

第7章

観光政策に関するアンケート調査報告

日本都市センター研究員

安齋 顕考・高野 裕作・黒石 啓太

第1節 アンケート集計結果

調査の概要

調査目的	都市自治体の観光政策への取組み状況や直面している課題を把握するため。
調査対象	815市区（792市、23特別区）
調査期間	2020年10月1日～10月23日
調査方法	各都市自治体宛てに調査票を郵便にて送付 回答は電子メール・FAX・郵送にて回収
回収率	408市区（50.1%）

調査における用語の定義

「都市自治体」

815市区（792市、23特別区）をいう。

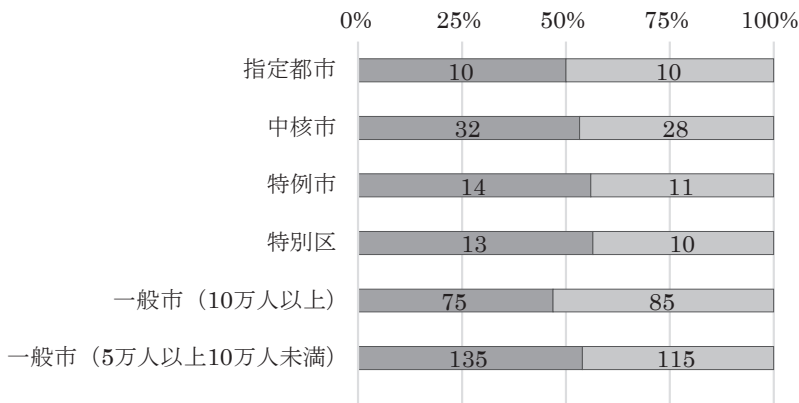
「観光政策主管課」

観光に係る施策の企画及び調整に関する事項を主に所管する課をいう。

回答自治体について

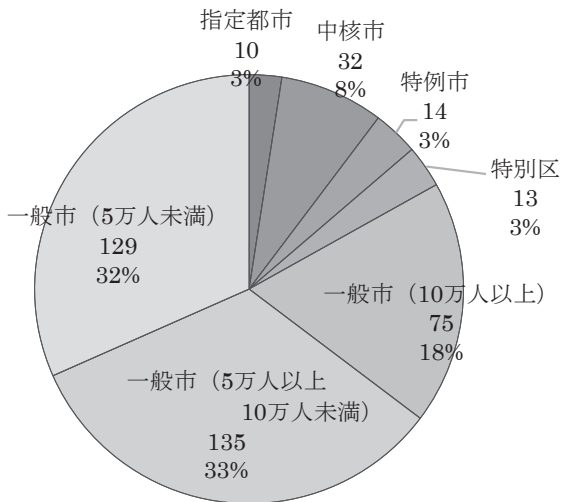
都市区分別 回答率

(N=815)



都市区分別 回答割合

(n=408)

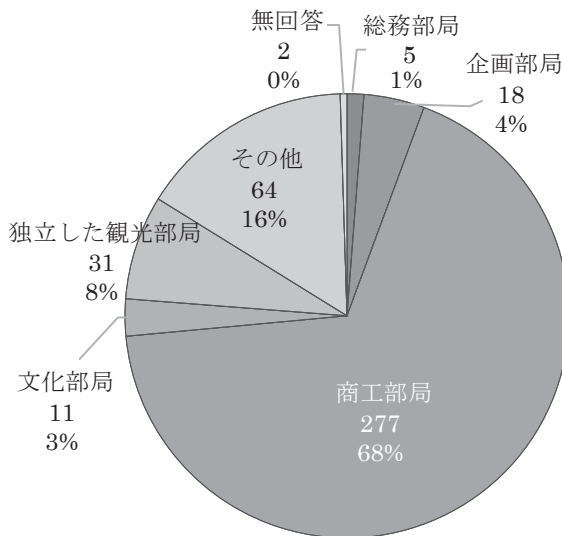


集計結果

Q1 貴市の観光に係る施策の企画及び調整に関する事項を主に所管する課（以下、「観光政策主管課」という。）について、ご回答ください。

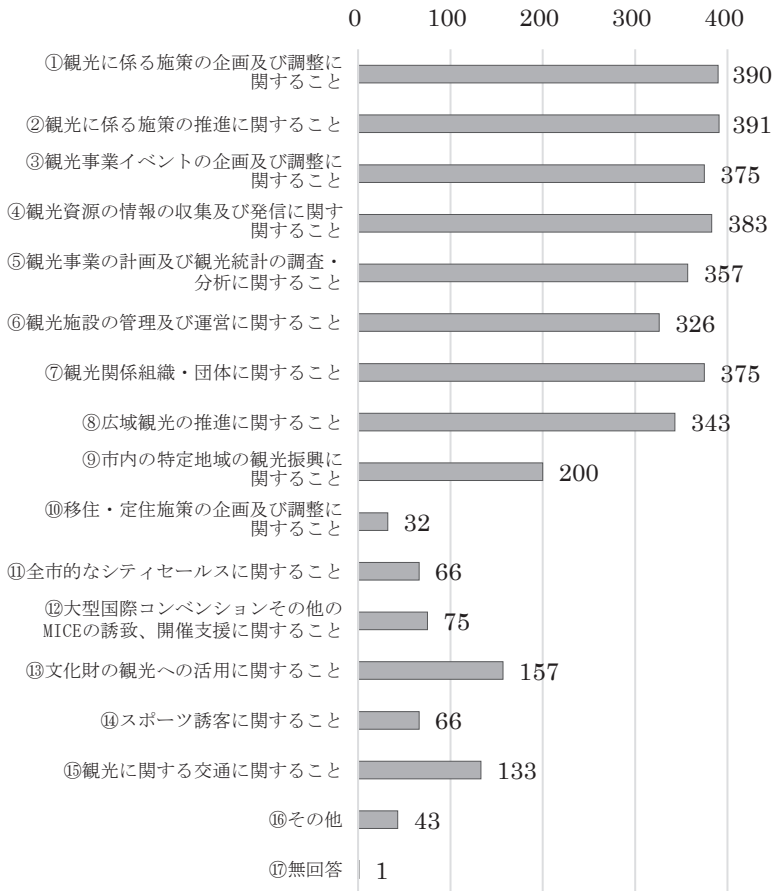
《観光政策主管課の所属部局》〔単一選択〕

(n=408)



観光政策主管課の7割程度が商工部局に属している。観光政策主管課の1割程度は、独立した観光部局に属しており、回答した多くの都市自治体は、いわゆる「観光地」として知られる都市自治体のほか、中核市などの一定規模を有する都市自治体であった。そのほか市長公室や政策推進局などの部局で観光政策を主管し、全庁的に、また戦略的に観光政策に取り組むケースもみられた。「その他」の主な内容としては、市民生活部局、建設部局、環境部局といった回答があった。

《観光政策主管課の所掌事務》〔複数選択〕

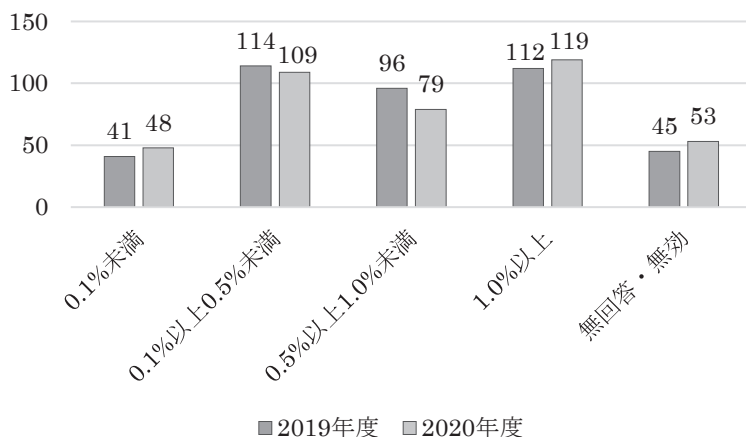


観光政策主管課の所掌事務のうち、選択肢の1～8については8割程度の都市自治体が共通して所掌している。都市自治体によっては、観光政策主管課とは別に、特定地域の観光政策を重点的に所掌する担当課を設けている都市自治体もある。「その他」の主な内容としては、自然公園の管理、物産振興、フィルムコミッション、ふ

るさと納税、港湾振興、路上喫煙の防止、地域ブランド化支援といった事務を所掌している観光政策主管課もある。

《予算の規模》〔数値記入〕

(n=408)

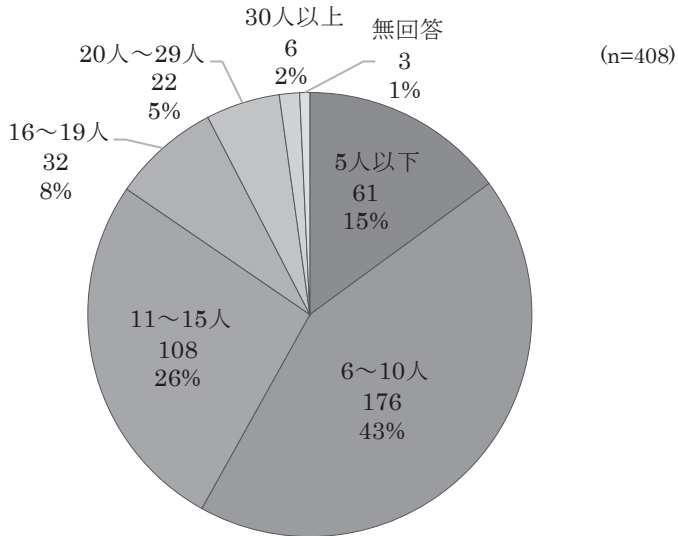


※回答のあった予算額にもとづき、一般会計予算額に占める観光政策主管課予算額の割合について集計した。なお、明らかに単位を誤って回答しているもの、一般会計予算額と観光政策主管課予算額に同じ値が回答されているものなど、集計に含めることが適当でない回答は無効回答とし、有効回答数は2019年度363自治体、2020年度355自治体となった。

一般会計総額に占める観光政策主管課予算額の割合は、回答のあった都市自治体の6割程度が1.0%に満たない状況である。

《観光政策主管課の職員数》〔数値記入〕

※普通会計職員のみ。正規・非正規を問わない。管理職を含む。

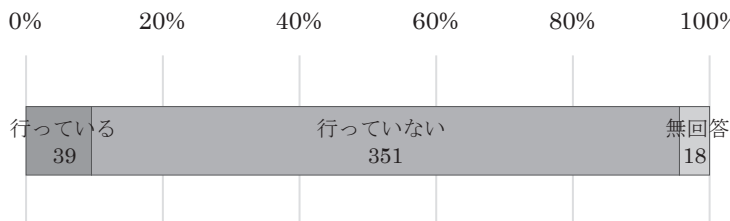


観光政策主管課には、都市自治体の規模や地域の特性にもよるが、6～10人（43％）、11～15人（26％）の職員がいることが多いようである。一方、指定都市や、いわゆる「観光地」として認識されているような都市自治体では、20～29人（5％）、30人以上（2％）の職員が所属しているものもあった。

Q2 貴市では、市域外に常設の事務所などを設置し、観光に関する取組みを行っていますか。〔単一選択〕〔数値記入〕

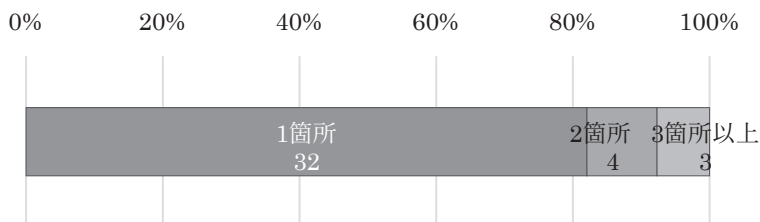
《取組み状況》

(n=408)



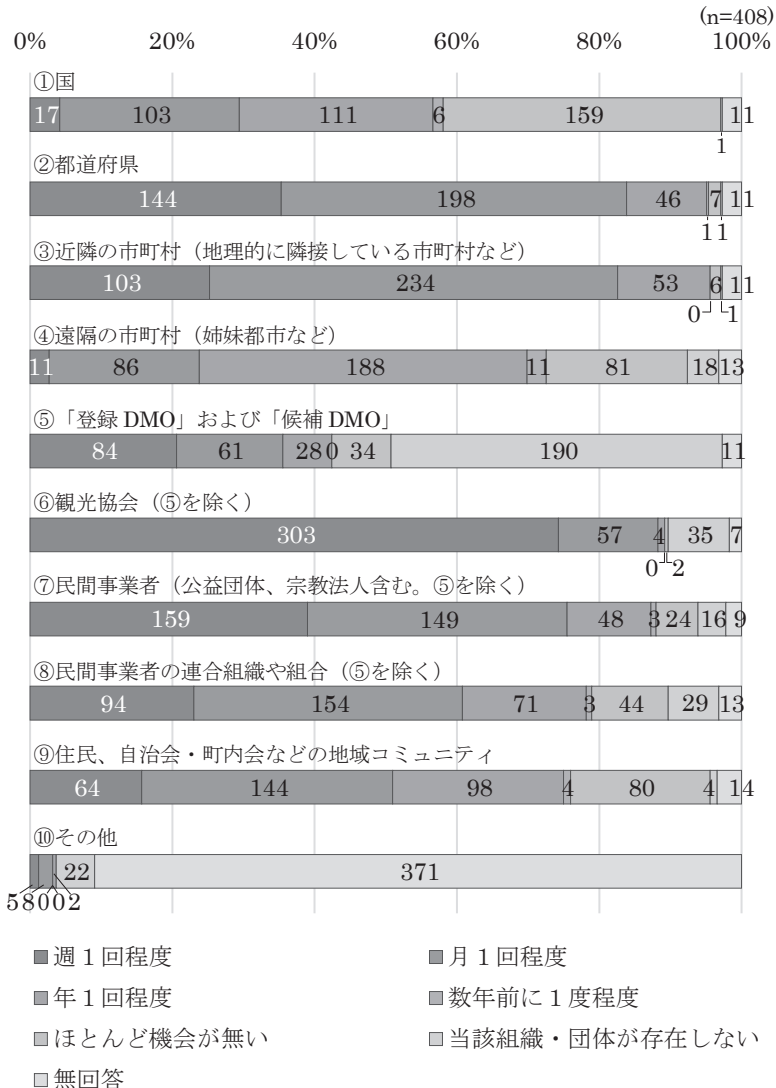
《市域外での常設の施設設置数》

(n=39)



大部分の都市自治体では、市域外に常設の事務所などを設置していない。一方で、約1割の都市自治体は、これを設置し、観光に関する取組みなどを行っている。具体的には、いわゆる「東京事務所」などでの観光PRなどがこれに該当する。当センターが個別に行ったヒアリング調査では、一部の都市自治体の東京事務所では、民間の事業者と協議や交渉を行い、ツアーを誘致するなどしていることも明らかになった。

Q3 貴市の観光政策主管課が日常の業務を行うにあたって、庁外の組織や団体との連絡・調整は、どの程度の頻度で行っていますか。〔各単一選択〕



観光政策主管課は、業務遂行のための連絡・調整について、9割程度が観光協会、都道府県、近隣市町村と頻繁に行っている。このうち、とくに観光協会とは、「週1回程度」の連絡調整を行うと回答した都市自治体は、全体の7割に及ぶ。また6割程度が民間事業者や民間事業者の連合組織や組合とも一定程度行っている。一方で、住民、自治会・町内会などの地域コミュニティとは、頻繁とは言えない状況である。「その他」の主な内容としては、大学、ボランティアガイド団体、業務委託先事業者やイベント実施団体、連携中枢都市圏事務局および構成自治体、市の外郭団体（公社など）が挙げられた。

SQ 連絡・調整を行う頻度が高い国、都道府県の部署はどこですか。（外郭団体含む）〔最大3件記述〕

連絡・調整を行う頻度が高い国の機関としては、国土交通省（観光庁・地方運輸局・地方整備局）、文部科学省（文化庁・スポーツ庁）、環境省、経済産業省、内閣府、総務省、農林水産省、財務省、復興庁、独立行政法人国際観光振興機構（JNTO、日本政府観光局）が挙げられている。

