

観光立国 変化への挑戦

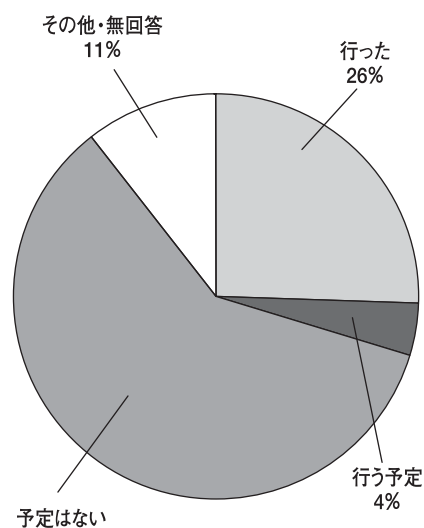
誘客好調も財政難が課題に

都道府県アンケート
本社調査

「観光立県宣言」を

「観光立県宣言」を行った都道府県は、北海道、青森、宮城、茨城、千葉、山梨、岐阜、大阪、広島、徳島、長崎、沖縄の12道府県(26%)。行う予定は岡山と島根。島根は平成20年度と時期を明記している。このほか石川は「観光立県を標榜」、奈良は「県政の重要な課題」、宮崎は「従来から観光立県として取り組んでいる」としている。

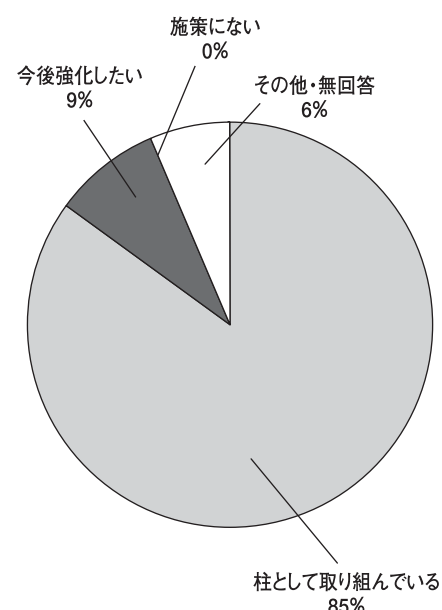
「観光立県宣言」を



地域振興策の中で観光は

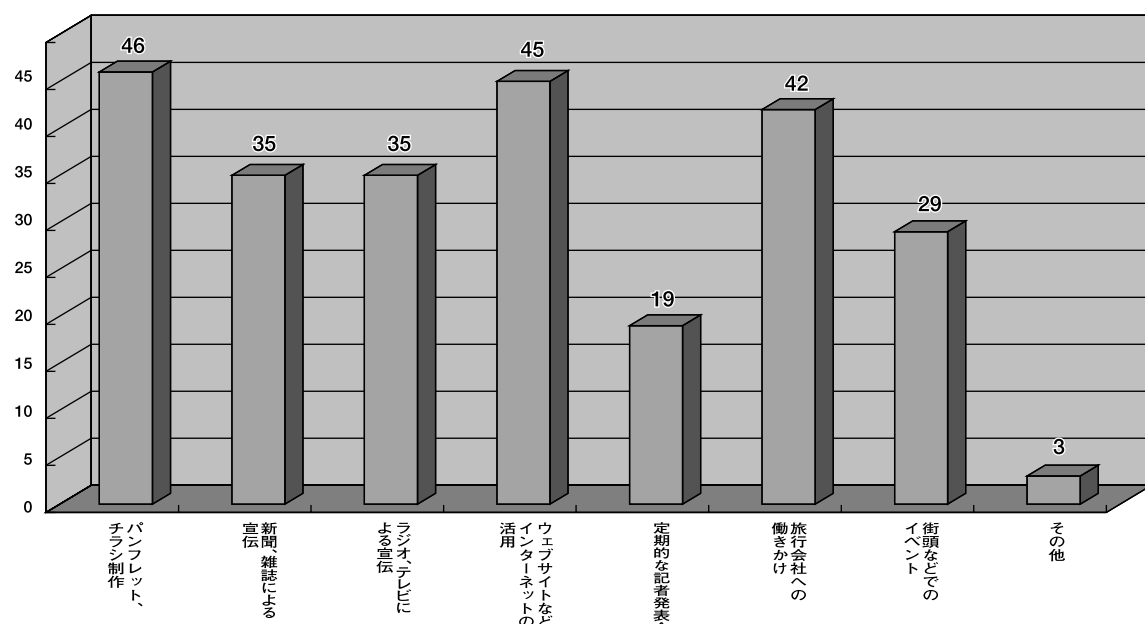
観光を「柱」として取り組んでいる「今後強化したい」「施策にない」の三択方式で聞いたところ、「柱として」は40自治体(85%)が回答した。「今後強化」は4自治体(9%)、「施策にない」はゼロ。このほか「観光は21世紀のリーディング産業との認識のもと取り組んでいる」などの回答があり、ほとんどの都道府県が観光を重視していることが分かる。

