

我が国の観光研究と観光統計について

平成17年4月12日 運輸政策研究機構 大会講室

1. 講師——林 清 財団法人日本交通公社常務理事

2. コメンテーター——清水哲夫 東京大学大学院工学系研究科助教

3. 司会——森地 茂 (財) 運輸政策研究機構運輸政策研究所長

■ 講演の概要

1—我が国の最近の観光動向

最初に、我が国の最近の観光動向、ここでは国民の国内宿泊旅行について概観する。全体のボリュームであるが、観光白書に記載されている過去20年の国民一人当たりの宿泊旅行回数の推移を見ると、1996年を境に停滞してきている。その中身を見ると、中高年齢層の旅行が活発化してきている一方で、若い世代が旅行をしなくなってきている、といった大きな構造変化が起こっていることが分かる。

また、国民1人当たりの宿泊旅行回数は、2002年の2.24回から2003年は2.01回へ15%も減少しているという結果になっている。しかし、我々は、交通機関や宿泊施設等の統計等から2003年を推計すると、国民の宿泊旅行は0.2%増加しているのではないかと考えている。そこで、先ほどの観光白書の15%減少というかなり大きな減少数値との整合性が全くとれておら

ず、大きな疑問が生じてくる。観光白書の調査では、2,200発送したアンケートのうち、回収した1,200サンプルを用いて計算しているが、ここにサンプル調査の限界があるのではないだろうか。特に1年に1回か2回の行動を1,200サンプルで判断するというになると、かなりブレが生じてくるのはやむを得ないと思う。家計調査は約8,000世帯と大きなサンプルを対象に調査をしているが、地域別や月別など細分化してみるとやはりかなりのブレが出ていることが分かる。

2—最近の観光研究

私が所属している観光研究学会で2004年度に全国大会で発表された82の論文を見てみると、統計を利用した解析やマーケット分析といったものは極めて少ない状況である。観光統計を利用した解析は2件で、「訪韓国の推移と異文化理解とその課題」(出入国管理統計)、「産業連関表による経済効果の比較」(各県統計)であったが、統計そ

のものの信頼性や、細かい分析がしにくい統計などにより問題が多々ある。数量的なマーケット分析の論文は3件で、「地域の利用実態」、「ホスピタリティの認識調査」、「観光地のイメージ調査」で、いずれもアンケート調査に基づくものであった。このような数値を用いた研究が数少ないということについては、精度の高い統計データの入手が困難であること、特に観光マーケットに関するデータを取るのが難しいこと、数多くのサンプルを得ようとすると多大な費用がかかることがその要因であると考えている。

観光に関して、解明しなければならない研究課題はまだ多い。

- ・需要構造—快適な観光活動
- ・政策評価—各種政策の有効性
- ・経営分析・需要予測—事業計画 等

これらのことについて、統計やマーケットデータによる分析を進めなければならないと考えており、そのためにも観光統計のレベルアップが不可欠だと考えている。

我々と国土交通省で研究を進めているものとして「旅行・観光経済効果の研究」がある。これは、世界的に進められている研究課題である。国ごとの比較ができないという問題を解決し、旅行・観光がどのような経済効果があるのかを明らかにしていこうという動きである。世界観光機関(WTO)が1993年に観光統計に関する基準を策定し、国連統計委員会の



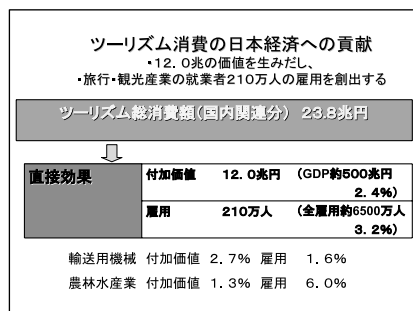
コメンテーター：清水哲夫



講師：林 清

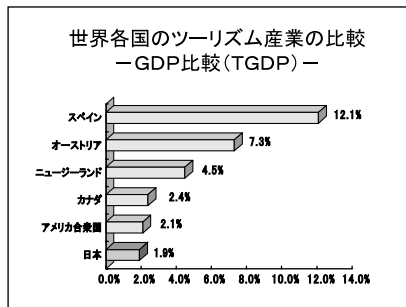
承認を受け、各国に採用を呼びかけて世界標準を定めた。次のステップとして、国民経済計算の中で、旅行や観光分野は、産業部門として分かれていないため、この分野だけで国民経済計算に合う形で計算することが必要とされ研究が進められてきた。世界標準としての旅行・観光分野での経済効果測定のためのマニュアル化(TSA)がWTOによりなされ、2000年に国連統計委員会の承認が得られている。この経済効果の計算については、フランスやカナダがかなり先端的な取り組みを進めているほか、世界各国で取り組みが進められている所である。

