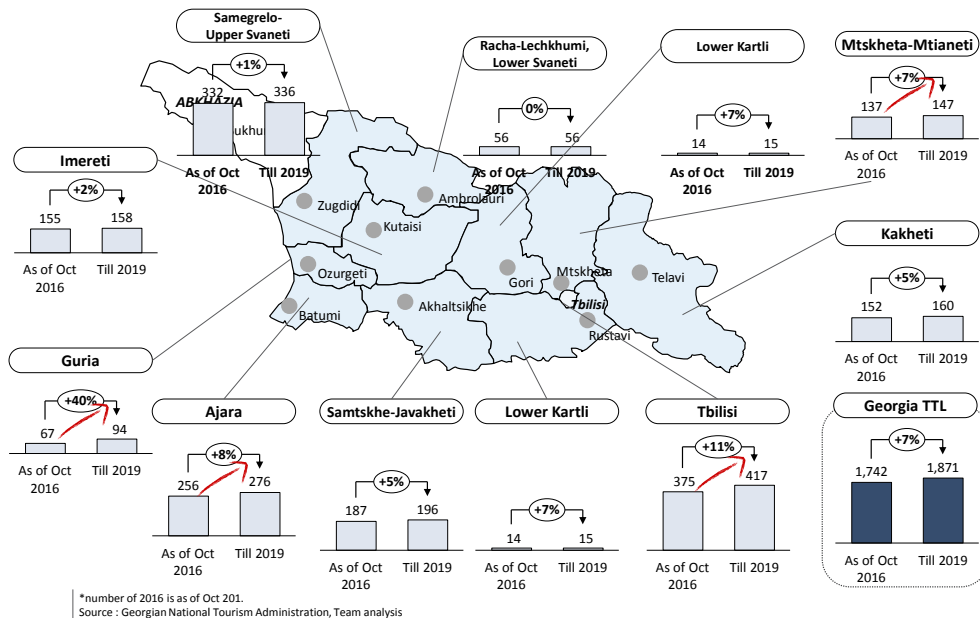
出典：GNTA、JICA 調査団分析

図 3-18：ジョージアにおける地域別種類別の構成比（ルーム）

2019 年までに予定されている各地域における宿泊施設建設計画が公表されており、2019 年までにジョージア全体の宿泊施設数は、2016 年 10 月現在に比べて 7%増加し、1,871 施設となる見通しである。

Number of accommodation by region till 2019 in Georgia

Guria plans increasing the number of accommodations by 40% till 2019. Number of accommodations in Tbilisi will grow as well.



* number of 2016 is as of Oct. 2016.
Source : Georgian National Tourism Administration, Team analysis

出典：GNTA、JICA 調査団分析

図 3-19：各地域における宿泊施設数の現状と今後（2019 年）

なお、今後オープンすると想定されている宿泊施設を STR Global のチェーンホテルスケールに照らし合わせた表は次表のとおりである。

表 3-14 : ジョージアで今後オープン予定の国際ホテルブランドチェーン (単位 : ルーム数)

Region	City	Chain Scale	Name	2016	2017	2018	2019	
Ajara	Batumi	Luxury	Hotel Kempinski		234			
			Le Meridien		110			
		Upper Upscale	Pulmann Hotels & Resort				310	
			Swissotel			180		
			Courtyard Marriot					150
		Upscale	Princess Hotel	146				
		Midscale	BEST WESTERN VIB			54		
Guria	Shekvetili	Upper Upscale	Marriott Autograph Collection Hotel & Spa Resort	220				
Imereti	Kutaisi	Midscale	BEST WESTERN	45				
Inner Kartli	Gori	N/A	N/A		10			
Kakheti	Telavi	Upper Midscale	Golden Tulip				101	
	Tsinandali	Upper Upscale	Radisson BLU Tsinandali				111	
Lower Kartli	Rustavi	N/A	N/A		7			
Mtskheta-mtianeti	Gudauri	Upper Midscale	Best Western Plus	60				
		Upper Upscale	Radisson Blu Gudauri		105			
Samtskhe-Javakheti	Bakuriani	Upper Midscale	Best Western Plus	30				
Tbilisi		Luxury	Intercontinental		205			
			Golden Tulip		80			
		Upper Midscale	Moxy by Marriott		130			
			Radisson Park Inn				200	
			Hyatt Regency			170		
			Marriott Autograph Collection Panorama Freedom Square					220
		Upper Upscale	Marriott Autograph Collection Panorama Sololaki					187
			Pullman Hotels & Resort			234		
			Radisson BLU Telegraph			189		
			Rixos Tbilisi			143		
		Upscale	Hilton Garden Inn					165
		Midscale	Ramada Encore				277	

出典 : GNTA、STR Global、JICA 調査団分析

STR Global のデータを分析すると、ジョージアのホテルの価格帯⁵⁷は、80USD から 120USD までの価格帯のホテルが多い。現状では、200USD から 400USD までの価格帯のホテルが不足しているものの、今後、バトゥミにケンペンスキーホテル、トビリシにインターコンチネンタルホテルがオープンする予定であり、旅行者の選択肢が増加することが見込まれる。

また、Colliers International によると、トビリシの Upscale（上級）や Midscale（中級）は、客室稼働率が 70%以上である一方、Local budget Hotel は稼働率 40%と、同じ都市でも大きな差が存在する。

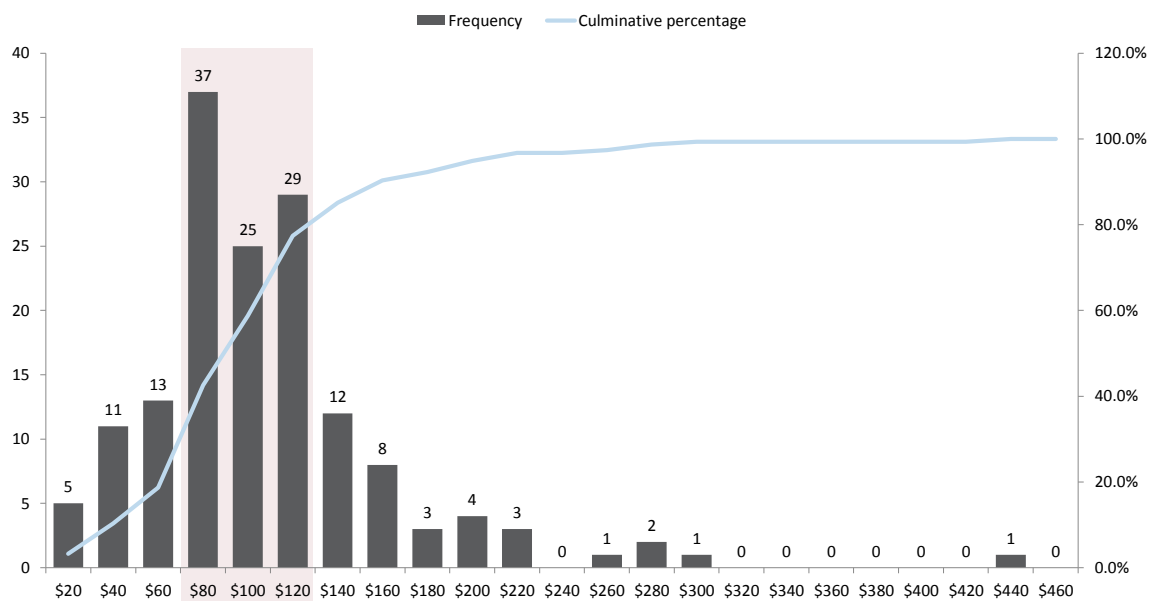
また、バトゥミの稼働率は、平均して 40-55%程度であり、必ずしも高いとは言えない。

トビリシの稼働率の差は、外資系チェーンの持つブランド力やオンラインを中心とした流通の差であると考えられ、ローカルホテルにおいてもオンライン上での流通の強化が必要である。

また、バトゥミの稼働率に関しては、観光客数の季節変動に関連していると考えられる。

Frequency and cumulative percentage by average hotel price in Georgia (unit : USD)

Hotels priced from 80 USD to 120 USD are accounted for over 50%.



Source : STR Global, team analysis

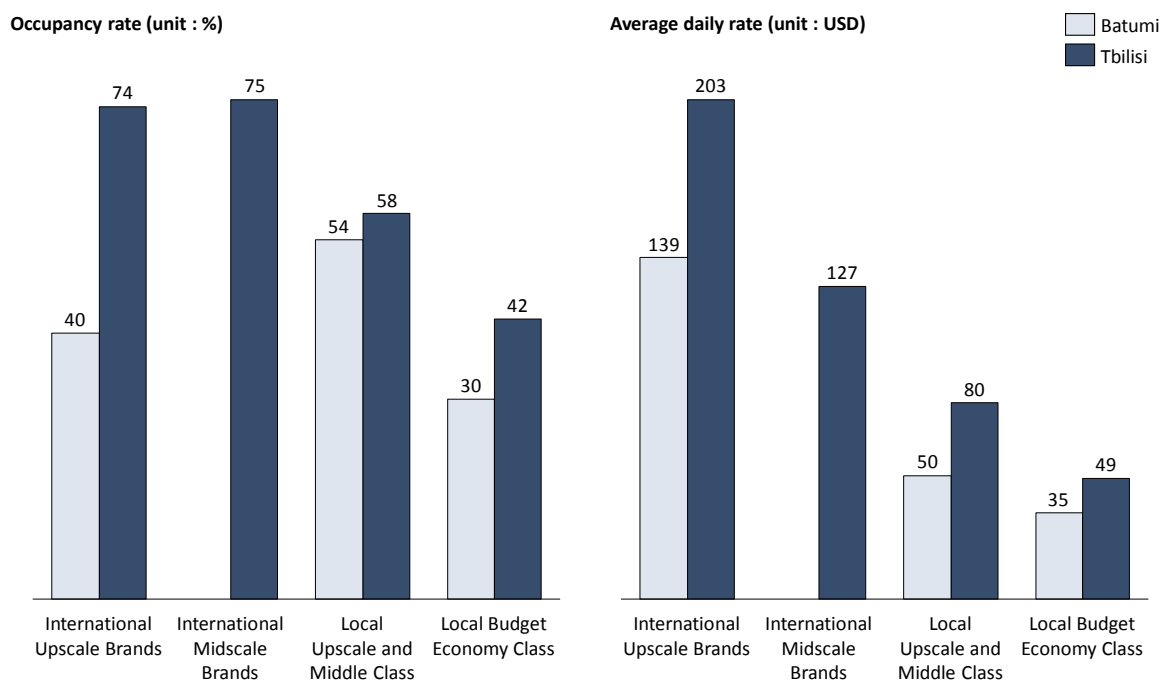
出典 : STR Global、JICA 調査団分析

図 3-20 : ジョージアの価格帯別ホテル軒数 (左軸) と累積度数 (右軸)

⁵⁷ 当該価格についてはすべて税抜き価格

Occupancy rate and ADR in Tbilisi and Batumi in 2014

Occupancy rates in Tbilisi and Batumi in 2014 were 74% and 40% for international upscale brands respectively. Occupancy rate and ADR for Tbilisi were higher than Batumi.



Source: Colliers International, team analysis

出典：Colliers International より JICA 調査団分析

図 3-21：2014 年の客室稼働率と平均客室単価（税抜き）

(イ) レストラン

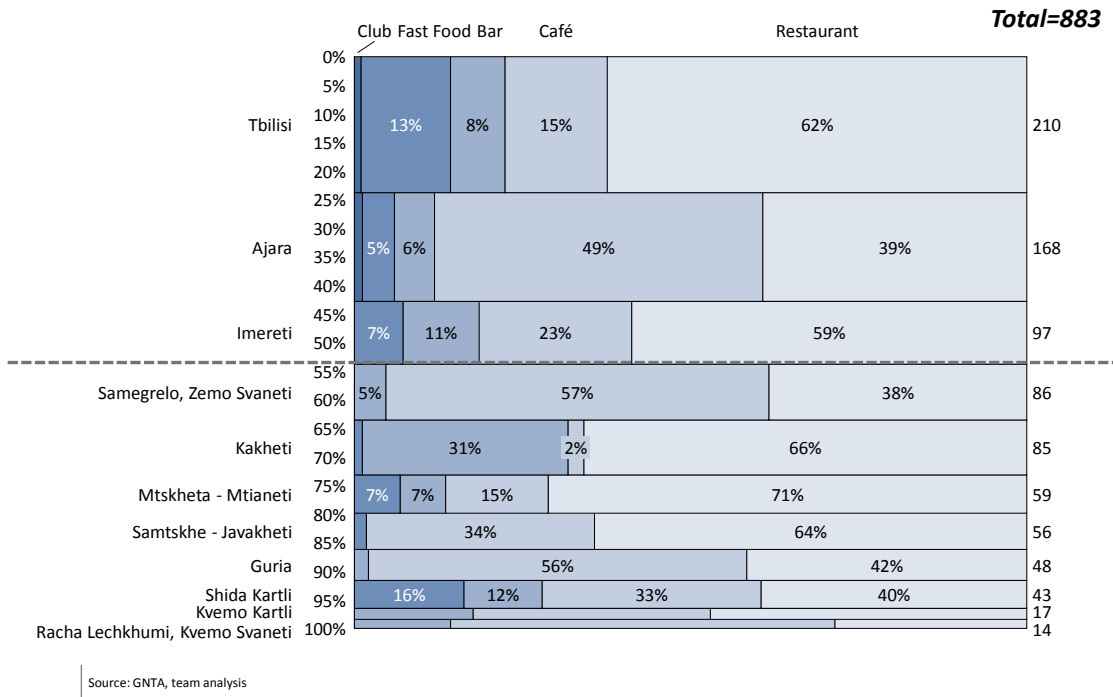
政府の統計に記載のある飲食施設の構成比をみると、トビリシ、アジャラ自治共和国、イメリティ州の三つの地域で、国内の 50%以上を占めている。

なお、レストランの売上と雇用数共に、2003 年以降、年々成長しており、「日本人観光客からは満足してもらっている⁵⁸」レベルであり、サービスの面では、配膳の仕方、メニューの写真表記等、改善が求められる点もあるが、都市部のレストランの質は総じて高い。

⁵⁸ヒアリング調査より

Number of Food and Beverage Outlets in Georgia by region

Tbilisi, Ajara, and Imereti are composed of over 50% of food and beverage outlets.

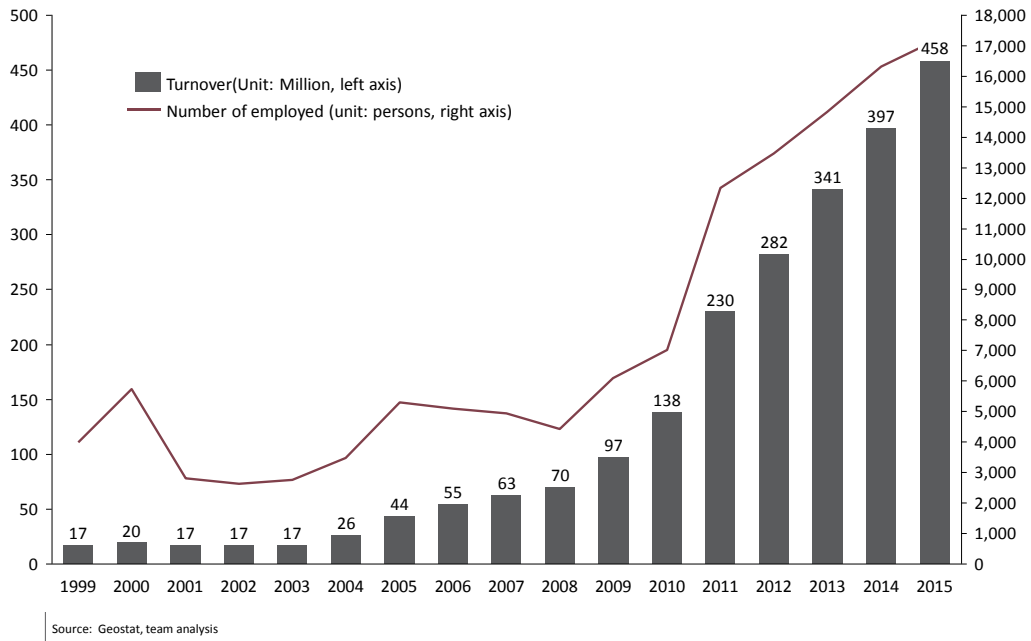


出典：GNTA、JICA 調査団分析

図 3-22：ジョージアの地域別飲食施設の分布

Turnover and number of employed persons in restaurants (unit : Million GEL)

Turnover and number of employed persons in restaurants in Georgia had been increased since 2003.



出典：Geostat、JICA 調査団分析

図 3-23：ジョージアのレストランでの雇用と売上の推移（単位：人、千 GEL）

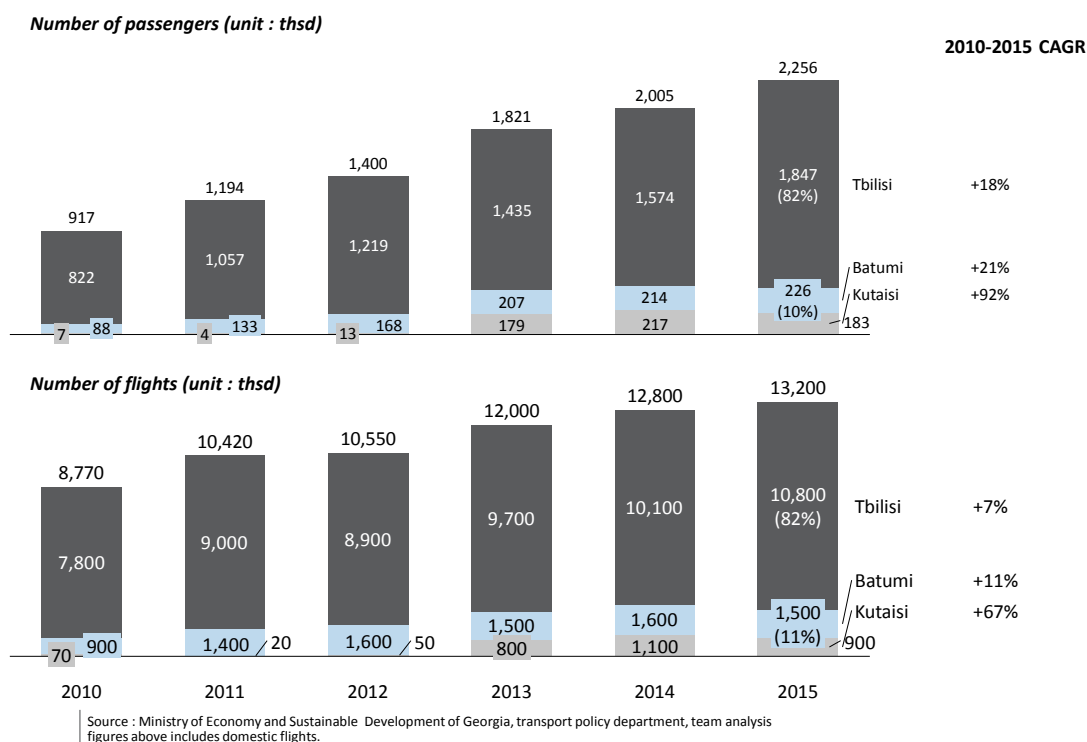
③ 航空会社

乗客数、航空便数共に、トビリシ国際空港、バトゥミ国際空港、クタイシ国際空港の三つの空港で増加を続けている。

三大空港の乗客、航空便の構成比をみると、それぞれトビリシ国際空港が80%弱、バトゥミ国際空港が10%弱、クタイシ国際空港が5-7%程度となっている。

Number of passengers and flights by international airports

Since 2010, passengers and flights had showed considerable increases.



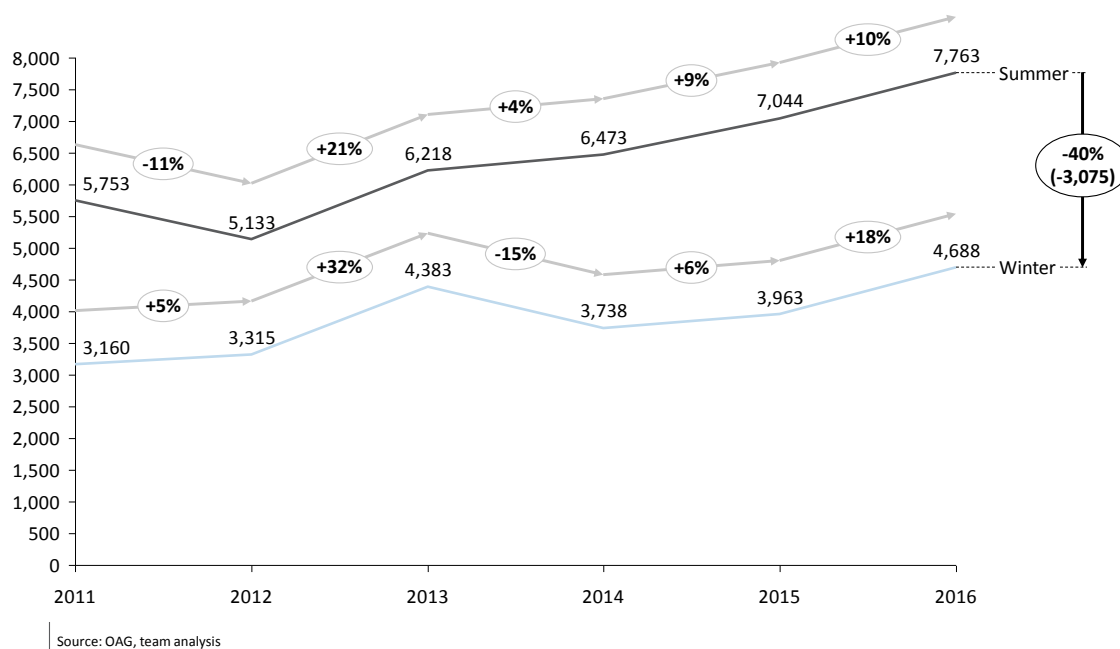
出典 : Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia 提供資料より JICA 調査団分析

図 3-24 : 国際空港別航空便数と乗客数 (国内航空含む)

他方、定期国際路線の推移をみると、夏ダイヤ、冬ダイヤともに拡大を続けているものの、夏ダイヤと冬ダイヤのシーズナリティの差が依然として大きいことが判る。

Number of scheduled international flights per week in Georgia (unit: flights)

The number of flights have increased since 2012.



出典：OAG、JICA 調査団分析

図 3-25：ジョージア発着の国際航空路線便数の推移（週間）

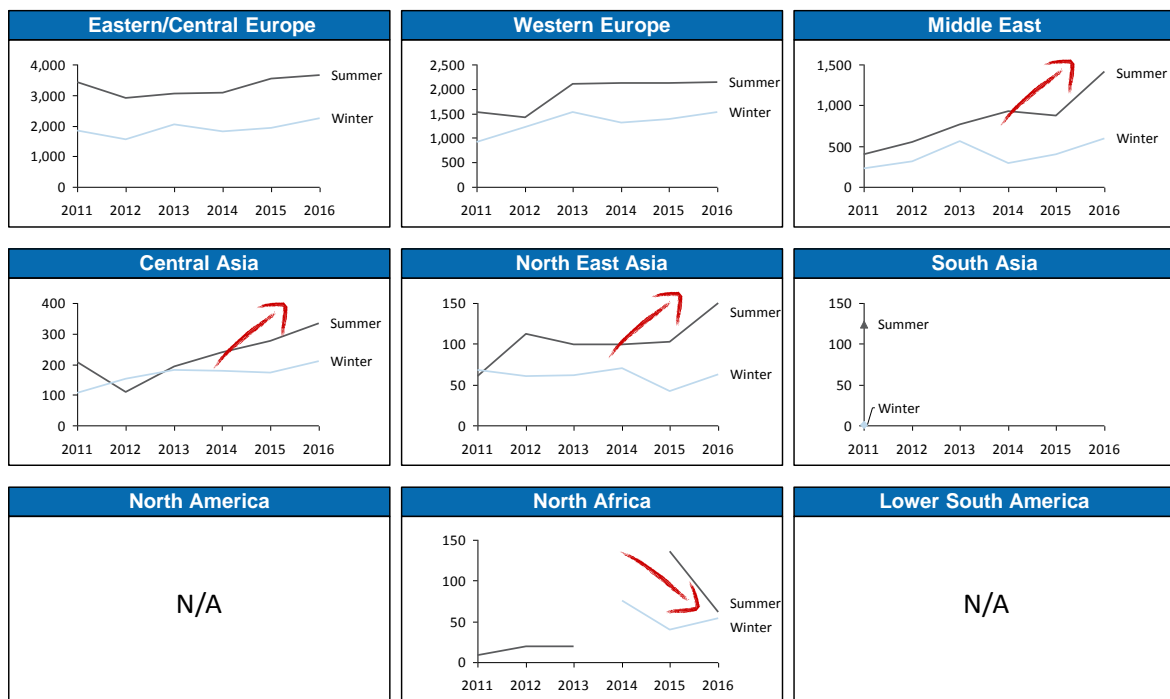
ジョージア発着の国際航空路線便数の推移を地域別にみると、中東、中央アジア、北東アジアの伸びが顕著である一方、北アフリカ路線は減少している。

北アフリカ路線の減少の一つの要因は、同市場とジョージアを繋ぐ Air Cairo の運航便数を減らしたことによると考えらる。

実際に、同航空会社の 2016 年における夏ダイヤの便数は、対 2015 年で半数に削減されている。

Total number of international flights from/to Georgia by regions (unit : flights)

Middle East, Central Asia, South Asia, and North America



Source: OAG, team analysis

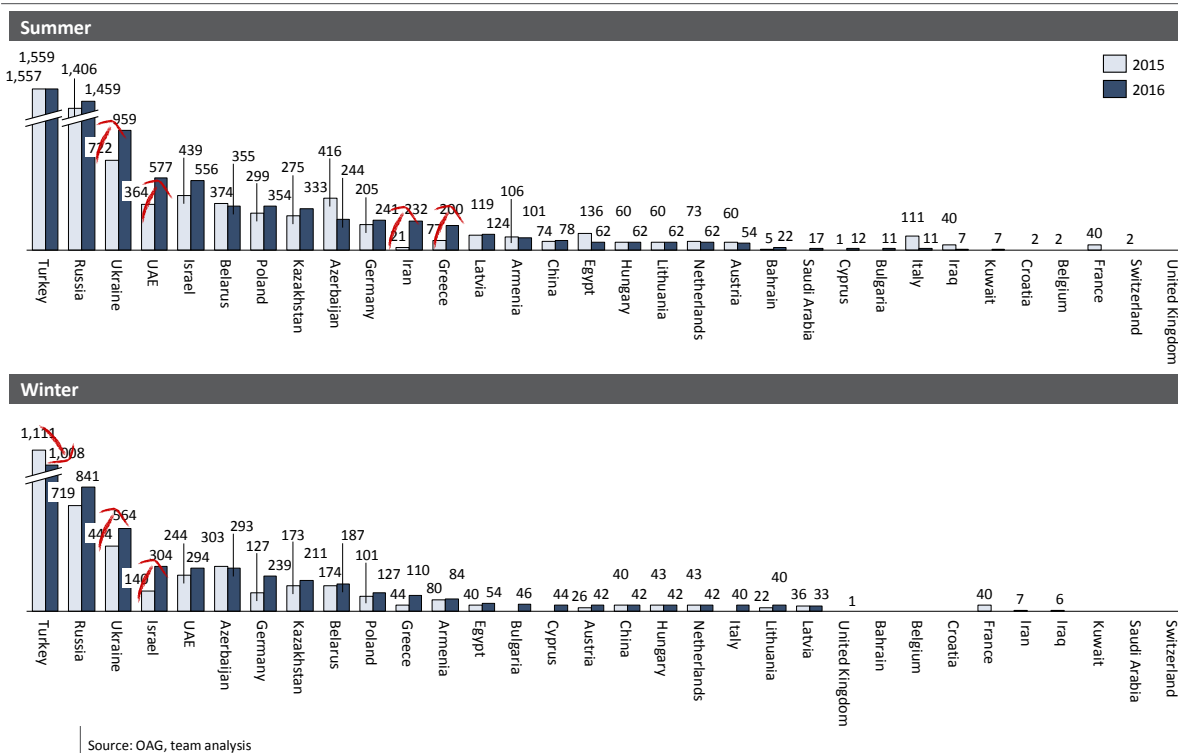
出典 : OAG、JICA 調査団分析

図 3-26 : 地域別ジョージア発着の国際航空路線便数 (週間)

国別に 2015 年と 2016 年の傾向を比較してみると、ウクライナ、UAE、イスラエル、イラン、ギリシャ路線が拡大していることが判る。

Total number of international scheduled flights to Georgia by departure countries (unit : flight)

Compared to 2015, UAE and Ukraine showed considerable increases in summer. Also, Israel showed expands the capacities in summer and winter.



Source: OAG, team analysis

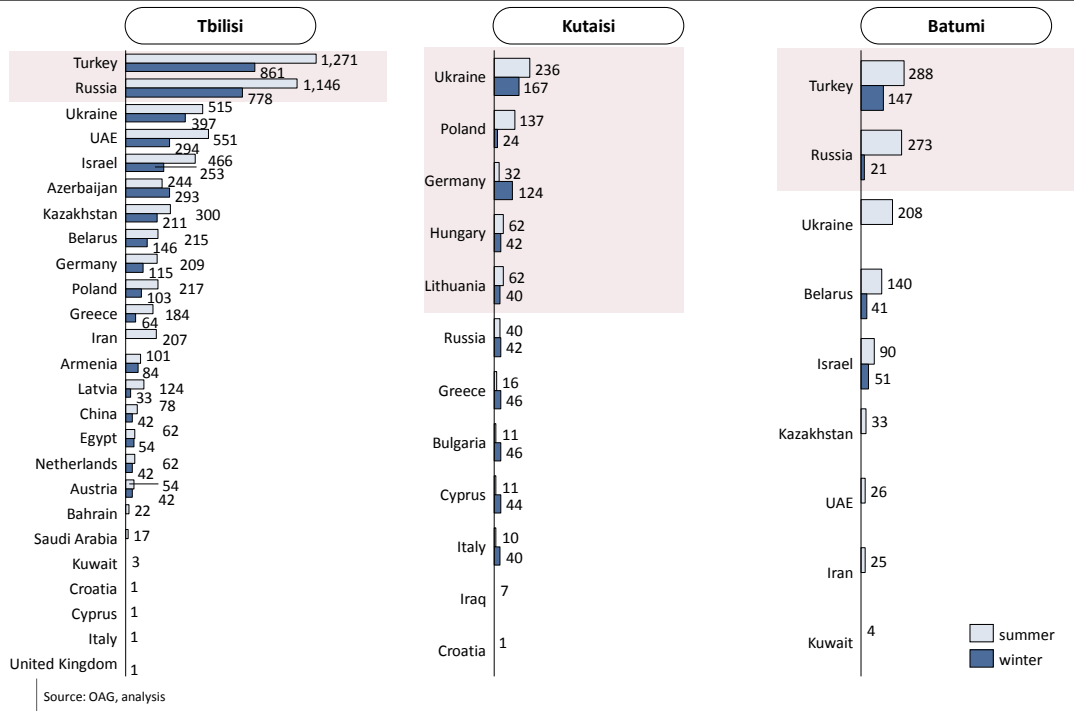
出典 : OAG より JICA 調査団分析

図 3-27 : 国別ジョージア発着の国際航空路線便数 (週間)

2016年の国別・空港別の国際航空路線便数では、トビリシ国際空港ではトルコ、ロシアが多数を占め、クタイシ国際空港では、ウクライナ、ポーランド、ハンガリー、リトアニアといった東欧路線、バトゥミ国際空港は、トルコとロシアが多いことが判る。

Total number of international scheduled flights from/to Georgia by airports in 2016

Turkey and Russia consists the majority of flights from/to Tbilisi. Flights from/to Kutaisi are accounted for European countries .



出典：OAG より JICA 調査団分析

図 3-28：空港別国別国際航空路線便数（週間）

④ 工芸品等

ジョージアには、絨毯、刺繍、フェルト製品（スリッパ、スカーフ、人形等）、七宝焼きなどの手工芸品がある。

フェルト製品は、値段も安く種類も豊富にあることから、手軽に購入できる土産品であるものの、店により品質に大きな差があることから、販売機会をロスしている面もある。

ワインは、ワイン・ツーリズムの一環としてワイナリーで試飲等の体験の後に購入することが可能であるほか、トビリシ市内のワインショップやスーパーマーケットなどで購入することができる。

ジョージアワインは、多くの国々に輸出されており、陶器入りのボトルを使用するなど、デザインに優れたものもあるため、観光客に人気の土産品の一つとなっている。



出典：JICA 調査団

4) 観光マーケティング・プロモーションの状況

① Product

観光資源としては、自然、文化、ウェルネス・医療、食文化等の多彩な資源を有するが、外国人の受け入れ体制には課題が残る。

表 3-15：ジョージアの観光商品

	概要
City Break	トビリシ、バトゥミは都市観光型の観光資源が整っているが、個人客対応としては看板の整備等に課題が残る。
Sun Beach	黒海沿岸にバトゥミを中心とするリゾートが存在する。
Nature/Eco	国立公園を巡るエコツアーのほか、ハイキング、トレッキング、ラフティングやカヤック等のアドベンチャー要素のある体験プログラムが存在する。
Culture	世界遺産を中心に教会や修道院といった豊富な文化資源を有する。
Health and Wellness	黒海沿岸にリゾートが存在するほか、全国に103のリゾートが存在する。
Winter/Ski	グダウリ、メスティア、バクリアニといったスキーリゾートが存在する。
Gastronomy and wines	「食」はジョージアのメインプロダクトの一つとなっている。世界最古の伝統的なワイン製造を見学できるワイナリーツアーや、GNTA が定めるクライテリアを満たしたワイナリーだけが登録されるワイン・ルートの導入等の取組が実施されているが、個人旅行客向けには道路標識や看板等の基礎インフラ整備が必要。
Meeting and Incentive	Convention and Exhibition Bureau of Georgia を中心にトビリシやバトゥミで MICE を推進する方向ではあるが、コンベンション施設が少なく、ハード・ソフト面で課題が残る。

出典：GNTA 資料、ホームページ、JICA 調査団作成

② Place

(ア) 欧州市場

欧州市場で最も影響力のある旅行オンラインサイトの Booking.com や Expedia への掲載については、アゼルバイジャンやアルメニアに比べて掲載数が多いものの、地方部にある小規模の宿泊施設の掲載は進んでいないのが現状である。

企業開発庁では、これまでに中・小の宿泊施設のオーナー向けに、欧州市場で影響力のあるオンラインサイトである Booking.com 等へ掲載をする支援を実施しているものの、システムの煩雑さや、言語が英語に限られることから、十分定着していないのが現状である⁵⁹。

また、ジョージアのツアーオペレーターは、欧州市場の取扱割合が極めて大きく、欧州の現地旅行会社と直接取引を行っている状況で、ツアーオペレーターの中には、売上の 50%以上を欧州市場が占める会社も存在する。

(イ) CIS 市場

民間、政府ともに主要市場とみなしている市場の一つであり、ジョージアのツアーオペレーターは、既に CIS 諸国の現地会社（ロシア、ウクライナ、カザフスタン等）との関係を構築している。

(ウ) 日本市場

⁵⁹ Enterprise Georgia ヒアリングより。

日本市場については、ジョージアのツアーオペレーターが既に日本の大手や中・小規模の旅行会社との関係を構築しており、定期的にセールスコール等のプロモーション活動を実施するなど、流通経路を築いている。

なお、オンラインサイトに関しては、日本の大手旅行会社は Expedia や Booking.com と提携しており、日系旅行会社のオンラインサイトからでもジョージアのホテル予約が可能である。

③ Promotion

(ア) プロモーション活動全般

GNTA として、19ヶ国でプロモーション活動を展開しており、主要な旅行博覧会への出展、オンライン広告、テレビ広告の他、旅行会社やジャーナリストを招く FAM ツアー等を実施している。

なお、民間のツアーオペレーターの中には、GNTA が出展していない旅行博覧会にも出展し、政府としてまだ目を向けていない新たな市場に販路を拡大している企業も存在する。

アゼルバイジャンと異なり、ジョージアには、主要市場におけるプロモーションや広報を担う政府系機関の代表事務所は設けられていない。ジョージアが実施しているプロモーション活動を下表に示す。

表 3-16 : ジョージアが実施しているプロモーション活動

	全般	日本向け
Consumer advertising programmes and campaigns		
Print media; newspapers, magazines, trade and professional press, TV, Radio, Cinema	<ul style="list-style-type: none"> ・ CNN や EU News 等に広告を出稿 ・ ウクライナ、ベラルーシ、カザフスタン、アゼルバイジャン、イスラエル、ハンガリー、ラトビア、トルコ、ロシアの9か国ではキャンペーンを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施していない。
Personal selling		
Consumer exhibitions	<ul style="list-style-type: none"> ・ 19か国の旅行博覧会に出展 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Tourism Expo に出展
Trade fairs		
Trade sales visits	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民間企業が実施している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民間企業が実施している。
Workshops	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行博覧会の時等に実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Tourism Expo の時等に実施。
Trade familiarisation trips and trade academies	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行会社を招く FAM ツアーを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行会社を招く FAM ツアーを実施。
Media familiarisation programmes	<ul style="list-style-type: none"> ・ 著名なライターを招く FAM ツアー等を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 雑誌社やガイドブックの編集者を招く FAM ツアー等を実施。
Digital marketing and promotions	<ul style="list-style-type: none"> ・ Facebook や Youtube、Tripadvisor を活用した有料広告を実施 ・ プロモーション動画を作成、公開 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Facebook ページはあるが、日本語版は無し。
Others	<ul style="list-style-type: none"> ・ Georgia Enterprise では、映画ロケ地誘致としてインセンティブを用意。映画のロケ地として露出を増やし、ジョージアの露出と観光目的の創出を実施。 	

出典：UNWTO、ヒアリングインタビュー、インターネット検索、JICA 調査団分析

(イ) 欧米市場

欧米市場については、政府、民間共に欧米市場をターゲットの一つとしており、一般観光の他、トレ

ッキング等のニッチマーケットに向けたプロダクト開発やプロモーション等も実施している。

トレッキングでは、Redbull 社とタイアップをしたプロモーション活動を実施しており、露出を拡大させている。欧米市場に対するマーケティング・プロモーション活動は主要展示会だけでなく、オンラインでの情報発信も実施している。

(ウ) CIS 市場

ロシアを含む CIS 市場は、主要ターゲット市場の一つであり、一般観光客のみならず MICE ツアーの受け入れも行っている。

(エ) 日本市場

日本市場に対するプロモーション活動としては、GNTA は FAM ツアーと旅行博覧会を主に展開している。GNTA が作成した各種パンフレットは、日本語に訳され、旅行博覧会等で配布されている。また、ツアーオペレーターの中には、旅行博の参加の後にセールスコールを実施している他、メディア FAM への協賛等も実施している企業もある。

(オ) 国内市場

GNTA や地域の観光案内所においても国内市場向けにパンフレットを配布している。

他方、ツアーオペレーターが商品を国内市場に販売するとしても VAT が 18%程度掛かり、ジョージア人にとっては割高感がありことや、現在、インターネット等でも簡単に個人で旅行の手配が可能であることから、民間ツアーオペレーターは当該市場に注力していない状況である。

(9) ジョージアの観光開発の課題

1) SWOT 分析

前述のとおり、ジョージアには、首都トビリシを起点として、東部に世界遺産の古都ムツヘタ、ロシア連邦の北オセチアまで続く南北全長約 210km のジョージア軍用道路や、ジョージアワインの産地であるカヘティ地区、スキーリゾートのグダウリ、西部に世界遺産のある古都クタイシ、世界遺産の上スヴァネティなど多くの観光地がある他、国内の 4 割が国立公園に指定されており、エコツーリズムのポテンシャルも高い。

近年では、CIS 諸国からメディカルツーリズムを目的として訪れる人も増え始めている。他方、観光客の 90%を占める中央ヨーロッパ・東ヨーロッパ及びロシアからの観光客の平均的な観光消費額は、欧米の観光客よりも低く、一人当たりの支出が見込める欧米、アジア及び中東諸国からの観光客の誘致や繁忙期と閑散期における観光客の変動幅を減少させるような閑散期における観光商品開発が課題となっている。

さらに、相当数の人の移動がみられる国内観光客についても、国内の観光地を巡るといった純観光目的の国内観光客数は限定的で宿泊施設の利用も少ない。国内観光による地域経済活性化を図るためには、現地の人たちに対する「観光」への理解と啓蒙も課題と言える。

ジョージアの観光セクターの SWOT 分析の結果を次頁に示す。

表 3-17：ジョージアの観光セクターのSWOT分析

	正の要因	負の要因
内部環境	強み (Strength)	弱み (Weakness)
	<ul style="list-style-type: none"> 北部大コーカサス山脈と南部の小コーカサスに挟まれていることから、山脈山地・山麓地が国土面積の8割を占めており自然資源が豊か。山脈でのスキーリゾートや黒海ビーチリゾートなども振興している。 最古のキリスト教国の一つで歴史的建造物が多い。 世界無形文化遺産と指定されたジョージアワインやジョージアン・ポリフォニー、多彩な食文化など文化資源が豊富である。 国内観光が盛んで、政府も国内観光を後押している。 国際観光客に対するビザ要件が寛容である。 	<ul style="list-style-type: none"> 多様な観光資源や‘目玉’を有するにも国際市場における知名度が低い。 多様な観光資源がターゲット市場やセグメントに訴求するものとして活用されていない。 国際観光客の6割が「日帰り」もしくは「トランジット」旅行者である。 大口の観光客を受け入れ可能な宿泊施設（21部屋以上の室数）が全体の16%程度に留まっている。 地方部における運輸・交通インフラやサービスの質が脆弱である。
外部環境	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
	<ul style="list-style-type: none"> 2016年9月に第1回ワイン・ツーリズム国際会議が開催され、今後ワイン＝ジョージアのイメージ構築（ブランディング）に繋がる可能性がある。 乗入航空会社数が増え、空路によるアクセス環境が改善されている。 国家戦略として観光開発に力を入れており、観光インフラ整備や観光人材育成が進んでいる。 観光セクターに関する国際協力協定がトルクメニスタン、韓国、ベラルーシと締結されている。 同国への入国ビザへの規制が緩和されている。 	<ul style="list-style-type: none"> 前「グルジア」の時代から紛争地域という印象が根強い。 国内に分離独立を主張するアブハジアと南オセチアを抱えている。 イスラム国（IS）などテロの懸念も否めない。

出典：JICA 調査団

2) 組織体制面の課題

- 政府機関レベルでの他セクター省庁との連携状況に関し、現状としては、他省庁での活動内容が観光セクターに関わる事業である場合（例えば、保護区局がエコツーリズムサイト開発を行う場合や、国家文化遺産保護局が観光地といえる場所で文化資源の修復作業を行う場合など）各担当官が、GNTA の然るべき担当部門や担当者とコンタクトを取りそれぞれの事業を推進しているなど、アドホックではあるものの、他の関係省庁との協力関係は一定程度構築されている。しかしながら、持続的で包括的な観光振興を推進する上では、観光に関わるあらゆる省庁が連携して活動を進めていくことが望ましく、そのためには、関係省庁を交えた体系だった委員会の設置や、定期的な会合を開催するといった体制面での工夫が必要である。
- 現在、地方における GNTA の関連組織としては、地方 18 ヶ所に存在する TIC のみで、地方レベルで国の政策の実施・管理する機能がない。国家戦略に基づき、地域間格差のない観光開発を推進するためには、少なくとも各州（9 州）に GNTA の地方部局を設置し、管轄地区における観光政策の実施・運営管理を行うことができる体制を構築することが必要である。
- ジョージアの観光産業が直面している観光人材の充実を図るためには、大学や専門学校などの学術機関、民間そして GNTA との協力関係の構築が重要といえる。特に、ガイドやサービス人材育成については、これまでのところ、民間団体やホテルなどの民間事業者が主体となって育成を行っている状況であることから、その教育の質が均一のものではない。したがって、観光セクターにお

る質の高い人材を育成・輩出し、観光セクター全体の質の向上を目指すためには、産・官・学のプラットフォームを形成し、共通の課題認識の下、産業人材の育成を図る体制を構築することが肝要である。

3) 法制度整備面の課題

- ジョージアにおいても、他のコーカサス三国の国々と同じように、旅行会社やガイドといった観光事業者に対する公的なライセンス制度が存在しない。その結果、誰でも旅行会社を開業でき、誰でもガイドとして観光客にガイドングを提供できてしまう状況となっており、一定の品質のサービスを提供できていない。したがって、ジョージアにおける観光セクターサービス供給側の一定の品質を担保する上で、ガイドや旅行会社などに対するライセンス制度の導入と、そうした制度がきちんと機能するようにライセンスを受けた人・会社に対する定期的な試験の実施などを通じた品質管理体制の整備が必要である。
- 観光法に関しては、既存の観光関連法案は1997年に制定された「観光およびヘルス・リゾート法」及び1998年に制定された「リゾートエリアにおける保護衛生ゾーン法」の二つのみとなっている。前者は、ヘルスツーリズム（いわゆる、メディカルツーリズムとほぼ同義）を観光事業として推進する上での制度・規定が明記されており、後者は、ヘルスツーリズムに関連する施設（自然治療を目指した医療滞在型ホテルなど）周辺における衛生管理に関する定めが明記されている。他方、それ以外の観光資源（自然資源や文化資源など）の活用に関しては、一切明記されておらず、現在、様々な形態で存在する観光資源に対する規制・統制ができるような包括的な内容となっていない。制定年度も20年前と古いことから、現代の状況に合った法制度にを改定する必要がある。

4) インフラ整備面の課題

- 既存の空港に関しては、一定の質と整備を兼ね備えているといえるが、これら国際空港における航空便の乗り入れ数、及び今後更に増加すると考えられる各国航空会社の乗り入れ数を考慮すると、三つの国際空港における旅客受け入れ数のキャパシティを増やす事が、喫緊の課題と考えられる。そのためには、滑走路の敷設といった大型インフラの整備から、空港内の各種設備（チェックインカウンターの増設、セキュリティチェックの窓口増設、出国カウンターの増設、トイレ・レストラン・待合室など旅行者の快適さを向上するための設備の増設など）の整備・増設が必要といえる。また、クィーンタマラ国内線空港については、同空港が国内有数の観光地の一つであるスヴァネティ村への入り口となることから、今後同地区へ更なる観光客の誘致を目指すためには、同空港のキャパシティを増やすことが不可欠である。
- 道路に関しては、前述のとおり、主要幹線道を中心に同国政府がその整備に取り組んでおり、既存の観光商品を販売していく上で、アクセスには大きな課題はないといえる。他方、今後、観光商品の多様化や、地方において観光地開発を行うためには、地方における道路の改善が課題である。また、繁忙期と閑散期の観光入込客の季節変動の平準化や、年間を通じた観光客の受け入れを目指すためには、特に、山間部など山沿いの降雪地域の道路の維持管理体制を改善することも課題である。実際に、本調査の現地調査中にも、スキー場のあるグタウリへのアクセス道路が降雪により閉鎖される事態が発生していることを踏まえると、冬期の間ウィンターリゾート地へのアクセスが制限されないような、除雪体制が必要である。

- 全国に共通する観光インフラに関する課題としては、観光地までの案内板（標識）や観光地における案内板の不足が挙げられる。いくつかの観光サイトは、主要幹線道路に案内板が掲げられている場合があるものの、その案内板も幹線道路から一本道を入ると案内が途絶えていたりする。また、観光サイト内においても、経路を示す標識やサインが十分ではなく、現地の観光ガイドを伴わないと見学順番が判らない場合もある。今後、団体客のみならず個人旅行者が増えることに鑑みると、個人旅行者が安心して旅行できるような基礎インフラの整備が急務といえる。

5) 観光マーケティング・プロモーション面の課題

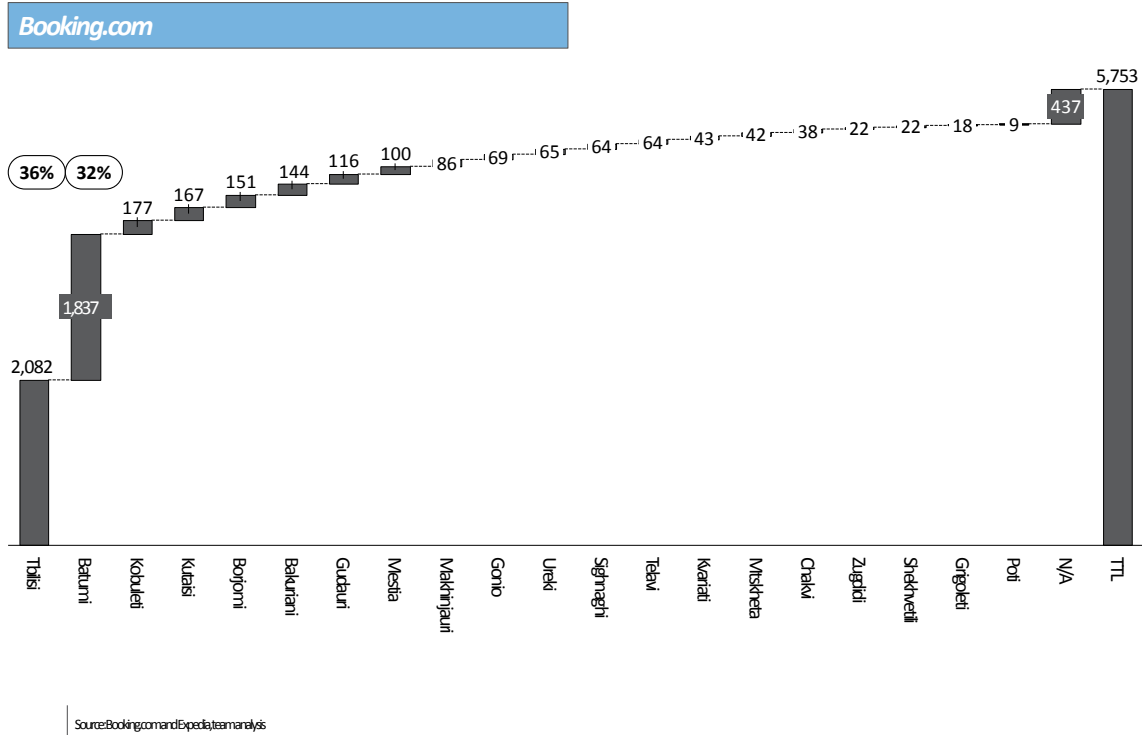
① Product

- 日本市場においては、様々な観光資源があるものの、日本の旅行会社が販売しているツアー商品は、コーカサス三国周遊型が多く、トレッキングやハイキング等の特性のセグメントに訴求するような商品はあまり造成されていない。今後、より多くの観光客を誘客するためには、自然資源や文化資源等のテーマに沿った商品を造成することも必要である。
- インフラの整っているトビリシにおいても、都市観光客に向けた案内板の設置や地下鉄マップ、Timeout のようなナイトライフを紹介する冊子の配布などのソフトインフラが不足しており、個人旅行者の受け入れ態勢が整っていないため、これらのマテリアルの整備が急務と言える。

② Place

- オンラインの宿泊施設の流通は、都市部のトビリシとバトゥミに集中しており、地方部には普及していない。今後、中・小規模の宿泊施設が欧州の個人旅行者を取り込むためには、オンラインへの取組が必要である。
- 日本市場においては、旅行商品を造成・販売する日本側の旅行会社スタッフがジョージアの魅力について十分に把握しておらず、より魅力的なツアーの造成や販売に支障をきたしており、旅行会社への詳細な情報提供や、魅力を伝えるマテリアル等の整備が必要となっている。
- 日本市場を扱っているジョージアのツアーオペレーターは、ジョージアだけでなくアゼルバイジャンとアルメニアのランド手配の窓口となっているケースが多い。ジョージアのツアーオペレーターは、日本の旅行会社のコーカサス三国への興味を引き出すための重要な役割を担っており、同地域への誘客を促進するためには、3ヶ国を結ぶテーマ性のある観光商品を造成し、アゼルバイジャンやアルメニアのツアーオペレーターとの連携に基づくプロモーションが必要である。

Number of accommodations listed in Booking.com are 5,754. Around 70% of listings are in Tbilisi and Batumi...



出典：Booking.com より JICA 調査団分析

図 3-29：Booking.com に記載のあるジョージアの宿泊施設（地域別）

③ Promotion

- 欧州・日本等のマーケットにおいては、ジョージアに関する旅行情報が少ない上、メディア等に露出される機会もほとんど無いことから、一般消費者はジョージアに対する明確なイメージがないのが現状である。よって、一般消費者のジョージアに対する興味を引き出し、旅行先として選択される土台をつくるためには、旅行関係の雑誌や TV 番組等での露出などの B to C のプロモーション活動が必要である。
- GNTA では、ジョージア観光サイトを運営しており、ジョージア国内の各観光地を紹介しているものの、ジョージア滞在中に旅行者が、① どのように（或いはどのような施設に）滞在できるか、② どのような経験ができるか、③ どのような郷土料理があるか、④ どのような名産品があるか、といった情報は少ない。観光地の紹介だけでなく、旅行者にジョージアにより長く滞在してもらい、滞在中により多く消費して貰えるように、多様な観光資源の紹介を充実させる必要がある。

6) その他の課題

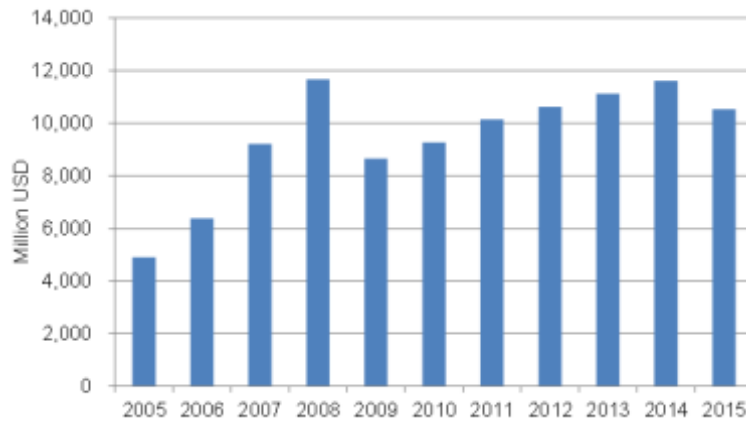
- 手工芸品に関しては、前述のとおり安価で種類も豊富にあるが、店により品質が一定していない。旅行者が安心してどの店でも土産物の購入ができるよう、一定の品質を保った商品に改善することが必要である。特に、フェルト等の手工芸品は、地域住民の収入に少なからず裨益するものであり、デザインや品質の改善が、所得向上にも効果的である。また、商品によっては商品の説明が無いと

観光客が手に取りづらいものもあるため、販売者のみならず旅行会社や GNTA などから観光客向けの手工芸品に関する情報発信が求められる。例えば、黒海沿岸リゾートであるバトゥミでは、ボタニカルガーデンで取れた蜂蜜をバトゥミ市内の TIC で販売しているように、説明+販売といったスタイルが外国人観光客には必要である。

4. アルメニア

(1) アルメニアの経済状況

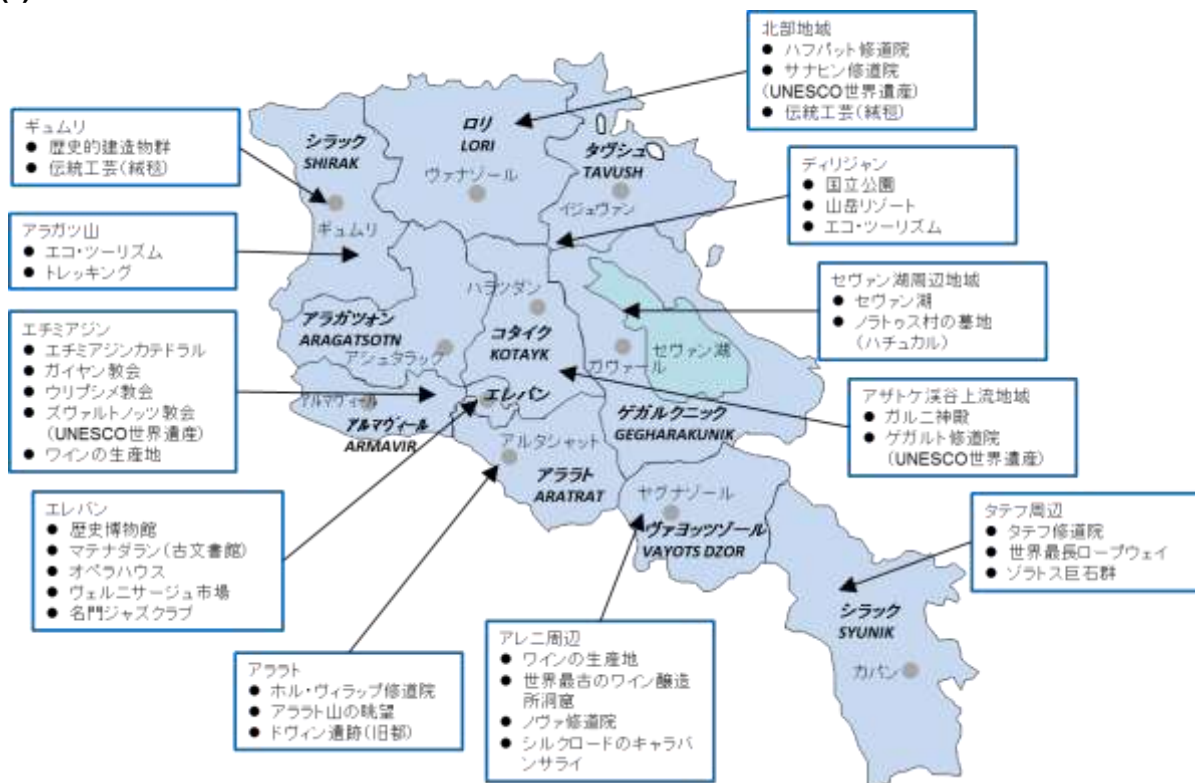
アルメニアの2014年度のGDPに占める産業別の構成比を見ると、サービス業・商業（46.9%）、農林水産業（18.5%）、鉱工業（16.2%）、建設業（同9.2%）となっており、観光セクターは、3.6%を占めている。アルメニアは、欧州との経済連携強化を進めてきたが、2013年にサルグシヤン大統領は、出稼ぎ者によるアルメニアへの送金額がGDPの1割に相当するなど、経済的な結びつきが強いロシアが主導する関税同盟への参加を表明し、2015年1月にロシアが主導するユーラシア経済同盟に加盟した。



出典：World Bank

図 4-1：アルメニアのGDPの推移（2005年～2015年）

(2) アルメニアの観光資源の状況



出典：JICA 調査団

図 4-2：アルメニアの主な観光資源の分布

1) 主な観光資源

アルメニアは 301 年に世界で初めてキリスト教を国教とした国であり、世界最古の公式教会エチミアジン大聖堂（2000 年に UNESCO 世界文化遺産に登録）、キリストの磔刑の際の槍が残るゲガルト修道院（2000 年に UNESCO 世界文化遺産に登録）など、国外のキリスト教徒（アルメニア正教徒）の聖地巡礼の目的地の一つになっている。

また、「ノア方舟」伝説の残る雪のアララト山を背景としたホルヴィラップ修道院、美しいセヴァン湖に臨むセヴァンヴァンク修道院、アラガツ山など歴史的建造物と風景が一体となった観光客の印象に残る魅力的な観光資源を有している。

さらに、アルメニアは、国土の大部分が山岳地帯であり、日本の登山家の田部井淳子氏⁶⁰も度々登山に訪れた標高 4,090m のアラガツ山や、四つの国立公園を含む自然保護区などを有し、ヨーロッパ諸国からの観光客を中心に、トレッキングなどのエコツーリズムの人気も高まってきている。

			
アルメニア教会の総本山 UNESCO 世界遺産 「エチミアジン大聖堂」	セヴァンヴァンク修道院 セヴァン湖畔の日本人観光客に人気の観光スポットの一つ	伝統的な十字架彫刻（ハチユカル）が多く見られるセヴァン湖畔のノラトス村の墓地	アルメニアに残る唯一のヘレニズム建築 UNESCO 世界遺産 「ガルニ神殿」

日本人観光客の主な訪問先としては、北部の修道院（サナヒン、ハフパット）、セヴァン湖周辺、ゲガルト修道院、エチミアジンなどの世界遺産の他、ギュムリなどを訪問するツアーもある。なお、日本人ツアーのほとんどが、アゼルバイジャン、ジョージアを併せた 3 ヶ国を周遊するツアーであり、アルメニアが最終訪問地となっており、ジョージアからは陸路で入国し、ディリジャンに最初の宿をとるツアーが多い。

アルメニアの主な観光資源については、既に USAID や世界銀行などのドナー資金や、様々な基金を元に保存・修復工事が行われており、保存状態は、コーカサス三国の中でも相対的に良好である。また、各観光地には、USAID 等によって整備された英語やフランス語を含む複数言語で表示された案内板が既に整備されている（一部は老朽化し、既に観光客の利用に供するものではなくなりつつある）。

			
修復中のエチミアジン大聖堂（2016 年 12 月）	IDeA 財団により修復されたタテフ修道院	USAID により設置された観光案内板（セヴァン修道院）	既に劣化した観光案内板（ハフパット修道院）

⁶⁰ 田部井淳子（1939-2016）氏は、日本人の女性登山家であり、世界で初めて女性としてエベレスト登頂に成功すると共に、女性初の 5 大陸の 7 つの最高峰全ての登頂に成功した登山家である。

(ア) エレバン市内

アルメニアの首都であり、海外からの国際線が離発着するズヴァルトノッツ国際空港から 12km の距離にあるエレバンは、アルメニア観光に訪れる観光客の玄関口であると共に、近郊の観光地を訪れる際の拠点都市となっている。

日本での知名度は必ずしも高くないものの、エレバンには、ゴールデンチューリップ、ウェスティン、ラディソン、マリオット、ハイアットなどの国際ホテルチェーンが進出していると共に、レストラン、有名ブランドのブティック、博物館の他、ジャズクラブなどのナイトクラブ、オペラ・バレエ劇場などエンターテインメントも充実している。パリなどのヨーロッパの街並みを思わせる市内は、清潔かつ安全であることから、観光客は、安全かつ快適に滞在することができる。

表 4-1：エレバン市内の主な観光資源

観光資源	概要
アルメニア歴史博物館	アルメニア歴史博物館は、エレバンの中心にある共和国広場に面し、1920 年に設立されている。博物館には約 40 万点を超える考古学、人類学、歴史学の資料を収蔵しており、先史時代から現代に至るまでのアルメニアの歴史及び文化の変遷を俯瞰することができる。
マテナダラン	マテナダランは 1957 年に設立され、付属の博物館には、1 万 7 千点に及ぶ聖書の写本と 3 万点に及ぶ他の写本、印刷物、ミニチュア本、冊子などの古文書が収蔵されている。同博物館のメスロブ・マシュツ（アルメニア文字の創始者）の古写本コレクションは、1997 年に UNESCO の世界記憶遺産に登録された。
エレバンオペラ座	エレバンオペラ座は 1933 年に設立され、開設以来、アルメニア国立オペラ、バレエ団によりアルメニア、ロシア、ヨーロッパの作曲家の 200 以上のプログラムを上演してきている。
アララト博物館	アララト博物館は、エレバンブランデーカンパニーの敷地内にあり、英語、ロシア語、フランス語、ドイツ語によるツアーが開催されており、観光客は、ツアーの最後に 2~3 種類のブランデーの試飲を楽しむことができる。
マルハス・ジャズクラブ	マルハス・ジャズクラブは、エレバン中心部にある有名なジャズクラブの一つであり、アルメニアのジャズバンドやミュージシャンによる演奏やジャムセッションを毎晩楽しむことができる。同ジャズクラブでは、豊富な種類の葉巻、お酒の他、アルメニア料理やヨーロッパ料理の素晴らしい食事を楽しむことができる。
ヴェルニサージュ市場	ヴェルニサージュ市場は、エレバン中心部のヴェルニサージュ公園で毎週末の土日に開催される野外市場である。市場では、木工品、絨毯、刺繍、宝飾品、楽器などの様々なアルメニアの伝統工芸品が販売されている。

出典：JICA 調査団



(イ) アルメニア北部（シラック県、ロリ県）

アルメニアの北部地域では、アルメニア第二の都市ギュムリや、第三の都市ヴァナゾール、アルメニア最大の銅鉱山のあるアラヴェルディなど旧ソ連時代に工業を中心に都市が発達してきたものの、1988年のスピタクを震源とする大地震で大きな被害を被って以降、経済が停滞している。

また、旧ソ連時代に整備された地方道路の多くが老朽化しており、観光資源へのアクセスは必ずしも容易ではなく、観光客の拠点となるホテル等の宿泊施設の整備も遅れている。

一方、北部地域には、UNESCO の世界文化遺産に登録されたロリ県の二つの修道院の他、アルメニアの18-19世紀の典型的な街並みが見られるギュムリなど、魅力的な観光資源を有しており、観光開発による地域経済へのインパクトが期待できる地域である。

表 4-2：アルメニア北部の主な観光資源

観光資源	概要
ハフパット修道院	ハフパット修道院は近隣のサナヒン修道院と共に10世紀に創設され、修道院からのコーカサスの山々の眺めが特に美しい。
サナヒン修道院	ロリ県に位置するサナヒン修道院は、10世紀に創設された。簡素な造りの修道院であり、近隣のハフパット修道院と共に訪れることができる。両修道院は1996年にUNESCOの世界文化遺産に登録されている。
ギュムリ旧市街	ギュムリはアルメニア第二の都市であり、アルメニアの北西部に位置するシラック県の県庁所在地である。19世紀末までは、アレクサンドロポルの名で知られ、ロシア帝政下の東アルメニア最大の都市の一つとしてエレバンと同等の規模を誇った。ギュムリで最も古いクマイリ歴史地区には、18-19世紀の特徴的な建築様式を有する千以上の建物が残っている。同歴史地区は、1926年及び1988年の大震災を免れた、アルメニア及び世界的に見てもアルメニアの典型的な都市建築が残る数少ない場所の一つとなっている。

出典：JICA 調査団



(ウ) アルメニア東部（タブシュ県、コタイク県、ゲガルクニック県）

アルメニアの東部の各都市へは、エレバンから幹線道路が整備されており、主な観光資源については、エレバンから日帰りで行くことが可能である。

アルメニア東部には、ディリジャンやセヴァンなどエコツーリズムのポテンシャルが高いリゾート地の他、UNESCO の世界文化遺産に登録されているアザト渓谷のゲガルド修道院などがあり、自然と文化遺産が一体となった滞在型のDESTINATIONの開発のポテンシャルがある。

表 4-3 : アルメニア東部の主な観光資源

観光資源	概要
ディリジャン	ディリジャンは、アルメニアのタブシュ県に位置する温泉地であり、現地の人々からアルメニアのスイス、もしくは、小スイスと呼ばれるアルメニア国内の重要な保養地の一つであり、ディリジャン国立公園の中に立地している。ディリジャンの周辺地域では、ハイキングやマウンテンバイク、ピクニックなどのエコツーリズムが盛んである。
ツァッカゾール	テグニス山の麓の高原地帯にあるコタイク県のツァッカゾールは、温泉保養地、スキーリゾートとして人気のアルメニアの観光地である。
セヴァン湖	セヴァン湖は、アルメニア唯一のビーチリゾートとしてアルメニア人の中では人気の観光地である。セヴァン湖は、標高 1,900 m に位置するユーラシア大陸の高地にある淡水湖として最大規模の湖の一つである。セヴァン湖ではアルメニア国内の 90% の魚と 80% のザリガニが採れる。セヴァン湖はアルメニアの国定保護区に指定されていると共に 1933 年にラムサール条約の登録地になっている。
セヴァンヴァンク修道院	セヴァンヴァンク修道院は、セヴァン湖の北西岸に位置する修道院建築群である。同修道院は 874 年に創設され、セヴァン湖の眺めを背景にした美しい景観を有する観光地の一つとなっている。
ノラトゥスの墓地	ノラトゥス村の墓地は、首都のエレバンから 90 km 北のノラトゥス村に位置する多くの十字架彫刻（ハチュカル）が見られる中世からの墓地であり、9 世紀から 17 世紀の間に作られた 800 を超えるハチュカルが墓地の中に残っている。
ガルニ神殿	ガルニ神殿は、首都のエレバンから約 30 km のアザト渓谷の断崖に位置するアルメニア最古のヘレニズム期の古典建築の一つである。
ゲガルド修道院	ゲガルド修道院は、コタイク県の岩山の中腹をくりぬいて建設された特異な建築であり、周囲をアザト渓谷の入り口に位置する断崖絶壁に囲まれている。4 世紀の初めには、聖グレゴリウスにより現在の地に修道院が創設されたと伝えられており、「ゲガルド修道院と上アザト渓谷の景観」として、2000 年に UNESCO の世界文化遺産に登録されている。

出典：JICA 調査団



(エ) アルメニア西部（アラガツオン県、アルマヴィール県）

アルメニア西部では、アルメニア使徒教会の大司教座が置かれている聖都エチミアジンにおける UNESCO 世界文化遺産に登録された教会群を巡る巡礼ツーリズムが観光の中心となっている。

他方、エチミアジンは、首都のエレバンから車で 30 分ほどの距離にあり、観光客はエレバンから日帰りで訪れることが可能である。観光客の消費の中心地はエレバンであることから、観光による地域経済へのインパクトは限定的である。アルメニア西部には、良質なワインを産する生産者のワイナリーやアルメニア最高峰のアラガツ山など、アグロツーリズムや、トレッキング、ハイキングなどのエコツーリズムの大きなポテンシャルがあることから、今後、これらの観光資源を開発することにより、地域経済へのインパクトが期待できる。

表 4-4：アルメニア西部の主な観光資源

観光資源	概要
エチミアジン大聖堂	エチミアジン大聖堂は、アルメニア使徒教会の総本山であり、アルメニア最古の大聖堂であると共に、世界最古の大聖堂といわれている。初期の教会は、ティリダデス3世によりキリスト教が国教化された後の4世紀の初めに聖グレゴリウスにより創設された。エチミアジンの大聖堂と教会群及びズヴァルトノッツ遺跡は、2000年にUNESCOの世界文化遺産に登録された。
聖リプシメ教会	聖リプシメ教会は、エチミアジンのアルメニア使徒教会として7世紀に創設されたアルメニア最古の教会の一つ。現在の建物は、西暦618年の建造である。同教会は、エチミアジンで訪れるべき教会の一つである。
聖ガヤネ教会	聖ガヤネ教会は、エチミアジン大聖堂から徒歩圏内にある7世紀に創設された教会である。聖ガヤネ教会は、大司教エズラ1世により630年に創建され、1652年に中央ドームと天井の一部が改修されたものの、創建当時の建築様式を今に残している。
ズヴァルトノッツ遺跡	オリジナルのズヴァルトノッツ教会は、7世紀に創設された。現在、エチミアジンの郊外にある考古学遺跡内には、教会や大司教ネルセス3世の宮殿跡が残っている。
アラガツ山	アラガツ山は四つの峰を有する火山性の独立峰である。標高4,090mの北峰は、アルメニアの最高地である。登山客に人気の山であり、安全に登山が出来る6-8月の夏が、アラガツ山登山のベストシーズンである。

出典：JICA 調査団

			
エチミアジン大聖堂の宝物館に展示されている ノアの方舟の破片	聖フリプシメ教会	聖ガヤネ教会	ズヴァルトノッツ遺跡

(オ) アルメニア南部（アララト県、ヴァヨツゾール県、シュニツク県）

アルメニア南部は、標高2,344mのヴォロタン峠を挟んで大きく二つの地域に分かれる。

アララト県のトルコ国境には、アルメニア使徒教会の巡礼ツーリズムの聖地の一つであるホルヴィラップ修道院があり、雪を冠したアララト山と裾野に広がるアララト平野のブドウ畑を背景とした修道院のイメージは、アルメニア観光のアイコンの一つになっている。また、ヴァヨツゾール県には、ワインフェスティバルや世界最古のワイン醸造所が発見された洞窟のあるアレニヤ、ダイナミックな景観を有するアマグ川の渓谷のノラヴァンク修道院などがあり、いずれもエレバンから日帰りも可能である。

ヴォロタン峠を越えたシュニツク県には、近年、ギネスブックに登録された世界最長のロープウェイが建設されて以降、観光地としての開発が進むタテフやイラン国境のメグリなどの観光地がある。

他方、シュニツク県の観光地を訪れるためには、いずれかの地方都市に宿泊する必要があるものの、外国人観光客が快適に滞在することのできる宿泊施設やレストランは未だ限られている。さらに地方道路の劣化も進んでおり、DESTINATIONの開発に向けた課題が残る。

表 4-5 : アルメニア南部の主な観光資源

観光資源	概要
ホルヴィラップ修道院	ホルヴィラップ修道院は、エレバンから1時間、アルタシャットの南8kmのトルコ国境のアラト平野に立地している。ホルヴィラップ修道院は、ティリダデス3世により聖グレゴリオが地下牢（ホルヴィラップは、アルメニア語で地下牢を指す）に14年間幽閉されていた史実に基づき、アルメニアでも最も人気の巡礼地となっている。教会は642年に創設され、現在の修道院の建物は1662年に再建されたものである。
アレニ	アルメニアは、世界最古のワインの生産地の一つである。アレニは、エレバンから2時間、約120kmに位置しており、2011年に近郊の洞窟から紀元前4千年の世界最古のワインの醸造所の跡が発掘された。毎年10月の1-2日には、伝統的なワイン祭りが開催されている。
ノラヴァンクの修道院施設	ノラヴァンク（13世紀創建）は、エレバンから122kmのアレニとヤグナゾールの間に位置する三つの教会建築を含む修道院の複合施設である。13-14世紀にはシュニク地方の司教座が置かれ、アルメニアの文化の中心地となった。修道院施設は、近年修復が行われ、良好な保存状態を保っている。
ジェルムーク	ヴァヨツゾール県のジェルムークは、山岳地帯の温泉保養地であり、県庁所在地のヤグナゾールの東53kmにある。ジェルムークは、温泉と市内でポトリングされるミネラルウォーターのブランドとして有名である。ジェルムークには、滝、人口湖、散策路、森林、ミネラルウォーターの水源などの魅力があり、アルメニアの国定保護区に指定されている。
ゾラトス巨石群	ゾラトス巨石群は、シュニク県のゴリスの近郊にある先史時代の考古学遺跡である。遺跡は合計223個の石からなる複数の起立した石組みから構成されている。約80個の石には円形の穴が穿たれている。ある考古学者によると、古代の天文観測所として使われていたとの説もある。
タテフ	タテフ修道院（9世紀創建）はシュニク県のタテフ村のヴォロタン川の渓谷の断崖に立地している。タテフ修道院は、14-15世紀にシュニク地方の司教座が置かれると共に、タテフ大学が置かれ、アルメニアの科学、宗教、哲学の発展に寄与したことで知られている。ウイング・オブ・タテフというロープウェイが2010年10月に建設され、世界最長のロープウェイとしてギネスブックに登録されている。

出典：JICA 調査団

			
毎年10月に開催されるアレニのワイン祭り	ノラヴァンクの修道院施設	タテフ修道院とヴォロタン渓谷	タテフまでの道路（未舗装）

2) インフラの整備状況

① 運輸・交通インフラ

(ア) 空港、航空

アルメニアの国際空港は、首都のエレバンから12kmにあるズヴァルトノッツ国際空港とギュムリのシラック国際空港二カ所のみであり、ギュムリに就航しているモスクワ間のLCCを除き、国際線は、全てエレバンに就航している。国内線用の空港としては、他に三ヶ所の空港（ステパナヴァン空港、ギリス空港、エレブニ空港）があるが、ソ連解体後、運行されていない。

ズヴァルトノッツ国際空港は、2002年から30年間のコンセッション契約の下、アルゼンチンの空港会社との共同出資により設立されたズヴァルトノッツ空港会社により運営が行われており、2011年には、新ターミナルビルが完成した。同空港には、CIS圏からは、アエロフロート航空、ウクライナ航空、ウラル航空、中近東からは、フライドバイ、カタール航空、ヨーロッパからは、エアフランス、オーストリア航空など、合計23の航空会社が運航している。ヨーロッパからの直行便は、パリ、ウィーン、アテネの3都市に限られている。

アルメニアと日本を結ぶ乗り継ぎは、以前は、アエロフロート航空とオーストリア航空が中心であった（オーストリア航空は日本路線から撤退）が、2016年からは、カタール航空とエミレーツ航空（フライドバイ）が就航している。アルメニア国営の航空会社としては、Air Armeniaなど8社が運航している。2015年の運航便数及び乗客数は、エレバンが、9,609便、1,896,807人、ギュムリが130便、34,747人である。

