

共通基準による全国観光入込客統計 結果活用事例

平成23年2月10日

観光庁参事官室(観光経済担当)

- 共通基準による全国観光入込客統計は、従来各自治体によって、定義がまちまちであった入込客数を、延べ並びに**実人数で、実質的な観光客数の「質」を横並び比較**ができるようにしたものである。
- **実人数**で入込客数がわかるようになったため、**観光消費額**に関しても、各都道府県毎に正確に把握できるようになったことが特色である。
- 本資料は、本統計の代表的な活用事例を以下の視点で示したものである。

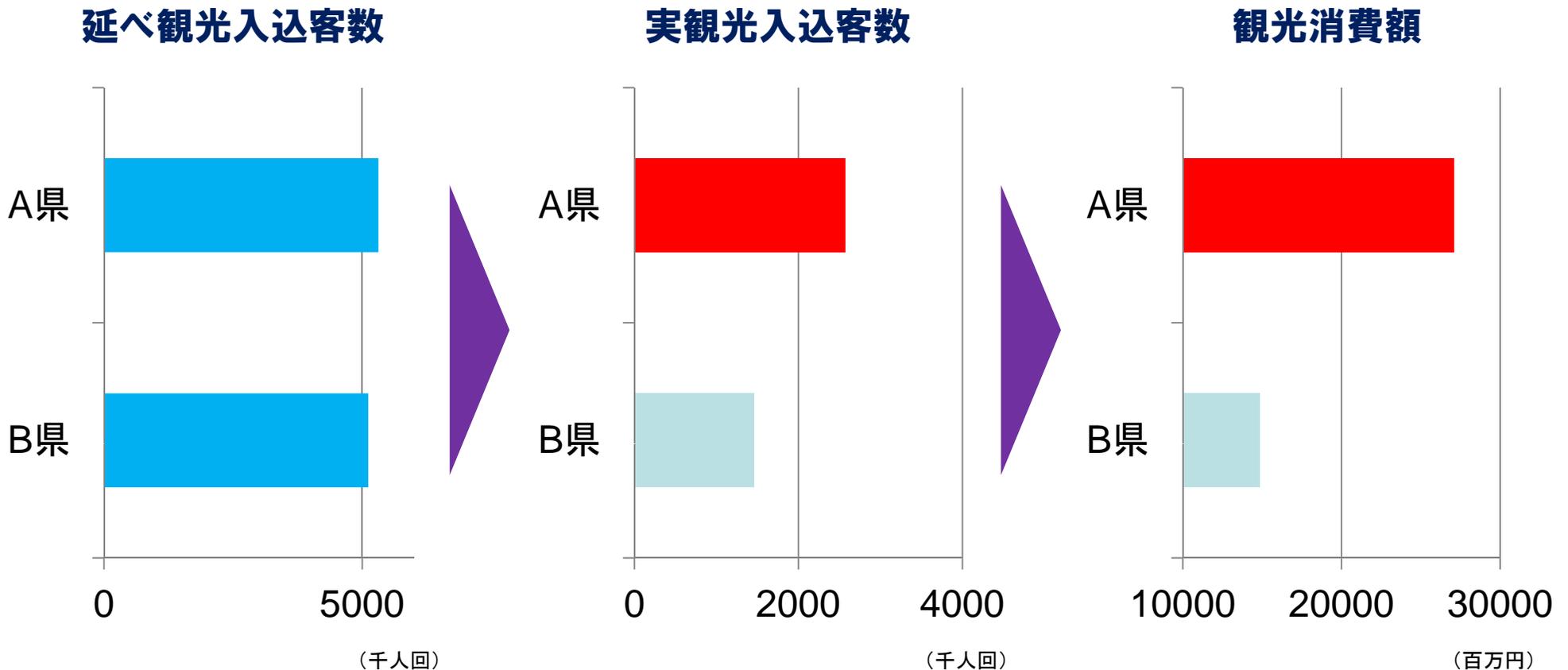
No	活用事例	例としてデータを利用した都道府県
1	延べ・実観光入込客数が観光消費額に及ぼす影響	県名非公開(同一地方の2県)
2	入込客数と経済効果の把握	県名非公開(隣接する2県)
3	地元にお金を落とすセグメントの把握	県名非公開
4	他県に比較し競争優位な層の把握	兵庫県・和歌山県・奈良県
5	観光産業の規模観の相対的な把握	長野県
6	都道府県観光経済に関する指標の作成	複数県

