

テーマ別研修【観光政策】

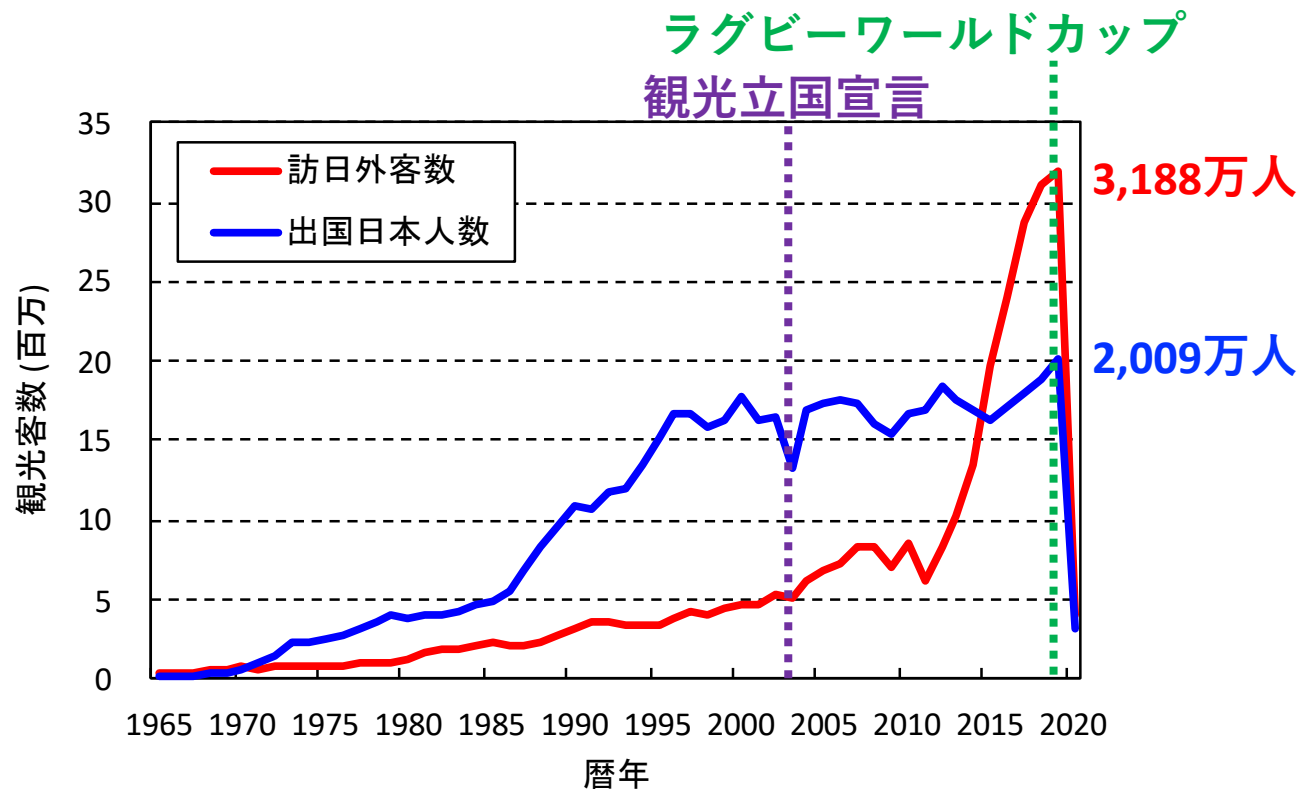
地域が観光で稼ぐための政策立案に向けて

東京都立大学都市環境学部観光科学科 清水哲夫 教授

【資料の構成】

1. 地域観光政策の考え方	2
2. 地域観光の現状分析	10
3. 地域観光政策検討のためのデータ分析	22
4. 今後の観光政策立案に向けて	32
5. まとめ	35
参考資料	36

1. 地域観光政策の考え方
1. 1 国や地域の観光の状況
 - (1) インバウンド観光客数の推移



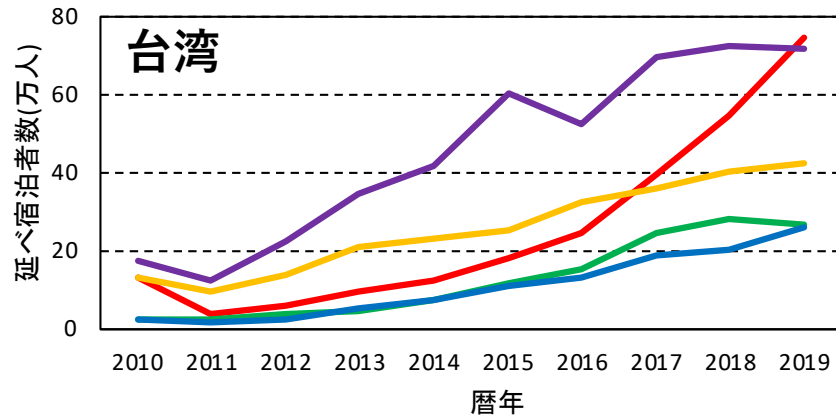
出典：日本政府観光局「訪日外客統計（報道発表資料）」より作成

- ・ インバウンド、アウトバウンドとも2019年に過去最高を記録
- ・ 国籍・地域別の内訳は、東アジアで70%，アジア全体で85%程度
- ・ 2020年3月以降に98%程度の対前年からの減少率

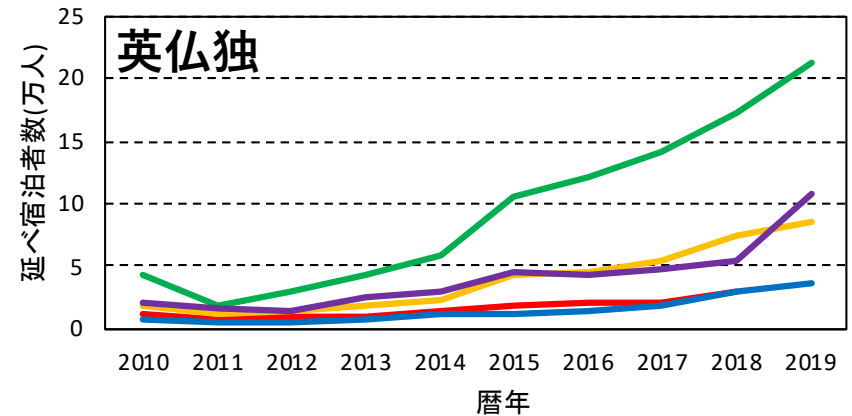
1. 地域観光政策の考え方

1. 1 国や地域の観光の状況

(2) インバウンドの地方への波及



東北地方
 中国地方
 九州地方(福岡県除く)
 北陸地方
 四国地方

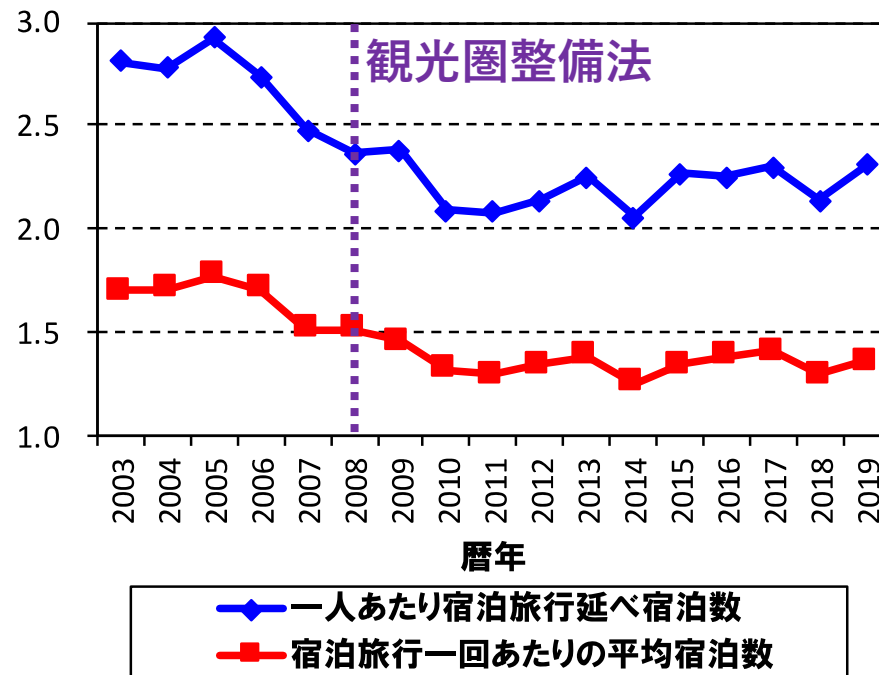


東北地方
 中国地方
 九州地方(福岡県除く)
 北陸地方
 四国地方

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成

- ・ 地方部の訪日外国人延べ宿泊者数は増加傾向にあった
- ・ 台湾人宿泊者数は九州や北陸から増加し、東北にまで波及した
- ・ 欧米人宿泊者数は中国地方以外は伸び悩んでいたが、ラグビーワールドカップの効果もあり、他の地方へも波及した

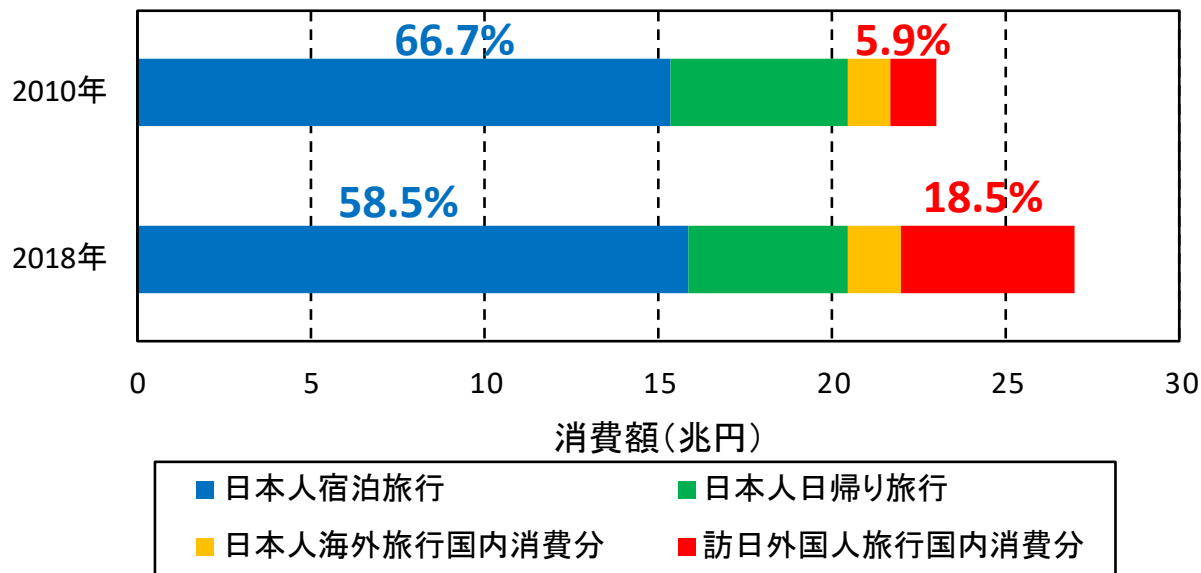
1. 地域観光政策の考え方
1. 1 国や地域の観光の状況
(3) 日本人の観光実施状況



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

- ・ 観光圏整備法施行で一人当たり延べ宿泊数の増加に取り組んだが、減少傾向に歯止めをかけただけに留まった
- ・ このままでは、今後の総人口減少とも相まって宿泊数の長期停滞が予想される

