

3. 論文

3-1 彦根市観光に経済効果～彦根城周辺観光の拡張可能性～

滋賀大学経済学部 准教授 得田 雅章

1. はじめに

本論の目的は、2011年8月～2012年3月に滋賀県彦根市から委託された調査研究である「平成23年彦根市観光に関する経済効果測定調査¹」（以下、その調査を「観光調査」と称す）から得られた指標をもとに、彦根城周辺観光の拡張可能性について考察するものである。

観光調査は、2007年に実施された「彦根城築城400年祭 経済効果測定調査」から毎年実施されているものであり、最新の調査結果は2011年のものである。すでに彦根市ホームページ上では報告書が公開されているように、暦年の調査結果を、波及推計まで行ったうえでその翌年の3月に公表する調査報告書は、速報性において全国的に希少なものである。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ている。

2011年の彦根観光を考えるうえで、3月に起きた東日本大震災とその後の原発事故は外せない。震災当初は、犠牲者や被災者および被災地のニュースを連日のように目にする中、観光にうつつをぬかしてよいのかと自粛ムードが漂っていた。一方では、被災を免れた地域が積極的に景気を牽引していかねばならないと、逆の対応も見られた。全国的に観光に対する方向性が定まらぬ中で、彦根の観光が展開されてきたといえるだろう。本市は幸いにも被災地から遠く離れて位置するため、旅行客層の顕著な変化は見られなかったが、東海からの観光客比率が若干上がっていた（観光調査報告書アンケート問10より。以下、【アンケート問〇】と称す）。東日本方面への観光を西日本方面へシフトさせた可能性がある。

観光に対するネガティブ要因としては、高速道路の休日特別割引（休日千円）が6月に終了したことが挙げられる。天候については、5月と9月に記録的な大雨に苛まれ、夏季は前年ほどではないものの猛暑となった。屋内観光施設の乏しい本市観光は、ある程度の影響を受けたのではないかと考えられる。逆にポジティブ要因としては、NHK大河ドラマ「江～姫たちの戦国～」で湖北エリア（一部では彦根市も含む）がクローズアップされたことが挙げられる。近隣の長浜市では「江・浅井三姉妹博覧会」が盛況を博し、多くの観光客が訪れた²。本市にも周遊観光や石田三成人気といった大河効果のいくばくかの恩恵があったと考えられる。また京都では、2011年が法然上人800回忌と親鸞聖人750回忌に当たり、50年に1度の大遠忌法要が行なわれた。京都へ参る人達が、行き・帰りに彦根に立ち寄った可能性も考えられる。

¹ 本調査は筆者と本学地域連携センターの山崎一真特任教授(当時)が行った共同研究である。詳細な調査結果については山崎・得田(2012)を、それ以前の調査についてはそれぞれ山崎・得田(2008、2009、2010、2011)を参照のこと。

² 博覧会実行委員会によると、来場者数は119万人、長浜市への観光客数は1,030万人で経済効果は240億円に達したとされる。

次節では観光調査から推計された 2011 年の彦根市観光消費額および経済波及効果の概要を提示する。3 節で観光施策に関する考察を行い、4 節では試算を行う。

2. 2011年の彦根市観光消費額および経済波及効果

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、

$$\text{宿泊客観光消費額} = \text{宿泊客一人あたり観光消費額} \times \text{宿泊観光客数 (実人数)}$$

$$\text{日帰り客観光消費額} = \text{日帰り客一人あたり観光消費額} \times \text{日帰り観光客数 (実人数)}$$

である。

宿泊観光客数（実人数）は、観光調査報告書の結果から、ほぼ 1 泊であることがわかっているので、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 人当たり訪問地点数（1.72）で除すことで求めた。結果、宿泊客の実人数が 25.4 万人でその観光消費額が 52 億円、日帰り客の実人数が 194.2 万人でその観光消費額が 80 億円と推計された³。したがって観光消費額は 132 億円と推計される。以下では、この観光産業にもたらされた金額が、そのように彦根市経済（全産業）に波及していったのかをみていく⁴。

□ 観光消費がもたらす効果

【原材料等波及効果】

観光消費額（132 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）（3,808 百万円）となる⁵。更に、この 3,808 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 1,417 百万円の（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。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 6,064 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

