

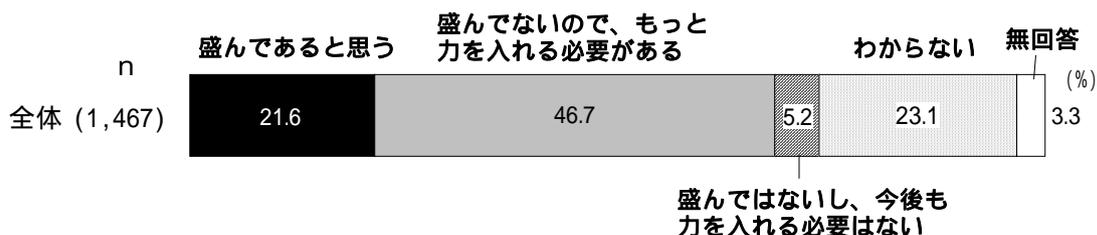
10 美しい景観づくりと観光振興による地域活性化について

(1) 千葉県の観光の現状

「盛んであると思う」が2割を超えるにとどまり、「もっと力を入れる必要がある」が4割台半ば

問41 県では、「住む人も、訪れる人も和み、元気になれる」観光立県の実現に向け、地域自らが自然や歴史などの地域の特性を生かしながら観光地づくりを進めていくこととしています。あなたは千葉県の観光は盛んであると思いますか。(は1つ)

< 図表10 - 1 > 千葉県の観光の現状



千葉県の観光の現状を聞いたところ、「盛んであると思う」(21.6%)が2割を超えるにとどまるのに対して、「盛んでないのに、もっと力を入れる必要がある」(46.7%)が4割台半ばと最も多くなっている。(図表10 - 1)

【地域別】

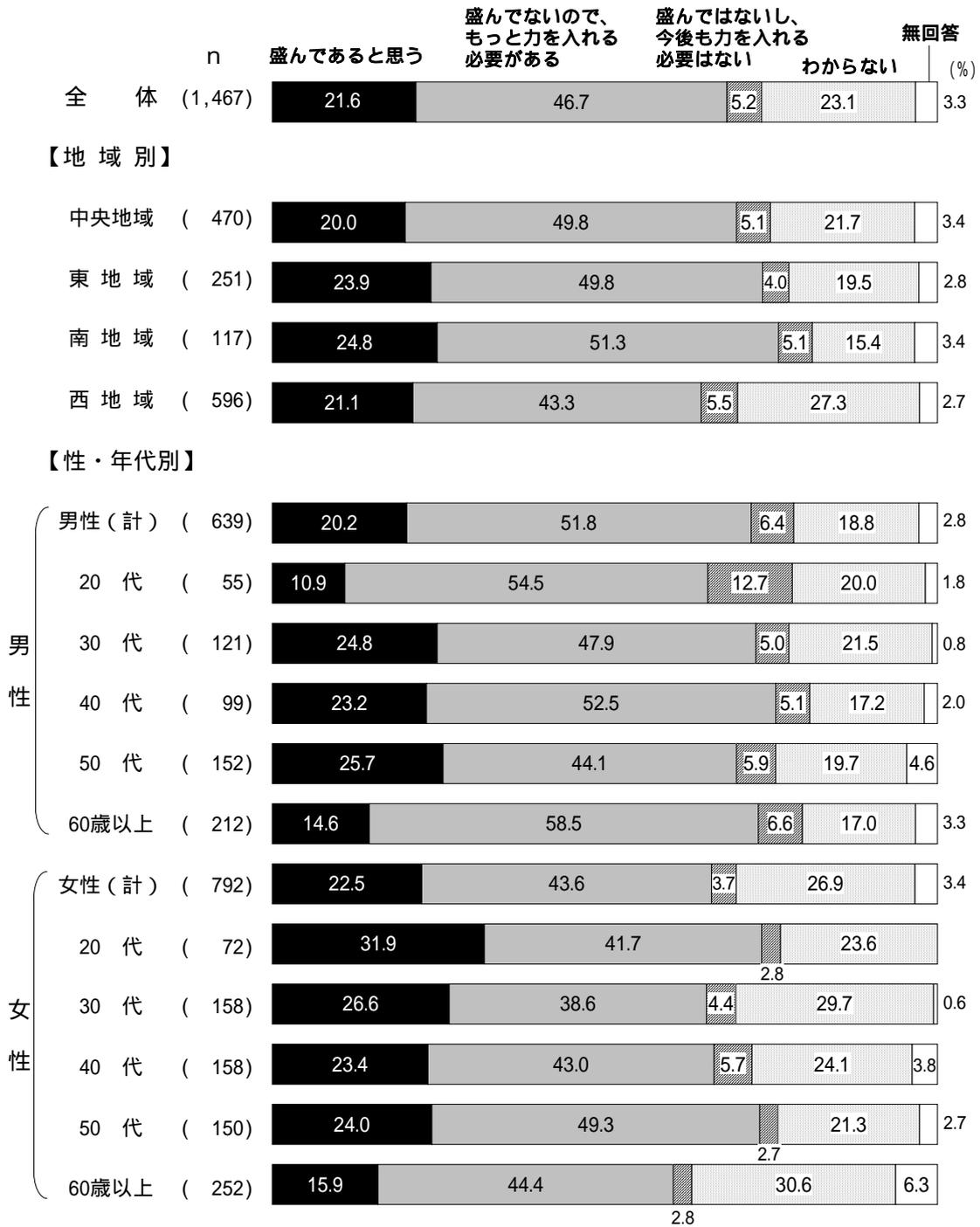
「盛んであると思う」は地域による大きな差はみられないものの、「盛んでないのに、もっと力を入れる必要がある」は、“南地域”(51.3%)が最も高く、次いで“中央地域”、“東地域”(ともに49.8%)、“西地域”(43.3%)となっている。(図表10 - 2)

