

## V-2 都道府県による観光政策

観光行政を担当する職員の平均人数は約5人増加  
 予算平均額では全体予算の約四分の一がプロモーション予算  
 昨年度に比べオーバーツーリズムが発生していると  
 回答した割合は若干増加

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。2019年度は、2018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。主な調査項目としては、各都道府県における観光行政に関わる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、2018年度および2019年度の観光政策・重点施策、市町村との役割分担、観光が地域に与える影響（経済的影響、文化的影響、インバウンド、民泊、オーバーツーリズム、観光客を含む受益者負担）等を設定した。その調査結果の一部を紹介する\*。

\* 2019年8月末時点までに回答を得た42都道府県（回答率89%）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。

### (1) 都道府県の観光行政に関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71.8%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」とした都道府県はそれぞれ33.3%、9.8%であった。観光担当部署としては人員の不足が最も切実な問題であると考えられる。以下、詳しくみていく。

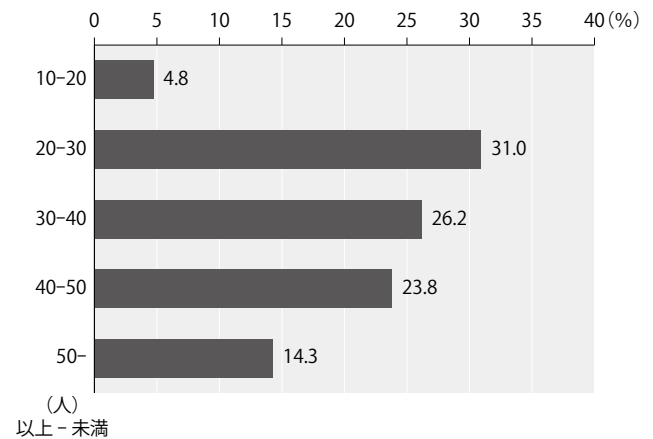
#### ① 観光担当部署の職員数

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37人、中央値は36人である（図V-2-1）。

図V-2-1は職員数の分布を示しており、20人以上30人未満が最も多く（31.0%）、次いで30人以上40人未満となっている（26.2%）。50人以上の職員が在籍する都道府県も14.3%存在する。

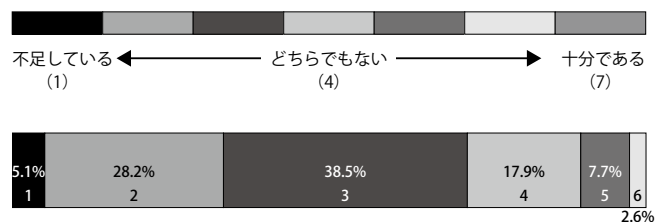
業務の量に比較して、人員が十分であったかどうかを尋ねたところ、71.8%の都道府県が「不足している」と答え、「十分である」（7段階中5,6,7を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県は10.3%にとどまった（図V-2-2）。2018年度から職員の平均人数はやや上昇したにもかかわらず人員は不足していると感じると答えた都道府県の割合は上昇した。

図V-2-1 観光担当部署の職員数 (n=42)



出所：「観光政策に関するアンケート調査 (2019)」[(公財) 日本交通公社]  
 \*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 (n=39)



出所：「観光政策に関するアンケート調査 (2019)」[(公財) 日本交通公社]

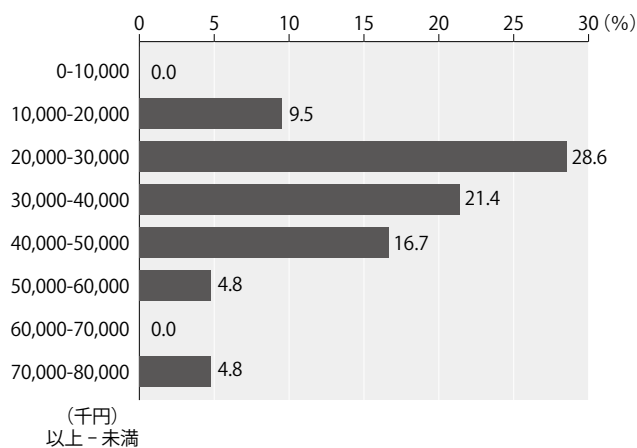
#### ② 観光担当部署の予算

各都道府県の観光担当部署に対して執行された2019年度予算の平均額は2,711,589千円、中央値は1,100,420千円である。2018年度の予算平均額1,608,995千円に比べ大きく増えているが、これは一部の都道府県において、大型観光関連施設整備に関する予算が含まれたためである。

