

第14回 観光統計の整備に関する検討会

1. 日 時 平成30年3月16日（金） 16:30～18:30
2. 場 所 中央合同庁舎第2号館 1階 共用会議室5
3. 参加者 鎌田委員、清水委員、菅委員、全委員、土屋委員、宮川委員、山内委員、山本委員、西郷委員（オブザーバ）
観光庁 水嶋次長、秋田観光戦略課長、赤井観光経済調査室長
4. 議 題 (1) 平成30年からの新調査について（ご報告）
 - ① 訪日外国人消費動向調査
 - ② 旅行・観光消費動向調査(2) 平成30年度の検討課題について
(3) その他
5. 議事概要
 - (1) 平成30年からの新調査について（ご報告）
 - ① 訪日外国人消費動向調査
 - FSAとLCCに定義はあるのか。
 - 都道府県別の数値を出すに際して、サンプルが集まらなかったときの対応を考える必要がある。
 - CIQ調査の使用方法について、ウェイトの作成には使用しないのか。偏りを確認するために使うということか。
 - 外国人単純出国者数の定義について確認したい。
 - 欠損値補完について、確率的回帰代入とあるが、每期これをやるのは大変ではないか。ここで言うマッチング、ランダムホットデック的な最近隣法のような方法でそのまま入れかた方が扱い上、楽であるように感じる。アメリカのセンサス局等においてそのような研究結果もある。一方で、そもそも目的が何かによって、単なる平均値を代入したほうがよい結果が得られることもあり得る。標準誤差の推定についても、個票データに欠損値補完せずに標準誤差を出してから、後で推定することもできる。ただし、マイクロデータを二次利用したいという人にとっては利点があるかもしれないが、マクロの金額とか、都道府県別の金額を出す程度であれば、別の方法もあり得るかもしれない。結局、データの性質に応じて最初に検証しないと、後に回帰をやるとなった時に、大変手間がかかったり、説明力低かったり、ということもあり得るのではないか、という点を心配している。
 - 個票の利用申請者のことを考えるのであれば、利用申請者各自に自分の都合のよい方法で欠損値補完をやらせるということもあり得る。補完したところと、補完の方法を明示しないと、個票を利用する上でも逆に問題となる。補完したものと元データの

識別がつかない、ということはぜひ避けていただきたい。

- 個票データを借りて分析していると、どういう加工をされているのかが分からず、そこからどう加工していいか分らないということがある。二次利用について個票ベースでやる方は、恐らく能力の高い方なので、欠損はそのままにしておいて、各自が都合の良い方法をとるとした方が、筋がよいのではないか。観光庁における推計時は、一番標準的な実務的に簡単な方法により補完し、それをある程度標準型にしておいて、それ以上のことがやりたければ、それは二次利用する側の能力に依存する、ということの方がよさそうに感じる。
- 欠損値補完について、確率的回帰代入とした場合、それなりに相関を持っているデータを代入するので、妙に相関が強くなりなどという結果になることがあるのではないかと思う。分散は一致させるが、結局、線形周辺の確率誤差という置き方なので、やはり相関の線形の部分は残ってしまう気がする。欠測値が多いと、結果が良くなるという気もする。実際どうなるかわからない。
- 誤差を構造化するような推定法もあるので、相関が高くてもある程度クリアにはなる。しかし、本筋はあまり相関が高いものは入れないというほうがよいと感じる。例えば泊数と宿泊費というのはどうしても相関が高くなるので、両方入れないほうがよいと感じる。しかし、宿泊費も多様なものがある中で、政策変数としては入れたいという需要もあるので、そのような場合は、そのようなものが同時に入ってもいいような技術的な手当てというのがあるはずなので、そのような手法によりやるが、それは、もう研究者の領域ではないか。国はなるべく単純にしたほうがよいと思う。
- 欠損値補完のために余分な時間がかかるのであれば、ばかばかしいので、1日でも早く公表した方がよい。情報は生ものなので、はっきり言えば、埋まっているかどうかよりも早いほうが価値は高い。やはり目的は使ってもらうことなので、正確だから使ってもらう人が増えるというのであれば、やる価値はすごくあるのだが。
- データを埋めておかないほうがいいのではないかというご意見もあるが、一方で、埋めるための情報は、調査をした側が一番持っており、その情報を使ってインピテーションをするときには、やはり情報が一番持っているところがインピテーションをすべきというような考え方もあるだろうと思う。

