

平成21年度調査・研究事業

和歌山県の観光の現状と今後のあり方に関する調査研究

報 告 書

平成22年1月

社団法人 中小企業診断協会 和歌山県支部

はじめに

和歌山県の産業は、県北部の海岸地帯を中心に鉄鋼、石油、化学といった基礎素材型産業の割合が高く、製造品出荷額の約70%を占め、本県経済の発展を支えてきたが、残念ながらここ30年間の県内総生産の伸びが全国都道府県中最下位であり、その結果、雇用吸収力も弱く、安定した職につけない人々も多く、又現状では全国以上に高齢化の進展が予想されていることから、県民の暮らしを支えるさまざまな社会保障システムの維持がより深刻な問題となる恐れがある。

このような状況下で、和歌山県はわが国最大の紀伊半島に位置し、気候は温暖で、日照時間も長く海・山・川と豊かな自然環境にも恵まれている。

ここに、観光を和歌山県の産業の一つの柱としようとする機運が生じてきた。時を前後して、平成16年7月に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録され、平成17年11月に「串本沿岸海域のサンゴ礁等」がラムサール条約の対象に登録された。さらに平成19年1月に観光立国推進基本法が施行され、平成20年4月には地元和歌山大学に国立大学で初めての観光学部が発足した。

和歌山県議会も、県民総参加による観光振興の取組を進めるため平成21年7月「和歌山県観光立国推進条例（仮称）骨子案」を作成し、県民の意見を集約して、条例案を検討中である。

このような動きに対し、和歌山県支部では、果たして観光の現状はどのようなになっているのか、将来的にあるべき姿はどのようなものかの調査・研究をして地域観光産業の活性化に一助としたいと考え、和歌山県の観光の現状と今後のあり方」として報告書にまとめることにした。

社団法人中小企業中小企業診断協会

和歌山県支部 支部長 奥村博志

目 次

はじめに

第1章 和歌山県の観光客数	1
1. 市町村別、年別観光客入り込み数の推移	1
(1)平成20年和歌山県全体の概要	1
(2)平成20年主要観光地別動態	1
(3)観光目的別推計	2
2. 平成15年対比の市町村別、年別観光客入り込み数の推移指数	7
3. 平成20年度年末年始における主要観光地の観光客入込み状況について	9
4. 平成21年度主要観光地におけるゴールデンウィークの観光客入込み状況について	11
5. 平成21年度主要観光地における夏季の観光客入込状況について	14
6. 南紀白浜空港旅客数の推移	16
7. 宿泊客の発地別推計	17
8. 外国人宿泊客数について	18
第2章 各種観光実態調査結果	20
1. 平成20年度・和歌山県観光統計調査	20
(1)県内アンケート結果まとめ	21
(2)県外アンケート結果まとめ	32
2. 地域の活性化と観光に関する意識・実態調査報告書	38
(1)国内観光旅行の回数	38
(2)国内観光に費やした日数	38
(3)国内の観光地を選ぶ決め手	39
(4)観光旅行の目的	39
(5)観光旅行に費やす日数	40
(6)観光産業の推進と地方の活性化	40
(7)外国人観光客の受け入れ	41
3. 都道府県別の延べ宿泊者数	44
4. 「じゃらん宿泊旅行調査2009」の調査結果	45
(1)宿泊旅行者数と延べ宿泊数	45
(2)属性別の宿泊旅行者数と延べ宿泊数の推移	45

(3) 宿泊旅行にかけられた費用	46
(4) 月別旅行件数の推移	47
(5) 都道府県別の延べ宿泊旅行者数と宿泊旅行費用	48
(6) 宿泊旅行の同行形態	49
(7) テーマ別・都道府県別魅力度ランキング	50
(8) 宿泊旅行の目的	55
5. 日本の世界遺産観光に関する調査	56
(1) 調査概要	56
(2) 調査結果	56
 第3章 観光振興に対する取組	 60
1. 観光立国推進基本法	60
(1) 観光立国推進基本法法律の概要	60
(2) 観光立国推進基本計画	60
(3) 観光立国推進基本計画の概要	60
2. 和歌山県長期総合計画	62
(1) 郷土和歌山の魅力を磨き売り出す	62
(2) 郷土和歌山へ招く	64
(3) 郷土和歌山でもてなす	64
3. 和歌山県観光振興アクションプログラム2009	66
(1) 「8つの魅力で和歌山を売り出す	66
(2) 和歌山へ招く	66
(3) 和歌山でもてなす	67
4. 2009年度 重点的取組	68
(1) [高野・熊野]～世界遺産登録5周年＝その魅力の向上，発信～	68
(2) [海外からの誘客]～国別の嗜好傾向や旅行熱度に合わせた誘客活動の強化～	68
(3) [おもてなし]～接客第1線のおもてなし力向上～	69
5. 世界遺産登録5周年記念関連事業	70
(1) 世界中に感動と興奮を発信（世界遺産シンポジウムの開催）！	70
(2) 未来への架け橋（世界遺産保全ウォークの実施）！	70
(3) 国宝・重文、名作の数々が誘う古への旅立（世界遺産展の開催）！	71
(4) 企業コラボレーション等をはじめ多彩なイベント展開！	71
6. 和歌山県観光立県推進条例（仮称）骨子案	72

(1)はじめに	72
(2)条例の目的	72
(3)定義	73
(4)基本理念	73
(5)県の責務	73
(6)近隣府県等との連携	73
(7)市町村の役割	74
(8)県民の役割	74
(9)観光事業者の役割	74
(10)観光関係団体の役割	74
(11)県の施策の基本方針	74
(12)観光振興実施行動計画	75
(13)観光週間	75
(14)統計調査その他の調査及び分析	75
(15)施策の連携	75
(16)推進体制の整備等	75
7.和歌山大学観光学部の開設	76
(1)観光経営学科	76
(2)地域再生学科	76
第4章 現状と問題点	78
1.恵まれた観光資源を十分に活かしていない	78
2.観光旅行の形態の変化に対応できていない	78
3.観光産業の発展は県経済発展の大きな原動力となることを認識していない	78
4.和歌山県への入り込み客は日帰り客が増加しているが、 宿泊客が減少している	78
5.外国からの観光は増加しているが全国的なシェアは低い	79
6.おもてなしの心がもっと必要である	79
7.観光関係従事者の人材の育成・確保が不足している	79
8.快適な環境づくりができていない	80
9.世界遺産登録が観光客の増加になっているのは、 直接関係のある一部の町のみである	80
10.南紀白浜空港発着航空機の搭乗率が低い	80

11．観光客の和歌山県内の立ち寄り地域の満足度が低い	80
12．テーマ別魅力度がひくい	81
13．紀伊山地の霊場と参詣道を訪れる観光客はまだ少ない	81
14．高速道路の普及率が低い	81
 第5章 今後のあるべき姿	 83
1．和歌山県の観光地としての知名度・魅力度アップ対策	83
2．交通アクセスの整備	83
3．温泉観光の振興対策	84
4．外国人観光客の受け入れ体制の整備	85
5．グリーンツーリズムの推進	86
6．県下上げての真のホスピタリティの認識と醸成	86
7．世界遺産熊野本宮館の活用	87
8．和歌山県観光立県推進条例（仮称）に明確な目標設定	88
 おわりに	 89

第1章 和歌山県の観光客数

1. 市町村別、年別観光客入り込み数の推移

(1) 平成20年和歌山県全体の概要

和歌山県の平成20年の観光客入込数は、31,343千人(対前年比2.3%減)となった。内訳としては、宿泊客が5,455千人(対前年比2.0%減)、日帰客が25,888千人(対前年比2.4%減)であった。

平成20年には、世界的な不況やガソリン価格が高騰したことなどから、宿泊客・日帰客ともに減少した。

本格的な修学旅行客の受け入れを行った串本町、大社への参拝客が増加した本宮町では宿泊客・日帰客とも前年を上回った。

また、外国人宿泊客数については、訪日ガイドブックへの掲載などで高野山など世界遺産登録地域への入込みが引き続き好調であったことと、10月に田辺で開催した国際合気道大会などで、対前年比2.7%増となり過去最高を更新した。

(2) 平成20年主要観光地別動態

高野山

宿泊客が318千人(対前年比1.1%増)、日帰客が907千人(対前年比2.9%減)となり、全体で1,226千人(対前年比1.8%減)となった。

外国人観光客については欧米を中心に増加の傾向が続いているが、日本人観光客については、初夏にかけてのガソリン価格の高騰などにより減少した。

和歌山市

宿泊客が580千人(対前年比2.0%減)、日帰客が5,571千人(対前年比0.7%減)となり、全体で6,151千人(対前年比0.8%減)となった。

日帰客は城フェスタ関連のイベントが多数行われたことから市街地では増加したが、磯の浦海水浴場の海水浴客減少などにより全体として減少した。宿泊客は宿泊施設の廃業などから減少した。

龍神温泉・護摩壇山

宿泊客が64千人(対前年比4.2%減)、日帰客が520千人(対前年比2.7%減)となり、全体で584千人(対前年比2.9%減)となった。

20年は比較的天候も安定したため紅葉シーズンの入込み客は若干増加したが、温泉宿泊施設の休館などにより全体として宿泊客・日帰客ともに減少した。

白浜温泉・椿温泉

宿泊客が2,080千人(対前年比1.6%減)、日帰客が1,216千人(対前年比0.6%減)となり、全体で3,296千人(対前年比1.2%減)となった。

景気の悪化やガソリン価格の高騰の影響で、前半は宿泊客・日帰客ともに伸び悩んだが、後半はパンダやクエの人気の高まりから観光客が増加し、全体的にほぼ横ばいとなった。

串本

宿泊客が310千人(対前年比3.5%増)、日帰客が980千人(対前年比3.4%増)となり、全体で1,290千人(対前年比3.4%増)となった。

1月～3月の年金旅行団体客や、20年から本格的に修学旅行の受け入れを開始したことから宿泊客・日帰客ともに増加した。

勝浦温泉・湯川温泉

宿泊客が957千人(対前年比3.5%減)、日帰客が1,097千人(対前年比2.4%減)となり、全体で2,054千人(対前年比2.9%減)となった。

那智勝浦新宮道路の開通により交通アクセスの改善は図られたものの、ガソリン価格の高騰や世界的な不況などから宿泊客・日帰客ともに減少した。

熊野本宮温泉郷

宿泊客が145千人(増減なし)、日帰客が1,257千人(対前年比5.6%増)となり、全体で1,402千人(対前年比5.0%増)となった。

団体客は減少傾向にあるものの、本宮大社の知名度の高まりや、川湯温泉での川遊びと手掘り温泉体験の人気の高まりから全体として観光客は増加した。

(3)観光目的別推計

目的別に観光客の動態を推計すると次のとおりである。

目 的	20年構成比(%)	19年構成比(%)
社寺参詣	23.2	22.0
観光施設	19.4	20.2
温泉・休養	14.7	14.8
風景・自然鑑賞	9.1	10.0
スポーツ等	7.9	8.0
祭	5.7	5.5
海水浴・川泳	5.7	6.2
釣り	2.9	2.8
花見	2.7	2.5
キャンプ	0.7	0.7
観光農園	0.3	0.4
潮干狩り	0.1	0.1
その他	7.6	8.8

市町村別、年別観光客入り込み数の推移表

(単位：千人)

	摘 要	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20
和歌山市	日帰客	4,560	4,825	5,157	5,444	5,222	5,323	5,053	5,290	5,612	5,571
	宿泊客	581	611	558	561	536	575	555	607	591	580
	総数	5,141	5,436	5,715	6,005	5,758	5,898	5,608	5,897	6,203	6,151
海南市	日帰客	835	941	977	919	901	980	928	931	862	869
	宿泊客	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1
	総数	838	943	979	920	903	981	929	932	863	870
下津町	日帰客	107	105	101	105	103	104	94	93	95	101
	宿泊客	3	3	3	2	2	2	1	-	-	-
	総数	110	108	104	107	105	106	95	93	95	101
野上町	日帰客	162	277	368	415	445	402	398	333	348	336
	宿泊客	7	6	5	6	4	4	4	3	4	3
	総数	169	283	373	421	449	406	402	336	352	339
美里町	日帰客	249	254	269	274	307	273	246	230	217	197
	宿泊客	18	31	30	37	31	32	31	32	32	29
	総数	267	285	299	311	338	305	277	262	249	226
打田町	日帰客	168	149	477	608	591	591	463	568	865	864
	宿泊客	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	総数	168	149	477	608	591	591	463	568	865	864
粉河町	日帰客	1,091	1,104	1,091	1,050	1,015	940	925	886	773	793
	宿泊客	8	8	7	7	6	5	5	4	4	4
	総数	1,099	1,112	1,098	1,057	1,021	945	930	890	777	797
那賀町	日帰客	153	155	148	162	148	145	121	119	169	148
	宿泊客	6	6	5	1	5	4	4	4	2	2
	総数	159	161	153	163	153	139	125	113	171	150
桃山町	日帰客	253	259	258	255	246	233	204	203	243	240
	宿泊客	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2
	総数	255	260	259	256	247	235	206	205	245	242
貴志川町	日帰客	196	195	218	207	208	211	178	174	269	263
	宿泊客	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2
	総数	198	196	219	208	209	212	179	175	271	265

岩出町	日帰客	1,258	1,105	1,053	1,027	1,004	1,029	1,007	992	1,036	981
	宿泊客	34	30	23	21	19	25	27	24	25	25
	総数	1,292	1,135	1,076	1,048	1,023	1,054	1,034	1,016	1,061	1,006
橋本市	日帰客	653	794	759	841	714	801	746	784	726	685
	宿泊客	29	24	20	20	22	26	24	27	27	25
	総数	682	818	779	861	736	827	770	811	753	710
かつらぎ町	日帰客	161	385	213	442	474	664	816	930	981	984
	宿泊客	22	19	22	25	24	19	24	23	24	30
	総数	183	404	235	467	498	683	840	953	1,005	1,014
高野口町	日帰客	32	32	32	36	35	43	48	170	187	174
	宿泊客	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	総数	32	32	32	36	35	43	48	170	187	174
九度山町	日帰客	136	124	127	99	113	143	123	143	184	196
	宿泊客	8	7	7	6	6	7	7	5	4	4
	総数	144	131	134	105	119	150	130	148	188	200
高野町	日帰客	788	810	836	804	822	1,082	911	927	935	908
	宿泊客	317	329	336	329	332	375	323	281	313	318
	総数	1,105	1,139	1,172	1,133	1,154	1,457	1,234	1,208	1,248	1,226
花園村	日帰客	40	42	44	40	39	91	84	78	100	99
	宿泊客	22	22	19	22	18	18	18	15	15	12
	総数	62	64	63	62	57	109	102	93	115	111
有田市	日帰客	273	267	263	255	260	274	279	285	285	271
	宿泊客	86	74	67	64	63	61	51	46	42	33
	総数	359	341	330	319	323	335	330	331	327	304
湯浅町	日帰客	239	244	242	250	243	267	280	299	316	337
	宿泊客	55	53	48	46	45	42	41	41	39	39
	総数	294	297	290	296	288	309	321	340	355	376
広川町	日帰客	100	210	182	167	135	131	129	126	151	145
	宿泊客	10	12	11	10	8	5	4	4	5	3
	総数	110	222	193	177	143	136	133	130	156	148
吉備町	日帰客	113	169	176	178	176	159	131	140	128	125
	宿泊客	5	6	6	5	3	4	4	3	3	3
	総数	118	175	182	183	179	163	135	143	131	128

金屋町	日帰客	307	291	287	354	481	436	497	478	482	448
	宿泊客	3	2	2	2	1	1	1	1	2	2
	総数	310	293	289	356	482	437	498	479	484	450
清水町	日帰客	271	231	213	234	206	196	217	153	147	130
	宿泊客	46	44	42	41	33	28	25	24	24	25
	総数	317	275	255	275	239	224	242	177	171	155
御坊市	日帰客	247	364	325	289	266	149	154	164	168	166
	宿泊客	60	75	56	44	42	38	42	45	43	42
	総数	307	439	381	333	308	187	196	209	211	208
美浜町	日帰客	77	145	87	77	59	75	81	69	65	59
	宿泊客	17	15	21	17	9	11	12	16	14	13
	総数	94	160	108	94	68	86	93	85	79	72
日高町	日帰客	233	295	303	283	259	253	248	247	242	228
	宿泊客	45	43	43	48	48	45	49	51	50	51
	総数	278	338	346	331	307	298	297	298	292	279
由良町	日帰客	406	418	424	348	355	281	278	300	339	228
	宿泊客	57	52	44	33	30	21	32	30	36	51
	総数	463	470	468	381	365	302	310	330	375	279
川辺町	日帰客	410	451	474	378	344	347	342	339	327	208
	宿泊客	14	9	9	11	11	10	9	10	9	9
	総数	424	460	483	389	355	357	351	349	336	307
中津村	日帰客	278	285	291	292	271	260	285	277	284	292
	宿泊客	14	12	12	13	12	12	12	11	10	11
	総数	292	297	303	305	283	272	297	288	294	303
美山村	日帰客	126	165	144	139	114	96	96	94	97	107
	宿泊客	11	12	10	10	9	7	7	6	5	5
	総数	137	177	154	149	123	103	103	100	102	112
龍神村	日帰客	615	599	609	563	595	675	632	609	534	520
	宿泊客	89	88	92	74	67	72	69	66	67	64
	総数	704	687	701	637	662	747	701	675	601	584
南部川村	日帰客	145	155	163	160	158	148	172	170	172	161
	宿泊客	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
	総数	150	159	167	164	162	152	176	174	177	166

南部町	日帰客	380	447	497	435	376	377	389	514	491	485
	宿泊客	93	95	125	133	137	165	162	173	175	161
	総数	473	542	622	568	533	542	551	687	666	646
印南町	日帰客	716	744	725	638	570	488	458	482	525	558
	宿泊客	8	6	5	6	5	3	2	3	3	2
	総数	724	750	730	644	575	491	460	485	528	560
田辺市	日帰客	1,192	689	705	751	634	678	761	794	788	782
	宿泊客	189	175	171	167	180	180	160	151	173	179
	総数	1,381	864	876	918	814	858	921	945	961	961
白浜町	日帰客	1,295	1,303	1,305	1,316	1,305	1,313	1,217	1,199	1,224	1,216
	宿泊客	1,985	2,017	1,983	1,943	1,957	1,955	1,839	1,933	2,113	2,080
	総数	3,280	3,320	3,288	3,259	3,262	3,268	3,056	3,132	3,337	3,296
中辺路町	日帰客	484	309	293	298	360	686	797	485	762	475
	宿泊客	25	20	17	11	10	13	9	6	7	9
	総数	509	329	310	309	370	699	806	491	769	484
大塔村	日帰客	167	152	154	144	166	181	224	168	173	99
	宿泊客	14	14	14	13	12	12	13	9	9	8
	総数	181	166	168	157	178	193	237	177	182	107
上富田町	日帰客	229	216	220	230	223	236	232	253	247	260
	宿泊客	26	17	34	31	31	24	27	28	34	33
	総数	255	233	254	261	254	260	259	281	281	293
日置川町	日帰客	89	95	98	100	97	122	142	152	142	161
	宿泊客	28	32	30	31	23	23	26	23	23	23
	総数	117	127	128	131	120	145	168	175	165	184
すさみ町	日帰客	309	253	249	215	186	168	172	167	185	165
	宿泊客	67	68	69	64	58	46	59	56	59	54
	総数	376	321	318	279	244	214	231	223	244	219
串本町	日帰客	1,061	1,056	1,025	977	959	900	795	892	948	980
	宿泊客	300	291	296	302	291	305	281	293	300	310
	総数	1,361	1,347	1,321	1,279	1,250	1,205	1,076	1,185	1,248	1,290
新宮市	日帰客	939	900	890	905	903	977	987	982	942	902
	宿泊客	139	129	123	118	112	114	111	93	111	104
	総数	1,078	1,029	1,013	1,023	1,015	1,091	1,098	1,075	1,053	1,006

那智勝 浦町	日帰客	1,048	956	873	850	810	870	846	833	851	846
	宿泊客	1,127	1,058	968	931	891	912	898	924	948	913
	総数	2,175	2,014	1,841	1,781	1,701	1,782	1,744	1,757	1,799	1,759
太地町	日帰客	318	269	262	256	216	188	198	214	249	222
	宿泊客	45	43	41	41	44	38	41	32	31	30
	総数	363	312	303	297	260	226	239	246	280	252
古座町	日帰客	19	18	31	31	33	35	33	22	25	29
	宿泊客	20	17	16	21	19	16	15	12	12	14
	総数	39	35	47	52	52	51	48	34	37	43
古座川 町	日帰客	87	88	84	84	86	96	93	117	122	116
	宿泊客	9	8	7	7	6	6	6	7	8	6
	総数	96	96	91	91	92	102	99	124	130	122
熊野川 町	日帰客	299	291	272	266	271	257	253	241	234	213
	宿泊客	9	8	7	10	12	9	7	6	7	6
	総数	308	299	279	276	283	266	260	247	241	219
本宮町	日帰客	324	410	416	421	451	993	1,340	1,146	1,190	1,257
	宿泊客	205	192	178	172	151	168	159	147	145	145
	総数	529	602	594	593	602	1,151	1,499	1,293	1,335	1,402
北山村	日帰客	68	84	84	82	84	85	90	86	79	61
	宿泊客	10	11	12	11	10	11	11	11	10	8
	総数	78	95	96	93	94	96	101	97	89	69
合 計	日帰客	23,791	23,958	24,662	24,705	24,024	25,437	25,193	25,348	26,516	25,888
	宿泊客	5,889	5,803	5,598	5,477	5,345	5,454	5,216	5,295	5,567	5,455
	総数	29,680	29,761	30,260	30,182	29,369	30,891	30,409	30,643	32,083	31,343

(注)市町村は、統計の継続性のため、平成の大合併前の市町村にしている。

２．平成１５年対比の市町村別、年別観光客入り込み数の推移指数

平成１６年７月に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録されたので、平成１５年を１００とした市町村別、年別観光客入り込み数の推移指数を見ると、指数が高くなっており、且つ入り込み客総数の絶対値が多いのは、かつらぎ町、高野町、中辺路町、本宮町であり、いずれも世界遺産関連の町である。

その他の市町村の指数は低くなっているか、高くなっている市町村でも入り込み客総数の絶対値が少ない市町村もあるが、県全体の入り込み客総数は平成１５年を１００とした和歌山県全体の入り込み客総数の指数は１０６．７と増加しているが、昨年と比較すれば減少している。

