

V-2 都道府県による観光政策

観光が地域に与える影響については、
経済的・文化的共に好意的な意見が大半
市町村に対し、受入環境のハード整備において
主導的な役割を期待

当財団を事務局とする観光政策検討有識者会議*では、観光庁の協力のもと、地方公共団体を対象とする観光政策アンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2018年度は、従前の成果を踏まえ、都道府県と市町村で可能な限り統一の調査項目を利用する等の調査票の見直しを行い実施した。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）、観光行政の推進状況（観光条例、観光計画の制定指針）、2017年度及び2018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。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する**。

* 2017年度まで「都道府県・市町村観光政策検討委員会」の名称で活動。

** 2018年8月末時点までに回答を得た44都道府県（回答率93.6%）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、自由記述により回答を求めた。50%を超える都道府県が職員数が「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30%、10%程度であった。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、それぞれ詳しくみていく。

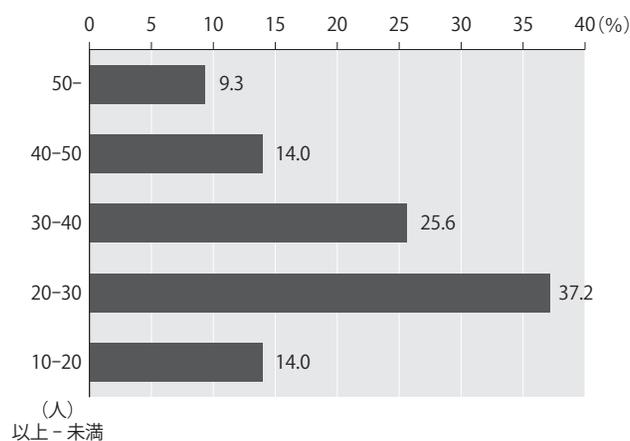
① 観光担当部署の職員数

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31.7人、中央値は29人である。

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（37.2%）、次いで30人以上40人未満となっている（25.6%）。50人以上の職員が在籍する都道府県も9.3%存在する。

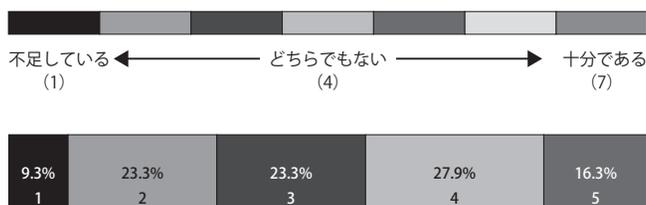
また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、人員が十分であったかどうかをたずねたところ、55.9%の都道府県が「不足している」と答え、「十分である」（7段階中5、6、7を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県は16.3%に留まった（図V-2-2）。この結果は、2016年度、2017年度の調査結果とほぼ同様の傾向である。

図V-2-1 観光担当部署の職員数 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（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=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

