

観光の経済効果調査 50年の系譜とこれから

2

公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部 次長・主席研究員

塩谷 英生

1 経済効果調査は 変化する

私が財団法人日本交通公社（現公益財団法人）に入団した1989年（平成元年）というのはいわゆるバブル経済の時期で、旅行需要は伸び、国も地方も潤沢な予算を持っていた。観光消費の経済効果よりも、むしろ観光投資の経済効果や新規施設の需要予測に関心があった時代である。ところが、数年でバブルははじけて旅行市場は停滞期に入り、1990年代の終わり頃になると地方自治体の観光費に占める投資的経費は勢いを失ってしまう。結果として、経

済効果と言えば、観光消費の経済効果を指すケースが多くなった。経済効果という指標へのニーズが時代とともに変化していくという一例である。推計で重視されるマーケットも変化してきた。高速交通体系の整備が進んだ1970年代には、従来の地域住民のレクリエーション活動の枠を超えて、県外客の誘致が意識されるようになった。2000年代に入ってから、インバウンド客の経済効果に注目が集まってきている。調査方法もまた進化している。観光統計の整備、国際基準TSA（Tourism Satellite Account）の登場、インターネット調査の利用、ビッグデ

ータ活用 の 模 索 等 、 統 計 制 度 や 調 査 技 術 を め ぐ る 環 境 も 変 化 し て い く 。 本 稿 で は 、 観 光 の 経 済 効 果 と い う 古 く て 新 し い 指 針 に つ い て 、 そ の 概 念 と 捉 え 方 を 紹 介 し た 上 で 、 経 済 効 果 の 調 査 ・ 研 究 の 変 遷 と こ れ け ら を 考 察 し て い く こ と と し た い 。

2 経済効果調査とは何か 〜経済効果の範囲、 手法、アウトプット

経済効果研究の歴史を考える上で、観光の経済効果が対象として含み得る範囲と、調査目的のバリエーションについて、簡単に整理しておきたい。

●観光消費と観光投資

観光の経済効果のスタートとなる支出を、国民所得統計の需要項目別に整理すると、①観光消費、②観光投資（政府／民間）に大別できる。なお、域外客の消費は移出として、外国人客の消費は輸出として捉えることもできるが、分析上は域内住民の観光消費と同様に扱われるので、ここではあえて分別しない。また、行政の観光プロモーションや案内所の運営などは、政府消費支出として経済効果の項目に含む考え方もある。

次に、支出する主体という観点で分けると、①の観光消費は、域内客・域外客（日本人）、域外客（外国人）に大別される。

②の観光投資は、政府のものや民間のものに大別される。前者には、空港や鉄道などの交通インフラや、道の駅や社会教育施設など公共が行う観光関連施設の整備が含まれる。後者には、新規の施設だけでなく、増改築なども含まれる。

ところで、国民所得統計の枠外の経済効果もある。例えば、地価など

の資産価格の上昇、地域ブランド価値の上昇、地場産業や伝統産業の保全・育成、定住人口の増加といった、ストックに関する評価である。しかし、観光以外の要因を分離することが難しいこともあり、こうした効果を測定した例は少ない。

●観光消費の経済効果の構造

観光消費がもたらす地域への経済効果をごく簡単に図式化すれば、

① 観光客数、② 観光消費単価、③ 域内調達率（または域内付加価値率）の相乗によって形成されている。

ここで①×②は地域で使われる観光消費額（＝観光産業の売上高）に相当する。新聞記事などでは、波及効果まで含めずに、観光消費額のことを指して「経済効果」と表現するケースもあるので留意が必要である。観光消費額が高くて、③の域内調達率が低ければ経済波及効果は必ずしも高くない。例えば、飲食店のお米や野菜に域外産のものを使ったとする。その場合、原材料購入を通じて地域内に発生する波及効果は、商業マージンと輸送サービ

スの一部にとどまる。このことは、原材料だけでなく、広告や金融などの営業費用も同様である。また、雇用者などへの給与の支払いについても、雇用した人が専ら域外で買物をする人（域外住民など）であれば、雇用者所得効果（家計を迂回して発生する効果）が域外に漏れ出てしまう。