市町村別、年別観光客入り込み数の推移指数

市町村	摘要	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20
和歌山市	総数	89.3	94.4	99.3	104.3	100.0	102.4	97.4	102.4	107.7	106.8
海南市	総数	92.8	104.44	108.4	101.9	100.0	108.6	102.9	103.2	95.6	96.3
下津町	総数	104.8	102.9	99.0	101.9	100.0	101.0	90.5	88.6	90.5	96.2
野上町	総数	37.6	63.0	83.1	93.8	100.0	90.4	89.5	74.8	78.4	75.5
美里町	総数	79.0	84.3	88.5	92.0	100.0	90.2	82.0	77.5	73.7	64.2
打田町	総数	28.4	25.2	80.7	102.9	100.0	100.0	78.3	96.1	146.4	146.2
粉河町	総数	107.6	108.9	107.5	103.5	100.0	92.6	91.1	87.2	76.1	78.1
那賀町	総数	103.9	105.2	100.0	106.5	100.0	90.8	81.7	73.9	111.8	98.0
桃山町	総数	103.2	105.3	104.9	103.4	100.0	95.1	83.4	83.0	99.2	98.0
貴志川町	総数	94.7	93.8	104.8	99.5	100.0	101.4	85.6	83.7	129.7	127.0
岩出町	総数	126.3	110.9	105.2	102.4	100.0	103.0	101.1	99.3	103.7	98.3
橋本市	総数	92.7	111.1	105.8	117.0	100.0	112.4	104.6	110.2	102.3	96.5
かつらぎ町	総数	36.7	81.1	47.2	93.8	100.0	137.1	168.7	191.4	201.8	203.6
高野口町	総数	91.4	91.4	91.4	102.9	100.0	122.9	137.1	485.7	534.3	497.1
九度山町	総数	121.0	110.1	112.6	88.2	100.0	126.1	109.2	124.4	158.0	168.1
高野町	総数	95.8	98.7	101.6	98.2	100.0	126.3	106.9	104.7	108.1	106.2
花園村	総数	108.8	112.3	110.5	108.8	100.0	191.2	178.9	163.2	201.8	194.7
有田市	総数	111.1	105.6	102.2	98.8	100.0	103.7	102.2	102.5	101.2	94.1
湯浅町	総数	102.1	103.1	100.7	102.8	100.0	107.3	111.5	118.1	123.3	130.6
広川町	総数	76.9	155.2	135.0	123.8	100.0	95.1	93.0	90.9	109.1	103.5
吉備町	総数	65.9	97.8	101.7	102.2	100.0	91.1	75.4	79.9	73.2	71.5
金屋町	総数	64.3	60.8	60.0	73.9	100.0	90.7	103.3	99.4	100.4	93.4
清水町	総数	132.6	115.1	106.7	115.1	100.0	93.7	101.3	74.1	71.5	64.9
御坊市	総数	99.7	142.5	123.7	108.1	100.0	60.7	63.6	67.9	68.5	67.5
美浜町	総数	138.2	235.3	158.8	138.2	100.0	126.5	136.8	125.0	116.2	105.9
日高町	総数	90.6	110.1	112.7	107.8	100.0	97.1	96.7	97.1	95.1	90.9
由良町	総数	126.8	128.8	128.2	104.4	100.0	82.7	84.9	90.4	102.7	76.4
川辺町	総数	119.4	129.6	136.1	109.6	100.0	100.6	98.9	98.3	94.6	86.5
中津村	総数	103.2	104.9	107.1	107.8	100.0	96.1	104.9	101.8	103.9	107.1
美山村	総数	111.4	143.9	125.2	121.1	100.0	83.7	83.7	81.3	82.9	91.1
龍神村	総数	106.3	103.8	105.9	96.2	100.0	112.8	105.9	102.0	90.8	88.2

南部川村	総数	92.6	98.1	103.1	101.2	100.0	93.8	108.6	107.4	109.3	102.5
南部町	総数	88.7	101.7	116.7	105.6	100.0	101.7	103.4	128.9	125.0	121.2
印南町	総数	125.9	130.4	127.0	112.0	100.0	85.4	80.0	84.3	91.8	97.4
田辺市	総数	169.7	106.1	107.6	112.8	100.0	105.4	113.1	116.1	118.1	118.1
白浜町	総数	100.6	101.8	100.8	99.9	100.0	100.2	93.7	96.0	102.3	101.0
中辺路町	総数	137.6	88.9	83.8	83.5	100.0	188.9	217.8	132.7	207.8	130.5
大塔村	総数	101.7	93.3	94.4	88.2	100.0	108.4	133.1	99.4	102.2	60.1
上富田町	総数	100.4	91.7	100.0	102.8	100.0	102.4	102.0	110.6	110.6	115.4
日置川町	総数	97.5	105.8	106.7	109.2	100.0	120.8	140.0	145.8	137.5	153.3
すさみ町	総数	154.1	131.6	130.3	114.3	100.0	87.7	94.7	91.4	100.0	89.8
串本町	総数	108.9	107.8	105.7	102.3	100.0	96.4	86.1	94.8	99.8	103.2
新宮市	総数	106.2	101.4	99.8	100.8	100.0	107.5	108.2	105.9	103.7	99.1
那智勝浦町	総数	127.9	118.4	108.2	104.7	100.0	104.8	102.5	103.3	105.8	103.4
太地町	総数	139.6	120.0	116.5	114.2	100.0	86.9	91.9	94.6	107.7	96.9
古座町	総数	70.9	63.6	85.5	100.0	100.0	92.7	87.3	61.8	67.3	82.7
古座川町	総数	104.3	104.3	98.9	98.9	100.0	110.9	107.6	134.8	141.3	132.6
熊野川町	総数	108.8	105.7	98.6	97.5	100.0	94.0	91.9	87.3	85.2	77.4
本宮町	総数	87.9	100.0	98.7	98.5	100.0	191.2	249.0	214.8	221.8	232.9
北山村	総数	83.0	101.1	102.1	98.9	100.0	102.1	107.4	103.2	94.7	73.4
合 計	総数	101.1	101.3	103.0	102.8	100.0	105.2	103.5	104.3	109.2	106.7

３．平成２０年度年末年始における主要観光地の観光客入込み状況について

県内の主要観光地（７カ所）における年末年始（１２／３０～１／３）の観光入込み客は、宿泊客が１１９，４００人（１．０％減）で、日帰客が１，０３０，１００人（６．８％増）で、合わせて１，１４９，５００人（５．９％増）となった。

	平成２０年	平成１９年	増 減	対前年比
宿泊	１１９，４００	１２０，６００	▲１，２００	９９．０％
日帰	１，０３０，１００	９６４，７００	６５，４００	１０６．８％
総数	１，１４９，５００	１，０８５，３００	６４，２００	１０５．９％

（１）和歌山市

宿泊客は１１，０００人、日帰客は５２１，６００人となり全体として５３２，６００人（６．９％増）となった。

宿泊客については、特に和歌浦地域に減少が目立った。

天候に恵まれたことなどにより初詣客がふえたため、日帰客が増加した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	11,000	11,900	900	92.4%
日帰	521,600	486,400	35,200	107.2%
総数	532,600	493,300	34,300	106.9%

(2)高野町

宿泊客は1,300人、日帰客は15,200人となり全体として16,500人(8.8%減)となった。

積雪や降雪の影響で自動車での観光客が減少したことなどから、宿泊客・日帰客ともに減少した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	1,300	1,600	▲300	81.3%
日帰	15,200	16,500	▲1,300	92.1%
総数	16,500	18,100	▲1,600	91.2%

(3)龍神村

宿泊客は1,600人、日帰客は15,500人で、全体として17,100人(15.5%増)となった。

昨年休館していた温泉旅館施設が営業を再開したことなどから、温泉入浴目的の日帰客が大幅に増加した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	1,600	1,500	100	106.7%
日帰	15,500	13,300	2,200	110.2%
総数	17,100	14,800	2,300	110.0%

(4)本宮町

宿泊客は4,400人、日帰客は308,700人で、全体として313,100人(10.0%増)となった。

好天に恵まれたことや知名度の高まりにより、今年も熊野本宮大社への初詣客が増加した。また、南紀田辺IC開通により自家用車利用客も増加した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	4,400	4,600	▲200	95.7%
日帰	308,700	280,100	28,600	110.2%
総数	313,100	284,700	28,400	110.0%

(5)白浜町

宿泊客は71,500人、日帰客は11,700人で、全体として83,200人(1.2%増)となった。

南紀田辺IC開通やガソリン価格低下等により自家用車での観光客が増加した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	71,500	70,800	700	101.0%
日帰	11,700	11,400	300	102.6%
総数	83,200	82,200	1,000	101.2%

(6)那智勝浦町

宿泊客は24,300人、日帰客は132,300人で、全体として156,600人(0.4%増)となった。

宿泊客については不況の影響もあり微減となったが、日帰客については昨年は開催されなかった「にぎわい広場」朝市が今年は1/2～1/4の3日間開催されたことなどから増加した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	24,300	24,800	▲500	98.0%
日帰	132,300	131,200	1,100	100.8%
総数	156,600	156,000	600	100.4%

(7)串本町

宿泊客は5,300人、日帰客は25,100人として、30,400人(2.6%減)となった。

潮岬や橋杭岩などの初日の出スポットは人気だったが、ツアー客の減少などにより宿泊客・日帰客ともに減少した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	5,300	5,400	▲100	98.1%
日帰	25,100	25,800	▲700	97.3%
総数	30,400	31,200	▲800	97.4%

4.平成21年度主要観光地におけるゴールデンウィークの観光客入込み状況について

県内の主要観光地(7カ所)におけるゴールデンウィーク(4/25～5/6の12日間)の観光入込み客は、宿泊客、日帰客を合わせて863,529人で、昨年度の919,500人(4/26～5/6の11日間)に比べて55,971人(6.1%)減少となった。

今年度は、昨年度に比べ連休期間が1日長かったことや、土・日・祝日の高速道路料金のETC割引の影響で、和歌山市、高野町を除く市町で観光客が増加した。

しかし、日帰客はその半数以上を占める和歌山市で片男波の潮干狩りが開催されなかったことや、連休後半の天候不順などの影響により入込客伸び悩んだため、主要観光地全体としては減少となった。

一方、宿泊客は連休期間が長かったことや、高速道路料金のETC割引による遠方からの来訪者で増加したと考えられる。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
	12日間	11日間		
	(4/25～5/6)	(4/26～5/6)		
宿泊	212,912	208,600	4,312	102.1%
日帰	650,617	710,900	▲60,283	91.5%
総数	863,529	919,500	▲55,971	93.9%

(1)和歌山市

宿泊客は9,200人(対前年4.6%増)、日帰客は316,317人(17.2%減)となり、全体として325,517人(16.7%減)であった。

今年度は片男波の潮干狩りが開催されなかったことや、連休後半は天候に恵まれずマリーナシティの入込客が伸び悩んだため日帰客が大きく減少した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	9,200	8,800	400	104.6%
日帰	316,317	382,200	▲65,883	82.8%
総数	325,517	391,000	▲65,483	83.3%

(2)高野町

宿泊客は29,800人(9.7%減)、日帰客は49,200人(4.7%減)となり、全体として79,000人(6.6%減)であった。

前半の曜日配列が悪かったことなどから全体として昨年度より減少した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	29,800	33,000	▲3,200	90.3%
日帰	49,200	51,600	▲2,400	95.3%
総数	79,000	84,600	▲5,600	93.4%

(3)龍神村

宿泊客が4,012人(8.4%増)、日帰客は48,800人(0.2%減)となり、全体として52,812人(0.4%増)であった。

高速道路料金のＥＴＣ割引の影響から日帰客の中でもバイクのツーリング客が特に増加した。しかし、５月５日、６日の天候不順により、昨年度とほぼ同数であった。

	平成２１年	平成１９年	増 減	対前年比
宿泊	４,０１２	３,７００	３１２	１０８.４％
日帰	４８,８００	４８,９００	▲１００	９９.８％
総数	５２,８１２	５２,６００	２１２	１００.４％

(４)本宮町

宿泊客は９,３００人(８.１％増)、日帰客は６３,４００人(２.８％増)となり、全体として７２,７００人(３.４％増)であった。

前半の曜日配列が悪く、天候にも恵まれなかったこともあり、キャンプの利用者は減少した。全体としては昨年度より連休期間が１日長いため増加した。

	平成２１年	平成２０年	増 減	対前年比
宿泊	９,３００	８,６００	７００	１０８.１％
日帰	６３,４００	６１,７００	１,７００	１０２.８％
総数	７２,７００	７０,３００	２,４００	１０３.４％

(５)白浜町

宿泊客は１０５,５００人(３.９％増)、日帰客は７２,１００人(５.１％増)となり、全体として１７７,６００人(４.４％増)であった。

連休前半の曜日配列が悪く、宿泊客が昨年度を下回ったが、後半は曜日配列が良く、宿泊客数が増加した。

５月３日の海水浴場開きは天候も良く５,０００人の入込客で前年並みであった。

	平成２１年	平成２０年	増 減	対前年比
宿泊	１０５,５００	１０１,５００	４,４００	１０３.９％
日帰	７２,１００	６８,６００	３,５００	１０５.１％
総数	１７７,６００	１７０,１００	７,５００	１０４.４％

(６)那智勝浦町

宿泊客は４５,０００人(１.４％増)、日帰客は６５,０００人(７.３％増)となり、全体として１１０,０００人(４.８％増)であった。

連休前半の曜日配列が悪く低調だったが、後半は曜日配列も良く全体として観光客は増加した。

高速道路料金のＥＴＣ割引の影響もあり、車での来訪が多かった。

	平成２１年	平成２０年	増 減	対前年比
--	-------	-------	-----	------

宿泊	45,000	44,400	600	103.9%
日帰	65,000	60,600	4,400	105.1%
総数	111,000	105,000	5,000	104.4%

(7)串本町

宿泊客は10,100人(17.4%増)、日帰客は35,800人(4.0%減)となり、全体として45,900人(増減なし)であった。

連休の前半は天候に恵まれ、また高速道路料金のETC割引の影響から車での来訪が多く好調であった。後半は天候に恵まれず日帰客数が伸び悩んだ。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	10,100	8,600	1,500	117.4%
日帰	35,800	37,300	▲1,500	96.0%
総数	45,900	45,900	0	100.0%

5.平成21年度主要観光地における夏季の観光客入込状況について

県内の主要観光地(7カ所)における夏季(7/1~8/31)観光入込客は、宿泊客、日帰客を合わせて3,232,100人(1.6%)減少となった。

7月は梅雨明けが非常に遅く、天候に恵まれなかったため、海水浴場に訪れる観光客が昨年に比べ減少した。

8月は、お盆以降天候もよく、高速道路のETC割引の影響もあり、多くの観光地で日帰客が増加した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	929,000	960,600	▲31,600	96.7%
日帰	2,303,100	2,324,400	▲21,300	99.1%
総数	3,232,100	3,285,000	▲52,900	98.4%

(1)和歌山市

宿泊客は143,400人、日帰客は1,262,900人で、全体として1,406,300人(1.8%増)となった。

7月は梅雨明けが長引いたことが影響して海水浴客を中心に入込客が減少した。8月は天候も回復したことと、15周年を迎えるマリーナシティへの観光客が増加したことから宿泊客・日帰客ともに増加した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	143,400	138,300	5,100	103.7%
日帰	1,262,900	1,243,500	19,500	101.6%
総数	1,406,300	1,381,700	24,600	101.8%

(2)高野町

宿泊客は68,400人、日帰客は210,900人で、全体として279,300人(0.7%増)となった。

外国人観光客の増加や7月3日より定期運行を始めた観光列車「天空」の効果もあり、全体として観光客は増加した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	68,400	64,800	3,600	105.6%
日帰	210,900	212,600	▲1,700	99.2%
総数	279,300	277,400	1,900	101.8%

(3)龍神村

宿泊客は15,900人、日帰客は73,300人で、全体として89,200人(19.9%減)となった。

梅雨明けが長引き、ツーリング客、鮎釣りの宿泊客が減少したことから宿泊客・日帰客ともに減少した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	15,900	17,800	▲1,900	89.3%
日帰	73,300	93,600	▲20,300	78.3%
総数	89,200	111,400	▲22,200	80.1%

(4)本宮町

宿泊客は31,200人、日帰客は168,400人で、全体として199,600人(1.0%増)であった。

高速道路のETC割引の影響があり、熊野本宮大社への参拝客が増加したことで、日帰客は増加した。

	平成20年	平成19年	増 減	対前年比
宿泊	31,200	30,900	300	101.0%
日帰	168,400	166,700	1,700	101.0%
総数	199,600	197,600	2,000	101.0%

(5)白浜町

宿泊客は450,000人、日帰客は283,300人で、全体として733,300人(0.6%減)

であった。今年は台風の影響による遊泳禁止や花火大会の延期などで客足が鈍ったものの、お盆以降は天候が回復し日帰客は増加した。なお、高速道路の延伸により宿泊客から日帰客へシフトする傾向が見られる。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	450,000	463,700	▲13,700	97.1%
日帰	283,300	274,300	9,000	103.3%
総数	733,300	738,000	▲4,700	99.4%

(6)那智勝浦町

宿泊客は159,800人、日帰客は129,500人で、全体として289,300人(15.6%減)であった。

天候に恵まれず花火大会や那智海水浴場で行うイベントを延期した影響もあり、宿泊客・日帰客ともに減少した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	159,800	182,900	▲23,100	87.4%
日帰	129,500	159,800	▲30,300	81.0%
総数	289,300	342,700	▲53,400	84.4%

(7)串本町

宿泊客は60,300人、日帰客は174,800人で、全体として235,100人(0.5%減)であった。

7月、8月はお盆前後を除き天候に恵まれなかったため、潮岬など主要な地域で観光客が減少した。

	平成21年	平成20年	増 減	対前年比
宿泊	60,300	62,200	▲1,900	97.0%
日帰	174,800	174,000	800	100.5%
総数	235,100	236,200	▲1,100	99.5%

6. 南紀白浜空港旅客数の推移

南紀白浜空港の乗降客数は、平成8年3月9日に従来のプロペラ機からジェット機の発着陸が可能になり、東京方面からの利便性が増し、観光客を中心とする降客数が大幅に増加した。しかし、平成14年度の147,539人をピークに観光客の他観光地への分散化等の影響で減少傾向になっていったが、平成19年度には5年ぶりに増加に転じ、さらに、平成20年度の乗降客数は過去最高の151,637人を記録した。その原因は、「特便割引7」（事前予約すれば、約30%の割引）が定着したこと、首都圏からの修学旅行、観光客誘致に力を入れた成果が出たと考えられる。また、白浜の

パンダ人気も大きいのではないかと考えられる。

さらに、平成１９年までは運航する主要旅客機までは１３４人乗りだったのが、１５０人、１６３人乗りとなった機種の変更より、団体客が受け入れやすくなり、修学旅行誘致も大きな要因となっている。しかし、一方で搭乗率は年間５１．９％で、搭乗者数記録を更新した４月でも４３％にとどまっている状況では満足できる数値ではない。

年 次	乗降客数(人)	指 数(%)
平成１２年度	１４４,５８２	１００．０
平成１３年度	１４３,４２５	９９．２
平成１４年度	１４７,５３９	１０２．０
平成１５年度	１４４,５３９	１００．０
平成１６年度	１４０,９１６	９７．５
平成１７年度	１３８,８２５	９６．０
平成１８年度	１３５,２６８	９３．６
平成１９年度	１４６,８１３	１０１．５
平成２０年度	１５１,６３７	１０４．９

資料：南紀白浜空港管理事務所

７．宿泊客の発地別推計

宿泊客の発地別推計を見ると、近畿が最も多く、次いで和歌山県内、関東、東海の順になっている。

宿泊客の発地別推計表

(単位：千人)

発地	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年
和歌山	805	752	732	730	708	696	672	685	730	682
大阪	2,012	1,934	1,869	1,769	1,710	1,734	1,666	1,764	1,796	1,745
京都	340	334	320	287	334	364	288	298	321	308
兵庫	416	436	411	384	307	336	382	365	399	386
奈良	239	254	225	211	205	215	201	203	210	212
滋賀	118	121	113	104	99	105	102	109	105	107
三重	165	166	162	149	139	126	106	124	116	111
四国	143	153	156	149	135	148	126	114	110	100
中国	175	180	164	193	176	195	163	139	133	135
東海	592	595	570	531	515	491	457	486	501	477
北陸	105	102	100	103	93	91	81	68	75	87
関東	506	481	459	527	544	569	592	548	603	579
東北	57	54	51	64	53	54	62	47	51	48
北海道	36	38	35	57	44	49	40	37	35	35
九州	92	85	82	99	104	108	95	80	84	81

外国人	32	49	63	63	61	110	116	126	164	168
不明	57	67	85	57	118	64	66	104	133	194
合計	5,889	5,803	5,598	5,477	5,346	5,454	5,215	5,295	5,567	5,455

宿泊客のブロック別発地別推計表

(単位：千人)

発地	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年
和歌山	805	752	732	730	708	696	672	685	730	682
近畿	3,125	3,088	2,938	2,755	2,655	2,754	2,639	2,739	2,831	2,758
関東	506	481	459	527	544	569	592	548	603	579
東海	592	595	570	531	515	491	457	486	501	477
その他	861	887	899	934	924	944	855	837	902	959
合計	5,889	5,803	5,598	5,477	5,346	5,454	5,215	5,295	5,567	5,455

8. 外国人宿泊客数について

平成20年の和歌山県への外国人宿泊客数は168,351人で、前年の163,870人に比べて4,481人(102.7%)の増であり過去最高となった。

ビジットジャパンキャンペーン(?)が始まった平成15年(61,283人)に比べ275%の増加である。

欧米については、9月に現地でトップセールスを実施したことやメディア・訪日旅行ガイドブックで幅広く紹介されたことにより、和歌山県、特に高野山の人気が高まり、フランス、ドイツを中心に増加した。また、10月に田辺市で開催された世界合気道大会には、欧米を始め世界各国から多くの参加者があった。

アジアについては、世界金融危機による景気後退と円高急進の影響を受け、下半期は大幅に減少したが、上半期及び中国の堅調な増加により、全体としては、ほぼ前年並みとなった。中国の増加については、訪日客が依然増加を続けたこと、関空至近の立地を生かした和歌山市内の宿泊プランが人気となったことなどが要因と考えられる。

(?)ビジット・ジャパン・キャンペーンとは平成22年に訪日外国人旅行者数を1,000万人とするのを目標に向け、日本の観光魅力を海外に発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の造成等を行うビジット・ジャパン・キャンペーンを官民一体で推進している。

ビジット・ジャパン・キャンペーンの実施体制は、官民の関係者が一体となって参加できる体制として、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部及び執行委員会を設置している。また、独立行政法人国際観光振興機構海外プロモーション部が実施本部事務局としての機能を担っている。

和歌山県全体の外国人宿泊客数

平成15年	平成19年(人)	平成20年(人)	対前年比(%)
61,283	163,870	168,351	102.7

外国人宿泊客は、アジアが多く、その中でも台湾・香港が多い。中国は現在ではあまり多くないが今後増加の予想される国である。

外国人の国・地域別宿泊客数の推移

(単位：人)

