

# 地方における インバウンド観光の実態とその効果

運輸政策研究所 研究員  
栗原 剛

運輸政策研究コロキウム  
平成24年2月16日

# 研究の背景

- わが国のインバウンド観光需要は増加する
  - アジア諸国の国際旅行需要が高まる
  - 観光立国の推進
- インバウンド観光は地方へ
  - 需要の高まり、活動内容の多様化
- 観光は大きな効果をもたらす

# 将来の観光需要の見通し

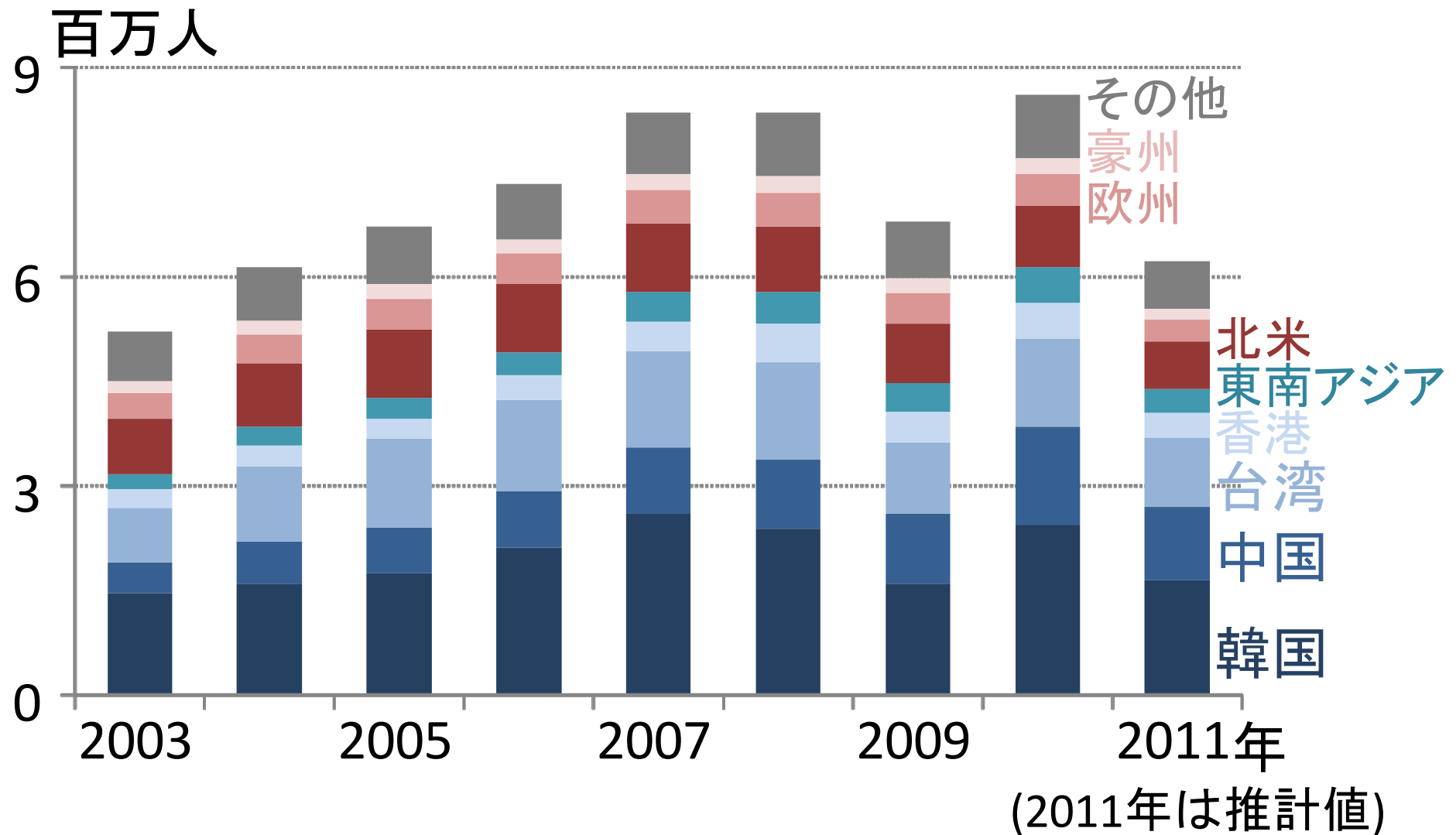
- アジアへの大幅な需要増加が見込まれる

## 将来の国際観光旅客到着数

|        | 基準年  | 予測(百万人) |       | 割合(%)  |        |
|--------|------|---------|-------|--------|--------|
|        | 1995 | 2010    | 2020  | 1995   | 2020   |
| 世界     | 565  | 1,006   | 1,561 | 100.00 | 100.00 |
| アジア太平洋 | 81   | 195     | 397   | 14.34  | 25.43  |
| 北米     | 110  | 190     | 282   | 19.47  | 18.07  |
| ヨーロッパ  | 336  | 527     | 717   | 59.47  | 45.93  |
| その他    | 38   | 94      | 165   | 6.73   | 10.57  |

出典 世界観光機関(UNWTO)

# 近年の訪日外国人来訪者数の動向



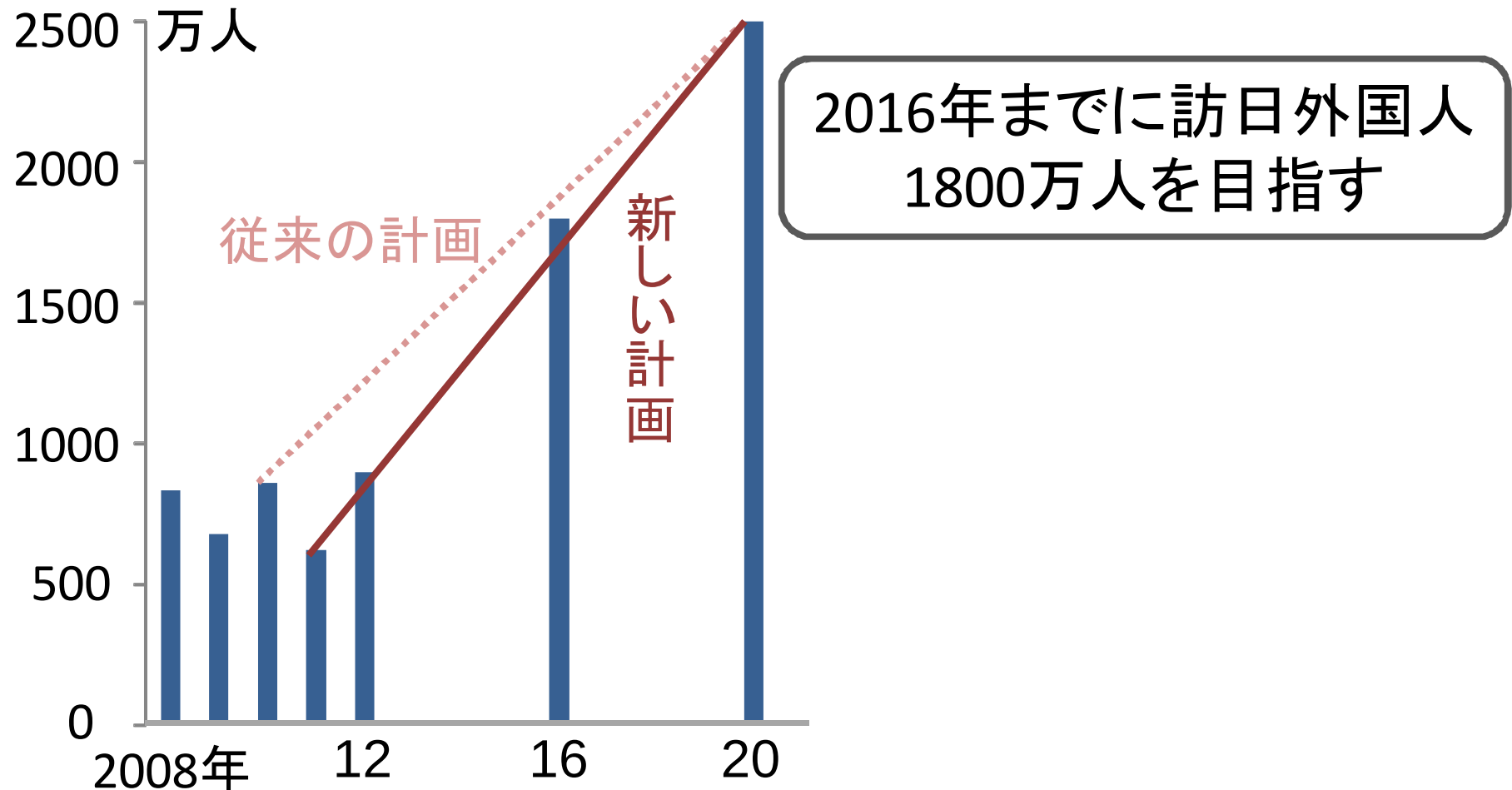
データ 日本政府観光局(JNTO)

# 研究の背景

- わが国のインバウンド観光需要は増加する
  - アジア諸国の国際旅行需要が高まる
  - 観光立国の推進
- インバウンド観光は地方へ
  - 需要の高まり、活動内容の多様化
- 観光は大きな効果をもたらす

# 観光立国の推進

- 新成長戦略 2020年までに2,500万人  
– 訪日外国人目標1割減(震災・円高)



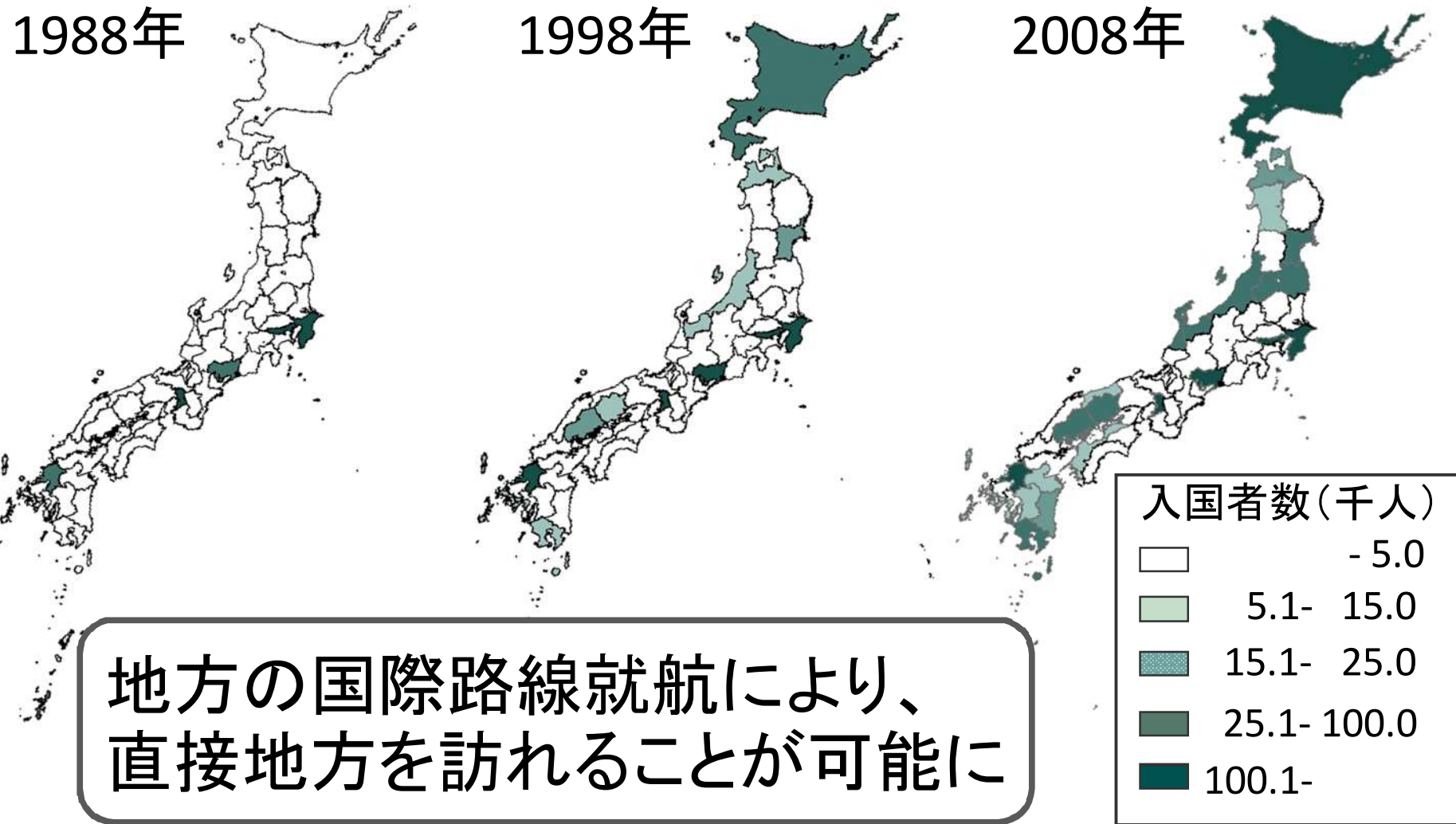
出典 日本経済新聞 2012年2月8日

# 研究の背景

- わが国のインバウンド観光需要は増加する
  - アジア諸国の国際旅行需要が高まる
  - 観光立国の推進
- インバウンド観光は地方へ
  - 需要の高まり、活動内容の多様化
- 観光は大きな効果をもたらす

# 拡大する入国地点

- 都道府県別入国者数の推移



データ 法務省



# 様々なインバウンド観光(1)

| 地方           | 内容                                                                                     |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| ニセコ/<br>みなかみ | オセアニアの人々が自然の美しさを認め、アウトドア会社を設立し、地域に居住している。地域住民との共存を図りながら、外客を誘致することでインバウンド観光振興に結びつけている事例 |
| 五所川原         | 地吹雪体験が台湾など雪の降らない国々で人気がある。冬の青森の生活・文化を体験できる観光の形態であると考えられる                                |
| 富士五湖/<br>山中湖 | 富士山麓では、近年増加傾向にある中国人団体旅客を受け入れている。宿泊者数の多さが特徴である                                          |
| 高山           | アジアからだけでなく、欧米からの旅行者も広く受け入れている。宿泊や伝統工芸品、美術館・博物館等での消費も大きいと考えられる                          |