³ 実人数の計算については報告書 p.20 を参照。

⁴ ここでの推計は、国土交通省の提唱する乗数理論に基づく観光消費調査推計支援システムに依拠している。入力情報源は、観光客アンケート調査（回答数 1,753）、事業所アンケート調査（84 社から回答）、彦根商工会議所（中小企業相談所）ならびに彦根観光協会へのヒアリング、産業連関表（滋賀県）、景況調査結果報告書（滋賀県）、地域経済報告（日本銀行）、地域経済動向（内閣府）ならびに国土交通省・観光庁の観光統計データ等である。

⁵ 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）。

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、4,992百万円と算出された。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、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。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6,085百万円であり、観光消費額によって生じた消費の全部効果は4,472百万円であった。

（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（1,807百万円）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（1,328百万円）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7,891百万円、消費の全部効果が5,800百万円となった。

【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（4,241百万円）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。

$$\text{雇用者数} = \text{人件費相当額} \div \text{平均所得} \div \text{地域補正} \quad (1)$$

(1)式より、雇用の直接効果を957人と推計できた。さらに、波及効果による雇用者数は、

$$\text{人件費相当額} = \text{所得の全部効果} \times \text{所得に占める人件費割合} \quad (2)$$

という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、270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132億円のうち、直接効果として彦根市内に留まる額は約61%に相当する8,050百万円と推計される（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、957人、生じた付加価値は4,992百万円と推計される。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、11,865百万円と推計される（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270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25,084百万円となり、その乗数効果は1.90となる。また、それによって生じた雇用者数は1,227人と推計される。

図表1 2011年 経済波及効果推計のための各種入力指標(左)および経済波及効果イメージ(右)

□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	29%	31%	33%	3%	4%
宿泊業	26%	35%	24%	11%	4%
交通・運輸	7%	14%	69%	9%	1%
土産販売	50%	17%	22%	6%	5%
観光施設	29%	34%	28%	6%	3%
全産業	52%	18%	22%	5%	3%

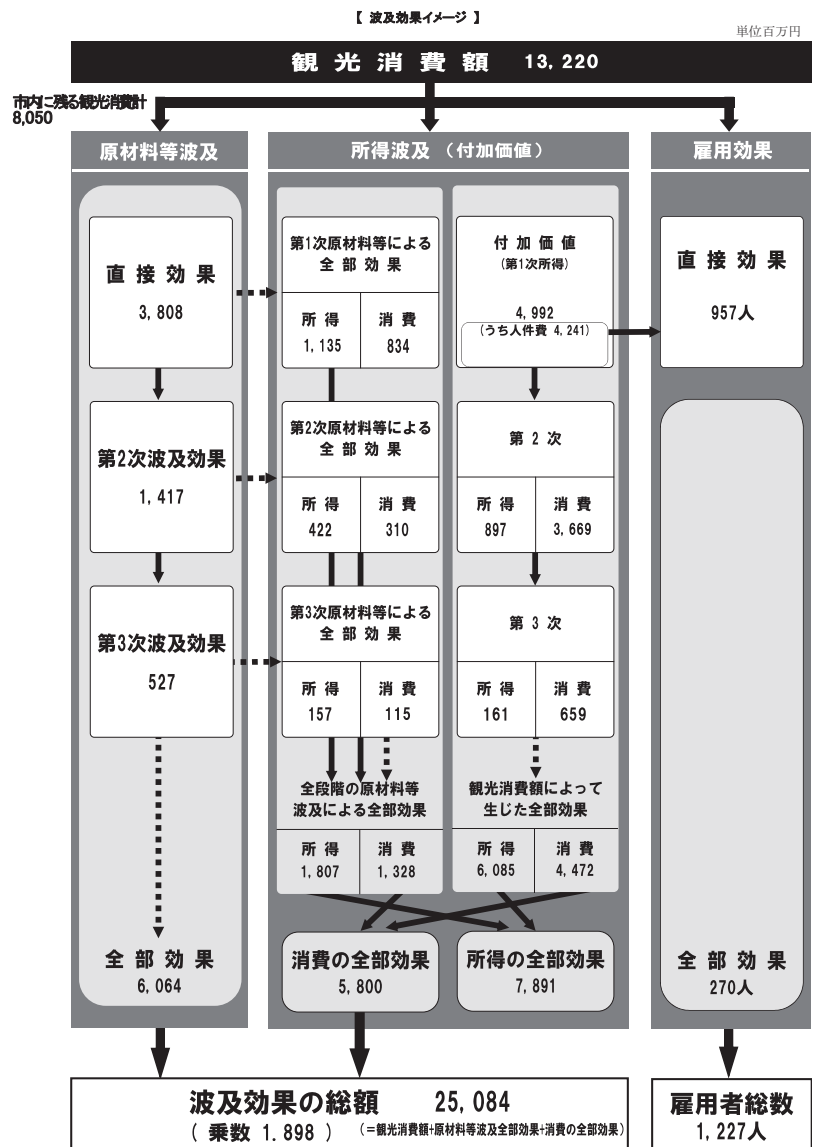
□域内調達率(支払先の域内率)