日本においても、国土交通省を中心に2000年からTSAによる試算が始められた。こうした試算により観光による経済効果が明らかとなり、観光の重要性の認識が高まったことが、国の観光関連予算獲得の後押しになったのではないかと考えている。旅行・観光消費の日本経済への貢献については(図一1)、旅行や観光による消費額(国内分)が23.8兆円で、この効果は付加価値ベースで12.0兆円と、GDPの約2.4%を占める。これを他の産業と比較(輸送用機械は2.7%、農林水産業が1.3%など)して見ても、旅行・観光は日本の基幹産業といってもいいと考えられる。雇用の面でも、3.2%、(輸送用機械分野が1.6%、農林水産業が6.0%)であるから、大きな効果があるといえる。先ほどGDPで2.4%と述べたが、これを世界標準で計算すると



■図一1

1.9%である。他の国々と比べてみると、まだまだ小さい。我が国の観光的なポテンシャルを考えると、観光面に力を入れていくことによりこの数値が高くなる可能性が高いと考えられる(図二)。



■図二

また、我々が進めている旅行・観光経済効果調査についても、以下の課題はなお存在する。

- ・観光・旅行の定義、データの取得の限界
- ・サンプル数の増加と費用の問題
- ・地域レベル(各県、各地域)での比較が難しい現状
- ・国内の観光統計の統一基準づくり

3—観光統計の現状と限界

我が国の観光統計については、①マーケットの統計、②観光関連産業統計、③着地側統計の3つに大別することができる。

マーケットの統計として、インバウンド、アウトバウンドの関係では法務省の統計がある。これは、空港・性・年齢・国籍別に全数のデータを得ることができるが、EDカードが廃止されたこともあり、目的地や消費額等についてはデータがとれない。国民の国内旅行に関しては、消費者のサンプル調査が中心となるが、観光白書の調査、全国旅行動態調査(5年間隔)、旅行・観光消費動向調査(承認統計)、観光の実態と志向調査、家計調査というものがあり、家計調査以外はどれ

もだいたい2,000サンプルくらいで行われている。一般的には、YES/NOで答えるようなものについては、2,000サンプルあれば統計的に精度が高いと言われるが、年に1から2回の旅行分野では、2,000サンプルだけでは、細分化していくと精度的に問題で誤差が大きく出てくる危険性が高い。

2番目は観光関連産業の統計である。交通分野では、航空・鉄道・道路関係の輸送量や、交通センサス・旅客動態調査といったものがあるが、観光や休日交通という面からは活用しづらい。特に日本では季節性の問題があり、それぞれのシーズンごとの調査が入手できない。宿泊統計については、新聞社や協会など何件かのサンプリングによる稼働率の調査があるが、いずれもサンプリング調査で限界がある。旅行業については、主要50社についての毎月の統計や1年に1回経営状況を公表する統計がある。それ以外には、テーマパーク・ゴルフ場・スキー場など個別の施設や協会が独自に公表しているものがある。しかし、なかなかこれといった決め手がない。

3番目の着地側の統計について、自治体の統計や環境省の温泉・海水浴場に関する統計等いろいろなものがある。ただし、定義や調査方法が不明確である場合が多い。各都道府県で観光統計を発表しているが、定義や調査方法が不統一で比較できないのが現状である。特定の都道府県で、一見きちんとした統計資料がそろっているところもあるが、精度の高い調査がなされていない場合や、担当者が変わると調査方法を変更して統計数値が大きく変わるなどといったようなことがよくある。温泉の入湯税に関する統計が全国の市町村でとられており比較可能に見えたが、よく調べると

