

## 第2章 観光を取り巻く現状

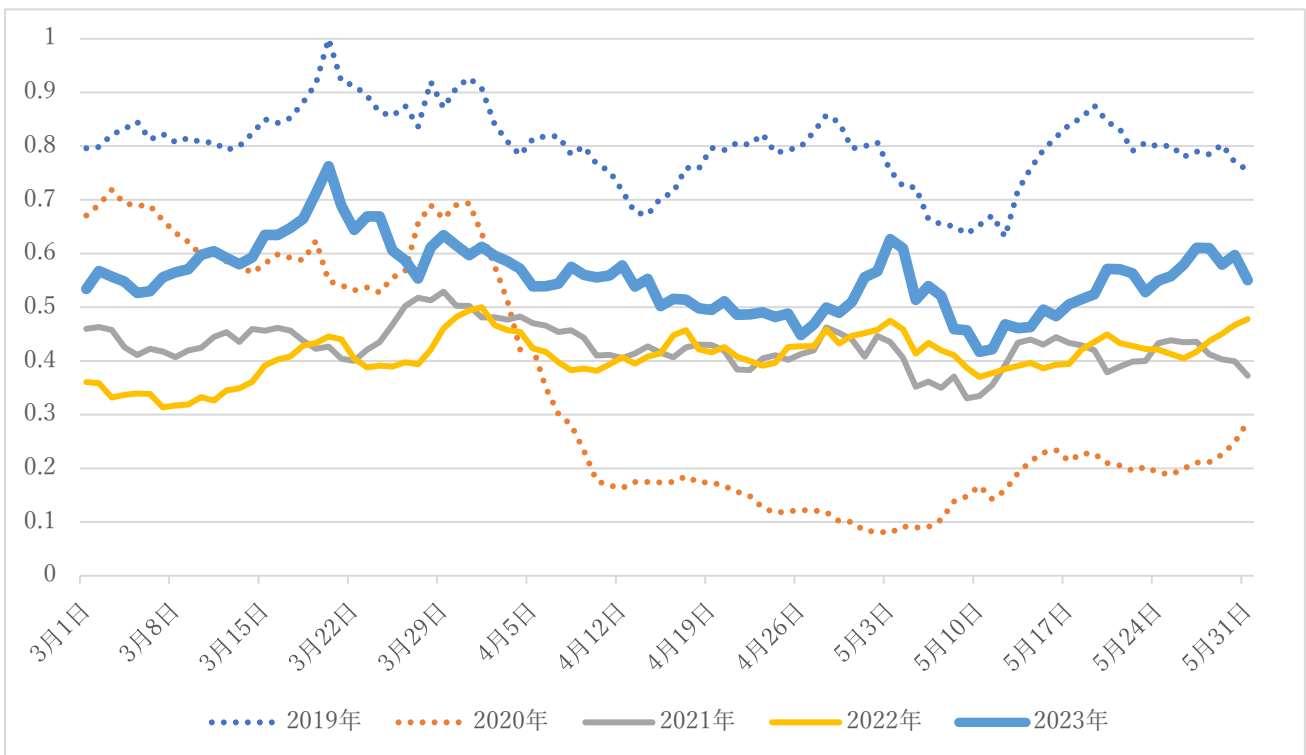
### 第1節 社会・経済環境の変化

#### 1. 新型コロナウイルス感染症

令和2年（2020年）1月に国内で最初の感染者が確認された新型コロナウイルス感染症は、社会経済に大きな影響を及ぼしました。特に、人の移動が前提となり、日常的な生活圏とは異なる場所でいつもとは違った活動を行うという観光産業の特性は、人々の行動制限も含めた感染症防止対策と相反するものであり、観光は特に大きな影響を受けた産業の一つといえます。

令和2年（2020年）4月に感染拡大の中で発出された新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく緊急事態宣言により、歓楽街を中心に人出は急激に減少し、ゴールデンウィーク中には前年の令和元年（2019年）と比較して1割程度となり、観光産業にとって非常に厳しい状況となりました。

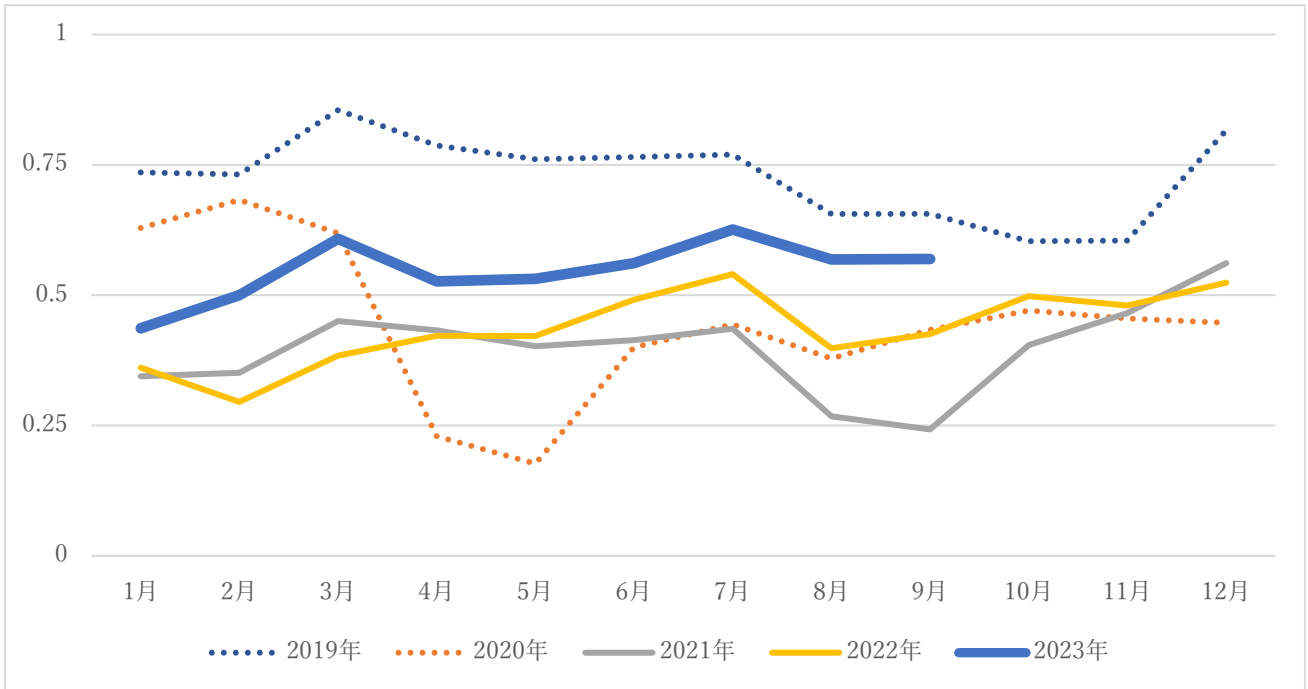
図表1 山梨県における歓楽街の人出（3月～5月）



出典：内閣官房（新型コロナウイルス感染症対策・各種データ）より県作成

その後も感染力が強い変異株への置き換わりなどにより、感染拡大の波が繰り返し起こりましたが、令和5年（2023年）になると歓楽街の人出は令和元年（2019年）の水準に近づいており、コロナ禍前の人の動きが戻りつつあると考えられます。