	売上 原価	営業 経費	人件 費	本社 比率
飲食業	60%	71%	97%	47%
宿泊業	60%	61%	77%	48%
交通・運輸	57%	70%	97%	47%
土産販売	18%	61%	90%	73%
観光施設	56%	73%	97%	47%
全産業	48%	68%	94%	47%

□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	112,397人

観光客実人数	2,195,454人
宿泊者実人数	253,800人
日帰り客実人数	1,941,654人
宿泊者の消費単価	20,408円
日帰り客の消費単価	4,141円



3. 観光施策に関する一考察

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)の入場者数は前年比13%増となり、築城400年祭(2007年)から4年ぶりに80万人を超える記録的な数字となった。「400年祭」や「井伊直弼と開国150年祭(2008~2010年)」のような市独自の大型記念行事が開催されていなかったことを考えると、観光産業従事者の奮闘はもちろんであるが、それ以上にやはり上記のような外部環境要因が強く作用していたのだと考えざるを得ない。複合的な要因は一人あたり観光消費額を微増させ、実質観光客数は220万人(前年比8万人増)を記録させた。そのため、消費総額は132億円(同13億円増)であり、経済波及効果は251億円(同23億円増)となった。

毎年の継続調査から、彦根市観光動態として普遍的なもの・一過性のものとの区別が明白になってきた。まず、普遍的なもの・中長期的には変わりにくいであろう傾向を挙げる。すなわち、

彦根の観光者像というのが、家族あるいは友人知人といった二人連れの個人旅行者であり【アンケート問 1、問 3】、自家用車を利用した日帰り旅行の地として定着しているということだ【アンケート問 2、問 9】。日帰り旅行となるのは立ち寄り地点数が少ないからで、宿泊・日帰り客ともに 2 地点しか立ち寄らない【アンケート問 5】傾向は前年調査とほぼ同じであった。また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昨年同様高かった【アンケート問 11】。変化のほどが見て取れたものは、観光客に占める宿泊客（市外での宿泊客を含む）比率が上昇し、平均泊数が増加したことである【アンケート問 2】。大河ドラマ効果による湖北・湖東エリアの周遊観光の影響と考えられる【アンケート問 7】。

消費総額に占める土産購入費と関連して、今年もまた根強い「ゆるキャラ」ひこにゃんの人気を確認された【アンケート問 4、問 11】。全国の地方自治体から次々とあまたのゆるキャラが生み出されている中、元祖ゆるキャラともいえるひこにゃんは、いまだに確たる影響力を保持しているといえよう。今後も彦根市の象徴的キャラクターとして、また代表的なゆるキャラとして大きな存在感を示すものと思われる。ただし、土産購入費に占めるひこにゃんグッズ購入割合の低下やひこにゃん宛て年賀状数の漸減から、ひこにゃんがその影響力を徐々に弱めていることも確認されている（BOX2 参照）。それゆえ、今後はひこにゃんに過度に偏重しないバランスの取れた観光戦略が求められよう。

そのひこにゃん人気を示すバロメーターの一つとして、毎年正月に届けられるひこにゃん宛て年賀状の数が考えられる。以下の表は 2010 年以降 3 年間に届けられた年賀状数の地域別推移を表したものである。ひこにゃんグッズの売上と関連し、減少傾向にあることが確認できる。実数でみると、

図表 2 ひこにゃん年賀状地域別内訳

地元近畿 からが 5~ 6 千通と最 も多く、次 いで関東 からがそ の半分程 度の 3 千通 と、他地域 に比べ際	2012 年 正月	人口 10 万人 あたり (通)	2011 年 正月	2010 年 正月
	北海道	214	3.9	209
東北	220	2.4	267	342
関東	2,613	6.1	2,698	3,156
甲信越・北陸	501	5.9	527	566
東海	930	6.2	1,068	1,253
近畿	5,453	26.1	5,697	6,283
中国・四国	703	6.1	745	740
九州・沖縄	394	2.7	382	434
不明・海外	61		204	46
TOTAL	11,089		11,797	13,036
前年比	-6.0%		-9.5%	



