

「観光地域経済調査」にみる 観光地マネジメント

海 保 英 孝

【構成】

1. はじめに
2. 観光地域経済調査の概要
3. 観光地域レベルで利用できる変数
4. 事業所数・従業者数・売上高
5. 利用客数と客単価
6. 観光割合とその影響
7. 観光地域経済調査の利用可能性

1. はじめに

本稿の目的は、新たに調査が開始された、観光庁の「観光地域経済調査」(速報版)から、観光地ごとの経営の現状、産業の特徴を整理し、同調査の利用可能性を検討することにある。

観光事業についてはこれまで、ホテル・旅館、テーマパーク、アミューズメント施設といった、個々の事業を運営する企業、施設単位での研究が数多くなされてきた。そこから数多くの知見が得られたが、観光事業の成否は、個々の企業・施設での努力のみならず、箱根・有馬・草津・黒川・湯布院といった、「観光地」(tourism destination)レベルでの経営努力や環境整備にも大きく依存し、いわゆる「観光地マネジメント」(tourism destination management)が重要になってくる(二神, 2013)。

しかしこういった、観光地レベルでのマネジメントを考えると、これまでの政府統計では必ずしも十分なデータを得ることができなかった。た

例えば、事業所統計、国勢調査、経済センサスなどは行政区域を対象としたもので、観光地や観光活動を意識した調査ではない。それが、観光地域経済調査では「観光地」ごとの、「観光活動」に関するデータが得られるようになったのである。

このような背景から、本稿では、「観光地域経済調査」で明らかになった、観光地域ごとの事業所数、従業者数、売上高、観光売上高、利用者数、年間費用支払先などのデータを対象に、基本統計量（平均、中央値、標準偏差、変動係数）、相関係数、散布図といった、きわめて簡単な統計分析ツールを用いて、その特徴の分析を試みるものである。

2. 観光地域経済調査の概要

観光地域経済調査は、全国5,861の「観光地域¹⁾」に立地する「観光産業事業所²⁾」を対象に、2年間の予備調査を経て、平成24年より実施されることになった新しい調査である（観光庁、2013）。

調査対象である「観光産業事業所」とは、世界観光機関 (World Tourism Organization, UNWTO) が「観光統計に関する国際勧告 2008」(International Recommendations for Tourism Statistics 2008, IRTS 2008) で規定する観光産業 (Tourism Industries) の分類に対応する業種のうち、「観光客³⁾」に対して直

-
- 1) 「観光地域」とは、昭和25年合併前の旧市町村(約11,000地域)のうち、「観光地点」が存在する5,861地域のことである。なお、「観光地点」とは、観光庁の「観光入込客統計に関する共通基準」に定められている観光・ビジネスの目的を問わず、観光客の集客機能を持つ施設又はツーリズム等の観光拠点となる地点であり、以下の基準を全て満たすものをいう。(1) 非日常利用が多い(月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が全体の半分未満)と判断される地点であること、(2) 観光入込客数が適切に把握できる地点であること、(3) 本調査の調査対象時期である平成23年の前年にあたる平成22年の観光入込客数が年間1万人以上若しくは平成22年のいずれかの月で観光入込客数が5千人以上であること。
 - 2) 調査対象である「観光産業事業所」は、正確には、(1)観光産業事業所、(2)観光産業の範囲外の事業所のうち、観光売上のある観光地点の運営を業とする事業所の2つのことである。同調査の速報版では(1)のみの結果が公開されている。

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

接商品の販売又はサービスを提供する業種のことである。具体的には、宿泊サービス、飲食サービス、旅客輸送サービス、輸送設備レンタルサービス、旅行業・その他の予約サービス、文化サービス、スポーツ・娯楽サービス、小売の8業種が対象となっている。

調査票の送付は2012年9月、対象事業所数は88,575、回答は44,215（回収率49.9%）、有効回答は35,603（有効回答率40.2%）であり、この結果をもとに統計データの推計が行われている。本稿で利用する速報版では、有効回答数60以上かつ観光売上金額の推定誤差率が20%以下であった78観光地域（詳細は付属資料参照）のみの結果が公開されている。

調査項目は、事業所の従業者数、経営組織、消費税の取扱い、売上（収入）金額及び費用、事業別売上（収入）金額又は割合、主な事業、主な事業の売上（収入）金額における観光割合、主な事業の売上（収入）金額の月別内訳等、年間営業費用の項目別内訳及び支払先地域別割合、相手先別収入額の割合と電子商取引の割合、事業の実施状況などである。

ここではまずはじめに、全国レベルでのデータの特徴を整理しておこう。

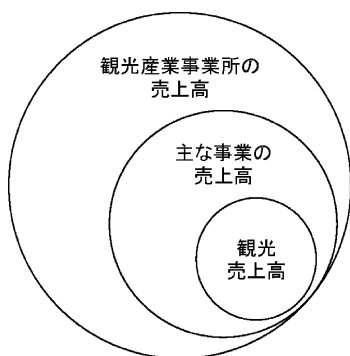
観光地域経済調査（平成24年）によると、前述の観光地域に立地する観光産業事業所数は117万ヶ所、従業者数は826万人と推計されている。経済センサス・基礎調査（平成21年）によると、全国の事業所総数は604万ヶ所、従業者数は6,281万人なので、観光産業事業所の事業所は全国の19.4%、従業者数は13.2%を占めており、観光産業はわが国の重要な産業のひとつとして位置づけられる。

売上高については、「事業⁴⁾」ごとに細かく調査したうえで、事業所の

3) 「観光客」とは、観光を目的とした宿泊・日帰り旅行者（観光を兼ねたビジネス客、帰省客を含む）をいい、その目安として所要時間（移動時間と滞在時間の合計）が8時間以上、または片道の移動距離が80km以上の場合をいう。

