

V-2 都道府県による観光政策

インバウンド誘客について
インターネットによる情報発信が大半に
大幅に予算が増えた前年度に引き続き、
2021年度予算も前年度から大幅増加

当財団では、自主研究として地方公共団体を対象とする観光政策に関するアンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2021年度は、2020年度から引き続き、都道府県と市町村で可能な限り統一した調査票を用いて実施した。2020年度に追加した新型コロナウイルス感染症に関連する項目も含めて、2020年度の調査票で質問した項目について継続して尋ねている。

主な調査項目としては、各都道府県における観光行政にかかわる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、2020年度の観光政策・重点施策、市町村との役割分担、新型コロナウイルス感染症拡大に関連した特別設問を設定した。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する*。

* 2021年8月末時点までに回答を得た47都道府県（回答率100%）の集計結果。なお、記載したデータは速報値であり、今後の精査次第で最終的な結果が異なる可能性がある。年度によって回答している都道府県が一部異なる点には留意が必要である。

(1) 都道府県の観光行政にかかわる基盤整備の状況

都道府県内に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の知識・技能について、その実数（職員数・予算のみ）と過不足に関する感覚を尋ねた。職員数は54.5%の都道府県が「不足している」（7段階中1,2,3を選択した人の割合、以下同じ）と回答しているのに対して、予算や求められる知識・技能に関しては「不足している」と回答した都道府県はそれぞれ29.5%、2.3%であった。予算に対する不足感は、2019、2020年度と比べると減っているが、人員に対する不足感については都道府県間で差が拡大している傾向にある。一部の観光担当部署としては、人員の不足が依然として最も重要な問題ではあると考えられる。以下、詳しくみていく。

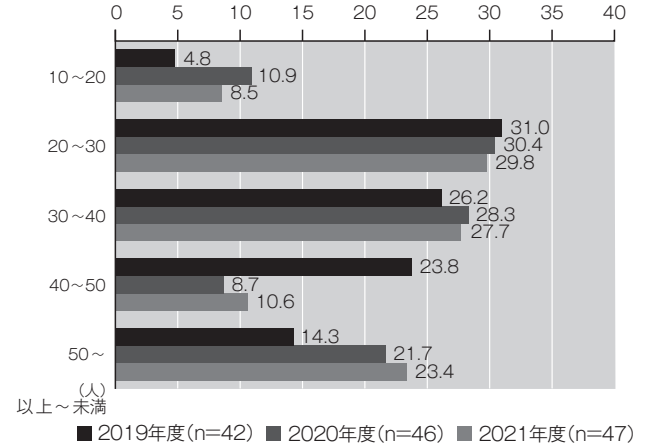
① 観光担当部署の職員数

各都道府県において観光行政を担当する職員の平均人数は38人、中央値は33人である。

図V-2-1は職員数の分布を示している。2021年度は20人以上30人未満が最も多く（29.8%）、次いで30人以上40人未満となっている（27.7%）。50人以上の職員が在籍する都道府県も23.4%存在する。2019、2020年度と比較すると50人以上の割合が増え、全体として職員数は多くなっていく傾向にあった。

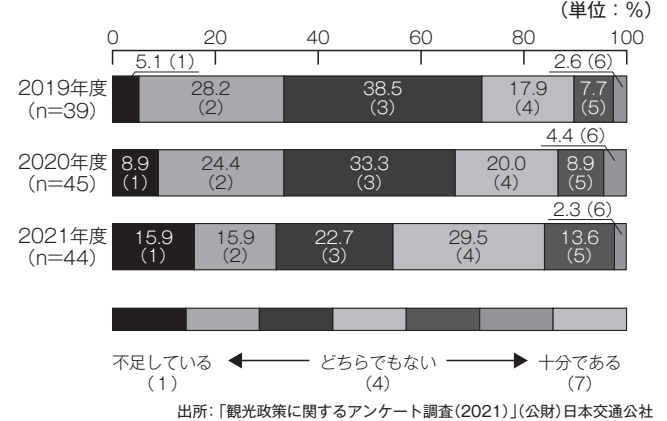
業務の量に比較して、人員が十分であったかどうかを尋ねたところ54.5%の都道府県が「不足している」と答え、「十分である」（7段階中5,6,7を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県は15.9%にとどまった（図V-2-2）。2019年度、2020年度と比較すると、職員数に関する不足感について、都道府県間で差が拡大している傾向にある。