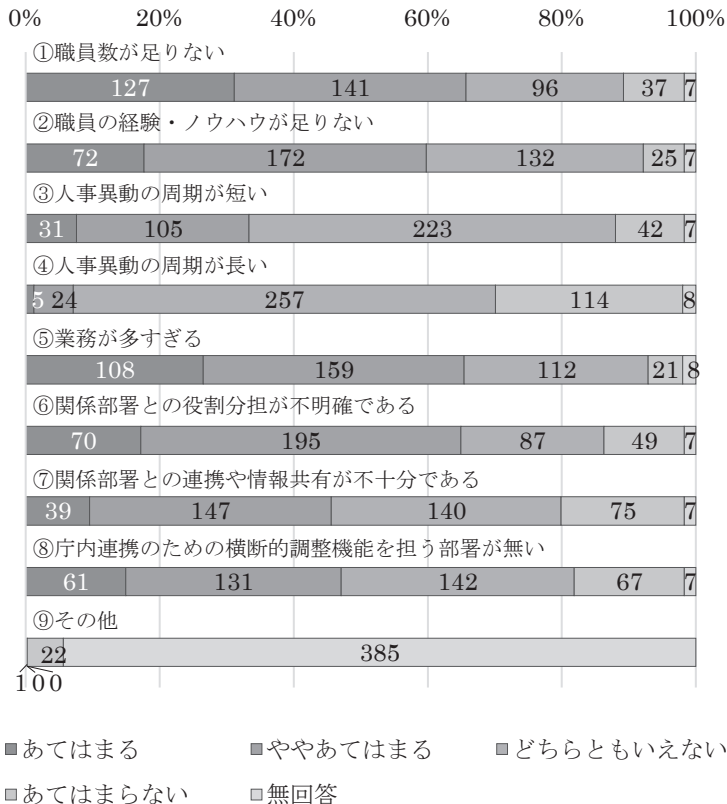
連絡・調整を行う頻度が高い都道府県の部署としては、各都道府県の観光物産、都市整備、土木、交通、港湾空港、文化、スポーツ振興、環境、商工労働、農政、下水道、広報PR、国際交流、地域振興、防災の所管課、東京事務所、土木事務所、県税事務所、消防、警察が挙げられている。このほか、都道府県レベルでの都道府県の観光協会、観光物産協会、観光連盟、観光コンベンション協会、観光コンベンションビューロー、ビジターズビューロー、観光財団、観光振興機構、観光推進機構、ツーリズム協会などとも連絡・調整するという都市自治体も一定数あった。

Q4 貴市の観光政策において、組織や連携体制などに関する課題について、以下の項目にどの程度あてはまりますか。

[単一選択]

(1) 庁内

(n=408)

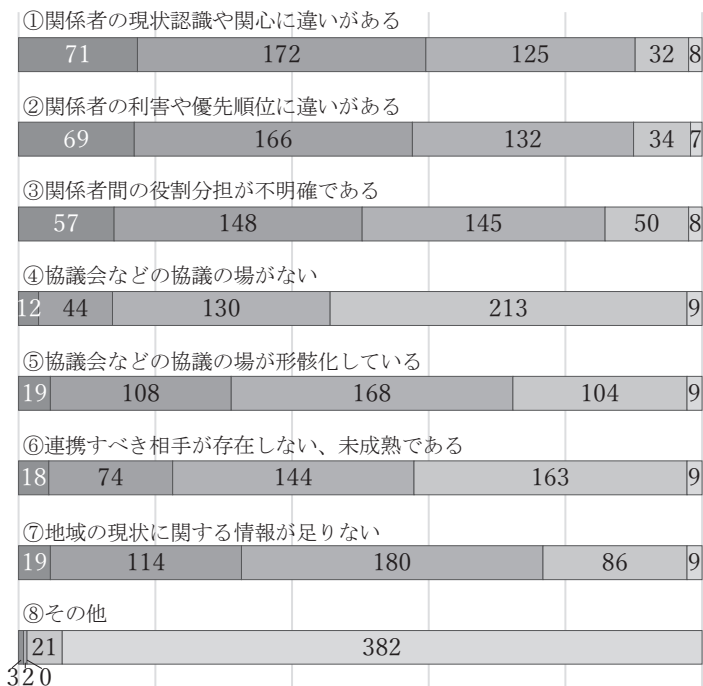


観光政策における庁内の課題としては、必ずしも観光政策分野に限った課題ではないものの、業務量に比して、職員数や職員の経験・ノウハウが不足していることがわかる。

(2) 庁外の組織や団体との関係

(n=408)

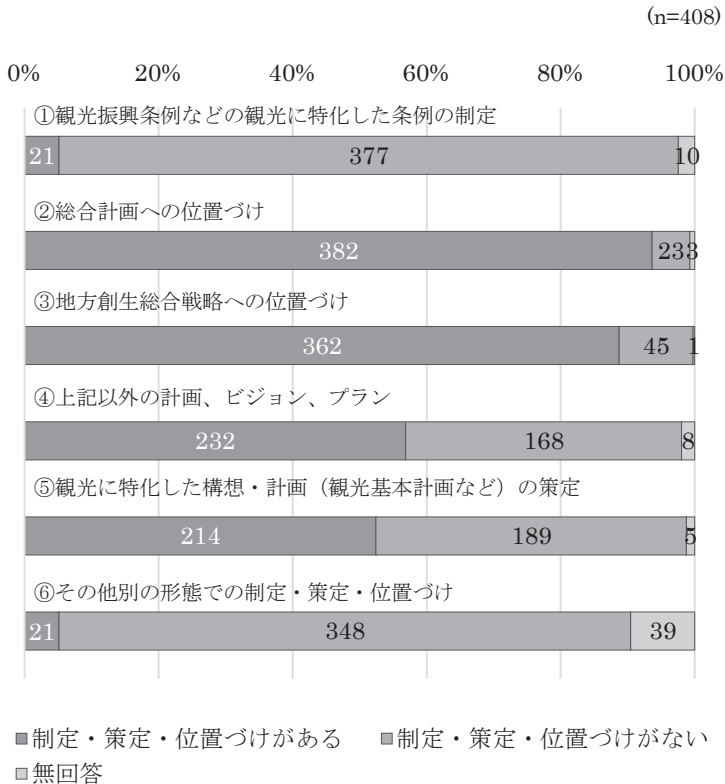
0% 20% 40% 60% 80% 100%



- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない
- あてはまらない
- 無回答

都市自治体の観光政策主管課では、観光政策に関する庁内の課題に比べ、庁外の組織や団体との関係に関する課題は少ないと認識しているようである。なおこの結果は、あくまで観光政策主管課側の認識であるため、連携先の団体などがこれらの課題をどのように認識しているかについては、別途検討する必要がある。

Q5 貴市における観光政策の位置づけとして、次のうち当てはまるものはどれですか。〔単一選択〕



大部分の都市自治体においては、総合計画や地方創生総合戦略に観光政策を位置づけている。これは、観光政策主管課の多くが商工部局に属していることに鑑みれば、観光による地域経済の振興・活性化を企図しているからであると思われる。

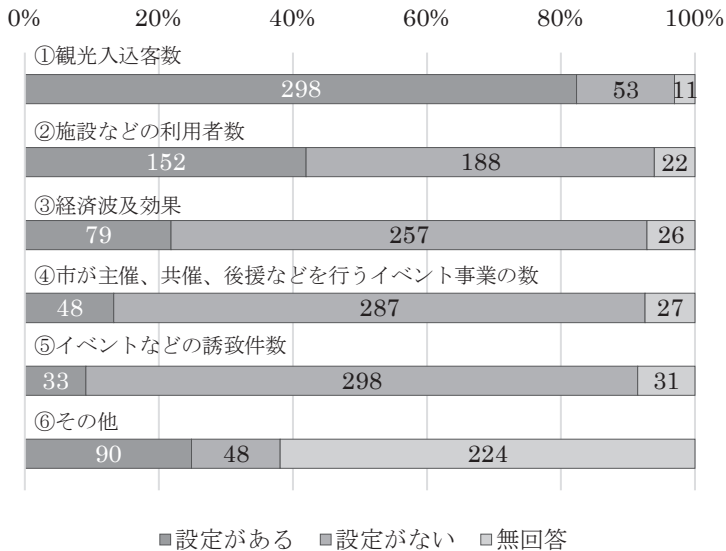
SQ (1) Q5「①観光振興条例などの観光に特化した条例の制定」において、「制定・策定・位置づけがある」を選択した場合に、以下にご回答ください。〔記述、数値記入〕

観光振興条例などの観光に特化した条例として、観光振興全般について基本的事項を定める基本条例、観光船運送に関して事業者の権利を制限し義務を課すことを定める規制条例、観光関係事業振興のために敷地や金融などのあっせん、奨励金（補助金）の提供について定める給付条例、観光事業特別会計財政調整基金についての手続を定める手続条例、観光施設などの設置や管理について定める内部事項条例、「乾杯条例」などの奨励条例についての回答があった。

SQ (2) Q5「③地方創生総合戦略に位置づけ」において、「制定・策定・位置づけがある」を選択した場合に、以下にご回答ください。〔複数選択〕

《成果指標》

(n=362)

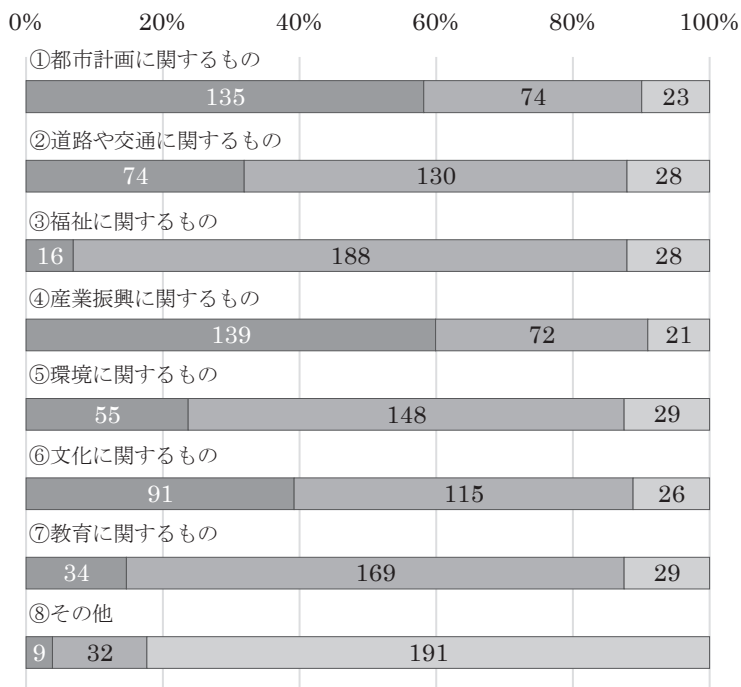


地方創生総合戦略に観光に関する項目を設けている都市自治体においては、「観光入込客数」を成果指標とするものが多い。これは、第2位の「施設などの利用者数」の約2倍である。「その他」の主な内容としては、駅乗降人員、観光ポータルサイトアクセス数、ふるさと納税の寄附人数、観光消費額、観光客の滞在時間、宿泊者数、外航クルーズ船寄港回数、転入者数、自分のまちに愛着や親しみを感じている市民の割合などがあつた。

SQ (3) Q5「④上記以外の計画、ビジョン、プランなどへの位置づけ」において、「制定・策定・位置づけがある」を選択した場合に、以下にご回答ください。〔複数選択〕

《分野別計画における位置付け》

(n=232)



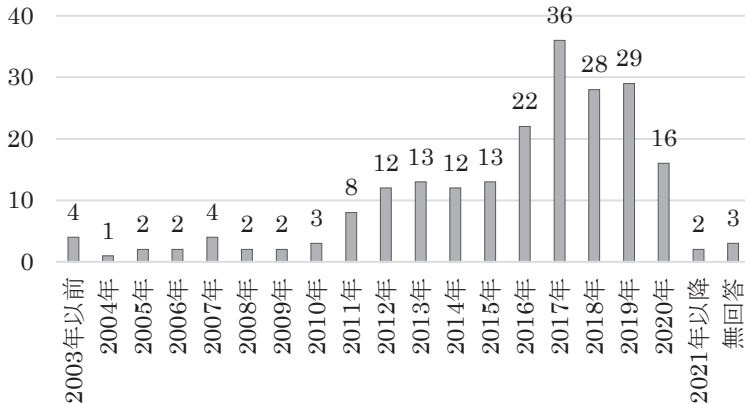
■位置づけがある ■位置づけがない ■無回答

観光政策の他の行政分野での位置付けについて、産業振興、都市計画の分野において、多く位置づけがなされている。一方で、福祉、環境、教育の分野では、あまり位置づけがなされていない。「その他」の主な内容としては、国際交流に関するもの、情報化に関するもの、公共施設の整備や管理に関するものなどが挙げられている。

SQ (4) Q5「⑤観光に特化した構想・計画の策定」において、「制定・策定・位置づけがある」を選択した場合に、以下にご回答ください。〔数値記入〕

《策定時期》

(n=214)



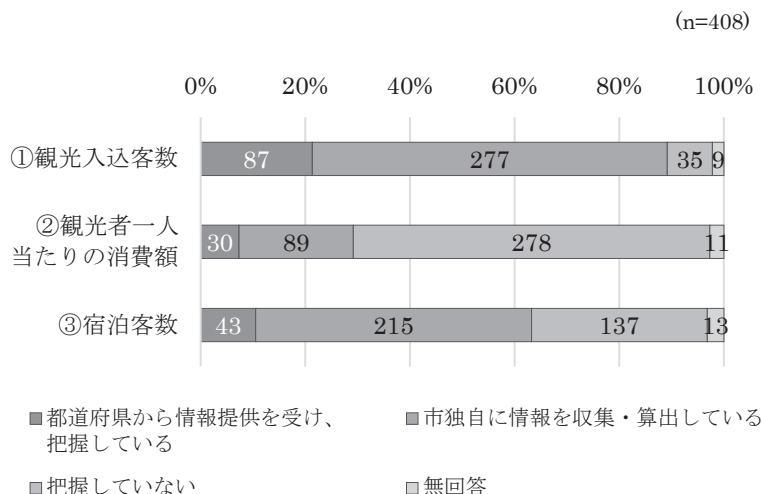
「観光に特化した構想・計画の策定」を制定した都市自治体の数は、2011年頃から増加し、2017年に最多となっている。観光立国推進基本法が2007年に施行されて10年が経過し、観光立国の実現に向けた国の法整備、計画策定などに呼応する形で、都市自治体においても観光に関する構想や計画策定の動きが広がっていると思われる。

SQ (5) Q5「⑥その他別の形態」において、「制定・策定・位置づけがある」を選択した場合に、以下にご回答ください。

〔自由記述〕

「その他別の形態」の主な内容としては、「指針」、「基本的な方針」、「基本的な考え方」、「観光都市宣言」、「シティプロモーションビジョン」、「ブランド戦略」などがあつた。

Q6 貴市では、観光に関する政策の企画立案に当たって、以下の情報を収集・算出していますか。〔単一選択〕

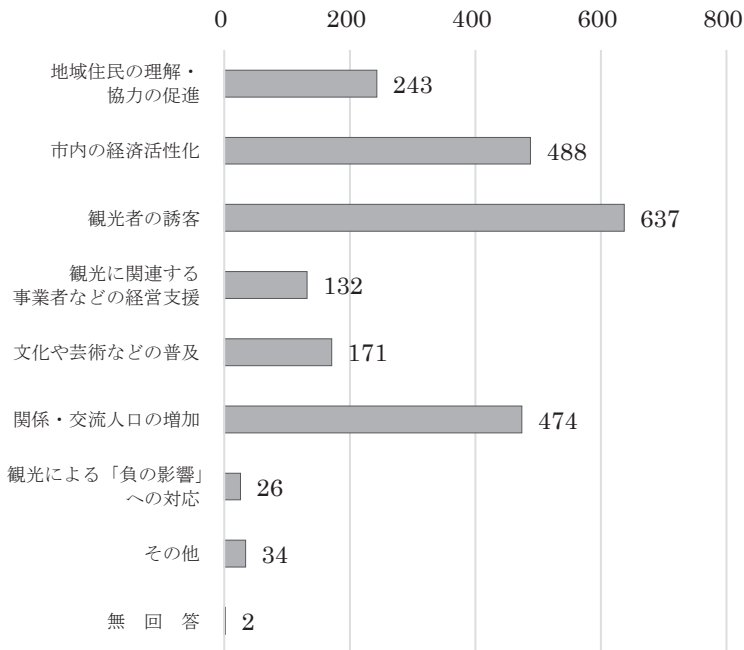


都市自治体では、観光政策の成果指標として「観光入込客数」を設定することが多い（Q5 SQ（2））が、同指標を含む観光に関する量的な情報は、各都市自治体が独自に収集・算出していることが多いようである。一方で、「観光者一人当たりの消費額」については、把握していないと回答した都市自治体が約7割であった。

