

第13回 観光統計の整備に関する検討会

1. 日 時 平成29年6月30日（金） 16:00～18:00
2. 場 所 中央合同庁舎第2号館 1階 共用会議室1
3. 参加者 鎌田委員、清水委員、菅委員、土屋委員、兵藤委員、山内委員、
山本委員、西郷委員（オブザーバ）
観光庁 瓦林審議官、齊藤調査室長
4. 議 題 (1) 訪日外国人消費動向調査の見直しについて
(2) 旅行・観光消費動向調査の見直しについて
(3) その他

5. 議事概要

(1) 訪日外国人消費動向調査の見直しについて

- 二相抽出で、1回訪問地を聞いて、もう1回、泊数や費用を聞くという方法は、回答者にとって負担になるのではないか。今回はこの方法でやってみて、調査員の方へのヒアリングにより様子を把握し、その結果により、今後、改良していく必要があるのではないかなと思う。
- リピーター誘致という観点から、調査票Aの設問では、何回来たかという回数しか聞いていない。都市に来て次は地方に行きたがるとか、周遊して今度はスポット的に行きたがるかといった経験則の話をよく聞かすが、そのような実態を捉えられていないように思われる。実際にそのような傾向があるのか、また、次回、来るとしたら何をしたいかといったことと紐づけされると、プロモーションのターゲティングにつながってくると思われる。もう少し、そのような何に使うのかというところと絡めて考えなくてはいけないと思う。
- B調査ではリピートの詳細を質問していないが、B調査で捉えた出現率の低い訪問地とA調査のリピートの詳細を紐づけることができない。B調査でも同様の質問をした方がよいのではないか。
- ラウンジ利用について、恐らく観光目的よりもビジネス目的が多く、結局、ビジネス目的ではどのぐらい消費に時間をとれたかといったところが核心という感じがする。ビジネス目的と観光目的の割合を確認しておいた方がよいと思う。恐らく、ビジネス目的ではないのにラウンジを使う人は、相当羽振りがよいと思われるが、仕事で頻繁に訪日している人がビジネス目的に入っているだけでは、そんなにお金を使っていない可能性がある。属性をチェックした上で、観光目的の割合がどのぐらいあるかということを確認した上で、判断した方がよい。
- A調査とB調査とでは設問が微妙に異なっており、例えば、A調査では同行者につ

いての設問があるが、B調査ではない。A調査とB調査の対応表のようなものがないと整合性の観点からの議論が難しい。

- A調査は、今までの調査の継続として、費目を細分化し、全国単位で費目別の消費をより細かくとるとい調査になっており、B調査は、費目の細かさは捨てて、全額が都道府県にどう配分されたかをとるとい調査になっている。普通に考えると、Aをコントロールトータルとし、Bは比率側として使うことと思うが、B調査は国でやるべきかという疑問がある。現状を考えて、地域でやるのが難しい部分について、地方創生などの観点から国が少し補助するとい調査になっている。調査の持続性といった観点もあると思うが、基本はA調査にあると理解している。ただし、折角やるのであれば、B調査をうまくA調査と絡めて使いこなすとい観点から、何か決定的に抜け落ちていないところがないかといが論点ではないかと思う。
- A調査、B調査共に無作為抽出ではないので、両調査の利用方法とい観点では、構成比として利用するといのが一つの考え方ではないか。
- 両調査の整合性とい点で、ポイントとなるのは、合計値が一緒になるべきといことだろうか。その場合、A調査とB調査の合計のどちらの精度が高いかといことで、また、合計額だけで合わせればいいのかといことがある。さらに、CIQ出口調査をベンチマークにできるのであれば、これとA調査をベンチマークとしてB調査を合わせるとい方法もあり得ると思う。
- 公表のときに、一般の利用者を混乱させる必要はないので、金額を出さないで構成比をうまく出す、あるいは、最後の推計値だけ出すとい方法も考えられる。
- 二相抽出の調査票について、ロングフォーム、ショートフォームといって、最初から調査票が別の形で行われることはあるが、これはそのような設計とはちょっと違う。その場で調査票を配り分けようとする、かえって混乱するといところからこのような構成になっているかとは理解したが、そうではあっても、回答する側にどこまで書いたらいいのかわかるような形になっているほうがよい。