自治体によって課税対象が異なるため、市町村間の比較ができないことが分かった。

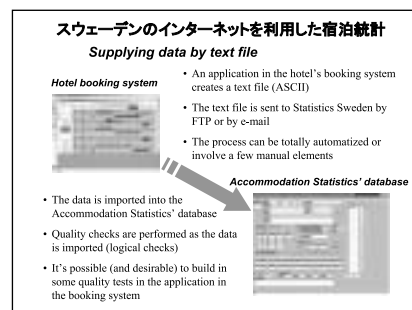
我が国の都道府県の観光統計を見ても、北海道は、しっかりやっている方で、各市町村で日帰り客、宿泊客、道外客、道内客を発表しており、また全道のレベルでダブルカウント等を修正して推計している。一方、東京は非常に多くの人を訪れるところであるが、統計の取りようがないということもあり、これまでは伊豆諸島のみの統計となっている。高知県では、県外客のみを対象とした統計である。沖縄県は、島のため域外からの客数は比較的統計が取りやすく、域外観光客数として発表されているが、この中にはビジネス客が含まれている。このように各県で方法や定義が異なり、混乱がある。私どもの財団では、5年ほど前に沖縄県からの委託を受け、経済効果について調査を行った。この結果、観光客の消費額について従来から沖縄県が実施した調査の数字と1割以上の乖離があること、などそれまでの調査方法に多くの問題点があることが分かった。発表までに時間はかかったが、正確な統計の重要性が理解され、その後、統計の取り方の改善に取り組み精度向上に結びついた。

諸外国の観光統計はどうかというと、各国はTSAによる経済効果を算出する際に以下のような調査を行っており、これだけを見てもサンプル数の大きさに驚かされる。

- ・フランス 2万サンプル(パネル郵送) 1泊以上の旅行内容・消費
 - ・オーストラリア 8万サンプル(電話) 日帰り、宿泊旅行の旅行内容・消費
 - ・カナダ 20万サンプル(世帯インタビュー調査) 80Km以上の旅行内容・消費
- また、着地側の統計としてヨーロッ

パでは、それぞれの地域に何人宿泊したかということをしちんととっている。その地域の宿泊収容力と、実際の宿泊人員等をEU指令により報告させることとなっている。EUの中でもスウェーデンやノルウェーなどではこうした統計をインターネットと連動して集計する方法も採用している。

昨年6月、OECDの観光統計の国際会議に出席したが、各国は観光統計の整備に極めて熱心であり、インターネットを利用した統計の作成や、地域別の消費額調査や需要予測調査などの研究の取り組みがなされていた。オーストラリアでは観光統計整備に約16億円計上されており、スウェーデンやノルウェーでは、インターネットを利用した宿泊統計(図-3)の試みがなされているほか、イタリアにおいては地域ごとのインバウンド統計の評価が行われている。



■図-3

4—今後の改善点

我が国の統計行政の新たな展開方向として、社会・経済変化に対応した整備、統計調査の効率化・円滑な実施、国際協力の推進、既存統計調査の見直し、調査結果の利用拡大などが掲げられており、6月にはその基本方針が策定されると聞いている。

- 観光統計の課題としては、
- ・観光の定義の明確化(観光客だけでなく全旅行者をまず把握すること)
 - ・推計の精度(コストをかけて数多くのサンプルを得る必要性)

・速報性・公表(統計の有用性を高めるためにも、なるべく早く公表すること)

- ・責任ある推進主体・予算
 - ・関連する機関や事業者の協力
- といったことが挙げられるところである。まずもって統計の重要性の認識をもってもらうことが非常に大切であると考えられる。

今後望まれる観光統計としては、

- ・大サンプルのマーケットデータの整備
 - 毎年でなくてもよいが、5年に1度くらいは数万サンプルのきちとした統計が必要。

- ・全国統一基準による調査
 - 全国比較できるものが必要、比較することによって様々な分析が可能となる。

- ・宿泊統計の整備
 - 法律を作ってもやるべきもの。宿泊施設からしっかりとしたデータを得ることが必要。これが観光統計の基礎となる。

- ・インバウンドの統計
 - 宿泊統計で対応する部分と、消費額調査で対応する部分がある。消費額調査については、近年、日本銀行が力を入れ始めている。

といった統計の整備が必要であると考えている。また、国土交通省においても、観光統計の整備について本年度上半期に検討を進めていくと聞いているところであり、その動きも注視したい。

■コメントの概要

1—コメント

林氏の講演の中で次の論点があったと思う。一つ目は、日本人宿泊観光発生回数の安定・減少傾向を踏まえて何をすべきか、ということだが、基本的には新たなマーケットを開拓する、すなわち、訪日観光の促進に新た