図表 2 山梨県における歓楽街の人出（月平均の推移）



出典：内閣官房（新型コロナウイルス感染症対策・各種データ）より県作成  
 モバイル空間統計® データ提供元：(株) NTT ドコモ、(株) ドコモ・インサイトマーケティング ※「モバイル空間統計®」は株式会社NTT ドコモの登録商標です。

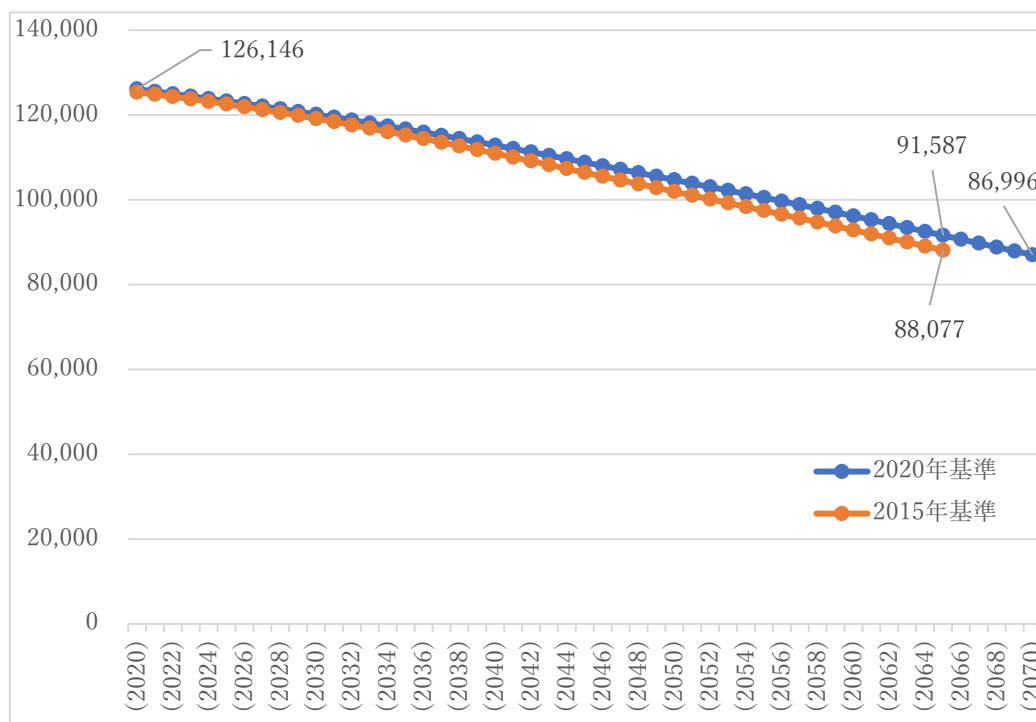
## 2. 人口減少社会

今後の観光を考えるにあたって、日本の総人口はどのように推移していくかという点は長期的に大きな影響を及ぼします。令和5年（2023年）4月に国立社会保障・人口問題研究所が最新の日本の将来推計人口を公表しました。これによると、出生数・死亡数ともに中位で推移した場合に、基準となった令和2年（2020年）の人口1億2,615万人が2070年には8,700万人まで減少すると推計されています。

前回の平成 27 年（2015 年）を基準とした 5 年前の推計では、最終的な人口は 2065 年時点で 8,808 万人と推計されていました。今回の推計では 2065 年時点で 9,159 万人と推計されていますので、人口が減少し、1 億人を切るということは避けられませんが、そのスピードはやや緩やかになりました。

国立社会保障・人口問題研究所では、前回と比較した場合の変化として 3 つの点を挙げています。1 点目は合計特殊出生率の低下で、新型コロナウイルス感染症の拡大期における婚姻件数の減少等を受けて短期的に低調に推移するとしています。2 点目は平均寿命で、これはわずかに伸びると想定しています。最後が国際人口移動で、新型コロナウイルス感染症前の動向を反映して、外国人の入国超過数を前回の 2035 年の 6.9 万人から 2040 年の 16.4 万人へと増加させています。これらが複合して、人口減少がやや緩やかになっています。

図表 3 日本の将来推計人口



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より県作成

こうした人口減少は 2 つの側面から観光に影響を及ぼします。まず、観光の大きな部分を占めている国内旅行者の減少です。また、人口が減少することで、働き手となる生産年齢人口も減少するため、観光産業の担い手の確保がより困難になっていくおそれがあります。

### 3. 世界情勢の変化

国際通貨基金（IMF）が令和5年（2023年）7月に公表した世界経済見通しによると、令和5年（2023年）5月に世界保健機関（WHO）は、新型コロナウイルスがもはや「世界的な公衆衛生上の緊急事態」ではないと発表し、サプライチェーンがほぼ回復するなど、新型コロナウイルスのパンデミックから回復しつつあります。

しかし、ロシアのウクライナ侵攻などによるエネルギーや食料価格の上昇は、令和4年（2022年）のピークから減少しつつあるものの、世界的なインフレ率は高い水準で推移しており、世界経済成長率は歴史的な水準に照らすと依然低迷したままであるとしています。

その中で日本の成長率は1.4%、アメリカが1.8%、ユーロ圏は0.9%とされており、先進国の成長率は低い一方で、新興市場国・発展途上国の成長見通しは全体で4.0%と、概ね安定しているとしており、特に、中国5.2%、インド6.1%、アセアン原加盟国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム）4.6%など、アジアの国々は高い成長率が予測されています。

図表4 令和5年（2023年）の世界経済見通し

世界	日本	アメリカ	ユーロ圏	新興市場国・発展途上国			
				中国	インド	アセアン原加盟国	
3.0%	1.4%	1.8%	0.9%	4.0%	5.2%	6.1%	4.6%

出典：IMF「世界経済見通し2023年7月」より県作成

このような世界的なインフレ傾向の下で、各国の中央銀行はインフレに対処するために政策金利の引き上げを行っていますが、日本については金利をゼロに近い水準で維持していることもあり、外国為替市場における円安傾向が進んでいます。

図表 5 外国為替公示相場の推移



出典：みずほ銀行「外国為替公示相場ヒストリカルデータ」より県作成

長期的な指標として人口の推移を見てみると、世界全体では令和 2 年 (2020 年) から 2040 年の 20 年間で 78 億人から 92 億人へと 17.2%増加することが見込まれています。特にアメリカの増加率が高くなっていますが、12.1%減少する日本を含めたアジア全体でも 11.0%の増加が予想されています。

図表 6 世界人口の推移

	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		
2020 年	7,841	4,664	374	652	746	1,361	44	126
2040 年	9,188	5,176	411	732	723	2,093	54	111
増加率	17.2%	11.0%	9.9%	12.3%	-3.1%	53.8%	22.7%	-12.1%