1. 地域観光政策の考え方
1. 1 国や地域の観光の状況
(4) 旅行消費額の状況



出典：観光庁TSAより作成

- ・ 日本の旅行消費額は27兆円程度
- ・ 訪日外国人の旅行消費額は増加傾向だが、まだ2割弱の構成比
- ・ 相変わらず日本人による旅行が消費の8割以上を占める

1. 地域観光政策の考え方
1. 2 地域観光の政策立案に求められる視点
- (1) 観光による地域経済貢献の方程式

$$\text{観光総生産額} = \text{観光入込客数} \times \text{一人当たり観光消費額} \times \text{域内調達率}$$

└──┘
観光総消費額

$$\text{一人当たり観光消費額} = \text{宿泊費} + \text{飲食費} + \text{買物代} + \text{交通費(域内)} + \text{娯楽等サービス費}$$

- ・ 真に見なければならないのは「観光総生産額」
- ・ 観光入込客数が増えても、一人当たり消費額が小さければ経済効果は限定的
- ・ 観光総消費額が大きくても、消費品目・サービスの原材料を地域外に依存している状況では、最終的に稼ぎの多くが地域外に流出
- ・ 一人当たり観光消費額を増加させるための消費費目は宿泊、飲食、買物、交通、娯楽サービスなど多様

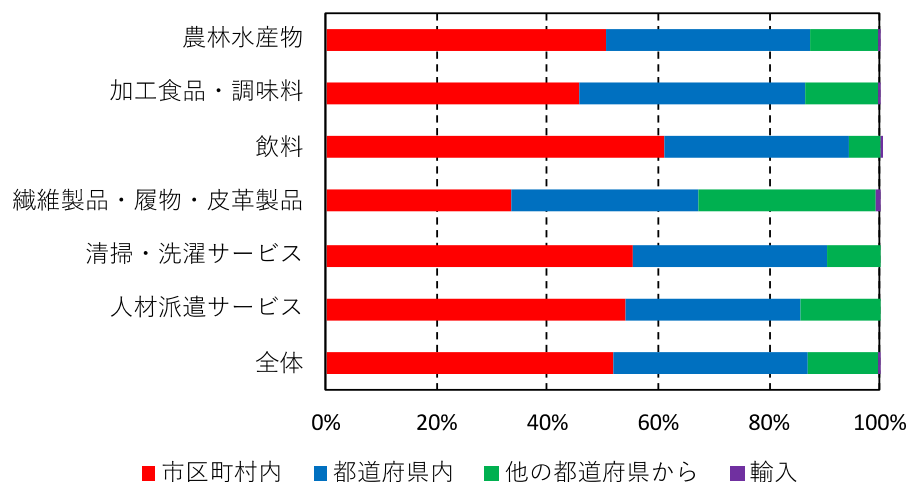
1. 地域観光政策の考え方

1. 2 地域観光の政策立案に求められる視点

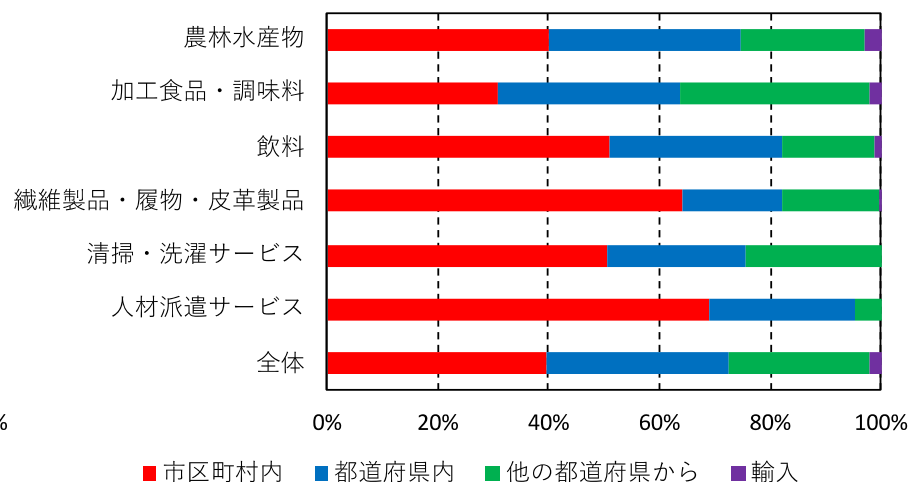
(2) 域内調達率について

材料費仕入先比率 (2011年全国平均)

宿泊事業



飲食サービス事業

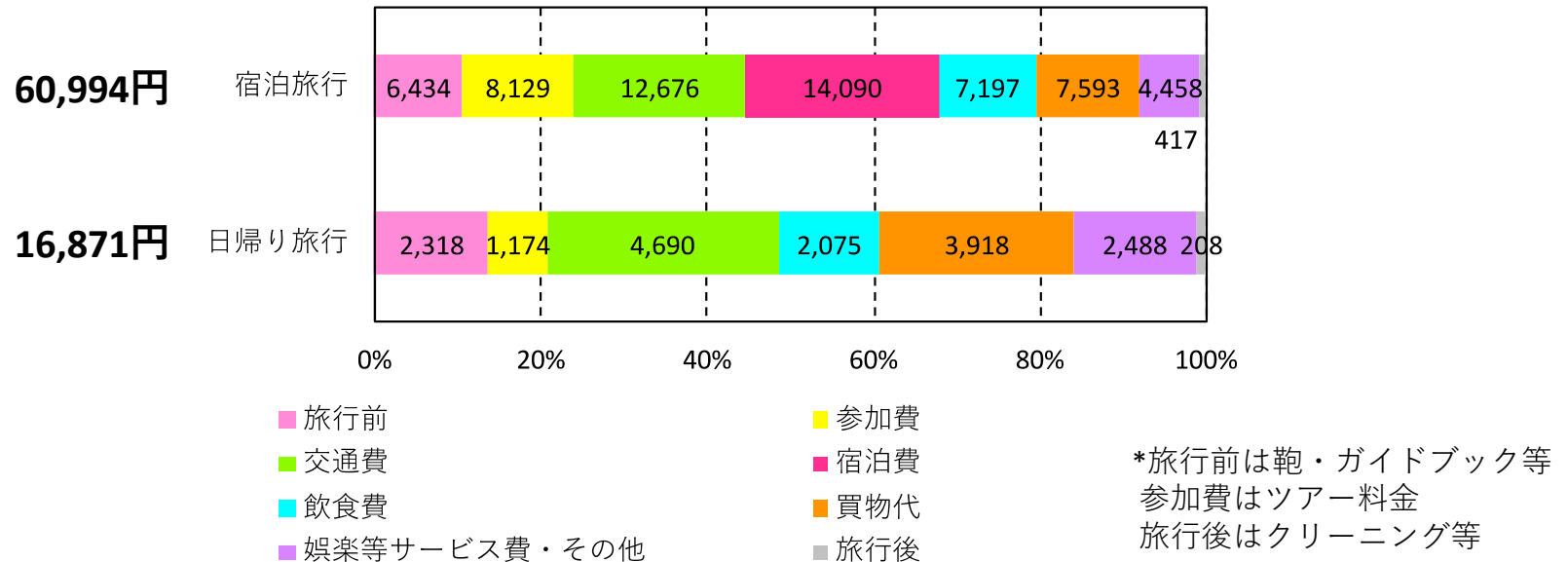


出典：観光庁「観光地域経済調査(平成24年度)」より作成

- ・ 域内調達率に関連するデータはほぼ観光地域経済調査のみ
- ・ 自治体ベースの結果はほとんど公表されておらず，域内事業所に対して事業の材料調達状況に関する聞き取り調査を実施して欲しい
- ・ 施設内飲食サービスの材料の地域調達率は，全国平均で宿泊事業では約52%（同一市区町村），飲食サービス事業で約40%程度

1. 地域観光政策の考え方
1. 2 地域観光の政策立案に求められる視点
- (3) 一人当たり観光消費額（日本人）について

観光・レクリエーション目的の平均消費単価（2019年）

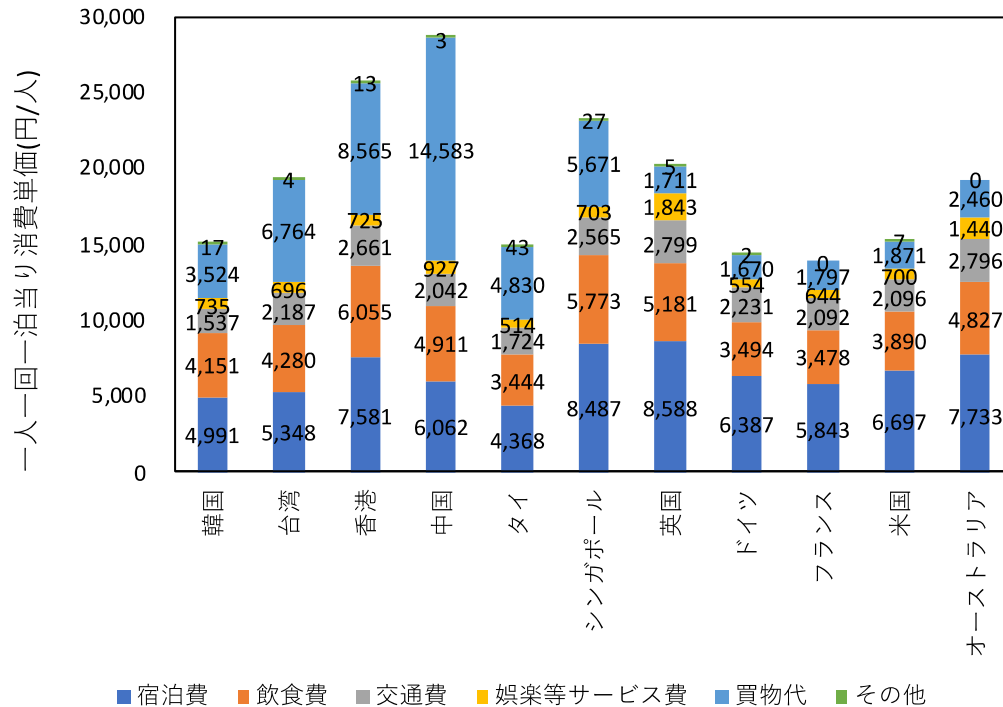


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

- ・多くの都道府県，市町村で同種の独自調査を実施（自治体内のみの消費を対象）
- ・宿泊旅行では旅行前後，交通費のうち居住地からのアクセス分(交通費の65%程度)を除き45,000円相当が観光地で消費される
- ・日帰り旅行では宿泊旅行と比べて飲食費の消費が小さい

1. 地域観光政策の考え方
1. 2 地域観光の政策立案に求められる視点
 - (4) 一人当たり観光消費額（訪日外国人観光客）について

国籍・地域別の一人一日あたりの平均消費単価（2019年）



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」より作成

- ・ 都道府県，市町村の一部で同種の独自調査を実施
- ・ 一日あたりで見ると，消費単価が高いのは中国，香港だが買物代に大きく依存
- ・ 娯楽等サービス費の消費額はどの国籍・地域でも小さい

2. 地域観光の現状分析

2. 1 現状分析で利用するデータ

(1) 分析プラットフォーム

RESAS

(内閣府地方創生推進室)



観光予報プラットフォーム

(日本観光振興協会)



- ・ RESASでは、自治体訪問者の居住地などの情報が観光マップやまちづくりマップから、観光関連産業の競争力が産業構造マップから把握できる
- ・ 観光予報プラットフォーム（会員登録無料，データ表示等の付加機能は月額5,000円から）では，自治体別の日別宿泊者数の実績値や予測値に加え，宿泊者の居住地，参加形態，購入単価の構成が把握できる