な活路を見出すしかないのではないかと思う。二つ目は、観光が産業として重要となってくる中で学術研究は何をするべきか、ということだが、いろいろやるべきことはある中でも、特に観光地選択メカニズムを解明することが重要ではないかと思う。三つ目は、こうした国策としてのニーズ、学術研究としてのニーズを支える観光統計がどのようにあるべきか、ということである。この点について林氏と全く同感だが、目的と用途を明確化して、定期的に一定の規模で行うということが重要であると考えている。

観光行政・産業が何に注目すべきであるかについて考えてみると、人口が減少していく中で、一人一人の旅行発生回数の原単位が人口の減少率を上回れば、観光の産業としてはパイが増え続けることになるが、そういうシナリオはあまり想定できず、インバウンドに着目した方がよいということになる。これは今、どんどん増加しているのではないかと思うが、その後もそのまま増え続けるという感覚はない。今のインバウンドは新規のお客さんを増やしている状態にあると思うが、リピート客を増やしていくことに早晚重点を置かなければならないと考えている。そういう状況の中で、今、我が国ではデジタル・ジャパン・キャンペーンとして、現地機関設置、観光親善大使任命、観光業界視察誘致、自治体・業界連携の陳情団派遣等々いろいろなことがなされている。これらについての評価はまだ定まっていないが、おそらく短期勝負の総力戦であるという点が特徴であり、マーケット動向はきちんとつかんでいるのか、Sustainabilityの観点に立った戦略があるのか、といった点が課題であると考えている。

統計の意義として、1. 現状把握、2. トレンド把握、3. 現象要因特定、4.

問題発見、5. 将来予測、6. 必要施策抽出といったことが挙げられるが、現状のインバウンド統計では、せいぜい1. 現状把握と2. トレンド把握くらいしかできないのではないかと考えている。ただし、観光の場合は、定義自体があいまい、非日常かつ低頻度の現象、過去の経験の影響が強い、目的地の選択肢があまりにも多い、目的地決定の要因があまりにも多岐に渡る、といった特性があり、これが統計の質を下げ、扱いを難しくしている要因となっている。

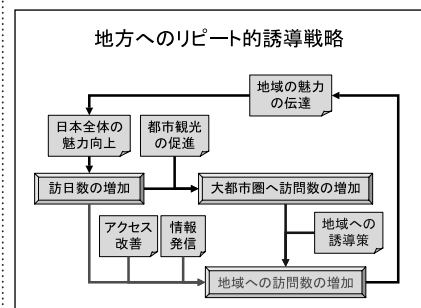
上記の問題を踏まえると、今後の国際観光調査の方向性についていくつか考えられる。まず、着地ベースの調査は結構行われているが、発地ベースの調査は不十分であり、これを定期的に行うべきであるということである。着地ベースの調査だけでは、最も知りたいところである日本を選ばなかった人のデータが取れないという問題があるからである。現在は、確実なコントロールトータルは保証されるが内容は全然分からない出入国管理統計と、個別施設が独自に行っていて、詳細は分かるが全体の傾向はよく分からないといった詳細調査の2つが主に存在するのではないかと思うが、国際観光の場合は、その中間を埋めるような調査が必要ではないだろうか。また、現状理解型の調査だけではなく、ニーズ発掘型の調査も実施していくべきである。さらに、ITを活かした外国人観光客の行動追跡調査も実施すべきである。結局のところ、観光統計の目的を明確にして、定期的に一定の規模を確保して実施していくことが課題であると言える。

2—我が国のインバウンド観光の状況

我が国のインバウンド観光の現状については、日本人出国者数と外国人入国者数の著しい格差、アジア近隣諸

国からの観光客の経年的増加、大都市圏から周辺地域への拡大がみられる。インバウンドに関するデータとして、国際観光振興機構(JNTO)の調査があり、これを見るだけでも、台湾の訪日観光では一時九州がブームになっていたのが、近年では下火になり、北海道へ移行しているということが分かる。

