

# 観光レクリエーションと統計

財団法人 日本交通公社 調査研修部  
情報管理室 細野光一

交通公社という組織の性格上、当調査研修部では観光レクリエーションに関連する各種の統計を取り扱うことが多いのですが、そうした仕事を通じて観光レクリエーション関係の統計について日頃感じていることを少しまとめてみたいと思います。

## 1. 統計利用の目的

観光レクリエーションに限らず何の統計についても言えることですが、過去から現在までの何らかの実態や意識の推移を知ることは、どのような形をとるにしろ、将来の予測、そしてプランニングへの反映を狙っているものです。将来への展開が何もなされないならば、統計は単に歴史上の一数字に留ってしまいます。さて、前置きはこれくらいにすると、観光レクリエーション関連統計を利用する目的は次の3点に集約されると思われれます。

### ① 国民の観光レクリエーションの実態把握

国民の云々と言いますと全てのことを含んでしまいそうですが、ここでは観光レクリエーションをする側（発生サイド）としての個人が、1年間に何回観光レクリエーション旅行を実施し、それぞれについて幾日を要し、費用はいくらかかったかなどをさしています。

これらの数値の時系列的な推移がわかれば、たとえば個人消費支出や自由時間との関連で、将来像をある程度描くことができます。また、年令別

の特徴がわかれば、今後の高齢化社会における観光レクリエーションの質的な変化を想定することができます。

発生サイドの予測に際しては、過去の実績だけではなく、アンケート調査による希望や専門家の判断などを織り込んでいくことも考えられます。

### ② 各観光地の入込者数の把握

観光地毎の入込者数を把握し、個々の観光地あるいは温泉、スキー場といったパターン別の動向を捉えます。ひとつの観光地の中でもホテル、旅館、民宿など種別の推移がわかればよりよいことは言うまでもありません。

これらの傾向を知ることによって、①から全国的な需要は伸びるにしても、当該観光地はどうかといった判断が可能になり、芳しくない場合には対応策が考えられます。逆に、現在は倍々ゲームの伸びを続けているが、全国的な傾向と合わせてみると、あと数年で飽和状態になるだろうという結論がえられる場合もあります。

活動別の動向や宿泊施設の利用傾向は、前記の発生サイドの調査でわかる筈と思われる方もあるかもしれませんが、以下に述べる理由などにより、個別解はあるが一般解はないといわれる観光レクリエーションのプランニングに際しては、個々の観光地に関する統計が必要となります。

第1次産業や第2次産業では輸送可能な生産物や製品が商品であるために、消費者は身近で商品の価値判断ができること、さらに商品の規格が比

較的に統一されているので、需要と実際の消費との対応が比較的容易です。

第3次産業のなかにもこのような業種は多いのですが、こと観光レクリエーションに関しては事情が異なります。

まず第1に観光地自体が商品となるので、消費者の方が大きく移動しなければならないからです。そのため事前に商品の価値を的確に知ることは非常に難しく、友人などの言葉に大きく左右されま

ず。第2に、観光レクリエーション、とりわけ観光においては個性（他と異なっていること）が売り物となるだけに、商品の内容がきわめて多様であり、需要と供給との対応が捉えにくいのです。

第3に、風景の鑑賞やサービスといった無形のもの商品が大半を占めるので、その価値判断は主観的にならざるを得なく、ある属性の人はこう判断するといったパターン化が難しく、個々の積み上げである各観光地の入込者数をもって各観光地の評価を行なうことが最も確実だからです。

### ③ 観光レクリエーション（空間）原単位の把握

上記①、②から将来需要が何人というように設定されても、それだけでは具体的な施設のプランは作れません。

入込者数と施設規模とをつなぐものとして、スキー場のグレンデヤリフト、海水浴場の砂浜などを入込者1人当たりどの程度確保しておかなければならないのか、季節変動や収支を考慮すると宿泊施設の稼働率は何%ぐらいに設定できるのかといった各種の原単位が必要となります。

これらの原単位は、前述の発生量や入込量とは異なり、少なくとも10年程度は変化しないものと考えています。変化しないがゆえに原単位というわけですが、10年に一度調査すればよいのなら簡単だろうと思われる方も多いでしょうが、観光

