

第4部 都道府県アンケート調査（観光行政に関する事項）回答結果

- ・ 発送日 : 平成 26 年 1 月 14 日
- ・ 回答期限 : 平成 26 年 2 月 4 日
- ・ 発送状況 : 47 都道府県のうち福島県を除く 46 都道府県に発送
- ・ 回収状況 : 29 都道府県（回収率 63.0%）
 - 北海道、宮城県、山形県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、新潟県、富山県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、滋賀県、大阪府、兵庫県、鳥取県、山口県、香川県、福岡県、佐賀県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

- ・ アンケート調査項目
 - 1 地方公共団体（都道府県）の財務データにみる観光行政支出の割合調査
 - 1-1 当初予算額と全体に占める構成割合
 - 1-2 歳出決算額と全体に占める構成割合
 - 2 観光条例の制定状況調査
 - 2-1 既に制定している場合の制定年月日
 - 2-2 制定の目的、趣旨
 - 2-3 制定前と制定後の相違点、制定後の効果
 - 2-4 現時点で制定していない場合の理由
 - 2-5 制定の今後の予定の有無
 - 3 観光計画の数値目標調査
 - 3-1 総合計画における観光関連の数値目標の具体的内容
 - 3-2 実施計画における観光関連の数値目標の具体的内容
 - 3-3 観光関連の数値目標の事後評価の内容
 - 4 観光入込状況など統計データの推移調査
 - 4-1 全国観光入込客統計に関するデータ
 - 4-2 宿泊統計調査データ
 - 4-3 観光庁の統計データ作成の迅速化のための方策
 - 4-4 主な観光関連施設の利用状況と決算歳出
 - 4-4-1 水族館
 - 4-4-2 コンベンション施設
 - 4-4-3 美術館
 - 4-4-4 博物館
 - 4-4-5 スポーツ施設
 - 4-5 空港（地方自治体管轄の空港）の利用状況と決算歳出

- 4-5-1 便数
- 4-5-2 利用者数
- 4-5-3 搭乗率
- 4-5-4 決算歳出
- 5 観光入込状況の増進のための現況調査
 - 5-1 震災後の観光行政への最重要課題
 - 5-2 NHK大河ドラマ、連続テレビ小説いわゆる朝ドラなどテレビ放映誘致への取組
 - 5-3 観光支援目的の映画誘致への取組
 - 5-4 外国人旅行客誘致への対応
 - 5-4-1 外国人旅行客の増加のための取組と外国人旅行客数調査
 - 5-4-2 カジノ構想検討の適否についての意見
 - 5-5 教育旅行誘致への取組と教育旅行者数調査
 - 5-6 コンベンション誘致への取組とコンベンション利用者数調査
 - 5-7 大型祭り開催への取組と主要な大型祭りの参加人員数調査
 - 5-8 観光物産アンテナショップの設置状況と管理運営のための予算
 - 5-9 震災後に特別に実施したイベントの内容
 - 5-10 東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた準備状況
 - 5-11 世界遺産登録への対応
 - 5-11-1 世界遺産登録の現況
 - 5-11-2 世界遺産登録に向けた準備状況
 - 5-12 原子力事故による観光風評被害への対応
 - 5-13 観光利用状況推進に向けた行政組織機構の課題への対応
 - 5-14 観光関連の経済波及効果の算定状況

・アンケート調査回答結果

1 地方公共団体（都道府県）の財務データにみる観光行政支出の割合調査

当初予算額と歳出決算額の全体に占める構成割合の比率は、ほぼ同一水準にあり、部又は局の割合は10%未満が過半数を占め、課の割合はほぼ全てが1%未満であった。なお、課の金額については5億円未満と5億円以上10億円未満が約40%、10億円以上を観光分野に支出しているところが約20%となっている。金額の伸びを震災前の平成22年度と震災後の平成23年度と比較してみると、50%以上の伸びが被災地周辺の自治体に認められる一方で、10%未満あるいはマイナスの場合もあり、震災後に観光利用状況改善のための予算措置が全ての自治体で行われたわけではなく、各自治体の置かれた状況において対応が異なる。以下年度別の構成割合、金額及び伸び率の分布を示す。

