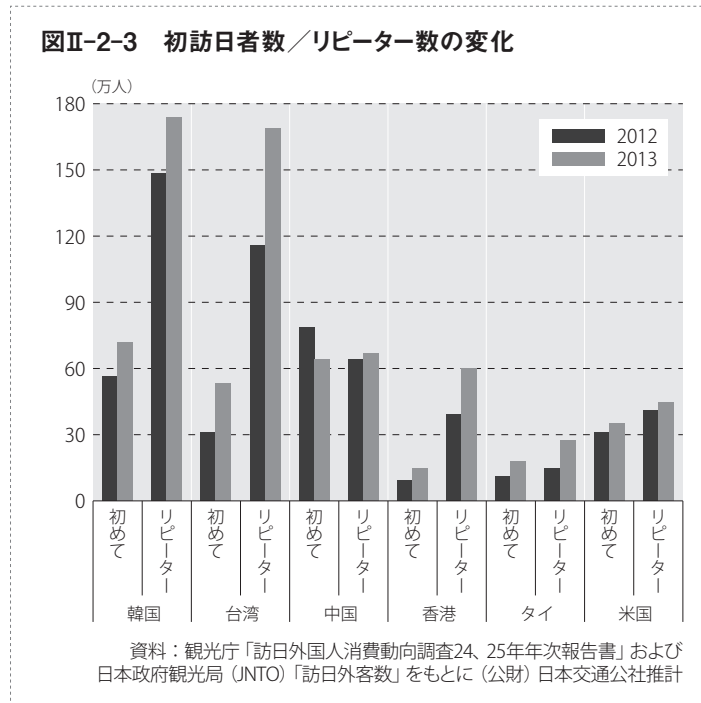


1. 62ページ 図Ⅱ-2-3 図の差し替えをお願い申し上げます。



2. 62ページ

③中国 13行目

「初めて」の旅行者数は12年に比べて大きく減少・・・ ⇒「大きく」を削除

⑤香港 5～6行目

13年は初訪日客もリピーターも増加した（図Ⅱ-2-3）。(正)

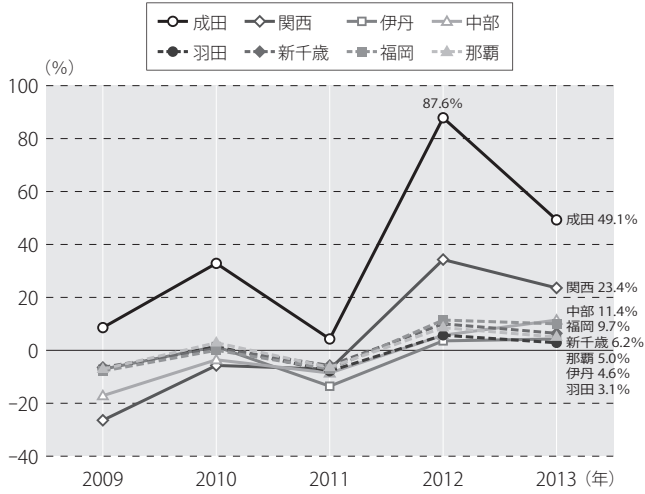
13年は初訪日客数が大きく伸び、マーケットが拡大した（図Ⅱ-2-3）。(誤)