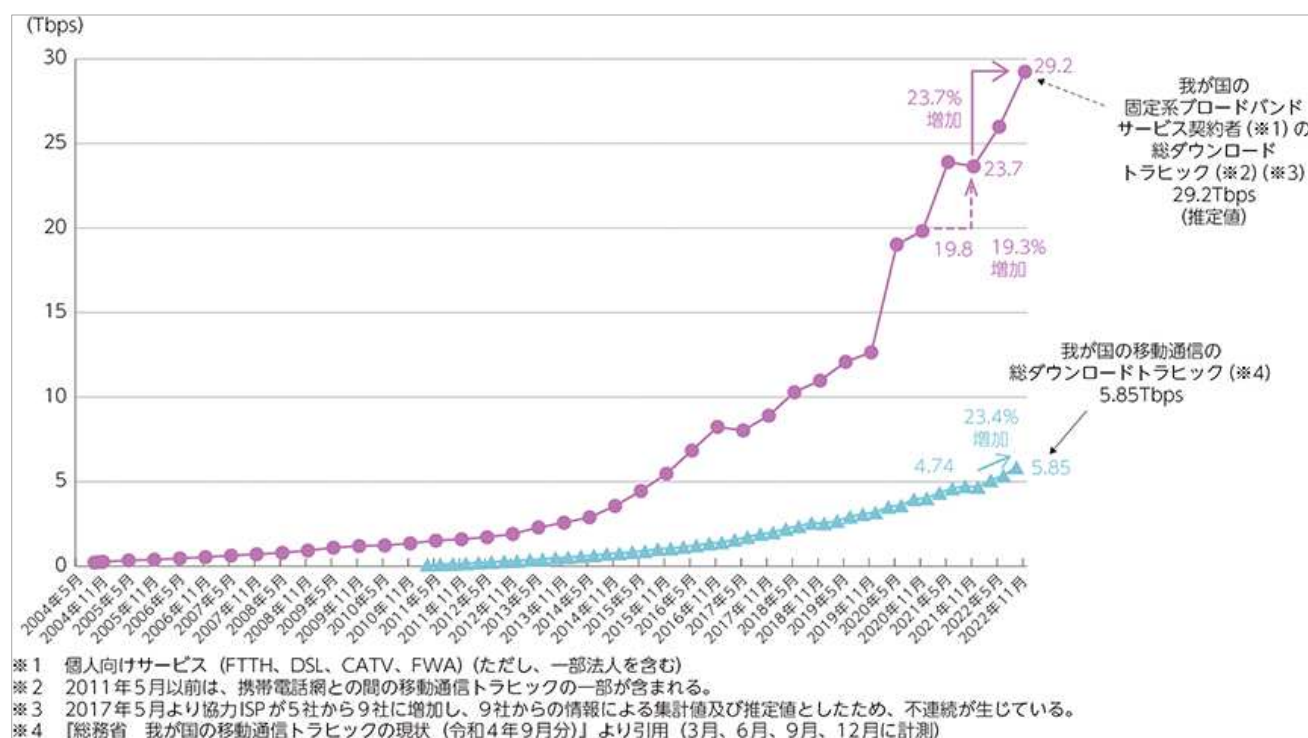
出典：総務省「世界の統計 2023 世界人口の推移 (1950~2050 年)」より県作成

## 4. デジタル技術の進化と普及

生成系 AI と呼ばれるインターネット上の様々なデータを参考に新たな文章や画像を生み出す AI の急速な進化など、近年のデジタル技術は急激に発達し、産業はもちろん、私たちの暮らしにも大きな変化をもたらそうとしています。

デジタル技術の利用状況を示す指標の一つとして、総務省が推計したインターネットを流れる情報量の推移を見てみると平成 27 年（2015 年）頃から増加率の上昇が見られ、特に新型コロナウイルス感染症の発生後に急増しています。

図表 7 インターネットトラフィックの推移（固定系・移動系、ダウンロードトラフィック）



出典：総務省「令和5年版 情報通信白書」

新型コロナウイルス感染症の拡大により、人の移動が制限されたことなどから、交流や会議などの様々なコミュニケーションがオンライン化されるなどデジタル技術の活用が進み、新しい時代（Society 5.0）に向けた経済や社会の在り方、産業構造の変化が加速したと考えられます。

デジタル技術は、地域社会の生産性や利便性を飛躍的に高め、産業や生活の質を大きく向上させ、地域の魅力を高める力を持っており、地方が直面する社会課題の解決の切り札となるだけでなく、新しい付加価値を生み出す源泉であるとも考えられています。

観光分野においてもデジタル技術を上手に使いこなし、観光DX（デジタルトランスフォーメーション）を推進することにより、リアルタイムでのおすすめ情報の提供（レコメンド）による旅行者の利便性向上や、旅行者の移動・宿泊・購買データ等を活用したマーケティングによる観光地経営の高度化、AIやロボット技術の活用による観光産業の生産性向上などを図ることが期待されています。

## 5. 持続可能な観光

自然は、生態系の微妙なバランスの上に成り立っています。そのため、観光などを目的に多くの人々が訪問することは、自然を理解するために有効である一方、そのことが、かけがえのない自然の破壊につながるおそれがあります。史跡などの人文資源についても、次の世代に残していくためには、適切な保全を図っていく必要があります。

また、観光により地域に様々な目的を持った人々が訪問するため、地域で暮らしている人々の生活を壊すことがないように配慮することも必要となります。

このような問題は、オーバーツーリズムの問題として、世界的な観光地で既に発生しており、国連世界観光機関（UNWTO）では、これに対応するためには「持続可能な観光」を進めていく必要があるとしています。

「持続可能な観光」とは、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義しており、観光における環境、経済、社会文化のそれぞれの側面の間で適切なバランスを図って、長期的な持続可能性を確保していかなければならないとしています。

日本においても平成30年（2018年）頃からオーバーツーリズムの問題が議論されるようになり、令和2年（2020年）6月に観光庁と国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所が

共同で「日本版持続可能な観光ガイドライン」を策定するなど、観光資源の保全と利用を両立するための取り組みが始まっています。

## 6. 国の取り組み

国は、令和5年（2023年）3月に策定した観光立国推進基本計画において、人口が減り、少子高齢化が進む中で、交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠であり、新型コロナウイルス感染症によっても国内外の観光旅行者を魅了する素晴らしい「自然、気候、文化、食」の魅力は失われておらず、観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札であるとしています。

平成28年（2016年）に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」では、令和2年（2020年）に訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円という高い目標を掲げ、令和元年（2019年）には、訪日外国人旅行者数3,188万人、訪日外国人旅行消費額4.8兆円まで増加しました。

しかし、その後の新型コロナウイルス感染症の拡大により、外国人旅行者の需要は一時的に消滅し、日本人の国内旅行も半減するなど、観光は深刻な影響を受けました。現在、世界的な人の動きも戻りつつある中で回復しつつありますが、デジタル化の遅れに象徴される生産性の低さや人材不足といった積年の構造的課題がコロナ禍において一層顕在化しています。

また、コロナ禍を経て、世界的に「持続可能な観光」への関心が高まるなど、旅行需要の変化も見られ、この世界的潮流を捉えていく必要があります。

これらを踏まえ観光立国推進基本計画では、「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、これまで以上に質の向上を重視した観光へと転換していくことが必要であるとして、「単なるコロナ前への復旧ではなく、コロナ前とは少し違った、持続可能な形での復活を図ることが求められる」としています。



また、基本的な方針として、「持続可能な観光地域づくり戦略」、「インバウンド回復戦略」、「国内交流拡大戦略」を掲げ、これらの戦略を通じて、持続可能な観光地域づくりに取り組む地域の数や訪日外国人旅行消費額、日本人の地方部延べ宿泊者数といった目標達成を目指すしました。