図V-2-1 観光担当部署の職員数 (単位：%)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社
(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-2-2 観光担当部署の職員数に関する不足感 (単位：%)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

② 観光担当部署の予算

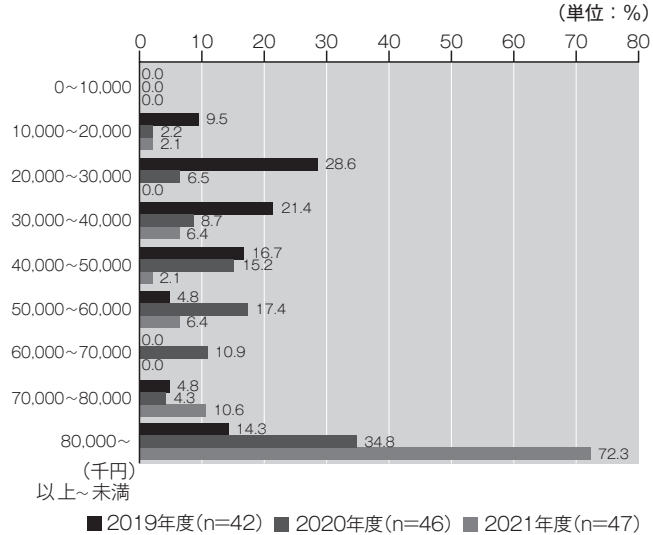
各都道府県の観光担当部署に対して執行された2021年度予算の平均額は5,913,382千円、中央値は5,122,178千円である。2020年度の予算平均額2,910,844千円に比べ大幅に増えている。また、2020年度の予算中央値1,759,825千円と比較すると2021年度は約3倍に増加しており、2020年度に引き続き、予算の大幅な増加が確認できた。この増加は、新型コロナウイルス感染症に関連した対策(需要喚起策含む)のためである都道府県が多いと考えられる。

一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算の両方について回答を得た都道府県のデータをもとに、職員1人あたりの予算額を算出した。その結果、平均額は178,609千円/人、中央値は132,346千円/人であった。図V-2-3は一人当たりの予算額の分布を示しており、80,000千円/人以上が圧倒的に多いという結果となり(72.3%)、2019、2020年度と比較すると、一人当たりの予算額は大幅に増えている。

また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、予算が十分であったかどうかを尋ねたところ、29.5%の都道

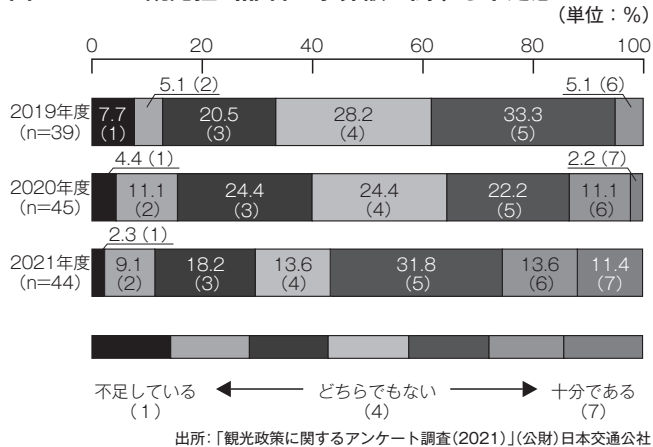
府県が「不足している」、13.6%の都道府県が「どちらでもない」、56.8%の都道府県が「十分である」と回答した(図V-2-4)。2019、2020年度と比べて、不足感を感じている都道府県の割合は減っている。

