

やまなし観光産業活性化計画

～ 日本一の観光立県をめざして～

山梨県

平成 28 年 3 月

日本一の観光立県をめざして



世界遺産の富士山やエコパークの南アルプスをはじめとする美しい自然と特色ある歴史文化に囲まれ、温泉、フルーツ、ワインなどの地域資源に恵まれた本県は、東京圏に隣接しているという特性もあり、国内外から多くの観光客の皆様を訪れていただいています。

こうした中、東京オリンピック・パラリンピックの開催やリニア中央新幹線の開通に向け、今後、さらに多くの観光客の来県が想定されますので、そのおもてなしの受け皿となる観光産業の成長を図るため、このたび「やまなし観光産業活性化計画」を策定いたしました。

この計画は、これまで十分に議論されてこなかった「観光を産業として捉える」という考え方に立っており、観光産業の規模や雇用の現状等について調査したところ、本県経済における観光産業の重要性と他県に対する優位性が改めて確認できました。

計画の基本方針としては、「観光産業の『稼ぐ力』と『働く魅力』を高める」こととし、観光人材の育成、他産業との連携による経済波及効果の拡大、さらには観光産業の生産性の向上や推進体制等について方向性を示し、本県経済の活性化と雇用の創出を図ることとしました。

今後は、県をはじめとして、観光産業の事業者や観光に携わる関係者が一体となって、観光産業の活性化に向けた具体的な施策を積極的に展開し、本県を日本一の観光立県として参りたいと考えていますので、皆様の御理解と御協力をお願いします。

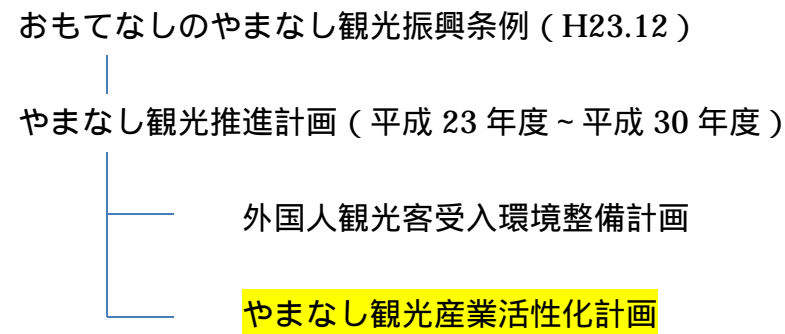
平成28年3月

山梨県知事 後藤 育

【計画策定の趣旨】

観光産業は、宿泊・飲食（サービス業）、交通（旅客運輸業）、土産物（製造、小売り業）など多岐にわたり裾野が広い産業で、地域経済や雇用への影響が大きい産業
観光産業は、農業、林業、地場産業等の産業連携の核として地域活性化に貢献する重要な産業
生産性の向上や人材育成など、産業としての成長に欠くことのできない課題に積極的に取り組むことが必要

【計画の位置づけ】

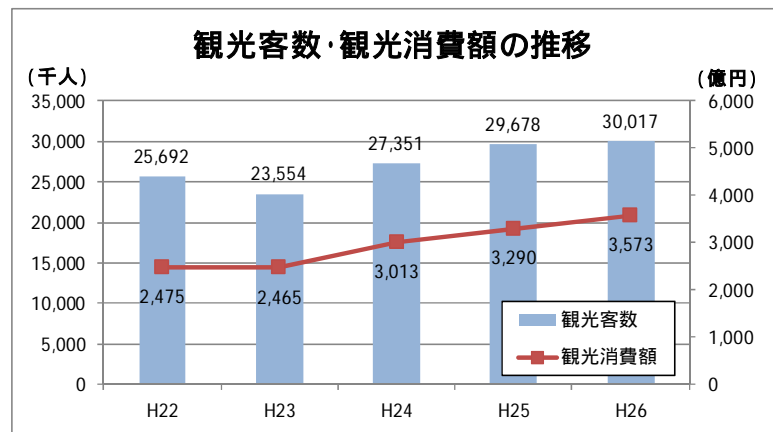


【策定経過】

検討委員会（委員長：立教大学観光研究所長 東教授）
・県内大学、ホテル旅館、交通、旅行、土産、飲食店等の有識者・業界代表者
業界アンケート調査、観光GDP・雇用誘発効果分析
・県内観光関連企業 250 社から回答
シンポジウム（関係者、県民の意見）
・1/22 観光産業活性化シンポジウム 200 名参加

【現状と課題】

1 現状



	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)

観光GDP 1,995 億円（県産業GDPの7.4%）
雇用誘発効果 32,383 人（県全体雇用者の9.5%）

2 課題

短い滞在時間（日帰り観光客が75%、中央道渋滞）
季節、曜日で大きな波がある入り込み状況
ホテル旅館の客室稼働率 H26：43.3% H27：48.3%
全国 21 位の付加価値生産性（正規雇用の妨げ）

【重要性と将来性】

経済規模（人口）における**宿泊者数は全国 2 位**
経済規模（人口）における**観光消費額は全国 1 位**
宿泊・飲食業の全産業**従業員比率(11.1%)は全国 2 位**
地域産業や地域社会と共に成長する産業

【目標】

	(H26)	(H30)
観光消費額	3,573 億円	3,989 億円 (11%増)
観光GDP	1,995 億円	2,227 億円 (11%増)
雇用誘発効果	32,383 人	36,157 人 (11%増)

【計画期間】

平成 28 年度～平成 30 年度
（平成 31 年度以降もやまなし観光推進計画の見直しに連動して一部修正と目標のローリングを行う）

【基本方針と主な取り組み】

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）

- 地域の価値創造（地域資源を観光資源へ）
 - ・既存資源の再発掘、情報発信（神社仏閣等）
- 滞在・周遊観光の促進（リゾート型、周遊型）
 - ・地域資源のネットワーク化と情報発信
 - ・宿泊施設での情報発信機能の強化
- 冬の観光の強化（入込客数の平準化）
 - ・国内の新たな地域や海外からの観光客の誘客
- 平日の観光の強化（入込客数の平準化）
 - ・修学旅行やMICEの誘致促進

インバウンド観光の促進（受入環境整備、消費拡大）

- 多言語化等受入環境の整備 免税店の拡充支援
- 人材育成・人材確保**
 - 人材育成
 - ・山梨県立大学観光専門コース等との連携

- ・地域限定特例通訳案内士の育成及び活用
- 人材確保
 - ・COC+等と連携したインターンシップの推進

(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）

- 経営支援
 - ・観光産業に特化した支援体制の検討
 - ・民間金融機関等の観光支援策等への協力
- 金融支援
 - ・県融資制度、県金融相談窓口の活用
 - ・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

- 宿泊施設等における県産食材の使用促進
- 県産食材を使用した「食」の全国PR(イメージアップ)

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)観光の重要性、将来性等の情報発信

3 推進体制の整備

- やまなし観光推進機構のDMO候補法人への登録推進
- 県内各地のDMOに対応する取り組みへの支援

目 次

計画の基本的な考え方	1
1 計画策定の趣旨	1
2 観光産業の定義	3
3 計画の位置づけ	5
4 計画策定の背景	5
(1) 国の動き	5
(2) 県の動き	6
(3) 県内大学・高校等の動き	7
5 観光産業の現状と課題	10
(1) 現状	10
(2) 課題	16
6 観光産業の重要性、将来性	30
(1) 重要性	30
(2) 将来性・他県と比べた優位性	30
7 計画の目的	32
計画が目指す目標	33
計画期間	34
基本方針	34

基本方針を実現するための主な取り組み	36
1 観光産業の「稼ぐ力」を高め、「働く魅力」を高める	36
(1) 地域の取り組み	36
国内旅行の促進（滞在価値、滞在時間の拡大）	36
インバウンド観光の促進（受入環境の整備、消費拡大）	38
人材育成・人材確保	39
(2) 企業の取り組み	40
経営環境の確立（労働環境、施設整備、金融）	40
他産業と連携した付加価値、経済波及効果の拡大	41
2 長期的視点での観光財産の創出	42
(1) おもてなしマインドの醸成	42
(2) 観光インフラの整備	43
(3) 観光産業の重要性、将来性の情報発信	43
3 推進体制の整備	44
参考資料 1 やまなし観光産業活性化計画策定の経緯	
参考資料 2 やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会設置要綱	
参考資料 3 「観光産業の活性化の検討に係る調査」アンケート調査報告書	

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思われれます。

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

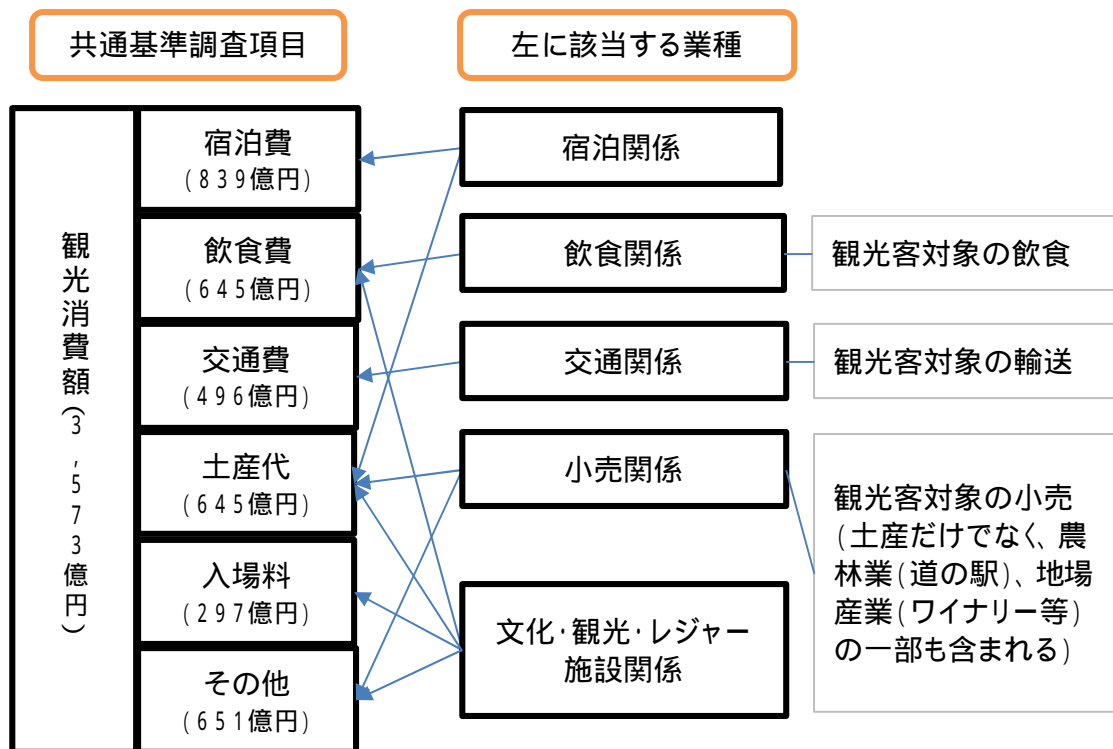
世界観光機関（UNWTO）は、国際基準としてTSA（Tourism Satellite Account）観光産業分類を定めています。日本標準産業分類（平成25年10月改訂）との対応関係は次のとおりです。

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

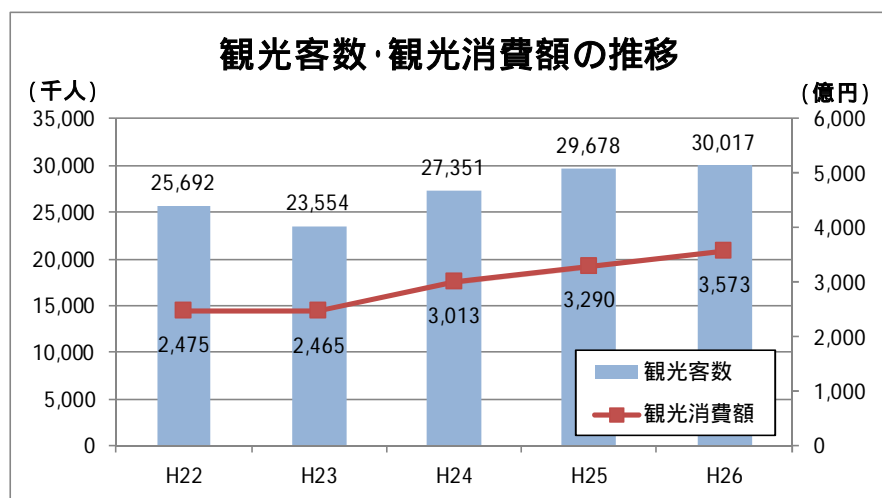
(1) 現状

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。

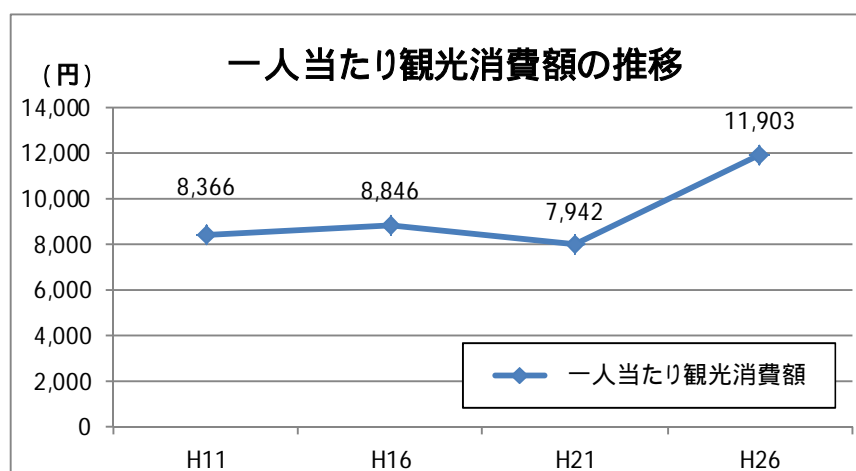


(単位:千人、億円)

	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

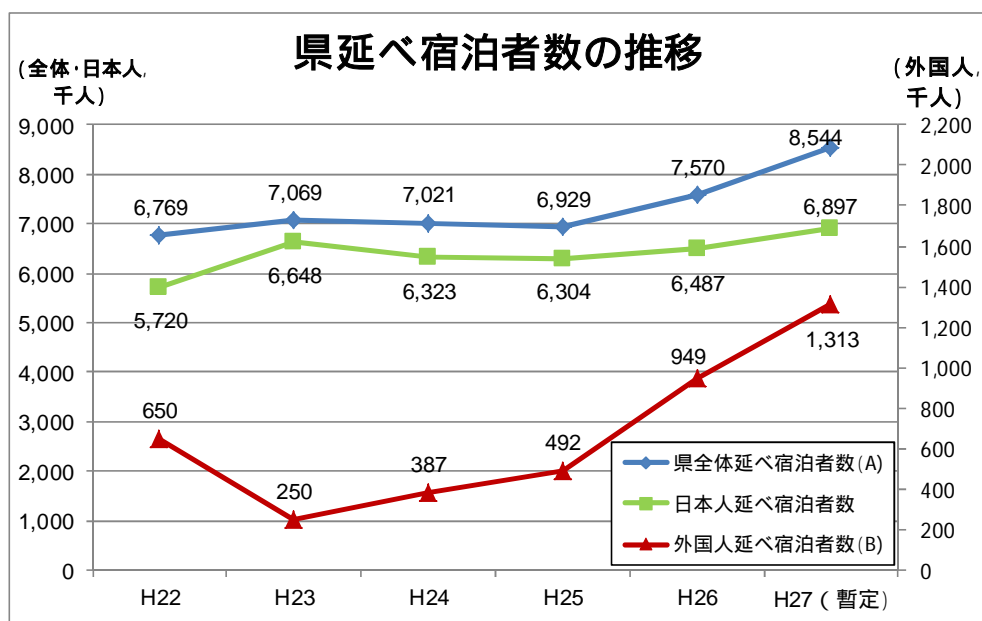
(出典:山梨県観光客動態調査、山梨県観光入込客統計調査)

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%

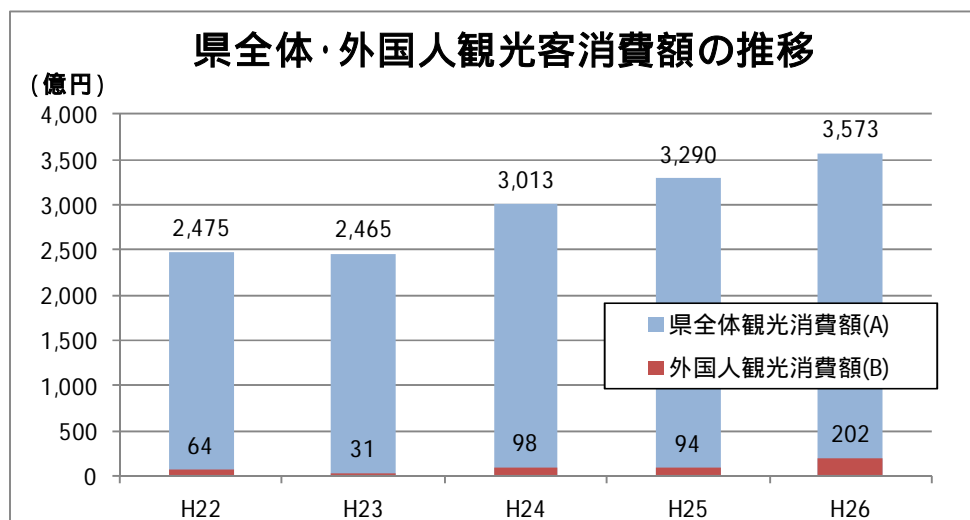
居住地不詳を含むため、県全体の数字と個々の数字の和は一致しない。

(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。



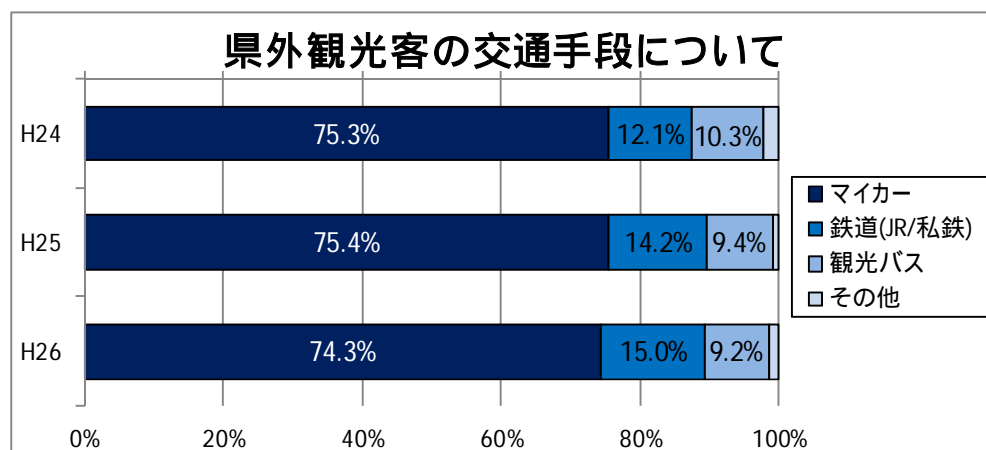
(単位: 億円)