## 第2節 山梨県観光の現状

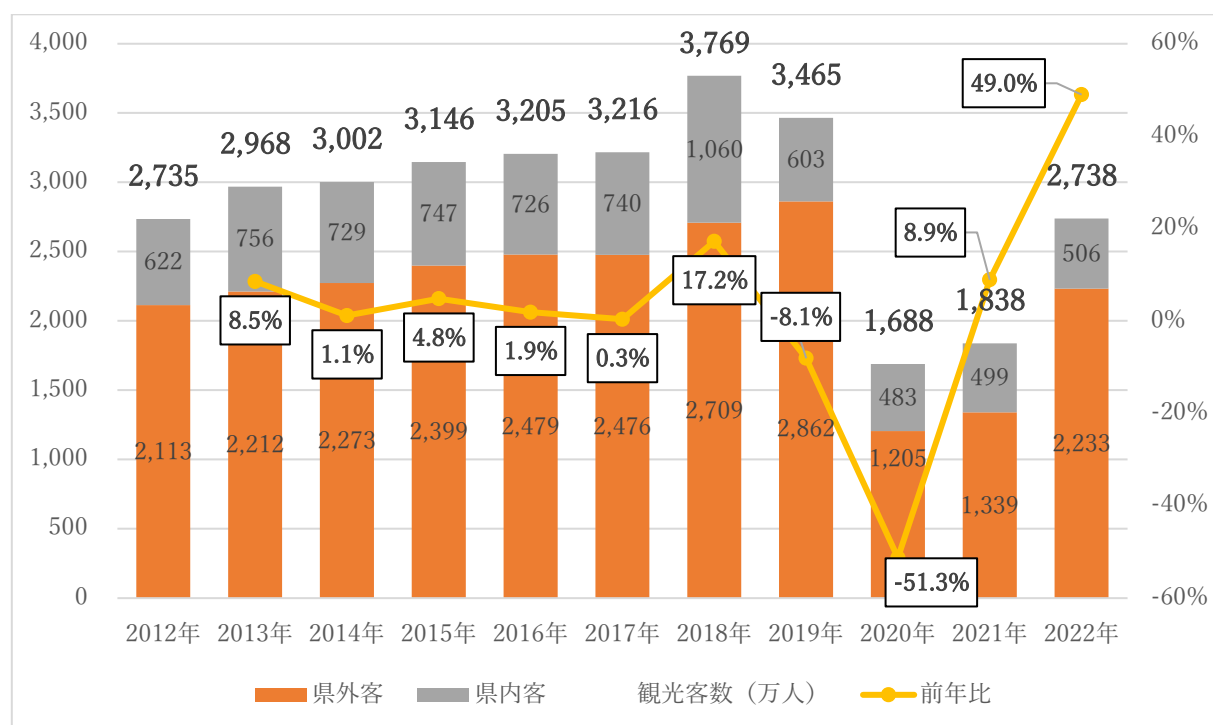
### 1. 観光入込客の推移

本県には年間どれくらいの人々が、どこから、どれくらいの期間、何を目的に訪れているのかについて、県が行っている観光入込客統計調査などをもとに概観します。

本県を訪れる観光入込客の数は、富士山が世界文化遺産に登録された平成25年(2013年)に前年と比べ8.5%増加し、それ以降も増加傾向にありました。

さらに、平成30年(2018年)は、過去最高の観光入込客数となる3,769万人を達成しましたが、令和2年(2020年)の新型コロナウイルス感染症の拡大により大きく減少しました。その後は徐々に回復しており、令和4年(2022年)は2,738万人とコロナ禍前の令和元年(2019年)の約80%の水準まで戻っています。

図表8 山梨県の観光入込客の推移(万人)

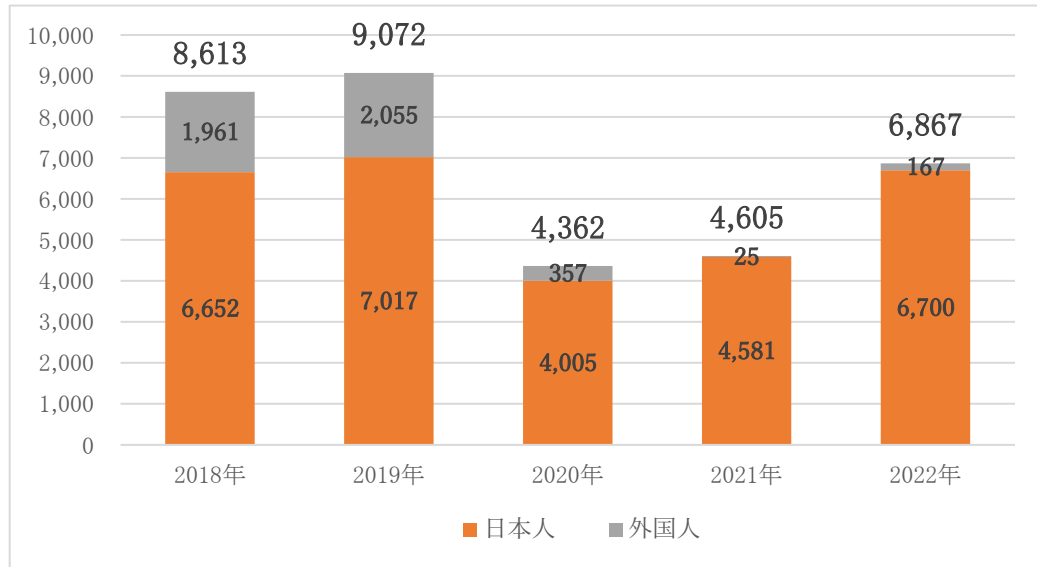


出典：山梨県「観光入込客統計調査」

なお、県内と県外(外国人旅行者含む)の比較では、コロナ禍前も含めて県外からの旅行者が概ね70%から80%を占めています。日本人旅行者は、コロナ禍前の水準を回復したのに対し、外国人旅行者は依然として低い水準で推移しており、観光庁の宿泊旅行統計調査で

日本人旅行者と外国人旅行者を比較してみると、回復には時間がかかっていることがわかります。ただし、令和4年（2022年）10月の水際対策の緩和以降、外国人旅行者数は全国的に回復傾向にあり、令和5年（2023年）8月の単月では、令和元年（2019年）同月比で106.4%となっています。

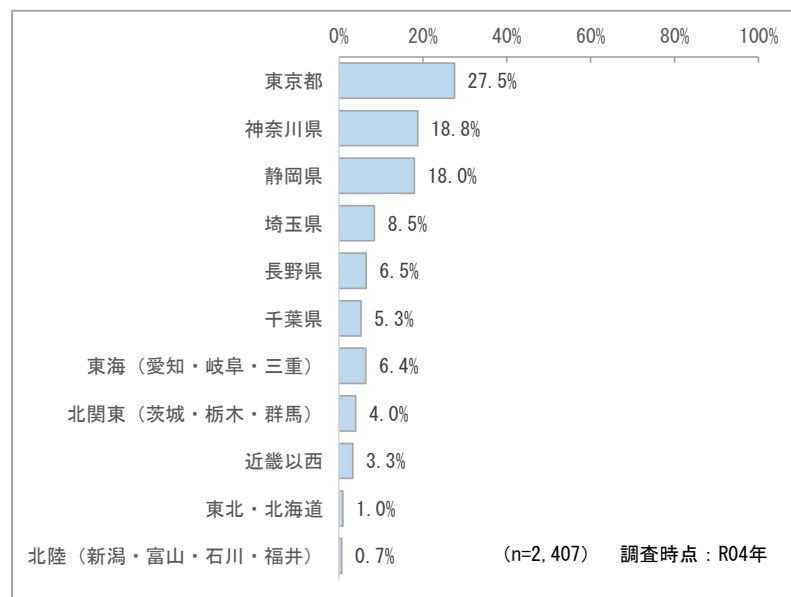
図表 9 山梨県の延べ宿泊者数の推移（千人）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より県作成

