

計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

(日本経済における重要な成長産業)

日本の経済・社会にとって、観光の果たす役割は、以前と比べ、ますますその重要性を増しています。なかでも、ここ数年の訪日外国人観光客の急増は目を見張るものがあり、景気回復が望まれる日本経済にとって好機をもたらすものとして注目されています。訪日外国人観光客は、2020（平成32）年の東京オリンピック・パラリンピックを契機に、さらなる増加が見込まれることから、人口減少が進行していくこれからの日本にとって、経済や社会における活力を生み出すうえで、観光の役割はますます大きくなっていくことが想定されます。

観光（関連）産業は、これからの日本経済にとって重要な成長分野として注目されるのみならず、地域にとっても、地域の恵みや持ち味を活かして交流人口の増大を図り、経済的・社会的な活力を生み出す鍵として、大きな期待がよせられています。

(地域活性化の重要な役割)

観光産業は、旅行業、宿泊業のほか、飲食、交通、土産物の製造・販売など、人々の観光行動に伴って発生する様々な需要に対応する多様な業種を含む裾野の広い産業分野であることはもちろん、農業や林業、製造業、さらには医療や福祉、教育・文化など多様な分野との連携が可能であり、地域経済における産業連携の核として、新たな需要創造、価値創造に寄与するだけでなく、幅広く住民が参画する機会を提供することにより、活力ある地域社会の形成を図る上でも、重要な役割を果たすものと期待されます。

こうした地域活性化への貢献を考えると、観光産業は、本県にとって欠くことができない重要な産業であり、まさにこれからの地域を支える基幹産業というにふさわしいものということができます。

現在、本県では、訪日外国人観光客を含め、観光客数が増加している状況にあります。現状に甘んじることなく、地域の将来を見据え、観光産業の活性化を通じた地域経済へのさらなる貢献をめざして、様々な課題に積極的に取り組む必要があると考えております。

(地域の観光資源と観光産業の活性化)

観光産業の活性化にとっては、地域に存在する様々な資源、地域の恵みや持ち味を見つけ出し、磨き上げ、観光資源として訴求することにより、地域の観光集客力を高めることはもちろん、観光産業自体がその魅力、商品力を高め、集客力の向上を図ることも必要となります。地域の観光資源と観光産業の魅力とが相まってこそ、本県の観光集客力を高め、地域間競争を勝ち抜く競争力を獲得することができると考えられます。

観光産業の活性化を通じた地域経済へのさらなる貢献をめざすうえで不可欠な課題は、観光産業自身の収益力、すなわち「稼ぐ力」を高めることにあります。観光産業が得た収益が、一方で取引（地元調達）を通じて地域の他の産業分野に波及効果をもたらし、もう一方で雇用を通じて住民の所得と生活水準の向上につながってこそ、地域経済に貢献できると言えます。

(「稼ぐ力」と「働く魅力」を高める)

観光産業の「稼ぐ力」を高めるためには、各事業者が自らの集客力を高めるとともに、訪れた観光客を満足させる力がなによりも求められます。観光客の集客と満足の仕組みづくりに取り組み、質の高いサービスを提供するためには、優れた「人財」が必要です。そうした優れた「人財」を確保するには、観光産業が「働く魅力」のある産業（やりがいのある仕事、努力に見合った報酬と待遇、働きやすい職場環境等）である必要があります。

このように観光産業の活性化には、観光産業の「稼ぐ力」を高めるとともに、「働く魅力」を高めることが求められますが、観光産業の「稼ぐ力」の向上は、交流人口の増加につながり、「働く魅力」の向上は、定住人口の増加につながることも期待されます。

東京オリンピック・パラリンピックをひかえ、訪日外国人観光客の増加が見込まれる今だからこそ、それに甘んじることなく、観光客受入態勢のさらなる拡充を図るとともに、地域の将来を見据え、地域の基幹産業にふさわしい存在となるべく、観光産業の足腰を強化すべき時であると考えます。

本県にとって観光の果たす経済的・社会的役割がますます重要性を増す中、これからの地域を支える基幹産業として観光産業を位置づけ、その「稼ぐ力」と「働く魅力」を高めることで地域の経済・社会に貢献することをめざし、本計画を策定します。

2 観光産業の定義

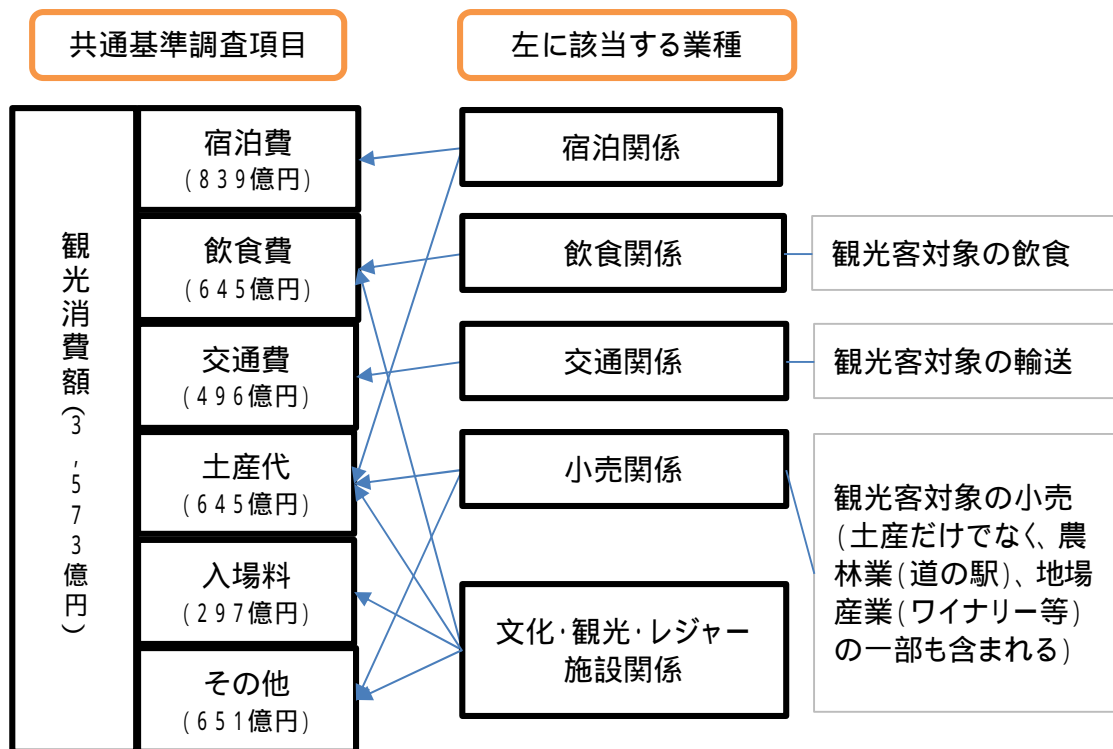
世界観光機関（UNWTO）は、国際基準としてTSA（Tourism Satellite Account）観光産業分類を定めています。日本標準産業分類（平成25年10月改訂）との対応関係は次のとおりです。

TSA観光産業分類	日本標準産業分類（平成21年経済センサス-基礎調査産業分類）
宿泊サービス	751旅館，ホテル、752簡易宿所、75A会社・団体の宿泊所、75B他に分類されない宿泊業
飲食サービス	761食堂，レストラン（専門料理店を除く）、763そば・うどん店、764すし店、765酒場，ピヤホール、766バー，キャバレー，ナイトクラブ、767喫茶店、76A日本料理店、76B中華料理店、76C焼肉店、76Dその他の専門料理店、76Eハンバーガー店、76Fお好み焼・焼きそば・たこ焼店、76G他に分類されないその他の飲食店、771持ち帰り飲食サービス業、772配達飲食サービス業
旅客輸送サービス	421鉄道業（貨物を除く）、431一般乗合旅客自動車運送業、432一般乗用旅客自動車運送業、433一般貸切旅客自動車運送業、439その他の道路旅客運送業、451外航海運業（貨物を除く）、452沿海海運業（貨物を除く）、453内陸水運業（貨物を除く）、461航空運送業（貨物を除く）、693駐車場業
輸送設備レンタルサービス	704自動車賃貸業
旅行代理店その他の予約サービス	791旅行業
文化サービス	802興行場（別掲を除く）、興行団、82C博物館，美術館、82D動物園，植物園，水族館、941神道系宗教、942仏教系宗教、943キリスト教系宗教、949その他の宗教
スポーツ・娯楽サービス	705スポーツ・娯楽用品賃貸業、785その他の公衆浴場業、803競輪・競馬等の競走場，競技団、80B体育館、80Cゴルフ場、80Fテニスコート、805公園，遊園地
小売	561百貨店，総合スーパー、569その他の各種商品小売業、571呉服・服地・寝具小売業、572男子服小売業、573婦人・子供服小売業、574靴・履物小売業、579その他の織物・衣服・身の回り品小売業、581各種食料品小売業、582野菜・果実小売業、583食肉小売業、584鮮魚小売業、585酒小売業、586菓子・パン小売業、58A料理品小売業、58B他に分類されない飲食料品小売業、605燃料小売業

観光産業は、人々の観光行動に伴って発生する需要に対応する多様な業種を包括したもので、一般にイメージされるホテル・旅館等の宿泊や、旅行、交通のほか、上記のとおり、飲食、小売、博物館・美術館などの文化施設、スポーツ・娯楽等、極めて多様な業種が含まれています。

また、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、県が実施している「山梨県観光入込客統計調査」の観光消費額の算定には、観光客が県内で消費した金額として、上記の観光産業での消費に加え、農林業の一部（道の駅、農林産物・フルーツ直売所等）や製造業（地場産業（ワイナリー）等）等での消費も含まれています。本計画においては、観光客による消費の受け皿となる業種を広く含めて、観光産業ととらえています。

[観光庁策定共通基準による観光消費額の項目と観光産業の業種の関係]



(出典:山梨県観光部(観光消費額は平成26年山梨県観光入込客統計調査結果))

このように、観光産業は観光客の需要に対応し、消費の受け皿となる多様な業種を含む裾野が広い産業であり、農林業、製造業など、地域の他の産業にとっても観光による需要創造の恩恵がもたらされ、さらには、観光とリンクすることで新たな価値を創造する可能性が開けるなど、地域経済を支える基幹産業としての役割を果たすものと期待されます。

3 計画の位置づけ

本計画は、県が2015(平成27)年12月に策定した「ダイナミックやまなし総合計画」において目指すべき新たな地域社会として掲げる「輝き あんしん プラチナ社会」実現に向けた産業連携の核となるものです。

また、2012(平成24)年3月に策定した県の観光の基本計画である「やまなし観光推進計画」の観光産業活性化分野の行動計画でもあります。

4 計画策定の背景

(1) 国の動き

今年度、国で策定した基本方針や戦略の多くには、地域経済における観光産業の重要性、稼ぐ力、生産性向上、他産業との連携、人材育成等について言及しているものが数多く見受けられ、今後、国として観光産業の活性化に本格的に取り組んでいくことが示されています。

経済財政運営と改革の基本方針 2015(骨太の方針)

「雇用、GDPの7割超を占め、生産性向上の潜在可能性が高いサービス業において『サービス生産性改革』を推進する」

日本再興戦略改定 2015

「中堅・中小企業・小規模事業者の『稼ぐ力』の徹底強化」

「サービス産業の活性化・生産性の向上」

「観光産業の基幹産業化」

まち・ひと・しごと創生基本方針 2015

「各企業・産業における『稼ぐ力』の向上。サービス産業全体の生産性向上」

「観光産業の付加価値向上による地域経済全体の活性化を図る」

「地域経営の視点に立った観光地域づくりや地域ブランドづくりの中心となる日本版DMO等の新たな推進主体の形成」

観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015

「観光に関わるさまざまな産業が、生産性を向上させながら、新たなサービス・商品を生み出し、『稼ぐ力』を一層高めて、日本経済の成長の重要な一翼を担っていかねばならない」

「観光を日本経済を牽引する基幹産業に飛躍させ」

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

「宿泊等観光産業の生産性向上、経営改革、人材育成」

「農林水産業をはじめとする地場産業との連携」

(2) 県の動き

県では、県政の最上位の計画に位置付けられる「ダイナミックやまなし総合計画」において、観光と他産業との連携や儲かる地域産業の創出、滞在型周遊観光の推進などについて述べており、観光への期待度が高まっています。

また、新・やまなし農業大綱及びやまなし森林・林業振興ビジョンでも観光との連携について触れており、観光が他産業にとって重要な役割を果たしていることが分かります。

ダイナミックやまなし総合計画（平成 27 年 12 月、山梨県策定）

「県内における活力ある地域づくりを進めるため、農林水産業と加工業、観光業等の産業間や、県内の地域間、産学官金など様々な連携を強化し、個性豊かで、儲かる地域産業の創出を図ります。」

山梨県まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成 27 年 12 月、山梨県策定）

「山梨ファンを拡大していくため、山梨ならではのおもてなしや世界遺産富士山をはじめとする魅力ある観光資源を国内外に広く発信するとともに、滞在につながる周遊観光を推進することなどにより、本県を訪れる旅行者を増やしていく。」

新・やまなし農業大綱（平成 27 年 12 月、山梨県策定）

「地域の食材や伝統料理などを活用した地産地消を推進し、県産農産物の需要拡大につなげていきます。また、地域の特色ある食材や生産数量の限られた伝統野菜など、山梨の魅力を伝える農産物を国内外からの多くの来訪者に知ってもらうため、農産物直売所のほか、県内ホテル、レストラン等での取り扱いを増やしていきます。」

「消費者志向にあった朝採り野菜や、食べやすさ、機能性、有機栽培等の特性を活かした特色ある農産物の産地づくりを推進するとともに、産地の規模に応じて首都圏や県内への販路拡大を推進します。」

