

第1章 計画の考え方

1 計画策定の趣旨

県では、県、市町村、観光事業者、観光関係団体及び県民が一体となって観光づくりを進めるため、平成24年3月に「埼玉県観光づくり推進条例（以下「条例」という。）」を策定しました。

観光づくりは観光産業の振興だけでなく、地域経済の持続的な発展や雇用機会の増大につながるものであるという認識に立っています。加えて、豊かな生活環境を創造し、活力に満ちた地域社会を実現すること、地域の特性や魅力を再確認することで県民の愛県心の醸成につながることを重視しています。

条例では、第16条において、知事は観光づくりに関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、観光づくりに関する基本的な計画を定めることとしています。このため、県では平成24年度から平成28年度を計画期間とする「埼玉県観光づくり基本計画（以下「第1期計画」という。）」を策定し、観光づくりを推進してきました。

近年、少子高齢化や人口減少に伴う日本国内からの観光客数の減少が懸念されています。その一方で、ビザ要件の緩和等により日本を訪れる外国人観光客は増加傾向にあります。平成28年の訪日外国人旅行者数は2,404万人（速報値）となりました。国はこうした流れを受け、平成28年3月に新たな観光ビジョンを策定し、政府一丸、官民一体となって外国人観光客の誘致に取り組む姿勢を示しています。国はこのビジョンで、東京2020オリンピック・パラリンピックが開催される平成32年に訪日外国人旅行者数を年間4,000万人誘致することを目標としています。

本県においても、こうした社会情勢や国の動向等を踏まえ、市町村、観光事業者、観光関係団体及び県民と連携して国内外からの観光客誘致を推進するため、第2期埼玉県観光づくり基本計画（以下「第2期計画」という。）を策定します。

2 計画の性格と位置付け

この計画は、条例第16条に規定する基本計画であり、県の総合計画である埼玉県5か年計画の分野別計画として位置付けられるものです。

3 計画期間

平成29年度から平成33年度までの5か年とします。

4 第1期計画の取組の総括

平成24年度から平成28年度においては、第1期計画に基づき本県の多彩な観光資源の育成や観光客の受け入れのための基盤整備、県産品の販売拡大・ブランド化などに取り組みました。また、おもてなし日本一の埼玉県を目指し、観光事業者や県民等とともにおもてなし力の向上を図ってきました。

