

KPIの設定指標と目標値(案)

2022年11月25日

(淡路島総合観光戦略策定会議)

① 宿泊者の発地別比率(近畿圏以外の宿泊者比率)

- 推進戦略2(商品戦略:高付加価値化)「京阪神以外からも選ばれる観光地」をめざし、首都圏等遠隔地発のシェア拡大に向けた誘客の促進を行う。
- 近畿圏宿泊比率が、周辺観光地と比べても非常に高い淡路島を、首都圏を始めとする遠隔地から選ばれる観光地とする戦略の評価指標として、宿泊者の発地別比率、特に近畿圏以外からの宿泊者の比率は、重要な指標となる。
- 調査方法は、RESASの延べ宿泊者数(日本人)により、宿泊者居住地1~10位までは把握可能(暦年)。または、ひょうご観光本部「観光地魅力度調査」での、全国6ブロック別の発地調査項目もある(四半期単位)。

・RESASの居住地都道府県別宿泊者数

■RESAS「居住地都道府県別延べ宿泊者数（日本人）」の構成割合

2021年	淡路市			洲本市			南あわじ市			豊岡市			宮津市			白浜町		
	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合
1位	大阪府	37,747	30.6%	大阪府	324,380	37.0%	兵庫県	138,260	38.4%	兵庫県	636,411	39.0%	大阪府	83,774	23.2%	大阪府	732,917	33.7%
2位	兵庫県	34,913	28.3%	兵庫県	315,794	36.0%	大阪府	120,094	33.4%	大阪府	491,559	30.1%	京都府	79,965	22.2%	和歌山県	384,546	17.7%
3位	京都府	8,856	7.2%	京都府	66,524	7.6%	京都府	27,215	7.6%	京都府	132,860	8.1%	東京都	37,454	10.4%	兵庫県	204,918	9.4%
4位	東京都	7,114	5.8%	奈良県	41,222	4.7%	奈良県	13,521	3.8%	奈良県	59,378	3.6%	兵庫県	35,092	9.7%	京都府	159,020	7.3%
5位	奈良県	4,483	3.6%	滋賀県	17,828	2.0%	東京都	10,816	3.0%	愛知県	46,029	2.8%	神奈川県	20,455	5.7%	東京都	121,987	5.6%
6位	愛知県	4,218	3.4%	東京都	17,728	2.0%	滋賀県	8,434	2.3%	東京都	45,471	2.8%	埼玉県	15,625	4.3%	奈良県	120,785	5.6%
7位	岡山県	3,660	3.0%	愛知県	17,184	2.0%	愛知県	6,369	1.8%	滋賀県	31,609	1.9%	愛知県	15,404	4.3%	愛知県	115,544	5.3%
8位	神奈川県	3,211	2.6%	徳島県	10,248	1.2%	神奈川県	5,871	1.6%	神奈川県	27,643	1.7%	奈良県	13,043	3.6%	滋賀県	60,188	2.8%
9位	滋賀県	2,927	2.4%	和歌山県	9,570	1.1%	岡山県	4,867	1.4%	埼玉県	21,527	1.3%	千葉県	10,175	2.8%	神奈川県	51,036	2.3%
10位	千葉県	2,835	2.3%	岡山県	7,409	0.8%	広島県	3,294	0.9%	岡山県	19,283	1.2%	滋賀県	5,850	1.6%	三重県	38,685	1.8%
その他	その他	13,588	11.0%	その他	49,663	5.7%	その他	21,138	5.9%	その他	120,950	7.4%	その他	43,545	12.1%	その他	182,739	8.4%
総宿泊者数		123,552	100.0%		877,550	100.0%		359,879	100.0%		1,632,720	100.0%		360,382	100.0%		2,172,365	100.0%
近畿圏比率		※	72.0%			88.4%		※	85.5%		※	82.8%		※	60.4%			76.5%
近畿圏以外比率			28.0%			11.6%			14.5%			17.2%			39.6%			23.5%