やまなし森林・林業振興ビジョン（平成 27 年 12 月、山梨県策定）

「県有林を観光・レクリエーションの場として活用し、地域活性化を図るため、未だ知られていない魅力ある森林スポットを新たな観光資源として活用するとともに、森林の癒やし効果を活用した、企業・団体等によるレクリエーション活動の場としての新たな森林利用の仕組みづくりや、地域産業と連携した森林公園の新たな利用プログラムの開発などの取り組みを積極的に推進します。」

(3) 県内大学・高校等の動き

これまで、県内の大学や高等学校において、様々な形で観光に関連する取り組みが行われてきましたが、来年度からは、新たに山梨大学と山梨県立大学で観光関係のコースが新設されるなど、これまで以上に観光人材の輩出の基盤が整うこととなります。

これから労働人口の減少が進み、人材不足が懸念される中、県内教育機関で育成された観光人材が、本県の観光産業を就職先の第一候補にしたいと思えるよう、雇用環境を整え、「働く魅力」の向上に努めることが非常に重要になります。

大学等の取組み

山梨大学

2016(平成28)年度から生命環境学部地域社会システム学科に「観光政策科学特別コース」が新設され、観光関連分野の専門知識を有した地域の観光政策を立案できる人材を養成します。

同コースのカリキュラムには、観光政策科学専門科群があり、観光経営、観光産業、観光政策、観光地域計画など、地域の観光政策の立案と分析、経済効果の分析、観光事業の経営に関する専門知識を学びます。

山梨県立大学

大学創設以来、観光資源の発掘、観光事業の企画、観光情報の発信を一貫して行ってきました。また県内自治体の観光計画の立案に積極的に関与し、日経グローバルの地域貢献度ランキングでは、グローバル分野で全国第3位となりました。さらに2016(平成28)年度には、国際政策学部「国際ビジネス・観光コース」を新設し、「富士の国やまなし通訳ガイド特区」の地域限定特例通訳案内士など、観光分野での実践的能力を持つ観光人材を育成していきます。

山梨学院大学

長年に亘り、観光産業に関連する専門科目を展開していましたが、2011(平成23)年に発表された「やまなし観光推進計画」に合せて、産官学の連携による観光産業向けの人材育成に一層の力を入れています。実践教育に重点をおき、実業界出身の教員を採用して、観光関連の専門科目や長期インターンシップを実施するなど、理論と実践のバランスに配慮したプログラムを展開しています。

山梨県立産業技術短期大学校

ホスピタリティを基本理念に、宿泊業・旅行業等の高い専門的なスキルを身につけ、地域性やグローバルな視点を備えた人材の育成を行っています。2013(平成25)年から、地域の観光振興を学ぶプログラムを導入、

2015(平成 27)年には、大学生観光まちづくりコンテスト 2015(後援:観光庁、文部科学省、総務省他)において最優秀賞(観光庁長官賞)を受賞しました。さらに 2016(平成 28)年度からは、増加する外国人旅行者への対応力を育む新たなプログラムを導入します。

「地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)」

2015(平成 27)年度に、「オールやまなし 11+1 大学と地域の協働による未来創生の推進」がCOC+として文部科学省に採択されました。山梨大学その他、県内の全 11 大学と首都圏の横浜市立大学が連携し、「ツーリズム」、「ものづくり」、「子育て支援」、「CCRC」の 4 分野で、新規事業等による雇用の創出・拡大を推進しています。観光分野では、地域限定特例通訳案内士制度への参画、参加大学による単位互換、インターンシップなどを通じて、地域の観光産業に従事し、地域創生の中核となる人材育成を目指しています。

「地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)」とは、2015 年度から文部科学省が開始した、全国規模での公募制重点事業である。「地域のための大学」として、各大学が特色を発揮し、地方自治体や企業等との協働により、学生に魅力ある地域の就職先を創出すること、さらに地域が求める人材育成のため教育改革を推進することを目的としている。

やまなし観光カレッジの取り組み

大学生の若い感性を観光振興に活かすために、平成 23 年度から、県と県内大学が連携して実施しています。

やまなし観光カレッジとは

大学生が、山梨の観光や地域のことを学び、山梨に愛着を持ってもらうようにするために、県と県内大学が連携して、学生に講座受講、現地視察の実施、イベントへの参加及びレポートの提出をしてもらい、修了要件を満たした学生に修了証を交付する。

- ・事業開始：平成 13 年度～
- ・修了者：4,317 名(H28.1 月末)
- ・参加大学：県内 9 大学・短期大学

高等学校の取り組み

高等学校においても、総合的な学習の時間や部活動等を活用して、観光に関する取り組みや英語によるボランティア活動等を行っているところがあります。

甲府第一高等学校

県内唯一の文部科学省「スーパーグローバルハイスクール(SGH)」の指定校です。観光関係では、県内大学や地元企業等との連携により、インバウンドや地場産品の開発などを、5年間実践的に学習していきます。オーストラリアやアメリカでの地場産業等に関するプレゼンテーションやフィールドワークを通じて、国際的に活躍できる人材育成を重点的に行っています。SGHの活動により多くの生徒が、複数のコンテストでの入賞を果たしています。

身延高等学校

2014(平成26)年度より、山梨県立大学地域研究交流センターの地域研究事業として、観光まちづくりを含めた地域振興に関する高大連携講義を推進しています。同大教員による講義やフィールドワークを通じて、身延町などの観光資源への理解を深め、観光政策やツアー企画の作成方法を研究しています。2015(平成27)年度には、同校生徒が身延町に対して、観光政策やユニバーサルデザインに関する政策提言を実施し、いくつかの提言が採用・検討されています。

富士河口湖高等学校

英会話部は夏休みにボランティアで英語ガイドをするなど、実践的な活動をしています。また、2015(平成27)年度より、文部科学省の「スーパーグローバルハイスクール(SGH)」のアソシエイト校に指定されました。「総合的な学習の時間」では、富士北麓地域の観光についての学習を通じて、問題解決能力やコミュニケーション能力の育成を図っています。

都留高等学校

2011(平成23)年度より1,2年次における「総合的な学習の時間」を中心に、地域活性化に対する取り組みを行っています。今年度から「総合的な学習の時間」に導入した「体験型課題研究」では、「社会貢献」を研究テーマとして、富士急行大月駅における外国人観光客に対する通訳案内、地元商店の紹介マップやサイトの作成、土産品の開発などの活動を行っています。

5 観光産業の現状と課題

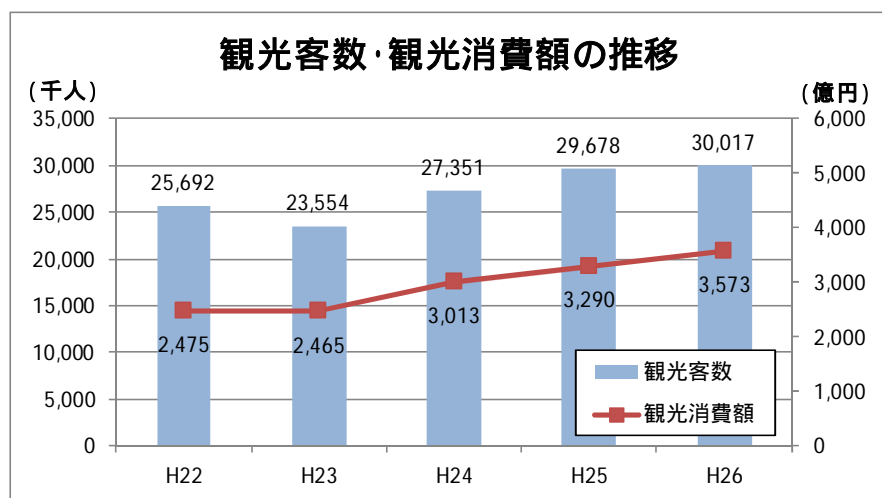
(1) 現状

県が毎年実施している山梨県観光入込客統計調査等や今年度実施した観光GDPや雇用誘発効果等の算出調査から、本県の観光の現状は次のとおりです。

観光客数・観光消費額

ここ数年、概ね順調に伸びています。

富士山の世界文化遺産登録の影響や外国人観光客の増加が要因の一つとして考えられます。

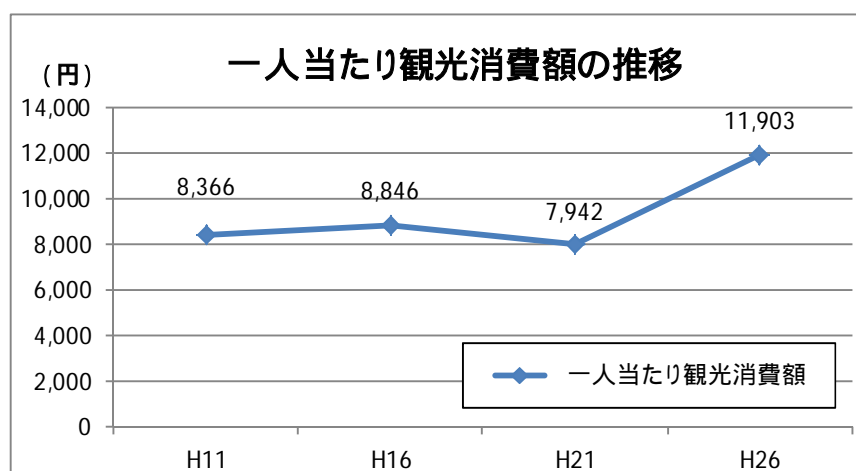


(単位:千人、億円)

	H22	H23	H24	H25	H26
観光客数	25,692	23,554	27,351	29,678	30,017
観光消費額	2,475	2,465	3,013	3,290	3,573

(出典:山梨県観光入込客統計調査)

《参考》1人当たりの観光消費額の推移は次のとおりです。



(単位:円)

	H11	H16	H21	H26
一人当たり観光消費額	8,366	8,846	7,942	11,903

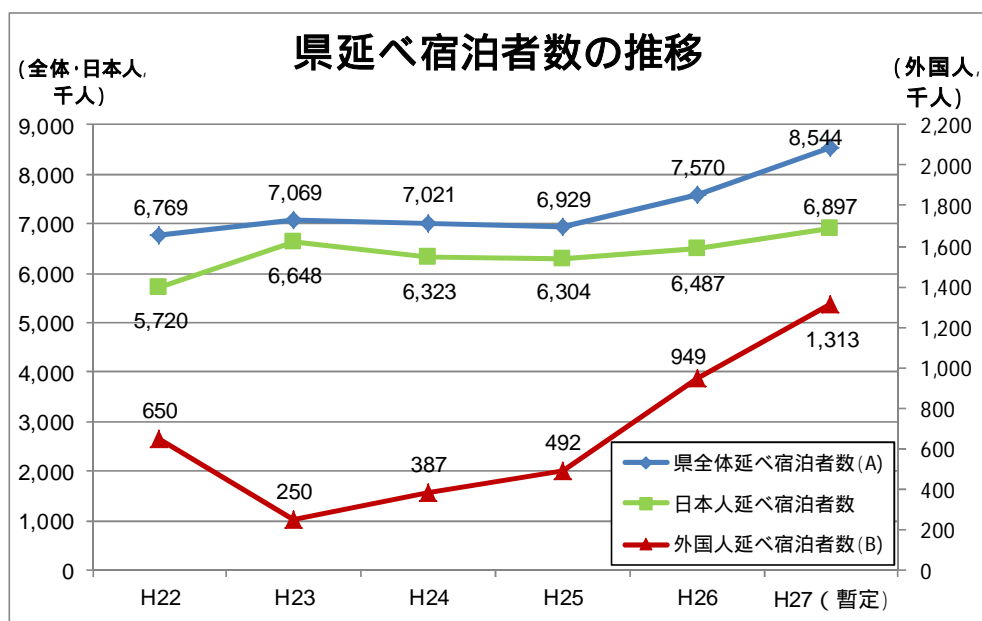
(出典:山梨県観光客動態調査、山梨県観光入込客統計調査)

延べ宿泊者数

2011（平成23）年の東日本大震災の影響により、一時的に、日本人宿泊者は増え、外国人宿泊者は減少しました。

日本人宿泊者はその後の調整局面で減少しましたが、最近では増加に転じています。一方、外国人宿泊者数は、震災以来、順調に伸びています。これは国においても同様であり、円安、ビザの発給要件の緩和、アジア諸国の所得向上等が要因として考えられます。また、本県固有の理由としては、富士山の世界文化遺産登録が大きな要因として考えられます。

しかし、比率では、日本人宿泊者の割合が圧倒的に高い状況です。



(単位: 千人)

	H22	H23	H24	H25	H26	H27 (暫定)
県全体延べ宿泊者数 (A)	6,769	7,069	7,021	6,929	7,570	8,544
日本人延べ宿泊者数	5,720	6,648	6,323	6,304	6,487	6,897
外国人延べ宿泊者数 (B)	650	250	387	492	949	1,313
外国人比率 ((B)/(A))	9.6%	3.5%	5.5%	7.1%	12.5%	15.4%