レクリエーションに関しては、建築や交通などのように体系だった調査があまりなされておらず、現在のところはかなり巾をもった原単位が利用されています。

## 2. 観光レクリエーションの定義の不明確さ

物事を統計＝数値で表明するためには、まず調査の対象となるものが厳密に定義されていなければなりません。定義が不明確であれば、調査項目自体が調査回毎、あるいは調査対象者毎に異なっていることになり、表面的な数値をみただけでは、ある現象が増加したのか減少したのかということすら見えなくなってしまいうからです。

1で述べたように、統計を利用しなければならぬ場面が多数存在するにもかかわらず、観光レクリエーションに関しては、困ったことにこの定義という問題からしてあいまいであり、統計がなかなか整備されないひとつの大きな要因となっています。

### ① 観光レクリエーションの定義

私たちは「観光」、「レクリエーション」、「レジャー」、「余暇活動」などの言葉を日常よく口にしますが、それぞれの言葉に対して人々の抱くイメージは、個人によって異なっており、様々な場面において混乱がみられます。

これらの言葉のなかでは、余暇時間に行なわれる全ての活動を指すこともあって、「余暇活動」に対する概念が最も統一されており、「レジャー」という言葉もこの「余暇活動」と同義的に使われることが多いようです。

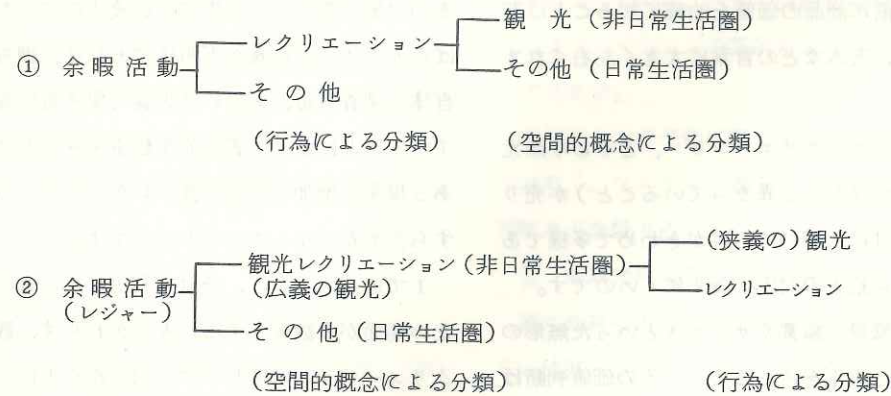
余暇活動内の区分となると様々な考え方がありますが、公的なものとしては観光政策審議会による「国民生活における観光の本質とその将来像」と題する答申（昭和44年4月）があり、

「観光とは、自己の自由時間（＝余暇）の中で、

鑑賞、知識、体験、活動、休養、参加、精神の鼓舞など、生活の変化を求める人間の基本的欲求を充足するための行為(=レクリエーション)のうち、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行なおうとする一連の行動をいう。」

と定義されていますが、その補足説明にもあるように「日常生活圏」というきわめてあいまいな用語が用いられています。この定義を図示するならば、図-1-①のように余暇活動をまずその行為によってレクリエーションとその他に分類し、

図-1. 観光レクリエーションの定義



次いでレクリエーションを空間的な概念(日常生活圏)によって観光とその他とに分類しようとするものです。

上記の「観光」の定義は、公的レベルで観光の意義を再確認したという点で貴重な存在となっていますが、実際の用法としては多少不便な点もあるために、私どもでは普段は図-1-②に示す概念をもとに話を進めています。すなわち、答申とは逆にまず日常生活圏を離れるかどうかという空間的な概念で観光レクリエーションとその他を分類し、次いで活動内容によって観光とレクリエーションとを分類しようとするものです。これは、答申ではレクリエーション、観光ともに広い意味で使われているのに対し、答申でいう観光を観光レクリエーションと呼びかえ、それを観光とレクリエーションとに細分化しているともいえます。