地域振興策の中で観光は



観光経済新聞社はこのほど、47都道府県を対象に、観光に関するアンケート調査を実施した。それによると、各都道府県とも観光客の誘致に力を入れ、入り込みもほぼ順調に伸びているものの、財政難により観光予算の縮小を余儀なくされている自治体も多く、事業を推進する上で今後の課題も浮き彫りになった。

観光情報を発信するための手段は(複数回答可)



観光情報を発信するための手段は

観光情報を発信するための手段は「パンフレット、チラシ」が最も多く、次いで「ウェブサイト」と「旅行会社への働きかけ」。この3つに40自治体以上が回答している。以下、「新聞、雑誌」「ラジオ、テレビ」など。「街頭などのイベント」も半数以上の都道府県が行っている。

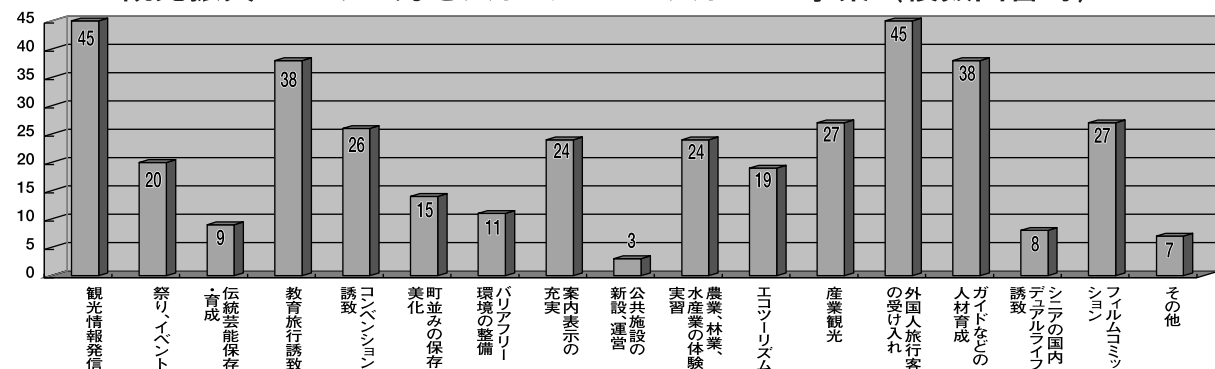
その他の回答として「講演会開催」「バスポート、スタンブライザー等ツール作成」「ロケ誘致」「ポスター作成」「DVD、ビデオの作成」などがあつた。

調査の概要

① 調査は07年11月、本社から47都道府県の観光所管部署にアンケート用紙を郵送し、12月下旬までにファクスやEメールで寄せられた回答を集計したもの。回答は47都道府県で、回答率100%。アンケートでは①地域振興策の中での観光の位置付け②「観光立県宣言」実施の有無③観光入り込み客数の現状④観

光予算の現状⑤08年度以降の観光行事予定⑥08年の重点施策——などのほか、「観光情報を発信するための手段」「観光振興のための力を入れている・入りたい事業」「積極的に誘致したい市場」「受け入れを促進したい外国人客(国・地域)」「外国人旅行客の受け入れ事業」を複数回答方式で聞いた。