●経済効果を高めるといふこと

①②③全てが高いという地域は少ないだろう。地域ごとの制約の中でバランスの良い経済効果の高め方を考えていく必要がある。経済効果を高めるにはさまざまな可能性があり、それは地域の観光資源や産業構造の実態に合わせて、オーダーメイドで考えるべき性格のものである。

例として、台東区（浅草、上野公園など）の例を考えてみると、農林水産業はほとんど存在しないので③を高水準にするのはもともと難しい。しかし、仲見世や行祭事の魅力によって①の集客力を高めつつ、付加価値の向上によって②消費単価を高めることで、③の原材料調達率の低さを補うという形で総合的な効果を押し上げている。

を押し上げている。

ここで付加価値率を高めている施策について少し補足すると、台東区の土産品には、例えば、仲見世で多く見受けられる「○○焼」といったお菓子を実演製造販売して食べてもらう方式、いわゆる「製造卸小売」という業態は比較的付加価値率が高い。また、外国人に人気のある伝統工芸品や和風小物なども、一般に素材よりも加工やデザインなどの付加価値部分が多い商品である。飲食費も重要な消費費目だが、浅草寺周辺の老舗の飲食店は、長年培った伝統の調理法や店構え・サービスによって付加価値が高められている。さらに、体験サービスへの消費（和服のレンタルや着付け、人力車など）も人的サービスが中心で付加価値率が高い。

なお、域内調達率についても、小麦などの一次産品は生産できなくても、製麺業などの食品加工業者が台東区にはあるので、ラーメン店の域内調達率をその分上げることが可能である。大阪における粉物（お好み焼きなど）も同様である。

原材料だけでなく、営業費用についても域内調達率を向上することが重要である。以下は台東区の例ではないが、近年ブームとなった「ゆるキャラ」や「戦国武将隊」のような地元発のキャラクターを活用すれば、広告費のある程度地域内にとどめることができる。あるいは、ホテルの営業費でも、旅行会社や宿泊予約サイトを利用せずに直接予約する宿泊客を増やせば、手数料部分は域外に漏出しない。

金融や不動産のサービスもそうであり、要するに域内調達率を高めるには、波及効果の受け皿となる産業の足腰がしっかりしていなければならない。このため、観光振興には、その地域の産業構造や競争力を一緒に高めていくという発想が大切であり、経済効果調査は、誘客、付加価値向上、地産地消といった施策がどうあるべきかについての青写真を示すものでなければならぬのである。

●経済効果調査推計と利用データ

観光消費の経済効果の推計には、前記の①観光客数、②観光消費単

価、③域内調達率に対応する統計データが必要であり、そうしたデータが用意されていない場合には、調査によって補うことが必要となる。

①の観光客数については、私が入団した1989年(平成元年)当時には、観光庁の「宿泊旅行統計」も「全国観光統計基準」もなく、地域ごとの統計の単位も調査手法もまちまちであった。その頃に比べると随分と統計の整備が進んだが、しかし今でも地域の観光統計をそのまま鵜呑みにして使うのは危険である。

メタデータ (Metadata) と言われるが、「そのデータはどんなデータなのか」を記述する情報を吟味した上で推計に用いることが重要である。特に日帰り客のデータについては、観光客の範囲やイベントの人出などの信頼性に注意が必要である。実態としてはかなりの地域で、観光客数のデータを代替または補完するための追加調査が必要となる。

②の消費単価については、統計調査が行われていないことが多く、また行われていても細かな消費費目までは聞いていないケースが多い。し

たがって、多くの場合、経済効果調査の枠組みの中で、追加的な消費額に関する観光客調査を実施することになる(①の観光客数推計に関する設問を包含した調査を実施することが多い)。

最終的な経済効果の推計は、その地域における産業連関表の有無によって、産業連関表による計算を行うか、乗数理論による計算を行うかが異なってくる。後者を用いた推計では、観光産業の付加価値率と域内調達率に関するデータが必要となるため、事業者へのアンケート調査を行う必要がある。

このように、経済効果調査は複数の調査で構成される総合的な調査となっている。

●経済効果調査のアウトプット

経済効果調査は、観光統計の体系において王様のな位置づけにあるといつてよい。ある程度コストもかかるが、それにふさわしいアウトプットを提示してくれる調査でもある。経済効果調査がもたらす情報を分類すると、以下のようなものである。