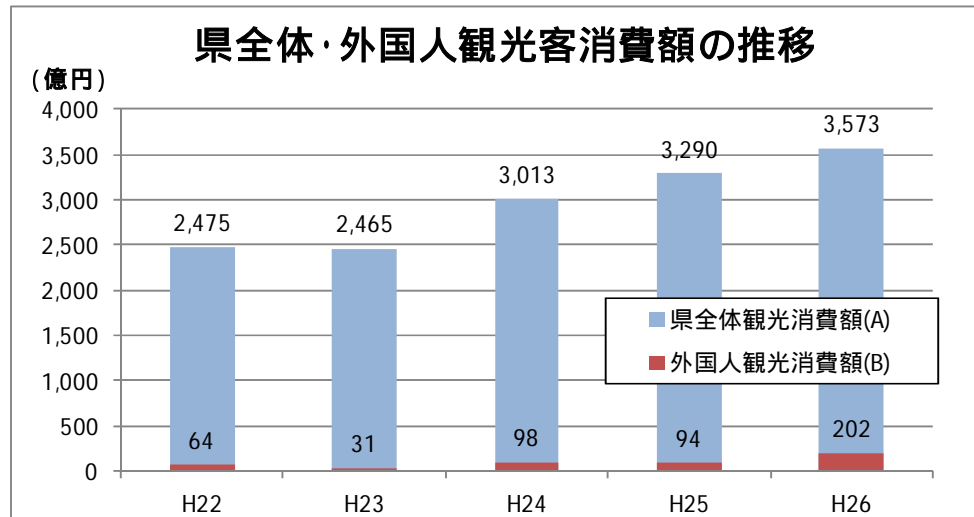
居住地不詳を含むため、県全体の数字と個々の数字の和は一致しない。

(出典: 観光庁宿泊旅行統計調査)

外国人観光消費額

で述べた県全体の観光消費額の伸びと同様、外国人観光消費額もここ数年伸びています。

しかし、外国人宿泊者の県全体宿泊者に占める割合（H26：12.5%）に比べると、外国人観光消費額の県全体観光消費額に占める割合（H26：5.7%）は低くなっています。



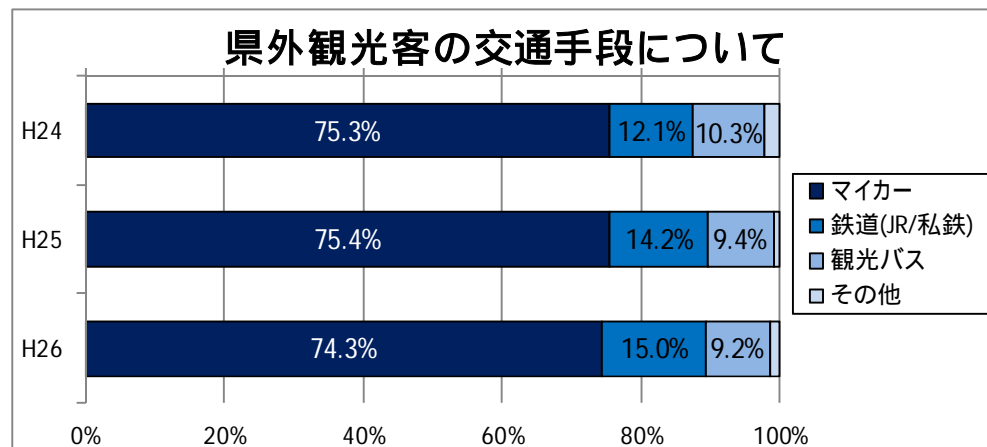
(単位: 億円)

	H22	H23	H24	H25	H26
県全体観光消費額(A)	2,475	2,465	3,013	3,290	3,573
外国人観光消費額(B)	64	31	98	94	202
外国人観光消費額割合 (B)/(A)	2.6%	1.3%	3.3%	2.9%	5.7%

(出典: 山梨県観光入込客統計調査)

県外観光客の交通手段

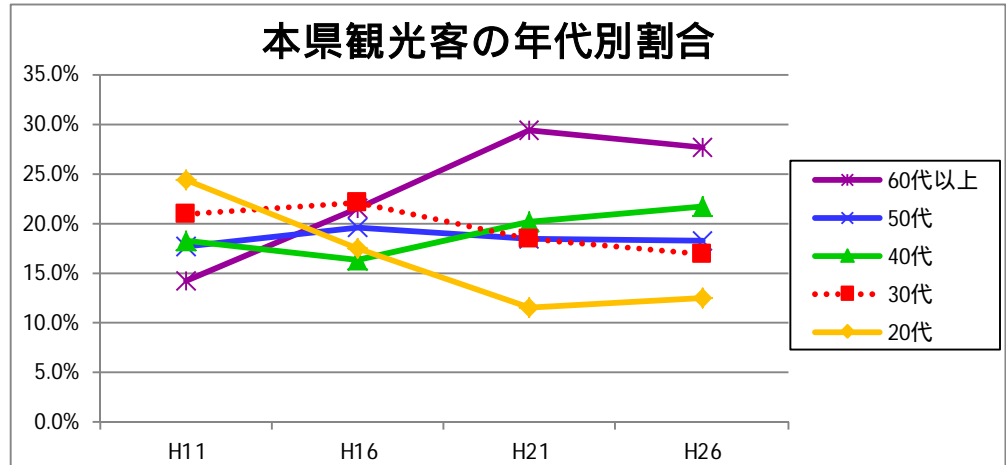
ほぼ4分の3の方が自動車で来県していますが、鉄道での来県が徐々に増えているので、2次交通の充実が重要になります。



(出典: 山梨県観光入込客統計調査)

年代別構成

20代、30代の割合が低下し、40代が伸びています。20代、30代の低下は趣味の多様化が進んだことが一つの要因であり、これまで以上に「山梨に来る理由付け」が重要になると考えます。

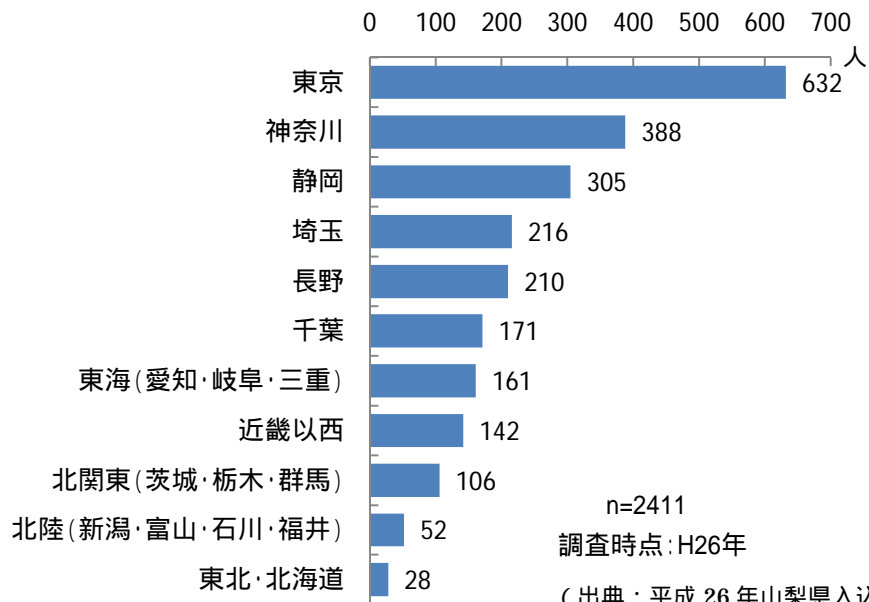


	H11	H16	H21	H26
20代	24.3%	17.4%	11.5%	12.5%
30代	21.0%	22.1%	18.4%	16.9%
40代	18.2%	16.3%	20.1%	21.6%
50代	17.7%	19.6%	18.4%	18.2%
60代以上	14.2%	21.5%	29.3%	27.7%

(出典: 山梨県観光客動態調査報告書、山梨県観光入込客統計調査報告書)

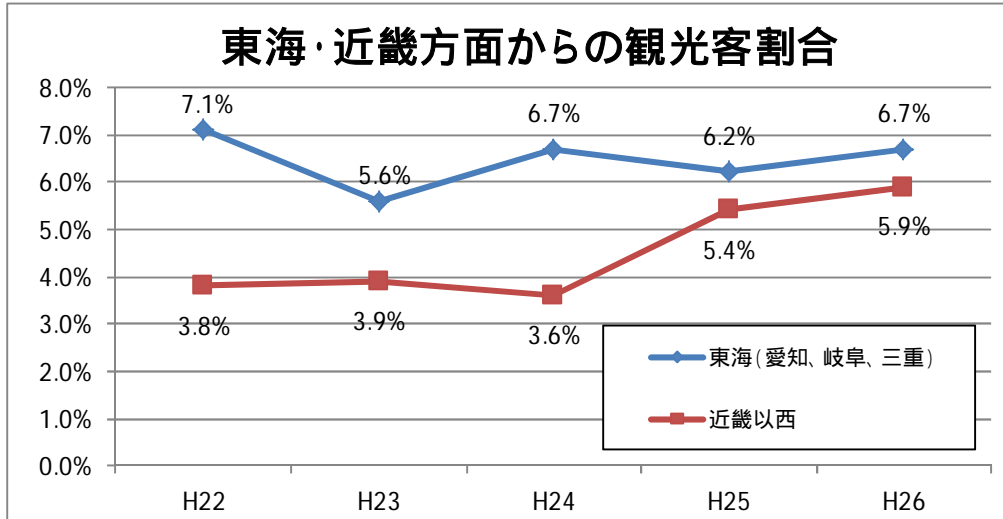
居住地

2014(平成26)年に、本県を訪れた旅行者2,411人にアンケート調査を行ったところ、隣接県(東京、神奈川、静岡、埼玉、長野)からが約7割を占めています。



(出典: 平成26年山梨県入込客統計調査)

また、近畿方面からの観光客は徐々に伸びていますが、今後は、東海方面からも含め、2017(平成29)年の中部横断自動車道の静岡までの開通や2027(平成39)年のリニア中央新幹線開業を視野に入れた取り組みも必要になります。



	H22	H23	H24	H25	H26
東海(愛知、岐阜、三重)	7.1%	5.6%	6.7%	6.2%	6.7%
近畿以西	3.8%	3.9%	3.6%	5.4%	5.9%

(出典：山梨県観光入込客統計調査)

観光産業の観光GDP及び雇用誘発効果

本計画策定に先立ち、産業連関表を用い、平成26年山梨県観光消費額から経済波及効果、観光GDP、雇用誘発効果を算出した結果、本県における観光産業の経済や雇用への影響力は大きく、観光産業が本県にとって非常に重要な産業であることが分かります。

H26 観光消費額の観光GDP、雇用誘発効果等の状況

産業連関表を用い、観光消費額から、経済波及効果、観光GDP及び雇用誘発効果を算定した結果は次のとおりです。

(単位：億円、人)

	観光消費額	経済波及効果	観光GDP (付加価値誘発効果)	雇用誘発効果
山梨県	3,573	3,662	1,995	32,383

(出典：「H26山梨県観光入込客統計調査報告書」の観光消費額から産業連関表を用い県観光部算出)

H26 観光GDP、雇用誘発効果等の国との比較

上記観光GDPや雇用誘発効果等の県内産業における割合を国と比較したところ、本県は国より高いことが分かりました。

これは、本県における観光産業の経済、雇用面の重要度を具体的に示すものであります。

[経済波及効果等の県観光産業の県全産業での割合]

経済波及効果	6.3%	(対県民経済計算 産出額)
観光GDP	7.4%	(対名目GDP(産業部門))
雇用誘発効果	9.5%	(対全県就業者数)

(出典:前記観光部算出表及び平成25年度山梨県県民経済計算を用い県観光部算出)

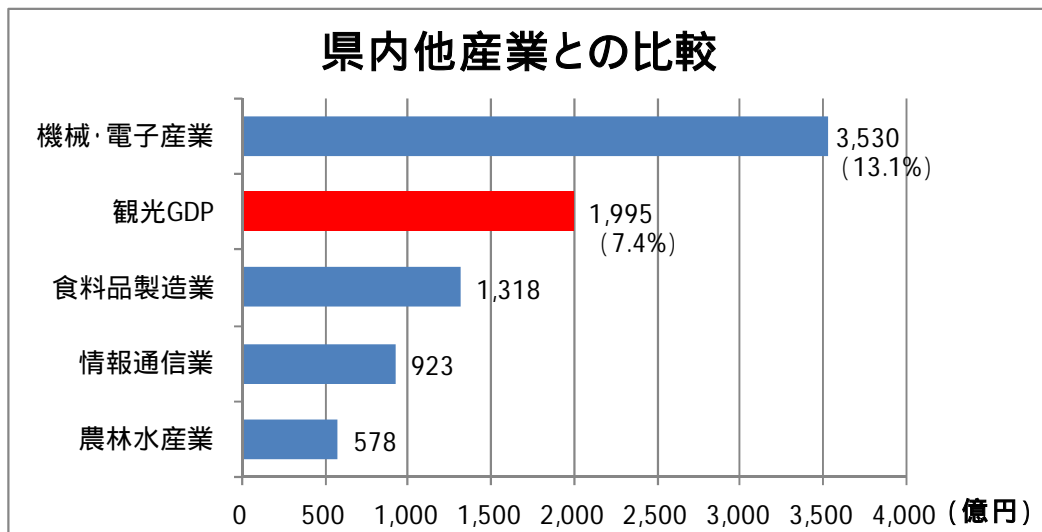
【参考】H25国の観光消費額の経済波及効果等

経済波及効果	5.3%	(対国民経済計算 産出額)
観光GDP	5.9%	(対名目GDP(産業部門))
雇用誘発効果	6.5%	(対全国就業者数)

(出典:観光庁)

県内他産業（県内総生産）との比較

観光GDPを県内他産業のGDP（県内総生産）と比較すると、機械・電子産業（県内主要業種である一般機械と電気機械の合計）には及ばないものの、食品製造業、情報通信業、農林水産業を上回っており、観光産業が本県経済で重要な地位を占めていることが分かります。



(出典)