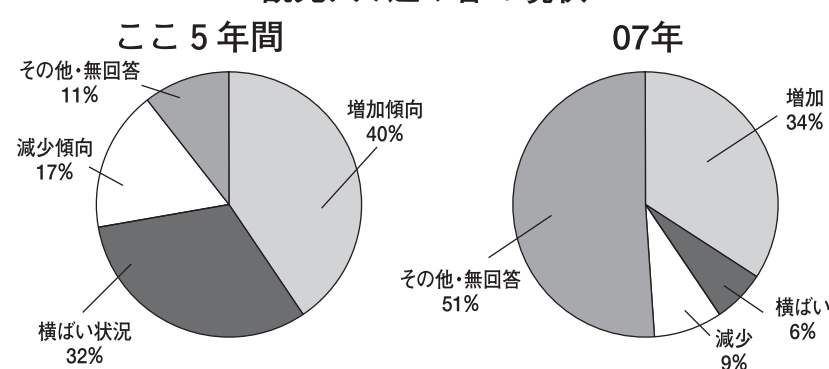
観光振興のために力を入れている・入りたい事業(複数回答可)



観光振興のために力を入れている・入りたい事業

「観光振興のために力を入れている・入りたい事業」として、16項目を挙げて回答を求めた。最も多い回答は「観光情報発信」と「外国人旅行客の受け入れ」。以下、「教育旅行誘致」「ガイドなどの人材育成」「産業観光」「フィルムコミッション」「コンベンション誘致」——。その他の回答として「地域の観光素材のブラッシュアップ等」「食」による魅力の提供、「武将観光(戦国武将の足跡・ゆかりを活用した観光)」「新たな観光プログラムの開発」など。

観光入り込み客の現状



観光入り込み客の現状を、「07年」と「ここ5年間」について「増加」「横ばい」「減少」の三択方式で聞いた。07年は集計中のため無回答が多くを占めたが、「増加」の割合が「減少」を上回っている。ここ5年間でも「増加」が4割を占めた。入り込みに関しては増加基調が目立つ。

観光入り込み客の現状

観光立国 変化への挑戦

▽北海道 花観光、長期滞在型観光 産学官連携
▽青森 観光情報発信、新幹線開業誘客宣伝強化、観光コンテンツ発掘育成、地域力観光、インバウンド
▽岩手 平泉文化遺産の世界遺産登録を契機とした県内全域への効果の波及
▽秋田 地域の観光関係者主導による観光振興
▽宮城 DCC実施、自然公園施設整備、インバウンド
▽山形 「団塊世代とシニア層」をターゲットにしたキャンペーンの展開、東アジアをターゲットとした国際観光の推進、山形の食やグリーンツーリズム資源を生かした観光誘客の推進、官民一体となった観光まちづくりの推進、大河ドラマ「天地人」放映決定(2009・11)による地域づくりの推進、仙台・宮城DC、新潟DC関連事業
▽福島 食、産業観光、健康づくり、バリアフリー観光、歴史と文化、教育旅行、体験・交流

▽栃木 「団塊の世代」に対する戦略的誘客、インバウンド(特に中国をターゲットにした誘客)、観光客満足度向上(阻害要因の除去)
▽埼玉 花を積極的にPRし、観光客の誘致を図る。川など水辺の魅力を活かして、観光客の誘致を図る。産業観光を推進し、企業の活性化や観光客の誘致を図る。外客来訪促進計画の実現に向け、外国人観光客の誘致を図る
▽東京 羽田空港国際化を契機とした東アジアからの旅行者にも目を向けた外国人旅行者の誘致促進や、コンベンションの誘致活動を展開するとともに、外国人旅行者が安心して東京の観光を楽しめるよう、ホスピタリティあふれる受け入れ体制の整備を推進する。併せて、観光まちづくりの推進によりエリアごとに異なる魅力向上を図る