Q7 貴市が従来から取り組む観光政策の中で、地域の歴史的あるいは地理的特性や地域の基幹産業などをふまえて、特徴的な取組みについてご回答ください。〔最大3件記述〕

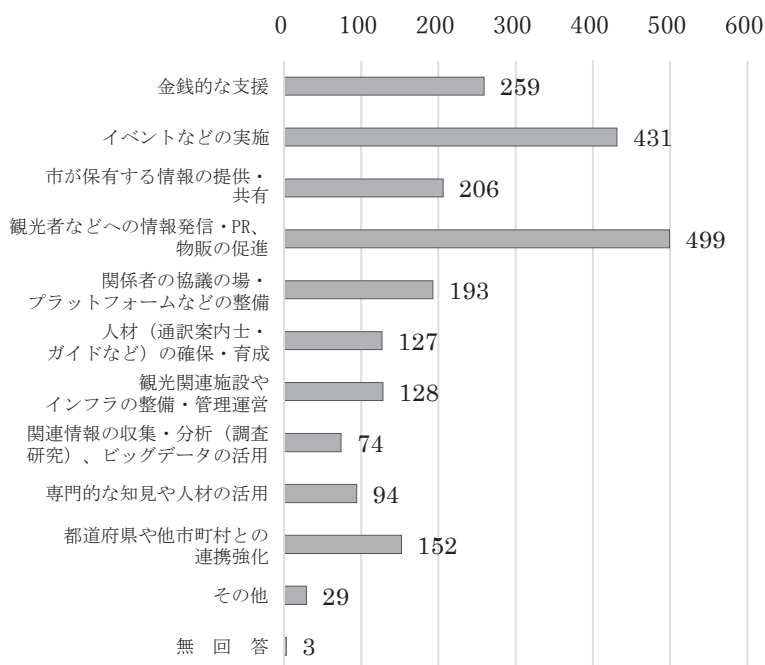
回答自治体数 368 自治体、回答取組み数 717 件

《取組みの目的》〔複数選択〕



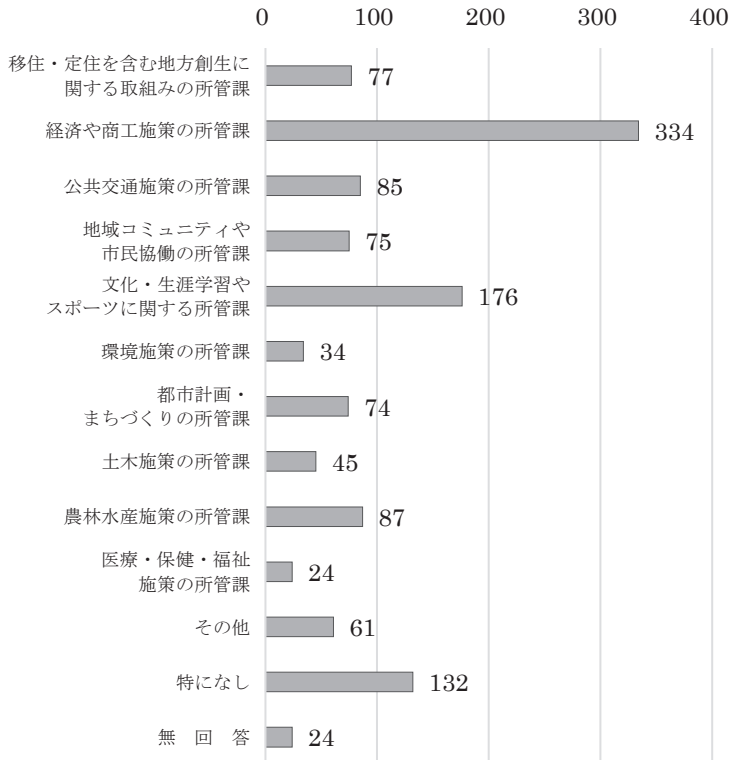
都市自治体が、新型コロナウイルス感染症発生以前から取り組んでいる観光政策については、「観光客の誘客」を目的とするものが最も多かった。これに次いで、「市内の経済活性化」、「関係・交流人口の増加」を目的とするものも一定数あった。「その他」の主な内容としては、地域のイメージアップ、県内周遊促進・県内の経済活性化、市の知名度向上などが挙げられた。

《取組みの手段》〔複数選択〕



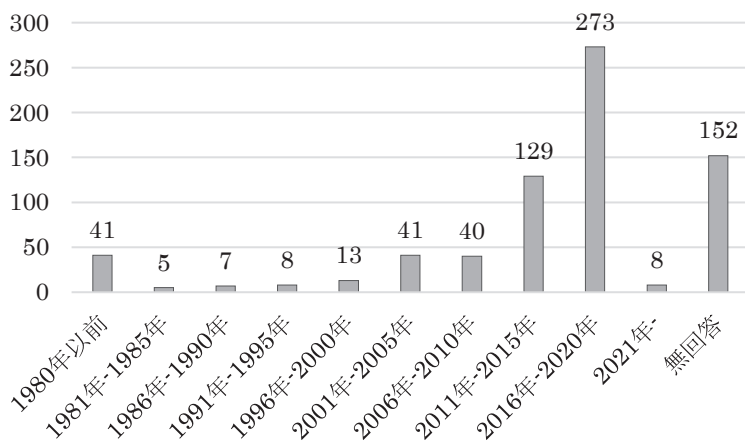
都市自治体が、新型コロナウイルス感染症発生以前から取り組んでいる観光政策については、「観光者などへの情報発信・PR、物販の促進」をその手段とするものが多かった。このほか、「イベントなどの実施」も多くの都市自治体が採用している手法であるといえる。「その他」の主な内容としては、MICE誘致及び開催支援、各種商談会などへの出席、大会など開催時の備品など貸出、夜景観光資源のブランディングといった回答があった。

《取り組みにおける庁内の連携先》〔複数選択〕



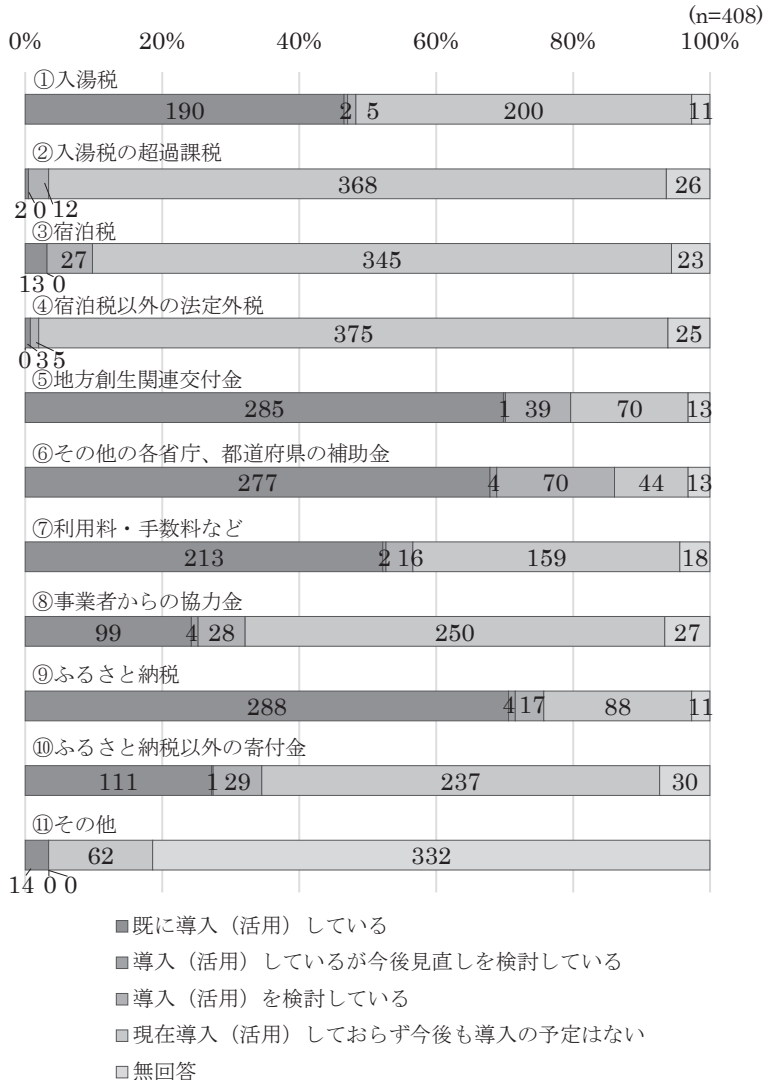
都市自治体が、新型コロナウイルス感染症発生以前から取り組んでいる観光政策については、「経済や商工施策の所管課」を庁内の連携先とする回答が最も多かった。このほか、「文化・生涯学習やスポーツに関する所管課」も一定数の回答を集めている。

《取組みの開始時期》〔数値記入〕



都市自治体が、新型コロナウイルス感染症発生以前から取り組んでいる観光政策について、2011年から2015年および2016年から2020年に開始された施策が多い。

Q8 貴市において、観光政策に関する財源の充実を図るため、どのようなことを導入、活用していますか。今後の検討状況も含めてお答えください。〔単一選択〕



都市自治体が、観光政策に関する財源の充実を図るために導入・検討しているものとしては、「入湯税」および「利用料・手数料など」を除けば、「地方創生関連交付金」、「その他の各省庁、都道府県の補助金」といった依存型の財源が目立つ。そのようななか、「ふるさと納税」を観光政策の財源として位置づけている都市自治体も相当数存在することが分かった。「その他」の主な内容としては、広告収入、ガバメント・クラウドファンディングといった新たな財源確保に関する取組みを挙げる都市自治体もあった。

SQ 観光政策に関する財源についての課題やお考えがある場合、以下にご回答ください。〔自由記述（抜粋）〕

（財源確保）

- ・ 観光事業のための予算確保が難しく、事業の縮小や廃止が検討されている。
- ・ 特定財源に乏しく、十分な観光政策が実施できない。
- ・ 税収が年々減少する中、新型コロナウイルス感染症により財政状況がさらに逼迫している。
- ・ 特に、観光施設の維持管理、老朽化に伴う改修工事や修繕のための財源確保が困難である。
- ・ 観光事業者が少なかったり、住宅地である自治体では、観光事業のため財源確保が難しい。
- ・ 行政の財源による観光事業だけでなく、民間の実施主体による自立的な財源確保と、確保のための行政による支援のあり方が課題である。
- ・ MICE事業を担う外郭団体の財源について、自治体の補助金の割合が非常に高く、自治体の補助金のみに依らない経営に向けた支援を行うことが課題である。

（効果検証、事業評価）

- ・ 市全体の財政状況が厳しい中、費用対効果が明確でない観光政策の財源を確保することが非常に困難である。
- ・ 財源を投入すべき施策の優先順位付けや観光政策による効果検証の仕組みができていない。
- ・ 観光振興による地域経済への波及効果が分からない。
- ・ 観光の振興には複数年の期間を要するため、投資分の回収が見えづらく、予算の確保について、市民や他の部署の理解が得られにくい。
- ・ 宿泊施設が少なく、観光消費額の押し上げがあまり期待できない。費用対効果の面で財源確保が難しい。

（国や都道府県による補助金）

- ・ 自治体の一般財源のみでは、観光振興に関する施策を実施するのは困難であり、

引き続き補助金や交付金の活用を検討する。

- ・ 国の補助事業では、国や県の補助率が50%程度であることが多く、残り50%の自治体負担分の予算確保が難しい。
- ・ 国の交付金を活用し、DMO事業を実施しているが、その交付金が終了した後の財源の見通しがたっていない。
- ・ 施設整備活用のための国の補助金の申請要件が厳しい。
- ・ 国の交付金は採択までに時間がかかり、当初予算に組み込めない。
- ・ 国の交付金の活用条件が厳しい。もう少し自治体に裁量を持たせてほしい。
- ・ 老朽化した観光施設の耐震化や長寿命化のための改修、修繕、解体撤去を対象にした補助金があると良い。
- ・ 国の補助金などによる財源確保を優先し過ぎると、補助要件による制限により、自治体ごとに特有である観光振興の本来の目的から逸れてしまう場合がある。
- ・ インバウンド事業向けの補助金などが多いが、その他の観光事業向けの補助が十分ではない。
- ・ 国の補助制度などに関して、活用可能な範囲や対象となる事業などに関して十分な情報収集ができず活用しきれないケースがある。

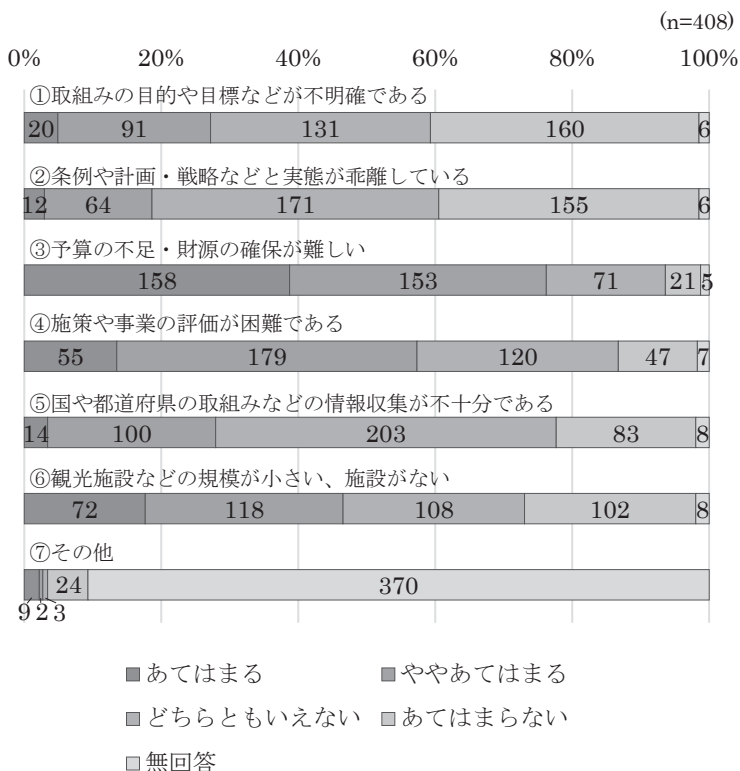
(税に関すること)

- ・ 観光施策による受益者負担の仕組みがない。
- ・ 徴収する入湯税が、観光政策の財源として充当されていない、あるいは十分活用されていない。
- ・ 温泉事業者から、入湯税の還元（より手厚い再配分）が求められている。
- ・ 宿泊税の導入に向けた条例設計において、広域自治体との二重課税に関係する調整に難航している。

(その他)

- ・ 観光施策の実施にあたっては、収支や収益を意識したビジネスの視点から、事業収益の一部を観光振興に還元する仕組みづくりを検討し、安定的かつ持続的な観光事業の基盤整備に取り組む必要がある。
- ・ 来訪者数が増えても、地域内で経済循環が起きなければ、施策の効果があるとは言えない。来訪者の滞在時間や消費単価に着目した観光消費額を増大させるための施策が必要である。
- ・ 観光にもっと特化したふるさと納税のメニューについて検討したい。
- ・ 観光協会のない当市においては、市直営のイベント開催時に出店料や駐車料金を取ることが難しい。
- ・ 無料の観光施設の整備だけでなく、有料でも利用したいと思われる施設、誘客の取組が課題である。
- ・ 海水浴場運営に伴う経費（監視所、監視員など）が上昇している一方で、海水浴客は減少している。夏期だけでなく、通年での海岸利活用を検討したい。

Q9 貴市の観光政策などに関する課題として、以下の項目はどの程度あてはまりますか。〔単一選択〕



「取組みの目的や目標などが不明確である」についての回答が3割程度である一方で、「財源の確保が難しい」や「施策や事業の評価が困難」についての回答が6割程度であることから、自治体行政として、観光政策に取り組む意向は明確にあるものの、財源が不足していたり、必要性の明示が難しいという状況であると言える。

SQ 「⑦その他」の課題がある場合、以下にご回答ください。

〔自由記述（抜粋）〕

（観光政策の位置づけ）

- ・ 市内において、観光産業の割合が低いため、市の施策の中で優先順位が低い。
- ・ 観光主観課が商工部門も兼ねているため、コロナ禍のような事業者支援が優先される場合、観光部門は棚上げになること。
- ・ 観光専門の部署が無く、専門の職員もいないため、他市町村に比べ、観光情報の取得や発信に関して疎くなること。

（観光事業の推進体制）

- ・ 観光事業に関する専門人材について、地域に不足している。
- ・ 観光物産協会の人材不足が課題である。
- ・ 事業の実施体制や内容を精査し、より効果的な事業に特化していく必要がある。
- ・ 過去に取組んだ観光事業（イベント開催、観光コースの選定など）を活用できていない。
- ・ 他市町村と比べ、観光資源に乏しく継続的な誘客が見込めないため、イベントに力を入れて人を呼び込めるよう尽力している。
- ・ 民間組織が主体となって観光需要の掘り起こし、サービス提供を進めるための意識醸成が必要である。

（空間整備、施設管理など）

- ・ 観光地のバリアフリー化や交通渋滞緩和が課題である。
- ・ 観光施設が老朽化しており、維持管理に費用がかかる。
- ・ 宿泊施設や体験型施設が少ない。

（合意形成）

- ・ 主要な観光資源（世界遺産・日本遺産）が複数の自治体との連携を伴うものであるため、活用にあたり多くの調整を必要とする。
- ・ 行政、民間、観光関係者の役割分担とロードマップがなく、施策の継続性がない。
- ・ 誘客施策に取り組まずとも多くの観光客が押し寄せる。渋滞や混雑により住民生活に悪影響が及びやすく、日帰り観光客が多いため観光消費額が期待できないため、地域住民の中には、観光への取組みに消極的な住民も多い。現状以上に観光誘客に取り組む必要を認識していない事業者もいる、その一方で、さらなる観光誘客に前向きな住民や事業者もいて、地域の合意形成が難しい。