(イ) 道路

アルメニアの道路については、首都のエレバンを中心に幹線道路が整備され、旧ソ連時代から地方道路に至るまで概ね舗装が行われており、陸路での観光客の移動は比較的容易であることから、北部の修道院やエチミアジン、ゲガルド修道院など、UNESCOの世界文化遺産に登録された主要な観光地については、首都のエレバンから日帰りで訪れることも可能である。他方、幹線道路を除く支線道路の路面の舗装状況は劣悪であり、特に北部のロリ県や南部のシュニク県などの山岳地域の地方道路の路面状況の悪化が著しい。

現在、エレバンとアルメニア第二の都市ギュムリを南北に結ぶ高速道路を中心に、これまでADBやEIBなどのドナー資金により、幹線道路の改善、複線化に向けた改修・整備が行われている最中である。

(ウ) 公共交通機関

アルメニア国内の都市間の移動に供する公共交通機関については、鉄道、バス、タクシーがあり、中でもタクシー（メーター制、市内外の区別なし）が料金的にも比較的安価であることから、現地の人々の主な移動手段となっている。

鉄道については、2008年6月から30年間のコンセッション契約の下、ロシア国営鉄道会社に運営権を譲渡し、同社の現地法人である南コーカサス鉄道会社が運営を行っている。国際路線は、現在は、ジョージア間のみ運行しており、エレバン〜トビリシ間については、冬期は週3往復、夏期は毎日運航しており、夏期には黒海沿岸のリゾート地バトゥミまでの便も運航している。エレバン市内には、アルメニアで唯一の地下鉄も整備されており、現地の通勤手段として利用されている。

他方、バス、タクシーの車両の多くが旧ソ連製のものであり、鉄道を含む公共交通機関のいずれも外国人観光客の利用に堪える快適性を備えておらず、英語の表示もないことから、専ら、アルメニアの現地の人々の利用に留まっている。



② 衛生・電気・通信インフラ

アルメニアの観光インフラとしての電気・水道・通信等の整備状況については、地方都市においても十分に普及が進んでおり、観光客として不便を感じることはない。

携帯電話会社は Beeline、Vivacell-MTS、Orange など複数存在し、プリペード式が一般的。通信エリアについては、地方都市や山岳部も含めてほぼカバーされており、国内のいずれにおいても通話が可能である。

インターネットについては、首都のエレバンだけでなく地方都市のホテルやレストラン、幹線道路沿いの休憩スペースを備えたガソリンスタンドでも旅行者が無料で利用できる Wifi 設備を備えているところが多く、日本国内のホテルやレストランと比べても快適なインターネット環境となっている。

③ 公共サービス（病院、警察、治安等）

日本国外務省の「海外安全ホームページ」では、アルメニア全土が「レベル 1：十分注意してください。」に分類されており、アゼルバイジャンとトルコの国境地帯は、「レベル 2：不要不

急の渡航は止めてください」に分類されている⁶¹。その他、アルメニアの治安情勢に関しては、ナゴルノ・カラバフ地域をめぐって隣国アゼルバイジャンとの間に紛争を抱えている。また、2015年6月には首都エレバンで電気料金値上げに反対するデモ等も発生している。

他方、実際には、首都のエレバンや地方都市も含めて現在のアルメニアの治安情勢は概ね良好であり、アルメニアは、外国人観光客にとっても安全な国の一つに数えられている⁶²。また、地方都市の主要な観光地には、緊急時の警察の連絡先を表示したパネルが設置されている。



写真：観光地に設置された警察の緊急連絡先の表示パネル

アルメニアでは、首都、地方共に市内の清掃が行き届いており、多くの途上国に見られる道路脇のペットボトルやビニール袋などのゴミもほとんど見当たらない。

医療事情としては、公立の医療機関は設備が古いため、外国人は私立の医療機関に行くことが多く、診察の際に保険を使う場合は診察料金が2倍になり、医師で英語を話す者は少ない。

⁶¹ 外務省海外安全ホームページ（2016年12月現在）

⁶² NUMBEO Safety Index

(3) アルメニアの観光開発に関わる上位計画

1) アルメニア開発戦略 (ADS) 2014-2025

アルメニア政府は、2014年に「アルメニア開発戦略 (ADS) 2014-2025」を発表し、2025年までの高所得国入りを目標に掲げ、1) 雇用拡大、2) 人的資本開発、3) 社会保護制度の改善、4) 公的機関とガバナンスの近代化を優先課題に掲げ、中でも雇用創出を最優先課題としている。また、2025年までに非農業セクターにおいて41万5千人の雇用を創出すると共に、全雇用に占める観光セクターを含む非農業セクターの割合を、2011年の73%から2017年に78%、2021年に80%、2025年までに83%にまでそれぞれ引き上げる、などとしている。

短期及び長期的な雇用の創出及び持続可能な経済発展を視野に入れた上、同戦略においては、1) 産業及び輸出の振興、2) 観光開発、3) ITセクターの開発、4) 農業及び地域開発、5) 中小零細企業の振興とビジネス環境の改善の五つを、優先分野に掲げている。

2) 観光開発コンセプトペーパー

観光セクターの開発戦略としては、USAIDの支援の下、2008年2月に「観光開発コンセプトペーパー」が纏められており、2030年までに外国人観光客の数を300万にまで増加させることを目標に、1) 観光客の増加、2) 観光収入の増加、3) 雇用創出の三つの柱を軸に観光セクターの開発ビジョンが示されている。

3) 観光開発5ヶ年計画 (2017-2021)

なお、観光行政を一手に担う政府機関として、2016年10月に経済投資省の傘下の観光部局として新たに設置された観光委員会 (Tourism Committee) では、現在、デスティネーション・マネジメントの枠組みを視野に入れた新たな観光開発5ヶ年計画 (2017-2021) の策定に係る準備を進めている最中であり、観光戦略や、1) Accessibility、2) Affordability、3) Awarenessの三つをコンセプトとするアクションプランの策定が進められている。

表 4-6 : 観光開発に関わる上位計画の概要

計画名	目標、優先分野、施策等
アルメニア開発戦略 (ADS) 2014-2025	<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 非農業セクターにおける41万5千人の雇用を創出する。 ・ 全雇用に占める観光セクターを含む非農業セクターの割合を、2011年の73%から2017年に78%、2021年に80%、2025年までに83%にまでそれぞれ引き上げる。 ・ 外国人観光客の数を2011年の75万8千人から2017年に135万人、2025年までに270万人にまでそれぞれ引き上げる。 <p>【優先分野】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 産業及び輸出の振興 2) 観光開発 3) ITセクターの開発 4) 農業及び地域開発 5) 中小零細企業の振興とビジネス環境の改善 <p>【観光開発に関わる施策】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) PPPを通じたインフラの改善

計画名	目標、優先分野、施策等
	2) アルメニアの訪問に要する旅費（交通費）の削減 3) 地方とのバランスの取れた開発（ジェルムーク、ツァッカゾール、ディリジャン、他） 4) 格安航空会社（LCC）の誘致を含むオープンスカイ協定の推進 5) エレバン以外の都市の観光インフラの整備と改善 6) 国際ホテルチェーンの誘致
観光開発コンセプトペーパー	<p>【目標】 2030年を目標年次とした観光セクターの開発指標：</p> 1) アルメニアを訪れる外国人観光客数を300万人にする 2) 観客数の伸びを持続的に年平均成長率（CAGR）を9%にする 3) 欧州を訪れる観光客数の増加予測4.1%に対しアルメニアのシェアを0.3%にする 4) 世界経済フォーラム（WEF）の旅行・観光競争力ランキング（Travel & Tourism Competitiveness Index）において50位内にランクインする 5) アルメニアを訪れるアルメニア人の観光客数を150万人にする 6) ホテル等の宿泊数を1,125万泊にする 7) ホテル等のベッド数を51,370床にする 8) ホテルの稼働率を60%にする 9) 政府の観光プロモーション費を4,900万USドルにする <p>【優先分野】</p> 1) 新たな競争力のあるデスティネーション、観光地、アトラクションの開発 2) 優先的なターゲット市場に対する高いレベルの市場調査の実施 3) 世界（ターゲット）市場に向けたデスティネーション及び観光地のブランディング、及び効果的な露出とプロモーション 4) 公共交通機関とアクセスの改善 5) インフラ整備 6) 高品質なサービス 7) 人材開発 8) 公衆衛生と治安の確保 9) デスティネーション・マネジメントとビジネス・投資環境の改善
観光開発5ヶ年計画（2017-2021）アクションプラン2017	<p>【目標】 2020年を目標年次とした観光セクターの開発指標：</p> 1) アルメニアを訪れる外国人観光客数を250万人にする 2) アルメニアを訪れるディアスポラの数を120万人にする 3) アルメニア人の旅行者数を150万人にする 4) アルメニア人の旅行者による観光収入を25億USドル／年にする 5) 外国人観光客による観光収入を4億5,000万USドル／年にする 6) 新たにホテルを50施設、ベッド数を3,000床増やす 7) 新たに15,000人の雇用を創出する <p>【優先分野】</p> 1) 組織制度改革 2) 観光商品の多様化 3) ステークホルダー連携 4) 国際協力 5) インフラ整備 6) マーケティング・プロモーション 7) 能力強化

(4) アルメニアの観光開発に関わる関係機関

アルメニアの観光開発に関わる主な関係機関は、以下のとおり。

表 4-7：観光開発に係る主な関係機関

関係機関		主な役割
政府機関	経済投資省 Ministry of Economic Development and Investment	アルメニアの経済開発及び産業振興政策の立案・実施を担う機関
	観光委員会 Tourism committee	2016年10月に経済投資省の傘下の観光部局として新たに設置された観光行政を一手に担う政府機関。
	文化省 Ministry of Culture	全国の博物館、美術館（文化省管理の博物館：100ヶ所程度、私立博物館：25ヶ所程度）、劇場等の文化施設の運営管理、教会等の建築遺産、音楽やダンスなどの無形文化遺産の保護等の活動を行う。
	環境保護省 Ministry of Nature Protection	アルメニアの国立公園等の保護地域の管理、エコツーリズムの推進など。2015年に環境保護省の中に、エコツーリズム局を設立。
	国家統計局 National Statistical Services	観光統計を実施・管理
民間機関 ・NGO等	アルメニアホテル業組合 Armenia Hotel Union	ホテル業組合
	ツアーオペレーター組合 Armenia's Union of Incoming Tour Operators	インバウンドを扱う旅行代理店の組合
	アルメニアガイドギルド The Armenian Guides Guild	観光ガイドで作る組合組織
	IDeA財団	タテフ地方やディリジャン地方の開発プロジェクトを実施している非政府・非営利の財団

出典：JICA 調査団

1) 政府機関

① 経済投資省（Ministry of Economic Development and Investment）

アルメニアの経済開発及び産業振興政策の立案・実施を担う機関、観光セクター開発の担当部局として観光開発政策局を擁する。

経済開発投資省が実施する観光プロモーション関連の予算は、主に 2008 年に設立された財務省傘下のアルメニア開発基金（DFA：Development Foundation of Armenia）から予算措置される。DFA の主な役割は、(1) 輸出振興、(2) 観光開発、(3) 投資振興の三つの分野の開発プロジェクトに対する資金提供。観光開発分野全体としては、1 億 8 千 5 百万 AMD (40 万 USD)程度が配分され(2015 年度、2016 年度)、そのうち、60-70%の 20 万 USD 程度が観光プロモーション関連の活動に充てられている。

経済開発投資省が実施する具体的な観光プロモーション関連の活動としては、(1) 各種フェスティバルの開催、(2) 国際的な観光博覧会への出展（2016 年は、ベルリン、バルセロナ、ロンドンなど五つの国際観光博覧会に出展）、(3) FAM 及びメディアトリップの開催（2016 年は、海外の 15 のツアーオペレーターを招待）などである。

② 観光委員会 (Tourism committee)

観光セクターの開発と政策の実施に向け、2016年10月に経済投資省の傘下の観光部局として新たに設置された観光行政を一手に担う政府機関。将来的には、経済投資省の観光開発政策局は、観光委員会 (Tourism Committee) に統合される。

現在、新たな組織設計及び職員の配置を進めている最中であり、経済投資省から17名の職員の配属が決まっている。

観光委員会の主なタスクは、国際的な観光市場におけるデスティネーションとしてのアルメニア観光の競争力とプロモーションの強化、民間企業の競争環境とオルタナティブ・ツーリズムの開発、観光客の多様化と観光サービス品質の持続的な確保である。

③ 文化省 (Ministry of Culture)

全国の博物館、美術館 (文化省管理の博物館：100ヶ所程度、私立博物館：25ヶ所程度)、劇場等の文化施設の運営管理、教会等の建築遺産、音楽やダンスなどの無形文化遺産の保護等の活動を行う。

建築遺産の保存修復事業としては、文化省傘下の歴史文化遺産保護庁の監督の下、毎年5~7件程度を実施している。保存修復にかかる費用については、アメリカ大使館文化財保護基金 (U.S. Ambassadors Fund for Cultural Preservation)、CIS ファンド、UNESCO 基金、国際文化基金 (IFCD: International Fund for Cultural Diversity) などの資金を活用し、実際の工事については、民間に委託している。直近では、南部のメグリの修道院の修復工事をアメリカ大使館の基金を用いて実施した。

④ 環境保護省 (Ministry of Nature Protection)

アルメニアの国立公園等の保護地域の管理、エコツーリズムの推進などを担う。2015年に環境保護省の中に、エコツーリズム開発局 (Ecotourism Development Division) を設立。2015年のエコツーリズム関連の政府予算としては、1.2 Million AMD を計上、2016年は、5.0 Million AMD に増額。2016年には、ITB ベルリン⁶³のアルメニアのブースにエコツーリズム関連のブースを特設した他、エレバンに自然博物館を開館している。

⑤ 国家統計局 (National Statistical Services)

アルメニアの観光統計については、ボーダー調査による年別、国別の出入国者統計 (2001年以降) が人口統計の一部に掲載されているものの、居住者の区別や、在留外国人の区別がなく、正確な外国人訪問者の数を把握することが困難な状況である。また、県別のホテル数の統計 (四半期ごとに集計) はあるものの、ベッド数、宿泊数、観光支出額等に関する統計や、旅行代理店、レストラン、娯楽施設等に関する統計も整備されていない状況である。

2) 民間機関・NGO 等

① IDeA 財団

ロシア在住のアルメニア人、ルベン・ヴァルダニャン氏によって2014年に設立されたアルメニアの地域開発プロジェクトを実施している非営利団体である。プロジェクトの活動資金は、財団への寄付金、

⁶³ ITB ベルリン (International Tourismus-Börse Berlin) とは、ドイツのベルリンにおいて毎年開催されている世界最大級のトラベル・フェア。2016年開催時には、ホテル、観光局、ツアーオペレーター、航空会社、レンタカー会社、観光関連研究機関など1万社以上が出展し、フェア開催中5日間の訪問客数は20万人以上であった。

投資家資金、ドナー資金を組み合わせて賄っており、商業的な事業は行っていない。

同財団のプロジェクトの特徴は、地域開発の核となるプロジェクト（アンカー・プロジェクト）を基金やドナー資金を元に実施し、観光客等を地域に誘導することによって地域の投資価値を高めた上で、投資家の民間資金を呼び込み、自立的な地域開発に繋げるプラットフォームとしての役割を担う、というものである。地域に民間投資を呼びこむための投資環境整備の文脈において、地域全体としての付加価値を高めるため、ホテルやレストランなどの経営者のサービス品質の向上に向けた中小零細企業支援も同時に実施している。

これまでに、アルメニア南部のタテフ地域の 6,000 人を対象とするコミュニティ開発事業として、タテフ修道院の保存修復、ロープウェイの建設（ギネスブックに登録された世界最長（5.4km）のロープウェイ）、観光サービスに従事する経営者支援（対象 9 村 26 家族）等を実施している他、ディリジャンでは、ユナイテッド・ワールド・カレッジ（UWC : United World Colleges）のディリジャン校（高等学校）やコミュニティ施設の建設等を実施している。

また、18-19 世紀のアルメニアの歴史的建造物群が残るアルメニア第 2 の都市ギュムリの再生プロジェクトとして、ギュムリ・プロジェクト・ホープ（GPH : Gyumuri Project Hope）⁶⁴ を実施中である。観光デスティネーションとして歴史的建造物の保存と都市再生の両立を図るためのプラットフォームとして、市内中心部の歴史的建造物の所有者と再開発を行う投資家との調整機能を担い、街並み保存地区のゾーニング、歴史的建造物の活用に係るビジネスプランの作成、投資家の募集、保蔵修復工事の技術的な管理等を行っている。

② ツアーオペレーター組合（UITO : Union of incoming Tour Operators of Armenia）

UITO（Union of Incoming Tour Operators of Armenia）は、観光産業に従事する旅行代理店の意見を集約する非政府組織の組合として、2004 年に設立された。UITO の活動目的及び主な活動内容は、(1) 官民連携の促進、(2) 観光セクターに関わる政策制度改善、(3) 企業のニーズに応じた高等教育機関におけるトレーニングプログラムを通じた高度産業人材の育成、(4) 会員に対する FAM トリップを含む他国のツアーオペレーターとの交流や知見の共有のための場の提供を通じたビジネス機会の拡大、(5) 法律や税務に関するコンサルテーション、(6) 国際ドナーとの協働、及び (7) 観光資源、フェスティバル、地域観光の開発などである。

現在 29 社がメンバーとして登録されており、登録に当たっては、2 年以上の営業経験（国の認定証の提出が必要）の他、3 名の保証人による連帯保証書の提出、毎月 2 万 5 千 AMD の会費の支払いが必要である。なお、現在 4 社のアソシエイトメンバーが登録されており、アソシエイトメンバーは、年間 10 万 AMD の会費を支払う必要がある。

(5) アルメニアの観光に関わる法制度整備の状況

1) 入国管理

アルメニアでは、スイスやスペインなど一部の国を除き、EU 圏の国籍を有する入国者に対しては、原則 180 日以内の滞在であれば、ビザが免除されている他、隣国アゼルバイジャンやジョージア、ロシ

⁶⁴ <http://www.gyumriprojecthope.org/>

アやウズベキスタンなどの CIS 諸国の国籍を有する入国者に対しても、ビザが免除されている。アフリカ諸国の国籍を有する入国者に対しては、招聘状及び必要な入国関連書類を整えなければならない。

日本から観光目的で入国する場合は、空港または国境で滞在許可日数 21 日間から 3 ヶ月間までのビザを簡単に取得できる（ビザ取得料金は滞在許可日数 21 日で 3,000 AMD）。また、日本を含む約 80 ヶ国については、アルメニア外務省のホームページからオンラインによる e-Visa の査証申請も可能である。

2) 国立公園法

1958 年から自然保護区制度を整備。アルメニアの国土の 13%が保護区に指定された森林等である。アルメニアの自然保護区（Specially Protected Nature Areas: SPNAs）には、(1) 国定保存地域（State Reserve、3 ヶ所）、(2) 国立公園（National Park、4 ヶ所）、(3) 国定保護区（State Sanctuary、26 ヶ所）、(4) 天然記念物（Natural Monument、232 ヶ所）の四つのカテゴリーがある。特に、国定保存地域は、立ち入りが厳しく制限されており、立ち入る際は環境保護省の許可が必要である。

3) 文化財保護法

アルメニアの建築遺産等の有形文化財の保護に関する法律は、「有形文化財の登録、調査、保護、保存、修復に係る政令第 438 号（2002 年）」及び「有形文化財保護利用法（1998 年制定、2003 年改正）」に定められており、文化省が管理する有形文化財に対し、保存・修復等の手をかける場合は、文化省の許認可が必要である。また、伝統的な民族舞踊等の無形文化財の保護や振興に関わる行政の役割等については、「無形文化財法（2009 年）」に定められている。

4) 景観法等

アルメニアには、これまで修道院を含む 3 件の建築遺産が UNESCO の世界文化遺産として登録されているものの、集合的な歴史的建造物群として登録された事例はなく、歴史的建造物群（町なみ）保全に関わる法令や規制が整備されていないため、IDeA が実施中の 18-19 世紀のアルメニアの歴史的建造物群が残るアルメニア第 2 の都市ギュムリの再生プロジェクトにおいては、文化省に対し、IDeA 財団から街並み保全に関わるガイドラインを提案している最中とのことである。

(6) アルメニアの観光産業人材育成の状況

経済投資省の観光開発政策局等がカウンターパートになり、ドナーを含む様々な機関から観光産業人材育成に関わる教育機関を支援するための援助が提供されている。また、ギリシャ、エジプト、キプロス、日本（JICA 本邦研修等）等が、公共部門及び民間部門の専門家に対する在外研修の機会を提供している。

1) 大学（観光学）

アルメニアの観光産業人材育成に関わる教育機関としては、アルメニア観光学校（ロシア国際観光アカデミーの支局）、ロシア・アルメニア（スラブ）大学、エレバン経営大学、アルメニア州立大学等に観光学のコースが設置されている。2001 年に設立されたアルメニア観光学校については、これまでに 50 名程度の卒業生が、現地旅行代理店やゴールデンチェーンリップ等のホテルに就職している。

主な大学の学生数や卒業生の状況は、下表のとおり。

表 4-8：観光学のコースを有する大学の状況

学校名	学生数（2016年度）	卒業生数	就職率
アルメニア観光学校	80名	322名 （過去4年間）	50-60%
エレバン経営大学	学部5名、修士2名	14名 （過去2年間）	80%
アルメニア州立大学	学部135名、修士35名	学部200名、修士80名 （過去4年間）	90%

出典：JICA 調査団ヒアリング

2) 職業訓練校

レストランやホテル従業員を育成する私立の専門学校として、アルメニア・ギリシャ観光・サービス・飲食業学校（Armenian-Greek College of Tourism, Service and Food Industry）が設立されている。

同校は、アルメニア政府とギリシャ政府の協力の枠組みの下、2006年に設立された（1943年に設立された前身の飲食業専門学校（Food Industry Technical Institution）から改編）観光分野の仕事に従事する各種人材の職業訓練を行う教育・科学省（Ministry of Science and Education）傘下の私立の専門学校（高等学校相当）である。初等教育（小・中学校9年）を受けた後に入学する4年制のコースと、高等教育（小・中学校9年+高等学校2.5年）を受けた後に入学する2.5年制の二つのコースがあり、卒業時に国家試験を受け、合格者には、国の卒業資格が与えられる。

学科としては、(1) 観光学科、(2) ホテル・観光施設サービス学科、(3) 公衆食品学科、(4) ミルク・日用食品学科、(5) 製パン・パスタ・製菓学科、(6) 発酵食品・ワイン醸造学科の6学科があり、教育・科学省認可の教育カリキュラムに沿ったヨーロッパのサービスレベルを基準にした教育が行われている。その他に、短期（2-3ヶ月）のコースとして、ウェイター、コック、バーテンダー、ソムリエなどの養成コースもある。

(7) アルメニアの観光分野に対する他ドナーの支援状況

アルメニアの観光分野におけるドナーの支援状況としては、地域間格差の是正に向けた民間セクターの中小企業育成や、運輸・道路インフラ整備を中心に支援が行われてきており、我が国は、文化無償を通じた国立美術館の美術品の修復機材の供与や、民間セクター開発・中小企業振興分野の課題別研修等を実施している。

表 4-9：ドナーによる支援状況

ドナー	主な取り組み
日本 (JICA)	国立美術館美術品修復機材整備 (草の根文化無償)、地方産品と地方ブランドの開発プロジェクト (技術協力)、民間セクター開発・中小企業振興分野の研修 (課題別研修)、等
米国 (USAID)	企業振興と市場競争力の強化プロジェクト、農村発展のためのパートナーシッププロジェクトなどを実施
EU	貧困削減を目指した地方ツーリズム促進プロジェクト、地方コミュニティにおけるアグロツーリズム開発プロジェクトなどを実施
ドイツ (GIZ)	民間セクター開発、地方住民の生活水準向上のためのインフラ近代化などの支援を実施
世界銀行	道路インフラ、農業、地域開発、中小企業振興など多岐の分野にわたって支援を実施
アジア開発銀行	「南北回廊投資プログラム」による道路整備事業等を支援
UNDP	中小企業開発支援を実施

出典：JICA 調査団

1) USAID

① Competitiveness of the Armenia Private Sector (CAPS)

USAID は、2004-2011 年に「Competitiveness of the Armenia Private Sector (CAPS)」プロジェクトを実施した。同プロジェクトの目的としては、1) 雇用創出、2) 生産性の向上による輸出促進と産業育成、3) 競争力と政策制度の改善、が挙げられている。同プロジェクトの実施には、民間企業、政府機関、教育機関、及び市民社会組織が含まれており、1) IT 技術、2) 医薬品、及び 3) 観光の三つのクラスターが、優先的な支援対象に選ばれている。

このうち、観光クラスター支援の分野においては、観光戦略の策定、新たな観光関連法規の制定、及び民間セクターを対象にした法律的な助言等の法制度整備に係る支援を実施している。また、アルメニア国家統計局 (NSS:National Statistic Service) に対し、より信頼性の高い統計データを得るための支援を行っている。

さらに、同プロジェクトでは、学術交流の促進についても支援を行っており、観光クラスター分野の人材育成を目的に、米国ヴァージニア工科大学とアルメニア・ギリシャ大学の提携や、デスティネーション・マネジメントのプログラムを通じた米国ジョージ・ワシントン大学とアルメニア大学の教育カリキュラムの提携などを支援している。

② Enterprise Development and Marketing Competitiveness (EDMC)

2011 年から 2014 年 10 月まで実施されたバリューチェーンアプローチによる中小零細企業支援事業。観光分野については、中小零細企業の投資環境改善に向けた法制度整備、商品開発、能力強化支援などが主なコンポーネント。ワイン関連企業の中小零細企業支援としては、6 ワインメーカーを選定し、パッケージングなども含めた商品開発の指導を行った。

③ My Armenia

USAID とスミソニアン協会による共同プロジェクトで、事業期間は、2015 年 6 月から 2020 年 9 月までとなっている。対象地域は、ヴァヨツゾール県のアレニ及びグニシック、ロリ県のアクタラ、シュ

ニク県のゴリス、タテフとなっている。

スミソニアン協会が有する考古学や文化遺産保全などの学術的知見を活用し、アルメニアの文化遺産を中心とする観光資源を開発し、消費の86%が集中するエレバン市以外の地方都市をデスティネーションとして開発するもの。エレバン以外の地方都市を滞在型の観光拠点として開発し、周辺地域の開発へと水平展開することを目指している。

対象地域の選定に当たっては、アルメニア全土の都市の現況調査を実施した上で選定を行っており、同調査の中ではパブリック・コンサルテーションも実施している。

2) GIZ

① Private Sector Development in South Caucasus (PSDP)

GIZによるアゼルバイジャン、ジョージア、アルメニアの三カ国を対象にした民間セクター開発プロジェクトで、フェーズ1(2009-2013年)では、主に地方の観光や農業に従事する中小零細企業の支援を実施した。また、フェーズ2(2013-2017年3月)からは(1)ワインセクター、(2)観光、(3)エンジニアリング(職業訓練)の三つの分野を対象にバリューチェーンアプローチによる支援を展開中である。政策制度改善と民間セクター支援が主なコンポーネントである。

観光分野の政策制度改善に係る支援としては、2006年にUSAIDが作成したアルメニアの観光開発「観光コンセプトペーパー」のリバイズ版である「アルメニア観光評価・改訂版観光開発戦略」及びアクションプランを2015年に作成している。

また、民間セクターの支援として、ワインセクターについては、ワインの品質管理のための機材を公的な検査機関のラボラトリーに供与。アルメニア産ワインの食の安全性、ブランディングの観点から、輸出振興支援を実施している他、アグラリアン大学の農学部で食品加工学科にワインの製造や品質管理の技術を教育するためのワインアカデミー開設している。観光セクターについては、世界観光ガイド協会(WFTGA: World Federation of Tourist Guide Associations)と協力し、ガイドの養成のためのトレーニングセンター(WFTGA International Training Centre Yerevan)を設立している。

3) アジア開発銀行 (ADB)

① 南北回廊投資プログラム (North-South Road Corridor Investment Program: NSRCIP)

エレバンを中心とした南北高速道路の整備(新設・拡幅・改修)事業で、事業費総額は5億USDである。北部区間については、エレバン-ランジック間をADBが整備し、ランジック-ギュムリ間をEIBが整備する計画となっている。これまでにエレバン-アシュタラック間が開通している。南部区間については、エレバン-アルタシャット間の高速道路の延長部のF/Sを準備している段階である。

② 持続的都市開発プログラム (Sustainable Urban Development Program: SUDIP)

エレバン市を含む12の地方都市(ディリジャン、ギュムリ、ヴァナゾル等)の整備を行うもの。主な事業コンポーネントは、地方道路やバスターミナル等の公共交通機関及び関連施設の整備などである(事業費総額:5千万USD(第1期))。エレバン市においては、南部の市街地道路のミッシングリンクの整備を実施した。また、各対象都市の都市開発の現状分析及び開発計画を纏めた都市開発計画(City Development Plan: CDP)を都市ごとに作成している。

(8) アルメニアの観光産業の動向

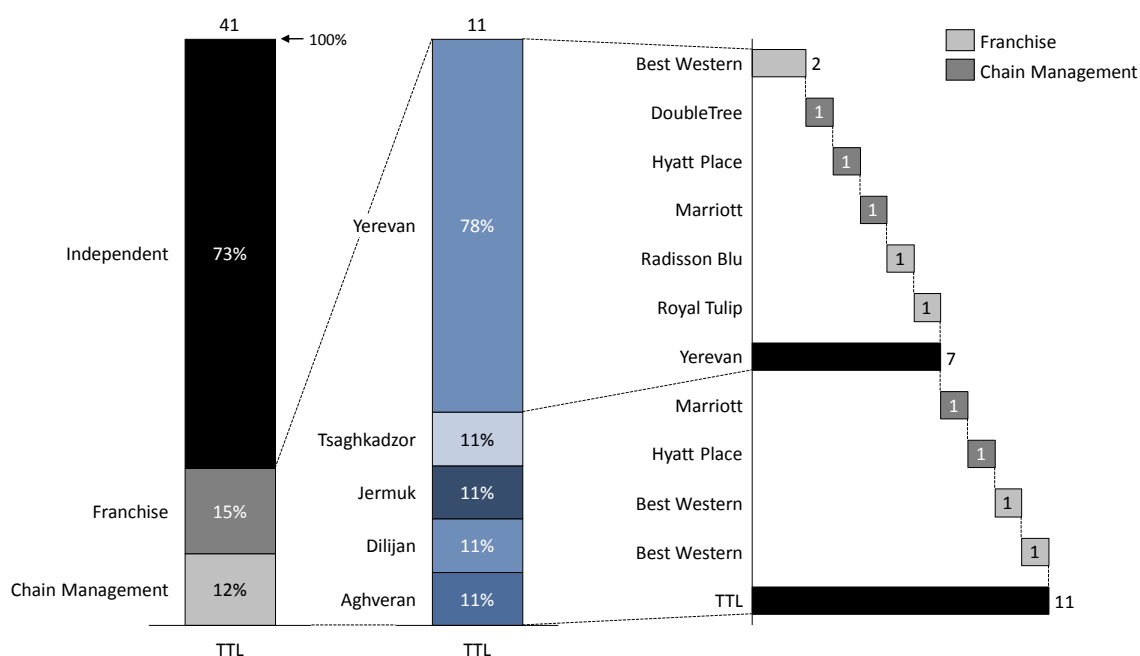
1) 外国投資

2003年にアルメニアがWTOに加盟して以来、外資系ホテル、飲食店チェーン、アパレルブランド等を中心に外国投資が進み、アルメニアの観光産業はコンスタントに発展してきている。国連世界観光機関（UNWTO）の統計によると、アルメニアの2013年から2015年までの国際観光収支は、それぞれ880、966、936百万USD、成長率6.3%となっており、2020年まで平均4.1%の成長が続く、としている。

STR Globalのデータによると、フランチャイズやチェーンマネジメント契約でのアルメニアへの外資系チェーンホテルの展開は27%となっており、うち78%は、首都のエレバンに集中している。

Foreign chain hotels in Armenia by operation

In terms of operation, franchise and chain management are accounted for 27%. The 78% of franchised and chain management hotels are in Yerevan.



Source: STR Global, Team analysis.

出典：WTTC より JICA 調査団分析

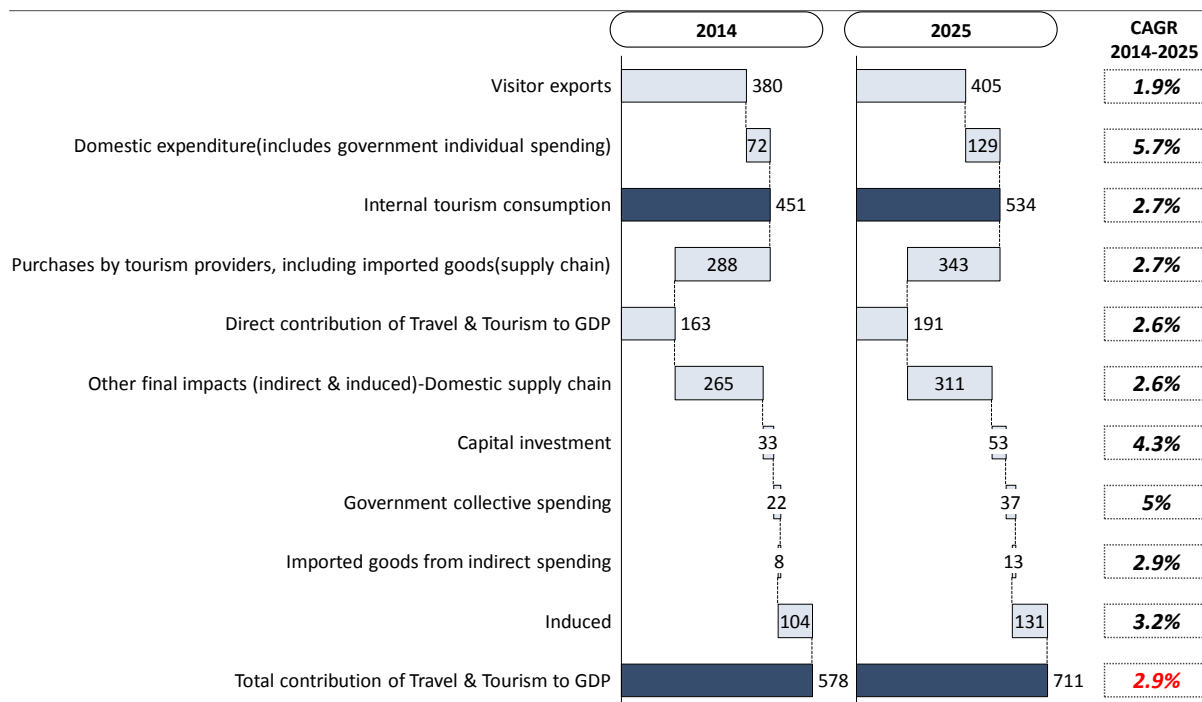
図 4-3：アルメニアに進出しているホテルの運営形態

また、2015年のWTTCの報告書⁶⁵によると、観光関連産業全体のGDPへの貢献は、2014年の5,785億AMD（12億USD）から年率2.9%で伸び、2025年には7,103億AMD（15億USD）に達すると見込まれている。

⁶⁵ WTTC Travel & Tourism Economic Impact 2015

The economic contribution of Travel & Tourism: Real 2014 prices and forecast in 2025 in Armenia(Unit ; GEL million)

Total contribution of travel & tourism to GDP will be increased by CAGR 2.9% between 2014 and 2025.



Source ; WTTC, Team Analysis

出典 : WTTC より JICA 調査団分析

図 4-4 : 観光関連産業全体の GDP への貢献

2) 観光客の動向

① 外国人観光客の動向

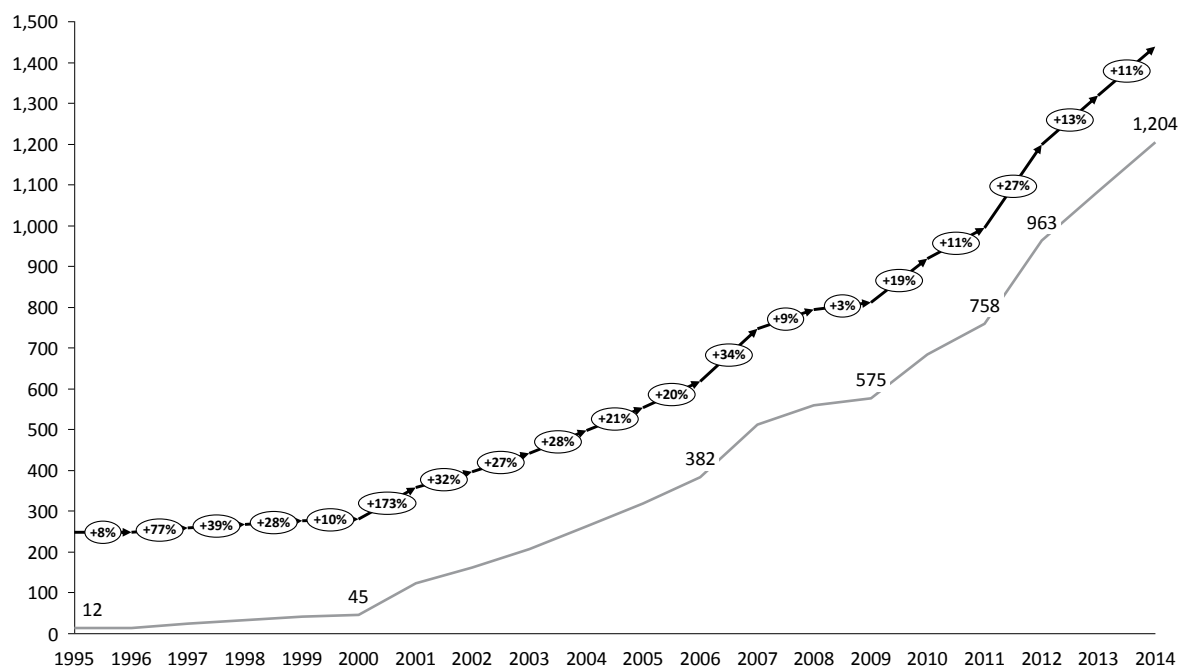
(ア) 外国人観光客数の推移

アルメニアへの外国人観光客は、毎年増加し続けており 2014 年には 120 万人に達している。また、地域別では、東アジアやヨーロッパ (CIS 諸国含む) からの観光客が伸びている。訪問客の国籍を見ると、ロシア、ジョージア、そしてイランからの訪問客で約 80%を占めている。

なお、月別の外国人観光客の推移をみると、6 月から 9 月の外国人観光客数が多くピークシーズンとなっていることが分かる。

Incoming tourists to Armenia (Unit: thsd)

Number of incoming tourists to Armenia constantly increased.



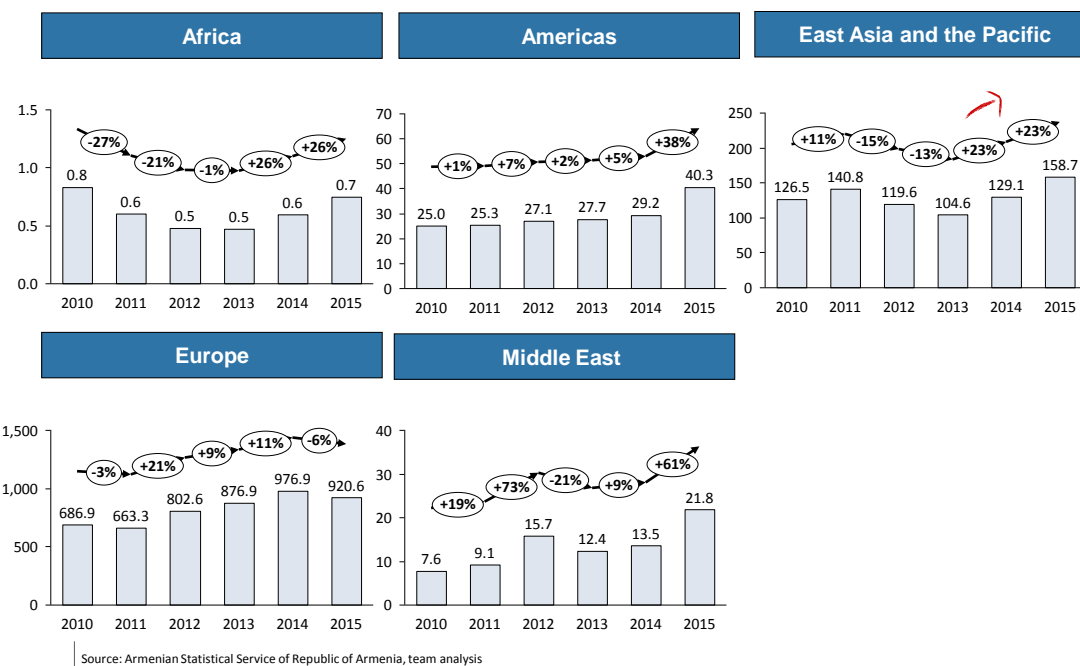
Source: World bank, team analysis

出典 : World Bank、JICA 調査団分析

図 4-5 : アルメニアへの外国人観光客の推移 (単位 : 千人)

Incoming tourists to Armenia by regions

East Asia and the Pacific has showed a considerable growth since 2013.

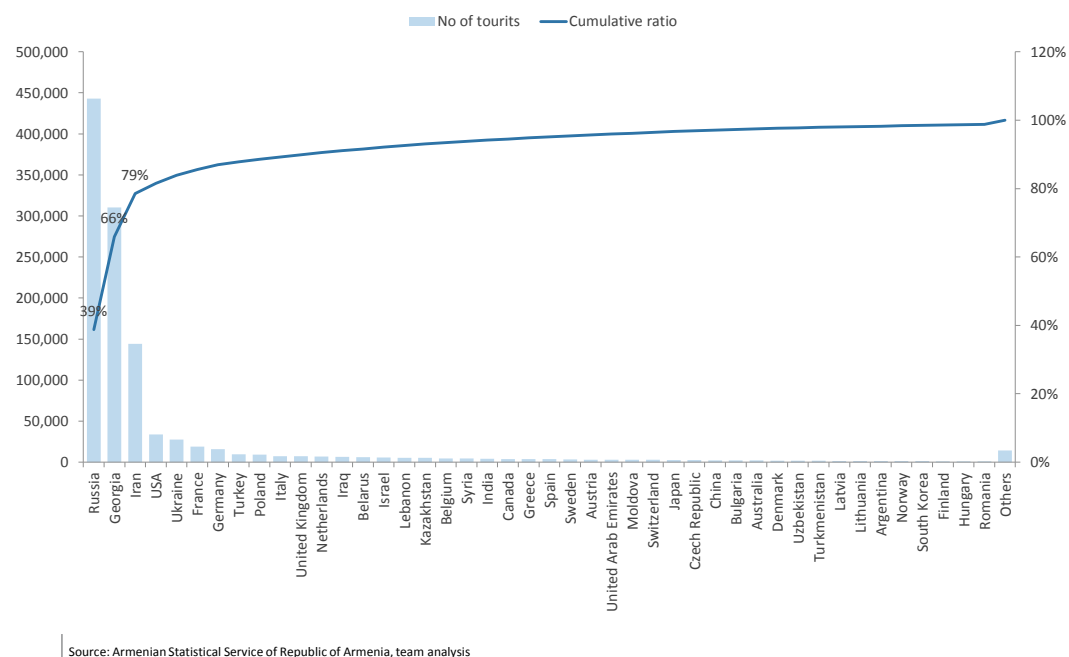


出典：Armenian Statistical Service of Republic of Armenia、JICA 調査団分析

図 4-6：アルメニアへの外国人観光客の推移（単位：千人）

Number of incoming tourists to Armenia and the cumulative ratio (Unit: tourists and %)

Russia, Georgia and Iran account for around 80% of the total incoming tourists to Armenia.

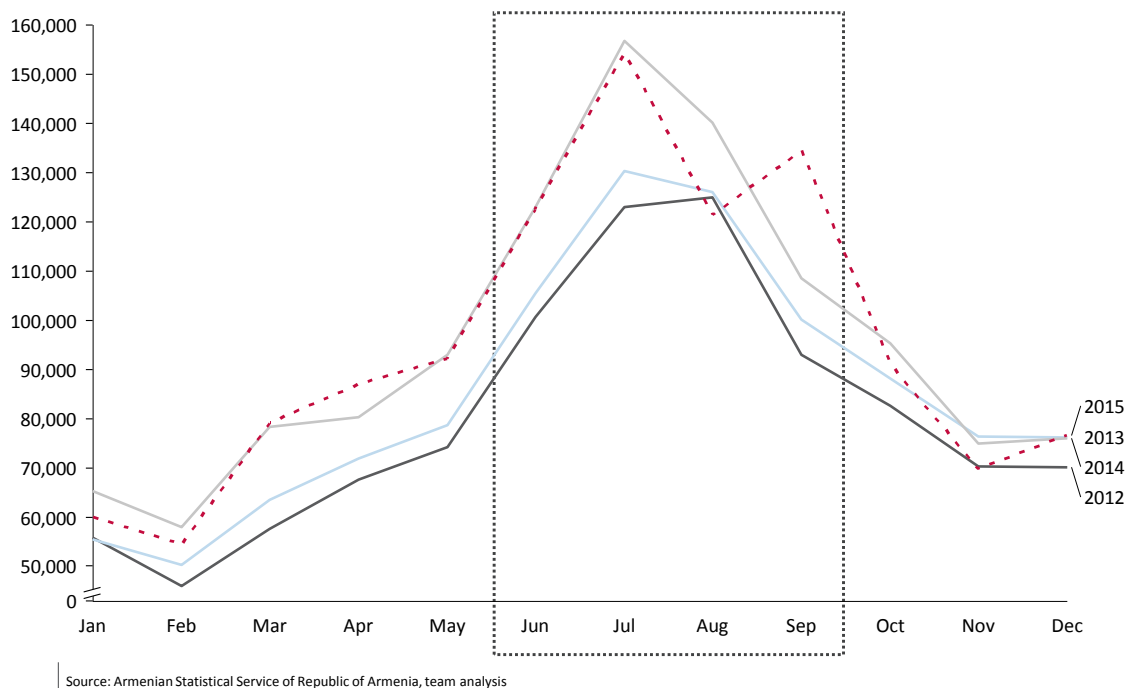


出典：Armenian Statistical Service of Republic of Armenia、JICA 調査団分析

図 4-7：アルメニアへの外国人観光客の構成

Number of incoming tourists to Armenia by month

June to September is the peak season of incoming tourists to Armenia.



出典：Armenian Statistical Service of Republic of Armenia、JICA 調査団分析

図 4-8：アルメニアへの外国人観光客の月別推移

(イ) 日本人観光客数の推移

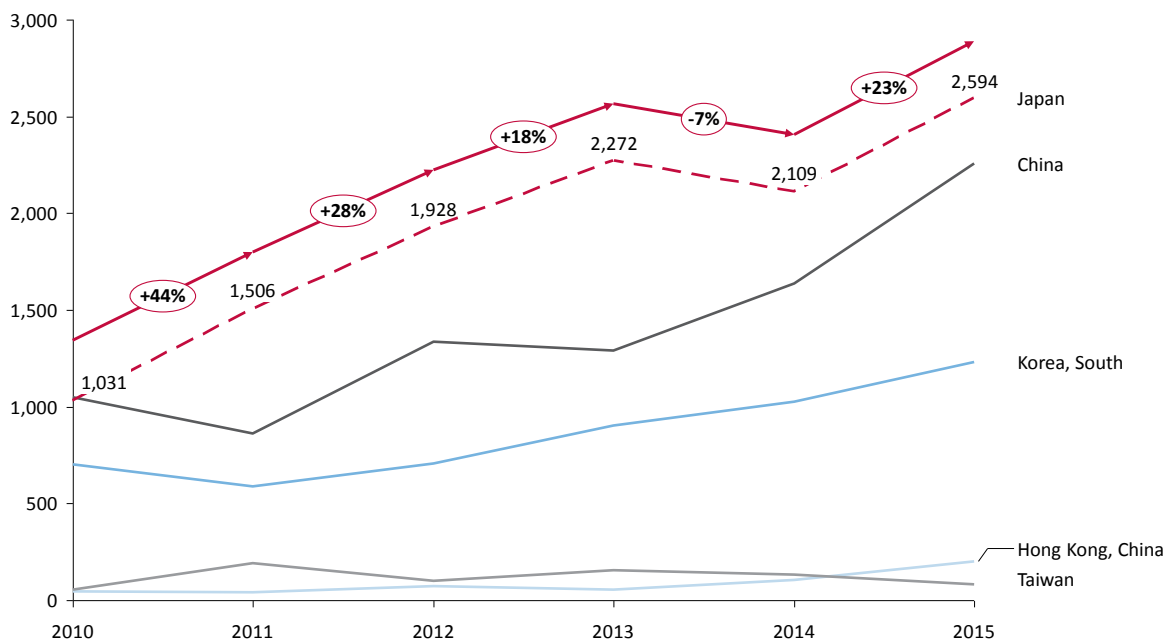
国家統計局の統計では、日本からアルメニアへの観光客数は、2012 年以降、約 2,000 人から約 2,500 人程度で推移しており、現状、コーカサス 3 ヶ国の中では、最も少ない。

なお、日本市場に関しては、日本人観光客の多くは、旅行会社が販売するコーカサス周遊パッケージツアーを利用し、その中でアルメニアを訪問している。アルメニアを訪問する日本人観光客の多くは、50 歳代以上のシニア層であり、アルメニアでの宿泊数は、平均 3~4 泊となっている。

旅行シーズンは、4 月から 11 月で、冬の時期にツアーが催行されることはほとんどない。

アルメニアへの興味は、文化、歴史のほかワインやハイキングなどである。

The number of Japanese tourists to Armenia reached 2,594 in 2015.



Source: Armenian Statistical Service of Republic of Armenia, team analysis

出典：Armenian Statistical Service of Republic of Armenia、JICA 調査団分析

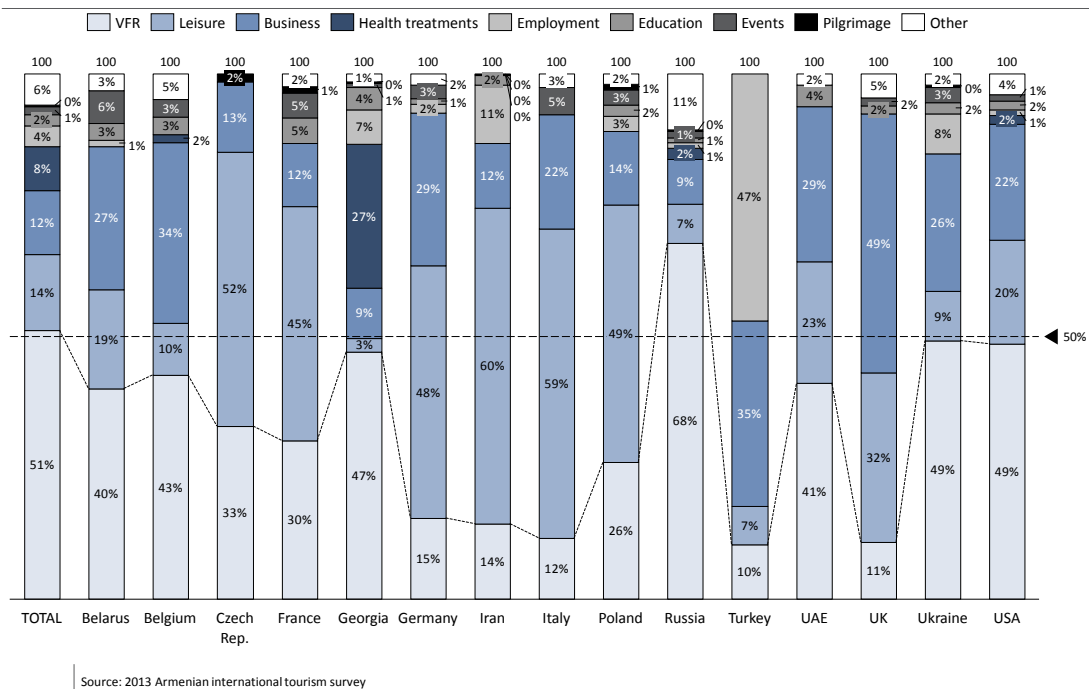
図 4-9：北東アジアからのアルメニアへの観光客数の推移（単位：人）

(ウ) アルメニアを訪れる外国人観光客数の特徴

アルメニアの外国人観光客の特徴としては、VFR（親族・知人訪問）が多いことが特徴的である。アメリカやロシア、フランス等からの観光客の多くはディアスポラであり、彼らの特徴としては、滞在日数が長く、特に、アメリカからのディアスポラは、アルメニアに 30 日以上滞在している。

Purpose of trip by countries in 2013

VFR accounts for around 50% in terms of purpose of trip to Armenia.

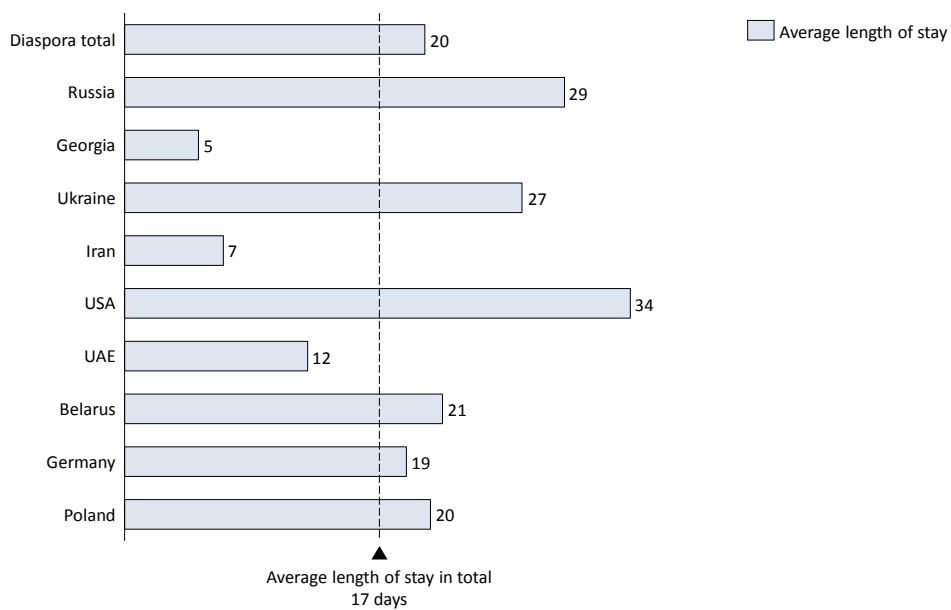


出典：Armenia International tourist survey、JICA 調査団分析

図 4-10：主要国からのアルメニアへの観光客の来訪目的

Average length of stay in Armenia by countries by diaspora tourists

Diaspora tourists from USA exceeded 34 days in 2013.



出典：Armenia International tourist survey、JICA 調査団分析

図 4-11：ディアスポラの平均滞在日数

一方、ヒアリングしたツアーオペレーターが受け入れている観光客の傾向として、米国については50歳以上のシニア層並びに若者層、EU市場はシニア層であることが確認された。米国の若者層はディアスポラがメインとなっている。パッケージツアーの場合、コーカサス三カ国周遊、ジョージアとイラン、或いはジョージアとの組み合わせになっている。パッケージツアーの場合、一団体あたりの参加は、欧州は15～20名であるのに対し、米国は20～30名と若干人数が多い傾向にある。旅行者のうちシニア層のアルメニアへの興味は、文化、歴史、巡礼等がメインであるが、若者層はハイキングへの興味も高い。宿泊数は、欧州市場は5泊以上、米国においては10泊以上のツアーもあり、アジア等からアルメニアを訪問する観光客が3～4泊であるのに対し、欧米の旅行者はアルメニアに長く宿泊する傾向にある。旅行シーズンは4月から11月となっている。

また、ロシアからアルメニアを訪問する観光客は、30歳代から40歳代のミドル層がメインである。旅行シーズンはパッケージツアーの場合4月から11月であるが、個人旅行者になると4月から2月とほぼ一年を通してアルメニアを訪問している。ロシア人旅行者のアルメニアに対する興味は文化、歴史、ワインなどであるが、若者層は欧米市場同様ハイキングへの興味も高い。アルメニアでの宿泊数は3～5泊となっている。

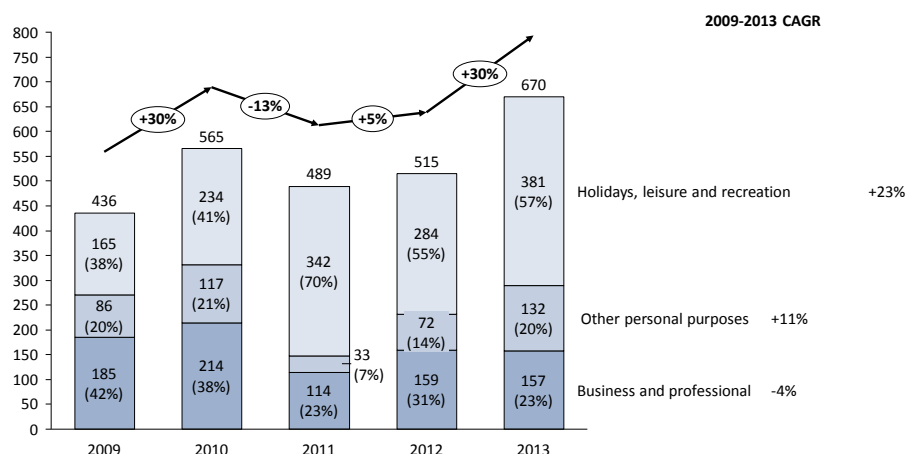
アルメニアの観光デスティネーションとしては、エレバンが最大の観光地となっており、観光客の94.3%が訪問している。その他の主なデスティネーションとしては、ガルニ、ゲガルドを76%、エチミアジン、ズヴァルトノッツを71.8%、セヴァン湖を71.4%の観光客がそれぞれ訪れている。

② 国内観光客

2013年の国内の延べ宿泊数は、67万人に達している。目的の構成比をみると、観光目的が約60%、その他個人的な理由20%、ビジネス関連が23%となっている。

Domestic tourism(Over night visitors) by main purpose (unit: thsd)

Overnight domestic tourist in Armenia showed a sharp increase from 2012 to 2013.



Source: UNWTO, team analysis

出典：UNWTO、JICA 調査団分析

図 4-12：アルメニアにおける国内観光客の推移

3) 観光関連産業の状況

① ツアーオペレーター

アルメニアには、凡そ 300 社ほどのツアーオペレーターが存在するものの、それらの多くは従業員 2-3 名程の小規模な企業である。

ヒアリング調査を実施したツアーオペレーターの主な取り扱い市場は、概ねロシア、USA、EU に加えて、アジア（日本、香港、中国等）や湾岸（UAE）、中東（ヨルダンやレバノン）からの旅行者を受け入れている。UAE からの旅行者には、UAE 国籍所有者だけでなく、UAE に出稼ぎで働いているアジア人も含まれる。

ターゲット市場に対するプロモーション活動としては、アルメニア政府が出展する欧州の旅行博に出展する場合もあるが、民間独自で他の旅行博に出展するなど積極的に新規市場を開拓している。

一方で、日本のようにコーカサス三ヵ国周遊型のツアーがメインで販売されている市場の場合、アルメニアのツアーオペレーターはアゼルバイジャンの現地手配が難しく、ワンストップで対応できるジョージアのツアーオペレーターが窓口となる。その結果、アルメニアのツアーオペレーターは、ジョージアのツアーオペレーターの下請けとなっているのが現状であり、アルメニアのツアーオペレーター単独で日本市場の開拓を行うことは難しい。

ツアー商品に関しては、エレバン市内観光ツアー、テーマ性（アドベンチャー、巡礼、ワイン、カルチャー等）をもってアルメニア国内を訪問するテーマツアーの他、ジョージア、イラン、ロシア、トルコ等の近隣国を合わせて訪問するコンバインドツアー等がある。ワイナリー訪問やアルメニア人家庭でのランチなど、ローカルコミュニティを巻き込んだプログラムがツアー日程に組み込まれている場合もある。

また、パッケージツアーの販売のみならずオンライン予約にて個人観光客の取り込みを進めており、欧米、ロシア、UAE、中東の利用が多い。

② ホテル・レストラン

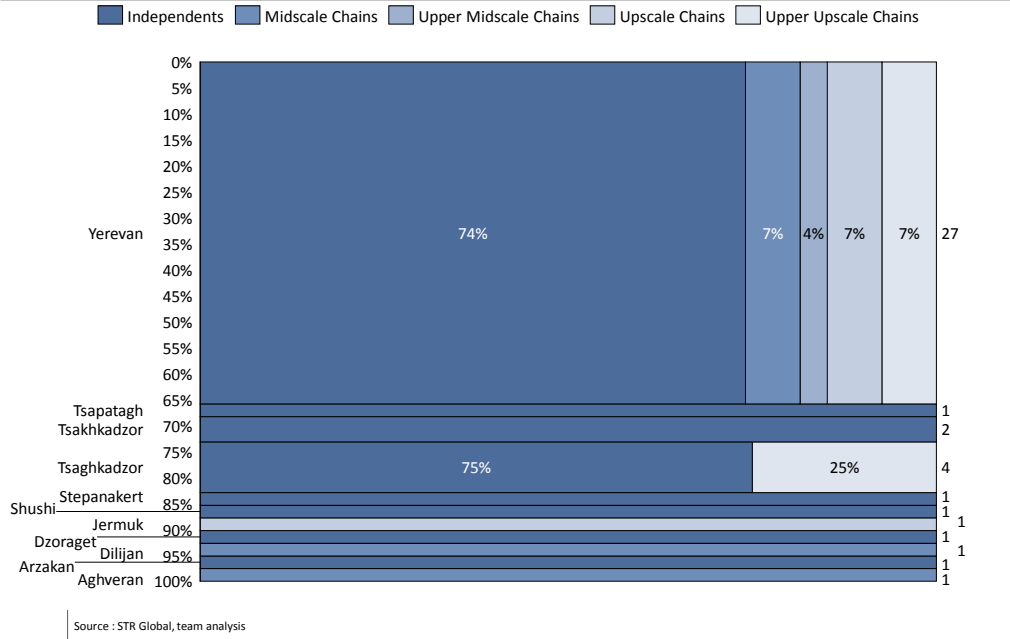
国家統計局のデータによると、アルメニアには、エレバンを中心に 523 の宿泊施設が存在しており、年々その数を増やしている。構成比ではエレバンが 57%となり、半数以上が集中している。

エレバンにはラディソンブルー、ベストウェスティン、マリオット、ダブルツリーといった国際チェーンホテルをはじめ、ブティックホテル等が多くあるものの、中級ランクもしくは若い客層が泊まれるホステルなどの設備が少ない。

STR Global に記載のあるホテル（全 41 件）を分析しても、エレバン以外には、チェーンホテルの中級クラスのホテルが進出していない他、価格帯の面では 80USD から 160USD がボリュームゾーンとなっており、安価な価格帯のホテルが少ないことが判る。

Hotels by region and chain scale in Armenia

Apart from Yerevan and Tsaghkadzor, luxury brand hotel(upper upscale and upscale)have not been in operation yet.

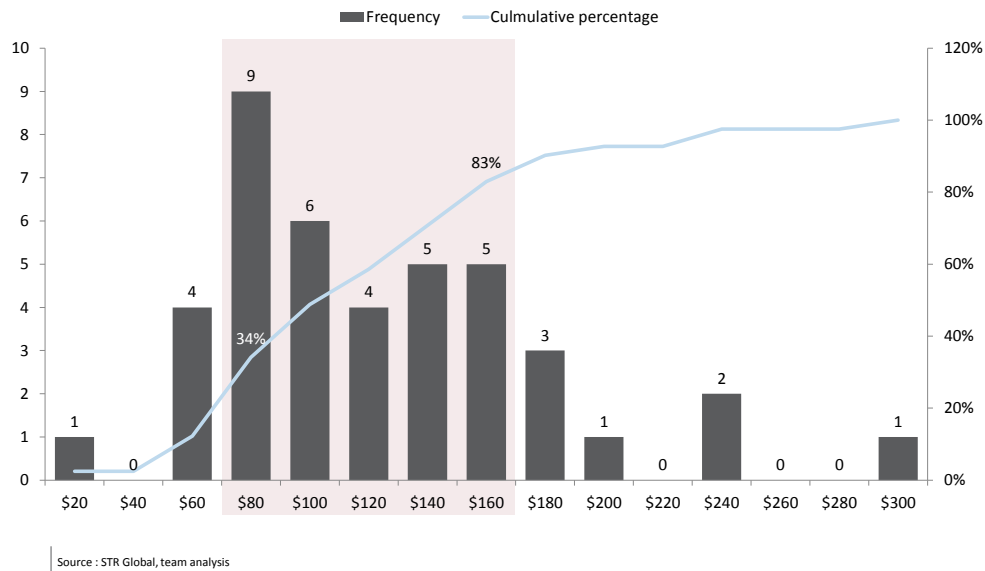


出典 : STR Global より JICA 調査団分析

図 4-13 : 地域別チェーンスケール別アルメニアのホテルの分布

Frequency and cumulative percentage by hotel price in Armenia (unit : USD)

Hotel priced from 80USD to 160 USD consists of around 50%.



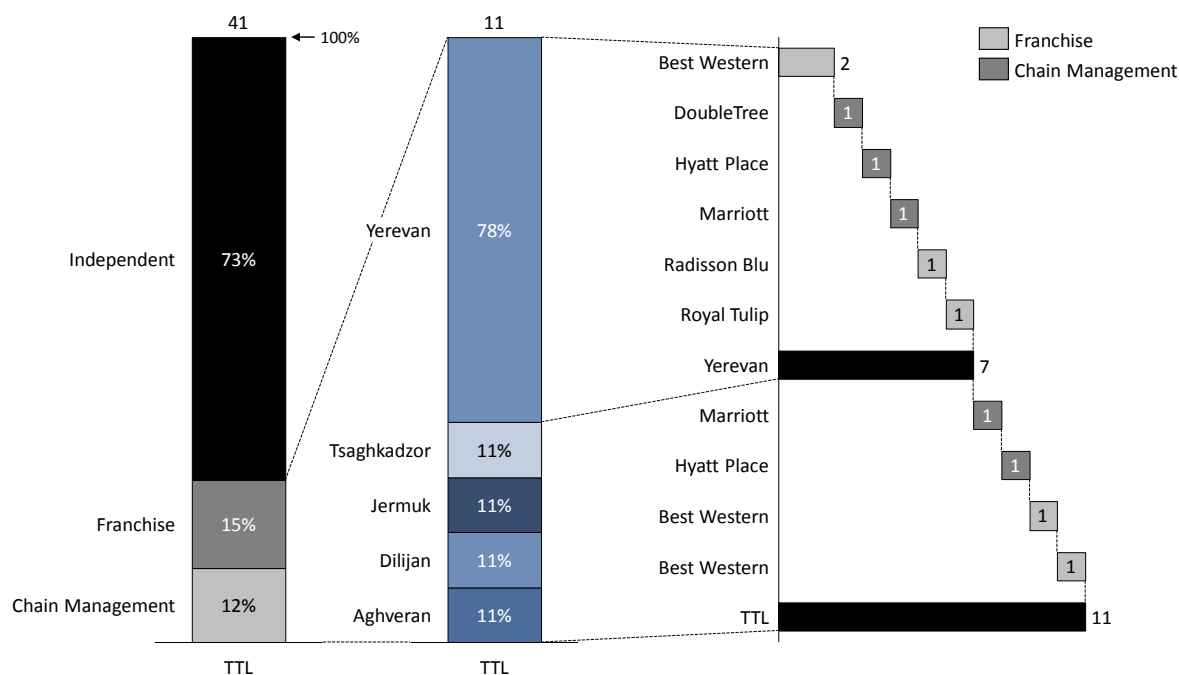
出典 : STR Global より JICA 調査団分析

図 4-14 : アルメニアにおける価格帯別ホテル軒数 (左軸) と累積度数 (右軸)

外資系チェーンホテルの進出を細かくみると、フランチャイズおよびチェーンマネジメント契約で進出しているホテルの78%はエレバンに集中していることがうかがえる。

Foreign chain hotels in Armenia by operation

In terms operation, franchise and chain management are accounted for 27%. The 78% of franchised and chain management hotels are in Yerevan.



Source : STR Global, Team analysis.

出典 : STR Global より JICA 調査団分析

図 4-15 : アルメニアに進出しているホテルの運営形態

また、アルメニアではホテルの格付けは義務付けられていないが、希望するホテルは経済省に申請し視察を受けたのちに格付けされる。現時点でアルメニア政府から格付けされたホテルは、5 スターが 4 施設、4 スターが 7 施設、3 スターが 8 施設、2 スターが 3 施設、1 スターが 1 施設となっている。

コーカサス三か国の各首都におけるホテルの評価をトリップアドバイザーで比較してみると、口コミ数 5 件以上の投稿総数のうち 4.5 ポイント以上が、バクーでは 24%、トビリシでは 35%、エレバンでは 53%となっており、旅行者のなかではエレバンにあるホテルに対する評価が一番高い結果となっている。

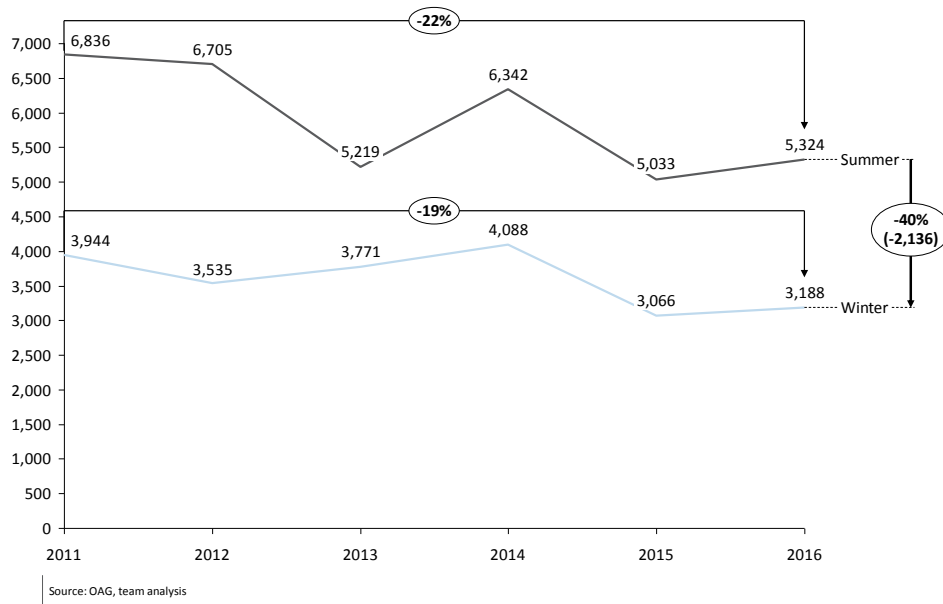
地方では、B&B やホステルといった宿泊施設が多く存在しており、非営利団体であるアルメニア B&B 促進協会 (ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DES CHAMBRES D'HOTES EN ARMENIE) が 2013 年に設立されゲストハウスの紹介や品質改善を進めており、現在 45 の B&B 施設がメンバーとして登録されている。

③ 航空会社

アルメニアへの国際航空路線便数は 2011 年と比べ約 20%減少している。これは 2013 年に Armavia が倒産したことにより欧州や中近東路線が無くなったことが主な原因である。またシーズナリティの違いも大きく、夏ダイヤに比べ冬ダイヤは 40%弱、路線便が少ない。なお、国際航空路線のほぼ 100%はズヴァルトノツ国際空港からの発着である。

Number of scheduled international flights per week in Armenia (unit: flights)

Compared to 2011, the number of flights decreased by 22% and 19% in summer and winter respectively.



出典：OAG より JICA 調査団分析

図 4-16：アルメニア発着の国際航空路線便数の推移（週間）

Composition ratio of international scheduled flights from/to Armenia by airports (unit : flights)

International flight from/to Armenia are mostly from Yerevan.



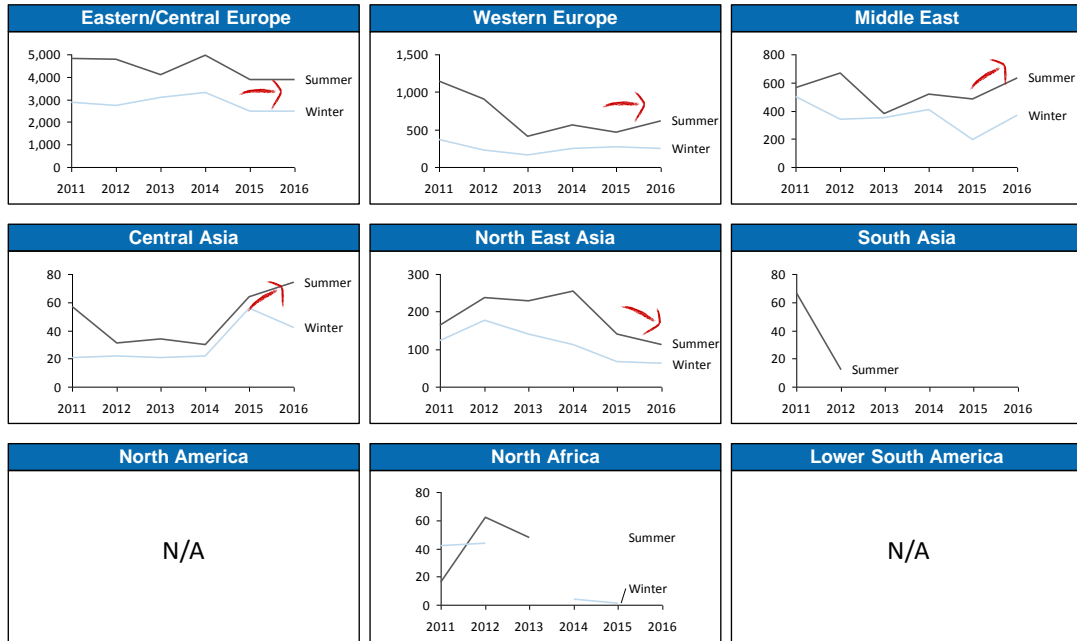
出典：OAG より JICA 調査団分析

図 4-17：空港別国際航空路線便の構成比の推移（週間）

地域別に国際航空路線便の推移をみると、中東および中央アジアからの発着便数が拡大している。国別にみると、ウクライナ、イラン、トルコ、ギリシャ、ポーランドの便数が拡大している状況である。

Total number of international flights from/to Armenia by regions (unit : flights)

Middle East and Central Asia showed increases.



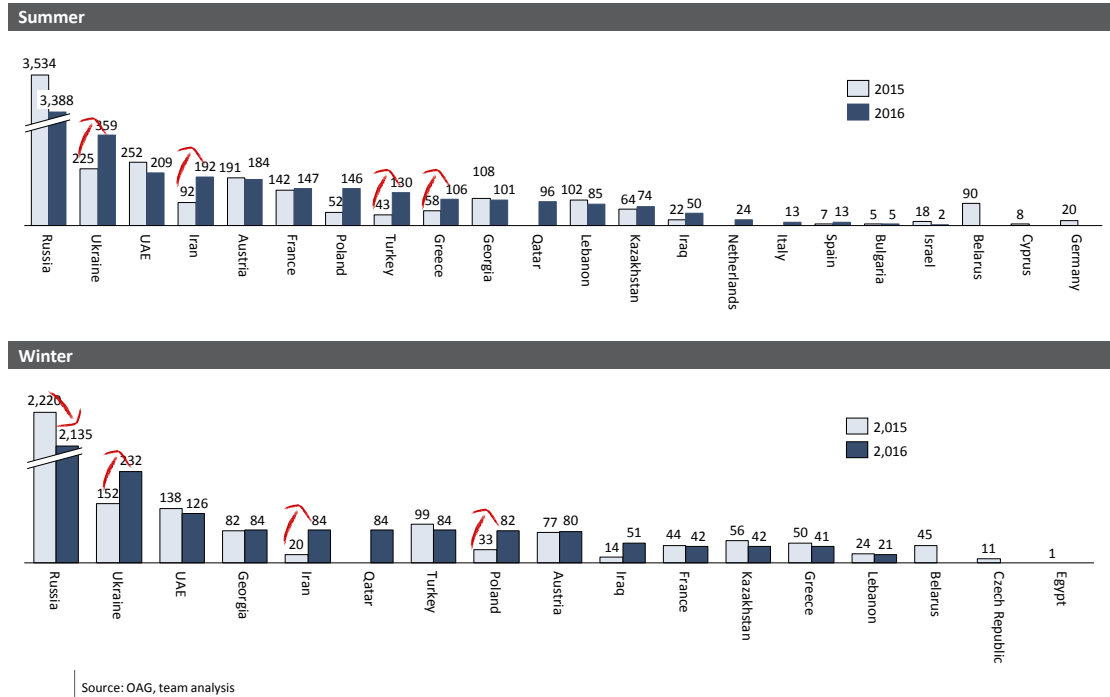
Source: OAG, team analysis

出典 : OAG より JICA 調査団分析

図 4-18 : 地域別アルメニア発着の国際航空路線便数(週間)

Total number of international scheduled flights to Armenia by departure countries (unit : flight)

Compared to 2015, Ukraine, Iran, Turkey, Greece and Poland increased their flights.