	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

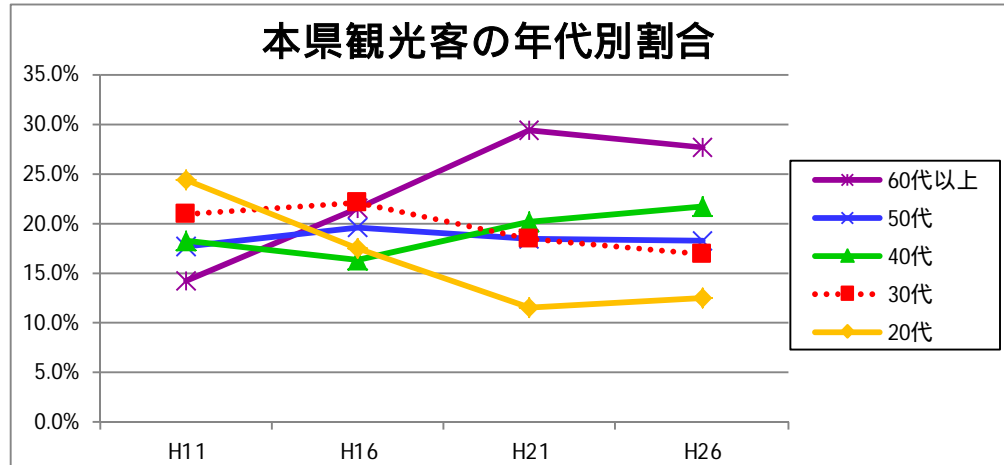
ほぼ4分の3の方が自動車で来県していますが、鉄道での来県が徐々に増えているので、2次交通の充実が重要になります。



(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。

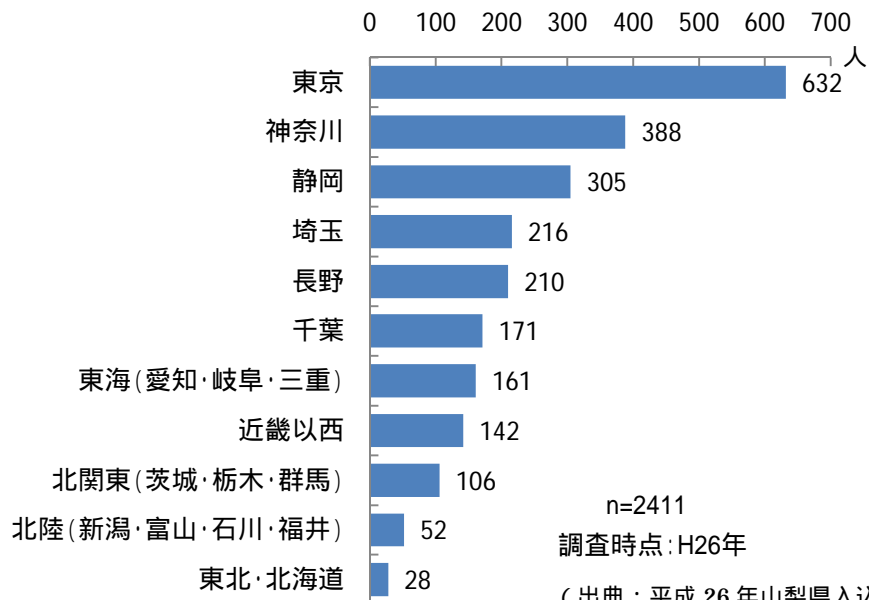


	H11	H16	H21	H26
20代	24.3%	17.4%	11.5%	12.5%
30代	21.0%	22.1%	18.4%	16.9%
40代	18.2%	16.3%	20.1%	21.6%
50代	17.7%	19.6%	18.4%	18.2%
60代以上	14.2%	21.5%	29.3%	27.7%

(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)

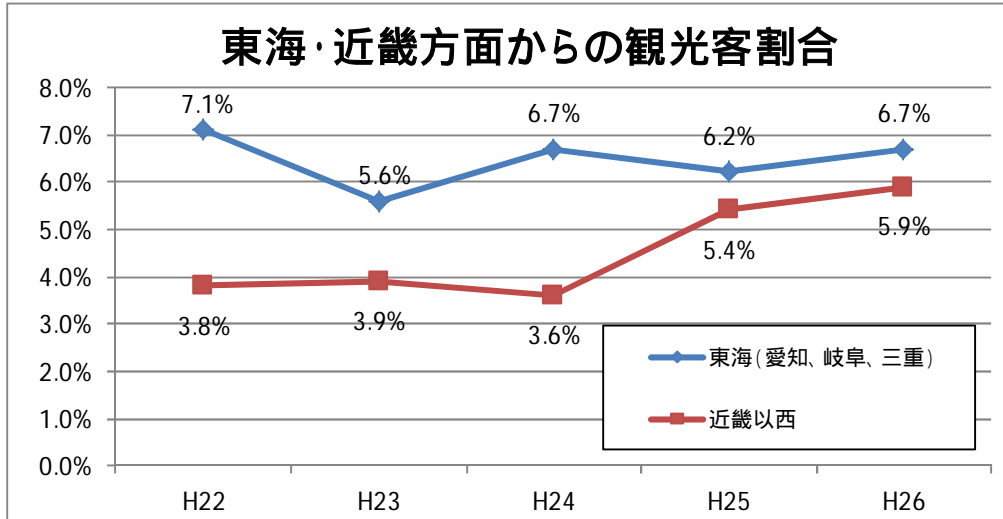
居住地

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)

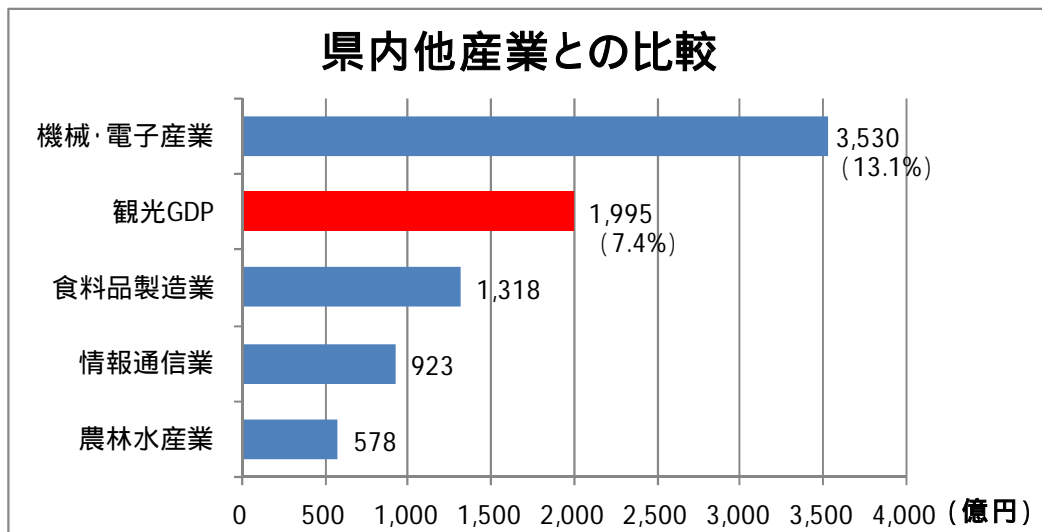
【参考】H25国の観光消費額の経済波及効果等

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	

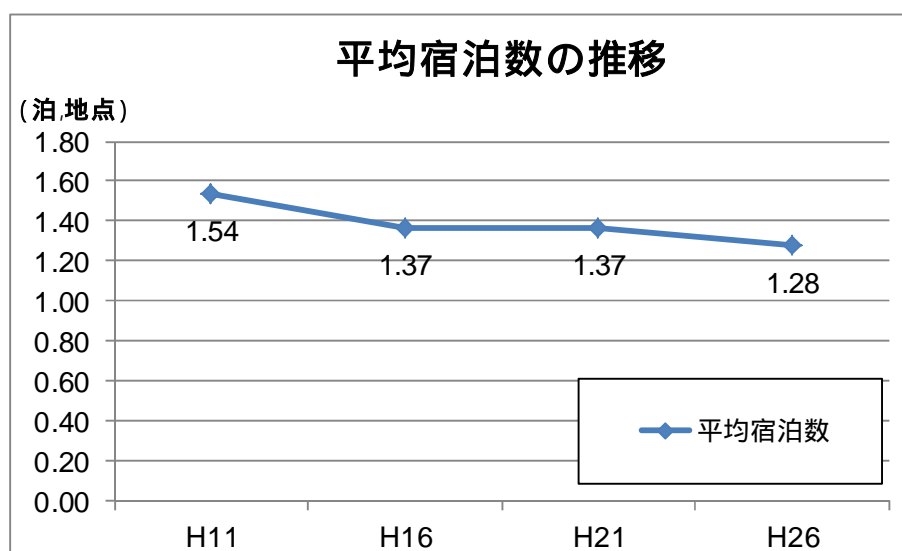
(出典:山梨県観光入込客統計調査)

[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」ということとなります。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]

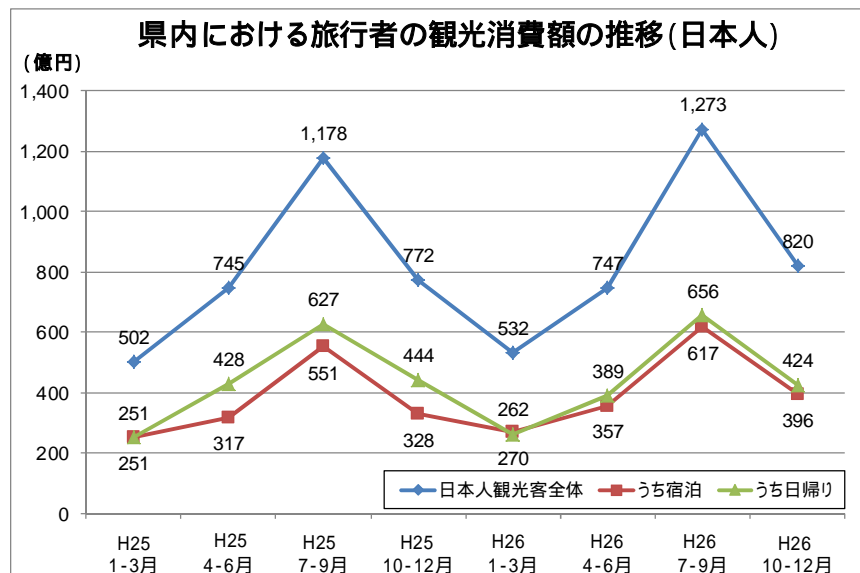
H26年	冬	春	夏	秋	年間
東京	30.0%	26.3%	21.7%	26.7%	26.2%
神奈川	16.3%	14.9%	17.7%	15.8%	16.1%
静岡	16.6%	11.4%	13.8%	9.6%	12.7%
埼玉	8.0%	10.8%	9.8%	7.4%	9.0%
長野	9.8%	9.8%	5.5%	9.4%	8.7%
千葉	5.6%	6.2%	5.8%	10.2%	7.1%
東海（愛知・岐阜・三重）	5.2%	8.2%	6.7%	6.3%	6.7%
近畿以西	4.3%	4.4%	9.1%	5.9%	5.9%
北関東（茨城・栃木・群馬）	2.4%	5.7%	4.2%	5.0%	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

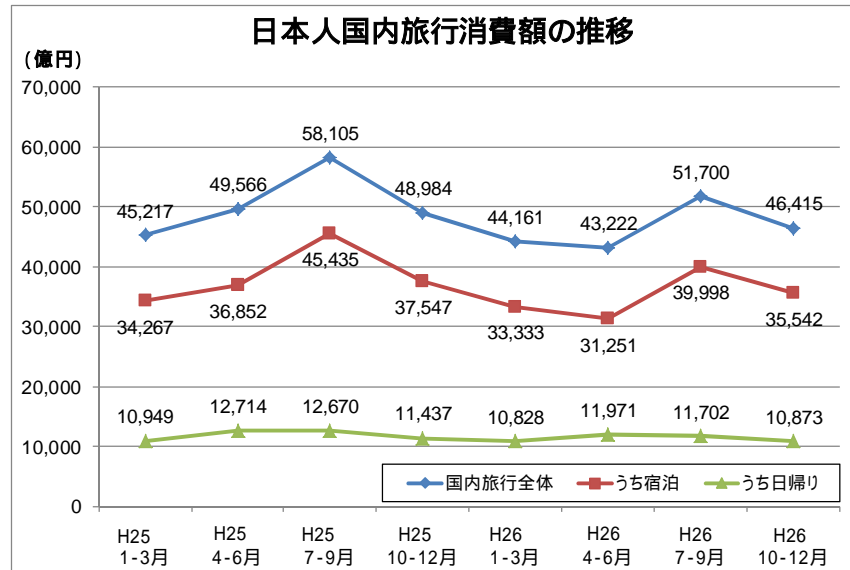
観光消費額から見ても、国と同様、冬の観光が弱いことが分かります。



（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）



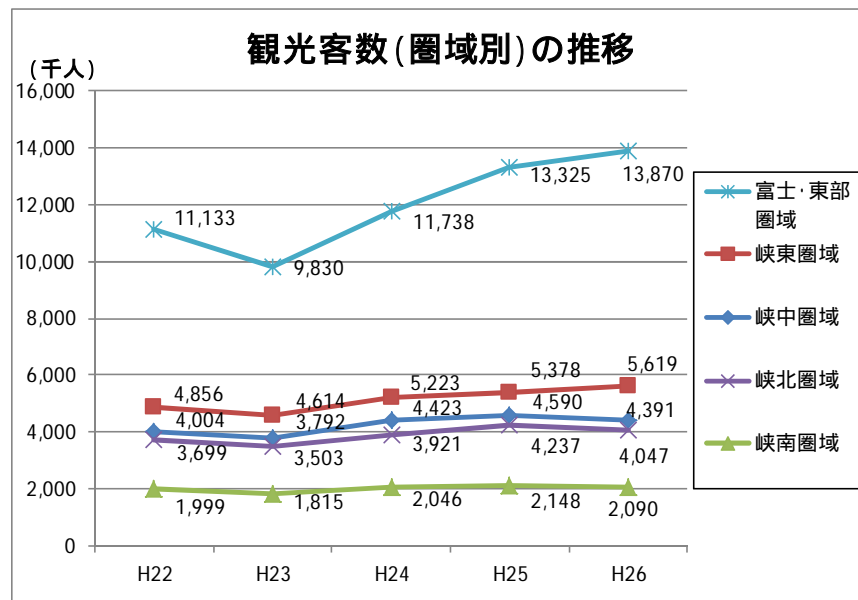
(単位: 億円)

	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)

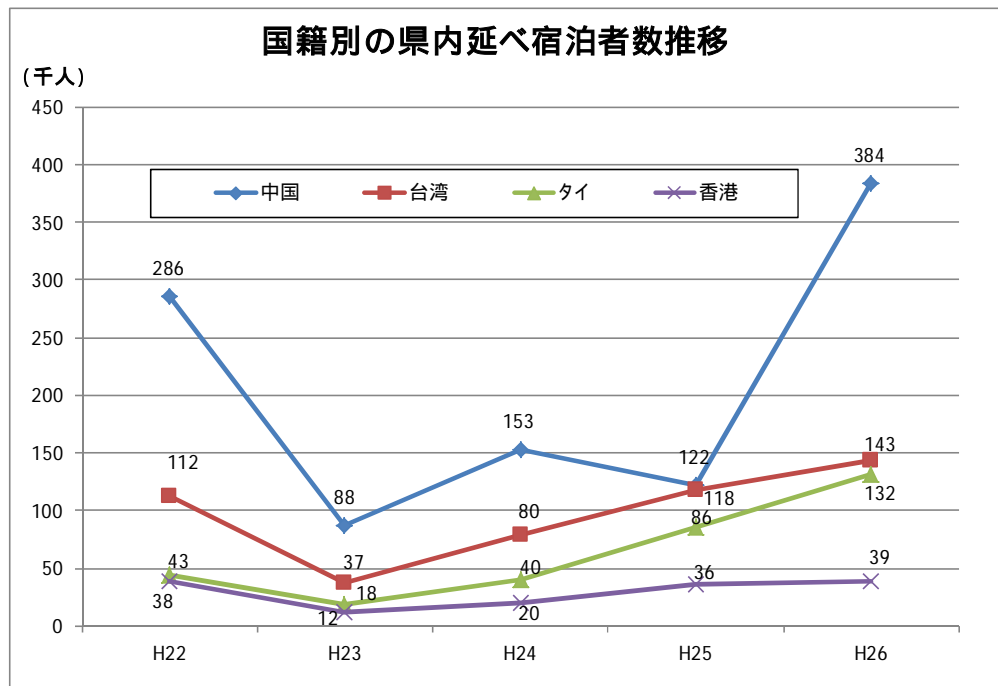
	H22	H23	H24	H25	H26	
峡中圏域	4,004	3,792	4,423	4,590	4,391	15%
峡東圏域	4,856	4,614	5,223	5,378	5,619	19%
峡南圏域	1,999	1,815	2,046	2,148	2,090	7%
峡北圏域	3,699	3,503	3,921	4,237	4,047	13%
富士・東部圏域	11,133	9,830	11,738	13,325	13,870	46%