(2) 旅行・観光消費動向調査の見直しについて

- 目的地の数について、宿泊せずに日帰りで訪問する県の消費額が把握できないので、それを分離したいといことで改良している。そのような県は2県以上ないと思われるので、1県分で十分ではないか。
- 旅行しなかった理由について、以前から同様の分析がされた結果、若い男性がゲームを理由に行かない、やや高齢の女性が園芸を理由に行かない、とい傾向がきれいに出ている。働き方改革で時間の余裕ができると観光は増えるだろうとは思いますが、先述のゲームやる若い男性と園芸をやるやや高齢の女性は、働き方改革やっても旅行しないのではないか。なお、若い男性については、アニメの聖地巡礼などにより旅行することも考えられる。また、やや高齢の方については、介護などがあるとやはり旅行しないことが想定される。そのような要因がわからないと、旅行客を増やすことはできない。旅行に行かなかった人は8割位いて、サンプルは多いので、精度も高いはずであるので、ぜひ研究していただきたいと思う。
- 調査対象者のローテーションについて、理想的にはやはり案③の四半期毎に換わる

方式が望ましいが、住基からの情報取得の問題、また、調査期間中に引越が起こるという問題もある。6月であれば、最初のフレッシュな状態であることから回答してもらえたと期待できる。問題は、後の月になると回収率が落ちるので、回答してもらうために何を削るのかということだと思うが、非常に難しい。削れる項目はあまりなく、厳しいと思うが、回収率が年2回調査の時に比べて10%低下した部分をどうやって楽にするかということについて、もう少し工夫が要るのかもしれない。

- 回収率について、1回目は40%の回答を得られるのであれば、案③の四半期毎に換わる方式であれば、常に1回目は季節ごとにばらつくため、クオリティーの向上が期待できる。
- インターネットによる回答について、2015年の大都市交通センサスにおいてスマホ・タブレットによる回答を導入したところ、PCの回答のみ可能であった2010年調査時は12%位であったインターネットによる回答率が、2015年では27%に増加した。かなり効果があると思われる。調査票を見て、長い目的地別の品目は、例えば、交通費、娯楽サービス、買い物の3つ位の表に分けてやれば、何とかスマホでも対応可能ではないか。検討いただければと思う。また、スマホにより調査すると、どこの質問項目で脱落したとか、そういったことも分かる。だからその調査票の聞き方やレイアウトなどを、それを参考に改善することが可能となる。
- グループ分けローテーションについて、何か主として使いたいデータに対して、そのデータの精度を一番担保しようと思うときにどの案がいいのかという論点もあると思う。オペレーションから見ると、第1回調査に過去6ヶ月分の旅行回数を調査する方式が妥当かもしれないが、この方法を採用したときに、ここからとる主として使いたい大事データの精度が実は落ちてしまうということになると本末転倒であるので、その点はチェックしたほうがよいと思う。
- 目的地について、訪日外国人の調査では都道府県を答えられないだろということで訪問地名の回答を許容しているが、日本在住者の調査では都道府県くらいは回答できるだろうということで都道府県単位にしていると思う。しかし、例えば、観光圏のような政策があり、県の中の一部とか、または、複数県にまたがるようなものがあるのに、都道府県別の答えさせ方をしているというのは、もったいないように感じる。都道府県単位ではなく、観光地別、例えば、同じ日に、八ヶ岳の山梨県側に行って、その後、富士五湖に行ったとする。すると、行っている訪問地は2ヶ所であるが、調査票を見たときに、同じ山梨県ということで1ヶ所として答えてしまう。本来は圏域としても違うところなので、2ヶ所に分けて答えさせることもよいと思う。訪問地名をどう答えさせるかということは、観光庁が展開している政策との関係でも悩ましいところであると思うが、問題提起したい。
- 訪問地について、やはり細かく見たいというニーズはあるが、観光における訪問地選択という考え方からいった場合に、旅行・観光消費動向調査の場合は、一応、日本の縮図のサンプルをとって、どこの観光エリアに行っているかというのを把握することで、都道府県という選択肢のやり方ではかなりいいかと思う。もうちょっと広くブロック単位のほうが正しいかとは思いますが、もっと狭い単位にした場合、基本的にはサンプルの束として、日本の縮図のサンプルの中からどこに行ったかを選ぶとい