# 様々なインバウンド観光(2)

| 地方   | 内容                                                                                |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 高野   | 宿坊での宿泊が欧米を中心に人気がある。無量光院の住職クルト氏が外国人来訪者に複数言語で案内をしている                                |
| 直島   | ベネッセが主体となって島全体を芸術であふれるまちづくりを行った。住民と共に家プロジェクトという古民家再生を手がけ、国内外で高い評価を受けており、外国人も訪れている |
| 祖谷   | アレックス・カー氏がはじめた古民家再生簾庵。日本の田舎の原風景が残っている                                             |
| 中津江村 | 2002ワールドカップにおいてカメルーン代表のキャンプ地に選ばれたことが契機となり、住民との交流が生まれた。現在の名残がみられる                  |

# 研究の背景

- わが国のインバウンド観光需要は増加する
  - アジア諸国の国際旅行需要が高まる
  - 観光立国の推進
- インバウンド観光は地方へ
  - 需要の高まり、活動内容の多様化
- 観光は大きな効果をもたらす

# 観光の効果とは？ —最近の言及から

## • 大塚陸毅(2012)

**論点**

日本人にとって勤勉は美である。そのためか、休をとつての「観光」は物遊山と同義に扱われ、その重要性を十分に認識されなかった。

世界の観光市場でも、日のシェアは高いとはいえない。海外からの観光客数、2010年で861万、世界第30位である。一、日本人の出国数は164万人で10位。訪日外国人は出国日本人数の約数に過ぎない。当然、国際収支は大赤字である。

日本経済の切り札

**「観光立国」は国家戦略**

大塚 陸毅氏  
JR東日本会長、経団連副会長・観光委員長、財団法人・日本ナショナルトラスト会長、69歳。

り、多くの観光客を誘引する潜在力がある。「観光立国は国家戦略である」という認識のもと、観光の意義やその力への理解を深め、海外に日本の魅力を発信する必要がある。

意義・力の一つに観光の

ある現時点での数字で、さる飛躍が期待できる。少子化時代を迎える日本経済の切り札となる。

また、観光による交流は、異なる価値観への相互理解を深める。国と国との関係では「国をひらく」ことで

一方、震災直後の被災地経済を、ボランティアリズムや会議誘致が下支えした。震災の中でも、観光にできることが少なからずあることが社会に広く認識された。観光で人が動くことが、経済にとってい

## 経済効果

疲弊する地域経済の活性化に貢献

観光による交流は、異なる  
価値観への相互理解を深める

他を知ることによって己の価値を再発見し、  
国や地域の誇りを再認識できる

出典 読売新聞 2012年1月11日

# 研究の背景

- わが国のインバウンド観光需要は増加する
  - アジア諸国の国際旅行需要が高まる
  - 観光立国の推進
- インバウンド観光は地方へ
  - 需要の高まり、活動内容の多様化
- 観光は大きな効果をもたらす
  - インバウンド観光が地方にもたらす効果？

# 研究の目的

- 地方におけるインバウンド観光の実態を明らかにする
- インバウンド観光が地方にもたらす効果を検証する

# 本研究で対象とする地方

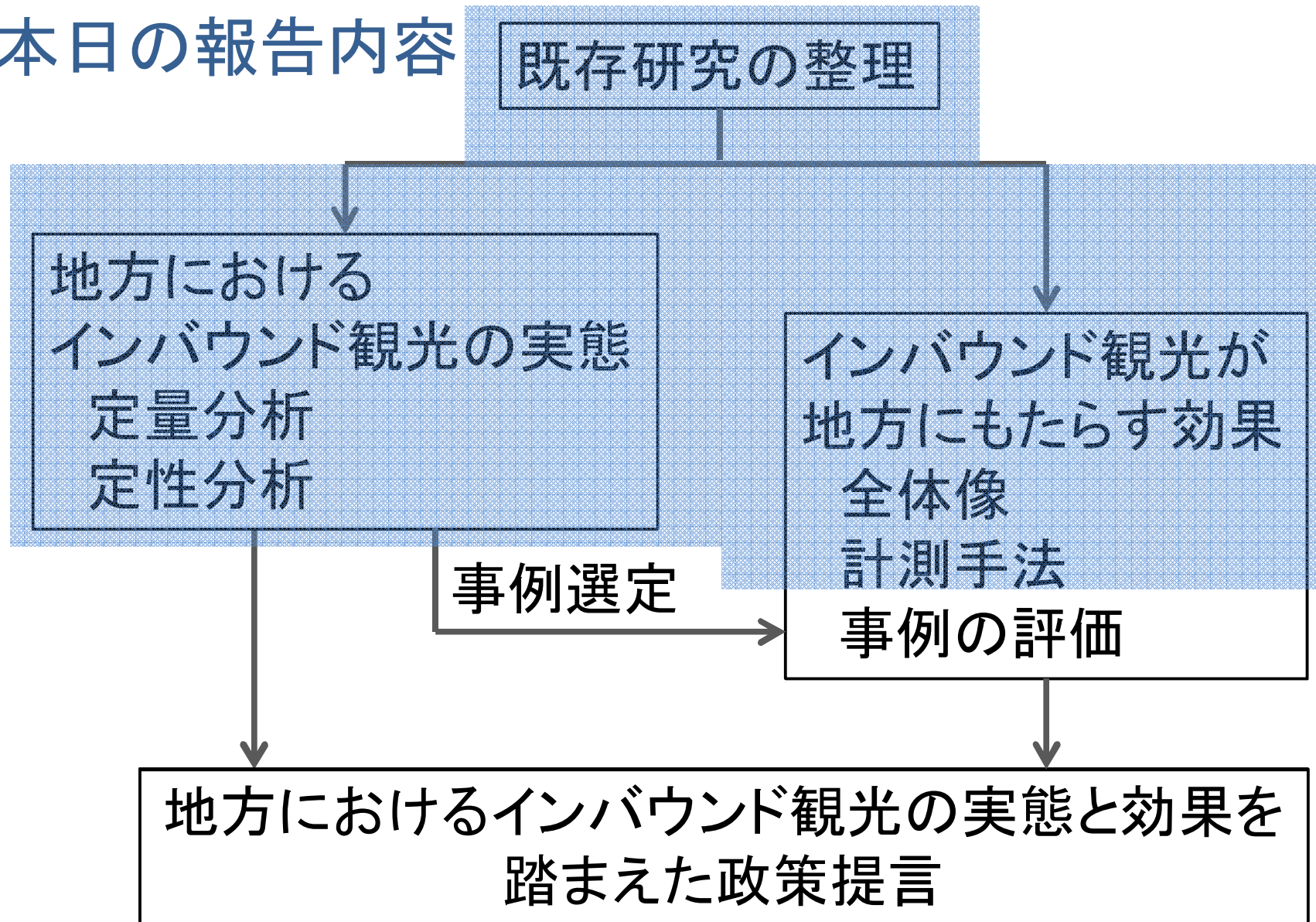
- 観光地の最大規模は金沢程度を想定
  - 登別、ニセコ、松島、草津、富士河口湖、高山、高野、直島、祖谷、阿蘇 等
  - 東京、大阪等の大都市、京都、広島等規模の大きな観光地を除く





# 研究の構成

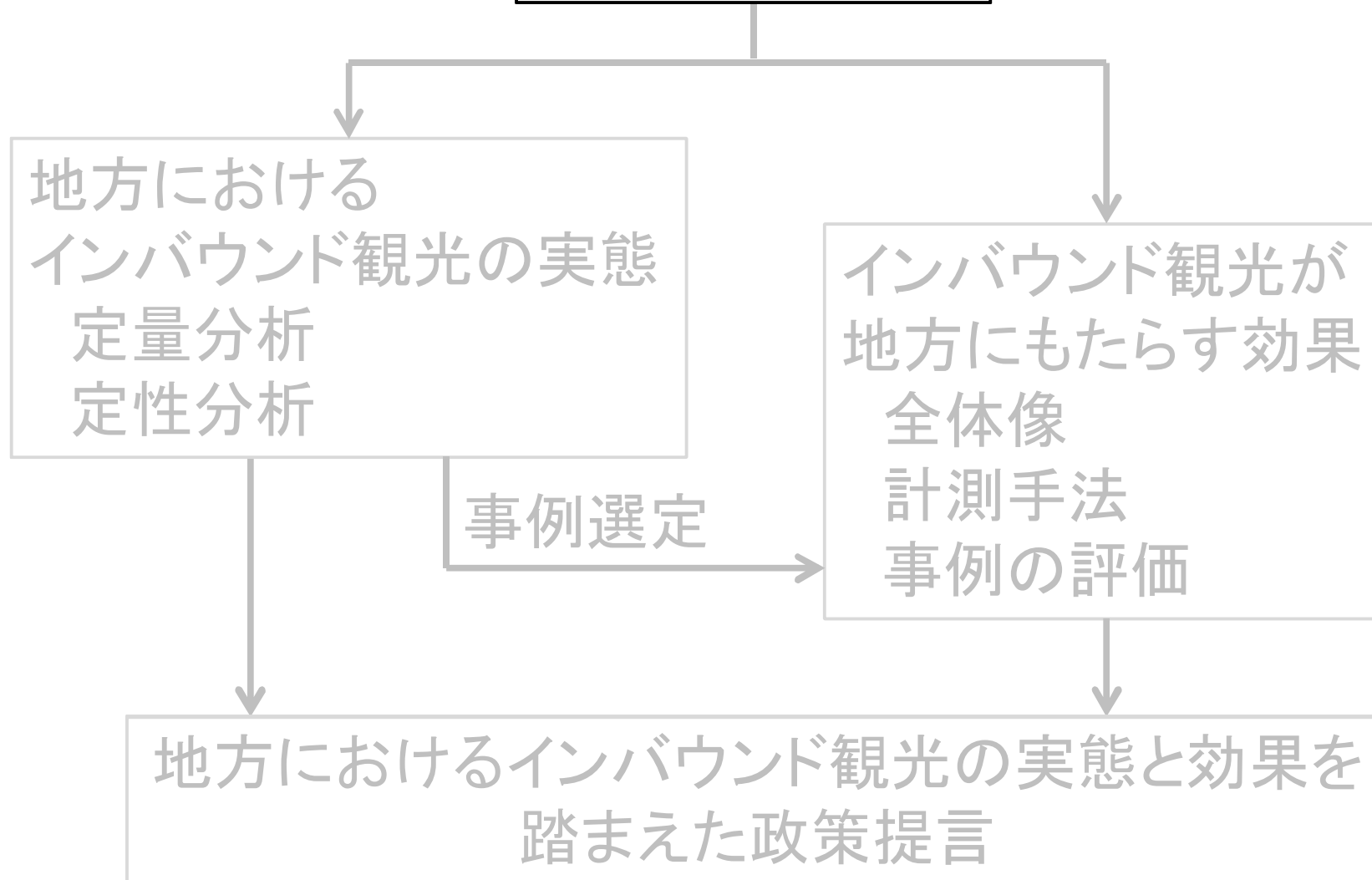
本日の報告内容





# 研究の構成

## 既存研究の整理



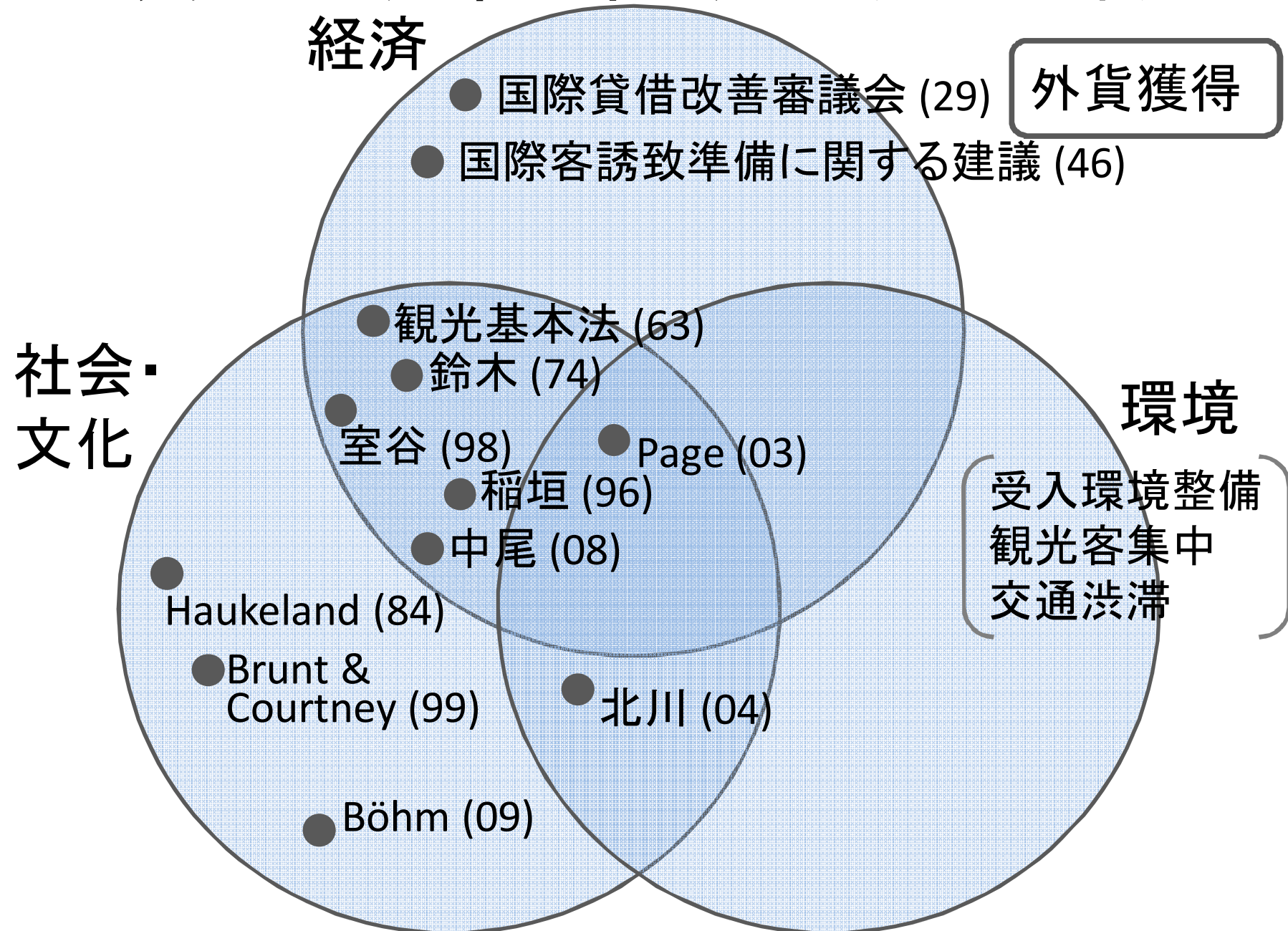
# 地方のインバウンド観光に関する文献

- 地方におけるインバウンド観光が多様化
  - 観光庁(2008) 地域いきいき観光地づくり
  - 平田真幸(2006) 国際観光マーケティングの理論と実践
  - 日本交通公社(2011) インバウンド推進のツボ