	平成15年	平成19年	平成20年	前年比(%)	シェア(%)
アジア	45,737	122,033	121,684	99.7	72.3
台湾	28,327	47,390	49,716	104.9	29.5
香港	5,858	45,176	41,350	91.5	24.6
韓国	8,046	19,144	16,365	85.5	9.7
中国	1,829	6,752	10,282	152.3	6.1
欧米豪他	15,546	41,837	46,667	111.5	27.7
仏	1,139	9,177	10,897	118.7	6.5
米	4,909	8,210	4,133	50.3	2.5
独	2,283	3,182	5,678	178.4	3.4
合計	61,283	163,870	168,351	102.7	100.0

外国人の主要市町村別の宿泊客数

「みなべ町」への外国人観光客が多いのは同町の「南部ロイヤルホテル」が台湾の観光社とタイアップして、ツアー客を積極的に招致、宿泊させていることによる。串本においても系列の「串本ロイヤルホテル」の宿泊による。

	平成19年		平成20年		対前年	
	人数(人)	シェア	人数(人)	シェア	増減数(人)	比率(%)
みなべ町	36,506	22.3	35,586	21.1	920	97.5
高野町	30,352	18.5	35,337	21.0	4,985	116.4
那智勝浦町	31,780	19.4	32,962	19.6	1,182	103.7
白浜町	31,739	19.4	31,223	18.5	516	98.4
和歌山市	13,313	8.1	13,258	7.9	55	99.6
串本町	16,955	10.3	11,411	6.8	5,554	67.3
田辺市	1,279	0.8	6,285	3.7	5,006	491.4
その他	1,946	1.2	2,289	1.4	343	117.6
合 計	163,870		168,351		4481	102.7

第2章 各種観光実態調査結果

1. 平成20年度・和歌山県観光統計調査

和歌山県では、タイムリーで効果的な観光施策の推進を図るために、和歌山県観光統計調査を実施し、必要な基礎データの収集と分析を行った。

<調査方法>

- ・和歌山県内の主要観光ポイント、施設に訪れている観光客を対象とした調査員による対面聞き取り調査
- ・県外の主要観光ポイント、施設に訪れている観光客を対象とした調査員による対面聞き取り調査
- ・県内の主な宿泊施設における宿泊客を対象とした留め置きアンケート調査

<調査日>

- ・聞き取り調査

夏調査：平成20年7月27日(日)、平成20年8月3日(日)

秋調査：平成20年10月19日(日)、平成20年10月26日(日)

冬調査：平成20年12月21日(日)、12月23日(祝・火)

- ・留め置き調査

夏調査：平成20年7月27日(日)～8月3日(日)

秋調査：平成20年10月19日(日)～10月26日(日)

冬調査：平成20年12月13日(土)～12月31日(水)

<調査地点、サンプル数>

- ・県内聞き取り調査

	夏調査	秋調査	冬調査	合計
紀北	461	416	298	1,175
紀中	126	156	129	411
紀南	607	490	350	1,447
合計	1,194	1,062	777	3,033

- ・県内留め置き調査

	夏調査	秋調査	冬調査	合計
紀北	318	99	129	546
紀中	67	20	42	129
紀南	846	396	539	1,781
合計	1,231	515	710	2,456

・県外聞き取り調査

	夏調査	秋調査	冬調査	合計
神戸市、北野町（広場）	70	70	60	200
京都市、嵐山（渡月橋前広場）	48	60	50	158
大阪市、大阪城	70	65	70	205
合計	188	195	180	563

(1) 県内アンケート結果まとめ

回答者のプロフィール

- 1) 回答者の年齢は「30代」が23%で最も多く、以下「40代」が20%、「50代」が20%、「60代」が16%となっている。

年 代	比率 (%)	年 代	比率 (%)
10代	2.0	50代	19.9
20代	12.6	60代	15.5
30代	22.5	70代以上	5.1
40代	20.1	不明	2.4

- 2) 性別は「男性」が52%、「女性」が45%となっている。

性別	比率 (%)
男性	52.3
女性	45.3
不明	2.4

- 3) 居住地は、「大阪府」が34%で最も多く、以下「その他近畿」が22%、「和歌山県内」が16%、「関東」が10%、「東海（三重県を含む）」が9%となっている。

居 住 地	比率 (%)
和歌山県内	16.2
大阪府	33.6
その他近畿	21.9
東海	8.6
関東	9.6
その他	6.4
不明	3.8

旅行の形態

1)過去2年間の和歌山来訪回数は、「複数回来訪」が48%、「初めて」が35%、「和歌山県在住」が17%となっている

来訪回数	比率(%)
初めて	34.9
複数回来訪	47.6
和歌山県在住	16.6
不明	0.9

2)複数回来訪している人の具体的な回数は、「2回」が34%、「6回以上」が27%、「3回」が19%、「5回」が10%、「4回」が9%となっている。

来訪回数	比率(%)
2回	34.0
3回	18.5
4回	9.1
5回	10.0
6回以上	27.1
不明	1.4

3)来訪人数は、「2人」が37%、「4人」が16%、「3人」が13%、「5人」が7%、「1人」が6%となっている。

来訪人数	比率(%)
1人	5.7
2人	36.7
3人	13.2
4人	15.6
5人	6.6
6人	3.0
7人以上	8.1
不明	11.1

4)来訪の単位は、「家族」が40%で最も多く、以下「夫婦」が24%、「知人・友人」が15%、「カップル」が7%、「1人」が7%となっている。

来訪単位	比率(%)	来訪単位	比率(%)
1人	7.2	知人・友人	15.0
カップル	7.4	趣味・サークル	2.2
夫婦	24.2	その他	2.2
家族	39.8	不明	0.6
修学旅行・職場旅行	1.3		

5)旅行代理店の利用状況は、「個人旅行(交通機関、宿泊施設を自分で手配)」が77%で最も多く、以下「旅行会社を利用(交通機関や宿泊施設等を旅行会社が手配)」が13%、「その他」が5%、「団体旅行(学校・職場等グループで交通機関・宿泊施設を予約)」が3%となっている。	旅行代理店の利用	比率(%)
	個人旅行	77.3
	旅行会社を利用	13.4
	団体旅行	3.4
	その他	5.2
	不明	0.7

6)旅行の行程のサンプル数は、「日帰り」が1,794人、「和歌山県内で宿泊」が3,516人、「和歌山県外で宿泊」が92人となっている。

日帰り	和歌山県内で宿泊	和歌山県外で宿泊	不明	計
1,794	3,516	92	87	5,489

7)県内での宿泊日数は、「1泊」が67%で最も多く、以下「2泊」が24%、「3泊以上」が7%となっている。	宿泊日数	比率(%)
	1泊	67.4
	2泊	23.7
	3泊以上	6.7
	不明	2.2

交通手段

1)和歌山県までの主な交通手段は、「自家用車」が62%で最も多く、以下「電車」が20%、「貸切バス」が7%、「飛行機」が4%、「レンタカー」が3%となっている。

交通手段	比率(%)	交通手段	比率(%)
自家用車	61.8	バイク	2.8
レンタカー	3.3	タクシー	0.9
電車	20.1	徒歩	1.1
貸切バス	6.8	自転車	0.4
路線バス・高速バス	2.7	その他	0.3
フェリー・船	0.7	不明	8.5
飛行機	3.7		

2)和歌山県内での主な交通手段は、「自家用車」が67%で最も多く、以下「電車」が14%、「路線バス・高速バス」が9%、「貸切バス」が8%、「レンタカー」が6%となっている。

交通手段	比率(%)	交通手段	比率(%)
自家用車	66.6	タクシー	5.6
レンタカー	6.0	徒歩	5.7
電車	13.9	自転車	0.9
貸切バス	7.8	その他	1.0
路線バス・高速バス	8.6	不明	1.6
バイク	3.1		

来訪目的

来訪目的は、「温泉」が40%で最も多く、以下「名所・旧跡巡り・古道ウォーク」が30%、「神仏詣で」が17%、「自然観賞」と「レジャー施設で遊ぶ」が16%となっている。

来 訪 目 的	比率(%)	来 訪 目 的	比率(%)
名所・旧跡めぐり・古道ウォーク	30.2	レジャー施設で遊ぶ	15.9
神仏詣で	16.7	ビジネス・会議	1.0
海水浴	10.9	学会	0.2
自然観賞	15.9	美術館・博物館	2.9
温泉	40.1	森林浴	3.1
グルメ・食べ歩き	13.2	イベント・祭り	1.8
買い物	7.6	世界遺産探訪	7.2
スポーツ	2.5	その他	10.3
釣り	3.0	不明	1.0
体験観光	2.9		

競合地と選択理由

- 1)「他に検討した観光地がある」は23%となっている。

また「他に検討した観光地がある」の中では、具体的な観光地は、「和歌山県」が18%で最も多く、以下「兵庫県」と「中国地方」、「北陸」、「三重県」、「京都府」が8%となっている。

競 合 地	比率(%)
他に検討した観光地はない	70.1
検討した観光地がある	22.6
不明	7.3

- 2)今回の旅行で最終的に和歌山を選択した理由は、「距離が近い」が35%で最も多く、以下「以前来て良かった」が24%、「景色がきれい」が21%、「のんびりできる」と「その他」が19%となっている。

選 択 理 由	比率(%)	選 択 理 由	比率(%)
旅行費用が安い	15.6	周遊観光の途中だから	1.8
距離が近い	34.9	のんびりできる	18.9
以前来て良かった	23.5	世界遺産がある	13.2
景色がきれい	20.6	ここにしかない魅力がある	12.9
話題になっている	3.2	特になし	4.6
この地が好きだから	10.4	その他	19.3
旅行会社に勧められた。	1.9	不明	1.6

今回の旅行の情報源

- 1) 今回の旅行の情報源は、「以前から知っていた」が50%で最も多く、以下「雑誌・ガイドブック」、「その他のホームページ」が17%、「観光パンフレット・チラシ」が13%となっている。

旅 行 の 情 報 源	比率(%)	旅 行 の 情 報 源	比率(%)
以前から知っていた	49.6	携帯電話・携帯サイト	0.9
雑誌・ガイドブック	17.1	口コミ・知人紹介	7.1
観光パンフレット・チラシ	13.2	観光案内所等	1.7
新聞記事・広告	2.8	駅や電車内のポスター・広告	0.8
テレビ・ラジオ	2.6	特になし	6.6
旅行会社の紹介	5.2	その他	2.8
自治体のホームページ	5.8	不明	1.2
その他のホームページ	17.1		

旅行の予算

- 1) 県内での一人当たりのツアー総額は、「3～4万円未満」が19.4%で最も多く、以下「4～6万円未満」が19.1%、「2～3万円未満」が18.6%、「6～10万円未満」が18.5%となっており、平均は39,814円である。

ツアー総額	比率(%)
1万円未満	6.2
1～2万円未満	14.1
2～3万円未満	18.6
3～4万円未満	19.4
4～6万円未満	19.1
6～10万円未満	18.5
10万円以上	4.1

2)旅行総額（ツアーを除く）は、「1万円未満」が32.8%で最も多く、以下「1～2万円未満」が17.0%、「2～3万円未満」が14.9%、「4～6万円未満」が11.6%となっており、平均は26,281円である。

総額(ツアーを除く)	比率(%)
1万円未満	32.8
1～2万円未満	17.0
2～3万円未満	14.9
3～4万円未満	10.2
4～6万円未満	11.6
6～10万円未満	10.0
10万円以上	3.5

3)宿泊費は、「1～2万円未満」が43.3%で最も多く、以下「1万円未満」が32.9%、「3～4万円未満」が17.4%、平均は14,652円である。

宿 泊 費	比率(%)
1万円未満	32.9
1～2万円未満	43.3
2～3万円未満	5.2
3～4万円未満	17.4
4万円以上	1.2

4)飲食費は、「2～5千円未満」が61.6%で最も多く、以下「2千円未満」が17.9%、「5千～1万円未満」が13.1%、「1万円以上」が7.3%となっており、平均は3,546円である。

宿 泊 費	比率(%)
2千円未満	32.9
2～5千円未満	43.3
5千～1万円未満	5.2
1万円以上	1.2

5)交通費は、「2～5千円未満」が41.3%で最も多く、以下「5～9千円未満」が33.6%、「2千円未満」が20.0%となっており、平均は3,700円である。

交 通 費	比率(%)
2千円未満	20.0
2～5千円未満	41.3
5千～9千円未満	33.6
9千円以上	5.2

6)入場・観覧費は、「1～2千円未満」が36.2%で最も多く、以下「1千円未満」が32.6%、「2～4千円未満」が29.1%となっており、平均は1,491円である。

入場・観覧費	比率(%)
1千円未満	32.6
1～2千円未満	36.2
2千～4千円未満	29.1
4千円以上	2.2

7)土産・買い物費は、「2～5千円未満」が33.2%で最も多く、以下「5千～1万円未満」が27.9%、「2千円未満」が24.3%、「1万円以上」が14.5%となっており、平均は4,114円である。

土産・買い物費	比率(%)
2千円未満	24.3
2～5千円未満	33.2
5千～1万円未満	27.9
1万円以上	14.5

観光ルート

1)今回の旅行で立ち寄る観光地は、「白浜温泉」が30.7%で最も多く、以下「那智勝浦・太地」が21.3%、「和歌山市」が21.1%、「本宮温泉郷」が15.4%、「新宮・熊野川・北山」が13.4%となっている。

観光地	比率(%)	観光地	比率(%)
白浜温泉	30.7	伊都地方	1.5
和歌山市	21.1	有田地方	5.3
高野山	12.4	日高地方	6.0
那智勝浦・太地	21.3	田辺・西牟婁内陸部	4.6
龍神温泉	7.4	串本・古座・古座川	10.1
本宮温泉郷	15.4	新宮・熊野川・北山	13.4
海南・海草地方	4.5	その他	2.8
那賀地方	6.9	不明	12.4

2)今回の旅行での宿泊地は、「白浜温泉」が20.5%で最も多く、以下「那智勝浦・太地」が12.5%、「本宮温泉郷」が6.9%、「和歌山市」が6.6%となっている。

観光地	比率(%)	観光地	比率(%)
白浜温泉	20.5	伊都地方	0.0
和歌山市	6.6	有田地方	1.3
高野山	3.3	日高地方	0.8
那智勝浦・太地	12.5	田辺・西牟婁内陸部	1.4
龍神温泉	3.7	串本・古座・古座川	4.0
本宮温泉郷	6.9	新宮・熊野川・北山	1.6
海南・海草地方	0.5	その他	2.7
那賀地方	0.2	不明	46.1

立ち寄り地域の満足度・期待度等

1)県内を旅行して立ち寄った地域の満足度は、「大変満足」と「まあ満足」を合わせると、「景色や風情」が75.8%で最も満足度が高く、以下「静けさ、のどかさ」が65.0%、「料理や

食事」が55.0%、「接客対応、もてなし」が47.8%となっている。

項 目	大変満足	まあ満足	普通	やや不満	不満	該当無し
観光地までの道路のアクセスのしやすさ	8.7	30.5	37.2	12.4	3.9	7.3
鉄道の利便性	2.5	8.2	15.2	8.7	3.5	61.8
バスの利便性	2.0	4.8	15.9	8.2	31	66.0
和歌山県内でのアクセスのしやすさ	4.6	19.6	57.4	15.0	3.4	
タクシー運転手の対応	2.7	4.0	9.9	1.3	0.4	81.8
観光情報・案内板	5.6	22.3	61.3	9.4	1.5	
トイレ施設	6.5	22.3	58.8	10.7	1.8	
営業・開館時間	4.2	16.2	69.6	8.7	1.3	
入場料や参加費用	4.1	11.7	51.2	10.1	1.5	21.4
祭り・イベント	3.5	9.8	31.5	3.2	0.4	51.5
接客対応、もてなし	13.3	34.5	49.4	2.4	0.3	
料理や食事	16.8	38.2	33.3	2.7	0.6	8.3
名産品、土産物	9.9	33.2	44.5	4.1	0.5	7.8
活気、にぎわい	7.1	23.0	54.8	9.2	1.2	4.7
静けさ、のどかさ	26.7	38.3	31.4	1.3	0.2	2.1
景色や風情	36.6	39.2	22.1	0.6	0.1	1.4
地元のもてなし	13.1	31.7	46.3	1.4	0.3	7.2

2)訪問した観光地の総合満足度は、「大変満足」が24.3%、「まあ満足」が56.1%となっており、合わせると80.4%が満足していることがわかる。

総合満足度	比率(%)
大変満足	24.3
まあ満足	56.1
普通	18.7
やや不満	0.8
不満	0.2

3)訪問する前の期待と比べると、「期待通り」が52.3%で最も多く、以下「期待よりはよい」が33.8%、「期待を大きく上回る」が11.4%、「期待より悪い」が2.4%、「期待を大きく下回る」が0.

期 待 度	比率(%)
期待を大きく上回る	11.4
期待よりはよい	33.8
期待通り	52.3
期待より悪い	2.4
期待を大きく下回る	0.2

4)今回の旅行で立ち寄った観光地で得られた価値は、「心を癒してくれる」が54.1%で最も多く、以下「楽しい気持ちになれる」が28.3%、「歴史や文化に触れられる」が22.6%、「感動することができる」が20.6%、「日常生活にはない刺激が得られる」が19.1%となって

いる。

観光地で得られた価値	比率(%)	観光地で得られた価値	比率(%)
自分の視野や価値を拡げてくれる	14.5	最先端の情報やモノが得られる	0.3
日常生活にはない刺激が得られる	19.1	歴史や文化に触れられる	22.6
感動することができる	20.6	訪問が話題になる	2.6
懐かしい気持ちになれる	13.7	家族や友人・知人と会話がはずむ	18.8
心を癒してくれる	54.1	その地域に対して親しみがわく	5.4
健康や美容によい	12.0	品質の高さを実感できる	1.5
楽しい気持ちになれる	28.3	なじみがあり、安心できる	8.6
贅沢な気分が味わえる	10.3	価格や行く手間に見合った価値がある	6.0
自分の夢や憧れを実現できる	1.2	いずれにもあてはまらない	2.8
自分の趣味や好みにあう	13.6	その他	1.9
他の地域にはない経験が得られる	8.4	不明	6.3
季節感が感じられる	14.6		

観光地等のイメージ

- 1)県内を旅行して観光地などに持ったイメージは、「自然が豊か」が73.0%で最も多く、以下「食べ物がおいしい」が40.8%、「名所・旧跡に感動できる」が31.7%、「特産品や土産物に魅力がある」が18.3%、「宿泊施設が良い」が17.7%となっている。

観光地等のイメージ	比率(%)
食べ物がおいしい	40.8
自然が豊か	73.0
名所・旧跡に感動できる	31.7
街の雰囲気が良い	8.5
特産品や土産物に魅力がある	18.3
宿泊施設が良い	17.7
交通の便が良い	6.9
観光地が隣接しているので回遊して楽しめる	10.9
観光地がきれいに清掃されている	11.7
交通案内板や道路標識等が分かりやすく整備されている	6.4
バリアフリー対応がなされている	1.3
観光パンフレット・観光案内所等の観光情報が充実している	5.8
地元の人のもてなしが良い	8.8
県全体に観光地としての魅力がある	9.2
その他	4.4
不明	4.3

今後してみたい観光・レジャー

- 1) 県内で今後してみたい観光・レジャーは、「温泉」が52.9%で最も多く、以下「名所・旧跡巡り・古道ウォーク」が35.1%、「世界遺産探訪」が21.6%、「グルメ・食べ歩き」が21.0%、「海水浴」が20.8%、「神仏詣で」が17.7%となっている。

今後してみたい観光・レジャー	比率(%)	今後してみたい観光・レジャー	比率(%)
名所・旧跡めぐり・古道ウォーク	35.1	キャンプ	7.8
神仏詣で	17.7	釣り	11.2
海水浴	20.8	山登り・トレッキング	5.6
温泉	52.9	自然観察	9.2
グルメ・食べ歩き	21.0	スキューバーダイビング	6.3
買い物	5.3	陶芸・木工・工芸品づくり	3.3
潮干狩り	3.6	押し花・草木染めなど手芸	1.9
世界遺産探訪	21.6	郷土料理づくり	2.0
レジャー施設で遊ぶ	12.2	農業・林業・漁業収穫体験	2.5
美術館・博物館	4.0	農村・漁村生活体験	2.2
森林浴	11.4	その他	3.3
イベント・祭り	4.8	不明	4.6

宿泊先決定時の重視点

- 1) 宿泊先決定時に重視した点は、「温泉が楽しめる」が51.5%で最も多く、以下「宿泊施設の立地条件がよい(景色・目的観光地までのアクセス等)」が36.7%、「料金にお得感がある」が28.9%、「宿泊施設全体の雰囲気がよい」が26.1%、「食事がおいしい」が24.5%、「部屋がきれい」が22.3%となっている。

宿泊先決定時の重視点	比率(%)
料金にお得感がある	28.9
宿泊施設までのアクセスがよい	15.0
宿泊施設の立地条件がよい(景色・目的観光地までのアクセス等)	36.7
宿泊施設全体の雰囲気がよい	26.1
サービス内容(イベント等)に魅力がある	6.8
フロントや係りの対応がよい、おもてなしがよい	17.1
温泉が楽しめる	51.5
食事がおいしい	24.5
食事の内容が特徴的	9.6
部屋がきれい	22.3
部屋の設備が整っている	11.1
バリアフリーが配慮されている	2.4

知名度が高い、評判が高い	9.4
総合的かつ料金見合いなどを見たときの満足感	16.4
その他	6.1
特になし	1.7
不明	19.0

宿泊施設の満足度・期待度

- 1) 今回宿泊した施設についての満足度は、「大変満足」と「まあ満足」を合わせると、「温泉が楽しめる」が77.8%で最も満足度が高く、以下「宿泊施設の立地条件がよい(景色等)」が77.5%、「宿泊施設全体の雰囲気がよい」が74.0%、「フロントや係の対応がよい、おもてなしがよい」が68.7%、「部屋がきれい」が68.6%となっている。

宿泊先決定時の満足度	?	?	?	?	?	?
料金にお得感がある	19.9	40.2	35.0	4.0	0.8	
宿泊施設までのアクセスがよい	12.8	34.1	39.2	11.6	2.3	
宿泊施設の立地条件がよい(景色等)	32.9	44.6	20.2	2.0		0.3
宿泊施設全体の雰囲気がよい	26.9	47.1	23.9	1.8		0.3
サービス内容(イベント等)に魅力がある	11.8	30.8	52.2	4.2	0.9	
フロントや係りの対応がよい、おもてなしがよい	25.9	42.8	28.5	2.2	0.5	
温泉が楽しめる	39.6	38.2	14.4	1.6	0.9	5.3
食事がおいしい	28.0	39.5	25.4	3.5	1.2	2.4
部屋がきれい	26.9	41.7	26.7	3.6	0.8	0.3
部屋の設備が整っている	19.1	37.0	37.0	5.7	0.8	0.4
施設内のバリアフリーが配慮されている	11.5	26.5	54.1	5.8	2.2	