※データ・画像ともに彦根市から提供

立って多く見える。しかし、人口 10 万人当たりで基準化すると、関東は近畿周辺の甲信越・北陸、東海、中国・四国とほとんど変わらなく 6 通程度であることがわかる。この意味では、ひこにゃん人気は決して関東で突出しているわけではなく、地元近畿を中心に同心円状に広がっていると考えられる。

観光戦略の候補として即効性がありかつ有力なのは、近年の歴史ブームを経て NHK 大河ドラマによって一躍脚光をあびた石田三成とその居城であった佐和山の活用であり、もう一つがグルメ戦略としてのひこね井の展開であろう。前者は【留置きアンケート問 10】でみるように、すで

に走り出している感があるが、後者は認知度もまだまだこれからでいまだ胎動の段階と言えよう。この飲食や土産販売に関しては、商店街の連携も重要である。彦根城の東南から南西にかけては多くの商店街が存在するが、それぞれ観光に対するスタンスに温度差があるため、一体となった観光振興策はとられていない。そのため、観光客の動線が彦根城⇄キャッスルロードという直線的なものにとどまっていたり、滞在時間ならびに観光消費額が伸びない一因となっている。観光客を周遊させ面的な動線にするためには、地元住民を対象とする商店街との一層の連携が欠かせないであろう。幸い現時点でも「江戸時代風」「大正時代風」のコンセプトを有する商店街が存在するので、これに「昭和風」と「現代風」をさらに加え、“彦根商業の時代的変遷”をテーマとした一体的な商店街づくりを進めてはどうだろうか。これはテーマパークならぬ“テーマタウン構想”と言えるものである。

図表3 彦根 11 商店街



※彦根商店街連盟 HP より

また、自家用車で来訪する観光客が過半であることから、駐車場を含めた観光客の動線を考慮することも重要である。観光シーズンには彦根城周辺の駐車スペースが飽和状態になるため、湖岸沿い商業施設の駐車場や、彦根港の空きスペース活用が一考に値するのではないだろうか。周遊ゾーンの拡大につながり、同時にびわ湖の観光資源化が見込めるだろう。宿泊客のさらなる獲得も重要である。本市の観光資源のみでの訴求力が弱いのであれば、彦根以外の湖東エリアや湖北エリアといったびわ湖・近江路広域観光圏での一体的な協力体制の確立が求められよう。観光客実人数の増加と、日帰り客1人あたり観光消費額の微増が、今回の観光消費総額ひいては経済波及総額の増加に繋がった。マクロ経済環境の緩やかな回復に依る部分が相当程度存在した

ことは否めない。この点においてはひきつづき個人消費動向の持ち直しが報告されているものの【さくらレポート（日本銀行 2012 年 1 月号）、滋賀県経済指標（滋賀県 2012 年 1/31 版）】、そのペースは極めて緩やかで、今後も急激な改善は見込めないであろう。一方では、本市周辺での大型イベントが終わったことで、観光客数の減少が懸念される。

4. 試算

本調査によって得られた彦根市観光に関する様々なパラメータを基にした「観光消費調査推計支援システム」を利用して、今後（希望的観測を含めて）想定される以下の 6 つのシナリオに基づき、経済波及効果を計測し、ベースシナリオ（今回調査実績）との比較を行ってみる。

宿泊客は日帰り客に比べ 4 倍近い観光消費を行っている。したがって、日帰り観光地から宿泊観光地へのシフトは直接的な経済効果につながる。しかし、現状では彦根市内の宿泊率は約 1 割にとどまっている。また、彦根観光のメインは彦根城を中心とする街歩きにあるため、12 月～翌年 2 月の冬季観光は極端に観光客数が落ちる。受け入れ余力を有効に活用し、観光客数のさらなるのびしろを求めるには、冬季観光客数の落ち込みを抑える施策が必要となってくる。

この「冬季」「宿泊」をキーワードとして考えられる長期的施策の大胆なひとつの例として、今回温泉のアピールによる集客を考えてみる。本市ではすでに彦根千乃松原温泉があるが、温泉地としての認知度はほとんどないと言ってよい。近隣自治体に目を移すと、