1-1 当初予算額と全体に占める構成割合

構成割合 部又は局

(単位：件)

	10%未満	10%以上 20%未満	20%以上	無回答ほか
H22 年度	17	10	1	1
H23 年度	18	9	1	1
H24 年度	18	9	1	1
H25 年度	19	8	1	1

構成割合 課

(単位：件)

	1%未満	1%以上 5%未満	5%以上	無回答ほか
H22 年度	28	0	0	0
H23 年度	28	0	0	0
H24 年度	28	0	0	0
H25 年度	28	0	0	0

金額 課

(単位：件)

	5 億円未満	5 億円以上 10 億円未満	10 億円以上	無回答ほか
H22 年度	13	11	4	1
H23 年度	11	13	4	1
H24 年度	11	12	5	1
H25 年度	11	11	6	1

金額伸び率 課 (平成 22、23 年度比較)

(単位：件)

	10%未満	10%以上 50%未満	50%以上	マイナス又は不明
課又は局	4	5	5	15

1-2 歳出決算額と全体に占める構成割合

構成割合 部又は局

(単位：件)

	10%未満	10%以上 20%未満	20%以上	無回答ほか
H22 年度	16	10	1	2
H23 年度	18	9	0	2
H24 年度	18	9	0	2

構成割合 課

(単位：件)

	1%未満	1%以上5%未満	5%以上	無回答ほか
H22年度	28	0	0	1
H23年度	28	0	0	1
H24年度	28	0	0	1

金額 課

(単位：件)

	5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上	無回答ほか
H22年度	14	10	4	1
H23年度	11	11	6	1
H24年度	12	9	7	1

金額伸び率 課 (平成22、23年度比較)

(単位：件)

	10%未満	10%以上50%未満	50%以上	マイナス又は不明
課又は局	10	6	4	9

2 観光条例の制定状況調査

制定している場合は制定年月日、制定の目的、趣旨、制定前と制定後の相違点及び制定後の効果を、制定していない場合は、その理由と制定の予定の有無について調査している。

2-1 既に制定している場合の制定年月日

190頁を参照すること。

2-2 制定の目的、趣旨を記載してください。

制定の目的、趣旨についての回答は、ほとんどが観光の振興を掲げ、基本理念を定めるとともに、地方自治体の責務、住民、観光事業者、観光関係団体などのそれぞれの役割を明示している。さらに観光振興の施策の基本的事項を定め、この施策を総合的、計画的に推進して、豊かで活力ある地域社会の実現及び地域経済の発展、住民生活の向上に資することとしている。

上記の基本的記載以外の回答の一部を抜粋して記載すると、次のとおりである。

- ・住民総参加型のあるいはオールチームによる魅力あふれる観光地づくりを推進すること。
- ・地域経済の持続的発展を目指すこと。
- ・住民と一体となり、観光産業を基幹産業として発展させ、地域の特性を生かした誇りの持てるふるさをつくること。

- ・国内外から多くの来訪者を呼び込むための取組を推進すること。（外国人観光も視野に入れている）
- ・文化の振興に資すること（観光を文化も含めて認識）。

2-3 制定前と制定後の相違点、制定後の効果について記載してください。

制定前と制定後の相違点についての回答は、制定後の行動について、条例に基づく観光振興に関する行動計画を策定し、条例の基本理念に沿った住民、観光事業者、観光団体などの行動指針を基本計画として定めるとともに、具体的に目標指標を設定している場合が一般的である。