② 旅行・観光費動向調査

- 宿泊施設の種類について、民泊を追加したとのことだが、現在、総務省政策統括官で統計基準としての生産物分類の作成作業が進められており、その中で、宿泊業の生産物とは何かとかいうときに、整合性がとれているほうがよいと感じる。総務省に対してこちらから提案するということもあり得る。
- ホテルと旅館について、今度、垣根がなくなるという話がある。そういったときに、各々をどのように定義するかということを考えておいたほうがよい。
- 消費費目の数を少なくしたが、例えば、3つ合わせて2つに再配分ということはないか。連続性の確保という観点から、費目は必ず幾つかが統合されて1つになっているか。
- 意識調査の使い方について、最終的に何等かの項目とクロス集計すると思われるが、

どのようなイメージを想定しているか。訪日外国人については、属性とのクロス集計が割と有効である。日本人の場合は、どのような属性を想定しているのか。旅行目的別地の都道府県別という観点は如何。

- 問7-1の満足度であり、問7-3は、いわゆる再訪意向である。問7-4は他者への推薦である。満足度と再訪意向の関係モデルのようなものが観光客の行動モデルにあり、例えば、そのようなものについて、データを集めて積み重ねていけば、モデル上は共分散構造などが結構難しいが、そのようなものがどのように再訪意向が繋がっているのを見ることができる。現在、安易に満足度を上げて、満足するとみんな来てくれるといった短絡的な意見がすごく多いが、本当に満足するともう1回来るのかということである。満足していても、もっと行きたい所が他にある、という行動はかなりあるように思われるので、その部分が見えてくるではないか。また、問7-2との関係で見れば、満足度というものがどうやって成り立っているのかという期待に関する部分である。期待が不一致であると不満につながるとか、そのような満足度マイルというのもあるので、例えば、そのようなことにつながるのではないか。ただし、それらを一々分析してまで公表するかというのは、また別の話だと思うが、一応、そのようなデータを持っておけば、日本人観光客の行動、レポートとか、そのような意向というものが経年変化で見えるではないか。ただし、やはり短期的にどう見せるのかということについては、先のご指摘のとおりだと思う。
- 問8はとても重要であり、例えば、仕事などで休暇がとれないという人が、働き方改革などの結果、回答が変わってくるはずなので、そのような施策を立証するよい資料になるのではないか。問8について、本調査においては8割が旅行をしなかった票でありサンプルサイズが大きいことから、とても精度が高いといえ、十分使い道のある優れたデータである。働き方改革がこのようにうまくいって、みんな旅行に行けるようになった、という資料としては使えるのではないか。いい使い方ができれば、この統計の価値は高いですね、というふうに言ってもらえるのではないかと思う。
- 集計は都道府県単位が限界か。仮に、もう少し詳細なDMOサイズ位のことが分かれば、このような満足度もKPI評価に使えるのではないか。満足度は必須KPIになっており、本調査で分かると、とてもありがたいと思う。大概は、DMO自身が捉えなければいけないので、このような調査があるのであれば、もう一工夫欲しいという気がする。見直す機会があれば、そのようなことも考慮に入れていただければと思う。

(2) 平成30年度の検討課題について

- 地域観光統計については、非常にニーズもあり、よいことだと思うので、是非進めていただきたいと思うが、これをどう活用するかという点で、結局、地域の方々が何を知りたいのかと言えば、地域の経済への影響を知りたい。例えば、地域で消費はされていても、旅行者が買って行く電化製品は全部、他の地域で製造しているものでしたということであれば、あまり意味はないというような話があるかもしれない。そのような意味で、少し超越的な話になってしまうかもしれないが、都道府県のTSAみたいなものを整備することも、都道府県別に消費ベクトルができるということであれ