Source: OAG, team analysis

出典 : OAG より JICA 調査団分析

図 4-19 : 国別アルメニア発着の国際航空路線便数 (週間)

④ 工芸品等

アルメニアには、絨毯、刺繍、木彫り、陶器、銀製品など、多様な工芸品や加工品が存在し、観光客向けの商品として販売されている。絨毯については、エレバン市内にも絨毯の製作風景を見学できる店があり、観光客向けに販売も行っている。アルメニアでは、100年を超えるようなアンティーク絨毯を海外に持ち出す際は、文化省に登録した上で許可を得る必要があり、登録には数日間を要する。また、ブランデーやワインも名産であり、エレバンには、複数のブランデー工場があり、事前予約により見学が可能である。ガイド付きのツアーには試飲も含まれており、併設された売店で気に入ったものを買うことも可能となっている。その他にも、ワイナリーツアーを実施しているツアーオペレーターが数多くある。

カジュアルな土産品としては、スジュフ（クルミ等に葡萄等の果汁を漬け乾燥させたもの）や、サワラバシュ（フルーツを乾燥させ紙のように薄く伸ばしたもの）は日持ちするお土産品として人気がある。



4) 観光マーケティング・プロモーションの状況

① Product

エレバンとその周辺地域には、都市観光資源、豊富な教会や修道院等の文化観光資源が多数存在する。一方、スキーリゾートや医療観光の資源も存在するものの、国際的には認知度が低く、サービス品質の向上が求められている。

表 4-10：アルメニアの観光商品

	概要
City Break	エレバン市内には、建造物や博物館、街並み等、都市観光資源が存在する。
Sun Beach	海に面してはいないが、セヴァン湖周辺はプール付きのリゾート施設が存在する。国際的な認知度は低い。
Nature/Eco	ヴァヨツゾールやディリジャン等はトレイルやトレッキング等でエコツーリズムを実施している。
Culture	豊富な教会や修道院等や世界的に顕著な価値のある世界遺産が存在する。アルメニア人家庭に泊まる民泊も開発されている。
Health and Wellness	ジェルムーク、アルズニ、ハンカヴァン、アグヴェラン、アルザカン、ピニ、ソラク等に良質のミネラルを含むスパツーリズムやディリジャンの山岳リゾートツーリズムのポテンシャルがある ⁶⁶ 。
Winter/Ski	ツァッカゾール、ジュルムーク、アフタマールにスキーリゾートが存在する。
Gastronomy and wines	ワイナリーツアーやブランデーの試飲といったツアーが開発されているが認知度は低い。
Meeting and Incentive	大規模国際会議が開催できるようなコンベンション施設は無く、今後ハード面、ソフト面での拡充が必要。

出典：World Bank、インターネット検索、JICA 調査団分析

② Place

欧州やディアスポラの多いアメリカ市場においては、基本的にアルメニアのツアーオペレーターが、各市場の旅行会社と B to B の関係を構築し、旅行商品を流通させている。

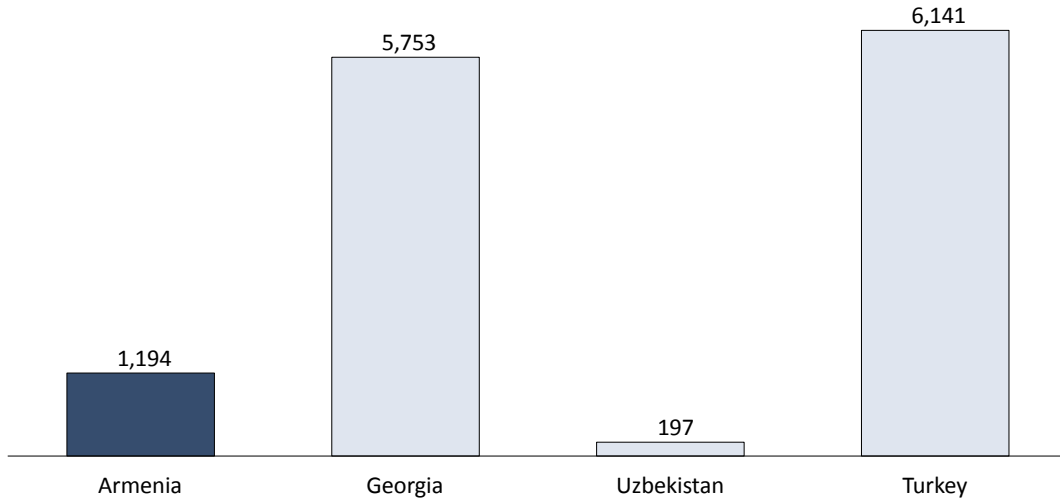
日本では、日本の旅行会社がコーカサス 3 ヶ国を周遊するツアーを要望することが多く、アゼルバイジャンとの関係からワンストップで旅行手配ができないため、ジョージアのツアーオペレーターを仲介した形での流通となっている。

また、オンラインでの宿泊施設の流通はジョージアに比べて進んでおらず、掲載されているホテルは首都のエレバンなどの都市部に集中していることが課題である。

⁶⁶ <http://www.isaet.org/images/extraimages/ED0116002.pdf> より。

Number of listed accommodations in Booking.com(as of 17th December, 2016)

Compared to neighboring countries, the amount of accommodation in Armenia are much less than Georgia...



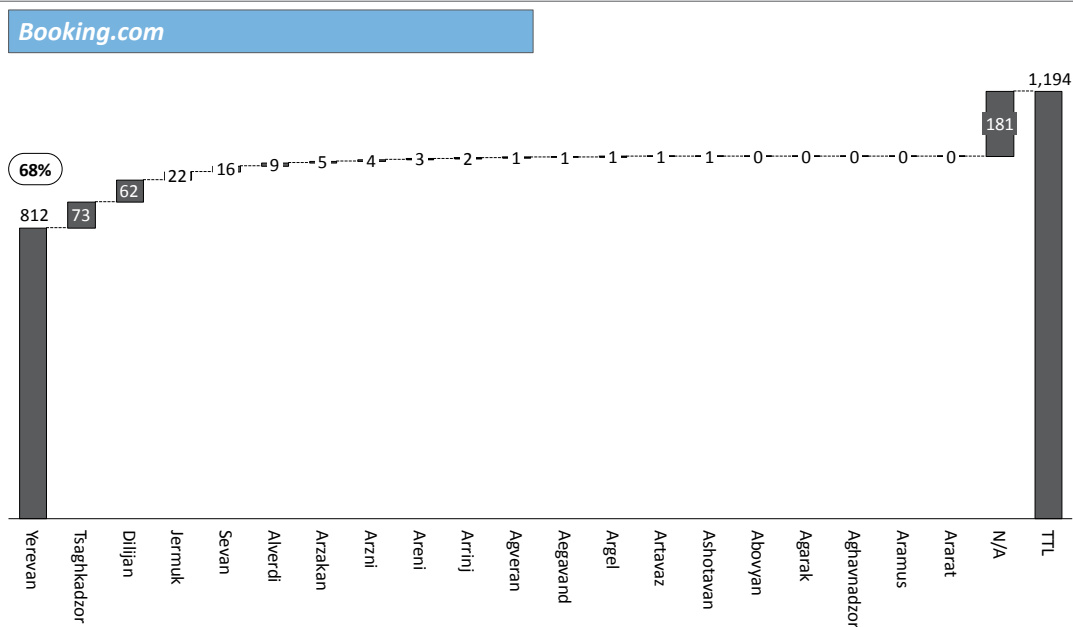
Source: Booking.com, team analysis

出典：Booking.com より JICA 調査団分析

図 4-20：Booking.com の掲載件数

Number of listed Armenian accommodations in Booking.com (as of 17th December, 2016)

Number of accommodations listed in Booking.com are 1,194. Around 70% of listings are in Yerevan...



Source: Booking.com and Expedia, team analysis

出典：Booking.com より JICA 調査団分析

図 4-21：地域別 Booking.com の掲載件数

③ Promotion

(ア) プロモーション活動全般

政府、民間としてのアルメニアのプロモーション活動は、旅行博覧会への出展を主としており、民間旅行会社や、メディアを対象とした FAM トリップを実施しているのが現状である。ジョージアと比べると、プロモーション活動が限られており、今後一層の活動の充実が求められている。

なお、主要市場において観光に関する広報やプロモーションを担うアルメニア政府の代表事務所は、これまでのところ設置されていない。

表 4-11：アルメニアが実施しているプロモーション活動

	全般	日本向け
Consumer adverting programmes and campaigns		
Print media; newspapers, magazines, trade and professional press, TV, Radio, Cinema	・ National Geography などに記事の掲載	・ 2005 年に日本語パンフレット作成。
Personal selling		
Consumer exhibitions	・ ロンドンの World Tavel Mart やベルリンの ITB Berin に出展。	・ 政府としてブース出展はしておらず、民間企業が独自に JATA Tourism Expo に参加。
Trade fairs		
Trade sales visits	・ 民間企業が実施している。	・ 民間企業が実施している。
Workshops	・ 旅行博覧会の時に実施。	・ Tourism Expo の際に民間企業が実施している。
Trade familiarisation trips and trade academies	・ 民間企業が実施 ⁶⁷	・ 実施していない。
Media familiarisation programmes	・ 民間企業が実施 ⁶⁸	・ 実施していない。
Digital marketing and promotions	・ 実施していない。	・ 実施していない。

出典：JICA 調査団作成

(イ) 欧州市場

民間企業は、Development Fundation for Armenia の支援によって、世界で二番目の規模を誇るロンドンの World Travel Mart や、ベルリンの ITB Berlin 等の欧州の旅行博覧会を中心に出席しており、B to C、B to B の関係強化を進めている。ツアーオペレーターの中には、テーマ別ツアーを紹介するリーフレットを作成し、アルメニアにおける多様な旅をアピールする、或いは個人旅行者に対するオーダーメイドツアーの造成や、オンライン予約により若年層旅行者の取り込みを積極的に行っている企業も存在する。

⁶⁷ http://www.imegaservice.com/index.php?act=tours&tp=5&langs=en#t_29 より

⁶⁸ <http://www.travelpress.com/?travelblast-iframe=fam-to-armenia-and-georgia&fid=207> より

(ウ) CIS 市場

観光委員会では、ロシアをターゲット市場の優先一位にしている。2017年より通年でプロモーション活動を実施する意向であり、一般観光客の他、MICE ツアーの取り込みを図ることを狙いとしている。ロシアからアルメニアを訪問する観光客の割合は11.4%で、ジョージアの18.6%に次いで第二位の市場となっている。

ツアーオペレーターにおいてもロシアはターゲット市場の一つであり、一般観光客のみならず、インセンティブツアーの受け入れも行っている。ツアーオペレーターの中には、個人旅行者に対するオーダーメイドツアーの造成やオンライン予約により若年層旅行者の取り込みを積極的に行っているところもある。

ツアーオペレーターの主なプロモーション活動は、旅行博やMICE FORUMへの参加である。

なお、ロシア以外のCIS市場については、トルクメニスタン以外はアルメニア入国にかかる査証がパスポートの種類に関係なく免除されているものの、アルメニアへのアクセスが良くないことから優先ターゲット市場として設定されていない。

(エ) 日本市場

アルメニア政府による日本市場に対するマーケティング・プロモーション活動は、これまでのところ、ほとんど着手されていない状況である。民間ツアーオペレーターに関しては、毎年9月に東京で開催されているJATAの旅行博への出展や、日本語プロモーションマテリアルの制作など行っており、旅行博出展時に日本の旅行会社と商談を行い、アルメニアの新しいアピールポイント等を紹介している。

しかしながら、日本市場においては、アルメニア一カ国のみを巡るツアーではなく、コーカサス三カ国周遊型のツアー商品を造成し販売している旅行会社が多い。周遊型ツアーの日程を検討する際には、アルメニアの観光の目玉や独自性を踏まえた上で三カ国のバランスに配慮し、アルメニアでの滞在日数、観光先、滞在地が決めることから、三カ国の周遊ツアーでは、アルメニアが持つ多様な観光資源を十分に取り込めないケースが多い状況である。

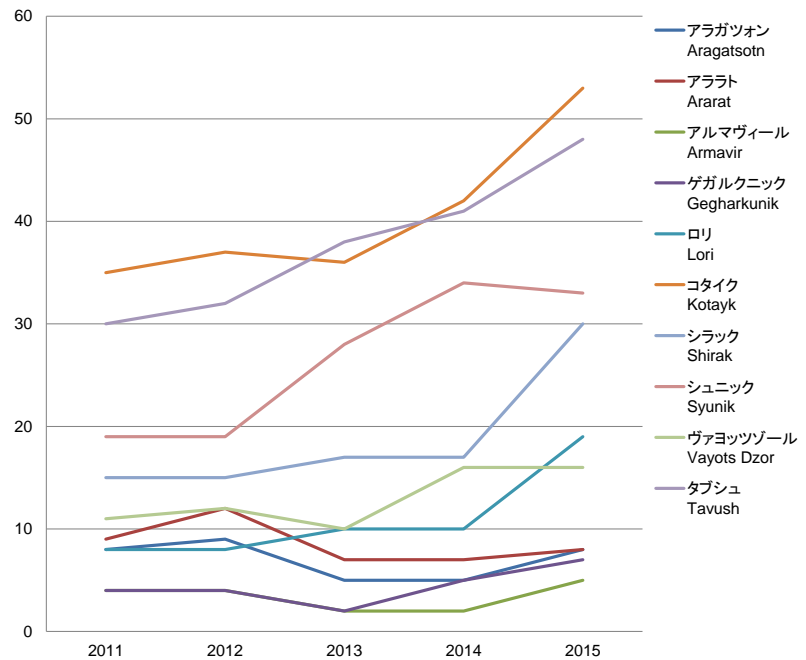
(オ) 国内市場

国内市場については、政府としては重要市場の一つとして今後国内観光振興を進めたいと考えている。他方で、現地の旅行会社やツアーオペレーターの多くは国内市場を対象としていない状況。この理由としては、旅行会社などが提供するツアーや観光関連サービス（ホテル手配、レンタカー手配など）に対してVAT20%が課せられるため、旅行代金が相対的に割高になってしまい、その結果、国内のアルメニア人に対するビジネスが成立しにくいことが挙げられる。

(9) アルメニアの観光開発の課題

1) SWOT 分析

アルメニアは、キリスト教徒の聖地巡礼の目的地の一つになっているものの、日本人にとっては観光地としての知名度が低く、観光資源のバリエーションにも乏しい。エレバンを中心とした幹線道路については、ドナー支援等により整備が進んでいるものの、観光資源の多くは、山岳地帯に位置するため、アクセスが容易ではなく、特に、旧ソ連時代に整備された山岳地域の地方道路等のインフラの多くが老朽化している。



出典：国家統計局統計

図 4-22：各県のホテル数の伸び（エレバン市を除く）

また、地方部へのバスなどの公共交通機関の質が著しく低く、近年、地方都市においてもホテルやレストラン等の観光関連施設の数が増えてきているものの、コーカサス三国の中でも開発が遅れている。

さらに、近隣のアゼルバイジャンとの紛争地域（ナゴルノ・カラバフ）を抱えている他、現在、隣国トルコ及びアゼルバイジャンとの国境が閉鎖されており、観光客の移動が制限されることが、競争力強化の阻害要因となっている。

アルメニアの観光セクターの SWOT 分析の結果を次頁の表に示す。

表 4-12：アルメニアの観光セクターのSWOT分析

	正の要因	負の要因
内部環境	強み (Strength)	弱み (Weakness)
	<ul style="list-style-type: none"> 世界初のキリスト教国であり、キリスト教徒の聖地巡礼の目的地の一つになっている。 「ノア方舟」伝説の残る雪のアララト山を背景としたホルヴィラップ修道院など歴史的建造物と風景が一体となった観光客の印象に強く残る魅力的な観光資源を有する。 国土面積が旧ソ連諸国の中では最小であるにも拘わらず、地理的多様性を有している為、一度の訪問で「四季」が楽しめるほど自然資源が豊かである。 首都のエレバンでは、ビジネス観光 (MICE) が伸びている。 中央アジアの影響を受けたアルメニア料理やワイン、コニャックなど豊かな食文化を有する。 	<ul style="list-style-type: none"> 国全体としての知名度に乏しい。 観光資源の多くが地方部に点在しているものの、地方部へのバスなどの公共交通機関の質が著しく低く、観光関連施設の整備も立ち遅れている。 観光客の季節変動が激しい (春から夏の時期に集中)。 ツーリスト・インフォメーション (TIC) など観光客に現地の情報を提供する機関・施設、観光地図等の資料が整備されていない。 観光産業人材の育成が遅れ、適切なスキル、専門性を有する現地の旅行代理店や観光ガイドがない。 国際線の定期就航便 (路線、便数) が限定的。
外部環境	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
	<ul style="list-style-type: none"> ソ連からの独立・民主化、世界貿易機関 (WTO) への加盟 (2003 年) など、観光セクターを含めた外国投資の環境が改善。 世界銀行の2016年の「Doing Business」のランキングでは、全189ヶ国中、日本 (34位) に次ぐ35位にランクされている。 多くのディアスポラがいる。 	<ul style="list-style-type: none"> 2015年1月にロシアが主導するユーラシア経済連合 (EEU) に加盟し西側ヨーロッパとの経済連携が停滞。 隣国アゼルバイジャンとの紛争地域 (ナゴルノ・カラバフ) を抱えている。 隣国のアゼルバイジャン、トルコとの国境が閉鎖されており、観光客の移動に制限がある。

出典：JICA 調査団

2) 組織体制面の課題

- 上記の SWOT 分析に示した観光開発の課題の解決に向け、アルメニア政府の「観光開発コンセプトペーパー (2008 年)」においては、1) 観光地及びアトラクション開発に重点を置いたアルメニアの新たな観光デスティネーションの開発、2) ターゲットとする市場を絞り込んだ高い観光サービスの提供、3) デスティネーション及び観光地のブランド化と国際的な観光市場に向けた効率的なプロモーション、4) 交通手段とアクセス性の向上、5) インフラの改善、6) 高品質なサービス、7) 観光人材育成、8) 公衆衛生・医療・安全性の保証、及び 9) デスティネーション・マネジメント、ビジネス、投資環境の改善の九つを、重点分野として挙げている。
- 他方、アルメニアでは、これら観光行政を一手に担う政府機関として、2016 年 10 月に観光委員会が、新たに経済投資省の傘下に設置されたばかりであり、サステナブル・ツーリズムのコンセプトの下、組織制度設計を目下進めている最中である。
- 他省庁、地方自治体、民間セクターを含めた、アルメニアの観光開発に関わる役割分担等も未だ整理されていないことから、政府内の実施体制の構築が急務となっている。

3) 法制度整備面の課題

① 観光セクター開発計画

経済開発投資省及び観光委員会では、現在、デスティネーション・マネジメントの枠組みを視野に入

れた新たな観光戦略 5 ヶ年計画（2017-2021）の策定を進めている最中であり、まずアルメニアの観光開発に係る方向性を定め、持続的に観光開発を進めていくための指針とする必要がある。その上で、観光戦略を単なる戦略文書とせず、短期・中期・長期のアクションプランにより、具体的な予算措置の下、着実にアクションを実施していくことが重要である。

② 観光統計の整備

現在、アルメニアでは、国境におけるパスポート別の出入国者数のデータ以外には、観光統計と呼べるものは無く、ベッド数、宿泊数、観光支出額等に関する統計や、旅行代理店、レストラン、娯楽施設等に関する統計も整備されていない。観光統計の整備は、観光開発に関わるマーケティングの基本的情報である。

③ 資格・登録・認証制度

現在、アルメニアには、旅行代理店、レンタカー会社、ガイドのいずれも国家資格、カテゴリー、認証・登録制度が存在しない。資格・登録・認証制度は、観光サービスの質の担保の以前に、観光客の安全性にも関わる重要な問題であり、現行の制度のままでは、アルメニアの旅行代理店が、新規の海外のツアーオペレーターの信用を得るのが難しく、民間のビジネス環境改善の面でも、早期の制度の確立が必要である。

④ 歴史的建造物（街並み）の保全

アルメニアには、これまで、教会や修道院等の建築遺産等の登録や、保存・修復に係る許認可の手続きは、法制化されているものの、具体的な保存・修復の技術的なガイドラインは、必ずしも制定されておらず、歴史的建造物群（街並み）保全に関わる法令や規制も存在しない。

特に、エレバンやギュムリなどに残る 18～19 世紀の歴史的建造物の保存・修復に当たっても、日本と同様に、建物のファサードの一部のみを残し、内部を全面的に現代建築に建て替えるような開発方法が採られており、経済の発展と共に、歴史的建造物としての文化的、景観的な価値や、引いては、都市全体を UNESCO の世界文化遺産に登録できるようなポテンシャルを失うだけでなく、観光資源としての魅力を急速に失いつつあるため、早急な対策が必要である。



写真：エレバン市内の歴史的建造物の再生方法

4) インフラ整備面の課題

① 地方道路の維持管理

アルメニアの道路については、首都のエレバンを中心に幹線道路が整備され、陸路での観光客の移動は、比較的容易であるものの、幹線道路を除く支線道路の路面の舗装状況は、劣悪であり、特に北部のロリ県や南部のシュニク県などの山岳地域の地方道路の路面状況の悪化が著しく、地方道路の維持管理に課題がある。

② 公共交通機関の改善

都市間の移動に供するバス、タクシーの車両の多くが旧ソ連製のものであり、鉄道を含む公共交通機関のいずれも外国人観光客の利用に堪える快適性を備えておらず、英語の表示もない。ツアー客以外の

FIT 層が効率的にアルメニア国内を周遊することは、困難であることから、観光客の多様化のためにも公共機関の改善が必要である。

③ 航空路線の拡充

アルメニアは、国境線の大部分が閉鎖された陸の孤島であり、海外からの観光客の移動は航空機に頼らざるを得ず、航空自由化を含む航空路線の拡充が今後の観光開発の要になる。

④ 情報案内

アルメニアには、現在、政府系の TIC は存在せず、プロモーション用のパンフレットも旅行代理店が独自に作成したものを除き存在しないため、整備が必要である。

有名な修道院などの主要観光施設には、USAID 等の支援で製作された案内板が設置されているものの、一部は老朽化し、既に観光客の利用に供するものではなくなりつつあり、劣化した看板の類は景観にもそぐわない。また、エコツーリズムに関する各種の観光インフラ（トレイルルート、サイン、TIC、宿泊施設、等）の整備はこれからである。

5) 人材育成面の課題

① ガイド資格

サービスの質の以前に、観光客の安全性の観点から観光ガイドの資格認証制度の整備が必要である。特に、エコツーリズムに関しては、公園管理を行う森林警備員が配置されているものの、ハイキングやトレッキングの際に観光客を案内する山岳ガイド等は存在せず、国家資格もないため、ガイドの養成施設や資格制度が必要である。

② 中小零細企業支援の方法

中小零細企業支援を行っているドナーは、USAID や JICA を含めて、これまでも多数存在するものの、日本政府が実施する「草の根・人間の安全保障無償資金協力」のガイドラインにも明記されているとおり、ドナー等の公的資金で特定の経営者の支援を行うことは、民間の競争環境を歪めるため、不適切である。

また、個別の経営者を支援しても、プロジェクトの終了後にドナーの支援が途切れると、活動が停滞する、というのが USAID や GIZ が過去のプロジェクトから得た教訓であり、現在実施中の GIZ の中小零細企業支援プロジェクトでは、過去の教訓に基づき、個別の経営者ではなく、公的教育機関等を対象に支援を実施し、これら機関を通して、個別の経営者に技術やノウハウが普及するような仕組みづくりを行なっている。

6) 観光マーケティング・プロモーション面の課題

- アルメニア政府は、日本市場のポテンシャルが高いと考えており、今後 JICA の支援によるマーケットリサーチ、セグメンテーション、プロモーション活動についての戦略策定等を希望している他、現在、日本人がアルメニアに入国する際に義務付けられている査証の免除も検討していきたいとのことである。しかしながら、アルメニアに関する旅行情報も少ないことから、日本市場におけるアルメニアの認知度は必ずしも高くない。アルメニアの滞在日数を伸ばし、アルメニア一カ国を訪問するようなツアーを造成してもらうためには、旅行会社に対し、アルメニアの多様な観光資源についての情報を、発信する必要がある。一方で、一般消費者のアルメニア旅行への興味を引き出し、

旅行会社のツアー販売カウンターに足を運んでもらうことを目的に、旅行関係の雑誌やTV番組等での露出を増やすことも必要である。また、本調査においてヒアリングを行なったアルメニアのツアーオペレーターによると、アルメニアに興味を持っている地方の旅行会社も存在することから、東京や大阪といった大都市圏を中心としたプロモーション活動だけでなく、地方に対しても、アルメニアの魅力を発信するためのプロモーション活動が必要である。

- 統計や観光客に向けた満足度調査等が不十分であり、顧客ニーズや不満が把握できていない。2016年10月に設置された観光委員会によると、欧州市場では、イタリア、ドイツ、スカンジナビア等の歴史やエコツーリズムに興味を持つ観光客の取り込みを目指しているとのことであるが、それら市場をターゲットとしたプロモーションを実施するためには、まず、十分な市場調査（マーケティング）を実施する必要がある。
- 一般消費者の認知度が低く、旅行者を送客する側の市場（発地市場）における露出が足りていない。B to Bにおいてもロンリープラネット等の欧米で人気のガイドブックの掲載情報も不足しているなど、露出を増やすことが必要である。
- アルメニアの旅行商品の流通は、B to B（中小の旅行会社やニッチなデスティネーションを得意とするホールセラー）が多いものの、欧州で圧倒的なシェアを誇るオンライン旅行会社での宿泊施設数の掲出も少ないなど、オンラインでの取組も不十分である。

7) その他の課題

- 工芸品や加工品については、ディスプレイやパッケージのデザインの工夫や、歴史などのストーリー性を持った商品とするなど、アルメニア製品を購入してもらえるよう、高付加価値化が必要である。

5. コーカサス三国への観光客誘致を目指したプロモーション案

(1) 日本市場を対象とした観光プロモーションの課題

1) 国際的な観光市場における競争力の強化

コーカサス三国の観光セクターの競争力は、2015年のWEFの「Travel & Tourism Competitiveness Index」のランキング141ヶ国中、アゼルバイジャン：84位（216万人）、ジョージア：71位（551万人）、アルメニア：89位（120万人）であり（カッコ内：2014年外国人観光客数）、周辺地域（トルコ：44位（3,981万人）、ロシア：45位（3,242万人））に比べ、低いランクに留まっている。

実際に各国を訪れる外国人観光客層をみてみても、いずれの国もロシアを中心としたCIS諸国、トルコ、中近東といった近隣諸国からの訪問者数が大半を占めており、一人当たりの支出額が多いとされているヨーロッパ諸国からの訪問者数は、限定的である。

また、「コーカサス三国」は、それぞれの国に特徴の異なる文化的資源、宗教施設、自然資源などがあり、様々な目的や嗜好を持った観光客を呼び込めるポテンシャルが高いにも拘わらず、国単位では、訴求力が弱く、観光客を十分に集客できていない。



図 5-1：コーカサス三国周辺の主な観光地域

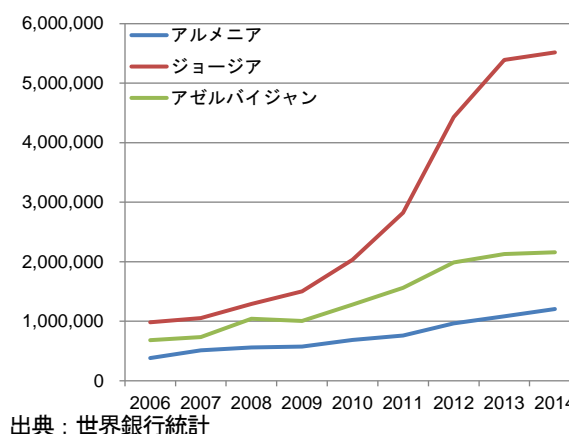


図 5-2：コーカサス三国の観光客数の推移⁶⁹

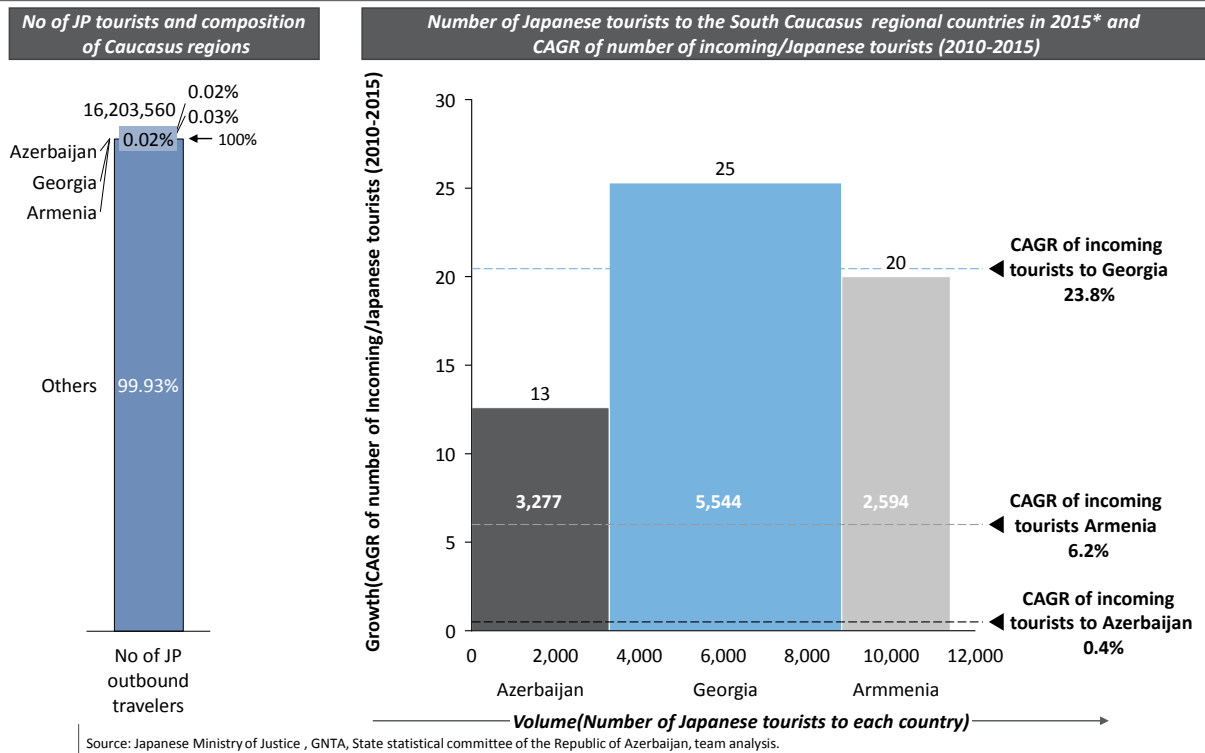
また、日本人観光客は、旅行先を検討する際に知名度に左右されることが多く、あまり知られていない国を選ぶ際には、その周辺地域や、同じような観光資源を持つ国々と比較した上で、最終的な観光地を選定・決定する傾向にある。

したがって、コーカサス三国が、旅行先の一つの候補として認識される為には、コーカサス三国全体の知名度を高めると共に、周辺地域との差別化や、観光商品の高付加価値化により競争力を高める必要がある。

⁶⁹ 他の2国に比べてジョージアにおける国際観光客数が2012年以降飛躍的に伸びている理由としては、2012年の国勢選挙及び大統領選挙によりそれまでの強硬的な反ロシア政策からロシアとの関係も配慮するようになりビザの規制緩和やロシアからの直行便が再び乗り入れるようになったという、主力市場に対する受入整備がなされたことが考えられる。また、クタイシ国際空港ができ、ポーランドやウクライナからの直行便やLCCの就航を開始させたことなども国際観光客数の総数を底上げした要因と言える。

Positioning of the South Caucasus regional countries for Japan market

Although no. of Japanese tourists to South Caucasus region account for around 0.1% of total Japanese outbound travelers, the growth rate from Japan exceeds the total market growth in South Caucasus region.



出典：法務省、各国政府統計、Euromonitor より JICA 調査団分析

図 5-3：日本の海外旅行市場におけるコーカサス三国の位置付け

表 5-1：コーカサス三国の日本市場における知名度に対する声（抜粋）

内容	
現地ツアーオペレーター	
A 社	なんといっても、コーカサス三国の知名度の低さが日本人誘客のボトルネックになっている。例えば、トルコでテロが起きた時でさえ、コーカサス三国の地理的な位置を理解していない日本人のお客が多く、キャンセルが相次いだ。
B 社	日本市場を 10 年以上担当しており、日本の旅行会社との関係構築はしているが、日本人観光客を増加させるには、メディアへの露出等、コーカサス三国を知ってもらうことが何よりも重要だと考えている。
日本の旅行会社	
C 社	コーカサス三国においては、各国ともに日本人観光客を呼び込むだけの資源があるといえるし、それなりの満足度を得られる場所といえるが、知名度が低く集客できないことがネック。

出典：JICA 調査団

2) 戦略的な観光マーケティング・プロモーションの実施

観光客誘致のためには、観光プロモーションの対象とするセグメントの明確化、ニーズにあった観光商品開発、セグメントに訴求するプロモーションといった一連のマーケティング・プロモーション活動を戦略的に実施していく必要がある。

例えば、日本市場におけるセグメントに関しては、アクティブシニア層が主要なセグメントであるこ

とが分かっている。これは現地及び日本の旅行会社によると、少なくとも当地を訪れる日本人観光客の3割から5割は、日本の旅行会社経由で訪問する傾向にあり⁷⁰、また、それらの旅行会社のメイン顧客としている顧客層がアクティブシニア層であることから、結果として当地を訪れるセグメントのうち、シニア層が半数程度を占めていると考えられる。

表 5-2：コーカサス三国の商品を造成している日本の旅行会社

	旅行会社	主な顧客の特徴
メディア系旅行会社 ⁷¹	阪急交通社 クラブツーリズム（近畿日本ツーリスト） 旅物語(JTB メディアリテーリング) 朝日旅行	・ 中高年層（40-50代） ・ シニア層（60歳以上）
大手総合旅行会社	JTB ワールドパッケージング（JTB） 近畿日本ツーリスト 日本旅行 HIS	・ ファミリー層（30-50代） ・ シニア層（60歳以上） ※コーカサスへの参加者はほぼシニア層が多い。
旅慣れたアクティブシニア向け旅行会社	ワールド航空サービス ユーラシア旅行社	・ アクティブシニア層（50-60歳以上）
航空会社系旅行会社	ANA セールス（ANA ワンダーアース）	・ アクティブシニア層（50-60歳以上）

出典：エキスパートヒアリング、各社ホームページ、JICA 調査団分析

したがって、日本市場をターゲットに短期的に成果を生むようなプロモーション活動を行う場合、マーケットの主要セグメントのシニア層が求めるストーリー性や知的好奇心を満たす観光商品の開発と、こうしたセグメント層が頻用する情報収集媒体を利用したプロモーション活動が効果的である。

他方、長期的に見た場合には、既存市場だけではなく、潜在的なセグメントに訴求するようなプロモーション活動も必要である。

将来的に成長しうる日本市場のセグメントとしては、20～40代女性が挙げられる。この理由としては、コーカサス三国が有する観光資源が、同セグメントの旅先での嗜好性と合致するものが多いという発地側のニーズと現地の供給に親和性が高いことや、同セグメントの傾向として、他の人が行ったことのない「秘境」やニッチデスティネーションに行きたがると言ったことに加え、同セグメントの海外出国率⁷²が高いというが、客観的にも示されている点が挙げられる。

このような潜在的なセグメントに対するプロモーションについても、既述したようなセグメントの特性を十分に把握し、セグメントに合った観光商品開発（ワイン・グルメツアー、美容関連のツアーなど）の開発とプロモーションが必要となる。

プロモーション媒体に関しては、日本市場において、海外旅行先を決めたきっかけ段階の情報ソース

⁷⁰ 各国ともに特定の現地旅行会社（1社から3社）のみが日本市場を扱っている状況であるため、推定の精度は低くないと推察される。

⁷¹ メールオーダー型の旅行会社、隔月等で会員に向けて冊子を郵送し旅行の申し込みを募っている。基本的に固定費削減のため店舗は持たない。

⁷² JTBReportによると、出国率では20～29歳26.5%が一番高いが、旅費や長期休暇取得の可否を考えると長距離を選んで旅行する傾向にあるのは有職既婚女性（30～39歳17.5%、40～49歳12.8%）。

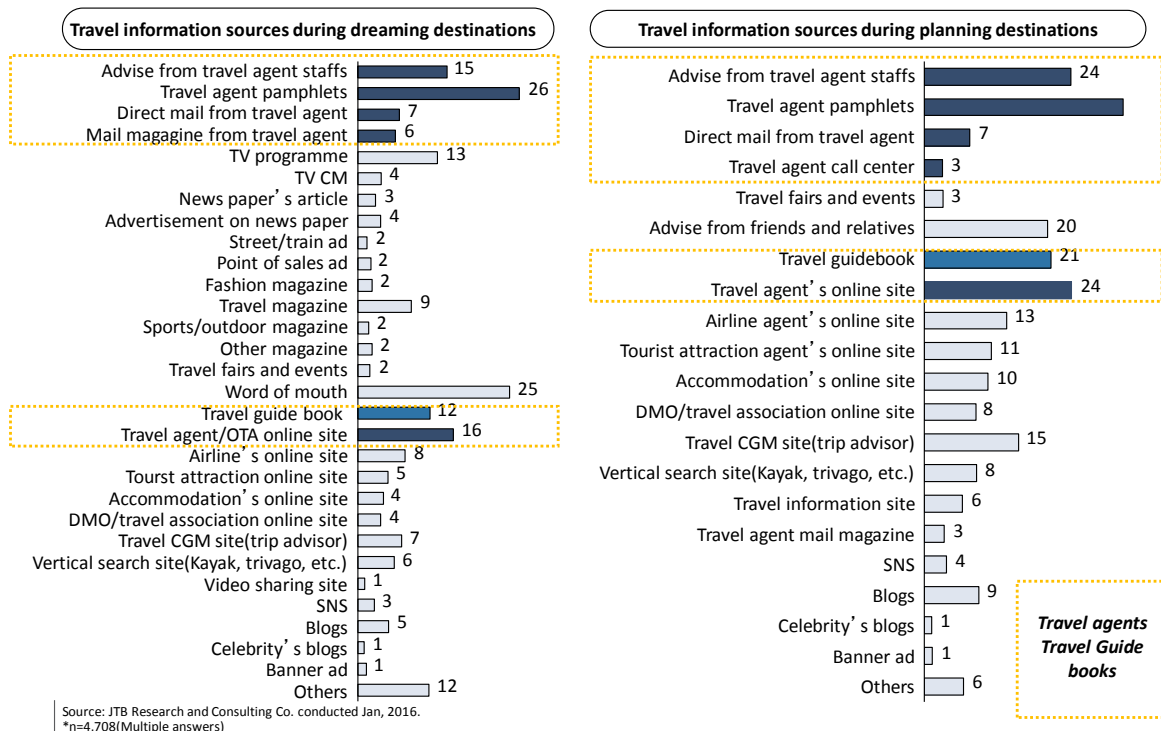
としては、旅行会社のパンフレットが最も高く、店頭スタッフのアドバイスや旅行会社のウェブサイトなど旅行会社関連のソースの影響が強い。

一方、海外旅行先の計画段階においても、旅行会社のパンフレット、旅行会社の店頭スタッフのアドバイス、旅行会社のウェブサイトの影響が強い他、ガイドブックや旅行雑誌の影響力も強い。

よって、デスティネーション選びのきっかけや、デスティネーションを選んだ後の計画段階では、旅行会社および旅行関連メディアといった B to B の関係強化が必要である。

Travel information sources during the stage of dreaming and planning destinations by Japanese consumers (unit:%)

Travel agents are important travel information sources for Japanese outbound tourists, as well as travel guide books.



出典：JTB 総合研究所（2016年2月実施）より、JICA 調査団分析

図 5-4：海外旅行のきっかけ、計画段階の情報源

これらを踏まえると、観光プロモーションにおいては、潜在的な観光客に向けたメディア露出などの B to C のプロモーションだけでなく、実際に観光客を送迎する日本及び現地の旅行会社や、マスコミに向けた FAM ツアーなどの B to B、B to B to C のプロモーションや露出戦略の検討と実施も課題と言える。

3) 産・官・学連携による持続可能な観光デスティネーション開発を推進する為の体制の構築

各国の SWOT 分析の結果が示すとおり、コーカサス三国における観光客誘致を目指すためには、メディアや観光客に対する観光プロモーションの実施だけでなく、プロモーションする観光商品に含まれる観光資源（観光施設や観光インフラも含む）や、観光サービスの品質の向上が不可欠である。

こうした観光客を受け入れる観光地側のソフト・ハード両面を整備し、魅力的な観光地として開発することで、訪れた観光客の満足感と達成感に繋がり、満足度が高いことでリピーターや口コミによる新

たな観光客の獲得に繋がる。したがって、観光地をソフト・ハード両面から整備・開発していくためには、文化遺産管理や、公共交通機関・インフラ整備等を担当する関係省庁や、農業・手工芸といった観光に関連する他の産業セクター、観光サービスに携わる民間セクター、及び観光産業人材の育成を担う教育機関との「産・官・学」の連携による持続可能な観光プロモーション体制を構築していく必要がある。

4) 国・地域間の連携による付加価値の向上

日本から催行されている商品の多くは、6月～9月に催行される3ヶ国周遊ツアーがメインとなっており、三ヶ国の首都+αに訪問するというコースがほとんどとなっている。

コーカサス三国を国際的な観光市場における他の地域との比較優位性において競争力のある目的地（デスティネーション）とするためには、国・地域間の連携により、魅力的な観光資源を組み合わせ、観光商品の付加価値を高めると共に、ポテンシャルのある地方の観光地にも観光客を誘導し、観光開発による裨益を地方に展開していく必要がある。

特に、日本からの誘客を増やすためには、1ヶ国での滞在を伸ばすような旅行商品の開発のほか、3ヶ国周遊においても都市滞在だけでなく3ヶ国を横断するトレッキングツアーや3ヶ国を特定のテーマで周るツアー等を開発し、日本人マーケット向けの商品を充実させることも重要である。

表 5-3：日本市場における催行ツアーの現状

ツアーの現状	
■ ツアー：	三ヶ国周遊型が中心
➢ 催行月：	3月～10月 ※6月～9月がメイン
➢ 参加人数：	6名～20名（15名前後がメイン）
➢ セグメント：	アクティブシニアが中心
➢ リピーター：	団体ツアーではない
➢ 価格：	25万円～40万円
➢ 体験プログラム：	
◇ アゼルバイジャン：	カスピ海ヨーグルト作り等
◇ ジョージア：	民泊、ワインテイasting等
◇ アルメニア：	特になし
➢ 主な宿泊地	
◇ アゼルバイジャン：	バクー（シェキ）
◇ ジョージア：	トビリシ（カズベキカグダウリ）
◇ アルメニア：	エレバン
➢ 旅行者が購入する主な土産	
◇ アゼルバイジャン：	シルク製品、アゼリチャイ（紅茶）
◇ ジョージア：	ワイン
◇ アルメニア：	ブランデー

出典：在京旅行会社、現地ツアーオペレーターヒアリングより JICA 調査団分析

(2) 日本市場を対象としたプロモーション案

(1)の課題を踏まえると、今後日本市場を対象としてコーカサス三国への観光客誘致を行う為には、まず対象市場とする日本市場において、コーカサス三国がどのように位置づけられているのかを受入側が把握する必要（マーケティングの実施）がある。

その上で、対象市場である日本市場の特徴を把握し、それに基づきプロモーション戦略を練り、戦略に沿ってプロモーションを実施するといった、一連の計画的、戦略的なプロセスが必要である。

具体的なプロモーション活動として、日本市場に対しては、まず、コーカサス三国を訪れる日本人観光客の約半数近くが利用する日本の旅行会社に対してデスティネーションとしてのコーカサス三国の魅力を知ってもらわなければならない。その上で、コーカサス三国への旅行商品を造成し販売してもらうためのエージェント FAM やセミナーによる情報の提供、コーカサス地域への旅行商品の販売を後押しするための旅行雑誌への掲載や、旅行関連 TV 番組などのメディア招聘といった B to B のプロモーション案を提案する。また、日本人観光客の誘致に繋げるためには、ターゲットとするセグメントに訴求するプロモーションコンテンツの開発が重要である。

したがって、海外旅行を数多く経験している既存のシニア層に対しては、コーカサス三国の歴史、文化、地域住民の生活の様子といった、知的好奇心を満たせるようなコンテンツを提供し、今後、開発すべき 30 代から 40 代の女性層に対しては、コーカサス三国の安全性、都市資源の魅力、リゾートホテルやスパ、飲食、お洒落な土産品といったコンテンツを提供するプロモーションを提案する。

(ア) マーケティング・プロモーション戦略の検討

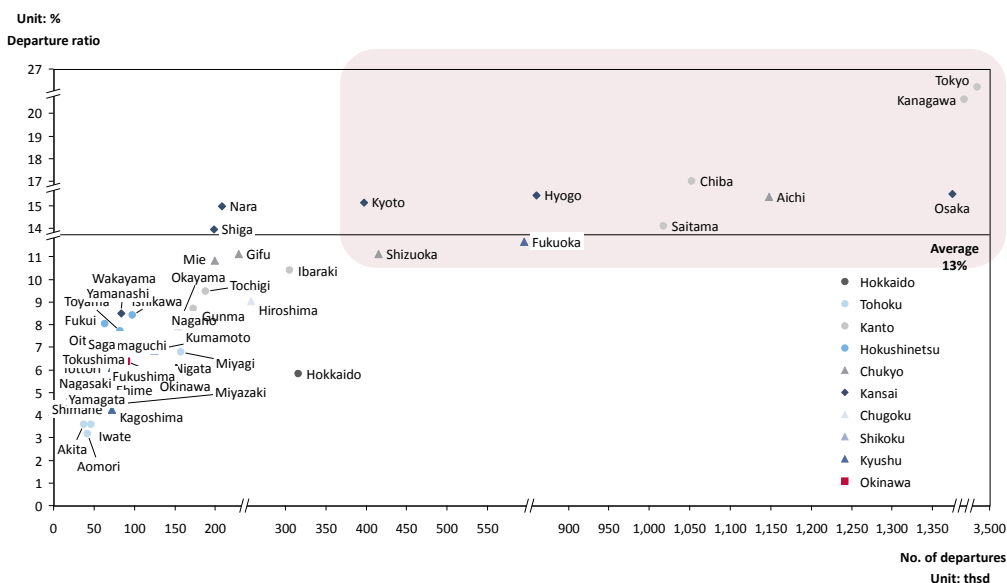
日本市場を対象としたプロモーションを行うには、まず、観光客層（セグメント）の把握が肝要と言える。以下にセグメンテーションに対する基本的な考え方とステップを詳述する。

Step1 : 日本人全体でなく、海外旅行者層（海外旅行に行っている層）に絞る。

- 日本人の海外出国率は、近年 13%程度で推移しており、プロモーション活動としては国民全体に向けるよりも、海外旅行者層に向けた方が効率的である。都道府県や年齢層ごとの出国率を見てみると、関東、中京、関西および福岡が出国率、出国者数が多い。よって、プロモーション活動は全都道府県を対象とするのではなく、まずは、航空アクセスの豊富なボリュームゾーンである関東、中京、関西をターゲットとして考えるべきである。

Departure ratio and number of departures by prefecture

Kanto, Kansai, Chukyo and Kyushu(Fukuoka) showed a high departure ratio and high number of departures...



出典：法務省より JICA 調査団分析

図 5-5 : 都道府県別出国者数と出国率 (2013 年)

Step2 : 海外旅行商品のユーザーに絞る。

- 日本市場の特徴で述べたとおり、日本の海外旅行者の半数以上が旅行商品を利用して海外旅行に行っており、海外旅行のきっかけ、計画段階において、旅行会社の影響が強いことから、旅行会社の顧客に絞ることで効果的かつ効率的なプロモーションが可能となると考えられる。

Step3 : 既にコーカサス三国の商品を造成している旅行会社 (=潜在顧客を持つ旅行会社) にプライオリティを置く。

- 既にコーカサス三国の商品を造成している旅行会社の顧客は、旅行会社から見て潜在的にコーカサス三国へと赴く可能性のある顧客としてとらえており、デスティネーションとしてのコーカサスへの選好性が他のセグメントよりも高いと考えられる。効果の即時性と大きさから、すでに商品を造成している旅行会社のセグメントへとプライオリティを置く。

なお、プライオリティの置き方の考え方については、プロモーション活動を実施し、効果が発現するまでに必要と考えられる時間軸（即効性）とボリュームの二軸でプライオリティ付けをしている。

① セグメント I-A : コーカサス三国への旅行商品を造成している旅行会社の顧客

既にコーカサス三国への旅行商品を造成している (=旅行会社が売れるというポテンシャルを感じている) 旅行会社の顧客であることから、旅行のきっかけや計画段階、購入段階での旅行会社の影響が強い層である。よって、即効性が早く前述の通りボリュームも多い。

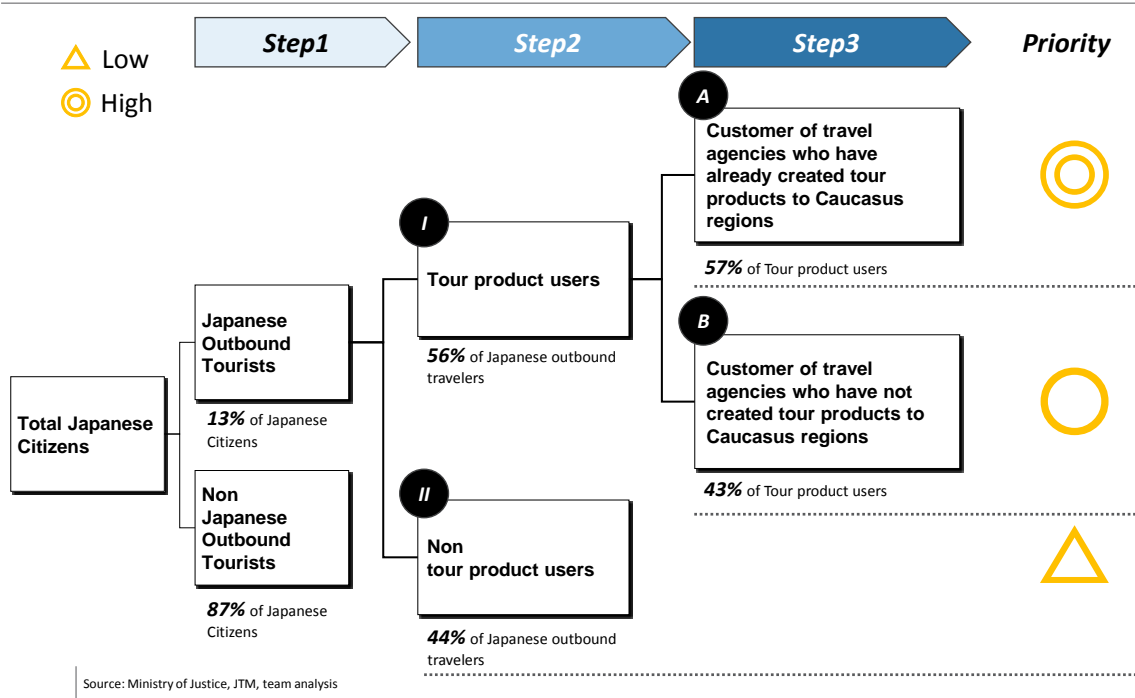
② セグメント I-B : コーカサス三国への旅行商品を造成していない旅行会社の顧客

これまでにコーカサス三国への旅行商品を造成していない旅行会社の顧客であることから、情報源が限られ、コーカサス三国を旅行先として想起するきっかけが無い層である。よってセグメント I-A よりも即効性という点で劣るが、ボリュームは一定程度存在する。

③ セグメント II : 旅行商品を購入せず自身で航空機と宿泊施設を直接予約する層

旅行商品を購入せず自身で航空機と宿泊施設を直接予約する層であり、旅行会社の影響が他のセグメントに比べると弱い層である。観光地としてコーカサス地域の認知度が低く、日本発着の直行便が無く、アクセス面にも課題がある点に鑑みると、即効性は低いと考えられる。

Segment I-A is prioritized most, followed by I-B.

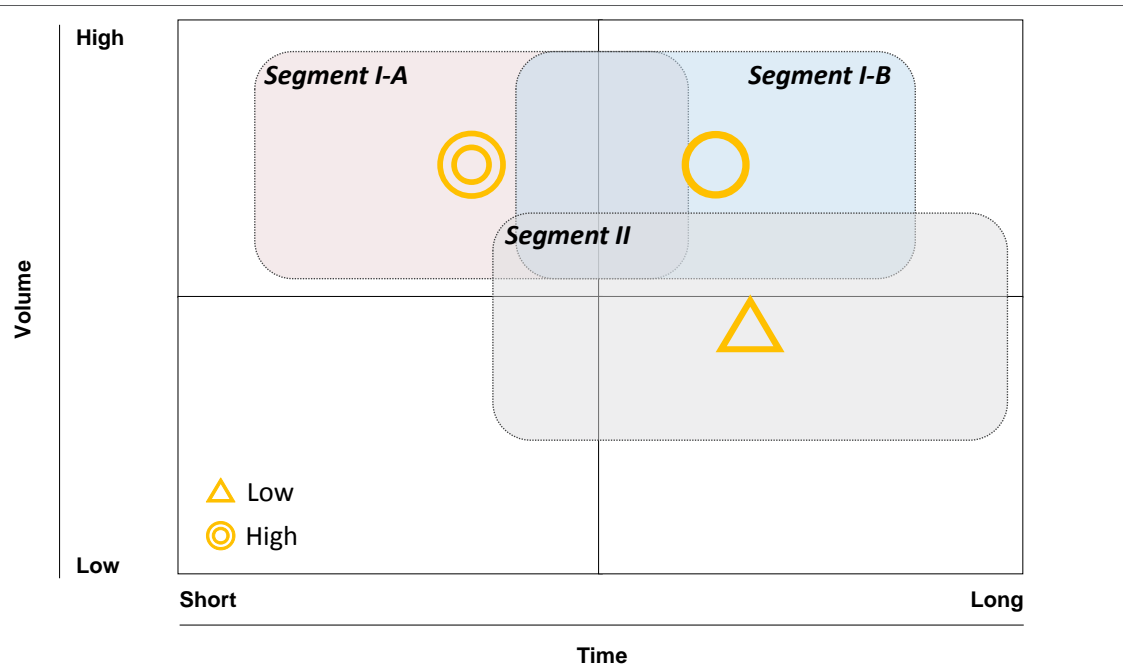


出典：JICA 調査団分析

図 5-6：セグメンテーションとそのステップ

Conceptual diagram of market segmentation for Japanese tourists

Segment I-A is considered short term and high volume effects.



出典：JICA 調査団分析

図 5-7：各セグメンテーションのプライオリティの考え方

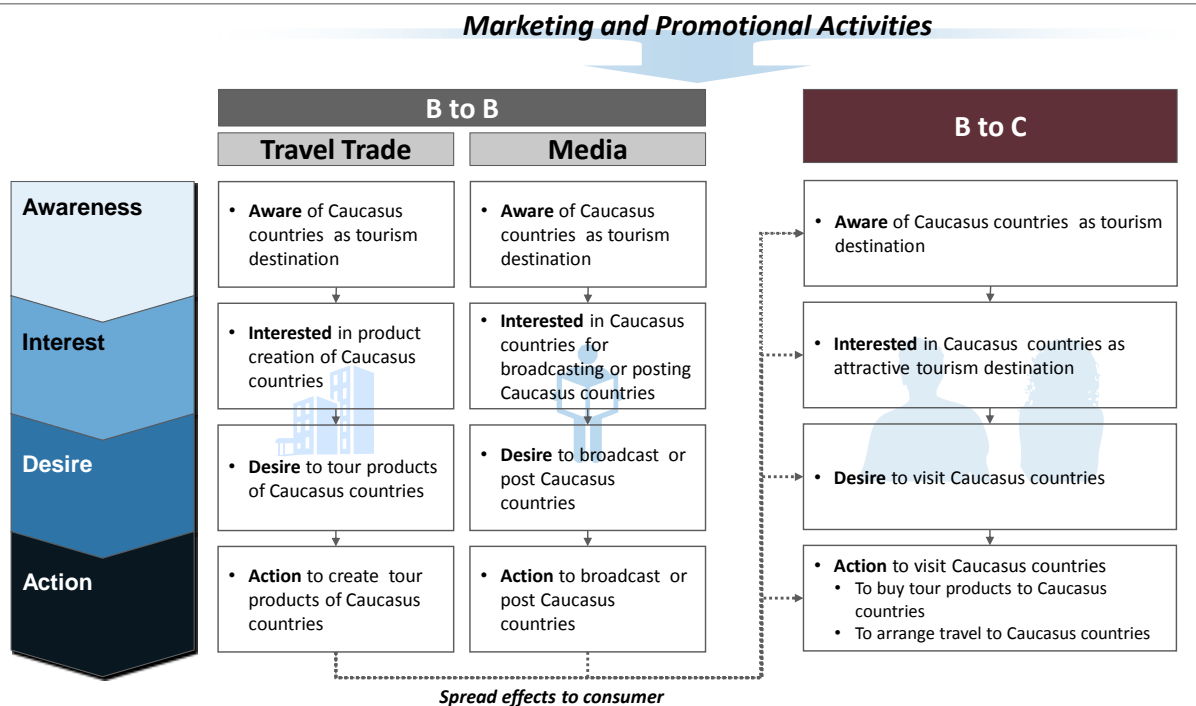
(イ) マーケティング・プロモーション戦略の基本方針

(1)の課題で述べたとおり、日本人消費者にとってコーカサス三国の認知度が低いこと、日本の旅行商品の流通構造において旅行会社の影響が強い構造であること、消費者への波及効果が効率的かつ効果的であることに鑑み、**B to B** へのプロモーション活動にプライオリティを置くことが適当と考えられる。

- 旅行会社およびメディアにアプローチをすることによって、消費者へとその影響が波及することが期待されることから、プロモーション活動の比重は **B to B** への活動を第一に考える方が効果的かつ効率的である。
- 消費者に対する有料の TV 広告や新聞広告等のプロモーション活動は、消費者へのコーカサス地域への認知を向上させる打ち手としては有用であるが、費用がかかり、継続的な実施には一定程度の予算の確保が必要である。

Relationship between B to B marketing and promotion

B to B marketing and promotion spreads effects to consumer in each stages of customer journey.



Source : Team analysis

出典 : JICA 調査団分析

図 5-8 : B to B プロモーションから消費者への波及効果

(ウ) マーケティング・プロモーションプランの目標

前述の基本方針をもとに、それぞれのセグメントに対して期待される効果を鑑み、短期・中期・長期的な目標を設定した。それぞれの目標は下表のとおりである。

表 5-4 : マーケティング・プロモーションプランの目標

		短期的な目標	中期的な目標	長期的な目標
セグメント				
Segment I-A		・ コーカサス地域への旅行商品の質の改善と量の拡大を目標として、旅行会社経由で顧客のコーカサスに対する認知拡大やコーカサスの訪問を増加させる。		・ リピーター獲得に向けた環境整備や FIT 向けの商品や環境整備を通して、リピーターやFIT型の訪問者を増加させる。
Segment I-B		・ コーカサス地域への旅行商品の造成を促進し、旅行商品の量を増加させるとともに、コーカサスの認知度を拡大させる。	・ コーカサス地域への旅行商品の質の改善と量の拡大を目標として、旅行会社経由での顧客のコーカサスに対する認知拡大やコーカサスの訪問を増加させる。	
Segment II		・ メディアを通して認知度を拡大させる。	・ 都市滞在や一か国での滞在と言った FIT での訪問に向けた環境を整備し、FIT 型の訪問者を増加させる。	
その他				
プロモーション関連の整備		・ B to B 向けプロモーション材料(メディアキットやメディアライブラリー等)を整備し、メディアや旅行会社への情報提供を即座にできるような体制を整える。		N/A
商品開発	N/A	・ 日本人向けのテーマ型の旅行商品開発のための環境整備をすすめ、旅行会社へと提供できる商品の質の改善と量を拡大する。		

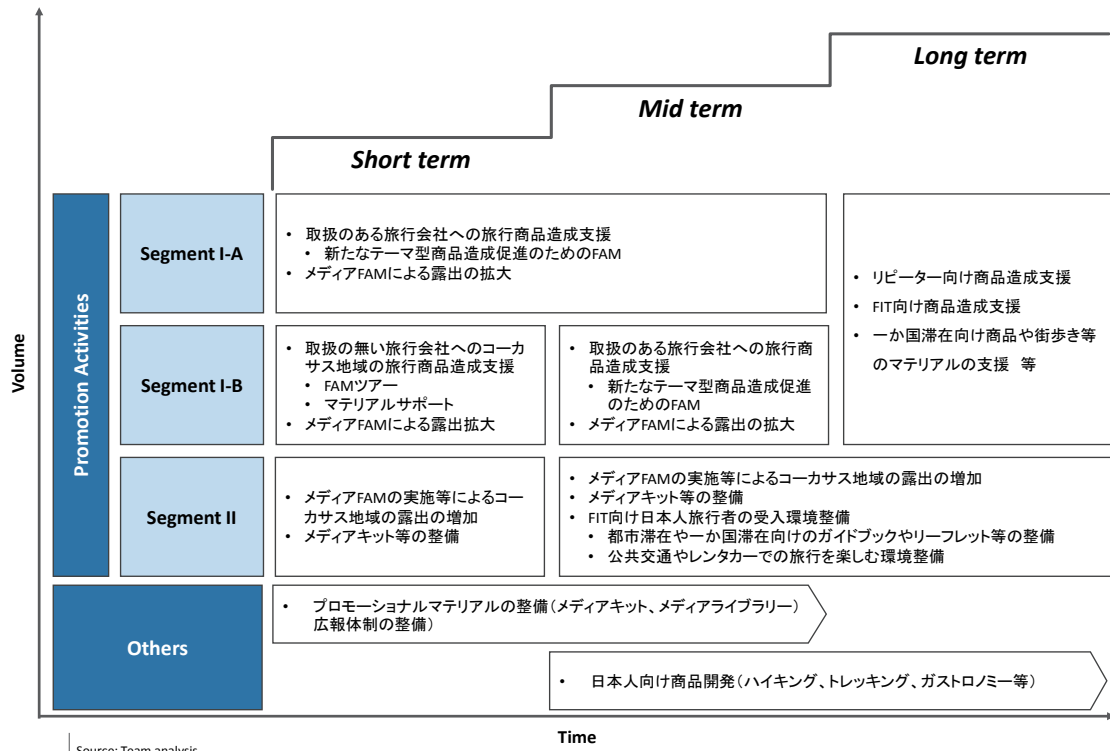
出典 : JICA 調査団作成

(エ) マーケティング・プロモーションの打ち手

具体的なプロモーション活動に関しては、それぞれのセグメントに対して、目標及び性年齢層ごとの旅行への選好性等を加味しつつ、商品造成や雑誌等への露出拡大をすることが望ましい。

プロモーション活動の全体図と各セグメントの性年齢層の構成比は以下のとおり。

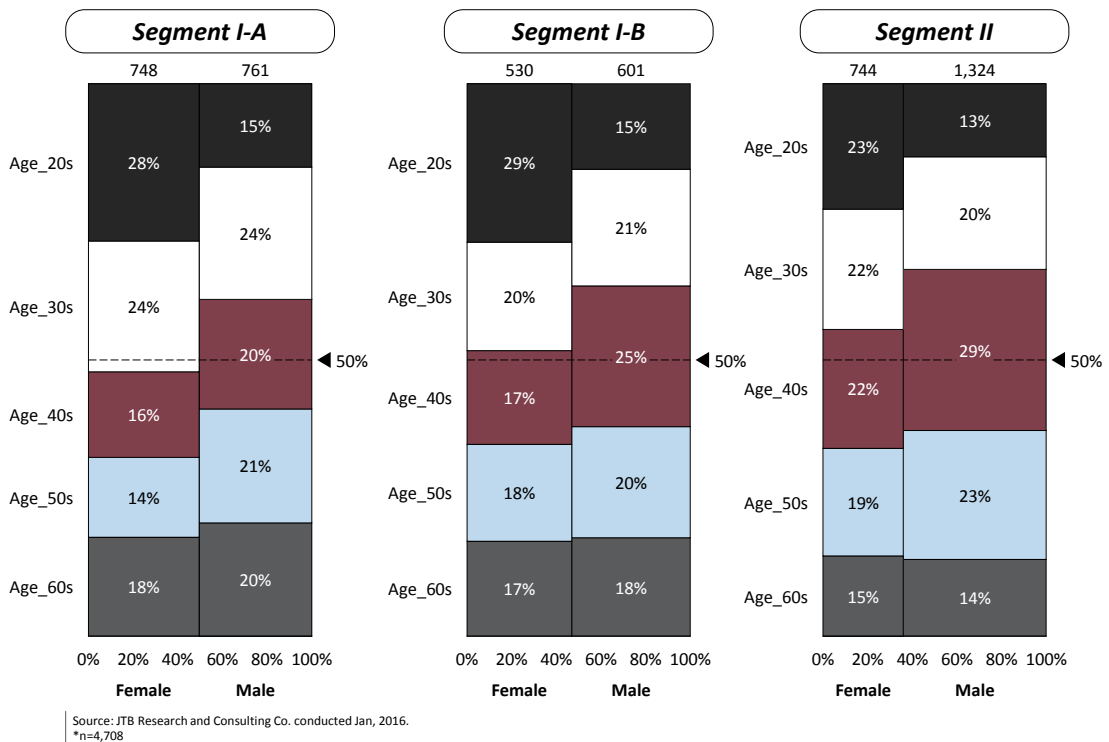
Plan of promotional activities for each segment



出典：JICA 調査団分析

図 5-9：プロモーション活動の全体図

Demographic features of market segmentation for Japanese tourists



出典：JICA 調査団分析

図 5-10：各セグメンテーションの性年齢層の構成比

(オ) 3ヶ国共同テーマでの商品開発

現在、日本市場向けに旅行会社が提供しているコーカサス三国のツアーは、3ヶ国周遊型のツアーがほとんどであり、各都市に滞在をしつつ各国において主要となる観光地を巡るツアーが主流となっている。

送客側国の要望から短い期間で地理的に近接している異なる3ヶ国の文化が体験できることが売りとなっているが、現地側からの商品開発として3ヶ国において共通となるテーマや、資源を掘り起していくことで、より地方部への誘客や観光の効果の裨益を図ることができると考えられる。

<例> 山岳部でのトレッキングやハイキング等の商品開発

ガストロノミー（食文化）を巡るもの（ワイン含む）

(3) 欧州市場を対象としたプロモーション案

(ア) コーカサス三国における欧州市場の位置付け

コーカサス三国においては、それぞれ CIS 諸国やトルコからの外国人訪問客が大半を占めており、3ヶ国共に、それらを重点市場として位置付けている。一方、一人当たりの観光消費額が高いと考えられ、コーカサス地域への航空路線網が一定程度整備されている西欧や東欧からの観光客を十分に呼び込めていないのが現状である。

表 5-5：コーカサス三国における欧州諸国からの観光客の位置付け

	アゼルバイジャン	ジョージア	アルメニア
欧州諸国からの外国人観光客の位置付け	<ul style="list-style-type: none"> ● 欧州からの外国人観光客が全体の89%を占める。 ➢ <u>ロシア、ジョージア、トルコ、ウクライナからの外国人観光客が全体の80%を占める。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 欧州からの外国人観光客が全体の97%を占める。 ➢ <u>アルメニア、アゼルバイジャン、トルコ、ロシアからの外国人観光客が全体の90%を占める。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 欧州からの外国人観光客が全体の80%を占める。 ➢ <u>ロシア、ジョージア、ウクライナからの外国人観光客が全体の68%を占める。</u>
欧州諸国のマーケティング・プロモーションにおける位置づけ	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>国外旅行市場としてポリュームがある国として、欧州市場を位置付けている。</u>なお、ロシア、ジョージア、トルコ、イランは隣国市場に、カザフスタン、ウクライナ、ウズベキスタンはCIS諸国に位置付けられる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要ターゲットとして観光消費額の多い、<u>ロシアやドイツ、フランス、およびアラブ諸国</u>を位置付けている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要ターゲットとしては、<u>イラン、直行便のある西欧⁷³、湾岸諸国、ロシア、ディアスポラ</u>を位置付けている。

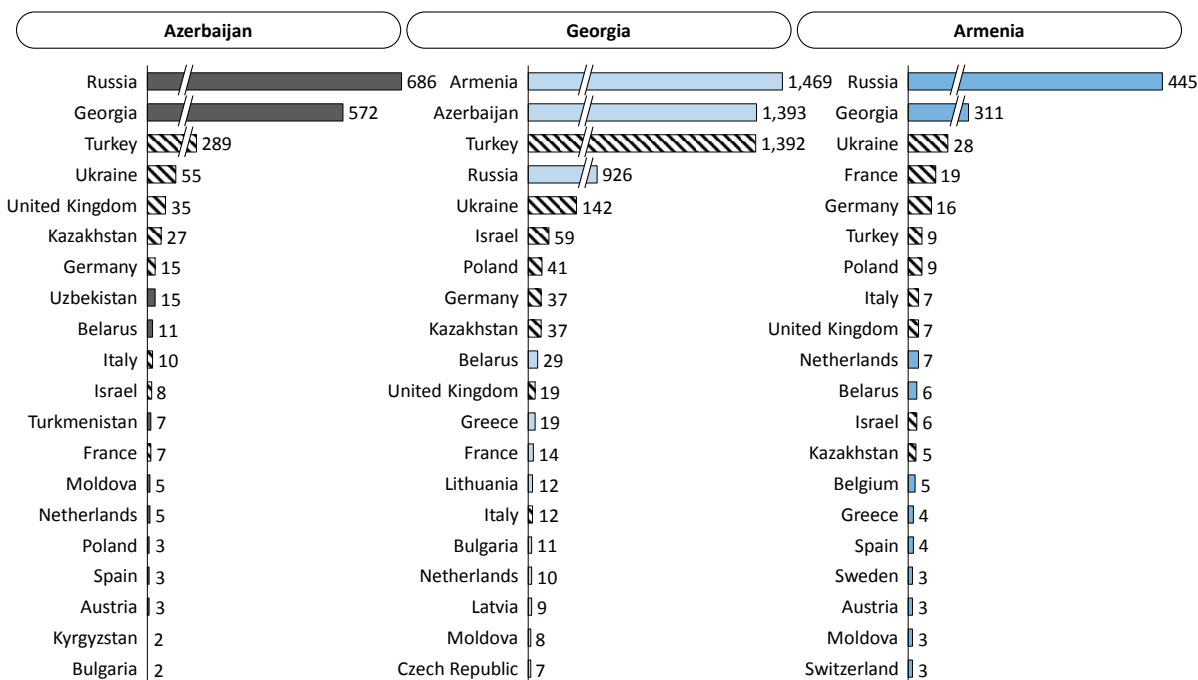
出典：各政府統資料、ヒアリング調査より JICA 調査団分析

なお、コーカサス三国への欧州からの外国人観光客数を比べると、各地域ともに西欧ではトルコ、イギリス、フランス、ドイツ、ポーランド、イスラエル、ポーランド、カザフスタンからの観光客が比較的多い。これらの国々は、観光客を誘客する上では、コーカサス三国と競争関係にある一方、コーカサス地域のプロモーションの観点からは、共同で商品開発やプロモーション活動をすることも一案である。

⁷³ 2016年の夏ダイヤでは、アルメニアとの間で直行便のある国は英国、ドイツ、イタリア、イスラエル、フランス、ポーランド、オランダ、スイス、スウェーデン等があげられる。

The top 20 countries to each Caucasus countries from European countries (unit : thsd)

Apart from Russia, each countries have relatively large number of tourists from Turkey, Ukraine, UK, Germany, France, Italy, Israel, Kazakhstan and Poland in European market.



Source : State statistical committee of the Republic of Azerbaijan, GNTA and RA Population Census, team analysis

出典：各政府統計資料、ヒアリング調査より JICA 調査団分析

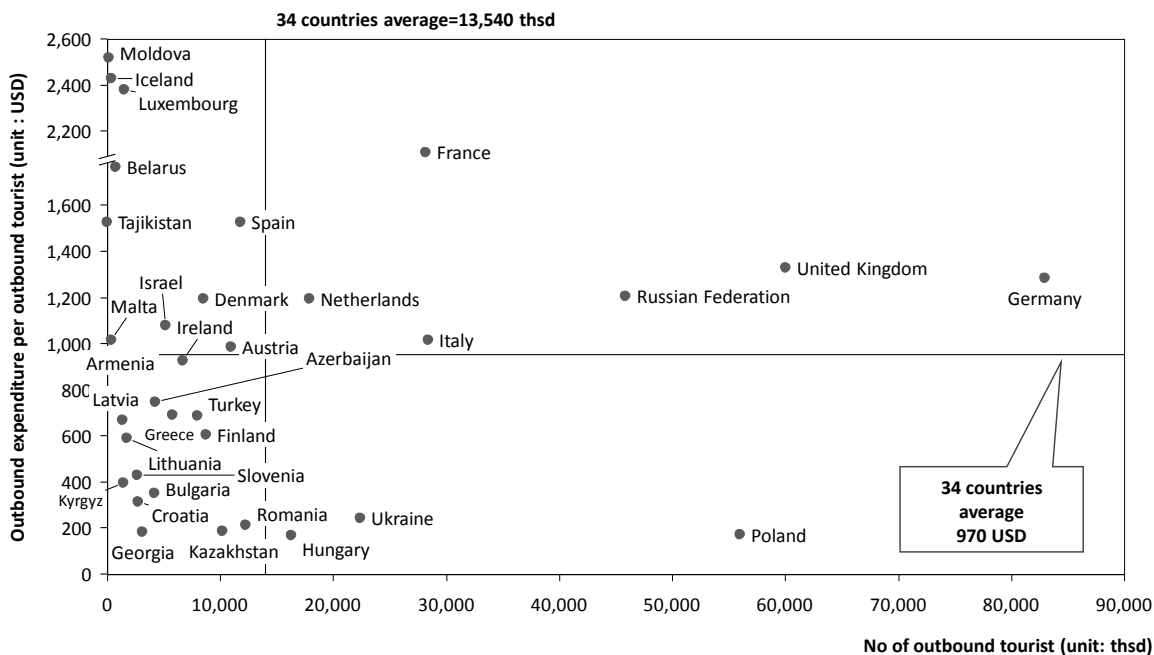
図 5-11：コーカサス三国への欧州地域からの外国人訪問客数（2015 年）

(イ) 欧州市場において注力すべき市場

3ヶ国共に、欧州市場全体を対象とすることは、費用的にも人的リソースとしても困難であるため、市場のプライオリティ付けを行った上でプロモーションを進めることが必要となる。下図は、① 市場のボリューム（国外旅行者数）と② 誘客した際に期待される効果の大きさ（一人当たりの国外旅行に費やす費用）の二つの視点から国外旅行市場を俯瞰したものであり、ドイツやイギリス、ロシア、イタリア、フランスからの旅行者は、ボリューム及び消費額の大きさという観点から、誘致した際の効果が高い市場であると考えられる。

No of outbound tourists × outbound expenditures per outbound tourist in 2014 in European countries

Germany, United kingdom and Russia have the large volume of outbound tourists with relatively high spenders. Also, France is the large volume and high spending market.