4) 「事業」は、小売業、旅客運送事業、駐車場事業、物品賃貸事業、宿泊事業、飲食サービス事業、生活関連サービス、娯楽事業、社会教育事業、政治・経済・文化団体&宗教団体の活動、その他で分類されている。

図表1：観光地域経済調査における
「売上高」の概念



総売上高を「観光産業事業所の売上高」、最も大きな事業の売上高を「主な事業の売上高」、そして主な事業の売上高の中で観光客に対する売上高を「観光売上高」として、3つのレベルで集計されている（図表1参照）。たとえば、一般的なホテルであれば、主力事業である宿泊事業の売上高が「主な事業の売上高」であり、飲食サービス事業（レ

ストラン・宴会）、小売事業（土産物販売）などすべての売上高を合計したものが「観光産業事業所の売上高」、そして主な事業である宿泊事業のうち、観光客からの売上高が「観光売上高」となる。

全国の「観光産業事業所の売上高」合計は86.7兆円であり、すべての業種の売上高合計895.5兆円（経済センサス・基礎調査ベース）の約10%を占める、と試算されている。

図表2は、観光産業事業所の売上高（総売上高）、主な事業の売上高、観光売上高を業種別に整理したものだが、総売上高と主な事業の売上高に大きな差はなく、総売上高に占める主な事業の売上高の割合は全体で95.5%と非常に高くなっている。業種ごとにみると、小売業97.7%、旅行業・その他の予約サービス業97.7%、飲食サービス業97.5%、旅客輸送業96.7%などは高いものの、宿泊サービス業は主な事業が宿泊事業だとしても、飲食事業や小売事業といった同時展開する事業の売上高も多いため、主な事業の売上高の割合は79.7%と低くなっている。同様に、文化サービス業72.6%、スポーツ・娯楽サービス業70.6%も相対的に低くなっている。

主な事業の売上高の中で観光売上高が占める割合、すなわち「観光割合」

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

図表 2：業種別売上高（単位：百万円）

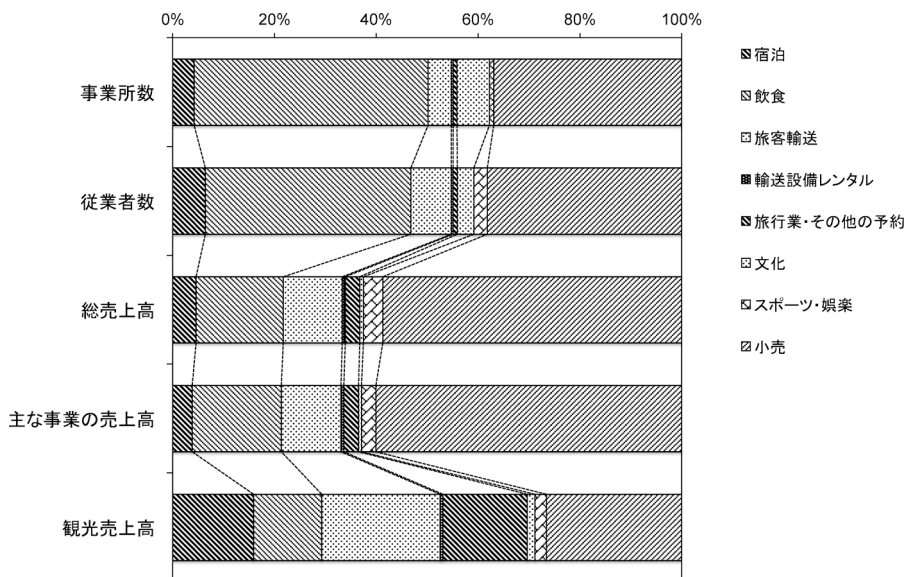
業 種	観光産業事業所の売上高 (a)	主な事業の売上高 (b)	主な事業の割合 (b÷a)	観光売上高 (c)	観光割合 (c÷b)
合計	86,745,346	82,820,597	95.5%	11,655,692	14.1%
宿泊	3,984,383	3,177,394	79.7%	1,850,094	58.2%
飲食	14,856,897	14,489,291	97.5%	1,563,575	10.8%
旅客輸送	10,052,579	9,718,294	96.7%	2,706,790	27.9%
輸送設備レンタル	522,174	471,518	90.3%	66,352	14.1%
旅行業・その他予約	2,466,918	2,410,338	97.7%	1,932,382	80.2%
文化	623,905	453,074	72.6%	176,279	38.9%
スポーツ・娯楽	3,317,686	2,342,797	70.6%	264,015	11.3%
小売	50,920,803	49,757,890	97.7%	3,096,205	6.2%

は、全体で 14.1% と非常に低くなっているが、これは業種ごとに大きく異なっている。観光割合が高く、観光事業の貢献度が大きい業種は、旅行業・その他予約サービス業 80.2%、宿泊サービス業 58.2%、文化サービス事業 38.9%、旅客輸送サービス業 27.9% などである。一方、小売業は、観光売上高の絶対額そのものは全業種の中で最も大きいものの、小売業の中で観光事業が貢献している割合はわずか 6.2% に過ぎない。旅行業・その他予約サービス業、宿泊サービス業、文化サービス業などは観光客相手の商売という色彩が強いが、小売業は、もちろん観光客相手に土産物・名産品を売るなどの商売はあるものの、それよりむしろ、地域住民や立地企業相手の商売から得られる売上高の割合が圧倒的に大きいと解釈できよう。

