

平成25年度「成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業」

事業名称

『観光分野における教育認証のための情報公開ガイドライン開発と横断的教育教材の開発』

「地域振興のため『観光地域』を担う人材」
に関する調査報告書

事業名称

「観光分野における教育認証のための情報公開ガイドライン開発と
横断的教育教材の開発」

「地域振興のための『観光地域』を担う人材」に関する調査報告書

観光地域づくり（地域活性化）の人材に関する調査報告書

目次

第1章 調査の概要	4
(1) 調査の背景	4
①社会的背景	4
②これまでの取り組みの経緯	5
(2) 調査の目的と方法	5
(3) 調査と執筆の分担	6
第2章 観光地域づくりとその捉え方	7
(1) 観光地域づくりとは	7
(2) 観光地域づくりを捉える枠組み	9
① 分析フレームワーク～バリューチェーンについて	9
② 観光地域づくりの活動分析	12
③ 観光地域づくり実践の支柱となる知識体系～プロジェクト・マネジメントについて	16
④ 観光地域づくりの構造	17
第3章 全国自治体における観光まちづくりと人材ニーズ	19
(1) 調査概要	19
(2) 回答自治体の概要	20
(3) 分析手法と視点	24
①因子分析	24
○クラスター分析	26
○各クラスターの構成比と特色	27
(4) 分析結果	34
事業区分（設問②A）	35
実施主体（設問②B）	36
(5) 小結	60
第4章 地域における観光まちづくりの諸相	61
(1) 北海道・ニセコ	62
(2) 北海道・留萌	65
(3) 宮城県気仙沼市／岩手県一関市	68
(4) 岐阜県・飛騨古川	71
【参考1】 その他の観光地域づくり事例	73
まとめ	83
観光地域づくりの課題	84
【参考2】 観光関連組織による取り組みの事例	85

まとめ	93
第5章 人材像とその知識と能力	95
(1) 観光地域づくりの人材像の類型	95
(2) 観光地域づくりに必要とされる知識と能力	116
① ツーリズム論に関する知識・能力 (a)	117
② 観光地域づくりの主活動に関する知識・能力 (b)	117
③ 地域の経済・文化・社会・空間・自然に関する知識・能力 (b)	117
④ マネジメント全般、プロジェクト・マネジメントに関する知識・能力 (c)	117
第6章 観光地域づくりを担う中核的専門人材育成のために	120
(1) 実態調査等から人材育成の実際を考える	120
(2) 観光創造士制度提案の意味	123
(3) 観光創造士制度の提案の概要	124
(4) 観光地域づくりにおける観光創造士制度の必要性	124
①観光地域づくりの現状と課題	124
(5) 地域マネジメントの必要性	127
①これからの観光振興のあり方	127
②地域が抱える課題と住民参加	127
③地域を支える主体	127
④「観光地域プロデューサー」モデル事業（国土交通省）	128
⑤まとめ	128
(6) 観光地域づくりにおけるマネジメント組織の必要性	129
①従来型観光開発の課題	129
②マス・ツーリズムおよび外発的開発の弊害	129
③着地型旅行商品開発の必要性	130
④変わる観光協会とマネジメント組織の必要性	130
⑤観光地域づくりにおける連携の課題	131
(7) 資格制度の役割と可能性	134
①観光・旅行分野における資格の役割	134
②観光地域づくりにおける新たな資格の可能性	145
③まとめ	146
(8) 観光創造士制度の骨格	147
①観光創造士制度の目的	147
②観光創造士の人物像と役割	147
③日本における観光系大学・大学院等の現状と課題	148
④観光創造士の資格の概要	156
⑤観光創造士資格取得者の将来像	156
(9) 観光創造士制度の基本設計	157
①制度の基本構造	157

②資格認定方法.....	157
③資格認定のための事務や体制	159
④制度運用のモデルと類似資格制度運用の実際	159
⑤教育機関が資格に関与する可能性と限界	168
⑥産業界の人材育成システムとの連動に関する検討	168
(10) まとめと今後の検討課題.....	169
①観光創造士の意義	169
②制度設計上の課題整理	169
③資格の認定方法	170
④持続的な運用に向けた課題整理.....	172

資料1 観光地域づくりを担う中核的専門人材育成のためのカリキュラム（案）

資料2 全国自治体アンケート調査集計表

資料3 全国自治体アンケート調査票

第1章 調査の概要

(1) 調査の背景

①社会的背景

現在、我が国における「観光」は多様化の傾向にある。かつてはマストツアー型が、特定の観光資源を目指して消費地から大量の観光客が訪れるという構造をもって観光を牽引していた。しかし、個人やグループが主体的に旅程を組み、行動する形態に移行してきている。それに伴い、観光に関連しサービスを提供する主体（関連業）と、その受益者（旅行者）という構図だけでは観光を捉えきれなくなっている。また近年、観光のひとつの可能性として、そのインパクトを活用した地域の活性化や再生が期待されている。とくに地域において展開されてきた「まちづくり」と融合したことで、単なる観光関連産業の拡大や雇用機会の増大といった直接的な観光振興から、地域社会の発展につながる地域課題の解決の方策へと変化がみられる。

そのため、宿泊業、運輸業、旅行業といった既存の観光関連業、さらに観光協会や観光関連団体における新たな発展はもちろんのこと、従来の枠組みや慣習にとらわれず、地域における生業としての様々な業態や組織の協働、あるいは外部との連携といった、観光を基軸とした地域の社会的なしくみの変革につながる取り組みに期待したいところである。

そこで本事業では、その取り組みを「観光地域づくり」として捉え、以下で詳細について言及する。

「観光地域づくり」の定義

「観光地域づくり」とは、内外観光客の増加、地域の経済活性化、生活環境向上及び国民等の観光ニーズに応えることを目的として、地域特性を踏まえた観光戦略に基づき、多様な地域資源を活用し、地域の幅広い関係者が一体となって進める、観光を軸とした良好な地域づくりの取組のこと」を指す（平成20年8月28日、国土交通省、「観光地域づくり実践プラン実施要項」より）。

「観光地域づくり」とは、上記のように定義されているが、端的に言えば、観光立国の基本信念である「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を、全国各地で実践する取り組みのことだと言える。観光分野は、今や「遊び・レジャー」といった範疇を超え、「ライフスタイル」というような大きなテーマをも射程に入れて、ポスト産業資本社会における新たな可能性をもった成長分野として注目されている。また地域にとっての観光も、各観光事業者単体の営利活動としてのみならず、地域振興の手段としてなど、幅広く捉えられるようになり、地域の観光関係者の範囲も、従来の宿泊業を中心とした観光関連産業従事者から、さまざまな組織・団体・個人へと広がっている。

②これまでの取り組みの経緯

前述した観光の趨勢（トレンド）を受け、平成22年3月15日発行『日経グローバル』において、北海道大学観光学高等研究センター（以下、CATSとする）の初代センター長である石森秀三が、自律的な地域観光の発展と新しい観光の創造を推進する人材育成のために「観光創造士」の資格制度の必要性を提唱した。それを受けてCATSでは、文部科学省から平成22年度に受託した事業において、「観光関連大学等（大学院、大学、短大、高専、専修学校、高校）といった教育機関にとって、社会人としての知識教養と観光に関する知識・能力を備えた人材育成は「観光立国」に取り組む我が国における国家戦略上も極めて重要な取り組みである」として、具体的な方策について検討した。

また翌年度には、CATSの独自事業として「観光創造士」制度の基本設計を行った。これにより、当該資格の意義、当該制度設計上の課題、資格の認定方法の提案、持続的な運用に向けた課題整理を行った。しかし、あくまでも北海道を対象地とした考察であったこと、着目した中間組織へのヒアリング調査は行ったが、行政、民間、公益組織といった地域社会を構成する各セクターへの調査分析が不十分であり、当該テーマにおける人材像や社会ニーズを明確化できたとは言い難い。すなわち、実際に社会に貢献するしくみとして、当該資格制度の実現に必要と考えられる、「取りたくなるような資格」であるかの検討が不十分といえる。また、全国の教育機関の関与を想定したわけでもない。以上から、「地域活性化と観光創造」をテーマとして活躍する人材像を明らかにするにあたり、参考資料のひとつとなりえるが、調査研究の枠組みを改めて設定した上での取り組みが必要と言える。

(2) 調査の目的と方法

以上の背景から、「地域活性化と観光創造」をテーマに、①**地域における観光創造概念の明確化**、および②**地域における人材ニーズの明確化**のために、関係機関へのインタビュー調査や全国のすべての市町村自治体（東京特別区含む）へのアンケート調査、および事例地域調査をとおした観光地域づくりの実態調査をおこなう。さらに、我が国の観光立国政策および地域におけるまちづくりの取り組みにおける「**観光創造士**」制度の必要性を検討することを目標とする。

(3) 調査と執筆の分担

第1章 調査の概要

池ノ上真一（北海道大学観光学高等研究センター）

第2章 観光地域づくりとその捉え方

大迫理沙・池ノ上真一
（ともに北海道大学観光学高等研究センター）

第3章 全国自治体における観光まちづくりと人材ニーズ

アンケート作成・配布：大迫理沙・池ノ上真一
アンケート入力：田村こずえ
アンケート入力・単純集計：株式会社エスミ
（以上、北海道大学観光学高等研究センター）
分析：株式会社未来政策研究所

第4章 地域における観光まちづくりの諸相

調査・執筆：大迫理沙・池ノ上真一
調査：門章子
（以上、北海道大学観光学高等研究センター）

第5章 人材像とその知識と能力

大迫理沙・田村こずえ・池ノ上真一
（以上、北海道大学観光学高等研究センター）

第6章 観光地域づくりを担う中核的専門人材育成のために【参考資料】

南俊夫・田村こずえ・池ノ上真一
（以上、北海道大学観光学高等研究センター）

第2章 観光地域づくりとその捉え方

(1) 観光地域づくりとは

本事業において観光地域づくりとは、「住んでよし、訪れてよし」の国づくり、および各地域において実現する取り組みであるとする。その「住んでよし、訪れてよし」とは、我が国における観光立国政策の基本理念を基に捉えることとする。『観光立国懇談会報告書』によると、「住む人々が地域の「光」をよりよく自覚し、訪れる人々にとっても地域の「光」をよりよく感じさせる」ことと記述されている。

そこで一般的な観点から「住んでよし」とは、端的に言えば、国民あるいは地域住民が、生活上の安心・安全を前提としながら、さらに地域に誇りや愛着を持ち、楽しみながら暮らしを続けられることと捉えることとする。また「訪れてよし」とは、訪れる人が地域の様々な資源に有機的にアクセスすることで、遊びや癒やしをはじめ、学びや自己実現、あるいはライフスタイルの変革といった効果を得ることができると捉えることとする。そして我が国を構成する多くの地域において、以上の2点が実現されることが、観光立国への歩みである。

他方、地域とは、文化、社会、経済といった人々の営みを捉える観点と、空間という物理的に捉える観点とが、有機的に関係しあって成り立っているといえる。本事業において明らかにしようとする観光地域づくりとは、このような地域において、「住んでよし、訪れてよし」が地域住民と訪問者との双方によって獲得されるため、既存の観光関連業における発展をはじめ、地域における文化、社会、経済、空間といった諸要素が新たな結合を行うこと（イノベーション）による地域の発展のための取り組みと言える。

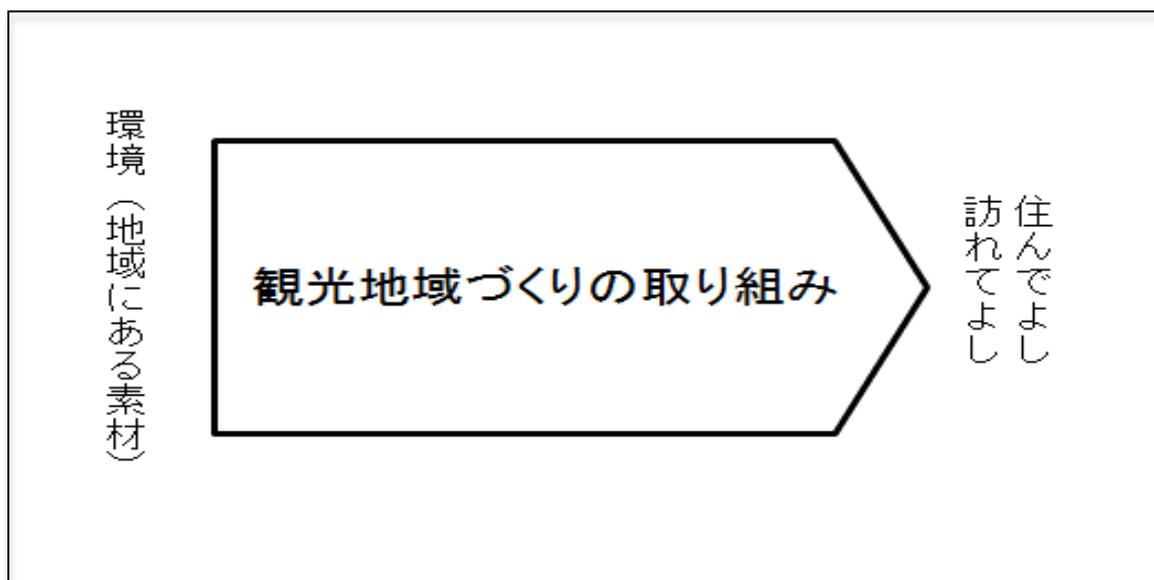


図 2-1 観光地域づくりの取り組みとは

具体的には、図2-2で示すとおり、観光地域づくりによって、観光によるインパクトにと
もなう「有益な事象・現象の促進・拡大」、あるいは「有害な事象・現象の防止・抑制」が
実現され、そのことが「住んでよし」「訪れてよし」という価値の獲得につながると考えら
れる。さらに、「訪れてよし」の実現は「住んでよし」の増大につながる、あるいはその逆
の作用も考えられ、相互の作用関係により、観光地域づくりはさらに展開するといった関係
が想定される。

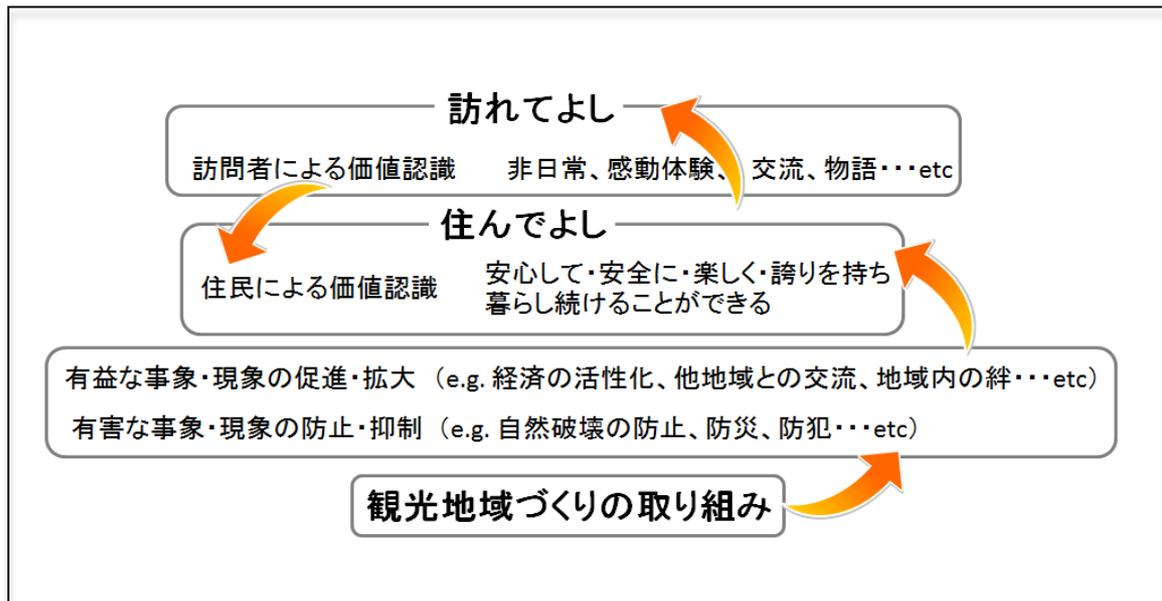


図 2-2 観光地域づくりと「住んでよし、訪れてよし」との関係図

しかし、このように考えると、観光地域づくりとは、多様な要素が有機的な構造をもつ地
域において、その変革にともなうさまざまな事象を扱う必要があり、学問分野だけにおいて
も広大な知識体系の領域を動員しなければいけない。つまり、「住んでよし、訪れてよし」
につながる取り組み、観光を切り口としながら、地域づくりに関するすべてを対象としてい
ると言えるのである。

この概念の大きさ、あるいは曖昧さゆえに、「観光地域づくりとはいかなることか」、「観
光地域づくりの具体的な実践モデルとは」という観光研究あるいは地域計画分野にとって本
質的であり、かつ地域の現場において必要な具体的な議論が、これまで十分に尽くされてき
たとは言えない。

もちろん、地域で実践される一つ一つの取り組みについて、観光地域づくりであるか否か
を判定することに意味はない。しかし、本事業で「観光地域づくりに必要な人材像」を明ら
かにするため、まずは、観光地域づくりとはいかなることであるかを明らかにするため、そ
の活動において必要とされる機能に着目し、全国における事例の整理をとおり、それによっ
てもたらされる効果が生み出される構造を提示することに取り組むものである。

(2) 観光地域づくりを捉える枠組み

① 分析フレームワーク～バリューチェーンについて

まず、観光地域づくりの取り組みを整理する際の枠組みとして、マイケル・ポーターのバリューチェーンの分析フレームワークを用いたい。

バリューチェーンは、元来、製造業の企業活動の価値連鎖が示されたモデルである(図 バリューチェーンの基本形)。マージンが生み出されるまでの企業活動が、バリューチェーン(価値連鎖)のなかで、主活動と支援活動に分類されている。主活動は購買物流、製造、出荷物流、販売/マーケティング・サービスから成り、支援活動は、全般管理(インフラストラクチャ)、人事・労務管理、技術開発、調達活動から構成されている。主活動が左から右へプロセスされることによって、最終的にマージンが生み出され、支援活動も、マージンが生み出されるために必要な活動として位置づけられている。

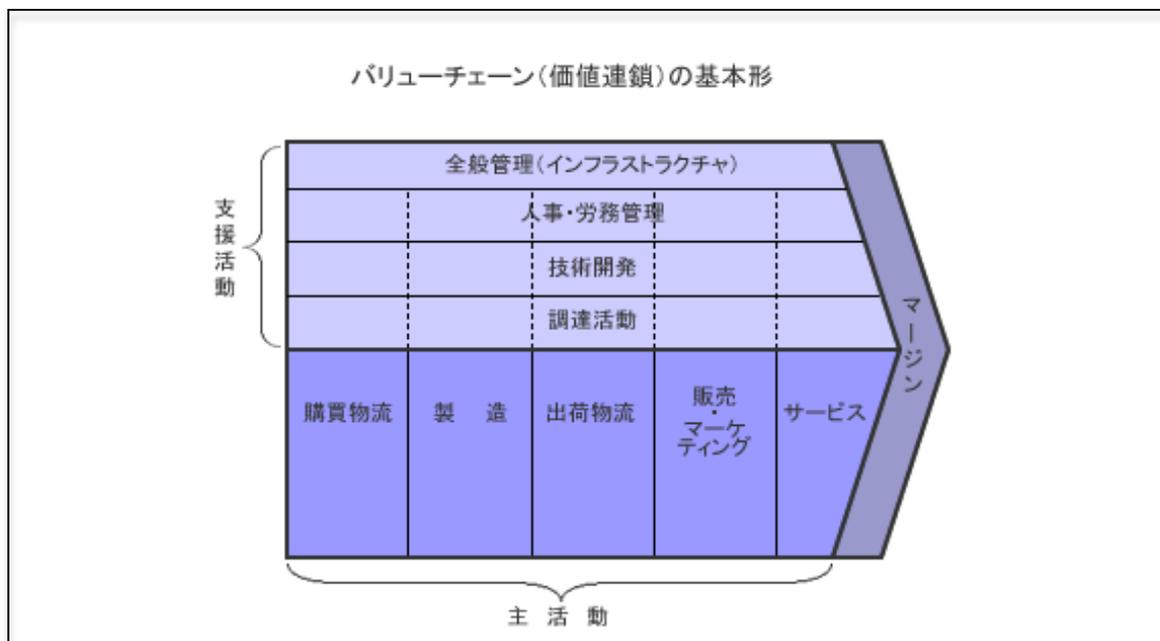


図 2-3 バリューチェーン (価値連鎖) の基本形

(『競争優位の戦略』M.E.ポーター著 ダイアモンド社 (1985) より編集)

この分析フレームワークを観光地域づくりの活動分析に用いることにより、多種多様で広範囲に渡る観光地域づくりの取り組みを、ある一定の尺度で把握することができると考えられるが、ここで改めて、観光地域づくりの活動分析にこのフレームワークを用いる理由と妥当性について、検討する。

まず、観光地域づくりの活動分析に、この分析フレームワークを用いる際に、留意すべき点が二点ある。

第一は、企業活動の場合、最終的に生み出される価値(バリューチェーンの右側)は、常にマージン(=経済的価値)という「一定」の物差しで測ることができるが、観光地域づくりの場合に生み出される価値は、「住んでよし、訪れてよし」という住民と訪問者によって

認識される「良さ」である。つまり、全国どこでも誰もが同じの「一定」の物差しで測ることができるわけではない、という点である。

第二は、バリューチェーンは、もともと製造業の企業活動の分析から着想されている点である。マーケティングの分野でもいわゆる「観光」はサービス・マーケティングに分類され、製造業とは異なる特性があるとされている。例えば、サービスの持つ、通常の有形製品と異なる特性として、以下の点などが挙げられている。

- 生産と消費が同時に発生する（同時性あるいは不可分性:simultaneity・inseparability）
- 形がない（無形性:intangibility）
- 品質を標準化することが難しい（異質性:heterogeneity）
- 保存ができない（消滅性:perishability）

（「例えば、ヘアサロンのセットという技術提供には形がないし（無形性）、店側がサービスを提供（サービスの生産）するのと顧客がヘアセットしてもらう（サービスの消費）は同時であり、やり直しはできない（不可分性）。顧客ごとでセットの要望は異なり、品質を標準化することは難しい（異質性）。そして、顧客の来店がなければ、美容師がサービスを前もって作り保管しておくという事はできない（消滅性）」）。

このような特性を有するサービス業については、他の分析フレームワークにおいても、製造業とは異なる理論が提示されている（例えば、「従来のマーケティング・ミックスの4Pである、製品(product)、価格(price)、プロモーション(promotion)、流通(place)に加えて、サービス・マーケティング・ミックスとして参加者(participants)、物的な環境(physical evidence)、サービスの組み立てのプロセス(process of service assembly)の3つのPを加えた7Pでサービス・マーケティングの戦略を組み立てることが必要といわれている」）

（GLOBIS Management School MBA用語集 サービス・マーケティング とは
<http://gms.globis.co.jp/dic/00649.php>）。

つまり、上記の通り、バリューチェーンという分析フレームワークが着想された製造業と、観光地域づくりの分野では、異なる点があると言える。その第一点は、生み出される価値の評価軸が異なる – マージン（＝経済的価値）という「一定」の物差しか、「住んでよし、訪れてよし」という人間が認識する「良さ」という「幅のある」物差しか – という点であり、第二は、業界特性が異なるという点である。

しかし、このバリューチェーンという分析フレームワークには汎用性があり、幅広い業界、数多くの企業において、戦略構築の際に用いられ、ビジネス分析の基本的なフレームワークとして一般的に知られている。なぜならば、この分析フレームワークにより、企業における多彩な活動を構造的にモデルとして可視化することが可能となり、各活動の役割（機能）、コスト、事業全体への貢献度などを明らかにすることができるからである。

改めて確認するが、本事業の目的は、観光地域づくりに必要な人材像を明らかにするために、観光地域づくりの活動や、「住んでよし、訪れてよし」の良さが認識されるプロセスを明らかにすることであり、また、観光地域づくりを構成している活動や、「住んでよし、訪れてよし」の良さを認識という価値連鎖のプロセスを整理することである。この目的を達成するためには、上述の留意点をあらかじめ承知した上で、観光地域づくりの活動を分析する際のフレームワークとしてバリューチェーンを用いることは有用であり、妥当であると言える。

なぜならば、先に述べた通り、「観光地域づくり」は多種多様の幅広い活動を包含しており、確固たる定義がなく、これまでも「観光地域づくりとは何か」という議論が尽くされておらず、その議論のための土台づくりとして、観光地域づくりの活動を分析することが必要だからである。こうした状況において、バリューチェーンは、観光地域づくりの活動を構造的に可視化し、各活動の機能などを明らかにするために、ふさわしい分析フレームワークと言える。

また、既にさまざまな分野の人事マネジメントにおいても、この分析フレームワークが用いられている。職務、職能を明らかにする際のフレームワークとしても、戦略系コンサルティングファームでのサービスのなかでは活用されているし、岩手県では、農水産物の商品開発、六次産業化を担う人材を育成する事業として、「バリューチェーン人材育成事業」を行っている。こうしたことから、人事マネジメントにおいても、職務、職能の定義や、人材育成に関する分析のためのフレームワークとしても一般的に活用されており、本事業の最終的な目的が「人材像の明確化」である点を踏まえても、今回の検討の際にふさわしい分析フレームワークと言える。

つまり、留意すべき点はあるものの、今回の観光地域づくりの活動分析のためには、バリューチェーンを用いることが妥当かつ有用であり、この分析フレームワークを採用することとする。

② 観光地域づくりの活動分析

前述した図2-1は「観光地域づくりの取り組み」が、地域にある環境（素材）が単に「在る（存在する）」という状態から、「住んでよし、訪れてよし」の良さが認識される過程の取り組みであることを示している。

さらに、前述した図2-1の「観光地域づくりの取り組み」が、どのような活動によって成り立っているか、どのような活動によって「住んでよし、訪れてよし」の良さが認識されるか、について、バリューチェーンの分析フレームワークを活用して整理した図が以下の図2-2、図2-3である。

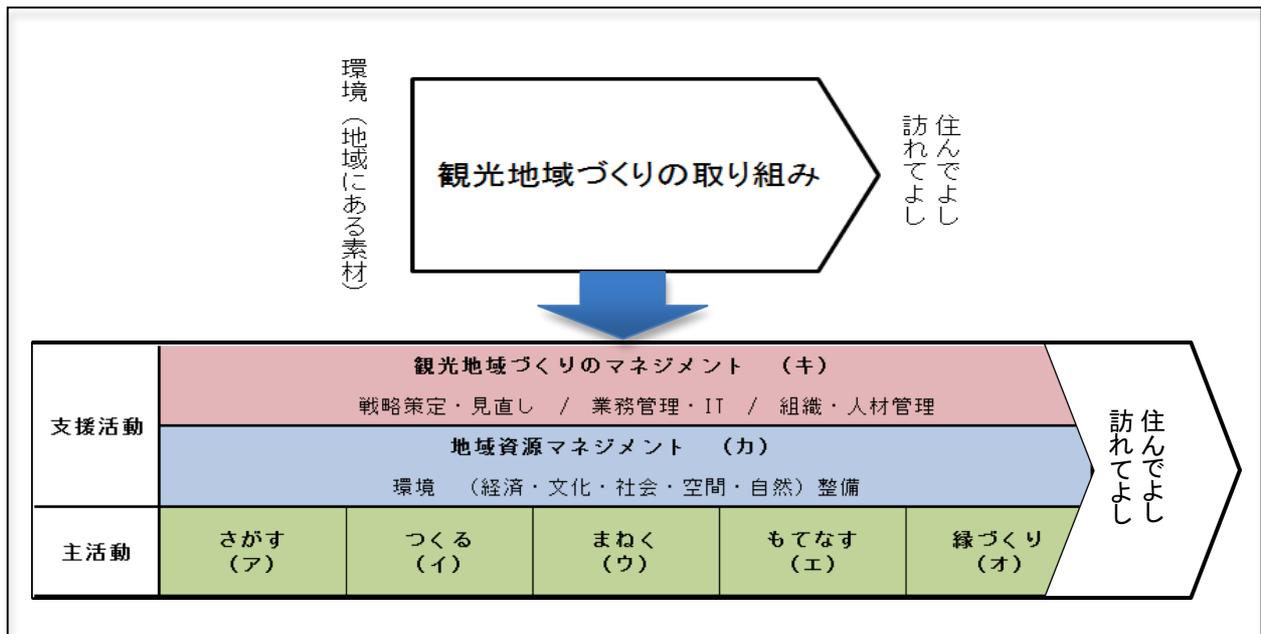


図 2-4 観光地域づくりのバリューチェーン

○観光地域づくりの主活動

まず、観光地域づくりの主活動は、「地域にある素材によって、地域外の人との交流を行うこと」と言える。観光地域づくりを、「地域づくり」+「観光」と捉え、つまり、交流人口を考慮した地域づくりであるとすれば、観光地域づくりの主活動は、「地域にある素材によって、地域外の人との交流を行うこと」と言える。例えば、着地型旅行商品や物産品に関わる一連の活動や、農業と観光のコラボレーションによる六次産業化プロジェクトなどがこれに該当する。観光地域づくりの主活動は、以下の（ア）～（オ）の活動から成ると言える。

（ア）さがす

地域にある素材のなかから地域資源の発掘を行うといった活動などが該当する。現状、この主活動の「さがす」を担う人材としては、例えば、地域の環境について詳しい学芸員などが担っていたり、あるいは、地域住民が「お宝さがし」のようなかたちのワークショップなどで行ったりしている。後述の「（カ）地域資源マネジメント」と異なる点は、ここでの活動が、観光地域づくりの主活動の出発点となる点である。つまり、「お宝さがし」

のようなワークショップが単なる「お宝探し」にとどまらず、戦略的にその「お宝」が地域外の人との交流を促す要素として活用されることを前提にしているという点が、「(カ) 地域資源マネジメント」とは異なっていると言える。

この活動の主な機能は以下の通りである。

- 地域資源の発掘
- 地域資源の価値付け・再評価
- 地域資源の物語化・再概念化

(イ)つくる

ここでは、(ア)の素材を磨く、組み合わせるなど、ただ「在る(存在する)」状態から、地域外との交流のためのプロダクトとなるような形にする活動が該当する。地域資源の組み合わせることなども必要となることから、現状では、ある程度、地域を横断的に考えられる観光協会のスタッフなどが担っているケースが多い。着地型旅行商品の場合は、旅行業資格を保有している観光協会が担うケースもある。この活動の主な機能は以下の通りである。

- 生産
- パッケージ化
- 商品化
- 地域資源の組み合わせ

(ウ)まねく

ここには、「(ア)さがす」、「(イ)つくる」の過程で形となった地域資源のプロダクトを地域外との交流につなげるための活動が該当する。現状、情報の発信などは、自治体、観光協会、各事業者、などさまざまなチャネルから行われている。また、流通においても、地域内の事業者が担うケースもあれば、地域外の事業者と協働するケースもある。ただし、地域外の事業者と協働で行う際には、地域主導で、事業者を適切に選定する必要がある。例えば、着地型旅行商品で地域外からの交流人口を受け入れるという主活動において、地域資源の発掘等(「(ア)さがす」と、商品化、パッケージ化(「(イ)つくる」)については地域のなかで担い、流通・販売(「(ウ)まねく」)については、地域外の旅行会社等に依頼するケースがある。その際、地域側が主導権を持ち、当該地域にふさわしい特性を持つ旅行会社を探すことが重要となる。旅行会社と一口に言っても、規模や特性(とくに顧客ターゲット)は多彩である。地域の戦略に沿ったパートナーを探せることが、地域にとって重要である。

- 発信
- 流通
- 営業
- マーケティング
- プロモーション

- ブランディング

(エ)もてなす

販売、接客などは、顧客に届く最終的な接点である場合が多く料金が発生するため、事業者が担っているケースが多い。とくに飲食・宿泊に関しては、地域の宿泊業者がほとんど担っていると言える。（稀にボランティアガイドなどもあり得る。しかし、ボランティアで料金に見合った品質を保証できるかは、消費者保護の観点から議論の余地がある）。

- 販売
- 接客
- 案内・ガイド
- サービスの提供（体験プログラム等）

(オ)縁づくり

来訪後のフォローアップによるリピーターづくりやファンづくりなどが、ここで果たされるべき機能であり、いわゆるアフターケアの機能に相当する。

- 継続的な情報発信
- 地域全体としての顧客管理
- ファンづくり、組織化等

○観光地域づくりの支援活動—その1「地域資源マネジメント」

(カ)地域資源マネジメント（経済・文化・社会・空間）

観光地域づくりの支援活動には二点あり、第一は、「(カ) 地域資源マネジメント」である。地域は、経済・文化・社会・空間といった要素が複合的に関係しあって成り立っており、それぞれが観光地域づくりの主活動において用いられる可能性がある要素である。それらの要素は、主活動の要素（地域外との交流の素材）として用いられずとも、地域には存在しており整備される必要がある。そうした活動は地域資源マネジメントとしてとして、観光地域づくりの支援活動として位置付けられる。この支援活動の機能は主に環境整備と言える。例えば道路などのハード整備や、伝統行事としての祭りとそれに関わる地域活動などが該当する。

- 経済環境の整備：地域経済・産業の活性化など
- 文化環境の整備：地域の文化・歴史等の保護、継承など
- 社会環境の整備：地域コミュニティの維持・再生など
- 空間環境の整備：景観・交通インフラ等

○観光地域づくりの支援活動—その2「観光地域づくりのマネジメント」

(キ)観光地域づくりのマネジメント

観光地域づくりの支援活動の第二は、観光地域づくりのマネジメントである。観光地域づくりの主活動は、支援活動の環境整備とのコンビネーションなども必要であり、また長

期的に複数年単位で取り組むべき活動も多い。観光地域づくりの取り組みは、地域内における活動が多彩で広範囲に及ぶため、複数の個々のプロジェクトが同時進行することもある。もちろん、個々のプロジェクトそれぞれにマネジメントも必要である。つまり、観光地域づくりのプロジェクト一つ一つに対するプロジェクト・マネジメントも必要であるし、それぞれのプロジェクトを横断的に長期的にマネジメントすることも必要である（念のため書き添えるが、コントロールではなく、マネジメントである。日本語ではどちらも「管理」となるが、ここで意味するところは、あくまでもマネジメントである。つまり、行政の決定事項や計画の通りに、全てをコントロールして進めていくやり方ではなく、自然発生的、あるいは民間の活動を含めて、「繋いでいく」やり方を示している）。

しかし、今回のアンケート結果の自由記述欄にも、「行政組織は短期で部署異動することが多いため、長期で人材育成を行うことが難しく、また、まちづくり組織自体の育成も難しい現状にある」といった回答も見られ、とくに長期的なマネジメントに課題があることが伺える。

また、ヒアリング調査のなかでも、「(キ)観光地域づくりのマネジメント」を継続的に行っている組織や人材が特定できないケースが多かった（「第4章 地域調査事例分析」参照）。つまり、観光地域づくりの活動には「(キ)観光地域づくりのマネジメント」という支援活動が必要にもかかわらず、地域においてこの活動の位置づけが曖昧であり、この活動を担える人材が不足していると考えられる。また、属人的な能力によって現在この機能を担うことができているケースなども、果たして継続的に安定した体制にあるかについては疑問が残る（「(キ)観光地域づくりのマネジメント」を担っている人物が地域の事業者である場合、本業が立ち往かなくなれば、観光地域づくりの「(キ)観光地域づくりのマネジメント」を担うこともできなくなるというリスクがある）。

ここでの機能は、例えば、個々のプロジェクト・マネジメントや、PDCAサイクル実行、さらにはPDCAサイクルを実行する仕組みの設計などである。ここでの活動の主な機能は以下の通りである。

- プロジェクトの立ち上げ・計画・実行・監視コントロール・終結
- プロジェクト統合マネジメント、スコープ・マネジメント、タイム・マネジメント、品質マネジメント、人的資源マネジメント、コミュニケーション・マネジメント、リスク・マネジメント、調達マネジメント

③ 観光地域づくり実践の支柱となる知識体系～プロジェクト・マネジメントについて

地域で行われている観光地域づくりの取り組みは、多種多様で幅広く、各地域、各取り組みによって、規模の大小など異なる要素も多々あるが、広い意味では全てを「プロジェクト」として捉えることができる。ひとつひとつの取り組みも、地域全体での観光地域づくりの取り組みも、規模や分野などは多種多様であるが、「住んでよし、訪れてよし」を成し遂げるためのプロジェクトであると言える。

前述の通り、これまで観光地域づくりの分野において、その手法や進捗のフェーズなどは、明確に示されていない。地域における観光地域づくりという取り組みが、どのように始まり、発展、展開して、「住んでよし、訪れてよし」が成し遂げられるのか、というロードマップ的なものが確立されているわけではない。地域によって事情は多様であるし、観光地域づくりの取り組みの目的も、取り組みを行う主体者も、実にさまざまである。そのような理由から、目標設定や成果の有無といった取り組みへの評価も含めて、曖昧にならざるを得ないし、さらに言えば、そのような状況であることが、観光地域づくりが、思いつきのアイデアや、継続が難しいかたちでの（例えば単年度予算の補助金による）取り組みになってしまうひとつの原因であるとも考えられる。

しかし、確立された手法や、進捗のフェーズを捉えるための適確なロードマップがなく、汎用性のある目標設定、評価基準なども無いとは言え、観光地域づくりは、『観光立国懇談会報告書』に明示されている「住んでよし、訪れてよし」を成し遂げるための取り組みであると言える。

一方、物事を成し遂げるための計画の策定と実行については、一般的にプロジェクト・マネジメントという分野で、さまざまな知見が蓄積されている。それが、業界、業種を問わずプロジェクト・マネジメント全般を、汎用性のあるものとして体系化されている「プロジェクト・マネジメントの知識体系ガイド（A Guide to the Project Management Body of Knowledge, PMBOK）」（以下、「PMBOK」）である。

PMBOKでは、プロジェクト・マネジメントを実施するための44のプロセスを定義し、さらに、それらを論理的に以下の5つのグループに分類している。

- ・立ち上げプロセス群
- ・計画プロセス群
- ・実行プロセス群
- ・監視コントロール・プロセス群
- ・終結プロセス群

また、プロジェクト・マネジメントを実施する44のプロセスを、管理対象別に9つのグループに分類し、プロジェクト・マネジメント知識エリアとしている。

- ・プロジェクト統合マネジメント
- ・プロジェクト・スコープ・マネジメント
- ・プロジェクト・タイム・マネジメント
- ・プロジェクト・コスト・マネジメント
- ・プロジェクト品質マネジメント

- ・プロジェクト人的資源マネジメント
- ・プロジェクト・コミュニケーション・マネジメント
- ・プロジェクト・リスク・マネジメント
- ・プロジェクト調達マネジメント

(『プロジェクト管理とPMBOK』アジア人財資金構想プログラム 産学連携専門講義
<http://www.tuat.ac.jp/~asiaprogram/courses/project/lesson05/#sec2>)

このように、業界、業種を問わず、物事を成し遂げるための計画の策定と実行については、既にある一定の知見として体系化され確立されている。観光地域づくり実践の支柱となる知識体系として活用することは有効であると言える。

つまり、PMBOKは、観光地域づくりという多様で幅広い取り組みに共通して活用できる知識体系と言え、②で言及したバリューチェーンとともに、観光地域づくりの取り組みを捉える枠組みとして採用する。

④ 観光地域づくりの構造

第2章②では、分析フレームワークのバリューチェーンに観光地域づくりの活動を当てはめ、観光地域づくりの取り組みが、どのような活動によって構成されているかを検討した。つまり、前項では、観光地域づくりの取り組みのなかで、どのような活動が行われているか、という検討を行った。この検討により、多様で幅広い観光地域づくりの取り組みの骨格が見えてきたと言える。

しかし、第2章②では、観光地域づくりの各活動がどの程度、成熟した段階にあるか(=観光地域づくりの各プロジェクトが適切なマネジメントのもと、目指すべき方向に進んでいるか)の検討が行われていない。第2章②での検討では、観光地域づくりの取り組みを活動ごとに分解し、バリューチェーンという分析フレームワークに落とし込むことができたが、そこには各活動の深度や成熟度という要素は含まれていない static (静的) な分析だったと言えるのである。

つまり、地域における観光地域づくりの取り組み全体についても、観光地域づくりのひととひとの取り組みについても、「住んでよし、訪れてよし」を成し遂げるという目的に対して、時間の経過とともに進捗あるいは停滞といったような動的 (dynamic) な要素が関係するはずで、その進捗あるいは停滞といった動的な要素は、地域の観光地域づくりの状況を把握する上で極めて重要であるが、バリューチェーンという分析フレームワークだけでは、その点について検討を行うことができないのである。

そこで、第2章①、②で検討した観光地域づくりのバリューチェーンと、③で言及したPMBOKの知識体系を援用して、ここでは、前項まで検討した観光地域づくりのバリューチェーンをベースにして、観光地域づくりの dynamic な分析を行い、観光地域づくりの取り組みの構造を明らかにしたい。

各活動にプロットされた上向きの矢印は、各活動におけるプロジェクトの深度を示しており、上向き方向に、各活動のプロジェクト・マネジメントの深度が増すことを意味して

いる。Aの矢印は、主活動の各活動のひとつひとつにおけるプロジェクト・マネジメントであり、Bの矢印は主活動全体、Cは地域資源マネジメントという支援活動、Dは観光地域づくりのマネジメントという支援活動に対するプロジェクト・マネジメントを意味している。

さらに、Eは、観光地域づくりのバリューチェーン構築そのもののマネジメントを意味している。この次元では、そもそも地域で観光地域づくりの取り組みを実施するか否か、実施するならば地域における観光地域づくりのビジョン、目的、その地域における観光地域づくりのバリューチェーン構築、といったハイレベルなマネジメントとなることが考えられる。端的に言えば、地域づくり全体のプロジェクト・マネジメントと言える。

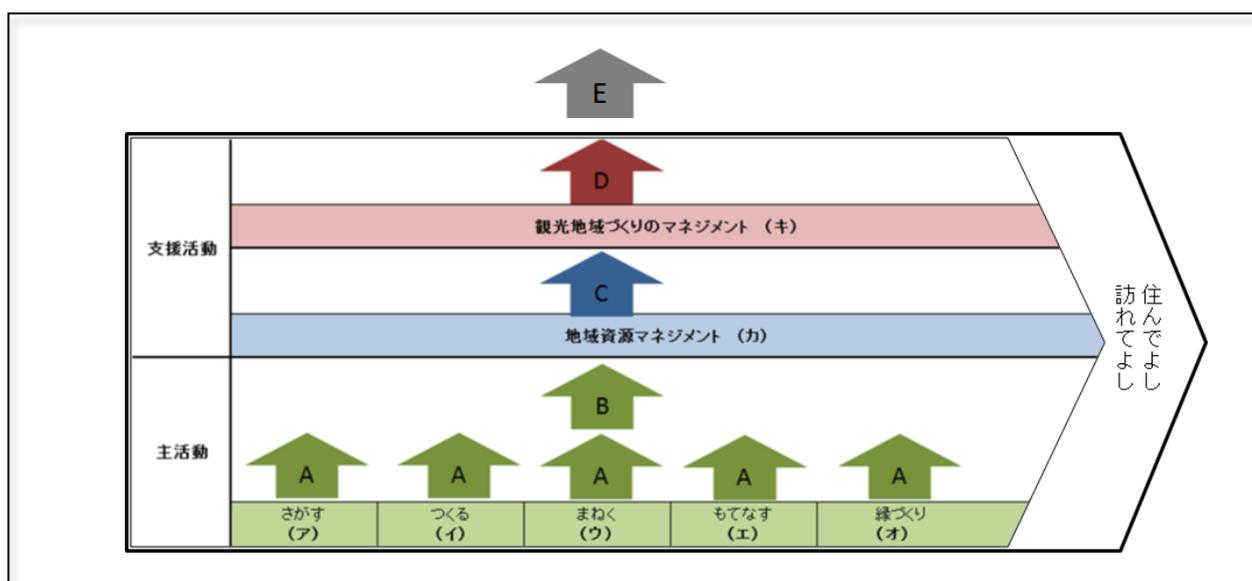


図 2-5 観光地域づくりのモデル

このように、横軸に「住んでよし、訪れてよし」までの価値連鎖、その価値を生み出すための各活動の深度を縦軸に取ることで、観光地域づくりのおおまかな全容が明らかになったと言え、これを観光地域づくりのモデルとする。

以上、第2章(2)で検討した観光地域づくりのモデル、PMBOKの2つの視点で、観光地域づくりの全体像を捉えることができると考え、第4章では実際の具体的な地域事例を用い、各地域の事例分析を行う。

第3章 全国自治体における観光まちづくりと人材ニーズ

(1) 調査概要

① 目的

近年、「観光」を活用した地域の活性化や再生に期待が高まっている。それは単に観光企業の発展や雇用拡大といった直接的かつ限定的な効果だけでなく、過疎対策や一次、二次産業振興といった地域課題の解決をも視野に入れた期待である。これは、従来の枠組みを超え、「観光」を基軸として地域社会のしくみを変革することが求められていることを意味している。

こうした「観光」への期待を受け、北海道大学観光学高等研究センターでは、地域を発展に導く新たな観光を創造する人材の育成研究に取り組んでおり、その一環となる本事業では、文部科学省と連携し、教育機関がこうした人材育成に果たしうる役割について検討している。

本調査は、文部科学省による平成25年度「成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進」事業の一環として、全国各地における「地域振興のための『観光地域づくり』を担う人材」について調べようとするもので、「地域活性化と観光創造」を実現するために必要な人材像を明らかにしたいと考えている。

本アンケートは全国1,719の全ての自治体（市町村）に配付し調査を行った。

② 対象

全国1,719の全自治体

③ 手法

郵送調査

④ 回収サンプル、回収率

772件の有効回答を得た。回収率は44.9%

⑤ 調査時期

平成25年11月21日 平成25年12月20日

⑥ 調査主体

北海道大学 観光学高等研究センター

(2) 回答自治体の概要

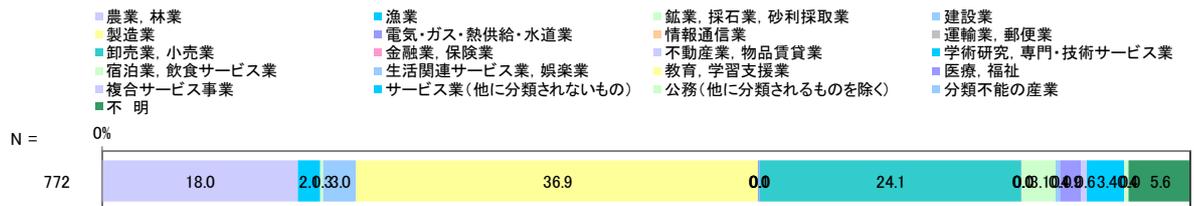
○エリア別分布



○人口別分布



○主要産業別分布

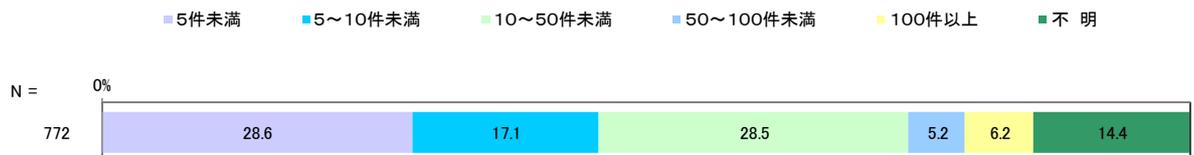


○立地企業規模別分布

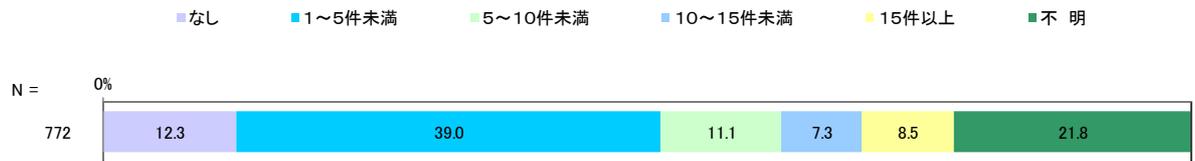
A) 立地企業件数：資本金5,000万円未満



B) 立地企業件数：資本金5,000万円～1億円未満



C) 立地企業件数：資本金1億円 3億円未満



D) 立地企業件数：資本金3億円 10億円未満



E) 立地企業件数：資本金10億円 50億円未満



F) 立地企業件数：資本金50億円以上



○立地企業資本形態別分布

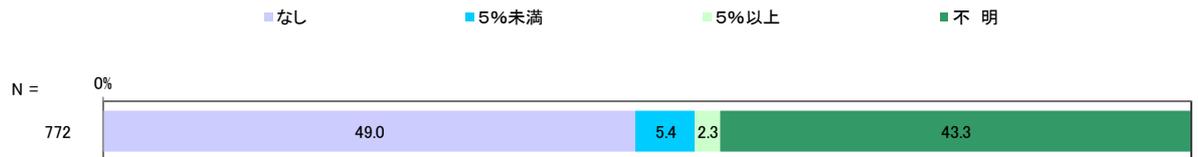
A) 資本別割合：地域内の資本の企業



B) 別割合：地域外・国内資本の企業



C) 資本別割合：外国資本の企業

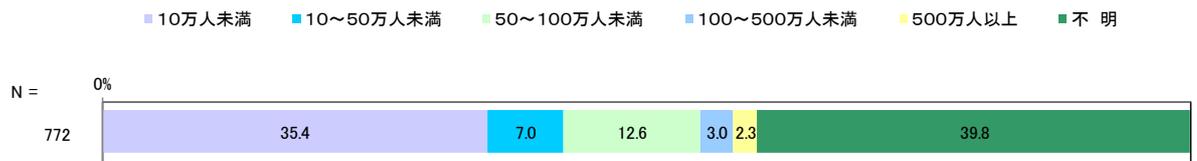


○観光状況別分布

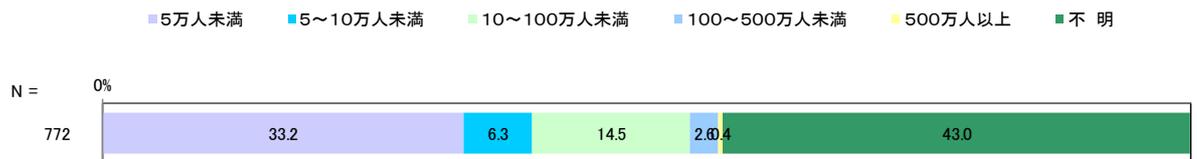
①年間観光入込客数



②年間宿泊客数



③年間宿泊延べ数



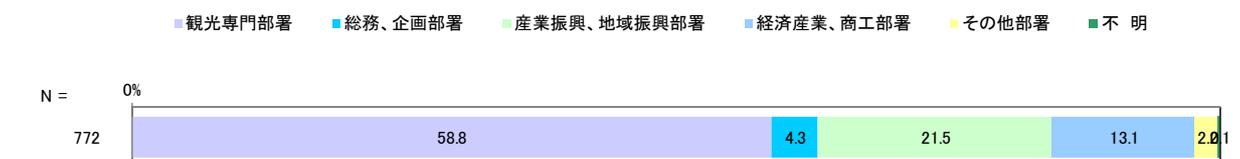
④観光予算比率別



⑤宿泊規模別



○回答部署別分布



(3) 分析手法と視点

① 因子分析

各自治体における観光地域づくりの取り組みにはどのような傾向と特色がみられるのか。観光地づくりへの取り組みを軸とした分析軸を抽出するために、「観光地域づくりの取り組み内容」の55の選択肢から共通する因子を探るための因子分析を試みた。

分析のステップとしては、初めに55カテゴリの「観光地域づくり」取り組み内容の回答数の合計が50以上のカテゴリを分析に用いる変数として抽出した。

次に抽出された32変数から共通性の低い（あてはまりが悪い）変数を分析から除外した。その結果として、以下の図に示す通り、の7つの有意な因子が抽出された。

	ハートン行列(a)						
	因子						
	1	2	3	4	5	6	7
都市と農山漁村の共生・対流・グリーンツーリズム・農山漁村交流	0.691	-0.074	-0.048	-0.102	0.023	0.121	-0.035
教育旅行の誘致	0.541	-0.178	-0.101	0.188	0.204	0.031	-0.020
移住・二地域居住・空き家再生等の推進	0.513	0.049	0.062	0.143	-0.226	0.023	0.037
過疎対策・集落活性化等による地域づくり	0.479	0.156	-0.206	-0.026	0.016	-0.083	0.102
体験プログラムの開発	0.366	-0.126	0.052	-0.003	0.076	0.352	0.053
農商工連携・農業6次産業化	0.356	0.200	0.081	-0.220	-0.017	0.187	-0.085
自然環境・自然資源を活用した取り組み	0.336	-0.041	0.146	-0.069	0.071	-0.031	0.163
地域おこし協力隊の受け入れ・活用	0.332	-0.022	0.041	-0.007	-0.024	0.013	-0.039
NPO等による「新しい公共」の担い手による地域づくり	0.317	0.004	-0.008	0.072	0.090	-0.069	0.180
商業地域サポート	-0.211	0.620	-0.097	-0.010	0.068	0.079	0.053
地域産業支援	-0.051	0.535	-0.098	-0.172	0.044	0.173	0.106
企業誘致	0.120	0.465	0.120	0.040	-0.066	-0.146	-0.052
雇用創出(拡大)	0.214	0.460	0.082	0.003	0.020	-0.124	-0.004
中心市街地活性化	-0.095	0.450	0.010	0.168	-0.039	0.041	-0.015
域内交通に関わる取り組み(自転車の活用、地域鉄道対策等)	0.062	0.381	-0.044	0.229	0.167	-0.064	-0.032
景観法に基づく建設活動の誘導・景観形成	0.027	0.311	-0.053	0.113	-0.125	0.243	-0.068
道の駅や休憩施設等の整備	0.188	0.272	0.160	-0.055	-0.026	-0.055	-0.161
文化遺産・文化財等を活用した取り組み	0.014	0.236	0.185	0.001	0.044	0.072	0.184
近隣市町村との連携(観光圏・定住自立圏構想・新地方生活圏計画など)	0.157	0.195	0.074	0.091	0.119	0.037	-0.172
祭りやイベントの開催(花火大会、マラソン大会等)	-0.052	-0.028	0.755	0.014	0.100	-0.181	0.019
地域のPR、地域の情報発信(観光パンフレットの発行、フリーペーパーの発行等)	0.019	0.003	0.464	0.124	-0.007	-0.034	0.201
食を活かした取り組み(ご当地メニュー、地産地消等)	-0.021	0.094	0.391	-0.011	0.000	0.257	0.069
訪日外国人観光客誘致	0.026	0.058	-0.018	0.695	-0.069	0.099	0.011
観光プロモーション(旅行博への出展、メディアを使ったプロモーション等)	-0.136	-0.022	0.243	0.488	0.083	0.207	-0.087
観光人材の育成(おもてなし研修、宿泊施設等観光産業人材の育成等)	0.004	0.093	-0.004	0.010	0.639	0.012	0.056
地域ガイドの育成	-0.007	-0.056	0.177	-0.069	0.554	0.057	-0.079
着地型旅行商品の造成	0.015	0.032	-0.179	0.138	0.125	0.624	0.028
観光地域ブランド確立に関わる取り組み	0.129	0.048	-0.058	0.151	-0.136	0.283	0.116
地域資源の発掘・活性化のための取り組み(地域住民によるお宝探し等)	0.063	-0.027	0.112	-0.038	-0.031	0.088	0.623

因子抽出法: 最尤法

回転法: Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

抽出された各因子については、それぞれ以下の視点から因子の特色を整理し、命名した。

第1因子は、「都市と農山漁村の共生・対流・グリーンツーリズム・農山漁村交流」「教育旅行の誘致」「過疎対策・集落活性化等による地域づくり」など、地域資源を有効に活用していこうとする取り組み内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで「**地域資源活用**」因子と命名した。

第2因子は、「商業地域サポート」、「地域産業支援」、「企業誘致」、「雇用創出（拡大）」、「中心市街地活性化」など、商業活性化、企業誘致、雇用等、地域経済の振興に対する取り組み内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで、「**経済振興**」因子と命名した。

第3因子は、「祭りやイベントの開催（花火大会、マラソン大会等）」、「地域のPR、地域の情報発信（観光パンフレットの発行、フリーペーパーの発行等）」など、祭りやイベントとそれによる地域からの情報発信への取り組み項目が高い負荷量を示していた。そこで「**祭り・イベント**」因子と命名した。

第4因子は、「訪日外国人観光客誘致」、「観光プロモーション（旅行博への出展、メディアを使ったプロモーション等）」といった、インバウンドへの取り組みや大規模なプロモーションへの取り組み項目が高い負荷量を示していた。そこで「**インバウンド重視**」因子と命名した。

第5因子は、「観光人材の育成（おもてなし研修、宿泊施設等観光産業人材の育成等）」、「地域ガイドの育成」といった人材育成を重視する取り組み項目が高い負荷量を示していた。そこで「**人材育成重視**」因子と命名した。

第6因子は、「着地型旅行商品の造成」が高い負荷量を示していた。そこで「**着地型観光商品開発**」因子と命名した。

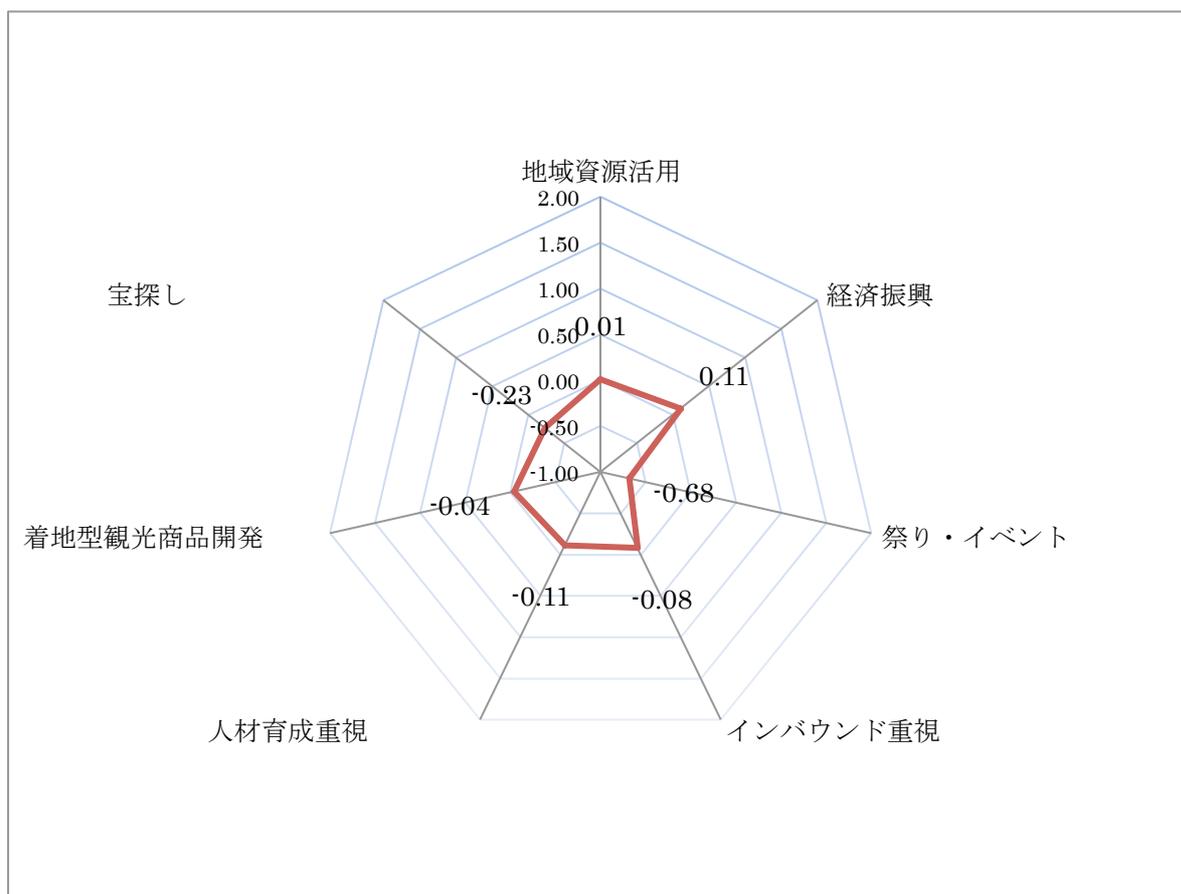
第7因子は、「地域資源の発掘・活性化のための取り組み（地域住民によるお宝探し等）」が高い負荷量を示していた。そこで「**宝探し**」と命名した。

○クラスター分析

次に因子分析で得た7つの因子の因子負荷量を変数として回答者のグループ分けを試みた。階層クラスター分析を実施した結果、8つのグループを得ることができた。

本調査では、このようにして得られたクラスター分析結果による観光地域づくりに対する取り組みの異なる各グループを基本分析軸として分析するものとする。

ただし、クラスター分析の過程で、7つの因子のいずれに対しても反応が低かったクラスターグループ（以下図）については、特色のある地域観光づくりへの取り組みに乏しいと判断されるので分析対象から除外するものとする。（全体の21.4%の分布）



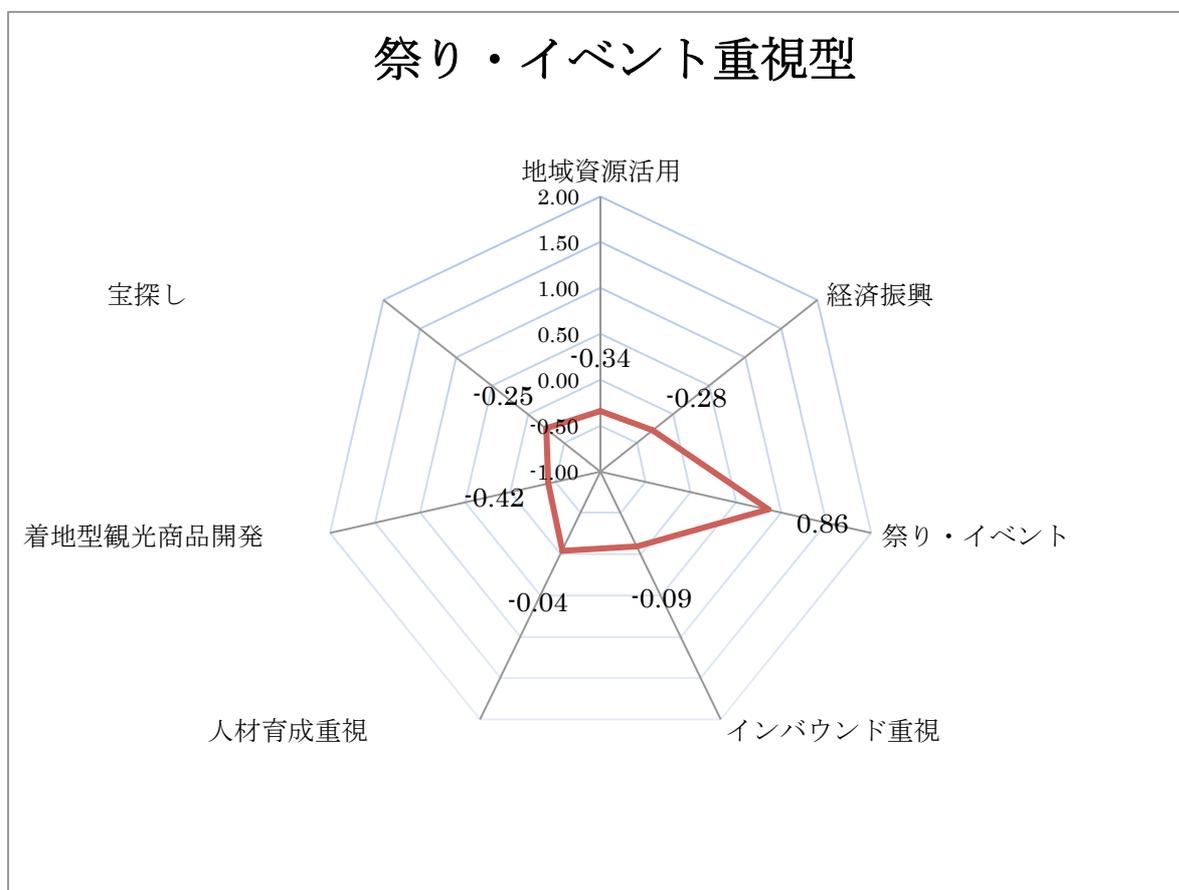
○各クラスターの構成比と特色

① 祭り・イベント重視型

「祭り・イベント重視型」と定義したこのグループは、回答自治体の20.6%を占め、最も構成比が高い。

このグループの特色を、7つの因子負荷量スコアで見ると、「祭り・イベント」因子に最も高く反応しているが、「着地型観光商品開発」や「地域資源活用」等への反応は低くなっているのが特色である。

クラスターグループ間の比較で、自治体の人口動態や観光動態での特色をみると、人口および、年間宿泊客延べ数が最も少ない。また、自治体における年間観光入込客数が2番目に少ない。という特色を示しており、比較的人口が少なく、訪問観光客（特に宿泊観光客）の誘致に課題を抱えているタイプの自治体であることが伺える。

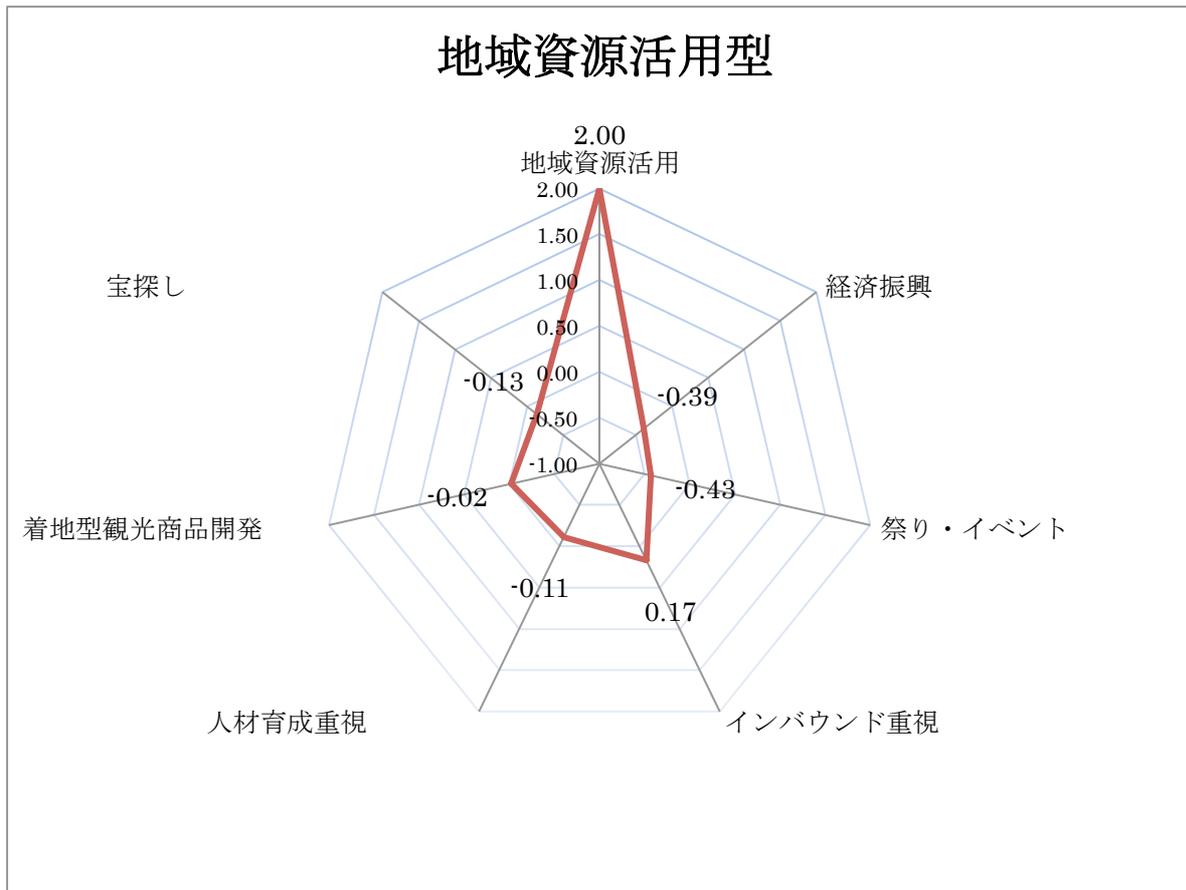


② 地域資源活用型

「地域資源活用型」と定義したこのグループは、回答自治体の7.5%の構成比となる。

このグループの特色を、7つの因子負荷量スコアで見ると、「地域資源活用」因子のみに高く反応しており、他の因子には反応が低いのが特色である。

クラスターグループ間の比較で、自治体の人口動態や観光動態での特色には特に大きな傾向はみられなかった。

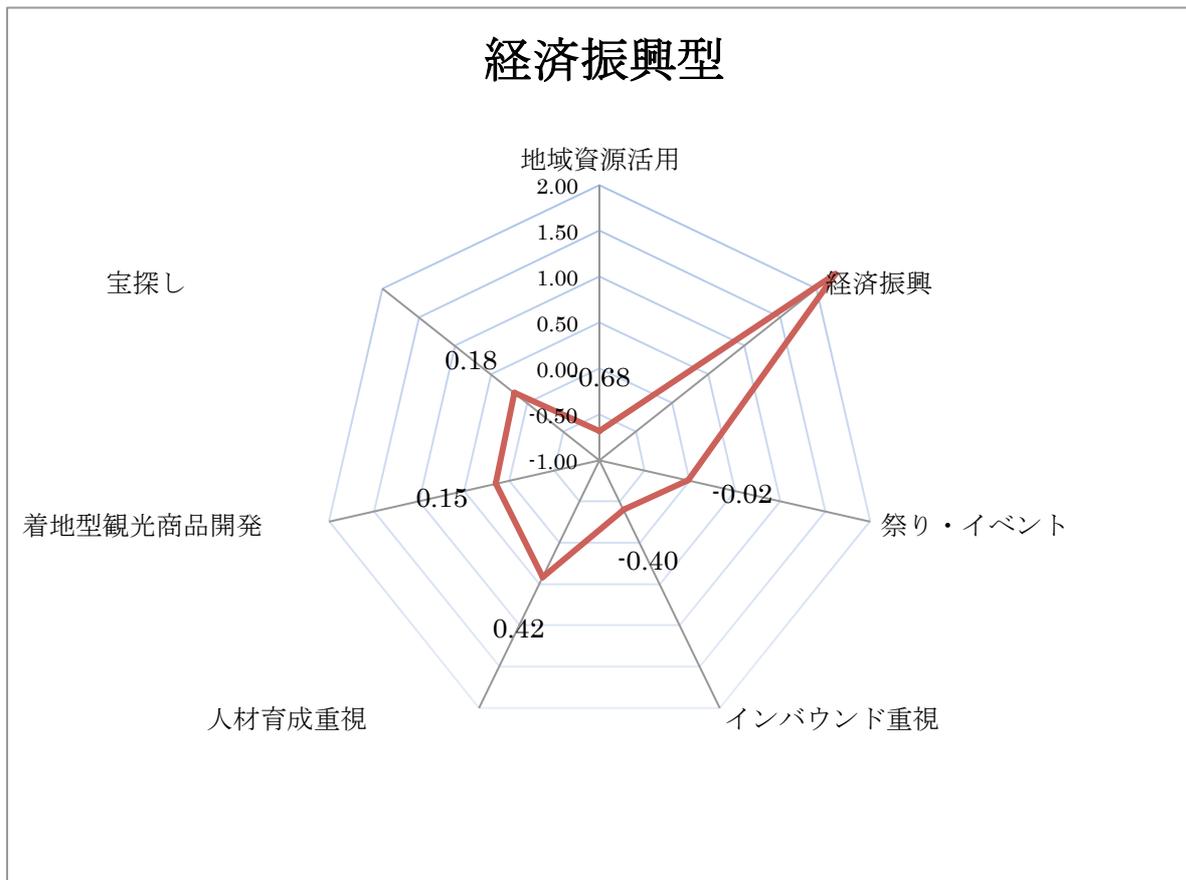


③ 経済振興型

「経済振興型」と定義したこのグループは、回答自治体の5.8%の構成比である。

このグループの特色を、7つの因子負荷量スコアで見ると、「経済振興」因子に最も高く反応しているが、「人材育成」にもやや高い反応を示している。一方で「インバウンド」への反応は低くなっているのが特色である。

クラスターグループ間の比較で、自治体の人口動態や観光動態での特色をみると、人口および、年間宿泊客延べ数、自治体における年間観光入込客数がそれぞれ2番目に多いという特色を示しており、比較的人口規模も大きく、訪問観光客、宿泊観光客ともに多めの自治体が属していることが伺える。

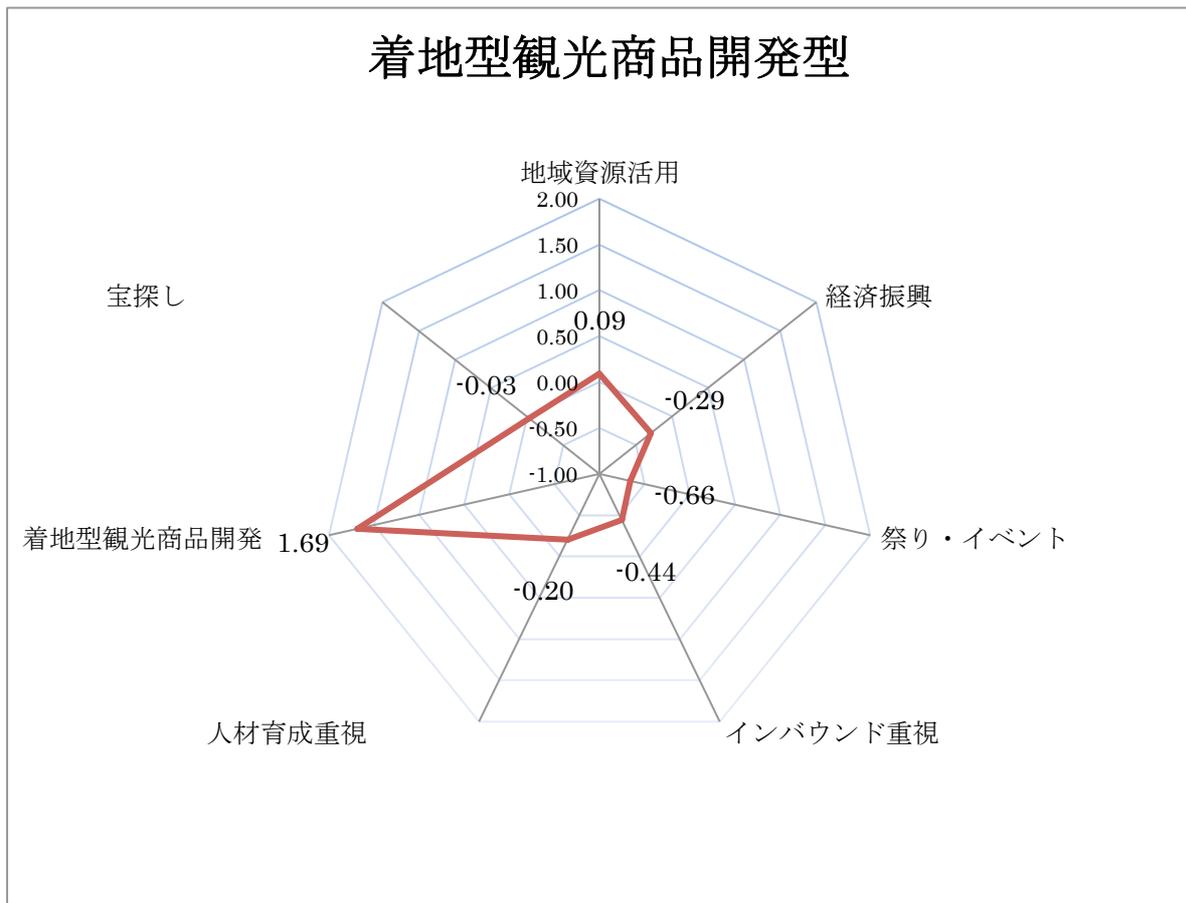


④ 着地型観光商品開発型

「着地型観光商品開発型」と定義したこのグループは、回答自治体の6.1%の構成比となる。

このグループの特色を、7つの因子負荷量スコアで見ると、「着地型観光商品開発型」因子に最も高く反応しており、他の因子には反応が低いのが特色である。特に「インバウンド重視」とは全く逆の志向を持つタイプであることがわかる。

クラスターグループ間の比較で、自治体の人口動態や観光動態での特色には特に大きな傾向はみられなかった。

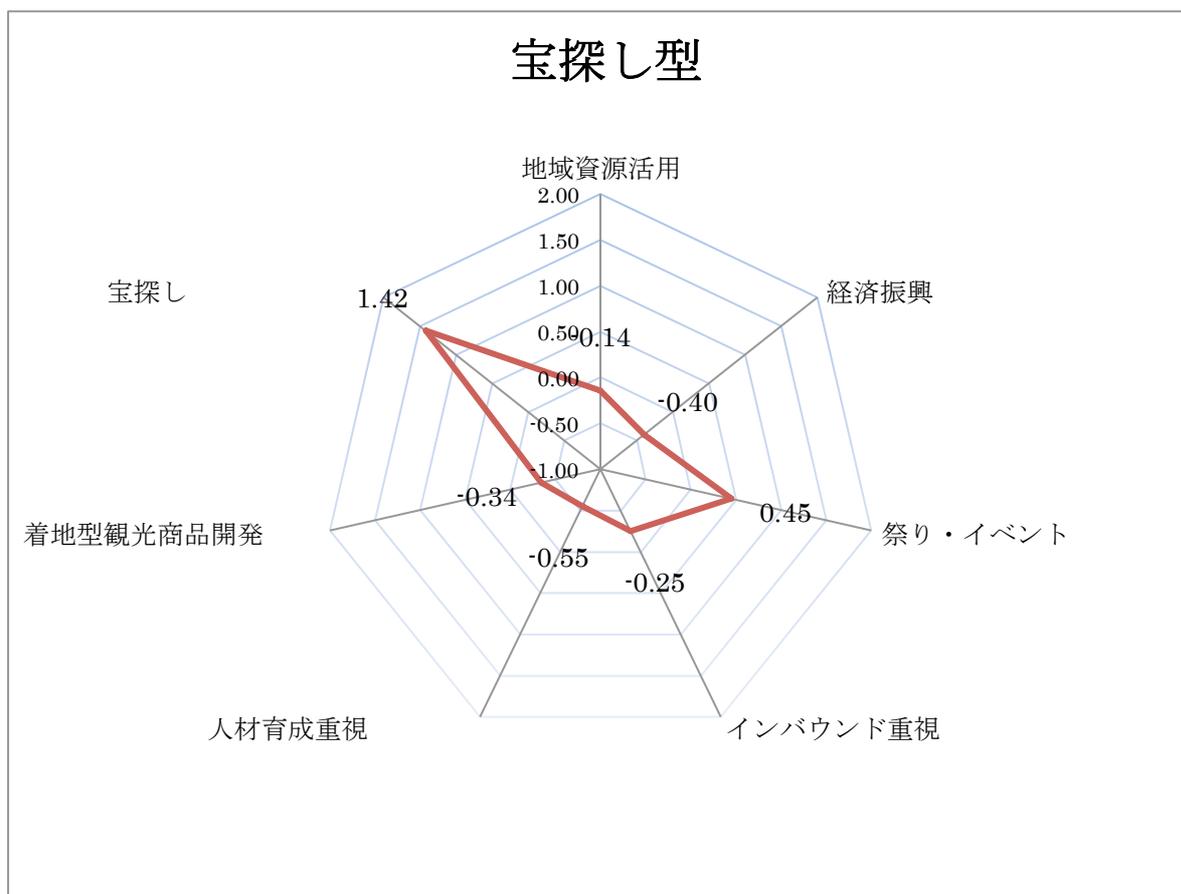


⑤ 宝探し型

「宝探し型」と定義したこのグループは、回答自治体の8.0%の構成比である。

このグループの特色を、7つの因子負荷量スコアで見ると、「宝探し」因子に最も高く反応しているが、「祭り・イベント」もやや高い反応を示している。一方で「人材育成重視」への反応は低くなっているのが特色である。

クラスターグループ間の比較で、自治体の人口動態や観光動態での特色をみると、自治体の人口、年間宿泊客延べ数が2番目に少ない。また、自治体における年間観光入込客数が最も少ないという特色を示しており、人口過疎と観光客誘致に課題を抱えている自治体が属していることが伺える。

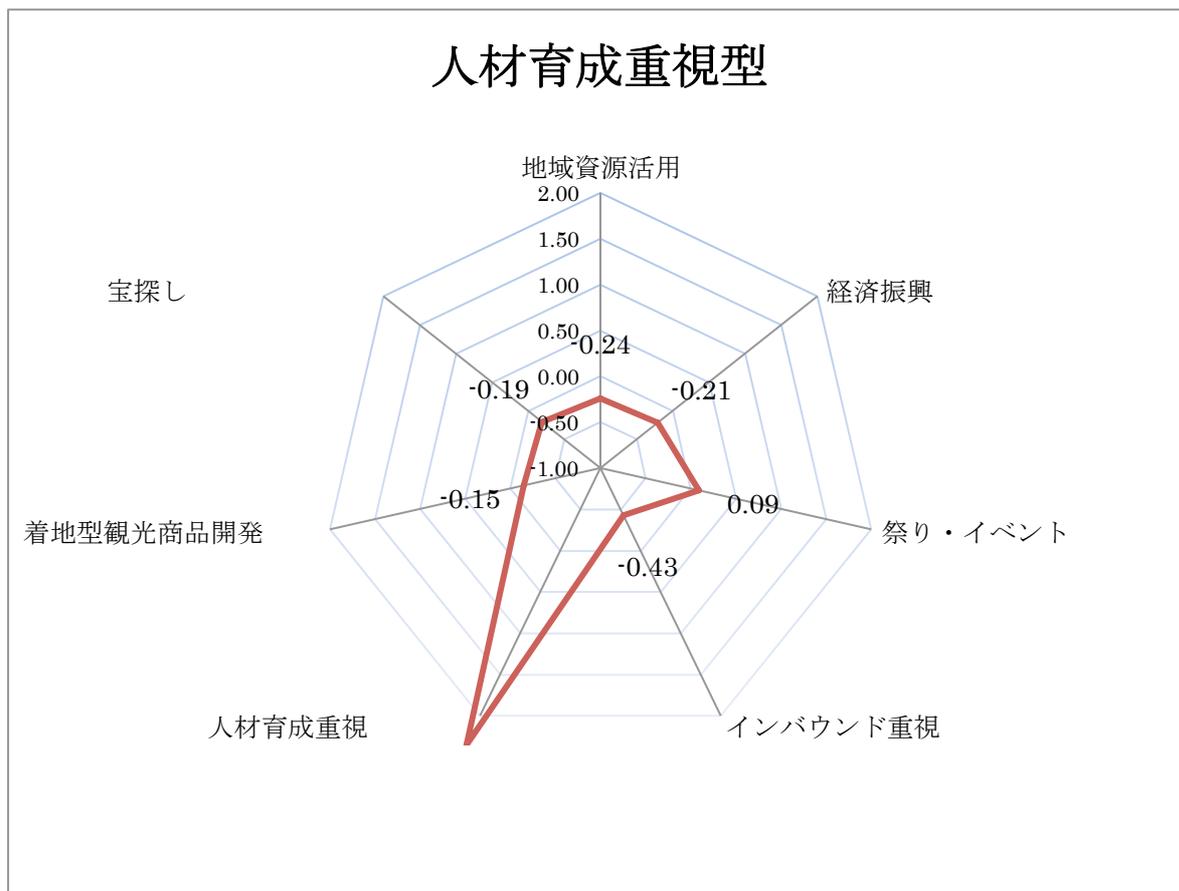


⑥ 人材育成重視型

「地域資源活用型」と定義したこのグループは、回答自治体の4.5%と分析に用いたクラスターグループでは最も少ない構成比である。

このグループの特色を、7つの因子負荷量スコアで見ると、「人材育成重視」因子のみに高く反応しており、他の因子には反応が低いのが特色である。

クラスターグループ間の比較で、自治体の人口動態や観光動態での特色には特に大きな傾向はみられなかった。

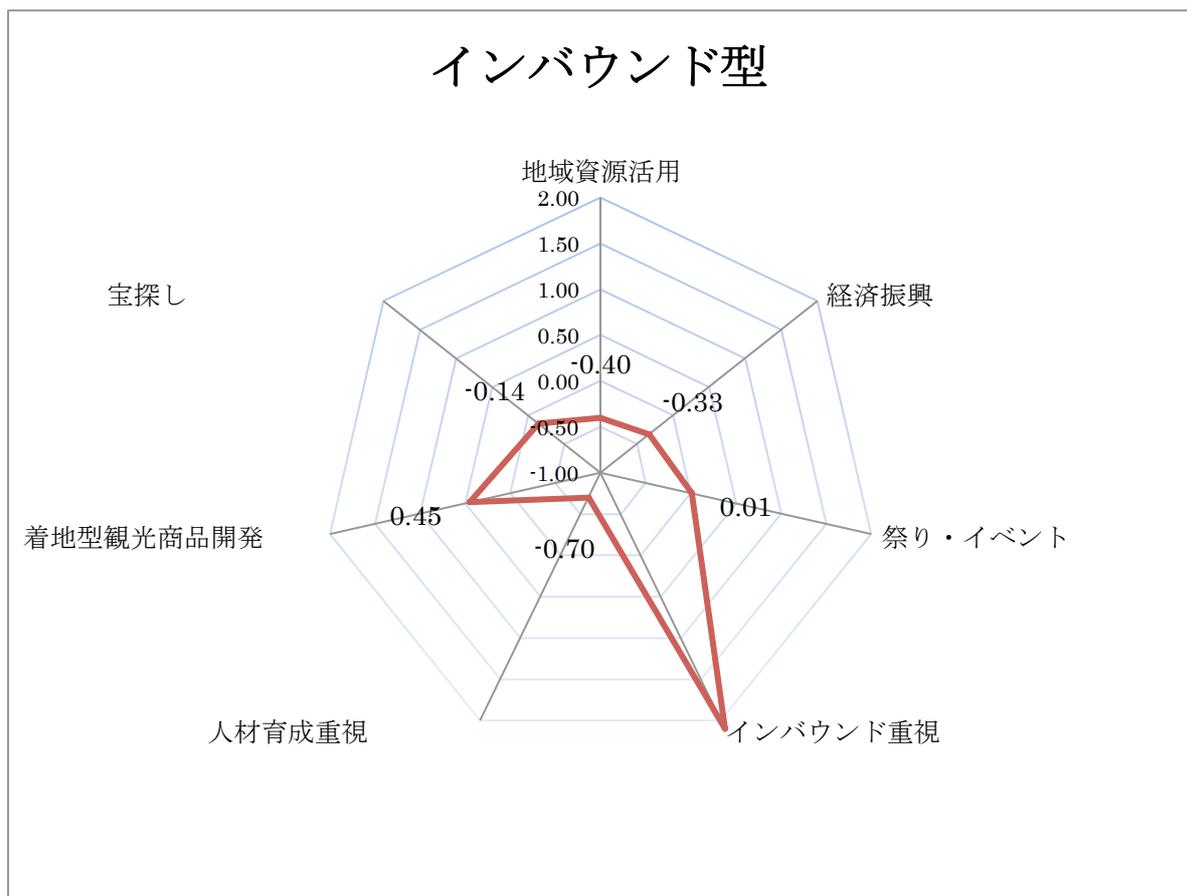


⑦ インバウンド型

「インバウンド重視型」と定義したこのグループは、回答自治体の5.4%の構成比である。

このグループの特色を、7つの因子負荷量スコアで見ると、「インバウンド重視」因子に最も高く反応しているが、「着地型観光商品開発」へもやや高い反応を示している。一方で「人材育成重視」への反応は極端に低くなっているのが特色である。

クラスターグループ間の比較で、自治体の人口動態や観光動態での特色をみると、自治体の人口、自治体における年間宿泊客延べ数、年間観光入込客数ともに最も多いという特色を示しており、人口規模も大きく国際的な観光資源を有する自治体が属していることが伺える。

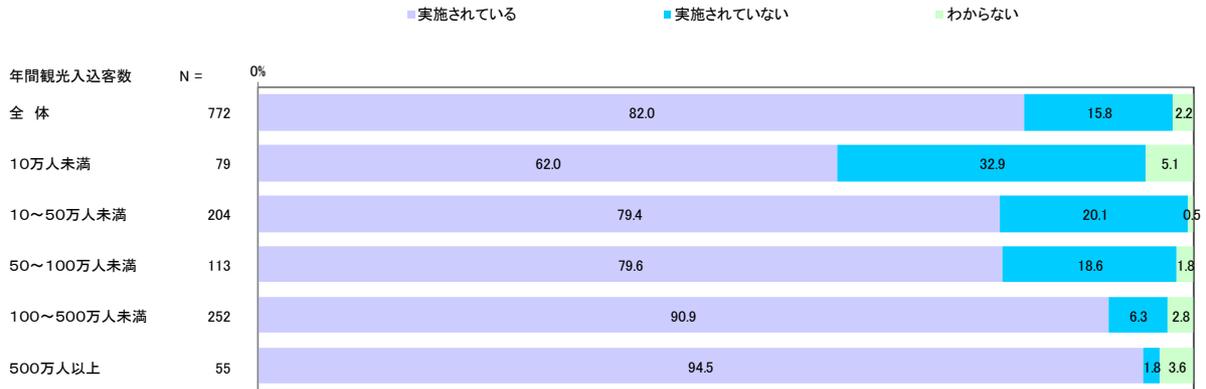


(4) 分析結果

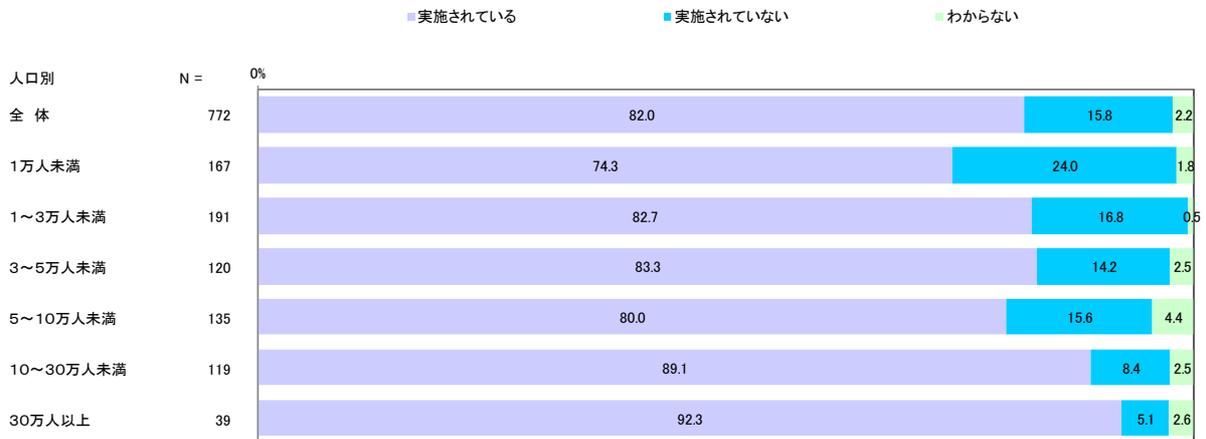
①観光地域づくりの取り組み実施の有無（設問①）

観光地域づくりの取り組み実施をみると、82.0%の自治体が「実施されている」と回答。「実施されていない」は15.8%にとどまる結果となった。

年間観光入込客数別でみると、自治体への観光入込客が多いほど、取り組み比率は高いという傾向が伺える。



自治体の人口別でみると、自治体への人口が多いほど、取り組み比率は高いという傾向が伺える。人口1万人未満の自治体は24.0%と約4分の1が観光地域づくりの取り組みを行っていない。



②観光地域づくり取り組み概要

設問②「観光地域づくり取り組みの概要」は、観光地域づくりに取り組みのある自治体を対象として、最大5つまでの取り組みの概要について聴取したものである。

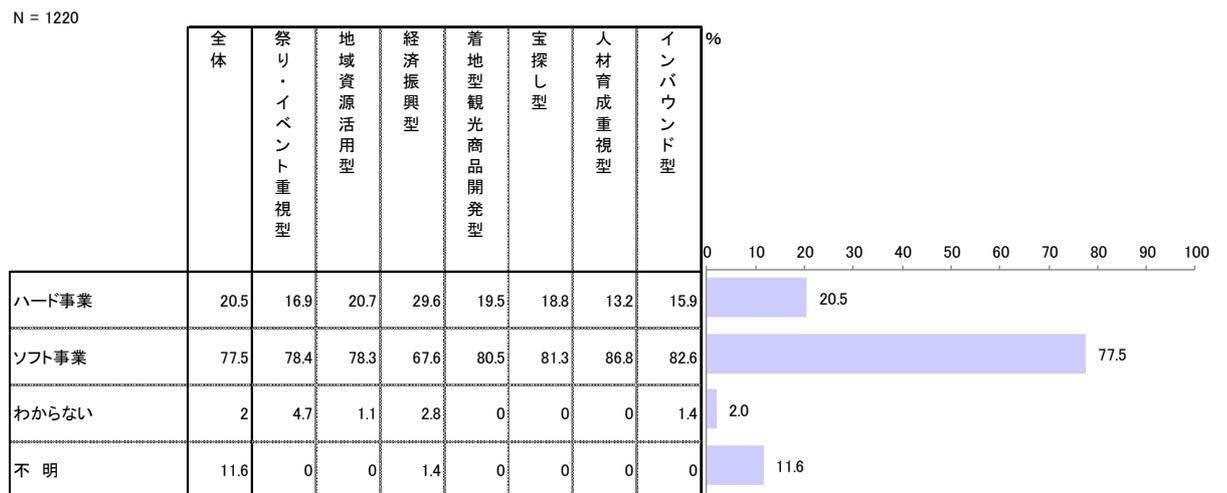
そのため、自治体によって取り組みが1つのみ、あるいは5つまで全て回答しているケースが混在している。

集計分析の便宜上、設問②については、1～5番目までの取り組みを全て統合し、自治体ベースではなく、回答総数ベースにて数値集計を行った。よって、回答基数が回答自治体数より多くなっていることに留意する必要がある。

事業区分（設問②A）

設問②A、事業区分（ハード、ソフト別）をみると、全体では77.5%が「ソフト事業」、20.5%がハード事業となっている。

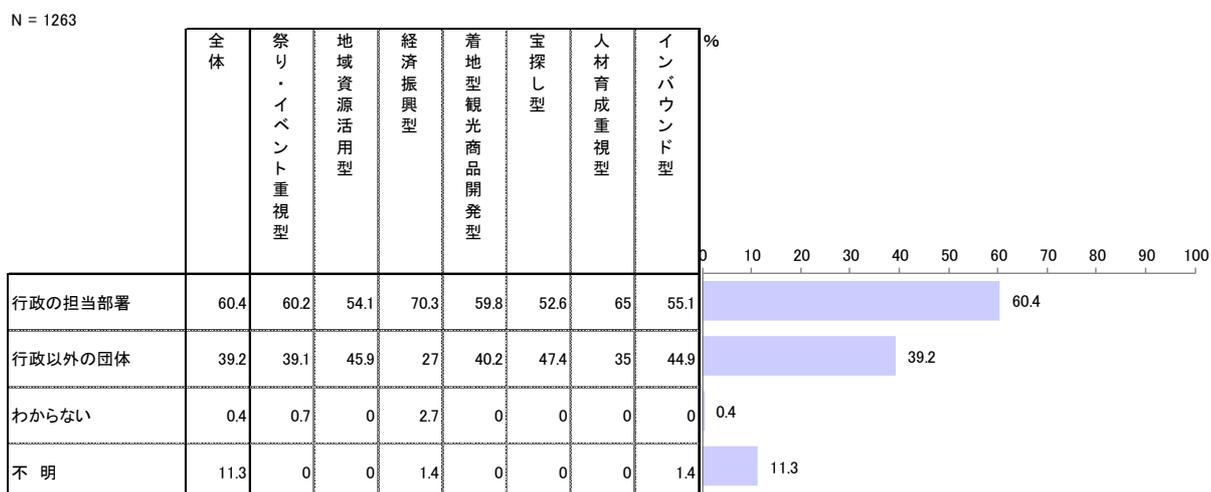
人材育成重視型は、「ソフト事業」の比率が86.8%に達している。一方で、経済振興型は、「ハード事業」の比率が29.6%と他グループよりも比較的高いのが特色。