図V-2-3 観光担当部署の一人当たりの予算額



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社
(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-2-4 観光担当部署の予算額に関する不足感



③観光担当部署で求められる技能・知識

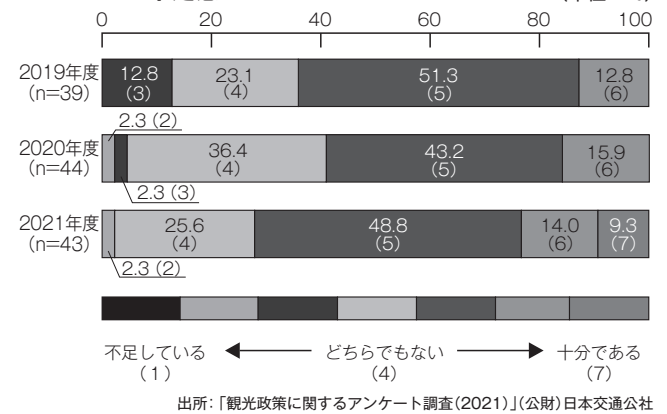
観光担当部署に与えられた業務の難易度に比較して、職員の能力・知識・技能が十分であったかどうかを尋ねたところ、「不足している」と答えた都道府県は2.3%にとどまった(図V-2-5)。職員数や予算と比較すると、職員の能力・知識・技能について、十分であると考える都道府県が多いことが分かる。2019、2020年度の調査結果と比べて、ほぼ同様の結果であった。

(2)都道府県における政策・施策

①2020年度の観光政策・重点施策

2020年度に都道府県が実施した事業(図V-2-6)及び国際観光の振興に関する事業(図V-2-7)について、代表的なもの3つを選択した上で、自由記述で各分野における取り組みの概要と成果について回答を得た。

図V-2-5 観光担当部署で求められる知識・技能に関する不足感

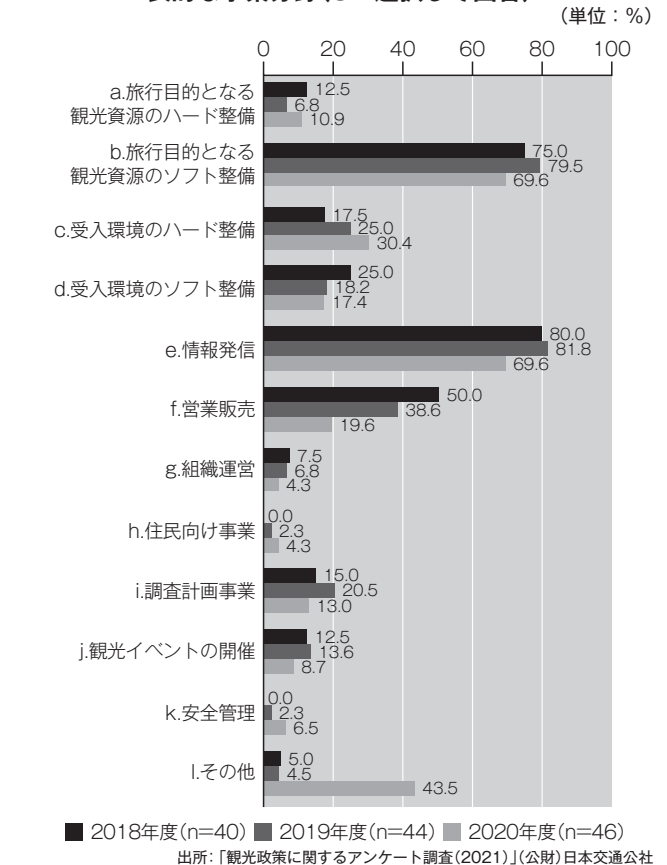


都道府県が実施した事業として、最も多く選択された事業分野は、同率で「b.旅行目的となる観光資源のソフト整備」と「e.情報発信」であった(69.6%)。具体的には、前者は「旅行商品」「周遊ルート」「体験プラン」「商品の開発」等で、後者は「Webサイトの作成」「旅行博等への出展」「ポスター・チラシ」「動画の作成」等が挙げられる。

