平成１８年度観光の状況

第Ⅰ部　観光立国の新たな展開

第１章　観光立国推進基本法の成立

第１節　観光立国推進基本法制定の背景

観光基本法制定から 43 年が経過し、我が国の観光を取り巻く状況は著しく変化した。我が国において世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来と本格的な国際交流の進展が見込まれる中で、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の実現等を目指し、観光立国の実現に向けた取組を一層明確かつ確実なものとする必要があったことから、観光を 21 世紀の国の重要な政策の柱に位置づける観光立国推進基本法が平成 18 年 12 月 13 日に成立、平成 19 年１月１日より施行された。

第２節　観光立国推進基本法の概要

１　目的（第１条関係）

観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進することにより、国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進に寄与すること、と規定されている。

２　施策の基本理念（第２条関係）

①地域における創意工夫を生かした主体的な取組による「住んでよし、訪れてよしの国づくり」が重要であること、②国民の観光旅行の促進が図られなければならないこと、③国際的視点に立たなければならないこと、④行政・住民・事業者らの相互の連携の確保が必要であること、と規定されている。

３　関係者の責務（第３条～第６条関係）

①国は、観光立国の実現に関する施策を総合的に策定し、実施する責務を有すること、②地方公共団体は、自主的かつ主体的に施策を策定し、実施する責務を有すること、また広域的な連携協力に努めなければならないこと、③住民は、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとすること、④観光事業者は、住民の福祉に配慮するとともに、主体的に取り組むよう努めるものとすること、と規定されている。

４　基本的施策（第 12 条～第 25 条関係）

「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」については、旅行関連施設や交通施設を整備することと併せて、良質なサービスが提供されるようにすること、保護、育成を図りつつ史跡、名勝、歴史的風土や優れた自然の風景地、良好な景観、文化、産業といった観光資源を活用した地域の特性を生かした観光地が形成されるようにすることが必要であることが規定されている。

「観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成」については、観光旅行者の需要の高度化や観光旅行の形態の多様化に対応したサービスを提供すること、観光事業の従事者の知識と能力を向上させること、地域に固有の文化・歴史等に関する知識の普及が必要であることが規定されている。

「国際観光の振興」については、外国人の来訪の促進について基本的に観光基本法を引き継ぎつつ、日本人の海外旅行を含めた国際相互交流の促進を図るため、諸外国との間における地域間交流や青少年交流の促進が必要であることが規定されている。

「観光旅行の促進のための環境の整備」については、休暇に関する制度の改善その他休暇の取得の促進、観光旅行の需要の特定の時季への集中の緩和、また旅行者に対する接遇の向上の観点からは、我が国の伝統のある優れた食文化その他の生活文化、産業等の紹介の強化、高齢者、障害者、外国人その他特に配慮を要する旅行者が円滑に旅行できるようにすること、新たな観光旅行の分野の開拓、

観光地における環境及び良好な景観の保全、統計の整備等の視点を重視した規定とされている。

第３節　観光立国推進基本計画の策定

観光立国推進基本法には、観光立国の実現に関するマスタープランとなる観光立国推進基本計画を政府が策定することと規定されている。観光立国推進基本計画には、観光立国の実現に関する施策の基本的な方針や目標を盛り込むとともに、観光立国推進基本法で政府が総合的かつ計画的に講ずべきと示された「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」「観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成」「国際観光の振興」「国内外からの観光旅行の促進のための環境の整備」に係わる施策等について定めることとなる。

第４節　観光立国推進全国大会の開催等

国土交通省では、観光立国推進基本法の制定を記念し、平成 19 年３月 13 日に「観光立国推進基本法制定記念『観光立国推進全国大会』」を開催した。大会には、安倍昭恵総理夫人らをはじめとして、700 名を超える参加があり、「観光立国推進全国大会」宣言が採択され、盛会のうちに終了した。

▲観光立国推進全国大会

▲観光立国推進パンフレット

「観光立国推進全国大会」大会宣言

観光は、人々の交流を通じて「国の光を観せ、観る」ものであり、豊かな国民生活の実現と国際社会における名誉ある地位の確立に寄与し、その持続的な発展は、国民生活の安定向上と平和を象徴するものです。

本日私達は、観光立国推進基本法の制定を祝い「観光立国推進全国大会」の場に一堂に会し、観光立国推進の重要性を改めて確認するとともに、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」すなわち観光立国実現のため、国、地方公共団体、観光事業者そして私たち一人ひとりがそれぞれの場で積極的な役割を果たすことをここに宣言します。

平成十九年三月十三日

▲大会宣言

第２章　観光による経済効果

第１節　観光が我が国全体にもたらす経済効果

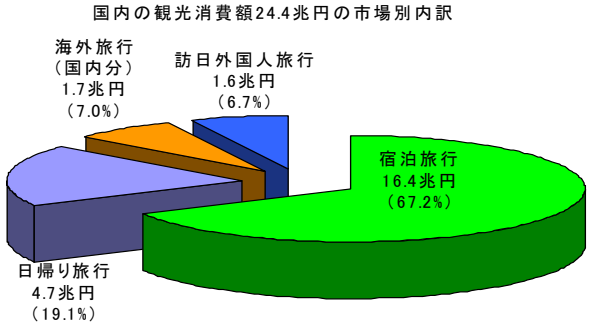
１　平成 17 年度の経済効果

（１）観光消費の現状

平成 17 年度における国民の国内での観光消費額は、宿泊旅行が 16 兆 41 百億円（対前年度比 1.4%減）、日帰り旅行が 4 兆 66 百億円（対前年度比 2.7%増）となっており、愛知万博の開催等もあって日帰り旅行の消費額が前年度に比べ増加したものと推測される。

また、訪日外国人の我が国国内での観光消費額は、1 兆 65 百億円（対前年度比 3.9%増）であり、訪日外国人数の増加に伴い、前年度より増加した。

これらを合計した我が国の国内観光消費額は、前年度とほぼ同程度の 24 兆 43 百億円となった。

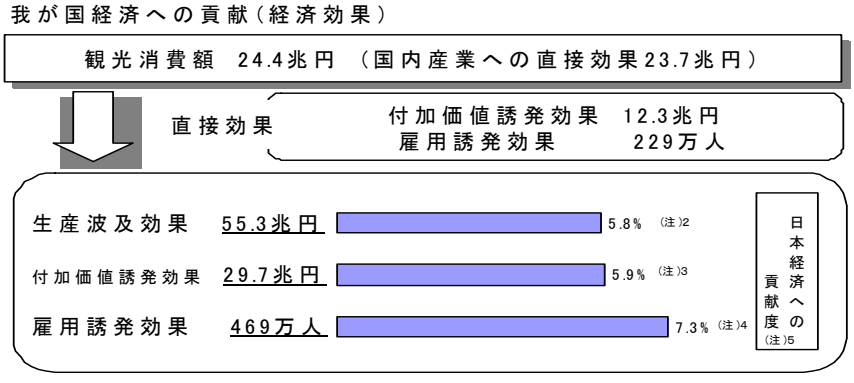


（注）国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅵ」による。

（２）観光が我が国全体にもたらす経済効果

上記の平成17年度国内観光消費額24兆43百億円による我が国経済にもたらす直接的な経済効果は、直接の付加価値誘発効果が 12 兆 34 百億円、雇用誘発効果が 229 万人と推計される。

さらに、この観光消費がもたらす間接的な効果を含めた生産波及効果は、55 兆 31 百億円（国内生産額の 5.8%）、付加価値誘発効果は 29 兆 67 百億円（国内総生産(名目ＧＤＰ)の 5.9%）、雇用誘発効果は 469 万人（全就業者数の 7.3%）と推計される。



（注）1 国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅵ」による。
（注）2 産業連関表国内生産額９４９．１兆円に対応（平成１２年）。
（注）3 国民経済計算における名目ＧＤＰ５０３．４兆円に対応（平成１７年度）。
（注）4 国民経済計算における就業者数６，４０４万人に対応（平成１７年度）。
（注）5 ここで言う貢献度とは全産業に占める比率。

（３）観光の我が国産業への経済効果

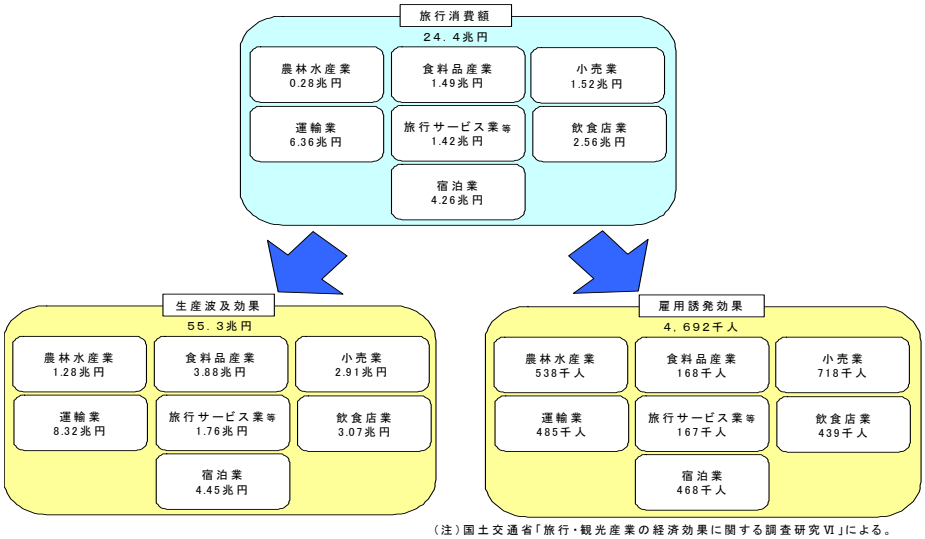
我が国の観光消費は、観光関連産業への直接的な経済効果をもたらすと共に、観光関連産業の雇用者による家計消費への刺激により、国内の幅広い産業へ生産波及効果をもたらす。

旅行消費額の関連産業への直接的経済効果は、運輸業 6 兆 36 百億円、宿泊業 4 兆 26 百億円等、

観光に直接関係する産業への効果が大きい。

一方、平成 17 年度の経済効果の推計によれば、先に述べた産業の他では、農林水産業 1 兆 28 百億円、食料品産業 3 兆 88 百億円、飲食店業 3 兆 07 百億円となっており、雇用誘発効果でみると、農林水産業 54 万人、小売業 72 万人と推計され、運輸業、宿泊業のみならず、農林水産業や食料品・小売業等他産業への波及効果も大きいことが分かる。

