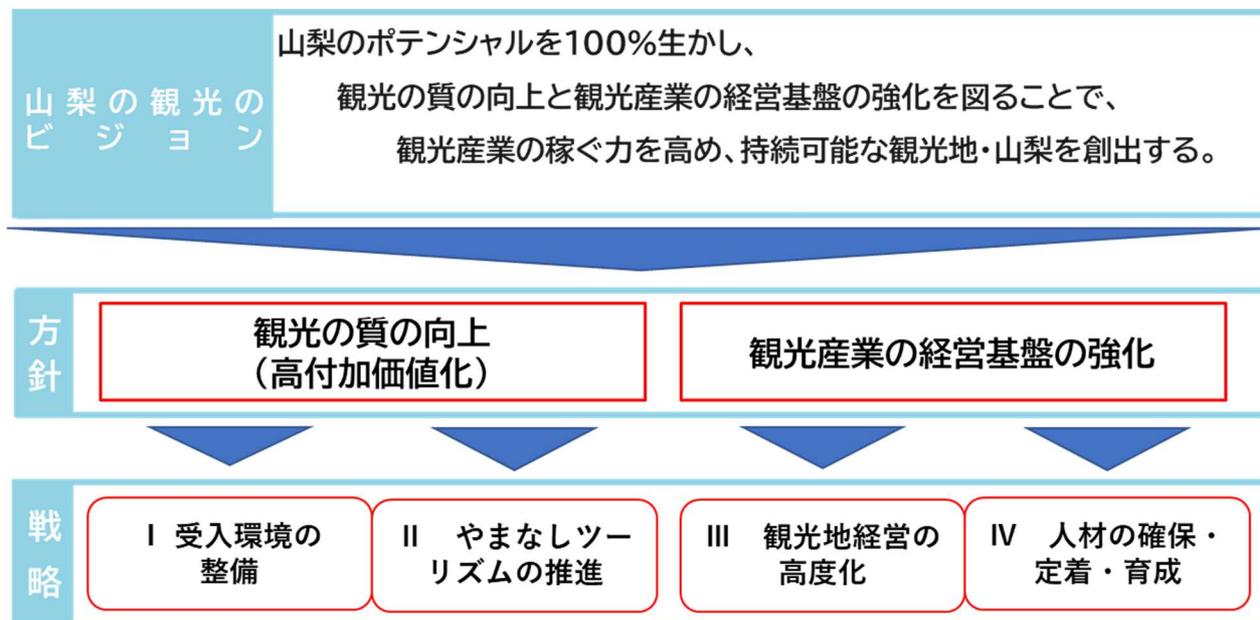


## 第4章 観光振興戦略

### 第1節 取組方針

本計画では、「観光の質の向上」と「観光産業の経営基盤の強化」を両輪として、山梨の観光のビジョンに基づいて、以下の4つの戦略により、具体的な施策を展開していきます。

図表 24 観光振興戦略



## 第2節 計画の目標（数値目標）

コロナ禍前の観光消費額 4,330 億円を計画期間の最終年度である令和 8 年（2026 年）には 5,000 億円とすることを目指し、ビジョンに掲げた姿の実現に向けた施策を推進していきます。

（KGI）

指標名	基準値 (2019 年)	目標値 (2026 年)	出典
観光消費額	4,330 億円	5,000 億円	山梨県観光入込客統計調査

また、観光消費額全体を増加させていくための各取り組みにおける目標値として、以下のような目標値を設定します。

（KPI）

指標名	基準値 (2019 年)	目標値 (2026 年)	出典
宿泊客一人当たりの 平均宿泊料	11,465 円	15,500 円	山梨県観光入込客統計調査
食を目的とした 観光客の飲食単価	6,230 円	9,480 円	山梨県観光入込客統計調査、観光庁旅行・観光消費動向調査等より県が算出
観光客一人当たりの 平均土産代・入場料・ 体験料等	3,296 円	3,700 円	山梨県観光入込客統計調査

（重要指標）

指標名	基準値 (2019 年)	目標値 (2026 年)	出典
宿泊業の平均年間賃金	379 万円	461 万円	厚生労働省 賃金構造基本統計調査
観光客一人当たりの 平均消費額	12,498 円	14,500 円	山梨県観光入込客統計調査
観光客満足度	49.2% (2022 年)	60.0%	山梨県観光入込客統計調査