(注)? 大変満足、? まあ満足、? 普通、? やや不満、? 不満、? 該当無しである。

- 2) 今回宿泊した施設についての総合満足度は、「大変満足」が28.8%、「まあ満足」が55.9%で合わせると84.7%が満足していることがわかる。

総合満足度	比率(%)
大変満足	28.8
まあ満足	55.9
普通	12.5
やや不満	2.5
不満	0.4

3) 宿泊する前の期待と比べると、「期待通り」が46.5%で最も多く、以下「期待よりはよい」が33.7%、「期待を大きく上回る」が13.7%、「期待より悪い」が5.3%となっている。	期 待 度	比率 (%)
	期待を大きく上回る	11.4
	期待よりはよい	33.8
	期待通り	52.3
	期待より悪い	2.4
	期待を大きく下回る	0.2

観光地・宿泊先の来訪意向

1) 今回訪問した観光地への来訪意向は、「来てもよい」が51.1%で最も多く、以下「ぜひ来たい」が36.5%、「どちらともいえない」が11.3%となっている。	観光地への来訪意向	比率 (%)
	ぜひ来たい	36.5
	来てもよい	51.1
	どちらともいえない	11.3
	あまり来たくない	0.8
	まったく来たくない	0.2

2) 今回宿泊した宿泊施設への来訪意向は、「来てもよい」が49.4%で最も多く、以下「ぜひ来たい」が35.5%、「どちらともいえない」が11.7%となっている。	宿泊地への来訪意向	比率 (%)
	ぜひ来たい	35.5
	来てもよい	49.4
	どちらともいえない	11.7
	あまり来たくない	2.5
	まったく来たくない	0.9

(2) 県外アンケート結果まとめ

回答者のプロフィール

1) 回答者の年齢は、「20代」が30.6%で最も多く、以下「30代」が20.6%、「40代」が18.1%、「50代」が12.6%となっており、20代～30代で約半数を占める。

年 代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
比率 (%)	8.3	30.6	20.6	18.1	12.6	7.6	2.1

2) 性別は、「女性」が62.5%、「男性」37.5%となっている。

性 別	男性	女性
比率 (%)	37.5	62.5

- 3)居住地は、「その他近畿」が33.7%で最も多く、以下「その他」が20.4%、「大阪府」が19.5%、「関東」が15.8%、「東海（三重県を含む）」が7.6%、「和歌山県内」が2.5%となっている。近畿地方は全体の55.7%を占めている。

居住地	和歌山県内	大阪府	その他近畿	東海	関東	その他	不明
比率（%）	2.5	19.5	33.7	7.6	15.8	20.4	0.4

来訪経験

- 1)回答者の和歌山の来訪経験は、「行ったことがない」が53.6%、「行ったことがある」が43.9%、「和歌山県内に住んでいる」が2.5%だった。

来 訪 経 験	比率（%）
行ったことがある	43.9
行ったことがない	53.6
和歌山県内に住んでいる	2.5

観光ルート

- 1)回答者が和歌山県内で訪れたことのある観光地は、「南紀白浜」が66.8%で最も多く、以下「和歌山城」が35.2%、「那智の滝」が34.8%、「勝浦」が28.7%となっている。

観 光 ル ー ト	比率（%）	観 光 ル ー ト	比率（%）
和歌山市地域		日御崎	6.5
和歌山城	35.2	梅林	3.6
マリーナシティ	21.9	西牟婁地域	
加太・磯ノ浦	15.0	南紀白浜	66.8
和歌浦・片男波	4.9	天神崎	1.2
紀三井寺	18.6	南方熊楠記念館	2.8
海南・海草地域		本宮温泉郷	4.0
黒江	1.2	東牟婁地域	
藤代神社	0.4	勝浦	28.7
自然博物館	0.4	那智の滝	34.8
生石高原	2.0	潮岬	13.4
みさと天文台	2.8	橋杭岩	6.9
長保寺	0.8	古座川 カヌー	1.2
伊都・那賀地域		世界遺産・高野山	
玉川峡	1.6	金剛峰寺	16.6
花園温泉	1.2	奥の院	14.2
粉河寺	7.3	慈尊院	4.0
根来寺	6.1	丹生都比売神社	0.0
スカイスポーツ基地	0.0	町石道	0.0

めっけもん広場	1.2	世界遺産・熊野地方う	
有田・日高地域		熊野本宮大社	10.9
湯浅町並	3.6	熊野速玉大社	5.7
稲むらの火の館	0.0	熊野那智大社	17.8
龍神温泉郷	11.3	熊野古道	18.6
白崎海岸	3.2	不明	0.4

立ち寄り地域の満足度

- 1)案内板の整備状況：「普通」が68.0%で最も多く、「大変満足」と「まあ満足」は合わせて25.5%となっている。
- 2)宿泊施設：「普通」が39.3%で最も多く、「大変満足」と「まあ満足」は合わせて40.1%となっている。
- 3)観光施設：「普通」が53.0%で最も多く、「大変満足」と「まあ満足」は合わせて45.0%となっている。
- 4)街の景観：「普通」が53.8%で最も多く、「大変満足」と「まあ満足」は合わせて41.7%となっている。
- 5)自然景観：「まあ満足」が42.5%で最も多く、「大変満足」と「まあ満足」は合わせて79.3%となっており、満足度は高い。
- 6)和歌山県人のホスピタリティ：「普通」が69.6%で最も多く、「大変満足」と「まあ満足」は合わせて30.4%となっている。
- 7)公共交通機関：「普通」が52.2%で最も多く、「大変満足」と「まあ満足」は合わせて16.2%となっており、満足度は低い。

(単位：%)

立ち寄り地域の満足度	大変満足	まあ満足	普通	やや不満	不満
案内看板の整備状況	1.6	23.9	68.0	5.7	0.8
宿泊施設	8.5	31.6	39.3	3.2	0.4
観光施設	7.3	37.7	53.0	2.0	0.0
町の景観	10.9	30.8	53.8	3.6	0.8
自然景観	36.8	42.5	20.2	0.4	0.0
和歌山県人のホスピタリティ	6.9	23.5	69.6	0.0	0.0
公共交通機関	2.0	14.2	52.2	12.1	4.5

観光地の評価と再来訪意向

- 1)観光地の総合評価は「大変満足」と「まあ満足」をあわせると76.5%と満足していることがわかる。「やや不満」は1.2%となっている。

観光地の総合評価	大変満足	まあ満足	普通	やや不満	不満
比率(%)	14.6	61.9	22.3	1.2	0.0

- 2)訪問した観光地への再来訪意向は、「来てもよい」が53.4%で最も多く、「ぜひ来たい」が36.0%となっており、合わせると89.4%を占めている。

再来訪意向	比率(%)
ぜひ来たい	36.0
来てもよい	53.4
どちらともいえない	9.3
あまり来たくない	0.8
全く来たくない	0.4

観光地の認知度

- 1)和歌山県内で知っている観光地は、「南紀白浜」が78.9%で最も多く、以下「熊野古道」が55.2%、「那智の滝」が49.0%、「和歌山城」が46.2%となっている。

観光地の認知度	比率(%)	観光地の認知度	比率(%)
和歌山市地域		日御崎	5.0
和歌山城	46.2	梅林	7.5
マリーナシティ	26.6	西牟婁地域	
加太・磯ノ浦	10.7	南紀白浜	78.9
和歌浦・片男波	5.7	天神崎	4.4
紀三井寺	23.3	南方熊楠記念館	5.9
海南・海草地域		本宮温泉郷	4.8
黒江	2.5	東牟婁地域	
藤代神社	1.8	勝浦	39.8
自然博物館	2.3	那智の滝	49.0
生石高原	3.6	潮岬	22.0
みさと天文台	2.5	橋杭岩	7.6
長保寺	1.4	古座川 カヌー	4.6
伊都・那賀地域		世界遺産・高野山	
玉川峡	2.1	金剛峰寺	30.7
花園温泉	1.8	奥の院	17.1
粉河寺	6.4	慈尊院	7.8
根来寺	7.8	丹生都比売神社	2.3

スカイスポーツ基地	1.6	町石道	1.6
めっけもん広場	4.4	世界遺産・熊野地方	
有田・日高地域		熊野本宮大社	23.3
湯浅町並	5.2	熊野速玉大社	12.3
稲むらの火の館	1.2	熊野那智大社	23.6
龍神温泉郷	13.3	熊野古道	55.2
白崎海岸	4.8	不明	4.1

今後行ってみたい観光地

- 1) 今後行ってみたい観光地は、「南紀白浜」が52.6%で最も多く、以下「熊野古道」が44.0%、「那智の滝」が30.7%となっている。(P82)

今後行ってみたい観光地	比率(%)	今後行ってみたい観光地	比率(%)
和歌山市地域		日御崎	1.1
和歌山城	22.0	梅林	3.6
マリーナシティ	16.7	西牟婁地域	
加太・磯ノ浦	2.1	南紀白浜	52.6
和歌浦・片男波	2.0	天神崎	1.4
紀三井寺	8.7	南方熊楠記念館	3.0
海南・海草地域		本宮温泉郷	6.0
黒江	0.5	東牟婁地域	
藤代神社	1.2	勝浦	19.5
自然博物館	2.0	那智の滝	30.7
生石高原	1.2	潮岬	9.2
みさと天文台	1.4	橋杭岩	3.7
長保寺	0.4	古座川 カヌー	9.4
伊都・那賀地域		世界遺産・高野山	
玉川峡	2.0	金剛峰寺	17.9
花園温泉	5.5	奥の院	11.4
粉河寺	1.6	慈尊院	7.3
根来寺	2.7	丹生都比売神社	4.4
スカイスポーツ基地	2.8	町石道	4.1
めっけもん広場	3.4	世界遺産・熊野地方	
有田・日高地域		熊野本宮大社	14.4
湯浅町並	1.6	熊野速玉大社	9.8
稲むらの火の館	2.0	熊野那智大社	14.0
龍神温泉郷	11.2	熊野古道	44.0
白崎海岸	4.4	不明	4.8

観光地等のイメージ

- 1) 「自然が豊か」が71.6%で最も多く、以下「食べ物がおいしい」が31.8%、「名所・旧跡に感動できる」が31.1%、「特産品や土産物に魅力がある」が29.3%となっている。

観 光 地 等 の イ メ ー ジ	比率(%)
食べ物がおいしい	31.8
自然が豊か	71.6
名所・旧跡に感動できる	31.1
街の雰囲気が良い	3.7
特産品や土産物に魅力がある	29.3
宿泊施設が良い	5.5
交通の便が良い	2.1
観光地が隣接しているので回遊して楽しめる	3.7
観光地がきれいに清掃されている	4.1
交通案内板や道路標識等が分かりやすく整備されている	1.1
バリアフリー対応がなされている	—
観光パンフレット・観光案内所等の観光情報が充実している	1.6
地元の人のもてなしが良い	1.1
県全体に観光地としての魅力がある	6.9
その他	8.2

今後してみたい観光・レジャー

- 1) 「温泉」が51.2%で最も多く、以下「名所・旧跡めぐり・古道ウォーク」が39.4%、「世界遺産探訪」が32.0%、「海水浴」が23.4%、「グルメ・食べ歩き」が21.5%となっている。

今後してみたい観光・レジャー	比率(%)	今後してみたい観光・レジャー	比率(%)
名所・旧跡めぐり・古道ウォーク	39.4	キャンプ	6.9
神仏詣で	8.7	釣り	3.9
海水浴	23.4	山登り・トレッキング	4.8
温泉	51.2	自然観察(紅葉・草花観察等)	5.5
グルメ・食べ歩き	21.5	スキューバーダイビング	9.1
買い物	4.4	陶芸・木工・工芸品づくり	2.5
潮干狩り	3.4	押し花・草木染めなど手芸	1.1
世界遺産探訪	32.0	郷土料理づくり	2.7
レジャー施設で遊ぶ	7.5	農業・林業・漁業収穫体験	0.7
美術館・博物館	6.2	農村・漁村生活体験(田植え等)	1.4
森林浴	12.3	その他	3.4
イベント・祭り	2.5	不明	0.2

2. 地域の活性化と観光に関する意識・実態調査報告書

財団法人経済広報センターが、2007年に、全国の様々な職種、世代により構成されている経済広報センターの「社会広聴会員」を対象に、「地域の活性化と観光」について調査を実施した。

調査結果は以下のとおりである。

(1) 国内観光旅行の回数

2007年(1月1日～12月31日)の1年間に国内の観光旅行に「1～3回」(51%)と「4～6回」(28%)行ったとの回答を合わせると79%となり、「7～9回」(6%)と「10回以上」(7%)を合わせると9割を超える生活者が国内旅行をしている。男女別に見てもほとんど差はない。

国内観光旅行に「行っていない」(9%)と回答した生活者に理由を聞くと、「旅行に行く時間がとれないから」(52%)と「費用が掛かり過ぎるから」(18%)で70%となっている。

国内観光旅行の回数(全体・男女別) (単位: %)

	1～3回	4～6回	7～9回	10回以上	行っていない
全体	51	28	6	7	9
男性	50	29	6	7	9
女性	51	27	6	7	9

世代別に見ると29歳以下から40歳代までは、「1～3回」が50%を超えている。しかし、50歳代と60歳以上は「1～3回」が50%を下回っている。30歳代以上では、世代が上がるにつれて「4～6回」「7～9回」が高く、国内観光旅行の回数が多くなっている。

国内観光旅行の回数(全体・男女別) (単位: %)

	1～3回	4～6回	7～9回	10回以上	行っていない
全 体	51	28	6	7	9
29歳以下	51	27	6	4	12
30歳代	57	22	5	6	10
40歳代	56	24	5	5	11
50歳代	47	28	5	11	9
60歳以上	42	38	8	9	4

(2) 国内観光に費やした日数

国内観光旅行に行ったとする回答者に1年間に費やした日数を聞いたところ、「1～7日未満」が66%で、半数を超えている。また、2週間以上が10%を超えている。1年間に「3回」ということを加味すると、1回当たり1泊2日か2泊3日程度であることが分かる。

男女別に見ると「1～7日未満」の旅行で、女性が男性より高い。

国内観光旅行の日数(全体・男女別)

(単位：%)

	1～7日未満	1～2週間未満	2～3週間未満	3～4週間未満	1ヵ月以上
全体	66	22	8	3	1
男性	64	23	8	4	1
女性	67	21	7	3	1

(3)国内の観光地を選ぶ決め手

国内の観光地を選ぶ決め手について聞いてみると「自然の豊かさ」(57%)、「歴史・文化」(49%)、「宿泊施設」(47%)、「温泉施設」(46%)、「食事の魅力」(46%)、「観光地お呼びそこまでのインフラ(国内交通ネットワーク)の充実」(40%)の順になっている。また、「宿泊施設」「温泉施設」「食事の魅力」「観光地およびそこまでのインフラ(国内交通ネットワーク)の充実」など具体的な観光地を想定していると思われる回答が4割となっている。

国内の観光地を選ぶ決め手(全体・男女別)(3つまでの複数回答)

項 目	全体(%)	男性(%)	女性(%)
自然の豊かさ	57	59	55
歴史・文化	49	52	47
宿泊施設	47	45	48
温泉施設	46	45	46
食事の魅力	46	45	46
観光地およびそこまでのインフラの充実	40	43	38
旅行費用の安さ	38	41	36
テーマパーク、有名スポット	22	18	25
サービスの充実	19	20	19
観光地からの積極的な情報発信	17	19	15
旅行商品(パッケージツアー)の豊富さ	15	12	17
スポーツ・アウトドア、スポーツ観戦	8	8	8
ショッピング	6	4	8
観光地案内標識の充実	3	3	3
地方自治体の強力なアピール	2	3	2
施設の設備(バリアフリー化など)の充実	2	2	2
その他	4	4	4

(4)観光旅行の目的

観光旅行をする目的は「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」が91%と最も多い。続いて「体験、異文化に触れる」が69%、「自己啓発、学習」が30%となっている。

男女別に見ると「ショッピング」で女性の15%は男性の10%より5ポイント高い、その他の項

目では男女でほとんど違いが見られない。

国内の観光地を選ぶ決め手（全体・男女別）（３つまでの複数回答）

項 目	全体(%)	男性(%)	女性(%)
娯楽、ストレス解消、リフレッシュ	9 1	8 9	9 3
体験、異文化に触れる	6 9	7 0	6 9
自己啓発、学習	3 0	3 2	2 9
子供の教育・価値観の育成	1 6	1 6	1 7
ショッピング	1 3	1 0	1 5
その他	4	5	2

（５）観光旅行に費やす日数

今後の観光旅行の日数については「増やしたいと思うが８割を超えている。「増やしたいとも減らしたいとも思わない」は約２割となっている。

男女別に見ると「増やしたいと思う」は女性が男性より５ポイント高い。一方、「増やしたいとも減らしたいとも思わない」は、男性の方が女性より４ポイント上回っている。

観光旅行に費やす日数(全体・男女別)

	増やしたいと思う(%)	増やしたいとも減らしたいとも思わない(%)	減らしたいと思う(%)
全体	8 1	1 9	-
男性	7 8	2 1	1
女性	8 3	1 7	-

（６）観光産業の推進と地方の活性化

日本の観光地での観光産業の推進が地方の活性化（地方が元気になること）に「大いにつながると思う」（４２％）と「ある程度つながると思う」（５３％）を合わせると９５％となり、回答者は観光産業の推進が地方の活性化に役立つと考えている。

観光産業の推進と地方の活性化（全体・男女別）

	大いにつな がる(%)	ある程度つ ながる(%)	あまりつな がらない(%)	つながら ない(%)	分から ない(%)
全体	4 2	5 3	3	1	1
男性	4 4	5 0	4	1	1
女性	4 0	5 6	2	1	1

(7)外国人観光客の受け入れ

日本の観光地に外国人観光客が「大幅に増えてほしい」(45%)と「多少増えてほしい」(39%)を合わせると84%となっている。

男女別に見ると「大幅に増えてほしい」が男性54%、女性37%で、男性の方が女性より積極的に外国人観光客が増えてほしいと思っている。

外国人観光客増加について(全体・男女別)

	大幅に増えてほしい(%)	多少増えてほしい(%)	あまり増えて欲しくない(%)	全く増えて欲しくない(%)	どちらともいえない(%)
全体	45	39	8	1	7
男性	54	33	8	-	5
女性	37	45	9	-	9

外国人観光客が増えてほしい理由

外国人観光客が「増えてほしい(大幅に/多少)」と回答した理由を聞くと、「地域活性化につながる」(54%)、「日本をもっと知ってほしい」(49%)、「観光振興につながる」(40%)、「地域経済が潤う」(36%)、「日本の新たな魅力を引き出すことができる」(32%)の順になっている。経済的理由(「地域活性化につながる」「観光振興につながる」「地域経済が潤う」と日本の理解促進(「日本をもっと知ってほしい」「日本の新たな魅力を引き出すことができる」)の2つの考え方が上位を占めている。

回答者は外国人観光客の増加に開かれた態度や考えであることが分かる。

外国人観光客が増えてほしい理由(全体・男女別)(3つまでの複数回答)

項	全体(%)	男性(%)	女性(%)
地域活性化につながる	54	58	51
日本をもっと知ってほしい	49	50	49
観光振興につながる	40	39	41
地域経済が潤う	36	35	37
日本の新たな魅力を引き出す	32	29	35
異文化に触れる機会が増える	31	31	30
国際感覚が身に付く	17	19	15
日本の観光地が注目される	14	12	16
サービスが広がり良くなる	6	6	6
観光客が増えることで費	3	2	3
その他	1	1	1

外国人観光客が増えてほしくない理由

外国人観光客が「増えてほしくない(あまり/全く)」(8%)と回答した理由を聞くと、「治安が悪化するのではないかと心配である」が73%で、他の回答を大きく引き離している。治安の問題にしっかり対応すれば外国人観光客の増加に反対する人が減り、外国人観光客を歓迎する傾向が強まると思われる。続いて「外国人が多いと自分も含め日本人がリラックスして観光できない」(31%)と「外国人が多く来ると対応などに不安がある」(30%)が3割程度となっている。外国人観光客に対する対応や接し方についての、日本人自身や観光地の対応に心理的な不安も存在している点を認めている。

男女別に見ると「治安が悪化するのではないかと心配である」との回答は女性が77%、男性が68%と9ポイントの差が見られる。女性は、治安により敏感に反応している。「外国人が多いと自分も含め日本人がリラックスして観光できない」は、男性41%、女性23%となり18ポイントと大きな差がある。

外国人観光客が増えてほしくない理由(全体・男女別)(3つまでの複数回答)

項	目	全体(%)	男性(%)	女性(%)
	治安が悪化するのではないかと心配である	73	68	77
	外国人が多いと自分も含め日本人がリラックスして観光できない	31	41	23
	外国人が多く来ると対応などに不安がある	30	30	30
	騒音公害や町が汚れるから	19	18	19
	受け入れ態勢に不備があるから外国人の信用をなくす	17	17	17
	日本の良さが、外国の生活文化と融合して失われる	14	13	14
	その他	9	12	7

外国人が日本の観光地に感じる魅力

外国人が日本の観光地のこういった点に魅力を感じるかについて生活者に聞くと、「歴史・文化」(82%)、「治安の良さ」(53%)が上位を占めており、日本の古来からの伝統に魅力があるのではないかと考えている。

男女別に見ると「歴史・文化」で5ポイント、「自然の豊かさ」で13ポイント男性の方が上回っているが、「治安の良さ」では、女性の方が男性より6ポイント高くなっている。

日本の観光地の魅力(全体・男女別)(3つまでの複数回答)

項	目	全体(%)	男性(%)	女性(%)
	歴史・文化	82	85	80
	治安の良さ	53	50	56
	自然の豊かさ	32	37	24
	日本の食事の魅力	25	23	25
	日本人の生活様式(礼儀正しさ、畳の生活など)	22	23	21

ショッピング	20	17	23
ハイテクなどの技術立国としての魅力	19	19	18
温泉施設	14	13	15
アニメーション、ゲーム(ソフト関連)	11	8	14
テーマパークの充実	3	3	3
宿泊施設	3	3	3
その他	3	3	3

外国人観光客増加のために必要なこと

外国人観光客を増やすために必要なことについては「外国人を受け入れる心理的な環境の整備(もてなし文化の国民への普及)」が45%、続いて「外国語表示の充実(観光地案内標識など)」(39%)、「外国人のニーズに合ったサービス・施設・設備の提供」(35%)、「インフラの整備(国際航路ネットワークおよび国内交通ネットワークの整備)」(30%)となっている。それぞれの地域だけでなく日本全体として外国人を受け入れる「気持ち」など、心理的な環境を整えることが何よりも課題である。

また、「外国語表示の充実」「外国人のニーズに合ったサービス・施設・設備の提供」「インフラの整備」といった項目では、広域連携することで、対応などの一本化が図られ、最大限の効果を上げることが期待できよう。

外国人観光客増加のために必要なこと(全体・男女別)(3つまでの複数回答)

