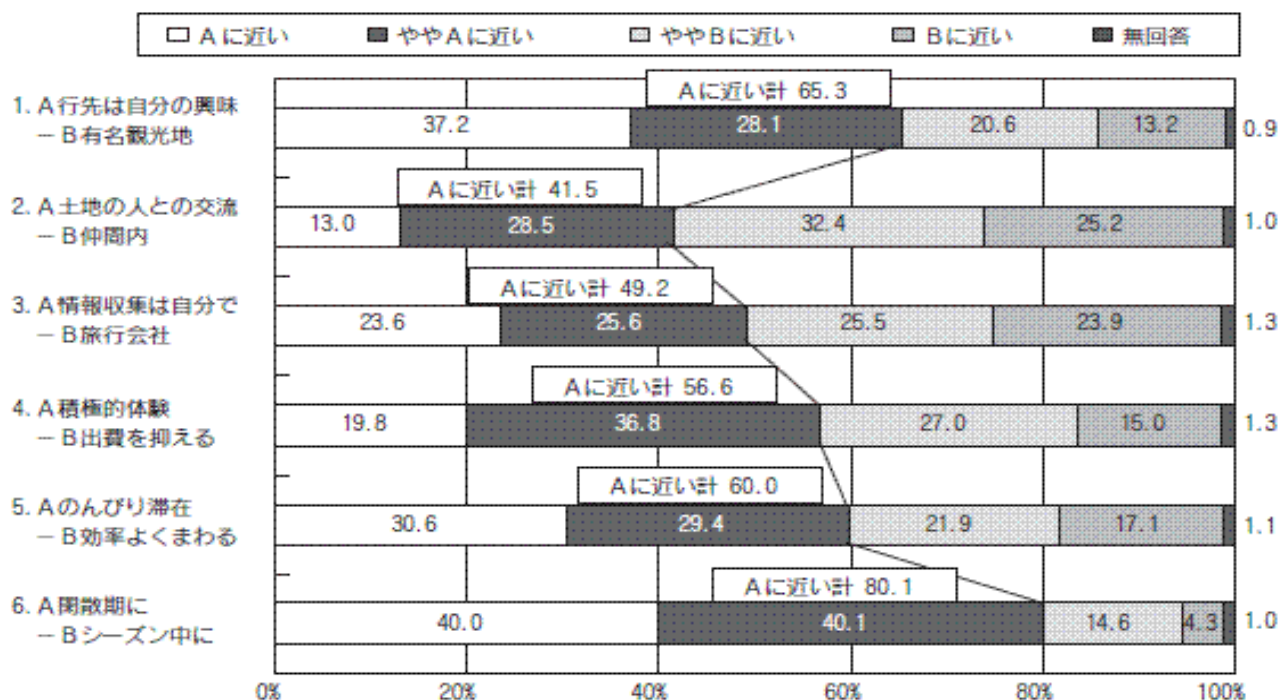


[図表 2 - 7 新しい旅の価値観] (出典 = レジャー白書 2007)

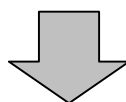


上図のように、「1. テーマ志向」「2. 交流志向」「3. 情報積極性」「4. 体験志向」「5. 滞在志向」「6. オフ志向」の6つの視点について、A・Bふたつの対立軸を設定。どちらに考え方に近いかを尋ねました。Aが新しい旅の価値観を反映している項目、Bが従来型の価値観を反映している項目です。結果、「Aに近い」という回答が過半数を越す項目が6問中4問となり、「新しい旅の価値観」が定着してきていることがわかります。「テーマ志向」(65.3%)や「滞在志向」(60.0%)には6割以上の方が共鳴しています。「土地の人との交流」を求める人は約4割ですが、対立軸として立てた「仲間との交流」への志向も根強い中で、かなりの高率です。新しい旅のあり方として、「ニューツーリズム」が今後ますます活性化していきそうです。