産業別経済効果



（注）国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅵ」による。

2　平成 22 年度（2010 年度）の経済効果の推計

平成 22 年度における観光の経済効果について、「日本の将来人口推計」※1や「日本経済の進路と戦略」新成長経済移行シナリオ※2 を前提に、①訪日外国人旅行者数の 1,000 万人達成、②退職後の団塊世代の観光需要の拡大、③働く現役世代の有給休暇取得率の向上、を基礎に推計を行った。

（1）国内観光消費額の推計

①訪日外国人旅行者の増加が国内観光消費に与える影響

平成 22 年に訪日外国人旅行者数 1,000 万人を達成すると、84 百億円の国内観光消費額の増加が見込まれ、訪日外国人旅行者による観光消費額の合計は 2 兆 48 百億円と推計※3 される。

②団塊世代の退職に伴う余暇活動の拡大が国内観光消費に与える影響

団塊世代（55 歳～59 歳と仮定※4、平成 17 年で男性 508 万人、女性 518 万人）は、退職後、現在の退職世代より余暇活動を拡大すると予想されている。その予想を踏まえ、財団法人社会経済生産性本部「レジャー白書 2006」における団塊の世代の 10 年後の年間旅行希望回数と現在の 60 代前半世代との年間旅行回数との差※5 を退職後の団塊世代の年間旅行回数の増加分と見なし、平成 17 年度と比較して、国内日帰り旅行で男性 1.58 回、女性 1.68 回、国内宿泊旅行で男性 0.50 回、女性 0.73 回、それぞれ増加すると想定した。

※1 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来人口推計（平成 18 年 12 月推計）」（出生低位・死亡中位推計）の値を採用。

※2 内閣府「日本経済の進路と戦略」新成長経済移行シナリオ（歳出削減ケース A（14.3 兆円の歳出削減））における消費者物価指数（2005 年度 0.98、2010 年度 1.03）を採用。

※3 国際観光振興機構の平成 19 年 4 月「JNTO 訪日外国人旅行の経済波及効果調査報告書」よる。

※4 推計に当たっては「レジャー白書 2006」の団塊世代の定義を採用（50 歳代後半（55 歳～59 歳）を団塊世代として定義されている）。

※5 5 年後の団塊世代の年間旅行回数は現在の 60 歳代前半世代と同一と仮定。

また、団塊世代の退職後の旅行の宿泊数についても、長期滞在型旅行に対する志向の高まりとそれを踏まえた長期滞在型の魅力的な旅行商品の開発・流通により、現在の団塊世代の平均宿泊数より１泊多く宿泊すると想定した。

これによる観光消費額の増加は、1 兆 10 百億円と推計される。

③働く世代の有給休暇取得率の上昇が国内観光消費に与える影響

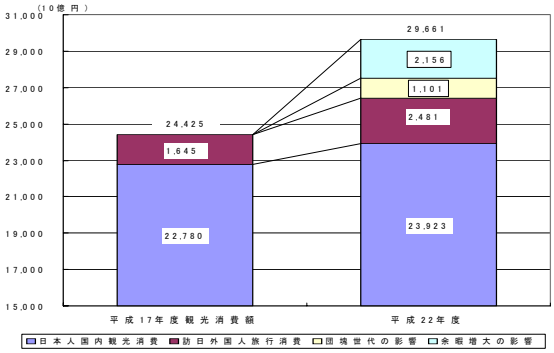
働く現役世代の有給休暇取得率は、平成 17 年で 46.6%であり、漸減傾向にあるが、これが、平成 21 年に 55%まで高まり（平成 16 年 12 月 24 日，少子化社会対策会議決定に掲げられた目標値）、その状態が平成 22 年度まで継続するものとして、その国内観光消費に与える影響を推計した。

具体的には、有給休暇取得率の増大による我が国全体の有給休暇の総増加日数は 7,262 万日※1 と推計されるが、このうち日帰り旅行については 33.3%、宿泊旅行については 41.0%が活用されること、また、旅行全体のうち家族旅行の割合が 45.2%であることを踏まえた観光消費額の増加は、2 兆 16 百億円と推計される。

④平成２２年度の国内観光消費額

①から③の観光消費額の増大※2 を見込んだ平成 22 年度の国内観光消費額は、平成 17 年度より 21.4%増の 29 兆 66 百億円と推計される。

国内観光消費額の推計結果



（２）経済効果の推計

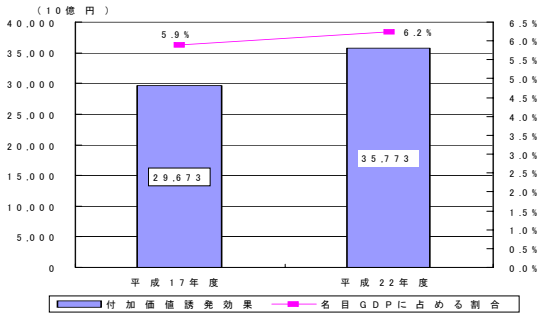
平成 22 年度に 29 兆 66 百億円の国内観光消費が生じた場合、それによる生産誘発効果は 65 兆 20 百億円、付加価値誘発効果は 35 兆 77 百億円（名目 GDP 比 6.2%）、雇用誘発効果は 528 万人（全就業者数比 8.2%）と推計され、平成 17 年度と比較して、観光が我が国経済全体に占める重みも一層増大することとなる。

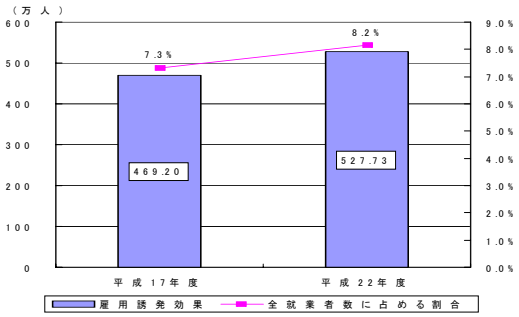
なお、近年の国民の宿泊観光旅行回数、宿泊数が傾向として共に減少し、国内の観光消費額も横ばいで推移してきたことから、平成 22 年度の観光消費額が平成 17 年度より 20%以上増大するという今回の観光消費額の推計及びそれに基づく経済効果の推計は、団塊世代の余暇活動の拡大や経済成長移行にかんがみても楽観的過ぎるとの指摘もあり得る。しかしながら、観光が、我が国経済の更なる成長の一翼を担うためには、団塊世代の余暇活動の拡大を待つという受け身の姿勢ではなく、地域、住民、観光関係者等が、積極的に地域資源の魅力を高め効果的な活用を図ること等により観

※1　（雇用者数）×（有給休暇平均付与日数）×（有給休暇取得の増加率）＝（有給休暇増加日数）

※2 訪日外国人旅行者の増加が国内観光消費に与える影響については、平成 22 年の国内観光消費額の推計値を反映。

光交流を活発化させることが鍵であり、次節の「地域にもたらす経済効果」における事例分析も参考に各地域において経済効果を高める取組の積み重ねることが不可欠である。





第２節　地域にもたらす経済効果

観光により地域の活性化を図るためには、当該地域における観光消費の増大を通じて経済効果を高めることも重要である。このような観点から、①東京圏、名古屋圏及び大阪圏という大都市圏に含まれない県であって、②これら大都市圏からの時間距離が比較的近い又は遠い県であり、③人口及び県内総生産が全国の中位程度の規模の県として、青森県、群馬県、岡山県、大分県を取り上げて事例分析を行った。

１　各県の経済状況

（１）青森県

青森県は、144 万人の人口を有し、近年は減少傾向（対平成 12 年比 2.6%減）にあり、高齢化率は 22.7%で全国平均（20.1%）を上回っている※1。

また、県内総生産額は 4 兆 30 百億円であるが、大幅に減少（対平成 11 年度比 5.5%減）しており、特に、公共事業の減少に伴う建設業の生産額の減少が影響している。一方で、第 1 次産業は盛んであり（経済活動別県内総生産比率は 4.8%、全国平均は 1.6%）、にんにく、りんご、ながいも、ごぼうの生産量が全国一を誇るなど全国有数の農業県であるとともに、三方を海に囲まれた豊かな漁場を有する水産業の盛んな県でもある。

また、第 1 次産業の産品の小売業や卸売業を中心に第 3 次産業の比重は高い状況（経済活動別県内総生産比率は 77.1%、全国平均は 71.8%）にある※2。

なお、県内失業率※3 は 6.0%、有効求人倍率※4 は 0.42 倍であり、いずれも全国でも最も厳しい水準となっている。

（２）群馬県

群馬県は、202 万人の人口を有し、近年はほぼ横ばい（対平成 12 年比 0.04%減）で推移しており、高齢化率は 20.6%で全国平均（20.1%）を上回っている。

また、県内総生産額は 7 兆 53 百億円である。平成 12 年度から平成 13 年度にかけて大幅に減少（5.0%減）したが、平成 13 年度以降はほぼ横ばいで推移している。同県は、輸送機械製品等の工場立地が進んでいるため、第 2 次産業の比重が高い（経済活動別県内総生産比率は 36.9%、全国平均は 26.5%）県である。

なお、県内失業率は 3.4%であり、全国平均（4.1%）を下回っており、有効求人倍率も全国で２番目に

※1 人口、高齢化率は総務省「平成 17 年国勢調査」の数値を採用。増減率は対平成 12 年比。以下他の県において同じ。

※2 県内総生産額は内閣府「県民経済計算」平成 16 年度の数値を採用。以下他の県において同じ。

※3 県内失業率は総務省「労働力調査　参考資料・都道府県別完全失業率（モデル推計値）」平成 18 年平均の数値を採用。以下他の県において同じ。

※4 有効求人倍率は「職業安定業務統計」厚生労働省長期時系列表の平成 17 年度平均値（パートを含む）を採用。以下他の県において同じ。

高い 1.46 倍となっているなど雇用情勢は比較的好調である。

（3）岡山県

岡山県は、196 万人の人口を有し、近年は微増傾向（対平成 12 年比 0.3%増）であり、高齢化率は 22.4%で全国平均（20.1%）を上回っている。

また、県内総生産額は 7 兆 09 百億円であるが、大幅に減少（対平成 11 年度比 5.0%減）しており、特に、製造業、建設業、小売業の生産額の減少が影響している。一方、石油製品や化学工業等の工場立地が進んでおり、群馬県と同様に第 2 次産業の比率が高い（経済活動別県内総生産比率は 33.5%、全国平均は 26.5%）。