本県における観光入込客の中心である県外客の多くは隣接する東京都や神奈川県、静岡県からの旅行者で、3都県で2/3近くを占めています。

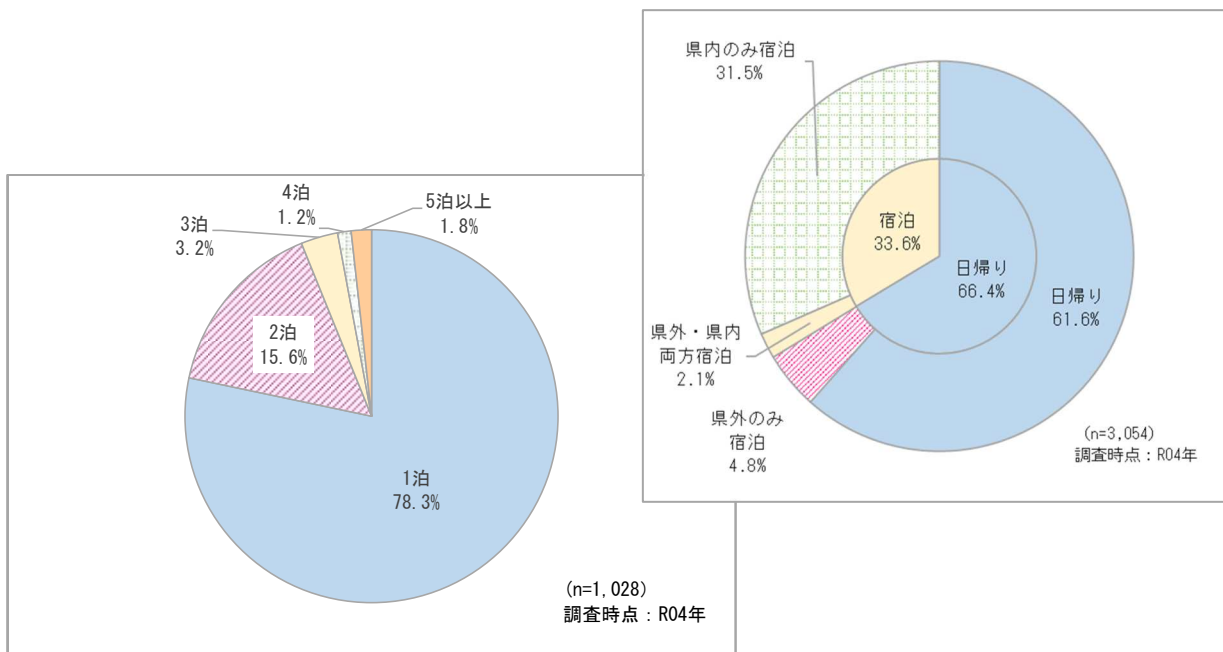
図表 10 県外客の居住地



出典：山梨県「観光入込客統計調査」

近隣からの旅行者が多いため、本県を日帰りで訪れる旅行者の割合が 66.4%となっており、宿泊の場合も県内での宿泊は 78.3%が 1泊となっています。

図表 11 山梨県内における宿泊状況



出典：山梨県「観光入込客統計調査」

宿泊旅行統計調査によると令和 4 年（2022 年）の山梨県内における平均宿泊日数は 1.17 泊でしたが、全国平均は 1.35 泊でしたので、平均を下回っています。北海道や沖縄県といった大都市圏から遠い都道府県の泊数は全国平均より高く、大都市圏近郊は低い傾向にありますが、近隣の長野県や静岡県、神奈川県と比べても低い値となっています。

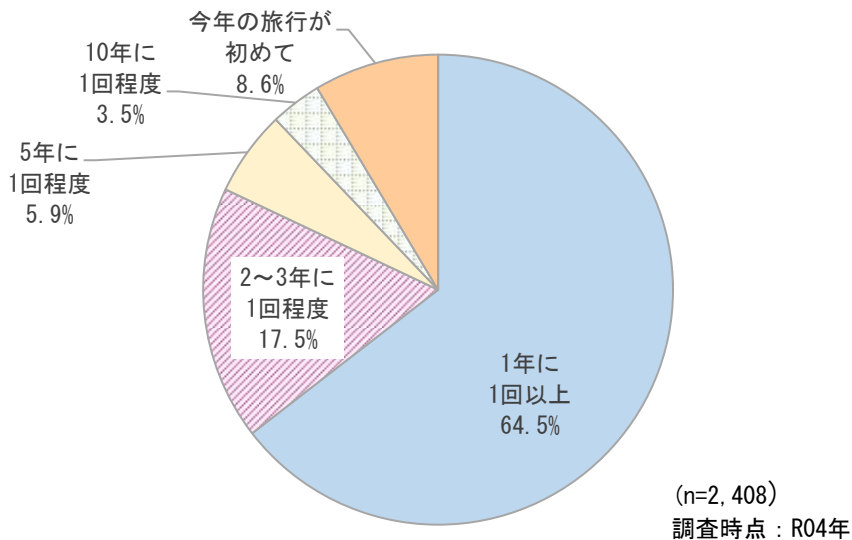
図表 12 令和 4 年（2022 年）の平均宿泊数の比較

全国	山梨県	北海道	神奈川県	長野県	静岡県	沖縄県
1.35	1.17	1.42	1.33	1.28	1.25	1.73

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より県作成

一方、本県を訪れる頻度は高く、リピーターが多いと考えられます。1年に1回以上訪れている割合は64.5%、今回の旅行で初めて本県を訪問した割合は8.6%となっています。