①観光産業の規模の把握と重要性の可視化

経済統計には「観光産業」という区分はなく、運輸業やサービス業といったさまざまな産業に広く薄く分散している。経済波及効果調査とは、このような目に見えない産業の貢献度を明示することが大きな目的である。

経済効果調査結果の公表と観光計画を同時並行で作成すれば、産業界や地域住民、行政関連部署との合意と連携のもとで、観光政策を円滑に推進しやすいし、観光予算も確保しやすくなる。

観光政策の必要性について合意を形成するためには、精度の高い統計を用い「なるほど」と思わせる信頼性のある数字を推計することが大切である。その共通理解のもとで、中長期的な観光振興の目標数値を設定していくべきである。

②観光施策立案への活用

経済効果調査の枠組みで行われる観光客調査のアウトプットは、観光客数や消費額に関する情報だけでは

ない。例えば、観光客の属性、交通機関、観光客流動、情報源、満足度、再訪意向など、実にさまざまな情報が含まれ得る。こうした項目を包括することで、一元的なデータセットを用いてさまざまなセグメント別の分析を行うことが可能となる。

同様に、事業者調査についても、売上高や域内調達率などの情報以外に、事業者のプロフィール、客層、雇用、外国人客対応状況、経営環境の評価、観光施策への要望など、さまざまな情報を得るツールになり得る。こうした情報を活かしつつ、例えば、物販施設の需要予測、情報提供拠点の立地計画、イベント実施時期、観光資源保全政策、観光交通計画、観光税制といった諸施策の立案を進めていくことが期待される。

③観光事業者のマーケティングへの活用

観光客調査は、民間観光事業者にとつては、マーケティング・データとして活用できる。面としての観光地の集客力は、点である民間事業者の経営に一定の影響を与える。

例えば、地域の観光客数のうち、何%が自施設に立ち寄るか(シェア)や、地域の観光客数の伸び率と自施設の伸び率との比較は、経営の成度を相対化するのに役立つ。また、客層別の単価の違い、来訪時期別の客層・旅行内容、満足度や課題点などの情報も、マーケティングに活用できる情報となり得る。

3 経済効果調査の歴史

以上の経済効果調査についての予備知識を踏まえつつ、我が国の観光消費額統計や経済効果調査の歴史について概観することとした。

表1は、戦後の我が国の旅行市場や観光政策の流れとともに公益財団法人日本交通公社(以下、当財団)の観光統計・経済効果調査への取り組みを整理したものである。当財団が設立された1963年(昭和38年)当時、観光分野の調査研究機関は数少なかった。したがって、当財団の経済効果調査の歴史と、国・地域の経済効果把握への取り組みとは重なる部分が多い。

●観光消費額統計の歴史

国による観光消費額把握への取り組みは、1973年度(昭和48年度)に総理府から(現内閣府)当財団が受託した「全国旅行動態調査(5年度)一度実施。2002年度(平成14年度)まで継続。世帯単位の調査」が最初であった。また、1980年度(昭和55年度)に受託し、2005年度(平成17年度)まで毎年継続された「宿泊旅行量調査」は、観光白書の基礎資料となっている(個人単位の調査)。ただし、この時期の調査では詳細な費目別の消費額は質問されていなかった。

詳細な観光消費額の統計としては、当財団が国土交通省から受託した2000年度(平成12年度)の「我が国の旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」を機に、承認統計(現一般統計)「旅行・観光消費動向調査」が整備されている。