その結果、第1期計画で目標とした観光客数¹及び1人当たりの観光消費額の増加について、共に目標を達成しています。

○ 観光客数の増加

平成23年	実績値	111,635千人
平成28年	目標値	114,135千人
	直近の実績値	140,394千人（平成27年）

※ 年間50万人、5年間で250万人の増加

※ 国の共通基準に基づく観光入込客統計による県内への観光入込客数に、祭りなどのイベント来場者数の人数を加えたもの

○ 1人当たりの観光消費額の増加

<県内>

平成23年	実績値	2,374円
平成28年	目標値	2,900円
	直近の実績値	3,082円（平成27年）

<県外>

平成23年	実績値	2,935円
平成28年	目標値	3,500円
	直近の実績値	4,045円（平成27年）

※ 国の共通基準に基づく観光入込客統計による日帰り観光旅行者の1人当たりの観光消費額単価を約500円（1コイン）増加

¹ 「観光客数」は、観光庁の共通基準に基づく観光入込客統計による「観光入込客数」（P.6参照）に、祭りなどのイベント来場者数の人数を加えたもの。

第2章 埼玉県の観光の現状と課題

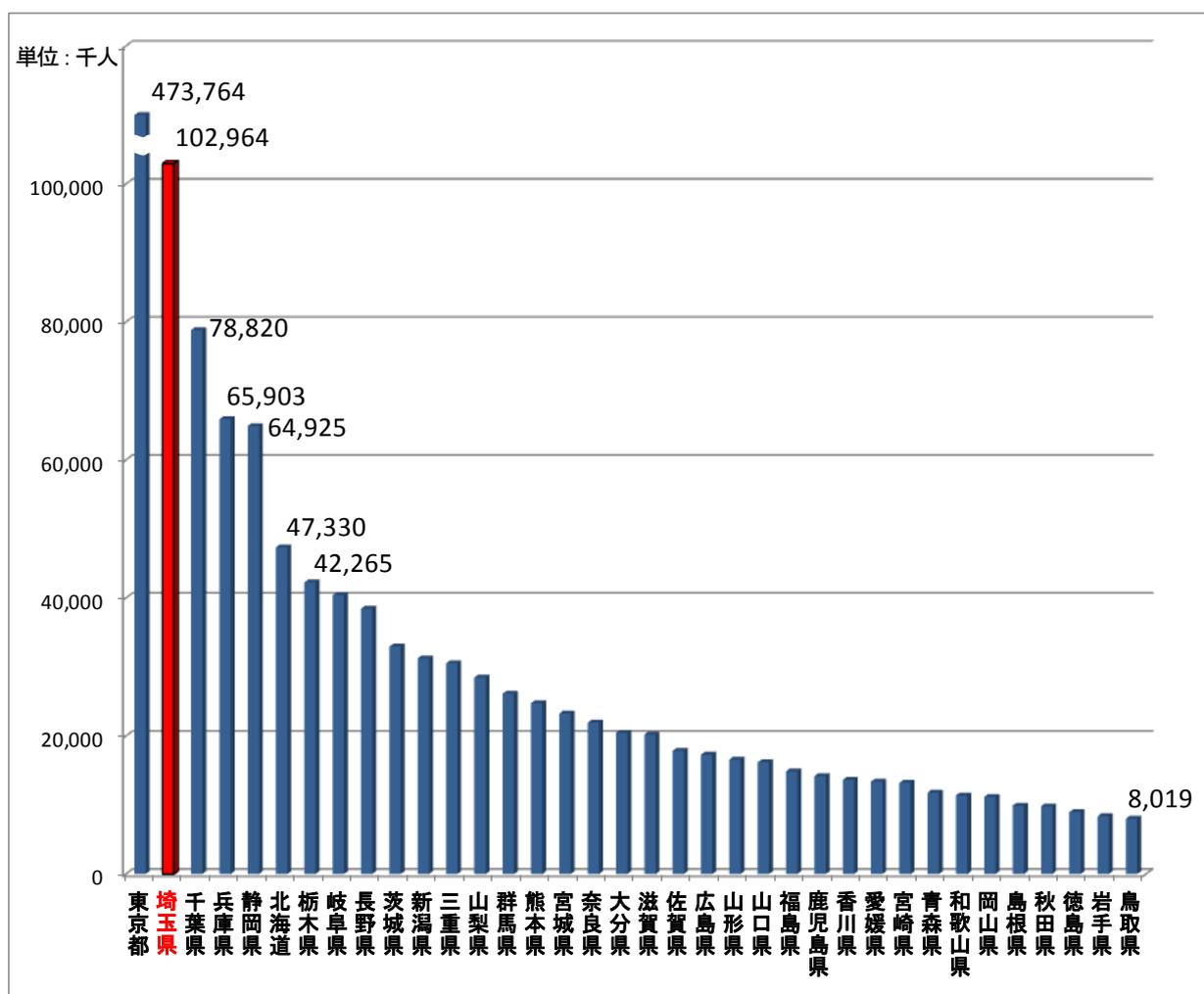
1 全国的に見た本県の観光の位置付け

(1) 各都道府県の観光入込客数と宿泊・日帰りの割合

本県の平成27年の観光入込客数は約1億296万4千人であり、平成29年3月時点で調査結果を公表している36都道県中、東京に次いで第2位となっています。(図表1)