実施主体（設問②B）

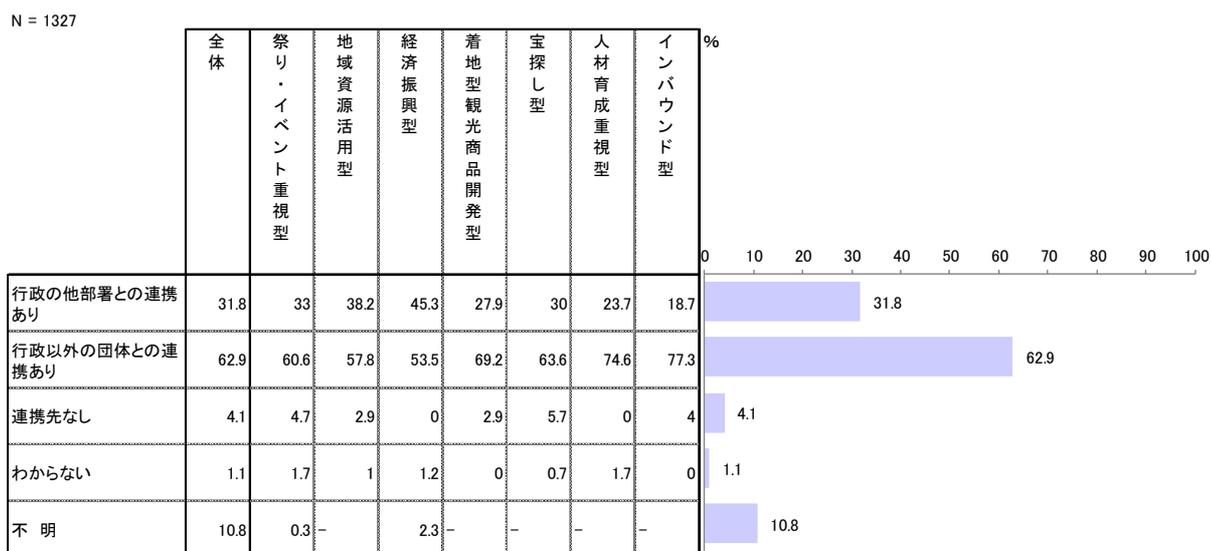
設問②B、実施主体（行政、行政以外）をみると、全体では60.4%が「行政の担当部署」、39.2%が「行政以外の団体」となっている。

経済振興型は行政の割合が高く、宝探し型、地域活用資源型は、行政以外の割合が高い。



設問②C、連携先の有無をみると、全体では62.9%が「行政以外の団体と連携がある」、31.8%が「行政の他部署との連携あり」となっている。

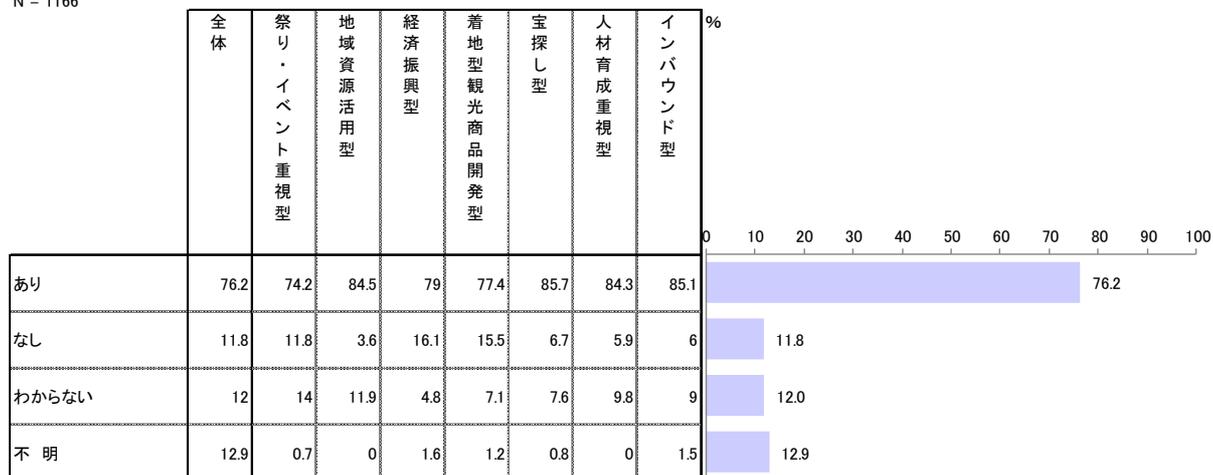
人材育成型は行政以外との連携の割合が非常に高くなっているのが特色。一方、経済振興型は、行政以外の連携がやや低い。



設問②D、取り組み上の問題の有無をみると、全体では76.2%が「問題あり」としており、観光地域づくりにおいて何らかの問題を抱えていることが伺える。

特に、地域資源活用型、宝探し型、インバウンド型は問題を抱えている割合が非常に高い。

N = 1166



設問②E、観光地域づくりの具体的取り組み内容について、55の選択肢を設定し、聴取した結果として、全体で最も多い取り組み順で整理すると

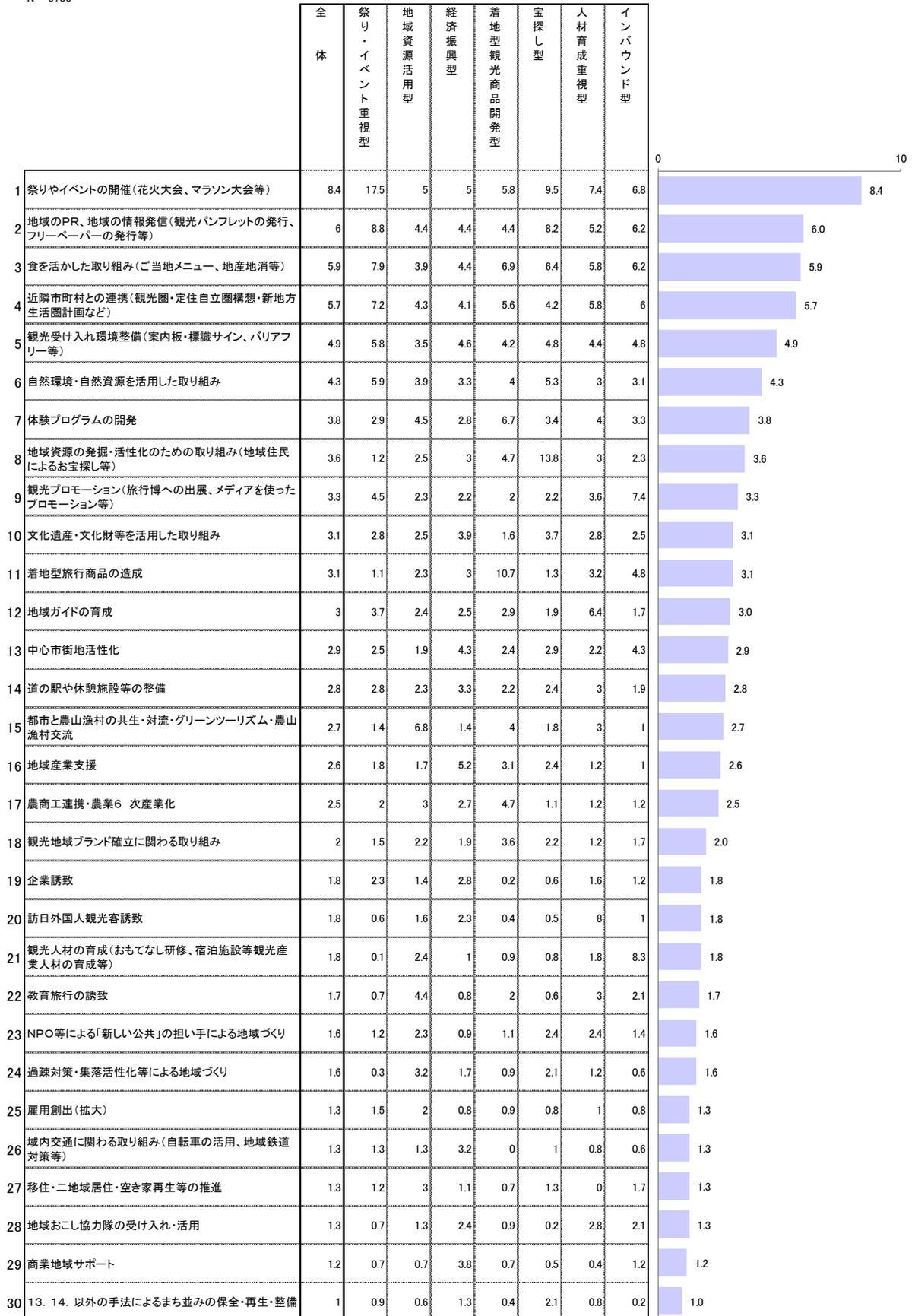
- | | |
|--|------|
| 1 祭りやイベントの開催（花火大会、マラソン大会等） | 8.4% |
| 2 地域のPR、地域の情報発信（観光パンフレットの発行、フリーペーパーの発行等） | 6.0% |
| 3 食を活かした取り組み（ご当地メニュー、地産地消等） | 5.9% |
| 4 近隣市町村との連携（観光圏・定住自立圏構想・新地方生活圏計画など） | 5.7% |
| 5 観光受け入れ環境整備（案内板・標識サイン、バリアフリー等） | 4.9% |
| 6 自然環境・自然資源を活用した取り組み | 4.3% |

という結果となっている。（次頁グラフ参照）。

また、参考として、クラスターグループ別に各取り組み項目の上位順に項目を整理した。（P23～P26）。

N = 5736

%



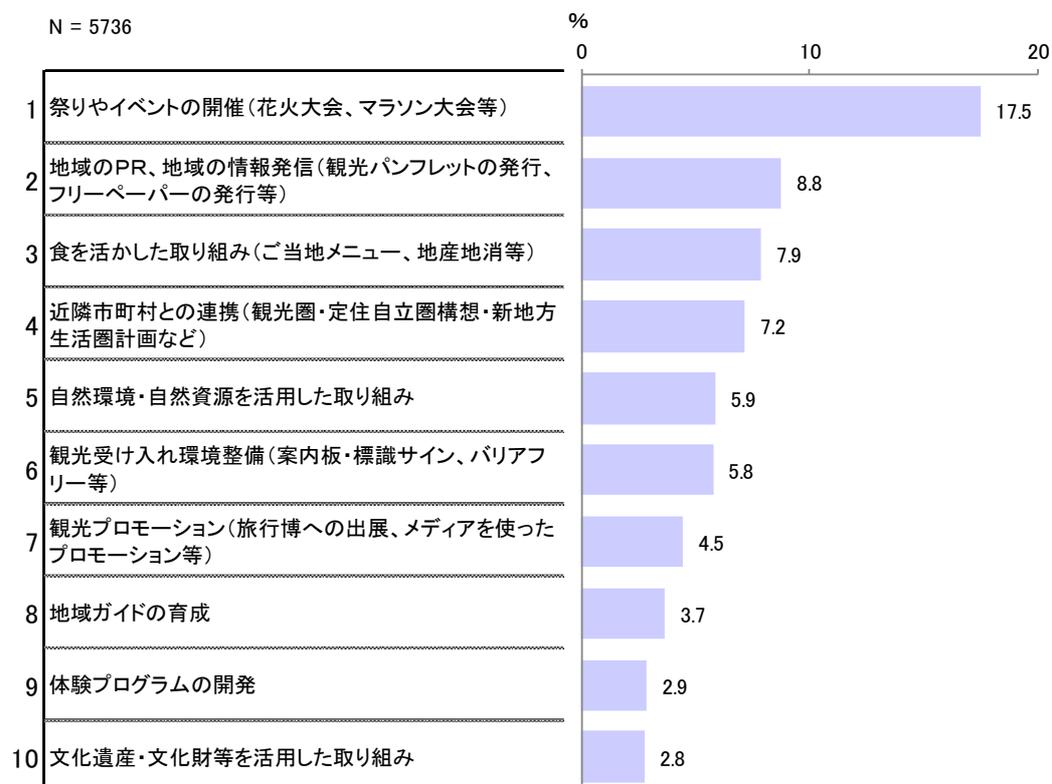
N = 5736

%

	全 体	祭 り・ イ ベ ン ト 重 視 型	地 域 資 源 活 用 型	経 済 振 興 型	着 地 型 観 光 商 品 開 発 型	宝 探 し 型	人 材 育 成 重 視 型	イ ン バ ウ ン ド 型	
31 景観法に基づく建設活動の誘導・景観形成	0.9	0.6	1.1	1.4	1.1	0.3	0	0.8	0.9
32 UJ ターン・定住の促進	0.9	0.4	1.1	1.4	0.9	1	0.6	1	0.9
33 教育機関との連携(域学連携、地域実践活動に関する 大学教員ネットワークの活用等)	0.9	0.3	1.9	1.3	0.7	1	0.6	0.6	0.9
34 温泉街の保全・再生・整備	0.8	1	1.1	0.8	0.4	0.8	0.6	1	0.8
35 新産業・新事業・ソーシャルビジネス・コミュニティビジネ ス支援	0.7	0.7	0.7	1.1	0.4	0.3	1.2	0.6	0.7
36 起業(ベンチャー)支援	0.7	0.4	1.1	1	0.7	0.2	1	0.6	0.7
37 (観光庁の提唱する)ニューツーリズムの推進	0.7	0.4	1.3	0.8	0.7	1	0	0.6	0.7
38 観光プラットフォーム事業	0.7	0.1	0.8	1.3	0.9	1.1	0.4	0.4	0.7
39 アート、クリエイティブ産業を活用した取り組み	0.6	0.5	0.7	1.1	1.1	0.3	0.6	0.8	0.6
40 近代化産業遺産を活用した取り組み(産業観光など)	0.6	0.3	0.5	0.9	0.7	0.5	0.2	0.6	0.6
41 ICT 活用を通じた地域活性化	0.5	0.3	0.6	0.4	0	0	0.4	1.7	0.5
42 風評被害対策	0.5	0.2	0.7	0.9	0.9	0.3	0.4	0.8	0.5
43 MICE 誘致・開催	0.5	0.1	0.4	1	0.4	0.3	0.8	0.6	0.5
44 地域づくり人材の育成(地域経営塾の開催、人材力活 性化プログラムの実践等)	0.5	0.1	0.8	0.1	0.9	0.3	0.6	1	0.5
45 観光地域づくり実践プランの実施	0.4	0.2	0.6	0.8	0.2	0.3	0.4	0.4	0.4
46 地域力創造のためのアドバイザー(地域人材ネット登録 者)の活用	0.4	0.1	0.8	0.3	0.4	0.3	0.4	0.2	0.4
47 地域イノベーション(地域社会のしぐみの変革)のための 取り組み	0.3	0.4	0.4	0.1	0	0.2	0.4	0.2	0.3
48 歴史まちづくり法に基づく整備	0.3	0.1	0.6	0.1	0.2	0.5	0	0	0.3
49 集落支援員の活用	0.2	0.1	0.4	0.4	0.2	0.5	0	0	0.2
50 地域ブランドアドバイザーの活用	0.2	0.1	0.1	0.3	0	0.3	0.4	0	0.2
51 地域活性化伝道師の活用	0.1	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0	0	0.1
52 「観光カリスマ」、「YOKOSO Japan 大使」の活用	0.1	0.1	0.2	0.1	0	0.2	0.2	0	0.1
53 観光経営マネジメント人材育成	0.1	0.1	0.1	0.1	0	0	0	0	0.1
54 観光地域づくりマネージャーの育成	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4	0	0	0	0.1
55 その他	0.3	0.2	0.1	-	-	-	-	0.4	0.3
56 不 明	2.8	-	-	-	-	-	-	-	2.8

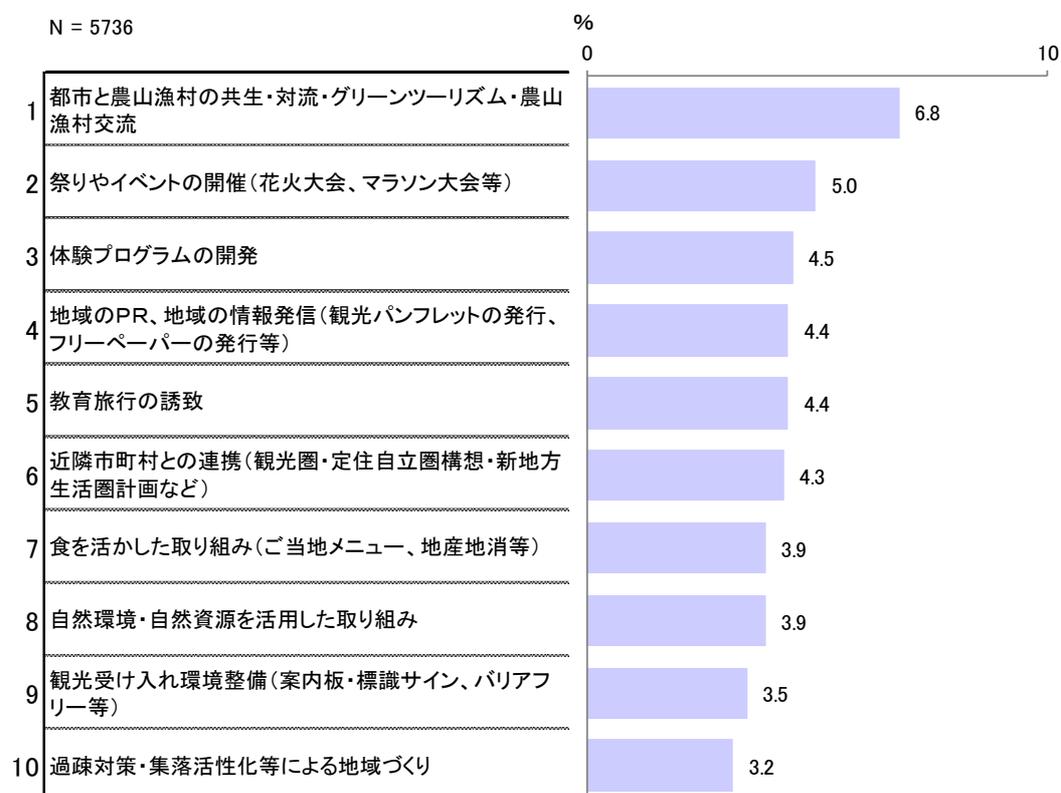
① 祭り・イベント重視型

※各クラス毎主要10項目のみ掲載

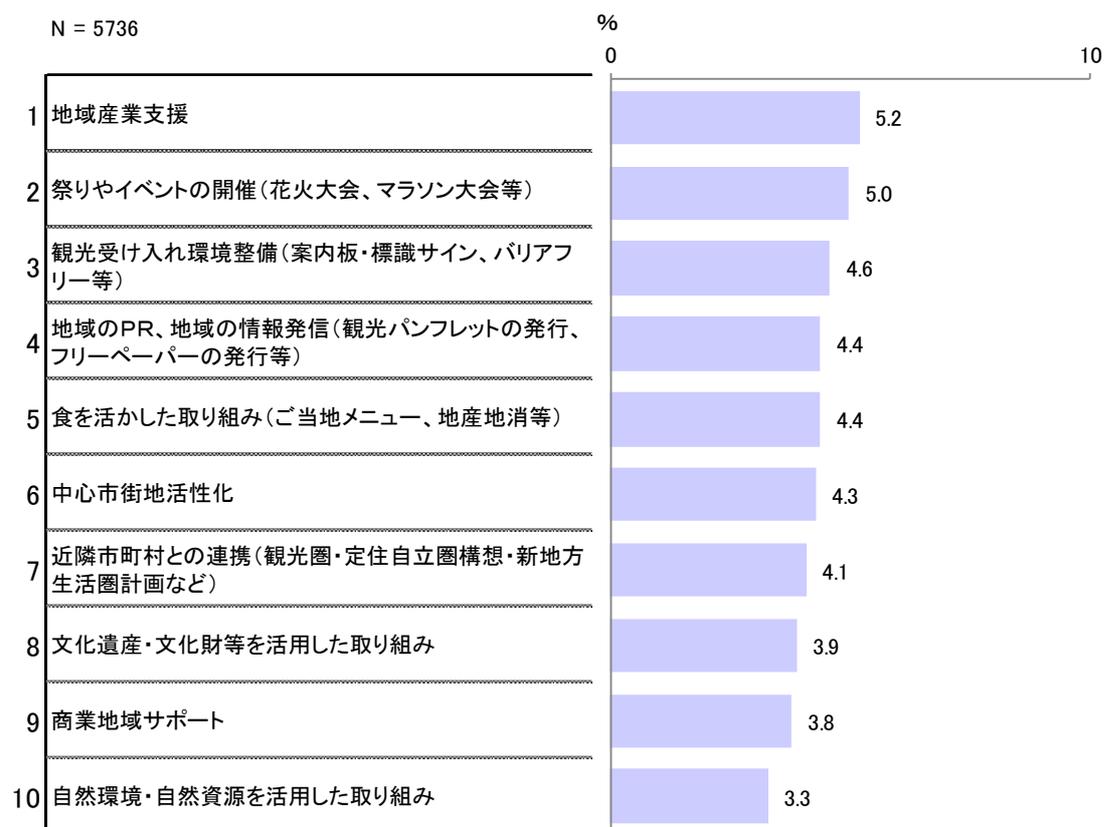


② 地域資源活用型

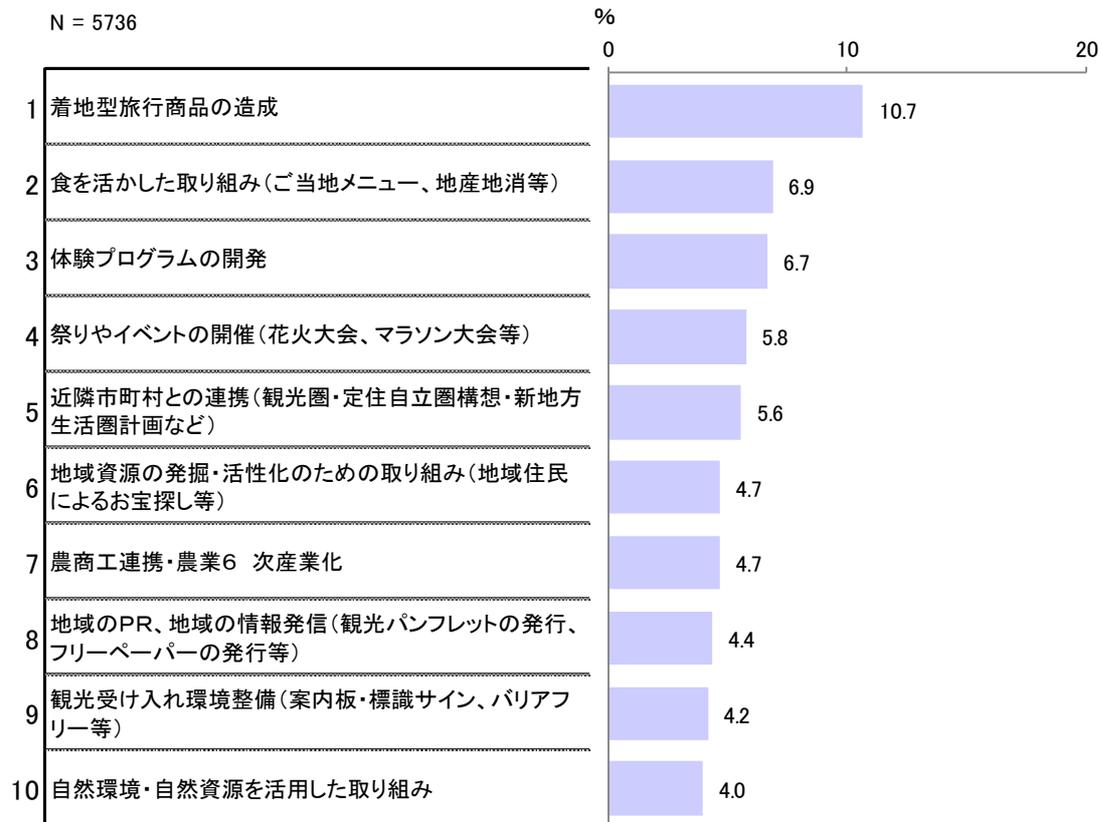
N = 5736



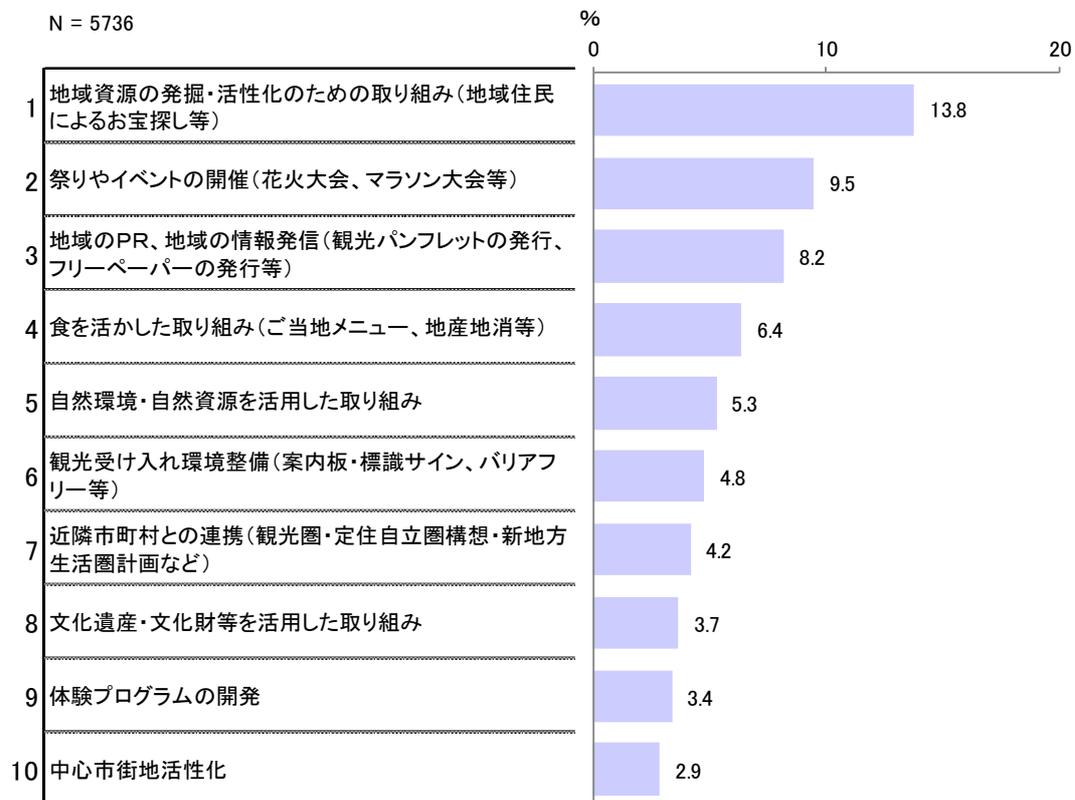
③ 経済振興型



④ 着地型観光商品開発型

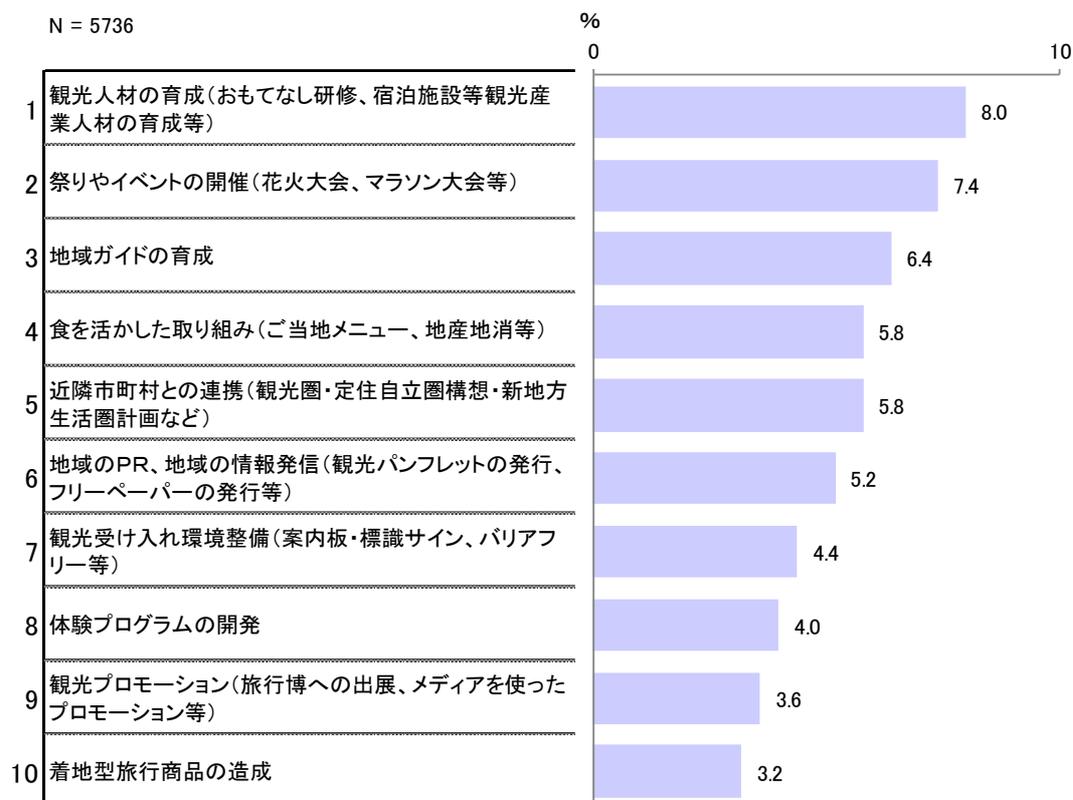


⑤ 宝探し型



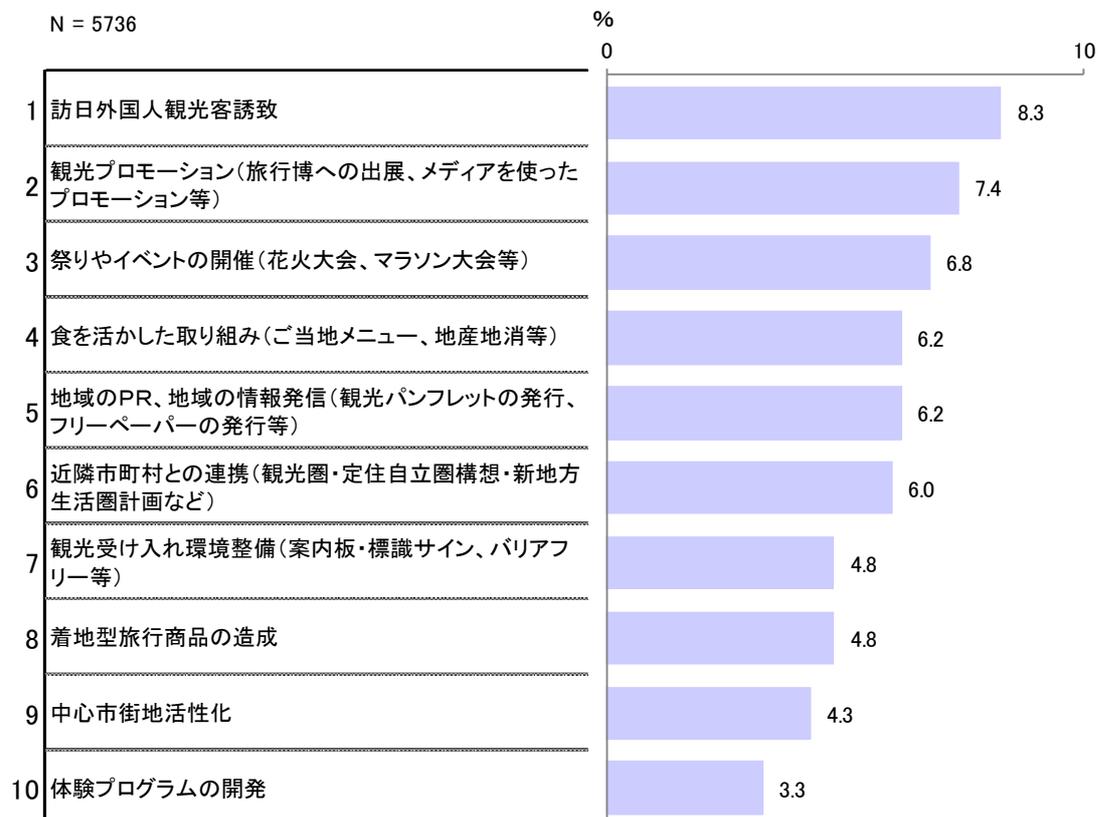
⑥ 人材育成重視型

N = 5736



⑦ インバウンド型

N = 5736



○取り組みを進める上での問題点（設問③）

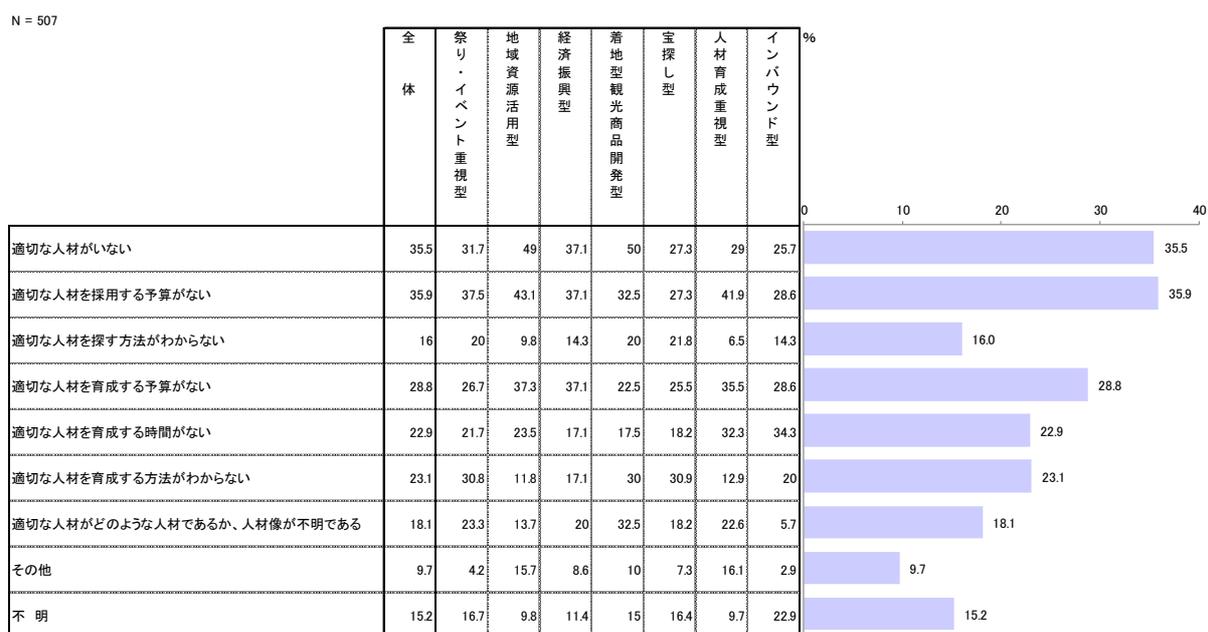
設問③、取り組み上を進める上での人材面での問題をみると、全体では82.6%が「地域内で人材に関する問題あり」としている。



○地域内での人材に対する課題点（設問④）

設問④、人材に対する課題点をみると、全体で「適切な人材を採用する予算がない」（35.9%）、「適切な人材がいない」（35.9%）が上位にあげられており、人材不足、予算面での課題が指摘される結果となった。

特に、地域資源活用型、着地型観光商品開発型の自治体が、人材不足の課題を抱えていることが伺える。



○観光地域づくりを担う人材の現状とニーズのギャップ分析（設問⑤、⑥）

観光地域づくりを担う人材について、設問⑤「今いる人材」および設問⑥「今後必要とされる人材像」を、「知識」、「経験」、「スキル」、「複合スキル」、「態度」の5つの観点からなる26の選択肢を与えてそれぞれ聴取した。

次頁以降のグラフは、自治体全体および、各クラスターグループについて、
今いる人材（現状）
今後必要な人材（ニーズ）

のそれぞれのスコアを並列すると同時に、現状とニーズのスコアギャップに着目した示し方をしている。（P29～P36）

スコアギャップは

- A. 現状よりニーズが10ポイント以上高いもの（スコアに赤系の網掛け処理）
 - B. 現状よりニーズが10ポイント以上低いもの（スコアに青系の網掛け処理）
- をより強調させた。

Aは、現状よりニーズが大きく上回っているので、現在不足している人材と想定され、自治体にとって非常に必要度が高いと思われる人材像である。

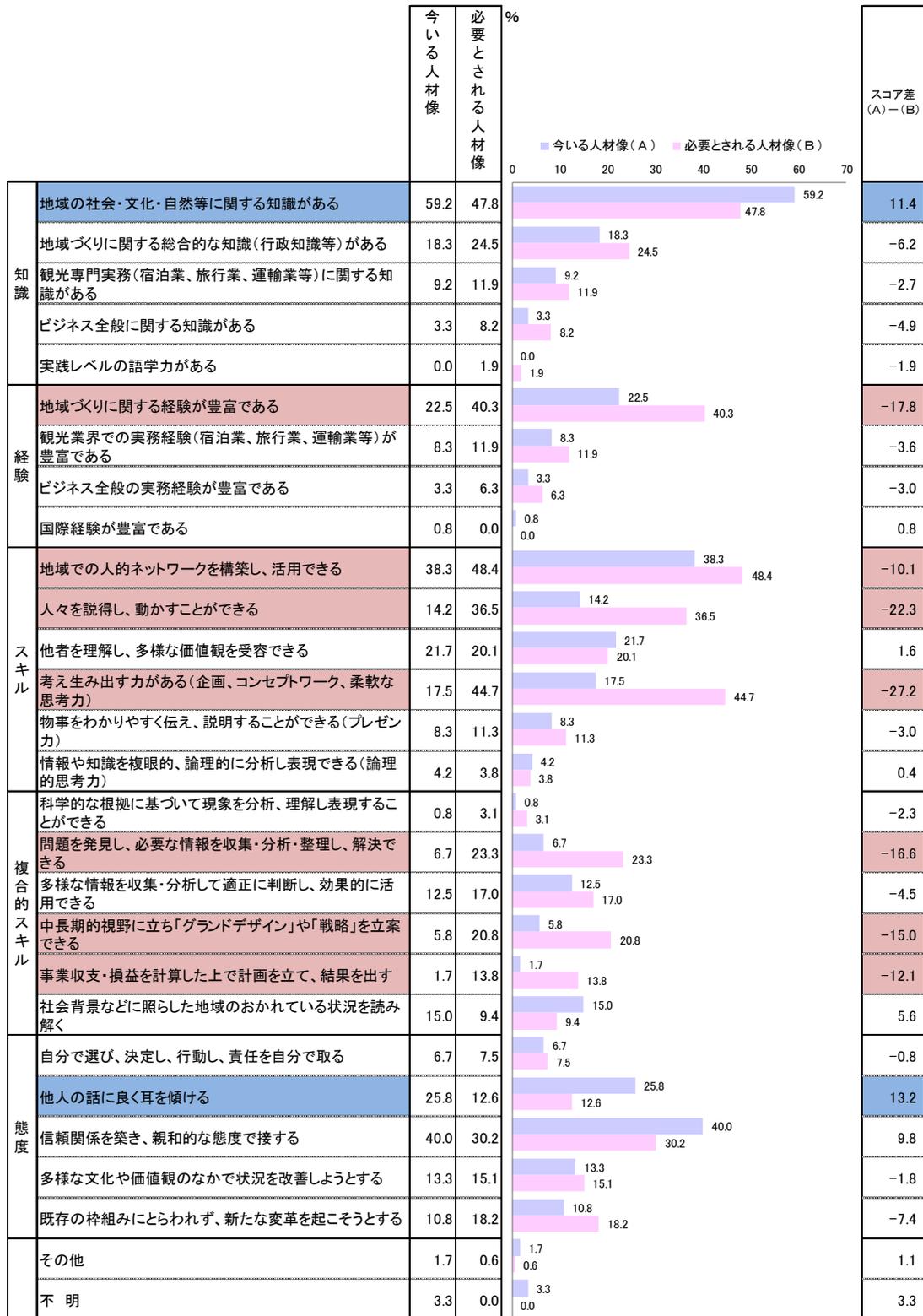
Bは、現状がニーズを大きく上回っているので、現在充足できている人材、喫緊な必要性がないものと想定される人材像である。

これらギャップ分析から得られた人材像の整理と知見については本報告書の総括にて記述する。

	今いる人材像	必要とされる人材像	%	今いる人材像(A)	必要とされる人材像(B)	スコア差(A)-(B)
知識	地域の社会・文化・自然等に関する知識がある	57.2	46.3	57.2	46.3	10.9
	地域づくりに関する総合的な知識(行政知識等)がある	23.3	22.6	23.3	22.6	0.7
	観光専門実務(宿泊業、旅行業、運輸業等)に関する知識がある	13.8	14.2	13.8	14.2	-0.4
	ビジネス全般に関する知識がある	3.0	8.8	3.0	8.8	-5.8
	実践レベルの語学力がある	2.0	3.0	2.0	3.0	-1.0
経験	地域づくりに関する経験が豊富である	24.1	35.5	24.1	35.5	-11.4
	観光業界での実務経験(宿泊業、旅行業、運輸業等)が豊富である	15.6	15.3	15.6	15.3	0.3
	ビジネス全般の実務経験が豊富である	4.5	8.8	4.5	8.8	-4.3
	国際経験が豊富である	0.4	0.9	0.4	0.9	-0.5
スキル	地域での人的ネットワークを構築し、活用できる	46.0	49.1	46.0	49.1	-3.1
	人々を説得し、動かすことができる	18.3	34.6	18.3	34.6	-16.3
	他者を理解し、多様な価値観を受容できる	19.9	16.4	19.9	16.4	3.5
	考え生み出す力がある(企画、コンセプトワーク、柔軟な思考力)	24.3	42.5	24.3	42.5	-18.2
	物事をわかりやすく伝え、説明することができる(プレゼン力)	11.2	11.8	11.2	11.8	-0.6
	情報や知識を複眼的、論理的に分析し表現できる(論理的思考力)	3.7	5.7	3.7	5.7	-2.0
複合的スキル	科学的な根拠に基づいて現象を分析、理解し表現することができる	1.8	1.7	1.8	1.7	0.1
	問題を発見し、必要な情報を収集・分析・整理し、解決できる	8.9	20.2	8.9	20.2	-11.3
	多様な情報を収集・分析して適正に判断し、効果的に活用できる	12.4	14.2	12.4	14.2	-1.8
	中長期的視野に立ち「グランドデザイン」や「戦略」を立案できる	7.3	25.1	7.3	25.1	-17.8
	事業収支・損益を計算した上で計画を立て、結果を出す	4.7	12.8	4.7	12.8	-8.1
	社会背景などに照らした地域のおかれている状況を読み解く	18.7	16.6	18.7	16.6	2.1
態度	自分で選び、決定し、行動し、責任を自分で取る	9.7	9.0	9.7	9.0	0.7
	他人の話に良く耳を傾ける	19.7	8.7	19.7	8.7	11.0
	信頼関係を築き、親和的な態度で接する	38.9	28.8	38.9	28.8	10.1
	多様な文化や価値観のなかで状況を改善しようとする	12.4	13.0	12.4	13.0	-0.6
	既存の枠組みにとらわれず、新たな変革を起こそうとする	12.2	20.9	12.2	20.9	-8.7
その他	2.0	0.5	2.0	0.5	1.5	
不明	3.2	1.6	3.2	1.6	1.6	

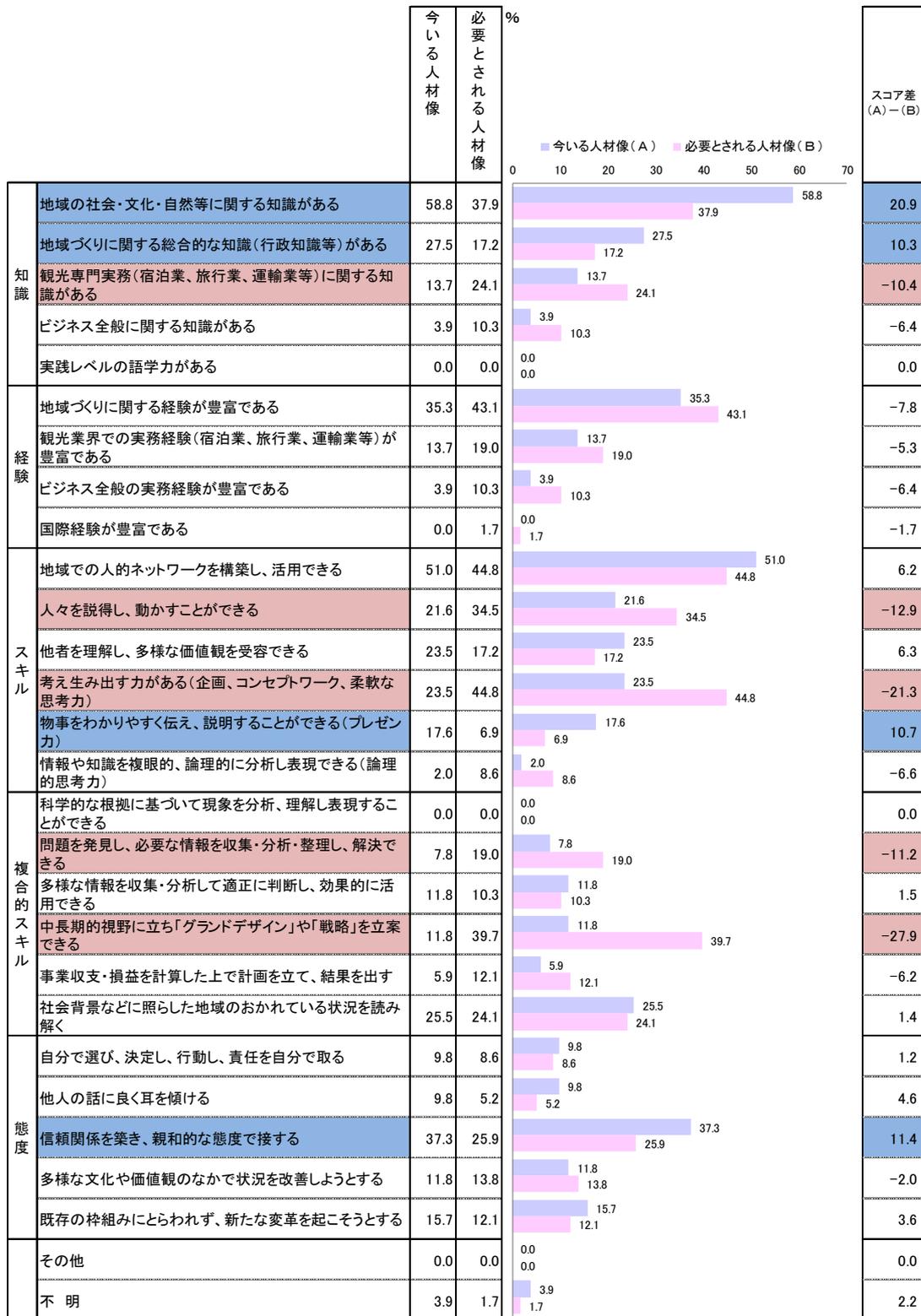
※ スコア差 ■: +10ポイント以上 ■: -10ポイント以下

①祭り・イベント重視型

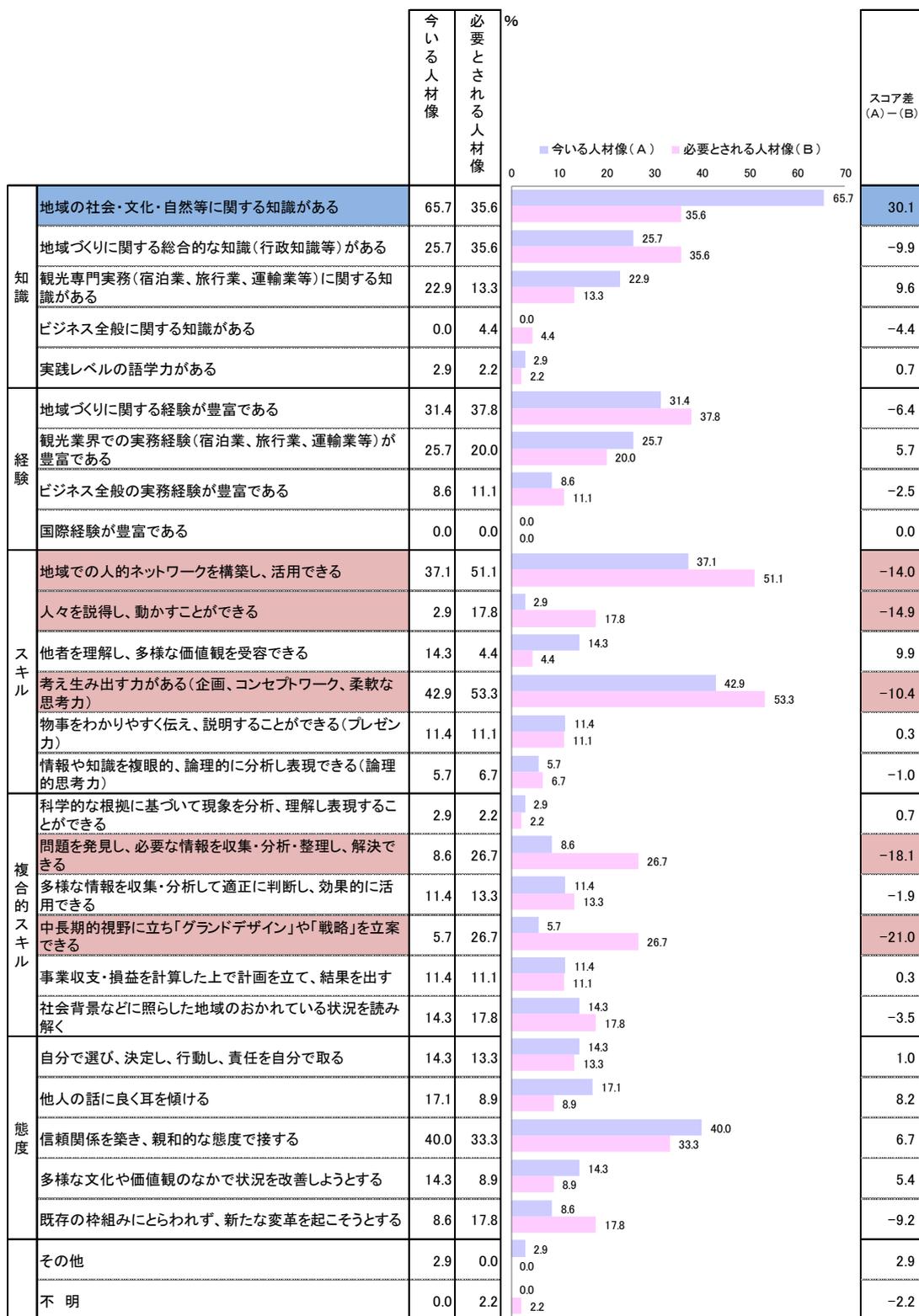


※ スコア差 ■ : +10ポイント以上 ■ : -10ポイント以下

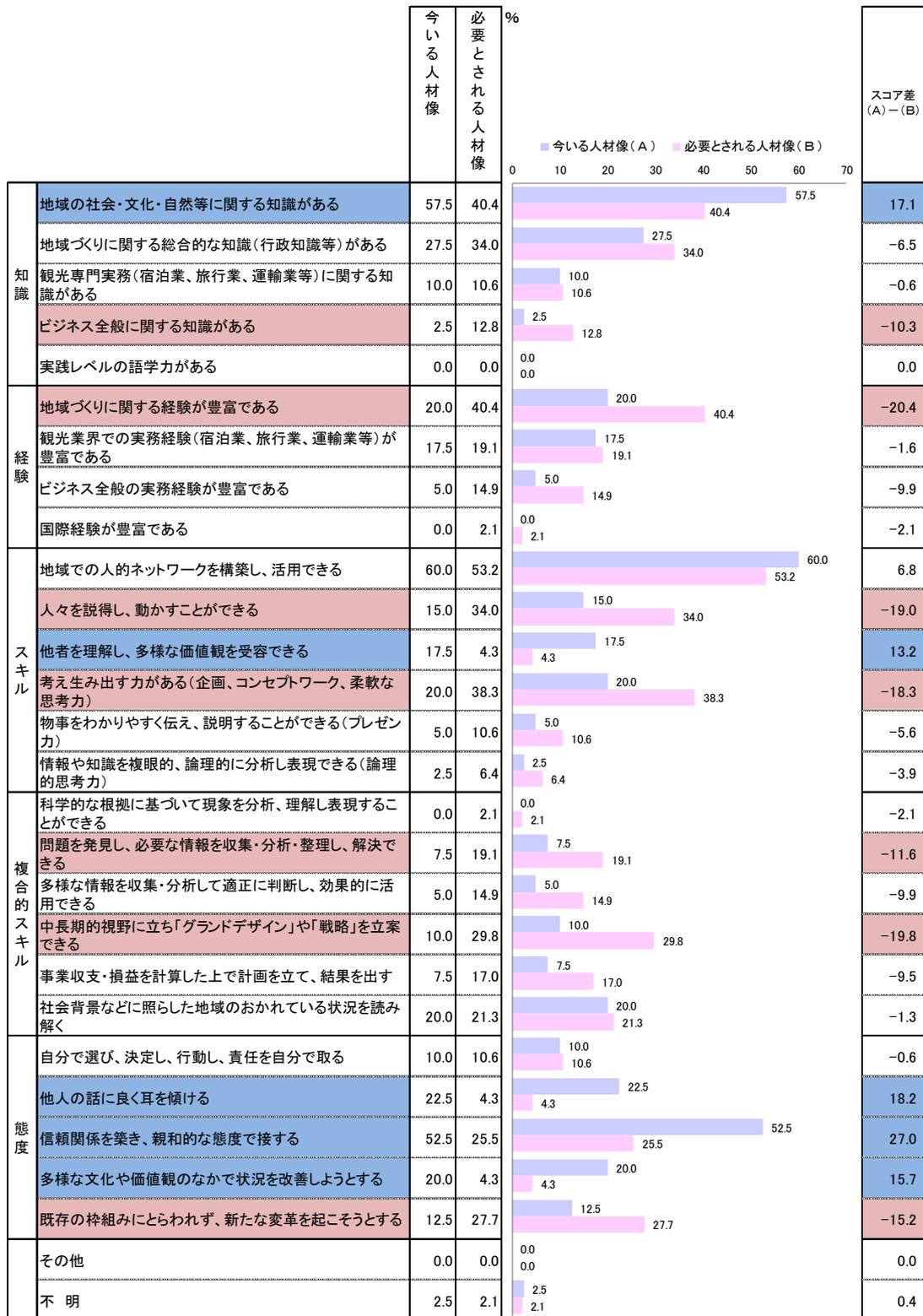
②地域資源活用型



③経済振興型



④着地型観光商品開発型



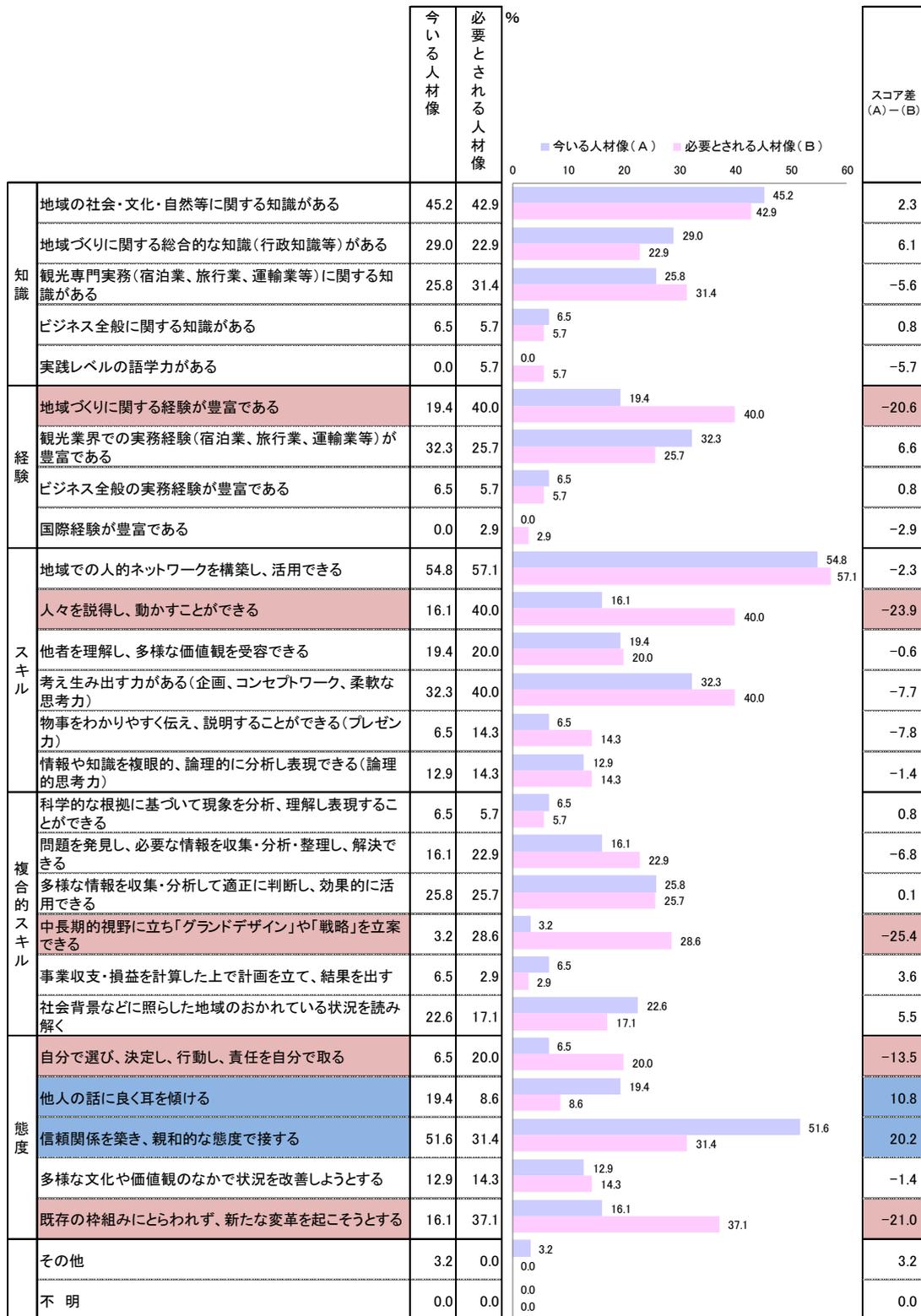
※ スコア差 ■ : +10ポイント以上 ■ :-10ポイント以下

⑤宝探し型

		今いる人材像	必要とされる人材像	%		スコア差 (A)-(B)
知識	地域の社会・文化・自然等に関する知識がある	61.8	56.5	61.8 / 56.5	5.3	
	地域づくりに関する総合的な知識(行政知識等)がある	23.6	14.5	23.6 / 14.5	9.1	
	観光専門実務(宿泊業、旅行業、運輸業等)に関する知識がある	10.9	8.1	10.9 / 8.1	2.8	
	ビジネス全般に関する知識がある	3.6	9.7	3.6 / 9.7	-6.1	
	実践レベルの語学力がある	3.6	3.2	3.6 / 3.2	0.4	
経験	地域づくりに関する経験が豊富である	32.7	32.3	32.7 / 32.3	0.4	
	観光業界での実務経験(宿泊業、旅行業、運輸業等)が豊富である	21.8	9.7	21.8 / 9.7	12.1	
	ビジネス全般の実務経験が豊富である	1.8	8.1	1.8 / 8.1	-6.3	
	国際経験が豊富である	0.0	1.6	0.0 / 1.6	-1.6	
スキル	地域での人的ネットワークを構築し、活用できる	52.7	53.2	52.7 / 53.2	-0.5	
	人々を説得し、動かすことができる	23.6	43.5	23.6 / 43.5	-19.9	
	他者を理解し、多様な価値観を受容できる	16.4	14.5	16.4 / 14.5	1.9	
	考え生み出す力がある(企画、コンセプトワーク、柔軟な思考力)	27.3	37.1	27.3 / 37.1	-9.8	
	物事をわかりやすく伝え、説明することができる(プレゼン力)	7.3	11.3	7.3 / 11.3	-4.0	
	情報や知識を複眼的、論理的に分析し表現できる(論理的思考力)	0.0	4.8	0.0 / 4.8	-4.8	
複合的スキル	科学的な根拠に基づいて現象を分析、理解し表現することができる	5.5	1.6	5.5 / 1.6	3.9	
	問題を発見し、必要な情報を収集・分析・整理し、解決できる	5.5	24.2	5.5 / 24.2	-18.7	
	多様な情報を収集・分析して適正に判断し、効果的に活用できる	18.2	17.7	18.2 / 17.7	0.5	
	中長期的視野に立ち「グランドデザイン」や「戦略」を立案できる	7.3	21	7.3 / 21	-13.7	
	事業収支・損益を計算した上で計画を立て、結果を出す	7.3	16.1	7.3 / 16.1	-8.8	
	社会背景などに照らした地域のおかれている状況を読み解く	16.4	17.7	16.4 / 17.7	-1.3	
態度	自分で選び、決定し、行動し、責任を自分で取る	7.3	1.6	7.3 / 1.6	5.7	
	他人の話に良く耳を傾ける	14.5	8.1	14.5 / 8.1	6.4	
	信頼関係を築き、親和的な態度で接する	36.4	27.4	36.4 / 27.4	9.0	
	多様な文化や価値観のなかで状況を改善しようとする	9.1	11.3	9.1 / 11.3	-2.2	
	既存の枠組みにとらわれず、新たな変革を起こそうとする	14.5	32.3	14.5 / 32.3	-17.8	
その他	1.8	1.6	1.8 / 1.6	0.2		
不明	1.8	1.6	1.8 / 1.6	0.2		

※ スコア差 : +10ポイント以上 (青) : -10ポイント以下 (赤)

⑥人材育成重視型



※ スコア差 ■ : +10ポイント以上 ■ :-10ポイント以下

⑦インバウンド型

		今いる人材像	必要とされる人材像	%		スコア差 (A)-(B)
知識	地域の社会・文化・自然等に関する知識がある	48.6	47.6	48.6 47.6	1.0	
	地域づくりに関する総合的な知識(行政知識等)がある	17.1	2.4	17.1 2.4	14.7	
	観光専門実務(宿泊業、旅行業、運輸業等)に関する知識がある	22.9	31.0	22.9 31.0	-8.1	
	ビジネス全般に関する知識がある	2.9	9.5	2.9 9.5	-6.6	
	実践レベルの語学力がある	11.4	9.5	11.4 9.5	1.9	
経験	地域づくりに関する経験が豊富である	20.0	31.0	20.0 31.0	-11.0	
	観光業界での実務経験(宿泊業、旅行業、運輸業等)が豊富である	25.7	19.0	25.7 19.0	6.7	
	ビジネス全般の実務経験が豊富である	2.9	4.8	2.9 4.8	-1.9	
	国際経験が豊富である	0.0	0.0	0.0 0.0	0.0	
スキル	地域での人的ネットワークを構築し、活用できる	51.4	50.0	51.4 50.0	1.4	
	人々を説得し、動かすことができる	34.3	31.0	34.3 31.0	3.3	
	他者を理解し、多様な価値観を受容できる	11.4	21.4	11.4 21.4	-10.0	
	考え生み出す力がある(企画、コンセプトワーク、柔軟な思考力)	34.3	45.2	34.3 45.2	-10.9	
	物事をわかりやすく伝え、説明することができる(プレゼン力)	8.6	11.9	8.6 11.9	-3.3	
	情報や知識を複眼的、論理的に分析し表現できる(論理的思考力)	5.7	4.8	5.7 4.8	0.9	
複合的スキル	科学的な根拠に基づいて現象を分析、理解し表現することができる	0.0	0.0	0.0 0.0	0.0	
	問題を発見し、必要な情報を収集・分析・整理し、解決できる	2.9	7.1	2.9 7.1	-4.2	
	多様な情報を収集・分析して適正に判断し、効果的に活用できる	22.9	19.0	22.9 19.0	3.9	
	中長期的視野に立ち「ランドデザイン」や「戦略」を立案できる	11.4	33.3	11.4 33.3	-21.9	
	事業収支・損益を計算した上で計画を立て、結果を出す	5.7	19.0	5.7 19.0	-13.3	
	社会背景などに照らした地域のおかれている状況を読み解く	22.9	14.3	22.9 14.3	8.6	
態度	自分で選び、決定し、行動し、責任を自分で取る	25.7	14.3	25.7 14.3	11.4	
	他人の話に良く耳を傾ける	11.4	9.5	11.4 9.5	1.9	
	信頼関係を築き、親和的な態度で接する	20.0	21.4	20.0 21.4	-1.4	
	多様な文化や価値観のなかで状況を改善しようとする	11.4	11.9	11.4 11.9	-0.5	
	既存の枠組みにとらわれず、新たな変革を起こそうとする	17.1	14.3	17.1 14.3	2.8	
その他	0.0	0.0	0.0 0.0	0.0		
不明	0.0	0.0	0.0 0.0	0.0		

※ スコア差 : +10ポイント以上 (青) : -10ポイント以下 (赤)

○観光地域づくりの問題点や意見（自由回答）

最後に、観光地域づくりにおける問題点や意見について、自由な意見を聴取した結果、112自治体からの参考となる意見を得られた。

以下、クラスター別に主要意見を抜粋し整理した。

①祭り・イベント重視型

岡山県	人口 3 5万人 未満	観光客を「おもてなしの心」を持ってあたたかく迎え入れる意識づくりを推進する「おもてなしの心」啓発事業の一環として、ボランティアガイド組織の立ち上げの準備をおこなっているところである。現在はガイド可能な人材がいるが、恒常的にボランティアガイドを続けていくためには後身の育成が課題であると思われる。
広島県	人口 1 0 3 0 万人未満	・「大和ミュージアム」の開館により飛躍的に観光客が増大したが、観光地としてのイメージが定着していない。・呉市への観光は、大和ミュージアムを中心とした通過型の観光スタイルが顕著で経済効果は限定的な事から、滞在時間の延長につながる取組が必要と考えている。・観光施設への円滑な誘導を行うためにも、幹線道路の整備や公共交通機関の充実など交通アクセスの更なる利便性の向上が必要と考えている。
埼玉県	人口 1 0 3 0 万人未満	近年、アニメの舞台地を訪れる「聖地巡礼」がファンの間で行われており、本市は、鷲宮神社を中心として「らき☆すた」ファンが全国から訪れており、伝統の祭りとの融合様々な関連イベントが鷲宮商工会（現久喜商工会鷲宮支所）により展開されており、アニメツーリズムの先駆的な事例となっている。一方、1市3町が22年3月に合併し新久喜市が誕生したが、市内には3つの観光協会が存在しており、既存の夏まつりや花のイベント等が従来どおり行われている状況である。地勢的には水田農業地帯でありながら、JRと東武伊勢崎線・日光線。また、東北道久喜ICと年度には埼玉県内区域の全線開通が予定されている圏央道により、都心から約1時間という、交通利便性に優れたところに位置している本市において、市民の力、持っている資源・素材、各団体の経験を融合し、積極的な情報発信を行いながら、更に、地域の魅力づくり・活性化が求められているところである。我々行政も、アイデア・積極性・行動力・スピード感を備え、これに応える必要があると考えている。

②地域資源活用型

岩手県	人口 3～5万人 未満	東日本大震災以降、復興に係る人材不足にも象徴されるように、観光面においては更に人材不足となっている。復興と観光地域づくりは一体であると考えられるが、実際、復興と同時に観光地域づくりが連携して進められることは少ない。このことから、復興と観光地域づくりは関連していることを踏まえ、この部分をコーディネートしていただける人材が求められていると感じる。なお、復興関連予算には観光に関するメニューが少ない又は適用しにくい等の問題も関係していると思われる。
北海道	人口 1～3万人 未満	本市観光事業は、NPO や協議会等を立ち上げ、民主体で行うこととしているが、今までの歴史的背景等から、どうしても行政主体となってしまふ。観光協会に負担金を支出し、協会が中心となってもらおうべく協議、指導も含め行っているが、ここ5年程新たな職員を採用しても次々と辞めてしまっている。また、イベント中心観光から脱却できず、観光地としての復興を中長期的視野で立案できる人材が必要としている。
岐阜県	人口 3～5万人 未満	行政としては観光課にて下呂市観光計画を策定し、その計画に基づき観光地域づくりに取り組んでいるが、人材面においては市内にある5つの観光協会においてそれぞれ地域差があり、一律に進められない点で苦慮している。緊急雇用対策事業等により新たな人材の創出を試みるも定着させるのが困難である。市内の観光協会が唯一法人格を持つ（一社）下呂温泉観光協会が観光セミナー等による人材育成事業を行っているので、さらに一貫性や計画性を持ってもらうことが重要と考えられる。
北海道	人口 1～3万人 未満	①コミュニケーション能力 ②マネジメント力 ③地域デザイン力 ④経営力の4つのバランスの向上。底辺の確大。

③経済振興型

静岡県	人口 10～30 万人未満	<p>属人的・個人依存型である観光地域づくりから、持続性を担保した組織的な取りくみにかえていくための、地域における組織形成や人材育成の支援が必要であると考えています。仕組みがなく、一方で地域貢献できる場で働きたいという希望者に対する情報、受け皿がないというジレンマがあります。</p> <p>人材育成に必要なことは、①人材育成の資格と枠組みの必要性、②受け皿の問題（広域型の観光地域づくりを内発的につくるしかけとその内発的動きを支えること）、③成功事例の積み重ね、④イノベーションであることは理解しているが、実践するにはハードルが高いのが現状です。</p>
静岡県	人口 10～30 万人未満	<p>観光地域づくりの人材育成に取り組む団体や組織が、課題や先進事例に関する情報を共有・交換することにより、情報やノウハウ不足を解消できる機会を提供していく必要があると感じながら、現状はそこまでの支援体制が整えられておりません。将来的には、自立的かつ持続可能な人材育成の取り組みを支援したいと考えております。</p>
東京都	人口 10～30 万人未満	<p>本市の観光地域づくりにおいては、地域資源の掘り起こしと都市観光の推進のため、歴史・自然・緑・アート等の都市観光資源の掘り起こしと整備を積極的に行う必要があり、基礎的な知識はもてるものの、市観光を取り巻く変化や市民ニーズ等を踏まえて、市民、農商工観光関係者、学識関係者等の幅広い意見を集約し、効果的な都市観光を推進するための高い調整力が必要である。</p>

④着地型観光商品開発型

福島県	人口 30万人以上	<p>他に無い観光地を持っていても、地域の高齢化・少子化などが原因で、その観光地の良さを活かしきれず、観光振興の点で行政に依存せざるを得ない地域もあることから観光に関わる人材の教育・育成においては、そのような地域を積極的に関わることでできるような実習などを多く行ってほしい。特に若い人や「よそ者」が地域に入り、客観的に地域を見て地域づくりのための提案をできるようにすれば、両者にとっても大きな刺激になると思うのでそのようなシステムの確立をして欲しい。</p>
長野県	人口 1～3万人未 満	<p>現在、観光地域ブランド確立支援事業の指定を受け「八ヶ岳観光圏」として、山梨県北杜市、長野県諏訪郡富士見市・原村で事業を実施しています。最大の課題は人材育成だと考えていますが、地元を愛し、地元を知る人材を発掘し育成することが息の長い観光地域づくりには必要性だと感じます。コンサルタントからの意見も伺いながらの事業検討になりますが、どのような人材に適性があるかを含め人材育成は難しい課題です。また、旅行業等に携わった方のノウハウの活用について、アドバイスを受けられるチャンネルも必要と考えています。</p>
青森県	人口 5～10万人 未満	<p>現在、下北半島内の6市町村及び関係団体・事業者で構成されている下北観光協議会において、観光地域づくりプラットフォーム設立に向け、準備中です。適切な人材と、事業予算の確保等が当面の課題となっています。</p>

⑤宝探し型

岐阜県	人口 10～30 万人未満	中心市街地活性化のための多治見まちづくり（株）が、多治見市全体のまちづくりや観光地域づくりも担い始めている。これは、地域全体を盛り上げないと、中心部が賑やかにならないということを物語っている。
大阪府	人口 10～30 万人未満	若いパワーやエネルギーだけでなく、斬新な発想や好奇心を持ち、インターネット等を通じてそれらを情報発信する力にも長けている若者が活躍できる場をつくり出すことが、「観光地域づくり」を推進する効果的な方法のひとつではないかと思います。
宮城県	人口 1～3万人 未満	観光による町づくりを進めるためには、地域住民が参加協力が不可欠であり、そのためにはまとめ役となる能力を持った人材が必要であると考えます。しかし1人ではなく2.3名の核となる人材がいて、協力体制をとりながら地域を牽引していくことが望まれる姿であると感じている。しかしながら、地域のみでそのような人材をみつけ育成していくには予算的にも時間的にも難しいところがあり、また、なんらかの補助により運よく人材が確保ができたとしても、補助がなくなった後の継続が難しいということが一番問題であると感じている。一般的に地域が抱えている問題として高齢化が問題視されるが、地域づくりにおいても、地域の方がせっかくやる気になり軌道にのりかけてきても年齢的に継続することが難しくなってしまうたり、また、若い人が興味をもち参加するようになって、生活に結びつくまでの収入を得ることが出来ず、途中で諦めてしまったりと、なかなか前に進まないのが現状である。観光地域づくりは、ひとつひとつ積み上げていく時間のかかることだと思っているが、軌道にのるまでの時間を持ちこたえるだけの力がなく、なかなか結果として現れないのが難しいところであると思っている。

⑥人材育成重視型

山形県	人口 10～30万 人未満	観光を手段とした地域づくりは、たいへん重要と据えておりますが、当市にはその人材が不足していることが課題です。人材育成の方法や、先進事例などがありましたら紹介いただくと幸いです。本調査の結果がまとまりましたら、一部ご恵与いただければ幸いです。
北海道	人口 1万人未満	本町の場合、観光協会は存在するものの、独立した団体ではない（商工会が事務局兼務）ため、観光振興に対する取り組みはあまりできていないのが現状です。現在、町の事業として地域の人材育成及び組織構築に向けたコーディネート事業を展開しているところです。「観光地域づくりは人とであり、住んで良し、訪れて良し」の地域となるよう事業を継続していただきたいと思っています。
長野県	人口 1万人未満	過疎、高齢化に悩む地方自治体に共通し、観光事業の人材にも役の重複をはじめ負担が増えていきます。また将来の人材育成も有望な人材や資源の活用のため時間や人手を充てられる余裕がなくなってきました。観光や地域の魅力を良く知る新しい風は、その地域より外からもたらされるものです。上松町では平成26年度から地域おこし協力隊（仮）を設立し、町おこしの原動力として行政と協力していきたいと考えています。

⑦インバウンド型

静岡県	人口 3～5万人 未満	当市には6つの地区があり、それぞれにある観光関連団体が個別に活動をしており、統合機能が弱い。熱海市全体で「観光地域づくり」を行っていくにあたり、財源や観光協会、観光行政に携わる職員が限られているため、市民の観光振興への参画意識の向上を期待している。ボランティアガイドの会等に代表される市民が活動する団体はそれぞれの地区で個別に活動している状況で、行政と市民を結ぶ活動する団体はそれぞれの地区で個別に活動している状況で、行政と市民を結ぶ支援機能が不足している。市民の観光振興参画の中核となるような人材発掘、育成が今後の「観光地域づくり」では重要であると考えている。
静岡県	人口 3～5万人 未満	まず実際に観光に従事している事業者の皆様から、観光をどうしたいか、どうすればいいのか？地域のビジョンをどうするのかといった意見がまず聞かれないです。また、仮に意見が出たとしてもその意見を汲み取って実際に事業に反映する、そういった経験やアイデアをもった人材も不足しているように感じます。もちろん各地域の担当者は頑張っていると思います。それだけ、「観光地域づくり」は難しい課題なのだと感じています。
静岡県	人口 10～30万人未満	観光地域づくりを実施するにあたり、まず、それを担う「人材育成」の勉強会が必要ですが、それが一過性の勉強会になってしまうことがあるので、育てた人材をいかに潰さないようにし、次の「人材育成」に繋げていくか、また、鍛えた人材が地域でいかに活躍できるかがポイントだと思います。良い人材がいても、地域住民の「理解」、「協力」、「意欲」がなければ、結局その人材が潰れてしまいます。 最終的に来訪者と接するのはその地域住民であるため、「観光地域づくり」には「人材」だけでなく、その地域の「人」にも焦点を当てて取り組むことが重要であると思います。

(5) 小結

本アンケート調査の小結として、分析結果から得られた知見を以下に列記する。

- ・ 全国の自治体の約8割が「地域観光づくり」に取り組んでいること
- ・ 全体の6割が、地域観光づくりの取り組みに一定の方向性を示していること
→それは「祭り・イベント重視型」、「地域資源活用型」、「経済振興型」、「着地型観光商品開発型」、「宝探し型」、「人材育成重視型」、「インバウンド型」というベクトルの異なる取り組み方であること。
- ・ 地域観光づくりに取り組む自治体の8割以上が、人材に関する問題を抱えていること
- ・ 人材の問題は、「人材不足」、「予算不足」が占める割合が高いこと
→特に、「地域資源活用型」、「着地型観光商品開発型」、の自治体で「人材不足」が課題となっていること。

現在足りている人材像は「地域に関する知識」で今後も重要といえるが、現在不足しており、今後より必要とされているのは、「考えを生み出す力（発想力）」、「戦略を立案する力」、「人を説得し動かす力」といったスキルに秀でた人材であること。

- ・ 「祭り・イベント重視型」は、「発想力」が求められている
- ・ 「地域資源活用型」は「戦略立案力」が求められている
- ・ 「経済振興型」は、「問題解決力」、「戦略立案力」が求められている
- ・ 「着地型観光商品開発型」は、「地域づくり経験」、「戦略立案力」、「説得力」が求められている
- ・ 「宝探し型」は、「説得力」、「情報分析力」、「イノベーション力」が求められている
- ・ 「人材育成重視型」は、「地域づくり経験」、「戦略立案力」、「説得力」が求められている
- ・ 「インバウンド型」は、「戦略立案力」が求められている

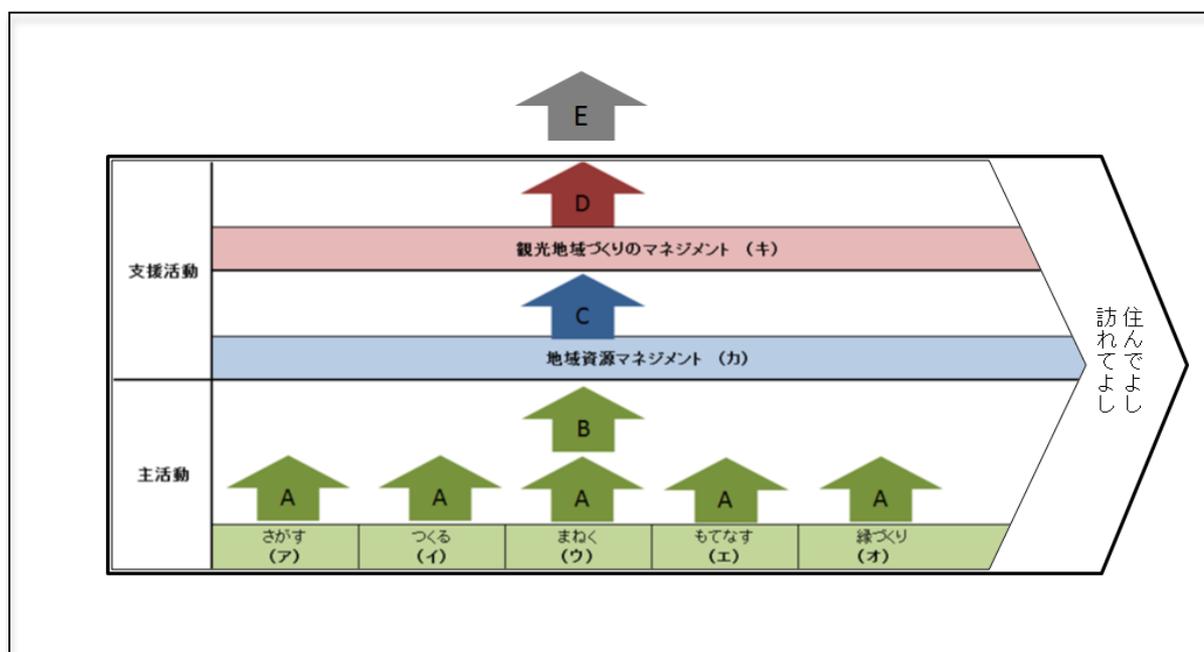
第4章 地域における観光まちづくりの諸相

本章では、具体的な地域を事例として、第2章で行った観光地域づくりのバリューチェーンのモデルに落とし込み、検討を行う。具体的な地域の事例を観光地域づくりのモデルに当てはめるときに、地域の観光地域づくりの取り組みは、どのように浮かび上がり、どのような必要とされる人材像が見えてくるのか、ということを中心に検討する。第2章でも述べたとおり、観光地域づくりに包含される取り組みは、多種多様で広範囲に渡り、生み出される価値も「住んでよし、訪れてよし」というような明確な評価が困難なものである。その概念の大きさゆえに、これまで本質的かつ具体的な議論が深まらなかったと言えるのだが、観光地域づくりの「モデル」というひとつの中軸となる視点を得たことにより、ここでは、より具体的な観光地域づくりの実態に迫ることが可能となった。

そこで、各地域を事例として観光地域づくりのモデルに落としこみ、実際の地域をこのモデルで分析した場合に浮かび上がる観光地域づくりのあり方と、必要な人材像について検討を行う。

しかし、ここでは、あくまでも各地域の観光地域づくりの現状を可視化することが目的であり、各地の現状に対して評価を下すことは主眼ではなく、アンケート調査だけでは読み取れない地域の状況をサンプルとして深堀する。

なお、各事例の分析には以下の図を用い、文中の記号（ア～キ、A～E）も以下の図に対応している。



(再掲) 図 2-5 観光地域づくりのモデル

(1) 北海道・ニセコ

既に冬場のスキー客などで、観光地としては知名度もあり、海外からも含め地域外から多くの方が訪れる土地である。ニセコ町と隣接する倶知安町の境界にスキー場の山（ニセコアンヌプリ）が跨っているため、倶知安町のスキー場近辺の地域（ヒラフ地域）を含めて、「ニセコ」と呼ばれている。そうした背景から、ニセコ町単独の組織・団体以外にも、他町村との連携による観光地域づくりに関わる組織・団体が存在し、その体制は今後とも変わっていくと予想される。とくに平成26年度以降は、ニセコ町、倶知安町、蘭越町の三町により、観光庁の「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針」（以下、「観光圏整備」）に基づいた観光圏整備実施計画や、ニセコ町、倶知安町の両町による観光局の設立など、観光地域づくりに関わる組織・団体が新設される予定である。

本節では、ニセコ地域における観光地域づくりの現状を、ひとつの事例として観光地域づくりのモデルから分析する。

○主活動

主活動の大半は地域の各事業者によって行われていると言える。豊かな自然を素材としたアクティビティを提供する事業者などが単独で（ア）から（オ）までを行っているケースや、あるいは、「（イ）つくる」「（ウ）まねく」といった部分については、地域の宿泊施設と連携し、アクティビティを組み入れたプランを造成するというも行われている。また、民間事業者以外でも、株式会社化された観光協会（ニセコリゾート観光協会）も、着地型商品などの観光地域づくりの主活動を行っており、ニセコ旅程企画集団（現「もっともっとニセコ」）も、「歌声バスdeニセコツアー」などの札幌発着の旅行企画などの実績があり、地域外の旅行会社などと連携して、（ア）～（エ）を実施した経緯がある。

また、一般社団法人ニセコプロモーションボード（以下、「NPB」）は、まさにプロモーション（「（ウ）まねく」）の部分を中心に担う組織である。NPBは、ニセコ地域の各事業者からの会費を資金源として、地域情報の取りまとめ、地域全体の課題解決サポート、地域外に対する広報宣伝活動や、来訪者へのサービス（マップや飲食店情報の提供等）を行っている（参考：NPB組織概要）。今後、観光庁による観光圏整備や、観光局の設立により、NPBのあり方は変化する可能性はあるが、上記のようなミッションをもって誕生した組織であり、観光地域づくりの主活動、支援活動のさまざまな活動を行っていると言える。

さらに、ニセコ町、倶知安町両町の行政においても、観光地域づくりの主活動を行っている。とくに、「（ウ）まねく」の部分については、海外プロモーションなどにも積極的に取り組んでおり、「（ア）さがす」～「（イ）つくる」についても、さまざまな角度から取り組んでいる（例えば、平成24年度には「たびいく」として、住民の趣味や特技、知識を生かした体験プログラム「たびいくプログラム」の開発を検証する調査事業を行い、本町が環境・エネルギー対策に注力し関連施設も整っていることから「環境教育」に焦点をあてた「環境型ニセコたびいくプログラム」の開発を検討した）。

このように、ニセコにおける観光地域づくりの主活動は、多様なアクターによって行われている。そのなかで、ある特定の主活動（例えば着地型商品等）のマネジメント（B矢印）

や、各活動のマネジメント（A矢印）についても、各アクターによって行われている状況と言える。

○支援活動（地域資源マネジメント）

支援活動のひとつである地域資源マネジメントの活動は、主に行政や市民によって行われている。例えば、「空間」環境の整備としては、ニセコ町の本通り（中心街）が「電柱はすべて地下に埋設。歩道の幅はゆとりの6m。羊蹄山やニセコ山系の大自然と美しく調和した市街景観」（ニセコリゾート観光協会HPより）となっている『綺羅街道』が挙げられる。この行政によるハード整備は、地域外からの交流人口を増やす目的で行われたわけではなく、地域にある資源（空間・景観）を「住んでよし、訪れてよし」という価値に結びつけるために維持・管理・改善するという目的で行われたと言え、観光地域づくりの支援活動のひとつである地域資源マネジメントの機能と言える。

市民による地域資源マネジメントの例としては、「ニセコをこよなく愛する会」という市民による団体が行っている桜の植樹などが挙げられる。

また、コミュニティラジオ局ラジオニセコも地域内の情報発信を行うとともに、住民によるラジオ劇団などを主宰するなど、「社会」環境の整備という点で地域資源マネジメントを行っていると言える。ラジオニセコの運営は前掲のニセコリゾート観光協会によって行われている。

主活動を担っているNPBも、地域課題解決のサポートといった役割については、地域資源マネジメントの機能も果たしていると言える。

○支援活動（観光地域づくりのマネジメント）

各自自治体の総合計画や観光振興計画を取りまとめているのが行政であるため、支援活動のひとつである「観光地域づくりのマネジメント」は行政が行っているとも言えるが、「観光地域づくりのマネジメント」のマネジメント（D矢印）まで実施できているとは言えない。現在、ニセコ町にはまちづくり分野、観光分野の経験も知識も豊富な職員がおり、観光地域づくりに積極的に取り組んでいるが、属人的な経験や能力に依存している面もある。

また、行政予算の多くは単年度であることや、人事異動などで長期的な計画を確実に実行する、あるいは実行するためのプランを立てることが、非常に困難な状況にある。これは、ニセコ町や倶知安町に限らず、多くの自治体が抱えている問題と言える。

この機能は地域の観光協会が担うべきとも考えられるが、例えばニセコリゾート観光協会の場合は、株式会社となっており、利潤を追求することがひとつの目的となっているため、現在の組織で地域全体の観光地域づくりのマネジメントまで担うべきか、という点については議論が分かると予想される。また、ニセコで今後構想されている観光圏計画や観光局の設置などが実現すれば、観光地域づくりのマネジメントについては、そうした組織で担われる可能性もある。

ところで、E矢印は観光地域づくりを地域全体で進めていくという、大きな枠組みのプロジェクト・マネジメントを示しているわけであるが、この点については、該当する個人・組

織・団体は見当たらない。差し当たり町長がその機能を果たしていると考えられるが、果たしてE矢印に相当する機能かどうかについては、議論の余地が残る。

また、人材育成の面で「地域ガイド育成事業」として「羊蹄まちしるべ研究塾」がある。

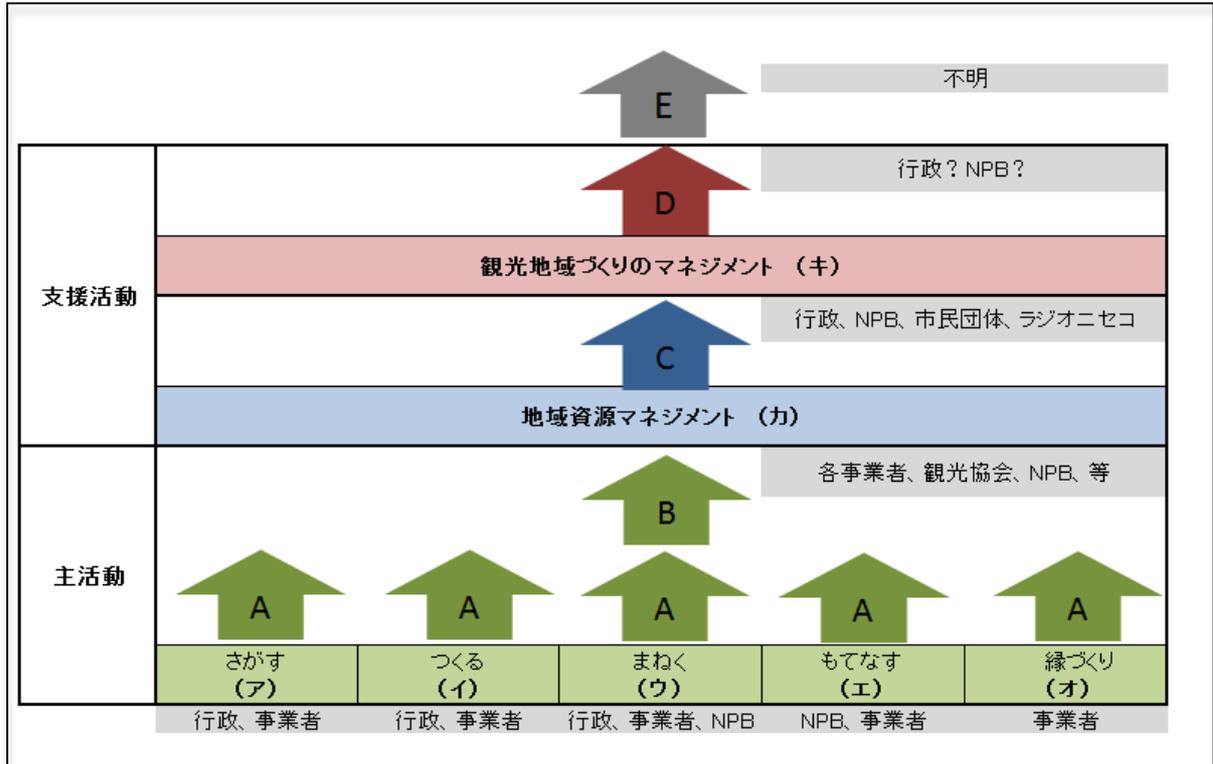


図 4-1 事例分析 (ニセコ)

このように見ると、ニセコではさまざまなアクターが観光地域づくりに関わり、観光地域づくりに関わるさまざまなプロジェクトが、精力的に進行していると考えられる。

一方で、ひとつの機能を多くの組織・団体で担っているが、各組織・団体同士の連携の不足や、類似の機能を別々の組織・団体で担いながら無駄や非効率が存在することも考えられる。矢印Dや矢印Eの機能が明確に果たされていれば、そのような無駄や非効率も抑えることができると思われるが、現状ではその点に課題があると言える。

(2) 北海道・留萌

北海道北部の留萌管内に位置する人口約2万3千人の自治体である。かつてはニシン漁や炭鉱業で栄えたが、1970年代以降、ニシン漁の衰退や炭鉱の閉山により、経済も下向きとなった。平成19年度決算で、「連結実質赤字が29億円となり、連結実質赤字比率が36.61%と本来の再生基準（H23までは経過措置）を超えている極めて危機的な状況」にあるとされた。財政危機の最大の要因である市立病院の経営の健全化に重点を置き、再生団体への転落の回避と地域医療を守るための計画策が行われた（新・留萌市財政健全化計画-「財政危機と留萌の再生に向けて」-新しい財政健全化計画について

<http://www.e-rumoi.jp/rumoi-hp/03gyousei/02zaimu/kenzenka.htm>より）。観光については、昔から旭川圏からの海水浴客などはいたものの、宿泊施設も少なく、いわゆる観光地という土地柄ではない。

コミュニティ・エフエム局のエフエムもえる（以下、「もえる」）は、地域づくりの基盤となっていると言える。「マチの聴こえる伝言板」をキーフレーズとして、住民のボランティアパーソナリティによる番組を放送している。市民全員が1度は出演することを目標にしており、毎年4月には市内の新小学1年生全員がもえるの放送に出演している。「自分たちが住んでいる地域のことを知らなければならない」と言う代表取締役社長の佐藤太紀氏によれば、住民による地域情報の発受信が、地域づくりにつながると言う。

明確な観光地域づくりといえる活動につながったのは最近で、もえる内にできた株式会社コササルで行っている「るもいファンクラブ」がいわゆる「観光」の視点を取り入れた活動を行っている組織である。これまでも、もえるではフリーペーパーやウェブ上で、地域外に留萌の情報を発信し続けてきたが、地域外から訪れる人による評価が地域内の活性化にもつながるとの考えから、コササルでは、生産者と訪問者をつなぐ「るもいクラブ体験会」を実施している。

○主活動

主活動を行っているのは、主に観光協会と、株式会社コササルによる「るもいファンクラブ」と言える。コササルでは、年に8回、留萌管内の資源を活用した「るもいファンクラブ限定体験会」を開催している。この体験会は、例えば留萌市の老舗漬物店の主人直伝の鯨漬けを体験できるというような内容である。この他の体験会においても、留萌管内ならではの体験ができたり、生産者の方の話を聞くことができたり、地域の人との交流もあり、地域らしさを大切にしている。来訪者を増やすことが目的ではなく、地域外の人からの評価を得て生産者その声を直接聞くことで、地域内が活性化されることや、地元商品の販売促進につながることが、期待される効果という位置づけだ。

佐藤氏が「毎回来てもらうことが目的ではなく、留萌のことを気にかけてもらって、人に伝えてもらって、応援してもらいたい」と語る通り、るもいファンクラブから会員に向けての情報発信が頻繁に行われている。例えば、次回以降の体験会の案内の他にも、るもいファンクラブ会員の名刺作成の案内など、会員の留萌に対する愛着がより一層深まるような仕掛

けが考えられている。これによって、主活動の「(オ)縁づくり」の機能が適切に果たされていると言える。

あるいは、体験会実施に先駆けて行ったモニターツアーでは、ツアー終了後に参加者からのフィードバックを行う時間が設けられており、そこで出たアイデアや意見が、体験会やその後のファンクラブ運営に生かされており、主活動全体のマネジメント(=矢印B)が適切に行われていると言える。

一方、観光協会においても、もえるやコササルと共同でイベントや情報発信を行うなど地域内の協力関係が築かれており、適切に役割分担をしながら各機能を果たす体制が出来ている。

○支援活動(地域資源マネジメント)

コミュニティをつなぐという意味で、もえるの活動は「社会」の環境整備機能を果たしていると言える。例えば、主活動で挙げたるもいファンクラブ体験会の第5回で、「最北の果樹の里体験」という主要プログラム(果樹園見学、りんご収穫、生産者による秘話)を提供した生産者は、もえるのボランティアパーソナリティとして番組を持っている男性であった。るもいファンクラブの体験会の実施に至るまでに、このようなかたちで、もえるが地域内の活性化につながる仕組みを築き上げてきたことは、地域資源マネジメントの機能の重要な部分を、もえるが果たしていると言える。

あるいは、「るもい健康の駅」では、「食と健康」をテーマに地元の産品を活用した料理をリーズナブルな値段で提供する「コミュニティカフェテリア事業」も実施されている。健康の駅では、健康測定や健康診断、健康相談など、地域住民の健康をサポートする施設として運営されており、地域住民向けのサービスを行ってきた。コミュニティカフェテリアも、多くの地域住民が利用している。一方で、地域外からの来訪者が地元の食を体験する場にもなっており、支援活動と主活動が効率的に連携されている。

佐藤氏が目指すものは「シンク・ドゥ・タンク」であると言い、地域の課題にきちんと向き合い解決していける組織が必要であると考えている。もえるは開局から10年が経ち、スタジオにはボランティアパーソナリティの他にも、さまざまな人が立ち寄り、地域の課題について相談を受けることも少なくない。地域内の経済・文化・社会・空間・自然といった環境を整備する機能を果たしているアクターは多く、さまざまな取り組みが行われていると言えるが、もえるは、それらをつなげ、集約するといった役割も果たしていると考えられる。

○支援活動(観光地域づくりのマネジメント)

観光協会、もえる、コササルなどは、各組織のメンバーが重なりながら、観光地域づくりの中心的な役割を担っており、その中核的な人物が佐藤氏である。地域資源マネジメントのところでも見たとおり、支援活動と主活動のスムーズな連携のしやすい状況にあるのは、そのような背景がある。とくに、行政では難しい留萌管内8市町村の連携を主眼においた観光地域づくりの取り組みは、これらの組織で担っている。佐藤氏が目指す「シンク・ドゥ・タンク」は、明確な存在として実現しているわけではないが、もえる内でその萌芽が見えつつ

(3) 宮城県気仙沼市／岩手県一関市

2011年の東日本大震災で甚大な被害を受けた地域であり、とくに気仙沼については、津波の影響で地盤沈下や建物の倒壊が著しく、現在でも復興が遅々とし住居や店舗についても依然として仮設が多い。

気仙沼は古来、港町として知られ、海と陸をつなぐ役割を担う港町として、ヒト・モノ・カネの流動が活発に行われてきた。とりわけ内湾地区は、世界でも有数の漁港として知られる気仙沼港に面し、交流・交易の拠点となってきた場所でもある。しかし、近年は漁獲量も減少し活気が失われつつあった。そこに震災により未曾有の被害を受け、内湾地区から多くの人の流出が起こった。現在も内湾地区で生活する人びとは、今、これからここでどのように生きていくのか、どのような街をつくっていくのか、という課題を突きつけられている状態と言える。

観光面においては、これまでも新鮮な水産物を中心に、多くの観光客が訪れていたが、気仙沼市の入込客数、宿泊客数は、平成12年をピークに下降している

(<http://www.city.kesennuma.lg.jp/www/contents/1334025281549/files/04.pdf>)。

平成24年度からは、「東日本大震災によって未曾有の被害を受けた本市における新たな観光戦略を構築し観光再生を図るため」に気仙沼市観光戦略会議が設置された。同会議のなかでは「観光に関する戦略的方策」が打ち出され、新たな動きが始まろうとしている。