※は近畿5府県の数値のみの合計

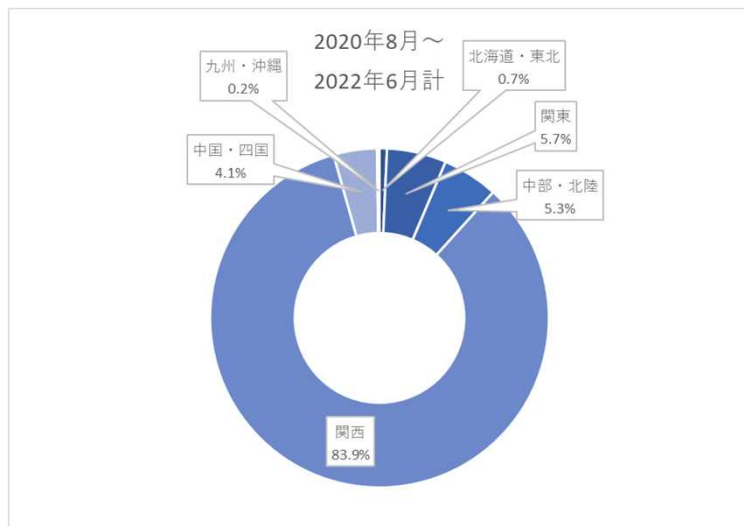
3市合計	近畿圏	1,171,768	86.1%
	近畿圏外	189,213	13.9%
	合計	1,360,981	

2019年	淡路市			洲本市			南あわじ市			豊岡市			宮津市			白浜町		
	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合	府県名	宿泊者数	割合
1位	大阪府	48,579	27.2%	大阪府	415,965	32.8%	大阪府	172,303	33.1%	大阪府	699,699	29.7%	大阪府	78,024	19.3%	大阪府	839,483	32.1%
2位	兵庫県	33,373	18.7%	兵庫県	313,116	24.7%	兵庫県	136,311	26.2%	兵庫県	504,103	21.4%	東京都	57,507	14.2%	兵庫県	291,125	11.1%
3位	東京都	17,637	9.9%	京都府	124,317	9.8%	京都府	42,361	8.1%	京都府	206,263	8.8%	兵庫県	37,601	9.3%	京都府	217,319	8.3%
4位	京都府	12,874	7.2%	奈良県	55,922	4.4%	奈良県	23,308	4.5%	東京都	104,673	4.4%	京都府	34,984	8.7%	東京都	165,801	6.3%
5位	神奈川県	6,946	3.9%	滋賀県	50,930	4.0%	滋賀県	18,752	3.6%	奈良県	97,147	4.1%	神奈川県	32,369	8.0%	愛知県	158,678	6.1%
6位	奈良県	5,777	3.2%	東京都	37,950	3.0%	愛知県	17,699	3.4%	愛知県	87,219	3.7%	埼玉県	29,932	7.4%	奈良県	122,601	4.7%
7位	埼玉県	5,340	3.0%	愛知県	35,983	2.8%	東京都	16,355	3.1%	岡山県	79,905	3.4%	千葉県	18,365	4.5%	滋賀県	93,091	3.6%
8位	岡山県	5,239	2.9%	岡山県	32,995	2.6%	岡山県	12,659	2.4%	滋賀県	78,108	3.3%	愛知県	18,243	4.5%	和歌山県	90,766	3.5%
9位	愛知県	4,390	2.5%	和歌山県	27,341	2.2%	香川県	9,143	1.8%	広島県	68,726	2.9%	奈良県	14,974	3.7%	神奈川県	83,795	3.2%
10位	和歌山県	4,060	2.3%	徳島県	25,054	2.0%	和歌山県	8,714	1.7%	神奈川県	56,839	2.4%	滋賀県	9,510	2.4%	埼玉県	58,180	2.2%
その他	その他	34,377	19.2%	その他	148,992	11.7%	その他	62,995	12.1%	その他	374,063	15.9%	その他	72,227	17.9%	その他	490,810	18.8%
総宿泊者数		178,592	100.0%		1,268,565	100.0%		520,600	100.0%		2,356,745	100.0%		403,736	100.0%		2,611,649	100.0%
近畿圏比率		※	58.6%			77.9%			77.2%		※	67.3%		※	43.4%			63.3%
近畿圏以外比率			41.4%			22.1%			22.8%			32.7%			56.6%			36.7%

※は近畿5府県の数値のみの合計

3市合計	近畿圏	1,494,003	75.9%
	近畿圏外	473,754	24.1%
	合計	1,967,757	

・ひょうご観光本部「観光地魅力度調査」(淡路島版)



※調査対象には、日帰り客も含まれている。

■ひょうご観光本部「観光地魅力度調査」(淡路島版)

居住地	2020年 8～9月	2020年 10～12月	2021年 1～3月	2021年 4～6月	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2020年8月～ 2022年6月計	
北海道・東北	0	6	1	3	1	1	0	0	12	0.7%
関東	22	28	4	24	10	2	6	0	96	5.7%
中部・北陸	20	37	9	13	5	6	0	0	90	5.3%
関西	325	382	79	312	190	101	19	11	1,419	83.9%
中国・四国	16	16	4	18	8	7	0	1	70	4.1%
九州・沖縄	0	4	0	0	0	0	0	0	4	0.2%
回答者数計	383	473	97	370	214	117	25	12	1,691	100.0%

