



# JTBF 観光経済レポート vol.14



## 2006年10-12月期の動向と今後の見通し

2007年3月

財団法人 日本交通公社

観光文化事業部

東京都千代田区丸の内 1-8-2

Tel.03-5208-4704 Fax.03-5208-4707

<http://www.jtb.or.jp>



## 財団法人日本交通公社

当財団は、1912年ジャパンツーリストビューローとして誕生、戦後現在の名称へと改称したのち、観光レクリエーションおよび旅行に関する様々な調査研究を行う公益法人として現在に至っています。

観光文化振興事業として、「旅の図書館」(東京駅八重洲口)の運営や、セミナー・シンポジウムの開催、独自調査による旅行者や観光地の動向データの発表、図書の出版、地域や大学との共同研究など、これまでも様々な場面で観光文化の振興に携わってきました。また、我が国では数少ない旅行・観光レクリエーション・リゾート分野における調査研究機関としての専門性は高く評価されており、国・地方公共団体から多くの調査研究を受託しています。

06年度からは公益事業の拡充をめざした当財団中期計画「JTBF フォワードプラン」をスタートさせ、「観光文化事業部」を新設しました。コンテンツとしての旅行の魅力再生と持続的な観光地・観光産業の発展に寄与していきます。

### 21世紀の旅行・観光をトータルにプロデュース



観光文化事業部

TEL : 03-5208-4704

研究調査部

TEL : 03-5208-4703

E-mail : [zaidan\\_info@jtb.or.jp](mailto:zaidan_info@jtb.or.jp)

ホームページ : <http://www.jtb.or.jp>

# 観光経済レポート

## - 2006年10-12月期の総括と今後の見通し

### 10-12月期の総括 ~ 出張増加で宿泊旅行は微増。ホテルは堅調持続

- ・ 2006年10-12月期における国内宿泊旅行者数は前年同期比で1.5%増と、前期に引き続きプラスとなった(「JTBF旅行量調査」)。
- ・ 旅行種別では出張旅行が増加し、「個人観光旅行」「帰省・家事旅行」が微減、「職場などの団体旅行」がやや減少した。出発時期をみると年末が大きく伸びており、この時期は帰省・家事旅行や個人観光旅行が好調だった。
- ・ 旅行泊数は1.71泊と前年より0.13泊減少した。出張旅行の平均泊数減少が影響している。これに伴い旅行単価も36,700円(9.4%減)と大きく減少している。
- ・ 自治体調査の「JTBF観光地動向調査」では、2006年10-12月期の観光客数は前年同期比1.9%増とこれも2期続いて増加した。暖冬が影響し、方面別では、スキー場の休止などから「北海道」が5.7%減と落ち込んだ一方、「関東」「近畿」「中国」「四国」で増加が目立った。
- ・ 日帰り客は1.4%の微増、宿泊客は1.1%の微減となった。宿泊客の減少理由としては、宿泊施設の閉館や、周辺の観光施設閉鎖の影響を挙げる声が目立った。
- ・ 観光地のタイプ別では、歴史観光地が3期連続のプラスとなった他、温泉観光地や自然観光地が新規施設の影響等で若干のプラスとなっている。
- ・ 「JTBF宿泊客動向調査」における10-12月期の「旅館」の客室稼働率は60.8%で0.2%の微減となった。1泊2食単価は13,776円で1.9%増加した。方面別では「関東」「北陸」「東海」「四国」で稼働率が堅調だった。
- ・ 「ホテル」の客室稼働率は73.7%(同1.7%増)と8四半期連続のプラスとなった。伸び幅も前期の0.4%増に比べて改善しており、10-12月の訪日外国人数が前年比14.7%増(JNTO速報値)と大幅に伸びたことも一因と考えられる。ルームチャージは8,224円(1.3%増)と前期に続いてプラスを維持した。

### 今後の見通し ~ 暖冬は好影響との声も。観光地は4-6月期に期待大。

- ・ 07年1-3月期の観光客数見通しDIは3.0%ポイント増となった。暖冬の影響については、スキー客減が懸念する地域を除くと、好影響と捉える向きが多い。
- ・ 4-6月期については11.7%ポイントと、北海道を除く全ての地域でプラスの値となっている。「やまがた花回廊キャンペーン」「ちばディスティネーションキャンペーン」などJRと連携したキャンペーンを増加理由とする回答も目立つ。
- ・ 「旅館」の1-3月期見通しDIは、宿泊者数が0.9%ポイントで、06年11月調査時点の4.1%ポイントから改善されている。4-6月期は1.3%ポイントと若干厳しい見通しになっている。地域別では、1-3月期は「関東」「北陸」「九州」が高く、4-6月期は「東北」「甲信越」が高い。
- ・ 「ホテル」の宿泊者数見通しDIは1-3月期が10.3%ポイントと厳しい数値である。「関東」「近畿」などビジネス需要の強い地域でプラスとなっている。4-6月期は1.0%ポイントと若干のプラスを見通しており、「甲信越」「中国」「四国」で20%ポイントを超えている。

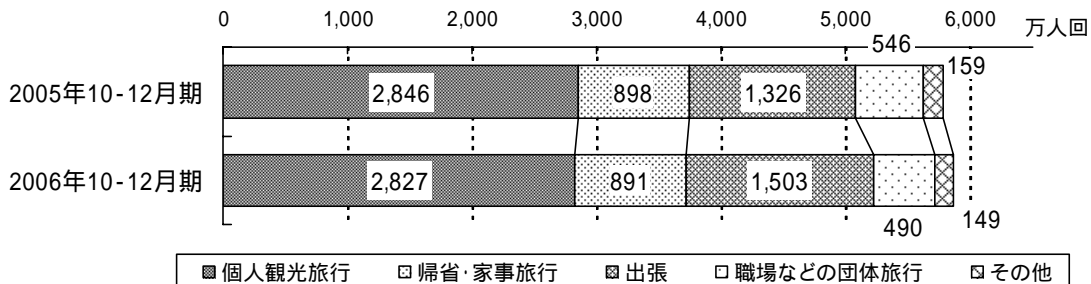
## 2006年10-12月期 国内宿泊旅行者の動き

前期に引き続き出張旅行が市場を牽引、年末は帰省や観光旅行が好調

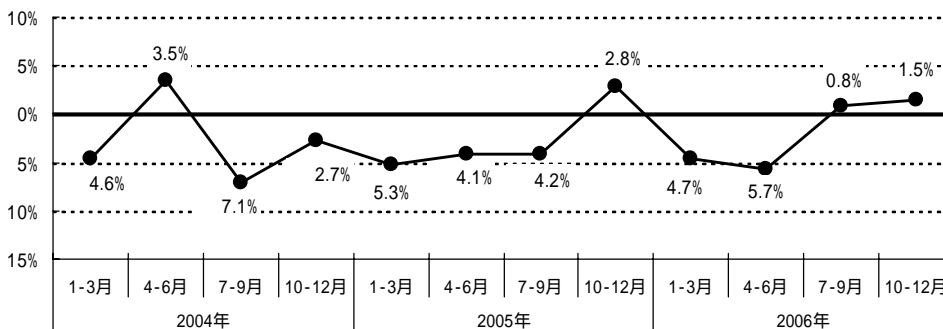
旅行者数（2006年10-12月期）

2006年10-12月期における延べ国内宿泊旅行者数<sup>\*1</sup>は5,859万人回と推計され、前年同期に比べ1.5%増加した。

旅行種別別にみると、「出張」が前年同期に比べ増加、「個人観光旅行<sup>\*2</sup>」と「帰省・家事旅行<sup>\*3</sup>」は概ね横ばい、「職場などの団体旅行<sup>\*4</sup>」はやや減少した。年末休暇の時期には帰省・家事旅行や個人観光旅行の動きが前年に比べて活発だったが、四半期全体でみると前期に引き続き出張旅行が旅行者数の伸びを牽引する格好となった。



図表 1-1 旅行種別による国内宿泊旅行者数

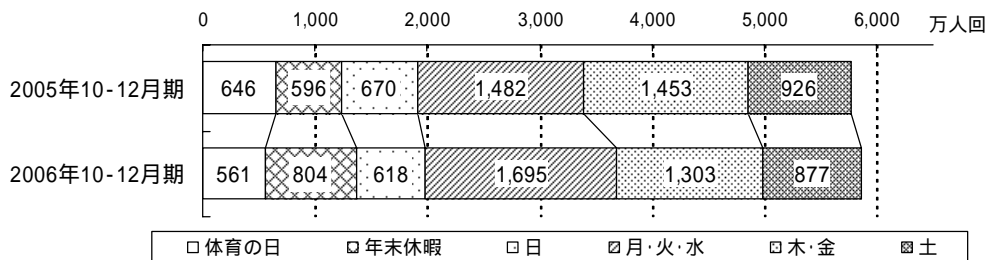


図表 1-2 国内宿泊旅行者数（前年同期比）の推移

\*1 15～79歳が対象。14歳以下および80歳以上の旅行者数は含まれていない  
 \*2 プライベートで（個人的に）観光や休養、レジャーを目的とする旅行  
 \*3 帰省や冠婚葬祭、法事、介護、見舞といった家事を目的とする泊りがけの外出  
 \*4 職場の慰安旅行や招待・報奨旅行、町内会や農協、宗教団体等が主催する国内旅行、学校の国内修学旅行など

旅行の出発日別にみる旅行者数（2006年10-12月期）

「体育の日<sup>\*5</sup>」周辺の1週間は前年に比べ旅行者数が減少した。旅行種類別にみると出張旅行の減少がその主な要因である。なお、体育の日に限らず休日出発の出張旅行が今期は軒並み減少した。一方、「年末休暇<sup>\*6</sup>」は帰省・家事旅行や個人観光旅行の動きが前年に比べて活発となった。



注1) 「日」「月・火・水」「木・金」「土」には、各種連休の該当期間中に含まれない旅行量を計上  
注2) 小数点以下を四捨五入しているため、グラフ中の数値の合計が合わない場合がある

