

# 市町村における観光消費額調査

長崎国際大学人間社会学部国際観光学科  
准教授 海老澤 昭 郎

## はじめに

デパートと市町村はよく似ている。デパートにはいろいろな売り場があって来店客はいくつかの売り場を訪れる。市町村にもいくつかの観光スポットがあって、観光客もいくつかの観光スポットを訪れる。違うのは年末などにデパートでは来店客数ではなく売上げ額が報道されるのだが、観光地の場合は観光客数や人出がニュースになり、売上げにあたる観光消費額はニュースにならないことだ。最近でこそ中国人観光客は1人、11万円お土産を買うといったような報道がされるようになったが、相変わらず観光では観光入込客数が注目されている。

私は平成12年まで日本観光協会の調査部で月刊観光の編集をしていたが、同時に観光入込客数統計の「全国観光動向」や「観光の実態と志向」などの調査設計・編集も担当してきた。

そして、平成12年4月から長崎国際大学で「観光調査」などを教えるとともに、地方公共団体からの観光に関する受託調査事業などを行ない、観光入込客数の調査手法や観光消費額に関する調査もさせていただいた。市町村の観光や地域づくりに関する会議等に参加する機会も多い。このような中で感じたことは、国と市町村とでは必要とする観光統計が違うのではないかということである。つまり、市町村にとって必要なのはデパートと同じ

ように売上げにあたる観光消費額なのではないかということである。

そこで本稿では市町村レベルでの観光消費額の集計手法について一手法をご提案することとした。

## 1. 観光消費額へのアプローチ

観光消費額を把握するために必要なのは、市町村というエリアを訪れた「観光入込客数」と「観光客一人あたりの平均観光消費額」で、これに乗ずればよい。

しかし、これが難しい。有料の観光施設などは別だが自然資源や公園などの観光スポットでは観光客数がよくわからない。さらにこれまでに市町村が公表してきた数値にはいくつかの観光スポットやイベントにおける観光入込客数を足し合わせ、それに宿泊客数を足して(積み上げ式の)観光入込客数としてきたところも多数あった。デパートで言うなら食品売り場と紳士服売り場とおもちゃ売り場の来客数を足し合わせてデパートへの来店客数が何人というようなものだ。重複カウントをアンケート調査などで得たパラメーターを使って修正している市町村もあるが「実際の観光入込客数」の把握は、島嶼にある市町村でもない限り非常に難しい。

さらに市町村における観光消費額を調べるためには「観光客一人当たりの観光消費額」を知る必要がある。しかし、同

じ市町村内であっても観光スポット毎に観光消費額はかなり異なる。テーマパークなどの観光スポットと自然景観がメインの観光スポットとでは、観光消費額にかなり差があることは容易に想像できる。

また、観光客にアンケート調査で観光消費額を聞こうとしても、団体旅行やパッケージツアーの観光客にわかるのは旅行代金の総額だけである。団体旅行などではそもそも観光客自身が旅行代金を負担していないケースもある。このように観光客に対するアンケート調査にも限界があり、宿泊施設や観光施設等の観光事業者からのヒヤリング調査を組み合わせる必要がある。

## 2. 本調査手法の特徴

本調査手法では観光客を4タイプに分類し、調査観光スポットを1市町村当たり2~3か所程度設定し優先順位をつけることとしている。そして、宿泊施設などの事業者へのヒヤリング調査を組み合わせることで市町村としての観光消費額を算出しようというものである。つまり、観光客は少なくともこの中のどれか1か所には訪れるであろう観光スポットを調査観光スポットとし2~3箇所設定し、観光客は訪れた観光スポットに便宜上所属することになる。ただ、これでは観光客が複数の観光スポットに重複して所属してしまうことになるので、観光スポットに優先順位をつけることで重複して所属することがないように工夫してある。

観光客の4つのタイプは次の通り。なお、本来は市町村民とすべきところではあるが便宜上、「住民」と表記した。

①日帰り観光客(住民)

②日帰り観光客(住民以外)

③立寄り観光客(住民以外)

④宿泊観光客

まず①日帰り観光客(住民)であるが、観光ポイントを訪れ観光行動をする人は住民であっても観光客に含める場合もあるのでひとつのタイプとして独立させてある。他のタイプの観光客も同様であるが、結果として観光入込客数及び観光消費額は観光スポット毎にそして各タイプ毎に算出するので、統計の使用目的によって外すことも含めることもできるようになっている。つまり「住民以外の観光客だけの統計」とか「住民だけの統計」などデータの使用目的によって自由に組み合わせられるようになっている。