地域の観光消費額の統計として、標本数や精度において優れている沖縄県の観光統計も当財団が2002年度(平成14年度)から受託し、調査設計・実施を行ってきた。調査結

旅行市場の局面と(公財)日本交通公社の観光統計・経済効果調査への取り組み

暦年	旅行市場の動き・エポック	暦年	国の観光関連政策	暦年	(公財)日本交通公社の観光統計・経済効果調査への取り組み事例
S39	東海道新幹線開業 /東京オリンピック開催	S33	道路整備緊急措置法施行	S38	< 財団法人日本交通公社設立 >
S45	大阪万博開催 /ディスカバージャパンキャンペーン	S38	観光基本法施行	S40	小豆島における観光産業の経済効果調査(自主事業)
S47	アンノン族ブーム	S39	海外旅行自由化/日本観光協会、JNTO設立	S48	全国旅行動態調査(総理府より受託。H14まで継続)
S49	第一次石油ショック	S41	古都保存法施行	S50	観光の需要予測(日本観光協会より受託。最初の全国規模の市場予測)
S53	いい日旅立ちキャンペーン/成田空港開港	S44	新全総(年金保養基地、レクリエーション都市等)	S55	観光白書の基礎資料として国民の宿泊旅行量調査を実施(総理府より受託。H17まで継続)
S57	東北・上越新幹線	S45	旅行業法施行	S58	機関誌『旅行年報』を発刊(国内・訪日・海外の旅行市場を分析。継続中)
S58	東京ディズニーランド開業	S46	環境庁発足	S60	佐渡島の経済効果調査(受託事業)
S60	つくば万博	S50	文化財保護法一部改正(伝建地区制度発足)	S63	沖縄県の経済効果調査(受託事業・乗数理論による)
S63	『Hanako』創刊	S52	三全総(定住圏構想)	H1	海外旅行市場調査(『JTBLレポート』を開始(株)JTBより受託。H12まで継続)
H2	バブル経済の終焉	S61	国際観光モデル地区指定	H5	景気低迷下において我が国経済に観光産業が与えている影響とその対応に関する緊急調査(運輸省・JATA・ANTAより受託)
H4	ハウスステンボス開業	S62	四全総策定/リゾート法施行/テンミリオン計画	H8	都市観光の推進がもたらす経済的影響に関する調査(東京都より受託)
H6	関西国際空港開港	S63	90年代観光振興行動計画(TAP90'S)策定	H12	JTBF旅行者動向調査を開始(自主事業。『旅行年報』へ移管)
H8	旅の窓口がサービス開始	H3	観光交流拡大計画(TwoWayTourism21)	H12	沖縄県観光経済波及効果調査(沖縄県との共同研究)
H10	長野冬季オリンピック	H5	道の駅登録制度(建設省)	H12	釧路・根室地域の経済波及効果調査(釧路公立大学との共同研究)
H12	海外旅行者数のピーク(1,782万人)	H6	コンベンション法施行	H13	我が国の旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究(国土交通省より受託。H17迄継続)
H13	日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)設立	H9	外客誘致法施行	H14	沖縄県観光統計実態調査事業(継続中)
H14	サッカーワールドカップ(日韓共催)	H10	中央省庁等改革基本法/中心市街地活性化法	H15	VI事業の効果測定業務(国土交通省より受託。H22まで継続)
H18	第一回B-1グランプリ	H12	地方分権一括法施行/特別地方消費税廃止	H16	外国人観光客に係る統計情報のあり方に関する研究(国土交通省より受託)
H19	第一回東京マラソン	H13	全国の高速度道路でETC導入	H18	OECDにおける観光サテライトアカウントに係る議論動向並びにOECD加盟国におけるTSA導入に係る実態調査に関する業務(国土交通省より受託)
H20	山ガールが増加	H15	ビジットジャパンキャンペーン開始	H19	JTBFオピニオンリーダー層調査(自主事業・H25まで実施)
H22	オープンスカイ協定締結(米国が最初)	H17	農山漁村余暇法施行(体験民宿業者の登録)	H21	海外旅行市場分析『Market Insight』刊行(『旅行年報』に移管)
H23	東日本大震災	H18	地域団体商標制度	H22	訪日外国人消費動向調査の実施(観光庁より受託。継続中)
H24	東京スカイツリー開業	H19	観光立国推進基本法/エコツーリズム推進法/観光圏整備法施行	H24	訪日外国人旅行者向け免税制度に関する実態調査及び効果検証(観光庁より受託)
H25	訪日外客数1千万人突破	H20	観光庁発足/中小企業地域資源活用促進法/歴史まちづくり法施行	H25	佐野市観光の経済波及効果調査(佐野市より受託)
		H24	福島復興再生特別措置法施行		国別外国人旅行者行動特性調査(東京都より受託)
		H26	消費税免税制度の改正		外国人観光客実態調査事業(沖縄県より受託。継続中)

