

やまなし観光推進計画
(素案)

山梨県

令和元年 月

やまなし観光推進計画

第1章 計画の基本的な考え方

1. 計画の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
2. 計画の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
3. 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

第2章 観光を取り巻く現状

第1節 社会・経済環境の変化

1. 人口減少社会・高齢化社会の到来・・・・・・・・・・・・ 3
2. 世界情勢の変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
3. 情報通信技術の革新・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
4. 国による観光立国の取り組み・・・・・・・・・・・・・・ 7

第2節 山梨県観光の現状

1. 観光消費額について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
2. 観光入込客数の推移等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
3. 滞在状況や訪問地域・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
4. 旅行形態と観光目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
5. 旅行情報へのアクセス手段・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
6. 新たな高速交通時代の到来・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18
7. 増大する自然災害への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
8. 外国人旅行者の増加、多様化・・・・・・・・・・・・・・ 20
9. 観光産業の人手不足・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24

第3章 山梨県観光を推進する上での課題

1. おもてなしの趣旨の浸透・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
2. 良好な景観の形成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26
3. 地域資源の保護・保全・再活性化・・・・・・・・・・・・ 27
4. 旅行者の安全性・利便性・快適性の確保・・・・・・・・ 28
5. 旅行形態・ニーズの多様化への対応・・・・・・・・・・・・ 29
6. 誘客につながる情報の効果的な発信・・・・・・・・・・・・ 30
7. 外国人旅行者へのプロモーション・・・・・・・・・・・・ 31
8. 外国人旅行者の受入環境の整備・・・・・・・・・・・・ 32
9. 観光産業の更なる高付加価値化・・・・・・・・・・・・ 33
10. 観光人材の育成・確保・定着支援・・・・・・・・・・・・ 34

第4章 山梨県の強みと生かすべき機会

1. 地理的特性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
2. 自然・景観・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
3. 歴史・文化・祭り・スポーツ・・・・・・・・・・・・ 39
4. 特産品・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 41
5. 生かすべき機会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43

第5章 計画の目標

1. 計画の目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
2. 観光推進の視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 48

第6章 数値目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49

第7章 観光振興戦略について・・・・・・・・・・・・・・・・ 50

1. 受入環境の整備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 51
2. 地域資源の活用・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
3. 魅力が伝わる情報発信・・・・・・・・・・・・・・ 67
4. 観光産業の活性化・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 73

第8章 計画の推進体制等

1. 推進主体・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 79
2. 統計調査及びマーケティング・・・・・・・・・・・・ 80
3. 財政上の措置・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 80

第1章 計画の基本的な考え方

1. 計画の趣旨

国では、観光の振興に必要な条件とされる自然・文化・気候・食を我が国が兼ね備えていることや、地域経済への波及効果の大きさなどを踏まえ、観光を「地方創生」の切り札であるとともに成長戦略の柱に位置付け、その振興による地域活性化や雇用機会の増大などを目指す「観光立国」の取り組みを推進しています。

本県においても、観光は地域自体が外貨を稼ぐもっとも直接的な手段であり、かつ中長期的な将来においても成長が確実に見込まれる分野として位置付け、地域経済を牽引する産業として重視しています。

例えばその消費額に着目すると、平成30年(2018年)の観光消費額4,001億円は、総務省「家計調査」における一人あたり年間家計消費額118万円(2017年甲府市)で割り戻すと約34万人分、実に県人口の4割に相当する額となるなど、地域経済への影響は大きいものがあります。

人口減少局面に入った今日において、地域経済を維持、発展させていくためには、観光消費額の増加につながる観光振興の取り組みが重要であり、そのためには旅行者が本県を訪れ、満足して消費していただいた効果が地域社会全体に波及していく環境を、県民一人ひとりが協力して創っていく必要があります。

本計画では、観光産業が地域経済を牽引するという視点を念頭に、本県を訪れた旅行者が満足すること、その交流活動や消費活動を通じて地域社会が活性化すること、観光事業者の「稼ぐ力」「働く魅力」が向上することの3つの要素が好循環することで、観光産業の高付加価値化を実現させるための方向性を示すこととしています。

2. 計画の位置づけ

本計画は、観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、平成23年（2011年）12月に施行した「おもてなしのやまなし観光振興条例」（以下、「観光振興条例」と称する。）第13条の規定に基づき策定する観光推進計画です。

山梨県ではこれまで、観光振興条例の施行にともない平成24年（2012年）3月に策定した「やまなし観光推進計画」（計画期間 平成24年～平成30年）に基づき、『やすらぎと感動の山梨』の実現を総合的な目標に位置づけ、「おもてなし戦略」「地域資源活用戦略」「インバウンド戦略」の3つの戦略に基づいた取り組みを進めてきました。

また、山梨県の観光振興において特に重要であるテーマとして、外国人旅行者の大幅な増加に対応するための実行計画として「山梨県外国人観光客受入環境整備計画」を平成26年（2014年）12月に、観光産業の「稼ぐ力」「働く魅力」の向上を進めるための実行計画「やまなし観光産業活性化計画」を平成28年（2016年）3月にそれぞれ策定し、取り組みを推進してきました。

このたび、前期計画および各実行計画の計画期間が満了したことを受け、また近年急速に増加している外国人旅行者や個人旅行化によるニーズの多様化、情報通信技術の著しい進展、さらに、中部横断自動車道の開通や東京オリンピック・パラリンピックの開催（令和2年（2020年））、リニア中央新幹線の開業（令和9年（2027年））など、時代とともに変化する社会情勢に的確に対応するため、「やまなし観光推進計画」（以下、「本計画」という。）を改定します。

3. 計画の期間

本計画の計画期間は、令和元年度（2019年度）から令和4年度（2022年度）までの4年間とします。

なお、計画期間中であっても、大きな社会情勢の変化や、本県観光を取り巻く環境の急激な変化を踏まえ、必要に応じて計画の見直しを検討します。

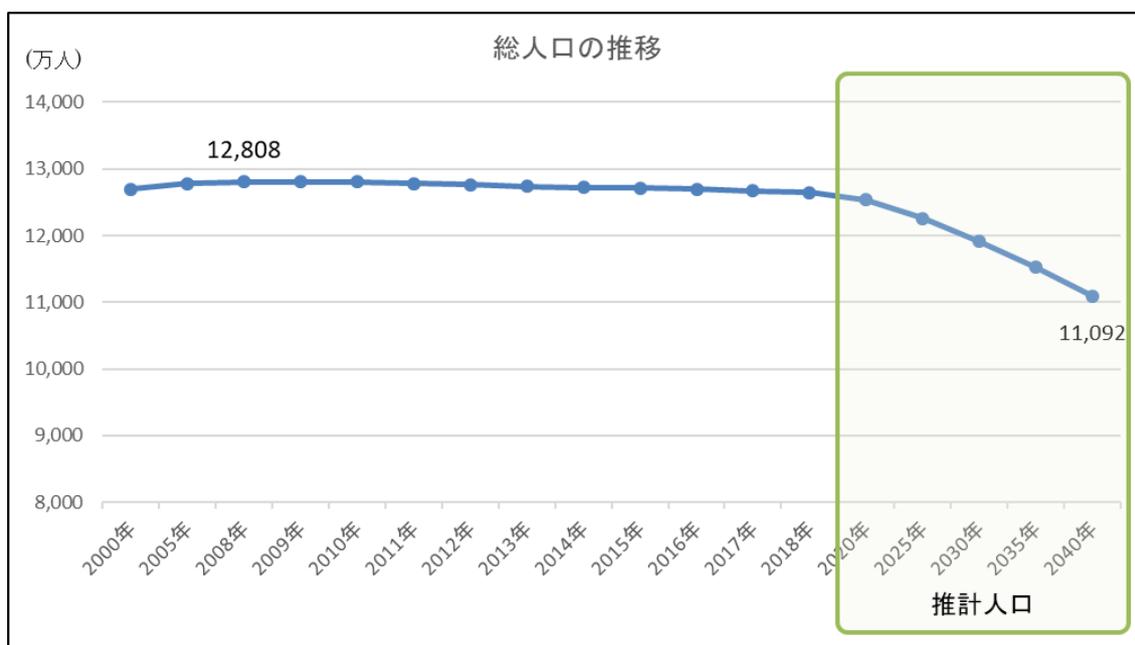
第2章 観光を取り巻く現状

第1節 社会・経済環境の変化

1. 人口減少社会・高齢化社会の到来

我が国の総人口は、平成20年（2008年）をピークに減少に転じて以降、減少傾向にあり、まさに人口減少社会を迎えています。

また、国立社会保障・人口問題研究所が発表した日本の将来推計人口（平成29年推計）によれば、2040年には11,092万人まで減少すると予測されており、将来的には国内旅行者の減少につながっていくことが懸念されています。

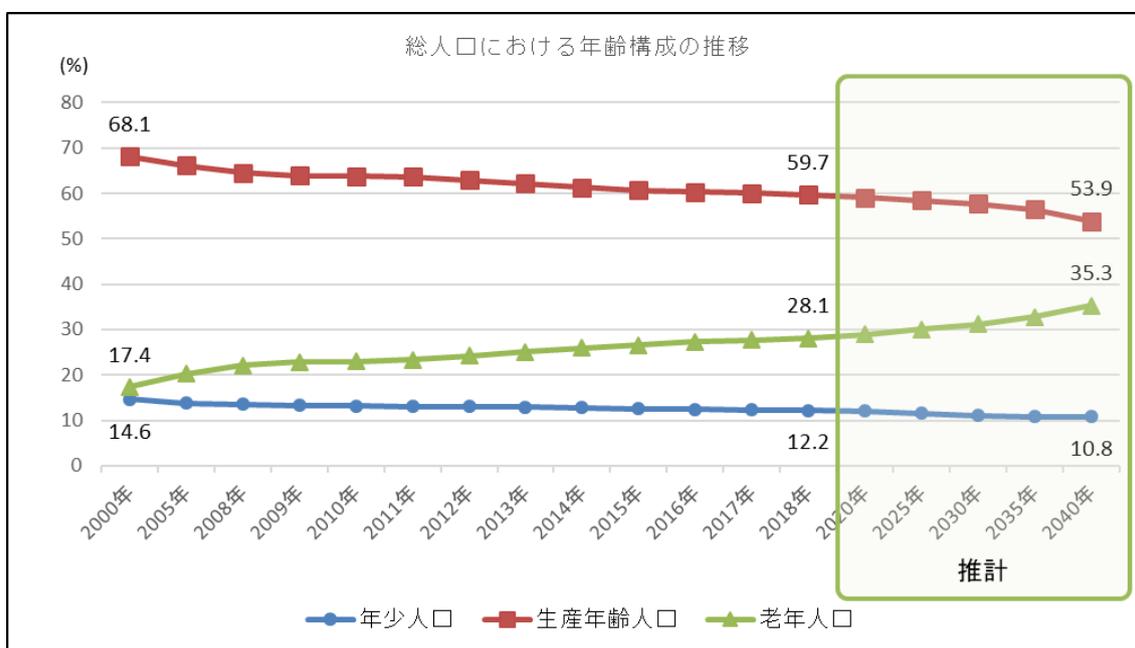


出典：2018年までは総務省「人口推計」

2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「平成29年推計」

また、人口の減少とともに人口構成の変化も見られ、平成12年（2000年）には15歳から64歳の生産年齢人口が7割弱であったのが平成30年（2018年）には6割まで減少している一方、65歳以上の老年人口の割合が17.4%から28.1%と10ポイント以上増加している、いわゆる少子高齢化が進んでいます。

