

# 7-1 観光客高齢化および雨天・夜間対策の経済波及効果 ～彦根市観光に関する経済効果測定調査結果をふまえて～

滋賀大学 経済学部 教授 得田 雅章

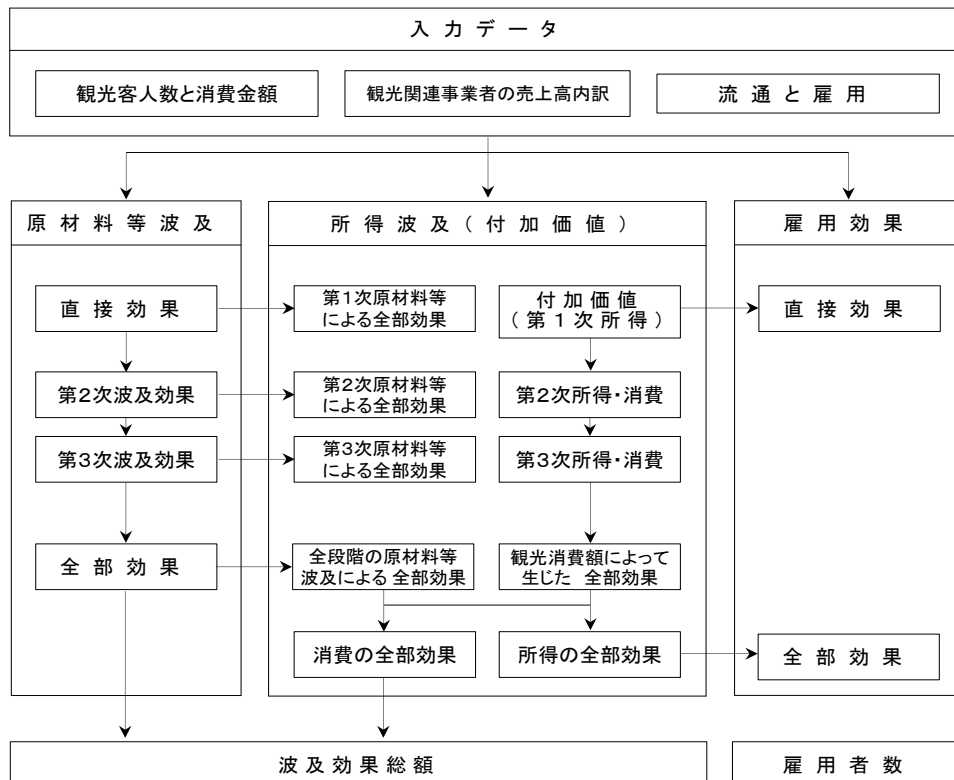
## 1. はじめに～本調査の目的と内容～

本研究は、2017年に滋賀県彦根市より受託した「彦根市観光に関する経済効果測定調査」から得られた諸課題について、いくつかの試算を元に定量的に考察することを目的とする。試算に必要な各種指標およびパラメータについては「平成29年彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書(彦根市)」(以下、2017報告書と略する)を参照する<sup>1</sup>。すなわち報告書より、

- ◆ 観光客アンケート調査による直接効果としての観光消費額の推計値
  - ◆ 事業所アンケート調査およびヒアリングによる売上の内訳および彦根市内調達率の設定値
- を援用した上で、
- ◆ 観光客高齢化および雨天・夜間対策の経済波及効果の推計
- を行うものである。

経済波及効果の分析手法は、報告書同様の国土交通省ホームページに掲載されていた乗数理論による観光消費調査推計支援システムを基礎とする。以下では、まず2017報告書の概要および意義を紹介し、次にシナリオを設定して試算を行う。

**【経済波及効果全体像イメージ】**



<sup>1</sup> 同様の調査及び報告は、2007年以降2017年までほぼ毎年実施されてきた(2014・2015年は未実施)。本研究ではその最新年の内容を援用する。

## 2. 2017 報告書の概要と意義

彦根市観光に関する経済効果測定調査は、2007 年に実施された「彦根城築城 400 年祭 経済効果測定調査」から 2017 年にかけて毎年実施されてきた、彦根市からの委託研究である。2017 年の調査は通算 9 回目の調査にあたる。

暦年(1 月～12 月)の調査結果に波及推計まで加えたうえで、その翌年の 3 月に公表する本報告書は、速報性において全国的に類をみない。また、同種の調査をほぼ毎年にわたり継続的に実施していることも、人口 11 万人の中規模市としてはめずらしく、滋賀県内では本市のみである。それゆえ、行政サイドにとっては交通・観光関連施設整備等の観光都市整備のための 1 次資料として、民間事業者にとっては需要予測を行うための、そして一般市民にとっては市の観光施策の現状を知るうえで有益な資料となることが期待される。

2017 年は、「井伊直弼公生誕 200 年祭」(2017 年 7/10～12/23) 以来の大型記念行事である「国宝・彦根城築城 410 年祭」(3/18～12/10) が開催された<sup>2</sup>。さらに、引き続き旺盛なインバウンド需要(訪日外国人観光客数)の後押しもあり、10 月には天候不順があったものの、総合的に観光事業は堅調に推移した。

彦根の代表的観光スポットである城山公園(彦根城を含む)の入場者数は、前年調査比で 5 万人、率にして 7% 増加した。また、普通車の駐車台数は、前年調査比で微増の 2,800 台増(1% 増)だったものの、大型車では 1,100 台増(20% 増)と大幅に増加した。一方で、彦根城博物館の来場者数が 1,300 人増(1% 増)だったのに対して、同玄宮園の入園者数は 1.6 万人減(6% 減)と減少した。観光客の入込客数は 340 万人であり、対前年比 14 万人増(4% 増)であった。これを 1 人あたり訪問地点数で割った観光客実人数は 237 万人(5% 増)であった。1 人あたり観光消費額では、宿泊客は微減(1% 減少)したものの日帰り客で 3 割近く(27%)も増加した。結果として、観光消費総額は 197 億円(31 億円増)であり、経済波及効果は 362 億円(49 億円増)となった(表 1)。

表 1 主要調査結果

調査回数	年	直接効果			波及効果		主要参考指標			
		観光客数 (実人数推計) (万人)	観光消費額 (億円)	うち ひこにゃん グッズ 販売額 (億円)	総額 (億円)	雇用 効果 (人)	1人あたり観光消費額		城山公園 (彦根城) 入場者数 (万人)	市内 観光 入込客数 (万人)
							日帰り 客 (円)	宿泊 客 (円)		
1	2007	243	174	17	338	2,872	5,184	23,308	76	406
2	2008	185	170	10	331	1,955	6,660	29,554	65	333
3	2009	210	108	8	211	1,200	3,741	20,576	72	323
4	2010	211	120	8	228	1,129	4,061	19,517	73	344
5	2011	228	143	8	271	1,324	4,141	20,408	83	364
6	2012	204	137	9	258	1,309	4,393	20,260	72	332
7	2013	206	141	8	266	1,304	4,332	21,499	74	319
8	2016	226	166	7	313	1,302	4,273	22,117	79	326
	<b>2017</b>	<b>237</b>	<b>197</b>	<b>9</b>	<b>362</b>	<b>1,429</b>	<b>5,429</b>	<b>21,871</b>	<b>84</b>	<b>340</b>
9	前年差	11	31	2	49	127	1,156	▲ 246	5	14
	前年比	5%	19%	23%	16%	10%	27%	-1%	7%	4%