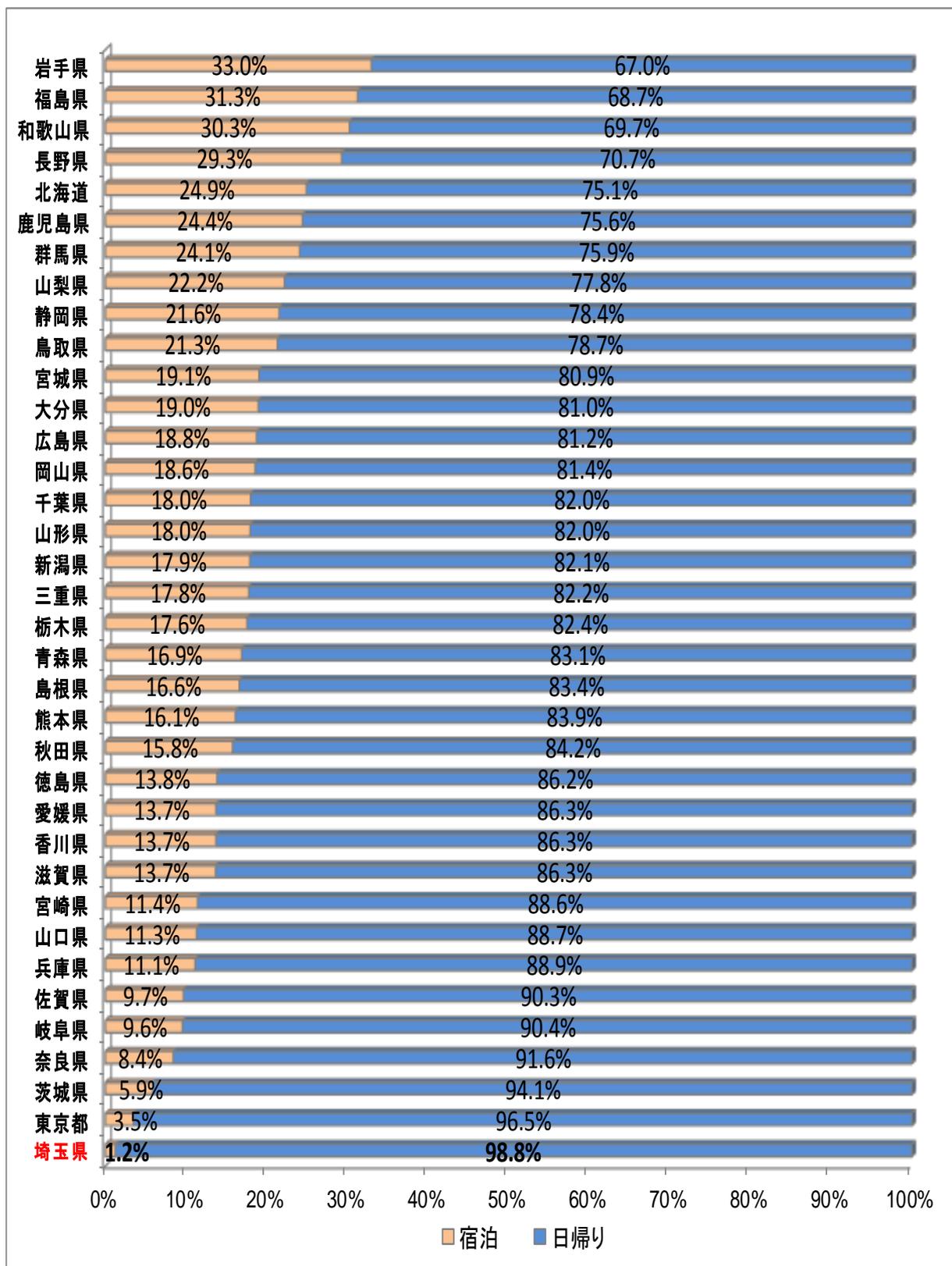
宿泊・日帰りの別を見ると、宿泊が1.2%、日帰りが98.8%であり、全国的に見て宿泊の割合が非常に低いことが特徴です。(図表2)

図表1 平成27年 都道県別・観光入込客数の比較



観光庁の共通基準による観光入込客統計における観光入込客数（36都道県。その他府県は集計中）

図表2 平成27年 都道県別・観光入込客数における宿泊・日帰りの割合



観光庁の共通基準による観光入込客統計における観光入込客数（36都道県。その他府県は集計中）

(2) 訪日外客数と各都道府県の外国人訪問率

平成27年の訪日外客数²は1,974万人となり、前年を大きく上回りました（前年比47.1%増）。平成28年には更に増加し、2,404万人（速報値、前年比21.8%増）となり、2,000万人を突破しました。