この傾向は将来人口の推計にも表れており、2040年には生産年齢人口が5割近くまで減少する一方、老年人口が35.3%まで増加すると推計されており、今後国内旅行者は65歳以上の割合がますます高まっていくことが見込まれていると同時に、観光産業の将来を担っていく人材が今後ますます減少していくことが懸念されています。



出典：2018年までは総務省「人口推計」

2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「平成29年推計」

2. 世界情勢の変化

国際通貨基金（IMF）が令和元年（2019年）7月に公表した世界経済見通しによれば、平成30年（2018年）の経済成長率において、日本は0.8%と世界平均よりも低くなっており、世界における日本の経済的地位は相対的に低下しています。

一方、アジア地域では、中国（6.6%）のほか、インド（6.8%）やアセアン原加盟国（5.2%）など、日本はもちろん、欧米よりも高い経済成長が見込まれる国又は地域が多く存在しています。

平成30年（2018年） 国、地域別の経済成長率

日本	アメリカ	ユーロ圏	中国	インド	アセアン原加盟国	サウジアラビア	世界
0.8%	2.9%	1.9%	6.6%	6.8%	5.2%	2.2%	3.6%

※アセアン原加盟国とは、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナムを指す。

出典：IMF「世界経済見通し2019年7月」より県作成

また、世界人口の推移においても、人口減少社会が到来している日本とは異なり、世界全体での人口増加が予想されています。アジア地域では、平成30年（2018年）から令和7年（2025年）まで、2.4%の人口減少が見込まれている日本を含めたとしても、地域全体で5.6%の増加が予想されています。

世界人口の推移

(百万人)

	世界							日本
	アジア	北アメリカ	南アメリカ	ヨーロッパ	アフリカ	オセアニア		
平成30年	7,633	4,545	588	428	743	1,288	41	126
令和7年	8,186	4,800	623	453	743	1,522	45	123
増加率	7.2%	5.6%	6.0%	5.8%	0.0%	18.2%	9.8%	▲2.4%

出典：総務省「世界の統計2019 世界人口の推移(1950年～2050年)」より県作成

これらのことから、今後もアジア地域を中心に観光ニーズの高まりが顕在化していくことが予想されるため、これらの観光需要、特に米欧や中東地域とアジア地域に増えてくる富裕層の需要を、いかに取り込んでいくかが重要となっていきます。

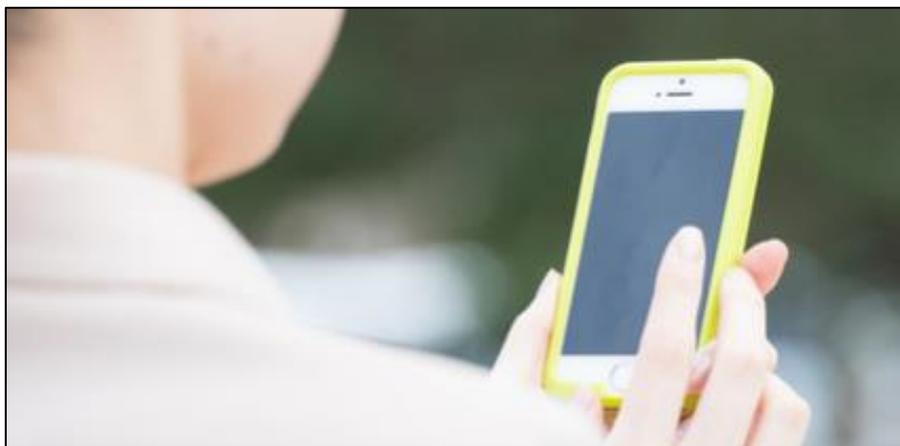
3. 情報通信技術の革新

現在、世界中で技術の革新が進展する情報通信技術（ICT）は、産業分野のみならず、私たちの生活環境に大きな影響を及ぼしています。

特に、スマートフォンなどの個人用の情報通信機器の普及は、消費者による情報の受発信を随時可能とし、旅行者にとっても観光資源やイベントなどに関する情報取得手段として大いに活用されているとともに、これまでは旅行業者が担ってきた観光施設や宿泊施設などに対する評価などについても、旅行者個人の意見が大きく注目されるようになってきています。

また、パソコンやスマートフォンなどだけではなく「あらゆるもの」がインターネットにつながることを意味する「IoT」や、「人工知能」のことを指す「AI」などの技術は、様々なセンサー機器によって収集されたビッグデータを解析して、旅行者のニーズに基づいた最適な観光ルートを提示することや、旅行者の来訪予想を観光事業者に前もって示すなど、観光地経営の効率化などへの活用が期待されています。

加えて、顧客データや顧客ニーズの把握と製品・サービスとのマッチングが効率化・自動化されることにより、定型的なサービスの価値がより低くなる一方、高度なホスピタリティスキルの付加価値がより高まっていくことなど、労働環境においても新たな可能性が期待されています。



スマートフォンによる観光情報の送受信

4. 国による観光立国の取り組み

国は、人口減少、少子高齢化が進む状況において、国民経済を安定的に発展させていくために、交流人口の拡大、特に急速に成長するアジアをはじめとする世界の需要を取り込む観光産業を、その裾野の広さから地域活性化や雇用機会の増大が期待できるとともに、世界中の人々が日本の魅力を発見し、伝播することによる諸外国との相互理解の増進も同時に期待できる成長分野と位置付け、国を挙げてそれを振興する「観光立国」の取り組みを推進しています。

「住んでよし、訪れてよし」を基本理念とした「観光立国」の取り組みにおいては、地域が一丸となって個性あふれる観光地域を作り上げ、その魅力を自ら積極的に発信していくことで旅行者を呼び込み、その消費により地域の経済を潤すことで、住民にとって誇りと愛着の持てる、活気にあふれた地域社会を築いていくことが重要とされています。

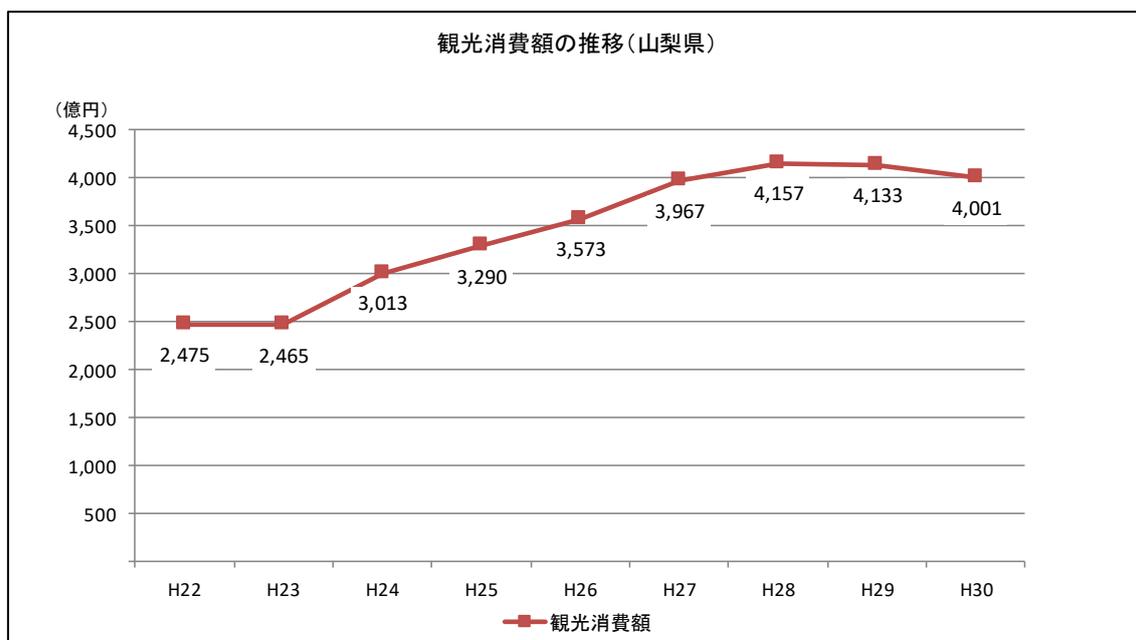
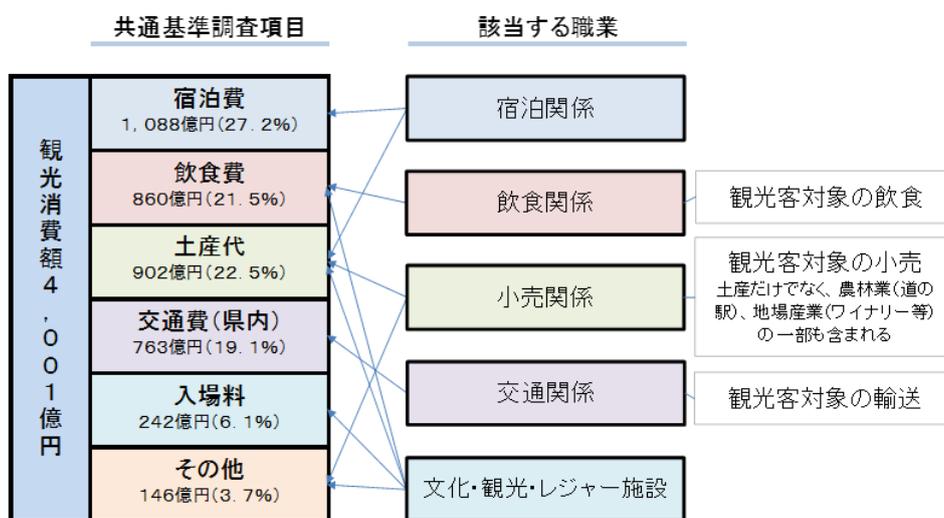
平成 29 年（2017）3 月に政府が策定した「観光立国推進基本計画」では、2020 年までに国内旅行消費額 21 兆円、訪日外国人旅行者 4,000 万人、訪日外国人旅行消費額 8 兆円などを目標に、「国内観光の拡大・充実」「国際観光の拡大・充実」「国際相互交流の推進」の取り組みを進めています。