※ 2007 年は「彦根城築城 400 年祭」開催期間(250 日)の経済効果を測定したもの。

<sup>2</sup> 410 年祭の事業には、NHK 大河ドラマ「おんな城主 直虎」とタイアップしたスペシャル企画『大河ドラマに見る井伊家-「花の生涯」から「おんな城主 直虎」まで-』(開国記念館)も含まれる。

過去に行なわれた調査での観光客へのアンケート結果と比べることで、彦根市観光動態として普遍的なものが確認できた。すなわち、彦根の観光客像というのが、家族あるいは友人知人といった二人連れの日帰り個人旅行者であり【アンケート問 1、問 2、問 3】、自家用車で来訪しているということだ【問 5】。訪問する観光スポットは「彦根城」と「キャッスルロード」の 2 地点に限られ、関東圏のような遠方から来る観光客は「四番町スクエア」まで足を延ばさない【問 7】。すなわち、「彦根城域を散策した後、キャッスルロードを行って戻ってくる」という直線的かつ発展性の乏しい観光ルートに留まっている。観光後の感想としては、「落ち着いた」、「静かな」、「きれいな」街並みであり好印象を抱いたという割合が前年同様高かった。また、今や彦根市の“顔”ともなっているゆるキャラ「ひこにゃん」が、いまだ一定の存在感を示していることが確認できた。

一方で本調査から、以下の 3 点が今後の観光施策上の課題として浮かび上がってきた。

1. 訪問観光客の年齢層がじわりと高くなっていること(アンケート調査項目【問 11】(3))
2. 彦根城を中心とした街歩き型の観光地には全天候型観光施設・スポットが少なく、悪天時の観光客数は大きく落ち込むこと(参考資料 1・2)
3. 夜間の訪問スポットが限られていること(アンケート調査項目【問 7、問 12】)

これらの中で、「国土のグランドデザイン 2050」(国土交通省、2014 年)や「彦根市まち・ひと・しごと創生総合戦略」(彦根市、2016 年)が、急激な人口減少や“異次元の”高齢化を危惧しているように、現状を鑑みると 1. は少子高齢化が今後一層進展する状況において喫緊の課題と考えられる。

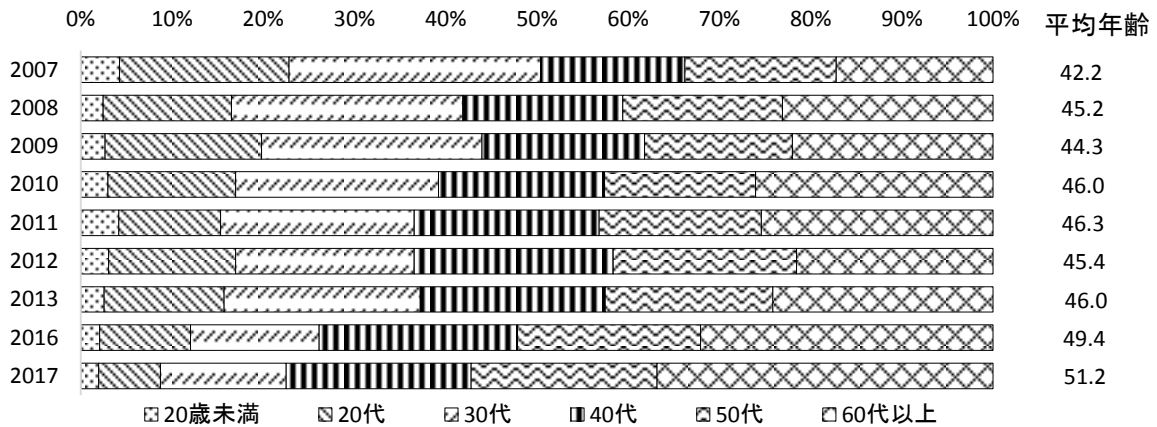
2017 報告書は彦根観光の現状を映す鏡であると同時に、美点や課題点をあぶり出し、関係者の意識共有を促進させることで観光施策の一助となつてほしい、という思いで分析・編集した一冊である。マネジメント手法のひとつ PDCA サイクルでいえば、P「計画(Plan)」にあたる。今回の調査結果をふまえ、体制作り・環境整備・施策展開といった D「実行(Do)」を強力に推進していくことで、より望ましい彦根観光に繋がっていけば幸いである。以下では上記 3 点について考察を加えるが、特に 1. に重きを置き、人口減少・高齢化を迎える観光地としての現状と展望について考えたい。

## 2.1 人口減少・高齢化と観光

まず、彦根市観光客の年齢構成の推移をみてみたい。図 1 はアンケート調査項目【問 11】(3)の年齢構成割合を調査年毎にまとめたものである。本統計を取り始めた 2007 年(彦根城築城 400 年祭)以降、全般的に高齢化が進んでいることがうかがえる。特に若年層である 30 代以下の減少と高齢層である 60 代以上の増加が顕著となっている。観光客の平均年齢では、この 10 年間におよそ 10 歳も上昇し 50 歳を超えてしまったと推察できる。こうした変化が全て人口高齢化のせいだと断ずるつもりはないが、わずかに 10 年余りの期間にここまで影響が出ていることに対しては、何らかの対応を講ずるべきであろう。

こうして観光サービス需要者である観光客が高齢化しているのと同様に、観光サービス供給者の大半を輩出する彦根市民もまた高齢化が進んでいるとみるべきであろう。次にこの事実を各種統計資料から確認する。

