

IV-3 関東

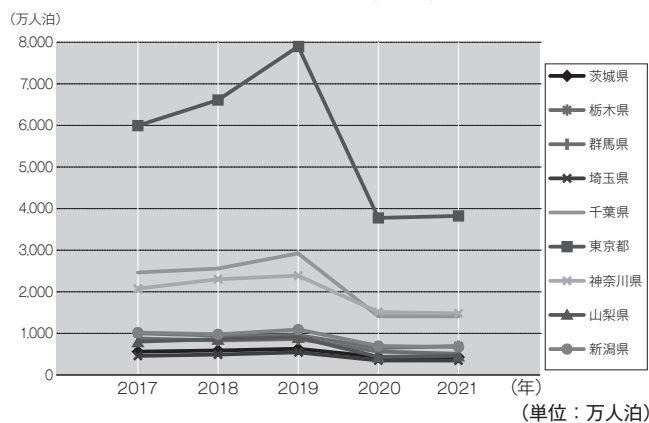
延べ宿泊者数・外国人宿泊者数は昨年に続き停滞
東京2020オリンピック・パラリンピックが開催
各都県で新型コロナ禍も踏まえた観光計画等を策定

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2021年1～12月の関東地方1都8県の延べ宿泊者数は9,827万人泊で、前年とほぼ同等(前年比0.0%)となった(図IV-3-1)。都県別にみると、栃木県7.3%増、山梨県5.6%増、東京都1.3%増となったが、群馬県9.5%減、新潟県3.6%減、神奈川県2.1%減など、他はいずれも減少した。新型コロナウイルス感染症の影響が出る前の2019年と比べると、千葉県の上51.8%減を筆頭に、2020年に引き続き大きく落ち込んだ。

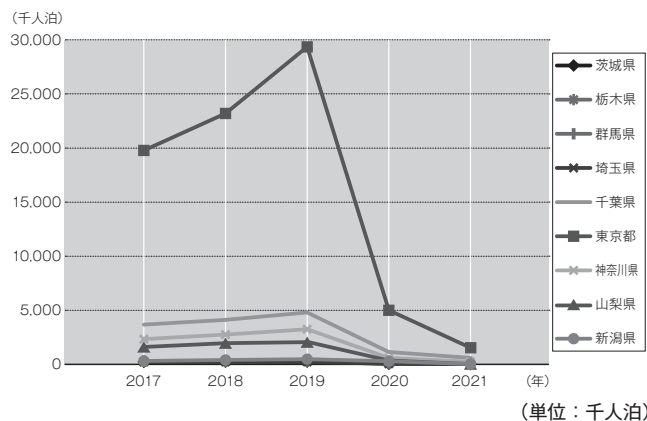
外国人延べ宿泊者数は、前年比66.6%減の253万人泊となった(図IV-3-2)。2020年は1～2月が前年比98%程度と比較的順調だったが、2021年は年間を通じて新型コロナウイルス感染症の影響を受けたことが主な要因であると考えられる(4月以降のみで比較すると前年比61.3%増である)。

図IV-3-1 延べ宿泊者数の推移(関東)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-3-2 外国人延べ宿泊者数の推移(関東)



都道府県名	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
茨城県	231	254	217	53	25
栃木県	272	323	355	63	25
群馬県	291	289	292	70	17
埼玉県	219	230	220	40	26
千葉県	3,675	4,116	4,798	1,142	598
東京都	19,776	23,195	29,351	5,003	1,536
神奈川県	2,337	2,754	3,249	595	244
山梨県	1,609	1,961	2,055	357	25
新潟県	315	405	480	255	31

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

① 地方・都道府県レベル

●「茨城県観光振興基本計画」の策定(茨城県)

茨城県は、「茨城県観光振興基本計画(計画期間：2022～2025年度)」を策定した。新型コロナウイルス感染症の影響により、社会経済情勢や旅行者の嗜好、行動が大きく変化するなか、2023年のデスティネーションキャンペーンの開催を控えて、多様化する観光客のニーズに的確に対応し、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進することを目的としている。

基本理念として「ポストコロナを見据えた観光の本格的な復興の実現」「個性を活かし、世界を惹きつける、持続可能な『いばらき観光』を目指して」を掲げ、7つの基本方針を通じて、観光の基盤づくり(人材育成、観光DX、SDGs他)、観光産業の復興、稼げる観光の振興(拠点整備、商品開発、観光事業者支援他)、インバウンド需要の取り込み(誘客プロモーション、茨城空港の活用、MICEの誘致他)などに取り組むこととしている。

●「第3期埼玉県観光づくり基本計画」を策定(埼玉県)