【参考】各都道府県基本情報

都道府県	延入込客数 (千人回) <small>* 観光地点のみの数字</small>	実入込客数 (千人回)	観光消費額 (百万円)	県人口 (千人)	面積 (km ²)	民間最終 消費支出 (億円)
長野県	15,308	8,977	108,956	2,159	13,562	42,638
兵庫県	25,584	15,094	100,687	5,583	8,396	112,506
和歌山県	3,857	2,701	33,911	1,004	4,726	18,570
奈良県	10,572	5,007	39,607	1,399	3,691	26,622
A県	5,313	2,870	35,857	999	1,877	19,786
B県	5,116	1,713	18,708	766	7,105	13,934
C県	15,308	8,977	108,956	2,159	13,562	42,638
D県	16,564	9,696	74,227	2,092	10,621	38,282
E県	10,547	4,446	65,380	1,179	9,323	21,417

活用事例1. 「実人数の把握が観光消費額に比例することがわかります」

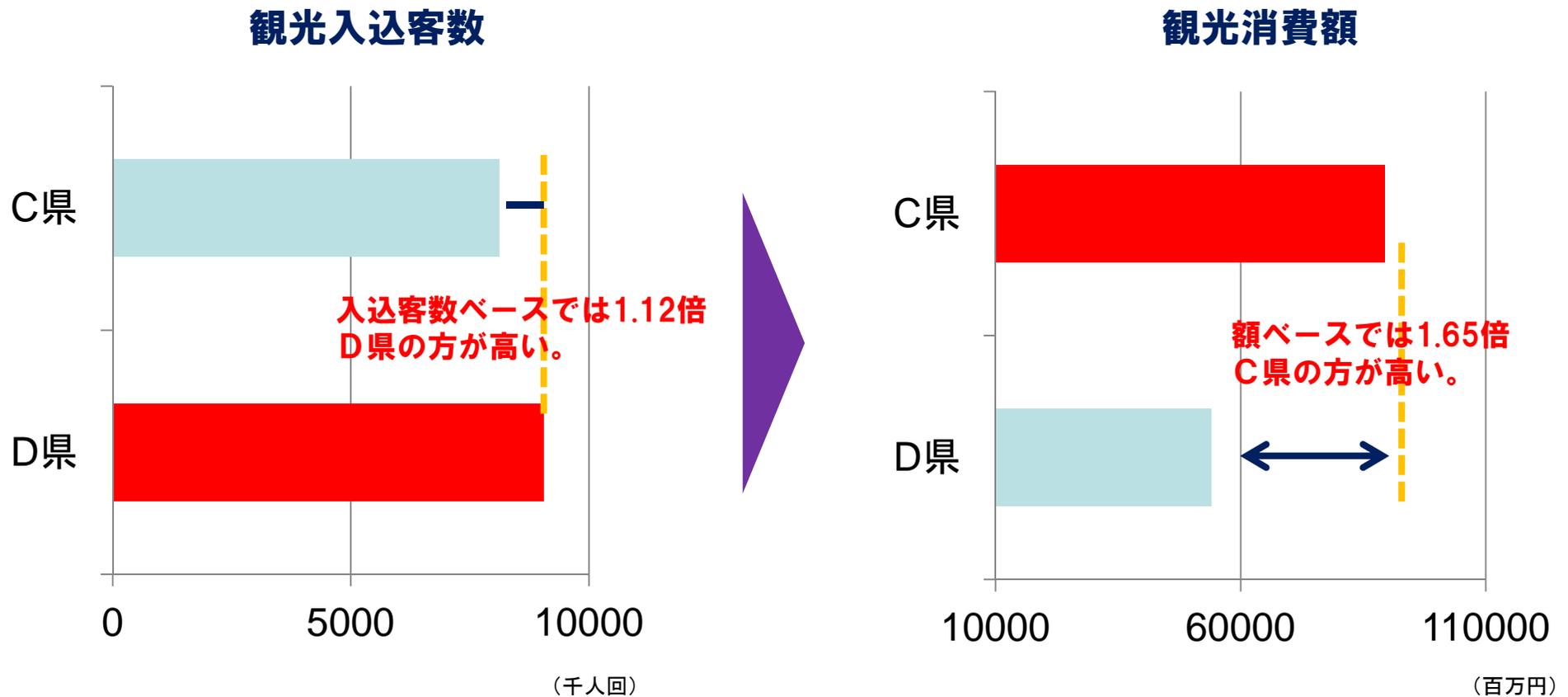
- 同じ地方に属するA県とB県の**延べ観光入込客数は、ほぼ拮抗**している。
- ただし、**実入込ベース**に換算すると、A県のそれは、B県の**約1.77倍**である。
- **観光消費額**は、A県のそれがB県の**約1.82倍**であり、延入込客数でなく、**実入込客数に比例**していることがわかる。