図表 1-3 旅行の出発日別にみる国内宿泊旅行者数

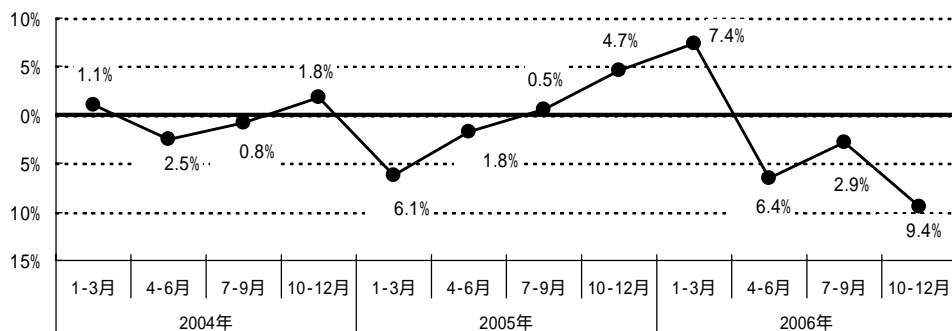
泊数は微増、近距離の帰省・家事旅行が増えて旅行単価は微減

旅行泊数（2006年10-12月期）

2006年10-12月期の平均泊数は1.71泊/回であり、前年同期の1.84泊/回に比べて0.13泊減少した。出張旅行の泊数減少による影響が大きい。

旅行単価（2006年10-12月期）

2006年10-12月期の平均旅行単価は36,700円/人回であり、前年同期の40,500円/人回に比べて3,800円（9.4%）減少した。帰省・家事旅行を中心に、近距離旅行が増えたことが旅行単価減少の主な要因となっている。



図表 1-4 国内宿泊旅行単価（前年同期比）の推移

\*5 2006年10月5日（木）～11日（水）の7日間（2005年は10月6日（木）～12日（水）の7日間）  
\*6 2006年12月25日（月）～31日（日）の7日間（2005年は12月25日（日）～31日（土）の7日間）

## 国内宿泊旅行者の動き

### 2006年の総括

2006年（暦年）の延べ国内宿泊旅行者数は20,285万人回と推計され、前年比1.6%減となった。2005年下半期には回復の兆候がみられたが、平成18年豪雪の影響や前年の愛知万博の反動などで2006年上半期は前年に比べ低調に推移。同年下半期に入ると出張旅行が牽引する形で前年比プラスに転じた。なお、2006年はゴールデンウィークやお盆休暇、年末休暇といった連休中の旅行の動きが前年に比べ軒並み活発であった。

旅行単価は年間平均で37,000円/人回、前年比3.7%の減少となった。2005年7-9月期から2006年1-3月期にかけて対前年プラスを維持していたが、2006年4-6月期以降はマイナスに転じた。旅行先の近距離化が主な要因となっており、特に帰省・家事旅行において近距離化の傾向が顕著にあらわれた。

（川口 明子）

#### 【本レポートで使用したデータソース】JTB F旅行量調査

< 調査概要（2006年10-12月期） >

・ 調査期間：2007年1月10日～1月22日

・ 調査対象：全国15～79歳の個人

・ 調査方法：

    [標本数の配分]200地点を地域・市郡規模別の各層に比例配分

    [標本抽出方法]住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当て

    [調査方法]質問紙を使った個別訪問調査

・ 調査数：1,200人

・ 調査項目：旅行回数、旅行内容（種類・泊数・費用など）

今回調査から標本抽出方法が変更となりました。過去の公表値との連続性を保つため、旅行実施率を一部補正した上で延べ旅行者数、旅行泊数、旅行単価を推計しています。



## 2006年10-12月期 観光地動向

### 全国的に好天に恵まれ前年比増、イベントや施設の閉館・閉館が大きく影響

観光客数の動向(2006年10-12月期)

2007年2月に実施した「JTBF観光地動向調査」によると、2006年10-12月期の観光客数は前年同期比1.9%増となった。11月はほぼ横ばいだったものの、12月に昨年の豪雪による観光客減からの回復がみられたため(7.9%増)、期間全体として前年比増となった。

地域別では、北海道はスキー場休止・廃止や観光施設の閉鎖など、景気の低迷による影響が目立ち、前年比5.7%減となった。東北では主に10月の天候不順で前年比0.4%減となったが、暖冬による影響から観光客増となった市町村も多く見られた。関東はイベントと好天が重なり前年比6.2%増だった。甲信越でも暖冬によるスキー客の減少がみられたものの、紅葉期に天候に恵まれ0.6%増となった。

東海は秋のイベントの実施が目立ち、一部の地域で悪天候による集客減がみられたほかは、おおむね好調だったことから前年比1.4%増となった。

近畿は4期連続で前年比増となった。観光施設のオープンや既存施設の運営見直しが集客につながるなど8.9%増となった。四国についても観光施設や宿泊施設のオープンで増加となった。

中国は前年比4.7%増となった。「第21回国民文化祭・やまぐち2006」(11月3日~12日)が開催され、入場者数が目標を大きく上回ったことが好調の要因とみられる。九州は観光施設の休館・閉館などがいくつかの地域で見られ、前年比減となった。沖縄は団体旅行が好調だったこと、また不定期のクルーズ船の寄航による外国客の来訪から3.0%増となった。

観光地タイプ別では、温泉観光地はおおむね横ばいとの見方が多かったが、一部の地域で新浴場のオープンによる増加がみられ前年比増となった。自然観光地については、イベントや新規施設オープンによる増加が目立つ一方で、既存の施設では観光客減となる地域もいくつかみられた。歴史観光地では好天による増加のほか、住民と共同で実施したイベントの効果(鳥取県智頭町)や体験型観光の実施(香川県観音寺市)といった、地域の取り組みによる集客効果もみられた。

## 観光地動向

日帰り・宿泊別については、前期同様に日帰り客が増加、宿泊客減少となった。日帰り客増の要因としては新規施設のオープンを挙げた地域が多くみられた。

宿泊については宿泊施設や周辺の観光施設の閉館などが大きく影響した。またいくつかの地域では、全体の入込観光客数は変動していないものの、宿泊型から日帰り型へシフトする傾向がみられた。

表 1 観光客数の推移

		2005 年		2006 年			
		10-12 月期	1-3 月期	4-6 月期	7-9 月期	10-12 月期	
		前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	有効サンプル数 (件)
全体平均		3.1	2.4	0.8	1.0	1.9	305
地域別	北海道	3.7	2.2	5.6	3.2	5.7	37
	東北	2.6	0.5	2.3	3.9	0.4	56
	関東	4.9	0.7	4.3	3.7	6.2	49
	甲信越	10.5	2.3	4.1	0.4	0.6	23
	東海	1.2	0.3	0.1	3.1	1.4	34
	北陸	3.8	6.1	3.9	9.1	3.0	10
	近畿	3.4	7.9	5.8	7.3	8.9	29
	中国	3.4	1.6	0.8	7.2	4.7	24
	四国	3.2	2.8	6.8	7.0	16.5	6
	九州	1.5	13.2	3.0	0.0	1.0	30
	沖縄	6.5	4.1	5.3	5.3	3.0	7
観光地タイプ別	温泉観光地	2.9	1.7	1.4	0.3	1.5	20
	自然観光地	4.8	2.9	1.8	2.6	2.0	107
	リゾート(ビーチ)	0.8	1.2	-	6.8	-	-
	歴史観光地	1.1	0.3	6.6	5.4	2.0	44
	都市観光地	8.3	21.2	2.1	2.1	12.4	8
	農山漁村観光地	0.4	1.4	4.5	1.8	0.1	30
	観光地ではない	3.7	5.8	2.9	1.3	5.8	51
	その他	5.5	6.2	0.3	10.6	3.1	22
宿泊別	日帰り	-	3.5	1.2	7.7	1.4	196
	宿泊	-	3.2	3.4	3.5	1.1	187

(注) リゾート(山岳)は有効サンプル数が5以下のため、観光地タイプ別では掲載していない



#### 4 - 6 月期は全国的におおむね増加の見通し、回復遅れが懸念される北海道

今後の見通し(2007年1-3月期、2007年4-6月期)

観光客数の見通しについて、2007年1-3月期はDI3.0%ポイント増、2007年4-6月期については11.7%ポイント増といずれも増加した。暖冬の影響については、一部の地域でスキー客減などが懸念されるほかは、好影響と捉える見方が多くを占めた。

地域別でも増加の見方が多くを占めた。特に4-6月期は、北海道を除いた全ての地域でDIがプラスとなった。

北海道は前回調査に続き1-3月期、4-6月期ともDIは減少となった。暖冬によるスキー客減や流水接岸の遅れといった要因のほか、景気回復の遅れなどから復調の兆しがみられないという回答が目立ち、厳しい状況が今後も続くと思われる。

東北についても暖冬が大きく影響しているものの、集客増とみる地域が減少分を上回ったことからDIは増加となった。また、4月からはJR東日本と連携した「やまがた花回廊キャンペーン」実施(山形県高島町など)や、NHK連続テレビ小説「どんど晴れ」放映による集客(岩手県盛岡市)が期待されることから増加が見込まれる。

関東についても1-3月期、4-6月期ともに増加の見方を示した。増加を見込んだ地域の多くが千葉県の市や町であり、「ちばデスティネーションキャンペーン」効果が大きいとみられる。甲信越と北陸、また中国については、1-3月期は暖冬によるスキー客減から前年並みまたは減少との見方を示しているが、4-6月期はほとんどの市町村が前年並みか増加を見込んでいる。

東海では地域全体の景気が好調であること、また2005年に開催された「愛・地球博」の会場が3月に「愛・地球博記念公園」としてリニューアルオープン(愛知県長久手町)することなどから増加が見込まれる。近畿についても好天による観光客増が見込まれることからDIは増加となっている。

四国と九州については、1-3月期については前年並みまたは減少との見方だが、4-6月期は新規施設オープンやイベント実施による増加を見込んでいる。沖縄については、宿泊施設増など受け入れ態勢の充実や、個人旅行の予約状況が好調なことなどから、大きく増加が見込まれる。

(相澤 美穂子)

表 2 観光客数の見通し

		2007年1-3月		2007年4-6月	
		DI (%ポイント)	有効サンプル数 (件)	DI (%ポイント)	有効サンプル数 (件)
全体平均		3.0	368	11.7	366
地域別	北海道	17.0	47	2.1	47
	東北	6.6	61	15.0	60
	関東	10.6	66	13.8	65
	甲信越	0.0	25	16.7	24
	東海	2.6	38	10.5	38
	北陸	0.0	13	23.1	13
	近畿	21.9	32	12.5	32
	中国	3.3	30	3.3	30
	四国	0.0	11	27.3	11
	九州	5.4	37	13.2	38
	沖縄	37.5	8	25.0	8