観光GDP 「平成26年山梨県観光入込客統計調査報告書」の観光消費額から産業連関表を用い県観光部算出
上記以外 「平成25年度山梨県県民経済計算」

(2) 課題

県が毎年実施している山梨県観光入込客統計調査等や今年度実施した観光GDP、雇用誘発効果等の算出調査等から、次のとおり、本県の観光の課題が浮かび上がります。これらの課題を克服することで、安定した観光客数や利益の確保が図られ、それにより生産性の向上、正規職員の雇用につながっていくことが期待できます。

短い滞在時間（日帰り観光客が約75%、宿泊日数の減少）

本県を訪れる観光客の約75%が日帰り観光客です。また、1回の旅行の宿泊日数が僅かですが減少傾向にあり、観光客の消費額が伸びにくい状況になっています。

[日帰り・宿泊別観光客数]

(単位:千人)

項目	H25		H26	
	観光入込客数	構成比	観光入込客数	構成比
日帰り	23,157	78.0%	22,624	75.4%
宿泊	6,521	22.0%	7,393	24.6%
合計	29,678		30,017	

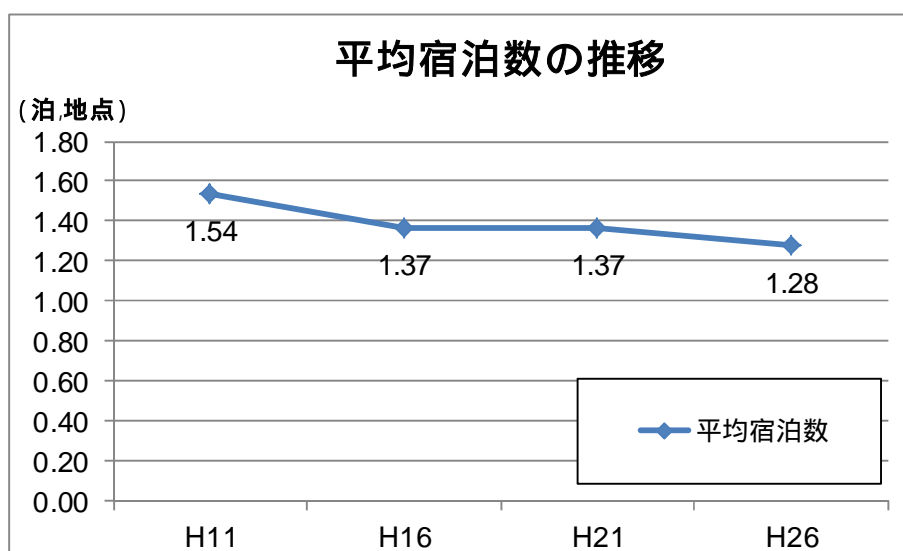
(出典:山梨県観光入込客統計調査)

[平成26年観光消費額単価]

(単位:円/人)

区分	日帰り客		宿泊客	
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス
県内	5,413	3,672	20,814	15,938
県外	8,819	5,434	27,871	22,922

(出典:平成26年山梨県観光入込客統計調査)



(単位:泊,地点)

	H11	H16	H21	H26
平均宿泊数	1.54	1.37	1.37	1.28

(出典:山梨県観光客動態調査、山梨県観光入込客統計調査)

- 【対応策】・日帰り観光客が宿泊するよう、山梨に泊まる意義を明確にする。
 ・各観光地の魅力向上や効果的な情報発信により周遊観光を促進する。

宿泊施設の客室稼働率について調べてみると、圏域では年間でまだ余裕があるところや、季節や曜日によっては余裕があるところもあり、季節等の観光客数の平準化を図ることにより、日帰り観光客を宿泊観光客へ転換することは収容上は十分可能と考えます。

[平成26年圏域別宿泊施設客室稼働率]

	1 - 3月期	4 - 6月期	7 - 9月期	10 - 12月期	年間
峡中	62.0	61.9	75.7	74.1	68.7
峡東	38.2	44.8	58.4	51.0	48.1
峡南	8.8	24.5	21.0	21.1	18.7
峡北	19.5	32.4	46.8	29.3	32.1
富士・東部	29.4	40.3	52.3	34.8	39.4
県全体	33.4	41.7	54.5	42.8	43.3

(出典:観光庁宿泊旅行統計調査 調査票情報を元に県観光部作成)

[平成26年圏域別宿泊施設客室稼働率(従業員数10人以上施設のみ)]

	1 - 3月期	4 - 6月期	7 - 9月期	10 - 12月期	年間
峡中	65.9	64.6	77.3	77.1	71.4
峡東	48.0	55.9	65.8	61.8	58.0
峡南	25.6	32.8	34.5	37.7	32.7
峡北	42.3	58.6	76.0	59.6	59.2
富士・東部	51.7	61.9	71.0	62.1	61.7
県全体	52.8	60.4	71.1	65.3	62.6

(出典:観光庁宿泊旅行統計調査 調査票情報を元に県観光部作成)

H26 県外日帰り観光者の1%が宿泊客になった場合の経済効果
 ~ H26 山梨県観光入込客統計調査から推計 ~
 県外観光客宿泊単価(27,871円) - 県外日帰り観光客単価(8,819円)
 = 19,052円
 県外日帰り観光客数(15,243千人)の1% = 152,430人
 × = 19,052円 × 152,430人 29億円 (が5%の場合約 145億円)

宿泊者及び観光消費額についてさらに分析すると、次のことが分かります。

宿泊者について

本県は「宿泊者数の人口に対する比率」は沖縄県に次いで全国2位となっていて、経済規模(人口)に対して多くの宿泊者が来ていることが分かります。これも、他県と比べて本県における観光産業の重要性を示すものです。

このことを考えると、「日帰り観光客が約75%」というのも、「宿泊者は多く来ている上に日帰り客も多く来ている」ということになります。しかし、この日帰り客を宿泊客に変えることがさらなる「稼ぐ力」の向上には必要ということになります。

・H27都道府県別延べ宿泊者数の人口に対する比率

	施設所在地 (47区分)	全延べ 宿泊者数 (人) (A)	外国人 延べ宿泊者数 (人) (B)	外国人 宿泊者率 (%) (B/A)	人口推計値 (H26.10.1) (人) (C)	宿泊者 人口比 (%) (A/C)	外国人 宿泊比 (%) (B/C)
	全国計	505,453,000	66,372,660	13.1%	127,083,000	397.7%	52.2%
1	沖縄県	20,888,460	3,918,010	18.8%	1,421,000	1470.0%	275.7%
2	山梨県	8,543,600	1,313,370	15.4%	841,000	1015.9%	156.2%
3	長野県	18,828,220	963,230	5.1%	2,109,000	892.8%	45.7%
4	石川県	8,518,360	513,350	6.0%	1,156,000	736.9%	44.4%
5	京都府	18,741,530	4,811,200	25.7%	2,610,000	718.1%	184.3%
6	静岡県	22,635,080	1,759,730	7.8%	3,705,000	610.9%	47.5%
7	大分県	6,981,610	681,430	9.8%	1,171,000	596.2%	58.2%
8	北海道	32,170,760	5,480,580	17.0%	5,400,000	595.8%	101.5%
9	長崎県	8,182,140	836,020	10.2%	1,386,000	590.3%	60.3%
10	福島県	11,149,120	52,450	0.5%	1,935,000	576.2%	2.7%
11	三重県	9,813,770	383,280	3.9%	1,825,000	537.7%	21.0%
12	福井県	4,226,400	59,350	1.4%	790,000	535.0%	7.5%
13	山形県	5,895,130	74,750	1.3%	1,131,000	521.2%	6.6%
14	栃木県	10,173,550	204,570	2.0%	1,980,000	513.8%	10.3%
15	鳥取県	2,938,390	99,570	3.4%	574,000	511.9%	17.3%
16	和歌山県	4,843,530	433,600	9.0%	971,000	498.8%	44.7%
17	新潟県	11,310,600	261,300	2.3%	2,313,000	489.0%	11.3%
18	岩手県	6,099,340	105,300	1.7%	1,284,000	475.0%	8.2%
19	鹿児島県	7,866,930	416,770	5.3%	1,668,000	471.6%	25.0%
20	宮城県	10,877,290	190,130	1.7%	2,328,000	467.2%	8.2%
21	島根県	3,209,440	38,670	1.2%	697,000	460.5%	5.5%
22	群馬県	9,071,540	162,540	1.8%	1,976,000	459.1%	8.2%
23	東京都	59,549,010	17,779,970	29.9%	13,390,000	444.7%	132.8%
24	香川県	4,251,830	222,630	5.2%	981,000	433.4%	22.7%
25	熊本県	7,483,950	739,150	9.9%	1,794,000	417.2%	41.2%
26	高知県	2,886,580	69,650	2.4%	738,000	391.1%	9.4%
27	滋賀県	5,409,020	464,080	8.6%	1,416,000	382.0%	32.8%
28	青森県	5,022,800	115,990	2.3%	1,321,000	380.2%	8.8%
29	佐賀県	3,147,210	199,950	6.4%	835,000	376.9%	23.9%
30	富山県	3,976,890	201,940	5.1%	1,070,000	371.7%	18.9%
31	千葉県	22,462,620	3,478,190	15.5%	6,197,000	362.5%	56.1%
32	宮崎県	3,977,040	229,470	5.8%	1,114,000	357.0%	20.6%
33	大阪府	30,901,920	9,338,480	30.2%	8,836,000	349.7%	105.7%
34	広島県	9,317,710	739,010	7.9%	2,833,000	328.9%	26.1%
35	岐阜県	6,688,450	921,730	13.8%	2,041,000	327.7%	45.2%
36	福岡県	16,224,710	2,378,210	14.7%	5,091,000	318.7%	46.7%
37	秋田県	3,197,380	53,120	1.7%	1,037,000	308.3%	5.1%
38	山口県	4,168,570	86,580	2.1%	1,408,000	296.1%	6.1%
39	徳島県	2,235,200	57,680	2.6%	764,000	292.6%	7.5%
40	岡山県	5,423,440	179,910	3.3%	1,924,000	281.9%	9.4%
41	愛媛県	3,571,980	105,950	3.0%	1,395,000	256.1%	7.6%
42	兵庫県	14,160,410	1,192,280	8.4%	5,541,000	255.6%	21.5%
43	愛知県	16,693,730	2,245,450	13.5%	7,455,000	223.9%	30.1%
44	神奈川県	18,962,090	2,172,550	11.5%	9,096,000	208.5%	23.9%
45	茨城県	5,799,220	202,450	3.5%	2,919,000	198.7%	6.9%
46	奈良県	2,621,260	277,580	10.6%	1,376,000	190.5%	20.2%
47	埼玉県	4,355,390	161,680	3.7%	7,239,000	60.2%	2.2%

(出典：総務省統計局及び観光庁調査結果を基に県観光部で作成)

観光消費額について

本県は「人口1人当たりの観光消費額」は全国1位となっていて、観光消費額は経済規模（人口）の割には多いことが分かります。

この数字からも、他県と比べて本県における観光産業の重要性が分かります。

・H24、H25都道府県別人口1人当たりの観光消費額（H25上位順）

	所在地 (47区分)	H24 観光消費額 (千円) (a)	H25 観光消費額 (千円) (b)	人口推計値 (H26.10.1) (人) (c)	H24 観光消費額 人口比 (千円) (a/c)	H25 観光消費額 人口比 (千円) (b/c)
1	山梨県	301,263,000	329,009,000	841,000	358	391
2	東京都	4,687,376,000	5,246,315,000	13,390,000	350	391
3	沖縄県	490,907,000	500,274,000	1,421,000	345	352
4	長野県	538,003,000	575,169,000	2,109,000	255	272
5	京都府	-	652,097,000	2,610,000	-	249
6	石川県	182,615,000	288,234,000	1,156,000	157	249
7	栃木県	435,169,000	444,262,000	1,980,000	219	224
8	三重県	268,449,000	396,834,000	1,825,000	147	217
9	鳥取県	87,337,000	122,020,000	574,000	152	212
10	熊本県	255,460,000	362,249,000	1,794,000	142	201
11	鹿児島県	252,802,000	328,402,000	1,668,000	151	196
12	島根県	88,842,000	133,482,000	697,000	127	191
13	千葉県	1,009,029,000	1,179,713,000	6,197,000	162	190
14	長崎県	260,361,000	258,580,000	1,386,000	187	186
15	大分県	198,641,000	207,232,000	1,171,000	169	176
16	静岡県	860,260,000	629,015,000	3,705,000	232	169
17	山形県	183,153,000	184,335,000	1,131,000	161	162
18	福島県	332,595,000	303,403,000	1,935,000	171	156
19	秋田県	132,930,000	159,489,000	1,037,000	128	153
20	徳島県	66,178,000	113,399,000	764,000	86	148
21	北海道	788,715,000	794,113,000	5,400,000	146	147
22	佐賀県	89,290,000	120,996,000	835,000	106	144
23	和歌山県	144,654,000	136,903,000	971,000	148	140
24	新潟県	299,358,000	322,443,000	2,313,000	129	139
25	宮崎県	146,349,000	154,498,000	1,114,000	131	138
26	香川県	131,013,000	132,897,000	981,000	133	135
27	岐阜県	246,031,000	265,878,000	2,041,000	120	130
28	高知県	105,396,000	92,491,000	738,000	142	125
29	群馬県	222,782,000	242,427,000	1,976,000	112	122
30	岩手県	194,265,000	154,553,000	1,284,000	151	120
31	滋賀県	134,947,000	169,969,000	1,416,000	95	120
32	宮城県	299,591,000	274,044,000	2,328,000	128	117
33	青森県	181,105,000	147,778,000	1,321,000	137	111
34	神奈川県	653,630,000	989,442,000	9,096,000	71	108
35	兵庫県	550,592,000	596,975,000	5,541,000	99	107
36	山口県	151,007,000	136,743,000	1,408,000	107	97
37	奈良県	110,509,000	128,810,000	1,376,000	80	93
38	愛知県	485,333,000	666,651,000	7,455,000	65	89
39	茨城県	202,369,000	237,594,000	2,919,000	69	81
40	愛媛県	112,946,000	111,827,000	1,395,000	80	80
41	広島県	215,244,000	226,283,000	2,833,000	75	79
42	岡山県	138,280,000	138,292,000	1,924,000	71	71
43	埼玉県	328,010,000	341,174,000	7,239,000	45	47
44	富山県	-	-	1,070,000	-	-
45	福井県	-	-	790,000	-	-
46	大阪府	-	-	8,836,000	-	-
47	福岡県	-	-	5,091,000	-	-