[図表 2 - 8 新たな観光ニーズと観光地に求められる対応]

| 新たな観光ニーズ | 観光地に求められる対応 |
|--|--|
| <p>個人志向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の歴史や産業など個人の関心がある様々な「テーマ」に沿った観光を求めています。 ・団体ではなく小グループで、ゆっくりと同じ地域に滞在する長期滞在の需要もあります。 | <p>テーマ性のある観光</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テーマに沿った観光ルートマップやガイドの整備 ・地域の産物や人とのふれあいをじっくりと楽しめる時間消費型の環境整備 |
| <p>自然志向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ストレスの増加や環境意識の高まりから、自然や地域への関心が高まり、森林セラピーやエコツーリズムなどの需要も拡大しつつあ | <p>地域や環境への寄与</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然の摂理を学んだり、自然との共生を実感したりしながら遊べるエコツーリズムのプログラム提供 |

| | |
|---|--|
| ります。 | ・観光地の運営に環境保全のしくみを取り入れま す。 |
| 健康志向 ・高齢化を背景に、健康への関心が高まり観 光動向においてもウォーキングや食の安全な などの健康志向が高まっています。 | 身近な資源の活用 ・自然豊かな環境の中でゆったりとできる温泉や ウォーキングルートの整備 ・地域の新鮮な素材を活かして、安全で魅力的な 食を提供 |
| 本物志向 ・素朴な魅力であっても、地域に培われてき た実際の生活文化に触れ、体験できる固有の 地域性が求められています。 | 地域性の活用 ・地域に培われてきた文化的背景を大切にし、ひ とつひとつの観光資源を丁寧に整備し、観光客に 提供するとともに、奥行きある魅力を創出 |
| 体験志向 ・本物志向や健康志向などの高まりは、さま ざまな体験をしたいという志向へとつながっ ています。 | 参加・体験メニューの整備 ・ハード(施設整備)より、観光客を楽しませたり 感動させたりするソフトを重視 |
| ふれあい志向 ・日常生活での人とのふれあいが希薄になる につれ、旅先で地域の人の人情や優しさにふ れることが、観光の喜びを大きくします。 | 地域での交流 ・訪れた地域をただ見せるだけでなく、地域の人 が案内することで、より深みのある体験を提供 |



| | |
|--|--|
| ニーズの多様化 「 をするためにここに行きたい」といっ た目的がさまざまあり、ニーズや関心は細分 化されています。 | 地域性を活かしたニューツーリズムの展開 地域性を活かして、ガイド育成やテーマ性のある 観光ルートの整備などソフト事業を中心に展開 し、多様な観光ニーズに応えます。 |
|--|--|

10 全国総観光地化

全国総観光地化が進み、また、海外旅行が身近になる中で、地域の資源を見直し、特色のある質の高い観光地づくりに取り組むことが求められます。

11 国際化

中国を始めとした諸外国からの来日が増加し、観光業界では外国人観光客を新たなマーケットととらえた取り組みが進んでいます。しかしながら、長井市には、国際的に知られた観光資源がなく、外国人観光客は少ない状況です。長井市では多言語対応の看板整備やパンフレットの作成、ホームページの多言語化が未実施で、情報発信は不足しており、また、外国人観光旅客を意識した体験メニュー、宿泊や食のもてなし、二次交通などの受入態勢の整備も遅れており、これから

の対応が課題となっています。

1 2 観光データ（観光指標の動向）

1 2 - 1 余暇活動

国内の余暇活動の参加人口をみますと、年ごとに順位の変動があるものの、ドライブ、国内観光旅行、外食がベスト3を占めています。「ドライブ」は高速道路料金値下げの恩恵を受け、平成21年に初めての首位となりました。国内観光旅行は増加傾向にあり、平成22年の参加人口は6,150万人で、ドライブに次いで第2位です。

レジャーのニーズが変化しています。新たなレジャーのキーワードは「役立つ」こと。「健康」や「社会貢献」などへの関心が強まり、特に「健康」は、今後の参加希望率が59.9%と高く、実際に増加しているレジャーとして、40代以上では「ピクニックやハイキング、野外散歩」、若年層では、「ジョギングやマラソン」「サイクリングやサイクルスポーツ」の参加人口、消費額が大きくなっています。