う観点からいうと耐えられないのではないか。どこまで細かくするかであるが、やはり都道府県ぐらいがよいという気がする。

- 訪日外国人消費動向調査の議題で、地域単位の調査を国がやるべきことかという議論があったが、全く同じ論議で、国としては日本全体の又はブロック別くらいの配分が分かっているればよく、それより細かいものを知りたいのであれば、各自でやりなさいという趣旨でいうと、都道府県でも、実はやり過ぎということかもしれない。
- グループローテーションについて、四半期毎のローテーションは、恐らく家計調査のような感じかと思う。家計調査の場合は、最初に町を選んで、その次に調査区を選んで、調査区で世帯名簿をつくって、その世帯を抜くが、例えば、高級住宅街が当たることがあるとやはりその影響がある。要するに抜き方の問題があり、市を抜いて、調査区を抜いて、そのときにたまたま、ものすごく豊かなところが当たってしまうと、やはり当然高くなる。この場合、そのようなことがないのであれば、段差を気にする必要はさほどないが、そのようなことがあるのであれば、難しさがあるとも思う。このやり方の説明をしなければならないかと思う。
- 317地点で2万5,000人、1地点当たり80人を抽出しているが、感覚的にはあるが、ちょっと少ないように感じる。もちろん、地点を増やすとコストに反映してくるが、300では最低ラインという感じであり、地方ブロックくらいであれば何とか耐えられるかと思うが、都道府県別の表を作成するとなるとちょっと厳しいと思う。可能であれば、コストにも影響するが、地点数を増やして1地点の人数は減らしたほうがよいと思う。317の倍でも足りるだろうかという感じがする。
- 回収率について、可能であれば、謝礼を事前に、調査票と一緒に送ると回収率が上がる。また、1回目いきなり負担の大きい調査票が来ると、やはり負担感を感じる。可能であれば、軽い調査に最初に協力してもらい、その上で、2回目に少し負担の大きい調査への協力を依頼するという方法が考えられる。いきなり負担が大きい調査であると、その時点で調査に協力しないということになってしまうが、一度調査に協力するという行動をとってもらいと、次にもつながりやすくなると思う。これもコストがかかってくると思うが、可能であれば、台帳を抽出した時点で、例えば、属性や、今後の予定のようなものを聞く軽い調査をした上で、次に詳細な調査をするという形にすると、少し回収率の向上が見込めるかもしれない。
- 旅行しなかった理由について、旅行するのが前提のような、旅行するのが普通であるのになぜあなたはしなかったのかといった印象を与えることもあり得る。旅行しなかったけれどもできなかったというのと、そもそも行く気もなかったというのでは違うと思われるので、その辺りは分けて回答又は質問できるような設計にしたほうがよいと思う。
- ローテーションについて、全体が一気に切りかわると断層が発生するという話あったが、この調査は相当季節性があると思われるので、そこで断層というのは何の断層なのか。結果を四半期ごとに出す、そういう季節性があるわけなので、それを断層というのかわからないが、出てきたところで、どこを断層とっているのかがちょっとよく分からない。安定して、季節性がなくて毎四半期一定した値になるはずのものが標本の切りかえで断層が出てしまうという話であれば分かるが、四半期で相当変わる

だろうというふうに思われるものが、標本の入れかえで差が出てきて、それを断層というのかと思う。前の四半期との差があったときに、標本の入換による断層と季節性による差が一緒くたになってしまっていて見えていないものが、ローテーションすることで、標本の入換による断層は減って、本当の四半期の間の差だけになるであろうことは予想できるが、現時点でそれは区別ができないであろうから、断層があるとか、そのあたりは、あまり重大な問題として考えなくてよいのではないかと思う。

以上