

観光グループ

1 グループの概要

「平成 19 年度 福島県商工労働行政施策の概要（平成 19 年 4 月）」によれば、同グループの事務分掌は以下のとおりである。

- ・観光に係る総合企画及び調整に関すること。
- ・県有観光施設の整備、管理に関すること。
- ・観光誘客及び宣伝に関すること。
- ・国際観光に関すること。
- ・旅行業法及び通訳案内士法に関すること。
- ・コンベンション誘致に関すること。
- ・福島県産業交流館に関すること。
- ・(財)福島県観光開発公社に関すること。
- ・(社)福島県観光連盟に関すること。

平成 19 年度の主な事業計画は以下のとおりである。

「観光施設管理事業」87,097 千円（当初予算額）

浄土平レストハウス、天鏡閣、迎賓館などの県有観光施設の管理を委託し、効率的な利活用を図った。

「うつくしま観光誘客プロモーション事業」22,760 千円（当初予算額）

県、市町村、民間団体が一体となって、中通り、浜通り、会津の各方部ごとに、豊かな自然や特色ある歴史、文化等の観光資源を生かした観光キャンペーンを首都圏中心に展開した。

「観光関係団体育成事業」47,882 千円（当初予算額）

(社)福島県観光連盟に派遣する県職員等の人件費及び運営費の補助金。

「観光地さわやかトイレ普及事業」191,767 千円（当初予算額）

観光地トイレの整備事業が未償還の 7 件についての貸付金。

「産業交流館運営事業」97,987 千円（当初予算額）

産業交流館の管理運営を(財)福島県産業振興センターに委託し、産業交流館の効率的な利活用を図った。

平成 19 年度の観光グループの主な事業の予算と実績は次のとおりである。

(単位：千円)

| 事業名 | 予算額 | 決算額 |
|----------------|---------|---------|
| 観光施設管理事業 | 87,097 | 173,084 |
| 観光関係団体育成事業 | 47,882 | 48,482 |
| 観光地さわやかトイレ普及事業 | 191,767 | 91,766 |
| 産業交流館運営事業 | 97,987 | 96,337 |
| 計 | 424,733 | 409,669 |

観光施設管理事業は、県が有する観光施設である迎賓館、浄土平レストハウス、天鏡閣、翁島荘、くろがね小屋の管理や運営を(財)福島県観光開発公社に委託している。当初予算よりも実績が多いのは、観光物産関係三団体の統合に伴い、平成 20 年 3 月に解散した(財)福島県観光開発公社に対する必要な経費 87,684 千円の補助金が含まれている。

観光関係団体育成事業は、(社)福島県観光連盟に対する補助金である。

観光地さわやかトイレ普及事業は、(財)福島県観光開発公社が市町村から受託して行うトイレ改修のための貸付金である。需要が少なく、実績は予算より大幅に少ない。

産業交流館運営事業は、産業交流館(ビックパレットふくしま)の管理運営を(財)福島県産業振興センターに委託しているものである。

2 福島県の観光の現状

「平成 20 年版観光白書 国土交通省編」によると、平成 19 年度の福島県の宿泊者数は全国で上位 13 番目に属し 731 万人だが、定員稼働率は下から 13 番目の 37%となっている。このことは、宿泊者数をもっと増やすよう努力しなければならないことと、宿泊施設の経営が安定していないということを示しているのではないか。「平成 20 年度商工労働部の概要」によると、本県の観光は次のとおりである。

観光客入込数の推移

(単位：千人)

| | H9年 | H10年 | H11年 | H12年 | H13年 | H14年 | H15年 | H16年 | H17年 | H18年 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------|---------|
| 観光客入込数 | 47,101 | 43,625 | 43,361 | 43,112 | 42,640 | 43,204 | 41,312 | 41,985 | 52,295 (42,265) | 56,231 |
| 日帰者数 | 35,079 | 32,482 | 32,864 | 32,938 | 31,351 | 33,864 | 32,648 | 33,428 | (34,046) | - |
| 宿泊者数 | 8,245 | 7,588 | 7,218 | 6,986 | 6,871 | 6,751 | 6,379 | 6,441 | (6,145) | (6,148) |
| 宿泊率(%) | 19.0 | 18.9 | 18.0 | 17.5 | 18.0 | 16.6 | 16.3 | 16.2 | (15.3) | - |
| 県外客比率(%) | 54.0 | 53.3 | 52.0 | 53.3 | 53.2 | 53.1 | 53.3 | 54.3 | - | - |

平成17年調査から全国観光統計基準に基づく調査方法を導入

()内は平成16年調査と同様の方法(155調査集計ポイント)による調査結果

ホテル数・旅館数の推移

(単位:件)

| | H9年 | H10年 | H11年 | H12年 | H13年 | H14年 | H15年 | H16年 | H17年 | H18年 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ホテル | 201 | 203 | 202 | 209 | 208 | 212 | 217 | 226 | 235 | 245 |
| 旅館 | 2,223 | 2,178 | 2,139 | 2,107 | 2,049 | 2,009 | 1,956 | 1,904 | 1,843 | 1,802 |