【本レポートで使用したデータソース】JTBF観光地動向調査

- ・調査期間：2007年1月26日～2月26日
- ・調査対象：全国の自治体観光主管課、観光協会
- ・調査方法：郵送またはE-mailにてアンケートを送付、FAXまたはE-mailで回収
- ・調査数：1,814件
- ・回答数：424件（回収率23.1%）

2006年の観光客数は前年比0.9%増であった。1-3月期については、2005年に引き続き豪雪に見舞われたことから、北陸など一部で観光客数の減少がみられたものの、神戸空港や新北九州空港開港の効果などもあり、全体では前年比増となった。4-6月期については、前年比0.8%減と2005年1-3月期以来の減少となった。GWは好調だったが、4月は豪雪により桜の開花に影響、6月は大雨でいずれも減少となった。2006年後半については、7月も大雨によって観光客は減少したものの、秋口からは回復し前年比増となった。

地域別では、北海道は旭山動物園人気の継続、また札幌周辺地域で観光施設のオープンが相次いだことなどから全体としては4.7%増となった。しかしそれ以外の地域では前年並み、あるいは減少という地域も多くみられた。東北については1-3月期の豪雪や10-12月期の暖冬と天候が影響したことから0.4%減となった。

関東は4-9月期については前年を下回ったものの10月以降には回復し、前年比2.5%増となった。甲信越は2004年に起こった中越地震の風評被害による落ち込みからの回復がみられたことなどから1.5%増となった。

東海は愛・地球博の反動減もみられたが、万博開催後もイベントや各観光施設の取り組みが活発に行われたことなどから、年間を通じてほぼ前年並みに推移した。北陸は年間を通じて前年を割り込んだ。豪雪や暖冬といった天候要因が大きく影響したとみられ、3.5%減となった。

中国については7-9月期の台風などによる大幅減が影響し、前年比0.3%減となった。四国は天候不順が影響したことから上期は前年を下回ったが、下期は観光施設・宿泊施設のオープンが相次いだ結果、3.0%増となった。

九州については、上期が好調だった一方、下期は天候不良や観光施設の休館・閉館が影響し、0.2%減となった。沖縄については、県発表値によると前年を上回る入込数を記録したが、本調査ではいくつかの離島地域で前年を下回ったとの回答がみられたことから前年比減となった。

観光地タイプ別では、温泉観光地については、日帰り客が増えたことや新規施設オープンなどもあり、前年比2.5%増となった。自然観光地や農山漁村観光地については豪雪や大雨の影響を受け、いずれも前年より減少した。歴史観光地については大河ドラマ効果やイベントが好調だったことから前年比1.6%増となった。 (相澤 美穂子)

## 観光地動向

表 2006 年の観光地動向

		観光客数	
		前年同期比 (%)	有効 サンプル数 (件)
全体平均		0.9	282
地域別	北海道	4.7	36
	東北	0.4	55
	関東	2.5	47
	甲信越	1.5	21
	東海	0.4	25
	北陸	3.5	10
	近畿	0.1	27
	中国	0.3	23
	四国	3.0	6
	九州	0.2	27
	沖縄	2.6	5
観光地タイプ別	温泉観光地	2.5	20
	自然観光地	0.1	102
	リゾート(ビーチ)	-	-
	歴史観光地	1.6	41
	都市観光地	1.8	6
	農山漁村観光地	1.6	26
	観光地ではない	3.2	45
	その他	3.6	22

着地型商品の展望と課題 ～大洲市河辺郷検証会議に出席して

07年2月上旬に愛媛県大洲市で河辺郷を舞台とした着地型商品のモニターツアーとその検証会議が開催された。主催者は第二種旅行業の免許を持ち、この4月から同商品を催行予定の「株式会社おおず街なか再生館」である。今回は、このツアーを題材に、まだ黎明期にある非観光地における着地型商品が成功するために条件について考えてみたい。

1) モニターツアー

モニターツアーの行程は1泊2日で、松山空港を出発して西予市宇和町に到着、ナマズ料理や日向飯といった郷土料理の昼食後、開明学校や古い町並みを視察し、検証会議の対象となる河辺郷には夕刻に入った。開明学校での明治の授業体験等々、西予市での視察も非常に面白かったのだが、本稿では割愛させていただく。

河辺郷は、05年1月に肱川町とともに大洲市と合併をした旧河辺村)で人口千人余り、鶉飼いで知られる肱川の支流河辺川の上流域に位置している。都会とも言えない規模の大洲市街からも32kmを隔てており、幅員が狭くなって旧肱川町を抜ける頃には彩色のある広告看板もほとんどみられなくなって、車窓からみる渓谷の斜面には棚田の石垣が目立つようになる。その夜の宿泊場所「ふるさとの宿」は、かつての小学校校舎を改造した宿で、二間を持つ客室が7室ある(トイレ、風呂は共用)。

投宿後すぐに、前庭で各自が竹をカッターで削って夕食の箸を作る体験をする。この時間はツアー導入部として、「鉛筆を削っていた頃の自分史を呼び起こす時間」「集中して自分の中の能力を引き出していく心地よい高揚感を得る時間」「同行者とのコミュニケーションを深める時間」として機能していたように思う。通常のツアーでは、箸だけでなく、竹のお椀やピアジョッキ作り体験などをする時間もある。

夕食は、古民家を改造した食事処「才谷屋(さいたにや)」でとった。囲炉裏で車座になって食べるのだが、猪肉、イワナ、サトイモ、しいたけ、こんにゃくなどの良質な地場食材が使われ、酒も、イワナ酒の他、雉のササミを炙って日本酒に浸して飲む「雉酒」は臭みも少なくコクがある。才谷屋では若干名の宿泊もできるのだが、稀にムササビが屋内への侵入を試みることがあると言う。そういうことが当たり前前の日常であることを、案内人(道場コーディネーターと呼んでいる)から語られることで、東京との地域差を改めて感じる事ができる。



竹箸作り



才谷屋の囲炉裏

「かわべ里山道場」の基本構成(「おおず街なか再生館」ホームページより抜粋)

かわべ里山道場の基本的事項

1. 対象エリア / 大洲市河辺郷全域
2. 統一エリア総称 / 天の里山 四国「河辺郷」…専用ロゴ制作
3. プログラム名称と内訳(商品構成)

一泊二日 / 生活文化伝習道場

- ・ 入門道場と中野道場、細井道場を組み合わせ、脱藩の道をウォーキングします。
- ・ 昼食は梅木道場(あまごの里)でのぐるめっちとなります。
- ・ 夕食は才谷屋にて里山囲炉裏焼き(和洋いずれかを選択)をご堪能いただきます。

二泊三日 / 本格里山生活伝習道場

- ・ 入門道場に稲田道場、菊池道場を中心としてすべての道場を絡めたメニューです。
- ・ 脱藩の道は、約1時間30分かけてトレッキングコースをセット致します。
- ・ 夕食は才谷屋にて里山囲炉裏焼きの和と洋を、一回ずつご堪能いただきます。

リフレッシュ道場(生きる原点を探す旅)

- ・ 文字通りのリフレッシュ道場で、および を合わせ、ご希望に応じたオーダーメイド型です。
- ・ 日程及び構成などについてはご相談を受けながら組み上げて行くことが可能です。



河辺郷は、三方を 800m から 1000m の稜線で囲まれており、高冷地野菜生産の適地として、1950 年代に国のパイロット事業による農地開発が行われた。翌日午前の視察先も、キャベツやトマトの栽培体験ができる「稲田道場」が海拔 700m、椎茸やキュウリ栽培の「菊池道場」は海拔 600m にあり、いずれも急峻なつづらおりの道を、些かのスリルを感じながら上って行くその行き止まりにある。個人がレンタカーで入るには入り口もゴールもはっきりしないし（実は案内人も一度道を間違えた）、道を知らない人には転落の危険も感じさせる道である。目的地までの移動にバスやレンタカーが使えないということは、非観光地での着地型旅行がマスツーリズムや従来の個人旅行と峻別される上での一つの鍵なのかもしれない。

「稲田道場」の「道場主」の稲田秀一氏は、前河辺村長でもあるが、高齢者が多い村では未だに若手扱いだと言う。若い頃に東京の農業大学に通った経験もあり、農業技術への知識や商品ブランド化への意識も高い。ここでは、朝 5 時にトマトにモーツアルトを聞かせて栽培をしている。「人間が心地よいならトマトにも良い」ということで、理論的根拠は特に無いのだが、このストーリー性も手伝って「モーツアルトトマト」は道の駅等でよく売れるそうだ。「稲田道場」では既に何組かのツアー客の受入れ実績があるので、少し質疑の時間を取らせていただいた。

参加者ニーズについては、都市住民が定年後に小さな庭でトマトを作ろうという人が「プロの技を知りたい」と意気込んで来たというケースや、昔農家にいた高齢者が久し振りに農体験をする中で、コツを思い出して見違えるように元気になったケースなど、客層毎に様々な満足の形があったと言う。昼食の提供については、トマトを使ったパスタなど、その時々食材を使った普段食べているメニューをみんなで調理して一緒に食べる。受入れて良かったと思う点については、受け入れに必要な多少の準備作業と、農作業を手伝ってもらっても自分の倍も時間がかかる点を認めた上で、「でも人に来てもらえれば楽しいじゃないですか」とさりとお答えになった。但し、受入人数や体験メニューについては、本業の妨げにならないという条件がつく。一度に受け入れられる人数は数名程度になる。

「株式会社おおず街なか再生館」の河野専務は、河辺村の農家などを説得する過程で、「お客さんが来たからと言って特別な準備をせず、いつも通りにして下さい。いつも食べているものを食べてもらって下さい。」と説明してきた。負担を抑えることは、住民参加の垣根を下げ、その協力が持続しやすいという効果に加え、観光客に配慮し過ぎて体験の価値を損なわないという点でも重要である。体験メニューの発掘は、さながら民俗学のフィールドワークのようなもので、村民が当たり前と思っている仕事や季節の風物を何度も座談会を重ねることで丹念に掘り起こしていく作業である。だが、彼らの日常を観光客への対応のために変質させてしまえば、観光客にとっての魅力も失われてしまうことになるだろう。このため、河野専務は、商品の名称に「里山体験」ではなく「里山道場」という表現を用いて観光客への迎合を抑制した（インターネットの検索エンジンであまりヒット数が多い言葉でもある）。