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62,145千円/人、中央値は33,811千円/人であった（図V-2-3）。20,000千円/人以上30,000千円/人未満が最多（28.6%）の一方で、一人当たりの予算額が70,000千円/人を超えている都道府県も一定数存在し（4.8%）、都道府県ごとに予算額は大きく変わることが分かる。

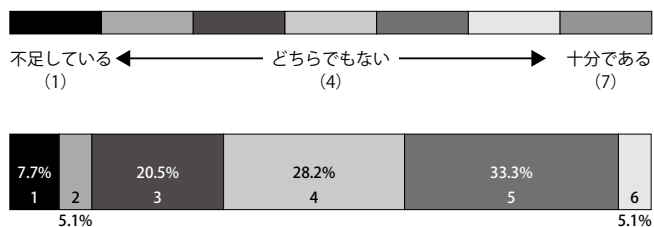
また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、予算が十分であったかどうかを尋ねたところ、33.3%の都道府県が「不足している」、28.2%の都道府県が「どちらでもない」、38.5%の都道府県が「十分である」と回答した（図V-2-4）。不足感に関しては、2018年度の調査結果とほぼ同様の結果であった。

図V-2-3 観光担当部署の1人当たりの予算額 (n=42)



出所：「観光政策に関するアンケート調査 (2019)」[(公財) 日本交通公社]  
\*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 (n=39)



出所：「観光政策に関するアンケート調査 (2019)」[(公財) 日本交通公社]

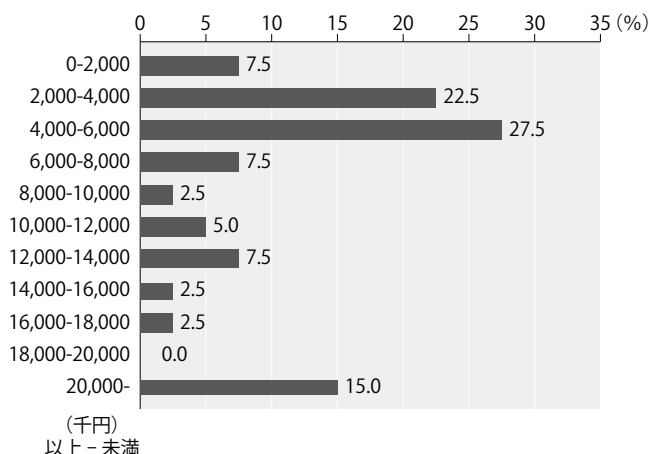
さらに予算の中で、国内・海外に関するプロモーション予算についても尋ねたところ、2019年度国内プロモーション予算の平均額は390,606千円、中央値は208,679千円であり、海外プロモーション予算の平均額は310,797千円、中央値は158,115千円であった。職員1人あたりの国内・海外に関するプロモーション予算額を算出したところ、2019年度国内プロモーション予算の平均額は10,589千円、中央値は5,604千円であり、海外プロモーション予算の平均額は8,847千円、中央値は4,383千円であった。国内プロモーションに関しては1人当たり4,000千円/人以上6,000千円未満が最多(27.5%)、海外プロモーションに関しては1人当たり2,000千円/人以上4,000千円/人未満が最多(32.5%)となった(図V-2-5、図V-2-6)。

また、全体予算に占める国内・海外に関するプロモーション予算について、平均割合はそれぞれ14.4%、11.5%、合計で全体予算の25.9%がプロモーションに充てられている。