次に、③立寄り観光客(住民以外)であるが、前日他市町村に宿泊し、翌日市町村内の観光スポットを訪れ、その日は他市町村または自宅で泊まる観光客を指す。観光客自身とすれば宿泊旅行であっても当該市町村に宿泊しないのであれば、当該市町村にとって宿泊観光客とは言えないため、立寄り観光客とした。

## 3. 観光消費額推計の基本的考え方

本調査手法の手順は次の通り。

①調査観光スポットの選定と優先順位

②調査観光スポットにおける観光入込客数調査手法の精度向上

③アンケート票の作成

④アンケートの実施

⑤宿泊業等観光事業者のヒヤリング調査

⑥集計

(1) 調査観光スポットの選定と優先順位

市町村内の観光客数が多く観光消費も活発で、観光客数も把握しやすい観光ス

ポットを選定し、優先順位をつける。

これは同時に観光客を訪れた観光スポット毎に便宜的に所属(以下グルーピング)させることになる。

グルーピングのメリットは2つある。

ひとつは、観光スポット毎の観光消費額が把握できることである。テーマパークなどでは入場料や昼食代、土産代などで消費額は大きくなるが、自然資源や公園などではずっと少なくなる。観光消費額は基本的には

観光入込客数×一人あたりの観光消費額
--------------------

であるから、同一市町村の観光スポットで一律に観光消費額の平均値を算出するよりも統計の利用価値が高くなる。例えばある観光スポットの昼食の単価が低ければもっと多くの人により高級なものを食べていただくというような観光振興策も考えられるわけだ。

2つ目はアンケート調査の頻度を減らせることである。市町村内外の条件に大きな変化がなければ、だいたい1回の調査で得たパラメータは5年くらいは使用できると思う。観光スポット毎にデータを取っておけば小さな条件の変化には小さな対応で処することができる。

グルーピングについては、主な観光スポットがA・B・Cの3つある市町村では、観光客を観光スポットAグループ、観光スポットBグループ、観光スポットCグループというようになる。

観光スポットの優先順位がA・B・Cの順だとすると、Aを訪れた観光客はグループA。Aを訪れずBを訪れた観光客はグループB。AもBも訪れずにCを訪れた観光客をグループCとするのである。

つまり、より優先順位の高いほうに集約していくのである。アンケート用紙の見やすいところに「ほかに訪れた本市町村内の観光スポットはどこですか、○をつけてください？」という項目を作っておけばよい。容易に仕分けできる。

## (2) 調査観光スポットにおける観光入込客数調査手法の精度向上

一人あたりの観光消費額に乗じる観光入込客数をできるだけ正しくはからなくてはならない。詳細は後述する。

## (3) アンケートの実施

アンケート票は調査ポイント毎に2種類(日帰り用と宿泊用)用意する。

そして調査者の宛名を書いた料金受取り人払いの封筒に入れておく。すると観光客自身が日帰りか宿泊かを選んで回答することになる。ただ、内容が旅行の費用のことで、旅行が終了してからでないで記入できないため、調査票を手渡して後日郵送していただくことになる。

調査は毎月1回、1年間、曜日や調査時間帯を変えて行なうとよい。

## (4) アンケート調査項目

### 1) 属性

…性別、年齢、住所(住民率)を調べる。  
⇒これは一般的な項目であり、説明省略。

### 2) 観光客タイプ

…日帰り観光客、立寄り観光客、宿泊観光客

⇒日帰り観光客は日帰り観光客用のアンケート票で回答してくるが、立寄り観光客と宿泊観光客は宿泊観光客用のアンケート用紙で回答してくる。これは4)行程で聞くことになる。

### 3) ツアーの種類

…募集型企画旅行団体行動型、募集型企画旅行自由行動型、受注型企画旅行などの旅行会社の企画旅行か旅行会社の手配旅行または個人による予約での旅行の別を調べる。

⇒特に添乗員付きの団体旅行ではツアー料金にいろいろなものが含まれていて観光客個人には費用の内訳が分からない。

#### ●質問例

①この旅行は会社・学校・地域等の団体旅行ですか? (はい・いいえ)

②この旅行は個人で参加したパッケージツアーですか? (はい・いいえ)

③この旅行は旅行会社を使わない個人旅行ですか? (はい・いいえ)

①または②で(はい)と回答した人については宿泊費や昼食費等について旅行業者および宿泊施設に聞くことで料金を推測することになる。

### 4) 行程

…前日宿泊地、当日宿泊地(自宅含む)と宿泊施設名(市町村を特定する))を調べる。

⇒観光客は当該市町村の宿泊施設なのかそうでないのかは正確にはわからない。そこで宿泊施設名も聞く。

#### ●質問

①きのうの宿泊地はどちらですか?