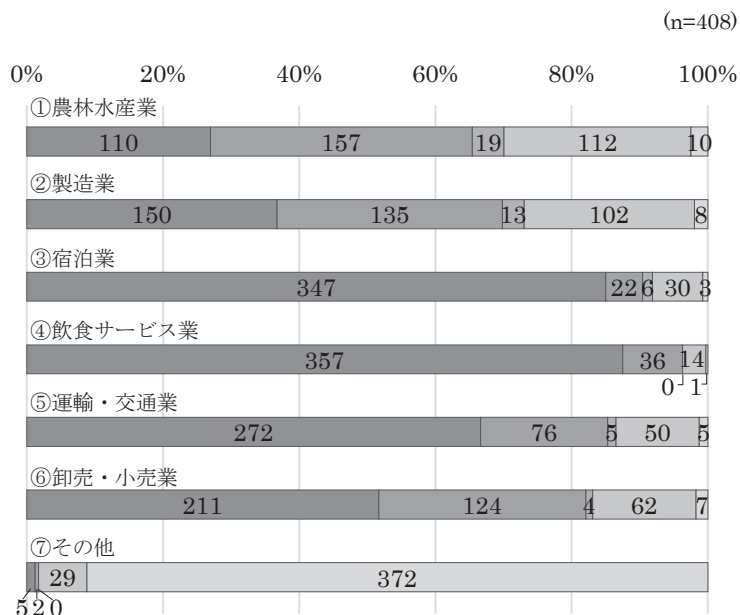
（新型コロナウイルスに関する影響）

- ・ 観光拠点である観光物産センター及び温泉施設は、新型コロナウイルスの影響で、利用者数が減っている。

（その他）

- ・ 観光入込数やスポーツ交流人口は増加したが、観光消費額は増加しない。
- ・ 観光関連事業者に「観光で稼ぐ」意識が広がらない。

Q10 貴市において、次に掲げる産業は、今般の新型コロナウイルス感染症発生により観光者が減少したことに伴う影響をどの程度受けているものと思われますか。ご回答者様の認識をご回答ください。〔単一選択〕



- 大部分の事業者が影響を受けた
- 一部の事業者が影響を受けた
- 影響を受けていない
- わからない
- 無回答

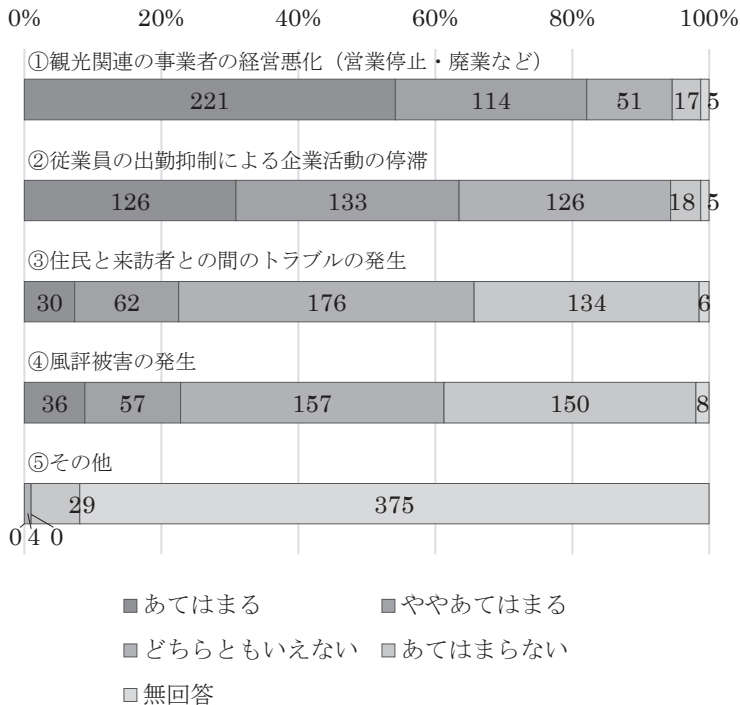
新型コロナウイルス感染症の発生を受け、多くの都市自治体においては、飲食サービス業、宿泊業の事業者の大部分が影響を受けたと認識されている。「その他」の主な内容としては、観光ガイド業、社寺も挙がっている。

Q11 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、貴市ではどのような課題が発生しましたか。〔単一選択〕

※保健衛生対策としての感染症拡大予防のための取組みを除く

《地域における課題》

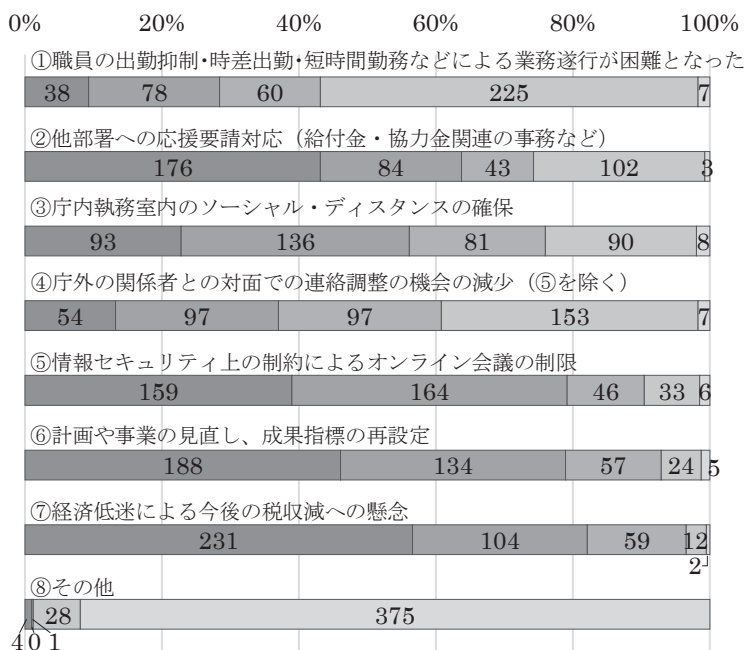
(n=408)



新型コロナウイルス感染症の感染拡大により発生した課題としては、「観光関連の事業者の経営悪化（営業停止・廃業など）」を挙げる都市自治体が多かった。このほか「従業員の出勤抑制による企業活動の停滞」も挙げられているが、「住民と来訪者との間のトラブルの発生」「風評被害の発生」を挙げる都市自治体の数は必ずしも多くはなかった。

《庁内（特に観光政策主管課）の課題》

(n=408)



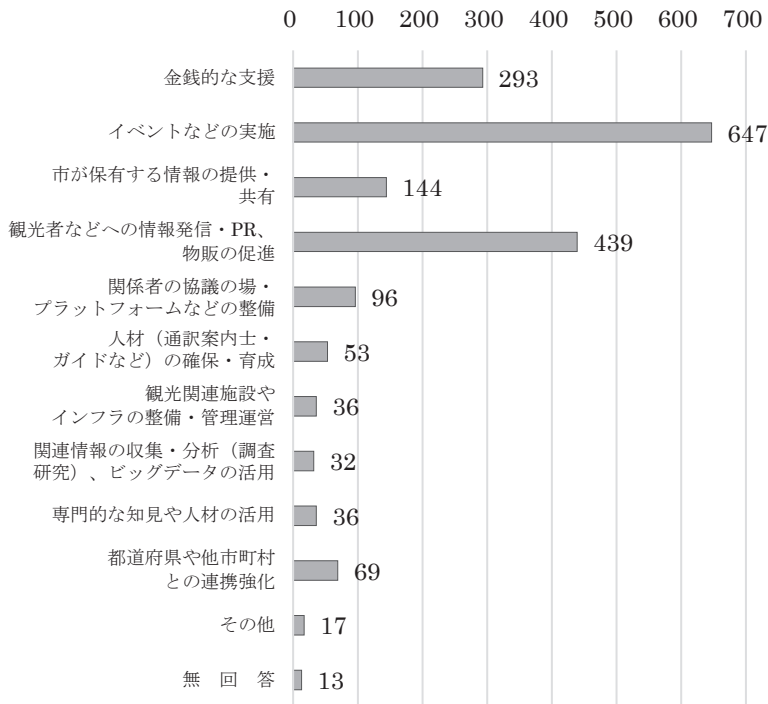
- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない
- あてはまらない
- 無回答

新型コロナウイルス感染症の発生を受けた庁内の課題としては、「経済低迷による今後の税収減への懸念」が最も多かった。このほか観光政策主管課に注目すると、「他部署への応援要請対応（給付金・協力金関連の事務など）」といった課題も指摘されている。

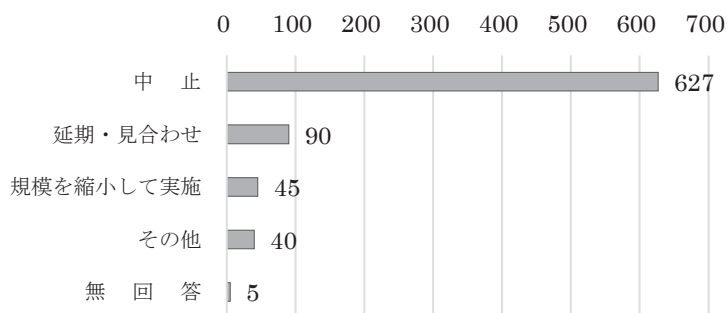
Q12 貴市では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、実施を見合わせたまたは中止した取組みがありますか。「ある」場合、貴市の観光政策における位置づけの特に高いものについてご回答ください。〔最大3件記述〕

回答自治体数 387 自治体、回答取組み数 807 件

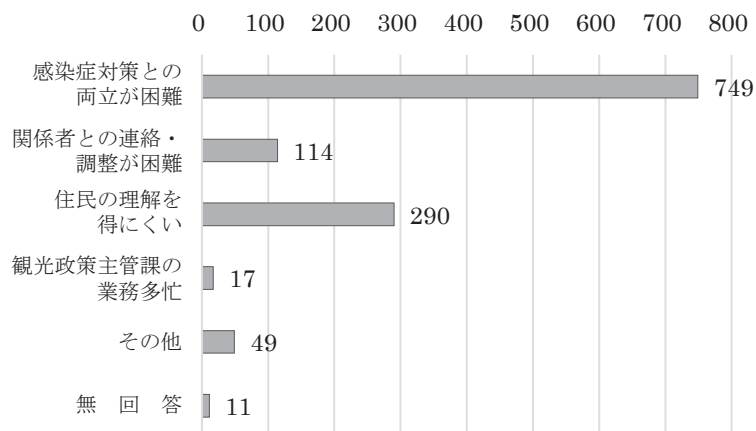
《実施見合わせや中止の取扱いとした取組み》〔複数選択〕



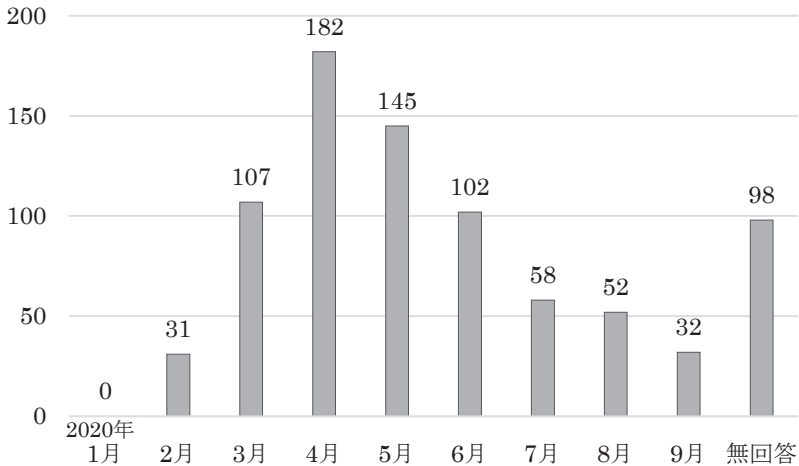
《取扱い》〔単一選択〕



《取扱いの理由》〔複数選択〕



《決定の時期》〔数値記入〕



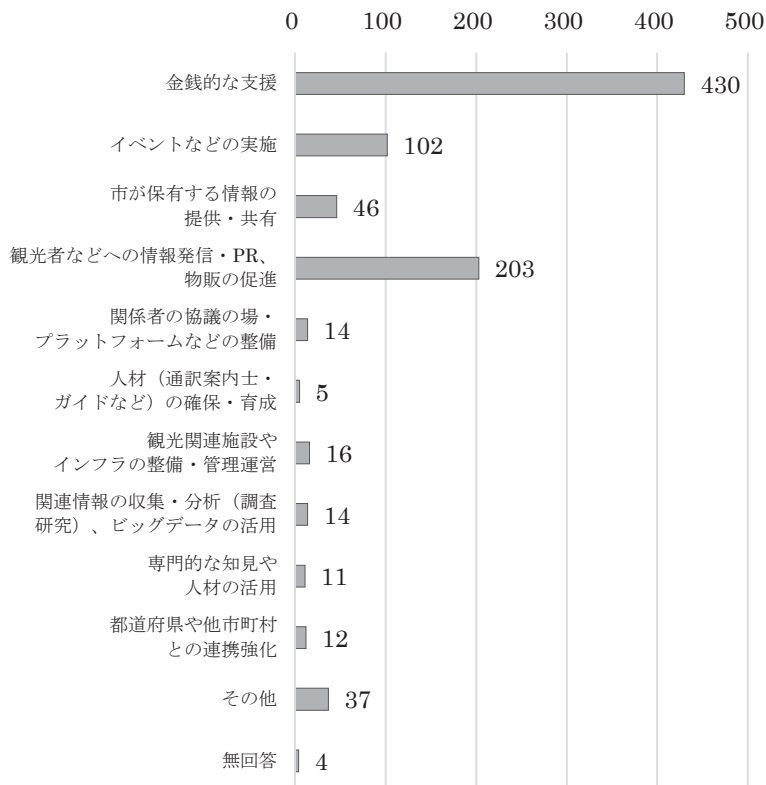
新型コロナウイルス感染症の発生により、実施を見合わせたまたは中止した取組みとしては、「イベントの実施」を挙げた都市自治体が最も多かった。このほか、「観光者などへの情報発信・PR、物販の促進」も、観光事業全般が低調となるなかで同様の対応がなされている。「その他」の主な内容としては、ご当地グルメの開発、施設の休館などが挙げられている。これらは、「感染症対策との両立が困難」であるために「中止」となっているものが多いものと思われる。決定の時期としては、2020年4月の第1回緊急事態宣言の発出のタイミングがピークとなっている。

Q13 貴市では、新型コロナウイルス感染症の発生を受けて、新たに実施した（または実施を決定した）取組みはありますか。

〔最大3件記述〕

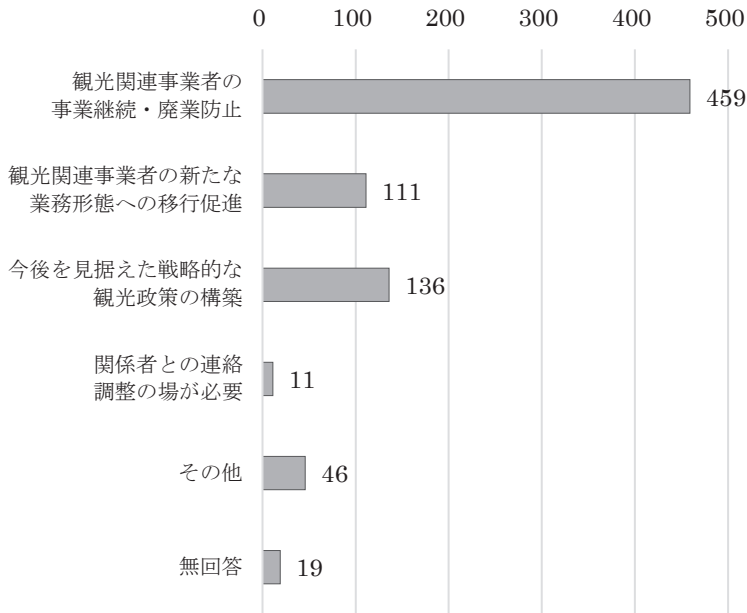
回答自治体数 293 自治体、回答取組み数 587 件

《新たな取組み》〔複数選択〕



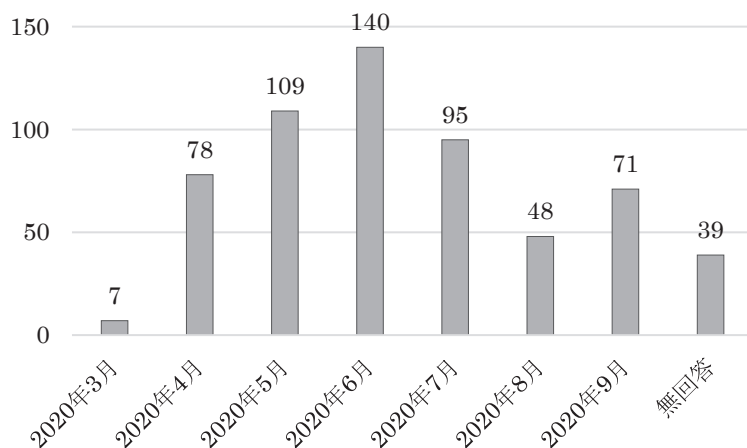
新型コロナウイルス感染症の発生をうけて、新たに実施または実施を決定した取組みとしては、「金銭的な支援」と回答した都市自治体が多い。「その他」の主な内容としては、「キャッシュレス推進による非接触型の観光消費の推進」をはじめ、感染症対策との両立が可能な事業が挙げられた。