### ③観光担当部署で求められる知識・技能

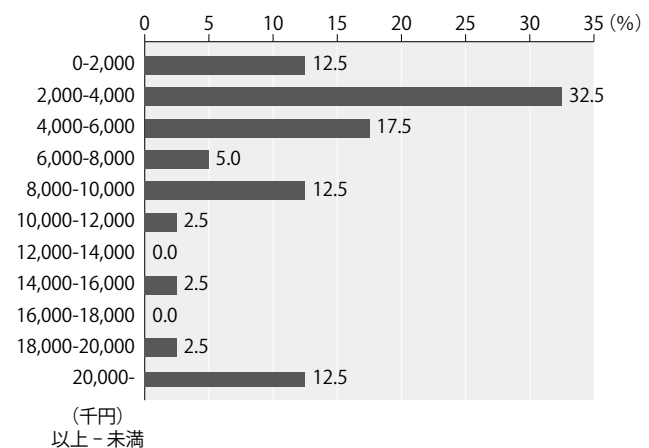
観光担当部署に与えられた業務の難易度に比較して、職員の知識・技能が十分であったかどうかを尋ねたところ、「不足している」と答えた都道府県は9.8%にとどまった(図V-2-7)。職員数や予算と比較すると、職員の能力・知識・技能について、十分であると考える都道府県が多いことが分かる。2018年度の調査結果と比べて、ほぼ同様の結果だった。

図V-2-5 観光担当部署の1人当たりの国内プロモーション予算額 (n=40)



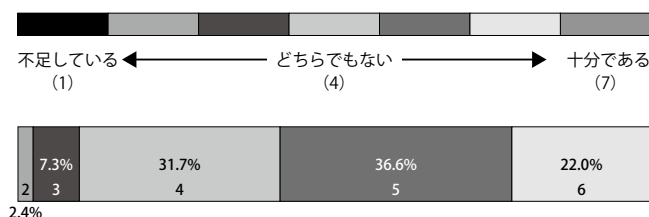
出所：「観光政策に関するアンケート調査 (2019)」[(公財) 日本交通公社]

図V-2-6 観光担当部署の1人当たりの海外プロモーション予算額 (n=40)



出所：「観光政策に関するアンケート調査 (2019)」[(公財) 日本交通公社]

図V-2-7 観光担当部署で求められる知識・技能に関する不足感 (n=39)



出所：「観光政策に関するアンケート調査 (2019)」[(公財) 日本交通公社]

## (2) 都道府県における政策・施策

### ①2018年度の観光政策・重点施策

2018年度に都道府県が実施した事業及び、国際観光の振興に関する事業について、3つ選択した上で、自由記述で各分野における取り組みの概要と成果を回答していただいた。

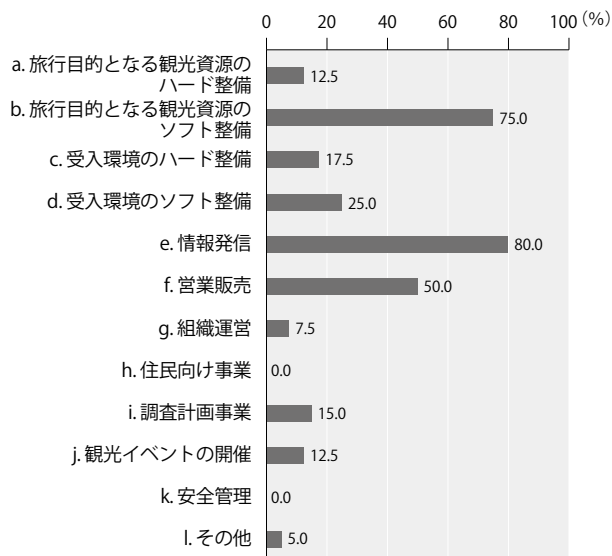
図V-2-8は都道府県が2018年度に実施した代表的な事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 情報発信」であった(80.0%)。具体的には「Webサイトの作成」「旅行博等への出展」「ポスター・チラシ・動画の作成」等の取り組みが挙げられる。