なお、県内失業率は 3.4%であり、全国平均（4.1%）を下回っている。

（4）大分県

大分県は、121 万人の人口を有し、近年は微減傾向（対平成 12 年比 0.9%減）にあり、高齢化率も 24.2%で全国平均（20.1%）を上回っている。

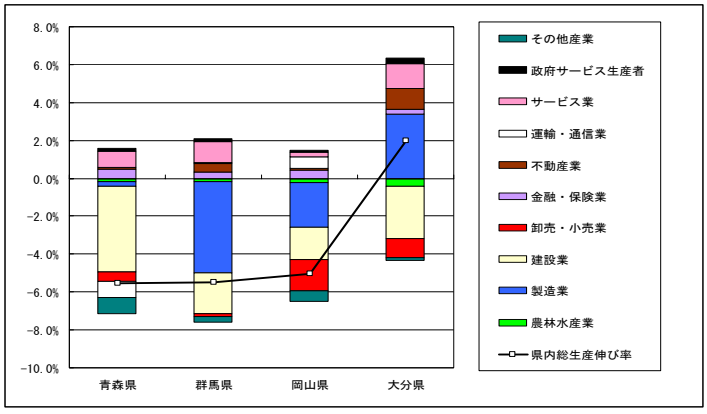
また、県内総生産額は 4 兆 55 百億円であり、製造業の生産出荷額が順調に推移していること、不動産業やサービス業も堅調に推移していること等により、県内総生産額は全国第 7 位の増加率（対平成 11 年度比 2.0%増）となっている。同県は、電子工業製品等の工場立地が進んでおり、第 2 次産業の比重が高く（経済活動別県内総生産比率は 32.5%、全国平均は 26.5%）、第 1 次産業についても椎茸やかぼすの生産量が全国一を誇るなどその比重は全国平均よりも高い（経済活動別県内総生産比率は 2.4%、全国平均は 1.6%）。

なお、県内失業率は 3.9%であり、全国平均（4.1%）を若干下回る水準となっている。

以上の各県の経済状況を総括すると、

- 人口については、岡山県以外は、どの県も微減傾向にあるが、高齢化率については、群馬県以外の 3 県では、全国平均に比べて高齢化が進んでいる。
- 県内総生産額の動向をみると、大分県が増大傾向にあるものの、他の 3 県は、減少又は横ばいで、低迷傾向にある。
- 産業構造をみると、青森県は、第 1 次産業の比重の比較的高い県であり、群馬県及び岡山県は、第 2 次産業の比重の高い県である。大分県も、電子工業品等の第 2 次産業の比重が高い県であるが、第 1 次産業の比重も全国平均より高い。
- 雇用状況については、群馬県、岡山県、大分県は、全国平均を下回る失業率であり、特に、岡山県、群馬県は、有効求人倍率も高い。一方、青森県は、全国平均を大きく上回る失業率であり、雇用環境は厳しい。

各県の平成 11 年度から平成 16 年度の県内総生産変化率に対する産業別寄与度



（注）内閣府「県民経済計算」より作成。

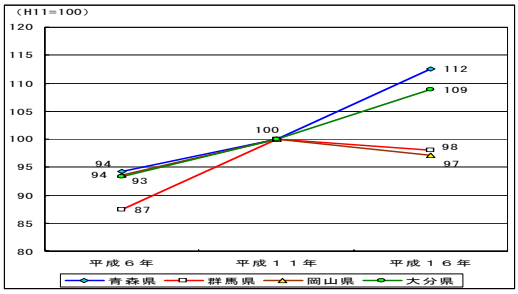
2　各県の観光動向

観光に関する基礎的データである観光客数や観光消費額について、これらのデータの平成 11 年の数値を 100 とする指数を用いて、各県の観光動向を比較した※1。

（1）各県の観光客数の動向の比較

総観光客数は、青森県及び大分県は増加、群馬県及び岡山県は平成 11 年から平成 16 年にかけて減少している。

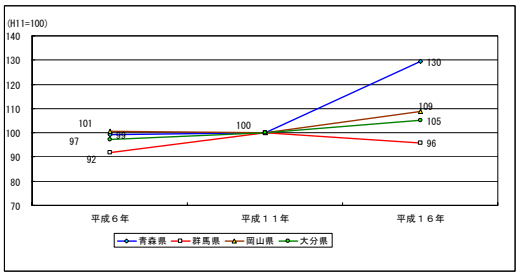
各県の総観光客数の推移



（注）1 青森県「青森県観光統計概要」による。
2 群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。
3 岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。
4 大分県「観光動態調査」による。

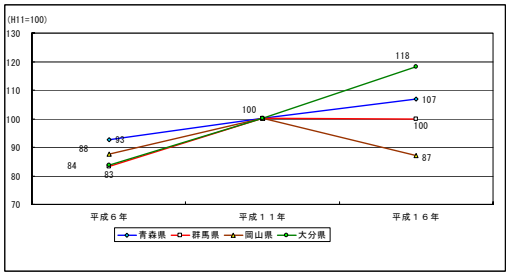
このうち、県外客数については、青森県で大幅な増加、岡山県及び大分県で増加、群馬県で減少となっており、県内客数については、大分県で大幅な増加、青森県で増加、群馬県で横ばい、岡山県で減少している。

各県の県外客数の推移



（注）1 青森県「青森県観光統計概要」による。
2 群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。
3 岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。
4 大分県「観光動態調査」による。

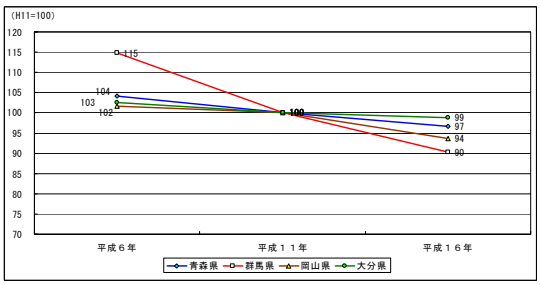
各県の県内客数の推移



（注）1 青森県「青森県観光統計概要」による。
2 群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。
3 岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。
4 大分県「観光動態調査」による。

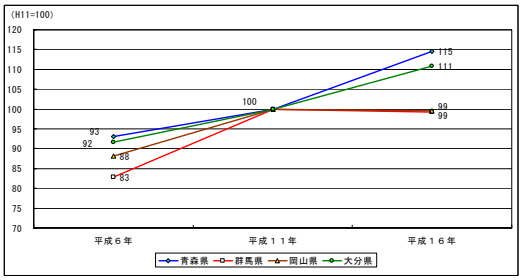
また、宿泊客数は、各県とも減少傾向にあるが、特に群馬県の減少度が他県に比べ大きい。日帰客数は、青森県及び大分県は増加、群馬県及び岡山県はほぼ横ばいである。

各県の宿泊客数の推移



（注）1 青森県「青森県観光統計概要」による。
2 群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。
3 岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。
4 大分県「観光動態調査」による。

各県の日帰り客数の推移



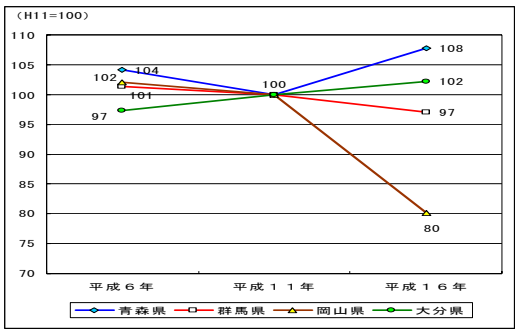
（注）1 青森県「青森県観光統計概要」による。
2 群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。
3 岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。
4 大分県「観光動態調査」による。

※1 群馬県においては、平成 11 年度の数値を 100 とする「年度」での指数比較となっている。

（2）各県の観光消費額の動向の比較

観光消費額は、青森県及び大分県で増加、群馬県で減少、岡山県で大幅に減少している。

各県の観光消費額の推移



（注）1 青森県「青森県観光統計概要」による。
2 群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。
3 岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。
4 大分県「観光動態調査」による。

平成 11 年から平成 16 年の間の各県の観光動向を総括すると、青森県及び大分県は、総観光客数、観光消費額ともに順調に増加しているが、群馬県及び岡山県は、総じて減少傾向にある。また、宿泊客数については、各県とも減少又は横ばい傾向で推移していることが大きな特徴として現れている。

各県の観光動向（増減）

		青森県	群馬県	岡山県	大分県
総観光客数		増加	減少	減少	増加
	うち県外客	大幅増	減少	増加	増加
	うち県内客	増加	横ばい	減少	大幅増
	うち宿泊客	減少	減少	減少	横ばい
	うち日帰客	増加	横ばい	横ばい	増加
観光消費額		増加	減少	大幅減	増加

3　各県ごとの分析

（1）青森県

①観光資源等

青森県には、十和田湖や奥入瀬渓流、八甲田連峰や白神山地といった知名度の高い自然資源、浅虫や八甲田山麓の温泉群等の恵まれた温泉資源、三内丸山遺跡に代表される歴史文化遺産やねぶた祭りのような地域独自の大型イベントに代表される個性豊かな生活文化資源、加えて大間のマグロや八戸のイカ等恵まれた水産資源が数多く存在する。

②これまでの動向と課題

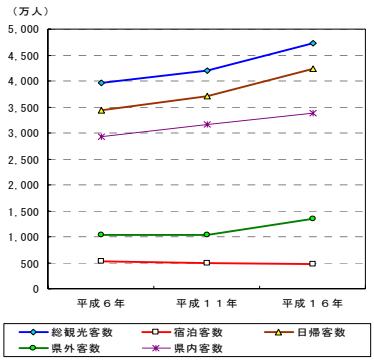
青森県は、人口は減少傾向にあり経済も全般的に厳しい状況にあるが、観光を取り巻く状況としては、平成 14 年 12 月の東北新幹線八戸駅の開業の「はやて効果」により、総観光客数は大幅な増加に転じ、平成 11 年から平成 16 年の推移を見ても 4,199 万人から 4,724 万人と 12.5%増加しているなど好調な状況にあると言える。

