



「観光地域経済調査」

～「地域にとって観光って重要ですか？」という質問に、あなたは答えられますか？～

今回は、観光庁でも出来たてホヤホヤ、少しチャレンジングな観光統計をお届けいたします。
その名もズバリ、「観光地域経済調査」と言います！

ココで質問です。

皆さんがある地域の観光行政の担当者だったと仮定します。その地域の住民の方から、「観光産業って経済的に重要なの？」とか「観光客が減ると大変って良く言うけど、地域経済にとってどんな影響が出るの？」って質問されたら、どう答えますか？

・・・・・・・・なかなか答えるのが難しい質問ですよ。

これに答えるためには、「観光地域単位」で、「観光産業の事業所」に対して「観光客が支払うおカネ」（少し専門的にいうと「観光需要」）の流れる先等が分かるデータが必要になります。

しかし、今まで、これらを示す客観的なデータは探すのが難しい状況でした。

- ⊖ 「観光地域」という狭い地域単位でのデータがない
- ◇ 良くある統計データは、線引きのしやすい現行の都道府県・市町村区域単位でのデータが多い。
- ⊖ 観光は幅広い産業分野に影響するため、「観光産業」の定義が難しい。
- ◇ 日本標準産業分類でも「観光産業」という分類は存在しない。
- ⊖ 「観光客が支払うおカネ」の割合や流れが分からない。
- ◇ 「観光客」の判別等が難しい。

このような状況を何とかしたいという思いから生まれたのが「観光地域経済調査」です。

本調査では、調査対象地域として出来るだけ詳細な地域で分析が行えるように、現行ではなく昭和の大合併が起こる前（昭和 25 年当時）の旧市町村地域単位を採用し、調査対象産業も UNWTO（世界観光機関）が定める国際的な基準に従って分類される産業を中心に選んでいます。

本調査は、平成 22 年度に試験調査、平成 23 年度に予備的調査（試験調査の第二弾）、そして今年度（平成 24 年度）に本格実施する運びとなりました。

では、この調査からどのようなことが分かるのか、平成 23 年度に実施した予備的調査の結果を利用して、見ていきたいと思えます。

（今年度の本格調査は、今まさに実施中ですので、残念ながら調査結果を利用することができません。しかし、予備的調査の結果で示される内容もほぼ同様のものです。）

今回ご紹介する地域を仮に「A 観光エリア」とします。

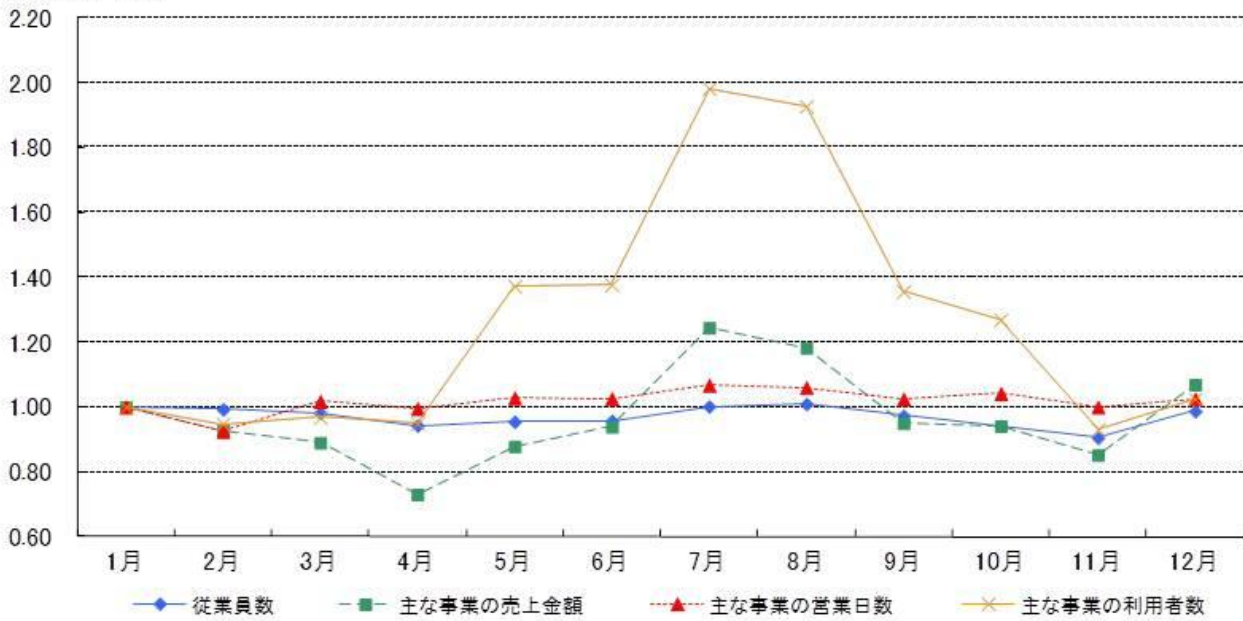
このエリアは、気候的には冷涼、酪農に代表される農業が盛んで、体験型の観光でも賑わっている観光地域です。映画ロケ地としても有名になりました。