[図表2-9 余暇活動の参加人口（ベスト5種目）] 出典＝レジャー白書

| | 平成11年（万人） | | 平成20年（万人） | | 平成22年（万人） | |
|----|---------------|-------|--------------------|-------|--------------------|-------|
| 1位 | 外食（日常的なものは除く） | 7,200 | 外食（日常的なものを除く） | 7,370 | ドライブ | 6,290 |
| 2位 | ドライブ | 5,960 | 国内観光旅行（避暑・避寒・温泉など） | 6,020 | 国内観光旅行（避暑・避寒・温泉など） | 6,150 |
| 3位 | 国内観光旅行 | 5,670 | ドライブ | 5,140 | 外食（日常的なものを除く） | 6,040 |
| 4位 | カラオケ | 5,080 | 宝くじ | 4,560 | 映画（テレビを除く） | 5,150 |
| 5位 | ビデオ鑑賞 | 5,050 | パソコン（ゲーム・趣味・通信など） | 4,470 | 動物園・植物園・水族館・博物館 | 4,800 |

1 2 - 2 旅行関連支出

長引く景気の低迷で、消費者の節約志向が続き、全国の1世帯あたりの年間消費支出が減少傾向にあります。それに伴い、旅行関連支出も減少傾向にあります。かつ、旅行関連支出の消費支出に占める割合も減少傾向にあり、観光関連産業は厳しさを増しています。

[図表2-10 旅行関連支出] 出典＝総務省家計調査

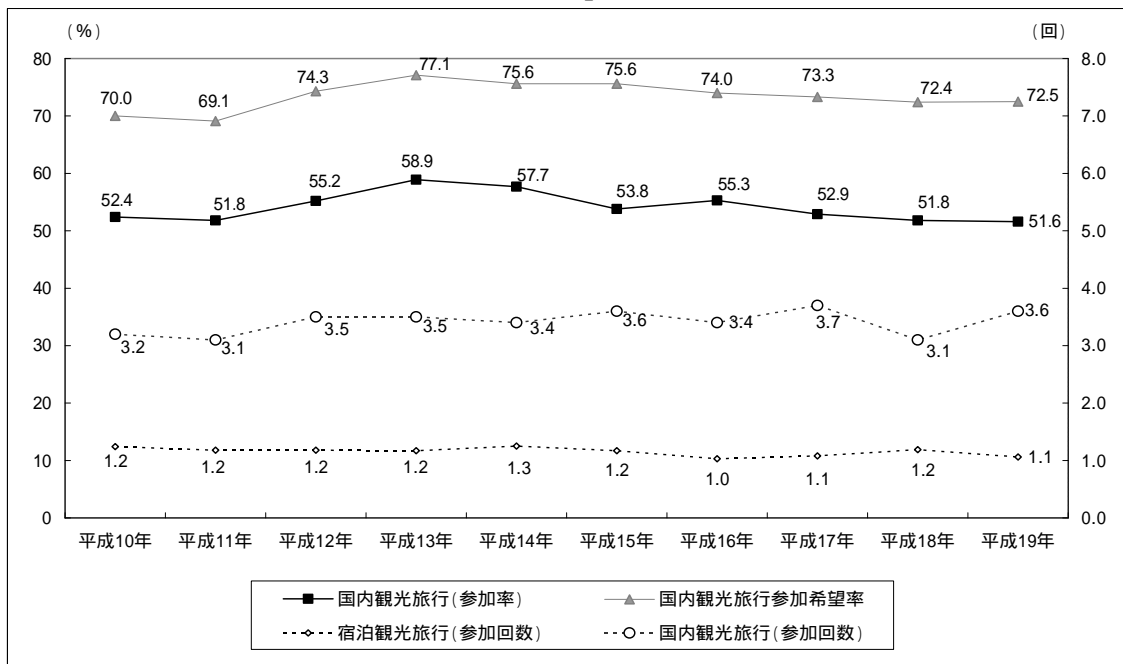
| 年 | 消費支出 a | 旅行関連支出 b | bのaに占める 割合 |
|-------|-------------|-------------|---------------|
| 平成12年 | 3,807,937 円 | 143,296 円 | 3.76 % |
| 13 | 3,708,649 | 135,630 | 3.66 |
| 14 | 3,671,438 | 128,639 | 3.50 |
| 15 | 3,622,095 | 122,145 | 3.37 |
| 16 | 3,635,703 | 130,539 | 3.59 |
| 17 | 3,606,377 | 127,368 | 3.53 |

| | | | |
|----|-----------|---------|------|
| 18 | 3,539,316 | 122,090 | 3.45 |
| 19 | 3,573,382 | 123,894 | 3.47 |
| 20 | 3,563,187 | 123,121 | 3.46 |
| 21 | 3,500,848 | 112,368 | 3.21 |
| 22 | 3,482,930 | 112,399 | 3.23 |