平成21年1月1日付の佐藤雄平知事の年頭所感「新春を迎えて」における【新年の県政運営】について一部抜粋すると下記のとおりである。

2. 観光の振興と県産品の販路拡大、定住・二地域居住の推進

福島県の魅力を全国にPRし、地域の新たな活性化につなげるため、本県の自然や文化を生かした体験型、滞在型の観光の推進、及び県産品のブランド力の強化や販路拡大に努めるとともに、定住・二地域居住を推進いたします。

具体的には、観光の振興につきましては、福島空港の就航先も含め広く全国に対しプロモーション活動を行うとともに、NHK大河ドラマ「天地人」放映の好機を活用したPRを行い、本県の知名度向上を図ってまいります。

また、「食」「健康づくり」などテーマ別の新たな観光資源やコースの開発、及び小学生の農山漁村における宿泊体験活動やグリーン・ツーリズムの受入体制の整備など体験型、滞在型の観光の推進を図るとともに、県及び関係団体の積極的な取組みにより国内はもとより東アジアからの教育旅行が年々増加してきていることから、さらなる増加を図るため、受入体制の整備拡充や積極的な誘致活動を展開してまいります。

県産品の振興につきましては、本県の豊富な県産品の中から選りすぐりの産品を「福島県ブランド認証産品」として認証し、県産品の知名度やブランド力の向上を図るとともに、首都圏ではアンテナショップ「ふくしま市場」での展示・販売や流通関係者等を対象とした商談会の開催、さらには上海、香港、台湾等での販売促進や昨年設立した「福島県貿易促進協議会」を活用した県内企業の輸出支援など、主に首都圏及び東アジア地域をターゲットとして戦略的に県産品の販路拡大に取り組んでまいります。

観光事業は、観光客がいて、観光客の様々な欲求を呼び起こしたり満たしてくれたりする観光資源があり、観光客と観光資源を結びつける交通手段があって成り立つものである。

観光資源には、素材としての観光資源とホテル・旅館などの宿泊施設等・サービスとあり、観光資源は自然資源と歴史的な史跡等の人文資源があるといわれている。

観光における構造変化が指摘されており、観光客も、従来の団体旅行から少人数のグループ客や個人客の旅行が主流になっている。

まず、以下のとおり団体旅行、個人グループ旅行について、私見を述べる。

団体旅行

団体旅行であっても、地産地消の食材で料理を提供している施設もあり、

地域住民に貢献してきたが、一般に、ホテル・旅館等が全国から観光客を集め、全国から集めた食材で料理を提供する。観光客もバス等で移動し、専門の添乗員や運転手がいるため地域社会と関わりなく集客施設は繁盛できる場合もあると思われる。

個人グループ旅行

個人グループ旅行の場合は、観光客の観光資源に対する知識も十分でない可能性もあり、道も不案内のため途中でトイレ休憩をしたり、道を聞いたり観光物の説明を受けたりすることになり、地域住民の協力なくしては観光資源、宿泊施設等の魅力がなくなる可能性がある。つまり、地域全体で観光客を歓迎する姿勢が必要と思われる。

地域住民にとっては、自分たちが生産した農産物を地元宿泊施設に購入してもらえ、直売所を設置することにより農産物等の販売収入を得ることができるといったメリットがある。

【意見】

県の観光施策は、観光客の入込数を増やすことを目標としてきたと思われる。入込数が増えればホテル・旅館等を運営する観光施設と運営する民間業者が観光産業の活性化をしてくれると考えていた。

観光産業の振興は、県内雇用を始めその経済効果は大変に大きなものがあり、地域振興策として県がやるべき観光政策は以下のとおりであると考えられる。

観光教育

観光資源は、それに情報を加えることによってより価値が高まるものとする。観光教育においては、地元の歴史といった観光資源の内容ばかりではなく、観光客のおかげで地域経済が成り立っているという実態も含めて教えることが大切であり、これが地域全体で歓迎する姿勢に結びつくと考える。

全国大会等の活用

県は、全国規模で開催される各種大会の誘致において、積極的に支援・協力を行う必要がある。本県での大会開催は、県産品を含めた観光資源を宣伝する格好の機会である。

観光のワンストップサービス

観光客の入込数は予想もつかず、道路や観光資源が混雑し、地域住民だけでは解決できない場合がある。この場合、観光交流局を始め県の関係部局、市町村、地域の関係団体等が連携して諸問題を一括解決する仕組みが望まれる。

平成 20 年 9 月 21 日、国道 289 号線（西郷村と下郷町）の甲子トンネルが開通し、大内宿などの観光資源に観光客が集中して道路が渋滞し、近隣住民が日常生活に支障を来していると報道されている。観光振興の観点からいえば、一番大事な観光客に迷惑をかけていることも忘れてはならない。

観光産業は、観光客と観光資源と交通手段で成り立っているが、上記の場合は交通手段が遮断されたものである。県は、当然混雑が予想されたし、

関係機関と調整をし、次のような対策をするべきであろう。

- ・学校の校庭や地域の商店街の駐車場を利用させる。
- ・更にそれらの臨時駐車場から観光資源までバスを運行したり、車で送迎したりする。
- ・臨時駐車場で食事のサービスや地場製品の販売、近隣の旅館・ホテルの案内をする。