※) 数値は日本人観光客のみ。また、延べ観光入込客数は観光地点の人数に加え、行祭事・イベントの人数を含む

活用事例2. 「観光消費額を上げるための施策の方向性がわかります」①

- 隣接するC県とD県の観光入込客数は、D県の人数がC県の人数を**約1.12倍**上回っている。
- 他方、観光消費額に関しては、C県の額がD県の額を**約1.65倍**も上回っている。

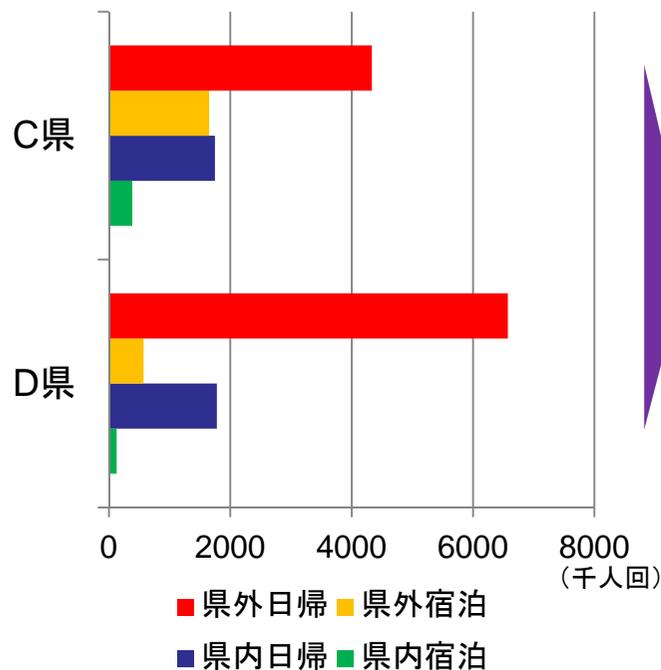


※) 数値は日本人観光客のみ

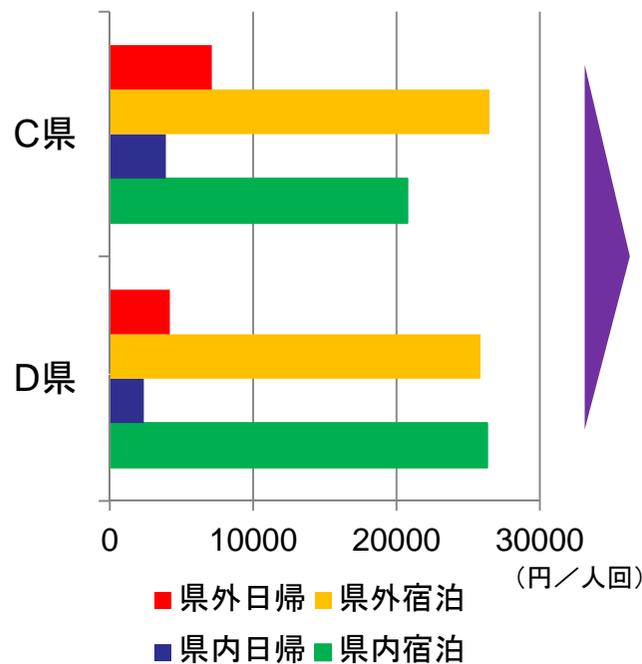
活用事例2. 「観光消費額を上げるための施策の方向性がわかります」②

- D県は県外日帰客に多くを依存した入込構造である。
- 県内宿泊客の単価はD県の方が高い一方で、C県の日帰客の単価が相対的に高い。
- 結果として、C県の場合は、単価が高く、相対的に多い県外宿泊客と県外日帰客の消費額が消費総額を牽引し、全体としての観光消費額を押し上げている。
- 従って、**C県**にとっては、**入込客数を増やすこと**が、消費額の増加につながり、**D県**の場合は、**単価の高い宿泊客の増加と、ボリュームゾーンである日帰客単価の増加**が消費額の増加につながる。