2. 地域観光の現状分析

2. 1 現状分析で利用するデータ

(2) 国が実施する観光統計

調査名	開始年	調査目的	調査対象	主な調査項目	調査方法
旅行・観光消費動向調査	2003年度	旅行・観光における消費実態の把握	日本人	旅行回数, 旅行時期, 消費内訳	26,000人を無作為抽出, 年4回実施
訪日外国人消費動向調査	2010年	訪日外国人客の消費実態の把握	外国人	旅行回数, 旅行時期, 消費内訳	全国27空海港で139,856人を抽出, 年4回, 全国・地域・クルーズの3調査
宿泊旅行統計調査	2007年	宿泊旅行の全国規模の実態の把握	日本人 外国人	都道府県別居住地別月別延・実宿泊数	全宿泊施設からの申告値から推計
共通基準による観光入込客統計	2010年	観光入込客数と消費額の全国規模の実態の把握	日本人	都道府県別四半期別観光入込客数・属性別平均消費額	観光地点の入込客数の申告値と, 観光地点での訪問地点数や消費額に関するパラメータ調査を組み合わせ推計
観光地域経済調査(継続予定なし)	2012年度	観光産業の観光売上割合と生産構造等の実態の把握	事業所	売上額の観光割合, 支払先地域別割合	904地域に立地する約9万事業所

出典：観光庁統計情報・白書ページ <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/index.html>

- ・ほとんどの都道府県は、共通基準による観光入込客統計実施に求められるパラメータ調査で一人当たり観光消費額（都道府県内）を調査している
- ・宿泊旅行統計調査では都道府県別に訪日外国人の延べ宿泊者数を月別に把握可能

2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（ハヶ岳観光圏*）での事例分析

（1）観光入込の状況（日本人）

①RESAS：まちづくりマップ>From-to分析（滞在人口）

滞在人口の地域別構成割合

市区町村 → 市区町村

山梨県北杜市

2019年6月 休日 14時

総数 総数（15歳以上80歳未満）

滞在人口合計：46,531人（滞在人口率：1.33倍）

（国勢調査人口：34,992人）

北杜市人口数(15-79歳)

約35,000人

滞在人口の地域別構成割合

市区町村 → 市区町村

山梨県北杜市

2020年6月 休日 14時

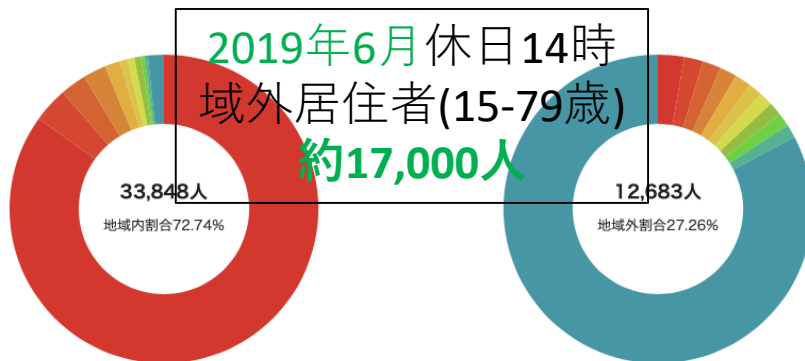
総数 総数（15歳以上80歳未満）

滞在人口合計：40,834人（滞在人口率：1.17倍）

（国勢調査人口：34,992人）

滞在人口 / 都道府県内

滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

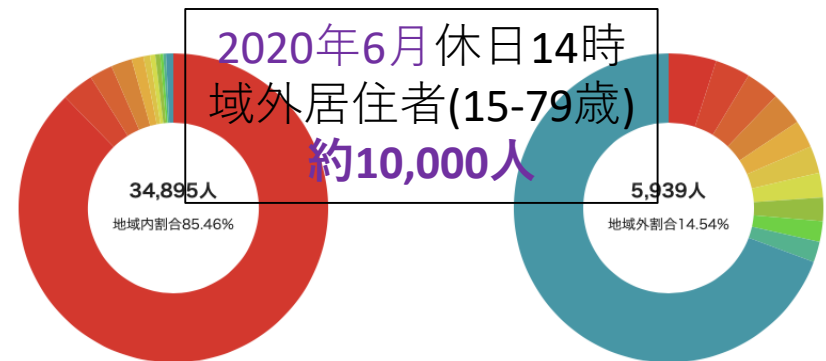
- 1位 山梨県北杜市 28,759人 (84.97%)
- 2位 山梨県甲府市 1,239人 (3.66%)
- 3位 山梨県甲斐市 926人 (2.74%)
- 4位 山梨県韮崎市 812人 (2.40%)
- 5位 山梨県南アルプス市 540人 (1.60%)
- 6位 山梨県笛吹市 274人 (0.81%)
- 7位 山梨県中央市 258人 (0.76%)
- 8位 山梨県昭和町 230人 (0.68%)
- 9位 山梨県山梨市 131人 (0.39%)
- 10位 山梨県富士川町 113人 (0.33%)
- その他 566人 (1.67%)

滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 東京都世田谷区 347人 (2.74%)
- 2位 長野県富士見町 253人 (1.99%)
- 3位 東京都八王子市 245人 (1.93%)
- 4位 東京都杉並区 225人 (1.77%)
- 5位 長野県茅野市 218人 (1.72%)
- 6位 東京都大田区 186人 (1.47%)
- 7位 長野県松本市 183人 (1.44%)
- 8位 東京都練馬区 181人 (1.43%)
- 9位 東京都町田市 178人 (1.40%)
- 10位 東京都板橋区 178人 (1.40%)
- その他 10,489人 (82.70%)

滞在人口 / 都道府県内

滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

- 1位 山梨県北杜市 30,601人 (87.69%)
- 2位 山梨県甲府市 1,165人 (3.34%)
- 3位 山梨県甲斐市 842人 (2.41%)
- 4位 山梨県韮崎市 765人 (2.19%)
- 5位 山梨県南アルプス市 437人 (1.25%)
- 6位 山梨県笛吹市 239人 (0.68%)
- 7位 山梨県昭和町 192人 (0.55%)
- 8位 山梨県中央市 178人 (0.51%)
- 9位 山梨県山梨市 108人 (0.31%)
- 10位 山梨県甲州市 102人 (0.29%)
- その他 266人 (0.76%)

滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 東京都世田谷区 296人 (4.98%)
- 2位 東京都八王子市 217人 (3.65%)
- 3位 長野県茅野市 210人 (3.54%)
- 4位 長野県富士見町 204人 (3.43%)
- 5位 東京都大田区 172人 (2.90%)
- 6位 東京都杉並区 168人 (2.83%)
- 7位 長野県松本市 153人 (2.58%)
- 8位 東京都練馬区 146人 (2.46%)
- 9位 長野県諏訪市 128人 (2.16%)
- 10位 神奈川県藤沢市 128人 (2.16%)
- その他 4,117人 (69.32%)

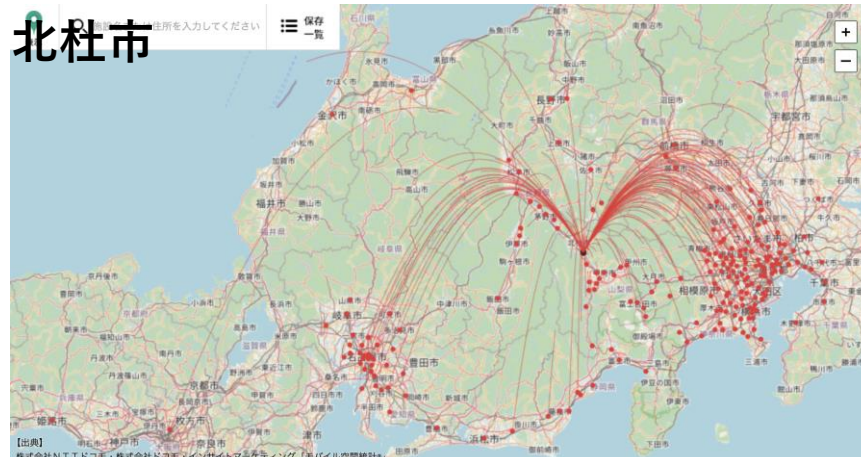
2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

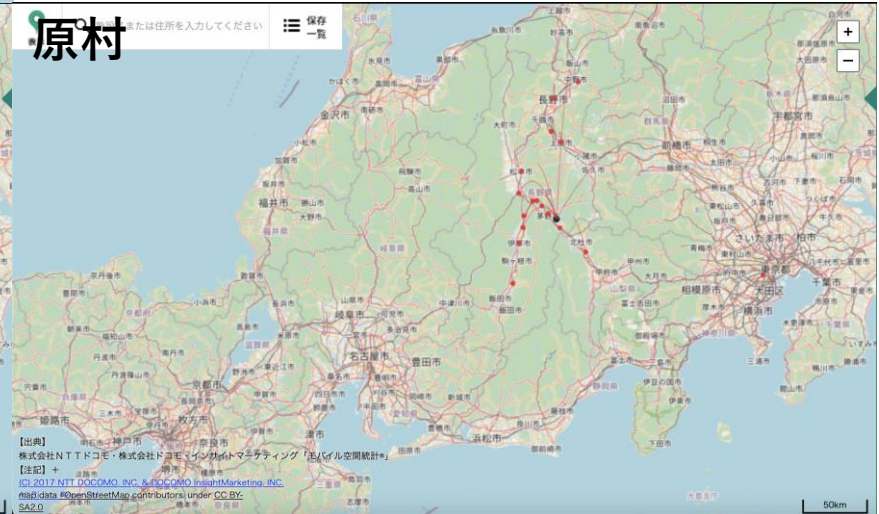
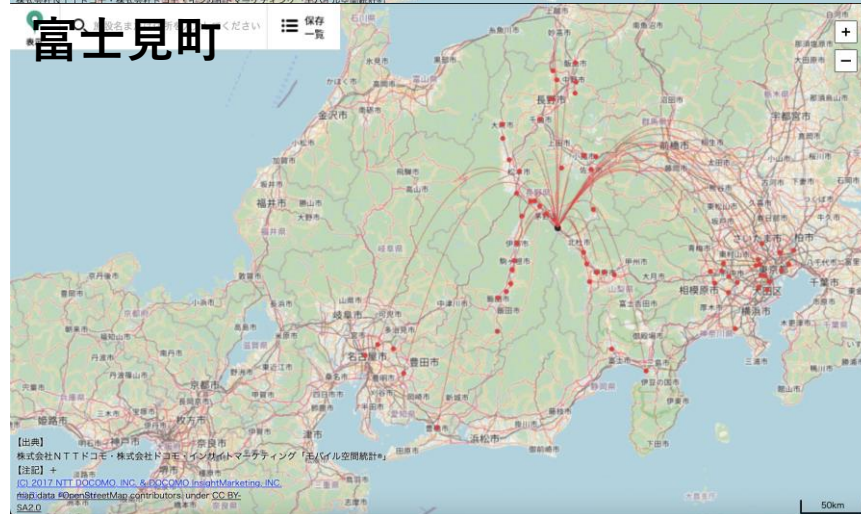
（1）観光入込の状況（日本人）

①RESAS：まちづくりマップ>From-to分析（滞在人口）

居住地の花火図(2019年6月休日14時)



- ・ 3市町村で集客範囲の違いは大きくない
- ・ 首都圏と中京圏からの来訪に大きく依存している
- ・ 観測数が小さい発着の組み合わせはプライバシー確保の観点から公表されないのに注意