【お詫びと訂正】

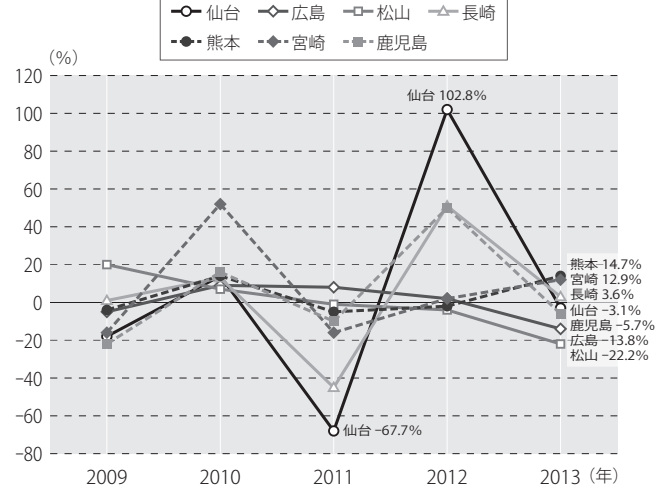
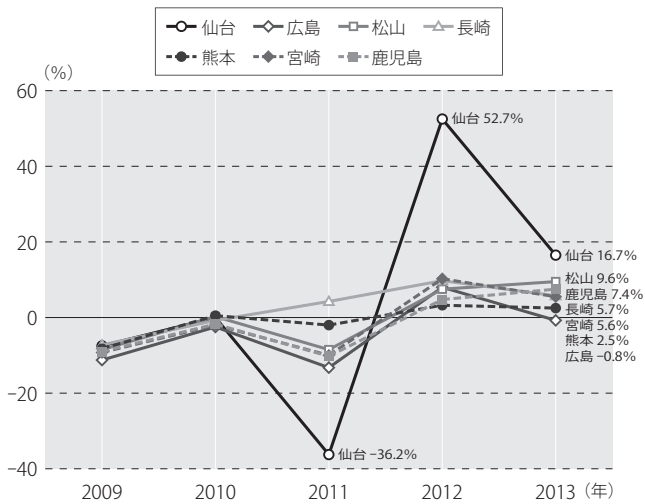
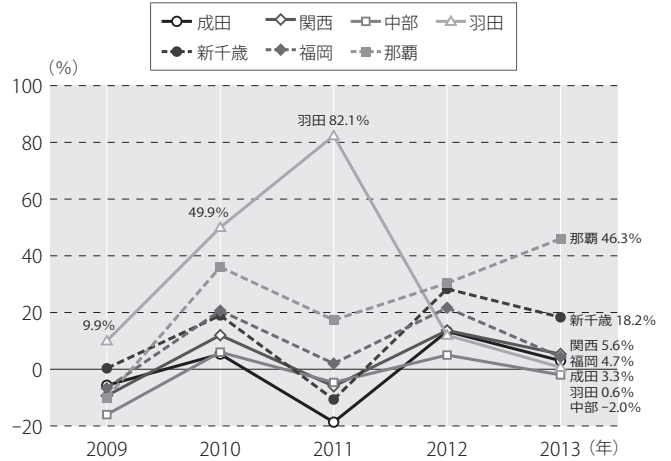
1. 82ページ 図Ⅲ-2-2-2、83ページ 図Ⅲ-2-2-3
 こちらの図に差し替えてくださいますようお願い申し上げます。

旅行年報2014編集担当

図Ⅲ-2-2-2 主要空港利用者数の前年比の推移 (国内線)



図Ⅲ-2-2-3 主要空港利用者数の前年比の推移 (国際線)