「菊池道場」は商品のキャッチフレーズである「天の里山」というイメージ通りのところで、山のてっぺん近くで水平にナイフを入れて畑を作ったような地形になっていて、その畑越しに对面の山並みが浮かんで見える。山側の椎茸園は鬱蒼としていて、周囲に猪除けの高圧電線を巡らしている。この日は菊池氏のご不在だったので話しを聞くことはできなかったが、ツアーの資料の中には「飾る必要はない。人間はそのままがええんじゃ」という談話が載せられている。モニターツアーではこちら



菊池道場からの景観



イワナのイクラ丼

も満足度は高かったようだ。

昼食は、「あまごの里」でイワナのいくら丼という珍しい料理をいただく。意外に臭みは少なく、味は鶏卵に少し似ていて、コクがある。ただし、ネーミングについては昼食の席でも議論があった。実は「いくら」の語源はロシア語で魚卵全般を指す言葉なのでだが、一般にはどうしてもサケの卵のイメージが強い。また、魚卵が苦手な人向けのメニューも必要ではないかという印象を持った。

昼食後は「坂本龍馬脱藩の道」を30分ほど体験した。落葉を踏みしめながら杣道をつたうコースで、この日はあいにくの雨でコースを短縮したが、通常は1時間を取る。土佐藩高知を出奔した龍馬は、橋原を經由して脱藩、葎ヶ峠と榎ヶ峠を越えてこの河辺郷に至っている。龍馬の日記等から河辺での道のりはほぼ正確に推量することができるそうで、全国各地にある「龍馬会」のファンなどがしばしば訪れる。「脱藩の道」は、河辺郷商品の「隠し味」的な位置づけである。最後に、この地域を象徴する八つの屋根付き橋の一つ「御幸の橋」を視察して、ツアーを終了した。

ツアー後に検証会議があり、航空会社や旅行会社などからの参加者が順次意見を述べた。全般に体験コンテンツについては高い評価であったが、課題としては（筆者も含め）宿泊施設の水準の問題が最も多く、他に雨天対策の必要性、他地域との差別化、広域での連携、ツアー客への物販機能整備（おおず街なか再生館は原則として野菜を販売することができない補助事業で整備されている）、息の長い取組みの必要性などが挙げられた。

## 2) 着地型商品の要件

大洲市における着地型商品の事例を紹介してきたが、一口に着地型商品市場と言っても、使う人によってその意味が異なることが多いので、ここで筆者なりの整理を試みたい。

まず、着地型商品の要件として、1)地域主体の商品作りがなされていること、2)地域への経済循環を重視していること、3)持続的な商品提供への体制が確保されていること、の3点を挙げたい。その整理の上で優れた着地型商品及び経営主体についてのチェックポイントを以下の様に整理する。

### 1)地域主体の商品づくり

- 地域住民が中心となった事業主体であること
- 受け入れる地域の人々が商品づくりに準備段階から関わっていること
- 地域内への利益の分配の仕組みが納得性の高いものであること
- 行政・首長・住民が参画もしくはバックアップしている
- 地域の観光資源、物産、産業、人材が活用されていること

### 2)地域への経済循環

- 観光消費における域内調達率が高いこと（食事やお土産品など）
- 観光事業者の原材料調達における域内調達率が高いこと
- 観光事業者の域内雇用者比率が高いこと
- 観光事業者の域内付加価値比率が高いこと
- 地場産品等の継続購入効果（通販等）、ブランド化効果、知名度向上が高いこと
- 滞在時間や宿泊日数を増やすことで消費を向上させていること
- 送客手数料を抑制して地域内に留保すること（マーケティング経費との比較検討の上で）
- 地域における人材育成の機能を持つこと（住民のマーケティング感覚の向上等）

### 3)持続的な商品の提供

- 恒常的な商品提供が行われていること（イベント時だけの商品ではないこと）
- 事業主体の財務基盤が確かであること（物販、飲食等による収益確保）
- ガバナンス体制がしっかりしていること（経営陣へのチェック体制、統計等の信頼性等）
- 災害等のリスク管理（安全対策、風評被害対策、雇用者病欠等の対応、保険加入等）
- 行政等において実効的な環境保全・景観保全策が取られていること
- 旅行素材の安定供給と品質の確保ができること
- 商品に多様性・柔軟性があること（雨天、防寒への対応、食の好き嫌いや高齢者への対応等）
- 継続的な商品開発、継続的な人材育成が行われ得ること
- 外部環境リスクに対応できること（医療機関、交通機関等の閉鎖、人口減など）



大洲市の事例では、こうした要件を比較的高いレベルでクリアしていると言って良い。しかし、こうした要件を満たした上で、さらに着地型商品を販売していく上では適切なマーケティング（商品力向上、販売促進、価格政策等）が行われていることが重要となる。大洲市の場合も、過去のモニターツアーにおいて、比較的割安な料金で商品設定をし、ANAセールスなどの協力を得ながらも、集客面で苦労している。

### 3) 着地型商品市場と販売促進への課題

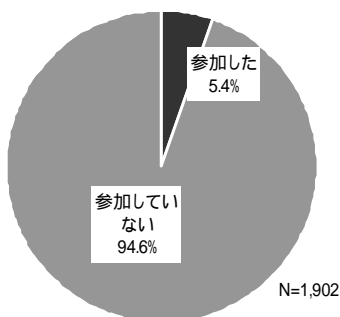
#### 着地型商品の市場規模

ここで、着地型商品の市場規模と構造に関して、2004年10月実施の全国消費者調査「JTBF 旅行者動向調査」で「過去1年間の現地発着ツアー参加の有無」について聞いているので紹介したい。まず、国内宿泊旅行参加者（43.5%）に対して、「現地発着ツアー」に「参加した」ことのある人は5.4%に留まっている。単純計算では、人口を1.3億人とすれば、1年間での経験者数は約300万人となる。これが「現地発着ツアー」という言葉で測った場合の着地型商品市場人口になる（回数ベースではこれよりも高くなる）。

「現地発着ツアー」の予約のタイミングについては、「旅行出発前に予約」が61%と高く、「旅行中に予約」は28%、「予約しなかった」は11%に留まっている。このうち旅行前の申込の6割は旅行代理店を通じた予約が行われており、旅行会社のオプション商品として販売されているケースがかなりの比率を占める。

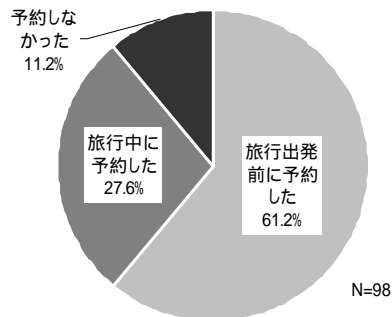
旅行先（複数回答）では、「北海道」「沖縄」がともに42%と圧倒的に高く、実態としてはマストリゾートにも対応する集客力の高い「観光地」の比率が高い。「非観光地」での「着地型商品」については、調査実施から2年半が経過しており、事例は幾分増加しているものの、一般消費者にとってはまだまだ認知されていない市場領域である。

過去1年以内に現地発着ツアーに参加したか(2004年10月調査)

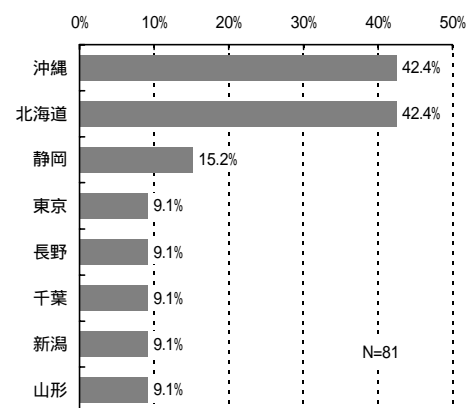


データ出所: JTBF「旅行者動向調査」

参加した「現地発着ツアー」(国内)の予約のタイミング



「現地発着ツアー」を購入した旅行先



#### 非観光地からみた販売促進の課題

着地型商品の販売チャネルとしては、おおまかには下記のようなものが考えられる。

- ・ 現地での直販（拠点施設での申込、電話予約等。利用可能商品限定的）
- ・ 着地型旅行業者HPでの直販
- ・ 周辺宿泊施設、レンタカー営業所、空港、道の駅等での提携販売
- ・ 旅行会社商品のオプションツアー
- ・ 旅行会社HPからの購入
- ・ 旅行会社の会員組織向け商品への組込
- ・ 宿泊予約サイトからの購入
- ・ 運輸機関HPからの申込（ダイナミックパッケージ+着地型商品など）
- ・ 法人旅行、修学旅行等の団体旅行への組込（旅行会社への販促要）等

こうしたチャンネルについて、地域に合わせた適切なチャンネルの選択を、チャンネルの利用率、成長性、送客手数料、対応人件費等のコスト、精算・決済システム、各種リスク等の観点から行う必要がある。

現状では、（発地側）旅行会社での取扱の検討も始まったばかりの段階である。非観光地における着地型商品のように、店頭での十分な説明が必要で、その割にマージンが十分確保できない、販売量が少ない、といった商品は一般支店の店頭では売りにくい。今後は、専門支店や十分な説明が可能な専門のネット予約サイトでの販売の取り組みが進む可能性があるだろう。個人向けでは、現段階では運輸機関のサイトや宿泊予約サイトでの販売が比較的適しているように思う。一方で、旅行会社の団体部門へ販促を行い、修学旅行（グループ行動）や法人のインセンティブ旅行（記念旅行など）への組込みを狙う方向もある。いずれにおいても、着地型旅行業者は、旅行会社等との契約や連携に不慣れた地域住民との橋渡しの役割を積極的に果たす必要がある。