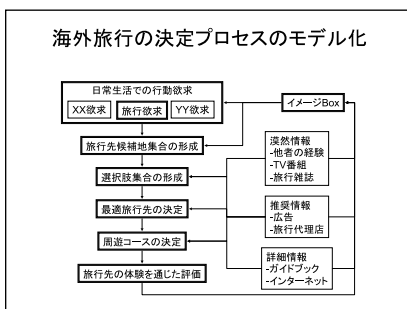
訪日観光客をいかに増やすかについては、平たく言えば、新規マーケットを開拓することと、リピーターを形成することの2つしかない。新規マーケット開拓は、韓国、台湾から中国、オーストラリアと変遷しているが、その次はどこかが問題になる。リピーターについては、どの国についても、いづれは団体旅行から個人旅行へ移行していくのであるから、団体旅行で一度来てもらい、日本の魅力を認知してもらって個人旅行で再度来てもらうということが重要になる。また、600万人の方が日本を訪れるといっても、大多数の方は初めは3大都市圏に行くのであり、いきなり地方に行くということはないと思う。そこで、地方に引きつけるためには、最初は大都市の魅力で引きつけて、それから地域への誘導策を実施していくが必要になるだろうと考えている(図—4)。



■図—4

次に考えなければならないのが、海外旅行の決定プロセスである。何気ない旅行に対するイメージが、日常生活の中で旅行に行きたいという欲

求に発現して、次にどこら辺に行くかという周遊先の候補地が出てくる。その中からある周遊先を決定し、個別の都市や施設が詳細計画の中で選ばれて行く。多くの旅行者はこのような選択構造にしているのではないかと考えている(図—5)。その際、決定の局面別に影響を与える情報源が異なるはずと考えている。具体的に言うと、例えば、イタリアに行くことを考えると、日本人はまず「イタリア」を考えて、その次にローマやミラノへというように考えるが、ヨーロッパ人は「イタリア」へ行こうと考えるのではなく、最初から「ローマ」へ行こうという風に細かいレベルで考えるだろう。これを逆に当てはめると、台湾や中国や韓国から日本はどういったレベルで認識されているかということ意識していく必要がある。おそらく欧米からはまた違った形で認識されているはずであるので、マーケットの違いによって認識のされ方も違うということ意識しておかなければならないと考える。このことを考えた場合、現在、ビジット・ジャパン・キャンペーンでなされているプロモーションには、以下のようにかなり問題があるのではないかと思う。



■図—5

- ・過度に単一デスティネーションに立脚したプロモーションを展開している
- ・多くの観光エリアが単独でデスティネーションになろうとしている
- ・訪日観光客に国内の他エリアの魅力を知ってもらうための努力が著し

く足りない

昨年、韓国の旅行代理店に行ってヒアリングした際に、「韓国でも北海道がブームであるが、一度札幌に行ってしまうとそれだけで北海道全体を旅行した気になってしまい、釧路や旭川がプロモーションに来て商品にならない」、「秋田は紅葉が美しく、商品価値が高いが単独では商品にならない」、「韓国から日本への旅行は3泊4日が主流だが、台湾から日本への旅行は5泊6日が主流である」といったコメントを頂き、同じアジア人でもマーケットによりかなり嗜好が異なるようだということ認識したほか、やはり日本は都市の魅力でお客を呼ばなければならないということ認識した。こういったことが現在行われているプロモーションの中でどのように認識されているのか疑問である。

3—これまで実施したインバウンド観光研究

私が近年実施したインバウンド観光研究について紹介したい。まずは、台湾人の海外旅行経験と主要観光地の評価に関する調査である。

第一は、2002年10月に日系百貨店の北海道物産展に来ていた台湾人(410サンプル)に、海外旅行経験、東アジア主要観光地の評価、旅行決定時の参照情報源について調査を行ったものである。その結果、有効票は300程度だが、その半分は調査した年に海外旅行を行っており、その半分は日本に来ていた。台湾は人口約2,200万人に対し、年間約700万人が出国する。一方、日本は人口約1億2,000万人に対し、約1,700万人しか出国しない状況であり、台湾人は如何に旺盛に外国旅行するかということが分かる。また、過去2回の外国旅行の組み合わせについては、4分の1は日本-日本の組み合わせであった。渡航時期については、

夏が多いと予想していたが、ヨーロッパ以外の近場では、夏以外の季節にも多く訪れていることが分かった。さらに北海道に旅行した人に、その時の旅行計画時の代替候補地を尋ねたところ、100サンプルの内、70サンプルは東京や大阪を考えており、また、49サンプルは日本以外の候補地を考えていることから、実は北海道はいろいろな観光地と競合関係にあることが想像される。