(自宅または観光地名及び宿泊施設名)

②今日の宿泊地はどちらですか?

(自宅または観光地名及び宿泊施設名)

これを回答していただければ、立寄り観光客と宿泊観光客に分類することができる。

### 5)-1 調査日当日の昼食費

…・今日宿泊する人の本日の昼食費

・日帰り観光当日の昼食費

・立寄り観光当日の昼食費を調べる。

⇒まず「どのように支払ったのか」、「どこで食べたか」、「費用はいくらだったか」を聞く。

団体の場合には旅行業者から一般的な相場をヒヤリングすることになる。

結果として、市内での外食率と食事をした人(A、B)もしなかった人(C、D)も合わせた平均昼食費を算出する。

#### ●質問例

①どのように支払いましたか? ○をつける

a 食べなかったので払っていない

b 自宅で食べたので払っていない

c 弁当持参

d 団体旅行であったため旅行代金に含まれていた。

e 自分たちで払った

②どこで食べましたか?

上記①でdおよびeと回答した人のみ

a 当該市町村以外

b 当該市町村内および店名

### 5)-2 調査日翌日の昼食費平均

…当日市町村内に宿泊した観光客の昼食費を調べる。質問内容は5)-1と同じ。

### 5)-3 調査日前日の昼食費平均

…前日市町村内に宿泊した観光客の昼食費を調べる。質問内容は5)-1と同じ。

### 6) 市内有料夕食費

…宿泊当日または日帰り観光の当日の夕食費を調べる。

(日帰り客も、宿泊客も立寄り観光客も市内で夕食を食べる可能性がある。)

パターンとしては、団体旅行やパッケージツアーなどに含まれている場合や宿泊料金に含まれている場合、自分たちで

払う場合がある。含まれている場合については宿泊料金との合算になる。自分たちでいくら払うかを観光客の4タイプごとに平均値を出す。

市内で有料の夕食を食べたか。下記のどのパターンで食べたか、費用はいくらだったのかを聞く。

#### ●質問例

①どのように支払いましたか？ ○をつける

- a 食べなかったので払っていない
- b 自宅で食べたので払っていない
- c 団体旅行であったため旅行代金に含まれていた。
- d 宿泊料金に含まれていた。
- e 自分たちで払った

②どこで食べましたか？

上記①でc、d、eと回答した人のみ(当該市町村以外、当該市町村内、施設名)

③一人あたりいくら支払いましたか？

⇒実費を記入していただく。

#### 7) 市内夕食外費用

…宿泊当日または日帰り観光の当日の夕食以外に使う飲食費を調べる。

(夕食時の別注ビール代や居酒屋等その他飲食費用等)

⇒実費を記入していただく。

#### 8) 市内での土産品購入費用

…市内土産品購入者率、市内土産品購入平均金額を調べる。

⇒購入の有無と実費を記入していただく。

#### 9) 公共交通機関費用

…利用率、平均金額を調べる。

⇒利用の有無と金額実費を記入していただく。

#### 10) 入場料等

…入場料金は別途事業者からヒヤリング

することとしているが、ヒヤリングができないことも想定し、有力な有料施設毎に観光客からのアンケート調査で観光消費額を聞く。ヒヤリングできる場合はヒヤリングした数値を使うことになる。

⇒この際、観光消費額を聞くとともに、どのように料金を支払ったのか聞くことが大切である。例えば団体旅行であったので支払わなかったなどである。

#### 11) 体験費用・利用料

…体験費用・利用料は個人で支払ったものについてはこのアンケート調査で把握できるが団体旅行に付いているものは把握できない。入場料等にセットになっている体験費用や利用料もあるし、客自身にもわからない。

⇒ここでは団体旅行であれ個人旅行であれ自費で支払った費用を記入してもらう。

#### 12) その他

…菓子やジュース、たばこ、雑誌、新聞代等のこずかい的金額を調べる。

⇒実費を記入していただく。

#### (5) 観光事業者へのヒヤリング調査

前述のように宿泊料金については宿泊業者からのヒヤリングにする。協力が得られない場合(売上げ等公表しづらいケースもある。)は宿泊客数に国際観光旅館連盟または日本シティホテル連盟の会員宿泊施設の平均宿泊単価を地域の事情を考慮、調整して(例えば 0.9 を掛けるとか)乗ずることで算出する。

前述のように大型の観光施設の入場料も団体旅行などでは金額が観光客自身にはわからないので施設等へのヒヤリングで対応する。ただし入場者数は公表してもらえぬが金額までは公表してもらえない場合は推測することになる。推測に際