しかしながら、総観光客数の増加は県外客率の増加にも現れているように県外からの日帰り客数の増加によるところが大きく、宿泊客数は逆に 498 万人から 481 万人に減少している状況である。そのため、観光消費額は 1,623 億円から 1,749 億円に増加しているものの、その増加率は 7.8%であり、総観光客数の増加率ほど高くはない。

宿泊客数の伸び悩みは、新幹線の開業によるアクセス利便性の向上により東京圏が日帰り圏内に入ったこと、その一方で、航空による訪問者数が激減したこと、また、この交通機関間の旅客のシフトの影響を受け、県外からの宿泊客が減少していることが大きな要因と考えられる。

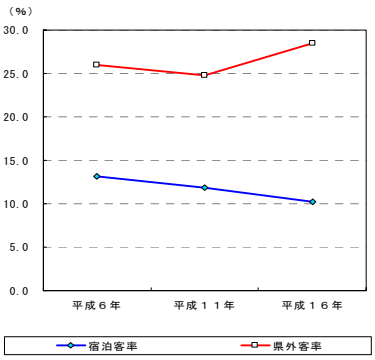
以上から、宿泊客の増加等観光消費の拡大が課題であると考えられる。

青森県の総観光客数等の推移



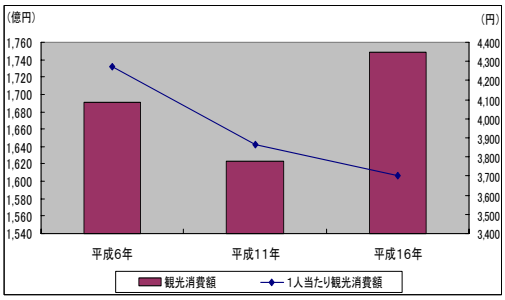
（注）青森県「青森県観光統計概要」による。

青森県の宿泊客率と県外客率の推移



（注）青森県「青森県観光統計概要」による。

青森県の観光消費額の推移



（注）青森県「青森県観光統計概要」による。

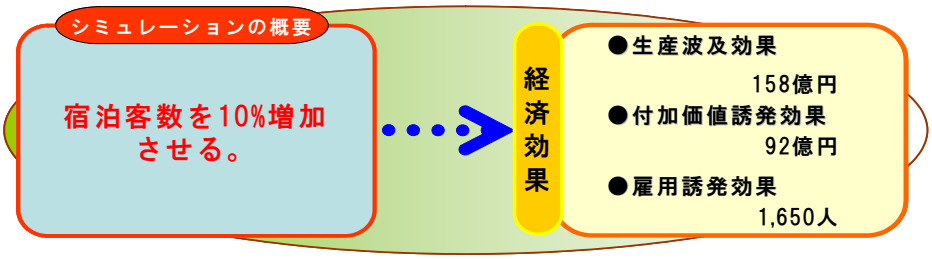
③今後の取組

現在、青森県では、多彩な地域資源や豊かに流れる時間を訪問者に全身で満喫してもらう新しい形の観光「あおもりツーリズム」の実現を目指している。また、八戸屋台村「みろく横丁」のオープンや五所川原での冬季誘客地吹雪体験ツアー等滞在メニュー・体験メニューの増加等の動きがある。

観光による地域経済の活性化の観点からは、農業県・漁業県としての強みである豊かな旬の食材や農山漁村の魅力を生かすこと、宿泊を伴う滞在型・体験型観光を一層推進すること等が肝要である。特に、平成 22 年度に予定されている東北新幹線新青森駅の開業をどう生かすかが問われる。

④シミュレーション

宿泊魅力の増大に向けた努力を通じて、宿泊客数が仮に 10%増加した場合、129 億円の観光消費額の増加が生じ、その直接効果を含む生産波及効果は約 7.4%、158 億円増加すると推計される。また、雇用は、県内の有力な鉄工業の主要工場の従業員数の 5 倍の約 1,650 人を創出すると推計される。



（2）群馬県

①観光資源等

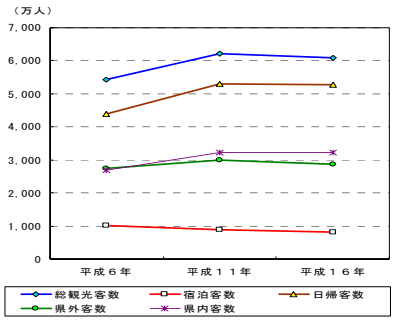
群馬県には、草津や伊香保等全国有数の温泉地に加え、県境には尾瀬や浅間山の鬼押出し等の自然資源、谷川岳や万座のスキー場、明治政府の殖産興業の象徴であった産業遺産の旧富岡製糸場等が存在する。

また、東京圏に隣接し、東北自動車道や関越自動車道、上越新幹線や北陸新幹線という高速交通網によって東京圏と直結している状況にある。

②これまでの動向と課題

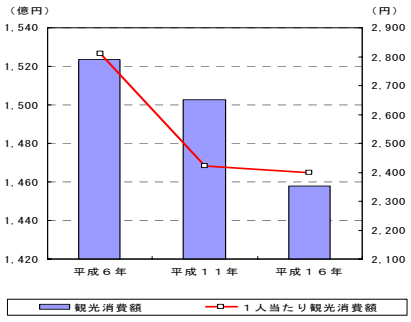
群馬県は、製造業の不振の影響もあり、経済もほぼ横ばいの状況が続いている。観光に関しては、平成11年度から平成16年度の間に、総観光客数は6,203万人から6,077万人へ、観光消費額は1,503億円から1,458億円へ減少しており、特に、宿泊客数の減少が顕著である。

群馬県の総観光客数等の推移



（注）群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。

群馬県の観光消費額の推移



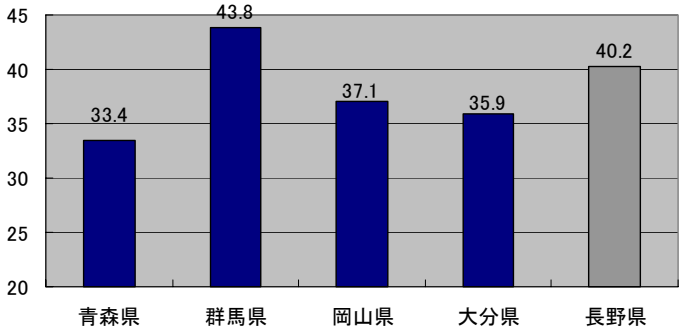
（注）群馬県「観光客数・消費額調査（推計）」による。

また、群馬県は高速道路網の発達により物流ルートが東京圏や新潟等と直結していることも一因となって、県外からの移輸入の比率（移輸入率）が、この事例分析対象の他の３県や同じ内陸県である長野県よりも高く、観光の波及効果、特に観光による波及効果が高いとされている農林水産業や食料品製造業への波及効果が小さくなっている。これには、旅館等で、地場の食材を十分に活用せず、新潟など県外から移入された海産物等を利用していることにも原因があると推察される。

■各県の経済取引構造の差異による経済波及効果の比較

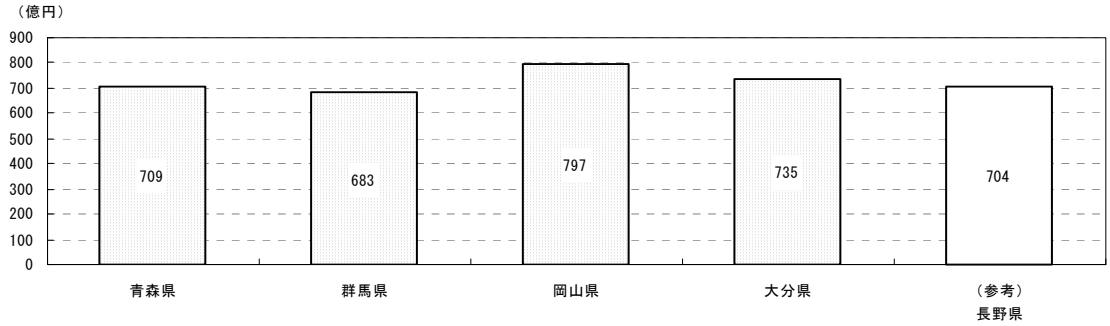
各県の経済取引構造における移輸入率の差異は観光消費のもたらす経済効果にも大きな影響を与える。群馬県は他の３県や同じ内陸県の長野県と比較して移輸入率が29.5%と高くなっている。

各県の移輸入率の比較



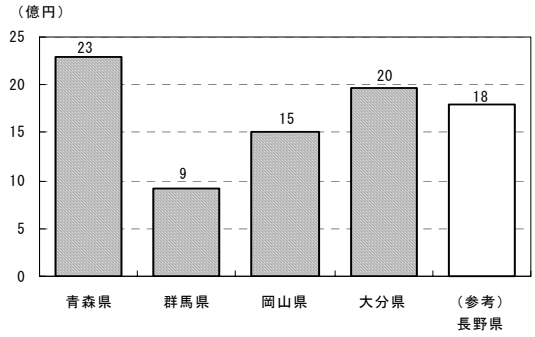
仮に、各県に 1,000 億円という同額の観光消費が発生した場合、各県の産業連関表を用いて推計した付加価値誘発額は群馬県が 683 億円と他の県よりも小さい。特に観光による波及効果の高いとされている農林水産業や食料品製造業においては、その差が顕著となっている。

観光消費による４県の付加価値誘発額

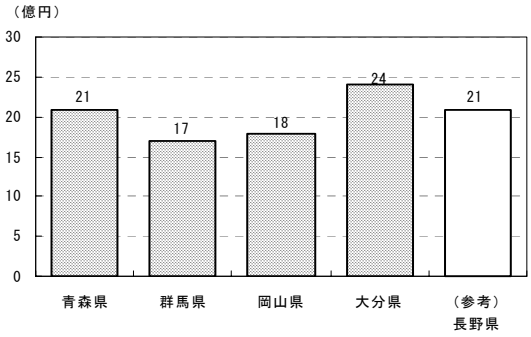


観光消費による農林水産業及び食料製造業の４県の付加価値誘発額

【農林水産業における付加価値誘発額】



【食料品製造業における付加価値誘発額】



③今後の取組

現在、群馬県では、「ぐんまにぎわいプラン―200 万人県民が創造する群馬の観光―」に基づき、「群馬へいざなう」、「群馬で楽しむ」、「群馬の魅力づくりを支える」という観点から、行政と県民の協働による観光振興に取り組んでいる。また、草津温泉の「泉質主義」を掲げた温泉のブランド化の展開や平成 17 年度前期の NHK 連続テレビ小説の舞台となった四万温泉の積極的な誘致活動等の動きがある。加えて、地産地消の取組として、農業生産者や加工業者、消費者、学識経験者等で構成される「ぐんま地産地消県民運動推進会議※1」の活動がある。