▽新潟 新潟DCや「天地人」放映等が重なり、本県が全国の注目を集めることができる2009年を「大観光交流年」と位置付け、交流人口の拡大を図るための施策を「食」や「歴史」の実施、「食」や「歴史」の推進、観光資源としての魅力向上(地域の魅力を再発見・魅力づくり、地域の取り組み・支援の強化、地域のおもてなし)の底上げ
▽三重 戦略的情報発信、誘客(エリア別情報発信、三重県観光販売システムとの連携による誘客、教育旅行誘致、自動車観光)、観光地の魅力づくり・人づくり(観光プロデューサーによるノウハウ提供)、観光客の快適性の向上に資する社会基盤整備(二次交通整備)
▽静岡 2009年3月の富士山静岡空港開港に向けた国内遠隔地や東アジアからの誘客。就航予定地における広報や受

入体制の強化
▽岐阜 観光誘客の拡大に向けた取り組み強化(情報発信・PRの展開、広域観光の推進による誘客の促進、海外からの誘客の促進、産業観光の底上げ・体験型・滞在型観光の推進)、観光資源としての魅力向上(地域の魅力を再発見・魅力づくり、地域の取り組み・支援の強化、地域のおもてなし)の底上げ
▽奈良 宿泊観光の促進、首都圏向けを中心とした観光情報発信、奈良地域づくりと兵庫の多彩な魅力の発信(大型観光施設整備、知事トップセールスをはじめとする海外プロモーション活動、インターネット等による多言語情報の発信強化、観光ルートの提案、観光ルートの設定(産業観光、ヘルスツーリズム、文化観光、旅の誘致、リピーター観光客増加に向けた「おもてなし環境」充実等)
▽和歌山 インバウンド、修学旅行誘致
▽大阪 05年度より77年度は「来阪外国人旅行者の増加」を目標に、国際観光の受け入れ体制の強化

▽石川 東海北陸自動車道の全線開通にあわせ、大に向けた取り組み強化(情報発信・PRの展開、広域観光の推進による誘客の促進、海外からの誘客の促進、産業観光の底上げ・体験型・滞在型観光の推進)、観光資源としての魅力向上(地域の魅力を再発見・魅力づくり、地域の取り組み・支援の強化、地域のおもてなし)の底上げ
▽滋賀 緑あふれる地勢と琵琶湖の美しい風景を、自然を活かした観光振興をしていきたい
▽奈良 宿泊観光の促進、首都圏向けを中心とした観光情報発信、奈良地域づくりと兵庫の多彩な魅力の発信(大型観光施設整備、知事トップセールスをはじめとする海外プロモーション活動、インターネット等による多言語情報の発信強化、観光ルートの提案、観光ルートの設定(産業観光、ヘルスツーリズム、文化観光、旅の誘致、リピーター観光客増加に向けた「おもてなし環境」充実等)
▽和歌山 インバウンド、修学旅行誘致
▽大阪 05年度より77年度は「来阪外国人旅行者の増加」を目標に、国際観光の受け入れ体制の強化

な魅力の発信(大型観光施設整備、知事トップセールスをはじめとする海外プロモーション活動、インターネット等による多言語情報の発信強化、観光ルートの提案、観光ルートの設定(産業観光、ヘルスツーリズム、文化観光、旅の誘致、リピーター観光客増加に向けた「おもてなし環境」充実等)
▽和歌山 インバウンド、修学旅行誘致
▽大阪 05年度より77年度は「来阪外国人旅行者の増加」を目標に、国際観光の受け入れ体制の強化

▽鳥取 新しい観光ニーズへの対応(グリーンツーリズム、エコツーリズム、産業観光、ヘルスツーリズム、文化観光、旅の誘致、リピーター観光客増加に向けた「おもてなし環境」充実等)
▽香川 国際観光(特