(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

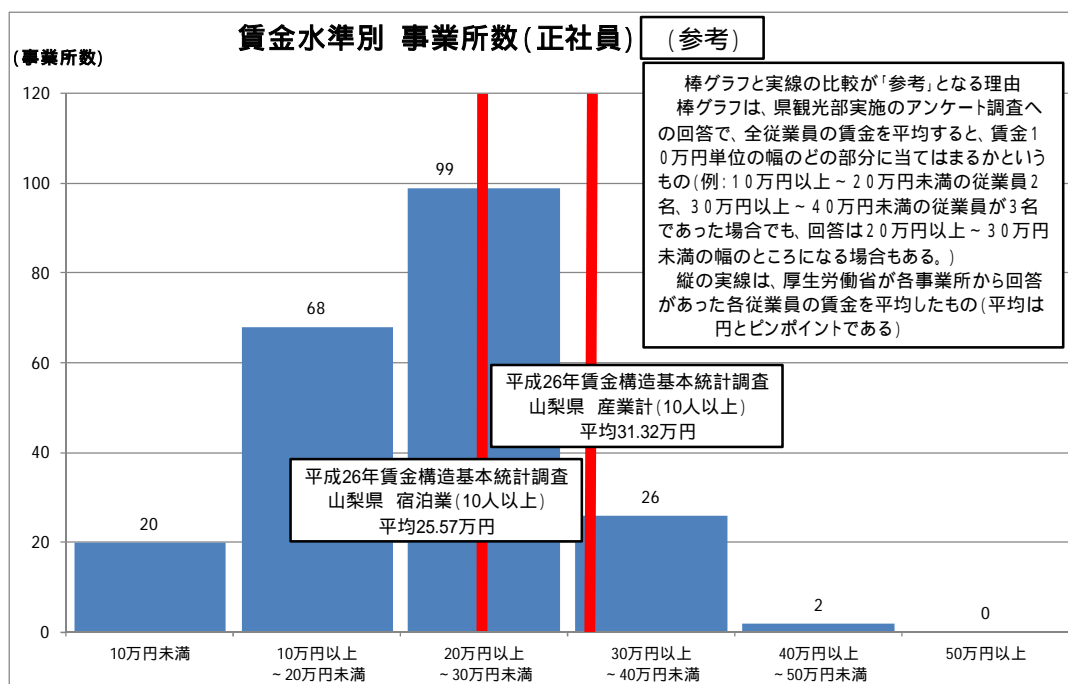
宿泊業（企業規模計10人以上）

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

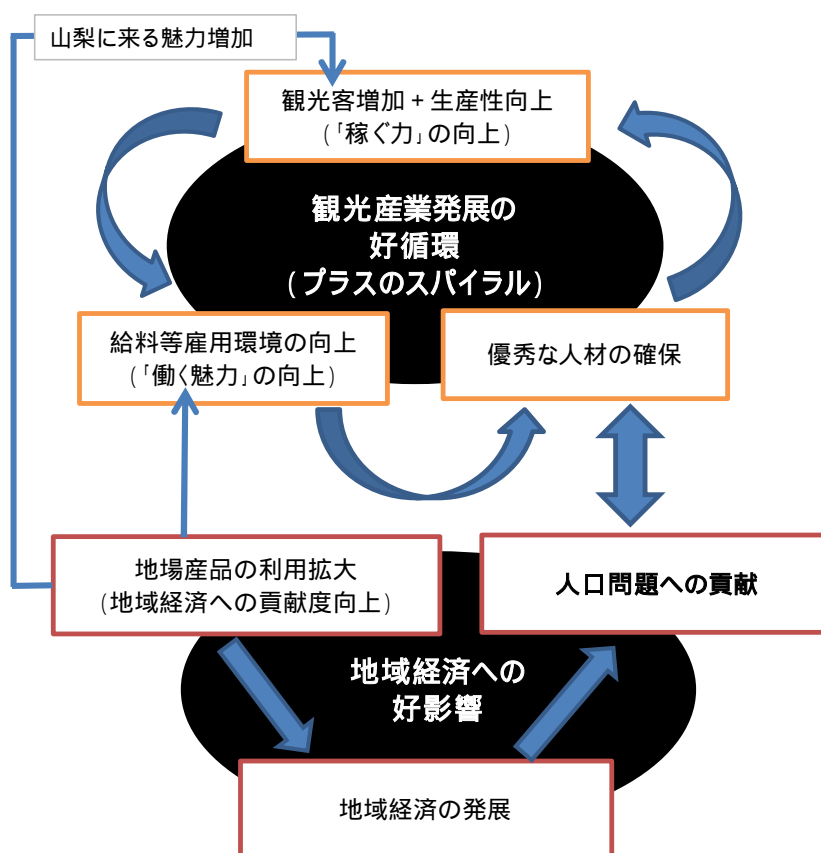
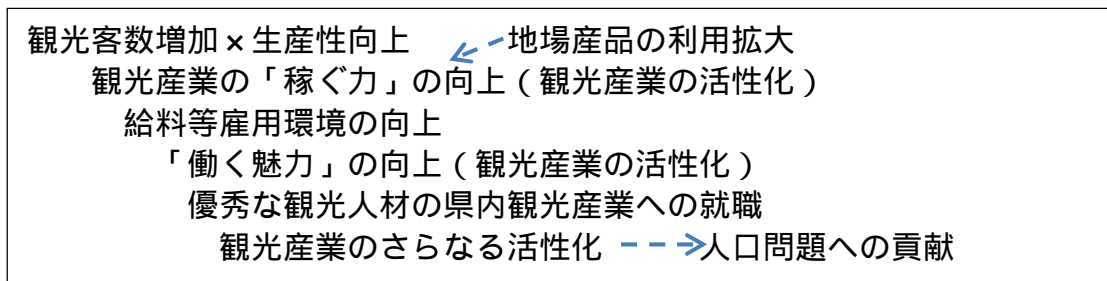
・県観光部が発行した「山梨百名山手帳」は大人気

・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みます。

《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（MICE）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、現場に入っただけの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めます。

《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

やまなし観光産業活性化計画策定の経緯

平成 27 年 10 月 14 日

やまなし観光産業活性化計画策定委員会の設置

平成 27 年 10 月 30 日

第 1 回 やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会

【場所】：山梨県防災新館 409 会議室

【議事】： 今後のスケジュール及び進め方について

観光産業の現状等について

- ・山梨の観光の概要
- ・観光消費額の経済効果、観光 GDP
- ・観光産業の生産性等

県内観光産業の現状、課題、観光産業活性化への各委員からの意見

平成 27 年 12 月 2 日

第 2 回 やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会

【場所】：山梨県防災新館 402、403 号室

【議事】： やまなし観光産業活性化計画骨子案について

計画骨子案への各委員からの意見

平成 28 年 1 月 22 日

やまなし観光産業活性化シンポジウム

【場所】：ベルクラシック甲府

【プログラム】

1 基調講演

講演者：やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会 東委員長

テーマ：やまなしの観光産業と地域活性化に向けて

2 特別講演

講演者：和倉温泉 加賀屋 相談役 小田 禎彦 氏（観光カリスマ）

テーマ：おもてなしの心 加賀屋の流儀

3 シンポジウム

コーディネーター：やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会 東委員長

パネリスト：富士急行株式会社 代表取締役社長 堀内 光一郎 氏
一般社団法人ワインツーリズム 理事 大木 貴之 氏
JTB総合研究所 主席研究員 田中 敦 氏

テーマ：観光産業の「稼ぐ力」と「働く魅力」について

平成 28 年 2 月 15 日

第 3 回 やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会

【場所】：山梨県防災新館 402、403 号室

【議事】： やまなし観光産業活性化計画素案について
計画素案への各委員からの意見

やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会設置要綱

(設置)

第1条 本県の観光産業のさらなる活性化のため、「やまなし観光産業活性化計画」(以下「計画」という。)を策定するに当たり、幅広い分野の方々から意見を聴くため、やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(組織)

第2条 委員会は、知事が委嘱する別表に掲げる委員をもって組織する。

- 2 委員の任期は、委嘱の日から平成28年3月31日までとする。
- 3 委員会に委員長を置き、委員の互選により選出する。
- 4 委員長は委員会を代表し、会務を総理する。

(委員会)

第3条 委員会は、委員長が招集する。

- 2 委員長は、委員会の議長となる。
- 3 委員長は、必要に応じて委員以外の者の出席を求めることができる。
- 4 委員は、やむを得ない事情により委員会に出席できないときは、代理者を出席させることができる。
- 5 前項の代理者は、委員とみなす。

(検討事項)

第4条 委員会は、計画の策定に係る、次に掲げる事項に関し検討し、意見提言を行うものとする。

- (1) 観光産業の生産性向上に関する事項
- (2) 観光人材の育成・活用に関する事項
- (3) その他観光産業の活性化に必要な事項

(庶務)

第5条 委員会の庶務は、観光部観光企画・ブランド推進課において行う。

(委任)

第6条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則 この要綱は、平成27年10月14日から施行する。

別表(第2条関係)

やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会 委員名簿

NO.	分野	所属	役職・氏名
1	学識経験者	立教大学観光学部(観光研究所)	教授(所長) 東 徹
2		山梨大学生命環境学部	准教授 竹之内 玲子
3		山梨学院大学現代ビジネス学部	教授 数住 伸一
4		山梨県立大学国際政策学部	教授 吉田 均
5	宿泊関係	湯村温泉旅館協同組合	理事長 笹本 健次
6		石和温泉旅館協同組合	理事長 山下 安廣
7		河口湖温泉旅館協同組合	理事長 山下 茂
8	運輸関係	山梨県バス協会	会長 小澤 建雄
9		山梨県タクシー協会	会長 大木 政
10		鉄道事業者(富士急行株式会社)	社長 堀内 光一郎
11	土産関係	やまなしブランドみやげ品協会	会長 上原 重樹
12	飲食関係	山梨県食品衛生協会	会長 細谷 憲二
13	旅行関係	日本旅行業協会関東支部山梨県地区委員会	委員長 小林 宏至
14		全国旅行業協会山梨県支部	支部長 菅沼 稔
15	金融関係	山梨県銀行協会	会長 進藤 中
16	観光関係	やまなし観光推進機構	理事長 井澤 啓

【委員長】:立教大学観光学部(観光研究所) 教授(所長) 東 徹

「観光産業の活性化の検討に係る調査」
アンケート調査報告書

平成 28 年 1 月 15 日

目次

I. アンケート調査の概要	1
II. アンケート調査結果	2
III. アンケート調査票	40

本報告書中の記号について

- S A … 単一回答(Single Answer)の略。選択回答は1項目。
- MA … 複数回答(Multi Answer)の略。回答する選択肢の数に制限なし。
- L A … 複数回答(Limited Answer)の略。回答する選択肢の数に制限あり。
- F A … 自由回答(Free Answer)の略。回答者の考えを自由に記入する。
- N … 回答先数 (Number) をあらわす。「N=100」は回答先数が100先。

※ アンケート結果の数値は小数点第2位を四捨五入しており、合計値が100%にならない場合があります。

I. アンケート調査の概要

1. 調査目的

本調査は、県内観光産業の事業者（宿泊業、飲食業、土産等小売業、旅客運送業、旅行代理店、各種観光施設等）の現状や業界ニーズ等を把握し、山梨県の観光産業の活性化に向けた観光計画の策定に活用することを目的として実施しました。

2. 調査期間

平成 27 年 10 月 9 日（金）～平成 27 年 10 月 23 日（金）

3. 調査対象

県内の観光産業事業所のうち、無作為で抽出した 700 件の事業所に対して調査を実施しました。

ホテル・旅館・ペンション	300
飲食店・レストラン	150
土産物販売・小売店	50
旅客運送・交通	100
旅行代理店	50
レジャー・娯楽施設	25
文化施設・観光施設等	25
計	700

4. 調査方法

郵送による配布及び回収を実施しました。

5. 回収結果

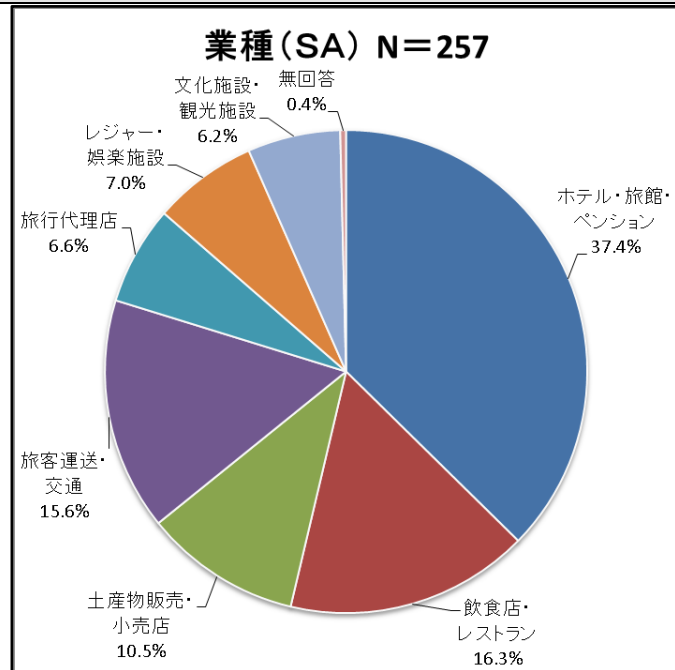
有効回答数は 257 件（有効回収率 36.7%）でした。

Ⅱ. アンケート調査結果

◇事業所の概要について

業種

ホテル・旅館・ペンション	96
飲食店・レストラン	42
土産物販売・小売店	27
旅客運送・交通	40
旅行代理店	17
レジャー・娯楽施設	18
文化施設・観光施設	16
無回答	1
計	257



所在市町村 (圏域分類)

峡中圏域	54
峡東圏域	44
峡南圏域	19
峡北圏域	46
富士・東部圏域	88
無回答	6
計	257

《圏域分類》

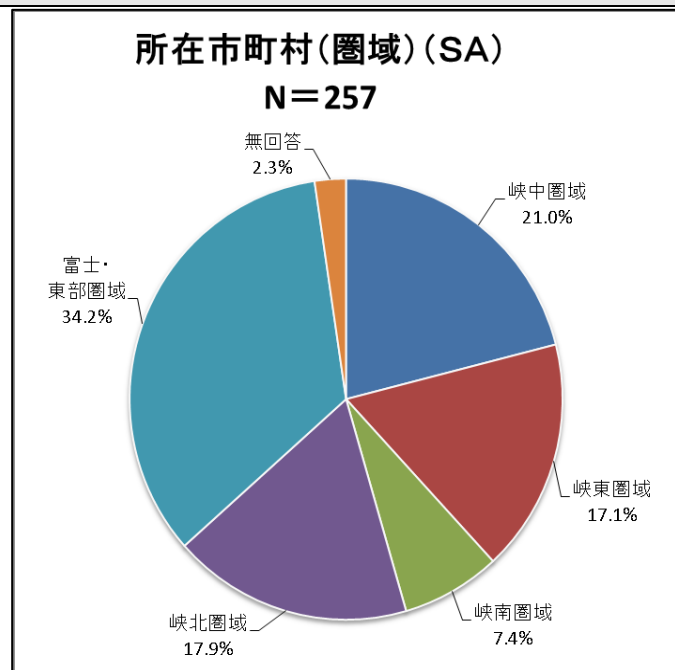
峡中：甲府市・甲斐市・南アルプス市・中央市
昭和町

峡東：笛吹市・山梨市・甲州市

峡南：市川三郷町・富士川町・身延町・早川町
南部町

峡北：韮崎市・北杜市

富士・東部：富士吉田市・大月市・都留市
上野原市・富士河口湖町・西桂町
鳴沢村・忍野村・山中湖村
道志村・小菅村・丹波山村



◇事業所の雇用や課題について

質問 1. 事業所の雇用状況について、①非正規社員数(※1)と②総社員数(※2)の人数をそれぞれご記入ください。

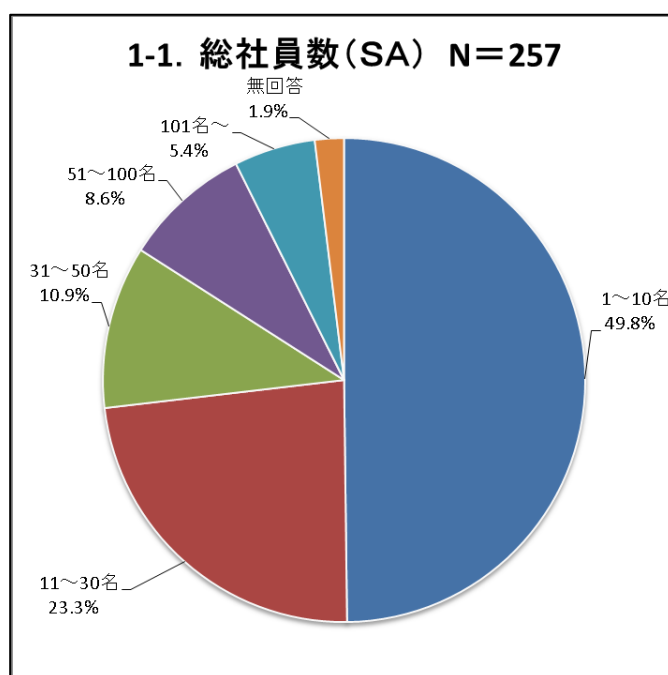
※1 非正規社員数…過去1年間におけるピーク時のパート、アルバイト、契約社員など非正規雇用者の数

※2 総社員数…過去1年間におけるピーク時の役員、正社員、非正規社員など事業所で働く人員の総数

本設問では、「総社員数」及び「非正規比率」についてまとめています。

1-1. 総社員数

1～10名	128
11～30名	60
31～50名	28
51～100名	22
101名～	14
無回答	5
計	257

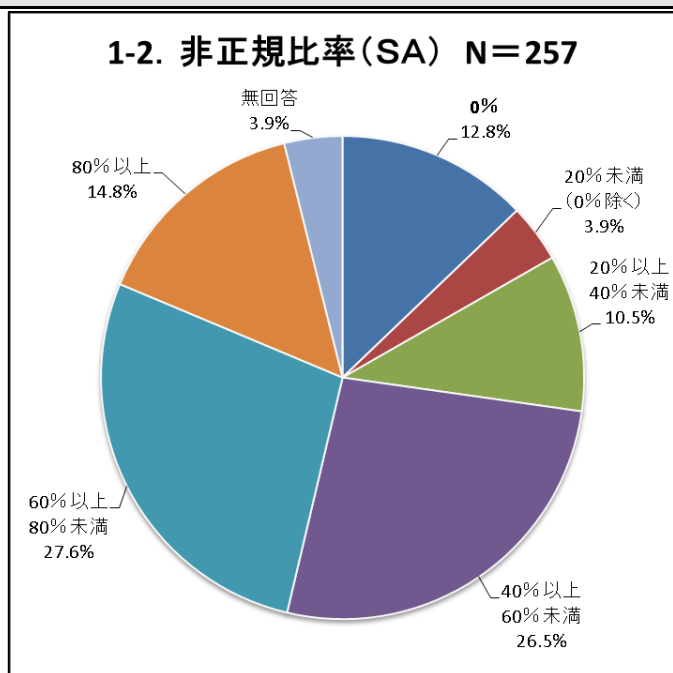


<業種別集計>

1-1. 総社員数(SA)	業種別集計 (%)					
	1～10名	11～30名	31～50名	51～100名	101名～	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	52.1	16.7	15.6	7.3	7.3	1.0
飲食店・レストラン (N=42)	64.3	21.4	4.8	0.0	4.8	4.8
土産物販売・小売店 (N=27)	48.1	29.6	7.4	7.4	0.0	7.4
旅客運送・交通 (N=40)	35.0	42.5	12.5	5.0	5.0	0.0
旅行代理店 (N=17)	82.4	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	5.6	16.7	22.2	44.4	11.1	0.0
文化施設・観光施設 (N=16)	50.0	31.3	0.0	12.5	6.3	0.0
無回答 (N=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