図1 彦根市観光客年齢構成の推移

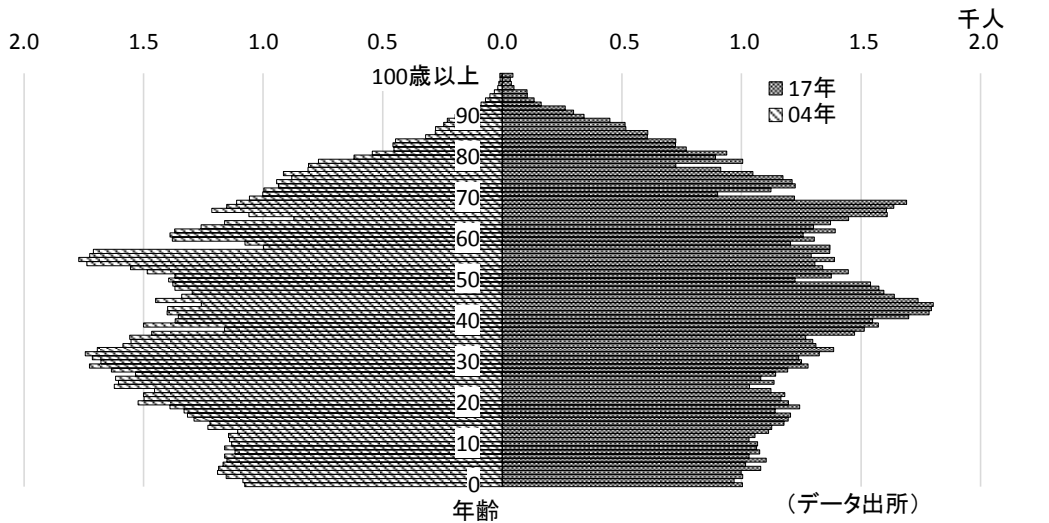


(データ出所)「彦根市観光に関する経済効果測定調査報告書」各年より

※平均年齢は、各階級の階級値をそれぞれ 18, 25, 35, 45, 55, 68 としたうえで算出した。

図2は彦根市の2004年から2017年にかけての年齢分布を人口ピラミッドとしてまとめたものである。団塊世代および団塊ジュニア世代が着実に年を重ね、ピラミッドの重心を高めていることがわかる。実際、平均年齢は2004年の40.3歳から2017年の44.2歳に4歳分上昇している。

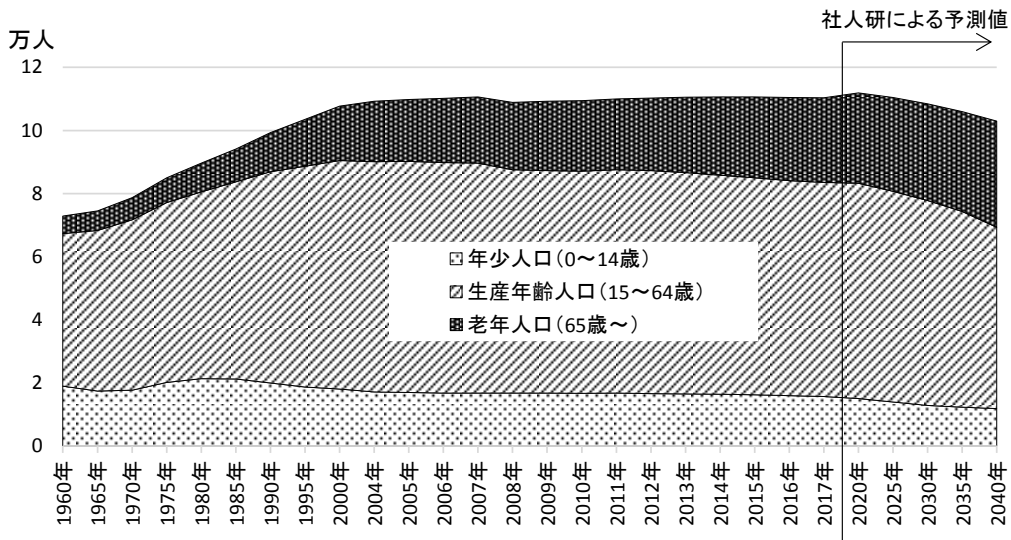
図2 彦根市民の年齢分布(2004年(左)・2017年(右))



(データ出所)  
彦根市人口データおよび  
県推計人口年報(滋賀県)

次に、図3は彦根市人口内訳の推移を年少(0~14歳)、生産年齢(15~64歳)、老年(65歳以上)の3区分にまとめたものである。なお今後の展望をイメージしやすくするために、2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所(以降「社人研」と略す)による予測値を表している。これによると、彦根市人口は間もなく2020年頃に11万人強のピークをつけ、その後は5年間に千人のペースで減少していくとされる。これまでは、主な労働力人口である生産年齢人口の割合が低下していたものの総人口では微増していた。そのため、人口問題意識は低かったのかもしれない。しかし今後は、生産年齢人口の割合低下に加え、総人口も減っていくことになる。

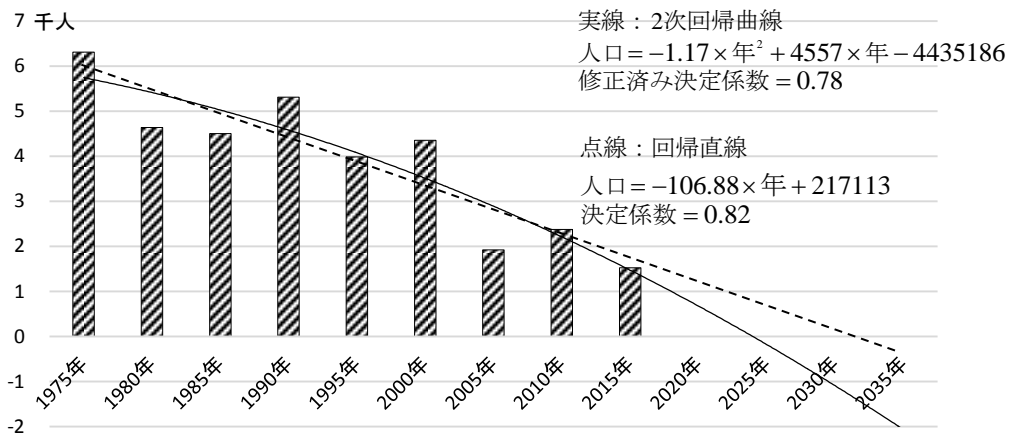
図3 人口3区分(年少・生産年齢・老年)による彦根市人口内訳の変化



(データ出所)彦根市人口データ、県推計人口年報(滋賀県)、社人研『日本の地域別将来推計人口』

図4は社人研の予測人口に依らず、彦根市人口の変化を国勢調査データから抽出し、回帰線によるトレンドラインを引いたものである。図より、毎期(5年毎)人口が増加しているもののその増加幅は逡減しており、2次曲線トレンドによると2025年、直線トレンドでも2030年頃には人口減少に転じる蓋然性が高いといえる。