【性・年代別】

男性では、「盛んであると思う」は50代(25.7%)が最も高く、20代(10.9%)と60歳以上(14.6%)が1割を超えるにとどまり低くなっている。「盛んでないのに、もっと力を入れる必要がある」は20代(54.5%)、40代(52.5%)と60歳以上(58.5%)で5割を超え、その他の年代も4割を超えている。

一方、女性では、「盛んであると思う」が20代(31.9%)で3割を超え最も高く、それ以降は、おおむね年代が上がるほど低くなっている。「盛んでないのに、もっと力を入れる必要がある」は50代(49.3%)が最も高く、他の年代は4割前後となっている。(図表10 - 2)

<図表10 - 2 > 千葉県観光の現状 / 地域別、性・年代別

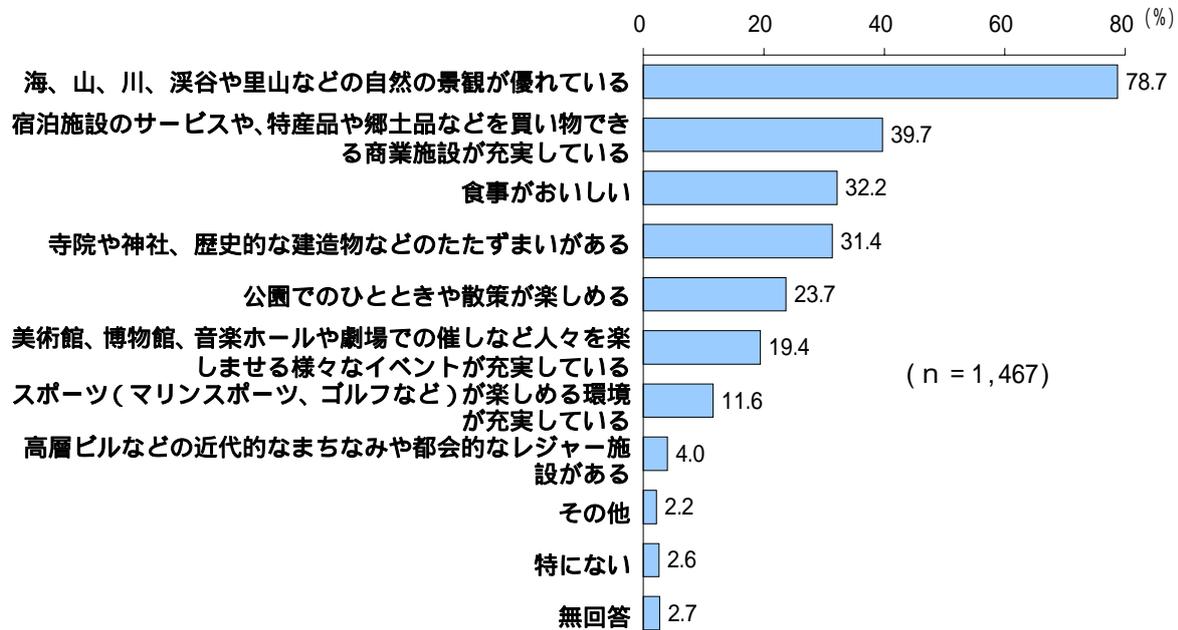


(2) 観光地に求める魅力

「海、山、川、渓谷や里山などの自然の景観が優れている」が約8割で突出

問42 あなたが求める観光地の魅力とは、どのようなものですか。(は3つまで)

<図表10 - 3> 観光地に求める魅力(複数回答)



観光地に求める魅力を3つまで選んでもらったところ、「海、山、川、渓谷や里山などの自然の景観が優れている」(78.7%)が約8割で最も高い。続く、「宿泊施設のサービスや、特産品や郷土品などを買物できる商業施設が充実している」(39.7%)は約4割、「食事がおいしい」(32.2%)と「寺院や神社、歴史的な建造物などのたたずまいがある」(31.4%)が3割を超えている。(図表10 - 3)