なお、制定後の効果については回答の一部を抜粋すると次のとおりとなる。

- ・目標指標の事後評価を適切に行うことができるようになり、施策の検証に効果がある。
- ・観光振興計画を定める上で、目標指標の設定が可能となり、さらにこの計画により観光施策を戦略的に推進することができるようになった。
- ・理念的条例であり、特段の効果は見られないが、もてなし研修、観光地美化活動等を中心として事業推進を行っている。
- ・計画の実施状況を検証とともに、議会への報告義務が生じたことで、進行管理が適切に行われるようになった。
- ・観光立県の実現に向け、行政、住民、民間事業者などの役割分担が明確になり、官民一体となった取組が可能となった。
- ・観光事業者のみならず、広く住民に対し、観光施設の推進を周知することが可能となり、一般住民、民間企業も含め観光立県を目指す機運が醸成された。
- ・全県的なおもてなし活動の展開や他地域からの来訪者の増加等の成果があった。

2-4 制定していない理由を記載してください。

制定していない理由について無回答が多かったものの、制定しない理由は、次のとおり回答があった。

- ・条例は制定しないものの、計画を策定し、観光推進を推進しているため。
- ・条例を制定する機運が醸成されていないため。
- ・条例により具体的な観光振興方策をまとめた指針を策定し、それに基づく取組を既に進めているため。
- ・現時点において必要性が認められないため。
- ・総合計画などに観光振興の基本的な方針や目標を既に定めているため。
- ・制定しなければならないものとは考えていない。
- ・計画を策定し、官民挙げた観光推進体制を整えたところであり、現状では必要なものと判断している。

2-5 制定の今後の予定の有無（単位：件）

有	無	未回答他
4	11	14

3 観光計画の数値目標調査

3-1 総合計画における観光関連の数値目標の具体的内容

有効期間

（単位：件）

有効期間	5年未満	5年以上10年未満	10年以上	無回答ほか
	8	16	5	0

数値目標数

（単位：件）

数値目標数	5件未満	5件以上10件未満	10件以上	無回答ほか
	21	6	0	2

数値目標の項目への回答内容は様々であるが、主なものは次のとおりである。

- ・観光入込客数（県内・県外別、日帰り、宿泊者数、外国人数、年間増加数、ツーリズム人口数、国際ツーリズム人口数など）
- ・観光消費額（一人当たりの金額、1世帯当たりの金額、県内・県外別など）
- ・満足度の割合
- ・大規模コンベンションの年間開催件数
- ・コンベンションの参加者数
- ・教育旅行受入人数
- ・ニューツーリズム旅行商品を造成した事業主体数
- ・国際会議及びインセンティブ旅行の誘致件数
- ・観光ボランティアガイド数
- ・観光ランキングで上位を獲得（地域の魅力度ランキング、認知度ランキング、ブランド力ランキングなど）
- ・定期航空路線数
- ・定期航空利用者数
- ・体験だよりの数及び本県観光の評価意見数

3-2 実施計画における観光関連の数値目標の具体的内容

数値目標数

(単位：件)

数値目標数	5件未満	5件以上10件未満	10件以上	無回答ほか
数値目標数	12	7	4	6

総合計画において定めたもの以外に、実施計画として様々な独自の数値目標を定めているが、一部を抜粋すると次のとおりである。

- ・平均宿泊日数（県外、外国人、東アジア地域など）
- ・宿泊観光客数（東アジア地域、コンベンションなど）
- ・一人当たりの観光消費額の増加金額
- ・大規模コンベンションの年間開催件数（学会、大会、会議、国際コンベンションなど）
- ・世界文化遺産登録の早期実現の目標年度
- ・ジオパークの認定の目標年度
- ・多言語案内標識の整備箇所数
- ・道路標識の多言語化の推進枚数
- ・ニューツーリズム商品企画研修受講者数
- ・観光地づくりプラットフォームの事業主体数
- ・産業観光実施企業数
- ・フィルムコミッション支援件数
- ・TV・映画ロケ地誘致数
- ・キャンプ・合宿受入団体数
- ・キャンプ・合宿延べ参加者数
- ・観光客の満足度割合（食事、接客サービス、県外、県内、大変満足度、必ず再訪したい、入りたい温泉など）
- ・リピーターの割合（一定回数以上）
- ・リピーター率（一定割合以上）
- ・体験型観光を目的として訪れる観光客の割合
- ・体験型プログラムの開発件数