第二に、今度は着地側で調査をしようということで、台湾人の北海道来訪時の旅行計画と行動に関する調査を北海道で行った。2003年12月に新千歳空港の国際線カウンターで、北海道観光を終えたばかりの台湾人(325サンプル)に、旅行を計画していた時に想起した代替候補地とその要素評価、意思決定段階で参照した情報源について聞いた。その際、代替候補地を具体的な地名で記入してもらい、その回答(認識レベル)をヨーロッパなら大陸レベル、イタリアなら国レベル、ロンドンなら都市レベルというように分類をした。それぞれの大陸の候補地がどういうレベルで出てくるかを分析したところ、ヨーロッパはヨーロッパといった大陸レベルで認識され、アメリカ大陸はアメリカ、カナダといった国レベルで認識され、アジアでは、国レベルで認識されることが多い結果となったが、統計上は有意な差がない。また、旅行経験による認識レベルの差についても分析したが、こちらも有意な差は見られなかった。さらに、旅行実施までの、イメージ蓄積過程、旅行先選択過程、詳細計画過程のそれぞれで参考にした情報を尋ねたところ、詳細計画ほど旅行会社の影響が大きく、特に未経験者ではその影響がより大きいことが判明した。レポートについては、4割以上が2回目以上であるというサンプルであり、さら

に地域別の来訪経験を聞くと、やはり東京、大阪が多いということが分かった。観光地を選択する際にどのような要因が効いているかを分析するために、アクティビティー、風景・雰囲気、サービス、アクセシビリティの4つの要因について、北海道の評価をしてみた。初回訪問者とリピート訪問者の違いをみると、前者は、サービスやアクセシビリティを重視し、後者は風景・雰囲気を重視するという相違があった。1回目はどのような魅力で引きつけ、2回目以降はどのようなもので魅力を確定していくかを考えなければならぬ。

第三の調査として、個人旅行促進のためには、地方に来た時のモビリティを確保することが大事であるという仮説に立って、地方における外国人によるドライブ観光振興のためのプレ調査を2004年10月に実施した。韓国人50組のモニターを招聘し、2泊3日でレンタカーを貸し出して、道央地区を走行してもらうという方法で行ったものである。具体的には、立ち寄り先の決定プロセスと実行行動の調査、GPSによる移動軌跡調査を実施した。なお、ハングルによる観光ガイドのパンフレットを作成し、ドライブの参考にしてもらった。ドライブ観光に注目したのは、比較的マイナーな観光地への来訪ニーズに対応できること、都市から離れている景勝地等の新たな観光資源を活用できること、ある程度自由に旅行行程を設計できることから、個人旅行の一層の促進につながる可能性が高く、団体旅行での来訪が望めない観光スポットの来訪促進が可能であると考えたからである。パンフレットでは、観光スポットを説明した推奨ルートを示したが、70%以上が推奨ルートを越える周遊を実施しており、典型的な団体旅行の周遊ルート上にはない地域やスポットを訪れていることが

分かった。立ち寄り先については、約4割が事前に計画せずに立ち寄られ、その情報を宿泊先や人づてに収集する等臨機応変に対応していることが分かった。一方で、北海道についての地理的感覚がなく、時間が足りずに予定していた訪問地への立ち寄りをあきらめた場合もあり、その類の情報提供も課題であることが分かった。

第四の調査であるが、国毎のマーケティングを意識して、外国で活躍した日本人がいるとその人にちなんだ施設等に行くことは結構あるため、逆に我が国に足跡を残した外国人の情報を外国人に提供すると観光振興に役に立つのではないかと考え、我が国に足跡を残した外国人情報の調査を行った。自治体・大使館へのアンケート調査を行い、誰がどの時代にどのようなことで活躍したのかということをも丹念に調査したところ、155人、延べ234件の情報が得られ、データベースを作成することができた。今回残念だったのは、情報は欧米人が中心で、中国、韓国、台湾人の情報がほとんどなかったことである。その発掘が今後の課題である。

4—今後重要と思われる国際観光の研究

以上を踏まえると、国際観光の分野で、今後以下のような事項の研究が重要であると考えている。

- ・渡航先想起のメカニズムと解像度の解明
- ・観光地間の競合・補完関係の解明
- ・リピート行動メカニズムの解明
- ・オフサイト・オンサイト観光情報提供のあり方