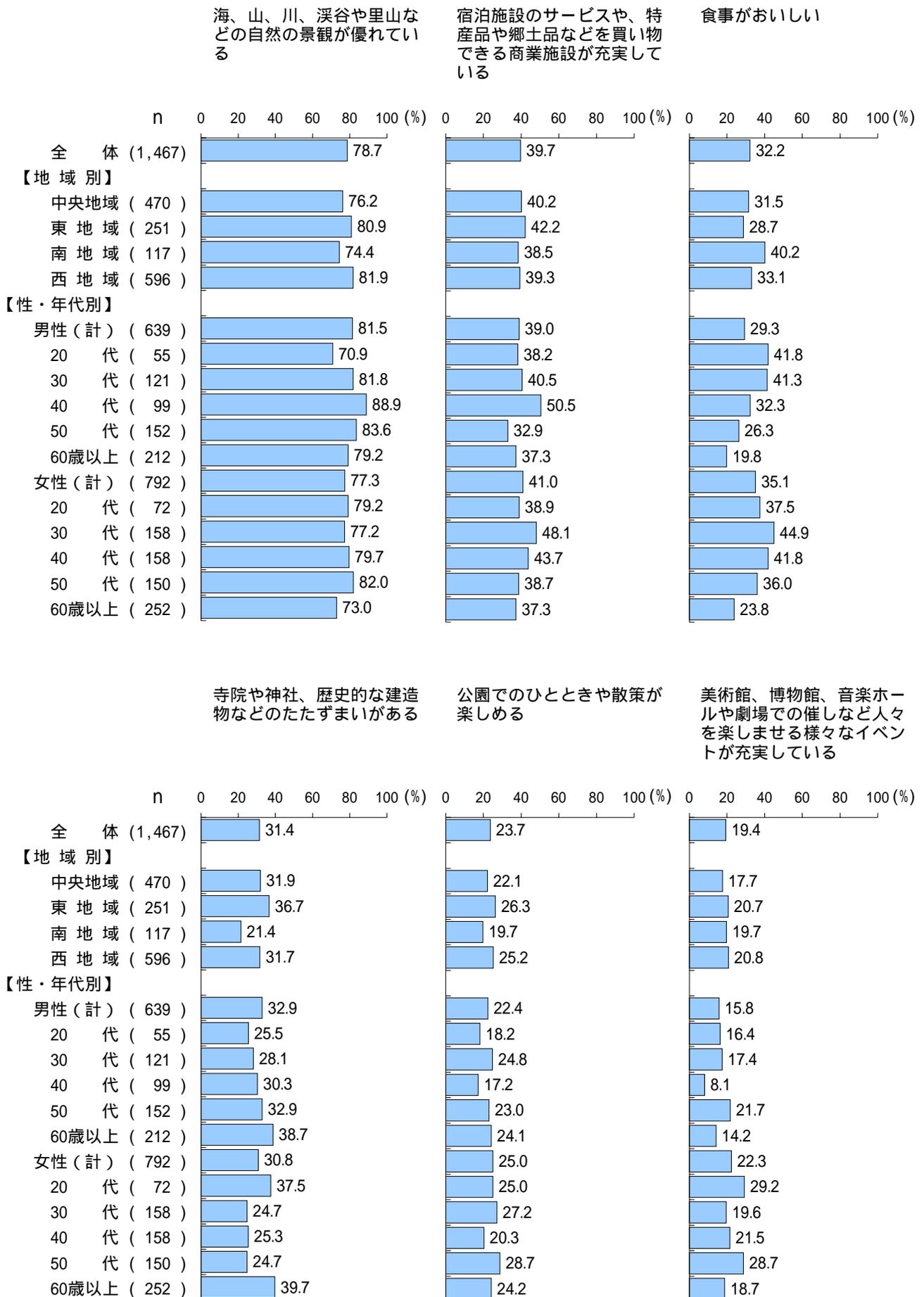
【地域別】

「海、山、川、渓谷や里山などの自然の景観が優れている」は、「西地域」(81.9%)と「東地域」(80.9%)が8割を超え他地域より高くなっている。「宿泊施設のサービスや、特産品や郷土品などを買物できる商業施設が充実している」の地域差はあまりない。「食事がおいしい」では、「南地域」(40.2%)で4割と他の地域より高くなっている。「寺院や神社、歴史的な建造物などのたたずまいがある」は、「東地域」(36.7%)が最も高く、「南地域」(21.4%)が最も低い。(図表10 - 4)

【性・年代別】

「海、山、川、渓谷や里山などの自然の景観が優れている」は、男性の40代(88.9%)が約9割と高いが、他の年代も7割を超えている。「宿泊施設サービスや特産品等を買物できる商業施設が充実している」は、男性の40代(50.5%)が5割を超え高いが、他の年代も3割を超えている。また、「食事がおいしい」は男性の20~30代と女性の30~40代で4割を超え高くなっている。「寺院や神社、歴史的な建造物などのたたずまいがある」は、男性の60歳以上(38.7%)、女性の20代(37.5%)、60歳以上(39.7%)が約4割と高くなっている。(図表10 - 4)