気仙沼には、多くの分野で、復興のための外部からの支援・応援があり、さまざまな取り組みが行われているが、観光面においても、「東北未来創造イニシアティブ気仙沼サテライトオフィス」のスタッフ（東北未来創造のスポンサーとなっている民間企業社員）や、前述の観光戦略会議の委員などの、外部からの知見を取り入れ、新たな取り組みが行われている。

一方、震災以前より市民が中心となって盛り上げている取り組みもあり、震災以降は、それまで活動を基盤にしてさらに発展している。ここでは代表的な活動を2つ挙げる。1つは、気仙沼を楽しむという意味で名づけられた「気楽会」であり、30代を中心に活動する会である。

もう1つは、「風待ち復興検討会」であり、「貴重なまちづくり資源である気仙沼市内湾地区（風待ち地区）の歴史的建造物など歴史文化資源の保存活用を検討し実践すること」を目的としている。この「風待ち復興検討会」の前身は、平成14年から活動をしている「風待ち研究会」であり、長年に渡り気仙沼の歴史文化資源の調査等を行ってきた団体である。

岩手県・一関市は、気仙沼市に隣接し、気仙沼とは古くから密接に交流していた地域である。前述の「風待ち復興検討会」で行ったモニターツアーにも、一ノ関・千厩が含まれるなど、観光地域づくりにおいても、広域圏として捉えられる。前身の「風待ち研究会」が協力して、平成19年には「黄金酒街道」として、2市にある4つの酒蔵で、各社の建物（国登録有形文化財）の絵をラベルにした酒を一斉に販売するなど、市民レベルでの連携が続いている。一関市千厩地区（元千厩町）では、タウンマネジメント機関として、平成17年に千厩まちづくり株式会社が発足している。

○主活動

市民レベルの主活動と言える活動は、前述の気楽会が行っている「気楽会の観光案内課〜ひと巡りツアー」である。気楽会の根底にある「今ある気仙沼を積極的に楽しもう！」「気仙沼を自発的に楽しくしよう！」という想いを具現化したツアーであると言える。「なんどでも通いたくなる、もうひとつのふるさとへ。」というキャッチフレーズで、「気仙沼を歩いて、人を巡る小さな旅」を毎月開催している。ホームページ上には「このツアーは参加者同士にとっても出会う場と考えているため、団体等のツアー受付はしておりません。」といった注意書きがあり、「顔の見える人との出会い」を大切に市民レベルの主活動と言える。また、「なんどでも通いたくなる」というのは観光地域づくりの主活動のなかの「(オ)縁作り」を重視している仕掛けであるとも言える。(気楽会HP：

<http://kirakukai-tour.net/hitomeguri/home.html>)

気仙沼観光コンベンション協会においても、主活動の一部が担われている。エージェントとのつながりや、地域外へ向けての発信など「(ウ)まねく」の機能を担っていたり、あるいは、観光案内所で「(エ)もてなす」機能を果たしていたりする。一方で、さまざまな新たな取り組みが動き出しており、気仙沼観光コンベンション協会としてのあり方が変化しつつある時期でもあり、担うべき役割が今後、変わっていく可能性もある。

○支援活動（地域資源マネジメント）

前述の「風待ち復興検討会」が行っている歴史文化財の保存活用は、重要な地域資源マネジメントの活動と言える。「東日本大震災被災文化財復旧支援事業(Save Our Culture"心を救う、文化で救う")」（「SOC」の協力を受けながら、震災で甚大な被害を受けた酒蔵の建物の保存修理工事が行われているが、「風待ち復興検討会」では、今後、気仙沼内湾地区の人びとが、そうした文化財を活用しながら、地域外の人びととつながり、交流し、経済振興にもつなげていくことを考えている。つまり、これまでの地域資源マネジメントを、主活動と連動させて、地域主導の主活動に発展させていくことが今後の課題と言える。

また、気仙沼広域圏の一関市千厩においても、千厩まちづくり株式会社（以下「まちづくり会社」）が運営する「酒のくら交流館」は、国指定有形文化財 旧横屋酒造・佐藤家住宅であり、まちづくり会社では、この文化財の維持管理を行っている。酒蔵では、地酒を製造しており、見学、試飲などができる施設となっている。しかし、現状では経営が厳しい。人手不足、人材不足により、施設を生かしきれない点が課題となっている。施設の維持管理、といった地域資源マネジメントについては継続されているが、経済的利益が生まれなければ株式会社としての継続は難しく、さまざまなアイデアを出しながら、主活動につなげていくことが課題である

気仙沼の「風待ち復興検討会」についても、千厩まちづくり株式会社についても、地域資源マネジメントをベースにしながら、今後は主活動と連動させて、地域主導の主活動の発展させていくことが課題と言える。

(4) 岐阜県・飛騨古川

飛騨市は、岐阜県北部に位置する人口約25,000人の市である。そのなかの古川町は、早くから町並み保存運動に積極的に取り組み、景観に配慮したまちづくりが行われている。1987年には「古川町景観デザイン賞」の取り組みが始まり、古川らしい町並みや自然に調和した建物を表彰している。その後、「古川町景観基本計画」の策定、「飛騨古川ふるさと景観条例」の制定、「修景保全に関する助成金制度」などの景観保全事業が行われている。その伝統的な景観を支えているのが、飛騨大工の匠の技術であり、その技術もまた、飛騨古川に残る無形の財産である。伝統的な行事として、1700年代から始まったとされる日本三大裸祭りの古川祭がある。1980年に古川祭の起し太鼓・屋台行事が国の重要無形民俗文化財に登録されている。

町並みや祭りなど地域資源が豊富であり、観光地としての知名度も高いが、昨今では外国人観光客も多く、観光協会スタッフも英語が堪能なスタッフを配置するなど、新たな展開が起りつつあると言える。

○主活動

各主活動は、行政、事業者、観光協会などそれぞれによって行われているが、主活動の(ア)から(オ)の機能を一連して活動している代表例は、株式会社美ら地球が実施する「飛騨里山サイクリング」と言える。里山の自然資源や町並みの文化資源、地元の飲食店などをつなげて、サイクリングツアーという一連の主活動を構成している。株式会社美ら地球は、旅行業登録もしており、主活動の一連を担うことができる基盤も整備されている。また、

「Satoyama Experience」として、日本の原風景である里山の暮らしを外国人向けにも発信し、訪日外国人の里山サイクリングツアー参加へとつながっている。また、行政や観光協会においても、情報発信やPR等、主活動の部分を担当しており、さまざまなアクターが関わっていると言える。

○支援活動（地域資源マネジメント）

飛騨古川の古民家を維持管理する「飛騨民家のお手入れお助け隊」という取り組みや、古民家を活用した「里山オフィス」の取り組みが、株式会社美ら地球と地元の建設業者との協力のもと行われている。「飛騨民家のお手入れお助け隊」とは、「インターネット等を通じて全国に呼びかけ、古民家を筆頭とした伝統的な日本家屋を愛する方々と一緒に、飛騨市周辺にある昔ながらの家屋にお住まいのご家庭を訪問、家屋のお手入れ（掃除など）をお助けする、言うなれば飛騨民家を応援するプロジェクト」

(<http://www.chura-boshi.com/minka-hida/oteire/>「飛騨民家お手入れお助け隊とは」)である。町並み保存の運動や、景観への配慮などが早い時期から行われている地域であり、「空間」環境の地域資源マネジメントは、重点的に行われていたが、そこに、株式会社美ら地球による「地域外の人を招く」という発想が融合し、主活動と効率よく連動した発展した形での地域資源マネジメントが行われている。

また、前述の伝統的行事である古川祭も、地域資源マネジメントの機能で果たしている役割が大きい。祭りの実施においては、官民一体で協力体制をとり、市民による祭り組織も伝統的に受け継がれ、大きな役割を果たしている。時代とともに祭りのあり方に変化があったとしても、地域の「社会」環境（コミュニティ）や「文化」環境の整備という機能を、祭りが担っていると言える。この祭りは今後ユネスコの無形文化遺産登録を目指しており、地域でさまざまな人びとが関わりながら、今後の展開を考えている。この祭りに関する資料や、前述の飛騨大工の匠の技術に関する資料等は、「飛騨古川まつり会館」や「飛騨の匠 文化館」などで管理、保存されている。

○支援活動（観光地域づくりのマネジメント）

前述の通り、株式会社美ら地球が主活動、支援活動の地域資源マネジメントを効率的にコーディネートしていると考えられるが、地域全体として、観光地域づくりのマネジメントを担う組織や団体としては、観光協会等になると考えられる。

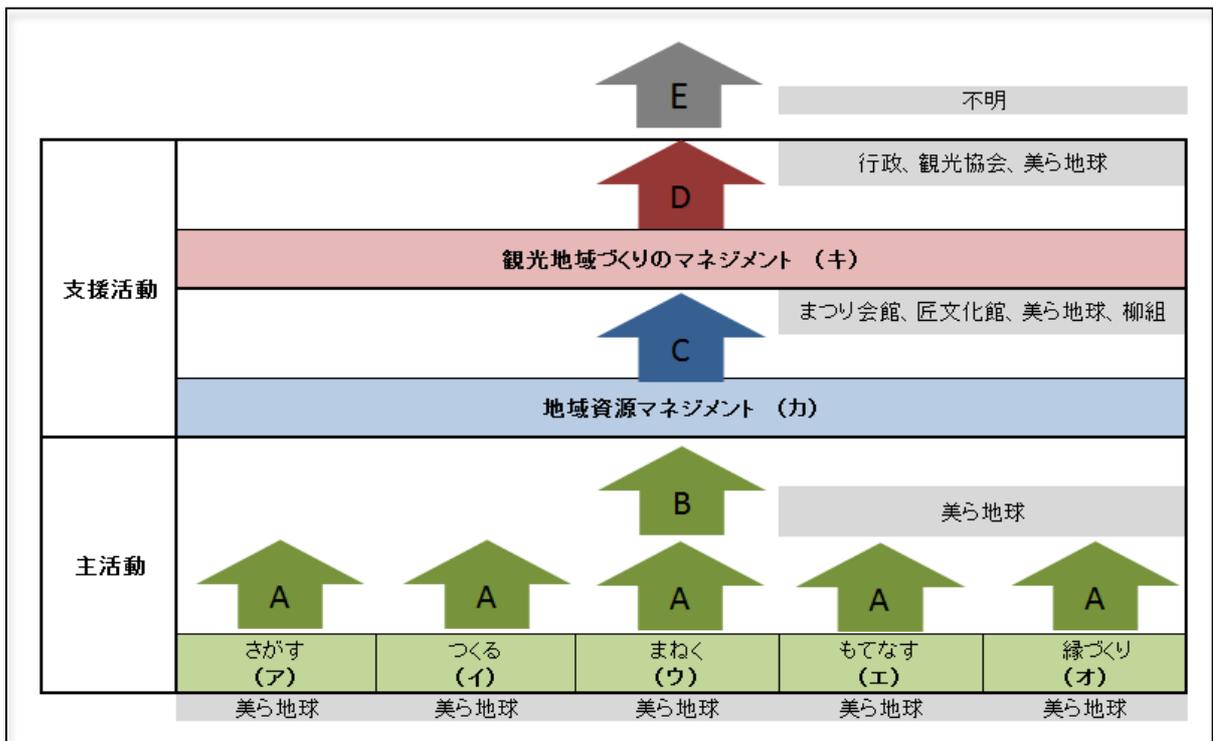


図 4-4 事例分析（飛騨古川）

【参考1】 その他の観光地域づくり事例

これまでに取り上げた観光地域づくりの事例に加え、以下のとおりの全国における事例を見ることができる。これらについては、北海道大学観光学高等研究センターのこれまでの調査の成果として掲載する。

事例1 過疎対策としての観光地域づくり（長野県南木曾町）

○長野県南木曾町の概要

南木曾町（なぎそまち）は長野県の南西部に位置し、面積の94%が森林で占められており、そのうち7割が国有林である。町の中央を流れる木曾川とその支流をはさむ段丘に、与川、北部、三留野、妻籠、蘭、広瀬、田立の7集落が広がり、約4,800人が生活をしている。

木曾妻籠は江戸時代には日本の大動脈のひとつであった中山道の宿場として繁栄していたが、昭和30年代後半から40年代初めにかけて古びた家屋が寄り添うようにして建っているだけであり、希望を持つことが出来なかった多くの若者たちは東京や名古屋へと旅立ってしまった。人口は、昭和35年には10,771人であったが平成17年度には5,238人と半分以下まで減少しており、過疎化が進んでいた。（南木曾HPより）

○「妻籠を愛する会」の取り組み概要

南木曾町には江戸時代には交通の要衝として賑わっていた妻籠宿がり、明治以降、国道や鉄道の整備によって一旦は宿場としての機能を失い、昭和30年代の高度成長期になり、地域から若者が流出し過疎化が進行した。そこで、地域の再生に向けて農業を試みるも農業には適さない土地柄であり、宿場としての機能を失ってはいたが幕末時代妻籠村の大部分1200ha余りの広大な地域に自然環境・街道・在郷・宿場等が残されていたことから、町並み保存と環境保護から妻籠を活性化させる取り組みが行われた。その当時は、町並みの「保存」という考え方はほとんどなかった。

そこで、昭和43年には妻籠宿を保存しようと地域住民と行政、技術者（学者）と連携しながら事業を推進するための組織として「妻籠を愛する会」が発足、昭和58年は財団法人化され、行政・議会、学識経験者等の理解と支援により、妻籠資料の保存会や観光協会などの組織の発足や町による妻籠宿の保存と活性化の推進、学術調査の活発化につなげるなど、保存活動の中心的な役割を担っている。

ここでの活動は、景観や町並み保存活動のみならず、防火・防災・防犯組織としての活動も主体的に取り組んでいる。宿場の趣が残る景観を保存するために、『売らない。貸さない。こわさない。』という基本方針を「妻籠宿を守る住民憲章」に掲げて保存活動などを行ってきた。その活動により妻籠宿とその周りの景観が文化財となり、その名が知れ渡り、妻籠宿の景観に魅了され観光客が訪れることになった。結果として、観光を通じて妻籠を再生することにより地域の活性化に貢献している。



○板葺き石置き屋根葺き替え

家屋の修復に関しては、妻籠宿の屋根のほとんどは板葺き石置きであったが、現在はわずかししか残っていない。この屋根替えしも地域住民が共同作業で行い、屋根板作り、屋根替えしの技能継承に努めている。



○景観整備植栽

中山道沿線の道普請、防火用水の大井水の水普請等もボランティアでの作業を行っている。



○文化文政風俗絵巻之行列

妻籠宿最大のイベントであり、現在では役者が150人、後方の支援者が100名ほどの規模で行われ、約45年間続いている。当日は観光客の方など8千~1万人が狭い宿場を埋め尽くしている。



○一石柵立場茶屋

馬籠峠手前にある一石柵立場茶屋の無料休憩所は、おもてなしで出されたお茶を飲みながら国際交流の場となっている。馬籠峠を越える外国人は6千人を超える。妻籠宿を訪れる外国人の国籍は北米、オセアニア、ヨーロッパを中心に約52ヶ国から訪れ、昨今は、妻籠宿は国際観光地となっている。

南木曾町には、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された「妻籠宿」、重要文化財に指定されている「桃介橋」、国指定史跡の歴史の道「中山道」をはじめ、数多くの歴史的文化遺産がある。また、田立歌舞伎などの無形文化財についても、保存団体により後世に受け継ぐ努力が続けられている。「妻籠を愛する会」の活動には、家屋や建造物、周囲の野山の景観を含め、地域に伝わる文化の継承にも努めている。

○「妻籠宿」

津和野城下町に形成された武家町及び商家町。旧山陰道に沿って水路や土塀が続く武家町と、赤茶色の瓦を葺いた町家が連なる商家町の対比が特徴的である。

○殿町の景観（武家町）



○旧山陰道沿いの町並み（商家町）



文化庁 HP より

○町並みの変遷

昭和 51 年、「重要伝統的建造物群保存地区」に選定され、下記の画像は、選定前と選定後の町並みの様子である。

○寺下の町並み（選定前）



○寺下の町並み（選定後）



妻籠を愛する会 HP 総務省 HP より

南木曾町の取り組みから、地域から若者が流出し過疎化になり環境の保全などを行うことが難しいという課題があったが、地域の町並みの固有性に気づき、宿場として活用されていた地域の歴史や資源を見つけ出し宿場の機能を失い残されていた妻籠を活用するという発

想により、妻籠宿を保存するため、地域住民と行政、技術者（学者）と連携し防火・防災・防犯組織としての環境保全の活動や『売らない。貸さない。こわさない。』という町並み保存活動など行われている。結果として、妻籠宿の景観に魅了され観光客が訪れ、観光を通じて妻籠の再生や観光協会主催の「伝統芸能の夕べ」「妻籠宿火まつり」で地域の伝統芸能を披露することで、継承者の発表の場であると同時に観光資源でもあり、交流人口により地域の活性化が行われている。

事例2 文化遺産の活用としての観光地域づくり（北海道空知地域）

○北海道空知地域の概要

空知の炭鉱の歴史は、明治12年に幌内炭鉱（三笠市）が開鉱したことから始まり、その後最盛期には100を超える炭鉱が稼働していたが、昭和30年以降の石炭鉱業の合理化により、閉山が相次いだ。空知でも平成7年3月の空知炭鉱（歌志内市）の閉山により坑内掘りはなくなり、現在、6鉱の露天掘りを残すのみとなったが、空知地域の炭鉱関連施設や多くの炭鉱夫の生活の歴史は、今でも地域に住む人々の独自の生活文化となっている。

産炭地域振興臨時措置法（平成13年11月失効）の5年間の激変緩和措置が終了したが、北海道庁では、平成19年3月に、「北海道産炭地域産業振興方針」を策定し、関係市町などと連携を図りながら、産業振興策の着実な推進に努めている。

また、産炭地域では「空知に残る炭鉱関連施設と生活文化」として、平成13年に北海道遺産に選定や「近代化産業遺産」に認定された炭鉱関連施設や文化等を活用した地域づくりが行われており、空知総合振興局でも各種取組に対する支援を行うほか、産炭地域の活性化策の検討や、地域資源の魅力をPRするキャンペーン事業を実施している。

○炭鉱関連施設や文化等

○立坑 立坑櫓



立坑とは、石炭や人員、ズリまたは貨物を運搬するために掘削された縦穴であり、空気を入れる入気立坑と、排気を行う排気立坑を設けるのが一般的である。立坑櫓は、立坑の上部に設置される櫓のことで、ここに滑車とロープを掛け、巻き上げ機で運搬を行っていた。

○炭鉱鉄道



鉄道は、炭鉱で掘り出した石炭を運搬する手段として重要な役割を担っていた。日本で三番目の鉄道であった旧手宮線も三笠からの石炭運び出すことを目的に建設された。空知地域ではヤマとともに鉄道が発展してきたが、閉山の伴い鉄道も廃線が相次いだ。

○炭鉱街の生活文化



炭鉱を産業としていた「ヤマのまち」では独自の地域文化が生まれ、閉山によってヤマの灯は消えても、そこで育まれた地域の文化は現在も郷土芸能や食生活に見いだすことができる。

空知振興局 HP より

○「元気そらち！産炭地域活性化戦略」の取り組みの概要

北海道空知地域では、かつて「炭鉱の街」として繁栄していたが現在では炭鉱が閉山され、様々な炭鉱遺産として残されている。

炭鉱遺産を「資産」として位置づけ、観光と結びつける試みがなされ、道内外から鉄道に関心がある観光客などの集客につなげており、観光客自体が鉄道遺産の保全などに主体的に取り組まれている。この活動は、関係自治体の連携や有志の参画などにより現在も継続している。

ここでは空知総合振興局が行っている「元気そらち！産炭地域活性化戦略」の取り組みについて取り上げる。1998年から、空知ならではの「炭鉱の記憶」*を広域的な地域づくりに活かした政策に取り組んでおり、市民レベルでも草の根の活動が展開されている。

*炭鉱の記憶－空知地域の炭鉱が栄えた当時の姿・様子（産業・石炭生産の姿、まちなみ・風景、炭鉱に働く人々の働く姿・暮らし・文化など）を、現在に語り継ぐ、様々な記録や情報など。

これらの「炭鉱の記憶」を地域に住んでいる人や地域を訪れる人などの交流により空知産炭地全体の持続可能な地域づくりに貢献することを目指し、地域内の人々が地域の課題が解決をすることにより、誇りを回復し地域外の人々を炭鉱の記憶という知的好奇心を持たせるために、地域内の人々と地域外の人々の仲介役となる地域マネジメントを行い、循環を生じさせている。空知地域の炭鉱の関連施設や情報をテーマごとに選択できよう地域情報を発信している。

○目標

地域内外の人々が炭鉱の記憶を介しての交流する機会を提供することにより、お互いに相乗効果を楽しんで、空知産炭地全体の持続可能な地域づくりに貢献することを目指している。



北海道空知地域の取り組みから、炭鉱夫の生活の歴史は、今でも地域に住む人々の独自の生活文化があり、炭鉱関連施設や文化等の炭鉱遺産を「資産」として位置づけ、地域に住んでいる人や地域を訪れる人などの交流により、空知産炭地全体の持続可能な地域づくりに貢献することを目指している。この取り組みは広域的な地域づくりで取り組んでおり、市民レベルでも草の根の活動を行われている。

地域内の人々が地域の課題が解決するために空知地域の炭鉱の関連施設や情報をテーマごとに選択できるように地域の情報を発信するなどの目的を掲げ地域内の人々と地域外の人々を繋げることのできる具体的な戦略をしており人などの交流により、持続可能な地域づくりを行っている。

事例3 商店街振興策としての観光地域づくり(埼玉県川越市)

○埼玉県川越市の概要

川越市は、明治時代には商業都市として栄え、川越に蔵造りの町並みが形成される契機となったのは、明治26年の大火であり、川越商人たちの防火対策への意識に変化をもたらした。その大火の際に焼け残った建物が伝統的な工法による蔵造り建物であったことに着目し、このような惨事を繰り返さないようにと、商人たちは建物そのものを防火建築にすることを考え、蔵造り建築による店舗（店蔵）を多く建設した。もっとも、東京日本橋には明治10年代に既に蔵造り建物による町並みが形成されており、江戸の面影も残っている。

また川越は、川越城築城により、江戸城の北の守りとして代々有力な武将が配され、城下町として栄えた。川越一番街商店街は、明治・大正・昭和の始めには県内でも有数の商業地として繁栄したが、鉄道の開通による中心市街地の移動や商業形態の変化などにより戦後、旧市街地は活気がなくなり衰退していった。しかし、昭和30年代ごろから蔵造り保存に対する提言がなされ、昭和46年に川越で一番古い蔵造りとなる「大沢家住宅」が国の重要文化財の指定を受け、蔵造りの町並みの価値が見直されるようになった。



川越市の観光スポットを①本丸御殿ゾーン②蔵造りゾーン③喜多院ゾーンに分け、設定している。そして川越市には、平成2年に再開発を行ったJR・東武東上線川越駅東口から、北へ1、200m続くクリアモールがあり、平成の賑わいを見せる商業景観が続いている。さらに北へ進むと昭和を代表する看板建築の建物が立ち並ぶ中央通り商店街、大正時代をイメージした景観造りにこだわり活性化を目指す大正浪漫夢通り商店街、そして明治の蔵造りの町並みを残す川越一番街があり、異なる時代の特徴を活かした商店街の景観による活性化を行っている。

旧市街地は、伝統的建造物群保存指定地区に、中心市街地の一部は都市景観形成地域に、それぞれ指定されており「町づくり規範」に基づいた町並みづくりが行われている。例えば市施工の電柱地中化事業に併せ、歩道、街路灯、シンボルタワー、案内板等の整備や防犯カメラを設置することにより、防犯パトロール等と併せて安心安全の街づくりの取り組みが行われている。また、クレアパーク（多目的広場）を活用したイベントが開催されている。

○一番街

・個店改装・電線地中化前（昭和60年頃）



・現在の町並み



・一番街から時の鐘界限

・個店改装・電線地中化前（昭和60年頃）



・現在の町並み



川越市 HP 川越市資料より

○「川越蔵の会」の取り組み概要

昭和30年代からその中心である一番街周辺の旧市街地が衰退化の一途を辿り、蔵造りのファサード改変や取壊しが行われ、歴史的な都市として一時は大きな危機を迎えていた。昭和50年代に、商店街活性化による町並み景観保存を謳いながら、一番街の若手の商店主が、建築やまちづくりの専門家、個人的興味で参加した市役所若手職員とともに勉強会を行ったのが蔵の会の始まりであり、昭和58年5月に市民団体として発足。平成14年12月には活動範囲を広げるために「特定非営利活動法人 川越蔵の会」として約200名の会員がおり、その内訳は一番街及びその周辺の商店経営者や住民、建築家、まちづくりの専門家、学識経験者、埼玉県及び川越市の職員、一般市民などであり全会員の約2割を川越市在住在勤ではない会員、すなわち“川越ファン”とも呼ぶべき人たちが占めていることが特徴的である。

活動目的は、地域に根ざした市民としての自覚を持って、まちづくりをみずから実践するとともに、住民が主体性を持って行うまちづくりの支援を行うことによって、地域社会の発展に寄与することであり、事業部・広報部・デザイン部・会計部・事務局からなる。

活動として、まちづくり・建物保存への支援、まちづくり活性化のための取り組み（①まちづくりデザイン活動②まちづくりイベント開催③伝統的建造物の保存活動④広報及び啓蒙活動）が行われている。

活動の特徴としては、① 歴史的資産の保存や観光化のみを優先させることなく、商業の活性化や住環境の質的向上といった地元住民の生活に目を向けながらまちづくりを進めている。② 地元住民、研究者や専門家、個人的興味で参加している市役所職員等、多様な人たちが、対等の立場に立って市民主体のまちづくりを進めている。③ 川越の文化を守り育てることを重視した活動を行っている。

連携・協力組織としては、① 商店街：川越一番街商業協同組合、大正浪漫夢通り商店街振興組合、② 公の機関：川越市、川越商工会議所、川越TMO委員会、川越青年会議所、

③ 市内の市民団体：アルテクラブ、環境ネット、川越織物市場の会 ④ その他：(社)日本ナショナルトラスト、(NPO)全国町並み保存連盟、(協)伝統技法研究会などがある。

このような様々な立場の人が集まり、市民主体で進めるまちづくりのスタイルは現在も受け継がれている。

埼玉県川越市の取り組みから、旧市街地は活気がなくなり衰退したという課題に対して、大火の際に焼け残った建物が伝統的な工法による蔵造り建物や明治・大正・昭和の始めには県内でも有数の商業地として繁栄したが、異なる時代の特徴を活かした商店街の街並みを活かしている。町並み保存には店経営者や住民、建築家、まちづくりの専門家、学識経験者、行政職員、住民、約2割は川越市在住在勤ではない会員で構成されており様々な人々、組織・団体が関わっていることがわかる。

また電柱地中化事業に併せ、歩道、街路灯、シンボルタワー、案内板等の整備や防犯カメラを設置、防犯パトロール等により地域の人々が住みやすく、訪れた人も異なる時代の特徴を活かした町並みを楽しむことにつながっている。

まとめ

以上の事例からは、観光地域づくりの目的は産業構造の変化などによる過疎地域の対策や地域活性化、市街地活性化など多様性であり、地域の中で埋もれていた素材を掘り起し、活用することで、またそれぞれの地域が抱えている課題の解決を行っていることに共通点である。

地域の素材を見つけ、活用するためにさまざまな立場や視点を持った地域の有志等が観光地域づくりを進める推進体制をつくり、ビジョンを共有しながらプロジェクトを実行している。また、地域の人々が住みやすく、住み続けることができるように持続可能な地域づくりを目指し、防犯パトロールや地域の町並み保存の活動を行うために防火・防災・防犯組織としての環境保全の活動などの取り組みへと結びついている。

このように、観光地域づくりは地域が抱える課題の解決と直結するものであり、ひとつのパターンを提示するものではなく、地域が置かれた環境（内部環境、外部環境、課題など）

に応じてものである。そして、観光を創造することにより交流人口による地域の活性化に結びついていることが特徴と言える。

観光地域づくりの課題

前述の事例では、観光地域づくりには地域の実情に応じた多様な展開が可能であることから、取り組みを進める上では、地域課題の解決に向けた観光地域づくりが展開されており、明確なビジョンが地域の主体者で共有されている点に特徴がある。

しかしながら、地域内にはさまざまな価値観を持った人々や立場が異なる民産官学があり、それらが協働するためには観光地域づくりの大きなビジョンを描くことができて、それを具体的に実行に移すために、観光地域づくりに携わる全ての関係者がビジョンを共有し、とりまとめる調整力が必要である。

また自らが観光地域づくりの当事者であることの自覚を持ち、主体的に参画していくことが重要であり、同時にマーケティング視点に裏打ちされた実行計画をまとめる必要がある。

また、観光地域づくりは地域の中で閉鎖的なネットワークにより進められるのではなく、必要に応じてプロジェクトを推進していくために必要な外部資源を積極的に取り込んでいくことが求められる。さらに、観光地域づくりから実際に観光客を地域に呼び込むためには、旅行商品づくりとともにプロモーションも必要である。

このように、観光地域づくりをすすめる上では、専門知識やマーケティング・コーディネートなど高度な能力が求められることから、観光地域づくりの関係者のレベルの底上げを図るためにも人材の育成が必要である。

【参考2】観光関連組織による取り組みの事例

地域内の組織が観光関連事業を展開することをおして地域づくりに取り組んでいる事例を紹介する。

事例1 新治村の概要（財団法人農村公園公社）

新治村（平成17年10月より合併によりみなかみ町へ名称変更）は、群馬県北東地域、新潟県境に隣接した場所に位置し、その総面積の約80%が山林があり、この地域はその昔、江戸と越後を結ぶ要路として栄えた三国街道沿いに発達した村でもあり、江戸時代を通じて街道にかかわる宿泊や運送業が主な産業であったが、明治に入り国鉄信越線が開通したため街道としての機能は衰退し、以降は養蚕を中心とした稲作、畜産、野菜等の農業が主産業であった。

昭和30年代に入ると村の中央にダムが建設され、かつての湯治場である猿ヶ京温泉は湖底に沈み、観光産業は衰退するかに思われた。ところが、移転先のダム湖畔の台地でも温泉が掘削されたため、新しい猿ヶ京温泉として開発が始まり、大型のホテル・旅館が建設され収容人数も格段に向上されたため、それに付随する土産店や飲食店等が開店し、大いに賑わいその結果、観光産業が大きく発展し、農業と並び村の基幹産業となった。

昭和50年代に入ると、新幹線や高速道路等の交通網の発達により首都圏から2時間足らずで来村出来るようになり、観光客は一時大幅に増加したが、その後団体観光から個人観光へのニーズの変化などにより低迷傾向となった。主産業の農業も、若者の都会への流出が続き年配者がかろうじて続けているという状況になり、村の活力が失われている状況にあった。

そのため、観光事業としてはじめ、村の中心部に位置する「須川宿」を中心に多く点在している「野仏」などの歴史的な文化遺産を観光資源として活用することを考えた。野仏などを探しながら1周8.5kmの田園散策をする「野仏めぐり」を始め、都会から年間3～4万人の観光客が参加するなど好評を得たが、一方、地域の人々側の不満や、都会の観光客側の指摘など課題も多く残った。そこで、観光振興には美しい田園風景だけではなく、村民の理解や協力と、必要最低限の施設整備が必要であり、都会からやって来る観光客と、村民が直接ふれあうことの出来る交流が必要であった。

そこで、「たくみの里づくり」として取り組むこととし、具体的な実施計画を①美しい農村づくり②歴史や伝統文化を活用した農村づくり③地域の人を活用した地域づくり④体験を主体にした都市との交流。の以上の4つとした。

昭和59年に「たくみの家」を中心とした「たくみの里」実施計画を策定し、翌年にはさっそく「木工の家」、「竹細工の家」を建設。その翌年には「陶芸の家」、「手作り郷土の香りの家」（こんにやく作り体験のできる家）を建設、さらに翌年には「わら細工の家」を建設した。この5軒で「たくみの里」がスタートしたのである。沿道の擬木の花壇、トイレもあり中心施設となる資料館、地元の産品を販売する朝市屋台、さらには無料の駐車場、駐輪場も整備した。

新治村は農業と観光を連携させ都市と農村の交流による村づくりの指針として、村内全域を対象にした「農村公園構想」を策定し、村づくりを進めた。これは、村内各地域ごとに例

例えばスポーツ、フルーツ、温泉、森林などといったテーマを定め、それぞれの地域がテーマに沿った開発整備を行うというものである。この構想とセットとなるものとして、乱開発を防ぎ、新治村の本来の農村景観という最大の観光資源を守るため、新治村は平成2年3月「美しい新治の風景を守り育てる条例」を制定した。さらに村は、この構想を推進するための主体として、財団法人「新治村農村公園公社」を村100%の出資により設立した。

○新治村（財団法人農村公園公社）による観光事業

■名 称 一般財団法人 みなかみ農村公園公社

■設 立

平成5年3月25日（群馬県知事より設立許可を取得。平成24年4月1日財団法人新治農村公園公社より一般財団法人みなかみ農村公園公社へ移行）

■設立者

旧新治村（平成17年10月より合併によりみなかみ町へ名称変更）

■目 的

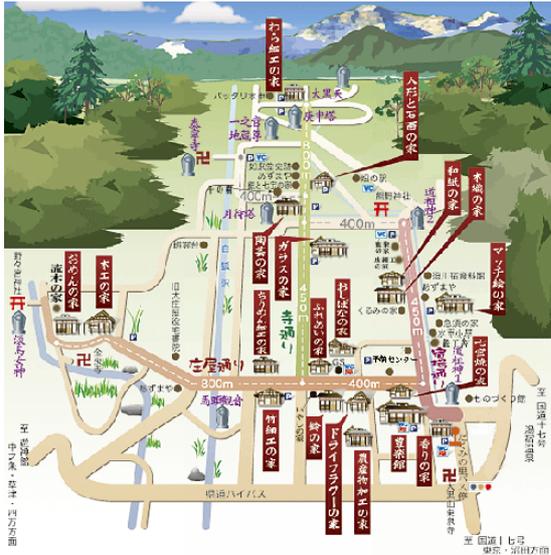
公社は、美しい農村の創造、都市と農村の交流促進を図り、地域における農林業及び観光産業の連携による営農体制の確立、農畜産物付加価値の調査研究等を進め、併せて農村公園施設の建設及び受託管理、農地の全域的高度利用の推進により地域社会の発展に寄与すること。

■事業内容

- | | |
|---------------------|-------------------|
| (1) 美しい農村の創造事業 | (2) 都市と農村との交流推進事業 |
| (3) 農地の利用及び保有の合理化事業 | (4) 花卉及び果樹の試験栽培事業 |
| (5) 公共施設の管理営業事業 | (6) 土産の仕入れ、製造販売事業 |

・施設概要

手作りが体験できるたくみの家と、展示・見学・ショッピングがたのしめる家の二種類がある。それぞれのたくみが各家のオーナーとなりオリジナリティ溢れる作品や体験を提供している。



- ・施設名
- ・総合案内所
- ・竹細工の家
- ・和紙の家
- ・おめんの家
- ・マッチ絵の家
- ・ふれあいの家
- ・農産物加工の家
- ・豊楽館 等
- ・手作り郷土
- ・陶芸の家
- ・石画の家
- ・七宝焼の家
- ・おしばなの家
- ・人形の家
- ・香りの家

・施設の具体例（福寿茶屋）



たくみの里で散策を楽しんだ後には、福寿茶屋でひと休みをすることが出来る。

みなかみ産の大豆「オオツル」100%で作られ大豆の旨みを凝縮した「豊楽豆腐」と「寄せ豆腐」「生揚げ」や「味噌餡のおまんじゅう」「豆乳入ソフト」などが販売されている。

また、豆腐作り体験ができる。



・豆腐作り体験



・豊楽豆腐



・豆乳入りソフト

各々の「たくみの家」の職人と公社とで「新治たくみの会」を組織し、定期的に情報交換やイベント企画などを行っている。現在は地域と行政、そして観光業が一体となって都市との交流を展開し、農業及び観光業の振興に大きな効果を上げている。

(たくみの里HP 観光庁HPより)

新治村の概要（財団法人農村公園公社）の取り組みでは、観光産業が大きく発展し、農業と並び村の基幹産業であり、農業と観光を連携させ都市と農村の交流による村づくりの実施計画を策定して観光地域まちづくりを行っている。地域には沿道の擬木の花壇、トイレもあり中心施設となる資料館、地元の産品を販売する朝市屋台や無料の駐車場、駐輪場も整備している。そして、その地域の農畜産物の付加価値をつけるために食品加工の体験や地

域の特産物を活かした着地型観光を行っており、農業と観光業という2つの産業を融合しているところが特徴である。

事例2 長浜市（株式会社 黒壁）の概要

長浜は秀吉がはじめて城持ち大名になった地であり、430年の間商業の街として栄えてきたが、地場産業として高級絹織物「浜縮緬」が長くこの地域の地域経済を支えてきたが、和装の衰退と共に業界も縮小していった。昭和50年代に入りモータリゼーションの発達、ショッピングモールの郊外進出などにより、中心商店街は急激に疲弊していった。

そして、昭和60年代初めにカトリック教会の郊外移転に伴い、旧黒壁の建物が売却され、その跡地にマンションの建設計画が持ち上がった。この建物は、明治33年、国立第三百十銀行長浜支店として建てられその黒漆喰の壁の洋館である外観から「黒壁銀行」という愛称で地域に親しまれ、その後明治39年同建物が明治銀行長浜支店、専売公社、昭和29年には長浜カトリック教会になった。

この街のシンボルであるであった建物の解体が持ち上がり、市民からは保存の声が上がっていた。そんな中、当時の市役所職員が危機感を持って、地元の財界人に相談を持ちかけた。そこで立ち上がったのが、青年会議所OBを中心としたメンバーによる第三セクター「株式会社 黒壁」である。

「株式会社 黒壁」の観光事業

- 名称 株式会社 黒壁
- 設立年月日 昭和63年4月11日
- 設立経緯 明治時代に第三百十銀行長浜支店として建築され、その外壁が黒漆喰の様相から『黒壁銀行』『大手の黒壁』の愛称で親しまれていた建物を、その保存と中心市街地の活性化の拠点としての活用を目的に、民間企業より8名の有志が集い、長浜市の支援を受け出資総額1億3千万円で、昭和63年4月、第3セクター株式会社を設立。
- 業務内容
 - (1) 国内ガラス工芸品の展示販売
 - (2) 海外アートガラス輸入、蒐集、展示販売
 - (3) ガラス 工房運営、オリジナルガラス制作販売
 - (4) 食堂喫茶の運営
 - (5) ガラス文化に関する調査研究、イベントの企画運営
 - (6) まちづくり文化に関する情報、資料収集、提供
 - (7) 国際交流に関する業務（関連会社 バイリンガルジャパン）
 - (8) 旅行業
 - (9) 酒類販売業

・建物の変遷



カトリック教会
(教会開始当時 昭和 29 年頃)



・カトリック教会
(教会閉鎖当時 昭和 62 年頃)



・現在の黒壁スクエアの様子

黒壁 HP より

長浜市（株式会社 黒壁）による観光事業

昭和50～60年代前半、郊外への大型店の進出に伴って最盛期で600店舗あった商店街が150店舗に減少するなど空洞化が進んだ。

長浜市北国街道を中心とした商店街に江戸時代から明治にかけての数多くの建物が残っていることが調査によりわかり、人を集めるための「仕掛け」としてこれらの建物を利用したガラス街道化計画が立案された。活気のある中心市街の再生を目指し、具体的な活動について議論を重ねるなか、「海外でガラスを作っているところに沢山の人が集まっている」ということから国内外のガラス施設を視察し、超一流のガラス文化に影響を受け、人を集める「仕掛け」としてガラス文化を導入した。

第三セクター（株）黒壁を設立して、（黒壁ガラス館）、1.5kmを回遊するように店舗の配列を行った。

平成元年7月1日には、黒壁一号館黒壁ガラス館、二号館スタジオクロカベ（オリジナル工房）、三号館ビストロミュルノワール（レストラン）からなる黒壁スクエアが誕生した。そ

の後、観光客の増加に伴い、ガラス館の横を走る北国街道の古い民家を借り受け、ガラスにかかわる直営店を増やし「北国街道」を「ガラス街道」として展開していった。

平成4年には、江戸時代からの醤油の製造卸の商家を譲り受け、ヨーロッパ各地で買い付けたアンティーク美術品を商家の佇まいに展示した国内唯一のガラス美術館をオープンした。こうして、単なるガラスの物売りではなく、本物のガラス文化を発信することに心掛けてきた。

平成15年には、それまでの黒壁のガラス技術の集大成としてのオリジナルブランド「リフレクションクロカベ」を発表した。黒壁の理念は、「お客様に常に新たな感動を与える」ことであり、ガラス体験なども実施している。

黒壁直営店の売り上げは、平成元年には年商123百万円、来街者数は9万8千人であったが、平成23年には年商797百万円、来街者数は244万人まで増えており、地元にとす経済効果は30億円とも言われている。現在、(株)黒壁から2つの組織が派生、NPO法人「まちづくり役場」（イベント事業や情報発信などソフト面を担当）と株式会社「新長浜計画」（駐車場、土地の管理）である。

長浜市（株式会社 黒壁）の取り組みは、この地域の産業の中心であった高級絹織物「浜縮緬」の衰退と共に業界も縮小や地域経済が衰退していき、昭和50年代に入りモータリゼーションの発達により中心商店街は急激に疲弊していった。このような地域経済の低迷により街のシンボルであった建物の解体が持ち上がり、市民からは保存の声が上がり市役所職員、地元の財界人、青年会議所OBを中心としたメンバーによる第三セクターを立ち上げ、ガラス文化を導入することにより新たな産業を立ち上げた。

このことは、これまでの高級絹織物に代表される産業からガラス産業へとシフトしており、観光客という交流人口により長浜の新たな文化を発信し、地域のライフスタイルが変化した事例と言えよう。観光地域づくりを、行政、財界などが住民とともに担っている。

事例3 北海道（株式会社ツーリズムてしかが）

弟子屈町の基幹産業の一つである観光産業の立て直しが求められる中「てしかがえこまち推進協議会（会長：弟子屈町長）」というまちおこしを考える地域協議会が2008年2月に発足され、さらには「株式会社ツーリズムてしかが」を設立して様々な取り組みが行われている。

・弟子屈町の観光事業

近年は日帰り客、宿泊客ともに減少している弟子屈町は、いわゆる通過型の観光地であり、弟子屈町の観光産業の指標となる「宿泊数」については、弟子屈全体の宿泊客数のピークは、平成3年の73万4,000人であり、その後は減少を続け、平成20年には35万6,000人とピーク時の約48.5%にまで減少した。

そこで、地域の中で再生に取り組みたいという声が高まり、観光のカリスマ山田桂一郎氏の協力を得ながら、行政・商工会・旅館組合・観光協会など地域の経済団体のトップが集まり、協議を重ね「てしかがえこまち推進協議会」が設立された。

「てしかがえこまち推進協議会」には、以下の8つの部会がある。

- ①エコツーリズム推進部会は地域のエコツーリズムを推進するための部会
- ②環境・温泉部会は地域の宝である環境（自然）や温泉を活用した地域振興や経済振興を推進するための部会
- ③人財育成部会は地域の人財育成を推進するための部会
- ④情報部会は地域からの情報発信を推進するための部会
- ⑤女性部会は女性の感性やきめ細やかさを地域振興へつなげるための部会
- ⑥食・文化部会は地域の食文化や伝統料理、特産品を活かした食の研究を推進するための部会
- ⑦UD部会は地域のユニバーサルデザインを推進するための部会
- ⑧Art&AD部会は芸術を活かした地域振興を推進するための部会

これからの観光はまず地域の魅力づくり、そして、来ていただいたお客様に地域全体でおもてなしを提供することにより、満足して帰っていただくために「住んでよし、訪れてよし」の町をみんなで創っていくことが大切であると考えた。協議会は、こうした町をつくるために、自らが責任を持って決断し、実行するという新しい仕組みと新しい枠組みを持った組織である。

今までの観光に関する組織は、直接観光に関する事業を営んでいる人々や関連事業者だけで構成されていたが、この協議会は家庭の主婦や子供たち一般住民も参画している。観光のまちづくりを進める上では、さまざまな地域資源を観光素材として再発見して、商品化して観光客に提供しなければならず、こうした動きには直接的な観光関連事業者だけではなく、地域のあらゆる業種が連携しなければならない。さらに、地域の文化や歴史の紹介など、地域住民全員が一体となって連携していかなければ、これからの観光客の動向の変化には対応できないからである。

てしかがえこまち推進協議会では、「てしかが観光&まち元気フォーラム」「まちぐるみで・おもてなしセミナー」「観光カリスマ塾」「エコツアーガイド養成講習会」「外国語パンフレット作成」など様々な事業を展開し活動を行い、新しい旅行プランを提案しようとした時に部会や協議会の活動には限界があることに気づき、そこで、弟子屈町ならではの旅行商品を地元から発信できる旅行会社として観光振興はもちろん、環境保全や地域振興を進めることによって、持続的な循環型社会を確立するために、人材の育成や環境調査なども手がけている地域密着型の旅行業者を立ち上げた。

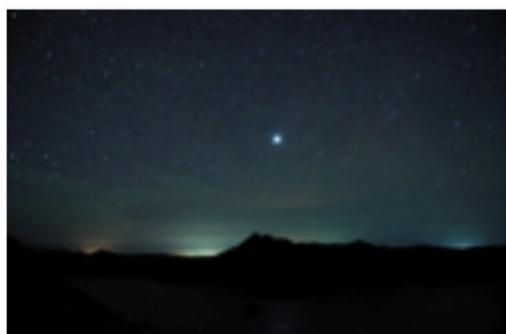
北海道（株式会社ツーリズムてしかが）の概要

- 会社名 株式会社ツーリズムてしかが
- 設立年月日 平成 21 年 4 月 1 日
- 目的 「てしかがえこまち推進協議会」の理念である「誰もが自慢し、誰もが誇れるまちづくり」を具現化するため、エコツーリズムによる観光振興を基軸にした持続可能な経済活動を目指し、弟子屈町ならではの旅行商品を地元から発信できる旅行業者として地域の発展に貢献する。
- 事業内容 (1) 旅行業 (2) 飲食業
(3) 地域案内業 (4) 環境保全、環境調査事業
(5) 自然ガイド業 (6) 全各号に付帯する一切の業務

・体験プログラム一覧（冬期間）



・馬そりで行く硫黄山ヒストリーツアー
硫黄山の硫黄採掘の為、北海道で 2 番目にひかれた旧安田軌道跡地を馬そりに乗って、当時実際に硫黄採掘に携わったガイドの話聞きながら、川湯温泉の生い立ちや当時の様子などを聞き、普段では見ることのできない硫黄山の裏側までの旅を楽しむことが出来る。



・冬こそ！摩周湖星紀行
夜の摩周湖は昼間の喧騒とは違い、暗闇が時間を支配している。人工的な灯りが届かず、天の川銀河の星々の瞬きが見られる。無風の時は、湖面に星が映し出されるファンタジックなシーンに出会えるチャンスもある。

株式会社ツーリズムてしかが HP

・モデルコースの一例

モデルコースはあくまで参考であり、お客様のご希望に合わせて旅行プランを組み立てることが出来る。

・温泉ゆったり星紀行コース

JRでお昼に到着・1泊2日コース
<u>13:18 JR川湯温泉駅 着</u>
▼
<u>13:55 バスで川湯温泉へ移動 (2daysエコパスポート利用)</u>
▼
<u>14:00 硫黄山散策</u>
▼
<u>14:30 大鵬記念館</u>
▼
<u>15:00 エコミュージアムセンター</u>
▼
<u>16:00 北の名湯『川湯温泉』で宿泊</u>
▼
<u>19:30 冬こそ！摩周湖星紀行</u>
▼
<u>21:00 ダイヤモンドダストパーティinKAWAYU</u>
▼
<u>6:30 藻琴山日の出・雲海ツアー</u>
▼
<u>9:00 期間限定！エコパスポートで弟子屈周遊</u>

・素材を集めて蒸留体験！

天然オイルトリートメント

1日アロマ体験 2泊3日コース
<u>【1日目】川湯温泉到着 → 摩周湖星紀行</u>
▼
<u>【2日目】9:00 スノーシューで素材集め</u>
▼
<u>11:00 蒸留体験準備</u>
▼
<u>12:00 カフェでランチ</u>
▼
<u>13:00 蒸留体験 → キャンドル作り</u>
▼
<u>15:00 川湯温泉の秘密を探る川湯温泉季行</u>
▼
<u>17:00 蒸留終了→エッセンシャルオイルを体験</u>
▼
<u>夕食後 オイルトリートメント</u>
▼
<u>【3日目】完成したオイルをお土産に。</u>

北海道（株式会社ツーリズムてしかが）の事例では、まさに観光地域づくりを実践している地域と言える。通過型の観光地であったが、観光はまず地域の魅力づくりが大切であると気づき、観光客に地域全体でのおもてなしを提供して顧客満足度を高めるため一般住民なども参画して「てしかがえこまち推進協議会」や、弟子屈町ならではの旅行商品を地元から発信できる旅行会社として株式会社ツーリズムてしかがが設立され、観光振興はもちろん、環境保全や地域振興を進めることによって、持続的な循環型社会を確立するために、人材の育成や環境調査などを行っており、「住んでよし、訪れてよし」を地域全体で取り組んでいる。

まとめ

観光客のニーズへの対応や観光地域づくりの観点などから、地域主導により着地型観光旅行商品の開発や販売を実施していることがわかる。

着地型旅行商品の開発には、地域に存在する様々な資源を利用していく発想とともに、地域を持続可能なものとしていく発想が必要である。つまり、「住んでよし・訪れてよし」の

観光地域づくりを推進するためには環境保全や地域振興など持続的な循環型社会の構築が不可欠である。

地域の伝統的な産業が衰退したことにより、観光地域づくりに注目した新たな産業が創出することにより雇用の場も創出し、地域の住民のライフスタイルさえも変容することとなる。

さらには、都市と農村の交流に図るために農業と観光を連携させ、その地域の農畜産物の付加価値をつけるために食品加工の体験や地域の特産物を活かした着地型観光を行うなど2つの産業が融合され新たな産業を創りだすことが出来る。

このように、観光地域づくりとは、着地型観光商品や地域資源の利活用と環境保持を両立させるための調整、新たな産業の創出など実に多様な活動である。これらの活動を行うためには、従来からある観光行政や観光協会、観光業者による個別活動で実践できるものではなく、着地型旅行商品の開発等による観光地域づくりを行う目的に応じて関係機関（人も含めて）が連携する、あるいは新たな組織の設立も含め、観光地域づくりの目的に応じた新たな体制（創造的マネジメントの推進体制）を構築することが必要不可欠である。

(c) 主活動全体のマネジメントを行うことができる知識とスキルを持っている。

この人材は、マネジメントの知識とスキルを身につけていることが、より一層重要である。とくに、コストマネジメント、人的資源マネジメント、ステークホルダーマネジメントといった、カネとヒトに関わるマネジメントが特に重要となってくる。例えば、地域内での人的ネットワークを構築できるか否かについて、これまで個人の性格や資質に依存する考え方が中心であったが、現在ではさまざまなセクターで人材開発のノウハウが蓄積されている。これらを活用し、観光地域づくりにおいても、マネジメントの知識とスキルを身につけた人材が必要である。

図 5-1 の一番大きな赤枠の人材は、

- (a) 観光地域づくりを理解した上で、
- (b) 観光地域づくりそのもの（バリューチェーン構築）のマネジメントの機能を果たせる知識とスキルを持っており、
- (c) 観光地域づくりそのもの（バリューチェーン構築）のマネジメントを行うことができる知識とスキルを持っている。

この人材については、観光地域づくりのバリューチェーン構築そのもののマネジメントを行う人材であり、この次元では、そもそも地域で観光地域づくりの取り組みを実施するか否か、あるいは、実施するならば地域における観光地域づくりのビジョン、目的、その地域における観光地域づくりのバリューチェーン構築、といったハイレベルなプロジェクト・マネジメントとなる。よって、この赤枠の人材については、自治体の首長などが担うべきであり、観光地域づくりの人材ではないという考え方もあるが、自治体の首長が必ずしも観光地域づくりの分野に精通しているとは限らない。地域における観光地域づくりに関する判断や決定は、首長や議会などで行うべきかもしれないが、前述の赤枠人材の（a）～（c）の条件を満たす人材は、首長などとは異なる観光地域づくりの人材と言える。

ちなみに、図中の人型の大きさは人材のレベルを示しており、観光地域づくりに携わる人材のキャリアロードマップは、簡単に図式化すると以下の通りとなる。



図 5-2 観光地域づくり人材のキャリアロードマップ

つまり、観光地域づくりを担う人材と一口に言っても、果たす機能もレベルも多様であるのだが、アンケート調査の自由記載の欄からも読み取れるように、どのレベルの人材に課題があるか、何が課題なのか、といったことは各自治体によって千差万別なのだ。

表 5-1 アンケート結果自由記述欄回答

No.	赤枠人材に関する言及 
10	地域住民すべてをまき込んでいけるようなリーダーシップを発揮できるカリスマの発掘・育成が必要。
82	観光資源が少ないため、観光地域づくりはむずかしい。近隣の主要な観光地とうまく連携し、少しでも観光客を確保したい。調査の主目的である地域の発展に導く新たな観光を創造する人材育成をお願いしたい。

黄枠人材に関する言及



3	<p>本市観光事業は、NPO や協議会等を立ち上げ、民 主体で行うこととしているが、今までの歴史的背景等から、どうしても行政主体となってしまう。観光協会に負担金を支出し、協会が中心となってもらうべく協議、指導も含め行っているが、ここ 5 年程新たな職員を採用しいも次々と辞めてしまっている。また、イベント中心観光から脱却できず、観光地としての復興を中長期的視野で立案できる人材が必要としている。</p>
16	<p>・ 当市の観光を取り巻く状況は、依然として厳しいこともあり、「自分の住む地域」の観光を「自らの手で振興する」という気運の高まりに乏しく、事業者の中でリーダー的な存在の人材がないのが実情です。 ・ 行政担当者においても、観光を専門に学んだ職員がおらず、手探りで観光施策を進めている状況です。 ・ 今後の観光施策の立案や各種事業を展開するうえで、専門家やアドバイザーの活用は、必須と考えています。</p>
26	<p>観光を活用した地域の活性化や再生について期待が高まるなか、本町では観光客による騒音、ゴミの投棄、風紀の悪化等の問題が生じております。このような観光のマイナス面を無視しての発展は難しいものと考えます。地域の実状や住民の生活環境等を理解できる人材が必要と考えます。 観光を活用した地域の活性化や再生について期待が高まるなか、本町では観光客による騒音、ゴミの投棄、風紀の悪化等の問題が生じております。このような観光のマイナス面を無視しての発展は難しいものと考えます。 地域の実状や住民の生活環境等を理解できる人材が必要と考えます。</p>
29	<p>属人的・個人依存型である観光地域づくりから、持続性を担保した組織的な取りくみにかえていくための、地域における組織形成や人材育成の支援が必要であると考えています。仕組みがなく、一方で地域貢献できる場で働きたいという希望者に対する情報、受け皿がないというジレンマがあります。</p> <p>人材育成に必要なことは、①人材育成の資格と枠組みの必要性、②受け皿の問題（広域型の観光地域づくりを内発的につくるしかけとその動きを支えること）、③成功事例の積み重ね、④イノベーションであることは理解しているが、実践するにはハードルが高いのが現状です。</p>

30	<p>観光地域づくり」を実施するにあたり、まず、それを担う「人材育成」の勉強会が必要ですが、それが一過性の勉強会になってしまうことがあるので、育てた人材をいかに潰さないようにし、次の「人材育成」に繋げていくか、また、鍛えた人材が地域でいかに活躍できるかがポイントだと思います。</p> <p>良い人材がいても、地域住民の「理解」、「協力」、「意欲」がなければ、結局その人材が潰れてしまいます。</p> <p>最終的に来訪者と接するのはその地域住民であるため、「観光地域づくり」には「人材」だけでなく、その地域の「人」にも焦点を当てて取り組むことが重要であると思います。</p>
39	<p>当市には6つの地区があり、それぞれにある観光関連団体が個別に活動しており、統合機能が弱い。熱海市全体で「観光地域づくり」を行っていくにあたり、財源や観光協会、観光行政に携わる職員が限られているため、市民の観光振興への参画意識の向上を期待している。ボランティアガイドの会等に代表される市民が活動する団体はそれぞれの地区で個別に活動している状況で、行政と市民を結ぶ活動する団体はそれぞれの地区で個別に活動している状況で、行政と市民を結ぶ支援機能が不足している。市民の観光振興参画の中核となるような人材発掘、育成が今後の「観光地域づくり」では重要であると考えます。</p>
54	<p>塩尻市では、平成18年3月に「塩尻市観光振興ビジョン」を策定しました。その中で、「桔梗ヶ原」は「北アルプスとブドウ畑」の景観が広がるぶどうの産地として、またワイナリーの集積地として多くの人に知られています。しかし、ワイナリーでワインを買い、そのまま帰ってしまう観光客がほとんどで、通過型観光地となっているのが現状です。「塩尻市観光振興ビジョン」では、少しでも「桔梗ヶ原」での回遊性を高めるため、塩尻駅西口から桔梗ヶ原一帯を結ぶエリアを歩いてもらう「桔梗ヶ原ワイン街道」を整備する構想を掲げています。この構想は、「桔梗ヶ原」で、ぶどうとワインの里にふさわしい景観や環境づくりを行い、少しでも観光客の滞在時間を長くして、消費や雇用を生むよう、地域経済の活性化に繋げることを目的としています。「桔梗ヶ原ワイン街道」構想実現については、地域住民などを集め、数回に分けて意見交換会を行っており、地域住民の観光資源の再認識や機運の醸成を図っているところです。その中で、観光地域づくりのリーダーとなる適切な人材が出てきてくればと考えています。</p>
56	<p>①コミュニケーション能力 ②マネジメント力 ③地域デザイン力 ④経営力の4つのバランスの向上。底辺の確大。</p>
70	<p>「観光地域づくり」を行うためには、<u>地域外からの視点を持っている・地域外から人を呼び込む人脈がある・地域を責任もってまとめることができる等のスキルを持った人材が必要である</u>と考えるが、そうした人材の発掘及び育成が非常に難しいと感じている。</p>

22	アニメ「けいおん！」をきっかけに取り組んできましたが、 <u>観光事業者も少なく、ノウハウもないため、企画立案の段階で苦労</u> しました。貴校の山村先生、釜石氏にはお世話になっており感謝しています。
55	H25年度に観光ビジョンを策定し観光振興を推進しはじめたところであり、これまで観光振興に積極的に取り組んでいなかった事から市域における観光への意識も非常に低く、 <u>地域ぐるみでの観光振興策の企画や実施の面で苦慮</u> している。こういった状況を打開する上でも、 <u>市民をリードするような人材や団体の存在が必要不可欠</u> と考えるが、 <u>前述と同様に市域全体が観光地域づくりという考え方が希薄</u> であるため、人材の発掘も進まない状況である。
57	・人材の代わり・ <u>企画などを担う若手人材</u> ・人材雇用のコスト
63	熱意を持って取り組む人材がいても、そのノウハウ・行政の観光政策に反映する体制ができていない。また自分の団体の活動が最優先であり、 <u>全体的な視点が不足</u> している。 <u>活動を担う後継者の育成・不足</u> 。
65	行政としては観光課にて下呂市観光計画を策定し、その計画に基づき観光地域づくりに取り組んでいるが、人材面においては市内にある <u>5つの観光協会においてそれぞれ地域差があり、一律に進められない点で苦慮</u> している。緊急雇用対策事業等により新たな人材の創出を試みるも定着させるのが困難である。市内の観光協会で唯一法人格を持つ（一社）下呂温泉観光協会が観光セミナー等による人材育成事業を行っているので、 <u>さらに一貫性や計画性を持ってもらうことが重要</u> と考えられる。
71	・「大和ミュージアム」の開館により飛躍的に観光客が増大したが、観光地としてのイメージが定着していない。・呉市への観光は、大和ミュージアムを中心とした通過型の観光スタイルが顕著で経済効果は限定的な事から、 <u>滞在時間の延長につながる取組が必要</u> と考えている。・ <u>観光施設への円滑な誘導を行うためにも、幹線道路の整備や公共交通機関の充実など交通アクセスの更なる利便性の向上が必要</u> と考えている。
44	<u>中心市街地活性化のための多治見まちづくり（株）が、多治見市全体のまちづくりや観光地域づくりも担い</u> 始めている。これは、 <u>地域全体を盛り上げないと、中心部が賑やかにならない</u> ということを物語っている。
7	観光による町づくりを進めるためには、 <u>地域住民が参加協力が不可欠</u> であり、そのためには <u>まとめ役となる能力を持った人材が必要</u> であると考え。しかし <u>1人ではなく2.3名の核となる人材がいて、協力体制をとりながら地域を牽引していくことが望まれる姿</u> であると感じている。しかしながら、 <u>地域のみでそのような人材をみつけ育成していくには予算的にも時間的にも難しい</u> ところがあり、また、 <u>なんらかの補助により運よく人材が確保</u> ができたとしても、 <u>補助がなくなった後の継続が難しい</u> ということが一番問題であると感じている。一般的に地域が抱えている問題として高齢化が問題視されてるが、 <u>地域づくりにおいても、地域の方がせっかくやる気になり軌道にのりかけてきても年齢的に継</u>

	<p>続することが難しくなってしまうたり、また、若い人が興味をもち参加するようになって、生活に結びつくまでの収入を得ることが出来ず、途中で諦めてしまったりと、なかなか前に進まないのが現状である。観光地域づくりは、ひとつひとつ積み上げていく時間のかかることだと思っているが、軌道にのるまでの時間を持ちこたえるだけの力がなく、なかなか結果として現れないのが難しいところであると思っている。</p>
19	<p>小谷村の、観光客推移は、平成6年の200万人をピークに平成23年は95万人と53%の減少となり、昭和60年代の入り込み数とほぼ同じ数字となっています。また、宿泊施設数においても平成6年の約270軒から平成23年には約160軒と59%まで施設が減少。平成6年頃のスキープームは、バブル経済に乗って若者がお金を持ち、お金がリゾート開発に回り、新しいスキー場がどんどん開発され、若者の興味をひいたものと思えます。バブル経済の終わりによる経済的な部分と若年層の絶対数の減少、携帯などの消費する方向の変化により、スキーに行く余裕がなくなり、スキーヤー減少の影響で、魅力的な新しいスキー場が開発されなくなったころから、加速的にスキープームが終わった。数字を見ると大きな問題だと思いますが、バブル前の昭和60年代の水準に戻っただけで、スキー産業もバブルだったことになります。従って、もう一度、バブル前に戻って真剣にやり直す時期だと思っています。しかし、バブル期の裕福な時代を過ごした宿泊関係者が集まって「地域づくり」のことを話しても新しい取り組みや変化や改革を受け入れる度量が無く。反対や批判だけして、建設的な意見を言わず、足を引っ張るだけで課題や問題の解決にならないところがあります。そんな中、村内3スキー場の内で観光客数の激減している1つのスキー場エリアに総務省の制度を利用して「地域おこし協力隊1名」「集落支援員1名」の計2名を「地域づくり応援団」として25年4月から地域に配置し、地域の観光振興の手伝いをしています。「観光地域づくり」の人材は、絶対必要だと思います。その前に、<u>地域が「地域づくり」をする気運を高めてもらわないと一歩も前には進みません。一歩前に進むためにも地域をその気にさせるような人材がまず必要です。</u></p>
<p>黄枠人材の課題 </p>	
21	<p>本町の場合、観光協会は存在するものの、<u>独立した団体ではない（商工会が事務局兼務）</u>ため、観光振興に対する取り組みはあまりできていないのが現状です。現在、町の事業として地域の人材育成及び組織構築に向けたコーディネート事業を展開しているところです。「観光地域づくりは人とであり、住んでよし、訪れてよし」の地域となるよう事業を継続していただきたいと思っています。</p>

72	観光地域づくりの中核的人材である者が組織の異動または転職することによって、 <u>これまで地域の多様なアクターと築いてきた信頼関係や地域づくりのノウハウを継承することが難しい。</u> また、行政の予算ならびに単年度の助成金を活用することは単年度の事業の取組が多くなってしまいがちであり、その取組を育て、5年、10年と長期的な視野に立った観光地域づくりを計画し実践することはなかなか難しい状況である。
28	年単位で順番に役職が交代する団体について、課題の解決を先延ばしにするケースが多く、知識やノウハウの集積も難しい。 個々の観光施設や観光事業者がそれぞれの事業性を追求しており、 <u>地域全体の観光振興について勘案する方が少ない。</u>
76	<u>観光地域づくりを進めて行く上で、中心となり事業を推進する立場の人が必要であるが、適当な人材が見つからない。</u>
91	まず実際に観光に従事している事業者の皆様から、観光をどうしたいか、どうすればいいのか？地域のビジョンをどうするのかといった意見がまず聞かれないです。また、仮に意見が出たとしてもその意見を汲み取って <u>実際に事業に反映する、そういった経験やアイデアをもった人材も不足しているように感じます。</u> もちろん各地域の担当者は頑張っていると思います。それだけ、「観光地域づくり」は難しい課題なのだと感じています。
105	「じゃらん宿泊旅行調査 2013」によれば、本市がある愛知県における旅行満足度は全国で41位（満足度76%）と下位に位置する。その満足度の原因となる項目別にも全国的な順位が示されているが、最も満足度が低かったのは「地元のホテルのホスピタリティを感じた」で全国順位42位（満足度15%）である。本市においては武将観光の推進として「グレート家康公「葵」 武将隊」を結成し、メインの観光地である岡崎公園内でのおもてなしを行うことでお客様に喜ばれるよう努めているところである。しかし、それ以外の事業者で観光客を相手にした対応をしている事業者は感覚的ではあるが少ないように思われる。以上のことから、本市としてはこの部分に着眼点を置き、観光客が喜んで足を運んでいただけるような地域になるような取り組みが必要と考えており、そのために中心となって動いていただける人材育成は課題の一つであると考えている。
106	現時点では「観光」と「地域の活性化」を一つの取組として実施していません。 <u>人材についても「観光と地域づくり」を考えられる人は不足しております。</u> まちガイドボランティア育成事業やまちあるきイベントの実施、市内教育機関との連携等を通じて地域の魅力情報の発信や観光振興にたずさわる人材の育成に努めています。
109	熱意をもって取り組む人材がいても、そのノウハウ、 <u>行政の観光政策に反映する体制ができていない。</u> また、自分の団体の活動が最優先であり、 <u>全体的な視点が不足している。</u> 活動を担う後継者の育成・不足。

104	観光資源を活用したいと思うが、道路の整備が進まないことがネックとなっている。鉄道もなくなり、公共交通も自主運行バスで閉塞感がある。せめて、 <u>国道418号が整備され交通の流れが出来ることにより「観光地域づくり」の取り組みも進むものと思う。</u>
14	地域づくりのためのリーダーが必要であるが、人材がないので問題、課題である。
36	行政組織は短期で部署異動することが多いため、 <u>長期で人材育成を行うことが難しく、また、まちづくり組織自体の育成も難しい現状にある。</u>
45	<u>主体的に活動する人材が少ない</u>
53	流山市は観光交流人口の増加による地域の活性化を目指しており、年々来訪者も増加している。行政としては、地域経済の活性化を目論んでいるが、 <u>そこで地域を引っばるリーダーが存在しないことからせっかくのチャンスを逃す結果となっている。</u>
黒枠人材 	
46	・観光協会職員数不足、・観光ボランティア研修、今年始まったばかり、・観光資源の振り分け（観光地と自然との区別）・観光客目線でのハード事業整備やコミュニケーション、・季節型・通過型の観光、・地域経済への影響（6次産業、商店街活性化・・・）、・二次交通、・観光客の交通安全やマナー、・外国人・国内・道内旅行者ごとの道線やポイントの分析、・情報発信、・受入態勢の整備、・広域観光などなどたくさんの課題があります。
黒枠人材（さがす） 	
20	・観光地域づくりの人材の問題よりも、 <u>地域の観光資源の創出・発掘についてが優先的課題</u> となっています。・広義の意味での人材の問題という意味であれば、その人材の立場の方が優先去れる事項となり（商工会、商店会等）ます。
24	観光誘客ためには地域の良さを発見、発掘しなければならないが、住み慣れた地元町民にすれば、他地域の人にとって宝であっても、ありふれたものとして目に映る。松島の風景ですら地元の人にとってはありがた味が湧かないのが現実だ。そこで、 <u>外部からの目で客観的に観光資源としての良さを評価してくれる人材が必要</u> である。地元民にとって何も無い場所であっても、よそからの来訪者にとっては希少な地域はいくらでもある。 <u>問題はそのことに気づかせてくれる人たちである。外部の人たちが地域を評価し、特徴を磨き上げ、再評価することが地元の人たちへのフィードバックや自信へとつながっていくものと感じる。</u>

60	<p>当町はこれまで観光施策に注力してこなかったため、これといった観光資源がないこともあり、滞留型施設の整備状況が芳しくなく、そのために観光関連事業に携わる人材は殆どとっていいほど育成できていない。また、観光協会が設立されているものの、専従できる職員はおらず、年間数度実施する商業イベントに出展（店）するといった商業者的色あいの濃い団体である。構成員は地元で第一線を退いた方々が中心であり、活力も十分ではなく、前述のイベント時には町の担当による応援を必要とするほどである。観光による町おこし施策には魅力を感じるものの、観光資源をどう掘りおこし、連携させ活用していくかという視点を持った職員も不在である。経験豊富なアドバイザーなどに相談するなどできればよいのだが、財政的に厳しい折、予算の確保も困難を極めている。</p>
102	<p>観光産業の重要性は確認しているが、人事の育成や地域資源の発掘などが進まず、地域の産業を活性化させる仕組みにつながるまでには至っていない。</p>
108	<p>当市の場合、観光資源が少ないことから、地場産業の農業中心の観光農業が主な観光であり、また、ふれあい夏まつりや産業まつり等のイベントも観光ととらえている。今後、観光資源の発掘・開発が課題であり、併せて、これらを推進して行く上でのリーダー等の育成も課題となっている。</p>
37	<p>観光地域づくりにおいて、重要になるのは地域住民が自らの地域が観光資源になりうることを自覚することだと考える。行政及び協議会の指針を市民に周知徹底することで、市民一人ひとりが自分の地域を誇りに思うことで、地域につながりをもたせ地域振興に発展させていきたい。</p>
<p>黒枠人材（つくる） </p>	
96	<p>観光専門実務に関する知識を持つ者が不在である。地域資源を上手く活用できていない。</p>
111	<p>いわゆる「観光地」ではないため、町民に観光への意識や関心が薄い。温泉や花（ダリヤや山つつじ）など観光資源はあるが、まだまだ活かしきれていないと言いがたい。</p>
2	<p>観光資源はあるが、大規模干拓事業において形成された土地である為、そのインフラが資源外にあるため、点在する観光資源の有効活用（お客の誘導）が難しい町である。</p>
<p>黒枠人材(まねく) </p>	
38	<p>一戸町では、「御所野縄文遺跡」という国指定の遺跡があり、現在世界遺産登録を目指して活動中ですが、宿泊施設や食事場所といったその他の観光関連施設が少ないことから、なかなか町全体としての観光客誘致につながっていないのが現状です。今後御所野遺跡を中心とした観光地づくりのための人材育成が当町の急務となっています。</p>

81	観光地とはいえませんが観光・まちあるきで市をPRできないか、資源の見直し、開発をおこなっているところです。
31	今の所、観光地域づくりに関係する地域の観光アドバイザーや人材登録などは表だってないため、顧客の要望に応えられないのが現実。地元の郷土史研究会等をお願いして、年に数回程度の受け入れはある程度である。体験メニューで管内広域連盟のブログを通じて体験メニューとして公表はされているが認知は薄い。観光資源はあるものの、なかなか地元アドバイザーが存在しても数の不足等の問題もあり、組織化できていない。また、高齢化や担い手世代にとっては、本業があるため、ボランティアとしての活躍が難しい。地元のみならず広域的に活動できるアドバイザー等の存在が必要かと考える。
94	若いパワーやエネルギーだけでなく、斬新な発想や好奇心を持ち、インターネット等を通じてそれらを情報発信する力にも長けている若者が活躍できる場をつくり出すことが、「観光地域づくり」を推進する効果的な方法のひとつではないかと思います。
黒枠人材(もてなす) 	
51	平成25年1月31日に奄美琉球が世界自然遺産暫定一覧表に掲載されることが決定し、28年度の登録に向け観光ガイドの養成などを行っているが認識が浅すぎる。今後は周知徹底させる必要がある。
74	観光関係従事者に対して、人材育成研修としておもてなしの研修を実施するが参加率は10%前後である。実施時期や場所などに配慮して開催するが、重要視されていない。意識改革が今後の課題である。
17	観光客を「おもてなしの心」を持ってあたたかく迎え入れる意識づくりを推進する「おもてなしの心」啓発事業の一環として、ボランティアガイド組織の立ち上げの準備をおこなっているところである。現在はガイド可能な人材がいるが、恒常的にボランティアガイドを続けていく為には後身の育成が課題であると思われる。
84	松川町はくだもの里として、多くのみなさまに訪れていただいています。くだものと温泉(町営)で楽しんでいただいています。さらに地域を楽しんでいただけるよう、地域の人を楽しんで松川町が継続していけるように案内人ガイド講座をはじめました。まず自分達で町を知ろうというのですが本当に必要なのかと悩みながら進めています。全国でこういったとりくみがなされるとは思います。特色を生かした宝とはどういったものなのか見つけられるといいと思っています。
80	ボランティアガイドが高齢化。人材不足。
87	ボランティアガイドの高齢化。観光業に従事する人と、それ以外の人との「観光地域づくり」に対する認識の相違。

組織等の連携が必要	
67	○「地域活性化と観光創造」を実現するために必要な人材の育成と併せて、その人材が地域で活躍できる仕組みづくりが必要
68	「観光地域づくり」の人材には、地域の観光（業）のみならず、農業、商工業に対する知識が必要であるほか、地域の歴史、伝統、文化も熟知していることが求められる。また、近年、市町村合併による区域の広がりから、より幅広い見識が必要となっている。こうした状況において、人口減少および高齢化が進み、人材不足は否めない。また人材育成には、その個人の持ち味を踏まえる中、相当な時間を要するとともに、継続した支援体制も必要と考えられる。
90	「観光」を活用した地域の活性化や再生には、「観光地域づくり」のための人材（コーディネーター）育成が必要と思われるが、人材の選出育成費用の捻出、当人材を用いた事業に対する費用対効果等、様々な課題がある。商工会等、観光機関と連携した取り組みが必要であると思われる。
93	東日本大震災以降、復興に係る人材不足にも象徴されるように、観光面においては更に人材不足となっている。復興と観光地域づくりは一体であると考えられるが、実際、復興と同時に観光地域づくりが連携して進められることは少ない。このことから、復興と観光地域づくりは関連していることを踏まえ、この部分をコーディネートしていただける人材が求められていると感じる。なお、復興関連予算には観光に関するメニューが少ない又は適用しにくい等の問題も関係していると思われる。
110	観光地域づくりに関する総合的な知識や実務等の経験ある人材の発掘又、企画・立案マーケティングなど観光事業に関する人材の育成が地域づくりの基礎となって来ると思われるが、観光誘客の為にイベント事業に係る予算確保だけでも厳しい中、人材確保、育成に対する予算措置が全く出来ないのが現状である。単一の自治体だけでは限界があるので、県の中心とするか、広域での観光地域づくりに関する人材育成・確保等に対する取り組みがされる声を希望している。
112	地元の行政の職員が人材をつくろうとしても、やらされ感をもってしまったり、押しつけられるのではないかと懸念をもってしまいかまえてしまう。有識者や他地域の実践者とうまくつないでもらえるようなことができればもっともっと地域づくりがスムーズにできる。人を育て、人をつなぎ、人を動かすところで大きな風を起こすことが必要。住んでいる人々の意識改革も大事。もちろん行政職員が住民から厚く信頼されていなければならない。
27	観光地域づくりの人材育成に取り組む団体や組織が、課題や先進事例に関する情報を共有・交換することにより、情報やノウハウ不足を解消できる機会を提供していく必要があると感じながら、現状はそこまでの支援体制が整えられておりません。将来的には、自立的かつ持続可能な人材育成の取り組みを支援し

	たいと考えております。
66	<p>少子高齢化により、地域づくりの担い手が不足している。現在できている事業・行事も担い手が少なくなれば活動が難しくなってくるのが予想される。この傾向はどの地域においても共通しているものと思われるが、現状を打開するには、柔軟な発想の取り入れ、既存の枠組みや地域のしがらみに捉われない人材が必要となる。該当する人材としては、いわゆるワカモノ・ヨソモノと言われる人たちになる。一方で、活動を持続的なものにするには、一部の人員にだけでは難しい。地域全体が一緒になって参加することも必要である。地域の人たちと反目することなく、協力体制を形成することが求められることになる。つまり、一方でこれまで地域になかった革新性を、他方で地域との共存をと、相反する要素を同時並行に維持しなければならない。この点に「観光地域づくり」の難しさを感じている。また、収益性の確保も大きな課題である。</p>
69	<p>本市の観光地域づくりにおいては、地域資源の掘り起こしと都市観光の推進のため、歴史・自然・緑・アート等の都市観光資源の掘り起こしと整備を積極的に行う必要がある、基礎的な知識はもちろんのこと、市観光を取り巻く変化や市民ニーズ等を踏まえて、市民、農商工観光関係者、学識関係者等の幅広い意見を集約し、効果的な都市観光を推進するための高い調整力が必要である。</p>
4	<p>観光地域づくりの人材確保には苦慮している。観光を担っていただきたい人材は、いろいろな組織に重複して入っており、中々、中核を担っていただくまでには至っていない。市民の中には郷土愛にあふれ、やる気のある人は数多くいるので、いかにそのような人材を発掘していけるかが大切である。</p>
52	<p>(外部人材の活用) 外からの視点は地域ブランディングにおいて大変重要。その点でも単なる旅行業経験者ではなく、より地域に近い立場でやってきた人を活用すべき。(地域のコンセンサス) コンサル任せの一辺とうではNG。地域でのコンセンサスがどう得られるかがポイント。観光はあらゆる産業にリンクしており、産学官公民金の連携が必要。</p>
92	<p>「観光」に関しては、いくら観光担当(行政)が力を入れたとしても、自元商工会や振興組合など、地域住民からの盛り上げがなければ活性化は難しいと思う。</p>
107	<p>当町は、一般的な観光資源はあまりありません。本アンケートの「観光地域づくり」は「交流人口など地域外から訪れる人を増やすことで、地域を活性化・・・」とありますが、我々の小さな町では「地域づくり」をすることで「交流人口を増やす」という発想でなければならないと考えています。同じように思われがちですが、主体性がどちらにあるかによって、その手段は大きく異なります。ですから、あらゆる地域づくりが観光と繋がると思います。地域づくりは「人」が一番大切です。つきる所、地域に住む人が、元気で町に誇りを持つことが重</p>

	要と考えます。
88	観光に携わる者のやる気。行政任せでなく、自主的に取り組む姿勢。そういった方々を行政側はサポートしていきたい。
99	過疎、高齢化に悩む地方自治体に共通し、観光事業の人材にも役の重複をはじめ負担が増えていきます。また将来の人材育成も有望な人材や資源の活用のため時間や人手を充てられる余裕がなくなってきました。観光や地域の魅力を良く知る新しい風は、 <u>その地域より外からもたらされるものです。上松町では平成26年度から地域おこし協力隊（仮）を設立し、町おこしの原動力として行政と協力していきたいと考えています。</u>
実習等の要望	
101	他に無い観光地を持っていても、地域の高齢化・少子化などが原因で、その観光地の良さを活かしきれず、観光振興の点で行政に依存せざるを得ない地域もあることから観光に関わる人材の教育・育成においては、そのような地域を積極的に関わることのできるような実習などを多く行ってほしい。特に若い人や「よそ者」が地域に入り、客観的に地域を見て地域づくりのための提案をできるようにになれば、両者にとっても大きな刺激になると思うのでそのようなシステムの確立をして欲しい。
95	<u>担当職員の経験が不足が問題となっている。</u>
人材育成	
86	<u>観光や地域づくりの人材育成の方法がわからず、苦勞している。</u>
97	観光を手段とした地域づくりは、たいへん重要と据えておりますが、 <u>当市にはその人材が不足していることが課題です。人材育成の方法や、先進事例などがありましたら紹介いただくと幸いです。</u> 本事業の結果がまとまりましたら、一部ご恵与いただければ幸いです。
33	<u>若い人材を地域づくりに参加してもらうきっかけづくりなどが課題。</u>
42	現在、観光地域ブランド確立支援事業の指定を受け「八ヶ岳観光圏」として、山梨県北杜市、長野県諏訪郡富士見市・原村で事業を実施しています。最大の課題は人材育成だと考えていますが、地元を愛し、地元を知る人材を発掘し育成することが息の長い観光地域づくりには必要性だと感じます。コンサルタントからの意見も伺いながらの事業検討になりますが、どのような人材に適性があるかを含め人材育成は難しい課題です。また、旅行業等に携わった方のノウハウの活用について、 <u>アドバイスを受けられるチャンネルも必要と考えています。</u>
62	観光地域づくりの人材が不足しており、その育成が急務であるが、育成には時間がかかる。

78	市の観光行政については職員が兼務で行っているため、観光だけに特化して事業を充実させるのが難しい。観光協会については、専従の正規職員を雇用する予算がないため、企画・運営を協会独自でできるような人材育成をすることができない。本市においては観光のまちという意識がほとんどなく市民レベルにおいても観光ボランティアガイド協会以外に観光地域づくりをやっていこうという人材が育ちにくい
79	人材確保 後継者問題 研修方法
50	今後も「観光地域づくり」に関する人材育成について研修等で積極的に取り組んでいきたい。
人材不足	
5	川崎では数年前から観光協会で旅行会社・業界出身者の採用を行っています。この協会職員の働きにより、「産業観光」「工場夜景」の取組みも徐々に進んできましたが、今後、後継者を探す必要がありやはり苦慮しています。同じ業界出身といっても人によって大きなバラツキがありますので、 <u>国などで育成された人材を地域に派遣していただけるとありがたい</u> と思います。
8	(旅行者・鉄道事業者・他自治体等) <u>人脈を後継者にいかに引継ぐかが問題</u> になっている。
11	<u>地域内に人材は必ずいる。掘り起こしに労力を使うべきである。</u>
15	<u>当地域における観光地域づくりの問題点は、人材が不足していることです。</u> 少子高齢化に伴い、次代を担う若手が少ないため、現在の主力メンバーは 才前後の婦人となっています。今後を考えると若手の参加者が必要であり、町内にある漁業関係者と交流を深め、ようやく「中泊活ハマクラブ」という若手を中心とした地域づくり団体の設立にこぎつきました。当町は漁業と農業を中心とした 次産業がメインの町で、今から 年程前までは景気の良かった時期もあり、その意識から抜け出せず、ようやく次代へこの地域を継ぐ活動がスタートできそうです。地域は疲弊していますが、一歩ずつ活性化へ向けた取り組みをすすめております。
23	多くの自治体内に観光協会や旅館組合等の団体があると思いますが、 <u>会員のほとんどは、自己の仕事（旅館業等）をしながら各種の事業を実施していくことになるので、繁忙期にイベント等の事業が重なると負担が大きく、高齢の会員には厳しい状況がある。</u>
25	・現在、地域における社会・文化等に傾倒している人材や、人的ネットワークを持ち合わせている人材は高齢であり、 <u>早急に次世代を担う人材を発掘し、育成する必要</u> がある。 ・観光事業を産業として捉えられない考え方の人物も多く、事業を実施することで、地域活性につながるこの認識を広める必要があ

	る。 ・地域文化等に興味を抱く人材は多いが、生涯学習として趣味の範囲を脱せず、自主的な活動にまでは至っていない現状である。
34	観光協会は、組織されていますが、役場の職員と兼務しており観光協会の業務に専念しているわけではありません。このように、規模の小さな町で、かつ観光資源に乏しい場合は、地域づくりの人材面についても苦慮している状況です。
40	定期的な人事異動により、人材育成が困難。
41	観光地域づくりには人員も予算も必要です。
47	自治体としては、行政改革により、職員数が大幅に減少しております。そのような中、地域活性化や観光発展などの課題は山積しております。取り組むべき業務も多岐に渡ってきております。職員の能力向上も限度があり、対応に苦慮しております。
48	もともと人口が少なく、人材の確保がむずかしい。
49	地域の観光事業者に危機感・問題意識が乏しく、具体的な活動に結びついていない。また、大手事業所を除き、家族経営のため、活動の主体となりづらい。
58	協力団体（商工会、地域コミュニティー団体）の観光振興への意識の高まりを求めていきたいが中々難しい。
59	高齢化による実践力、後継者不足
43	現在、地域の「祭り」や「イベント」を行う上で喫緊の課題となっているのは、次世代をになうリーダーやスタッフの発掘・育成であると感じています。この点がうまくいかないと地域の「祭り」や「イベント」を行っていく際、マンパワー不足になり、結果、地域活性化の衰退にもつながりかねないのではないかと危惧しています。
83	旭市内の観光協会の高齢化。観光地域づくりに携われる若い人材の不足。
89	様々な取り組みを行おうとしているが、協力して下さる方は同じ人に限られている。そのため、新しい発想が生まれにくい。
100	現在、下北半島内の6市町村及び関係団体・事業者で構成されている下北観光協議会において、観光地域づくりプラットフォーム設立に向け、準備中です。適切な人材と、事業予算の確保等が当面の課題となっています。
予算、補助金の不足	
1	予算がない為、利用しやすい補助金を整備して欲しい。
13	町財源不足により、専門員を長期間にわたり雇用できない。
64	問題点として ・観光産業の振興を推進する観光協会の組織体制が、財政基盤が弱いことから非常に脆弱です。また、予算における歳入のうち多くを行政からの補助金に依存しているため、組織としての独立性に欠けている。そのため、

	しがらみにとらわれ有効な事業展開が出来ずにいる。
103	自治体職員は、人事異動があるため観光を専門とする職員の育成に限界がある。観光協会においては財源乏しく人材の確保が困難。商工会や商工会議所の様に国や県が観光協会に対し、一定の人材確保の為に <u>予算を配分し、プロパーを育成する必要がある。</u>
32	<u>職員削減により、人員不足。臨時職員を雇用する予算がない。</u>
61	人材を雇用したり、育成していくなどの予算がなかなか確保しにくいという問題があります。
98	新規人材を長期に渡って雇用維持できるだけの収入確保の財源が続かない限り、若手職員は育っていけない。
85	当地域で観光振興・観光地域づくりの主役は観光協会である。人材といった面では、協会の事務局体制の充実が重要と考えるが、 <u>人件費の負担が課題となる。</u> （現時点では行政からの支援が不可欠）こうした中で、当地域の観光協会は本年第 種旅行業登録し、着地型旅行商品を積極的に販売しようとしている。行政からの一定の継続的な支援は必要であるが、こういった取組みも含め、収益事業を拡大させ、自主自立運営（予算面での行政依存度の低減）にシフトさせたいと考えている。

以上のように、課題やニーズは実に多様であり、これら全てに対応できることは難しい。そこで、前章で行われたクラスタ分析による各観光地域づくりの特徴ごと（取り組み類型別）の人材ニーズや、人材ギャップなどを、ここで再度おおまかに確認しておきたい。

まず、全体的に、人材ギャップ（「備えておくべき人的要素」－「今いる人材が備えている人的要素」）が大きかった要素は以下の通りである。

1. 問題を発見し、必要な情報を収集・分析・整理し、解決できる
2. 中長期的視野に立ち「ランドデザイン」や「戦略」を立案できる
3. 既存の枠組みにとらわれず、新たな変革を起こそうとする
4. 事業収支、損益を計算した上で計画を立て、結果を出す。
5. 地域での人的ネットワークを構築し、活用できる（ネットワーク力）
6. 人々を説得し、動かすことができる（リーダーシップ）
7. 考え生み出す力がある（企画力、コンセプトワーク、柔軟な思考力）
8. 地域づくりに関する経験が豊富である

1、2、4～7については、前述のPMBOKのなかで知識体系化されており、個人の資質や性質、性格等に依存せずとも、ある程度、知識として身につけることができる（コミュニケーション・マネジメント、コスト・マネジメント、ステークホルダー・マネジメント等）。3

についても、民間企業の戦略系コンサルティングファームでは「チェンジ・マネジメント」としてノウハウが蓄積されている。

8の要素でギャップが出ているということは、育成のためには地域での実践訓練（フィールドワーク）が必要だと言える。既に、そうした取り組みは地域で行われており、今後も取り組みを推進することが必要である。

また、PMBOKについても、あるいは地域の現場での実践訓練についても、大学や短大、専門学校といった教育機関に十分なノウハウがあるとは言えず、民間組織・団体との連携により、人材育成のプログラムを実行することが重要である。

一方で、ニーズは高いものの、ギャップはそれほど高くなかった項目が、地域の社会・文化・自然等に関する知識がある

である。必要ではあるものの、現在の人材でもある程度は賄えている知識と言える。これまで、観光地域づくりの科目としては筆頭に挙げられていた知識分野であるが、育成ニーズは別のところにあると言える。

ところで、上記人材像の分類（赤・黄・黒枠人材）については、平成22年3月の観光庁観光地域振興部観光資源課による『観光地域づくり人材育成支援事業報告書』のなかで規定されている「①リーダー」「②企画・調整者」「③オペレーター」という分類とも近い。

しかし、観光庁で規定された分類と異なる点は、本論で言及している人材像の類型は、あくまでも前述の観光地域づくりのバリューチェーンから、各活動の機能を落とし込んだ上で、各機能を果たせる人材像を規定している点である。

また、『観光地域づくり人材育成支援事業報告書』においては、①～③の育成手法（とくに①リーダーの育成手法）については「意見が分かれている」（『観光地域づくり人材育成支援事業報告書』P91）とされており、必要な人材を育成できる具体的な見通しを立てられていない。その後（平成25年3月）の観光庁観光地域振興部観光地域振興課による『観光地域づくり人材育成実践ハンドブック～「住んでよし、訪れてよし」の実現へ～（案）』においても、必要な人材像とされる「観光地域づくりマネージャー」には「リーダーシップ系統：観光地域づくりに取り組む志を持ち、関係者との認識共有及び合意形成を行う能力」が必須とされているが、人材マネジメント分野における確立された育成手法に基づいた育成プロセスが明示されているわけではない。

これまでも、以下表5-1のような人材育成支援の制度や情報提供が行われている。カリスマのように個人の特殊能力を認定するタイプや、個人がアドバイザーなどとして登録されるタイプなど色々あるが、必要となる活動の機能から人材像をあぶりだし、具体的な育成手法を示しているものは少ない。

個人の属人的な能力を紹介したり、事例を紹介したりすることは、もちろん参考になることはあるが、それで人が育つというものではない。また、壮大な理念を持って期待された人材制度であったとしても、実は、登録された人材が、期待されるスキルや知識を持っておらず、制度で想定したことと実際の人材が対応していないために、制度はあっても定着しないというケースもある。

観光地域づくりの人材育成についてはそのようなことがないよう、観光地域づくりのモデルから、各機能を果たすために必要な知識・スキルの概要を、次章以降、人材類型ごとに示す。

表 5-2 地域振興・専門家・実践者・支援制度一覧

地域振興・専門家・実践者・支援制度一覧
地域活性化伝道師（内閣府）
地域中小企業サポーター（中小企業基盤整備機構）
地域産業おこしに燃える人（内閣官房）
「頑張る地方応援プログラム」地域人材ネット（総務省）
産学官連携コーディネーター（文部科学省）
観光カリスマ（国土交通省）
観光地域プロデューサー（日本観光協会）
YOKOSO! JAPAN 大使（観光庁）
みなとまちづくりマイスター（国土交通省）
クラスター・マネージャー（経済産業省）
街元気リーダー（経済産業省）
海外投資アドバイザー（日本貿易振興機構）
輸出促進サポーター（農林水産省）
食料産業クラスター・コーディネーター（農林水産省）
地産地消の仕事人（農林水産省）
山村再生アドバイザー（農林水産省）
農林漁家民宿おかあさん（農林水産省）
地域づくり人材データ（地域活性化センター）
地域再生マネージャー（ふるさと財団）
JAPAN BRAND プロデューサー会議（日本商工会議所・全国連）
JAPAN BRAND 採択プロジェクト専門家活用情報（月次報告）（日本商工会議所・全国連）
産業振興プロデューサー（関東経済産業局）
地域に飛び出す公務員ネットワークの会（総務省）
地域人材ネット(総務省)
人材力活性化研究会（総務省）
地域力創造アドバイザー（総務省）
地域ブランドアドバイザー（協議会）

また、文科省で定められている中核的専門人材と高度人材の「業務レベルのイメージ」と上記人材類型を照らし合わせると以下の通りである。

「業務レベルのイメージ」

業務レベル	担当内容
8	ある職業活動領域における新規かつ不明瞭な問題に対し、技術革新的な解決法や手法を発展させる。
7	ある職業活動領域における予測不可能かつ頻繁に変化する問題を処理し、責任を持ってプロセスを制御する。
6	ある職業活動領域において専門的で幅広い課題や問題に対し企画、処理、評価し責任を持ってプロセスを制御する。
5	大規模組織の責任者として、広範かつ総合的な知識等基礎に、組織マネジメントを行う。
4	中小規模組織の責任者として、専門的な知識等を基礎に組織のマネジメント等を行う。
3	・チームリーダーとして、実践的・専門的な知識等を基礎に、業務遂行を主導するとともに、業務のマネジメント等を行う。 ・チームリーダーとして、実践的・専門的な知識等を基礎に、豊富な専門性の高い業務経験を生かして、高度の業務遂行や困難事項への対応を行う。
2	グループやチームの中心メンバーとして、実践的・専門的な知識等を基礎に、創意工夫を凝らして自主的な業務を遂行する。
1	専門的な知識等を有する担当者として、上司の指示・助言を踏まえて通常の定業的業務を確実に遂行する。





↑ 高度人材 ↓
 ↑ 中核的専門人材 ↓

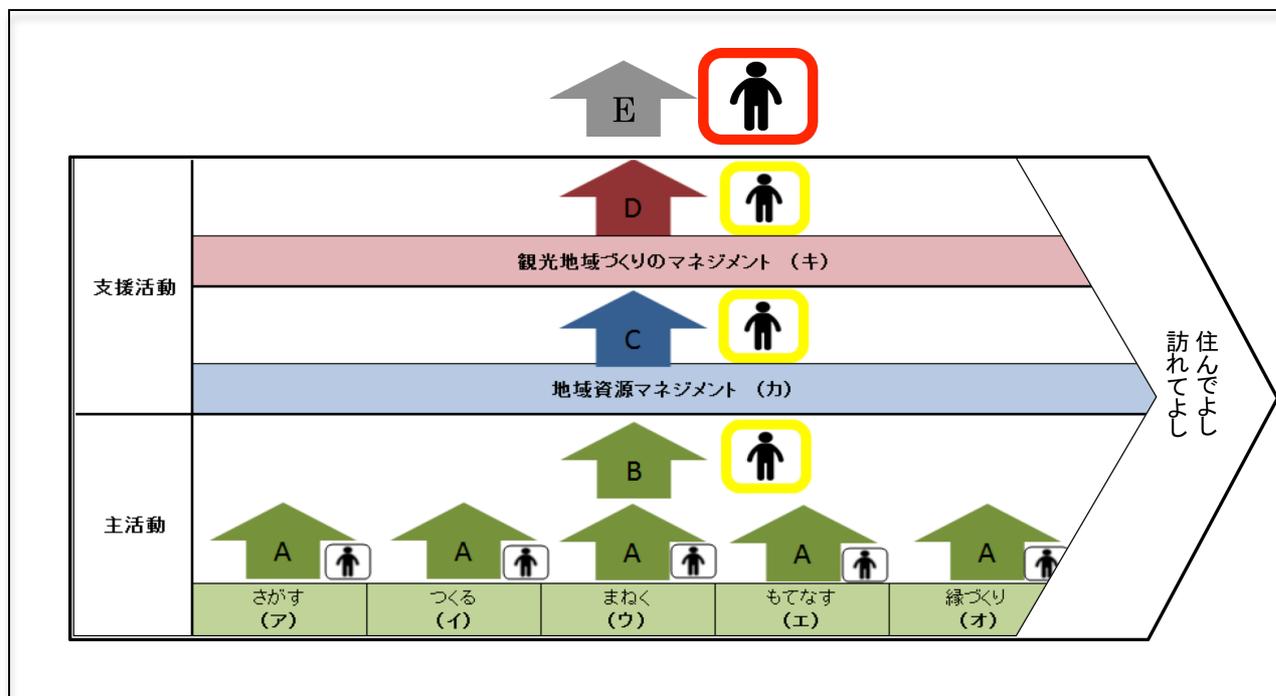
図 5-3 人材類型：中核的専門人材と高度人材の業務イメージとの対応

では、これらの人材がそれぞれ、上記 (a) ～ (c) を満たすために必要な知識とスキルは何かという点について、次節で検討を行いたい。

※次節ではあくまでも人材像に対応するかたちでの知識・能力を示しており、具体的な科目群等のカリキュラムについては、参考として、第6章を参照されたい。

(2) 観光地域づくりに必要とされる知識と能力

ここで改めて、観光地域づくりの活動分析から落としこんだ機能を果たすための人材類型ごとに必要な知識とスキルを確認しておく。



(再掲) 図 5-1 観光地域づくりの人材像の類型

図 5-1 の一番小さな黒枠の人材は、

- 観光地域づくりの概要を理解した上で、
- 主活動の各活動の機能を果たせる知識とスキルを持っており、
- 主活動の各活動のマネジメントを行うことができる知識とスキルを持っている。