*Uzbekistan, Switzerland, Belgium, Sweden, Norway, Czech Republic, Serbia, Slovakia, Portugal, and Macedonia
Source: UNWTO, team analysis

出典： UNWTO より JICA 調査団分析

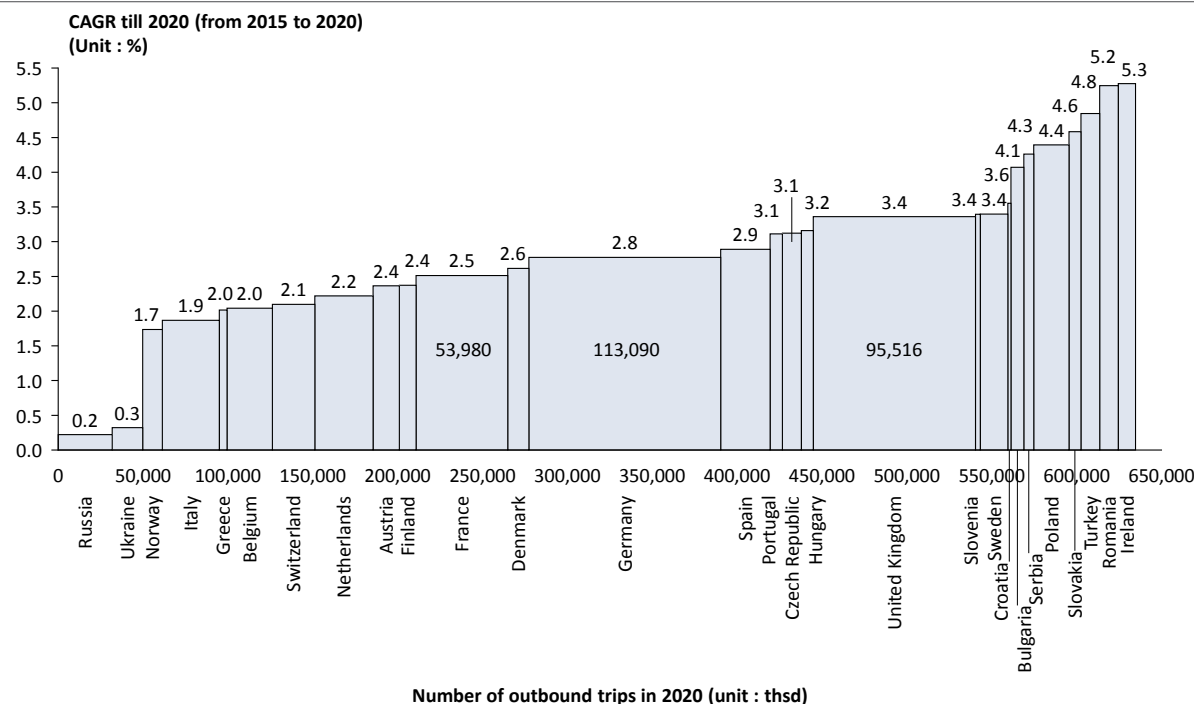
図 5-12： 国外旅行者数と国外旅行一人当たりの国外旅行の際の消費支出（2014年）

なお、欧州の国外旅行者数の見通しは、ロシアやウクライナを除き、比較的顕著に成長することが予想されており、上述したイギリスは、2020年までに年率3.4%、ドイツは2.8%、フランスは2.5%、また、イタリアは1.9%程度の増加が見込まれている。

以下、欧州市場に関しては、前述の通り一定程度のボリュームが存在し、誘致をした際の経済効果の大きさ、そして成長性が高いイギリス、ドイツ、フランス、イタリアを念頭にコーカサス地域（コーカサス地域全体）とコーカサス三国それぞれへのプロモーション案を記す。

The projected number of outbound trips in 2020 (unit : thsd)

Apart from Russia and Ukraine, these other European countries have been predicted to show large growth.



Source : Euromonitor, team analysis

出典 : Euromonitor より JICA 調査団分析

図 5-13 : 欧州諸国の国外旅行者数の推計 (2020 年) と年平均伸率 (2015-2020 年)

(ウ) 欧州市場を対象としたプロモーション案

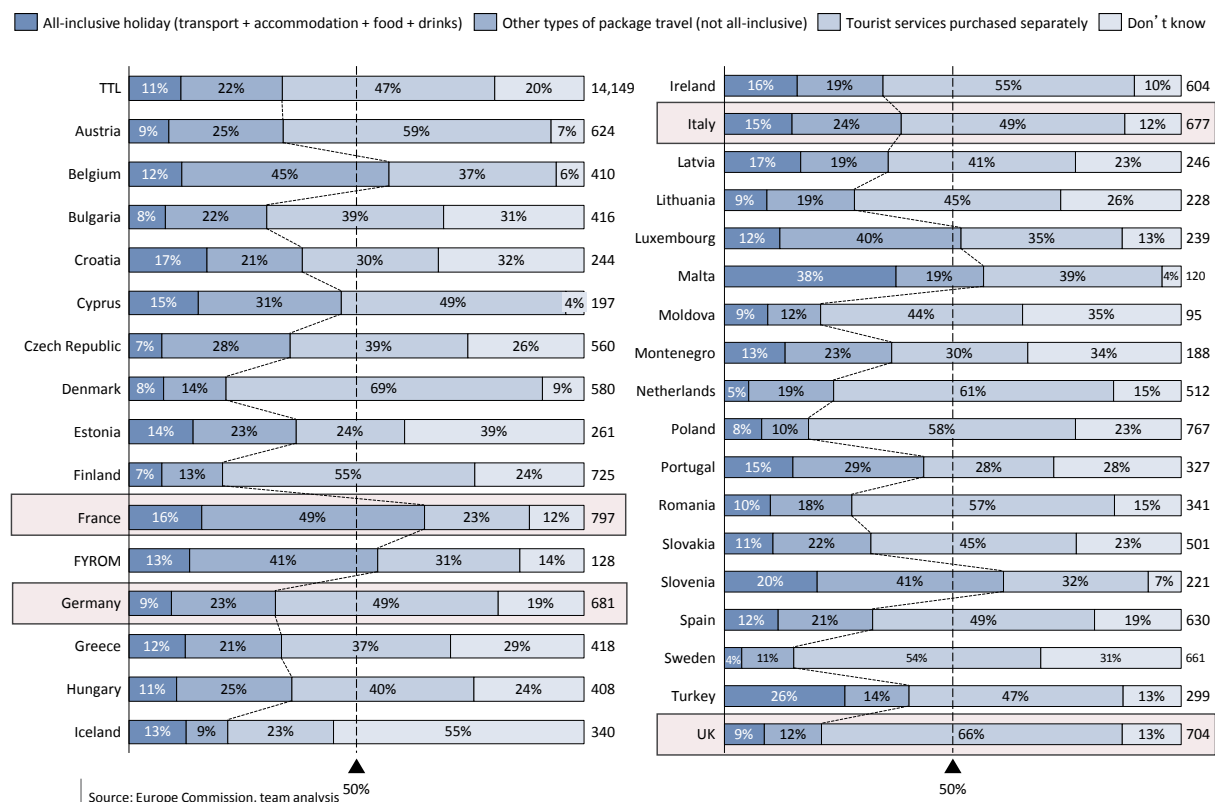
欧州市場においては、アゼルバイジャン、ジョージア、アルメニアともに、西欧にある旅行会社や有名な旅行メディアの招聘といった B to B 向けの FAM トリップ等を実施しており、一定程度、欧州市場にある旅行関連企業との関係構築はなされていると考えられる。

(エ) 欧州市場の特性

- ・ 欧州市場は日本市場とは異なり旅行の際にパッケージツアーなど旅行商品を利用する割合が低い

イギリス、ドイツ、イタリアでは宿泊や交通を別々に手配しており (イギリス : 約 66%、ドイツ、イタリア : 約 49%)、旅行商品を利用する比率が低い。一方、フランスでは、約 65%が宿泊と交通、食事がセットになったオールインクルーシブ型の旅行商品、または宿と交通のセット等の旅行商品を購入している。

Travel arrangement for holidays in European countries



出典：European Comission より JICA 調査団分析

図 5-14：欧州市場における旅行の手配形態

- ・ 旅行の予約はオンラインの比率が比較的高く、旅行会社の店頭購入の比率は比較的低い

今後、旅行会社（オンラインエージェントを含む）の売上は、オンラインでの売上が大幅に増加する見通しである。なお、一定程度の比率で、訪問先現地で予約・購入をする層もおり、TIC 等現地でのアクティビティや宿泊施設を紹介・予約をするサービス等も求められていることも必要となる。

Booking methods for holidays (MA)

In terms of booking methods for holidays, online site are more preferable methods.

	Highest						2 nd highest					
	Austria	Denmark	France	Germany	Italy	Netherlands	Poland	Portugal	Spain	Sweden	Turkey	United Kingdom
n=	812	841	1162	1154	999	779	994	501	971	845	445	1,064
Other online commercial services such as tour operators, airline companies, etc.	46%	60%	33%	28%	22%	44%	19%	22%	31%	47%	22%	52%
Over the counter at a travel agency	26%	4%	10%	27%	15%	9%	10%	14%	23%	11%	9%	15%
Over the phone	17%	9%	16%	13%	10%	9%	24%	12%	9%	10%	11%	26%
Through someone you know	15%	16%	19%	11%	13%	9%	21%	19%	10%	8%	17%	20%
On-site (place of holidays)	14%	5%	10%	10%	6%	8%	13%	8%	4%	3%	11%	11%
Over the counter of a transportation company (airline company, railway company, etc.)	6%	2%	7%	3%	5%	2%	8%	3%	2%	6%	4%	12%
Don't know	0%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	5%	2%	3%	3%	1%

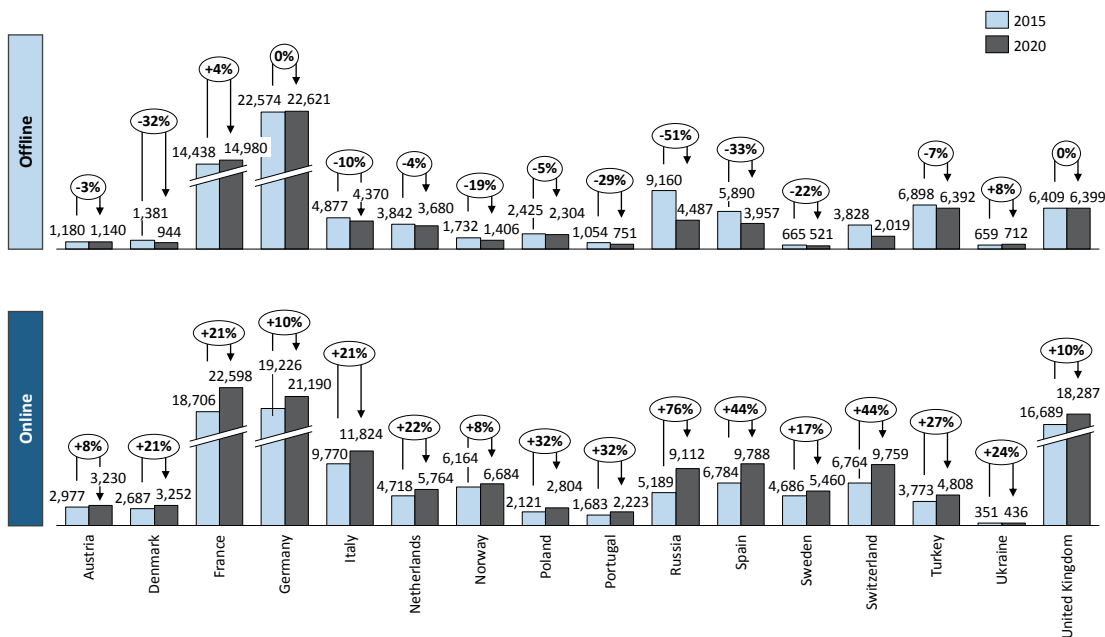
Source: European Commission, team analysis

出典：European Commission より JICA 調査団分析

図 5-15：欧州市場における旅行の予約方法

Travel intermediaries sales –Retail Value in 2015 and 2020 (unit: %, US\$m)

Online sales is forecasted to be increased in 2020 in European market.



Source: Euromonitor, team analysis

出典：Euromonitor より JICA 調査団分析

図 5-16：欧州市場における旅行会社のオンライン・オフラインの推定売上

- ・ 旅行先を決定する際の情報源は消費者のロコミを集めて表示する消費者生成オンラインメディア (Consumer Generated Media) が最も有効的な情報源となっている

Most important sources when deciding travel plans

In European market, apart from Recommendations of friends, colleagues or relatives and personal experiences, Website collecting and presenting comments, reviews and rating from travelers are higher than other sources when tourists decide travel plans.

		Highest	2nd highest	3rd highest					
	n=	Austria	Denmark	France	Germany	Italy	Netherlands		
Recommendations of friends, colleagues or relatives	1,000	60%	49%	57%	44%	34%	47%		
Personal experience	1,017	40%	35%	37%	39%	23%	29%		
Websites collecting and presenting comments, reviews and ratings from travellers	1,507	39%	23%	40%	24%	35%	46%		
Websites run by service provider or by destination	1,500	26%	21%	17%	19%	16%	26%		
Social media pages (for accommodation, restaurants, transport companies, etc.)	1,502	13%	8%	6%	8%	8%	13%		
Counters of travel agencies and tourism offices	1,502	17%	13%	13%	14%	21%	13%		
Newspaper, radio, TV	1,006	17%	13%	12%	13%	8%	8%		
Paid for guidebooks and magazines	1,502	15%	11%	10%	15%	5%	8%		
Don't know	1,006	2%	4%	5%	4%	5%	4%		
	n=	Poland	Portugal	Spain	Sweden	Turkey	United Kingdom		
Recommendations of friends, colleagues or relatives	1,501	61%	54%	56%	53%	52%	61%		
Personal experience	1,000	30%	27%	26%	36%	23%	39%		
Websites collecting and presenting comments, reviews and ratings from travellers	1,502	36%	21%	37%	35%	25%	42%		
Websites run by service provider or by destination	1,000	17%	8%	13%	19%	10%	17%		
Social media pages (for accommodation, restaurants, transport companies, etc.)	1,000	17%	12%	11%	15%	19%	18%		
Counters of travel agencies and tourism offices	1,000	10%	14%	17%	9%	5%	9%		
Newspaper, radio, TV	1,504	14%	8%	7%	15%	9%	11%		
Paid for guidebooks and magazines	1,504	5%	7%	6%	10%	5%	11%		
Don't know	1,504	4%	15%	3%	4%	4%	5%		

Source: European Commission, JICA team analysis

出典：European Commission より JICA 調査団分析

図 5-17：欧州市場における旅行の際の重要な情報源

(オ) 欧州市場を踏まえたプロモーション案

上記の欧州市場における特徴に鑑み、欧州市場に対して各国が横断的に対応できるプロモーション案として下記の二点を提案する。

プロモーション案 1：自由旅行型が主流な市場特性に合わせたオンラインを中心とした FIT 対応

オンラインでの流通を増加させることを主眼に、宿泊施設や飲食店、現地でのアクティビティなどを提供する事業者に対して、欧州で人気のオンライン旅行会社やロコミサイト等への掲載を促す。具体的には、官民を対象に欧州市場におけるオンライン流通の現状・オンライン掲載に係る効力（費用対効果）と言った知識の醸成や、サイト登録方法やトレンドレポートの活用方法と言った技術的な支援を行うと言ったことが考えられる。

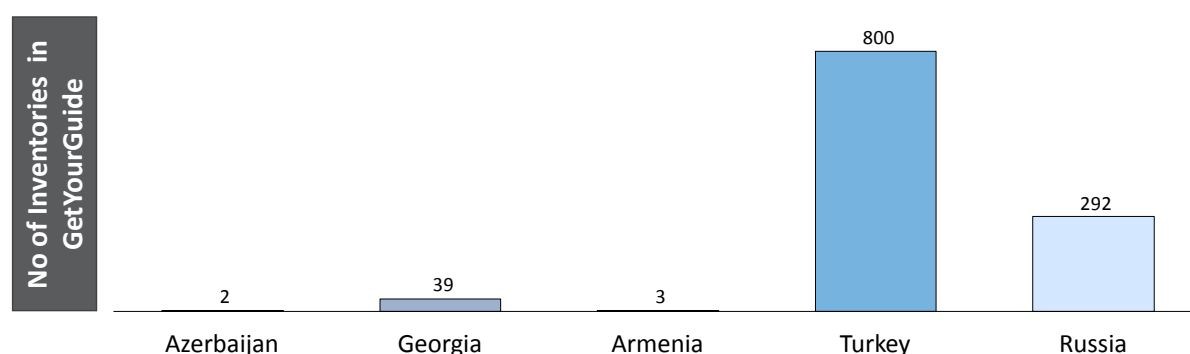
プロモーション案 2：現地消費を増加させる Tour & activities の開発とデジタル対応

コーカサス地域ではトレッキングやハイキング等のプロダクトは開発されているものの、欧州市場向けに、流通しているいわゆる旅ナカ（旅行先）で消費を促す着地型商品（Tour & Activities）の種類や流通している量が他国に比べると少ない。自由旅行型の旅行者層（宿泊施設と航空機を別に手配する層）が多い欧州市場においては、旅ナカでの商品開発や流通を増加させることで現地での経済効果の波及が

期待できることから、各国において欧州市場の対象セグメントの嗜好に合った **Tour & Activities** の商品開発とウェブなどオンライン媒体を通じた販売促進を行う。具体的な活動としては、対象市場/セグメントに対する市場調査（旅行先での時間の過ごし方、楽しみ方などの把握）、対象市場/セグメントに訴求する商品開発、インベントリー作成、ウェブへの掲載などが考えられる。

Skift⁷⁴によると、旅行先でのエクスカーションやスポーツ、ハンティング等を楽しむアクティビティ市場は、アメリカだけで 270-330 億 USD、欧州では 390 億ユーロの年間売り上げがある⁷⁵と言われており、アメリカでは観光産業の中で、航空と宿泊に次ぐ第三位のセグメントであると言われている市場である。

Get your Guide⁷⁶に掲載されているインベントリー数を隣国トルコとロシアと比較した際、最も掲載数の多いジョージアでもトルコの 4%に留まっている。このようにオンラインインベントリーなどを活用しアクティビティを掲載することは、掲載する現地側ツアーオペレーターにとっては、多くの人の目に触れる可能性が増えることで商品販売促進に繋がる。それだけでなく、旅行者にとっても事前にどのようなアクティビティが現地で楽しめるのかを把握できる事に加え、オンラインで商品が購入できれば関心のあるアクティビティを事前に選定・購入し日程に組み込むことが可能となり、旅行者の現地到着後の様々な煩わしさが軽減されるなど、このようなオンラインインベントリーは利便性が高い。



出典：GetYourGuide より JICA 調査団分析

図 5-18：GetYourGuide における Tour&activities 商材の掲載数⁷⁷

⁷⁴ 2012年に創設された旅行業界の主要なセクターに対して、メディア、インサイト、マーケティングといったサービスを提供する旅行業界最大のウェブメディア会社（インテリジェンスプラットフォーム）。米国ニューヨークをベースとしており、月額訪問数は180万程。

⁷⁵ 2016年時点での売り上げ

⁷⁶ Get your Guide は、旅行者がオンラインでツアーやエクスカーションなどのアクティビティの予約や、様々な観光アトラクションに関する入場券の購入ができるウェブサイト、約 25,000 の商品が販売されている。

⁷⁷ 2017年2月8日現在の数値。

6. コーカサス三国の観光セクターに対する JICA の協力案

(1) JICA の協力案の提案に係る背景

1) 他ドナーによる支援案件との相乗効果を生む協力

本調査を通じて、コーカサス三国それぞれにおいて、他ドナーによる観光セクター支援が実施されていることが確認されており、各ドナーとも支援活動がデマケーションされていることも確認済みである。具体的な支援の内容については、前述のとおりであるが、概ね、観光関連インフラ整備（大規模・中規模）は、ADB や世界銀行が、中・小規模の観光事業者や起業家に対する技術的支援は、USAID や GIZ が実施してきている。また、アルメニアにおいては、JICA により「地方産品と地方ブランドの開発プロジェクト（2013年3月～2016年3月）」が実施されており、当該プロジェクトを通じて、対象地域における小規模宿泊業者や観光プロモーション支援が実施され、現在、同プロジェクトのフェーズ2が実施されている。

このように、観光インフラ整備や民間事業者に対する能力強化支援は実施されてきているものの、実際には、プロジェクト終了後も対象地域での観光振興を推進する為にこれらプロジェクトの成果が活かされていない状況であることが、関係者へのヒアリングから確認されている。理由としては、プロジェクト実施期間中においては、直接・間接的な資金支援のもと技術移転を受けて観光活動を推進できている民間事業者などが、プロジェクト終了後、このような資金的な支援もなくなった後、彼ら自身で事業にかかる必要経費を含む様々な資金を調達する為のファンドレイジングのノウハウや仕組みが、プロジェクト期間中に構築されないことが一つの要因として考えられる。

したがって、各ドナーによって既に整備された観光地へのアクセス道路、TIC などの観光インフラや、観光地における民間事業者に対する技術的指導の成果とのシナジー効果を発揮するためには、持続的に観光振興を推進できるような体制を整え、継続的・自立的に観光客を誘致できるような仕組み構築を支援することが有効といえる。

2) DMO の概念を活かした協力

ヨーロッパの観光立国といわれる国々では、デスティネーション・マネジメント・オーガニゼーション (DMO)⁷⁸に基づき地域が一体となり観光産業を持続的・戦略的な方法で開発する手法をとってきている。近年、日本においても地域の活性化を目指した観光地開発の手法の一つとして、日本版 DMO が取り入れられ始めている。前項 (1) で示したとおり、コーカサス三国における持続的な観光開発を推進するためには、各地において地域が持続的・自立的に観光開発に取り組む仕組み作りが重要であり、DMO 体制の構築に係る支援は、意義のある協力と言える。

加えて、コーカサス三国においては、このような DMO の概念自体が既に一定程度認知されていることが確認されている。

⁷⁸ DMO とは、既存の観光協会や商工会などを包含し、行政と連携しつつ地域を総合的に取りまとめ持続的・自立的に地域の観光をビジネスとして開発・振興させていく活動体。日本の観光庁が打ち出している日本版 DMO は「地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりをいつ減するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人」と定義されている。

アゼルバイジャンにおいては、Azerbaijan Convention Bureau が DMO の実施体系を取り MICE 振興を行っている。

ジョージアにおいては、オーストリアヨーロッパ統合開発局の協力の下、2012 年から 15 ヶ月の間、観光関連の法的枠組みの整理、GNTA の能力強化、地方部における訪問客誘客の推進、及び民間や地方自治体と協働した観光振興を図ることを目的とする、DMO の枠組みのドラフトが作成されている。また、黒海沿岸のアジャラ自治共和国のバトゥミにおいては、観光庁が中心となり、民間資金を活用した TIC の運営や、新規観光商品の開発、地域の特産品の販売を行うなど、持続的な DMO 体制が構築されている。

また、アルメニアにおいては、新たに設立された観光委員会の下、現在 DMO の考え方をを用いた観光振興戦略（2017-2021）の策定を検討しており、アルメニア政府関係者のヒアリングから同戦略の策定に対する支援のニーズを確認している。

このように、コーカサス三国のステークホルダーにおいては、DMO という言葉の認知度も高く、こうした概念の下、観光振興を推進している、もしくは推進しようとしていることから、DMO に基づいた協力を提案することへの妥当性は高い。

3) 日本市場を対象としたプロモーション能力強化にかかる協力

本調査を通じて、コーカサス三国ともに政策として観光セクター開発に対する優先度が高く、特にプロモーション活動に関しては、どの国も更なる外国人観光客の誘致に向け、積極的なプロモーション活動を展開していく意向が確認されている。また、従来の外国人観光客のシェアを占める近隣諸国以外の新たなマーケットへ販路を拡大する意識が各国共に高いことが分かった。

しかしながら、現状として、ジョージアを除く他の 2 ヶ国においては、観光開発政策を推進する政府の実施機関が設立されたばかりであり、プロモーション活動を展開する上で必要な様々なプロモーションツールの整備や、国外でのプロモーション活動がまだ限定的な段階といえる。

また、他の 2 ヶ国に比べて、積極的なプロモーション活動を推進しているジョージアにおいても、既存市場向けのマーケティング・プロモーション活動は実施されてきているものの、新規市場に対するプロモーションの展開については、市場分析（新規市場における顧客のセグメント層や嗜好の把握など）含めて、必ずしも十分とは言えない。

日本においては、2003 年から政府主体で始められたインバウンド誘致プロモーション活動がこの数年間で著しい成果を生んでおり、この 5 年間で訪日インバウンド数が約 4 倍に急増している。この背景には、円安や中国経済の急速な発展と言った海外から日本への旅行を後押しするような外的要因もあったものの、日本政府自身が、インバウンド振興のための政策制度の改善（オープンスカイ⁷⁹の導入による LCC の就航、アジア諸国からの旅行者に対するビザの規制緩和、等）、やプロモーション活動の工夫（日本政府観光局のウェブサイト多言語化、対象市場別に訴求するテーマ設定やデザインの活用、プロモーション素材のフリーダウンロード実現化、等）、インバウンド受入体制の整備（多言語のサイネージの設置、サービス人材としての外国人人材の登用、等）など、様々な施策を実施・展開してきたことに因

⁷⁹ オープンスカイとは、航空自由化のことで二国間の航空路線・便数・運賃など、政府ではなく民間が原則自由に設定できる仕組み。

る部分も大きい。

近隣諸国を含む外国人観光客の誘致を目指すコーカサス三国にとって、このようなインバウンド誘致を行った日本政府の取り組みは参考になることから、新規市場の一つである日本市場をパイロット市場とし、日本からの誘客を目指したマーケティング・プロモーションに関する能力強化を支援することは妥当であると考えられる。

したがって、新規市場のパイロットとしての位置付けのみならず、このような日本におけるインバウンド誘致の知見は、将来的にコーカサス三国それぞれが新規・既存市場からの観光客誘致を進める上でも有効であり、協力の妥当性は高い。

4) B to Bによる観光客の送客

「旅行をしたい」という潜在的観光客の消費行動を促すには AIDA の法則でいうところの「A: Attention」、「I: interests」及び「D: Desire」を喚起することが大切で、政府主体の観光プロモーションは、こうした潜在的観光客の関心や興味を促す大型のプロモーション活動（メディア露出や海外での観光フェアへの出展など）を行う傾向にある。こうした B to C のプロモーション活動は、デスティネーション自体の認知度を上げるためには有用であることは間違いないものの、他方で、こうした潜在的観光客が「商品を購入する」といった実際の消費行動に繋げるためには、これら潜在的観光客が商品購入する先である旅行会社や旅行代理店が適切な商品説明やプロモーションを行えることが極めて重要である。

例えば、潜在的旅行者が観光フェアやテレビなどで、コーカサス三国を観光地として認識した場合、そのあとの行動パターンとして考えられるのは、同地域に関する更なる情報収集に加え、渡航に関する情報収集（アクセス、ツアーの有無、個人旅行の適切性など）を行うことである。こうした情報収集は、現代においては、インターネットなどを通じて行えるものの、依然として旅行会社窓口に対する問い合わせという手段をとる旅行者は少なくない⁸⁰。特に、コーカサス三国に関しては、シニア層の訪問が多く、シニア層のほとんどが、旅行会社や代理店を利用しての団体旅行であることに鑑みると、コーカサス三国の商品を販売している旅行会社などを対象とした B to B プロモーション活動（デスティネーションセミナーの実施、FAM の実施、等）を行うことも重要である。

また、コーカサス三国とも FAM トリップの実施という B to B 向けの活動を行ってきてはいるものの、それがターゲット市場からの誘客に繋がっているかどうかを検証するまでには至っていない。限りある予算を効率的に活用するうえで、B to B のプロモーションをどういった手法で実施するのがターゲット市場からの観光客誘致に繋がるのか、そのためのマーケティングをどうすべきかといったことを理解・把握し、ターゲット市場からの観光客の誘致に繋がる戦略的な B to B プロモーションを行うことが大切である。したがって、前項 (3) で提案したプロモーション能力強化の一つの具体的な活動として、B to B のプロモーション活動の支援に係るニーズ及び妥当性は、高いといえる。

⁸⁰ Eurobarometer の統計データによると、西欧諸国における潜在的旅行者が新たな旅行先を決定する際に参考とする情報源は「友人・知人からの勧め」が圧倒的に多い（5割～6割）ものの、60代シニア層においては、旅行会社カウンターなどにおける情報収集も重要視している。

(2) JICA 協力案

1) JICA 協力案の概要

前項 (1) を踏まえ、コーカサス地域で実施可能な具体的な協力案リストを下表に示す。

表 6-1 : 案件リスト

	時間軸	案件名 (仮称)	対象国	C/P	協力期間	主な支援内容	概算事業費 (円)
(A)	短期	DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト	コーカサス三国 アゼルバイジャン ジョージア アルメニア	文化観光省 (Ministry of Culture and Tourism) 観光庁 (GNTA) 観光委員会 (Tourism Committee)	3年	【第一年次】 ・ DMO 体制構築支援 ・ マーケティング調査実施 ・ 観光デスティネーション開発戦略の策定 ・ 本邦研修の実施 【第二年次】 ・ パイロット事業の選定・実施 (観光商品開発/プロモーションマテリアルづくりなど) ・ 国際市場に対するプロモーション実施 ・ 本邦研修の実施 【第三年次】 ・ パイロット事業の評価 ・ 知見共有のための WS の開催 ・ 第三国研修の実施	450,000 千円
(B)	中・長期	DMO によるシルクロードルート観光開発・能力強化プロジェクト	アゼルバイジャン	文化観光省 (Ministry of Culture and Tourism)	3年	【第一年次】 ・ DMO 体制構築支援 ・ DMO の組織運営能力強化に向けた研修 (本邦研修、第3国研修含む) ・ 地域観光資源、観光商品、観光施設の現状、改題、ポテンシャルの整理 ・ 対象地域のマーケティング、ポジショニング 【第二年次】 ・ 各種活動のモニタリング ・ 観光資源、観光商品のインベントリー作成 ・ デスティネーション開発戦略、アクションプランの作成 ・ DMO による地域観光振興に関するワークショップ開催 ・ パイロット事業の選定、	300,000 千円

	時間軸	案件名（仮称）	対象国	C/P	協力期間	主な支援内容	概算事業費（円）
						実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光サービス人材育成、能力強化のための各種研修（本邦研修、第3国研修含む）の実施 ・ プロモーション計画の策定、プロモーションマテリアル、ウェブサイトの作成 【第三年次】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光サービス人材育成、能力強化のための各種研修（本邦研修、第3国研修含む）の実施（継続） ・ BtoB向け各種プロモーション活動 ・ BtoC向けのプロモーション活動 ・ 各種活動のモニタリング ・ デスティネーション開発戦略、アクションプランのレビュー、改訂 	
(C)	中・長期	DMOに基づく地域観光資源を活かしたデスティネーション開発プロジェクト	ジョージア	観光庁 (GNTA)	3年	【第一年次】 <ul style="list-style-type: none"> ・ DMO体制構築支援 ・ ジョイント・マーケティング調査実施 ・ 地域観光資源を活かした観光デスティネーション開発戦略の策定 ・ 観光インベントリーの作成 ・ 地域住民への啓蒙活動 ・ 本邦研修の実施 【第二年次】 <ul style="list-style-type: none"> ・ パイロット事業の選定・実施（観光商品開発/プロモーションマテリアルづくりなど） ・ 観光サービスに係る体制整備 ・ 観光サービス人材育成 ・ プロモーションツール作成 ・ 本邦研修の実施 ・ 国内外に向けたプロモーション実施 【第三年次】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光サービス人材育成 	300,000 千円

	時間軸	案件名（仮称）	対象国	C/P	協力期間	主な支援内容	概算事業費（円）
						<ul style="list-style-type: none"> ・パイロット事業の評価 ・知見共有のためのWSの開催 	
(D)	中・長期	DMOによるエコツーリズム振興プロジェクト	アルメニア	経済開発投資省 (Ministry of Economic Development and Investments) 環境保護省 (Ministry of Nature Protection)	3年	<p>【第一年次】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMO体制構築支援 ・本邦研修の実施 <p>【第二年次】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光インベントリーの作成 ・観光マーケティング調査の実施 ・パイロット事業の選定・実施 ・プロモーションマテリアル整備 ・プロモーション体制構築 ・地域住民への啓蒙活動 ・本邦研修の実施 <p>【第三年次】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際市場に対するプロモーション実施 ・パイロット事業の評価 ・知見共有のためのWSの開催 	270,000千円

出典：JICA 調査団

各協力案件の優先度については、まず、「短期」の協力案件として、コーカサス三国の首都を対象地域として DMO を普及させるための広域協力案 (A) を実施した上、「中・長期」的に、各国の地方部にも DMO を展開していくことを提案する。

コーカサス三国の首都を対象地域とした広域協力案 (A) を短期的に取り組むべきと判断した理由は、本調査を通じて、① コーカサス三国どの首都も、首都は国の玄関口であるにも拘わらず十分な観光地整備がなされていない⁸¹、② 首都が国の一つの観光デスティネーションとして国内外の観光客に訴求されていない、③ このような首都におけるデスティネーション開発に課題があるにも拘わらず、当該課題に関して他ドナーによる支援は実施されていないこと、が確認されたため、まずは、コーカサス観光の玄関口となる各国の首都を、魅力的な観光デスティネーションとして整備・開発することが優先課題であると考えたことによる。

日本市場におけるコーカサス三国の知名度に鑑みても、「コーカサス三国」が地球のどこに位置しているのかを明示できる人は少なく、首都の名前や、観光地として安全に訪問可能なのか、といった情報全般が不足している状況である。コーカサス三国に日本人観光客を誘客するためには、各国の首都を「首都観光圏」というような形で魅力をプロモーションし、知名度を向上させることが有効である。

また、各国の首都を支援対象地域とした当該案件を先行して実施することで、中央省庁を中心とした関係者に DMO のノウハウが醸成されることに加え、首都における魅力的な観光地域づくり（デスティネーション開発）の手法がモデルケースとなり、その後、各国の地方において、DMO によるデスティネーション開発が展開され、ひいては国全体の観光デスティネーションとしての競争力が高まることが期待される。

2) JICA 協力案の選定に関わるクライテリア

広域協力案 (A) を実施するに当たり、案件としての成熟度を、① 政策制度面、② 組織体制面（プロモーション実施体制面）、及び③ 日本市場との関係性、から検証した場合、政策制度面は、コーカサス三国においてそれぞれ程度は異なるものの、民間事業者のライセンス制度が整備されていないなど、政策制度面の成熟度は必ずしも高くなく、組織体制面についても、観光庁の下で様々なプロモーション活動を実施しているジョージアを除き、アゼルバイジャンとアルメニアは観光委員会が組織化されたばかりであり、成熟度は低いと考えられる。

また、3 ヶ国共に、日本市場に対するプロモーション活動は限定的な状況で、日本市場との関係性の面からも成熟度は低い。

しかしながら、本調査を通じて、3 ヶ国共に日本市場を含む新規市場開拓への意識が高いことが確認されており、日本市場における知名度の向上や、日本市場との関係性の強化に係る JICA の支援のニーズは高いと考えられる。

さらに、コーカサス三国を対象とした広域協力案 (A) の実施可能性については、既に GIZ によりコー

⁸¹ 例えば、国際空港に到着した際に観光客が迷わずに空港から市内・もしくは観光地に行くための必要な情報が得られる窓口や観光案内所の整備が不十分であったり、案内板の設置が観光客フレンドリーでなかったりといった施設・設備的な整備をはじめとして、そのような観光客に対応できるような人材が整備と言ったソフト面での整備も含む。

カサス三国に対する同様の広域案件が実施されている⁸²ことから、このような広域案件の実施可能性は高いと考える。

GIZ の案件では、これら三カ国の中で最も中立的なジョージアに各国のステークホルダーを招聘した上でワークショップやセミナーを開催しており、一連の活動を通して三カ国間の関係性が徐々に構築され始めているという正の効果が生まれている。

観光デスティネーションとしての知名度が必ずしも高くないコーカサス三国へ観光客を誘致するためには、まずは、コーカサス三国全体の「地域」としてどのような魅力があるのかを、アピールし、地域単位の知名度の向上を図ることが重要である。また、広域協力案 (A) の実施により、三カ国の協力関係の促進も期待されることから、広域案件の実施に係る妥当性は、総じて高いと判断できる。

中・長期的に取り組むべき国単位の協力案 (B) 、 (C) 、 (D) に関しては、各国政府の政策制度面から優先度を考えると、3ヶ国共にも産業の多角化や地域間の経済格差是正といった課題を抱えており、観光セクターは、いずれの国においても優先的な開発分野に位置付けられていることから、各国政府における政策面の優先度は高い。

他方、広域協力案 (A) との実施のタイミングを考えた場合、国単位の案件は、中・長期的に取り組むのが望ましいと考える。

理由として、国単位の協力案 (B) 、 (C) 、 (D) は、各国の地方を対象地域に、DMO を通じたデスティネーション開発の推進を提案しており、対象地域の地方行政・民間・地域住民などが主体となって自立的に魅力的なデスティネーションづくりを行っていくことが求められている。

そのためには、まず、地方に観光開発に関わる一定の権限を委譲し、地方分権化の下、独立採算で事業を推進できるような法制度の整備⁸³も必要となってくる。現状、コーカサス三国共に一定の地方分権がなされているものの、それぞれの国自体の規模が小さいことから、地方行政の規模も小さく、また中央と地方の格差も大きいため、地方自治体の行政面のキャパシティ (人員組織面、財政面、運営面など) は、必ずしも十分ではないと考えられる。

よって、地方が主体となって案件を実施するためには、中央政府が地方に一定の権限を委譲するだけでなく、特に、案件開始段階において、地方が自立的に事業を進めることができるようなバックアップが不可欠である。こうした観点からも、まず、広域協力案 (A) のパイロットプロジェクトを通して、中央政府が中心となり DMO に基づくデスティネーション開発を首都において実施し、DMO の概念や手法を理解した上で、中・長期的に各国の地方部においてもデスティネーション開発を普及・展開していくというプロセスを提案する。

広域協力案 (A) で述べたように、各国共に成熟度は低いものの、短期の案件として広域協力案 (A) を実施した上で成熟度を高め、中・長期的にこれら三つの案件に取り組むのが妥当と考える。

上述のクライテリアに基づき、提案する四つの協力案件を評価したものを下表 6-2 に示す。

⁸² 2013年から実施されている「Private Sector Development in Caucasus」。詳細は当該報告書「3.ジョージア (7) 他ドナーの支援状況」で既述の通り。

⁸³ 例えば、各地方における地方観光税や各種税制度 (入湯税、世界遺産など希少な観光地への入場税、自然保護金、宿泊税など) の導入、地方観光プロモーション資料に掲載する民間事業者からの広告収入、など。

表 6-2 : JICA 協力案評価表

	優先度	成熟度			実施可能性	評価点
		政策制度	組織体制	日本市場との関係性		
協力案 (A)	5	2	3	3	4	18
協力案 (B)	4	2	2	2	3	12
協力案 (C)	4	2	3	3	3	14
協力案 (D)	4	2	2	2	4	14

配点：5 点満点評価で、点数が高い (5) ほど評価が高い。(低い 1 高い 5)

【各項目に関する評価基準】

①優先度：短期・中期・長期という時間軸をもとに、案件の実施タイミングを判断し短期のものほど優先度が高い。

②成熟度：(a) 政策制度面(b)組織体制面（プロモーション実施体制）(c)日本市場と当該国の関係性、の3つの要素を成熟度の判断基準とする。(a)については、観光政策のみならず、観光法と言った法律、観光税、宿泊税、プロモーション税など観光振興を推進する上での財源となりうる諸制度の有無、ガイド登録制度、ライセンス制度なども含む。(b) 組織体制（プロモーション実施体制）については、対象国政府機関において、観光プロモーションを担う機関・団体が存在し、機能しているか（プロモーション活動を実施しているかどうか）を判断基準とする(c)は、対象国と日本の観光市場の関係性を、対象国における日本人旅行者受入数、日本市場における対象国の知名度やプロモーション活動の有無等から判断

③ 実施可能性：対象地域（国）において、類似性の高い事業が他ドナーもしくは政府主導によって実施されたことがある（もしくは実施されている）かを判断基準とする

出典：JICA 調査団

3) 短期

① 協力案 (A) : DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト（広域連携）

本プロジェクトは、コーカサス三国の三つの首都（バクー、トビリシ、エレバン）を対象とした広域案件で、各首都において産・官・学連携となった観光開発の推進母体となる DMO を構築し、DMO を中心に各首都の観光プロモーションを促進することを目的とする。テーマとしては、「コーカサス首都観光圏」を掲げ、それぞれの首都の持ち味を生かした訴求力のある観光プロモーションを推進していく事を提案する。

(ア) プロジェクト実施の妥当性

本プロジェクトの対象地域となっているコーカサス三国各国において、観光セクター開発は、国の優先課題となっている。アゼルバイジャンにおいては、同国の国家開発計画を示した「アゼルバイジャン 2020」の中で、石油依存経済からの脱却のため、非石油セクターの一つである観光セクターの開発と振興は極めて優先度が高い、としている。ジョージアにおいても、持続的な経済成長と貧困削減が重要課題となっており、観光セクター開発は、これら重要課題に対応するセクターとして重視されていることに加え、「ジョージア地域開発プログラム 2015-2017」においても、観光開発は地域経済開発・雇用創出に資するとして優先活動の一つに挙げられている。また、アルメニアに関しては、「アルメニア開発戦略 2014-2025」にて掲げられている四つの開発課題の一つである「雇用拡大」に応えるセクターとして観光セクター開発の優先度は高い。

また、対象地域として提案しているバクー、トビリシ、エレバン、どの都市に関しても、前項 (1) で述べた通り、① 各国の玄関口であるにも拘らずデスティネーションとしての整備に課題がある、② 各

都市が観光地の一つとしてその魅力が訴求されていない、③ 他ドナーによる観光セクター関連の支援が未着手、の現状である。したがって、各国の政策課題にもニーズにも合致しており、実施の妥当性は高い。

(イ) 対象地域の選定

本プロジェクトの対象地域として、各国の首都を選定した理由は、上記（ア）の妥当性でも述べた通りであり、加えて、短期的に取り組むべき事業であることを踏まえると、実施機関となる行政庁がある程度組織的に機能していることも重要である。各国の地方行政の組織力や運営力は地方によって差異はあるものの、やはりどの国も中央省庁に様々な機能が集中している傾向にある。これらを踏まえると、短期的に取り組む本事業においては、まずは首都を対象地域とすることを提案する。

(ウ) プロジェクト概要

本プロジェクトは、3年間の協力期間において、コーカサス三国の首都を対象地域として、産・官・学が連携となった観光開発の推進母体（DMO）を形成した上で、それぞれの都市を観光客にとって魅力ある訪問先（デスティネーション）として開発・プロモーションすることを目的としている。また、ひいては、対象地域以外の地域におけるデスティネーション開発に展開していくことにより、コーカサス三国全体の観光地としての魅力が向上し、国際的な観光市場における知名度が上がることを目指す。

本プロジェクトにおいてデスティネーション開発を推進していく母体となる DMO は、実施機関となる各国の中央政府を中心に、対象市の地方自治体、ホテル、レストラン、ガイドなどの観光民間セクター、観光学部を有する大学や観光訓練学校といった教育機関の代表で構成される。

本プロジェクトでは、まず、各国において DMO の組織化から始めることとなる（成果 1）。DMO の組織化に当たっては、官民双方からのメンバーを交え、ワーキンググループのような場を設定し、DMO の組織化に向けた協議や、各種取り決めを行っていく。この DMO に基づくデスティネーション開発という手法は、本プロジェクトのみならず、将来的には対象国それぞれの地方においてデスティネーション開発を行う際のモデルとなることが期待される。

したがって、本プロジェクトの実施中において、DMO の組織運営体制の明文化、組織化に向けたロードマップの作成、デスティネーション開発戦略の作成、及びパイロット活動を通じた開発戦略のレビューや、本プロジェクトを通して得られた課題・教訓などの取りまとめを行い、対象地域の他地域へ紹介を行う場を設けるなど、将来的に当該手法が対象国に展開されていくような環境づくりを行う（成果 2、成果 4）。

観光商品開発・プロモーション活動（成果 3）に関しては、各国の首都において観光商品開発や、観光プロモーションに関するパイロット事業の実施を想定している。例えば、日本市場から観光客を誘致するためのパイロット事業を実施する場合、まず既存顧客セグメントである 60 代シニア層の誘客を図るための観光商品開発やプロモーション事業の実施が考えられる。具体的には、バクーであれば街がコンパクトであることを活かして、旧市街・新市街両方を散策できるような散策マップの整備、マップに掲載する観光サイト・観光施設（博物館、レストランなど）の選定、掲載施設との連携（掲載に同意、もしくは掲載をして欲しいという施設からは参加料を支払ってもらうといった資金面での連携を含む）、これら観光サイト周辺の整備、観光施設における人材育成など、マテリアルの整備に留まらず、バクー

が魅力的なデスティネーションとなるようなプロモーション能力の強化を図る。トビリシ、エレバンも同様に、各都市の特徴を活かしたパイロット事業を実施し、各都市のデスティネーションとしての魅力向上とデスティネーション開発に向けたプロモーション能力の強化を図る。

また、本プロジェクトは、コーカサス三国を対象としているものの、各国の政治・文化的な背景から、各成果に係る活動は、各国の実情に合わせて展開していく事を想定している。一方、本プロジェクトの実施を通して三国間の関係性が構築・強化されるよう、各国のプロジェクト関係者を招聘した研修（本邦研修や第三国研修）やワークショップ、それぞれの国のDMOやデスティネーション開発に関する知見の共有を行う場を設け、三カ国間の連携を促進する（成果5）。

併せて、プロジェクト関係者を対象にDMOの概念や組織としての在り方、資金調達の仕事づくりと言った内容の研修を実施し、DMOの基本的な考え方に対する理解の促進、組織運営力の強化を図る（成果全体）。

なお、案件開始時においては、各国間の関係性を考慮し、GIZが広域案件実施の際に行ったように、R/Dは各国実施機関と個別に締結すると共に、関係者に対して広域案件であることへの説明を十分に行い、案件開始後に円滑に事業が推進できるような配慮が必要である。

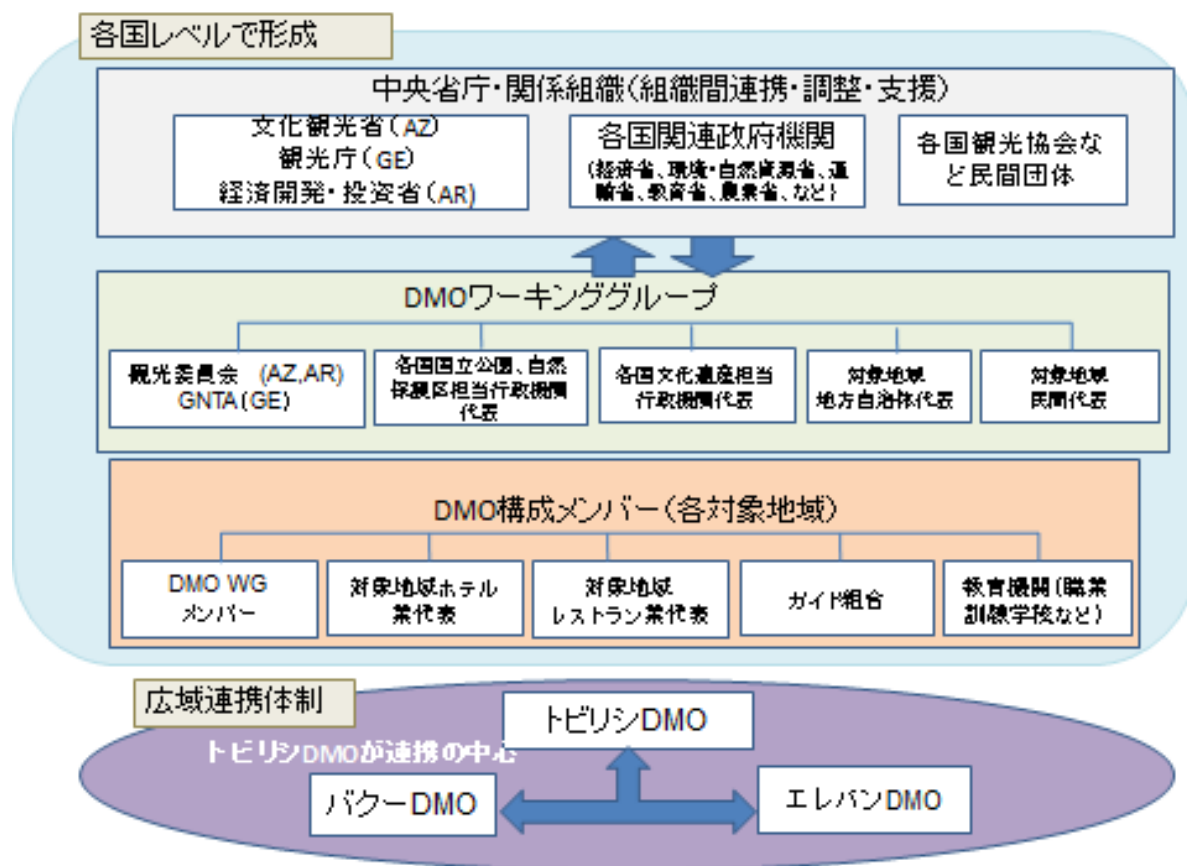


図 6-1 : 実施体制図 (案)

表 6-3 : PDM:DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト

プロジェクト名	DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト	協力期間	3年
対象地域	コーカサス三国の首都（バクー、トビリシ、エレバン）	ターゲットグループ	<p>(AZR) MoCT、観光委員会、観光協会、コンベンションビューロー、バクー市、その他民間観光事業者を含む観光関連機関・団体・従事者</p> <p>(GRG)GNTA、トビリシ市、観光協会、ガイド協会、その他民間観光事業者を含む観光関連機関・団体・従事者</p> <p>(ARM)観光委員会、観光協会、ガイド協会、その他民間観光事業者を含む観光関連機関・団体・従事者</p>
実施機関	アゼルバイジャン：文化観光省 ジョージア：観光庁 アルメニア：観光委員会	概算事業費	450,000 千円
上位目標	対象地域の地方部においても DMO を通じた観光デスティネーション開発が適用されることで国全体の魅力が向上し観光地として知名度が上がる		
プロジェクト目標	対象地域において DMO を通じた観光デスティネーション開発が推進される		
成果（アウトプット）	<p>成果 1:対象地域において産・官・学の連携に基づいた DMO が運営化される。</p> <p>成果 2:対象地域に関するデスティネーション開発戦略及び事業計画が策定される</p> <p>成果 3:対象地域における DMO に基づく観光商品開発/観光プロモーション能力が強化される</p> <p>成果 4:対象地域国内の他地域に DMO を通じたデスティネーション開発手法がモデルとして提言される</p> <p>成果 5:コーカサス三国間における観光振興に係る協力関係が構築される</p>		
活動	第一年次	<p>1-1. 各対象地域における.実施機関、各市行政機関、民間セクターなど産・官・学関係者と共に DMO の組織化に向けた定期的な協議の場（協議会、ワーキンググループなど）を設ける。</p> <p>1-2.1-1 で設立された協議の場を通じて、各対象地域における観光の課題の共有を行う。</p> <p>1-3. 1-2 で形成された協議の場を通じて、DMO の組織運営体制（DMO の権限、DMO の公的な位置づけ、メンバー、運営組織、資金調達方法など）を明確にし、明文化する。</p> <p>1-4.各 DMO 組織形成に向けたロードマップを作成する。</p> <p>1-5. 1-4 に基づき各対象地域において DMO を形成する。</p> <p>1-6. DMO 組織運営強化のための各種研修を実施する（本邦研修含む）。</p> <p>2-1. 各 DMO を中心に対象地域における流通している観光商品及び観光プロモーション状況・観光客動向などマーケティング調査及びニーズ調査が実施される。</p> <p>2-2. 2-1の結果が DMO 組織内で共有され、対象地域における観光客誘致を促進するための観光商品や観光資源の特定及びプロモーション対象市場が特定され、地域の観光デスティネーション開発のビジョン・ゴールが明確化される。</p> <p>2-3. 2-2 を踏まえて、対象地域におけるデスティネーション開発戦略（中・長期）及び事業計画（短期計画）が策定される。</p>	
	第二年次	<p>1-6.各対象地域 DMO 機能強化のための各種研修を実施する（継続）。</p> <p>2-4. 2-3 で策定されたデスティネーション開発戦略及び事業計画に関して、対象地域住民を含む民間事業者などに共有され、DMO に基づく観光地域づくりに対する啓蒙活動が行われる。</p> <p>3-1. 各対象地域の DMO を中心に、2-3 で策定された戦略・計画に基づき、観光商品開発/プロモーションに係るパイロット事業を検討する。</p> <p>3-2. 各対象地域の DMO を中心に、3-1 で選定されたパイロット事業が実施される。</p>	

		<p>3-3. 2-3 で策定された戦略・計画に基づきインバウンド観光客誘致を目指した各種プロモーション活動を実施する（B2B：国際観光フェアへの出展、FAM ツアーの実施、デスティネーションセミナーの実施、B2C:国際観光フェアへの出展、メディアへの露出など）。</p> <p>4-1. デスティネーション開発戦略に基づき実施されている各種活動の定期モニタリングを実施する。</p> <p>5-1. 対象地域各々のDMO組織間のネットワーク構築及び知見共有を目的とし、第三国研修を実施する。。</p>
	第三年次	<p>3-2.各対象地域におけるパイロット事業が実施される（継続）。</p> <p>3-3.プロモーション活動が実施される（継続）。</p> <p>4-1.各種活動の定期モニタリングを実施する（継続）。</p> <p>4-2. 4-1.モニタリング結果をもとに、成功要因や課題を明確化し、DMOに基づくデスティネーション開発の教訓・提言をまとめる。</p> <p>4-3. 評価・モニタリングに基づきデスティネーション開発戦略、及び事業計画書をレビューする。</p> <p>4-4. 4-2.でまとめられた教訓・提言が対象国国内の他地方に紹介する為のワークショップを実施する。</p> <p>5-2.4-2でまとめられた各国DMOの教訓・提言がコーカサス三国の関係者に共有されるためのワークショップを実施する。</p>
投入	日本側	<p>【日本人専門家】</p> <p>1. 観光開発／総括 (7.0 MM)、2. 観光マーケティング (7.0 MM)、3. 観光商品開発 (7.0 MM)、4. 観光プロモーション (7.0 MM)、5.官民連携／組織調整 (5.0 MM)、6. 業務調整／広報 (6MM) 合計：40.0 MM</p> <p>【現地再委託費】</p> <p>1. 観光現状把握調査 (5,000 千円)、2. マーケティング・ニーズ調査 (5,000 千円) 3. プロモーションマテリアル作成 (5,000 千円)</p> <p>【研修等】</p> <p>本邦研修 (9-12 名／年)</p> <p>【機材等】</p> <p>WS 開催費 (5,000 千円)、イベント開催費 (5,000 千円)</p>
	相手国側	<p>1. プロジェクトマネジャー、2. コーディネーター、他(プロジェクト事務所など)</p>
留意事項（外部条件）		<p>各国政府から当該プロジェクトへの理解が得られる。</p> <p>国際及び国内の観光市場が現状より悪化しない。</p> <p>各国の紛争地域周辺の治安に伴い国内情勢が悪化しない。</p>

出典：JICA 調査団

4) 中・長期

② 協力案(B) : DMOによるシルクロードルート観光開発・能力強化プロジェクト

本プロジェクトでは JICA の観光分野の短期の協力案で提案しているコーカサス三国を対象とした「DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト」を通して醸成された中央省庁及びバクーを中心とする DMO 体制をベースに、中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、DMO を通じ地域観光資源を活かした観光デスティネーション・マネジメント能力の強化を図る。テーマとしては、シルクロードルートに焦点を当てた「DMO によるシルクロードルート観光開発・能力強化プロジェクト」を提案する。

(ア) プロジェクト実施の妥当性

アゼルバイジャンの観光開発に関わる上位計画である「地域社会経済開発国家計画」及び「アゼルバイジャン 2020」において、観光開発の非石油セクターの中で重要な産業の一つとして位置付けられ、地域レベルでの積極的な観光活動の実施、地域の歴史、文化などの特性を活かした多様な観光開発、観光プロモーション活動の拡大、インフラ整備、観光セクター人材の育成、サービスの向上などを図ることが戦略に含まれている。同計画書のアクションプランでは、本プロジェクトで提案している対象地域である北西部地域において、歴史・文化遺産の保全、観光開発、観光インフラの整備、観光人材の育成などに関する施策が提案されている。また、アゼルバイジャン観光開発戦略(2016-2025年)(観光戦略ロードマップ)においては、文化観光が重点振興分野の一つに位置付けられている。

バクーからシャマフ、イスマイリ、シェキ、ガバラ、ザガタラ、ジョージアの国境地域までの北西部回廊ルートは、中国からヨーロッパへ続く「シルクロードルート」の一部であり、ルート沿い及び周辺には、様々な歴史文化遺産、自然資源などが数多く点在している。UNWTO では 1993 年からシルクロードのルートに含まれる国々と協力し、シルクロードの伝統文化、歴史遺産、環境の保全、シルクロードの価値の向上、シルクロードの関係国間の情報共有、相互理解を促進するために、「シルクロードプログラム」を提案しており、同プログラムの活動として、マーケティング、プロモーション活動、各地域の管理体制能力の強化やシルクロードルートでの円滑な移動に関する支援などが行われている。アゼルバイジャンの観光において、シルクロードをテーマとした観光ルートは、観光客を惹きつける魅力があり、観光商品として、ポテンシャルが高い。アゼルバイジャンの文化観光省や関係政府機関は、同プログラムを通じて、シルクロードの観光開発、観光振興に関する協力、支援を受けているものの、同資源を観光の目玉とするには、シルクロードルート及びルートをテーマとした観光の知名度が低いこと、観光インフラの未整備、地域レベルでの受入体制能力が十分でない、といった課題が挙げられる。文化観光省は、シルクロードルートで繋がるトルコ、ジョージア、イランと連携した鉄道によるシルクロードルート観光ツアーを検討している。

2015 年に世界銀行の支援により、「アゼルバイジャン北西部回廊地域観光開発プロジェクト」の案件形成調査が実施され、計画案の提案が行われた。それによると、同国北西部地域には、観光拠点として観光客に訴求できるデスティネーションが含まれており、アゼルバイジャンの地域観光において最もポテンシャルが高く、観光による地域への裨益効果も高いことが確認されている。

上記より、中・長期的な JICA の観光分野の協力案として提案する「DMO によるシルクロードル

ト観光開発・能力強化プロジェクト（仮称）」は、地域レベルでの観光開発、観光振興、地域内での観光情報の共有、連携、観光客の滞在日数、地域経済への裨益効果の増加などの観点から、本プロジェクト実施の妥当性は高いといえる。

(イ) 対象地域の選定

JICA の観光分野の短期の協力案では、バクーを中心とするデスティネーションの DMO 体制の構築を支援することを想定しているため、中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、地方のデスティネーションの DMO 体制の構築を支援し、DMO による観光開発、観光振興をアゼルバイジャンの地方都市への展開と普及を図る必要があり、バクーの DMO が支援、連携することが可能な地域を本プロジェクトの対象地域として選定する。

本調査で確認されたアゼルバイジャンにおける既存、もしくは計画中の地方観光開発地域及び広域歴史文化観光ルートに鑑みると、バクーとリンクした観光ルートは絹（Silkway）ルート及び北西部回廊である。本プロジェクトでは、バクーとの連携に基づき、地方地域の DMO が主体となった広域観光ルートの観光開発、観光振興を目指すことから、対処地域としてはバクーを含むシルクロードルート及びルート周辺の地域をプロジェクト対象地域として選定する。対象地域内の五つの地方拠点観光地域（地区）（シャマフ、イスマイリ、シェキ、ガバラ、ザガタラ）において、個別の地方地域 DMO あるいは、それらの地方拠点観光地域で構成する広域 DMO の構築を行う。なお、選定した地方拠点観光地域には、文化観光省管轄の観光案内所（TIC）も存在しており、こうした組織は、対象地域で官民連携に基づく DMO 体制を構築する際にも、中心的な役割が期待されることから、TIC の有無も一つの対象地域選定の基準とした。

表 6-4：アゼルバイジャンの地方観光開発に係る観光開発地域、及び広域歴史文化観光ルートの現状

観光開発地域、観光ルート、観光拠点	地域名	現状
観光レクリエーションゾーン (TRZ: Tourism Recreation Zone)	ハチマズ、グバ、グサール（既存） 西部地域、北西部地域、南部地域（新規 TRZ（予定））	既存 TRZ は、2008 年に TRZ が閣議決定され、各 TRZ のアクションプランの承認待ち。
絹(Silkway)ルート	<u>バクー</u> 、ゴブスタン、シャマフ、ガバラ、シェキ、ジョージア国境	文化観光省の公認ツアールート
北西部回廊	<u>バクー</u> 、シャマフ、イスマイリ、ガバラ、オグズ、シェキ、オック、ザガタラ、バラカン	WB による北西部回廊観光開発プロジェクト案
ワイン・ルート	シャマフ、イスマイリ、ガバラ、ゲンジェ、トブス	既存のワイナリーを繋ぐルート

出典：JICA 調査団

表 6-5：対象地域に選定した地方拠点観光地域の現状

観光拠点地域 (District)	主な観光商品	実施中の支援事業	観光関連教育機関
バクー	バクー旧市街の歴史文化遺産（シルヴァンシャー宮殿、乙女の塔、他）、キャラバンサライ、国立博物館、国立美術館、各種観光施設、ヘイダル・アリエフ・センター他	・アゼルバイジャン観光マネジメント大学の能力強化(UNDP) ・文化観光省文化セクターの政策、管理システムの支援 (EU)	バクー観光マネジメント大学、 バクー観光訓練学校
シャマフ	ジュマモスク、ヨディ・グンバズ霊廟、天文観測所、シャマフダンス	農村観光支援 (EU) *	
イスマイリ	エコツーリズム、トレッキング、銅細工（ラヒジ村）、絹織物センター（バスガル）、ディリ・ハバ霊廟、モスク、ワイナリー、農産品	農村観光支援 (EU) *	観光訓練学校
シェキ	シェキ・ハーン宮殿、キャラバンサライ、シェキシルク工芸品、アルバニア教会（キッシュ村）	N/A	観光訓練学校
ガバラ	スキーリゾート、Yeddi Gozal 滝、レクリエーション施設、アルバニア教会（ニジェ村）	N/A	
ザガタラ	アルバニア要塞、エコツーリズム、山岳リゾート、ハンティング、自然保護区	N/A	

出典：JICA 調査団（備考：*2006年に完了済み）

(ウ) プロジェクト概要

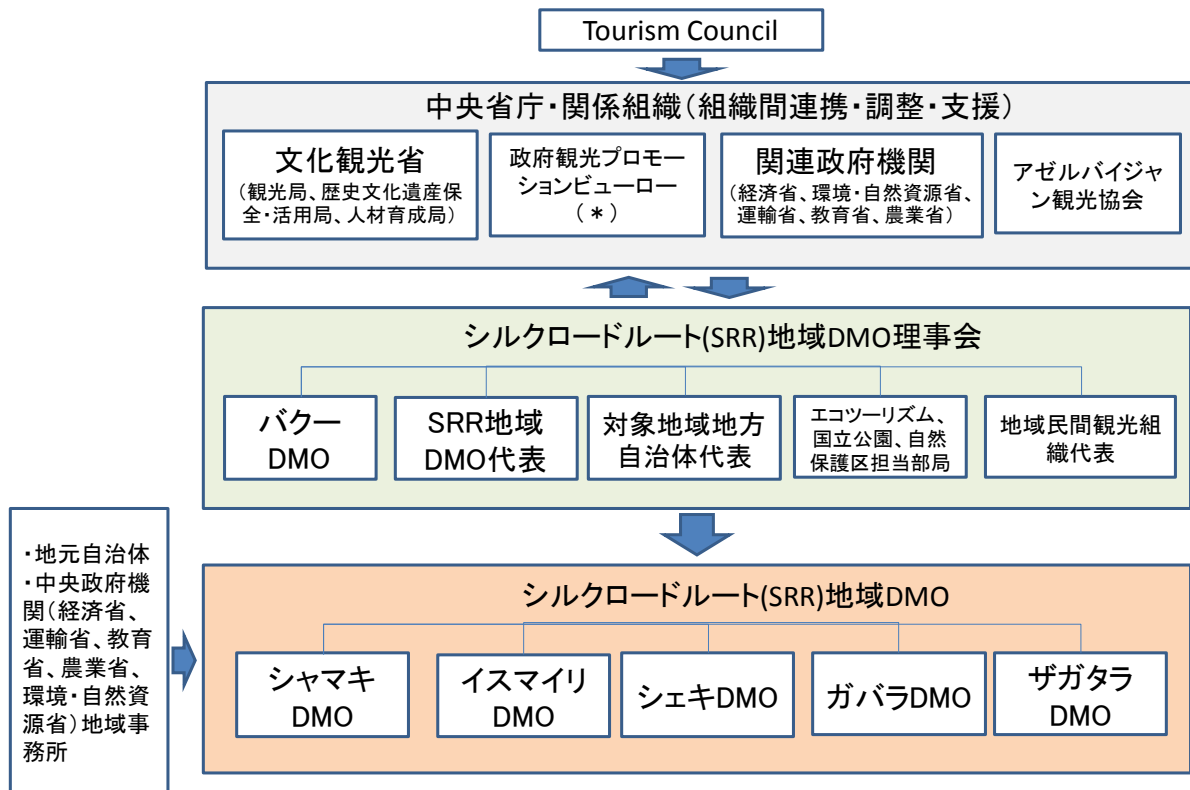
本プロジェクトでは、文化観光省、政府観光プロモーションビューロー⁸⁴、関連政府機関、及びアゼルバイジャン観光協会の支援の下、シルクロードルートに関わる産・学・官のステークホルダーを対象に、3年間の協力期間内に対象地域の観光デスティネーション・マネジメント能力が強化されることを目標とし、将来的にシルクロードルートを通じて、地方観光地を訪れる観光客が増加することを目指す。

実施体制としては、文化観光省が、政府レベルの関係省庁、地域間の連携調整を担う。JICA 観光分野の短期の協力案で設立するバクーDMO、対象拠点地域の地域 DMO 代表、地方自治体、関連政府機関及び民間観光組織の代表で構成するシルクロードルート地域の DMO 理事会を設置し、定期的な会議を開催し、地域 DMO の組織体制、運営、活動の支援、助言を行う。実際にシルクロードルートの観光デスティネーションの開発、プロモーションやマネジメントを行う組織体として、各地域（五つの地域）の産・官・学のステークホルダーをメンバーとする地域 DMO を組織する。

本プロジェクトでは、官民連携による広域 DMO の組織化、運営体制強化（成果 1）、観光デスティネーション開発戦略及びアクションプランの策定（成果 2）、観光商品、簡易インフラ施設の改善、新規観光商品開発（成果 3）、観光サービス人材育成（成果 4）、観光商品のプロモーション（成果 5）の

⁸⁴ 文化観光省のヒアリングによると、今後同国の観光プロモーションを司る機能として設置が予定されている

成果の達成を目指し、シルクロードルートの観光開発、観光振興、地域経済に寄与するデスティネーション開発戦略及びアクションプラン（短期・中長期）の策定、パイロット事業としてシルクロードルートの既存観光商品の改善、新規観光ルート、特産品、土産物、イベントの開発、観光案内板の整備、プロモーション素材の作成、プロモーション活動の実施、観光案内板の整備、さらに本邦研修や第三国研修を活用したDMOの運営体制強化、観光人材育成、観光サービスの品質向上を図るための研修、等の活動を計画し、実施する。



備考： 文化観光省により設立予定。地域 DMO の構成メンバーは、観光案内所、観光関連組合代表（ホテル、レストラン、旅行会社、ガイド、土産物店、工芸品生産者）、地域住民組織代表、大学/職業訓練学校、NGO 等

図 6-2：実施体制図（案）

表 6-6 : PDM : DMOによるシルクロードルート観光開発・能力強化プロジェクト

プロジェクト名	DMOによるシルクロードルート観光開発・能力強化プロジェクト	協力期間	3年間
対象地域	シルクロードルート（北西部回廊地域：バクー、シャマフ、イスマイリ、シェキ、ガバラ、ザガタラ）	ターゲットグループ	文化観光省、環境・自然資源省、関連政府機関、対象地域の観光に従事する産・官・学のステークホルダー
実施機関	文化観光省	概算事業費	300,000千円
上位目標	アゼルバイジャンのシルクロードルート（北西部回廊地域）の観光開発、観光振興の促進を通じ、地方観光地を訪れる観光客数が増加する		
プロジェクト目標	シルクロードルートの地域観光資源を活かした魅力的な観光拠点、ルートの形成を通じてシルクロードルートの観光デスティネーション・マネジメント能力が強化される		
成果（アウトプット）	<p>成果 1：対象地域の観光振興を推進する広域官民連携組織（DMO）が地域観光振興を牽引する組織として機能する</p> <p>成果 2：対象地域の観光デスティネーション開発戦略及びアクションプランが策定される</p> <p>成果 3：対象地域の観光商品、観光情報案内に関する簡易インフラ（サインボードなど）の改善、地域資源を活用した新規観光商品が開発される。</p> <p>成果 4：対象地域の観光サービス人材の能力が向上する</p> <p>成果 5：対象地域の観光商品のプロモーションが実施される</p>		
活動	第一年次	<p>1-1 対象地域の観光開発・観光振興の組織、推進体制を確認する。</p> <p>1-2 文化観光省、対象地域の観光関連行政機関、教育機関、民間セクターとの連携構築、DMO（広域、個別地域）体制づくりに向けたワークショップを開催する。</p> <p>1-3 ワークショップを通じ、DMO体制構築、運営計画を作成し、DMOを設立する。</p> <p>1-4 DMOの組織運営能力強化に向けた各種研修（本邦研修、第3国研修含む）を実施する。</p> <p>2-1 DMOを中心に対象地域の観光資源、観光商品、観光施設、観光開発等の現状、課題、ポテンシャルを確認、整理する（ベースライン調査の実施を含む）</p> <p>2-2 DMOにより対象地域のマーケティング調査、市場の動向把握、ポジショニングを行う。</p>	
	第二年次	<p>1-5 DMOによる各種活動の進捗状況、活動結果のモニタリングを実施する。</p> <p>2-3 2-1の結果をもとに観光資源、観光商品、観光施設のインベントリーを作成する。</p> <p>2-4 2-2、2-3を踏まえ、デスティネーション開発戦略、アクションプラン（短期・中長期）を作成する。</p> <p>2-5 DMOが中心となり、対象拠点地域の政府関係者、地域住民組織、民間観光事業者に対するDMOによる地域観光振興に関するワークショップを開催する。</p> <p>3-1 対象拠点地域の観光商品、観光情報案内に関する簡易インフラの改善の特定及び新規商品開発の実施計画を作成する。</p> <p>3-2 3-1で作成した実施計画を基に観光商品の改善、及び新規観光商品の開発を行う。</p> <p>4-1 対象拠点地域の観光サービス人材育成、能力強化（観光訓練学校、観光事業者）のための各種研修（本邦研修、第3国研修含む）を実施する。</p> <p>5-1 対象地域のプロモーション計画の策定、プロモーションマテリアル、ウェブサイトを作成する。</p>	
	第三年次	<p>4-2 対象地域の観光サービス人材育成、能力強化（観光訓練学校、観光事業者）のための各種研修（本邦研修含む）を実施する（継続）。</p> <p>5-2 DMOによるBtoB向け各種プロモーション活動（国内海外の観光フェアへの出展、FAMツアー、セミナーなど）を実施する。</p> <p>5-3 国内観光客誘致のためのBtoC向けのプロモーション活動（インターネット、雑誌、TVなどのメディア）を実施する。</p> <p>1-6 DMOによる各種活動の進捗状況、活動結果のモニタリングを実施する（継続）。</p> <p>2-5 1-6の結果を基にデスティネーション開発戦略、アクションプランのレビュー、改訂を行</p>	

		う。
投入	日本側	<p>【日本人専門家】</p> <p>1. 観光開発／総括 (8.0 M/M)、2. 観光マーケティング/観光プロモーション (7.0 M/M)、3. 観光商品開発 (5.0M/M)、5. 文化遺産保全 (4.0 M/M)、6. エコツーリズム (5.0M/M)、6. 観光人材育成 (5.0M/M)、7. 官民連携／組織調整 (5.0 M/M)、8. 研修計画 (5.0 M/M)、9. 業務調整／広報 (4.0 M/M)</p> <p>合計：48.0 M/M</p> <p>【現地再委託費】</p> <p>1. ベースライン調査 (3,000 千円)、2. インベントリー調査 (5,000 千円)、3. マーケティング調査 (5,000 千円) 4. プロモーションマテリアル作成 (3,000 千円)</p> <p>【研修等】</p> <p>本邦研修 (5-8 名／年)</p> <p>【機材等】</p> <p>WS 開催費 (5,000 千円)、イベント開催費 (5,000 千円)</p>
	相手国側	1. プロジェクトマネジャー、2. コーディネーター、他
留意事項 (外部条件)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 政府の観光開発の優先度が維持される。 ・ 対象地域の地域住民などの関係者がプロジェクトに反対しない。 	

出典：JICA 調査団

③ 協力案 (C) : DMO に基づく地域観光資源を活かしたデスティネーション開発プロジェクト

JICA の観光分野の短期の協力案で提案しているコーカサス三国を対象とした「DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト」を通して醸成された中央省庁及びトビリシを中心とする DMO 体制をベースに、中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、DMO を通じたデスティネーション開発の手法を、ジョージアの地方都市にも展開することを目指す。テーマとしては、「ユニークネジョージア」または「ディスカバリージョージア」といった地方部にあるジョージア唯一無二の文化資源と自然資源を組み合わせた広域観光ルート開発を目指した「DMO に基づく地域観光資源を活かしたデスティネーション開発」を提案する。

(ア) プロジェクト実施の妥当性

2015 年に世界銀行の支援の下策定された「ジョージア観光戦略 2015-2025」において、ジョージアが目指すべき観光開発の在り方として、単純に観光客数を増やすことを目指すのではなく観光客一人当たりの支出額の増加を増やすこと、その為には、国際水準のサービスの提供ができる観光インフラ整備及び観光人材の育成、多様性のある観光商品の開発が必要と述べられている。観光商品の多様化に関しては、持続的な観光開発を促進するために、ジョージア独自の文化資源と豊かな自然資源の保全に配慮しつつこれら資源を活かしたデスティネーション開発が優先活動として掲げられている。

ジョージアには、ジョージア正教などに関連する多くの宗教施設や文化遺産がある他、ウプリスツイヘやヴァルジアに代表されるような洞窟都市の跡、シグナギに代表されるような要塞都市、ヴァニ遺跡やドマニシ遺跡と言った未だすべてが発掘されていないような考古学的遺跡、上スヴァネティ地方にあるウシュグリ村やメスティア、ムツヘタ・ムティアネティ地方にあるシャテリイ村など山岳地帯に居住し伝統的生活を保つ村など独自の文化資源がある。

自然資源に関しては、ヨーロッパ大陸の中でも最大の面積を有する公園の一つであるボルジョミ・ハラガウリ国立公園をはじめ、コーカサス山脈沿いのアゼルバイジャンとロシア国境沿いにあり複雑な地形と地勢により多様で固有な植生が観察できるラゴデヒ国立公園、全長 11km の長さを誇る鍾乳洞と地底湖を有すプロメテウス洞窟など、国内 87 ヶ所が保護区となっており、エコツーリズムの開発も進められている。この他にも、国内の複数個所で天然水や温泉が湧き出ており、イメリティ地方のツハルツボヤ、ラチャ地方のショビ、サムツヘ・ジャヴァアヘティ地方のボルジョミ、アバストゥマニなど、ソビエト時代に開発されたものから最近になって開発されたものを含め、多くのスパ・リゾートが存在する。

このように、同国には有数の文化資源と自然資源があり、それぞれが単独の観光スポットとして開発されている。しかしながら、これらの観光スポットや観光資源を「線」として繋ぐようなルート開発を含む商品開発はなされていない。同国において観光客一人当たりの支出額を増やすためには、一回の滞在で消費する単価を増やすことに加え、滞在日数全体を増やすことも必要となってくる。したがって、これら「点」で存在する文化的および自然的観光資源のそれぞれの質を向上し、それら「点」を融合させ「線」として繋ぐデスティネーション開発を実施することは、同国の観光戦略で掲げている課題解決の方針との整合性は高い。

(イ) 対象地域の選定

JICA の観光分野の短期の協力案では、トビリシを中心とするデスティネーションの DMO 体制の構築を支援することを想定しているため、中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、地方を対象として DMO 体制の構築及びデスティネーション開発を図ることとする。

上述のように、本案件を通じて同国の有する独自の文化資源と自然資源を活かした一体的なデスティネーション開発を目指すために、対象地域の検討においては、観光客誘致に繋がる一定の文化資源と自然資源が既に発掘・開発されているものの、個々の観光資源を繋げてデスティネーションとしての魅力をアピールしきれていない地方を複数選定することとした。したがって、まずは州レベルで① 各地方で存在する観光商品の整理、② 宿泊施設の整備状況と今後 2 年間の開発予定、③ 国内観光客の訪問率、④ 観光に係る案件実施の有無を整理し、下表 6-7 にまとめた。