<図表10 - 4> 観光地に求める魅力 / 地域別、性・年代別（上位6項目）

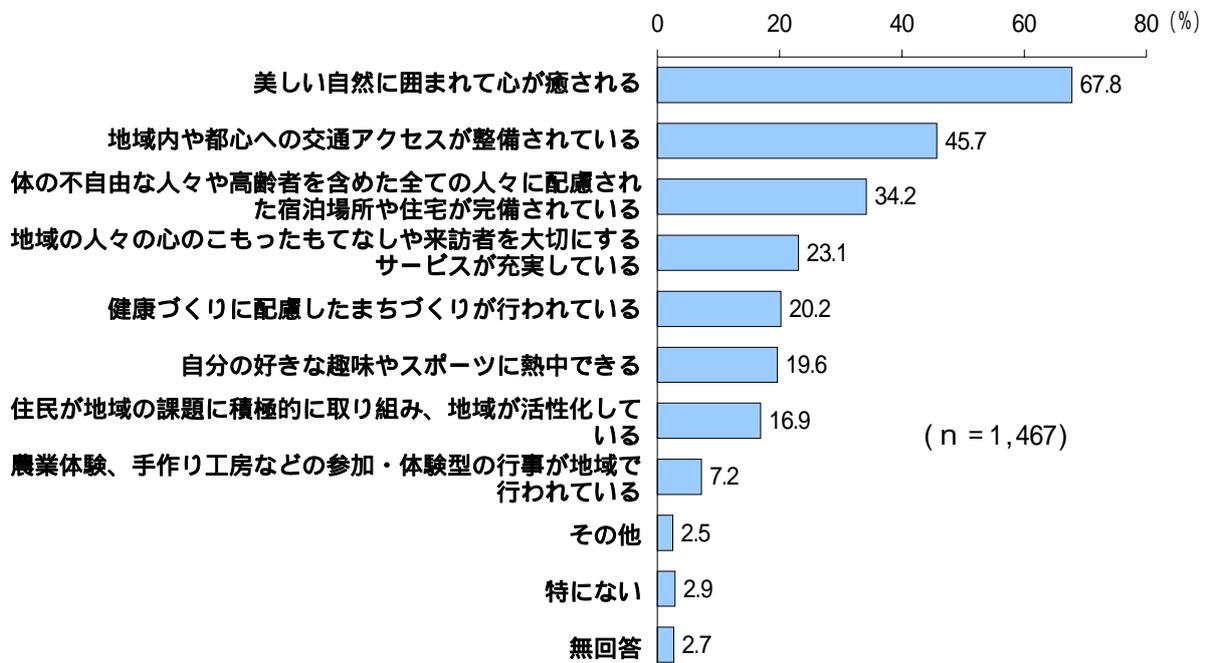


(3) 長い間滞在したり永住したいところ

「美しい自然に囲まれて心が癒される」が約7割

問43 あなたが長い間滞在したり、住みたいと考えるところは、どのようなところですか。
(は3つまで)

<図表10-5> 長い間滞在したり永住したいところ (複数回答)