図4 彦根市人口の5年毎増加数とトレンドライン

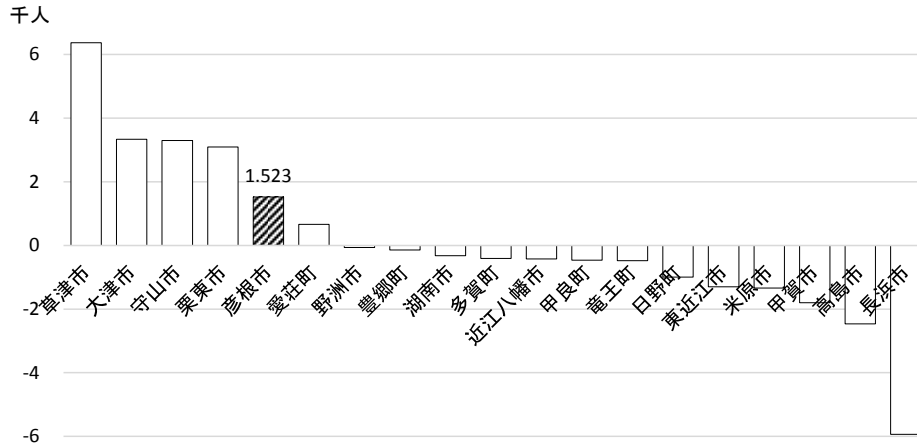


このように、いずれの統計資料からも、観光サービス労働の中核を担う生産年齢人口の減少が、今後さらに深刻になると予想できる。ふたたび図3の内訳に注目すると、2000年代初頭には3人に2人(67%)が働き盛りだったが、2017年はおよそ61%まで低下していることがわかる。さらに社人研の予測では、2040年には半数近くの56%まで落ち込むという。実に1割以上の低下となる。

ここまでは時間軸から確認してきた。次は空間軸の側面、すなわち滋賀県内の各市町との比較もしておこう。図5は2010年から2015年にかけての人口増減を滋賀県内19市町とで比較したものである。全体では2千人弱の増加を保っているものの、市町によってバラつきが大きく、増加した自治体は彦根市を含めて1/3以下の6市に留まっている。彦根市は15百人ほど増えており、湖東・湖北エリアで唯一、千人以上人口が増加した自治体である。周辺

自治体に比べれば、まだ人口減少の厳しい脅威に晒されていない、その分各種対策を練る余力のある自治体といえるだろう。

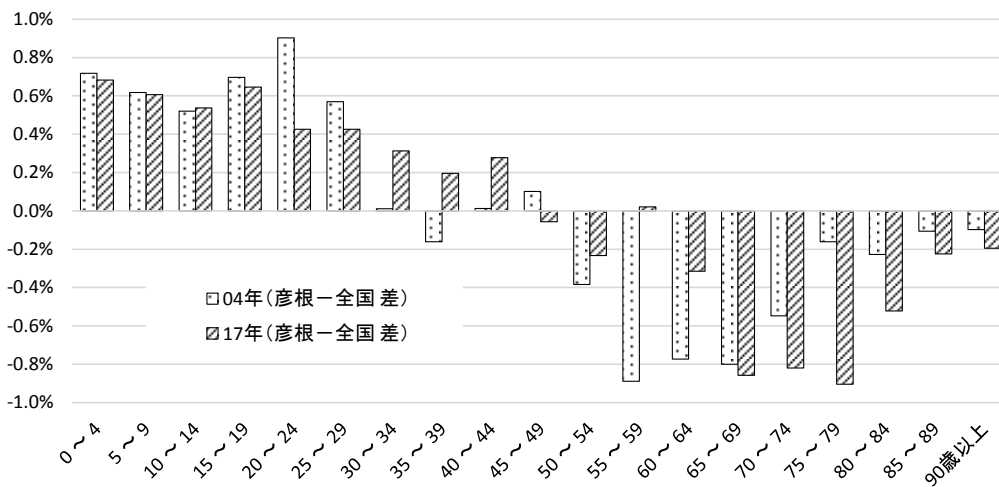
図5 滋賀県内各市町との人口増減比較(2010年～2015年)



(データ出所)国勢調査より

さらに、彦根市の状況を全国平均と比べてみよう。年齢階級別比率(5歳階級)の全国平均との比較で表したのが図6である。比較は2004年と2017年で行なっている。両年共に0歳～20代までは彦根市のほうが高い比率であり、60代以降は逆に全国のほうが高い比率となっている。すなわち、全国平均との比較では、若年齢層が厚く高年齢層が薄いことから、高齢化の進行は遅いといえる。さらに各年で比べると、2004年では50代後半から60代の割合が全国比で少なかったのに対し、2017年になると60代後半から70代の割合が全国比で低下する。後期高齢者が増え続けているものの、その影響度は全国平均に比べ小さいといえる。こうした状況を鑑みると、彦根市の人口減少・高齢化はご多分に漏れず進行しているものの、周囲(周辺自治体・全国平均)に比べるとまだマシなほうだといえる。

図6 彦根市年齢階級別比率(5歳階級)の全国比較(2004年と2017年)



彦根市人口データ、県推計人口年報(滋賀県)、国勢調査より作成



高齢化が進み、観光客受け入れサイドとしての若者世代のプレゼンスが小さくなると、春・ゴールデンウィークの行楽シーズンや夏休み時期のイベントが立て続けに催される時期、紅葉シーズンといった観光消費の稼ぎ時に、十分なパフォーマンスを発揮できなくなる。また、紅葉シーズンが終わりクリスマスシーズンに向かう頃には、“イベント疲れ”のため有効な観光イベントを催せなくなるかもしれない。さらに、IT の進展に伴った観光情報発信や電子マネー決済等の新しい取り組みに十分対応できなくなる可能性が出てくる。観光産業を担う人材が高齢化し、高齢者の割合が増えつつあるといっても、これまで確認してきたように、まだ全国平均に比すれば影響は小さいといえる。この機に高齢化に対応したサービスの提供や高齢観光客への観光施策の見直しに取り組むべきであろう。

## 2.2 悪天対策

少なくとも数日前に宿泊施設を確保する必要がある宿泊客や、事前にスケジュールが決まっている大型観光バスは、悪天候だからといって急に観光を取り止めることは出来ない。そのため、雨天の影響は比較的軽微だと考えられる。一方で、日帰り予定の観光客や自家用車での観光客は、その日の天候を確かめた上で、より気軽な気持ちで彦根への観光を決めているものと推察される。雨を避けながら散策出来るような観光地ではないことも、雨天時の日帰り客数が落ち込む原因になるものと考えられる。

こうした予想を確かめたのが表 2 である。悪天を気象庁が発表する天気概要の「雨」「大雨」「雪」とし、それ以外とで主要観光施設利用者数および駐車場駐車台数の差を集計した。全天候型観光施設である彦根城博物館の観覧者数は 100 人台/日とそれほど大きな差は見られないが、屋外型観光スポットの玄宮園入園者では 3 倍の 300 人台/日、同じく彦根城がある城山公園入山者は千人/日近くの差が確認できた。また駐車台数では、普通車で悪天日には 170 台/日ほど少なくなることがわかった。一方で観光バス等の大型車は悪天でもほとんど変化がなかったが(むしろわずかに増えている)、これは上述の事前スケジュールに従った行動の結果であると推察できる。