②観光客の消費単価と域内調達率

- 観光客の消費額及び観光客の消費した宿泊、料理、土産等の域内調達率は、観光客の消費が、島内にどう2次、3次波及したのかをはかるために重要な指標である。
- 消費単価、域内調達率とも、既存データや既存調査はないので、独自の調査が必要である。

・観光客の消費単価(他地域事例)

・京都市「京都観光総合調査」

【参考4】京都観光総合調査（観光客の動向等に係る調査）調査内容【概要】

- 京都市では、「京都観光総合調査」（観光客の動向等に係る調査）について、昭和33年から、60年以上の長きにわたり、内容を充実させながら実施してきた。現在の調査内容は以下のとおり。
- これに加え、令和3年からは新たに「京都観光に関する市民意識調査」及び「京都観光事業者実態調査、京都観光従事者実態調査」（DMO KYOTO）を実施している。

観光客の定義

観光客とは、観光目的だけでなく、ビジネス、買物、イベント、観劇、スポーツ、友人・知人訪問等の目的で入洛した人を指し、市外在住で通勤、通学以外の目的で入洛した人全てを含む。

観光客数調査

※ コロナ禍の影響により中止

観光客数については、「観光入込客統計に関する共通基準（平成21年12月観光庁策定）※」（全国統一基準）に基づく手法により調査し、各月及び総数を推計。

※ 京都市の都市特性を反映させながら全国統一基準にも合致する統計手法で実施。

共通基準	観光地点を訪れた観光入込客数から推計。
本市の手法	京都市域全体を一つの観光地点と見立てて交通手段別（鉄道、バス、車）の入込客数と各交通手段の利用者への聞き取り調査を基に、観光客数を推計。

宿泊客数、修学旅行生数調査

宿泊客数、修学旅行生については、本市宿泊税データを基に、観光庁から提供される宿泊客数データや京都市内の宿泊施設へ依頼する宿泊客に関するアンケートを活用しながら、数値を推計。

観光消費動向調査、観光客満足度調査、観光客実態調査、持続可能な観光に対する意向調査

※ コロナ禍の影響により日本人観光客を対象とした第4四半期（11月）調査のみ実施

調査時期(年4回)、曜日、時間を概ね合わせたうえで無作為に調査対象者を抽出、郵送回答や面接聴取の方法により調査。

区分	例年の調査	R3秋調査（参考値）
調査時期	冬期（2月）、春期（5月）、夏期（8月）、秋期（11月）	秋期（11月）
調査場所	【日本人】京都市内の主要な鉄道駅、観光駐車場等、全13箇所 【外国人】京都市内の主な観光施設等、全6箇所	【日本人】左記13箇所
調査項目	居住地、利用交通機関、目的、日数、性別、年齢、動機、市内訪問地、観光消費額、感想、満足度 など	同左
サンプル数	【日本人】4,400 【外国人】1,600	【日本人】1,100

■ R3年（2021年）11月調査結果より

【図表3】日本人観光消費額単価（円）

区分	宿泊	日帰り
市内交通費	4,914	1,170
宿泊代	22,035	—
買物代	10,393	4,118
飲食費	15,090	3,944
入場料・拝観料	4,020	1,388
その他（文化体験費用等）	722	278
合計	57,175	10,898

（参考）「入場料・拝観料」、「その他のうち、文化体験費用」の消費者に係る平均消費額単価（円）

区分	宿泊	日帰り
入場料・拝観料	3,679	2,142
その他	4,303	2,072
その他のうち、文化体験費用	4,138	2,724

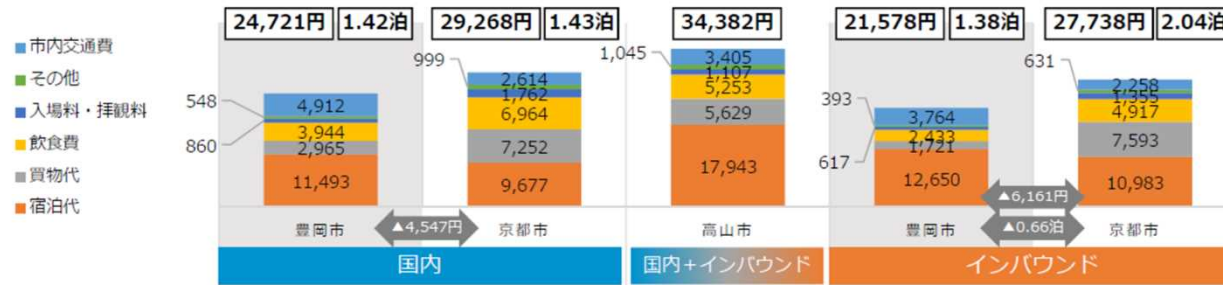
・観光客の消費単価(他地域事例)