2番目に多く選択された事業分野は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」であった(75.0%)。

3番目に多く選択された事業分野は「f. 営業販売」であった(50.0%)。具体的には「トップセールス」「販路開拓」「FAM Tripの実施」「MICEや修学旅行の誘致」等の取り組みが挙げられる。なお「h. 住民向け事業」や「k. 安全管理」を代表的な事業分野として選択した都道府県はなかった。

これらの結果は、2018年度の調査結果と比べてほぼ同様の結果であった。最も重要な取り組み(1つ)として選ばれていた割合が高い選択肢は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」であり、「e. 情報発信」と合わせて、この2つの取り組みは、ほぼ全ての都道府県が取り組んでいる。

図V-2-8 2018年度に実施した代表的な事業分野 (3つ選択して回答、n=40)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」[(公財)日本交通公社]

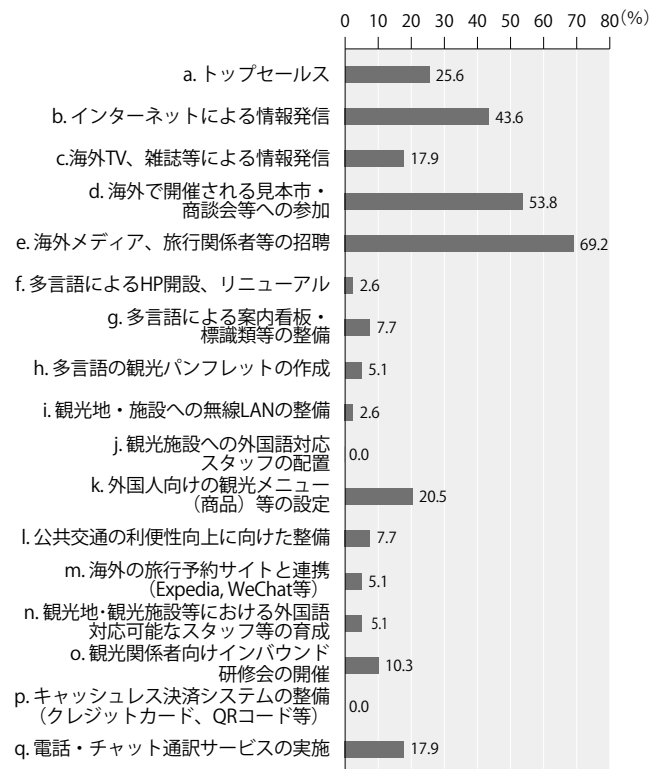
また、図V-2-9は都道府県が2018年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野を示しているが、最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」であった(69.2%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」(53.8%)、「b. インターネットによる情報発信」(43.6%)であった。4番目、5番目に多く選択された事業は、「a. トップセールス」、「k. 外国人向けの観光メニュー(商品)等の設定」だが、それぞれ選択したのは25.6%、20.5%の都道府県と、上位3つの事業分野とは大きな差がある。

国内での事業と同様に、国際観光に関連した事業分野でも、情報発信や営業開発等に関連したものが代表的な事業とした割合が高かった。また、最も重要な取り組み(1つ)として選ばれていた割合が高い選択肢は「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」であった。

情報発信や営業開発に関する事業を選択する割合が高いという点は、2018年度の調査結果とほぼ同様の傾向である。「j. 観光施設への外国語対応スタッフの配置」「p. キャッシュ

レス決済システムの整備(クレジットカード、QRコード等)」に関して、実施した代表的な事業と選択した都道府県はなかった。

図V-2-9 2018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、n=39)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」[(公財)日本交通公社]

②2019年度に重点的に取り組む事業分野

2019年度に都道府県が重点的に取り組む事業及び、国際観光の振興に関する事業について、それぞれ代表的なものを3つ選択した上で、自由記述で各分野において実施する事業の名称、概要および目標を回答していただいた。

図V-2-10は、都道府県が2019年度に重点的に取り組む代表的な事業を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 情報発信」であった(85.0%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」(72.5%)、「f. 営業販売」(42.5%)であった。