## 第3節 戦略の推進

### 1. 受入環境の整備

本県を「1年に1回以上訪れる旅行者」は64.5%であり、多くのリピーターが本県を訪れています。また、80%以上の旅行者が満足と感じており、49.3%が「非常に満足」、33.7%が「やや満足」と回答しています。

しかし、他の観光地と競いながら、持続可能な観光を目指していくためには、国内外の旅行者に「もっと山梨を訪れたい」と思ってもらえるように旅行者の期待を上回る観光体験を提供していくことが重要です。

さらに、初めて本県を訪れる旅行者に対しても、新たなやまなしファンとなっていただけるような観光地づくりが必要です。

また、観光振興条例に掲げる「旅行者がやすらぎと感動を覚え、再び訪れたいと思う魅力ある地域」を実現するためには、地域への誇りと愛着に基づくおもてなしが重要であり、県民と旅行者との間に山梨の魅力や価値の共有を促し、そこに満足を超えた感動を生み出す「山梨ならではのおもてなし」ができるよう、おもてなしに主体的に取り組む人材の育成が必要となります。

そのため、観光地の施設・サービス・食事の各要素の充実による上質な空間の提供の促進や、地域一体となったおもてなしの推進等に取り組めます。

#### <重点的な取り組み>

#### ① 観光産業の高付加価値化の促進

##### a. 観光産業の高付加価値化に向けた設備投資の促進

地域未来投資促進法に基づき策定した「山梨県観光基本計画」により、宿泊施設の新設やリニューアル等で経済的効果を創出する事業者に対し、税の減免等の支援を実施することで、宿泊施設等の高付加価値化を促進します。

また、産業集積促進助成金を活用するなどして高級宿泊施設の誘致を進め、滞在環境の更なる上質化に取り組みます。

b. DMOによる高付加価値化への支援

観光事業者が抱える様々な問題の解決に向け、観光地域づくり法人（DMO）である（公社）やまなし観光推進機構が、専門的知識を有する外部専門家との連携や観光需要の変動状況に即したタイムリーな情報提供を行うなど、観光事業者の高付加価値化や生産性向上に向けた取り組みを推進します。

② グルマン・エコノミーの推進

a. 推進体制の整備

山梨ならではの美食文化の下、多彩な料理店が集積し、美食を味わうことの感動体験を求める人々で満ちあふれ、その活気がビジネス・チャンスを生み出す「グルマン・エコノミー（美食経済）」で賑わう地域を目指します。

また、生産者と飲食店・宿泊施設等が連携し、県産食材の調達パスの多様化、高品質食材の開発・再発見と県内観光施設を通じた普及に向けたプラットフォームとして「やまなしグルマン・エコノミー会議（仮称）」を設置します。

b. 飲食店の集積とレベルアップの促進

県外シェフ誘致セミナー、食材体験ツアーの実施、「美食産業集積支援制度」の創設により、飲食店等の県外からの転入を促進します。

また、優良な飲食店、宿泊施設、料理人を顕彰する制度の創設、若手料理人向けセミナーの開講、料理コンテストの開催、さらなる研鑽を支援する「未来の名シェフのパトロネージュ制度」の創設など、若手料理人の育成や県内誘致等により飲食店のレベルアップを図ります。

c. 山梨の食のブランド力強化

県のアンテナレストラン「C a v e d e ワイン県やまなし」において、県産食材を生かした料理と県産酒のペアリングを中心とした本県の食のクオリティの高さを発信していきます。

また、県立博物館のカフェを拠点として、本県を訪れた多くの方が自慢の完熟フルーツを使用したスイーツを味わう「スイーツ王国」を目指します。

### ③ デジタルノマドの受入環境の整備

デジタルノマドとは、「IT技術を活用し、場所に縛られず、ノマド（遊牧民）のように旅をしながら仕事をする人達のこと」を指し、市場規模は、全世界で約 114 兆円と試算されています。特徴は高収入層が多く、長期に滞在するため、経済効果が大きいといわれています。国では、デジタルノマドの呼び込みに向け、査証等の制度検討を行っており、本県においても、今後発展が期待されるデジタルノマドの受入環境の整備について検討します。