長い間滞在したり永住したいところを3つまで選んでもらったところ、「美しい自然に囲まれて心が癒される」(67.8%)が約7割で最も高く、次いで、「地域内や都心への交通アクセスが整備されている」(45.7%)が4割台半ばで、「体の不自由な人々や高齢者を含めた全ての人々に配慮された宿泊場所や住宅が完備されている」(34.2%)が3割台半ばになっている。(図表10-5)

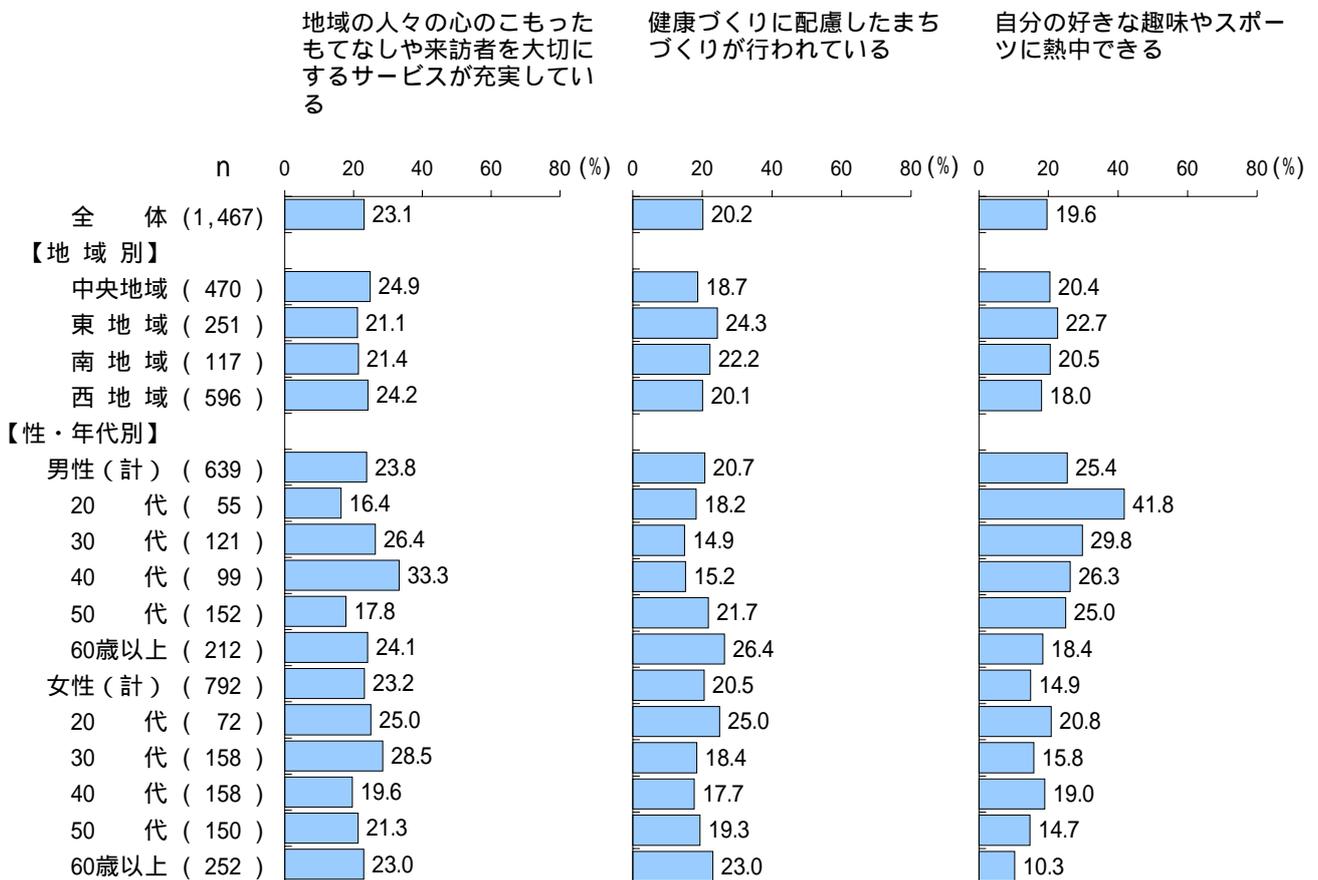
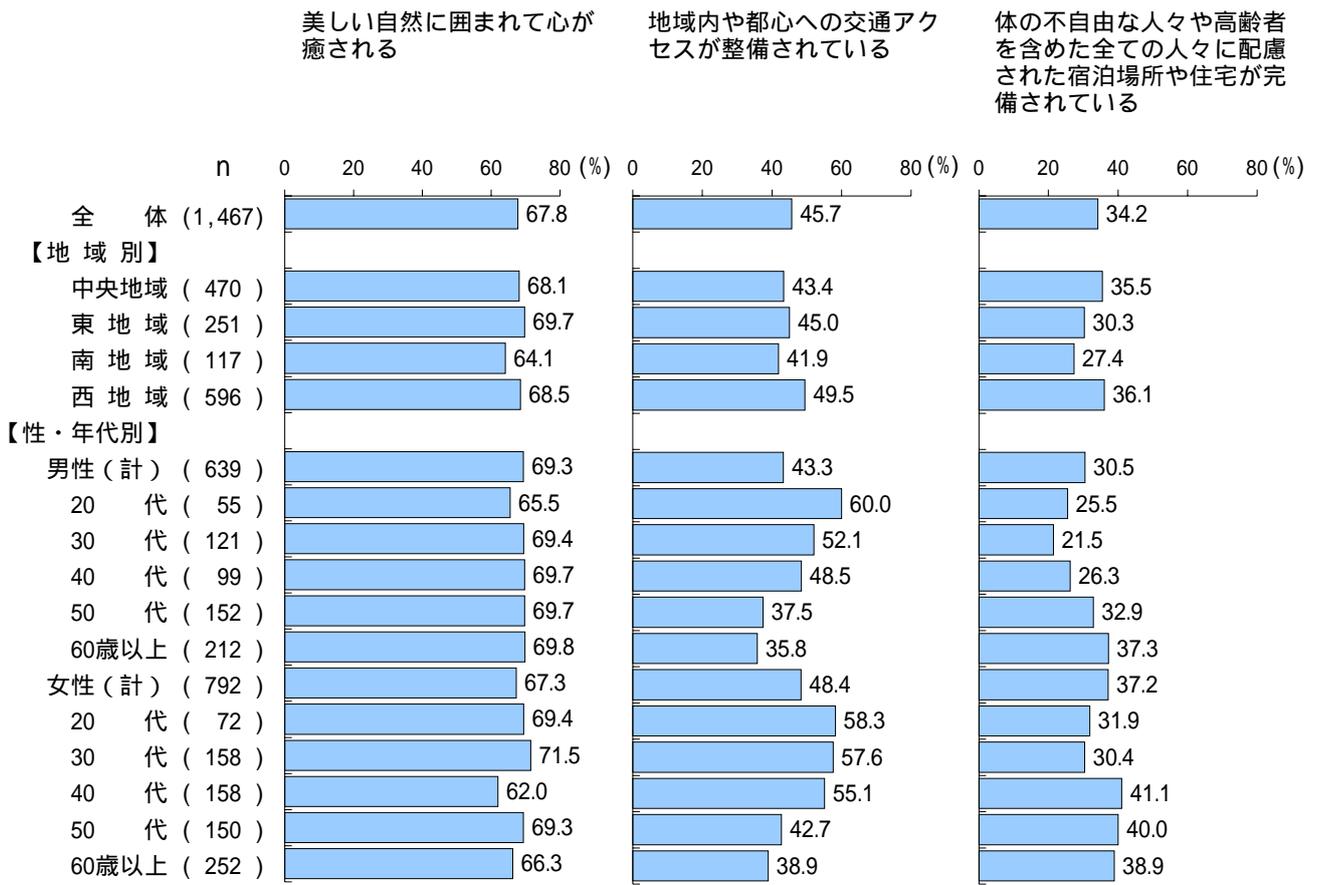
【地域別】