（出典：総務省統計局及び観光庁集計結果を基に県観光部で作成）

季節、曜日で大きな波がある入込状況（冬の観光客が少ない、観光客が土日に集中）

冬に本県を訪れる観光客の割合が15.6%と他の季節に比べて低くなっています。また、週末の中央自動車道の渋滞等に見られるように、観光客が土日に集中しています。

この季節や曜日で大きな波がある状況により、生産性が上がらず、通年雇用や正規雇用の妨げになっています。

なお、外国人観光客は季節や曜日の影響が比較的少なく、季節、曜日の平準化に寄与しています。

[月別観光客数（全体）]

（単位：千人）

項目	H25		H26	
	観光入込客数	構成比	観光入込客数	構成比
1月	1,789	6.0%	2,232	7.4%
2月	1,580	5.3%	1,092	3.6%
3月	1,958	6.6%	2,077	6.9%
4月	2,429	8.2%	2,396	8.0%
5月	2,853	9.6%	2,804	9.3%
6月	2,343	7.9%	2,121	7.1%
7月	2,840	9.6%	3,002	10.0%
8月	4,367	14.7%	4,776	15.9%
9月	2,483	8.4%	2,846	9.5%
10月	2,687	9.1%	2,656	8.8%
11月	2,803	9.4%	2,635	8.8%
12月	1,547	5.2%	1,381	4.6%
合計	29,678		30,017	

15.6%

（出典：平成26年山梨県観光入込客統計調査）

[月別観光客数（外国人）]

（単位：千人）

項目	H25		H26	
	外国人延べ宿泊者数	構成比	外国人延べ宿泊者数	構成比
1月	12	2.4%	46	4.8%
2月	16	3.3%	53	5.6%
3月	26	5.3%	77	8.1%
4月	67	13.6%	112	11.8%
5月	49	10.0%	82	8.6%
6月	53	10.8%	78	8.2%
7月	48	9.8%	99	10.4%
8月	44	8.9%	84	8.9%
9月	36	7.3%	72	7.6%
10月	52	10.6%	85	9.0%
11月	45	9.1%	84	8.9%
12月	46	9.3%	77	8.1%
合計	492		949	

18.5%

（出典：観光庁宿泊旅行統計調査）

2014（平成26）年に、本県を訪れた旅行者2,411人にアンケートを行い、居住地別、季節別の観光客の状況を調査したところ、北関東（茨城・栃木・群馬）は、冬の割合が2.4%と、他の季節に比べて特に低くなっています。

[居住地別、季節別の観光客の状況]

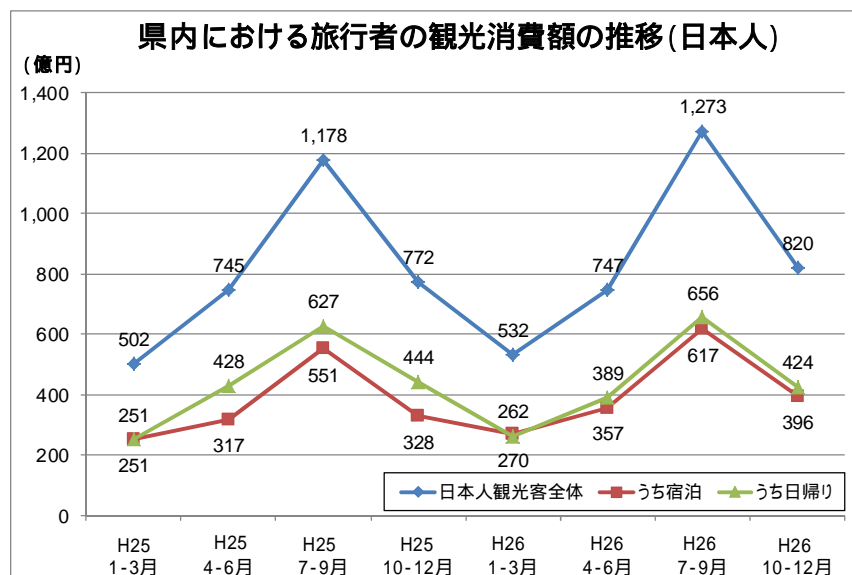
H26年	冬	春	夏	秋	年間
東京	30.0%	26.3%	21.7%	26.7%	26.2%
神奈川	16.3%	14.9%	17.7%	15.8%	16.1%
静岡	16.6%	11.4%	13.8%	9.6%	12.7%
埼玉	8.0%	10.8%	9.8%	7.4%	9.0%
長野	9.8%	9.8%	5.5%	9.4%	8.7%
千葉	5.6%	6.2%	5.8%	10.2%	7.1%
東海（愛知・岐阜・三重）	5.2%	8.2%	6.7%	6.3%	6.7%
近畿以西	4.3%	4.4%	9.1%	5.9%	5.9%
北関東（茨城・栃木・群馬）	2.4%	5.7%	4.2%	5.0%	4.4%
北陸（新潟・富山・石川・福井）	1.3%	1.4%	3.1%	2.8%	2.2%
東北・北海道	0.5%	0.8%	2.6%	0.9%	1.2%

（出典：平成26年山梨県観光入込客統計調査）

- 【対応策】・冬の観光の強化、外国人観光客の誘客を促進する。
 ・平日に訪れやすい年齢層（高齢者、学生等）の誘客を促進する。

《参考》観光消費額から見た季節別の状況

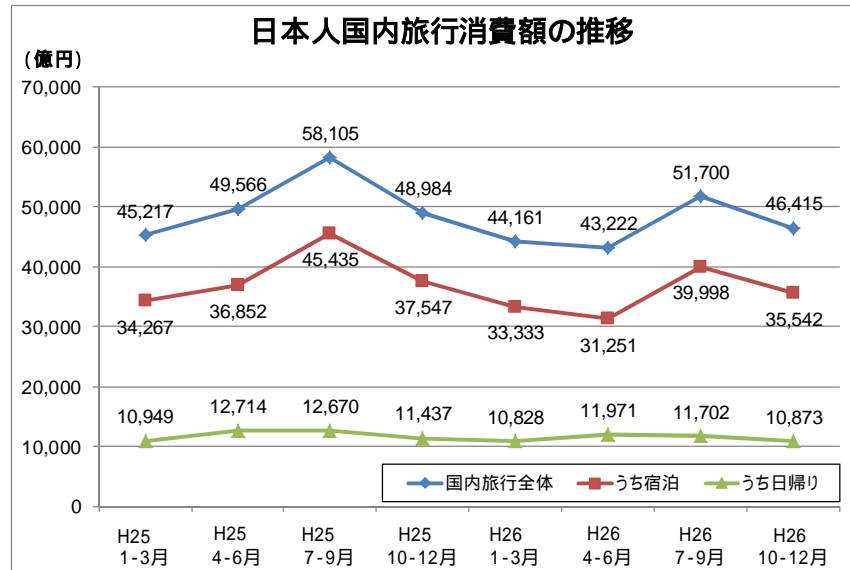
観光消費額から見ても、国と同様、冬の観光が弱いことが分かります。



（単位：億円）

	H25				H26			
	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
日本人観光客全体	502	745	1,178	772	532	747	1,273	820
うち宿泊	251	317	551	328	270	357	617	396
うち日帰り	251	428	627	444	262	389	656	424

（出典：山梨県観光入込客統計調査）



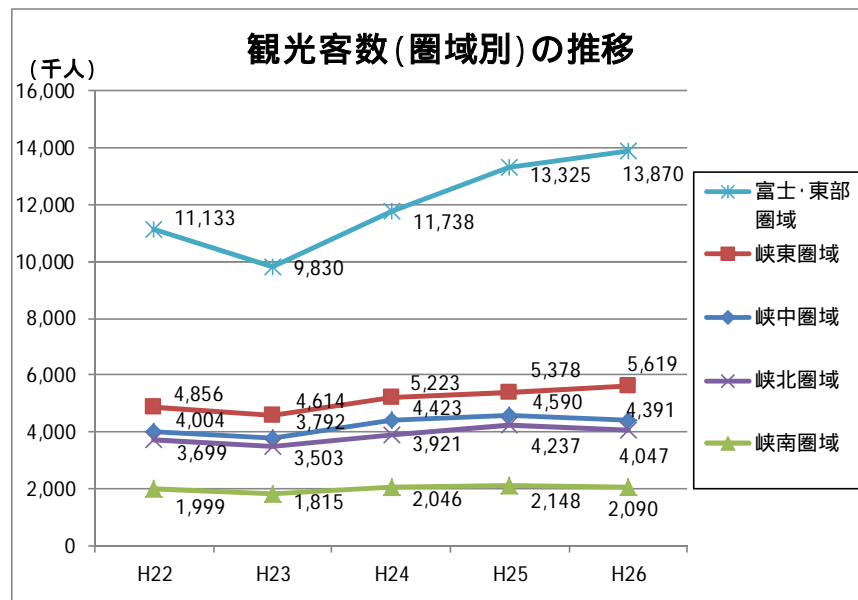
(単位: 億円)

	H25				H26			
	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
国内旅行全体	45,217	49,566	58,105	48,984	44,161	43,222	51,700	46,415
うち宿泊	34,267	36,852	45,435	37,547	33,333	31,251	39,998	35,542
うち日帰り	10,949	12,714	12,670	11,437	10,828	11,971	11,702	10,873

(出典: 観光庁旅行・観光消費動向調査)

観光客数の圏域の偏り

本県を訪れる観光客の半数近くが世界遺産富士山のある富士北麓地域に集中しています。富士北麓地域以外の圏域でさらなる魅力の向上が必要になります。



(単位: 千人)

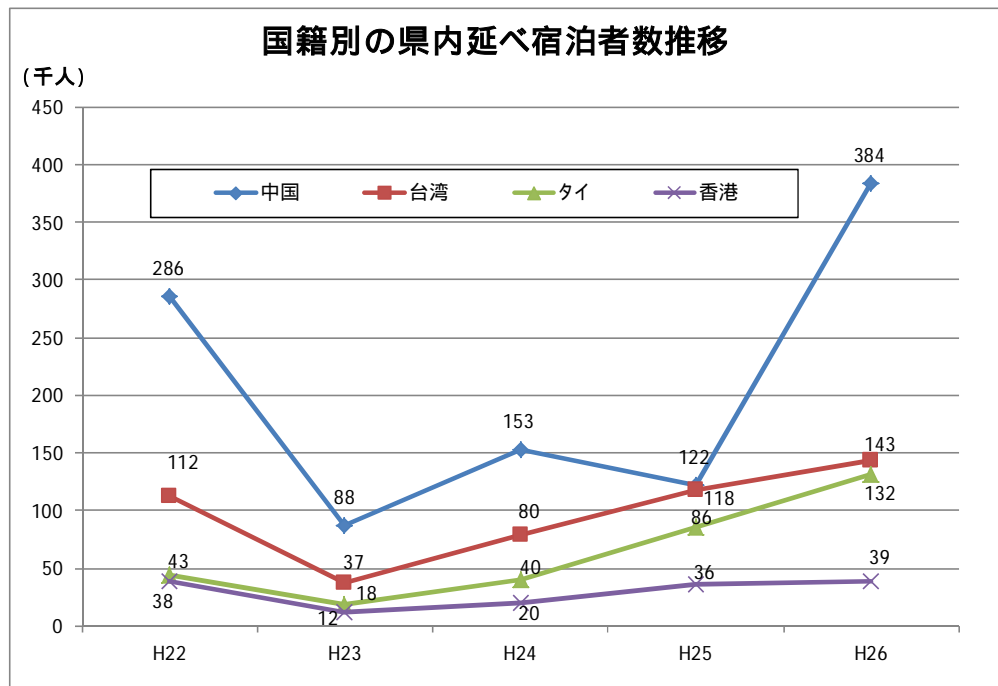
	H22	H23	H24	H25	H26	
峡中圏域	4,004	3,792	4,423	4,590	4,391	15%
峡東圏域	4,856	4,614	5,223	5,378	5,619	19%
峡南圏域	1,999	1,815	2,046	2,148	2,090	7%
峡北圏域	3,699	3,503	3,921	4,237	4,047	13%
富士・東部圏域	11,133	9,830	11,738	13,325	13,870	46%

(出典: 山梨県観光入込客統計調査)

- 【対応策】・各地の魅力を高めるため、地域のブランドイメージの向上、観光資源の再発掘・ネットワーク化及び情報発信により周遊型観光を促進する。
- ・富士北麓地域から他地域への周遊を促進する。

外国人観光客の国籍の偏り

本県を訪れる外国人観光客の約 57%が中国からの観光客です。日中間の政治的問題が発生した場合、中国の経済状況が悪化した場合など、観光客が大幅に減少することが想定されます。



(単位:千人)

国籍 (出身地)	H22	H23	H24		H25		H26		H27(暫定)		
	人数	人数	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	前年比
中国	286	88	153	42.5%	122	26.4%	384	45.3%	667	56.6%	173.8%
台湾	112	37	80	22.1%	118	25.5%	143	16.9%	171	14.5%	119.4%
タイ	43	18	40	11.2%	86	18.5%	132	15.6%	114	9.7%	86.5%
香港	38	12	20	5.5%	36	7.7%	39	4.6%	50	4.3%	129.1%