表 6-7：対象地域の選定に係る各地方の状況

行政区画 (州都)	主な観光商品	宿泊施設数 (2016 年 10 月 時点/2019 年予 定)	休暇目的 国内観光客の 訪問率 ⁸⁵	実施中の 支援事業	その他の情報(人 口規模、観光従事 者数)
カヘティ Kakheti (テラヴィ)	・ワイン・ツーリズム ・文化観光(シグナギ、 修道院等宗教建造物) ・エコツーリズム(ラ ゴデヒ国立公園(NP) など)	152 軒/160 軒 (5%増)	8.0%	文化遺産保全を 含む観光インフ ラ整備(世銀)、 中小零細企業支 援(USAID)	行政区: 8 区 人口:318.4 千人 観光事業従事者 数:1,312 人
クヴェモ・カルトリ Kvemo Kartli (ルスタヴィ)	・文化観光(ベタニア 修道院、ドマニシ遺 跡)	14 軒/15 軒 (7%増)	3.4%	道路改修(ADB)	行政区:1 市 6 区 人口:426.4 千人 観光事業従事者 数:976 人
ムツヘタ・ムティア ネティ Mtskheta-Mitaneti (ムツヘタ)	・文化観光(世界遺産、 シャテリ村) ・スキーリゾート(グ ダウリ)、等	137 軒/147 軒 (7%増)	13.7%	文化遺産保全を 含む観光インフ ラ整備(世銀)、 中小零細企業支 援(USAID)	行政区:5 区 人口:94.2 千人 観光事業従事者 数:1,312 人
シダ・カルトリ ⁸⁶ Shida Kartli (ゴリ)	・文化観光(ウプリス ツイヘ洞窟住居)	14 軒/15 軒(7% 増)	5.4%	N/A	行政区:1 市 5 区 人口:263.8 千人 観光事業従事者 数:698 人
ラチャ・レチフミ及 びクヴェモ・スヴァ ネティ Racha-Lechkumi and Kvemov Svaneti (アンプロラウリ)	・ <u>ウェルネスツーリズ ム</u> (シヨビ・リゾート) ・ <u>エコツーリズム</u> 、等	56 軒/56 軒(0%)	<u>1.4%</u>	中小企業能力強 化(GIZ)	行政区:4 区 人口:31.5 千人 観光事業従事者 数:56 人

⁸⁵ Georgian Tourism in Figure 2015, GNTA

⁸⁶ 南オセチアの大部分が含まれる

行政区画 (州都)	主な観光商品	宿泊施設数 (2016年10月 時点/2019年予 定)	休暇目的 国内観光客の 訪問率 ⁸⁵	実施中の 支援事業	その他の情報(人 口規模、観光従事 者数)
イメレティ Imereti (クタイシ)	・文化観光(世界遺産 観光、ヴァニ遺跡) ・エコツーリズム(プ ロメテウス洞窟) ・ウェルネスツーリ ズム(ツハルツボ)、な ど	155軒/158軒 (2%増)	5.6%	文化遺産保全を 含む観光インフ ラ整備(世銀)	行政区:1市10区 人口:532.9千人 観光事業従事者 数:1,437人
サムツヘ・ジャヴァ ヘティ Samtskhe-javakheti (アハルツィヘ)	・文化観光(サパラ修 道院、ヴァルジア洞窟 都市) ・ウェルネスツーリ ズム(ボルジョミ) ・エコツーリズム(ボ ルジョミ・ハラガウリ NP) ・スキーリゾート(バ クリアニ)、等	187軒/196軒 (5%増)	15.8%	文化遺産保全を 含む観光インフ ラ整備(世銀)、 中小零細企業支 援(USAID)	行政区:6区 人口:160.5千人 観光事業従事者 数:1,239人
サメグレロ＝ゼ モ・スヴァネティ Samegrelo-Zemo Svaneti (スグディディ)	・文化観光(世界遺産、 ウシュグリ村)、 ・ビーチリゾート ・エコツーリズム(コ ルヘティ NP)、等	332軒/336軒 (2%増)	13.1%	中小零細企業支 援(USAID)、中 小企業能力強化 (GIZ)	行政区1市8区 人口:329.7千人 観光事業従事者 数:1,109人
グリア Guria (オズルゲティ)	・ビーチリゾート(ウ レキ) ・ウェルネスツーリ ズム(バフマロ)、等	67軒/94軒 (40%増)	5.7%	道路改修(ADB)	行政区:3区 人口:113.0千人 観光事業従事者 数:477人
アジャラ自治共和 国 The Autonomous Republic of Ajara (バトゥミ)	・ビーチリゾート ・文化観光(バトゥミ 市内、要塞)、等	256軒/278軒 (8%増)	23.2%	道 路 改 修 (ADB)、中小企 業 能 力 強 化 (GIZ)	人口:337.0千人 観光事業従事者 数:5,334人

出典: JICA 調査団

「(2) ジョージアの観光資源の状況」及び上表から、同国において既に一定の観光商品が開発されている地域を大別してみると、カヘティ州やムツヘタ州を含む東部地方、イメレティ州や、サムツヘ・ジャヴァヘティ州を含む中西部、アジャラ自治共和国を中心とした西部に分けられる。東部地方においてはカヘティを中心としたワイン・ツーリズムや、軍用道路沿いの文化観光が進められており、中西部においてはバグラディ聖堂やヴァルジア洞窟都市をはじめとした文化観光や国立公園におけるエコツーリズム、ボルジョミやツハルツボのスパ/ウェルネスツーリズムが進められている。また、西部においては、バトゥミのビーチリゾートが地域経済を潤す大きな資源となっている。

また、図 6-3 の「ジョージア観光戦略 2025」の全国における観光資源及びトレイルマップに基づき、地方間でも文化観光資源と自然観光資源がバランス良く存在している地域みると、西部アジャラ地方近郊は、ビーチリゾートを中心とした自然資源が当該地域の資源の大半を占めており、文化資源はあまり

発掘・活用されていない。

他方、東部及び中西部地方においては、それぞれワイン・ツーリズムや世界遺産を活かした文化観光と共に、グダウリやバクリアニのスキーリゾートや国立公園などの自然資源を活かした観光開発が進められている。よって、東部及び中西部のどちらも対象地域としての妥当性は高い。

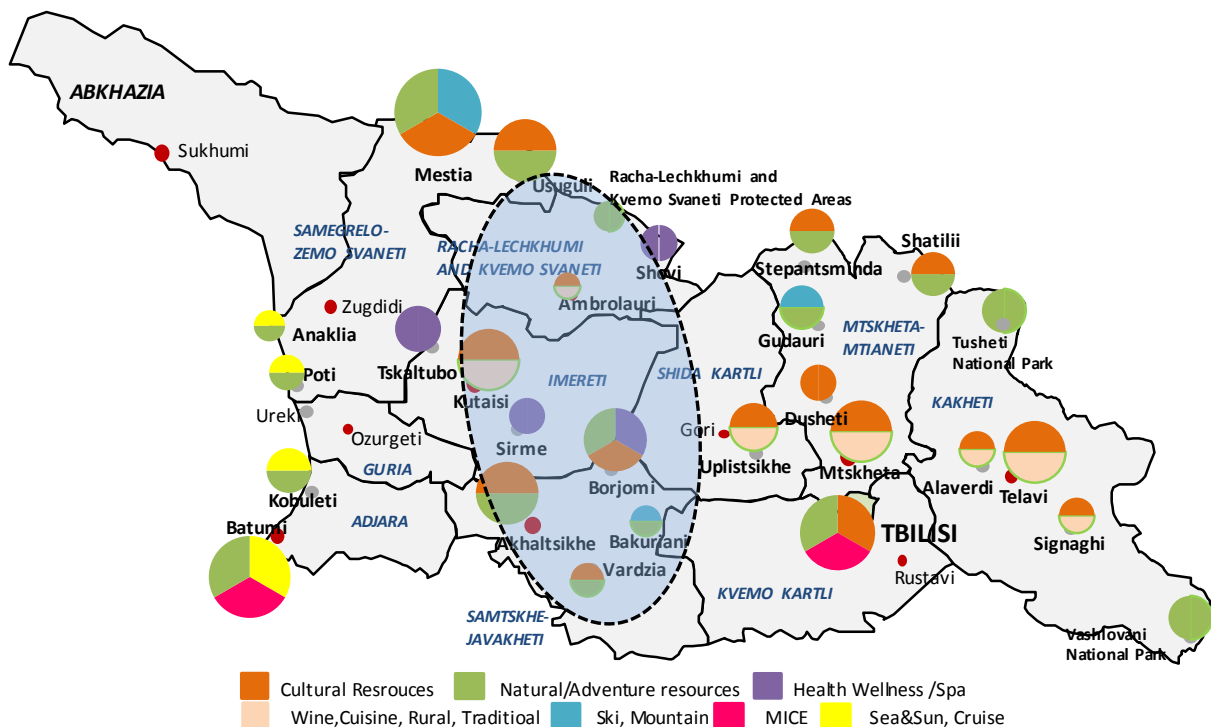
さらに、同国の観光戦略文書の中で、観光客一人あたりの支出額を増やすことや、一人当たりの観光消費額の多い国（市場）から観光客を誘致することが優先課題として掲げられており、課題を達成するための手段として、自然資源及び文化資源を活かした独自性の高い観光商品の開発が挙げられていることを踏まえると、東部及び中西部のどちらかにおいて、より多様な自然資源と文化資源を有する地域を優先対象地域として選定することが望ましい。

観光資源の多様性という観点から見ると、中西部地方は、前述の世界遺産や文化遺産のみならず、ボルジョミヤツハルツボに代表されるような天然水（鉱水）を利用したスパ・ウェルネスツーリズムや、ボルジョミ・ハラガウリ国立公園などでのエコツーリズム、ヴァルジアのような洞窟都市やプロメテウス鍾乳洞などの希有で独自性の高い自然資源を有していることから、東部よりも文化・自然資源を融合させた観光商品開発のポテンシャルが高いと考えられる。

その上で、中西部を対象地域とした場合、サムツヘ・ジャヴァヘティ州とイメレティ州に加えて、豊富な自然及び文化資源を有するラチャ・レチフミ及びクヴェモ・スヴァネティ州を含む中西部三州を支援対象地域として選定する。

ラチャ・レチフミ及びクヴェモ・スヴァネティ地域は、現在のところ観光地としての知名度は低いものの、北部国境沿いには固有の高山性及び亜高山性植物や湖を有す保護区が広がっている他、ショビ・リゾートに代表されるようなスパ・リゾート、フヴァンチカラワインを生産するワインヤードと言った自然資源や中世の建築様式や雰囲気が残るニコルツミンダ大聖堂やミンダ要塞といった歴史的建造物など、訪れた人を魅了する様々な自然・文化資源存在しており、観光地としてのポテンシャルが高い。

よって、前述の2州に当該地域を加えた3州を対象に、各地域が有する独自の観光資源を活かした観光商品及びルート開発をすることで、中西部エリア全体のデスティネーションとしての訴求力を高める。



出典：GEORGIA Tourism Strategy 2025, GNTA、JICA 調査団

図 6-3：ジョージアの観光資源分布

また、こうした対象地域の選定において、多様性の高い観光資源の有無のみならず、対象地域における行政機関のキャパシティレベルも検討要素の一つとした。つまり、本プロジェクトでは、地域の観光開発の推進母体となる DMO を組織化し、地域を「面」として捉え、デスティネーション開発を行っていくことを想定していることから、複数の地域間に跨る「観光圏」の構想を実現化していく上で、地域間の連携と地域の活動を牽引することができる一定のキャパシティを有する行政機関があることが望ましい。

その点で、対象地域として選定した中西部地域三つの州のうち、イメレティ州にあるクタイシは、国内でも第二の都市であり、行政が一定の調整・推進力を持つと考えられ、また、サムツヘ・ジャヴァアヘティ州は、バクリアニやボルジョミに代表される観光開発が推進されている地方である為、行政機関において観光開発に関する一定の能力を有すると考えられる。したがって、これら二つの地方がそれぞれ補完しながら DMO 体制の構築及び DMO に基づいた中西部観光圏の開発を推進していくことができるものと考えられる。

他方、ラチャ・レチフミ及びクヴェモ・スヴァネティ地方は、他の 2 州に比べると観光セクターの開発度合いは未成熟な段階であり、行政機関における推進力も必ずしも高くないと考えられる一方、DMO のような新たな観光実施体制を導入する際の障壁は低いと推察される。したがって、同地域においては、対象地域の他 2 州での経験や課題を踏まえ、民間セクターや地域住民と連携しつつ、DMO 体制の構築を推進する。

貧困率や若者の流出率、政府から生活保護の給付を受けている世帯率が高い⁸⁷という問題を抱えてい

⁸⁷ GIZ が実施している「Private Sector Development Programme in the South Caucasus」の一環で、ラチャ・レチフミ地

るラチャ・レチフミ及びクヴェモ・スヴァネティ地方にとって、観光振興は地域経済の活性化をもたらす、これらの問題解決に資する重要な産業であることから、取り組みへの優先順位も高い。

実際、ラチャ地方における観光開発の取り組みは徐々に進められており、当該地方における市場調査がコンサルタント会社と国有の投資基金により実施されたり⁸⁸、世銀によるジョージア国内の支線道路運営管理支援の一部として当該地域が含まれたり⁸⁹、また、2017年1月にアンブロラウリ空港が開港されたりしており、同地方への観光客誘致と観光振興は今後更に促進されると考えられる。

以上のことから、ジョージアにおける中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、イメレティ地方を中心とするジョージア中西部三州を対象地域として選定することを提案する。

(ウ) プロジェクト概要

本プロジェクトでは、3年間の協力期間において、GNTA を中心に国家文化遺跡局、国立保護区局、対象地域の地方自治体等の行政機関、教育機関、民間を含む観光関連機関等、観光セクターに関わる産・官・学が連携し、対象地域が有する独自の文化や自然資源を活かしたルートを形成し、デスティネーションとして開発されることを目標としている。また、将来的には、対象地域の観光ルートが広く認識され、地方を訪れる観光客数が増加することを目指す。

実施体制としては、GNTA が、政府レベルの関係省庁、地域間の連携調整を担う。その上で、各省庁における観光セクターに関連する部局及び地方自治体により、DMO の組織化を進める際のワーキンググループを構成する。さらに、実際にデスティネーションのプロモーションやマネジメントを行う組織体として、各地域の産・官・学のステークホルダーをメンバーとする DMO を組織する。

本プロジェクトでは、まず成果1として官民連携による DMO の組織化と運営化を目指す。DMO が組織として案件終了しても持続的・自立的に機能・運営し続けるよう、プロジェクトの実施期間中に組織の運営体制の明文化やデスティネーション開発戦略及びアクションプラン（短期・中長期）の策定など、組織の基盤整備を行う。成果2では DMO を中心に各対象地域における地域の資源を「面」としてアピールするような観光商品開発を、パイロットとして実施する。パイロット事業の例としては「ディスカバリールート」と称し、既存の文化資源と自然資源を繋ぐルートづくりや、ルート上に位置する特産品や土産物を単に質の改善と言った観点から開発するだけでなく、ストーリー性を持たせた商品開発、各種イベントの企画、特産品、などの実施を想定している。併せて、成果3の観光サービス人材の育成を通じて、商品（観光サイト）を充実化させるだけでなく、観光客に満足してもらえるようなサービスを提供するための研修や、観光客が「心地よい」と思えるような観光客へのおもてなしや受入れの心得等の研修を行い、観光客が「また訪れたい」と思うような人材育成面からの体制整備を行う。同時に、

域における観光セクター及び農業セクターの調査を行った際の報告書（‘Survey Report-Upper Racha, October-November 2014’, Private Sector Development Programme South Caucasus (PSD SC), GIZ）及び地域開発計画書作成時の地域経済格差分析文書（地域開発省）に依る情報。

⁸⁸ 当該コンサルタント（BDO）及び投資基金（Partnership Fund）によるマーケット調査最終報告書は、以下の URL からダウンロード可能。‘Final Report Market and Technical Feasibility Study for Racha Development Project, Georgi. 27 January 2016’. https://investingorgia.org/en/ajax/downloadFile/930/Racha_Development_Concept-web

⁸⁹ ジョージア国内の幹線道路ではない支線道路を含む道路の状態とアクセスの利便性を改善し、運輸サービス利用者が社会サービスや市場へ円滑にアクセス出来るようになることや、支線道路ネットワークの強化を図る事を目的として、世銀は2016年3月に‘Secondary Road Asset Management Project’という円借款プロジェクトの実施に合意した。当該プロジェクトの主な対象地域はグリア地方となっているが、支線道路の改善などはグリア地方へ繋がるムツヘタ・ムティアネティ、ラチャ・レチフミ、シダ・カルトリも含むとされている。

成果4において、これら観光商品を国内外へのプロモーション活動を行い、観光客の誘致を図る。

なお、留意点としては、ジョージアにおいてはEU及びオーストリア政府によりDMOネットワークづくりに関する短期的な支援が実施されている。本調査を通じて、本プロジェクトで提案している対象地域において、上記支援により構築されたネットワークが継続しているかどうか確認ができていない為、本プロジェクト開始前には、DMO構築状況を再度確認の上、成果1の活動内容を確定する必要がある。

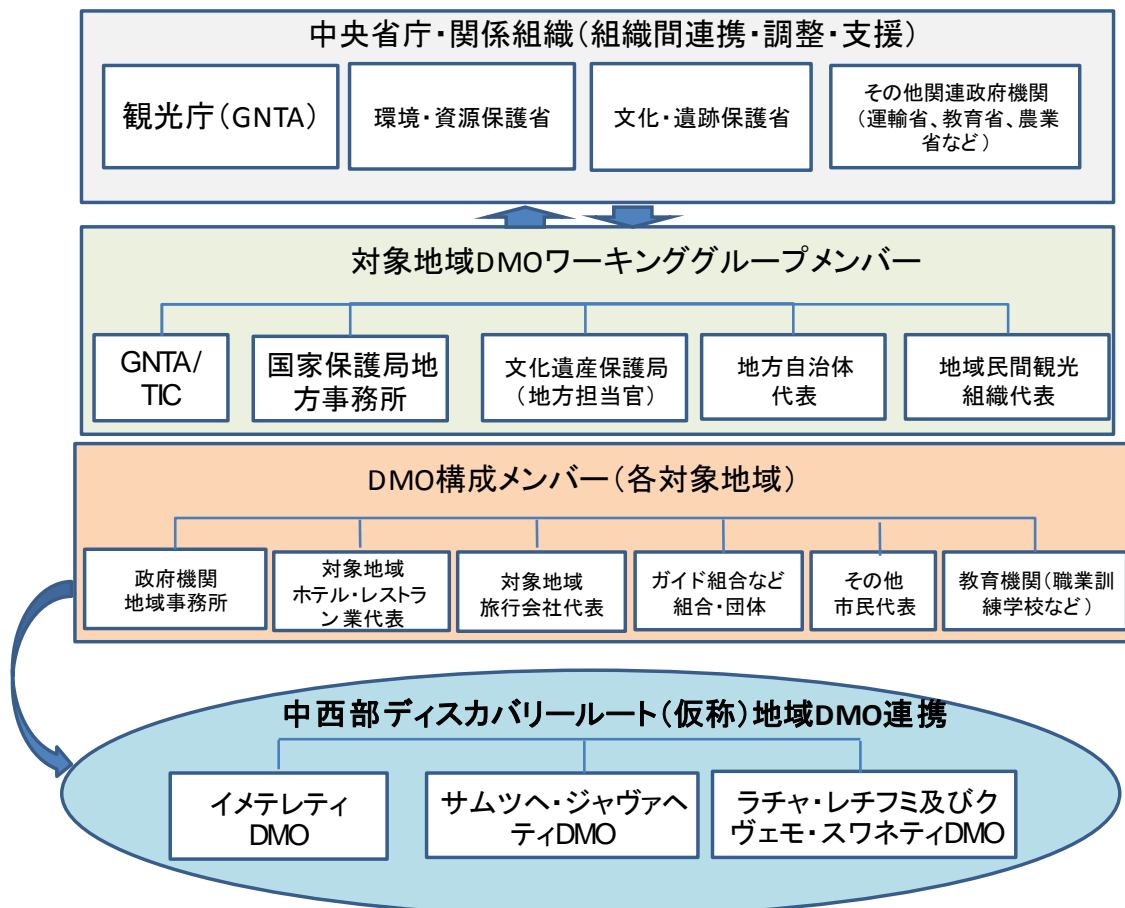


図 6-4 : 実施体制図 (案)

表 6-8 : PDM : DMOに基づく地域観光資源を活かしたデスティネーション開発プロジェクト

プロジェクト名	DMOに基づく地域観光資源を活かしたデスティネーション開発プロジェクト	協力期間	3年間
対象地域	イメレティ地方、サムツヘ・ジャヴァヘティ地方、ラチャ・レチフミ及びクヴェモ・スヴァネティ地方	ターゲットグループ	国家文化遺跡局、国立保護区局、対象地域における行政機関、教育機関、民間を含む観光関連機関
実施機関	観光庁 (GNTA)	概算事業費	300,000千円
上位目標	対象地域における観光ルートが広く認識され観光客訪問数が均一的に増加する		
プロジェクト目標	DMOに基づく地域観光資源を活用した魅力的な観光地づくりが推進される		
成果 (アウトプット)	<p>成果 1.対象地域の地域観光を推進する母体 (DMO) の運営体制が確立される</p> <p>成果 2.対象地域における地域資源を活かした観光商品開発がなされる</p> <p>成果 3.対象地域における観光サービス人材の質が確保される</p> <p>成果 4.対象地域における観光商品の国内外への販売促進がなされる</p>		
活動	第一年次	<p>1-1. GNTA、文化遺跡保護局、国家保護区局、地方自治体など行政庁主導により各対象地域において、各市町村行政機関、教育機関、民間セクターなど産・官・学の代表者を交えたワーキンググループを形成し、DMO 組織化に向けた定例協議の場を設ける。</p> <p>1-2. ワーキンググループにおいて各対象地域における観光デスティネーション開発の現状 (観光推進組織の有無、地域の観光振興 (プロモーション含む) の現状など) とポテンシャルを議論・明確化する。</p> <p>1-3. ワーキンググループにおいて DMO 運営化に向け、DMO の権限、DMO の公的な位置づけ、メンバー、運営組織、資金調達方法などを協議・確認し、明確化の上、DMO を組織化する。</p> <p>1-4. DMO を中心として対象地域におけるジョイント・マーケティング調査が実施され、当地を訪れる観光客の分析・ニーズ把握などが行われる。</p> <p>1-5. 1-4 の結果を踏まえ DMO を中心に対象地域における地域資源を活かしたデスティネーション開発の方向性が議論され、ビジョンを含めた開発戦略及び事業計画 (短期的なアクションプラン) が定められる。</p> <p>1-6. 1-5. で定められた戦略及び事業計画書が、対象地域における地域住民を含む民間事業者にも共有され、DMO に基づく観光地づくりに係る啓蒙活動が行われる。</p> <p>1-7. DMO 運営体制強化のための各種研修を実施する。</p> <p>2-1. 1-5 の事業計画を踏まえ、DMO により対象地域における自然・文化資源など地域の観光資源や観光施設 (ホテル、レストラン、博物館など) に関するインベントリーが作成される。</p> <p>2-2. 取りまとめられたインベントリーを地域の観光事業者などに紹介する為のワークショップを実施する。</p>	
	第二年次	<p>2-3. 1-5,1-6 を踏まえて、DMO を中心として対象地域における新規観光商品開発 (ルート開発など) や既存の観光商品の改善 (サインボードの設置など) と言ったパイロット事業の実施を検討する。</p> <p>2-4. 2-3. 検討案を地域の観光事業者や地域住民にも共有し、パイロット事業を決定する。</p> <p>2-5. パイロット事業が実施される (新規観光商品の開発や既存観光商品の改善)。</p> <p>3-1. 1-4、1-5 を踏まえ、DMO を中心に観光サービス人材の質を確保する為の各種取り決めを検討する (各地域におけるライセンス制度の設置など)。</p> <p>3-2. 3-1 で検討された各種取り決めについて観光事業者を中心に共有し、取り決めの普及を図る。</p> <p>3-3. 観光サービス人材育成に掛かる各種研修の実施。</p> <p>3-4. 訪問客に対する満足度調査を実施する (質の向上を図る定期モニタリング)。</p> <p>4-1. 1-4、1-5 を踏まえ、DMO により対象市場に訴求する各種プロモーションツールを検討・整備する。</p> <p>4-2. 4-1 で整備されたプロモーションツールが対象地域における観光事業者を中心に共有され</p>	

		<p>る</p> <p>4-3. 1-4、1-5 を踏まえ、インバウンド観光客誘致のための BtoB 向け各種プロモーション活動が実施される（FAM ツアー実施、国際観光フェアでの商談会、デスティネーションセミナーなど）</p> <p>4-4.国内観光客誘致のため、BtoC 向けプロモーション活動（SNS などのインターネットを通じた広報、公共スペースでの広告、TV・雑誌などでの PR など）。</p> <p>1-8.デスティネーション開発戦略及び事業計画に基づき実施されている各種活動の定期モニタリングを実施する。</p>
	第三年次	<p>3-2. 観光サービス人材に係る取り決めの普及を促進する（継続）。</p> <p>3-3.観光サービス人材に係る各種研修の実施（継続）。</p> <p>3-4. 訪問客に対する満足度調査を実施する（継続）。</p> <p>4-3.DMO によりインバウンド観光客誘致のため各種プロモーション活動が実施される。（継続）</p> <p>4-4.国内観光客誘致のための各種プロモーション活動を実施する（継続）。</p> <p>1-8. 各種活動のモニタリングを行う（継続）。</p> <p>1-9. 評価・モニタリングに基づきデスティネーション開発戦略及び事業計画をレビューする。</p> <p>1-10. 1-8 のモニタリング結果をもとに DMO による観光デスティネーション開発の成功要因や課題を明確化し、提言・教訓をまとめる。</p> <p>1-11. 1-10 でまとめられた教訓や提言を国内の他地域に共有するためのワークショップを実施する。</p>
投入	日本側	<p>【日本人専門家】</p> <p>1. 観光開発／総括 (7.0 M/M)、2. 観光マーケティング (5.0 M/M)、3. 観光商品開発 (5.0 M/M)、4. 観光プロモーション (5.0 M/M)、5. エコツーリズム(3.0 M/M)、6. 文化遺産保全 (3.0M/M)、7.地域開発 (3.0M/M)、5.官民連携／組織調整 (5.0 M/M)、6. 業務調整／広報 (4.0M/M)</p> <p>合計：40.0 M/M</p> <p>【現地再委託費】</p> <p>1. 観光現状把握調査 (3,000 千円)、2. マーケティング・ニーズ調査 (3,000 千円) 3. プロモーションマテリアル作成 (3,000 千円)</p> <p>【研修等】</p> <p>本邦研修 (5-8 名／年)</p> <p>【機材等】</p> <p>WS 開催費 (5,000 千円)、イベント開催費 (3,000 千円)</p>
	相手国側	<p>1. プロジェクトマネジャー、2. コーディネーター、他(プロジェクト事務所など)</p>
留意事項 (外部条件)		<p>政府の観光開発への優先度が維持される。</p> <p>対象地域の地域住民など関係者がプロジェクトに反対しない。</p>

出典：JICA 調査団

④ 協力案(D) : DMO によるエコツーリズム振興プロジェクト

本プロジェクトは、JICA の観光分野の短期の協力案で提案しているコーカサス三国を対象とした「DMO を通じた観光プロモーション能力強化プロジェクト」を通して醸成された中央省庁及びエレバンを中心とする DMO 体制をベースに、中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、DMO の概念のアルメニアの地方都市への展開と普及を図る。テーマとしては、地方滞在型のエコツーリズムに焦点を当てた「DMO によるエコツーリズム振興プロジェクト」を提案する。

(ア) プロジェクト実施の妥当性

アルメニアには、国立公園 (National Park) に指定され小スイスと呼ばれる高原リゾートのディリジャン、ビーチリゾートとして人気があり高地にある世界最大の淡水湖の一つとしてラムサール条約の登録地にもなっている国定保護区 (State Sanctuary) のセヴァン湖、アルメニアの最高峰アラガツ山、温泉保養地として人気の高原のリゾートであるジェルムークや、ツァッカゾールなどエコツーリズムの高いポテンシャルを有する地方が数多く存在する。

エコツーリズムは、観光地ごとの滞在時間が短い文化遺産観光とは異なり、滞在型の観光であるため、地域経済へのインパクトが期待できる分野であり、2015 年には、アルメニアの環境保護省 (Ministry of Nature Protection) の中にエコツーリズム開発局 (Ecotourism Development Division) が設置されるなど、政府としても観光開発に力を入れている分野の一つである。

(イ) 対象地域の選定

アルメニア政府が 2006 年に策定した 2030 年を目標年次とした観光分野の開発計画である「観光開発コンセプトペーパー」においては、観光開発にむけた優先開発地域として、観光客が地方の観光地を訪れる際の移動及び滞在の拠点となる観光拠点 (Tourist Hub) と、観光資源、サービスの集積地としての観光都市 (Tourism Center) の二つのカテゴリーがある。

表 6-9 : 観光開発コンセプトペーパー (C/P) の優先開発地域

	2006	2010	2020	2030
観光拠点	エレバン	エレバン、ディリジャン	エレバン、ディリジャン、ヤグナゾール	エレバン、ディリジャン、ヤグナゾール
観光都市	エチミアジン、ツァッカゾール、ジェルムーク	エチミアジン、ツァッカゾール、ジェルムーク	エチミアジン、ツァッカゾール、ジェルムーク、アラガツ、セヴァン	エチミアジン、アラガツ、ツァッカゾール、ジェルムーク、セヴァン、ゴリス、ギュムリ、イジェヴァン、ステパナヴァン、メグリ

出典：観光開発コンセプトペーパー

それぞれの観光拠点と観光都市のヒエラルキーを図化したのが下図である。

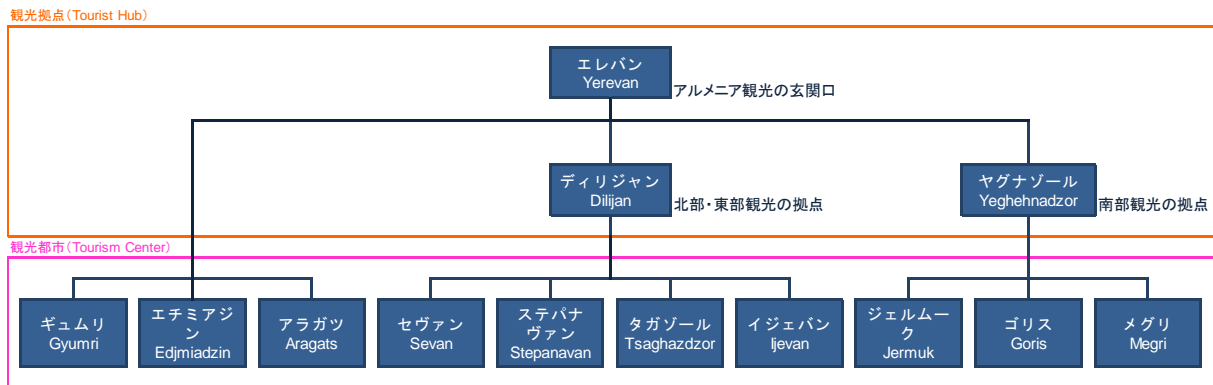


図 6-5 : アルメニアのデスティネーションの相関図

このうち、JICA の観光分野の短期の協力案では、エレバンを中心とするデスティネーションの DMO 体制の構築を支援することを想定しているため、中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、次の階層のデスティネーションの DMO 体制の構築を支援し、DMO の概念のアルメニアの地方都市への展開と普及を図る。



出典 : NSS, poverty profile and labor market developments in 2008-2012

図 6-6 : アルメニアの県別の貧困率

さらに、アルメニアの県別の貧困率を見ると、北部、東部、西部の県の貧困率が相対的に高く、これら地域にとっても、観光振興が地域経済に与えるインパクトは特に大きい、と考えられる。

以上から、中・長期的な JICA の観光分野の協力案では、ディリジャンを中心とするアルメニアの北部・東部、及び西部地域を対象地域として選定することを提案する。これらの地域は、エコツーリズムのポテンシャルの高い地域とも合致し、JICA の地方産品開発プロジェクトとの相乗効果も期待できる。

表 6-10：対象地域の選定に係る各県の状況

県	主な観光商品	実施中の支援事業	インフラの状況	貧困率、観光開発（C/P）の優先開発地域
エレバン市 Yerevan	博物館見学、音楽鑑賞（クラシック、ジャズ、民族舞踊）、ナイトライフ、ショッピング、レストラン、等	観光ガイド養成（GIZ） 農産品（ワイン）加工（GIZ） 都市（エレバン）開発（ADB）	概ね良好	貧困率：25.6% 観光拠点：エレバン
アラガツォン Aragatsotn	エコツーリズム（アラガツ山）、文化遺産観光、等	N/A	山間部を始めとする地方道路の改修が必要	貧困率：21.2% 観光都市：アラガツ
アララト Ararat	文化遺産観光、アグロツーリズム（ワイン）、等	地方産品開発（JICA）	概ね良好	貧困率：34.6%
アルマヴィール Armavir	世界遺産観光（エチミアジン）、アグロツーリズム（ワイン）、等	地方産品開発（JICA）	概ね良好	貧困率：34.3% 観光都市：エチミアジン
ゲガルクニック Gegharkunik	エコツーリズム（セヴァン湖）、文化遺産観光、等	N/A	概ね良好	貧困率：35.5% 観光都市：セヴァン
ロリ Lori	世界遺産観光（サナヒン・ハフパット修道院）、エコツーリズム（ステパナヴァン）等	観光資源開発（USAID） 都市（ヴァナゾール）開発（ADB） 地方産品開発（JICA）	山間部を始めとする地方道路の改修が必要	貧困率：38.7% 観光都市：ステパナヴァン
コタイク Kotayk	エコツーリズム（ツァッカゾール、アザト川上流域）、世界遺産観光（ゲガルド修道院）、等	地方産品開発（JICA）	山間部を始めとする地方道路の改修が必要	貧困率：42.5% 観光都市：ツァッカゾール
シラック Shirak	文化遺産観光（ギュムリ）、等	都市（ギュムリ）開発（ADB） 都市（ギュムリ）開発（EIB）	概ね良好	貧困率：46.0% 観光都市：ギュムリ
シュニク Syunik	エコツーリズム、文化遺産観光（タテフ）、等	観光資源開発（USAID） 地方産品開発（JICA）	山間部を始めとする地方道路の改修が必要	貧困率：25.6% 観光都市：ゴリス、メグリ
ヴァヨッツゾール Vayots Dzor	エコツーリズム（ジェルムーク）、文化遺産観光、アグロツーリズム（ワイン）、等	観光資源開発（USAID） 農産品（ワイン）加工（GIZ） 都市（ジェルムーク）開発（ADB） 地方産品開発（JICA）	山間部を始めとする地方道路の改修が必要	貧困率：20.7% 観光拠点：ヤグナゾール 観光都市：ジェルムーク
タブシュ Tavush	エコツーリズム（ディリジャン）、文化遺産観光、等	都市（ディリジャン）開発（ADB） 地方産品開発（JICA）	山間部を始めとする地方道路の改修が必要	貧困率：27.5% 観光拠点：ディリジャン 観光都市：イジェヴァン

プロジェクト対象地域（案）

出典：JICA 調査団

(ウ) プロジェクト概要

本プロジェクトでは、観光委員会、環境保護省、文化省、大学、環境 NGO、民間企業等、アルメニアのエコツーリズムに関わる産・官・学のステークホルダーを対象に、3年間の協力期間内に対象地域のデスティネーション・マネジメント能力が強化されることを目標とし、将来的には、エコツーリズムのデスティネーションとしてアルメニアの知名度が高まり、地方を訪れる観光客数が増加することを目指す。

実施体制としては、経済開発投資省が、政府レベルの関係省庁、地域間の連携調整を担う。その上で、観光委員会等の各省庁のエコツーリズムに関連する部局及び地方自治体により、ラウンドテーブル等の DMO の組織化を進める際の理事会を構成する。さらに、実際にデスティネーションのプロモーションやマネジメントを行う組織体として、各地域の産・官・学のステークホルダーをメンバーとする DMO を組織する。

本プロジェクトでは、1) 官民連携による DMO の組織化 (成果 1)、2) デスティネーション開発戦略及び事業計画の策定 (成果 2)、3) 新規観光商品開発及びプロモーション (成果 3)、4) DMO に関わる人材育成 (成果 4) の四つの成果の達成を目指す。その上で成果の達成に向け、デスティネーション開発戦略及びアクションプラン (短期・中長期) の策定、パイロット事業としてのエコツーリズムのトレイルルート、イベント、特産品、土産物の開発、本邦研修を活用した DMO の概念の定着に向けた研修や観光サービスの品質向上のための研修、等の活動を実施する。

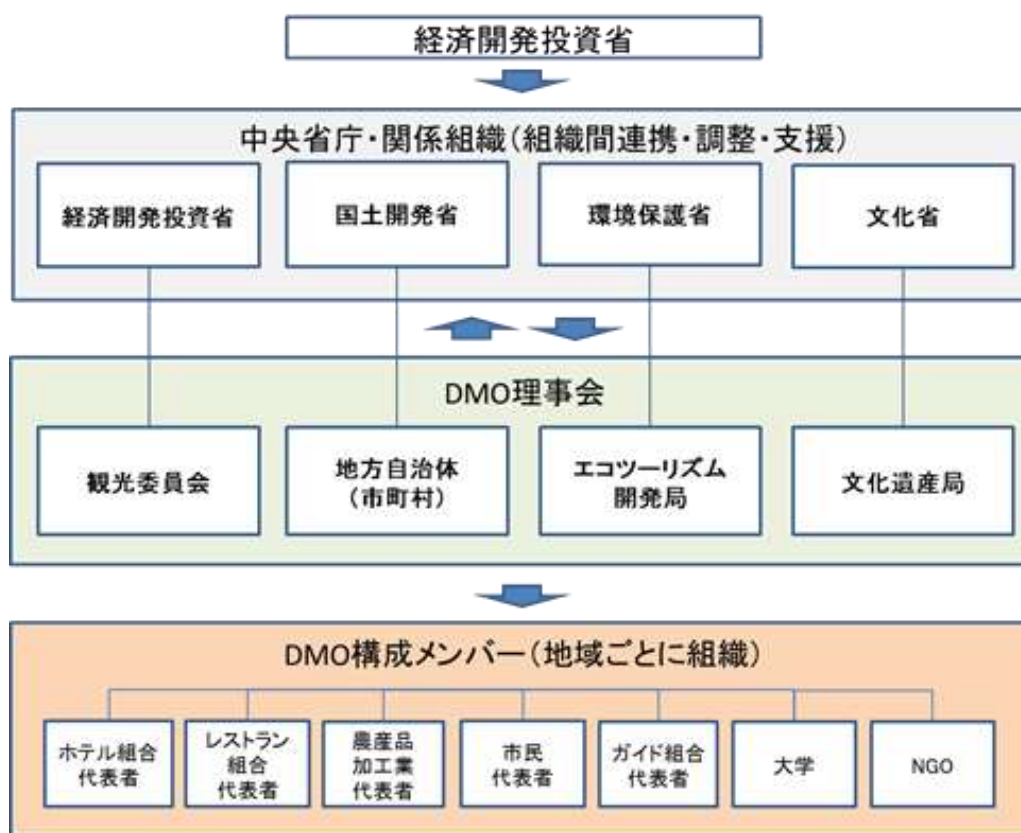


図 6-7 : 実施体制図 (案)

表 6-11 : PDM : DMOによるエコツーリズム振興プロジェクト

プロジェクト名	DMOによるエコツーリズム振興プロジェクト	協力期間	3年間
対象地域	アルメニア北部・東部、及び西部地域	ターゲットグループ	対象地域のエコツーリズムに関わる産・官・学のステークホルダー（経済開発投資省、観光委員会、環境保護省、文化省、大学、環境NGO、民間企業、他）
実施機関	経済開発投資省 (Ministry of Economic Development and Investments) 環境保護省 (Ministry of Nature Protection)	概算事業費	270,000千円
上位目標	エコツーリズムのデスティネーションとしてアルメニアの知名度が高まり地方を訪れる観光客数が増加する		
プロジェクト目標	対象地域のデスティネーション・マネジメント能力が強化される		
成果（アウトプット）	<p>成果1. 各対象地域において官民連携による DMO が組織される</p> <p>成果2. DMOによりデスティネーション開発戦略及び事業計画が策定される</p> <p>成果3. DMOによりデスティネーション開発に向けた新規観光商品開発及びプロモーションが実施される</p> <p>成果4. DMOに関わる人材の能力が向上する</p>		
活動	第一年次	<p>1-1 経済開発投資省、環境保護省、及び地方自治体の行政庁の主導により各地域においてエコツーリズム関連の政府機関、各市行政機関、民間機関など産・官・学の代表者を交えたワーキンググループを組織し、DMOの組織化に向けた定例のラウンドテーブルを開催する。</p> <p>1-2 定例のラウンドテーブルにおいて地域の観光振興に関わるポテンシャル、課題を特定する。</p> <p>1-3 定例のラウンドテーブルにおいて DMO 体制の構築に必要な手続き、手順等を整理し、DMO の立ち上げ（DMO の公的な位置付けと役割、メンバー、運営組織、ファンドレイジングの方法、等の決定）に向けたロードマップを作成する。</p> <p>1-4 ロードマップに従い、産・官・学のエコツーリズムに関わるステークホルダーを中心に各地域の DMO を組織化する。</p> <p>4-1 各地域のエコツーリズム関連の政府機関、各市行政機関、民間機関など産・官・学の代表者を対象に DMO の概念の定着に向けた研修（本邦研修含む）を実施する。</p>	
	第二年次	<p>2-1 各地域の DMO により観光資源、観光施設、ホテル、レストランのインベントリーを作成する。</p> <p>2-2 DMOにより対象地域において流通している観光商品、観光プロモーションの状況、及び観光客の動向等に係るマーケティング調査及びニーズ調査が実施される。</p> <p>2-3 特定した観光資源、観光商品を軸に、各地域の DMO によりエコツーリズムの開発に向けたビジョン、ゴールを明確化する（デスティネーションのブランディング）。</p> <p>2-4 2-3 を踏まえ、デスティネーション開発戦略、及び各ステークホルダーが達成すべきアクションプラン（短期・中長期）を策定する。</p> <p>2-5 2-3 及び 2-4 を踏まえ、国立公園等の公園管理計画書（Park Management Plan）をレビューする。</p> <p>3-1 各地域の DMO によりパイロットプロジェクトとして新規観光商品（エコツーリズムのトレイルルート、イベント、農産品、土産物、等）が開発される。</p> <p>3-2 各地域の DMO によりソーシャルメディア（SNS）等のデスティネーションのプロモーションを行うためのメディア（Web）上のプラットフォームを含む各種（BtoC）プロモーションマテリアルを整備する。</p> <p>3-3 デスティネーション開発戦略に基づき実施されている各種活動の定期モニタリングを実施する。</p>	

		<p>4-2 DMOの能力強化に向けたエコツーリズムに従事する人材（ガイド、B&B 経営者、レストラン経営者、農産品加工業者、等）を対象とした観光サービスの品質向上のための各種研修（本邦研修含む）を実施する。</p> <p>4-3 2-4 で策定されたデステーション開発戦略が対象地域の地域住民を含む民間事業者などに共有され、DMOのコンセプトに基づくデステーション開発に係る啓蒙活動が行われる。</p>
	第三年次	<p>3-4 インバウンド誘致に向けた国際観光博覧会への出展、FAM ツアーの開催、等の（BtoB）プロモーションを実施する。</p> <p>3-5 国際観光博覧会、観光客へのインタビュー、SNS 等を通じたジョイント・マーケティングによりパイロットプロジェクトで開発した新規観光商品を評価・モニタリングする。</p> <p>3-6 3-5 のモニタリングの結果に従い、成功要因や課題を特定し、DMOに基づくデステーション開発の教訓・提言をまとめる。</p> <p>2-6 評価・モニタリングの結果に従い、ステーション開発戦略、及び各ステークホルダーが達成すべきアクションプラン（短期・中長期）をレビューする。</p> <p>4-4 DMOの能力強化に向けたエコツーリズムに従事する人材を対象とした観光サービスの品質向上のための各種研修（本邦研修含む）を実施する（継続）。</p> <p>4-5 3-6 でまとめた教訓・提言を他の地域と共有する為のワークショップを実施する。</p>
投入	日本側	<p>【日本人専門家】</p> <p>1. 観光開発／総括（7.0 M/M）、2. エコツーリズム（5.0 M/M）、3. 文化遺産保全（5.0 M/M）、4. 官民連携／組織調整（5.0 M/M）、5. 観光マーケティング（5.0 M/M）、6. 観光プロモーション（5.0 M/M）、7. 観光商品開発（4.0 M/M）、8. 研修計画（5.0 M/M）、9. 業務調整／広報（4.0 M/M）</p> <p>合計：45.0 M/M</p> <p>【現地再委託費】</p> <p>1. インベントリー調査（5,000 千円）、2. マーケティング調査（5,000 千円）</p> <p>3. プロモーションマテリアル作成（2,000 千円）</p> <p>【研修等】</p> <p>本邦研修（5-8 名／年）</p> <p>【機材等】</p> <p>WS 開催費（5,000 千円）、イベント開催費（5,000 千円）</p>
	相手国側	<p>1. プロジェクトマネジャー、2. コーディネーター、他</p>
留意事項（外部条件）		<p>プロジェクトを開始する際の前提条件として、政策制度改善等により、地域観光振興に係る一定の権限（各種観光収入の運用、予算措置、税制、等）が地方自治体等に移譲される必要がある。</p>

出典：JICA 調査団

添付資料

(1) 面談録

① アゼルバイジャン

No	日時	訪問先	面談・協議参加者
1	11月21日(月) 0900 - 1000	ADB アゼルバイジャン レジデントミッション事 務所	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)
2	11月21日(月) 15:00 - 16:00	文化観光省計画開発局	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova
3	11月22日(火) 09:30 - 10:30	日本大使館	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova
4	11月22日(火) 11:30 - 12:30	World Bank	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova
5	11月22日(火) 14:30 - 15:30	Azerbaijan Tourism and Management University (ATMU)	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova
6	11月22日(火) 16:00-17:00	文化観光省文化局	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova
7	11月23日(水) 10:30-11:30	Azerbaijan Tourism Association (AZTA)	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ 通訳
8	11月23日(水) 12:00-13:00	State Statistical Committee, Tourism Statistic Section	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova, 通訳
9	11月23日(水) 14:20-15:30	UNDP	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova, 通訳
10	11月23日(水) 16:00-17:00	Ministry of Economy, Dept. of Cooperation with International Organizations	・調査団: 松崎、木村 ・ Ms. Nigar Ismaylova, 通訳
11	11月23日(水) 16:00-17:00	Entour	・調査団: 渡邊 ・ Mr. Emil Nasibov(Managing Director) ・ Mr. Rasim Farzaliyev(Operating Manager)
12	11月24日(木) 10:00-11:00	AZPROMO (Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation)	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ 通訳
13	11月24日(木) 12:00-13:00	Azerbaijan Convention Bureau	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ Ms. Nigar Ismaylova, 通訳
14	11月26日(土) 13:50-14:20	Sheki Tourism Information Center	・調査団: 松崎、木村、渡邊 ・ 通訳

1. ADB アゼルバイジャンレジデントミッション事務所

概要	
日時: 12月1日(木) 09:00-10:00	
・ 場所: ADB アゼルバイジャンレジデントミッション事務所	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、通訳	Mr. Faraj Huseynbeyov, Senior Project Officer
議事	
<p>1. ADB の活動内容</p> <p>ADBは2004年からアゼルバイジャン事務所を開設し、アゼルバイジャン国内で各種技術、経済支援を行っている。支援分野の内、公共セクターは主に交通インフラの道路で、高速道路の整備、道路の改修など、支援の約50%を占めている。その他にインフラ支援は上水道、下水道・衛生施設、送電施設の整備、廃棄処理などである。道路改修の対象地域は、バクー以外の地域である。</p> <p>民間セクター支援では、人材育成、雇用促進、ヘルスケア、財源提供、教育などの支援を行っている。ADBは現在、観光分野への支援は実施していないが、インフラ整備は間接的であるが、観光セクターへの裨益効果はある。ADBは今まで合計2.8Billionドルの支援を実施してきた(ローンを含む)。今後5年間における支援予算額は年間約250Mil US\$。</p> <p>2. 主要なプロジェクト</p> <p>(1) インフラ関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 上水道改修事業は4つ都市(Town)、下水道整備事業は5つの都市を対象に実施中である。 ・ 地方地域でのガス供給拡張事業 ・ バクー総合都市開発プロジェクト(調査) ・ 西部地域廃棄物管理プロジェクト。 ・ 道路改修プロジェクト(バクー～ジョージア間、500キロの高速道路) <p>(2) 民間セクター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商業銀行への技術支援 ・ ガス燃料の輸出支援 ・ 教育、環境保全、改善等の支援プロジェクト ・ 農村地域改善プロジェクト(洪水被害地域) <p>3. ポテンシャルの支援分野</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 南部地域の道路整備 ・ 主要鉄道路線の整備 <p>4. 観光セクターの現状、課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アゼルバイジャンは世界の12の気候帯のうち、9つの気候帯を有するため、観光のバリエーションがある。 ・ 近年、アラブ諸国、旧ロシア諸国からの観光客が増加している。アラブ人(カタール、UAEなど)は狩猟目的が多い。 ・ 北部に最大規模スキーリゾートができ、今までロシアにスキーに行っていた外国人観光客のみならず 	

<p>らず国内観光デスティネーションとしてのニーズも高い。</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内空港は Ganja (3 便/週)、新たにできたランカラン空港はモスクワからのフライトが乗入れ (2 便/週)。 既に、中東周辺のハブ空港は、ドバイ、ドーハ、イスタンブールの空港であり、バクー空港は空港の規模、現状より、ハブ空港として機能しない。イランへの経済政策が解除されてから、British Airlines はバクーから、テヘランへと就航先を変更している。 国内の移動手段はほとんどの場合、利用する人が多い。また、陸路で国境を超える場合は、ボーダーの通過に時間がかかる。 トラックなどの超過貨物重量により、道路舗装が悪化している。 東西の鉄道が改修されれば、観光としての利用も高まる。鉄道が改修されれば、バクーからゲンジェへの鉄道を利用した観光もよいのではないか。 <p>5. ADB の協力支援政府機関</p> <ul style="list-style-type: none"> 財務省、運輸省、道路局、国家水道公社、電力関連組織など。 <p>6. 他の支援動向</p> <ul style="list-style-type: none"> 上水道整備は現在、WB が南部への新規高速道路整備プロジェクト (4 車線) を実施中であり、3 年間で完了予定。 <p>7. その他</p> <p>ADB は Central Asia Regional Economic Cooperation (CAREC) の枠組みの中で、他のドナーと協力連携し、支援を行っている。メンバー国は Afghanistan, Azerbaijan, People's Republic of China, Georgia, Kazakhstan, Kyrgyz Republic, Mongolia, Pakistan, Tajikistan, Turkmenistan, and Uzbekistan の 11 か国。CAREC や Country Partnership Strategy (2014-2018) の内容、プロジェクトは ADB のウェブサイトを確認することができる。</p> <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
なし

2. 文化観光省 (Ministry of Culture and Tourism) (計画開発局)

概 要	
日時: 11 月 21 日 (月) 15:00 – 16:00	
場所: 文化観光省内ミーティングルーム	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、 通訳	Mr. Mahir Gahramanov, Head of division of Planning and Development Mr. Raut Pashageu, Deputy Head of division of Planning and Development
議事	
<p>1. 文化観光省の組織</p> <ul style="list-style-type: none"> 2001 年、アゼルバイジャンの観光産業発展を図る目的のため、Youth, Sport and Tourism 省設立に関する Presidential decree が制定され、観光省が設立された。2006 年に文化と観光が統合し、文化観光省となった。同省の主な役割は、観光セクターの短期、中期、長期の戦略、プログラムを策定、それらを実施し、アゼルバイジャンの文化、観光の促進を図ることである。 省内の Tourism Department には、Marketing (スタッフ 4 名)、Tourism Industry (ライセンス)、Development of Tourism、Planning and Development (戦略、計画策定) の 4 つの Division 	

に分かれ、合計 17 名のスタッフ。

- ・ 地方政府に観光部局があるが、来年 2017 年から文化観光省から各地方政府へ人材配置、予算を拠出する。
- ・ また、今年 9 月 1 日に大統領命令により、観光関係の官民機関の連携・調整を推進することを目的とする Tourism Council を観光省管轄内で設置することが決定した。ただし、11 月現在において、まだ当該機関のメンバーは配置されていない。

2. 観光関連法令、ライセンス

(1) Law on Tourism

1991 年の Law on Tourism (8 頁) が制定され、現在新たな New Law on Tourism (100 頁) が策定され、議会で協議中である。見直し検討に 2 年間、内容検討に 1 年間で、来年 2017 年には合意される予定。(内容は不明。)

(2) 観光業のビジネスライセンス

2015 年からホテル、旅行会社などのビジネスライセンスの制度が廃止となった。但し、観光事業を運営・経営したい事業者は Ministry of Tax に観光セクターの企業として登録する義務がある。観光ビジネスのライセンスが廃止されても、文化観光省は観光セクターの企業に対して、観光関連のビジネス、運営、クレームなどに問題点等、必要な助言、対応を行う。ライセンスが廃止されたことにより、観光業者から文化観光省に対してクレームが出ている。

(3) ホテルの格付け

ホテルの格付けはヨーロッパの基準に従い、★で格付け認定している。現在、アゼルバイジャンには 536 のホテルが登録され、格付け登録のホテルは 120 である。

3. 観光セクター戦略

2010 年～2014 年の 5 年計画に続く、新たな観光セクターの長期戦略 (2016-2025) は Road Map として、既にドラフトができているが、議会でレビュー中である。年内には最終承認される予定である。戦略は 2016-2020、2021-2025、2026-のタイムフレームで構成されている。短期戦略には、アクションプランが含まれている。同戦略では、MICE、Health、Culture、Festival などを重点振興分野としている。全体戦略はマッキンゼーに委託し作成。

4. 観光セクターの動向

(1) ビザ

2016 年 2 月から、ビザ手続き緩和策として、アラブ湾岸国 (バーレーン、クウェート、カタール、サウジアラビア UAE など)、日本、マレーシア、シンガポール、韓国、中国に対し、空港でのオンラインビザに変更した。

(2) 外国人観光客の動向

アラブ諸国からの観光客が多く、5 月から 9 月の間が特に多い。ドバイからの観光客が急増し、昨年との比較では 2 倍増になっている。

(3) ビーチ観光

アゼルバイジャンのビーチ観光では、泳げる期間は実際 2 か月間である。ソ連時代、トルコの黒海がロシア人向けのビーチリゾート観光地であった。

5. 重点マーケット

- ・ 第 1 重点マーケット：近隣国 (ロシア、イラン、カザキスタン、中東、湾岸諸国)、第 2 重点マ

マーケット：欧米（英国、フランス、ドイツ、米国、カナダ）、日本、東南アジア諸国、第3重点マーケット：その他アフリカ諸国などからの訪問者数が少ない国

- ・マーケットの選定では、アゼルバイジャンからの距離(Long-haul、Short-haulなど)、ビザ、フライト接続の利便性などを含む9つのクライテリアを設定した。マーケティング Division のスタッフは4名。Facebook、インターネットを用いたデジタルマーケティングを外部委託でおこなっている。

6. 観光拠点開発

ガバラ、グバは観光レクリエーションゾーンに指定している。Integrated Tourism Zoneなどのゾーン、クラスター設定を行い、観光計画の策定、観光拠点開発を行っている。ナフタランはオイルスパで有名であり、ヘルス観光としてプロモーションしたい。

7. 観光プロモーション

- ・海外でのプロポーシオンを行う政府観光局の事務所はない。その代わりにロシア、ヨルダン、トルコ、湾岸諸国のプロモーション代表事務所（旅行会社へ委託）を設置し、アゼルバイジャンの観光宣伝、プロモーション活動を行っている。
- ・在外のアゼルバイジャン大使館を通じて、観光宣伝を行ってもらっているが、実際は経済協力が主で観光宣伝、プロモーションは十分でない。
- ・観光フェアの開催では、文化観光省がブースの設置費用、エージェントの渡航チケットの代金など必要経費の一部を負担している。クウェートのイベントでは、官民連携で、エージェントがホテルを負担した。

8. 観光情報センター

国内に11の観光情報センターがある。各センターのDirectorは文化観光省で地域ごとに配置しているが、専門性、能力が十分でない。観光情報センターの人材は、観光の専門家、経験がある人材を配置する必要がある。活動予算は2000マナット/月。

9. 観光関連組織

- ・MICE活動の計画、イベントの選定、実施、運営を行う組織であるアゼルバイジャンコンベンションビューロー（2013年設立）、アゼルバイジャン観光協会、ヘルス観光協会、Rural観光協会などがある。
- ・AZPROMOはアゼルバイジャンへの観光セクターを含む民間投資促進を行っている組織である。免税や民間投資誘致に関わる優遇施策、ガイドラインを策定し、国内及び外資の投資促進活動を実施している。FAMツアーなどの支援も行っている。Economic Forumにも参加、協力している。

10. 教育機関、人材育成

- ・観光分野の教育機関として、Azerbaijan Tourism and Management University (ATMU)、Baku Tourism Vocational Tourism Schoolなどがある。
- ・観光サービスにおいて、中間レベルのサービス向上が求められている。
- ・ATMUの卒業生の99%は観光ビジネスに就職している。近隣のイスラエル、トルコなどで働いている卒業生も多い。
- ・教育省ではVocational Schoolを増やすことを検討している。
- ・観光分野の人材育成において、講師の数、能力、研修機会が十分でない。
- ・2010年に第1期ATMUの観光コース卒業生が100名で、育成に時間を有する。

11. MICE

- ・MICE活動はアゼルバイジャンコンベンションビューローと協力連携し、行なっている。IMAX、

ITB などの MICE イベントに参加。最近ではモスクワで WS を開催した。

- ・ 2017 年にバクーで “ショッピングイベント” を開催予定。

12. 観光統計

- ・ Statistic committee が観光統計を収集、取りまとめを行い、文化観光省が観光統計をレビューしている。アゼルバイジャンへの入出国は、State Border Service が行っている。
- ・ 観光客満足度(Customer satisfaction)は、Statistic committee が実施しているので、そこに確認してもらいたい。

13. 問題点、課題

- ・ 省庁間で情報共有、連携があまりない。省によってはほとんど連携がない。
- ・ エコツーリズム、国立公園は、環境・自然資源省の所轄であり、自然保全を優先課題としている環境・自然資源省との協力連携は難しい。
- ・ 外務省とはビザに関して（申請手続き、ビザ緩和など）、連携を図っている。
- ・ 観光の季節性があり、観光シーズンは 3-4 ヶ月間で、今後は観光客を増やすためにも観光シーズンを 7-8 ヶ月間に延ばしたい。
- ・ マーケティング活動については、プロモーション活動が優先となってしまっているうえ、マーケティングまで割り振れる十分な予算がないため実施できていない現状。
- ・ ジョージアはアゼルバイジャンよりも観光プロモーションが成功し、またジョージア観光庁のスタッフも数倍いる。
- ・ 航空に関しても、National Flag を保護しすぎた経緯があり、ジョージアには LCC が就航しているが、アゼルバイジャンに就航していないことも課題である。
- ・ 顧客満足度 (Customer Satisfaction) の調査は 2014 年に実施して以来実施していない。

14. 他ドナーによる観光セクター支援

- ・ UNDP は観光案内センター、観光 Vocational School への支援で人材研修を実施。
- ・ WB が North West Corridor 観光開発プロジェクトの計画を提案し、経済省では承認されたものの、財務省で却下された。計画によると全体予算は 82Mill ドル。20%はグラントで、その他はローンで実施。

以上

受領資料

Baku 観光地図
Information for Tourists Azerbaijan
New and Old Baku (Post cards)
Masterpieces of Azerbaijan Cultural Heritage in the UNESCO Lists
Sun & Beach in Azerbaijan
National Parks of Azerbaijan
Azerbaijani Cuisine
On additional measures to develop tourism in Azerbaijan
Document of approval on Proposals for development of Shutter-Khachmaz, Guba, Gusar on tourism and recreation zones
Development of tourism in Azerbaijan 2001-2016
Tourism Statistic (2009-2015)

3. 日本大使館

概 要	
日時： 11 月 22 日（火） 09:30 – 10:30	
場所： 日本大使館（Hyatt Hotel 内）	
出席者（調査団）	出席者（相手側）
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、通訳	薄井謙彰氏、一等書記官、Head of the Economic Affairs and Development Cooperation Section
議事	
<p>1. アゼルバイジャンの観光セクター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在アゼルバイジャン自体が産業の多角化を国の優先課題として挙げていることなどを踏まえると、コーカス地域 3 か国で調査を行うことはタイムリーである。 ・ 本大使館では、アゼルバイジャンの観光セクターの現状を把握するため、文化観光省へヒアリングを行った。 ・ アゼルバイジャン政府は非オイルセクターの開発、発展を推進しているが、同セクター以外において、農業、観光は大変ポテンシャルがある。 ・ 観光産業に係る人的資源が不十分である。具体的に何をどうやったらよいか分からない。文化観光省は専門家を呼べば、何とかかなと思っっている。 ・ 地方の観光地は、ほとんど案内板がない。 ・ アゼルバイジャンでは近年、ユーロビジョン、ユーロゲーム、F1、チェスの World Cup、Islamic Game など、大きな国際イベントを開催している。 ・ 安全な国である。 ・ アラブからの観光客が増えているが、それが一過性なのかどうか分からない。外国人観光客が観光で支出する額は大きいので、国によってどれだけ支出しているか把握し、もっと、遠方の地域から観光客を呼ぶこむことができたらよい。 ・ 国内には 9 つの国立公園が存在するが、実際にどうやって行くのかなどほとんど情報がない。？ ・ 地方のレストランはほとんど宣伝されていないが、なかなか美味しく、新鮮であった。 ・ アゼルバイジャン人はジョージアに観光する人が多い。 ・ 国内のメイン道路は整備されているが、支線の道路は整備が不十分である。 ・ 国内には Mud Volcano が多くあるが、観光資源として、ほとんど紹介されていない。 ・ アゼルバイジャンはまだ観光プロポーシオンが十分でない。 ・ シェキは古い宮殿があり、工芸品、特にシルクのスカーフが有名である。シェキでは JICA が幼稚園の整備プロジェクトを実施した（Kishi 村、キャラバンサライから約 10 分）。また、絹製品で有名な Ismaili 県は、過去に大使館草の根無償資金援助により国営絹スカーフ製造工場の改修事業を行った。Ismaili 県は静岡県の伊東市と姉妹都市を結んでいる。 ・ Gabala の Najir にある大きな教会は、ノルウェー政府の支援で改修が実施された。 <p>2. 本調査への要望、課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 3 か国で連携した支援は難しい。（アゼルバイジャンとアルメニアの関係） ・ アゼルバイジャンとジョージア、アルメニアとジョージアの組み合わせた連携支援は可能である。 ・ アゼルバイジャン人がジョージアで研修を受けることも可能である。例えばサービス、ホスピタリティ研修など。 	

- ・ 3 か国、個別の支援でも、3 か国の地域全体として、経済活性化できればよいと思う。
- ・ コーカサス地域、3 か国への日本人観光を増やすための観光プロモーションの支援は可能である。
- ・ アゼルバイジャンで観光業を行っている日本人（上田氏、Fuyo Travel）がいるので、できれば会った方がよい。

3. その他

アゼルバイジャンはソ連時代、観光事業は行われていなかった。ていた、ソ連時代には政府が情報を統制、コントロールしアゼルバイジャンが有する文化、歴史、政治などについて、普通に話すことはできず、学校でアゼルバイジャンの歴史などを教えられることもなかった。ソ連からの支配下を生きていたアゼルバイジャン人はアゼルバイジャンが独立国家になっても、物事の考え方、思想など、ソ連時代の影響が残っている。また、こうした支配下時代に自国の歴史が消されてしまっていたため、アゼルバイジャン人でも自国の歴史のことを十分に理解していない人が少なくない。

以上

受領資料

なし

4. World Bank

概 要	
日時： 11 月 22 日（火） 11:30 – 12:30	
場所： World Bank Meeting Room at Landmark III	
出席者（調査団）	出席者（相手側）
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、 通訳	Mr. Madji Huseynov, Senior Infrastructure Specialist, Water Global Practice
議事	
<p>1. WB の組織、活動概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ WB は Country Partnership Framework (CPF) 2015-2020 に従い、公共セクター管理・サービス、経済競争力の 2 つ分野の戦略を基に公共インフラ開発、民間企業、農産地域の経済活動支援などを計画、実施している。 ・ 観光分野への支援は現在実施していないが、過去に 1997 年から 2007 年まで“Cultural Heritage Support Project”を実施した。同プロジェクトではバクーやシェキの宮殿などの遺跡修復作業に加え、修復技術者や技文化観光省のスタッフの能力強化、ガイドの研修の実施など、人材育成支援も行った。 <p>2. 北部西部地域コリドー観光開発プロジェクト（North-Western Corridor Tourism Development Project）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ WB は地域観光開発のプロジェクトとして、アゼルバイジャンの北部から西部地域までの観光地を結ぶ地域の観光現状調査、観光資源のアセスメント、開発戦略を策定し、地域毎に必要な文化遺産修復、観光施設、観光インフラの整備計画、資金計画の提案を行った。同プロジェクトには公園、観光サイトへのアクセスルート、休息施設、案内板の整備、観光地図の作成、観光人材育成として、観光ガイドのトレーニングなどに活動に含まれていた。 ・ 2015 年同プロジェクトは文化観光省、経済省に承認されたが、財務省で却下され、ペンディングになっている。本プロジェクトの実施に当たり、オイル価格の減額による政府の予算縮小がなされローン貸付による支援という負担がアゼルバイジャン政府により受け入れられなかったことや、政府自体が観光以外の主要インフラ整備により優先度を置いていたことが、本プロジェクトが承認されなかった理由として挙げられる。WB としては、同プロジェクトを実施したいと考 	

えている。

3. 観光セクターの現状、課題

- ・ アゼルバイジャンはバクー及び周辺地域のツアーが中心であり、旅行会社による地方地域の観光ツアーがまだ十分整っていない。優秀なガイドが少ないのが現状である。隣国のジョージアに比べ、地方地域での滞在日数も少ない。アゼルバイジャンとジョージアを組み合わせたツアーでは、ジョージアで1週間（ワイン・ルートでの1泊～2泊滞在を含む）、アゼルバイジャンでは、バクーで3日間が通常の外国人観光ツアーのパターンである。
- ・ 地方ではホテルのサービスレベルが低い、観光情報が少ない、観光案内板や観光地図などがなく、地域の観光ガイドがないなど、外国人観光客を受入れる上で改善が必要である。他方ジョージア、アルメニアの方が、アゼルバイジャンよりも観光地のインフラ整備が進んでいる。

4. 今後の支援

WBはCPFに従い、道路、上下水道、廃棄物、金融セクター支援のためのトラストファンド、農村地域の生計向上支援など、各種プロジェクトを実施していく予定である。

以上

受領資料

後日、下記資料を受領。

Azerbaijan: North-Western Corridor Tourism Development Strategy, May 2015, WB

Azerbaijan Regional & Tourism Development Project, WB

Strategic Roadmap on specialized tourism and entertainment sector in the Republic of Azerbaijan (Draft) (Road Map), the Republic of Azerbaijan, 2016

5. Azerbaijan Tourism and Management University (ATMU)

概要

日時：11月22日（火）14:30～15:30

場所：Azerbaijan Tourism and Management University

出席者（調査団）

松崎、木村、渡邊、
Ms. Nigar Ismaylova (Program
coordination for Azerbaijan, JICA)、
通訳

出席者（相手側）

Dr. Eldar Aslanov, Vice-Rector, ATMU
Mr. Orkhan Musa, Head of International Relation Department, ATMU

議事

1. ATMUの概要

- ・ 2006年9月、文化観光省の教育機関として、Azerbaijan Tourism Institute (ATI)が設立した。設立時、Tourism Organization and Managementの1つのFacultyで学生は約150名であった。
- ・ 2014年、ATIからAzerbaijan Tourism and Management University (ATMU)に名称が変更になった。現在、観光とホスピタリティ、サービス工学と経営管理などのコースがあり、学士、修士、博士の学位が取得可能である。
- ・ 過去10年間にATI、ATMUで5000人以上は観光分野の教育を提供してきた。2010年にATMUの組織機能、教育・指導プログラムの改善、施設の拡張などを含む長期的な戦略計画(2008-2016年)を策定した。今後、国内の6つの地域に観光大学を設置する予定としており、来年は2つの学校を設置する予定となっているほか、バクーの郊外にキャンパス(ブランチ)を拡張する予定である。

2. プログラム

- ・ ATMUには、学部、修士、ドクターのコースがあり、観光実務、観光サービス、マーケティング、合計12のプログラムがあり、教育水準、学位認定はボローニャ・プロセスに従っている。講義は、アゼルバイジャン語、ロシア語、英語で教えている。マネジメントコースは全て英語の講義

である。

- ・ ATMU では、旅行会社、ホテルなど観光事業者とのパートナー契約を結んでおり、在学中の学生は旅行会社やホテルで実地研修を受ける。ホテルや旅行会社の実務者をゲストスピーカーや講師として招いたりもしている。将来的に、観光セクターに求められる人材を育てるうえで、観光事業者との協力、連携関係が重要で、現場のニーズに応えたプログラム運営が必要である。ATMU は研修生の受入、講師派遣協力などについて、合計 200 の企業と契約を結んでいる。通常はホテル等で 5～10 名単位で実施研修を行っている。

3. 講師

ATMU には専任、臨時の講師がいる。ホテル・レストランプログラムには、21 名の臨時講師がいる。ATMU の教授、講師の給与は他の大学よりよい。

4. Vocational School

Vocational School は教育省が管轄している。現在、国内には 20 の Vocational School がある。バクー Vocational School は 2011 年の設立し、9 つのプログラム、1 年コース (2 セメスター)、500 名の学生が在籍している。バクー以外に Ismaïlle, Sheki などに Regional Tourism Vocational School がある。Vocational School が発展し、大学に格上げする必要もある。

5. 観光分野の人材、レベル

アゼルバイジャンで、観光産業に直接従事している人材は約 50,000 人である。観光産業のニーズは高い。アゼルバイジャンのホスピタリティ、サービスの研修は、伝統な手法を重視していることより、ビジネスレベルに達していない。

6. ホテル運営、多角化

現在、アゼルバイジャンには 37,000 ベッド数があるが、認定されていない宿泊施設も多い。宿泊施設の運営では、レクリエーション、イベント、観光ツアーなどを考慮し、それらを組み合わせたマネジメントが重要である。政府が策定している観光ロードマップでは 2～4 星のホテル建設投資計画が提案に含まれている。

7. UNDP からの支援

UNDP から ATMU のプログラム、運営指導改善などの支援を受けた。文化観光省の機能強化支援プログラムの一環で ATMU 内に研究・開発センターが設置された。また、現在大学の新たな戦略計画の策定支援を受けている。

8. 課題

- ・ 大学で指導している講師、教授などは、実務経験が少ないため、実務経験が豊富な人材確保が不可欠である。
- ・ 観光産業事業者からは、実務経験の知識がある人材が必要という声が上がっているものの、そういった人材を育成するにも学内の教育教材 (インフラ) が不足している。例えば、ウェイトターの育成を行うためには、レストランを想定した実習室が必要。
- ・ 使用しているカリキュラムやプログラムの内容が現在の観光作業のニーズにあったものとは言えない古いもので、改定の必要がある。しかし、政府が承認しているカリキュラムは内容が古いものの改定するとしても、最大 25% (内容の 4 割) までの変更しか認められず、結果として古いカリキュラムを使用するしかない。

9. その他

- ・ 大学入学希望者は統一試験を受け、試験結果により 4 つの分野 (医学、法律、社会経済、技術)、10 のプログラムがシステマティックに試験受験者に送られ、その中から学生は大学を選定する仕組みとなっている。また、政府は試験点数の上位者にスカラシップを与えている。

<ul style="list-style-type: none"> ・ アゼルバイジャンには 200 の異なる言語が存在し、大学では英語、ロシア語、以外に日本語、スペイン語、ドイツ語、アラビア語など、他の語学を選べる。なお、観光とマネジメントの中の 60 の講義は英語で実施されている。 ・ ホテル業においては、需給バランスに応じて価格を可変させておらず、365 日同じ価格で提供をしており、レベニュー・マネージメント等を実施していない点も課題である。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
Azerbaijan Tourism Institute Strategic Plan 2008-2016, Baku 2010 ATMU brochure

6. 文化観光省文化局

概 要	
日時： 11 月 22 日（火） 16:00 – 17:00	
場所： 文化観光省文化局	
出席者（調査団）	出席者（相手側）
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、 通訳	Mr. Fikret Babayev, Head of department
議事	
<p>1. 文化局の組織・役割</p> <p>文化局はアゼルバイジャンの観光に関連する伝統文化、音楽、Folkart（伝統芸能）、イベント、工芸品、博物館、美術館を管轄する部局である。それらの活動、イベントの計画、準備、資金、広報宣伝、技術的な支援などを行っている。同局のスタッフ数は合計 8 名。文化局の予算は約 90,000 マナト。</p>	
<p>2. 主なフェスティバル、イベント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内の地域毎に開催されるフェスティバル（アップルフェスティバル、ザクロフェスティバル、料理フェスティバルなど）、伝統工芸、国際的な文化イベントなどを継続的に支援している。毎年開催されるイベントは毎年実施日が異なるため、文化局は地域自治体、組織に確認、調整し、告示を行っている。少数民族の伝統イベントも支援している。文化局は国内の文化、芸能、イベントなどに関する様々な問題点の改善支援、対外的な広報活動、無料イベント、コンサート、文化観光省が開催するイベントなど、各種支援を行っている。 ・ バクーのイベント参加者数（2015 年）は、昨年約 15,000 人である。外国人観光客も参加している。 ・ Gabala で開催されるジャムフェスティバル（3 日間）には多くの観光客が訪れている。Gabala には複数のホテル、レストランもあり、観光インフラも充実し、8 月に観光客が集中する。Gabala のイベントの情報発信、広報宣伝は、民間の Gilan Tour のウェブサイトで行っている。Sheki では、料理フェスティバルが 7 月に開催されている。それらのフェスティバルは、外国人観光客の受入が可能である。 	
<p>3. 文化センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内には約 50 の少数民族が存在し、文化局に登録されている。20 の少数民族は、個別に文化センターを有している。バクー市内には、ロシア、タタール、レスキーなどのいくつかの少数民族の文化センターがある。 	

- 文化センターは少数民族固有の伝統、文化、芸能、音楽などを保全、継承するために必要な施設である。文化センターでは国内・海外の観光客向けに伝統工芸品の展示なども行っている。文化センターのスタッフは合計約4千人。

4. 伝統工芸品、工芸職人

- 3月や12月には絨毯、その他国内の伝統工芸品の展示会が開催される。Sheki（昔のペルシャ）には伝統工芸品ハウスがある。同ハウスには工芸品のレンタル工房スペースがあり、工芸職人が観光客にデモを見せることができる。地域別に工芸職人が登録されている。文化局では、工芸職人に対して、財政的な支援を行っている。伝統工芸品（ハンディクラフト）の支援として、工芸職人をマレーシアへ派遣した。（5名派遣する予定であったが、予算の都合で1名になった。）
- アゼルバイジャンの伝統工芸は、工芸職人の家族単位で伝統、技術を継承しているため、文化局では工芸品作製の技術的な研修、指導は行っていない。文化局では、工芸品の展示会などで、工芸品の出展スペースを無料提供や税金免除などを行っている。

5. 問題点、支援の可能性

- 国内で販売されている工芸品（含む絨毯）、土産物の中には中国、パキスタンなどの海外で作られたものも多いが、文化省では、工芸品の品質チェック、管理、規制などは行っていない。これらの対応は政府の商品認証機関が行っている。
- 工芸品づくり、工芸職人の改善として、例えばシルクスカーフの商品開発、工芸職人の加工場（ワークショップ）の環境改善などが挙げられる。

以上

受領資料

“Azerbaijan-My Native Country” National Minorities Festival, Ministry of Culture and Tourism
AZERBAIJAN – MY NATIVE LAND, The catalog of photo exhibition of the national minorities, Ministry of Culture and Tourism, 2016

7. Azerbaijan Tourism Association (AZTA)

概要	
日時: 11月23日(水) 10:30-11:30	
場所: Azerbaijan Tourism Association	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、木村、渡邊、 通訳	Mr. Muzaffar Agakerimov, Advisor to the Chairman
議事	
1. AZTAの組織、メンバーシップ、活動 <ul style="list-style-type: none"> AZTA（アゼルバイジャン観光協会）は、観光関連事業者が協力連携し、アゼルバイジャンの観光業の発展、サービスの向上、外国人観光客の受入のためのアゼルバイジャンの魅力向上、観光振興を図ることを主目的として、文化観光省の支援により2009年に設立された。 AZTAは、2010年にアゼルバイジャン Hotel Union 協会に加盟した。旅行会社150社、ホテル100社がAZTAのメンバーとして登録されている。AZTAは文化観光省と密接な協力関係を築いている。AZTAの代表は、WTO (World Tourism Organization) ヨーロッパ支部の議長を担当し、AZTAはWTOの活動にも積極的に参加している。AZTAの会長は Tourism Council の設立準備に協力している。 AZTAは文化観光省と協力し、国内の観光セクター、観光ビジネスの様々な問題、課題に関して、改善、解決対応、国内外の観光イベント、FAM ツアーの準備、開催の支援を行っている。AZTAは、観光法令(Law on Tourism)の改訂作業にも協力している。AZTAは、メンバーからの観光セ 	