で網掛けした調査は(公財)日本交通公社の自主事業。スペースの都合により各項目の年号の位置は一致しない。

果のプレスリリースも継続的に行われ、県民や観光事業者との情報共有がなされている好例ともなっている。

●海外旅行・訪日旅行の消費額統計

国際旅行における観光消費額の統計も、当財団が主導してきた分野である。

海外旅行の消費額については、1989年(平成元年)から2000年(平成12年)にかけて株式会社ジェイティービーから受託した『JTBレポート』において調査が行われた。この日本人の海外旅行消費額のデータは、「国際収支統計」(財務省・日本銀行)や「産業連関表」(総務省)などにも利用される貴重なデータとなっている。

訪日外国人の消費額については、2004年度(平成16年度)に国土交通政策研究所から受託した「外国人観光客に係る統計情報のあり方に関する研究」において関連機関を交えた協議が行われ、宿泊客統計と空港調査の2つの統計整備の必要性が提言された。後者は2010年(平成22年)から一般統計「訪日

外国人消費動向調査」(観光庁)として実現することとなり、当財団が調査設計・実施を担当してきた。

平成20年代に入り、訪日外国人市場のプレゼンスが高まる中で、沖縄県、東京都などの地域レベルにおいても消費額を含む外国人客調査の設計・実施を行う機会が増えてきている。

●地域における経済波及効果把握の取り組み

1965年度(昭和40年度)の「小豆島における観光産業の経済効果調査」は、当財団が東京女子大学の伊藤善市教授に研究を委託する形で実施されたもので、地域における本格的な観光投資・観光消費の経済波及効果調査として最初のものである。

それ以前にも、経済効果に着目した乗数効果モデルによる調査は存在したが、本調査は、旅行者調査と事業者調査を組み合わせ、域外調査における「漏出(leakage)」を計算過程に組み入れた点で画期的なもので、以前よりも波及の実態をより正確に捉えたものとなっている。

この調査が行われた時代背景は、

表1

旅行市場の方向性	
昭和30年代	<ul style="list-style-type: none"> 職場旅行・修旅中心 国民の余暇活動の増進
昭和40年代	<ul style="list-style-type: none"> 個人旅行の萌芽 高速交通体系に着手
昭和50年代	<ul style="list-style-type: none"> 個人旅行の増加 パッケージ化 マイカー旅行の増加
昭和60年代～平成7年	<ul style="list-style-type: none"> 個人旅行の多様化 観光施設の大規模化 整備新幹線・地方空港 海外旅行推進
平成8年～平成17年	<ul style="list-style-type: none"> 旅行商品の低価格化 フリープランの増加 インターネットの普及 ネット旅行会社の伸長
平成18年～	<ul style="list-style-type: none"> インバウンドの増加 LCCの登場 ICT技術の進化・普及

観光基本法(1963年(昭和38年))が制定され、1964年(昭和39年)の東京オリンピックを経て、高度成長の中で国民宿舎の整備や団体客に対応する民間施設の開発が進んだ時期に当たる。

小豆島の調査報告書の第一章の第1節にこうある。

「ところで各県の地域開発計画をみると、観光資源の開発と施設の整備とが、しめし合わせたようにいっせいにとりあげられている。特に、自然観光資源の豊富な後進県(原文ママ)においては、それが手つとりばやい所得効果を生むだけでなく、この開発を推進することによって、道路をはじめとする各種の社会資本が建設され、それが同時に中央政府からの財政資金の導入をひき起こすために、民間の利益と地方政府との利益が合致し、両者が一体となってPRに努力しているというのが実情

である。このことは香川県や小豆島の場合においても例外ではない。」

この図式は、1990年代に入ってバブル経済が崩壊し、国・地方の財政によりやく翳りが見え始めるまで大きく変わることはなかったと思われる。そしてこのことは、観光統計や経済効果調査を、施策立案に活用するという目的を後退させていた要因の一つでもあった。