平成 18 年 (2006)	12 月	「観光立国推進基本法」が成立
平成 19 年 (2007)	6 月	「観光立国推進基本計画」を閣議決定
平成 20 年 (2008)	10 月	観光庁設置
平成 24 年 (2012)	3 月	「観光立国推進基本計画」を閣議決定
平成 28 年 (2016)	3 月	「明日の日本を支える観光ビジョン」策定
平成 29 年 (2017)	3 月	「観光立国推進基本計画」を閣議決定

第2節 山梨県観光の現状

1. 観光消費額について

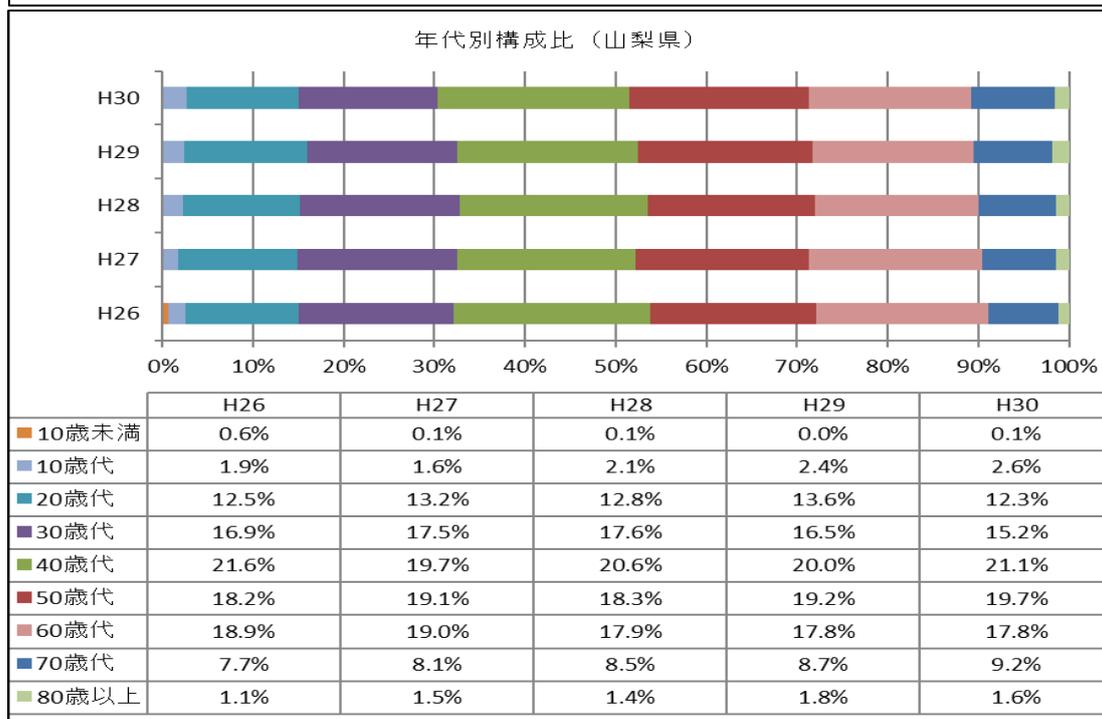
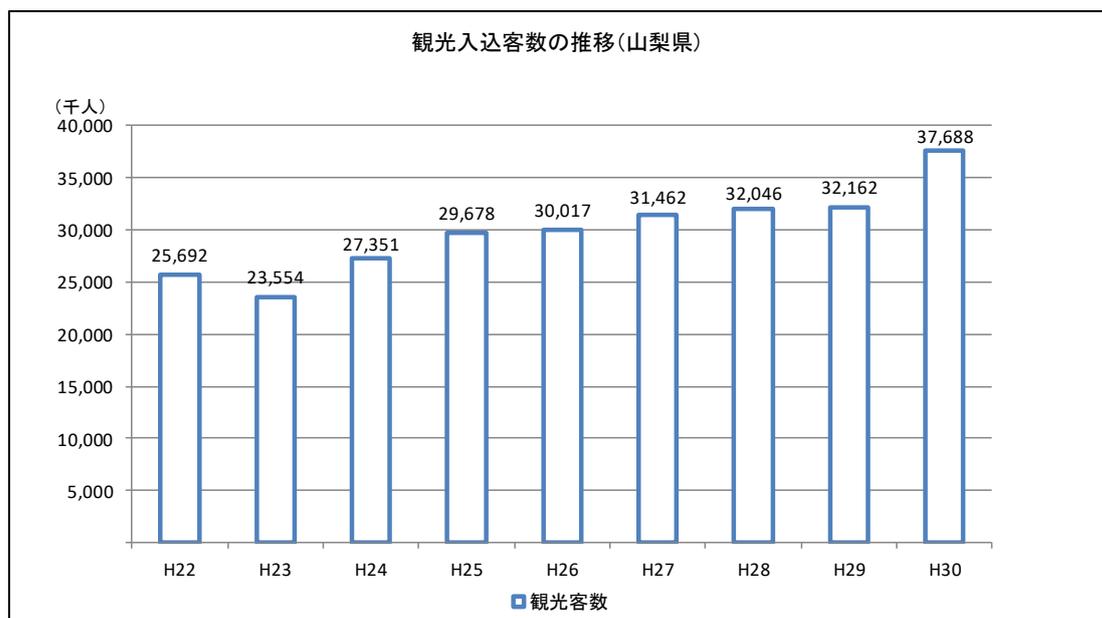
- 山梨県における観光消費額は、平成28年(2016年)にはじめて4,000億円を突破し、平成30年(2018年)には4,001億円となっています。
- 平成30年(2018年)の観光消費額の内訳を見ると、宿泊費が全体の27.2%を占め、以下、土産代22.5%、飲食費21.5%、交通費19.1%、入場料6.1%、その他3.7%と続いています。



出典：「山梨県観光入込客統計調査」

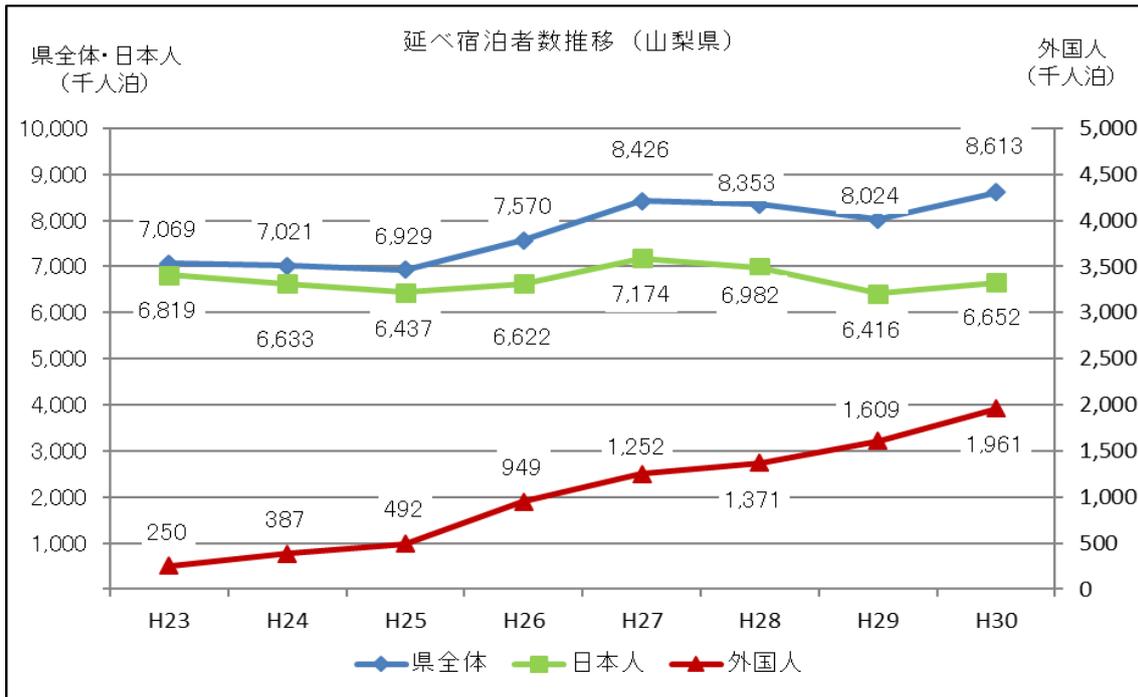
2. 観光入込客数の推移等

- 山梨県における観光入込客数は、平成26年(2014年)以降3,000万人を突破し、平成30年(2018年)には3,769万人となっています。
- 平成30年(2018年)の観光入込客の年代別構成比をみると、40歳代(21.1%)が最も高く、次いで50歳代(19.7%)、60歳代(17.8%)となっており、20歳代(12.3%)、30歳代(15.6%)は低い状況です。60歳代以上が28.6%と、高齢旅行者の割合は約3割と安定した推移を見せています。



