１．観光政策の動向

(1) 国の観光政策の概観
(2) 都道府県・市町村の観光政策の動向

観光政策研究部
上席主任研究員　守屋 邦彦

本日の構成

（1）国の観光政策の概観

（2）都道府県・市町村の観光政策の動向

参考：海外における観光地づくりの状況

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

（1）国の観光政策の概観

・明日の日本を支える観光ビジョン策定
（2016年3月）

- 2018年8月「観光戦略実行推進会議」設置（閣僚級への格上げ）
- 目標の確実な達成に向けて、重点課題の明確化、施策の一層の推進
→「実現プログラム2019」策定

公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

「観光ビジョン実現プログラム2019」の概要

①「JNTO」と「地域」の役割分担・連携強化

–JNTOは“一元的発信”、地域(自治体、観光地域づくり法人:DMO)は“観光地整備、魅力向上”

②新しい観光コンテンツの開発

–文化財、国立公園、公的施設・インフラ、各種宿泊、スノー/ビーチリゾート、ナイトタイム等

③外国人観光客の受入環境整備

–キャッシュレス、多言語対応、Wi-Fi等

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

実現プログラム2019/次年度概算要求における キーワード

- デジタルマーケティング
- MaaS
- スマートリゾート
- 人材の確保・育成
- ビジネスと観光の融合

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

(2) 都道府県・市町村の観光政策の動向

- 当財団では、地方公共団体を対象とする観光政策アンケートを2014年度より継続実施

- 昨年度より調査票を一部見直し
  - 都道府県と市町村での項目の統一化
  - 「実態」だけでなく「意識」を問う設問を追加

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

都道府県及び市町村の観光政策に関するアンケート　調査概要

・調査対象：47都道府県(回収:42都道府県)
：主要市町村※(回収:105市町村)
※各地の観光動向を勘案し、政令指定都市20市を含む180市町村に配布

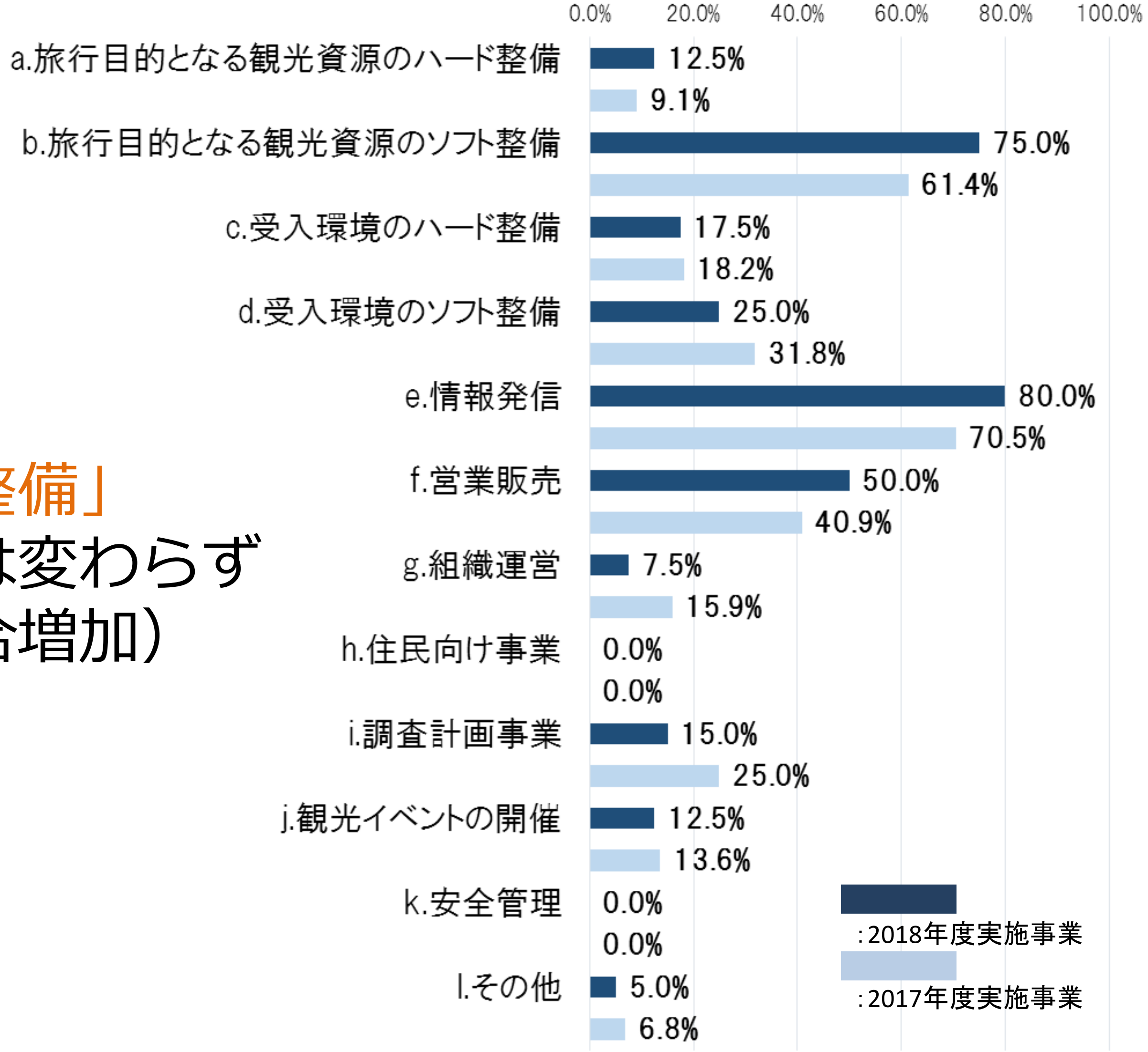
・調査期間：2019年7月～8月

・調査実施主体：公益財団法人日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

主に実施した事業分野（都道府県）

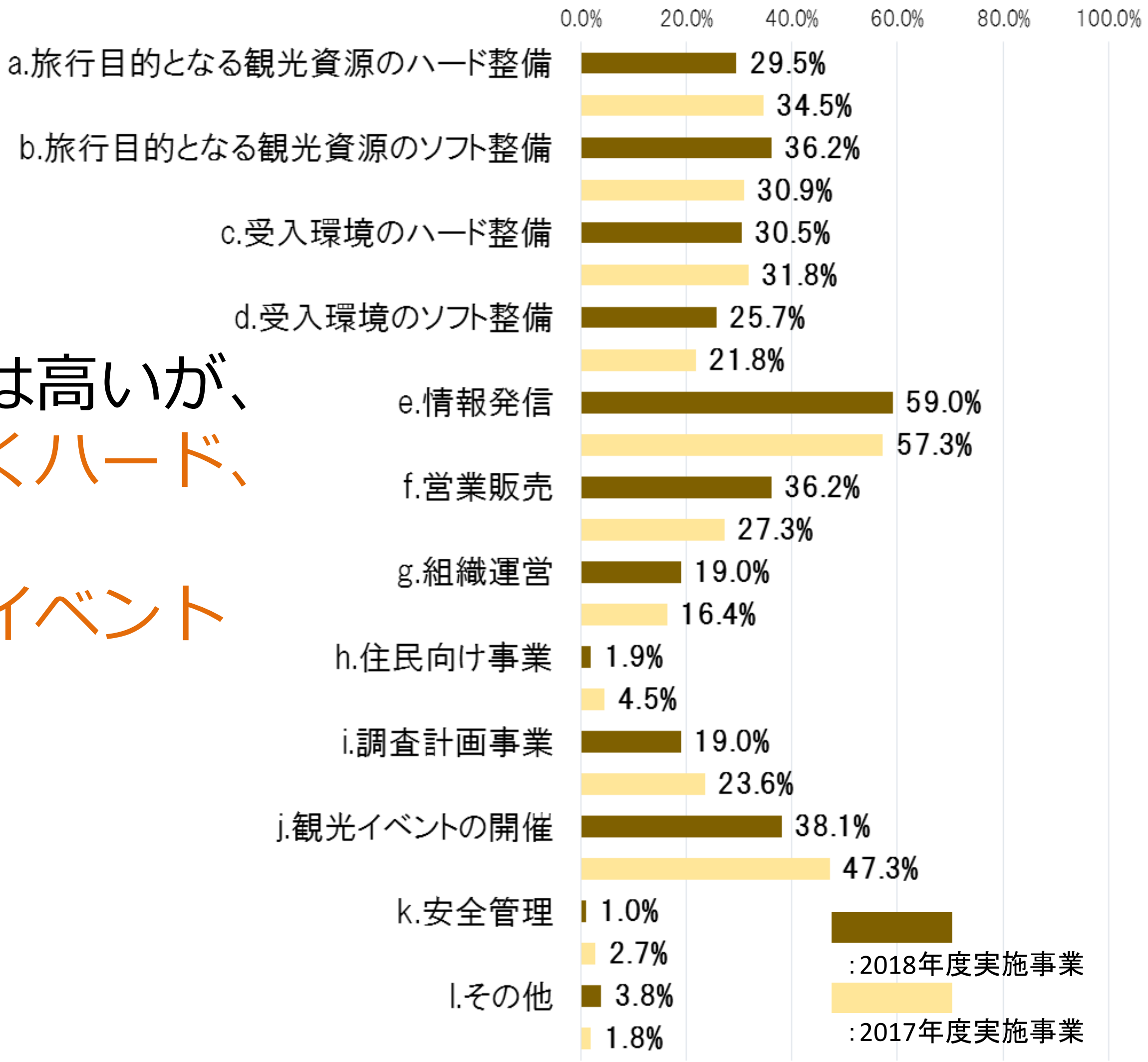
「情報発信」
「観光資源のソフト整備」
の実施率が高い傾向は変わらず
（昨年度に比べ、割合増加）