これらの順序は2018年度に実施した代表的な事業と変わらない。また、最も重要な取り組み(1つ)は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」が最も多かった。「h. 住民向け事業」「k. 安全管理」に関しては、2019年度も重点的に取り組むと回答した都道府県は少なかった。

また、図V-2-11は、都道府県が2019年度に重点的に取り組む国際観光に関連した事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」(63.2%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「b. インターネットによる情報発信」(50.0%)、「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」(39.5%)であった。

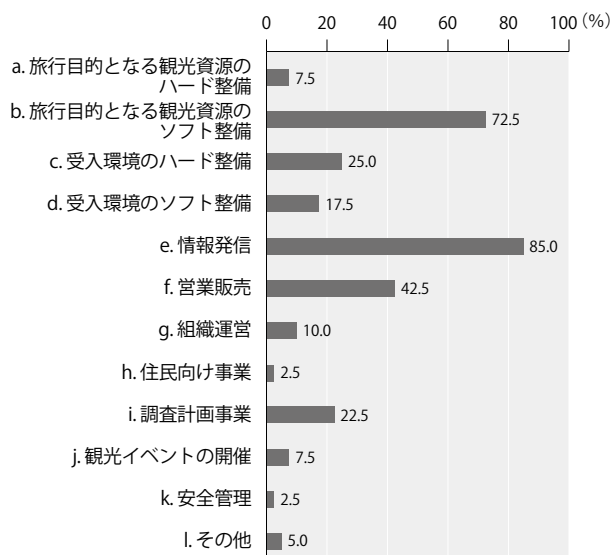
これらの順序は2018年度に実施した代表的な国際観光に



関連した事業分野と比べると、「b. インターネットによる情報発信」、「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」が入り替わった。また、最も重要な取り組み(1つ)として選ばれた割合が高い選択肢は「b. インターネットによる情報発信」であった。

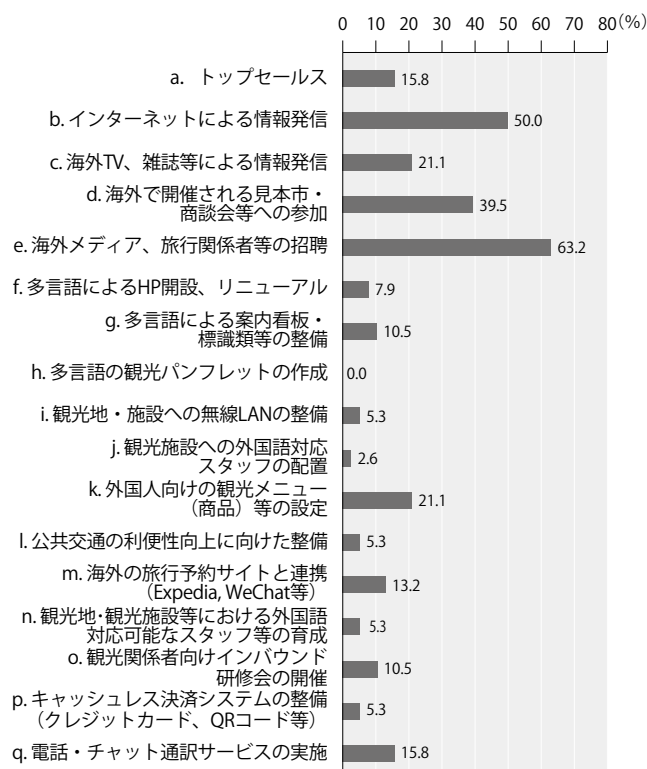
「h. 多言語の観光パンフレットの作成」に関しては、2019年度の重点的な事業として選択した都道府県はなかった。

図V-2-10 2019年度に重点的に取り組む事業分野 (3つ選択して回答、n=40)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」[(公財)日本交通公社]

図V-2-11 2019年度に重点的に取り組む国際観光に関連した事業分野 (3つ選択して回答、n=38)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」[(公財)日本交通公社]