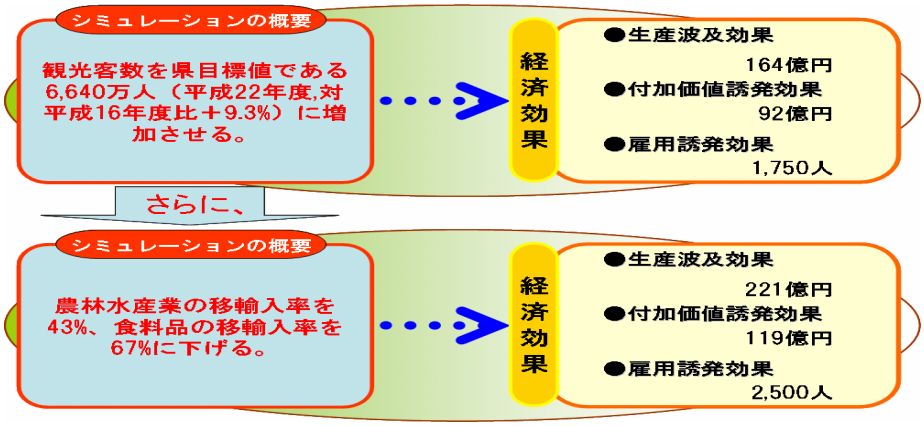
観光による地域経済の活性化の観点からは、高速交通網によって東京圏と直結しているという有利な条件を最大限に生かし、宿泊客を含む幅広い客層を対象にきめ細かな観光マーケティングを行うこと、そのマーケティング結果を踏まえ、地場の食材を生かした高付加価値の食の魅力づくりや魅力ある土産品開発等に一層取り組むことが肝要である。

④シミュレーション

仮に、「ぐんま新時代の県政方針」で設定されている総観光客数の目標値である 6,640 万人（平成 22 年度、対平成 16 年度比 9.3%増）が達成された場合、135 億円の観光消費額の増加が生じ、その直接効果を含む生産波及効果は約 9.3%、164 億円増加し、約 1,750 人の雇用を創出すると推計される。これに加え、移輸入率を農林水産品について現在の 63%から同じ内陸県である長野県並みの 43%に、食料品製造業について 75%から 67%に下げることができた場合は、さらに直接効果を含む生産波及効果は約 12.5%、221 億円に増加すると推計される。また、この場合、雇用は、県内の有力な自動車製造企業の主要工場の従業

※1 平成 16 年 7 月 14 日に生産者、加工業者、消費者、学識経験者等を構成メンバーとして設置。

者数に匹敵する約 2,500 人を創出すると推計される。



（3）岡山県

①観光資源等

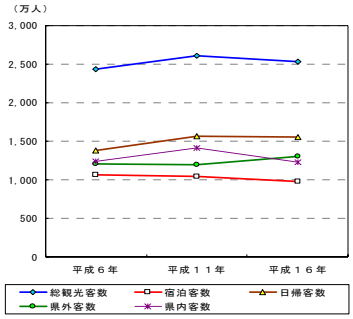
岡山県には、倉敷等の風情あふれる街並みや、美作三湯等の良質な温泉地や瀬戸内の風光明媚な風景に加え、瀬戸内海に浮かぶ島々とその個性豊かな生活文化や古墳や遺跡の残る吉備路等の歴史資源、加えて、桃やマスカットといった全国有数の高付加価値の農産物や瀬戸内海の魚貝類等、恵まれた観光資源が数多く存在する。また、県内に縦横に延びる高速道路網や東西を貫く新幹線等、全国的に見ても交通基盤が充実していると言える。

②これまでの動向と課題

岡山県は、製造業の不振により経済が低迷している。観光の状況についても、平成 11 年から平成 16 年の間に、総観光客数は、2,607 万人から 2,532 万人へ減少し、観光消費額は 1,754 億円から 1,405 億円に大幅に減少している。これらの原因としては、倉敷チボリ公園の入場者が大幅に減少していることなどが考えられる。

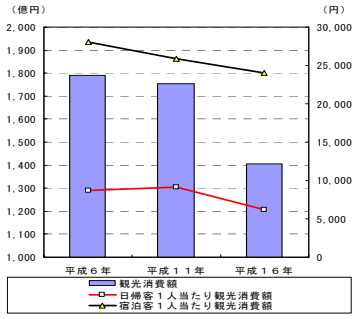
以上から、観光魅力の向上による東京圏等からの一層の観光客数増加に加え、観光消費の底上げが課題であると考えられる。

岡山県の総観光客数等の推移



（注）岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。

岡山県の観光消費額の推移



（注）岡山県「岡山県観光客動態調査報告書」による。

③今後の取組

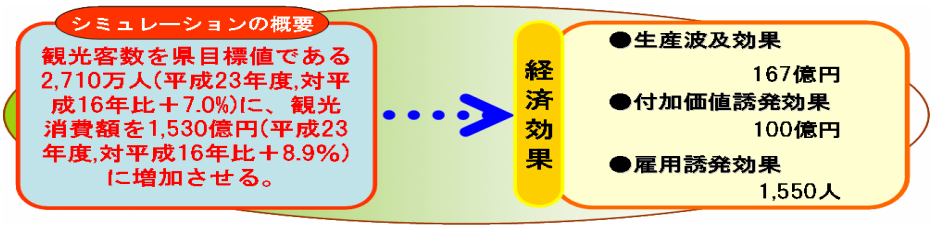
現在、岡山県では、平成 19 年度から始まる「新おかやま夢づくりプラン」に基づき、「吉備の国岡山」の歴史や文化をテーマとした観光資源の創造や「観光・岡山」ブランドの確立、団塊の世代等の誘客等に取り組むこととしている。また、倉敷の美観地区の夜間照明による滞在型観光の推進、津山や高梁の城下町としての歴史ある街並みを生かした観光まちづくり等の動きがある。

観光による地域経済の活性化の観点からは、平成 19 年 4 月から６月まで開催されるＪＲグループ６社

の「岡山デスティネーションキャンペーン」等を通じて、東京圏等からの観光客の誘致を積極的に推進すること、交通利便性の高さを生かして、中四国圏域内における歴史や文化等の共通のもとに広域観光ルートを開発すること、地域の観光資源の魅力を発掘、向上させるために「食」や「特産品」の付加価値を高めることが肝要である。

④シミュレーション

仮に、「新おかやま夢づくりプラン」で設定されている総観光客数の目標値である 2,710 万人（平成 23 年度、対平成 16 年比 7.0%増）が達成され、かつ、観光消費額の目標値である 1,530 億円（平成 23 年度、対平成 16 年比 8.9%増）が達成された場合、その直接効果を含む生産波及効果は約 8.9%、167 億円増加すると推計される。また、約 1,550 人の雇用を創出すると推計され、これは水島工場地帯に立地する国内有数の石油化学工場の従業員の８割の規模に匹敵する。



（4）大分県

①観光資源等

大分県は、いわゆる温泉地の数に比較して全国一の温泉ゆう出量や温泉源泉数を誇り、なかでも、県中央部に位置する別府及び湯布院は全国的に知名度が高く、この両温泉の観光客は年間 800 万人に達し、同県の観光を牽引する代表的な観光地となっている。加えて、日田地域、くじゅう地域、国東半島地域、日豊海岸地域等の豊富な自然や歴史文化、さらには、関サバ、関アジといった高級魚等の食に関わる観光資源や特産品を数多く有する。

また、福岡空港や大分空港からの高速バス・直行バスが別府、湯布院に運行されているほか、大分自動車道の利用により、福岡県から別府、湯布院、日田等の観光地への時間短縮が図られている。

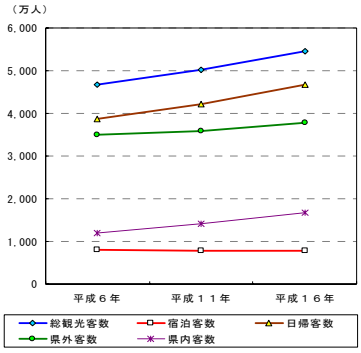
②これまでの動向と課題

大分県は、事例分析対象の他の３県と比較して、堅調な経済状況を保っている。観光に関する状況としても、平成 11 年に比較して平成 16 年は、総観光客数は 5,013 万人から 5,459 万人へ増加しており、特に、日帰り客数は 4,223 万人から 4,679 万人へ増加している。

一方で、県外客数の伸びは、5.2%にとどまっており、宿泊客数も 790 万人から 780 万人へ、観光客１人当たりの観光消費額も 5,147 円から 4,828 円へ、それぞれ減少している。

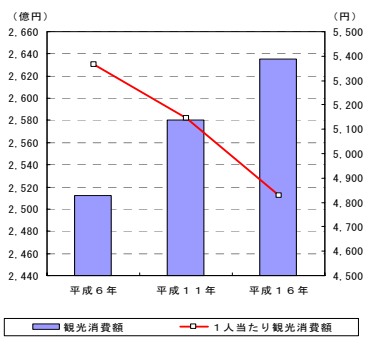
以上から、県外客等の宿泊客数の増加や観光消費額の増加が課題であると考えられる。

大分県の総観光客数等の推移



（注）大分県「観光動態調査」による。

大分県の観光消費額の推移



（注）大分県「観光動態調査」による。

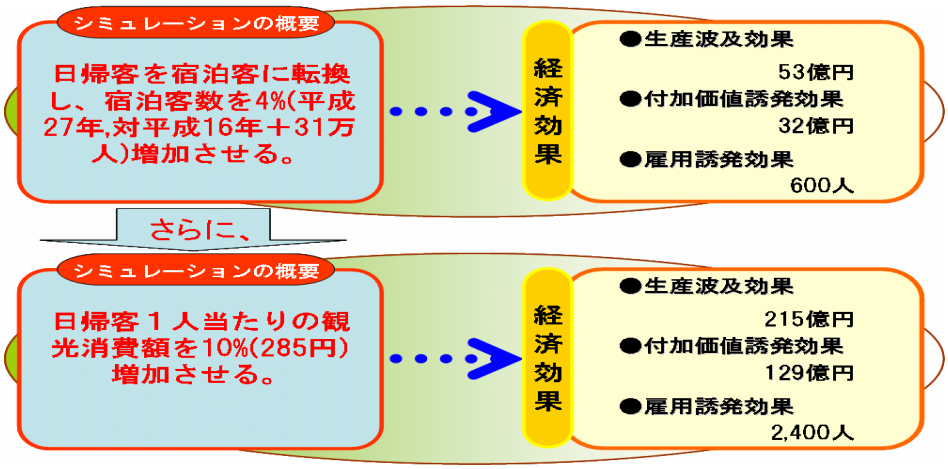
③今後の取組

現在、大分県では、「安心・活力・発展プラン 2005―ともに築こう大分の未来―」に基づき、「交流で広がる活気あふれる地域づくり－地域と世界をつなぎふれあい楽しむツーリズムの推進－」の一環として、地域の観光資源の発掘・魅力の向上やグリーン・ツーリズムの推進等に取り組んでいる。また、別府での別府八湯温泉泊覧会（通称オンパク）の開催等滞在メニューの増加や豊後高田の商店街を昭和の町に再生して観光客の誘致を図るなどの動きがある。