ば、不可能ではないと思う。現状のT S Aでは、それほど細かい話は出てこないで、ラフな形でもある程度推計はできると思う。県民経済計算を全部の都道府県は作っており、産業連関表もあるので、ある程度、そのようなことをまとめてやって、例えば、消費額とは別に、都道府県別の観光G D Pを出したりすれば、歩留まりが悪い県、要するに消費額は大きいのに内部に残っている分は少ない県などが分かったりすると非常におもしろいし、注目も集めそうである。もちろん、観光庁で47都道府県全部作るのは難しいと思うので、県民経済計算のように、例えば、推計方法のマニュアルを作成、提供し、その結果だけを取りまとめてホームページで公開するとか、そういったことなら可能性があるのではないか。

- オリンピックという大きなイベントが控えているが、例えば、オリンピックのときだけ大調査をやってはどうか。大阪万博もその次に控えているわけであるが、例えば、オリンピックの開催期間はものすごくたくさん外国人が来る。サンプルサイズの増加が必要ではないかという話が出ているが、現在の統計は、かなりよくなってきていると思う。しかし、例えば、オリンピックのような大イベントのときには、後から分析したいと思ったら、サンプルサイズが物すごく大きいてもよい。例えば、訪日外国人について国籍・地域別に見ても160ヶ国は来る。現在の調査では20ヶ国が対象であるが、それを50ヶ国にしてもよい。オリンピックのときだけ限定で超巨大調査をかけても、元は取れるのではないか。その四半期だけでもよいので、やれる限りのことをやればよい。それが何に生きるかという、その後、万博を開催するときなどに、そのような情報は当然役に立つ。だから、大イベントがあるときには大イベント用の特別調査、サンプルサイズの特別大増量を行うと、後の解析に使えるし、調査対象者もすごくわくわくしながら来るので、回答率もよく満点だと思う。現在の調査自体は、全体的にかなりよいはずで、調査自体がそんなに悪いとは全然思わないのだが、むしろ、一つのめり張りをつけて、これは重要だというときに、そういうことをやることは、予算上可能なかどうかはわからないが、それだけの価値はあるのではないかと思う。次の機会があれば確実に生かせるわけであり、そのような意味で、とるべきタイミングに確実に大量のデータをとっておくというのは一つあり得るのではないか。もちろん、それだけの調査員を確保する委託事業者は大変かもしれないが。
- 観光統計は単純な統計ではなく、もう少しマーケティングとか、何か違うものを求められていると思う。だから、経済データとしてちゃんとしっかりしているということと、マーケティング的にもちゃんと使おうと思えば使える。多分、この両方を兼ねている、数少ない統計の一つのような気がするが、結構、難しいと思っており、この統計自体をどういう位置づけにするのかによって、全部話が決まると思う。そのときにいつも気になっているのが、例えば、精度がもっとほしいとか、こういうことをやってほしいとか言っている先に、何をやりたいと思って、そのようなことを言っているのかというのが、今も全然釈然としない。また、観光庁の中でも、統計は観光戦略課がやって、色々な施策を各課でやっている中で、庁内でもそのような意思疎通がとれているのかどうか、正直よく分からないところもあり、サンプル数を増やすとか、そのようなことだけひとり歩きしかねない状況に気をつけないといけない。結局、これで何をやりたいのか。