どのような業種が地域経済に貢献しているのか。事業所数、従業者数、売上高などの変数から業種別構成比を計算することで、その状況を明らかにできるが、(1) 事業所数・従業者数、(2) 売上高（総売上高・主な事業の売上高・観光売上高）では構成比が大きく異なっている（図表 3）。

事業所数・従業者数の構成比は似たようなもので、小売業と飲食サービス業という 2 つの業種だけで全体の 90% ちかくを占めており、地域の雇用に対する貢献度の大きさをうかがい知ることができる。しかし、売上高の構成比はこれとは大きく異なり、総売上高（観光産業事業所の売上高）と主な事業の売上高では小売業単独での貢献度がさらに大きく、60% にも

図表3：事業所数・従業者数・売上高の業種別構成比



	宿泊	飲食	旅客輸送	輸送レンタル	旅行業他	文化	スポーツ・娯楽	小売	計
事業所数	4.2%	46.0%	4.6%	0.4%	0.8%	6.4%	0.8%	36.9%	100.0%
従業者数	6.4%	40.4%	7.9%	0.3%	0.8%	3.2%	2.7%	38.2%	100.0%
総売上高	4.6%	17.1%	11.6%	0.6%	2.8%	0.7%	3.8%	58.7%	100.0%
主な事業の売上高	3.8%	17.5%	11.7%	0.6%	2.9%	0.5%	2.8%	60.1%	100.0%
観光売上高	15.9%	13.4%	23.2%	0.6%	16.6%	1.5%	2.3%	26.6%	100.0%

達している。その一方で、飲食サービス業の貢献度はむしろ小さく、20%以下になっている。観光売上高では、構成比の絶対値としては、小売業26.6%が高いものの、事業所数・従業者数のデータで見られたような、小売業や飲食サービス業の大きな貢献は見られず、旅客輸送サービス業23.2%、旅行業・その他の予約サービス業16.6%、宿泊サービス業15.9%など、観光に直接関わる事業の構成比が相対的に高くなっている。

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

図表 4：支払先地域別年間営業費用

	総数	市区町村内	都道府県内	他の都道府県から	輸入
合計	32,864,031	7,319,215	12,765,992	11,496,097	546,335
小売業	25,570,229	4,787,888	10,608,210	9,350,797	406,588
旅客運送事業	1,378,085	437,294	197,176	539,778	1,903
駐車場事業	11,658	6,120	2,589	2,914	35
物品賃貸事業	148,561	61,332	74,002	13,227	0
宿泊事業	635,128	317,532	235,486	76,725	1,642
飲食サービス事業	3,383,190	1,310,254	1,130,697	847,765	82,332
生活関連サービス、娯楽事業	1,675,326	373,164	495,969	651,633	52,732
社会教育事業	61,855	25,630	21,864	13,259	1,103

	総数	市区町村内	都道府県内	他の都道府県から	輸入
合計	100.0%	22.3%	38.8%	35.0%	1.7%
小売業	100.0%	18.7%	41.5%	36.6%	1.6%
旅客運送事業	100.0%	31.7%	14.3%	39.2%	0.1%
駐車場事業	100.0%	52.5%	22.2%	25.0%	0.3%
物品賃貸事業	100.0%	41.3%	49.8%	8.9%	0.0%
宿泊事業	100.0%	50.0%	37.1%	12.1%	0.3%
飲食サービス事業	100.0%	38.7%	33.4%	25.1%	2.4%
生活関連サービス、娯楽事業	100.0%	22.3%	29.6%	38.9%	3.1%
社会教育事業	100.0%	41.4%	35.3%	21.4%	1.8%

ところで、支払先地域別の年間営業費用（仕入・材料費、外注費など）が、市区町村内、都道府県内（市区町村以外の都道府県内）、他の都道府県から、輸入の４つで公開されており、これを用いると「地産地消率」が計算できる。

これを見ると、観光地域が含まれる、市区町村内での地産地消率が高い業種は駐車場 52.5%、宿泊 50.0%、社会教育 41.4%、物品賃貸 41.3% といったサービス業であり、反対に、小売 18.7% は低くなる傾向が明らかになる（図表 4）。

3. 観光地域レベルで利用できる変数

次に、78の観光地域を対象とした分析を行ってみよう。

ここで、本稿で利用する速報版では、観光地域レベルでの業種分類が、(1) 宿泊サービス、飲食サービス、(2) 旅客輸送サービス、輸送設備レンタルサービス、旅行業・その他の予約サービス、文化サービス、スポーツ・娯楽サービス、(3) 小売という3つの分類に集約されており、またデータの欠損も散見されるため、本稿では「宿泊サービス、飲食サービス」(以下「宿泊飲食」と略す)と「小売」の2つのみを分析対象とする。

分析で利用する変数およびそれらの関係は以下のとおりである。[] は観光地域経済調査の原データの変数(v10~v62)、【 】は加工後の変数(x11~x62)を意味している。売上高として、総売上高ではなく主な事業の売上高を用いるのは、主な事業の売上高と観光売上高が対応しており、それを用いて観光割合を算出するためである。

[事業所数] 合計 v10 = 宿泊飲食 v11 + 小売 v12 + 他

[従業者数] 合計 v20 = 宿泊飲食 v21 + 小売 v22 + 他

[売上高(主な事業の売上高)] 合計 v30 = 宿泊飲食 v31 + 小売 v32 + 他

[利用者数] 合計 v40 = 宿泊飲食 v41 + 小売 v42 + 他

[年間支払費用]