《取組み実施（実施予定）の理由》〔複数選択〕

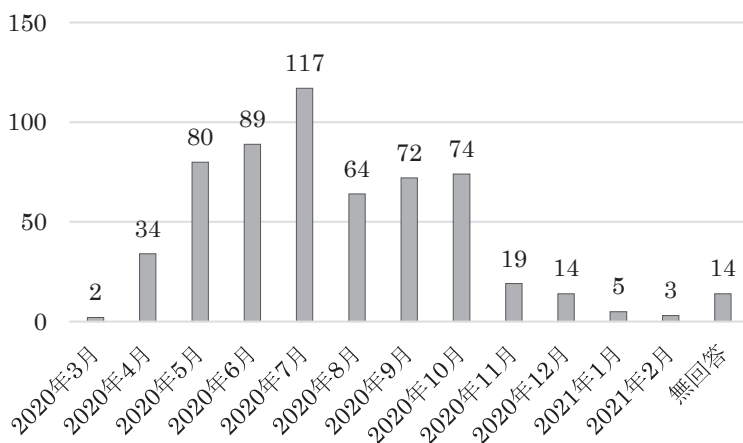


新型コロナウイルス感染症の発生をうけて、新たに実施または実施を決定した取組みの理由としては、「観光関連事業者の事業継続・廃業防止」を挙げる都市自治体が最も多い。「観光関連事業者の新たな業務形態への移行促進」や「今後を見据えた戦略的な観光政策の構築」といった回答は必ずしも多くはなかった。「その他」の主な内容としては、新たな観光スタイル「マイクロツーリズム」への対応、テイクアウト事業開始を模索する外食産業への援助、来場者の減に苦しむ文化芸術施設への支援といった回答が挙げられている。

《決定の時期》〔数値記入〕



《実施（開始）の時期》〔数値記入〕



新型コロナウイルス感染症の発生をうけて新たに実施または実施を決定した取組みについては、2020年5月の緊急事態宣言解除の直後に実施が決定されたものが多い。

Q14 貴市の観光について、(行政ではなく) 民間の主体が主導する特徴的な取組みなどがあれば、ご自由にお書きください。

〔自由記述の主な内容〕

(事業者主体の取組み、事業者同士の連携)

- ・観光施設の指定管理者と市をホームタウンとするスポーツチームとのコラボレーションにより、商店街のスタンプラリーなどを行い、観光施設とスタジアムの回遊性を高めた。
- ・地域の開発に関する協議会を構成する民間企業主体で、栈橋、水上レストラン、水上コテージなどを設置、壁画や塀のペイントなどにより、「水辺のまち」「アートの街」としてのイメージが発信されている。
- ・市内のお店同士や作家がつながりをつくり、アイデアを出し合ってコラボ商品を開発したり、イベントを開催したり、販売のサポートを行うことで、まちの魅力とブランドイメージを市内外へ発信している。
- ・商店街の事業者で構成されている協議会で、大規模災害時における観光客の防災対策について取り組んでおり、活動開始当初から、自治体及び地元の大学も参画し、図上訓練や避難訓練などを実施している。
- ・温泉旅館の経営者らが共同出資し、株式会社を設立。果物狩りや寺社めぐりツアーなどの着地型旅行商品の販売、温泉街内にある屋台村の運営も行う。
- ・商店街で包装を統一したり、土産品組合でお土産詰め合わせギフトの販売を行っている。
- ・市内漁港エリアにて、民間の不動産企業や観光系のベンチャー企業が主導して宿泊施設を核とした面的な観光地域づくりを進めている。
- ・漁港周辺で鮮魚店や飲食店、卸業を営む若手水産関係者が中心となり、地魚の美味しさを広く伝えることを目的に協議会を設立している。公募により漁港前の通りの愛称を命名したり、食べ歩きフードや地元漁港で水揚げされた魚を使った加工品の開発、コロナ禍における漁港周辺の飲食店支援として、ドライブスルー形式で魚の販売を行うなど、地域の魅力を自らの手で伝える取組みを展開し、観光振興にも寄与している。

(市民主体の取組み、市民同士の連携)

- ・市民有志や観光ボランティアガイドを中心に団体が結成され、観光協会などと連携により駅周辺での地場産品販売、市内の観光ガイド、山からの下山者への足洗い場設置や休憩所運営などのおもてなし事業を実施した。
- ・台風の被害を受けた登山道を復旧するため、地元の有志がクラウドファンディングなどにより資金を集め、登山道の開通やその後の整備、景観の保全に取り組み、観光資源として磨き上げを図っている。
- ・大規模災害の発生を機に、地域のコミュニティの役割が見直され、地元の若者たちによる音楽祭、絶叫大会、特産品を用いたイベントなど特色あるイベントが行われるようになった。

(地域DMOや地域連携DMO、観光協会などの取組み)

- ・観光協会の中には、地域限定旅行者として事業を展開したり、あるいはこれから旅行業登録を行う予定がある観光協会がある。観光協会が、着地型商品の企画や造成を行う動きがみられる。

- ・地元の農畜産物などのPRと市内飲食店が考案した地場野菜などを使ったオリジナルメニューをPRすることで、市外から来訪者を呼び込むとともに、地元住民に地場野菜の市内消費を促進し、地域の活性化を目指す取り組みを行った。地方創生先行型事業として実施したが、現在も継続して、観光協会、商工会、JA、自治体の4者で構成する推進協議会を組織して運営している。
- ・地域連携DMOが、来訪者が複数の近隣自治体を回遊できる滞在交流型旅行商品を開発するなど、広域な単位での交流人口の増加を目指し取り組んでいる。
- ・観光協会が中心となり、体験ツアー運営のための協議会を組織し、地域で提供される体験型観光コンテンツを集約し情報発信している。
- ・観光協会が主体となり、観光関連事業者や市民団体、学生などと連携し、豊かな自然を活かした農業や漁業を体験してもらうための事業造成を検討している。
- ・法人化した観光協会を中心となって、廃線路を歩く着地型観光体験コンテンツを造成した。ヘルメットとヘッドライトを着用して廃線跡や鉄道設備、国立公園内の大自然を冒険するウォーキングイベントである。ファミリーから鉄道ファン、ウォーキングを楽しみたい方など様々な年齢やニーズに合わせて複数のコースが設定されている。
- ・観光協会、青年会議所などがロケーションサービス業者に委託、あるいは業務提携を行い、映画やドラマの撮映が行われた場所やアニメの舞台になった場所、地元のまちな風景を映像コンテンツとして活用してもらうことで、市の魅力を市内外に広く発信し、観光客の誘致やシティセールスに取り組んでいる。
- ・観光協会、地元の料亭や旅館、旅客船事業者、水産事業者など様々な業種の事業者が、各地で、水上マーケット、舟の上で見る映画祭、工場夜景クルーズ、漁港の夜市など、夜間を利用したイベントやツアーを企画している。

(様々な主体による取り組み)

- ・地元の特産品をテーマとした体験型博覧会を開催し、地域内外から誘客している。設立された一般社団法人を中心に市民や地域おこし協力隊主体で企画、運営が継続されている。
- ・地元温泉組合、NPO法人が中心となって、地域ならではの着地型の体験・アクティビティが期間内に100以上開催されるイベントを実施する。市民が企画し、ガイドをすることにより、自然、文化、食などの魅力を発信する。
- ・自治体、観光関連事業者、鉄道会社、商工会議所が夜間観光推進のための協議会を発足し、海水浴場となる海岸周辺地域において、オフシーズンにもキャンドルやイルミネーションを灯すイベントを開催し、夜間の誘客にも力を入れている。
- ・アウトドアメーカーと自治体が包括連携協定を締結し、キャンプ場の運営、テナント出店、ダムの湖面や周辺の山々を活かしたアクティビティを造成するなどにより、近隣の広域都市圏をターゲットにしたアウトドアの聖地へと発展、進化を目指している。
- ・事業者の新型コロナウイルス感染予防対策を認定するための実行委員会を地元大学監修のもと、複数の自治体合同で設立し、独自の宿泊施設におけるガイドラインを策定した。産官学がチームで、コロナ禍における宿泊施設の受入体制強化の徹底とアピールを行い、「安全・安心な旅」を提供している。
- ・観光施設の運営会社が屋外にキッチンカーを集めて飲食物を提供したり、駅前の飲食店街事業者有志が、歩行者天国による昼間から夕方までの飲食イベントを実施するなど、感染症対策と事業継続の両立のために知恵を絞っている。
- ・アフターコロナを見据えたインバウンド受入環境整備のため、旅館の女将同士の連携によるベジタリアン、ヴィーガンのメニュー開発及び誘客宣伝を企画している。

Q15 貴市における観光政策や今後の観光に関する考え方、新型コロナウイルス感染症発生に伴う課題や対応など、ご自由にお書きください。〔自由記述の主な内容〕

○今後の観光に関する考え方

（人口減少時代の基幹産業）

- ・ 少子高齢化の進行による生産年齢人口の減少により、市内総生産額は減少する見込みである。観光関連事業を新たな基幹産業の1つとして位置づけ、交流人口を拡大し、地域経済を活性化していく必要がある。
- ・ 観光への取り組みは地域に対し、消費増や雇用拡大などの経済効果や地域のイメージ向上、社会活動の活発化といった社会効果が見込まれる。
- ・ 交流人口拡大や移住・定住人口の増加につながるような取り組みを実施していきたいと考える。

（誘客分散、観光と住民生活の両立）

- ・ 国内観光のみならず、インバウンドやMICE、スポーツ、文化交流など訪問目的を増やすことで、訪問者数の底上げを図るとともに、季節による繁閑の差を埋め、需要の平準化を図りたい。
- ・ 来訪者が特定の季節・地域・時間に集中する傾向があることから、混雑による市民生活への悪影響や観光客のマナーの悪化が課題に挙げられる。コロナ禍であることから、観光客分散の必要性が高まっており、オーバーツーリズム対策と感染症対策を併せて推進し、観光と住民生活の両立を図っていきたい。

（地域住民と一体となった観光振興）

- ・ 地域住民が自分の街の自慢できる場所や良い所を再認識し、地域への愛着心と来訪者へのおもてなしの心を醸成していきたい。
- ・ 様々な市民（老若男女、外国人を含む）に、多角的な視点から市の魅力を発掘してもらい、市の観光サイトやSNSで発信してもらうことで、来訪者を増やしていきたい。

（証拠に基づく政策立案（EBPM））

- ・ アンケートや統計調査を実施し、観光施策により、実際にどの程度地域経済に効果があるのか把握する手法を検討していく必要がある。
- ・ 今後、概ね2年程度のウィズコロナ期と、その後概ね5年程度のアフターコロナの国内外需要回復期における目標・施策を分けて検討している。

（観光資源の広域活用）

- ・ 観光資源が少ないので、本市の単位で単独での観光誘客が難しいという現状がある。隣接市、県などと広域に連携して誘客に取り組んでいく必要があると考えている。

（個人旅行の受入環境整備）

- ・ 観光バスによる団体旅行に依存しない個人旅行をターゲットにした誘客、また受入体制の整備（二次交通整備など）、プロモーションが必要である。

(周遊促進)

- ・ 観光スポットが広く点在しており通過型の観光客が中心となっており、観光客が周遊するに至っていない。さらなる情報発信や市内アクセスの充実を検討したい。
- ・ 市内の特定の観光エリアだけでなく、二次交通整備などを行い、その他のエリアへの周遊を促進したい。
- ・ スマートフォンアプリを利用した周遊型のまち歩き促進事業を実施している。

(着地型観光)

- ・ 着地型観光の取組みを支援し、当市ならではの体験・交流により関係・交流人口を増やしたい。

(滞在型観光)

- ・ 体験コンテンツ造成の取組みを支援し、通過型の観光客の滞在時間増大と日帰りの観光客の宿泊を増やし、地域内消費額を引き上げたい。

(都市観光)

- ・ 文化・商業・娯楽・飲食サービスなど多様な都市機能の魅力を来訪者が気軽に楽しむ観光形態を「都市観光」と捉えている。

(庁内連携)

- ・ 庁内の他課と連携して観光政策をすすめていきたい。

(観光政策主管課と観光協会)

- ・ 観光政策における自治体行政と観光協会の位置づけが明確になっていない。長年にわたって観光協会事務局を市職員が兼務している実態がある。
- ・ 観光政策主管課の業務は、これまでイベントの企画運営や施設の維持管理に係る事務の比重が大きく、地域の稼ぐ力を引き出すためのマーケティングなどに十分な力を割くことができなかった。観光協会の体制強化を図ることでイベント関連の事務移管を進め、データ分析や観光戦略の立案などに注力できる体制の構築を目指したい。

(民間との連携)

- ・ 自治体行政の厳しい財政状況を考慮すれば、投入できる財政資源は限られる。民間事業者による自由な発想に基づく魅力的な体験型コンテンツの造成や事業者同士の連携に対して、側面支援を重視したい。

(産業観光へのコロナ禍の影響)

- ・ 産業観光（陶磁器など）がさかんな地域では、販売イベントや工場見学などへの来訪者が消失し、大きな影響を受けている。

(イベント開催の対策基準がまだ明確でない)

- ・ イベントを開催するにあたっては、国や都道府県の感染拡大防止のガイドラインや指針を参考にしながら判断したいところだが、対策基準がまだ明確ではなく困惑している。国や都道府県の基準だけでは市民の理解が得られない側面もあるのではないかな。

(地域住民と感染症対策の両立)

- ・ 地域住民が暮らす観光エリアでは、観光客にとっては観光対象であると同時に、住民にとっては生活の場でもあることから、観光客の来訪やイベント開催に対する抵抗感や受け入れに慎重な住民もいる。経済活動としての観光と感染症対策の両立、そして住民理解をどう図っていくかが難しい。

○ウィズコロナ及びアフターコロナの対応

(従業者の感染症予防、認定制度の創設、新型コロナ対策宣言制度への参加)

- ・ 観光事業では、観光客の安全を確保することはもちろん、従事者の感染予防も考慮されなくてはならない。市内飲食店をはじめ、物産店、宿泊業者など観光に関連するすべての事業者への支援も課題となっている。
- ・ 観光協会とともに感染症防止策を講じる飲食店、観光施設などを認定する感染症対策推進認定制度の創設や、県内観光誘客を図るべく宿泊施設や飲食店の割引補助などの取組みを推進してきた。
- ・ 市の飲食店や宿泊施設向けの割引事業を実施する際、事業者には、「県の新型コロナ対策宣言制度」への参加を条件とするなど、経済活動維持と感染症拡大防止対策に地域で取り組むため県、市、商工会、観光協会がそれぞれの支援策などを共有し連携している。

(オフシーズンの入込客数確保、経費削減、運営効率化)

- ・ 今後もソーシャルディスタンス確保や3密回避が講じられる限り、観光施設の入込客数減は継続し、減収となる。オフシーズンの入込客数確保、経費削減、運営効率化が必要である。

(マイクロツーリズム、段階的な誘客)

- ・ 自分たちの身近な地域の観光に目をむけるいわゆる「マイクロツーリズム」が提唱されており、都心から1時間程度でアクセスでき、豊かな自然を持つ本市はキャンプ場なども多くあることから、今後はこれらを生かした観光施策を展開していく必要があるものと考えている。
- ・ コロナ禍において3密を避けることができる郊外への関心、ニーズが高まっており、郊外エリアの日帰りの安全安心なお出かけコースを紹介するなど、地域のすみずみまで観光消費が行き渡るようなプロモーションを行っている。
- ・ 市内から県内、県外へと段階的な誘客に向けた対策を進めている。

(リゾートワークやテレワークなど新しい生活様式への対応、交流・体験重視)

- ・ 二地域居住を想定したワーケーションやリゾートテレワークなどへの取組み、新しい生活様式に対応した宿泊施設の新たな活用について、継続的に支援をしていく必要がある。
- ・ 密集を避けるため、土日に捉われない旅行の促進や、関係人口、交流人口の創出に資するような、地域住民との交流や体験重視のプログラムなどの提案が必要であろう。

(個人旅行・グループ旅行へのシフト)

- ・ 市内主要駅前を中心に大規模な集客イベントを実施し、賑わい創出を図ってきたが、今後は個人や小規模グループを対象とした事業へのシフトが課題となっている。

(イベント開催の工夫)