図 5-1 の黄枠の人材は、

- 観光地域づくりの概要を理解した上で、
- 主活動全体のマネジメント機能、もしくは地域資源マネジメントの機能、もしくは観光地域づくりのマネジメント機能を果たせる知識とスキルを持っており、
- 主活動全体のマネジメントを行うことができる知識とスキルを持っている。

図 5-1 の一番大きな赤枠の人材は、

- 観光地域づくりを理解した上で、
- 観光地域づくりそのもの（バリューチェーン構築）のマネジメントの機能を果たせる知識とスキルを持っており、
- 観光地域づくりそのもの（バリューチェーン構築）のマネジメントを行うことができる知識とスキルを持っている。

① ツーリズム論に関する知識・能力 (a)

上記の (a) ~ (c) の条件からもわかる通り、まず、どの人材類型にとっても必要となるのは、観光地域づくりに関するベースとなる知識・能力である (a)。これは、「①ツーリズム論に関わる知識・能力」と言える。「ツーリズム」と称しているが、これはいわゆる狭義の観光という意味ではなく、あくまでも「ツーリズム論」と捉え、つまり、観光地域づくりに関わる人材として知っておく必要のある考え方を広く含んだ知識・能力である。例えば、エコツーリズム、コンテンツ・ツーリズムなどのニューツーリズムに関する知識、あるいは海外でのツーリズムの事例、あるいは文明的文脈における観光地域づくりの意義、考え方などがこの知識・能力に該当する。観光地域づくりの分野は多様で幅広いが、それらを広く網羅する知識・能力と言える。

② 観光地域づくりの主活動に関する知識・能力 (b)

次に必要な知識・能力として挙げられるのは、観光地域づくりの主活動と支援活動に関する知識・能力である (b)。

主活動に関する知識・能力は「②観光地域づくりの主活動に関わる知識・能力」と言える。これは、主活動の「さがす」「つくる」「つなぐ」「まねく」「もてなす」という活動の各機能を果たすために必要な知識・能力である (各機能については、第2章を参照されたい)。

③ 地域の経済・文化・社会・空間・自然に関する知識・能力 (b)

支援活動の地域資源マネジメントに関する知識・能力は、経済・文化・社会・空間・自然の環境整備という機能を果たすために必要な知識・能力であり、「③地域の経済・文化・社会・空間・自然に関する知識・能力」と言える。

④ マネジメント全般、プロジェクト・マネジメントに関する知識・能力 (c)

支援活動の観光地域づくりのマネジメントに関する知識・能力は、観光地域づくりのマネジメントの機能を果たすために必要な知識・能力であり、「④マネジメント全般、プロジェクト・マネジメントに関する知識・能力」と言える。これは、前述のPMBOKに主に体系化されている。

(c) として挙げられた条件は、各次元でのプロジェクトのマネジメントを行う知識とスキルであるが、これも、「④マネジメント全般、プロジェクト・マネジメントに関する知識・能力」と言える。以上のことを図式化すると以下の通りである。

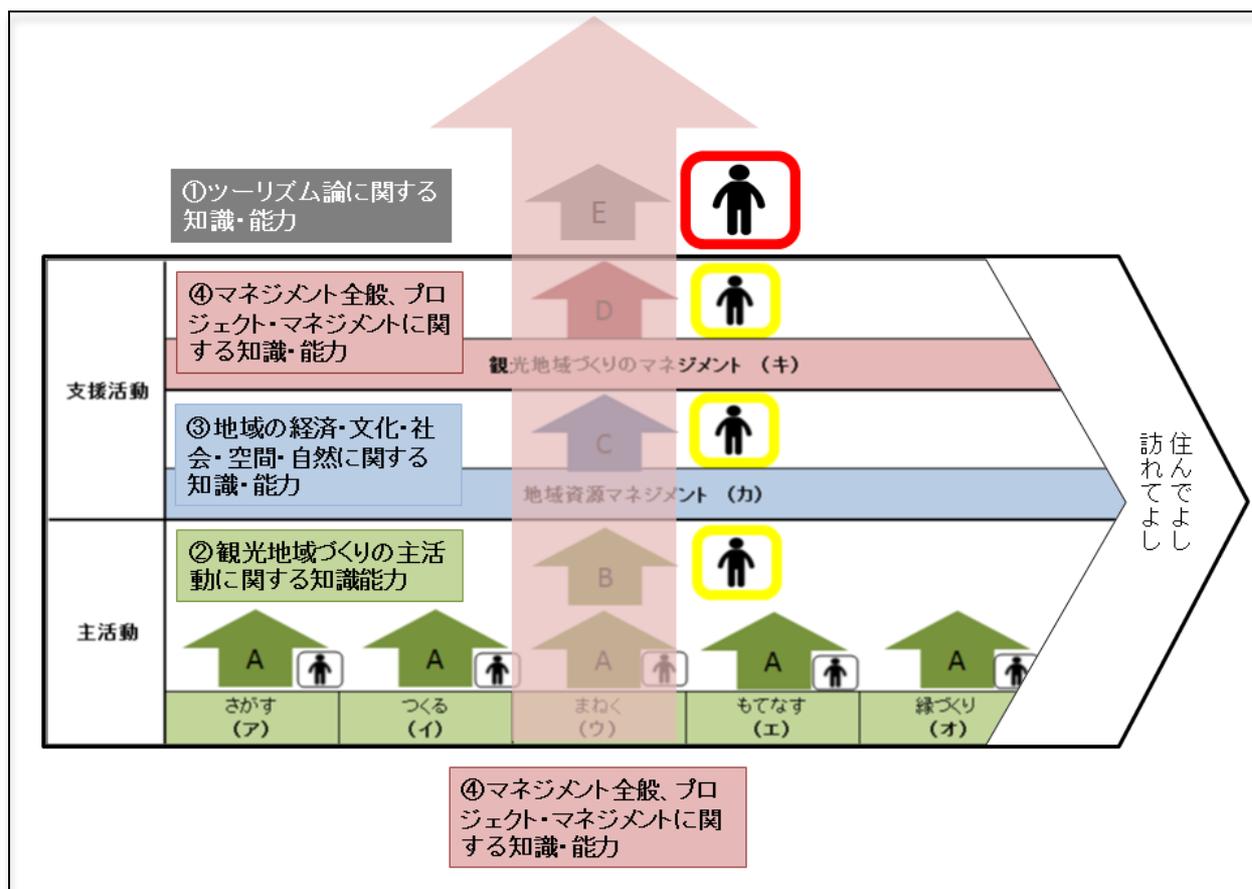


図 5-4 観光地域づくりを担う人材に必要な知識とスキル

ここまで、観光地域づくりを担う人材について検討してきた。まとめると、観光地域づくりを担う人材を育成するために必要なことは以下の3点であると言える。

I. 以下の4つのエリアの知識・能力

- ① ツーリズム論に関する知識・能力
- ② 観光地域づくりの主活動に関する知識・能力
- ③ 地域の経済・文化・社会・空間・自然に関する知識・能力
- ④ マネジメント全般、プロジェクト・マネジメントに関する知識・能力 (PMBOK含)

II. 地域の現場での実践訓練

III. マネジメントのノウハウなどの蓄積がある教育機関（大学等）以外の民間組織・団体との協力体制

本事業では観光地域づくりの概念整理を行い、活動分析から機能を落とし込んだことで、人材像を明らかにすることができた。また、アンケート調査、地域調査により、地域の状況などについてもある程度把握することができた。

しかし、課題が2点残っている。1点は、アンケート調査を行った対象が自治体（行政）に限られていたことである。市民団体、NPO、民間事業者等、さまざまなアクターが協力し合って行うのが地域における観光地域づくりである。今後は、行政以外の観光地域づくりを担う人びとからの意見を聞きつつ、進める必要がある。

2点は、担う人材を目指す人（育成される人）のニーズについて、全く調査がされていない点である。本当にこうしたことを目指したい人がどれだけいるのか、学びたいと思える魅力的なこと（魅力的な就職先）がどれだけあるのか等、地域側だけではなく、学ぶ側のニーズについても、今後考慮する必要があると考えられる。

第6章 観光地域づくりを担う中核的専門人材育成のために

(1) 実態調査等から人材育成の実際を考える

平成25年度成長分野における中核的専門人材養成の戦略的推進事業 観光分野における教育認証のための情報公開ガイドライン開発と横断的教育教材開発（以下「本事業」という。）では、宿泊業、旅行業、運輸業といった観光関連業のみならず、訪問者を受け入れる地域において活動する多様な分野にも焦点をあて、観光による総合的なインパクトを活用できる中核的専門人材の養成について検討した。

これは第1章で述べたとおり、近年、地域における観光振興は地域活性化や産業振興、雇用機会の増大などに貢献するとされ、観光は、観光関連業だけではなく、直接的な地域づくりの手段として広く認知されるようになったことによるものである。

平成24年度において、各地域の中堅宿泊業を対象とした「インバンド観光客の受入を支える中核的専門人材養成事業」の調査においても、「インバウンド観光客の受入や国内観光客の受入体制について、地域に魅力がなければ誰も来ない。」、「地域資源を活かした観光地域づくりを担う人材が必要である」などの地域に観光客を呼び込むための観光地域づくり人材の必要性が強調されている。

さらに平成22年3月には、北海道大学観光学高等研究センターでも、既に地域の多様な資源を結び付け観光地域づくりを担う人材としての観光創造士制度の設計に入ると公表している。まさに「自立的な地域観光の発展と観光創造を推進する優れた人材」の養成は観光立国日本には欠かせないことである。

初代、北海道大学観光学高等研究センター長の石森秀三（現：北海道開拓記念館長）が理想とする「地域観光の王道は歳月をかけて「民産官学の協働」により、多様な地域資源を持続可能なかたちで有効に活用しながら、地域住民と地域を訪れる者が感動を共有しあう。」ためには、中核的専門人材養成の視点を美しい資源を持つ地域に向ける必要がある。魅力ある地域づくり、人の輸送手段、宿泊場所の確保などは、観光を語る上でまた、地域づくりの手段として、どの一つをとってみても無くてはならないものである。

これら、観光地域づくりのための運送、宿泊等という基礎構造、基幹施設の整備と両輪をなすのが、この度の「観光地域づくりを支える（人材）」の調査の結果からも明らかになった観光地域づくりのための人材である。全国自治体を対象として行ったアンケート調査では、「人材不足とアイデアを地域づくりに反映させる体制ができていない」という意見が非常に多かったところである。また、観光資源がない（少ない）と回答してきた自治体も多いが、その自治体は「観光資源の発掘・開発が課題であり、同時に推進していくリーダーの育成も課題となっている」と回答している。

そこで本章では、観光地域づくり（地域活性化）を担う中核的専門人材を、特に観光創造士として定義し、「観光創造士は、観光地域づくりに係る活動のプロジェクト・マネジメントを行える有資格者である。」とした。

しかし、観光地域づくりのためには、活動毎に専門性を必要とする広範で多種多様な業務が存在することから、総合職とも言えるプロジェクト・マネジメントの他、具体的な業務設定を行い、多様な観光教育を実施する学校種をも意識しつつ、業務別若しくは難易度別の観光創造士の設置を検討することとした。

そこで例えば、着地型観光商品開発型の観光地域づくりに着目すると、観光創造士の主活動（業務）としては、地域の資源や現状を把握し、観光資源を創造し、企画、生産、流通、発信、販売、営業、接客という活動によって捉えることができる。また、観光地域づくりに関して、地域の戦略策定や見直し、業務管理、組織や人材管理について支援活動を行うことが必要である。

他方、大学等での教育と観光創造士資格の関係を考察すると、観光地域づくりに求められる人物像と役割を満たすため、必要な知識や能力を持つ人材を育成していくのが大学等の教育機関の役割の一つといえる。しかし教育機関で養成する能力と、それを享受した学生等の能力が、必ずしも一致しないところに試験等を通じて得る資格制度が存在する所以であろう。

言い換えると、地方行政、地方財政、地方自治、リーダーシップ、景観、都市、農村、地誌などの地域系の学問を学び、観光創造士に求められる知識や地域活性化に資する研究を学生時代に行ったからというだけで、大学等修了後そのまま観光創造士の資格を有するとするということが実社会で受け入れられるかということである。

「観光地域づくりのための人材ニーズ調査」においても、観光地域づくりの重要性を認識しながらも、観光地域づくりを担う専門家（人材）不足を訴える自治体が多くある。

これら自治体では、同時に財源不足や貴重な住民等の税金を使って観光地域づくりの実績もない者を採用することに慎重であるとの結果も明らかになった。

また、人材を育成（輩出）する教育機関側にとっても観光創造士資格を認定する機関にとっても、資格制度は雇用等との連動なくしては、意味を持たないことになるであろう。

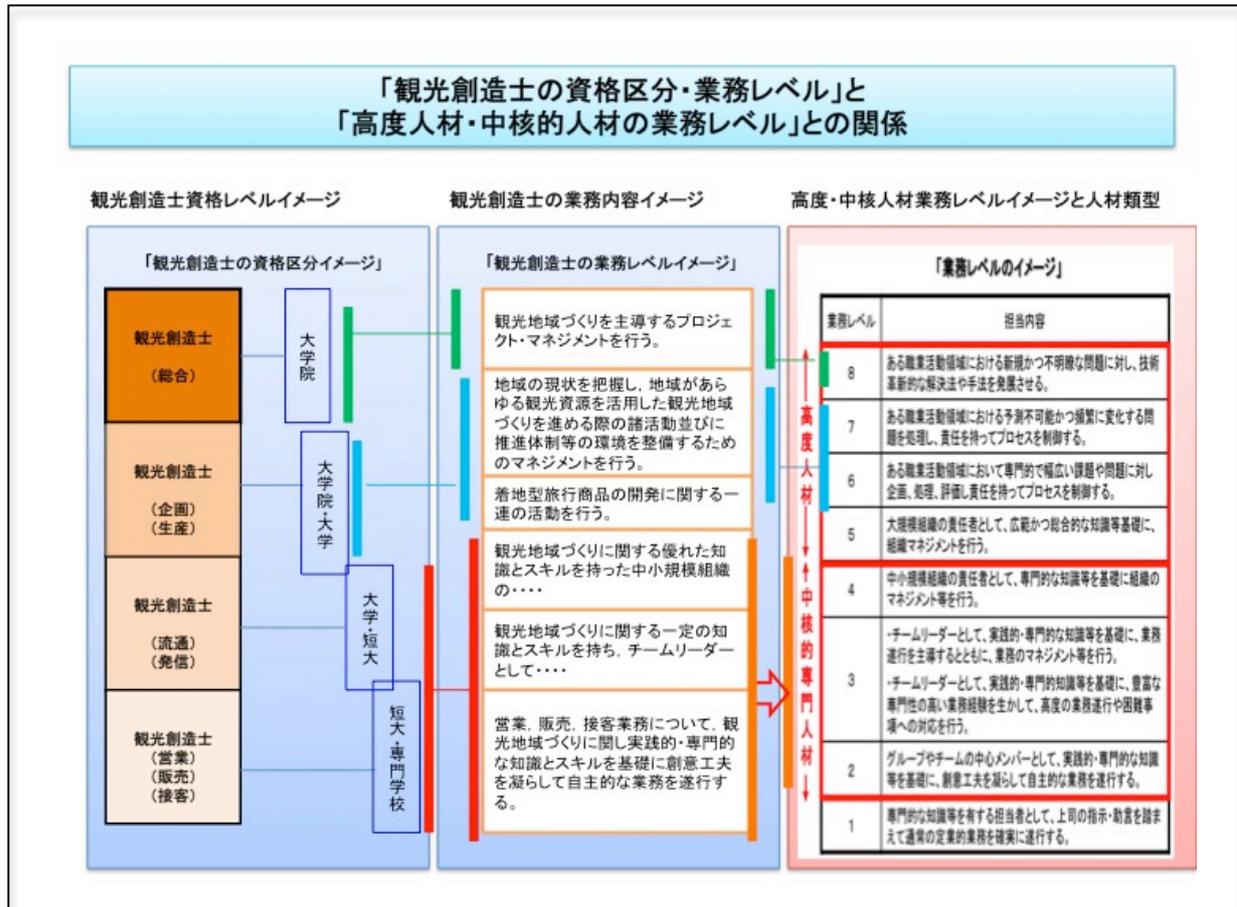
観光創造士の基本設計にあたっては「制度の目的」、「人物像と役割」、「期待される能力等」、「資格の概要」、「資格取得者の将来像」などの制度の骨格と「制度の基本構造」、「資格認定方法」、「認定のための事務や体制」など検討する事柄は多岐にわたる。

この章では「観光地域づくりを主導するプロジェクト・マネジメントを行い得る有資格者」である観光創造士の具体的業務を『地域の現状を把握し、地域があらゆる観光資源を活用した観光地域づくりを進める際の諸活動並びに推進体制等の環境を整備するためのマネジメント』を行う得る知識及び能力を有する者に授与する資格（大学・大学院卒業レベル）として、認定業務を具体的に設定し基本的な制度設計を行う。

また、現在の学校種別に養成する知識・スキル等を踏まえると、観光創造士についても、仮に、大学院修了レベルで取得できる「観光地域づくり全体を総括する観光創造士（総合）」、大学院・大学卒業レベルで取得できる「観光創造士（企画）（生産）」、大学・短大卒業レベルの「観光創造士（流通）（発信）」、短大・専門学校卒業レベルで取得できる「観光創

造士（営業）（販売）（接客）」等、中核的専門人材の業務レベルや学校種別教育の現状に応じた観光創造士の認定を検討して行く必要がある。

(例) 観光創造士の資格レベルのイメージ



この章での「観光創造士制度設計（案）」は、『地域の現状を把握し、地域があらゆる観光資源を活用した観光地域づくりを進める際の諸活動並びに推進体制等の環境を整備するためのマネジメント』を行う得る知識及び能力を有する者に授与する資格に係る「観光創造士」（仮称）を対象とする。

《観光創造士が遂行する業務レベルと資格の区分：イメージ》

資格区分	業務内容
上級（総合）	観光地域づくりを主導するプロジェクト・マネジメントを行う。
中級（企画）	地域の現状を把握し、地域があらゆる観光資源を活用した観光地域づくりを進める際の諸活動並びに推進体制等の環境を整備するためのマネジメントを行う。
中級（生産）	着地型旅行商品の開発に関する一連の活動を行う。
初級（流通、発信、営業、販売、接客）	以下（略）

※観光創造士の業務内容は（仮）であり、今後、地域づくりに必要な業務、難度等を考慮し設定する。

(2) 観光創造士制度提案の意味

日本における観光は、これまでは団体などで観光名所を見物するパッケージツアーが主流であったが、現在は観光ニーズが多様化しており、個人やグループ自らが主体的に旅行日程を組み立てる観光旅行の形態へと変化してきている。

従来、一般的な観光旅行の形態であったマス・ツーリズムは、旅行会社や観光開発会社などに依存する傾向があった。マス・ツーリズムから個人やグループでの観光旅行などへと観光の形態は変化しており、観光ニーズの多様化により参加型や体験型の観光旅行が行われるようになり、観光サービスの提供者とその受益者（旅行者）の構図だけでは観光を捉えることが難しくなってきた。

また、近年観光は観光資源だけを見るのではなく、地域の人々と観光客が交流する体験型の観光旅行など交流人口による地域再生や地域活性化などにつながると期待されている。そのため、「まちづくり」との融合を図ることで産業振興や雇用創出による直接的な地域振興に結びつくという観点からも、観光を捉えることができる。

観光立国の理念にもあるように、住む人々が地域の「光」をよりよく自覚し、訪れる人々にとっても地域の「光」をよりよく感じさせる「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現するためにはそれぞれの地域がその固有の資源を活かしながら、地域の活性化を目指さなくてはならない。そのためにも、「住んでよし・訪れてよし」の観光地域づくりを行うために、これまでの地域における観光の枠組みに捉われない新たな発想をすることの出来る人材の育成が必要であり、専門知識や技能の裏付けにより科学的な根拠が求められる。

(3) 観光創造士制度の提案の概要

日本において、人口構造の変化により多くの地域では少子高齢化が進行しており、人口減少により地域が衰退し、地域課題が山積している。そこで、定住人口が減少している地域において交流人口を増加させることにより地域を再活性化することも一つの方策である。

これまでも「住んでよし・訪れてよし」の地域づくりを推進するために、例えば「観光地域プロデューサー」モデル事業（国土交通省）などの試みも行われおり、観光による地域振興を通じた地域の活性化を図る必要性はすでに認識されているところである。

そして「観光創造士」の資格のように、『地域の現状を把握し、地域があらゆる観光資源を活用した観光地域づくりを進める際の諸活動並びに推進体制等の環境を整備するためのマネジメント』など、地域の素材を生かし、組み合わせることにより新たな観光を生み出すことが出来る人材を育成することが必要とされている。

そこで、これらを担う人材としての「観光創造士」という資格のあり方を具体的に検討する必要がある。

(4) 観光地域づくりにおける観光創造士制度の必要性

①観光地域づくりの現状と課題

ア) 今日の観光の状況

高度成長期のような経済中心の時代から、人間重視の時代へと変化している中で観光客の行動が変化している。これまで旅行代理店に依存していたマス・ツーリズムのような団体に観光地の見学や周遊するスタイルの観光は、期間が短く発地主導型が主であった。

そして、大量生産、大量消費の時代から人と自然環境が調和する質の時代へと移り替わるに伴い、観光客の価値観やニーズも変化してきている。その変化に対応するために、農家に泊まり農作業の体験や各所旧跡を見学するだけではなく、地域の人々と共に語り合うことにより地域独自の歴史や文化を学ぶ、またはカヌーや乗馬・クラフト制作を観光地で参加・体験できるプログラムの実施など観光スタイルが多様化しており、ひとつの地域に滞在する期間も長期化している。

その多くはインターネット等を活用し、旅行代理店を経由せず旅行者自らが交通手段や宿泊施設、その他旅行先での周遊メニューを選択することが多いといわれ、こうした観光行動の変化により、受入地域の対応も変革を迫られている。例えば集客については、これまで地域外の旅行代理店に依存しがちであったが、旅行代理店を経由しない観光客が増えたため、直接、潜在顧客に対して地域情報を発信する観光プロモーションを行ったり、周遊旅程上の単なる通過点ではなく滞在期間が長期化することにより、観光客のニーズを満たすために地域の観光資源を見直し、新たに発掘して商品化し、旅行者のニーズや求める形に対応する努力が地域に求められている。

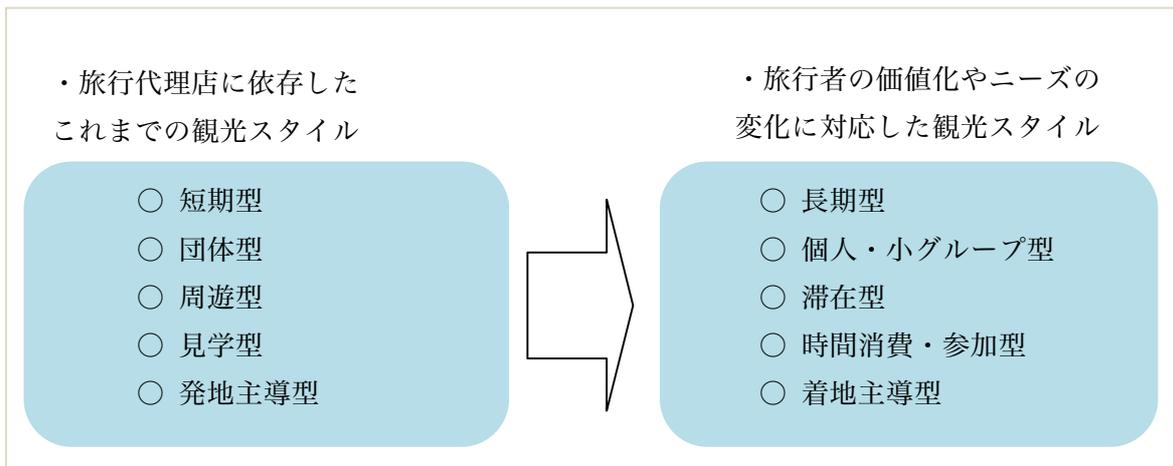


図 6-1 観光行動の変化に対応した新たな観光スタイルへ

イ) 観光振興とまちづくりを一体化させる動き

○観光振興とまちづくりが接点を持つ時代へ

近年、観光振興とまちづくりを一体化させる取組が各地で進められつつある。まちづくりは「地域づくり」とも言われることがあるが、その本質は地域社会を基盤とした地域環境の維持・向上のためと捉えることができる。

これまでは、観光振興とまちづくりとの接点が持ちにくいと考えられていたが、観光振興の取り組みによる経済的な波及効果をもたらすことが期待でき、さらに地域の人々と観光客の交流や、観光を地域で展開するにあたり地域資源の再評価などを通じて、日本の多くの地域において住民が地域の良さを認識し、地域に誇りや愛着を持って、暮らし続けられること、さらには訪れる人にその良さが認識されることにも繋がる。

そのことから、観光振興を行うことが地域を活性化させることになり、新たな地域の価値を創り出すための地域づくりに結びつくと考えられる。

○観光振興とまちづくりの関係

観光振興とまちづくりは、「地域社会」「地域環境」「地域経済」を地域でどう調和させていくかという問題を考える上で、相似点もあると言える。

地域経済の発展は地域社会に変容をもたらし、さらには地域環境を悪化させる可能性がある。地域環境を保全しようとする地域経済は停滞する恐れがあり、地域社会は維持されても変化に乏しいものになってしまう場合もある。また、地域社会の維持を重視すると、地域環境は保全されても地域経済の活力が失われてしまう可能性もある。

観光振興とまちづくりの問題を考えることは、これら地域に関係した「地域社会」「地域環境」「地域経済」を考えることにつながる。

また地域は、経済、文化、社会、空間のように多様な要素が複雑に関係しており、観光地域づくりの取り組みは、こうした地域にある環境の中から、「住んでよし、訪れてよし」

という良さを認識して、住民、訪問者の双方によって、どのように見出すことができることが大切である。

ウ) 観光地域づくりの現状

日本の地域を取り巻く状況として、高度経済成長期頃から大都市圏への急激な労働力の需要により急激な人口移動が生じ、大都市の一部の地域を除いたほとんどの地域経済の疲弊しており地域の産業の後退や雇用機会の減少などの諸問題がみられるようになった。

観光による地域づくりの取り組みが進められるようになったのは、本格的には高度経済成長期以降であり、このような地域の抱える課題を解決するために、その地域の新たな価値を創造するための地域主導による着地型観光が必要である。そのような観光地域づくりにより、地域に暮らし続けられるための新たな生活スタイルを形成されることが、地域の再生に結びつくと考えられる。

(5) 地域マネジメントの必要性

① これからの観光振興のあり方

観光形態の変化により観光客のニーズ・価値観は多様化しており、こうした旅行者に満足してもらうためには、宿泊施設や観光施設だけでは十分ではなく、従来の地域の観光関連業界である観光関連団体や観光協会による観光の推進だけでは十分に観光客のニーズを把握することは難しい。

そこで地域主導による着地型観光を行なうためには、地域の中に埋もれている資源を発掘し、多様な地域資源を結び合わせることでより新たな地域の魅力を高め、発信するという高度な知識とスキルが必要である。

また、観光地域づくりでは持続可能な観光の発想が極めて重要である。持続可能な観光は、「地域社会（の発展）」「地域環境（の保持）」「地域経済（の振興）」を同時に実現するための概念と据えることもでき、着地型旅行商品を地域で作り上げていくときには常に意識しておく必要がある。

② 地域が抱える課題と住民参加

平成不況の長期化や国の三位一体改革などもあり、地方を中心に多くの自治体の財政は極めて厳しい状態である。このような財政が厳しい状況において、住民との協働による行政サービスの展開が全国的に見られるようになった。例えば、町内会と行政との協働による行政サービスの展開や、ボランティアやNPOなどを活用した地域活動なども増加している。

観光に目を転じて、観光ボランティアや地域の宝探しなどをはじめ住民自らが積極的に観光地域づくりに参画するケースが目立つようになっており、自治体予算が乏しい中においてまちづくりに対する住民の意識が高まり、プロジェクトへの参加意欲が高まっていることの結果と捉えることができる。

このように今日では、住民自らの参加による地域マネジメントのマインドが醸成されつつあると言える。

③ 地域を支える主体

地域のまちづくりは、小さい単位の単位の組織だけで成功することは難しくなっている。昨今では、地域の資源の発掘や見直し、さらには地域の課題解決など行政や専門家、住民など多様な関係組織によるネットワークを構築した取り組みが必要となっている。また観光地域づくりにおいても、地域内での連携のほか、共通の観光資源を有する場合や資源が補完関係にあるような場合には、広域的な連携を構築しながら取り組みが進められる場合もある。

観光地域づくりでは、地域にある資源の価値を見出し、関係者が協働して着地型旅行商品を企画・販売等していくことも重要である。しかし地域資源の持つ価値や地域に望まれる連携のあり方などは、地域内の人ではイメージがしにくい場合もある。その意味において観光地域づくりは、その地域内の人だけではなくその地域を訪れる人、あるいは地域の魅力に惹きつけられた移住者やその地域のファンなどとの協働も必要である。特に近年では、地域の

観光を牽引するプロデューサー型の人材を公募するなど、観光協会のスタッフとして地域の外部から迎え入れる動きが見られる。

④「観光地域プロデューサー」モデル事業（国土交通省）

国土交通省では平成19年度から「観光地域プロデューサー」モデル事業を行い、地域の観光振興のけん引役となる人材を望んでいる地域と、「観光地域プロデューサー」希望者とのマッチングの機会を設けている。

また、観光地域づくりでは取り組みを進めるリーダーや個々のプロジェクトの計画と実践をサポートする専門家、観光地域づくりをとりまとめるとともに側面支援する組織の役割が重要である。次のとおり、個々の役割を具体例にあげている。

○リーダーの役割（国土交通省「観光分野における総合的、効率的な人材育成をめざした産学官の連携ネットワーク調査研究」より）

- ▽観光地・地域の将来展望を考える ▽将来展望に向けた具体的事業を考える
- ▽人を集める・配置する・育てる ▽組織をつくる・運営する
- ▽事業資金を集める ▽受入れ体制の整備など事業を行う
- ▽情報収集・発信を行う など

○専門家の役割

- ▽土地の利用，観光にかかる許認可，法務など専門的なアドバイスを行う
- ▽観光商品の開発や販売方法，集客の方法，プロモーション方法など観光業の実践における専門的なアドバイスを行う
- ▽その他必要に応じた専門的なアドバイスを行う など

○支援組織の役割

- ▽観光推進にかかる企画立案，プロジェクト管理および予算にかかる業務（補助金の受け皿としても機能）
- ▽観光に関連する事業者の連絡，調整
- ▽観光や地域づくりに関する各種情報提供 など

⑤まとめ

近年にかけての旅行者の観光スタイルの変化に伴い、観光客を受け入れる地域主導による「着地型旅行商品」を開発する為に、地域固有の様々な資源を観光の観点から見直し、どのように光を当てていくか知恵を絞らなくてはならない。

また観光客を呼び込むための「着地型旅行商品」の企画やプロモーション活動、ホスピタリティあふれる対応を行うことが求められる。そのためには、地域内外の様々な関係者や関係機関と協働、連携しながら進めていく必要がある。こうした取り組みを行うためには、地域の様々な資源や組織などを観光地域づくりを行うためにマネジメントする発想と技術が必要である。

(6) 観光地域づくりにおけるマネジメント組織の必要性

①従来型観光開発の課題

旅行者の観光スタイルは、これまでの団体型から個人型・小グループ型が中心となり、インターネットや専門誌など様々な媒体から情報を集め、自らのニーズや求める価値を充足させるためなど観光の役割も多様化している。その旅行形態も広域周遊型から一か所の長期滞在型まで多様化しており、観光ニーズは個性化・専門化していく傾向にある。そのため顧客満足度の向上や多様なニーズに対応することの出来る、サービスを提供するための取り組みが必要である。

こうした旅行者の観光ニーズへの対応はこれまで中心であった発地側の企画による旅行商品では不十分な面が生じており、観光客を受け入れる地域側の主導による観光商品の企画力が求められる。

今後の観光の主役は観光客を受け入れる地域そのものになりつつあり、地域にある観光に展開可能なあらゆる資源に光をあて、創意工夫に満ちた「着地型旅行商品」の開発などが求められる。

そのような対応は、個々の事業者のレベルで実施できるものではなく、地域内外の関係機関と連携していくことが必要であり、地域資源の発掘と磨き上げ、観光客を呼び込むための戦略の構築などのマネジメント力が不可欠である。

観光に対する価値観が近年にかけて変化している。近年の観光スタイルのキーワードとして、以下のようなものがよく取り上げられる。

- ゆとり、やすらぎ、くつろぎ
- こだわり、ほんもの試行、モノからココロへ
- 安全安心、健康、自然志向
- エコロジー、持続可能性
- 交流、学習、体験、参加、自己実現

②マス・ツーリズムおよび外発的開発の弊害

かつては旅行代理店による発地型旅行商品が旅行の中心であり、そこでは団体による主要施設・主要観光エリアの周遊が基本形態であった。

しかし、こうした観光形態はしばしば持続可能な観光と対立する状況に直面していた。地域の側は旅行代理店が送客する観光客を受け入れるが、地域の側がツアーそのものをコントロールできないことから、混雑時における大量のゴミの発生や排ガス、その他大勢の観光客の移動に伴う自然環境への影響などの問題が生じていた。

また、昭和50年代に本格的に始まった、かつてのリゾートブームによる乱開発は、観光地の環境破壊など深刻な影響をもたらしている。

さらに、発地型の旅行代理店が企画した観光は、一部の観光客を受け入れる地域の宿泊施設や観光娯楽施設等に恩恵をもたらすも、観光による収益が旅行代理店を中心にまわる収益構造となっており、利益が観光客を受け入れる地域に還元されていない状況であることが問題点として指摘されている。

持続可能な観光を展開するためには、観光で得られた収益を観光にかかる地域資源の保持と発展に向け投資していくことが必要である。そのためには、観光で得られた収益の多くが地域の中で循環することが重要である。

③着地型旅行商品開発の必要性

「着地型旅行商品」とは、旅行者が滞在する地域側で旅行商品を開発・提供することであり、地域の観光振興に携る人々からも大きな注目を浴びている。

この言葉自体は、昨今の旅行者のニーズ等の変化に伴い、発地側での旅行商品作りでは限界があり、旅行者の到着地側である地域がツアーの内容を企画した方がより旅行者のニーズに応えられるのではないかという問題意識が旅行業関係者に広まり、旅行業関係者の側から提唱されている。

着地型旅行商品が注目された背景として、以下のような事柄が考えられている。

- ・ 旅行者ニーズの多様化、深化、高度化に対応する魅力ある商品が旅行会社に作りにくくなっている（発地側だけは魅力ある旅行商品づくりには限界がある）
- ・ 地域の側では、旅行者に満足を与えられる地域資源が多く眠っていると認識されており、一部の先駆的な取り組みを行う地域では、こうした地域資源を活用した旅行者の受入れが進んでいる

このように、着地型旅行商品は、地域の資源の価値を見つめ直し、地域主導で観光商品に仕上げていく過程を踏むことから、観光地域づくりの概念とも合致し、観光のみならず地域づくりの視点からも各地で取り組みが進められている。

④変わる観光協会とマネジメント組織の必要性

今後新たな観光地域づくりをすすめるためにも、観光協会の機能の充実が図られている。観光協会は形骸化が進んでいるところも多いといわれているが、自治体財政の厳しさが増し協会への補助金や委託費なども減額され、また各地が観光集客に力を注ぎ始め観光客をめぐる競争も激しさを増していることなどから、全国的にみると現在は観光協会の改革がむしろ進んでいると言える。

特に、観光協会の機能としては地域の観光資源をまとめた冊子の作成やホームページでの紹介、地域のイベントを行うことに終始しがちであったが、着地型旅行商品の開発を通じた持続的な観光地域づくりを目指すなど組織の改革が進んでいる点が注目される。

例えば北海道ニセコ町では、観光協会を平成15年に株式会社にしており、町民等を出資者に特産品の販売や宿泊宿の斡旋を行うとともに、着地型旅行商品として羊蹄山一周ツアーや体験観光商品を売り出している。

また、山形県の遊佐町では、鳥海山を含めた地域全体で一体的な観光推進を図ることを目的に当初任意団体であった観光協会をNPO法人化し、さらに第3種旅行業を取得することで様々な着地型旅行商品を開発するとともに、直接旅行者への販売等も実施している。

さらに、長野県飯山市では、観光協会と市内の第三セクターを統合し「一般社団法人信州いいやま観光局」を設立し、着地型旅行商品の開発・販売を行い、観光地域づくりを進めている。

このように、着地型旅行商品の開発・販売を通じた観光地域づくりの主体は観光協会などの組織が実施しており、旅行者あるいは旅行代理店と地域内観光事業者との間をつなぐマネジメント組織としての機能を発揮している。観光協会などの組織が観光地域づくりを実施している事例は、全国に多く存在している。

⑤観光地域づくりにおける連携の課題

今回、自治体からのアンケート調査の自由回答では、「観光地域づくり」の人材に関する問題点やご意見等について以下のような回答があった。

<p>・地域のさまざまな人々、組織、団体の連携</p>
<p>観光地域づくりの人材確保には苦慮している。観光を担っていただきたい人材は、<u>いろいろな組織に重複して入っており、中々、中核を担っていただくまでには至っていない。</u>市民の中には郷土愛にあふれ、やる気のある人は数多くいるので、いかにそのような人材を発掘していけるかが大切である。</p>
<p>「観光」に関しては、いくら観光担当（行政）が力を入れたとしても、<u>自元商工会や振興組合など、地域住民からの盛り上げがなければ活性化は難しいと思う。</u></p>
<p>少子高齢化により、地域づくりの担い手が不足している。現在できている事業・行事も担い手が少なくなれば活動が難しくなってくるのが予想される。この傾向はどの地域においても共通しているものと思われるが、現状を打開するには、<u>柔軟な発想の取り入れ、既存の枠組みや地域のしがらみに捉われない人材が必要となる。</u>該当する人材としては、いわゆるワカモノ・ヨソモノと言われる人たちになる。一方で、活動を持続的なものにするには、一部の人員にだけでは難しい。地域全体が一緒になって参加することも必要である。<u>地域の人たちと反目することなく、協力体制を形成することが求められることになる。</u>つまり、一方でこれまで地域になかった革新性を、他方で地域との共存をと、相反する要素を同時並行に維持しなければならない。この点に「観光地域づくり」の難しさを感じている。また、収益性の確保も大きな課題である。</p>
<p><u>「地域活性化と観光創造」を実現するために必要な人材の育成と併せて、その人材が地域で活躍できる仕組みづくりが必要</u></p>
<p>「観光地域づくり」の人材には、<u>地域の観光（業）のみならず、農業、商工業に対する知識が必要であるほか、地域の歴史、伝統、文化も熟知していることが求められる。</u>また、近年、市町村合併による区域の広がりから、より幅広い見識が必要となっている。こうした状況において、人口減少および高齢化が進み、人材不足は否めない。また人材育成には、その個人の持ち味を踏まえる中、相当な時間を要するとともに、<u>継続した支援体制も必要と考えられる。</u></p>

地元の行政の職員が人材をつくろうとしても、やらされ感をもってしまったり、押しつけられるのではないかといった懸念をもってしまいかまえてしまう。有識者や他地域の実践者とうまくつないでもらえるようなことができればもっともっと地域づくりがスムーズにできる。人を育て、人をつなぎ、人を動かすところで大きな風を起こすことが必要。住んでいる人々の意識改革も大事。もちろん行政職員が住民から厚く信頼されていなければならない。

観光に携わる者のやる気。行政任せでなく、自主的に取り組む姿勢。そういった方々を行政側はサポートしていきたい。

観光地域づくりの人材育成に取り組む団体や組織が、課題や先進事例に関する情報を共有・交換することにより、情報やノウハウ不足を解消できる機会を提供していく必要があると感じながら、現状はそこまでの支援体制が整えられておりません。将来的には、自立的かつ持続可能な人材育成の取り組みを支援したいと考えております。

本市の観光地域づくりにおいては、地域資源の掘り起こしと都市観光の推進のため、歴史・自然・緑・アート等の都市観光資源の掘り起こしと整備を積極的に行う必要があり、基礎的な知識はもちろんのこと、市観光を取り巻く変化や市民ニーズ等を踏まえて、市民、農商工観光関係者、学識関係者等の幅広い意見を集約し、効果的な都市観光を推進するための高い調整力が必要である。

・コーディネートの役割

「観光」を活用した地域の活性化や再生には、「観光地域づくり」のための人材（コーディネーター）育成が必要と思われるが、人材の選出育成費用の捻出、当人材を用いた事業に対する費用対効果等、様々な課題がある。商工会等、観光機関と連携した取り組みが必要であると思われる。

東日本大震災以降、復興に係る人材不足にも象徴されるように、観光面においては更に人材不足となっている。復興と観光地域づくりは一体であると考えられるが、実際、復興と同時に観光地域づくりが連携して進められることは少ない。このことから、復興と観光地域づくりは関連していることを踏まえ、この部分をコーディネートしていただける人材が求められていると感じる。なお、復興関連予算には観光に関するメニューが少ない又は適用しにくい等の問題も関係していると思われる。

・広域での観光地域づくり

観光地域づくりに関する総合的な知識や実務等の経験ある人材の発掘又、企画・立案マーケティングなど観光事業に関する人材の育成が地域づくりの基礎となって来ると思われるが、観光誘客の為にイベント事業に係る予算確保だけでも厳しい中、人材確保、育成に対する予算措置が全く出来ないのが現状である。単一の自治体だけでは限界があるので、県の中心とするか、広域での観光地域づくりに関する人材育成・確保等に対する取り組みがされる声を希望している。

・外部組織との連携

（外部人材の活用）外からの視点は地域ブランディングにおいて大変重要。その点でも単なる旅行業経験者ではなく、より地域に近い立場でやってきた人を活用すべき。（地域のコンセンサス）コンサル任せの一辺とうではNG。地域でのコンセンサスがどう得られるかがポイント。観光はあらゆる産業にリンクしており、産学官公民金の連携が必要。

当町は、一般的な観光資源はあまりありません。本アンケートの「観光地域づくり」は「交流人口など地域外から訪れる人を増やすことで、地域を活性化・・・」とありますが、我々の小さな町では「地

域づくり」をすることで「交流人口を増やす」という発想でなければならないと考えています。同じように思われがちですが、主体性がどちらにあるかによって、その手段は大きく異なります。ですから、あらゆる地域づくりが観光と繋がると思います。地域づくりは「人」が一番大切です。つぎる所、地域に住む人が、元気で町に誇りを持つことが重要と考えます。

過疎、高齢化に悩む地方自治体に共通し、観光事業の人材にも役の重複をはじめ負担が増えていきます。また将来の人材育成も有望な人材や資源の活用のため時間や人手を充てられる余裕がなくなってきました。観光や地域の魅力を良く知る新しい風は、その地域より外からもたらされるものです。上松町では平成26年度から地域おこし協力隊(仮)を設立し、町おこしの原動力として行政と協力していきたいと考えています。

自治体の回答から、観光地域づくりを行う上で地域内外の人々、組織・団体による特徴的な連携のあり方を示す。

○広域的な連携

単独の自治体だけではイベントや人材育成を行うための財源が厳しいために都道府県などが中心となり広域での観光地域づくりの取り組みや人材の確保を希望する声から、自治体単体の取り組みではなく、近隣町村や都道府県単位での観光地域づくりを推進する体制などの要望があった。

○地域内と地域外の連携

過疎地域のような定住人口が減少している地域においては、地域おこし協力隊や観光客または大学等との連携を図るなど地域内の人々や地域外の人々が交流や協力することにより、地域の魅力を見つめなおし、地域の課題解決を図ることが重要と考えられる。

○民産官学・産業間の連携

観光地域づくりを行うために、柔軟な発想の取り入れ活動を持続的なものにするためには商工業や農業、観光業のようにあらゆる産業に関連した推進体制が必要である。

上述から、観光地域づくりを通して地域を活性化させるためには、観光を取り巻く環境やニーズ等を把握して、「学識経験者」「行政」のような民産官学の連携により、それぞれの視点を活かして地域を見つめるために情報を共有し、幅広い意見を集約するなどのそれらの団体や組織を調整するためのスキルが求められる。

さらに「復興や観光地域づくり」「町並み保存による観光地域づくり」などを行う際には幅広い関連業種の協働が求められ、これらをコーディネートできる人材が求められている。

また、観光地域づくりを担う人材が地域で活躍できる推進体制が必要であり、観光地域づくりを担う人材には関係者等との調整やコーディネートなど高いスキルが要求される。

(7) 資格制度の役割と可能性

①観光・旅行分野における資格の役割

旅行商品の手配や旅行添乗などは高度な専門知識が求められることから、関連する資格を取得することで業務対応を行うケースが多い。

観光・旅行に関連する資格は業務で必要とされるものと、業務を効果的に行う上で機能するものと大きく2つのタイプに分けられる。

業務を行う上で必要とされるもの(例)

ア) 通訳案内士

通訳案内士は国家資格であり、通訳案内士は、通訳案内士法において「報酬を受けて、外国人に付き添い、外国語を用いて、旅行に関する業を営もうとする者は観光庁長官の行う通訳案内士試験に合格し、都道府県知事の登録を受けなければならない(通訳案内士法第2条、第3条、第18条及び第36条)」

また、登録を受けないで報酬を得て通訳案内を業として行くと、50万円以下の罰金が科される(通訳案内士法第40条)。

【通訳案内士試験の概要】

■受験資格 年齢，性別，学歴，国籍などに関係なく受験が可能。

■試験内容

1. 筆記試験

①外国語（・英語⇒記述式とマークシート方式の併用，・フランス語，スペイン語，ドイツ語，中国語，イタリア語，ポルトガル語，ロシア語，韓国語，タイ語⇒記述式）

②日本地理 ③日本歴史 ④産業，経済，政治及び文化に関する一般常識

※②③④は，日本語による筆記試験（マークシート方式）

2. 口述試験

筆記試験で選択した外国語による通訳案内の現場で必要とされるコミュニケーションを図るための実践的な能力について判定

・通訳案内士になると出来る仕事（例）



- ・茶道教室
外国人向け習い事教室での通訳



- ・静岡で茶摘み
外国人の茶摘み体験に付添い



- ・浅草浅草寺
浅草浅草寺など都内観光案内

日本政府観光局 HP より

イ) 旅行業取扱管理者

旅行業務取扱管理者は、取り扱う旅行が国内旅行と海外旅行の業務範囲の別により、国内旅行業務のみを取り扱うことができる「国内旅行業務取扱管理者」、海外及び国内の旅行業務を取り扱うことができる「総合旅行業務取扱管理者」の2種類の資格があります。

・「旅行業務取扱管理者」の配置義務

上記の資格試験は旅行業法に基づき実施されるもので、旅行業者は各営業所ごとに「旅行業務取扱管理者」を1名以上選任し、一定の管理及び監督業務を行わせることが義務付けられている。

■受験資格 特に制限なし。どなたでも受験できる。

■試験形式 マークシート方式

・「国内旅行業務取扱管理者試験科目」

1. 旅行業法及びこれに基づく命令
2. 旅行業約款，運送約款及び宿泊約款
3. 国内旅行実務
4. 運送機関及び宿泊施設の利用料金その他の旅行業務に関連する料金
5. 旅行業務の取扱いに関する実務処理

※一般社団法人全国旅行業協会・ANTAは、国家資格「国内旅行業務取扱管理者試験」を観光庁長官の試験事務代行機関として行っている。

・「総合旅行業務取扱管理者試験科目」

1. 旅行業法及びこれに基づく命令
2. 国内旅行実務
3. 旅行業約款，運送約款及び宿泊約款
4. 海外旅行実務

※一般社団法人日本旅行業協会は、は、国家資格「総合旅行業務取扱管理者試験」を観光庁長官の試験事務代行機関として行っている。

○「旅行業務取扱管理者」の職務内容（旅行業法施行規則）

1. 企画旅行の旅行計画の適正な作成
2. 料金表の掲示
3. 旅行業約款の掲示
4. 取引条件の説明
5. 契約書面の交付
6. 適正な広告の実施
7. 旅程管理のための必要な措置：旅程管理業務を行う主任の者を通じた管理・監督
8. 旅行に関する的確な苦情処理
9. 契約内容に係る重要な事項についての明確な記録または関係書類の保管
10. 上記に掲げるもののほか、取引の公正、旅行の安全及び旅行者の利便を確保するため必要な事項として観光庁長官が定める事項

※管理者は、旅行会社の営業所毎に1名以上（従業員が10名以上の営業所では2名以上）いることが義務付けられている。

ウ) 旅程管理主任者（講義科目）

旅程管理主任者（ツアーコンダクター）は団体旅行の添乗員として働くために必要な資格であり、通常ツアコンと呼ばれている。旅程管理主任者は海外と国内の添乗員が行える総合旅行業務旅程管理主任者と、国内に限られる国内旅行業務旅程管理主任者の2種類がある。旅程管理を行う者のうち、主任の者については国土交通大臣に登録された研修機関の行う旅程管理研修を修了し、かつ所定の添乗実務経験を有したものでなければならない。

旅行業法の改正に伴い、平成17年4月（2005年）から従来の主催旅行に加え、新企画旅行（募集型・受注型）の主任添乗員には旅程管理主任者の資格取得が義務づけられた。

■受講対象 現に旅行業（旅行会社等）に従事されている方

■講義科目

1. 「旅行業法・約款」
2. 「国内添乗実務」
3. 「海外添乗実務，添乗外国語（英語）」

■受講期間 国内旅程管理 2日間，総合旅程管理 3日間

■ TCSAの研修コースフロー



※1 <基礎添乗業務研修>

基礎添乗業務研修は、添乗員派遣会社に所属する専門添乗員に課せられた研修で、JATA、ANTA等の会員である旅行会社に所属する社員は免除される。TCSAでは、旅程管理研修の講義内容及び修了テストが基礎添乗業務受講を前提としているため、旅程管理研修申込み時に基礎教本を配布し、事前学習がある。

※2 <旅程管理実務研修>

旅程管理研修を修了後、実務を経験して初めて旅程管理主任者資格が取得できる。実務の経験は、旅程管理研修の課程を修了した日の前後1年以内に1回以上、又は研修を修了した日から3年以内に2回以上と法律で定められている。総合資格コースの受講者は、海外旅行の実務経験が必須となっている。

引用：(社)日本添乗サービス協会(TCSA) HP <http://www.tcsa.or.jp/training/>

業務を効果的に行う上で機能するもの(例)

・ご当地検定ガイド

地域の歴史や文化、主要観光資源等に関する知識が試験として問われる。地域の観光に関する様々な知識があることを保証するもの。地域の商工会議所が実施者であるケースが多い。

・その他

英語検定や大型自動車免許(観光バスの運転資格)、アウトドア資格制度な多数存在する。

こうした資格は業務における一定水準の確保・保証を行うものであると同時に、業務内容によっては取得が義務付けられるものもある。

観光地域づくりの観点からは、近年ご当地検定が盛んに行われているが、地域を見る目を養い、人材の底上げや観光マインド、ホスピタリティの醸成などに活かされることが期待されている。

観光地域づくりの観点から、関連する資格を整理すると以下のようなものがある。

主な観光系資格(まちづくり系も含む)

名称	主催	区分	種別	取得方法
観光まちづくりアドバイザー	運輸省または(社)日本観光協会	★選定	総合開発	天下り式に依頼。
観光カリスマ	内閣府および国交省	★選定	総合開発	選考委員会により選定される。
地域活性化伝道師	内閣府内閣官房	★選定	総合開発	内閣府より選定される。
地域振興アドバイザー	国土交通省	★選定	総合開発	地域づくりに関する幅広い知識や情報を有する人々の中から、国交省が派遣を決定する。なお派遣する地域については、1)アドバイザーを受け入れる内容、地域課題などについて事前に的確に把握していること、2)まちづくりを対象としたプロジェクトチームや地域づくり活動組織等、アドバイザーを受け入れる体制が整っていること、などが求められる。
まちづくりコーディネーター	NPO法人全国生涯学習まちづくり協会	講習	総合開発	集中講義を受講し、その後3ヶ月以内に所定のテーマのレポートを提出。これが認定委員会の審査に合格すると認定される。
地域アニメーター	NPO法人全国生涯学習まちづくり協会	講習	総合開発	認定講座を受講する。または指定テキストにより通信教育を受ける。
旅のもてなしプロデューサー	NPO法人全国生涯学習まちづくり協会	講習・単位履修	総合開発	以下3つの方法①実施委員会が主催する講習会に参加する。②SOA(聖徳大学オープン・アカデミー)が主催する講座を受講する。③指定された大学の授業単位(11単位)を取得する。
北海道ランドオペレーター	北海道ランドオペレーター協議会	参加	総合開発	協議会への参加による。
観光コーディネーター	日本観光文化検定協会(社)日本販路コーディネーター協会内)	試験	総合開発	2つの方法で受験(1)協会主催の研修受講と小試験。(2)協会主催の全国試験。段階的に力をつけるために、下位資格として「観光コーディネーター様」という資格も用意されている。
6次産業化プランナー	農林水産省	審査	総合開発	各地方の農政局などがプランナー候補者を募集。学歴要件、経験要件、コミュニケーション能力要件など、必要要件を満たす者の中から選定される。
まちづくりリスト	大学連携(法政大、札幌学院大、高知工大、沖縄大)卒業	単位履修	総合開発	まちづくりリスト認定科目に指定した科目群の中から、必要単位数以上の科目を履修。さらに認定を受けるに当たって、4大学の遠隔授業も必修科目。
旅行業英語検定	(株)ジェイティービー能力開発	試験	語学	試験を受けて、所定の点数以上を獲得すると認定される。
観光英語検定	全国語学ビジネス観光教育協会	試験	語学	試験を受けて認定される。
旅程管理主任者(ツアーコンダクター)	(社)日本添乗サービス協会	講習	業界	(社)日本添乗サービス協会が行う基礎研修及び旅程管理研修を修了し、さらに一定の実務経験を積むと資格が得られる。
トラベル・カウンセラー制度	トラベル・カウンセラー制度推進協議会	講習	業界	TCSA=所定の養成講座を修了し、現在、旅行会社および旅行業関連企業の従事者で、一年以上の実務経験のある人を認定。/DS=資格認定試験に合格し、かつ次の1~3をすべて満たす。1)現在、旅行会社および旅行業関連企業の従事者で、一年以上の実務経験がある。2)最近5年間で一回以上の現地遠征経験がある。3)総合旅行業取扱管理者がTCSA認定者が所属会社から推薦を受けた。/TS=認定のみ。
添乗員能力資格認定	(社)日本添乗サービス協会	試験	業界	試験。1級から3級まである。
A X E S S 実用検定試験	(株)アクセス国際ネットワーク	試験	業界	検定試験。
インターネット旅行情報士検定	JTB能力開発	試験	業界	1級、2級とも100分間のオンライン上での試験による。(試験問題のページにアクセスし、解答を送信する)
ホテル実務技能認定試験	(株)サーティファイ	試験	業界	試験を受けて認定される。
ホテルビジネス実務検定試験	(財)日本ホテル教育センター	試験	業界	試験を受けて認定される。

名称	主催	区分	種別	取得方法
総合旅行業務取扱管理者	(社)日本旅行業協会	試験	業界	試験による。
国内旅行業務取扱管理者	(社)全国旅行業協会	試験	業界	試験による。
観光ビジネス実務士	全国大学実務教育協会	単位履修	業界	全国大学実務教育協会に加盟する大学・短大において必要単位(必修・選択を併せて30単位以上)を履修。
余暇開発士	(財)日本レクリエーション協会	講習	関連(余暇開発)	通信教育終了後、認定試験を受ける。
レクリエーション・インストラクター	(財)日本レクリエーション協会	講習	関連(余暇開発)	理論と実技を合わせて51時間の学習を受け、さらに現場実習を9時間行ったのち、資格認定審査会を経て取得。
レクリエーション・コーディネーター	(財)日本レクリエーション協会	講習	関連(余暇開発)	161時間の講習を受講し、さらにレポート提出や支援実習を修了してのち、資格認定審査会を経て取得。
健康生きがいづくりアドバイザー	(財)健康・生きがい開発財団	講習	関連(余暇開発)	養成講座または通信講座を受講してのち、資格認定研修会に参加する。
NACS-J自然観察指導員	日本自然保護協会	講習	関連(野外活動)	講習会を受講(3日間)。登録にあたってはNACS-Jの会員になる必要がある。
自然観察指導員	(財)日本自然保護協会	講習	関連(野外活動)	講習会を受講。
自然体験活動リーダー	NPO法人自然体験活動推進協議会(CONE)	登録	関連(野外活動)	自然体験活動に関わる各団体で資格を取得したのち、CONE指導者として登録。
社会調査士	(社)社会調査協会	単位履修	関連(社会調査)	社会調査士＝大学で必要な6科目の単位を履修。／専門社会調査士＝社会調査士資格を有し、大学院で必要な3科目の単位を履修し、研究論文を提出する。もしくは論文・実績の審査により取得できる(主に研究者や実務実績がある者)。
創造経営コンサルタント	日本創造経営協会	審査	関連(経営コンサル)	論文、実務経歴、面接などにより審査。
リゾート管理士	リゾート管理士協会	講習	関連(リゾート)	養成講座を修了したのち、試験に合格。
再開発コーディネーター	(社)再開発コーディネーター協会	審査	関連(まちづくり)	協会への入会による。入会は、「再開発プランナー」の資格を有したものが、再開発の実務などについて面接も含めた厳しい審査を経て認められる。
再開発プランナー	(社)再開発コーディネーター協会	審査	関連(まちづくり)	筆記試験を受けたのち、実務経験審査(書類審査、面接審査)を経て認定される。
ファンドレイザー技能検定	全国相互扶助生活安心組合	講習	関連(NPO)	基礎講座を修了し、学科試験に合格すると「3級」が認定される。その後、「実技試験」に合格すると2級認定となる。
温泉入浴指導員	(財)日本健康開発財団	講習	温泉	講習を受ける(2日間)
温泉利用指導者	(財)日本健康開発財団	講習	温泉	講習を受ける(8日間)
温泉観光士	日本温泉地域学会	講習	温泉	講座を受講。最後に試験あり。また野外実習への参加も必要。
東京シティガイド検定	(財)東京観光財団	試験	テーマ検定	試験を受けて認定される。
旅行地理検定	旅行地理検定協会	試験	テーマ検定	試験を受けて認定される。
地理能力検定	(財)日本余暇文化振興会	試験	テーマ検定	試験を受けて認定される。
世界遺産検定	企画＝NPO法人世界遺産アカデミー、運営＝(株)毎日コミュニケーションズ	試験	テーマ検定	試験を受けて認定される。
京都・観光文化検定試験	京都商工会議所	試験	テーマ検定	試験を受けて認定される。
観光特産士検定制度	日本観光文化検定協会	試験	テーマ検定	試験を受けて認定される。

また、国土交通省では観光人材マネジメント高度化のための人材育成検討会報告書を平成19年にまとめており、そこから業種別にみた資格制度の状況や課題などを整理すると以下のようになる。

業種	主な講習、資格、試験および現状認識や課題など
宿泊業	
	○主な講習、資格、試験など ホテルマネジメント養成プログラム、外客接遇主任者、ホテルビジネス実務検 定試験、レ・クレドールインターナショナル

	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 社団法人日本ホテル協会では「ホテルマネジメント養成プログラム」を（財）日本ホテル教育センター等との連携によって開発。会員ホテルのマネジメントレベルの人材のレベルアップを図っている。 ・ 国際観光登録ホテルでは国際観光ホテル整備法に基づき外客接遇主任者を選任することになっているが選任要件の語学レベルが現状にそぐわない。 ・ 財団法人日本ホテル教育センターが実施している「ホテルビジネス実務検定試験」は従業員教育やホテル専門学生教育に活用されているが、受験機会が限定的である。また、筆記試験のみで実技試験は課されていない。 ・ ホテルのコンシェルジュは、「レ・クレドールインターナショナル」という世界的なネットワーク組織があるが、消費者の認知度は低い。 ・ 旅館業は、ホテル業と同様にホスピタリティが欠かせない業種である。女将を中心として接遇のノウハウは社内教育で培われている場合が多くホテル業と異なり従事者の技能を評価するための制度はない。 ・ 経営面では、財務管理は金融機関に依存し、集客・営業は旅行会社に依存するという他人依存型の経営が多い。
旅行業	
	<p>○主な講習、資格、試験など</p> <p>旅行業務取扱管理者、トラベル・カウンセラー制度、添乗員能力資格認定試験制度</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行業務取扱管理者は、一旦資格を取得すればその知識等が最新のものであるかどうか確認されることもなく資格を活用することが可能である。 ・ 旅程管理業務を行う主任者（ツアーコンダクター）は、国土交通省の登録を受けた者が実施する旅程管理研修の課程を修了し、実務経験を有する者の中から旅行業者が選任することとなっているが、研修は一度受講すれば良い。 ・ 社団法人日本旅行業協会等では、旅行会社の従業員が高い意識を持って知識や技能を磨くなど、「旅行のプロ」を育成するために自主的に制定したトラベル・カウンセラー制度という資格制度がある。トラベル・コーディネーターとディスティネーション・スペシャリストの両資格の取得が費用と効果の面で検証が必要で、目標になりにくい制度になっているとの意見もある。 ・ 添乗員については、（社）日本添乗サービス協会において添乗員能力資格認定試験制度や添乗業務レベルアップ研修が実施されている。 ・ ツアーコンダクターオブザイヤー実行委員会による表彰制度が創設された。
ガイド業	
	<p>○主な講習、資格、試験など</p> <p>通訳案内士、地域限定通訳案内士</p>

	<p>○現状認識や課題など</p> <p>・通訳案内士及び地域限定通訳案内士については、通訳ガイド数の増加及びサービス内容の適正化、多様化を図るため、平成 17 年 6 月に法改正がなされ 18 年 4 月から施行された。平成 18 年度からは海外受験制度も開始し、平成 18 年度は、前年分に比べて受験者数も合格者数も増加した。さらに、平成 19 年度からは 4 県において地域限定通訳案内士試験が実施される予定である。ニューツーリズム（文化観光、産業観光等）の分野においては、ガイドの役割が一層重要になると考えられるが、例えば、エコ・ツーリズムに関しては NPO 法人日本エコ・ツーリズム協会においてエコツアーガイド養成講習会やコーディネーター養成講習会が実施されている。</p>
<p>飲食業</p>	
	<p>○主な講習、資格、試験など</p> <p>調理師資格、国際観光レストランマネージャー、国際調理師、レストランサービス技能検定</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <p>・調理師に関しては、国家による資格制度及び技能検定制度があり、また、(社)国際観光日本レストラン協会が会員向けに「国際観光レストランマネージャー」及び「国際調理師」の資格制度を有しているとともに、(社)日本ホテル・レストランサービス技能協会がレストランサービス技能検定を行っているが、広く知られていないと思われる。</p>
<p>観光土産品業</p>	
	<p>○主な講習、資格、試験など</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <p>・国土交通省及びビジットジャパンキャンペーン (VJC) 事務局が「VJC 魅力ある日本のおみやげコンテスト」を、JTB 旅行スタンプ加盟店連盟及び日本おみやげアカデミー賞実行委員会が「日本のおみやげアカデミー賞」を、日本商工会議所及び全国観光土産品連盟が「全国推奨観光土産品審査会」を開催して、土産品の品質向上等に寄与している。また、観光土産品の製造業者に対しては商工会議所が新製品の開発に係る研修等を行っているが、外国人等に対する土産品の背景事情の説明能力向上のための人材育成は行われていない。</p>
<p>集客施設業</p>	
	<p>○主な講習、資格、試験など</p> <p>学芸員、飼育員</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <p>・企画・実施のための能力を有する人材が、集客施設にはあまりいないものと思われる。また、学芸員や飼育員などは、専門知識は豊富であるが、外国人を含む観光客に分かりやすく説明する能力が十分とはいえないケースも見受けられる。遊園地協会においては、会員事業者のための来場者に対する接遇に関するガイドラインを策定しているが、必ずしも各事業者の取り組みに反映されていない。</p>

旅客運送業	
	<p>○主な講習、資格、試験など 観光タクシー乗務員資格認定制度(地域で任意の資格)</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 接遇担当者の人材育成は各社が独自に行っているが、特に地方の事業者においては外国人観光客対応が十分ではないと思われる。航空運送業についてみると国際線においては外国語による対応が充実しているものの、国内線においてはそのような対応が十分にはなされていないとの見方もある。特に、外国人観光客が個人旅行をする場合の鉄道、バス、タクシー、レンタカー事業者等における接遇も現状ではまだ十分とは言えない状況であると思われる。 ・ また、観光客の満足度を左右するものとしてバスガイドが果たす役割は大変大きなものである中、バス業界においては、正規職員のバスガイドとして満5年以上勤務した者であって優良な者に(社)日本バス協会会長が褒賞する等の制度はあるが、客観的な技能評価制度はタクシーについては、国内外の観光客に対する地域・日本の顔となり得るものであり、都道府県によって「観光タクシー乗務員資格認定制度」が立ち上がっているが全国的には広がっていない。
会議運営・支援業、イベント業	
	<p>○主な講習、資格、試験など イベント検定、イベント業務管理者</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ (社)日本イベント産業振興協会が「イベント検定」や「イベント業務管理者」という資格制度を運営しているが、これらの有資格者は都市部に集中しているため、地方における人材育成を強化していく必要がある。今後は国際会議等の誘致やイベント企画の能力も有するより高度な人材の育成が求められる。
広告・広報・プロモーション業	
	<p>○主な講習、資格、試験などー</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光分野のマーケティングに通じた人材が不足していることから、効果的な事業が行われていないとの指摘も見受けられる。
行政機関	
	<p>○主な講習、資格、試験などー</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国土交通大学校等において地方自治体の観光担当職員を対象とする研修が実施されているが小規模なものにとどまっている国土交通大学校等において地方自治体の観光担当職員を対象とする研修が実施されているが小規模なものにとどまっている。また、地方自治体の職員は異動が頻繁にあり、専門性が蓄積されておらず、情報発信、コンベンションの誘致等においてマイナスになっているとの指摘も見られるところである。

観光協会等地域の観光地づくり関係者	
	<p>○主な講習、資格、試験など 観光カリスマ塾、訪日外国人旅行者接遇研修会、観光創造士事業</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光カリスマ塾の開催とともに、観光案内所の職員等を対象とした訪日外国人旅行者接遇研修会の実施や、訪日外国人観光案内基本マニュアルの作成を行っているところである。また、(独)国際観光振興機構においては、案内所研修会を実施したり、各案内所に観光情報を提供したりすることにより案内所の高度化を図っている。 ・国土交通省では、平成19年度から「観光創造士事業」に着手し、着地型観光を新規事業として開発できる能力、地域コミュニティ内の様々な利害関係者の調整ができる能力、景観づくりを推進できる能力等を持った観光創造士を観光地に送り出すことで、国際競争力のある観光地づくりとともに、地域の経済・雇用の活性化や再チャレンジの支援を目指しているところである。
ボランティアガイド	
	<p>○主な講習、資格、試験などー</p>
	<p>○現状認識や課題など</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(社)日本観光協会では、ボランティアガイドに対してマニュアルを作成するとともに、横のつながりや情報交換、会員のモチベーションを高めるために全国大会を開催している。また、「善意通訳」(グッドウィルガイド)については(独)国際観光振興機構が同様に全国大会を開催するとともに表彰を行っている。しかしながら、これらの全国大会については広く知られていないと思われる。

②観光地域づくりにおける新たな資格の可能性

観光地域づくりは、多様な関係者を巻き込むとともに、地域の資源の活用と持続可能な観光地を目指すという、相反する概念の両立が求められるなど高度な技術が必要とされる。

以下では、観光地域づくりに必要とされる資格を検討した。

○着目すべき既存の資格

観光カリスマ

観光地の魅力を高めるためには、観光振興を成功に導いた人々のたぐいまれな努力に学ぶことが極めて効果が高いと考えられることから、各地で観光振興の核となる人材を育てていくため、「『観光カリスマ百選』選定委員会」を設立、その先達となる人々を『観光カリスマ百選』として選定している。

観光カリスマを講師による「観光カリスマ塾」を観光庁では実施しており、観光カリスマのノウハウの伝授や現場体験、受講者によるワークショップなどを実施し観光志向を担う人材育成に役立っている。

観光地域づくりアドバイザー

観光振興を通じたまちづくりに関して優れた知見を有し、地域に対して適切な助言を行う事ができると認められる学識経験者、実務経験者等を自治体の要請に基づき、国または社団法人日本観光協会が、観光地域づくりアドバイザーとして派遣している。具体的には、地域の観光振興計画、観光ルート開発、地域内の観光資源の掘り起こし、特産品の開発等をアドバイスする。

観光ビジネス実務士

全国大学実務教育協会に加盟する大学・短大で学んだ人だけが得られる資格であり、旅行業・宿泊業・交通業等の観光ビジネスの実務に関する基礎知識・専門知識に加え、それに必要とされる技術と実務能力を習得することを目指している。

必修科目と選択科目に分かれており、観光に関する概念の理解から、語学、旅行業、運輸業などにかかる専門性の高い知識を習得することが求められる。

当資格は、観光業に就職する際の基本知識と技能を身につけていることを示す手段となる。

北の観光リーダー養成セミナー

観光地域づくりのためにリーダーシップを発揮できる人材を道内に数多く生み出すため、北海道庁が中心となって実施しているセミナーである。セミナーでは、座学よりもグループワークを重視し、ケースメソッドを中心に実践的に実施している。受講者は、直接の観光関係者はもとより、メディアや金融機関など多様な業種で構成されており、観光地域づくりを主導的に推進していく能力及び具体的な観光プログラム創造能力の習得を目指している。

○習得を目指す具体的な能力

- ▽具体的な観光プログラムが作れるようになること
- ▽観光をまちづくりに活かせるようになること
- ▽観光地域づくりに必要な地域の仕組みを理解し、自ら地域の基盤づくりが行えるようになること
- ▽他の地域活動への応用を考えられること
- ▽上記のことをリーダーや支援者として推進できること など

③まとめ

観光地域づくりを担う人材には、「住んでよし・訪れてよし」地域づくりのために地域の課題解決や環境保全や地域振興など持続的な循環型社会の構築など多様な活動に関わるために幅広い知識や能力を有し、観光地域づくりを行うために戦略の立案や見直し、業務管理、組織・人材管理や環境整備など幅広い支援活動が求められる。

既存の資格では、観光カリスマのような「観光地の魅力を高めるためには、観光振興を成功に導いた人々のたぐいまれな努力」などその人の能力やそれまでの知識の総体であり、科学的な根拠は今のところないであろう。

また、観光・旅行分野における資格としては、通訳案内士などのように高度な専門知識や観光客をもてなすための接遇を向上させるためなど多様化している現状がある。

観光地域づくりを担う人材を育成するためには、大学などの教育機関における、「マーケティング」「マネジメント」などの科目を履修しただけでは実践で役立つ能力を習得することは難しいと考える。そのために、観光創造士のような資格も必要あると考える。また、今回のアンケート調査において、「観光に関わる人材の教育・育成において、地域に積極的に関わることのできるような実習などを取り入れてほしい。」「担当職員の経験不足が問題となっている。」などの回答などから、教育機関の中でインターンシップや地域での現場実習、さらには実務者と交流や実務経験を積むことにより、実際に役立つスキルの習得が可能となる。

(8) 観光創造士制度の骨格

①観光創造士制度の目的

この章では、「観光創造士」資格の具体的な業務を、『地域の現状を把握し、地域があらゆる観光資源を活用した観光地域づくりを進める際の諸活動並びに推進体制等の環境を整備するためのマネジメント』とする。

観光創造士制度創設の目的は、「住んでよし・訪れてよし」の観光地域まちづくりを行うために新たな価値を創造すること、それらの活動を行うために地域内外の人々の交流や地域と地域の広域的な協働や民産官学の連携などにより推進体制を確立することである。

以下では、観光創造士の果たす役割、能力、資格概要、資格取得者の将来像等について検討する。

②観光創造士の人物像と役割

この章では、観光創造士の定義を「観光地域づくりを主導するプロジェクト・マネジメントを行い得る有資格者」として、『地域の現状を把握し、地域があらゆる観光資源を活用した観光地域づくりを進める際の諸活動並びに推進体制等の環境を整備するためのマネジメント』を行い得る知識及び能力を有する者に授与する資格（大学・大学院卒業レベル）を対象とする。

ア) 観光創造士の役割イメージ

観光立国の理念にもあるように、住む人々が地域の「光」をよりよく自覚し、訪れる人々にとっても地域の「光」をよりよく感じさせる「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現するためには、地域固有の文化の魅力を高め、地域を再活性化することが必要である。

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを推進するためには、地域に力点を置いて地域が抱える課題の解決に結びさせるために、地域が置かれた環境（内部環境、外部環境、課題など）に応じた対応が求められる。これらの活動を行うためには、従来からある観光行政や観光協会、観光業者による個別活動で実践できるものではなく、観光地域づくりを行う目的に応じて民産官学の連携や農商工観の連携、広域な地域の連携、さらには地域内と地域外を結びつけるような活動など多様な組織・団体等の連携や、あるいは新たな組織の設立も含め、観光地域づくりの目的に応じた新たな推進体制（創造的マネジメントの推進体制）を構築することが必要となる。

観光創造士の役割としては、着地型旅行商品の開発や地域資源の利活用と環境保持を両立させるための調整役、新たな産業の創出による新たなライフスタイルの形成、観光を創造することにより交流人口による地域を再生のための活動など多岐に渡り、さまざまな人々や組織・団体が連携して活動が行えるようにマネジメントを行うことも求められる。

イ) 観光創造士に期待される能力

観光創造士に期待される能力について記載するにあたり、我が国における観光系大学・大学院の現状と課題を分析する。

③日本における観光系大学・大学院等の現状と課題

観光系大学での人材育成は昭和42年度、立教大学に観光学科が開設されたのがはじまりであり、平成10年度には立教大学に観光学部が設けられた。平成17年度には国立大学としてははじめて山口大学及び琉球大学に観光（政策）学科、平成20年度には山口大学及び琉球大学に観光（産業科）学部が設置された。

観光系大学院として、平成10年度には立教大学に観光学研究科（観光学専攻）が開設され、平成19年度には国立大学として初めて北海道大学に観光に関する大学院、観光創造専攻が創設された。

観光関係学部・学科の設置されている大学は40を超えており、またトラベルやエアライン系、国際観光などの観光に関連する専門学校も全国に多数あり、観光業等を担う人材が育成されている現状がある。

下記の図6-2は、大学における観光関係学部・学科等の設置状況の推移を示したものであり、ほぼ毎年学科・学部が増設されている。定員数は、4,800名を上回っている。

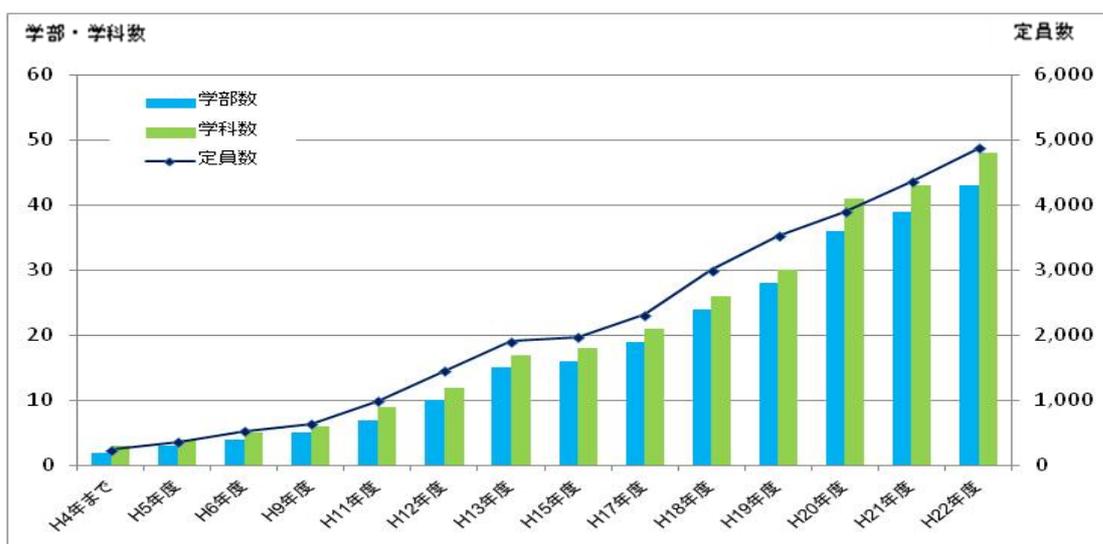


図 6-2 観光系大学の設置状況の推移

出典：観光庁資料

下記の表6-1は、大学院における観光関係学部・学科等の設置状況を示したものであり、各大学の教育方針に基づいた専門人材育成が行われている。

表 6-1 観光系大学院の設置状況

設置区分	設置年度	大学名	学部名	学科名	課程
国立	平成19年	北海道大学	国際広報メディア・観光学	観光創造専攻	M・D
	平成21年	琉球大学	観光科学研究科	観光学専攻	M
	平成23年	和歌山大学	観光学研究科	観光学専攻	M
公立	平成20年	首都大学東京	都市環境科学研究科	観光科学域	M・D
私立	平成10年	立教大学	観光学研究科	観光学専攻	M・D
	平成13年	札幌国際大学	観光学研究科	観光学専攻	M
	平成16年	長崎国際大学	人間社会学研究科	観光学専攻	M
	平成17年	東洋大学	国際地域学研究科	国際観光学専攻	M・D

※課程欄の「M」は博士前期課程、「D」は博士後期課程

ア) 観光系大学・大学院におけるカリキュラムの実際調査

図6-2で示したとおり、現在では40大学を超える大学で観光関係学部・学科等の設置がされており、航空業や鉄道業などの運輸業、旅行業などの観光関連業界で活躍する人材や国際社会・地域社会に貢献する人材などを輩出するために、各大学は独自の教育方針に基づいて観光政策や観光ビジネス、国際観光、地域創造、ホスピタリティやコミュニケーション能力、インターンシップなどさまざまなカリキュラムにより育成が行われている。そこで、観光系大学・大学院におけるカリキュラム内容の傾向について、以下の調査から把握を試みた。

【調査内容】

- ・対 象 大学（39大学）、大学院（6大学）
- ・調査方法 各学校のHPや学校案内などをもとにカリキュラムより採録。
- ・件 数 約3、100件
- ・補 記

HPにおいてカリキュラムの記載方法などの表示形式にばらつきがあるため、各大学のすべてのカリキュラムをもれなく収集できていない。また語学や体育、一般教養系の科目は適宜省略している。観光に関連する専門科目については、できるだけ収録しているが、「〇〇概論Ⅰ、Ⅱ」などの場合には、その内容の異なりが不明な場合はひとつにまとめている。

観光系大学・大学院のカリキュラムを下記の方法により、①コア科目②ビジネス系③ツーリズム④行政系⑤地域系⑥語学⑦各種⑧実習の8つに分類して、表5-2、表5-3のように大学カリキュラムの分類ごとに一覧にした。

い) コア科目

観光に関する主要な科目。ただし、ビジネス系、ツーリズム、行政系、地域系への振り分けが可能なものは、適宜そちらを優先している。

例) 「観光概論」「観光社会学」「観光地理学」「国際観光論」「観光史」「観光文化」

ろ) ビジネス系

経済、経営、産業に関するもの。及びホテル、旅館、交通、航空など事業に力点を置いたもの。

例) 「マーケティング」「経営」「広告・広報」「観光経済学」「観光交通」「観光産業」「人的資源管理」「コンベンション」「イベント」「リゾート」

は) ツーリズム

観光のしくみや形態、観光対象に力点を置いたもの。また、個人(観光者側)に焦点があたっているもの。

例) 「エコツーリズム」「サステイナブルツーリズム」「観光心理学」「観光行動論」「観光コミュニケーション」「ガイド」「インタープリテーション」「レクリエーション」「温泉」「余暇」「レジャー」「デスティネーション」

に) 行政系

行政、政策、法規に関連するもの。社会福祉系も含む。

ほ) 地域系

“地域”の語句を含んでいる場合や地域に対する意識が強いものは、他の分類よりも優先的にこちらに分類している。(但し、地域に関する個別事例研究はそれぞれに振り分けた)

例) 「地方行政」「地方財政」「地方自治」「リーダーシップ」「景観」「都市」「農村」「NPO」「ボランティア」「地誌」

へ) 語学

語学系授業。「通訳」や「講読」を含む。言語学系も含む。

と) 各種

他の分類への振り分けが難しいもの。

例) 「情報系(メディア、コンピュータ、ネット、ジャーナリズム)」「デザイン」「コミュニケーション一般」「異文化」「ホスピタリティ一般」

ち) 実習系

インターンシップ、研修、実習等

★「卒業論文」「卒論」や科目名があまりに一般的で、内容を理解することが困難なものは除外している。

表 6-2 観光系大学のカリキュラムの科目分類

	大学名	コア科目		ビジネス系		ツーリズム		行政系		地域系		語学系		各種		実習		合計
1	和歌山大学	15	10%	30	21%	7	5%	11	8%	30	21%	7	5%	46	32%	0	0%	146
2	山口大学	3	7%	9	21%	1	2%	4	10%	2	5%	7	17%	16	38%	0	0%	42
3	琉球大学	5	11%	23	49%	8	17%	1	2%	0	0%	3	6%	7	15%	0	0%	47
4	高崎経済大学	8	4%	34	17%	4	2%	49	24%	54	26%	1	0%	50	25%	4	2%	204
5	奈良県立大学	10	11%	17	18%	6	6%	9	10%	30	32%	3	3%	18	19%	1	1%	94
6	北海商科大学	7	39%	5	28%	0	0%	3	17%	3	17%	0	0%	0	0%	0	0%	18
7	札幌国際大学	10	13%	41	53%	9	12%	3	4%	6	8%	2	3%	5	6%	1	1%	77
8	ノースアジア大学	8	17%	13	28%	1	2%	7	15%	3	7%	0	0%	9	20%	5	11%	46
9	流通経済大学	9	13%	17	25%	7	10%	6	9%	4	6%	0	0%	24	35%	2	3%	69
10	文教大学	4	5%	33	39%	3	4%	6	7%	5	6%	1	1%	31	36%	2	2%	85
11	明海大学	0	0%	29	62%	9	19%	1	2%	0	0%	1	2%	5	11%	2	4%	47
12	川村学園女子大学	13	29%	10	22%	4	9%	2	4%	1	2%	5	11%	10	22%	0	0%	45
13	城西国際大学	5	5%	26	28%	12	13%	4	4%	3	3%	7	8%	31	34%	4	4%	92
14	秀明大学	5	9%	24	44%	1	2%	2	4%	3	6%	6	11%	12	22%	1	2%	54
15	亜細亜大学	0	0%	52	71%	1	1%	1	1%	0	0%	1	1%	7	10%	11	15%	73
16	立教大学	15	12%	40	31%	13	10%	9	7%	14	11%	12	9%	26	20%	1	1%	130
17	東洋大学	14	10%	52	37%	12	8%	11	8%	10	7%	2	1%	37	26%	4	3%	142
18	帝京大学	8	10%	35	43%	6	7%	5	6%	5	6%	9	11%	11	14%	2	2%	81
19	玉川大学	9	9%	46	47%	7	7%	5	5%	0	0%	8	8%	22	22%	1	1%	98
20	松蔭大学	9	13%	27	39%	4	6%	2	3%	8	12%	1	1%	17	25%	1	1%	69
21	横浜商科大学	2	10%	12	60%	0	0%	1	5%	1	5%	2	10%	2	10%	0	0%	20
22	松本大学	4	4%	22	24%	7	8%	22	24%	14	15%	2	2%	20	22%	2	2%	93
23	長野大学	3	4%	19	26%	7	10%	3	4%	17	24%	0	0%	21	29%	2	3%	72
24	桜花学園大学	5	10%	9	18%	0	0%	2	4%	2	4%	7	14%	21	41%	5	10%	51
25	鈴鹿国際大学	7	14%	19	37%	5	10%	2	4%	7	14%	4	8%	5	10%	2	4%	51
26	京都嵯峨芸術大学	7	33%	3	14%	1	5%	2	10%	2	10%	0	0%	5	24%	1	5%	21
27	平安女学院	12	18%	15	22%	3	4%	1	1%	6	9%	5	7%	23	34%	2	3%	67
28	大阪学院大学	0	0%	42	81%	0	0%	1	2%	3	6%	1	2%	10	19%	0	0%	52
29	大阪観光大学	22	14%	63	41%	13	8%	10	6%	9	6%	9	6%	32	21%	6	4%	155
30	阪南大学	11	24%	9	20%	4	9%	2	4%	7	15%	0	0%	42	91%	3	7%	46
31	神戸海星女子学院大学	6	9%	10	14%	3	4%	2	3%	1	1%	14	20%	15	22%	1	1%	69
32	神戸国際大学	4	5%	13	15%	6	7%	3	4%	14	17%	0	0%	10	12%	2	2%	84
33	神戸夙川学院大学	4	5%	32	37%	22	26%	4	5%	7	8%	2	2%	37	43%	0	0%	86
34	流通科学大学	4	8%	25	52%	1	2%	4	8%	4	8%	0	0%	3	6%	0	0%	48
35	倉敷芸術科学大学	4	5%	15	18%	5	6%	7	8%	3	4%	12	14%	31	36%	2	2%	85
36	九州産業大学	14	19%	28	37%	1	1%	9	12%	4	5%	5	7%	22	29%	11	15%	75
37	西南女学院大学	6	12%	4	8%	0	0%	1	2%	1	2%	5	10%	8	16%	2	4%	50
38	長崎国際大学	15	15%	27	27%	10	10%	3	3%	6	6%	11	11%	29	29%	7	7%	101
39	熊本学園大学	1	2%	26	52%	1	2%	5	10%	5	10%	3	6%	29	58%	1	2%	50
	大学<計>	288	10%	956	32%	204	7%	225	8%	294	10%	158	5%	749	25%	91	3%	2,965

表 6-3 観光系大学院のカリキュラムの科目分類

	大学院名	コア科目		ビジネス系		ツーリズム		行政系		地域系		語学系		各種		実習		合計
1	北海道大学	7	23%	4	13%	2	6%	0	0%	7	23%	1	3%	10	32%	0	0%	31
2	琉球大学	6	35%	5	29%	3	18%	1	6%	1	6%	0	0%	1	6%	0	0%	17
3	札幌国際大学	8	32%	9	36%	5	20%	0	0%	2	8%	0	0%	1	4%	0	0%	25
4	東洋大学	2	9%	12	55%	4	18%	0	0%	0	0%	0	0%	4	18%	0	0%	22
5	立教大学	12	44%	7	26%	0	0%	0	0%	2	7%	1	4%	2	7%	3	11%	27
6	長崎国際大学	7	23%	16	52%	2	6%	0	0%	3	10%	0	0%	3	10%	0	0%	31
	大学院<計>	42	27%	53	35%	16	10%	1	1%	15	10%	2	1%	21	14%	3	2%	153

平成 21 年 10 月調査現在

イ) 観光系大学・大学院のカリキュラムの科目分類における傾向

○コア科目のカリキュラムが全体の3割を超えている大学・大学院

「観光概論」「観光社会学」「観光地理学」「国際観光論」といった観光に関連するコア科目が多い大学は、京都嵯峨芸術大学7科目33%、北海商科大学7科目39%である。これに対し観光に関連するコア科目を配していないと考えられる大学は、3大学である。今回調査した39大学のコア科目の平均は、全科目数の10%弱であることがわかる。大学院では、立教大学大学院12科目44%、琉球大学大学院6科目35%、札幌国際大学大学院8科目32%と3割を超えている。大学院と学部の比較でも大学院平均で27%、学部平均で10%とコア科目に大きな差が生じている。

○ビジネス系科目のカリキュラムが全体の5割を超えている大学・大学院

「マーケティング」「観光経済学」「観光交通」などのビジネス系科目を多く配しているのは、亜細亜大学52科目71%、大阪学院大学42科目81%、明海大学29科目62%、横浜商科大学12科目60%であり高い比率を示しており、その他3大学も50%を超えている。東洋大学大学院12科目55%、長崎国際大学大学院16科目52%であり、この2大学院はカリキュラム全体に占めるビジネス系の科目が5割を超えている。カリキュラム全体に占めるビジネス系科目は、大学院平均で35%、39大学の平均においても32%と突出していることからビジネス系のカリキュラムに力点が置かれている傾向にある。

○ツーリズム系科目のカリキュラムが全体の2割を超えている大学・大学院

「エコツーリズム」「サスツーリズム」「観光心理学」「観光行動論」などのツーリズム系科目については、カリキュラム全体の20%以上を占めているのは神戸夙川学院大学22科目26%であり、10%を超えている学部は9大学である。また、ツーリズム系科目が皆無の大学も5大学を数える。札幌国際大学大学院が5科目20%であり、10%を超えるのは2大学院である。ツーリズム系の科目は大学院の平均10%、学部の平均は7%とともに低い傾向にある。

○地域系科目のカリキュラムが全体の2割を超える大学・大学院

「地方行政」「地方財政」「地方自治」「リーダーシップ」「景観」などの地域系科目については、奈良県立大学の32科目32%、和歌山大学30科目21%、高崎経済大学54科目26%、長野大学17科目24%の4大学が、カリキュラムの全体に占める地域系科目の割合が20%を超えている。ツーリズムを学ぶ上で重要なキーワードである地域を含まないカリキュラムで構成しているのは3大学である。地域系科目のカリキュラム全体に占める割合は、大学院・大学ともに10%と低い傾向にある。北海道大学大学院は、地域系の科目を7科目23%であり、観光創造を基軸にして地域の再生を推進する科目配置になっている。

○実習等がカリキュラム全体の1割を超える大学・大学院

旅行・宿泊・交通など観光に関連した企業や団体、地方自治体等への実習については、亜細亜大学、九州産業大学が共に11科目15%と最も高い割合を示している。次いで、ノースア

ジア大学5科目11%、桜花学園大学5科目10%である。立教大学大学院では、唯一実習科目を持つ大学院である。

ウ) 観光系大学・大学院の課題

観光系大学・大学院のカリキュラムの科目では、ビジネス系の科目配分が5割を超える大学・大学院や地域系、ツーリズム系の科目に多く配している大学・大学院があるなどカリキュラムの科目配分に大きな差が生じている。その中でも注視すべきことは、大学・大学院と共にカリキュラム全体に占める地域系・ツーリズム系科目の平均が10%以下ということである。また、観光に関連した企業や団体、地方自治体等への実習もカリキュラム全体の1割を超える大学・大学院は5校しかなく、観光地域づくりを行うための知識や実務経験が少ないということがカリキュラムの科目分類における傾向から言える。

今回のアンケート調査では、「観光に関わる人材の教育・育成においては、そのような地域を積極的に関わることのできるような実習などを多く行ってほしい。」「担当職員の経験不足が問題となっている。」など、観光に携わる人材の教育についてはインターンシップや実習などの実践に役立つ実務経験を望む回答があった。

また、観光庁が行った観光産業の労働環境・就職状況では、大学で観光関連の学部・学科等を終了した学生が実際に観光関連企業に就職する比率はわずか16.1%（平成24年度 観光庁調査）であり、企業側も大学での専攻等を重視しておらず、大学での教育と産業界のニーズが必ずしも合致している現状とは言えないであろう。

観光地域づくりかを行うためには、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを行うための主活動に関わる幅広い知識や能力を有し、観光地域づくりを行うために戦略の立案や見直し、業務管理、組織・人材管理や環境整備など幅広い支援活動が必要である。そのため、観光地域づくりのためのマネジメント能力を有する人材育成のためのカリキュラムの検討も必要である。

エ) 必要な知識とスキル養成のためのシラバス（候補）の一例

下記のシラバスは、大学・大学院における「観光地域づくりを担う中核的専門人材育成」に必要なシラバスの一例を示したものであり、各大学・大学院の理念等に基づき内容を検討することが望ましい。

中核的専門人材育成に必要な科目群	スキル養成のためのシラバス
1. ツーリズム論」に関わる知識・能力	1-1 観光創造概論 1-2 観光創造特論Ⅰ 観光と文明・文化 1-3 観光創造特論Ⅱ (観光資源と環境) 1-4 観光創造特論Ⅲ 観光と国際交流 1-5 観光創造特論Ⅳ 観光とコミュニケーション 1-6 観光創造特論Ⅴ 地域と観光 1-7 観光調査論 1-8 異文化コミュニケーション論 1-9 国際言語コミュニケーション論演習 1-10 農村観光論 1-11 都市観光論 1-12 エコツーリズム論 1-13 ヘルスツーリズム論 1-14 コンテンツツーリズム論 1-15 スポーツツーリズム論 1-16 ヘリテージ・ツーリズム論演習 1-17 サステナブル・ツーリズム論演習 1-18 国際地域文化概論 1-19 国際観光政策論 1-20 北米地域文化論演習 1-21 欧州地域文化論演習 1-22 中国地域文化論演習 1-23 国際協力論演習 1-24 国際観光論演習 1-25 国際観光開発論演習 1-26 観光創造研究
2. 観光地域づくりの主活動」に関わる知識・能力	2-1 観光創造特論Ⅳ 観光と経営 2-2 宿泊産業論 2-3 旅行産業論 2-4 外食産業論 2-5 観光交通論 2-6 観光文化論 2-7 ホスピタリティ論 2-8 観光デザイン論 2-9 観光行動論 2-10 観光マーケティング論 2-11 観光地域マーケティング論 2-12 観光産業戦略論演習 2-13 観光マーケティング戦略論演習
3. 地域の経済・文化・社会・空間・自然 地域資源マネジメント」に関わる知識・能力	3-1 社会学 3-2 公共政策論 3-3 地域おこし論 3-4 地域景観論 3-5 地域経済学 3-6 観光地域起業論演習 3-7 文化資源デザイン論演習 3-8 遺産創造論演習 3-9 観光地域ビジネスマネジメント演習 3-10 アート・マネジメント論演習 3-11 文化資源マネジメント論演習
4. 「マネジメント全般」プロジェクトマネジメント」に関わる知識・能力	4-1 リーダーシップ論 4-2 教育心理学 4-3 人格心理学 4-4 道徳学 4-5 口頭・文書・図表等表現力 4-6 プロジェクト知識体系ガイド (PMBOK/PMP資格) 4-7 コアスキル研修(クリティカル・シンキング) 4-8 チェンジマネジメント研修 4-9 経営学 4-10 基礎統計学 4-11 経営戦略論 4-12 観光地域マネジメント論演習 4-13 地域戦略論演習

(注) 「観光地域づくりを担う中核的専門人材育成」に必要なシラバスの詳細については別添資料参照

このような、教育機関で育成される能力等を踏まえ、観光創造士に期待される能力として、「知識」「スキル」「マインド」の三点を想定する。基本的には、認定の対象とする能力を「知識」「スキル」の2つとする。「マインド」は認定が難しいため、観光創造士に認定された人が遵守すべき理念として扱う。

(1) 「知識」

- ①必要な知識や情報を取り入れる力
- ②テークホルダーの参加を促進する力
- ③ネットワークや協働を創り出す力
- ④形あるものをデザインし成果を生み出す力
- ⑤表現した成果を評価してもらう力

(2) 「スキル」

- ①「観光まちづくりに必要な知識力」とは、創造的マネジメント組織の設計や構築に関連して必要な最低限の知識を「知っている」「理解できる」「説明できる」こと
- ②「実践力(スキル・技能)」とは、持っている知識を用いて、行動・対応・処理できること

(3) 「マインド」－観光創造士としての意識・理念に相当するもの

- ①「観光創造士」は、社会における観光のあり方や意味をふまえ、観光によるまちづくりを進めていくための創造的マネジメント組織の設立（または改善）を行う。
- ②「観光創造士」は、関与する組織およびその活動が持続可能なものになるよう、経済・環境・社会といった諸要素のバランスを考慮しつつ、地域資源の有効活用を図り、地域の文化や伝統を守りあるいは創造していくためのプランを提言する。
- ③「観光創造士」は、地域の様々なステークホルダーとの信頼関係を築きながら、ファシリテートしてゆくファシリテーター型リーダーである。また、最終的には地域住民が主役となることを理解している。
- ④「観光創造士」は、関与する組織のコンプライアンスや情報公開、説明責任への意識を高めさせるとともに、適切な情報発信を推進していく。

④観光創造士の資格の概要

観光創造士資格の概要について、受験（応募）資格について検討する。

【受験（応募）資格】

観光創造士の資格授与に関し、必要な資質を備えている人物を認定するか、資格取得希望者に試験や実務経験を課して認定して、認定方法にはいくつかのパターンが想定されるが、基本的な受験（応募）資格は、下記に示すような観光地域づくりに関する知見と実務経験に集約されるであろう。

ア) 観光地域づくりに関する一定の知見を有している

→セミナーや大学院課程における知識の習得、関連する資格の取得有無等から判断する。

イ) 実務経験を有している

→企業等でまちづくりや観光振興計画に携わった等、実務経験から判断する。

⑤観光創造士資格取得者の将来像

本節では、観光創造士資格取得者の想定される活動の場について検討する。

○補助事業等プロジェクト単位での活動

国の地域振興に係る補助事業等において観光創造士として参画し、活動を行う。観光創造士への報酬は事業費用として計上する。地域の厳しい財政事情を勘案すれば、これが最も現実的な活動の場であると考えられる。

○地域からの招聘を受けての活動

特定の地域からの招聘による活動する。例えば、観光地域づくりアドバイザーの公募が出され、複数の候補者の中で観光創造士を取得していることが有利に働くような状況になることが望ましい。