### (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について、3つ選択した上で、自由記述で連携や役割分担について課題等を回答していただいた。

図V-2-12は、都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野を示しており、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(66.7%)。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。

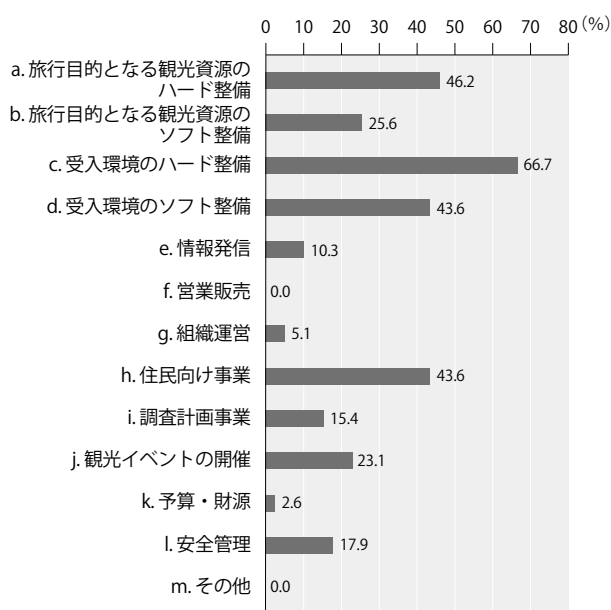
2番目に多く選択された事業分野は「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」であった(46.2%)。具体的には「自然物の保全や維持管理」「観光施設の建設運営」等の取り組みが挙げられる。

3番目に多く選択された事業分野は同率で「d. 受入環境のソフト整備」と「h. 住民向け事業」であった(43.6%)。「d. 受入環境のソフト整備」とは、「標識やメニューの多言語化」「ガイドの育成」「待遇改善」等が、「h. 住民向け事業」とは「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。

以上より、都道府県は市町村に対して、ハード整備を中心に、主導的な役割を期待していることが分かる。

一方で「e. 情報発信」や「f. 営業販売」、「g. 組織運営」「k. 予算・財源」等は市町村に主導的な役割を期待する事業分野として選択されている割合は低い(それぞれ、10.3%、0.0%、5.1%、2.6%)。特に、「e. 情報発信」や「f. 営業販売」は、(2)でみてきたように、都道府県の代表的な事業として挙げられている割合が多く、市町村ではなく都道府県が主導的な役割を果たすと考えられている可能性が高いであろう。

図V-2-12 市町村に主導的な役割を期待する事業分野 (3つ選択して回答、n=39)



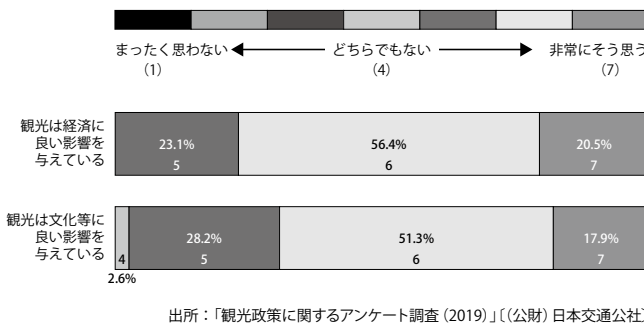
出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」[(公財)日本交通公社]

(4) 観光が地域に与える影響

① 総合評価

観光が地域に与える影響について、経済的な影響、文化的な影響の2つに分け、それぞれに良い影響を与えているかについて聞いたところ、経済的な影響、文化的な影響について、それぞれ100%、97.4%の都道府県が「そう思う」と回答した(図V-2-13)。2018年度の調査結果と同様、④でも見ていくように、オーバーツーリズムが生じているという認識を持つ都道府県は非常に少なく、現状、観光が与える影響はポジティブなものを中心と判断されていると考えられる。