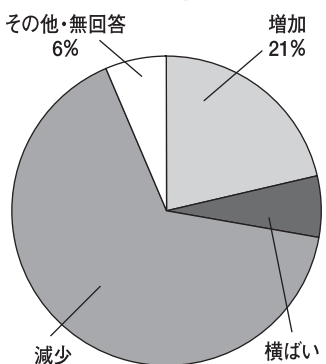
に韓国)、周年イベント(瀬戸大橋開通20周年、ハマチ養殖80周年、オリハチ植栽100周年)の推進、まちづくり型観光の推進、瀬戸内国際芸術祭(仮称)の開催に向けた諸準備
▽徳島 産業観光、神戸淡路鳴門自動車道全通10周年記念事業
▽高知 体験型観光の推進、「おもてなし」の県民運動の展開、「花・土佐であい博」による観光客の誘致
▽愛媛 祭りのブランド化、南予ツーリズムの推進、売れる食品づくりの支援、広域連携によるインバウンド事業(韓国、中国)の推進
▽福岡 中長期的に取り組む基本的事業「地域の魅力を磨く観光地づくり」のほか、産業観光、九州国立博物館を核とした観光振興、アフターコンベンションの充実、観光ボランティアガイドの育成、海外からの修学旅行受け入れの強化などに重点的に取り組む
▽佐賀 東アジア地域を中心とする海外からの観光客の誘致拡大、ファミリーツーリズム(3世代旅行の適地)の推進
▽長崎 福岡都市圏を推進事業、エコツーリズム

の推進、瀬戸内国際芸術祭(仮称)の開催に向けた諸準備
▽徳島 産業観光、神戸淡路鳴門自動車道全通10周年記念事業
▽高知 体験型観光の推進、「おもてなし」の県民運動の展開、「花・土佐であい博」による観光客の誘致
▽愛媛 祭りのブランド化、南予ツーリズムの推進、売れる食品づくりの支援、広域連携によるインバウンド事業(韓国、中国)の推進
▽福岡 中長期的に取り組む基本的事業「地域の魅力を磨く観光地づくり」のほか、産業観光、九州国立博物館を核とした観光振興、アフターコンベンションの充実、観光ボランティアガイドの育成、海外からの修学旅行受け入れの強化などに重点的に取り組む
▽佐賀 東アジア地域を中心とする海外からの観光客の誘致拡大、ファミリーツーリズム(3世代旅行の適地)の推進
▽長崎 福岡都市圏を推進事業、エコツーリズム

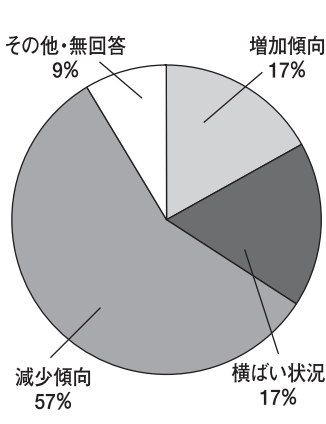
観光予算の現状

観光予算を「07年」「ここ5年間」で聞いたところ、ともに「減少」「減少傾向」が約6割と過半数を占めた。「増加」「増加傾向」は約2割にとどまっている。地方自治体の厳しい財政事情を反映した結果といえそう。