- ・ 今後は代替イベントの実施やコロナ感染拡大防止に最大限配慮した形でのイベント実施などにより、ニューノーマルに対応した新しいイベント開催のあり方を模索したい。
- ・ 位置情報やQRコードを使用したスタンプラリーやSNSを使用したフォトコンテストなど、非接触型やソーシャルディスタンスを保った新しい生活様式を意識したイベントを検討している。
- ・ イベント開催の代替として、バーチャルのオンライン観光PRの実施を検討している。

(伝統行事、祭礼の実施方式の見直し)

- ・ 伝統行事、祭礼において、従来の方法での実施が困難となることから、今後の実施方法について、祭礼実施団体との検討、協議が必要となる。

(自然・健康志向、アウトドア志向への対応)

- ・ 今後の観光に関しては、観光客のニーズが自然や健康志向へシフトし、旅行形態が少人数化することが想定されるほか、アウトドアへの興味がさらに高まる機運があり、これらのニーズにしっかり対応していきたい。

(感染予防対策をPR)

- ・ ウィズコロナの社会では、徹底した感染予防対策による安全性の確保が観光地を選ぶ基準になるのではないかと。宿泊施設や観光施設において行う感染予防対策を対外的にPRするとともに、感染者発生時の対応マニュアルをも備えた環境整備が必要である。事業者、自治体行政と地域が一体となって、安全安心な観光地づくりに取り組んでいく必要がある。

(富裕層の国内旅行取り込み)

- ・ コロナ禍により、海外旅行の需要が国内旅行へとシフトせざるを得ない状況下では、これまで海外に足を向けていた富裕層を国内旅行へ取り込める機会でもある。既存のモデルコースやプランにとらわれることなく、その地域でしか享受できない魅力を磨き上げて、連泊を前提としたゆったりと過ごせる旅行の提案を観光事業者とともに検討していきたい。

(分散型・非接触型の誘客)

- ・ 観光客誘客の事業については、1カ所に大勢の人を集める方法をとることができないため、分散型・非接触型の事業形態に変更していかなければならないと考えている。

(アフターコロナを見据えた取組み)

- ・ インバウンド誘客については、増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症の拡大により渡航が制限され、市内の外国人宿泊者が9割以上減少した。渡航制限解除の見通しが立たない中でも、アフターコロナを見据えた情報発信が必要であると考えている。
- ・ インバウンド誘致は、国の入国制限措置状況や海外の新型コロナウイルス感染症の収束状況などの観点を踏まえながら、対象とする国・地域を選定して再開していきたい。
- ・ コロナ禍収束後に観光客に来訪してもらえるように、全国を対象に、地域の魅力

再発見 Web 記事募集事業などを実施している。

- ・ コロナ禍終息後に訪れるであろう外国人観光客の来訪に向けて、多言語対応や広報宣伝活動が必要である。

(コロナ禍を契機とした政策転換)

- ・ 国内外の市場環境、国や都道府県の動向も不透明な中、次年度以降の観光関係の事業計画の構築に苦心している。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて変化した観光客のニーズや観光業界の動向を踏まえた調査研究や、研究結果に基づく新たな観光戦略を策定しようと考えている。
- ・ コロナ禍において、新しい生活様式や観光のあり方を検討する必要もあるが、対処療法的な短期的な取組みに終始せず、観光計画などに基づき、中長期的な視点でも個別施策を実施していきたい。

(Go To トラベルなどについて)

- ・ Go To トラベルは期間限定の需要喚起策であり、コロナ禍再燃の際の継続性や実施期間終了後の反動減などが危惧される。
- ・ Go To トラベル終了後の観光需要減退に対して、市独自の緊急的な財政支出は、次年度以降の税収減を想定すれば、対策を講じることが厳しい状況である。コロナ禍における観光関連事業者の事業継続支援については、国からの高補助率及び柔軟な取り組みが出来る事業の新設を期待する。

Q16 貴市の観光に関する特徴的な取り組みや動向について、外部にPRしたい取り組みなどがありましたらご自由にご記入ください。
〔自由記述の一部抜粋〕

自治体名	外部にPRしたい取り組み
奥州市	【インフラツーリズム、歴史テーマパーク】 ○日本最大級のロックフィルダムである「胆沢ダム」直下の胆沢川でのラフティング事業を進めています。この胆沢川は胆沢ダム直下であり水量調節できる強みがあることから、カヌージャパンカップの会場としても利用されています。また、ラフティング以外にも胆沢ダム周辺の自然環境を利用したカヌーや星空観察などの事業も実証実験を行っており、市内におけるフィールドアクティビティの拠点となるよう取り組みを進めています。 ○奥州市は世界遺産・平泉の開祖である藤原清衡公の生誕の地と伝えられており、中世にかけての東北の歴史文化を体験できる日本で唯一のテーマパークの「歴史公園えさし藤原の郷」が立地しています。園内では厳密な時代考証に基づき再現された120棟余りの歴史的建造物群の見学や時代衣装着付け体験、ハマグリ絵付け体験などを行うことができます。なお、園内は数多くのドラマ・映画などのロケ地としても利用されており、ロケ資料館ではロケの様子をパネルで見することもできます。
長井市	【けん玉】 ○競技用けん玉生産量日本一を誇る長井市では、けん玉を活かしたまちづくりを推奨しています。平成26年には、長井市けん玉のふる里プロジェクトが立ち上がり、地域ぐるみの取り組みを始め、長井式大皿ドミノによるギネス記録の認定、誰でも気軽に立ち寄れる、けん玉広場SPIKeの設置、商店街けん玉チャレンジ企画などを実施しています。また、さまざまなけん玉交流イベントを開催し、全国のけん玉ファンや、海外からのお客様も訪れ、新たな交流手段となっています。高齢者向けの福祉用けん玉も開発され、子どもから、高齢者までけん玉愛好者が増えており、このけん玉によるまちづくり活動をさらに推進しようと、令和2年9月28日に、長井市の市技として制定されました。今後、市技制定を記念して、けん玉でお得に楽しく市内を巡っていただけるキャンペーンも実施する予定です。
相馬市	【宿泊とスロートーリング】 ○相馬市宿泊助成事業。○相馬市スポーツ合宿等助成事業。○相馬市レンタサイクル事業。宿泊者が自転車を活用して人や文化、自然など地域の魅力に触れるスロートーリングとして市内の各ホテル、旅館などに自転車を配置します。
渋川市	【コロナ対策、サテライトオフィス、ワーケーション】 ○「日本の名湯伊香保温泉」元気応援プロジェクト(1) 安心安全な受入環境整備の支援：市内宿泊施設における感染予防対策を図るため、地元医師会の監修による統一的な衛生基準を設け、衛生講習会を開催しました。市内宿泊施設における感染予防対策のための消耗品及び備品購入のための支援金を交付しました。

自治 体名	外部にPRしたい取組み
渋川市	(2) 市民を対象とした宿泊割引の実施：宿泊客の減少による旅館の経営を支援し、市民に地元の良さを再発見してもらうため、市民が市内の宿泊施設を利用した際に、最大5,000円引きとなる宿泊割引を3段階に分けて実施しました。※第1段：市民先着1,000名（予約順）、6月10日受付開始（1日で受付終了）第2弾：市民先着2,000名（予約順）、6月13日受付開始（7日間で受付終了）第3弾：市民先着3,000名（予約順）、10月8日受付終了（5日間で受付終了）○ウィズコロナ・アフターコロナに対応した「ワーケーション」等の推進（1）宿泊施設におけるワーケーション受入環境整備費用を補助：市内宿泊施設がワーケーションを受け入れるためのWi-Fi環境や回線工事、机・椅子などの備品購入に要した費用の一部を補助金として交付します。（2）サテライトオフィスの開設経費を補助：市内の空き物件を活用し、新たなサテライトオフィスを整備する企業に対し、サテライトオフィスの整備に要した費用の一部を補助金として交付します。（3）ワーケーションの誘致：温泉総選挙事務局の事業である「温泉Biz」に伊香保温泉として参加し、平日の伊香保温泉でのワーケーションを誘致します。
千代田区	【食と農を通じた地方との共生】 ○地方との共生を目指し、食と農を通じた地方との連携支援や、区内飲食店における地方の産地直送特産品の活用を通じ、地方のPRと連携、相互発展を進めています。
北区	【渋沢栄一翁にちなんだ観光資源】 ○新一万円札の顔となる渋沢栄一翁の終焉の地として、観光も含め様々な取り組みを展開しております。2021年には、NHKの大河ドラマ「青天を衝け」が放映されることに伴い、23区で初となる大河ドラマ館を渋沢翁が過ごした飛鳥山の中に設置します。これに併せて、お土産の開発、飛鳥山を起点とした観光コンテンツの充実などにも官民が連携して取り組んでいます。
葛飾区	【風物詩、寅さん、コミックの舞台】 ○「葛飾菖蒲まつり」や「葛飾納涼花火大会」は、本区の風物詩として区内の方々に親しまれています。○本区ゆかりの映画「男はつらいよ」の「寅さん」、「こちら葛飾区亀有公園前派出所」の「両さん」、「キャプテン翼」の「翼くん」、「リカちゃん」、「モンチッチ」などを活用した事業は、国内外から多くの関心を寄せていただいております。中でも「寅さんサミット」は、映画「男はつらいよ」のロケ地となった全国の自治体と連携しながら、多くの来場者にお越しいただくイベントに成長してきました。
多摩市	【アニメ会社との連携、まち歩き、おどりの競演】 ○せいせきみらいフェスティバル：多摩川河川敷で花火の上がるお祭りを毎年9月頃に開催している。屋台の出店、ステージショーなどを行う。子ども向け職業体験型イベント「KAOFES」も同時開催している。○ラスカル子ども映画祭：多摩市に本社スタジオがあり、地域連携協定を締結している日本アニメーション(株)と連携して、子ども向けのアニメーション映画祭を毎年8月頃に実施している。「あらいぐまラスカル」、「ちびまる子ちゃん」などの作品を上映し、一部作品では舞台袖でプロの声優がアテレコする「ライブシネマ形式」を取り入れている。

自治体名	外部にPRしたい取組み
多摩市	アニメーターが現場で使用する機材を使ったトレース作画体験も実施している。ラスカルと地元の飲食店がコラボした商品（クッキーなど）の販売も行っている。○聖蹟桜ヶ丘周辺まち歩き事業：聖蹟桜ヶ丘駅周辺にまち歩きコースを設け、日本アニメーション(株)のキャラクターを使用したルートマップを配布し、チェックポイントを巡ってもらう。景品に、日本アニメーション(株)のキャラクター（ラスカルなど）を使用している。○多摩センターイルミネーション：毎年11月～1月にかけて、多摩センター駅前のパルテノン大通りで大規模なイルミネーションを実施している。イルミネーション期間中に数回、サンリオピューロランドの協力のもと、サンリオキャラクター達が登場するスペシャルパレードを実施している。○多摩センター夏まつり：毎年8月に、多摩センター駅前のパルテノン大通り周辺で実施している。大通りでの日本の踊りの競演をメインとしたお祭り。
稲城市	【メカニックデザイナーの大河原邦男プロジェクト】 ○メカニックデザイナー大河原邦男氏が市内在住であるため、「大河原邦男プロジェクト」を以下のような内容で8年間展開している。○メカデザイナーズサミット→メカニカルデザイナーという職業やものづくり分野にスポットを当て、業界への理解を深めると共に、稲城市を訪れてもらうきっかけとし、市のPRを行うことを目的としたイベント。○モニュメント設置→市内各地へ、ガンダム、シャア専用ザク、ヤッターワン、スコopドッグ○デザインマンホールの設置→市内に5カ所のデザインマンホールを設置し、フォトラリーイベントを行った。
綾瀬市	【ロケツーリズム】 ○ロケツーリズム誘客促進事業：映像作品を通じて知名度を向上させるため、地域住民組織「あやせ市ブタッコリ～ロケ隊【通称ブタロケ隊】」と市がタッグを組んだ組織「綾瀬ロケーションサービス」がロケ誘致を行っています。2016年度からは、ロケ誘致からロケツーリズムに展開し誘客につなげる取り組みを推進しています。2013年度4月、あやせ商業者パワーアッププロジェクト発足。「ロケとグルメによる地域活性化」を目指し、ロケ受け入れ体制について学ぶとともに、綾瀬の農産物を使った弁当の試作品を開発するなど、受け入れに向けて準備を行う。2014年度4月、綾瀬ロケーションサービスオープン。ロケ地の紹介、エキストラ登録、当日の注意喚起などを行い、オープンから約6年間で約130作品を誘致。ロケ地の紹介においては、ブタロケ隊の幅広い人脈を生かして、民間企業や住宅地などでの撮影も積極的に応じる。2016年度、綾瀬産の豚肉を贅沢に使い、郷土料理「豚すき」の旨みを凝縮した「あやせとんすきメンチ」を販売開始（2019年度末時点で7万3,000食を突破）。2017年度、作品のシーン写真のいったロケ地看板を設置開始。現在14基設置。市が発行しているロケ地MAPを見れば、看板の位置が一目で分かる。2018年度、オール綾瀬ロケとなった映画「ルーツ」を制作。全国の映画祭で入選・入賞。ロケが行われた主な作品：「記憶屋あなたを忘れない」（映画）、「七つの会議」（映画）、「万引き家族」（映画）、「恋はつづくよどこまでも」（ドラマ）、「コウノドリ」（ドラマ）。

自治 体名	外部にPRしたい取組み
三 条 市	【アウトドアビジネス】 ○Slow and Steady Shitada 問題意識：アウトドアビジネスは国内外ともに拡大傾向にあり、観光地として選ばれるためには、競合する他地域との徹底した差別化が求められる。下田郷の概要:三条市下田地域では、越後山脈にそびえる粟ヶ岳と守門岳、清らかに流れる五十嵐川、その傍にそびえ立つ景勝八木ヶ鼻（やぎがはな）の壮大な景観を望みながら、キャンプ、パドリング、フィッシング、サイクリングなどのアウトドア・アクティビティを楽しむことができる。下田郷の強み:三条市は、古くから金属加工業が根付いた「ものづくりのまち」である。そこでつくられたアウトドアギアを下田郷の豊かな自然の中で使いながら、里山でのゆっくりとした時間の中で贅沢なひとときを過ごすことができる。WEBサイト:https://slow-and-steady-shitada.jp/special/（11月にリニューアル予定）
新 発 田 市	【民間若手による温泉街活性化】 ○月岡温泉の旅館の若手を中心に設立した「合同会社ミライズ」は、温泉街に点在する空き店舗をリニューアルし、新潟県の食材をテーマにした体験型店舗や地元の果物をテーマとした店舗など毎年1店舗ずつオープンさせ、現在7店舗を運営し、歩いて楽しい温泉街を目指している月岡温泉街に大きく貢献している。この取組は、令和元年に「第1回先進的まちづくり大賞」の最高賞・国土交通大臣賞を受賞しており、また、今年度令和2年度は、全旅連が主催する第23回「人にやさしい地域の宿づくり賞」の最高賞の厚生労働大臣賞も受賞している。行政の支援を受けずに行っている事業であり、温泉街の活性化に大きく貢献している。
魚 津 市	【味わい、アクセス、蟹気楼、海・山の大自然体験】 ○人口に対して飲食店が多い街です。特に魚津駅前には「柿の木割り」と言われる飲食店街とともに多くのホテルがあり、観光客や出張のビジネスマンでにぎわっています。柿の木割りでは、富山湾の海の幸をはじめ地酒を存分に楽しむことができます。○北陸新幹線黒部宇奈月温泉駅や黒部峡谷鉄道、立山黒部アルペンルートからもアクセスが良く、移動の中継基地としても好都合な位置にありますので、宿泊場所としても最適です。○3月下旬から7月初旬は頻繁に蟹気楼が出現し、魚津の海岸線から蟹気楼を見ることができる、全国的にも珍しい場所です。○特別天然記念物のホタルイカ群遊海面と魚津埋没林があり、海岸線から雄大な北アルプス・立山連峰を望むことができる、海と山の大自然を体感することができる街です。
珠 洲 市	【能登国際芸術祭 2020 +】 ○2021年9月4日から10月24日にかけて開催する奥能登国際芸術祭 2020 +（おくとくこくさいげいじゅつさいニーゼロニーゼロプラス）は、東京オリンピック・パラリンピック後に開催する本市をあげての芸術祭である。16の国と地域から47組のアーティストが参加する予定である。