クターの問題点、改善などは直接、文化観光省へ相談、クレームしている。

- ・メンバーシップフィーの支払いは、特に義務付けられていないため、組織の運営費は上記の様々な活動支援を通じて得ている。例えば、海外におけるトラベル・フェアが開催される際、協会として確保した開催ブースを協会メンバーに提供する代わりに、そこで参加費のような形で協会メンバーから金額の支払いを受けている。
- ・AZTAは、ユーロビジョン2015、F1 Gran Prix、国際観光フェア、来年開催される Islami Solidarity Game、ショッピングフェスティバル、また、国内の観光関連イベントの支援を行っている。
- ・AZTAのスタッフは、7名で、月1回、メンバーとの定例会合を開催し、問題点などについて協議や情報共有を行っている。各種メディアの受入対応も行っている。
- ・AZTAでは、ホテル、レストランの各種コース（フロント、ハウスキーピングなど）の研修の支援を行っており、研修を修了したものは証明書の発行をしている。研修費用は研修内容により異なるが、大体1コース500USDから。
- ・Muzaffar Agakerimov氏はラマダホテルチェーン、大学で20年間、ホテルのマネジャー、従業員に対して観光に関する理論、実務の講演を行っている。

2. アゼルバイジャンの観光セクターの現状

- ・アゼルバイジャンの観光は90年代まではoutboundが多く、2000年半からinboundのプロモーションを開始し、その後外国人観光客が増加するようになった。ヨーロッパからの観光客は安定して増加している。バクーの発展により、観光インフラがかなり整ってきているが、新たな観光インフラの整備が必要である。
- ・年々、アゼルバイジャンの観光開発が進み、近年はアラブ諸国からの観光客が増加し、今後はアラブ諸国、イランからの観光客が更に増加するだろう。
- ・アゼルバイジャン政府は、日本、マレーシア、インドネシア、シンガポール、湾岸諸国からの集客を高めるために、2016年2月からビザの手続き緩和、簡素化を実施している。この施策により、ビザ手続きの緩和、簡素化した対象国からの観光客が更に増加することが期待される。

3. 今後推進すべき観光

(1) ヘルス観光

- ・エコツアー、村落観光、ヘルス観光などはまだ開発が進んでいない。ナフタランのオイルは1882年ドイツ人旅行者が治療に活かせることを発見し、その後ナフタラン・オイルの開発、オイルを利用した治療療養、スパ施設の整備が行われてきたが、広報宣伝が十分でないため、まだあまり知られていない。（第一次大戦中、ドイツの軍人がオイルを治療に使っていた。）ナフタランはバクーから340キロに位置し、7つのホテルがある。ナフタランは国際的な健康センターであり、ソ連、カザキスタン、ウズベキスタンから治療、スパ目的の旅行者が多い。
- ・ガラアルティ（Galaalti）は腹痛治療の場所として、知られている。アゼルバイジャンには多くの健康センターが存在する。イランとアルメニアの国境に接するナヒチェバンは山で採れる岩塩が喘息に効くと言われている。これらの場所をヘルス観光地として、開発し、プロモーションすることが課題である。

(2) ホステル(小規模ホテル)

外国人観光客向けの5つ星ホテルだけではなく、ルームシェアが可能な国内の若者や低所得層向けのホステルのニーズも高く、今後、整備が必要である。

(3) ウィンター観光

シャーダグ（バクーから192キロ）、ガバラ（バクーから240キロ）は、スキーリゾートが整備され

た冬場の観光地である。ガバラでは毎年音楽祭が開催される。

4. 観光ガイド

- ・ 観光ガイドのニーズが高まり、バクーガイドサービス協会を設立する予定である。ガイドの言語はヨーロッパ、アジアの言語を含め、15の言語がある。日本大使館には日本語ガイドがいる。AZTAでは、Baku State Universityと協力し、講師を派遣してもらい、観光ガイド研修を実施している。観光ガイド研修では、参加者に特別な証明書を発行している。観光ガイドの資格証明書は文化観光省が発行している。

5. 観光マーケット

- ・ インドネシアは同じイスラム国である、ポテンシャルが高く、今後、積極的にプロモーションを行う予定である。現在、チャーターフライトの可能性を含め協議をしている。日本市場は重要であり、90年代、多くの日本人、韓国人がアゼルバイジャンを訪れていた。日本市場のプロモーションについては、日本の旅行会社に協力してもらい、どのような観光ニーズが求められているか確認し、日本市場向けのツアー造成する必要がある。
- ・ 日本市場へのプロモーションとして、アゼルバイジャンはヨーロッパとアジアの中間であり、Silk Roadの通過点であったことから、Silk Roadとの関連性をアピールしたい。

6. 観光調査、セクター分析

AZTAでは、メンバーの旅行会社やホテルとの協力により、デイリーベースの観光情報を入手して、必要な情報分析を行っている。また、AZTAは、観光客のリピーターを増やすことなどを考慮し、観光統計を基に国別の観光客の動向を分析している。

7. 課題

(1) 観光インフラ

観光施設、観光インフラはまだ十分でなく、ホテルも含め、整備していく必要がある。観光施設、観光インフラの整備について、日本政府、企業として関心があるのであれば、是非お願いしたい。地方地域の博物館施設の改善も必要である。特に、シニアの国内旅行客向けや若年層へ向けた安価なホテルやドミトリーが不足している。

(2) 鉄道を利用した観光ツアー

観光で鉄道を利用した場合、料金が安く、他の交通手段に比べ多くの観光客や物を運べ、車窓から景色を楽しむことができるため、鉄道車両、ルートの整備を図り、今後の新たな観光ツアーを開発する必要がある。

(3) リバー、シークルーズ観光ツアー

アゼルバイジャンはロシア、イランとカスピ海や川で繋がっているため、船を利用したクルーズツアーを開発、プロモーションする必要がある。クルーズ観光は近隣国の政府の協力、支援が不可欠である。

(4) 観光地の環境整備

地方の観光地での観光客を受け入れるための環境整備が必要である。

(5) 土産物の開発

アゼルバイジャンの土産物の改善（質、デザイン）、新規土産物の開発が必要である。

(6) プロモーション、宣伝

アゼルバイジャンには多様な観光資源、魅力があるものの、アゼルバイジャンの観光をアピールするためのPR、宣伝が十分できていない。

8. 協力

アゼルバイジャン観光の日本市場の拡大を図るためには、日本とアゼルバイジャンの旅行会社との協力連携が必要であり、日本市場に関心のあるアゼルバイジャン旅行会社の紹介や両国の会社間の調整など、AZTA が協力支援することは可能である。

以上

受領資料

なし

8. State Statistical Committee, Tourism Statistic Section

概 要	
日時: 11月23日(水) 12:00-13:00	
場所: State Statistical Committee, Tourism Statistic Section	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、 通訳	Mr. Gulbala Guliyer, Director of Tourism Statistics Section Mr. Rauf Aliyer, Assistant
議事	
<p>1. 組織、役割、業務内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 政府統計委員会の観光統計局は観光分野の統計データの集計、分析、取り纏め、統計書の作成を行っている。 統計集計・分析の手法はヨーロッパや世界標準の統計手法に準拠している。観光統計局では関係機関、組織との協力で、調査、分析、レポートの作成も行う。政府の State Border Service からアゼルバイジャンの国境からの出入国データを入手している。集計した統計データは分析し、四半期、半年、年単位で、統計データを取り纏め、年1回観光統計書を作成し、文化観光省他、関係省庁、組織へ送付している。アゼルバイジャン観光協会などから統計データの問合せがあれば、適宜データを提供している。同局では旅行・観光サテライト勘定 (Tourism Satellite Account) を導入している。同局のスタッフ数は4名であるものの、国内各地域には1,800人の統計家が配置されている。 <p>2. ホテル宿泊、ツアーパッケージ販売データ、エリア区分</p> <ul style="list-style-type: none"> ホテルの宿泊データは、毎月、営業登録しているホテル事業者から個別にデータを送付してもらっている。 統計データにあるツアーパッケージは、国内の登録旅行会社が観光統計局で作成したオンラインフォームにログイン・入力したデータを集計している。 統計の地域区分は政府で規定した Economic Zone と、市など行政区分で分けている。Economic zone 内のビジターデータは旅行会社を通じて入手しているほか、国勢調査を通じて国内観光客の動向を把握している。 <p>3. 観光業者の登録システム</p> <p>観光業(ホテル、レストラン、旅行会社など)のライセンスの登録制度が廃止になったが、観光事業を営みたい業者は税金を払う義務があるため営業を開始するには Ministry of Taxes に登録しなくてはならない。したがって、ライセンス制度がなくても観光業者数の把握は可能といえる。また、上記のように、統計局のオンラインフォームにアクセスするには当該営業登録をしていないとアクセスできない。他方で、現実的には必ずしも全ての観光事業者がきちんと営業登録しているとも言えない。なお、ホテルのレートには税金が含まれている。</p> <p>4. 税金</p> <p>ホテルのレートには税金が含まれている。観光業の税金(サービス税)はバクー市で4%、バクー市</p>	

以外の地域は2%になっている。

5. 観光客満足度調査 (Customer satisfaction survey)

今年、観光客満足度調査を実施済み。次回の観光統計報告書に含める予定。特に重点マーケット（20カ国）の分析は重要である。

6. ホテル稼働率

2015年のホテル年間平均稼働率はバクーで26%、他地域で12%である。5月～6月、8月～9月のバクーの平均稼働率は75～80%である。

7. 観光ガイドライセンス

観光ガイドの資格登録制度は政府内でまだ検討中と聞いている。来年、文化観光省及び観光インスティテュートと協力しガイド協会を設置する予定となっている。雇用者数の把握という観点からこうした協会を通じて観光関連事業に従事する人数を把握できるようなシステムを作っていくべき。

以上

受領資料

なし

9. UNDP

概要	
日時: 11月23日(水) 14:20-15:30	
場所: UNDP Azerbaijan Office	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、通訳	Mr. Elnur Khaliliov, Development Advisor Ms. Sabina Babayeva, Tourism Project Manager Ms. Kamala Sharabchiyeva, Tourism Project Assistant
議事	
1. 組織、活動予算、関連機関 UNDP アゼルバイジャン事務所の観光セクター支援関係スタッフ（過去6年間）は、国際スタッフ8名、ローカルスタッフ10名の合計18名。現在、観光プロジェクトでは、プロジェクトマネージャー、プロジェクトアシスタントの2名が対応している。過去5年間観光関連プロジェクトの活動予算は、以下の通り。 <ul style="list-style-type: none">・ Capacity Building of the Azerbaijan Tourism and Management University (ATMU) 実施期間: 2015-2018年、全体予算: 420,000ドル（文化観光省: 300,000ドル、ATMU: 80,000ドル、UNDP: 40,000ドル）・ Support to the Baku Tourism Vocational School (BTVS) of the Ministry of Culture and Tourism 実施期間: 2013-2015年、全体予算: 483,000ドル（文化観光省: 380,000ドル、UNDP: 100,000ドル）・ Institutional Support to the Ministry of Culture and Tourism to facilitate effective development of domestic tourism in Azerbaijan (III Phase) 実施期間: 2010-2012年、全体予算: 440,000ドル（文化観光省: 400,000ドル、UNDP: 40,000ドル） 観光関連プロジェクトの政府、ドナー、関連組織は、文化観光省、ATMU、UNWorld Tourism Organization、DAIR Hotels and Restaurant Association である。	
2. アゼルバイジャンの支援戦略	

現在の UNDP のアゼルバイジャン支援戦略は Democratic governance、Sustainable development、Crisis prevention and recovery、Women's Empowerment の 4 分野である。各戦略の内容は UNDP からの回答質問票を参照。

3. 過去の観光セクターへの支援実績

支援プロジェクトの成果、達成状況は UNDP からの回答質問票を参照。

(1) Capacity Building of the Azerbaijan Tourism and Management University

- ▶ プロジェクトコンポーネント：①ATMU の組織支援、②ATMU 戦略計画（2016-2024）の策定支援、③ATMU 観光・ホスピタリティ学部の UNWTO TedQual 認証システムの導入支援、④国際的な専門知見、経験の拡充、⑤観光職業教育の強化
- ・ 問題点：2015 年に文化観光省とのプロジェクト予算の見直し、変更があり、双方の予算配分、予算が 300,000 ドルに減額となった。予算減額により、結果的に活動を減らすこととなった。
- ・ 負のインパクト：プロジェクト予算の縮小により、Masally 地域の観光職業学校設立支援の活動コンポーネントにおいて、他の UNDP プロジェクトとの連携し、対象地域の村落の女性の雇用促進を図るための研修プログラムが当初のスコップから外された。
- ・ 今後の可能な支援：ATMU への財政支援、観光分野の専門家派遣

(2) Support to the Baku Tourism Vocational School (BTSV) of the Ministry of Culture and Tourism

- ・ プロジェクトコンポーネント：①インフラ/ICT 強化、②カリキュラム改善及び新規コースの開発、③国際的な専門知見、経験の拡充
- ・ 問題点：BTSV のスタッフ研修プログラムでスタッフの専門知識、能力が低かったことより、研修が実施できなかった。BTSV と海外の職業訓練学校との技術提携、交流の活動プログラムで BTSV には国際協力担当部がなかったため、実施できなかった。マネジメントスタッフ向けの海外研修プログラムでは、BTSV のスタッフの専門性が低く、研修が実施できなかった。
- ・ 正のインパクト：2013～2014 年の 1 年間で 203 名の学生が研修に参加した。（男性：125 名、女性：78 名）就職した学生は 143 名。

(3) Institutional Support to the Ministry of Culture and Tourism to facilitate effective development of domestic tourism in Azerbaijan (III Phase)

- ・ プロジェクトコンポーネント：①文化観光省スタッフの民間セクターとの連携したマーケティング能力強化、②ATMU スタッフの観光産業の雇用を促進するための専門知識、スキルの強化、③観光情報センターのスタッフの観光客向けに提供するサービス、情報の知識、能力の強化

4. アゼルバイジャンの観光セクターの問題点、課題

- ・ ホステルや、2 スター、3 スターの中級クラスのホテルが少ない。
- ・ 観光職業学校の専門教育レベルが低いいため、観光産業のプロフェッショナル人材が少ない。

5. アゼルバイジャンの観光セクターへの支援ニーズ

- ・ UNDP 支援の観光プロジェクトの結果より、観光分野の職業教育の改善、能力強化の支援が必要である。それらの支援により、観光産業の就業環境の改善、若者や女性の観光産業への雇用機会が向上する。
- ・ Masally 地域の観光職業学校の支援プロジェクトを文化観光省に提案したが、同省の予算縮小により、同プロジェクトがペンディングになっている。Masally 地域は南部の観光地であり、サービスの改善が求められている。
- ・ ATMU は 2 年前に設立したが、マネジメントコースには優秀な専門家が少ない。観光産業のニーズが高く、サービス、ホスピタリティ、スキル、専門知識の向上を図るためにも、観光分野の

人材研修が必要である。BTVS の更なる機能、能力強化を図るための支援が必要である。	以上
受領資料	
UNDP への質問票の回答	

10. Ministry of Economy, Dept. of Cooperation with International Organizations

概 要	
日時: 11月23日(水) 16:00-17:00	
場所: Ministry of Economy, Dept. of Cooperation with International Organizations	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、通訳	Mr. Toghrol E. Guliyev, Deputy Director, Dept. of Cooperation with International Organizations Mr. Huseyn A. Huseynov, Deputy Director, Dept. of Economic Policy, Analysis and Forecasting Mr. Sanan Guluyev, Advisor, Dept. of Cooperation with International Organizations
議事	
<p>1. 組織、活動</p> <p>経済省内には国際組織との協力を担当する部局(Department)を含め、22の部局、バクー以外の地域に9つのRegional Divisionがある。AZPROMO(Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation)は、同省が所轄する組織である。文化観光省との連携関係はない。</p> <p>2. Tourism Council</p> <p>2016年9月に大統領令により設立が決定した政府最上位の評議会であり、メンバーは政府関係省庁、組織の代表で構成され、経済省もメンバーである。省庁間で観光セクターの政策、施策、問題点などについて、意見交換、協議を行う場となる予定であるが、まだ具体的なメンバーの選定などなされていない。</p> <p>3. 経済省の戦略計画 (2014-2016) 、社会経済開発政府プログラム (2014-2018)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経済省の戦略計画(2014-2016)には、3年計画で①マクロ経済規制システムの改善、②非石油セクターの潜在性の実現化と工業化の継続、③競合製品の輸出促進、④国の優先セクターへの投信促進(主にAZPROMOが対応)、⑤経済省の機能強化、人材育成強化、⑦海外投資促進などの戦略が含まれている。 ・ 現在、同戦略に従い、各種施策を実施中である。社会経済開発政府プログラムは省内のDept. of Development of Regions and State Programsが担当しているため、地域別の計画内容、進捗状況は、同部局に確認しないと分からない。 ・ 経済省の新たな戦略計画(2016-2025)は、石油、重工業、職業教育、タウン・娯楽サービス、Affordable住宅など、8つの分野で構成している。 <p>4. 観光セクターのロードマップ (2016-2025)</p> <p>観光セクターのロードマップは年内に承認されると聞いている。ロードマップは、短期、中期、長期のタイムフレームに分かれ、観光業を含むオイル・ガス産業、重工業、農業など8つの優先分野に対する開発方向性が示されている。</p> <p>5. ドナーの支援プロジェクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ GIZの観光関連プロジェクトでは、文化観光省をカウンターパートとして、現在農業のパイロットプロジェクトを実施している。支援対象地域はIsmailiであったが、ギョイギョルへ変更とな 	

<p>った。2017年までに実施予定である。</p> <ul style="list-style-type: none"> USAIDによるアゼルバイジャン Tourism Management 大学への支援プロジェクトがあり、プロジェクト規模は70百万ドルで、うち40百万ドルはUSAIDからの支援で実施した。 EUは観光セクターと関連する農業プロジェクトを実施中である、現在まだ始まったばかりである。ローンプロジェクトではない。 年2回(6月、12月)、ドナー間調整会議が実施され、同省も参加している。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
<p>経済省の組織図 経済省の活動計画及び予算リスト</p>

11. encounters

概 要	
日時: 11月23日(水) 16:00-17:00	
場所: encounters オフィス	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
渡邊	Mr. Emil Nasibov(Managing Director) Mr. Rasim Farzaliyev(Operating Manager)
議事	
<p>1. 会社概要</p> <ul style="list-style-type: none"> 欧州や日本を対象としたインバウンドを対象とした民間旅行会社 1996年位から日本マーケットを対象としている。 <p>2. 顧客</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本人顧客: 50-70位がメイン。コーカサス周遊旅行が多く、ジョージアと一緒に訪れる顧客が多い。 欧米: 英国やフランス、スペイン、ロシアからの顧客が多い。基本的にシニア層。 <p>3. 商品</p> <ul style="list-style-type: none"> 基本的なツアー内容は、バクーに1-2日間、トビリシ(ジョージア)へという工程が多い。 その他、ゴブスタンや伝統文化、料理教室等のアクティビティも積極的に取り入れている。 Hikingに関しては、ハイキングコースに川や山だけでなく、教会等の文化資源もあり、今後売れ出しそうなプロダクトとなっている。日本向けではないが今後チャレンジしたい。 インセンティブツアーも受け入れているほか、小規模のエキシビジョンも対応している。 <p>4. 商品の流通</p> <p>(1) 日本向け</p> <ul style="list-style-type: none"> B to B to Bでの流通が主流。日本の旅行会社は、クラブツーリズム、JTB、HIS、グローバルユースビューロー等が多い。 <li style="padding-left: 20px;">Enc tour ⇒ 第三か国の旅行会社(欧州やジョージア) ⇒ 日本の旅行会社 JATAにも加盟していることから、日本の商慣習は理解しており、第三か国経由になる点は理解をしている。 ジョージアだけでなく、アルメニアを含めた周遊をするケースが多いため、ダイレクトは極めて難しいほか、他の国への周遊の場合、第三か国の旅行会社経由の方がワンストップで対応できる 	

ため。

(2) 欧州

TUI や Thomas cook とは直接のやり取りとなっている。

5. プロモーション

- ・ JATA World Travel Fair (Tokyo), World Travel Market (London), EIBTM (Barcelona), ILTM (Cannes), Fitur (Madrid), ITB (Berlin), MTT (Moscow)等のトラベル・フェアに参加をし、B to Bのコネクションを築いている。
- ・ 日本向けには旅行博の後に、各旅行会社にセールスコールを実施している。

6. 課題

(1) 宿泊施設

- ・ 日本人マーケットの求める料金帯・質のホテル(3-4つ星)のホテルが足りていない。
- ・ 近年、アラブ諸国からの観光客が増加。長期滞在が多く、日本人マーケットのように1-2日間のバカー滞在の予約はホテル側が嫌がるといった現象も出てきている。

(2) ガイド

英語やロシア語ガイドは相応にいるが、日本語対応ができるガイドが少ない。

(3) 車両等

オンシーズンにはバスもドライバーも不足している。

(4) プロモーション関連

アゼルバイジャンについては、露出がほとんど足りていない。日本人消費者からの認知は低いほか、シリアで問題が生じてても地理関係が認識されていないこともあり、キャンセルが入ったりする。

受領資料

なし

12. AZPROMO (Azerbaijan Export and Investment Promotion Foundation)

概要	
日時: 11月24日(木) 10:00-11:00	
場所: AZPROMO, Baku Business Center	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、木村、渡邊、 通訳	Mr. Rufat Mammadov, President Mr. Raul Kharbanda, Project Manager, Investment Promotion Department
議事	
1. 組織、活動	
<ul style="list-style-type: none">・ AZPROMO は 2003 年に設立した経済省の所轄の官民連携組織である。アゼルバイジャンの持続的な経済発展のため、非石油セクターへの外国直接投資(FDI)促進を行っており、外国企業の投資エリアの選定、分析も行っている。・ FDI には観光セクターも含まれ、特に観光インフラは重要であり、AZPROMO は観光セクターへの海外からの投資誘致に重点を置いている。また、アゼルバイジャンの観光業者が海外の企業とコンタクト、ビジネスが行えるよう、観光業者に対して必要な支援も行っている。・ AZPROMO はアゼルバイジャンに関心のある外国企業に対して投資に必要な情報の提供、各種手続きなどの支援を行うことができる One-Stop サービスを提供している。・ AZPROMO 事務所のスタッフ数は 30 名である、海外事務所はジョージア、英国、中国、オーストラリア、ドイツ、アメリカの 6 カ所。バカー以外には国内に事務所がないが、国内での連絡対	

応は経済省の地域事務所を利用している。

2. 文化観光省との連携、協力

観光セクターへの外国直接投資では、文化観光省とも協力し、アゼルバイジャン観光のPR・宣伝のためのデスティネーションプロモーションビデオを作成し、BBCで放映した。また、外国企業のアゼルバイジャンへの入国手続きの緩和を図るため、E-Visaのサービスを今年末までに導入を図る予定である。今まではビザ取得に10日間以上かかったが、同サービスの導入により、1から2日間でビザが取得できる。

3. アゼルバイジャンの観光セクター

- ・ アゼルバイジャンにはイラン、イラクなど湾岸諸国からの観光客、ビジネス客が多く訪れている。アラブ諸国の観光客、ビジネス観光客は休暇やレジャー目的でアゼルバイジャンに来ている。アゼルバイジャンの食文化はアラブ諸国と類似しているため、アゼルバイジャンの料理は、アラブ諸国の観光客、ビジネス客に好まれているようである。
- ・ 湾岸諸国の主要都市からアゼルバイジャンへは約2時間のフライトで、アクセスに便利である。アゼルバイジャンはイスラム教の国であり、ハラールフードも充実している。また、アゼルバイジャンではどこでもアルコールが飲めるため、アルコールが禁止されているイスラム国（イランでは、飲めない）からビジターにとっては、メリットである。
- ・ アゼルバイジャンには、泥の火山、燃える丘、バクーから北東210キロの標高2,400mの場所に石器時代の村は、今でも独自の言語を使っているなど、独特な観光資源がある。
- ・ アゼルバイジャン国内では、今後も観光インフラの開発が必要である。国内観光のニーズも高くなっている。
- ・ 観光セクターのビジネスライセンス制度の廃止は、観光セクターのビジネス活性化に役立つと考える。

4. 観光産業の人材、サービス

- ・ モナコのホテル、レストランなどの観光サービスセクターの視察団がバクーを訪問していた。観光産業への人材開発に対して、関心があった。アゼルバイジャンには観光セクターの人材教育を行っているアゼルバイジャン Tourism and Management 大学があるが、有能な講師、専門家が少ない。
- ・ アゼルバイジャンの観光セクター（特にホテル）の人材開発、サービスの向上において、海外からの支援が必要である。観光客、ビジネス客の交通手段として、メータータクシーや空港からの市内へのバスがあり、便利になった。

5. 海外、国内からの観光セクターへの投資動向

- ・ 近年の観光分野への投資は、民間企業によるMICEやスキーリゾート開発である。国内のデベロッパーからリゾート開発プロジェクト、“Baku Resort of Fire & Water”プロジェクトの提案があった。プロジェクトエリアはバクー北側のカスピ海沿岸である。プロジェクトのデザインは英国の設計会社が担当している。このプロジェクトでは投資家を探していた。AZPROMOには、国内、海外の民間企業から様々な観光関連開発プロジェクトの問合せがある。
- ・ アゼルバイジャン政府は5-6年前からバクーをMICEデスティネーションとしてプロモーションしていたことより、MICE分野への投資が増加した。バクーではビジネスイベントが数多く開催された。
- ・ 最近アゼルバイジャンを訪れた日本企業は、JETROのミッションで三井、三菱、フジクラなど。フジクラは自動車のパーツ製造会社である。日本の企業は、アゼルバイジャンよりも、ロシア、トルコへの投資に関心があるようである。

6. アゼルバイジャンの宗教、歴史と関連を持つ国との観光

- ・ アゼルバイジャンは宗教、歴史の上で様々な国との関係をもっている。インドネシアは14～15世紀に宗教教育で関連があり、インドネシアからの観光客も増えている。
- ・ バクーの郊外にある“拝火教寺院”は18世紀にインドのゾロアスター教徒によって建てられた寺院であり、インドやイランのゾロアスター教徒がこの地を聖地と見なし、この寺院へ礼拝に来ている。アゼルバイジャンは宗教観光として、プロモートすることができる。

7. その他

- ・ 中東地域の空港ハブはドバイになっているがアゼルバイジャンのバクーは中央アジア地域の地域ハブとして役割を果たすことができるのではないか。
- ・ 交通輸送では、海上、陸路でインドから北欧ヨーロッパ（フィンランド）まで約40日間かかっていたが、イラン、アゼルバイジャン、ロシアを経由すれば14から15日間に短縮可能である。

以上

受領資料

Baku Resort of Fire & Water (リゾート開発プロジェクトパンフレット)
 Doing Business in Azerbaijan 2016, AZPROMO
 Azerbaijan Agriculture and Foodprocessing, AZPROMO
 Azerbaijan Investment Company, AZEPROMO
 Catalogue of Investment Projects in Azerbaijan, 2016, AZPROMO

13. Azerbaijan Convention Bureau

概要													
日時: 11月24日(木) 12:00-13:00													
場所: Azerbaijan Convention Bureau													
出席者(調査団)	出席者(相手側)												
松崎、木村、渡邊、 Ms. Nigar Ismaylova (Program coordination for Azerbaijan, JICA)、通訳	Mr. Anar Narimanov, Executive Director												
議事													
1. AzCBの組織概要 (1) 概要: 2013年設立。Public-Private-Partnershipで運営されている Meeting, Congress, Incentive and Event 誘致・運営を主に担当している団体。 (2) 加盟企業: ホテル、Destination Management Organization(以下DMCと略称)や Professional conference organizer、アゼルバイジャン航空等の民間企業 (3) 職員: 4名 (4) 収益構造: ・ 加盟企業のメンバーシップと政府からの拠出(政府60%-70%、メンバーシップが30-40%) ・ メンバーシップフィー													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>メンバー区分</th> <th>対象</th> <th>年間加盟料</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gold</td> <td>ホテル</td> <td>8,000 AZN</td> </tr> <tr> <td>Silver</td> <td>DMO</td> <td>4,000AZN</td> </tr> <tr> <td>Affiliate</td> <td>その他</td> <td>1,000AZN</td> </tr> </tbody> </table>		メンバー区分	対象	年間加盟料	Gold	ホテル	8,000 AZN	Silver	DMO	4,000AZN	Affiliate	その他	1,000AZN
メンバー区分	対象	年間加盟料											
Gold	ホテル	8,000 AZN											
Silver	DMO	4,000AZN											
Affiliate	その他	1,000AZN											
2. 主な業務内容 ・ MICE、特に Incentive (企業の報奨旅行)、Cooperate Meeting、Conference の誘致に係るマ													

ーケティング・プロモーション活動

- Homepage による情報発信、SNS、Meeting Planner Guide の作成、MICE 関連の主要展示会への参加 (IMAX、APT World)、国外主要市場での Azerbaijan MICE に係るワークショップの開催、FAM トリップの実施等
- ターゲットとする Congress を誘致するための R&D 活動
 - ① 誘致可能な Meeting の分析：ICCA データベースを利用し、アゼルバイジャンに誘致可能な Meeting をターゲティング。クライテリアはバクーを中心とした受入のキャパシティに鑑み、人数規模で設定
 - ② ターゲット団体へのアプローチ：ICCA データベース等を活用し、Meeting 実施団体へアプローチ
 - ③ 各省庁、民間と共同し誘致に向けた体制構築：Bid Manual の作成等
- ・ 誘致した報奨旅行、カンファレンス等を円滑に行うためのホテルや宴会会場・展示会場と DMO、PCO との調整
- ・ Capacity Development の一環として University of Tourism Management での大学講義等

3. AzCEB の MICE 戦略

- ・ Azerbaijan にできるだけ多くの MICE を誘致すること
- ・ Key Performance Indicator (重要評価指標、以下 KPI と略称) として以下を設定
 - MICE 誘致数
 - Sales lead
 - AzCEB への加盟メンバー数

4. MICE 振興に係る課題

- ・ 2-4 つ星の比較的安価なホテルが足りていない。今後観光振興を進めるうえで、MICE においても MICE 客に応じた宿泊施設の選択肢の幅の広さが求められる。現状、バクーにはラグジュアリーホテルが多く、いわゆる Budget 価格帯のホテルが少なく、宿泊料金が高くなってしまふ。
- ・ カンファレンス施設、展示施設、シアター等の会議やミーティング、表彰式等を誘致・実施する際に必要となる施設側の MICE に関する運営体制が無い。例えば、Baku conference center のような MICE 目的の施設だけでなく、国立シアターを特別の空間として利用しようとする際に、施設側のコンタクトパーソンがいないことや MICE 利用の際の担当がいない、日常の運営体制に MICE 関連の業務が含まれておらず、誘致の際への協力要請等が難しい。
- ・ インセンティブ旅行向けプログラムの開発や地域の MICE を推進する人材が足りない。具体的には、国外の大手企業のインセンティブ旅行を誘致する際には、チームビルディングやモチベーションを向上させるようなプログラムの開発・提案が必要となるが、そうしたクリエイティブなことをできる人材が足りていない。また、地域においても、同様に人材不足である。

以上

受領資料

なし

14. Sheki Tourism Information Center

概要	
日時：11月26日(土) 13:50-14:20	
場所：Sheki Tourism Information Center	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、木村、渡邊、 通訳	Mr. Imamaliyev Nasib, Director
議事	

1. 役割、活動

TIC は、10 年前に文化観光省の地域観光情報センターとして、設立され、現在、Director 以外の 3 名のスタッフが常駐している。TIC の主な業務は、観光客への観光情報の情報提供、PR 活動、問合せ対応、ホテル、ガイドなどのアレンジ、観光データの集計、視察の受入、定期的にバクーの文化観光省への連絡、文化観光省での会議への参加などである。12 月に会議が予定されている。

2. シェキへの観光客の動向

2015 年に観光客数は 70,000～80,000 人で、団体客、FIT で、観光客はヨーロッパ、近隣諸国（ロシア、イラン、トルコなど）、アジア（インドネシア、マレーシア、中国、台湾、韓国など）からが多い。ヨーロッパは特にドイツから団体観光客が多い。外国人観光客の 30%は、ロシアからである。305 観光客数のデータはホテルを通じて入手している。4 月から 9 月までがシェキの観光シーズンである。宿泊日数は 1 泊から 3 泊、将来的には滞在日数を 4～5 日に増やしたい。

3. 観光施設、観光資源、アトラクション

- ・ ロシア時代、シェキは Transit city であった。ホテルは 9 軒ある。シェキの観光資源はシェキ・ハーン宮殿とキャラバンサライであるが、それら以外にエコツーリズム、ビレッジツアー、アグロツアーが楽しめる。シェキにはハイキングルートもある。ハイキングガイドは 4～5 名いる、ローカルガイドが現在 3 名（男性 1 名、女性 2 名）
- ・ ファームランドがあり、ピクニックに最適である。シェキには保全区域があり、環境・自然資源省が管理している。保全区域での観光活動については、環境・自然資源省の地域事務所と調整している。
- ・ シェキには川があり、フィッシングも楽しめる。

4. 観光案内板

- ・ 現在、観光案内板の言語はほとんどがアゼルバイジャン語である。その理由は 5～6 年前まで案内板の標記は、アゼル語、ロシア語、英語の 3 言語であったが、政府の指示でアゼル語に統一の指示があり、一斉に変更した。

5. その他

- ・ 観光戦略の策定を含む観光プロジェクトがフィンランドの支援で実施された。
- ・ ロンリープラネットの記者がシェキを訪問し、シェキについて執筆した本がドイツへ出版された。

以上

受領資料

Guidebook, Reasons for travelling to Sheki, Ministry of Culture and Tourism
Sheki City Plan, Sheki Tourist Information Center

② ジョージア

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
1	11月27日(日)	Sighnaghi tourism information center	13:00-14:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Tea Tamashvili (Georgian National Tourism Administration) Ms. Nana Korashvili (Municipality of Sighnaghi) Ms. Nana Begiashvili (Municipality of Sighnaghi) Ms. Maia Cherqezishvili (Municipality of Sighnaghi) 調査団(松崎、渡邊)
2	11月28日(月)	キックオフミーティング Old Mtekhi	9:40-10:10	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Natina Anelyhudaze (Agency of Protected Area) Ms. Khatia Vahakmadze (Georgian National Tourism Administration) Mr. Pack Dolidze (National Agency for Cultural Heritage) Ms. Manana Vardzelashvili (National Agency for Cultural Heritage) Mr. George Tcheishvili (National Agency for Cultural Heritage) 調査団(松崎、碓氷、大原、渡邊)
3	11月28日(月)	Georgian Tourism Association(GTA)	11:00-12:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Natalie Kvachantiradze (GTA, Chairperson) 調査団(松崎、碓氷、大原、渡邊)
4	11月28日(月)	Vanilla Sky	12:00-13:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. MAKO TSKHOMELIDZE 調査団(碓氷、渡邊)
5	11月28日(月)	Fly.ge	14:00-14:45	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Inga Kurtskhoeianga 調査団(碓氷、渡邊)
6	11月28日(月)	文化・遺跡保護省 文化資源普及・地域開発プログラム局・国家文化遺産保護局	14:15-15:30	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Ana Riboshenko (Director, Direction of Culture Popularization and Regional Programs Department) Ms. Manana Vardzelashvili (Head, UNESCO and International Relations Unit) Mr. George Tcheishvili (National Agency for Cultural Heritage) 調査団(松崎、大原)
7	11月28日(月)	Georgian Association of Guides (SAGA)	15:00-17:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Kety Meladze, President 調査団(碓氷、渡邊)
8	11月28日(月)	経済・持続開発省 運輸・物流開発政策部	16:00-16:45	<ul style="list-style-type: none"> Mr David Javakhadze (Deputy Head of Transport and Logistic Development Policy Department) 調査団(松崎、大原)
9	11月28日(月)	USAID Georgia	17:20-17:50	<ul style="list-style-type: none"> Mr. David Tsiklaur (Project Manager, Office of Economic Growth) 調査団(松崎、大原)

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
10	11月29日(火)	国家ワイン局・ワイン観光協会	9:00-10:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Nikoloz Kerkazdze (Natal Wine Agency) Mr. Elene Bukhaidza (Wine Tourism Association, Executive Director) Ms. Levan Chubinidze (Wine Tourism Association, Managing Director) 調査団(松崎、碓氷)
11	11月29日(火)	Ministry of economy and sustainable development of Georgia and Georgian civil Aviation Agency (GCAA)	10:00-11:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Aleksandre Gachechiladze (Georgian civil aviation agency, Head of Air transportation) Ms. Nino Kcanskvadze (Ministry of economy and sustainable development of Georgia, Head of Civil Aviation Division) 調査団(大原、渡邊)
12	11月29日(火)	LEPL Entrepreneurship development agency (Enterprise Georgia)	10:00-11:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. David Shiolashvili, (Head of Research, Analysis and Monitoring Department) 調査団(大原、渡邊)
13	11月29日(火)	Swiss Agency for Development and Cooperation	12:00-13:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. La Tsagareinshvili, (National Programme Officer) 調査団(大原、渡邊)
14	11月29日(火)	Visit Georgia	12:00-13:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Alexander Mamulashvili (Managing Director) Ms. Tamuna Khubua (Product Manager) 調査団(碓氷、松崎)
15	11月29日(火)	Georgian National Tourism Administration (GNTA)	14:00-15:00	Department of Tourism Product and Infrastructure Development <ul style="list-style-type: none"> Ms. Tamar Jakonia, Chief Specialist Research and Planning Department Ms. Khatia Vashakmadze, Chief Specialist Brand development department <ul style="list-style-type: none"> Ms. Nina Nizharadze, Chief specialist Quality Development Department Ms. Nino Chaganava, Specialist 調査団(松崎、碓氷、大原、渡邊)
16	11月29日(火)	Caucasus Travel	16:00-17:00	<ul style="list-style-type: none"> 調査団(碓氷、渡邊)
17	11月29日(火)	Ministry of Regional Development and Infrastructure (MRDI)	16:00-16:30	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Vasil Kapanadze 調査団(松崎、大原)
18	11月30日(水)	コーカサス大学ツーリズムスクール	10:00-11:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Nana Tabidze (Professor, CBS,CTS) Mr. Shalva Koghuasvili (Research Center, CS) Ms. Ana Imedashvili (Executive Director) Ms. Vando Kopaleisvili (Director of Acad. Program, CST) 調査団(松崎、大原)

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
19	11月30日(水)	Caucasus University School of Tourism	11:00-12:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Nino Kalandadze (Dean) Ms. Vardo Kopaleishvili Ms. Ana Imedashvili 他 調査団(松崎、大原)
20	12月1日(木)	Batumi, Tourism Product Development Agency	16:30-17:30	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Maia Kashibadze (Head of Tourist Information Centers Management Division) 調査団(碓氷、大原)
21	12月2日(金)	Ravati (アハルティへの城塞)	11:30-12:00	<ul style="list-style-type: none"> チケットオフィススタッフ 調査団(碓氷、大原)
22	12月2日(金)	環境・自然資源保護省 保護区局	14:00-15:00	<ul style="list-style-type: none"> Ms. Nita Tkavadze (Head of International Relations and Project Management Division) Ms. Tamar Kvantaliani (Deputy Chairperson) 調査団(松崎)
23	12月2日(金)	在ジョージア日本国 大使館	15:10-16:00	<ul style="list-style-type: none"> 長谷川 朋範 参事官 調査団(松崎)
24	12月2日(金)	GIZ	18:00-19:00	<ul style="list-style-type: none"> Mr. Jochem Theis (Country Component Manager) Mr. Rati Anjaparidze (Programme Expert SME development and DCFTA in Georgia) 調査団(松崎)

1. Signaghi tourism information center

概 要	
日時: 11月27日(日) 13:00-14:00	
場所: Signaghi tourism information center	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、渡邊(記録)	Ms. Tea Tamashvili (Georgian National Tourism Administration) Ms. Nana Korashvili (Municipality of Signaghi) Ms. Nana Begiashvili (Municipality of Signaghi) Ms. Maia Cherqezishvili (Municipality of Signaghi)
議事	
1. Signaghi Tourism Information Center の概要	
<p>1) 組織概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スタッフは全員で4名(それぞれの所属先が人件費を持つ) <ul style="list-style-type: none"> Ministry of Economy 所属: 1名 Signaghi municipality 所属: 3名 ・ 運営費は自治体(Signaghi municipality)が負担している。 ・ 営業は年中無休であり、営業時間は下記の通り <ul style="list-style-type: none"> 夏季: 9:00-18:00 冬季: 10:00-18:00 <p>2) 活動内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 案内所を訪れた観光客に地域の観光案内情報の提供を主としている。周辺では Nature tourism が楽しめるが、アクティビティの提供はしていない。また、当該地域の観光案内をするホームページは運営していない。観光案内所で提供している観光案内情報の主なものは下記の通り。 <ul style="list-style-type: none"> -リーフレットの提供(ジョージア語、英語、ロシア語) -観光サイト、ホテルなどの情報提供 -無料の Wifi 環境の提供 ・ 統計回収(月末に案内所を訪れた観光客数を GNTA トビリシ本部へと報告)。 ・ 人材育成については、地域の人材育成は無く、観光案内所のスタッフが年に1回 GNTA の本部でトレーニングを受けている。 	
2. Signaghi 地域における観光の現況	
<p>1) 訪問外国人観光客の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ポーランド、ウクライナ、ロシア、アゼルバイジャンといった旧 CIS 諸国のほか、ドイツ、フランス、中国、日本人も訪れている。 ・ 欧州からの多くの観光客は比較的安価なゲストハウスに宿泊することが多い。 <p>2) 観光客の滞在期間</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 小さな町であるため1-2日がほとんどである。 <p>3) 地域の宿泊施設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ホテルはゲストハウスから5つ星のホテルのすべてのカテゴリーを含め41のホテルがある。 <p>4) 地域の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Signagi の要塞や教会等の歴史的建造物群や街並みだけでなく、ワイン・ツーリズムが盛ん。周辺には4つの大きな Winery があり、多くの観光客を呼び込んでいる。 	
3. Signaghi の観光振興にかかる課題	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域に観光客を楽しませることのできる音楽やダンスといったエンターテインメントが無く、滞在時間を延ばすことができていないこと。 	
4. その他	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 政府公認のローカルガイド・観光ガイドは Signaghi にはいなく、無認可のロシア語ガイドが1人だけいる状況である。 	
以上	
受領資料	
なし	

2. キックオフミーティング

概要	
日時: 11月28日(月) 09:40-10:10	
場所: Old Metekhi	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷、大原、渡邊、松崎(記録)	Ms. Natina Anelyhudaze (Agency of Protected Area) Ms. Khatia Vahakmadze (Georgian National Tourism Administration) Mr. Pack Dolidze (National Agency for Cultural Heritage) Ms. Manana Vardzelashvili (National Agency for Cultural Heritage) Mr. George Tcheisvhili (National Agency for Cultural Heritage)
議事	
<p>1. 調査概要の説明および各観光関連政府機関への調査協力依頼</p> <ul style="list-style-type: none"> 調査団側より、本調査の調査目的を含む調査概要について説明を行うと同時に、出席のあった観光関連政府機関に対して、当該調査実施におけるヒアリングの協力依頼を行った。また、2月に実施予定のセミナーへの参加・協力も併せて行った。 <p>2. 出席者からの質疑応答など</p> <ul style="list-style-type: none"> ジョージアには多くの保護区・国立公園があり、エコツーリズム促進も行っている。また、詳細な情報共有は後日のヒアリングの際に行いたい。(Ms. Anelyuldaze) 文化的遺産や文化資源は、UNESCOに登録された4つの有形・無形文化遺産以外にも数多く存在する。文化的資源を保存することは重要で、さまざまな取り組みを行っている。また、「文化的資源」といった場合、遺跡や史跡といった有形のものだけではなく、無形(伝統・手工芸・舞踊など)も重要な資源である。特に、観光開発の文脈からすると、手工芸などの無形文化をより観光資源として取り入れることで、地域に直接経済的な裨益を齎すといえ、重要なコンポーネントの一つと考えている。したがって、今回現地踏査を実施する中で、そうした有形以外の文化的資源に関しても留意して、現地を見て回って欲しい。(Ms. Vardzulashvili) <p style="text-align: right;">以上</p>	
受領資料	
なし	

3. Georgian Tourism Association (GTA)

概要	
日時: 11月28日(月) 11:00-12:00	
場所: GTA 事務局執務室	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷、大原、渡邊、松崎(記録)	Ms. Natalie Kvachantiradze (GTA, Chairperson)
議事	
<p>1. GTA 組織概要</p> <ul style="list-style-type: none"> 2005年に設立された観光関連事業者などがメンバーとなった民営の観光協会。現在、協会メンバーは、旅行会社、ホテル、ゲストハウス、ワイナリー、カジノなどを含む65社となっており、年会費は200USDとなっている。組織の運営費用はこの年会費から賄われている。また、当該協会自身が、UNWTOの組織員会、GCCl、ICCなどのメンバーにもなっている。民間の航空会社は未加入。 各種活動は、事務局長のもとに設置されている3つの委員会(インバウンド観光開発委員会、税務・司法委員会、航空券販売業者委員会)にて議論が行われ、活動を推進している。当該委員会の委員長はメンバー企業の中から選出されている。 メンバーとなっている民間企業以外にも、ガイド協会、インバウンドツアー協会、ワイン協 	

会など、民間の観光関連団体との連携をしている他、GNTA や環境省関連組織の保護区局と
いった政府機関、GIZ などの国際機関や地方自治体と良好な関係性を築いている。

2. 主な活動内容

- ・ 主な活動内容は、ジョージアの観光振興を促すため①観光サービスやマネジメントに係る能力強化②インバウンド観光客誘致③民間セクターと政府組織の協力・協働体制の強化、などを行っている。
- ・ 特に、観光セクターにおける能力強化は非常に重要だと考えており、各種トレーニングを実施している。近年では、GIZ の実施した民間セクター開発プロジェクトや地域開発プロジェクトの枠組みの中で、GIZ の支援のもと、小規模ホテルオーナーを対象としたホテルマネジメントに関するトレーニングなどを行った。
- ・ インバウンド増加に資する活動としては、国際観光フェアへの出展をメンバー企業に促している。例えば、来年 2 月に開催予定のエストニアにおける国際観光フェアに関しては、先方政府からジョージアは無料参加という優遇措置を受けたので、協会から参加希望の協会メンバーを招待した。
- ・ インバウンドとして重点を置いているターゲット市場は、GNTA の掲げる戦略に沿った市場ということになるが、他方で、GTA としては、新たな観光商品・観光アトラクションの開発が重要と考えている。例えばワイン・ツーリズム開発を推進する中で、エコツーリズム、アグロツーリズムといった要素も含め、地域開発の観点でもっと統合的に開発・発展させていくことが重要であると考えている。

3. 課題など

- ・ ジョージアの観光セクターが抱える課題としては大きく 3 つあるといえる。①サービスの質②観光インフラの改善③査証（ただし、この場合はインバウンドではなくアウトバンドのビザ）。
- ・ なかでもガイドの育成や能力については大きな課題があるといえる。ガイドは十分なトレーニングを受けていないうえに、認可制度もないため専門的な知識がなくても「ガイド」という名前で仕事ができる。
- ・ 「認可制度」という観点から言えば、ガイドだけでなく、ホテルやゲストハウスなどもライセンスがなくても営業ができる状態。ジョージア政府には、こうしたこれら事業者に対してライセンスを発行するという体制が整っておらず、また、ガイドやホテルなども標準化された価格設定などもないので、それぞれが言い値で営業をできる状況である。国際的なチェーン系ホテルは別で星付けがされているが、それ以外の国内ホテルは各々が格付けを行っており、格付け制度整備されていない。

以上

受領資料

なし

4. Vanilla Sky

概要	
日時: 11月28日(月) 12:00-13:00	
場所: Vanilla Sky	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷、渡邊(記録)	Mr. MAKO TSKHOMELIDZE
議事	
1. 会社概要	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内外の旅行者向けのツアーオペレーターのほか、スキーリゾート、セスナと航空機、ヘリ 	

コプターも保有し、リゾートと航空関連、ワイナリー等の事業を運営している。

- ・ 8年前に設立
- ・ ツアーオペレーター会社の従業員は10名
- ・ 年間の取り扱いは約700名（個人客が多い）

2. 航空事業について

- ・ スケジュールフライトとチャーターフライトを運営
- ・ 1日1便運航（Natakhtari⇔Mestia間）
- ・ 週2便運航（Mestia⇔Kutaisi間）
- ・ 保有機材等
- ・ Airplane - Cessna 172 (pilot and 3 passengers)
- ・ Airplane Cessna 182 (pilot and 3 passengers)
- ・ Airplane L-410 UVP-E (2 pilot, 18 passengers)
- ・ Helicopter Alouette3-VIP transport (pilot, 6 passengers)
- ・ Helicopter MI8 (16 passengers)
- ・ Hot Air balloon (2-12 passengers)

3. 顧客層

- ・ ロシア、ウクライナ、ドイツや東欧の顧客が多い。
- ・ 中国、日本人といった顧客は少ない。

4. 商品流通

- ・ B to Bが主となっている。

Baku で開かれている Baku Travel Bazaar 等の展示会(<http://www.bakutravelbazaar.com/>)に参加をして、新規の取引先を開拓している。

- ・ 海外のエージェントだけでなく、国内の Inbound Tour Operator とも協働している。
- ・ ホームページも有しており、顧客からの直接予約も受け入れている。

5. ジョージアの観光振興における課題

- ・ エコツーリズムを推進しているが、観光客のゴミの問題やバイオ・トイレが無い等、ソフト・ハード面で課題が生じている。
- ・ 夏季のピークシーズンに宿泊施設が足りない。
- ・ 質の高いガイドが不足している。例えば、歴史等の知識はあっても、言語ができない等。日本語ガイドも不足。
- ・ マーケティングが不十分

以上

受領資料

なし

5. Fly.ge

概要	
日時: 11月28日(火) 14:00-14:45	
場所: Fly.ge 事務所	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
碓氷、渡邊 (記録)	Ms. Inga Kurtskhoeiainga
議事	

<p>1. 会社概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内外の顧客をメインとするオンライン旅行会社 - 航空券をメインに扱い、欧州、近隣諸国（ウクライナ、トルコ等）、アジア圏等、多くの方面を扱っている。 - ジョージアのオンライン旅行業は、胚芽期であり、顧客の多くがオンラインのみのサービスを信じていないため、オンラインだけでなく、店舗も展開している。 - 従業員：6名 <p>2. 顧客層</p> <p>1) 国内客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 若年層（20-45歳程度）が最も多く、週末の旅行や夏休みでの利用等が多い。 - 人気の方面は、近隣のウクライナ、トルコや欧州方面 - クタイシがLCCの拠点となっており、欧州のブダペスト、ミラノ、ドイツ等への渡航が多い。 - ピークシーズンは6-9月初め、12-1月。 <p>2) 国外客</p> <ul style="list-style-type: none"> - イラン、イラク、シリアからの亡命者、インド人学生等の利用が多い。 <p>3. 販促活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Facebook と Google を用いて広告宣伝を実施。インターネットが主であるが、認知度を向上させるためTVでの広告宣伝も実施している。 <p>4. ジョージアの観光振興に係る課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内客の国外渡航の際に必要なVISAの緩和。 ・ インターネットでの旅行業はまだ胚芽期であるため、不安感から高齢者層の利用が進んでいない。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
なし

6. 文化・遺跡保護省 文化資源普及・地域開発プログラム局・国家文化遺産保護局

概 要	
日時: 11月28日(月) 14:15-15:30	
場所: 文化・遺跡保護省 会議室	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原、松崎(記録)	Ms. Ana Riboshenko (Director, Direction of Culture Popularization and Regional Programs Department) Ms. Manana Vardzelashvili (Head, UNESCO and International Relations Unit) Mr. George Tcheisvhili (National Agency for Cultural Heritage)
議事	
1. 組織概要/活動内容/他の機関の関係性など	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 文化資源普及・地域開発プログラム局 (Culture Popularization and Regional Programs Department) は、国内の文化的資源に関する国内外における普及を行っており、国際的に重要と考えられている文化的資源 (UNESCO 世界遺産) や、国内で普及が重要と考えられる文化的遺産に関する普及戦略の策定や普及活動の実施・モニタリングなどを行っている。また、 	

いわゆる遺跡・史跡といった文化的資源に加え、聖年に係る式典や文化的イベント、コンサートなどの計画・実施なども行っている。また、文化的な資源への重要性を若い世代に理解してもらうことも使命の一つとしており、若者に対する文化資源保全に対する啓蒙活動の推進も行っている。

- ・ 国家文化遺産保護局 (National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia) は、国内の 15 の博物館・美術館などを運営管理しているほか、文化遺産や文化的サイトの登録・インベントリー作成、文化遺産・文化的サイトにおける修復作業、これら遺産・サイトのモニタリングなどを行っている。文化的施設などの修復・修繕については、技術的な能力が必要であることから、建築家や考古学者といった専門知識を有する人にアウトソーシングし、これら文化遺産の保全活動を行っている。また、博物館で得られた入場料などは、一旦文化・遺跡保護省で取りまとめられ、その後、緊急的に修復が必要な博物館 (例えば火事にあったなど) の修復費用に当たられるほか、博物館で雇用されているスタッフの給与として使われている。それ以外に余る部分は、国庫に入ることになる。
- ・ 現在実施しているプロジェクトでは、世界銀行が実施している地域開発プロジェクトの一環で Kvareli などカヘティ地方および南部地方 Verdzia における文化遺産保全・修復などを行っている。また、以前は日本の支援により博物館の修復なども行っている。
- ・ 政府の予算で、目下、国内の遺産のインベントリーとして、GIS データベースを構築している最中。
- ・ 登録文化財のカテゴリーとしては、UNESCO の世界遺産、Cultural Heritage Monument (史跡)、Cultural Heritage Object (文化財/国宝) の三つのカテゴリーがある。
- ・ 各地の教会や修道院は、Georgian Orthodox Church (ジョージア正教会) が管理しており、保存・修復の方法を巡って国家文化遺産保護局の管理が及ばず、世界遺産のクタイシのバグラディ修道院の修復 (エレベーター等の設置により危機遺産リストに格下げ) の問題などが生じている。・道路脇に設置されている各文化遺産の案内板は、インフラ省の管轄。

2. 質疑応答

- ・ (大原) 景観保全という観点から、例えば、世界遺産に登録されているような場所に住む地域住民が家屋の修繕などを行いたいとした場合、政府として補助金などの支援を行っているか。また、景観保全を順守させるような規範みたいなものはあるのか。→ (Ms Vardzelashvili) 補助金制度のようなものはない。しかし、スワネティやシグナギのように、文化的価値が高いと認められている場所については、政府の資金で町なみ全体の整備を行っている。規範については、政府が定めている文化的景観に係る規範と文化遺産法があり、それら法律に従って景観保全を行っている。例えば、世界遺産登録エリアや文化的景観を保全する価値があると考えられている場所に居住している住民が住居の改築や修繕を行いたいといった場合は、まずはどういった改築・修繕を行いたいと考えているか明記した提案書を提出してもらい、その提案書の中身を文化遺産保護局として精査し、妥当性が認められる場合は改築・修繕を許可し、そうでない場合は提案書の再提出を促すか、提案書の見直しが望めない場合は改築・修繕を許可しない。また、改築・修繕作業中においては、文化遺産保護局から人材を現場に送り、建設過程のモニタリングを行い、作業に間違いがないように監督している。

3. 課題など

- ・ 国内には数多くの博物館や歴史的建造物があり、その多くに老朽化が見られる。政府としては、優先順位を立てて修復作業を行っているものの、国家予算にも限りがあるためなかなか修復作業が進められない。老朽化の建物があると、天災などで崩れ落ちる可能性もあるそれだけで危険な場合もあり、順次対応していかなければならない。
- ・ 史跡・遺跡といった観点からの文化資源以外にも、ハンディクラフト、踊り、歌といった無形文化遺産も多くある。特に、ジョージアはワインを含む料理が有名であるので、そういった伝統料理や地方料理も含めた無形文化の保全と活用も行っていかなければならない。この

<p>ような無形文化遺産の保全と活用といった観点から、アグロツーリズムやワイン・ツーリズムといった地域の資源を取り込んだ観光開発はとても重要であると考えているが、まだ無形文化資源の価値と観光資源としてのポテンシャルへの理解が進んでいない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 文化遺産保全は、文化・遺跡保護省内だけで完結する話ではなく、例えば文化的な啓蒙や文化遺産を説明できるガイド育成、また文化的資源を活用した観光振興を推進するには、教育省や観光庁といった関連機関との連携が不可欠。そういった意味で、これからも関連省庁とますます連携して活動を行っていくことが必要になる。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
なし

7. Georgian Association of Guides (SAGA)

概要	
日時: 11月28日(火) 15:00-17:00	
場所: Georgian Association of Guides	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷、渡邊(記録)	Ms. Kety Meladze (President)
議事	
<p>1. 組織概要</p> <ul style="list-style-type: none"> 2010年に設立されたNGO組織。 スタッフ: 4名 認証ガイド数: 120名 認証ガイドのメンバーシップ: 年間100GEL(毎年9月に更新) メンバーシップ料金は認証ガイドの1日の1/2のガイド料金と同等に設定、更新時期もハイシーズン後に設定している(ガイド料金を1日100ドルにしたい) <p>2. 活動内容</p> <p>1) ガイド認証制度の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ガイド認証制度試験 <ul style="list-style-type: none"> - Georgian Association of Guides によるトレーニングの提供: ガイドスキル、歴史(ジョージアの歴史、ワイン等) - 認証制度付与のための試験の実施 <ul style="list-style-type: none"> ◇ ペーパー試験 ◇ ガイディングに係るプレゼンテーション ◇ ウォーキングツアー <ul style="list-style-type: none"> ※ウォーキングツアーを通過した者のみバス・ツアーを実施 ※ガイドスキルをすでに有する者に関しては、トレーニングは免除されテストを受けることができる。 - 認証ガイドのベネフィット <ol style="list-style-type: none"> ① 認証ガイドのプラットフォーム及びデータベースへの記載: ガイドの詳細(写真、ガイド領域、コンタクト等)を紹介し、一般顧客やツアーオペレーターからの申し込みをできるようにプラットフォームを運営している。 ② 認証カードの発行: 試験を通過した者には、ホームページへの記載だけでなく、認証を証明するカードを発行している。 	

<p>3. 認証ガイドの活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 認証されているガイドの多くは、オフシーズンの3か月を除き、ほとんど仕事がある状態であり、ガイド業以外の副業はあまりしていない。 <p>4. ジョージアの観光振興に係る課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ジョージアにはツアーオペレーターやガイドに係る公的な資格・認証制度が無く、誰でもツアーオペレーターやガイドになれる状況である。現状 NGO として認証制度を運営しているが、公的な拘束力が無く、罰則規定が無い。せっかくスタンダードを作っても、拘束力が無いものなので、成りすましが増えてしまうことを懸念している。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
なし

8. 経済・持続開発省 運輸・物流開発政策部

概要	
日時: 11月28日(月) 16:00-16:45	
場所: 経済・持続開発省 会議室	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原、松崎(記録)	Mr David Javakhadze (Deputy Head of Transport and Logistic Development Policy Department)
議事	
1. 組織概要	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 運輸・物流開発政策部の役割としては、運輸・物流・投資に関する政策策定、国内の運輸・交通・運搬に関する整備状況の国際標準化、運輸に関する治安と安全の確保、国際運輸との協力関係形成など行っている。また、国際空港を通過した旅客の統計などもとっている。 ・ シルクロードの要衝でもあったジョージアは、現在でも国際物流の要になっており、実際に、この地区での運輸の65%~95%はジョージアを通過し、それぞれの国へ運ばれている。国内には3つの国際空港を含む10か所程度の空港、Potiを中心とした黒海沿いの港湾、ジョージアを中心として各国を結ぶ列車や、道路など、輸送経路は整っている。また、これら輸送インフラの整備自体は地域開発・インフラ開発省のRoads Departmentが実施している。 	
2. 観光セクターに関連するプロジェクトなど	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 直接的ではないが、間接的に観光と関わる部分でいうと、GNTAと共にクタイシ国際空港の整備を行い、ウクライナ、ハンガリー、ポーランド、トルコ等のLCCの誘致を行った。 ・ 世界銀行の支援で実施している東西回路修復プロジェクトに関連し、物流センター設置、物流戦略の策定、及び物流セクターの能力強化支援に係るF/Sの実施を行った(事業費:1.0 Million USD)。ジョージアはコーカサス地域における運輸・物流の中心地となることを目指しており、そのために、F/Sを通じてジョージア国内における物流センター設置の妥当性を調査したものであった。 ・ 現在、トルコとアゼルバイジャン(Baku-Tbilisi-Kars)を結ぶ列車の整備を行うプロジェクトが実施されている。特に、この区間を結ぶ列車の近代化を行っており、運搬時間を減少させ物流環境の改善を目指している。 	
3. その他	
<ul style="list-style-type: none"> ・ ジョージアにおいてもっとも利用されている交通手段は、バス。その次は、列車、飛行機となっている。 <p style="text-align: right;">以上</p>	
受領資料	

<ul style="list-style-type: none"> • Civil Aviation Data • Statistic of transportation (cargo, passenger etc)

9. USAID Georgia

概要	
日時: 11月28日(月) 17:10-17:50	
場所: USAID ジョージア	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原、松崎(記録)	Mr. David Tsiklaur (Project Manager, Office of Economic Growth)
議事	
<p>1. 観光セクターに関する支援について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在、観光関連に関する支援で直結するプロジェクトはないものの、関連するプロジェクトとしては、“Zrda Activity”が挙げられる。当該活動は、少数民族グループが居住する国内6か所の地域(スワネティ、サムツヘ・ジャヴァヘティ、ムツヘタ、カヘティなど)にある70のコミュニティにおける650の中小零細企業の持続的な経済発展を目指し、対象地域の各所帯におけるポテト農家等の生産性向上、生産者と仕入れ者の関係性構築、地域間ネットワークの強化などを行っている(事業費:16.0 Million USD、米 Chemonics 社が受託)。観光に関連する活動としては、これら対象地域におけるゲストハウスに対する能力強化支援を目指したトレーニングの実施やGNTAと共にフェスティバルの開催などを支援している。 ・ また、ヨーロッパ・ユーラシア地域の持続的・包括的な経済開発を支援する「地域経済開発プロジェクト」が5年間のプロジェクトとして実施されており、民間セクターの競争力強化というコンポーネントの中で、地域横断的な観光商品開発やバリューチェーンの強化など観光セクターへの支援も実施されている。 ・ 過去の観光セクター関連プロジェクトとしては、2009年にツーリズム・インフォメーションの整備や、ワイン・ツーリズムに関する調査実施やMICE観光におけるバリューチェーンアクションプラン策定などを支援した(米 Deloit 社が受託)。 ・ 隣国アルメニアのUSAIDは観光セクターに関する活動をいくつか実施していることから、将来的にジョージア・アルメニアで連携した活動実施を検討している。 <p>2. 他の関連機関との関係性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光セクターについては、世界銀行と近い関係性を築いている。世界銀行は主にインフラ改善をしているが、同時にカヘティなどではゲストハウスの能力強化なども行っている。 ・ GNTAとの関係性も良好で、MoUを締結している。 <p style="text-align: right;">以上</p>	
受領資料	
<ul style="list-style-type: none"> • Georgia's MICE Tourism Value Chain Action Plan 2012 • Wine Option-shapers visit to Georgia,2011 • Economic Prosperity Initiative: Sector Assessment Report, 2011 	

10. 経済・持続開発省 民間航空局及び Georgian civil Aviation Agency (GCAA)

概要	
日時: 11月29日(火) 10:00-11:00	
場所: GCAA オフィス	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原、渡邊(記録)	Mr. Aleksandre Gachechiladze, Georgian civil aviation agency, Head of Air transportation Ms. Nino Kcanskvadze, Ministry of economy and sustainable development of Georgia, Head of Civil Aviation Division

1. 調査概要の説明および関連資料提供依頼

- ・ 調査団側より、本調査の調査目的を含む調査概要について説明を行うと同時に、民間航空に関する調査や統計データの提供を依頼した。

2. GCAA からの補足説明

1) 組織概要

- ① Georgian civil aviation agency は Ministry of economy and sustainable development of Georgia の下にある組織。
- ② ジョージアにおける民間航空の発展と監視が主な役割となっており、民間航空の運営や安全に関する規制や手続きを行っている。
- ③ 安全と適正な運行に一番のプライオリティを置いており、グローバル、特に欧州のスタンダードを満たすことが目下の目的となっている。具体的な欧州は下記の通り。
 - European aviation safety and quality management standards を満たすこと
 - 乗客の利益を最大限とすること
 - 事務的な手続きの簡略化と投資家にとって魅力的な環境を創出すること
 - 安全、効率的かつ環境に配慮した航空ネットワークを構築すること
 - 国際的な民間航空団体との協働をさらに深めること
 - The European Common Aviation Area Agreement (ECAA)にある全ての義務を満たすこと 等

2) GCAA から見た観光の位置付け

- ④ 2005 年には政府によって航空自由化がなされ、EU やアメリカ、カタールともオープンスカイ協定を結んでいる。
- ⑤ 世界 400 の空港との間で国際便を就航。アジア市場では北京ーウルムチートビリシ間を、夏期 3 回/週、冬期 2 回/週の定期便が就航。
- ⑥ 国家的に観光のプライオリティは高く、Tbilisi International Airport のほか、2012 年には第二の都市 KUTAISI International Airport のリノベーションが完了。同空港はハンガリーの Low cost carrier (以下 LCC と省略) の Wiz Air 等が就航している。さらに、Batumi International Airport も 2007 年から運営されるなど、三つの空港が国際空港として活用されている。

3) 空港民営化について

- ⑦ ジョージアの 2 つの空港 (Tbilisi International Airport と Batumi International Airport) は TAV Airport Holdings (トルコの Aken group とウイーンの空港コンサルティング会社の合弁で作られた会社) によって運営されている。
 - ・ コンセッション方式で長期間 (2005-2027) に亘る運営権を譲渡しており、運営権の対かとしてターミナルの改装等も TAV が実施している。

4) チャーター便について

- ⑧ チャーター機の手続きは簡易であり、1 日で完了するような手続きになっている。

5) 航空関連の戦略について

- ⑨ ADB が Georgian Transport Sector Assessment, Strategy and Road map を策定 (<https://www.adb.org/sites/default/files/linked-documents/cps-geo-2014-2018-sd-02.pdf>)。このロードマップの中に Aviation が含まれている。
- ⑩ ロシア (モスクワ)、UAE (ドバイ)、イスラエル (テルアビブ) 等の市場に重点を置いて

いる。

3. 課題について

- ⑪ 目的にある通り、EU の関連基準をクリアしなくてはならず、その手続きや必要要件を満たすことが喫緊の課題である。

受領資料

- ・ Civil Aviation Annual Report 2009-2015, Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia, PPT format
- ・ Top 10 Destinations from Georgian International Airports 2012-2016, Excel format
- ・ United Airports Of Georgia, Ministry of Economy and Sustainable Development, PPT format

11. 国家ワイン局・ワイン観光協会

概要	
日時: 11月29日(火) 09:00-10:00	
場所: 国家ワイン局会議室	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷、松崎(記録)	Mr. Nikoloz Kerkazdze (Natal Wine Agency) Mr. Elene Bukhaidza (Wine Tourism Association, Executive Director) Ms. Levan Chubinidze (Wine Tourism Association, Managing Director)
議事	
1. 組織・活動概要	
1) 国家ワイン局 (NWA)	
<ul style="list-style-type: none">・ NWAは農業省の外局として2014年に設置され、‘Vine and Wine’ という法律に従って、ワインに係るブドウ栽培の規制・統制、生産過程のモニタリング含む品質コントロール、ワイン生産者に対するワイン生産証明書の発行、国内外でのプロモーション活動などを行っている。・ 国内6か所には地方事務所があり、カヘティ地方事務局が中心となっている。ブドウの収穫時期になると事務所の代表達が生産者を訪問し、収穫ブドウの質の検査、ワインの生産過程のチェックなど、品質管理を行っている。また、これら品質管理を行うものは、トレーニングを受けてテストを合格したものが行っている。	
2) ワイン・ツーリズム協会	
<ul style="list-style-type: none">・ 2014年に設立された協会で、ジョージアにおけるワイン・ツーリズムの推進のため、特に中・小規模のワイン生産者を対象に事業環境の整備、資格認定、意識啓発、トレーニングなどワイン事業者に対する教育、国内外におけるワインのプロモーション促進、ワインフェスティバルなどイベントの企画等を行っている。現在のところ、同協会の常勤者は2名のみ。イベントなどがある場合に、非常勤で人を雇っている。・ 協会メンバーはワインメーカーやバー、ワイナリー、旅行会社など11社。協会メンバーの会費は年間600GEL。・ ジョージアワインのプロモーションの一環として、ワイン事業者の輸出支援を行っている。貨物運送会社のTNT(Thomas Nationwide Transport)とMoUを結んでおり、同協会を通じてワイン輸出をすることで割引価格にて輸出できるサービスを提供している。	
2. ワイン・ツーリズムに関する課題	
<ul style="list-style-type: none">・ 大手のワイナリーは、既に観光客を受け入れるだけの施設を整えており実際に観光客の受け入れを頻繁に行っているが、家族経営のような小規模でワイン生産を行っている事業者は、観光客を呼び込みたいと思っても観光客のニーズや期待にあったサービス(ワインの詰め方、ラベルの貼り方といったことも含めて)をどのようにして提供すべきなのかが分からない。また、観光客の扱いだけでなく、ワイン・ツーリズムを事業として運営するためのノウハウがない。・ ワイン・ツーリズムを通じた地域開発を目指すには、ワイン事業者だけをその枠組みに取り込むのではなく、チーズなどワインに関連する飲食品の生産・販売者と旅行会社の関係性を構築することが大切。現在、こうした横串の連携を強化するために、関係者が一堂に会せるイベントの企	

<p>画を行っているが、まだまだ強化は必要。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワイン・ツーリズムはジョージアの観光を牽引する観光形態の一つと言われているが、実際にはワイン・ツーリズム目的でどの程度の観光客が訪れているのか客観的に評価・判断できる統計が今のところ存在しない。GNTA で発行している 2014 年の観光統計によると、国内旅行者で「ワインツーリズム」を目的とした観光客は全体の「2%」となっているが、これはワインツーリズムをどのようにとらえるのか枠組みが定まっていない所以と考えられる。例えば、ワイン生産地を巡るといったツアーで来た観光客は「ワイン・ツーリズム」を目的とした観光客として明らかであるが、他方で、文化遺産をめぐることやアドベンチャーツーリズムなどを目的として観光地を訪れた人が、その日程の一部としてワイナリーを訪れたりする場合も往々にしてあるが、そういった場合は「ワイン・ツーリズム」として認識されることがない。 ・ レストランやバーなどのスタッフの多くが、ワインに対する十分な知識を持っていないので、お客さんが求めているものに合ったジョージアワインを提供することができていない。 <p>3. その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 近年、民間のイニシアティブでソムリエ協会が発足され、バーやレストラン事業者に対する研修などを始めるようになった。 ・ ジョージアワインの最大の輸出市場はロシアとウクライナであるが、中国市場も勃興してきている（昨年は 10 百万本輸出） ・ 日本市場に関しては毎年 Foodex の国際食品展示会への出展をしており、ジョージアワインはゴールドメダルを受賞した。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
<ul style="list-style-type: none"> ・ Georgian Wine Culture (冊子) ・ Georgian Wine Tourism Guide (冊子) ・ Georgian Wine Guide (冊子)

12. LEPL Entrepreneurship development agency (Enterprise Georgia)

概要	
日時: 11月29日(火) 10:00-11:00	
場所: Enterprise Georgia Office	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
大原、渡邊 (記録)	Mr. David Shiolashvili (Head of Research, Analysis and Monitoring Department)
議事	
1. 調査概要の説明および関連資料提供依頼	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 調査団側より、本調査の調査目的を含む調査概要について説明を行うと同時に、観光にかかる中小企業支援に関する調査や統計データの提供を依頼した。 	
2. Enterprise Georgia からの補足説明	
1) 組織概要	
① Ministry of Economy and Sustainable Development 傘下の組織として 2014 年 5 月に設立。	
② ジョージアにおいて、財政的・技術的支援や輸出サポートといった中小企業支援を実施する政府機関。	
③ Irakli Gharibashvili 首相によりイニシアティブが執られている "Produce in Georgia (中小企業による国内における生産性や競争力の向上等)" の一旦も担う。	
2) 観光関連の支援	
① Host in Georgia	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 2016 年から始まった Tbilisi と Batumi を除く、ホテル産業の起業に対する財政的・技術的 	

支援を行うもの

- ・ ジョージアに国際的なブランドホテルを展開するための Co-finance のスキーム
 - ・ フランチャイズやマネージメントコントラクト契約でのビジネス展開を含む。
- ② Initial の2年間分のフランチャイズ・マネージメントコントラクト契約のフィー相当分を政府が共同出資上限は年間 0.3 Million GEL
- ② Initial の2年間の運営資金を政府が低利で融資
- ・ 金利: GEL は 10%、USD/EUR は 8%。クレジットライン (融資上限金額) は 0.5 million GEL
- ③ Initial の4年間、政府が借入額の 50%までの共同保証人になる
- ④ Micro and Small Business Support (地方のみに適用されるマイクログラント)
- ・ 2015 年より始まった起業家支援プログラム。18 歳以上のジョージア市民であることが条件供与額の上限: 起業家一人当たり 5,000 USD
 - ・ 2016 年のビジネスマッチンググラントの実績は 6,000 人となっている。トレーニングを受けた者は全部で 10,000 人。
 - ・ 下記のステージを突破し選ばれた起業家は少なくとも 20%以上の自己資金を出資しなければならない。

《協調融資先の選定プロセス》

- 1) ビジネスアイデアコンテスト: 所定の書面にビジネスプランを記載し応募
- 2) ビジネスプラン開発トレーニング: ショートリストに残った候補者に対するトレーニング
- 3) ビジネスプランコンテスト最優秀プランが選定され、Co-Financing が付与される。

※なお、ビジネスプランの評価に関しては、全国を四つの区域に分けた上で、外部評価者を選定、選定された団体 (NGO や British Oil 等) が評価をしている。

《キャパシティ・ビルディング》

協調融資先に決定した者は①個人・グループに対するコンサルテーション、②ビジネスプランのドラフティング、③ビジネスアドミニストレーショントレーニング、のキャパシティ・ビルディングのプログラムが受けられる。

3. 観光産業に係る課題

- ・ 地方部の小規模のホテルやモーテルに対して、Booking.com やトリップアドバイザーのような世界的なオンラインサイトへの掲載や情報アップデートのためのソフトウェアの導入支援をしたが、活用しきれず利用できていないのが現状。
 - ・ マーケティングやブランディングが必要であると実感している。特に、日本市場からはより多くの観光客が訪れてほしい。
 - ・ ソフト面のトレーニングが必要。ホスピタリティ産業におけるスキルや他国と比べた競争力が欠如しているため、観光人財の育成が必要となっている。
- ① 財政面においてはサポート等が充実してきたが、スキルの欠如が著しい。
- ② 海外の大学との Double Degree 等も必要である。
- ③ ジョージアの観光客の大半はロシアを含む CIS 国からの観光客となっており、ホテルのレセプションでは、英語だけでなくロシア語の対応が依然として必要である。

4. その他

- ・ JICA の研修の結果、北海道とジョージアの間で、すでにワインメーカーとの連携が進んでいる。札幌に支局を設置済み。

受領資料
<ul style="list-style-type: none"> ・ “Produce in Georgia” Hotels component, PPT format ・ “Training Needs Analysis, Accommodation and Paper/Publishing, 2016”, PDF format

13. Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

概 要	
日時: 11月29日(火) 12:00-13:00	
場所: Swiss Agency for Development and Cooperation SDC オフィス	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
大原 (記録)、渡邊	Ms. La Tsagareinshvili (National Programme Officer)
議事	
<p>1. 調査概要の説明および関連資料提供依頼</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 調査団側より、本調査の調査目的を含む調査概要について説明を行うと同時に、観光にかかるプロジェクトの動向等を伺った <p>2. Swiss Agency for Development and Cooperation SD からの補足説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在は観光産業自体に対するプロジェクトは行っておらず、農業に関するプロジェクトがメインとなっている。特に食肉、ハチミツ、チーズのバリューチェーン支援が最近はメインとなっている。 ・ Adjara 共和国の Batumi 周辺が対象地域 ・ 現地 NGO の ELKANA (http://www.elkana.org.ge/?action=0&lang=eng) をパートナーに Batumi 近郊のボタニカルガーデンの整備等を実施中 ・ 2016-2020年の計画としては、コーカサス地域の農業支援をメインとして実施していく予定。 ・ 以前の中期計画では観光関連のプロジェクトを実施。Rural Tourism 関連のプロジェクトであり、観光産業に対する支援というよりも、農業とリンクしているという観点からカヘティ地方のワインセクターの支援等を実施した。 ・ Organic Certification Program : 地方のゲストハウスに対する支援で、サービスに関するトレーニングを実施した。 <p style="text-align: right;">以上</p>	
受領資料	
<ul style="list-style-type: none"> ・ “Samtskhe-Javakheti Travel Guide”, printed material ・ Rural Accommodation Network, printed material 	

14. Visit Georgia

概 要	
日時: 11月29日(火) 12:00-13:00	
場所: Visit Georgia オフィス	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
碓氷 (記録)、松崎	Mr. Alexander Mamulashvili (Managing Director) Ms. Tamuna Khubua (Product Manager)
議事	
<p>1. 会社概要</p> <p>1997年創業、2017年に20周年を迎えるツアー・オペレーターで、社員数は現在44名(フルタイム)であるが、12月1日より3名を増員。スペイン、ポルトガル、イタリアにセールスレップがある。現在6台の大型バスを所有し、2017年4月には10台にする予定。</p>	

2. 取り扱い規模

2014年：約10,000名、2015年：約12,000名、2016年：約15,000名

3. 取り扱い市場とセグメントの現状 (2016年)

① 市場

- ・ ヨーロッパ (主なもの)

ドイツ約2,500名、オーストリア1,500~1,600名、ポーランド・ロシア約1,000名など (※小グループ→FIT化の傾向にあり個人の嗜好に沿った旅を好む)

70%が7~9日間ジョージアに滞在。

- ・ 日本：2015年約800名、2016年約1,400名の見込み
- ・ その他アジア市場：中国、韓国、インド等に力を入れ始めている。

② セグメント

- ・ ヨーロッパ：60歳以上のシニア中心

ロシア・ポーランド：35歳から40歳代の比較的若い層

日本：60歳以上のシニア中心

4. 商品

テーマ別ツアー、日帰りツアーの他、海外の提携旅行会社の依頼に対応した日程を作成する。

※プライベートワインファクトリー、フルーツガーデン、プライベートハウス訪問といった地域住民を巻き込んだツアーの開拓を行う。(シーズン前にはレストラン、ゲストハウス、ワイナリー等のクオリティチェックを実施)

5. ガイド

自社養成(4ヶ月のトレーニング)をしており、現在70名を保有。日本語ガイドについては現在8名であるが新たに6名を増員予定。

6. 日本市場

1999年より日本の旅行会社と取引を始め、2003年よりJATAの会員となる。(9月のT-EXPOに毎年出展)

日本市場においては、アゼルバイジャンとアルメニアの地上手配も受け持つ(特に、アゼルバイジャンは日本語ガイド不在のため)

訪問地はトビリシ、ムツヘタ、カズベキ、ワイナリーリージョン、ゴリであるが、スワネティ(6月の花のシーズン)やバツミも増えている。

アゼルバイジャン・アルメニアを含む三カ国周遊型でジョージアには3~4日間の滞在。

土産品の消費額は20ドル程度で、ワイン、スイーツ、紅茶、蜂蜜、ジャム、フェルト製品などを購入。

7. 課題

ジョージアを認知してもらうためにTVプログラムでの露出やFAMツアーといったプロモーション活動が必要。

以上

受領資料

ブローチャー

15. Georgian National Tourism Administration (GNTA)

概要	
日時: 11月29日(火) 14:00-15:00	
場所: Georgian National Tourism Administration オフィス	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
松崎、碓氷、大原、渡邊 (記録)	Department of Tourism Product and Infrastructure Development - Ms. Tamar Jakonia (Chief Specialist, Research and Planning Department) - Ms. Khatia Vashakmadze (Chief Specialist, Brand development department) - Ms. Nina Nizharadze (Chief specialist, Quality Development Department) - Ms. Nino Chaganava (Specialist)
議事	
<p>1. 調査概要の説明および関連資料提供依頼</p> <ul style="list-style-type: none"> 調査団側より、本調査の調査目的を含む調査概要について説明を行うと同時に、観光にかかる資料提供の要請を行った。 <p>2. 組織について</p> <ul style="list-style-type: none"> 職員数：83人（内契約社員52名、リージョナルオフィス24名） <p>3. Product and Infrastructure 部の実施事業について</p> <ul style="list-style-type: none"> アルメニア、アゼルバイジャン、ジョージアを結ぶ山岳の居住地域を結ぶハイキングルートを開発を実施。すでにリサーチをしており、Trail イベントも NGO によって実施されている。旅客機にもリーフレットを配布しており、認知度も高まりつつある。 アドベンチャーツーリズム関連では、上記の取組の他にもハイキングやトレッキングの開発を進めている。また、トレッキング関連ではマーキング等が盛んに行われている。 <p>① Trail Marking : Hiking Federation、Agency of Protected Areas、Hiking Association、Geoland の4つの団体でトレッキングのコースのマーキングをしている。</p> <p>② Trans Caucasian trail といプロジェクトではイギリスとアメリカが二年間にわたり資金を提供した。</p> <p>③ Georgian Trail Marking Standard : ローカル住民に裨益するように住民が居住している近くを通るようにトレッキングルートを策定している。</p> <ul style="list-style-type: none"> Product Development の課題としては、地方に GNTA の地方事務所が無く政策実行に課題がある。地方で DMO のようにマーケティングを実施しようとしたが、まだ自走には至っていない。2014年にオーストリア政府の援助のもと、DMO のフレームワーク策定済み。ワイン・ツーリズムの盛んな Kaheti は DMO のフレームワークが導入できるポテンシャルがある。 スキー関連では Redbull とコラボレーションをして PR を実施した。 <p>4. Branding および Promotion について</p> <ul style="list-style-type: none"> プロモーション活動としては、毎年 20 ほどの旅行フェアに出展。TV キャンペーンや映画の誘致、メディア FAM、旅行会社 FAM 等も実施している。 プロモーション活動は 19 か国で展開。 予算はそれぞれのマーケットによって異なる。例えば、日本向けプロモーションの予算は 157,000GEL。JATA 博のスペースとスタンド、プレス FAM、デジタルマーケティング等に用 	

いている。今年はヨーグルトに焦点を当てたら、ブースに人が多く訪れた。

- ・ MICE は 2015 年に GNTA 内に専門の Department を設置し、バルセロナとドイツの展示会に参加している。また、Convention Bureau も設立済み。
- ・ 2010 年頃から外国に出先のオフィスを作ることを検討しているが、まだ実現に至っていないのが現状。
- ・ ターゲットは 80% が隣国からのフローであるため、その中でも High Spender をターゲットとしている。(ロシア、ドイツ、フランス、アラブ諸国)
- ・ デジタルマーケティングに関しては、外部の会社にアウトソースしており、結果等の報告を受けている。Google、Youtube、Facebook に広告出稿をしている。

5. 人材育成について

- ・ ワイン・ルート周辺においては、タクシードライバーに対しても外国語トレーニングを実施。
- ・ 大学での教育では、マネジメントやマーケティングが主となっており、オペレーションに関するものが無い。ギリシャから講師を招聘しホスピタリティ向上等のプロジェクトを実施したりしている。

受領資料

- ・ 事前質問用紙
- ・ Georgian tourism strategy
- ・ International statistical overview

16. Caucasus Travel

概 要	
日時: 11 月 29 日 (火) 16:00-17:00	
場所: Caucasus Travel オフィス	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
碓氷 (記録)、渡邊	Kristina Papunavili (Product & Sales Manager)
議事	
<h4>1. 会社概要</h4> <ul style="list-style-type: none"> ・ 1991 年、ジョージア独立後民間として最初に創業したインバウンド専門会社で、現在 25 名のフルタイムスタッフを持つ。B2B で約 300 のパートナー契約がある。 ・ 年間 25 のツーリズムフェアに出展、GNTA が出展しない香港やシンガポールは自社出展している。 ・ プロモーションマテリアルを 12 言語で作成 (市場により内容を変えている) 	
<h4>2. 取り扱い市場とセグメントの現状</h4> <p>① 市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ヨーロッパが全取扱の 50% を占め約 10,000 名。 ・ 日本は 2015 年に約 1,200 名、2016 年は 8~900 名程度の見込み。 ・ アジア市場として、シンガポール、中国、香港、韓国、マレーシア、インドネシア等との取引あり。 ・ 南米 (ブラジル、アルゼンチン、メキシコ) の取り扱いを始める。 ・ CIS ではロシア、ウクライナ、カザフスタン等の取り扱いが多い。 <p>② セグメント</p> <p>基本的には 50 歳以上が多いが、プロダクトによりセグメントの違いもある。カルチャーツアー</p>	

<p>は 50 歳以上のシニア、アドベンチャーツアーは若い層、インセンティブツアーはロシアやカザフスタンの若い層が多い。</p> <p>3. 商品</p> <p>テーマ別ツアー、日帰りツアーの他、FIT やインセンティブツアーを扱う。</p> <p>※英国、ドイツ、アメリカは CBT の利用が多い。</p> <p>4. ガイド</p> <p>自社養成をしており、現在 80 名を保有。ピーク時はガイド協会所属のガイドも使用する。</p> <p>5. 日本市場</p> <p>通常は一般的なコースであるが特別なコース設定を求める旅行会社もある。また地方の旅行会社が当該地域への送客に興味を持っているが営業が出来ていない。</p> <p>「地球の歩き方」にジョージアのページを増やして欲しい旨を依頼している。</p> <p>6. 課題</p> <p>日本市場においてジョージアのイメージが伝えきれていない。TV プログラムやパブリケーションを通じたジョージアを認知してもらうための活動やマーケティング戦略が必要。</p> <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
ブローチャー

17. Ministry of Regional Development and Infrastructure (MRDI)

概 要	
日時: 11 月 29 日 (火) 16:00-16:30	
場所: MRDI	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
松崎、大原 (記録)	Mr. Vasil Kapanadze
議事	
<p>1. MRDI の業務所掌</p> <p>高速道路等の基幹インフラの整備から、地方都市の地方道路、観光用トレイルルートの整備、歴史的建造物の保存修復工事等の地域開発プロジェクトまで幅広くカバー。事業費については、政府予算、ドナー資金の他、Municipality Development Fund により賄っている。これまでに世界銀行の支援の下、カヘティ地方の地方道路、観光客のアクセス道路等の整備を実施している。</p> <p>2. 実施中の主なプロジェクト</p> <p>1) 東西高速道路事業</p> <p>ADB、EIB、世界銀行、JICA (ゼスタフォニーサムトレディア間) の協調融資により実施中。</p> <p>2) サムトレディアウレキ間バイパス道路</p> <p>EIB の支援の下、クタイシから黒海沿岸のウレキまでを繋ぐバイパス道路の新設を行うもの。</p> <p>3) ドウシェティ村の開発事業</p> <p>トビリシから北へ 50km のドウシェティ村の観光トレイルルートの整備を実施 (事業費: 10 million GEL)。</p> <p>4) シャティリ村の開発事業</p> <p>世界銀行の支援によるシャティリ村の山岳集落の歴史的建造物の保存修復、観光客のアクセス道路の</p>	

<p>整備を実施。</p> <p>5) アバツマリ村の開発事業</p> <p>世界銀行の支援によりアハルツィへから北へ 30km のアバツマリ村の地方道路及び公共施設を整備（事業費：20 million GEL）。</p> <p>6) メスティアスキー場</p> <p>フランス政府の支援によりメスティア近郊のスキー場施設を整備（2016年12月オープン）。</p> <p>3. 計画中の主なインフラ（道路）プロジェクト</p> <p>1) クタイシーメスティア間道路</p> <p>ジョージア第2の都市クタイシと北部の世界遺産に登録されている上スヴァネティ地方を南北に繋ぐ道路の整備事業。6-7kmのトンネルによりそれまで西側に迂回する道路しかなかった上スヴァネティ地方へのアクセス道路を大幅に改善するもの。</p> <p>2) クタイシーアハルツィへ間道路</p> <p>ジョージア第2の都市クタイシと南部のサムツヘージャワヘティ地方の拠点都市アハルツィへを南北に繋ぐ道路の整備事業。2-3kmのトンネルによりそれまで東側のカシュリまで迂回する道路しかなかったサムツヘージャワヘティ地方へのアクセス道路を大幅に改善するもの。</p> <p>3) 軍用道路の改修事業</p> <p>トビリシからロシア国境のカズベキを繋ぐ軍用道路の拡幅・改修事業。9km程度のトンネルを計画。ドナーによる支援を要請中（未定）。</p> <p>4) トビリシーラゴデヒ間道路</p> <p>トビリシからアゼルバイジャン国境のラゴデヒまでを繋ぐ高速道路の建設事業。</p> <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
なし

18. コーカサス大学ツーリズムスクール

概 要	
日時: 11月30日(水) 10:00-11:00	
場所: コーカサス大学ツーリズムスクール	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原、松崎(記録)	Ms. Nana Tabidze (Professor, CBS,CTS) Mr. Shalva Koghuaslvili (Research Center, CS) Ms. Ana Imedashvili (Executive Director) Ms. Vando Kopaleisvili (Director of Acad. Program, CST)
議事	
<p>1. 組織概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コーカサス大学は1998年に設立された私立大学で、ツーリズムスクールは以前はビジネススクールの一部であったが2012年に独立した。また、ツーリズムスクールはトビリシ以外にも、政府の方向性として地方における観光開発の重要性が掲げられていたことから、アジャラ自治区のバトゥミにも分校がある。 ・ 当該スクールは、大学と同じように学士号(4年)、修士号(2年)のコースがあり、来年には大学院のコースも開設予定。毎年100名程度の学生を受け入れている。4年前に出来た学校であることから、卒業生の就職先などの情報はまだない。 ・ 学士号のモジュールは①観光産業マネジメント、②ホテルマネジメント、③観光事業計画(財務 	

管理、市場需要の分析など)、④会計学、⑤簿記、などとなっている。また、カリキュラムとしては、必須科目として①ジョージア語、②言語科目(英語、ロシア語、トルコ語、ドイツ語、フランス語の中から選択)、③財務管理、④ジョージアの歴史、⑤コンピューター技術、など。また、選択科目として、世界史、心理学、社会学、政治学などがある。

- ・ 修士号では、国際観光マーケティング、観光・ホテル・サービス産業、観光産業に係る国内・国際関係、会計管理、観光・環境マネジメント、観光産業の分析・予測、観光政策分析、などがカリキュラムに含まれている。
- ・ 教育教材は、系統立てた教科書以外にも、観光地で用いているような観光マップなども教材として取り入れている。教材の一部は、ドナーや民間団体からの支援で作成されている。

2. 課題

- ・ 同スクールでは、机上の総論・概論だけではなく、チケットシステムを使ったブッキングなど実践的な内容も含めているが、それでも同国全体でいえるのは観光セクター従事者の実務能力が不足している。
- ・ 近年、「観光」に対する関心が高くなってきており、そのため「観光学部」などを選ぶ生徒が増えてきているものの、生徒自身も何を学ぶのかを理解しないで入学してくる。生徒によっては、職業訓練校で学ぶような特定の技術を学べることを期待してくる生徒もいる。したがって、大学側で育成しようとしている人材像と、実際に入学する生徒との間でミスマッチングが起きてしまっている。
- ・ ジョージアにおいては、観光ガイドや観光バスなどの観光サービスを提供しているものに対するライセンス保持を義務付けるような法律が存在していない。したがって、だれでも「公認」ガイドとしてガイディングもできてしまうし、土地勘が少なくとも観光バスや観光タクシーとしてサービス提供をすることができてしまう。ジョージアの観光関連法は1997年にできたものであるが、観光産業の定義のみを記載しているような内容にとどまっている。観光事業従事者に対するライセンスを義務づけるなどといった内容も含む新しい法律を定めるべき。

3. その他

- ・ 観光学を教えている大学は国内に多くある。例えば、トビリシにあるイリア国立大学、ジャワヘティ大学など。また、訓練学校も数多くあるが、イカロスは観光セクターにかかる訓練学校として知られている。

以上

受領資料

なし

19. Caucasus University School of Tourism

概要	
日時: 11月30日(水) 11:00-12:00	
場所: Caucasus University School of Tourism	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、大原(記録)	Ms. Nino Kalandadze (Dean) Ms. Vardo Kopaleishvili Ms. Ana Imedashvili、他
議事	
<h3>1. 沿革</h3> <ul style="list-style-type: none"> ・ コーカサス大学は、1998年に設立された私立のビジネススクール。観光学部は2012年に学部として独立し、現在、トビリシの他、黒海沿岸のリゾート地バトゥミにも校舎がある。 ・ 学士課程4年、修士課程2年、学生数は、学部の各学年100名程度。2012年に新設された学部のため、卒業生は未だいない。 	

<ul style="list-style-type: none"> 1-2 年次は一般教養として、数学、歴史、考古学、地理、語学の他、観光マーケティング、観光マネジメント等を履修。 3-4 年次にはヒルトンなどのインターナショナルホテルチェーンにおけるインターン研修も設けている。 <p>2. ジョージアの観光分野の人材育成等について</p> <ul style="list-style-type: none"> ジョージアの観光関連法規は、民主化前の 1997 年の旧ソ連時代のものであり、観光業のライセンス制度などの新たな法制度の整備が喫緊の課題。 観光ガイドや観光マップなどの整備も必要。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
なし。

20. Batumi, Tourism Product Development Agency

概 要	
日時: 12 月 1 日 (木) 16:30-17:30	
場所: Agency オフィス	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
大原、碓氷	Ms. Maia Kashibadze (Head of Tourist Information Centers Management Division)
議事	
<p>1. 組織概要・運営</p> <ul style="list-style-type: none"> アジャラ自治共和国ツーリズム部門の下組織。行政の予算で TIC の設置、施設メンテナンス、スタッフの給与を賄う。プロモーションマテリアル等の制作経費は、CBT ツアーや土産物販売（ティーや蜂蜜といった地域の特産品）、ツーリストガイドやマップ等印刷媒体への広告代、TIC に配置しているホテルやレストランのパンフレットの配置代（三ヶ月 100 ラリ、六か月 150 ラリ、一年 250 ラリを徴収）等の収益を充当。年間の収益は、170,000 ラリ（750 万円）程度。 フルタイムスタッフは 10 名、TIC スタッフとして 20~35 名（フルタイムではない）を抱える。TIC は空港、鉄道駅、市内等に 9 ヶ所設置している。 観光情報を含む多様な情報をデータベース化し、旅行者や現地観光産業従事者など誰でも連絡できるホットラインを設けている。 地域資源を発掘し観光商品を造成のうえ TIC を訪れる観光客に販売する、ツアーオペレーターに紹介するなど、いわば DMO 的機能を持っている。 <p>2. ターゲット市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ウクライナ、イスラエル、ロシア、トルコ、アゼルバイジャン、ポーランド、アルメニア、リトアニア、ラトビア、ベラルーシといった近隣国。 <p>※セグメントはミドルエイジ。</p> <ul style="list-style-type: none"> Batumi 国際空港には、イスタンブール、キエフ、テルアビブ、バクー、ミンスクなどからの直行便が就航。 <p>3. プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> トルコ、ウクライナ、ポーランド、イスラエル等 17 のツーリズムフェアに出展。 ツーリストガイドやマップ等多彩なツールを作成し TIC に設置。（英語、ロシア語、ジョージア語） 	

<ul style="list-style-type: none"> 6月から9月20日までがハイシーズン（ホテルの価格等）
4. 課題 <ul style="list-style-type: none"> トルコは査証が必要ないため、バスとガイドはトルコからスルーで手配のうえ、カジノ目的で週末の日帰りツアーが多い。今後、バツミをはじめとするアジャラ地域に宿泊を伴う観光客の取り込みが重要。 データベースをエクセルからインターネットプログラムに移行するもあまりよいプログラムではないため、改善の必要性を感じている。 冬季に観光客を誘致すべくゴデルツイのスキーリゾートを利用した商品を開発中であるが、道路や施設の開発・改修が必要である。 <p>※現在は、バトゥミからスキーエリアまで途中の乗り継ぎを入れて4時間半程度かかる。</p> <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
プロモーションマテリアル一式

21. Ravati（アハルツイへの城塞）

概要	
日時: 12月2日（金）11:30-12:00	
場所: チケットオフィス	
出席者（調査団）	出席者（相手側）
大原、碓氷（記録）	チケットオフィススタッフ
議事	
1. 運営・施設設備	
<ul style="list-style-type: none"> 運営母体は、アハルツイへ市役所（※入場料は市に入る）。 <p>※入場料 ジョージア人：5ラリ、その他：7ラリ（入場料を統一する話もあるが時期は不明）</p> <ul style="list-style-type: none"> 城塞、サムツヘ・ジャヴァヘティ地域の観光拠点として TIC 機能も兼ねており、パンフレット等を設置 フリーWifi 	
2. 国際観光客	
1. ロシア、2. ポーランド、3. イスラエル、4. ヨーロッパ・サウジアラビア	
2015年：37,176名 2016年（1月～11月）：49,910名	
※2012年に修復が完成し認知度が高まったために観光客が増加傾向にあると思われる。特に2016年はロシア、イスラエル、サウジアラビアの観光客が増加している。	
3. サービス	
① パンフレット	
<ul style="list-style-type: none"> 城塞のパンフレット（1ラリ）：ジョージア語、英語、ロシア語 アハルツイへ地域のパンフレット（無料）：ジョージア語、英語 	
② ガイドツアー（1時間15分程度）	
<ul style="list-style-type: none"> ジョージア語、英語、ロシア語、フランス語、ドイツ語、トルコ語にて催行。 スケジュールツアーではなくガイドが空いていればいつでも催行する。 ジョージア語ガイド：10ラリ、その他の言語：20ラリ 	
4. その他	

<p>トビリシから公共のバスで約3時間(7ラリ)、アハルチィへ市内のホテル(20施設程度)からは徒歩かタクシーで移動。</p> <p>旧ソ連時代に整備された鉄道があるものの、現在は運行されていない。</p> <p>城塞内にレストラン・ホテルや土産物店がある。</p> <p>洞窟住居のある近郊の Vardzia までは、一日2便のバス(所要約1時間)が運行されており、個人旅行者も日帰り可能。</p> <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
パンフレット

22. 環境・自然資源保護省 保護区局

概要	
日時: 12月2日(金) 14:00-15:00	
場所: 環境・自然資源保護省保護局	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎(記録)	Ms. Nita Tkavadze (Head of International Relations and Project Management Division) Ms. Tamar Kvantaliani (Deputy Chairperson)
議事	
<p>1. 組織概要</p> <ul style="list-style-type: none"> 環境・自然保護省の関連局として設置されている保護局の任務は、ジョージア国内の自然保護区、国立公園、天然記念物、景観保護区、生物圏保護区、世界自然遺産、湿地帯などの運営管理を行うこと。具体的な活動目的としては、保護区の運営管理体制の改善、地方事務局の運営機能の確保、法的に定められた規制に従った管理プロセスかどうかの監督、新たな保護区の整備や保護計画の立案などである。 保護区のカテゴリーは以下の5つに分けられる。①厳正自然保護区(14か所) ②国立公園(11か所) ③管理保護区(19か所) ④天然記念物(41か所) ⑤景観保護区(2か所)。これらのうち28か所の保護区・国立公園には地方事務局が設置されている。地方事務局は、管轄している国立公園・保護区に訪れた観光客に当該保護区などの情報を提供できる人員(「観光専門家」)も配置している。 職員数はトビリシ本局内で36名程度、地方事務局全体で350名~450名ほどになる。(地方事務局については、事務局の運営管理を行っている職員に加え、ガイド、森林警備員や密猟をパトロールする者なども含んだ人数) 地方事務局の職員は本局が雇用している場合がほとんどであるが、ガイドなどは地元から雇用されている場合もある。 予算は環境・自然保護省から配分されているものに加え、コンセッションフィー(ホテルなどに対する土地利用料)、国立公園などの入場料およびドナーからの支援から成り立っている。国庫から配分される予算については、大半が人件費(職員、ガイド、森林警備員など)に割り当てられており、数多くある保護区などの保全・管理などはドナーからの支援で賄っている部分が多い。 <p>2. 統計</p> <ul style="list-style-type: none"> 2007年から国内の国立公園・保護区においては、訪問者の統計を取っている。海外旅行者のうちイスラエル、ロシア、ポーランド、ウクライナ、ドイツからの観光客がこれら保護区を訪れるトップ5となっている。 外国人観光客が訪れるハイシーズンは7月~9月で、国内旅行者も同じ傾向にある。 <p>3. 他ドナー支援の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> 数多くのドナーが国立公園や保護区における様々な支援を行ってきている。 	

<ul style="list-style-type: none"> - チェコ共和国：ツヘティ保護区の地域住民の生活環境改善を目指した代替エネルギー（太陽光パネルなど）の設置支援、イメリティ洞窟保護区運営管理能力強化及び同保護区周辺小規模事業者に対する能力強化 - EU:ヴァショボリ保護区における多目的センターの設置支援、国内外の保護区とのネットワーク構築やデータベース構築、ラゴデヒ、ムティララ、イメリティ洞窟、アジャメティ保護区における運営管理計画書作成支援 - Caucasus Nature Fund (CNF):ヴァショバニ保護区、ツシェティ保護区、ボルジョミ・カラグリ保護区などに対する小規模資金支援 - GEF:持続的な保護区の運営管理を促すため、融資や費用対効果の高い運営管理方法に関する技術移転、アジャラ自治区における保護区に対する運営管理体制改善支援 - Kfw/BMZ：カズベキ保護区・アルジェティ保護区・キントウリシュ保護区の保護区運営管理強化、ジャワヘティ国立公園の整備支援、コーカサス三国における越境自然保護管理体制支援 - USAID：湿地帯における自然資源の統合運営管理計画策定支援 <p>4. <u>GNTA をはじめとする他省庁との関係</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ エコツーリズム促進の観点から、GNTA とは良好な関係を築いている。例えば、こちらの局で作成したパンフレットを共有したり、国立公園や保護区で開発されたトレッキングルート情報などをGNTA に共有したりしている。 ・ 文化省との関係性も近い。現在 UNESCO に黒海沿岸にある保護区を自然遺産として登録申請する動きがあり F/S を実施しているところであるが、UNESCO に関する事業は文化省の管轄であることから、密接に協力している。 <p>5. <u>課題</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 保護区における観光開発計画があるものの、予算が十分でないため計画を実施できていない。（取り組みたい活動の優先事項は①トビリシ国立公園の整備②ラゴデヒ保護区の保護③ジャワヘティ国立公園の整備） ・ 国立公園保護法は 1996 年に策定されたもので、改定が必要。 ・ エコツーリズム促進も行っているが、ガイドの育成などまだ十分に実施されていない。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料

23. 在ジョージア日本国大使館

概要	
日時: 12月2日(金) 15:10-16:00	
場所: 在ジョージア日本国大使館	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎(記録)	長谷川 朋範 参事官
議事	
<p>1. <u>ポテンシャルのある観光資源</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワインの時期の9~10月になるとワイン祭りが開催されている。実際に参加したことがあるが、ブドウ踏みをしてぶどうジュースを抽出したりできて面白い体験ができた。このような体験型プログラムを日本のツアーに組み込むのはどうだろうか。 ・ ジョージアには日本のパレーダンサーが8名住んでおり、実際に当地のパレー団で演技をしている人がいる。こうした日本人の舞台を見るパレー鑑賞もオプションでツアーの日程に組み入れてもよいように思う。 ・ UNESCO に登録されているスワネティについては、まだ行ったことがないものの、日本人に人 	

<p>気のあるスポットであると思う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 人的資源で言えばジョージア人は人がよく付き合いやすい国民性であると思うので、日本人旅行者が現地の人と触れ合う機会がある観光ツアーなどもあると良いかもしれない。 <p>2. 課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特に日本市場において、ジョージアを含むコーカサス地域に関する情報が限定的で知名度が著しく低いのは大きな課題。何かプロモーションを行って、まずは日本人の目に触れる機会が増えてほしい。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
<ul style="list-style-type: none"> ・ トビリン案内 (2016年9月) 在ジョージア日本国大使館 ・ レストランリスト ・ ホテルリスト

24. GIZ

概要	
日時: 12月2日(金) 18:00 – 19:00	
場所: GIZ 会議室	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
松崎 (記録)	Mr. Jochem Theis (Country Component Manager) Mr. Rati Anjaparidze (Programme Expert SME development and DCFTA in Georgia)
議事	
1. 組織概要	
<ul style="list-style-type: none"> ・ GIZ は 1992 年からジョージアの社会市場経済からの移行、民主化、法制度整備の支援を行っており、2006年にGIZ ジョージアリージョナルオフィスを設置。現在、約60名のナショナルスタッフおよび14名の専門家が勤務している。GIZが実施するプログラム・プロジェクトは以下の3つの分野に重点が置かれている①持続的経済開発②民主化・地方自治の開発・法制度③環境・エネルギー。 ・ これらの優先重点分野に基づき、現在南コーカサス三国を跨るリージョナルプログラム6つを実施している。(①民間セクター開発プログラム、②法・司法改革支援プログラム、③地方自治体の開発支援プログラム、④生物多様性の持続的管理プログラム、⑤山脈地帯における統合的浸食管理プログラム、⑥公共財政管理プログラム) 	
2. <u>Private Sector Development in the South Caucasus</u> プロジェクト (2013~2016)	
<ul style="list-style-type: none"> ・ コーカサス地域三カ国を対象としたリージョナルアプローチのプロジェクト。ジョージアにおいては、建設クラスターと観光クラスター(特にワイン業者)を対象として支援を行っている。プロジェクトコンポーネントは①ビジネス環境の改善②バリューチェーンの構築③ゲストハウスなど中小企業を対象とした職業訓練。 ・ ③職業訓練については、アジャラ自治共和国やアナクリア地方において、ゲストホテルなど中小規模のホテルオーナーを対象にマネジメントを含む質の改善を図ったトレーニングを300以上実施済み。 ・ また、職業訓練に関しては、2010年及び2012年にそれぞれ Matching Vocational Education in Georgia with Labour market Needs, Analysis of Labour Market needs and Vocational Education and Training (VET)という調査を実施しており、職業訓練を行うにあたっての市場ニーズの把握などを行っている。 ・ 当該プロジェクトを通じて2014年にAnaklia地区の観光サービス人材育成の重要性をアピールしたビデオを作成している。 	
3. <u>リージョナルアプローチ</u>について	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 当該プロジェクトのように複数の国を対象としたリージョナルアプローチを取った支援をする 	

のは、それぞれの国で経済レベル、政治レベル、政府から要望（期待）など異なるため難しい。それぞれの国のこうした背景を十分に加味したプロジェクト形成が必要。

- ・ 当該プロジェクトの実施段階においては、各国政府 C/P に対してリージョナルレベルで支援をする旨と、各国における支援額はそれぞれの国の状況に合わせて均衡化している旨を先方政府に説明してから三か国それぞれの国と R/D を締結した。特に、アゼルバイジャンとアルメニアは政治的な緊張がまだ続いているため、とりわけ当該地域の三か国を同席に座らせて一枚の紙に協力同意の署名を取り付けるのは不可能。
- ・ 実際に案件実施中は、リージョナルアプローチであることを踏まえて、各国政府の政府高官や観光関連民間セクターからの裨益者を一同に会して 'Regional Academy' と称し、カジュアルなワークショップやセミナーを行う場を設け三か国間の連携を図っている。実施の際には、何かテーマを決めてそのテーマ内容に沿って各国から 20~30 名の参加者を招集している。実際に、60~70 名程度の参加者が訪れている。なお、ジョージアはアゼルバイジャンとアルメニアの間を取り持つ位置づけとして機能しているため、これら会合の実施はジョージアで行うのがベスト。

4. 観光セクターにおける課題

- ・ 観光開発が進められているスピードに対して、十分なスキルを持つ観光セクター従事者が十分にいない。ゲストホテルなどに関しては、経営ノウハウを含め、ゲストに対する接し方などもわからない。またガイドにしても、例えばハイキングコースなど行く場合は、応急処置や遭難などのリスクマネジメントに対する知識も不可欠であるが、まだそこまでの知識を培う人材は育成されておらず、今後も人材育成が大きな課題。
- ・ 観光協会や商工会議所など、民間セクターを取りまとめる代表組織はあるものの、彼ら自身協会メンバーのサービスの質をマネジメントできるような能力がない。また、結局、会費を払って得られる特典（サービス）が分からないため、民間業者もこれら協会・団体に加入したがない。したがって、業界の横のつながりが希薄になり、全体の質の向上や質の担保が難しい。

5. 今後の予定

アジャラ自治共和国における CBT 開発などを進めたい。

以上

受領資料

なし

③アルメニア

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
1	12月5日(月)	ADB アルメニア事務所	9:30-10:30	・ Ms. Gohar Mousaelyan (Senior Project Officer) 調査団 (松崎、碓氷、大原)
2	12月5日(月)	Armenian-Greek College	11:00-12:30	・ Mr. Arthur Vardanyan (Director) 調査団 (松崎、碓氷、大原)
3	12月5日(月)	環境保護省 (Ministry of Nature Protection)	14:00-15:00	・ Mr. Khachik Hakobyan (Deputy Minister), ・ Dr. Vahagn Sargsyan, ・ Mr. Aymen Vardanyan ・ Mr. Ashot Hovhannisjor, ・ Mr. Artur Danielyan, 調査団 (大原)
4	12月5日(月)	Armenian Institute of Tourism	15:00-16:30	・ Dr Robert Minasyan (Rector, Professor) 調査団 (松崎)
5	12月5日(月)	Armenia Marriott Hotel Yerevan	14:45-15:15	・ Ms. Iren Grigoryan (Sales Account Executive) 調査団 (碓氷)
6	12月5日(月)	文化省 (Ministry of Culture)	16:00-17:00	・ Mr. Nerses Ter-Vardanyan (Deputy Minister), ・ Mr. Arakelyan Artashes (Deputy Head of Foreign Relations Dep.) ・ Ms. Arakelyan Luisa 調査団 (大原)
7	12月5日(月)	世界銀行アルメニア事務所	16:50-17:15	・ Ms. NoraMirzoyan (Research Analyst) 調査団 (松崎)
8	12月5日(月)	ARMINTOUR	17:15-18:15	・ Ms. Jusine Khachatryan (Head of Tourism Management and Marketing Department) 調査団 (碓氷)
9	12月6日(火)	経済投資省 (Ministry of Economic Development and Investment) キックオフ会議	11:00-12:00	・ Mr. Mekhak Apresyan (Min. Economic Dev, Head of Tourism Dep.) ・ Ms. Zarmine Zeitountsian (Chairperson, State Committee for Tourism) ・ Ms. Cristine Poghosyan (National Statistic Service) ・ Mr. Arakelyan Artashes (Min. Culture) ・ Dr. Vahagn Sargsyan (Min. Nature Protection) 調査団 松崎、碓氷、大原
10	12月6日(火)	Tourism Committee	12:30-14:00	・ Mr. Mekhak Apresyan (Min. Economic Dev, Head of Tourism Dep.) ・ Ms. Zarmine Zeitountsian (Chairperson, State Committee for Tourism) 調査団 (松崎、碓氷、大原)
11	12月6日(火)	Union of incoming Tour Operators of Armenia	14:00-15:30	・ Ms. Karine Davoyan (Director) 調査団 (碓氷)
12	12月6日(火)	USAID アルメニア事務所	14:30-16:00	・ Ms. Haikanush Bagratunyan (Program Manager) 調査団 (松崎、大原)

	日程	訪問先	面談時間	面談・協議参加者
13	12月6日(火)	国家統計局 (RA National Statistic Service: NSS)	16:30-17:00	・ Ms. Kristine Poghosyan 調査団 (松崎、大原)
14	12月6日(火)	Armenian Guide Guild	16:30-18:15	・ Ms. Lia Bakhshinyan (President) 調査団 (碓氷)
15	12月6日(火)	IDeA Foundation	17:30-18:00	・ Ms. Armine Melik-Israyelyan (Head of Tourism Program) ・ Ms. Lena Muradyan (Director, Gyumri Project Hope) 調査団 (松崎、大原)
16	12月7日(水)	SIMA Tours	16:45-17:45	・ Ms. Susanna Gevorgyan (Executive Manager) 調査団 (碓氷)
17	12月8日(木)	GIZ アルメニア事務所	11:00-12:30	・ Mr. Wilhelm Hugo (Team Leader Armenia) ・ Mr. Aram Babayan (Program Expert) 調査団 (大原)
18	12月8日(木)	AVARAYR Tour Company	13:30-14:30	・ Mr. Arkadi Sahakyan 調査団 (大原)
19	12月8日(木)	在アルメニア日本大使館	15:00-15:30	・ 前川 恵 (二等書記官) 調査団 (大原)
20	12月11日(日)	アルメニア国鉄	10:30-11:00	調査団 (大原)

1. ADB アルメニア事務所

概要	
日時: 12月5日(月) 09:30-10:30	
場所: ADB アルメニア事務所	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、碓氷、大原(記録)	Ms. Gohar Mousaelyan (Senior Project Officer)
議事	
<p>8. アルメニアにおける ADB の支援の位置付け</p> <p>アルメニアでは、これまで、ADB が高速道路等の基幹インフラを整備し、世界銀行が地方道路等のハード面の支援を行っている他、USAID や GIZ が観光地の整備、SMEs 等のソフト面の支援を行っている。</p> <p>また、アルメニアでは、ドナー間の会合として Infrastructure Donor Community が不定期の会合を行っており、ADB は道路セクターの支援を主に担ってきた。</p>	
<p>9. ADB の支援事業について</p> <p>1) North-South Road Corridor Investment Program (NSRCIP)</p> <p>エレバンを中心とした南北高速道路の整備事業(事業費総額: 500 Million USD)。</p> <p>北部区間については、Yerevan-Lanjik 間を ADB が整備し、Lanjik-Gyumri 間を欧州投資銀行(EIB)が整備する計画。これまでに Yerevan-Ashtarak 間が開通している。</p> <p>南部区間については、Yerevan-Artashat 間の F/S を準備している段階。</p> <p>2) Sustainable Urban Development Program (SUDIP)</p> <p>エレバン市を含む 12 の地方都市(デリジャン、ギュムリ、ヴァナゾル等)の整備を行うもの(事業費総額: 50 Million USD (第1期))。エレバン市においては、南部の市街地道路のミッシングリンクの整備を実施した。</p> <p>各対象都市の都市開発の現状分析及び開発計画を纏めた City Development Plan (CDP)を都市ごとに作成している。</p> <ul style="list-style-type: none"> - ヴァナゾールは、アルメニア第三の都市。ソビエト時代に化学工場が立地し、地域経済が同工場のみに依存するモノ・インダストリーの構造であったが、1988年に地震被害を被った上、1993年のソ連崩壊後、同工場の大部分が閉鎖され、他の産業の誘致が課題となっている。International Bank of Reconstruction and Development (IBRD)の支援の下、Vanadzor Technology Centre の建設計画あり。 - デリジャンは、ハイキングの拠点として人気の山岳リゾート。IDeA ファウンデーションの資金で United World Colleges Dilijan (UWC Dilijan) (高等学校)が設立されている。 - ギュムリは、アルメニア第二の都市。17~18世紀の歴史的建造物群が残り、今後、観光開発が期待される。ローコストエアライン(LCC)が就航する国際空港を有する。環状バイパスの整備を EIB が支援、また、EBRD が市内の街灯や市街地の道路整備を実施している。その他、世界銀行の支援による Gyumri Technopark Project や、IDeA ファウンデーションの資金によるギュムリの再開発プロジェクト Gyumri Project Hope (GPH)などが進行中である。 <p>3) その他の ADB 支援事業</p> <p>その他のインフラ整備事業として、ADB は、アルメニアとジョージアを結ぶ幹線道路(M6)の整備を EIB との協調融資で実施中。</p> <p>また、アルメニア南部の 18 都市を対象とする上下水道整備事業(Water Supply and Sanitation Sector Project (第二期))や送電線のリハビリ事業等を実施中、また、EBRD 及び German Development Bank の協調融資の下、エレバンのズヴァルトノッツ国際空港の拡張及び PPP 化事業を推進中である。</p>	

さらに、女性起業家向け SMEs 支援として Women Entrepreneur Partnership Project を実施している。	以上
受領資料	
- City Development Plan (CDP) : Gyumri, Dilijan, Vanadzor, Jermuk	

2. Armenian-Greek College of Tourism, Service and Food Industry

概要	
日時: 12月5日(月) 11:00-12:30	
場所: Armenian-Greek College	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、碓氷、大原(記録)	Mr. Arthur Vardanyan (Director)、他
議事	
<p>1. Armenian-Greek College の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> - アルメニア政府とギリシャ政府の協力の枠組みの下、2006年に設立(1943年に設立された前身の Food Industry Technical Institution から改編)された観光分野の仕事に従事する各種人材の職業訓練を行うアルメニア教育・科学省 (Ministry of Science and Education) の傘下の私立の専門学校(高等学校相当)。 - 初等教育(小・中学校9年)を受けた後に入学する4年制のコースと、高等教育(小・中学校9年+高等学校2.5年)を受けた後に入学する2.5年制の二つのコースがある。 - その他に、短期(2-3ヶ月)のコースとして、ウェイター、コック、バーテンダー、ソムリエなどの養成コースもある。 - 学科としては、(1) Tourism、(2) Organization of service at hotels and tourist complex、(3) Technology of public food、(4) Technology of milk and dairy products、(5) Technology of bread-baking, pasta and confectionery、(6) Technology of ferment production and wine-making の6学科があり、教育・科学省認可の教育カリキュラムに沿ったヨーロッパのサービスレベルを基準にした教育が行われている。 - 語学に関しては、英語、ロシア語、ギリシャ語の選択制。 - 卒業時に国家試験を受け、合格者には、国の卒業資格が与えられる。 - 観光ガイドに関する学科は無い。(アルメニアには、以前、Ministry of Economy が認定する観光ガイドの国家資格制度あり→その後廃止) - 在籍する生徒数は600名程度、教員数41名、職員30名。 - 就職率は70%以上である。 - ヨーロッパホテル学校協会 European Association of Hotel and Tourism Schools (EAHT)に加盟し、EUとの協力の下、各種インターンシッププログラムや、定期的な交換留学プログラム等を実施。 - GIZが実施中の Private Sector Development in South Caucasus プロジェクトのセミナー等にも参加している。 <p>2. 施設の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> - 教育機材が老朽化しており、機材の更新が必要。 	
以上	
受領資料	
- 質問票回答	

3. 環境保護省 (Ministry of Nature Protection)

概要	
日時: 12月5日(月) 14:00-15:00	
場所: 環境保護省	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原(記録)	Mr. Khachik Hakobyan (Deputy Minister), Dr. Vahagn Sargsyan, Mr. Aymen Vardanyan Mr. Ashot Hovhannisjor, Mr. Artur Danielyan,
議事	
<p>1. アルメニアの国立公園等について</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1958年から自然保護区制度を整備。アルメニアの国土の13%が保護区に指定された森林等である。 - アルメニアの自然保護区 (Specially Protected Nature Areas: SPNAs) には、(1) State Reserve (3ヶ所)、(2) National Park (4ヶ所)、(3) State Sanctuary (26ヶ所)、(4) Natural Monument (232ヶ所) 四つのカテゴリーがある。特に、State Reserveは、立ち入りが規制されており、許可が必要。 - GIZ、UNDP、WWFの支援の下、国際自然保護連合(IUCN)に登録されているアルメニアの動植物の固有種を纏めたThe Red Bookを製作。 <p>2. エコツーリズムの推進について</p> <ul style="list-style-type: none"> - エコツーリズムの推進は、アルメニア政府の優先課題の一つであり、2015年に環境保護省の中に、エコツーリズム局を設立。 - 2015年のエコツーリズム関連の政府予算としては、1.2 Million AMDを計上、2016年は、5.0 Million AMDに増額。 - 2016年には、ITB-Berlinのアルメニアのブースにエコツーリズム関連のブースを特設した他、エレバンにMuseum of Natureを開館。 <p>3. エコツーリズム関連のドナー支援</p> <ul style="list-style-type: none"> - ドナー支援としては、世界銀行が地方道路の整備を実施。USAID、スミソニアン協会、UNDPがトレイルルートの開発等の観光資源開発、ロッジ等のSMEs支援等の技術協力を実施中。 - その他、公的機関及び民間のファンドとして、コーカサス・ネイチャー・ファンド(CNF)、WWF、HSBC等の資金を活用して、各種エコツーリズム関連の施設の整備や、ガイドマップの作成等を進めている。 <p>4. 山岳ガイド等の養成について</p> <ul style="list-style-type: none"> - State Reserveには、公園管理を行う森林警備員が配置されているものの、アルメニアには、現状、ハイキングやトレッキングの際に観光客を案内する山岳ガイド等は存在せず、国家資格もないため、ガイドの養成施設や、資格制度の設立が必要。 <p>5. 公園管理計画 (Park Management Plan) について</p> <ul style="list-style-type: none"> - 幾つかの国立公園については、これまでに管理計画が策定されているが、エコツーリズムを前提にしたものではないため、今後、改訂が必要になっている。 - Khosrov State Reserveについては、既に管理計画(開発戦略)が策定されている。 - Dilijan National Parkの管理計画(開発戦略)については、現在、政府承認中である。 <p>6. 今後の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> - アルメニアのエコツーリズムに関する情報のIT化、観光インフラ(トレイルルート、サイン、TIC、宿泊施設、等)の整備が急務である。 	

<ul style="list-style-type: none"> - また、エコツーリズムに付随する各種産業（農産品、加工食品）との連携も必要。 - 現在、全国に 232 ヶ所ある Natural Monument の開発を、民間資金を用いた PPP により実施中（事業費：1.5 Million USD）。現在、29 事業を承認済み、31 事業について協議中である。そのうち 10 事業については、政府予算で実施され、他の事業については、民間及びドナーの資金で実施される予定である。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
<ul style="list-style-type: none"> - Specially Protected Nature Areas and Forests of Armenia（自然保護区のガイドブック） - Dilijan National Park Management Plan - Khosrov State Reserve Management Plan - How to realize potential of Armenia（環境保護省作成プレゼンテーション）

4. Armenia Institute of Tourism

概要	
日時: 12月5日(月) 15:00-16:30	
場所: インスティテュート校内執務室	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎(記録)	Dr Robert Minasyan (Rector, Professor)
議事	
1. 機関概要	
<ul style="list-style-type: none"> - Armenia Institute of Tourism (AIT)は、2001年にロシア観光国際学校(Russian International Academy of Tourism)のブランチとして設立された私立の教育機関。フルタイムやパートタイムの教職員、事務員など含めて約30名が当機関にいる。生徒数は約70名。 - 当該機関の目的は、ヨーロッパスタンダードに値する高品質の観光セクターにかかる専門的なトレーニングプログラムを提供し、アルメニアの観光市場における競争力強化を図ること。 - 4年間の学士号取得と2年間の修士号取得のコースがあるほか、短期の職業訓練コース(2か月間)がある。また、大学を卒業するときは、ロシアの大学卒業証明書が発行されるほか、イタリア(ミラノ大学)やフランス(ソルボンヌ大学)と連携しておりこれらの大学に1年間留学した生徒はこれら大学からの修了証書も受領できる。学費はプログラムによるが大体850USD/年間。 - 学士号の最後の1年間はインターンシップとしての実習がある。希望者は、海外の提携済み民間事業者(ホテル、レストランなど)での実習も可能で、提携先企業から交通費・宿泊費などを負担してもらった場合もある。また、最低でもインターン生が現地で実習をしている5~6か月の間は、事業者から月500ユーロ程度の賃金を支払ってもらっている。そうすることで、学費が払うことが難しい学生の支援を間接的に行うような配慮をしている。 	
2. 学生の就職率	
<ul style="list-style-type: none"> - 同大学ではロシアやヨーロッパの大学卒業証明を発行していることから、特に、ヨーロッパ圏内のホテルなどで仕事をしたい人にとっては、就職先が見つかりやすい。 - 実際に就職率を見てみると、在学中もしくは卒業後に就職先が見つかる生徒の割合は概ね50%。 - 同大学でのカリキュラム内容はロシアのカリキュラムに準拠しているため、質が高い。そのため、卒業後に就職した先で、すぐにマネージャーレベルで仕事をすることが可能。 	
3. その他	
<ul style="list-style-type: none"> - ロシアとの提携を結んだ理由に、政治的理由は特にない。カリキュラムの面でいうと、アルメニア 	

ではあらゆる学術機関はアルメニア政府（文科省）が定めたカリキュラムに則ったプログラムを提供することが法律で定められているが、同大学についてはロシアのカリキュラムでプログラムを形成することで文科省とも同意書を結んでいる。

- アルメニアとしては、日本市場からの観光客誘致に関心が高いことから、日本の大学と連携して遠隔レクチャーを実施できれば、日本市場に対する理解も深まり日本人観光客の求めているサービスを提供できる人材が育まれる。

以上

受領資料

なし

5. Armenia Marriott Hotel Yerevan

概要	
日時: 12月5日(月) 14:30-15:00	
場所: Armenia Marriott Hotel Yerevan	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷(記録)	Ms. Iren Grigoryan (Sales Account Executive)
議事	
<p>1. 施設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ トータル259室、うちデラックスルーム(100室) ・ その他スーパーデラックス、エグゼクティブ、ジュニアスイート、プレミアスイート、バイspreジデンシャル、マリオットシート、プレジデンシャル <p>※現在ゲストルームのリノベーション中でありタイプ別の部屋数は変わる。</p> <p>アウトドアプールを設置する予定である。</p> <p>2. 宿泊客</p> <p>① 国籍</p> <ul style="list-style-type: none"> - ロシア、米国在住のアルメニア人ディアスポラ、イランの順が多い <p>※イラン人はノールーズ(正月)の時期に滞在</p> <ul style="list-style-type: none"> - アジア人ではUAEに住むフィリピン人が多い - 日本人は非常に少なく距離とフライトに阻害要因があると考え - ペガサス航空がアジアに就航しているのでアジアマーケットにも期待したい(中央・南・西アジア) <p>② セグメント</p> <ul style="list-style-type: none"> - 35歳以上がメインであるが20~30歳代もターゲットとしている <p>3. シーズナリティ</p> <p>ハイシーズン: 5月~10月(ツアーグループが多い)</p> <p>ローシーズン: 11月~4月(FITが多い)</p> <p>4. 課題</p> <p>マリオットとしてロシア、UAE、ベルリンやロンドン等のツーリズムフェアに出展しているが、一施設としてアルメニアをプロモーションするには予算的にも限界がある。</p>	
以上	
受領資料	

なし

6. 文化省 (Ministry of Culture)

概要	
日時: 12月5日(月) 16:00-17:00	
場所: 文化省	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原(記録)	Mr. Nerses Ter-Vardanyan (Deputy Minister), Mr. Arakelyan Artashes (Deputy Head of Foreign Relations Dep.), Ms. Arakelyan Luisa
議事	
1. 文化省の業務所掌について	
<ul style="list-style-type: none">- 全国の博物館、美術館(文化省管理の博物館: 100ヶ所程度、私立博物館: 25ヶ所程度)、劇場等の文化施設の運営管理、教会等の建築遺産、音楽やダンスなどの無形文化遺産の保護等の活動を行う。- 建築遺産の保存修復事業としては、文化省傘下の歴史文化遺産保護庁(Historical and Cultural Heritage Protection Agency)の監督の下、毎年5~7件程度を実施している。保存修復にかかる費用については、U.S. Ambassadors Fund for Cultural Preservation、CISファンド、UNESCO、International Fund for Cultural Diversity (IFCD)などの資金を活用し、実際の工事については、民間に委託している。直近では、南部のMeghriの修道院の修復工事をU.S. Ambassadors Fundを用いて実施した。- UNESCOの世界文化遺産(3件)<ul style="list-style-type: none">1) Cathedral and Churches of Echmiatsin and the Archaeological Site of Zvartnots (2000)2) Monasteries of Haghpat and Sanahin (1996)3) Monastery of Geghard and the Upper Azat Valley (2000)- UNESCO世界無形文化遺産(4件)<ul style="list-style-type: none">1) Lavash (2014)2) Performance of the Armenian epic of 'David of Sassoun' (2012)3) Khachkar (2010)4) Duduk and its music (2008)	
2. 文化遺産保護関連の他ドナー支援	
<ul style="list-style-type: none">- 世界銀行が地方の観光資源までのアクセス道路を整備している他、文化遺産の保護に関するM/Pを策定している。- 日本大使館が文化無償で博物館機材を供与。- USAIDがスミソニアン協会と共同で博物館の技術支援事業を実施中。	
3. 文化面の支援に係る要望について	
アルメニアの文化省では、各博物館施設の展示改善を進めており、以下の分野で支援を期待する。	
<ul style="list-style-type: none">- オーディオビジュアルガイドの整備- スマートフォンのQRコードを活用したガイドダンス- 施設のバリアフリー化- 点字案内板の整備	

- 文化省の博物館を一括して紹介するポータルサイトの構築、等	以上
受領資料	
なし。	

7. 世界銀行アルメニア事務所

概 要	
日時: 12月5日(月) 16:50-17:15	
場所: 世界銀行アルメニア事務所	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎	Ms. Nora Mirzoyan (Research Analyst, Urban Rural & Social Development Department)
議事	
<p>1. 世界銀行の立ち位置と方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> - 世界銀行が中心となって、アルメニア国内のドナー間調整を行っている。実際に、定期的に公式なドナー会合を行っている以外にも、非公式で様々なドナーと必要に応じて会議を行っている。ドナー資金の有効活用という観点から、各ドナーが実施している、もしくは実施しようとしている活動が重複しないように常に配慮をしている。 - 観光セクターに関する支援としては、世界銀行としては南部地方に集中した支援 <p>2. アルメニアの観光開発の現状</p> <ul style="list-style-type: none"> - 今年10月に経済開発・投資省は外局団体として観光業議会(Tourism Committee)を立ち上げたばかり。現在のところ、委員会メンバーの選定など委員会の運営体制を整えている段階で機能はしていない。ただ、この委員会のメンバーとなる人たちは、管轄省である経済開発・投資省にいる職員がメンバーになると思われ、そうすると「公務員」である彼らが民間に寄り添った活動を推進できるかどうか疑問が残る。また、当該協議会は、予算面でも人材面でも管轄省とは切り離して独立した組織として成り立つべき。 - 観光セクターは多岐にわたるセクターからの協力がないと成り立たない。例えば、国内に無数にある文化遺産や史跡などお管理は文化省の管轄にあり、文化資源を活用した観光を促進するには文化省の協力が必要。エコツーリズムの促進には自然保護省との連携が必要。地方における観光開発を推進するには地方省との連携が不可欠といった具合に、横串の連携が不可欠であるが、現状としては、こうした横串の連携・調整がうまくできていない。 - 観光政策に基づいた事業実施については、実際には、1年前に同省内に設立された Development Foundation of Armenia(DFA)が請け負っている。このDFAは、投資、貿易、観光の3つのセクターに関する事業の実働部隊という位置づけ。 <p>3. 今後の事業予定</p> <ul style="list-style-type: none"> - 北部アルメニアにおける UNESCO 世界遺産周辺のインフラ整備支援を予定している。当該支援は世界遺産自体の修復を行うものではなく、世界遺産に登録されているバッファゾーンエリアの標識設置や土産物屋店への支援を行うことを想定している。 	
以上	

8. ARMINTOUR

概 要	
日時: 12月5日(月) 17:15-18:15	
場所: ARMINTOUR	

出席者（調査団）	出席者（相手側）
碓氷（記録）	Ms. Jusine Khachatryan (Head of Tourism Management and Marketing Department)
議事	
<p>1. 会社概要</p> <p>インツォーリストから 1996 年に民間企業に転換したインバウンド専門会社。フルタイムスタッフは 8 名（ドイツ語、ロシア語、スペイン語、日本語のスピーキングスタッフを抱える）</p> <p>2. 主要取り扱い市場</p> <ul style="list-style-type: none"> - ドイツ、USA、日本（年により違いはあるも各市場同じ程度の取り扱い規模） - 香港は昨年より増加傾向にある。 - その他のアジアとして中国本土、マレーシア、韓国等があるが取り扱いはまだ少ない（年にツアー数本程度） <p>※香港市場</p> <p>3 年前から ITE（香港国際旅行展示会）に出展を始めた。クリスマスとイースターの時期にツアー受け入れをしたことがきっかけとなり、現在は一年を通してツアー受け入れを行っている。特にイースターにおいては、ジョージアとアルメニアが一週間違いのため（年により日は変わる）両国のイースターを体験するツアーが催行されている。</p> <p>3. 日本市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 三か国周遊ツアーのみでセグメントはシニア層 ・ アルメニアは 2～3 泊がメイン ・ 一般的な観光コースの他、ハイキングツアーやフラワーウォッチングツアー等テーマツアーも実施。 ・ 2015 年：約 40 本（うちクラブツーリズムが約 20 本） 2016 年：約 20 本 <p>※一団体は 15～20 名程度であるがクラブツーリズムは 30 名程度で催行</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 主な取引は、クラブツーリズム、ワールド航空、日本橋トラベル、阪急、旅のデザインルーム、JIC（FIT）、アルパインツアー等であり、そのうちワールド航空、JIC、アルパインツアーは直接取引を行っている。他はインツォーリスト・ジャパン等が仲介している。 <p>4. ガイド</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 7 年程前に Ministry of Economy がライセンスを義務付けたが 2～3 年しか続かず、現在ナショナルライセンスの取得制度は廃止されている。 ・ アルミンツアーではガイドのデータベースを作っているが、新規ガイドを登録する場合は、自社作成の質問に答えてもらうインタビューを行い、オフィスにてアルメニアの観光サイトや歴史等について学んだ後に、経験のあるガイドのアシストとして研鑽を積み（約 2 年間）、3 年目あたりで独り立ちしてもらう。 <p>5. 課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本市場が伸びない要因として航空券代が高い、アクセスが少ない等の理由が考えられる。また、アルメニア自体の露出が日本では少ない。大使館主催のアルメニアに関するイベント（アルメニア料理フェス等）を実施したり、アルメニアを代表するセールスポイント（キリスト教を取り入れた最初の国等）を考えて PR したりすることも必要。 <p>6. その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2016 年は T-EXPO にアルメニアとして出展していないが、これまでは DFA がブースを借り 	

<p>て、参加するツアーオペレーター等がブース代を折半していた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ CBT としてはホームビジットでラバシュの焼き方を見せてもらったり、ホームステイを手配したりする。ホームステイについては、知り合いに紹介してもらい、滞在する村の役場や村長に紹介してもらうなどしており、オフィシャルな登録制度のようなものは無い。よって、ツアー客を送客する前に社として事前に紹介された家庭を訪問し施設や食事等について確認を行っている。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
<p>自社作成のパンフレット DFA 作成のアルメニア紹介パンフレット</p>

9. 経済投資省（Ministry of Economic Development and Investment）キックオフ会議

概要	
日時: 12月6日(火) 11:00-12:00	
場所: 経済投資省	
出席者（調査団）	出席者（相手側）
松崎、碓氷、大原（記録）	Mr. Mekhak Apresyan (Min. Economic Dev, Head of Tourism Dep.), Ms. Zarmine Zeitounsian (Chairperson, State Committee for Tourism) Ms. Cristine Poghosyan (National Statistic Service) Mr. Arakelyan Artashes (Min. Culture) Dr. Vahagn Sargsyan (Min. Nature Protection)
議事	
<p>1. Tourism Committee の位置付けについて</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2016年10月に経済投資省の傘下の観光部局として新たに設置された観光行政を一手に担う政府機関。観光分野はアルメニアの経済開発の優先分野であり、Sustainable Tourism のコンセプトの下、組織の改編手続きを進めている最中。将来的には、経済投資省の観光局（Tourism Department）は、Tourism Committee に統合される。 <p>2. アルメニアの観光開発の課題について</p> <ul style="list-style-type: none"> - アルメニアの観光開発の分野においては、マーケティング、インフラ整備、サービス面の能力強化（ソフト）のいずれについても改善が必要。 - ガイドライセンス制度は、以前は存在したものの、現在は、廃止されている。旅行代理店、レンタカー等の認証・登録制度も未整備。 - 毎年9月に日本で開催される JATA 博に出展してきているものの、これまで、政府により作成された日本語のプロモーションマテリアルは一切存在しない。 - アルメニアは首都のエレバンと地方都市の観光開発に係る地域間格差が大きく、コミュニティ開発や地方の観光産業従事者のビジネススキルのトレーニングが喫緊の課題である。 - これまで、B&B の経営者や手工芸品の生産者に対する SMEs 支援が USAID や GIZ 等により行われてきたものの、マーケティングが未熟であり、必ずしも顧客の獲得に繋がっていない。 <p>3. ポテンシャルのある観光商品について</p> <ul style="list-style-type: none"> - 地方都市をデスティネーションとして開発する必要がある。ギュムリには 18-19 世紀の典型的な歴史的建造物群が残っており、新たなデスティネーションとしてポテンシャルがあり、世界銀行や EBRD がギュムリの市街地の道路整備等を実施している他、開発戦略を策定中。 - ガルニ神殿+ゲガルト修道院周辺の溪谷、セヴァン湖周辺、Dilijan の山岳リゾートもデスティネーションとしてのポテンシャルがある。 - アルメニアは、世界で最初にキリスト教を国教にした国でもあり、各地に残る教会や修道院を巡 	

る(1) 巡礼ツーリズムの地となっている。また、アルメニアには世界最古のワインセラーも発見され、良質なワインやブランデーを産することから(2) ワイン・ツーリズムも有効である。さらに、アラガツ山などの自然を楽しむトレッキングや MTB などのエコツーリズム、スキー場などのウィンターツーリズムのポテンシャルも高い。

4. JICA の支援分野について

- 現在、DMO の枠組みを視野に入れた新たな観光戦略 5 年計画 (2017-2021) の策定を進めている最中であり、観光戦略やアクションプランの策定に対する支援を期待する。
- UNWTO の 2015 年報告書によるとアルメニアを訪れる日本人の数は、年間 39,000 人に達し、有望なマーケットの一つであることから、日本語の Web サイト、プロモーションマテリアルの作成、マーケティングなど、日本市場に対する戦略を 5 年計画に含めたい。
- これまで USAID や GIZ の支援の下、2 度に亘り、観光客の統計調査 (Visitors Survey) を実施した。(第 1 回: 2006-2007、第 2 回 2013-2014) 前回の統計調査から時間が経っていることから、第 3 回の統計調査 (2017-2018?) を JICA の支援の下で実施してはどうか。
- 日本は、考古学的にも優れた技術を有していることから、学術分野の協力も期待したい。

以上

受領資料

- Armenia, The Land of Noah (DVD) (アルメニア観光プロモーションビデオ (英語版))

10. Union of incoming Tour Operators of Armenia

概要	
日時: 12月6日(火) 14:00-15:30	
場所: UITO	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷(記録)	Ms. Karine Davoyan, Director
議事	
<p>1. 組織概要</p> <p>2004年設立のNGO、当時はツアーオペレーター4~5社が参加していた。ディレクターの Ms. Davoyan は2014年に就任し、現在アシスタントと会計を含めた3名で運営。</p> <p>ボードメンバー7名により月一回程度の会議を行っている。メンバー会議は年に1~2回程度開催している。</p> <p>年間の活動計画はディレクターが作成しメンバーで協議、活動報告書も作成している。</p> <p>現在29社がメンバー登録、4社がアソシエイトメンバーとして登録している。メンバーになるためには①2年以上のビジネス(State register documentの提出義務)、②3名のギャランティーが必要。メンバーはUITOのロゴを名刺に付けている。</p> <p>メンバーは毎月25,000AMDの会費、アソシエイトメンバーは100,000AMDの年会費を支払う。会費でオフィスレントと給与の支払いを賄い、プロジェクトを実施する際はUSAIDやEU等に助成金の申請をしている。</p>	
<p>2. 主な活動</p> <p>ツアーオペレーターが直面している問題や課題に対して、政府機関への助言を行うなどアルメニア観光振興を阻む様々な問題解決に取り組んでいる。</p> <p>《例》 アルメニアはフライトが少ない等の理由によりもともとツアーフィーが高い。以前はツアーオペレーターに課せられなかったVAT(20%)が義務付けられた為、取引先へのトータルの提案コスト上がり競争力が弱まりアルメニアのオペレーターにとって不利である。</p>	

よって、VATについて何等かの解決策を検討してもらい依頼を Ministry にした。

3. 課題

- アルメニアを旅行先として認知してもらうためのプロモーション活動。
 - ✓在外大使館によるプロモーション活動。
 - ✓アルメニアを知ってもらうためのプロモーションマテリアル。
- ツアーオペレーターへのマーケティング戦略とプロモーション手法の教育。
- 冬のオフ期にアルメニアを旅行するセグメント開拓と新しいプログラムの造成。
- アルメニア滞在を伸ばすためのデスティネーション開発。
- ダイレクトフライトが限定的。
- ソ連時代の考え方に左右されない若い人に焦点を当てマネジメントや人材育成について学んでもらうことが重要と考えており、教育してくれる専門家が必要。
- ツアーオペレーターのライセンス制度が無い場合オペレーターによりサービスのレベルが異なる。サービスの質を保つことが課題と考える。

4. その他

- 日本市場を取り扱うオペレーターに AVARAIR という会社がある。

以上

受領資料

USAID が作成したルーラルツーリズムパンフレット

11. Tourism Committee

概要	
日時: 12月6日(火) 12:30-14:00	
場所: 経済投資省	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、碓氷、大原(記録)	Mr. Mekhak Apresyan (Min. Economic Dev, Head of Tourism Dep.), Ms. Zarmine Zeitountsian (Chairperson, State Committee for Tourism)
議事	
1. Tourism Committee の新組織について	
- 現在、新たに組織設計及び職員の配置を進めている最中であり、経済投資省から 17 名の職員の配属が決まっている。	
2. 観光プロモーション予算について	
- 経済投資省が実施する観光プロモーション関連の予算は、主に 2008 年に設立された財務省 (Ministry of Finance) 傘下のアルメニア開発基金 Development Foundation of Armenia(DFA)から予算措置される。DFA の主な役割は、(1) Export、(2) Tourism、(3) Investment の三分野の開発プロジェクトに対する資金提供。Tourism 分野全体としては、185 Million AMD (400,000 USD)程度が配分され (2015 年度、2016 年度)、そのうち、60-70% の 200,000 USD 程度が観光プロモーション関連の活動に充てられている。	
- 経済投資省が実施する具体的な観光プロモーション関連の活動としては、(1) 各種フェスティバルの開催、(2) 国際的な観光博覧会への出展 (2016 年は、ベルリン、バルセロナ、ロンドンなど五つの観光博覧会に出展)、(3) FAM 及び Media トリップの開催 (2016 年は、海外の 15 ツアーオペレーターを招待) など。	

<p>3. 現在取り組み中の観光プロモーション活動</p> <ul style="list-style-type: none"> - ツアーオペレーターがパンフレット等を作成する際に活用できるよう、アルメニアの観光資源のデータベースを構築中。 - 政府系の TIC はアルメニアには存在しない。民間資金等を活用し、資金的にも持続可能なビジネスモデルを開発する必要がある。（調査団からジョージアの Batumi の TIC のビジネスモデルを参考例として提示） - 2017 年はロシア-アルメニアの観光年に当たっており、ロシア市場向けのプロモーション活動を展開する予定。ギュムリの国際空港には、モスクワとの間でローコストキャリアが就航している。 - MICE ツーリズムやよりニッチなマーケットを対象にしたプロモーションも必要。北欧の観光客向けにはエコツーリズムのポテンシャルが十分あると考えている。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
なし

12. USAID アルメニア事務所

概要	
日時: 12月6日(火) 14:30 - 16:00	
場所: USAID アルメニア事務所	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
松崎、大原 (記録)	Ms. Haikanush Bagratunyan (Program Manager)
議事	
<p>1. USAID の支援事業について</p> <p>1) Competitiveness of the Armenia Private Sector (CAPS)</p> <p>2004-2011 に実施。観光分野では、観光戦略の策定、観光関連の法制度整備に係る支援を実施している。また、観光分野の人材育成を目的に、米国ヴァージニア工科大学とアルメニア・ギリシャ大学の提携や、米国ジョージ・ワシントン大学とアルメニア大学の教育カリキュラムの提携などを実施。</p> <p>2) Enterprise Development and Marketing Competitiveness (EDMC)</p> <p>2011 年から実施し、アルメニア側政府の都合上 2013 年で終了。バリューチェーンアプローチによる SMEs 支援事業。観光分野については、SMEs の投資環境改善に向けた法制度整備、商品開発、能力強化支援などが主なコンポーネント。ワイン関連企業の SMEs 支援としては、6 ワインメーカーを選定し、パッケージングなども含めた商品開発の指導を実施した。</p> <p>3) My Armenia</p> <p>USAID とスミソニアン協会による初めての共同プロジェクト。スミソニアン協会が有する考古学や文化遺産保全などの学術的知見を活用し、アルメニアの文化遺産を中心とする観光資源を開発し、消費の 86% が集中するエレバン市以外の地方都市 (Local Community) をデスティネーションとして開発するもの。</p> <p>事業期間は、2015 年 6 月から 2020 年 9 月まで。対象地域は、Vayotsdзор 県の Areni、Gnishik、Lori 県の Akhtala、Syunik 県の Goris、Tatev。対象地域の選定に当たっては、アルメニア全土の都市の Basic Survey を実施した上で選定を行っており、Basic Survey の中ではパブリック・コンサルテーションも実施している。</p> <p>エレバン以外の地方都市を滞在型の観光拠点 (Anchor Point) として開発し、周辺地域の開発へと水平展開することを目指している。</p> <p>これまでに世界銀行が北部・南部の地方道路整備事業 (事業費: 55 million USD) により観光ルートの整備を行ってきており、同事業とのシナジーを図る。</p>	

2. アルメニアの観光開発の課題について	
<ul style="list-style-type: none"> - 最近になって経済投資省傘下の Tourism Committee が設立されたが、これまでアルメニアの観光開発を担う政府機関の役割が必ずしも明確でなかった。 - USAID は、これまで SMEs 支援など、起業家を対象とする直接的な支援を実施してきたが、プロジェクトの終了後、ドナーからの支援が途切れた途端、活動が続かなくなる、というのが、これまでの反省。個別の企業家支援ではなく、デスティネーションとして地域一体となって観光開発を行うための仕組みづくりの方がより重要である、と現在では認識している。 - アルメニアは、国境線の大部分が閉鎖された陸の孤島であり、海外からの観光客の移動は航空機に頼らざるを得ず、航空路線の充実が、今後の観光開発の要になるため、現在、General Department of Civil Aviation (GDCA)を交えて、航空自由化に係る協議を進めている。 	
以上	
受領資料	
なし	

13. 国家統計局 (RA National Statistic Service: NSS)

概要	
日時: 12月6日(火) 16:30-17:00	
場所: NSS	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
松崎、大原 (記録)	Ms. Kristine Poghosyan
議事	
1. 国家統計局が管理する観光関連の統計について	
<ul style="list-style-type: none"> - ボーダー調査による年別、国別の出入国者統計 (2001年から) <ul style="list-style-type: none"> * 居住者の区別なし、在留外国人の区別なし、 - 県別のホテル数の統計 (四半期ごとに集計) - ベッド数、宿泊数、観光支出額等に関する統計なし - 旅行代理店、レストラン、娯楽施設等に関する統計なし 	
以上	
受領資料	
<ul style="list-style-type: none"> - 人口統計 (2012、2013、2014、2015) *国籍別出入国データを掲載 - ホテル統計 	

14. Armenian Guide Guild (AGG)

概要	
日時: 12月6日(火) 16:30-18:15	
場所: Armenian Guide Guild	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
碓氷 (記録)	Ms. Lia Bakhshinyan, President
議事	
1. 組織概要	
<ul style="list-style-type: none"> - 2005年に設立されたNGO。World Federation of Tourist Guide Associations (以下、WFTGA)のメンバーになっており、現在Presidentを含め10名で運営、Historic Yerevan Hotelの一室を無料で借りているが常駐はしておらず、会議開催など必要に応じてスタッフが集まる。スタ 	

ップへの給与の支払いは無い。

- 現在、56名のガイドがメンバーとして登録している。言語としては、ドイツ語、英語、ロシア語、イタリア語、フランス語、スペイン語、ポーランド語、ポルトガル語、ペルシャ語、タイ語、日本語等であり中でもドイツ語、英語、フランス語、ロシア語のガイドが多い。
- メンバーは、月約5ドルを支払う。メンバーフィーは①新規デスティネーション視察、②新規デスティネーションのガイド研修旅行、③スキルアップの為にセミナー講師への謝礼に充てている。

2. WFTGA International Trainer Training Center

- 世界で3つしかない（キプロス、マレーシア、アルメニア）ガイドトレーナーを養成するセンターが、2013年に Yerevan State University の Faculty of Tourism Service に設置された。
- ①ハイクオリファイガイドとしての証明書を取るためのコースと、②トレーナーになるためのコースの二つのコースがあり、アルメニアのガイドのみならず、CIS 諸国からも受講するためにやってくる。（2014年に①のコース、2015年に②のコース、2016年は①②のコースを実施）。
- いずれのコースもホテル、食事、トランスファー等を含む6泊7日のパッケージ料金になっており、2016年は一人650ユーロであった。受講料金はWFTGAに支払われるが、国内外からの受講者の空港トランスファー、ホテル、食事等の手配をAGGが行う為、いくらかの手数料を除きWFTGAからAGGに必要経費が支払われる。
- コースの講師はWFTGAから1名、AGGとエレバンステート大学から数名が担当する。
- ①のコースを受講して2年以内に②のコースを受講することが可能。
- コースの開催についてはWFTGAが各コースへの申込者数を鑑み、いつ、どちらのコースを開催するか決定する。
- AGGには①②のコースを修了したトレーナーが12名おり、ローカルガイドの養成を行っている。

3. ガイド養成

新規でガイドになりたい人達の為に6ヵ月のプログラムがあり、一ヵ月60,000AMDで提供し、6ヵ月のプログラムを終了した人には修了書を授与している。

また、地方のガイド養成も実施している。

- これまでに、GIZのサポートにより4名、IDeAのサポートにより1名、合計5名のローカルガイドがTraining Centerのコースを修了。
- 2017年には、Smithsonian Institute（米国）のサポートにより、AGGのトレーナー2名をアルメニア北部と南部に1名ずつ派遣し2週間のコース（①）を実施予定。

4. 官・民間セクターとの連携

① Ministry of Economy

関係は良好である。

前述2のコースを実施する際は、アドミや会計業務、受講料に含まれないフェアウェルディナー代等の諸経費として5,000ユーロのサポートがある。（年によりGIZやWFTGAからのサポートもある）

② 民間セクター

関係は良好である。

新規デスティネーションについてAGGのガイド研修が終了したらツアーオペレーターにそ

の旨を連絡し、ツアープログラムに組み込んで貰えるようにしている。

5. 課題

- AGG の Web サイトを改修したいが予算が無い。
- アルメニアは旅行先として認知されておらず戦略的なプロモーション活動が必要と考える。旅行者がアルメニアに到着したあとは見どころが多くホスピタリティも高いことから旅行者が口コミでアルメニアのアピールをしてくれるので問題ないが、旅行者をどうやってアルメニアに誘致するかが課題である。FAM ツアーの実施等も必要ではないか。

6. その他

AGG が間借りしている Historic Yerevan Hotel は Tufenkian Hospitality Holding という会社が運営しているが、同社は国内の他の地域にもホテルを 3 つ所有している。地方のホテルに宿泊する個人旅行者の為にローカルガイドの必要性を感じており、AGG が実施するローカルガイド研修に賛同し Yerevan に所有するホテルの一室を AGG に無料提供しているとのこと。

以上

受領資料

なし

15. IDeA Foundation

概要	
日時: 12月6日(火) 17:30-18:00	
場所: IDeA Foundation 事務所	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
松崎、大原(記録)	Ms. Armine Melik-Israyelyan (Head of Tourism Program) Ms. Lena Muradyan (Director, Gyumri Project Hope)
議事	
1. IDeA の事業について	
1) Tatev Revival アルメニア南部の Tatev 地域の 6,000 人を対象とするコミュニティ開発事業。Tatev 修道院の保存修復、ロープウェイの建設(ギネスブックに登録された世界最長(5.4km)のロープウェイ)、観光サービスに従事する経営者支援(対象9村26家族)等が主なコンポーネント。	
2) Gyumuri Project Hope (GPH) http://www.gyumriprojecthope.org/ 18-19 世紀のアルメニアの歴史的建造物群が残るアルメニア第2の都市ギュムリの再生プロジェクト。市内中心部の歴史的建造物の所有者と再開発を行う投資家との調整機能を IDeA が担う。街並み保存地区のゾーニング、歴史的建造物の活用に係るビジネスプランの作成、投資家の募集、保蔵修復工事の技術的な管理等を IDeA が行い、観光デスティネーションとして歴史的建造物の保存と都市再生の両立を図るためのプラットフォーム。 IDeA の他、IT 教育などを行なっている NPO 法人 Armenian General Benevolent Union (AGBU)とも協働。官民連携の下、開発が行われているジョージアのカヘティ地方の開発モデルを参考にしている。カヘティ地方の例では、世界銀行が地方道路の整備を実施。ギュムリでは、市街地道路や街路灯の整備を EBRD が実施しており、シナジー効果がある。 歴史的建造物の再生に当たっては、建物のファサードを残した上で、内部やバックヤード(裏庭)を、レストランや商業施設などの現代の用途に沿ってリノベーションする。 リノベーションの方法については、イタリアの大学や ICOMOS とも協働し、文化財の価値を損なわないよう配慮している。	