宿泊飲食合計 v51 = 市区町村内 v511 + 都道府県内 v512 + 県外 + 輸入他

小売合計 v52 = 市区町村内 v521 + 都道府県内 v522 + 県外 + 輸入他

[観光売上高] 合計 v60 = 宿泊飲食 v61 + 小売 v62 + 他

【事業所1カ所当たり従業者数】

宿泊飲食 x11 = 従業者数・宿泊飲食 v21 ÷ 事業所数・宿泊飲食 v11

小売 x12 = 従業者数・小売 v22 ÷ 事業所数・小売 v12

【従業者1人当たり売上高】

宿泊飲食 x21 = 売上高・宿泊飲食 v31 ÷ 従業者数・宿泊飲食 v21

小売 x22 = 売上高・小売 v32 ÷ 従業者数・小売 v22

【事業所1カ所当たり売上高】

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

宿泊飲食 x_{31} = 売上高・宿泊飲食 v_{31} ÷ 事業所数・宿泊飲食 v_{11}

小売 x_{32} = 売上高・小売 v_{32} ÷ 事業所数・小売 v_{12}

【客単価】

宿泊飲食 x_{41} = 売上高・宿泊飲食 v_{31} ÷ 利用客数・宿泊飲食 v_{41}

小売 x_{42} = 売上高・小売 v_{32} ÷ 利用客数・小売 v_{42}

【観光割合】

宿泊飲食 x_{51} = 観光売上高・宿泊飲食 v_{61} ÷ 売上高・宿泊飲食 v_{31}

小売 x_{52} = 観光売上高・小売 v_{62} ÷ 売上高・小売 v_{32}

【地産地消費率】

宿泊飲食合計 x_{61} = (年間支払費用・市区町村内 v_{511} + 年間支払費用・都道府県内 v_{512}) ÷ 年間支払費用・合計 v_{51}

小売合計 x_{62} = (年間支払費用・市区町村内 v_{521} + 年間支払費用・都道府県内 v_{522}) ÷ 年間支払費用・合計 v_{52}

以下では、基本統計量（平均，中央値，標準偏差，変動係数），相関係数，散布図という，きわめて簡単な統計分析ツールで変数の特徴を整理する。相関係数は，その値が0.3もあれば，統計的検定が有意になることが少なくないが，データの分布が歪んでいることも少なくないため，散布図も併せて利用する。なお，相関係数が「高い」「低い」という表現は曖昧で，統計分析では避けるべき表現かもしれないが，ここではデータの大まかな傾向を探ることが目的であるため，以下の本文中では，概ね，相関係数（絶対値）が0.0~0.3は「低い（ない，小さい）」，0.3~0.7は「やや高い（大きい）」，0.7~0.8以上は「非常に高い（大きい）」という表現を使っている。

4. 事業所数・従業者数・売上高

まずはじめに，観光地域レベルでの，経済活動の「規模」を表す3つの変数，事業所数，従業者数，売上高（主な事業の売上高）にどのような特徴があるか，検討してみよう。

これら3つの変数の基本統計量と相関係数をまとめたものが図表5であ

る。この表を見ると、平均と中央値の差が非常に大きいことに気づく。これは、多くのデータは中央値付近に集まっているものの、いくつかの外れ値が存在するため、平均が引きずられて中央値よりも大きな値となり、正規分布よりも歪んだ分布になっていることを意味している。変動係数（標準偏差÷平均）を計算してみると、標準偏差が平均より大きく、いずれの変動係数も1.0以上の値になっており、データのバラツキはかなり大きなものとなっている。また、事業所数、従業者数、売上高の相関係数は、合計、宿泊飲食、小売のいずれの段階においても、0.745から0.969という

図表5：事業所数・従業者数・売上高の基本統計量と相関係数

基本統計量

		平均	中央値	標準偏差	変動係数
合計	事業所数・合計v10	917	381	1,183	1.29
	従業者数・合計v20	6,538	2,717	8,781	1.34
	主な事業の売上高・合計v30	60,903	26,261	90,474	1.49
宿泊飲食	事業所数v11	480	186	647	1.35
	従業者数v21	3,258	1,332	4,501	1.38
	主な事業の売上高v31	16,048	7,202	23,342	1.45
小売	事業所数v12	370	155	466	1.26
	従業者数v22	2,495	1,019	3,350	1.34
	主な事業の売上高v32	36,755	16,876	52,787	1.44

相関係数

合計		v10	v20	v30
	事業所数・合計v10	1.000	0.963	0.865
	従業者数・合計v20		1.000	0.949
	主な事業の売上高・合計v30			1.000
宿泊飲食		v11	v21	v31
	事業所数v11	1.000	0.963	0.956
	従業者数v21		1.000	0.979
	主な事業の売上高v31			1.000
小売		v12	v22	v32
	事業所数v12	1.000	0.844	0.745
	従業者数v22		1.000	0.969
	主な事業の売上高v32			1.000

注）事業所（単位：ヶ所）、従業者数（単位：人）、売上高（単位：百万円）

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

非常に高い値を示している。当然のことながら，事業所数が多ければ従業者数も多くなり，売上高も大きくなる，という，極めて高い相関関係が確認できる。

このように，事業所数，従業者数，売上高のデータをそのまま利用したのでは，分布に歪みがあり，データのバラツキもかなり大きいので，以下では，事業所1カ所当たり従業者数 (x_{11} , x_{12})，従業者1人当たり売上高 (x_{21} , x_{22})，事業所1カ所当たり売上高 (x_{31} , x_{32}) を新たに計算して利用してみよう。これらの基本統計量と相関係数を見ると，前述に比べて，平均と中央値の差は小さく，変動係数も1.0未満(0.25から0.68まで)に収まっていることがわかる(図表6)。