表 2 天候による 1 日あたり平均観光客の増減

	日数	人数			駐車場(台数)					
		城山公園 入山者	博物館 観覧者	玄宮園 入園者	京橋口		桜場 普通	大手前 普通	本町 大型	いろは松 大型
					大型	普通				
悪天(雨、大雨、雪)	53	1,475	349	481	6	146	106	61	2	11
悪天以外	312	2,431	480	794	5	212	192	75	2	11
差	365	956	131	313	-0.5	65.8	86.4	13.6	-0.2	0.0

※2017 報告書 参考資料 1・2 を再集計

こうした事実から、対策としては、ア)雨天訪問エリアの確立・誘導、あるいは、イ)雨天時における観光客の移動負荷軽減が有効と考えられる。具体的に、ア)については、彦根商店街連盟傘下 11 商店街のアーケードを最大限に活用出来るような、観光客向けの店舗誘致に取り組むことが挙げられる。必ずしも一般市民向けに賑っていると言いつても、難しい商店街が多い現状を鑑みれば、観光客向けへのシフトに大きな転換は生じないはずである。イ)については、無料の傘の貸与サービスが挙げられる。その際、ビニール傘に「彦根観光用貸与傘」や費用負担してくれるスポンサー事業所名を印字することで、持ち帰り防止や観光 PR に資するものと考えられる。

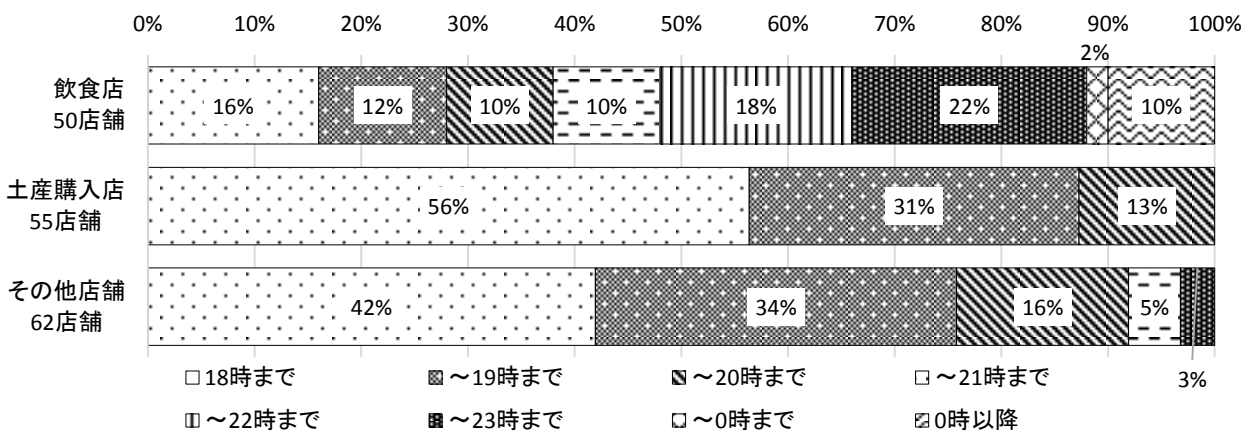
### 2.3 夜間観光の充実

現状、彦根市営の観光駐車場は、全てで観光バス等の大型駐車車を 18 時までには制限している。また、二ノ丸・桜場・大手前の彦根城隣接駐車場も、利用は 18 時までとなっている。これを夜間まで延長させ、日帰り観光客の滞在時間延長を図ることは、夜間観光の充実策として一考に値するのではないだろうか。その上で周辺の土産・飲食店に営業時間のさらなる延長を働きかけるとするのが、有効な実施手順の一つとなるだろう。主要観光スポット彦根城がある城山の夜間登山は危険だとしても、ふもとの博物館および玄宮園の延長に特段問題が多いとは思えない。

図 7 は、彦根商店街連盟加盟の 11 商店街の中からホームページ上で確認できた 167 店舗について、飲食、土産購入、その他の 3 業態毎に閉店時間をまとめたものである。観光客を主な対象とする飲食店では 21 時までには半数が閉店し、土産購入店に至っては 18 時までには過半が店を閉じてしまうことがわかる。一般消費者を対象とするその他店舗でも、19 時までには 8 割近くが閉店時間を迎えてしまう。【問 12】では、昼間の街並みからは高評価を得たものの、夜間に限るとかなり寂しい街並みとなる。薄暮以降に来訪する観光客にとっては、魅力に乏しい観光地に変貌するといえるのではないだろうか。

こうした夜間観光の活性化というのは、政府が推し進めている「ナイトタイムエコノミー」に通じるものとなる<sup>3</sup>。観光客の誘導策として、まずは彦根駅から駅前通り、いろは松、表門橋、京橋、キャッスルロード、四番町スクエアまでの主要道路の一体的なライトアップを図ってはどうか。また店舗の営業時間延長に関して、全日の施行が難しいのであれば、さしあたり試験的に金・土・祝前日のみの延長から始めるという手もあるだろう。

図 7 彦根商店街の閉店時間



(データ出所)彦根商店街連盟、各店舗ホームページより

### 3. 試算シナリオの設定

本報告書における経済波及効果推計値は、基本的に 90 ページに掲載されている各種指標の入力情報を元にした推計支援システムを援用したものである。これら情報を得るために、観光客・事業所アンケートの実施や関係各所へのヒアリング、または公開されている各種マクロデータや資料を参照してきた。一方で、政策や環境変化の実現を

<sup>3</sup> 近年、陽が落ちた以降、すなわち夜から翌朝までの間に行われる経済活動の総称とする「ナイトタイムエコノミー」に注目が集まっている。外国人観光客を呼び込む施策として用いられる場合が多いようだが、必ずしも外国人に限定しているわけではない。



想定して入力情報に織り込み、起こり得る変化を“試算”できるというのもこのシステムの利点である。本稿の締めくくりとして、前節で考察してきた諸項目が変化した場合の経済波及効果について、以下のシナリオを元に試算する。

- ・シナリオ A-1 観光客の一層の高齢化
- ・シナリオ A-2 観光客の一層の高齢化 & 観光客数の 5%減少
- ・シナリオ A-3 観光客の一層の高齢化 & 高齢者に優しい観光施策の実施
- ・シナリオ B 雨天観光対策の奏功により雨天時日帰り観光客数が増大
- ・シナリオ C 夜間観光の活性化による夜間観光客の取り込み & 昼間観光客の滞在時間延長

観光客の高齢化は全国的な傾向であり、人口動態から自明の流れである。そのため、他に変化がなければ特に施策を講じなくても実現するであろう。また、高齢化対策(バリアフリー化)をなおざりにすることは、頻繁に訪れているリピーター客や遠方から訪れる高額消費客に嫌気が差される恐れがある。高齢者を伴った若い家族や知人友人にとっても、無対策観光地へは足が向きにくいであろう。そうしたことを考慮すると、高齢化に対する施策を放置することは、観光客数の減少を招く危険性がある。