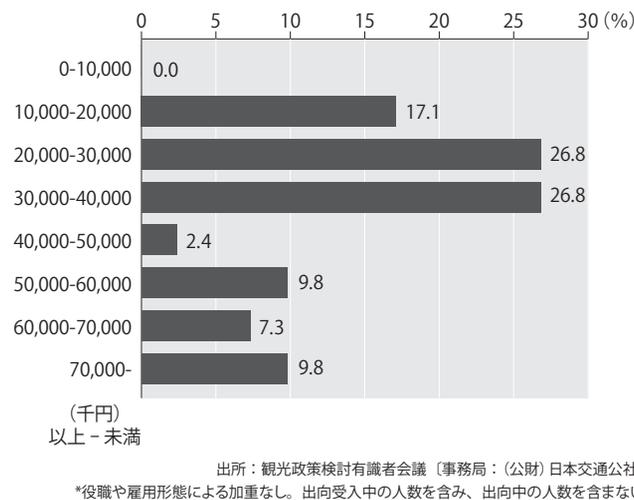
② 観光担当部署の予算

各都道府県の観光担当部署に対して執行された2018年度予算の平均額は1,608,995千円、中央値は902,089千円である。

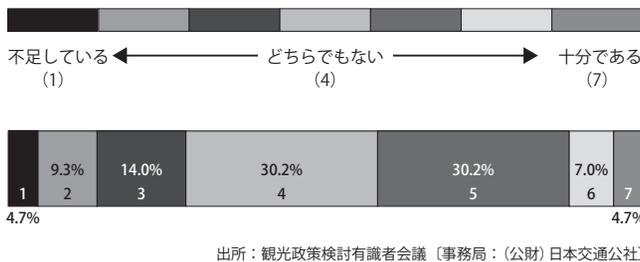
一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算の両方について回答を得た都道府県のデータをもとに、職員1人当たりの予算額を算出した。その結果、平均額は47,317千円/人、中央値は31,375千円/人であった。図V-2-3は1人当たりの予算額の分布を示しており、20,000千円/人以上30,000千円/人未満と30,000千円/人以上40,000千円/人未満が最多となっている（26.8%）。一方で、1人当たりの予算額が70,000千円/人を超えている都道府県も一定数存在し（9.8%）、都道府県ごとに利用できる1人当たりの予算額は大きく変わることが分かる。

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たずねたところ、28.0%の都道府県が「不足している」、30.2%の都道府県が「どちらでもない」、41.9%の都道府県が「十分である」と回答した（図V-2-4）。

図V-2-3 観光担当部署の1人当たりの予算額 (n=41)



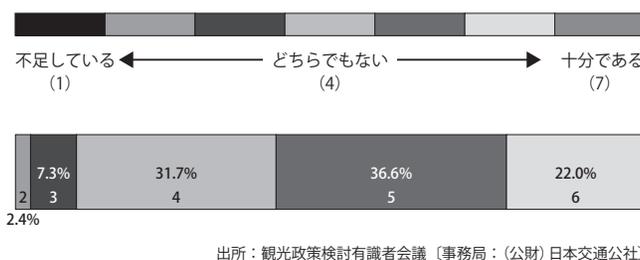
図V-2-4 観光担当部署の予算額に関する不足感 (n=43)



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、職員の知識・技能が十分であったかどうかをたずねたところ、「不足している」と答えた都道府県は9.7%にとどまった（図V-2-5）。職員数や予算と比較すると、職員の知識・技能について、十分であるとする都道府県が多いことが分かる。

図V-2-5 観光担当部署で求められる技能・知識に関する不足感 (n=41)



(2) 都道府県における観光行政の推進状況

①観光条例の制定指針

観光振興に関する条例の制定指針については、70.5%の自治体が「既に制定済み」であった（図V-2-6）。新たに、佐賀県で「ふるさと佐賀への誇りを育む観光条例」が議員提案政策条例として成立した。

図V-2-6 観光条例の制定指針 (n=44)



②観光計画の策定指針

観光に関する計画の策定指針については、87.8%の自治体が「既に策定済み」であり、「策定予定なし」は7.3%にとどまった（図V-2-7）。

図V-2-7 観光計画の策定指針 (n=41)



(3) 都道府県における政策・施策

①2017年度の観光政策・重点施策

2017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。

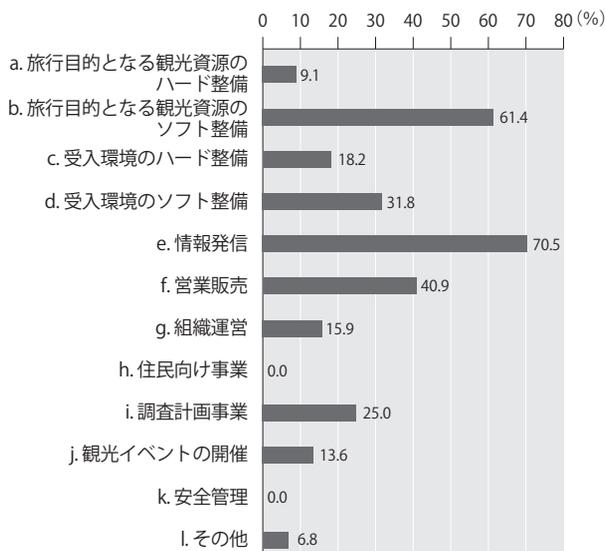
図V-2-8は都道府県が2017年度に実施した代表的な事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 情報発信」であった(70.5%)。具体的には「Webサイトの作成」「旅行博等への出展」「ポスター・チラシ・動画の作成」等の取り組みが挙げられる。