(出典:観光庁宿泊旅行統計調査)

- 【対応策】中国に加え、東南アジアや欧米からの観光客も増やす。

外国人観光客の観光消費単価の低さ

山梨県観光入込客統計調査の観光消費額を算定するために観光庁から提供されている 2015(平成 27)年 1 月から 3 月期における本県での外国人観光客の消費単価は 14,020 円であり、県外観光客の宿泊単価の 27,871 円と比べても低い状況です。このことは、外国人観光客が増加しても県内経済へ

の影響が限定的になってしまうということです。

この要因の一つとしては、免税店数が少ないことが考えられます。

[免税店数の状況]

	店舗数		増加率 ((B)/(A))		店舗数		増加率 ((B)/(A))		店舗数		増加率 ((B)/(A))
	2015.4.1 (A)	2015.10.1 (B)			2015.4.1 (A)	2015.10.1 (B)			2015.4.1 (A)	2015.10.1 (B)	
北海道	1,132	1,603	142%	神奈川	994	1,618	163%	大阪	2,316	3,320	143%
新潟	132	199	151%	山梨	92	139	151%	奈良	122	160	131%
長野	177	341	193%	静岡	352	637	181%	福岡	1,011	1,637	162%
千葉	801	1,370	171%	愛知	672	1,037	154%	沖縄	347	634	183%
東京	5,469	7,547	138%	京都	772	1,090	141%	全国	18,779	29,047	155%

(出典:国税庁)

【対応策】・免税店を増やす。

・夜に外国人が買い物のできる環境を整える。

観光消費額の経済波及効果の低さ

観光消費額の経済波及効果が低いということは、観光客が県内で消費したお金が、仕入れ等を通じて県外に流出している割合が高いということであり、県内での消費が県内経済へ及ぼす影響が低くなるということです。これは、例えば海産物など県外から仕入れなければ調達できないものの割合が多いことや地場産品の利用割合が低いことが要因として挙げることができます。

しかし、このことは、観光産業には県内経済へ貢献できる伸び代があるということを示しています。

(単位:億円、%)

	年度	観光消費額 (A)	経済波及効果 (B)	経済波及効果率 ((B)/(A)*100)
山梨県	H26	3,573	3,662	102
茨城県	H23	1,784	2,372	133
新潟県	H22	4,159	5,644	136
島根県	H20	1,130	1,234	109
大分県	H22	1,730	2,419	140
沖縄県	H24	4,576	6,767	148

(単位:兆円、%)

国	H25	23.6	48.8	207
---	-----	------	------	-----

(出典:各県調査結果を基に県観光部で作成)

【対応策】できるだけ地場産品を使用し、地元調達率を上げる。

地場産品の利用率を高めるということは、他の観光地との差別化を図ることにもなり、「山梨に来る理由」、「山梨に泊まる理由」の創出にもなります。

観光産業の生産性が全国中位

観光産業を含むサービス産業は、日本経済の約7割（GDP・雇用ベース）を占める非常に重要な産業ですが、その生産性は、我が国製造業と比べて、そして海外のサービス産業と比べて相対的に低いことが国をはじめとした各所で指摘されています。

観光産業のうち代表的な宿泊・飲食サービス業の労働生産性（事業従事1人当たり付加価値額）等を都道府県別に調べた結果、本県は全国21位であり、経営や雇用環境（給料、福利厚生、休暇等）の改善に不可欠な利益の確保に必要な生産性の向上には取り組むべき余地が多いことが分かります。

鳥羽や箱根等の宿泊・飲食サービス業の生産性は、全国の全産業の生産性の平均494万円に近く、本県の宿泊・飲食サービス業の生産性にも伸び代があるといえます。

生産性について

労働生産性とは「1人当たりの付加価値額」のことで、計算式は次のとおりです。

$$1人当たりの付加価値額 = \frac{\text{営業利益} + \text{人件費} + \text{減価償却費}}{\text{従業員数（もしくは労働時間数）}}$$

生産性を上げるということは次のように考えられます。

$$\text{生産性の向上} = \frac{\text{付加価値の向上、革新ビジネス（サービス）の創出}}{\text{効率の向上}}$$

この式で示されるように、労働生産性を向上するためには大きく分けて、2つの方向性が存在します。

付加価値の向上・・・提供するサービスの価値を増大させる（売上の向上）
効率の向上・・・時間や工程の短縮（コスト削減）

出典：経済産業省「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」

《参考》

本県における宿泊・飲食サービス業の全産業に対する事業従事者シェアは、11.1%で、沖縄県に次いで全国2位であり、宿泊・飲食サービス業が県内産業において重要であることが分かります。

都道府県別 宿泊・飲食サービスの労働生産性について

全国 21 位

全国 2 位

	都道府県	事業従事者数 (A)(人)	付加価値額 (B)(百万円)	事業従事者1人当たり付加価値額 ((B)/(A))(万円)	事業従事者シェア (%)		都道府県	事業従事者数 (A)(人)	付加価値額 (B)(百万円)	事業従事者1人当たり付加価値額 ((B)/(A))(万円)	事業従事者シェア (%)		都道府県	事業従事者数 (A)(人)	付加価値額 (B)(百万円)	事業従事者1人当たり付加価値額 ((B)/(A))(万円)	事業従事者シェア (%)
1	東京都	635,920	1,360,253	214	8.6	17	北海道	174,492	313,013	179	9.2	33	徳島県	22,419	38,355	171	8.2
2	千葉県	181,021	353,499	195	10.0	18	新潟県	75,994	136,290	179	7.0	34	佐賀県	26,816	45,853	171	8.4
3	山形県	35,106	67,325	192	7.9	19	群馬県	61,263	108,205	177	7.6	35	秋田県	30,558	51,879	170	7.8
4	神奈川県	273,837	526,009	192	9.3	20	滋賀県	43,718	77,234	177	8.2	36	岐阜県	74,359	124,771	168	9.1
5	静岡県	135,271	258,030	191	8.6	21	山梨県	37,014	65,269	176	11.1	37	山口県	41,194	68,603	167	7.8
6	京都府	99,817	190,772	191	10.5	22	広島県	87,728	154,196	176	7.5	38	島根県	21,931	36,385	166	8.1
7	長野県	82,535	155,925	189	9.7	23	長崎県	42,128	74,303	176	8.6	39	香川県	31,358	51,878	165	8.0
8	宮城県	67,245	126,550	188	7.8	24	兵庫県	185,232	324,871	175	9.6	40	茨城県	80,600	132,418	164	7.3
9	大阪府	325,379	608,956	187	8.7	25	岡山県	50,581	88,318	175	7.1	41	福島県	53,796	87,194	162	7.6
10	三重県	59,513	110,980	186	8.2	26	埼玉県	185,866	323,990	174	8.5	42	奈良県	37,001	59,843	162	9.8
11	鳥取県	18,018	33,176	184	8.9	27	和歌山県	30,270	52,558	174	9.0	43	高知県	25,138	40,447	161	9.7
12	熊本県	54,575	99,941	183	8.6	28	鹿児島県	56,057	97,317	174	9.2	44	愛媛県	40,839	65,397	160	8.0
13	石川県	43,952	79,646	181	9.0	29	岩手県	35,841	62,066	173	7.5	45	宮崎県	37,866	60,113	159	9.3
14	富山県	34,054	61,133	180	7.3	30	栃木県	65,198	112,504	173	8.3	46	沖縄県	52,647	82,676	157	12.1
15	愛知県	282,810	508,868	180	8.5	31	大分県	39,086	67,615	173	8.9	47	青森県	35,230	53,398	152	7.7
16	福岡県	162,656	292,377	180	8.5	32	福井県	28,060	48,096	171	8.2		全国平均			176	8.6

(出典:平成24年経済センサス(総務省・経済産業省))

(参考) 全国の全産業の労働生産性

全国全産業平均 494

山梨県市町村別 宿泊・飲食サービスの労働生産性について

	市町村名	事業従事者数(A) (人)	付加価値額(B) (百万円)	従業員1人当たり付加価値額((B)/(A)) (万円)	事業従事者シェア (%)		市町村名	事業従事者数(A) (人)	付加価値額(B) (百万円)	従業員1人当たり付加価値額((B)/(A)) (万円)	事業従事者シェア (%)
1	鳴沢村	151	485	321	8.3	15	富士吉田市	3,049	5,079	167	13.8
2	山中湖村	1,616	3,883	240	46.2	16	昭和町	1,906	3,061	161	11.5
3	笛吹市	3,201	7,314	229	14.3	17	富士川町	405	607	150	8.1
4	富士河口湖町	3,207	6,580	205	27.7	18	大月市	664	985	148	8.0
5	北杜市	2,821	5,711	202	16.5	19	甲斐市	2,466	3,625	147	12.5
6	上野原市	518	1,011	195	6.0	20	南アルプス市	1,271	1,602	126	5.4
7	山梨市	1,173	2,220	189	11.3	21	甲州市	1,015	1,273	125	11.1
8	身延町	523	942	180	11.4	22	南部町	177	222	125	7.1
9	韮崎市	1,007	1,782	177	7.2	23	忍野村	308	357	116	5.8
10	早川町	76	134	176	15.5	24	都留市	1,176	1,325	113	8.8
11	中央市	1,022	1,793	175	6.8	25	丹波山村	48	49	102	31.8
12	西桂町	70	121	173	6.8	26	小菅村	60	46	77	17.6
13	市川三郷町	187	321	172	3.8	27	道志村	158	115	73	27.3
14	甲府市	8,739	14,630	167	9.5		山梨県	37,014	65,273	176	13.3

(出典:平成24年経済センサス(総務省・経済産業省))

参考 他県観光地の宿泊・飲食サービスの労働生産性

三重県鳥羽市	3,389	15,843	467	39.2
神奈川県箱根町	6,539	23,382	358	58.2
長野県軽井沢町	3,617	12,389	343	39.5

- 【対応策】・生産性の向上についてノウハウのない中小零細の観光事業者に対して、現場に入って具体的なコンサルティングを行う。
- ・地場産品の利用等による付加価値の向上や経営の効率化を図る。

人材不足

次の調査のとおり、全産業で人手不足であるため、人材の確保が厳しい状況です。

厚生労働省調査

厚生労働省が四半期ごとに実施している労働経済動向調査によると、2015（平成27）年11月1日現在、全国では、次のとおり、観光産業も含む全ての調査対象産業で不足している状況です。

正社員等労働者過不足判断 D.I.

調査産業計で33ポイントと18期連続して不足超過となり、全ての産業で不足超過となっています。特に、「運輸業、郵便業」、「建設業」、「医療、福祉」で人手不足を感じている事業所の割合が多くなっています。

パートタイム労働者過不足判断 D.I.

調査産業計で29ポイントと25期連続して不足超過となり、全ての産業で不足超過となっています。特に「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」で人手不足を感じている事業所の割合が多くなっています。

産業別未充足求人

未充足求人が有る事業所の割合を産業別にみると、「宿泊業、飲食サービス業」（72%）、「医療、福祉」（63%）、「生活関連サービス業、娯楽業」（58%）、「サービス業（他に分類されないもの）」（58%）、「運輸業、郵便業」（56%）で高くなっています。

山梨県観光部が実施したアンケート調査

山梨県観光部が2015（平成27）年10月に実施した調査によると、正社員を雇用したいが、人材不足で難しいという事業者がいることが分かります。

雇用充足度

「不足である」（10.1%）、「やや不足である」（30.0%）となっており、約4割の事業所で従業員が不足していると回答しています。

雇用における課題（5つ回答可）

「従業員の高齢化」（53.3%）、「若手社員の確保が難しい」（41.2%）、「社員数の確保が難しい」（31.5%）が上位になっています。

雇用の方針

人材不足の状況であることから、今後の雇用方針については、1 / 3 が正社員の採用と回答しています。

- 【対応策】・売上高の増加及び生産性の向上等により確保した利益で、給料や福利厚生の改善を図る。
- ・県内大学や高校とのインターンシップや就職説明会等の開催による県内観光産業のPRを促進する。