また、非観光地型の場合には、マーケットへのPRを進める上で、従来のマストツーリズムとの違いを明確に訴求する必要があると思われる。大洲の事例のように、農業者の本業の妨げにならない程度にということであれば、一度に受け入れられる人数は数名程度になる。このことをはっきり謳うことが重要ではないだろうか。そのことで、商品参加の希少性や、案内人のフル・アテンド、コミュニティ内への通行許可、といった特別な印象を消費者に感じてもらうことができると思う。また、このことが価格競争力を高めることにもつながる。

同様に、地域が主体であることを打ち出すことも重要である。コミュニティへの経済循環といった社会性を打ち出すことで、TVや雑誌などのメディアでもパブリシティとして好意的に取り上げてくれるケースが高まると考えられる。さらに、中高年や旅行頻度の高い消費者には、「人の役に立ちたい」という比率が高いことも「JTBF 旅行者動向調査」の分析から分かっており、こうした層への訴求に効果があると考えられる。

最後に商品力についてだが、産業体験や生活体験など観光客が「地域にお邪魔する」部分では飾る必要は無いが、宿泊施設など観光産業の中核となる事業者に対しては、成熟市場における消費者は自ずと辛口になることを認識すべきであろう。

今回のレポートでは、非観光地型の着地型商品に重心を置いたが、次回は、集客力のある観光地での着地型商品の動向について執筆したい。取材先は京都を予定している。

（塩谷 英生）



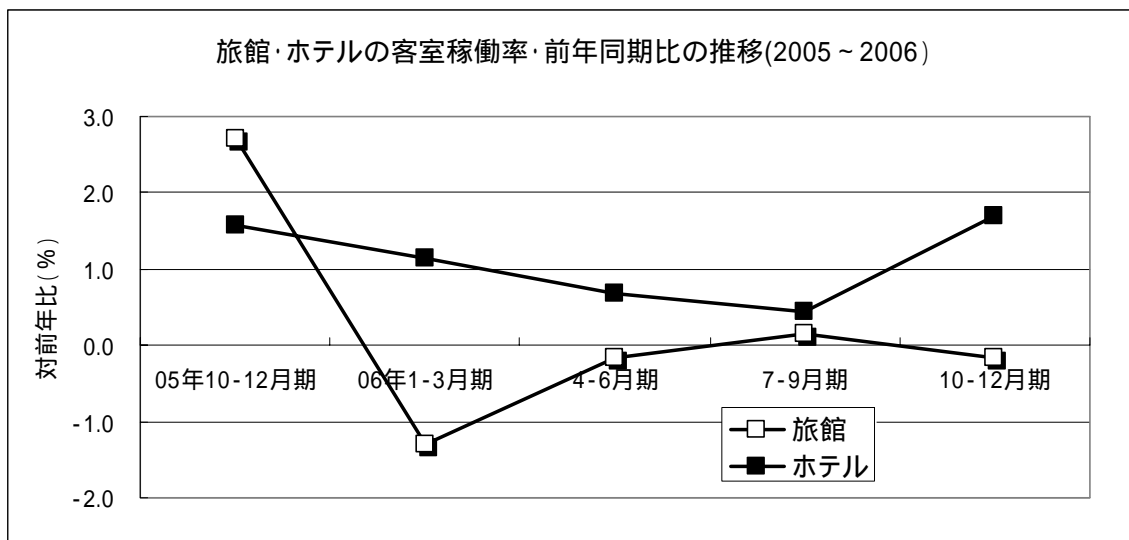
## 2006年10-12月期 宿泊動向

旅館の客室稼働率は微減も、平均宿泊単価は3四半期連続で増加

07年2月に行った「JTBF 宿泊客動向調査」によると、06年10-12月期の旅館の平均客室稼働率は、前年同期を若干下回る60.8%（前年同期比0.2%減）となり、再び前年同期を割り込んだ。

施設からのコメントを見ると、景気の低迷を指摘するものが前回調査時よりも増えている。冬期は地元客比率が高くなる傾向にあることから、他期よりも地方の景気動向が集客結果に大きな影響を与えたことがうかがえる。

地域別に見ると、北海道で特に減少幅が大きくなっている。この要因として、北海道は地元客比率が最も高い地域の一つであり、北海道における景気の低迷により道内客の集客が伸び悩んだことが上げられる。また、今年度は歴史的な暖冬となり、12月の甲信越を中心に雪不足が集客に悪影響を与えたというコメントが目立った。一方、中には暖冬が集客にプラスに働いたとする施設もみられた。



旅館の一泊二食単価は13,776円（前年同期比1.9%増）となり、3四半期連続の増加となった。この要因として、単価の低い団体旅行が減少し、個人旅行へのシフトが続いていることを指摘するコメントが目立っている。

## 宿泊動向

2006年10-12月の旅館ホテルの客室稼働率と単価

		旅館		ホテル	
		客室稼働率 (%)	1泊2食平均単価 (円)	客室稼働率 (%)	ルームチャージ (円)
		下段は対前年同期比(%)		下段は対前年同期比(%)	
全体平均		60.8	13,776	73.7	8,224
		0.2	1.9	1.7	1.3
地域別	北海道	52.8	9,062	70.3	6,104
		5.5	0.2	0.2	0.6
	東北	63.5	12,159	63.8	6,516
		1.2	2.0	1.4	0.2
	関東	61.9	14,422	82.1	9,786
		1.6	1.9	1.8	1.8
	甲信越	60.8	12,445	57.0	12,242
		1.3	1.7	6.0	2.8
	北陸	63.9	14,942	71.1	7,817
		2.4	3.3	0.2	0.2
	東海	60.7	15,061	73.2	6,832
		2.4	1.7	4.5	0.7
	近畿	66.2	16,891	82.0	9,109
		0.6	2.9	3.0	1.9
	中国	48.3	11,390	67.3	6,500
		9.1	2.0	2.9	1.9
四国	60.4	15,227	66.3	8,877	
	3.0	2.6	2.7	4.4	
九州	56.8	13,272	69.9	6,466	
	2.2	0.0	1.4	0.3	
沖縄	-	-	70.6	8,749	
	-	-	0.8	3.9	
* 施設規模別	大規模	62.4	11,649	79.1	9,952
		1.5	0.5	2.1	1.6
	中大規模	65.7	12,622	-	-
		2.1	1.8	-	-
	中規模	61.1	13,607	74.3	6,972
		0.1	2.0	1.2	0.7
	小規模	55.2	16,098	67.5	8,047
		1.4	2.7	2.3	1.5

\* 旅館施設規模：大規模...客室数150室以上、中大規模...70～149室、中規模...40～69室、小規模...39室以下

\* ホテル施設規模：大規模...客室数201室以上、中規模...101～200室、小規模...100室以下

本調査では当期および前年同期の実績を尋ねており、「前年同期比増加率」は当期調査で得られたサンプルの回答をもとに算出している。

\* 斜字体はサンプル数が10軒に満たないもの。

### ホテルの客室稼働率、単価（ルームチャージ）は引き続き増加

ホテルの客室稼働率は73.7%（前年同期比1.7%増）で8四半期連続の増加となった。また、その増加率もここ最近では減速傾向にあったが、今期は大幅な増加となった。

施設のコメントからは、企業業績の回復などを背景にビジネス需要が堅調であることがうかがえる。しかし、クリスマス前後の曜日配列が悪く祝日が例年より1日少なかったことなどから、12月は低調にとどまったホテルも多くみられた。

地域別に見ると、東海ではビジネス需要が好調だったこと、近畿では国体が開催されたことや紅葉の時期の遅れによって12月まで好調が続いたことなどから、客室稼働率が堅調

に推移した。

単価（ルームチャージ）は8,224円（前年同期比1.3%増）となった。前期調査では、04年に本調査を開始してから初めて増加に転じたが、今期も引き続き増加となった。

## ペンション・民宿、公的宿泊施設は、客室稼働率は減少傾向が続く

ペンション・民宿、公的宿泊施設では平均客室稼働率がそれぞれ37.0%（対前年同期比1.5%減）、60.5%（対前年同期比0.1%減）と減少傾向がつづいている。一方、1泊2食平均単価はそれぞれ10,708円（対前年同期比1.4%減）、9,835円（対前年同期比1.8%増）となった。

## 旅館では暖冬の影響が明暗分ける。ホテルでは春期は厳しく - 次期の見通し（07年および4-6月）

旅館の冬期（07年1-3月）の見通しDI値は、宿泊者数、宿泊売上ともにほぼ0%ポイントとなり、06年11月調査時の冬期見通しから若干改善された。特に、関東では暖冬や「ちばデスティネーションキャンペーン」の影響などにより、また北陸でも暖冬をプラスと捉え、DI値は大幅なプラスとなっている。一方、北海道や甲信越では暖冬の影響によりスキー需要が低迷したことなどから大幅なマイナスとなっており、暖冬の影響が各地域の明暗を分ける格好となった。

一方、ホテルの冬期の見通しDI値は、宿泊者数、宿泊売上ともにマイナスとなった。地域別に見ると、明るい見通しとなっているのは関東と近畿のみとなっている。

春期（07年4-6月）の見通しについては、旅館では宿泊者数、宿泊売上ともに見通しDI値はほぼ0%ポイントとなっているが、ホテルでは景気回復への期待などからプラスとなっている。

### JTBF 宿泊客動向調査

- ・調査期間: 2007年1月24日～2月19日
- ・調査対象: 全国の旅館、ホテル、国民宿舎等公的宿泊施設、ペンション、民宿
- ・調査方法: e-mailにて回答用サイトへ誘導し、回答者により直接入力
- ・調査数: 2,102軒
- ・有効回答数: 595軒(回収率28.3%)  
うち旅館236軒、ホテル307軒、その他(公的宿泊施設、ペンション、民宿)52軒

## 宿泊動向

### 旅館の今後の見通し

		サンプル数	DI (%ポイント)			
			2007年1-3月		2007年4-6月	
			宿泊者数	宿泊売上	宿泊者数	宿泊売上
全体平均		236	0.9	0.5	1.3	0.9
地域別	北海道	23	28.6	28.6	31.8	18.2
	東北	29	3.6	14.8	14.8	23.1
	関東	30	34.5	13.8	0.0	10.3
	甲信越	29	17.9	17.9	25.0	21.4
	北陸	14	23.1	23.1	0.0	0.0
	東海	39	5.4	2.8	13.5	11.4
	近畿	32	0.0	3.2	3.2	0.0
	中国	8	0.0	0.0	16.7	0.0
	四国	11	40.0	50.0	20.0	0.0
九州	20	21.1	15.8	5.3	10.5	
*規模別	大規模	35	0.0	0.0	6.3	3.2
	中大規模	65	9.4	14.3	10.9	9.5
	中規模	68	0.0	0.0	3.2	1.6
	小規模	67	11.1	11.3	14.3	17.7