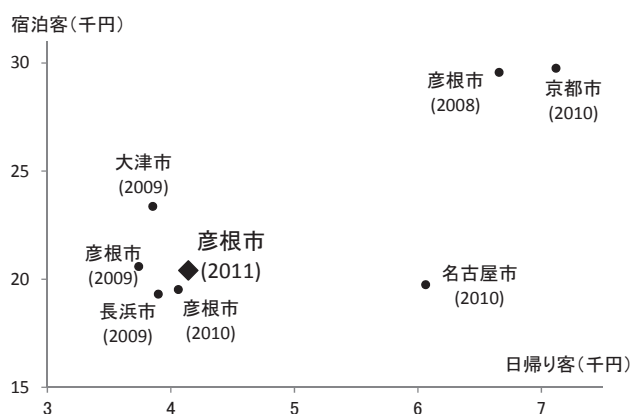
2004 年に旧永源寺町（現東近江市）が温泉を掘り当て、2008 年には日帰りの温泉施設を開設されたことが記憶に新しい。温泉に選好を示すと思われる 40 代以上の観光客が、本市では 6 割以上に上ること【アンケート問 10】、および今後の高齢化社会の進展を見越すと、観光施策として一考に値するのではないか。ちなみに温泉観光エリアで全国的に有名な和倉温泉（石川県）では、宿泊客比率が 95% に達していて、本市との比率が逆転するほどである。

図表 4 和倉温泉（石川県）年次浴客数

	宿泊客	日帰客	合計	宿泊比率
2007	787,952	52,944	840,896	93.7%
2008	833,953	50,065	884,018	94.3%
2009	747,952	48,873	796,825	93.9%
2010	883,090	49,755	932,845	94.7%

※和倉温泉旅館協同組合資料より

図表 5 各地域の観光客一人あたり消費額



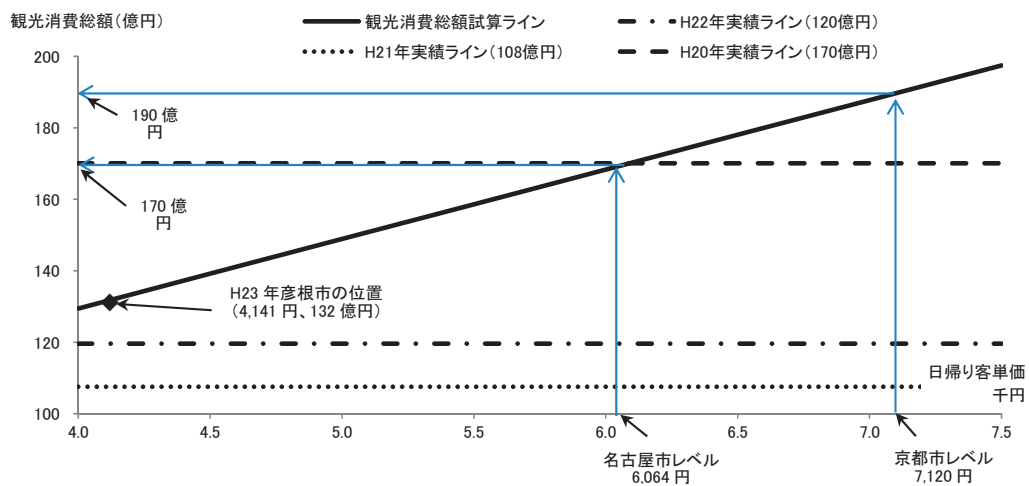
エリア	単位 円		宿泊率	
	宿泊客	日帰客		
彦根市	(2011)	20,408	4,141	11.6%
	(2010)	19,517	4,061	
	(2009)	20,576	3,741	
	(2008)	29,554	6,660	
長浜市(2009)	19,300	3,900		
大津市(2009)	23,352	3,854		27.5%
京都市(2010)	29,740	7,120		26.4%
名古屋市(2010)	19,736	6,064		13.1%

試算に先立ち、彦根市の観光客一人あたり消費額が周辺自治体と比べてどの程度なのかを確認しておく。取りあげる自治体は、湖北に位置する長浜市、滋賀県県庁所在地である大津市、政令指定都市の京都市と名古屋市である⁶。併せて観光客に占める宿泊客の割合も示す。