■ 質疑応答

Q 現在の統計の問題点として、サンプル数が少ないことが指摘されている。サンプル数を増やすためにお金がかかることもあるが、回収率が悪いことが一番の問題である。インターネットを活用することや補完調査を行うこと等も含めてアドバイスを頂きたい。また、日帰り観光をどのように捉えるべきかについてもアドバイスを頂きたい。

A サンプル数の問題について、インターネットを用いて行う方法については、統計の専門家からは偏りがあって難しいということを言われている。回収率について、観光は楽しいことであるので書いてくれる人が多くなるが、質問数が多いと途中でやめてしまったり、旅行しない人は最初から書いてくれなかったりといった問題がある。日帰り旅行についても一応とっているが、定義が難しい。一般のお客さんがどのようなものを日帰り旅行としてとらえているかを考える際に、距離や時間といったものをお示ししているが、着地側でとらえることは難しいだろうと思う。

Q 観光統計が遅れていると聞かすが、どの程度遅れているのか、具体的にどのようなデータが必要なのか、どうすべきかを教えて頂きたい。

A 先ほど海外の統計の中で、経済効果を出すために大規模なサンプル調査を行っていることをお示しました。また、永続的な統計という意味では、ヨーロッパの諸外国は宿泊に関する統計をしっかりと取っている。世界的な標準、地域への経済効果という意味からすると宿泊が大事で、これを如何にきちんと取るかが大事であると思っている。

Q 観光統計を取る場合の季節波動をどのように解決するかについて教えて頂きたい。また、日本における海外旅行は、供給側が需要を引っ張ってきたという歴史があった。パッケージツアーがあることによって需要が増えたということがあったと思うが、台湾の状況はどのようになっていくのかを教えてください。

A 季節波動の問題は極めて大きな問題。季節だけでなく、曜日の問題もある。そこで、統計をとる際には、必ず年4回、それぞれの季節で平日と土日を入れることにしており、そのようにしないとしっかりしたデータが取れないと思っている。

A 台湾においては、おそらく過渡期にあるように感じている。台湾の代理店のヒアリングをした際、旅行商品の開発・提案は供給側が決めており、それに需要が乗っているという状況だと感じたが、近年では変化が見られるのではないと思う。

Q 観光地の決定モデルについて、このモデルから有意に因子を導き出していくためには、どのくらいのデータ数とコストがかかると考えら

れるのか、また、こういったモデルの構築について、基礎的な調査を国としてやる意義があると考えられるのかどうかについて教えていただきたい。

A 本日お示しした選択構造のモデルは統計的に有意性が確認されたものではない。何らかの数理モデルとして構築したいと考えると、属性等で切った市場セグメントの一つに対して数千サンプルが必要であり、セグメントを増やしていけばそれなりのコストはかかる。2点目については、国の基本統計としては、必要最小限の項目を押さえておいて、基礎研究やプロジェクトのフィージビリティスタディーのために、必要に応じて心理的プロセス等の細かい調査も企画していくことも国の関与としては重要と考えている。交通では長年に渡ってそのようなことが行われている。

Q 日本における宿泊統計について、2つ問題があるのではないか。一つは、ヨーロッパでは警察国家的な外国人の管理という点で宿泊統計を取ることができ、日本ではまだそのようなことに理解が進んでいないの

ではないかということ。2つ目は、サンプルをとるといった場合、インバウンドを考えると、中国や台湾の方がかなり安いツアーで、特別な場所に宿泊されているということがあると考えられ、2,3万のサンプルをとれたとしても、それで全体を表すことができないのではないかということだ。これらのことについてどのようにお考えになるのか教えてください。

A 確かに、ご指摘のとおり宿泊統計といったものは簡単にとることはできないと思う。そうは言っても、宿泊統計をしっかりとらなければ比較・分析をしっかりと行うことはできないと思う。サンプルで偏りが出ることもあると思うが、法務省の出入国管理統計と合わせて、空港での調査も数を増やして行っていくことが必要であろう。テクニックのことも大事だが、国としてこれが大事であると思うか、ということ。国として何が重要だと思うか、日本として重要だと思うことに対して、どのような統計が必要か、そういう視点から考えることも必要であろう。

(とりまとめ：運輸政策研究所 田中賢二)