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(61.4%)。具体的には「旅行商品・周遊ルート・体験プラン・商品の開発等」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「f. 営業販売」であった(40.9%)。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」を代表的な事業として選択した都道府県はなかった。(4) ②で示すように、「h. 住民向け事業」に関しては、市町村が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が高く、都道府県ではなく市町村レベルで取り組むべき事業であると考えられていることが分かる。「k. 安全管理」に関しては、市町村が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も高くない。多くの都道府県で、観光客については一般的な防災計画の中の一部で触れられているにとどまっており、観光客に関する安全管理にはまだ大きな注目がなされていない可能性がうかがえる。

図V-2-8 2017年度に実施した代表的な事業分野
(3つ選択して回答、n=44)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

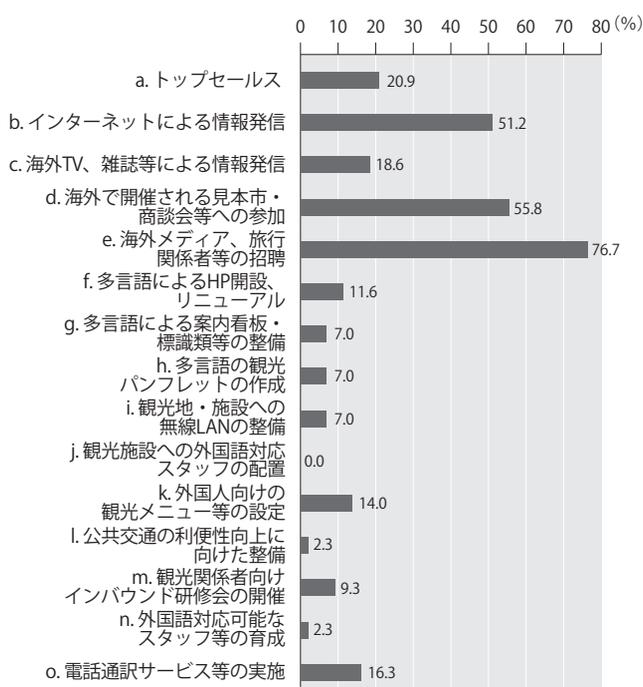
また、図V-2-9は都道府県が2017年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野を示しているが、最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」であった(76.7%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」(55.8%)、「b. インターネットによる情報発信」(51.2%)であった。4番目、5番目に多く選択された事業は、「a. トップセールス」「c. 海外TV、雑誌等による情報発信」であるが、それぞれ選択したのは20.9%、18.6%の都道府県と、上位3つの事業とは大きな差がある。

国内での事業と同様に、国際観光に関する事業でも、情報発信や営業開発等に関連した事業が代表的な事業として回答されている割合が高かった。

昨年度までは3つ選択して回答という形式ではなく、実施した事業を全て選んで回答という形式であったため、単純な比較はできないが、情報発信や営業開発等に関連した事業を選択する割合が高いという点は、2016年度、2017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」「l. 公共交通の利便性向上に向けた整備」「n. 外国語対応可能なスタッフ等の育成」に関して、実施した代表的な事業であると選択した都道府県は非常に少ない。

図V-2-9 2017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=43)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

②2018年度に重点的に取り組む事業分野

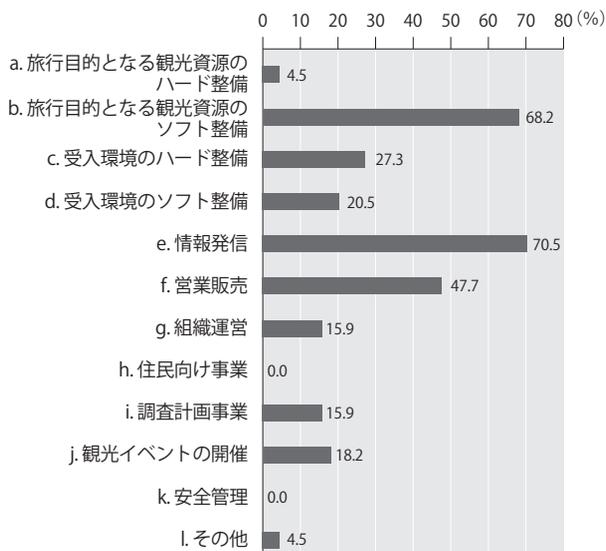
2018年度に都道府県が重点的に取り組む事業及び、国際観光の振興に関する事業について、それぞれ代表的なものを3つ選択した上で、自由記述で各分野で実施する事業の名称、概要及び目標を回答していただいた。