1-2. 非正規比率

0% (非正規社員を雇用していない)	33
20%未満 (0%除く)	10
20%以上40%未満	27
40%以上60%未満	68
60%以上80%未満	71
80%以上	38
無回答	10
計	257



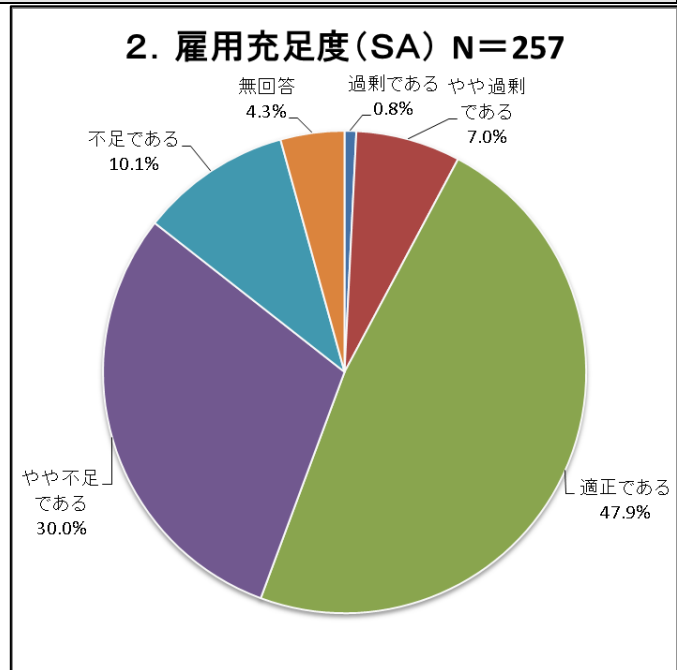
<業種別集計>

(%)

1-2. 非正規比率 (SA)	0% (非正規社員を雇用していない)	20%未満 (0%除く)	20%以上 40%未満	40%以上 60%未満	60%以上 80%未満	80%以上	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	14.6	2.1	9.4	29.2	29.2	13.5	2.1
飲食店・レストラン (N=42)	9.5	4.8	7.1	23.8	28.6	21.4	4.8
土産物販売・小売店 (N=27)	14.8	0.0	0.0	14.8	29.6	29.6	11.1
旅客運送・交通 (N=40)	12.5	10.0	20.0	30.0	15.0	10.0	2.5
旅行代理店 (N=17)	29.4	11.8	17.6	11.8	17.6	0.0	11.8
レジャー・娯楽施設 (N=18)	0.0	0.0	11.1	33.3	44.4	11.1	0.0
文化施設・観光施設 (N=16)	6.3	0.0	6.3	37.5	37.5	12.5	0.0
無回答 (N=1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

質問2. 雇用充足度を年間で均して考えた場合、どれにあてはまりますか。

過剰である	2
やや過剰である	18
適正である	123
やや不足である	77
不足である	26
無回答	11
計	257

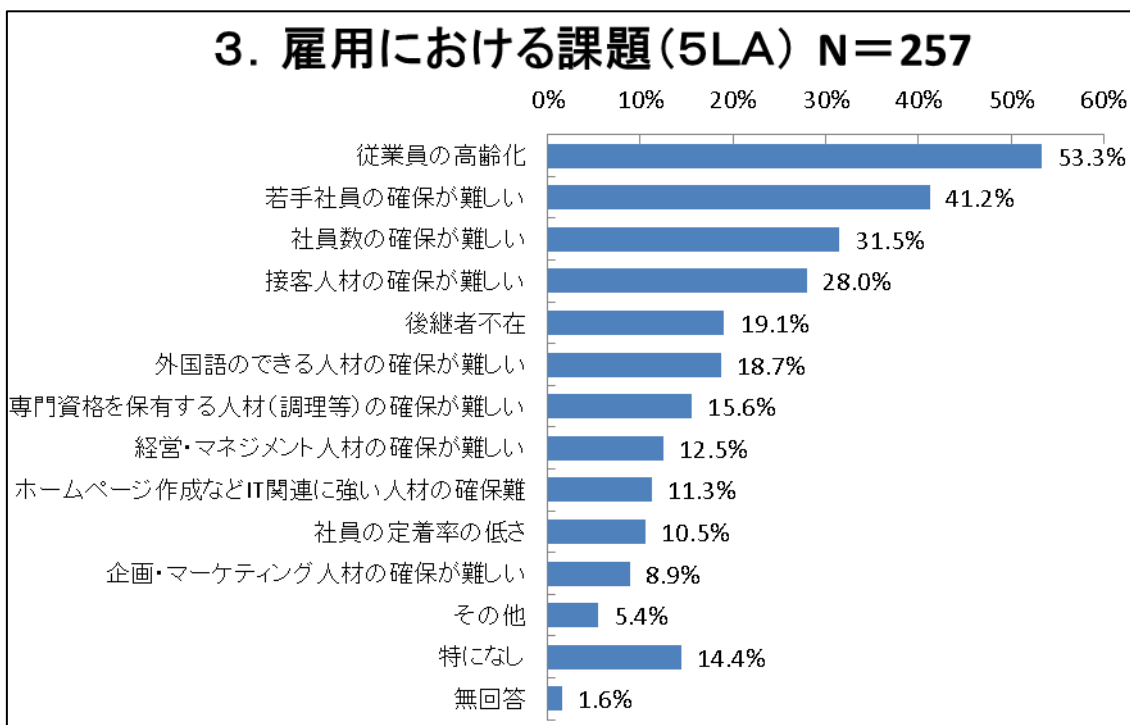


<業種別集計>

(%)

2. 雇用充足度 (SA)	過剰である	やや過剰である	適正である	やや不足である	不足である	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	2.1	7.3	52.1	28.1	8.3	2.1
飲食店・レストラン (N=42)	0.0	9.5	50.0	28.6	7.1	4.8
土産物販売・小売店 (N=27)	0.0	14.8	48.1	33.3	0.0	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	0.0	2.5	30.0	35.0	27.5	5.0
旅行代理店 (N=17)	0.0	0.0	64.7	11.8	5.9	17.6
レジャー・娯楽施設 (N=18)	0.0	11.1	27.8	44.4	11.1	5.6
文化施設・観光施設 (N=16)	0.0	0.0	62.5	31.3	6.3	0.0
無回答 (N=1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

質問3. 事業所の雇用における課題はどれですか。



《その他》

ホテル・旅館・ペンション

- ・ アルバイトの調達が難しい
- ・ ナイトフロント要員の確保が難しい

飲食店・レストラン

- ・ 特に調理師の若者が少ない
- ・ 従業員の業務負担を（年間を通して）平準化することができない
- ・ 時期によって繁忙の変動が大きい
- ・ パート給与（時給）が高くなってきている
- ・ 季節で観光客数が極端に変わるため、時期に応じた人材の確保が難しい

土産物販売・小売店

- ・ 経理、販売人材の確保が難しい

旅客運送・交通

- ・ 賃金の低下（顧客の減少のため）
- ・ 旅客運送に係る社員の確保が難しい

レジャー・娯楽施設

- ・ 特定の業種（キャディ）の雇用確保が難しい
- ・ グリーン（圃場）管理のできる人材確保が難しい

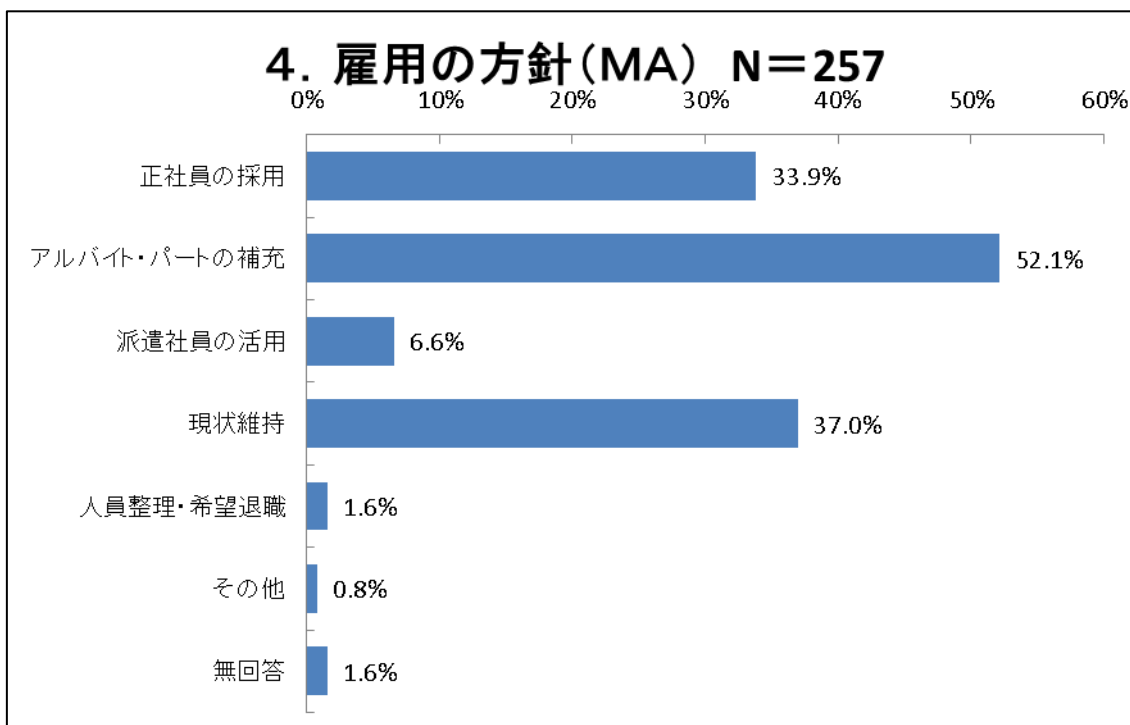
<業種別集計>

(%)

3. 雇用における課題(5LA)	従業員の高齢化	若手社員の確保が難しい	社員数の確保が難しい	接客人材の確保が難しい	後継者不在	外国語のできる人材の確保難	専門資格を保有する人材の確保難
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	60.4	38.5	28.1	32.3	18.8	26.0	16.7
飲食店・レストラン (N=42)	35.7	26.2	28.6	40.5	26.2	4.8	19.0
土産物販売・小売店 (N=27)	48.1	29.6	22.2	29.6	3.7	29.6	14.8
旅客運送・交通 (N=40)	77.5	67.5	60.0	12.5	17.5	7.5	12.5
旅行代理店 (N=17)	23.5	41.2	11.8	5.9	47.1	5.9	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	55.6	66.7	33.3	27.8	22.2	5.6	16.7
文化施設・観光施設 (N=16)	37.5	25.0	25.0	31.3	0.0	50.0	25.0
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

3. 雇用における課題(5LA)	経営・マネジメント人材の確保難	ホームページ作成などIT関連に強い人材の確保難	社員の定着率の低さ	企画・マーケティング人材の確保難	その他	特になし	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	5.2	10.4	14.6	4.2	5.2	15.6	3.1
飲食店・レストラン (N=42)	14.3	16.7	0.0	7.1	7.1	19.0	0.0
土産物販売・小売店 (N=27)	33.3	18.5	7.4	33.3	3.7	14.8	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	15.0	2.5	12.5	2.5	2.5	7.5	0.0
旅行代理店 (N=17)	5.9	23.5	5.9	11.8	5.9	17.6	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	11.1	0.0	16.7	5.6	16.7	0.0	0.0
文化施設・観光施設 (N=16)	18.8	12.5	12.5	18.8	0.0	18.8	0.0
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

質問4. 今後の雇用に対する方針はどれですか。



《その他》

飲食店・レストラン

- ・ 繁忙期のみのアルバイト採用

レジャー・娯楽施設

- ・ 契約社員の採用

<業種別集計>

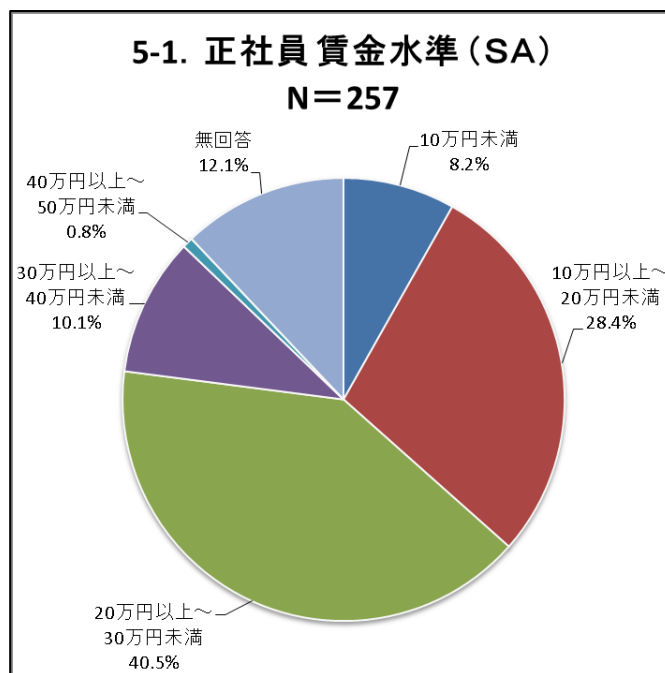
(%)

4. 雇用の方針(MA)	正社員の採用	アルバイト・パートの補充	派遣社員の活用	現状維持	人員整理・希望退職	その他	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	29.2	52.1	9.4	42.7	2.1	0.0	3.1
飲食店・レストラン (N=42)	23.8	59.5	0.0	28.6	0.0	2.4	0.0
土産物販売・小売店 (N=27)	29.6	74.1	11.1	25.9	7.4	0.0	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	50.0	37.5	2.5	32.5	0.0	0.0	0.0
旅行代理店 (N=17)	35.3	17.6	0.0	64.7	0.0	0.0	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	50.0	66.7	16.7	16.7	0.0	5.6	0.0
文化施設・観光施設 (N=16)	37.5	56.3	6.3	43.8	0.0	0.0	0.0
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

質問5. 雇員の賃金水準（平均的な社員における総支給額の月額平均、賞与は除く）
について、該当するものをそれぞれお選びください。

5-1. 正社員 賃金水準

10万円未満	21
10万円以上～20万円未満	73
20万円以上～30万円未満	104
30万円以上～40万円未満	26
40万円以上～50万円未満	2
50万円以上	0
無回答	31
計	257



<業種別集計>

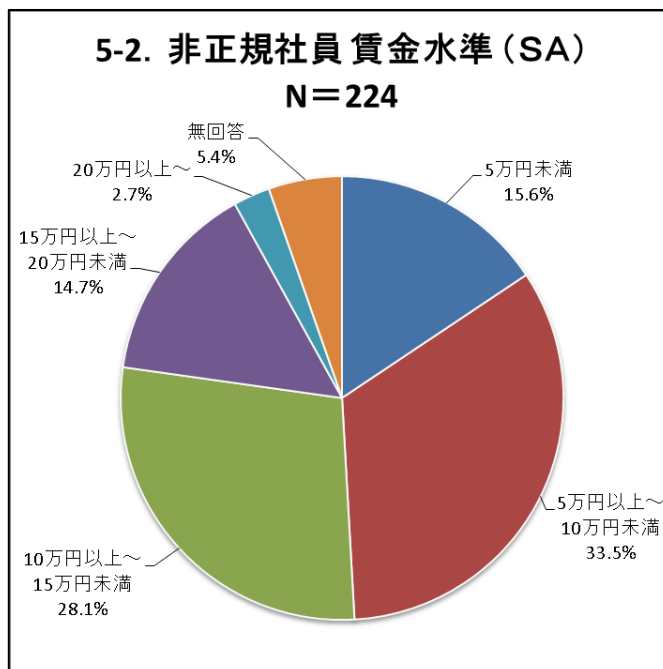
(%)

5-1. 正社員 賃金水準 (SA)	10万円未満	10万円以上～20万円未満	20万円以上～30万円未満	30万円以上～40万円未満	40万円以上～50万円未満	50万円以上	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	11.5	30.2	35.4	9.4	0.0	0.0	13.5
飲食店・レストラン (N=42)	16.7	35.7	21.4	2.4	0.0	0.0	23.8
土産物販売・小売店 (N=27)	3.7	25.9	37.0	7.4	7.4	0.0	18.5
旅客運送・交通 (N=40)	2.5	25.0	50.0	22.5	0.0	0.0	0.0
旅行代理店 (N=17)	5.9	35.3	52.9	5.9	0.0	0.0	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	0.0	16.7	77.8	5.6	0.0	0.0	0.0
文化施設・観光施設 (N=16)	0.0	18.8	50.0	18.8	0.0	0.0	12.5
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

5-2. 非正規社員 賃金水準

5万円未満	35
5万円以上～10万円未満	75
10万円以上～15万円未満	63
15万円以上～20万円未満	33
20万円以上～	6
無回答	12
計	224