3-3 観光関連の数値目標の事後評価の内容

アンケート調査の回答をまとめると次のとおりである。

- ・担当部局は総合計画の場合は、ほとんどが観光部局以外の部局であり、実施計画の場合は観光部局の計画策定担当部局が多く、観光部局以外は少ない。
- ・事後評価実施要領を定めているとの回答は5件である。
- ・実施時期の期限ありの回答は4件。全て翌年度の7月以降を期限としている。

・予算、施策への反映の定めありとの回答は4件である。

4 観光入込状況など統計データの推移調査

観光庁の統計データが既に公表されているので全国都道府県の詳細は、観光庁のホームページを参照すること。

4-1 全国観光入込客統計に関するデータ

観光地点

(単位：件)

	100 件未満	100 件以上 500 件未満	500 件以上	無回答ほか
H22	2	11	10	6
H23	2	13	10	4
H24	3	13	8	5

4-2 宿泊統計調査データ

宿泊者数

(単位：件)

	10,000 千人未満	10,000 千人以上 20,000 千人件未満	20,000 千人以上	無回答ほか
H22	17	7	3	2
H23	17	6	4	2

内外国人宿泊者

(単位：件)

	100 千人未満	100 千人以上 1,000 千人未満	1,000 千人以上	無回答ほか
H22	15	9	3	2
H23	13	11	3	2

対象施設数

(単位：件)

	1,000 件未満	1,000 件以上 2,000 件未満	2,000 件以上	無回答ほか
H22	14	7	4	4
H23	15	7	4	3

4-3 観光庁の統計データ作成の迅速化のための方策

官公庁統計データ作成の迅速化については、現行の公表時期を早めることが困難との回答がほとんどである。その理由としては基礎データとなる観光地点等データ、観光庁提供データなどが全て揃ってから算出作業に着手することになり、更に算出結果について関連する統計指標との比較や要因分析等に一定の時間を要するため等の回答

が多く挙げられている。なお、迅速化のための方策としての回答が一部あったので記載しておく。

- ・推計時における各データの誤謬^{ひまう}処理にかなりの時間を要するため、誤りをできるだけ少なくすることが迅速化の方策の一つである。
- ・委託事業者と綿密に調整を図り、不明点や疑義事項を随時確認すること。

4-4 主な観光関連施設の利用状況と決算歳出

無回答、記載なしが多く参考となる調査結果なし。

4-5 空港（地方自治体管轄の空港）の利用状況と決算歳出

無回答、記載なしが多く参考となる調査結果なし。

5 観光入込状況の増進のための現況調査

5-1 震災後の観光行政への最重要課題

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・大きく減少した外国人観光客数の回復。
- ・観光資源の再生。
- ・新たな観光資源の発掘。
- ・広域観光の充実。
- ・大型キャンペーンによる誘客活動の徹底的な実施。
- ・観光客誘致に資する魅力ある向上心の高い観光関連業者の育成。
- ・新たな観光需要の創出のための取組。
- ・風評被害の払拭。
- ・情報発信による安全・安心のPR。
- ・受入体制整備の強化。
- ・人口減少・少子高齢化社会における対応。
- ・首都圏からの観光ニーズへの対応。
- ・東京オリンピック・パラリンピックを見据えた国際観光の振興。
- ・ICT情報通信技術の活用による個人旅行者への対応。
- ・無料で使える講習無線LANのWi-Fiなどの情報環境の整備促進。
- ・山岳高原をはじめとする県独自の強みを更に伸ばすこと。
- ・県民参加・他分野との連携による観光地域創り。
- ・食や物産、サービスの価値の向上とブランドとしての発信。
- ・世界水準の持続的な観光地創りを実現するための施策の推進。
- ・本県を取り巻く新幹線、高速道の交通インフラを最大限活用すること。
- ・県内の交通機関、宿泊施設、観光施設は震災の影響はなく、通常営業していることを、日本語、英語、中国語及び韓国語で情報発信した。