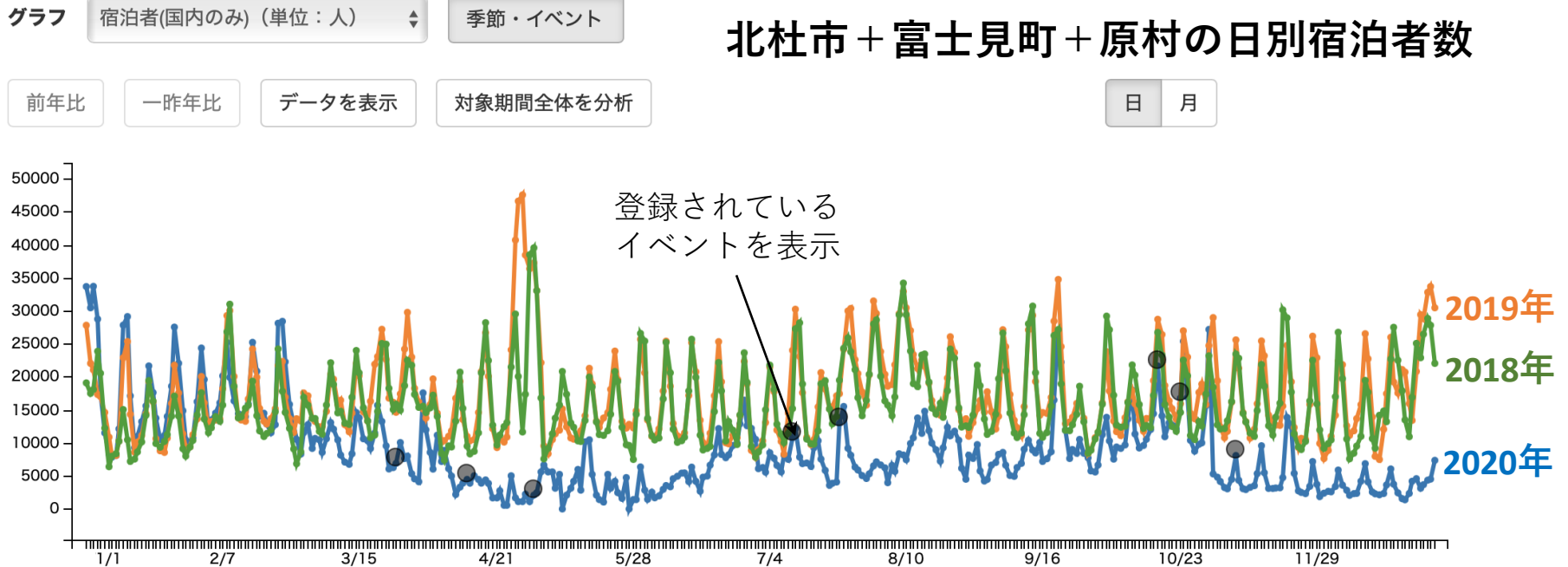


2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

（1）観光入込の状況（日本人）

②観光予報プラットフォーム：観光実績＞単純集計



出典：観光予報プラットフォーム

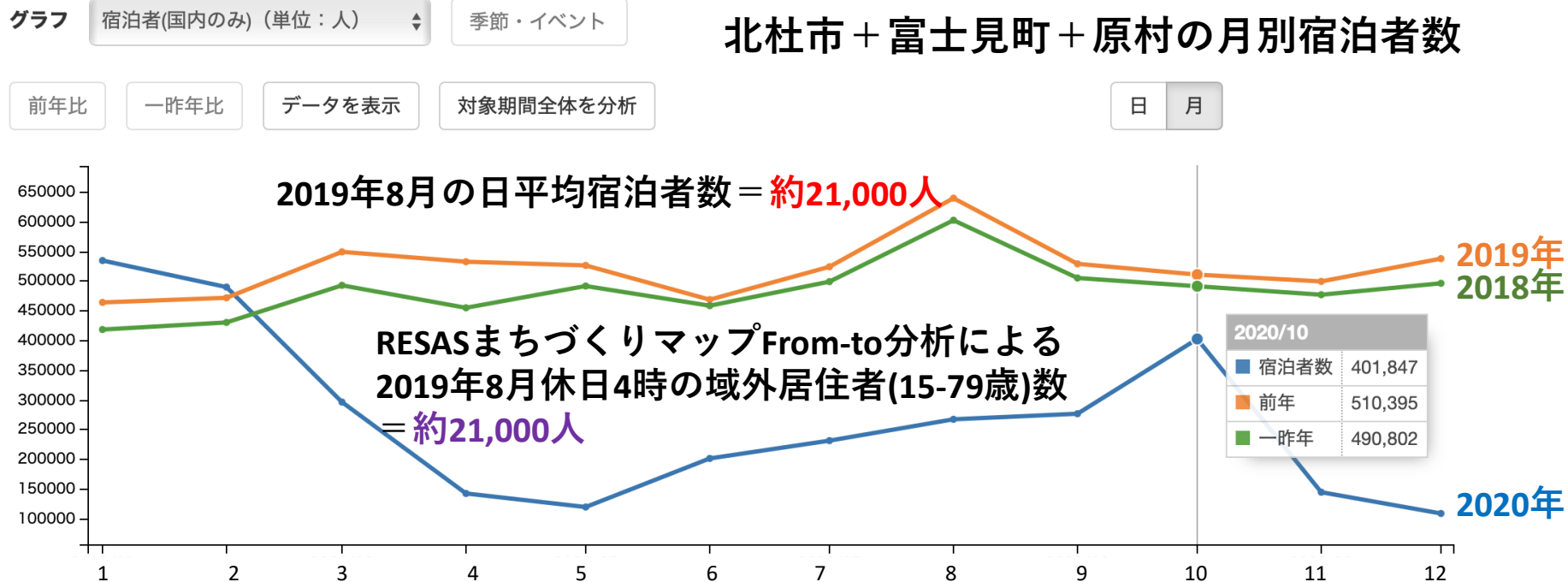
- ・旅行商品販売実績のサンプリングデータと宿泊旅行統計を組み合わせ実績値を算出しているため，特に地方部では真値からの乖離が大きい可能性がある点に注意が必要

2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

（1）観光入込の状況（日本人）

②観光予報プラットフォーム：観光実績＞単純集計



出典：観光予報プラットフォーム

- ・ 2020年10月のGoToキャンペーンの東京都追加の効果は大きい
- ・ その後の感染者数増加とGoToキャンペーン一時停止で，2020年12月は緊急事態宣言下の2020年5月を下回る水準

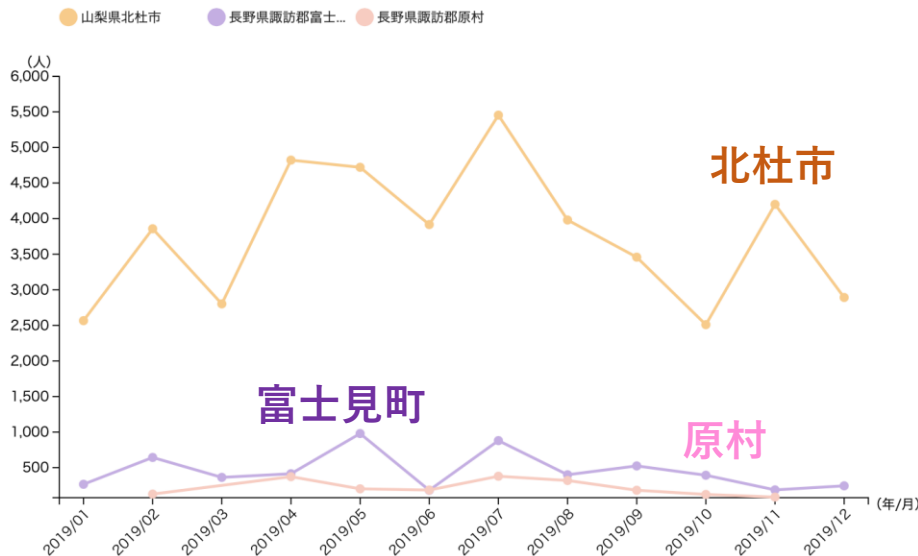
2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（ハヶ岳観光圏*）での事例分析

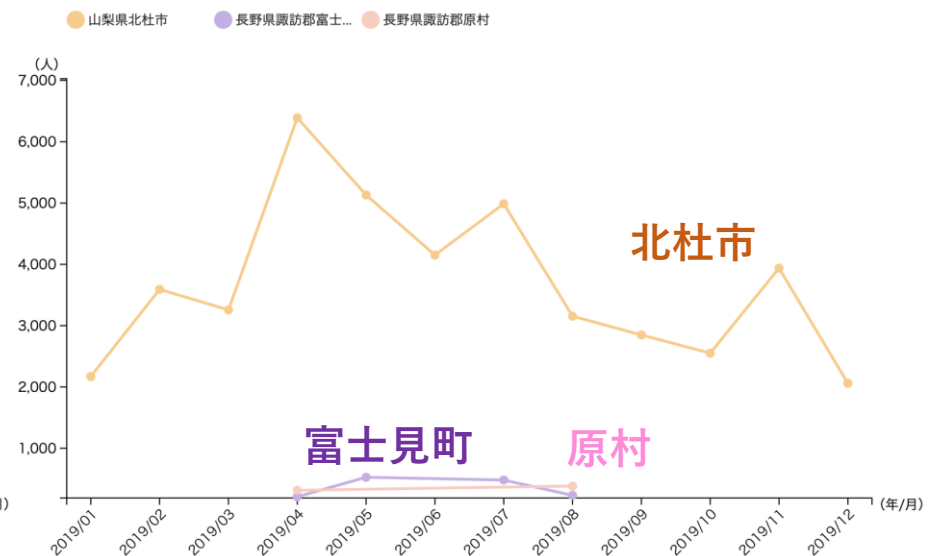
（2）観光入込の状況（訪日外国人）

①RESAS：観光マップ>外国人>外国人滞在分析

2019年昼間



2019年夜間



出典：RESAS（地域経済分析システム）

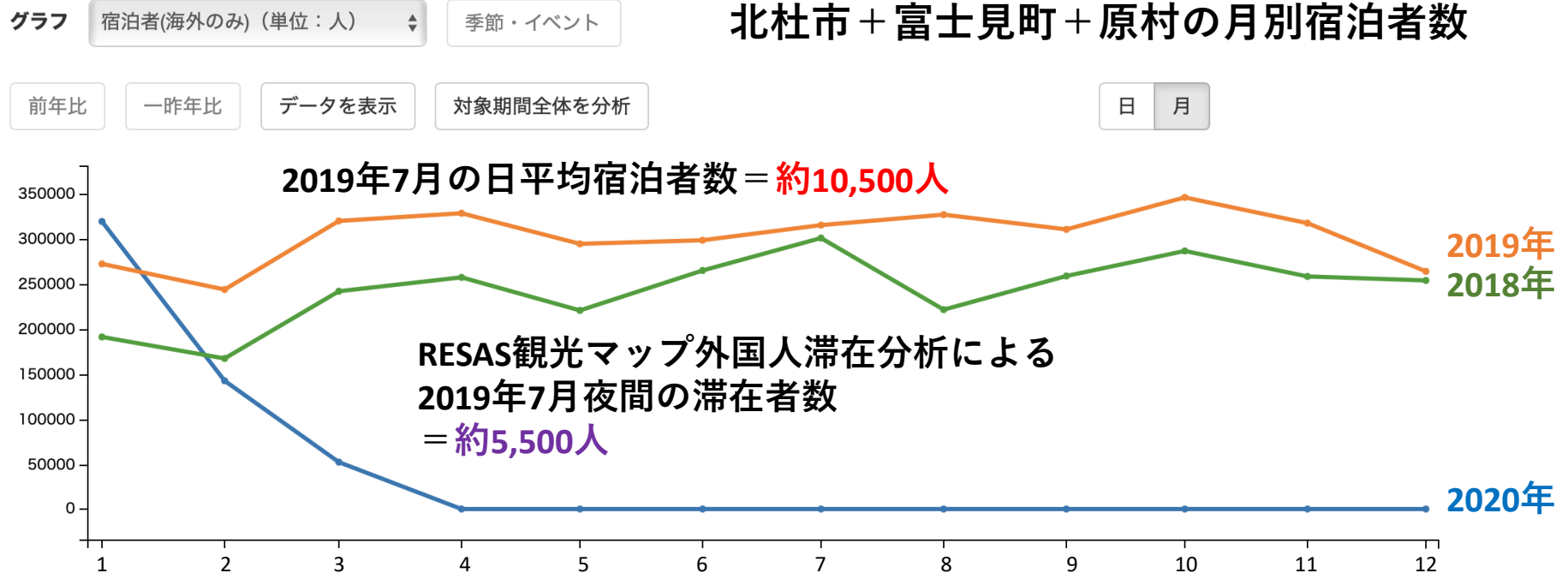
- ・ 外国人が所有する携帯電話の位置情報を活用しているが，富士見町や原村のように位置情報の観測数が少ない場合は個人情報秘匿の観点からデータが提供されていない