政令指定都市の2市は広域にわたり多くの観光スポットを有しているため、特に日帰り客の消費金額が大きくなっている。彦根市は400年祭の余波を受け2008年は高水準を維持したものの、その後は落ち込むこととなった。日帰り客では大津市より300円ほど高いものの、宿泊客では3千円の差がついている。彦根観光はほぼ9割が日帰り客であることから（報告書 p.20）、観光消費総額および波及総額に大きく影響を及ぼすのは日帰り客の一人あたり消費額を確実に増やすことにあるだろう。

そこでまず、日帰り客一人あたり観光消費額の増加が彦根市に与える影響を試算してみる（シナリオ 1-1、1-2）。調査結果から得られた各費目（飲食費、宿泊費、交通費、土産購入費）の比率が変わらずに、日帰り客一人あたり観光消費額が増額された場合を想定している（詳細は後掲の試算結果表を参照）。なお、宿泊客一人あたり観光消費額および日帰り・宿泊客の実人数は変えていない。

図表 6 日帰り客一人あたり消費額と観光消費総額の関係（シナリオ 1-1、1-2）



図は横軸が日帰り客単価、縦軸が彦根市にもたらされる観光消費総額である。右上がりの直線は、試算からもたらされた彦根市における両指標の関係を示している。直線上の「◆」は2011年の彦根市の位置であり、日帰り客一人あたり観光消費額4,141円、観光消費総額132億円を表している。3本の水平ラインは過去の彦根市観光消費総額の実績を示している。2009、2010年より上回ったものの、2008年には遠く及ばない。

仮に日帰り客一人あたり観光消費額が、名古屋市レベルの6,064円まで増加したとすれば（シナリオ 1-1）、観光消費総額は170億円に達する（波及総額は321億円）。京都市レベルの7,120

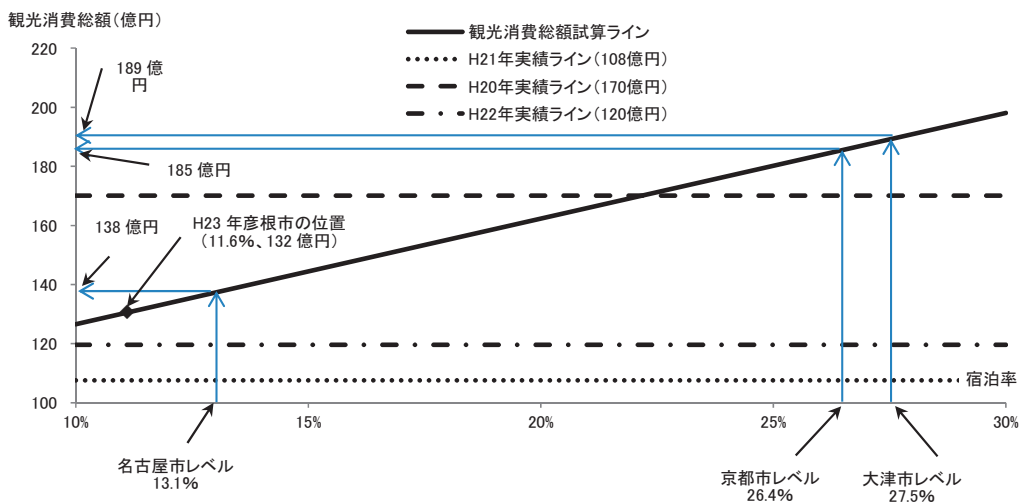
⁶ 各自治体の調査手法や期間（暦年・年度）が必ずしも本調査と一致しないので、結果については幅をもって見る必要がある。詳細については各自治体の資料を参照してもらいたい（長浜市を除き全てウェブに公開されている[2012年 2/23 現在]）。

円だと（シナリオ 1-2）、観光消費総額は 190 億円に達すると計算される（波及総額は 360 億円）。さらに派生的に雇用効果も発生し、前者では 355 人、後者では 550 人が彦根の現状より増加すると試算された。

例えば日帰り客に千円相当のお土産を追加的に購入していただくと同時に、千円相当の追加的な飲食をしていただければ（日帰り客消費額 2 千円アップ）、名古屋市レベルに伍し、観光消費総額で 37 億円、波及総額で 70 億円もの追加的な効果を上げることができる（これは彦根市第 3 次産業総生産を 3%押し上げることに相当する）。こうした観点から、お土産やご当地グルメの開発は引き続き重要な課題となってくるであろう。

次に、観光客に占める宿泊客比率が上昇した場合の、彦根市に与える影響を試算してみる（シナリオ 2-1～2-4）。観光客一人あたり観光消費額および観光客総数は変えず実績値を用いている（後掲表参照）。