事業所1カ所当たり従業者数 (x_{11} , x_{12}) の平均は宿泊飲食6.8人，小売

図表6：事業所1カ所当たり従業者数，従業者1人当たり売上高，
事業所1カ所当たり売上高の基本統計量と相関係数

基本統計量

		平均	中央値	標準偏差	変動係数
宿泊飲食	事業所1カ所当たり従業者数 x_{11}	6.8	6.3	2.5	0.36
	従業者1人当たり売上高 x_{21}	4.9	4.6	1.2	0.25
	事業所1カ所当たり売上高 x_{31}	33.8	30.1	18.4	0.54
小売	事業所1カ所当たり従業者数 x_{12}	6.5	5.5	3.5	0.54
	従業者1人当たり売上高 x_{22}	14.6	13.9	4.1	0.28
	事業所1カ所当たり売上高 x_{32}	97.0	83.1	65.9	0.68

相関係数

宿泊飲食		x_{11}	x_{21}	x_{31}
	事業所1カ所当たり従業者数 x_{11}	1.000	0.258	0.824
	従業者1人当たり売上高 x_{21}		1.000	0.725
	事業所1カ所当たり売上高 x_{31}			1.000
小売		x_{12}	x_{22}	x_{32}
	事業所1カ所当たり従業者数 x_{12}	1.000	0.210	0.937
	従業者1人当たり売上高 x_{22}		1.000	0.505
	事業所1カ所当たり売上高 x_{32}			1.000

注) 事業所1カ所当たり従業者数(単位:人)，従業者1人当たり売上高(単位:百万円)，
事業所1カ所当たり売上高(単位:百万円)

6.5人である。両変数に相関はなく（相関係数0.163）、宿泊飲食の事業所規模が大きいと、小売の事業所規模も大きくなるという傾向は見られない。また、事業所数（ v_{11} , v_{12} ）との相関係数は、宿泊飲食で0.003、小売でも0.064に過ぎず、事業所数が多い観光地域ほど事業所1カ所当たりの従業者数が多い、という傾向も見られない。事業所1カ所当たり従業者数と非常に高い相関のある変数は、事業所1カ所当たり売上高（ x_{31} , x_{32} ）で、相関係数は宿泊飲食0.824、小売0.937である。

従業者1人当たり売上高（ x_{21} , x_{22} ）の平均は宿泊飲食4.9百万円、小売14.6百万円であり、小売の売上高は宿泊飲食の約3倍となっている。両変数に相関はなく、相関係数は0.078である。同様に、事業所1カ所当たり売上高（ x_{31} , x_{32} ）の平均は宿泊飲食33.8百万円、小売97.0百万円、これも小売の売上高が宿泊飲食の約3倍であり、両変数に相関も見られない（相関係数0.033）。

事業所1カ所当たり従業者数は事業所の「規模」を表す変数といえるが、事業所1カ所当たり売上高もこれと相関が非常に高いため（相関係数は宿泊飲食0.824、小売0.937）、同様に規模を表す変数とみなすことができよう。一方、従業者1人当たり売上高は、規模を表す変数（事業所1カ所当たり従業者数）と相関はなく（宿泊飲食0.258、小売0.210）、むしろ、事業所1カ所当たり売上高とやや高い相関がある（宿泊飲食0.725、小売0.505）。

これらのことから、事業所1カ所当たり従業者数と事業所1カ所当たり売上高が「規模」を表す変数とみなされるため、事業活動の「成果」を表す変数としては「従業者1人当たり売上高」を本稿では用いることとする。

5. 利用客数と客単価

次に、利用客数（ v_{41} , v_{42} ）と客単価（売上高÷利用客数； x_{41} , x_{42} ）の関係について検討してみよう。

利用客数の平均は宿泊飲食8,941人、小売18,870人だが、その中央値

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

図表 7：利用客数・客単価の基本統計量と相関係数

基本統計量

		平均	中央値	標準偏差	変動係数
宿泊飲食	利用客数v41	8,941	2,910	13,190	1.475
	客単価x41	2,359	1,741	1,659	0.703
小売	利用客数v42	18,870	7,465	26,203	1.389
	客単価x42	2,143	1,939	1,070	0.499

相関係数

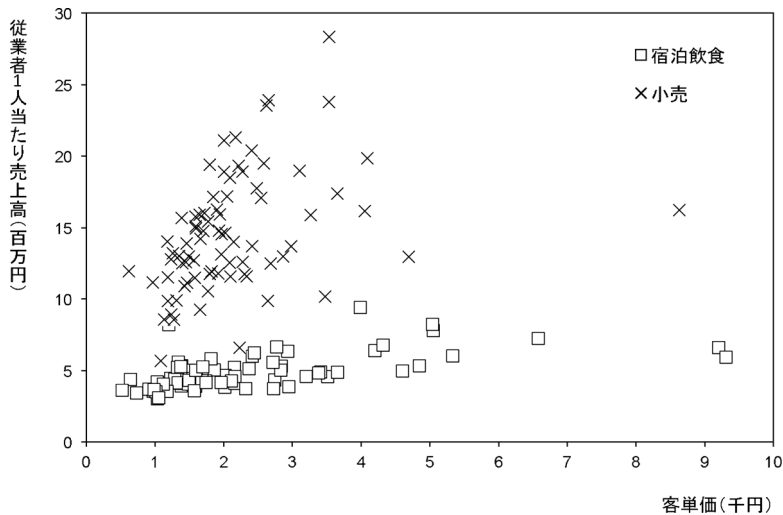
宿泊飲食		v41	x41	x21
	利用客数v41	1.000	-0.230	—
	客単価x41		1.000	0.579
	従業者1人当たり売上高x21			1.000
小売		v42	x42	x21
	利用客数v42	1.000	-0.131	—
	客単価x42		1.000	0.362
	従業者1人当たり売上高x22			1.000