このように観光レクリエーションに直接携わっているものの間でも用語の定義、使い方はバラバ

ラであり、ましてや一般の人々の間では……ということになります。

総理府が昨年9月に実施した「余暇と旅行に関する世論調査」では観光という言葉にポイントを

表-1. レジャー旅行でしたことのうち観光と思うもの

活動	宿泊・日帰り	宿 泊	日 帰 り
観賞・見物	88	79	
ド ラ イ ブ	47	47	
信 仰 ・ 参 詣	64	50	
友人などとの交際	18	20	
趣味・娯楽	40	33	
家族のだんらん	21	23	
休 養 ・ 休 息	21	25	
飲食・ショッピング	25	21	
保健・スポーツ活動	21	21	

資料：「余暇と旅行に関する世論調査」(総理府 S 54. 12)

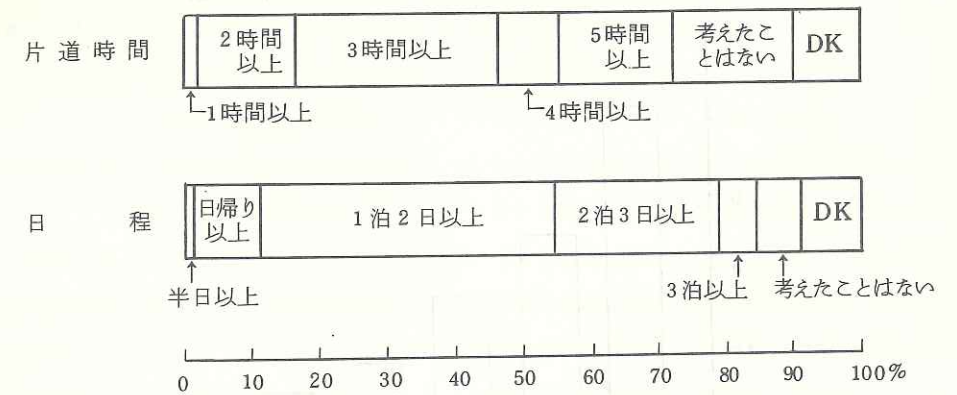
において、レジャー旅行(宿泊)、日帰りレジャーで行なった活動のうち観光と思うものは何かという設問がありました(表-1)。鑑賞・見物は80~90%の人が、ドライブ、信仰・参詣は約半数の人が観光と考えています。他の活動についても20%程度の人には観光と思っており、観光と考える人の全くない活動はありません。同調査ではさらに、片道の所要時間や日程からみてどの程度であればレジャーのための旅行と考えているかを調査しています(図-2)。

大半の人は片道3時間以上、1泊2日以上でなければ旅行とは思わないようです。3泊しなければ旅行とは思わないようです。3泊しなければ

旅行と思わない人も6%とかなりの率を占めています。

以上述べてきたように、観光レクリエーション関係の用語に対する認識は人様々であるために、アンケート調査を行なう場合などには、語句の慎重な選択、あるいは単語に対する十分な説明なくしては、調査主体の意図を正確に被調査者に伝えることは困難です。そこで当財団では一般の人々が抱えている観光レクリエーションの姿を把握すべく、旅行、旅、遠出、観光、レクリエーション、レジャー、行楽などの各用語とその実態、イメージとの対応を現在調査中です。

図-2. 片道所要時間、日程からみた旅行(旅行と考えるもの)



資料：「余暇と旅行に関する世論調査」(総理府 S 54. 12)

### 3. 調査のむずかしさ

観光レクリエーションは2で述べたように定義自体がはっきりしていないのですが、ここでは定義の問題はさておき、観光レクリエーション行動が複雑なゆえにその調査が難かしいといった点を少し述べてみたいと思います。むしろ意識調査ではなく実態調査という観点からです。

一人一人の行動をとってみると、日常圏を離れてということから、何らかの交通手段を利用して居住地を離れ、いずれかの観光地を訪れてから帰

宅するというパターンになります。したがって、実態を把握する地点としては、居住地、交通機関、観光地の三者が考えられます。

#### ① 居住地での調査

交通機関や観光地での調査が不特定多数の人々の一回の旅行を集約していくのに対し、居住地での調査は個人について、ある期間内に行なった全ての観光レクリエーション活動を尋ねることができます。したがって、一年間に何回程度旅行するのか、その延日数、総費用と収入との関係な