※「非正規社員を雇用していない」と回答した先を除く



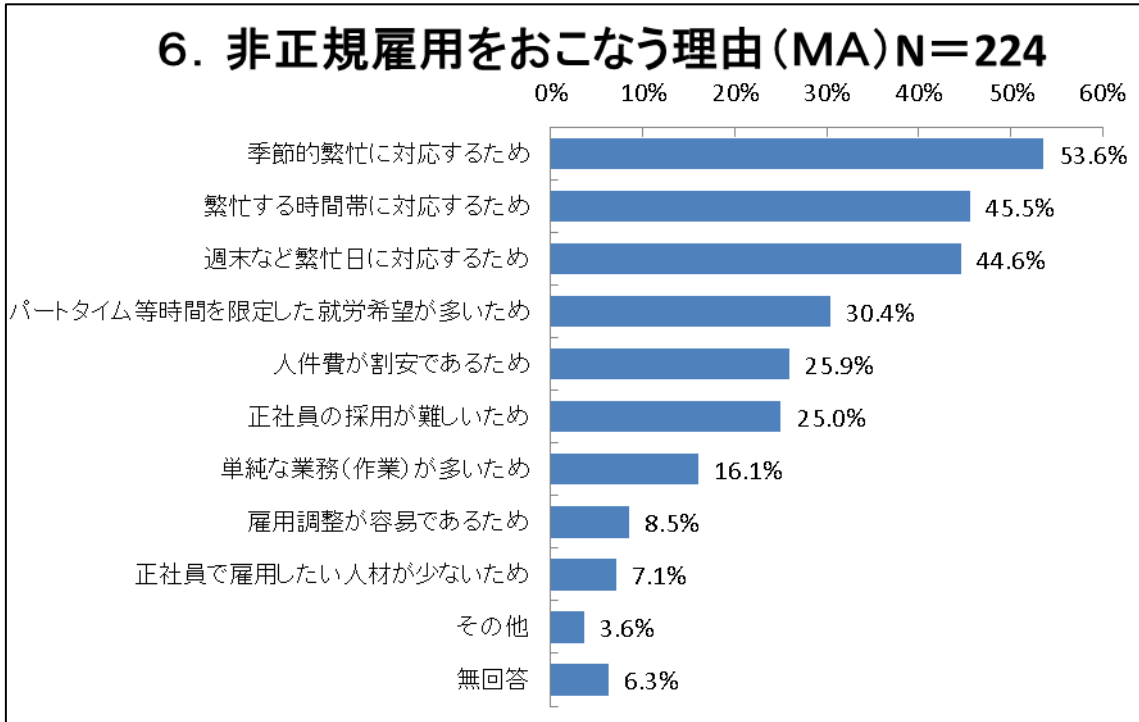
<業種別集計>

(%)

5-2. 非正規社員 賃金水準 (SA)	5万円未満	5万円以上～10万円未満	10万円以上～15万円未満	15万円以上～20万円未満	20万円以上～	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=82)	20.7	37.8	23.2	8.5	3.7	6.1
飲食店・レストラン (N=38)	31.6	57.9	5.3	0.0	0.0	5.3
土産物販売・小売店 (N=23)	4.3	17.4	47.8	21.7	4.3	4.3
旅客運送・交通 (N=35)	0.0	20.0	40.0	31.4	0.0	8.6
旅行代理店 (N=12)	16.7	25.0	33.3	8.3	8.3	8.3
レジャー・娯楽施設 (N=18)	0.0	22.2	50.0	27.8	0.0	0.0
文化施設・観光施設 (N=15)	13.3	26.7	26.7	26.7	6.7	0.0
無回答 (N=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※「非正規社員を雇用していない」と回答した先を除く

質問6. 非正規の雇用をおこなう理由はどれですか。



※「非正規社員を雇用していない」と回答した先を除く

《その他》

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 離職者の補充を行う場合は、正社員で採用をしていないため

飲食店・レストラン

- ・ 家族経営のため

旅客運送・交通

- ・ 高齢者雇用のため（年金受給をしている）
- ・ 社員の高齢化に伴い、継続雇用を行うため
- ・ 委託業務で期限があるため

<業種別集計>

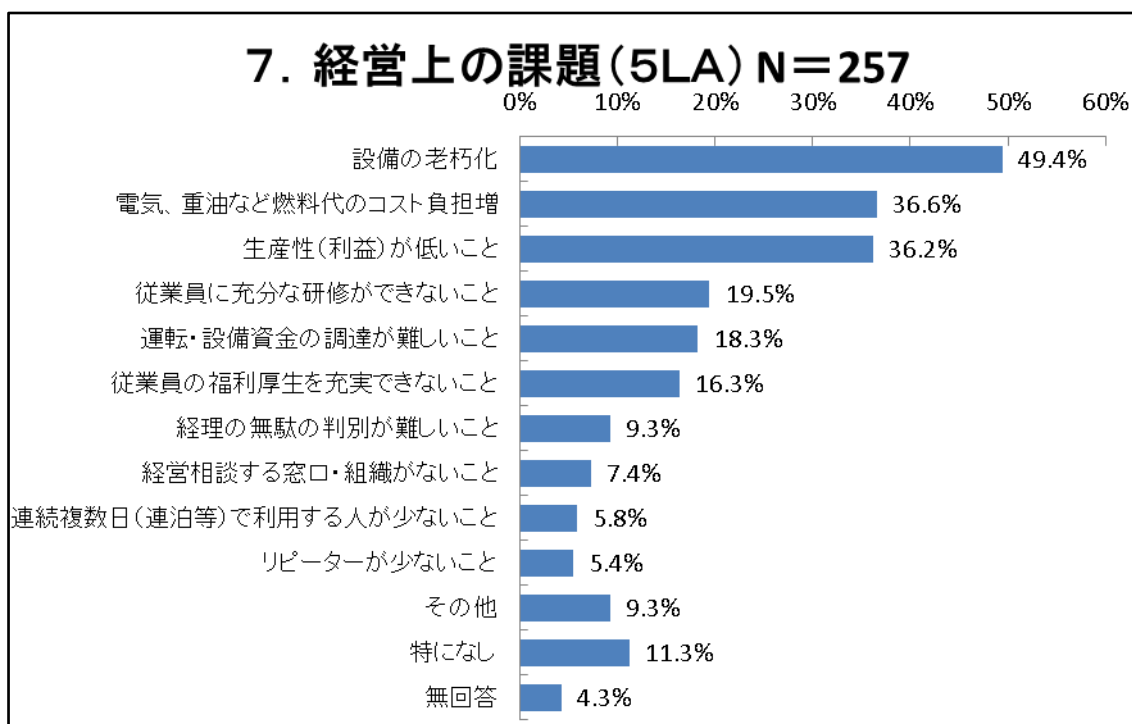
(%)

6. 非正規雇用をおこなう理由(MA)	季節的繁忙に対応するため	繁忙する時間帯に対応するため	週末など繁忙日に対応するため	時間限定の就労希望が多い	人件費が割安であるため	正社員の採用が難しい	単純な業務(作業)が多い
ホテル・旅館・ペンション (N=82)	58.5	56.1	48.8	30.5	25.6	20.7	17.1
飲食店・レストラン (N=38)	57.9	60.5	71.1	31.6	18.4	15.8	10.5
土産物販売・小売店 (N=23)	69.6	47.8	52.2	39.1	21.7	21.7	26.1
旅客運送・交通 (N=35)	17.1	11.4	8.6	28.6	34.3	45.7	8.6
旅行代理店 (N=12)	50.0	16.7	16.7	41.7	33.3	25.0	8.3
レジャー・娯楽施設 (N=18)	61.1	50.0	38.9	33.3	27.8	27.8	27.8
文化施設・観光施設 (N=15)	66.7	46.7	60.0	6.7	26.7	26.7	20.0
無回答 (N=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

6. 非正規雇用をおこなう理由(MA)	雇用調整が容易であるため	正社員で雇用したい人材が少ない	その他	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=82)	7.3	4.9	1.2	8.5
飲食店・レストラン (N=38)	5.3	7.9	5.3	2.6
土産物販売・小売店 (N=23)	4.3	8.7	0.0	4.3
旅客運送・交通 (N=35)	14.3	17.1	14.3	5.7
旅行代理店 (N=12)	8.3	0.0	0.0	16.7
レジャー・娯楽施設 (N=18)	16.7	5.6	0.0	0.0
文化施設・観光施設 (N=15)	6.7	0.0	0.0	6.7
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0

※「非正規社員を雇用していない」と回答した先を除く

質問7. 事業所の経営上の課題はどれですか。



《その他》

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 人材不足
- ・ 各自一人部屋の希望が多い
- ・ 観光地でないため、宿泊客が長期間いないときもある

飲食店・レストラン

- ・ 仕入価格の高騰、価格転嫁ができない
- ・ 消費増税による材料費の負担増
- ・ パート等非正規人材の確保が難しい
- ・ オンとオフの客足の差が大きい(季節的繁忙、平日と土日の繁忙の落差が大きい)

土産物販売・小売店

- ・ 消費増税の影響による需要減

旅客運送・交通

- ・ 利用客の減少
- ・ 同業他社との価格競争激化
- ・ 従業員不足及び労働者の高齢化に伴う労務負担の増加
- ・ 増税・法改正等に伴う手数料等のコスト増加
- ・ 従業員不足

文化施設・観光施設

- ・ 優秀な人材がない

<業種別集計>

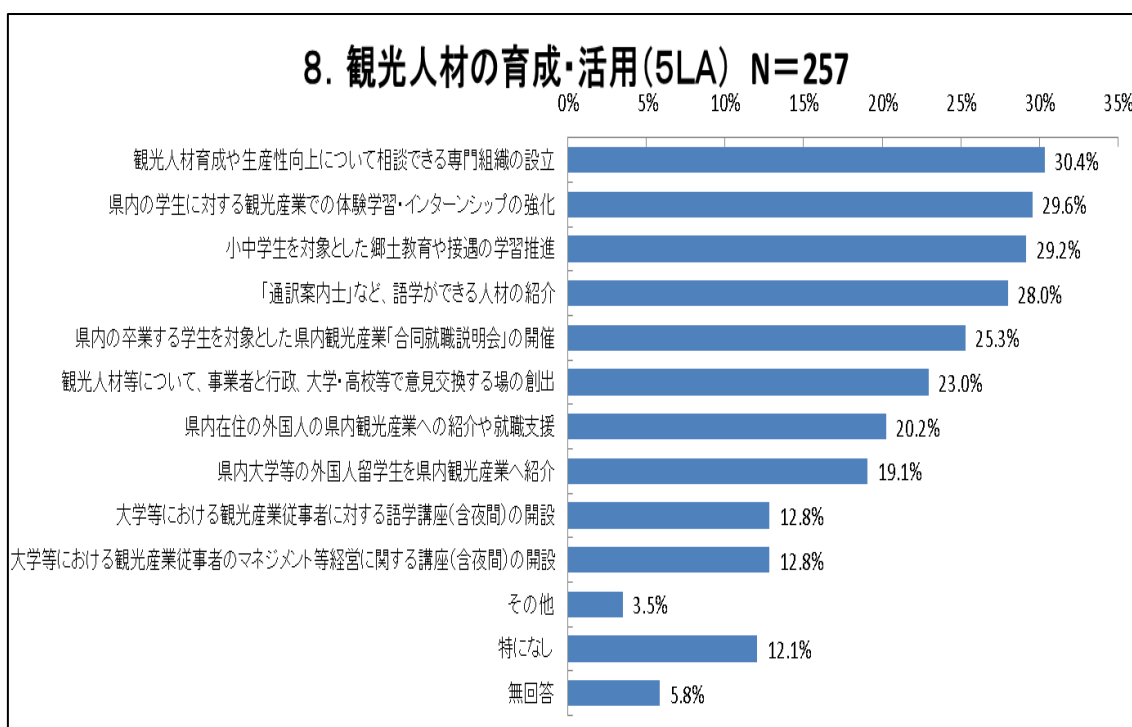
(%)

7. 経営上の課題(5LA)	設備の老朽化	燃料代の コスト負担増	生産性(利益)が 低い	十分な研修が できない	資金調達 が難しい	福利厚生を 充実できない	経理の無駄の 判別が難しい
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	65.6	56.3	31.3	20.8	27.1	14.6	8.3
飲食店・レストラン (N=42)	28.6	26.2	40.5	19.0	11.9	9.5	11.9
土産物販売・小売店 (N=27)	55.6	29.6	48.1	22.2	14.8	18.5	25.9
旅客運送・交通 (N=40)	32.5	32.5	47.5	10.0	17.5	22.5	2.5
旅行代理店 (N=17)	5.9	5.9	41.2	23.5	11.8	11.8	11.8
レジャー・娯楽施設 (N=18)	83.3	22.2	11.1	16.7	11.1	27.8	5.6
文化施設・観光施設 (N=16)	50.0	12.5	31.3	31.3	6.3	18.8	0.0
無回答 (N=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

7. 経営上の課題(5LA)	経営相談する 窓口・組織がない	連続複数日 利用が少ない	リピーターが 少ない	その他	特になし	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	6.3	12.5	7.3	5.2	9.4	5.2
飲食店・レストラン (N=42)	9.5	0.0	2.4	23.8	9.5	4.8
土産物販売・小売店 (N=27)	11.1	3.7	0.0	3.7	14.8	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	5.0	5.0	7.5	15.0	7.5	5.0
旅行代理店 (N=17)	11.8	0.0	11.8	0.0	29.4	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	5.6	0.0	5.6	0.0	11.1	0.0
文化施設・観光施設 (N=16)	6.3	0.0	0.0	6.3	12.5	6.3
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

◇山梨県の観光産業の活性化について

質問 8. ①観光人材の育成・活用について、必要なことはどれだと思いますか。



《その他》

ホテル・旅館・ペンション

- ・ アルバイトの斡旋
- ・ 留学体験
- ・ 現在、観光産業に携わっている人達の語学力（特に英語）強化の為の研修等
- ・ お客様が喜んでくれる事を喜びとして仕事ができる人の育成・活用
- ・ 茶碗やお椀の置き場所、言葉遣い、食器の持ち方、立ち振る舞い等基本を学ぶ機会を作ってほしい
- ・ 自助努力に尽きる

飲食店・レストラン

- ・ 山梨の強み・弱みを客観的に判断するため、県外の方や移住して来た方の意見を聞き、取り入れることが重要

旅客運送・交通

- ・ 60歳過ぎの年金受給者で、「何か役に立ちたい」との思いを持っている人に声をかけ、育成する
- ・ 有資格者（おもてなしタクシードライバー）に対する優遇など、各自のスキルアップ意欲を持たせるための方法を考えるべき

<業種別集計>

(%)

8. 観光人材の育成・活用(5LA)	人材育成・生産性向上を相談できる専門組織の設立	体験学習・インターンシップの強化	郷土教育や接遇の学習推進	語学ができる人材の紹介	合同就職説明会の開催	行政等と意見交換する場の創出	県在住外国人の紹介・就職支援
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	26.0	32.3	26.0	27.1	24.0	19.8	21.9
飲食店・レストラン (N=42)	19.0	33.3	35.7	23.8	21.4	21.4	23.8
土産物販売・小売店 (N=27)	37.0	29.6	33.3	37.0	25.9	33.3	22.2
旅客運送・交通 (N=40)	37.5	22.5	37.5	35.0	25.0	22.5	10.0
旅行代理店 (N=17)	47.1	23.5	11.8	29.4	29.4	41.2	5.9
レジャー・娯楽施設 (N=18)	38.9	22.2	27.8	16.7	33.3	16.7	22.2
文化施設・観光施設 (N=16)	25.0	37.5	25.0	18.8	31.3	18.8	37.5
無回答 (N=1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

8. 観光人材の育成・活用(5LA)	外国人留学生の紹介	語学講座の開設	経営講座の開設	その他	特になし	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	21.9	15.6	13.5	6.3	15.6	7.3
飲食店・レストラン (N=42)	26.2	14.3	7.1	4.8	4.8	4.8
土産物販売・小売店 (N=27)	22.2	3.7	14.8	0.0	11.1	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	10.0	12.5	12.5	2.5	10.0	5.0
旅行代理店 (N=17)	17.6	17.6	11.8	0.0	11.8	5.9
レジャー・娯楽施設 (N=18)	0.0	5.6	11.1	0.0	22.2	5.6
文化施設・観光施設 (N=16)	25.0	6.3	25.0	0.0	6.3	6.3
無回答 (N=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

質問9. 質問8で回答した内容で、より具体的なご意見やご要望があればご記入ください。(FA)

記述内容をそれぞれ項目ごとに分類した件数は以下の通りです。

(複数の内容が記述されている場合は、主たる記述内容により分類しています。)

大学等での教育・実習・インターン	7
地元就職・Uターン・雇用環境づくり	7
語学・英会話・インバウンド	7
郷土教育・地域愛着	5
地域ぐるみの観光まちづくり	4
おもてなし・マナー教育	3
情報発信・PR	2
その他	6
計	41

ホテル・旅館・ペンション

- ・一部の大学等で実施している観光産業での実習(カリキュラム)は大いに結構なことであり、採用時におけるミスマッチ軽減にも繋がっている。
- ・県内の中学、高校、大学の在籍中に、観光について月に1時間くらい授業(講義)をするシステムがあればいいと思う。
- ・これからは外国人観光客の受入れが必須と思われるので、学生等若年層に海外留学(ショートステイや大学留学)を推進すべきと考えます。
- ・観光産業の発展につながる人材などを雇用できる環境づくり。
- ・県内の高校生、大学生をいかに地元で就職させるかが課題だと思う。
- ・観光関係でアルバイトを行いたい人材の専門斡旋、求人の仲介を行ってほしい。
- ・自社でも英会話教室等を開催したいのですが、通常の業務が忙しく、とても大変なので、外国語を話せる人を旅館に定期的に配置し、その中で教えて頂ける仕組みを作ってほしい。
- ・通訳案内を観光地ごとに設置していただき、携帯電話等でいつでも連絡が取れる状態にすることが必要です。
- ・いずれの観光施設においても、最小限の英会話の出来る人材が必要である。
- ・学校周辺(地域)についての学習や山梨郷土教育などをもっとして頂きたい。
- ・子どもの時に学習するのが一番良いと思いますが、観光産業以外の地域の方々の理解も大事だと思います。観光は地域ぐるみで取り組まないといけないと思います。
- ・地域差はあるであろうが、観光産業の重要性を痛切に理解する能力に欠けている人が多い。
- ・バス、タクシーの運転手は「おもてなし精神」に欠けている人が多い。そういった人達を対象とした「おもてなし教育」の研修を行った方が良い。
- ・県の魅力をどう生かしていくのか? また、誰がアピールするのか? また、予算はあるのか?
- ・山梨県民の方々に対して割引率を高めて宿泊いただいております。当施設の30%の実績を県内が占めております。今後も県内向けのPRがしたいのですが、何か良い方法や窓口があったら知りたいと思っています。