3番目に多く選択された事業分野は「l.その他」であった(43.5%)。自由回答にて具体的な内容を尋ねたところ、コロナ禍に対応した需要喚起策との回答が多く確認された。

1番目・2番目に選ばれたものについては、2020年度の調査結果と比べてほぼ同様の結果であった。また、2019、2020年度と比較すると、「f.営業販売」を実施した都道府県割合は、大きく減少傾向がみられる。

図V-2-6 2020年度を含めた過去3ヶ年度に実施した代表的な事業分野(3つ選択して回答)

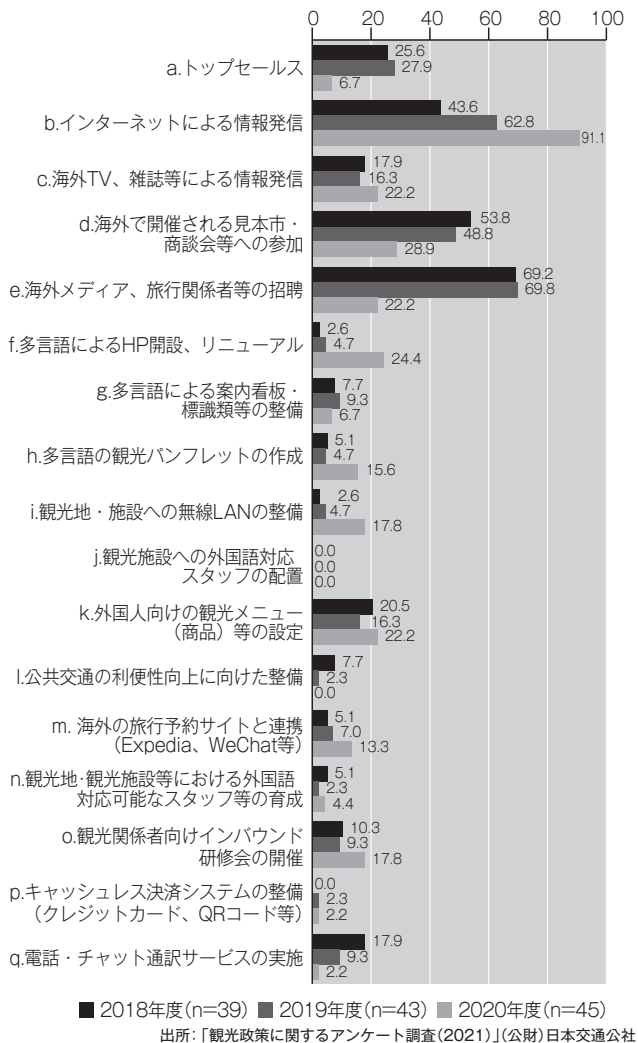


また、国際観光に関する事業として、最も多く選択された事業分野は「b.インターネットによる情報発信」であった(91.1%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「d.海外で開催される見本市・商談会等への参加」(28.9%)、「f.多言語によるHP開設、リニューアル」(24.4%)であったが、最も選ばれた事業分野とは大きな差がある。

コロナ禍で海外向けには、インターネットを通じた情報発信が中心となったが、その内容は直接的な誘客ではなく、訪日することができないインバウンドとの関係性維持のためという側面が大きいと予想される。

2019、2020年度の調査結果と比較すると、インバウンド再開がいつになるのかわからないということも影響し、「d.海外で開催される見本市・商談会等への参加」「e.海外メディア、旅行関係者等の招聘」を選択した割合が大きく減少した。一方で、「f.多言語によるHP開設、リニューアル」「h.多言語の観光パンフレットの作成」「i.観光地・施設への無線LANの整備」「m.海外の旅行予約サイトと連携(Expedia、WeChat等)」「o.観光関係者向けインバウンド研修会の開催」の選択割合は、どれも2~3倍程度に増加しており、インバウンド再開に向けた準備を進めている都道府県が多いことが分かる。