出典：「山梨県観光入込客統計調査」

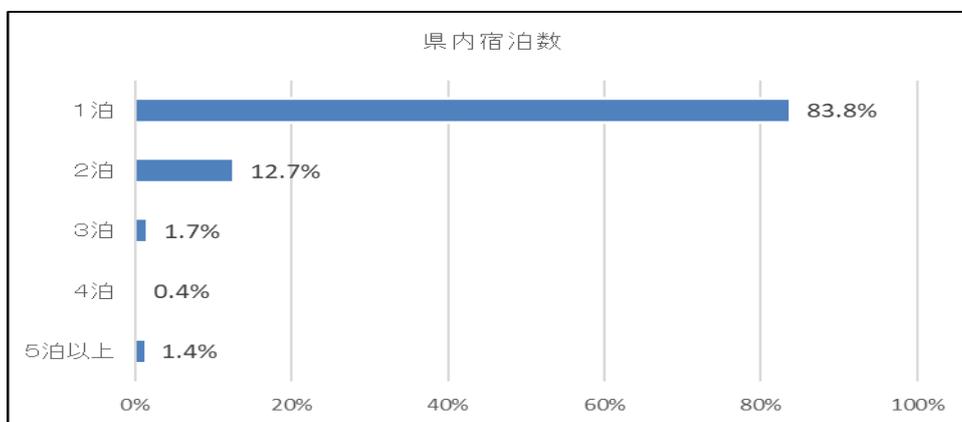
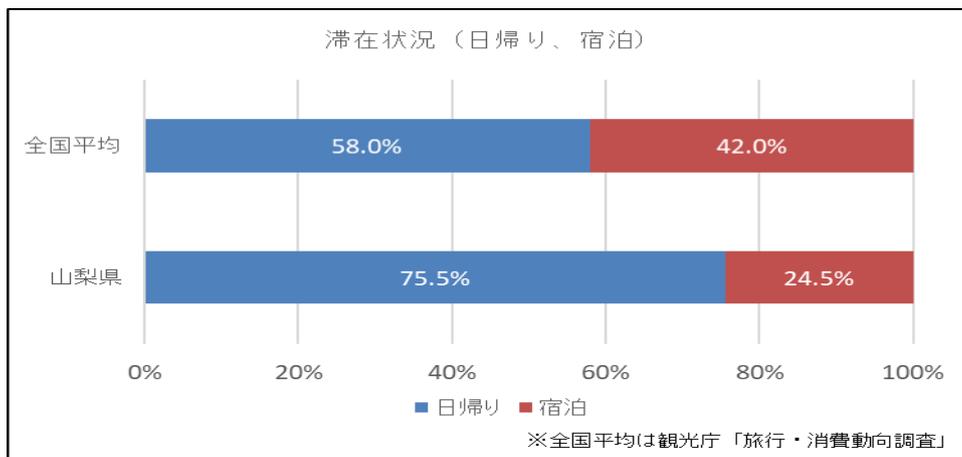
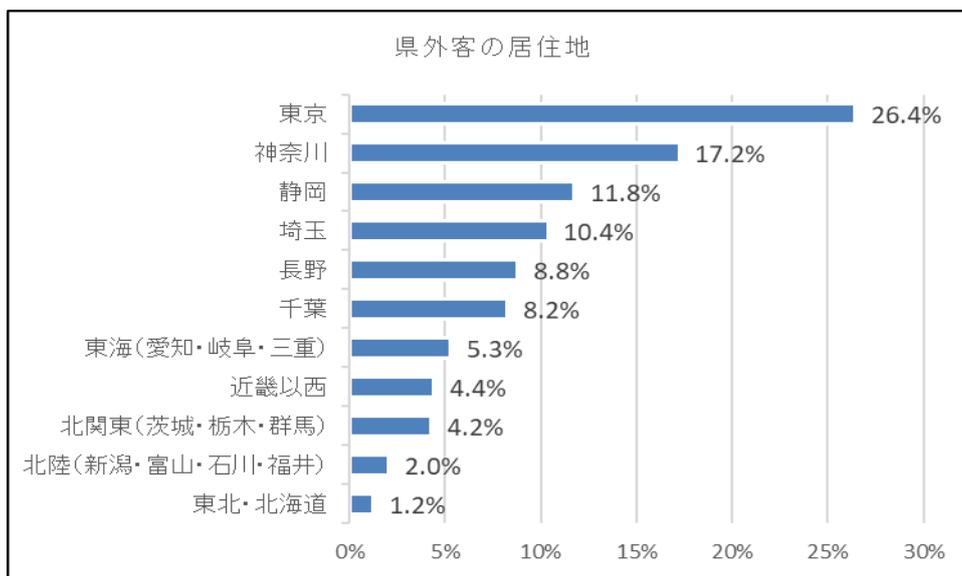
- 延べ宿泊者数は、平成27年(2015年)の842万6千人泊をピークに減少傾向にありましたが、平成30年(2018年)には増加に転じました。これは、これまで減少の主な要因であった日本人延べ宿泊者数が増加に転じたことによります。
- 外国人延べ宿泊者数は、平成30年(2018年)に196万1千人泊と過去最高となっており、平成23年(2011年)の25万人泊と比較すると、約7.8倍となっています。



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

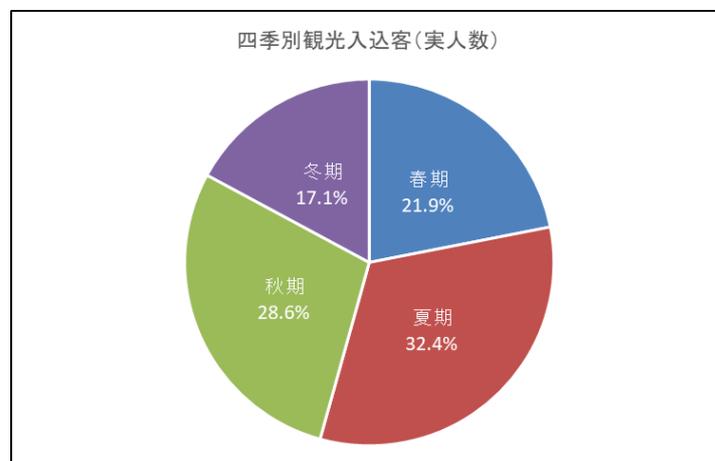
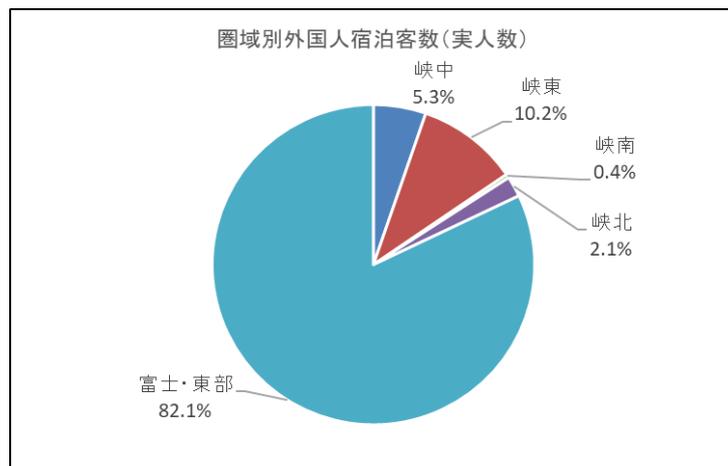
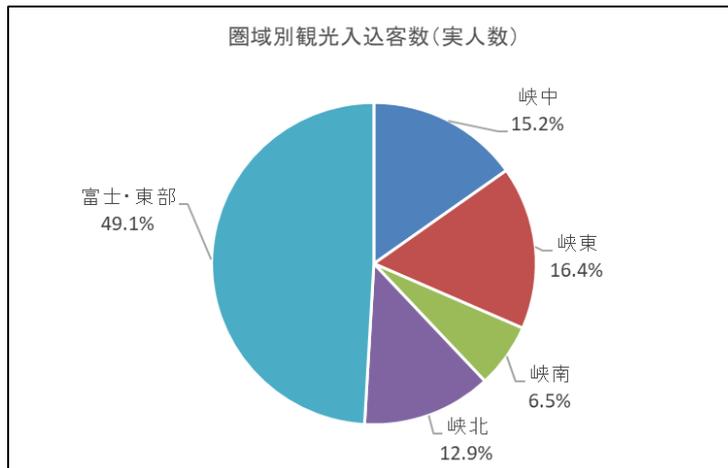
3. 滞在状況や訪問地域

- 本県は、首都圏に近いことから、東京・神奈川・埼玉・千葉からの旅行者が6割を占めています。滞在状況では日帰り観光が7割を超え、県内宿泊日数は全体の約8割が1泊であり、短期滞在の傾向が見られます。



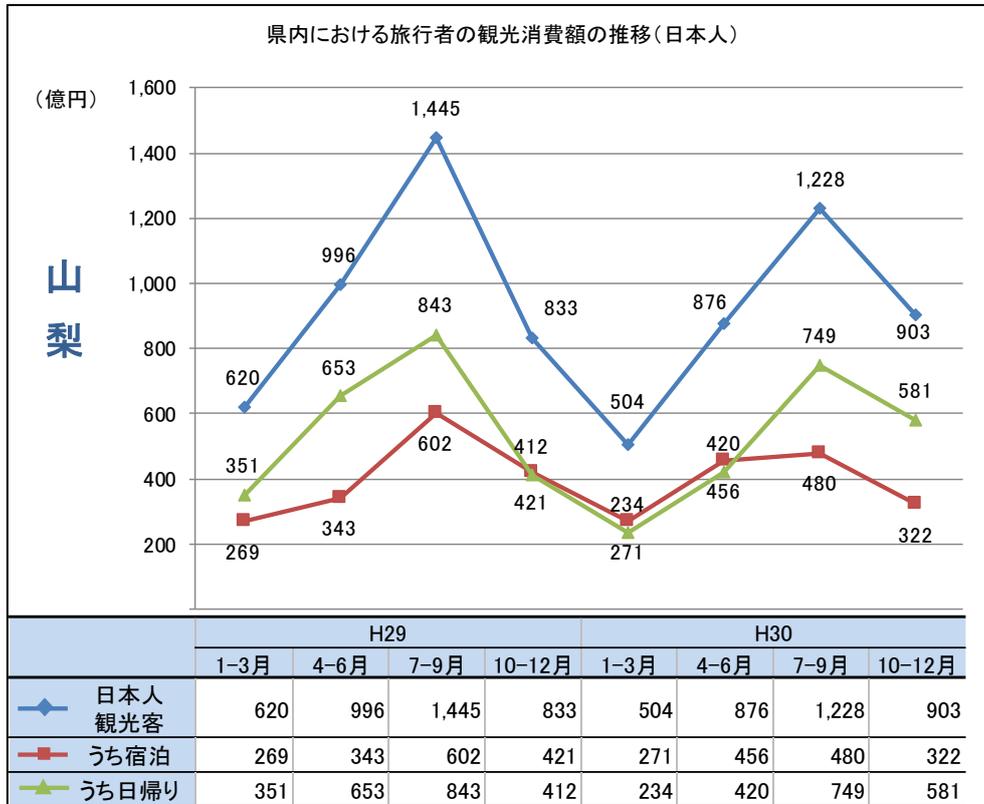
出典：「平成30年山梨県観光入込客統計調査」

- 本県観光の訪問地は、富士・東部圏域への旅行者が約半数(49.1%)を占めています。特に、外国人旅行者については8割以上が富士・東部圏域に集中しています。
- 四季別の観光入込客の状況は季節による変動が大きく、外国人旅行者の増加もあり、入込客が少ない冬季は増加傾向にあるものの、夏季の約半分の割合(夏季32.4%、冬季17.1%)となっています。