- ・観光地としての認知度向上。
- ・認知度を高めるため、海外プロモーション活動を実施するとともに、外国人受入体制の整備としてフリーWi-Fiの整備等を実施する。
- ・正確な安全安心情報の発信。
- ・外国人観光客誘致（東アジア中心）。
- ・修学旅行誘致。
- ・エコツーリズム等自然体験素材の拡充及びPR。
- ・風評被害による外国人入国者数激減の回復のための活動を実施すること。
- ・知名度向上及び受入環境の整備。
- ・震災と同時期に全線開業した新幹線を活用した関西エリアからの誘客。
- ・地域の観光素材磨き、情報発信の強化。

5-2 NHK大河ドラマ、連続テレビ小説いわゆる朝ドラなどテレビ放映誘致への取組

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・支援のための窓口を設置しロケ誘致・支援に向けた取組を進めている。
- ・ロケ誘致促進事業費補助金を設置しロケに要する経費補助を行っている。
- ・大河ドラマ化推進協議会の設立。
- ・住民署名活動の実施。
- ・撮影地のロケ地マップの作成、PR活動、ロケ地巡りツアーの企画。
- ・誘致活動を行う市町村の活動の支援。
- ・関係都道府県と市町村とで広域連携推進会議を組織化し活動を行っている。
- ・ロケ受入施設向け施策として、受入ノウハウを学ぶための担当者育成講習会の実施。
- ・ロケ受入窓口の組織化のためフィルムコミッション設立・運営のアドバイザーの派遣。
- ・ロケ地情報などの制作者への情報提供。
- ・ロケ撮影地の許可申請の情報提供。
- ・宿泊施設、サービス業者（ロケ弁、現地警備等）等の紹介。
- ・ロケ撮影に協力するボランティア（エキストラ等）募集の支援。
- ・都道府県及び市町村の公共施設での撮影に関する調整。
- ・制作会社、テレビ局等への働き掛けは行っていない。
- ・ロケ支援専用ホームページを立ち上げ、ロケ地情報等の情報を発信している。

5-3 観光支援目的の映画誘致への取組

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・支援のための窓口を設置しロケ誘致・支援に向けた取組を進めている。
- ・フィルムコミッションを市町村、経済団体などとともに設立し誘致、支援、啓発・普及などの活動を行っている。
- ・ロケ誘致促進事業費補助金を設置しロケに要する経費補助を行っている。
- ・ロケ情報のホームページへの掲載。
- ・ロケ地マップの作成・配布によるPR。
- ・インド映画ロケ支援を行った。
- ・撮影スタッフなどのロケ隊が生み出す直接的経済波及効果や、映像作品を通して全国へ情報発信されることにより期待される間接的経済波及効果、また、映像作品を通して、県民が地元の魅力を再発見することで郷土への誇りや自信を高めることにつながるものと考えていることから、誘致活動に積極的に取り組んでいる。
- ・本県ゆかりの映画監督、プロデューサーに対して、本県を舞台とした作品の製作を働き掛けている。

5-4 外国人旅行者誘致への対応

5-4-1 外国人旅行者の増加のための取組と外国人旅行者数調査

自治体間に外国人旅行者誘致に向けた取組姿勢にかなりの格差は認められるが何らかの施策を講じ増加に結びつけたいとの回答が多い。

(単位：件)

100 千人未満	100 千人以上 500 千人未満	500 千人以上	無回答ほか
7	11	5	6

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・実績のある市場（台湾、韓国、中国、香港など）へのリピーター対策実施。
- ・今後成長が期待される新規市場（タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナムなどの東南アジア諸国など）の市場開拓対策実施。
- ・重点的、集中的に海外プロモーション活動を実施。
- ・隣県あるいは首都圏と連携し実施。
- ・海外旅行博で宿泊を含む旅行商品の販売促進。
- ・海外メディア、旅行業者招へいの実施。
- ・外国人旅行者へ向けた空港内での旅行者サポートや観光案内の実施。
- ・雑誌等記事広告掲載。
- ・外国人観光情報サイト・Facebookなどによる情報発信。
- ・アジアからの教育旅行の誘致に積極的に取り組んでいる。
- ・欧米豪地域・アジア地域を対象に現地商談会、セミナー、市民向けイベント等の実施。

