

第Ⅱ章 観光政策の動向

国・県の観光政策、観光スタイルの変化など、近年の観光分野の動向を考察します。

国営ひたち海浜公園 みはらしの丘一面のネモフィラ

II-1 国・県の観光政策

(1) 観光立国政策

少子高齢化社会の到来によって人口の減少が加速する中で、日本の国力が衰退する危機感から、観光をもって国を再生しようという観光立国政策が、平成18年観光立国推進基本法の成立を契機に始まりました。

この政策は、観光による交流人口の拡大や消費活動の促進、世界の一員として国際交流を活発化し、世界から来訪者を迎え入れ、外貨を獲得し、社会経済の活性化と国民生活の質の向上につなげるというものです。

また、平成23年3月の東日本大震災の復興に向けた「日本再生戦略」にも位置づけられたことで観光は、さらに重要な意味を持つものとなりました。

観光立国推進基本法の概要

観光基本法(昭和38年)を全面改正。平成18年12月13日成立、平成19年1月1日施行。	
題名	観光立国の発展を国家戦略として位置づけ、その実現の推進を内容とするものであることにかんがみ、題名を「観光基本法」から「観光立国推進基本法」に改正。
前文	少子高齢化社会の到来や本格的な国際交流の進展を視野に、観光立国の実現を21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題と位置付け。
目的	観光立国の実現に関する施策を総合かつ計画的に推進し、もって国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進に寄与すること。
基本理念	観光立国の実現を導く上での ①豊かな国民生活を實現するための「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の認識の重要性 ②国民の観光旅行の促進の重要性 ③国際的視点に立つことの重要性 ④関係者相互の連携の確保の必要性を規定
関係者の責務等	①国の責務 観光立国の実現に関する施策を総合的に策定、実施する。 ②地方公共団体の責務 地域の特色を活かした施策を策定し実施。また、広域的な連携協力を図る。 ③住民の責務 観光立国の重要性を理解し、魅力ある観光地の形成への積極的な役割を担う。 ④観光事業者の責務 観光立国の実現に主体的に取り組むよう努める。
「観光立国推進基本計画」の作成	①観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針 ②観光立国の実現に関する目標 ③観光立国の実現に關し、政府が総合かつ計画的に講ずべき施策 ④その他、必要な事項を盛り込んだ、閣議決定による観光立国推進基本計画を策定。(国土交通大臣がとりまとめを担当)



観光立国推進基本計画（平成24年3月30日閣議決定）

基本方針	1. 震災からの復興 2. 国民経済の発展 3. 国際相互理解の増進 4. 国民生活の安定向上
計画期間	5年間（平成24年度～平成28年度）
計画目標	① 国内における旅行消費額（平成28年までに30兆円） ② 訪日外国人旅行者数（平成28年までに1,800万人） ③ 訪日外国人旅行者の満足度（満足指数・再来訪回答の向上） ④ 国際会議の開催件数（平成28年までに1.5倍増） ⑤ 日本人の海外旅行者数（平成28年までに2,000万人） ⑥ 日本人の国内旅行宿泊日数（平成28年までに2.5泊/人） ⑦ 観光地域の旅行満足度（満足指数・再来訪回答の向上）
主要施策	1. 国内外から選好される魅力ある観光地域づくり 2. オールジャパンによる訪日プロモーションの実施 3. 国際会議等のMICE※分野の国際競争力強化 4. 休暇改革の推進

※：MICE=Meeting、Incentive tour、Convention、Exhibitionの頭文字造語、ビジネストラベルを指す

(2) 茨城県の観光政策

「いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して」を基本理念として平成 28 年 3 月に策定された「茨城県観光振興基本計画」では、東京を中心とする大都市圏に隣接していながら、豊かな自然環境、歴史・文化遺産、世界最先端の科学や豊かな食資源に加え、スポーツアクティビティや農業・陶芸などの体験が可能である本県の個性を活かして、県外はもとより海外からも誘客を促進し、魅力ある観光地域づくりに取り組むとしています。

また、観光は、今後大きな成長が見込める産業であり、地方創生の実現に大きな役割を果たすものであることから、基本理念の実現に向けて、県として観光行政をより強力に推進するとしています。



茨城県観光振興基本計画（平成 28 年 3 月策定）

基本理念	いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して
計画期間	5 年間（平成 28 年度～平成 32 年度）
基本方針	<ul style="list-style-type: none"> (1) おもてなし日本一に向けた基盤づくり (2) 国内外への情報発信の強化 (3) 地域の特性を活かした国内誘客促進 (4) 東京オリンピック・パラリンピック等の開催を見据えた国際誘客促進 (5) 魅力ある観光地域づくり (6) 稼げる観光産業の振興
目標値	<ul style="list-style-type: none"> ①観光地点等入込客数（延べ人数） 6,200 万人 ②日帰り観光入込客数（実人数） 3,472 万人 ③宿泊観光入込客数（実人数） 701 万人 ④外国人旅行者数 720 千人 ⑤茨城県観光の満足度 50% ⑥観光消費額 2,660 億円 ⑦観光いばらきアクセス数 日本語 1,100 万件、外国語 120 万件 ⑧消費税免税店舗数 510 店舗 ⑨Wi-Fi 整備施設数 44 施設 ⑩海外からの観光ツアー催行数 3,000 ツアー