埼玉県は、2022年3月、「第3期埼玉県観光づくり基本計画(計画期間：2022～2026年度)」を策定した。人口減少に伴う観光への期待の高まり、新しい生活様式の定着、デジタル化やSDGs実現のための取組の進展などの社会状況の変化を踏ま

えて、観光づくりを推進することを目的としている。

基本理念として「旅したくなる また来たくなる ずっと居たくなる 埼玉」を掲げており、観光客に加え、関係人口や将来的な住民の来訪促進、地域外からの観光の担い手の確保などを重視している。基本方針を「ポストコロナを見据え、チャンスに変える」「デジタル技術で創る・魅せる」「埼玉らしさを磨く・極める」として、ワーケーションの推進や、デジタルコンテンツ（VR、ARなど）を活用したイベントの創出、「アニメの聖地」としてのイメージの確立などを展開するとしている。

●「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」を策定(東京都)

2022年2月、東京都は、「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン ～観光産業の復活と持続的な成長に向けて～(計画期間:2022～2023年度)」を策定した。基本理念として「観光産業の復活と『サステナブル・リカバリー』の実現」を掲げている。

3つの戦略に基づく7つの施策を設定し、数値目標として、持続可能な観光を推進する観点から、経済(消費額や旅行者数)に加え、都民、文化及び環境が設定され、管理指標を活用した観光地域経営を推進するとしている。

表IV-3-1 東京都観光産業振興実行プランの管理指標

分類	管理指標	現状	目指す方向性
A (都民)	都内観光する都民の割合	30.2% (2021年)	▲
	観光に係る活動に関心がある都民の割合	28.0% (2021年)	▲
	観光に係る活動の経験がある都民の割合	17.4% (2021年)	▲
B (経済)	国内旅行者の満足度	95.0% (2019年)	→
	外国人旅行者の満足度	95.4% (2019年)	→
	訪都外国人リピーター率	56.4% (2019年)	▲
	都内延べ宿泊数	7,898万人泊 (2019年)	▲
	生産波及効果	11.8兆円 (2019年)	▲
	雇用効果	99万人 (2019年)	▲
C (文化)	観光地としての魅力向上に芸術文化が重要と考える都民の割合	67% (2021年)	▲
	都指定文化財件数	825件 (2020年度)	→
	都内国宝・重要文化財等指定件数	3,268件 (2020年度)	→
	ユニークベニュー利用件数	24件数 (2019年度)	▲
D (環境)	再生可能エネルギーによる電力利用割合	17.3% (2019年度)	▲
	生物多様性の拠点である保全地域の新規指定拡大	約758ha (2019年度)	▲

資料:東京都「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン ～観光産業の復活と持続的な成長に向けて～」より作成

●東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催都市としての取組(東京都ほか)

第32回オリンピック競技大会(2020/東京)が2021年7月23日～8月8日、東京2020パラリンピック競技大会が2021年8月24日～9月5日に、東京を主会場として開催された。新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、史上初の延期となり、また一部会場を除いて無観客開催となった。都内会場をはじめ、千葉、神奈川、埼玉、茨城、静岡、福島、宮城、北海道を競技会場として開催された。テレビ視聴率(NHK総合)は、オリンピックが56.4%、パラリンピックが23.8%、公式ウェブサイトのページビューが約1億9,730万回と大きなインパクトがあった。

各種開催都市PRの取組をはじめ、カウントダウンイベントやセレモニー、エンブレムやマスコットなどを活用したPR、テレビCMの放送、開会・閉会式でのパフォーマンス、特設ウェブサイト「みんなの東京2020応援チャンネル」などでのアスリート動画等のオンライン配信(視聴数累計約300万回(2021年7月20日～9月6日))、東京ゆかりアスリート・東京ゆかりパラアスリートの応援、パラリンピックギャラリー銀座の開設、オリンピック・パラリンピック教育に関わる体験や活動などが実施された。運営関係者数はオリンピック42万人、パラリンピック31万人、ボランティアとして大会ボランティア(フィールドキャスト)約7万人、都市ボランティア(シティキャスト)約12万人が参加した。

東京都は2021年7月、「大会後のレガシーを見据えた東京都の取組-2020のその先へ-」を作成し、9つの分野における主な取組と成果等を紹介するとともに、それらをレガシーとする活用戦略を「『未来の東京』戦略 version up 2022」として取りまとめ、2022年2月に公表した。

図IV-3-3 数字でみる東京2020



第32回オリンピック競技大会(2020/東京) 東京2020パラリンピック競技大会 東京都報告書より抜粋

●「新潟県観光立県推進行動計画」がスタート(新潟県)