どは、居住地での調査でなければ不可能です。この居住地での調査が、いわゆる調査会社の力を借りるアンケート調査となります。

この種の調査としては、総理府がほぼ5年おきに実施している「全国旅行動態調査」、日本観光協会が2年毎に行なっている「観光の実態と志向」が全国レベルの代表的なものです。

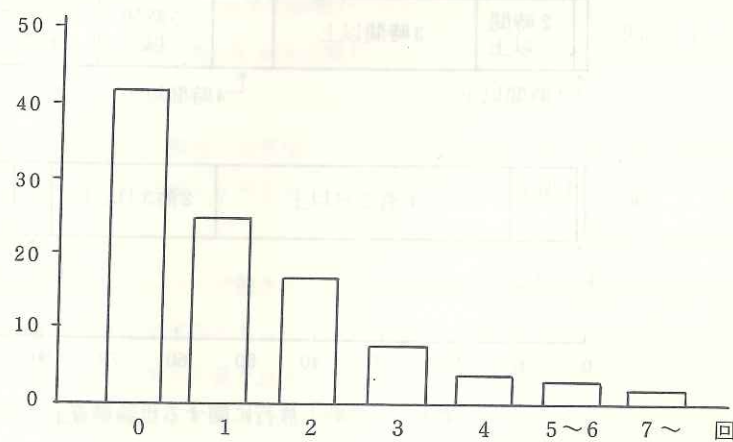
居住地での調査は、個人の一定期間内における行動を捉えることができたり、厳密なサンプリングが可能であることなどいくつかのメリットがありますが、次に述べるような欠点もあります。

\*1回の調査で過去1年分を聞くような場合、記憶をたどっての回答となるので、費用などに

ついては忘れてしまっていることのほうが多いのではないのでしょうか。覚えているにしてもメモを見るなどしなければ、5千円単位ぐらいでの確か度しか期待できません。

回数については、図-3にあるように、1年間に0~2回という人が80%も占めており、大部分の人は回数はそう忘れはしないものと思われれます。しかし、全体の平均が1ないし2と少さいために、5回、10回といった旅行回数の多い人ほど回答が不明確になるという問題がクローズアップされ、平均や分散が思わぬ値をとる危険があります。

図-3. 1年間の観光レクリエーション旅行回数



資料：「国民の観光レクリエーションの実態」(総理府S 50.10~51.9)

#### \*日記式や毎月の調査

調査回数を増して、一回に調査する対象期間を短くすることによって上記の記憶のあいまいさという点は避けられますが、調査費がかさむということが問題となります。これも、家計調査のように毎日記入すべきことがある場合にはよいのですが、大部分は単に「旅行しなかった」という回答を得るために多額の調査費が費やされるのは何ともし難い話です。

#### ② 交通機関での調査

交通機関の関連では、切符の発売枚数を集計した全利用者数に関する統計と、車中で利用者に旅行目的などをアンケート調査するものがあります。

#### \*全利用者数

統計上の数字の正確さについては問題がないのですが、利用者が何の目的で乗っていたのかわかりません。鉄道であれば定期、定期外と

いう区分があり、定期外であれば少なくとも通勤や通学は含まれていないものと考えられますが、たとえば国鉄の場合であれば首都圏と大阪の国電利用者数の占める割合が圧倒的に多く、観光レクリエーションの動向を表わすものとしては説得力に欠けます。

#### \*車中でのアンケート調査

上記の問題点である利用目的をはっきりさせようということが車中でのアンケート調査のひとつの大きなねらいとなっているため、業務、家事などと観光レクリエーションとの分離が可能になります。しかし、毎日調査しているわけではないので、通年の値へどう伸ばすかという新たな問題が生じます。交通全体としてみれば、季節変動の比較的小さい業務や家事が主体であるので曜日による補正程度でよいのですが、観光レクリエーションの場合は季節変動が激しく、なかでも特定の休日に集中する傾向があるために通年への拡大が容易ではありません。さらに、天候による影響も大きく、今年のように年始はほとんど雪がなかったが、15日の成人の日以降の積雪はたっぷりというような場合、調査日をいつに設定していたかによって結果は大きく左右されてしまいます。