項 目	全体(%)	男性(%)	女性(%)
外国人を受け入れる心理的な環境の整備(もてなし文化の国民への普及)	45	50	41
外国語表示の充実(観光地案内標識など)	39	36	42
外国人のニーズに合ったサービス・施設・設備の提供	35	37	33
インフラの整備(国際航路ネットワークおよび国内交通ネットワークの整備)	30	36	26
景観の維持・保存及び環境の維持	29	26	30
外国人を受け入れる国際感覚と語学力の向上	25	24	26
観光地からの積極的な情報発信	23	23	22
旅行費用の安さ(共通乗車券など外国人へのメリット充実)	21	18	23
治安の維持・向上と安全性のアピール	16	16	16
地方を訪れる旅行商品(パッケージツアー)の種類の充実	12	9	14
地方自治体のトップの積極的な広報活動	5	5	4
その他	1	2	1

３．都道府県別の延べ宿泊者数

国土交通省総合政策局観光経済課では、我が国の宿泊旅行の実態を全国規模で把握することを目的として、平成１９年１月～９月時の都道府県別の延べ宿泊者数を調査した。

この調査によると、和歌山県の延べ宿泊者数は１，０４３千人で全国での順位は２７番で、観光立県と呼ぶには程遠い。

（単位：千人）

順位	都道府県	宿泊者数	順位	都道府県	宿泊者数
１	東京都	８，５５４	２５	長崎県	１，１７９
２	北海道	７，９８５	２６	石川県	１，０９３
３	大阪府	４，１２７	２７	和歌山県	１，０４３
４	千葉県	３，９８８	２８	山形県	１，０１７
５	静岡県	３，５４３	２９	岐阜県	１，０００
６	長野県	３，３８０	３０	岡山県	９８７
７	沖縄県	３，３７０	３１	秋田県	９７０
８	神奈川県	２，９４０	３２	青森県	９４６
９	愛知県	２，８６３	３３	茨城県	８７７
１０	兵庫県	２，４３７	３４	山口県	８００
１１	福岡県	２，２６３	３５	滋賀県	７８１
１２	京都府	２，１９０	３６	埼玉県	７５４
１３	福島県	２，０２３	３７	富山県	７２４
１４	宮城県	２，００２	３８	宮崎県	６７５
１５	栃木県	１，９５３	３９	愛媛県	６４７
１６	群馬県	１，７８１	４０	香川県	５８３
１７	新潟県	１，６５６	４１	福井県	５３９
１８	広島県	１，４６６	４２	佐賀県	５２３
１９	熊本県	１，３８６	４３	鳥取県	４９２
２０	三重県	１，３６６	４４	高知県	４８１
２１	大分県	１，２４１	４５	島根県	４７６
２２	鹿児島県	１，２２９	４６	徳島県	３５３
２３	山梨県	１，２２４	４７	奈良県	２６０
２４	岩手県	１，２０３			

4. 「じゃらん宿泊旅行調査2009」の調査結果

株式会社リクルートのじゃらんリサーチセンターでは、5年前から、観光などを目的とした宿泊を伴う旅行実態を把握するために、出張・帰省・修学旅行などを除いたマーケットの動向を調べ、「じゃらん宿泊旅行調査」を発表している。

今年度の調査「じゃらん宿泊旅行調査2009」は昨年度1年間（2008年4月～2009年3月）における国内での宿泊旅行の実態について、その行き先や回数、旅行費用などの調査を全国約1万4,000人の宿泊旅行者を対象に実施したものである。

和歌山県に特化すると、白浜のパンダ効果で子どもが楽しめるスポット第3位に和歌山県がランクされている。ほかにも「若者が楽しめるスポット」（昨年は15位）と「魅力的な宿泊施設」（昨年は17位）がともに10位にランクされている。

主な結果は以下の通りである。

(1) 宿泊旅行者数と延べ宿泊数

昨年度1年間（2008年4月～2009年3月）の全国の宿泊旅行者数は、延べ約1億7,400万人（昨年比0.9%減）。延べ宿泊数は約2億9,200万泊（昨年比1.2%減）であり、延べ宿泊旅行者数・延べ宿泊数ともに、昨年と比べて微減となった。

昨年度1年間に宿泊旅行を行った人の割合は63.8%→63.1%と3年連続で微減傾向、宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数は2.83回→2.84回とほぼ横ばいである。この結果、延べ宿泊旅行者数は159万人減（昨年比0.9%減）と微減した。また宿泊旅行実施者の1回の旅行あたり平均宿泊数は1.69泊→1.68泊と、前年とほぼ横ばいとなったため延べ宿泊数も369万泊（昨年比1.2%減）の減少となっている。宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数、平均宿泊数は横ばいだが、旅行実施率が微減した。

(2) 属性別の宿泊旅行者数と延べ宿泊数の推移

延べ宿泊旅行者数、延べ宿泊数ともに、50～79歳の層が54%を占めている。宿泊旅行実施率を見ると50～79歳女性の層において、調査開始の05年以降、減少傾向が続いている。

性・年代別宿泊旅行実施率の推移 - 1

（単位：％）

	9年	8年	7年	6年	5年
全 体	63.1	63.8	64.7	66.1	65.4
男 性	61.6	62.7	62.6	64.4	62.9
女 性	64.5	64.9	66.8	67.7	67.8
20～34歳	63.6	64.0	64.0	64.0	65.2
35～49歳	59.2	59.5	60.9	63.5	62.2
50～79歳	64.9	66.1	67.1	68.6	67.2

性・年代別宿泊旅行実施率の推移 - 2

(単位：%)

	9年	8年	7年	6年	5年
20～34歳男性	60.6	61.8	61.0	61.4	62.5
20～34歳女性	66.8	66.3	67.1	66.7	68.0
35～49歳男性	59.6	60.1	60.4	62.2	61.9
35～49歳女性	58.7	58.9	61.5	64.8	62.6
50～79歳男性	63.2	64.7	64.8	67.4	63.8
50～79歳女性	66.5	67.3	69.2	69.7	70.3

性・年代別 延べ宿泊旅行者数の推移(推計値)

(単位：万人)

	9年	8年	7年	6年	5年
20～34歳	4,049	4,177	4,250	4,485	4,538
35～49歳	3,940	4,006	3,680	4,192	4,008
50～79歳	9,366	9,332	9,437	9,198	8,796
合 計	17,355	17,515	17,367	17,875	17,342

性・年代別 延べ宿泊数の推移(推計値)

(単位：万泊)

	9年	8年	7年	6年	5年
20～34歳	6,815	7,224	7,446	7,801	7,671
35～49歳	6,636	6,609	6,053	7,240	6,818
50～79歳	15,784	15,771	15,827	15,814	14,535
合 計	29,235	29,604	29,326	30,855	29,024

(3) 宿泊旅行にかけられた費用

全国の宿泊旅行にかけられた費用総額は約8.8兆円で、昨年と比べて増加した。

1回(大人1人あたり)の宿泊旅行にかけた費用はアップし4年ぶりに5万円台になった。

1回あたりの宿泊旅行にかかる費用が4年ぶりに増加し、49,500円→50,600円と調査開始05年と同額の5万円台に戻った。内訳を見てみると、個人旅行における宿泊費が15,200円→16,100円に増加し、パック旅行におけるパック費が41,800円→42,700円に、現地小遣いも全旅行者平均17,500円→17,800円とやや増加した。この結果、延べ宿泊旅行者数は昨年より減少したが、費用総額は増加した。

宿泊旅行の手配方法は、年により多少の相違はあるが、総じて大きな変化はなく、個人旅行が圧倒的に多い。

宿泊旅行にかけられた費用総額（推計値）

（単位：億円）

9年	8年	7年	6年	5年
88,076	86,781	86,180	87,889	87,835

1回の宿泊旅行にかかる費用(大人1人あたり)

全旅行者

（単位：円）

	9年	8年	7年	6年	5年
現地小遣い	17,800	17,500	17,500	17,300	17,700
宿泊・交通費	32,800	32,000	32,000	31,900	32,900
総額	50,600	49,500	49,500	49,200	50,600

個人旅行

（単位：円）

	9年	8年	7年	6年	5年
現地小遣い	17,100	16,900	16,900	16,700	17,100
交通費	15,300	15,300	15,300	15,100	15,300
宿泊費	16,100	15,200	15,200	15,400	16,300
総額	48,500	47,400	47,500	47,300	48,800

パック旅行

（単位：円）

	9年	8年	7年	6年	5年
現地小遣い	22,600	21,500	21,200	21,200	22,000
パック費	42,700	41,800	42,100	40,300	41,700
総額	65,300	63,300	63,300	61,500	63,600

宿泊旅行の手配方法

（単位：％）

	9年	8年	7年	6年	5年
個人旅行	87.5	86.9	86.9	86.7	87.4
パック旅行	12.5	13.1	13.1	13.3	12.6

(4)月別旅行件数の推移

月別旅行件数の推移を見ると、現段階では、国内宿泊旅行市場においては、景気変動の影響はあまり見られない。

年々減少傾向にある5月～7月、10月、2月～3月は今回もさらに減少傾向が進み、一方、年々増加傾向にある4月、8月、11月～12月も同様に旅行件数を伸ばした。北京オリンピックが開催

された08年8月も旅行件数を伸ばし、9月15日リーマン・ブラザーズ経営破綻以降の世界同時株安、円急騰などが報道されたあとの11月、12月は旅行件数を伸ばしているなど、市場に対する景気の影響は小さかったものと考えられる。

年間旅行件数の推移 (単位：万件)

9年	8年	7年	6年
12,670	12,836	12,878	13,119

宿泊旅行の時期（構成比の推移） (単位：％)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
9年	9.0	10.4	6.3	6.9	13.4	8.7	10.0	8.3	7.1	5.6	6.1	8.3	100.0
8年	8.8	10.3	6.4	7.1	13.2	8.3	10.2	7.9	6.9	5.9	6.2	8.8	100.0
7年	8.3	10.4	6.6	7.3	13.1	7.9	10.4	7.9	6.8	5.7	6.3	9.3	100.0
6年	8.5	10.2	6.7	7.3	13.2	8.4	10.6	7.3	6.8	5.7	5.8	9.4	100.0

(5) 都道府県別の延べ宿泊旅行者数と宿泊旅行費用

延べ宿泊旅行者数の多い旅行先、宿泊旅行にかけられた費用総額の多い旅行先のトップ10の顔ぶれは、昨年と変わらなかったものの、延べ宿泊旅行者数では、静岡県が前年5位から3位に浮上。静岡県の延べ宿泊旅行者数は約25万人増で2年連続増加している。

都道府県別の延べ宿泊旅行者数（推計値） (単位：万人)

順位	9年	8年	7年	6年	5年
1位	東京都 1,734	東京都	東京都	東京都	東京都
2位	北海道 1,201	北海道	北海道	北海道	北海道
3位	静岡県 961	長野県	長野県	長野県	長野県
4位	長野県 914	神奈川県	静岡県	静岡県	静岡県
5位	神奈川県 860	静岡県	神奈川県	神奈川県	神奈川県
6位	大阪府 744	京都府	京都府	京都府	京都府
7位	京都府 740	大阪府	大阪府	大阪府	大阪府
8位	千葉県 702	千葉県	千葉県	千葉県	千葉県
9位	兵庫県 546	兵庫県	兵庫県	愛知県	栃木県
10位	沖縄県 545	沖縄県	福岡県	兵庫県	兵庫県

宿泊旅行にかけられた費用総額(推計値)

(単位:億円)

順位	9年		8年	7年	6年	5年
1位	東京都	11,763	東京都	東京都	東京都	東京都
2位	北海道	8,525	北海道	北海道	北海道	北海道
3位	沖縄県	5,586	沖縄県	沖縄県	沖縄県	長野県
4位	京都府	4,464	京都府	京都府	京都府	京都府
5位	大阪府	4,016	神奈川県	大阪府	大阪府	沖縄県
6位	神奈川県	3,709	大阪府	長野県	長野県	神奈川県
7位	静岡県	3,466	長野県	神奈川県	神奈川県	大阪府
8位	長野県	3,462	静岡県	静岡県	静岡県	静岡県
9位	千葉県	3,324	千葉県	千葉県	愛知県	千葉県
10位	福岡県	2,780	福岡県	福岡県	千葉県	兵庫県

延べ宿泊旅行者増加数(推計値) 上位5都道府県

(単位:万人)

順位	8年→9年増加数		7年→8年増加数		6年→7年増加数	
1位	愛知県	41	東京都	160	新潟県	47
2位	岩手県	37	神奈川県	136	三重県	44
3位	宮崎県	37	静岡県	59	福岡県	37
4位	大阪府	26	沖縄県	48	山形県	32
5位	静岡県	25	山梨県	35	熊本県	25

費用総額増加額(推計値) 上位5都道府県

(単位:億円)

順位	8年→9年増加数		7年→8年増加数		6年→7年増加数	
1位	愛知県	243	東京都	1,042	新潟県	454
2位	岩手県	242	神奈川県	683	三重県	292
3位	宮崎県	206	静岡県	581	福岡県	205
4位	大阪府	184	沖縄県	189	山形県	186
5位	静岡県	178	山梨県	188	熊本県	155

(6)宿泊旅行の同行形態

調査開始以来引き続き「小学生以下の子供を連れた家族旅行」が減少し、「一人旅」が増加したことで、初めて、その比率が逆転した。

全体的な構成比率の傾向は変わらず、最も割合が高いのは「夫婦二人での旅行」となっている。経年で見ると、「小学生以下の子供連れの家族旅行」は12%で年々減少傾向にあり、年々増加傾向にあった「一人旅」の比率が12.5%に増加したことで、05年の調査開始以来初めて、その比率を上回った。

宿泊旅行の同行形態

(単位：％)

同 行 形 態	9 年	8 年	7 年	6 年	5 年
1 人旅	12.5	12.0	11.2	10.8	10.5
恋人との2人での旅行	7.4	7.3	7.7	7.7	8.1
夫婦2人での旅行	24.2	23.8	24.0	23.6	22.4
小学生以下の子供を連れた家族旅行	12.0	12.4	12.8	13.5	14.6
中学生以上20歳未満の子供を連れた家族旅行	3.6	3.7	3.5	3.7	4.3
親を連れた家族旅行	7.6	7.2	7.1	7.0	7.3
その他の家族旅行	9.3	9.3	9.5	9.5	8.6
友人との旅行	15.3	15.9	16.4	15.6	15.3
職場やサークルなどでの団体旅行	5.8	6.1	5.7	6.4	5.8
その他	2.2	2.2	2.2	2.1	3.0

(7) テーマ別・都道府県別魅力度ランキング

地元ならではのおいしい食べ物が多かった

「沖縄そば」をはじめとして「ゴーヤチャンプル」、「ラフター」など郷土料理が多数あげられた沖縄県が第1位になった。

次いで、高知県では「カツオのタタキ」、香川県では「讃岐うどん」が圧倒的に支持されている。

全体の傾向として、刺身・魚介類一般・カニ・ウニ・エビなど、地元でとれる新鮮な海の幸をあげる声が多い。また、全国共通で「そば」「ラーメン」「うどん」等ご当地麺類があげられている。

「飛騨牛」「神戸牛」など各地のブランド食材や、郷土料理も見られた。

地元ならではのおいしい食べ物が多かった

(単位：％)

順位		9 年	8 年	7 年	6 年
全 体 平 均		54.1	54.2	53.4	64.8
1 位	沖縄県	72.0	香川県	高知県	福井県
2 位	高知県	71.5	高知県	北海道	石川県
3 位	香川県	70.8	北海道	石川県	長崎県
4 位	鹿児島県	69.9	鹿児島県	香川県	高知県
5 位	北海道	69.8	沖縄県	沖縄県	北海道
6 位	福井県	69.2	福井県	秋田県	三重県
7 位	宮城県	68.2	宮城県	山形県	京都府
8 位	山形県	67.6	石川県	鹿児島県	熊本県
9 位	長崎県	67.4	静岡県	三重県	愛媛県
10 位	青森県	66.5	福岡県	長崎県	静岡県
和歌山県の順位		29位	32位	35位	22位

魅力のある特産品や土産物が多かった

第1位は、独特の文化を感じさせる沖縄県である。

次いで、昨年4位からランクアップした鹿児島県、日本の伝統文化を感じさせる京都府が続く。

第1位となった沖縄県では「泡盛」「ちんすこう」「琉球ガラス」など沖縄ならではの特産品が並ぶ。第2位にランクアップした鹿児島県では、「さつま揚げ」「焼酎」「かるかん」などご当地お菓子があげられた。第3位京都府では「漬物」「ハツ橋」などがあげられ、有名な特産品を持つ都道府県が上位にきている。

全体の傾向として、お菓子や海産品などをあげる声が目立った。

魅力のある特産品や土産物が多かった (単位；%)

順位		9年	8年	7年	6年
全 体 平 均		41.6	41.5	41.4	46.5
1位	沖縄県	68.9	沖縄県	沖縄県	沖縄県
2位	鹿児島県	59.9	京都府	京都府	京都府
3位	京都府	59.6	北海道	長崎県	高知県
4位	高知県	58.9	鹿児島県	北海道	長崎県
5位	長崎県	57.0	長崎県	香川県	北海道
6位	北海道	56.1	宮崎県	鹿児島県	香川県
7位	青森県	53.1	高知県	青森県	石川県
8位	宮崎県	52.2	佐賀県	高知県	愛媛県
9位	石川県	50.7	広島県	秋田県	宮崎県
10位	宮城県	49.9	香川県	愛媛県	鹿児島県
和歌山県の順位		19位	23位	24位	27位

魅力的な宿泊施設が多かった

リゾートホテル人気の高い沖縄県が第1位である。

次いで、昨年4位からランクアップした千葉県、温泉と伝統ある旅館の人気の高い大分県が続く。

第1位の沖縄県に次いで、テーマパーク付近のホテルが支持された第2位の千葉県、露天風呂や温泉のある宿があげられた第3位大分県と続いた。また、第10位にランクインした和歌山県は、昨年の第23位から順位を上げた。

魅力的な宿泊施設が多かった (単位；%)

順位		9年	8年	7年	6年
全 体 平 均		36.6	36.5	36.1	43.9
1位	沖縄県	55.6	沖縄県	沖縄県	大分県
2位	千葉県	51.5	大分県	大分県	沖縄県
3位	大分県	49.7	沖縄県	長崎県	沖縄県

4位	熊本県	45.3	千葉県	千葉県	長崎県
5位	長崎県	44.0	長崎県	岐阜県	石川県
6位	石川県	43.1	岐阜県	神奈川県	千葉県
7位	北海道	41.9	石川県	北海道	京都府
8位	鹿児島県	41.4	北海道	群馬県	北海道
9位	神奈川県	41.2	栃木県	熊本県	神奈川県
10位	和歌山県	40.5	京都府	兵庫県	愛媛県
和歌山県の順位		10位	23位	24位	27位

地元の人のホスピタリティを感じた

秋田県がポイントを上げ、昨年の10位から3位にランクアップした。

沖縄県が4年連続1位で、2年連続でポイントを上げている。

昨年と同じく第1位の沖縄県が、第2位以下を15ポイント以上離す結果となった。昨年と同様の傾向で、関西以西の西日本から数多くトップ10入りしている。第9位の新潟県は昨年28.9%から今年30.9%を獲得してランクインした。

地元の人のホスピタリティを感じた

(単位；%)

順位		9年	8年	7年	6年
全 体 平 均		25.5	25.7	24.3	28.8
1位	沖縄県	56.4	沖縄県	沖縄県	沖縄県
2位	鹿児島県	40.6	鹿児島県	鹿児島県	宮崎県
3位	秋田県	37.9	宮崎県	青森県	奈良県
4位	高知県	35.3	高知県	高知県	秋田県
5位	宮崎県	34.6	青森県	秋田県	青森県
6位	京都府	31.6	奈良県	宮崎県	山形県
7位	青森県	31.5	山形県	奈良県	長崎県
8位	熊本県	31.5	長崎県	岐阜県	愛媛県
9位	新潟県	30.9	秋田県	大分県	大分県
10位	奈良県	30.8	熊本県	山形県	鹿児島県
和歌山県の順位		32位	40位	33位	38位

子供が楽しめるスポットや施設が多かった

「東京ディズニーリゾート」を擁する千葉県が、断トツの第1位である。

次いで、「沖縄美ら海水族館」が人気の沖縄県、「アドベンチャーワールド」や「サファリパーク」があげられた和歌山県と続く。

全体の傾向として、テーマパークや水族館・動物園、自然体験ができる施設などが高い支持を集める結果となった。

第1位は千葉県。第2位沖縄県を21.3ポイント離しているものの、昨年と比較すると、沖縄県のポイントがアップし、若干だが差が縮まった形となった。

子供が楽しめるスポットや施設が多かった (単位；%)

順位	9年	8年	7年	6年
全 体 平 均	21.4	21.1	20.9	31.8
1位	千葉県	千葉県	千葉県	千葉県
2位	沖縄県	沖縄県	沖縄県	沖縄県
3位	和歌山県	三重県	大阪府	宮崎県
4位	三重県	和歌山県	三重県	大阪府
5位	大阪府	大阪府	和歌山県	三重県
6位	栃木県	栃木県	栃木県	愛知県
7位	長崎県	長崎県	長崎県	栃木県
8位	熊本県	山梨県	神奈川県	東京都
9位	東京都	熊本県	東京都	和歌山県
10位	山梨県	東京都	福岡県	福岡県
和歌山県の順位	3位	4位	5位	9位

若者が楽しめるスポットや施設が多かった

上位の顔ぶれは昨年とほぼ変わらず。テーマパークと都市観光が強いエリアが上位にランクインされている。

全体の傾向として、テーマパーク、水族館・動物園、買い物や食べ歩き目的の街や施設をあげる声が目立つ結果となった。野球場やスポーツ(スキー、マリンスポーツなど)と回答する声も多い。

第1位の千葉県は、「東京ディズニーリゾート」が圧倒的な人気だが、第2位の沖縄県、第3位の大阪府は、テーマパークに次いで買い物や街歩き目的の回答が多い。

若者が楽しめるスポットや施設が多かった (単位；%)

順位	9年	8年	7年	6年
全 体 平 均	26.4	25.9	25.3	31.8
1位	千葉県	千葉県	千葉県	大阪府
2位	沖縄県	沖縄県	沖縄県	千葉県
3位	大阪府	大阪府	大阪府	沖縄県
4位	東京都	東京都	東京都	東京都
5位	福岡県	福岡県	福岡県	福岡県

6位	神奈川県	31.7	長崎県	神奈川県	愛知県
7位	兵庫県	31.0	神奈川県	長崎県	神奈川県
8位	長崎県	28.0	兵庫県	三重県	宮崎県
9位	三重県	26.9	北海道	長野県	兵庫県
10位	長野県	25.2	宮崎県	北海道	北海道
10位	和歌山県	25.2			
和歌山県の順位		10位	15位	16位	18位

大人が楽しめるスポットや施設が多かった

沖縄県が昨年3位から第1位にランクアップされている。「沖縄美ら海水族館」「首里城」「国際通り」などがあげられた。次いで千葉県、「寺院」「神社仏閣」や「祇園」の人気の高い京都府と続く。

昨年から引き続き、全体の傾向として“子供が楽しめる...”と比べて、多岐にわたるスポットや施設があげられる結果となった。名所・旧跡や自然園、テーマパーク、美術館、温泉、買い物などの回答が目立つ。

第10位の三重県は、昨年第22位からランクアップ、伊勢神宮、おかげ横丁などが多数あげられていた。

大人が楽しめるスポットや施設が多かった (単位；%)

順位	9年		8年	7年	6年
全 体 平 均		41.3	40.0	39.0	46.3
1位	沖縄県	59.3	千葉県	千葉県	京都府
2位	千葉県	59.2	京都府	京都府	東京都
3位	京都府	58.5	沖縄県	沖縄県	沖縄県
4位	奈良県	54.5	東京都	東京都	千葉県
5位	東京都	50.6	大阪府	大阪府	大阪府
6位	大阪府	47.8	長崎県	神奈川県	福岡県
7位	神奈川県	47.3	奈良県	福岡県	神奈川県
8位	福岡県	45.7	福岡県	奈良県	長崎県
9位	長崎県	44.3	神奈川県	神奈川県	大分県
10位	三重県	43.7	兵庫県	大分県	北海道
和歌山県の順位		19位	26位	28位	25位

(8) 宿泊旅行の目的

宿泊旅行の目的（複数回答） 上位10項目

(単位；%)

目 的	9年	8年	7年	6年	5年
温泉や露天風呂	36.0	36.1	37.2	38.7	37.2
地元のおいしいものを食べる	34.4	30.2	40.1	41.5	40.4
名所・旧跡の観光	29.7	28.1	28.1	28.0	26.2
宿でのんびり過ごす	28.7	28.0	27.3	28.9	30.9
まちあるき、都市散策	16.9	15.8	16.2	16.9	15.4
友人・親戚を訪ねる	14.1	14.1	14.0	13.8	13.9
テーマパーク（遊園地・動物園・博物館など）	13.6	14.0	13.9	15.0	15.2
花見や紅葉などの自然鑑賞	10.7	10.9	13.2	13.6	11.4
買い物 アウトレット	11.4	10.6	10.8	11.5	11.4
ドライブ・ツーリング	6.3	7.2	6.9	8.3	9.3

5. 日本の世界遺産観光に関する調査

JTBが「日本の世界遺産観光を目的に旅行したことはありますか?」と題して、WEBアンケートを実施した。

(1) 調査概要

調査対象： Web利用の男女（有効回答数2,538件）

調査方法： インターネット調査

調査期間： 2008年6月1日～2008年6月8日

性別回答数： 男性1,294件、女性1,112件、不詳132件

調査目的： 日本の世界遺産は、貴重な自然環境や文化的価値の高い建造物など、国内からはもちろんのこと、世界からも注目されている。実際に見てみよう、「世界遺産観光」を目的に旅行をしている人はどのくらいいるのかの調査が行われた。

(2) 調査結果

Q1. 日本の世界遺産観光を目的に旅行したことはありますか。

「日本の世界遺産観光を目的に旅行したことはある」と回答した人は、年代別でも、10～20代で65%、30代54%、40代53%、50代62%、60代75%、70代以上71%と、60～70代が最も多く、次いで10～20代という結果になった。男女比もおおよそ半々であった。

昨今、TVや雑誌で世界遺産関連の情報も多く、世界遺産に興味をもち、実際に確かめようと旅行する人は、年代を問わず多いようである。

年代別	比率(%)
10～20代	65
30代	54
40代	53
50代	62
60代	75
70代以上	71
全世代	58

Q2. どの世界遺産を見にいきましたか。その感想は?