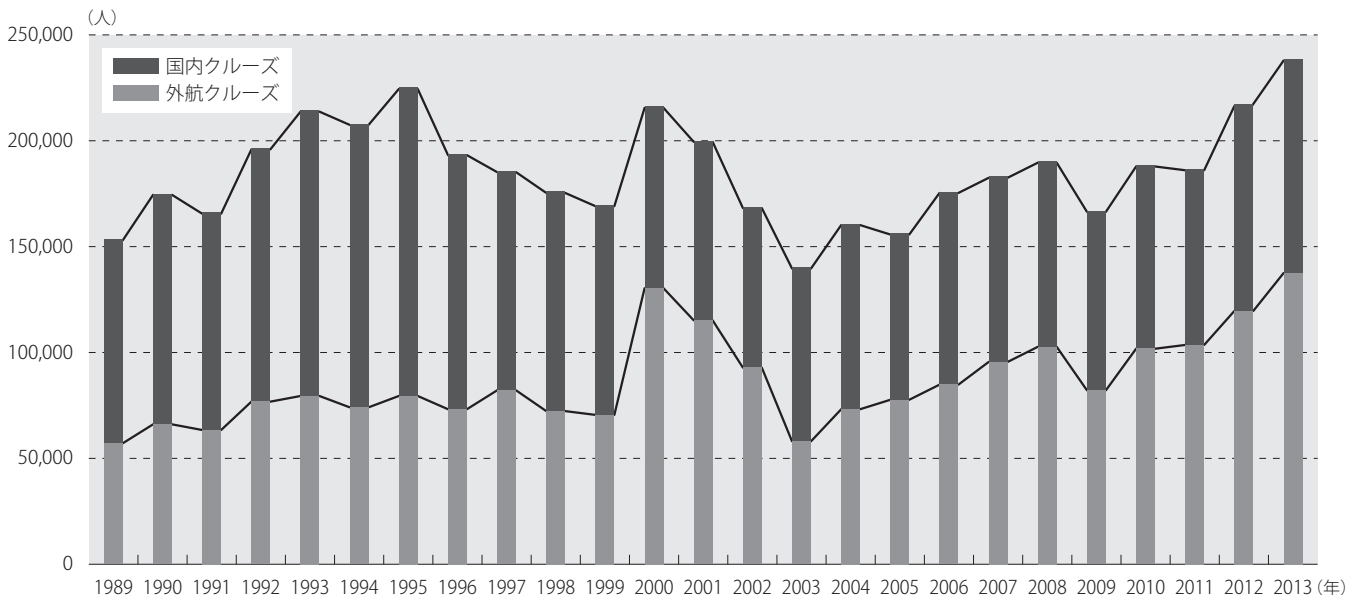


資料：国土交通省『空港管理状況調査』、一般財団法人航空振興財団『数字でみる航空』をもとに(公財)日本交通公社作成

資料：国土交通省『空港管理状況調査』、一般財団法人航空振興財団『数字でみる航空』をもとに(公財)日本交通公社作成

2. 88ページ 図Ⅲ-2-2-9
 こちらの図に差し替えてくださいますようお願い申し上げます。

図Ⅲ-2-2-9 日本人の外航・国内クルーズ乗客数の推移



資料：国土交通省海事局「海事レポート2014」「海運・船舶・船員関係統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

V-3 都道府県による観光政策

人口減少社会への対策として、観光、交流人口増大に期待重点分野は、国際観光、ターゲットは、東アジア、東南アジア課題は、無線LAN、案内看板など、観光情報インフラの整備

(1) 観光予算(表V-3-1、観光庁調べ)

観光庁が13年度に実施した「全国自治体 観光に関するアンケート」によると、14年度は全体で前年度比9%増の406億9,400万円となった。伸び率が最も高かったのは栃木県の前年度比2.52倍で、福井県(同2.21倍)、長野県(同2.18倍)、佐賀県(同2.03倍)の4県の予算が倍増となった。

栃木県では「JR東日本の重点販売地域に指定されたことに伴う新規事業が増えた」、長野県では「銀座に物産販売やイベントなどができる活動拠点を整備する費用が大きい」といったことが理由に挙げられている。

逆に、減少幅が大きかったのは、埼玉県(前年度比37%減)、秋田県(同21%減)、愛知県(同13%減)などで、埼玉県では「国の基金を活用した事業がなくなった」、愛知県では「13年度は3年に1度の芸術文化イベントがあったので、14年度はその反動」とのことである。

一方、観光予算額そのものは、沖縄県が75億6,100万円と突出して多く、次いで東京都が30億6,300万円、鹿児島県が

16億9,700万円の順となった。少なかったのは埼玉県、神奈川県がともに1億4,600万円、兵庫県1億7,200万円であった。

(2) 観光政策の“質的な現状”