いずれにしても、交通機関での調査は、1回の旅行で複数の機関を利用する場合や、交通機関の間での競合といった問題の処理が残されるために、単独で旅行回数を云々することは危険を伴います。

#### ③ 観光地での調査

観光地での調査も、交通機関の場合と同様に、施設の全利用者数を表わすものと、利用目的、行程などをアンケートで調べるものがあります。

#### \*施設利用者数

展望施設や水族館、美術館のような観光的な

施設は、各人が1回しか利用しないものと考えられますが、観光地の入込みという観点からは、全員が立寄るわけではないので、立寄率の推定が必要となります。逆に、スキー・リフトや海水浴場の砂浜などのレクリエーション関係では、一人の人が何回も利用するので、その調整が問題となります。

宿泊施設は一人1泊当り1回ということで、最も統計が取りやすい筈ですが、旅館組合、観光協会、市町村それぞれで発表する数字がかなり異なることもあります。これは、集計の対象となる施設の基準が異なったりするためと思われます。

施設利用者数ということでは、無料施設より有料施設のほうが統計がとりやすいし、精度も期待できることは言うまでもありません。

#### \*旅行者へのアンケート調査

市町村や観光協会などから公表される入込者は日帰り何人、宿泊何人という表現が一般的です。宿泊を伴う旅行の場合には、数ヶ所の観光地を訪れ、そのうちの何か所かに宿泊することになりますが、1回の旅行を観光地側では日帰り〇人(実際は立寄り)、宿泊△人とカウントすることになるために、一対一の対応関係がくずれてしまいます。この宿泊者の取り扱い方の複雑さが各統計単位の混乱を招いており、各観光地から幾多の統計資料が発表されているにもかかわらず、統計値の相互比較や県単位などへの統合が困難となり、入込統計が総体として有効に機能することを妨げています。

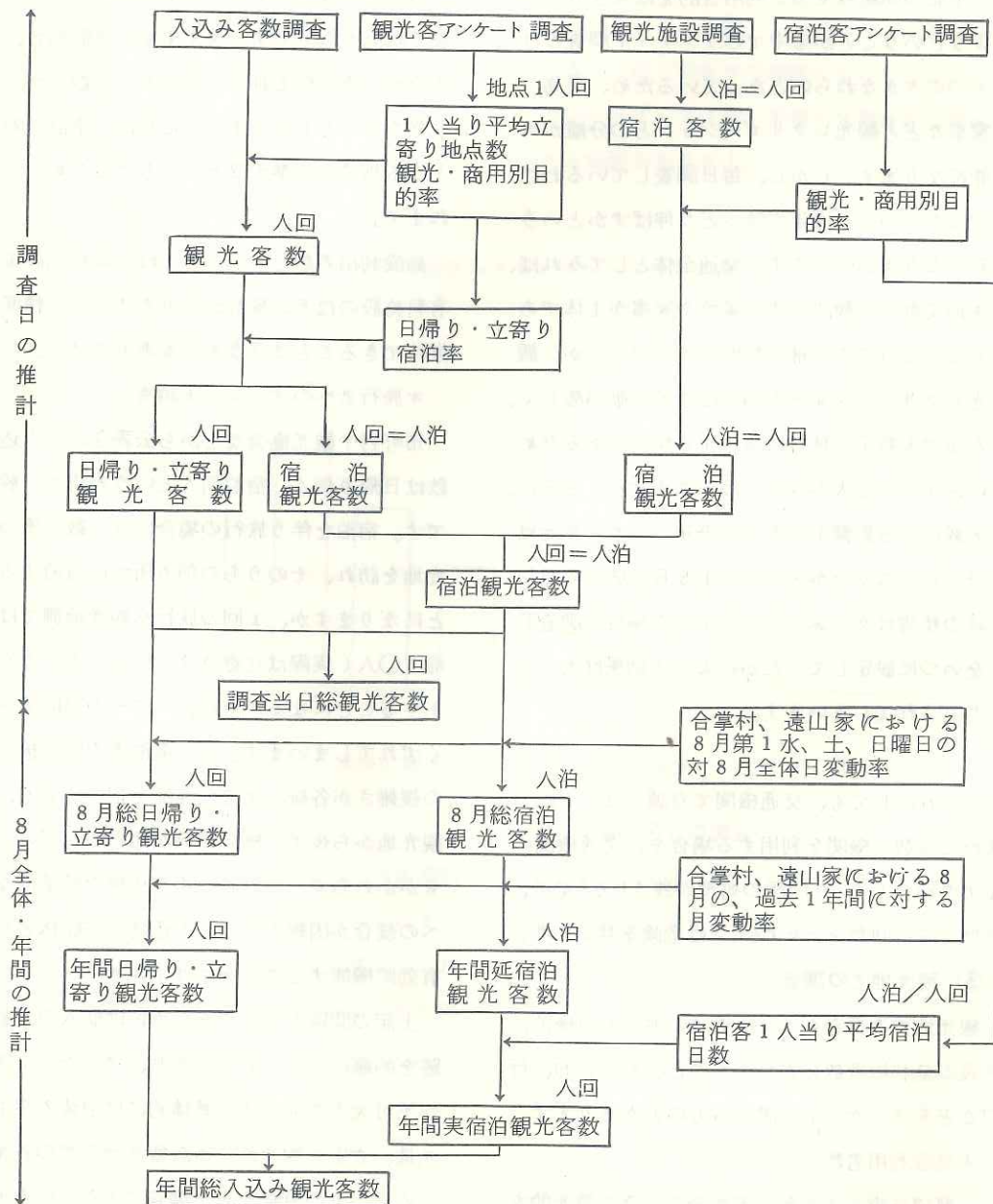
上記の問題を解決するためには個人の行動軌跡を的確に捉える必要があり、アンケート調査が不可欠となります。具体的には前後の宿泊観光地、立寄り観光地、当該観光地内での各施設への立寄りの有無などを調査することになりま