○地域関係者が観光創造士を取得した上で活動

観光創造士の本来の概念とは趣が異なるが、自治体の観光部署職員や観光協会職員のような、地域の観光にダイレクトに携わる立場であっても、観光創造士のノウハウを欲し、資格を取得した上で、地域において活動することを希望する向きも想定される。

(9) 観光創造士制度の基本設計

①制度の基本構造

観光創造士は、観光地域づくりの現場において創造的マネジメントの推進体制を構築し、観光地域づくりに関係する業務の範囲において活動することを前提としている。

観光創造士の資格認定については後述するが、基本的な構造として、4-3で示したような観光創造士に求められる能力を備えている人材を認定する、または教育と合わせた上で認定するというのが基本的な構造である。

②資格認定方法

観光創造士の資格認定方法について、検討段階であるが資格認定方法を定める際の留意事項について整理する。

ア) 対象地域の視点（観光創造士はどの地域を対象とするのか）

観光創造士の定義等を踏まえれば、基本的にはどこの地域でも対応可能で、活動領域を広域にした方がニーズも増すという向きもあるだろうし、活動の場は多岐にわたるであろう。

イ) 資格認定主体の視点（誰が認定するのか）

観光創造士という資格の認定主体は、例えば国（観光庁等）、社団法人日本観光振興協会、都道府県または大学のどこなのかという視点である。さらに、認定書に記載される認定者が首相なのか、団体の会長なのか、大学の学長なのかといった人物面にまで踏み込んだ話となる。

このような疑問が寄せられる背景として、「観光創造士のステータス」をイメージする際に必要な情報であることが挙げられる。例えば、日本商工会議所が認定している検定と、一専門学校が単独で実施している検定とでは、たとえ内容や取得の難易度が同じであったとしても、知名度や信用度に大きな開きがあることは否めない。

観光創造士の資格認定主体が仮に国であれば、その資格は信用度がアップし、大きな意味を持つと思われるが、現実的に難しいものと思われる。

そこで、民産官学の有識者で構成する「観光創造士制度評価委員会（仮称）」等の組織を結成し、そこでの認定が適当ではないかと考える。

また、観光創造学会等の学会を創設し認定機関となるということも検討されるべきであろうが、観光学は人文科学、社会科学、自然科学等と言った学問分野の区分に馴染まない。特に、実社会や地域との繋がりの大きな実学系の学問であり、「学」というイメージの強い学会認定よりも観光関連産業界と強く結び付いた組織が認定することに寧ろ意味があると考える。

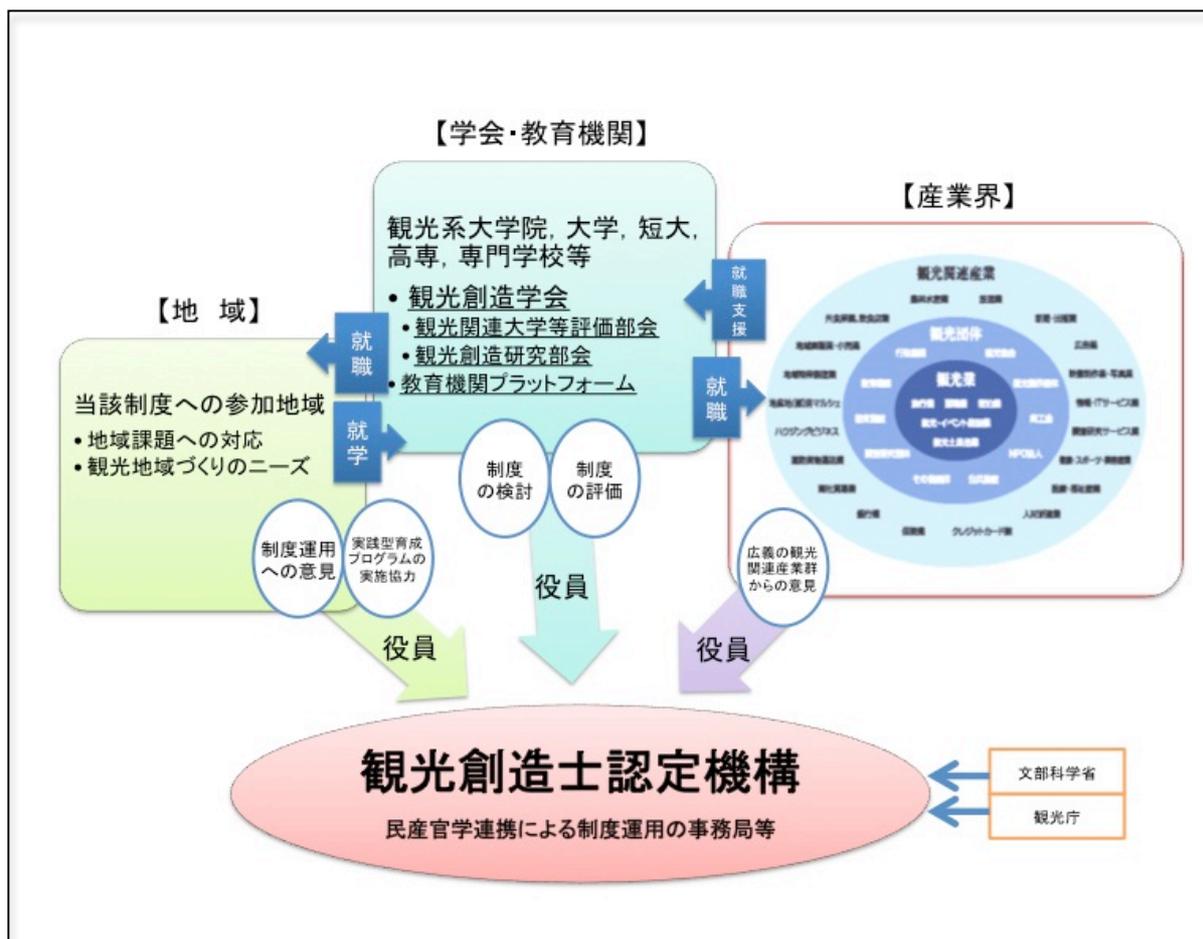


図 6-3 観光創造士認定主体（イメージ）

ウ) 資格認定方法の視点（どのように認定するのか）

観光創造士に求められるスキルとして、観光に関する基本知識、コミュニケーション能力、マーケティング能力等を挙げたが、これらのスキルは、「知識を問うもの」と「実践経験に裏打ちされるもの」に分けられる。

このうち、「知識を問うもの」については、大学等における教育訓練や、試験等の導入により評価が相対的に容易であると考えられる。一方、コミュニケーション能力、マーケティング能力等については、第三者による評価が困難であることから、実戦経験や実績を踏まえ、選考委員会のような組織が認定という形式で判断するのが現実的であろう。

これまでの議論からもわかるように、観光創造士に求められるスキルは高く、観光創造士を創設しても認定者が誕生するまでに時間を要する。観光創造士の中でも経験的な部分で差が出てくることが想定されることから、観光創造士の前段階のような資格を設けるのも一案である。

以上、資格認定方法について、対象地域、認定主体、認定方法に分けてみてきたが、いずれも基本設計の根幹を為す部分であるため、詳細な検討が求められる。

③資格認定のための事務や体制

本節では、資格認定のための事務や体制について検討する。

資格認定には、事務局的な機能と、認定にあたっての評価委員会のような機能の二点が求められる。

事務局機能としては、下表に示すように、認定に係る諸手続、認定者対応のような作業に加え、PR活動や認定された観光創造士のフォローアップのような役割も求められる。特に後者のPR活動については、知名度向上のために他の資格との連携や、大学・行政・産業界等の密接なリネージュを通じた広報活動の徹底が求められる。

○事務局機能

認定者の管理	活動のフォロー 会議・セミナーへの招聘 等
PR活動	HP運用、広報誌の発行 等
問い合わせ対応	受講者、資格取得希望者からの問い合わせ対応 等
運営費管理等	受講費用、PR費用の管理 等

④制度運用のモデルと類似資格制度運用の実際

資格運用制度のモデルケースとして、北海道観光マスター検定、北海道フードマスター検定の事例を取り上げる。

○北海道観光マスター検定

社団法人北海道商工会議所連合会が実施している試験による検定である。

以下で概要等を示す。

実施目的

- ・北海道の観光事業をさらに推進していくためには、北海道を訪れる観光客に、全道を広く周遊してもらうことが重要な課題となっており、そのため、道内各地の観光ガイドや観光業従事者をはじめ、全道各地域の住民が、その地域の観光知識のみならず、北海道全体に関する幅広い知識を持ち、本道を訪れる観光客の皆様を温かくもてなす心を持った人材の育成が求められている。
- ・こうした知識の習得、スキルの向上に資するとともに、道民一人一人の観光振興への意識とホスピタリティの向上を図る事を目的とする。

実施要領

【筆記試験】

- ・出題数 50問（35問以上正解で合格）
- ・出題形式：選択式（4肢1択中心）
- ・出題範囲：公式テキスト「北海道観光ハンドブック」より出題（北海道の基礎情報・自然・観光地・交通網と交通機関・歴史・祭り等）

【受験料】

- ・4,800円

【受験資格】

- ・ 学歴・年齢・性別・国籍を問わない

【受験地・試験会場】

- ・ 各地の商工会議所

【合格者への通知】

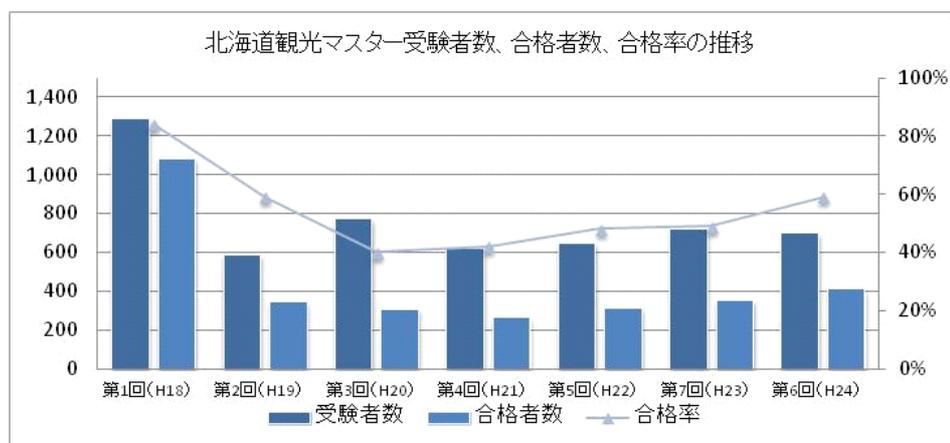
- ・ 合格証書、携帯カード、徽章を授与・授与者は道商連会頭名

【有資格者】

- ・ 資格に更新はない。

【受験者数、合格者数、合格率の推移】

- ・ 第1回は1,000名以上が受験したが、その後は概ね600人前後で推移している。



- ・ 第1回時の受験者は観光の仕事をしている人が中心だったが、最近は学生が多くなっている。

- ・ 北海道の観光資源についての知識を問われる航空会社、ホテルが会社単位で受験しているケースもある。こうした企業への就職を希望する学生は、この資格を取得していた方が就職に有利なため受験する傾向がある。

【事務局の活動】

①主たる事業活動

・試験実施、受験者との連絡、テキストの編集、有料セミナーの開催、有資格者への連絡等

②スタッフ数

・基本は部長1名で対応（民間からの出向者）

③収入

・受験料4,800円、受験対策有料セミナー8,400円、テキスト2,300円
・テキストから出題するため、受験者はほぼ全員が購入している。

④主たる支出

・講師謝礼、証書代等、試験問題、テキスト、商工会議所への協力費等

【その他特記事項】

・担当者の人件費、光熱費等は計上しない状態で黒字となっている。
・テキストから出題される形式のため、受験者は基本全員がテキストを購入する。

⑤収入と支出のバランス

・黒字で維持している。

その他

①テキスト

・第1版に多くの不備が指摘され、2版、3版へと改訂した。

②テキスト編集、試験出題者

・道内の大学教官に委託している。
・テキストの内容、試験問題を決めている。
・テキストの改訂がある時は教官の負荷も大きくなるため、謝礼は年々変動する。

③商工会議所との連携

・試験は全道の商工会議所で実施。札幌はコンベンションセンターも利用
・各商工会議所で試験の採点、合否判定をしてもらい、事務局に上げてもらっている。

④他の資格検定との連携

・おもてなしタクシー資格と連携した。北海道観光マスター資格を持っていれば、一次試験が免除になる。

⑤資格取得者への対応

・観光マスターの楯を作成してほしいという依頼がホテルから寄せられ、対応したことがある。
・資格取得者のロゴマークの使用は禁止している。
・名刺に観光マスター取得者であることを記載するのは了承している。
・更新制度は設けられていない。

⑥個人情報管理

・受験者には名前と住所は必ず記載してもらっているが、年齢・職業を書かない人もいる。個人情報の関係で無理に聞くこともできない。

・合格者への賞状への印字等は、間違いがないよう、気を遣う作業となる

⑦漏洩防止

・試験問題は宅急便で送っているが、事故が起きて問題が漏洩しないか、毎回不安がある。

⑧中立公平性の維持

・日商の検定ルールに従っている。

■今後について

①受験者数

・札幌商工会議所の専門学校でカリキュラムに入っている
・企業単位での受験もあり、当面は600人程度を維持できると見込んでいる。

②資格制度の維持

・社会のニーズがある限り続ける予定だが、赤字が続くような事態になれば継続困難となる。

③更新について

・現状、更新はしないということにしている。
・上級の資格制度ともいべき、シニアマスター検定の導入を検討したことがあるが、今のところ実現していない。

■観光創造士へのコメント等

・検定は多種多様あるが、北海道観光マスター検定は、人件費がかかっていることが維持できている上で大きい。北大が資格制度を作るのであれば、事務局機能をどのように維持すればよいか検討する必要がある。

・資格を取得するメリットを提示することが重要。北海道観光マスター検定も、この点では弱いところがある。知識がないとおもてなしができないという認識から知識を問う資格制度として特化している。

◎北海道フードマイスター検定

札幌商工会議所が実施する検定である。以下にヒアリングやHPから得られた概要等を示す。

実施目的

・北海道フードマイスター検定とは、北海道で収穫・生産される食材についての正しい知識を身につけ、自らの食生活に生かしつつ、健康や食文化に至るまで理解を深め、「北海道の食材」を広く伝えていただくための検定試験を実施し、合格された方を「北海道フードマイスター」として認定するものである。

・食材と併せて北海道の第一次産業の歴史や食材の栄養についても総合的に学んでいただき、「地産地消」、「食育」、そして観光客へのおもてなしの向上や各産業の協業による北海道食材の価値向上にも一役買う人材の育成を目指している。

実施要領

【筆記試験】

- ・ 出題数 50 問 (35 問以上正解で合格)
- ・ 出題形式：選択式 (5 肢 1 択中心)
- ・ 出題範囲：公式テキスト「北海道フードマイスター検定公式テキスト」より出題

【受験料】

- ・ 受験料は 5,250 円
- ・ 受験対策セミナー (3 日間開催) の参加費用は一般 25,200 円、学生は 21,000 円

【受験資格】

- ・ 学歴・年齢・性別・国籍を問わない

【受験地・試験会場】

- ・ 各地の商工会議所

【合格者への通知】

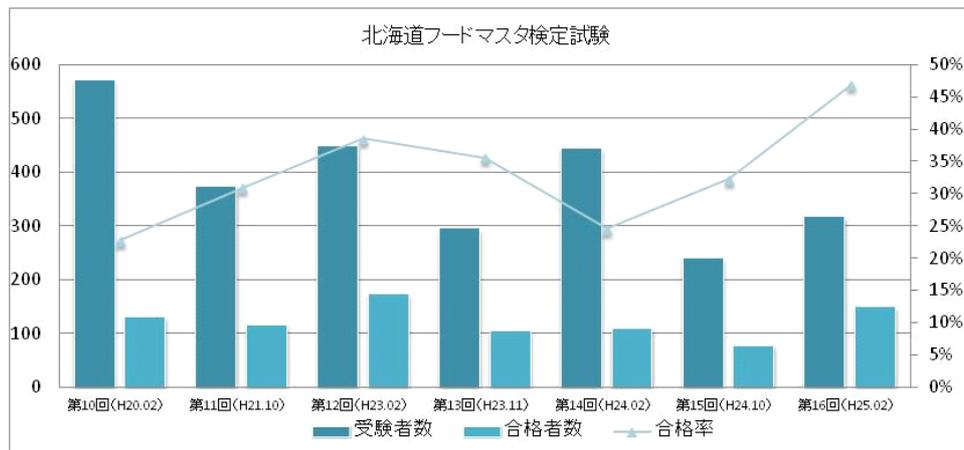
- ・ 合格証書、携帯カードを授与

【有資格者】

・ 資格は 3 年で喪失する。更新セミナーを受講してもらうか、通信講座を受講するかのいずれかで更新可能。セミナー受講 4,000 円、通信講座 5,000 円。

受験者数、合格者数、合格率の推移

- ・ 最近の受験者数はやや減少傾向にある。合格率も 3 割程度となっている。
- ・ 平成 17 年度より開始。北海道でとれる農林水産資源の食材、素材の知識を問う。年 2 回実施し、これまで 14 回実施。
- ・ 5 者択一、50 問中 35 問以上正解で合格。合格率は低下傾向にある。
- ・ 近年は札幌商工会議所専門学校、農協カレッジ、企業 (航空会社等) による団体受験が増えている。この他、主婦、直売所勤務者、フリーアナウンサー、役人等の受験も多い。
- ・ 当初は、北海道フードマイスター検定を通じ、農商工連携のパイプ役を果たす人材を観光・飲食業界に送り込みたいという意向があったが、就職にはなかなか繋がらないという状況に直面し、北海道の農林水産資源を全国に発信してくれる人材輩出に目的が変化していった経緯がある。
- ・ 主婦の受験者が増えている。自分の興味にお金や時間をかける人が増えてきたものと解釈している。



事務局の活動

①主たる事業活動

- ・試験実施、受験者との連絡、テキストの編集、有料セミナーの開催。

②スタッフ数

- ・札幌商工会議所が3名で対応（主担当は1名）。
- ・試験準備、セミナー実施、テキストの編集、受験者との連絡、有資格者への連絡

③主たる収入

- ・受験料・セミナー実施・テキスト販売・更新料が主たる収入となっている。
- ・受験料5、250円、受験対策有料セミナー25、200円、テキスト2、100円

④主たる支出

- ・人件費、一般管理費は計上していない。
- ・テキスト編集者・試験出題者への謝礼、有料セミナー講師への謝礼、テキスト印刷代、試験問題・セミナー資料印刷代 等
- ・講師謝礼、証書代等、試験問題、テキスト、商工会議所への協力費等

⑤収入と支出のバランス

- ・黒字で維持している。

【その他特記事項】

- ・担当者の人件費、光熱費等は計上しない状態で黒字となっている。
- ・テキストから出題される形式のため、受験者は基本全員がテキストを購入する。
- ・3年に1度更新。

その他

①テキスト

- ・震災の影響で食の安全性への信頼を懸念する向きがあることから、テキストも大幅な修正が必要。

②テキスト編集、試験出題者

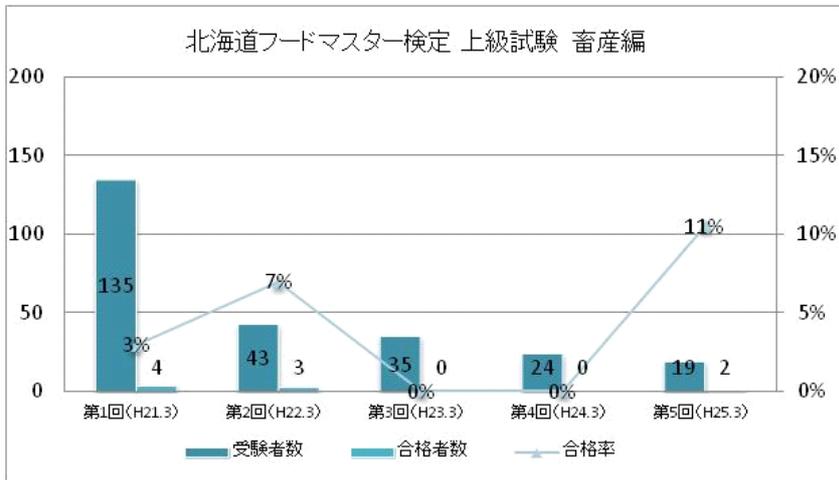
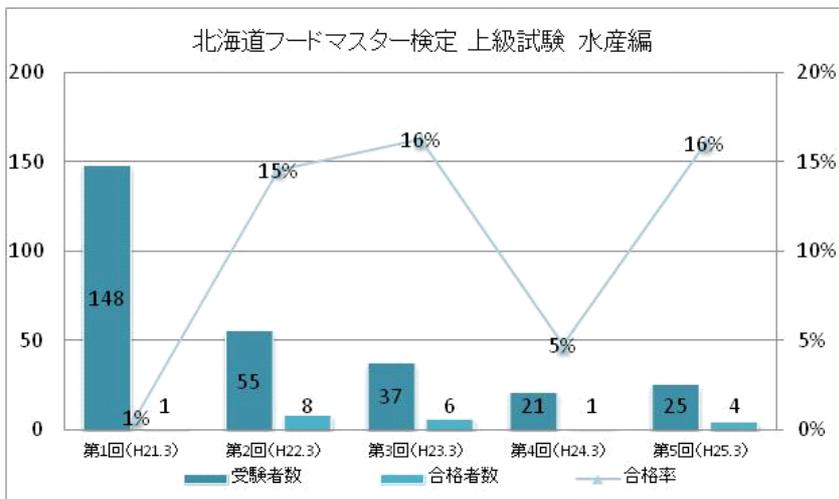
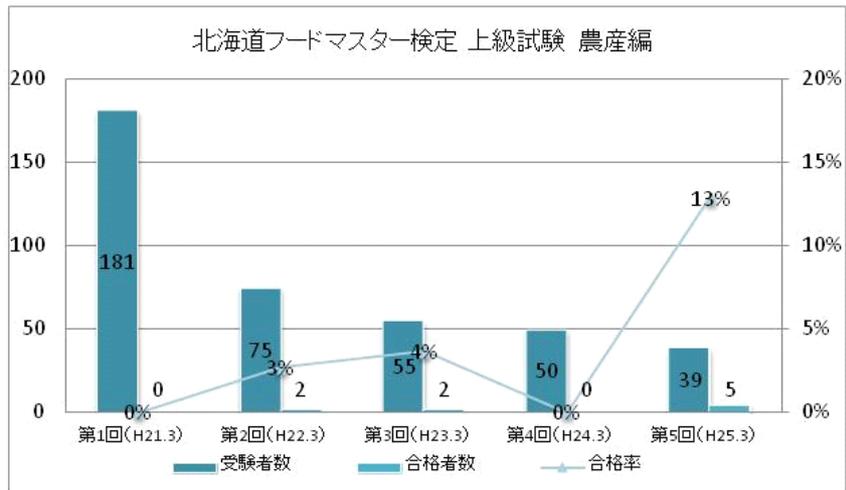
- ・作問は講師に委託している。入力作業は事務局で実施しているが、校正作業とともに気を遣う仕事である。テキストの改訂版の執筆作業は3ヶ月くらい要する。

③資格取得者への対応

- ・メリットをどう与えるかが課題。かつては観光・飲食業界への就職の一助になればという考えであったが、就職へはなかなか結びついていないのが現状。
- ・資格取得者には年2回情報提供を行っている。8000人の合格者に郵送で送っているが郵送費だけでもばかにならない。

■今後について

- ・ニーズがある限り継続する意向。
- ・上級試験を導入しているが、合格者がほとんどいない状況である。受験者も減少しており、今後どうするかは要検討。



■観光創造士へのコメント等

- ・北海道フードマイスター検定は3年間で資格の更新をしている。日商簿記のような社会で確固たる地位を築いた資格制度でない限り、更新がないと、採算面で資格制度の維持が難しいと思う。
- ・観光創造士はタウンマネージャーの観光版のようなイメージをもって話を伺った。資格取得

によってどのようなメリットがあるのかを提示することが重要だと思う。

・震災は、北海道の観光を抜本的に帰るような出来事だったと思っている。北海道フードマイスターのテキストも大幅な改訂を予定している。この他、北海道の雪の状況を理解していない人が観光アドバイザーのような形で地域に介入し、失敗しているケースも耳にしている。観光創造士の具体像が今ひとつイメージしにくいところがあるが、活躍に期待したい。

・もし、観光創造士が実現した場合、PR への協力は惜しまない。年2回、北海道フードマイスターの資格取得者に対して案内を発送しており、観光創造士の PR 資料を同封することも可能である。これからも情報交換させてほしい。

⑤教育機関が資格に関与する可能性と限界

北海道大学が提唱する観光創造士という資格について、観光という学問としては比較的新しい分野であり、資格制度を導入し、資格取得のための教育や、観光創造士取得者の活動を通じて得られるノウハウや事例の分析、観光創造士へのフィードバックといった一連の「知」の伝達ができるという点では教育機関が資格に関与する意義は大きいと考えられる。

一方で懸念されることは、観光創造士の目的が地域振興であり、知識のみならず、地域で活動していく上でのコミュニケーション能力や組織づくりの能力といった、客観的に測りにくい、育成も難しい側面があり、この点においては教育機関が関与できる範囲を超えていると考えられる。

以上より、資格認定にあたっては、知の供与という点では大学の役割は大きいものの、マネジメント遂行能力等の視点には限界があり、大学単独で取り組むのではなく、例えば民産官学の有識者で構成する組織や団体との連携を通じて、資格認定に従事する体制が望ましいと考えられる。

⑥産業界の人材育成システムとの連動に関する検討

産業界の人材育成と観光創造士の関係についてまとめる。

観光地域づくりを担う人材については、創造的マネジメントの推進体制と同様にそれを担う人材のニーズは少なからず存在すると考えられており、観光創造士へのニーズは確かに存在している。また、産業界の視点からみても、着地型観光へのシフトが進むなか、単独企業としての人材育成には限界があり、観光創造士の資格取得を通じて業務に活かしていけるという声もあった。

課題として指摘されたことは、観光創造士の資格取得によって得られるメリットは何かということであった。例えば、旅行会社の社員が観光創造士の資格を取得した場合、優先的に補助金が得られる等、メリットがないと観光創造士の裾野を広げていくのは難しいのではないかという意見があった。例えば、旅行業取扱管理者や旅程管理主任者といった資格制度は、事業活動において必要であることから社員が取得するものであり、何かしらの強いインセンティブがない限り日常業務の傍ら資格取得に向けて尽力する環境を整えるのは容易ではないとの意見もあった。

また、観光創造士的な業務に取り組んでいる人材は既に存在していることから、こうした人々をいかにして観光創造士の資格取得に導くか（差別化を図っていけるか）という課題も指摘された。

以上、産業界からの意見聴取結果を示したが、基本的には多くが関心を示し、ニーズもあると考えてはいるものの、実際に制度を作ってどの程度の広がりを見せるのか、ニーズがあったとしても観光創造士を招聘するための費用的な手当が地域にできるのかといった運用面での問題点を指摘する向きが多く、活躍の場を如何に明示できるかが大きなポイントとなるだろう。

(10) まとめと今後の検討課題

①観光創造士の意義

地域の実情に応じた創造的マネジメントの推進体制が必要であり、観光地域づくりの全体方針のまとめと創造的マネジメントの推進体制のマネジメントなど観光創造士へのニーズは大きいものといえる。

その一方で、地域の観光地域づくり（昨今の観光振興に関する取り組みを含む）においては、外部からのアドバイス支援の形でまちづくりコンサルタントや、観光アドバイザーが既に関わりを持っているケースも多く、観光創造士の業務との差別化を図ることが必要である。

これまで、観光アドバイザーとしての業務領域が不透明な点が多かったものと考えられるが、それは観光地域づくりの視点からみた具体的な取り組みにおけるフォーマットが欠如していたことにも要因があるものと考えられる。

その意味においては、今般の観光創造士の役割は地域の実情に応じた観光地域づくりの大きなビジョン・戦略の策定と、観光地域づくりを担う創造的マネジメントの推進体制の構築に置かれていることが特徴であり、観光創造士への地域ニーズは創造的マネジメントの推進体制の形成を核とした観光地域づくりの手順や観光創造士の機能・役割が関係者に理解されることにより、明確化となると同時に顕在化するものと捉えることが重要となる。

また別の視点として、観光創造士に必要な能力は観光業や地域づくりそのものに実務として携る場合においても有用に機能するものと考えられる。

以上のように、観光創造士は制度上の役割と位置付けが明確になることで、観光地域づくりの様々な現場でニーズがある（あるいはニーズが出てくる）ものと考えられる。

また、観光創造士は観光教育を実施する大学機関においても、後述のように観光創造士に必要な知識・能力の養成のみならず、観光地域づくりのケーススタディを通じ、現場で必要とされる教育カリキュラムニーズの明確化、観光地域づくりに必要な理論フレームワークの検証と構築など関係を深める意義は大きいものといえる。

②制度設計上の課題整理

○制度の基本構造

観光創造士は前述のとおり、観光地域づくりの現場における創造的マネジメント組織作りのほか、観光業や地域づくりに関係する業務で役立てる方法が考えられる。

従って、観光創造士としての活躍が想定される職種以下のように整理できる。

- ・地域づくりアドバイザー、あるいは観光アドバイザーとして既に活躍している人
- ・観光振興や街づくり業務を担う行政関係者、観光協会職員
- ・シンクタンク（コンサルタント）
- ・地域づくり(観光)NPOの職員
- ・旅行代理店
- ・上記業界への就職を目指す学生や大学研究者 など

観光創造士の意義は大きいと考えられるが、一方で観光創造士が誕生しても、当初の期待通り実際に観光地域づくりの現場で活躍できるか不安視する声も聞かれるところである。

また、資格の取得によるメリットが明確にならないと、資格の習得を目指そうとする人が出てこない可能性も指摘されている。

従って、観光創造士を資格として制度化するためには、前述のように観光創造士の役割を明確化するとともに、創造的マネジメントの推進体制を構築し、観光地域づくりの基本手順が地域の側にも十分理解される必要がある。

③資格の認定方法

観光創造士に求められるスキルは観光に関する基本的知識のほかコミュニケーション能力やコーディネート能力、組織設計、マーケティング能力など多岐に渡る。

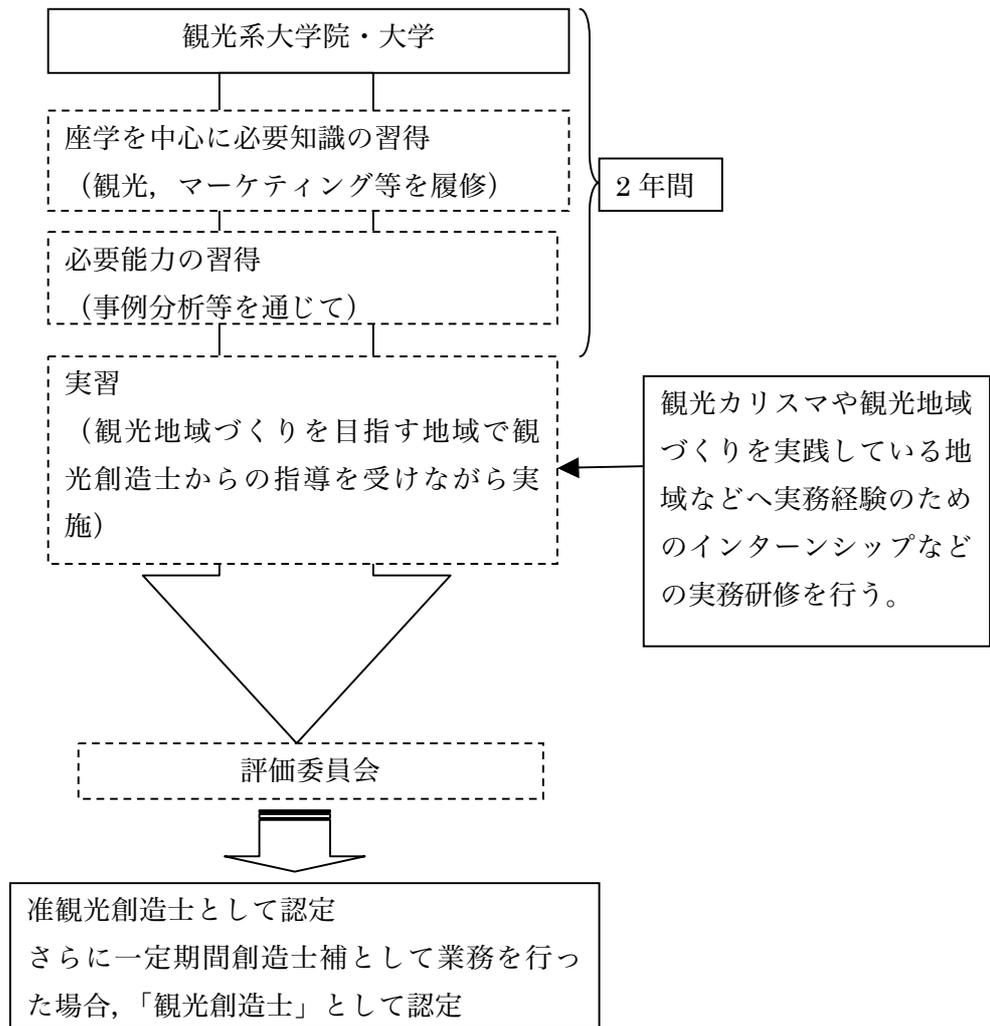
こうした知識や能力をどのように判断・評価するかは制度設計において極めて重要である。

観光等に関する知識の部分は比較的評価が容易であるが、コーディネート力やマーケティング能力などは第三者による評価が困難な領域である。このため、観光創造士として認定していくためには両者を分けた対応が必要である。

関係者へのヒアリング結果などを考慮すると、大学等で基本知識・能力の習得を義務付けるとともに、観光地域づくりの実践経験を積み、選考委員会等で最終資格認定を行う方法が妥当ではないかと考える。

具体的に観光創造士の創出に向けた手順として以下のものが考えられる。

○観光創造士になるためのシナリオイメージ



観光創造士を資格制度として確立し、継続的かつ必要に応じて資格認定者を拡大していくためには次の方法が案として考えられる。

まずは、観光創造士を制度として立ち上げるための組織化を図り、観光創造士として必要なスキルを明確にした上で、大学等において専門的な教育機関で観光創造士に必要な科目を履修したものが実践経験を積んで、評価委員会での審査を経て、まずは「准観光創造士」として認定。その後、一定の実践経験を積んだ者が「観光創造士」として認定されるイメージである。

なお、観光創造士には観光地域づくりに関する、全体方針の策定と創造的マネジメントの推進体制の構築やコーディネートなど非常に高度なスキルが求められることから、資格を2段階構えに設定し実践として使えるようになるまでのトレーニングの期間は「准観光創造士」として業務を行い、一定の経験を経てから「観光創造士」となる手順をとっている点がポイントである。

④持続的な運用に向けた課題整理

ア) 制度の運用・認定機関

制度は公的な機関が運用と認定を行うことが望ましい。そこで民産官学の有識者で構成する「観光創造士制度評価委員会(仮称)」のような組織を結成して、観光創造士の募集と認定の最終決定、制度運用のとりまとめなどを行う事が期待される。

またご当地検定などに見られるように、受験料と更新費が制度運営の大きな財源となっているケースがあるが、資格保有者の数が急激に拡大する可能性が現状低いと考えられることから、受講料と更新費用の徴収を財源としない形で運用を行うことが妥当ではないかと考える。そのため、関係省庁から人材育成のための補助金により、観光立国に向けた観光地域づくりを担う人材の育成が可能になるであろう。また、観光創造士はその本来求められるスキルの性格上、長期間観光地域づくりに携わらないと技術力が劣化する可能性があるため、更新の必要性は低いと考えられるが、観光地域づくりに携わる機会を義務付けるなどの対応が有効であると考ええる。

イ) 資格保有者の活躍の場の創出

観光創造士の活躍の場として、本来期待される観光地域づくりにおける創造的マネジメントの推進体制の構築のほか、観光地域づくりに携わる推進体制の中で本来業務円滑な遂行に役立てることなどが考えられる。現実的には、国などの補助金などを活用した観光地域づくりにおいてアドバイザーとして観光創造士を招聘する方法が考えられるが、現状観光創造士に対する認知度が低いこと、また観光地域づくりをすすめようとする多くの地域が創造的マネジメントの推進体制の構築による計画策定のイメージを有していないことから、観光創造士が誕生しても現場とのミスマッチを起こす可能性がある。

従って、観光創造士の協力による創造的マネジメントの推進体制の構築を通じた観光地域づくりの進め方に関するマニュアルを定めて地域へ配布すると同時に、民産官学が協働して地域のニーズに対応する人材を輩出するために情報収集を行い、地域のニーズに応じた観光創造士の斡旋などを行う事が将来的には必要と考えられる。

資料 1

観光地域づくりを担う中核的専門人材
育成のためのカリキュラム（案）

① ツーリズム論に関する知識・能力

観光地域づくりに関するベースとなる知識・能力である。「ツーリズム」と称しているが、これはいわゆる狭義の観光という意味ではなく、あくまでも「ツーリズム論」と捉え、つまり、観光地域づくりに関わる人材として知っておく必要のある考え方を広く含んだ知識・能力である。例えば、エコツーリズム、コンテンツ・ツーリズムなどのニューツーリズムに関する知識、あるいは海外でのツーリズムの事例、あるいは文明的文脈における観光地域づくりの意義、考え方などがこの知識・能力に該当する。観光地域づくりの分野は多様で幅広いが、それらを広く網羅する知識・能力と言える。

1-1 観光創造概論

観光創造、自立的観光、次世代ツーリズム、文化資源、文化デザイン、地域文化、地域マネジメント、サステイナブル・ツーリズム、国際コミュニケーション、国際協力、ライフスタイル・イノベーション、地域ブランドをキーワードとして、学生の研究や活動を円滑に進めるために、観光の歴史や用語の定義などの基本事項の理解を進めながら、これからの社会・経済・文化に適合した「新しい観光の創造」の基本概念や方向性について理解する。観光研究の持つ多様性、広範囲な研究分野を知る観光創造特論I～IV、および「文化をデザインする力」「地域をマネジメントする力」「世界とコミュニケーションする力」の3つの専門的能力を修得する各演習での研究・学習の導入と位置づけ、2年間のカリキュラム全体を把握する。この授業は、観光創造専攻におけるコアの必修授業であり、最新の観光の実情をもとに、これからの次世代ツーリズムの創造のための基本構造を毎回異なる視点から解説する。「従来型観光」の基本用語や特徴、観光研究の最近の歴史、さらには効果、課題、問題点を解説して、観光研究の多様で広範囲な全体像を理解させる。

1-2 観光創造特論 I 観光と文明・文化

観光、文明、文化をキーワードとして、講義題目は「観光と文明・文化」となっているが、むしろ、文明・文化について、正面から考察することはなかなか難しい。とはいえ、2011年3月に日本を襲った大災害から2年余りの時を経て、いまや文明・文化を大きく捉え直していくための視点や方法論は、ますます強く求められている。

何かを考察するには方法論なるものが欠かせない。方法論に楽な即効性はないが、しかし、学問を行う場合、そして論文を書く際に不可欠の基本要諦である。それは全体を見はらす眼でもあり、と同時に細部を穿つ手さばきでもある。

この特論では、観光という主題をめぐって古今東西の文化社会事象が具体例として取り上げられ、各講師が異なる方法論を用いてそれらを腑分けし、方法という抽象的な思考の武器とはどのようなものなのかを示す（一説によれば観光とは「光を観（み）る」であると同時に「光を観（しめ）す」でもある）。観光という事象に可能な限り肉迫するために、むしろそれを突き放し（いわばある種の「疎外」ないし「ずれ」に身をさらし）、「外」から批判的に眺めることになる。そうした振る舞いを通して、観光の考察へと landing するための足がかり（可能的な ground）が

現れうる。講義内容を漫然と聞くのではなく、自身のテーマを突き放して批判することを強く意識して受講されたい。

到達目標は、

- (1) 7各講義で示された諸概念と諸事象を正確に理解し、自分なりに図式化ないし位置づけ（マッピング）ができる。
- (2) 諸概念と諸事象に対する自分の考えを論理的に表現できる。
- (3) 研究方法論への意識を高め、夏休みに読みたい／読まねばならないもの（それは主として著書の形態をとるものになるだろうが、それに限られないであろう）の指針を得る。ことである。

1-3 観光創造特論Ⅱ（観光資源と環境）

コミュニケーション、情報社会、メディア空間、真正性と記号性、コモنز、ナショナル・アイデンティティ、エコツーリズム、自然環境保全、地域資源管理、文化資源マネジメント、リビング・ヘリテージをキーワードとして、地域のユニークな環境の下で、様々な資源（resource）が、人を誘引する魅力源（attraction base）としての観光資源（tourism resource）となることの意味やプロセス、そのマネジメント（保存・保全、維持・整備、活用、モニタリング等）のあり方などについて、専門の異なる複数教員の講義を通して多角的に理解することにある。

受講者は本特論を通して、以下の3項目を身に付けることを到達目標とする。

- (1) 価値観が多様化する社会における異文化間のコミュニケーション資源としての観光資源の意味を理解し説明できること。
- (2) 様々な異なる自然環境や文化的環境のなかで、地域の資源を発掘、評価、創造し観光資源として創出する方法や考え方を理解し説明できること。
- (3) 政府や地域コミュニティ、創造的マネジメント組織など様々な主体による観光資源のマネジメントのあり方や先端的な理念、方法論などについて理解し説明できること。

1-4 観光創造特論Ⅲ 観光と国際交流

コミュニケーション、情報社会、メディア空間、真正性と記号性、コモنز、ナショナル・アイデンティティ、エコツーリズム、自然環境保全、地域資源管理、文化資源マネジメント、リビング・ヘリテージをキーワードとして、本特論の目標は、地域のユニークな環境の下で、様々な資源（resource）が、人を誘引する魅力源（attraction base）としての観光資源（tourism resource）となることの意味やプロセス、そのマネジメント（保存・保全、維持・整備、活用、モニタリング等）のあり方などについて、専門の異なる複数教員の講義を通して多角的に理解することにある。

受講者は本特論を通して、以下の3項目を身に付けることを到達目標とする。

- (1) 価値観が多様化する社会における異文化間のコミュニケーション資源としての観光資源の意味を理解し説明できること。
- (2) 様々な異なる自然環境や文化的環境のなかで、地域の資源を発掘、評価、創造し観光資源として創出する方法や考え方を理解し説明できること。
- (3) 政府や地域コミュニティ、創造的マネジメント組織など様々な主体による観光資源のマネ

ジメントのあり方や先端的な理念、方法論などについて理解し説明できること。

1-5 観光創造特論VI 観光とコミュニケーション

コミュニケーション、情報化、消費化、ユビキタス、Web 2.0、ネットワーク論、物語消費、二次創作、ホスピタリティ、他者をキーワードとして、現代という近代の最終局面において、情報化と消費化がこれまでにない独特の形で進展している。本特論の目的は、現代の日本社会において、コミュニケーション様式や消費形態がどのように変容してきたのかを理論的・実証的に捉え、こういった変化が観光にどのように影響を及ぼしているかを考察することである。

到達目標は以下のとおりである。

- (1) コミュニケーション様式と消費形態の変容が、人々のリアリティの感覚や主体形成にどのように影響したかを理解すること。
- (2) ホスピタリティについて複眼的に考え・捉え直すための視点を手に入れること。
- (3) 社会におけるコミュニケーション技術の発展が、現実の観光現象に与えた影響を基礎的なネットワーク理論によって説明できること。
- (4) 現在、観光の現場で起こっている新たな潮流を、コミュニケーション様式や消費形態の変化の面から、具体的事例を基に自分なりに説明できるようになること。

1-6 観光創造特論V 地域と観光

企業社会責任（CSR）、なりわい起こし、ライフスタイル、ライフウエア、Green GYM、文化資源マネジメント、PPP＝官民パートナーシップ、地域社会、持続可能性、観光地域づくりをキーワードとして、この授業では、「自律的で持続可能な地域」を前提に、観光と地域とのかかわりに関して、経済、環境、経営、文化の各側面から基礎的な内容を解説した上で、観光地域を含む地域社会を、どのように把握し分析したらよいかについて、その基礎的な考え方やアプローチを理解することを目標としている。

さらに、持続可能な社会や地域が社会的な共通理解となった今日、地域を維持して行くためには、それを支える政策や施策が求められる。そこで、観光を基軸にした地域の維持や地域づくりはどうか、そのためには何が必要かなど、地域を持続可能な状態で維持するために必要な政策や施策の試みに関して理解することをあわせて目標とする。

1-7 観光調査論

客観的にとらえにくいといわれる観光を科学的にとらえる方法を学びます。まず、人々の観光行動と観光情報の関係などを学び、後半では観光調査の理論と実施方法、データ分析と報告書作成の手法などを学び、人間の行動である観光を科学的にとらえる視点を養い、客観的に把握し分析する技法を身につける。

1-8 異文化コミュニケーション論

本講義の目的は、異文化コミュニケーションの重要性を理解させ、異文化コミュニケーションで扱われている理論、実践での諸問題について知慮させ、異文化コミュニケーションの理論を実

践的に考える習慣をつけさせることにある本講義を修了した学生は、異文化コミュニケーションの重要性を理解し、異文化コミュニケーションで扱われている理論、実践での諸問題について知り、異文化コミュニケーションの理論を実践的に考える習慣をつけることができるようになる。

1-9 国際言語コミュニケーション論演習

コミュニケーション、情報化、アーキテクチャー、拡張現実、匿名性、親密性、リアリティの変容、大きな物語、消費社会論をキーワードとして、この演習の目的は次の三つです。

第一の目的は、情報通信技術の発達と情報インフラの充実によりもたらされた巨大な情報空間が、私たちのコミュニケーション様式や消費形態にどのような影響を及ぼしているかを考察することです。特に、最近のソーシャルメディアの大衆化が、私たちのコミュニケーションと消費の形をどう変えつつあるのかを、情報メディア論や消費社会論の研究を参照しながら議論します。

第二の目的は、情報化と消費化にともない、私たちのリアリティ（現実感）や他者関係がどのように変化しているのかを考察することです。社会学者の見田宗介は、戦後日本のリアリティ変容を「現実」の反対語（理想・夢・虚構）を用いて説明しました。ゼロ年代という「ポスト虚構の時代」のリアリティについて、主に若者のコミュニケーションの特性／他者関係やサブカルチャーの消費の仕方に焦点を当てて考察するのが二つ目の目的です。

第三の目的は、ゼロ年代の情報と消費の大きな変化が、今後の観光にどのような影響を及ぼす可能性があるのか、その萌芽的な事例を検討することです。

今学期は、特に第二と第三の目的に重きを置きます。

到達目標は以下は、・情報環境の変化が、私たちのコミュニケーション様式や消費形態をどのように変容させたかを理解すること。

・戦後の日本社会のリアリティの変容を踏まえ、ゼロ年代以降に姿を現しはじめた新たな世界観について理解を深めること。

・情報化と消費化が新たな段階に進んだ時、それに対応しうる新たな観光の可能性について具体的に考察するきっかけをつかむこと。である。

1-10 農村観光論

農村の景観や生活文化等を資源とする農村観光 (rural tourism) について、歴史的経緯、事業形態、社会的意義について学ぶことを目標とする。

1990年代以降の農村観光の特徴を中心に、農村観光のタイプ、事業内容やその特色などを講義する。具体的な国内外の事例を中心に、最近の先進的な取組みについても解説する。

1-11 都市観光論

都市の機能は時代とともに変遷する。産業・工業都市、港湾都市、宿場町など多くの都市は、かつての役割が変化してしまった現在、新たな活性化を人々の交流に求め、「観光まちづくり」に取り組んでいる。しかし、景観の保全、住民と一体化した取組み体制づくりなど実現に至るまでの課題も多い。本講座では、都市の魅力とはなにか、世界や日本の都市はどのように観光に焦点をあてたまちづくりを行っているか、今後の課題はなにか等について学習し、都市や地域の魅

力を磨き、相互に交流する人口を増加させることで都市や地域の新しい姿を作り出している取組みを理解することを狙いとする。

1-12 エコツーリズム論

近年、環境への関心の高まり、観光による自然環境破壊に対する批判、また観光におけるニーズの多様化を背景に、「エコツーリズム」という考え方が注目を集めている。エコツーリズムとは、生態や自然環境を意味する「エコロジー」と、観光を意味する「ツーリズム」との造語で、具体的には、地域の自然や文化歴史などの魅力を活かしながら、それらの資源の持続的な利用を前提とする新しい観光のかたちである。エコツーリズムの目的は、地域の自然・文化歴史を資源としてとらえ保護すること、それにより地域の魅力を高め旅行者を誘致し、結果的に地域振興に貢献することである。また同時に、現代の旅行者の多様化されたニーズにこたえ、観光活動の質を高めることもその目的のひとつである。

このように、観光の時代、また環境の時代といわれる 21 世紀においてエコツーリズムへの関心が世界規模で高まっている。わが国においても近年、地域おこしや活性化の手段として、エコツーリズムに取り組む地方自治体が増え始めているが、ここで重要なのは、エコツーリズムとは概念上のものではなく、実践させてこそ意義があるということである。エコツーリズムの実践には、自然や文化資源の魅力を、地域全体が再認識すること、そして観光者、地域住民、旅行業者、研究者、行政の 5 者がそれぞれの役割を果たしつつ参画し続けることが不可欠である。つまり、私たちが観光の恩恵を今後も受け続けていくためには、我々一人ひとりがエコツーリズムの考え方を身につけることが重要となってくるのである。そこで本講義では、まずエコツーリズムの意義について考え、さらに国内外の様々な事例を通じて、エコツーリズムの現状、課題について検討する。それにより、エコツーリズムの実践において我々が果たす役割について明らかにしていく。

1-13 ヘルスツーリズム論

(略)

1-14 コンテンツツーリズム論

(略)

1-15 スポーツツーリズム論

(略)

1-16 ヘリテージ・ツーリズム論演習

ヘリテージ・ツーリズムとは、ホスト社会にとっては、世代を超えて伝えられてきた「文化遺産」の価値を再確認し、他の人々に開示し伝える行為、そしてゲストにとってはその価値を五感で享受する行為である。そしてヘリテージ・ツーリズムを効果的且つ平和裏に展開していくためには、こうした行為を通じて、ホスト・ゲスト両者が共に、「文化遺産」を構成してきた「文化財」と「人間」とを結び付ける文化的な「関係性」への理解を深め、自らをその「関係性」の中

に積極的に位置づけることを可能とする文化交流の仕組みが必要不可欠となる。

本演習では、北海道におけるヘリテージ・ツーリズムのあり方を考えるために、北海道内に残るアイヌ語地名や関連する文化資産を実際に「歩く」ことを実行したい。具体的には北海道・東北のアイヌ語地名を40年間にわたる詳細なフィールドワークにより整理した故山田秀三氏の著作を主たる参考文献とし、地理学（地形学）と民俗学を融合したその独自のフィールドワーク手法について学ぶとともに、次世代に残すべき文化遺産としてのアイヌ語地名が持つ意義と課題について理解を深める。さらにはそうした地名を活用し、地域の地理と歴史・文化を同時に学ぶことのできる観光形態のあり方についても議論を行う。

なお、本演習の目標としては、具体的に以下の三点を掲げておく。

①北海道は決して未開の大地だったわけではなく、長く先住民族の生活と文化が継承されてきた独自の文化を持つ土地であったことを、フィールドワークを通して理解すること。②それを理解したうえで、現在の北海道の文化とは、a:先史時代、b:アイヌ文化期、c:開拓以降の文化が重層的に重なりあって形成されていることを理解すること。③「アイヌ文化振興法」、国連による「先住民族の権利宣言」の採択等、北海道の歴史・文化自体が大きな見直しを迫られている昨今、我々は北海道の文化をどのように捉え、そして公開しその価値を説明していくのか、考えていき、本演習において受講者は、以下6点の具体的学習目標に到達することが期待される。

(1) UNESCOの世界遺産制度、無形文化遺産保護条約ならびに ICOMOS の International Cultural Tourism Charter の枠組みの特徴と課題を理解すること。

(2) 文化遺産の意味について自分なりの視点を持ち、ヘリテージ・ツーリズムの定義、その可能性と問題点、を自らの言葉で取りまとめることができるようになること。

(3) フィールドワークに向けた基礎資料の収集と整理の方法について理解し、これを個人で実施することで、自分独自の問題意識、課題設定ができるようになること。

(4) フィールドワークのデザイン（日程、旅程、調査手法、記録方法等々）の基本的方法を理解し、これを個人で行えるようになること。

(5) 現場での記録の取り方について理解し、実際に現地でも有用な情報の記録ができるようになること。

(6) 現地で得た情報を整理し、自らの設定した課題に基づき、分析し、取りまとめられるようになること。を到達目標とする。

1-17 サステイナブル・ツーリズム論演習

持続可能な観光、サステイナブル・ツーリズム、エコツーリズム、地域、自然環境保全、地域資源管理、エコシステム・マネジメントがキーワードであり、この授業では、まずサステイナブル・ツーリズム実現のための基礎的な概念と今までの歴史的経過を学ぶ。また観光が地域社会や環境に与える影響と効果を分析し、体系的に評価できる能力を身につける。

また、サステイナブル・ツーリズム(持続可能な観光)の特性を理解した上で、地域住民・観光事業者・観光客などの地域内外のアクター(関係者)が参加するオープンな状態で、地域がサステイナブル・ツーリズムを実現するプロセスを学習する。その中で特に、サステイナブル・ツーリズムを地域で自律的に創出するというアプローチを重視する。

さらに、サステイナブル・ツーリズムは「新しい観光」としての期待を集めているが、マス・ツーリズムを構造的に変えることができるのか、地域にとって今後どのような可能性を持つのかなどについても学習する。

なおこの授業では自然資源を中心に学習するので、文化や遺産に関しては、ヘリテージ・ツーリズム論演習や文化資源管理論演習で学ぶこと。

この科目を受講した学生は、

1. サステイナブル・ツーリズムの概念と歴史を理解できる
2. 地域における観光の影響と効果を分析・評価できる
3. 地域のサステイナブル・ツーリズムの実現プロセスを分析し、自ら観光のマネジメントを考えることができることを目指す。

1-18 国際地域文化概論

観光は文化の中の「弱い環」である。しかるに、その文化もまた自明なものではなく、つねに生成変化、流動しながら不動自立をめざすものである。変幻と秩序のいずれを欠いても文化は成り立たず、その屈折した両義性ゆえに魅力もまた尽きない。

文化のそのような多様な姿を、文化／自然、国際／地域、社会／個人、自己／他者等をキーワードに、まずは omnibus でともに揺られながら、その振動もろとも眺めわたしてみようではないか。

観光は、およそすべて旅する者がそうであるように、観光それだけで存立するものではなく、その発生成立にいたる基盤や経緯があり、共時的にも多様な隣接領域に多肢的に絡まれ、かつまたこちらからも関わっているものだからである。それらをできる限り全体として眺めわたせるような、そんな見晴らしをときに探りながら、と同時に水魚の楽しみを享しむこと——それも、旅の道連れとともに。そうした営みこそが、諸君が興味をもつ研究テーマを初めてリアルに浮かびあがらせてくれるに違いない。

- (1) 講義で提示された基礎概念を正確に理解し、図式化しうる。
- (2) 講義で示された諸概念に対する自分の考えを論理的に表現しうる。
- (3) 学びの旅の道連れを見つけ、とにもかくにも歩いてみることで、自分がどれだけ歩けるのかを知る。ことを到着目標とする。

1-19 国際観光政策論

1995年に世界で約5億7千万人の人が外国を旅行しました。1950年に2,500万人であったのと比較すると約50年間に23倍に伸びている。また、発展途上国では多くの国が観光振興に政策の重点を移しつつあり、観光は21世紀の基幹産業とさえ言われています。この授業では、主に観光人類学や観光学の視点から、国際観光の基本的な概念、観光が作り出す文化の事例研究（文化の売り方・売られ方）や今後の国際観光政策にみられる問題点を取りあげる。

到達目標 としては、①世界各国の観光政策を理解する。②観光文化の創られ方、売り方（売られ方）を理解する。③観光政策が成功した事例と問題を残した事例を比較しながら観光政策のあり方を考えるとなる。

1-20 北米地域文化論演習

mass tourism、the romantic gaze、the collective gaze、conviviality、flaneur をキーワードとして、ハワイを舞台にして、ジョン・アーリのいう「観光の集合的まなざし」の意味合いを再検討し、マス・ツーリズムの新たな側面を考察する。

到達目標は、以下の通りである。

- (1) マス・ツーリズムについて複合的に考えることができる。
- (2) 「にぎわい」や「社交」、「遊戯」の概念の理解が深まる。
- (3) ハワイの社会や観光について理解が深まる。

1-21 欧州地域文化論演習

観光社会学、観光文化学をキーワードとして、社会文化学的な観点から観光研究を行う際に必要な基本的な論点を、いくつかの文献を講読することを通して獲得することを目指す。主要な問題群は以下のようなものである。

- (1) 観光という慣習が成立した社会的背景はどこにあったのか、特に労働の近代化やそれと表裏一体にある余暇の合理化という背景と観光の社会的拡大の相関
- (2) 大衆的な観光と本格派の旅といった指向性や理念の違いと、階級的な価値観やアイデンティティの相関
- (3) 観光の対象物の真正性と記号性あるいはアウラの喪失やハイパーリアル性をめぐる議論
- (4) 社会的関係が希薄化した状況における場所性に関わる問題群
- (5) 観光の対象物に向けられるまなざしが社会的・文化的に構築される際のメディアの役割
- (6) 異なる文化や歴史的遺物を求める観光と国民的・民族的アイデンティティの関わりなお、講読予定の文献の中で取り上げられる観光対象や目的地の事例はイギリスを中心とした西欧地域から取られる場合が多くなるので、観光の展開を通して西欧の近代社会の特質を概観することも本授業の目標となる。

到達目標は、近代社会における観光を分析する上で必要な基本的視点や論点の獲得である。

1-22 中国地域文化論演習

中国文化、公私、名実（虚実）、陰陽、「気」の思想、風景、勢、時間をキーワードとして、本演習は観光創造専攻の「世界とコミュニケーションする」科目群の一つに位置づけられるものであり、中国文化の特質を社会文化史的な視点から探る試みである。

21世紀の国際社会にとり、中国の行方が大きな意味をもつであろうことは疑いない。好むと好まざるとにかかわらず、私たちは現代中国と共生していかなければならない宿命にある。にもかかわらず、中国というと、古典や歴史の中国に愛着・郷愁を感じる一方で、現実の中国に対しては「脅威論」に代表される表層的な忌避反応にとどまる傾向も否めない。

そこで本演習では、中国社会の基層的な秩序原理を探るべく、中国的「公」概念の特質や「関係」のネットワークを中心とするコミュニケーション構造をめぐる検討を通じて、現代中国地域

の社会文化史的深層構造を読み解いていきたい。

また、中国的な「風景」の捉え方（それはもとより「風水」の考え方ともつらなる）を貫く審美意識、そしてその背後に底流する思想＝文化のダイナミズムについても理解を深めたい。

そして、そうした作業を通じて、〈中国〉とつきあうために必要な発想や観察眼を鍛え、今後の中国との有効（単なる友好でなく）な関係を考えるための基本的な構えを培うことを目標とする。

到達目標は、

(1) 「中国」及び「中国文化」のダイナミズムについて基本的な認識や視座を鍛え直すことができる。

(2) 「公（公共性）」について、西欧流あるいは日本流とはまた違ったアプローチを試みることの可能性について考えることができる。

(3) 「風景」について、あるいは「世界の見え方」について多面的に考察する視点を手に入れられる。

(4) 場合によっては、中国語で書かれたテキストを正確に読みとる力を伸ばすことができる。）である。

1-23 国際協力論演習

国際協力、政府開発援助、ODA、官民連携、途上国の開発をキーワードとして、国際協力は、政府レベルから市民レベルまで、色々なレベルでの取り組みがある。従来、最も大きな比重を占めていたのは、政府が実施する「政府開発援助（ODA）」であった。ODAは、天然資源に乏しく、軍事力を持たない日本にとって重要な外交ツールである。戦後間もない1955年に開始されたODAは、国際社会における日本の位置づけの変遷、国際情勢の変化に合わせて、制度、内容ともに変化してきている。

昨今の先進国の経済的な停滞と相反する新興国の経済発展の中で、国際協力の形も多様化している。緊縮財政でODA予算が削減される一方、国内市場の縮小をうけた途上国への民間投資は急増している。これを踏まえて、民間レベルでは、従来からのNGOによる国際協力だけでなく、社会的課題をビジネスで解決しようとする社会起業家や途上国の低所得層を対象に、彼らの生活向上に役立つビジネスを実施するBOP(Base of Pyramid)ビジネスが注目を集めている。今や、国際協力は特別な人たちのみで実施するものではなく、より多くの人たちが、多様な形で関わっていくものとなってきているのである。

他方、ODAを初めとするこれまでの国際協力の経験やノウハウは、実務者レベルで蓄積されてはいるものの、公開されているわけではなく、効果的な国際協力を実施するために必要な知見や能力についても、十分に検討されているわけではない。本演習では、国際協力の実務者としての経験に基づき、日本人として、途上国を初めとする国際社会との関わり方や必要となる能力について、受講者に検討の材料を示すことを目標とする。

到達目標は、国際協力を通じた日本と諸外国とのつながりについて、以下の点を理解することを目標とする：

(1) ODAだけでなく、様々な国際協力の形があること。特に近年、国際協力の裾野が広がってい

ること。

(2) 国際協力は、途上国側のニーズだけではなく、援助する側の思惑や世界情勢など、様々な要因が絡み合った複雑な環境の中で実施されていること

(3) 国際協力の実践には、途上国の開発課題についての知見もさることながら、多くのステークホルダーとの関係を良好に保ち、事業を前に進められる実務能力やバランス感覚が重要であることである。

1-24 国際観光論演習

観光革命、エリートツーリズム、近代観光、マスツーリズム、観光ビッグバン、グローバル・フォース、観光立国、ソフトパワー、人間の安全保障、文化的安全保障がキーワードであり、本演習では、19世紀中頃以降における国際観光の歴史的展開を踏まえながら、国際観光の意義やそのインパクトについて、世界各国における具体的事例を踏まえながら、多面的に検討・考察を行う。

到達目標は以下の4点である。

(1) 19世紀後半のヨーロッパにおけるエリートツーリズム、20世紀前半の米国における中産階級による国際観光の隆盛化、20世紀後半の北の先進諸国における国際観光の大衆化などが生みだした各種のインパクトを検証・考察する。

(2) 21世紀のアジア諸国において予測されている国際観光の爆発的進展が世界に与えるインパクトについて検討する。

(3) 現在の日本における観光立国政策を分析し、今後の日本における国際観光の発展の可能性について検討する

(4) 文化的安全保障としての役割を果たせる国際観光のあり方を戦略的に考察する。現在、全世界で年間に8億人をこえる人々がより自由により広範囲に外国旅行を行っている。世界観光機関(WTO)の予測では、全世界の外国旅行者数は2010年に10億人になり、2020年には15億6千万人になるとみなされている。国際観光は、まさにグローバル・フォース(世界を変える力)になっており、開発途上国だけでなく、先進諸国にとっても、最も重要な課題になっている。

1-25 国際観光開発論演習—北海道大学 石森秀三先生他

観光革命、エリートツーリズム、近代観光、マスツーリズム、観光ビッグバン、グローバル・フォース、観光立国、ソフトパワー、人間の安全保障、文化的安全保障をキーワードとして、本演習では、19世紀中頃以降における国際観光の歴史的展開を踏まえながら、国際観光の意義やそのインパクトについて、世界各国における具体的事例を踏まえながら、多面的に検討・考察を行う。

以下の4点を到達目標とする。

(1) 19世紀後半のヨーロッパにおけるエリートツーリズム、20世紀前半の米国における中産階級による国際観光の隆盛化、20世紀後半の北の先進諸国における国際観光の大衆化などが生みだした各種のインパクトを検証・考察する。

(2) 21世紀のアジア諸国において予測されている国際観光の爆発的進展が世界に与えるインパ

クトについて検討する。

(3) 現在の日本における観光立国政策を分析し、今後の日本における国際観光の発展の可能性について検討する。

(4) 文化的安全保障としての役割を果たせる国際観光のあり方を戦略的に考察する。現在、全世界で年間に8億人をこえる人々がより自由により広範囲に外国旅行を行っている。世界観光機関(WTO)の予測では、全世界の外国旅行者数は2010年に10億人になり、2020年には15億6千万人になるとみなされている。国際観光は、まさにグローバル・フォース(世界を変える力)になっており、開発途上国だけでなく、先進諸国にとっても、最も重要な課題になっている。

1-26 観光創造研究

観光創造、自律的観光、次世代ツーリズム、文化資源、文化デザイン、地域文化、地域マネジメント、サステナブル・ツーリズム、国際コミュニケーション、国際協力、ライフスタイル・イノベーションをキーワードとして、

これからの社会・経済・文化に適合した「新しい観光の創造」のありかたについて研究を行い、研究成果をまとめて発表する。これを論文または特定課題レポートとして作成・提出する。観光分野、地域と関わる観光の研究を企画し、必要な情報や知識を収集・整理し、そこから各自のテーマに関する分析を試み、自らまとめあげて発表するプロセスを通して、学生自らが企画・立案・遂行を計画的に実行でできるようになることを目標とする。

- (1) 研究を進めるための企画やテーマ設定ができること。
- (2) 必要な情報や知識の収集・入手ができること。
- (3) 収集・入手した情報・知識をテーマに従って分析できること。
- (4) 調査などにあたって、関係者とのコミュニケーションが取れ、段取りが組めること。
- (5) 学会発表を含め、様々な媒体を利用して自分の研究成果を表現できること。を到着目標とする。

②観光地域づくりの主活動に関する知識・能力

観光地域づくりの主活動と支援活動に関する知識・能力である。

2-1 観光創造特論IV 観光と経営

地域中小企業、サービス・マネジメント、ビジネスモデル、事業開発、組織開発、変革、地域経営、自治体運営、地域政策、ガバナンス、専門家をキーワードとして、「観光と経営」に関わる領域について、基礎的な理論や用語を紹介する。到達目標は、

- (1) 観光に関わりのあるビジネス用語について、その概要を理解している。
- (2) マネジメント手法を観光に適用する際、注意すべき点を認識している。
- (3) マネジメントの構造に関わるアクター(主体)に関して理解している。である。

2-2 宿泊産業論

宿泊産業（ホテル・旅館・ペンション・民宿・民泊等）は観光・旅行産業の中でも特に重要な位置付けにある。宿泊業の歴史と変遷を学ぶとともに、社会および経済環境の変化が国民の宿泊動向（旅行動向）にいかに変化をもたらせて来たのか、時間軸の中でレジャー産業全般における流行変化を検証し、「21世紀型宿泊産業の役割と繁栄の道筋」を探る。宿泊産業全般に関する基本知識を①宿泊産業の成長の歴史②社会・経済環境の変化が旅客の宿泊動向に変化をもたらす要因③21世紀型宿泊産業の役割と繁栄の道筋を探り④ホテル業・旅行業および観光関連業界への就職希望者に要求される国際感覚やマナーおよび業界知識の4つのポイントに絞り学ぶ。

2-3 旅行産業論

日本経済の活性化の柱となるべき観光産業。その中心的役割を担う旅行業。旅行業の歴史・現状課題・将来を総合的に学習する。

日本経済の活性化という点において、観光産業が注目を浴びている。その観光産業の中において核となる旅行業は特に重要視されている。講義を通じ旅行業の現状・問題点等を理解把握し、旅行業の発展のために役立つ知識を培う。

2-4 外食産業論

外食産業の歴史の変遷と現代の態様を学ぶことで、ホスピタリティ産業のひとつである外食産業の構造や特性について理解する。外食産業の歴史、市場の構成を概観した上で、チェーンレストランに焦点をあて、その経営の仕組みや特性について学び、チェーンレストランの強みと課題、個店経営の強みと課題について明らかにする。また、外食産業における現代的課題についても扱う。

2-5 観光交通論

JR 東日本など鉄道会社の営業施策、観光開発などについて事例を紹介し、観光における鉄道や鉄道会社の役割と課題について理解を深める。交通とりわけ鉄道は昔から観光を担う重要な構成要素であり、鉄道会社は観光産業の主要な担い手である。本講義では、JRを中心とした鉄道会社の営業施策や観光開発の取り組みについて各回毎のテーマに基づき最新の事例を紹介し、観光における鉄道や鉄道会社の役割と課題について学ぶ。

2-6 観光文化論

現代に特徴的な観光という社会現象について、文化論を軸にして理解することを目標とする。併せて、観光に関連する様々な事業、観光者の行動や心理、観光行政や観光政策、観光による地域振興、等についての解説を通して、観光を多面的・多角的に捉える視点を身につける。

2-7 ホスピタリティ論

「ホスピタリティ」という概念について多角的に学習する。また、国際理解についてこれからさらに進むグローバル化に備えて話していきたい。現代社会において「ホスピタリティ」が生み出す価値の重要性を理解し、「ホスピタリティ」をどのように発揮するかについて考えていきたい。受講者自身が「ホスピタリティ」について考え表現できること。さらに「ホスピタリティ」を身につけ発揮できるようになること。また「マナー実習」「コミュニケーション能力UP実習」を通して受講者がいつでも、どこでも、だれにでも「ホスピタリティ」を発揮できることを実感すること。

2-8 観光デザイン論

現代社会において、観光は「買われる」ものとなった。つまり、観光商品とは予期される観光体験が商品化されたものである。また、観光消費は一種の記号的コミュニケーション過程である。つまり、観光商品の売り手が意味を込めた（エンコード）記号から観光客がその意味を正しく取り出して（デコード）消費している。そのためには、記号と意味を対応させる一般に広く認められた意味了解のシステム（コード）を記号の送り手と受け手が共有していることが不可欠である。本講義では、このような観光消費のメカニズムを理解することを目的とする。

2-9 観光行動論

人びとの心理・行動を理解するうえで必要とされる基礎的な知識を習得し、観光現象やサービス提供場面における心理学的・行動学的な見方を、事例に即して学ぶ。観光行動に関する基礎的な知識について紹介した後、観光やサービス場面における人間行動の理解に欠かせない知識であるノンバーバル・コミュニケーションやサービス理論、さらには観光回遊行動の基礎等について講述する。

2-10 観光マーケティング論

「観光商品」という有・無形の商品（材）をキーワードとして活用ながら、観光客の増大による交流人口の拡大、顧客満足によるリピーターの確保、観光によるまちづくり等、観光がもたらす効果を理解するとともに、観光マーケティングの理論の考察及び事例研究を通じて、効果的かつ実用的観光マーケティング手法について探求する。

本授業は、観光商品及び観光産業に対する理解、マーケティング理論に対する理解を深めて、自分の価値について考え直して今後の進路の道筋を設計できることが大きな到達目標であり、具体的には下記のようになれることを期待する。

- (1) マーケティング理論に基づいて、観光産業の概況が説明できる。
- (2) マーケティング理論に基づいて、自分の価値を高める方法がわかる。
- (3) マーケティング理論に基づいて、今後の進路について設計できる。

2-11 観光地域マーケティング論—北海道大学 内田純一先生他

地域における観光経営人材養成のためマーケティング論を中心に観光地域に求められる三つの能力として

- (1) 外客誘致（インバウンド）
- (2) 観光まちづくり
- (3) 企業・産業マネジメントの3分野のスキル獲得を目標とする。

2-12 観光産業戦略論演習—北海道大学 小林天心先生

北海道など各地の恵まれた観光資源を有する地域が、今後さらに望ましい観光地としてその価値を高めてゆくにはどうすればよいのだろうか。「サステナブル」という視点をふまえながら、ツーリズムのプロダクト、イメージづくり、行政や住民の課題、観光地・観光業・諸施設（航空などをはじめとする運輸機関を含む）、シーズンリティ、地域的なひろがり、想定市場（国内・海外）への販促など、多面的に現状をみながら課題を摘出し、その解決策をさぐる。観光マーケティングという活動を、地域や国あるいは観光産業が、具体的にどのように行うのか、先行事例を検証しながら実践的に把握し、理解する。

2-13 観光マーケティング戦略論演習—小林 英俊[Hidetoshi KOBAYASHI]（(公財)日本交通公社）

観光マーケティング、観光行動論、成熟化、エコツーリズム、温泉地再生、観光による地域活性化、地域主体の観光をキーワードとして、現在起こっている観光現象をマーケティング視点から解釈し、観光をとおして見えてくる時代の価値観や人々の価値観を抉り出す力を身に付けること。観光について広く理解することが本授業の主たる目的である。単なるマーケティングの技術論ではない。

まず観光とは、時代の価値観に左右される文化的な行為であること、個々の観光旅行者は一見バラバラに動いているようだが、ある一定の法則に則り動いていることなど、観光を考える上でのベースとなるモノの見方を理解する。そして、実際に旅行会社が取っている販売戦略や観光地の魅力づくり戦略をケーススタディとして、現場で役立つ応用力を習得する。また、観光を通して現代社会の有り様や“人間”についても学ぶ。観光をマーケティング視点から幅広くらえる力を養い、観光産業や観光政策の企画立案箇所、また観光による地域づくりなどの現場で役立つ実践的な力を身につけること。を到達目標とする。

③地域の経済・文化・社会・空間・自然に関する知識・能力

支援活動の地域資源マネジメントに関する知識・能力は、経済・文化・社会・空間・自然の環境整備という機能を果たすために必要な知識・能力であり、「③地域の経済・文化・社会・空間・自然に関する知識・能力」と言える。

3-1 社会学

未記入

3-2 公共政策論

未記入

3-3 地域おこし論

地域マネジメント学のひとつの収斂先は各地域において、あるいは各市町村等において地域づくり、村おこしを実践することである。

この科目では、これまで村おこしの実践に向けて基本となる、また関連する広い分野の理論的・政策的学習を、改めて地域の村おこしという視点から再整理することを目標としている。

これまでの各履修科目を地域というものに近づけて捉えるため、理論的・政策的整理を改めて行う一方、山村とか農村とか漁村とかの地域特性を踏まえた対応が出来るよういわば各地の村おこし実践者から、地域づくりの実際について講義を受けるとともに、時には現場にも訪れて体験的にも受け止められるような学習が目指される。その上に改めて村おこし論としての一般的な計画手法や実践手法について、まとめ的講義を行う。

3-4 地域景観論

「景観から都市・地域を探求する」をテーマに景観は、地域の重要な文化である。地域の自然・風土、歴史、人々の営みは景観に反映されている。民族ごとの社会の価値観、美意識、空間認識の特徴が地域景観の違いとなって地表に投影されている。景観をもって地域を語る。

3-5 地域経済学

地域経済の成長と発展を、マクロ経済理論を用いて説明し、観光が地域の成長に貢献可能かどうかを受講生に理解させることである。本講義の授業内容は、観光の地域経済への貢献について、マクロ経済理論を用いて平易に説明することである。しかし、そのためにはマクロ経済理論の基礎と経済成長理論の基礎を理解する必要がある。したがって、本講義では、基礎的なマクロ経済理論と成長理論を平易に説明することにしたい。

3-6 観光地域起業論演習

地域振興、観光、起業、ベンチャー、なりわいづくり、観光の六次産業化、マーケティング、ファイナンス、ビジネスモデル、ビジネスプランをキーワードに自律的な地域づくり・地域振興のために、地域が主体となった観光を切り口にしたビジネスを作り上げていく必要がある。既存の組織ではなく、新しく事業体を作り上げていくことも必要となる。収益を目標とする企業の場合もあれば、ソーシャルビジネスの形態もありえる。どちらの場合にも必要となるビジネスモデルをもとにしたビジネスプランの考え方を学びます。さらに、現実的で持続的なビジネスとしてのアプローチ（マーケティング、ファイナンス、組織論）方法を学び、実社会での応用展開を考えるようにすること。特に、地域資源・地域特性にもとづく起業について学ぶことで、地域振興の方法を学ぶことにより、

- (1) 地域の抱える広範囲に及ぶ社会的な問題とその背景に関心を持つようになること
- (2) さまざまな地域資源を理解し、それらを地域でブラッシュアップしていく手法を学ぶ。

- (3) ツーリズムの触媒機能とそれが地域振興に果たす役割について理解し、応用展開について考えられるようになること
- (4) 起業・ベンチャーの基礎的な概念を理解すること
- (5) マーケティング・マネジメント並びにマーケティング・プロセスの基本的な考え方の理解と応用展開について考えられること
- (6) 地域マーケティングの基礎的な考え方の理解
- (7) 損益分析、財務分析の基礎を学ぶ
- (8) ビジネスプランに必要な検討項目とその情報収集方法を習得する
- (9) グループによりビジネスプランを描き上げ、発表することを到達目標とする

3-7 文化資源デザイン論演習

文化資源、コンテンツ・ツーリズム、文化の多様性、文化交流、メディア、ポピュラーカルチャー、サブカルチャーをキーワードに人は物語（＝コンテンツ）を求めて旅をする。そしてある物語を共有したとき、人と人は交流をすることができる。このことは「旅」の持つ文化的な本質のひとつである。

現在、旅行市場は成熟し、人々の趣味や嗜好の多様化にあわせて、旅行市場自体も細分化してきている。それに従って、旅行者や自治体も、コンテンツを求めるといふ旅の本質に気付き始めている。文化資源とは単なる“モノ”ではなく、その奥にある、地域の“物語性”であるということに気付き始めたのです。言い替えれば、その土地の持つ世界観や、その土地を舞台にした作品や歴史の“物語性”に浸る旅のあり方、そしてそうした“物語性”を他者と共有することで生まれる交流のあり方に注目が集まっている。

本演習では、こうした旅のあり方を「コンテンツ・ツーリズム」と呼び、内外事例の研究を通して、文化資源としてのコンテンツ、文化交流・地域振興のあり方としてのコンテンツ・ツーリズムの可能性について検討していきます。

具体的には、アニメ、マンガ、小説、映画等のコンテンツ（作品）が地域資源とどのように結びつき、特定の場所に人々を惹き付けるのか、そのプロセスについて見ていきたいと思います。本演習において受講者は、以下3点の学習目標に到達することが期待される。

- (1) 2005年に国土交通省・経済産業省・文化庁が共同で作成した「映像等コンテンツの製作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」における「コンテンツ・ツーリズム」の定義を踏まえ、「地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、マンガ、ゲームなど）」が、文化資源・観光資源として、政策的に重視されつつある背景を理解すること。
- (2) 近年国内で注目されているアニメやマンガを活用したまちおこし事例を整理し、これら事例がそれまでの観光振興・地域振興とどう異なるのか、その特性と課題を理解すること。
- (3) こうしたコンテンツをきっかけとしたインバウンド誘致の可能性について、関連する事例を調査し、コンテンツの国際的な観光資源化プロセスについて理解することを到達目としている。

3-8 遺産創造論演習

ユネスコ世界遺産条約、文化的景観、伝統的建造物群保存地区、リビングヘリテージ、景観マネジメント、エコミュージアムをキーワードとして、「遺産（ヘリテージ）」とは、単に「祖先から遺された財産（モノ）」のみを指すのではなく、「子孫に遺したい資産（モノやコト）」を含む概念である。まずは賦与された貴重な遺産を真正に継承し、それらを真摯に見つめることから豊かな感性と価値理解の能力が育まれ、将来世代がまた大切に継承したくなる価値の創造が可能になる。こうして現代の我々はもとより将来世代が価値を創造し、さらにそれらを遺産として未来の世代へ継承する営みが遺産創造である。

地域や社会が（本質的な意味における）観光による発展を目指すには、自ら有する遺産の価値と活用可能性（ポテンシャル）を正しく認識し、その特性を生かしたユニークで誇りある将来ビジョンを描くことが求められる。それには、遺産創造を担う主体となるべき民（市民）・産（民間）・官（行政）による「継承すべき資産」としての遺産に対する発想の転換が必要である。

本演習では、その発想の転換のヒントを得るために、遺産をめぐる世界の先端的な議論を批判的にレビューしつつ、様々な国内外の事例を検証し、学生個々が、国家や地域が取り組むべき遺産創造を構想する。

以下の論点について、受講学生個々が視座を定め、実社会において遺産創造を提言できる基礎能力を身につけることを到達目標とする。

- (1) 対象とする遺産（ヘリテージ）の本質的価値は何か
- (2) 遺産創造を実現していくための課題は何か
- (3) 遺産創造を実現する主体と方法論はいかにあるべきか

3-9 地域ビジネスマネジメント論演習

地域振興、地域再生、まちおこし、観光、経営戦略、マネジメント、マーケティング・マネジメント、ファイナンシャル・マネジメントをキーワードとして、地域の活性化の方策として、観光による経済振興の効果が語られる。持続可能な経済活動である限りは、さまざまな外部環境・内部環境の変化に伴い、ビジネスモデルの変化が必要とされる。また、ビジネス固有の問題に基づいたプロフェッショナルな対応も求められる。これらの要素を地域という文脈に当てはめた場合の人系、物系、金系の一般的なマネジメント概念をもとにしながら、地域のビジネスマネジメントを考える。観光ビジネスの特殊性並びに地域のビジネスとして考慮すべき点に焦点を当て、地域でのビジネスマネジメントの手法について学ぶ。

到達目標は、

- (1) 調査・研究方法について考えておくべきこと、注意を要する点について理解すること
- (2) 現在起こりつつある地域を取り巻く外部環境・内部環境の変化と環境分析のフレームワークを身につける。
- (3) ビジネスとしての観光の歴史を理解すること
- (4) さまざまな観光関連ビジネスの類型・特徴を理解すること
- (5) 地域振興と観光振興の関係を理解し、その可能性とともに問題を把握する。
- (6) マーケティング・マネジメントの考え方を身につけ、地域の問題に当てはめてみる。
- (7) マーケティング・プロセスを理解する。

- (8) 一般的なビジネスのマネジメントにおける人系、物系、金系の関係を理解すること
- (9) 多様な地域ビジネス並びにビジネスモデルに関心を持つようになること
- (10) 地域ビジネスのマネジメントについて応用展開を考えられるようになることである。

3-10 アート・マネジメント論演習

芸術文化は、都市や市民が抱える問題解決や創造性を刺激する多様な接触機会であり、都市型集客交流を支える主要な資産でもある。都市の創造的なアート・マネジメントとは、環境、経済、メディア、行政組織、公共政策、金融などの多様な分野における創造的な課題設定と方法であり、都市の既存システムやインフラなどの社会資本を、「創造資本」として転換させる文化政策でもある。

授業では、創造都市、文化経済、メディア芸術、フェスティバル・エコノミー、トランスメディアをキーワードとして、本授業は、札幌市の創造都市施策や国際芸術祭（2014）における実際のアート・マネジメント手法を題材に、芸術文化政策の理念、ソーシャルメディア・マネジメントなどを経験的に探索する。

授業の方法として(1) 視角資料を用いた世界の創造都市施策やアートプロジェクトに関する講義を基本に、札幌駅前地下歩行空間活用計画、札幌国際芸術祭におけるアート・マネジメント手法を考える。芸術文化の資産評価や芸術文化観光に関わるプレゼンテーションや講義を行う。(2) 授業構成：現代美術、伝統文化資産、地域再生、情報メディア環境に連続する世界の多様な文化経営手法を参照する。創造都市という観点からは、欧州文化首都政策やユネスコ創造都市ネットワークなどの事例研究や国内における創造都市施策などを参照し、受講者の本授業への要望も授業計画に反映する。

世界潮流といえる「創造都市」施策と芸術文化の役割、札幌国際芸術祭 2014(ゲストディレクター・坂本龍一)の開催計画を参照し、行政レベルでの文化経営手法や市民主体の創造資本形成手法を学ぶ。受講者は、創造都市における具体的な課題解決に向けた提案作成を行う。ことを到達目標とする。

3-11 文化資源マネジメント論演習

文化資源、文化遺産、マネジメント、都市計画、景観まちづくり、観光開発、国際協力をキーワードとして、世界遺産条約をはじめとするユネスコやイコモス等による様々な条約文や憲章、宣言、また文化財保護法や都市計画法、景観法、歴史まちづくり法などの法制度を読み解き、文化資源マネジメントによる観光開発やまちづくり、国際協力などの将来のあり方について教員のもつ豊富な事例研究の蓄積の解説を通して学び考える。

前半では、現代の都市は、いかにして計画（都市計画）され運営（都市政策）されているかについて、欧米や日本の諸都市の制度史や計画事例の中で具体的に示す。また、札幌市の都市計画を事例に日本の法定都市計画の仕組みを概観する。後半では、ツーリズムの異文化交流現象としての本質について説明し、続いてツーリズムを主導する様々な理論と類型について整理した後、近年の日本及び国際社会におけるツーリズムと遺産保護のあり方に関するパラダイムの変遷をユネスコやイコモスの宣言文や憲章をもとに解説する。こうした理論を具体的に把握するととも

に、現代における遺産とツーリズムの持続可能な関係構築の到達点に関する理解を促すため、ツーリズム開発が遺産マネジメントに果たす役割と効果および問題と課題について、国内外の自然・文化・無形遺産の事例に基づいて講義する。さらに伝統的コミュニティである歴史的な集落・町並みにおける景観管理とまちづくりの実践事例である白川村合掌集落（世界文化遺産）や竹富島伝統的建造物群保存地区について詳細に学ぶ。

以下の論点について、受講学生個々が視座を定め、実社会において文化資源マネジメントを実践できる基礎能力を身につけることを到達目標とする。

- (1) 日本の都市や地域はいかなる計画概念の元でコントロールされているか
- (2) 世界遺産条約や文化財保護法の理念とマネジメント手法とはいかなるものか
- (3) 研究と実践の視点から見た地域におけるフィールドワークとはいかなるものか

④マネジメント全般、プロジェクト・マネジメントに関する知識・能力

支援活動の観光地域づくりのマネジメントに関する知識・能力は、観光地域づくりのマネジメントの機能を果たすために必要な知識・能力であり、「④マネジメント全般、プロジェクト・マネジメントに関する知識・能力」と言える。

4-1 リーダーシップ論

本講義は、時代を切り開いてきたリーダーに焦点を当て、さらにこれからのリーダーのあるべき姿についても議論していく。受講生は授業において、何が強い「破壊と変革と創造のリーダー」の要件かについて考える機会を持つ。その際、強いリーダーに関する一般論を学ぶと同時に、個別具体的な事例を知ることにより、リーダー論の多様性と深さを学習する。授業の後半において、受講生は自らのリーダーシップ論をチーム討議、クラス発表・討議を行う体験を通じて、リーダーシップ論を実感する。この体験は受講後もリーダーシップ論について折に触れ再考する、という持続的学習への途を拓く。

4-2 教育心理学

(略)

4-3 人格心理学

(略)

4-4 道徳学

(略)

4-5 口頭・文書・図表等表現力

(略)

4-6 プロジェクト知識体系ガイド (PMBOK/PMP資格)

(略)

4-7 コアスキル研修 (クリティカル・シンキング)

(略)

4-8 チェンジマネジメント研修

(略)

4-9 経営学

(略)

4-10 基礎統計学

(略)

4-11 経営戦略論

経営戦略論は、現実の企業経営と密接に関連している実践的要素の強い科目である。本講義では、さまざまな企業の置かれている環境とそれに対する経営戦略を理解し、実践的な場面でも応用できる知識と考え方を提供することを目標に進めていく。そこで、新聞やビジネス誌などをもとに、実際の経営戦略をケースとしてできるだけ取り上げるようにする。

そして、なぜこの企業はこの戦略を採るのか、その戦略によってどのような効果が期待されるのか、ということに関して、古典から最先端の理論を使って解釈することを焦点に講義を行う。

4-12 観光地域マネジメント演習

持続可能な地域、自立的な地域、地域マネジメント、地域経営、ガバナンス、エンパワーメント、参加、市民活動、マネジメントをキーワードに観光地域マネジメントとは、観光地を含む「地域」をよりよい状態にするための「やりくり」である。この授業では、自治体経営という狭義のマネジメントではなく、地域内の多様な関係者(アクター)を含めた「地域経営」活動が地域マネジメントだと捉えている。そしてこの授業では、地域マネジメントが単なる「経営技術」ではなく、持続可能な地域の実現のための多様な関係者の協働、ガバナンスであり、地域住民の「エンパワーメント」であることを学ぶ。

また、地域内外の交流を前提とした「自律的で」かつ「持続可能な」地域マネジメントを目指すモデルを前提にして、事例研究をもとにそれを学習する。

この科目を受講した学生は、

- (1) 地域マネジメントにかんする多様な考え方や手法、アプローチを理解できる、
- (2) 地域マネジメントが必要になった背景を理解し、説明できる

- (3) 地域の現状を分析し、整理して表現できる、
- (4) 地域マネジメントにかんする具体的な提案を考えることができることを目指す。

4-13 地域戦略論演習

地域ブランド、ゆるキャラ、ご当地グルメ、地域デザイン、地域イノベーションがキーワードであり、本講義の目標のうち、最も大きな柱は地域ブランドを創出（地域ブランディング）するための基本的知識の修得である。

現在、地域が戦略的に取り組まねばならないブランディング対象は三分される。(1)観光目的地（デスティネーション）のブランディング、(2)地場産品や地域サービスのブランディング、(3)前出(1)と(2)の複合的ブランディングである。

(1)については、よくまとまった欧文の教科書が出版されるようになってきている。一方(2)については、日本には歴史的背景から伝統的産地が多く、事例研究が豊富である。(3)については、まとまった研究は少ないが、我が国では最近、典型的事例として「ゆるキャラ」や「ご当地グルメ」のブームが起り、これらが地域名を冠したキャラクターやグルメを使うことで、特A級観光資源あるいは特A級ビッグイベント（世界遺産やオリンピック）などに頼らずとも、地域の側から新しい観光ニーズを促進したり、地域資源を魅力化したりする可能性に活路を拓いている。ゆるキャラやご当地グルメは、各種の地域イベントとの結びつきも強く（例えば、ワイン・ツーリズムやフード・ツーリズム）、地域活性化への貢献が期待されることから、本演習では特に(3)に注力し、次代の地域戦略を担う人材形成や新しい研究創出に資することを狙う。

本演習では、ブランド論やイノベーション論のなかでも地域戦略に適用可能な理論を中心に紹介する。これによって、「地域デザイン」発想の基礎力を重点的に養成する。

なお、地域における三つのブランディング課題に対応する形で以下の三つの到達目標を設定する。

- (1)観光目的地（デスティネーション）のブランディングに関する世界の研究動向を理解し、自らの論文やレポートなどに引用することができる（テクニカル・スキル）。
- (2)地場産品や地域サービスのブランディングに関する代表事例を把握し、別の地域課題への適用に際して、地域内外の関係者を適切な方向に導くことができる（ヒューマン・スキル）。
- (3)観光目的地と地場産品や地域サービスの複合的ブランディングによって、地域振興を行うための地域デザインを提言し、企画にまとめることができる（コンセプチャル・スキル）。を到達目標とする。

資料 2

全国自治体アンケート調査

集計表

目次

%表 N表

① 「観光地域づくり」の取り組みの実施	1
②A-1 事業区分 <1 番目>	3
②B-1 実施主体 <1 番目>	5
②C-1 連携先 <1 番目>	7
②D-1 取り組みを進める上での問題 <1 番目>	9
②E-1 取り組みの内容 <1 番目>	11
②A 事業区分 <統合 回答数ベース>	17
②B 実施主体 <統合 回答数ベース>	19
②C 連携先 <統合 回答数ベース>	21
②D 取り組みを進める上での問題 <統合 回答数ベース>	23
②E 取り組みを進める上での問題について	25
③ 取り組みを進める上での問題について	31
④ 地域内での人材に関する問題について	33
⑤ 「観光地域づくり」を実際に担われている人材が「備えている」知識・経験・スキル・態度	35
⑥ 「観光地域づくり」を担う人材が「備えておくべき」知識・経験・スキル・態度	39
⑧-1 産業別就業人口の多い産業：1位	43
⑧-2 産業別就業人口の多い産業：2位	45
⑧-3 産業別就業人口の多い産業：3位	47
⑨A 立地企業件数：資本金5,000万円未満	49
⑨B 立地企業件数：資本金5,000万円～1億円未満	51
⑨C 立地企業件数：資本金1億円～3億円未満	53
⑨D 立地企業件数：資本金3億円～10億円未満	55
⑨E 立地企業件数：資本金10億円～50億円未満	57
⑨F 立地企業件数：資本金50億円以上	59
⑩A 資本別割合：地域内の資本の企業	61
⑩B 資本別割合：地域外・国内資本の企業	63
⑩C 資本別割合：外国資本の企業	65
⑪A 自治体における年間観光入込客数	67
⑪B 自治体における年間宿泊客数	69
⑪C 自治体における年間宿泊客延べ数	71
⑪D 自治体の観光関連予算規模（総予算に占める割合）	73
⑪E 自治体の宿泊施設規模（床数）（宿泊施設タイプ問わず合計で）	75
自治体の人口	77
回答部署	79
地域観光取組みの因子分析によるクラスターグループ	81

① 「観光地域づくり」の取り組みの実施

		全 体		該当数	実施されている	実施されていない	わからない
クラス スタ グ ル ア 別	祭り・イベント重視型	772	82.0	15.8	2.2		
	ニューツーリズム重視型	159	100.0	0.0	0.0		
	企業誘致雇用創出型	58	100.0	0.0	0.0		
	旅行商品開発重視型	45	100.0	0.0	0.0		
	宝探し型	47	100.0	0.0	0.0		
	宝探し型	62	100.0	0.0	0.0		
	人材育成重視型	35	100.0	0.0	0.0		
	インバウンド型	42	100.0	0.0	0.0		
	消極的取り組み	165	100.0	0.0	0.0		
	取り組みなし	139	0.0	87.8	12.2		
回 答 部 署 別	観光専門部署	454	87.2	10.6	2.2		
	総務、企画部署	33	69.7	30.3	0.0		
	産業振興、地域振興部署	166	78.9	18.7	2.4		
	経済産業、商工部署	101	67.3	30.7	2.0		
	その他部署	17	82.4	11.8	5.9		
	1万人未満	167	74.3	24.0	1.8		
	1～3万人未満	191	82.7	16.8	0.5		
	3～5万人未満	120	83.3	14.2	2.5		
	5～10万人未満	135	80.0	15.6	4.4		
	10～30万人未満	119	89.1	8.4	2.5		
30万人以上	39	92.3	5.1	2.6			
エ リ ア 別	北海道	95	81.1	17.9	1.1		
	東北	89	82.0	16.9	1.1		
	関東	156	80.8	17.9	1.3		
	北陸	77	84.4	13.0	2.6		
	中部	93	77.4	16.1	6.5		
	近畿	77	84.4	11.7	3.9		
	中国・四国	77	81.8	15.6	2.6		
	九州・沖縄	107	85.0	15.0	0.0		

① 「観光地域づくり」の取り組みの実施

産業別 観光 客 数	全 体		該当 数	実 施 さ れ て い る	実 施 さ れ て い な い	わ か ら な い
	772	15.8				
農 業、林業、漁業	155	22.6	0.6			
建設業	23	17.4	4.3			
製造業	285	16.1	3.5			
卸売業、小売業	186	14.5	2.7			
宿泊業、飲食サービス業	24	12.5	0.0			
宿泊業、飲食サービス業	34	11.8	0.0			
その他サービス業	15	6.7	0.0			
医療、福祉	15	6.7	0.0			
年間 観光 客 数	79	32.9	5.1			
10万人未満	204	20.1	0.5			
10～50万人未満	113	18.6	1.8			
50～100万人未満	252	6.3	2.8			
100～500万人未満	55	1.8	3.6			
500万人以上	273	21.6	2.6			
年間 宿泊 客 数	54	9.3	3.7			
10～50万人未満	97	10.3	2.1			
50～100万人未満	23	8.7	0.0			
100～500万人未満	18	0.0	0.0			
500万人以上	18	100.0	0.0			

②A-1 事業区分 <1 番目>

	該当数	ハード事業	ソフト事業	わからない	不明
	633	22.6	76.5	3.2	0.5
	全 体				
クラス	159	13.2	80.5	7.5	0.0
スタ	58	25.9	82.8	0.0	0.0
グ	45	35.6	62.2	4.4	2.2
レ	47	17.0	85.1	0.0	0.0
ル	62	14.5	90.3	0.0	0.0
ア	35	11.4	88.6	0.0	0.0
別	42	11.9	88.1	2.4	0.0
	165	37.0	62.4	1.8	0.6
	0	0.0	0.0	0.0	0.0
回	396	23.2	76.0	3.0	0.8
答	23	21.7	69.6	8.7	0.0
部	131	24.4	74.8	3.8	0.0
署	68	17.6	82.4	1.5	0.0
別	14	14.3	85.7	0.0	0.0
人	124	31.5	63.7	6.5	0.0
口	158	23.4	74.7	2.5	1.3
別	100	24.0	80.0	2.0	0.0
	108	17.6	84.3	1.9	0.0
	106	16.0	80.2	2.8	0.9
	36	19.4	83.3	2.8	0.0
	77	22.1	72.7	6.5	1.3
	73	20.5	75.3	4.1	1.4
	126	15.9	82.5	2.4	0.0
	65	29.2	73.8	0.0	0.0
	72	19.4	73.6	8.3	1.4
	65	24.6	80.0	1.5	0.0
	63	27.0	77.8	0.0	0.0
	91	27.5	72.5	2.2	0.0