また、観光庁の実施した平成27年の「訪日外国人消費動向調査」における都道府県別の外国人訪問率³によると、本県は1.4%で、全国22位となっています。（図表3）

図表3 平成27年 都道府県別・外国人訪問率

順位	都道府県名	%	順位	都道府県名	%	順位	都道府県名	%
1	東京都	52.1	17	熊本県	3.0	33	佐賀県	0.6
2	千葉県	44.4	18	長崎県	2.6	34	群馬県	0.5
3	大阪府	36.3	19	岐阜県	2.5	34	三重県	0.5
4	京都府	24.4	20	石川県	1.9	36	青森県	0.4
5	神奈川県	11.3	21	栃木県	1.5	36	福島県	0.4
6	愛知県	9.8	22	富山県	1.4	38	愛媛県	0.3
7	福岡県	9.5	22	埼玉県	1.4	38	宮崎県	0.3
8	北海道	8.1	24	和歌山県	1.2	38	徳島県	0.3
9	兵庫県	6.5	25	山口県	0.9	41	山形県	0.2
10	山梨県	6.3	25	茨城県	0.9	41	秋田県	0.2
11	沖縄県	6.1	25	鹿児島県	0.9	41	岩手県	0.2
12	静岡県	5.4	28	宮城県	0.8	41	高知県	0.2
13	奈良県	5.2	28	岡山県	0.8	41	鳥取県	0.2
14	大分県	4.2	30	新潟県	0.7	46	島根県	0.1
15	長野県	3.2	30	香川県	0.7	46	福井県	0.1
16	広島県	3.0	30	滋賀県	0.7			

訪日外国人消費動向調査（観光庁）

² 日本政府観光局が算出。訪日外客数は、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者を加えたもの。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客数に含まれるが、乗員上陸数（航空会社の乗務員）は訪日外客数に含まれない。（観光庁ホームページより抜粋）

³ 日本を出国する訪日外国人を対象とした12言語対応のタブレット端末または紙調査票による聞き取り調査により算出。（観光庁「訪日外国人消費動向調査（平成27年 年次報告書）」より抜粋）

2 本県の観光の特徴

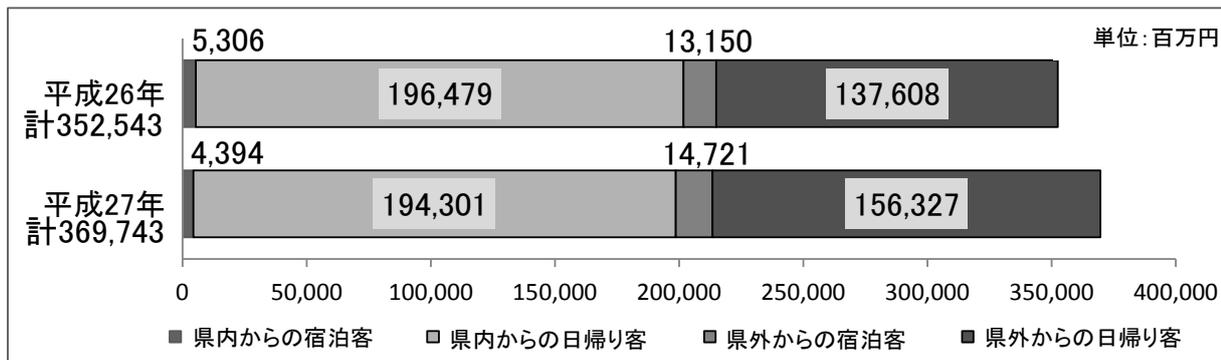
(1) 本県の観光入込客数と観光消費額

本県の観光入込客数は、平成24年から1億人前後で推移しています。

また、平成27年の本県の観光消費額は約3,697億円です。(図表4-1) 1人当たりの観光消費額⁴は、県内からの日帰り客が3,082円、宿泊客が11,216円であるのに対し、県外からの日帰り客は4,045円、宿泊客は16,891円となっています。このことから、県内よりも県外からの観光客の方が単価が高く、県内・県外ともに宿泊が日帰りの4倍前後高くなっていることが分かります。

(図表4-2)

図表4-1 本県の観光消費額（平成26年、平成27年）



図表4-2 本県の1人当たり観光消費額（平成26年、平成27年）

	県内		県外	
	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客
平成26年	13,190円	3,319円	18,347円	4,380円
平成27年	11,216円	3,082円	16,891円	4,045円

観光入込客統計に関する共通基準（観光庁）に基づく観光入込客パラメータ調査（県）

※県外からの宿泊客及び県外からの日帰り客には外国人観光客を含む。

※「観光入込客数」について

「観光入込客数」は、各都道府県の「観光地点」を訪れ、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない人を数えた値です。ただし、1回の旅行で都道府県内の複数の観光地点を訪れた場合は1人と数えます。なお、祭りなどのイベントの来場者数は含まれません。

※「観光地点」について

「観光地点」とは、①月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満と判断され、②観光入込客数が適切に把握でき、③前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上である地点を指します。