近くて行きやすい世界遺産に行っている人が多い結果となった。修学旅行で訪れる場所として定番である「日光」や「京都」は観光地としても馴染みの場所ということもあって、「まずはここに行こう!」という人が多いようである。特に、関東の人は「日光」へ、関西の人は「京都」へと、近くて行きやすい場所に行く傾向が見られる。「何度行ってもよい」というファンも多く、根強い人気を感じられる。パワースポットしても話題を呼んでいる「厳島神社」へも多数の人が行っている。近年、新しく世界遺産に登録された「知床」も上位に加わっている。

世界遺産に選ばれたとあって、「感じるものは大きい」との回答が多数見られる。

この設問に寄せられた自由記入欄には、「小学校時代に行ったのを懐かしみ、数年前に行って、大人になって違った目で見ることができ、また新たな経験が出来た(30代女性)」など、大人になって改めて訪れることで、また違う魅力を感じる人が多いとの回答も多く挙げられた。

また、「世界遺産は、何回見に行っても良い(50代・男性)」など、複数場所・複数回行ってい

る人も多いようである。世界遺産観光はやっぱり奥深いものであるというのが実感である。

世界遺産を見に行った感想としては、「想像以上の感動であった。これからも大切に残していかなくتهはいけな思った。(40代・女性)」、「テレビ放映されると興味が出てこの目で確かめたくなり出掛ける(60代・女性)」、「日本人のふるさと(40代・男性)」、「訪れた人々が感激していることに喜びを感じる。(30代・男性)」、「大切な財産として保存され受け継いでいくことを望む。(40代・男性)」、「時代を超越する荘厳さに圧巻された(20代・男性)」、「すごく心が豊かになった(30代・女性)」、「未達成のところ全てについて行きたいと思っている(70代・男性)」といった感想が述べられている。

その他、「感動」「素晴らしい」「歴史を感じた」「神秘的」などの声も多かった。

順位	遺産名	比率(%)	順位	遺産名	比率(%)
1	日光の社寺	19	7	古都奈良の文化財	7
2	古都京都の文化財	15	8	紀伊山地の霊場と参詣道	6
3	厳島神社	12	9	広島・原爆ドーム	6
4	白川郷・五箇山の合掌造り集落	10	10	法隆寺地域の仏教建造物	5
5	知床	9	11	その他	3
6	姫路城	8			

Q3. どの手段で旅行されましたか。

場所に応じて、交通手段を変えてはいるものの、時間に縛られなくじっくり見たいと、個人で行くフリープラン派が多数見られる。どのように行ったらよいのかわからないという人の多くは、効率よくまわって見られる添乗員付きツアーで旅行しているようである。自宅から近い世界遺産であれば、ふらっと日帰り派も多いようである。

手 段	比率(%)
日帰り	13
添乗員付きバスツアー	15
飛行機+宿泊	21
JR+宿泊	25
車+宿泊	26

Q4. 今まで行かなかった理由をお聞かせください。

行けない理由として、「日常のなかでなかなか機会がない」、「時間がない」という人が半数以上見受けられた。また、旅行は行けけれども、他の目的を持っていくという人も多いようである。「環境保全を意識して(50代・男性)」など、世界遺産として注目を集めるなか、「遺産保護のために少しでも行く人が少ない方がよい」との意見も見られた。

理 由	比率(%)
機会がない	34
興味がない	22
時間がない	18
意識したことがない	10
海外旅行が好き	4
子供が小さい	4
お金がない	3
混んでいそう	2
その他	3

Q5．今後、世界遺産観光を目的に旅行する予定はありますか。（ない方は理由があればお聞かせください。）

行く予定のある人の声として、「TVや雑誌などで多く取り上げられて、行って見たいと思い、予定した（30代・女性）」、「今年の夏にすでに予定している」（40代・男性）など、すでに夏の旅行先として予定を入れている人も多いようである。

行く予定のない人の理由としては、「海外の世界遺産の方が、興味があるも（30代・女性）」、「子どもがもう少し大きくなり、理解できるようになってから行きたい（30代・女性）」との声があった。

予 定	比率(%)
予定なし	59
予定あり	41

Q6．世界遺産観光を目的に旅行したことがある方は「次に行きたい」、ない方は「見に行ってみよう」世界遺産は何ですか。興味・魅力を感じる点は何ですか。

「屋久島」「白神山地」に行ってみようという人が圧倒的に多く、2つあわせて4割を超えるという結果になった。 「エネルギーをもらえそう（50代・男性）」 「大自然に癒されそう（40代・女性）」 など、自然のなかにパワーや癒しを見出したいという意見が多く挙げられている。

順位	遺 産 名	比率(%)	順位	遺 産 名	比率(%)
1	屋久島	32	8	厳島神社	5
2	白神山地	10	9	古都京都の文化財	3
3	紀伊山地の霊場と参詣道	9	10	琉球王国のグスク・関連遺産群	3
4	知床	9	11	古都奈良の文化財	2
5	石見銀山	9	12	日光の社寺	2
6	白川郷・五箇山の合掌造り集落	7	13	広島・原爆ドーム	1
7	姫路城	6	14	法隆寺地域の仏教建造物	1

「次に行きたい」「見に行ってみよう」世界遺産の上位の遺産についてのコメント

<屋久島>

一生に一度はあの迫力ある自然に触れてみたい（40代・女性）

杉の老木を直に見てみたい（60代男性）

ゆっくり空気を吸いに行きたい・足腰鍛えて一度は！（40代・女性）

<白神山地>

シンプルに感動できそう(40代・女性)

最近砂漠地帯の旅が多いので、ウエットな世界にあこがれている(60代・男性)

<紀伊山地の霊場と参詣道>

神聖な雰囲気。時間を掛けて歩きたい(50代・女性)

昔の人が歩いた所を同じく歩いてみたい(60代・女性)

<知床>冬の厳しさ、夏の美しさ是非見てみたい(50代・男性)、

流水の季節に旅してみたい(50代・男性)

<石見銀山遺跡とその文化的景観>

新しく登録されたので、一度見に行きたい(20代・男性)

Q7. あなたが新たに日本の世界遺産登録として推奨したい場所がありますか。

それはどこですか。

「推奨というより、富士山が登録できるぐらいにきれいになって欲しい(40代・女性)」、「ゴミ問題を改善し、早くきれいにして登録されて欲しい(30代・男性)」など、環境問題を意識して、日本の象徴とも言える富士山をぜひ！との声が多く挙げられている。その他の場所では、個々人の思い入れや、愛郷心から後押しする声も多く見られた。「これ以上増やすと、ありがたみがなくなる(60代・女性)」、「ありすぎても魅力がなくなる(30代・男性)」といった意見も挙げられた。

新たに世界遺産に推奨したい場所

順位	遺産名	比率(%)	順位	遺産名	比率(%)
1	富士山	57	6	立山・黒部	3
2	その他	11	7	石垣島・西表島	3
3	平泉	11	8	上高地	3
4	鎌倉	5	9	松島	2
5	阿蘇	5			

第3章 観光振興に対する取組

1. 観光立国推進基本法

平成18年12月13日に観光立国推進基本法が成立し、平成19年1月1日より施行されている。

(1) 観光立国推進基本法法律の概要

昭和38年に制定された旧「観光基本法」の全部を改正し、題名を「観光立国推進基本法」に改めることにより、観光を21世紀における日本の重要な政策の柱として明確に位置付けている。

観光立国の実現に関する施策の基本理念として、地域における創意工夫を生かした主体的な取組みを尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を通じて国内外からの観光旅行を促進することが、将来にわたる豊かな国民生活の実現のため特に重要であるという認識の下に施策を講ずべきこと等を定めている。

政府は、観光立国の推進に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、「観光立国推進基本計画」を定めることとしている。

国は、基本的施策として、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成、観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興、観光旅行の促進のための環境の整備に必要な施策を講ずることとしている。

(2) 観光立国推進基本計画

平成19年1月より施行された観光立国推進基本法に基づき、政府は、観光立国の実現に関する諸施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光立国の実現に関するマスタープランとして観光立国推進基本計画を策定した。本計画には、観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針や目標とともに、観光立国推進基本法で政府が総合的かつ計画的に講ずべきと示された施策等について定められている。政府はこの計画に基づいて、観光立国の実現に関する施策を推進している。

(3) 観光立国推進基本計画の概要

基本的な方針

- 1) 国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大するとともに国民の海外旅行を発展
- 2) 将来にわたる豊かな国民生活の実現のため観光の持続的な発展を推進
- 3) 地域住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会を実現
- 4) 国際社会における名誉ある地位の確立のため平和国家日本のソフトパワーの強化に貢献

計画期間

5年間

目標

1) 計画期間における基本的な目標

訪日外国人旅行者数を平成22年度までに1,000万人にすることを目標とし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にすることを目指す。【平成18年：733万人】

我が国における国際会議の開催件数を平成23年度までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。【平成17年：168件】

日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を平成22年度までにもう1泊増やし、年間4泊にすることを目標とする。【平成18年度：2.77泊】

日本人の海外旅行者数を平成22年度までに2,000万人にすることを目標とし、国際相互交流を拡大させる。【平成18年：1,753万人】

旅行を促す環境整備や観光産業の生産性向上による多様なサービスの提供を通じた新たな需要の創出等を通じ、国内における観光旅行消費額を平成22年度までに30兆円にすることを目標とする。【平成17年度：24.4兆円】

2) その他の目標

「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」「観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成」「国際観光の振興」「観光旅行の促進のための環境の整備」の四つに関し、1)を含め計25の目標を設定

施策

上記の目標を達成するための具体的な施策を記述

その他

毎年度点検を行うとともに、おおむね3年後を目途に見直し等

2.和歌山県長期総合計画

平成20年3月に発行された「和歌山県長期総合計画」～未来に羽ばたく元気な和歌山～で将来像に向けた取組として、癒しと感動を与える誇れる郷土和歌山のなかで観光の振興を挙げている。主な観光振興策は以下のとおりである。

(1) 郷土和歌山の魅力を磨き売り出す

和歌山県には、高野・熊野という世界遺産、古くから大切にしてきた歴史・文化遺産、各地に伝わる楽しい行事、海・山・川・森と変化に富んだ美しい自然、バラエティに富んだ温泉、ほのぼのとした田舎暮らし、ふんだんにある海の幸・山の幸からなる食の魅力、そして各地の伝統に育まれた物産といった数多くの貴重な資源がある。

こうした豊富な観光の素材(自然・文化・歴史など)に光を当て、さらに磨きをかけて全国・全世界のみなさんに和歌山を売り出し、味わっていただくとともに、農林水産業をはじめさまざまな産業との関わりが深い観光産業の活性化を図り、県経済の発展を促進する。

実施する主な施策として、

和歌山の魅力を磨き売り出す

和歌山県が有する豊富な自然・文化・歴史等の地域資源を観光客のニーズに応じ、特徴的な次の8つの視点から魅力に光を当て、さらに磨きあげて和歌山を売り出し、招きもてなすことで観光客数3,300万人(宿泊客600万人、日帰り客2,700万人)をめざす。

1)『世界遺産 紀伊山地の霊場と参詣道』の魅力

世界文化遺産に指定された高い文化性が宿る自然を健康づくりに活かす取組や地域住民主導の魅力づくりへの支援などを行うことで、高野・熊野の魅力を多面的にとらえ、"世界遺産"で和歌山を売り出す。

2)『温泉』の魅力

白浜、勝浦、龍神など温泉観光地が持つブランドにプラスアルファの魅力を付与する一方、県内各地の温泉施設の持つ多様性を紹介することで"いで湯の国"のイメージで、和歌山を売り出す。

3)「ほんまもん体験/田舎暮らし」の魅力

体験型観光"ほんまもん体験"、農林漁家民泊を活用した修学旅行や"田舎暮らし"の受入、里山の体験など、地域独自の魅力で和歌山を売り出す。

4)「歴史・浪漫」の魅力

万葉歌に謳われた景勝地や徳川御三家に由来する名所旧跡、全国6位の数を誇る国宝、また数々の文化遺跡、歴史的な街並み、里山の景観など、"歴史・浪漫"で和歌山を売り出す。

5)「四季折々」の魅力

長い歴史に育まれた伝統的な祭り、各地でおこりつつある市民参加型のイベント、季節を告げる花や紅葉の情報など、"四季折々の魅力"で和歌山を売り出す。

6)「食」の魅力

新鮮な魚介類、果樹王国和歌山の多種多様な果実や伝統ある加工食品など、多岐にわたる素晴らしい"食の魅力"で和歌山を売り出す。

7)「素晴らしい自然」の魅力

各種マリンスポーツやトレッキング、釣りなどのアウトドアスポーツをはじめさまざまな体験型観光の場を提供してくれる和歌山県の豊かな自然は、大きな観光資源であり、この"素晴らしい自然の魅力"で、和歌山を売り出す。

8)「地域ブランド」の魅力

市場で高い評価を得たり、大きなシェアを占めている農林水産物や加工品、紀州漆器等の伝統工芸品など、"地域ブランドの魅力"で和歌山を売り出す。このため、「優良県産品推奨制度」といったブランド確立策も図る。

観光資源の保全と持続的な活用

世界遺産に登録された高野・熊野を例に引くまでもなく、優れた観光資源の多くは、地域住民が誇りと愛着を持って大切に守り伝えてきた歴史・文化や自然資産であり、良好な状態で後世に伝えるため、保全とのバランスがとれた適正な利活用に努める。このため、景観条例に基づく景観計画を適切に運用するとともに、国の自然公園に加えて、県立自然公園の適切な管理を行う。

総合的・戦略的な観光振興

高速道路・幹線道路網などの交通基盤整備を効果的に活用し、観光資源をネットワーク化することで、広域観光ルートを構築する。また、和歌山県の特性を活かして各種のニューツーリズムを促進することでの新たな観光需要への対応、着地型観光の推進への取組を図る。

1) 広域観光ルートの構築

世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の活用など、奈良県、三重県と連携した取組を推進するとともに、県内においても各地域の新たな観光素材の開発やネットワークの強化を図る。

また、観光スポットの連続性や温泉・食などとのセットメニューの情報発信をすることで、訪れる人の満足度を高めていく。

2) ニューツーリズムの促進

健康や自然への志向が高まる中、新たな旅行需要への対応として、ヘルスツーリズムやエコツーリズム、グリーンツーリズムなど、和歌山県の特性を活かした新しい観光形態を発掘する。

3) 着地型観光の推進

体験型観光など、それぞれの地域の特色を活かした新たな旅行商品の企画・開発を行う地域密着型ツアーコーディネーターの育成を図り、着地型観光を推進する。

観光と産業のスパイラル的発展

観光は第一次産業である農林水産業から第三次産業のサービス業まで関連しており、また体験

観光や産業観光ではあらゆるものが観光資源となる。

和歌山県の強みである農林水産業や地場産業などとの連携強化を図り、観光を推進力として県内産業全体のスパイラル的发展をめざす。

(2) 郷土和歌山へ招く

観光客の個人旅行化や嗜好の多様化が国内・国外問わず進んでいるため、誘客対象者を明確に想定したうえで、必要とされる情報を最適な時期と方法により伝えるなど戦略的な誘客を実施することにより、多くの観光客を和歌山に招く。

実施する主な施策として

国内の誘客を図る戦略的取組

繰り返し訪れたいと思える観光地づくりや世代別・嗜好別・圏域別のさまざまな旅行商品企画を積極的に提案することで観光客の増大を図るとともに、観光資源の魅力向上及びネットワーク化により、滞在時間の増大を図る。

また、和歌山県の認知度の向上を図るため、各種広告媒体、旅行事業者、インターネットなどを通じ戦略的な情報発信を行う。

さらに、コンベンションなど大規模な大会を積極的に誘致する。

1) 圏域別の誘客

首都圏については、巨大な市場であるとともに全国に向けての情報発信のための重要拠点であることから、特にマスコミ、エージェントを対象とした観光プロモーションを展開する。

近畿圏と中部圏には、交通事業者とのタイアップ、マスコミを通じたタイムリーな情報提供などにより、和歌山県への隣接性を活用した誘客、リピーター化を促す。

2) 教育旅行の推進

体験プログラムを活用した教育旅行を誘致するため、農林漁家民泊の推進など受入態勢の整備を進めるとともに、積極的なプロモーション活動を展開する。

海外からの誘客を図る取組

台湾、香港、韓国、中国等の東アジア及び欧米を主たるターゲットとし、現地旅行会社やJNTO（国際観光振興機構）等と密接に連携して、マーケットの最新の動向やニーズ等を採り入れた戦略的プロモーション活動に取り組むとともに、旅行商品づくりを促進する。

また、近隣府県と広域的な連携による誘客活動に取り組むことにより、相乗効果を図る。

(3) 郷土和歌山でもてなす

「おもてなし」は、新たな観光客あるいは和歌山県を訪れた観光客が再び和歌山を訪れることを誘引する大きな要素であることから、観光客を温かくお迎えし、快適な時間を過ごしてもらえる観光地

を実現するためのおもてなしの向上と人材の育成に取り組む。

実施する主な施策として

おもてなしの向上

宿泊施設をはじめとする観光施設や交通機関でのおもてなし向上を図るため、関係者を対象とした研修の充実を図る。

加えて、県民が魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たしていくため、観光の意義に対する県民の理解を増進し、誰もが観光客をもてなす気運の醸成を図り、観光地全体の「おもてなし」の向上を促進する。

人材の育成・確保

和歌山大学観光学部など教育機関との連携を図り、観光関係従事者やニューツーリズムなど多様化する観光客のニーズに対応できる人材の育成・確保に取り組む。

また、外国人観光客への対応としては、外国語や生活習慣への配慮を身につけた人材の育成・確保に取り組む。

さらに、県民みんなが郷土を誇りを持って語れるよう、教育の場において郷土教育を強化する。

快適な観光空間の創造

公衆トイレや休憩所など観光客の快適性を高める施設を整備するとともに、観光地内でのモビリティ向上やＩＴ技術の活用も含めた観光案内の充実を図る。特に、外国人観光客が快適に観光地内を周遊することができるよう、観光施設や交通機関における多言語化、案内板や標識のピクトグラム化（外国人観光客をはじめ誰もが理解しやすい絵文字で表したもの）などを促進する。

高齢者、障害のある人など誰もが円滑に観光関連施設等を利用できるよう、バリアフリー化を促進する。

3.和歌山県観光振興アクションプログラム2009

～交流人口を拡大して県勢発展を牽引する観光を目指す～

和歌山県長期総合計画をうけて、県では観光振興策の具体策としてアクションプログラム2009を発表した。その概要は以下のとおりである。

(1)「8つの魅力で和歌山を売り出す」

世界遺産 登録5周年記念事業や地域主部の魅力づくりへの支援

<記念事業> シンポジウムで価値と魅力を発信(東京、名古屋、大阪、和歌山、田辺市本宮)

高野山町石道、熊野古道におけるウォークイベント開催

山岳宗教都市との交流支援(高野町とイタリア・アッシジ市)

<高野> 外国人への情報発信の強化、高野山町石道におけるスタンプ整備、

南海観光列車「天空」を活用した高野エリア周遊観光の促進

<熊野> 熊野詣での目的地である熊野三山巡りのPR、JRとのタイアップキャンペーン、

大辺路ルート・小雲～大雲取越への誘導板・解説板整備、大辺路スタンプ整備

温泉 各温泉地の特色ある魅力の創出(例:白浜のクエ、勝浦の町歩き、竜神の美人湯、

ジビエの活用)、湯めぐりや足湯、各地の日帰り温泉の魅力発信

ほんません体験/田舎暮らし 地元旅行者による旅行商品化の支援、受入体制の整備

歴史・浪漫 徳川ゆかりの地、紀伊万葉ゆかりの地、紀の川流域歴史散策、

海南・湯浅・御坊・田辺・新宮など古い街並み、歴史散策

四季折々の魅力 情報誌やラジオでの旬の情報提供、「花旅」による誘客促進

食の魅力 食が主目的の旅「食旅」の振興(県観光連盟HPのリニューアルによる情報発信)