②A-1 事業区分 <1番目>

全 体		該当数	ハード事業	ソフト事業	わからない	不明
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	633	22.6	76.5	3.2	0.5	
農 業、 林 業、 漁 業	119	30.3	66.4	4.2	0.8	
建 設 業	18	27.8	72.2	5.6	0.0	
製 造 業	229	19.2	78.6	3.5	0.4	
卸 売 業、 小 売 業	154	19.5	82.5	0.6	0.0	
宿 泊 業、 飲 食 サ ー ビ ス 業	21	28.6	66.7	4.8	0.0	
そ の 他 サ ー ビ ス 業	30	23.3	73.3	6.7	0.0	
医 療、 福 祉	14	14.3	100.0	0.0	0.0	
年 間 観 光 人 込 客	49	22.4	75.5	4.1	0.0	
1 0 万 人 未 満	162	25.3	71.0	4.3	1.2	
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	90	24.4	76.7	2.2	0.0	
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	229	22.3	79.5	1.3	0.4	
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	52	17.3	76.9	7.7	0.0	
5 0 0 万 人 以 上	207	21.7	77.8	2.9	0.5	
年 間 宿 泊 客 数	47	19.1	78.7	2.1	0.0	
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	85	25.9	72.9	4.7	0.0	
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	21	19.0	81.0	0.0	0.0	
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	18	27.8	72.2	0.0	0.0	
5 0 0 万 人 以 上						

②B-1 実施主体 <1 番目>

	該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
	633	70.3	34.4	0.8	0.8
	全 体				
クラス	159	66.7	35.2	1.3	0.6
スタ	58	69.0	48.3	0.0	0.0
グル	45	84.4	15.6	4.4	2.2
アル	47	63.8	42.6	0.0	0.0
別	62	59.7	51.6	0.0	0.0
	35	77.1	25.7	0.0	0.0
	42	69.0	33.3	0.0	2.4
	165	76.4	27.9	0.0	0.6
	0	0.0	0.0	0.0	0.0
回	396	69.7	34.3	1.3	1.0
答	23	69.6	30.4	0.0	0.0
部	131	73.3	32.1	0.0	0.8
署	68	67.6	41.2	0.0	0.0
別	14	71.4	35.7	0.0	0.0
人	124	75.0	29.0	0.8	0.0
口	158	62.7	39.2	0.6	1.3
別	100	71.0	40.0	0.0	0.0
	108	71.3	36.1	0.9	0.9
	106	75.5	25.5	0.9	1.9
	36	66.7	38.9	2.8	0.0
	77	62.3	39.0	1.3	1.3
	73	67.1	37.0	1.4	1.4
	126	69.8	34.1	1.6	0.8
	65	72.3	33.8	0.0	0.0
	72	69.4	34.7	1.4	2.8
	65	72.3	35.4	0.0	0.0
	63	79.4	30.2	0.0	0.0
	91	71.4	31.9	0.0	0.0

②B-1 実施主体 <1 番目>

全 体		該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
産業別施設別人口トツブ	農業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	633	70.3	34.4	0.8	0.8
年間観光入込客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	119 18 229 154 21 30 14	69.7 61.1 71.6 70.1 76.2 86.7 42.9	35.3 33.3 33.2 35.7 33.3 20.0 64.3	0.8 5.6 0.9 0.6 0.0 0.0 0.0	0.8 0.0 0.4 0.6 0.0 0.0 0.0
年間宿泊客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	49 162 90 229 52	71.4 67.9 72.2 72.5 67.3	34.7 34.6 37.8 33.2 34.6	0.0 0.6 1.1 0.4 3.8	0.0 0.6 0.0 1.3 0.0
年間観光入込客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	207 47 85 21 18	64.7 78.7 75.3 76.2 77.8	41.5 23.4 31.8 33.3 22.2	0.5 0.0 1.2 0.0 0.0	0.5 0.0 0.0 0.0 0.0

◎C-1 連携先 <1番目>

	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
	633	39.2	69.4	3.5	0.8	1.3
		全 体				
クラス	159	37.1	67.9	6.3	1.3	1.3
スタ	58	51.7	69.0	1.7	0.0	0.0
グル	45	57.8	55.6	0.0	0.0	4.4
アル	47	27.7	87.2	2.1	0.0	0.0
別	62	35.5	71.0	4.8	0.0	1.6
	35	28.6	74.3	0.0	2.9	2.9
	42	23.8	83.3	4.8	0.0	0.0
	165	44.2	64.2	3.0	0.6	0.6
	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
回	396	38.6	69.9	3.0	1.0	1.5
答	23	47.8	47.8	13.0	0.0	0.0
部	131	40.5	67.2	3.1	0.8	1.5
署	68	33.8	77.9	4.4	0.0	0.0
別	14	50.0	64.3	0.0	0.0	0.0
人	124	41.9	59.7	4.8	1.6	1.6
口	158	43.7	62.7	1.3	1.9	1.3
別	100	39.0	77.0	4.0	0.0	1.0
	108	36.1	71.3	6.5	0.0	0.9
	106	34.0	74.5	2.8	0.0	1.9
	36	33.3	88.9	0.0	0.0	0.0
	77	41.6	67.5	1.3	0.0	1.3
	73	41.1	64.4	5.5	1.4	1.4
	126	36.5	72.2	4.8	0.8	1.6
	65	41.5	66.2	1.5	1.5	0.0
	72	31.9	75.0	4.2	0.0	1.4
	65	41.5	73.8	1.5	0.0	1.5
	63	41.3	68.3	4.8	0.0	3.2
	91	39.6	65.9	3.3	2.2	0.0

②C-1 連携先 <1番目>

	全 体	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
産業別就業別業種別人口トブ	農業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	633	39.2	69.4	3.5	0.8	1.3
年間観光入込客	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	119	39.5	63.9	3.4	1.7	1.7
年間宿泊客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	18	50.0	44.4	5.6	0.0	5.6
		229	40.6	69.4	4.8	0.4	0.9
		154	40.9	73.4	0.6	1.3	0.6
		21	33.3	85.7	0.0	0.0	0.0
		30	33.3	83.3	0.0	0.0	0.0
		14	28.6	78.6	0.0	0.0	7.1
		49	38.8	59.2	8.2	4.1	0.0
		162	42.0	63.0	4.3	0.0	2.5
		90	48.9	66.7	2.2	2.2	0.0
		229	37.1	73.8	3.5	0.4	1.3
		52	25.0	82.7	1.9	0.0	1.9
		207	44.4	59.4	4.8	1.4	2.4
		47	42.6	72.3	0.0	0.0	0.0
		85	38.8	72.9	4.7	0.0	0.0
		21	14.3	95.2	0.0	0.0	0.0
		18	38.9	77.8	0.0	0.0	5.6

②D-1 取り組みを進める上での問題 <1 番目>

	該当数	あり	なし	わからない	不明
	633	75.4	10.6	11.8	2.2
	全 体				
クラス	159	71.1	9.4	17.6	1.9
スタ	58	86.2	5.2	8.6	0.0
グル	45	77.8	15.6	4.4	2.2
アル	47	83.0	8.5	4.3	4.3
別	62	87.1	4.8	6.5	1.6
	35	82.9	8.6	8.6	0.0
	42	81.0	9.5	7.1	2.4
	165	67.3	15.2	14.5	3.0
	0	0.0	0.0	0.0	0.0
回答	396	78.3	11.1	8.1	2.5
部署	23	69.6	8.7	21.7	0.0
署別	131	71.0	9.2	17.6	2.3
	68	67.6	11.8	19.1	1.5
	14	78.6	7.1	14.3	0.0
人口	124	67.7	16.1	14.5	1.6
別	158	79.7	6.3	9.5	4.4
	100	78.0	9.0	12.0	1.0
	108	75.9	10.2	12.0	1.9
	106	75.5	12.3	11.3	0.9
	36	72.2	11.1	13.9	2.8
エリア	77	84.4	10.4	3.9	1.3
別	73	69.9	11.0	16.4	2.7
	126	73.8	13.5	10.3	2.4
	65	80.0	7.7	12.3	0.0
	72	73.6	8.3	15.3	2.8
	65	78.5	10.8	9.2	1.5
	63	71.4	9.5	15.9	3.2
	91	72.5	11.0	13.2	3.3

②D-1 取り組みを進める上での問題 <1 番目>

	全 体	該 当 数	あ り	な し	わ か ら な い	不 明
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	農 業、 林 業、 漁 業 建 設 業 製 造 業 卸 売 業、 小 売 業 宿 泊 業、 飲 食 サ ー ビ ス 業 そ の 他 サ ー ビ ス 業 医 療、 福 祉	633	75.4	10.6	11.8	2.2
年 間 観 光 人 込 客	1 0 万 人 未 満 1 0 ～ 5 0 万 人 未 満 5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満 1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満 5 0 0 万 人 以 上	49	65.3	16.3	18.4	0.0
年 間 宿 泊 客 数	1 0 万 人 未 満 1 0 ～ 5 0 万 人 未 満 5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満 1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満 5 0 0 万 人 以 上	207	73.4	10.1	14.0	2.4
		47	76.6	14.9	8.5	0.0
		85	81.2	10.6	7.1	1.2
		21	71.4	19.0	4.8	4.8
		18	83.3	5.6	11.1	0.0

該当数	方圏近 生・隣 園住町 計自村 面立と 構運構 ・新 観光地	く共N り」J P O等 担い 手による 「新 地 城」 づ公	よ過 る疎 対地 域策 ・集 落活 性化 等に	中心市 街地 活活 性化	商業地 域サ ポート	地城 産業 支援	企業誘 致	め社 の会 取の りし 組み のイ ンフ ラ のイ ンフ ラ	ビジ ネス 支 援	起業 (ベン チャー)支 援	雇用創 出(拡 大)	業農 工商 連携 ・農 業6 次産	整歴 史ま ちづ くり 法に 基づ く	誘景 導観 ・景 観に 基 づく 建 設活 動の 成 果	生よ 1 3 ・整 備並 み、 1 4 の以 外全 ・手 法に	温泉街 の保 全・ 再 生・ 整 備	フ内 観光 ・受 け入 れサ レ ン 環境 ・整 備 (案 ア)	対(城 内交 通)の 活 用を 通 じ た 地 域 性 化	道 の駅 や休 憩施 設等 の整 備	域I 活C 性化 利 活用 を通 じた 地 域 性 化	にた地 よめ る資 源の お取 り 探 査 (・ 地 域 性 住 民 の 活 性 化 の 取 組 み)
633	39.5	11.4	9.8	18.6	7.1	16.1	10.7	1.7	3.9	4.1	8.1	15.6	1.7	6.3	6.8	5.1	31.3	8.4	18.0	3.5	22.9
159	35.8	3.8	0.0	11.9	1.3	5.0	9.4	0.6	0.0	1.3	5.0	8.2	1.3	1.3	2.5	1.9	20.8	4.4	12.6	0.6	3.1
58	56.9	31.0	44.8	24.1	8.6	22.4	17.2	6.9	10.3	10.3	17.2	36.2	3.4	13.8	8.6	15.5	43.1	15.5	29.3	5.2	36.2
47	66.7	15.6	22.2	64.4	62.2	84.4	46.7	2.2	17.8	17.8	51.1	42.2	2.2	24.4	22.2	13.3	73.3	40.0	51.1	17.8	46.7
45	42.6	6.4	6.4	17.0	4.3	25.5	2.1	2.1	8.5	4.3	0.0	38.3	0.0	10.6	4.3	2.1	27.7	0.0	14.9	2.1	34.0
62	21.0	19.4	14.5	19.4	1.6	8.1	3.2	1.6	3.2	1.6	3.2	6.5	1.6	3.2	12.9	3.2	27.4	0.0	14.5	0.0	100.0
35	60.0	28.6	11.4	14.3	5.7	14.3	8.6	0.0	2.9	5.7	11.4	17.1	5.7	0.0	5.7	8.6	54.3	22.9	25.7	11.4	31.4
42	57.1	9.5	4.8	28.6	4.8	4.8	11.9	0.0	4.8	4.8	4.8	9.5	2.4	7.1	2.4	11.9	42.9	19.0	16.7	7.1	21.4
165	31.5	7.3	4.8	11.5	1.8	11.5	6.7	1.8	1.2	1.8	1.2	8.5	1.2	5.5	6.7	1.8	24.2	1.8	13.3	1.2	0.0
0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
396	43.4	12.1	9.8	21.2	9.3	14.1	13.1	1.3	4.0	4.5	9.1	16.4	2.3	7.1	7.6	6.6	34.3	11.6	21.0	4.0	23.5
23	30.4	4.3	8.7	17.4	0.0	30.4	8.7	0.0	4.3	8.7	17.4	8.7	0.0	4.3	0.0	0.0	47.8	8.7	21.7	8.7	30.4
131	33.6	10.7	10.7	16.0	5.3	17.6	7.6	3.8	4.6	1.5	4.6	15.3	0.8	5.3	6.1	3.1	23.7	3.1	13.0	1.5	21.4
68	30.9	11.8	5.9	10.3	1.5	16.2	2.9	0.0	1.5	4.4	5.9	14.7	0.0	4.4	5.9	0.0	25.0	0.0	11.8	1.5	13.2
14	35.7	7.1	21.4	14.3	0.0	35.7	14.3	0.0	7.1	7.1	7.1	14.3	7.1	7.1	7.1	14.3	21.4	7.1	7.1	1.5	57.1
124	40.3	6.5	13.7	5.6	5.6	18.5	5.6	1.6	2.4	2.4	7.3	16.9	1.6	7.3	4.0	2.4	30.6	2.4	18.5	2.4	15.3
158	44.3	11.4	10.8	13.3	4.4	12.0	10.1	1.9	4.4	2.5	5.1	17.1	0.6	1.3	7.6	1.3	25.3	5.1	17.1	0.6	22.8
100	34.0	16.0	12.0	24.0	7.0	18.0	14.0	2.0	5.0	8.0	14.0	22.0	3.0	9.0	8.0	10.0	37.0	15.0	23.0	10.0	28.0
108	38.0	12.0	6.5	17.6	4.6	14.8	15.7	0.9	4.6	2.8	10.2	13.9	0.9	10.2	6.5	4.6	33.3	3.7	17.6	1.9	22.2
106	40.6	10.4	5.7	34.9	15.1	19.8	9.4	1.9	2.8	4.7	6.6	12.3	1.9	2.8	6.6	8.5	33.0	17.0	17.9	2.8	24.5
36	30.6	16.7	8.3	27.8	8.3	13.9	11.1	0.0	5.6	8.3	5.6	2.8	5.6	16.7	11.1	8.3	33.3	13.9	8.3	8.3	33.3
77	39.0	10.4	6.5	11.7	6.5	14.3	9.1	0.0	3.9	2.6	6.5	14.3	0.0	3.9	1.3	2.6	24.7	7.8	26.0	1.3	20.8
73	43.8	6.8	8.2	17.8	6.8	16.4	11.0	0.0	1.4	4.1	5.5	26.0	2.7	4.1	2.7	6.8	31.5	9.6	16.4	4.1	20.5
126	30.2	7.9	5.6	19.0	12.7	15.9	12.7	0.8	2.4	5.6	11.1	16.7	1.6	8.7	6.3	1.6	26.2	7.1	14.3	1.6	20.6
65	43.1	12.3	13.8	21.5	6.2	18.5	10.8	3.1	7.7	4.6	7.7	29.2	0.0	9.2	12.3	10.8	36.9	10.8	13.8	4.6	26.2
72	40.3	12.5	8.3	25.0	5.6	13.9	16.7	2.8	4.2	5.6	6.9	8.3	2.8	4.2	8.3	2.8	31.9	8.3	20.8	2.8	31.9
65	40.0	7.7	6.2	20.0	4.6	16.9	4.6	3.1	3.1	1.5	6.2	7.7	0.0	6.2	4.6	0.0	29.2	3.1	9.2	1.5	21.5
63	57.1	22.2	25.4	19.0	6.3	19.0	7.9	3.2	9.5	7.9	17.5	19.0	3.2	7.9	11.1	15.9	47.6	14.3	30.2	9.5	25.4
91	33.0	14.3	9.9	16.5	4.4	15.4	11.0	1.1	2.2	1.1	3.3	6.6	3.3	5.5	8.8	4.4	29.7	7.7	16.5	4.4	19.8

②E-1 取り組みの内容 < 1 番目 >

該当数	該当数	等当食	食を	した	業ア	取近	した	自	農	ニ	体	火	再	進	行	観	使	わ	着	の	風	M	訪	教	
		当	を	取	業ア	取近	した	自	農	ニ	体	火	再	進	行	観	使	わ	着	の	風	M	訪	教	
		当	を	取	業ア	取近	した	自	農	ニ	体	火	再	進	行	観	使	わ	着	の	風	M	訪	教	
633	633	34.4	19.7	4.6	3.9	26.7	17.1	4.4	22.6	49.6	8.1	5.8	36.3	4.7	19.6	11.8	18.2	2.8	3.2	3.2	3.2	3.2	10.9	11.4	
159	159	34.0	11.9	2.5	1.3	21.4	3.1	1.9	11.3	91.2	4.4	0.6	40.3	1.9	22.6	6.3	1.3	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	2.5
58	58	43.1	29.3	6.9	5.2	51.7	91.4	17.2	56.9	60.3	37.9	25.9	55.2	13.8	29.3	25.9	29.3	6.9	6.9	10.3	8.6	8.6	29.3	60.3	
45	45	68.9	60.0	20.0	11.1	46.7	20.0	8.9	33.3	73.3	15.6	17.8	66.7	17.8	35.6	26.7	42.2	13.3	13.3	2.2	2.2	6.7	6.7	17.8	8.9
47	47	46.8	12.8	6.4	6.4	34.0	27.7	6.4	55.3	29.8	6.4	6.4	29.8	6.4	10.6	23.4	91.5	2.1	2.1	6.4	0.0	0.0	0.0	0.0	10.6
62	62	38.7	24.2	3.2	4.8	32.3	11.3	4.8	21.0	54.8	8.1	4.8	51.6	0.0	8.1	12.9	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	0.0	0.0	1.6	1.6
35	35	57.1	37.1	5.7	2.9	37.1	37.1	0.0	37.1	74.3	0.0	5.7	48.6	11.4	37.1	8.6	40.0	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	14.3	34.3
42	42	52.4	26.2	9.5	7.1	23.8	9.5	4.8	31.0	61.9	14.3	7.1	57.1	4.8	69.0	14.3	45.2	4.8	4.8	9.5	19.0	19.0	88.1	19.0	
165	165	12.1	10.3	0.6	3.0	15.2	2.4	1.8	7.3	0.6	0.6	1.2	10.3	1.2	1.8	6.1	0.0	0.6	0.6	1.2	0.6	0.6	0.0	1.8	
0	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
396	396	36.1	22.2	5.3	5.3	30.8	20.2	5.6	25.5	51.5	8.3	6.3	37.6	5.3	22.5	13.9	21.0	3.5	3.5	4.3	4.0	4.0	14.6	14.9	
23	23	43.5	17.4	0.0	8.7	21.7	13.0	4.3	17.4	39.1	8.7	8.7	34.8	8.7	8.7	4.3	26.1	0.0	0.0	0.0	4.3	4.3	8.7	8.7	
131	131	32.8	16.8	3.8	0.8	19.1	11.5	2.3	19.1	46.6	7.6	3.8	34.4	3.1	16.8	10.7	15.3	1.5	1.5	1.5	0.8	0.8	3.8	6.1	
68	68	26.5	11.8	1.5	0.0	17.6	11.8	1.5	16.2	48.5	7.4	5.9	33.8	1.5	11.8	5.9	7.4	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	2.9	2.9	
14	14	21.4	21.4	14.3	7.1	35.7	14.3	7.1	14.3	42.9	7.1	7.1	35.7	14.3	21.4	7.1	7.1	0.0	0.0	7.1	14.3	14.3	14.3	7.1	
124	124	23.4	12.1	0.0	1.6	29.0	17.7	2.4	21.8	39.5	10.5	9.7	25.8	1.6	10.5	6.5	12.1	2.4	2.4	2.4	0.8	0.8	4.8	10.5	
158	158	28.5	15.8	3.8	1.3	22.8	23.4	4.4	21.5	45.6	12.0	5.1	30.4	3.2	12.7	11.4	13.9	0.6	0.6	3.2	0.0	0.0	5.1	12.0	
100	100	48.0	27.0	3.0	4.0	35.0	23.0	3.0	27.0	65.0	12.0	9.0	45.0	10.0	26.0	10.0	23.0	8.0	8.0	5.0	3.0	3.0	18.0	16.0	
108	108	40.7	20.4	5.6	4.6	29.6	8.3	4.6	23.1	48.1	3.7	2.8	39.8	5.6	24.1	15.7	18.5	3.7	3.7	3.7	0.9	0.9	7.4	7.4	
106	106	36.8	25.5	8.5	7.5	26.4	12.3	6.6	13.2	56.6	2.8	4.7	41.5	4.7	22.6	13.2	22.6	1.9	1.9	1.9	9.4	9.4	18.9	8.5	
36	36	33.3	25.0	13.9	11.1	5.6	11.1	8.3	44.4	41.7	0.0	0.0	50.0	5.6	41.7	22.2	30.6	0.0	0.0	2.8	13.9	13.9	25.0	19.4	
77	77	28.6	7.8	1.3	3.9	23.4	20.8	2.6	23.4	46.8	13.0	3.9	27.3	2.6	20.8	9.1	13.0	1.3	1.3	0.0	3.9	3.9	13.0	14.3	
73	73	30.1	19.2	2.7	4.1	27.4	20.5	6.8	23.3	47.9	8.2	5.5	32.9	6.8	17.8	9.6	32.9	2.7	2.7	11.0	2.7	2.7	9.6	17.8	
126	126	40.5	19.0	5.6	4.0	26.2	9.5	4.8	14.3	61.1	1.6	3.2	41.3	1.6	18.3	14.3	13.5	2.4	2.4	3.2	1.6	1.6	9.5	4.8	
65	65	40.0	23.1	4.6	1.5	36.9	26.2	3.1	33.8	44.6	16.9	12.3	35.4	6.2	13.8	16.9	20.0	6.2	6.2	4.6	1.5	1.5	10.8	18.5	
72	72	31.9	26.4	4.2	5.6	26.4	12.5	6.9	18.1	52.8	8.3	6.9	41.7	4.2	20.8	12.5	13.9	1.4	1.4	2.8	4.2	4.2	16.7	4.2	
65	65	24.6	18.5	6.2	3.1	12.3	7.7	1.5	13.8	43.1	4.6	3.1	38.5	6.2	24.6	10.8	4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	4.6	
63	63	49.2	28.6	11.1	6.3	34.9	31.7	7.9	34.9	52.4	9.5	11.1	39.7	12.7	27.0	12.7	30.2	6.3	6.3	1.6	6.3	6.3	17.5	19.0	
91	91	28.6	18.7	2.2	3.3	27.5	15.4	2.2	26.4	40.7	7.7	4.4	33.0	2.2	16.5	8.8	20.9	3.3	3.3	2.2	5.5	5.5	8.8	13.2	

②E-1 取り組みの内容 < 1 番目 >

該当数	性域域つプロダクト	集落支援員の活用	録イ地者サ一)一(創造活用材のための)	れ・城活おし協力隊の受け入れ	大勝教	の地城活用ブランドアドバイザー	地域活性化伝道師の活用	使K「J」O「S」の「活カ用J a p a n Y O」	地城ガイドの育成	業し観人修光材の育、成宿施設等お光産な	育観光経営マネジメント人材	ジ観一の域育つくりマネー	その他	不明	平均回答数
633	3.9	1.1	2.2	7.4	5.2	1.3	0.5	0.9	18.6	10.4	0.6	0.6	0.9	3.2	6.44
全 体															
159	1.3	0.6	0.0	5.0	1.3	0.6	0.6	0.0	16.4	0.6	0.0	0.0	0.6	0.0	4.19
58	10.3	1.7	10.3	25.9	15.5	5.2	1.7	3.4	32.8	22.4	1.7	1.7	1.7	0.0	12.86
45	13.3	2.2	2.2	8.9	17.8	4.4	2.2	2.2	40.0	33.3	2.2	2.2	0.0	0.0	15.29
47	4.3	0.0	4.3	8.5	4.3	2.1	0.0	0.0	17.0	0.0	4.3	2.1	0.0	0.0	7.19
62	3.2	3.2	1.6	4.8	4.8	1.6	0.0	1.6	11.3	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	5.89
35	5.7	5.7	5.7	14.3	5.7	0.0	0.0	2.9	71.4	97.1	0.0	0.0	0.0	0.0	10.60
42	7.1	0.0	2.4	7.1	9.5	0.0	0.0	0.0	9.5	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	8.98
165	1.2	0.0	0.6	3.0	1.8	0.0	0.0	0.6	6.7	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	2.41
0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00
396	4.3	0.8	3.3	5.3	5.3	1.0	0.3	1.3	20.5	12.6	1.0	1.0	1.3	2.8	7.13
23	4.3	4.3	0.0	13.0	13.0	0.0	0.0	0.0	17.4	17.4	0.0	0.0	0.0	0.0	6.17
131	3.1	0.8	0.8	9.2	3.8	1.5	1.5	0.8	16.8	5.3	0.0	0.0	0.8	3.1	5.28
68	2.9	2.9	0.0	13.2	5.9	2.9	0.0	0.0	13.2	5.9	0.0	0.0	0.0	7.4	4.67
14	7.1	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	6.64
124	3.2	1.6	0.8	14.5	4.8	2.4	0.0	0.0	16.9	6.5	0.0	0.0	0.0	3.2	5.24
158	2.5	1.3	1.9	9.5	4.4	0.6	0.0	1.9	14.6	7.6	1.3	2.5	1.9	3.2	5.63
100	9.0	3.0	4.0	8.0	8.0	2.0	1.0	2.0	25.0	15.0	2.0	0.0	1.0	2.0	8.36
108	4.6	0.0	0.9	1.9	2.8	0.9	0.9	0.9	18.5	7.4	0.0	0.0	1.9	2.8	6.19
106	1.9	0.0	2.8	3.8	4.7	0.9	0.9	0.0	17.9	15.1	0.0	0.0	0.0	5.7	7.14
36	2.8	0.0	5.6	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	27.8	19.4	0.0	0.0	0.0	0.0	7.50
77	3.9	0.0	1.3	13.0	5.2	0.0	0.0	0.0	9.1	6.5	1.3	1.3	0.0	2.6	5.49
73	1.4	0.0	4.1	12.3	4.1	1.4	1.4	0.0	21.9	19.2	0.0	2.7	0.0	5.5	6.93
126	4.8	0.8	2.4	4.0	2.4	0.8	0.8	1.6	13.5	7.1	0.0	0.0	0.0	3.2	5.85
65	3.1	1.5	1.5	3.1	9.2	0.0	0.0	1.5	21.5	15.4	1.5	0.0	1.5	1.5	7.52
72	6.9	0.0	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	18.1	6.9	0.0	0.0	0.0	2.8	6.47
65	1.5	1.5	1.5	3.1	4.6	1.5	0.0	0.0	18.5	1.5	0.0	1.5	1.5	4.6	4.87
63	4.8	3.2	3.2	17.5	11.1	3.2	1.6	3.2	31.7	15.9	1.6	0.0	1.6	1.6	9.44
91	4.4	2.2	3.3	4.4	3.3	3.3	0.0	1.1	20.9	13.2	1.1	0.0	3.3	3.3	5.90

②E-1 取り組みの内容 < 1 番目 >

		該当数	性・地域活性化プログラム	地域支援員の活用	事業者（力）の活用	地域・活用	大勝教	の活用	地域活性化	使「OS	地域ガイド	業し観	育成	ジ観	そ	不	平均	
全		633	3.9	1.1	2.2	7.4	5.2	1.3	0.5	0.9	18.6	10.4	0.6	0.6	0.9	3.2	6.44	
産業別 別業 別業 別業 別業 別業 別業 別業 別業 別業	農業、林業、漁業	119	1.7	1.7	2.5	14.3	7.6	2.5	0.0	1.7	17.6	10.9	0.8	1.7	0.0	4.2	6.13	
	建設業	18	0.0	0.0	0.0	16.7	5.6	5.6	0.0	0.0	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	5.6	5.47	
	製造業	229	5.7	1.3	0.4	3.9	4.8	0.4	1.3	0.4	17.0	10.0	0.9	0.4	1.7	3.1	6.57	
	卸売業、小売業	154	2.6	1.3	5.2	6.5	5.2	0.6	0.0	0.6	20.1	13.6	0.0	0.0	0.0	1.9	7.30	
	宿泊業、飲食サービス業	21	9.5	0.0	4.8	4.8	0.0	0.0	0.0	4.8	19.0	9.5	0.0	0.0	4.8	4.8	5.45	
	その他サービス業	30	6.7	0.0	0.0	6.7	3.3	3.3	3.3	0.0	33.3	10.0	0.0	0.0	3.3	3.3	6.55	
	医療、福祉	14	0.0	0.0	7.1	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	5.31	
	10万人未満	49	0.0	2.0	0.0	10.2	6.1	2.0	2.0	0.0	0.0	14.3	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.82
	10～50万人未満	162	4.3	0.6	1.2	9.9	4.9	1.9	0.6	0.0	14.8	6.2	0.0	0.0	1.2	0.6	3.7	5.59
	50～100万人未満	90	2.2	2.2	1.1	13.3	3.3	1.1	1.1	1.1	14.4	10.0	0.0	0.0	1.1	1.1	3.3	6.06
100～500万人未満	229	5.2	0.9	2.6	3.9	5.7	1.3	0.0	2.6	22.7	13.1	1.3	0.4	1.3	2.2	7.44		
500万人以上	52	3.8	1.9	5.8	1.9	5.8	0.0	0.0	1.9	21.2	23.1	0.0	0.0	1.9	3.8	8.62		
年間	207	2.4	1.4	0.5	8.7	2.9	1.9	1.9	0.0	0.0	16.4	3.9	0.5	1.4	0.5	2.4	5.03	
10～50万人未満	47	0.0	0.0	6.4	8.5	6.4	2.1	2.1	2.1	12.8	6.4	0.0	0.0	0.0	2.1	4.3	7.20	
50～100万人未満	85	5.9	1.2	4.7	9.4	10.6	1.2	1.2	0.0	2.4	27.1	17.6	2.4	1.2	2.4	2.4	9.10	
100～500万人未満	21	4.8	0.0	4.8	0.0	9.5	0.0	0.0	4.8	4.8	19.0	23.8	0.0	0.0	0.0	0.0	8.81	
500万人以上	18	16.7	0.0	5.6	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	16.7	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	9.28	

②A 事業区分 <統合 回答数ベース>

	該当数	ハード事業	ソフト事業	わからない	不明
	1220	20.5	77.5	2.0	11.6
	全 体				
クラス	278	16.9	78.4	4.7	0.0
スタ	92	20.7	78.3	1.1	0.0
グル	71	29.6	67.6	2.8	1.4
ル	87	19.5	80.5	0.0	0.0
別	128	18.8	81.3	0.0	0.0
	53	13.2	86.8	0.0	0.0
	69	15.9	82.6	1.4	0.0
	412	23.5	75.2	1.2	0.2
	0	0.0	0.0	0.0	0.0
回答	774	21.7	76.5	1.8	7.8
部	47	10.6	83.0	6.4	21.3
署	242	19.0	78.5	2.5	14.5
別	120	20.8	78.3	0.8	27.5
	36	16.7	83.3	0.0	8.3
人口	223	25.6	70.4	4.0	19.3
別	310	23.5	74.8	1.6	11.0
	171	21.6	77.2	1.2	11.7
	224	17.0	81.7	1.3	12.1
	204	15.2	83.3	1.5	6.9
	87	16.1	81.6	2.3	3.4
エリア	162	17.9	79.0	3.1	11.1
別	121	21.5	76.0	2.5	14.0
	241	16.6	82.2	1.2	12.4
	131	24.4	75.6	0.0	9.2
	136	22.8	72.1	5.1	16.2
	127	16.5	81.9	1.6	9.4
	107	22.4	76.6	0.9	13.1
	194	24.2	74.2	1.5	8.2

②B 実施主体 <統合 回答数ベース>

	該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
	1263	60.4	39.2	0.4	11.3
	全 体				
クラス	284	60.2	39.1	0.7	0.0
スタ	98	54.1	45.9	0.0	0.0
グル	74	70.3	27.0	2.7	1.4
アル	92	59.8	40.2	0.0	0.0
別	137	52.6	47.4	0.0	0.0
	60	65.0	35.0	0.0	0.0
	69	55.1	44.9	0.0	1.4
	422	63.3	36.7	0.0	0.2
	0	0.0	0.0	0.0	0.0
回答部署別	803	60.4	39.0	0.6	7.6
	47	66.0	34.0	0.0	21.3
	246	58.5	41.5	0.0	14.6
	128	60.2	39.8	0.0	25.8
	38	65.8	34.2	0.0	7.9
人口別	230	65.7	33.9	0.4	18.7
	311	58.5	41.2	0.3	11.3
	178	59.6	40.4	0.0	11.2
	234	57.3	42.3	0.4	11.5
	211	62.6	37.0	0.5	7.1
	98	58.2	40.8	1.0	3.1
エリア別	161	59.6	39.8	0.6	11.8
	128	61.7	37.5	0.8	13.3
	258	57.0	42.2	0.8	11.6
	138	64.5	35.5	0.0	8.7
	143	60.1	39.2	0.7	16.1
	129	58.1	41.9	0.0	9.3
	109	62.4	37.6	0.0	12.8
	196	62.2	37.8	0.0	8.2

②B 実施主体 <統合 回答数ベース>

	全 体	該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
産業別施設別人口トツブ	農業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	1263	60.4	39.2	0.4	11.3
年間観光入込客	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	220 39 446 336 48 58 31	60.0 69.2 59.4 59.2 68.8 74.1 51.6	39.5 28.2 40.1 40.5 31.3 25.9 48.4	0.5 2.6 0.4 0.3 0.0 0.0 0.0	16.8 12.8 12.8 9.8 6.3 6.9 3.2
年間宿泊客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	100 293 199 459 121	65.0 59.0 55.8 60.8 62.0	35.0 40.6 43.7 39.0 36.4	0.0 0.3 0.5 0.2 1.7	30.0 14.7 11.6 5.4 2.5
年間観光入込客	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	406 81 184 32 53	59.1 63.0 59.2 59.4 60.4	40.6 37.0 40.2 40.6 39.6	0.2 0.0 0.5 0.0 0.0	16.5 8.6 6.5 6.3 0.0

②C. 連携先 <統合 回答数ベース>

	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
	1327	31.8	62.9	4.1	1.1	10.8
		全 体				
クラス	297	33.0	60.6	4.7	1.7	0.3
スタ	102	38.2	57.8	2.9	1.0	0.0
グル	86	45.3	53.5	0.0	1.2	2.3
アル	104	27.9	69.2	2.9	0.0	0.0
ブ	140	30.0	63.6	5.7	0.7	0.0
別	59	23.7	74.6	0.0	1.7	0.0
	75	18.7	77.3	4.0	0.0	0.0
	438	32.4	61.0	5.5	1.1	0.0
	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
回答部署別	846	31.7	64.4	3.1	0.8	7.2
	54	38.9	53.7	5.6	1.9	18.5
	255	34.1	58.0	5.5	2.4	14.1
	130	26.2	65.4	8.5	0.0	25.4
	40	27.5	67.5	2.5	2.5	7.5
人口別	232	38.4	55.6	4.3	1.7	19.0
	334	35.9	57.2	4.8	2.1	10.2
	189	25.9	69.3	3.2	1.6	11.1
	241	29.9	63.1	7.1	0.0	11.2
	225	25.8	71.1	2.7	0.4	6.2
	104	31.7	68.3	0.0	0.0	2.9
エリア別	167	32.3	62.9	4.2	0.6	11.4
	137	38.0	56.2	4.4	1.5	11.7
	270	30.7	63.0	5.6	0.7	11.1
	143	32.2	65.0	1.4	1.4	8.4
	153	29.4	64.7	5.2	0.7	14.4
	133	33.8	62.4	3.0	0.8	9.8
	114	28.9	63.2	6.1	1.8	13.2
	208	30.3	64.9	2.9	1.9	7.7

②C. 連携先 <統合 回答数ベース>

	全 体	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
産業別観光客数		1327	31.8	62.9	4.1	1.1	10.8
農業、林業、漁業		225	34.7	57.8	5.8	1.8	16.4
建設業		37	43.2	48.6	8.1	0.0	16.2
製造業		476	32.4	61.8	4.8	1.1	12.2
卸売業、小売業		355	29.3	68.5	1.7	0.6	9.0
宿泊業、飲食サービス業		52	28.8	69.2	1.9	0.0	5.8
その他サービス業		61	32.8	63.9	1.6	1.6	6.6
医療、福祉		35	28.6	65.7	2.9	2.9	2.9
年間観光客数		102	33.3	51.0	13.7	2.0	29.4
10万人未満		311	34.4	58.8	4.8	1.9	14.1
10～50万人未満		210	34.8	60.0	4.3	1.0	11.0
50～100万人未満		483	29.0	67.5	2.9	0.6	5.2
100～500万人未満		125	27.2	71.2	1.6	0.0	2.4
500万人以上		417	37.6	55.4	5.5	1.4	16.5
年間宿泊客数		89	31.5	66.3	0.0	2.2	7.9
10～50万人未満		188	27.1	69.7	3.2	0.0	6.4
50～100万人未満		33	18.2	81.8	0.0	0.0	6.1
100～500万人未満		57	28.1	71.9	0.0	0.0	0.0
500万人以上							

②D 取り組みを進める上での問題 <統合 回答数ベース>

	全	体	該	あ	な	わ	不
	1166	76.2	11.8	12.0	12.9	12.0	12.9
クラス	271	74.2	11.8	14.0	0.7	14.0	0.7
スタ	84	84.5	3.6	11.9	0.0	11.9	0.0
グル	62	79.0	16.1	4.8	1.6	4.8	1.6
アル	84	77.4	15.5	7.1	1.2	7.1	1.2
別	119	85.7	6.7	7.6	0.8	7.6	0.8
	51	84.3	5.9	9.8	0.0	9.8	0.0
	67	85.1	6.0	9.0	1.5	9.0	1.5
	403	70.5	14.9	14.6	1.0	14.6	1.0
	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
回答	736	79.3	12.1	8.6	9.1	8.6	9.1
部	47	72.3	4.3	23.4	21.3	23.4	21.3
署	230	72.2	11.3	16.5	16.1	16.5	16.1
別	116	62.9	16.4	20.7	28.4	20.7	28.4
	36	83.3	5.6	11.1	8.3	11.1	8.3
人口	213	69.0	16.4	14.6	20.7	14.6	20.7
別	291	80.8	9.3	10.0	13.4	10.0	13.4
	158	75.3	7.6	17.1	13.3	17.1	13.3
	218	74.8	12.8	12.4	12.8	12.4	12.8
	203	77.8	12.8	9.4	6.9	9.4	6.9
	82	79.3	12.2	8.5	4.9	8.5	4.9
エリア	156	82.1	12.2	5.8	12.2	5.8	12.2
別	117	70.1	14.5	14.5	14.5	14.5	14.5
	229	74.2	14.8	10.9	14.0	10.9	14.0
	129	80.6	7.8	11.6	9.3	11.6	9.3
	132	80.3	9.8	9.8	17.4	9.8	17.4
	119	80.7	10.9	8.4	10.9	8.4	10.9
	99	69.7	11.1	19.2	15.2	19.2	15.2
	184	71.7	11.4	16.8	10.3	16.8	10.3

②E 取り組みの内容 <統合 回答数ベース>

		該当数	方圏近 生・隣 活定市 計住町 画立自 面構と 想連 ・新 ・地	く共N り」P の担 手による 新しい 城づ	よる疎 対策 づくり 集活 性化 等に	中心市 街地 活活 性化	商業地 域サ ポート	地域産 業支 援	企業誘 致	め社 の取 組の 変 更の た	ビ ジ ネ ス 支 援	起 業 （ ベン チャー ）支 援	雇 用 創 出 （ 拡 大 ）	業農 工 連 携 ・ 農 業 6 次 産	整 理 ま ち づ くり 法 に 基 づく	誘 導 観 景 に 基 づく 建 設 活 動 の 網 絡 形 成	生 ・ 整 備 並 み の 以 外 の 手 法 に	温 泉 街 の 保 全 ・ 再 生 ・ 整 備	フ リ ー 等 の サ イ ン ・ パ リ ア 案	対 策 （ 等 ） の 活 用 に 関 する 地 域 の 利 用 	道 の 駅 や 休 憩 施 設 等 の 整 備	城 I 活 性 化	に た め の 資 源 の 探 索 （ ・ 地 域 住 民 の 利 便 性 の 提 高 ）
全 体		5736	5.7	1.6	1.6	2.9	1.2	2.6	1.8	0.3	0.7	0.7	1.3	2.5	0.3	0.9	1.0	0.8	4.9	1.3	2.8	0.5	3.6
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ ブ	農業、林業、漁業	941	6.1	1.6	2.8	2.2	1.4	3.2	1.8	0.0	0.6	0.3	1.2	3.6	0.3	0.5	1.0	0.6	5.1	0.7	3.7	0.5	3.9
	建設業	152	6.6	2.6	0.7	0.7	0.7	3.3	0.7	0.0	0.7	1.3	2.6	3.3	0.0	0.7	0.7	0.0	2.6	0.0	3.3	0.7	6.6
別 業 別 人 口 ト ッ ブ	製造業	2097	5.7	1.3	1.6	3.3	1.1	3.0	1.5	0.4	0.9	0.7	1.0	2.3	0.2	0.9	1.4	1.0	5.1	1.4	2.5	0.5	3.4
	卸売業、小売業	1616	5.0	1.5	1.1	3.0	1.2	1.7	2.0	0.3	0.5	1.1	1.5	2.0	0.4	0.9	0.5	1.0	4.7	1.9	2.5	0.6	3.4
年 間 観 光 客 数 入 込 客	宿泊業、飲食サービス業	169	6.5	1.8	0.0	1.8	0.6	3.0	0.6	0.0	0.6	0.6	0.0	3.0	0.0	3.6	1.2	0.6	4.7	1.2	1.8	0.6	3.0
	その他サービス業	264	6.8	1.9	1.9	3.0	1.5	3.8	2.7	0.4	0.8	0.4	0.8	1.5	0.4	0.8	1.5	0.8	4.9	1.5	3.4	0.4	3.4
年 間 観 光 客 数	医療、福祉	128	4.7	1.6	1.6	3.9	0.8	2.3	0.0	0.0	0.8	0.0	0.8	0.8	0.0	0.8	0.8	0.0	5.5	0.0	3.1	0.0	6.3
	10万人未満	314	5.7	1.3	1.3	2.2	1.3	3.5	2.2	0.0	0.3	0.6	2.2	2.2	0.6	0.6	0.3	0.0	2.2	0.0	2.2	0.6	5.4
年 間 観 光 客 数 入 込 客	10～50万人未満	1176	6.3	1.2	2.0	1.8	0.8	3.3	1.5	0.2	0.8	0.6	1.4	2.8	0.1	0.4	0.9	0.5	5.4	0.7	2.6	0.3	4.1
	50～100万人未満	816	6.1	2.3	2.1	2.6	1.6	2.6	1.2	0.5	0.6	0.1	0.7	3.3	0.1	0.6	1.7	0.4	4.9	1.1	3.9	0.4	4.4
年 間 観 光 客 数	100～500万人未満	2334	5.3	1.5	1.4	3.4	1.0	2.4	1.9	0.3	0.7	0.9	1.3	2.4	0.1	1.1	1.1	1.1	5.2	1.6	2.8	0.6	3.2
	500万人以上	719	5.0	1.8	0.8	3.3	1.1	1.5	2.1	0.0	0.6	1.3	1.3	1.1	1.0	1.3	0.8	1.5	4.0	2.5	1.8	0.7	3.2
年 間 観 光 客 数	10万人未満	1531	6.1	1.3	2.4	2.6	1.0	2.9	1.5	0.2	0.8	0.3	1.0	3.2	0.1	0.5	1.0	0.5	5.0	1.0	3.3	0.3	4.0
	10～50万人未満	426	6.6	1.4	1.4	4.2	2.3	2.8	2.1	0.2	0.0	0.2	0.9	2.3	0.2	1.6	1.4	0.2	5.2	0.7	2.3	0.2	3.5
年 間 観 光 客 数	50～100万人未満	1062	5.8	1.1	1.1	3.4	0.8	2.2	2.3	0.4	0.8	1.3	1.0	2.1	0.2	0.8	0.5	0.9	4.8	2.1	3.8	0.4	3.1
	100～500万人未満	211	5.2	1.9	1.4	1.9	0.0	1.4	0.5	0.0	0.5	0.5	0.9	1.9	0.5	1.9	2.4	2.4	5.7	1.4	2.4	0.9	2.4
年 間 観 光 客 数	500万人以上	266	3.4	1.5	1.1	2.6	1.1	1.9	1.1	0.4	1.1	0.8	1.1	0.8	0.8	1.5	0.8	1.5	4.1	3.0	0.8	2.3	3.4

②E 取り組みの内容 <統合 回答数ベース>

該当数	性域感づくろ熟く開人、材力活	集落支援員の活用	録イ地力(創造)一(活用)活	れ地・城おし協力隊の受け入	大勝教、管地城間、島城とのネツ活動携(に)関成す連	の地城活用ブランドアドバイザー	地域活性化伝道師の活用	使K「J」O「S」の「活カ」用「J a p a n Y O」大	地城ガイドの育成	業し観人修光の、材育(成)設(等)お(も)て(観)光(産)な	育観光経営マネジメント人材	ジ観光一(の)域育(成)く(り)マ(ネ)	そ 他	不 明	平 均
5736	0.5	0.2	0.4	1.3	0.9	0.2	0.1	0.1	3.0	1.8	0.1	0.1	0.3	2.8	9.3
999	0.2	0.1	0.1	1.5	0.4	0.1	0.1	0.1	3.7	0.6	0.1	0.2	0.2	0.0	6.3
837	0.7	0.1	0.8	2.0	1.1	0.4	0.1	0.2	2.4	1.6	0.1	0.1	0.1	0.0	14.4
787	0.9	0.3	0.3	0.8	1.4	0.4	0.1	0.1	2.5	2.3	0.1	0.1	0.0	0.0	17.5
450	0.9	0.0	0.4	0.9	0.9	0.2	0.0	0.0	2.9	0.4	0.4	0.2	0.0	0.0	9.6
624	0.3	0.3	0.3	0.8	1.0	0.5	0.0	0.2	1.9	0.5	0.0	0.2	0.0	0.0	10.1
497	0.4	0.4	0.4	1.0	0.6	0.0	0.0	0.2	6.4	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.2
484	0.8	0.0	0.2	0.8	1.0	0.0	0.0	0.0	1.7	1.0	0.0	0.0	0.4	0.0	11.5
1052	0.3	0.3	0.4	1.5	0.7	0.0	0.0	0.1	2.9	1.5	0.0	0.1	1.0	0.0	6.4
0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4017	0.5	0.1	0.5	0.9	0.7	0.1	0.0	0.1	3.0	2.0	0.1	0.1	0.2	1.7	10.4
227	0.9	0.9	0.4	2.2	1.8	0.4	0.0	0.0	4.0	3.1	0.0	0.0	0.9	4.4	9.9
917	0.5	0.2	0.1	2.0	0.8	0.2	0.2	0.1	2.9	0.8	0.0	0.0	0.3	4.3	7.2
405	0.5	0.5	0.0	2.5	1.2	0.5	0.0	0.0	3.2	1.5	0.0	0.2	0.0	9.1	6.3
166	0.6	0.0	0.0	1.2	1.8	0.0	0.0	0.0	1.8	1.8	0.6	0.6	0.0	1.8	11.9
839	0.5	0.2	0.4	2.7	1.0	0.4	0.0	0.0	2.7	1.4	0.0	0.1	0.1	5.6	7.0
1345	0.5	0.3	0.4	1.9	0.5	0.1	0.0	0.2	2.5	1.5	0.1	0.4	0.3	2.8	8.8
1029	0.9	0.4	0.5	1.0	0.9	0.3	0.1	0.2	3.3	1.8	0.2	0.0	0.6	2.1	10.5
987	0.6	0.1	0.3	0.8	0.6	0.1	0.1	0.2	2.9	1.4	0.0	0.0	0.3	3.0	9.4
1022	0.2	0.0	0.3	0.6	1.2	0.1	0.1	0.0	3.1	2.2	0.1	0.1	0.0	1.8	10.1
510	0.4	0.0	0.4	0.0	1.4	0.2	0.0	0.0	4.3	3.1	0.0	0.0	0.2	0.6	14.2
624	0.5	0.0	0.3	2.2	1.0	0.0	0.0	0.0	1.3	1.1	0.2	0.3	0.0	3.2	8.3
633	0.3	0.0	0.6	1.7	0.5	0.2	0.2	0.0	3.3	2.7	0.0	0.3	0.3	3.2	9.2
1099	0.6	0.1	0.5	0.9	0.6	0.2	0.1	0.2	2.9	1.5	0.0	0.0	0.0	3.1	9.0
750	0.3	0.7	0.5	1.5	1.2	0.1	0.0	0.1	2.9	2.7	0.3	0.1	0.4	1.7	11.7
651	0.9	0.0	0.0	0.9	0.9	0.2	0.0	0.0	3.1	1.1	0.0	0.0	0.0	3.5	9.3
456	0.2	0.2	0.2	0.4	1.5	0.2	0.0	0.2	4.2	0.9	0.0	0.2	0.4	3.3	7.4
682	0.4	0.3	0.3	1.9	1.0	0.3	0.1	0.3	3.7	2.1	0.1	0.1	0.4	2.2	11.0
837	0.7	0.2	0.4	0.6	0.5	0.4	0.0	0.1	3.1	2.2	0.1	0.0	0.6	2.2	9.4

③ 取り組みを進める上での問題について

	該当数	人材行政に 関する問 題、あ る内 で	人材行政に 関する問 題、あ る内 で	人材行政に 関する問 題、あ る内 で	問題 するは ある が、 ない 地域 外へ 依 る	不明
	507	82.6	13.2	3.4	0.8	
		全 体				
クラス	120	83.3	14.2	2.5	0.0	
スタ	51	88.2	3.9	5.9	2.0	
グル	35	88.6	8.6	2.9	0.0	
アル	40	85.0	12.5	2.5	0.0	
別	55	81.8	14.5	3.6	0.0	
	31	83.9	9.7	3.2	3.2	
	35	80.0	14.3	5.7	0.0	
	128	79.7	17.2	2.3	0.8	
	0	0.0	0.0	0.0	0.0	
回答	325	83.1	13.2	2.8	0.9	
部署	17	82.4	11.8	5.9	0.0	
別	103	83.5	14.6	1.9	0.0	
	48	77.1	12.5	8.3	2.1	
	13	84.6	7.7	7.7	0.0	
人口	89	87.6	11.2	0.0	1.1	
別	130	83.1	12.3	4.6	0.0	
	80	80.0	13.8	5.0	1.3	
	90	85.6	12.2	1.1	1.1	
	88	76.1	18.2	4.5	1.1	
	29	82.8	10.3	6.9	0.0	
	66	83.3	10.6	4.5	1.5	
エリア	55	89.1	9.1	1.8	0.0	
別	101	81.2	15.8	2.0	1.0	
	56	85.7	12.5	1.8	0.0	
	56	80.4	16.1	3.6	0.0	
	54	81.5	16.7	1.9	0.0	
	46	80.4	10.9	6.5	2.2	
	72	80.6	12.5	5.6	1.4	

③ 取り組みを進める上での問題について

全 体		該当数	人材行政に内閣外閣する問題、地域があはれる内	人材行政に内閣外閣する問題、地域があはれる内	人材行政に内閣外閣する問題、地域があはれる内	頼問するはのである問題、ない城外へ依	不 明
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	農 業、 林 業、 漁 業 建 設 業 製 造 業 卸 売 業、 小 売 業 宿 泊 業、 飲 食 サ ー ビ ス 業 そ の 他 サ ー ビ ス 業 医 療、 福 祉	507	82.6	13.2	3.4	0.8	
年 間 観 光 人 込 客	1 0 万 人 未 満 1 0 ～ 5 0 万 人 未 満 5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満 1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満 5 0 0 万 人 以 上	33	87.9	9.1	3.0	0.0	
年 間 宿 泊 客 数	1 0 万 人 未 満 1 0 ～ 5 0 万 人 未 満 5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満 1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満 5 0 0 万 人 以 上	159	81.8	14.5	3.1	0.6	
		36	94.4	5.6	0.0	0.0	
		73	78.1	17.8	2.7	1.4	
		15	80.0	6.7	13.3	0.0	
		16	87.5	6.3	6.3	0.0	

④ 地域内での人材に関する問題について

	該当数	適切な人材がない	が適切な人材を採用する予算	が適切な人材を探す方法がわからない	が適切な人材を育成する予算	が適切な人材を育成する時間	が適切な人材を育成する方法	で材適である人か材、人が、材の像が不明	その他	不明
全体	507	35.5	35.9	16.0	28.8	22.9	23.1	18.1	9.7	15.2
クラス	120	31.7	37.5	20.0	26.7	21.7	30.8	23.3	4.2	16.7
スタ	51	49.0	43.1	9.8	37.3	23.5	11.8	13.7	15.7	9.8
グル	35	37.1	37.1	14.3	37.1	17.1	17.1	20.0	8.6	11.4
アル	40	50.0	32.5	20.0	22.5	17.5	30.0	32.5	10.0	15.0
別	55	27.3	27.3	21.8	25.5	18.2	30.9	18.2	7.3	16.4
	31	29.0	41.9	6.5	35.5	32.3	12.9	22.6	16.1	9.7
	35	25.7	28.6	14.3	28.6	34.3	20.0	5.7	2.9	22.9
	128	36.7	35.9	14.8	28.9	24.2	20.3	13.3	14.1	14.1
	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
回	325	33.8	36.0	13.5	30.8	23.4	21.5	19.1	10.8	15.4
答	17	41.2	29.4	11.8	11.8	17.6	29.4	17.6	23.5	11.8
部	103	39.8	38.8	24.3	30.1	23.3	27.2	19.4	5.8	13.6
署	48	35.4	35.4	14.6	16.7	20.8	20.8	12.5	6.3	18.8
別	13	30.8	23.1	23.1	38.5	23.1	30.8	7.7	7.7	15.4
人	89	56.2	40.4	13.5	21.3	22.5	20.2	13.5	13.5	10.1
口	130	35.4	37.7	13.1	28.5	20.0	24.6	16.2	10.0	13.1
別	80	30.0	36.3	17.5	28.8	25.0	20.0	23.8	7.5	17.5
	90	28.9	30.0	20.0	28.9	17.8	37.8	25.6	7.8	13.3
	88	28.4	39.8	15.9	37.5	28.4	15.9	14.8	6.8	22.7
	29	27.6	20.7	20.7	27.6	31.0	10.3	13.8	17.2	17.2
	66	39.4	39.4	15.2	21.2	25.8	27.3	15.2	1.5	13.6
	55	36.4	40.0	9.1	30.9	25.5	18.2	21.8	16.4	9.1
	101	29.7	28.7	17.8	27.7	19.8	31.7	21.8	7.9	18.8
	56	46.4	44.6	14.3	37.5	21.4	19.6	25.0	10.7	8.9
	56	41.1	33.9	16.1	35.7	19.6	14.3	10.7	8.9	19.6
	54	25.9	31.5	24.1	22.2	16.7	33.3	14.8	7.4	18.5
	46	41.3	39.1	21.7	30.4	23.9	15.2	6.5	13.0	17.4
	72	29.2	36.1	11.1	27.8	30.6	18.1	23.6	13.9	13.9

④ 地域内での人材に関する問題について

		該当数	適切な人材がない	が適切な人材を採用する予算	が適切な人材を探す方法がわからない	が適切な人材を育成する予算	が適切な人材を育成する時間	が適切な人材を育成する方法	で材適であるか、人材の像が不明	その他	不明	
全 体		507	35.5	35.9	16.0	28.8	22.9	23.1	18.1	9.7	15.2	
産業別 別業 別人口 別ト ブ 年間 観光 数人 込客	農業、林業、漁業	94	40.4	34.0	20.2	23.4	23.4	27.7	17.0	9.6	14.9	
	建設業	12	66.7	25.0	16.7	33.3	25.0	8.3	8.3	8.3	8.3	
	製造業	183	31.1	43.2	17.5	31.1	24.6	26.2	18.6	7.7	12.0	
	卸売業、小売業	129	33.3	32.6	14.7	31.8	26.4	17.1	20.2	10.1	15.5	
	宿泊業、飲食サービス業	16	50.0	25.0	6.3	43.8	25.0	25.0	12.5	18.8	6.3	
	その他サービス業	27	29.6	44.4	7.4	22.2	14.8	29.6	22.2	11.1	22.2	
	医療、福祉	12	25.0	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	16.7	16.7	25.0	25.0
	10万人未満	33	36.4	33.3	12.1	36.4	24.2	30.3	18.2	9.1	9.1	
	10～50万人未満	127	43.3	36.2	18.1	25.2	20.5	22.8	16.5	10.2	15.7	
	50～100万人未満	74	33.8	39.2	16.2	25.7	25.7	28.4	14.9	12.2	8.1	
100～500万人未満	186	34.9	38.2	17.7	29.6	19.4	23.1	22.0	9.1	14.0		
500万人以上	42	23.8	31.0	4.8	38.1	31.0	9.5	14.3	11.9	28.6		
年間 宿泊 客数	10万人未満	159	40.9	33.3	15.7	22.0	23.3	25.2	19.5	10.7	15.1	
	10～50万人未満	36	36.1	47.2	19.4	41.7	25.0	30.6	13.9	11.1	5.6	
	50～100万人未満	73	32.9	39.7	11.0	34.2	21.9	17.8	21.9	6.8	17.8	
	100～500万人未満	15	20.0	66.7	6.7	40.0	20.0	0.0	6.7	26.7	20.0	
	500万人以上	16	25.0	37.5	6.3	50.0	43.8	6.3	6.3	6.3	12.5	

⑤ 「観光地域づくり」を、実際に担われている人材が「備えている」知識・経験・スキル・態度

該当数	し自分で責任を自分で取る、行動	他人の話に良く耳を傾ける	態度で関係する働き、親和的な	で状況な文化や価値観のとなか	と既存の様々な変革にとらわれ	その他	不明
全 体							
507	9.7	19.7	38.9	12.4	12.2	2.0	3.2
総務、企画部署	6.7	25.8	40.0	13.3	10.8	1.7	3.3
総務、企画部署	9.8	9.8	37.3	11.8	15.7	0.0	3.9
産業振興、地域振興部署	14.3	17.1	40.0	14.3	8.6	2.9	0.0
経済産業、商工部署	10.0	22.5	52.5	20.0	12.5	0.0	2.5
その他部署	7.3	14.5	36.4	9.1	14.5	1.8	1.8
観光専門部署	6.5	19.4	51.6	12.9	16.1	3.2	0.0
総務、企画部署	25.7	11.4	20.0	11.4	17.1	0.0	0.0
産業振興、地域振興部署	8.6	21.9	37.5	10.2	10.2	3.9	5.5
経済産業、商工部署	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他部署	10.5	18.2	38.2	13.5	11.7	2.2	1.8
観光専門部署	17.6	29.4	47.1	23.5	23.5	5.9	0.0
総務、企画部署	7.8	21.4	41.7	6.8	11.7	0.0	6.8
産業振興、地域振興部署	6.3	22.9	33.3	12.5	8.3	4.2	6.3
経済産業、商工部署	7.7	23.1	46.2	7.7	23.1	0.0	0.0
その他部署	11.2	16.9	30.3	10.1	11.2	3.4	4.5
1万人未満	10.8	23.8	39.2	18.5	11.5	2.3	2.3
1～3万人未満	12.5	22.5	40.0	12.5	12.5	1.3	2.5
3～5万人未満	6.7	17.8	40.0	10.0	8.9	0.0	3.3
5～10万人未満	8.0	21.6	46.6	10.2	18.2	2.3	3.4
10～30万人未満	6.9	3.4	34.5	3.4	6.9	3.4	3.4
30万人以上	13.6	22.7	39.4	13.6	15.2	1.5	3.0
北海道	12.7	18.2	41.8	14.5	5.5	0.0	1.8
東北	9.9	23.8	43.6	11.9	10.9	2.0	5.0
関東	10.7	12.5	33.9	12.5	8.9	3.6	5.4
北陸	3.6	12.5	30.4	5.4	10.7	0.0	0.0
中部	7.4	22.2	38.9	11.1	9.3	1.9	5.6
近畿	8.7	21.7	43.5	8.7	15.2	4.3	2.2
中国・四国	9.7	20.8	37.5	18.1	19.4	2.8	1.4
九州・沖縄							

⑥ 「観光地域づくり」を担う人材が「備えておくべき」知識・経験・スキル・態度

	該当数	自分で責任を自分で取る、行動	他人の話に良く耳を傾ける	態度で関係を築き、親和的な	多様な文化や価値観のなか	で既存の様々な変革を起す、新たな価値観をこ	その他	不明
全 体								
クラス	633	9.0	8.7	28.8	13.0	20.9	0.5	1.6
スタ	159	7.5	12.6	30.2	15.1	18.2	0.6	0.0
グル	58	8.6	5.2	25.9	13.8	12.1	0.0	1.7
ル	45	13.3	8.9	33.3	8.9	17.8	0.0	2.2
ア	47	10.6	4.3	25.5	4.3	27.7	0.0	2.1
別	62	1.6	8.1	27.4	11.3	32.3	1.6	1.6
	35	20.0	8.6	31.4	14.3	37.1	0.0	0.0
	42	14.3	9.5	21.4	11.9	14.3	0.0	0.0
	165	8.5	7.3	27.3	13.9	20.0	0.6	2.4
	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
回	396	9.1	9.8	30.6	13.4	19.7	0.5	2.0
答	23	17.4	13.0	34.8	13.0	26.1	0.0	0.0
部	131	9.2	6.1	26.7	9.9	20.6	0.8	0.0
署	68	7.4	5.9	25.0	13.2	22.1	0.0	2.9
別	14	0.0	7.1	7.1	21.4	35.7	0.0	0.0
人	124	13.7	12.1	29.0	15.3	11.3	0.8	1.6
口	158	10.1	9.5	27.2	10.1	25.3	0.0	1.9
別	100	12.0	11.0	31.0	13.0	23.0	1.0	1.0
	108	2.8	5.6	28.7	13.0	24.1	0.0	0.0
	106	6.6	6.6	31.1	14.2	19.8	0.0	3.8
	36	5.6	2.8	22.2	11.1	19.4	2.8	0.0
	77	10.4	13.0	24.7	15.6	15.6	0.0	1.3
	73	6.8	9.6	39.7	17.8	17.8	0.0	2.7
	126	10.3	6.3	29.4	9.5	22.2	1.6	1.6
	65	16.9	6.2	26.2	9.2	20.0	1.5	1.5
	72	4.2	11.1	20.8	11.1	26.4	0.0	0.0
	65	4.6	7.7	24.6	13.8	27.7	0.0	1.5
	63	4.8	7.9	33.3	14.3	22.2	0.0	0.0
	91	12.1	8.8	30.8	13.2	15.4	0.0	3.3

⑧-1 産業別就業人口の多い産業：1位

		該当数	農業 ・林業	漁業	鉱業 ・採石業 ・砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス ・熱供給 ・水道	情報通信業	運輸業 ・郵便業	卸売業 ・小売業	金融業 ・保険業	不動産業 ・物品賃貸業	ビジネス研究 ・専門・技術サ-	宿泊業 ・飲食サービス業	業生活関連サービス業 ・娯楽	教育 ・学習支援業	医療 ・福祉	複合サービス事業	なサービス業 (他に分類され ないもの)	を公務 除く(他に分類されるもの)	分類 不能の産業	不明	
		772	18.0	2.1	0.3	3.0	36.9	0.1	0.0	0.0	24.1	0.1	0.0	0.0	3.1	0.4	0.0	1.9	0.6	3.4	0.4	0.0	5.6	
全 体																								
クラス タグル ア 別	祭り・イベント重視型	159	12.6	1.3	0.0	2.5	42.1	0.0	0.0	0.0	23.3	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	1.3	3.8	0.0	0.0	0.0	7.5	
	ニューツーリズム重視型	58	24.1	3.4	0.0	5.2	25.9	0.0	0.0	0.0	27.6	1.7	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	1.7	0.0	1.7	1.7	0.0	5.2	
	企業誘致雇用創出型	45	17.8	2.2	0.0	2.2	42.2	0.0	0.0	0.0	26.7	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	2.2	0.0	2.2	
	旅行商品開発重視型	47	14.9	2.1	0.0	0.0	29.8	0.0	0.0	0.0	27.7	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	2.1	0.0	10.6	2.1	0.0	8.5	
	宝探し型	62	17.7	1.6	0.0	6.5	35.5	1.6	0.0	0.0	24.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	3.2	0.0	3.2	0.0	0.0	4.8	
	人材育成重視型	35	20.0	0.0	0.0	5.7	28.6	0.0	0.0	0.0	31.4	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	2.9	0.0	5.7	0.0	0.0	2.9	
回 答 部 署 署 別	インバウンド型	42	4.8	2.4	0.0	0.0	47.6	0.0	0.0	0.0	35.7	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	2.4	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	
	消極的取り組み	165	20.0	2.4	1.2	1.8	33.3	0.0	0.0	0.0	19.4	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	1.8	1.2	2.4	0.0	0.0	9.7	
	取り組みなし	139	23.7	2.2	0.0	3.6	40.3	0.0	0.0	0.0	23.0	0.0	0.0	0.0	2.2	0.7	0.0	0.7	0.0	2.2	0.0	0.0	1.4	
	観光専門部署	454	14.8	1.8	0.2	1.8	38.8	0.2	0.0	0.0	26.4	0.2	0.0	0.0	3.5	0.4	0.0	2.2	0.7	3.5	0.2	0.0	5.3	
	総務、企画部署	33	24.2	9.1	0.0	9.1	24.2	0.0	0.0	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0	6.1	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.1
	産業振興、地域振興部署	166	25.3	1.2	0.6	2.4	33.7	0.0	0.0	0.0	20.5	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	1.2	0.6	3.6	0.6	0.0	0.0	7.8
人 口 別	経済産業、商工部署	101	17.8	3.0	0.0	6.9	37.6	0.0	0.0	0.0	19.8	0.0	0.0	0.0	2.0	1.0	0.0	2.0	1.0	4.0	1.0	0.0	4.0	
	その他部署	17	23.5	0.0	0.0	5.9	35.3	0.0	0.0	0.0	35.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	1万人未満	167	38.9	7.8	0.0	9.0	16.8	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	9.0	0.0	0.0	0.6	2.4	4.8	0.6	0.0	7.2	
	1～3万人未満	191	26.2	1.6	0.5	1.0	35.6	0.5	0.0	0.0	15.7	0.5	0.0	0.0	3.1	1.0	0.0	4.2	0.0	3.1	0.5	0.0	6.3	
	3～5万人未満	120	14.2	0.0	0.0	1.7	47.5	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	1.7	0.0	0.8	0.0	0.0	7.5	
	5～10万人未満	135	5.2	0.0	0.7	0.0	50.4	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	0.7	0.7	4.4	0.0	0.0	3.7	
エリ ア 別	10～30万人未満	119	0.0	0.0	0.0	2.5	47.9	0.0	0.0	0.0	38.7	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	1.7	0.0	4.2	0.8	0.0	3.4	
	30万人以上	39	0.0	0.0	0.0	2.6	15.4	0.0	0.0	0.0	76.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	
	北海道	95	34.7	10.5	0.0	7.4	8.4	0.0	0.0	0.0	17.9	1.1	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	3.2	0.0	7.4	1.1	0.0	6.3	
	東北	89	31.5	2.2	0.0	5.6	30.3	0.0	0.0	0.0	22.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	5.6	
	関東	156	7.1	0.6	0.0	1.9	39.7	0.0	0.0	0.0	34.0	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0	1.9	0.0	3.2	1.3	0.0	7.1	
	北陸	77	15.6	0.0	0.0	0.0	51.9	0.0	0.0	0.0	16.9	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	5.2	
中 部	中部	93	4.3	0.0	0.0	0.0	65.6	0.0	0.0	0.0	11.8	0.0	0.0	0.0	5.4	0.0	0.0	0.0	1.1	2.2	0.0	0.0	9.7	
	近畿	77	6.5	1.3	0.0	5.2	50.6	1.3	0.0	0.0	24.7	0.0	0.0	0.0	2.6	1.3	0.0	1.3	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6	
	中国・四国	77	19.5	0.0	0.0	1.3	39.0	0.0	0.0	0.0	31.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	5.2	1.3	0.0	0.0	0.0	1.3	
	九州・沖縄	107	29.0	1.9	1.9	2.8	15.9	0.0	0.0	0.0	27.1	0.0	0.0	0.0	2.8	0.9	0.0	3.7	1.9	7.5	0.0	0.0	4.7	

⑧-1 産業別就業人口の多い産業：1位

		全 体																該当数				
産業別就業人口トッパ年間観光入込客数	産業別就業人口トッパ年間観光入込客数	農業、林業	漁業	鉱業、採石業、砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	ビジネス研究、専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	業生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉	複合サービス事業	なサービス業(他に分類されないもの)	を公務(他に分類されるものを除く)	分類不能の産業	不明
		772	18.0	2.1	0.3	3.0	36.9	0.1	0.0	0.0	24.1	0.1	0.0	0.0	0.0	3.1	0.4	0.0	1.9	0.6	3.4	0.4
155	89.7	10.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
23	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
285	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
186	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
24	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
34	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.8	0.0	0.0	14.7	76.5	0.0	0.0	0.0
15	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
79	24.1	3.8	0.0	10.1	35.4	0.0	0.0	0.0	13.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	1.3	0.0	1.3	1.3	0.0	6.3
204	29.4	5.9	0.5	3.4	27.0	0.0	0.0	0.0	15.7	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.5	0.0	2.5	2.0	5.4	0.5	0.0	5.4
113	20.4	0.0	0.0	4.4	36.3	0.9	0.0	0.0	20.4	0.9	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	0.0	1.8	0.0	4.4	0.9	0.0	6.2
252	9.5	0.0	0.4	0.8	49.2	0.0	0.0	0.0	28.2	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	0.4	0.0	1.2	0.0	3.2	0.0	0.0	2.4
55	0.0	0.0	0.0	1.8	25.5	0.0	0.0	0.0	63.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	1.8	1.8	1.8	0.0	0.0	1.8
273	27.8	4.0	0.4	4.0	33.7	0.4	0.0	0.0	13.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.7	0.0	2.9	1.1	4.4	0.7	0.0	5.1
54	18.5	1.9	0.0	1.9	40.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	9.3	0.0	0.0	0.0	1.9	3.7	0.0	0.0	5.6
97	11.3	0.0	0.0	2.1	43.3	0.0	0.0	0.0	35.1	0.0	0.0	0.0	0.0	6.2	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
23	4.3	0.0	0.0	4.3	30.4	0.0	0.0	0.0	47.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3
18	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	61.1	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0

⑧-2 産業別就業人口の多い産業：2位

		該当数	農業、林業	漁業	鉱業、採石業、砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	ビジネス研究・専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	業生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉	複合サービス事業	なさいもサービス業(他に分類されないもの)	を公務(他に分類されるものを除く)	分類不能の産業	不明
		772	5.7	2.1	0.1	7.0	19.3	0.0	0.0	1.4	37.2	0.1	0.0	0.3	5.1	0.5	0.5	8.5	0.3	4.1	1.2	0.6	6.0
		159	5.7	1.9	0.6	8.2	19.5	0.0	0.0	4.4	38.4	0.6	0.0	0.0	3.8	1.3	0.0	3.8	0.0	1.9	0.6	0.0	8.8
クラス	総務、企画部署	58	12.1	1.7	0.0	6.9	13.8	0.0	0.0	1.7	29.3	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0	13.8	0.0	6.9	1.7	0.0	5.2
スタ	産業振興、地域振興部署	45	2.2	0.0	0.0	2.2	11.1	0.0	0.0	0.0	48.9	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	2.2	17.8	0.0	2.2	2.2	0.0	2.2
グル	経済産業、商工部署	47	2.1	2.1	0.0	17.0	19.1	0.0	0.0	0.0	25.5	0.0	0.0	2.1	6.4	0.0	0.0	12.8	2.1	0.0	0.0	2.1	8.5
アル	観光専門部署	62	3.2	1.6	0.0	6.5	24.2	0.0	0.0	0.0	40.3	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	0.0	4.8	0.0	3.2	4.8	0.0	4.8
ア	総務、企画部署	35	0.0	8.6	0.0	2.9	34.3	0.0	0.0	0.0	31.4	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	2.9	11.4	0.0	2.9	0.0	0.0	2.9
ブ	産業振興、地域振興部署	42	2.4	2.4	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	47.6	0.0	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	16.7	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0
別	経済産業、商工部署	165	7.9	1.2	0.0	5.5	18.8	0.0	0.0	1.2	33.3	0.0	0.0	0.0	3.0	1.2	0.0	7.9	0.6	7.3	0.6	1.2	10.3
	その他部署	139	5.8	2.9	0.0	8.6	21.6	0.0	0.0	0.7	40.3	0.0	0.0	0.0	5.8	0.0	1.4	6.5	0.0	3.6	1.4	0.0	1.4
	観光専門部署	454	4.0	2.4	0.2	5.1	19.2	0.0	0.0	1.1	39.4	0.0	0.0	0.2	5.3	0.9	0.7	10.1	0.4	4.2	0.9	0.4	5.5
回	総務、企画部署	33	9.1	3.0	0.0	9.1	15.2	0.0	0.0	3.0	30.3	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	3.0	12.1	0.0	6.1	0.0	0.0	6.1
答	産業振興、地域振興部署	166	7.8	1.2	0.0	12.0	18.1	0.0	0.0	1.2	32.5	0.6	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	6.6	0.0	4.8	0.6	1.2	9.0
部	経済産業、商工部署	101	9.9	2.0	0.0	7.9	17.8	0.0	0.0	3.0	34.7	0.0	0.0	1.0	6.9	0.0	0.0	5.0	0.0	3.0	4.0	1.0	4.0
署	その他部署	17	0.0	0.0	0.0	0.0	52.9	0.0	0.0	0.0	47.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
別	1万人未満	167	13.8	6.6	0.0	15.6	12.0	0.0	0.0	1.2	16.2	0.0	0.0	0.0	8.4	0.0	1.2	4.8	0.6	5.4	4.8	0.6	9.0
	1～3万人未満	191	8.9	2.1	0.0	6.8	19.4	0.0	0.0	0.5	39.8	0.0	0.0	0.0	4.7	1.0	0.5	5.8	0.5	2.6	0.5	1.0	5.8
	3～5万人未満	120	0.8	0.8	0.8	5.0	16.7	0.0	0.0	3.3	44.2	0.0	0.0	0.8	5.0	0.8	0.0	10.0	0.0	5.0	0.0	0.0	6.7
	5～10万人未満	135	0.7	0.0	0.0	3.7	23.0	0.0	0.0	3.0	44.4	0.7	0.0	0.7	3.7	0.7	0.0	8.1	0.0	5.2	0.0	0.0	5.9
	10～30万人未満	119	0.8	0.0	0.0	2.5	26.1	0.0	0.0	0.0	52.9	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.8	10.1	0.0	1.7	0.0	2.5	
	30万人以上	39	2.6	0.0	0.0	2.6	25.6	0.0	0.0	0.0	17.9	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	30.8	0.0	7.7	0.0	2.6	
	北海道	95	13.7	8.4	0.0	8.4	12.6	0.0	0.0	0.0	14.7	0.0	0.0	0.0	11.6	1.1	0.0	12.6	1.1	4.2	4.2	0.0	7.4
	東北	89	10.1	6.7	0.0	7.9	22.5	0.0	0.0	1.1	31.5	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	1.1	7.9
	関東	156	3.8	0.0	0.6	5.1	24.4	0.0	0.0	3.2	39.1	0.0	0.0	0.6	4.5	0.0	0.6	6.4	0.0	3.2	0.0	1.3	7.1
	北陸	77	2.6	0.0	0.0	14.3	19.5	0.0	0.0	0.0	41.6	0.0	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	7.8	2.6	0.0	5.2
	中部	93	2.2	0.0	0.0	7.5	11.8	0.0	0.0	1.1	51.6	1.1	0.0	1.1	5.4	0.0	0.0	1.1	0.0	7.5	0.0	0.0	9.7
	近畿	77	5.2	0.0	0.0	5.2	24.7	0.0	0.0	0.0	44.2	0.0	0.0	2.6	2.6	2.6	0.0	9.1	0.0	2.6	1.3	0.0	2.6
	中国・四国	77	2.6	0.0	0.0	1.3	19.5	0.0	0.0	1.3	49.4	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0	19.5	0.0	2.6	1.3	0.0	1.3
	九州・沖縄	107	5.6	1.9	0.0	7.5	17.8	0.0	0.0	2.8	29.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.9	2.8	12.1	0.9	5.6	0.9	1.9	4.7

⑧-2 産業別就業人口の多い産業：2位

		全 体																	不 明			
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	農 業、林 業	漁 業	鉱 業、採 石 業、砂 利 採 取 業	建 設 業	製 造 業	電 気・ガ ス、熱 供 給、水 道	情 報 通 信 業	運 輸 業、郵 便 業	卸 売 業、小 売 業	金 融 業、保 険 業	不 動 産 業、物 品 賃 貸 業	ビ 学 術 研 究 専 門、技 術 サ	宿 泊 業、飲 食 サ ー ビ ス 業	業 生 活 関 連 サ ー ビ ス 業、娯 楽	教 育、学 習 支 援 業	医 療、福 祉	複 合 サ ー ビ ス 事 業	な サ ー ビ ス 業 (他 に 分 類 さ れ ない も の)	を 公 除 務 (他 に 分 類 さ れ る も の)	分 類 不 能 の 産 業	
	772	5.7	2.1	0.1	7.0	19.3	0.0	0.0	1.4	37.2	0.1	0.0	0.3	5.1	0.5	0.5	8.5	0.3	4.1	1.2	0.6	6.0
農 業、林 業	155	3.9	5.2	0.6	12.9	27.1	0.0	0.0	0.0	23.2	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	1.3	7.7	0.6	5.8	1.9	1.3	1.9
漁 業	23	17.4	17.4	0.0	0.0	13.0	0.0	0.0	4.3	26.1	0.0	0.0	0.0	13.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0
鉱 業、採 石 業、砂 利 採 取 業	285	6.0	1.4	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	3.2	72.6	0.0	0.0	0.7	2.5	0.0	0.0	1.1	0.4	5.3	1.4	0.0	0.0
建 設 業	186	3.8	0.0	0.0	7.0	47.3	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	8.6	0.0	0.0	25.8	0.0	4.3	0.0	1.1	1.6
製 造 業	24	8.3	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	4.2	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電 気・ガ ス、熱 供 給、水 道	34	14.7	0.0	0.0	2.9	23.5	0.0	0.0	0.0	44.1	2.9	0.0	0.0	5.9	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0
情 報 通 信 業	15	13.3	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	53.3	0.0	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運 輸 業、郵 便 業	79	6.3	3.8	0.0	8.9	17.7	0.0	0.0	3.8	34.2	0.0	0.0	0.0	5.1	0.0	2.5	2.5	0.0	3.8	3.8	1.3	6.3
卸 売 業、小 売 業	204	9.3	4.9	0.5	13.2	18.6	0.0	0.0	2.0	27.0	0.0	0.0	0.0	4.9	0.0	0.0	7.4	0.5	3.9	2.0	0.5	5.4
金 融 業、保 険 業	113	7.1	1.8	0.0	6.2	13.3	0.0	0.0	0.0	40.7	0.0	0.0	0.9	7.1	1.8	1.8	8.8	0.0	2.7	0.0	0.0	8.0
不 動 産 業、物 品 賃 貸 業	252	3.2	0.0	0.0	4.0	20.2	0.0	0.0	1.2	48.0	0.0	0.0	0.4	5.2	0.4	0.0	9.1	0.0	5.2	0.4	0.0	2.8
ビ 学 術 研 究 専 門、技 術 サ	55	1.8	0.0	0.0	0.0	32.7	0.0	0.0	1.8	21.8	1.8	0.0	0.0	3.6	1.8	0.0	20.0	0.0	9.1	1.8	1.8	1.8
宿 泊 業、飲 食 サ ー ビ ス 業	273	10.3	2.9	0.0	8.1	18.7	0.0	0.0	2.2	33.7	0.0	0.0	0.4	3.7	0.4	0.0	5.5	0.4	4.4	2.9	0.7	5.9
業 生 活 関 連 サ ー ビ ス 業、娯 楽	54	3.7	3.7	0.0	7.4	18.5	0.0	0.0	1.9	38.9	1.9	0.0	0.0	9.3	1.9	0.0	3.7	0.0	1.9	1.9	0.0	5.6
教 育、学 習 支 援 業	97	4.1	0.0	0.0	3.1	23.7	0.0	0.0	1.0	38.1	0.0	0.0	1.0	9.3	2.1	1.0	13.4	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0
医 療、福 祉	23	13.0	0.0	0.0	0.0	17.4	0.0	0.0	0.0	39.1	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	21.7	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3
複 合 サ ー ビ ス 事 業	18	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	33.3	0.0	5.6	0.0	5.6	0.0

⑧-3 産業別就業人口の多い産業：3位

		該当数	農業 ・林業	漁業	鉱業 ・採石業 ・砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス ・熱供給 ・水道	情報通信業	運輸業 ・郵便業	卸売業 ・小売業	金融業 ・保険業	不動産業 ・物品賃貸業	ビジネス研究 ・専門・技術サ-	宿泊業 ・飲食サービス業	業生活関連サービス業 ・娯楽	教育 ・学習支援業	医療 ・福祉	複合サービス事業	サービス業 (他に分類され ないもの)	を公務 除く(他に分類されるもの)	分類 不能の産業	不明	
全 体		772	4.9	1.6	3.0	13.6	9.1	0.4	0.1	3.0	14.2	0.3	0.4	0.3	6.0	1.3	0.3	24.5	0.8	6.1	2.2	0.4	7.8	
クラス タグ ル ア 別	祭り・イベント重視型	159	5.0	1.9	2.5	11.9	7.5	0.0	0.0	2.5	15.1	0.0	0.6	0.0	6.3	1.3	0.6	25.8	0.6	6.9	2.5	0.0	8.8	
	ニューツーリズム重視型	58	8.6	0.0	1.7	13.8	8.6	0.0	0.0	0.0	10.3	0.0	0.0	0.0	6.9	1.7	0.0	27.6	1.7	8.6	3.4	0.0	6.9	
	企業誘致雇用創出型	45	0.0	0.0	8.9	13.3	13.3	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	8.9	2.2	0.0	31.1	0.0	11.1	4.4	2.2	2.2	
	旅行商品開発重視型	47	6.4	2.1	0.0	10.6	14.9	2.1	0.0	2.1	17.0	0.0	0.0	2.1	0.0	4.3	2.1	0.0	21.3	0.0	4.3	0.0	0.0	10.6
	宝探し型	62	3.2	3.2	1.6	22.6	8.1	1.6	0.0	0.0	0.0	19.4	0.0	0.0	0.0	4.8	1.6	0.0	29.0	0.0	1.6	0.0	0.0	3.2
	人材育成重視型	35	5.7	2.9	5.7	17.1	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	11.4	0.0	0.0	2.9	2.9	0.0	28.6	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	5.7
	インバウンド型	42	9.5	0.0	0.0	16.7	9.5	0.0	0.0	4.8	7.1	0.0	0.0	0.0	11.9	0.0	0.0	21.4	0.0	4.8	2.4	0.0	11.9	
	消極的取り組み	165	2.4	2.4	3.6	12.7	9.7	0.0	0.6	3.6	15.2	0.0	0.6	0.6	4.8	1.2	0.0	23.0	0.6	3.6	1.8	0.0	13.3	
	取り組みなし	139	5.8	0.7	2.9	12.2	6.5	0.7	0.0	6.5	16.5	0.0	1.4	0.0	4.3	0.7	0.7	23.0	1.4	9.4	2.9	1.4	2.2	
	観光専門部署	454	4.2	1.8	3.7	13.4	8.6	0.0	0.0	2.2	14.1	0.2	0.2	0.4	7.5	1.3	0.0	26.2	0.2	7.0	1.8	0.2	7.0	
回 答 部 署 別	総務、企画部署	33	9.1	3.0	0.0	18.2	9.1	0.0	0.0	0.0	12.1	3.0	0.0	3.0	3.0	3.0	0.0	12.1	6.1	3.0	6.1	0.0	9.1	
	産業振興、地域振興部署	166	4.8	0.6	1.8	13.9	9.6	0.6	0.0	4.2	14.5	0.0	0.6	0.6	4.8	1.8	1.2	21.7	1.2	3.6	1.8	0.6	12.0	
	経済産業、商工部署	101	6.9	2.0	2.0	11.9	11.9	2.0	1.0	5.0	16.8	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	20.8	1.0	7.9	4.0	0.0	5.0	
	その他部署	17	5.9	0.0	5.9	17.6	0.0	0.0	0.0	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	47.1	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	
	1万人未満	167	6.6	5.4	1.8	19.8	10.2	0.6	0.0	0.0	18.0	0.6	0.6	0.0	6.0	0.0	0.0	4.2	2.4	3.0	8.4	0.0	12.0	
	1～3万人未満	191	4.7	1.6	3.1	18.3	11.0	0.5	0.0	5.2	18.8	0.0	0.0	0.0	3.1	1.6	0.0	16.8	0.5	4.2	0.5	0.0	9.9	
	3～5万人未満	120	6.7	0.0	4.2	10.8	5.0	0.8	0.0	2.5	15.8	0.8	0.8	0.0	5.8	0.0	0.0	29.2	0.8	6.7	1.7	0.0	8.3	
	5～10万人未満	135	5.9	0.0	3.0	6.7	7.4	0.0	0.7	1.5	17.0	0.0	0.0	0.7	4.4	3.0	0.7	34.1	0.0	9.6	0.0	0.7	4.4	
	10～30万人未満	119	1.7	0.0	4.2	9.2	5.9	0.0	0.0	5.9	1.7	0.0	0.0	1.7	10.1	0.8	0.0	43.7	0.0	10.1	0.0	1.7	3.4	
	30万人以上	39	0.0	0.0	0.0	10.3	23.1	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	12.8	5.1	0.0	41.0	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6	
エ リ ア 別	北海道	95	4.2	5.3	1.1	22.1	9.5	0.0	0.0	0.0	21.1	0.0	1.1	0.0	5.3	2.1	0.0	6.3	1.1	3.2	8.4	1.1	8.4	
	東北	89	10.1	0.0	3.4	19.1	12.4	1.1	0.0	2.2	13.5	0.0	0.0	1.1	0.0	1.1	1.1	14.6	1.1	5.6	1.1	0.0	12.4	
	関東	156	4.5	0.0	1.9	10.3	10.3	0.0	0.6	5.1	12.8	0.0	0.6	0.6	9.6	1.3	0.6	26.3	0.0	7.7	0.6	1.3	6.4	
	北陸	77	5.2	0.0	5.2	5.2	6.5	0.0	0.0	3.9	15.6	0.0	0.0	0.0	11.7	0.0	0.0	29.9	0.0	6.5	1.3	0.0	9.1	
	中部	93	4.3	1.1	4.3	10.8	2.2	1.1	0.0	6.5	20.4	0.0	0.0	0.0	4.3	2.2	0.0	26.9	1.1	5.4	0.0	0.0	9.7	
	近畿	77	3.9	2.6	2.6	9.1	6.5	0.0	0.0	2.6	9.1	1.3	0.0	0.0	5.2	2.6	0.0	31.2	0.0	13.0	3.9	0.0	6.5	
	中国・四国	77	7.8	1.3	2.6	13.0	9.1	1.3	0.0	1.3	9.1	0.0	0.0	0.0	5.2	0.0	0.0	41.6	1.3	3.9	0.0	0.0	2.6	
	九州・沖縄	107	0.9	2.8	3.7	18.7	14.0	0.0	0.0	0.9	12.1	0.9	0.9	0.9	4.7	0.9	0.0	22.4	1.9	3.7	2.8	0.0	7.5	

⑧-3 産業別就業人口の多い産業：3位

		全 体																	不 明			
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	農 業、林 業	漁 業	鉱 業、採 石 業、砂 利 採 取 業	建 設 業	製 造 業	電 気・ガ ス、熱 供 給、水 道	情 報 通 信 業	運 輸 業、郵 便 業	卸 売 業、小 売 業	金 融 業、保 険 業	不 動 産 業、物 品 賃 貸 業	ビ 学 術 研 究 専 門、技 術 サ	宿 泊 業、飲 食 サ、ビ 業	業 生 活 関 連 サ、ビ 業、娯 楽	教 育、学 習 支 援 業	医 療、福 祉	複 合 サ、ビ 事 業	な サ、ビ 業 (他 に 分 類 さ れ	を 公 除 務 (他 に 分 類 さ れ る も の)	分 類 不 能 の 産 業	
	772	4.9	1.6	3.0	13.6	9.1	0.4	0.1	3.0	14.2	0.3	0.4	0.3	6.0	1.3	0.3	24.5	0.8	6.1	2.2	0.4	7.8
農 業、林 業	155	0.0	3.2	1.3	25.2	12.3	0.0	0.0	0.0	23.2	0.6	0.0	0.0	6.5	0.6	0.6	7.7	0.6	5.2	5.8	0.0	7.1
漁 業	23	13.0	8.7	0.0	0.0	21.7	4.3	0.0	0.0	13.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	13.0	4.3	0.0	13.0	0.0	0.0
鉱 業、採 石 業、砂 利 採 取 業	285	7.4	0.7	4.2	9.1	0.0	0.0	0.0	6.3	16.8	0.4	0.0	0.0	4.9	1.1	0.0	35.8	1.1	9.5	0.4	0.4	2.1
建 設 業	186	4.8	0.0	3.2	14.0	15.1	1.1	0.5	2.7	0.0	0.0	1.1	0.5	9.7	3.2	0.5	34.9	0.5	4.3	1.6	1.1	1.1
製 造 業	24	16.7	8.3	8.3	12.5	8.3	0.0	0.0	0.0	29.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0
電 気・ガ ス、熱 供 給、水 道	34	2.9	2.9	2.9	20.6	35.3	0.0	0.0	0.0	23.5	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	5.9	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0
情 報 通 信 業	15	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0
運 輸 業、郵 便 業	79	5.1	2.5	2.5	16.5	12.7	0.0	1.3	3.8	20.3	0.0	0.0	1.3	5.1	0.0	1.3	13.9	2.5	1.3	3.8	0.0	6.3
卸 売 業、小 売 業	204	5.4	3.9	1.0	15.7	8.8	1.5	0.0	2.9	16.2	0.5	0.5	0.5	6.4	1.0	0.5	13.7	1.0	6.9	5.4	0.5	7.8
金 融 業、保 険 業	113	5.3	0.0	4.4	11.5	12.4	0.0	0.0	2.7	14.2	0.0	0.0	0.0	1.8	1.8	0.0	31.0	0.0	3.5	0.9	0.9	9.7
不 動 産 業、物 品 賃 貸 業	252	6.0	0.4	3.6	13.9	6.7	0.0	0.0	3.2	14.3	0.4	0.8	0.0	6.0	1.6	0.0	29.8	0.4	7.9	0.8	0.4	4.0
ビ 学 術 研 究 専 門、技 術 サ	55	3.6	0.0	5.5	9.1	14.5	0.0	0.0	0.0	7.3	0.0	0.0	0.0	14.5	1.8	0.0	34.5	0.0	7.3	0.0	0.0	1.8
宿 泊 業、飲 食 サ、ビ 業	273	4.4	3.3	2.6	16.5	8.8	0.4	0.0	4.4	17.6	0.7	0.0	0.4	4.0	1.5	0.7	18.3	1.5	4.4	4.0	0.0	6.6
業 生 活 関 連 サ、ビ 業、娯 楽	54	3.7	0.0	3.7	13.0	5.6	0.0	0.0	0.0	18.5	0.0	1.9	0.0	5.6	0.0	0.0	27.8	1.9	7.4	1.9	0.0	9.3
教 育、学 習 支 援 業	97	4.1	0.0	2.1	15.5	3.1	0.0	0.0	0.0	15.5	0.0	0.0	0.0	7.2	1.0	0.0	37.1	0.0	8.2	3.1	1.0	2.1
医 療、福 祉	23	8.7	0.0	4.3	17.4	13.0	0.0	0.0	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0	8.7	0.0	0.0	34.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3
複 合 サ、ビ 事 業	18	11.1	5.6	5.6	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	16.7	0.0	0.0	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
な サ、ビ 業 (他 に 分 類 さ れ																						
を 公 除 務 (他 に 分 類 さ れ る も の)																						
分 類 不 能 の 産 業																						

⑨A 立地企業件数：資本金5,000万円未満

	該当数	5000件未満	5000件未満	10000件未満	10000件未満	10000件未満	10000件未満	10000件未満	10000件未満	不明	平均
全 体	772	50.3	16.8	10.8	4.3	8.2	9.7	#####	#####	#####	#####
クラス	159	46.5	22.6	15.1	2.5	5.7	7.5	#####	#####	#####	#####
スタ	58	50.0	17.2	8.6	1.7	12.1	10.3	#####	#####	#####	#####
グル	45	31.1	17.8	8.9	15.6	17.8	8.9	#####	#####	#####	#####
アル	47	42.6	17.0	17.0	2.1	6.4	14.9	#####	#####	#####	#####
ブ	62	56.5	9.7	12.9	8.1	4.8	8.1	898.23	#####	#####	#####
ア	35	57.1	11.4	8.6	5.7	17.1	0.0	#####	#####	#####	#####
別	42	21.4	19.0	14.3	9.5	19.0	16.7	#####	#####	#####	#####
	165	55.8	11.5	8.5	1.8	7.9	14.5	#####	#####	#####	#####
	139	63.3	18.7	5.0	4.3	3.6	5.0	#####	#####	#####	#####
回	454	41.6	19.6	11.7	5.1	11.9	10.1	#####	#####	#####	#####
答	33	84.8	6.1	6.1	0.0	0.0	3.0	274.81	#####	#####	#####
部	166	57.8	12.7	10.8	3.6	3.6	11.4	#####	#####	#####	#####
署	101	67.3	11.9	9.9	2.0	1.0	7.9	504.49	#####	#####	#####
別	17	35.3	35.3	0.0	11.8	11.8	5.9	#####	#####	#####	#####
人	167	83.8	0.0	0.0	0.0	0.0	16.2	70.96	#####	#####	#####
口	191	84.3	2.6	0.5	0.0	1.6	11.0	478.24	#####	#####	#####
別	120	54.2	35.8	0.0	0.0	3.3	6.7	#####	#####	#####	#####
	135	12.6	54.1	21.5	1.5	3.0	7.4	#####	#####	#####	#####
	119	3.4	7.6	44.5	25.2	15.1	4.2	#####	#####	#####	#####
	39	0.0	0.0	0.0	2.6	87.2	10.3	#####	#####	#####	#####
北	95	80.0	4.2	3.2	2.1	1.1	9.5	307.03	#####	#####	#####
海	89	66.3	9.0	3.4	1.1	7.9	12.4	#####	#####	#####	#####
道	156	31.4	23.1	19.2	9.0	11.5	5.8	#####	#####	#####	#####
東	77	45.5	23.4	13.0	0.0	7.8	10.4	#####	#####	#####	#####
北	93	41.9	17.2	20.4	3.2	8.6	8.6	#####	#####	#####	#####
陸	77	42.9	26.0	3.9	9.1	10.4	7.8	#####	#####	#####	#####
中	77	45.5	18.2	10.4	6.5	9.1	10.4	#####	#####	#####	#####
部	107	57.0	13.1	6.5	0.9	7.5	15.0	#####	#####	#####	#####
別											

⑨A 立地企業件数：資本金5,000万円未満

		全 体							平均
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	5 0 0 件 未 満	5 0 0 件 未 満	1 0 0 件 未 満	1 0 0 件 未 満	2 0 0 件 未 満	3 0 0 件 未 満	平 均	
農 業、 林 業、 漁 業	772	50.3	16.8	10.8	4.3	8.2	9.7	#####	
建 設 業	155	80.6	5.8	0.6	0.0	0.6	12.3	273.39	
製 造 業	23	69.6	0.0	4.3	13.0	0.0	13.0	533.10	
卸 売 業、 小 売 業	285	43.5	25.6	15.4	2.8	7.7	4.9	#####	
宿 泊 業、 飲 食 サービス 業	186	28.5	21.0	15.6	9.7	18.8	6.5	#####	
そ の 他 サービス 業	24	75.0	8.3	0.0	4.2	0.0	12.5	325.48	
医 療、 福 祉	34	64.7	14.7	11.8	2.9	2.9	2.9	#####	
1 0 万 人 未 満	15	73.3	0.0	13.3	0.0	6.7	6.7	#####	
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	79	73.4	11.4	3.8	1.3	1.3	8.9	354.33	
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	204	76.0	6.4	4.9	1.5	1.5	9.8	729.35	
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	113	62.8	25.7	1.8	1.8	3.5	4.4	#####	
5 0 0 万 人 以 上	252	32.1	26.6	19.0	6.3	9.9	6.0	#####	
年 間 観 光 人 込 客	55	9.1	7.3	18.2	10.9	45.5	9.1	#####	
1 0 万 人 未 満	273	74.4	11.4	3.3	1.5	2.6	7.0	#####	
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	54	46.3	18.5	13.0	7.4	7.4	7.4	#####	
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	97	28.9	27.8	16.5	5.2	14.4	7.2	#####	
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	23	34.8	8.7	17.4	17.4	17.4	4.3	#####	
5 0 0 万 人 以 上	18	16.7	11.1	5.6	11.1	50.0	5.6	#####	