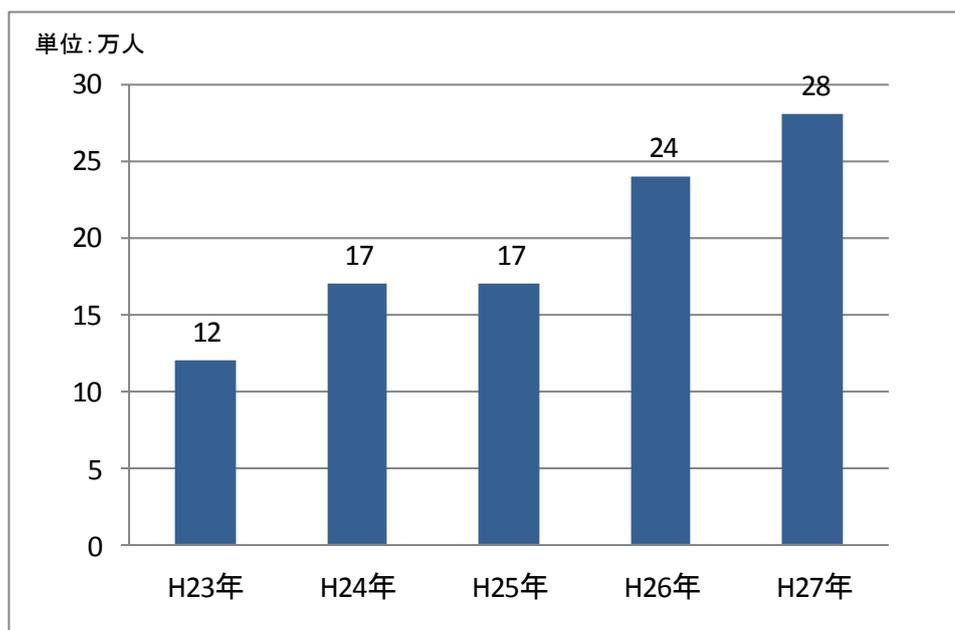
（観光庁「観光入込客統計に関する共通基準（平成25年3月改訂）」より抜粋）

⁴ 本県を訪れた観光客が1回の旅行に要した費用。県外分の交通費は含まない。

(2) 本県の外国人観光客数

本県を訪れる外国人観光客（推計）⁵は平成25年以降増加傾向にあり、平成27年には28万人となっています。（図表5）

図表5 本県の外国人観光客数（推計）の推移



訪日外客統計（日本政府観光局）及び訪日外国人消費動向調査（観光庁）により県が推計

(3) 県内の地域別の観光客の現状（ビッグデータ分析）

本県では、平成27年7月から平成28年7月までのビッグデータ⁶をもとに、県内5地域（さいたま市、川越市、熊谷市、秩父エリア、小川町エリア）⁷の国内在住の観光客及び外国人観光客⁸の動向調査を行いました。

ア 各地域への観光客の来訪状況

5地域への国内在住の観光客の出発地を見ると、県外からが36%、県内から

⁵ 日本政府観光局の公表している訪日外客数に観光庁の「訪日外国人消費動向調査」の都道府県別外国人訪問率を乗じて推計。国内在住の外国人の観光客は含まれていない。

⁶ 株式会社NTTドコモとNTTブロードバンドプラットフォーム株式会社のJapan Connected-free Wi-Fiのデータ。国内在住観光客については年間10,582,618人、外国人観光客については年間1,848人のデータを基に分析している。