「美しい自然に囲まれて心が癒される」は、「南地域」(64.1%)が多少低いものの、他地域は約7割でほとんど差がない。「地域内や都心への交通アクセスが整備されている」は、「西地域」(49.5%)が最も高く、「南地域」(41.9%)が最も低い。「体の不自由な人々や高齢者を含めた全ての人々に配慮された宿泊場所や住宅が完備されている」は、「西地域」(36.1%)が最も高く、「南地域」(27.4%)が最も低い。(図表10-6)

【性・年代別】

「美しい自然に囲まれて心が癒される」は各年代とも6割を超えているが、その中で、女性の40代(62.0%)が多少低くなっている。「地域内や都心への交通アクセスが整備されている」は、男性の20代(60.0%)と女性の20~30代で6割前後となっているが、男女ともに年代が上がるほど低下している。「体の不自由な人々や高齢者を含めた全ての人々に配慮された宿泊場所や住宅が完備されている」は、男性の60代(37.3%)と女性の40歳以上で4割前後と高いが、男性の20~40代は2割台と低くなっている。(図表10-6)

<図表10 - 6 > 長い間滞在したり永住したいところ / 地域別、性・年代別 (上位6項目)

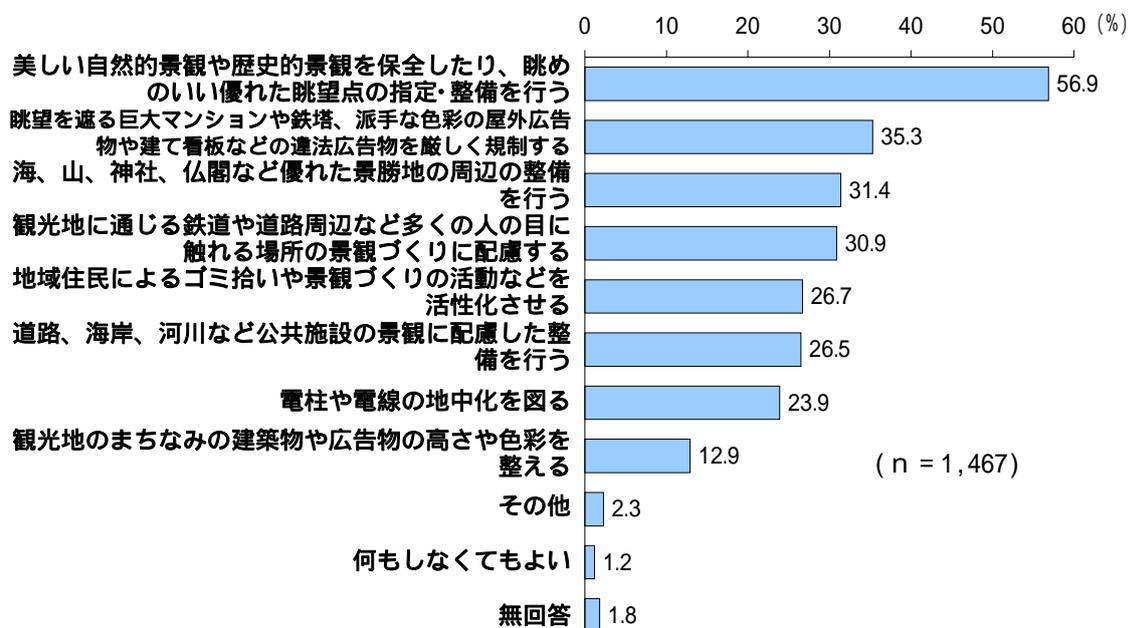


(4) 県内の観光地が活性化するために必要な景観づくり

「美しい自然的景観の保全や優れた眺望点の指定・整備を行う」が5割台半ば

問44 観光の魅力の柱の一つは美しい景観であると言われていますが、県内の観光地がより一層活性化するためには、どのような景観づくりに努めればよいとお考えですか。
(は3つまで)

< 図表10 - 7 > 県内の観光地が活性化するために必要な景観づくり (複数回答)



県内の観光地が活性化するために必要な景観づくりを3つまで選んでもらったところ、「美しい自然的景観や歴史的景観を保全したり、眺めのいい優れた眺望点の指定・整備を行う」(56.9%)が5割台半ばで最も高くなっている。次いで、「眺望を遮る巨大マンションや鉄塔、派手な色彩の屋外広告物や建て看板などの違法広告物を厳しく規制する」(35.3%)、「海、山、神社、仏閣など優れた景勝地の周辺の整備を行う」(31.4%)、「観光地に通じる鉄道や道路周辺など多くの人の目に触れる場所の景観づくりに配慮する」(30.9%)の3項目が3割台となっている。(図表10 - 7)