⑨B 立地企業件数：資本金5,000万円～1億円未満

クラス タ グ ル ア 別	全 体						平均
	該当数	5件未満	5件10件未満	10件50件未満	50件100件未満	100件以上	
	772	28.6	17.1	28.5	5.2	6.2	67.29
祭り・イベント重視型	159	28.3	17.0	36.5	5.0	2.5	67.02
ニューツーリズム重視型	58	22.4	13.8	29.3	1.7	10.3	36.67
企業誘致雇用創出型	45	11.1	20.0	33.3	13.3	8.9	316.51
旅行商品開発重視型	47	27.7	21.3	25.5	6.4	4.3	21.23
宝探し型	62	27.4	16.1	30.6	6.5	6.5	26.15
人材育成重視型	35	22.9	25.7	17.1	14.3	14.3	72.91
インバウンド型	42	7.1	16.7	31.0	7.1	16.7	21.4
消極的取り組み	165	35.2	18.2	20.0	3.0	6.7	126.79
取り組みなし	139	39.6	14.4	28.1	2.9	3.6	50.49
観光専門部署	454	21.1	16.1	33.9	7.3	8.8	39.98
総務、企画部署	33	51.5	21.2	12.1	0.0	0.0	75.63
産業振興、地域振興部署	166	35.5	16.9	23.5	1.8	3.6	5.50
経済産業、商工部署	101	41.6	18.8	20.8	2.0	1.0	18.7
その他部署	17	35.3	29.4	11.8	11.8	5.9	11.59
1万人未満	167	61.1	3.0	0.6	0.0	0.0	25.88
1～3万人未満	191	49.7	26.2	7.9	0.5	2.1	1.82
3～5万人未満	120	11.7	43.3	35.0	0.0	4.2	13.6
5～10万人未満	135	6.7	15.6	66.7	0.7	3.0	5.8
10～30万人未満	119	0.0	3.4	60.5	25.2	6.7	73.58
30万人以上	39	0.0	0.0	0.0	20.5	69.2	145.70
北海道	95	50.5	13.7	10.5	2.1	0.0	324.63
東北	89	37.1	15.7	16.9	1.1	6.7	6.90
関東	156	20.5	19.9	35.9	9.6	7.1	23.2
北陸	77	20.8	15.6	37.7	3.9	7.8	35.25
中部	93	22.6	16.1	38.7	5.4	6.5	114.94
近畿	77	16.9	10.4	45.5	6.5	9.1	14.3
中国・四国	77	24.7	22.1	27.3	7.8	6.5	68.35
九州・沖縄	107	35.5	20.6	16.8	2.8	6.5	11.7
							27.60
							38.40

⑨B 立地企業件数：資本金5,000万円～1億円未満

		全 体					該 当 数	5 件 未 満	5 ～ 10 件 未 満	10 ～ 50 件 未 満	50 ～ 100 件 未 満	100 件 以 上	不 明	平 均
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ						772	28.6	17.1	28.5	5.2	6.2	14.4	67.29	
	農 業、林 業、漁 業		51.0	14.8	5.8	155	51.0	14.8	5.8	0.6	1.3	26.5	9.85	
	建 設 業		34.8	13.0	8.7	23	34.8	13.0	8.7	4.3	4.3	34.8	19.60	
	製 造 業		22.1	19.6	42.1	285	22.1	19.6	42.1	5.6	4.6	6.0	47.00	
	卸 売 業、小 売 業		12.9	16.7	38.7	186	12.9	16.7	38.7	10.2	14.0	7.5	102.99	
	宿 泊 業、飲 食 サ ー ビ ス 業		50.0	16.7	12.5	24	50.0	16.7	12.5	4.2	0.0	16.7	7.10	
	そ の 他 サ ー ビ ス 業		44.1	17.6	23.5	34	44.1	17.6	23.5	0.0	2.9	11.8	338.30	
	医 療、福 祉		40.0	33.3	13.3	15	40.0	33.3	13.3	0.0	6.7	6.7	19.00	
年 間 観 光 人 込 客	10 万 人 未 満		45.6	13.9	16.5	79	45.6	13.9	16.5	2.5	0.0	21.5	8.00	
	10 ～ 50 万 人 未 満		46.6	16.7	13.7	204	46.6	16.7	13.7	0.5	2.0	20.6	17.72	
	50 ～ 100 万 人 未 満		36.3	23.9	26.5	113	36.3	23.9	26.5	0.9	4.4	8.0	138.22	
	100 ～ 500 万 人 未 満		14.3	19.0	46.0	252	14.3	19.0	46.0	7.5	6.7	6.3	54.32	
	500 万 人 以 上		5.5	7.3	25.5	55	5.5	7.3	25.5	21.8	32.7	7.3	154.06	
年 間 宿 泊 客 数	10 万 人 未 満		45.4	19.4	15.4	273	45.4	19.4	15.4	2.2	1.8	15.8	43.30	
	10 ～ 50 万 人 未 満		20.4	18.5	35.2	54	20.4	18.5	35.2	5.6	5.6	14.8	272.28	
	50 ～ 100 万 人 未 満		18.6	11.3	45.4	97	18.6	11.3	45.4	10.3	7.2	7.2	47.50	
	100 ～ 500 万 人 未 満		4.3	30.4	30.4	23	4.3	30.4	30.4	4.3	21.7	8.7	67.57	
	500 万 人 以 上		5.6	5.6	22.2	18	5.6	5.6	22.2	11.1	50.0	5.6	382.76	

⑨C. 立地企業件数：資本金1億円～3億円未満

	該当数	なし	15件未満	15件未満	105件未満	105件以上	不明	平均
全 体								
クラス	772	12.3	39.0	11.1	7.3	8.5	21.8	26.61
スタ	159	9.4	46.5	13.2	8.2	4.4	18.2	20.45
グル	58	13.8	31.0	10.3	6.9	12.1	25.9	10.47
アル	45	8.9	26.7	13.3	17.8	13.3	20.0	168.19
別	47	10.6	29.8	6.4	10.6	10.6	36.2	8.93
	62	12.9	50.0	4.8	11.3	6.5	14.5	12.58
	35	5.7	45.7	8.6	11.4	17.1	11.4	23.87
	42	2.4	23.8	16.7	9.5	21.4	26.2	49.48
	165	13.3	39.4	8.5	5.5	8.5	24.8	17.48
	139	20.9	38.8	13.7	2.9	5.0	18.7	12.84
	454	9.5	36.6	12.8	9.9	11.9	19.4	25.92
	33	24.2	54.5	0.0	3.0	0.0	18.2	1.56
	166	13.9	42.2	9.6	2.4	5.4	26.5	50.37
	101	19.8	38.6	9.9	4.0	1.0	26.7	3.55
	17	5.9	47.1	11.8	11.8	11.8	11.8	9.00
	167	25.7	22.2	1.2	0.0	0.0	50.9	0.73
	191	18.8	49.7	3.1	0.5	2.1	25.7	6.44
	120	9.2	65.8	10.8	1.7	3.3	9.2	14.37
	135	3.7	47.4	28.1	6.7	4.4	9.6	21.04
	119	0.0	21.8	22.7	33.6	17.6	4.2	62.13
	39	0.0	0.0	0.0	10.3	79.5	10.3	110.94
	95	18.9	24.2	6.3	4.2	0.0	46.3	2.57
	89	14.6	40.4	6.7	3.4	7.9	27.0	10.18
	156	12.2	39.7	17.9	9.0	12.2	9.0	56.32
	77	13.0	33.8	15.6	5.2	10.4	22.1	14.62
	93	5.4	41.9	17.2	12.9	8.6	14.0	21.94
	77	6.5	44.2	9.1	11.7	10.4	18.2	49.48
	77	10.4	41.6	9.1	10.4	9.1	19.5	8.50
	107	15.9	45.8	3.7	1.9	8.4	24.3	12.43

⑨C. 立地企業件数：資本金1億円～3億円未満

		全 体						平均
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	な し	1 5 件 未 満	5 1 0 件 未 満	1 0 5 件 未 満	1 5 件 以 上	不 明	
	772	12.3	39.0	11.1	7.3	8.5	21.8	26.61
農 業、 林 業、 漁 業	155	23.2	32.3	1.9	0.0	1.9	40.6	4.53
建 設 業	23	8.7	30.4	8.7	4.3	4.3	43.5	5.69
製 造 業	285	10.5	43.9	18.6	11.2	6.7	9.1	15.93
卸 売 業、 小 売 業	186	4.3	42.5	11.8	10.8	19.4	11.3	32.69
宿 泊 業、 飲 食 サ ー ビ ス 業	24	16.7	45.8	4.2	4.2	0.0	29.2	2.29
そ の 他 サ ー ビ ス 業	34	14.7	41.2	5.9	0.0	2.9	35.3	239.45
医 療、 福 祉	15	13.3	46.7	0.0	6.7	6.7	26.7	7.09
1 0 万 人 未 満	79	25.3	38.0	8.9	2.5	1.3	24.1	3.00
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満	204	18.6	39.2	2.9	2.0	2.5	34.8	7.42
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満	113	19.5	45.1	14.2	1.8	3.5	15.9	68.97
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満	252	2.8	44.4	16.7	14.7	9.1	12.3	17.30
5 0 0 万 人 以 上	55	5.5	12.7	16.4	10.9	47.3	7.3	54.35
1 0 万 人 未 満	273	20.1	39.9	7.7	2.2	2.9	27.1	15.28
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満	54	9.3	35.2	20.4	5.6	7.4	22.2	139.45
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満	97	9.3	36.1	15.5	14.4	10.3	14.4	13.39
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満	23	4.3	26.1	8.7	21.7	21.7	17.4	17.42
5 0 0 万 人 以 上	18	0.0	27.8	5.6	5.6	55.6	5.6	145.53

⑨D 立地企業件数：資本金3億円～10億円未満

	該当数	なし	15件未満	510件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
全 体								
クラス	772	21.9	31.0	8.9	3.4	6.5	28.4	16.61
スタ	159	15.7	41.5	10.7	2.5	3.8	25.8	13.18
グル	58	27.6	25.9	8.6	5.2	5.2	27.6	5.02
アル	45	15.6	22.2	17.8	4.4	15.6	24.4	103.06
別	47	21.3	29.8	8.5	2.1	6.4	31.9	4.34
	62	29.0	27.4	8.1	3.2	6.5	25.8	4.17
	35	17.1	31.4	5.7	5.7	14.3	25.7	10.96
	42	9.5	21.4	16.7	4.8	14.3	33.3	51.75
	165	21.2	32.1	5.5	4.2	6.7	30.3	9.68
	139	32.4	28.8	6.5	2.2	2.9	27.3	6.92
	454	17.2	31.9	10.6	4.8	9.0	26.4	16.30
	33	39.4	24.2	3.0	0.0	0.0	33.3	0.95
	166	23.5	28.9	8.4	1.8	3.6	33.7	32.21
	101	35.6	29.7	5.9	0.0	1.0	27.7	1.49
	17	17.6	41.2	0.0	5.9	11.8	23.5	5.08
	167	32.3	10.8	1.2	0.0	0.0	55.7	0.41
	191	29.3	29.3	2.1	0.5	1.6	37.2	2.11
	120	26.7	50.8	0.8	0.0	3.3	18.3	7.62
	135	17.8	49.6	8.9	2.2	4.4	17.0	13.24
	119	2.5	30.3	39.5	10.9	11.8	5.0	35.88
	39	0.0	0.0	7.7	23.1	59.0	10.3	74.71
	95	26.3	18.9	2.1	1.1	1.1	50.5	1.55
	89	22.5	29.2	3.4	3.4	5.6	36.0	5.75
	156	23.7	30.8	14.1	6.4	8.3	16.7	38.10
	77	18.2	35.1	5.2	1.3	7.8	32.5	6.87
	93	14.0	39.8	16.1	2.2	7.5	20.4	13.99
	77	13.0	36.4	10.4	5.2	9.1	26.0	28.91
	77	19.5	36.4	13.0	3.9	5.2	22.1	4.38
	107	32.7	24.3	4.7	1.9	6.5	29.9	7.00

⑨D 立地企業件数：資本金3億円～10億円未満

		全 体						平均
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	な し	1 5 件 未 満	5 1 0 件 未 満	1 0 5 件 未 満	1 5 件 以 上	不 明	
	772	21.9	31.0	8.9	3.4	6.5	28.4	16.61
農 業、 林 業、 漁 業	155	34.8	13.5	1.3	0.0	0.6	49.7	1.28
建 設 業	23	21.7	34.8	4.3	0.0	4.3	34.8	2.40
製 造 業	285	19.3	40.7	14.0	4.2	5.6	16.1	11.85
卸 売 業、 小 売 業	186	15.1	34.9	12.4	7.0	13.4	17.2	17.71
宿 泊 業、 飲 食 サービス 業	24	29.2	20.8	4.2	0.0	0.0	45.8	0.85
そ の 他 サービス 業	34	26.5	35.3	2.9	0.0	2.9	32.4	133.65
医 療、 福 祉	15	13.3	26.7	6.7	0.0	6.7	46.7	5.25
1 0 万 人 未 満	79	38.0	26.6	3.8	0.0	1.3	30.4	1.71
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満	204	27.5	23.0	2.5	1.0	2.0	44.1	3.65
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満	113	31.9	35.4	3.5	0.0	3.5	25.7	43.85
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満	252	14.3	40.1	15.1	5.6	7.1	17.9	9.77
5 0 0 万 人 以 上	55	5.5	20.0	18.2	14.5	32.7	9.1	41.24
1 0 万 人 未 満	273	30.0	25.6	4.0	0.7	2.6	37.0	8.95
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満	54	14.8	38.9	14.8	3.7	5.6	22.2	81.55
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満	97	17.5	30.9	15.5	4.1	11.3	20.6	9.34
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満	23	4.3	30.4	8.7	8.7	17.4	30.4	11.06
5 0 0 万 人 以 上	18	11.1	11.1	5.6	16.7	38.9	16.7	76.53

⑨E 立地企業件数：資本金10億円～50億円未満

	該当数	なし	15件未満	510件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
全 体								
クラス	772	33.3	23.4	4.7	1.0	3.9	33.7	8.82
スタ	159	32.7	30.2	2.5	0.6	3.1	30.8	6.95
グル	58	41.4	12.1	10.3	1.7	1.7	32.8	2.23
アル	45	24.4	40.0	6.7	0.0	8.9	20.0	51.42
別	47	19.1	29.8	4.3	0.0	2.1	44.7	2.46
	62	37.1	25.8	4.8	1.6	3.2	27.4	2.82
	35	40.0	17.1	5.7	0.0	11.4	25.7	4.08
	42	9.5	33.3	2.4	4.8	9.5	40.5	24.20
	165	33.9	15.2	6.7	1.8	3.6	38.8	5.74
	139	39.6	23.7	2.2	0.0	2.2	32.4	3.45
	454	30.0	26.0	5.7	1.5	5.5	31.3	8.03
	33	48.5	12.1	0.0	0.0	0.0	39.4	0.20
	166	32.5	21.1	4.2	0.0	3.0	39.2	19.28
	101	43.6	19.8	3.0	0.0	0.0	33.7	0.64
	17	41.2	17.6	0.0	5.9	0.0	35.3	1.27
	167	38.3	3.0	0.6	0.0	0.0	58.1	0.23
	191	39.3	14.7	1.6	1.0	1.0	42.4	1.00
	120	42.5	26.7	1.7	0.0	3.3	25.8	4.40
	135	33.3	34.1	2.2	0.0	3.7	26.7	7.18
	119	18.5	52.1	12.6	0.8	6.7	9.2	19.39
	39	0.0	17.9	30.8	12.8	28.2	10.3	34.00
	95	31.6	9.5	0.0	1.1	0.0	57.9	0.73
	89	34.8	14.6	2.2	0.0	4.5	43.8	1.88
	156	37.2	28.8	7.7	0.6	5.8	19.9	20.39
	77	28.6	29.9	1.3	0.0	6.5	33.8	2.80
	93	29.0	34.4	5.4	0.0	5.4	25.8	7.64
	77	27.3	23.4	10.4	1.3	5.2	32.5	16.60
	77	37.7	27.3	3.9	2.6	1.3	27.3	1.71
	107	36.4	17.8	4.7	2.8	1.9	36.4	3.12

⑨E 立地企業件数：資本金10億円～50億円未満

		全 体					該 当 数	な し	1 5 件 未 満	5 1 0 件 未 満	1 0 5 件 未 満	1 5 件 以 上	不 明	平 均
産 業 別 就 業 別 業 種		772	33.3	23.4	4.7	1.0	33.7	8.82						
全 体		772	33.3	23.4	4.7	1.0	33.7	8.82						
農 業、林 業、漁 業		155	39.4	6.5	0.0	0.0	53.5	0.42						
建 設 業		23	30.4	17.4	8.7	0.0	43.5	1.54						
製 造 業		285	35.4	32.3	6.7	0.4	22.5	5.38						
卸 売 業、小 売 業		186	27.4	31.2	7.0	3.2	23.7	9.18						
宿 泊 業、飲 食 サ ー ビ ス 業		24	41.7	4.2	4.2	0.0	50.0	0.83						
そ の 他 サ ー ビ ス 業		34	38.2	20.6	0.0	0.0	38.2	79.86						
医 療、福 祉		15	26.7	33.3	6.7	0.0	33.3	1.30						
1 0 万 人 未 満		79	49.4	13.9	1.3	0.0	34.2	1.13						
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満		204	32.8	14.2	2.0	0.0	49.0	2.01						
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満		113	48.7	17.7	0.9	0.0	29.2	24.78						
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満		252	27.4	38.5	4.4	2.0	23.8	4.77						
5 0 0 万 人 以 上		55	23.6	20.0	20.0	5.5	14.5	18.15						
1 0 万 人 未 満		273	39.6	16.1	1.5	0.0	40.3	5.12						
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満		54	33.3	29.6	1.9	1.9	27.8	47.03						
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満		97	21.6	39.2	7.2	2.1	25.8	4.14						
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満		23	26.1	21.7	17.4	0.0	26.1	3.88						
5 0 0 万 人 以 上		18	27.8	5.6	11.1	11.1	16.7	36.47						
年 間 宿 泊 客 数														

⑨ F 立地企業件数：資本金50億円以上

	該当数	なし	15件未満	510件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
全 体								
クラス	772	38.1	15.4	3.2	0.5	2.1	40.7	6.70
スタ	159	40.9	19.5	1.3	0.0	3.1	35.2	4.15
グ	58	37.9	8.6	8.6	0.0	0.0	44.8	1.31
ル	45	40.0	22.2	0.0	0.0	6.7	31.1	39.68
ア	47	34.0	14.9	0.0	0.0	2.1	48.9	3.92
別	62	40.3	19.4	3.2	0.0	1.6	35.5	1.53
	35	34.3	17.1	5.7	5.7	0.0	37.1	2.14
	42	16.7	19.0	11.9	0.0	4.8	47.6	28.59
	165	34.5	11.5	4.2	0.6	1.8	47.3	4.32
	139	46.8	12.9	1.4	0.7	0.7	37.4	1.80
	454	37.0	16.5	3.7	0.9	2.6	39.2	6.00
	33	57.6	0.0	0.0	0.0	0.0	42.4	0.00
	166	35.5	14.5	3.0	0.0	2.4	44.6	14.79
	101	44.6	12.9	2.0	0.0	0.0	40.6	0.57
	17	17.6	35.3	5.9	0.0	0.0	41.2	1.50
	167	32.9	1.2	0.6	0.0	0.0	65.3	0.12
	191	42.4	5.2	1.6	0.0	1.0	49.7	0.88
	120	48.3	12.5	1.7	0.0	1.7	35.8	2.06
	135	43.7	19.3	0.0	0.7	3.0	33.3	4.96
	119	32.8	42.0	6.7	0.8	2.5	15.1	13.52
	39	5.1	38.5	28.2	5.1	12.8	10.3	28.69
	95	30.5	3.2	1.1	0.0	1.1	64.2	0.74
	89	34.8	11.2	3.4	0.0	0.0	50.6	0.75
	156	42.3	26.3	1.3	1.3	5.1	23.7	17.27
	77	40.3	11.7	1.3	1.3	0.0	45.5	0.95
	93	30.1	23.7	5.4	0.0	3.2	37.6	3.67
	77	35.1	13.0	9.1	0.0	3.9	39.0	12.00
	77	46.8	15.6	5.2	0.0	0.0	32.5	0.85
	107	43.0	10.3	1.9	0.9	0.9	43.0	1.51

⑨ F 立地企業件数：資本金50億円以上

		全 体						平均
業 種 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	な し	1 5 件 未 満	5 1 0 件 未 満	1 0 5 件 未 満	1 5 件 以 上	不 明	
	772	38.1	15.4	3.2	0.5	2.1	40.7	6.70
農 業、 林 業、 漁 業	155	34.2	2.6	1.3	0.0	0.0	61.9	0.25
建 設 業	23	34.8	13.0	0.0	0.0	0.0	52.2	0.45
製 造 業	285	43.9	20.4	3.5	0.7	1.4	30.2	4.46
卸 売 業、 小 売 業	186	36.6	24.7	5.4	1.1	3.8	28.5	6.47
宿 泊 業、 飲 食 サービス 業	24	33.3	4.2	0.0	0.0	0.0	62.5	0.33
そ の 他 サービス 業	34	41.2	8.8	0.0	0.0	2.9	47.1	63.00
医 療、 福 祉	15	40.0	6.7	6.7	0.0	0.0	46.7	1.13
年 間 観 光 人 込 客	79	46.8	12.7	0.0	0.0	1.3	39.2	0.98
1 0 万 人 未 満	204	34.3	7.4	2.0	0.0	1.0	55.4	1.60
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	113	49.6	8.0	2.7	0.9	1.8	37.2	18.04
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	252	40.1	20.2	3.2	0.4	2.0	34.1	2.81
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	55	23.6	34.5	14.5	3.6	7.3	16.4	16.93
5 0 0 万 人 以 上	273	40.3	7.7	1.5	0.4	1.8	48.4	4.22
年 間 宿 泊 客 数	54	44.4	18.5	1.9	0.0	5.6	29.6	32.32
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	97	35.1	17.5	3.1	2.1	1.0	41.2	1.47
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	23	30.4	13.0	17.4	0.0	0.0	39.1	1.86
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	18	22.2	16.7	16.7	0.0	16.7	27.8	26.38
5 0 0 万 人 以 上								

⑩A. 資本別割合：地域内の資本の企業

クラス タ グ ル ア 別	該当数	50%未満							不明	平均
		50%未満								
全 体	772	8.5	2.7	4.4	7.1	9.6	24.0	43.7	73.98	
総務、企画部署	159	8.8	1.3	6.3	8.2	8.2	18.2	49.1	71.70	
総務、企画部署	58	17.2	3.4	1.7	1.7	8.6	34.5	32.8	71.30	
総務、企画部署	45	4.4	0.0	6.7	4.4	11.1	15.6	57.8	75.20	
総務、企画部署	47	8.5	0.0	8.5	6.4	2.1	27.7	46.8	73.89	
総務、企画部署	62	6.5	3.2	6.5	4.8	11.3	22.6	45.2	74.65	
総務、企画部署	35	8.6	2.9	2.9	2.9	11.4	25.7	45.7	73.43	
総務、企画部署	42	7.1	4.8	2.4	16.7	9.5	16.7	42.9	73.16	
総務、企画部署	165	6.7	4.8	3.6	8.5	8.5	23.0	44.8	74.40	
総務、企画部署	139	9.4	2.9	2.2	7.2	14.4	30.2	33.8	76.38	
総務、企画部署	454	7.5	2.6	4.2	6.4	7.7	24.0	47.6	74.80	
総務、企画部署	33	9.1	0.0	0.0	12.1	24.2	21.2	33.3	75.09	
総務、企画部署	166	12.0	3.0	5.4	6.6	12.0	21.7	39.2	69.56	
総務、企画部署	101	7.9	3.0	4.0	9.9	8.9	29.7	36.6	77.18	
総務、企画部署	17	5.9	5.9	5.9	5.9	11.8	17.6	47.1	77.00	
総務、企画部署	167	10.2	3.0	2.4	6.6	15.0	41.9	21.0	78.41	
総務、企画部署	191	11.0	2.1	3.1	9.4	10.5	28.8	35.1	74.30	
総務、企画部署	120	7.5	5.0	6.7	9.2	11.7	16.7	43.3	71.64	
総務、企画部署	135	8.1	2.2	4.4	6.7	7.4	15.6	55.6	69.87	
総務、企画部署	119	5.9	0.8	5.0	5.0	3.4	14.3	65.5	71.07	
総務、企画部署	39	2.6	5.1	7.7	0.0	2.6	5.1	76.9	63.49	
北海道	95	6.3	3.2	5.3	9.5	14.7	41.1	20.0	80.41	
東北	89	16.9	1.1	4.5	7.9	6.7	32.6	30.3	70.03	
関東	156	7.7	1.9	2.6	6.4	9.0	12.8	59.6	70.21	
北陸	77	7.8	1.3	2.6	7.8	10.4	36.4	33.8	79.16	
中部	93	6.5	2.2	2.2	9.7	4.3	17.2	58.1	73.14	
近畿	77	7.8	5.2	6.5	5.2	10.4	15.6	49.4	69.45	
中国・四国	77	9.1	1.3	2.6	2.6	13.0	23.4	48.1	75.80	
九州・沖縄	107	7.5	5.6	8.4	7.5	9.3	21.5	40.2	71.97	

⑩A. 資本別割合：地域内の資本の企業

		全 体										平均
業 種 別 業 界	該 当 数	5 0 % 未 満	5 0 % ~ 6 0 % 未 満	6 0 % ~ 7 0 % 未 満	7 0 % ~ 8 0 % 未 満	8 0 % ~ 9 0 % 未 満	9 0 % 以 上	不 明				
農 業、 林 業、 漁 業	772	8.5	2.7	4.4	7.1	9.6	24.0	43.7	73.98			
建 設 業	155	13.5	2.6	5.2	8.4	14.2	36.8	19.4	73.52			
製 造 業	23	8.7	0.0	8.7	0.0	13.0	47.8	21.7	82.14			
卸 売 業、 小 売 業	285	10.2	3.2	4.9	7.4	10.2	17.5	46.7	70.82			
宿 泊 業、 飲 食 サービス 業	186	5.4	3.2	4.3	5.9	7.0	18.8	55.4	74.10			
別 人	24	0.0	8.3	0.0	8.3	4.2	33.3	45.8	82.08			
口 卜	34	2.9	0.0	2.9	2.9	11.8	41.2	38.2	86.74			
ソ フ ト	15	6.7	0.0	6.7	6.7	6.7	33.3	40.0	76.00			
年 間	79	15.2	2.5	3.8	10.1	12.7	31.6	24.1	72.68			
観 光	204	10.3	3.9	3.4	6.9	13.7	32.8	28.9	75.45			
数 人	113	6.2	0.9	5.3	7.1	8.8	27.4	44.2	78.14			
込 客	252	7.5	2.0	6.0	7.1	9.1	19.0	49.2	72.69			
	55	5.5	7.3	5.5	1.8	3.6	14.5	61.8	68.99			
年 間	273	10.3	2.2	4.0	8.1	12.5	34.4	28.6	77.07			
宿 泊	54	5.6	5.6	3.7	14.8	9.3	25.9	35.2	74.87			
客	97	9.3	3.1	7.2	9.3	14.4	18.6	38.1	70.47			
数	23	8.7	0.0	8.7	4.3	4.3	21.7	52.2	73.95			
	18	5.6	5.6	5.6	0.0	5.6	5.6	72.2	57.24			

⑩B 資本別割合：地域外・国内資本の企業

	該当数	なし	5%未満	5%未満	10%未満	不明	平均							
全 体														
クラス	772	5.6	5.4	6.5	10.2	10.4	18.1	43.8	25.00					
サブ	159	3.8	4.4	6.9	6.3	9.4	20.1	49.1	27.64					
グループ	58	6.9	10.3	5.2	19.0	3.4	22.4	32.8	25.98					
別	45	4.4	2.2	6.7	4.4	11.1	13.3	57.8	24.43					
	47	8.5	2.1	8.5	10.6	2.1	21.3	46.8	25.92					
	62	8.1	4.8	6.5	8.1	11.3	16.1	45.2	24.96					
	35	8.6	8.6	2.9	11.4	8.6	14.3	45.7	21.24					
	42	2.4	7.1	2.4	11.9	11.9	21.4	42.9	26.57					
	165	3.0	4.2	6.1	13.3	11.5	17.0	44.8	24.96					
	139	6.5	7.2	8.6	10.8	15.1	18.0	33.8	23.32					
	454	3.7	6.4	7.3	9.5	9.3	16.3	47.6	24.63					
	33	15.2	0.0	9.1	9.1	15.2	18.2	33.3	20.36					
	166	4.2	3.6	7.2	10.8	12.0	22.9	39.2	29.25					
	101	12.9	5.9	1.0	13.9	10.9	17.8	37.6	21.42					
	17	5.9	5.9	5.9	5.9	11.8	17.6	47.1	22.89					
	167	18.6	6.0	9.6	14.4	10.2	20.4	21.0	20.07					
	191	3.7	4.7	7.3	16.2	13.6	19.4	35.1	25.20					
	120	2.5	5.0	5.0	10.0	10.8	23.3	43.3	27.74					
	135	1.5	5.2	5.9	4.4	11.1	16.3	55.6	29.75					
	119	0.0	7.6	4.2	4.2	6.7	10.9	66.4	26.37					
	39	0.0	2.6	2.6	2.6	2.6	12.8	76.9	35.41					
	95	14.7	10.5	6.3	16.8	13.7	17.9	20.0	17.87					
	89	9.0	5.6	11.2	9.0	6.7	28.1	30.3	29.90					
	156	1.9	3.8	3.8	7.1	9.6	14.1	59.6	28.74					
	77	3.9	6.5	14.3	14.3	11.7	15.6	33.8	20.73					
	93	4.3	4.3	6.5	4.3	8.6	14.0	58.1	26.01					
	77	2.6	2.6	3.9	7.8	13.0	20.8	49.4	30.39					
	77	2.6	9.1	3.9	11.7	11.7	13.0	48.1	23.95					
	107	6.5	2.8	4.7	13.1	9.3	22.4	41.1	25.12					

⑩C. 資本別割合：外国資本の企業

	該当数	なし	5%未満	5%以上	不明	平均
	772	49.0	5.4	2.3	43.3	0.41
	全 体					
クラス	159	42.1	5.7	3.8	48.4	0.66
スタ	58	65.5	1.7	1.7	31.0	0.40
グル	45	37.8	4.4	2.2	55.6	0.35
アル	47	42.6	10.6	0.0	46.8	0.19
ブ	62	45.2	6.5	3.2	45.2	0.39
別	35	45.7	8.6	0.0	45.7	0.06
	42	50.0	4.8	2.4	42.9	0.27
	165	47.9	4.8	3.0	44.2	0.52
	139	60.4	4.3	1.4	33.8	0.30
	454	43.2	6.8	2.9	47.1	0.52
	33	66.7	0.0	0.0	33.3	0.00
	166	56.6	3.6	1.8	38.0	0.29
	101	56.4	4.0	2.0	37.6	0.37
	17	47.1	5.9	0.0	47.1	0.11
	167	79.0	0.0	0.6	20.4	0.08
	191	58.6	4.2	2.6	34.6	0.42
	120	43.3	10.8	3.3	42.5	0.60
	135	37.8	5.9	1.5	54.8	0.37
	119	21.8	7.6	4.2	66.4	1.08
	39	10.3	10.3	2.6	76.9	1.10
	95	74.7	1.1	4.2	20.0	0.41
	89	64.0	5.6	0.0	30.3	0.07
	156	32.7	4.5	4.5	58.3	1.02
	77	59.7	6.5	0.0	33.8	0.11
	93	29.0	8.6	4.3	58.1	0.85
	77	42.9	9.1	0.0	48.1	0.15
	77	45.5	5.2	1.3	48.1	0.25
	107	53.3	4.7	1.9	40.2	0.37

⑩C. 資本別割合：外国資本の企業

		全 体					平均
業 別 数	業 別 数	772	49.0	5.4	2.3	43.3	0.41
農業、林業、漁業	155	78.7	1.9	0.0	19.4	0.04	
建設業	23	73.9	4.3	0.0	21.7	0.06	
製造業	285	41.4	8.8	3.5	46.3	0.68	
卸売業、小売業	186	37.6	4.8	2.7	54.8	0.55	
宿泊業、飲食サービス業	24	45.8	4.2	4.2	45.8	0.85	
その他サービス業	34	52.9	5.9	2.9	38.2	0.29	
医療、福祉	15	46.7	6.7	6.7	40.0	0.67	
年間観客数	79	70.9	3.8	1.3	24.1	0.22	
年間観客数	204	67.2	2.9	1.5	28.4	0.19	
年間観客数	113	51.3	4.4	0.9	43.4	0.34	
年間観客数	252	38.9	8.3	4.0	48.8	0.71	
年間観客数	55	23.6	9.1	5.5	61.8	1.15	
年間観客数	273	65.2	3.7	2.9	28.2	0.41	
年間観客数	54	50.0	13.0	1.9	35.2	0.34	
年間観客数	97	48.5	9.3	6.2	36.1	0.94	
年間観客数	23	43.5	0.0	4.3	52.2	0.45	
年間観客数	18	11.1	11.1	5.6	72.2	1.68	

①A 自治体における年間観光入込客数

	該当数	10万人未満	105万人未満	500万人未満	1000500万人未満	500万人以上	不明	平均
全 体								
クラス	772	10.2	26.4	14.6	32.6	7.1	8.9	#####
スタ	159	13.8	29.6	8.8	34.6	5.7	7.5	#####
グル	58	0.0	34.5	17.2	32.8	10.3	5.2	#####
アル	45	2.2	22.2	13.3	44.4	8.9	8.9	#####
ブ	47	4.3	31.9	14.9	34.0	6.4	8.5	#####
別	62	6.5	25.8	24.2	33.9	6.5	3.2	#####
	35	11.4	11.4	22.9	42.9	11.4	0.0	#####
	42	2.4	7.1	4.8	57.1	23.8	4.8	#####
	165	9.1	24.8	15.2	32.7	6.1	12.1	#####
	139	21.6	30.2	16.5	16.5	2.2	12.9	#####
	454	3.3	19.2	16.3	44.3	10.6	6.4	#####
	33	30.3	33.3	9.1	21.2	0.0	6.1	#####
	166	15.7	38.6	12.0	18.1	1.8	13.9	#####
	101	25.7	36.6	11.9	10.9	3.0	11.9	#####
	17	11.8	29.4	23.5	11.8	5.9	17.6	#####
	167	21.0	55.7	9.6	7.2	0.0	6.6	#####
	191	10.5	34.6	21.5	20.4	1.6	11.5	#####
	120	7.5	17.5	22.5	45.0	3.3	4.2	#####
	135	8.9	13.3	16.3	51.1	3.7	6.7	#####
	119	1.7	5.0	4.2	57.1	16.0	16.0	#####
	39	2.6	0.0	5.1	23.1	61.5	7.7	#####
	95	10.5	51.6	15.8	18.9	1.1	2.1	#####
	89	10.1	30.3	22.5	25.8	3.4	7.9	#####
	156	14.7	18.6	13.5	32.7	9.6	10.9	#####
	77	5.2	27.3	16.9	39.0	5.2	6.5	#####
	93	11.8	19.4	7.5	40.9	11.8	8.6	#####
	77	5.2	23.4	13.0	39.0	3.9	15.6	#####
	77	7.8	23.4	18.2	42.9	6.5	1.3	#####
	107	11.2	22.4	12.1	26.2	12.1	15.9	#####

①A 自治体における年間観光入込客数

産業別観光入込客数	該当数	10万人未満					100万人未満	500万人未満	1000万人以上	不明	平均
		10万人未満	105万人未満	500万人未満	1000万人未満	5000万人以上					
全 体	772	10.2	26.4	14.6	32.6	7.1	8.9	#####	#####	#####	
農業、林業、漁業	155	14.2	46.5	14.8	15.5	0.0	9.0	#####	#####	#####	
建設業	23	34.8	30.4	21.7	8.7	4.3	0.0	#####	#####	#####	
製造業	285	9.8	19.3	14.4	43.5	4.9	8.1	#####	#####	#####	
卸売業、小売業	186	5.9	17.2	12.4	38.2	18.8	7.5	#####	#####	#####	
宿泊業、飲食サービス業	24	4.2	16.7	16.7	50.0	4.2	8.3	#####	#####	#####	
その他サービス業	34	5.9	47.1	14.7	26.5	5.9	0.0	#####	#####	#####	
医療、福祉	15	6.7	33.3	13.3	20.0	6.7	20.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	79	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	204	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	113	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	252	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	55	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	273	19.4	45.8	14.7	16.5	0.7	2.9	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	54	3.7	16.7	25.9	50.0	3.7	0.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	97	0.0	6.2	10.3	70.1	11.3	2.1	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	23	0.0	0.0	4.3	56.5	39.1	0.0	#####	#####	#####	
年間観光入込客数	18	0.0	0.0	0.0	44.4	50.0	5.6	#####	#####	#####	

⑪B 自治体における年間宿泊客数

クラス タ グ ル ア 別	全 体						平均	
	該当数	1 0 万 人 未 満	1 0 5 万 人 未 満	5 0 1 0 万 人 未 満	1 0 5 0 万 人 未 満	5 0 0 万 人 未 満		5 0 0 万 人 以 上
	772	35.4	7.0	12.6	3.0	2.3	39.8	#####
祭り・イベント重視型	159	41.5	6.3	8.8	3.1	0.0	40.3	#####
ニューツーリズム重視型	58	34.5	8.6	20.7	6.9	1.7	27.6	#####
企業誘致雇用創出型	45	22.2	15.6	20.0	2.2	2.2	37.8	#####
旅行商品開発重視型	47	27.7	8.5	14.9	0.0	0.0	48.9	#####
宝探し型	62	45.2	3.2	12.9	3.2	3.2	32.3	#####
人材育成重視型	35	20.0	0.0	17.1	2.9	2.9	57.1	#####
インバウンド型	42	2.4	9.5	28.6	9.5	11.9	38.1	#####
消極的取り組み	165	34.5	7.9	9.1	2.4	4.8	41.2	#####
取り組みなし	139	47.5	5.0	8.6	1.4	0.0	37.4	#####
観光専門部署	454	26.2	8.1	17.8	4.6	3.7	39.4	#####
総務、企画部署	33	45.5	0.0	15.2	3.0	0.0	36.4	#####
産業振興、地域振興部署	166	46.4	4.8	4.8	0.6	0.6	42.8	#####
経済産業、商工部署	101	54.5	8.9	1.0	0.0	0.0	35.6	#####
その他部署	17	41.2	0.0	11.8	0.0	0.0	47.1	#####
1万人未満	167	62.3	7.8	3.6	0.6	0.6	25.1	#####
1～3万人未満	191	47.1	5.8	9.9	2.1	1.6	33.5	#####
3～5万人未満	120	24.2	8.3	17.5	4.2	0.8	45.0	#####
5～10万人未満	135	26.7	7.4	15.6	1.5	0.7	48.1	#####
10～30万人未満	119	10.9	8.4	21.0	5.9	2.5	51.3	#####
30万人以上	39	2.6	0.0	12.8	10.3	23.1	51.3	#####
北海道	95	65.3	6.3	14.7	2.1	1.1	10.5	#####
東北	89	40.4	5.6	9.0	4.5	1.1	39.3	#####
関東	156	30.1	7.7	7.1	2.6	2.6	50.0	#####
北陸	77	26.0	10.4	14.3	3.9	3.9	41.6	#####
中部	93	25.8	7.5	16.1	1.1	2.2	47.3	#####
近畿	77	36.4	7.8	13.0	2.6	1.3	39.0	#####
中国・四国	77	28.6	9.1	14.3	5.2	2.6	40.3	#####
九州・沖縄	107	31.8	2.8	15.9	2.8	3.7	43.0	#####

⑩C 自治体における年間宿泊客延べ数

	該当数	全 体					平均
		5万人未満	5万10千人未満	10万10千人未満	10万5000人未満	50万人以上	
クラス	772	33.2	6.3	14.5	2.6	43.0	#####
タ	159	36.5	6.3	10.1	0.0	47.2	#####
グ	58	31.0	8.6	31.0	1.7	27.6	#####
レ	45	20.0	6.7	17.8	8.9	46.7	#####
ル	47	23.4	10.6	17.0	2.1	46.8	#####
ア	62	35.5	1.6	9.7	1.6	51.6	#####
別	35	20.0	11.4	20.0	8.6	40.0	#####
	42	7.1	4.8	38.1	2.4	45.2	#####
	165	35.8	6.7	9.1	4.8	42.4	#####
	139	46.0	5.0	11.5	0.0	37.4	#####
	454	22.7	5.7	21.6	4.4	44.9	#####
	33	42.4	0.0	9.1	0.0	48.5	#####
	166	46.4	7.2	3.6	0.0	42.8	#####
	101	52.5	10.9	4.0	0.0	32.7	#####
	17	47.1	0.0	5.9	0.0	47.1	#####
	167	58.1	6.0	4.2	0.6	31.1	#####
	191	44.5	7.9	9.4	2.1	36.1	#####
	120	25.8	5.0	15.8	0.8	51.7	#####
	135	20.0	8.1	23.0	2.2	46.7	#####
	119	11.8	5.0	24.4	3.4	55.5	#####
	39	2.6	2.6	20.5	17.9	51.3	#####
	95	63.2	10.5	18.9	1.1	6.3	#####
	89	36.0	2.2	14.6	1.1	46.1	#####
	156	25.6	7.1	6.4	3.8	57.1	#####
	77	22.1	5.2	22.1	5.2	45.5	#####
	93	24.7	5.4	15.1	1.1	52.7	#####
	77	31.2	3.9	18.2	0.0	45.5	#####
	77	28.6	7.8	15.6	1.3	46.8	#####
	107	34.6	7.5	13.1	5.6	38.3	#####

①C 自治体における年間宿泊客延べ数

産業別施設別人口トブ	全 体							平均
	該当数	5万人未満	5310万人未満	10310万人未満	1050万人以上	不明	平均	
農業、林業、漁業	772	33.2	6.3	14.5	2.6	43.0	#####	
建設業	155	50.3	5.8	4.5	0.0	39.4	#####	
製造業	23	56.5	4.3	8.7	0.0	30.4	#####	
卸売業、小売業	285	31.2	5.6	15.4	1.8	46.0	#####	
宿泊業、飲食サービス業	186	19.4	5.9	26.9	4.8	41.9	#####	
その他サービス業	24	0.0	12.5	25.0	12.5	45.8	#####	
医療、福祉	34	47.1	17.6	5.9	2.9	26.5	#####	
年間観光客	15	40.0	6.7	6.7	6.7	40.0	#####	
10万人未満	79	62.0	2.5	1.3	0.0	34.2	#####	
10~50万人未満	204	58.8	8.3	2.9	0.0	29.9	#####	
50~100万人未満	113	37.2	9.7	14.2	0.9	38.1	#####	
100~500万人未満	252	13.9	7.1	28.2	4.0	46.0	#####	
500万人以上	55	1.8	1.8	25.5	14.5	54.5	#####	
年間宿泊客	273	76.2	3.7	0.4	0.0	19.8	#####	
10万人未満	54	0.0	44.4	5.6	0.0	50.0	#####	
10~50万人未満	97	0.0	1.0	50.5	1.0	47.4	#####	
50~100万人未満	23	0.0	0.0	39.1	4.3	56.5	#####	
100~500万人未満	18	0.0	0.0	11.1	38.9	33.3	#####	
500万人以上								

⑩D 自治体の観光関連予算規模（総予算に占める割合）

	該当数	なし	5%未満	5%以上10%未満	10%以上15%未満	15%以上	不明	平均
全 体								
クラス	772	11.0	67.4	4.4	0.8	1.0	15.4	1.43
スタ	159	15.1	65.4	1.3	0.0	1.3	17.0	1.12
グル	58	3.4	72.4	8.6	0.0	1.7	13.8	1.97
アル	45	6.7	66.7	4.4	2.2	2.2	17.8	2.14
ブ	47	4.3	72.3	4.3	0.0	0.0	19.1	1.14
別	62	8.1	72.6	6.5	3.2	1.6	8.1	1.85
	35	8.6	74.3	0.0	2.9	0.0	14.3	1.47
	42	2.4	78.6	9.5	0.0	0.0	9.5	1.60
	165	9.1	63.6	5.5	1.2	1.2	19.4	1.57
	139	20.1	61.9	4.3	0.0	0.7	12.9	1.05
	454	4.4	73.1	5.3	1.1	0.9	15.2	1.62
	33	24.2	51.5	3.0	3.0	0.0	18.2	1.48
	166	17.5	62.0	1.8	0.0	1.2	17.5	0.97
	101	21.8	57.4	5.0	0.0	2.0	13.9	1.45
	17	29.4	58.8	5.9	0.0	0.0	5.9	0.81
	167	6.6	64.1	9.0	1.2	1.8	17.4	2.18
	191	7.3	67.0	4.7	0.0	1.6	19.4	1.74
	120	7.5	74.2	4.2	0.0	0.8	13.3	1.32
	135	18.5	66.7	2.2	0.7	0.0	11.9	0.83
	119	13.4	68.1	0.8	1.7	0.0	16.0	0.72
	39	23.1	64.1	2.6	2.6	2.6	5.1	1.62
	95	5.3	75.8	7.4	2.1	3.2	6.3	2.37
	89	5.6	65.2	4.5	0.0	2.2	22.5	1.82
	156	22.4	60.9	3.2	0.0	0.6	12.8	0.96
	77	0.0	67.5	11.7	0.0	0.0	20.8	1.90
	93	11.8	65.6	6.5	2.2	0.0	14.0	1.34
	77	20.8	61.0	1.3	0.0	0.0	16.9	0.53
	77	2.6	84.4	0.0	1.3	0.0	11.7	1.18
	107	9.3	65.4	1.9	0.9	1.9	20.6	1.55

①D 自治体の観光関連予算規模 (総予算に占める割合)

	該当数	なし	5%未満	5%以上10%未満	10%以上15%未満	15%以上	不明	平均
全体	772	11.0	67.4	4.4	0.8	1.0	15.4	1.43
産業別観光収入								
農業、林業、漁業	155	5.2	65.2	7.1	0.6	3.2	18.7	2.28
建設業	23	13.0	52.2	13.0	0.0	4.3	17.4	2.67
製造業	285	11.6	74.0	2.8	0.7	0.0	10.9	1.05
卸売業、小売業	186	15.6	67.2	2.7	1.1	1.1	12.4	1.17
宿泊業、飲食サービス業	24	4.2	50.0	16.7	4.2	0.0	25.0	3.28
その他サービス業	34	5.9	88.2	5.9	0.0	0.0	0.0	1.48
医療、福祉	15	20.0	66.7	0.0	0.0	0.0	13.3	1.01
年間観光収入込客								
10万人未満	79	25.3	59.5	1.3	0.0	1.3	12.7	0.92
10～50万人未満	204	6.9	72.5	4.9	0.5	2.0	13.2	1.66
50～100万人未満	113	10.6	71.7	7.1	0.0	0.9	9.7	1.63
100～500万人未満	252	7.5	76.2	5.2	1.2	0.4	9.5	1.42
500万人以上	55	9.1	70.9	1.8	3.6	1.8	12.7	1.44
年間宿泊客数								
10万人未満	273	13.6	72.9	4.0	0.4	1.5	7.7	1.46
10～50万人未満	54	13.0	64.8	9.3	1.9	0.0	11.1	1.54
50～100万人未満	97	4.1	74.2	7.2	1.0	1.0	12.4	1.66
100～500万人未満	23	0.0	78.3	0.0	4.3	4.3	13.0	2.87
500万人以上	18	11.1	66.7	22.2	0.0	0.0	0.0	2.39

⑪E 自治体の宿泊施設規模（床数）（宿泊施設タイプ問わず合計で）

	5 0 0 床 未 満	5 0 0 1 0 0 床 未 満	1 0 0 1 5 0 0 床 未 満	1 5 0 0 0 0 床 未 満	2 0 0 0 0 床 以 上	不 明	平 均
全 体	772	40.3	10.0	4.9	2.8	12.7	29.3
祭り・イベント重視型	159	42.8	10.1	3.8	3.8	6.3	33.3
ニューツーリズム重視型	58	36.2	12.1	5.2	8.6	24.1	13.8
企業誘致雇用創出型	45	26.7	15.6	6.7	0.0	8.9	42.2
旅行商品開発重視型	47	29.8	12.8	8.5	4.3	17.0	27.7
宝探し型	62	46.8	8.1	4.8	1.6	9.7	29.0
人材育成重視型	35	34.3	2.9	2.9	0.0	34.3	25.7
インバウンド型	42	9.5	9.5	7.1	0.0	47.6	26.2
消極的取り組み	165	42.4	10.9	3.0	3.0	9.1	31.5
取り組みなし	139	52.5	9.4	5.8	2.2	5.0	644.70
観光専門部署	454	30.0	11.5	5.7	4.4	20.9	27.5
総務、企画部署	33	51.5	6.1	6.1	0.0	0.0	36.4
産業振興、地域振興部署	166	56.0	7.2	2.4	0.6	1.2	32.5
経済産業、商工部署	101	56.4	9.9	5.0	1.0	0.0	27.7
その他部署	17	47.1	0.0	5.9	0.0	5.9	41.2
1万人未満	167	61.7	9.6	1.8	3.0	3.0	21.0
1～3万人未満	191	49.7	9.4	5.8	1.0	6.3	27.7
3～5万人未満	120	41.7	14.2	5.8	4.2	12.5	21.7
5～10万人未満	135	33.3	10.4	6.7	2.2	15.6	31.9
10～30万人未満	119	14.3	7.6	5.0	4.2	21.8	47.1
30万人以上	39	2.6	5.1	5.1	5.1	48.7	33.3
北海道	95	58.9	10.5	7.4	2.1	8.4	12.6
東北	89	42.7	10.1	2.2	1.1	13.5	30.3
関東	156	34.6	9.6	4.5	3.2	5.8	42.3
北陸	77	27.3	13.0	6.5	3.9	23.4	26.0
中部	93	36.6	7.5	6.5	3.2	20.4	25.8
近畿	77	44.2	10.4	7.8	1.3	3.9	32.5
中国・四国	77	33.8	13.0	3.9	5.2	19.5	24.7
九州・沖縄	107	44.9	6.5	1.9	2.8	13.1	30.8

⑪E 自治体の宿泊施設規模（床数）（宿泊施設タイプ問わず合計で）

	500床未満	500床～1000床未満	1000床～1500床未満	1500床～2000床未満	2000床以上	不明	平均
全 体	772	40.3	10.0	4.9	2.8	12.7	29.3
産業別							
農業、林業、漁業	155	60.0	10.3	2.6	1.3	1.3	24.5
建設業	23	43.5	4.3	0.0	8.7	4.3	330.48
製造業	285	39.6	9.5	7.0	3.2	13.7	613.43
卸売業、小売業	186	22.6	12.9	4.8	4.3	23.1	27.0
宿泊業、飲食サービス業	24	8.3	16.7	8.3	0.0	33.3	32.3
その他サービス業	34	64.7	5.9	2.9	0.0	5.9	33.3
医療、福祉	15	53.3	13.3	13.3	0.0	13.3	20.6
年間観光入込客数							
10万人未満	79	67.1	3.8	2.5	1.3	0.0	25.3
10～50万人未満	204	61.8	9.8	3.4	2.0	1.5	168.69
50～100万人未満	113	47.8	17.7	2.7	3.5	7.1	351.31
100～500万人未満	252	21.8	10.7	9.5	4.8	27.0	754.94
500万人以上	55	10.9	5.5	1.8	1.8	34.5	26.2
年間宿泊客数							
10万人未満	273	72.5	9.5	2.2	0.7	0.4	45.5
10～50万人未満	54	22.2	24.1	14.8	7.4	3.7	14.7
50～100万人未満	97	9.3	11.3	10.3	10.3	37.1	224.68
100～500万人未満	23	8.7	4.3	0.0	0.0	52.2	836.26
500万人以上	18	11.1	0.0	5.6	0.0	38.9	21.6
							34.8
							44.4

自治体の人口

該当数	1万人未満	13万人未満	35万人未満	510万人未満	1030万人未満	30万人以上	不明	平均	
									772
全 体									
祭り・イベント重視型	17.0	23.3	15.1	24.5	17.0	2.5	0.6	#####	
ニューツーリズム重視型	27.6	29.3	17.2	8.6	10.3	6.9	0.0	#####	
企業誘致雇用創出型	15.6	8.9	26.7	8.9	35.6	4.4	0.0	#####	
旅行商品開発重視型	19.1	25.5	14.9	19.1	12.8	8.5	0.0	#####	
宝探し型	62	32.3	17.7	17.7	14.5	4.8	0.0	#####	
人材育成重視型	35	14.3	22.9	8.6	17.1	11.4	0.0	#####	
インバウンド型	42	11.9	21.4	11.9	28.6	16.7	0.0	#####	
消極的取り組み	165	26.7	29.7	10.3	17.6	10.9	4.8	0.0	#####
取り組みなし	139	30.9	23.7	14.4	19.4	9.4	2.2	0.0	#####
観光専門部署	454	14.8	22.7	17.4	19.2	18.9	7.0	0.0	#####
総務、企画部署	33	45.5	30.3	12.1	6.1	6.1	0.0	#####	
産業振興、地域振興部署	166	31.9	25.3	10.8	17.5	11.4	3.0	0.0	#####
経済産業、商工部署	101	30.7	29.7	16.8	12.9	8.9	1.0	0.0	#####
その他部署	17	5.9	35.3	11.8	23.5	17.6	5.9	0.0	#####
人口別	167	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#####	
1万人未満	191	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#####	
1～3万人未満	120	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	#####	
3～5万人未満	135	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	#####	
5～10万人未満	119	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	#####	
10～30万人未満	39	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	#####	
30万人以上	95	62.1	25.3	4.2	4.2	0.0	0.0	#####	
北海道	89	29.2	38.2	12.4	10.1	9.0	1.1	0.0	#####
東北	156	7.1	18.6	13.5	25.6	27.6	7.7	0.0	#####
関東	77	20.8	29.9	22.1	15.6	9.1	2.6	0.0	#####
北陸	93	12.9	19.4	19.4	20.4	23.7	4.3	0.0	#####
中部	77	14.3	18.2	10.4	31.2	15.6	10.4	0.0	#####
近畿	77	11.7	24.7	24.7	14.3	18.2	6.5	0.0	#####
中国・四国	107	21.5	28.0	20.6	15.0	8.4	6.5	0.0	#####
九州・沖縄									
エリア別									

自治体の人口

		全 体							平均
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	1 万 人 未 満	1 3 万 人 未 満	3 5 万 人 未 満	5 1 0 万 人 未 満	1 0 3 0 万 人 未 満	3 0 万 人 以 上	不 明	平均
農 業、 林 業、 漁 業	772	21.6	24.7	15.5	17.5	15.4	5.1	0.1	#####
建 設 業	155	50.3	34.2	11.0	4.5	0.0	0.0	0.0	#####
製 造 業	23	65.2	8.7	8.7	0.0	13.0	4.3	0.0	#####
卸 売 業、 小 売 業	285	9.8	23.9	20.0	23.9	20.0	2.1	0.4	#####
宿 泊 業、 飲 食 サービス 業	186	2.7	16.1	16.1	24.2	24.7	16.1	0.0	#####
そ の 他 サービス 業	24	62.5	25.0	8.3	0.0	4.2	0.0	0.0	#####
医 療、 福 祉	34	35.3	23.5	2.9	23.5	14.7	0.0	0.0	#####
1 0 万 人 未 満	15	6.7	53.3	13.3	6.7	13.3	6.7	0.0	#####
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	79	44.3	25.3	11.4	15.2	2.5	1.3	0.0	#####
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	204	45.6	32.4	10.3	8.8	2.9	0.0	0.0	#####
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	113	14.2	36.3	23.9	19.5	4.4	1.8	0.0	#####
5 0 0 万 人 以 上	252	4.8	15.5	21.4	27.4	27.0	3.6	0.4	#####
年 間 観 光 人 込 客	55	0.0	5.5	7.3	9.1	34.5	43.6	0.0	#####
1 0 万 人 未 満	273	38.1	33.0	10.6	13.2	4.8	0.4	0.0	#####
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	54	24.1	20.4	18.5	18.5	18.5	0.0	0.0	#####
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	97	6.2	19.6	21.6	21.6	25.8	5.2	0.0	#####
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	23	4.3	17.4	21.7	8.7	30.4	17.4	0.0	#####
5 0 0 万 人 以 上	18	5.6	16.7	5.6	5.6	16.7	50.0	0.0	#####

回答部署

	該当数	観光専門部署	総務、企画部署	産業振興、地域振興部署	経済産業、商工部署	その他部署	不明
	772	58.8	4.3	21.5	13.1	2.2	0.1
		全 体					
クラス	159	57.2	2.5	26.4	11.3	1.9	0.6
スタ	58	69.0	1.7	17.2	8.6	3.4	0.0
グル	45	75.6	4.4	17.8	2.2	0.0	0.0
アル	47	59.6	2.1	27.7	10.6	0.0	0.0
別	62	58.1	4.8	16.1	11.3	9.7	0.0
	35	65.7	11.4	11.4	11.4	0.0	0.0
	42	88.1	2.4	4.8	4.8	0.0	0.0
	165	58.2	4.2	23.0	12.7	1.8	0.0
	139	41.7	7.2	25.2	23.7	2.2	0.0
	454	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
回答部署別	33	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	166	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	101	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	17	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
人口別	167	40.1	9.0	31.7	18.6	0.6	0.0
	191	53.9	5.2	22.0	15.7	3.1	0.0
	120	65.8	3.3	15.0	14.2	1.7	0.0
	135	64.4	1.5	21.5	9.6	3.0	0.0
	119	72.3	1.7	16.0	7.6	2.5	0.0
	39	82.1	0.0	12.8	2.6	2.6	0.0
	95	64.2	4.2	17.9	12.6	1.1	0.0
	89	61.8	5.6	22.5	9.0	1.1	0.0
	156	54.5	1.3	26.9	16.0	1.3	0.0
	77	68.8	5.2	18.2	6.5	1.3	0.0
	93	57.0	6.5	18.3	17.2	1.1	0.0
	77	49.4	1.3	31.2	11.7	6.5	0.0
	77	66.2	2.6	15.6	10.4	5.2	0.0
	107	54.2	8.4	18.7	16.8	1.9	0.0

回答部署

	該当数	観光専門部署	総務、企画部署	産業振興、地域振興部署	経済産業、商工部署	その他部署	不明
全体	772	58.8	4.3	21.5	13.1	2.2	0.1
産業別							
観光施設別							
別人口							
別人口							
別人口							
別人口							
年間観客数	79	19.0	12.7	32.9	32.9	2.5	0.0
年間観客数	204	42.6	5.4	31.4	18.1	2.5	0.0
年間観客数	113	65.5	2.7	17.7	10.6	3.5	0.0
年間観客数	252	79.8	2.8	11.9	4.4	0.8	0.4
年間観客数	55	87.3	0.0	5.5	5.5	1.8	0.0
年間観客数	273	43.6	5.5	28.2	20.1	2.6	0.0
年間観客数	54	68.5	0.0	14.8	16.7	0.0	0.0
年間観客数	97	83.5	5.2	8.2	1.0	2.1	0.0
年間観客数	23	91.3	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0
年間観客数	18	94.4	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0

地域観光取り組みの因子分析によるクラスターグループ

		該当数	祭り・イベント重視型	ニューツーリズム重視型	企業誘致雇用創出型	旅行商品開発重視型	宝探し型	人材育成重視型	インバウンド型	消極的取り組み	取り組みなし	不明
全体		772	20.6	7.5	5.8	6.1	8.0	4.5	5.4	21.4	18.0	2.6
クラスター別	祭り・イベント重視型	159	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	ニューツーリズム重視型	58	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	企業誘致雇用創出型	45	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	旅行商品開発重視型	47	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	宝探し型	62	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	人材育成重視型	35	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	インバウンド型	42	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	消極的取り組み	165	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	取り組みなし	139	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	観光専門部署	454	20.0	8.8	7.5	6.2	7.9	5.1	8.1	21.1	12.8	2.4
	総務、企画部署	33	12.1	3.0	6.1	3.0	9.1	12.1	3.0	21.2	30.3	0.0
	産業振興、地域振興部署	166	25.3	6.0	4.8	7.8	6.0	2.4	1.2	22.9	21.1	2.4
	経済産業、商工部署	101	17.8	5.0	1.0	5.0	6.9	4.0	2.0	20.8	32.7	5.0
その他部署	17	17.6	11.8	0.0	0.0	35.3	0.0	0.0	17.6	17.6	0.0	
人口別	1万人未満	167	16.2	9.6	4.2	5.4	4.8	3.0	2.4	26.3	25.7	2.4
	1～3万人未満	191	19.4	8.9	2.1	6.3	10.5	4.7	2.6	25.7	17.3	2.6
	3～5万人未満	120	20.0	8.3	10.0	5.8	9.2	6.7	7.5	14.2	16.7	1.7
	5～10万人未満	135	28.9	3.7	3.0	6.7	8.1	2.2	3.7	21.5	20.0	2.2
	10～30万人未満	119	22.7	5.0	13.4	5.0	7.6	5.0	10.1	15.1	10.9	5.0
30万人以上	39	10.3	10.3	5.1	10.3	7.7	10.3	17.9	20.5	7.7	0.0	
エリア別	北海道	95	17.9	11.6	3.2	6.3	6.3	4.2	8.4	21.1	18.9	2.1
	東北	89	15.7	6.7	5.6	12.4	4.5	7.9	4.5	20.2	18.0	4.5
	関東	156	28.2	3.8	10.3	5.1	7.1	2.6	4.5	16.7	19.2	2.6
	北陸	77	13.0	9.1	7.8	6.5	7.8	7.8	3.9	27.3	15.6	1.3
	中部	93	20.4	5.4	5.4	1.1	15.1	2.2	9.7	16.1	22.6	2.2
	近畿	77	31.2	6.5	3.9	1.3	15.6	1.3	1.3	19.5	15.6	3.9
	中国・四国	77	9.1	15.6	7.8	6.5	5.2	6.5	6.5	23.4	18.2	1.3
九州・沖縄	107	21.5	5.6	0.9	9.3	4.7	5.6	4.7	29.9	15.0	2.8	

地域観光取り組みの因子分析によるクラスタグループ

		該当数	祭り・イベント重視型	ニューツーリズム重視型	企業勝致雇用創出型	旅行商品開発重視型	宝探し型	人材育成重視型	インバウンド型	消極的取り組み	取り組みなし	不明
全 体		772	20.6	7.5	5.8	6.1	8.0	4.5	5.4	21.4	18.0	2.6
産業別 観光 客 数 人 達	農業、林業、漁業	155	14.2	10.3	5.8	5.2	7.7	4.5	1.9	23.9	23.2	3.2
	建設業	23	17.4	13.0	4.3	0.0	17.4	8.7	0.0	13.0	21.7	4.3
	製造業	285	23.5	5.3	6.7	4.9	7.7	3.5	7.0	19.3	19.6	2.5
	卸売業、小売業	186	19.9	8.6	6.5	7.0	8.1	5.9	8.1	17.2	17.2	1.6
	宿泊業、飲食サービス業	24	12.5	4.2	4.2	0.0	4.2	4.2	8.3	45.8	12.5	4.2
	その他サービス業	34	26.5	5.9	2.9	17.6	5.9	5.9	2.9	17.6	11.8	2.9
	医療、福祉	15	33.3	0.0	0.0	6.7	13.3	6.7	6.7	20.0	6.7	6.7
	10万人未満	79	27.8	0.0	1.3	2.5	5.1	5.1	1.3	19.0	38.0	0.0
	10～50万人未満	204	23.0	9.8	4.9	7.4	7.8	2.0	1.5	20.1	20.6	2.9
	50～100万人未満	113	12.4	8.8	5.3	6.2	13.3	7.1	1.8	22.1	20.4	2.7
年間 観光 客 数 人 達	100～500万人未満	252	21.8	7.5	7.9	6.3	8.3	6.0	9.5	21.4	9.1	2.0
	500万人以上	55	16.4	10.9	7.3	5.5	7.3	7.3	18.2	18.2	5.5	3.6
	10万人未満	273	24.2	7.3	3.7	4.8	10.3	2.6	0.4	20.9	24.2	1.8
年間 宿泊 客 数	10～50万人未満	54	18.5	9.3	13.0	7.4	3.7	0.0	7.4	24.1	13.0	3.7
	50～100万人未満	97	14.4	12.4	9.3	7.2	8.2	6.2	12.4	15.5	12.4	2.1
	100～500万人未満	23	21.7	17.4	4.3	0.0	8.7	4.3	17.4	17.4	8.7	0.0
	500万人以上	18	0.0	5.6	5.6	0.0	11.1	5.6	27.8	44.4	0.0	0.0

① 「観光地域づくり」の取り組みの実施

		実施されている	実施されていない	わからない
	全 体	772	122	17
クラス	祭り・イベント重視型	159	0	0
スタ	ニューツーリズム重視型	58	0	0
グ	企業誘致雇用創出型	45	0	0
ル	旅行商品開発重視型	47	0	0
ア	宝探し型	62	0	0
別	人材育成重視型	35	0	0
	インバウンド型	42	0	0
	消極的取り組み	165	0	0
	取り組みなし	139	0	17
回	観光専門部署	454	48	10
答	総務、企画部署	33	10	0
部	産業振興、地域振興部署	166	31	4
署	経済産業、商工部署	101	68	2
別	その他部署	17	14	1
人	1万人未満	167	124	3
口	1～3万人未満	191	158	32
別	3～5万人未満	120	100	17
	5～10万人未満	135	108	21
	10～30万人未満	119	106	10
	30万人以上	39	36	2
	北海道	95	77	17
	東北	89	73	15
	関東	156	126	28
	北陸	77	65	10
	中部	93	72	15
	近畿	77	65	9
	中国・四国	77	63	12
	九州・沖縄	107	91	16

① 「観光地域づくり」の取り組みの実施

	全 体	該当数	実施されている	実施されていない	わからない
産業別観光客数	772	772	633	122	17
農業、林業、漁業	155	155	119	35	1
建設業	23	23	18	4	1
製造業	285	285	229	46	10
卸売業、小売業	186	186	154	27	5
宿泊業、飲食サービス業	24	24	21	3	0
その他サービス業	34	34	30	4	0
医療、福祉	15	15	14	1	0
年間観光客数	79	79	49	26	4
10万人未満	204	204	162	41	1
10～50万人未満	113	113	90	21	2
50～100万人未満	252	252	229	16	7
100～500万人未満	55	55	52	1	2
500万人以上	273	273	207	59	7
年間宿泊客数	54	54	47	5	2
10～50万人未満	97	97	85	10	2
50～100万人未満	23	23	21	2	0
100～500万人未満	18	18	18	0	0
500万人以上					

②A-1 事業区分 <1番目>

	該当数	ハード事業	ソフト事業	わからない	不明
	633	143	484	20	3
	全 体				
クラス	159	21	128	12	0
スタ	58	15	48	0	0
グル	45	16	28	2	1
アル	47	8	40	0	0
別	62	9	56	0	0
	35	4	31	0	0
	42	5	37	1	0
	165	61	103	3	1
	0	0	0	0	0
回客	396	92	301	12	3
部	23	5	16	2	0
署	131	32	98	5	0
別	68	12	56	1	0
	14	2	12	0	0
人口	124	39	79	8	0
別	158	37	118	4	2
	100	24	80	2	0
	108	19	91	2	0
	106	17	85	3	1
	36	7	30	1	0
エリア	77	17	56	5	1
別	73	15	55	3	1
	126	20	104	3	0
	65	19	48	0	0
	72	14	53	6	1
	65	16	52	1	0
	63	17	49	0	0
	91	25	66	2	0

②A-1 事業区分 <1番目>

	全 体	該当数	ハ ー ド 事 業	ソ フ ト 事 業	わ か ら な い	不 明
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ ブ	農 業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	633	143	484	20	3
年 間 観 光 人 込 客	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	49	11	37	2	0
年 間 宿 泊 客 数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	207	45	161	6	1
		47	9	37	1	0
		85	22	62	4	0
		21	4	17	0	0
		18	5	13	0	0

②B-1 実施主体 <1 番目>

	該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
	633	445	218	5	5
	全 体				
クラス	159	106	56	2	1
スタ	58	40	28	0	0
グル	45	38	7	2	1
アル	47	30	20	0	0
別	62	37	32	0	0
	35	27	9	0	0
	42	29	14	0	1
	165	126	46	0	1
	0	0	0	0	0
	396	276	136	5	4
	23	16	7	0	0
	131	96	42	0	1
	68	46	28	0	0
	14	10	5	0	0
	124	93	36	1	0
	158	99	62	1	2
	100	71	40	0	0
	108	77	39	1	1
	106	80	27	1	2
	36	24	14	1	0
	77	48	30	1	1
	73	49	27	1	1
	126	88	43	2	1
	65	47	22	0	0
	72	50	25	1	2
	65	47	23	0	0
	63	50	19	0	0
	91	65	29	0	0

②B-1 実施主体 <1番目>

全 体		該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
産業別施設別業種別人口トツブ	農業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	633	445	218	5	5
年間観光客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	119 18 229 154 21 30 14	83 11 164 108 16 26 6	42 6 76 55 7 6 9	1 1 2 1 0 0 0	1 0 1 1 0 0 0
年間宿泊客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	207 47 85 21 18	134 37 64 16 14	86 11 27 7 4	1 0 1 0 0	1 0 0 0 0

②C-1 連携先 <1番目>

	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
全体	633	248	439	22	5	8
クラス	159	59	108	10	2	2
スタ	58	30	40	1	0	0
グ	45	26	25	0	0	2
ル	47	13	41	1	0	0
ア	62	22	44	3	0	1
別	35	10	26	0	1	1
	42	10	35	2	0	0
	165	73	106	5	1	1
	0	0	0	0	0	0
観光専門部署	396	153	277	12	4	6
総務、企画部署	23	11	11	3	0	0
産業振興、地域振興部署	131	53	88	4	1	2
経済産業、商工部署	68	23	53	3	0	0
その他部署	14	7	9	0	0	0
1万人未満	124	52	74	6	2	2
1～3万人未満	158	69	99	2	3	2
3～5万人未満	100	39	77	4	0	1
5～10万人未満	108	39	77	7	0	1
10～30万人未満	106	36	79	3	0	2
30万人以上	36	12	32	0	0	0
北海道	77	32	52	1	0	1
東北	73	30	47	4	1	1
関東	126	46	91	6	1	2
北陸	65	27	43	1	1	0
中部	72	23	54	3	0	1
近畿	65	27	48	1	0	1
中国・四国	63	26	43	3	0	2
九州・沖縄	91	36	60	3	2	0

②C-1 連携先 <1番目>

	全 体	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
産業別観光客数	農業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	633	248	439	22	5	8
年間観客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	49	19	29	4	2	0
年間宿泊客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	162	68	102	7	0	4
		90	44	60	2	2	0
		229	85	169	8	1	3
		52	13	43	1	0	1
		207	92	123	10	3	5
		47	20	34	0	0	0
		85	33	62	4	0	0
		21	3	20	0	0	0
		18	7	14	0	0	1

②D-1 取り組みを進める上での問題 <1 番目>

	該当数	あり	なし	わからない	不明
	633	477	67	75	14
	全 体				
クラス	159	113	15	28	3
スタ	58	50	3	5	0
グル	45	35	7	2	1
アル	47	39	4	2	2
別	62	54	3	4	1
	35	29	3	3	0
	42	34	4	3	1
	165	111	25	24	5
	0	0	0	0	0
回答	396	310	44	32	10
部署	23	16	2	5	0
別	131	93	12	23	3
	68	46	8	13	1
	14	11	1	2	0
人口	124	84	20	18	2
別	158	126	10	15	7
	100	78	9	12	1
	108	82	11	13	2
	106	80	13	12	1
	36	26	4	5	1
	77	65	8	3	1
	73	51	8	12	2
	126	93	17	13	3
	65	52	5	8	0
	72	53	6	11	2
	65	51	7	6	1
	63	45	6	10	2
	91	66	10	12	3

②D-1 取り組みを進める上での問題 <1 番目>

	全 体	該 当 数	あ り	な し	わ か ら な い	不 明
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	農 業、 林 業、 漁 業 建 設 業 製 造 業 卸 売 業、 小 売 業 宿 泊 業、 飲 食 サ ー ビ ス 業 そ の 他 サ ー ビ ス 業 医 療、 福 祉	633	477	67	75	14
年 間 観 光 人 込 客	1 0 万 人 未 満 1 0 ~ 5 0 万 人 未 満 5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満 1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満 5 0 0 万 人 以 上	49	32	8	9	0
年 間 宿 泊 客 数	1 0 万 人 未 満 1 0 ~ 5 0 万 人 未 満 5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満 1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満 5 0 0 万 人 以 上	207	152	21	29	5
		47	36	7	4	0
		85	69	9	6	1
		21	15	4	1	1
		18	15	1	2	0

該当数	633	118	45	102	68	11	25	26	51	99	11	40	43	32	198	53	114	22	145
産業別就業数	119	15	9	20	11	0	4	1	8	23	3	3	8	3	40	6	23	5	27
観光客数	18	0	1	3	0	0	1	1	2	4	0	1	1	0	2	0	3	0	6
年間観光客数	229	50	17	46	24	5	11	12	15	39	3	15	20	15	71	23	43	8	47
年間観光客数	154	34	13	18	21	4	5	9	20	20	4	13	8	12	57	21	31	7	41
年間観光客数	21	2	0	3	1	0	1	1	0	5	0	4	1	1	6	1	2	1	4
年間観光客数	30	6	3	7	5	1	2	1	2	4	1	2	3	1	8	1	3	1	7
年間観光客数	14	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	3	0	5
年間観光客数	49	4	1	6	5	0	0	1	4	5	2	2	1	0	5	0	4	1	7
年間観光客数	162	16	7	28	15	2	6	5	14	25	1	5	9	6	48	7	24	4	33
年間観光客数	90	14	7	14	7	1	2	0	4	15	3	3	11	1	30	6	21	2	26
年間観光客数	229	60	20	37	28	5	11	15	22	43	1	20	15	17	89	29	52	11	57
年間観光客数	52	13	5	6	8	0	3	4	6	3	4	7	6	8	17	9	7	3	16
年間観光客数	207	29	12	29	15	3	6	2	10	31	1	5	12	4	52	9	32	4	42
年間観光客数	47	15	7	9	8	1	0	1	3	9	0	6	4	1	17	2	9	1	12
年間観光客数	85	25	7	16	16	3	8	9	10	17	1	8	3	6	36	16	31	2	25
年間観光客数	21	4	0	3	1	0	1	1	2	3	1	3	4	5	9	3	4	2	5
年間観光客数	18	5	3	2	2	0	1	1	2	2	2	4	2	4	8	5	2	4	6

②E-1 取り組みの内容 < 1 番目 >

該当数	性域域づくろ熟く人開材の育成(地)	集落支援員の活用	録イ地力(創造の活用)	れ・城おこし協力隊の受け入	大勝教	の地	地	使K「	地	業し観	育観	ジ観	そ	不	平均
数	域域づくろ熟く人開材の育成(地)	集落支援員の活用	録イ地力(創造の活用)	れ・城おこし協力隊の受け入	大勝教	の地	地	使K「	地	業し観	育観	ジ観	そ	不	平均
633	25	7	14	47	33	8	3	6	118	66	4	4	6	20	6
159	2	1	6	8	2	1	1	0	26	1	0	0	1	0	4
58	6	1	1	15	9	3	1	2	19	13	1	1	1	0	13
45	6	1	1	4	8	2	1	1	18	15	1	1	0	0	15
47	2	0	2	4	2	1	0	0	8	0	2	1	0	0	7
62	2	2	1	3	3	1	0	1	7	0	0	1	0	0	6
35	2	2	2	5	2	0	0	1	25	34	0	0	0	0	11
42	3	0	1	3	4	0	0	0	4	3	0	0	0	0	9
165	2	0	1	5	3	0	0	1	11	0	0	0	4	0	2
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
396	17	3	13	21	21	4	1	5	81	50	4	4	5	11	7
23	1	1	0	3	3	0	0	0	4	4	0	0	0	0	6
131	4	1	1	12	5	2	2	1	22	7	0	0	1	4	5
68	2	2	0	9	4	2	0	0	9	4	0	0	0	5	5
14	1	0	0	2	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	7
124	4	2	1	18	6	3	0	0	21	8	0	0	0	4	5
158	4	2	3	15	7	1	0	3	23	12	2	4	3	5	6
100	9	3	4	8	8	2	1	2	25	15	2	0	1	2	8
108	5	0	1	2	3	1	1	1	20	8	0	0	2	3	6
106	2	0	3	4	5	1	1	0	19	16	0	0	0	6	7
36	1	0	2	0	4	0	0	0	10	7	0	0	0	0	8
77	3	0	1	10	4	0	0	0	7	5	1	1	0	2	5
73	1	0	3	9	3	1	1	0	16	14	0	2	0	4	7
126	6	1	3	5	3	1	1	2	17	9	0	0	0	4	6
65	2	1	1	2	6	0	0	1	14	10	1	0	1	1	8
72	5	0	0	4	4	0	0	0	13	5	0	0	0	2	6
65	1	1	1	2	3	1	0	0	12	1	0	1	1	3	5
63	3	2	2	11	7	2	1	2	20	10	1	0	1	1	9
91	4	2	3	4	3	3	0	1	19	12	1	0	3	3	6

②E-1 取り組みの内容 < 1 番目 >

		該当数	性域域づくろ熟くり開人の権材の育成(地)	集落支援員の活用	録イ城力(創造の地活)	れ・城おこし協力隊の受け入	大勝教	の地	地	使K「	地	業し観	育観	ジ観	そ	不	平均
		633	25	7	14	47	33	8	3	6	118	66	4	4	6	20	6
全 体																	
産業別 別業 別業 別業 別業 別業 別業 別業 別業 別業	農業、林業、漁業	119	2	2	3	17	9	3	0	2	21	13	1	2	0	5	6
	建設業	18	0	0	0	3	1	1	0	0	4	2	0	0	0	1	5
	製造業	229	13	3	1	9	11	1	3	1	39	23	2	1	4	7	7
	卸売業、小売業	154	4	2	8	10	8	1	0	1	31	21	0	0	0	3	7
	宿泊業、飲食サービス業	21	2	0	1	1	1	0	0	1	4	2	0	0	1	1	5
	その他サービス業	30	2	0	0	2	1	1	1	0	10	3	0	0	1	1	7
	医療、福祉	14	0	0	1	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	1	5
	10万人未満	49	0	1	0	0	5	3	1	0	7	3	0	0	0	0	4
	10～50万人未満	162	7	1	2	16	8	3	3	1	24	10	0	2	1	6	6
	50～100万人未満	90	2	2	1	12	3	1	1	0	13	9	0	1	1	3	6
100～500万人未満	229	12	2	6	9	13	3	3	0	6	52	3	3	1	5	7	
500万人以上	52	2	1	3	1	1	3	0	1	11	12	0	0	1	2	9	
年間 観光 客	207	5	3	3	1	18	6	4	0	0	34	8	1	3	1	5	5
年間 宿泊 客	47	0	0	0	3	4	3	1	1	1	6	3	0	0	1	2	7
年間 宿泊 客	85	5	1	4	8	9	9	1	0	2	23	15	2	1	2	2	9
年間 宿泊 客	21	1	0	1	1	0	2	0	1	1	4	5	0	0	0	0	9
年間 宿泊 客	18	3	0	0	1	0	2	0	0	0	3	4	0	0	0	0	9

②A 事業区分 <統合 回答数ベース>

	該当数	ハード事業	ソフト事業	わからない	不明
	772	250	946	24	141
	全 体				
クラス	159	47	218	13	0
タグ	58	19	72	1	0
グ	45	21	48	2	1
ル	47	17	70	0	0
別	62	24	104	0	0
	35	7	46	0	0
	42	11	57	1	0
	165	97	310	5	1
	139	0	0	0	139
	454	168	592	14	60
	33	5	39	3	10
	166	46	190	6	35
	101	25	94	1	33
	17	6	30	0	3
	167	57	157	9	43
	191	73	232	5	34
	120	37	132	2	20
	135	38	183	3	27
	119	31	170	3	14
	39	14	71	2	3
	95	29	128	5	18
	89	26	92	3	17
	156	40	198	3	30
	77	32	99	0	12
	93	31	98	7	22
	77	21	104	2	12
	77	24	82	1	14
	107	47	144	3	16

②A 事業区分 <統合 回答数ベース>

	全 体	該当数	ハ ー ド 事 業	ソ フ ト 事 業	わ か ら な い	不 明
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ ブ	農 業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	772	250	946	24	141
年 間 観 光 人 込 客	1 0万人未満 1 0～5 0万人未満 5 0～1 0 0万人未満 1 0 0～5 0 0万人未満 5 0 0万人以上	79 204 113 252 55	19 62 40 93 16	75 220 149 345 87	2 9 2 3 5	30 43 23 24 3
年 間 宿 泊 客 数	1 0万人未満 1 0～5 0万人未満 5 0～1 0 0万人未満 1 0 0～5 0 0万人未満 5 0 0万人以上	273 54 97 23 18	74 13 47 6 10	315 64 116 23 42	7 1 4 0 0	66 7 12 2 0

②B 実施主体 <統合 回答数ベース>

	該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
	772	763	495	5	143
	全 体				
クラス	159	171	111	2	0
スタ	58	53	45	0	0
グル	45	52	20	2	1
アル	47	55	37	0	0
別	62	72	65	0	0
	35	39	21	0	0
	42	38	31	0	1
	165	267	155	0	1
	139	0	0	0	139
回答部署別	454	485	313	5	61
	33	31	16	0	10
	166	144	102	0	36
	101	77	51	0	33
	17	25	13	0	3
人口別	167	151	78	1	43
	191	182	128	1	35
	120	106	72	0	20
	135	134	99	1	27
	119	132	78	1	15
	39	57	40	1	3
エリア別	95	96	64	1	19
	89	79	48	1	17
	156	147	109	2	30
	77	89	49	0	12
	93	86	56	1	23
	77	75	54	0	12
	77	68	41	0	14
	107	122	74	0	16

②B 実施主体 <統合 回答数ベース>

	全 体	該当数	行政の担当部署	行政以外の団体	わからない	不明
産業別観光客数	772	772	763	495	5	143
農業、林業、漁業	155	155	132	87	1	37
建設業	23	23	27	11	1	5
製造業	285	285	265	179	2	57
卸売業、小売業	186	186	199	136	1	33
宿泊業、飲食サービス業	24	24	33	15	0	3
その他サービス業	34	34	43	15	0	4
医療、福祉	15	15	16	15	0	1
年間観光客数	79	79	65	35	0	30
10万人未満	204	204	173	119	1	43
10～50万人未満	113	113	111	87	1	23
50～100万人未満	252	252	279	179	1	25
100～500万人未満	55	55	75	44	2	3
500万人以上	273	273	240	165	1	67
年間宿泊客数	54	54	51	30	0	7
10～50万人未満	97	97	109	74	1	12
50～100万人未満	23	23	19	13	0	2
100～500万人未満	18	18	32	21	0	0
500万人以上						

②C. 連携先 <統合 回答数ベース>

	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
	772	422	835	55	15	143
	全 体					
クラス	159	98	180	14	5	1
スタ	58	39	59	3	1	0
グ	45	39	46	0	1	2
レ	47	29	72	3	0	0
アル	62	42	89	8	1	0
ブ	35	14	44	0	1	0
別	42	14	58	3	0	0
	165	142	267	24	5	0
	139	0	0	0	0	139
回答部署別	454	268	545	26	7	61
	33	21	29	3	1	10
	166	87	148	14	6	36
	101	34	85	11	0	33
	17	11	27	1	1	3
人口別	167	89	129	10	4	44
	191	120	191	16	7	34
	120	49	131	6	3	21
	135	72	152	17	0	27
	119	58	160	6	1	14
	39	33	71	0	0	3
エリア別	95	54	105	7	1	19
	89	52	77	6	2	16
	156	83	170	15	2	30
	77	46	93	2	2	12
	93	45	99	8	1	22
	77	45	83	4	1	13
	77	33	72	7	2	15
	107	63	135	6	4	16

②C. 連携先 <統合 回答数ベース>

	全 体	該当数	行政の他部署との連携あり	行政以外の団体との連携あり	連携先なし	わからない	不明
産業別観光客		772	422	835	55	15	143
農業、林業、漁業		155	78	130	13	4	37
建設業		23	16	18	3	0	6
製造業		285	154	294	23	5	58
卸売業、小売業		186	104	243	6	2	32
宿泊業、飲食サービス業		24	15	36	1	0	3
その他サービス業		34	20	39	1	1	4
医療、福祉		15	10	23	1	1	1
年間観客数	10万人未満	79	34	52	14	2	30
	10～50万人未満	204	107	183	15	6	44
	50～100万人未満	113	73	126	9	2	23
	100～500万人未満	252	140	326	14	3	25
	500万人以上	55	34	89	2	0	3
年間宿泊客数	10万人未満	273	157	231	23	6	69
	10～50万人未満	54	28	59	0	2	7
	50～100万人未満	97	51	131	6	0	12
	100～500万人未満	23	6	27	0	0	2
	500万人以上	18	16	41	0	0	0

②D 取り組みを進める上での問題 <統合 回答数ベース>

	全	体	該	あ	な	わ	不
	772	888	138	140	150	150	150
クラス	159	201	32	38	2	2	2
スタ	58	71	3	10	0	0	0
グ	45	49	10	3	1	1	1
レ	47	65	13	6	1	1	1
アル	62	102	8	9	1	1	1
別	35	43	3	5	0	0	0
	42	57	4	6	1	1	1
	165	284	60	59	4	4	4
	139	0	0	0	139	139	139
	454	584	89	63	67	67	67
	33	34	2	11	10	10	10
	166	166	26	38	37	37	37
	101	73	19	24	33	33	33
	17	30	2	4	3	3	3
	167	147	35	31	44	44	44
	191	235	27	29	39	39	39
	120	119	12	27	21	21	21
	135	163	28	27	28	28	28
	119	158	26	19	14	14	14
	39	65	10	7	4	4	4
	95	128	19	9	19	19	19
	89	82	17	18	17	17	17
	156	170	34	25	32	32	32
	77	104	10	15	12	12	12
	93	106	13	13	23	23	23
	77	96	13	10	13	13	13
	77	69	11	19	15	15	15
	107	132	21	31	19	19	19

②D 取り組みを進める上での問題 <統合 回答数ベース>

	全 体	772	888	138	140	150
			あり	なし	わからない	不明
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	全 体	772	888	138	140	150
農 業、林 業、漁 業	農 業、林 業、漁 業	155	160	18	24	39
建 設 業	建 設 業	23	21	7	9	5
製 造 業	製 造 業	285	306	49	61	57
卸 売 業、小 売 業	卸 売 業、小 売 業	186	245	40	23	33
宿 泊 業、飲 食 サ ー ビ ス 業	宿 泊 業、飲 食 サ ー ビ ス 業	24	30	6	7	4
そ の 他 サ ー ビ ス 業	そ の 他 サ ー ビ ス 業	34	47	6	2	4
医 療、福 祉	医 療、福 祉	15	20	5	1	2
年 間 観 光 人 込 客	1 0 万 人 未 満	79	60	16	17	30
	1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	204	209	28	37	44
	5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	113	137	25	20	24
	1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	252	323	49	55	25
	5 0 0 万 人 以 上	55	84	13	5	6
年 間 宿 泊 客 数	1 0 万 人 未 満	273	281	42	51	70
	1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	54	55	11	9	7
	5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	97	124	24	10	13
	1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	23	21	5	2	3
	5 0 0 万 人 以 上	18	40	5	6	0

②E 取り組みの内容 <統合 回答数ベース>

該当数	該当数	等当メニエ、地産地消(こ)	食を活かした取組(こ)	文化遺産・文化財等を活用	業アートを活用した取組	取組(業産を観光活用した)	自然環境・自然資源を活用	農漁村と山村の共生・対	ニューツーリズムの推進	体験プログラムの開発	火祭りイベントの開催(花)	再移住・二進進住・空き家	進Uターン・定住の促	行信地(城のPR、地域の賑)	観光プラットフォーム事業	使博覧会プロモーション(旅行)	観光を取り組む確立に	着地型旅行商品の造成	観光地づくり実践プラン	風評被害対策	MICE 誘致・開催	訪日外国人観光客誘致	教育旅行の誘致
	772	337	178	37	33	249	153	40	216	481	76	50	347	42	187	117	175	25	28	29	101	99	
クラス	159	79	28	5	3	59	14	4	29	175	12	3	88	4	45	15	11	2	1	3	1	7	
ラス	58	33	21	6	4	33	57	11	38	42	25	16	37	9	19	18	19	5	7	5	20	37	
タ	45	35	31	9	7	26	11	6	22	39	9	10	35	8	17	15	24	6	1	3	8	6	
グ	47	31	7	5	3	18	18	3	30	26	3	3	20	3	9	16	48	1	4	0	4	9	
ル	62	40	23	2	3	33	11	6	21	59	8	6	51	1	14	14	8	2	2	0	5	4	
ア	35	29	14	3	1	15	15	0	20	37	0	3	26	5	18	6	16	2	3	2	9	15	
別	42	30	12	4	3	15	5	3	16	33	8	3	30	3	36	8	23	2	5	8	40	10	
	165	59	41	3	9	50	22	7	40	70	11	6	59	9	29	25	26	5	5	8	14	11	
	139	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	454	223	117	29	24	177	108	34	157	314	48	31	231	33	139	81	130	20	22	25	89	78	
回	33	18	8	0	2	8	6	1	5	18	4	3	14	2	4	3	9	0	0	1	2	3	
答	166	60	30	5	4	35	25	3	37	86	16	9	61	4	29	20	27	2	5	1	5	11	
部	101	27	15	1	2	18	10	1	14	48	6	5	30	1	9	10	7	2	0	0	3	4	
署	17	8	8	2	1	11	4	1	3	14	2	2	11	2	6	3	2	1	1	2	2	3	
別	167	43	17	0	4	46	30	3	40	68	18	16	45	2	19	13	19	3	5	2	10	17	
	191	80	37	8	3	56	57	9	55	113	30	13	73	8	34	30	37	3	6	1	13	27	
	120	60	37	3	5	46	31	7	36	83	16	11	56	12	32	15	34	8	6	3	20	21	
	135	68	35	7	6	46	13	6	34	87	9	4	69	7	33	27	33	6	5	2	11	9	
	119	60	36	12	10	48	16	11	24	94	3	6	67	8	36	19	36	5	4	13	25	16	
	39	25	16	7	5	7	6	4	27	35	0	0	37	5	33	13	16	0	2	8	22	9	
	95	39	10	1	3	26	23	2	28	52	17	7	33	4	27	16	18	3	0	4	17	21	
	89	34	18	3	3	30	24	5	23	52	8	4	32	5	16	9	28	2	11	2	8	15	
	156	78	30	9	6	50	20	11	32	120	4	4	79	4	37	28	27	5	6	2	20	10	
	77	37	22	3	2	37	23	3	37	44	19	14	41	6	14	15	24	4	4	3	11	17	
	93	39	26	3	4	29	10	7	19	58	7	6	43	5	25	16	17	1	2	3	17	3	
	77	23	24	4	5	14	8	1	13	44	4	2	40	6	26	11	9	1	0	1	3	4	
	77	38	23	9	4	25	21	5	24	45	7	8	32	10	19	11	20	4	1	4	13	13	
	107	48	25	5	6	38	24	6	40	65	10	5	47	2	23	11	32	5	4	10	12	16	

②E 取り組みの内容 <統合 回答数ベース>

	該当数	性域越境プロダクト開発、人材育成(地域活性化)	集落支援員の活用	録イ地域者(創造力活用)	地域・おこし協力隊の受け入れ	大勝教員、地域機関との連携(地域活性化)	の活用	地域活性化伝道師の活用	使「K」の「S」の「O」の「C」の「A」の「P」の「J」の「A」の「N」の「Y」の「O」	地域ガイドの育成	業し観光人材育成(観光産業)	育成	ジ観光の育成	その他	不明	平均
	772	30	11	21	72	49	11	3	7	173	103	5	7	15	158	9
	159	2	1	1	15	4	1	1	1	37	6	1	2	2	0	6
	58	6	1	7	17	9	3	1	2	20	13	1	1	1	0	14
	45	7	2	2	6	11	3	1	1	20	18	1	1	0	0	17
	47	4	0	2	4	4	1	0	0	13	2	2	1	0	0	10
	62	2	2	2	5	6	3	0	1	12	3	0	1	0	0	10
	35	2	2	2	5	3	0	0	1	32	40	0	0	0	0	14
	42	4	0	1	4	5	0	0	0	8	5	0	0	2	0	12
	165	3	3	4	16	7	0	0	1	31	16	0	1	10	0	6
	139	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	139	0
	454	20	5	19	37	30	6	1	6	121	80	4	5	10	69	10
	33	2	2	1	5	4	1	0	0	9	7	0	0	2	10	10
	166	5	2	1	18	7	2	2	1	27	7	0	0	3	39	7
	101	2	2	0	10	5	2	0	0	13	6	0	1	0	37	6
	17	1	0	0	2	3	0	0	0	3	3	1	1	0	3	12
	167	4	2	3	23	8	3	0	0	23	12	0	1	1	47	7
	191	7	4	5	25	7	2	0	3	33	20	2	5	4	38	9
	120	9	4	5	10	9	3	1	2	34	19	2	0	6	22	11
	135	6	1	3	8	6	1	1	2	29	14	0	0	3	30	9
	119	2	0	3	6	12	1	1	0	32	22	1	1	0	18	10
	39	2	0	2	0	7	1	0	0	22	16	0	0	1	3	14
	95	3	0	2	14	6	0	0	0	8	7	1	2	0	20	8
	89	2	0	4	11	3	1	1	0	21	17	0	2	2	20	9
	156	7	1	5	10	7	2	1	2	32	16	0	0	0	34	9
	77	2	5	4	11	9	1	0	1	22	20	2	1	3	13	12
	93	6	0	0	6	6	1	0	0	20	7	0	0	0	23	9
	77	1	1	1	2	7	1	0	1	19	4	0	1	2	15	7
	77	3	2	2	13	7	2	1	2	25	14	1	1	3	15	11
	107	6	2	3	5	4	3	0	1	26	18	1	0	5	18	9

②E 取り組みの内容 <統合 回答数ベース>

該当数	性域越境プログラムの開成、人材育成(地)	集落支援員の活用	録イ地域者(創造者)の活用(人材ネットワーク)	地域・おこし活用	大勝教員、地域機関との連携(実践活動)	の活用(ブランドアドバイザー)	地域活性化伝道師の活用	使K「J」の活用(「S」の活用)	地域ガイドの育成	業し観光人材育成(観光施設等)	育成(観光経営)	育成(観光)	その他	不明	平均
772	30	11	21	72	49	11	3	7	173	103	5	7	15	158	9
155	3	3	3	20	10	3	0	2	24	14	1	3	0	41	8
23	0	0	1	3	2	1	0	0	6	2	0	0	0	6	9
285	14	6	4	18	18	3	3	1	64	42	2	1	9	63	9
186	6	2	9	16	14	1	0	2	52	33	1	1	2	34	11
24	2	0	1	2	0	0	0	1	5	4	0	1	2	4	8
34	2	0	0	2	2	1	0	1	12	5	0	0	2	5	9
15	0	0	1	3	0	1	0	0	2	2	0	0	0	2	10
79	0	1	2	5	4	2	0	0	13	5	0	0	0	30	6
204	9	1	2	24	10	4	1	0	27	13	0	3	2	48	8
113	3	3	2	16	6	1	1	0	23	14	0	1	2	26	9
252	13	5	9	21	16	4	0	6	75	44	3	2	9	28	10
55	3	1	4	1	7	0	1	0	21	21	1	1	2	5	14
273	6	3	3	25	9	5	0	1	47	16	1	4	3	71	8
54	0	0	4	4	3	1	1	1	11	4	0	0	3	9	9
97	7	2	5	11	14	2	0	2	35	25	2	2	2	14	13
23	1	0	1	0	2	0	1	1	6	6	0	0	0	2	10
18	3	0	1	1	2	0	0	0	5	6	0	0	0	0	15

③ 取り組みを進める上での問題について

	該当数	人材行政に 関する問 題があ る内 で	人材行政 に 関 する 問 題 は 地 域 内 で	人材行政 に 関 する 問 題 は 地 域 内 で	問題 は あ る が 、 地 域 外 へ 依 頼 す る 問 題 が な い	不明
	507	419	67	17	4	
	全 体					
クラス	120	100	17	3	0	
スタ	51	45	2	3	1	
グル	35	31	3	1	0	
アル	40	34	5	1	0	
別	55	45	8	2	0	
	31	26	3	1	1	
	35	28	5	2	0	
	128	102	22	3	1	
	0	0	0	0	0	
	325	270	43	9	3	
	17	14	2	1	0	
	103	86	15	2	0	
	48	37	6	4	1	
	13	11	1	1	0	
	89	78	10	0	1	
	130	108	16	6	0	
	80	64	11	4	1	
	90	77	11	1	1	
	88	67	16	4	1	
	29	24	3	2	0	
	66	55	7	3	1	
	55	49	5	1	0	
	101	82	16	2	1	
	56	48	7	1	0	
	56	45	9	2	0	
	54	44	9	1	0	
	46	37	5	3	1	
	72	58	9	4	1	

③ 取り組みを進める上での問題について

	全 体	該当数	人行政に内関する問題がある地域内	人行政に内関する問題はない地域内	人行政に内関する問題はない地域外へ依頼する問題がある	不明
産業別観光客数	507	507	419	67	17	4
農業、林業、漁業	94	94	76	16	1	1
建設業	12	12	9	2	0	1
製造業	183	183	158	20	4	1
卸売業、小売業	129	129	107	11	10	1
宿泊業、飲食サービス業	16	16	15	1	0	0
その他サービス業	27	27	21	6	0	0
医療、福祉	12	12	9	3	0	0
年間観光客数	33	33	29	3	3	1
10万人未満	127	127	105	17	4	1
10～50万人未満	74	74	64	7	2	1
50～100万人未満	186	186	156	26	3	1
100～500万人未満	42	42	30	5	6	1
500万人以上	159	159	130	23	5	1
年間宿泊客数	36	36	34	2	0	0
10～50万人未満	73	73	57	13	2	1
50～100万人未満	15	15	12	1	1	0
100～500万人未満	16	16	14	1	1	0
500万人以上						