多くの事例が紹介されているが、地方のインバウンド観光実態を定量的に捉えた研究はない

- 宿泊や消費に関する調査統計が整備されてきた

# 観光の効果に関する既存文献



# 観光がもたらす効果

- 観光立国推進基本法 (2006) 前文より抽出
  - 恒久平和と国際社会の相互理解の増進
  - 地域経済の活性化、雇用の機会の増大
  - 潤いのある豊かな生活環境の創造
- 室谷正裕 (1998) 新時代の国内観光
  - 地場産業や地元雇用への直接的な効果の他、地域のイメージアップや都市との交流を通じた地域アイデンティティの確立や住民意識の昂揚

インバウンド観光が地方にもたらす効果は何か

# 本研究の位置づけと新規性

- 地方のインバウンド観光実態を定量的に分析
- インバウンド観光が地方にもたらす効果を検証
  - 効果の全体像を示す
  - 効果の定量的、定性的な検証

# 研究の構成

既存研究の整理

地方における  
インバウンド観光の実態  
定量分析  
定性分析

事例選定

インバウンド観光が  
地方にもたらす効果  
全体像  
計測手法  
事例の評価

地方におけるインバウンド観光の実態と効果を  
踏まえた政策提言

# 地方におけるインバウンド観光の実態

- 統計データ
- 定量分析
  - 来訪需要
  - 消費動向
- 定性分析
  - 外国人の評価
  - 地方と外国人との交流機会

# インバウンド観光を扱う統計

| 統計               | 発行   | 主な項目                                  | 期間              |
|------------------|------|---------------------------------------|-----------------|
| 観光客入込統計          | 観光庁  | 日帰り、宿泊客数<br>(観光、ビジネス)                 | 2010-           |
| 訪日外客<br>訪問地調査    | JNTO | 訪問率                                   | 1980-<br>2010   |
| 宿泊旅行<br>統計調査     | 観光庁  | 延べ・実宿泊者数                              | 2007-           |
| 訪日外国人<br>消費動向調査  | 観光庁  | 主な宿泊地での支出額                            | 2010-           |
| 観光地域<br>経済調査(仮称) | 観光庁  | 観光産業の事業所数<br>売上に占める観光比率<br>観光産業の域内調達率 | 未<br>(試験<br>調査) |



# 分析に用いる統計データの概要

| 統計              | 時系列 | 都道府県別 |    |    | 市町村別        |    |             |
|-----------------|-----|-------|----|----|-------------|----|-------------|
|                 |     |       | 国籍 | 目的 |             | 国籍 | 目的          |
| 訪日外客<br>訪問地調査   | ●   | ●     | ●  | ●  | ▲<br>(観光地別) | ▲  | ▲<br>サンプル少) |
| 宿泊旅行<br>統計調査    | ▲   | ●     | ●  | ●  | ▲           | ×  | ×           |
| 訪日外国人<br>消費動向調査 | ×   | ●     | ●  | ●  | ×           | -  | -           |

- 空港サンプル調査：訪問地調査、消費動向調査
  - 地方空港利用者の動向はわからない
- 全数（一部サンプル）調査：宿泊旅行調査

# 宿泊旅行統計調査の概要

- 2007～2011年(四半期ごと)
- ホテル、旅館、簡易宿所、会社・団体の宿泊所など
  - 従業者数10人以上の事業所：全数調査
  - 5-9人                   1/3サンプル調査
  - 0-4人                   1/9サンプル調査

} 2010年  
第2四半期～

→ 国籍別、月別、県別 外国人(延べ・実)宿泊者数

→ 主な市区町村別、月別、外国人(延べ・実)宿泊者数

250前後

利用客室数

客室稼働率

# 分析に用いる統計データの概要

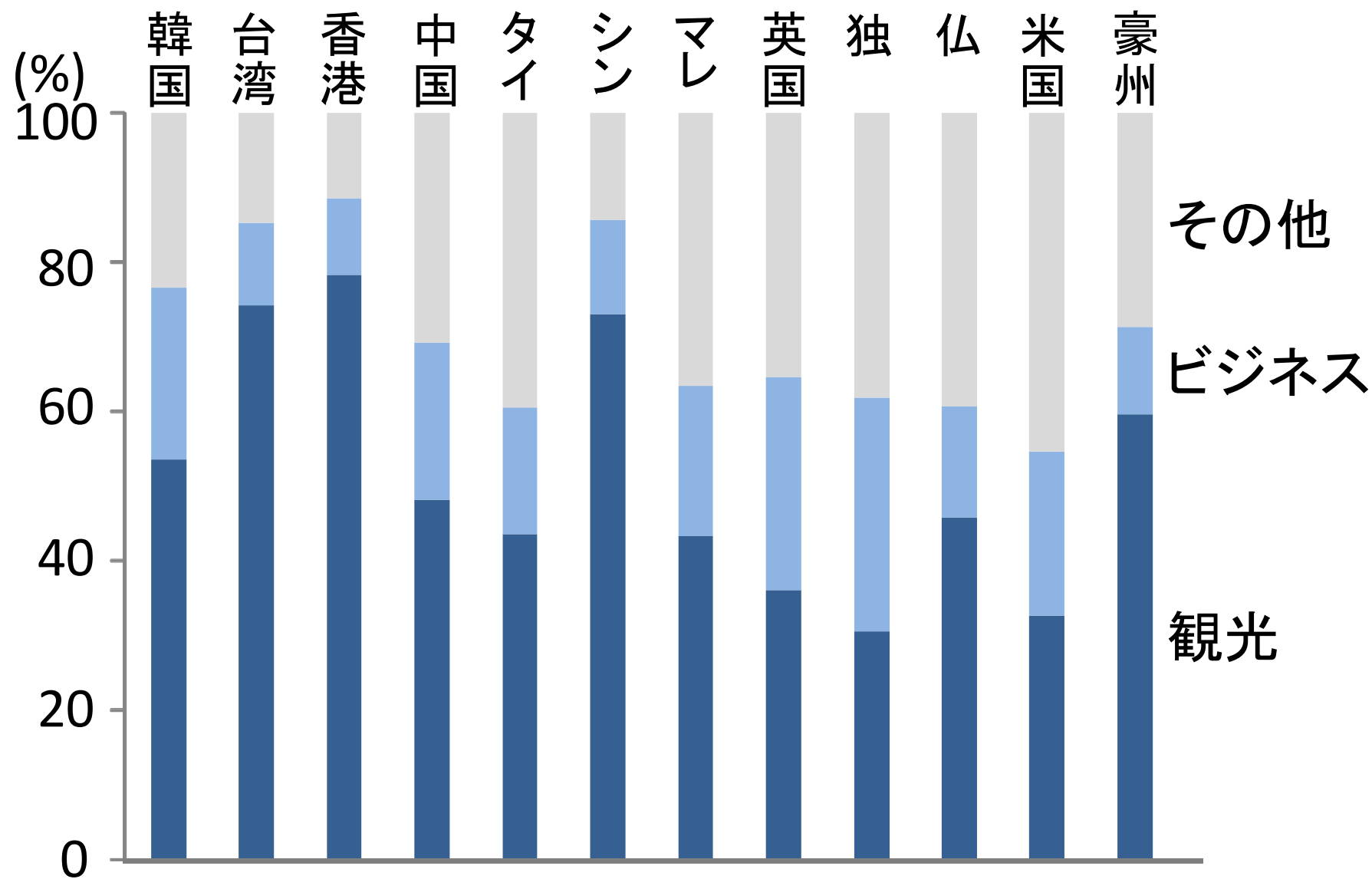
| 統計              | 時系列 | 都道府県別 |    |    | 市町村別        |    |             |
|-----------------|-----|-------|----|----|-------------|----|-------------|
|                 |     |       | 国籍 | 目的 |             | 国籍 | 目的          |
| 訪日外客<br>訪問地調査   | ●   | ●     | ●  | ●  | ▲<br>(観光地別) | ▲  | ▲<br>サンプル少) |
| 宿泊旅行<br>統計調査    | ▲   | ●     | ●  | ●  | ▲           | ×  | ×           |
| 訪日外国人<br>消費動向調査 | ×   | ●     | ●  | ●  | ×           | -  | -           |
| 登別市             | ▲   | -     | -  | -  | ●           | ●  | ×           |
| 高山市             | ●   | -     | -  | -  | ●           | ●  | ×           |

# 定量分析の項目

- 国籍別のインバウンド実態
  - 旅行目的、形態、滞在期間、消費額
  - 日本人と外国人の消費の違い
- 都道府県のインバウンド観光実態
  - 訪問率、宿泊需要、消費額
  - 地方観光地の宿泊需要（国籍内訳、消費項目別の消費額）
- 地方観光地の来訪需要
  - 実宿泊者数、人口あたり、日本人あたり宿泊需要
  - 地方別訪問率・宿泊需要の変化