### ④ レンタカー等による二次交通の補完

旅行者の周遊を促進して観光消費額の増加を図るため、地域における公共交通機関との共存を図りながら、レンタカーやシェアカーの利用を促進します。

併せて、サステナブル・ツーリズムに対する意識の高まりに対応し、事業者に対し電気自動車など環境に配慮した車両の導入を働きかけます。

### ⑤ 美しい景観づくりの推進

#### a. 魅力的な自然景観の整備、保全

本県に所在する 3 つの国立公園（富士箱根伊豆国立公園・秩父多摩甲斐国立公園・南アルプス国立公園）、1 つの国定公園（八ヶ岳中信高原国定公園）に代表される魅力的な自然景観について、国などと連携して、その環境整備や保全を推進します。

また、眺望スポットの周囲の樹木の成長や雑木等の繁茂により良好な眺望が失われている場所があるため、森林・山岳エリアにおける観光地の美しい森林景観形成や修景を行うことで、本県の魅力的な資源である自然景観を美しく保全し、良好な景観の形成を推進します。

b. 歴史、文化財、伝統芸能等の保存

文化財保護法に基づき令和元年度（2019年度）に策定した「山梨県文化財保存活用大綱」により、文化財等の保存・活用、伝統芸能等の継承・発展を図るため、地域の歴史的または文化的意義を有する建物や、美術工芸品、祭り等について、その公開や活動等への支援など、必要な施策を推進します。

また、「無生野の大念仏」のユネスコ無形文化遺産登録などを本県の歴史や文化をアピールする好機と捉えて周知するとともに、それらを次世代へ引き継いでいけるよう、市町村等と連携した取り組みを推進します。

c. 世界文化遺産富士山の価値と環境の維持向上

世界文化遺産富士山を後世に引き継ぎ、富士北麓地域が国際観光地として発展を続けるためには、富士山の美しい景観と調和のとれた開発を実現することが必要であることから、平成28年（2016年）6月に施行した「山梨県世界遺産富士山の保全に係る景観配慮の手続に関する条例」に基づき、一定規模以上の開発を実施しようとする事業者に対し、開発が景観に与える影響について調査、予測及び評価を行うことを義務付け、景観の保全に取り組みます。

⑥ 地域一体となったおもてなしの推進

a. 県民総参加のおもてなしの気運醸成と活動の促進

県民総参加によるおもてなしを推進していくため、幅広い世代を対象に地域への誇りと愛着を育む機会を提供するとともに、他の模範となるおもてなしを実践している個人や団体の表彰や事例紹介など、活動の促進を図ります。

b. 地域の魅力を伝えるガイドの育成

旅館・ホテル、飲食、二次交通（バス・タクシー）に携わる方々は、旅行者と対面する地域の「顔」であり、これらの方々が旅行者に対して地域観光の基本的な情報を案内することで、旅行の満足度や地域への好感度が向上し、地域のファンを増やすことにつながるため、関係団体と連携しガイドの育成に取り組みます。

市町村、観光事業者、県民等に期待する主な取り組み

<市町村等に期待する取り組み>

- 郷土教育の推進、地域の観光ガイドの養成
- 地域のおもてなし推進に取り組む団体・個人への支援
- 地域の美化(清掃)活動、地域の文化等の保存活動の促進
- 地域のお祭り、文化財等の保護・育成、郷土食等の継承等
- 外国人旅行者が地域や施設で食事や買い物をしやすい環境の整備促進
- 地域内での外国人旅行者受入のための技術・知識の習得の促進 など

<観光事業者・観光関係団体(NPO含む)に期待する取り組み>

- 地域の観光ガイドとの連携
- 旅行者の利便性の向上につながる地域での移動手手段の充実
- 施設内の案内や看板、メニューなどの外国語表記やピクトグラム化など、ユニバーサルデザインに配慮した取り組み
- 外国人の食生活、習慣に対応したメニュー・サービスの提供 など

<県民に期待する取り組み>

- 地域で催されるイベント等(お祭り、清掃活動、保存活動等)、地域を学ぶ機会(オープン講座等)への積極的な参加
- 道案内やあいさつなど旅行者との積極的なコミュニケーション
- 外国語や外国の文化に対する理解の深化 など

## 2. やまなしツーリズムの推進

個人旅行が増え、旅行の目的も様々となっており、観光ニーズが多様化しています。このため、旅行者を受け入れる観光地においては、旅行者に合った様々なメニューづくりを進める必要があります。