- ・知事によるトップセールスの実施。
- ・北京、上海に現地事務所を設置（委託事業）。
- ・日本在住の外国人ライターや人気ブロガーによる F a c e b o o k 等での情報発信。
- ・航空定期航空便の航路維持のための助成。
- ・クルーズフェリー航路維持のための助成。
- ・SNS ソーシャルネットワーキングサービスを活用した多言語による観光情報の発信。
- ・本県宿泊型商品への助成。
- ・九州7県と民間で組織する観光推進機構を中心として、海外旅行会社、メディアの招へいや旅行博への出展事業等を行っている。
- ・広域的に近隣3県と一体となって招へい事業を行っている。

5-4-2 カジノ構想検討の適否についての意見

カジノ構想を外国人旅行客の増加のため積極的に検討すべきとの回答が2件、検討すべきでないとする回答が1件あった。多くの回答は、観光振興等の経済的利益はあるが、青少年犯罪防止・治安維持・青少年の健全育成等の問題もあり、現在国会で継続審議となっているいわゆるカジノ推進法律案の審議状況等、国の動向を注視し情報収集に努めるとしている。

適否の意見 (単位：件)

適	否	無回答ほか
2	1	26

5-5 教育旅行誘致への取組と教育旅行者数調査

教育旅行誘致への取組を実施しているとの回答が12件に対し、全く実施していないとの回答が5件と、自治体間の取り組む姿勢には格差がみられる。

教育旅行誘致への取組の有無 (単位：件)

有	無	無回答ほか
12	5	12

教育旅行者数調査 (単位：件)

100 千人未満	100 千人以上 500 千人未満	500 千人以上	無回答ほか
6	6	1	16

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・受入体制整備、教育旅行商品メニュー作りなどの事業。
- ・教育旅行回復に向けた支援センターの設置。
- ・他都道府県、関係団体などとの広域連携による誘致活動の実施。

- ・農家民宿を中心に体験型のメニューを提供し、主に西日本地区からの誘致に努めている。
- ・アジアからの教育旅行を誘致するため、現地での学校説明会への参加、教育関係者の招請ツアーを実施している。
- ・海外から教育旅行誘致のため、学校交流のマッチング、学校関係者への説明会の開催、交流活動の支援を行う。
- ・スキーの教育旅行誘致のため、主に九州を中心とした西日本のエージェンツ訪問を観光協会、スキー場と連携し一緒に訪問している。
- ・学生合宿の誘致のため、市町村への学生合宿誘致助成制度の創設。
- ・県教育旅行ガイドブック「学び旅」の作成。
- ・毎年、関西圏や近隣県の中学校を訪問し誘致を実施している。
- ・海外からの学校交流の依頼に対するマッチングを行うための学校交流コーディネータの在籍。
- ・都市圏での売り込み等誘致活動が主。
- ・体験型プログラムのブラッシュアップへの取組。
- ・旅行会社向けのキャラバンの実施。

5-6 コンベンション誘致への取り組みとコンベンション利用者数調査

自治体間の誘致への取り組み姿勢に都市部と都市部以外で格差がある。特に国際会議の誘致はそのほとんどが都市部に集中している。

利用者数

(単位：人)