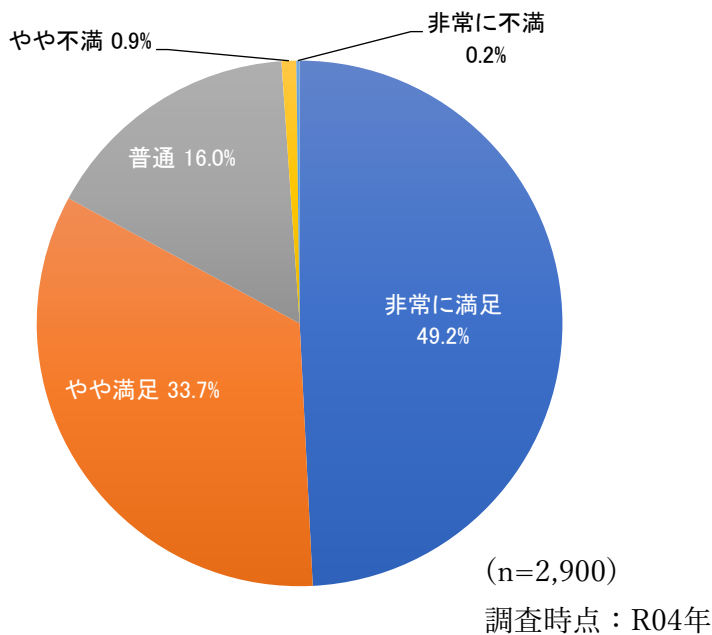
図表 13 山梨県を訪れる頻度



出典：山梨県「観光入込客統計調査」

本県全体への満足度は高く、約半数が非常に満足と回答し、不満と回答したのは1%程度となっています。

図表 14 山梨県全体への満足度



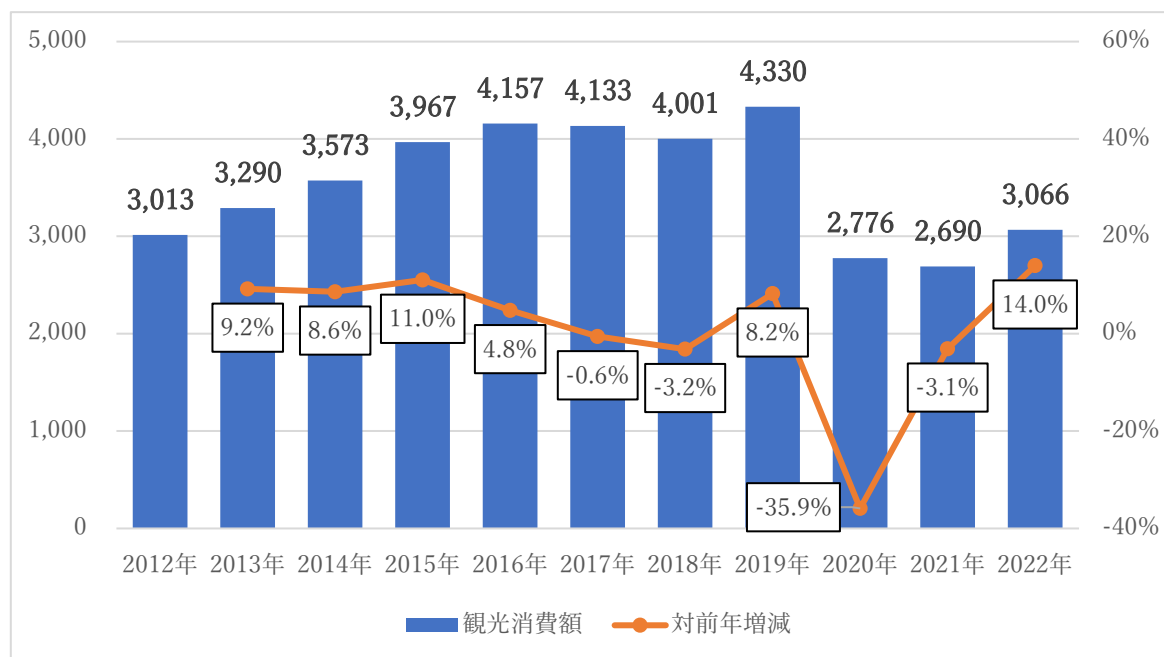
出典：山梨県「観光入込客統計調査」

## 2. 観光消費額

令和4年（2022年）に本県を訪れた人が消費した額は3,066億円となっています。

この数値は、コロナ禍前の令和元年（2019年）の4,330億円の7割程度にとどまります。

図表 15 山梨県の消費額の推移（億円）



出典：山梨県「観光入込客統計調査」

一人当たり消費額は、観光入込客全体をみると、令和2年（2020年）～令和3年（2021年）平均は、コロナ禍前の平成29年（2017年）～令和元年（2019年）平均より約3,500円上回っていますが、令和4年（2022年）では、コロナ禍前の水準に戻っています。

日帰り・宿泊、県内客・県外客の別では、令和4年（2022年）は、宿泊・県外客の消費額以外は、全てコロナ禍前を下回っています。

図表 16 一人当たり消費額

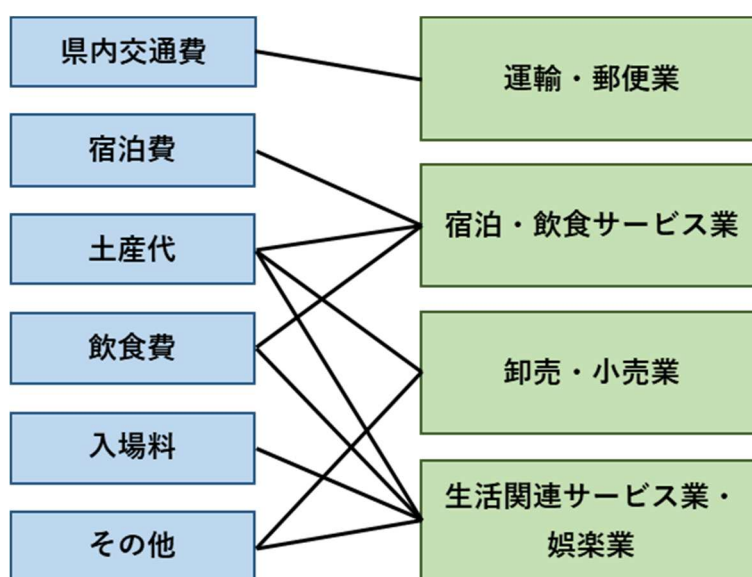
	観光入込客 全体	日帰り		宿泊	
		県外客	県内客	県外客	県内客
2022年	11,196円	6,064円	2,992円	25,660円	18,832円
2020年～2021年平均	15,538円	11,962円	4,549円	33,434円	25,628円
2017年～2019年平均	11,988円	9,627円	5,314円	22,702円	19,474円

出典：山梨県「観光入込客統計調査」

### 3. 観光産業等の状況

現在の統計の産業区分の中で観光業という分類は設定されていません。宿泊や飲食の提供、旅行先への交通手段の提供、土産物の販売、観光施設の運営など、様々な産業が関連していると考えられます。図表 17 は主な産業分類との関係を示したのですが、宿泊業・飲食サービス業を中心に、運輸業や小売業、娯楽業など様々な業種が関連しており、裾野が極めて広い産業であるといえます。