飲食店・レストラン

- ・ 大量生産や既製品でなく技術を必要とする飲食店を経営するには、若者の育成が必要であるも時間がかかります。しかし、今の若者は土日や夜遅くまで働くサービス業への就職は選択肢に入らないようです。ぜひ、インターンシップなどの体験を通じて、少しでも興味を持ってもらえたらと思います。
- ・ 観光サービス業に人材が来ないのは、仕事が大変な割に儲からないためである（給料を多く払えない）。
- ・ 観光業に携わる女性達の働き方の見直し及び支援をしてほしい。
- ・ 海外での博覧会への出張支援や、インバウンドビジネスに対する補助金等の支援を行うべきである。
- ・ 外国人によるインターネットSNSやユーチューバー等の活用や育成を行っていくべきである。
- ・ まずは、県内に住む若者が山梨県についてもっと良く知る必要があると思います。私は県外出身者ですが、いまだに出身地の歌も歌えますし、出身地の歴史なども印象に残っています。
- ・ 小、中、高校生に対して山梨県への愛着を持てるようにしていくべきである。
- ・ 幼稚園、保育園、小中高（除く進学校）でマナーの基本を教える時間を少しでも作ってほしい。観光業界だけでなく、他でも通用すると思います。
- ・ 地域や地元民に理解、共感された産業でなければ長続きしない。
- ・ まずは地元の人が、お客さんとして県内の観光を楽しむ必要がある。そこから見えてくるものは、語学力ではおぎなえない、本来のおもてなしの仕方だと思われる。語学ができればサービス提供ができるというのは古い考え方であり、もっと柔軟な思考で対応していくべきである。
- ・ 山梨の桃、ぶどう、とうもろこしを全国にPRする。また、調理方法等をアレンジしたデザートをPRする。
- ・ 県内の人間だけで考えていたら発展はないと思います。
- ・ とにかく田舎は人が少ない。大きいホテルだけが観光施設ではない。
- ・ 学生のスポーツ合宿を取り入れたい。

土産物販売・小売店

- ・ 学生に県内への関心を持ってもらう様な活動の場を大人が結びつけて、一緒になって体験をする。
- ・ まずは言語だと思います。
- ・ 地方の時代といわれて十数年。しかし、山梨の人口も減り、誠に残念に思います。首都圏が近いので、若者は都会へ出てしまうのが現状。山梨の良いところを中学、高校時代から教育し、地域産業、伝統等の大切さを再教育する必要がある。
- ・ 多くの人に観光産業を理解してもらう事が必要である。

旅客運送・交通

- ・ 県外から I ターン、U ターンを希望する方に、求人アピールをしていきたいと考えている。
- ・ 子どもの頃に川や山で遊んだ楽しい思い出はいつまでも記憶に残り、地元への愛着は変わりません。今の子どもたちにも教室以外の課外授業を積極的に取り入れ、地域住民との交流や山梨の自然を体験してもらうことが大切だと思います。
- ・ 観光推進機構で行っている、タクシードライバーを対象とした『おもてなしタクシードライバー認定』に対して、持っていることに意味があるのか疑問との声が多い。

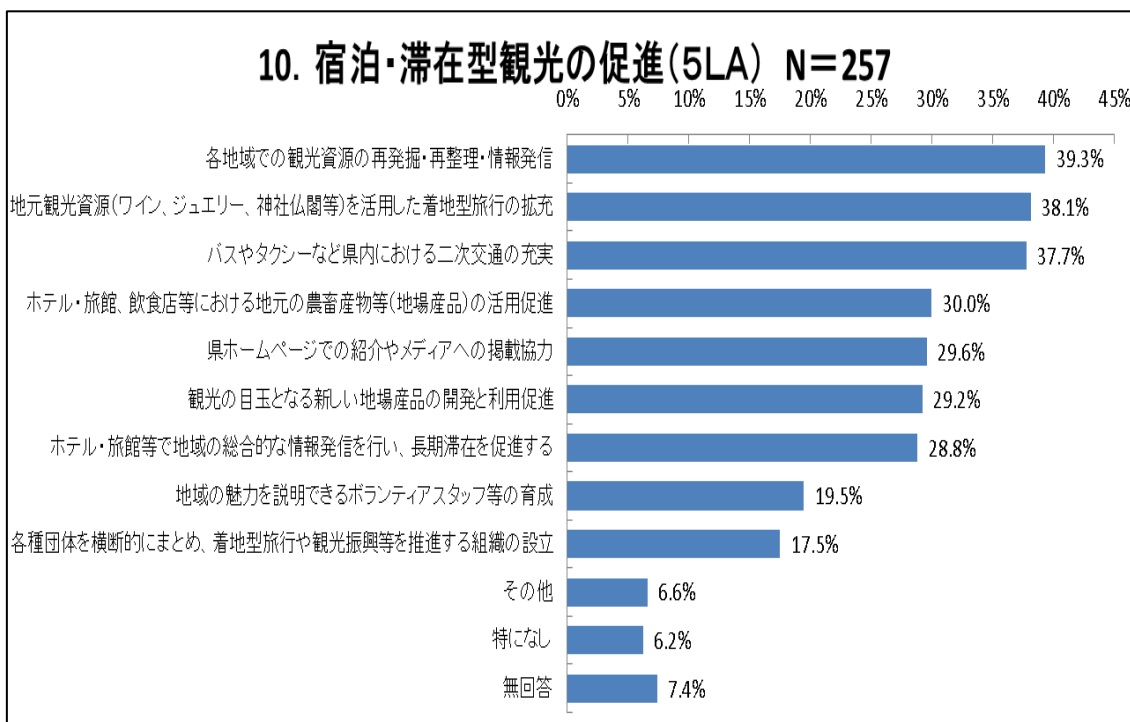
旅行代理店

- ・ 県内大学生の山梨への定着率を高めるための施策を考える必要がある。
- ・ 社員に対して給料を高く出せるようにしたい（責任が高い割に利益が少ないのが現状）。

文化施設・観光施設

- ・ 高校、大学において観光都市にふさわしい学科を設けてみてはどうか。
- ・ 外国（特にアジア圏）と連携して、メディアを使った観光の促進（山梨を題材としたドラマや観光の番組制作など）を行うべきである。
- ・ 山梨県内における観光産業の活性化については、他の県に比べて遅れているように感じます。観光立県を目指すのであれば、具体的な施策の実施をお願いします。

質問 10. ②宿泊・滞在型観光の促進について、必要なことはどれだと思いますか。



《その他》

ホテル・旅館・ペンション

- ・ トップセールスの回数増加と強化
- ・ 歴史散策
- ・ イベントを活発に行い、イベント参加者については宿泊費を割引する等のサービスを行う
- ・ 宿泊者に対する公的施設の割引強化
- ・ イベントの開催やインターハイなどの開催誘致
- ・ 従事する人自体が観光資源であるとの自覚が必要

飲食店・レストラン

- ・ ワイナリーめぐりのバス路線を作る
- ・ 客が来ても、受け入れる人材がいなければ対応できない
- ・ 泊まりがけで来たくするような魅力的なイベントの開催

土産物販売・小売店

- ・ 会議やスポーツイベントの開催

旅客運送・交通

- ・ 各市町村との連携

旅行代理店

- ・ 石和温泉・河口湖発着ツアーの充実
- ・ 林道の運行に対して10人乗りの運行しか認めていないのは非効率である

<業種別集計>

(%)

10. 宿泊・滞在型観光の促進(5LA)	観光資源の再発掘・再整理 情報発信	地元観光資源を 活用した着地型旅 行の拡充	二次交通の充実	地元の農畜産物 の活用促進	県ホームページや メディアへの 掲載協力	新しい地場産品の 開発・利用促進	ホテル等の地域 情報発信による 長期滞在促進
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	42.7	34.4	32.3	27.1	30.2	29.2	33.3
飲食店・レストラン (N=42)	45.2	38.1	38.1	45.2	33.3	31.0	23.8
土産物販売・小売店 (N=27)	33.3	44.4	29.6	29.6	33.3	40.7	29.6
旅客運送・交通 (N=40)	35.0	45.0	50.0	22.5	27.5	20.0	30.0
旅行代理店 (N=17)	52.9	35.3	47.1	17.6	17.6	29.4	29.4
レジャー・娯楽施設 (N=18)	11.1	38.9	38.9	33.3	27.8	27.8	16.7
文化施設・観光施設 (N=16)	43.8	37.5	37.5	31.3	31.3	25.0	18.8
無回答 (N=1)	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0

10. 宿泊・滞在型観光の促進(5LA)	魅力を説明する ボランティア スタッフ等の育成	横断的な観光振 興を推進する 組織設立	その他	特になし	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	15.6	17.7	8.3	5.2	6.3
飲食店・レストラン (N=42)	19.0	9.5	9.5	2.4	9.5
土産物販売・小売店 (N=27)	11.1	22.2	3.7	11.1	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	27.5	12.5	5.0	7.5	7.5
旅行代理店 (N=17)	23.5	41.2	11.8	0.0	11.8
レジャー・娯楽施設 (N=18)	22.2	16.7	0.0	22.2	11.1
文化施設・観光施設 (N=16)	31.3	18.8	0.0	0.0	6.3
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**質問 11. 質問 10 で回答した内容で、より具体的なお意見やご要望があればご記入
ください。(F A)**

記述内容をそれぞれ項目ごとに分類した件数は以下の通りです。

(複数の内容が記述されている場合は、主たる記述内容により分類しています。)

交通アクセス	9
景観・観光地整備	4
田舎体験・地域散策・イベント	4
地域連携・モデルコース	4
新しい魅力・ニーズ発掘	3
情報発信・PR	3
リーダー	2
その他	12
計	41

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 観光地を結ぶ交通アクセスの充実や甲府駅北口南口の便利な使用。
- ・ 交通の便が悪いので、改善してほしい。
- ・ リピート力、訴求力を高めるべく、魅力的な景観まちづくりと観光地整備等を進めるべき。
- ・ 観光地の再整備（例えば、山小屋などのトイレの水洗化等）を進めるべきである。
- ・ 宿泊・滞在型観光を促進したいなら、目先の観光資源にとらわれることなく、もっとリゾート型の観光地の創出を目指した方が良い。例えば、アルプスの観光開発など、そこに長く滞在し、自然に触れたいような資源開発を目指すべき。明野の丘からのパノラマは、ほかの地では見られないほど雄大であるにもかかわらず、観光地になっていないことが不思議に感じるほどである（外国人も絶賛しています）。
- ・ 地元山梨の方は、本当の山梨の良さを見失っているように思います。観光地となるべき場所に太陽光発電など建設することはもってのほかである。観光開発するべき南アルプス市や北杜市に太陽光パネルが乱立するようでは、本当に観光のことを考えているとは思えません。
- ・ 地域間の連携が一番だと思います。モデルコースの提案など、滞在せざるをえない状況にするように促すべきである。
- ・ 見学・体験・食事・お土産等、滞在日数に応じたモデルプラン（参考プラン）の提示をするべきである。
- ・ いろいろな角度から観光の有り方のバリエーションを多く想定し、それに合う観光プランを企画して、長期滞在を促進するべきである。
- ・ 「ここでしか食べられないもの」、「ここにしかないもの」でお土産を作って販売出来る仕組みを作ってはどうか。
- ・ ワイン、果樹等の認知度は高いものの、逆に言うと目新しさがなく、飽きられており、積極的には案内しづらい。また、利用者が限られるものもある。新しい地場産品、施設等が必要である。

- ・ 観光客のニーズを作れるかどうか！
- ・ 県の名物をPRする。
- ・ 地域の環境を活かしたハードとソフトの開発を行うべきである。新しい発想、アイデアに取り組むための意識改革がまず必要であろう。それはダメ、むずかしいと言うような発想者が多すぎる。本気で取り組む人材（リーダー）がまず必要だ。
- ・ 富士登山前後での宿泊を狙うような事業を促進するべきである。
- ・ 県内に宿泊される人に対して、温泉やアウトドア施設等の割引サービスをしてはどうか。
- ・ 地元行政にやる気がなければ、活性化はない。また、各組合の努力だけでは無力である。
- ・ 格好つけないで、人対人のお付き合いを行い、自分の家にホームステイしていただく様な気持ちで外国人に接する。
- ・ 湖畔周辺のまちづくり、湖上でのジェットスキーに対する規制など、環境面で、富士山や富士五湖の魅力度を上げる。

飲食店・レストラン

- ・ 同じホテルで同じような食事ではつまらないので、2泊目以降はホテル外のレストランで食事をとれることは魅力があると思う。しかし、代行やタクシーの料金が郡内では高いので、何か工夫が必要。
- ・ 勝沼地区のみでなく、塩山地区のワイナリーもバスを巡廻させてほしい。
- ・ 富士吉田市にある鐘山苑さんの取り組みは良いと思う。ホテルが提供する情報を元に宿泊客が散策してくれる。散策する楽しみは連泊につながるはずである。
- ・ 個々の事業者だけでなく、地域全体でおもてなしをする必要がある。やはり、人と人とのつながりが旅の良い思い出になると思います。
- ・ 例えば、早朝や夜にイベントがあれば泊まってくれるのでは。
- ・ 田舎を生かした体験型の滞在を促進するべきである。また、音楽家等芸術活動を中心に集客し、滞在をPRする。
- ・ サクランボ狩り等に来たお客さん（国体バス、個人）が、わざわざまわり道をしたくなるレベルのスポット（自然界、神社、寺、レストラン、道の駅）などを県のホームページで発信してほしい。
- ・ 個々人の利益ではなく、もっと地域全体を考えるリーダーが必要。
- ・ 地場産業やブライダル等の異業種の会社で企画旅行を制作して、海外の博覧会等で売り込む。

土産物販売・小売店

- ・ 大自然、緑、水、果樹等、首都圏の人々が安らぎを求め山梨でゆっくりできるようにするべきである。せっかくリニア甲府駅ができるので、リニア駅を起点に盆地をゆっくり一周走る電車を走らせ、それぞれ地域の特性を生かした滞在型観光をできるようにしてはどうか。
- ・ 中央線から外れた身延線などは1時間に1本程度しか走っておらず、また、各駅から観光地までの交通（バスやタクシー等）はとても不便です。
- ・ 宿泊・滞在型観光の推進も大切だが、もっと日帰り客の受け入れも考える必要がある。また、宿泊・滞在型観光の促進には大きな財源が必要だと思いますが、確保出来るのでしょうか。
- ・ 他県では、産業と観光を一体化させて集客を図る手法を進めていますが、山梨では（観光ぶどう園くらいで）あまり活発に働きかけていないと感じています。

旅客運送・交通

- ・ タクシー（時間制運賃）の割引は可能です。運輸局への届出で2～3ヶ月程度で実施できます。また、補助等をいただければ、最大50%引きまでできます。
- ・ 夜に山梨にいたいと思わせる観光スポットやイベントをつくることで、より長く滞在してもらえるのではないかと。
- ・ 働いている人は金銭的に余裕があるため、観光をしたいという希望があるはずである。そのため、会社の休日や連休を増やすことで、宿泊も増えるのではないかと。

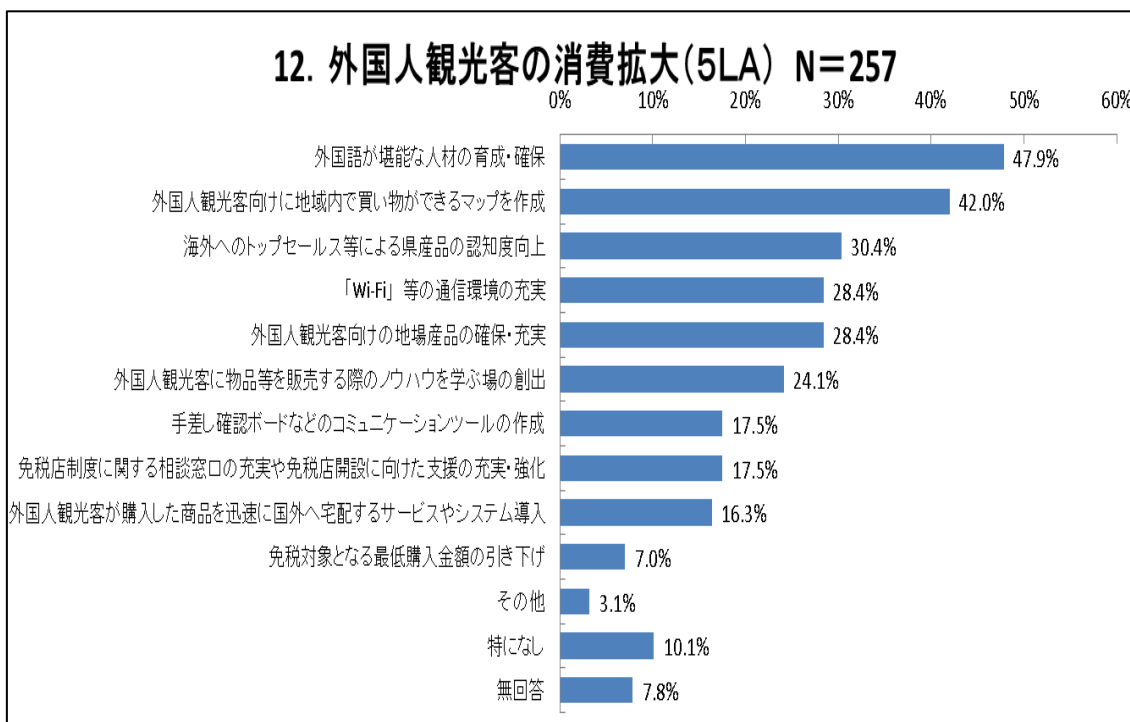
旅行代理店

- ・ バスを運行しているが、地域によっては10人乗りしか運行を認められていない。もっと現実に沿った政策を行っていただきたい。事業者の意見をもっと取り入れていただきたい。
- ・ 県内を1つの企業と考え、同じ目標に向かい、全世界、国内に情報を発信する。
- ・ 着地型旅行の企画は第三種旅行業でも主催できますが、実際に運用する各企業や組織の受入体制が整わないと実施できません。行政が机上の論理先行で着地型旅行を進めていますが、運用面（ソフト）がまったく整っていません。行政は大手企業ばかりでなく、もっと現地（個人旅行業者等）の内容や問題点を把握すべきである。
- ・ 他県で旅行を行う際、ボランティアスタッフが充実している地域では、仕事がやりやすいため助かっています。

文化施設・観光施設

- ・ ワインやジュエリー、果樹などは、国中地域にあり、富士山や富士五湖など、自然を楽しむエリアは郡内地域にあるので、この2つの地域を結ぶ交通の充実が必要だと思います。
- ・ 全国的にも観光客数に対してホテルが不足している為、山梨県にも大手ホテル等を誘致していくことが必要だと思う。そうする事によって観光客数がさらに増加するのではないか。