100 千人未満	100 千人以上 1,000 千人未満	1,000 千人以上	無回答ほか
4	4	1	20

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・コンベンション開催支援補助金による開催団体への補助事業の実施。
- ・世界大会誘致に成功した市町村と連携して観光客誘致施策に取り組む。
- ・主催者への誘致資金助成、開催資金助成を行う。
- ・共催等により開催費の一部負担する。
- ・コンベンション参加者の満足度を高め、観光目的での再来訪や口コミ等による新規旅行者誘致を図るため、日本文化体験プログラム等やホスピタリティチームの派遣などの支援プログラムを提供している。
- ・MICE（企業研修や報奨旅行など）の誘致活動のためのモデルコースや受入メニューなどを掲載したパンフレットの作成、ファムトリップ（現地視察旅行など）の実施。
- ・首都圏の観光情報センター内にスポーツ合宿・MICE誘致推進員を一名配置し、首都圏中心にMICEの誘致活動を展開している。

- ・観光庁のグローバルMICE強化都市に選定され、MICEマーケティング高度化事業に参加するなど、積極的にコンベンションを含むMICEの誘致に取り組んでいる。
- ・遠隔地で構成する6地区コンベンション協議会により首都圏のコンベンション開催主催者、企画運営会社、協会等に対して、コンベンション誘致を目的としたワークショップ形式のセミナーを開催している。
- ・誘致はコンベンション施設を有する市町村（政令市）で主に行っており、県では、アフターコンベンション対策として、各種コンベンション参加者に対する観光PRをして以前からMICE誘致に積極的に取り組んできた。

5-7 大型祭り開催への取組と主要な大型祭りの参加人員数調査

大型祭り開催を主催する場合は少なく、実行委員会への参加、補助金等の資金支援、情報発信等を取組への回答としている。ほとんどの自治体は地元を中心とする地域祭の情報発信等の支援を実施している。

参加人員数

(単位：件)

500千人未満	500千人以上1,000千人未満	1,000千人以上	無回答ほか
10	5	7	7

5-8 観光物産アンテナショップの設置状況と管理運営のための予算

アンテナショップの設置はほぼ首都圏、都市部に集中し、管理運営予算は2,000万円未満から1億円以上までと予算額の差が大きい。

設置状況

(単位：件)

有	無	無回答ほか
18	6	5

予算

(単位：件)

2,000万円未満	2,000万円以上1億円未満	1億円以上	無回答ほか
5	9	5	10

5-9 震災後に特別に実施したイベント

「震災後に特別に実施したイベントが有る」とする回答が15件、「通常のイベントは有るが、震災後復興のために特別に実施したものが無い」が14件である。

(単位：件)

有	無	無回答ほか
15	14	0

5-10 東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた準備状況

東京オリンピック・パラリンピック開催への準備として新たな組織機構の設置、庁内連絡会議の設置などを完了あるいは準備検討中、事前合宿・練習所の誘致要請、外国人受入体制の推進のため多言語化推進事業を既の実施している旨等の回答が17件ある。なお、現在特に準備をしていないとの回答は9件である。

(単位：件)

準備有	準備無	無回答ほか
17	9	3

5-11 世界遺産登録への対応

世界遺産を有する自治体は世界遺産管理運営のための組織機構を特別に設置している旨の回答が多い。なお、登録の現況世界遺産登録に向けた準備を単独又は広域等で実施している旨の回答が15件ある。

5-11-1 世界遺産登録の現況 (単位：件)

有	無	無回答ほか
8	15	6

5-11-2 世界遺産登録に向けた準備状況 (単位：件)

有	無	無回答ほか
15	2	12

5-12 原子力事故による観光風評被害への対応

観光風評被害を解消するため、具体的な施策を講じているとの回答が14件、特にないが10件である。観光への影響があるとの認識は共通しているものの、地域及び状況の違いによりその対応は様々である。

(単位：件)

有	無	無回答ほか
14	10	5

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・放射線量調査の実施。
- ・安心・安全のための正確で的確な観光情報の継続的・持続的な発信。
- ・観光キャンペーンなどによるPRの強化。
- ・住民向けに「地元を旅して、地元泊まろう」をキャッチフレーズとした一家族一旅行の実施。
- ・各界が一致協力してオール体制で観光復興等に取り組むため観光振興・復興会議