2021年4月より、新潟県は「新潟県観光立県推進条例」に基づく「新潟県観光立県推進行動計画(計画期間:2021~2024年度)」をスタートした。

目指す将来像(ビジョン)を「「黄金(こがね)」と「白銀(しろがね)」で酔わせる新潟」全国から、そして世界から人々が訪れる地域へ、オール新潟で挑みます」とし、上質な地域資源を活用した持続可能な観光地域づくりを目指すとしている。重点方針として、「『ガストロノミー』・『スノーリゾート新潟』の発信強化」、「『新潟観光デジタルプロジェクト』の推進」などを掲げている。

●「やまなし歴史の道ツーリズム」がスタート(山梨県)

山梨県は、県内の江戸時代以前からある道(歴史の道)やその周辺にある資源の活用・保全を企図した「やまなし歴史の道ツーリズム」を進めている。

2021年度は、5つの道(甲州街道、富士道(谷村路)、秩父往還、棒道、みのぶ道)をモデルとして、沿線の市町村と連携し、資源調査、コース設定、モデルツアー等を展開し、各道のガイドマップ、スマートフォンで利用できるGPS機能付きセルフガイダンスツール(アプリ)、オンラインPR動画、地域における道の活用や人材育成を目的としたハンドブック等を制作・公開している。

山梨県では、これらを活用して、首都圏をはじめとした県内外の新しい生活様式や旅行スタイルに対応した観光客を取り込み、県内各地での観光消費の拡大、地域関係者の歴史の道に対する理解深化を通じた文化資源の活用・保全にもつなげていくことを目指すとしている。

②広域・市町村レベル

●5県周遊プレゼントキャンペーンの実施(北関東磐越五県広域観光推進協議会)

2021年12月、北関東磐越五県広域観光推進協議会(茨城県、栃木県、群馬県、福島県、新潟県)は、「5県周遊プレゼントキャンペーン」を実施した。新型コロナウイルス感染症の感染拡大により大きな影響を受けた各県の観光需要の喚起を狙うもので、各県の対象施設のうち2県の施設を訪問し、ご当地キャ

図IV-3-4 新潟県観光立県推進行動計画(概要版)表紙



新潟県観光立県推進行動計画より抜粋

図IV-3-5 やまなし歴史の道ツーリズム ロゴマーク



図IV-3-6 5県周遊プレゼントキャンペーン



北関東磐越五県広域観光推進協議会「北関東磐越5県周遊プレゼントキャンペーン」特設サイトより抜粋

ラストンプを集めてキャンペーンに応募するという非接触型のデジタルスタンプラリー形式を採用した。

●赤城山広域連携でのサイクルツーリズム事業開始(NPO法人赤城自然塾、前橋市、桐生市、沼田市、渋川市、みどり市、昭和村)

観光地域づくり法人のNPO法人赤城自然塾を実施主体として、赤城山周辺6市村(前橋市、桐生市、沼田市、渋川市、みどり市、昭和村)が連携し、サイクルツーリズム事業を開始した。将来的に国土交通省の「ナショナルサイクルルート」の指定を目指す。2021年度は、赤城山外周を走破する「赤城山1周ライド」、電子チケットを使ってグルメを楽しむ「ぐるポタAKAGI」、デジタルスタンプラリー「AKAGIサイクルスタンプラリー」等が実施された。

なお、2022年4月以降は、赤城山広域連携でのサイクルツーリズム事業を、(公財)前橋観光コンベンション協会に移管し、観光振興施策との一体的推進を図るとしている。

図IV-3-7 赤城山1周ライドコース



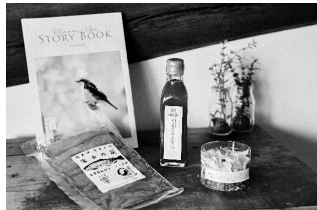
(公財)前橋観光コンベンション協会「Akagi Trip」及び国土地理院地図より作成

●MAGUCLが南アルプス地域の魅力を発信する商品を展開
(北杜市、韮崎市、南アルプス市、富士川町、早川町、身延町)

南アルプス地域(北杜市、韮崎市、南アルプス市、富士川町、早川町、身延町)では、「南アルプス観光振興ビジョン」に基づき、観光のグレードアップを図るため、2021年度から地域で活躍する10名の地元の女性による商品開発チームMAGUCL(マグクル)(Minami Alps Grade Up Creative Locals)を組織し、新たな商品開発を進めている。

オンラインツアーや取り寄せ商品などを、季節ごとに展開していくこととしている。

図IV-3-8 MAGUCLが開発した商品



山梨県プレスリリースより抜粋

(吉谷地裕)