観光による地域経済の活性化の観点からは、早朝ウォーキング等のプログラムの提供や安心院における農村民泊の活用等により、多様な滞在型・体験型の観光を推進すること、温泉や特産品等を生かした土産品の開発を推進すること等により、観光消費の拡大を図ることが肝要である。

④シミュレーション

仮に、「安心・活力・発展プラン 2005」で設定されている宿泊客数の目標値である 4%の増加（平成 27 年、対平成 16 年比 31 万人増）※1 が日帰り客を宿泊客に転換することにより達成された場合、43 億円の観光消費額の増加が生じ、その直接効果を含む生産波及効果は約 1.6%、53 億円増加し、約 600 人の雇用を創出すると推計される。これに加え、日帰り客 1 人当たりの観光消費額が 10%増加（285 円の増加）した場合、176 億円の観光消費額の増加が生じ、その直接効果を含む生産波及効果は約 6.7%、215 億円に増加すると推計される。また、雇用は、県内の主要な半導体集積回路製造工場の従業員数に匹敵する約 2,400 人を創出すると推計される。



◎宿泊旅行統計からみた都道府県の観光の状況

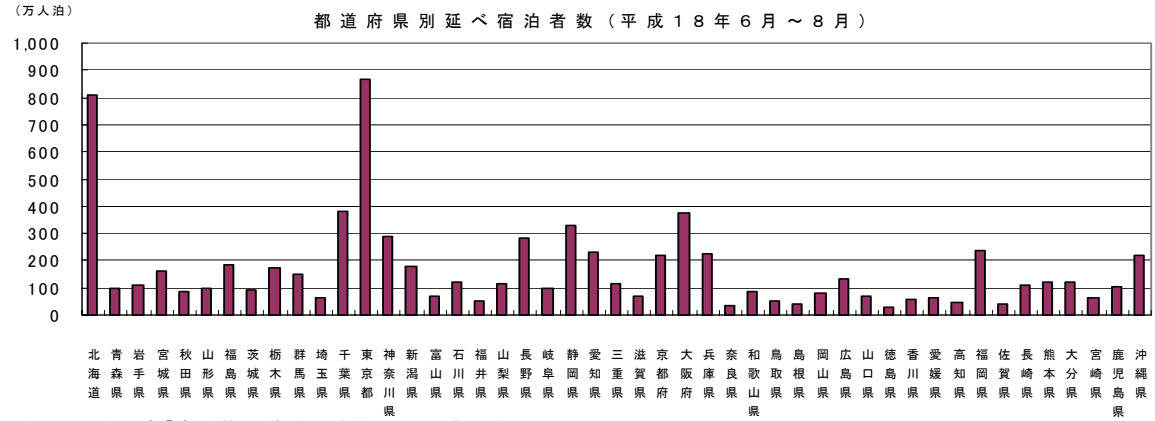
我が国の観光分野の基礎統計として、①全国統一基準により、②全ての都道府県を対象に、③従業者数 10 人以上のホテル、旅館及び簡易宿所の全ての宿泊者数等を四半期毎に調査する「宿泊旅行統計調査（承認統計）」を平成 19 年から実施している。

同調査の試行として平成 18 年 6 月～8 月の 3 ヶ月間を対象に行った「宿泊旅行統計調査第二次予備調査（承認統計）」を基に、宿泊の現状からみた各都道府県の観光の状況について記述する。

※1 大分県においては、平成 18 年より新たな手法で観光統計調査を行い、これにより得られる平成 18 年の数値を基準に、平成 27 年の目標値を 4%増としているが、現時点では平成 18 年の数値が公表されていないことから、ここでは平成 16 年の数値を基準としてシミュレーションを行うこととした。

（1）都道府県別宿泊者数

都道府県別宿泊者数をみると、1位の東京都が868万人泊（シェア11.2%）、2位の北海道が808万人泊（同10.4%）、3位の千葉県が380万人泊（同4.9%）で、上位3都道府県で全体の1/4以上を占める。



（注）国土交通省「宿泊旅行統計調査第二次予備調査」による。

（2）都道府県の基礎的指標からみた宿泊の状況

宿泊者数の総数については、都道府県の基礎的指標である人口、総生産、就業者数との関連をみると、どの指標においても北海道・山梨県・長野県・石川県・沖縄県の5道県が上位5位までを占めた。

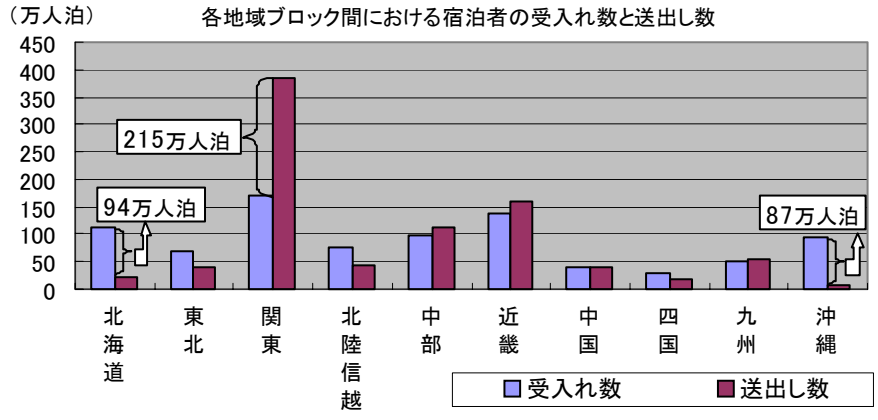
基礎的指標との関連性からみた宿泊者数等の順位（平成18年6月～8月）

	1位	2位	3位	4位	5位
都道府県人口1人当たり県外からの延べ宿泊者数	沖縄県	山梨県	長野県	北海道	石川県
県内総生産1,000万円当たり延べ宿泊者数	沖縄県	北海道	山梨県	長野県	石川県
第三次産業就業者に占める宿泊施設の従業者数の割合	長野県	沖縄県	北海道	石川県	山梨県

（3）地域ブロック間の観光交流の現状

従業者数100人以上の宿泊施設について、居住地別宿泊者数に基づき地域ブロック内及び地域ブロック間の流動をみると、北陸信越、四国、沖縄以外では、域内での流動が3割以上を占めた。

また、送出し数では関東が圧倒的に多く、次に近畿、中部の順となっている。一方、北海道と沖縄は他ブロックからの受入れ数が大幅に多い。



第Ⅱ部　平成１８年度の観光の状況及び施策

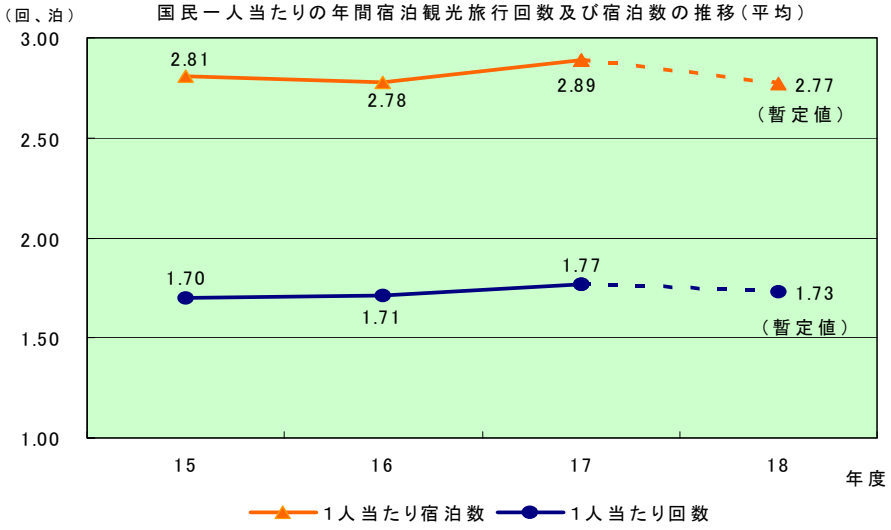
第１章　観光の現状

第１節　国民の観光の動向

１　国民の国内宿泊観光旅行の動向

平成 18 年度における国民 1 人当たりの国内宿泊観光旅行回数は、1.73 回と推計され、対前年度比で 2.3%減となった。

また、国民 1 人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は、2.77 回と推計され、対前年度比 4.2%減となった。