Ⅱ-2 ひたちなか市の観光政策

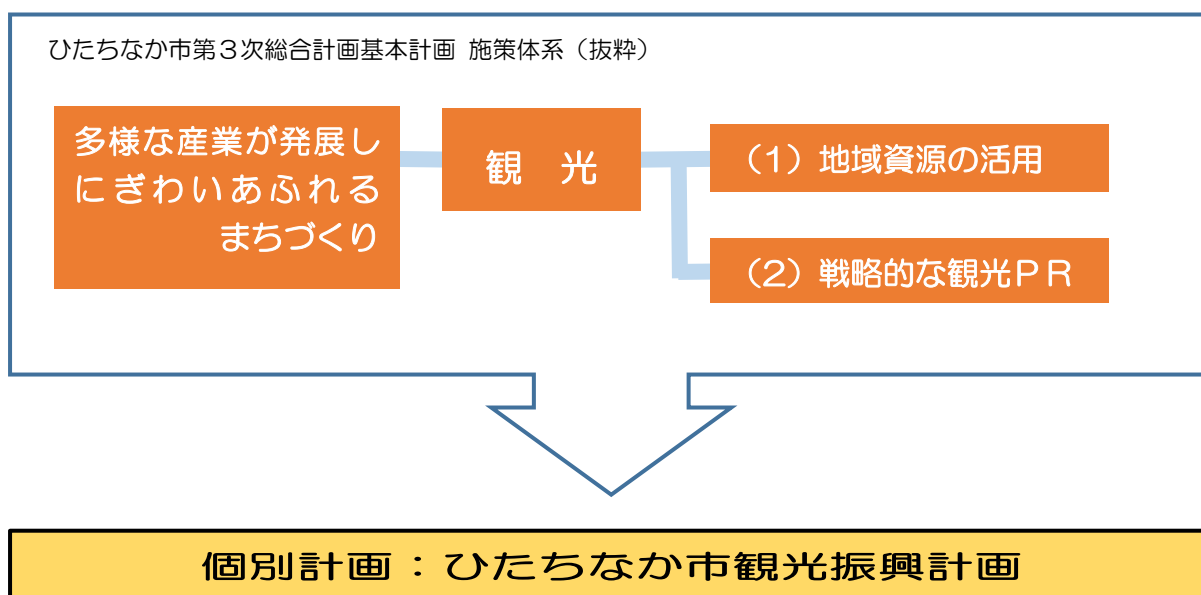
(1) ひたちなか市総合計画における観光政策

① 基本構想における観光政策

ひたちなか市第3次総合計画基本構想（平成27年12月17日決定）は、目指すべき都市像を「世界とふれあう 自立協働都市 ～豊かな産業と いきいきとした暮らしが広がる 元気あふれるまち～」と定め、その実現に向け、各分野における施策の方向を明らかにしています。観光については、観光資源の活用、市民参加による観光振興、観光PRの拡大、公共交通を活用した交流の推進、観光産業の育成などに取り組むとしています。

② 基本計画における観光政策

ひたちなか市第3次総合計画前期基本計画（平成28年3月25日決定）において、観光については、ひたちなか海浜鉄道を活用し、さまざまな観光資源をつなぎ合わせ、回遊性ある観光ネットワークづくりに取り組むほか、観光に携わる人材の育成、観光協会や市民の取り組みを支援するなど地域資源を活用することと、パンフレットの多言語化や公衆無線LANの整備のほか、観光客へのアンケートなど、各種調査を行いこれらを有効に活用して、戦略的な観光PRに努めることとしています。



Ⅱ-3 観光需要の変化

(1) 嗜好や余暇活動の変化

産業の成熟化、インターネットの急速な普及と高度情報化された現在の社会では、自宅に居ながらにして旅をするのと同様に世界を見聞することが可能であり、パソコンのマウスをクリックするだけで欲しいものを購入することも可能になりました。

また、大半の欲求は満たされやすくなった背景から、人々の求めるものは、より高度で質の高いものに変化し、人々の生活も心の豊かさや個性を求め、個々の価値観の多様性を認める時代となりました。

このような社会の変化により、余暇活動も様々となり、観光や旅行についても、個々のニーズに沿った新たな対応が必要となっています。



(2) 観光スタイルの変化

これまで観光といえば、知名度の高い観光地と呼ばれる土地へ観光バスなどで出向き、景色を眺め土産を買う物見遊山的な旅が主流でしたが、現在では単に観るだけではなく、もっと質の高い、よりテーマ性と目的性が強い体験や交流するといった観光スタイルへと変化してきています。

また、観光には、「本質を知りたい」「学びたい」という好奇心や探究心などもあり、質の高い観光を、来訪者に提供するうえで大切な要素の一つとなっています。



(3) 観光まちづくりの概念

観光まちづくりとは、観光立国政策の大きな柱の一つであり、地域が主体となり住民と地域資源を活かして、住環境を良くする視点と来訪者に魅力となる観光の視点からまちづくりに取り組み、地域の活性化と交流の促進につなげるという考えです。

「住んでよし、訪れてよし」という言葉に代表されるように、住みやすく、自分たちのまちの個性を活かし、魅力にあふれ、まちを誇りに思う住民のいきいきとした姿が見られる地域は、他の地域から見ても魅力的であり、訪れたい気持ちを抱かせることになると考えます。



(4) 地域のブランド化

観光まちづくりの概念から、日本全国あらゆる自治体そして各地域が来訪者を獲得する可能性を得たといえます。絶景や名勝旧跡を有する観光地と呼ばれる場所でもなくとも、地域の個性（魅力）を観光資源として誘致するというスタイルは、本市にも当てはまります。中生代白亜紀層を波が洗う海岸線、虎塚古墳や水戸徳川家ゆかりの史跡に代表される歴史資源、近海で採れた魚介類やほしいもなどの食の魅力、花の名所 国営ひたち海浜公園、趣あるひたちなか海浜鉄道、ロック・イン・ジャパン・フェスティバルに代表される音楽による交流、ものづくりの産業文化など、他の地域にはない個性から「ひたちなか」というまちのブランド価値を高め、誘客につなげていく必要があります。