当財団では、前述の「全国自治体 観光に関するアンケート」(観光関係予算等を中心に“量的な現状”を把握)を補完する調査と位置づけて、14年度、観光庁、大学、民間シンクタンクの参画により都道府県・政令指定都市の観光政策に関する委員会を立ち上げ、都道府県・政令指定都市における観光の位置づけや施策、事業内容など、観光政策の“質的な現状”の分析を行う調査(「都道府県及び政令指定都市の観光政策に関するアンケート調査」)を実施した。

ここでは都道府県の観光政策について、調査結果の一部を紹介する(回答:47都道府県)。

① 観光政策の位置づけ、重点施策、課題などについて

● 観光政策の位置づけ(図V-3-1)

観光政策を「極めて重要な位置づけにある」と回答した都道府県は57.4%、「重要な位置づけにある」は42.6%であった。

その代表的な理由としては、「本格化する人口減少社会に向け、交流人口の拡大による地域の活性化と、地元県民にとってのふるさと福井の魅力の再認識と誇りの醸成を図る上で、観光振興は重要であるため(福井県)」 「観光は、さまざま

表V-3-1 都道府県 平成26年度観光予算一覧(観光庁調べ)

| (単位:百万円) | | | | (単位:百万円) | | | | (単位:百万円) | | | |
|----------|--------|--------|----------------|----------|--------|--------|----------------|----------|--------|--------|----------------|
| 都道府県名 | 平成26年度 | 平成25年度 | 平成26年度対平成25年度比 | 都道府県名 | 平成26年度 | 平成25年度 | 平成26年度対平成25年度比 | 都道府県名 | 平成26年度 | 平成25年度 | 平成26年度対平成25年度比 |
| 北海道 | 604 | 607 | 0.99 | 石川県 | 1,210 | 1,042 | 1.16 | 岡山県 | 268 | 136 | 1.97 |
| 青森県 | 540 | 541 | 1.00 | 福井県 | 1,390 | 629 | 2.21 | 広島県 | 574 | 581 | 0.99 |
| 岩手県 | 362 | 324 | 1.12 | 山梨県 | 553 | 555 | 1.00 | 山口県 | 276 | 305 | 0.90 |
| 宮城県 | 1,257 | 1,433 | 0.88 | 長野県 | 543 | 249 | 2.18 | 徳島県 | 664 | 419 | 1.58 |
| 秋田県 | 777 | 980 | 0.79 | 岐阜県 | 538 | 297 | 1.81 | 香川県 | 764 | 836 | 0.91 |
| 山形県 | 670 | 532 | 1.26 | 静岡県 | 1,457 | 1,450 | 1.00 | 愛媛県 | 565 | 451 | 1.25 |
| 福島県 | 1,285 | 1,331 | 0.97 | 愛知県 | 1,027 | 1,184 | 0.87 | 高知県 | 1,486 | 1,410 | 1.05 |
| 茨城県 | 469 | 438 | 1.07 | 三重県 | 286 | 247 | 1.16 | 福岡県 | 274 | 230 | 1.19 |
| 栃木県 | 404 | 160 | 2.52 | 滋賀県 | 305 | 305 | 1.00 | 佐賀県 | 500 | 246 | 2.03 |
| 群馬県 | 239 | 268 | 0.89 | 京都府 | 454 | 423 | 1.07 | 長崎県 | 570 | 618 | 0.92 |
| 埼玉県 | 146 | 231 | 0.63 | 大阪府 | 254 | 259 | 0.98 | 熊本県 | 248 | 254 | 0.98 |
| 千葉県 | 768 | 871 | 0.88 | 兵庫県 | 172 | 192 | 0.90 | 大分県 | 478 | 491 | 0.97 |
| 東京都 | 3,063 | 2,454 | 1.25 | 奈良県 | 547 | 482 | 1.13 | 宮崎県 | 533 | 468 | 1.14 |
| 神奈川県 | 146 | 115 | 1.27 | 和歌山県 | 503 | 469 | 1.07 | 鹿児島県 | 1,697 | 1,626 | 1.04 |
| 新潟県 | 1,455 | 1,450 | 1.00 | 鳥取県 | 967 | 746 | 1.30 | 沖縄県 | 7,561 | 7,165 | 1.06 |
| 富山県 | 965 | 884 | 1.09 | 島根県 | 879 | 982 | 0.90 | 合計 | 40,694 | 37,367 | 1.09 |