\* 施設規模: 大規模...客室数150室以上、中大規模...70～149室、中規模...40～69室、小規模...39室以下  
 ここでのDI値は、「かなり増」「やや増」とする回答の割合から「やや減」「かなり減」とする回答の割合の差をとったもの。

### ホテルの今後の見通し

		サンプル数	DI (%ポイント)			
			2007年1-3月		2007年4-6月	
			宿泊者数	宿泊売上	宿泊者数	宿泊売上
全体平均		307	10.3	7.2	1.0	7.3
地域別	北海道	28	25.0	25.0	11.1	14.8
	東北	31	25.0	35.7	21.4	17.9
	関東	72	4.3	13.0	4.4	22.1
	甲信越	16	21.4	0.0	42.9	42.9
	北陸	9	11.1	11.1	11.1	0.0
	東海	26	23.1	11.5	11.5	0.0
	近畿	52	12.2	10.2	10.4	10.4
	中国	22	14.3	28.6	28.6	14.3
	四国	10	40.0	30.0	20.0	30.0
	九州	27	20.8	20.8	12.5	8.3
	沖縄	14	21.4	0.0	21.4	0.0
	*規模別	大規模	98	10.3	2.1	5.2
中規模		114	19.8	22.6	4.8	2.9
小規模		95	1.1	5.6	14.8	20.5

\* 施設規模: 大規模...客室数201室以上、中規模...101～200室、小規模...100室以下  
 ここでのDI値は、「かなり増」「やや増」とする回答の割合から「やや減」「かなり減」とする回答の割合の差をとったもの。



## 宿泊施設の外国人客比率調査結果

「JTBF 宿泊客動向調査」では、06年1-3月期から宿泊施設における外国人客比率を調査している。

まず全体平均を見ると、旅館よりもホテルのほうが外国人客比率が高くなっていることが分かる。

次に地域別に見ると、旅館では北海道において外国人客比率が高く、同地域のホテルの比率よりも大きくなっている。特に、1-3月期や10-12月期といった冬場において高いのが特徴的である。この他、近畿においても外国人客比率が高い。

一方ホテルでは、関東において外国人客比率が高くなっている。これは観光需要とともに、ビジネス需要が大きく影響していると考えられる。同様に、東海や近畿などの都市部において、外国人客比率が高い。

規模別にみると、旅館ホテルともに、大規模の施設においてその比率が高い。規模による差は非常に大きく、特に150室以上の大規模施設では冬場にその比率が1割近くに達している。ホテルでも大規模施設の外国人客比率が突出しており、外国人客比率の高い関東に限って分析してみても同様の傾向を示した。

(%)

		旅館				ホテル			
		1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期
全体平均		2.3	2.1	2.0	2.7	8.6	9.8	9.5	9.3
地域別	北海道	7.2	6.8	4.4	8.7	3.7	2.9	3.6	3.1
	東北	0.9	1.6	0.7	1.0	1.2	2.3	1.7	2.2
	関東	2.4	2.8	1.0	1.6	16.8	19.5	19.1	19.2
	甲信越	1.5	1.0	1.0	0.5	2.3	2.1	2.1	2.9
	北陸	1.3	2.1	3.4	2.2	4.7	6.2	4.6	6.5
	東海	0.6	1.4	1.2	2.3	9.1	8.5	8.7	12.1
	近畿	3.7	1.5	6.6	5.2	9.4	13.9	12.1	11.7
	中国	4.7	2.8	1.0	1.9	3.3	5.2	3.3	4.5
	四国	0.3	0.6	0.2	0.4	2.9	2.6	3.1	3.1
	九州	1.6	0.8	0.2	1.2	7.6	7.9	6.2	5.9
沖縄	-	-	-	-	0.6	0.7	0.7	2.6	
* 模 施 別 設 規	大規模	7.6	6.4	3.7	8.0	13.9	16.6	15.1	16.4
	中大規模	1.6	2.0	1.4	1.5	-	-	-	-
	中規模	1.1	0.9	1.0	1.2	5.3	5.7	5.7	5.8
	小規模	2.0	1.5	2.9	2.6	6.0	7.1	5.8	5.0

\* 旅館施設規模：大規模...客室数150室以上、中大規模...70～149室、中規模...40～69室、小規模...39室以下

\* ホテル施設規模：大規模...客室数201室以上、中規模...101～200室、小規模...100室以下

\* 斜字体はサンプル数が10軒にみえないもの。

## 宿泊動向

### 2006年の旅館、ホテルの動向

2006年の旅館は、1-3月期の落ち込みが大きかったことから、客室稼働率は58.2%（前年比0.2%減）となった。地域別に見ると、北海道や東海で落ち込みが大きくなっている。また、宿泊単価は13,521円（前年比1.1%増）となっている。

2006年のホテルは、一年を通して客室稼働率が上昇したことから、客室稼働率は72.6%（前年比0.9%増）となった。また、宿泊単価は8,202円（前年比0.3%増）となっている。

		旅館			ホテル		
		サンプル数	稼働率	宿泊単価	サンプル数	稼働率	宿泊単価
全体平均		235	58.2	13,521	307	72.6	8,202
			0.2	1.1		0.9	0.3
地域別	北海道	23	58.8	9,990	28	72.8	6,859
			5.4	0.9		1.9	1.5
	東北	29	59.5	12,138	31	64.3	6,592
			0.1	1.7		1.4	1.2
	関東	30	62.0	14,436	72	79.4	9,772
			2.5	1.8		1.5	0.9
	甲信越	29	55.1	11,355	16	61.5	13,268
			1.4	0.7		2.0	0.4
	北陸	14	60.0	15,387	9	68.9	7,857
			3.9	2.4		4.8	0.9
	東海	39	58.7	14,393	26	74.3	6,655
			3.1	1.4		1.2	1.5
	近畿	32	59.1	16,653	52	78.5	8,791
			1.5	0.8		2.0	1.4
中国	8	43.5	10,770	22	64.2	6,598	
		0.2	2.0		0.6	0.9	
四国	11	57.1	15,224	10	64.9	8,775	
		1.9	0.9		1.2	1.4	
九州	20	54.4	13,088	27	67.2	6,368	
		2.3	0.3		1.0	0.2	
沖縄	-	-	-	14	71.5	9,722	
					1.0	0.7	
* 施設規模別	大規模	35	62.0	11,307	98	77.4	9,750
			1.4	0.0		1.2	0.8
	中大規模	65	63.6	12,433	-	-	-
			0.8	1.1			
中規模	68	57.5	13,054	114	73.6	6,935	
		0.8	0.4		0.6	0.4	
小規模	67	51.3	15,985	95	66.2	8,210	
		1.6	2.2		0.8	0.3	

\* 旅館施設規模：大規模...客室数150室以上、中大規模...70～149室、中規模...40～69室、小規模...39室以下

\* ホテル施設規模：大規模...客室数201室以上、中規模...101～200室、小規模...100室以下

\* 斜字体はサンプル数が10軒に満たないもの。

本調査では当期および前年同期の実績を尋ねており、「前年比増加率」は当期調査で得られたサンプルの回答をもとに算出している。

旅館の予約経路10-12月期

単位：%

	サンプル数	旅行会社	予約サイト	直接予約	自社サイト	(ネット比率 = 予約サイト + 自社サイト)	その他
		(販売の委託)		(直接販売)			
全体平均	186	48.4	7.1	35.3	6.0	(13.2)	3.2
北海道	18	53.1	4.4	32.1	3.0	(7.4)	7.5
東北	26	45.7	7.4	40.2	5.6	(12.9)	1.2
関東	28	38.2	9.9	41.8	9.6	(19.5)	0.5
甲信越	24	44.8	7.6	33.5	7.9	(15.6)	6.1
北陸	12	50.3	2.3	35.8	4.3	(6.6)	7.2
東海	25	53.5	9.0	30.7	5.1	(14.1)	1.7
近畿	23	47.9	8.7	30.7	7.4	(16.1)	5.3
中国	6	43.9	4.9	46.4	3.9	(8.8)	0.9
四国	7	49.1	7.6	35.0	7.6	(15.1)	0.8
九州	17	62.4	4.0	30.7	2.0	(6.0)	0.8
大規模	25	57.7	2.7	33.4	3.4	(6.0)	2.9
中大規模	53	55.9	5.1	30.7	4.2	(9.2)	4.2
中規模	54	53.4	8.1	29.1	5.6	(13.7)	3.7
小規模	54	31.8	10.2	46.7	9.5	(19.7)	1.8

ホテルの予約経路10-12月期

単位：%

	サンプル数	旅行会社	予約サイト	直接予約	自社サイト	(ネット比率 = 予約サイト + 自社サイト)	その他
		(販売の委託)		(直接販売)			
全体平均	254	29.9	16.4	34.4	7.0	(23.4)	4.0
北海道	22	47.8	12.2	27.4	7.8	(20.0)	0.8
東北	26	23.0	19.0	38.8	6.8	(25.8)	1.4
関東	62	22.8	19.8	35.0	7.0	(26.8)	6.6
甲信越	12	22.0	12.6	48.8	10.6	(23.2)	3.8
北陸	7	33.0	15.6	21.9	8.0	(23.6)	1.8
東海	21	22.0	17.8	41.4	6.1	(23.9)	1.7
近畿	46	30.1	18.2	30.4	6.8	(25.0)	4.7
中国	19	18.2	15.0	44.0	8.5	(23.5)	3.2
四国	9	22.5	15.8	38.7	5.7	(21.5)	3.8
九州	18	34.4	13.1	36.7	7.1	(20.3)	5.2
沖縄	12	85.7	2.6	6.8	2.1	(4.7)	2.0
大規模	87	41.4	13.4	23.0	6.5	(19.9)	5.2
中規模	93	30.4	19.3	31.6	7.4	(26.7)	3.4
小規模	74	16.4	16.2	50.2	7.3	(23.5)	3.3