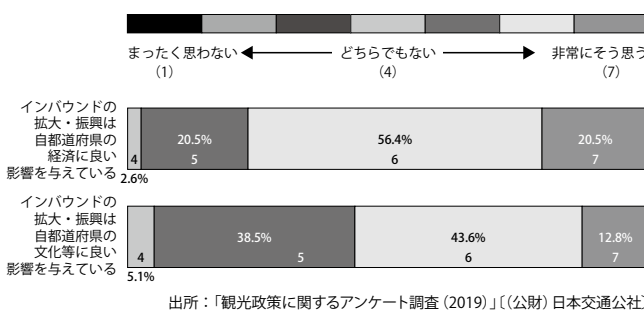
図V-2-13 観光が地域の経済・文化等に与える影響 (n=39)



② インバウンドの拡大・振興

インバウンドの拡大・振興が、自都道府県の経済に良い影響を与えているかどうかについては、97.4%の都道府県が「そう思う」と回答し、2018年度の調査結果とほぼ同様となった(図V-2-14)。また、文化的影響についても、同様に「そう思う」と回答した都道府県は、94.9%と非常に高い割合となった。

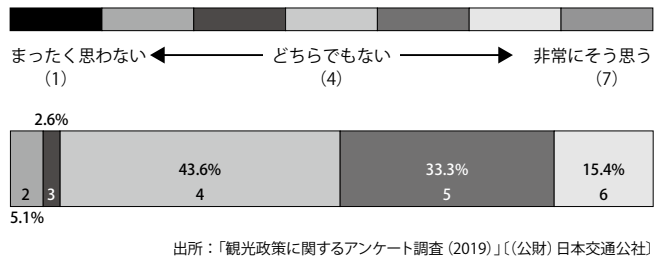
図V-2-14 インバウンドの拡大・振興が与える影響 (n=39)



③ 民泊

民泊が自都道府県にとって必要であるかについて、43.6%の都道府県が「どちらでもない」、48.7%が「そう思う」と回答し(図V-2-15)、2018年度の調査結果と比べて、民泊は必要であると考えている都道府県は、少し増えた。

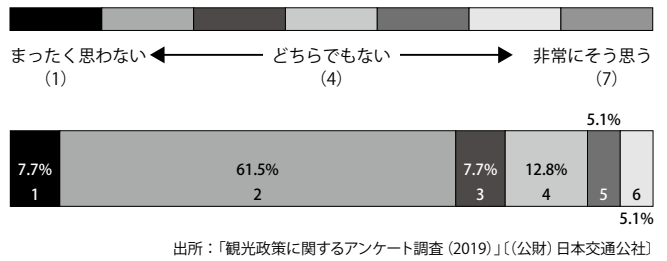
図V-2-15 民泊の必要性 (n=39)



④ オーバーツーリズム

許容できる限界以上の観光客が来訪しており、観光資源の劣化や住民の生活環境の悪化が生じているかについては、「そう思う」と回答する都道府県は10.3%であり、依然として低い割合ではあるが、2018年度と比べると、オーバーツーリズムが発生していると回答した割合は増えた。(図V-2-16)。

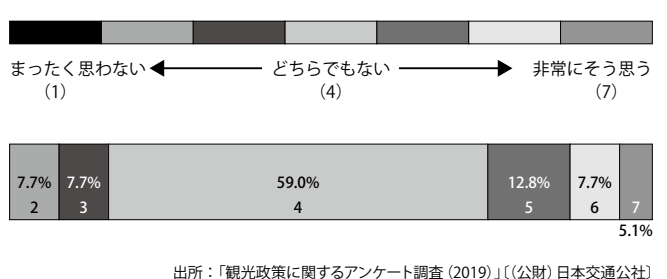
図V-2-16 オーバーツーリズムの発生 (n=39)



⑤ 観光客を含めた受益者負担

行政サービスの対価として、住民だけでなく観光客にも一定の金銭的負担を求めめる必要があるかについては、59.0%の都道府県が「どちらでもない」と回答した(図V-2-17)。また、「そう思う」、「そう思わない」と回答した都道府県は、それぞれ25.6%、15.4%で、2018年度の調査結果とほぼ変わらない。

図V-2-17 観光客を含めた受益者負担の必要性 (n=39)



(池知貴大)