資料:観光庁公表資料をもとに(公財)日本交通公社作成

注1 正規職員の人件費を除く。(イベント実施時の臨時的な雇用など、正規職員以外に要する人件費は含む。)

注2 指定管理費や日常的な清掃費など、例年固定的な支出となっているものは除く。また、自治体の事業を観光協会などの他機関への支出で行っている場合などで、当該自治体の裁量で金額が動かせるとする支出は額に含まれる。

注3 国などからの補助金額として交付されている額を除く。

まな分野の業種と関連する裾野の広い総合産業として、地域の活性化や雇用の創出にも寄与するものであるため（滋賀県）「観光は経済的な波及効果の高い産業であり、今後急速に成長するアジアの観光需要を取り込み地域経済の活性化、雇用機会の増大につなげていく必要があるから（福岡県）」などが挙げられている。

新幹線の開業や高速道路の開通、大きな周年事業の開催などと連動して、観光振興に力を入れているケースも見られる。

●観光庁発足以降の観光政策の位置づけの変化
(図V-3-2、V-3-3)

観光庁の発足(08年10月)以降の観光政策の位置づけの変化では、「重要性が高くなった」との回答が74.5%となっている(図V-3-2)。

「重要性が高くなった」との回答者に具体的な変化の内容を聞いたところ、「観光計画を策定した(65.7%)」「組織・人員が強化された(62.9%)」「予算が増強された(54.3%)」「観光振興条例を策定した(45.7%)」「民間事業者との連携が強化された(42.9%)」の順となっている(図V-3-3)。

大阪府からは「観光施策を重点施策、取り組みに位置づけ、オール大阪で大阪観光局を設立」との回答もあり、府市連携による態勢強化の動きは非常に特徴的であり、注目される。

●観光の重点施策の分野(図V-3-4)

中長期的に観光の重点施策として位置づけている分野については、「国際観光の振興(91.5%)」「新しい商品づくり、魅力づくり(80.9%)」「情報発信、宣伝PR(IT投資を含む)(80.9%)」の割合が特に高く、次いで「広域連携(40.4%)」「コンベンション等MICEの誘致(38.3%)」となっている。