それと同時に、観光により生じる環境への負荷をコントロールしていくという持続可能な観光への取り組みも重要となります。

これらを踏まえて、多様化する観光ニーズに対応するため、豊かな自然環境や歴史・文化、食、イベントなどの観光資源を保全と利用のバランスを図りながら活用する本県での観光を「やまなしツーリズム」として、地域の特性に応じたサステナブル・ツーリズムの推進を図ります。

また、観光ニーズが多様化していることから、様々なデータを活用しながら、他産業との連携によるブランド力の強化や戦略的プロモーションなどに取り組みます。

### <重点的な取り組み>

#### ① ガストロノミーツーリズム\*の推進（「やまなし美食ツーリズム」の推進）

食を味わうだけでなく、地域の食文化に触れることを目的とする旅行者の誘客を図るため、特徴ある農産物の生産地やワイナリー、酒蔵を訪問し、生産者の話を聞き、そこでしか味わえない飲食体験をする「やまなし美食ツーリズム」を推進します。

また、本県は、日本ワイン発祥の地であり、本県の特産で日本固有のぶどう品種「甲州」で造られた甲州ワインは品質が高く、海外からも注目を集めています。こうした甲州ワインに代表される山梨ワインのさらなる発展を図るため、令和元年（2019年）8月7日に山梨「ワイン県」宣言を行いました。ワイン県宣言5周年を契機として、山梨ワインの魅力を国内外に発信し、ワインによる誘客を推進します。

※ ガストロノミーツーリズムとは、その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的とした旅行のことで、地域の伝統や多様性をサポートするだけでなく、文化の発信、地方経済の発展、持続可能な観光の実現等にも資するものです。

## ② 歴史・文化・スポーツなど地域の特性に応じたツーリズムの推進

### a. 日本遺産を核とした周遊・滞在型観光の促進

峡東地域では「葡萄畑が織りなす風景」と「日本ワイン 140 年史」の2つのストーリーが日本遺産に認定されています。日本遺産を構成する観光資源を訪れる旅行者に満喫していただけるよう、飲食事業者や宿泊事業者などと連携を図りながら、ワインを核とした周遊・滞在型観光の推進と地域の活性化に取り組みます。

また、中北地域では「甲州の匠の源流・御嶽昇仙峡」が日本遺産に認定されています。巨岩・奇岩が魅せる自然景観、古道のトレッキングやアクティビティなど魅力的な観光資源を有する当該地域において、信玄の湯・湯村温泉を回遊起点とした周遊・滞在型観光を促進します。

さらに、本県と長野県に跨る日本遺産「星降る中部高地の縄文世界」は、縄文人の営みや芸術性を身近に感じることができる魅力的な観光資源であり、その知名度を高め、誘客につなげるため、長野県や関係市町村・施設と連携し、構成文化財をつないだ広域のガイドツアーを開発するなど、周遊・滞在型観光の推進と地域の活性化に取り組みます。

### b. 峡南地域の周遊・滞在型観光の推進

本県への南の玄関口となる峡南地域は、日蓮宗総本山身延山久遠寺をはじめとする歴史や、和紙・印章といった本県を代表する伝統産業を有する地域です。令和5年（2023年）3月に策定した「峡南地域観光振興戦略」に基づき、歴史文化などの観光資源を核として、地域の温泉や食、自然景観など地域ならではの魅力を体感できる周遊・滞在型観光地を目指し取り組みます。

### c. 南アルプス観光のグレードアップ

南アルプス及び周辺地域は、北岳をはじめとする3,000メートル級の山々がそびえ、ライチョウやキタダケソウなど固有種が多く生息生育する自然環境や、古来より人と自然が共生し、伝統的な習慣、食文化、民俗芸能等が継承されてきた歴史があるなど、多くの観光資源に恵まれています。これらの魅力を国内外に発信し、何