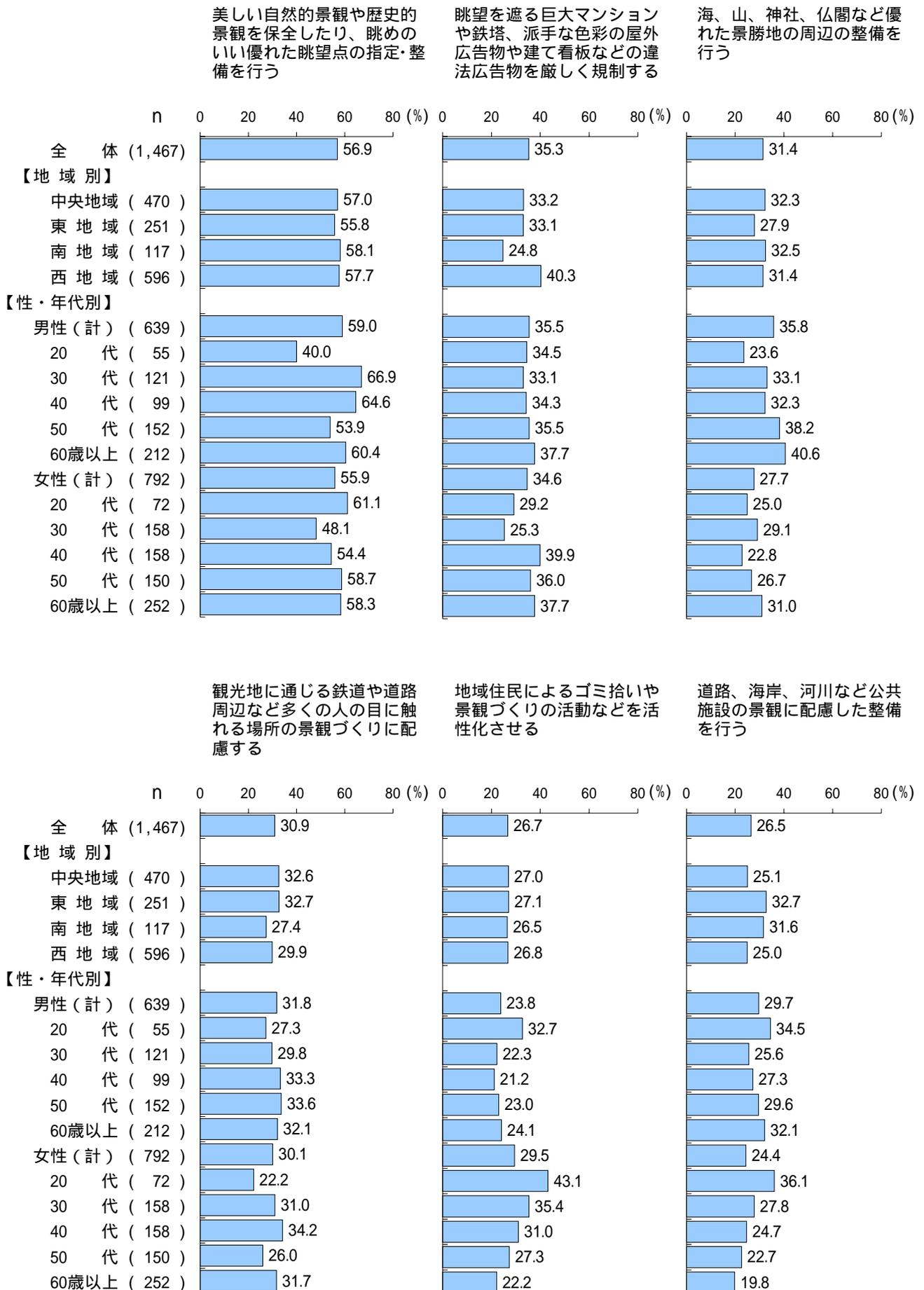
【地域別】

「美しい自然的景観や歴史的景観を保全したり、眺めのいい優れた眺望点の指定・整備を行う」は、地域差はほとんどみられない。「眺望を遮る巨大マンションや鉄塔、派手な色彩の屋外広告物や建て看板などの違法広告物を厳しく規制する」は、「西地域」(40.3%)が4割で最も高く、「南地域」(24.8%)は最も低くなっている。(図表10 - 8)

【性・年代別】

「美しい自然的景観や歴史的景観を保全したり、眺めのいい優れた眺望点の指定・整備を行う」は、男性の30~40代と60歳以上(60.4%)、女性の20代(61.1%)で6割を超え高く、「眺望を遮る巨大マンションや鉄塔、派手な色彩の屋外広告物や建て看板などの違法広告物を厳しく規制する」は、女性の20~30代が多少低いものの、他の年代は3割を超えており、「海、山、神社、仏閣など優れた景勝地の周辺の整備を行う」は、男性でおおむね年代が上がるほど増加し、50歳以上で4割前後であり、女性はおおむね2割台となっている。(図表10 - 8)

<図表10 - 8> 県内の観光地が活性化するために必要な景観づくり / 地域別、性・年代別
(上位6項目)

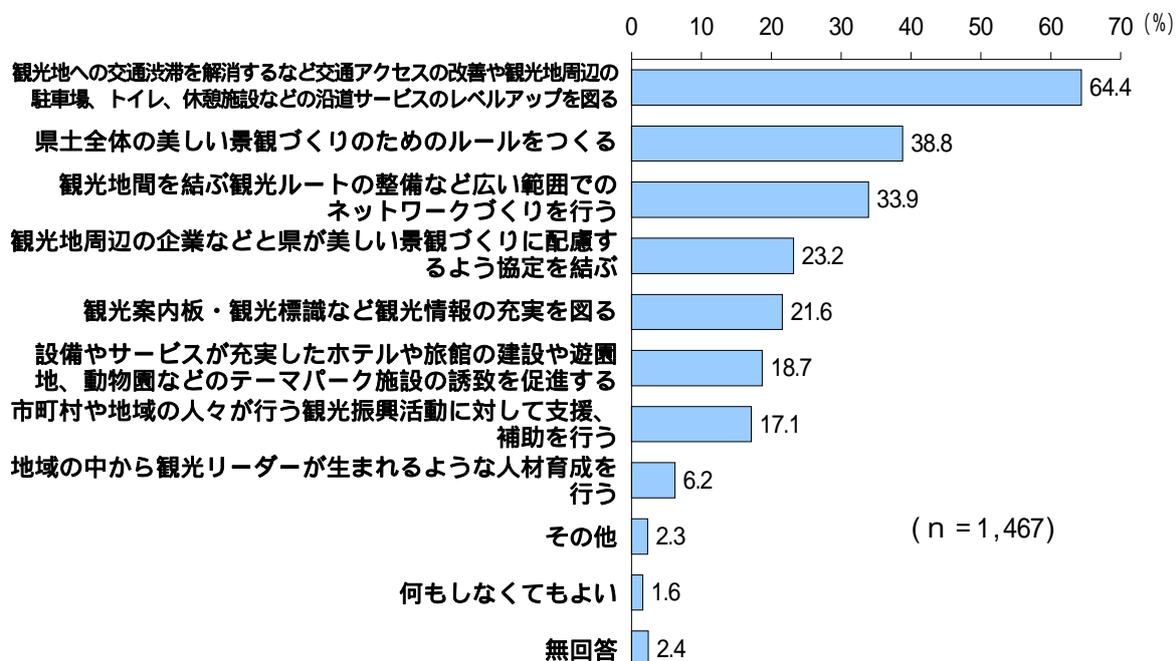


(5) 誰もが楽しめる観光地づくりをするために必要なこと

「交通アクセスの改善や沿道サービスのレベルアップを図る」が6割台半ば

問45 県は、誰もが楽しめる観光地づくりをするためにどのようなことをすればよいとお考えですか。(は3つまで)

<図表10 - 9> 誰もが楽しめる観光地づくりをするために必要なこと(複数回答)