国際観光の振興は、人口減少により国内需要が減少するなか、国の施策とも連動して、重点施策として位置づけている都道府県が多い。

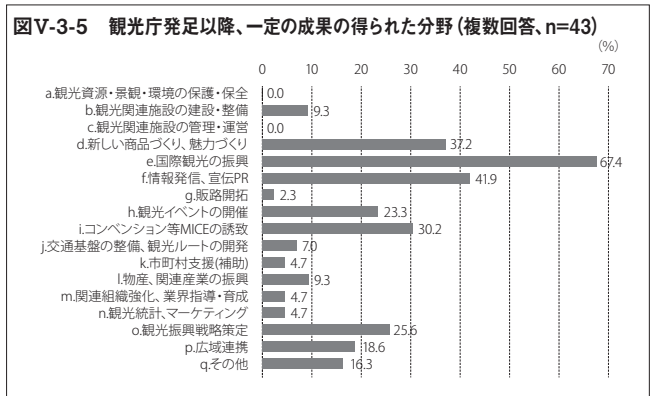
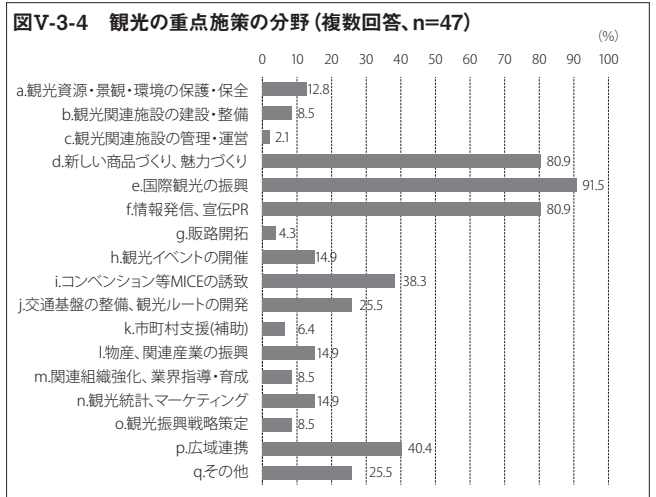
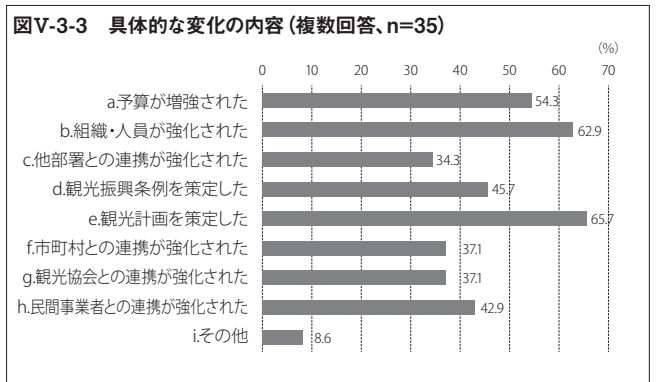
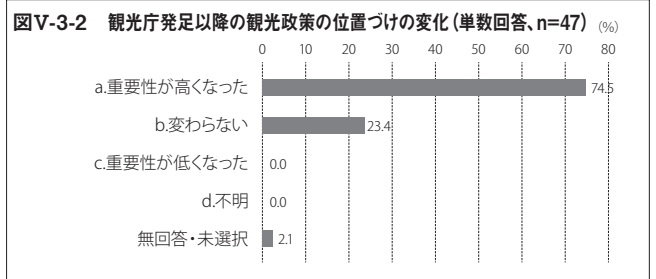
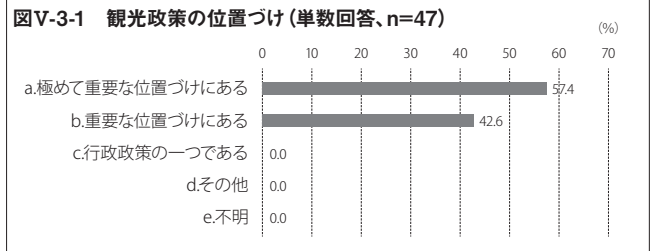
●観光庁発足以降、一定の成果の得られた分野
(図V-3-5)

観光庁発足(08年10月)以降、一定の成果が得られた分野については、「国際観光の振興(67.4%)」がトップで、「情報発信、宣伝PR(IT投資を含む)(34.2%)」「新しい商品づくり、魅力づくり(28.9%)」「観光イベントの開催(15.8%)」「交通基盤の整備、観光ルートの開発(13.2%)」「市町村支援(補助)(13.2%)」となっている(図V-3-6)。

●14年度に予算が大きく増減した分野(図V-3-6、V-3-7)

13年度と比較して14年度に予算が大きく増加した分野については、「国際観光の振興(47.4%)」がトップ、次いで「情報発信、宣伝PR(IT投資を含む)(34.2%)」、以下、「新しい商品づくり、魅力づくり(28.9%)」「観光イベントの開催(15.8%)」「交通基盤の整備、観光ルートの開発(13.2%)」「市町村支援(補助)(13.2%)」となっている(図V-3-6)。

