

地域観光のマーケティングに 観光統計を活用せよ



福田宏治

(株)ちばぎん総合研究所
受託調査部研究員

2007(平成19)年1月に観光立国推進基本法が施行され、観光振興が国家戦略として位置づけられた。これを着実に推進するための基礎データおよび観光施策の指標とすることを目的として、同年1月から観光庁により宿泊旅行統計調査が開始された。その後も地域の状況を的確に把握することなどを目的として、旅行・観光消費動向調査、訪日外国人消費動向調査、全国観光入込客についての調査が行われている。

これらの観光統計が整備され、データが蓄積されてきたことにより、それまで各都道府県がそれぞれの手法で実施・把握していた宿泊者数、観光入込客数、観光消費額などを、季節ごとに全国共通の基準で比較することができるようになった。このことで、観光に関する自地域の現状や実態をより精緻な数値で把握できるとともに、他地域との比較・分析が可能となり、マーケティングに基づく観光施策を戦略的に打ち立てることが可能となった。

具体的に千葉県を例に数字を見てみよう。千葉県における09(平成21)年の延べ宿泊者数は1,836万人で、東京都(4,191万人)、北海道(2,328万人)、大阪府(1,962万人)に次ぐ全国第4位となっている(平成21年宿泊旅行統計調査)。また、10(平成22)年4~9月期の千葉県内における観光消費額は6,170億円に

のぼり、同期間の観光入込客統計が公表されている39都道府県中で第2位、観光入込客数〔実人数(※注)〕は、5,165万人回で全国第3位となっており(観光入込客統計)、千葉県は全国有数の観光大県といえる。

また、観光入込客統計を用いて千葉県の旅行形態や消費動向を分析してみると、1回の旅行当たりの平均訪問地点数は、1.25回で全国39都道府県中の第36位と周遊性が低い(もっとも高い県は高知県で3.2回)。さらに、県内容の宿泊者数は94万8千人回で同10位と少なく、県内容の宿泊客における観光消費額単価も1万5,163円で同25位と低いといった課題が見えてくる。一方、同じく首都圏に位置する東京都と神奈川県の数値と千葉県を比較してみると、県外からの宿泊者数は583万人でもっとも多く(東京都:398万人、神奈川県:356万人)、日帰り客における観光消費額単価も県内容が6,828円、県外客が1万217円でもっとも高くなっている(東京都:県内3,988円、県外8,398円 神奈川県:県内3,823円、県外5,387円)。

こうした特徴を持つ千葉県の観光において、観光入込客統計を活用した千葉県観光消費額を引き上げる施策の方向性を考えると、観光消費額単価で優位性のある日帰り客の誘致は他地域に比べ単位当たりの経済効果が大きいといった点や、人口に比べ低い水準にとど

まっている県内容の宿泊数を増加させるための県内宿泊施設の魅力向上方策が必要といったようなことが浮かび上がってくる。

今後も千葉県では、三井アウトレットパーク木更津金田の開業〔12(平成24)年4月〕、ちばアクアラインマラソンの開催(同年10月)、成田国際空港の年間発着枠の拡大〔14(平成26)年度末〕が予定されるなど、交流人口を増加させうる機会に恵まれている。しかしながら、娯楽の多様化とともに地域の観光に対する消費者のニーズは細分化している。また、観光産業は景気動向に加え、自然災害、天候等といった外部要因の影響も受けやすい。

日本全体が本格的な人口減少社会に突入し、観光客誘致の地域間競争がいつそう激化する中、自治体や関連団体等では、実施した各種取り組みに対して、その実証効果を検証し、さらなる観光客の誘致を図るといった継続的かつターゲットを絞った活動が求められている。

実証効果の検証、改善といった過程では、定量的で速報性のある統計データの活用が不可欠であり、工業や商業などの他産業と同様に、観光産業においても観光統計をマーケティングのツールとして有効活用することが必要である。

(※注) 実人数とは、観光客をカウントした値で、1人が複数の観光地点を訪問しても1人回となる。