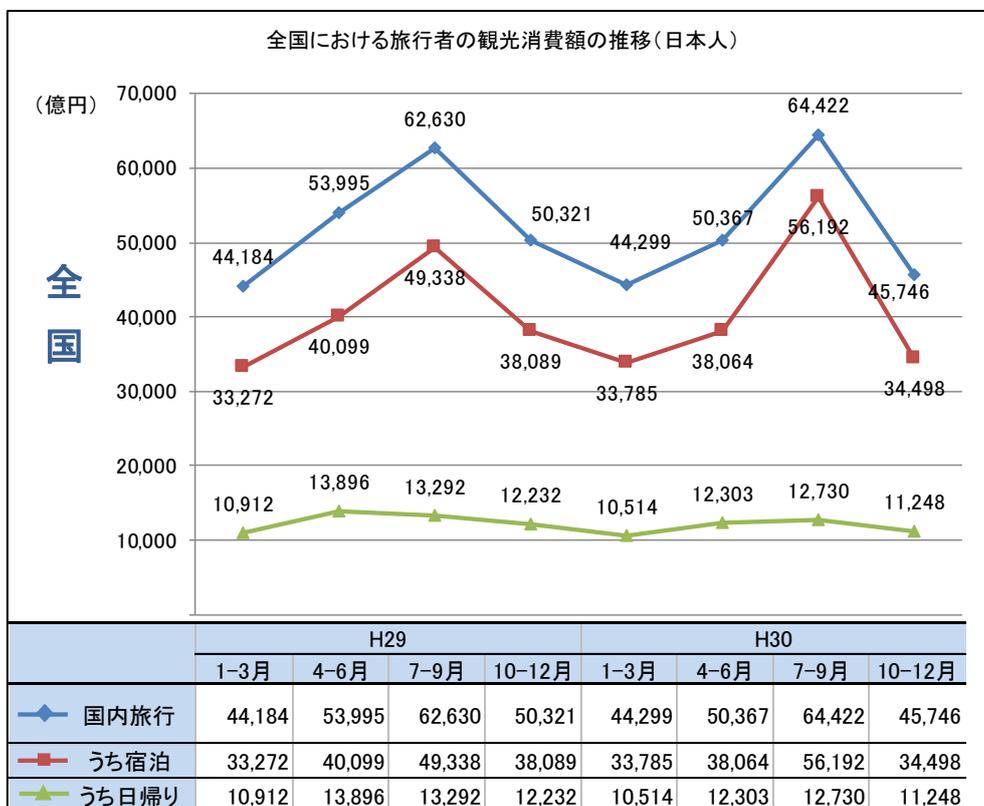


出典：「平成30年山梨県観光入込客統計調査」

- 観光消費額についても、全国と比べて本県は季節間の変動が大きく、その内訳において日帰り客が占める割合が高くなっています。



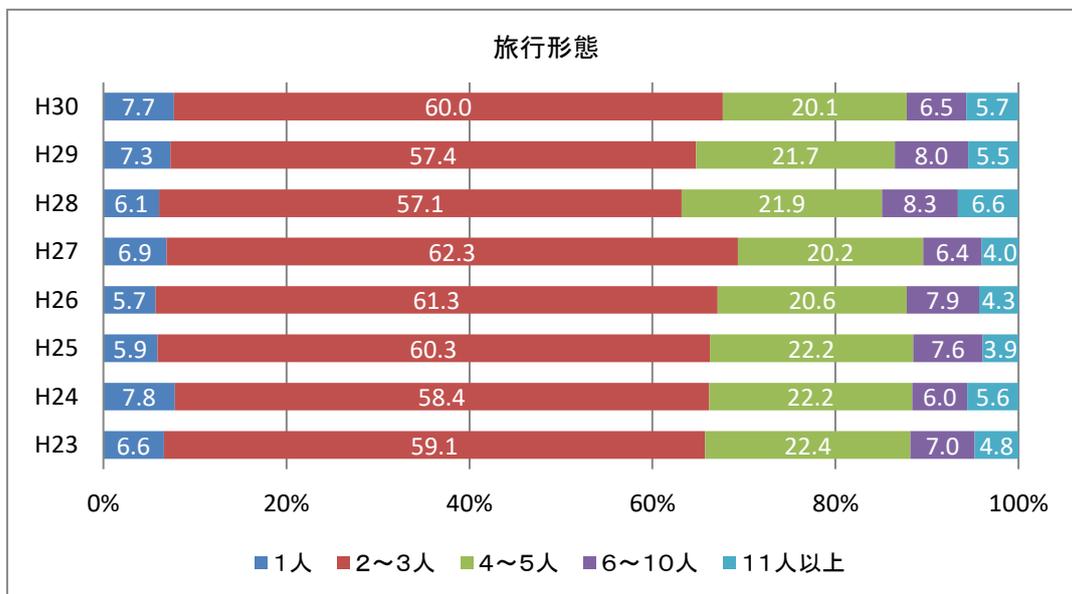
出典：「山梨県観光入込客統計調査」



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

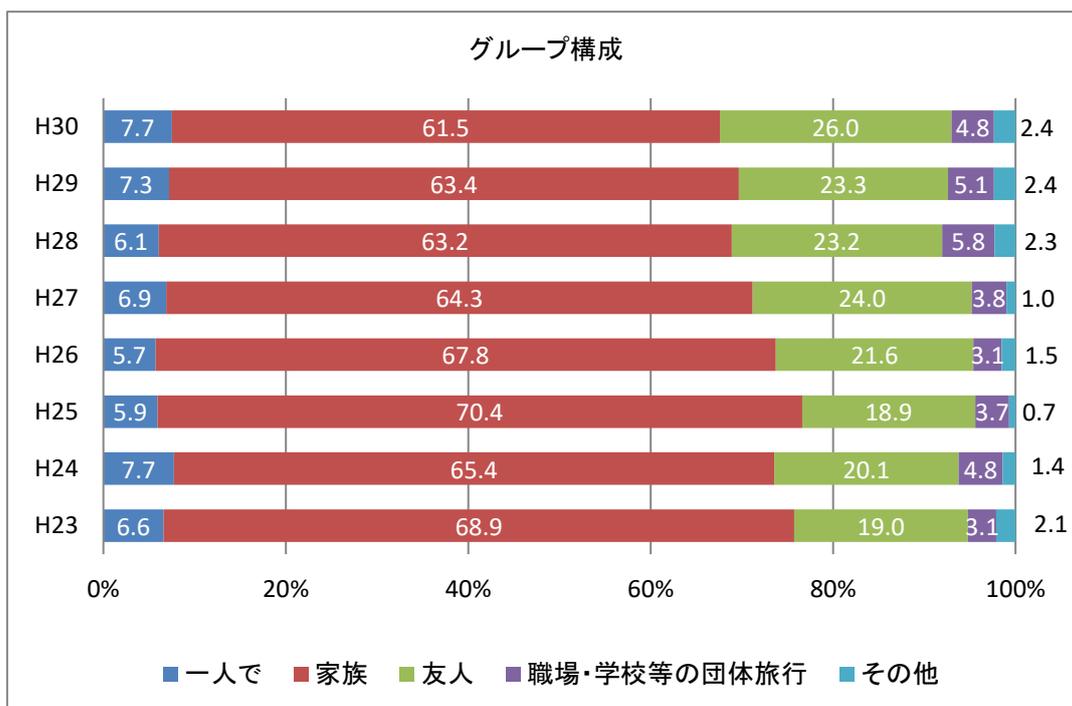
4. 旅行形態と観光目的

- 旅行形態をみると、2人以上5人以下の小グループによる旅行が約8割(「2～3人(60.0%)」「4～5人(20.1%)」)を占めています。



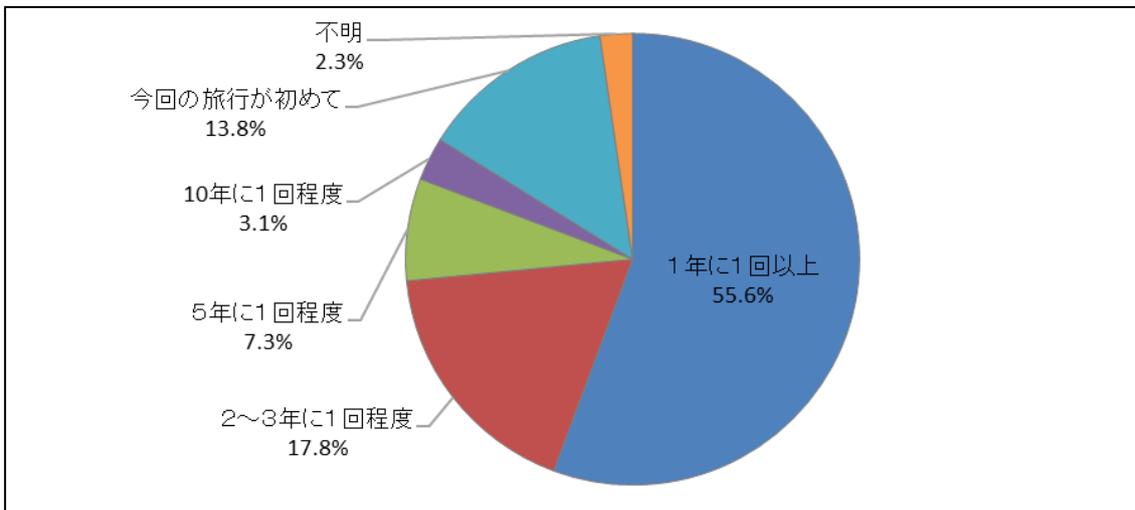
出典：「山梨県観光入込客統計調査」

- グループ構成をみると、「家族」(61.5%)、「友人」(26.0%)の割合が高くなっています。



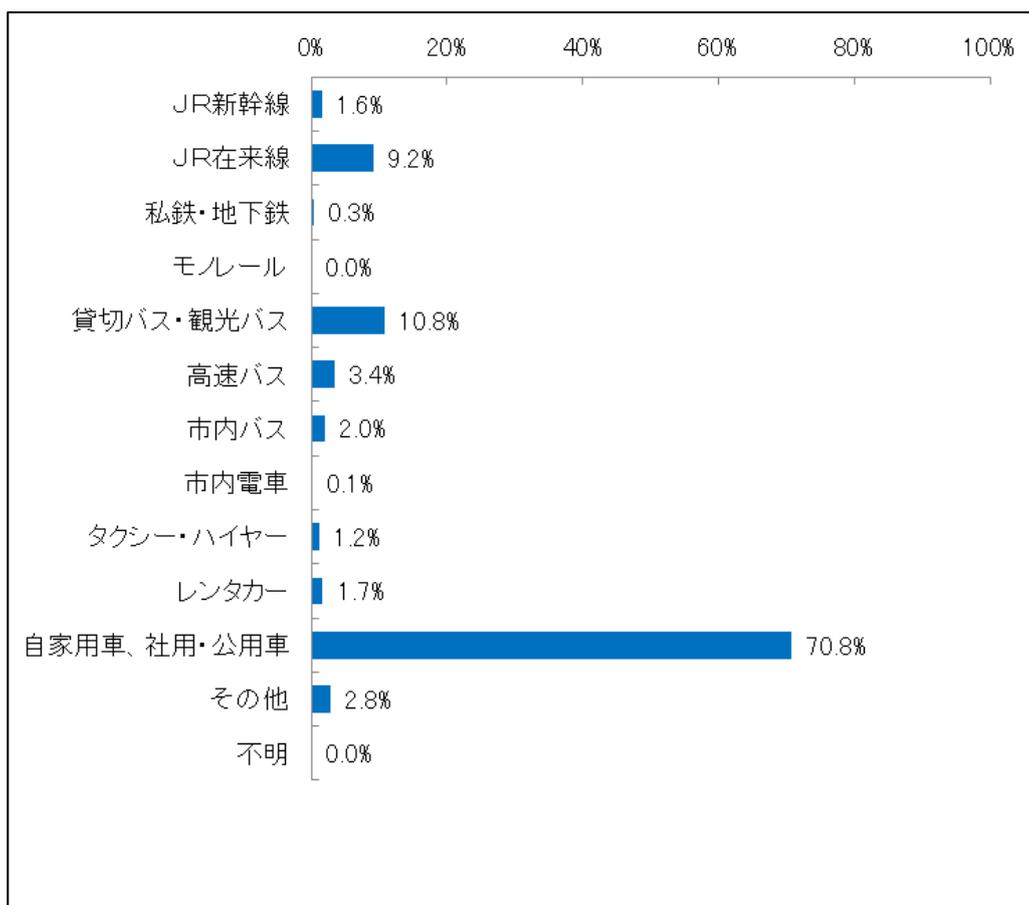
出典：「山梨県観光入込客統計調査」

○ 本県への訪問回数は、1年に1回以上の旅行者が半数を超えています。



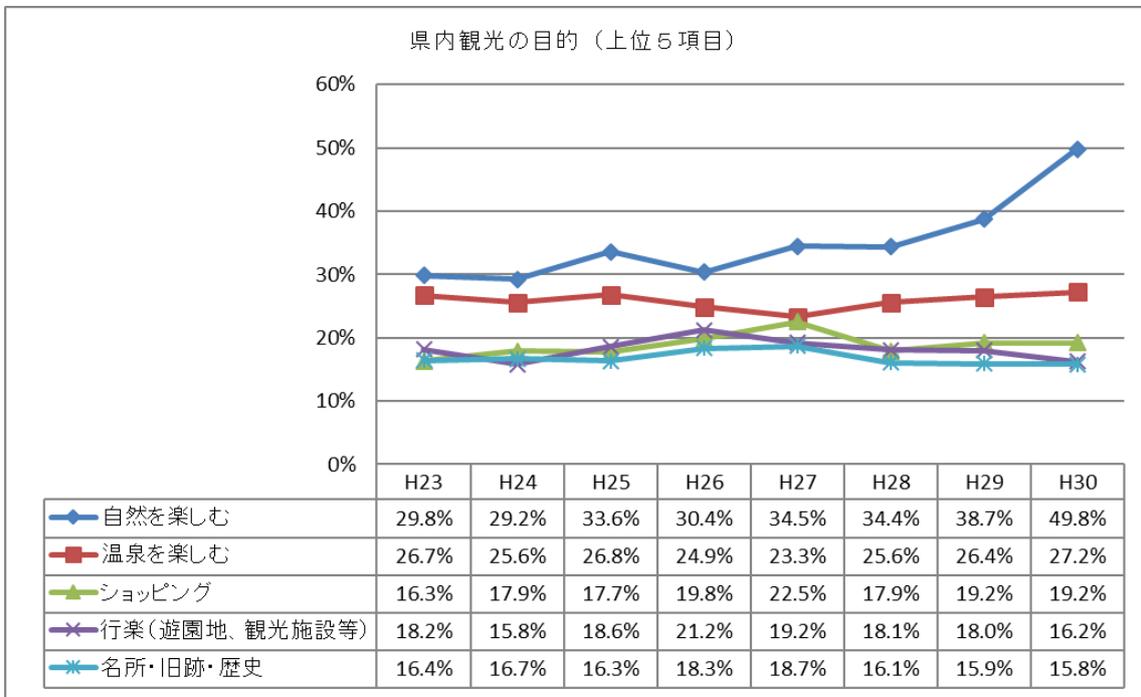
出典：「平成30年山梨県観光入込客統計調査」

○ 本県への交通手段は「自家用車、社用・公用車」の割合が7割を超えています。



出典：「平成30年山梨県観光入込客統計調査」