一方で予算が大きく減少した分野は、「情報発信、宣伝PR(IT投資を含む)(27.3%)」「観光関連施設の建設・整備(18.2%)」「観光イベントの開催(18.2%)」「コンベンション等MICEの誘致(18.2%)」が多く、以下、「観光関連施設の管理・運営(9.1%)」「交通基盤の整備、観光ルートの開発(9.1%)」「市町村支援(補助)(9.1%)」であった(図V-3-7)。



出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会(事務局：(公財)日本交通公社)

●観光振興上の課題 (図V-3-8)

都道府県における観光振興上の課題では、「外国人観光客の受入体制の整備不足 (50.0%)」が圧倒的に多く、「観光行政に対する財源不足 (31.6%)」「担当職員の人員不足 (31.6%)」と続く。

外国人観光客の受け入れ体制の整備不足について具体的な内容を見ると、なかでも「無料Wi-Fi環境の整備不足」「多言語の案内表示の整備不足」など情報提供に関する課題が目立っている。「外国人にも対応可能な体験プログラムの提供」も課題として認識されている。また、実際の事業実施に当たっては「民間事業者の協力、理解が得られない」との回答も散見された。

財源不足の問題については、具体的には「事業効果を測定することが困難であり、財政当局の理解を得ることが難しい」や「厳しい財政状況のため既定の必要経費を差し引くと、新たな取組を行う財源は限られてしまう」との回答があった。

また、人員不足における代表的な意見としては、「観光振興に係る業務が多岐にわたるなかで、プロモーション、イベントなどマンパワーが必要になる事業が多いことに加え、また県外への旅行会社訪問や県外からのモニターツアー、現地研修受け入れ等、外部での業務も多いため、現状の人員で対応するには、各職員への負担が大きくなっている」などの意見が挙げられている。

②国際観光 (訪日外国人旅行) の振興について

●国際観光の位置づけ (図V-3-9)

特に国際観光 (訪日外国人旅行) の位置づけについては、「極めて重要な位置づけにある」と回答した都道府県は46.8%、「重要な位置づけにある」は53.2%であった。