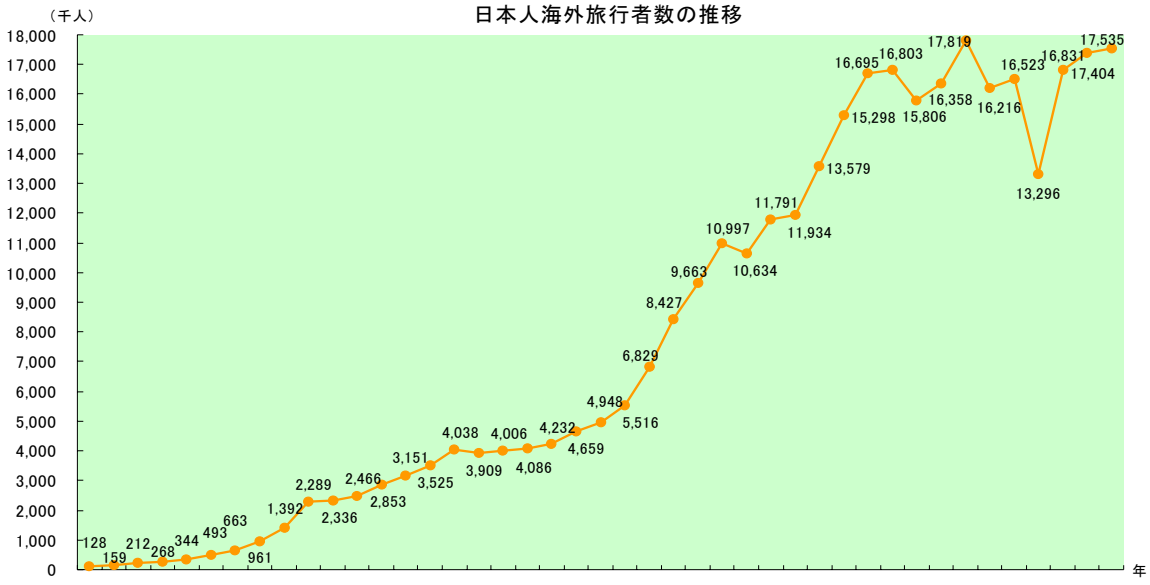


（注）国土交通省「旅行・観光消費動向調査」による。

２　国民の海外旅行の動向

（１）海外旅行者数の推移

平成 18 年の海外旅行者数は、約 1,753 万人となり、過去最高を記録した平成 12 年の 1,782 万人に次ぐ人数となった。前年に比べると、約 13 万人増加で、対前年比 0.8%増となった。



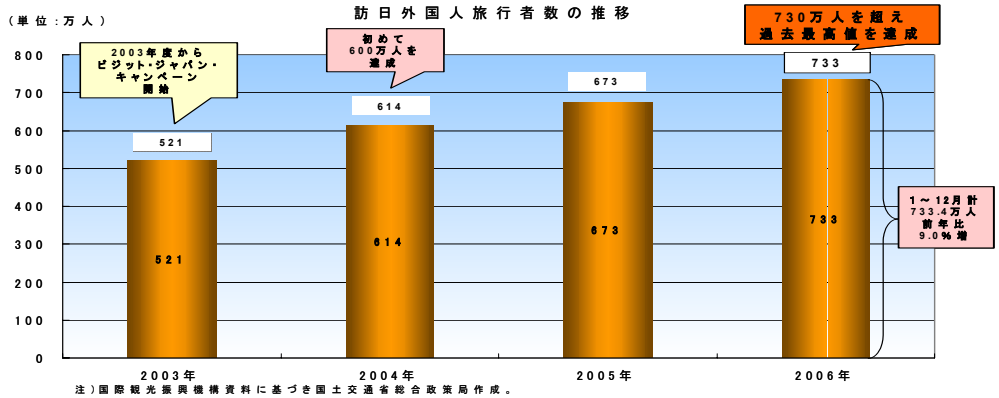
（注）法務省資料に基づき国土交通省総合政策局作成。

第２節　外国人の訪日旅行の動向

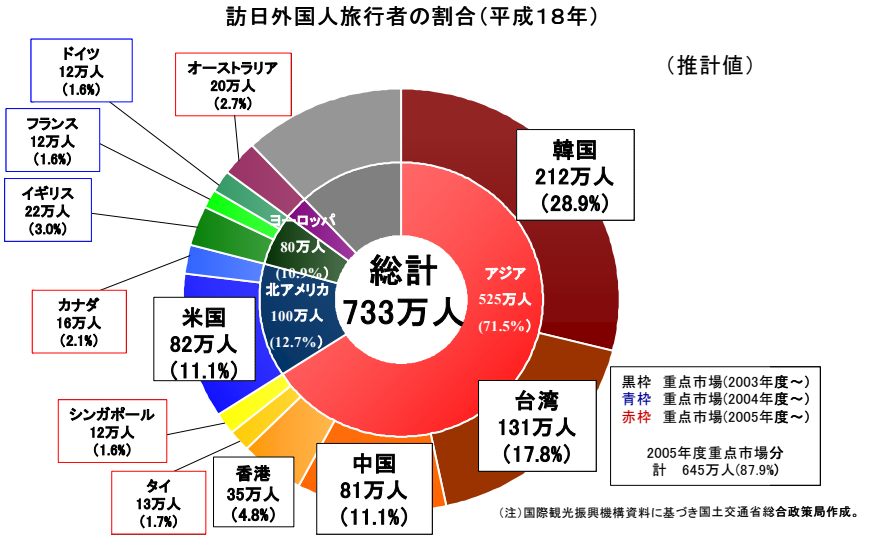
１　訪日外国人旅行の動向

（1）旅行者数とその国・地域

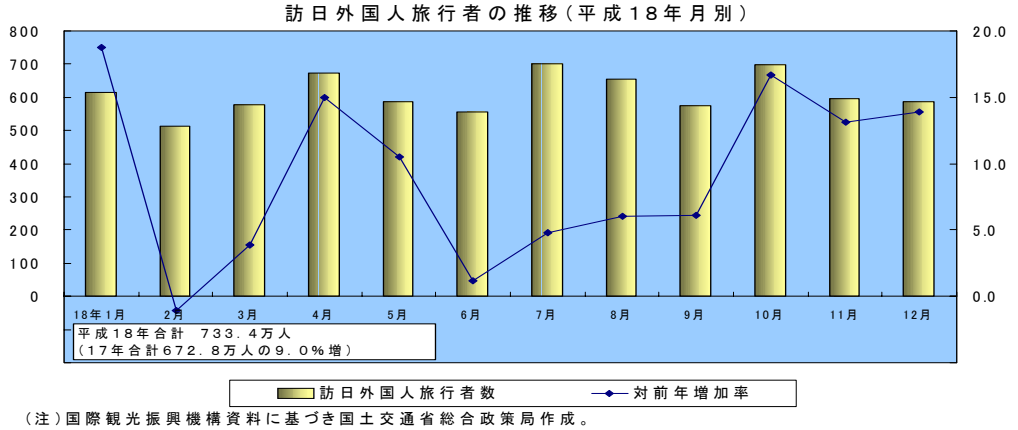
平成 18 年の訪日外国人旅行者数は、733 万人（対前年比 9.0%）となり過去最高値を達成した。



国・地域別にみると、アジアが 525 万人で全体の 71.5%を占め、次いで北アメリカが 100 万人（13.7%）、ヨーロッパが 80 万人（10.9%）、オセアニアが 23 万人（3.1%）の順となった。



月別にみると、対前年比では、旧正月のずれた２月以外のすべての月において過去最高を記録し、昨年に引き続き、年間を通してすべての月で 50 万人以上を達成した。



第２章　国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

第１節　国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

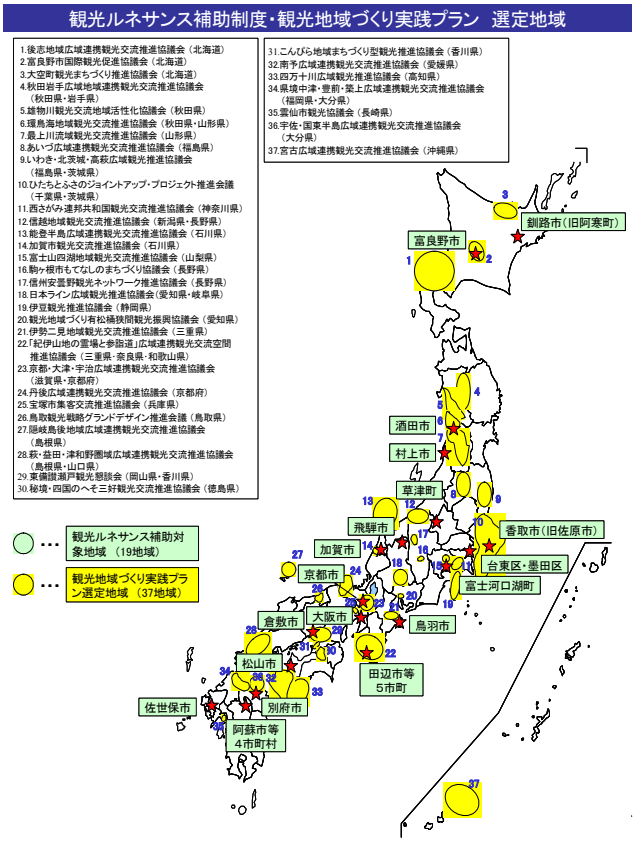
１　観光地の特性を生かした良質なサービスの提供の確保

（１）観光ルネサンス事業の推進

観光立国を目指すに当たっては、ビジット・ジャパン・キャンペーンによる情報発信を行うことと併せて、各地域の住民が主体となって地域の自然、歴史や文化等の特色や魅力を生かし、地元の自治体や観光関係者等とも広く連携しながら、積極的に観光地づくりを進めていくことが重要である。

そこで、外国人受入環境整備事業や人材育成事業等、地域の民間組織による知恵と工夫に富んだ観光地づくりの取組を支援する「観光ルネサンス補助制度」と、市町村が行うまちづくり交付金等による事業との連携により、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進している。「観光ルネサンス補助制度」では、平成 18 年度は新規に 8 件を選定した（17 年度からの継続案件は 11 件）。

また、地域の幅広い関係者が一体となって取り組む観光を軸とした地域づくりの立ち上げ段階を支援する「観光地域づくり実践プラン」についても、平成 18 年度に新たに 4 地域を選定した。



（２）地域観光マーケティング活動の促進

旅行者ニーズの多様化を踏まえ、地域固有の資源を活用した魅力ある旅行商品の創出・流通により、新たな旅行需要の創出と地域の活性化を図る観点から、地域の観光魅力を熟知した地元の観光関係者と旅行会社の連携・協働を促進するための施策を開始した。具体的には、地方ブロックごとに観光カリスマや学識経験者、旅行会社等からなる「観光まちづくりアドバイザリー会議」を立ち上げ、地域の要請に応じて観光まちづくりに関するアドバイスを行うと共に、地方ブロックごとに１から３地域を選定して集中的な支援を行う観光まちづくりコンサルティング事業を実施した。