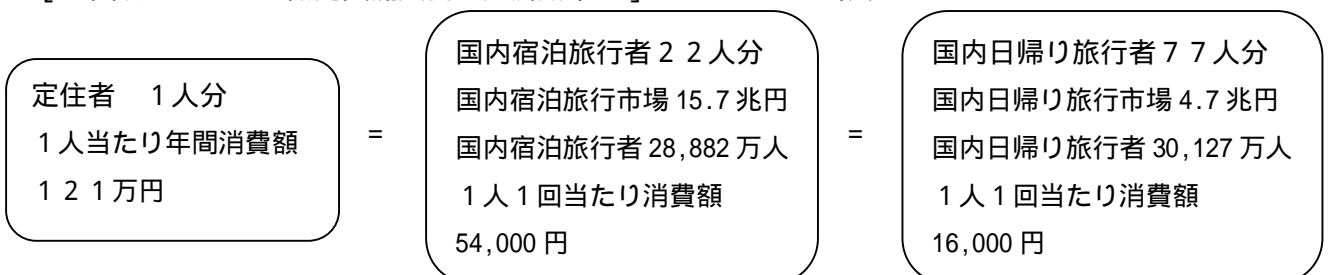
1 2 - 3 日本の国内観光旅行

過去10年間の日帰り観光を含む国内旅行への参加回数は年間3回程度、宿泊観光旅行への参加は年間1回程度で推移しており、大きな変化はみられません。国内観光旅行への参加率は5～6割程度で、平成13年をピークに減少傾向にあります。また、国内観光旅行への参加希望率は7割程度で、参加率とほぼ同様に推移しており、希望率から参加率を引いた「潜在需要」は2割程度です。

[図表 2 - 1 1 国内観光旅行への参加動向] 出典 = 国土交通省



[図表 2 - 1 2 観光交流人口の経済効果] 出典 = J T B



J T Bの平成21年の試算によると、国内宿泊旅行者22人分の消費額と定住人口1人分の消費額が同じという結果がでています。旅行者は1観光地にその全額を落とすことはありませんから、宿泊旅行者が22人来ても、単純に定住人口1人分の消費は増えないのですが、観光交流人口の増大がその地域に大きな経済効果をもたらすことは間違いありません。

全国の国内旅行消費額(観光年間消費額)は減少傾向にあり、それに伴い観光消費による生産波及効果も雇用誘発効果も減少傾向にあります。

[図表 2 - 1 3 観光消費とそれの波及効果] 出典 = 観光白書

| | H12年度 | H16年度 | H17年度 | H18年度 | H19年度 | H20年度 | H21年度 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 国内旅行消費額(兆円) | 22.6 | 24.5 | 24.4 | 23.5 | 23.5 | 23.6 | 22.1 |
| 生産波及効果(兆円) | 53.8 | 55.4 | 55.3 | 52.9 | 53.1 | 51.4 | 48.0 |
| 雇用誘発効果(万人) | 422 | 475 | 469 | 442 | 441 | 430 | 406 |

1 2 - 4 山形県の観光者数

山形県の観光者数は、調査を開始した昭和 38 年度以降、空港や高速道路等のインフラ整備の進展に伴い概ね順調な伸びを示し、平成 4 年度には初めて 4,000 万人を超えました。その後は、景気の低迷等の影響を受け漸減傾向が続きましたが、平成 16 年度に「おいしい山形デスティネーションキャンペーン」を展開し、4,226 万 9 千人と過去最高を記録しました。それ以降、再び減少傾向が続く中、平成 21 年度はNHK大河ドラマ「天地人」の放映や、映画「おくりびと」のアカデミー賞受賞など、全国的に注目を集めた明るい話題に恵まれるとともに、高速道路 ETC 特別休日割引の効果もあり、5 年ぶりに前年度を上回り、過去 2 番目の入込みとなりました。