\* 旅館施設規模：大規模...客室数150室以上、中大規模...70～149室、中規模...40～69室、小規模...39室以下

\* ホテル施設規模：大規模...客室数201室以上、中規模...101～200室、小規模...100室以下

\* 斜字体はサンプル数が10軒に満たないもの。

## 宿泊動向

### 旅館の客室稼働率の推移

				上段:稼働率(%)				
				下段:前年同期比増加率(%)				
		サンプル数	2005年	2006年				
			10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	
全体平均		235	59.3 2.7	52.3 1.3	55.2 0.2	62.6 0.1	60.8 0.2	
地域別	北海道	23	52.8 2.2	47.5 5.3	53.5 0.4	74.7 1.0	52.8 5.5	
	東北	29	59.8 0.2	47.9 6.1	55.4 0.8	63.1 1.0	63.5 1.2	
	関東	30	63.7 4.0	57.8 3.4	61.5 3.1	65.2 1.6	61.9 1.6	
	甲信越	29	51.5 9.4	51.3 2.9	46.8 2.3	60.6 1.0	60.8 1.3	
	北陸	14	56.1 0.7	49.7 4.3	53.1 2.9	65.9 0.3	63.9 2.4	
	東海	39	60.2 1.5	55.6 0.6	53.6 8.0	61.5 2.2	60.7 2.4	
	近畿	32	68.3 5.9	52.8 0.4	59.1 0.4	59.9 2.2	66.2 0.6	
	中国	8	58.3 2.1	48.8 0.6	55.7 2.2	56.1 2.4	48.3 9.1	
	四国	11	57.2 6.5	50.3 2.4	59.8 3.8	64.6 3.1	60.4 3.0	
	九州	20	61.3 0.4	55.6 0.4	54.8 5.8	54.5 1.6	56.8 2.2	
*施設規模別	大規模	35	63.6 4.9	54.2 0.5	56.6 0.3	67.8 0.5	62.4 1.5	
	中大規模	65	64.5 3.4	60.4 1.2	60.2 0.7	68.2 0.9	65.7 2.1	
	中規模	68	58.4 3.7	51.7 0.9	54.1 1.6	62.0 0.3	61.1 0.1	
	小規模	67	54.3 0.7	46.5 4.3	50.8 0.3	54.5 1.3	55.2 1.4	

\* 施設規模：大規模...客室数150室以上、中大規模...70～149室、中規模...40～69室、小規模...39室以下

\* サンプル数は2006年10-12月期調査のもの。

本調査では当期および前年同期の実績を尋ねており、「前年同期比増加率」は当期調査で得られたサンプルの回答をもとに算出している。

旅館の一泊二食単価の推移

上段:単価(円)

下段:前年同期比増加率 (%)

	サンプル数	2005年	2006年			
		10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期
全体平均	213	13,925 0.4	13,410 1.3	12,942 0.8	13,632 0.4	13,776 1.9
地域別	北海道	18 10,634 0.7	9,577 0.9	9,526 2.2	10,223 0.2	9,062 0.2
	東北	26 12,562 0.4	12,497 1.0	11,880 3.5	11,592 0.7	12,159 2.0
	関東	28 15,184 1.4	13,684 2.2	13,199 5.7	13,995 0.1	14,422 1.9
	甲信越	28 12,501 2.3	11,623 0.9	10,749 2.4	11,777 0.8	12,445 1.7
	北陸	13 14,813 0.4	14,610 8.8	14,772 0.3	16,651 1.7	14,942 3.3
	東海	34 16,139 0.4	15,066 1.2	15,555 0.5	16,703 0.9	15,061 1.7
	近畿	30 16,791 1.0	15,757 1.7	14,602 1.7	14,402 0.2	16,891 2.9
	中国	7 14,657 1.0	13,095 5.5	10,812 0.4	14,521 0.7	11,390 2.0
	四国	10 13,049 2.0	13,965 0.1	14,142 5.1	16,525 4.0	15,227 2.6
	九州	19 13,712 0.8	14,219 2.4	12,855 2.5	13,308 0.1	13,272 0.0
*施設規模別	大規模	29 11,263 1.5	10,810 0.0	10,382 4.5	11,065 0.9	11,649 0.5
	中大規模	56 12,019 0.0	12,005 2.5	11,932 2.5	13,052 0.1	12,622 1.8
	中規模	66 13,721 0.6	12,455 2.3	12,351 0.9	13,206 0.9	13,607 2.0
	小規模	62 16,320 1.3	15,925 0.6	15,395 0.9	15,811 0.2	16,098 2.7

\* 施設規模：大規模...客室数150室以上、中大規模...70～149室、中規模...40～69室、小規模...39室以下

\* サンプル数は2006年10-12月期調査のもの。

本調査では当期および前年同期の実績を尋ねており、「前年同期比増加率」は当期調査で得られたサンプルの回答をもとに算出している。

## 宿泊動向

### ホテルの客室稼働率の推移

				上段:稼働率(%)				
				下段:前年同期比増加率(%)				
		サンプル数	2005年	2006年				
			10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	
全体平均		307	71.8 1.6	67.9 1.1	68.0 0.7	76.6 0.4	73.7 1.7	
地域別	北海道	28	69.2 0.5	68.8 2.3	67.4 2.4	86.1 0.7	70.3 0.2	
	東北	31	64.1 1.8	55.3 1.4	64.8 2.9	73.2 2.2	63.8 1.4	
	関東	72	79.4 1.1	78.0 1.4	77.6 2.2	80.9 0.4	82.1 1.8	
	甲信越	16	57.8 0.5	53.6 4.0	54.7 0.9	71.8 1.4	57.0 6.0	
	北陸	9	65.9 2.2	61.0 2.2	67.3 3.6	72.9 1.5	71.1 0.2	
	東海	26	67.4 1.0	63.6 2.7	74.2 8.4	75.3 8.2	73.2 4.5	
	近畿	52	78.5 2.0	70.0 0.9	77.5 1.2	80.8 2.2	82.0 3.0	
	中国	22	69.2 5.7	62.0 1.9	61.5 0.7	62.0 1.3	67.3 2.9	
	四国	10	64.6 3.3	64.2 4.3	66.3 1.5	67.9 0.8	66.3 2.7	
	九州	27	66.7 0.1	66.0 3.9	66.9 6.3	68.9 2.9	69.9 1.4	
	沖縄	14	68.9 5.2	76.3 1.4	75.4 12.7	77.2 4.3	70.6 0.8	
	*施設規模別	大規模	98	77.3 2.1	74.0 1.0	75.4 2.5	80.3 0.0	79.1 2.1
中規模		114	73.3 1.6	68.8 0.7	72.4 0.8	77.1 0.9	74.3 1.2	
小規模		95	64.9 1.3	59.8 1.9	64.7 0.5	71.4 0.6	67.5 2.3	

\*施設規模：大規模...客室数201室以上、中規模...101～200室、小規模...100室以下

\*斜字体はサンプル数が10軒に満たないもの。

\*サンプル数は2006年10-12月期調査のもの。

本調査では当期および前年同期の実績を尋ねており、「前年同期比増加率」は当期調査で得られたサンプルの回答をもとに算出している。

ホテルのルームチャージの推移

上段:単価(円)

下段:前年同期比増加率 (%)

	サンプル数	2005年	2006年				
		10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	
全体平均	235	8,727 0.4	8,570 1.5	8,908 0.8	9,085 0.6	8,224 1.3	
地域別	北海道	17	5,944 2.0	6,670 0.9	5,978 2.8	8,226 3.6	6,104 0.6
	東北	25	7,065 0.8	6,821 1.5	7,960 2.7	7,589 1.4	6,516 0.2
	関東	62	11,070 0.4	11,083 0.8	11,014 0.1	11,157 1.8	9,786 1.8
	甲信越	9	8,878 1.0	8,787 4.5	14,033 0.7	14,690 1.5	12,242 2.8
	北陸	7	6,917 4.1	7,116 2.7	6,802 0.9	7,338 0.9	7,817 0.2
	東海	22	8,104 0.2	8,117 1.4	7,426 5.3	7,456 8.6	6,832 0.7
	近畿	44	9,036 0.2	8,548 1.5	9,179 0.2	9,153 2.0	9,109 1.9
	中国	20	7,301 2.1	6,738 1.4	7,144 1.3	6,472 2.0	6,500 1.9
	四国	10	6,573 1.5	7,075 4.1	7,500 3.6	6,494 2.9	8,877 4.4
	九州	16	7,825 0.4	6,940 1.0	8,183 2.9	6,877 0.6	6,466 0.3
	沖縄	3	13,368 2.3	19,656 0.8	12,701 1.6	13,539 5.6	8,749 3.9
* 施設規模別	大規模	74	10,834 0.2	10,258 1.8	10,396 0.3	11,036 2.1	9,952 1.6
	中規模	89	7,430 0.2	7,330 1.2	7,651 1.6	7,654 0.2	6,972 0.7
	小規模	72	7,872 1.0	8,086 2.0	9,012 0.3	8,851 0.3	8,047 1.5

\* 施設規模: 大規模...客室数201室以上、中規模...101~200室、小規模...100室以下

\* 斜字体はサンプル数が10軒に満たないもの。

\* サンプル数は2006年10-12月期調査のもの。

本調査では当期および前年同期の実績を尋ねており、「前年同期比増加率」は当期調査で得られたサンプルの回答をもとに算出している。



## 宿泊動向

### ペンション・民宿、公的宿泊施設の推移

上段:稼働率(%)、1泊2食単価(円)  
下段:前年同期比増加率 (%)

		サンプル数	2005年	2006年				
			10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	
稼働率	ペンション・	18	28.7	35.5	36.6	46.8	37.0	
	民宿		15.4	11.6	6.5	5.1	1.5	
	公的宿泊	31	56.0	51.2	57.0	63.0	60.5	
	施設		0.4	3.9	0.2	0.8	0.1	
1泊2食単価 (円)	ペンション・	10	8,797	8,072	9,690	8,203	10,708	
	民宿		2.8	0.1	5.3	0.6	1.4	
	公的宿泊	33	9,251	8,900	8,669	9,425	9,835	
	施設		1.3	0.8	1.4	1.4	1.8	

\* サンプル数は2006年10-12月期調査のもの。

本調査では当期および前年同期の実績を尋ねており、「前年同期比増加率」は当期調査で得られたサンプルの回答をもとに算出している。

(安達 寛朗)