⁷ 秩父エリアは秩父市、横瀬町、皆野町、長瀨町及び小鹿野町、小川町エリアは小川町及び東秩父村を指す。

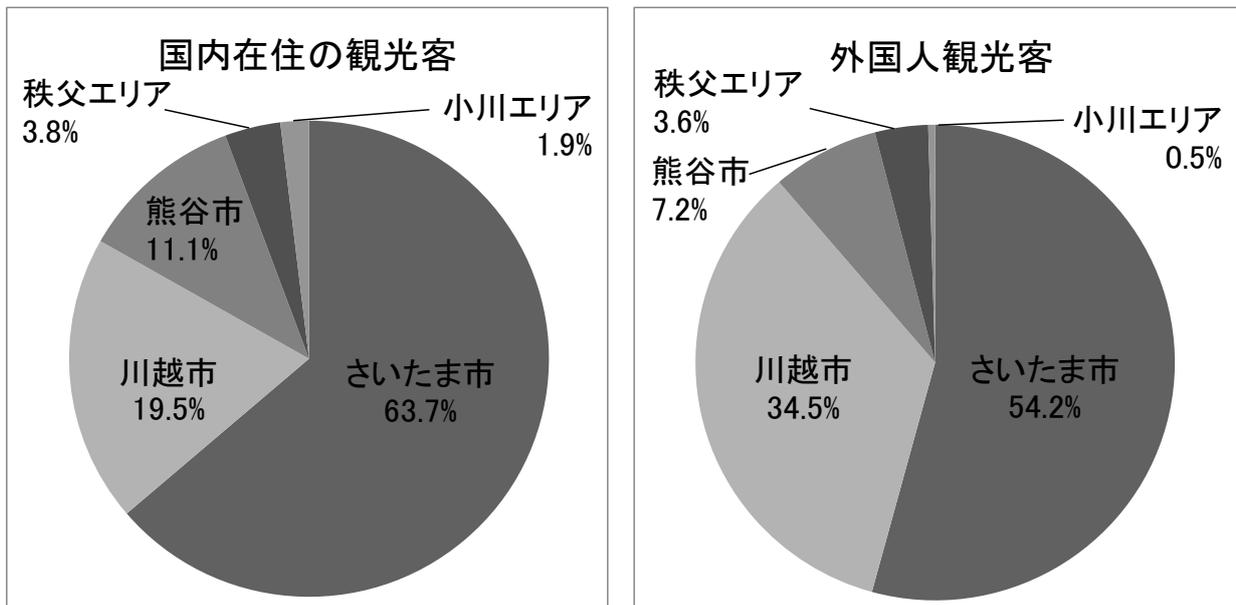
⁸ 訪日外国人観光客を言う。国内在住の外国人の観光客を含まない。

は64%と県内からの観光客が多くなっています。

また、観光客の来訪状況を地域別に見ると、国内在住・外国人の観光客ともにさいたま市と川越市の2市の合計が80%を超えています。一方、秩父エリア、小川エリアは国内在住・外国人ともに全体に占める割合は、それぞれ4%未満と非常に来訪者数が少なくなっています。(図表6)

さらに、国内在住の県外からの観光客の出発地は、東京都からが4割を超え、最も多くなっています。次いで千葉県、神奈川県など近隣からの観光客が多く、関東近県で全体の8割を占めます。そのほかの地域については、交通アクセスの良い北陸・甲信越地方からの来訪者が多い傾向となっています。外国人観光客についても、5地域への来訪直前の滞在地は東京が5割を超えており、関東近県からの来訪が全体の9割以上を占めています。

図表6 各地域への観光客の来訪状況



モバイル空間統計[®]
 データ提供元：(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング
 「モバイル空間統計[®]」は(株)NTTドコモの登録商標です。
 (データ抽出条件：居住地(都道府県別)人口×居住地(市区町村別)人口×午前4時にて算出)

・ Japan Connected-free Wi-Fi [®]
 ・ © 2016 NTT BroadbandPlatform, Inc All Rights Reserved
 (データ抽出条件：直前滞在地)