は宿泊飲食 2,910 人，小売 7,465 人であり，両者には大きな差があり，変動係数が 1.0 を超えていることから，分布に歪みが生じている様子がうかがえる（図表 7）。平均・中央値いずれで見ても，小売は宿泊飲食の 2 倍から 3 倍の利用客数がある。

一方，客単価の平均は宿泊飲食 2,359 円，小売 2,143 円，中央値は宿泊飲食 1,741 円，小売 1,939 円である。変動係数は 1.0 を下回っており，利用客数の分布よりも小さなバラツキになっている。両変数の相関係数は宿泊飲食 - 0.230，小売 - 0.131 で，相関はほとんどみられず，利用客数が多いからといって，客単価は高いとはいえない傾向にある。

客単価と従業者 1 人当たり売上高の相関係数は宿泊飲食 0.579（x41 と x21），小売 0.362（x42 と x22）であり，やや強い相関がある程度と思われるが，図表 8 のような散布図で見ると，その分布に特徴のあることがわかる。すなわち，宿泊飲食では客単価が高くなると従業者 1 人当たり売上高が右肩上がりに，直線的に増える傾向がある。これに対して小売では，客

図表8：客単価と従業者1人当たり売上高の関係



単価が高くなるにしたがって、従業者1人当たり売上高のバラツキが増える傾向が見られる。小売の場合、客単価以外の要因が大きな影響を与えていることが予想できよう。

6. 観光割合とその影響

観光売上高 (v61, v62) の平均は宿泊飲食 4 430 百万円、小売 4 972 百万円で、中央値は宿泊飲食 2 227 百万円、小売 1 271 百万円、平均と中央値には大きな差があり、また、変動係数も宿泊飲食 1 382、小売 4 262 と非常に大きな値となっているため、データが大きく歪んでバラツキている様子がうかがえる（図表9）。

観光割合 (x51, x52) の平均は宿泊飲食 31.9%（中央値 24.2%）、小売 12.4%（中央値 6.6%）であり、宿泊飲食の観光割合が小売よりもかなり大きくなっていることがわかる。両変数に相関関係は見られないものの、宿泊飲食、小売ともに観光割合の高い観光地域には大都市から離れた温泉地、

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

図表 9：観光割合と他の変数の基本統計量と相関係数

基本統計量

		平均	中央値	標準偏差	変動係数
宿泊飲食	観光売上高v61	4.430	2.227	6.122	1.382
	観光割合x51	31.9%	24.2%	25.3%	0.795
	地産地消率x61	80.3%	85.1%	17.4%	0.217
小売	観光売上高v62	4,972	1,271	21,291	4.282
	観光割合x52	12.4%	6.6%	14.5%	1.166
	地産地消率x62	67.0%	71.5%	45.5%	0.680

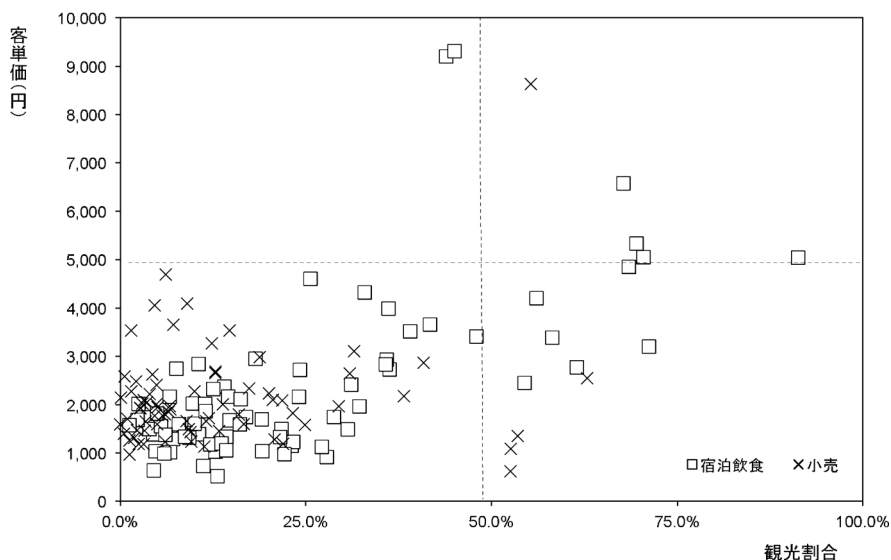
相関係数

宿泊飲食	v61	x51	x61	x41	x21	
	観光売上高v61	1.000	0.239	0.004	0.158	0.305
	観光割合x51		1.000	0.259	0.616	0.431
	地産地消率x61			1.000	0.212	0.045
	客単価x41				1.000	0.383
	従業者1人当たり売上高x21					1.000
小売	v62	x52	x62	x42	x22	
	観光売上高v62	1.000	0.462	0.053	0.073	0.235
	観光割合x52		1.000	0.021	0.192	-0.136
	地産地消率x62			1.000	-0.002	-0.169
	客単価x42				1.000	0.134
	従業者1人当たり売上高x22					1.000

景勝地が多く、たとえば、小国町、鳥羽市、湯河原町、弥彦村、那須塩原市、南房総市、加賀市、伊東市（対島村）、大洗町、長岡市、魚沼市、高山市、仙北市、焼津市などが含まれている。