誰もが楽しめる観光地づくりをするために必要なことを3つまで選んでもらったところ、「観光地への交通渋滞を解消するなど交通アクセスの改善や観光地周辺の駐車場、トイレ、休憩施設などの沿道サービスのレベルアップを図る」(64.4%)が6割台半ばで最も高くなっている。次いで、「県土全体の美しい景観づくりのためのルールをつくる」(38.8%)と「観光地間を結ぶ観光ルートの整備など広い範囲でのネットワークづくりを行う」(33.9%)が3割台である。(図表10 - 9)

【地域別】

「観光地への交通渋滞を解消するなど交通アクセスの改善や観光地周辺の駐車場、トイレ、休憩施設などの沿道サービスのレベルアップを図る」は「南地域」(59.8%)で約6割にとどまるが、他地域は6割台半ばである。「県土全体の美しい景観づくりのためのルールをつくる」は、「西地域」(41.8%)と「東地域」(39.8%)で4割前後と高い。「観光地間を結ぶ観光ルートの整備など広い範囲でのネットワークづくりを行う」は、「西地域」(36.2%)、「東地域」(35.1%)、「中央地域」(33.8%)が高く、「南地域」(25.6%)と差がある。(図表10 - 10)

【性・年代別】

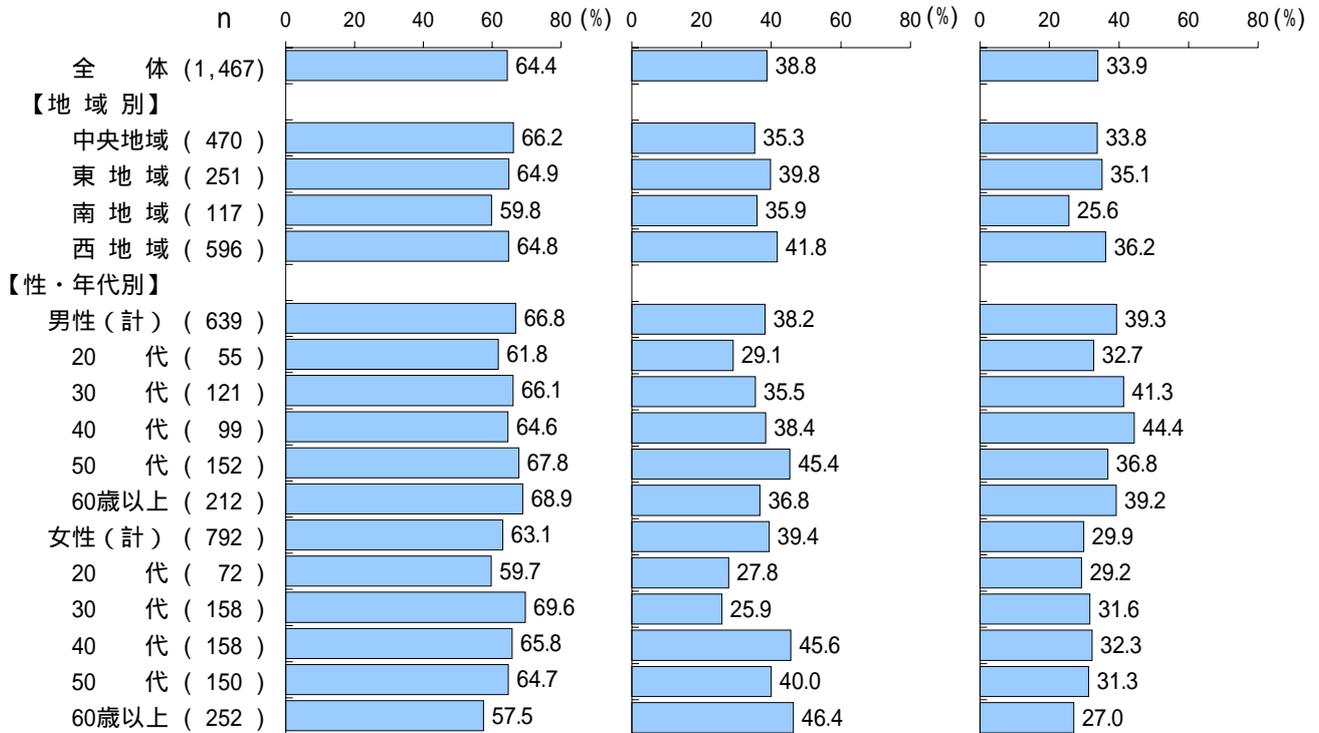
「観光地への交通渋滞を解消するなど交通アクセスの改善や観光地周辺の駐車場、トイレ、休憩施設などの沿道サービスのレベルアップを図る」は、男性の60歳以上(68.9%)と女性の30代(69.6%)は約7割で高くなっているが、他の年代もおおむね6割台となっている。「県土全体の美しい景観づくりのためのルールをつくる」は、男性の50代(45.4%)、女性の40歳以上で4割を超えている。「観光地間を結ぶ観光ルートの整備など広い範囲でのネットワークづくりを行う」は、男性の30~40代で4割を超えている。(図表10 - 10)

<図表10 - 10> 誰もが楽しめる観光地づくりをするために必要なこと / 地域別、性・年代別
(上位6項目)

観光地への交通渋滞を解消するなど交通アクセスの改善や観光地周辺の駐車場、トイレ、休憩施設などの沿道サービスのレベルアップを図る

県土全体の美しい景観づくりのためのルールをつくる

観光地間を結ぶ観光ルートの整備など広い範囲でのネットワークづくりを行う



観光地周辺の企業などと県が美しい景観づくりに配慮するよう協定を結ぶ

観光案内板・観光標識など観光情報の充実を図る

設備やサービスが充実したホテルや旅館の建設や遊園地、動物園などのテーマパーク施設の誘致を促進する

