



---

## 春日部市を取り巻く観光の 現状と課題

## 第2章 春日部市を取り巻く観光の現状と課題

### 2-1 観光を取り巻く国内の市場環境

近年、観光産業は国際的にも重要性が高まっており、観光が地域の主要産業として位置付けられるようになってきています。国際交流人口は年々増加していますが、その一方で、国内の観光産業とそれを取り巻く社会構造は大きく変化しています。

国内の観光市場の規模については、人口減少に伴い、将来的に縮小が見込まれています。また、地方部においては、都市圏への人口集中に伴い、観光産業を支える人材不足も課題となっています。

一方、海外に目を向けると、東アジアや東南アジアをはじめとする国々の経済発展に伴って国際交流が加速し、訪日外国人旅行者数は右肩上がりが増えており、将来的な日本の観光産業を支える市場として期待されています。

このような状況を背景に国内の観光がグローバル化\*⑤していく流れの中で、神社仏閣や土木遺産、地域の民俗芸能や伝統工芸などの文化資源の活用気運が高まり、日本人による価値の再発見も行われるようになってきています。

このほか、情報通信技術やデジタル技術の急速な発達と利用の簡便化により、消費者自身による情報収集や発信が積極的に行われるようになったほか、旅行予約や決済システムが国際化・多様化し、クレジットカードのみならず、e-コマース\*⑥市場が拡大してきています。

また、国内外で相次いで発生している自然災害や国際的なテロ事件などを受けて、観光地における「安心・安全」が、これまで以上に重要視されるようになりました。

これらの市場環境の変化を適切に把握するとともに、今後の市場の変化を予測しつつ、本市における観光振興策を推進していくことが重要と言えます。

\*⑤ グローバル化：政治・経済、文化など、様々な側面において、従来の国家・地域の垣根を越え、地球規模で資本や情報のやり取りや人の移動が行われること。

\*⑥ e-コマース：コンピュータネットワーク上での電子的な情報通信によって商品やサービスを売買したり分配したりする電子商取引のことを指す。「インターネット通販」などがこれに含まれる。

## ～国内の観光を取り巻く社会環境・市場環境の変化～

### 国内の人口減少と観光市場の高齢化

- ◆ 人口減少に伴う将来的な国内観光市場の縮小
- ◆ 国内観光客の高齢化や若者の自家用車離れに伴う自家用車利用から公共交通機関を利用した旅行へのシフト
- ◆ 特に地方部における観光関連産業従事者や事業継承者、維持管理者の減少
- ◆ 空き家や空き地、耕作放棄地、シャッター街などの増加による地域景観の悪化
- ◆ 次世代に地域資源を維持継承するための環境への配慮意識の高まり

### 訪日外国人旅行者数の増加

- ◆ 訪日外国人旅行者数の増加や個人旅行化の進展に応じた多言語対応環境の整備の必要性の高まり
- ◆ 訪日外国人旅行者の多国籍化に伴う多様な文化習慣や宗教への対応の必要性の高まり
- ◆ 観光関連産業に従事する外国人被雇用者の増加

### 高度情報化社会の進展

- ◆ 情報収集の簡便化による行き先決定や旅行手配行動の間際化
- ◆ SNS\*⑦、クチコミサイト\*⑧などを通じた消費者自身による情報収集・情報発信機会の拡大
- ◆ 旅行（交通や宿、タクシー、食事、体験など）の予約・決済環境のICT\*⑨化

### 観光ニーズの多様化と旅行目的の細分化

- ◆ 観光目的の多様化に伴う観光対象となるモノ・コト\*⑩の範囲の拡大
- ◆ 民泊、農泊、宿坊宿泊、ゲストハウス・簡易宿所など、地域の生活や日常に触れ、宿泊者どうしが交流する体験宿泊ニーズの伸長
- ◆ 若年層における日本文化を見る・体験することへのニーズの拡大
- ◆ 旅行目的の細分化と安全な環境整備を通じた個人旅行市場の拡大

### 安全意識の高まり

- ◆ 老朽化した観光関連施設の耐震化など、被害の防止・軽減に向けた取組の進展
- ◆ 災害発生時における観光客を含む流動人口の安全確保対策の重点化
- ◆ 災害・事故後の早期復興、観光需要の早期回復に向けた事前の体制構築への社会的ニーズの高まり

\*⑦ SNS：ソーシャル・ネットワーキング・サービス（Social Networking Service）またはソーシャル・ネットワーキング・サイト（Social Networking Site）の略で、インターネットを介して人間関係を構築できるスマホ・パソコン用の会員制Webサービスの総称。

\*⑧ クチコミサイト：商品・店舗・サービスなどに対する個人評価を広く集めるウェブサイトの総称。

\*⑨ ICT：Information and Communication Technology（情報通信技術）の略で、情報処理だけではなく、インターネットのような通信技術を利用した産業やサービスなどの総称。

\*⑩ モノ・コト：商品の所有に価値を見出す消費傾向を「モノ消費」、商品やサービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す消費傾向を「コト消費」という。既存観光資源だけでなく、多くの「モノ」が観光の対象物となり、様々な「コト」が観光体験として求められてきている。