観光割合と客単価の相関係数は、図表 9 のように、宿泊飲食 0.616、小売 0.192 となっている。これを散布図に描いてみると（図表 10）、宿泊飲食に比べて小売の観光割合が小さいため、小売のプロットは左下象限に集中し、観光割合と客単価には相関は見られない。一方、宿泊飲食の分布は歪んでおり、観光割合が低い地域ではやや右肩上がりの相関関係を示し、観光割合が高い地域では客単価のバラツキが大きくなっている。宿泊飲食と小売の比較でいえば、（１）観光割合が低い、都市部のような地域では宿泊飲食よりも小売の客単価の方が若干高く、逆に、（２）観光割合が高い、

図表10：観光割合と客単価の関係



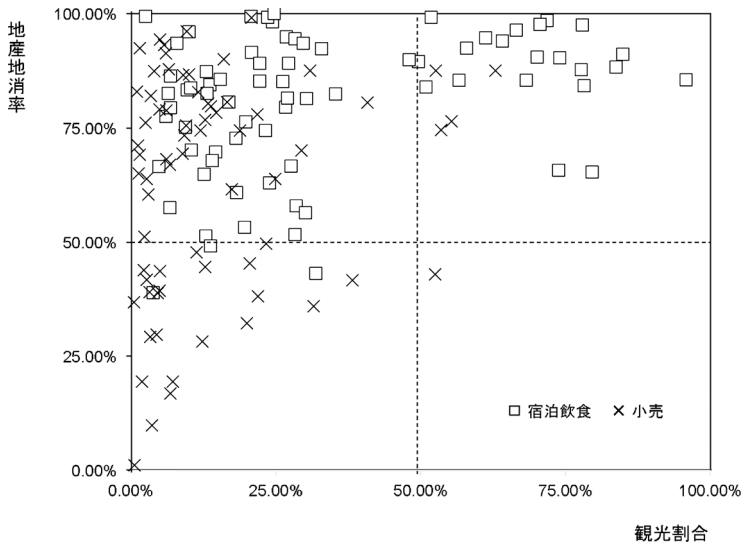
観光への依存度が高い地域では小売よりも宿泊飲食の客単価の方が高いという傾向が見られる。ただしこれは、客単価が相対的に高い宿泊と、必ずしも客単価が低い飲食がひとつの分類でまとめられているため、疑似相関である可能性は否定できない。

次に、観光割合と地産地消率 (x_{61} , x_{62}) との関係を見てみよう。ここで、地産地消率とは、年間費用支払額のうち、どれぐらいの割合を観光地域が立地する都道府県内に支払っているかを示したものである。地産地消率の平均は、宿泊飲食 80.3%、小売 67.0% であり、小売よりも宿泊飲食の地産地消率が高くなっている。変動係数は、宿泊 0.217、小売 0.680 で、小売の方がデータのバラツキが大きくなっている。

観光割合と地産地消率の相関係数は宿泊飲食 0.431、小売 -0.169 で、宿泊飲食での相関がやや高くなっている。これを散布図に描いてみると、データの分布が歪んでいる様子がうかがえ、宿泊飲食、小売ともに、観光

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

図表 11：観光割合と地産地消率の関係



割合が高くなるほど地産地消率のパラツキが小さくなる傾向が見いだせる。とくに観光割合 50% 以上では、地産地消率が 50% を下回る観光地域は皆無に等しくなることは特筆に値する。これは、観光依存度の高い地域では地産地消活動が活発である、という仮説を支持するひとつの材料となるだろう。観光割合と地産地消率は相関はないが、観光割合の高い地域では総じて地産地消率が高く、低い観光地域では地産地消率が高い地域もあればそうでない地域もあり、混在している、ということがわかる。

7. 観光地域経済調査の利用可能性

本稿では、新たに調査が開始された、「観光地域経済調査」の速報データを用いて、データの特性と傾向を整理した。

これまでの分析のうち、全国レベルの集計からわかったことを整理すると、

- (1) 主な事業の売上高に占める観光売上高の割合（観光割合）を「業種」ごとにみると、観光への依存度が高い業種は旅行業その他 80.2%、宿泊 58.2%、文化 38.9% などであり、低い業種は小売 6.2% である（図表2）

という傾向が見られるものの、

- (2) すべての業種のデータを「合計」して業種ごとの構成比をみると、観光売上高への貢献度が最も大きいのは小売 26.6%、次いで旅客輸送 23.2% であり、「業種」ごとで見た観光への依存度が高かった、旅行業その他 16.6%、宿泊 15.9% は相対的に観光売上高への貢献度が低い（図表3）

ということであった。観光売上高に限らず、総売上高や主な事業の売上高でも、圧倒的に小売の構成比が大きいため、全体の集計結果で見れば、小売が最も観光地域経済に貢献している、という結論が導かれやすい。たしかに、地産地消に特化した、小売や飲食が観光を主導する観光地域もあるかもしれないが、観光依存度の高い業種、宿泊、文化、旅客輸送、旅行業その他が観光客を誘引し、その波及効果として小売や飲食が恩恵を受けているという構図を考えるのがむしろ適切であろう。本稿での分析全般から言えば、宿泊飲食は観光活動との相関が高いが、小売は必ずしもそのような関係は高くなく、観光活動が活性化した結果、小売が恩恵を受けている、あるいは観光活動とは無関係に、都市の規模などから小売の経済活動が活性化している様子が見て取れる。観光活動が業種に与える影響についてはさらなる詳細な分析が必要である。

観光地域レベルでは、多くの変数の分布が歪みを生じているため（図表5）、事業所1カ所当たり売上高や従業者1人当たり売上高、観光割合や地産地消率のような指数化した変数で分析を行い、以下のような点を明らかにした。