このような状況下において、精度の高い経済波及効果を希求した試みは評価されるべきものと思われる。

その後、この乗数効果方式による経済効果調査は、「佐渡観光振興対策事業調査」(新潟県より受託・1985年度(昭和60年度))、「観光収入の経済効果調査」(沖縄県より受託・1988年度(昭和63年度))でも行われた。いずれも、島しょ地域での調査であるのは、観光統計が未整備な中で、飛行機や船の乗客数という比較的精度の高い統計が入手

可能な地域であったことが大きな理由であったろう。

さて、当財団が手掛けた調査ばかりを挙げては公平を欠くこととなる。小豆島以降の乗数効果モデルの経済効果調査としては、「高山市における観光の影響」(高山市・1980年度〔昭和55年度〕)、「京都観光基本調査(第2次)」(社)京都市観光協会・1984年度〔昭和59年度〕)などが実施されている。高山、京都、沖縄といった地域は、現在も観光経済のフロントランナーであり続けているが、古くから観光の経済効果に高い関心を持っていたことが分かる。

●産業連関表による

地域の経済波及効果の把握

地域における産業連関表を使った観光の経済効果把握の試みは、「神戸観光白書」(神戸市経済局・1984年度〔昭和59年度〕)が早い。また、「北海道観光産業経済効果調査」(北海道・1989年度〔平成元年度〕)では、道民調査と道外客調査を組み合わせて推計した旅行消費額を基に経済効果の推計が行われている。

沖縄県では、前記「観光収入の経済効果調査」(1988年度〔昭和63年度〕)の中で産業分類の粗い連関表を用いた試算がなされていたが、詳細な推計は「沖縄県観光経済波及効果調査」(2000年度〔平成12年度〕)で実施された。この調査は、米同時多発テロによる沖縄への負の経済効果の試算にも用いられ、沖縄における観光の重要性を再認識させるものとなった。観光統計の予算も増額され、当財団が受託を開始したのは2002年度(平成14年度)からである。

釧路公立大学との共同研究として実施された「釧路・根室地域の経済波及効果調査」は、広域圏の産業連関表を用いて分析が行われた点で特筆される。一般に、産業連関表は国・都道府県と政令市の一部しか保有していないが、北海道は開発行政を進める観点から市町村や広域圏単位での産業連関表の作成が先進的に行われていた。この調査でも、地域産業連関表のノウハウが活かされている。また、この調査で観光の重要性が可視化されたことと、研究代表で

ある小磯修二教授による啓発活動とが相まって、農漁業者などの関連産業から行政内部に至るまで、観光振興への理解や主体的な関与度が高まった結果となった。

●国による経済波及効果把握への

取り組み

我が国の観光消費の経済効果を最初に推計した調査は「景気低迷下において我が国経済に観光産業が与えている影響とその対応に関する緊急調査」(運輸省・日本旅行業協会〔JATA〕・全国旅行業協会〔ANTA〕より受託・1993年度〔平成5年度〕)である。