アルメニア（ギュムリ）には、歴史的建造物群（街並み）保全に関わる法令や規制が整備されていない為、文化省に対し、IDeA から街並み保全に関わるガイドラインを提案している最中である。

3) Dilijan プロジェクト

United World Colleges (UWC) Dilijan School（高等学校）の建設等。

2. IDeA の資金調達方法について

IDeA 自身はNPO であり、プロジェクトの活動資金は、ドネーション、投資家資金、ドナー資金を組み合わせて活動を行っており、商業活動は行っていない。

以上

受領資料

なし

16. SIMA Tours

概要	
日時: 12月7日(水) 16:45-17:45	
場所: SIMA Tours	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
碓氷(記録)	Ms. Susanna Gevorgyan, Executive Manager
議事	
1. 会社概要	
<ul style="list-style-type: none"> 2003年に設立した旅行会社でインバウンドビジネスが9割を占める。エレバンの他、米国のフィラデルフィアにオフィスを持つ。 2015年の取り扱い人数は約1,500名で、巡礼、ハイキング、歴史・文化に興味を持つセグメントが多い。グループツアーが取り扱い全体の5~6割を占める。 巡礼ツアー、トレッキング・ハイキングツアー、ワイナリーツアー等を実施するほか、ロシア、イラン、ジョージアとアルメニアを組み合わせたツアーパッケージも造成している。 European Tour Operators Association (ETOA)のメンバー。 	
2. 主要取り扱い市場	
1) 米国	
<ul style="list-style-type: none"> 東海岸のアメリカ人、並びにアルメニア人ディアスポラがターゲット。アエロフロート利用。 アメリカ人はミドル層以上で歴史や文化に興味を抱く人が多い。若い層としてはアルメニア人ディアスポラが Armenia Service Program(ASP)⁹⁰や Paros Foundation⁹¹ のプログラムに参加、アルメニアの地方の村に20日~1ヵ月滞在し奉仕活動をしている。 	
2) ヨーロッパ	
<ul style="list-style-type: none"> イタリア、スペイン、ノルウェー、ベルギー、ギリシャ、セルビア等を取り扱っており、文化や歴史、ハイキング等に興味を持つシニア層が多い。 ITB, WTM や、ポーランドで開催される旅行博に出展している。 	
3) 中東(新規)	
<ul style="list-style-type: none"> UAE 人や湾岸諸国で働くアジア人の開拓を進める予定。湾岸諸国からカタール航空、flydubai、Air Arabia の三社がアルメニアに就航しており市場開拓にとって重要である。 	

⁹⁰ <http://acyoa.org/asp/index.php>

⁹¹ <http://parosfoundation.org/>

<p>4) アジア (新規)</p> <ul style="list-style-type: none"> アジア市場に興味を持っており 5 年前に市場開拓を検討したが当時は時期尚早であった。最近アルメニアへの興味が高まっているため今後 ITB アジアに出展予定である。 <p>3. 課題</p> <ul style="list-style-type: none"> アルメニアを旅行先として認知してもらうためのプロモーション活動が必要である。エージェント FAM やメディア FAM の実施、魅力あるプロモーションマテリアルの作成等が考えられる。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
<p>自社作成の地図 ツアーチラシ 2 種</p>

17. GIZ アルメニア事務所

概 要	
日時: 12 月 8 日 (木) 11:00 - 12:30	
場所: GIZ アルメニア事務所	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
大原 (記録)	Mr. Wilhelm Hugo (Team Leader Armenia) Mr. Aram Babayan (Program Expert)
議事	
<p>1. GIZ の支援事業について</p> <p>1) Private Sector Development in South Caucasus (PSDP)</p> <p>協力期間: 2009-2013 (フェーズ 1)、2013-2017 年 3 月 (フェーズ 2)</p> <p>対象地域: アゼルバイジャン、ジョージア、アルメニア</p> <ul style="list-style-type: none"> フェーズ 1 では主に地方の観光や農業に従事する SMEs の支援を実施。 2013 年のフェーズ 2 からは(1) ワインセクター、(2) 観光、(3) エンジニアリング (職業訓練) の三つの分野を対象にバリューチェーンアプローチによる支援を展開中。 政策制度改善とプライベートセクター支援が主なコンポーネント。 <p><政策制度改善></p> <ul style="list-style-type: none"> 対象三分野のベースライン調査実施済み。 2015 年には、2006 年に USAID が作成したアルメニアの観光開発「Tourism Development Concept Paper」のリバイズ版である「Armenia Tourism - Situation Assessment and Revised Tourism Development Strategy 2015」及びアクションプランを作成している。 <p><プライベートセクター支援></p> <ul style="list-style-type: none"> 商品とサービスの品質向上 ワインセクターについては、ワインの品質管理のための機材を公的な検査機関のラボラトリーに供与。アルメニア産ワインのフードセーフティー、ブランディングの観点から、輸出振興支援を実施している。 アグラリアン大学の農学部で食品加工学科にワインアカデミー開設。履修期間 2 年間のプログラムによりワインの製造技術や品質管理の技術を講義 (18:30 からの夜間講座)。 観光セクターについては、World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA) と協力し、ガイ 	

<p>ドの養成のためのトレーニングセンター（WFTGA International Training Centre Yerevan）を設立済み。</p> <p>2. 新規事業</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2017-2020 の期間で、新たに(1) 食品、(2) 飲料品の二つのセクターにもバリューチェーンアプローチを拡大する予定。 <p>3. GIZ の支援方針について</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMEs 支援を行っているドナーは、USAID や JICA を含めて、これまでも多数存在するが、特定の経営者の支援を行うことは、民間の競争環境を歪めるため、ドナーのパートナーとしては、不適切である。 - 個別の経営者を支援しても、プロジェクトの終了後にドナーの支援が途切れると、活動が停滞するのが常。 - GIZ の SMEs 支援では、過去の反省にも基づき、個別の経営者ではなく、公的機関や組合組織を対象に支援を実施し、これら機関を通して、個別の経営者に技術やノウハウが普及するような仕組みづくりを行なっている。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
<ul style="list-style-type: none"> - ベースライン調査報告書 - Armenia Tourism - Situation Assessment and Revised Tourism Development Strategy 2015

18. AVARAYR Tour Company

概 要	
日時: 12月8日(木) 13:30 - 14:30	
場所: AVARAYR Tour Company オフィス	
出席者 (調査団)	出席者 (相手側)
大原 (記録)	Mr. Arkadi Sahakyan
議事	
<p>1. 沿革</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1992年設立。1994年よりインバウンド業務開始。 - 従業員数9名、自社所有マイクロバス(10-15人乗り) : 2台、大型コーチ(24-30人乗り) : 1台、(40-48人乗り) : 1台 <p>2. 対象マーケット</p> <ul style="list-style-type: none"> - 毎年600-700名の観光客を受け入れ。売り上げ順のマーケットは、1位: フランス、2位: イスラエル、3位: 日本、その他、イタリア、オーストリア、オーストラリアなど。 - CIS や中東市場との取引はない。 <p>3. 日本マーケット</p> <ul style="list-style-type: none"> - 日本市場の業務は2004年から開始し、毎年6-7本の日本人ツアー(12-18人/ツアー)を扱っている。2006年からJATAに加盟し、2015年にはJATA博にも出展。 - 日本人ツアーのアルメニア国内の滞在日数は、平均3-4日。4月~10月は団体旅行、11月~3月は個人の客がメインである。 - 自社契約の日本語ガイドがないため、現在、日本語ガイドをリクルート中。 - 日本人ツアーは少人数でも大型コーチのリクエストがあるが、北部の修道院を訪問する際などは 	

<p>地方道路の幅員が狭く、必ずしも交通手段として適当ではない。</p> <ul style="list-style-type: none"> - 訪問先としては、北部の修道院（サナヒン、ハフパット）、セヴァン湖周辺、ゲガルト修道院、エチミアジンなどの世界遺産の他、ギュムリなどを訪問するツアーもある。 - ほとんどが、アゼルバイジャン、ジョージアを併せた3ヶ国を周遊するツアーであり、アルメニアが最終訪問地。ジョージアからは陸路で入国し、Dilijanに最初の宿をとるツアーが多い。 - ニッチなセグメントとしては、田部井淳子（故人）さんとアラガツ山やアズダハク山をトレッキングし、ノマドのテントに滞在する5-6泊のツアーを西遊旅行社と催行し、これまでに合計4回のツアーを催行した。 <p>4. 新規商品について</p> <ul style="list-style-type: none"> - アルメニアと日本を結ぶ路線は、以前は、アエロフロートとオーストリア航空のみであった（オーストリアはその後撤退）。2016年からカタール航空とエミレーツ航空（フライドバイ）が就航しており、UAEやカタールのショッピングやガルフリゾートとアルメニアの文化ツーリズムを組み合わせた商品も有効と考えている。 <p>5. アルメニアの観光業の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> - アルメニアには、旅行代理店、レンタカー会社、ガイドのいずれも国家資格、カテゴリー、認証・登録制度がなく、新規海外ツアーオペレーターの信用を得るのが難しい。 <p style="text-align: right;">以上</p>
受領資料
- 会社パンフレット

19. 在アルメニア日本大使館

概 要	
日時: 12月8日（木）15:00 - 15:30	
場所: 在アルメニア日本大使館	
出席者（調査団）	出席者（相手側）
大原（記録）	前川 恵（二等書記官）
議事	
<p>1. 調査概要の説明</p> <p>資料を基に、JICA 調査の概要（目的、調査期間、調査団員構成、等）を説明。</p> <p>2. アルメニアの観光関連の話題について</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2016年9月にJALのモスクワ支店長が来アルメニアし、ハイアットホテルで観光関連のビジネスマッチングに関するセミナーを開催（アルメニアの旅行代理店などから20名程度が出席）。 - アルメニアでは現在、対外借入れを制限しており、JICAが新規の案件形成を行う場合も有償資金協力案件の形成は難しいのが現状。 - 2016年にイランのVISAを撤廃して以降、アルメニアを訪れるイラン人観光客が増加している。 <p>3. 質疑応答</p> <p>（前川二等書記官）</p> <ul style="list-style-type: none"> - 具体的なJICAのプロジェクトが入るのはいつ頃になるのか。 <p>（調査団）</p> <ul style="list-style-type: none"> - 本調査は情報収集・確認調査であり、具体的なプロジェクトが今後、始まるかどうかは、未定である。通常は、情報収集・確認調査の結果、プロジェクトが実施される際は、プロジェクトの開始に先立ち、詳細計画策定調査等が実施されることから、具体的なプロジェクトに繋がった場合 	

も、プロジェクトの開始までには、半年から1年程度を要する。

(前川二等書記官)

- JICA が観光分野で協力を行うとすれば、どのような分野が想定されるか。

(調査団)

- JICA は大きく有償・無償・技プロの三つのスキームを有しているが、アルメニアの現状、有償・無償（緊急災害、ノン・プロ無償除く）を用いた案件は想定されない。技プロをメインに案件形成していくことになると思う。

(前川二等書記官)

- アルメニアでは JICA の技プロで一村一品のプロジェクトを実施しているが、そのような案件か。

(調査団)

- KMC 社がアルメニアで実施中の JICA 案件のアプローチは、一村一品ではなく、中小企業 (SMEs) 支援案件。
- 一村一品型のアプローチについては、これまで成功例に乏しく、プロジェクトの終了後、そもそもモノ自体が売れない為、経営不振により資金がショートし、原材料費すら賄えなくなり、たちまちビジネスが頓挫してしまう。日本の職人の例を引くまでもなく、一人前の職人になるまでには、最低でも10年単位の年月を要し、2-3年の技プロで民間のマーケットで競争可能な商品を開発できるほど、モノづくりの世界は甘くない。
- 地域の長い歴史と伝統に根付いた競争力のある製品がある地域は、マーケットと繋げていく支援が有効であるが、そのような製品の無い地域で一村一品を成立・持続させるのは困難。
- 例えば、アルメニアのドライフルーツやジャムを開発しても世界にはさらに魅力的な商品が市場に溢れており、外国人の目には留まらない、というシリアスな現実にもっと目を向けるべき。

(前川二等書記官)

- アルメニア人の気質は日本人と似ているのか、ヴェルニサージュ（毎週土日に開催される手工芸品の青空市）を見ても、アルメニアの手工芸品は、コーカサス三国の中でも出来が良いと思う。

(調査団)

- ドナー支援の下、商品開発を行なった製品のターゲットは、ドメスティックマーケットでないことは明らか。いくら観光地に土産物を並べても肝心の観光客が来ないのでは意味が無い。
- アルメニアには、ブランデーや絨毯など世界的にも競争力のある優れた製品がいくつかある。ラバシュは世界遺産にも指定されている。JICA の協力案件の方向性としても、これらアルメニアにしかないものをまずはプロモーションすることによって、アルメニアの観光とマーケットを持続的に繋げていく仕組みを作ることが重要。

以上

受領資料

なし

20. アルメニア国鉄

概要	
日時: 12月11日(日) 10:30-11:00	
場所: エレバン中央駅	
出席者(調査団)	出席者(相手側)
大原(記録)	駅職員へのインタビュー
議事	

1. アルメニアの国鉄について

- 2008年6月から30年間のコンセッション契約の下、ロシア国営鉄道会社(Russian Railways: RZD)に運営権を譲渡。RZDの現地法人 South Caucasus Railway CJSC が運営を行っている。
- 国際路線は、ジョージア間のみ(108人乗りコーチ)。エレバン-トビリシ間は、冬期は週3往復(21:30 Yerevan→Tbilisi 09:52、20:20 Tbilisi→Yerevan 04:53)、夏期は毎日運航。夏期には黒海沿岸のリゾート地バトゥミまでの便も運航している。
- 夏期には、鉄道、レンタカー、食事付きの北部の修道院ツアーも South Caucasus Railway 自身で販売・催行しており、国内だけでなく、外国人観光客の利用もある。

以上

受領資料

なし

(2) 観光資源調査シート

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 1
	Date: 20/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-1
Site Name	Old city
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°22'00.9"N 49°50'15.4"E(40.366908, 49.837616)

2. General Description

Baku's historic heart is İçərişəhər, the Unesco-listed, walled Old City. Contrasting with the developing new city, Old city is a beautiful and calm stone street, is including the Palace of the Shirvanshahs and Maiden Tower, became the first location in Azerbaijan to be categorized as a World Heritage Site by UNESCO. It contains the city's historic sights.

There are Caravanserais, covered with several stones, have been changed into restaurants and many carpet shops around the Maiden's Tower are colourfully alluring. To see and learn much more there are self-guided audio tours and group walking tours (in English) in the information booths outside the Maiden's Tower and Vahid Sq.

**3. Status**

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from Baku	
Public Transport	<input checked="" type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No	<input checked="" type="radio"/> Bus <input checked="" type="radio"/> Train <input checked="" type="radio"/> TAXI
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved	
Accommodation	<input checked="" type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No	Hotels
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity <input type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Sewer System	
	<input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital <input checked="" type="checkbox"/> Police <input checked="" type="checkbox"/> Bank	
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information <input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets <input checked="" type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> Map <input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input checked="" type="checkbox"/> AV Guidance <input type="checkbox"/> Others ()
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others(Azerbaijan)

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 2
	Date: 20/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-2
Site Name	Heydar Aliyev Center
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°23'47.6"N 49°52'07.0"E(40.395882, 49.867805)

2. General Description

Heydar Aliyev Center is located north east of the city center. It takes about 10 minutes from near station. Bus 11 stops near both southwestern and east sides bus 24 passes a block west of the main entrance. Vast and jaw-droppingly original, this Zaha Hadid building is a famous representative of the 21st-century. The interior hosts concerts and several exhibition spaces. The entrance is from near the western corner.



Overview of Heydar Aliyev Center



Inside view



Displays

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input checked="" type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from		Baku
Public Transport	<input checked="" type="radio"/> Yes / <input type="radio"/> No	<input checked="" type="radio"/> Bus / <input checked="" type="radio"/> Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	<input checked="" type="radio"/> Yes / <input type="radio"/> No		Hotels
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Police	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input checked="" type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input checked="" type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others(Azerbaijani)

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 3
	Date: 20/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-3
Site Name	Yaşıl Bazar
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°23'08.6"N 49°51'13.3"E(40.384959, 49.854018)

2. General Description

Traditional bazar located in central Baku. There are a lot of fresh vegetables, fruits and green just from the regions, mainly in a large hall, but also extends into an outside part. The prices for all of these are quite affordable. It is quite good atmosphere to tourists but there is no facilities for tourists, such as tourism information center and maps for tourists.

It is open from 6:00 to 22:00 and about 50 m away from Yasil bazar bus terminal.



3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input checked="" type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input checked="" type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from		Baku
Public Transport	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	<input checked="" type="radio"/> Yes / No		Hotels
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Police	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 4
	Date: 20/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-4
Site Name	Ateshgah Temple (Fire Temple)
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°24'56.4"N 50°00'32.3"E(40.415662, 50.008980)

2. General Description

The Baku Ateshgah is a castle like religious temple in Surakhani, a suburb in Baku, Azerbaijan. It is often called the "Fire Temple of Baku". "Atash" is the Persian word for fire. It was built during the 17th and 18th centuries. The four holy factors of their ideal were: ateshi (fire), badi (air), abi (water), and heki (earth). The temple was changed into a museum in 1975. The annual number of visitors is 15,000.

The Temple of Fire "Ateshgah" was listed for List of World Heritage Sites, UNESCO in 1998 by Gulnara Mehmandarova (president of Azerbaijan Committee of International Council on Monuments and Sites (ICOMOS)). It was insisted a state historical-architectural by the President of Azerbaijan on 19 December 2007. There is a restaurant in the building, which can deal with group tours.



Overview1



Overview 2



Display

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from		Baku
Public Transport	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Bus / <input checked="" type="checkbox"/> Train / <input checked="" type="checkbox"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes <input checked="" type="checkbox"/> No		Hotels
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Police	<input type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 5
	Date: 20/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-5
Site Name	Yanar Dag
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°30'06.7"N 49°53'28.6"E (40.501837, 49.891207)

2. General Description

Yanar Dag is located 15km north of Baku. Yanar Dag is Azerbaijani, meaning "burning mountain" is a natural gas fire which blazes continuously on a hillside on the Absheron Peninsula on the Caspian Sea near Baku, the capital of Azerbaijan which itself is known as "the Land of Fire". Flames jet into the air 3 metres from a thin, porous sandstone layer. Yanar Dag belongs to Absheron District of Azerbaijan. The Yanar Dag flame burns fairly steadily, as it involves a steady seep of gas from the subsurface.

There is no explanatory board in this site at the moment.



Yanar Dag



Overview of Yanar Dag



Welcome board

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Absheron District)	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input checked="" type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from Baku		
Public Transport	<input checked="" type="radio"/> Yes / <input type="radio"/> No	<input checked="" type="radio"/> Bus / <input checked="" type="radio"/> Train / <input checked="" type="radio"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / <input checked="" type="radio"/> No Hotels		
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Police	<input type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 6
	Date: 24/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-6
Site Name	Carpet museum
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°21'35.3"N 49°50'07.8"E(40.359809, 49.835500)

2. General Description

The Museum is a treasury of Azerbaijani national culture. Displaying and explaining a collection of Azerbaijani rugs. Its traditional collection includes about 14 000 traditional carpets, embroideries, costumes, copper artworks, jewelry art, glass, wood, and felt. It is located in 10 km south west of Baku. Even though the museum opened in 1967, the new building of the Carpet Museum was rebuilt and opened in 2014. The exhibition contains three floors: 1st floor - Development of Azerbaijan carpet and its role in traditions. ; 2nd floor - Azerbaijani carpet weaving schools and 3rd floor – Modern carpet weaving.

There is a cloak room and souvenir shop for tourists.

		
Façade of the museum	Inside 1	Inside 2

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input checked="" type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from	Baku
Public Transport	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Bus / <input checked="" type="radio"/> Train / <input checked="" type="radio"/> TAXI
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	Hotels
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Police <input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input checked="" type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input checked="" type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 7
	Date: 25/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-7
Site Name	Ganja
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°41'13.3"N 46°22'18.4"E(40.687033, 46.371765)

2. General Description

Ganja is Azerbaijan's second largest city with a population close of about 325,200. It was named Elisabethpol (one of the Russian empire) in the Russian Empire period. Ganja has many monuments of ancient culture, the center of western Azerbaijan. One of them is Juma mosque. The city's museum tell about the path of historical development of the Ganja. And 21century reinvention is starting to make the most of its surviving heritage. Reconstruction has led to dramatic changes in the city's urban development, the old Soviet city into a hub of high buildings.

There is a tourism information center at Ramada hotel and dispatches some reaflets.

 City-hall	 Monument of Nizami Ganjavi	 Nizami Ganjavi Mausoleum
---	--	--

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	4 hours from Baku		
Public Transport	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Bus / <input checked="" type="radio"/> Train / <input checked="" type="radio"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved		
Accommodation	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	Hotels	
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input checked="" type="checkbox"/> Sewer System		
	<input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()		
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital <input checked="" type="checkbox"/> Police <input checked="" type="checkbox"/> Bank		
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Others ()		

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking <input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets <input checked="" type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure <input checked="" type="checkbox"/> Map <input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance <input checked="" type="checkbox"/> Others (Flyer)
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)




Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 8
	Date: 25/ 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-8
Site Name	Qobustan(National park)
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°05'14.3"N 49°24'19.5"E(40.087304, 49.405405)

2. General Description

Gobustan National Park, officially Gobustan Rock Art Cultural Landscape, is a hill and mountain site occupying the southeast end of the Greater Caucasus mountain ridge in Azerbaijan. Located 60 km from Baku. It's listed in the UNESCO World Heritage List as "outstanding universal value" for the quality and weight of its rock art engravings in 2007. There are a lot of rock art pieces more than 6,000 drawings on 1,000 rocks, more than 100,000 artefacts and others. Petroglyphs reflecting the culture, economy, philosophy, customs and traditions of ancient people. In addition to this there is a Latin inscription dating, which declares to the presence of Roman legions near Baku. The territory of Gobustan is upset with numerous, sometimes rather deep ravines (in Azerbaijani: gobu).

 Notice board 4 tourists	 Scenery	 Rock art
---	---	--

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	1.0 hours from Baku
Public Transport	Yes / No Bus / Train / TAXI
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes (No) Hotels
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity <input type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Police <input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Others ()

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Tourist Information <input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets <input checked="" type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> Map <input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance <input type="checkbox"/> Others ()
Language	<input type="checkbox"/> Russian <input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijan)



Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 9
	Date: 25 / 11 / 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-9
Site Name	Qobustan museum
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°06'42.1"N 49°22'43.7"E(40.111701, 49.378804)

2. General Description

It is located in same place with the Qobustan National Park. There are different topics every hall. For example, introduce to museum and petroglyphs, Displays the Gobustan Rock Art Cultural Landscape and about animals and hunter. In addition to the museum having a cinema hall different from Qobustan National Park. The cinema hall demonstrates films about Gobustan, the history and culture of our country, and lifestyle of people in the ancient period. It is possible to watch movies in 3D format too. The audience capacity of the cinema hall is 32 people. The cost for the museum is adults 2 AZN, children 0.20 AZN, parking 1 AZN. And if you want, 6 AZN for an English-speaking guide.

 <p>Entrance</p>	 <p>Exhibit1</p>	 <p>Exhibit2</p>
--	--	--

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation <input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input checked="" type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	1.0 hours from Baku		
Public Transport	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Bus / <input checked="" type="checkbox"/> Train / <input checked="" type="checkbox"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved		
Accommodation	Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No Hotels		
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity <input type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Sewer System <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()		
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Police <input checked="" type="checkbox"/> Bank <input type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Others ()		

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Tourist Information <input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office <input type="checkbox"/> Public Toilets <input checked="" type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> Map <input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board <input type="checkbox"/> AV Guidance <input type="checkbox"/> Others ()
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> French <input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 10
	Date: 26 / 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	AZ-10
Site Name	Sheki
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	41°12'02.6"N 47°09'47.6"E (41.200719, 47.163232)

2. General Description

Shaki is located in northern Azerbaijan, 325 km from Baku. The population of town is 63,000. Sheki train station is south 17 km far from Sheki town. Sheki has a lot to offer by way of historic attractions. In particular, the Palace of the Sheki Khans (Khansarai) is a magnificent work of Islamic architecture. There are many churches and mosques in the city and beautifully forested mountains and tiled-roof old houses.

		
Summer palace of the Sheki Khans	Tourist information center	welcome board of Sheki

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input checked="" type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2 hours from		Ganja
Public Transport	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	<input checked="" type="radio"/> Yes / No		Hotels
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Police	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijan Turkey)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 11
	Date: 26/ 11 / 2016
	Surveyor: Go KIMURA

1. Site Classification

Code No.	AZ-11		
Site Name	Nij		
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38T 724679 4536083		

2. General Description

Nij Town is located 40 km south west of Gabala district in Azerbaijan, is the world's only settlement of Udi people. Udi people are members of one of the 26 Caucasian Albanian tribes who played an important role in the creation of the state of Caucasian. People in Nij are still using their own Udi language (Udi alphabet uses 52 letters) and they are the only ethnic minority retaining their affiliation to Christianity in Azerbaijan. Population of Nij Town is about 4,000. They still preserving their language and religion. There is the Albanian-Udi Jotari Church in Nij. The Church was originally wooden structure built in 1723 and later reconstructed in stone structure. Deteriorated Church was restored by Norwegian humanitarian enterprises in 2006. Udi people are today involved in a variety of vocations, which include farming, cattle breeding, rice cultivation, sericulture, horticulture, poultry farming and craftsmanship. They are also considered successors of the rich religious and cultural heritage of the Apostolic Autocephalous Church of Albania. Nij Town will be one of unique tourist destinations in Gabala with combination of local festival to attract domestic and foreign tourists.



External View of Albanian-Udi Jotari Church



Internal View of Albanian-Udi Jotari Church



Stained Glass of Albanian-Udi Jotari Church

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Albanian-Udi Christian Community)	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input checked="" type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	1.0 hours from		Sheki
Public Transport	Yes	Taxi	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Police	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 12
	Date: 27/ 11/ 2016
	Surveyor: Go KIMURA

1. Site Classification

Code No.	AZ-12		
Site Name	Qafqaz Tufandag Hotel and surroundings, Duruca village, Qabala district		
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	41°02'29.4"N 47°54'35.4"E (41.041510, 47.909844)		

2. General Description

Qafqaz Tufandag Hotel is a 5-star hotel, and located at the foot of the south-western hills of the great Caucasus Chain, on the bank of the river Demiraparanchay in Gabala city and 20 km from Gabala international airport. The distance from Gabala to Baku is only 225 km. The hotel has a total of 53 rooms and 3 cottages, restaurants, spa and fitness facilities, and meeting rooms. There are ski slopes and gondolas going up to the top of mountain near the hotel. This area has been developed as sport and recreational resort area for all year around in Gabala. There are 5 other hotels (3 to 5-star hotels) in this area. Ski facility is open from December of each year. Guests at this hotel are local people from Baku, those from European countries, US and Japan. According to the hotel, room booking has been done by travel agents (30%), website (20%), phone (20-30%) and walk-in (20%). 8 of 13 hotels in Gabala are Qafqaz hotels groups, which were developed by Gilan Tourism (Local travel agent). Qabala was the capital of ancient Caucasian Albania for 600 years. Gabala has abundant of nature (forests, river, waterfalls, lakes, hot mineral spring), sport and recreational facilities, various local food products (wine, juice, jams, chestnut honey, kabab, etc.) and festivals and events (Gabala International Music Festival, Jam Festival). Gabala has various tourism resources and attraction with sufficient tourism infrastructure. Gabala should be promoted as one of regional tourist destination combining other tourist destinations for foreign tourists.



Ski slope in Gabala



Qafqaz Tufandag Hotel



Room in Qafqaz Tufandag Hotel

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input checked="" type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	5 hours from Baku		
Public Transport	Yes	Bus	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes	13	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Police	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input checked="" type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input checked="" type="checkbox"/> Museum	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Gabala Airport, Gabala Olympic Sports Center, Gabala shooting complex, Heydar Aliyer Congress Center)
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 13
	Date: 27/ 11/ 2016
	Surveyor: Go KIMURA

1. Site Classification

Code No.	AZ-13		
Site Name	Lahij, Ismayilli district		
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40°51'11"N 48°23'35"E (40.853056, 48.393056)		

2. General Description

Lahij is well-known as a medieval village of coppersmith and preserved traditional rural life in Azerbaijan, located on the southern slopes of the Greater Caucasus Mountain Range at a height of 1211 meters. Stone and wooden structure of houses and cobbled street create unique and attractive landscape of Lahij. In addition to copper crafts, the village's carpet, rug and leather crafts are also known in Azerbaijan. At present, there are only 10 copper craftsmen in Lahij. Copper workshops are found along the main street. Tourists are able to see process of making copper craft in the workshop. Many copperwares and copper crafts are places in workshop. Lahij has an old sewage system (some experts claim that it was built 1000 – 1500 years ago). From 2011 to 2012, improvement of existing old sewage system and development of water reservoir in the village were conducted with financial support of Japanese government. Due to frequent earthquakes, stone structured houses were reinforced applying authentic technique with using wood materials by local people. Signboards for showing tourism resources and facilities installed in the village are only Azerbaijani language. Access road to the village is not paved and poor conditions. It is necessary to improve the road to village by paving road. Buses operate between Ismayilli and Lahij (3 times/day, 2\$) and Baku to Lahij (4 hours).



Cobbled street



Copper craftsman



Direction sign and tourism Signboard

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input checked="" type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	4.0 (1.0) hours from		Baku (Ismayilli)
Public Transport	Yes	Bus	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input checked="" type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes	2	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Police	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Azerbaijani)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 14
	Date: 27/ 11/ 2016
	Surveyor: Go KIMURA

1. Site Classification

Code No.	AZ-14		
Site Name	Yeddi Gumbaz Mausoleum		
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Yeddi Gumbaz Mausoleum is a cemetery located 1.5 km south of Shamakhi district. The name of Yeddi Gumbaz means "Seven Domes". The monument was named after the number of Shirvan rulers' mausoleums-tombs built here in 18th and 19th centuries. Specifically, in the seven tombs, there are the remains of Mustafa Khan (King)' family, the last Shamakhi Khan. Each tomb has 3-4 graves with massive tombstones. Mausoleum was damaged by earthquakes over the centuries. This ancient monument is protected by the state. Yeddi Gumbaz Mausoleum is situated on the hill and easy access from the main road. This site has a nice viewing point of surrounding landscape for tourists. There is no tourism signboard on the site.



Dome shapes architectural monument



Tombs of Mustafa King' family



View of town from the site

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input checked="" type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2 hours from		Baku
Public Transport	Yes	Bus	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Police	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 15
	Date: 27/ 11/ 2016
	Surveyor: Go KIMURA

1. Site Classification

Code No.	AZ-15		
Site Name	Juma Mosque		
Country	<input checked="" type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	40° 18'31"N, 49° 49' 13" E (40.308611, 49.820278)		

2. General Description

Juma Mosque is located in Shamakhi district. This mosque is also called "Friday Mosque". The mosque was constructed in 743-744. Juma Mosque was reconstructed 4 times due to the damage of strong earthquakes in the past. Some parts of the initial Mosque were still remained and preserved in front of the reconstructed Mosque. This mosque is registered as the state historical and architectural monument.

The central cupola and various internal areas of the main hall resemble the Derbent Mosque, which is the main one in the country. Its rectangular floor plan is divided into three, square chambers communicating with each other through large wall openings. The most significant architectural interventions were carried out by Architect Josef Plosko in the early 1900's. With his project, the Architect created three monumental chambers of the same size internally to the mosque, thus adding some typical oriental traits to the traditional basics of Islamic architecture.



Juma Mosque



Inside of Juma Mosque



Garden and pond

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input checked="" type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2 hours from		Baku
Public Transport	Yes	Bus	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Police	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 16
	Date: / 11/ 2016
	Surveyor: Hiroyoshi WATANABE

1. Site Classification

Code No.	GE-1		
Site Name	Signagi		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	41.610369, 45.927958		

2. General Description

A town is located around 110 km away from Tbilisi, and the administrative center of the Signagi municipality. The town is called city of wine and love as well because the city council accepts 24/7 marriage registration. The architecture looks like Italian town.

This region offers picturesque landscapes, pastel houses, wineries and natural reserves. Also, there are two Georgian orthodox churches in the town and Bodbe monastery where remains of St. Nino are enshrined. This area is famous for a felt hand craft as well.

 Church	 Souvenir	 View of Signagi
--	--	---

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2 hours from Tbilisi		
Public Transport	Yes Bus		
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes hotels		
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Police	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input checked="" type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No.18
	Date: 11/ 30/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	GE-2		
Site Name	Walking old town of Tbilisi		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Approx. two hours walking from the Monument of mother of Georgian to town including Narikala Fortress, Hamam area, and shopping & restaurant district in Tbilisi. Even though there is some steep slope toward to old town from the fortress, both young and senior tourists are able to enjoy its atmosphere and panoramic view of Tbilisi.



3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access		hours from	
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 19
	Date: 11/ 30/ 2016
	Surveyor: S. Usui

6. Site Classification

Code No.	GE-3		
Site Name	Uplistsikhe		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

7. General Description

Uplistsikhe Cave Town-Fortress is situated on a rocky massif in 15 km of Gori. It contains various structures dating from the Early Iron Age to the Late Middle Ages. Uplistsikhe is one of unique tourist site for both young and senior tourists. The light in the women's toilet was off. It needs to check regularly.



8. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Patriarchate of Georgia)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

9. Infrastructure around the site

Access	1.5 hours from		Tbilisi
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No	Hotels	
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

10. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input checked="" type="checkbox"/> Museum	<input checked="" type="checkbox"/> Others (3GEL)
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 20
	Date: 11/ 30/ 2016
	Surveyor: S. Usui

6. Site Classification

Code No.	GE-4		
Site Name	Bagrati Cathedral		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

7. General Description

Bagrati Cathedral started the end of 10th century and was completed in the early 11th century. In 1692, it was devastated in an explosion by the Ottoman troops but was gradually restored in the 1950s and later, the 2000s. Tourists can visit in the night and day time.



Light up in the night



Inside cathedral



External view

8. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Patriarchate of Georgia)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

9. Infrastructure around the site

Access	3.5 hours from Tbilisi		
Public Transport	Yes / No	<input checked="" type="checkbox"/> Bus / <input type="checkbox"/> Train / <input type="checkbox"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No	Hotels	
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

10. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Georgian, Polish)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 21
	Date: 12/ 1/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	GE-5		
Site Name	Gelati Monastery		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Gelati Monastery is located 12km east of Kutaisi in Western Georgia. The monastery consists of a group of well-preserved historical monuments. It's dating from the early 12th and 13th centuries. Tourists will be amazed of fresco. Step to the monastery is a little slippery. It might need to lay the mat when it's raining. Explanatory board is better to be changed due it is too old.



Explanatory board



Inside monastery



External view

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Patriarchate of Georgia)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	3.5 hours from Tbilisi		
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Georgian, Polish)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 22
	Date: 12 /1/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	GE-6		
Site Name	Mostameta Church		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Motsameta church is located 6 km from Kutaisi, building of cross-domed type. All four sides of the cross are equal. The Church was built in commemoration of brothers avid and Konstantine who sacrificed their lives to Georgia in the battle against Arabians. Tourists can enjoy great view on the way to approach the church.



Approach to the church



View on the way to the church



External view

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Patriarchate of Georgia)	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input checked="" type="checkbox"/> Others (H.M.*)
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

*Historic monument

Access	3.5 hours from Tbilisi		
Public Transport	Yes / No	<input checked="" type="checkbox"/> Bus / <input type="checkbox"/> Train / <input type="checkbox"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No	Hotels	
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Georgian, Polish)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 23
	Date: 12/ 2/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	GE-7		
Site Name	Rabati Castle		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Rabati Castle is a medieval castle complex located in Akhaltsikhe, Georgia. The Castle was built in the 13th century. According to The Georgian Chronicles the city was established in the 9th century by Guaram Mampal, son of the King of Tao. It convenient for tourists to join guided tour in multilingual or use audio guide equipment. Hotel is located inside of the castle.



3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input checked="" type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input checked="" type="checkbox"/> Others (H.M.)
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	3 hours from Tbilisi		
Public Transport	Yes / No <u>Bus</u> / Train / TAXI		
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No hotels		
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input checked="" type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others (7GEL, 20GEL for guide service)
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input checked="" type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (German, Turkish, Georgian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 24
	Date: 12 / 3 / 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	GE-8		
Site Name	Svetitskhoveli Monastery		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

The Svetitskhoveli Monastery is located in the historic town of Mtskheta, the biggest ecclesiastic construction of medieval Georgia. The monastery of built in early 9th century by the initiative of Catholicos Patriarch Melkisedic. Svetitskhoveli Monastery is one of must to go site. Tourists can enjoy to walk in the town.



Tourist information center



External view



Old town surround monastery

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Patriarchate of Georgia)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.6 hours from Tbilisi		
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No	Hotels	
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input checked="" type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Video Information)	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Georgian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 25
	Date: 12/ 3/ 2016
	Surveyor: S. Usui

6. Site Classification

Code No.	GE-9		
Site Name	Jvari Monastery		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input checked="" type="checkbox"/> Georgia	<input type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

7. General Description

Jvari Monastery is a sixth century Georgian Orthodox monastery near Mtskheta, eastern Georgia. Jvari Monastery stands on the rocky mountaintop at the confluence of the Mtkvari and Aragvi rivers, overlooking the town of Mtskheta. The monasery was formerly the capital of the Kingdom of Iberia. Tourists can enjoy great view of Mtskheta town. Need to clean the public toilet even it may charge certain amount of money. There are several beggars at the entrance.

 Signage on the road	 Beggars at the entrance	 View of Mtskheta from the monastery
--	---	--

8. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others (Patriarchate of Georgia)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

9. Infrastructure around the site

Access	0.8 hours from		Tbilisi
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

10. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Georgian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 26
	Date: 12/ 4/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-1		
Site Name	Haghbat Monastery		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Haghpat Monastery was founded by Saint Nishan in the 10th century, during the reign of King Abas. The monastery was built nearby at Sanahin at the same time. Great panoramic view from the Monastery site will be memorable for all tourists. Explanatory board in braille is amazing; but need to change ordinary explanatory board due it is too damaged.



Explanatory board



Inside monastery



External view

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian Apostolic Church)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	4 hours from		Yerevan
Public Transport	Yes / No	<input checked="" type="checkbox"/> Bus / <input checked="" type="checkbox"/> Train / <input checked="" type="checkbox"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input checked="" type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Polis	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others (Italian, Armenian)	

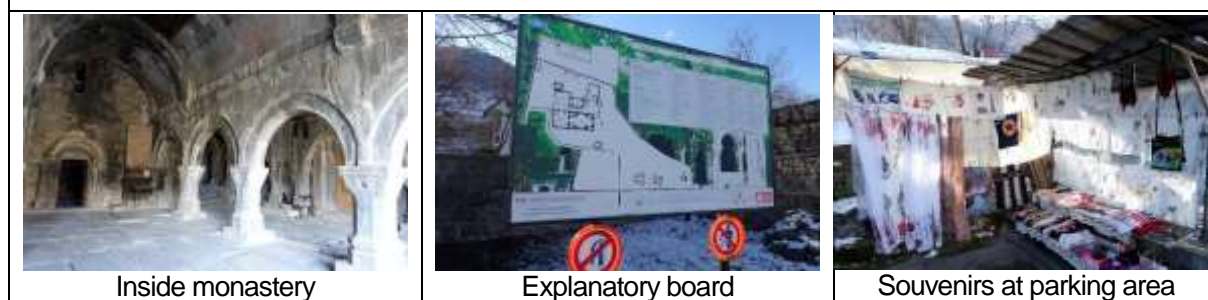
Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 27
	Date: 12 / 4 / 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-2		
Site Name	Monastery of Sanahin		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Monastery of Sanahin is founded in the 10th century in the Lori Province of Armenia. The name Sanahin literally translates from Armenian as “this one is older than that one”, presumably representing a claim to having an older monastery than Haghbat Monastery, located near Sanahin. Monastery is simple but good to see with combine of Haghbat. Need to melt icy ground of car parking after snowing due some part of car parking area is being shade.



3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian Apostolic Church)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	4 hours from Yerevan		
Public Transport	Yes / No	<input checked="" type="checkbox"/> Bus / <input checked="" type="checkbox"/> Train / <input checked="" type="checkbox"/> TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input checked="" type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Polis	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input checked="" type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 28
	Date: 12/ 4/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-3		
Site Name	Sevanavank		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Sevanabank is monastic complex located on a peninsula at the northwestern shore of Lake Sevan. The monastery was founded in 874 by Prince Mariam, the daughter of Ashot I who became a king a decade later. Sevanavank is one of most beautiful touristic site with view of Lake Sevan.



Signage and explanatory board



External view



Toilet

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian Apostolic Church)	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2.5 hours from		Yerevan
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Polis	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others (Italian, Armenian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 29
	Date: 12/ 4/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-4		
Site Name	Noratus Cemetery		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Noratus Cemetery is a medieval cemetery with a large number of khachkars located in the village of Noratus, 90km north of Yerevan. Over 800 Khachkars carved between 9th and 17th centuries. This site will be interested in the senior tourists than young tourists.



3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2.5 hours from		Yerevan
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No	Hotels	
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity	<input type="checkbox"/> Potable Water	<input type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Polis	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others (Italian, Armenian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 30
	Date: 12/ 7/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-5		
Site Name	St. Hripsime Church		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

St. Hripsime Church is a seventh century Armenian Apostolic church in the city of Echmiadzin. It is the oldest surviving churches in Armenia. The church was erected by Chatholicos Komitas to replace the original mausoleum built by Chatholicos Sahak the Great in 395 AD. The current structure was completed in 618 AD. This church can be one of the sites to visit with Echmiadzin Cathedral.



3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian Apostolic Church)	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from		Yerevan
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others (shop)
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 31
	Date: 12/ 7/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-6		
Site Name	Echmiadzin Cathedral		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Echmiadzin Cathedral is the mother church of Armenian Apostolic church. According to scholars, it was the first cathedral built in ancient Armenia and is considered the oldest cathedral in the world. The original church was built in the early 4th century, by Armenia's patron St. George the Illuminator, following the adoption of Christianity as a state religion by King Tiridates III. Echmiadzin is the must see site for all tourists. The dome of the cathedral is now under rehabilitation.



External view



Reliquary-containing of a fragment of Noah's Ark



Inside cathedral

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian Apostolic Church)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.5 hours from		Yerevan
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital	<input checked="" type="checkbox"/> Polis	<input checked="" type="checkbox"/> Bank
	<input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others (1000AMD)
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input type="checkbox"/> Russian	<input type="checkbox"/> English	<input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others ()	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 32
	Date: 12/ 7/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-6		
Site Name	Ruins of Zvartnods		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Ruins of Zvartnods, was dated from the 7th century and built to surpass the Etchimiadzin Cathedral in grandeur. This complex consists of a temple and the palace of Chtholicos Nerses III. The ruins are located at the edge of the city of Etchhiadzin in Armavir Province. There is souvenir shop at the parking area, but it seems closed.



3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	0.8 hours from		Yerevan
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Polis	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others (Italian, Armenian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 33
	Date: 12/ 7/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-7		
Site Name	Garni Temple		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Garni Temple is a classic Hellenistic temple that one of the oldest settlements in Armenia. It was probably built by King Tiridates I in the first century AD as a temple to the sun god Mihr. Garni Temple is situated approx. 30 km from Yerevan, at a foot of the Gehama Mountains, on the right bank of the Azat River, on a picturesque, triangular terrace. Garni is one of unique site with panoramic mountain and river view. Also tourists can buy local food products at car parking area.



Ticket office



Approach to the temple



Local products vender

3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Others ()	
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access		hours from	Yerevan
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Polis	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input checked="" type="checkbox"/> Others (1200AMD)
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others (Italian, Armenian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 34
	Date: 12/ 7/ 2016
	Surveyor: S. Usui

1. Site Classification

Code No.	AR-8		
Site Name	Geghard Monastery		
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan	<input type="checkbox"/> Georgia	<input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination			

2. General Description

Geghard is a unique architectural construction in the Kotayk province, being partially carved out of the adjacent mountain, surrounded by cliffs at the entrance to the Azat Valley. It is believed a monastery was established on the site at the beginning of the 4th century by the first Catholicos St. Gregory, the Illuminator and became known as “Aiyrivank” or “Monastery of Caves”. This monastery is one of must to see site. Tourists can buy local products at the parking area.



Slope to the monastery



External view



Inside monastery

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry	<input type="checkbox"/> Local Government	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual	<input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian Apostolic Church)	
Registration	<input checked="" type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access		hours from	Yerevan
Public Transport	Yes / No	Bus / Train / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good	<input checked="" type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes / No		Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/> Polis	<input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking	<input type="checkbox"/> Tourist Information	<input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Map	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Others ()	
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian	<input checked="" type="checkbox"/> English	<input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> Others (Italian, Armenian)	

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 35
	Date: 06 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-9
Site Name	Yerevan Opera Theatre
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 T, 458723.00 m E, 4448515.00 m N

2. General Description

The Yerevan opera theatre has been established since 1933. It consists of two concert halls: the Aram Khatchaturian concert hall with 1,400 seats and the Alexander Spendiaryan theatre with 1,200 seats. Since it was opened, the Armenian national opera and ballet theatre has performed more than 200 different operas and ballets by Armenian, Russian and western European composers. Several Operas and concerts are performed during the season of the 4th Khatchaturian International festival in 2016-2017.



3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	City Center	hours from	Yerevan
Public Transport	Yes	Bus / Subway / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes	296	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital <input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input checked="" type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Bank

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Ticketing Office <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Map <input type="checkbox"/> Others ()	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> English <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian)	<input type="checkbox"/> French

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 36
	Date: 08 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-10
Site Name	History Museum of Armenia
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 T, 458633.00 m E, 4447713.00 m N

2. General Description

The History Museum of Armenia located on Republic Square in Yerevan has been established since 1920. The museum has 400,000 collections of archaeology, ethnography, and history. The museum provides an integral perspective of the history and culture of Armenia, from prehistory to the present day. A part of museum related materials were granted by the Japanese government. Exhibition quality is relatively high including audio guidance with Multilanguage.



3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	City Center	hours from	Yerevan
Public Transport	Yes	Bus / Subway / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved		
Accommodation	Yes	296	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input checked="" type="checkbox"/> Sewer System	<input checked="" type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital <input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input checked="" type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Bank

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Ticketing Office <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input checked="" type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Map <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> English <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian, Germany)	<input type="checkbox"/> French

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 37
	Date: 08 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-11
Site Name	ARARAT Museum
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 T, 457194.00 m E, 4447484.00 m N

2. General Description

The ARARAT Museum is located inside Yerevan Brandy Company's building. Every hour, from 9am to 8pm, 7 days a week, museum tours with guide in English, Russian, French and German are conducted. Visitor can taste two or three brandies at the end of museum tour. The Prime minister Winston Churchill loves one of ARARAT's products, "DVIN". When he was 90 years old, he was asked a question "What is the secret of your long life?" He answered "Cuban cigar, Armenian brandy and no sports".

		
Exterior view	Interior view	Tasting room

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry <input checked="" type="checkbox"/> Private/Individual	<input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Others ()	<input type="checkbox"/> Private/Foundation
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage	<input type="checkbox"/> National Monument	<input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	City Center	hours from	Yerevan
Public Transport	Yes	TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Fair	<input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	Yes	296	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital <input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input checked="" type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Bank

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Tourist Information <input checked="" type="checkbox"/> Museum	<input checked="" type="checkbox"/> Ticketing Office <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input checked="" type="checkbox"/> Brochure <input checked="" type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Map <input checked="" type="checkbox"/> Others (Shop)	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> English <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian, Germany)	<input checked="" type="checkbox"/> French

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 38
	Date: 09 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-12
Site Name	Khor Virap Monastery
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 S, 463751.00 m E, 4414351.00 m N

2. General Description

The Khor Virap monastery is located in the Ararat plain near the border of Turkey, about 1 hour from Yerevan and 8 km south of Artashat. Khor Virap is one of the most visited pilgrimage sites in Armenia attributed to the fact that Gregory the Illuminator was imprisoned for 14 years by King Tiridates III in the underground pit (which means khor virap in Armenian). After he was free, Armenia became the first Christian country in the world in 301. A chapel was built in 642 and the monastery was rebuilt in 1662.



3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input checked="" type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	1.0 hours from	Yerevan
Public Transport	Yes	Bus / TAXI
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved	
Accommodation	No	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input type="checkbox"/> Internet <input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Others ()	<input type="checkbox"/> Bank

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets <input type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> Map <input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance <input type="checkbox"/> Others ()
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input checked="" type="checkbox"/> English <input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian, Germany)

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 39
	Date: 09 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-13
Site Name	Areni
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 S, 516009.00 m E, 4397638.00 m N

2. General Description

Armenia is one of the oldest wine producing regions of the world. Areni village is located 2 hours, about 120 km, from Yerevan. At the entrance to the village, Areni Wine Factory Closed Joint-Stock Company (CJSC) founded in 1994 is located which tourist can see production process and taste local wines. In 2011, the world's oldest wine production facility dated to about 4,000 BC was discovered in a cave near the village. A traditional wine festival is celebrated in Areni on 1st and 2nd of October every year.



Areni wine factory



Tasting room



Dry Fruits made in the region

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input checked="" type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2.0 hours from Yerevan
Public Transport	Yes Bus / TAXI
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved
Accommodation	No Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
	<input checked="" type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Bank
	<input type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Others ()

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets <input type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> Map <input type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input checked="" type="checkbox"/> AV Guidance <input type="checkbox"/> Others ()
Language	<input type="checkbox"/> Russian <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian)

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 40
	Date: 09 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-14
Site Name	Noravank complex
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 S, 519970.00 m E, 4392797.00 m N

2. General Description

Noravank (13th century) is a monastery located 122 km from Yerevan between Areni and Yeghegnadzor. The monastery is known for the complex of three churches such as Surb Astvatsatsin, Surb Karapet and Surb Grigor Chapel. In the 13th-14th centuries the monastery became a residence of Syunik's bishops and a cultural center of Armenia. The complex was restored in recent years and its conservation status is relatively good.



3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation <input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input checked="" type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	2.5 hours from Yerevan	
Public Transport	Yes	TAXI
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good <input checked="" type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved	
Accommodation	Yes / No	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Sewer System <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Bank <input type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Ticketing Office <input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets <input checked="" type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> Map <input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board <input type="checkbox"/> AV Guidance <input type="checkbox"/> Others ()
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input checked="" type="checkbox"/> English <input checked="" type="checkbox"/> French <input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian, Germany)

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 41
	Date: 09 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-15
Site Name	Zorats Karer
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 S, 588395.00 m E, 4378492.00 m N

2. General Description

Zorats Karer is a prehistoric archaeological site near the town of Goris in the Syunik Province. The monument consists of several sets of standing stones. In total registered 223 stones. About 80 of the stones feature a circular hole. Some archeologist has suggested that the standing stones could have been used for astronomical observation. Seventeen of the stones were associated with observations of sunrise or sunset at the solstices and equinoxes, and 14 with the lunar extremes.



3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input checked="" type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> Good <input checked="" type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	4.0 hours from	Yerevan
Public Transport	No	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved	
Accommodation	No Hotels	
Lifeline	<input type="checkbox"/> Electricity <input type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Sewer System	
	<input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()	
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Bank	
	<input type="checkbox"/> Super Market <input type="checkbox"/> Others ()	

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Ticketing Office
	<input type="checkbox"/> Public Toilets <input type="checkbox"/> Museum <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> Map <input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
	<input type="checkbox"/> AV Guidance <input type="checkbox"/> Others ()
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input checked="" type="checkbox"/> English <input checked="" type="checkbox"/> French
	<input type="checkbox"/> Spanish <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian, Germany)

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 42
	Date: 10 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-16
Site Name	Tatev
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 S, 607609.00 m E, 4359678.00 m N

2. General Description

The Tatev monastery (9th century) is located on an edge of gorge of the Vorotan River in the Tatev village in Syunik province. Tatev is known as the bishopric seat of Syunik and the monastery hosted the University of Tatev which contributed to the advancement of science, religion and philosophy during the 14th-15th centuries. The Wings of Tatev, a ropeway, has been established since October 2010 listed in the Guinness Book as the world's longest ropeway. Access road to the Tatev village is still unpaved.



3. Status

Operation & Management	<input checked="" type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
Registration	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input checked="" type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
	<input type="checkbox"/> Good <input checked="" type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	5.5 hours from	Yerevan
Public Transport	Yes	TAXI / Ropeway
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input checked="" type="checkbox"/> To be Improved	
Accommodation	Yes	5 Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input checked="" type="checkbox"/> Sewer System	<input checked="" type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Others ()
Public Service	<input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Super Market	<input type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Bank <input type="checkbox"/> Others ()

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Ticketing Office <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Map <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Explanatory Board
Language	<input checked="" type="checkbox"/> Russian <input type="checkbox"/> Spanish	<input checked="" type="checkbox"/> English <input checked="" type="checkbox"/> Others (Armenian, Germany)	<input checked="" type="checkbox"/> French

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 43
	Date: 10 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-17
Site Name	Malkhas Jazz Club
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 T, 458355.82 m E, 4448314.88 m N

2. General Description

The Malkhas Jazz Club is one of famous jazz clubs located in the heart of Yerevan that presents concerts of Armenian jazz band, musicians and as well as jam sessions every night from 21:00 to 02:30. The total number of seats in the club is about 100 seats. The Malkhas Jazz Club is the non-official residence of Yerevan's jazz Godfather, Mr. Levon Malxasyan. The club serves a wide range of cigars, drinks, and delicious Armenian and European cuisines.



Exterior view



Interior view



Live stage

3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry <input type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input checked="" type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	City center	hours from	Yerevan
Public Transport	Yes	Bus / Subway / TAXI	
Road Condition	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved		
Accommodation	Yes	296	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital <input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input checked="" type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Bank

5. Facilities & Materials

Facility	<input type="checkbox"/> Car Parking <input type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Ticketing Office <input type="checkbox"/> Others ()
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Map <input type="checkbox"/> Others ()	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
Language	<input type="checkbox"/> Russian <input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Others ()	<input type="checkbox"/> French

Data Collection and Confirmation Survey on Tourism Development in the Caucasus Japan International Cooperation Agency (JICA)	No. 44
	Date: 11 / 12 / 2016
	Surveyor: Akira OHARA

1. Site Classification

Code No.	AR-18
Site Name	Vernissage
Country	<input type="checkbox"/> Azerbaijan <input type="checkbox"/> Georgia <input checked="" type="checkbox"/> Armenia
GPS coordination	38 T, 458973.83 m E, 4447393.60 m N

2. General Description

The Vernissage is a large open-air market (length of 350 m) in Yerevan opened every Saturday and Sunday from 09:00 to 17:00 along the Vernissage park. The market mainly features different types of traditional Armenian handicrafts such as woodcrafts, carpets, embroideries, jewelries, and musical instruments. In the market, the products are not made for souvenirs but for daily use, thus both local people and tourists can enjoy shopping.



3. Status

Operation & Management	<input type="checkbox"/> State Ministry <input checked="" type="checkbox"/> Local Government <input type="checkbox"/> Private/Foundation
	<input type="checkbox"/> Private/Individual <input type="checkbox"/> Others ()
Registration	<input type="checkbox"/> UNESCO World Heritage <input type="checkbox"/> National Monument <input type="checkbox"/> Others ()
Conservation Status	<input checked="" type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Rehabilitated

4. Infrastructure around the site

Access	City center	hours from	Yerevan
Public Transport	Yes	Bus / Subway / TAXI	
Road Condition	<input type="checkbox"/> Good <input type="checkbox"/> Fair <input type="checkbox"/> To be Improved		
Accommodation	Yes / No	296	Hotels
Lifeline	<input checked="" type="checkbox"/> Electricity <input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input checked="" type="checkbox"/> Potable Water <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Sewer System
Public Service	<input checked="" type="checkbox"/> Hospital <input checked="" type="checkbox"/> Super Market	<input checked="" type="checkbox"/> Polis <input type="checkbox"/> Others ()	<input checked="" type="checkbox"/> Bank

5. Facilities & Materials

Facility	<input checked="" type="checkbox"/> Car Parking <input checked="" type="checkbox"/> Public Toilets	<input type="checkbox"/> Tourist Information <input type="checkbox"/> Museum	<input type="checkbox"/> Ticketing Office <input checked="" type="checkbox"/> Others (Food space)
Information Material	<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> AV Guidance	<input type="checkbox"/> Map <input type="checkbox"/> Others ()	<input type="checkbox"/> Explanatory Board
Language	<input type="checkbox"/> Russian <input type="checkbox"/> Spanish	<input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Others ()	<input type="checkbox"/> French

(3) SWOT 分析結果

1) アゼルバイジャン

SWOT: Group A Tourism Product/Product Development

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Full of natural, historical, cultural resources • Tolerance • Unique tourism attractions (Naftalan, Thermal resource, mud volcanos) • Low Seasonality factors (health tourism, MICE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lack of complex B to B tour package systems • Lack of Infrastructure&attractions in regions • Lack of transportations • Expensive airlines • Lack of supports on innovative products • Lack of Budget Accommodations
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Devaluation (in the list of countries to travel during devaluation in Code Nast List) • Safety in country (crime index) • Government Support 	<ul style="list-style-type: none"> • Complicated visa system in comparison with Caucasus and other competitor countries

Group B: Tourism Promotion

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Top raising destination • High good security 	<ul style="list-style-type: none"> • Law service • High prices • High monopoly • No Low cost accommodations • Image of 'Land of fire'
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Resort beach hotels(5stars) • Promotion in CIS, MICE • Young& dynamic staff 	<ul style="list-style-type: none"> • War

Group C: Tourism Institution/organizations

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Establishments of Tourism Council • Tourism Promotional Information Bureau • Azerbaijan Convention bureau • Azerbaijan Tourism and Management University • Vocational School • AZTA,Rural tourism Association 	<ul style="list-style-type: none"> • Standards should be on relevant level • Legal basis should be on relevant level • Hotels and travel agencies should define price policy • No monitoring and supervision mechanism over the sector • Bureaucratic procedures • Absence of 1-2star hotels
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Cooperation with Turkey,CIS countries • Initial legal basis in place • Relations with International organization (WTO, UN etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Economic crisis • War condition in region • Economic and political situation in neighboring countries

Group D: PPP of tourism sector

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Government will • Preferential financing mechanism • Variety of Tourism Products (recreational, ski, etc.) • Licensing elimination 	<ul style="list-style-type: none"> • Weak currency rate (not attractive for FDI) • Lack of the long term forecast • Low level of professionals • Weak data analysis and data mining • Weak follow-up procedures for approved laws and decisions • Lack of equal business conditions for every player
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Attractive field for internal investments • Minimum double GDP increase (current 2,2%, world practice 4%) • Stimulating activities from part of the Government • Privatization opportunity in tourism 	<ul style="list-style-type: none"> • Freezed conflict (Nagarno Garabagh) • Regional security issues • Regional Competition • Wrong strategy

2) ジョージア

SWOT: Group A Tourism Product/Product Development

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Cultural heritage, natural biodiversity • Sport opportunities • Existing of touristic roads/sites • National Strategy in Tourism Development • Agricultural tourism sources • World Heritage sites in Georgia 	<ul style="list-style-type: none"> • Undeveloped infrastructures • Low quality of services • Lack of Infrastrucure&attractions in regions • Lack of Private Initiative • Lack of site Management and knowledge • Lack of experience of stuff involved in the tourism sector • Lack of the communication and collaboration between stakeholders • Unused potential of the country and limited established touristic roads • Lack of offers for different target groups • Lack of reliable data/statistic • Current Legislation of tax and revenue system • Less developed services at regional level
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Participating in the process and international support of donor organizations • Sharing of experience • Increasing demands from foreign and domestic visitors • Increase of visibility of the touristic spots • State policy on development of tourism in Georgia 	<ul style="list-style-type: none"> • Lack of involvement of the Government and international organizations • Unsecured financial policy • Lack of the risk management • Lack of financing in the sectors related to tourism (sport, cultural heritage, etc.)

Group B: Tourism Promotion

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Financial support from Government and Private Sector • Tourism Fairs (more than 20) • Press and Info tourist • Printing Materials • Marketing Campaigns • Check in Georgia 	<ul style="list-style-type: none"> • Improving share vision of tourism promotion between tourism stakeholders (Private and State) • Target markets(fail of targeting market)
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • New Markets • New markets with high spending markets • Promotion for each regions on tourist fairs • Promotion for tourist products (MICE, health...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Regional conflicts

Group C: Tourism Institution/organizations

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Existence of Strategy • Sector priority • Liberal visa regulation • Government incentives for tourism development • Liberal regulations 	<ul style="list-style-type: none"> • Lack of awareness • Infrastructure • Low quality services • Seasonal fluctuation plan • Undiversified market safety standards
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • 4 season resorts • Regional hub/MICE tourism • Attractive sector for FDI • Underdeveloped potential searching for new market 	<ul style="list-style-type: none"> • Security • Regional risks/challenges • Conflict regions • Competition with neighboring countries

Group D: PPP of tourism sector

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Access to the information • Regional personnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Technical level skills in hotel/lodging sector • Not high level of diversity of regional events
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Promotion of Georgian products • Developing of regional government employment skills • Exchange skills with other countries (Japan, German) • Stimulating activities from part of the Government 	<ul style="list-style-type: none"> • Different view of private sectors and governmental sector

3) アルメニア

SWOT: Group 1: Tourism Product/Product Development/Promotion

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Resources (historical, cultural, natural) • Hospitality • Traditions • Small surface with a lot of sightseeing etc. • Safety • No discrimination for tourists • Hidden resources • Younger generation (good skills on IT etc.) • Mono country • Legends, Stories • Scientific information • Relatively free visa regime 	<ul style="list-style-type: none"> • Bad infrastructure • Human resources(Language and interpretation) • Awareness of the new generations • Transportation (accessibility) • Land locked country • Scientific justification • Lack of targeting and segmentation • Standard tours (visiting historical site only) • Lack of printed (tangible)promotional materials • Lack of entertainment for tourists • Underdeveloped winter tourism
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Good relationship with Iran • Cooperation with regional countries • Diaspora • FAM trip for journalists 	<ul style="list-style-type: none"> • Artsakh conflict • Internal situation • Land road (the only one through Georgia)

Group 2: PPP of tourism sector

Strengthen	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Improvement of legal system • More effective and transparent cooperation between state and private sector • Awareness raising 	<ul style="list-style-type: none"> • Poor schedule of events • Licensing of guides • Ineffective legal system • Insufficient cooperated and coordination
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • DMOs • Thematic tourism • Service quality improvement • Certification of guides • Capacity building 	<ul style="list-style-type: none"> • Airport taxes • High taxes (20% VAT) • fewer tourism-lower quality service (motivation for licensed guides, tour operators etc.)

(4) 収集資料リスト

1) コーカサス三国共通

	Title	Languages	Form	Published	Date of Publication
1	Private Development in South Caucasus	German	Leaflet	GIZ	

2) アゼルバイジャン

	Title	Languages	Form	Published.	Date of Publication
1	Museums, reserves, galleries of Baku	EG	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2015
2	Reasons for travelling to Sheki	EG	Guidebook	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	
3	Sheki Khans Palace	EG/AZ	Leaflet	Sheki Khans Palace	
4	Ganja City 2016	EG	Leaflet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2016
5	Ganja City 2016	EG	Leaflet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2016
6	Karabagh	EG	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2016
7	Azerbaijan City & Region Info Guide	EG	Guidebook	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	
8	Materpieces of Azerbaijani Cultural Heritage in the UNESCO Lists	EG	Guidebook	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2015
9	Patterns of Azerbaijan The Great Silk Road & Azerbaijan	EG	Pamphlet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2014
10	Parks of Baku	EG	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2015
11	BakuGuide	EG	Magazine	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	Nov, 2016
12	Karabakh	JP	Map	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	
13	Shusha	JP	Map	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	
14	Baku City map	EG	Map	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	
15	Information for Tourists Azerbaijan	EG	Guidebook	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of	2015

	Title	Languages	Form	Published.	Date of Publication
				Azerbaijan	
16	Azerbaijan Photo Album	EG	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2012
17	Sun & Beach in Azerbaijan	EG	Pamphlet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	
18	Azerbaijani Cuisine	JP	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2012
19	Azerbaijani Cuisine	EG	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2016
20	Land of Fire Azerbaijan	EG	Pamphlet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2016
21	IRS Heritage	JP	Magazine	IRS Publishing House	2013
22	IRS Heritage	JP	Magazine	IRS Publishing House	2014
23	Baku Information	JP	Paper	Embassy of Japan in Azerbaijan	Sep, 2015
24	Discover Gabala	AZ/RU/EG	Booklet	Gilan Tourism	
25	Azerbaijan tourism and hospitality	EG	Pamphlet	AZPROMO	
26	AZPROMO Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation	EG	Pamphlet	AZPROMO	
27	Doing Business in Azerbaijan	EG	Booklet	AZPROMO	2016
28	Catalogue of Investment Projects in Azerbaijan	EG	Booklet	AZPROMO	2015
29	Improtex Travel	JP	Leaflet	Improtex Travel	
30	Song and Dance Folklore of Azerbaijan Minority People	AZ/EG/RU/FR/DE	Booklet/CD	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2016
31	"Azerbaijan – My Native Country" V National Minorities Festival	AZ/EG	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	
32	Azerbaijan – My Native Land The Catalog of Photo Exhibition of the National Minorities	AZ/EG	Booklet	Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan	2016
33	Industrial Estates	EG	Pamphlet	Azerbaijan Investment Company	

3) ジョージア

	Title	Languages	Form	Published	Date of Publication
1	TBILISI SURROUNDINGS Tourist guide	EG	Guidebook/M ap	Tbilisi City Hall Economic Policy Agency	
2	Caucasus university	EG	Pamphlet	Caucasus university	
3	DEGREE PROGRAMS IN English	EG	Pamphlet	Caucasus university	
4	FIELD TRIPS DOING BUSINESS IN GEORGIA	EG	Leaflet	Caucasus university	
5	QUICK FACTS Caucasus University	EG	Leaflet	Caucasus university	
6	EXCHANGE PROGRAMS IN ENGLISH	EG	Leaflet	Caucasus university	
7	Caucasus university	GE	Guidebook	Caucasus university	
8	GEORGIAN TOURISM IN FIGURES	EG	Guidebook	Ministry of Economy And Sustainable Development of Georgia	2016
9	BATUMI CARD	EG/GE	Card book	Tourism Product Development Agency	
10	Win Route	EG	Guidebook	Tourism Product Development Agency	
11	BIKE ROUTE BATUMI-MIRVETI-BATUMI	EG	Guidebook	Tourism Product Development Agency	
12	BIKE ROUTE BATUMI-MIRVETI-BATUMI	GE	Guidebook	Tourism Product Development Agency	
13	KOBULETI Tourist Map	EG/GE	Map	Tourism Product Development Agency	
14	BATUMI TOURIST MAP	EG/GE	Map	Tourism Product Development Agency	
15	BATUMI Ajara Georgia Tourist Map	EG/GE	Map	Tourism Product Development Agency	
16	BATUMI AJARA GUIDEBOOK Easy Travel!	EG	Map	Tourism Product Development Agency	2016
17	BATUMI AJARA GUIDEBOOK Easy Travel!	RU	Guidebook	Tourism Product Development Agency	2016
17	BATUMI AJARA GUIDEBOOK Easy Travel!	GE	Guidebook	Tourism Product Development Agency	2016
18	BATUMI AJARA GUIDE	RU	Guidebook	Tourism Product Development Agency	2016
19	Ajara Batumi	EG	Guidebook	Tourism Product Development Agency	2016
20	TASTY AJARA	GE/EG	Guidebook	Tourism Product Development Agency	2016
21	Saro Meshhian Darbazi	EG	Leaflet	National Agency for Cultural Heritage	

	Title	Languages	Form	Published	Date of Publication
22	Promet Heus Cave	EG	Map	Agency for Protected Areas of Georgia	
23	Akhaltikhe Castle	GE/EG/RU	Leaflet		
24	Satapia	EG	Map	Agency for Protected Areas of Georgia	
25	Mtskheta-The Ancient Capital City		CD	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia	
26	Georgia	EG	Map	Agency for Protected Areas of Georgia	
27	Lagodekhi Protected Areas	EG	Trekking Map	Agency for Protected Areas	
28	Uplistsikhe Historical-Architectural Museum-Reserve	GE/EG	Booklet	National Agency for Cultural	2013
29	Georgia World Cultural Heritage	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage	
30	Trialeti	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia	
31	Georgia (Winery map)	GE	Map	Ecotourism Development Centre	
32	Georgian Wine	EG	Leaflet	National Wine Agency	
33	8000 Wintages	EG	Leaflet	National Wine Agency	
34	Georgian Wine Guide	GE/EG	Booklet	Tskheli Shokoladi Ltd.	2016
35	Georgian Wine Culture	GE/EG	Booklet	National Wine Agency	2016
36	The Ancient Georgian Traditional Qvevri Winemaking Method	GE/EG	Booklet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia	2013
37	Okatse Canyon	EG	Map	Agency for Protected Areas	
38	Javakheti Protected Areas	EG	Map	Agency for Protected Areas	
39	SME Development and DCFTA in Georgia	EG	Leaflet	giz	
40	Mtskheta City & Mtskheta Mtianeti Tourist Guide	EG	Leaflet	Mtskheta Municipality	
41	Georgian Wine Tourism Guide	EG	Booklet	Georgian Wine Association	2016
42	Mtiral National Park	EG	Map	Agency for Protected Areas	
43	Akhaltikhe-Centre of Samtskhe-Javakheti	GE/EG	Pamphlet	Akhaltikhe City Hall	2016
44	Industrial Heritage of Georgia	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia	2015
45	Rehabilitation of Monuments in Georgia 2004-2012	GE/EG	Booklet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia	

	Title	Languages	Form	Published	Date of Publication
46	The Guidebook of Intangible Cultural Heritage of Georgia	GE/EG	Guidebook	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia	2016
47	Kyiv Initiative Regional Programme-Pilot Project on The Rehabilitation of Cultural Heritage in Historic Towns	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia and EU	
48	Map of Borjomi	EG	Map	GNTA	2015
49	Georgia	EG/JP	Map	GNTA	2014/2016
50	Mtskheta-Mtianeti	EG	Map	GNTA	2014
52	Shida Kartli	EG	Map	GNTA	2014
52	Kvemo-Kartli	EG	Map	GNTA	2014
53	Kakheti	EG	Map	GNTA	2014
54	Imereti	EG	Map	GNTA	2014
55	Samegrelo	EG	Map	GNTA	2014
56	Guria	EG	Map	GNTA	2014
57	Svaneti	EG	Map	GNTA	2014
58	Samtskhe-Javakheti	EG	Map	GNTA	2014
59	Summer	EG/JP	Pamphlet	GNTA	2015/2016
60	Winter	EG/JP	Pamphlet	GNTA	2015/2012
61	Adventure	EG/JP	Pamphlet	GNTA	2015/2016
62	Food & Wine	EG	Pamphlet	GNTA	2013
63	Culture	JP	Pamphlet	GNTA	2016
64	Georgia	EG/JP	Pamphlet	GNTA	2015/2016
65	Meetings & Events	EG	Pamphlet	GNTA	2015
66	Nokalakevi	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia and EU	2011
67	Tsikhegoji-The Fortress of Triple Walls	GE/EG	Leaflet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia and EU	
68	Khevi-Stehantsminda Museum of History	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia and EU	2012
69	Vardzia Historical - Architectural Museum-Reserve	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia and EU	2015
70	From Ujarma to Alaverdi	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia and EU	2013
71	Mutso	GE/EG	Pamphlet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia	

	Title	Languages	Form	Published	Date of Publication
				and EU	
72	Protected Areas of Georgia	GE/EG	Photobook	Agency of Protected Areas	
73	Museum, History, Artifact Niko Piroshmanashvili State Museum	GE/EG	Booklet	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia and EU	
74	Gialia Georgian Monastery on Cyprus	GE/EG	Booklet		2014
75	Georgia	JP/EG	Tour pamphlet & Map	Concord Travel	
76	Georgia	EG/JP	Tour pamphlet & Map	Georgian DMC	
77	Georgia	EG/JP	Tour pamphlet & Map	VisitGeorgia Ltd.	
78	Country of Georgia	EG/HEB/RUS, etc	Tour pamphlets	Caucasus Travel Ltd.	
79	South Caucasus	JP/Korean/ Italian/EG	Tour pamphlets	Caucasus Travel Ltd.	
80	Title unknown due to Georgian (related to Private Sector Development South Caucasus)	GE	Booklet	giz	2016

4) アルメニア

	Title	Languages	Form	Published	Date of Publication
1	Guidebook Tavush	EG	Guidebook	USAID	
2	Guidebook Gegharkunik	EG	Guidebook	USAID	
3	Guidebook Ararat	EG	Guidebook	USAID	
4	Armenia: The Land of Noah	EG	CD-ROM	Ministry of Economy of RA	2013
5	Armenia	JP	Guidebook	Armenian Bridge For International Cooperation	
6	Guidebook Syunik	EG	Guidebook	USAID	2012
7	Asya Ararat Travel Armenia	JP	Leaflet	Asya Ararat Travel	
8	Armenia Yerevan Map	EG	Map	Hyr Service	2016
9	Yerevan State Armenian-Greek College of Tourism, Service and Food Industry	AM/EG	Leaflet	Yerevan State Armenian-Greek College of Tourism, Service and Food Industry	
10	Restaurant Guide	EG	Pamphlet	Yerevan Resto	Oct, 2016
11	Armenia A Country of Legends...	EG	Pamphlet	Amistad Tour Agency	
12	Armenia Ancient ~ Amiable	EG	Booklet	National Competitiveness Foundation of Armenia	2012

	Title	Languages	Form	Published	Date of Publication
13	Profession Based Education and Training in Hospitality and Tourism	EG	Booklet	Armenian Institute of Tourism	2016
14	Armenia Intimacy with Ancient Civilization	JP	Pamphlet	ATDA	2008
15	Armenia	JP	Pamphlet	Armintour	
16	Understanding Armenia	EG	Booklet	Initiatives for Development of Armenia	Dec, 2014

参考文献

- [1] 地球の歩き方編集室.地球の歩き方.ロシア：ウクライナベラルーシコーカサスの国,ダイヤモンドブック社,2016,P534-537.
- [2] 一般財団法人国際開発機構,平成 27 年度外務省 ODA 評価 コーカサス諸国への支援の評価(第三者評価) 報告書,外務省,2016,139p
- [3] 独立行政法人国際協力機構,アジア地域 モンゴル・中央アジア・コーカサス北海道 民間連携情報収集・確認調査 ファイナルレポート,JICA,63p
- [4] Lonely Planet Publications Pty Ltd, “*Lonely Planet Georgia, Armenia and Azerbaijan*” (2016)
- [5] UNWTO, “*Tourism Highlight 2015 Edition*” (2015)
- [6] World Economic Forum, “*The Travel & Tourism Competitiveness Reports 2015, Growth through Shocks*”,(2015)
- [7] WTTC, “*Travel& Tourism Economi Impact 2015 Aremenia*”(2015)
- [8] WTTC, “*Travel& Tourism Economi Impact 2015 Azerbaijan*”(2015)
- [9] WTTC, “*Travel& Tourism Economi Impact 2015 Georgia*”(2015)
- [10] Social-economic Development Strategy of Georgia “GEORGIA 2020”
- [11] Regional Development Programme of Georgia 2015-2017
- [12] Georgian Tourism Industry Overview
- [13] 2015 Georgian Tourism in Figures Structure & Industry Data
- [14] Armenia Tourism Strategy
- [15] “AZERBAIJAN 2020: LOOK INTO THE FUTURE” CONCEPT OF DEVELOPMENT
- [16] PLANNING FOR GROWTH: AZERBAIJAN’S NATIONAL STRATEGY FOR TOURISM DEVELOPMENT (2010-14)