では、A 観光エリアの調査結果を具体的に見ていきましょう。

1. どの季節に売上や利用者が多いか？

- ◇ 季節による観光の繁閑期や各時期の従業員数の状況等の関係が読み取れます。

(指数1月=1.00)



このグラフは1月を1.00として、1年間の売上や従業員数等の季節変動を表したものです。

グラフを見ると、「従業員数」と「主な事業の営業日数」は年間を通じて一定しているのに対し、「主な事業の売上金額」と「主な事業の利用者数」は7月、8月に大きく増えています。このエリアは相対的に涼しいため、夏に過ごしやすく、また夏場に野外イベントもあるため、利用者数が増えているものと思われます。

ただ、利用者数の伸びほどには売上金額が伸びていませんので、観光客の「消費単価」が低い傾向があるとも言えます。

2. 各事業の観光客向け売上の割合はどれくらいか？

◇ 各事業間の観光比率を比較することで、地域の観光の特徴（観光客の行動パターンなど）を把握して、地域の観光事業の目指すべき方向を考えることができます。

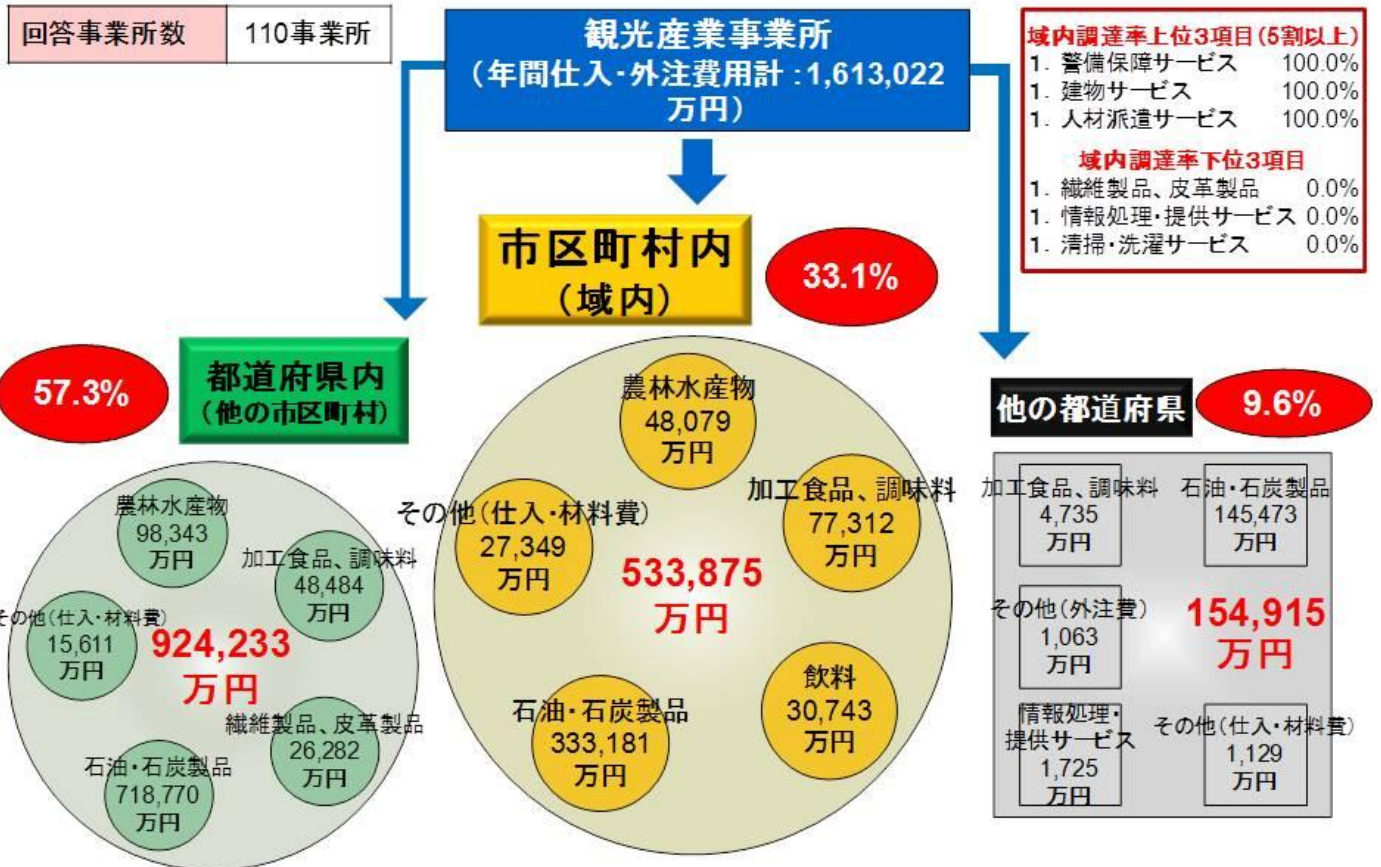
代表地域		全体	小売業	旅客運送事業	物品賃貸事業	宿泊事業	飲食サービス事業	生活関連サービス、娯楽事業	社会教育事業
全国	主な事業の売上(百万円)	5,151,082	2,861,539	423,935	100,895	417,630	778,564	462,627	74,526
	観光売上(百万円)	1,276,492	257,465	137,803	53,067	286,370	143,642	348,158	45,938
	(観光売上割合)	(24.8%)	(9.0%)	(32.5%)	(52.6%)	(68.6%)	(18.4%)	(75.3%)	(61.6%)
A観光エリア	主な事業の売上(百万円)	27,723	20,186	1,373	785	2,940	2,416	0	0
	観光売上(百万円)	7,406	3,646	105	323	2,389	943	0	0
	(観光売上割合)	(26.7%)	(18.1%)	(7.7%)	(41.2%)	(81.2%)	(39.0%)		