質問 12. ③外国人観光客の消費拡大について、必要なことはどれだと思いますか。



《その他》

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 外国語の看板
- ・ 宗教上口にはいけない物が入っているかしっかり表示する

飲食店・レストラン

- ・ 英語の道路標識や看板、イベントでの英語対応等

土産物販売・小売店

- ・ 手差しボードなどはムダ。Wi-Fi 環境を充実し、グーグルなどの翻訳アプリを充実させる
- ・ 外国人（特に中国、韓国、タイ）のマナーが悪すぎる

旅客運送・交通

- ・ マナーの悪い外国人を入れないこと。日本のマナーを理解してもらうこと
- ・ 外国人観光客向けに地域内の観光スポットのマップを作成

<業種別集計>

(%)

12. 外国人観光客の消費拡大(5LA)	外国語が堪能な人材の育成・確保	外国人観光客向けマップ作成	海外での県産品認知度向上	「Wi-Fi」等の通信環境の充実	外国人観光客向け地場産品の充実	外国人向け販売ノウハウを学ぶ場の創出	コミュニケーションツールの作成
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	46.9	43.8	31.3	33.3	28.1	16.7	20.8
飲食店・レストラン (N=42)	47.6	57.1	26.2	26.2	23.8	31.0	19.0
土産物販売・小売店 (N=27)	37.0	44.4	25.9	22.2	18.5	40.7	22.2
旅客運送・交通 (N=40)	52.5	27.5	32.5	17.5	37.5	15.0	17.5
旅行代理店 (N=17)	52.9	29.4	41.2	23.5	47.1	41.2	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	50.0	38.9	33.3	27.8	22.2	22.2	5.6
文化施設・観光施設 (N=16)	50.0	37.5	25.0	43.8	25.0	25.0	12.5
無回答 (N=1)	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0

12. 外国人観光客の消費拡大(5LA)	免税店制度の相談・開設支援の充実	国外宅配サービス・システム導入	免税対象の最低購入金額引き下げ	その他	特になし	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	17.7	13.5	12.5	2.1	11.5	7.3
飲食店・レストラン (N=42)	7.1	7.1	0.0	4.8	11.9	9.5
土産物販売・小売店 (N=27)	25.9	25.9	11.1	7.4	7.4	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	20.0	20.0	2.5	5.0	7.5	7.5
旅行代理店 (N=17)	11.8	23.5	0.0	0.0	5.9	17.6
レジャー・娯楽施設 (N=18)	27.8	16.7	0.0	0.0	16.7	5.6
文化施設・観光施設 (N=16)	18.8	25.0	12.5	0.0	6.3	6.3
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**質問 13. 質問 12 で回答した内容で、より具体的なお意見やご要望があればご記入
ください。(F A)**

記述内容をそれぞれ項目ごとに分類した件数は以下の通りです。

(複数の内容が記述されている場合は、主たる記述内容により分類しています。)

外国語の看板・表記・マップ	4
購買動機・商品開発	4
語学・英会話・おもてなし	3
情報提供・発信・PR	3
Wi-Fi等通信環境	2
マナー指導	2
その他	4
計	22

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 外国人向けマップはぜひ欲しい。
- ・ 多くの外国の方にお越し頂いているのに、外国語の看板が少ない。マップやバスの案内には、いずれも外国語表記があっても良いと思う。
- ・ 外国人観光客が買い物をしたいという状況をより作り出すことが大切。
- ・ 年間を通じて利用可能な商品（観光地、食事等）の開発を行うべきである。例えば、「富士山を見る」という売りがあっても、天候により見るできない日もある。
- ・ 語学、外国人の好みなどを勉強して、対応力を身につけるとともに、おもてなしの心を養うことが必要かと思えます。お客様として対応する（特別扱い）のではなく、友達のような対応が好まれます。
- ・ 情報を提供しやすい環境づくりと外国人からの意見等を受け入れる窓口を多く作り、対応をスムーズにする事が大切である。
- ・ インターネットの活用。
- ・ 外国人がより過ごしやすく、快適な生活環境をつくる事が早急の課題だと思う（Wi-Fi、手差し確認ボードは特に必要である）。
- ・ 日本初の試みをやって下さい。
- ・ 県立の美術館や公共の温泉施設が年末年始に利用できない等、観光客の要望がなかなか実現できていないことが歯痒いです。

飲食店・レストラン

- ・ 商品の説明等、外国語表記は大切だと思います。
- ・ 販売する土産品を充実させるべきである。また、県内で製造された土産品を販売するべきである。
- ・ 経営者自身も従業員も必要な事項（例えば語学等）に前向きに取り組むことが必要である。他人任せではダメです。
- ・ 英語のウェブサイトでどんどん情報発信をする。例えば、県内の各種イベントや外国人に対応できる宿（ペンション、民宿等も含めて）等を週1回くらいのペースで1軒ずつピックアップして紹介する等をおこなってはどうか。また、ウェブの強みを生かして、一覧表ではなく、こまめに発信するとより興味を引くのではないか。

土産物販売・小売店

- ・ 山梨、もしくは、その地域へ行かないと手に入らない地場産品の開発が必要。
- ・ Wi-Fi 無料をすぐにでもやるべきです。
- ・ 県内で会合や会議を開催するにあたり、県外からの宿泊が見込める場合は、なんらかの支援や補助をしてでも呼び込む手立てを講じたら如何でしょうか。

旅客運送・交通

- ・ 来邦している外国人が最も嫌っているのは、マナーの悪い外国人です。日本に来ているのですから、日本のマナーで行動してもらうのが良いと思いますし、啓発が必要です。
- ・ 外国人に限らず、年配の方も大切にすべきである。とにかく山梨や各地域へ足を運んでくれる事が大事であり、リピーターになって、また別の友人と訪れてほしい。

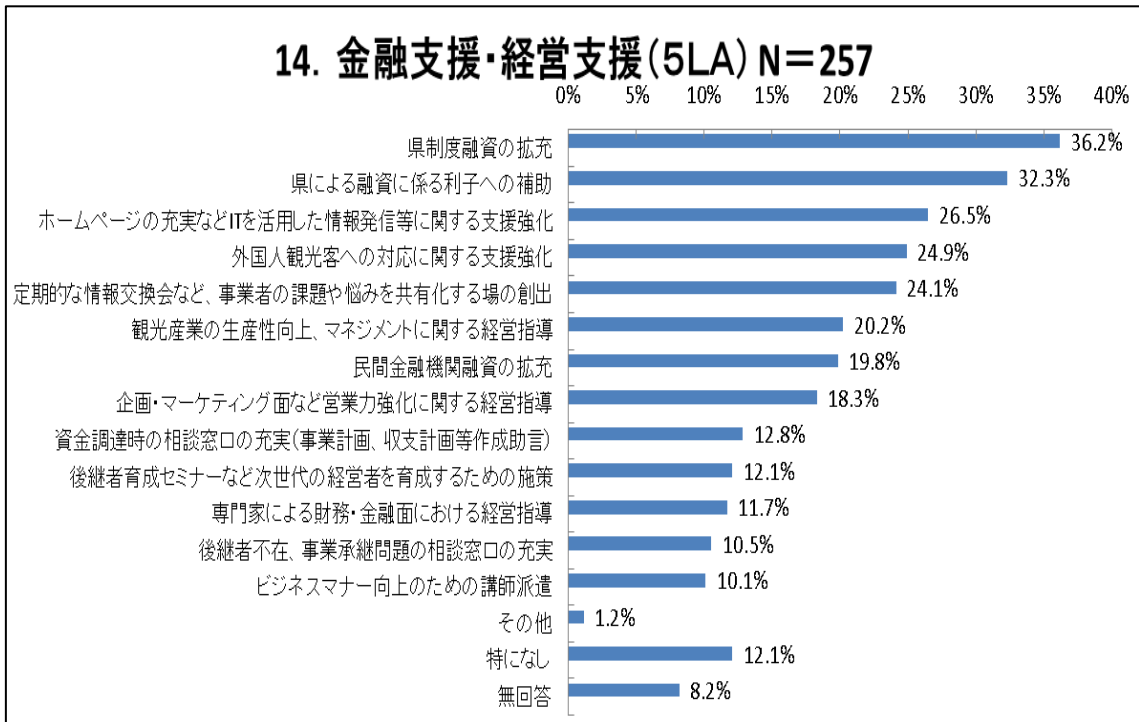
旅行代理店

- ・ 外国人のマナーが問題である（例えば、ホテルの畳部屋からブーツで出てきたり、どこでも唾を吐いたりする）。

文化施設・観光施設

- ・ 商品の外国語での説明や表示を充実させる。
- ・ 外国人観光客を積極的に受け入れるためには、言葉の壁を乗り越えることが重要であり、人の確保や免税にするためのシステム導入など、あらゆる面での支援が必要だと思います。

質問 14. ④金融支援・経営支援に関して、必要なことはどれだと思いますか。



《その他》

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 消防法や建築法への対応に対する支援
- ・ 使用できる助成金の種類や内容等を知りたい

<業種別集計>

(%)

14. 金融支援・経営支援(5LA)	県制度融資の 拡充	県融資に係る 利子への補助	ITを活用した 情報発信等の 支援強化	外国人観光客へ の対応支援強化	課題・悩みを 共有化する場 の創出	生産性向上等に 関する経営指導	民間金融機関 融資の拡充
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	35.4	36.5	27.1	22.9	22.9	19.8	20.8
飲食店・レストラン (N=42)	28.6	31.0	35.7	21.4	23.8	14.3	14.3
土産物販売・小売店 (N=27)	44.4	22.2	22.2	44.4	25.9	25.9	29.6
旅客運送・交通 (N=40)	40.0	35.0	17.5	10.0	25.0	15.0	15.0
旅行代理店 (N=17)	41.2	29.4	35.3	23.5	35.3	17.6	17.6
レジャー・娯楽施設 (N=18)	50.0	38.9	16.7	22.2	22.2	22.2	33.3
文化施設・観光施設 (N=16)	18.8	18.8	31.3	56.3	18.8	43.8	12.5
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

14. 金融支援・経営支援(5LA)	営業力強化に 関する経営指導	資金調達時の 相談窓口の充実	次世代の経営者 を育成する施策	財務・金融面の 経営指導	事業承継問題 相談窓口の充実	ビジネスマナー 向上の講師派遣	その他
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	18.8	13.5	17.7	12.5	9.4	12.5	3.1
飲食店・レストラン (N=42)	14.3	9.5	7.1	4.8	19.0	16.7	0.0
土産物販売・小売店 (N=27)	29.6	11.1	7.4	11.1	11.1	3.7	0.0
旅客運送・交通 (N=40)	12.5	10.0	2.5	20.0	10.0	7.5	0.0
旅行代理店 (N=17)	23.5	17.6	11.8	11.8	11.8	5.9	0.0
レジャー・娯楽施設 (N=18)	11.1	16.7	27.8	11.1	0.0	11.1	0.0
文化施設・観光施設 (N=16)	25.0	18.8	6.3	6.3	6.3	0.0	0.0
無回答 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

14. 金融支援・経営支援(5LA)	特になし	無回答
ホテル・旅館・ペンション (N=96)	14.6	7.3
飲食店・レストラン (N=42)	7.1	9.5
土産物販売・小売店 (N=27)	14.8	3.7
旅客運送・交通 (N=40)	10.0	10.0
旅行代理店 (N=17)	11.8	5.9
レジャー・娯楽施設 (N=18)	16.7	11.1
文化施設・観光施設 (N=16)	6.3	6.3
無回答 (N=1)	0.0	100.0

**質問 15. 質問 14 で回答した内容で、より具体的なお意見やご要望があればご記入
ください。(F A)**

記述内容をそれぞれ項目ごとに分類した件数は以下の通りです。

(複数の内容が記述されている場合は、主たる記述内容により分類しています。)

金融支援・補助金	4
言語・外国人観光客対応	3
施設規制対応	2
経営相談窓口	2
人材確保・後継者育成	2
その他	3
計	16

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 県制度融資の拡充をぜひお願いしたい。
- ・ 施設に対する規制が度々強化されているが、対応できる施設は限られると思います。規制強化に対応するための助成などがあれば良いと思う。
- ・ 施設の改装等が発生します。特別な融資が必要となりますが、当地域の金融機関は、対応がありません。地元産業が向上するためのおおらかな、長期的な金融支援が必要と思います。
- ・ 言語に関しては急務だと思います。ゴールデンルートに入っている内に対応すべきだと思います。
- ・ 地域で企画していること等を、県の企画等を担当する部（窓口）に相談できるセクションがあると良い。
- ・ 行政と観光事業者が情報を共有し合い、話し合える場を数多くつくるのが大切だと思う。
- ・ 地元の問題点ははっきり自覚しているため、実行あるのみ。ただ、自助努力では克服できない問題もあるので、支援をしてほしい。

飲食店・レストラン

- ・ 若者に対しての融資の拡充をしてほしい。
- ・ 民間金融機関には、保証の付かない融資貸出能力が乏しいので、国か県の制度融資拡充が望ましい。金融機関、官、専門家などには、経営の能力はない事を認識して、他業種が集まれる場所を提供して下さい。
- ・ 個人経営においては人材の確保が重要となります。人材確保について、地域または組織でのフォローが必要になると思います。
- ・ 後継者育成のための雇用助成制度があれば、中小企業・農業等の後継者が育ちやすいと思う。

土産物販売・小売店

- ・ 外国人観光客は伝統的の日本文化を求めている。山梨のそれぞれの市町村、地域を代表する祭りを紹介したガイドブックなどを発行し、旅行会社やツアー会社などへ売り込む。
- ・ 過去、現在だけではなく、将来性のある事業に対して支援のハードルを下げしてほしい。

旅客運送・交通

- ・ 町おこしや、地元活性を頑張っている団体へ補助金等、支援を気軽に申請できるとよい。
- ・ 日本でのマナーを啓発するための冊子や看板で優先される外国語は、英語、スペイン語、中国語の3ヵ所で十分。ハングル語は必要ありません。

旅行代理店

- ・ 各事業者がもっと自分達のことと意識し、真剣に取り組むべきであり、行政はそれに対して援護すべき。行政は新しい試みに対して全てノーである。まず、やってみる、ダメなら変えてみる、それでもダメなら止めれば良いのではないか。

質問 16. これまでの質問内容以外で、観光産業の活性化を進めていくためのご意見やご要望があればご記入ください。(F A)

ホテル・旅館・ペンション

- ・ 信玄公まつりや甲府大好きまつりがマンネリ化している。
- ・ 甲府駅の使い勝手が悪い。
- ・ ふるさと旅行券のJTBへの丸投げなど、県主導の政策がすべて「お役所仕事」であった。
- ・ キャラバンも予算の消費だけでは意味がない。
- ・ 果たしてこのままで観光立県として成り立っていけるだろうか。
- ・ アンケートに書いただけでは、何も変わらないと感じている。
- ・ 観光客に来てもらうために、地域の持つ特性や資源を十分に生かせていない。
- ・ 地域にプライドがなく、観光客に媚びる姿勢が痛々しい。
- ・ 都心に近いので、観光の良い点を広めてほしい。
- ・ 山梨は山と湖をもっと観光資源にするべき。
- ・ 信玄公ばかりに頼りすぎである
- ・ 南アルプスの風景をもっと活用するべきである。ヨーロッパのアルプスを見習って、奥深くまで観光できるよう、ルートの再開発や宿の充実化を図るべきである。観光客がもっと観光し易くなれば、限界集落化しつつある地域の活性化にもつながるのではないか。
- ・ ヨーロッパのアルプスでガイドをしている方が、日本の山もほとんど登ったけど、どこもトイレが汚いのため息を漏らしていました。真剣に考えるなら、まず富士山のトイレから始めるべき。
- ・ 今ある資源を最大限活用する為にも、言語の対応が早急にできれば良いと思います。私達も英語の対応が出来るように工夫しておりますが、県でも早急に対応できることがあるのかもしれない。
- ・ 切実な課題として、県全体ではなく、地域における観光促進が、必要不可欠である。一地域の発展が呼び水となれば、近隣地域の発展にも通ずると考える。
- ・ 最近、北杜市内において太陽光発電設備が無秩序に設置され景観を著しく壊している。クリーンエネルギー推進は理解できるが、それによって環境を破壊しては本末転倒ではないかと考えます。少なくとも、周囲を植木などで囲うなどの配慮が必要です。県観光部としてどう対処しますか？
- ・ 観光業種ごとの問題点を細かく調査し、ご指導をお願いしたい。
- ・ 他の県との違いを見出し、その違いを特化し、ブランド化することで、山梨県オリジナルの魅力をつくり出す必要がある。詳細にわたって見出し、提供する事によって、他の県に無い特徴を持った情報を観光客に提供できるのではないかと思います。
- ・ 観光の目玉を作り、毎年恒例の行事にしていく必要がある。お互いががんばりましょう。

- ・ 全国的な少子化や地域の観光面の不況により、当地域は、ここ数年大変厳しい状態です。しかし、事業立ち上げや改築等の計画をしても、銀行等の協力が全くありません。現在の収入に応じての融資額ですと、全然、計画が進まないのが現状です。事業所と共に歩いて行ける金融支援が、活性化の第一と思います。また、金融機関で経営アドバイスなどが無いことも残念です。地元もがんばりますので、金融機関も、地元を信用して強くなっていたきたい。
- ・ 前県政を継承し、峡南地域への活性化を願いたい。
- ・ 田舎は働く人が少ない。これを克服したい。
- ・ 外国人の宿泊には、部屋の整備などができておりません（観光地もない、温泉もない、部屋数もない）。
- ・ 中央高速道の4車線化による渋滞解消。
- ・ 中央線（JR）の複々線化、東京より1時間以内で甲府まで到着すること、通勤可能時間まで短縮をお願いしたい。また、JRの乗車料金の明瞭化を是非してほしい。
- ・ 外国人観光客の誘致は当然の時代だと思います。また、船橋アングルセン公園のような自然を生かした広大なテーマパーク、遊園地、動物園等があれば、国内の旅行者も山梨へ誘致できると思います。
- ・ 一番難しいことだと思いますが、「自分の利だけを追わず、他の利をも配慮出来るかどうか」が分岐点だと思います。助け合い、協力し合える観光地にしていく必要があると思います。
- ・ インバウンドが急増している今、河口湖周辺は、外国語による案内表示等大分対応出来てきているが、山梨全体ではまだまだ対応出来ていない。また、富士山以外で、インバウンドを誘致できるような施策を県民も含めて考えていけたら良いと思う。また、甲府の中心で何か誘致できる施設が出来れば良いと思う。
- ・ 民泊やマンスリー、ウィークリーマンションなどと宿泊業（旅館営業等）との間に、明らかな不平等があり、この解消なくして、活性化は難しい。この不平等に伴う設備投資額は著しく、価格転嫁せざるをえないので、競争力が低下してしまう。消費税の転嫁を騒ぐ前に、こちらに対応してほしい。
- ・ おもてなしは観光業に就いている人だけでなく、山梨県民全体の問題でもあると思います。訪れていただいた人々が気持ち良く帰宅出来ることは、全て接する人々に関係しています。イベントがあるから来てくれるという動機づけはあるかもしれませんが、そういう事とは別に、何も無いけれどぶらりと行ってみたいと思える山梨県であればいいなあと思っています。
- ・ 薄利多売をしなくてはいけない現状では、資金も人も苦しくなってしまう。その為、なかなか人が集まらない状態が続いています。働かなくても生活していける、週休2日以上でなくてはダメ等、働く人の意識改革も必要かと思います。権利を主張する前に、「労働の義務」「納税の義務」等、義務を果たさなくてはいけないことを学ぶべきかと思います。