図表 17 観光消費の対象と主な産業（大分類）の関係

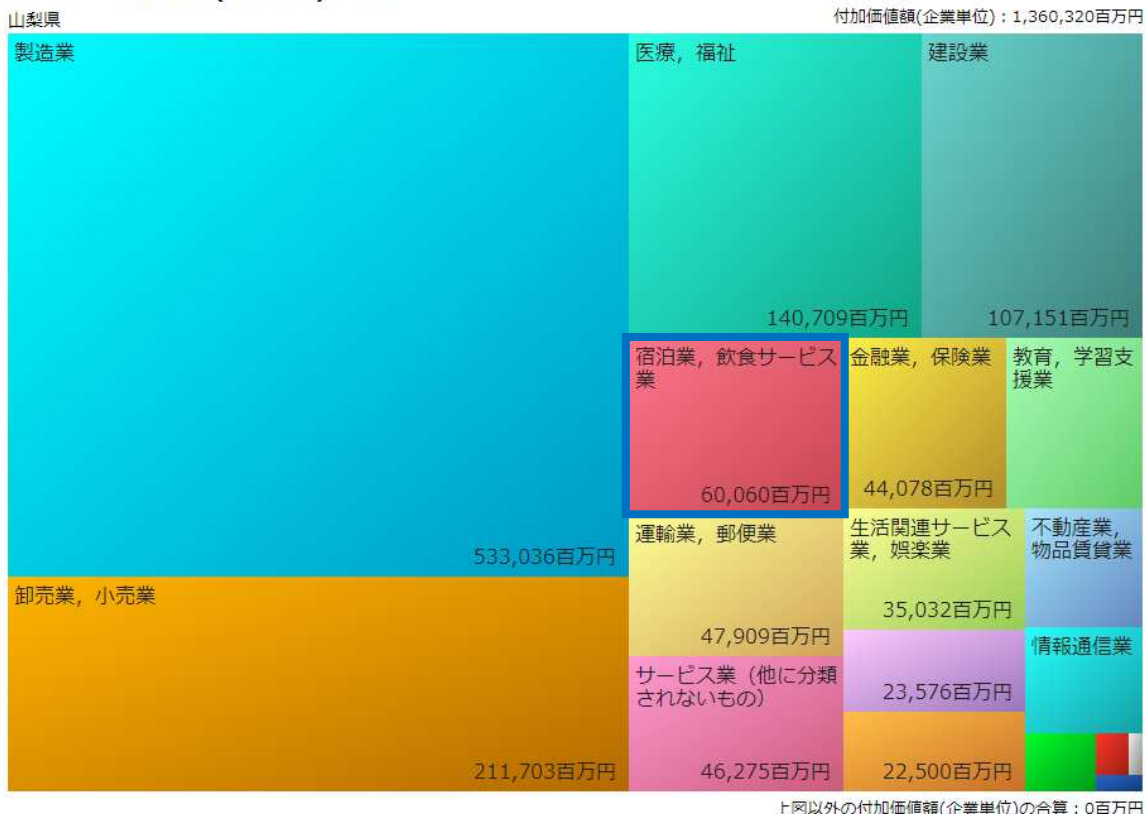


本県における観光産業の規模として、コロナ禍前の5年間の平均で約4,100億円という観光消費額が一つの指標となります。集計方法が異なっているため、単純な比較はできませんが、本県の令和2年（2020年）の製造品出荷額等は2兆4,819億円、令和4年（2022年）の農業生産額実績は1,139億円となっています。

図表 18 で、コロナ禍前の平成28年（2016年）について、産業大分類別に付加価値額を見てみると、本県の基幹産業である製造業が最も多くなっており、観光産業の中心となる宿泊業・飲食サービス業は5番目、従業員数では、医療・福祉に次いで4番目となっています。

図表 18 山梨県における産業大分類別の付加価値額と従業者数（企業単位）

2016年 付加価値額(企業単位) 大分類



2016年 従業者数(企業単位) 大分類

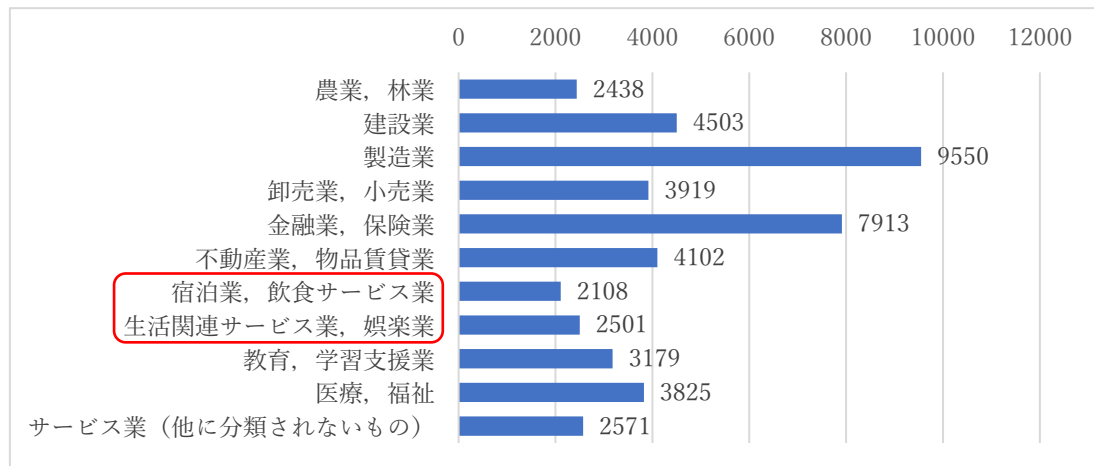


出典：RESAS



主な産業の労働生産性（付加価値÷従業者数）を見てみると、製造業や金融業・保険業で非常に高くなっている一方で、観光産業の宿泊業・飲食サービス業や生活関連サービス業・娯楽業で低くなっています。

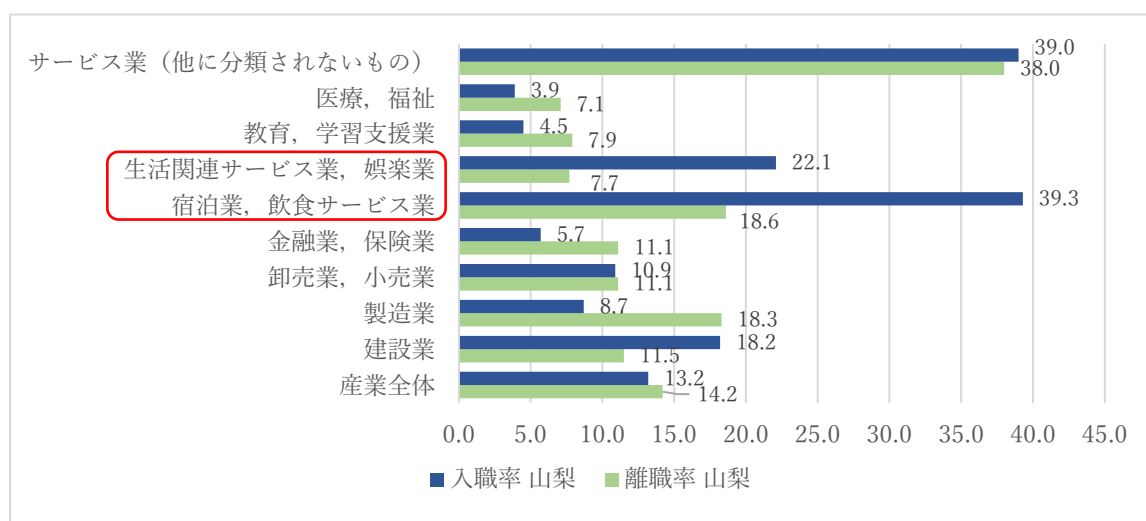
図表 19 山梨県の主な産業の労働生産性（千円／人）



出典：RESAS

観光産業の課題として、生産性の低さとともに、人手不足が挙げられています。令和4年（2022年）の雇用動向調査の結果から本県における入職率と離職率の状況を見てみると、観光需要等の回復に伴い宿泊業・飲食サービス業や生活関連サービス業・娯楽業における入職率が高くなっています。その一方で、宿泊業・飲食サービス業は離職率も高い水準となっています。

図表 20 令和4年（2022年）山梨県における産業別入職率・離職率



出典：厚生労働省「雇用動向調査」より県作成

## 4. 観光に関する県民の意識

旅行者を地域で受け入れるのは観光産業だけでなく、地域で暮らす人々も旅行者との関りがあります。県では、観光に関する県民意識を把握するため、定期的に県政モニターアンケート調査を行っていますが、コロナ禍において人の動きが制限される期間が続いたことから、その意識にも変化が見られます。