- 旅行者の目的は、「自然を楽しむ」(49.8%)、次いで「温泉を楽しむ」(27.2%)となっており、自然とのふれあいやゆとり、安らぎなど、精神的な豊かさを重視する傾向が伺えます。



出典：「山梨県観光入込客統計調査」

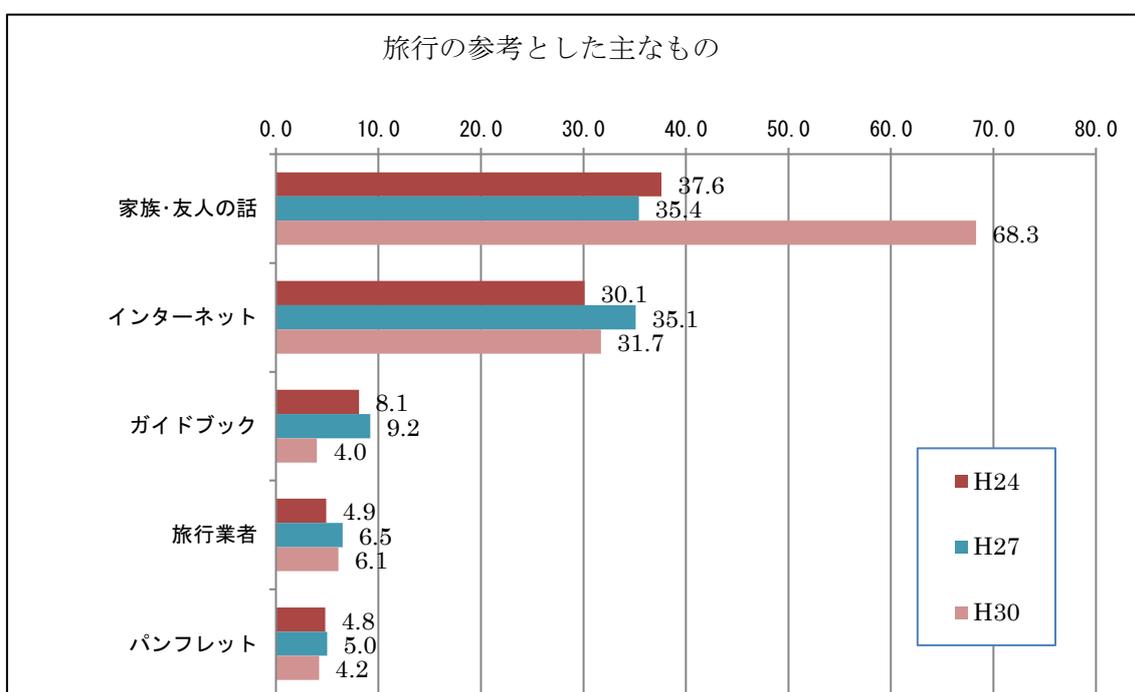
- 近年、「聖地巡り」と呼ばれる映画やアニメーションの舞台となっている所を訪れる旅行者が増えています。平成30年(2018年)には、山梨県を舞台にしたアニメーション「ゆるキャン△」の放送により、舞台となった本栖湖や四尾連湖のキャンプ場などの複数の観光地で誘客の取り組みが活発に行われています。



ゆるキャン△「秘密結社ブランケット音楽祭」の様子
(出典：「富士の国やまなし観光ネット」)

5. 旅行情報へのアクセス手段

- 平成30年(2018年)に来県した旅行者が旅行の参考としたものは、「家族・友人の話」(68.3%)、次いで「インターネット」(31.7%)となっており、口コミやウェブ上での情報が旅行のきっかけとなっています。
- スマートフォンやタブレット型端末を使い、訪れた観光地の情報や、現地で撮影した画像をSNS*で共有すること自体が、旅行の目的化している傾向も伺えます。



出典：「山梨県観光入込客統計調査」

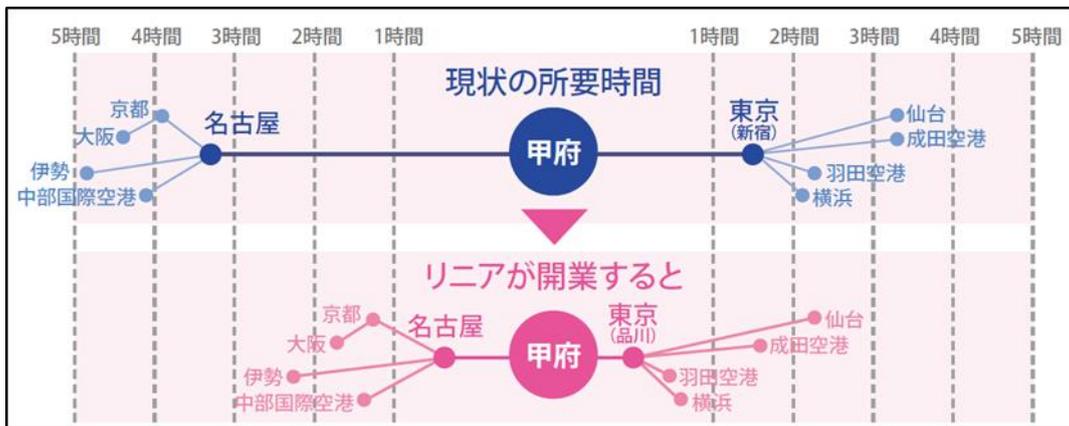
※SNSとは、Social Networking Service の略で、インターネット上で友人を紹介しあって、個人間の交流を支援するサービス（サイト）のこと。会員は自身のプロフィール、日記等を、ネット上で公開できるほか、SNS上での知人・友人等の日記、投稿等を閲覧したり、コメントしたり、メッセージを送ったりすることが可能