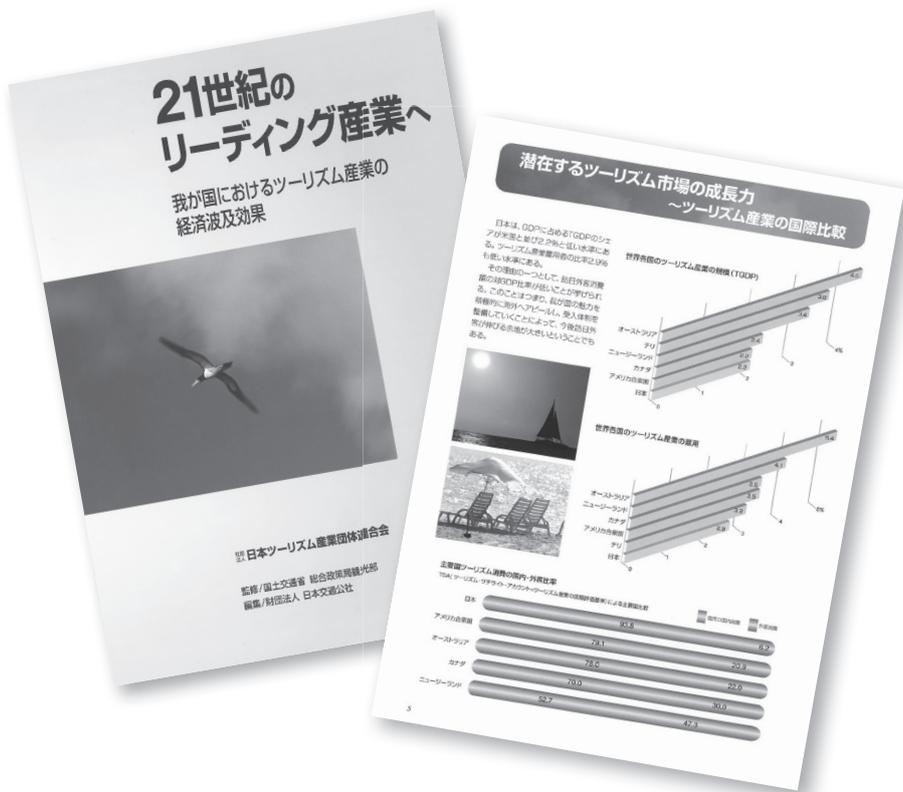
本調査は、全国を対象とした詳細費目の旅行消費額調査を実施し、対応する業種への最終需要として配分し、産業連関表を用いて波及効果を計算したものである。推計結果の旅行総消費額20・0兆円、生産波及効果48・3兆円、雇用効果410万人という数値は、2000年度(平成12年度)に実施された「我が国の旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(国土交通省から受託)の

推計値で上書きされるまで、観光産業の重要性を示す指標として使われ続けた。

この「我が国の旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」は、1993年度(平成5年度)の運輸省調査の続編としての性格をもちつつ、当時観光経済統計の国際基準として世界観光機関(WTO、現UNWTO)を中心にマニュアルが作成されたばかりのTSAへの準拠も指向したものとなった(委員長には一橋大学の杉山武彦教授を招聘した)。筆者はバンクーバーでのUNWTOの会議などで情報収集を行ったが、我が国の観光統計において国際基準との整合性や海外の観光統計制度の情報収集が重視されたのはこの時期からと思われる。なお、TSAはその後普及が進み、世界で50から60の地域で編集が行われているとされる(UNWTOのホームページより)。

この調査報告書では、TSAの主要指標である観光GDPを試算し、国のGDPに占めるシェアが諸外国と比べて低いことを示した。その上で、大きな要因として、観光消費額

図1 観光の重要性を啓発したパンフレット『21世紀のリーディング産業へ』



に占める外国人シェアが極めて低い点を強調している。

この調査結果は、当時設立された(社)日本ツーリズム産業団体連合会(現「公社」日本観光振興協会)のパンフレットなどによっても観光業界や行政内部に広く周知された

(図1)。2003年(平成15年)1月の小泉総理の「観光立国宣言」に向けた資料の一つになっており、その後のインバウンド振興施策強化を方向付けるものともなった。

ビジット・ジャパン・キャンペーン、愛知万博を契機としたビザ緩和政

策、小泉政権下での円安傾向といった追い風の中で、インバウンド市場は成長トレンドに入る。その消費額を統計として把握しようとの動きが生まれ、前掲の「訪日外国人消費動向調査」整備への流れにつながるのである。

4 調査環境の変化と経済効果調査のこれから

● 調査目的の重点の変化

観光の経済効果調査が多様な調査から構成され、消費額や経済効果以外にも、副次的に多様な指標を得ることができるとはすでに述べた通りである。

現在、観光の重要性については、国レベルでは総論としての理解を得られていると考え、今後は地域の観光行政や観光推進組織における計画管理や施策立案、民間事業者のマーケティング・データといった活用パターンに力点が移ると思われる。

経済効果という指標についても、現在は単年度の観光消費額についての推計が一般的だが、持続可能な観

策、小泉政権下での円安傾向といった追い風の中で、インバウンド市場は成長トレンドに入る。その消費額を統計として把握しようとの動きが生まれ、前掲の「訪日外国人消費動向調査」整備への流れにつながるのである。

● 旅行市場・社会経済環境の変化

人口減少と超高齢化による国内旅行市場の縮小が予想される中で、エンジン役としての期待がかかるのが訪日外国人市場である。例えば、2014年度(平成26年度)の免税制度改正も、その消費額を拡大するための施策の一環である。