- 前回の検討会でも申し上げたかもしれないが、やはり国としては、国の統計として最低限確保すべきものがあり、可能であれば地域をやればよいのであって、最初から地域ということに入ると、何か見誤るような気もしている。先程のようにマニュアルを作って、これでやってくださいというのは、それはそれでよいと思うが、地域のために出張って行って、データまでとって何かやるというのは、本来は違うのではないかなと思っている。
- 民間データの利活用、例えば、ビッグデータみたいなものを扱うときに、補完という意味でいえば、統計が主でビッグデータが従、ビッグデータが主で統計が従、両方並立、適材適所で生かす、と単純に統計とビッグデータといっても何を見たいかによって、どちらが主でどちらが従か全然違うし、それから組み合わせるべきデータも全然違う。例えば消費というのは、ビッグデータであればカード会社からもらわない限り分からないので、現在やっている消費動向調査のようなものはものすごく意味があるけれども、宿泊旅行統計のような数をカウントするものというのは、ひょっとしたらビッグデータでかなり把握できるかもしれないということもあり、統計の種類によっても民間データの利活用の可能性は議論が大分異なってくるような気がする。技術ツールが大分整ってきて、こちらの統計自体も大分よくなってきているので、この先どうするか、そういう視点で議論すべきではないかというふうに思う。
- 宿泊旅行統計について、従業員数による層分けを見直すということであるが、何のデータをベースとするのか。都道府県でまとめているデータから客室数を持つるのであれば、データの更新頻度、精度などを十分確認する必要があると思われる。拡大推計という観点でいえば、恐らく、従業員数を使用した方が、誤差が大きくなると思われるが、廃棄施設の分や縮小した分が反映されていないと、稼働率が低めにでるのではないかという疑いもある。正確に把握できるのであれば、客室数を使うというのがベターであると思うが、データの更新頻度や精度によっては、難しそうな気がする。
- 宿泊旅行統計については、母集団情報を経済センサスでとればよいと思う。経済センサスの捕捉率は意外とよいように思われ、實際上、個人企業などについても想定以上に捕捉できていると感じる。
- 経済センサスを使用するのであれば、客室数にこだわらなくとも、例えば、売上高など、従来は層別に使うには不安定だという評判のようなものがあつたが、色々やってみると、案外よいのではないかということが分かる場合もある。先程の客室数の変化についても、売上高を見ればそちらに反映されている可能性もあり、売上高で層別するというのは、そんなに悪くない可能性はある。
- 折角、地域観光統計というものを整備するのであれば、この統計をやる意義として、やはり地域の皆さんに活用してもらわないといけないということが大前提としてあると思う。例えば、今日もある県から言われたことであり、県より詳細な地域についてもいえることなのだが、自分達が所属している県の動向見たい場合に、最近、色々な地域で統計を扱いながら検討しているところがあるが、この統計は国でやっているの、個票データをどのぐらいタイムリーに自分たちで入手できるかということについて、今、すごく興味を持たれている。申請するとかなり時間がかかり、なかなか手に

入らなかつたりする。例えば、韓国やイギリスなどは、国の調査について、ローデータや欠測値の扱いについて研究者がどのように考えるかにもよるが、エクセルデータで個票データを生のデータや、統計ソフトにセットしたデータを国が公表している。誰でもダウンロードできるような形になっている。例えば、ある県が共通基準により外国人の消費額を入れるのにあたり、観光庁から届くデータが、前年同期に18万であったものが今期は8万であったりすると、単価が5割も減り、かなり響くこととなる。国が地域ごとの検証をすることはできないので、それはやはり、それぞれの個票データをタイムリーに出すことによって、自分達できちんと検証できるような形がとれると一番よいのではないか。やはり、地域により活用していただくためには、そのようにデータを提供する形を少し検討したほうがよいかと思う。

- 使い方ということについて、先程ご指摘があったように、どこまで国がやるのか考えなくてはいけないと思う。他所で誘客支援策を見ると、こうすると人が増えるといった小さなことしか書いていない。施策の検証の結果、地域経済が潤うというようなことは書いてあるが、単に利用客が増えるといったような話しか出てこなく、観光庁がやっている統計がほとんど活用されていない。もう少し地域が新たにやろうとすることに対して、このような統計があって、この数値をもっとこうしたいというところで積極的に使ってもらえるような形で、根拠資料のような使い方もあるのではないか。そこは知られていないだけかもしれないので、折角、地域観光統計調査をやるのであれば、逆に自治体に売り込む位でよいのではないか。もっと補助金申請などで使えますよとか、何かそういうことで積極的に使ってもらえるのはありなのではないか。そうすれば、ミクロのマーケティングがどうだとかという話は出てこないと思うし、よりよい調査になるのではないか。

以上