平成 22 年度は、前年度のような増加要因がなく、また平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災の影響などにより、観光客入込数は 3,943 万 4 千人で、前年度と比べると約 240 万人、5.8%減少しました。

平成 23 年度は東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響が顕著に出て、対前年比 10.2%と大幅な減少となりました。

[図表 2 - 1 4 山形県の観光者数の推移] 出典 = 山形県

| | 観光者数 | 備考 |
|----------|-----------|--------------|
| 昭和 39 年度 | 15,115 千人 | |
| 昭和 56 年度 | 30,291 千人 | |
| 平成 2 年度 | 39,811 千人 | |
| 平成 6 年度 | 40,865 千人 | |
| 平成 11 年度 | 38,189 千人 | |
| 平成 16 年度 | 42,269 千人 | 過去最高の観光者数 |
| 平成 21 年度 | 41,844 千人 | 過去 2 番目の観光者数 |
| 平成 22 年度 | 39,434 千人 | 対前年度比 5.8% |
| 平成 23 年度 | 35,399 千人 | 対前年度比 10.2% |

1 2 - 5 長井市の観光者数の推移

過去 14 年間の長井市全体の観光者数(祭りごと)は平成 14 年に約 75 万人で過去最高を記録しましたが、以降は減少傾向にあります。個別に見ると、あやめまつりが大きく減少し、つつじまつりも減少傾向にあります。代わって桜まつりと黒獅子まつりが数値を伸ばし、全体的には横ばい傾向にあります。しかし、過去の観光者数は過大に見積もる傾向がありましたので、実質

的には桜まつりと黒獅子まつりが定着し、増加傾向にあるとの見方もできます。

当市のイベントの季節を見ると、4～8月に集中しているという特徴があります。

観光客は県内のほか、宮城、福島、新潟の隣県が中心で、関東地方からも多数訪れています。

宿泊数が少なく、日帰りが中心で、滞在時間が短くなっています。

[図表 2 - 1 5 イベントごとの観光者数の推移] (単位：人)

| 平成 年度 | 桜まつり 久保桜 | 桜まつり 大明神桜 | つつじ まつり | 黒獅子 まつり | あやめ まつり | 水まつり | 合計 |
|----------|-------------|--------------|------------|------------|------------|---------|---------|
| | 4～5月 | 4～5月 | 5月 | 5月 | 6～7月 | 8月 | |
| 9 | | | 160,000 | | 363,400 | 85,000 | 608,400 |
| 10 | | | 155,000 | 50,000 | 379,900 | 100,000 | 684,900 |
| 11 | | | 160,000 | 50,000 | 356,800 | 100,000 | 666,800 |
| 12 | | | 158,000 | 55,000 | 367,700 | 100,000 | 680,700 |
| 13 | | | 150,000 | 58,000 | 354,400 | 20,000 | 582,400 |
| 14 | 80,000 | | 153,000 | 55,000 | 362,700 | 95,000 | 745,700 |
| 15 | 90,000 | | 160,000 | 54,000 | 328,600 | 105,000 | 737,600 |
| 16 | 85,000 | | 143,300 | 75,000 | 318,700 | 120,000 | 742,000 |
| 17 | 90,000 | | 145,000 | 60,000 | 248,000 | 120,000 | 663,000 |
| 18 | 153,000 | 25,000 | 115,000 | 65,000 | 240,000 | 130,000 | 728,000 |
| 19 | 131,000 | 27,000 | 120,000 | 70,000 | 250,000 | 110,000 | 708,000 |
| 20 | 137,000 | 36,600 | 120,000 | 68,000 | 190,000 | 125,000 | 676,600 |
| 21 | 130,000 | 40,200 | 118,000 | 72,000 | 133,000 | 100,000 | 593,200 |
| 22 | 132,000 | 39,800 | 115,900 | 77,000 | 124,800 | 130,000 | 619,500 |
| 23 | 50,000 | 13,000 | 111,000 | 80,000 | 80,000 | 110,000 | 444,300 |
| 24 | 73,000 | 22,200 | 116,000 | 77,000 | 103,200 | 96,000 | 487,400 |