度でも訪れたいと思えるグレードの高い観光の確立を目指し、南アルプスユネスコエコパークを核とした地域の観光資源の掘り起こしと磨き上げに取り組みます。

d. 世界文化遺産富士山の構成資産を活用したツーリズムの推進

世界文化遺産富士山の構成資産をつなぐ巡礼路等を巡る富士講ツアーの造成を推進し、世界文化遺産の価値の理解を促進するとともに、通年型の観光振興によるエリア全体の地域活性化を図ります。

e. 歴史・文化を活用したツーリズムの推進

本県には、国内外に誇るミレーコレクションを持つ県立美術館があり、八ヶ岳南麓地域には個性的な活動を行う数多くの美術館等が集積しています。その強みを生かし、国内外からの誘客を促進するため、令和2年（2020年）8月に文化庁に認定された山梨県文化観光推進地域計画に基づき、「文化」、「自然」、「食」を総合的に体感できる文化観光を推進します。

f. スポーツツーリズムの推進

本県は、サイクリング、マラソン、登山、乗馬など、様々なスポーツを楽しむことができる豊かな自然環境に恵まれているため、各地域の特色や魅力を生かしたスポーツツーリズムの推進を図ります。

また、観光関連企業、大学、スポーツ関連団体と連携し、豊かな自然や観光資源を活用したアウトドアアクティビティの推進やスポーツと他産業との連携による新たなサービスの創出などに取り組みます。

g. 冬季ツーリズムの推進

冬季における観光資源のさらなる磨き上げに取り組むとともに、雪景色や満天の星など本県の冬ならではの魅力を高める冬季ツーリズムを推進します。

h. 市町村等と連携した観光振興

活性化構想を策定した小淵沢地域や道の駅のフラッグシップ化を目指す道の駅富士川周辺地域など、地域が主体的に取り組み、他の地域のモデルとなり得る新たな観光振興について、市町村等と連携し、その取り組みを促進します。

#### i. 安全登山の推進

本県は、南に世界文化遺産の富士山、西に南アルプス、北に八ヶ岳や奥秩父、東に大菩薩嶺と四方を山々で囲まれた日本有数の山岳県です。その自然の豊かさから本格的な登山はもちろん、自分の体力に合わせ、バラエティーに富んだハイキングを楽しむことができるため、幅広い層に対し年間を通じて楽しめる登山の魅力を伝えるとともに、平成29年（2017年）10月に施行した「山梨県登山の安全の確保に関する条例」に基づき、厳冬期の登山届の提出義務化などによる安全登山の普及啓発に取り組めます。

#### ③ アクティビティ・ベースの整備

外国人旅行者の滞在時間の有効活用による観光消費額の増加を図るため、外国人旅行者のニーズにかなう資源を掘り起こし、通訳ガイドや交通手段なども組み合わせ商品化し、手配から決済まで一括で行う地域の観光コンシェルジュとなる拠点の整備を支援します。

#### ④ 特産品・土産品の高付加価値化の促進

観光産業の収益力の向上を図るため、他産業との連携などにより特産品と土産品のさらなる高付加価値化を促進します。

#### ⑤ ターゲットを意識した情報発信

様々なメディアと連携し、SNSなどを活用した情報発信に取り組むとともに、今後成長が見込まれる外国人旅行者市場に向けて、日本政府観光局（JNTO）や近隣県との広域連携による情報発信に取り組めます。

また、各地域の観光資源の効果的な情報発信を実施するため、市場調査等により対象のターゲットを明確し、ターゲットの心に響くキャッチフレーズを活用した観光プロモーションなどに取り組めます。



### 3. 観光地経営の高度化

旅行者が高い満足度を得ることができるような上質な価値を提供することができれば、高い収益を上げる「高付加価値型の観光産業」へと進化することができます。

そのために、マーケティング手法を用いた旅行者ニーズの調査・分析や地域で連携するエリアマネジメントの構築など観光地経営の高度化に取り組んでいく必要があります。

また、その実現のための手段として、デジタル技術を活用し、クラウドシステムやロボットなどの導入による業務効率化等に資する観光DXの導入を推進します。

#### <重点的な取り組み>

##### ① エリアマネジメント導入の促進

観光産業の経営基盤の強化を図るため、各宿泊施設で収集された宿泊データを地域で共有するなど、地域全体での収益性を高めるとともに、自然や文化等の観光資源の保全と利用とが両立し、地域住民にも配慮した持続可能な観光地域づくりに向け、各地域での適切なエリアマネジメントに対する気運の醸成や導入に向けた検討を行います。

##### ② 業務の効率化等に資する観光DX導入の推進

宿泊施設の人手不足に対応するため、専門家による伴走支援や導入経費の支援など、宿泊施設へのDX導入を推進し、業務効率化や生産性向上を図ることで、働く従業員の労働時間の削減や賃金の引き上げを推進します。