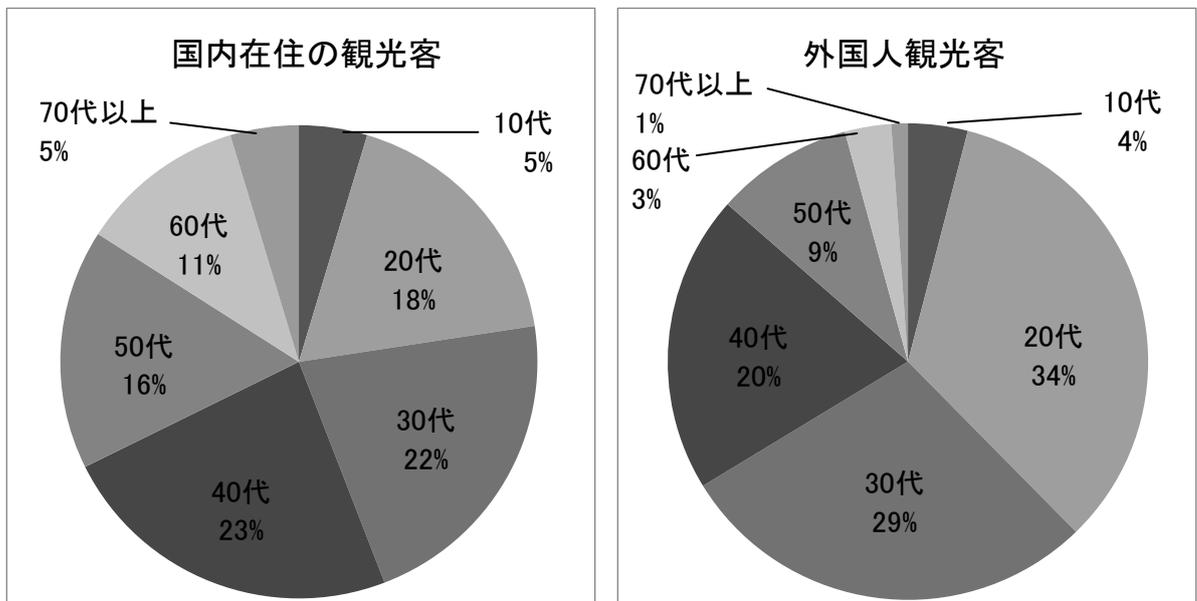
イ 観光客の属性

性別では、国内在住の観光客では男性が59%、女性が41%、外国人観光客では男性が64%、女性36%といずれも男性が女性よりも多い傾向にあります。

年代別では、国内在住の観光客では県外・県内ともに40代を中心に20～50代の幅広い層の来訪が見られます。一方で、10代と60代以上の来訪者は少ない傾向にあります。また、外国人観光客については20代、30代の来訪が多い傾向にあります。(図表7)

この調査における外国人観光客の使用言語は、英語が57%、中国語(繁体字)が21%、中国語(簡体字)が7%、韓国語及びタイ語が3%となっています。また、観光庁の平成27年訪日外国人消費動向調査による本県の外国人観光客は、韓国が30.1%、中国が19.3%、米国8.3%、台湾5.4%、タイ4.9%の順となっており、総じて見ると、東アジア及び米国からの来訪者が多い傾向が伺えます。

図表7 年代別の国内在住・外国人観光客の割合



モバイル空間統計®
 データ提供元：(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング
 「モバイル空間統計®」は(株)NTTドコモの登録商標です。
 (データ抽出条件：性別×年代(10歳階)×居住地(市区町村別)人口にて算出)

・Japan Connected-free Wi-Fi®
 ・© 2016 NTT BroadbandPlatform, Inc All Rights Reserved
 (データ抽出条件：直前滞在地×年代(10歳階))

ウ 観光客が宿泊した市町村

観光客の宿泊地を見ると、国内在住・外国人の観光客ともに、さいたま市、川口市、川越市が上位3位を占め、東京からのアクセスの良いエリアに滞在していることが分かります。(図表8) 熊谷市は国内在住の観光客では6位、外国人観光客では15位となっており、県北部の主要な宿泊地の1つとなっています。

一方、秩父エリア、小川エリアの宿泊は、国内在住・外国人の観光客ともに非常に低い割合です。国内在住の観光客の宿泊は、秩父エリアが2.4%、小川エリアが0.6%、外国人観光客の宿泊は、秩父エリアが2%未満、小川エリアが0%と、ほとんど宿泊客を呼び込めていない状況です。

図表8 国内在住・外国人観光客が宿泊した市町村上位5位(年間宿泊人数割合)

順位	国内在住		外国人	
	市町村	人数割合	市町村	人数割合
1	さいたま市	18.2%	さいたま市	19.7%
2	川口市	6.3%	川口市	13.1%
3	川越市	4.8%	川越市	9.5%
4	所沢市	4.1%	草加市	3.6%
5	越谷市	4.0%	戸田市	3.4%

モバイル空間統計®

データ提供元：(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング

「モバイル空間統計®」は(株)NTTドコモの登録商標です。

(データ抽出条件：居住地(市区町村)別人口×午前4時台)

・Japan Connected-free Wi-Fi®

・© 2016 NTT BroadbandPlatform, Inc All Rights Reserved

(データ抽出条件：2日以上連続ログ)

エ 観光客の周遊・滞在時間の傾向

周遊傾向については、5地域のいずれにおいても1つの地域のみ滞るケースが主で、地域間の周遊はほとんど見られません。

滞在時間については、国内在住の観光客では30分から1時間となっています。外国人観光客は、国内在住の観光客と異なり、2時間以上の滞在も多く見られるものの、30分未満の割合が最も多くなっています。

3 本県の観光の課題

(1) 外国人観光客の誘致促進

少子高齢化の進展による人口減少は、本県においても予測されており、地域経済への影響が懸念されます。そのような中、外国人観光客の誘致は、地域経済の維持・活性化に大きく貢献する可能性を秘めています。