そこでシナリオ A では、高齢化に関する 3 つのシナリオを用意した。まず<シナリオ A-1>では、【問 11】(3)より訪問観光客各世代の半分が次の世代に移動することで、高齢化が進むとする。この場合、平均年齢が 51 歳から 54 歳へと 3 歳分増加することを想定する。1 人あたり観光消費の各費目額は、各年代のウェイトが変わったことを反映して変化する。次に<シナリオ A-2>では、A-1 に加え、宿泊客・日帰り客実人数が共に 5%減少することを想定する(宿泊客で 2 万人強、日帰り客で 10 万人弱の減少)。ここまでは、特に観光施策を講じなくても実現するであろう将来予測にあたる。一方で<シナリオ A-3>は、そうした高齢者の足が遠のいてしまう対策をうまく講じ、高齢観光客数の維持ならびに、高齢者の満足度を高めることで観光消費額のアップが実現した場合の試算である。具体的には、観光客数の減少をゼロとし、さらに飲食費と土産購入費がそれぞれ 1 割増加(飲食費 4,244 円、土産購入費 2,790 円にアップ)することを想定する。

<シナリオ B>は、雨天時にも彦根城周辺の街歩きが苦にならないようなサービスおよび施設を提供することで、荒天時の日帰り観光客数の減少を食い止めることができた場合の想定である。非荒天時同様の観光客数が維持されることで、結果的に年間の日帰り観光客実人数が増加することを意味する。先の表 2 によると、荒天時の城山公園(彦根城)入山者数はそうでない日の 6 割にまで減少することが分かっている。この減少を何らかの施策を講じることで食い止めた場合、年間の入山者数は 6%ほど増加することになる。この増加分を全て日帰り観光客によるものとし、観光客実人数も 6%増加(12 万人の増加)すると想定する。ただしこの場合、必然的に市内宿泊率は低下し 17%を切ることになる。

<シナリオ C>は、観光施設や店舗が夜間観光客への一層の対応促進を図った場合である。これにより、夜間観光が活性化し、夜間日帰り観光客の新規獲得が期待できる。今回は日帰り客実人数の 5%に相当する 10 万人弱が夜間日帰り観光客として訪問するとする。彼らの 1 人あたり観光消費額の内訳は実績値どおりとする。さらに、昼間型日帰り観光客の滞在時間延長も予想できることから、夕食としての飲食費アップが期待できるだろう。そのため、飲食費を実績値より 1 割多く支出すると想定する。

#### 4. 試算結果とまとめ

上記全 5 つのシナリオに基づいて試算を行なった。各シナリオの具体的な数値については、試算結果一覧を参照されたい。実績値と異なる想定値には網掛けがされ白抜きとなっている。

まず、観光客の一層の高齢化を想定したシナリオ A のほうから見てみよう。〈シナリオ A-1〉では、各年代の半分が次の世代に移行させたものだが、若年層から高齢層へ移るだけなので実のところ大きく変化したのは最若年層（30 代未満）の 10%から 4%と、最高齢層（70 代以上）の 13%から 20%だけである。そのため、1 人あたり観光消費額の内訳はわずかに変化するものの、合計では実績値とほとんど変わらなかった（宿泊客で 43 円の減少、日帰り客で 21 円の減少）。観光消費額も実績値とほぼ同額で 0.6 億円の減少、それに伴う波及総額も 0.7 億円程度の減少と試算された。雇用効果の変化もごくわずかであった。全体としての観光客数を維持できるのであれば、経済的な影響は軽微だといえよう。

次に、〈シナリオ A-2〉では、先のシナリオに加え観光客の実人数が 5%減少したケースである。この場合の経済的ダメージは大きく、観光消費額、波及総額それぞれで 10.4 億円、18.8 億円の減少となる。この額に応じ、第 3 次産業総生産は 0.65%押し下げられる。彦根市はここ 10 年間、年間で 80 億円を超えるサービス産業（第 3 次産業）の拡大を果たしてきたが、将来的にはその 2 割程度が観光産業の低迷により失われることを示唆している。また、雇用の規模でみても 75 人分の低下となった。ここまでが施策なしの場合に生じるであろう経済波及効果を示している。以降のシナリオは、市ならびに観光関連産業が積極的に各種施策を打ち出し、それらが奏功した場合の試算である。

まず〈シナリオ A-3〉は〈シナリオ A-1〉に従い全体の観光客数を実績数で維持したまま、高齢者に優しい観光施策が奏功し飲食・土産購入費が 1 割増加したケースである。この場合の経済効果は大きく、観光消費額、波及総額それぞれで 9.6 億円、16.9 億円の増加となる。この額に応じ、第 3 次産業総生産は 0.59%押し上げられる。これらの効果は、今回のシナリオの中で最大のものであった。雇用の規模でみても 57 人分の増加となった。ここまでが観光客の高齢化に関する各種シナリオの検討であった。現状に満足することなく、進行する高齢化に適応した観光地開発ならびに観光サービスの提供が重要であることがわかる。

雨天観光対策の奏功により、雨天時日帰り観光客数が増大するというケースが〈シナリオ B〉である。この場合、荒天時における日帰り観光客の減少を抑えることで、日帰り観光客実人数の増加が図られる。その結果、観光消費額で 6.4 億円増、波及総額で 11.6 億円増となり、雇用も 44 人分拡大することとなる。この規模は第 3 次産業総生産を 0.4%押し上げることに相当する。

最後に夜間観光の充実を図ったのが〈シナリオ C〉である。このシナリオは、夜間に訪れる新規観光客による効果と、既存日帰り観光客の夜間延長滞在効果を合算させたものだ。観光消費額は 8.8 億円増加し、波及総額も 16.5 億円増加すると試算された。この額は、彦根市第 3 次産業総生産を 0.57%の押し上げ、雇用効果は 66 人の増加となった。

以上の試算は、今回の調査で得られた各種データの傾向を元に、今後生じるであろう状況あるいは生じさせるべき状況を想定したものであった。各種シナリオの設定では、極端に現実離れしないよう、ある程度の蓋然性を持たせたつもりである。ただし、各シナリオの設定値が個別にどの程度重要な意味を持つかは一定の幅をもって見る必要がある。どのシナリオも観光消費調査推計支援システムの利用例として挙げたものであり、あくまで“試算”の枠を出るものではない。試算数値の実現のためには民間観光事業者、観光協会、行政、大学、そしておそらくは彦根市民のより一層の理解と連携強化が必要であることは言うまでもない。そうした際の数量的なたたき台として、また、今回のシナリオ以外の様々なシナリオ分析（冬季観光 PR、ステイ・連泊・民泊観光推進、観光体験プログラム開発等）や