第２節　観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成

１　温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発

（１）「地域いきいき観光まちづくり－１００－」の作成

観光立国の実現に向けて、日本各地で創意・工夫を生かした魅力的な観光地づくりのための取組が熱心に展開されている。このような地域の取組の一部を紹介し、観光地づくりに取り組む方々へ広く参考となるよう、地域に根付いた生活・文化・産業等を活用した取組や、観光地の再生への取組を中心に、100 の地域を紹介した事例集を「地域いきいき観光まちづくり-100-」として取りまとめた。こうした魅力ある観光地づくりの取組を海外にも情報発信するため、ホームページにより外国語（英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語）でも紹介している。

第３章　観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

第１節　観光産業の国際競争力の強化

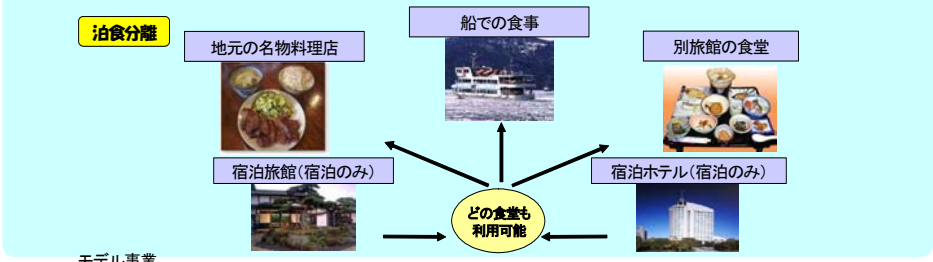
１　観光旅行者の需要の高度化及び旅行形態の多様化に対応したサービスの提供の確保

（１）宿泊産業の活性化

個人・小グループ旅行の増大等の旅行需要の動向変化に対応した新たなサービスの提供による宿泊産業の活性化に向けて、阿寒湖温泉等全国８地域において泊食分離の導入等に係る実証実験を実施し、新たなビジネスモデルの確立と全国への普及に向けたデータの収集・分析等を行った。

宿泊産業活性化のための実証実験

「宿泊産業活性化ビジネス戦略に関する調査検討委員会」報告書を踏まえ、阿寒湖温泉等全国8地域をモデル地域として、泊食分離等に係る実証実験を実施するとともに、各地域の取組みをベスト・プラクティスとして紹介し、全国への普及を促進していくことにより、宿泊産業の活性化を図る。



モデル事業

北海道釧路市（阿寒湖温泉）	阿寒湖温泉・泊食分離推進事業-”食の楽しみ”の多様化を目指して
宮城県仙台市（作並温泉）	「そとめしプラン」（仮称）による作並温泉地区旅館・ホテル活性化
宮城県仙台市（秋保温泉）	政令都市内温泉地における泊食分離プログラム
新潟県佐渡市	泊食分離による宿泊産業活性化事業
静岡県静岡市（舘山寺温泉）	滞在型観光地づくりへの宿泊施設のビジネス戦略
兵庫県神戸市（有馬温泉）	有馬温泉賑わい創出事業
長崎県平戸市	平戸地区の泊食分離推進事業
京都府京都市	町家・古民家を活用した新たな宿泊サービスの旅行業者による取扱に関する実証実験事業

第２節　観光の振興に寄与する人材の育成

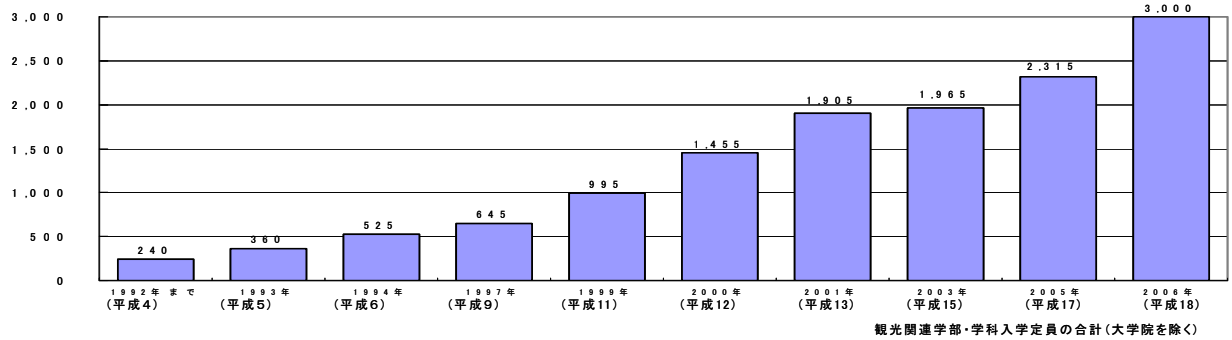
１　観光地及び観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実

（１）高等教育機関における人材育成

平成 18 年度においては、高崎経済大学、城西国際大学、立教大学、帝京大学、松本大学、西南女学院大学の 6 大学で観光関連学部・学科が設置された。

これに伴い、平成 18 年度の大学における観光関連学部・学科の入学定員は合計 3,000 人（5 学部 28 学科）となり、最近 5 年間では 1,095 人（11 学科）増加した。

観光関連学部・学科の入学定員



観光関連学部・学科入学定員の合計（大学院を除く）

第４章　国際観光の振興

第１節　外国人観光旅客の来訪の促進

１　我が国の伝統、文化等を生かした海外における観光宣伝活動の重点的かつ効果的な実施

（１）ビジット・ジャパン・キャンペーンの推進

①韓国

平成 18 年 3 月からの短期滞在査証の期間限定なしの免除、週休 2 日制の普及による余暇時間の拡大や堅調な韓国経済の影響から、個人旅行を中心とした海外旅行のニーズは拡大傾向にある。消費者に対し、インターネットと連動した夏・秋・冬の 3 回の集中的な広告プロモーションを行った結果、平成 18 年の訪日韓国人旅行者数は史上初めて 200 万人を突破し、212 万人（対前年比 21.2%増）となった。

訪日韓国人旅行者年間 200 万人達成

2006 年 12 月 21 日には、羽田空港第一ターミナルで訪日韓国人旅行者年間 200 万人達成記念式典が開催され、冬柴国土交通大臣から訪日 200 万人目の旅行者に感謝状、記念品が贈呈された。

韓国からの年間訪日旅行者数は、2002 年のサッカー日韓ワールドカップを契機に伸びを示し、2003 年 11 月の羽田－金浦のチャーター便就航、2005 年の「日韓友情年・日韓共同訪問の年」の取組もあり、ここ数年毎年 10%程度の伸びを示していたが、2006 年 3 月から実施された訪日韓国人への短期滞在査証免除措置の効果もあり、2006 年は約 21%と大きく増加した。

▲訪日韓国人旅行者年間200万人達成記念式典

②中国

日中観光交流年と定め、様々な交流事業を実施するとともに、旅行博への出展等を通じて消費者に対し旅行目的地としての日本をアピールすること、旅行会社の販売担当者への研修等を実施すること等により訪日旅行商品の造成・販売支援に努めた結果、平成 18 年の訪日中国人旅行者数は 81 万人（対前年比 24.4%増）となった。

③オーストラリア

平成 18 年 8 月 10 日、北側前国土交通大臣の訪問に際して、日豪交流年の記念イベントとして、「日豪観光交流の夕べ」をシドニーで開催し、250 人の参加を得た。席上、豪日協会及びＪＥＴＡＡ（ＪＥＴプログラム同窓会）の代表者に、ビジット・ジャパン・キャンペーン特別代表を委嘱し、オーストラリアからの更なる訪日旅行者の拡大に向け、協力を要請した。

第２節　国際相互交流の促進

１　外国政府との協力の推進

（１）日中韓三国における取組

平成 18 年 7 月 1 日から 3 日にかけて、北海道の釧路、旭川、札幌において、第 1 回日中韓観光大臣会合及び関連行事が開催された。

7 月 2 日には、釧路市阿寒町で大臣会合が開催され、北側前国土交通大臣、中国の邵琪偉国家旅游局長、韓国のキム・ミョンゴン文化観光部長官が、日中韓三国の観光協力の強化に向けて意見交換を行い、会合の成果は、「日中韓三国間の観光交流と協力の強化に関する北海道宣言」としてまとめられた。この宣言では、観光の多様な意義を確認するとともに、21 世紀の東アジア大交流時代の到来に当たり、互いの文化・伝統を尊重しつつ協力を強化していくこととし、「日中韓観光ビッグバン」と銘打った日中韓域内外の観光交流拡大のための計画が策定された。

第５章　観光旅行の促進のための環境の整備

第１節　観光旅行の容易化及び円滑化

１　休暇の取得の促進

（１）休暇取得による旅行需要喚起のための環境整備

大都市以外での地域で人口減少が見込まれる中、観光を通じた交流人口の拡大による地域活性化を目指す地域が増えてきており、こうした地域の取組を交流人口の拡大につなげていくためには、国内の旅行需要を喚起することが求められている。そこで、休暇の在り方や休暇の取得と一体となった国内旅行の需要を喚起する諸方策について検討するため、「国内旅行需要喚起のための休暇のあり方懇談会」を開催するとともに、平成 19 年 3 月には、長期家族旅行を含めた旅行の意義と休暇取得の重要性について、広く国民へ喚起することを目的としたシンポジウム「長期家族旅行の促進に関するシンポジウムー国内旅行需要喚起と休暇のあり方を考えるー」を開催した。

また、一時期に集中する傾向のある休暇の分散化を推進するため、（社）日本ツーリズム産業団体連合会では「秋休みキャンペーン」を実施しており、平成 18 年度は、ポスター等による広報活動や「秋休み」に合わせた各種旅行商品の販売促進活動等を実施した。

「秋休みキャンペーン」パンフレット

第２節　観光旅行者の利便の増進

１　高齢者、障害者、外国人その他特に配慮を要する観光旅行者が円滑に利用できる旅行関連施設及び公共施設の整備及びこれらの利便性の向上

（１）公共交通事業者等による情報提供措置の導入と支援

平成 18 年 4 月 1 日に、「外国人観光旅客の来訪地域の整備等の促進による国際観光の振興に関する法律（外客来訪促進法）」が施行され、外国語等による案内情報提供の促進が公共交通事業者等の努力義務とされるとともに、特に国際空港と主要な観光地を結ぶルート等多数の外国人観光客が利用する区間等については、公共交通事業者等が情報提供促進実施計画の作成及びその計画に基づく情報提供の実施を義務付けられる区間として指定し、平成 18 年度末までに同計画が提出された。また、同指定区間については、平成 18 年度に英語のホームページにより、外国人旅行者に対する情報提供を行った。