2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

（2）観光入込の状況（訪日外国人）

②観光予報プラットフォーム：観光実績＞単純集計



出典：観光予報プラットフォーム

- ・調査対象となっている旅行商品予約チャンネルで，八ヶ岳観光圏のサンプル数の構成比が実態よりも大きい可能性がある
- ・（比較的信頼性の高い）日本人データと比べて，地域での利用には上記への留意が必要

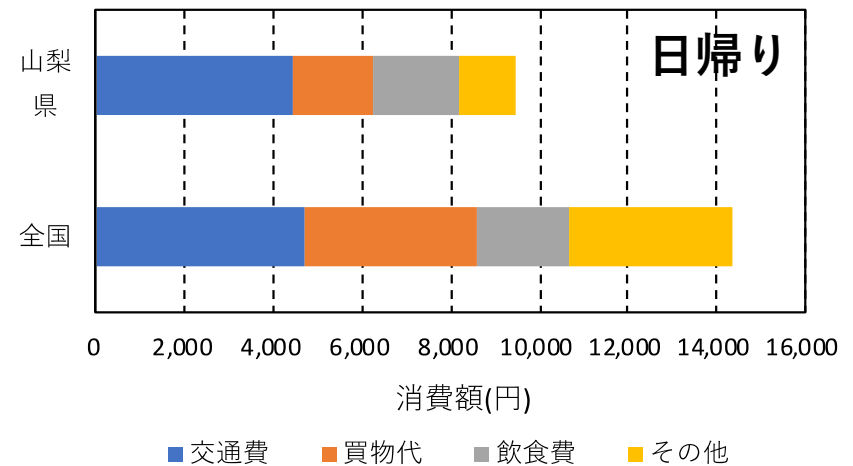
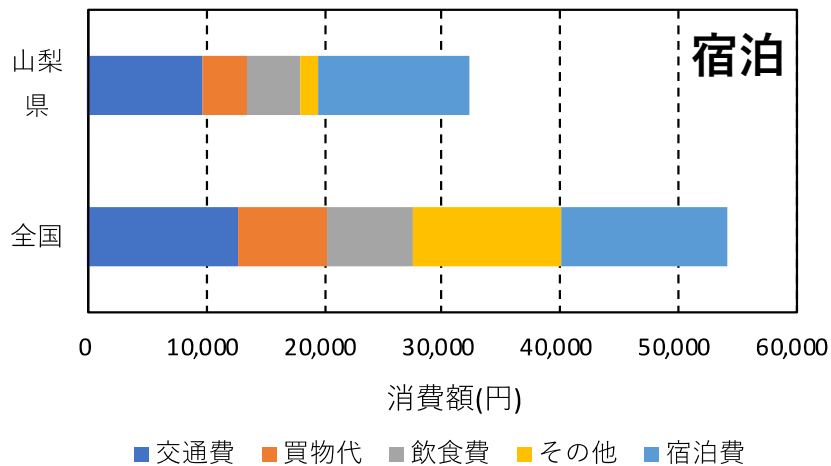
2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

（3）観光消費額の状況（日本人）

○地域自治体による調査との比較

平均消費単価（2019年）



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」，山梨県「観光入込客統計調査報告書」より作成

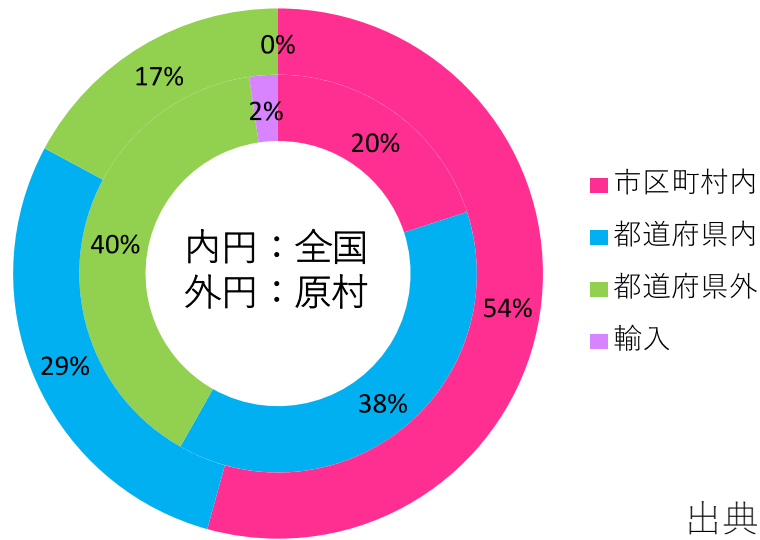
- ・ 山梨県は地域別消費単価データは未公表，長野県は費目別消費単価が未公表
- ・ 宿泊，日帰りともに，買物代，飲食代，体験，入場料等を含むその他，宿泊費が全国平均よりも小さく，幅広い費目で消費単価を高める努力が必要

2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

（4）地域調達率の状況

全事業の材料費仕入先比率（2011年）



出典：観光庁「観光地域経済調査(平成24年度)」より作成

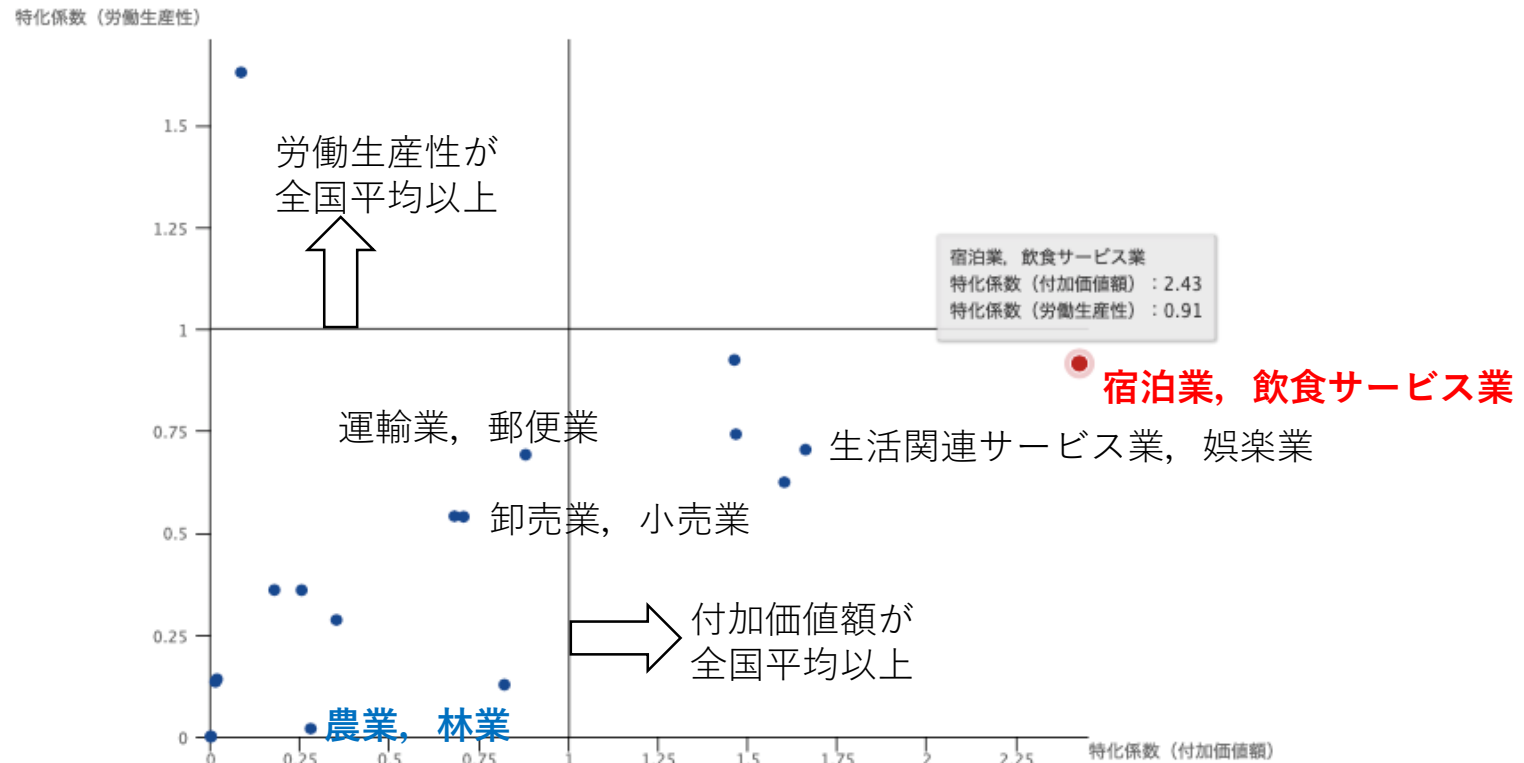
- ・ 原村は一定回収数のあった観光地域として比較整理表で集計値が公開されている
- ・ 原村では，観光事業の材料費の半数以上を村内から，8割強を長野県から調達しており，全国平均以上に地域調達率が高い可能性がある

2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

（5）観光産業の競争力～RESAS：産業構造マップ＞稼ぐ力分析

北杜市＋富士見町＋原村の産業別特化係数(2016)