自治体名	外部にPRしたい取り組み
静岡市	【日本遺産】 ○2020年、本市及び隣接する藤枝市にまたがる「旧東海道」のストーリーが『日本遺産』に認定された。今後、日本遺産を活用したプロモーションやおもてなし体制の整備を進め、地域ブランドの確立と地域経済の活性化を目指していく。日本遺産認定タイトル：日本初「旅ブーム」を起こした弥二さん喜多さん、駿州の旅～滑稽本と浮世絵が描く東海道旅のガイドブック（道中記）～
掛川市	【地域資源の活用、コロナ対策推進認定】 ○掛川市はこれまで、掛川茶や三城（掛川城・横須賀城・高天神城）などの地域資源を活用し、個性の光る観光と交流人口の拡大を目指してまいりました。○新型コロナウイルスの影響が深刻化してからは、コロナ感染拡大防止対策を施して営業をつづける観光施設を認定・公表する「掛川コロナ対策推進認定制度」の創設や観光客向けに市内観光施設招待券などを抽選でプレゼントする「おいでよ掛川マル得キャンペーン」の実施、YouTubeチャンネル「きてみい掛川」の開設と動画の配信などを観光協会と協力して行ってきました。
岡崎市	【with コロナに対応する臨時観光アクションプラン】 ○今年度で観光基本計画アクションプランを改定する予定で、審議会などの準備をしていた。コロナの影響もあり、実情にあわない計画を策定するよりも、コロナ禍において何ができるか、横出しのアクションプランとしてのwith コロナに対応する臨時プランを策定することとした。○本市の観光イベント最大の魅力である家康行列や花火大会が中止となった中、今後コロナ禍でいかにして開催できるか検討し、新しい生活様式に沿いながら、当面の取組としてイベントの中長期化、分散化を念頭に、この11/1～本市出生の英傑「徳川家康」の出生を祝う家康公生誕キャンペーンを開催する。おりしも昨年の11/2に本市の玄関口である東岡崎駅ペDESTリアンデッキ上に、家康公の騎馬像を建立した。その1周年を記念することと、家康公の生誕日が12/26ということで、キャンペーンと銘打ち、11/1～市内各所をイルミネーションで彩る。和菓子や洋菓子のスイーツも特別限定スイーツとして、各店舗協力のもと販売、スタンプラリーを開催し、観光客の誘致をはかる。イルミネーションをほどこし、回遊してもらうことで夜のにぎわい創設につなげていく。
あま市	【体験観光（尾張七宝（七宝焼））】 ○伝統的工芸品に「尾張七宝（七宝焼）」があります。令和3年度は「冷やし」をテーマに、県などとタイアップして七宝風鈴が作れる体験コースを計画中です。昔は、宝飾品として取り扱われたほど高価で美しい七宝焼をアートヴィレッジで製作体験してみませんか？
芦屋市	【地元公共交通と地域ブランディング】 ○阪神間連携ブランド発信事業は阪神間の自治体に加え、阪神電車と協同して実施しています。自治体間だけではなく、地元公共交通機関と一緒に地域ブランディングに取り組んでいます。

自治 体名	外部にPRしたい取組み
檀 原 市	【伝統建築、町並みを活かす】 ○文化財保護法の制度により平成5年に「重要伝統的建造物群保存地区」に選定された「今井町」があります。今井町は、戦国時代に向宗本願寺坊主の今井兵部卿豊寿によって寺内町が建設されたことに始まり、江戸時代には独自の通貨「今井札」を発行するまでに栄えた町です。その町並みは東西600m、南北310mの広がりを持ち、周囲には環濠が巡らされ町内への連絡は9つの門に限られていました。また内部の道路は見通しのきくものではなく、ほとんどが一度屈折させてあります。これは江戸時代、敵の侵入に備えた軍事的目的のために作られたものですが、江戸時代は裕福な商人の生命・財産などを外部から守るというものによって変わっていききました。現在も、今井町の大半の民家が江戸時代以来の伝統様式を保っており、重要文化財となっている建物が9軒、県指定の文化財が3軒あるなど、当時の様子を色濃く残しています。その今井町に対し、市は家屋の修理修景のための助成を行い、町内の電柱地中化を進めるなど保全に力を入れてきました。周囲の道路や駐車場、広場整備などを行い、周辺環境も年々美しい街並みへと変貌しています。このような取り組みの結果、徐々にではありますが、カフェや飲食店が開業し、新しいものと古いものが共存する場所となっています。本年、4月には檀原市観光協会が、今井町内の今井町並み交流センター「華薨」に事務所を移し、観光客の迎え入れの準備を整え、皆様のお越しをお待ちしております。
安 来 市	【安来節どじょうすくい出迎え隊の取組み】 ○安来節どじょうすくい出迎え隊の取組み。ほぼ毎週日曜日の午前中に、JR安来駅のホームにおいて安来節どじょうすくい踊りの衣装を着用したボランティアメンバーによる観光客のお出迎えとお見送りを行っている。特急や観光列車の停車時間にどじょうすくい踊りを披露したり、フォトロボックスを用いた記念撮影を行ったりしている。安来駅にはエレベーターがないため、大きなスーツケースを持参された観光客の荷物運搬の補助も行っている。
高 松 市	【ディスカバーたかまつフォトコンテスト】 ○「ディスカバーたかまつフォトコンテスト」の実施。1. 概要:新型コロナウイルス感染症の拡大により影響を受けて低迷している観光需要を回復させるため、本市独自の観光振興策である「令和2年度SNSを活用した高松魅力発信キャンペーン事業」としてInstagramを活用し、高松で発見した文化、観光地での体験やグルメなど、思わず「高松に行ってみたくなるような」魅力あふれる写真、動画の投稿を募集するもの。2. コンテスト開催期間：第一弾：令和2年9月1日（火）～令和2年11月30日（月）第二弾：令和2年12月1日（火）～令和3年1月31日（日）3. コンテスト実施方式：市が第一弾、第二弾のそれぞれで大賞と、「体験・アクティビティ」部門、「絶景」部門、「グルメ」部門、「伝統文化」部門、「うどん×サイクリング」部門、「ディープな盆栽体験」部門の各6部門の入賞作品を選定。

自治体名	外部にPRしたい取組み
高松市	受賞者に対しては、市内ペア宿泊券、サンセットクルーズ貸切ツアー、「もっとディープな盆栽体験」、漆器・庵治石グッズ・讃岐かがり手まりなどの伝統工芸品など、本市ならではのものをプレゼント。投稿規定や応募方法などのコンテスト詳細については、「ディスカバーたかまつ」特設ホームページ（ http://www.discovertakamatsu.com ）に記載。
宇和島市	【地域資源活用】 ○仙台藩主伊達政宗の長子秀宗公を藩祖とし、現存十二天守の一つ宇和島城のある城下町。伊達博物館や天赦園など伊達家ゆかりの施設をはじめ、重要文化的景観にも選定された遊子水荷浦の段畑などここにしかない本物がある街。○真珠や真鯛養殖、かんきつ類の生産量は日本一を誇り、それらを活かした体験ツアーや宇和島鯛めしや宇和島じゃこ天など、豊かな食にも恵まれている。
東温市	【観光PRキャラバンとSAKURA select】 ○市長をトップとした「観光PRキャラバン事業」では、近隣県の自治体ほか、観光関連機関やマスメディアを訪問し、本市の観光物産をPRしている。近隣県での認知度向上や連携協定締結につながり、交流人口の拡大に寄与している。○『「SAKURA select」創出事業』において、市内で生まれた豊かな食材やユニークな商品を地域ブランド「SAKURA select」として選定し、それらを活かして地域振興及び交流人口の拡大を図っている。商品開発のほか、販路拡大業務にも取り組んでおり、県内外でフェアや商談会を実施し、首都圏の顧客やバイヤーなどに情報発信を行っている。
宗像市	【世界文化遺産、ワーケーション】 ○2017年に「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群」が世界文化遺産に搭載され、2019年度まで観光客が増加し、構成資産である宗像大社（辺津宮）だけでなく、離島の大島（中津宮）への来訪者も増加した。○今年度は、東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、国際チーム（ブルガリア、ロシア）の誘致も決定していたが、新型コロナウイルス感染拡大により、期待されたインバウンドは完全に閉ざされた。GoToキャンペーンに象徴される観光経済活動の再開に伴い、市ではワーケーションへの具体的なモデルコースを模索している。企業連携協定にあるJALの社員を対象にした市内の宿泊施設、大島観光プラン、体験プランなど、10月、11月にはモニタリングの実施予定である。
玉名市	【コロナ感染防止の認証制度】 ○玉名クオリティ認証制度。取り組みの概要：観光、宿泊産業においては、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、県境を越えての移動や海外からの渡航が制限されたことから、業績などに大きな影響を与えています。そのため、今後は観光客に対して感染症への不安や懸念を払拭し「ウィズコロナ・アフターコロナ」を見据えた新たな「観光スタイル」の構築に取り組む必要があります。すでにコロナ禍が続く都市部においては、感染拡大への対策を徹底し業績の回復につなげる事例も見られます。

自治 体名	外部にPRしたい取組み
玉 名 市	そこで、本市ではコロナウイルスの感染拡大防止を前提に、衛生環境が整った観光地であることをアピールし、更なる誘客につなげるため、市内の宿泊施設に本市独自の衛生状態を確認するチェックリストを設け、基準を満たした宿泊施設に対し「認証」を行うことで、県内外から訪れる観光客へ安心して滞在していただける環境を提供いたします。今後、国や県、市で取り組む観光キャンペーンなどにおける需要を取り込むためにも、地域が一体となった取り組みの「見える化」を図り、新たな本市の魅力として体制を構築するものです。取組みの期間：令和2年8月1日から令和3年7月31日まで。対象施設：市内全18宿泊施設 https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/422/16566.html
鹿 児 島 市	【With コロナ新観光プロジェクト事業】 ○新型コロナウイルス感染症への対応：新型コロナウイルス感染症による本市観光に対する多大な影響が生じたことから、その早期回復を図るために、まず、6月議会において、宿泊施設などによる衛生対策強化などの取組に対して補助金を交付する制度を設けたほか、県外観光客を対象にした市内宿泊施設への宿泊キャンペーンを予算計上したところである。そして、9月議会において、「With コロナ新観光プロジェクト事業」を立ち上げ、新型コロナウイルス感染症の影響下における新たな視点での観光プロジェクトを各面から展開することにより、当面の観光振興を図るとともに、コロナ収束後の需要回復を見据えた観光メニューの充実につなげようと、取組を進めているところである。さらに、同議会において、今後を見据え、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた観光トレンドの調査研究や、研究結果を踏まえた新たな観光戦略を策定する予算も計上したところである。1. 衛生対策などの支援制度の創設（6月議会）。感染症の再流行などに備えつつ本市観光の早期回復につなげるため、市内の宿泊施設及び貸切バス、タクシー事業者の衛生対策などの利用者回復に向けた取組に対して幅広く支援する。（宿泊：最大100万円、バス・タクシー：最大50万円※収容定員・保有台数に応じて支援）。2. 県外観光客宿泊キャンペーン事業（6月議会）。県外観光客を対象に、市内宿泊施設で宿泊の割引を受けられるクーポンを市独自に発行し宿泊観光客を誘致することにより、本市観光の早期回復につなげる。（2,000円自己負担で、6,000円分の宿泊クーポン。先着1万枚）。3. With コロナ新観光プロジェクト事業（9月議会）。(1) かごしまワクワク体験推進事業：市民3万人へのお試しクーポン3,000円発行。体験メニューの磨き上げを図る。(2) マイクロツーリズムモニターツアー実施事業：新たな生活様式を踏まえて実施（4種）。着地型旅行商品の充実促進。(3) オンライン観光支援事業民間事業者などを支援補助率3/4、補助上限額20万円。4. 第4期観光未来戦略策定事業（9月議会）。新型コロナウイルス感染症を踏まえた中長期的な観光トレンドの調査・研究や、研究結果を踏まえた新戦略の策定。

第2節 自治体の観光地としての特性に基づくアンケート回答傾向の一考察 ―宿泊業従業者数の特化傾向による分類―

1 自治体類型としての「観光地」の定義付け

(1) はじめに

本調査研究において位置づけるところの「ツーリズム行政」は、一般的にイメージされる有名な観光資源や産業が集積する、いわゆる「観光地」ではない自治体であっても、地域に存在する資源の磨き上げ、利活用を通じて、「観光」を手段とした地域の持続的な発展に資することを目指すものである。一方、アンケート調査によって収集された各自治体の観光に関連する取組みの実態は、それぞれの自治体の「観光地」としての特性に大きく依存すると考えられ、「観光地」の自治体とそうでない自治体の区分によって集計・分析を行うことは、アンケート結果を解釈するうえで有用な知見が得られるものと考えられる。

本節では、公開されている統計データをもとに、自治体の観光に関わる特性を分析し、アンケート結果の分析にあたっての便宜的な「観光地」の定義づけを行う。具体的には次項で述べる通り、2016年度経済センサスの産業別従業者数の自治体ごとの集計から、宿泊業の従業者数に着目し、一定以上の宿泊業の集積がある自治体を「宿泊特化型都市」と定義する。第2項以下では、その区分に基づいてアンケートのうち観光政策主管課の組織、業務、予算・財源、具体的な施策・事業に関する各設問の分析を行い、若干の考察を行う。

(2) 経済センサス「産業別従業者数」に基づく分析

自治体の「観光地」としての特性は、様々な側面から観察することができる。観光行動、観光資源などに着目することも考えられるが¹、これらは基礎自治体単位で統計データを得ることが困難である事などから、本章の分析では観光に関わる産業の側面に着目し、経済センサスの「産業別従業者数」統計を活用して分析を行う。

経済センサスは従前は産業分野別に行われていた経済活動に関する統計調査が統合され、2009年に第1回の基礎調査、2012年に第1回の活動調査が行われ、以後5年ごとに行われているものであり、本項では最新の活動調査である2016年調査より「事業所に関する集計 産業横断的集計」を収集し、自治体単位での産業分類別の従業者数を集計する。

(3) 産業別特化係数の算出

統計の分類上、「観光」のみを対象とした産業を抽出することは困難であるが、本稿ではその中でも相対的に観光に関連が深いと考えられる「宿泊業」に着目する。

はじめに、全国・全産業における宿泊業の位置づけを把握する。2016年度経済センサスにおいて集計された全産業（公務を除く）従業者数の全国総数は、56,872,826人であり、そのうち宿泊業は約

1 観光行動に関するデータは「観光入り込み客数」、「宿泊客数」、「観光消費額」といったアウトプットの指標がある。しかしながら、これらの指標は都道府県単位では統一された基準に基づく統計データが近年整備されたものの、基礎自治体単位では網羅的なデータを取得することが困難である。観光資源に関するデータは、(公財)日本交通公社が公開している「観光資源」「観光地点」の一覧があり、地理的な分布についても「国土数値情報」などで情報を得ることができる。しかしながら、山岳、河川、海岸、湖沼といった自然資源から寺社仏閣、城跡、街並みなどの歴史・文化資源、大規模集客施設など、多種多様な観光資源が存在することから、自治体ごとに一定の基準で集計して特性を明らかにすることは困難である。

68万人（約1.2%）である。

自治体ごとの集計においてそれぞれの構成割合を比較するにあ

表7-2-1 産業分類別従業者数と特化係数の各種統計値

産業分類	全国 従業者数	全国比率	基礎自治体特化係数				
			最大値	上位20%値	中央値	下位20%値	最小値
A農業、林業	323,052	0.57%	61.08	6.41	1.94	0.38	0.00
B漁業	39,118	0.07%	419.93	2.19	0.00	0.00	0.00
C鉱業、採石業、砂利 採取業	19,467	0.03%	208.94	3.36	0.00	0.00	0.00
D建設業	3,690,740	6.49%	8.62	1.89	1.23	0.85	0.00
E製造業	8,864,253	15.59%	4.48	1.97	1.23	0.60	0.00
F電気・ガス・熱供給・ 水道業	187,818	0.33%	124.38	1.35	0.24	0.00	0.00
G情報通信業	1,642,042	2.89%	6.66	0.20	0.05	0.00	0.00
H運輸業、郵便業	3,197,231	5.62%	6.71	1.21	0.76	0.46	0.00
I1卸売業	4,003,909	7.04%	3.31	0.73	0.45	0.24	0.00
I2小売業	7,839,960	13.79%	2.91	1.31	1.09	0.86	0.00
J金融業、保険業	1,530,002	2.69%	5.06	0.75	0.48	0.24	0.00
K不動産業、物品賃貸 業	1,462,395	2.57%	2.64	0.84	0.49	0.22	0.00
L学術研究、専門・技 術サービス業	1,842,795	3.24%	17.95	0.71	0.42	0.20	0.00
M1宿泊業	678,833	1.19%	51.13	3.22	0.85	0.26	0.00
M2飲食店、持ち帰り・ 配達飲食サービス業	4,683,255	8.23%	12.14	1.04	0.74	0.48	0.00
N生活関連サービス 業、娯楽業	2,420,557	4.26%	8.68	1.23	0.97	0.68	0.00
(Nのうち、80娯楽業)	871,377	1.53%	17.98	1.41	0.87	0.42	0.00
O教育、学習支援業	1,827,596	3.21%	8.70	0.91	0.44	0.16	0.00
P医療、福祉	7,374,844	12.97%	3.58	1.44	1.06	0.72	0.00
Q複合サービス事業	484,260	0.85%	38.48	3.06	1.59	0.84	0.00
Rサービス業(他に分 類されないもの)	4,759,845	8.37%	8.85	0.87	0.62	0.43	0.00

出典：2016年度経済センサスをもとに筆者作成

たって、上述のとおり産業ごとに全国における構成割合が異なるため、同じ値であっても産業ごとに数値の持つ意味は変わってくることから、ここでは以下の式（1）により特化係数を算出する。

$$\text{地域 A における産業 } i \text{ 特化係数} = \frac{\text{地域 A における産業 } i \text{ の構成割合}}{\text{全国における産業 } i \text{ の構成割合}} \dots (1)$$