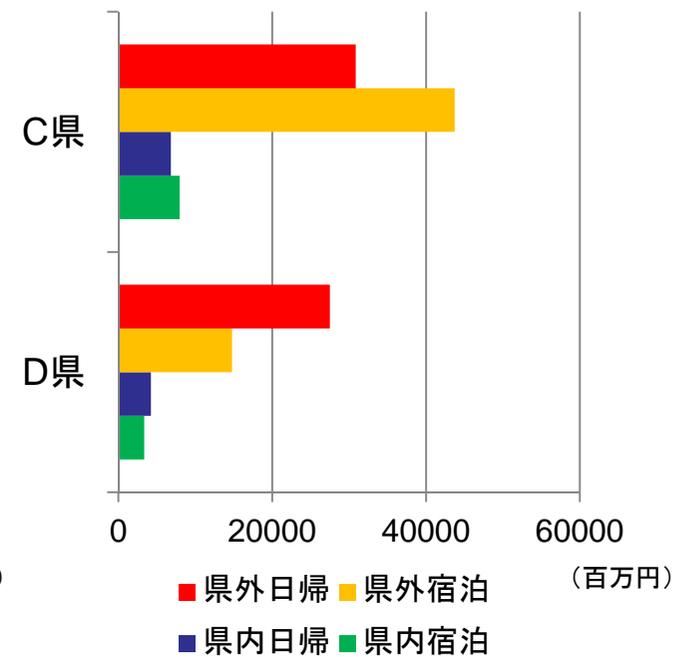
観光入込客数



観光消費単価



観光消費額

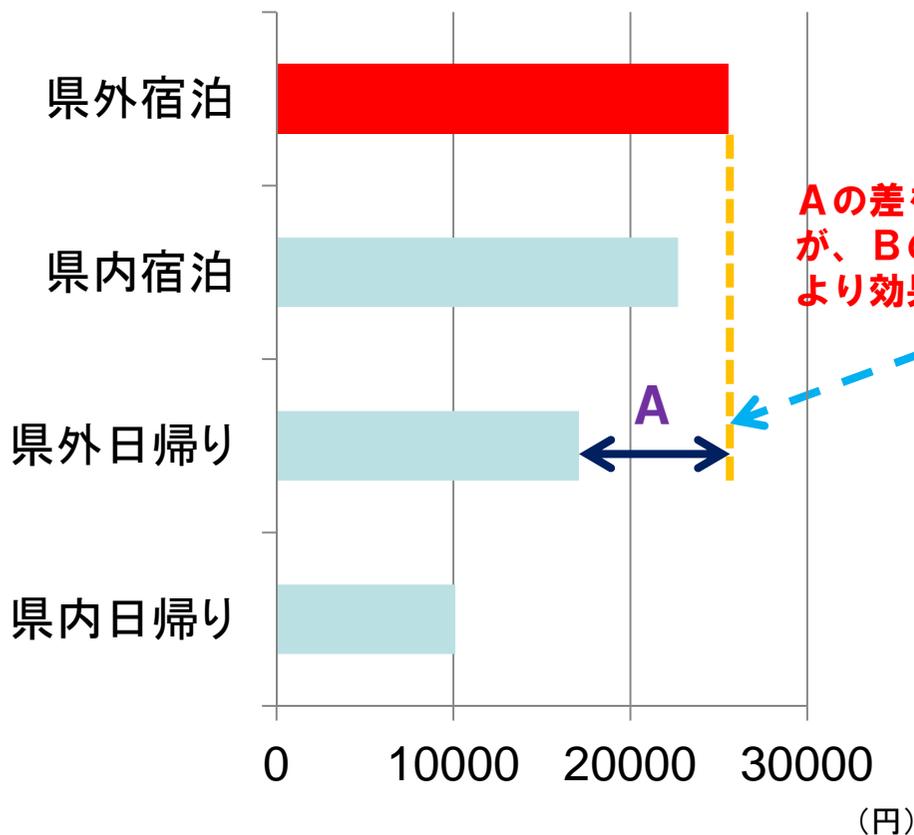


※) 数値は日本人観光客のみ

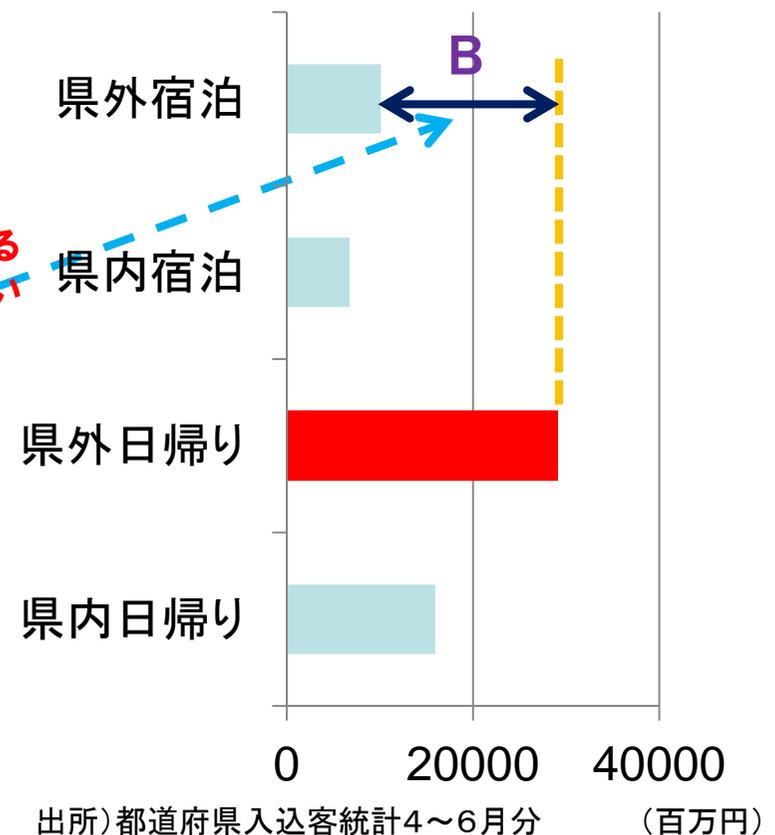
活用事例3. 「地元にお金を落とすセグメントがわかります」

- E県における消費単価が一番高い観光客は「県外からの宿泊客」。
- ただし、総額レベルでは、「県外日帰り客」の額が「県外宿泊客」のその約2.7倍となっている。
- 県外日帰り客の単価は県外宿泊客単価の約67%にとどまっていることを鑑みると、県外宿泊客の増加よりも、県外日帰り客の単価増をはかる施策の方が、当座は即効性のある経済効果が見込まれる。

E県における観光客の消費単価



E県における観光消費額



活用事例4. 「他県に比較し消費単価で競争優位な層がわかります」①

近畿3県における観光客の消費単価

出所) 都道府県入込客統計4~6月分

	宿泊(単位:円)		日帰り(単位:円)		A/B	C/D	A/C	B/D
	県外(A)	県内(B)	県外(C)	県内(D)				
兵庫県	22,843	22,144	4,615	3,055	1.032	1.512	4.950	7.248
奈良県	27,791	17,032	4,940	2,829	1.632	1.746	5.626	6.021
和歌山県	28,442	18,344	9,375	4,032	1.550	2.325	3.034	4.550

A/B=宿泊客の内、県外宿泊客がもたらす消費額が多い比率

高ければ高いほど**宿泊客は県外から誘致**した方が単位あたり経済効果大きい。

C/D=日帰り客の内、県外日帰り客がもたらす消費額が多い比率

高ければ高いほど**日帰り客は県外から誘致**した方が単位あたり経済効果大きい。

A/C=県外客の内、宿泊客がもたらす消費額が多い比率

高ければ高いほど、**県外客は宿泊観光客として誘致**した方が単位あたり経済効果大きい。

B/D=県内客の内、宿泊客がもたらす消費額が多い比率

高ければ高いほど、**県内客は宿泊観光客として誘致**した方が単位あたり経済効果大きい。

※) 数値は日本人観光客のみ

活用事例4. 「他県に比較し消費単価で競争優位な層がわかります」②

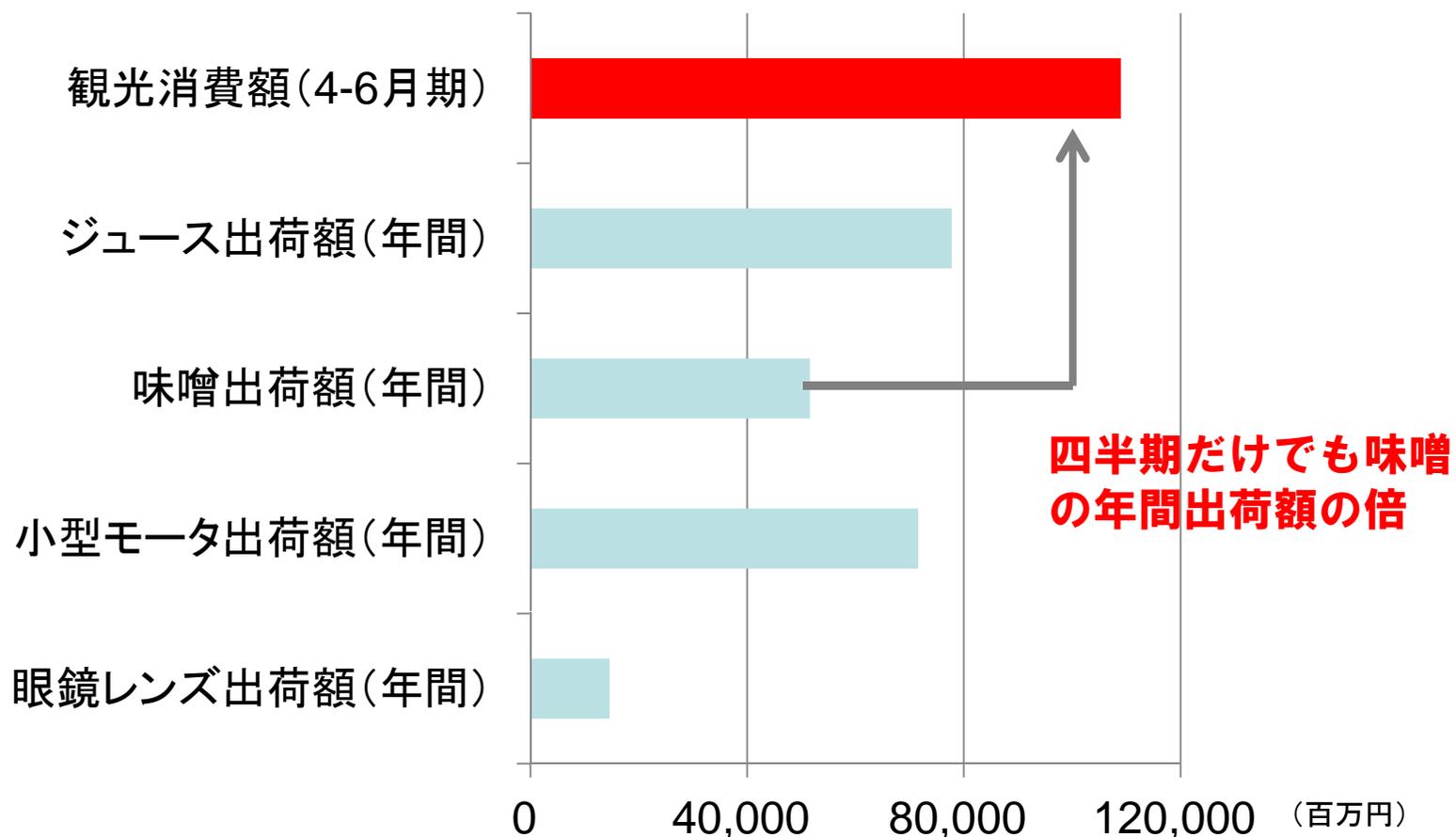
- 同じ近畿の自治体でも、観光客の消費行動は異なる。
- 隣接した県が、競争優位な施策を打つためには、消費単価やボリュームゾーンが他県のそれと比較して優位なセグメント層を増やす施策を打つことが効果的である。

県	傾向	当該セグメントを増やす方向性(例)
兵庫県	県内宿泊客の消費単価が相対的に大きい。	•都市滞在型レジャーの促進 •安近短型商品開発
奈良県	県外宿泊客の消費単価が相対的に大きい。	•宿泊施設の整備 •県外客を対象とした滞在型商品の開発
和歌山県	県外日帰り客の消費単価が相対的に大きい。	•県外からのアクセス向上 •ワンストップで気軽に楽しめる観光地の整備

活用事例5. 「観光産業の規模感を相対的に把握できます」

- 長野県における観光消費額は、第一四半期分だけでも、長野県の代表的な産業の年間出荷額を上回っている。

観光消費額と長野県が全国一位を誇る産業との規模観比較



※)本表は需要サイドと供給サイドの数値を比較しているためあくまで規模感の参考である。

活用事例6. 「都道府県観光経済に関する様々な指標がわかります」

- 観光入込客統計を基にした各種指標は以下の通りである。

都道府県	人口1人あたりの観光客数(人)	人口1人あたりの観光消費額(万円)	民間最終消費支出に占める観光支出割合(%)	観光客密度(1km ² あたりの観光客数・人)
長野県	4.2	5.0	2.6	662
兵庫県	2.7	1.8	0.9	1798
和歌山県	2.7	3.4	1.8	572
奈良県	3.6	2.8	1.5	1357
A県	2.9	3.6	1.8	1529
B県	2.2	2.4	1.3	241
C県	4.2	5.0	2.6	662
D県	4.6	3.5	1.9	913
E県	3.8	5.5	3.1	477