6. 新たな高速交通時代の到来

- 中部横断自動車道が、新東名高速道路と接続する新清水JCTから双葉JCTまでの区間について開通(令和2年(2020年)内予定)することから、県外からのアクセスが飛躍的に向上する峡南地域へ、東海地方や関西地方からの旅行者の増加が期待されます。
- また、富士山静岡空港や清水港からのアクセスも向上します。
- 中央自動車道の渋滞対策や国道138号の須走道路・御殿場バイパスなど高速道路網の整備が進むことにより、首都圏を含む周辺地域からの一層のアクセス向上が図られます。



- さらに、令和9年(2027年)内に予定されているリニア中央新幹線(品川・名古屋間)の開業により、東京圏、名古屋圏や羽田空港、中部国際空港等とのアクセスが強化され、更なる交流人口の拡大が期待されます。
- 移動時間の短縮により周遊のための環境が整うことで、最初に訪れた地域から他地域へと波及効果も見込まれます。



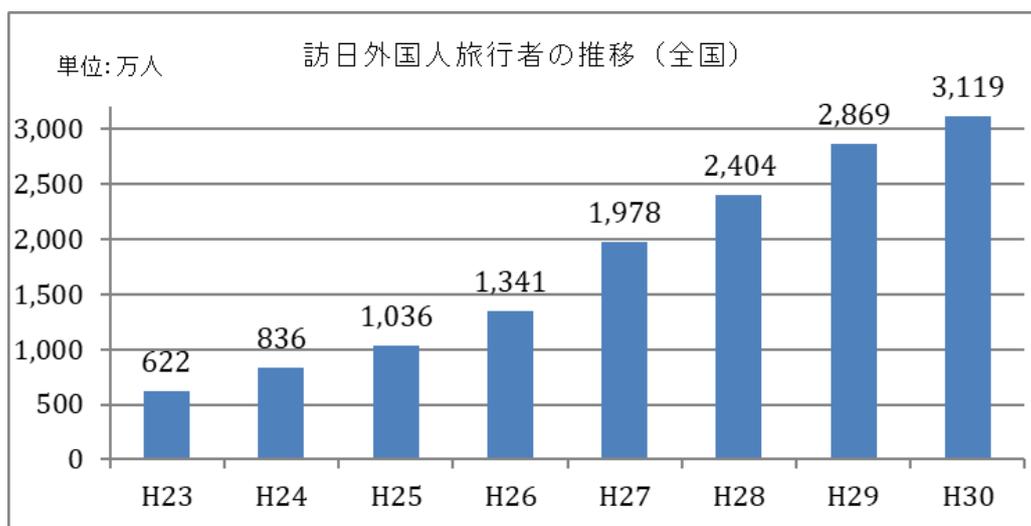
出典：山梨県

7. 増大する自然災害への対応

- 「平成30年7月豪雨」では、西日本を中心に甚大な被害が発生し、旅行者数が大きく落ち込みました。また、「平成30年台風第21号」では関西国際空港が閉鎖となったほか、「平成30年北海道胆振東部地震」では、北海道全体で約114万9千人泊のキャンセルが生じています。
- 本県においても、今後、南海トラフ地震や首都直下地震、富士山火山噴火等の発生が懸念されており、緊急・災害時に住民や旅行者等の安全・安心を確保するための初期対応の充実が求められています。

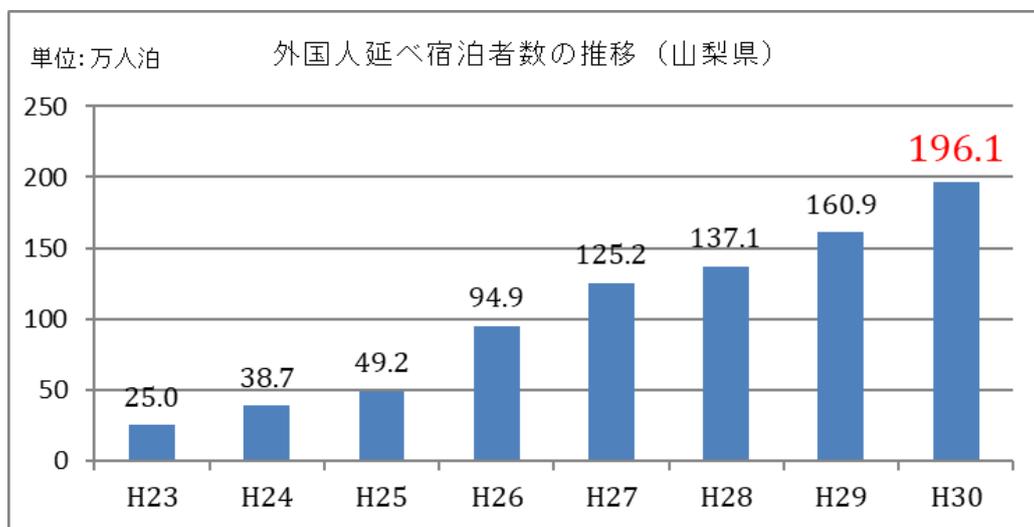
8. 外国人旅行者の増加、多様化

- 外国人旅行者数は、アジア地域の経済成長に伴う海外旅行需要の拡大や国によるビザ発給要件の緩和、消費税免税制度の拡充、航空ネットワークの拡大などを背景に、平成29年(2017年)には2,869万人、平成30年(2018年)には3千万人を突破して3,119万人(推計値)と大幅に増加しており、令和元年(2019年)も1月から5月まで単月で過去最高を記録しています。なお、令和4年(2022年)には、外国人と日本人の延べ宿泊者数が逆転するとの予測もあります。



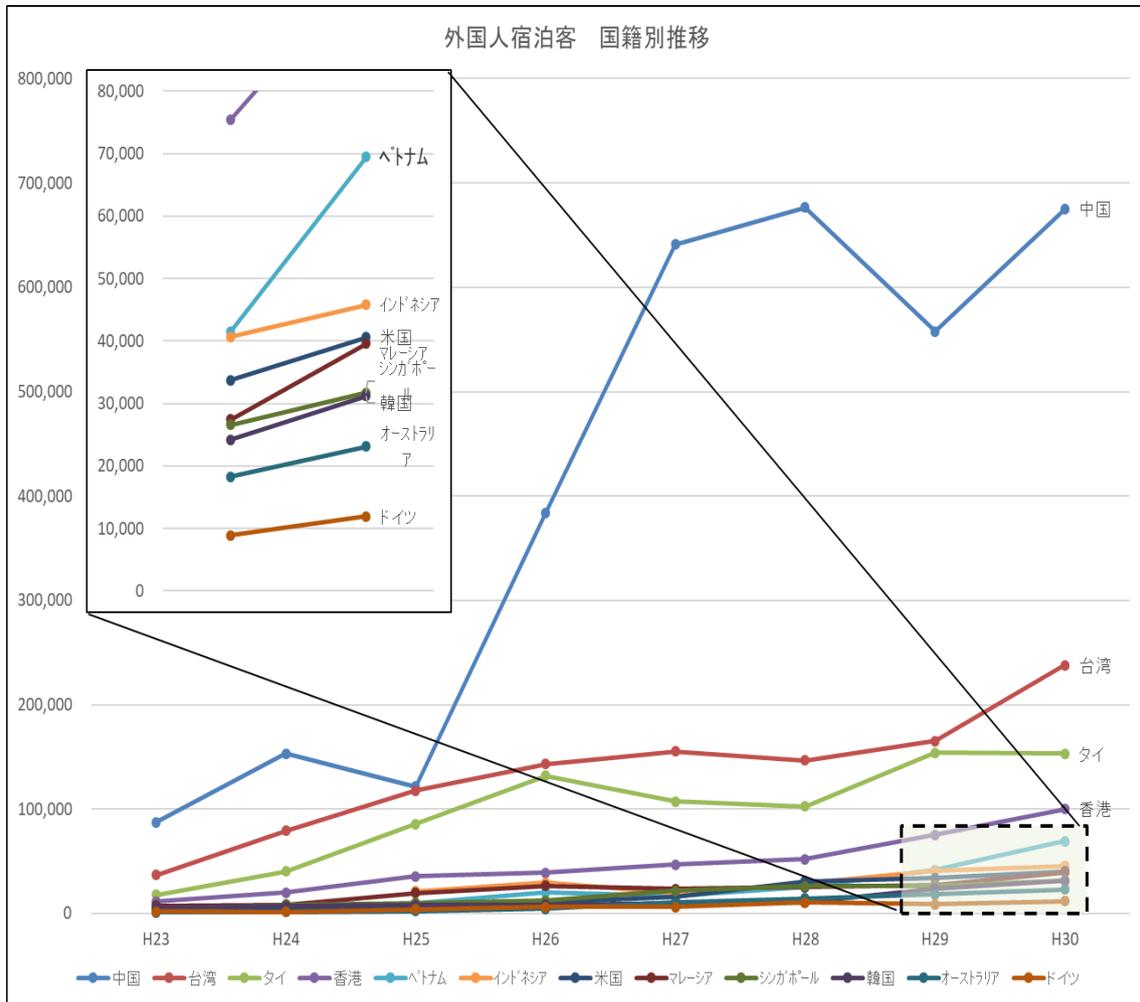
出典：日本政府観光局（J N T O）

- 本県においても、東アジアや東南アジアへの海外向けプロモーションや、外国人旅行者の受入体制強化に官民一体となって取り組んだことなどにより、富士北麓地域を中心に多くの外国人旅行者が訪れ、平成30年(2018年)の外国人延べ宿泊者数は196万1千人泊(前年比21.9%増)と増加しています。