平成27年の外国人観光客の1人当たり旅行消費額⁹は17万6,167円であり、日本人の国内旅行1人1回当たりの旅行単価¹⁰よりも高額です。また、外国人観光客7人分の旅行消費額は、日本における定住人口1人当たりの年間消費額(約125万円)に相当します。

本県は、東京都心から東北、北関東、甲信越に伸びる道路網や鉄道網を持ち、国際空港からのアクセスも良く、観光客の誘致に有利な環境を備えています。

同じ首都圏に位置する東京都、千葉県、神奈川県外国人訪問率が全国上位を占めている一方、平成27年の本県の外国人訪問率は1.4%で、全国22位にとどまっています。このことから、本県は、交通利便性の良さを十分生かし切れておらず、観光地としての認知度や魅力発信に課題があると言えます。

今後、日本を訪れる外国人観光客の増加が見込まれる中、本県では平成31年のラグビーワールドカップ2019や平成32年の東京2020オリンピック・パラリンピックなど、国際的なイベントが県内各地で開催されます。このチャンスを十分に生かすためには、県や市町村、観光事業者、観光関係団体等が一丸となり、外国人のニーズに合った観光資源の発掘や磨き上げが重要となります。あわせて、周遊ルートの企画・販売の促進、受入体制の整備、本県観光や県産品のPRなどに精力的に取り組むことが求められます。

(2) 滞在時間の延長や宿泊客の拡大

本県は、食、酒、アニメ¹¹、自然、産業、歴史、伝統文化、スポーツ、各種体験

⁹ 訪日外国人観光客が日本国内で支払った旅行中の支出に、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などの国内収入分を加算することにより推計。なお、日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まない。(観光庁「訪日外国人観光客の消費動向調査」より抜粋)

¹⁰ 平成27年の日本人国内旅行の1人1回当たり旅行単価は、宿泊旅行が50,520円、日帰り旅行が15,758円となっている。(観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

¹¹ ここで言う「アニメ」とは、アニメ、マンガ、キャラクター、ライトノベル、小説、ゲーム等を指す。

など、個性豊かな資源に恵まれており、周遊しながら観光を楽しむのに適しています。

また、東京都心からアクセスの良い県南部のみならず、自然豊かで良質な温泉も楽しめる秩父エリアには旅館などの宿泊施設も数多くあり、周遊・宿泊型の観光客を取り込むポテンシャルがあります。

一方で、本県を訪れる観光客の9割以上が日帰り客という現状があります。周遊せず、1つの地域にのみ滞在するため、滞在時間が短い傾向にあり、本県の観光資源や宿泊施設の利活用が不十分な状況です。

観光客1人当たりの観光消費額は日帰りよりも宿泊の方が高額であり、周遊・宿泊により滞在時間が増えることは地域経済の活性化につながります。そのため、宿泊を楽しんでもらう取組の強化が重要となります。加えて、日帰り客にも周遊して本県観光を満喫してもらうための働き掛けが求められます。これまでの「安く手軽に楽しめる観光地」から、「巡って泊まって楽しめる観光地」への変革が必要となります。

変革に当たっては、市町村域を越えて地域間で連携し、各地域の持つ新たな資源の発掘や一層の磨き上げ、魅力的な周遊ルートの企画・販売を促進していくことが重要です。加えて、各地域におけるおもてなし力の一層の向上や、周遊しやすい交通手段等の整備も今後力を入れて取り組むべき課題と言えます。

(3) 本県の観光の魅力や県産品の認知度の向上

より多くの人に周遊・宿泊してもらうためには、まず本県の観光や物産の魅力を知ってもらうことが前提となります。

そのためには、マーケティングの視点を持ち、ターゲットに響く観光資源の見直しや発掘、磨き上げを行うことが大切です。また、国内・国外におけるターゲットのニーズを的確に捉えた周遊ルートを様々な手法でPRしていくことが求められます。

県産品についても同様に、マーケティングの視点を持ち、農産物や加工品、伝統工芸品等、魅力的で価値の高い商品の開発や販路拡大の支援を積極的に行うことが重要となります。これにより、ブランド力を高め、県産品のファンを拡大していくことが大切です。さらに、リピーターや口コミによる新たな観光客・購買客の獲得につながるよう、プロモーションの効果を検証し、創意工夫を重ねていくことが肝要です。