この表は、観光に関連する各事業の売上金額と、それに占める観光客向けの売上金額の割合を表したものです。

A観光エリアのデータを見た瞬間に目に付くのは、「宿泊事業」（ホテル、旅館など）の観光売上割合の高さです。81.2%で、その他の事業に比して高くなっています。ここから、この地域の特徴として観光客の多くがホテルの中で飲食し、お土産を買う反面、市中を回遊して飲食や買い物をする機会が少ないのでは、という見方ができるかもしれません。

3. 地域内での調達比率はどれくらいか？

◇ 事業所の仕入れ・外注費用項目の地域内調達率を把握することで、地産地消の観点などから、重点取組分野を考えることができます。



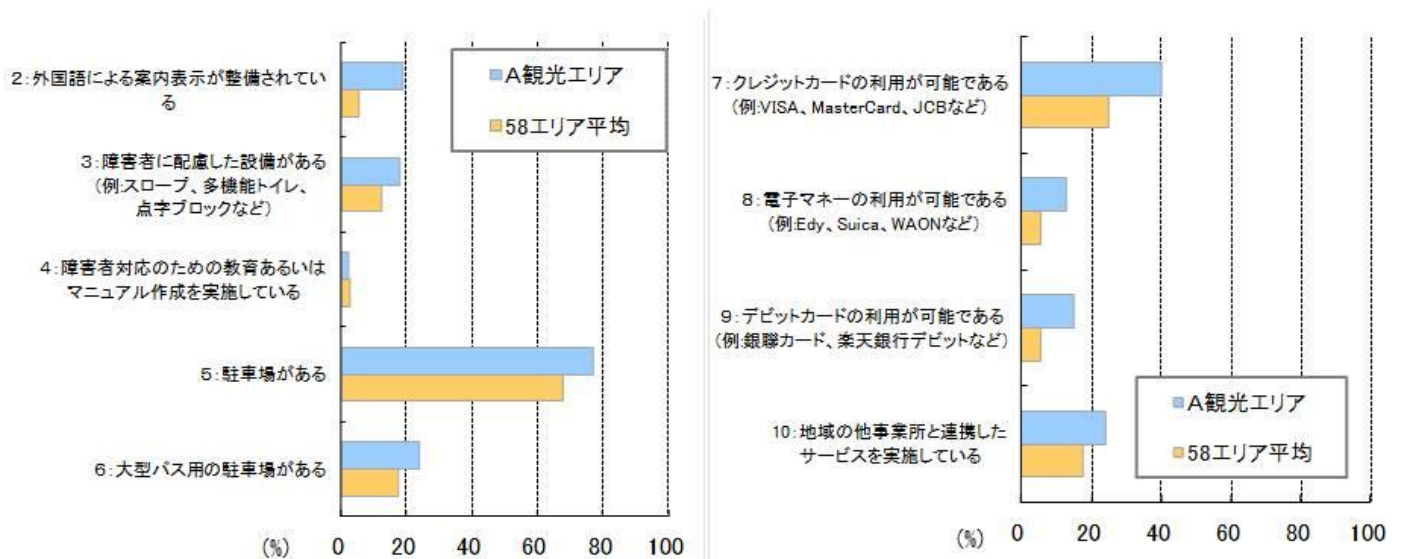
この図は、地域で使われたお金がどの程度、同じ地域内に循環しているのかを表しています。

金額自体ではなく割合 (%) の方をベースに見ると、A観光エリアで使われたお金(仕入れ・外注費用)の33.1%が同じ市内に流れていることが読み取れます。これは、例えて言うならば、その地域で観光客が1万円のお金を落とした場合、約3,000円が同じ市内に落ちており、約7,000円相当が市外に流出している、という見方ができます。

また、各費用項目に注目して見ると、「加工食品、調味料」が比較的高い比率で同じ市内から調達出来ているのに対し、「農林水産物」は市外からの調達の比率が高くなっています。農業が盛んな地域であるので、積極的に地元食材を利用して加工食品に取り組むことで、全体的な地域内調達率が更に高くなって地産地消が進む、という方向性も考えられるかもしれません。

4. サービスや広告の提供・実施状況はどうなっているか？

◇ 地域の事業所の各種サービスの提供状況、広告・マーケティングの実施状況が把握できます。



本調査では各事業所にサービスの提供状況(電子マネー、銀聯カードの利用状況など)や広告の実施状況(観光ガイドブックへの掲載、facebookやTwitterなどのSNSプロモーションなど)、ダイレクトマーケティングの実施状況(顧客名簿の有無、割引券・クーポンの発行・提供など)もヒアリングしています(全部で23の選択肢で聞いています)。上の図