図V-2-10は、都道府県が2018年度に重点的に取り組む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(70.5%)。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」(68.2%)、「f. 営業販売」であった(47.7%)。

これらの順序は2017年度に実施した代表的な事業と変わらない。選択された事業の割合に関する比較的大きな変化としては、調査計画事業を代表的な事業として選択した割合が減り、代わりに受入環境のハード整備を選択した都道府県の割合が増えたことが挙げられる。

2017年度と同様に、「h. 住民向け事業」「k. 安全管理」に関しては、2018年度も重点的に取り組むと回答した都道府県はなかった。

図V-2-10 2018年度に重点的に取り組む事業分野
(3つ選択して回答、n=44)

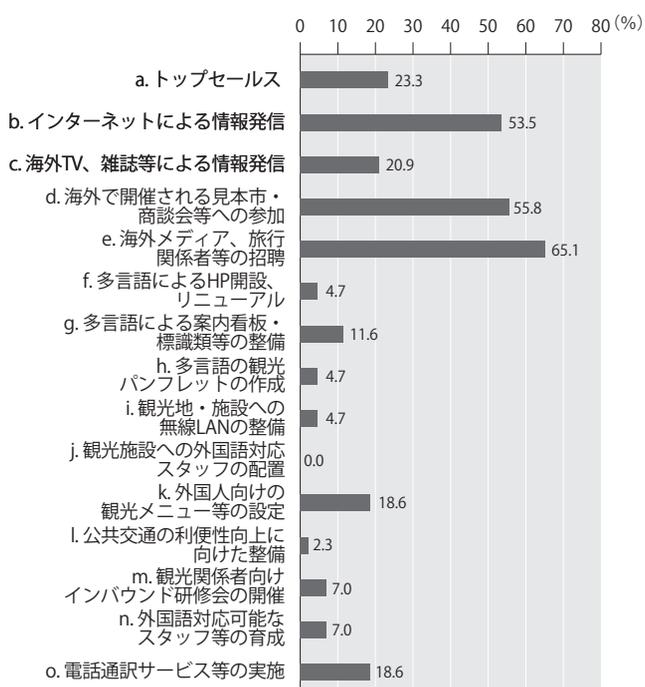


出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

また、図V-2-11は、都道府県が2018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」であった（65.1%）。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」（55.8%）、「b. インターネットによる情報発信」であった（53.5%）。

これらの順序は2017年度に実施した代表的事業と変わらない。選択された事業の割合に関する比較的大きな変化として

図V-2-11 2018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=43）



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

は、「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」が挙げられる。

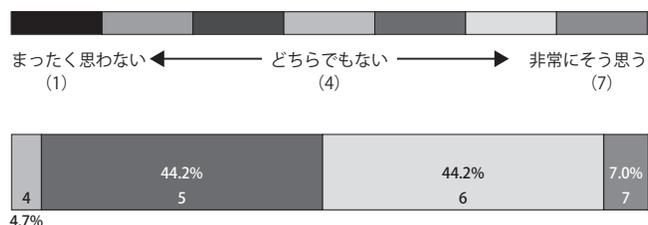
「j. 観光施設への外国語対応スタッフの配置」「l. 公共交通の利便性向上に向けた整備」「n. 外国語対応可能なスタッフ等の育成」に関しては、2017年度と同様に2018年度の重点的な事業として選択した都道府県の割合は低い。

(4) 市町村との役割分担

①現在の連携状況に対する評価

市町村との連携により、観光施策を効果的に推進しているかについては、95.3%の都道府県が「そう思う」（7段階中5、6、7を選択した人の割合、以下同じ）と回答し、「そう思わない」（7段階中1、2、3を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県はなかった。昨年度のアンケート調査結果によれば、大半の都道府県が観光をテーマとする市町村との会合を半年に1回以上開催しており、都道府県と市町村は定期的に連携をとっていると考えられる（図V-2-12）。