## 国籍別

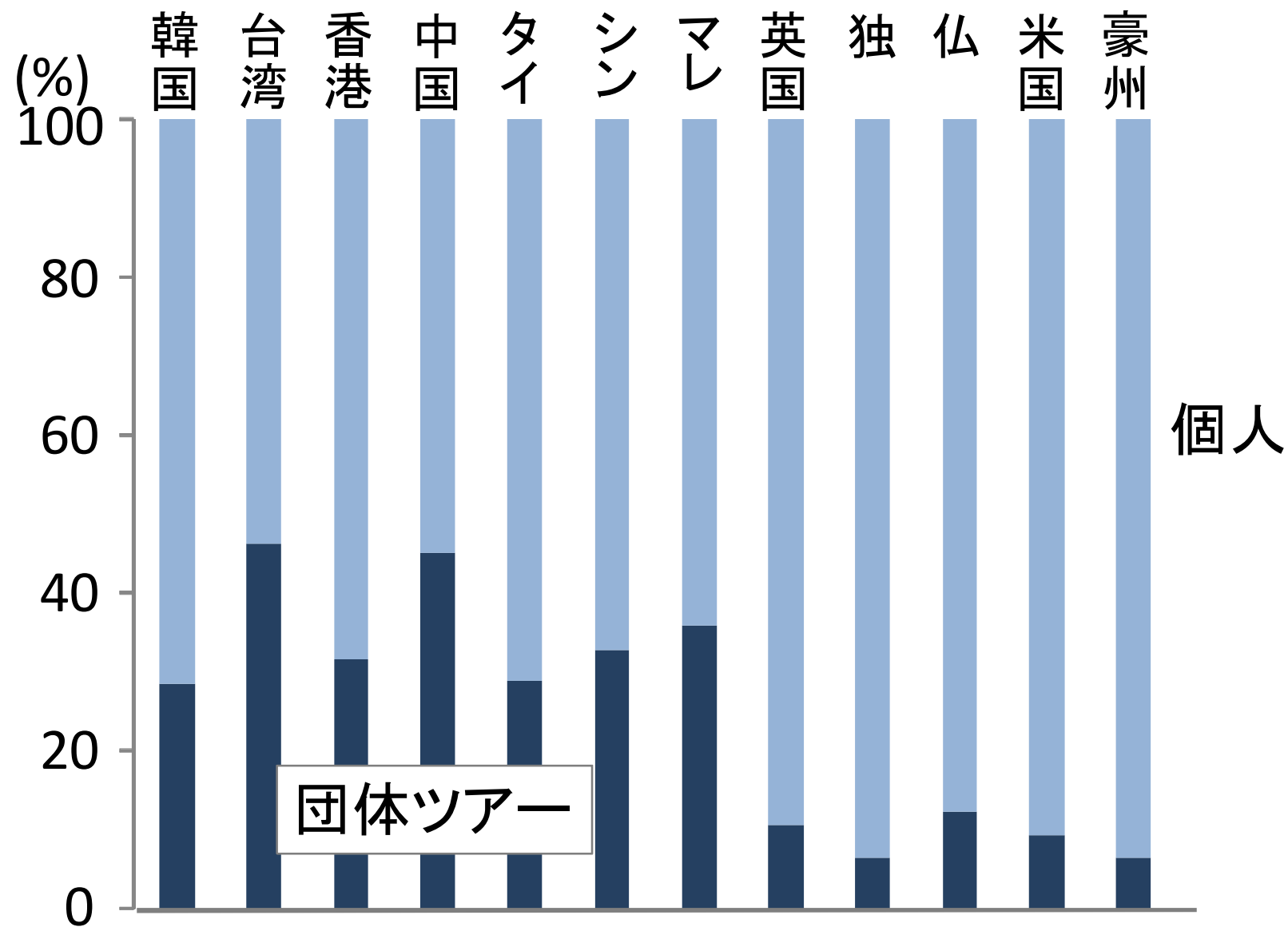
# 訪日目的



データ 訪日外国人消費動向調査

国籍別

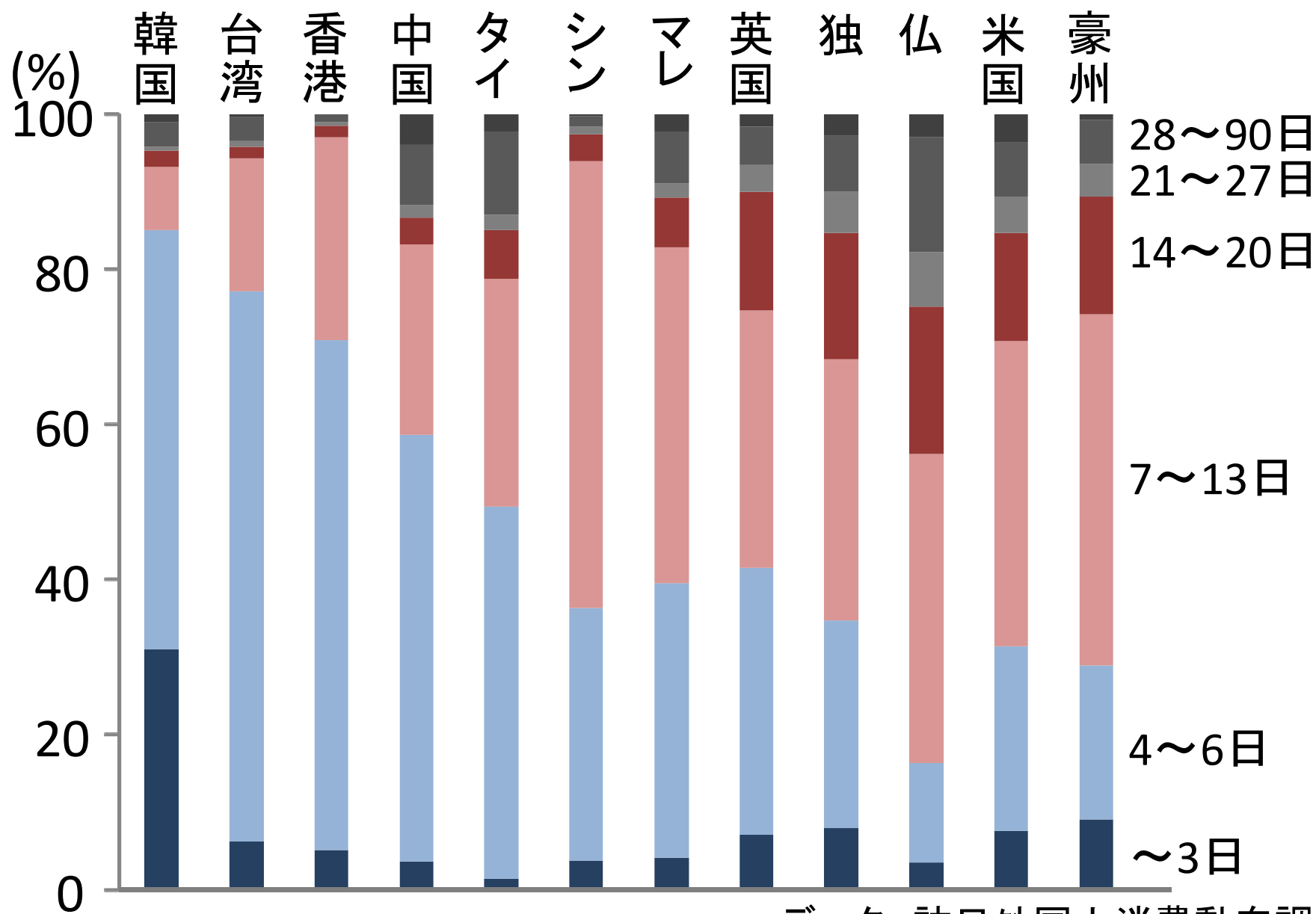
# 旅行形態



データ 訪日外国人消費動向調査

## 国籍別

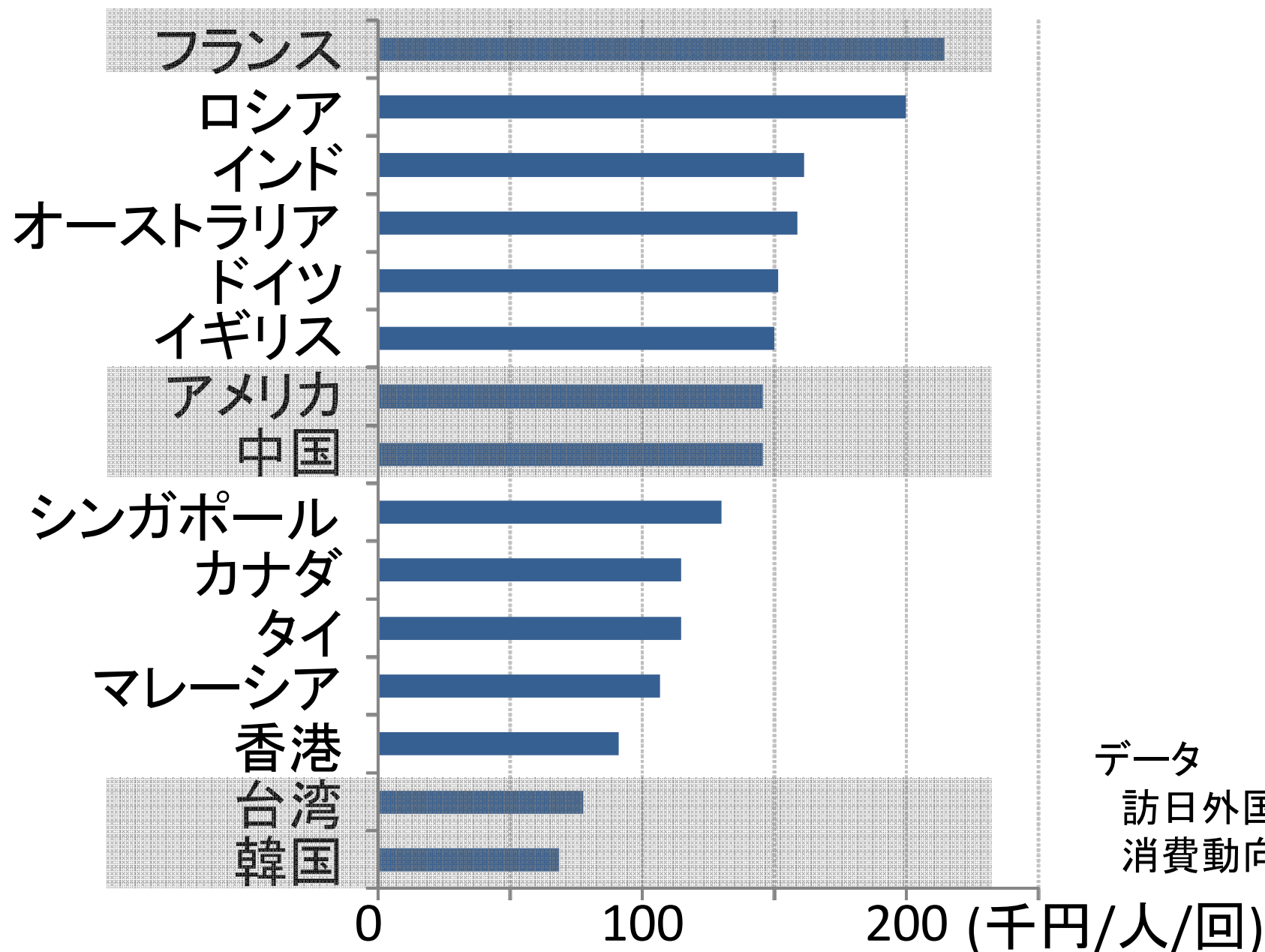
# 滞在日数



データ 訪日外国人消費動向調査

国籍別

# 消費単価(旅行中支出額の平均値)



データ  
訪日外国人  
消費動向調査



国籍別

# 項目別購入者単価

(円/人)

|                  | 仏国     | 米国     | 中国     | 台湾     | 韓国     |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 宿泊               | 76,513 | 78,408 | 66,909 | 38,503 | 36,061 |
| 飲食               | 56,386 | 40,139 | 34,735 | 20,971 | 21,008 |
| 交通               | 35,645 | 28,358 | 18,946 | 11,236 | 12,315 |
| 娯楽               | 23,132 | 15,775 | 29,173 | 13,448 | 11,845 |
| 買物               | 76,907 | 37,008 | 95,239 | 43,471 | 24,283 |
| 観光目的(%)          | 46     | 33     | 48     | 74     | 54     |
| 2週間以上<br>滞在割合(%) | 44     | 29     | 17     | 6      | 7      |

データ 訪日外国人消費動向調査

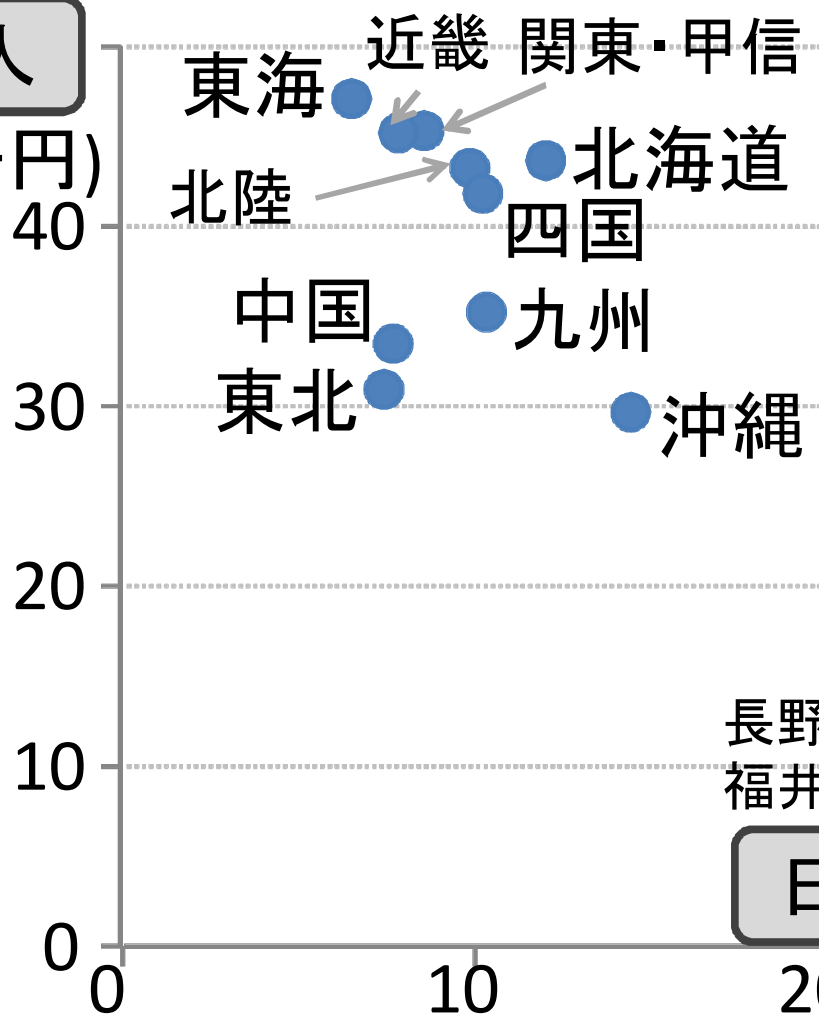
## 国籍別

# 日本人と外国人の地域別消費額

- 日本人-外国人の土産・買物代

外国人

(千円)



外国人の消費額が大きい

長野県: 関東・甲信(日本)、北陸(外国)  
福井県: 北陸(日本)、中部(外国)

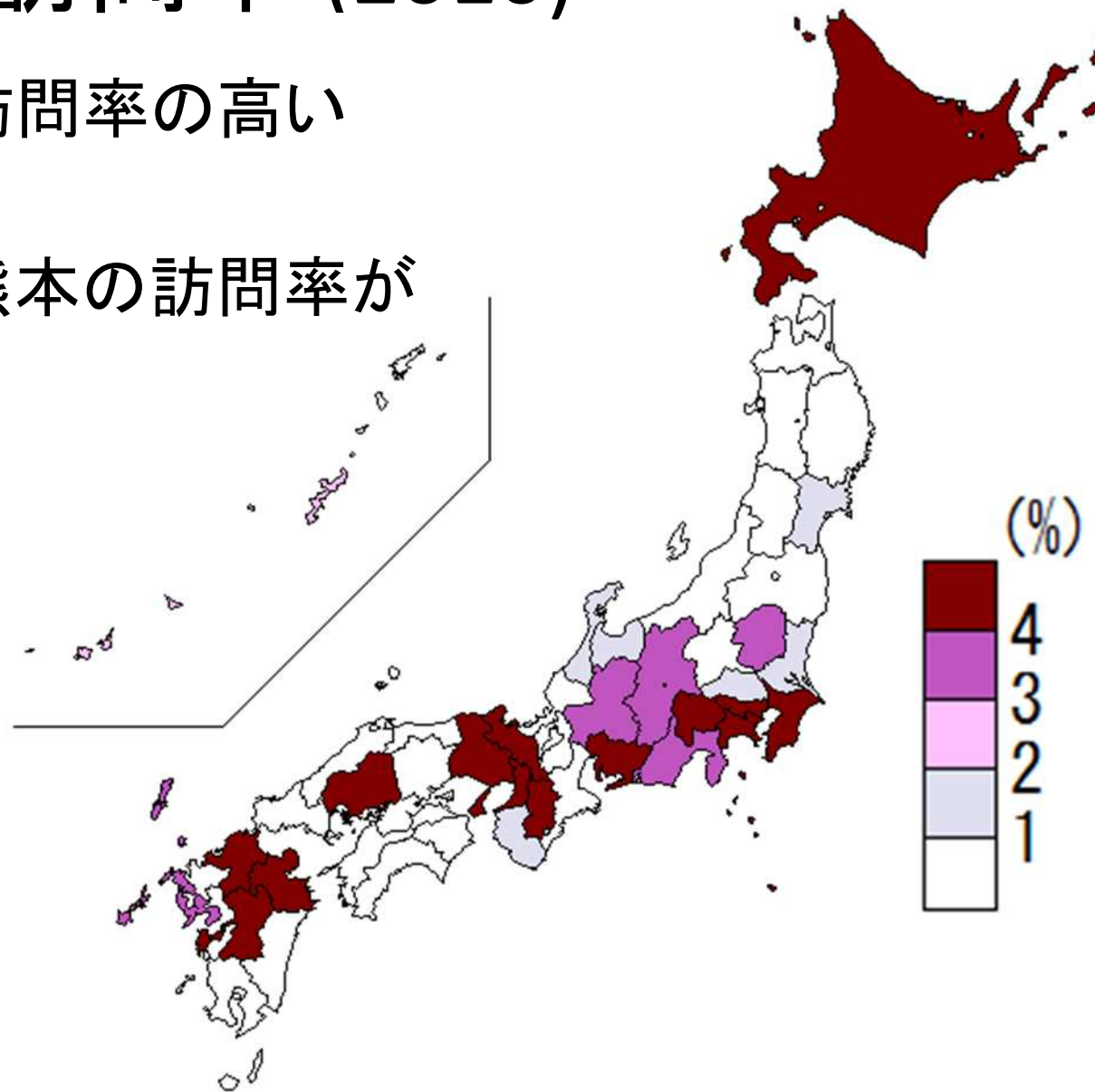
日本人

20 (千円)