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

主に実施した事業分野（市町村）

「情報発信」の実施率は高いが、都道府県に比べ、幅広くハード、ソフトに対応
（昨年度に比べ「観光イベントの開催」がやや減少）



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

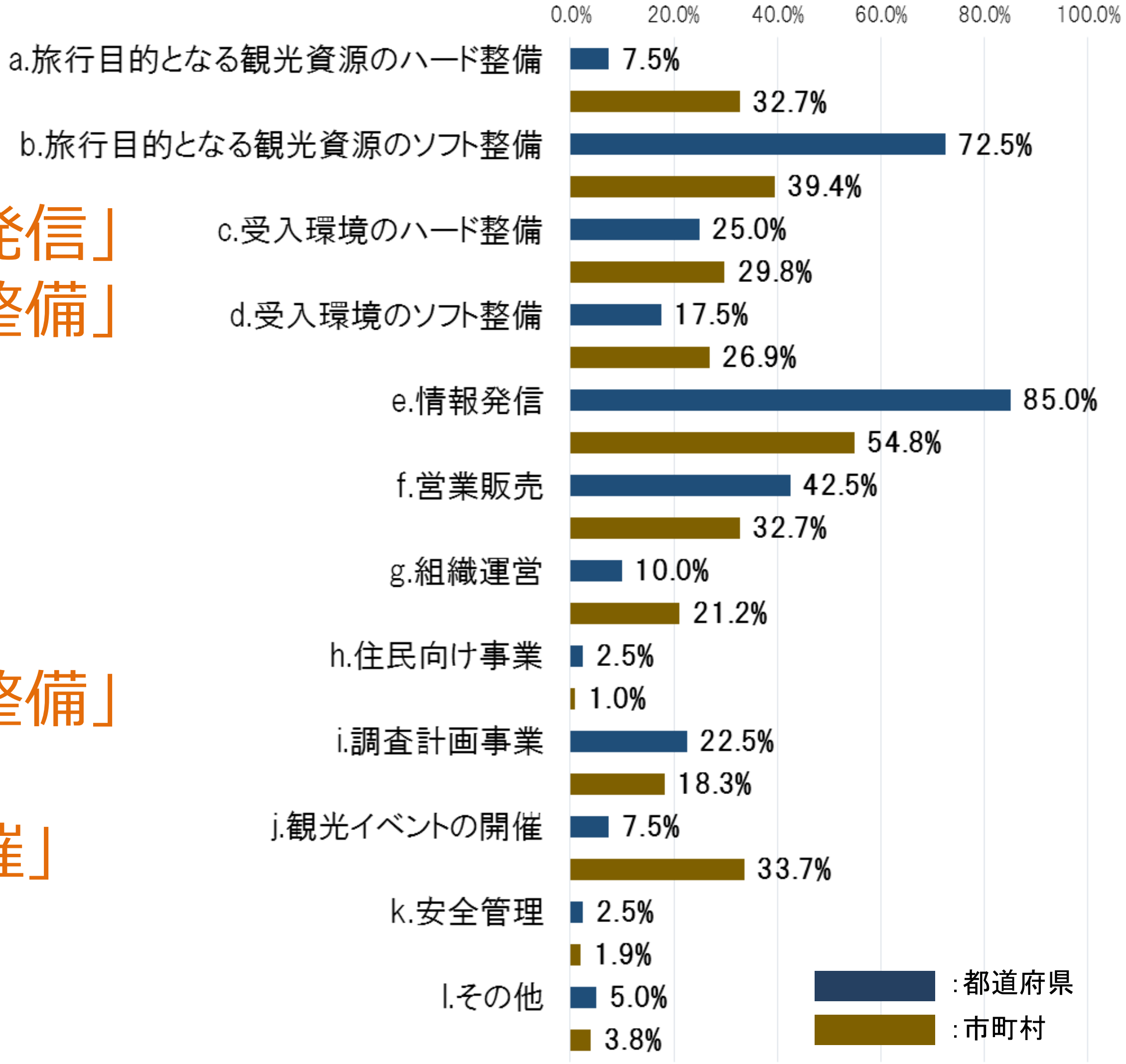