JTB F観光経済レポート 付属統計表

2007年3月13日現在

項目名		暦年	2004年	2005年	2006年	2005年					2006年					データ出所および注記	
						2005年					2006年						
						10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期							
国内旅行	発地	宿泊旅行者数 (15~79歳)	(万人回)	21,148	20,610	20,285	5,775	4,030	4,314	6,082	5,859	(財)日本交通公社「JTB F旅行量調査」 注)本数値は暫定値であり、最新の調査結果の反映、および推計手法の改良により随時改訂される。					
		(前年同期比)	3.2	2.5	1.6	2.8	4.7	5.7	0.8	1.5							
	宿泊旅行単価 (15~79歳)	(千円/人回)	38.5	38.4	37.0	40.5	37.8	36.3	37.3	36.7							
	(前年同期比)	0.0	0.1	3.7	4.7	7.4	6.4	2.9	9.4								
	旅	入込総数	(前年同期比)	0.7	2.7	0.9	3.1	2.4	0.8	1.0	1.9	(財)日本交通公社「JTB F観光地動向調査」					
			観光施設利用者数	(D:値:%)	18.7	17.8	10.1	8.0	8.6	10.1	7.9						2.0
		旅館	定員稼働率	(%)	39.6	39.8	39.4	41.2	36.1	36.7	42.2	-	(財)日本交通公社「JTB F宿泊客動向調査」 注)前年同期比の増加率は、各期の最新調査で得られたサンプルの回答をもとに算出。また、今期調査から四半期の定員稼働率は調査していない。				
				(前年同期比)	6.9	1.8	1.9	1.7	0.9	0.3	0.7	-					
			客室稼働率	(%)	57.0	57.3	58.2	59.3	52.3	55.2	62.6	60.8					
				(前年同期比)	2.4	0.5	0.2	2.7	1.3	0.2	0.1	0.2					
		一泊二食単価	(千円)	13.6	13.9	13.5	13.9	13.4	12.9	13.6	13.8						
			(前年同期比)	0.6	0.2	1.1	0.4	1.3	0.8	0.4	1.9						
		ホテル	定員稼働率	(%)	60.6	62.7	62.8	62.1	55.9	57.9	66.4	-					
				(前年同期比)	0.9	2.1	0.7	1.2	3.1	0.1	0.7	-					
	客室稼働率		(%)	69.9	71.3	72.6	71.8	67.9	68.0	76.6	73.7						
			(前年同期比)	0.3	1.9	0.9	1.6	1.1	0.7	0.4	1.7						
ルームチャージ	(千円)		8.7	8.9	8.2	8.7	8.6	8.9	9.1	8.2							
	(前年同期比)		1.8	0.6	0.3	0.4	1.5	0.8	0.6	1.3							
運輸	航空旅客数(国内線合計)	(万人)	9,377	9,442	9,617*	2,378	2,261	2,289	2,593	2,474*	国土交通省「国土交通月報経済」 注) *12月分は主要9社の速報値による **12月分を除いたデータ						
		(前年同期比)	3.0	0.7	1.8	0.6	0.3	1.7	1.3	4.0							
	鉄道	JR定期外旅客数	(万人)	329,883	332,681	224,651**	84,067	r 816,36	82,965	85,320	56,366**						
			(前年同期比)	0.4	0.8	32.5	2.0	0.5	0.2	0.9	33.0						
	新幹線旅客数	(万人)	28,916	30,095	28,112**	7,628	7,225	r 7,449	7,849	5,589**							
		(前年同期比)	3.2	4.1	6.6	5.7	0.6	0.7	0.5	26.0							
	高速道路通行台数日平均	(万台/日)	409	422	437	428	416	429	457	445	(財)高速道路調査会「高速道路と自動車」						
		(前年同期比)	1.7	3.2	3.4	3.5	5.3	3.0	1.8	4.0							
	主要旅行業者50社国内取扱額	(十億円)	r 3,210	3,211	3,188	844	699	764	895	829	国土交通省総合政策局旅行振興課						
		(前年同期比)	2.8	0.0	0.7	2.1	1.3	1.3	0.9	0.5							
海外旅行	日本人出国者数	(万人)	1,683	1,740	1,754*	440	432	409	472	440*	法務省 (2006年12月分はJNTO推計値) 注) *速報値による						
		(前年同期比)	26.6	3.4	0.8	1.3	1.0	3.7	0.7	0.1							
主要旅行業者50社海外取扱額	(十億円)	2,320	r 2,459	2,605	606	551	624	776	654	国土交通省総合政策局旅行振興課							
	(前年同期比)	28.5	6.0	5.9	1.5	3.9	7.5	6.0	6.1								
訪日旅行	外国人旅行者数	(万人)	614	673	733*	164	171	182	193	188*	国際観光振興機構(JNTO) 注) *速報値による						
		(前年同期比)	17.8	9.6	9.0	10.8	7.1	9.0	5.6	14.7							
主要経済指標	GDP (名目・原系列)	(十億円)	r 498,328	r 501,343	507,560	r 132,155	r 123,198	r 126,199	r 123,937	134,475	内閣府経済社会総合研究所 rは改訂値。						
		(前年同期比)	1.6	0.6	1.3	1.0	1.6	1.0	0.8	1.8							
	GDP (実質・原系列)	(十億円)	r 526,578	r 536,559	548,404	r 139,410	r 134,930	r 134,365	r 136,475	142,635							
		(前年同期比)	2.7	1.9	2.2	2.7	2.9	2.1	1.5	2.3							
	東京外為銀行間平均	(円/ドル)	108.2	110.2	116.3	117.3	116.9	114.4	116.2	117.8	東洋経済新報社						
		(前年同期比)	6.6	1.8	5.5	10.8	11.9	6.3	4.5	0.4							

## 出版物のご案内

当財団では、旅行・観光に関する各種出版物を発行しています。

### 旅行年報(年1回9月発刊)



「旅行年報」は過去一年間の旅行・観光分野の動向とこれからの展望について、データとトピックスで解説。定期的な発行をはじめた1981年以来、今年で26年目を迎えます。

最新「旅行年報2006」では2005年4月から2006年上期に至る旅行市場の動きをデータを交えて解説します。

### Market Insight(日本語版)(英語版)(各年1回発刊)

日本人海外旅行マーケットの構造的な変化とその要員を詳細に解説したレポート。2005年の最新市場動向をカバー。財団法人日本交通公社の独自調査をもとに、変化の下に働く中・長期的ダイナミズムを明らかにしています。



### 観光文化(年6回奇数月発刊)



旅や観光の文化に関する多彩なテーマについて、各界の方が執筆。

バックナンバーに関しては当財団HPをご覧ください。

### JTBF 観光経済レポート(年4回3, 6, 9, 12月発刊)

全国の消費者および観光業界を対象として四半期ごとに実施するアンケート調査結果を分析し、最新の旅行市場の局面を描き出します(サンプル数:消費者約1,300人、観光地・宿泊施設約1,000軒)。



### 自主研究レポート(年1回発刊)



当財団が自主事業(観光文化振興事業)の一環として重点的に取り組んでいる「自主研究」をまとめた調査研究成果。

### 旅行者動向～国内・海外旅行者の意識と行動(年1回7月下旬発刊)

最新の旅行の実態や旅行者の意識に関する全国アンケート調査結果を、当財団独自の切り口で分析、グラフや図表を多用してわかりやすく解説。

旅行・観光関連の政策立案や事業展開などに幅広く活用していただけるマーケティングデータ集です。



### 観光読本(第2版、発行:東洋経済新報社、2004年発刊)



観光全般について広く基本的な事項を網羅した概論と、当財団研究員による分析・提言をまとめた書籍。初めて観光分野に従事する自治体の担当者や旅行業界に従事されている方、観光を学ぶ学生の方々の入門書として最適。

### 美しき日本～いちどは訪れたい日本の観光資源

(日本語版 1999年発刊、外国語版 2000年発刊)

日本人および日本を訪れた外国の方々が、一度は訪れる価値のあるわが国の観光資源 391 か所を美しい写真と解説文で紹介する写真集。外国語版は、英語・中国語・韓国語を併記。



● **魅力ある自然ガイドツアーづくりの手引き** (監修:国土交通省総合政策局 2005年発刊) ●



自然ガイド(インタープリテーション)ツアーを地域で具体的にどのように進めていくのか、地域の実情に応じて解説。ツアー体験者の「生の声」も多数収録、参加者の満足度も重視した内容。

● **実践講座インタープリテーション** (監修:国土交通省総合政策局観光部、2002年発刊)

インタープリター(自然ガイド)実践者向けの参考書。楽しいツアー作りのためのプログラム開発方法やメッセージを伝えるテクニックを、豊富な実例とともに解説。



● **自然ガイドのためのおもしろヒントブック** (監修:国土交通省総合政策局観光部、2002年発刊) ●



自然ガイドツアー・プログラム作りのための素材集。自然の題材が発するメッセージを数多く収集。

● **エコツーリズム さあ、はじめよう!** (編集:環境省・JTBF、2004年発刊)

エコツーリズムとは何か、推進の手順とその重要なカギとなるルールとガイダンスとは、そして地域資源の保全と持続的利用を可能とする資源管理のあり方などをまとめた、エコツーリズムを推進する方に向けた手引書。2003年に設置された「エコツーリズム推進会議」(議長:小池百合子環境大臣(当時))での議論を環境省と当財団が編集。



書籍の詳細内容は当財団ホームページ  
<http://www.jtb.or.jp> をご覧ください。  
こちらのページよりご購入いただけます。

JTBF 観光経済レポート Vol.14  
(2006年10-12月期)

2007年3月発行

頒布料：1,050円(本体価格1,000円)

発行：財団法人日本交通公社

観光文化事業部

発行人：新倉 武一

編集人：小林 英俊

編集：丸山のどか・塩谷英生

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-2 第一鉄鋼ビル9階

TEL：03-5208-4704 FAX：03-5208-4707

ホームページ：<http://www.jtb.or.jp>

E-mail：[jtbfbbook@jtb.or.jp](mailto:jtbfbbook@jtb.or.jp)

本書を許可なく複製することは固く禁じます。許諾については、当財団の観光文化事業部までご照会ください。