予測を行う場面で、効率的に作業を進め、第1次近似的な指針を導くのに、本調査報告が有力なツールとなれば調査・分析・編集を行ったものとして幸いである。

### 試算結果一覧

		＜ベースライン＞ H29年実績	
		宿泊客	日帰り客
1 消 費 額 あ た り 内 訳 視 光	交通費	¥2,358	¥741
	宿泊費	¥11,975	¥0
	飲食費	¥3,787	¥1,782
	土産購入	¥2,599	¥2,047
	その他	¥1,151	¥860
	合計	¥21,871	¥5,429
観光客実人数		413千人	1,958千人
市内宿泊率		17.4%	
観光消費総額(百万円)		19,671	
波及総額(百万円)		36,195	
雇用者総数(人)		1,429	

- ＜シナリオ A-1＞  
観光客の一層の高齢化
- ＜シナリオ A-2＞  
観光客の一層の高齢化 & 観光客数の5%減少
- ＜シナリオ A-3＞  
観光客の一層の高齢化 & 高齢者に優しい観光施策の実施
- ＜シナリオ B＞  
雨天観光対策の奏功により雨天時日帰り観光客数が増大
- ＜シナリオ C＞  
夜間観光の活性化による夜間観光客の取り込み  
昼間観光客の滞在時間延長

#### 観光客高齢化のシナリオ

		＜シナリオA-1＞ 観光客の一層の高齢化		＜シナリオA-2＞ 観光客の一層の高齢化 観光客実人数減		＜シナリオA-3＞ 観光客の一層の高齢化 飲食・土産購入費増加	
		宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客
1 消 費 額 あ た り 内 訳 視 光	交通費	¥2,311	¥702	¥2,311	¥702	¥2,311	¥702
	宿泊費	¥11,994	¥0	¥11,994	¥0	¥11,994	¥0
	飲食費	¥3,858	¥1,812	¥3,858	¥1,812	¥4,244	¥1,993
	土産購入	¥2,536	¥2,018	¥2,536	¥2,018	¥2,790	¥2,220
	その他	¥1,130	¥876	¥1,130	¥876	¥1,130	¥876
	合計	¥21,829	¥5,407	¥21,829	¥5,407	¥22,468	¥5,790
観光客実人数		413千人	1,958千人	393千人	1,860千人	413千人	1,958千人
市内宿泊率		17.4%		17.4%		17.4%	
試算 結果	観光消費総額(百万円)	19,612		18,631		20,626	
	増分(百万円)	▲ 60		▲ 1,040		955	
	波及総額(百万円)	36,120		34,314		37,887	
	増分(百万円)	▲ 75		▲ 1,881		1,692	
	第3次産業押し上げ効果	-0.03%		-0.65%		0.59%	
	雇用者総数(人)	1,425		1,354		1,486	
増分(人)	▲ 4		▲ 75		57		

#### 雨天・夜間観光施策

		＜シナリオB＞ 雨天観光施策の奏功		＜シナリオC＞ 夜間観光の充実		
		宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	日帰り客(夜間)
1 消 費 額 あ た り 内 訳 視 光	交通費	¥2,358	¥741	¥2,358	¥741	¥741
	宿泊費	¥11,975	¥0	¥11,975	¥0	¥0
	飲食費	¥3,787	¥1,782	¥3,787	¥1,960	¥1,782
	土産購入	¥2,599	¥2,047	¥2,599	¥2,047	¥2,047
	その他	¥1,151	¥860	¥1,151	¥860	¥860
	合計	¥21,871	¥5,429	¥21,871	¥5,607	¥5,429
観光客実人数		413千人	2,077千人	413千人	1,958千人	98千人
市内宿泊率		16.6%		16.7%		
試算 結果	観光消費総額(百万円)	20,315		20,551		
	増分(百万円)	644		880		
	波及総額(百万円)	37,355		37,843		
	増分(百万円)	1,160		1,649		
	第3次産業押し上げ効果	0.40%		0.57%		
	雇用者総数(人)	1,473		1,493		
増分(人)	44		64			

※1 白抜き数字の部分をシナリオに基づき、ベースラインから変更して試算を行っている。

※2 「増分」は全てベースライン(実績値)との比較を示している。

## 参考文献・資料

- ◆ 賀川昭夫・片岡孝夫・坪沼秀昌、『First Step マクロ経済学』、有斐閣、1994年
- ◆ 得田雅章、「彦根市観光における観光消費額および経済波及効果」『滋賀大学産業共同研究センター報 No.8』、2009年、pp.98-106
- ◆ 『国土のグランドデザイン 2050』、国土交通省、2014年
- ◆ 山崎一眞・得田雅章、『彦根城築城 400 年祭 経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2008年
- ◆ 山崎一眞・得田雅章、『平成 20 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2009年
- ◆ 山崎一眞・得田雅章、『平成 21 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2010年
- ◆ 山崎一眞・得田雅章、『平成 22 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2011年
- ◆ 山崎一眞・得田雅章、『平成 23 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2012年
- ◆ 石井良一・得田雅章・山崎一眞、『平成 24 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2013年
- ◆ 石井良一・得田雅章、『平成 25 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2014年
- ◆ 石井良一・得田雅章、『平成 28 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2017年
- ◆ 石井良一・得田雅章、『平成 29 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2018年
- ◆ 『彦根市観光客満足度調査報告書』、一般社団法人 近江ツーリズムボード(調査分析 滋賀大学社会連携研究センター)、2017年
- ◆ 『彦根市観光客満足度調査報告書』、一般社団法人 近江ツーリズムボード(調査分析 滋賀大学社会連携研究センター)、2018年
- ◆ 『彦根市まち・ひと・しごと創生総合戦略』、彦根市、2016年
- ◆ 『広報ひこね』、彦根市、各号
  
- ◆ 『人口推計』、総務省統計局  
<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/index.htm> (アクセス 2018年3月1日)
- ◆ 『日本の地域別将来推計人口』、国立社会保障・人口問題研究所  
<http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson13/t-page.asp> (アクセス 2018年3月1日)
- ◆ 『県推計人口年報』、滋賀県  
<http://www.pref.shiga.lg.jp/data/population/renew/#nenp> (アクセス 2018年3月1日)
- ◆ 『国勢調査』、総務省統計局  
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/kekka.htm> (アクセス 2018年3月1日)
- ◆ 『滋賀県観光入込客統計調査書』、滋賀県  
<http://www.pref.shiga.lg.jp/f/kanko/irikomichosah27.html> (アクセス 2018年3月1日)

## 補論 波及効果の推計法について(ベースラインを例に)<sup>4</sup>

### ■ 2017年彦根市観光関連観光客数と観光消費額

彦根市観光関連の観光消費額は、

$$\text{観光消費額} = \text{宿泊客観光消費額} + \text{日帰り客観光消費額}$$

と定義する。ここで、

$$\begin{aligned} \text{宿泊客観光消費額} &= \text{宿泊客1人あたり観光消費額} \times \text{宿泊観光客数(実人数)} \\ \text{日帰り客観光消費額} &= \text{日帰り客1人あたり観光消費額} \times \text{日帰り観光客数(実人数)} \end{aligned}$$