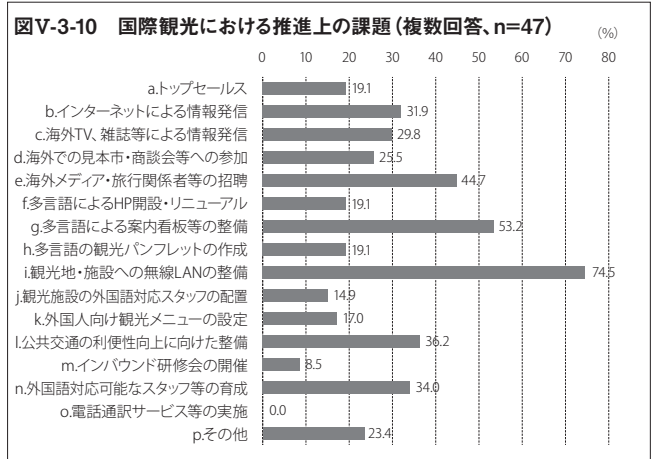
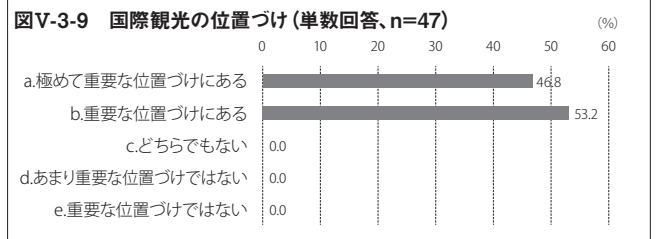
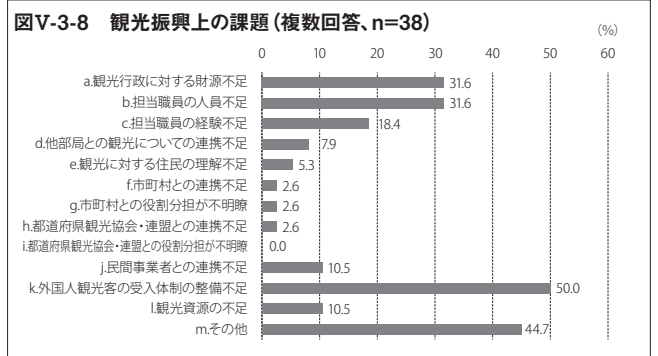
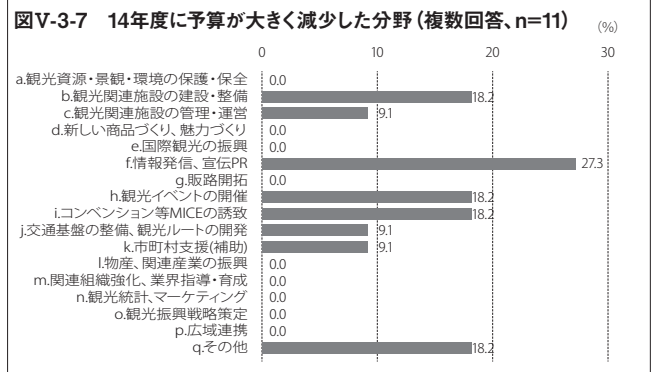
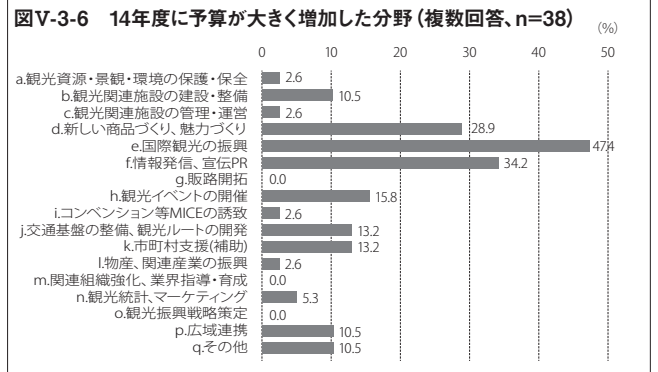
その代表的な理由としては、「本県においても少子化の影響により、人口減少が見込まれるなか、現在の経済規模を維持・拡大するためには、今後人口の増加・経済成長が見込まれるアジアからの交流人口を増やす必要があるため (鹿児島県)」「国内人口が減少するなか、伸長著しいアジア市場を重視した多角的プロモーションを展開し、今後大きな拡大が見込める外国人誘客を推進することは、京都府の活性化に寄与するため (京都府)」「2020年の東京五輪を追い風として、外国人観光客の更なる誘致を図っている (埼玉県)」などが挙げられている。

●ターゲットとしている国・地域名 (表V-3-3)

国際観光の推進に当たりターゲットとしている国・地域としては、特に東アジア、東南アジアを挙げる都道府県が多い。具体的には、台湾、タイ、韓国、中国、香港の順となっている。

●国際的なスポーツイベントに対応した観光振興方策

20年東京オリンピック・パラリンピックなどスポーツイベントに対応した国際観光の振興方策については、「現在、モデル地域を指定し世界水準の山岳高原観光地づくりを実施 (長野県)」「国内大手旅行会社との連携の強化を図り、海外における認知度向上と情報収集を行う (石川県)」といった具体的な取り組みのほか、「平成26年度は、スポーツコンベンション誘致戦略を構築し、計画的・効果的に誘致に取り組む (沖縄県)」などの回答があった。



出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会 (事務局：(公財)日本交通公社)