図V-2-12 市町村との連携による観光施策の推進に関する評価（n=43）



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

②市町村に主導的な役割を期待する事業分野

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、自由記述にて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-2-13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（76.2%）。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（47.6%）。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。

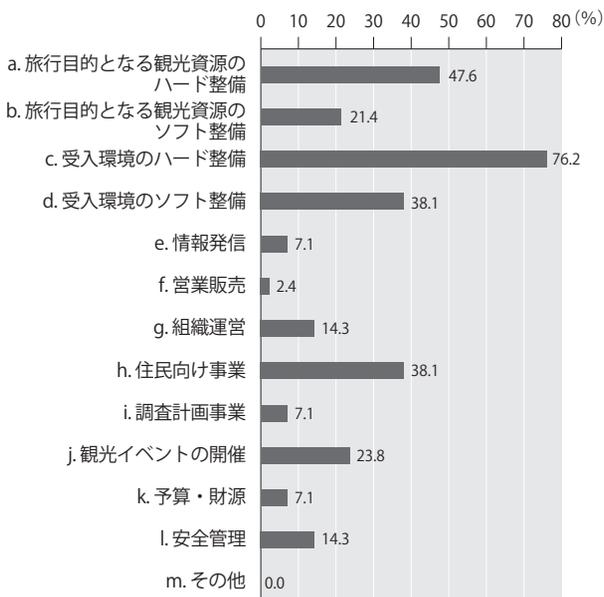
3番目に多く選択された事業分野は同率で「d. 受入環境のソフト整備」と「h. 住民向け事業」であった（38.1%）。「d. 受入環境のソフト整備」とは、「標識やメニューの多言語化」「ガイドの育成」「待遇改善」等が、「h. 住民向け事業」とは「理解促進のための広報や説明会の開催」「観光を体験する機会の創出」等の取り組みが挙げられる。

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」、「i. 調査計画事業」

「k. 予算・財源」等は市町村が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、7.1%、2.4%、7.1%、7.1%）。特に、「e. 情報発信」や「f. 営業販売」は、(3)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ことがうかがえる。

図V-2-13 都道府県が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=42）



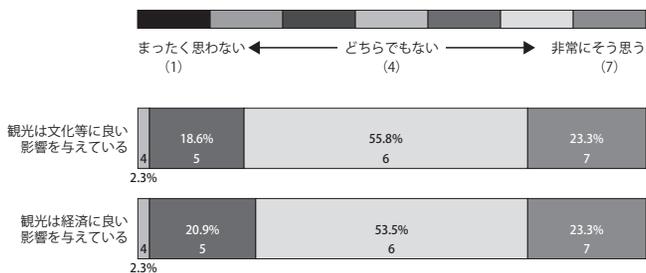
出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

(5) 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、経済への影響、文化等への影響のいずれについても、97.7%の都道府県が「そう思う」と回答した(図V-2-14)。(4)でみていくように、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が中心と判断されていると考えられる。

図V-2-14 観光が地域の経済・文化等に与える影響(n=43)



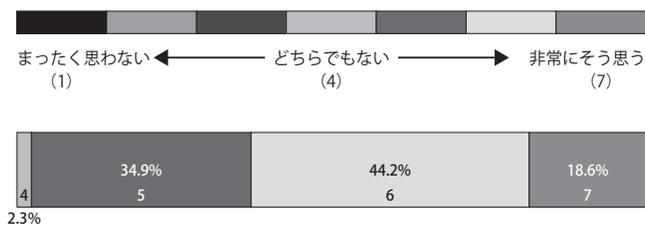
出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

② インバウンドの拡大・振興

● 現状に対する評価

インバウンドの拡大・振興が、都道府県に良い影響を与えているかどうかについては、97.7%の都道府県が「そう思う」と回答した(図V-2-15)。自由記述の回答では、多くの都道府県で、特定の地域へのインバウンドの集中や消費単価が低いこと等が課題として挙げられた。