しかし、訪日外国人の経済波及効果はいわゆるゴールデンルートにとどまっていること、海外ブランド品や海外資本のホテルやゴルフ場などへの消費も多いことなど、経済効果が国内の広範囲の人々に恩恵を与えているとは言い難い面もある。こうした課題を明示化し、政策立案に寄与するような経済効果調査が今後必要になってくるだろう。

今後の社会経済環境を考える時、国・地域の財政が以上に切迫することが予想される。観光地のインフラ投資はすでに長期の減少傾向にあると述べたが、伊勢神宮の式年遷宮に見られるように、適正な投資を継続的に行うことは必要である。限られた予算の下でこれを行うとすれば、コンパクトシティならぬ「コンパクト観光地」を目指した観光計画を進める必要があるだろう。経済効果という観点では、ある程度集中的に経済効果が発生する地点を定めて

(例えば道の駅のような交通拠点など)、そこをおもてなしや買物の拠点として整備すべきである。こうした立地計画やゾーニングの基礎資料としても経済効果調査の役割は広がっていくだろう。

●調査技術の変化と経済効果調査

経済効果調査をめぐる環境変化には、推計に利用する統計インフラや統計制度に係るものと、調査技術に係るものがある。

前者については、例えば国際基準TSAの登場、我が国の観光統計整

備の進展、統計法の改正などが影響を与えてきた。

後者については、例えばコンピュータの発達、通信メディアの進化・普及（FAX、インターネット、スマートフォンなど）、GPS（Global Positioning System）やSNS（Social Networking Service）の利用拡大といった、ICT（Information and Communication Technology）の進展が代表的なものである。

例えば、2012年度（平成24年度）に実施した「佐野市観光の経済波及効果調査」（佐野市より受託）は、従来方法である着地でのアンケート調査によらず、インターネット調査のスクリーニングによって佐野市への来訪経験者を捕捉し、費目別観光消費額を聞くことで経済効果を算出した。佐野市のように、客層の中心が日帰り客で、交通手段も多様、観光地点も分散するといった地域では「佐野ラーメン」の店舗を想像されたい、従来経済効果調査の標本設計は技術的に難度が高かったのだ。

さて、将来的なICTの観光統計

分野への活用可能性としては、次のようなパターンが考えられる。

- ①観光客の人数や流動パターンを、携帯端末向けアプリに組み込まれたGPSデータや、携帯端末の基地局データなどを用いて把握する。
 - ②検索エンジンや経路検索などのキーワードや地名の検索数とその推移を用いて人気旅行先把握や観光地の短期需要予測を行う。
 - ③SNSやTwitterなどから観光地に関する評価情報などを取得する。
 - ④クレジットカードやデビットカードによる決済関連情報を用いて消費関連データを入手する。
 - ⑤これら調査とアンケートアプリによる調査、あるいは既存統計調査とを組み合わせる。
- これらの調査技術を、経済効果調査への適用という観点から評価すると、まず、観光客数のデータとしては①の基地局データの精度が高いが、コスト高、属性情報の限定性、個別観光客の追跡ができないなどの課題がある。アプリについては利用客層の偏りに留意が必要である。

消費単価データへの活用を考える

と、④のクレジットカードなどの決済データを利用する可能性はあるが、現金支出が調査対象外である点、利用店舗情報は分かるが購入アイテムの情報がない、そもそも開示が難しいといった多くの課題がある。

もともと、GPSデータによって観光地点への立寄率をある程度の精度で追うことは可能である。例えば、買物代は、物販施設立寄率×商品購入率×購入単価に分解して考えることができるので、「立寄率」以外の項目は既存調査などで補完するといったことも検討に値する。

域内調達率の情報は、ICTデータで直接得ることはできない。ただし、例えば地場産品取扱店への立寄率の情報や、地場産品名の検索回数といった関連情報を取得し、経済効果向上施策の検討に役立てることはできるだろう。他にも、アイデアは多々あるが、いずれにせよ地域の視点から役に立つこと、コスト的にも利用可能であることが重要であり、ICTの利用ありきで考えるべきものではないという点は強調しておきたい。（しおや ひでお）