の設立。

- ・温泉・観光宿泊割引プランの実施。
- ・海外旅行目的地としてのイメージ回復を図るための施策等の実施。
- ・水産物の放射性物質検査の継続実施と即時公表により安全性確保に努めている。
- ・海水浴場等を安心して利用していただくための海水中の放射性濃度の継続的監視、海水中の放射性濃度のモニタリング調査の実施とその結果のホームページのトップページへの一括掲載。
- ・県観光復興戦略会議において県内でイベントや行事を自粛しないことの決議。
- ・現状について根気強く説明を行い、理解を求めている。
- ・海外観光客の一部においては、原子力事故の場所に関係なく日本であるというだけで敬遠する動きもある。地道な情報発信を継続して行っている。

5-13 観光利用状況推進に向けた行政組織機構の課題への対応

観光施設、観光事業に関する観光行政を効率よく行うための行政組織機構の課題について、対応策有とする記載する回答が11件、対応策無しが4件である。

行政組織機構の課題への対応策の有無 (単位：件)

有	無	無回答ほか
11	4	14

アンケート調査回答の一部を抜粋して記載すると次のとおりである。

- ・観光産業が従来の施設・史跡などの観光資源から地域住民の力を結集した地域づくりや人づくり、食なども新たな観光資源となり得るなど、裾野の広い産業に変化してきている。したがって、従来の組織の枠組みだけでは、観光事業の推進に十分に対応することはできず、部を超えた抜本的な組織改革が必要である。
- ・イメージアップ、世界遺産、コンベンション誘致など特定課題については庁内の連絡会議をもって情報交換を行ったり、施策を連携したりしている。
- ・関係部局による観光づくり推進会議を設置し観光基本計画に基づく事業の進行管理などを行っている。
- ・知事を本部長とする観光立県推進本部を設置し関係部局の調整。
- ・平成22年度に教育庁から観光営業部ブランド課に県立恐竜博物館を移管し、平成24年度には教育庁から観光営業部文化振興課に県立美術館、県立歴史博物館を移管した。
- ・ホームページ、観光パンフレットにより縦割りでない観光情報を発信することにより観光施設の利用率向上につなげている。
- ・観光を支える分野が農林水産、商工、医療、福祉、教育等の横断的かつ多岐にわたっているため、縦割りにならないように庁内連絡会議等により連携を図っている。

- ・観光目線だけで公の施設の利用促進を進めることは考えていない。したがって縦割りとも考えていない。必要に応じ外部有識者を交えた観光目線の点検等行うことで利用促進を図ることなどは実施している。
- ・緊密な連携が必要と考える。
- ・文化・スポーツ振興分野において、それまで、知事部局で文化芸術やプロスポーツ、教育委員会で生涯スポーツや競技力向上、博物館の管理運営を行っていたものを、平成24年度からは文化財の保護、学校体育及び保健体育を除き、全て知事部局の文化・スポーツ部が担当し、文化・スポーツ部が主体となって、健康づくり、観光及び産業振興などの施策とのより一層の連携を図りながら、様々な施策を展開することとした。知事部局内に置くことで、関係課との連携も取りやすくなっている。
- ・業務の分担については、いかように分けてもどこかに不具合及び不都合が生じることとなるため、施設の設置目的等に照らして判断されるべきである。その上で地道に緊密な情報共有と連携を継続することが重要と考える。
- ・各県有施設の設置目的等に応じて、各部局が運営管理を行っている。県民に対する教育や文化振興等を目的としている施設もあり、観光行政で一くりにできないと考えている。

5-14 観光関連の経済波及効果の算定状況

観光関連の経済波及効果を算定するシステムが有とする回答が13件、無しとする回答が14件ある。なお、算定システムが有とする回答のうち、毎年算定するとの回答は3件である。観光関連の経済波及効果の結果を予算に反映させる算定システムはあるかとの質問に対し、「活用するとともに予算も反映させる」とする回答はない。また、算定システム方法は独自のシステムを使用する旨の回答は少なく、外部委託による回答がほとんどである。

経済波及効果の算定システムの有無 (単位：件)

有	無	無回答ほか
13	14	2

以上