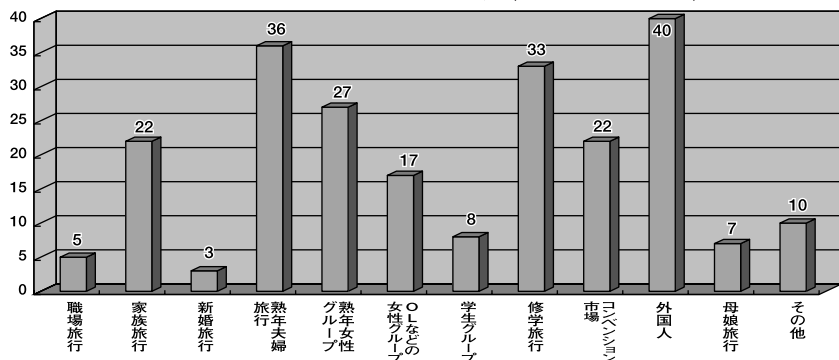
観光予算の現状 07年



ここ5年間



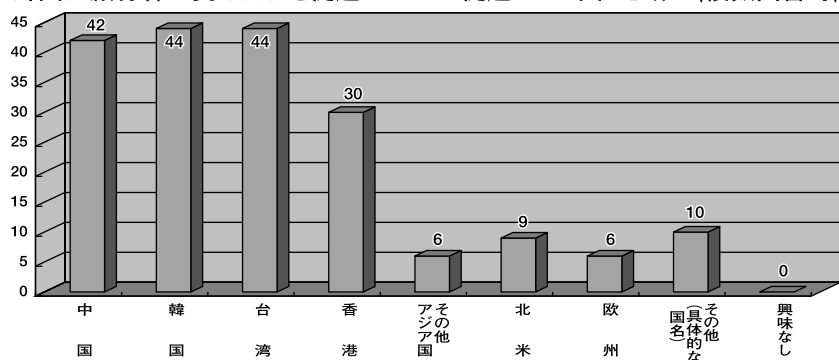
積極的に誘致したい市場 (複数回答可)



積極的に誘致したい市場

「積極的に誘致したい市場」は「外国人」がトップ。以下、「熟年夫婦旅行」「修学旅行」「熟年女性グループ」「家族旅行」「コンベンション市場」の順。「新婚旅行」や「職場旅行」は少なかった。今後拡大が見込まれる外客や団塊世代の旅行を視野に入れた結果といえそう。

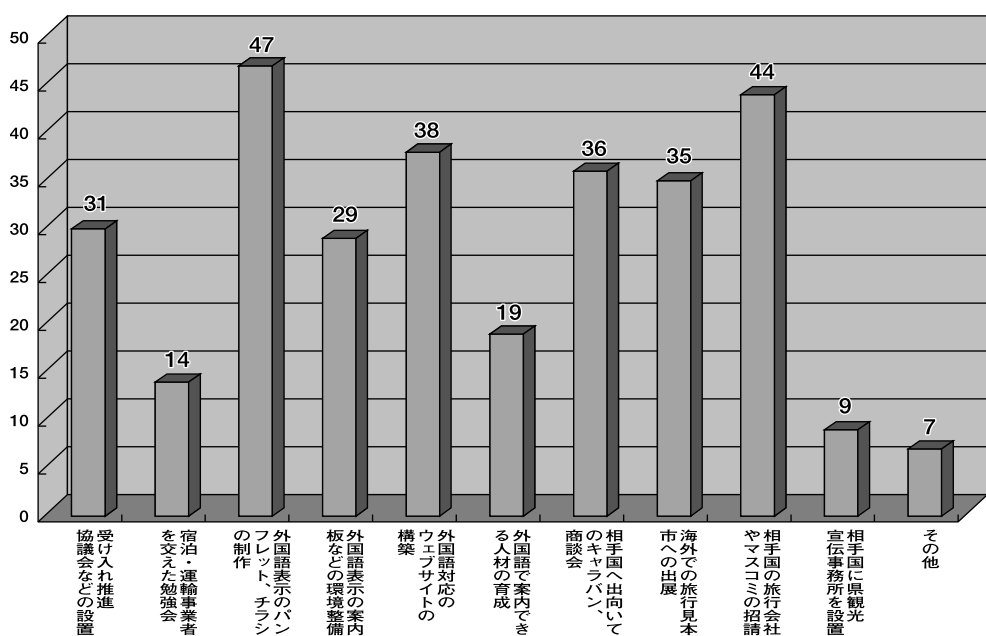
外国人旅行者の受け入れを促進している・促進したい国・地域は (複数回答可)



外国人旅行者の受け入れを促進している・促進したい国・地域は

韓国、台湾、中国がベスト3。そのほか具体的に挙げられた国名はオーストラリア、ロシア、タイ、マレーシア、シンガポール、フランス。「エリアを指定していない」とする自治体もあった。

外国人旅行者の受け入れ事業は (複数回答可)



外国人旅行者の受け入れ事業は

外国人旅行者の受け入れ事業は、「外国語表示のパンフレット・チラシの制作」が最も多く、すべての自治体で行っている。次に多いのは「相手国の旅行会社やマスコミの招請」で、44自治体が行っている。以下、「外国語対応のウェブサイト構築」「相手国へ出向いてのキャラバン、商談会」「海外での旅行見本市への出展」の順。