図V-2-15 インバウンドの拡大・振興が与える影響(n=43)



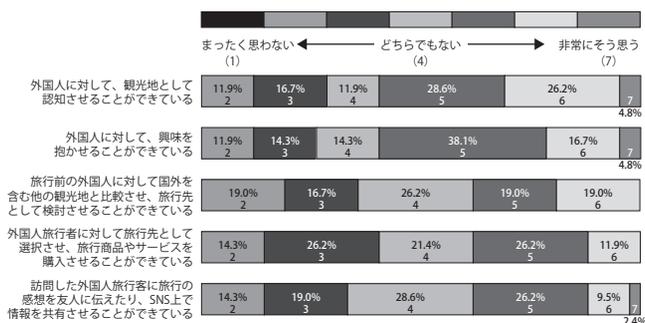
出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

● インバウンドに対する取り組み

消費者が実際に商品を知ってから購入するまで、「認知」「興味」「検索」「行動」「共有」の5段階があるとする購買行動モデルが提唱されているが、本調査ではその5段階にそれぞれ対応させた5つの調査項目を設定し、それぞれの項目について回答していただいた。

結果を比較すると、「認知」「興味」までは、過半数を超える都道府県が「できている」(7段階中5、6、7を選択した人の割合、以下同じ)と回答しているが、「検索」「行動」「共有」まで進むと、「できている」と回答する都道府県は40%を下回る(図V-2-16)。情報発信等を通じて「認知」「興味」まではうまく喚起させているが、実際の「行動」については、うまくいっていない、あるいは成果がどうか分からないと考えている都道府県が比較的多いことが分かる。

図V-2-16 インバウンドに対する取り組み(n=42)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

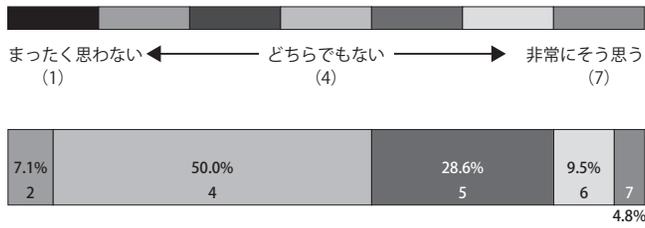
③ 民泊

民泊が都道府県にとって必要であるかについて、半分の都道府県が「どちらでもない」と回答した(図V-2-17)。また、「そう思う」と回答した都道府県は42.9%となり、民泊は必要であると考えている都道府県は、比較的多いことがうかがえる。

民泊が必要であると回答している都道府県は、民泊の活

用によって繁忙期の宿泊施設不足解消を目指しているとの意見が、自由記述において多く見受けられた。

図V-2-17 民泊の必要性 (n=42)

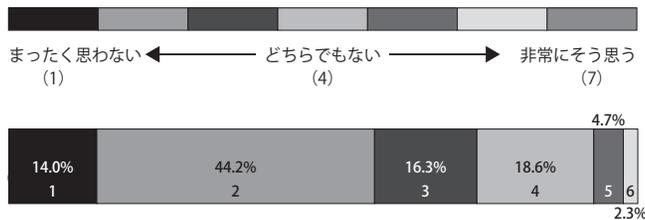


出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

④オーバーツーリズム

観光地として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7%のみであり、大半の都道府県は、オーバーツーリズムは発生していないと考えていることがうかがえる（図V-2-18）。

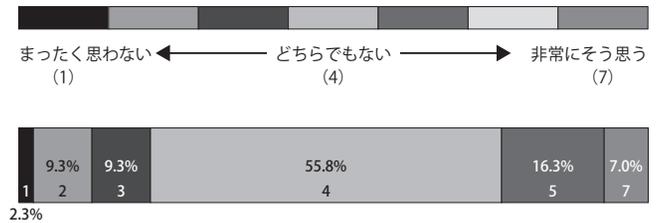
図V-2-18 オーバーツーリズムの発生 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

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る必要があるかについては、半分以上の都道府県が「どちらでもない」と回答した（図V-2-19）。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23.3%、20.9%と同程度であった。

図V-2-19 観光客を含めた受益者負担の必要性 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

（池知貴大）