図表 7 宿泊率と観光消費総額の関係 （シナリオ 2-1～2-3）



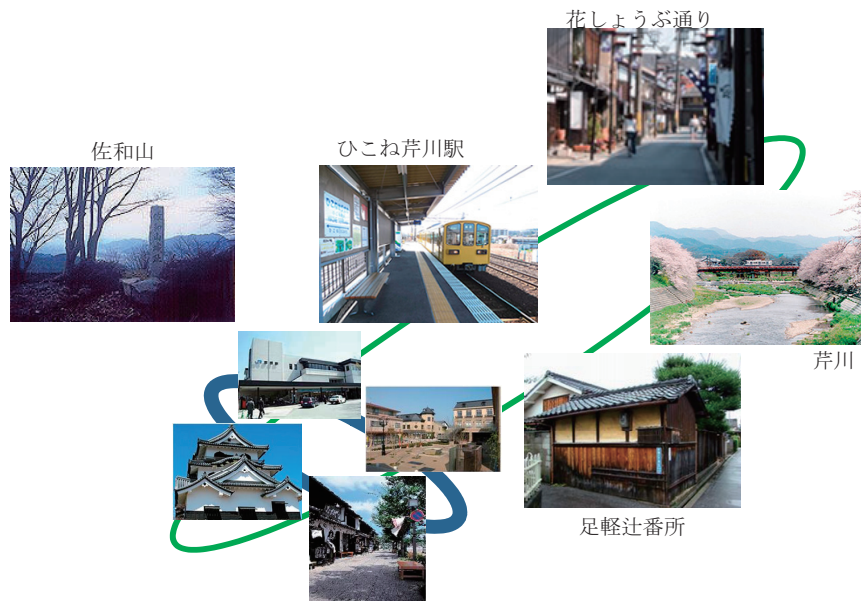
図は横軸が宿泊率、縦軸が彦根市にもたらされる観光消費総額である。右上がりの直線は、試算からもたらされた彦根市における両指標の関係を示している。直線上の「◆」は 2011 年の彦根市の位置であり、宿泊率 11.6% (p.20)、観光消費総額 132 億円を表している。仮に宿泊率が名古屋市レベルの 13.1%まで上昇（宿泊客 29 万人）したとすれば（シナリオ 2-1）、観光消費総額は 138 億円に達する（波及総額は 262 億円）。さらに京都市レベルの 26.4%だと（シナリオ 2-2）、185 億円（波及総額は 353 億円）、大津市レベルの 27.5%では 189 億円（波及総額は 361 億円）に達すると計算される。雇用効果では、名古屋市レベルで 48 人、京都市レベルで 466 人、そして大津市レベルで 501 人が現状より増加することが計算された。なお、極端な仮定なので詳しくは言及しないが、シナリオ 2-4 で和倉温泉の宿泊割合に達した際の試算も行い、破格の効果があることを示している。

彦根城周辺観光における周遊ルートが整備され、観光客にも周知させることで、観光滞在時間の増加が期待できる。例えば、立寄り上位四地点である、彦根城、キャッスルロード、四番町スクエア、駅前お城通り【アンケート問 5】間での周遊行動が定着すれば（これを[基本ルート]とする）、午後から来訪する観光客のうち、これまで日帰りで済ませていた観光客が宿泊するようになるかもしれない。また、現時点ではまだまだ観光客にとって無名な観光地点が整備・注目されることで、観光滞在時間の倍増が期待できるだろう。具体的には、周遊ルート[基本ルート]に、足軽辻番所、芹川堤、花しょうぶ通り、ひこね芹川駅が加えることが想定できる。佐和山方面の観光ルートが整備されることも想定できよう（これらを[発展ルート]とする）。こうした滞在時間の一層の拡大により、宿泊率のアップと観光消費額の増大が期待できる。