データ 日本人 旅行・観光消費動向調査  
外国人 訪日外国人消費動向調査

# 訪問率 (2010)

- 地方であっても訪問率の高い道県は多い
- 北海道、大分、熊本の訪問率が高い

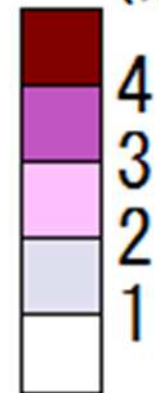


データ 訪日外客訪問地調査

韓国

中国

(%)

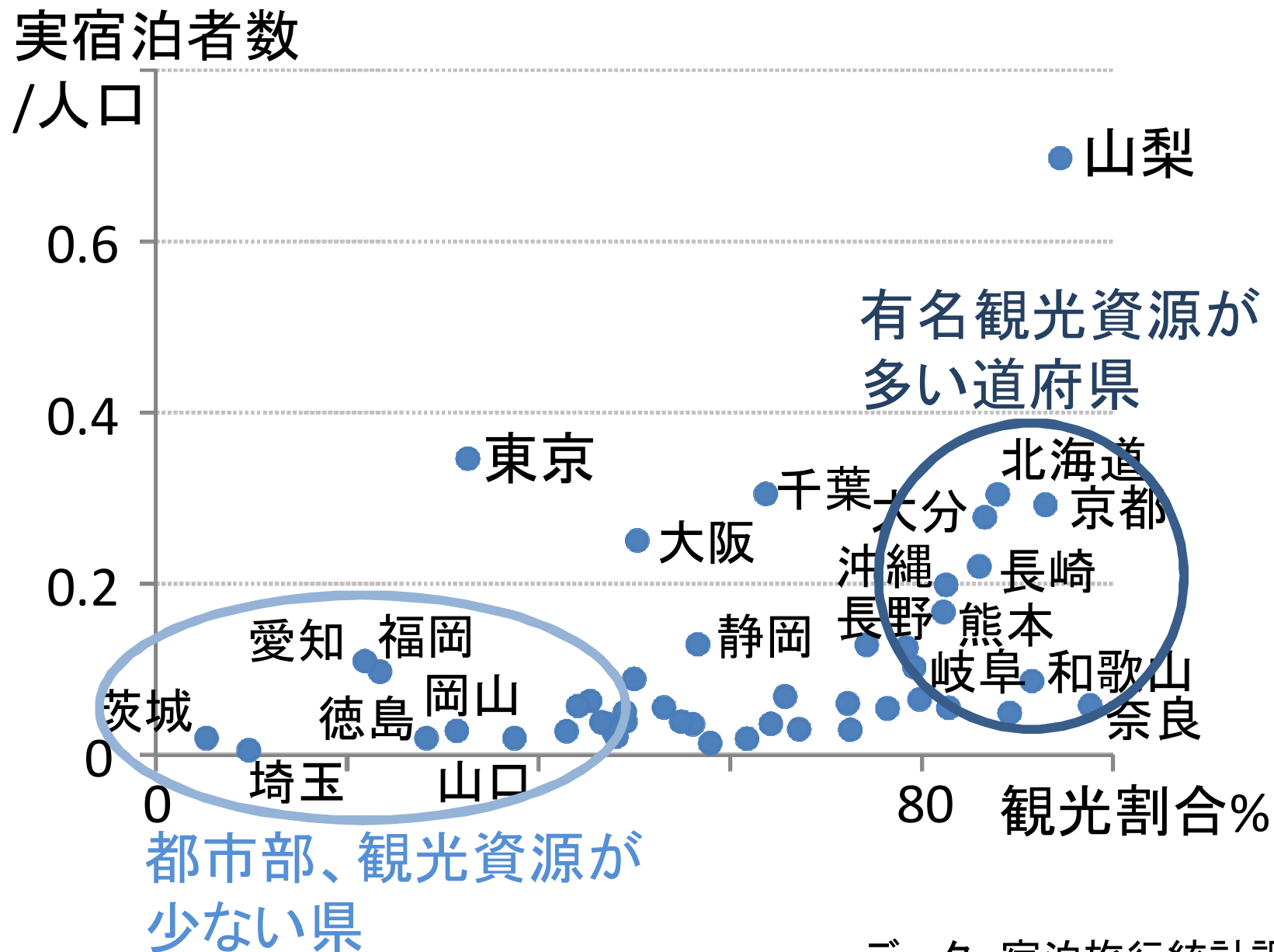


台湾

香港

データ 訪日外客訪問地調査

# 観光の割合



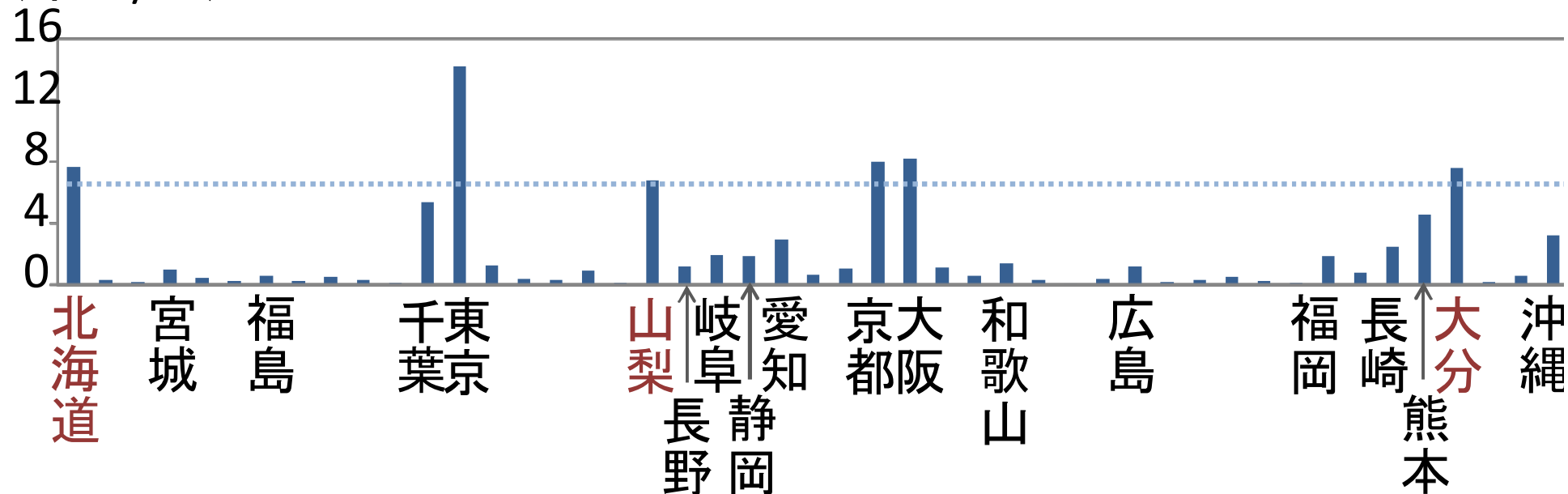
データ 宿泊旅行統計調査

## 都道府県

# 人口あたり総消費額

$$\text{総消費額(円/人)} = \frac{\text{消費単価(円/人泊)} * \text{延べ宿泊者数(人泊)}}{\text{都道府県人口(人)}}$$

(千円/人)