日高・白浜のクエ、勝浦のマグロ、加太の鯛、すさみのイノブタ等のPR

自然の素晴らしさ ラムサールの海(串本)、白崎の海(由良)、漁船クルージング(田辺)

マリンスポーツ等アウトドアスポーツ

ブランド 「プレミアム和歌山」との連携

(2)和歌山へ招く

首都圏から マスコミや旅行エージェントへの売り込み(広報室・わかやま喜集館との連携強

化)、高野・熊野講座、観光物産PRイベントの実施、首都圏から近い南紀白浜PR

R、修学旅行の誘致商談会・旅行社キャラバン・現地研修会の開催実施

近畿圏・東海圏から 高野・熊野・紀伊万葉講座、JR・南海・高速道路会社とのタイアップ

(紀勢本線全通50周年記念事業等)、るコミ・旅行エージェント対策、

リピーター化の促進(スタンプラリー実施等)

海外から 詳細は後述(68頁参照)

(3)和歌山でもてなす

- ・宿泊施設従業員など、第1線で観光客に接する観光関係者の「おもてなし力」向上。リーダーの養成
- ・和歌山大学観光学部との連携による人材育成(観光カリスマ講座、インターンシップ)
- ・民泊受け入れ体制の拡充(組織の拡大・整備)

4. 2009年度 重点的取組

さらに、2009年度の重点的取組として次の三つを上げている。

(1) [高野・熊野] ~ 世界遺産登録5周年 = その魅力の向上, 発信 ~

5周年記念事業・・・<世界遺産地域の魅力を国内外に発信>

- ・シンポジウム(三大都市圏、スペイン姉妹道交流、「世界遺産熊野本宮館」オープニング)
- ・ウォークイベント(清掃や道普請の保全ウォーク、三重・奈良とのリレーウォーク)
- ・将棋名人戦高野山決戦開催のほか関連地域における記念事業
- ・山岳宗教都市との交流支援(高野町とイタリア・アッシジ市)

高野エリア・・・<山内の魅力アップと滞在時間の延長> <外国人観光客への情報提供充実>

- ・精進料理や宿坊体験など、心身をリフレッシュさせる旅行先としての魅力紹介
- ・高野町観光ホームページの多言語化支援
- ・高野山町石道でのスタンプ整備
- ・高野山と九度山などその周辺地域の観光資源を活用した魅力向上・P R
- ・高野山の欧米等海外でのブランド力強化(ミシュランガイド、宗教都市連携)
- 熊野エリア・・・<ウォークの基盤整備と誘客の仕掛け> <紀伊路・大辺路の認知度向上>
- ・熊野古道(小雲~大雲取越)の道標類の統一
- ・熊野古道(大辺路)におけるスタンプ整備と周辺地域を含めたウォークコースへの誘客
- ・奈良県と連携した熊野古道小辺路ルート形成
- ・「熊野古道の宿 霧の卿たかはら」を活用した中辺路ルートのP R
- ・J R紀勢本線全通50周年記念行事との連携

(2) [海外からの誘客] ~ 国別の嗜好傾向や旅行熱度に合わせた誘客活動の強化 ~

成熟市場・・・<消費者へ直接アピールするメディアの活用>

<県内観光事業者との連携したプロモーション活動>

台湾 = 現地メディアを活用した一般消費者への直接的な情報発信、教育旅行の誘致

香港 = 夏・冬など四季を求める香港人の嗜好を踏まえたプロモーション

韓国 = ゴルフや温泉などのP Rによる情報発信

途上市場・・・<J N T Oや近畿府県等と連携したプロモーション活動>

フランス = ミシュランの評価を獲得した高野山人気の一層の拡大

中国 = 日本に最も近く、富裕層の多い北京や上海をターゲットにした和歌山の認知度向上

これからの市場・・・<認知度の向上>

他の諸国<タイ、シンガポール、その他>

= ・関西広域機構や市町村との連携によるメディアへの露出拡大、航空会社と連携したP R活

動

- ・トルコ・エルトゥールル号遺品展示会と連動したプロモーション

(3)[おもてなし] ~接客第1線のおもてなし力向上~

地域全体の「おもてなしの心」醸成・・・観光関係者、県民向けオープンセミナー

観光関係者の「おもてなし力」向上

- ・旅館・ホテルの接客係や公共交通機関(バス、タクシー)の乗務員に対する接客能力向上研修
- ・広く職場や地域におもてなしの心と接客技術を伝えるリーダーの養成研修

快適なトイレ環境の実現

5.世界遺産登録5周年記念関連事業

紀伊山地には、自然崇拜を起源とする神道の霊場「熊野三山」、中国から伝来した真言密教の霊場「高野山」、山岳信仰の聖地であり修験道の霊場である「吉野・大峯」という三つの霊場とそこに至る「参詣道」が存在する。これら霊場と参詣道は、信仰の対象となるべき諸神、諸仏が千年の歴史を越え、今も人々の心の拠りどころとなっており、また、日本人の精神的な“ふるさと”とも呼べる場所である。

その「紀伊山地の霊場と参詣道」が平成21年7月に世界遺産登録5周年を迎える。これを記念して、その本質的価値を再認識し、次世代に良好な状態で資産を承継するため、和歌山県では下記の事業を実施する。

(1)世界中に感動と興奮を発信(世界遺産シンポジウムの開催)!

世界でも類を見ない資産として顕著な普遍的価値を有する「紀伊山地の霊場と参詣道」を世界に向けて発信するとともに、わが国を代表する文化的な価値を再認識する。

東京 フラッグシップシンポジウム

(高野・熊野の神々・仏たち)

和歌山 海外・国内ネットワークシンポジウム

(スペイン姉妹道交流と国内世界文化遺産地域の地域振興旗手との交流)

大阪 三県連携シンポジウム

(三重・奈良・和歌山の地域力の結集)

本宮 世界遺産保存と活用フォーラム

(三県を結ぶハブ施設熊野本宮館で開催)

(2)未来への架け橋(世界遺産保全ウォークの実施)!

世界遺産は、人類のかけがえのない多様な価値を有する財産として守られ、適切に活用し、将来の世代に良好な状態で引き継がなければならない。

一万人の参詣道「環境保全」活動

～語り部と世界遺産マスター、ウォーキングインストラクターと歩く～

・高野山町石道(オープニングウォーク)

・熊野古道中辺路(清掃ウォーク)

・熊野古道大辺路(道普請ウォーク)

・熊野古道中辺路(ササユリ復活ウォーク)

三県連携ウォーク(高野山町石道)

三重・奈良・和歌山の連携したリレーウォーク

熊野詣の誘客～語りが導く熊野三山

1) 三山散策特別キャンペーン

- ・ 那智山青岸渡寺にて朝のおつとめ体験
- ・ 熊野速玉大社参拝と夕涼み川舟体験
- ・ 補陀洛山寺千手観音特別拝観と曼荼羅ウォーク
- ・ 語り部と巡る世界遺産と夕涼み川舟体験
- ・ 山伏と歩く早朝の熊野古道
- ・ 「ぬれわらじの入堂」体験ウォーク
- ・ 闇夜の熊野古道ウォークと熊野本宮大社
- ・ 語り部と巡る世界遺産と熊野速玉大社の神楽「神なぎの舞」奉納特別大祭拝観
- ・ 熊野三山巡拝スタンプラリー & 5周年記念プレゼント

2) 語りの熊野詣口演サミットの開催

- ・ 「道成寺縁起」絵解き
- ・ 基調講演 説教・絵解き・話芸
- ・ 熊野観心十戒図絵解き
- ・ 熊野三山新絵解き披露
- ・ 座談会 語りの熊野詣

(3) 国宝・重文、名作の数々が誘う古への旅立(世界遺産展の開催)!

天皇・貴族から庶民まで多くの人々が訪れた熊野三山に残された国宝・重文をはじめとする名宝を一堂に会し、熊野信仰とは何かを、わかりやすく紹介する。また紀伊山地の霊場と参詣道には、近代においても多くの芸術家が訪れ、高野・熊野の宗教的な雰囲気や文化的景観に魅了され名作が誕生した。

特別展「熊野三山の至宝～熊野信仰の祈りのかたち～」(和歌山県立博物館)

【出陳予定】熊野速玉大神坐像、夫須美大神坐像、家津御子大神坐像(国宝・熊野速玉大社蔵)

特別展「描かれた高野・熊野(仮称)」(和歌山県立近代美術館)

【出品予定】藤島武二、鍋井克之、稗田一穂、清水達三 他

(4) 企業コラボレーション等をはじめ多彩なイベント展開!

JR紀勢本線全通50周年タイアップPR

南海電鉄 高野線 観光列車「天空」タイアップPR

ネクスコ西日本タイアップPR

将棋「名人戦(第4局)」(高野山金剛峯寺)

6.和歌山県観光立県推進条例(仮称)骨子案

(1)はじめに

本県の特徴

1) 私たちの郷土和歌山県は、陽光あふれる温暖な気候、青い海、緑の山、清らかな川などの豊かな自然や、神道、仏教、修験道などの多様な信仰によって育まれた世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」に代表される貴重な歴史や文化、さらには、懐かしさを覚える農山漁村の風景や四季折々の多彩な食材、心を癒す温泉にも恵まれている。

2) 万葉の時代から数多くの人々が憧れ、安らぎを求め、この地を訪れ、私たちの先人は、人々を温かくお迎えしてきた。

3) 先人が守り、受け継いできた魅力の数々は、現在の私たちだけのものではなく、世界の人々や次の世代の人々のかけがえのない資産でもある。未永くこの魅力を守り、さらに磨き、魅力あふれる地域をつくるとともに、国内はもとより東アジア、欧米等海外から訪れる人々を温かく迎え、心と心の交流を通じて、癒しや楽しみ、感動を提供していくことが、このすばらしい郷土に住む私たちの重要な役割であると同時に、私たちの誇りである。

観光立県の意義

1) 観光は、単に観光産業だけではなく、農林水産業、製造業、サービス業など幅広い分野にわたるすそ野の広い産業であり、その振興は、交流人口を拡大させ、地域経済の活性化や雇用の増大をもたらすものである。

2) 少子高齢化が進む一方で、関西国際空港に近接するなど国内外との交流の進展が見込まれる本県においては、観光を本県経済のリーディング産業となるよう育成し、観光立県を実現させることが重要な課題である。

3) こうした観光立県をめざした取組が、地域の自主、自立の精神を促し、観光客と地域の人々との交流の活発化と相まって、魅力ある活力に満ちた地域社会の実現に寄与するものである。

県民総参加

1) 県民一人ひとりが、観光立県の意義を理解し、自然、歴史、文化等の郷土の魅力を見つめ直し、観光立県の重要な担い手としての認識を育むことが重要である。

2) 私たちは、県、市町村、県民、観光事業者、観光関係団体が一体となって、県民総参加で観光立県の意義に対する理解を深め、その実現に取り組むことを決意する。

(2)条例の目的

この条例は、観光立県の実現のための基本理念を定め、県の責務並びに市町村、県民、観光事業者及び観光関係団体の役割を明らかにするとともに、観光振興に関する施策の基本的な事項を定めることにより、県民総参加による観光振興の取組を推進し、もって魅力ある活力に満ちた地域社会の実現

本県経済の持続的な発展及び県民生活の向上に寄与することを目的とする。

(3) 定義

この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

県民総参加

県、市町村、県民、観光事業者及び観光関係団体がそれぞれ主体的にかつ相互に連携し、協力しながら参加することをいう。

観光事業者

旅行者、宿泊業者、飲食業者、公共交通事業者その他の観光に関する事業を営む者をいう。

観光関係団体

観光事業者で組織される団体並びに観光振興を目的として観光事業者及び行政機関で組織される団体をいう。

(4) 基本理念

観光立県は、次に掲げる事項を基本として、県民総参加で観光振興に取り組むことにより、その実現が図られなければならない。

観光が農林水産業、製造業などに幅広く波及効果をもたらす総合産業であって、本県経済において重要な役割を担うことを認識すること。

地域における観光振興が、交流人口の拡大、地域経済の活性化、雇用の増大をもたらし、魅力ある活力に満ちた地域社会の実現に寄与するものであることを認識すること。

地域の自然、文化、歴史、景観、食、温泉等の魅力を再発見し、大切にしながら創意工夫を生かして活用し、観光客の視点に立った魅力ある観光を提供すること。

郷土の魅力を再認識することによって郷土を愛する心を育み、自信と誇りを持って郷土の魅力を国内外に発信すること。

一人ひとりの観光客が、安全に、安心して、快適に観光が楽しめるようおもてなしをすること。

観光振興の取組に当たっては、地域の生活環境、自然環境及び景観を維持しつつ、これらとの調和に配慮すること。

(5) 県の責務

県は、基本理念にのっとり、県の施策の基本方針に基づき観光振興に関する施策を総合的に策定し、実施するものとする。

県は、県民総参加による観光振興に関する取組を進められるよう総合調整及び必要な支援を行うものとする。

(6) 近隣府県等との連携

県は、観光振興に関する施策の効果的な実施を図るため、近隣府県と連携し、協力するものとする。

県は、観光振興に関する施策の効果的な実施を図るため、大学等と連携し、協力するものとする。

(7)市町村の役割

市町村は、基本理念にのっとり、その地域の特性を生かした観光振興に関する施策を策定し、実施するよう努めるものとする。

(8)県民の役割

県民は、基本理念にのっとり、観光立県の意義に対する理解を深め、地域における観光振興に関する取組に参画するよう努めるものとする。

県民は、おもてなしの心を持って、観光客を温かく迎えるよう努めるものとする。

(9)観光事業者の役割

観光事業者は、基本理念にのっとり、観光客に対し、心のこもったサービスの提供に努めるとともに、安全に、安心して、快適に観光ができる環境の提供に努めるものとする。

観光事業者は、県及び市町村が実施する観光振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(10)観光関係団体の役割

観光関係団体は、基本理念にのっとり、観光に関する情報の発信、観光客の誘致、人材の育成及び観光客の受入れの体制の整備に取り組むよう努めるものとする。

観光関係団体は、県及び市町村が実施する観光振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(11)県の施策の基本方針

県の観光振興に関する施策の基本方針は、次に掲げるとおりとする。

県民総参加による観光振興に取り組む意識を高めるため、広報、啓発を積極的に推進すること。

郷土の自然、歴史、文化その他の観光に関する知識を学習する機会の提供を促進すること。

観光に関する施設の整備、道路の整備、交通機能の充実その他の観光の基盤の整備を促進すること。

自然、文化、歴史、景観、食、温泉その他の観光資源の保全及び活用を促進すること。

自然、農業、林業、漁業等を活用した体験型観光その他の多様な形態の観光旅行の創出及び普及を促進すること。

観光地の認知度の向上を図るため、各種広告媒体、旅行事業者、インターネット等を通じた戦略的な情報発信を促進すること。

各種大会の誘致、広域的な連携による取組その他の多様な誘客活動により、国内はもとより東アジア、欧米等海外からの観光客の誘致を促進すること。

おもてなしの向上を図る研修、大学等と連携した人材の育成、伝統文化の担い手の育成その他

の観光の振興に寄与する人材の育成に関する取組を促進すること。

高齢者、障害者、外国人等すべての観光客が安全に、安心して、快適に観光ができる環境の整備を促進すること。

(12)観光振興実施行動計画

知事は、毎年度、観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に実施するための観光振興実施行動計画を定め、議会に報告するものとする。

観光振興実施行動計画を定めようとするときは、県民、観光事業者及び観光関係団体の意見を反映させるものとする。

知事は、毎年度、観光振興実施行動計画の実施状況を議会に報告するものとする。

(13)観光週間

県は、県民総参加で観光振興に取り組む意識を高める取組を進めるため、観光週間を設けるものとする。

(14)統計調査その他の調査及び分析

知事は、観光振興に関する施策を効果的に推進するため、統計調査その他の必要な調査及び分析を行うものとする。

(15)施策の連携

知事は、観光振興に関する施策の実施に当たっては、観光振興に関連する法令、他の条例等に基づく施策との連携を図るものとする。

(16)推進体制の整備等

県は、観光振興に関する施策を推進するため、体制を整備するとともに、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

7.和歌山大学観光学部の開設

21世紀は「観光」の時代といわれ、「観光」は世界のあらゆる国・地域で最も有望な成長分野として注目を集めている。わが国でも、政府の「観光立国宣言」にもとづき、外国人旅行者の訪日を促進する「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が展開されている。和歌山県においても、平成16年に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録された。こうした社会の動向に対応するべく、和歌山大学では平成19年度に経済学部に関光学科を設置しさらに平成20年4月に、観光学部を開設した。観光学部が目指すのは21世紀の観光を担う人材の育成である。国際化時代の観光産業をプロデュースし、観光資源を発掘して地域再生へと結びつけることができる人材、そして観光産業の現場で幅広い知識とコミュニケーション能力を発揮できるプロフェッショナルを育てる。なかでも、観光産業においてはホスピタリティに富んだ人材のニーズが高まっている。

和歌山大学は、これまでに培った研究成果をもとに地元行政、産業界と連携し、新しい学問としての「観光学」の確立と発展を目指す。(小田章、和歌山大学前学長の挨拶から)

(1)観光経営学科

学科の特色

経営学の科学的手法で観光を学ぶ。

ホスピタリティの視点を重視。

観光プロデューサー、観光エグゼクティブを育成。

観光経営学科では、観光産業や関連の集客交流産業でリーダーとして活躍する人材の育成を目指す。

経営学を学び、ホスピタリティの視点から新しい観光産業やサービス産業を生み出し、その経営戦略を探究・創造できる力を養う。具体的な学びとしては、例えば、観光ビジネスをプロデュースできる人材をめざす場合、まず基礎・教養科目において観光に関する基礎知識や茶道・華道といった日本文化について学習する。そして専門基礎科目で経営学を学び、経営に関する幅広い知識を身につける。

専門コア科目では観光関連科目を履修するとともに、観光実務をケーススタディによって学習し、理論と実践の融合をはかる。また、本学科では外国語教育を重視しており、外国語文献の講読や観光英語などの学習を通じて、高度なコミュニケーション能力の習得を目指す。さらに、国内外で実務を体験する。

(2)地域再生学科

学科の特色

観光とまちづくりの理論と実践を学ぶ。

経済・経営学、工学、農学、林学など幅広い分野を学ぶ。

地域再生のプランナーを育成。

今日、観光と地域再生は密接な関係にあり。地域再生学科では、観光とまちづくりの理論と実学をバランスよく学べるカリキュラムを用意し、観光資源の開発とともに地域再生のプランナーとして活躍する人材の育成を目指す。具体的な学習モデルとしては、基礎・教養科目で地域関連の科目や経済学、経営学の入門科目を学習する。基礎専門科目では、地域再生マネジメントや地方行政論などを学び専門分野への導入をはかる。また、外国語運用能力の養成を重視し、「観光英語」や「世界観光事情」の科目で世界に開かれた視点を獲得する。さらに、専門コア科目等による専門的な地域再生マネジメント能力の習得においては、経済・経営学、工学（都市計画・建築・防災）、農学、林学等の学際的な観点に立った科目を学ぶとともに、フィールドワークやケーススタディ、インターンシップを通じて実践的能力を高める。

第4章 現状と問題点

1. 恵まれた観光資源を十分に活かしきれていない

和歌山県は、海・山・川などの豊かな自然と世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」に代表される貴重な歴史・文化、さらに多彩な食材や温泉にも恵まれ、古くから観光地として多くの観光客に親しまれてきた。

しかし、過去30年間の宿泊客数の推移を見ると、全国の宿泊客数に占める和歌山県のシェアは減少傾向にあり、和歌山県の観光地としての地位が相対的に低下してきている。その要因として、観光客の志向や旅行形態の変化に十分適応できず、恵まれた観光資源を十分に活かしきれていなかったことが考えられ、今後、時代の変化を踏まえ、和歌山県の持つ魅力の発信に努めなければならない。

多くの地方が観光産業を中核産業として位置づけており、観光地間の競争が激化する中、さらに和歌山県の観光産業が発展するためには、その豊富な観光資源を磨き、売り出すとともに、持続的に活用していくため適切な保全に努めていくことが必要である。

2. 観光旅行の形態の変化に対応できていない

観光旅行の形態が団体旅行から個人・グループ旅行へシフトする中、求められる観光地の在り方についても大きく変化しており、同時に旅行にかかる費用の二極分化の傾向が見られる。こういった旅行ニーズの多様化に対し、各地域が有する観光資源の魅力を旅行者が直接体感できるような新しい観光が求められている。

全国に先駆け取り組んだ体験型観光の観光客数は、平成19年には29万人と、開始当初平成14年の約3倍に増加している。

さらに、和歌山県観光の振興には集客力を高めるとともに滞在時間を増大させる取組が求められており、観光目的ごとに周遊する広域ネットワークや地域滞在型の観光スタイルを構築するなど、地域が主体となった個性的な観光地づくりを推進することが重要となる。

3. 観光産業の発展は県経済発展の大きな原動力となることを認識していない

観光は、旅行業、運輸業や宿泊業及び飲食業などの直接に関連する産業だけでなく、農林水産業や商工業など多くの産業へ幅広く効果を及ぼす総合的な産業であり、その振興は、県経済発展の大きな原動力となるが、そのことが県経済界全体に認識されていない。

4. 和歌山県への入り込み客は日帰り客が増加しているが、宿泊客が減少している

日帰り客が増加しているものの宿泊客が減少してきているため、観光客の滞在時間を増大させ、宿泊につなげていくことが課題となっている。

	平成 11	平成 12	平成 13	平成 14	平成 15	平成 16	平成 17	平成 18	平成 19	平成 20	20 年対 11 年
日帰客	23,791	23,958	24,662	24,705	24,024	25,437	25,193	25,348	26,516	25,888	2,097
宿泊客	5,889	5,803	5,598	5,477	5,345	5,454	5,216	5,295	5,567	5,455	▲434
総 数	29,680	29,761	30,260	30,182	29,369	30,891	30,409	30,643	32,083	31,343	1,663

圏域別では、首都圏は、和歌山県観光客の約 11%に留まっているが、人口 3,000 万人を擁する国内最大の市場であり、今後の観光客誘致を進めるうえでの重要な圏域と考えられる。近畿圏は、和歌山県観光地の認知度が高く、和歌山県への観光客の過半を占めており、中部圏も年活況を呈し、特に紀南地方への観光客が多く、いずれも今後とも重要な市場と考えられる。

国土交通省総合政策局観光経済課が調査した平成 19 年 1 月～9 月時の都道府県別の延べ宿泊者数では、和歌山県の延べ宿泊者数は全国での順位は 27 番で、観光立県と呼ぶには程遠い。