産業別の従業者総数、全国における構成割合と、自治体ごとに算出した特化係数の各種統計値について、表7-2-1に示す。

（4）宿泊業従業者特化係数の傾向

図7-2-1は、横軸に従業者総数、縦軸に宿泊業特化係数をそれぞれ

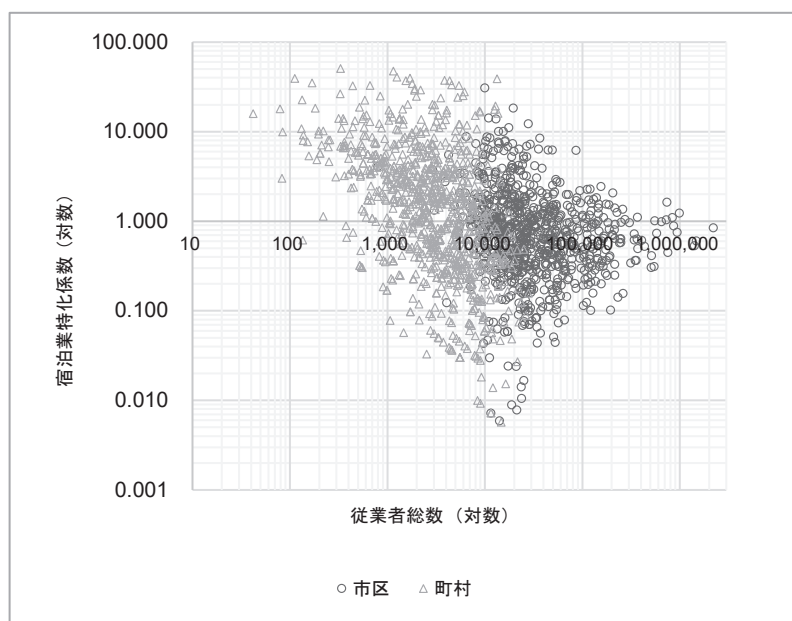


図7-2-1 従業者総数—宿泊業特化係数散布図

出典：アンケート調査結果を基に筆者作成

れ対数で取り、市区、町村の別²でプロットしたものである。規模が小さい町村は比較的特化係数が高い領域に分布しており、特化係数2.0以上の自治体は、市区では15%であるが、町村は40%が該当する。

以下の分析では、宿泊業特化係数が2.0以上の自治体を「宿泊特化型都市」として分類し、アンケート回答の集計区分とする。この条件に該当する自治体は、815都市自治体のうち120自治体（約15%）であり、多くは温泉観光地を抱えるような一般的にイメージされる「観光地」である。宿泊業がすなわち観光の全ての特性を表すわけではないが、一定以上の宿泊業の集積には観光客の存在は不可欠であり、また宿泊業に特化した自治体は、今般のコロナ禍のような不景気、自然災害、風評被害などによる観光需要の減退の影響を、住民の雇用という面で直接的に被ることから、経済・産業政策として観光を位置づけていることが多いと仮説を立てることができる。

2 「宿泊特化型都市」分類によるアンケートの分析

(1) 回答自治体における「宿泊特化型都市」の位置づけ

ここからは、アンケートに回答があった自治体に絞って、分析を進める。前節で定義した「宿泊特化型都市」に該当する自治体は、60/408自治体、全体の約15%である。自治体類型ごとの内訳は、表7-2-2に示すとおりである。

2 2016年経済センサス実施時点で、宮城県富谷市・福岡県那珂川市が市制施行前であったため、市の総数は790市である。また福島県双葉町のデータが欠損している（町村数は上記と併せて927）ほか、東京特別区内に境界未確定地があり、これも集計単位に加えられている（23区+1）。

表7-2-2 回答自治体における「宿泊特化型都市」の自治体類型

	政令指定都市	特別区	中核市	施行時特例市	一般市	総計
宿泊特化型都市	0	1	3	1	55	60
非特化都市	10	12	29	13	284	348
総計	10	13	32	14	339	408

出典：アンケート調査結果を基に筆者作成

(2) 各設問の分析結果

● Q1(2) 観光政策主管課の所属部局

観光政策主管課が所属している部局について、宿泊特化型都市の方が独立した観光部局に所属している割合がやや大きいですが、実数として多数を占めるわけではなく、産業だけでなく各自治体固有の要因があることが示唆される。全体として商工部局に属している自治体が多数を占める傾向は、宿泊特化型都市と非特化都市の間で大きな差異は見られなかった。

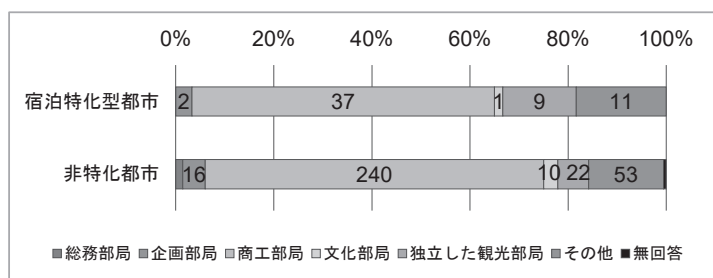


図7-2-2 観光政策主管課の所属部局の比較

出典：アンケート調査結果を基に筆者作成

● Q1(3) 観光政策主管課の所掌事務

本設問では観光政策主管課の所掌事務について、15の選択肢を挙げてそれぞれ該当の有無を尋ねている。これらのうち、全体の選択割合が8割を超える①～⑧は、分類による差異はほとんど見ら

れなかった。選択割合が低い⑨～⑮のうち、⑫「MICE」、⑭「スポーツ」、⑮「交通」は宿泊特化型都市の方が取り組まれている自治体の割合が高かった。一例として⑫MICEは、展示場や会議場施設など複合的な機能の整備が求められる取組みであり、その基盤として一定の宿泊業の集積が無ければ取り組むことが難しいという側面、あるいは既に集積している宿泊業の活性化、施設の有効活用のために複合的なMICEを誘致しようという動機が生まれる側面の両

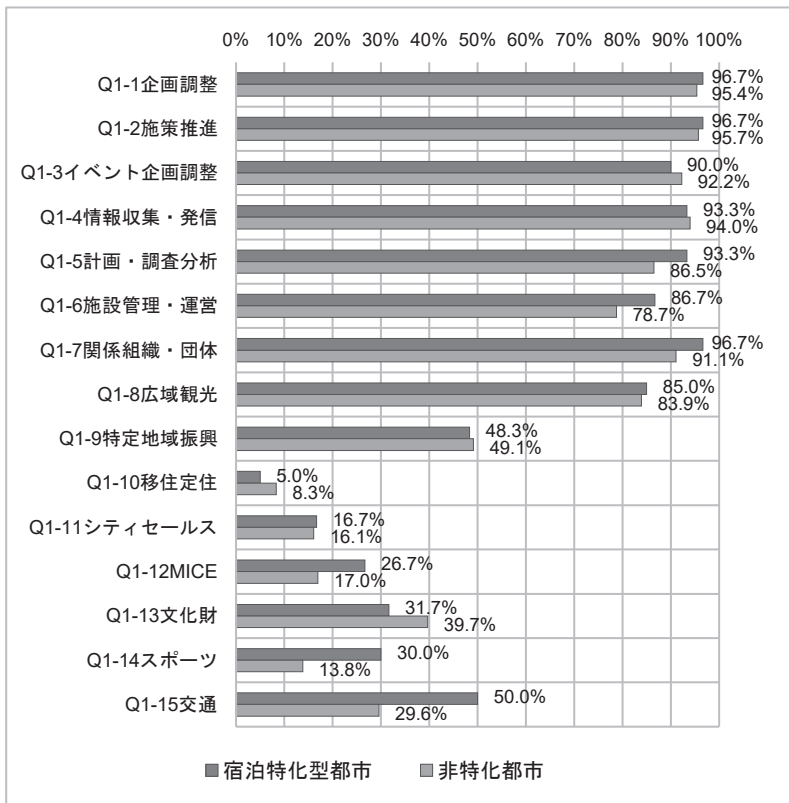


図7-2-3 観光政策主管課所掌事務の比較

出典：アンケート調査結果を基に筆者作成

面から、この要因を解釈できる。

⑬文化財の利活用は、非特化都市において比較的多く取り組まれているが、観光産業や有名な観光資源が集積していないこれらの自治体においては、これまで観光資源として認識されていなかった文化財を活用する動きが、観光政策の戦略として注目されていることが示唆される。

● Q1(4) 観光政策主管課の予算額

本設問では観光政策主管課の予算額を、2019年度、2020年度それぞれについて尋ねており、一般会計全体に占める割合で集計した結果、2019年度は有効回答363自治体の平均値0.907%・中央値0.572%、2020年度は有効回答355自治体の平均値0.991%・中央値0.623%であった。これらを宿泊特化型都市と非特化都市に区分して平均値を比較した結果が表7-2-3であり、両年度ともに宿泊特化型都市の方が約2倍であり、平均値の差の検定（t検定）は1%有意であった。

実態として上述のような差が生じているが、Q9の「観光政策に関する課題認識」を参照すると、「予算が不足している」という課題に対して「あてはまる」「ややあてはまる」と選択した自治体の割合は、宿泊特化型都市は70%、非特化型都市は77%と、いずれも大半の自治体が予算の不足を感じている。自治体の特性に応じた施策・事業がそれぞれ取り組まれており、それに対する予算は十分でないという課題は共通しているといえるだろう。

表7-2-3 宿泊特化分類による予算割合平均値の年度別比較

	2019年度	2020年度
宿泊特化型都市	1.581%	1.743%
非特化都市	0.799%	0.873%

出典：アンケート調査結果を基に筆者作成

● Q7・Q12・Q13 観光政策の具体的な取組み

これらの設問は、1自治体当たり最大で3件、コロナ禍以前に取り組んでいた特徴的な事業（Q7）、コロナ禍の影響を受けて中止・見直しなどを行った事業（Q12）、コロナ禍の影響を受けて新たに始めた事業（Q13）を、それぞれ回答する形式となっている。各設問の回答事業数（0~3）毎に、宿泊特化型都市と非特化都市を集計した結果を表7-2-4に示す。

Q7とQ12は全体でそれぞれ90%、95%が1つ以上の事業を回答しており（回答有自治体割合）、宿泊特化型都市・非特化都市の分類によって大きな差は生じていないが、Q13の回答有自治体割合は、非特化都市が68%に対して、宿泊特化型都市が92%と大きな差が生じていることは注目に値する。

Q13で回答されている取組み・事業の多くが、宿泊客に対する宿泊料金の助成、特典・クーポンの付与といった、観光需要の喚起による宿泊業の支援を目的としたものである（飲食関係の取組みが51に対して、宿泊関係の取組みが133^{3注3)}）。本節における「宿泊特化型都市」は、分類に用いた指標の特性より、今般のコロナ禍の影響を宿泊業の衰退・廃業の危機という形で受けており、その支援が急務であったことがここから示唆される。

一方で、回答が少なくとも一つ以上あった自治体における回答事業数の平均はQ7・Q12・Q13いずれも、1.9~2.2程度であり、宿泊特化型都市の方が非特化都市より若干多いものの、大きな差は見られない。また取組みの目的・手段について、それぞれの項目の選択割合を比較したところ、分類による差はほとんど見られなかった。Q7については「特徴的な取組み」を「最大3つまで」挙げるとい

3 回答された個別の事業名のテキストに「宿泊」・「泊」、「飲食」・「食」が含まれるものをそれぞれ集計した。

う回答形式の性質により、分類によらず似通った事業が挙げられている可能性がある。

またQ12については、祭りを中心とした各種イベントの中止、海外からの誘客を目的とした事業の中止といった回答が多く、これは地域特性を問わず全国的に一律の対応がなされたため、回答傾向に差は生じなかったと考えられる。

表 7-2-4 Q7・Q12・Q13の回答概略

	Q7			Q12			Q13		
	宿泊特化	非特化	総計	宿泊特化	非特化	総計	宿泊特化	非特化	総計
回答数0	5	35	40	2	19	21	5	110	115
回答数1	18	126	144	12	107	119	20	86	106
回答数2	15	84	99	21	95	116	10	70	80
回答数3	22	103	125	25	127	152	25	82	107
回答有自治体数	55	313	368	58	329	387	55	238	293
総計	60	348	408	60	348	408	60	348	408
回答有自治体割合	92%	90%	90%	97%	95%	95%	92%	68%	72%
回答総数	114	603	717	129	678	807	115	472	587
平均回答数 (回答有自治体)	2.073	1.927	1.948	2.224	2.061	2.085	2.091	1.983	2.003

出典：アンケート調査結果を基に筆者作成

● Q8 観光政策の財源

各種の税、交付金、補助金、寄付金などの導入・活用状況について、宿泊特化型都市と非特化都市で比較すると、一部の項目を除き、宿泊特化型都市の方が導入・活用している自治体の割合が若干高い傾向となった。顕著な差があるのは①入湯税であるが、宿泊特化型都市に温泉観光地を抱える自治体が多く分類されているため、自然な結果と言える。一方で③宿泊税は、本アンケート回答自治体の中では非特化都市でのみ導入されていた。宿泊特化型都市では上述のとおり入湯税がすでに課税されている場合が多いことが、そ

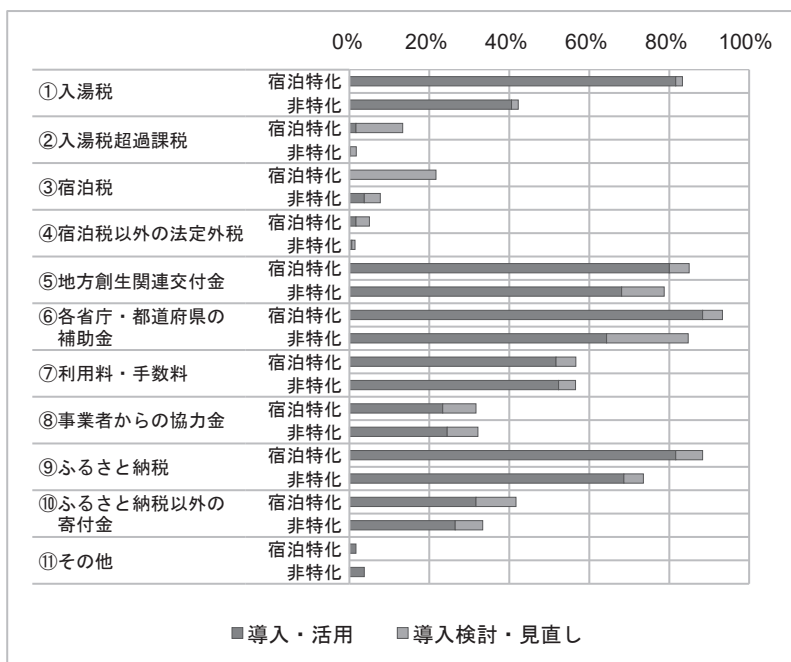


図 7-2-4 Q8 各種財源の導入状況の比較

出典：アンケート調査結果を基に筆者作成

の要因と考えられるが、今後の導入を検討している自治体は約20%ある。

前述のQ9の回答結果の通り、財源の不足は多くの自治体で課題として認識されていることもあり、②入湯税の超過課税（約15%が導入を検討）などと併せ、各自治体では独自の財源確保を模索していることが示唆される。

総括

本稿では、宿泊業の従業者数に基づいて「宿泊特化型都市」を定義・分類し、観光政策主管課の組織、業務、予算・財源、具体的な

施策・事業に関する各設問について分析結果を示した。現状において、観光に関わる各種取組みの有無、すなわちバリエーションは、MICEなどを除けば概ね分類による差は見られなかったが、事業に係る予算上の位置づけ、すなわちボリュームは大きな差があり、宿泊業を中心とした産業は、各自治体の観光に関わる基盤・資源として重要な位置づけにあることが、改めて示された。

冒頭で述べた通り、「ツーリズム行政」は、こういった基盤や資源に乏しい、いわゆる観光地でない自治体においても、観光を手段として地域の持続性に寄与することを目指すものである。Q1(3)で示唆されたように、非特化型都市の方が文化財の利活用などに関する施策に取り組んでいる自治体の割合は大きく、観光産業の集積が弱い都市であっても、多様な資源を活用した観光に関する取組みが広がりつつある。

一方で、宿泊業を中心とした観光産業が集積しているのであれば、その持続、活性化が自治体の経済にとって重要であることは、Q13の分析結果から示唆されるように、コロナ禍のような危機に直面してより強く認識されるところである。Q13においては、「マイクロツーリズム」や「ワーケーション」、「オンライン」といったキーワードを含む取組みが少数ながらも挙げられており、各自治体の特性に応じた危機への対応が見られる。

PostコロナあるいはWithコロナという大きな社会的背景の変化を踏まえながら、それぞれの自治体の持続可能性に寄与する「ツーリズム行政」が求められている。