は、そのヒアリング状況の一部を図示したものです。ここからは、A観光エリアでは、「2：外国語による案内表示が整備されている」、「7：クレジットカードの利用が可能である」、「9：デビットカードの利用が可能である」などが、予備的調査の実施 58 エリアの平均と比較して高いことが伺えます。また、他の個別の地域と比較することで、その地域との実施状況の違いなども把握できます。この調査では、地域のお金の流れだけでなく、観光への取組状況も分かるので、u 観光政策立案の際に、「打つべき手」が見えてきます。v どの分野をテコ入れすれば、地域にお金が環流するのかが見えてきます。今回のコラムでは、「観光地域経済調査」の調査結果データから読み取れることの一例をご紹介します。この他にも、ここでは紹介しきれなかった調査結果もあります。また、本調査の調査結果については、平成 25 年度中の公表を予定しており、平成 26 年度以降には総務省・経済産業省が実施する「平成 24 年経済センサスー活動調査」の調査結果を利用してマッチングを行い、更に精度高く・深掘りした調査結果についても公表を予定しています。今回ご紹介した平成 23 年度の予備的調査の結果や、平成 24 年度の本格調査の状況については、観光庁ホームページ (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/kouzou.html>) にもアップしていきますので、また随時ご覧いただければと思います。本調査は、自地域の現状を把握し、他の地域とのベンチマーキングに使用することで、地域の観光関係者による観光振興や、事業所によるマーケティングなどに活用していただくことを目指しています。是非、ご活用ください！ 今回のコラムで使用した統計は、．．「観光地域経済調査」

【執筆者】観光庁 観光経済担当参事官付 櫻本義人