給料の低さ

次の調査のとおり、産業全体と比べると観光産業（宿泊業）の賃金は低いので、優秀な人材の確保が難しい状況です。

厚生労働省調査

厚生労働省の2014（平成26）年賃金構造基本統計調査によると、全国と山梨の比較ができる産業の賃金状況は次のとおりです。

産業計（企業規模計10人以上）

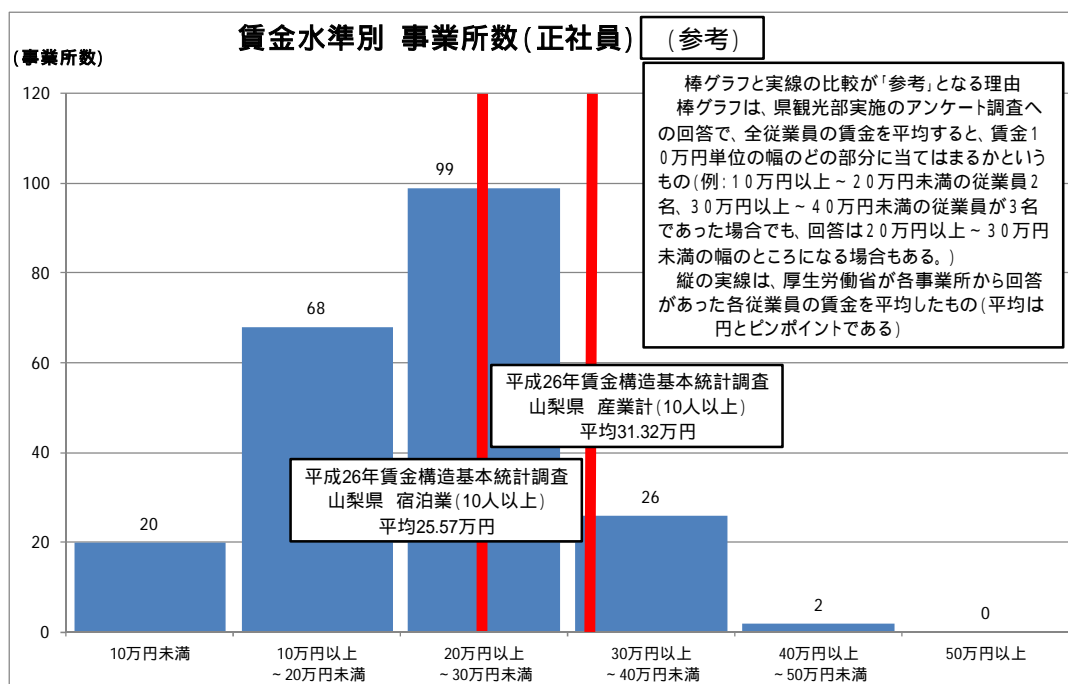
全国 平均 32.96 万円
山梨 平均 31.32 万円

宿泊業（企業規模計10人以上）

全国 平均 25.08 万円
山梨 平均 25.57 万円

山梨県観光部が実施したアンケート調査

山梨県観光部が、2015（平成27）年10月に実施した県内観光事業者（宿泊、飲食、交通等）に対するアンケート調査の結果は次のとおりです。



(出典:平成27年度山梨県観光部実施アンケート調査)

【対応策】他産業との連携による付加価値の増加、宿泊・滞在型観光の促進等による観光客の増加及び生産性の向上により確保した利益で従業員の給料を上げる。

6 観光産業の重要性、将来性

(1) 重要性

観光は本県経済への貢献度が高い産業である。

次のとおり、国や他の都道府県に比べて観光産業が経済に及ぼす影響は大きく、現状でも観光産業の重要性が高いことに加え、今後も観光産業には伸び代があり、将来的にも重要性は高いと言えます。

- ・観光消費額の県内経済（経済波及効果、GDP、雇用誘発効果）への影響度は国と比べて高い。（P.15）
- ・経済規模（人口）における宿泊者数の比率が全国2位。（P.18）
- ・経済規模（人口）における観光消費額の比率が全国1位。（P.19）
- ・東京オリンピック・パラリンピックを契機に外国人観光客の更なる増加が見込まれる。（P.1）
- ・観光産業の生産性に伸び代がある。（P.25）

観光は農林業等地域の他産業への貢献度が高い産業である。

観光庁実施の「観光地域経済調査」の調査結果によると、観光産業事業所（法人経営）による主な「仕入・材料費」、「外注費」の支払先地域は「事業所が位置する市町村内」と「都道府県内」を合わせると56.4%を占めており、観光が地域経済に貢献していると言えます。

観光は他産業のブランドイメージを向上させることができる産業である。

宿泊、飲食、土産物等の観光産業で、観光客に効果的に農産物等の地場産品を提供することにより、地場産品のブランドイメージの向上を図ることができます。

観光は地域産業や地域社会と共に成長する産業である。

製造業等は安い人件費を求め海外へ生産拠点を移すことがありますが、観光産業は、海外に拠点を移すことができない産業であり、最後まで地域の産業や地域住民と共に成長していかなければならない産業です。

観光は地域の文化を残すことができる産業である。

観光産業は、地域の歴史・文化を活用するため、その保存を行わなければならないとともに、埋もれていた歴史・文化に光りをあて、新たな地域資源として蘇らせることができます。

(2) 将来性・他県と比べた優位性

首都圏（観光産業の大きなマーケット）から近いこと

リニア中央新幹線や中部横断自動車道等の高速交通網の整備が進むこと

自然環境、歴史・文化、農畜産物、伝統的地場産品等観光資源が豊富であること

豊かな自然環境・農畜産物、伝統的地場産品例

世界遺産富士山

世界農業遺産を目指す峡東地域の伝統的な果樹農業や果樹園の景観

ユネスコエコパークに認定された南アルプス

八ヶ岳、北岳等の豊かな山岳資源

・日本高峰第1位（富士山）第2位（北岳）第3位（間ノ岳）が本県にある。

・日本百名山のうち11座が本県にある。

農畜産物等（果樹、野菜、食肉、ワイン、日本酒、ミネラルウォーター）

地場産品（ジュエリー、印傳、郡内織物、西嶋和紙）



上記「将来性・他県と比べた優位性」は、「国内観光、インバウンド観光、各種ツーリズム等」の需要を取り込むために非常に有利です。

山梨らしさを活かした各種ツーリズム例

アグリ・ツーリズム

・豊富で知名度のある果物や野菜を活用

ウェルネス・ツーリズム

・温泉、自然等の健康に優しい素材の活用

エコ・ツーリズム

・豊かな自然環境や日本有数の山岳資源やエコパークの活用

・青木ヶ原樹海は日本に残された数少ない秘境の一つ

カルチャー・ツーリズム

・欧米人に人気の神社・仏閣等の文化財や伝統芸能・芸術など文化的な観光資源

スポーツ・ツーリズム

・ニュースポーツの大会、合宿誘致（広い場所、高額な施設が必要ない）

・県内各地でロードレース大会が開催

ペット・ツーリズム

・長距離移動が難しいペット同伴の特殊性 ・ペットオーナー世帯約900万

・ペット（犬）オーナー世帯の約32%が年収600万円以上

・平成25年度、県は「県内ペット受入可能施設のホームページ、フェイスブック」を立ち上げ、他県に先行

ユニバーサル・ツーリズム

・高齢化等の進展に対応 ・パラリンピックが一つの契機

・首都圏からの近さが強み

ロケ・ツーリズム

・映画、ドラマ等のロケ地を活用（本県は映画等のロケ件数が全国有数）

・H26年度：ロケ隊延べ人数約1万1千人、ロケ隊の消費額：約1億2千万円（富士の国やまなしフィルム・コミッション推計）

ワイン・ツーリズム

山岳資源を活用した観光

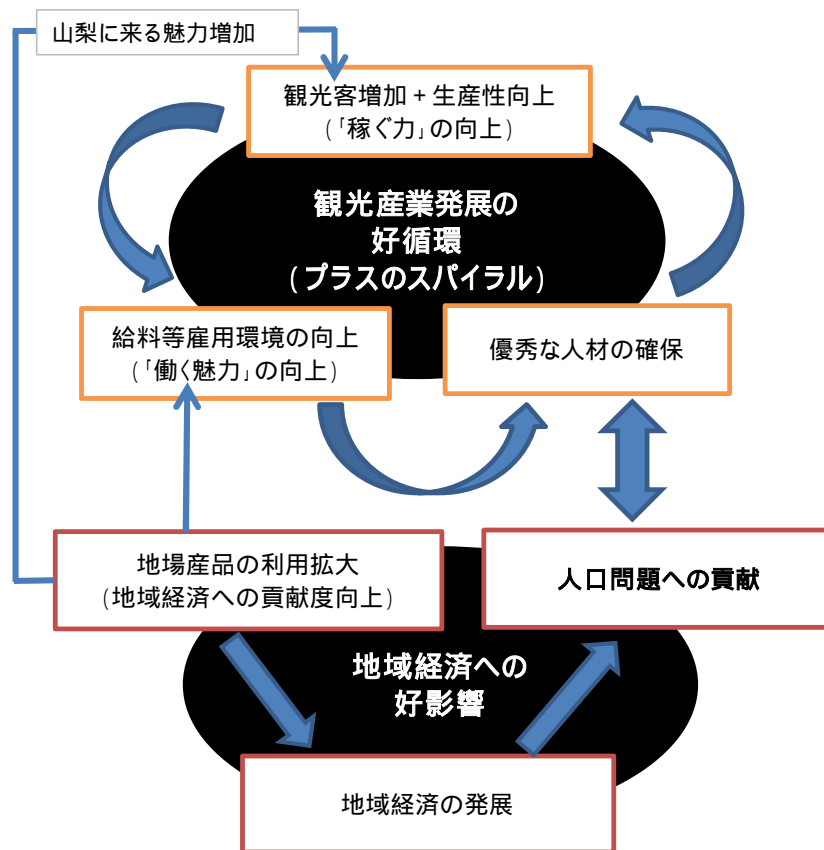
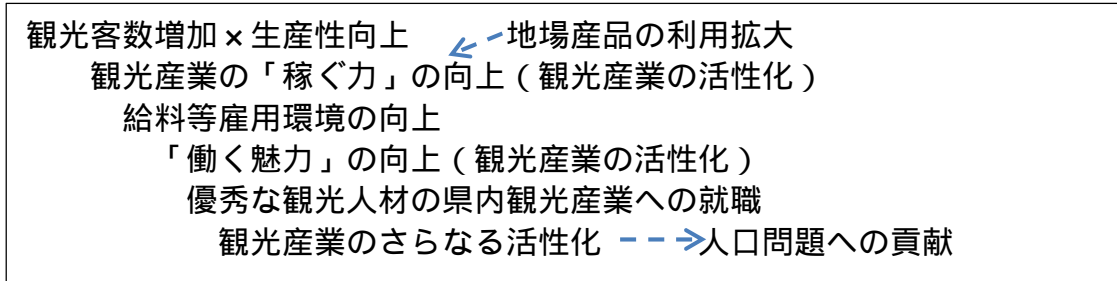
・県観光部が発行した「山梨百名山手帳」は大人気

・県内各地でトレイルランの大会が開催

7 計画の目的

(1) 観光産業発展の好循環の確立による経済や人口問題への貢献

観光産業発展の好循環（プラスのスパイラル）



【好循環の具体的内容】

観光産業の経済や雇用への大きな影響や、外国人観光客を中心とした観光客の増加という現状に加え、伸び代のある生産性の向上を図ることができれば、観光産業の「稼ぐ力」や県内経済への影響が飛躍的に伸びるとともに、観光産業従事者の給料等の改善による「働く魅力」の向上にもつながります。その結果、県内大学等から輩出される優秀な観光人材を観光産業に呼び込むことができ、さらに観光産業が活性化します。

また、観光産業で地場産品の活用を促進し地元調達率を上げることができれば、「山梨へ来る理由」、「山梨に泊まる理由」も生まれ、他の観光地との差別化や高付加価値化を図ることができ、「稼ぐ力」を高めることになるとともに、地元への貢献度が上がり、「働く魅力」を高めることにもつながります。

さらに、地場産品の利用拡大は、地域経済の発展にも寄与し、最終的には人口問題への貢献も期待できます。

(2) 観光産業の重要性、将来性についての県民全体での理念の共有

観光産業の重要性等については、数年前に比べると著しく高まってきていますが、そのことに県民はもとより観光産業事業者も気付いていないところがあります。

本県の観光産業は、産業部門GDPで7.4%、県全体の就業者の9.5%を占める重要な産業です。全国的にも、経済規模(人口)における宿泊者数は沖縄に次ぐ全国2位、観光消費額は1位となっています。

今後は、外国人観光客の増加に伴い大きな成長が予想されます。

このため、観光産業が本県経済を牽引していく重要な産業としてさらに活性化するためには、県民全体がその重要性等について理解することが必要です。

計画が目指す目標

1 観光消費額

3,573億円(H26)	3,989億円(H30)	(11%増加)
--------------	--------------	---------

2 観光GDP(観光消費額から推計)

1,995億円(H26)	2,227億円(H30)	(11%増加)
--------------	--------------	---------

3 雇用誘発効果(観光消費額から推計される雇用人数)

32,383人(H26)	36,157人(H30)	(11%増加)
--------------	--------------	---------

《参考》

「ダイナミックやまなし総合計画(計画期間:2015(平成27)年度~2019(平成31)年度)」の最終年度である平成31年度における上記1から3までの目標値

1 観光消費額	: 4,102億円
2 観光GDP	: 2,290億円
3 雇用誘発効果	: 37,177人

計画期間

2016（平成28）年度～2018（平成30）年度

やまなし観光推進計画（計画期間：2011（平成23）年度～2018（平成30）年度）の次期改定と連動して一部修正と目標のローリングを行います。

基本方針

これまでの「現状・課題分析」、「観光事業者へのアンケート調査結果」、「やまなし観光計画策定検討委員会での議論の結果」を踏まえ、本計画の基本方針を次のとおり定めます。

1 観光産業の「稼ぐ力」を高め、「働く魅力」を高める

（1）地域の取り組み

国内旅行の促進（滞在価値、滞在時間の拡大）

- イ 地域の価値創造
- ロ 滞在・周遊観光の促進
- ハ 冬の観光の強化
- ニ 平日の観光の強化

インバウンド観光の促進（受入環境整備、消費拡大）

人材育成・人材確保

- イ 人材育成
- ロ 人材確保

（2）企業の取り組み

経営環境の確立（労働環境、施設整備、金融）

- イ 金融支援
- ロ 経営支援

他産業と連携した付加価値、経済波及効果の拡大

この基本方針は、観光産業の活性化には、観光客数の増加や生産性の向上による「稼ぐ力」の向上に加えて、優秀な人材を確保するため、雇用環境の改善等による「働く魅力」の向上が必要という考えに基づいています。

地域の取り組みでは、本県の観光消費額を伸ばすために、観光消費額の9割以上を占める国内旅行の促進と、現在急激に伸びているインバウンド観光の促進の両立が必要です。また、教育機関等と連携した観光人材の育成と確保による観光産業の底上げが不可欠になります。

企業の取り組みでは、「稼ぐ力」と「働く魅力」を高めるために必要な利益の確保を図るため、金融支援や経営支援により、生産性の向上に取り組むことが重要になります。また、サービスや商品の高付加価値化や地元への経済波及効果を高めるためには、農林業等他産業との連携が不可欠となります。