図V-2-7 2020年度含めた過去3ヶ年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野(3つ選択して回答)
(単位: %)



(3)市町村との役割分担

都道府県が市町村に主導的な役割を期待する分野(図V-2-8)について、重要度の高い順に3つ選択した上で、自由記述にて連携や役割分担に関する課題等について回答を得た。

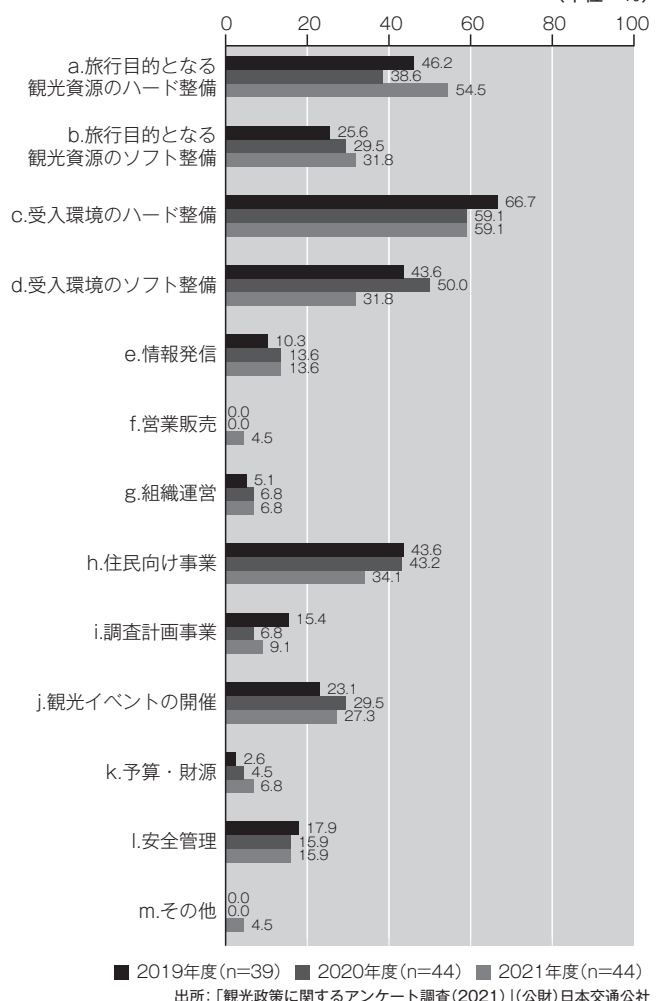
都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野として、最も多く選択された事業分野は「c.受入環境のハード整備」であった(59.1%)。具体的には「駐車場やトイレの整備」「二次交通の改善」「Wi-Fi環境の導入」等の取り組みが挙げられる。

2番目に多く選択された事業分野は「a.旅行目的となる観光資源のハード整備」であった(54.5%)。具体的には「自然物の保全や維持管理」「観光施設の建設運営」等の取り組みが挙げられる。

3番目に多く選択された事業分野は、「h.住民向けの事業」(34.1%)であった。具体的には、「理解促進のための広報や説明会の開催」「観光を体験する機会の創出」等の取り組みが挙げられる。

2019、2020年度と比較すると、市町村に対して「a.旅行目的となる観光資源のハード整備」に関して主導的な役割を期待する割合がやや上昇している一方で、「h.住民向けの事業」に関して主導的な役割を期待する割合がやや減少している。

図V-2-8 市町村が主導的な役割を期待する事業分野(3つ選択して回答)
(単位: %)