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

- 本県を訪れた外国人宿泊客の国や地域別を見ると、中国や台湾などの東アジア、タイやベトナム、インドネシアなどの東南アジアが大きな割合を占めています。



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

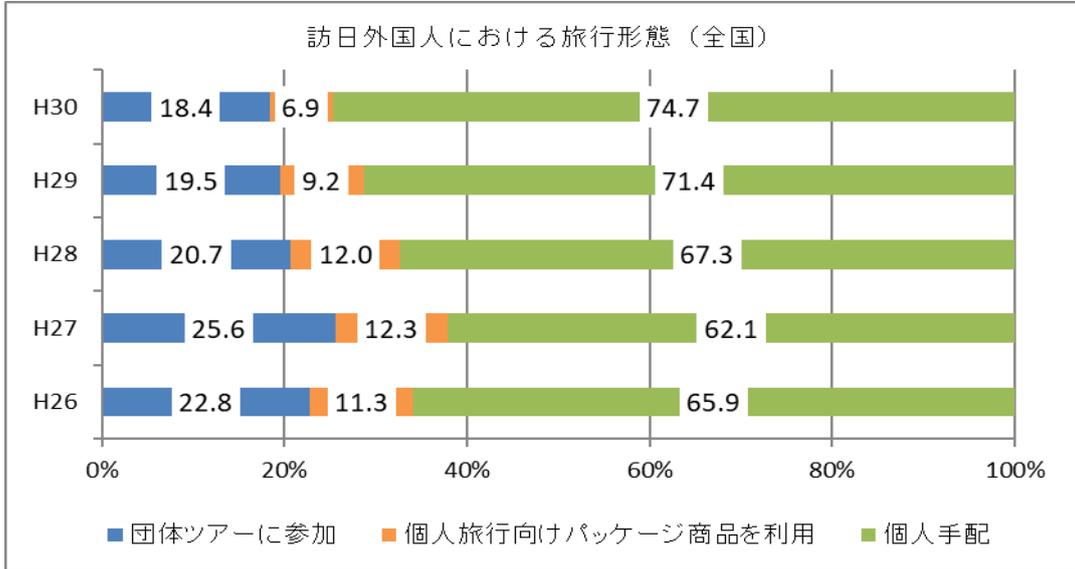
- 一方、平成30年(2018年)の外国人宿泊客の国籍別の一泊あたりの消費単価について見ると、インドや香港、シンガポールなどの例を除き、外国人宿泊客数の人数が多い国々が下位に位置していることがわかります。

外国人宿泊客 国籍別一人あたり消費単価（山梨県）

区分	1泊当たり(円/泊)	1回当たり(円/回)
全体	9,942	16,369
インド	28,483	37,986
スペイン	25,794	42,914
米国	22,582	25,840
香港	21,508	29,624
イタリア	18,505	15,837
シンガポール	18,318	20,584
オーストラリア	16,815	21,500
英国	16,610	27,842
ロシア	15,447	22,981
フランス	14,435	28,882
タイ	14,112	16,071
カナダ	13,151	21,879
韓国	12,798	33,612
ドイツ	12,588	22,249
インドネシア	12,405	8,806
ベトナム	11,643	13,107
中国	9,956	10,799
台湾	8,452	18,037
マレーシア	8,206	6,512
フィリピン	3,090	34,671

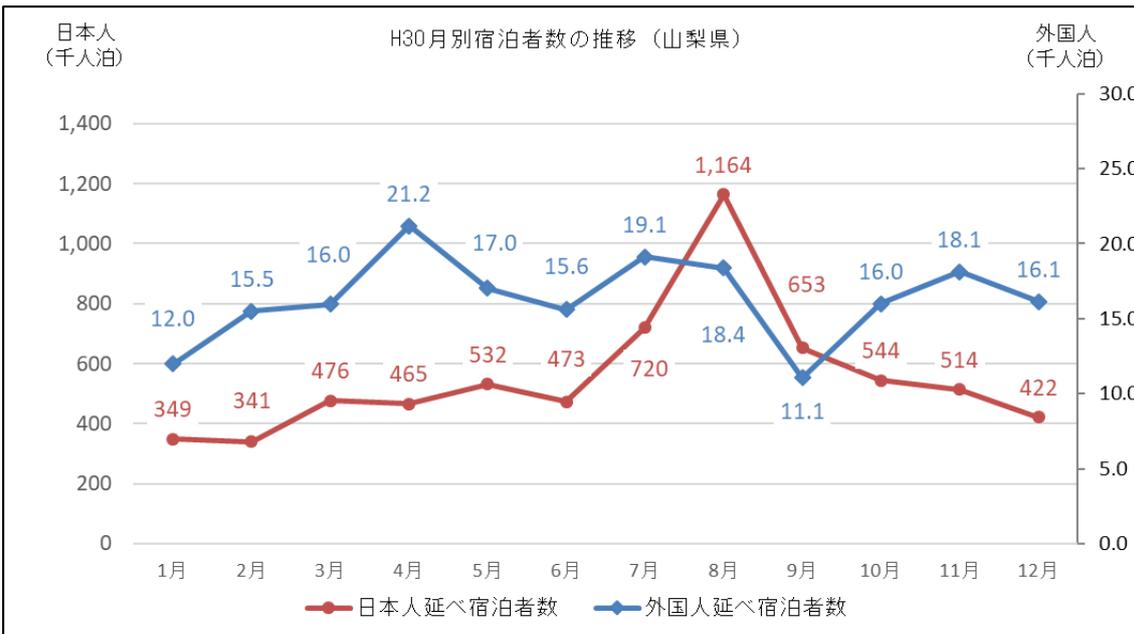
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- 外国人旅行者における旅行形態をみると、団体ツアーによる参加比率は年々減少しており、平成30年(2018年)は個人旅行(個人旅行向けパッケージ商品を利用+個人手配)が8割を超えています。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

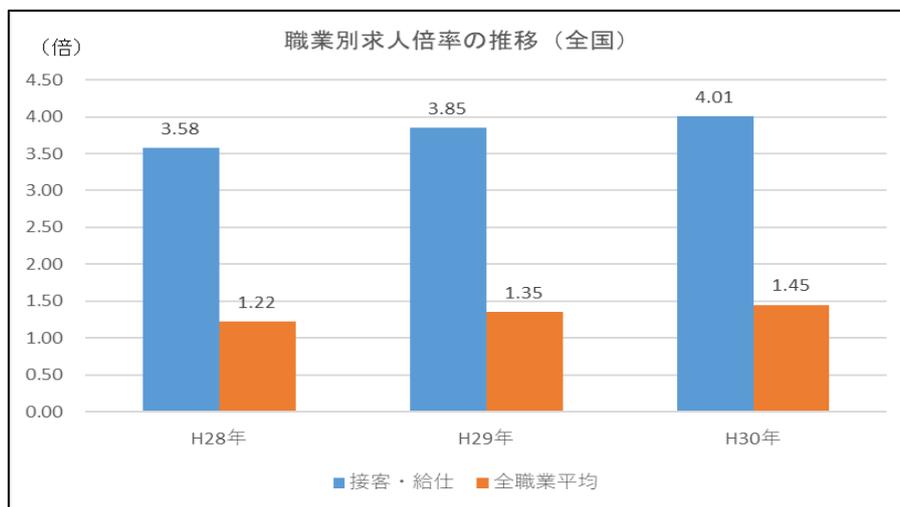
- 日本人宿泊者のピークは夏場となっていますが、外国人宿泊者は、近年の桜人気から、本県でも4月が最も多く、次いで夏場が多くなっています。
- 国によっては、長期休暇の取れる季節が秋や冬ということもあり、その季節に本県を訪れる外国人旅行者が増加したことにより、旅行者が訪れるシーズンの偏りが平準化されるという効果も生まれています。



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

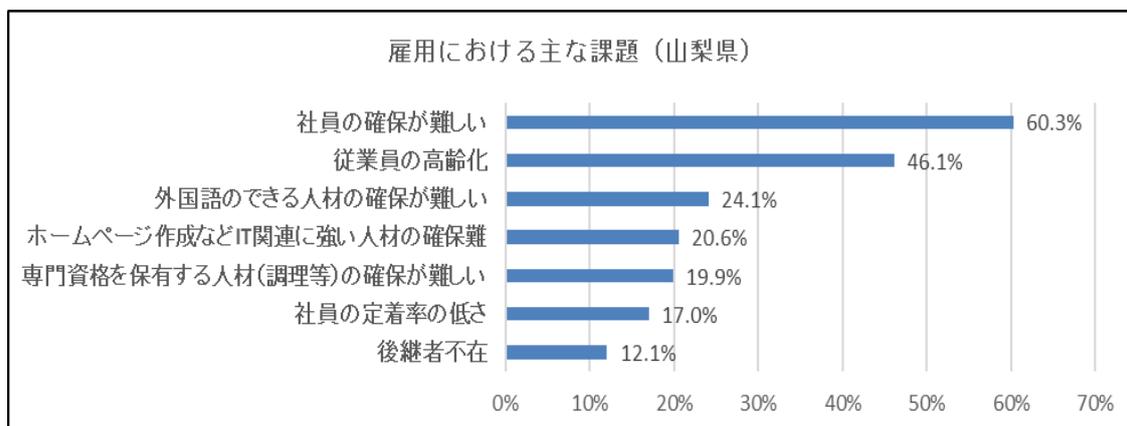
9. 観光産業の人手不足

- 厚生労働省「一般職業紹介状況(平成30年)」によると、宿泊業に関わる接客・給仕の職業有効求人倍率は、全職業平均の1.45に対して4.01と全国的に極めて高く、深刻な人手不足の状況にあります。



出典：厚生労働省「一般職業紹介状況」

- 県内の観光関連事業者に行ったアンケート調査によると、雇用における課題として、「社員の確保が難しい」「従業員の高齢化」といった、人材不足に関する回答が多くなっています。



出典：「やまなしの観光に関する事業者アンケート調査結果」（平成30年）

- 国では、深刻な人手不足に陥っている宿泊業をはじめとした14業種において、特定技能資格を有する外国人材の受入を可能とするため、「出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法の一部を改正する法律」を平成30年(2018年)12月に成立させ、平成31年(2019年)4月には第1回宿泊業技能測定試験が実施されるなど、外国人材の活用に向けた取り組みが進んでいます。