2019年度重点事業分野の比較

【都道府県】

市町村に比べ「情報発信」「観光資源のソフト整備」に重点

【市町村】

都道府県に比べ「観光資源のハード整備」「組織運営」「観光イベントの開催」に重点



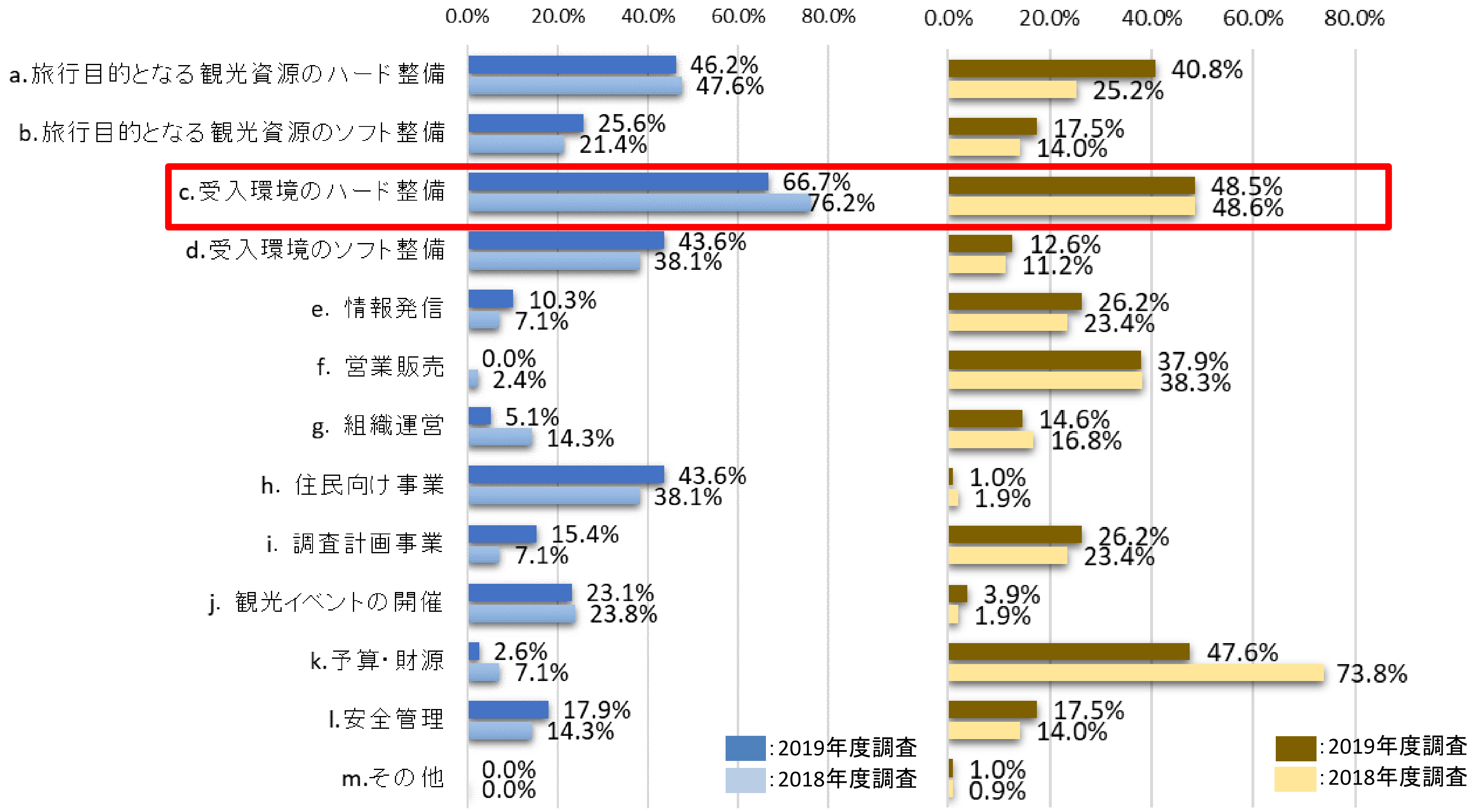
公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