(4) 新型コロナウイルス感染症への対応

① 新型コロナウイルス感染症対策として2021年度に取り組む施策

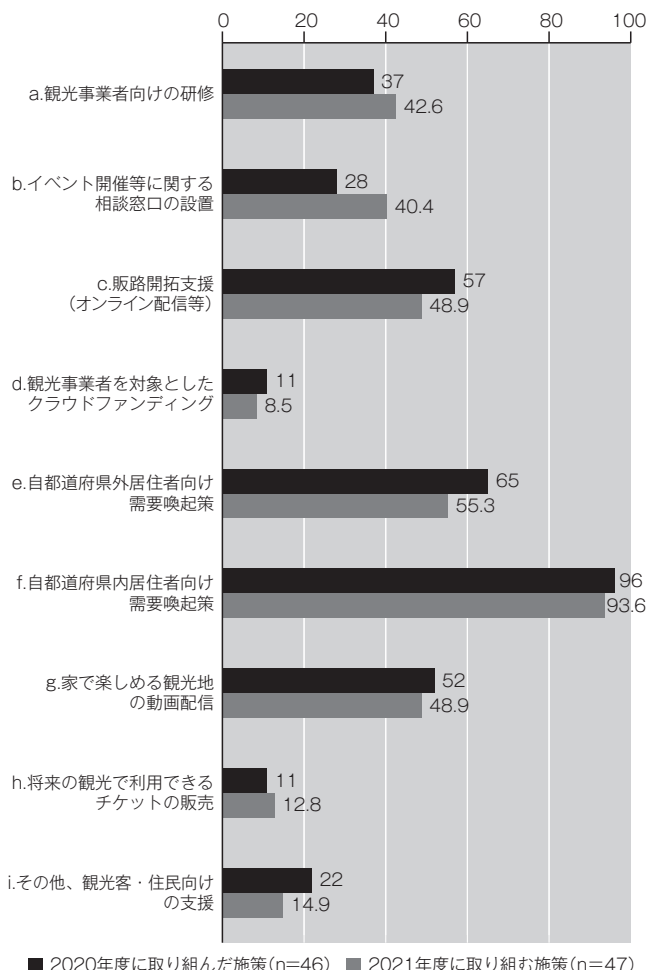
新型コロナウイルス感染症対策として、都道府県が2021年度に取り組む施策について尋ねた。

図V-2-9は、新型コロナウイルス感染症対策として、都道府県が取り組む施策の中から、観光に特に関連する施策を示しているが、最も多く選択された施策は「f.自都道府県内居住者向け需要喚起策」(93.6%)であり、こちらの施策はほとんどの都道府県が取り組んでいる。新型コロナウイルス感染症拡大で、需要が大きく減少した観光産業のために、まずは近場である自都道府県内居住者向けの需要喚起策を実施していることが分かる。

次に多く選択された施策は、「e.自都道府県外居住者向け需要喚起策」(55.3%)であった。また、政府の交付金を利用するものとして選択されている施策も上記の2点が多く、交付金の存在は、各都道府県における需要喚起策の実施に貢献していることが分かる。

また、「c.販路開拓支援(オンライン配信等)」[「g.家で楽しめる観光地の動画配信」]も、どちらも48.9%の都道府県が選択していた。販路開拓支援によって対面での売り上げを補うことを援助したり、動画配信によって実際に現地に訪れることが

図V-2-9 都道府県が実施する観光に関連した新型コロナウイルス感染症に関する対策(全て選択して回答) (単位: %)