である。

宿泊観光客数(実人数)は、観光客アンケート問2(2017報告書)の結果より、ほぼ1泊であることから、滋賀県観光入込統計の宿泊客数をそのまま用いた。日帰り観光客数(実人数)については、日帰り観光客数(延べ人数)を1人あたり訪問地点数で除すことで求めた。

$$\text{日帰り観光客数(実人数)} = \text{日帰り観光客数(延べ人数)} \div \text{1人あたり訪問地点数}$$

結果、宿泊客観光消費額が9,042百万円、日帰り客観光消費額が10,629.1百万円と推計された。したがって観光消費額は197億円と推計される。

### ■ 観光消費がもたらす波及効果

#### 【原材料等波及効果】

観光消費額(197億円)が各企業の原材料調達に及ぼした金額を以下に示す。観光消費額から、売上原価・営業経費(この2つを原材料等とする)相当分を抽出し、これに彦根市内調達率をかけたものが原材料等直接効果(第1次波及効果)(6,299百万円)となる<sup>5</sup>。

$$\text{原材料等直接効果(第1次波及効果)} = \text{原材料等相当額} \times \text{彦根市内調達率}$$

更に、この6,299百万円分の資材を提供した事業所にも、原材料等率および彦根市内調達率をかけた2,137百万円(第2次)原材料調達が発生する。このように、はじめの観光消費額が連続した原材料調達へとつながっていったものが原材料等波及効果となる。

$$\text{第}n\text{次原材料等波及効果} = \text{n-1次原材料等波及効果} \times \text{原材料等率} \times \text{彦根市内調達率}$$

原材料等波及効果は、第2次、第3次、…、第n次とつながり、それら全ての波及効果を総計したものが原材料等波及の全部効果であり、合計9,532百万円となった。

#### 【所得波及効果】

(所得増加分から生じる所得波及効果)

観光消費額から原材料等をひいたもの(所得増加分)が、観光消費によって観光関連5業種において生じた付加価値となる。これに彦根市内調達率をかけたものが彦根市の観光消費による第1次所得(付加価値)であり、5,958百万円と算出された。

$$\text{第1次所得効果} = \text{付加価値相当額} \times \text{彦根市内調達率}$$

この所得も何割かは新たな消費へと充てられていくため、第1次に留まるのではなく、第2次、第3次へと波及する。消費は、

<sup>4</sup> 詳細は2017報告書を参照。

<sup>5</sup> 実際は観光5業種(飲食業、宿泊業、交通・運輸業・土産販売業、観光施設業)に分けて計算している(所得波及効果も同じ)。



新たな事業者の所得を発生させ、また新たな消費へとつながっていく。なお、新たな消費は以下のケインズ型消費関数に基づき導出した。

$$\text{第}n\text{次消費効果} = \text{第}n-1\text{次所得効果} \times \text{限界消費性向} \times \text{彦根市内消費率}$$

こうして消費→所得→所得増加による消費の増加→増加した消費による所得増加→…といった連鎖を辿っていくことで、第2次、第3次といった所得・消費波及が算出できる。観光消費額によって生じた所得の全部効果は7,077百万円であり、観光消費額によって生じた消費の全部効果は5,202百万円であった。

(原材料等波及効果から生じる所得波及効果)

所得波及は第2次、第3次といった各段階の原材料等波及効果からも発生する。というのは、原材料等波及効果の各段階において、原材料等費と同時に、所得増加分も発生するからである。所得増加分から生じる所得波及効果と同様、原材料等波及の各段階で生じた所得に付加価値率および彦根市内調達率をかけて所得効果を算出し、その所得に限界消費性向および市内消費率をかけて消費効果を算出する。これらの波及の総計が、全段階の原材料等波及効果による所得の全部効果(2,435百万円)であり、全段階の原材料等波及効果による消費の全部効果(1,790百万円)である。

所得増加分から生じる波及効果(所得・消費)と原材料等波及効果から生じる波及効果(所得・消費)を合算させた結果、所得の全部効果が9,513百万円、消費の全部効果が6,992百万円となった。

#### 【雇用効果】

雇用の直接効果は、観光消費によって生じる人件費相当額(4,814百万円)から、以下の式により雇用可能な人数を算出し、雇用吸収力として示している。

$$\text{雇用者数} = \text{人件費相当額} \div \text{平均所得} \div \text{地域補正}$$

上記式より、雇用の直接効果を1,086人と推計できた。さらに、波及効果による雇用者数は、

$$\text{人件費相当額} = \text{所得の全部効果} \times \text{所得に占める人件費割合}$$

の式により人件費相当額を算出した後、前出と同様に算出した結果、343人となった。

これらの効果を総合すると、観光客の消費総額197億円のうち、直接効果として彦根市内に留まる額は11,113百万円と推計される(原材料等直接効果+人件費相当額)。また、観光産業における雇用者数は、1,086人、生じた付加価値は5,958百万円と推計される。

さらに、この直接効果をもととして、彦根市内にもたらされる生産波及効果の総額は、16,524百万円と推計される(原材料等波及の全部効果+消費の全部効果)。また、これによる雇用効果は343人と推計される。

以上より、観光客の消費によって彦根市内にもたらされた経済波及効果の総額は36,195百万円となり、その乗数効果は1.84となる。また、それによって生じた雇用者数は1,429人と推計される。

■波及効果の推計を行うための各種指標の入力情報一覧（ベースラインを例に）

□観光消費総額 (千円)

観光消費の総額	
飲食費	5,054,174
宿泊費	4,950,334
交通費	2,425,208
土産品購入	5,082,005
現地ツアー、入場料など	2,159,327
総額	19,671,048

シナリオに応じて変更させる箇所

---

□収支構造(対売上高比率)

	売上原価率	営業経費率	人件費率	その他率	営業利益率
飲食業	37%	27%	29%	4%	3%
宿泊業	19%	37%	31%	10%	4%
交通・運輸業	33%	15%	47%	3%	2%
土産販売業	67%	15%	13%	2%	3%
観光施設業	30%	34%	28%	6%	2%
全産業	68%	8%	17%	4%	4%

□域内調達率(支払先の域内率)

	売上原価	営業経費	人件費	本社比率
飲食業	54%	71%	93%	67%
宿泊業	58%	64%	79%	67%
交通・運輸業	58%	69%	95%	75%
土産販売業	16%	64%	91%	82%
観光施設業	54%	73%	95%	83%
全産業	42%	67%	94%	79%

□その他

限界消費性向	0.84
市内消費率	88%
給与地域補正值	99%
調査対象期間	12ヶ月
域内人口	112,720人

変更させない箇所

---

観光客実人数	2,371,422人
うち宿泊者実人数	413,400人
うち日帰り客実人数	1,958,022人
宿泊者の消費単価	21,871円
日帰り客の消費単価	5,429円

シナリオに応じて変更させる箇所

【波及効果イメージ ベースライン（2017年観光調査）※単位百万円】