- ・ 逆にお聞きしたい。どうすれば観光産業が活性化するのか？富士山の世界遺産登録による観光客の増加は、元々ある富士山の価値に付加価値がついただけなので、これからはゼロから価値を見出すことを考えてもらいたい。
- ・ 観光振興のためのイベントが多すぎて、観光協会に携わるものとしては負担が大きい。また、イベント観光は一時的な集客に終わることが多く、持続性がない。県外からの観光客は、ほとんどの観光地に行ったことのある人が多いため、新たな観光地の発掘が急務である。

飲食店・レストラン

- ・ 町の美化、景観に貢献している事業所に対して助成金がほしい。
- ・ 滞在型の観光客確保や外国人観光客の確保においては、ゆっくりとくつろげる雰囲気づくりも大切な事だと思います。その場かぎりではなく、リピーターとなってもらう為にも、地域全体で観光に取り組む姿勢が求められると思います。
- ・ 農産物等の物や神社仏閣等の建物だけでは人は呼べない時代です。山梨の一番の魅力は豊かな自然。でもただの田舎ではないと感じてもらうため、森林整備や開発の抑制、むやみな伐採の制限、沿道の美観強化のための空家・荒地対策、太陽光発電所設置禁止等、とにかく、また来たいと思ってもらえる魅力のある土地にすることが先決だと思います。人材の育成や確保というのはその後であり、それぞれの企業努力ではないでしょうか。
- ・ 観光を推進する行政の方々には、デスクワークでなく、現地におもむいて、生の声、生の要望、生の意見を聞いて、観光振興に役立ててほしいと考えます。富士山、南アルプスエコパーク、円安、ラグビーワールドカップ（2019）、東京オリンピック（2020）など、周囲の環境変化は待ったなしです。頑張れ！観光推進！！
- ・ 観光立県としている沖縄県は、外国人誘致に対してもものすごく積極的ですので、他県のアドバイスを聞くと良いと思います。
- ・ セクショナリズムをなくすこと。
- ・ 助成企業情報等の透明化をするべき。
- ・ 大学卒業後の「Uターン」や、祖父母の地元に戻る「孫ターン」者の職場の確保を図るべきである。
- ・ 忘れられた歴史や食文化の発掘が大事。人は物語を食べ、旅行しているのであって、即席の産業では意味がない。地元の誇りをもって、観光客が尊敬できる地域にする必要があると思う。
- ・ 字（アンケート）を書くのが苦手なため、行政とは口頭で色々とお話をしたいです。
- ・ 一人でも多く足を運んでもらえるような店作りを目指して日頃頑張っていますが、まだまだです。行政のサポートもこれからは必要に感じます。

- ・ 長野県の雑誌で「KURA」というのが出ているのですが、ぜひ山梨でも、こういう雑誌を出したらと思います。長野のおすすめのお店、食べ物、建物など県全体で応援しているような感じの内容です。山梨県もたくさんいい所があるので、ぜひ「KURA」を参考にして、観光を盛んにしてみても、どうでしょうか。他県の良い所はどんどんまねしていいと思います。
- ・ 郡内地域では、シーズンのオンとオフの落差が大きく、オンシーズンの期間が短いため、小さな店の経営では人材確保が難しい。冬の美しい富士山をもっと楽しんでもらえるためには、基本的な雪かきなど当たり前のことを行うことが必要。また、年間を通じて楽しめる観光地づくりをして、首都圏から1時間ちょっとで東京とは違う楽しさを気軽に味わえることをもっと売りにしていくべきだと思う。それには、外国人の観光客に頼るのではなく、もっと日本人の余裕のある層を取り込むことも視野に入れてほしい。

土産物販売・小売店

- ・ 来県者がどの様なツールで調べて来県したのか、どの様な行動を県内でしたか等のビッグデータの収集が必要だと思います。また、そのデータの公表も合わせて出来れば、観光業者の役に立ちます。
- ・ コンサルタントの様に、口先だけのアドバイスではなく、一緒に現場で汗を流してくれる様なアドバイザーが必要かと思っています。
- ・ Wi-Fi を無料にするべきです。
- ・ 翻訳アプリなどは開発するだけムダです。民間無料アプリを使用すれば良いと思います。
- ・ 観光立県にふさわしい雰囲気が大切だと思います。県民総参加観光立県では、まず家の周りをきれいにするところからはじめ、自分の住む町をきれいにする。また、農村では耕作放棄地をなくして、豊かな田園風景を維持することが山梨観光の基本ではないかと思っています。
- ・ 外国人（中国人、タイ、インドネシア等）の採用が非常に難しい。また、元気な高齢者を積極的に採用していきたい。
- ・ 外国人のマナーの指導をお願いしたい（トイレの使用法、万引防止等）。
- ・ 行政の人が現場（民間）の体験研修（半年～1年間）をして、何をすべきか見つける事に取り組んでほしい。
- ・ 地域特産品を首都圏で販売するルート、窓口、店舗の紹介をするべきである。また、それら特産品を販売する販売員（セールス）の育成が必要である。
- ・ お客様に来て良かったと思っていただき、また再度足を運んでいただけるよう、全力でおもてなしをして行けるようにしていくべきである。そのためには、成功事例など聞かせていただけるような勉強会があるとよいと思います。
- ・ 北陸観光誘致プロジェクト「ドラゴンルート」の成功を参考に、モデルコースの設定周知を計り、県内の魅力を広く海外に知っていただく努力が必要だと思います。
- ・ 受け入れ側として、駅やインター等での案内を充実させるべき。また、他県との差別化や新しい体制づくりが大切ではないでしょうか。

旅客運送・交通

- ・ 観光振興という目指す方向は同じでも、バスとタクシーでは、業態、運賃等の違いがあり、片方に公的資金を注入されると、市場競争（原理）で個々に自助努力をしている中小零細企業が影響を受ける場合があります。もし、公的資金を注入するのであれば、共通に利用できる補助券等での振興策を希望します（車両の保有台数の少ない会社では、ワインタクシー等の定期運行は参入したくてもできない事情があります）。
- ・ 河口湖駅、富士山駅におけるタクシーの乗り入れについては、現在、某会社が独占しているので、他のタクシー会社も自由に乗り入れできるように推進してもらいたい。
- ・ 地方経済は低迷し続け、大変厳しい状況が続き、自己努力、企業努力、業界努力では対処しきれない今こそ行政の出動の時である。大企業（資本力のある企業）の他、中小零細企業がしっかりと利益を上げられる様、速効性のある観光施策を切望します。
- ・ 県内にバスの駐車場が少な過ぎます。外国人観光客は富士山周辺に集中し、宿泊があふれて、石和や甲府にまわってくる感じです。しかし、甲府市内では駐車場が無く、駅前のロータリーも使いにくいです。観光施策がちぐはぐなために甲府はますます空洞化してしまう。アンケートの実施後それがフィードバックされているかも見えにくい。形だけのアンケートなら金の無駄使いです。
- ・ 山梨県全体が安全、安心である事の宣伝をするべきである。
- ・ 山梨県の観光地のマップづくりとともに、商品の紹介や宅配サービスのシステム化にも取り組むべきである。
- ・ 観光推進に対する本気が伝わってきません。各企業に「その気」が伝わってこないのです、いつまでも無駄使いの連続になっている。県民を「その気」にさせる政策が必要。ワインタクシーが成功したというのなら、なぜ他地域に拡大させないのか。

旅行代理店

- ・ 山梨は何と言っても、自然の宝庫です。あとは人間力（ソフト）の向上を図れば良いと思う。また、近隣県とのグローバルな取り組みも必要です。特に、中部横断道が開通すると新潟、長野、静岡との連携が大切です。
- ・ 山梨県内では峡北地方に団体に宿泊する所あるいは食事が出る所が少し足りない様な気がする。たとえば、50人～100人位で昼食できる場所や、地域ボランティア・ガイドの人等が不足しています。東京方面から入ってこられる方、特に道路について中央高速道でなくもう一本道路を作った方が、観光だけでなくとも知事の言っている人口増加にも良いと思う。
- ・ 一企業の努力よりも横断的な組織を作り、活動をする方向が必要ではないか。外国人旅行者の増大によって県内旅行者が利用する貸切バスを手配出来ず、例年の旅行が中止・延期等になり、旅行産業従事者は困惑している。
- ・ とにかく個人ばかりでなく、全体をまとめ、とりかかる事が必要と思う。
- ・ 山梨県は宝石、水晶の県として知られているが、もっと乙女鉱山跡などを、山梨県鉱山遺跡として開発したらどうか。県内県外、外国人も増えるのではないか。
- ・ 大手企業の話をお聴きだけでなく、地元や中小企業の話もお聴いていただきたい。

文化施設・観光施設

- ・ 北杜市の観光資源の最大かつ最高のものは、この地域の見事な山岳景観であることは誰しも認めている。ところが、ここ数年来、無秩序な太陽光パネルの乱立は全く景観破壊そのものである。観光行政の力量が問われているように思います。
- ・ 観光産業は第3次、第4次産業と言われていますが、日本政府の政策でインバウンドの受け入れ強化ということですので、これからは1番の成長産業になると思います。観光立県でもある山梨県は今後の重要課題にするべきだと思います。ぜひ、観光産業への強力なご支援を宜しくお願いします。

Ⅲ. アンケート調査票

◇事業所の概要についてお伺いします。

業 種	1. ホテル・旅館・ペンション	2. 飲食店・レストラン	3. 土産物販売・小売店
	4. 旅客運送・交通	5. 旅行代理店	6. レジャー・娯楽施設
	7. 文化施設・観光施設	8. その他()	
事業内容			
所在市町村	市・町・村	※本アンケートは無記名式となっております。	

◇事業所の雇用や課題についてお伺いします。

質問1. 事業所の雇用状況について、①非正規社員数と②総社員数の人数をそれぞれご記入ください。

過去1年間におけるピーク時の ①非正規社員数 (※ パート、アルバイト、契約社員、嘱託社員、派遣社員など非正規雇用者の人員数)					名
過去1年間におけるピーク時の ②総社員数 (※ 役員、正社員、非正規社員(①)などを含めた事業所で働く人員の総数)					名

質問2. 雇用充足度を年間で均して考えた場合、どれにあてはまりますか。(1つだけ選んでください)

1. 過剰である	2. やや過剰である	3. 適正である	4. やや不足である	5. 不足である
----------	------------	----------	------------	----------

質問3. 事業所の雇用における課題はどれですか。(特にあてはまるもの5つまで)

1. 社員数の確保が難しい	2. 若手社員の確保が難しい
3. 接客人材の確保が難しい	4. 専門資格を保有する人材(調理等)の確保が難しい
5. 経営・マネジメント人材の確保が難しい	6. 企画・マーケティング人材の確保が難しい
7. 外国語のできる人材の確保が難しい	8. ホームページ作成などIT関連に強い人材の確保難
9. 社員の定着率の低さ	10. 従業員の高齢化
11. 後継者不在	12. 特になし
13. その他()	

質問4. 今後の雇用に対する方針はどれですか。あてはまるものをすべてお選びください。(複数選択可)

1. 正社員の採用	2. アルバイト・パートの補充	3. 派遣社員の活用
4. 人員整理・希望退職	5. 現状維持	6. その他()

質問5. 雇用者の賃金水準(平均的な社員における総支給額の月額平均、賞与は除く)について、該当するものをそれぞれ1つお選びください。

正社員	1. 10万円未満	2. 10万円以上～20万円未満	3. 20万円以上～30万円未満
	4. 30万円以上～40万円未満	5. 40万円以上～50万円未満	6. 50万円以上
非正規社員	1. 5万円未満	2. 5万円以上～10万円未満	3. 10万円以上～15万円未満
	4. 15万円以上～20万円未満	5. 20万円以上	6. 非正規社員を雇用してない

質問6. 非正規の雇用をおこなう理由はどれですか。あてはまるものをすべてお選びください。(複数選択可)

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| 1. 正社員の採用が難しいため | 2. パートタイム等時間を限定した就労希望が多いため |
| 3. 人件費が割安であるため | 4. 繁忙する時間帯に対応するため |
| 5. 季節的繁忙に対応するため | 6. 週末など繁忙日に対応するため |
| 7. 単純な業務(作業)が多いため | 8. 雇用調整が容易であるため |
| 9. 正社員で雇用したい人材が少ないため | 10. 非正規社員を雇用していない |
| 11. その他 () | |

質問7. 事業所の経営上の課題はどれですか。(特にあてはまるもの5つまで)

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| 1. 経営相談する窓口・組織がないこと | 2. 生産性(利益)が低いこと |
| 3. 従業員の福利厚生を充実できないこと | 4. 従業員に十分な研修ができないこと |
| 5. リピーターが少ないこと | 6. 連続複数日(連泊等)で利用する人が少ないこと |
| 7. 設備の老朽化 | 8. 運転・設備資金の調達が難しいこと |
| 9. 経理の無駄の判別が難しいこと | 10. 電気、重油など燃料代のコスト負担増 |
| 11. 特になし | 12. その他 () |

◇山梨県の観光産業の活性化についてお伺いします。

県では、生産性向上等による観光産業の活性化策として、①『観光人材の育成・活用』②『宿泊・滞在型観光の促進』③『外国人観光客の消費拡大』④『金融支援・経営支援』が必要であると考えております。

- ①観光人材の育成・活用 : 観光産業を担う人材教育の充実と雇用を促進する取組み
- ②宿泊・滞在型観光の促進 : 観光客をより長期的な宿泊に結びつける取組み
- ③外国人観光客の消費拡大 : 増加する外国人観光客を県内消費に結びつける取組み
- ④金融支援・経営支援 : 観光関連産業の事業者を対象とした経営体質の強化を支援する取組み

質問8. ①観光人材の育成・活用について、必要なことはどれだと思えますか。(特に重要なもの5つまで)

- | |
|---|
| 1. 観光人材の育成や観光産業の生産性向上について相談できる専門組織の設立 |
| 2. 大学等における観光産業従事者に対する語学講座(含夜間)の開設 |
| 3. 大学等における観光産業従事者のマネジメント等経営に関する講座(含夜間)の開設 |
| 4. 高校・大学等を卒業する学生を対象とした県内観光産業「合同就職説明会」の開催 |
| 5. 県内高校・大学等の学生に対する観光産業での体験学習・インターンシップの強化 |
| 6. 山梨への愛着やおもてなしを推進するため、小中学生を対象とした郷土教育や接遇の学習推進 |
| 7. 県内の観光事業者が必要とする人材等について、行政や大学・高校等と意見交換する場の創出 |
| 8. 「通訳案内士」など、語学ができる人材の紹介 |
| 9. 県内在住の外国人の県内観光産業への紹介や就職支援 |
| 10. 県内大学等の外国人留学生を県内観光産業へ紹介(繁忙期の期間限定の通訳や受入環境整備の助言など) |
| 11. 特になし |
| 12. その他 () |

質問9. 質問8で回答した内容で、より具体的なお意見やご要望があればご記入ください。(自由記述)

質問 10. ②宿泊・滞在型観光の促進について、必要なことはどれだと思いますか。(特に重要なもの5つまで)

1. ホテル・旅館等で地域の総合的な情報発信を行い、長期滞在を促進する(日帰りを宿泊、1泊を2泊にする等)
2. ホテル・旅館、飲食店、土産物店における地元の農畜産物等(地場産品)の活用促進
3. 観光の目玉となる新しい地場産品(農畜産物、土産物等)の開発と利用促進
4. 各地域での観光資源の再発掘・再整理・情報発信
5. ワイン、酒蔵、ジュエリー、果樹、神社仏閣等の地元観光資源を活用したツアー(着地型旅行)の拡充
6. 上記1～5の事例について、県ホームページでの紹介やメディアへの掲載協力
7. 地域の各種団体を横断的にまとめ上げ、着地型旅行の企画支援や観光振興等を推進する組織の設立
8. 地域の魅力を説明できるボランティアスタッフ等の育成
9. バスやタクシーなど県内における二次交通の充実
10. 特になし
11. その他()

質問 11. 質問 10 で回答した内容で、より具体的なお意見やご要望があればご記入ください。(自由記述)

質問 12. ③外国人観光客の消費拡大について、必要なことはどれだと思いますか。(特に重要なもの5つまで)

1. 海外へのトップセールス等による県産品の認知度向上
2. 外国語が堪能な人材の育成・確保
3. 外国人観光客向けに地域内で買い物ができるマップを作成
4. 手差し確認ボードなどのコミュニケーションツールの作成
5. 免税店制度に関する相談窓口の充実や免税店開設に向けた支援の充実・強化
6. 免税対象となる最低購入金額の引き下げ
7. 外国人観光客向けの地場産品の確保・充実
8. 外国人観光客が購入した商品を迅速に国外へ宅配するサービスやシステム導入(宅配事業者との連携強化等)
9. 外国人観光客に物品等を販売する際のノウハウ提供やノウハウを学ぶ場の創出
10. 「Wi-Fi」等の通信環境の充実
11. 特になし
12. その他()



やまなし観光産業活性化計画

～ 日本一の観光立県をめざして～

編 集

山梨県観光部観光企画課

〒400-8501 甲府市丸の内一丁目6-1

TEL : 055-223-1111 (代表)

URL : <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/index.html>