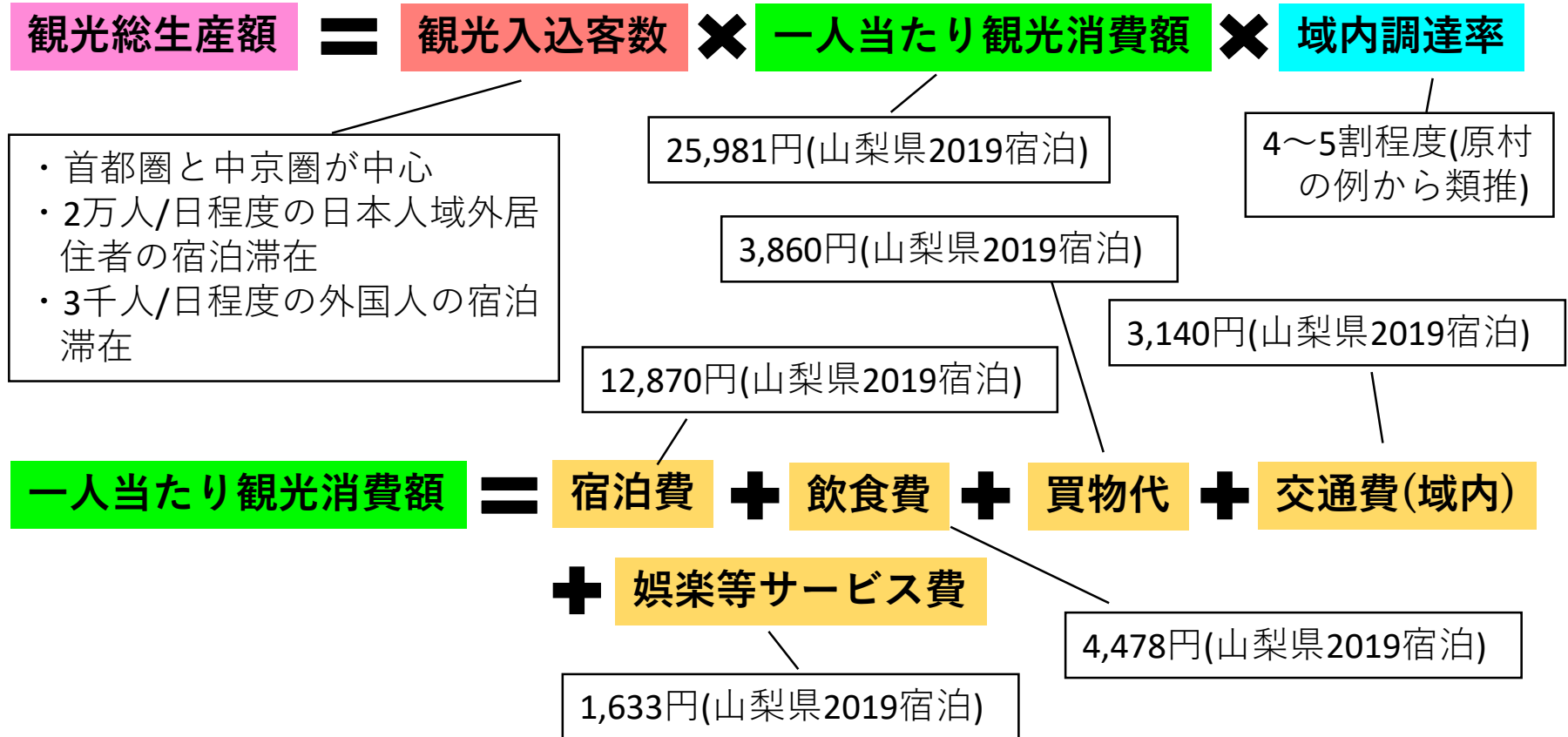
出典：RESAS（地域経済分析システム）

- ・ 宿泊業・飲食サービス業と生活関連サービス業・娯楽業は，他産業と比べて高い付加価値額を有している
- ・ 観光との相乗効果が期待できる農業，林業の競争力が高くない点が課題

2. 地域観光の現状分析

2. 2 サンプル観光地（八ヶ岳観光圏*）での事例分析

（6）分析の総括



- ・高い域内調達率が低い一人当たり観光消費額で相殺されており，地域資源を使った支払意思の高い商品・サービス開発が不可欠

3. 地域観光政策検討のためのデータ分析

3. 1 地域観光施策の枠組み

(1) 観光資源の磨き上げ

- ①観光産業の育成
- ②周辺産業の巻き込み
- ③商品開発

(2) 情報戦略

- ①プロモーション
- ②コミュニケーション

(3) 受入環境整備

- ①設備・インフラ改善（誘導案内設備，バリアフリー，トイレ整備，歩行・自転車利用環境等）
- ②二次交通整備

(4) サービス改善

- ①キャッシュレス化
- ②観光MaaS

(5) 組織形成

- ①担い手発掘・育成
- ②観光地域づくり法人(登録DMO)育成
- ③広域連携

3. 地域観光政策検討のためのデータ分析

3. 2 利用可能なデータ

(1) 調査目的に応じたデータ使い分け

	観光産業の活動実態把握	観光客の周遊行動把握	観光客の消費行動把握	観光客の評価把握
統計データ	○現象を広域・多時点で把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能	○現象を広域・多時点で把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能	○現象を広域・多時点で把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能	○現象を広域・多時点で把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能
アンケート調査データ	○現象の生じた要因を直接的・詳細に把握可能 △広域・他時点での実施が困難	○行動の要因も直接的・詳細に把握可能 △回答の信頼性・精度にやや問題あり	○消費の要因も直接的・詳細に把握可能 △回答の信頼性・精度におおきな問題あり	○評価の背景を直接的・詳細に把握可能 △広域・多時点での実施が困難
位置情報データ	×	○エリアの時刻別滞留密度や個人の移動軌跡を把握可能 △行動の要因は直接的に把握不可能	解像度は荒いが信頼性が高い × 量は少ないが要因が把握できる	×
目的地検索データ	×	○観光施設の日時を含めた訪問ニーズが高精度に把握可能 △実際の訪問は必ずしも保証されない	×	×
SNSデータ	○活用内容を多様かつ広範に把握可能 △書き込み頻度、内容等の主体間のバラツキ大	○個人の滞在場所や行動を直接把握可能 △書き込み頻度、内容等の個人間のバラツキ大	○消費項目を具体的に把握可能 △書き込み頻度、内容等の個人間のバラツキ大	○細かい評価要因を把握可能 △書き込み頻度、内容等の個人間のバラツキ大
決済データ	○高精度な売上データが把握可能 △現金決済部分は把握不可能	○カード決済による訪問エリアの把握が可能 △決済を通さない活動は把握不可能	○消費項目と金額の直接的な把握が可能 △現金決済時の把握は不可能	×

3. 地域観光政策検討のためのデータ分析

3. 2 利用可能なデータ

(2) 国が実施する観光統計（再掲）

観光入込客数

一人当たり観光消費額

域内調達率

調査名	開始年	調査目的	調査対象	主な調査項目	調査方法
旅行・観光消費動向調査	2003年度	旅行・観光における消費実態の把握	日本人	旅行回数, 旅行時期, 消費内訳	26,000人を無作為抽出, 年4回実施
訪日外国人消費動向調査	2010年	訪日外国人客の消費実態の把握	外国人	旅行回数, 旅行時期, 消費内訳	全国27空港で139,856人を抽出, 年4回, 全国・地域・クルーズの3調査
宿泊旅行統計調査	2007年	宿泊旅行の全国規模の実態の把握	日本人 外国人	都道府県別居住地別月別 延・実宿泊数	全宿泊施設からの申告値から推計
共通基準による観光入込客統計	2010年	観光入込客数と消費額の全国規模の実態の把握	日本人	都道府県別四半期別観光入込客数・ 属性別平均消費額	観光地点の入込客数の申告値と, 観光地点での訪問地点数や消費額に関する パラメータ調査 を組み合わせ推計
観光地域経済調査(継続予定なし)	2012年度	観光産業の観光売上割合と生産構造等の実態の把握	事業所	売上額の観光割合, 支払先地域別割合	904地域に立地する約9万事業所

出典：観光庁統計情報・白書ページ <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/index.html>

- ・ 共通基準による観光入込客統計の枠組みで実施される都道府県の独自統計で、自治体別、地域、主要施設別の入込客数が公表されていることもある

3. 地域観光政策検討のためのデータ分析

3. 2 利用可能なデータ

(3) 国が実施するその他の観光関連統計

余暇活動

産業活動

流動状況

実施主体	統計名称	主な調査項目	調査方法
法務省	出入国管理統計	月別・港別・国籍別・在留資格別入国者数/出国者数	空海港での出入国審査時の実カウント
総務省	社会生活基本調査	活動別消費時間	5年ごと、層化二段抽出法、指定する連続2日間(10月)の活動を対象、約88,000世帯
国土交通省	航空旅客動態調査	出発地、出発空港、乗換空港、目的地、目的空港、旅行目的	2年ごと、10～11月の平日・休日それぞれ1日、機中配布、約34万サンプル(2017)
	国際航空旅客動態調査	旅行目的、空港アクセス手段、訪問地、旅行日数	毎年、8月/11月の2～7日間、出国手続後の制限エリアでの配布/面接、32空港、34,000サンプル(2017)
	全国幹線旅客純流動調査	生活圏間交通機関別OD交通量(平休別・旅行目的別、外国人は都道府県間)	旅客への抽出アンケートおよび事業者の利用実績データを組み合わせて推計
	FF-Data	訪日外国人都道府県間・入出国空海港間流動量	訪日外国人消費動向調査、国際航空旅客動態調査、出入国管理統計月報の組み合わせ
観光庁	旅行業者取扱額	主要旅行業者の月別・旅行対象別取扱額	業者からの報告

- ・ 出入国管理統計が公表する国籍地域別出入国空海港利用数は全数調査であり、地域のインバウンド施策の検討に有益な情報を提供
- ・ FF-Dataは国籍地域別の周遊ルートを把握できる