図表 8 彦根周遊【基本ルート】
彦根駅



図表 9 彦根周遊【発展ルート】



図表 10 試算結果

		ベースライン H23年実績		シナリオ1-1 日帰り客消費単価 名古屋市レベル		シナリオ1-2 日帰り客消費単価 京都市レベル	
		宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客
1人あたり 観光消費 額内訳	飲食費	¥3,970	¥1,217	¥3,970	¥1,783	¥3,970	¥2,093
	宿泊費	¥9,392	¥0	¥9,392	¥0	¥9,392	¥0
	交通費	¥2,998	¥860	¥2,998	¥1,260	¥2,998	¥1,479
	土産購入	¥3,090	¥1,503	¥3,090	¥2,201	¥3,090	¥2,584
	その他	¥959	¥561	¥959	¥821	¥959	¥964
観光客実人数		254千人	1,942千人	254千人	1,942千人	254千人	1,942千人
試算 結果	観光消費総額(百万円)	13,220		16,954		19,000	
	増分(百万円)			3,734		5,780	
	波及総額(百万円)	25,084		32,103		35,957	
	増分(百万円)			7,019		10,873	
	雇用者総数(人)	1,227		1,582		1,777	
	増分(人)			355		550	

※ 白抜き数字の部分を実験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。

		シナリオ2-1 宿泊率 名古屋市レベル		シナリオ2-2 宿泊率 京都市レベル		シナリオ2-3 宿泊率 大津市レベル		シナリオ2-4 宿泊率 和倉温泉レベル	
		宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客
1人あたり 観光消費 額内訳	飲食費	¥3,970	¥1,217	¥3,970	¥1,217	¥3,970	¥1,217	¥3,970	¥1,217
	宿泊費	¥9,392	¥0	¥9,392	¥0	¥9,392	¥0	¥9,392	¥0
	交通費	¥2,998	¥860	¥2,998	¥860	¥2,998	¥860	¥2,998	¥860
	土産購入	¥3,090	¥1,503	¥3,090	¥1,503	¥3,090	¥1,503	¥3,090	¥1,503
	その他	¥959	¥561	¥959	¥561	¥959	¥561	¥959	¥561
観光客実人数		288千人	1,908千人	580千人	1,616千人	604千人	1,592千人	2,086千人	110千人
試算 結果	観光消費総額(百万円)	13,770		18,519		18,912		43,019	
	増分(百万円)	550		5,299		5,692		26,065	
	波及総額(百万円)	26,150		35,349		36,110		82,800	
	増分(百万円)	1,066		10,265		11,026		50,697	
	雇用者総数(人)	1,275		1,693		1,728		3,849	
	増分(人)	48		466		501		2,267	

以上の試算では、シナリオ1-1~2-3として彦根市周辺の各自治体を比較参照しつつ行ってきた。これらのシナリオを比較すると、観光消費総額および雇用者総数ではシナリオ1-2の京都市レベルまで日帰り客単価を上げることが最も高い効果をもたらすことが示された。一方、波及総額ではシナリオ2-3の大津市レベルまで宿泊率を上げることで最も効果が高くなることが示された。

なお、各シナリオは必ずしも独立するものではなく、実際は複合的に関連し合い相乗効果が発生することが期待される。例えば<シナリオ1-1、1-2>から、夕食の夕食が追加されることで日帰り客の単価がアップすると、副次的に<シナリオ2-1、2-2、2-3>宿泊率の上昇につながるかもしれない。そういった意味で、各シナリオの数字が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”である。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、そしておそらくは地域住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・連泊観光推進、外国人客誘致等)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ることは間違いないであろう。

《参考資料》

- 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
- 山崎一眞・得田雅章、『H23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
——・——、『H22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
——・——、『H21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
——・——、『H20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
- 『エコメイト年末景気セミナー配付資料』、湘南エコノメトリクス、2011年12月9日
- 『大津市観光動向調査』、大津市、2010年
- 『平成22年の京都市観光調査の結果について』、京都市、2011年
- 『経済活動別市町村内総生産』、「滋賀県市町民経済計算」、滋賀県、各年
- 『事業所・企業統計調査』、総務省統計局および滋賀県、各年
- 『平成22年 滋賀県観光入込客統計調査書』、滋賀県、2012年（彦根市データのみ）
- 『滋賀県経済指標』、滋賀県、2012年1月31日版
- 『滋賀県産業連関表（平成17年）』、滋賀県、2010年
- 『広報ひこね』、彦根市、各号
- 『滋賀県観光動態調査報告書（平成17年）』、滋賀県、2005年
- 『国勢調査（平成17年）』、総務省、2006年
- 『さくらレポート』、日本銀行、2012年1月号
- 『長浜観光振興ビジョン策定に係る 観光動向調査等業務 報告書』、長浜市、2011年
- 『平成22年度 名古屋市観光客・宿泊客動向調査』、名古屋市、2011年
- 『和倉温泉浴客数資料』、和倉温泉観光協会、各年度