主導的な役割を期待する事業分野

お互いに受入環境ハード整備に期待

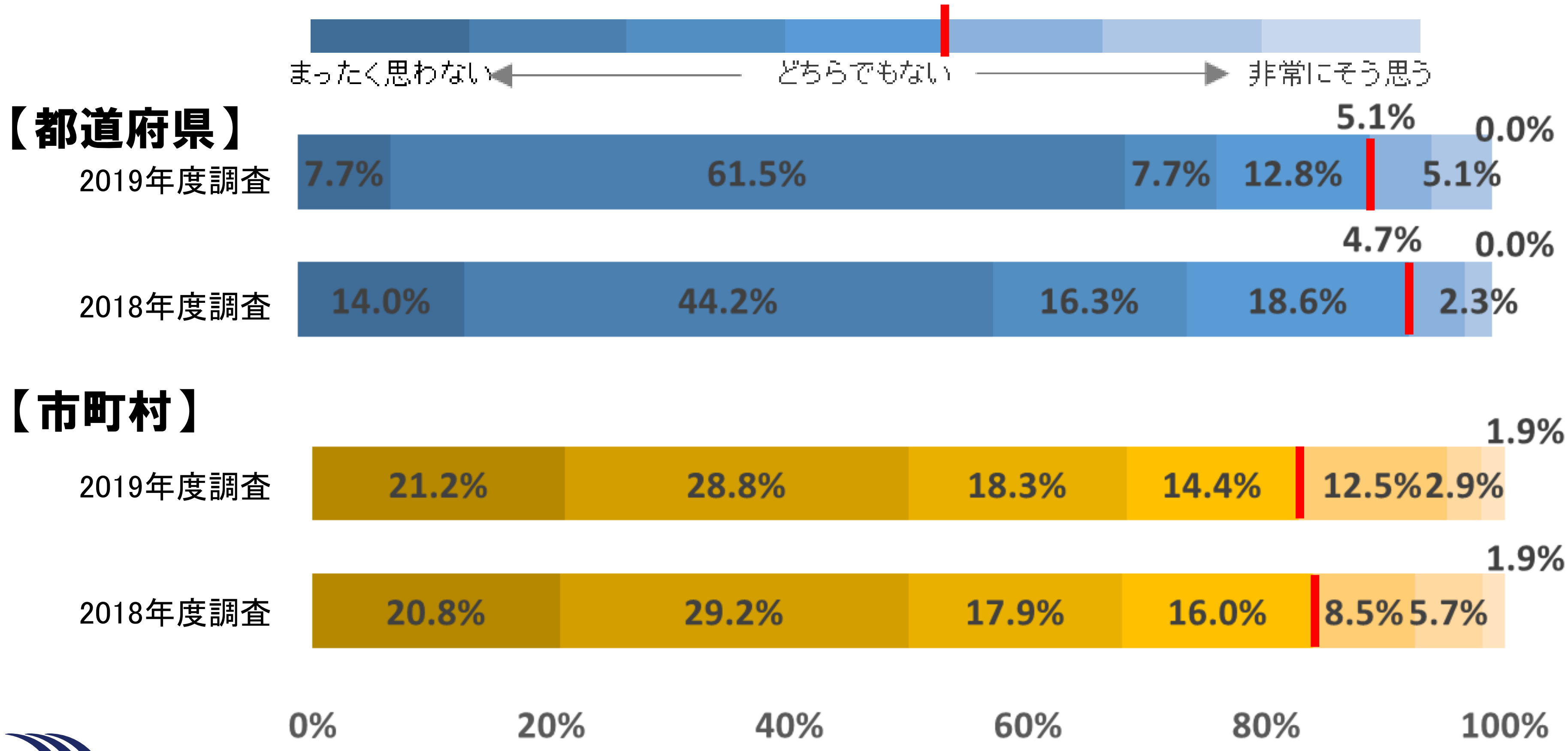
【都道府県⇒市町村】　　　【市町村⇒ 都道府県】



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

観光客増加による負の影響

都道府県に比べ、市町村でやや認識されている

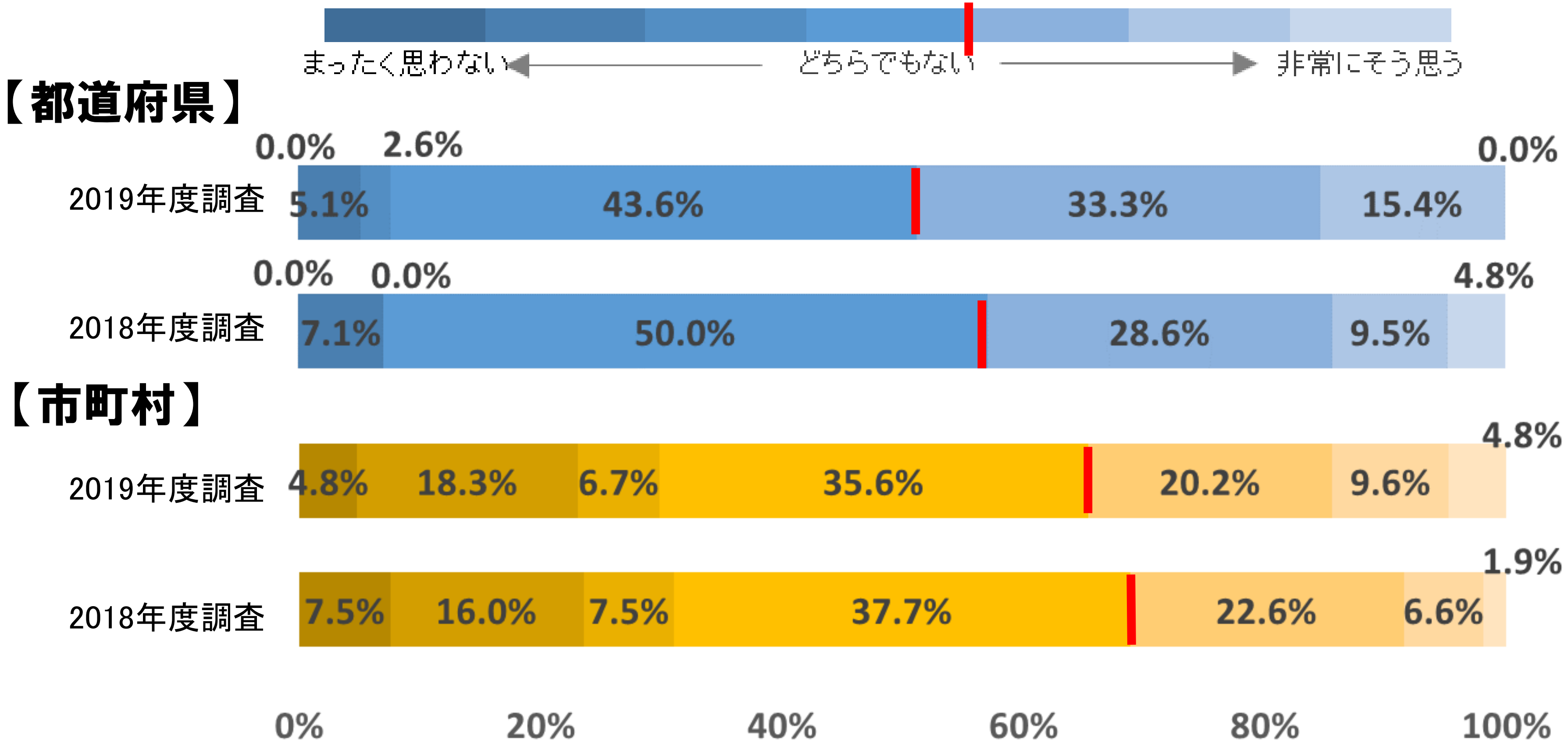


公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

民泊の必要性

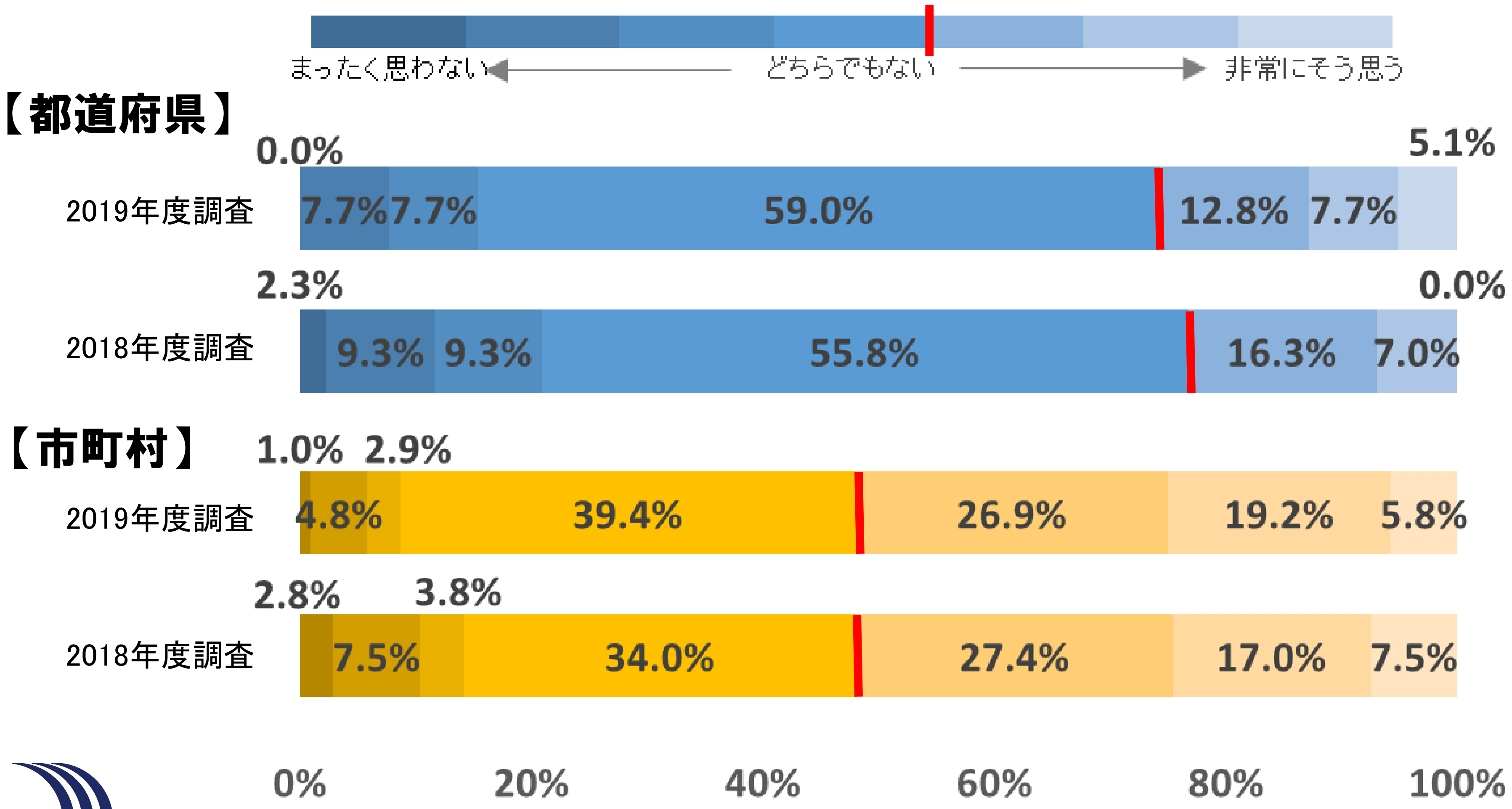
都道府県に比べ、市町村ではやや消極的な傾向



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

観光客を含めた受益者負担の必要性

市町村で必要性への意識がより高い