す。この場合、単に票数を集めるだけならば比較的簡単ですが、調査員として専門家を利用することができない、移動している人を対象としているためにサンプリングが不正確になりやすい、さらに交通の項でも述べたように調査日の設定が難しく、年間への拡張は容易ではありません。

せん。

図-4は前述の施設利用調査と旅行者へのアンケート調査を総合して、年度入込者数を推計するフローの一例です。日帰り・宿泊、人回と人泊との関係、また、推計作業の複雑さがわかりたいだけだと思います。

図-4. 観光客数推計のフロー (岐阜県 白川村)



#### 4. 観光レクリエーション統計整備のために

高齢化社会への移行、自由時間の増加などに伴って今後、ますます観光レクリエーション統計へのニーズが高まってくるものと思われそうですが、せめて±5%程度の精度で話ができるようになったらと思われそうです。そのためには、まず今まで述べてきた定義、用語の実態に合わせた統一、ならびに複雑な観光レクリエーション行動を的確且つ容易に捉えられる調査技術の確立と統一が前提となります。

次に、用語や調査方法が統一されたとしても、調査に関する予算が官民を問わず、現状では少なすぎる点があげられます。たとえば、我が国の観光レクリエーション行政組織は、運輸省、総理府、建設省、文部省、厚生省など16省庁と多岐にわたっており、それぞれ〇〇村などといったプロジェクトを進めています。各プロジェクトの進行に

当っては各種の予測や原単位が必要となるものの、基礎的な統計資料整備のための予算が組まれている省庁はほんの僅かです。民間においてこういった傾向がより一層強いことは言うまでもありません。

限られた予算の中でということであれば、官民の同種の調査の一体化、あるいは指定統計などフレームの確立しているものへの観光レクリエーションサイドからの数項目の追加などが望まれるのですが、それぞれの事情もあって、なかなかまとまらないようです。

おわりに

以上本機関誌の主旨とは若干合わないようなことを述べて参りましたが、アンケート調査の内容分析以前の問題で苦勞する場合も多い一例として寄稿いたしました。

# 世論調査 市場調査

ご相談は .....

的確な情報を提供する

社団法人 新情報センター