しては旅行業者の情報が頼りになる。

市町村内バス事業者からは市外からの団体ツアーへの貸し切りバス代金を聞く。問題は団体旅行の昼食費である。

ただ、団体の昼食ができる店は限られているため、この点も事業者へのヒヤリングということになる。

#### (6) 集計

そして、グループごとに観光客一人あたりの観光消費額単価を算出していく。総括表は集計をまとめてできた観光消費額推計の一覧表である。

観光スポット毎になっており、観光客の4タイプ毎にまとめることができる。

宿泊費用や入場料金、団体の昼食費等は事業者からのヒヤリングになる。総括表下欄に一括して盛り込むことになる。

グループ毎の一人あたりの平均観光消費額×観光入込客数  
＝グループの観光消費額  
(宿泊料金、入場料金、団体の昼食費を除く)

### 4. 観光スポットの観光入込客数調査手法

#### ①温泉観光地

温泉観光地にあつてはほとんどの観光客は宿泊観光客も日帰り観光客(立寄り観光客含む)も入湯税で把握できる。しかし、温泉以外に大きな観光ポイントがある場合も多いので、温泉に入らない観光客も把握する必要がある。そこで、「あなたは当該市町村の温泉に入りましたか?」という質問をする必要がある。

つまり、温泉に入ったと回答した観光客の割合が70%であれば

入湯税納税者数÷0.7＝観光入込客数

となる。一つの市町村に複数の温泉地があつても、また、温泉以外の大きな観光スポットが複数あつても同じように「あなたは当該市町村の温泉に入りましたか?」という質問をすればよい。

#### ②有料観光施設エリア

有料の施設単独であれば問題ないが、公園などでその中に博物館があるような場合には、「公園には訪れるが博物館にはいかない」という観光客もいる。そして、その代わりに昼食を摂るというケースもある。このような場合には観光客の動線を調べ多くの観光客が帰る際に通るであろうポイントで、「あなたは博物館に行きましたか?」という質問をすればよい。60%が「行きました」と回答すれば次のようになる。

博物館入館者数÷0.6＝観光客数

#### ③中心商店街・イベント

いわゆる駅前では、住民が圧倒的に多いが、このような観光スポットには結構多くの観光客が集まる。ただし他の観光スポットと重複する場合はほとんどである。ただどうしても調査観光スポットから外せない場合、観光イベントなどが行われる場合などは

- ・100人程度の来訪者に「住民ですか観光客ですか?」と聞き、逆に住民率を調べる。
- ・住民(地方公共団体が調査するのなら公務員の家族の住民でもよい)に「昨日中心商店街またはイベントに行きましたか?」と聞き、住民のうちの何万人が行ったかを調べる。

住民率が80%で住民のうちの20%が行ったと答えたとする。そして住民が20

万人という市町村だとする。

20万人のうちの20%つまり4万人が中心商店街に行ったことになり、それが全体の80%ということは全体は4万人÷0.8=5万人、観光客(住民以外)は1万人ということになる。

#### ④その他

観光スポット毎の観光客数を推計する方法はいろいろと考えられる。

極端に言えば自動販売機1台しかない観光スポットがあったとする。ここで観光客に「自動販売機でジュースを買いましたか?」と聞く。10%が「買った」と答え自動販売機で20本のジュースが売っていたとすれば次のようになる。

$$20 \text{ 本} \div 0.1 = 200 \text{ 人}$$

ここで大切なことは、いろいろと考えて工夫することである。

### 5. おわりに

この調査手法は一般論としてまとめたものである。この手法を参考にされるのであれば市町村および観光地の事情を考えて工夫していくことが大切だと思う。

なお、総括表であるが、次のように作成していただきたい。

●横軸 調査観光スポット名および観光客数

日帰り等観光客の4タイプ

●縦軸

構成率：各観光スポット毎の観光客の4タイプの構成率

観光客数：各観光スポット観光客数×構成率

以下は4タイプごとに算出する。

昼食費(当日)

昼食費(翌日)：宿泊観光客のみ

昼食費(前日)：宿泊観光客のみ

夕食費

夕食外費用

土産品

公共交通機関

入場料等

体験費用

その他費用

計

このほかに観光事業者からの聞き取り結果も盛り込む。

以上

#### 筆者プロフィール

1956年生まれ。中央大学法学部卒業後、金融機関を経て1981年社団法人日本観光協会勤務。1989年より調査部にて月刊観光の編集を担当(元編集課長)。2000年より長崎国際大学人間社会学部国観光学科勤務。准教授。

担当科目は「観光調査」「地場産業論」「旅行業法・約款」「国内観光実務」「国内観光地理」「国際旅行業論」「観光と法規制」「日本事情Ⅰ」「日本事情Ⅱ」、「専門演習Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ」「卒業研究」「旅行業務取扱管理者試験特別講座」