公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

市町村の観光行政運営上の課題

地域内の関係主体との連携、合意形成への意識が高い

※自由記述の記載内容を基に分類

財源(15.0%)
・財源の不足、硬直化
・事業の見直し、優先順位　等

地域内の関係主体(36.4%)
・関係団体との連携、合意形成
・事業実施主体の不足　等

行政組織(12.1%)
・専門人材確保、ノウハウ引継
・担当範囲の拡大　等

観光資源、施設
(9.3%)
・資源、商品、施設の不足
・施設管理、施設老朽化　等

目標、効果(6.5%)
・実態把握、適切な目標設定
・施設管理、施設老朽化　等

住民対応(6.5%)
・観光と市民生活の両立
・観光に対する住民の理解
等

その他(14.0%)
・観光地としての認知度　・二次交通、広域連携　等

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

市町村の観光担当者の意識

「関係者の参画」と「ビジョン共有」が好影響と認識

※観光政策に関する各種項目についての7段階評価の結果を統計的に分析

関係者の効果的な参画 ↓　　明確なビジョンの共有 ↓

観光に関わる体制の充実

↓

観光がもたらす地域への好影響
（経済的、文化的）

公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

参考：海外における観光地づくりの状況

- アンケート結果より、観光地づくりを進める上では「地域の関係主体との連携、合意形成」が重要なポイントと認識。
- 海外での研究動向や実情はどうなっているか、現地訪問・ヒアリングの結果から整理。

公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

観光地づくりの方法論の変化

近年は「観光地ガバナンス」の重要性が認識

1990年代始め～

Destination Planning
（観光地計画）

＜決定・実行＞
のフェーズ

↓

1990年代終り～

Destination Management
（観光地マネジメント）

＜政策・戦略＞
のフェーズ

↓

2000年代中頃～

Destination Governance
（観光地ガバナンス）

＜規範・ルールと文化＞
のフェーズ

出典:

Beritelli, P. (2011). Tourist destination governance through local elites: Looking beyond the stakeholder level (Doctoral dissertation, Universität St. Gallen).

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

観光地ガバナンスを考える上で重要なこと（ヒアリングより）

「透明性の確保」「誤解の減少」「明確な目標」

- 全員の“真の”賛成は不可能（総論賛成、各論反対）
- 来訪者の行動の“見える化”
- 事実に基づき、誰にとって何が重要かの“オープンな議論”
- 取組むべきことの共有、取組む主体の招集

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved