
II 着地型旅行の市場概要

1) 推定市場規模の算出方法

推定市場規模の算出にあたっては、観光庁が2011年3月に発表した「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」における国内観光消費の算出方法に一部準じる形で算出した。
算出方法は以下の通りである。

【利用した資料】

- 資料A: (本事業における) 運営者アンケート結果
- 資料B: (本事業における) 消費者アンケート結果
- 資料C: 2011年度 日本の統計 (総務省) から日本の人口

【算出方法】

- ①: 運営者アンケート (資料A) のQ1着地型旅行参加人数と売上高から1運営者の1人あたりの推定単価を算出。なお、単価0円は市場に関与しないとして削除。
- ②: 1円以上の単価を持っている運営者の偏差値頻度分布を作成。
異常値排除のため上限/下限の5%ずつの運営者を削除。
- ③: 削除後の80%の運営者の推定単価の平均値を算出。
- ④: 平均値を日本の20~79歳までの人口 (資料C) に乗じた。
- ⑤: 消費者アンケート (資料B) の結果から着地型旅行への参加者比率を算出。
参考: 資料Bは対象が20~79歳であるため、19歳以下と80歳以上の参加率は、20~79歳のそれらに補正係数を乗じて推計した。補正係数は、『第9回 全国旅行動態調査』(国土交通省) によるものである。
- ⑥: 上記⑤で算出された参加者比率を上記④の数値に乘じ、推計市場規模 (全体) を算出。
- ⑦: 着地型旅行の各カテゴリー別市場規模は、資料AのQ6の運営者のカテゴリー別売上高シェアから各カテゴリー別シェアの平均値を算出した。
- ⑧: 各カテゴリーのシェア (百分率) は小数点第一位 (第二位四捨五入) まで算出し、その比率を上記⑥の推計市場規模に乘じることにより算出した。したがってカテゴリー別の推定市場規模には千万単位・百万単位の端数が生じている。

2) 推定市場規模の算出(具体的数字)

推定単価=12,783円

売上高と商品参加人数を回答している601運営各社 (資料A) の参加者1人あたりの売上高 (単価) を算出

→算出された単価を偏差値頻度分布分析を実施し、上位5%と下位5%の運営者を異常値排除のために削除→残された533運営者の単価合計を533で割ることにより推定単価を算出

最近1年間着地型旅行に参加したことがある国民のべ数=2,589,853.63人

20~79歳国内人口 (資料C) に最近1年間に着地型旅行に参加したことがある人 (のべ人数) の比率を乗じる (資料B)

=96,523,400人×2.7%=2,589,853.63人

市場規模=33,100,000,000円

推定単価×最近1年間着地型旅行に参加したことがある国民のべ数

=12,783円×2,589,853.63人=33,107,113,166.81円

→推定数字なので1千万単位以下を四捨五入

※カテゴリー別市場規模算出方法

①カテゴリー別推定シェア

市場規模算出のときに算出した533運営者を対象に、1運営者ごとに各カテゴリー別売上高シェアから売上高を算出した。そのカテゴリー別売上高をそのカテゴリーに参入している運営者の売上高を合計し、533運営者における各カテゴリー別シェア (%) を算出した

②カテゴリー別市場規模

市場規模 (331億円) ×カテゴリー別の推定シェア=カテゴリー別の市場規模=次頁表A

アンケート結果から推定する着地型旅行の市場規模

着地型旅行の年間の推定市場規模（売上高ベース）は、331億円（259万人の参加、5,500運営者 ※算出方法は前頁参照）あまりと推定される。着地型旅行で最も市場が大きいのは産業観光の分野で32.1%、最も小さい市場はヘルスツーリズムで12.1%であると推定される。

個人事業主も含め運営者1社あたりの売上高は年間約600万円。なお、着地型旅行は、国内の旅行市場規模23兆9,040億円（2009年のデータ：出所「2011年3月旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」）の0.15%程度。

表A: 着地型旅行市場規模(推計)

	(単位:百万円)	シェア
【比較データ(2009年度)】 国内観光消費=国内市場規模	23,904,000	-
【比較データ(2009年度)】 日帰り旅行市場規模	5,498,000	-
年間推定市場規模	33,100	100.0%
産業観光合計	11,264	32.1%
工場見学	5,184	14.8%
歴史的遺構の見学体験	6,079	17.3%
グリーン・ツーリズム	4,826	13.8%
エコツーリズム合計	5,939	16.9%
自然観察	4,187	11.9%
環境保全作業	1,751	5.0%
ヘルスツーリズム	4,258	12.1%
文化観光合計	5,893	16.8%
伝統文化体験	4,686	13.4%
現代文化体験	1,207	3.4%
その他	2,920	8.3%

【参考値】

運営者の平均売上高 = 600万円/年
※前頁の異常値排除をした533運営者の平均売上高を
十萬円の位で四捨五入

運営者の平均商品数 = 150商品/年
※前頁の異常値排除をした533運営者の平均商品数を
一の位で四捨五入

注1) 修学旅行など小学生、中学生、高校生などが行う教育旅行に含まれる着地型旅行は市場規模には含まれない。

注2) 産業観光には、旅行業者等以外が実施する工場見学(例:●●重工業が自社××工場の工場見学を募集・実施する)などは市場規模に含まれない。

注3) ヘルスツーリズムにおいて、企業などが福利厚生の一環として行うようなBtoB商品のヘルスツーリズムは市場規模に含まれない。

注4) 当該報告書においてヘルスツーリズムに含まれる範囲は、前述の定義のとおり、「心身の癒しと健康の増進・保持」すなわち健康増進(一次予防)と「健康の回復」いわゆるリハビリテーション(三次予防)である。

表B: 推定参加人数

	参加人数 (単位:人)	シェア
年間推定市場規模(参加者)	2,590,000	100.0%
産業観光	1,635,789	63.2%
グリーン・ツーリズム	506,316	19.5%
エコツーリズム	555,000	21.4%
ヘルスツーリズム	404,079	15.6%
文化観光	1,309,605	50.6%
その他	827,632	32.0%

表C: 運営者別推定売上高と推定運営者数

	参入運営者別 市場規模 (単位:百万円)	シェア	参入運営者数	シェア	平均売上高 (単位:万円)
合計	33,100	100.0%	5,500	100.0%	601.8
企業	29,827	90.1%	2,745	49.9%	1,086.5
自治体	1,447	4.4%	1,013	18.4%	142.9
観光協会系	535	1.6%	352	6.4%	151.9
NPO・NGO	544	1.6%	154	2.8%	353.0
個人	233	0.7%	843	15.3%	27.6
その他	514	1.6%	393	7.1%	130.7

3: 着地型旅行の推定市場規模と推移

1) 推定市場規模の推移

市場規模の推移は、参入している運営者（5年前から参入している運営者）によると、横ばいから増加の選択率が過半数を上回ることから緩やかに市場は拡大していると推測できる（表D）。

増加していると回答している運営者は観光協会系、NPO・NGO法人が多い。しかし地方自治体やNPO・NGO法人では売上高を把握していない運営者も35%以上存在している（表E）。

年間売上高100～500万円未満の運営者のうち28.8%が売上高を拡大と回答している（表F）。

表D: 着地型旅行市場に5年前から参入している運営者の売上高推移

	増加		微増		横ばい (ほぼ横ばい未満の増減)	微減		減少		把握していない	増加+微増+横ばい
	伸び平均的に10%以上	10%未満の伸びである	5%未満の伸びである	2%未満の伸びである		5%未満の減少である	2%未満の減少である	減少している	10%以上の減少である		
産業観光合計	7.3%	5.5%	8.4%	9.5%	23.9%	3.7%	0.7%	9.5%	3.8%	27.6%	54.7%
工場見学	8.2%	5.6%	7.4%	8.7%	21.6%	4.3%	0.9%	10.8%	3.5%	29.0%	51.5%
歴史的遺構の見学体験	6.6%	5.4%	9.2%	10.1%	25.6%	3.2%	0.6%	8.5%	4.1%	26.6%	57.0%
グリーン・ツーリズム	8.7%	6.1%	8.7%	7.0%	26.1%	2.2%	0.0%	7.0%	3.9%	30.4%	56.5%
エコツーリズム合計	7.4%	7.4%	7.2%	9.5%	25.3%	3.8%	0.3%	6.6%	2.6%	29.9%	56.8%
自然観察	7.2%	9.0%	5.9%	8.1%	26.1%	3.6%	0.5%	6.8%	3.2%	29.7%	56.3%
環境保全作業	7.7%	5.3%	8.9%	11.2%	24.3%	4.1%	0.0%	6.5%	1.8%	30.2%	57.4%
ヘルスツーリズム	5.7%	9.4%	5.7%	10.9%	21.9%	4.7%	1.6%	9.4%	4.2%	26.6%	53.6%
文化観光合計	8.3%	6.8%	8.1%	9.9%	22.9%	3.1%	0.5%	6.3%	4.7%	29.4%	56.0%
伝統文化体験	7.8%	6.5%	7.8%	8.2%	24.2%	3.3%	0.7%	7.2%	4.2%	30.1%	54.6%
現代文化体験	10.3%	7.7%	9.0%	16.7%	17.9%	2.6%	0.0%	2.6%	6.4%	26.9%	61.5%
その他	12.3%	8.5%	8.5%	6.9%	23.8%	2.3%	0.0%	6.2%	4.6%	26.9%	60.0%

表E: 運営者別の売上高推移

	売上高が5%以上拡大(増加)	売上高横ばい	売上高が5%以上縮小(縮小)	売上高把握していない	増加事業者が縮小事業者との比較(増加-縮小)
合計(運営者)	12.1%	45.0%	12.1%	30.8%	-
会社	9.9%	46.7%	15.9%	27.5%	-6.0%
地方自治体	10.3%	43.1%	6.0%	40.6%	4.3%
観光協会系	27.0%	35.1%	13.5%	24.4%	13.5%
NPO・NGO法人	35.7%	28.6%	0.0%	35.7%	35.7%
個人で行っている(自営)	12.4%	54.6%	11.3%	21.7%	1.1%
その他	11.1%	31.1%	6.7%	51.1%	4.4%

表F: 売上高規模別の売上高推移

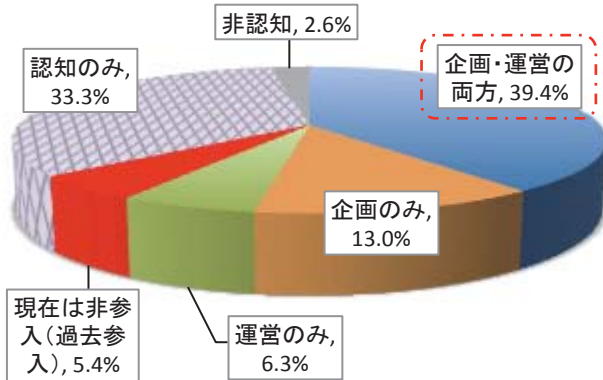
	売上高が5%以上拡大(増加)	売上高横ばい	売上高が5%以上縮小(縮小)	売上高把握していない	増加事業者が縮小事業者との比較(増加-縮小)
50万円未満	12.3%	30.0%	25.4%	34.8%	-13.0%
50万～100万円未満	11.0%	11.0%	15.5%	11.6%	-4.5%
100万円～500万円未満	28.8%	26.5%	16.9%	26.8%	11.9%
500万～1,000万円未満	8.2%	10.7%	12.7%	9.8%	-4.5%
1,000万～2,000万円未満	12.3%	8.9%	5.6%	5.4%	6.7%
2,000万～5,000万円未満	11.0%	5.8%	12.7%	6.3%	-1.7%
5,000万～1億円未満	9.6%	2.3%	5.6%	0.9%	4.0%
1億円以上	6.8%	4.9%	5.6%	4.5%	1.2%

2) 推定市場規模に関わるその他のデータ(参入の仕方、商品単価)

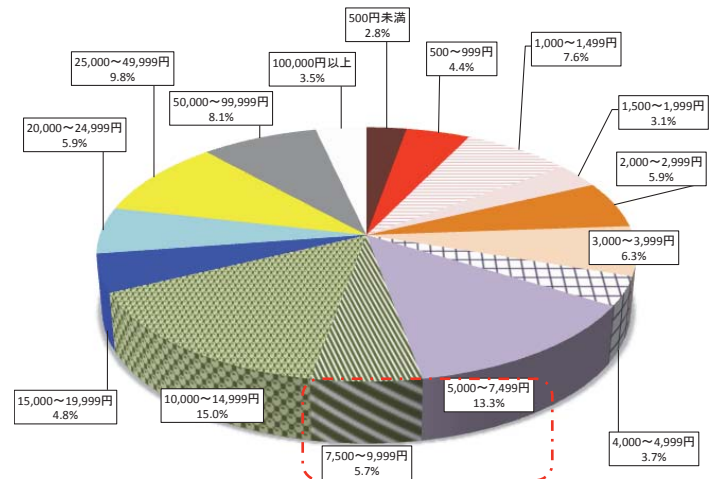
最も多い参入の仕方は、「企画・運営の両方」を実施している運営者で39.4%である。

消費者アンケートによると着地型旅行旅行商品の単価は、5,000~9,999円のところが最も多い(グラフC)。運営者の商品数も同じ価格帯が最も多く20%程度である(グラフB)。運営者別の平均商品単価は、企業と個人が高く、自治体、NPO・NGO、観光協会が低く、差は8,000円程度ある(表G)。

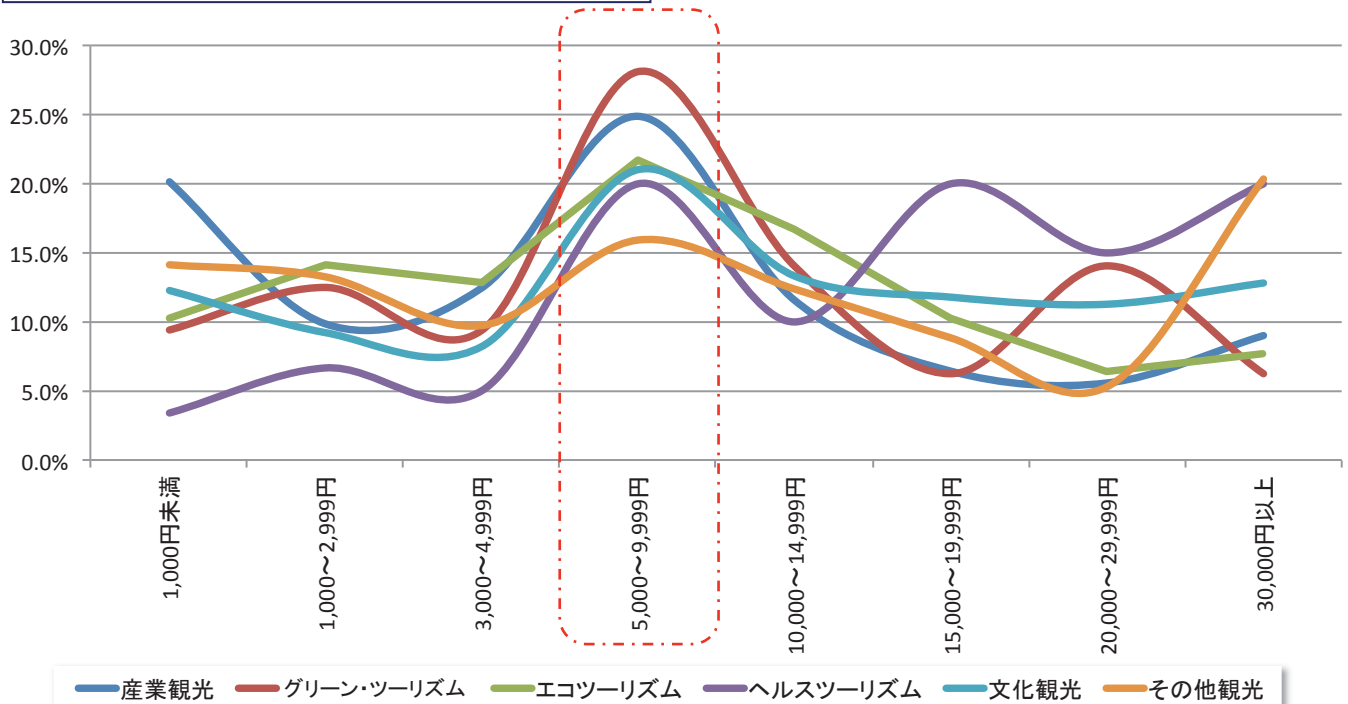
グラフA: 参入の仕方



グラフB: 平均単価帯比率



グラフC: 消費者の参加価格帯



表G: 運営者別の平均商品単価(催行商品のみ)

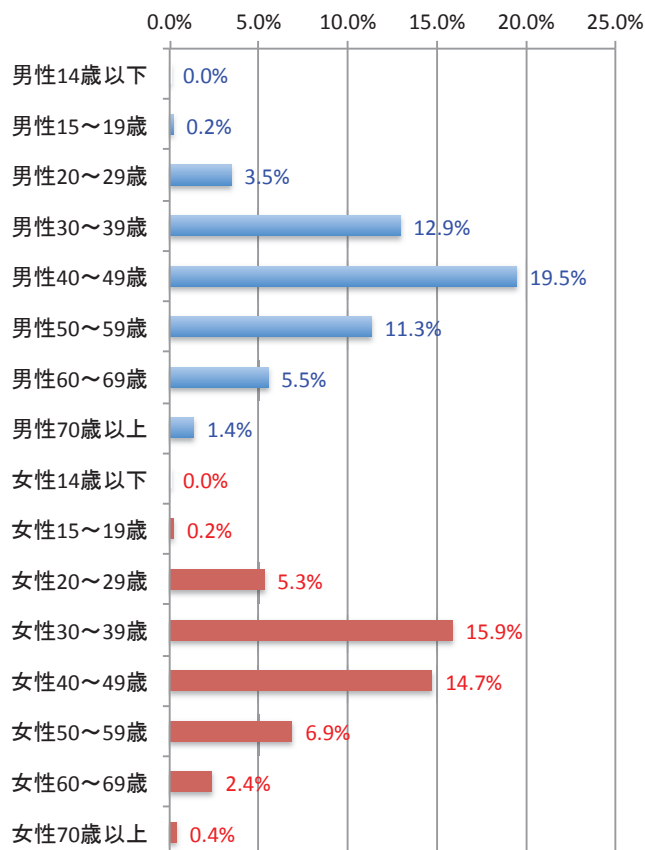
	全体	企業	自治体	観光協会系	NPO・NGO	個人
平均ツアー単価(円)	12,783	12,697	4,734	3,931	5,328	13,048

2) 推定市場規模に関わるその他のデータ(消費者アンケート回答者の状況)

表Eの青字の回答者(上から4段目まで)を本アンケートのサンプル候補者とし、男性都市部、男性地方、女性都市部、女性地方の4割付で各350人ずつ合計1,400人を無作為抽出を行い、本アンケートのサンプルとした。

グラフD: 消費者アンケート回答者総数

	回答者総数 (人)	比率
全体	19,194	100.0%
男性合計	10,411	54.2%
女性合計	8,783	45.8%
男性14歳以下	-	0.0%
男性15~19歳	38	0.2%
男性20~29歳	663	3.5%
男性30~39歳	2,483	12.9%
男性40~49歳	3,734	19.5%
男性50~59歳	2,173	11.3%
男性60~69歳	1,059	5.5%
男性70歳以上	261	1.4%
女性14歳以下	-	0.0%
女性15~19歳	43	0.2%
女性20~29歳	1,019	5.3%
女性30~39歳	3,046	15.9%
女性40~49歳	2,825	14.7%
女性50~59歳	1,317	6.9%
女性60~69歳	458	2.4%
女性70歳以上	75	0.4%



表E: 参加経験者・興味者の比率とアンケート回答者人数

	職業排除 済み人数 (人)	比率	アンケート対象者
全体	18,729	100.0%	
何度も参加したことがある	1,087	5.8%	本アンケート参加対象
1度だけ参加したことがある	813	4.3%	本アンケート参加対象
まだ参加したことはないが、 参加する予定である	156	0.8%	本アンケート参加対象
参加したことはないが、興味がある (参加してみたい)	5,151	27.5%	本アンケート参加対象
知っているが参加したいとは思わない (興味がない)	2,299	12.3%	興味がない理由のみ アンケートに回答
このような旅行を知らなかった	9,223	49.2%	除外

※「参加したことはないが参加する予定である」と回答した回答者は具体的に参加日時が決まってい人数も少ないため、後ほど記載している消費者の構造では、「参加経験者」として扱っている。