できない消費者を自地域のファンとして留めたりする施策によって、観光産業を支援していたことが分かる。

2020年度と比較すると、全体の傾向はほとんど同じであり、やや「b.イベント開催等に関する相談窓口の設置」を選択する割合が増えているという傾向がみられた。

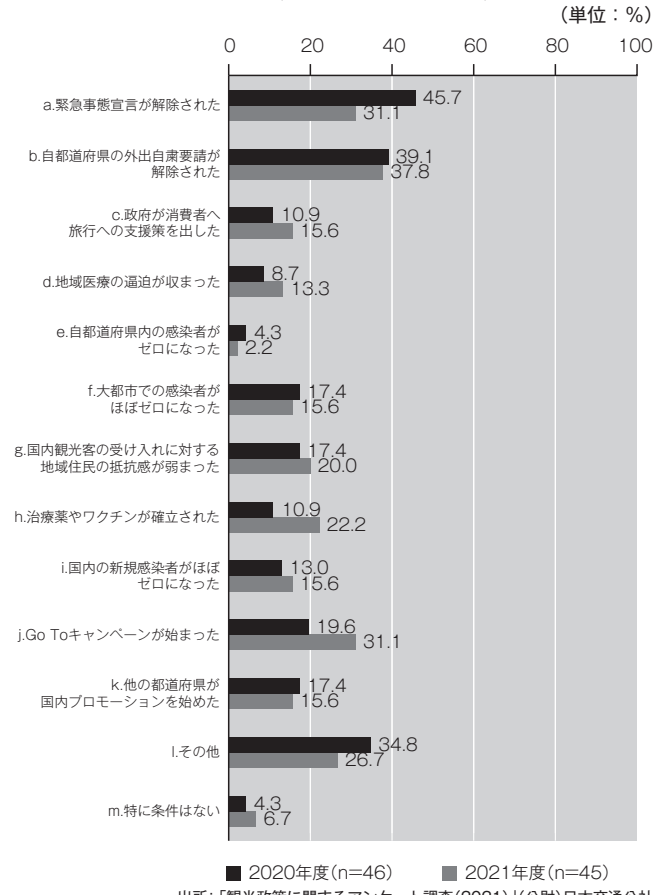
② 国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件

新型コロナウイルス感染症拡大とそれに伴う緊急事態宣言等の影響で、日本全国での観光客の移動はコロナ前と比較して、大きく変化している。その状況を踏まえて、国内で地域を限定せずに観光プロモーションを再開する/した際に、考慮する/した条件について、重要度の高い順に3つ選択を求めた。

図V-2-10の示す通り、最も多く選択された条件は「b.自都道府県の外出自粛要請が解除された」(37.8%)であり、次いで同率で「a.緊急事態宣言が解除された」(31.1%)、「j.Go Toキャンペーンが始まった」(31.1%)であった(31.1%)。このことから全国的な国内プロモーションについては、国や都道府県の指針が大きく影響を与えていることが分かる。

この傾向は、2020年度とおおむね同様であるが、やや都道府県の指針の影響度が多くなっていることが分かる。

図V-2-10 国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件(全て選択して回答) (単位: %)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社 (注) 自粛期間中のPR等は含まない。