3. 地域観光政策検討のためのデータ分析

3. 2 利用可能なデータ

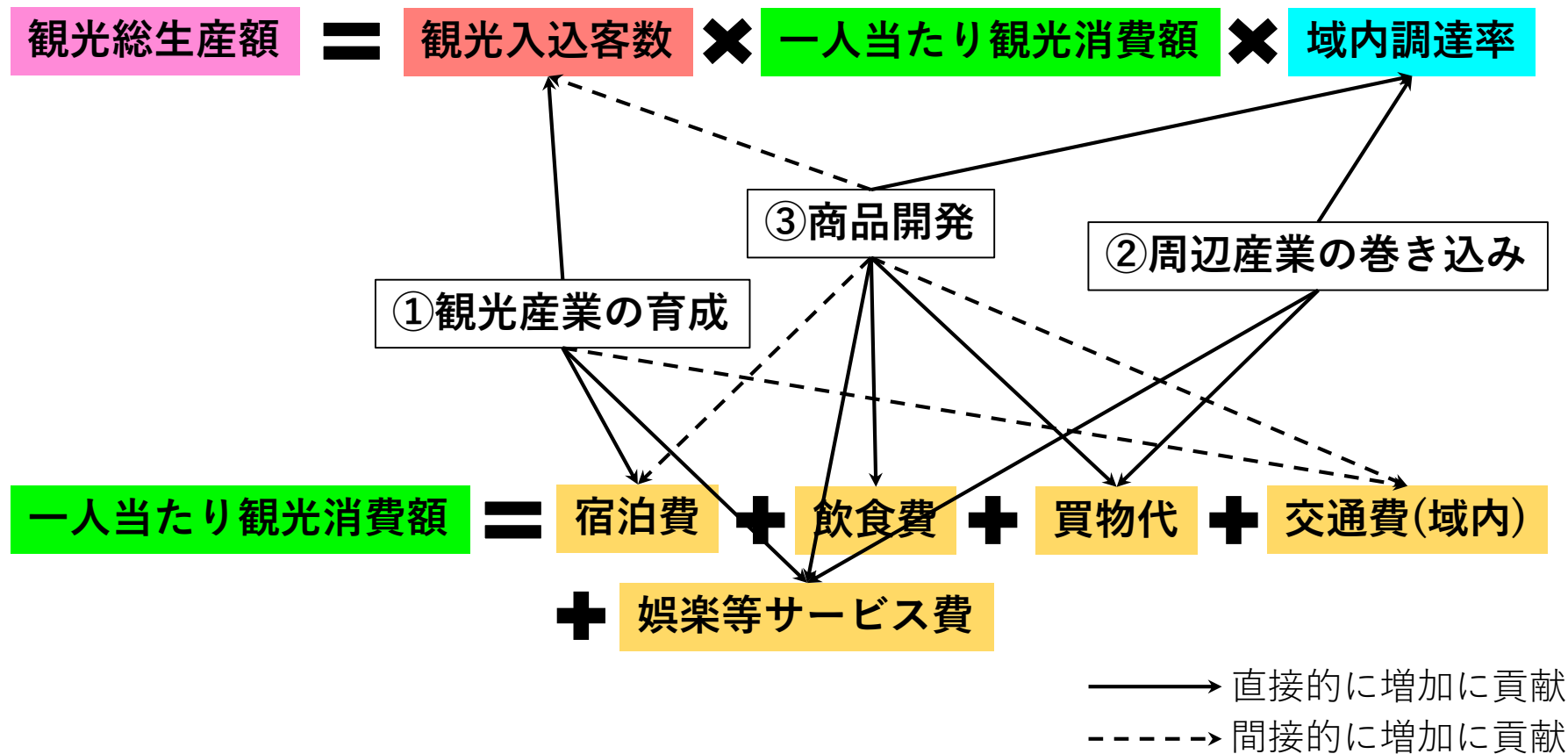
(4) 入込や流動の推計に役立つビッグデータ

赤字：RESASで使用

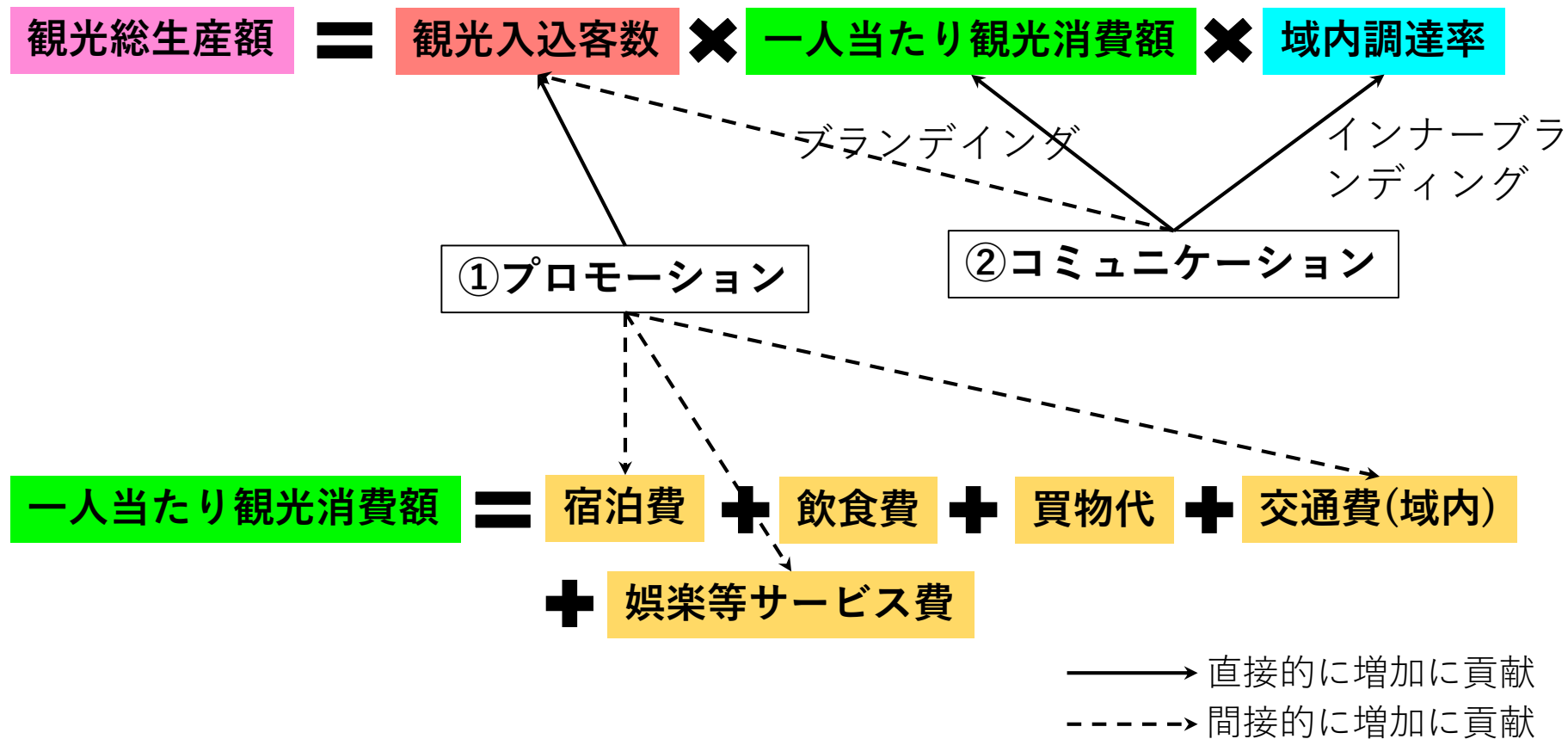
種別	商品・企業名	対象	データ内容
滞留人口・流動人口データ	モバイル空間統計(ドコモ・インサイトマーケティング)	国内携帯事業者契約回線(日本居住者), ローミング利用回線(外国居住者)	メッシュ・エリア別日本人および訪日外国人の滞在人口統計
	メッシュ型・ポイント型流動人口データ(Agoop)	スマホアプリ利用者	メッシュ・ポイント別の滞在人口統計
移動データ	携帯カーナビプローブデータ(ナビタイム・ジャパン)	カーナビタイム利用者	目的地検索時移動時の位置座標
	インバウンドGPSデータ(ナビタイム・ジャパン)	経路案内アプリ外国人利用者	移動時・滞留時の座標
	混雑統計(ゼンリンデータコム)	スマホアプリ利用者	移動軌跡
	ETC2.0(国土交通省)	ETC2.0対応車載器搭載車	座標, 速度, 急減速事象(路上スポットで吸い上げ)
目的地検索データ	経路検索条件データ(ナビタイム・ジャパン)	経路検索サイト・アプリ利用者	目的地(検索場所・システム, 希望日時, 利用交通機関等を含む)

- ・ プライバシー確保の関係で, 観測数が少ない地域(メッシュなど), 施設, 属性(性年齢階層別など)のデータは提供されない点に留意

3. 地域観光政策検討のためのデータ分析
3. 3 施策検討のための指標の考え方
- (1) 観光資源の磨き上げ

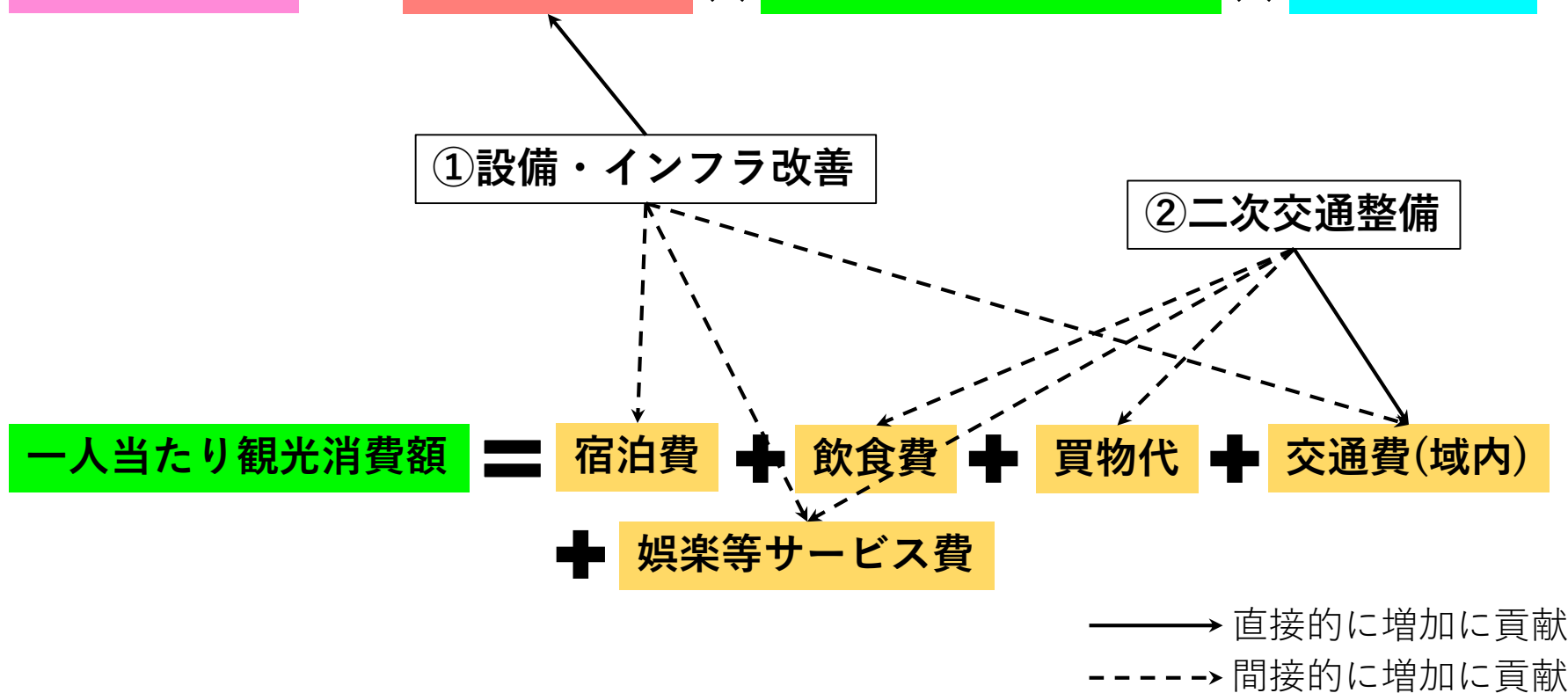


3. 地域観光政策検討のためのデータ分析
3. 3 施策検討のための指標の考え方
(2) 情報戦略



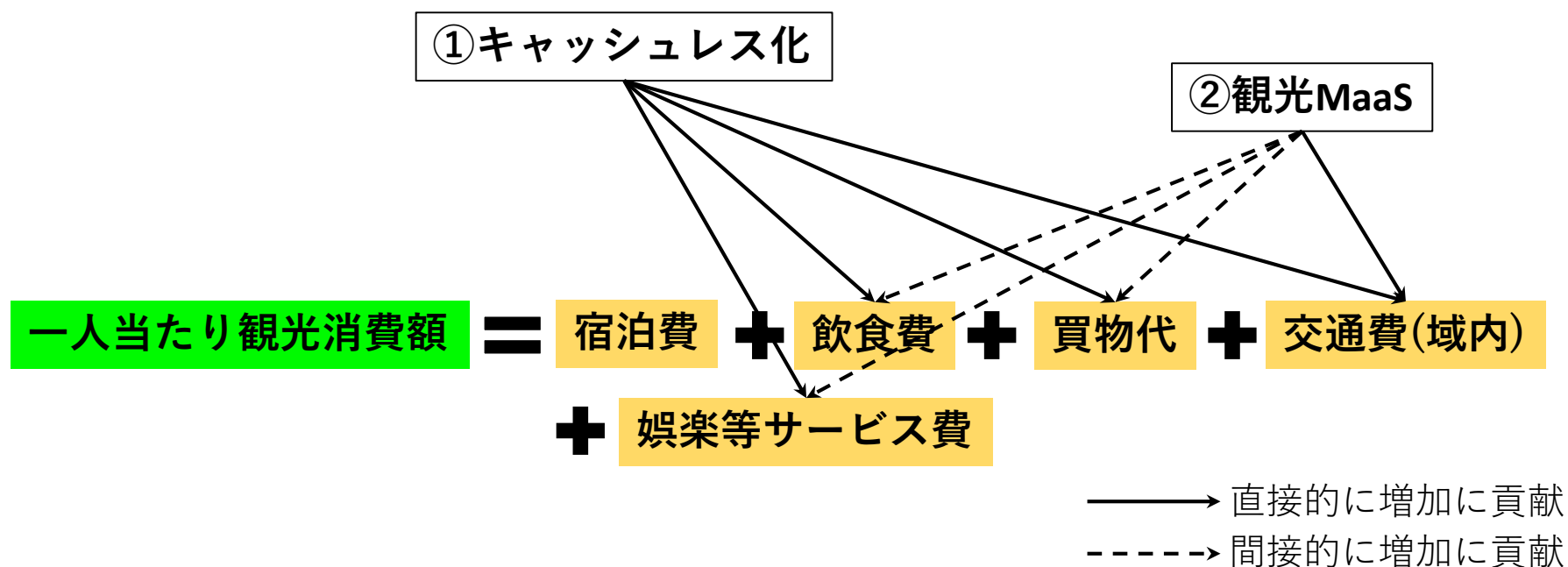
3. 地域観光政策検討のためのデータ分析
3. 3 施策検討のための指標の考え方
(3) 受入環境整備