##### ③ 旅行者動向のマーケティング調査及び分析

地域連携DMOである（公社）やまなし観光推進機構により、継続的に市場の情報収集・分析を行い、市町村や観光協会及び各事業者に対して情報提供します。

市町村、観光事業者、県民等に期待する主な取り組み

<市町村等に期待する取り組み>

- 観光産業の重要性、将来性に関する情報発信
- 地域一体となったエリアマネジメントへの協力 など
- 地域の DMO 等との連携

<観光事業者・観光関係団体(NPO含む)に期待する取り組み>

- 観光産業の重要性、将来性に関する情報発信
- 地域一体となったエリアマネジメントへの積極的な参加 など
- 地域の DMO 等との連携

<県民に期待する取り組み>

- 観光産業の重要性、将来性に対する理解促進 など

## 4. 人材の確保・定着・育成

高い収益を上げることができる仕組みがあったとしても、それを可能とする高いスキルとやりがいをもって担っていく人材が必要です。そのためには、賃金の向上や職場環境の改善などにより、安心して働ける環境を整備し、人材の確保・定着を図るとともに、生産性の向上や高付加価値化を担う経営者や従業員の人材育成に取り組みます。

また、産業としても持続可能となるよう、観光産業の経営資源を次世代に引き継ぐための事業承継に取り組みます。

### <重点的な取り組み>

#### (1) 経営人材の育成・承継

##### ① 経営者のデジタルリテラシー向上の推進

先進的な技術を活用した観光DXにより、旅行者の利便性の向上、宿泊事業者の生産性の向上及び従業員の人手不足対策を図るため、宿泊施設の経営者層を対象とした宿泊DX推進セミナーを開催し、多種多様なDXの取り組みに対する理解を深め、デジタルリテラシーの向上を推進します。

##### ② 高度な経営に資する人材の育成

薄利多売型観光から脱却し、高付加価値型観光へと進化・前進させるため、「キャリアアップ・ユニバーシティ」構想の一環として、「やまなしアドバンスト・ツーリズム・アカデミー」を設置し、その担い手たる観光DX人材や経営マネジメント人材などを育成します。

##### ③ 事業承継の推進

事業承継・引継ぎ支援センターを中心に、親族内・従業員承継やM&Aによる総合的な承継支援を推進することにより、宿泊事業を始めとする観光サービスを着実に次世代へ引き継いでいきます。

④ 若手経営人材が活躍できる環境づくり

県内で宿泊業等を起業した若者等の新しい発想や行動力による地域の活性化を促進するため、地域において活躍できる環境づくりについて検討します。

また、宿泊施設の経営を希望する若者に対してのマッチングサービスの検討を行います。

(2) 従業員の確保・定着・育成

① 質の高いサービスが提供できる従業員の育成

観光施設の従業員等のおもてなし力の向上に取り組むことで、旅行者の満足度向上に資する常に質の高いサービスを提供する従業員の育成を推進します。

また、高付加価値を生む人材を育成するため、「やまなしアドバンスト・ツーリズム・アカデミー」でのリスキリング機会の創出などを検討します。

② 宿泊業従業員の労働環境の改善

宿泊施設の人手不足に対応するため、専門家による伴走支援や導入経費の支援など、宿泊施設へのDX導入を推進し、業務効率化や生産性向上を図ることで、働く従業員の労働時間の削減や賃金の引き上げを推進します。(再掲)

③ 冬季観光の活性化による安定雇用の促進

冬季における観光資源のさらなる磨き上げに取り組むとともに、雪景色や満天の星など本県の冬ならではの魅力を高める冬季ツーリズムを推進し、観光産業における安定雇用の促進に取り組みます。(一部再掲)

市町村、観光事業者、県民等に期待する主な取り組み

<市町村等に期待する取り組み>

- 「総合的な学習の時間」等での観光関連の取り組みの実施
- 県外から移住してきた新たな人材が活躍できる場の提供 など

<観光事業者・観光関係団体(NPO含む)に期待する取り組み>

- 従業員の賃金引き上げへの取り組み
- 生産性向上などにより働く環境の魅力向上 など

<県民に期待する取り組み>

- 観光産業の重要性、将来性に対する理解促進 など