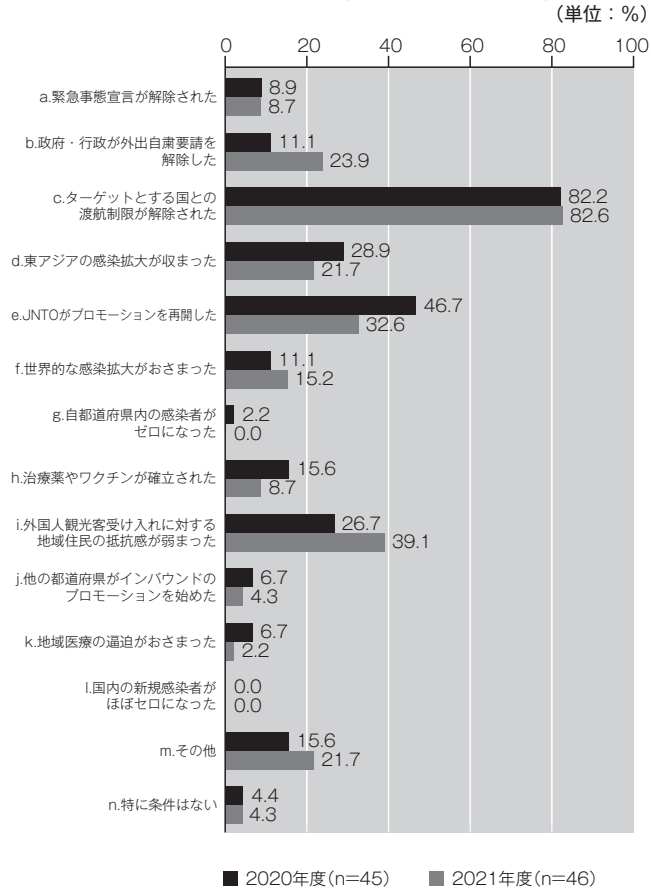
③インバウンド誘客に関する観光プロモーション再開条件

2021年8月時点において、国レベルでのインバウンド誘客再開の目途はたっていない。その状況において、訪日外国人誘客のターゲットとしている国・地域に対し、観光プロモーションを再開する際に考慮する条件について、重要度の高い順に3つ選択を求めた。

図V-2-11の示す通り、最も多く選択された条件は「c.ターゲットとする国との渡航制限が解除された」(82.6%)であり、ほとんどの都道府県が渡航制限を目安にしていることが分かった。

また、次に多く選択された条件は「i.外国人観光客受け入れに対する地域住民の抵抗感が弱まった」(39.1%)であった。2020年度と比較すると、この条件を選択した都道府県割合は増えており、国内観光と同様に住民の意識の重要性が認識されていることが分かる。

図V-2-11 インバウンド誘客に関する観光プロモーション再開条件(全て選択して回答)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社
(注) 渡航制限中のPR等は含まない。

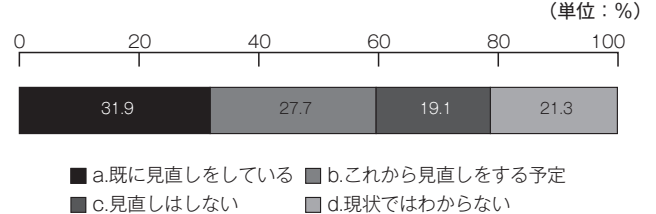
④観光振興に関する見直し状況

新型コロナウイルスに関連して、観光振興に関する計画とターゲット層の変更の見直しを検討しているかどうかについて尋ねた。

図V-2-12の示す通り、都道府県の観光計画については「a.既に見直しをしている」を選択した割合が最も高く、31.9%が選択した。自由回答記述では、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、予定より早く計画を改定したとの回答が目立った。

地域連携DMOや地域DMOに関する観光振興の見直し状況については、「現状ではわからない／把握していない」との回答が約65.1%となった。一方で、「a.既に見直しをしている」と回答した都道府県は約9.3%であったが、自由回答記述では新型コロナウイルス感染拡大の影響(訪日外国人の消滅、今後の誘客可能時期の不明確さ等)を踏まえて見直し予定である、との回答が目立った。

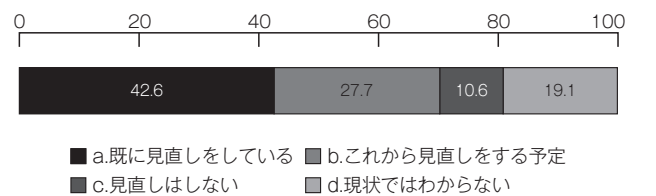
図V-2-12 2021年度における都道府県の観光振興に関する計画等の見直し状況(n=47)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

また、図V-2-13の示す通り、ターゲット層については、「a.既に見直しをしている」を選択した割合が最も高くなった(42.6%)。「a.既に見直しをしている」「b.これから見直しをする予定」を選んだ都道府県の自由回答記述では、訪日外国人誘客のタイミングが遅れる／読めない中でターゲット戦略を変更し(国内シフト等)、国内客についても近隣をターゲットにすることに言及したものが目立った。

図V-2-13 2021年度における観光客のターゲット層の見直し状況(n=47)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

(池知貴大)