5. 外国からの観光は増加しているが全国的なシェアは低い

外国人観光客を積極的に誘致する国のビジット・ジャパン・キャンペーンに併せ、和歌山県においても、東アジアや欧米を主な対象とし誘客活動を実施し、平成 20 年には外国人観光客が約 168 千人（宿泊者）とビジット・ジャパン・キャンペーンのはじまった平成 15 年に比べ 2.7 倍に増加している。

しかし、日本全体の外国人観光客のうち和歌山県へ訪れるのは、わずか 0.5 %である。

和歌山県を訪れる外国人観光客は、平成 20 年では台湾が最も多く、香港、韓国、フランス、中国、ドイツ、米国の順となっており、エリア別では、アジアのシェアが高くなっているが、昨年来のウォン安で韓国からの観光客は減少している。

外国人観光客は、国によって旅行形態や嗜好が異なるので、それぞれに即したプロモーション活動や旅行商品づくりなどに取り組む必要がある。

6. おもてなしの心がもっと必要である

観光客と接する観光関係従事者の応対だけでなく、観光案内板や公衆トイレなどの観光施設、あるいは街の景観や道路のごみまでが観光客に心理的影響を及ぼすものであり、心地良い満足感を与えることができればリピーター化につながるが、不満を残せば将来のリピーターを失うことにもなる。

このため、観光地全体として十分な「おもてなし」が行き届くよう、観光関係従事者はもちろん県民みんながおもてなしの主人公となることが重要である。

7. 観光関係従事者の人材の育成・確保が不足している

観光は、観光関係従事者によるサービスの質に左右されるところが大きいことから、「おもてなし」

の心に対する観光関係従事者の意識向上を図ることはもとより、観光客のニーズに応じた知的好奇心を満足させる案内や体験型観光での指導ができるなど、観光関係従事者の技能を高め、全体的なレベルアップを図っていく必要がある。

8．快適な環境づくりができていない

観光客を増やすためには、外国人観光客や高齢者、障害のある人など誰もが快適に過ごせる環境づくりが必要である。

しかし、トイレや休憩所の設置、外国人向けの多言語化した案内板やパンフレット、障害者等に対するバリアフリー対策に問題がある。

9．世界遺産登録が観光客の増加になっているのは、直接関係のある一部の町のみである

「紀伊山地の霊場と参詣道」が平成16年7月に世界遺産に登録されたので、平成15年を100とした市町村別、年別観光客入り込み数の推移指数を見ると、指数が高くなっており、且つ入り込み客総数の絶対値が多いのは、かつらぎ町、高野町、中辺路町、本宮町であり、いずれも世界遺産関連の町である。

しかし、増加したのは日帰り客であり、宿泊客はかつらぎ町がわずかに増加しているのみで、他の町の宿泊客は減少している。

10．南紀白浜空港発着航空機の搭乗率が低い

平成20年度の乗降客数は過去最高になったが、搭乗率は年間52%と低い。一方で人口3,000万人を擁する首都圏からの観光客は、和歌山県観光客全体の約11%に留まっているので、今後の観光客誘致を進めるうえでの重要な圏域と考えられる首都圏からの観光客を誘致する方法を考えなければならない。そのアクセスとしての飛行機の搭乗率には余裕がある。

ただ現在、南紀白浜空港の発着便は羽田と南紀白浜を日本航空が通常1日2便の往復であるが、日本航空が会社更生法の申請をし、不採算路線の廃止の対象になれば、南紀の観光客誘致にとって大きな問題となる。

11．観光客の和歌山県内の立ち寄り地域の満足度が低い

平成20年度和歌山県観光統計調査（県内調査）をみると、県内を旅行して立ち寄った地域の満足度は、「大変満足」と「まあ満足」を合わせ手50%以上は、「景色や風情」「静けさ、のどかさ」「料理や食事」の3項目のみであり、観光地までの道路のアクセスのしやすさ「鉄道の利便性」「バスの利便性」「和歌山県内でのアクセスのしやすさ」「タクシー運転手の対応」「観光情報・案内板」「トイレ施設」「営業・開館時間」「入場料や参加費用」「祭り・イベント」「接客対応 もてなし」

「名産品、土産物」「活気、にぎわい」「地元のもてなし」は50%以下未満である。特に「タクシー運転手の対応」と「バスの利便性」は10%未満であり、その対策は焦眉の急である。

県外調査でも「大変満足」と「まあ満足」を合わせ手50%以上になっているのは、「自然景観」のみであり、他の項目である「案内看板の整備状況」「宿泊施設」「観光施設」「町の景観」「和歌山県人のホスピタリティ」「公共交通機関」は50%未満である。

12. テーマ別魅力度がひくい

「じゃらん宿泊旅行調査2009」のテーマ別・都道府県別魅力度ランキング調査結果は、下表のとおりであり、過去4年間でテーマ別・都道府県別魅力度ランキングがベスト10に入っているのは、「魅力的な宿泊施設が多かった」「子供が楽しめるスポットや施設が多かった」「若者が楽しめるスポットや施設が多かった」の3テーマのみである。

この調査結果から、和歌山県ならではの「特徴のある地元料理」や「受け入れ側のホスピタリティ」が観光客誘致の課題であると考ええる。

テーマ	09年	08年	07年	06年
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	29位	32位	35位	22位
魅力のある特産品や土産物が多かった	19位	23位	24位	27位
魅力的な宿泊施設が多かった	10位	23位	24位	27位
地元の人のホスピタリティを感じた	32位	40位	33位	38位
子供が楽しめるスポットや施設が多かった	3位	4位	5位	9位
若者が楽しめるスポットや施設が多かった	10位	15位	16位	18位
大人が楽しめるスポットや施設が多かった	19位	26位	28位	25位

13. 紀伊山地の霊場と参詣道を訪れる観光客はまだ少ない

JTBが実施した日本の世界遺産観光に関する調査で、日本の世界遺産観光を目的に旅行したあるかの調査では、「紀伊山地の霊場と参詣道」に行ったという回答順位は8位でありまだ登録されて5年であるので知名度が低いのかとも思われるが、次に行きたい世界遺産では3位になっているので、今後の対応次第であろう。

14. 高速道路の普及率が低い

県内の高速道路は、阪和自動車道（大阪府松原市を起点とし、一般有料道路の湯浅御坊道路を經由し、和歌山県田辺市に至る延長129kmの高速道路）一本であり、高速道路の供用率は全国ワースト5位である。

しかし、朝夕の渋滞はひどく、観光シーズンには朝から渋滞するような状況である。特に、土・日・祝日の高速料金1,000円になったからの渋滞状況はひどく、県外客から「2度と来たくない」という声も聞かれるようである。

これらの渋滞を解消すべく、海南・御坊間は4車線化の工事が進められているが、政権交代により御坊・南紀田辺間の4車線化の工事予算は凍結された。このような状況では、県下の南北の大動脈である阪和自動車道の渋滞は永久に解消されず、南紀への観光客の誘致やリピーターの確保はますます困難になるであろう。

第5章 今後のあるべき姿

1. 和歌山県の観光地としての知名度・魅力度アップ対策

第4章の現状と問題点でも、観光客の志向や旅行形態の変化に十分適応できず、恵まれた観光資源を十分に活かしきれていないので、今後、時代の変化を踏まえ、和歌山県の持つ魅力の発信に努めなければならないと述べた。

観光客の形態も団体旅行から家族や夫婦というような少人数の旅行形態に変わり、目的地の選定も旅行会社任せから自分で情報を検索する方向に変わってきている。

「じゃらん宿泊旅行調査2009」のテーマ別・都道府県別魅力度ランキングで、「子供が楽しめるスポットや施設が多かった」はアドベンチャーワールドのパンダ人気等で3位、「魅力的な宿泊施設が多かった」と「若者が楽しめるスポットや施設が多かった」は10位に入っているものの、「魅力のある特産品や土産物が多かった」と「大人が楽しめるスポットや施設が多かった」は19位、「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」は29位、「地元の人のホスピタリティを感じた」にいたっては32位である。

ホスピタリティについては、別項で述べるので、地元ならではのおいしい食べ物について述べると、県観光連盟は「食材が豊富すぎて焦点が絞れていなかった」と解説している。

果実では紀南の南高梅、有田みかん、紀北の柿・桃等があり、海の幸では、勝浦の生マグロ、周参見のケンケン鰹、クエ（日高の天然モノ、白浜の養殖モノ）、有田の太刀魚、太地の鯨等々他都道府県に比べ決して見劣りのしない地元ならではのおいしい食べ物があふれる。

わかやま食旅（ホームページ）をより楽しめるものにするなど、もっと、地元ならではのおいしい食べ物の認知度を上げるためのPR戦略を考えるべきではなからうか。とにかく、時代によって移り変わる現代人の多様な観光志向にマッチする売り込み方を考えないと、観光客の定着化が図れず、まして増加はおぼつかない。

2. 交通アクセスの整備

近畿自動車道紀勢線（大阪松原市～三重県勢和村：340km）においては、ようやく平成19年11月に南紀田辺まで延伸され、和歌山のR42号の補完道路として、高速道路時代への仲間入りを果たした。しかし、この路線も行楽シーズンには渋滞するので評判が悪い。特に土・日・祝日に高速料金はETC搭載車両は半額（最高千円）になってからは極端なものがある。21年8月のお盆期間は上下線とも数10kmという渋滞状況であった。この原因は一部の追い越し車線を除いて海南インター以南の全線が片側1車線であるためである。現在、海南～有田間（10.3km）が2車線化に向けての工事が実施されているが完成は2年後の24年度である。有田～御坊間は2車線化の予算はついていないが工事の目途が立っていない、御坊～南紀田辺は民主政権になって2車線化の予算は凍結された。

高速道路が渋滞したときは南紀からの車は国道42号を利用して和歌山に抜けるのであるが、この道路も有田市～海南間が日常の業務車、通勤・生活者車で常時渋滞してネックとなっているのに、ここに観光客の車が流入して渋滞に拍車がかかり、不評となっている。

和歌山～橋本間においてもR24号が唯一の幹線道路であるため、昭和63年から京奈和自動車道（和歌山市～橋本市～奈良市～京都市）の建設が進められているが、用地買収がうまくいかずに大幅に遅れがで、現在、県内で共用されているのは橋本市内のみである。

このような状況では、観光客のリピーターは望むべくもなく、あのような渋滞に巻き込まれるのであれば、2度と和歌山には行く気になれない」という声も出始めている。

世界遺産に登録となった遺産巡りは、幹線道路、JR駅から離れた山中が多いため、車利用者以外では不便である。田辺駅、新宮駅には地元バス会社の連絡バスが運行されるようになったが、一巡するには、宿泊するか、ハイヤー等の利用となる。観光客には不便であり、交通関係者による遺産巡りの交通連絡網の整備（周遊利便性）が必要である。それ以外に、山間部に縦横に敷設されている主要県道の整備拡幅と接点改良も望まれる。

3. 温泉観光の振興対策

バブル景気崩壊後の長期景気低迷にはいり、温泉地は健康増進、保養、治療を目的とした滞在型リゾート地として見直されつつある。

温泉地へのアクセス整備、街並み整備、施設の近代化、共同浴場、野天風呂の設置とともに、クアハウス、温泉保養館、温泉付き療養病院等の建設も増えてきている。つまり、心身の治療を目的とする観光と健康を結びつけた“温泉浴”が増加してきている。

第2章の平成20年度・和歌山県観光統計調査の県内アンケート結果まとめをみると、和歌山県への来訪目的は、「温泉」が40%で最も多く、今後してみたい観光・レジャーでも「温泉」が53%で最も多くなっている。

今回の旅行で立ち寄る観光地は、「白浜温泉」が31%で最も多く、同じく温泉地である「那智勝浦・太地」が21%になっており、今回の旅行での宿泊地でも、「白浜温泉」が21%で最も多く、以下「那智勝浦・太地」が13%、「本宮温泉郷」が7%となっている。

県外アンケート結果まとめをみても、回答者が和歌山県内で訪れたことのある観光地は、「南紀白浜」が67%で最も多く、和歌山県内で知っている観光地でも、「南紀白浜」が79%で最も多い。

今後行ってみたい観光地は、「南紀白浜」が53%で多くの観光地を引き離している。また、今後してみたい観光・レジャーでも「温泉」が51%で他の観光・レジャーを大きく引き離している。要するに観光客は、和歌山県に対して、「温泉」「白浜」という印象が非常に高いといえる。

和歌山には全国的に著名な名湯が多い。白浜・勝浦・湯の峰・渡瀬・川湯・龍神・椿等である。

しかし、数年前入浴剤使用問題が発生して以来、給湯方法（源泉掛け流しか循環式か）加水、加温、

入浴剤、入れ替え頻度、殺菌方法などが世上の話題にあがるとともに温泉地への不信感が増大した時期もあった。

現在は、温泉法施行規則第6条に定めて、脱衣所等に掲示を義務づけしている「温泉成分分析表」に次の4項目が新たに掲示事項となった。

温泉に加水している場合は、その旨及び理由。

温泉を加温している場合は、その旨及びその理由。

温泉を循環・濾過させている場合は、その旨及びその理由。

温泉に入浴剤（着色・着香）を混入、又消毒している場合は入浴剤の名称、消毒の方法及びその理由。

これらの掲示に関しては、掲示内容の県知事への届け出義務があるとともに、違反した場合は罰則が適用される。

和歌山県内での温泉法による“温泉認定”は497ヶ所あり、全国的にも温泉数の多いことで知られている。新しい法律に基づく掲示を励行して、お客の信頼を得るよう努力し、天然温泉湧出の自然の恵みを大いに活かすべきであろう。といって「温泉」だけでは観光客が来てくれる時代ではない。

外国人観光客の受け入れ体制も充実するとともに、行政、地域、業者の力で観光客誘致に尽力すべきである。

4. 外国人観光客の受け入れ体制の整備

平成20年の県観光動態調査報告書では、外国人の宿泊客は168千人である。その内訳は、欧米よりアジア地域のほうが圧倒的に多い。なかでも現在は台湾・香港からの観光客が多いが、今後は中国からの観光客が増加すると予想される。

外国人の観光客は、日本的な一泊二食付きの宿泊という習慣に慣れていない。むしろ、外国人観光客は日本の旅館に宿泊すると、二食付きとなって割高感を感じ、選択制のないシステムには疑義をもつのである。

外国人観光客には、宿泊料や食事代の表示の明確さが必要であり、メニューも自由に選択できるという顧客主体のシステムの取り入れが必要であろう。

和歌山県への外国人観光客の誘致策として、観光客誘致キャンペーンを現地で行うとともに、外国人観光客のチャーター便については地方管理空港である白浜空港の駐機料を大幅に安くし、運賃コストを下げてツアー費用を安くする方法を考えてみてはどうか。着機料収入は減るが、旅館、交通、土産物、飲食等の観光関連事業の需要が増えれば、経済波及効果がある。外国からの観光客を増やすには、このような行政での受け入れサービス整備も必要であろう。

その他、外国人観光客受け入れのためのサービスとしては次の事項も必要である。

・案内板、標識の多言語表示。通訳ガイド（プロだけでなく、地域のボランティアも）の充実。

- ・旅館、土産品販売所、飲食店でのホスピタリティ教育（接客訓練、販売技法）
- ・数ヶ国語で書かれた外国人用観光パンフレットの充実。
- ・宿泊施設の防火・地震・津波対策及び病気、けがでの救急対応。
- ・環境整備（衛生・清潔感）バリアフリー化。
- ・天気情報、道路情報の受発信体制。
- ・宿泊等観光関連諸施設の廉価努力。

5．グリーンツーリズムの推進

グリーンツーリズムは「都市と農漁村の交流」という意味で使われ、そのなかでも体験型交流が最近注目されている。

和歌山県には手つかずの自然が色濃く残っており、脈々と受け継がれてきた地域の文化がある。この自然や文化を観光にどうやって活かすかが課題となる。

和歌山県独自の体験型交流として考えられる主なものは次のような体験である。

農林漁業体験では、串本町の本マグロ養殖体験、梅もぎ体験、柿の作業体験、みかんとり体験、紀州材間伐体験、地曳き網体験等がある。

生活文化体験では、藍染め体験、金山寺味噌づくり体験、梅干しづくり体験、干し柿づくり体験、陶芸体験等がある。

歴史文化体験では、語り部とともに歩く熊野古道ウォーク体験、熊野川の川船下り体験、高野山での写経体験、大門坂を平安衣装で歩く体験等がある。

自然観察体験では、ラムサール条約湿地に登録された串本沿岸海域のスノーケリング体験、水族館飼育体験、ホエールウォッチング体験等がある。

地域産業体験では、紀州備長炭焼き体験、橋本の紀州へら竿づくり体験、北山村の筏下り体験等がある。

スポーツ体験では、清流の古座川・日置川でのカヌー体験、ドルフィンスイミング体験、ダイビング体験、パラグライダー体験がある。

都市の人々と地域の体験交流ができて観光消費が増え、それが口コミで広がってリピート客が増えるには、地域全体の支援が必要である。地域住民みんなが観光客を受け入れる心構えができ、体験教室のインストラクターとなれるようにならなければならない。しかし、このような体制やシステムができるまでは行政のテコ入れと観光団体、業者、商工会等の一致協力が必要である。

6．県下上げての真のホスピタリティの認識と醸成

hospitality とは「厚遇、もてなし」と訳されており、今や観光業界においてはホスピタリティ向上への啓蒙が盛んにいわれている。

しかし、和歌山県観光統計調査における県内アンケートの「立ち寄り地域の満足度」では、タクシー運転手の対応は「大変満足」が3%、「まあ満足」4%と調査項目中最悪であった。また同調査の県外アンケートでは、和歌山人のホスピタリティについては「大変満足」が7%、「まあ満足」24%と低い評価であった。

タクシー運転手の対応については、運転手自身には悪気はないのであるが、県下全域のタクシーに共通することであるが、系統だった接客訓練を受けていないので、観光客に接客態度がよくないとみられているくらいはある。タクシー業界で接客についての教育訓練を実施し、より向上したもてなしの接客サービスの平準化を図るとともに、当該地域での観光案内ができるようになれば、観光客のタクシー運転手に対する評価も向上するであろう。

真のもてなしは形式的なサービスでなく、お客の立場に立ったサービス、つまり「選べるサービスがホスピタリティ」である。具体的には、宿泊施設に到着すればすぐ一律に熱いお茶が出されるが、冷たいお茶も選択できるようにする。料理も宿泊料金に応じて同一でなく、誰をもてなすのか、対象となるお客の具体的な絞り込みをして料理を考えてこそ真のもてなしができるのである。

もてなしについては観光関連業者と地元の観光協会が共同で、和歌山大学観光学部の協力も得て、地域のニーズに合わせた研修を実施するとともに、地元住民の対応も旅行者の印象に残るので、県民総参加のもてなしができる仕組みづくりを行う。

その他、観光客に対する気配りとして、観光関連ヶ所（ＪＲ駅、タクシー乗り場、バス乗り場、観光地）での案内板の字をわかりやすくする。子供から大人まで、高齢者や障害者にもやさしい所謂「ユニバーサルデザイン」を考えた整備、歓迎幟の設置、特産品の表示など、観光客が「迎えられている」と感じるような心配りもホスピタリティである。観光立県のためには、全県民に機会あるごとに「ホスピタリティ」についての啓蒙が必要である。

7. 世界遺産熊野本宮館の活用

紀伊山地の霊場と参詣道が世界遺産に登録されて丸5年を迎えた21年7月に、田辺市本宮町本宮に「世界遺産熊野本宮館」が建設され、オープンした。

約8,800平方メートルの敷地に、すべて紀州材を使用した全面ガラス張りの建物2棟が並び、延べ床面積は1,380平方メートル、総事業費約8億円をかけた。館内には観光案内拠点となる「熊野本宮観光協会」や、世界遺産の保全・活用を行っている「和歌山県世界遺産センター」の事務局が入り、客席248席の多目的ホールや熊野本宮展示コーナー、展示ロビー、交流スペース、図書コーナーなどを備えている。駐車場は大型バス2台を含む58台分を確保し、田辺市の直営で入館無料、年中無休で開館時間は午前9時～午後5時までで、世界遺産の調査研究や文化の発信拠点としての利用が期待されている。

さらに企画展示などを充実させるとともに、熊野に詳しい専門ガイドの配置等により魅力づくりに

取り組み、リピーターと口コミによる観光客の増加作を図る。

8．和歌山県観光立県推進条例（仮称）に明確な目標設定

和歌山県議会が中心になって、和歌山県観光立県推進条例（仮称）を作成しているが、その条例には5W2Hの手法で目標を明確に定めていただきたい。誰が、何を、何故、どこで、いつまでに、どのような方法で、どれだけの費用をかけてするのかということである。これらの目標ができれば、毎年早い時期にP（計画を立てる） D（実行する） C（計画と実績の差額をチェックしてどこに問題があったのかを探る） A（問題点を解決すべく次の新しいアクションをおこす）のサイクルの繰り返しを行い、より目標に近づけるようなシステムを考えていただきたい。

おわりに

平成18年12月13日に観光立国推進基本法が成立し、平成19年1月1日より施行されている。
和歌山県においても和歌山県議会が中心になって、和歌山県観光立県推進条例（仮称）を作成している。

和歌山県では、県北部の海岸地帯を中心に鉄鋼、石油、化学といった基礎素材型産業が中心であったが、これらの産業が斜陽化するなかで、観光を和歌山県の産業の一つの柱としようとする機運が生じてきた。

しかし観光を和歌山県の産業の一つの柱とするためには、和歌山県には手つかずの自然が色濃く残っており、脈々と受け継がれてきた地域の文化があるが、この自然や文化を観光にどうやって活かすかが課題となる。

今年度の調査・研究でもどのような観光立県とするためにどのような問題点があるかを調査した結果、多くの問題点が抽出されたが、そのなかでも特に顕著なものは次のとおりである。

「恵まれた観光資源を十分に活かしていない」「観光旅行の形態の変化に対応できていない」「観光産業の発展は県経済発展の大きな原動力となることを認識していない」「和歌山県への入り込み客は日帰り客が増加しているが、宿泊客が減少している」「外国からの観光は増加しているが全国的なシェアは低い」「おもてなしの心がもっと必要である」「観光関係従事者の人材の育成・確保が不足している」「快適な環境づくりができていない」「世界遺産登録が観光客の増加になっているのは、直接関係のある一部の町のみである」「南紀白浜空港発着航空機の搭乗率が低い」「観光客の和歌山県内の立ち寄り地域の満足度が低い」「テーマ別魅力度がひくい」「紀伊山地の霊場と参詣道を訪れる観光客はまだ少ない」「高速道路の普及率が低い」であった。

これらの問題点を、いかにして解決するかについては、各種施策や各地の観光協会等でのヒアリング結果を参考にしてまとめたのが、第5章の今後のあるべき姿である。

時間的・経費的な制約もあり、満足のいくものではないが、この調査・研究結果が今後の和歌山県の観光産業の振興に少しでも役に立ち、ひいては地域活性化の一助になればと願うものである。

社団法人中小企業診断協会
和歌山県支部 調査・研究班