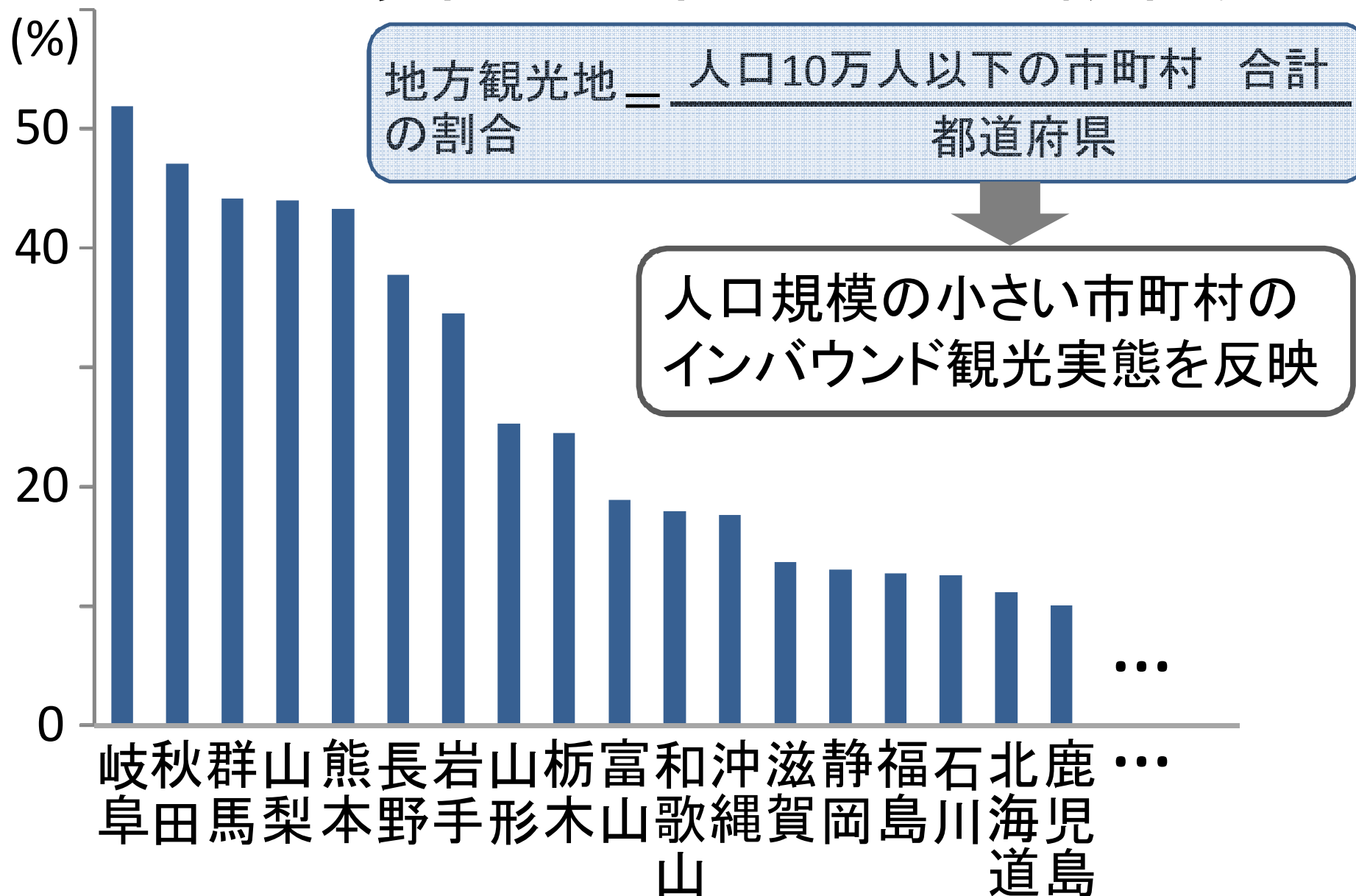


北海道、山梨、大分は京都、大阪に匹敵する消費規模

データ 訪日外国人消費動向調査  
宿泊旅行統計調査

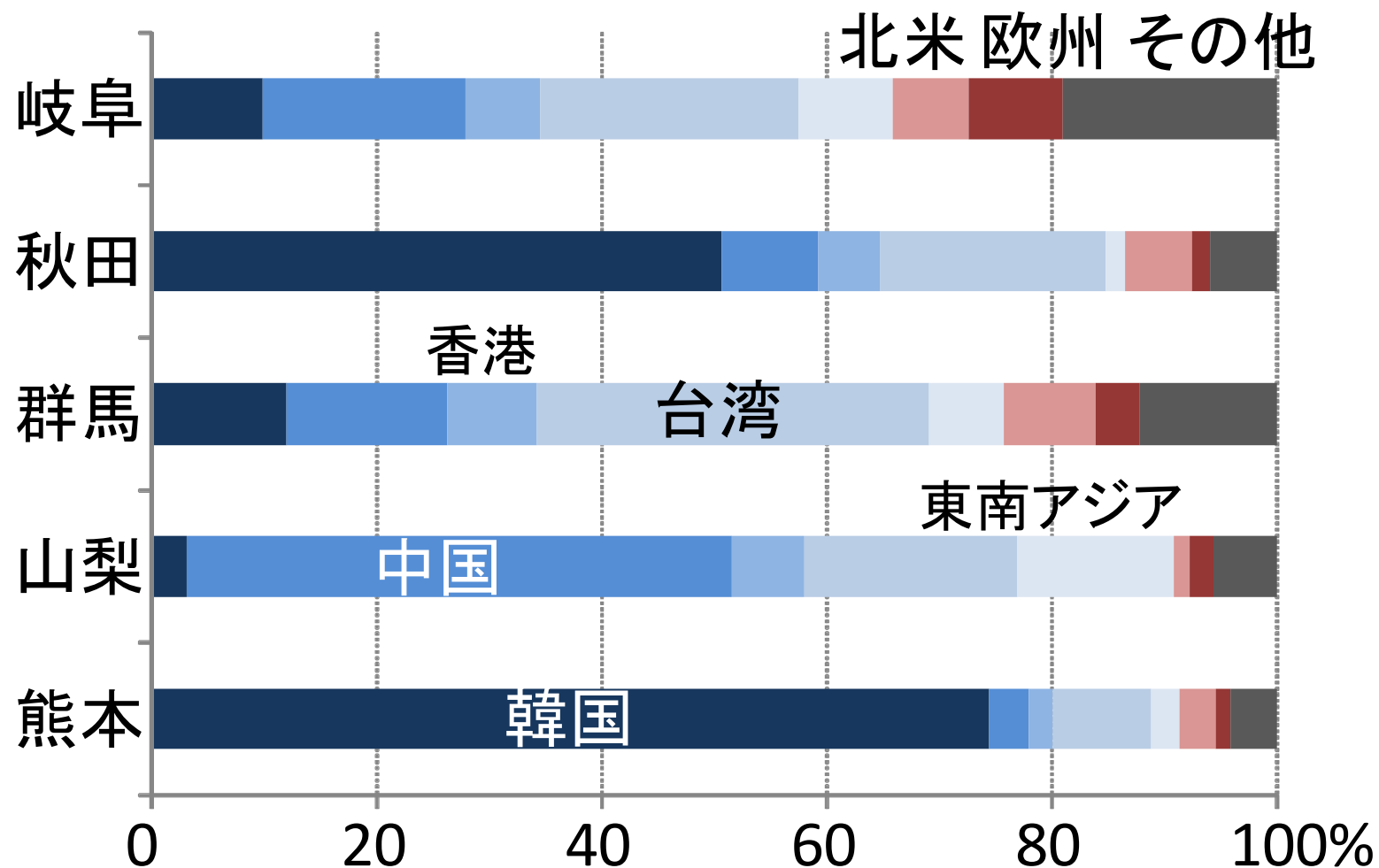
## 都道府県

# 小規模地方都市への来訪需要



データ 宿泊旅行統計調査

# 国籍別内訳



- アジアからの来訪者が最も多い

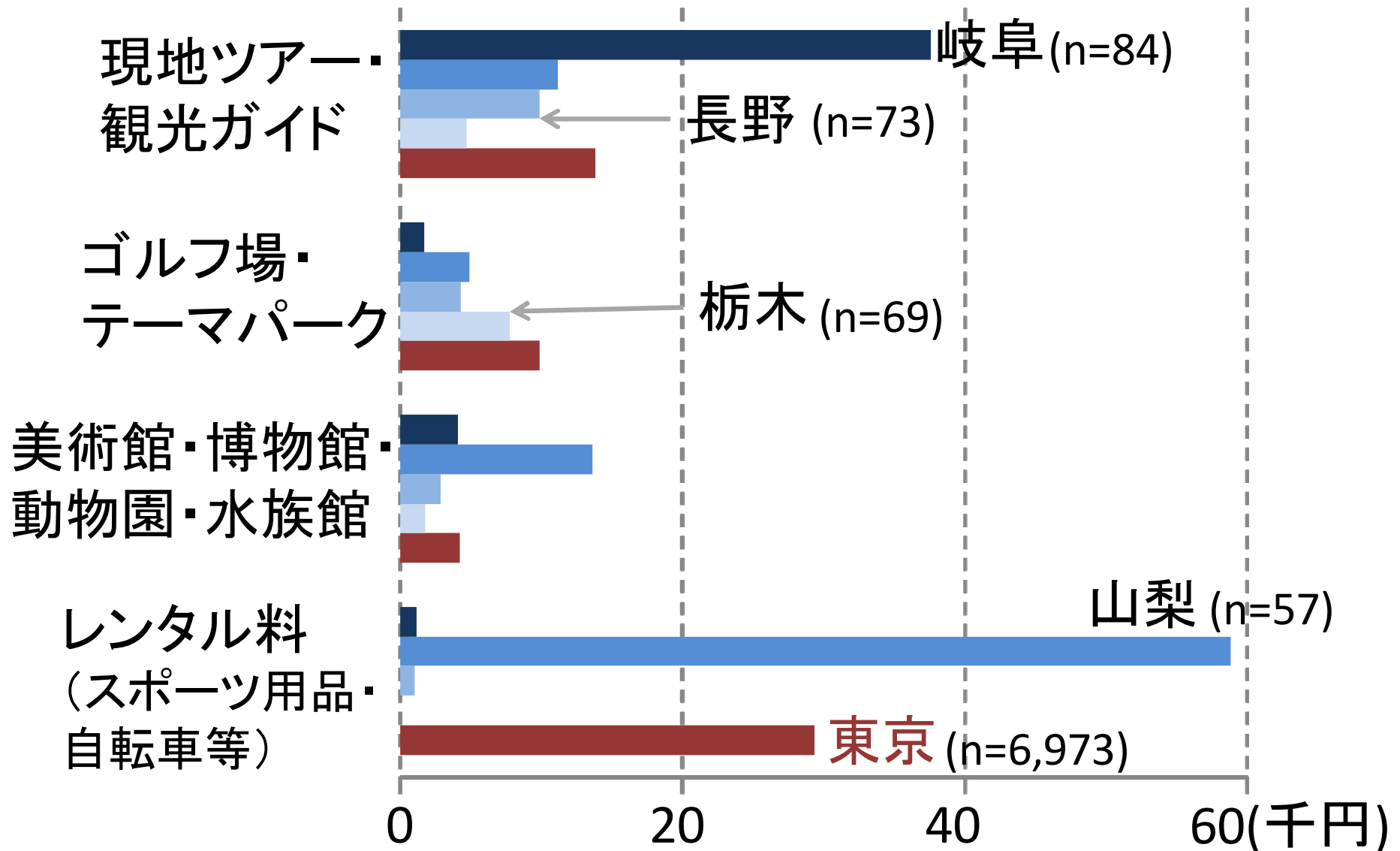
- 韓国人(秋田、熊本)、中国人(山梨)、台湾人(岐阜、群馬)

データ 宿泊旅行統計調査



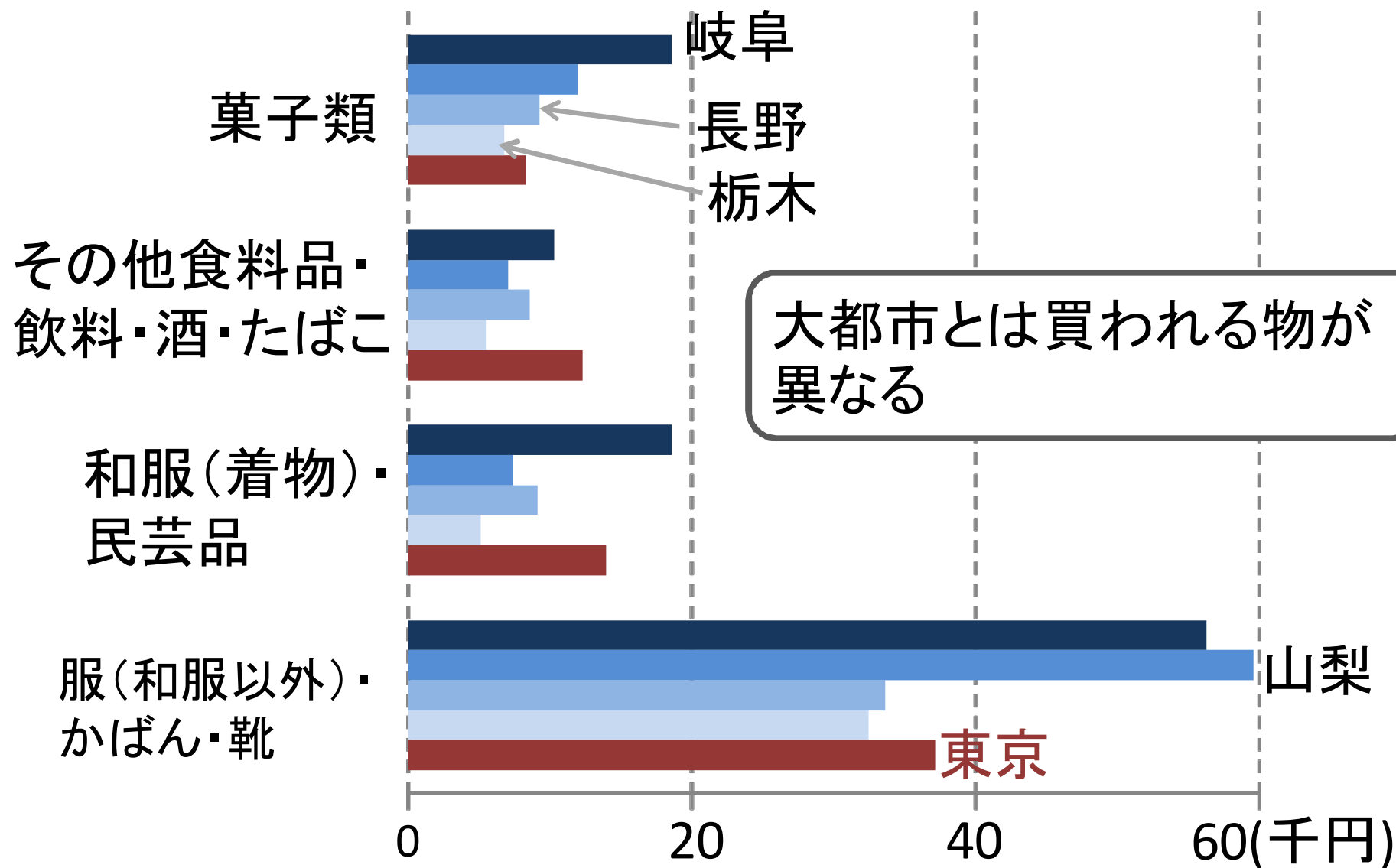
都道府県

# 消費額—娯楽サービス費



データ 訪日外国人消費動向調査

# 消費額—買物代



データ 訪日外国人消費動向調査

## 旅行消費単価

|          |    | 東京           |       | 岐阜     |    | 山梨     |    | 長野     |    |
|----------|----|--------------|-------|--------|----|--------|----|--------|----|
|          |    | 単価<br>(円/人泊) | n     | 単価     | n  | 単価     | n  | 単価     | n  |
| 全体       |    | 21,266       | 6,973 | 19,030 | 84 | 11,855 | 57 | 11,855 | 57 |
| 性別       | 男性 | 21,306       | 4,139 | 14,507 | 40 | 11,971 | 42 | 9,326  | 47 |
|          | 女性 | 21,261       | 2,757 | 16,701 | 43 | 11,932 | 13 | 10,621 | 25 |
| 旅行<br>形態 | 団体 | 22,382       | 1,301 | 11,680 | 39 | 9,672  | 17 | 5,537  | 10 |
|          | 個人 | 20,993       | 5,623 | 21,879 | 45 | 13,629 | 39 | 10,608 | 63 |

- 消費の性別差はみられない
- 地方では個人旅行者の消費額が大きい(団体客を多く受入れても経済的な効果はそれ程ない?)

# 地方

## 地方(人口10万人以下)の外国人宿泊需要(2010)

| 実宿泊者数(人)<br>a |         | 人口あたり<br>(a/人口) |        | 日本人あたり<br>(a/総宿泊者数) |        |
|---------------|---------|-----------------|--------|---------------------|--------|
| 登別            | 154,849 | 山中湖             | 12.5   | 山中湖                 | 0.337  |
| 河口湖           | 110,244 | 箱根              | 6.36   | 南阿蘇                 | 0.254  |
| 箱根            | 90,404  | 南阿蘇             | 5.43   | 登別                  | 0.228  |
| 高山            | 89,127  | 河口湖             | 4.60   | 河口湖                 | 0.164  |
| 山中湖           | 68,117  | 南小国             | 3.14   | 笛吹                  | 0.125  |
| 南阿蘇           | 66,561  | 登別              | 2.91   | 砺波                  | 0.108  |
| 笛吹            | 54,065  | 恩納              | 2.58   | 阿蘇                  | 0.106  |
| 阿蘇            | 48,293  | 小谷              | 1.85   | 富良野                 | 0.0987 |
| 軽井沢           | 29,452  | 軽井沢             | 1.72   | 高山                  | 0.0935 |
| 札幌            | 527,467 | 札幌              | 0.280  | 札幌                  | 0.103  |
| 横浜            | 194,152 | 横浜              | 0.0542 | 横浜                  | 0.0578 |
| 京都            | 477,108 | 京都              | 0.324  | 京都                  | 0.102  |

# 山梨県内観光地の訪問率

訪問率(%)

10

2010年

05年

5

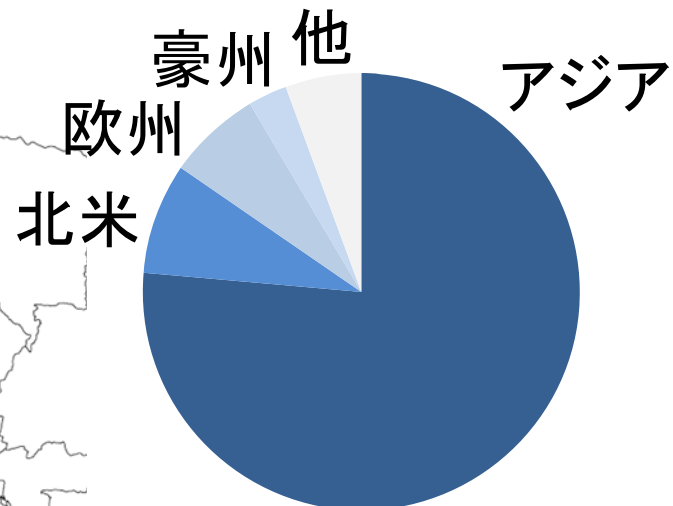
0

甲府

富士  
周辺

富士山・富士五湖・  
(富士急ハイランド)

甲府



富士周辺来訪  
地域内訳(2010)

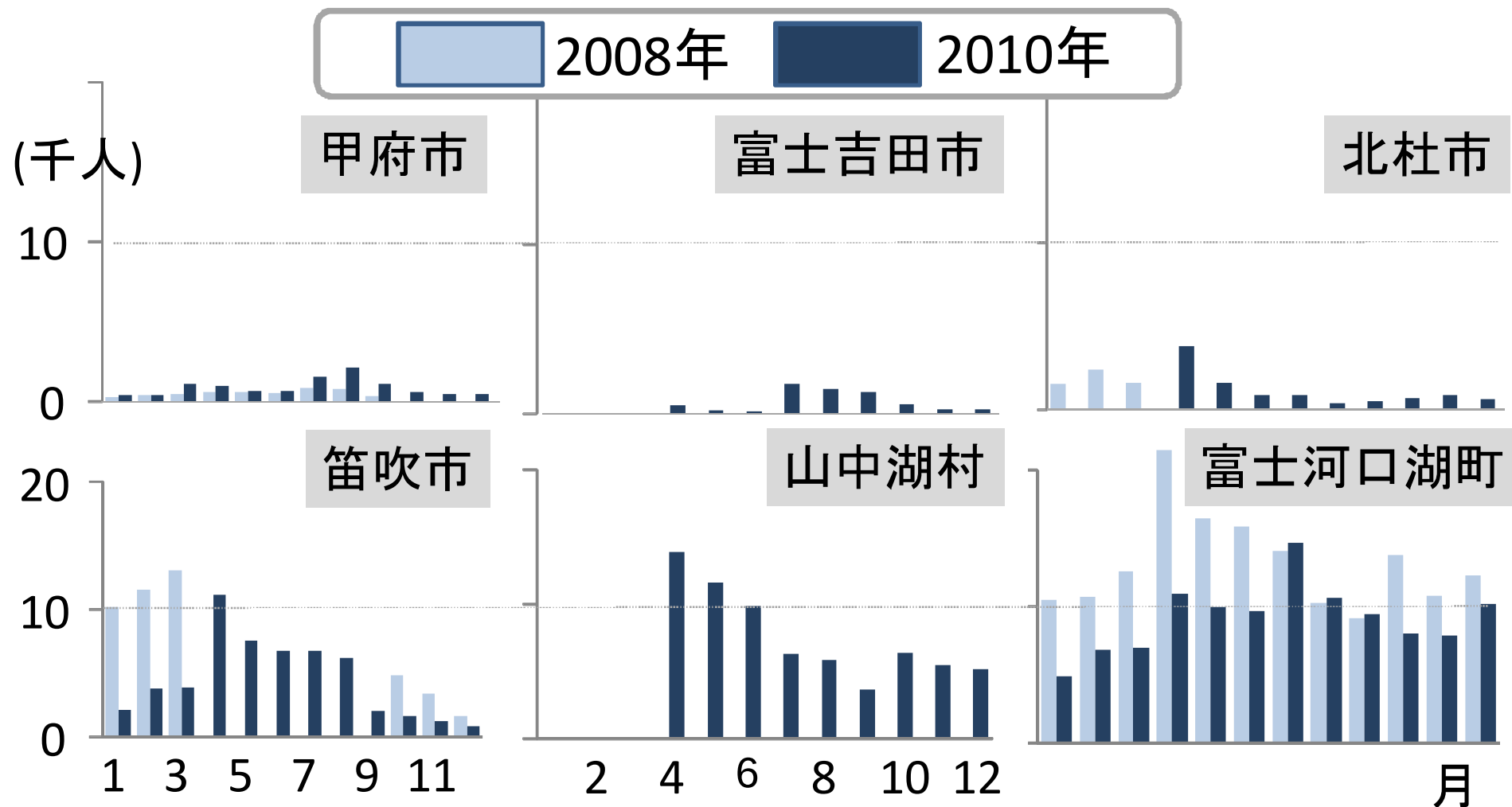
| 国名   | 増率(%) |
|------|-------|
| 中国   | 10.0  |
| タイ   | 7.1   |
| フランス | 5.3   |

- 富士山周辺の訪問率が増加

データ 訪日外客訪問地調査

地方

# 山梨県市町村の宿泊需要変化



- 2010年には複数市町村で宿泊需要が増加
- 観光客かどうか不明

データ 宿泊旅行統計調査

# 地方におけるインバウンド観光の実態

- 統計データ
- 定量分析
  - 来訪需要
  - 消費動向
- 定性分析
  - 外国人の評価
  - 地方と外国人との交流機会

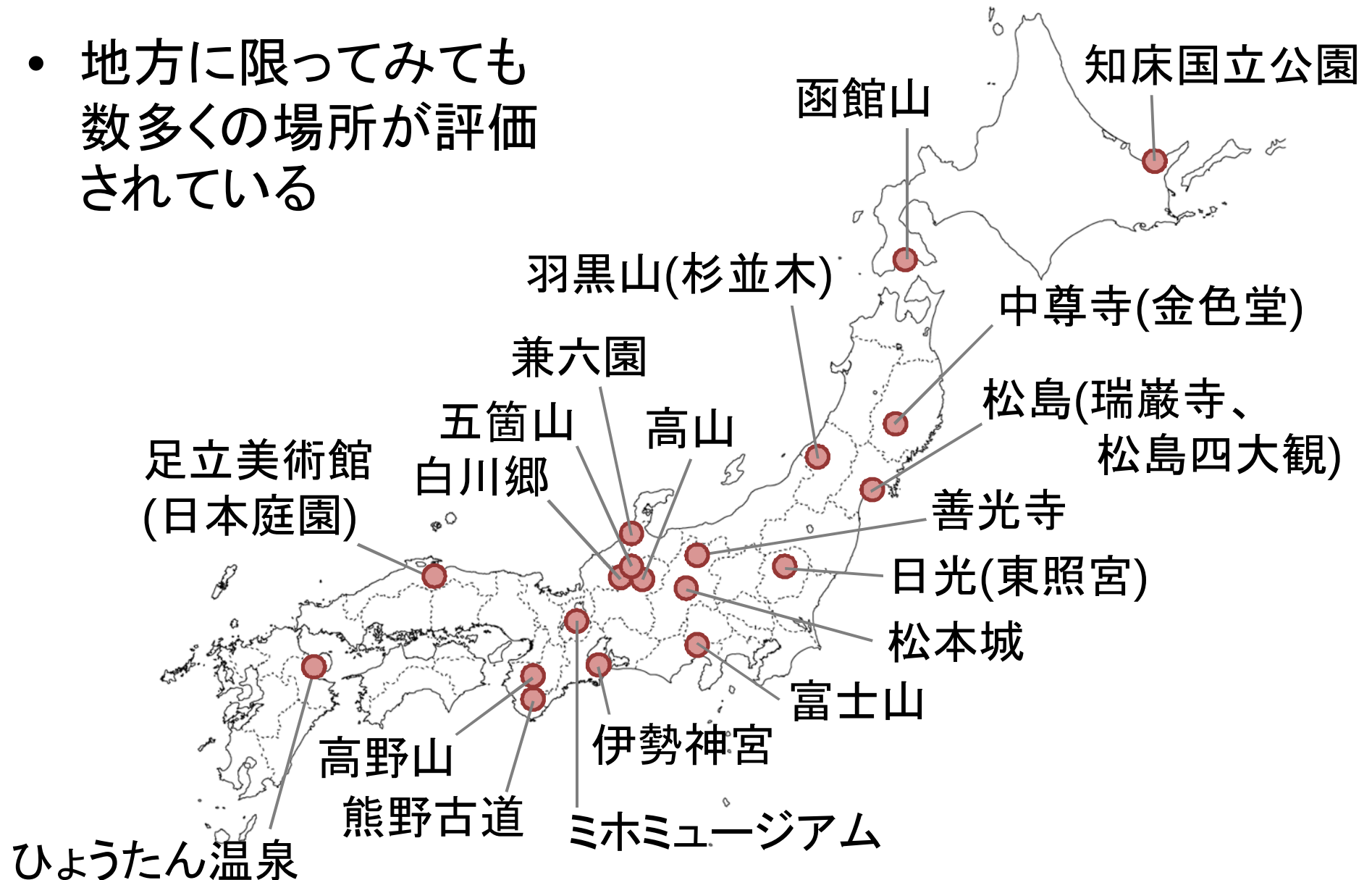
# 外国人の評価

| 資料                           | 単位                   | 評価手法                                                                                                                 |
|------------------------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Michelin<br>Green Guide      | 観光資源                 | 旅行者のもつ第一印象、美観、<br>受入姿勢の質 等9項目<br> |
| Globetrotter<br>Travel Guide | 観光資源                 | 著者(Sue Thompson)の評価                                                                                                  |
| Japan-<br>guide.com          | 観光資源                 | Web利用者の評価(4段階)                                                                                                       |
| Trip Advisor                 | 市区町村<br>観光資源<br>宿泊施設 | 満足度(五つ星)<br>自由記述<br>            |



# ★★★ Michelin Green Guide Japon 2011

- 地方に限ってみても  
数多くの場所が評価  
されている





- 世界最大の旅行サイト
  - 2,000万人の会員と5,000万のレビュー
- 日本
  - 1,446市区町村の観光地(施設)ごとの口コミ
- 人気ランキングの作成
  - 人口10万人以下で外国人の口コミがある市町村
  - 全体上位100市区町村中、26市町村

| 順  | 市町村 | 口コミ対象              | 順  | 市町村  | 口コミ対象               |
|----|-----|--------------------|----|------|---------------------|
| 1  | 日光  | 日光東照宮              | 12 | 熱海   | MOA美術館              |
| 2  | 石垣  | 川平湾                | 13 | 豊岡   | 城崎温泉                |
| 3  | 箱根  | 彫刻の森美術館            | 14 | 下田   | 多々戸浜海水浴場            |
| 4  | 高山  | 飛騨里山<br>サイクリング     | 15 | 宇和島  | 宇和島城                |
| 5  | 伊賀  | 忍者博物館              | 16 | 加賀   | 山中温泉                |
| 6  | 仙北  | 名水市場湧太郎            | 17 | 豊後大野 | 稻積水中鍾乳洞             |
| 7  | 河口湖 | UKAIオルゴール<br>の森美術館 | 18 | 平戸   | 聖フランシスコザビ<br>エル記念教会 |
| 8  | 屋久島 | 白谷雲水峡              | 19 | 鳥羽   | 鳥羽水族館               |
| 9  | 伊東  | 大室山                | 20 | 斜里   | 知床五湖                |
| 10 | 十和田 | 奥入瀬溪流              | 21 | 名護   | 万国津梁館               |
| 11 | 雲仙  | 雲仙地獄               | 22 | 恩納   | 万座毛                 |

# 口コミの記述内容



damevenus  
Vancouver,  
Canada  
★ 27 reviews  
11 helpful  
votes

“Most memorable part of my trip in Japan”

●●●●● Reviewed August 26, 2011

期待はしていなかったが、  
高山よりも10倍良い！宿泊・  
食費は高いが、環境が良い

豊岡市(城崎温泉)



写真 豊岡市Web

斜里町(知床五湖)



写真 斜里町Web



Lunasolhk  
Hong Kong  
★  
Contributor  
48 reviews

“游览斜里町五湖的好办法”

●●●●● Reviewed October 8, 2011

游览  
后再  
没问  
看见

景色が美しく、安全である  
鹿に出会うこともできた！

湖岸,然  
着轮椅也  
在路上还

# 交流機会

| 資料         | 発行        | 単位        | 主な項目                         |
|------------|-----------|-----------|------------------------------|
| 広報誌        | 地方<br>自治体 | 市区<br>町村  | 外国人との交流イベント等を<br>抽出          |
| チケット<br>ぴあ | ぴあ        | 文化<br>施設等 | イベント情報(展示会、見本<br>市、祭り、レジャー等) |

# 交流機会の分析－対象自治体

|              | 富士河口湖   | 南砺     |
|--------------|---------|--------|
| 人口(人)        | 23,943  | 58,140 |
| 実宿泊者数(人/年)   | 110,244 | 466    |
| 宿泊増減%(08-10) | -30     | 310    |



## 富士河口湖

富士河口湖町子どものための  
音楽プロジェクト

小中学校でミニコンサート

中国教育旅行団と学校交流  
豆まき体験、中国学生による  
舞踊の披露

文化活動は多いが、外国人  
との交流イベントは少ない

異文化体験、交流  
イベントが豊富

## 南砺

なんとサマーフェスティバル  
ステージ発表、各国紹介、民族  
衣装体験

米国ポートランド市リッチモンド  
小学校 福野地域訪問

ホームステイ、夜高太鼓、相倉  
合掌造り見学、ささら作り体験

中国紹興市と米国マルボロ町の  
中高生訪問

ワールドミュージックの祭典  
スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールド  
アジア・アフリカ民族音楽

私の南砺市滞在記 南砺市国際  
交流員(各号)

# 実態分析のまとめ (1)

- 定量分析

- 都道府県別の特徴

- 大都市の訪問率が高いが、北海道や長野、岐阜など地方の県でも訪問率の高いところがある
    - 有名観光資源の多い沖縄や大分等は観光の割合が高く、宿泊需要も高い
    - 人口あたり消費額は北海道、山梨、大分で大阪と近い大きさである
    - 岐阜は地方観光地の宿泊割合が高く、東京と比較して現地ツアーや和服・民芸品の消費額が多い

- 地方別の特徴

- 山中湖村や箱根町、南阿蘇村では人口あたりの宿泊需要が大都市と比較して大きい



# 実態分析のまとめ (2)

- 定性分析
  - 日本人には馴染のない場所でも外国人の評価が高いところがある
- 統計に関すること
  - 宿泊需要は市町村単位でも把握可能に
    - 観光目的かどうか、国籍などはわからない
  - 消費額は都道府県別であっても消費項目の詳細はわからない
    - 例) 山梨はレンタル料(スポーツ用品・自転車等)の消費が大きいですが、実際は何に使われているか?
  - 市町村単位で消費動向(額、項目)を捉える必要性

# 研究の構成

既存研究の整理

地方における  
インバウンド観光の実態  
定量分析  
定性分析

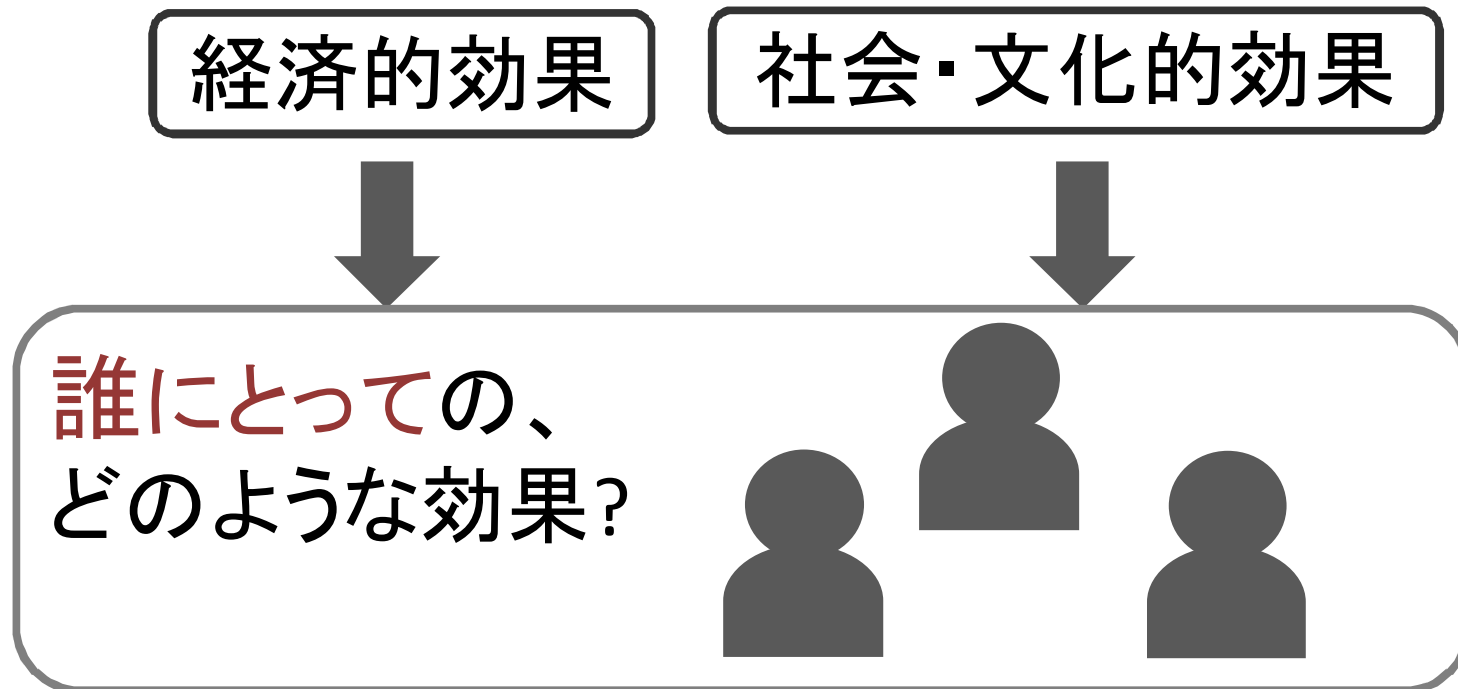
事例選定

インバウンド観光が  
地方にもたらす効果  
全体像  
計測手法  
事例の評価

地方におけるインバウンド観光の実態と効果を  
踏まえた政策提言

# 観光の効果—既存研究の整理

- 観光の効果



- 効果が及ぶ主体を地方受入側（ホスト）と外国人来訪者（ゲスト）に分けて整理

# 経済的効果の概念整理

| 対象                  | 経済的効果                   |
|---------------------|-------------------------|
| 地方<br>受入側<br>(ホスト)  | 収益、所得増加<br>雇用創出<br>税收増加 |
| 外国人<br>来訪者<br>(ゲスト) |                         |

- 外国人来訪者の最終需要

- 宿泊、レストランで食事、居酒屋でビールを飲む
- 土産物を購入する、博物館に入場
- レンタル自転車、市内ツアーに参加 など

# 支払先と観光客の支出

| 支払先    | 観光客の支出                          |
|--------|---------------------------------|
| 宿泊費    | 歴史ある旅館への宿泊<br>ビジネスホテルに宿泊        |
| 飲食費    | レストランで食事<br>居酒屋でビールを飲む          |
| 交通費    | バス、タクシーで市内を移動                   |
| 土産物代   | 和服、和菓子、民芸品<br>日用雑貨              |
| 入場・観覧費 | 博物館・美術館・水族館・動物園<br>への入館、大相撲、歌舞伎 |
| その他    | ラフティング、スキーのリフト代<br>レンタサイクル      |

# 経済的効果の波及

日本観光協会 (2000) 観光地の経済効果推計マニュアル

- 観光消費によるサイクル
  - 観光により観光地及びその周辺で消費が行われる  
(観光消費)
  - 消費が直接された産業で生産が発生  
(生産波及効果)
  - 当該産業へ賃金・雇用・税収増  
(所得・雇用・税収効果)
  - 賃金増のうち、貯蓄以外は新たな消費に回される

# 社会・文化的効果の概念整理

---

対象

社会・文化的効果

地方  
受入側  
(ホスト)

観光資源をみせる

ホスト・ゲスト両者に効果がある

外国人  
来訪者  
(ゲスト)

観光資源を地方にみに行く

---

# 訪日目的を考慮した観光資源の分類

| 観光資源               | 内容                                                                                       |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 自然的資源              | 天然資源(風景、温泉、動植物・野生生物)<br>天然現象(気候・風土、気象、天体現象)                                              |
| 文化的<br>(人文的)<br>資源 | 有形文化財、無形文化財、民俗文化財、<br>史跡、名勝、伝統的建造物群                                                      |
| 社会的<br>資源          | 有形社会資源(都市、テーマパーク、教育、博物館・<br>美術館)<br>無形社会資源(祭事、親切で親しみのある人、生活<br>習慣、芸術・芸能・スポーツ、食・医療等高質な技術) |
| 産業的<br>資源          | 工場施設、農林業、展示施設                                                                            |

香川眞編 (1996) 現代観光研究 の分類を参考に、  
JNTO訪日外客実態調査等の訪日目的を踏まえ作成



# 文化の定義

- 人為的に耕し(culture)新たに生みだされた物的・精神的価値のうち時間を通じて受け継がれてきたもの
- 観光者が対象とする文化
  - 文化財や景観のような有形財のみだけでなく、その地に行かなければ体験できないような生活様式、習慣や言語などの無形の精神的営みを含む

増田辰良 (2000) 観光の文化経済学

## 効果につながる社会・文化資源(本研究の分類)

有形(歴史的遺産、都市景観、博物館・美術館、人材)  
無形(生活習慣、祭事、高質なサービス(食、医療等))

# 地方受入側の効果

稲垣勉 (1996) 地域におけるインバウンド観光の役割  
—国際化と地域アイデンティティー, 観光文化

ポンサリー・トルジャラス (2004) タイ地域社会における博物館  
—地域効果・社会変容・文化観光の試み—, 旅の文化研究所

枝川明敬 (2007) 地域経済社会の活性化に及ぼす文化活動の効果と  
その方策に関する研究, (財)全国勤労者福祉・共済振興協会



地域アイデンティティ形成

地域の誇りを作り出す

地域社会への人々の関わりの活性化

地域のイメージアップ

生活習慣の保護

# インバウンド観光が地方にもたらす効果

|     | 経済的効果                  | 社会・文化的効果                                 |
|-----|------------------------|------------------------------------------|
| ホスト | 収益、所得、税収<br>増加<br>雇用創出 | 地方の印象が向上<br>地方に対する誇り<br>社会・文化資源の維持、保存、創造 |
|     |                        | 交流による相互理解<br>(文化の融合、世界平和への貢献)            |
| ゲスト |                        | 社会・文化資源に対する理解、感動<br>地方への親しみ<br>再訪、定住者増加  |

- 経済的効果はホストのみ一方向
- 社会・文化的効果はホスト・ゲスト双方に効果をもたらす

# インバウンド観光の効果計測

- 経済的効果
  - 既存の計測手法（産業連関、乗数理論）
  - 本研究で考慮する事項
  - 調査手法の検討
- 社会・文化的効果
  - 既存研究による指標および計測手法

# 経済的効果の計測手法と事例

年

産業連関

乗数理論

● 小豆島  
市町村レベルの推計手法提案

日観協 (1990)  
観光地の経済効果  
推計マニュアル

国交省 (2003)  
観光消費が地域経済に及ぼす  
影響の推計手法に関する検討  
調査

● 青森県  
● 岡山県  
● 静岡県  
● 小布施  
● 神奈川県  
● 宮古

インバウンド観光に着目した計測はない

# 本研究で考慮する事項

- 地方における外客の消費動向
  - 既存調査では都道府県単位で把握可能
  - 消費された項目の詳細はわからない
  - **いつ、誰が、どこで、何を、どのくらい** を捉える
- 波及を計測するための域内調達率
- 日本人と外国人来訪者の消費性向の違い
  - インバウンド観光に対応したパラメータ設定が必要

# 調査地点に関する考察

| 場所  | 利点                 | 欠点                                             |
|-----|--------------------|------------------------------------------------|
| 空港  | 多様な属性、多くのサンプルを取得可能 | 消費地・額・項目に関する記憶があいまい<br>分析に耐えうる特定市町村のデータが収集できるか |
| 市町村 | 対象市町村の詳細な消費動向が調査可能 | サンプルに偏り                                        |

- 地方における効果計測に向け、市町村での調査を検討

# 社会・文化的効果の計測手法

## 既存研究の計測対象

|     |                   |
|-----|-------------------|
| ホスト | 住民<br>観光事業者<br>行政 |
|-----|-------------------|

|     |            |
|-----|------------|
| ゲスト | 日本人<br>外国人 |
|-----|------------|

|    |              |
|----|--------------|
| 地方 | 有形資源<br>無形資源 |
|----|--------------|



# 社会・文化的効果の計測手法 1

- ホストの観光に対する意識計測

- 欧州で多くの研究蓄積

Haukeland, J. V. (1984) Sociocultural impacts of tourism in Scandinavia  
–Studies of three host communities, Tourism Management

- コミュニティ内で観光に対して...

- 肯定(中立)的: 若者、サービス業従事者

- 否定的: 伝統産業従事者、年金受給者

# 社会・文化的効果の計測手法 2

- ゲストの地方に対する意識計測

– JNTO訪日外客満足度調査

友人・知人に勧めたい場所と理由(2007)

| 都市  | 勧めたい理由   |          |             |
|-----|----------|----------|-------------|
| 箱根  | 自然景観が魅力的 | 温泉が魅力的   | 伝統文化・歴史が魅力的 |
| 富士山 | 自然景観が魅力的 | 温泉が魅力的   | 静かである       |
| 別府  | 温泉が魅力的   | 自然景観が魅力的 | 人が親切である     |

- 外国人来訪者に地方の印象や来訪満足、再訪意向を聞いているが、社会・文化的効果に関する調査はない

# 社会・文化的効果の計測手法 3

垣内恵美子編 (2011) 文化財の価値を評価する, 水曜社

- CVM(仮想評価法)
  - 仮想シナリオ: 合掌造り集落の現状を維持、保存していくための保存基金(100円～10万円 8種類)
  - 観光客へのアンケート調査
    - 集落への意識: 審美的価値(美しいかどうか)、文化的価値、遺贈価値(将来世代に残しておきたい)

## 五箇山相倉集落の価値 感度分析(円)

| 各価値        | 遺贈価値  | 文化的価値 | 審美的価値 |
|------------|-------|-------|-------|
| median WTP | 1,547 | 1,019 | 965   |
| mean WTP   | 7,516 | 4,953 | 4,689 |

# 社会・文化的効果の計測手法 4

村山皓編 (2001) 施策としての博物館の実践的評価—琵琶湖博物館の経済的・文化的・社会的効果の研究—, 雄山閣

- 施設周辺住民(県民)へのアンケート調査
  - 文化的効果: 地域文化への関わりの深まり
  - 社会的効果: 社会活動への関与
  - 質問項目に対する期待と満足を計測し、効果を評価
    - 琵琶湖の自然史、歴史や民俗、環境の移りかわりなどの展示を通して学び、遊べるところ
    - 琵琶湖や世界の湖の魚などを集めた水族館
    - 水環境問題などについて学び、考えるところ
    - 野外観察会や講習会、講演会などを行い交流するところ
    - ...

# 社会・文化的効果の計測手法 5

富本真理子 (2011) 固有価値の地域観光論

京都の文化政策と市民による観光創造, 水曜社

- 文化体験事業者と外国人の交流を評価
  - ワックジャパン(ホームビジット＋家庭料理体験等)
  - 春光院(英語での座禅会)
  - 国際交流サロン・シーコケット(無料観光情報紙)
  - 事業に携わる者としての視点、外国人来訪者の評価(感動)を定性的に捉える

# 本研究が目指す効果計測

|     |       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 本研究 |
|-----|-------|---|---|---|---|---|-----|
| ホスト | 住民    | ● | - | - | ● | ● | ●   |
|     | 観光事業者 | - | - | - | - | ● | ●   |
|     | 行政    | - | - | - | ● | - | ●   |
| ゲスト | 日本人   | - | - | ● | - | - | -   |
|     | 外国人   | - | ● | - | - | ● | ●   |
| 地方  | 有形    | - | - | ● | ● | - | ●   |
|     | 無形    | - | - | - | - | ● | ●   |

- 社会・文化的効果を与える地方資源のうち、有形・無形ともに計測

# 本研究で計測する社会・文化的効果

| 対象                  | 社会・文化的効果                                                                  |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 地方<br>受入側<br>(ホスト)  | 地方の印象が向上<br>地方に対する誇り<br>社会・文化資源の維持、保存、創造<br>交流による相互理解<br>(文化の融合、世界平和への貢献) |
| 外国人<br>来訪者<br>(ゲスト) | 社会・文化資源に対する理解、感動<br>地方への親しみ<br>再訪、定住者増加                                   |

- 地方(行政、観光事業者、住民)
- 外国人来訪者、定住者に対するヒアリング、アンケート

# 効果の全体像、計測手法のまとめ (1)

- 効果の全体像

- 経済的、社会・文化的効果の観点で整理

- インバウンド観光の主体ごとの効果

- 経済的効果：ホストに収益、所得、税収増加、雇用創出

- 社会・文化的効果：

- ホストに誇りの意識を生み、資源維持、保存、創造につながる

- ゲストに理解、感動、親しみをもたらし、再訪、定住の増加につながる

- 双方に相互理解をもたらし、世界平和へ貢献する



# 効果の全体像、計測手法のまとめ (2)

- 計測手法

- 経済的効果：産業連関、乗数理論の研究を整理
  - 地方/インバウンド観光を対象とした計測をするためには地方での消費行動をミクロで捉える必要性
- 社会・文化的効果：主体ごとに既存研究を整理し、各々の特徴を把握した
  1. ホストの意識
  2. ゲストの意識
  3. 地方資源（有形）に対するゲストの評価
  4. 地方資源（有形）がホストにもたらす効果
  5. ホスト（地方資源（無形））とゲストの交流を評価

# 今後の課題

- 個々の効果の意味を検討
- 計測手法の検討
- データ収集
  - 地方のインバウンド観光実態に関する指標
  - 効果計測に向けたアンケート調査
    - 外国人宿泊者の意識・消費行動
    - 地方受入側の意識・域内調達率調査
  - 国内外の事例
  - 既存研究