「観光の推進が地域活性化につながるか」については、平成 30 年（2018 年）も令和 4 年（2022 年）も「大いにつながる」及び「ある程度つながる」と考える人が 95%以上いますが、「大いにつながる」と考える人が平成 30 年（2018 年）に比べ令和 4 年（2022 年）は 10.8% 減少し、「ある程度つながる」と考える人が 11.3%増加しています。

図表 21 観光の推進が地域活性化につながるか

	H30 (n=324)	R4 (n=341)	R4-H30比較
大いにつながる	207 63.9%	181 53.1%	▲ 10.8%
ある程度つながる	106 32.7%	150 44.0%	▲ 11.3%
活性化にはつながらない	2 0.6%	3 0.9%	▲ 0.3%
その他	3 0.9%	3 0.9%	▲ 0.0%
わからない	6 1.9%	3 0.9%	▲ 1.0%
無回答	0 0.0%	1 0.3%	▲ 0.3%

出典：山梨県「県政モニターアンケート調査」

また、旅行者に対する接し方として、「旅行者に「おもてなし」の心で接するよう意識しているか」という質問に対しては、「いつも意識している」と考える人が平成 30 年（2018 年）に比べ令和 4 年（2022 年）は 2.2%増加していますが、「意識している」と考える人は 7.1% 減少しており、「ほとんど意識していない」と考える人は 8.0%増加しています。

図表 22 旅行者に「おもてなし」の心で接するよう意識しているか

	H30 (n=324)	R4 (n=341)	R4-H30比較
いつも意識している	26 8.0%	35 10.3%	▲ 2.2%
意識している	154 47.5%	138 40.5%	▲ 7.1%
ほとんど意識していない	112 34.6%	145 42.5%	▲ 8.0%
全く意識していない	29 9.0%	21 6.2%	▲ 2.8%
無回答	3 0.9%	2 0.6%	▲ 0.3%

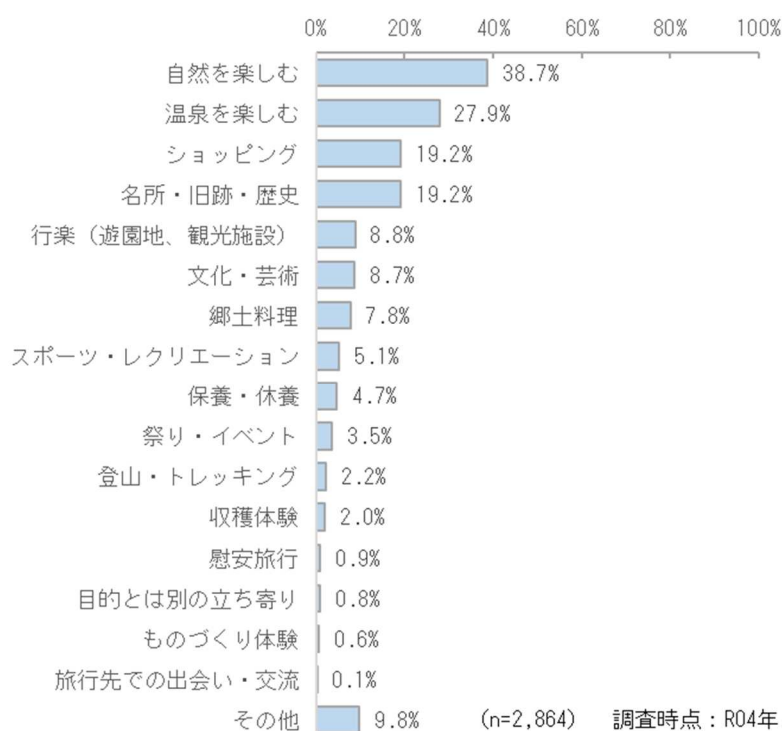
出典：山梨県「県政モニターアンケート調査」

## 5. やまなしの観光資源

本県を訪れる人はそれぞれ様々な目的を持ってやってきます。県の観光入込客統計調査では、「自然を楽しむ」、「温泉を楽しむ」が上位となり、本県の豊かな自然や温泉を目的に訪れる人が多いことがわかります。

また、「ショッピング」や「名所・旧跡・歴史」、「行楽（遊園地、観光施設）」、「文化・芸術」、「郷土料理」などを目的とした人が続いています。

図表 23 観光の主な目的（複数回答）



出典：山梨県「観光入込客統計調査」

### （自然資源）

本県の観光資源として、豊かな自然や景観がまず挙げられます。日本一の標高を誇る富士山をはじめ北岳、八ヶ岳などの雄大な山々や、特別名勝御嶽昇仙峡などの景観美に優れた渓谷、豊かな森林などが広がっています。

こうした自然景観が評価され、以下のような世界遺産や日本遺産などに登録・認定されており、重要な観光資源となっています。

- ・ 世界文化遺産「富士山－信仰の対象と芸術の源泉」
- ・ 日本遺産「甲州の匠の源流・御嶽昇仙峡」
- ・ ユネスコエコパーク「南アルプス」
- ・ ユネスコエコパーク「甲武信」

また、本県は、富士山や南アルプス、八ヶ岳など、国内屈指の名峰に囲まれていることから「天然の水がめ」と呼ばれるほど豊富な水に恵まれた地です。健全な水環境を守り育てる「育水」という考え方にに基づき、「天に選ばれし、名水の地。山梨。」として、やまなし「水」ブランドの確立を目指しています。

#### (人文資源)

本県には、観光目的の2番目となっている温泉、歴史や文化にまつわる様々な史跡や施設が多く点在しています。日本遺産に認定されているものなど、主なものとしては、以下のような資源が挙げられます。

- ・ 日本遺産「葡萄畑が織りなす風景」
- ・ 日本遺産「星降る中部高地の縄文世界」
- ・ 日本遺産「日本ワイン 140 年史」
- ・ 世界農業遺産「峡東地域の扇状地に適応した果樹農業システム」
- ・ 武田氏館跡などの武田信玄ゆかりの史跡
- ・ 甲府城址
- ・ 県立美術館、県立博物館、県立考古博物館、県立文学館

また、東京オリンピック 2020 の自転車ロードレースの会場となったことを機に高まっているサイクルスポーツ、豊かな自然環境の中で活動することができるアウトドアアクティビティ、雄大な自然に囲まれた多くのゴルフ場など、スポーツを核とした観光資源としてのポテンシャルを秘めた施設やイベントが多く運営・開催されています。

(特産品)

地域特有の立地や気象条件を生かした農産物や、それを生かした加工品・郷土料理、歴史や文化に基づいた工芸品など、地域の特産品を目的に多くの旅行者が訪れています。主な特産品としては、以下のようなものが挙げられます。

- ・ 生産量日本一であるぶどう、もも、すもも
- ・ 日本遺産に認定されている甲州ワイン
- ・ 良質な地下水と内陸型の冬の厳しい気象条件を生かした日本酒
- ・ 長い歴史を持つ宝石の研磨加工などのジュエリー産業や甲斐絹などの織物産業
- ・ 甲州水晶貴石細工、甲州印伝、甲州手彫印章といった伝統工芸品
- ・ ほうとうや鳥もつ煮、あわびの煮貝、ころ柿などの様々な郷土料理

また、甲州牛、甲州富士桜ポークやキングサーモンとニジマスを交配させて誕生した「富士の介」など農畜水産物のブランド化を推進しています。