$$\text{観光総生産額} = \text{観光入込客数} \times \text{一人当たり観光消費額} \times \text{域内調達率}$$

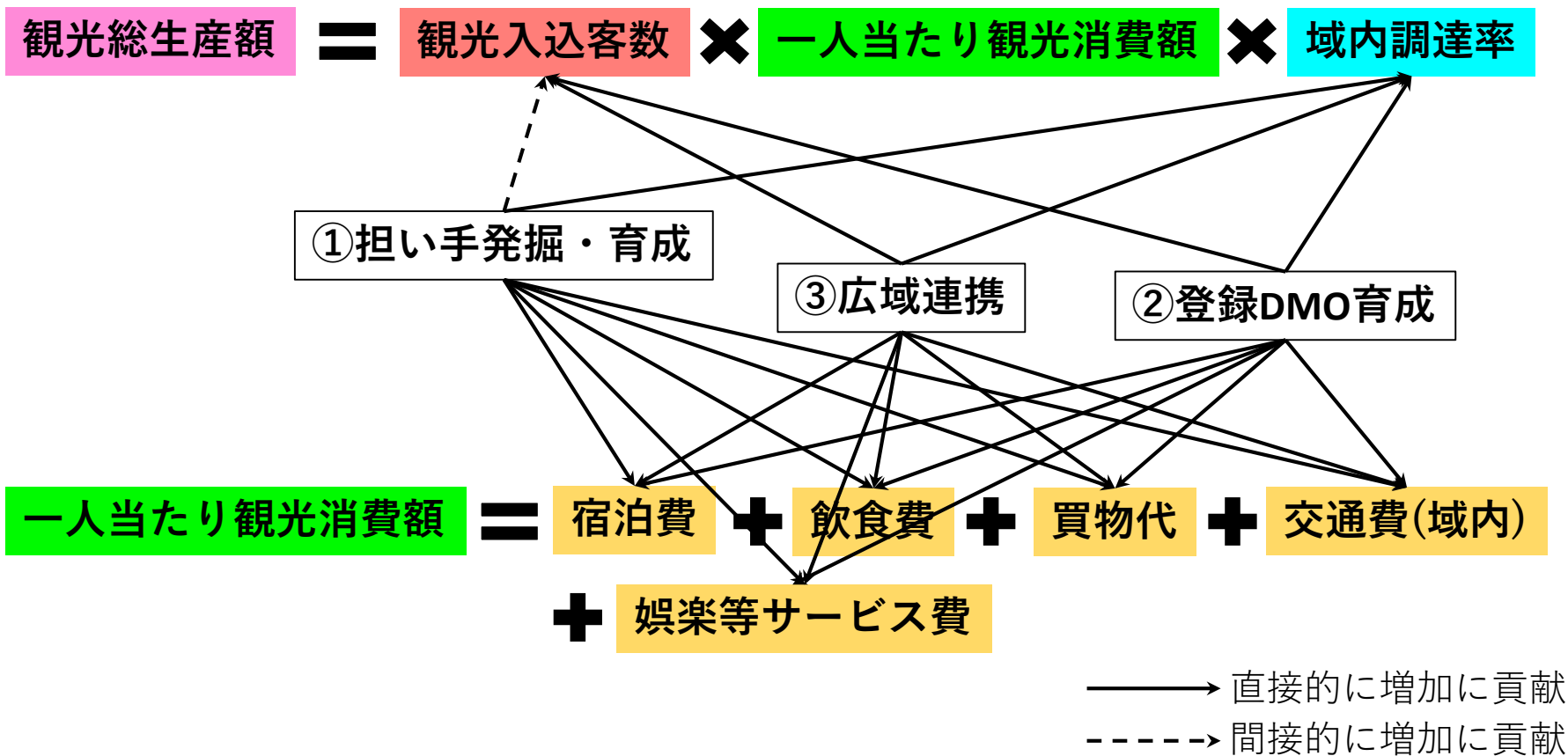


3. 地域観光政策検討のためのデータ分析
3. 3 施策検討のための指標の考え方
(4) サービス改善

$$\text{観光総生産額} = \text{観光入込客数} \times \text{一人当たり観光消費額} \times \text{域内調達率}$$



3. 地域観光政策検討のためのデータ分析
3. 3施策検討のための指標の考え方
- (5) 組織形成



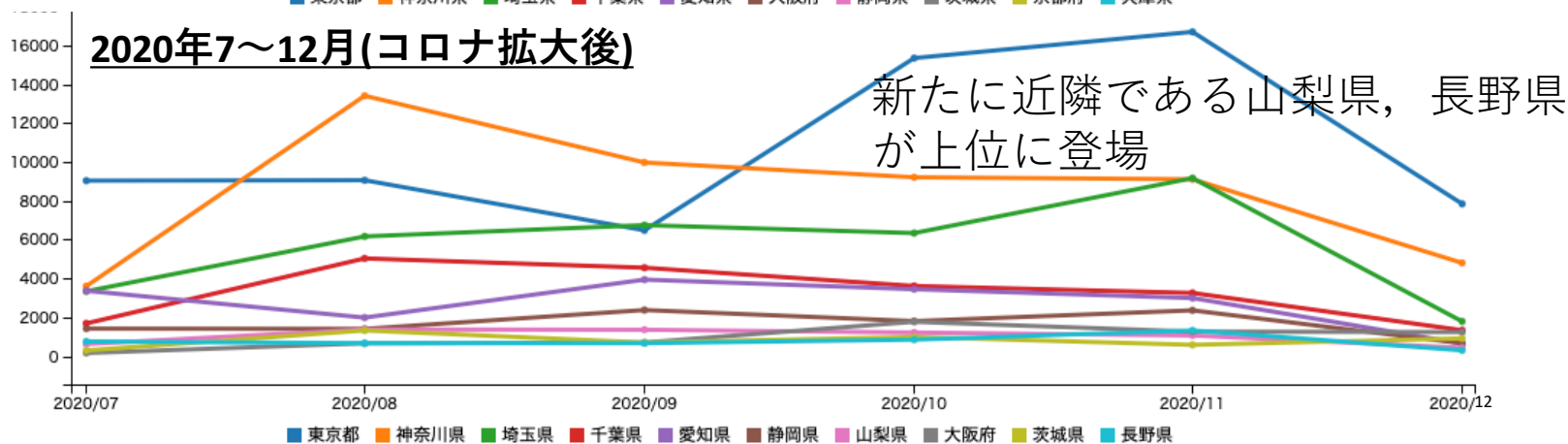
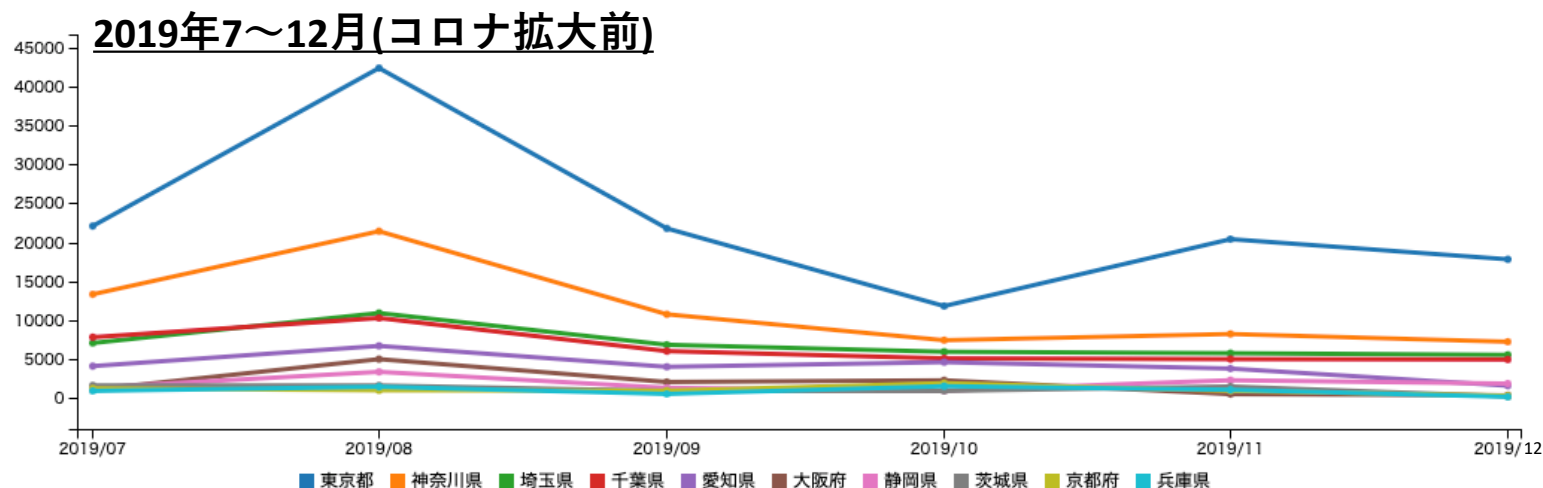
4. 今後の観光政策立案に向けて

4. 1 with/afterコロナ期に必要な視点

- (1) 感染症対策を徹底する仕組みの確立
- (2) 医療分野と連携した観光客受入体制の確立
- (3) 密の管理
- (4) 消費単価の底上げ
- (5) 非接触対応（決済，受付等）
- (6) ワークেশョンの進展への対応

4. 今後の観光政策立案に向けて
4. 1 with/afterコロナ期に必要な視点
 - (7) 近隣居住者の取り込み（マイクロツーリズム）

観光予報プラットフォームによるハヶ岳観光圏の宿泊者居住地分析



出典：観光予報プラットフォーム

4. 今後の観光政策立案に向けて

4. 2 中長期的な視点

(1) SDGsへの対応

- ・（経済＋社会文化＋環境）×合意形成の4つの視点が重要
- ・持続可能性に配慮しないと選ばれない時代に

(2) 証拠に基づく政策決定(EBPM)に向けたデータ整備

- ・観光のメリットが地域ステークホルダーに広く浸透することが重要
- ・地域調達率の独自調査
- ・域内観光消費構造の独自調査

5. まとめ

- ①地域の観光政策のゴールは観光総消費額ではなく観光総生産額の増加であるべき
- ②そのために、まずは観光入込客数の増加に加えて、一人当たり観光消費額を高くする取り組みを強化すべき。そのためには、一人当たり観光消費額を費目別を見ることが不可欠。
- ③観光総消費額が最終的に域外に流出しないように、地域由来の原材料や人材の活用を強力に推進する、すなわち地域調達率を高める取り組みを強化すべき
- ④観光総生産額を構成する観光入込客数、一人当たり観光消費額、地域調達率の現状を把握するためのデータは、それぞれ長短があるが多様に存在する。検討したい政策の種類や対象地域に応じてそれらを適切に使い分けることが不可欠である
- ⑤一人当たり観光消費額と地域調達率は今後の観光地域づくりの合意形成に向けて極めて重要な指標であり、自治体や観光地域づくり法人が独自調査を実施する体制を検討すべき

【参考資料】

観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（毎年発行）

観光庁「訪日外国人の消費動向 年次報告書」（毎年発行）

観光庁「観光入込客統計に関する共通基準 調査要領」（平成25年3月改定）

（公社）日本観光振興協会「日本の観光を担う次世代リーダーへ」「観光経営トップ層のためのデータ論（79-93頁）」

清水哲夫「統計データは語る」，TRAVEL JOURNALで2018年4月9日号から1年間に渡り月1回連載