- (3) 事業所1カ所当たり従業者数、事業所1カ所当たり売上高の相関は

非常に高く、「規模」の変数として利用できる（図表6）。従業者1人当たり売上高は、これら2つの変数と必ずしも高い相関が見られなかったため、「規模」の変数ではなく、「成果」の変数として利用した。

- （4）利用客数が多い観光地域では客単価が高い、という傾向は、相関係数を見る限り、見いだせなかった（図表7）。
- （5）客単価と従業者1人当たり売上高の関係は、宿泊飲食では相関が高く、客単価が高くなると従業者1人当たり売上高が増える傾向が見て取れた。これに対して小売では客単価が高くなるにつれて、従業者1人当たり売上高のバラツキが大きくなる傾向が見られた（図表8）。
- （6）観光割合と客単価の関係を見ると、観光割合が低い、都市部のような地域では宿泊飲食よりも小売の客単価の方が若干高く、逆に、観光割合が高い、観光への依存度が高い地域では小売よりも宿泊飲食の客単価の方が高くなる傾向が見られる。ただし、これは、客単価が相対的に高い宿泊と、必ずしも客単価が高くない飲食がひとつの分類でまとめられているため、疑似相関である可能性は否定できない（図表10）。
- （7）地産地消率の平均は、宿泊飲食80.3%、小売67.0%であり、小売よりも宿泊飲食の地産地消率が高くなっている。観光割合と地産地消率の関係を見ると、両変数の相関係数は低いものの、観光割合の高い地域では総じて地産地消率が高く、低い観光地域では地産地消率が高い地域と低い地域が混在している傾向が見て取れる（図表11）。

ここで用いたデータにはいくつかの制約があり、分析にあたっては注意が必要であることも明らかになった。そのひとつが「宿泊飲食」という業種カテゴリーである。客単価でいえば、本来、宿泊の客単価は小売よりも

高いと考えられるが、この調査結果では、客単価の中央値が宿泊飲食1,741円、小売1,939円とほぼ差がなくなっている。この宿泊飲食の変数が、宿泊の貢献度が大きいのか、飲食の貢献度が大きいのかはわからない。今後、宿泊と飲食を分けてデータが公開されることが期待される。

また、本稿では、サンプルサイズ78の観光地域レベルの変数を、基本統計量・相関係数・散布図という、きわめて簡便な方法を用いて、変数ごとの分布の特徴や変数間の相関関係を整理してきたわけだが、観光地域の名称も公開されているため、「複数の観光地域間の比較分析」も可能であろう。たとえば、歴史的観光資源を有する観光地域間、温泉街を有する観光地域間、都市型観光地と遠隔地型観光地間で、観光依存度（観光割合）の影響を調べる、といったことが考えられよう。しかし今回利用したデータでそのような分析を試みたものの、宿泊と飲食が同じカテゴリーの数字となっていることなどの景況が、必ずしも解釈できる結果を提示することはできなかった。新しい統計であり、データのクセ、傾向などをまずは統計的に整理しつつ、そのような特定の地域間での比較が必要になってくるものと思われる。

今後、データが整備されるにしたがって、たとえば、(a) 観光割合の高低によって、観光地域間にどのような産業構造のちがいが見られるか、(b) 売上高を利用客数×客単価の2つの要因に分解したとき、観光地域間で利用客数や客単価の傾向にどのような特徴が見られるか、(c) 地産地消費率が高い観光地域ではどのような産業構造の特徴が見られるか、といった分析が可能となろう。これについては別稿でさらに検討を続けたい。

付 属 資 料

[分析対象の観光地域：78 地域]

北海道：函館市，網走市，旭川市，上富良野町，富良野市，江差町，八雲町，青森県：青森市，八戸市，秋田県：仙北市，山形県：米沢市，酒田市，福島県：

「観光地域経済調査」にみる観光地マネジメント

会津若松市，須賀川市，茨城県：大洗町，神栖町，潮来市，栃木県：日光市（今市町），日光市（日光町），那須塩原市，群馬県：渋川市，みなかみ町，千葉県：南房総市，茂原市，成田市，東京都：日野市，神奈川県：湯河原町，山梨県：甲府市，新潟県：弥彦村，長岡市，魚沼市，湯沢町，上越市，富山県：射水市，石川県：金沢市，加賀市，穴水町，長野県：松本市，下諏訪町，茅野市，原村，大町市，福井県：敦賀市，岐阜県：高山市，中津川市，静岡県：伊東市，伊東市（対島村），御殿場市，焼津市，愛知県：常滑市，豊田市，三重県：菰野町，鳥羽市，滋賀県：彦根市，京都府：京都市中京区，東山区，山科区，右京区，西京区，宇治市，京丹後市，兵庫県：相生市，赤穂市，奈良県：奈良市，奈良市伏見町，島根県：境港市，出雲市，岡山県：倉敷市，広島県：廿日市市，山口県：山口市，萩市，愛媛県：松山市，福岡県：福岡市博多区，熊本県：山鹿市，小国町，大分県：別府市，鹿児島県：指宿市，沖縄県：本部町

参 考 文 献

観光庁 (2013) 「平成 24 年観光地域経済調査・速報」(結果の概要)，2013 年 8 月。
二神真美 (2013) 「持続的な観光地マネジメントの国際動向と課題」，*NUCB journal of economics and information science*, Vol. 57 (2), pp. 241-252，2013 年 3 月。

観光庁，観光地域経済調査

URL : <http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/kouzou.html>

観光地域経済調査実施事務局 URL : <http://kanko-chosa.jp/index.html>

謝 辞

田中誠一先生には公私にわたりご指導頂き，たいへんお世話になりました。ここに記して，感謝いたします。

(2013 年 9 月 20 日脱稿)