2 長期的視点での観光財産の創出

(1) おもてなしマインドの醸成

(2) 観光インフラの整備

(3) 観光産業の重要性、将来性の情報発信

この基本方針は、本県が観光立県として将来的にも発展していくためには、今後を見据えた長期的な視点で観光財産の創出を図っていくことが重要であるという考えに基づいています。

そのためには、小さい頃からおもてなしの心を育む教育を行うとともに、環境にも、観光客にも配慮した観光インフラを整備することも必要です。さらに、観光産業の重要性や将来性に対する県民の理解を高め、維持するためには、効果的に情報発信を続けることが必要です。

3 推進体制の整備

上記1、2の基本方針を継続して着実に実行していくためには、観光事業者の努力に加えて、専門的な知識を有した人材を確保し、正確なデータに基づき、観光産業や観光地の経営戦略を立てることができる、地域が一丸となった組織が不可欠であるという考えに基づいています。

基本方針を実現するための主な取り組み

1 観光産業の「稼ぐ力」を高め、「働く魅力」を高める

(1) 地域の取り組み

国内旅行の促進（滞在価値、滞在時間の拡大）

イ 地域の価値創造（地域資源を観光資源へ）

「山梨を訪れる」または「山梨に宿泊する」ことの動機付けとなるよう、既存の観光資源の再発掘、再整理や新たな地域の価値創造及びそれらの効果的な情報発信に取り組みます。

《具体的な取り組み》

- ・ 神社・仏閣や地域に伝わる伝統的な行事など、既存の観光資源の再発掘、再整理及び情報発信の推進
- ・ 朝市や朝を活用した体験プログラム等、宿泊する動機付けとなる仕組みの創出、活用促進
- ・ 山梨らしさを活かした着地型旅行等の推進

着地型旅行

【概要】地元観光資源を活用した地元がつくる旅行

【効果】・地元観光資源の良さを地元目線で伝えることにより多様な旅行者のニーズに対応可能

・着地型旅行の造成の過程で新たな観光資源の発掘が可能

・従来型の格安バス旅行等である「発地型旅行」では得られない地元事業者の利益確保が可能

【山梨らしさを活かした着地型旅行例】

各種ツーリズム等の活用（P.31）

世界遺産富士山の活用

世界農業遺産への認定を目指している峡東地域の果樹農業と桃源郷、ぶどう畑などの景観の活用

ユネスコエコパーク、国立・国定公園の活用

観光客を呼び込む場としての森林の活用

地元農産物の収穫体験及び収穫物の宿泊施設での活用

朝採り野菜、各地の特産農産物の活用（天空カボチャ、大塚ニンジン、曙大豆、明野金時、浅尾大根、水かけ菜、クレソン、トウモロコシなど）

巡礼路等の活用

【着地型旅行の成功例】

岐阜県高山市の(株)美ら地球が主催する「SATOYAMA EXPERIENCE」は、のどかな田園風景等を見ながら自転車でゆっくり走るツアーで、多くの外国人（特に欧米人）から評価が高い。

ロ 滞在・周遊観光の促進（リゾート型、周遊型）

滞在・周遊観光を促進し観光消費額を増やすため、各地域の特色を活かした地域ブランドの構築や地域資源のネットワーク化に取り組むとともに、宿泊施設での情報発信機能の強化を図ります。

《具体的な取り組み》

- ・ 峡東地域ワインリゾート構想等各地域のブランドの構築推進
- ・ 地域資源のネットワーク化と情報発信の推進
- ・ 宿泊施設での、観光スポット、イベント、着地型旅行等地域情報の発信機能の強化

地域内及び地域間の周遊を促進するために効果的な旅行商品の造成や移動手段の多様化に取り組めます。

《具体的な取り組み》

- ・ 富士北麓地域から県内他地域への周遊を促す旅行商品の造成促進
- ・ 公共交通を利用した利便性の高いバス交通ネットワークの活用
- ・ ワインタクシーや富士山世界遺産ループバス等観光資源を活用した交通手段、市町村コミュニティバスの活用等による2次交通の整備促進
- ・ 自転車利用環境の向上促進及び広域での自転車利用の検討

ハ 冬の観光の強化（入込客数の平準化）

旅行者数の季節間の平準化を図るため、冬の観光におけるメニューの充実やこれまで取り組んでこなかった地域からの誘客を促進し、冬の観光の強化を図ります。

《具体的な取り組み》

- ・ 冬の観光に関するメニューやプログラム等の充実
- ・ 国内の新たな地域からの誘客の促進
- ・ 東南アジアや欧米等海外からの誘客の促進

二 平日の観光の強化（入込客数の平準化）

土日に集中する旅行者数の平準化を図るため、平日開催が多い教育旅行や全国的な会議等の誘致に取り組みます。

《具体的な取り組み》

- ・ 本県独自の観光資源を活用した修学旅行や全国的な会議や学会、展示会等（M I C E）の誘致推進

インバウンド観光の促進（受入環境の整備、消費拡大）

多言語化など外国人観光客の受入環境の整備を促進します。

《具体的な取り組み》

- ・ 観光地、飲食店、道路等における多言語化の推進
- ・ 外国人観光客の買い物のサポートやおもてなしの一環として、カタコト（片言）英語等の取り組みの推進
- ・ 宗教的な配慮など外国人観光客の受入環境整備のための研修会等の実施

外国人観光客の消費拡大を図るため、免税店数の拡大や海外宅配の活用等を推進します。

《具体的な取り組み》

- ・ 免税店数の拡充に向けた免税店登録支援
- ・ かいてらす（山梨県地場産業センター）、ジュエリーミュージアム、道の駅富士吉田等地場産品を取り扱う場所の拡大及び免税店登録の促進
- ・ 夜でも外国人観光客が土産品等を購入できる場所の拡充
- ・ 観光果樹園における外国人観光客の受入体制や海外宅配の活用促進に向けた体制の整備支援

外国人観光客の消費を拡大するため、外国人観光客が求める地場産品の開発及び効果的な情報発信を推進します。

《具体的な取り組み》

- ・地場産品を活用した外国人観光客が求める土産品の開発促進及び情報の発信
- ・海外における電子商取引を活用した県産品の販売促進

その他のインバウンド観光の施策については、山梨県外国人観光客受入環境整備計画（2014（平成26）年12月 山梨県観光部策定）を着実に推進します。

人材育成・人材確保

イ 人材育成

観光産業が県の基幹産業として本県経済を牽引していくのに必要な観光人材を育成するため、産学官で効果的な連携を図ります。

《具体的な取り組み》

- ・山梨大学で新設される観光政策専門コースとの連携
- ・山梨県立大学で新設される観光の実践的なコースとの連携
- ・これまでの観光教育で実績のある山梨学院大学及び山梨県立産業技術短期大学校との連携
- ・地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）との連携
- ・やまなし観光カレッジの活用
- ・高等学校の「総合的な学習の時間」等での観光関連の取り組みに対する支援
- ・必要とされる人材について、観光事業者、大学、行政等との意見交換会の開催

観光産業の人材の底上げを図るため、国の制度や取り組みを積極的に活用しながら、観光従事者等の人材育成に取り組めます。

《具体的な取り組み》

- ・外国人観光客の急増に対応するための構造改革特区法に基づく地域限定特例通訳案内士の育成
- ・インバウンドやおもてなしに関する研修等の実施

□ 人材確保

大学、高校等で育成された優秀な観光人材が、県内観光産業に就職するよう、観光産業の魅力を効果的に伝えるための産学官による取り組みを行います。

《具体的な取り組み》

- ・各大学、COC+及び高等学校と連携したインターンシップの促進
- ・各大学、COC+及び高等学校と連携した合同就職説明会の開催
- ・大学等と県内企業との就職情報交換会の開催

国や県の制度等を活用した高齢者、女性の就労促進及び雇用環境の整備を図ります。

《具体的な取り組み》

- ・国の奨励金や子育て支援センター等を活用した高齢者や女性の就労促進
- ・高齢者や女性が働きやすい職場環境づくりの促進

観光客へのおもてなしの推進及び観光地の魅力向上のため、観光ガイド、通訳ガイド、在住外国人を有効活用します。

《具体的な取り組み》

- ・通訳ガイドをワンストップで紹介するネットワークの構築
- ・観光ガイドの有効活用促進
- ・地域との連携を望む在住外国人の把握と活用促進

(2) 企業の取り組み

経営環境の確立（労働環境、施設整備、金融）

イ 経営支援

人材確保に必要な給料や福利厚生等の労働環境の向上や今後を見据えた設備投資を促すため、現場に入っている人材育成や経営相談を行い、売上高の増加や生産性の向上等に取り組みます。

《具体的な取り組み》

- ・観光産業に特化した生産性の向上や人材育成等のための現場に入った支援ができる体制の検討
- ・県及び東京電力（株）で共同実施する「やまなしパワー」の有効活用
- ・民間金融機関が観光産業の現場へ入って行う経営相談及び観光産業支援策への協力
- ・（公財）やまなし産業支援機構を通じて実施する設備貸与事業の利用促進
- ・IT化等経営効率化に係る相談受付と支援
- ・経営改善や生産性の向上に関する国の事例集の活用

□ 金融支援

労働環境や施設・設備の整備のために必要な資金が確保できるように取り組みます。

《具体的な取り組み》

- ・県の融資制度、民間金融機関及び政府系金融機関の融資メニューのPR
- ・県が設置する中小企業金融相談窓口の利用促進
- ・民間金融機関による地域活性化を目的としたファンド等の活用促進

他産業と連携した付加価値、経済波及効果の拡大

他の観光地との差別化や高付加価値のサービスや商品を提供することに加え、地元経済への波及効果を高めるため、地場産品の宿泊施設等での利用促進に取り組みます。

観光消費額拡大 × 地元調達率拡大 = 地元経済への波及効果拡大

《具体的な取り組み》

- ・宿泊施設、飲食店、土産品店等における地元農畜産物等の活用促進
例 石和温泉での「こびっと朝めし」の取り組み
- ・農畜産物や陸上養殖を活用した特産品等の開発及び宿泊施設、飲食店、

土産品店等での利用促進

- ・ 大学等と連携した県産食材を使ったメニューの考案と活用促進

観光客へのおもてなしを図るとともに、観光消費額を上げるため、地場産品を活用した土産品の開発と販売の拡充に取り組みます。

- ・ 地場産品を活用した土産品の開発や宿泊施設等での販売の促進

メディア等を活用して地場産品の活用事例を全国PRし、地場産品の利用促進を図ります。

《具体的な取り組み》

- ・ 県産食材を使用した「食」の全国PR（イメージアップ）の推進

2 長期的視点での観光財産の創出

(1) おもてなしマインドの醸成

おもてなしマインドの醸成を図るため、小学校から大学まで継続したおもてなし活動を推進します。

《具体的な取り組み》

- ・ 優れたおもてなしを推進した個人や団体の表彰及び効果的なPRの推進
- ・ 県の地域おもてなし力向上モデル事業費補助金等の活用

児童生徒が、おもてなしマインドの原点である郷土愛を育むため、郷土の伝統や文化等を効果的に学べる取り組みを推進します。

《具体的な取り組み》

- ・ 児童生徒が郷土について学ぶ「マンガで知るやまなし」の作成・活用
- ・ 小学生の郷土愛を育むための山梨の魅力を伝える講演会等の開催
- ・ 郷土への関心を深め、郷土を愛し、誇りが持てるような豊かな心を育む郷土学習の推進
- ・ 山梨の自然や文化等の紹介を取り入れたグローバル人材育成郷土学習教材を活用した教育の推進

- ・高等学校における郷土学習資料「山梨に生きる」を活用した伝統、文化に関する教育の推進

(2) 観光インフラの整備

住民満足度と観光客満足度を高めるため、地域住民を巻き込み、景観や安全性等に配慮した観光インフラの整備に取り組みます。

《具体的な取り組み》

- ・自然景観に配慮した電線の地中化や眺望ポイントになっている公共施設等の環境整備の推進
- ・景観まちづくりを県内各地で進めていく地域景観リーダーの育成及び活動の支援
- ・環境と景観に配慮した交通網の検討
- ・大地震や噴火等の大規模災害における観光客の安全性の確保

高齢者、障がい者、訪日外国人等あらゆる人が快適に県内旅行できるよう取り組みます。

《具体的な取り組み》

- ・高齢者、障がい者、訪日外国人等あらゆる人が快適に県内旅行できるように必要なユニバーサルデザインの推進
- ・周遊観光の促進等に資する県内各地域間の交通円滑化の促進

(3) 観光産業の重要性、将来性の情報発信

観光産業のさらなる活性化を図るため、観光産業の重要性、将来性について効果的に情報発信します。

《具体的な取り組み》

- ・観光事業者による情報発信の促進
- ・行政による情報発信
- ・教育機関と連携した情報発信の推進

3 推進体制の整備

観光産業の活性化に係る取組みを効果的、持続的に行うためには、戦略的な観光地経営と個々の観光事業者に対するコンサルティング機能を有した支援体制が重要であり、必要な組織について検討します。

《具体的な取組み》

- ・観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役となり、本県の観光産業活性化の新たな推進主体となる日本版 DMO の候補法人への「(公社)やまなし観光推進機構」の登録推進
- ・個々の観光事業者に対して生産性や人材育成等のコンサルティングができる組織についての検討

地域の特色を活かした観光産業の活性化や観光地経営をより効果的に進めるためには、観光事業者に加えて、地域が一体となり取り組むことが必要であり、そのための支援を行います。

《具体的な取組み》

- ・県内各地における日本版 DMO 構想に対応する取組みへの支援