④ 地域内での人材に関する問題について

	該当数	適切な人材がない	が適切な人材を採用する予算	が適切な人材を探す方法がわからない	が適切な人材を育成する予算	が適切な人材を育成する時間	が適切な人材を育成する方法	で材適である人材、人材像が不明	その他	不明
全体	507	180	182	81	146	116	117	92	49	77
クラス	120	38	45	24	32	26	37	28	5	20
スタ	51	25	22	5	19	12	6	7	8	5
グ	35	13	13	5	13	6	6	7	3	4
ル	40	20	13	8	9	7	12	13	4	6
ア	55	15	15	12	14	10	17	10	4	9
別	31	9	13	2	11	10	4	7	5	3
	35	9	10	5	10	12	7	2	1	8
	128	47	46	19	37	31	26	17	18	18
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
回	325	110	117	44	100	76	70	62	35	50
答	17	7	5	2	2	3	5	3	4	2
部	103	41	40	25	31	24	28	20	6	14
署	48	17	17	7	8	10	10	6	3	9
別	13	4	3	3	5	3	4	1	1	2
人	89	50	36	12	19	20	18	12	12	9
口	130	46	49	17	37	26	32	21	13	17
別	80	24	29	14	23	20	16	19	6	14
	90	26	27	18	26	16	34	23	7	12
	88	25	35	14	33	25	14	13	6	20
	29	8	6	6	8	9	3	4	5	5
	66	26	26	10	14	17	18	10	1	9
	55	20	22	5	17	14	10	12	9	5
	101	30	29	18	28	20	32	22	8	19
	56	26	25	8	21	12	11	14	6	5
	56	23	19	9	20	11	8	6	5	11
	54	14	17	13	12	9	18	8	4	10
	46	19	18	10	14	11	7	3	6	8
	72	21	26	8	20	22	13	17	10	10

④ 地域内での人材に関する問題について

		全 体	507	180	182	81	146	116	117	92	49	77
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	該 当 数	適 切 な 人 材 が い な い	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算
		適 切 な 人 材 が い な い	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算	が 適 切 な 人 材 を 採 用 す る 予 算
農 業、 林 業、 漁 業	94	38	32	19	22	22	22	22	26	16	9	14
建 設 業	12	8	3	2	4	3	4	3	1	1	1	1
製 造 業	183	57	79	32	57	45	57	48	48	34	14	22
卸 売 業、 小 売 業	129	43	42	19	41	34	41	34	22	26	13	20
宿 泊 業、 飲 食 サ ー ビ ス 業	16	8	4	1	7	4	7	4	4	2	3	1
そ の 他 サ ー ビ ス 業	27	8	12	2	6	4	6	4	8	6	3	6
医 療、 福 祉	12	3	2	2	2	0	2	0	2	2	3	3
1 0 万 人 未 満	33	12	11	4	12	8	12	8	10	6	3	3
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満	127	55	46	23	32	26	32	26	29	21	13	20
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満	74	25	29	12	19	19	19	19	21	11	9	6
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満	186	65	71	33	55	36	55	36	43	41	17	26
5 0 0 万 人 以 上	42	10	13	2	16	13	16	13	4	6	5	12
1 0 万 人 未 満	159	65	53	25	35	37	35	37	40	31	17	24
1 0 ～ 5 0 万 人 未 満	36	13	17	7	15	9	15	9	11	5	4	2
5 0 ～ 1 0 0 万 人 未 満	73	24	29	8	25	16	25	16	13	16	5	13
1 0 0 ～ 5 0 0 万 人 未 満	15	3	10	1	6	3	6	3	0	1	4	3
5 0 0 万 人 以 上	16	4	6	1	8	7	8	7	1	1	1	2

⑤ 「観光地域づくり」を、実際に担われている人材が「備えている」知識・経験・スキル・態度

	該当数	自分で選任を自分で決める	他人の話に良く耳を傾ける	態度で関係する	多様な文化や価値観のなかで状況を改善しようとする	既存の様々な変革にこたえず、新たな変革を起こす	その他	不明
全 体								
クラス	507	49	100	197	63	62	10	16
スタ	120	8	31	48	16	13	2	4
グ	51	5	5	19	6	8	0	2
ル	35	5	6	14	5	3	1	0
ア	40	4	9	21	8	5	0	1
別	55	4	8	20	5	8	1	1
	31	2	6	16	4	5	1	0
	35	9	4	7	4	6	0	0
	128	11	28	48	13	13	5	7
	0	0	0	0	0	0	0	0
回答	325	34	59	124	44	38	7	6
部署	17	3	5	8	4	4	1	0
別	103	8	22	43	7	12	0	7
	48	3	11	16	6	4	2	3
	13	1	3	6	1	3	0	0
人口	89	10	15	27	9	10	3	4
別	130	14	31	51	24	15	3	3
	80	10	18	32	10	10	1	2
	90	6	16	36	9	8	0	3
	88	7	19	41	9	16	2	3
	29	2	1	10	1	2	1	1
	66	9	15	26	9	10	1	2
	55	7	10	23	8	3	0	1
	101	10	24	44	12	11	2	5
	56	6	7	19	7	5	2	3
	56	2	7	17	3	6	0	0
	54	4	12	21	6	5	1	3
	46	4	10	20	4	7	2	1
	72	7	15	27	13	14	2	1

⑤ 「観光地域づくり」を実際に担われている人材が「備えている」知識・経験・スキル・態度

	該当数	し 自 分 で 選 び 自 分 で 決 定 し 、 行 動 を 取 る	他 人 の 話 に 良 く 耳 を 傾 け る	信 頼 性 を 確 立 し 、 親 和 的 な 接 接 を 確 立 す る	多 様 な 文 化 や 価 値 観 の な か ら 選 び と す る	既 存 の 組 み 組 み を 改 善 し 、 新 た な 組 み 組 み を 起 こ す	そ の 他	不 明
全 体	507	49	100	197	63	62	10	16
産 業 別	94	15	22	38	12	15	3	2
別 業 種	12	0	1	4	2	1	1	1
別 業 種	183	14	36	76	25	21	2	8
別 業 種	129	14	23	51	10	19	4	3
別 業 種	16	1	2	0	0	0	0	0
別 業 種	27	0	7	10	5	2	0	0
別 業 種	12	1	3	6	2	1	0	0
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	33	2	11	16	3	7	2	0
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	127	15	29	49	12	13	3	5
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	74	6	21	32	13	10	1	3
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	186	20	26	65	23	22	2	5
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	42	3	6	15	6	5	2	1
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	159	18	41	63	21	22	6	10
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	36	3	7	14	6	4	0	0
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	73	9	7	29	8	9	0	2
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	15	1	3	5	5	3	2	0
年 間 観 光 客 数 に 達 す る	16	0	2	3	0	2	0	0

⑥ 「観光地域づくり」を担う人材が「備えておくべき」知識・経験・スキル・態度

該当数	293	143	90	56	19	225	97	56	6	311	219	104	269	75	36	11	128	90	159	81	105
該当数	633	143	90	56	19	225	97	56	6	311	219	104	269	75	36	11	128	90	159	81	105
に地域に関する知識がある	293	143	90	56	19	225	97	56	6	311	219	104	269	75	36	11	128	90	159	81	105
地域に関する知識が、専門的知識(行政知識等)が総合的	76	39	19	13	3	64	19	10	0	77	58	32	71	18	6	5	37	27	33	22	15
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	22	10	14	6	0	25	11	6	1	26	20	10	26	4	5	0	11	6	23	7	14
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	16	16	6	2	1	17	9	5	0	23	8	2	24	5	3	1	12	6	12	5	8
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	47	19	16	6	0	19	9	7	1	25	16	2	18	5	3	1	9	7	14	8	10
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	62	35	9	6	2	20	6	5	1	33	27	9	23	7	3	1	15	11	13	10	11
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	35	15	8	2	2	14	9	2	1	20	14	7	14	5	5	2	8	9	10	1	6
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	42	20	1	4	4	13	8	2	0	21	13	9	19	5	2	0	3	8	14	8	6
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	165	82	36	17	7	48	24	15	2	79	57	31	69	24	8	1	29	15	39	16	32
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	396	171	83	38	14	138	64	36	4	196	124	69	163	38	22	8	77	52	96	54	70
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	23	14	6	3	2	9	9	1	0	11	10	5	6	7	1	1	4	3	4	3	3
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	131	63	30	11	1	44	15	13	1	64	56	21	62	19	8	1	29	20	36	17	21
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	68	36	19	5	2	26	7	4	1	30	23	6	35	10	3	1	12	13	17	5	7
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	14	9	5	3	0	8	2	2	0	10	6	2	3	1	1	0	6	2	5	2	4
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	124	63	22	12	4	47	22	7	3	55	51	24	48	21	10	3	30	13	19	20	14
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	158	70	41	15	5	48	22	16	2	71	63	25	55	26	10	1	33	17	44	18	30
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	100	45	19	10	5	39	17	12	1	49	31	16	53	7	7	1	27	14	33	7	15
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	108	50	24	10	3	39	15	10	0	57	39	21	49	9	3	3	11	19	30	20	17
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	106	50	28	8	0	41	14	9	0	61	29	14	41	8	4	2	21	18	21	14	23
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	36	15	9	1	2	11	7	2	0	18	6	3	23	4	1	1	6	9	11	2	6
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	77	34	21	10	2	30	12	7	0	36	27	17	31	10	8	0	16	14	14	11	13
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	73	38	13	7	1	24	10	6	1	38	22	12	29	12	4	2	16	11	19	9	12
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	126	56	38	3	4	43	17	16	1	55	47	18	57	15	6	3	20	21	37	11	13
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	65	25	15	5	1	25	9	4	1	31	24	11	23	5	5	0	10	8	19	10	14
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	72	31	12	5	1	23	13	5	1	33	27	13	35	7	1	2	15	12	18	14	12
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	65	33	17	7	4	22	8	5	0	33	22	11	35	5	2	1	15	10	15	9	12
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	63	30	13	7	3	26	10	6	0	35	20	8	27	9	5	2	12	7	18	8	10
観光業(宿泊業、運送業等)に関する知識	91	46	14	11	3	32	18	7	2	50	30	13	32	12	4	1	24	7	18	9	19

⑥ 「観光地域づくり」を担う人材が「備えておくべき」知識・経験・スキル・態度

	該当数	地域に関する知識がある	地域に関する知識(行政知識等)が総合的	観光業(宿泊業等)に関する知識が専門的	ビジネス全般に関する知識がある	実践レベルの語学力がある	地域づくりに関する経験が豊富である	観光業(宿泊業等)に関する経験が豊富である	ビジネス全般の実務経験が豊富である	国際経験が豊富である	地域を構築し、活用できる	人々を説き、動かすことができる	観客を惹きつけることができる	多様な価値観を尊重できる	柔軟な思考力がある(企画、マーケティング)	説明力がある(プレゼンテーション)	論理的に分析できる(論理的思考力)	情報表現力がある(資料作成)	科学的根拠に基づいて表現できる	決断力がある(必要情報収集、分析)	活用できる知識(専門的知識)	多様な視点から課題を捉えられる	中長期の視野に立ち「戦略」を立てることができる	事業計画を立て、結果を出す	社会課題を捉え、解決策を提案できる
全体	633	293	143	90	56	19	225	97	56	6	311	219	104	269	75	36	11	128	90	159	81	105			
産業別	119	52	23	23	16	5	38	27	6	1	46	44	17	50	20	6	1	26	9	28	16	25			
別業	18	7	8	3	1	0	8	2	1	0	9	6	4	4	3	2	1	3	3	3	3	2			
観光客	229	105	58	28	13	8	84	31	23	1	111	79	36	98	23	12	3	44	36	62	31	38			
年間観客数	154	70	31	27	14	4	56	23	16	1	88	48	20	75	18	8	4	30	25	43	14	23			
年間観客数	21	11	4	0	1	0	3	2	2	1	14	10	7	8	3	3	0	6	4	2	6	1			
年間観客数	30	14	6	4	5	1	12	7	1	1	21	11	4	7	3	1	0	4	5	8	4	7			
年間観客数	14	6	5	4	2	0	5	2	4	0	5	6	4	5	1	2	1	6	2	3	1	1			
年間観客数	49	28	16	5	3	2	23	4	1	1	25	17	8	21	11	1	1	12	5	10	2	2			
年間観客数	162	77	32	24	14	5	52	27	13	2	71	67	26	68	23	9	4	36	22	37	19	27			
年間観客数	90	41	25	13	10	3	35	10	10	1	47	26	13	35	10	4	1	25	12	22	11	14			
年間観客数	229	102	50	29	24	7	82	41	19	2	120	78	41	100	19	19	3	38	32	71	36	42			
年間観客数	52	21	9	15	3	2	13	10	6	0	29	9	6	24	5	1	2	10	10	13	3	13			
年間観客数	207	103	49	24	24	5	78	22	14	2	88	76	35	92	32	11	4	42	30	46	24	35			
年間観客数	47	20	14	8	1	0	17	9	2	1	24	16	6	20	5	4	0	12	6	10	7	7			
年間観客数	85	37	26	13	8	2	32	16	11	1	47	25	15	38	6	5	1	19	14	20	8	18			
年間観客数	21	6	2	7	0	0	5	4	3	1	9	6	2	7	0	1	1	4	4	7	2	3			
年間観客数	18	6	4	3	3	0	5	1	0	0	15	3	5	8	4	2	0	2	5	5	3	5			

⑥ 「観光地域づくり」を担う人材が「備えておくべき」知識・経験・スキル・態度

	該当数	自分で 責任を 自分で 取る	他人の話に 良く耳を 傾ける	態度で 関係を 築き、 親和的 な	多様な 文化や 価値観 のなか で	既存の 様々な 変革に 対応し る	その他	不明
	633	57	55	182	82	132	3	10
	全 体							
クラス	159	12	20	48	24	29	1	0
スタ	58	5	3	15	8	7	0	1
グル	45	6	4	15	4	8	0	1
アル	47	5	2	12	2	13	0	1
別	62	1	5	17	7	20	1	1
	35	7	3	11	5	13	0	0
	42	6	4	9	5	6	0	0
	165	14	12	45	23	33	1	4
	0	0	0	0	0	0	0	0
回答	396	36	39	121	53	78	2	8
部署	23	4	3	8	3	6	0	0
別	131	12	8	35	13	27	1	0
	68	5	4	17	9	15	0	2
	14	0	1	1	3	5	0	0
人口	124	17	15	36	19	14	1	2
別	158	16	15	43	16	40	0	3
	100	12	11	31	13	23	1	1
	108	3	6	31	14	26	0	0
	106	7	7	33	15	21	0	4
	36	2	1	8	4	7	1	0
	77	8	10	19	12	12	0	1
	73	5	7	29	13	13	0	2
	126	13	8	37	12	28	2	2
	65	11	4	17	6	13	1	1
	72	3	8	15	8	19	0	0
	65	3	5	16	9	18	0	1
	63	3	5	21	9	14	0	0
	91	11	8	28	12	14	0	3

⑥ 「観光地域づくり」を担う人材が「備えておくべき」知識・経験・スキル・態度

	該当数	し自分で選任を自分で決し、行動	他人の話を良く耳を傾ける	態度で接する築き、親和的な	で様々な文化や価値観のなか	と既存の様々な変革を起こす	その他	不明
全 体	633	57	55	182	82	132	3	10
産業別	119	15	13	36	17	20	1	1
観光客	18	3	3	7	2	3	1	1
年間観	229	16	16	71	29	61	1	2
年間入	154	12	7	42	19	34	0	2
年間客	21	2	3	5	1	2	0	0
年間観	30	2	3	8	3	4	0	0
年間入	14	1	3	4	2	3	0	0
年間客	49	4	6	13	5	8	0	0
年間観	162	20	13	49	19	30	1	3
年間入	90	9	12	38	19	17	0	1
年間客	229	19	17	56	27	58	1	1
年間観	52	2	3	10	6	12	1	2
年間入	207	23	20	66	30	43	2	1
年間客	47	3	2	14	4	11	0	2
年間観	85	7	10	23	14	15	0	1
年間入	21	1	3	5	1	6	1	1
年間客	18	0	0	6	1	2	0	0

⑧-1 産業別就業人口の多い産業：1位

		該当数	農業・林業	漁業	鉱業・採石業・砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業・郵便業	卸売業・小売業	金融業・保険業	不動産業・物品賃貸業	ビジネス研究・専門・技術サービス業	宿泊業・飲食サービス業	業生活関連サービス業・娯楽業	教育・学習支援業	医療・福祉	複合サービス事業	なサービス業(他に分類されないもの)	を公務(他に分類されるものを除く)	分類不能の産業	不明
全体		772	139	16	2	23	285	1	0	0	186	1	0	0	24	3	0	15	5	26	3	0	43
クラス	タ	159	20	2	0	4	67	0	0	0	37	0	0	0	3	1	0	5	2	6	0	0	12
	グ	58	14	2	0	3	15	0	0	0	16	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	3
ラ	ル	45	8	1	0	1	19	0	0	0	12	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1
	グ	47	7	1	0	0	14	0	0	0	13	0	0	0	0	1	0	0	0	5	1	0	4
ア	別	62	11	1	0	4	22	1	0	0	15	0	0	0	1	0	0	2	0	2	0	0	3
	別	35	7	0	0	2	10	0	0	0	11	0	0	0	1	0	0	1	0	2	0	0	1
回	答	42	2	1	0	0	20	0	0	0	15	0	0	0	2	0	0	1	0	1	0	0	0
	部	165	33	4	2	3	55	0	0	0	32	0	0	0	11	0	0	3	2	4	0	0	16
署	別	139	33	3	0	5	56	0	0	0	32	0	0	0	3	1	0	1	0	3	0	0	2
	別	454	67	8	1	8	176	1	0	0	120	1	0	0	16	2	0	10	3	16	1	0	24
人	口	33	8	3	0	3	8	0	0	0	6	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
	別	166	42	2	1	4	56	0	0	0	34	0	0	0	4	0	0	2	1	6	1	0	13
人	口	101	18	3	0	7	38	0	0	0	20	0	0	0	2	1	0	2	1	4	1	0	4
	別	17	4	0	0	1	6	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
人	口	167	65	13	0	15	28	0	0	0	5	0	0	0	15	0	0	1	4	8	1	0	12
	別	191	50	3	1	2	68	1	0	0	30	1	0	0	6	2	0	8	0	6	1	0	12
人	口	120	17	0	0	2	57	0	0	0	30	0	0	0	2	0	0	2	0	1	0	0	9
	別	135	7	0	1	0	68	0	0	0	45	0	0	0	0	1	0	1	1	6	0	0	5
人	口	119	0	0	0	3	57	0	0	0	46	0	0	0	1	0	0	2	0	5	1	0	4
	別	39	0	0	0	1	6	0	0	0	30	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
人	口	95	33	10	0	7	8	0	0	0	17	1	0	0	2	0	0	3	0	7	1	0	6
	別	89	28	2	0	5	27	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	5
人	口	156	11	1	0	3	62	0	0	0	53	0	0	0	5	0	0	3	0	5	2	0	11
	別	77	12	0	0	0	40	0	0	0	13	0	0	0	7	0	0	0	1	0	0	0	4
人	口	93	4	0	0	0	61	0	0	0	11	0	0	0	5	0	0	0	1	2	0	0	9
	別	77	5	1	0	4	39	1	0	0	19	0	0	0	2	1	0	1	0	2	0	0	2
人	口	77	15	0	0	1	30	0	0	0	24	0	0	0	0	1	0	4	1	0	0	1	1
	別	107	31	2	2	3	17	0	0	0	29	0	0	0	3	1	0	4	2	8	0	0	5

⑧-2 産業別就業人口の多い産業：2位

		該当数	農業、林業	漁業	鉱業、採石業、砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	ビジネス研究・専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	業生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉	複合サービス事業	なサービス業(他に分類されないもの)	を公務(他に分類されるものを除く)	分類不能の産業	不明
全体		772	44	16	1	54	149	0	0	11	287	1	0	2	39	4	4	66	2	32	9	5	46
クラス	タ	159	9	3	1	13	31	0	0	7	61	1	0	1	6	2	0	6	0	3	1	0	14
	グ	58	7	1	0	4	8	0	0	1	17	0	0	0	4	0	0	8	0	4	1	0	3
ラ	ル	45	1	0	0	1	5	0	0	0	22	0	0	0	3	0	1	8	0	1	1	1	1
	ア	47	1	1	0	8	9	0	0	0	12	0	0	1	3	0	0	6	1	0	0	1	4
ブ	別	62	2	1	0	4	15	0	0	0	25	0	0	0	4	0	0	3	0	2	3	0	3
		35	0	3	0	1	12	0	0	0	11	0	0	0	1	0	1	4	0	1	0	0	1
回	答	42	1	1	0	0	7	0	0	0	20	0	0	0	4	0	0	7	0	2	0	0	0
	部	165	13	2	0	9	31	0	0	2	55	0	0	0	5	2	0	13	1	12	1	2	17
署	署	139	8	4	0	12	30	0	0	1	56	0	0	0	8	0	2	9	0	5	2	0	2
	別	454	18	11	1	23	87	0	0	5	179	0	0	1	24	4	3	46	2	19	4	2	25
回	答	33	3	1	0	3	5	0	0	1	10	0	0	0	1	0	1	4	0	2	0	0	2
	部	166	13	2	0	20	30	0	0	2	54	1	0	0	7	0	11	0	0	8	1	2	15
署	署	101	10	2	0	8	18	0	0	3	35	0	0	1	7	0	0	5	0	3	4	1	4
	別	17	0	0	0	0	9	0	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
人	口	167	23	11	0	26	20	0	0	2	27	0	0	0	14	0	2	8	1	9	8	1	15
	別	191	17	4	0	13	37	0	0	1	76	0	0	0	9	2	1	11	1	5	1	2	11
人	口	120	1	1	1	6	20	0	0	4	53	0	0	1	6	1	0	12	0	6	0	0	8
	別	135	1	0	0	5	31	0	0	4	60	1	0	1	5	1	0	11	0	7	0	0	8
人	口	119	1	0	0	3	31	0	0	0	63	0	0	0	2	0	1	12	0	2	0	1	3
	別	39	1	0	0	1	10	0	0	0	7	0	0	0	3	0	0	12	0	3	0	1	1
北	海	95	13	8	0	8	12	0	0	0	14	0	0	0	11	1	0	12	1	4	4	0	7
	道	89	9	6	0	7	20	0	0	1	28	0	0	0	4	0	0	6	0	0	0	1	7
東	北	156	6	0	1	8	38	0	0	5	61	0	0	1	7	0	1	10	0	5	0	2	11
	東	77	2	0	0	11	15	0	0	0	32	0	0	0	3	0	0	2	0	6	2	0	4
北	陸	93	2	0	0	7	11	0	0	1	48	1	0	1	5	0	0	1	0	7	0	0	9
	中	77	4	0	0	4	19	0	0	0	34	0	0	0	2	2	0	7	0	2	1	0	2
中	部	77	2	0	0	1	15	0	0	1	38	0	0	0	1	0	0	15	0	2	1	0	1
	部	107	6	2	0	8	19	0	0	3	31	0	0	0	6	1	3	13	1	6	1	2	5
近	畿																						
	道																						
中	国																						
	四																						
九	州																						
	道																						

⑧-2 産業別就業人口の多い産業：2位

産業別就業人口	該当数	全 体																不明				
		農業、林業	漁業	鉱業、採石業、砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	ビエ研究、専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉		複合サービス事業	サービス業(他に分類されないもの)	を公務(他に分類されるものを除く)	分類不能の産業
産業別就業人口	772	44	16	1	54	149	0	0	11	287	1	0	2	39	4	4	66	2	32	9	5	46
別人口	155	6	8	1	20	42	0	0	0	36	0	0	0	10	0	2	12	1	9	3	2	3
観光客	23	4	4	0	0	3	0	0	1	6	0	0	0	3	0	0	1	0	0	1	0	0
年間	285	17	4	0	16	0	0	0	9	207	0	0	2	7	0	0	3	1	15	4	0	0
年間	186	7	0	0	13	88	0	0	1	0	0	0	0	16	0	0	48	0	8	0	2	3
年間	24	2	0	0	3	3	0	0	0	12	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0
年間	34	5	0	0	1	8	0	0	0	15	1	0	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0
年間	15	2	0	0	0	3	0	0	0	8	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
年間	79	5	3	0	7	14	0	0	3	27	0	0	0	4	0	2	2	0	3	3	1	5
年間	204	19	10	1	27	38	0	0	4	55	0	0	0	10	0	0	15	1	8	4	1	11
年間	113	8	2	0	7	15	0	0	0	46	0	0	1	8	2	2	10	0	3	0	0	9
年間	252	8	0	0	10	51	0	0	3	121	0	0	1	13	1	1	23	0	13	1	0	7
年間	55	1	0	0	0	18	0	0	1	12	1	0	0	2	1	0	11	0	5	1	1	1
年間	273	28	8	0	22	51	0	0	6	92	0	0	1	10	1	0	15	1	12	8	2	16
年間	54	2	2	0	4	10	0	0	1	21	1	0	0	5	1	0	2	0	1	1	0	3
年間	97	4	0	0	3	23	0	0	1	37	0	0	1	9	2	1	13	0	3	0	0	0
年間	23	3	0	0	0	4	0	0	0	9	0	0	0	1	0	0	5	0	0	0	0	1
年間	18	0	0	0	0	2	0	0	0	6	0	0	0	2	0	0	6	0	1	0	1	0

⑧-3 産業別就業人口の多い産業：3位

		該当数	農業、林業	漁業	鉱業、採石業、砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	ビジネス研究・専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	業生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉	複合サービス事業	なサービス業(他に分類されないもの)	を公務(他に分類されるものを除く)	分類不能の産業	不明
全体		772	38	12	23	105	70	3	1	23	110	2	3	2	46	10	2	189	6	47	17	3	60
クラス	タ	159	8	3	4	19	12	0	0	4	24	0	1	0	10	2	1	41	1	11	4	0	14
	グ	58	5	0	1	8	5	0	0	0	6	0	0	0	4	1	0	16	1	5	2	0	4
ラ	ル	45	0	0	4	6	6	0	0	0	1	0	0	0	4	1	0	14	0	5	2	1	4
	ア	47	3	1	0	5	7	1	0	1	8	0	1	0	2	1	0	10	0	2	0	1	5
ブ	別	62	2	2	1	14	5	1	0	0	12	0	0	0	3	1	0	18	0	1	0	0	2
		35	2	1	2	6	4	0	0	0	4	0	0	0	1	1	0	10	1	1	0	0	2
回	答	42	4	0	0	7	4	0	0	2	3	0	0	0	5	0	0	9	0	2	1	0	5
	部	165	4	4	6	21	16	0	1	6	25	0	1	1	8	2	0	38	1	6	3	0	22
署	署	139	8	1	4	17	9	1	0	9	23	2	0	1	6	1	1	32	2	13	4	2	3
	別	454	19	8	17	61	39	0	0	10	64	1	2	0	34	6	0	119	1	32	8	1	32
人	口	191	3	1	0	6	3	0	0	0	4	1	0	1	1	1	0	4	2	1	2	0	3
	別	166	8	1	3	23	16	1	0	7	24	0	1	1	8	3	2	36	2	6	3	1	20
1	0	101	7	2	2	12	12	2	1	5	17	0	0	0	2	0	0	21	1	8	4	0	5
	0	17	1	0	1	3	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	8	0	0	0	1	0
1	0	167	11	9	3	33	17	1	0	0	30	1	0	1	10	0	1	7	4	5	14	0	20
	0	191	9	3	6	35	21	1	0	10	36	0	0	0	6	3	0	32	1	8	1	0	19
3	0	120	8	0	5	13	6	1	0	3	19	1	0	1	7	0	0	35	1	8	2	0	10
	0	135	8	0	4	9	10	0	1	2	23	0	1	0	6	4	1	46	0	13	0	1	6
1	0	119	2	0	5	11	7	2	0	7	2	0	2	0	12	1	0	52	0	12	0	2	4
	0	39	0	0	0	4	9	0	0	1	0	0	0	0	5	2	0	16	0	1	0	0	1
北	海	95	4	5	1	21	9	0	0	0	20	0	1	0	5	2	0	6	1	3	8	1	8
	道	89	9	0	3	17	11	1	0	2	12	0	0	0	0	1	1	13	1	5	1	0	11
東	北	156	7	0	3	16	16	0	1	8	20	0	1	0	15	2	1	41	0	12	1	2	10
	東	77	4	0	4	4	5	0	0	3	12	0	0	0	9	0	0	23	0	5	1	0	7
北	陸	93	4	1	4	10	2	1	0	6	19	0	0	0	4	2	0	25	1	5	0	0	9
	中	77	3	2	2	7	5	0	0	2	7	1	0	0	4	2	0	24	0	10	3	0	5
中	部	77	6	1	2	10	7	1	0	1	7	0	0	0	4	0	0	32	1	3	0	0	2
	部	107	1	3	4	20	15	0	0	1	13	1	1	1	5	1	0	24	2	4	3	0	8

⑨A 立地企業件数：資本金5,000万円未満

	500件未満	500件未満	500件未満	1000件未満	1000件未満	1000件未満	2000件未満	2000件以上	不明	平均
産業別就業人数	772	130	83	33	75	2355				
全体										
農業、林業、漁業	155	9	1	0	19	273				
建設業	23	0	1	3	0	533				
製造業	285	124	44	8	22	1876				
卸売業、小売業	186	53	39	18	35	3900				
宿泊業、飲食サービス業	24	18	2	1	0	325				
その他サービス業	34	22	5	4	1	8235				
医療、福祉	15	11	2	0	1	1027				
年間観光客数	79	58	9	3	1	354				
10万人未満	204	155	13	10	3	729				
10～50万人未満	113	71	29	2	4	4112				
50～100万人未満	252	81	67	16	25	2210				
100～500万人未満	55	5	4	10	6	6282				
500万人以上										
年間宿泊客数	273	203	31	9	4	1476				
10万人未満	54	25	10	7	4	7558				
10～50万人未満	97	28	27	16	5	2213				
50～100万人未満	23	8	2	4	4	2544				
100～500万人未満	18	3	2	1	2	12825				
500万人以上										

⑨B 立地企業件数：資本金5,000万円～1億円未満

		該当数	5件未満	5件未満	10件未満	10件未満	10件未満	10件未満	100件以上	不明	平均
全 体		772	221	132	220	40	48	111	67		
クラス スタ グ ル ア 別	祭り・イベント重視型	159	45	27	58	8	4	17	67		
	ニューツーリズム重視型	58	13	8	17	1	6	13	37		
	企業誘致雇用創出型	45	5	9	15	6	4	6	317		
	旅行商品開発重視型	47	13	10	12	3	2	7	21		
	宝探し型	62	17	10	19	4	4	8	26		
	人材育成重視型	35	8	9	6	5	5	2	73		
	インバウンド型	42	3	7	13	3	7	9	127		
	消極的取り組み	165	58	30	33	5	11	28	50		
	取り組みなし	139	55	20	39	4	5	16	40		
	観光専門部署	454	96	73	154	33	40	58	76		
	総務、企画部署	33	17	7	4	0	0	5	6		
産業振興、地域振興部署	166	59	28	39	3	6	31	96			
経済産業、商工部署	101	42	19	21	2	1	16	12			
その他部署	17	6	5	2	2	1	1	26			
人口別	1万人未満	167	102	5	1	0	0	59	2		
	1～3万人未満	191	95	50	15	1	4	26	12		
	3～5万人未満	120	14	52	42	0	5	7	46		
	5～10万人未満	135	9	21	90	1	4	10	74		
	10～30万人未満	119	0	4	72	30	8	5	146		
	30万人以上	39	0	0	0	8	27	4	325		
エリア別	北海道	95	48	13	10	2	0	22	7		
	東北	89	33	14	15	1	6	20	35		
	関東	156	32	31	56	15	11	11	115		
	北陸	77	16	12	29	3	6	11	45		
	中部	93	21	15	36	5	6	10	68		
	近畿	77	13	8	35	5	7	9	162		
	中国・四国	77	19	17	21	6	5	9	28		
	九州・沖縄	107	38	22	18	3	7	19	38		

⑨C. 立地企業件数：資本金1億円～3億円未満

		該当数	なし	15件未満	15件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
全 体		772	95	301	86	56	66	168	27
クラス	祭り・イベント重視型	159	15	74	21	13	7	29	20
スタ	ニューツーリズム重視型	58	8	18	6	4	7	15	10
グル	企業誘致雇用創出型	45	4	12	6	8	6	9	168
アル	旅行商品開発重視型	47	5	14	3	3	5	17	9
ア	宝探し型	62	8	31	3	7	4	9	13
別	人材育成重視型	35	2	16	3	4	6	4	24
	インバウンド型	42	1	10	7	4	9	11	49
	消極的取り組み	165	22	65	14	9	14	41	17
	取り組みなし	139	29	54	19	4	7	26	13
回	観光専門部署	454	43	166	58	45	54	88	26
答	総務、企画部署	33	8	18	0	1	0	6	2
部	産業振興、地域振興部署	166	23	70	16	4	9	44	50
署	経済産業、商工部署	101	20	39	10	4	1	27	4
別	その他部署	17	1	8	2	2	2	2	9
人	1万人未満	167	43	37	2	0	0	85	1
口	1～3万人未満	191	36	95	6	1	4	49	6
別	3～5万人未満	120	11	79	13	2	4	11	14
	5～10万人未満	135	5	64	38	9	6	13	21
	10～30万人未満	119	0	26	27	40	21	5	62
	30万人以上	39	0	0	0	4	31	4	111
	北海道	95	18	23	6	4	0	44	3
	東北	89	13	36	6	3	7	24	10
	関東	156	19	62	28	14	19	14	56
	北陸	77	10	26	12	4	8	17	15
	中部	93	5	39	16	12	8	13	22
	近畿	77	5	34	7	9	8	14	49
	中国・四国	77	8	32	7	8	7	15	9
	九州・沖縄	107	17	49	4	2	9	26	12

⑨C 立地企業件数：資本金1億円～3億円未満

	全	体	該	当	数	な	し	1	5	件	未	満	1	0	5	件	未	満	1	5	件	以	上	不	明	平	均	
	772	95	301	86	56	66	168	27																				
産	155	36	50	3	0	3	63	5																				
業	23	2	7	2	1	1	10	6																				
別	285	30	125	53	32	19	26	16																				
就	186	8	79	22	20	36	21	33																				
業	24	4	11	1	1	0	7	2																				
別	34	5	14	2	0	1	12	239																				
人	15	2	7	0	1	1	4	7																				
口	79	20	30	7	2	1	19	3																				
ト	204	38	80	6	4	5	71	7																				
ッ	113	22	51	16	2	4	18	69																				
プ	252	7	112	42	37	23	31	17																				
年	55	3	7	9	6	26	4	54																				
間	273	55	109	21	6	8	74	15																				
観	54	5	19	11	3	4	12	139																				
数	97	9	35	15	14	10	14	13																				
光	23	1	6	2	5	5	4	17																				
込	18	0	5	1	1	10	1	146																				
客																												
年																												
間																												
観																												
数																												
人																												
未																												
満																												
1																												
0																												
5																												
件																												
未																												
満																												
1																												
0																												
5																												
件																												
未																												
満																												
1																												
5																												
件																												
以																												
上																												
不																												
明																												
平																												
均																												

⑨D 立地企業件数：資本金3億円～10億円未満

	該当数	なし	15件未満	15件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
	772	169	239	69	26	50	219	17
	全 体							
クラス	159	25	66	17	4	6	41	13
スタ	58	16	15	5	3	3	16	5
グル	45	7	10	8	2	7	11	103
アル	47	10	14	4	1	3	15	4
別	62	18	17	5	2	4	16	4
	35	6	11	2	2	5	9	11
	42	4	9	7	2	6	14	52
	165	35	53	9	7	11	50	10
	139	45	40	9	3	4	38	7
	454	78	145	48	22	41	120	16
回	33	13	8	1	0	0	11	1
答	166	39	48	14	3	6	56	32
部	101	36	30	6	0	1	28	1
署	17	3	7	0	1	2	4	5
別	167	54	18	2	0	0	93	0
	191	56	56	4	1	3	71	2
	120	32	61	1	0	4	22	8
	135	24	67	12	3	6	23	13
	119	3	36	47	13	14	6	36
	39	0	0	3	9	23	4	75
	95	25	18	2	1	1	48	2
	89	20	26	3	3	5	32	6
	156	37	48	22	10	13	26	38
	77	14	27	4	1	6	25	7
	93	13	37	15	2	7	19	14
	77	10	28	8	4	7	20	29
	77	15	28	10	3	4	17	4
	107	35	26	5	2	7	32	7

⑨D 立地企業件数：資本金3億円～10億円未満

	全 体	772	169	なし	15件未満	15件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
産業別就業者人口トツブ	農業、林業、漁業 建設業 製造業 卸売業、小売業 宿泊業、飲食サービス業 その他サービス業 医療、福祉	155 23 285 186 24 34 15	54 5 55 28 7 9 2	169	21 8 116 65 5 12 4	2 1 40 23 1 1 1	0 0 12 13 0 0 0	1 1 16 25 0 1 1	77 8 46 32 11 11 7	17
年間観光客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	79 204 113 252 55	30 56 36 36 3	79	21 47 40 101 11	3 5 4 38 10	0 2 0 14 8	1 4 4 18 18	24 90 29 45 5	2 4 44 10 41
年間宿泊客数	10万人未満 10～50万人未満 50～100万人未満 100～500万人未満 500万人以上	273 54 97 23 18	82 8 17 1 2	273	70 21 30 7 2	11 8 15 2 1	2 2 4 2 3	7 3 11 4 7	101 12 20 7 3	9 82 9 11 77

⑨E 立地企業件数：資本金10億円～50億円未満

該当数	なし	15件未満	510件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
全 体							
クラス	祭り・イベント重視型	52	48	4	1	5	7
スタ	ニューツーリズム重視型	24	7	6	1	1	2
グ	企業誘致雇用創出型	11	18	3	0	4	51
ル	旅行商品開発重視型	9	14	2	0	1	2
ア	宝探し型	23	16	3	1	2	3
別	人材育成重視型	14	6	2	0	4	4
	インバウンド型	4	14	1	2	4	24
	消極的取り組み	56	25	11	3	6	64
	取り組みなし	55	33	3	0	3	45
回	観光専門部署	454	136	26	7	25	142
答	総務、企画部署	33	16	4	0	0	13
部	産業振興、地域振興部署	166	54	35	7	5	65
署	経済産業、商工部署	101	44	20	3	0	34
別	その他部署	17	7	3	0	1	6
人	1万人未満	167	64	5	1	0	97
口	1～3万人未満	191	75	28	3	2	81
別	3～5万人未満	120	51	32	2	4	31
	5～10万人未満	135	45	46	3	5	36
	10～30万人未満	119	22	62	15	8	11
	30万人以上	39	0	7	12	11	4
	北海道	95	30	9	0	0	55
	東北	89	31	13	2	4	39
	関東	156	58	45	12	9	31
	北陸	77	22	23	1	5	26
	中部	93	27	32	5	5	24
	近畿	77	21	18	8	4	25
	中国・四国	77	29	21	3	1	21
	九州・沖縄	107	39	19	5	2	39

⑨ E 立地企業件数：資本金10億円～50億円未満

	全 体	772	257	なし	15件未満	15件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
産業別	農業、林業、漁業	155	61		10	0	0	1	83	0
別業	建設業	23	7		4	2	0	0	10	2
別業	製造業	285	101		92	19	1	8	64	5
別業	卸売業、小売業	186	51		58	13	6	14	44	9
別業	宿泊業、飲食サービス業	24	10		1	1	0	0	12	1
別業	宿泊業、飲食サービス業	34	13		7	0	0	1	13	80
別業	医療、福祉	15	4		5	1	0	0	5	1
年間観光客数	10万人未満	79	39		11	1	0	1	27	1
年間観光客数	10～50万人未満	204	67		29	4	0	4	100	2
年間観光客数	50～100万人未満	113	55		20	1	0	4	33	25
年間観光客数	100～500万人未満	252	69		97	11	5	10	60	5
年間観光客数	500万人以上	55	13		11	11	3	9	8	18
年間宿泊客数	10万人未満	273	108		44	4	0	7	110	5
年間宿泊客数	10～50万人未満	54	18		16	1	1	3	15	47
年間宿泊客数	50～100万人未満	97	21		38	7	2	4	25	4
年間宿泊客数	100～500万人未満	23	6		5	4	0	2	6	4
年間宿泊客数	500万人以上	18	5		1	2	2	5	3	36

⑨F 立地企業件数：資本金50億円以上

	該当数	なし	15件未満	510件未満	1015件未満	15件以上	不明	平均
全体	772	294	119	25	4	16	314	7
クラス	159	65	31	2	0	5	56	4
スタ	58	22	5	5	0	0	26	1
グル	45	18	10	0	0	3	14	40
アル	47	16	7	0	0	1	23	4
別	62	25	12	2	0	1	22	2
	35	12	6	2	2	0	13	2
	42	7	8	5	0	2	20	29
	165	57	19	7	1	3	78	4
	139	65	18	2	1	1	52	2
	454	168	75	17	4	12	178	6
	33	19	0	0	0	0	14	0
	166	59	24	5	0	4	74	15
	101	45	13	2	0	0	41	1
	17	3	6	1	0	0	7	2
	167	55	2	1	0	0	109	0
	191	81	10	3	0	2	95	1
	120	58	15	2	0	2	43	2
	135	59	26	0	1	4	45	5
	119	39	50	8	1	3	18	14
	39	2	15	11	2	5	4	29
	95	29	3	1	0	1	61	1
	89	31	10	3	0	0	45	1
	156	66	41	2	2	8	37	17
	77	31	9	1	1	0	35	1
	93	28	22	5	0	3	35	4
	77	27	10	7	0	3	30	12
	77	36	12	4	0	0	25	1
	107	46	11	2	1	1	46	2

⑨ F 立地企業件数：資本金50億円以上

	該当数	なし	15件未満	15件未満	105件未満	15件以上	不明	平均
全 体	772	294	119	25	4	16	314	7
産業別	155	53	4	2	0	0	96	0
建設業	23	8	3	0	0	0	12	0
製造業	285	125	58	10	2	4	86	4
卸売業、小売業	186	68	46	10	2	7	53	6
宿泊業、飲食サービス業	24	8	1	0	0	0	15	0
その他サービス業	34	14	3	0	0	1	16	63
医療、福祉	15	6	1	1	0	0	7	1
年間観光客数	79	37	10	0	0	1	31	1
10万人未満	204	70	15	4	0	2	113	2
10～50万人未満	113	56	9	3	1	2	42	18
50～100万人未満	252	101	51	8	1	5	86	3
100～500万人未満	55	13	19	8	2	4	9	17
500万人以上	273	110	21	4	1	5	132	4
年間宿泊客数	54	24	10	1	0	3	16	32
10～50万人未満	97	34	17	3	2	1	40	1
50～100万人未満	23	7	3	4	0	0	9	2
100～500万人未満	18	4	3	3	0	3	5	26
500万人以上								

⑩A. 資本別割合：地域内の資本の企業

	該当数	50%未満							不明	平均
		50%未満								
全体	772	66	21	34	55	74	185	337	74	
クラス	159	14	2	10	13	13	29	78	72	
スタ	58	10	2	1	1	5	20	19	71	
グル	45	2	0	3	2	5	7	26	75	
アル	47	4	0	4	3	1	13	22	74	
別	62	4	2	4	3	7	14	28	75	
	35	3	1	1	1	4	9	16	73	
	42	3	2	1	7	4	7	18	73	
	165	11	8	6	14	14	38	74	74	
	139	13	4	3	10	20	42	47	76	
	454	34	12	19	29	35	109	216	75	
	33	3	0	0	4	8	7	11	75	
	166	20	5	9	11	20	36	65	70	
	101	8	3	4	10	9	30	37	77	
	17	1	1	1	1	2	3	8	77	
	167	17	5	4	11	25	70	35	78	
	191	21	4	6	18	20	55	67	74	
	120	9	6	8	11	14	20	52	72	
	135	11	3	6	9	10	21	75	70	
	119	7	1	6	6	4	17	78	71	
	39	1	2	3	0	1	2	30	63	
	95	6	3	5	9	14	39	19	80	
	89	15	1	4	7	6	29	27	70	
	156	12	3	4	10	14	20	93	70	
	77	6	1	2	6	8	28	26	79	
	93	6	2	2	9	4	16	54	73	
	77	6	4	5	4	8	12	38	69	
	77	7	1	2	2	10	18	37	76	
	107	8	6	9	8	10	23	43	72	

⑩B 資本別割合：地域外・国内資本の企業

	全 体						平均		
	該当数	なし	5%未満	5%以上10%未満	10%以上20%未満	20%以上30%未満		30%以上	不明
	772	43	42	50	79	80	140	338	25
クラス	159	6	7	11	10	15	32	78	28
スタ	58	4	6	3	11	2	13	19	26
グル	45	2	1	3	2	5	6	26	24
アル	47	4	1	4	5	1	10	22	26
別	62	5	3	4	5	7	10	28	25
	35	3	3	1	4	3	5	16	21
	42	1	3	1	5	5	9	18	27
	165	5	7	10	22	19	28	74	25
	139	9	10	12	15	21	25	47	23
	454	17	29	33	43	42	74	216	25
	33	5	0	3	3	5	6	11	20
	166	7	6	12	18	20	38	65	29
	101	13	6	1	14	11	18	38	21
	17	1	1	1	1	2	3	8	23
	167	31	10	16	24	17	34	35	20
	191	7	9	14	31	26	37	67	25
	120	3	6	6	12	13	28	52	28
	135	2	7	8	6	15	22	75	30
	119	0	9	5	5	8	13	79	26
	39	0	1	1	1	1	5	30	35
	95	14	10	6	16	13	17	19	18
	89	8	5	10	8	6	25	27	30
	156	3	6	6	11	15	22	93	29
	77	3	5	11	11	9	12	26	21
	93	4	4	6	4	8	13	54	26
	77	2	2	3	6	10	16	38	30
	77	2	7	3	9	9	10	37	24
	107	7	3	5	14	10	24	44	25

⑩B 資本別割合：地域外・国内資本の企業

業種別 別人口 ト ツ ブ	該当数	なし	5%未満	5%以上 10%未満	10%以上 20%未満	20%以上 30%未満	30%以上	不明	平均
全 体	772	43	42	50	79	80	140	338	25
農業、林業、漁業	155	19	11	12	24	19	40	30	25
建設業	23	5	1	2	5	1	4	5	18
製造業	285	4	15	19	23	32	59	133	29
卸売業、小売業	186	6	12	10	13	17	24	104	25
宿泊業、飲食サービス業	24	1	1	2	4	1	4	11	17
その他サービス業	34	6	1	3	5	4	2	13	13
医療、福祉	15	1	0	2	2	2	2	6	23
年間観 光人 込客	79	11	1	6	10	13	19	19	25
10万人未満	204	22	13	16	28	24	42	59	24
10～50万人未満	113	6	6	9	15	7	20	50	21
50～100万人未満	252	4	14	14	24	27	45	124	27
100～500万人未満	55	0	7	1	1	3	9	34	30
500万人以上	273	27	13	29	37	36	53	78	22
年間 宿泊 客数	54	3	6	1	6	6	13	19	25
10～50万人未満	97	3	5	3	14	13	22	37	29
50～100万人未満	23	1	2	1	2	1	4	12	26
100～500万人未満	18	0	0	0	1	2	2	13	41
500万人以上									

⑩C. 資本別割合：外国資本の企業

	該当数	なし	5%未満	5%以上	不明	平均
全体	772	378	42	18	334	0
クラス	159	67	9	6	77	1
スタ	58	38	1	1	18	0
グ	45	17	2	1	25	0
ル	47	20	5	0	22	0
ア	62	28	4	2	28	0
別	35	16	3	0	16	0
	42	21	2	1	18	0
	165	79	8	5	73	1
	139	84	6	2	47	0
	454	196	31	13	214	1
	33	22	0	0	11	0
	166	94	6	3	63	0
	101	57	4	2	38	0
	17	8	1	0	8	0
	167	132	0	1	34	0
	191	112	8	5	66	0
	120	52	13	4	51	1
	135	51	8	2	74	0
	119	26	9	5	79	1
	39	4	4	1	30	1
	95	71	1	4	19	0
	89	57	5	0	27	0
	156	51	7	7	91	1
	77	46	5	0	26	0
	93	27	8	4	54	1
	77	33	7	0	37	0
	77	35	4	1	37	0
	107	57	5	2	43	0

⑩C. 資本別割合：外国資本の企業

	全 体	該 当 数	な し	5 % 未 満	5 % 以 上	不 明	平 均
産 業 別 就 業 別 人 口 ト ッ プ	772	378	42	18	334	0	0
農 業、 林 業、 漁 業	155	122	3	0	30	0	0
建 設 業	23	17	1	0	5	0	0
製 造 業	285	118	25	10	132	1	1
卸 売 業、 小 売 業	186	70	9	5	102	1	1
宿 泊 業、 飲 食 サ ー ビ ス 業	24	11	1	1	11	1	1
そ の 他 サ ー ビ ス 業	34	18	2	1	13	0	0
医 療、 福 祉	15	7	1	1	6	1	1
年 間 観 光 人 込 客	79	56	3	1	19	0	0
1 0 万 人 未 満	204	137	6	3	58	0	0
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	113	58	5	1	49	0	0
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	252	98	21	10	123	1	1
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	55	13	5	3	34	1	1
5 0 0 万 人 以 上	273	178	10	8	77	0	0
年 間 宿 泊 客 数	54	27	7	1	19	0	0
1 0 ~ 5 0 万 人 未 満	97	47	9	6	35	1	1
5 0 ~ 1 0 0 万 人 未 満	23	10	0	1	12	0	0
1 0 0 ~ 5 0 0 万 人 未 満	18	2	2	2	13	2	2
5 0 0 万 人 以 上							

①A 自治体における年間観光入込客数

	該当数	10万人未満	105万人未満	500万人未満	1005万人未満	500万人以上	不明	平均
全 体	772	79	204	113	252	55	69	#####
クラス	159	22	47	14	55	9	12	#####
スタ	58	0	20	10	19	6	3	#####
グル	45	1	10	6	20	4	4	#####
アル	47	2	15	7	16	3	4	#####
ブ	62	4	16	15	21	4	2	#####
別	35	4	4	8	15	4	0	#####
	42	1	3	2	24	10	2	#####
	165	15	41	25	54	10	20	#####
	139	30	42	23	23	3	18	903056
観光専門部署	454	15	87	74	201	48	29	#####
総務、企画部署	33	10	11	3	7	0	2	626886
産業振興、地域振興部署	166	26	64	20	30	3	23	723859
経済産業、商工部署	101	26	37	12	11	3	12	684479
その他部署	17	2	5	4	2	1	3	854029
1万人未満	167	35	93	16	12	0	11	372380
1～3万人未満	191	20	66	41	39	3	22	843793
3～5万人未満	120	9	21	27	54	4	5	#####
5～10万人未満	135	12	18	22	69	5	9	#####
10～30万人未満	119	2	6	5	68	19	19	#####
30万人以上	39	1	0	2	9	24	3	#####
北海道	95	10	49	15	18	1	2	692868
東北	89	9	27	20	23	3	7	#####
関東	156	23	29	21	51	15	17	#####
北陸	77	4	21	13	30	4	5	#####
中部	93	11	18	7	38	11	8	#####
近畿	77	4	18	10	30	3	12	#####
中国・四国	77	6	18	14	33	5	1	#####
九州・沖縄	107	12	24	13	28	13	17	#####

①A 自治体における年間観光入込客数

産業別観光入込客数	該当数	10万人未満	105万人未満	5010万人未満	10050万人未満	平均
全 体	772	79	204	113	252	69
農業、林業、漁業	155	22	72	23	24	586815
建設業	23	8	7	5	2	14
製造業	285	28	55	41	124	0
卸売業、小売業	186	11	32	23	71	23
宿泊業、飲食サービス業	24	1	4	4	12	14
その他サービス業	34	2	16	5	9	2
医療、福祉	15	1	5	2	3	0
年間観光入込客数	79	79	0	0	0	3
10万人未満	204	0	204	0	0	0
10～50万人未満	113	0	0	113	0	0
50～100万人未満	252	0	0	0	252	0
100～500万人未満	55	0	0	0	0	55
500万人以上	273	53	125	40	45	8
年間宿泊客数	54	2	9	14	27	0
10～50万人未満	97	0	6	10	68	2
50～100万人未満	23	0	0	1	13	0
100～500万人未満	18	0	0	0	8	1
500万人以上						

⑪B 自治体における年間宿泊客数

		該当数	1 0 万 人 未 満	1 0 5 0 万 人 未 満	5 0 0 0 万 人 未 満	1 0 0 5 0 0 万 人 未 満	5 0 0 万 人 以 上	不 明	平 均
全 体		772	273	54	97	23	18	307	226165
クラス タ グ ル ア 別	祭り・イベント重視型	159	66	10	14	5	0	64	80592
	ニューツーリズム重視型	58	20	5	12	4	1	16	419903
	企業誘致雇用創出型	45	10	7	9	1	1	17	243930
	旅行商品開発重視型	47	13	4	7	0	0	23	87118
	宝探し型	62	28	2	8	2	2	20	165740
	人材育成重視型	35	7	0	6	1	1	20	273793
	インバウンド型	42	1	4	12	4	5	16	833199
	消極的取り組み	165	57	13	15	4	8	68	332927
	取り組みなし	139	66	7	12	2	0	52	59894
	観光専門部署	454	119	37	81	21	17	179	354154
	総務、企画部署	33	15	0	5	1	0	12	84575
産業振興、地域振興部署	166	77	8	8	1	1	71	43923	
経済産業、商工部署	101	55	9	1	0	0	36	21146	
その他部署	17	7	0	2	0	0	8	50108	
人 口 別	1万人未満	167	104	13	6	1	1	42	53091
	1～3万人未満	191	90	11	19	4	3	64	97779
	3～5万人未満	120	29	10	21	5	1	54	182295
	5～10万人未満	135	36	10	21	2	1	65	121894
	10～30万人未満	119	13	10	25	7	3	61	316388
30万人以上	39	1	0	5	4	9	20	#####	
エ リ ア 別	北海道	95	62	6	14	2	1	10	91324
	東北	89	36	5	8	4	1	35	119457
	関東	156	47	12	11	4	4	78	316588
	北陸	77	20	8	11	3	3	32	237234
	中部	93	24	7	15	1	2	44	197318
	近畿	77	28	6	10	2	1	30	354822
	中国・四国	77	22	7	11	4	2	31	234099
	九州・沖縄	107	34	3	17	3	4	46	302794

⑪B 自治体における年間宿泊客数

産業別観光客	全 体						平均
	該当数	10万人未満	100万未満	500万人未満	1000万人未満	5000万人以上	
全 体	772	273	54	97	23	18	226165
農業、林業、漁業	155	87	11	11	1	0	44331
建設業	23	11	1	2	1	0	94071
製造業	285	92	22	42	7	2	127189
卸売業、小売業	186	38	9	34	11	11	605517
宿泊業、飲食サービス業	24	2	5	6	1	4	569957
その他サービス業	34	17	3	0	0	1	135538
医療、福祉	15	8	0	2	1	0	99087
年間観光客	79	53	2	0	0	0	6778
10万人未満	204	125	9	6	0	0	24611
10～50万人未満	113	40	14	10	1	0	69406
50～100万人未満	252	45	27	68	13	8	324426
100～500万人未満	55	2	2	11	9	9	#####
500万人以上	273	273	0	0	0	0	13652
年間宿泊客	54	0	54	0	0	0	70412
10～50万人未満	97	0	0	97	0	0	236422
50～100万人未満	23	0	0	0	23	0	698226
100～500万人未満	18	0	0	0	0	18	#####
500万人以上							

⑩C. 自治体における年間宿泊客延べ数

	該当数	5万人未満	510万人未満	1035万人未満	1050万人未満	500万人以上	不明	平均
全 体								
	772	256	112	20	332	566186		
クラス	159	58	16	0	75	60436		
スタ	58	18	5	1	16	200574		
グ	45	9	3	8	21	480119		
ル	47	11	5	8	22	242328		
ア	62	22	1	6	32	125468		
別	35	7	4	7	14	298241		
	42	3	2	16	19	#####		
	165	59	11	15	70	478921		
	139	64	7	16	52	65805		
観光専門部署	454	103	26	98	204	971043		
総務、企画部署	33	14	0	3	0	53165		
産業振興、地域振興部署	166	77	12	6	71	31891		
経済産業、商工部署	101	53	11	4	33	32067		
その他部署	17	8	0	1	8	24206		
人口別	167	97	10	7	52	61575		
1万人未満	191	85	15	18	69	113555		
1～3万人未満	120	31	6	19	62	#####		
3～5万人未満	135	27	11	31	63	168887		
5～10万人未満	119	14	6	29	66	361819		
10～30万人未満	39	1	1	8	20	#####		
30万人以上	95	60	10	18	6	109406		
北海道	89	32	2	13	41	118475		
東北	156	40	11	10	89	245604		
関東	77	17	4	17	35	363083		
北陸	93	23	5	14	49	#####		
中部	77	24	3	14	35	502799		
近畿	77	22	6	12	36	140690		
中国・四国	107	37	8	14	41	357795		
九州・沖縄								

①C 自治体における年間宿泊客延べ数

産業別 観光 客	全 体						平均
	該当数	5万人未満	510万人未満	10310万人未満	10500万人未満	500万人以上	
	772	256	112	20	332	566186	
農業、林業、漁業	155	78	9	7	61	38108	
建設業	23	13	1	2	0	55516	
製造業	285	89	16	44	5	133526	
卸売業、小売業	186	36	11	50	9	560707	
宿泊業、飲食サービス業	24	0	3	6	3	#####	
その他サービス業	34	16	6	2	1	142291	
医療、福祉	15	6	1	1	0	384727	
年間観 光客	79	49	2	1	0	10185	
10万人未満	204	120	17	6	0	32603	
10～50万人未満	113	42	11	16	1	95536	
50～100万人未満	252	35	18	71	10	#####	
100～500万人未満	55	1	1	14	8	#####	
500万人以上	273	208	10	1	0	15424	
年間 宿泊 客	54	0	24	3	0	80516	
10～50万人未満	97	0	1	49	1	286871	
50～100万人未満	23	0	0	9	1	797401	
100～500万人未満	18	0	0	2	7	#####	
500万人以上							

⑩D 自治体の観光関連予算規模（総予算に占める割合）

	該当数	なし	5%未満	5%以上10%未満	10%以上15%未満	15%以上	不明	平均
全体	772	85	520	34	6	8	119	1
クラス	159	24	104	2	0	2	27	1
スタ	58	2	42	5	0	1	8	2
グル	45	3	30	2	1	1	8	2
アル	47	2	34	2	0	0	9	1
別	62	5	45	4	2	1	5	2
	35	3	26	0	1	0	5	1
	42	1	33	4	0	0	4	2
	165	15	105	9	2	2	32	2
	139	28	86	6	0	1	18	1
観光専門部署	454	20	332	24	5	4	69	2
総務、企画部署	33	8	17	1	1	0	6	1
産業振興、地域振興部署	166	29	103	3	0	2	29	1
経済産業、商工部署	101	22	58	5	0	2	14	1
その他部署	17	5	10	1	0	0	1	1
1万人未満	167	11	107	15	2	3	29	2
1～3万人未満	191	14	128	9	0	3	37	2
3～5万人未満	120	9	89	5	0	1	16	1
5～10万人未満	135	25	90	3	1	0	16	1
10～30万人未満	119	16	81	1	2	0	19	1
30万人以上	39	9	25	1	1	1	2	2
北海道	95	5	72	7	2	3	6	2
東北	89	5	58	4	0	2	20	2
関東	156	35	95	5	0	1	20	1
北陸	77	0	52	9	0	0	16	2
中部	93	11	61	6	2	0	13	1
近畿	77	16	47	1	0	0	13	1
中国・四国	77	2	65	0	1	0	9	1
九州・沖縄	107	10	70	2	1	2	22	2

①D 自治体の観光関連予算規模 (総予算に占める割合)

産業別観光客数	全 体		該当数	なし	5%未満	5%以上10%未満	10%以上15%未満	15%以上	不明	平均
	772	85								
農業、林業、漁業	155	8	772	85	520	34	6	8	119	1
建設業	23	3	155	8	101	11	1	5	29	2
製造業	285	33	23	3	12	3	0	1	4	3
卸売業、小売業	186	29	285	33	211	8	2	0	31	1
宿泊業、飲食サービス業	24	1	186	29	125	5	2	2	23	1
その他サービス業	34	2	24	1	12	4	1	0	6	3
医療、福祉	15	3	34	2	30	2	0	0	0	1
年間観光客数	79	20	15	3	10	0	0	0	2	1
10万人未満	204	14	79	20	47	1	0	1	10	1
10～50万人未満	113	12	204	14	148	10	1	4	27	2
50～100万人未満	252	19	113	12	81	8	0	1	11	2
100～500万人未満	55	5	252	19	192	13	3	1	24	1
500万人以上	273	37	55	5	39	1	2	1	7	1
年間宿泊客数	54	7	273	37	199	11	1	4	21	1
10～50万人未満	97	4	54	7	35	5	1	0	6	2
50～100万人未満	23	0	97	4	72	7	1	1	12	2
100～500万人未満	18	2	23	0	18	0	1	1	3	3
500万人以上	18	2	18	2	12	4	0	0	0	2

⑪E 自治体の宿泊施設規模（床数）（宿泊施設タイプ問わず合計で）

	該当数	500床未満	500床未満	1000床未満	1000床未満	1500床未満	2000床以上	不明	平均
全体	772	311	77	38	22	98	226	1301	
クラス	159	68	16	6	6	10	53	679	
スタ	58	21	7	3	5	14	8	1662	
グル	45	12	7	3	0	4	19	987	
アル	47	14	6	4	2	8	13	1745	
別	62	29	5	3	1	6	18	1062	
	35	12	1	1	0	12	9	2413	
	42	4	4	3	0	20	11	4508	
	165	70	18	5	5	15	52	1248	
	139	73	13	8	3	7	35	645	
	454	136	52	26	20	95	125	1955	
	33	17	2	2	0	0	12	235	
	166	93	12	4	1	2	54	316	
	101	57	10	5	1	0	28	273	
	17	8	0	1	0	1	7	613	
	167	103	16	3	5	5	35	549	
	191	95	18	11	2	12	53	750	
	120	50	17	7	5	15	26	1479	
	135	45	14	9	3	21	43	1231	
	119	17	9	6	5	26	56	1862	
	39	1	2	2	2	19	13	6312	
	95	56	10	7	2	8	12	689	
	89	38	9	2	1	12	27	928	
	156	54	15	7	5	9	66	872	
	77	21	10	5	3	18	20	2421	
	93	34	7	6	3	19	24	1842	
	77	34	8	6	1	3	25	712	
	77	26	10	3	4	15	19	1645	
	107	48	7	2	3	14	33	1607	

⑪E 自治体の宿泊施設規模（床数）（宿泊施設タイプ問わず合計で）

産業別施設別人口トツブ年間観光人数込客数	5000床未満	5000床以上10000床未満	10000床以上20000床未満	20000床以上30000床未満	30000床以上40000床未満	40000床以上50000床未満	50000床以上	不明	平均
全体	772	311	77	38	22	98	226	1301	
農業、林業、漁業	155	93	16	4	2	2	38	330	
建設業	23	10	1	0	2	1	9	613	
製造業	285	113	27	20	9	39	77	1180	
卸売業、小売業	186	42	24	9	8	43	60	2219	
宿泊業、飲食サービス業	24	2	4	2	0	8	8	5433	
その他サービス業	34	22	2	1	0	2	7	480	
医療、福祉	15	8	2	2	0	2	1	1901	
10万人未満	79	53	3	2	1	0	20	169	
10～50万人未満	204	126	20	7	4	3	44	351	
50～100万人未満	113	54	20	3	4	8	24	755	
100～500万人未満	252	55	27	24	12	68	66	2281	
500万人以上	55	6	3	1	1	19	25	4918	
年間宿泊客数	273	198	26	6	2	1	40	225	
10万人未満	54	12	13	8	4	2	15	836	
10～50万人未満	97	9	11	10	10	36	21	2084	
50～100万人未満	23	2	1	0	0	12	8	5582	
100～500万人未満	18	2	0	1	0	7	8	11339	
500万人以上									

自治体の人口

		該当数	1万人未満	13万人未満	35万人未満	510万人未満	1030万人未満	30万人以上	不明	平均
全 体		772	167	191	120	135	119	39	1	84155
クラス タグラ ブル ア別	祭り・イベント重視型	159	27	37	24	39	27	4	1	65296
	ニューツーリズム重視型	58	16	17	10	5	6	4	0	73429
	企業誘致雇用創出型	45	7	4	12	4	16	2	0	189912
	旅行商品開発重視型	47	9	12	7	9	6	4	0	83780
	宝探し型	62	8	20	11	11	9	3	0	72520
	人材育成重視型	35	5	9	8	3	6	4	0	108270
	インバウンド型	42	4	5	9	5	12	7	0	204267
	消極的取り組み	165	44	49	17	29	18	8	0	74182
	取り組みなし	139	43	33	20	27	13	3	0	52748
	観光専門部署	454	67	103	79	87	86	32	0	109401
回 答 部 署 別	総務、企画部署	33	15	10	4	2	2	0	0	23201
	産業振興、地域振興部署	166	53	42	18	29	19	5	0	52495
	経済産業、商工部署	101	31	30	17	13	9	1	0	40359
	その他部署	17	1	6	2	4	3	1	0	97622
	1万人未満	167	167	0	0	0	0	0	0	5195
	1～3万人未満	191	0	191	0	0	0	0	0	18302
	3～5万人未満	120	0	0	120	0	0	0	0	38889
	5～10万人未満	135	0	0	0	135	0	0	0	70277
	10～30万人未満	119	0	0	0	0	119	0	0	167197
	30万人以上	39	0	0	0	0	0	39	0	678717
エ リ ア 別	北海道	95	59	24	4	4	4	0	0	19607
	東北	89	26	34	11	9	8	1	0	39898
	関東	156	11	29	21	40	43	12	0	139959
	北陸	77	16	23	17	12	7	2	0	53288
	中部	93	12	18	18	19	22	4	0	80665
	近畿	77	11	14	8	24	12	8	0	139270
	中国・四国	77	9	19	19	11	14	5	0	84715
	九州・沖縄	107	23	30	22	16	9	7	0	82102

自治体の人口

		全 体							平均
該当数	1万人未満	13万人未満	35万人未満	510万人未満	1030万人未満	30万人以上	不明		
	772	167	191	120	135	119	39	1	84155
産業別就業人口	155	78	53	17	7	0	0	0	14916
農業、林業、漁業	23	15	2	2	0	3	1	0	50788
建設業	285	28	68	57	68	57	6	1	74964
製造業	186	5	30	30	45	46	30	0	186552
卸売業、小売業	24	15	6	2	0	1	0	0	17231
宿泊業、飲食サービス業	34	12	8	1	8	5	0	0	42222
その他サービス業	15	1	8	2	1	2	1	0	80144
医療、福祉									
年間観光客数	79	35	20	9	12	2	1	0	31378
10万人未満	204	93	66	21	18	6	0	0	22071
10～50万人未満	113	16	41	27	22	5	2	0	42437
50～100万人未満	252	12	39	54	69	68	9	1	102803
100～500万人未満	55	0	3	4	5	19	24	0	388179
500万人以上									
年間宿泊客数	273	104	90	29	36	13	1	0	30164
10万人未満	54	13	11	10	10	10	0	0	61187
10～50万人未満	97	6	19	21	21	25	5	0	92525
50～100万人未満	23	1	4	5	2	7	4	0	153286
100～500万人未満	18	1	3	1	1	3	9	0	645289
500万人以上									

回答部署

	該当数	観光専門部署	総務、企画部署	産業振興、地域振興部署	経済産業、商工部署	その他部署	不明
	772	454	33	166	101	17	1
		全 体					
クラス	159	91	4	42	18	3	1
スタ	58	40	1	10	5	2	0
グ	45	34	2	8	1	0	0
ル	47	28	1	13	5	0	0
ア	62	36	3	10	7	6	0
別	35	23	4	4	4	0	0
	42	37	1	2	2	0	0
	165	96	7	38	21	3	0
	139	58	10	35	33	3	0
	454	454	0	0	0	0	0
回答部署別	33	0	33	0	0	0	0
	166	0	0	166	0	0	0
	101	0	0	0	101	0	0
	17	0	0	0	0	17	0
人口別	167	67	15	53	31	1	0
	191	103	10	42	30	6	0
	120	79	4	18	17	2	0
	135	87	2	29	13	4	0
	119	86	2	19	9	3	0
	39	32	0	5	1	1	0
	95	61	4	17	12	1	0
エリア別	89	55	5	20	8	1	0
	156	85	2	42	25	2	0
	77	53	4	14	5	1	0
	93	53	6	17	16	1	0
	77	38	1	24	9	5	0
	77	51	2	12	8	4	0
	107	58	9	20	18	2	0

地域観光取り組みの因子分析によるクラスターグループ

	該当数	祭り・イベント重視型	ニューツーリズム重視型	企業誘致雇用創出型	旅行商品開発重視型	宝探し型	人材育成重視型	インバウンド型	消極的取り組み	取り組みなし	不明	
	772	159	58	45	47	62	35	42	165	139	20	
		全 体										
クラスター別	159	159	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	58	0	58	0	0	0	0	0	0	0	0	
	45	0	0	45	0	0	0	0	0	0	0	
	47	0	0	0	47	0	0	0	0	0	0	
	62	0	0	0	0	62	0	0	0	0	0	
	35	0	0	0	0	0	35	0	0	0	0	
	42	0	0	0	0	0	0	42	0	0	0	
	165	0	0	0	0	0	0	0	165	0	0	
	139	0	0	0	0	0	0	0	0	139	0	
観光専門部署	454	91	40	34	28	36	23	37	96	58	11	
総務、企画部署	33	4	1	2	1	3	4	1	7	10	0	
産業振興、地域振興部署	166	42	10	8	13	10	4	2	38	35	4	
経済産業、商工部署	101	18	5	1	5	7	4	2	21	33	5	
その他部署	17	3	2	0	0	6	0	0	3	3	0	
1万人未満	167	27	16	7	9	8	5	4	44	43	4	
1～3万人未満	191	37	17	4	12	20	9	5	49	33	5	
3～5万人未満	120	24	10	12	7	11	8	9	17	20	2	
5～10万人未満	135	39	5	4	9	11	3	5	29	27	3	
10～30万人未満	119	27	6	16	6	9	6	12	18	13	6	
30万人以上	39	4	4	2	4	3	4	7	8	3	0	
北海道	95	17	11	3	6	6	4	8	20	18	2	
東北	89	14	6	5	11	4	7	4	18	16	4	
関東	156	44	6	16	8	11	4	7	26	30	4	
北陸	77	10	7	6	5	6	6	3	21	12	1	
中部	93	19	5	5	1	14	2	9	15	21	2	
近畿	77	24	5	3	1	12	1	1	15	12	3	
中国・四国	77	7	12	6	5	4	5	5	18	14	1	
九州・沖縄	107	23	6	1	10	5	6	5	32	16	3	

地域観光取り組みの因子分析によるクラスターグループ

		該当数	祭り・イベント重視型	ニューツーリズム重視型	企業勝致雇用創出型	旅行商品開発重視型	宝探し型	人材育成重視型	インバウンド型	消極的取り組み	取り組みなし	不明	
全体		772	159	58	45	47	62	35	42	165	139	20	
産業別観光客数 別人口トッ 年間観光客	農業、林業、漁業	155	22	16	9	8	12	7	3	37	36	5	
	建設業	23	4	3	1	0	4	2	0	3	5	1	
	製造業	285	67	15	19	14	22	10	20	55	56	7	
	卸売業、小売業	186	37	16	12	13	15	11	15	32	32	3	
	宿泊業、飲食サービス業	24	3	1	1	0	1	1	2	11	3	1	
	その他サービス業	34	9	2	1	6	2	2	1	6	4	1	
	医療、福祉	15	5	0	0	1	2	1	1	3	1	1	
	10万人未満	79	22	0	1	2	4	4	4	1	15	30	0
	10～50万人未満	204	47	20	10	15	16	4	3	41	42	6	
	50～100万人未満	113	14	10	6	7	15	8	2	25	23	3	
100～500万人未満	252	55	19	20	16	21	15	15	24	54	23		
500万人以上	55	9	6	4	3	4	4	4	10	10	3		
年間宿泊客数	10万人未満	273	66	20	10	13	28	7	1	57	66	5	
	10～50万人未満	54	10	5	7	4	2	0	4	13	7	2	
	50～100万人未満	97	14	12	9	7	8	6	12	15	12	2	
	100～500万人未満	23	5	4	1	0	2	1	4	4	2	0	
	500万人以上	18	0	1	1	0	2	1	5	8	0	0	

資料 3

全国自治体アンケート調査票

平成 25 年 11 月 21 日

文部科学省

平成 25 年度「成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進」事業

「地域振興のための『観光地域づくり』を担う人材」に関する調査へのご協力をお願い

拝啓

時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

近年、「観光」を活用した地域の活性化や再生に期待が高まっています。それは単に観光企業の発展や雇用拡大といった直接的かつ限定的な効果だけでなく、過疎対策や一次、二次産業振興といった地域課題の解決をも視野に入れた期待です。これは、従来の枠組みを超え、「観光」を基軸として地域社会のしくみを変革することが求められていることを意味しています。

そうした「観光」への期待を受け、北海道大学観光学高等研究センターでは、地域を発展に導く新たな観光を創造する人材の育成研究に取り組んでおり、その一環となる本事業では、文部科学省と連携し、教育機関がこうした人材育成に果たしうる役割について検討しています。

本調査は、文部科学省による平成 25 年度「成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進」事業の一環として、全国各地における「地域振興のための『観光地域づくり』を担う人材」について調べようとするもので、「地域活性化と観光創造」を実現するために必要な人材像を明らかにしたいと考えています。

上記目的のため、本アンケートは全国 1,719 の全ての自治体（市町村）に配付させて頂いており、ご多忙のなか恐縮ですが、皆様のご協力をぜひとも賜りたくお願い申し上げます。

なお、お送り頂きましたご回答は本事業の目的にのみ使用され、個人情報を含め、外部に流出することはありません。また「回答用紙 1」にある「ご連絡先 Email」にご記入頂ければ、追って調査結果を掲載したウェブサイトをご案内させていただきます。

お手数をおかけしますが、2013 年 12 月 20 日（金）までに、アンケート回答用紙にご記入の上、FAX または同封の返信用封筒を利用してご返信下さい。

あるいは、アンケート調査用紙を下記ウェブサイトより電子ファイルでダウンロードし、ご回答の上、Email survey@cats.hokudai.ac.jp 宛にてご返信頂くことも可能です。

○アンケート調査用紙ダウンロード http://www.cats.hokudai.ac.jp/research_2013/

以上、ご不明な点等ございましたら、下記問い合わせ先までご連絡ください。

敬具

【お問い合わせ先】

北海道大学 観光学高等研究センター
〒060-0817 北海道札幌市北区北 17 条西 8 丁目
TEL : 011-706-5382 FAX : 011-706-5362
Email : survey@cats.hokudai.ac.jp
担当者：池ノ上、大迫

アンケート本編

<アンケート内容について>

- ◇ 本アンケートで用いる「観光地域づくり」とは、「観光を基軸にした地域活性化や地域再生の取り組み」のことです。つまり、観光客や交流人口など、地域外から訪れる人を増やすことで、地域を活性化・再生したり、地域課題を解決したりする取り組み、あるいは、そうした地域外から訪れる人がいる前提で行うまちづくりの取り組みのことを指し、取り組み主体は官・民を問いません。

- ◇ 本アンケートでは、以下の大きく分けて2つの内容をお聞きします。
 - I. 観光地域づくりの取り組みと人材について
 - II. 貴自治体の産業と観光について

<回答方法について>

- ◇ 貴自治体に関する情報を幅広くお尋ね致しますので、**貴自治体での取り組みを横断的に把握しておられる企画・政策等の担当部門の方にご判断頂き、適切な部署の方に回答いただけますよう、ご配慮お願い申し上げます。**

- ◇ 回答は、「回答用紙1」「回答用紙2」「回答用紙3」にご記入ください。
 - 「回答用紙1」・・・設問①～⑥、⑧～⑪
 - 「回答用紙2」・・・設問⑦
 - 「回答用紙3」・・・設問⑫

- ◇ 各設問の回答欄の右に、次の設問についての説明があります。説明に沿って**必要な設問にお答えください。**

【1. 「観光地域づくり」の取り組みについて】

- ① 貴自治体内では前述のような「観光地域づくり」の取り組みが実施されていますか。
以下の〈選択肢〉より選び、回答用紙の該当する番号を○で囲んでください。

〈選択肢〉

1. 実施されている
2. 実施されていない
3. わからない

※上で 2.または 3.を選択した場合は P10 の⑧までお進みください。

- ② 貴自治体で実施されている上記の「観光地域づくり」の取り組みで、最も「力を入れている」あるいは「特徴的な」取り組みについて、以下の A)~E)の項目別に教えて下さい。

※なお、該当する「観光地域づくり」の取り組みが複数ある場合、**最大5つ**について、A)~E)の項目別にお答え下さい。

A) 事業区分：

- 1.ハード事業
- 2.ソフト事業
- 3.わからない

B) 実施主体：

- 1.行政の担当部署
- 2.行政以外の団体
- 3.わからない

C) 連携先（密に連絡をとり協働して取り組みを実施している相手のこと）の有無：

- 1.行政の他部署との連携あり
- 2.行政以外の団体との連携あり
- 3.連携先なし
- 4.わからない

D) 取り組みを進める上での問題：

- 1.ある
- 2.ない
- 3.わからない

E) 取り組みの内容：

選択肢・・・下表よりいくつでも選択可。回答用紙には、番号をご記入下さい

〈E)の選択肢〉

番号	取り組み内容
1.	近隣市町村との連携（観光圏・定住自立圏構想・新地方生活圏計画など）
2.	NPO等による「新しい公共」の担い手による地域づくり
3.	過疎対策・集落活性化等による地域づくり
4.	中心市街地活性化
5.	商業地域サポート
6.	地域産業支援
7.	企業誘致
8.	地域イノベーション（地域社会のしくみの変革）のための取り組み
9.	新産業・新事業・ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス支援
10.	起業（ベンチャー）支援

11.	雇用創出（拡大）
12.	農商工連携・農業6次産業化
13.	歴史まちづくり法に基づく整備
14.	景観法に基づく建設活動の誘導・景観形成
15.	13.14.以外の手法によるまち並みの保全・再生・整備
16.	温泉街の保全・再生・整備
17.	観光受け入れ環境整備（案内板・標識サイン、バリアフリー等）
18.	域内交通に関わる取り組み（自転車の活用、地域鉄道対策等）
19.	道の駅や休憩施設等の整備
20.	ICT利活用を通じた地域活性化
21.	地域資源の発掘・活性化のための取り組み（地域住民によるお宝探し等）
22.	食を活かした取り組み（ご当地メニュー、地産地消等）
23.	文化遺産・文化財等を活用した取り組み
24.	アート、クリエイティブ産業を活用した取り組み
25.	近代化産業遺産を活用した取り組み（産業観光など）
26.	自然環境・自然資源を活用した取り組み
27.	都市と農山漁村の共生・対流・グリーンツーリズム・農山漁村交流
28.	（観光庁の提唱する）ニューツーリズムの推進
29.	体験プログラムの開発
30.	祭りやイベントの開催（花火大会、マラソン大会等）
31.	移住・二地域居住・空き家再生等の推進
32.	UIJ ターン・定住の促進
33.	地域のPR、地域の情報発信（観光パンフレットの発行、フリーペーパーの発行等）
34.	観光プラットフォーム事業
35.	観光プロモーション（旅行博への出展、メディアを使ったプロモーション等）
36.	観光地域ブランド確立に関わる取り組み
37.	着地型旅行商品の造成
38.	観光地域づくり実践プランの実施
39.	風評被害対策
40.	MICE 誘致・開催
41.	訪日外国人観光客誘致
42.	教育旅行の誘致
43.	地域づくり人材の育成（地域経営塾の開催、人材力活性化プログラムの実践等）
44.	集落支援員の活用
45.	地域力創造のためのアドバイザー（地域人材ネット登録者）の活用
46.	地域おこし協力隊の受け入れ・活用
47.	教育機関との連携（域学連携、地域実践活動に関する大学教員ネットワークの活用等）

48.	地域ブランドアドバイザーの活用
49.	地域活性化伝道師の活用
50.	「観光カリスマ」、「YOKOSO Japan 大使」の活用
51.	地域ガイドの育成
52.	観光人材の育成（おもてなし研修、宿泊施設等観光産業人材の育成等）
53.	観光経営マネジメント人材育成
54.	観光地域づくりマネージャーの育成
55.	その他

※上の項目「D) 取り組みを進める上での問題」で「1. ある」を全く選んでいない場合はP7の⑥までお進みください。

- ③ 取り組みを進める上での問題について、以下の〈選択肢〉より選び、回答用紙の該当する番号を○で囲んでください。

〈選択肢〉

1. 取り組みにおいて、行政内外問わず、地域内で人材に関する問題がある
2. 取り組みにおいて、行政内外問わず、地域内で人材に関する問題はない
3. 取り組みにおいて、行政内外問わず、地域内で人材に関する問題はあるが、地域外へ依頼（コンサルタントへの発注等）をするので問題ない

※上で2.または3.を選択した場合は、P6の⑤までお進みください。

- ④ 地域内での人材に関する問題について、以下の〈選択肢〉より最大で3つまで選び、回答用紙の該当する番号を○で囲んでください。「8.その他」を選んだ場合には、具体的な人材に関する課題を回答用紙（ ）内にご記入ください。

〈選択肢〉

1.	適切な人材がない
2.	適切な人材を採用する予算がない
3.	適切な人材を探す方法がわからない
4.	適切な人材を育成する予算がない
5.	適切な人材を育成する時間がない
6.	適切な人材を育成する方法がわからない
7.	適切な人材がどのような人材であるか、人材像が不明である
8.	その他

- ⑤ 貴自治体における現在の取り組みのなかで、「観光地域づくり」を実際に担われている人材が備えている知識・経験・スキル・態度について、主要な要素を以下の 26 個の〈選択肢〉から最大で5つまで選び、回答用紙の該当する番号を○で囲んでください。「27.その他」を選んだ場合は、具体的な人的要素を回答用紙の（ ）内にご記入ください。

〈選択肢〉

知識	1.	地域の社会・文化・自然等に関する知識がある
	2.	地域づくりに関する総合的な知識（行政知識等）がある
	3.	観光専門実務（宿泊業、旅行業、運輸業等）に関する知識がある
	4.	ビジネス全般に関する知識（財務・会計、経済・統計、マーケティング・経営戦略、人事、IT等）がある
	5.	実践レベルの語学力（英語、ロシア語、ヨーロッパ系言語、アジア系言語等）がある
経験	6.	地域づくりに関する経験が豊富である
	7.	観光業界での実務経験（宿泊業、旅行業、運輸業等）が豊富である
	8.	ビジネス全般の実務経験（財務・会計、経済・統計、マーケティング・経営戦略、人事、IT等）が豊富である
	9.	国際経験が豊富である
スキル	10.	地域での人的ネットワークを構築し、活用できる（ネットワーク力）
	11.	人々を説得し、動かすことができる（リーダーシップ）
	12.	他者を理解し、多様な価値観を受容できる（コミュニケーション力）
	13.	考え生み出す力がある（企画力、コンセプトワーク、柔軟な思考力）
	14.	物事をわかりやすく伝え、説明することができる（プレゼンテーション力）
	15.	情報や知識を複眼的、論理的に分析し表現できる（論理的思考力）
複合的スキル	16.	科学的な根拠（統計等）に基づいて現象を分析、理解し表現することができる
	17.	問題を発見し、解決に必要な情報を収集・分析・整理し、その問題を確実に解決できる
	18.	多様な情報を収集・分析して適正に判断し、効果的に活用できる
	19.	中長期的な視野に立ち「ランドデザイン」や「戦略」を立案できる
	20.	地域の目指す方向に照らして、事業収支・損益を計算した上で計画を立て、結果を出すことができる
	21.	地域への深い理解に基づいて、社会背景などに照らした地域のおかれている状況を読み解くことができる

態度	22.	自分で選び、決定し、行動し、それによって生じる責任を自分で取る
	23.	他人の話に良く耳を傾ける
	24.	信頼関係を築き、親和的な態度で接する
	25.	多様な文化や価値観のなかで状況を改善しようとする
	26.	既存の枠組み（制度、慣例等）にとらわれず、新たな変革を起こそうとする
	27.	その他（ ）

- ⑥ 「観光地域づくり」を担う人材が備えておくべき知識・経験・スキル・態度について、とくに重要だとお考えになる要素を以下の 26 個の<選択肢>から**最大で5つ**まで選び、回答用紙の該当する番号を○で囲んでください。「27.その他」を選んだ場合は、具体的な人的要素を回答用紙の（ ）内にご記入ください。

<選択肢>

知識	1.	地域の社会・文化・自然等に関する知識がある
	2.	地域づくりに関する総合的な知識（行政知識等）がある
	3.	観光専門実務（宿泊業、旅行業、運輸業等）に関する知識がある
	4.	ビジネス全般に関する知識（財務・会計、経済・統計、マーケティング・経営戦略、人事、IT等）がある
	5.	実践レベルの語学力（英語、ロシア語、ヨーロッパ系言語、アジア系言語等）がある
経験	6.	地域づくりに関する経験が豊富である
	7.	観光業界での実務経験（宿泊業、旅行業、運輸業等）が豊富である
	8.	ビジネス全般の実務経験（財務・会計、経済・統計、マーケティング・経営戦略、人事、IT等）が豊富である
	9.	国際経験が豊富である
スキル	10.	地域での人的ネットワークを構築し、活用できる（ネットワーク力）
	11.	人々を説得し、動かすことができる（リーダーシップ）
	12.	他者を理解し、多様な価値観を受容できる（コミュニケーション力）
	13.	考え生み出す力がある（企画力、コンセプトワーク、柔軟な思考力）
	14.	物事をわかりやすく伝え、説明することができる（プレゼンテーション力）
	15.	情報や知識を複眼的、論理的に分析し表現できる（論理的思考力）

複合的スキル	16.	科学的な根拠（統計等）に基づいて現象を分析、理解し表現することができる
	17.	問題を発見し、解決に必要な情報を収集・分析・整理し、その問題を確実に解決できる
	18.	多様な情報を収集・分析して適正に判断し、効果的に活用できる
	19.	中長期的な視野に立ち「ランドデザイン」や「戦略」を立案できる
	20.	地域の目指す方向に照らして、事業収支・損益を計算した上で計画を立て、結果を出すことができる
	21.	地域への深い理解に基づいて、社会背景などに照らした地域のおかれている状況を読み解くことができる
態度	22.	自分で選び、決定し、行動し、それによって生じる責任を自分で取る
	23.	他人の話に良く耳を傾ける
	24.	信頼関係を築き、親和的な態度で接する
	25.	多様な文化や価値観のなかで状況を改善しようとする
	26.	既存の枠組み（制度、慣例等）にとらわれず、新たな変革を起こそうとする
	27.	その他（ ）

- ⑦ 貴自治体で観光地域づくりの実施主体となっている行政以外の組織・団体のうち、「有力な」あるいは「特徴的な」組織・団体があれば、以下 A)~I) の項目について、「回答用紙 2」に該当する組織・団体の情報をご記入ください。該当する組織・団体がなければ、「回答用紙 2」は返信不要です。

- A) 組織・団体の名称
- B) 住所
- C) ホームページ URL
- D) 連絡先電話番号
- E) 連絡先 Email
- F) 形態
- G) 年間事業規模
- H) 年間人員規模（雇用人員）
- I) 年間人員規模（活動人員）

- 回答用紙 2 で、A)~E)は該当する実施主体の情報を、F)~I)は該当する選択肢を選んでご記入ください。
- 該当する組織・団体が 2 つ以上ある場合は、お手数ですが「回答用紙 2」を複写の上、ご回答下さいますようお願い致します。

※電子ファイルダウンロード (http://www.cats.hokudai.ac.jp/research_2013/) もあります。

【II.貴自治体の産業と観光について】

⑧ 貴自治体の主要産業について

- 貴自治体において、1～20のうち産業別就業人口の多い産業3位まで、以下の〈選択肢〉から選び、「1位」～「3位」に該当する数字を回答用紙にご記入ください。

〈選択肢〉

	産業分類
1.	農業，林業
2.	漁業
3.	鉱業，採石業，砂利採取業
4.	建設業
5.	製造業
6.	電気・ガス・熱供給・水道業
7.	情報通信業
8.	運輸業，郵便業
9.	卸売業，小売業
10.	金融業，保険業
11.	不動産業，物品賃貸業
12.	学術研究，専門・技術サービス業
13.	宿泊業，飲食サービス業
14.	生活関連サービス業，娯楽業
15.	教育，学習支援業
16.	医療，福祉
17.	複合サービス事業
18.	サービス業（他に分類されないもの）
19.	公務（他に分類されるものを除く）
20.	分類不能の産業

⑨ 立地企業について（企業規模別）

- 貴自治体に立地している企業について、以下の A)～F)の規模別におおよその件数を、回答用紙にご記入ください。
- ご不明の場合は、下記の参考データをご参照ください。

企業規模	
A)	資本金 5,000 万円未満 (参考データ：L 列 20 行～24 行の合計)
B)	資本金 5,000 万円～1 億円未満 (参考データ：L 列 25 行)
C)	資本金 1 億円～3 億円未満 (参考データ：L 列 26 行)
D)	資本金 3 億円～10 億円未満 (参考データ：L 列 27 行)
E)	資本金 10 億円～50 億円未満 (参考データ：L 列 28 行)
F)	資本金 50 億円以上 (参考データ：L 列 29 行)

● [参考データ：「平成 21 年経済センサスー基礎調査」]

手順 1：<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000001036783> のウェブサイトから、平成 21 年経済センサスー基礎調査＞事業所に関する集計＞各都道府県別結果をクリックする。

手順 2：一番下にある「表番号 47」統計表「産業（大分類），資本金階級（10 区分），単独・本所（2 区分），存続・新設・廃業別民営事業所数及び男女別従業者数（外国の会社を除く会社の単独及び本所事業所）ー都道府県，市区町村」の Excel データをダウンロードする。

手順 3：貴自治体のシートの L 列 20 行～29 行の数値を参照し、回答用紙に記入する。



第 47 表		産業（大分類），資本金階級 存続・新設・廃業別民営事業所 （外国の会社を除く会社の	
13 東京都			
産業 大 分 類		事 業 所	
び		総 数	存続事業所
階 級		(注2)	新設
A～R 全 産 業（S 公 務 を 除 く）(注1)		280,603	285,840
300万円未満		8,380	6,142
300 ～ 500万円未満		96,322	92,126
500 ～ 1,000		24,286	22,055
1,000 ～ 3,000		118,398	112,444
3,000 ～ 5,000		12,378	11,939
5,000 ～ 1億円未満		9,928	9,365
1 ～ 3		5,221	4,381
3 ～ 10		3,048	2,857
10 ～ 50		1,888	1,572
50億円以上		1,131	1,055
(再掲)			

47	産業(大分類), 資本金階級(10区分), 単独・本所(2区分), 存続・新設・廃業別民営事業所数及び男女別従業者数(外国の会社を除く会社の単独及び本所事業所)ー都道府県, 市区町村	Excel
----	---	-------

手順 2

⑩ 立地企業について（企業資本別）

- 貴自治体に立地している企業について、以下の A)~C)の資本別におおよその割合を、合計で 100%になるように、回答用紙にご記入ください。

資本	
A)	地域内の資本の企業
B)	地域外・国内資本の企業
C)	外国資本の企業

} 100%

⑪ 貴自治体の観光の状況について、以下の項目について、回答用紙にご記入ください。

項目	
A)	貴自治体における年間観光入込客数
B)	貴自治体における年間宿泊客数
C)	貴自治体における年間宿泊客延べ数
D)	貴自治体の観光関連予算規模（総予算に占める割合）
E)	貴自治体の宿泊施設規模（床数）（宿泊施設タイプ問わず合計で）

【III. その他】

- ⑫ 「観光地域づくり」の人材に関する問題点やご意見等ございましたら、「回答用紙3」にご自由にご記入下さい。

アンケートは以上です。
ご協力頂き、ありがとうございました。

回答用紙1

自治体コード	自治体名	部署名	氏名
自治体コード	自治体名	部署名	氏名
ご連絡先Eメール Address	ご連絡先電話番号		

設問		回答						
※各設問の回答後は右欄で次の設問をご確認ください。		次の設問						
①	観光地域づくりの取り組みの実施について	1・2・3				「1.」を選んだ場合は、(P3)②へ 「2.」または「3.」を選んだ場合は、(P10)⑧へ		
I	観光地域づくりの取り組みと人材について	項目	該当する取り組み1	該当する取り組み2	該当する取り組み3	該当する取り組み4	該当する取り組み5	
		A)事業区分	1・2・3	1・2・3	1・2・3	1・2・3	1・2・3	
		B)実施主体	1・2・3	1・2・3	1・2・3	1・2・3	1・2・3	
		C)連携先の有無	1・2・3・4	1・2・3・4	1・2・3・4	1・2・3・4	1・2・3・4	
		D)取り組みを進める上での問題	1・2・3	1・2・3	1・2・3	1・2・3	1・2・3	
E)取り組みの内容	・	・	・	・	・	・		
③	観光地域づくりの取り組みの問題	1・2・3				「1.」を選んだ場合は、(P5)④へ 「2.」または「3.」を選んだ場合は、(P6)⑤へ		
④	観光地域づくりの人材の課題	1・2・3・4・5・6・7・8 ()				(P6)⑤へ		
⑤	観光地域づくりを担っている人材が備えている要素	1・2・3・4・5・6・7・8・9・10・11・12・13・14・15・16・17・18・19・20・21・22・23・24・25・26・27 ()				(P7)⑥へ		
⑥	観光地域づくりを担う人材が備えておくべき要素	1・2・3・4・5・6・7・8・9・10・11・12・13・14・15・16・17・18・19・20・21・22・23・24・25・26・27 ()				(P9)⑦へ		
⑦	観光地域づくりの主体となる組織・団体					(P10)⑧へ		
I	貴自治体の産業別就業人口割合	1位	2位	3位				
		A) 5,000万円未満	B) 5,000万円～1億円未満	C) 1億円～3億円未満	D) 3億円～10億円未満	E) 10億円～50億円未満	F) 50億円以上	(P11)⑨へ
		約 件	約 件	約 件	約 件	約 件	約 件	(P12)⑩へ
		A) 地域内	B) 地域外・国内	C) 外国資本				(P12)⑪へ
		約	約	約	=合計 100%			
		A) 年間入込客数	B) 年間宿泊客数	C) 宿泊客延べ数	D) 観光予算規模	E) 宿泊施設規模		
		約 人	約 人	約 人	約 %	約 床	(P12)⑫へ	
		観光地域づくりや人材についての問題点やご意見等						
		回答用紙3にご記入下さい。						
		ご協力ありがとうございました。						

回答用紙 2

⑦ 貴自治体で観光地域づくりの実施主体となっている行政以外の組織・団体のうち、「**有力な**」あるいは「**特徴的な**」組織・団体があれば、A)～E)は該当する実施主体の情報を、F)～I)は該当する選択肢を選んでご記入ください。

- 該当する組織・団体がなければ、本紙は返信不要です。
- 該当する組織・団体が2つ以上ある場合は、お手数ですが本紙を複写の上、ご回答下さいますようお願い致します。

※ 電子ファイルダウンロード(http://www.cats.hokudai.ac.jp/research_2013/)もあります。

A) 組織・団体の名称	
B) 住所	
C) ホームページ URL	
D) 連絡先電話番号	
E) 連絡先 Email	
F) 形態 (1～10からお選び下さい)	1.株式会社 2.合同会社 3.一般社団法人 4.公益社団法人 5.一般財団法人 6.公益財団法人 7.任意団体 8.認定特定非営利活動法人 9.特定非営利活動法人 10.その他 ()
G) 年間事業規模 (1～4からお選び下さい)	1.100万円未満 2.100万円～500万円未満 3.500万円～1,000万円未満 4.1,000万円以上
H) 年間人員規模 (雇用人員) (年間に雇用する臨時採用を含めた人員数を、1～4からお選び下さい)	1.約1～10名 2.約11名～29名 3.約30名～49名 4.50名以上
I) 年間人員規模 (活動人員) (年間の活動に関わる人員数を、ボランティアやイベントスタッフ、ガイド等を含め、1～6からお選び下さい。)	1.約1～10名 2.約11名～29名 3.約30名～49名 4.約50～99名 5.約100名～299名 6.約300名以上

回答用紙 3

- ⑫ 「観光地域づくり」の人材に関する問題点やご意見等ございましたら、ご自由にご記入下さい。

自治体名	部署名	氏名
自治体コード	ご連絡先電話番号	ご連絡先 Email アドレス

アンケートは以上です。
ご協力ありがとうございました。

平成25年度 文部科学省
成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業

海外視察調査報告書

平成26年3月

『観光分野における教育認証のための情公開ガイドライン開発と横断的教育教材の開発』

『インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成と単位互換制度の構築』

(代表校:学校法人浦山学園)

連絡先: 〒939-0341 富山県射水市三ヶ 576
学校法人浦山学園 富山情報ビジネス専門学校
電話:0766-55-1420

*本書の内容を無断で転記、記載することは禁じます。