- ・ 豊岡市「大交流ビジョン 資料編」(2019年3月)では、観光消費額単価について、豊岡市、京都市、高山市で比較している。

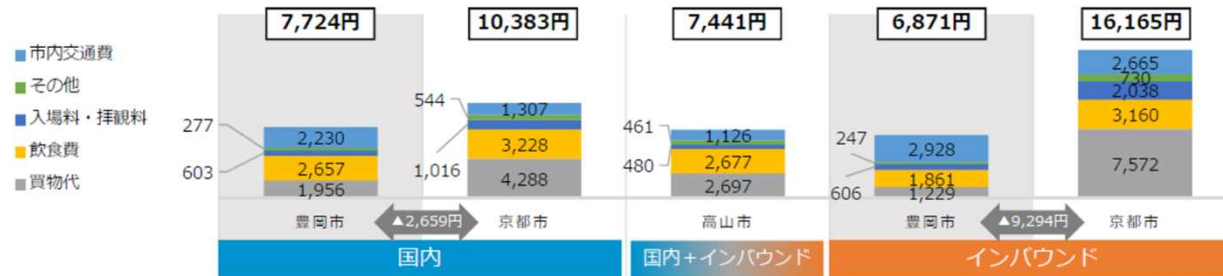
観光消費額単価 (他の観光地との比較)

- ・ 豊岡市が取り組みの参考としている京都市、高山市と比較すると、豊岡市の平均消費額単価は低い。
- ・ 特に、買物代や飲食費の差が大きく、豊岡市にはまだ単価を上げる余地があると考えられる。

宿泊観光客消費額単価比較 (円/人泊) ※豊岡市と京都市は平均泊数も併記



日帰り観光客消費額単価比較 (円/人)



出典：京都市「京都観光総合調査（2017年）」より作成。京都市の単価は実人数ベースで算出されているため、平均宿泊日数で割ることによって一人1泊あたりの平均単価に換算。
出典：高山市「観光統計（2017年）」「観光の経済波及効果推計実施報告書（2017年）」より作成。

・域内調達率の把握について

- 公益財団法人日本交通公社の研究員(西川 亮氏)による、域内調達率把握に関するコラムでは、
 “域内調達率の地域での把握は、生産者、飲食店や宿泊施設に加えて、卸売事業者などが関わり、その把握が困難なことが多いので、
 「この食材だけは域内調達したい」という食材を決めて、その仕入れ構造や域内消費促進の課題を深く考察することが大切である”と指摘されている。

経済波及効果を向上させるということ

当財団が実施している観光の経済効果研究や観光文化225号にあるように、「人口減少に直面する地域が経済的な自立を保つため、域外から訪れる観光客からの収入を“てこ”にして域内の経済循環を高めること」が求められるようになっていきます。観光収入の構成要素は、「観光客数」「消費単価」「域内調達率」であり、それらの要素をバランス良く高めることが大切です。

今回のコラムでは、このうち「域内調達率」にフォーカスを充ててみます。そして話を分かりやすくするため、食材に限定し、域内調達率の考え方や域内調達率を上げるにあたっての考え方を整理してみます。

流通経路を踏まえた「域内調達率」の考え方

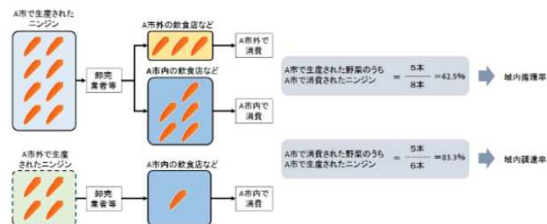
域内調達率とは、域内で必要なもの(今回の場合は食材)のうち、域内から調達可能な割合です。

分かりやすくするために、具体的な例を取って説明してみます。A市で生産されたニンジンが8本あったとします。それらは卸売業者等を経由して、一部は市内、一部は市外に運ばれます。ここでは仮に3本がA市外、5本がA市内で消費されたとします。一方、A市内にはA市外で生産されたニンジンも運ばれてきます。A市外で生産されたニンジン1本がA市内で消費されたとします。このとき、A市生産量に対するA市内消費量の比率は5本/8本=62.5%です。また、A市内消費量に対するA市内生産量は5本/6本=83.3%です。前者は域内生産量に対する域内産消費量の比率、後者は域内消費量に対する域内産消費量の比率であり、分子は同じです。これらの数値の意味するところは一見似ていますが、全く異なります。

域内調達率の考え方は、「域内で必要なもの(今回の場合は食材)のうち、域内から調達可能な割合」ですので、後者の数値に相当します。前者は域内循環率と呼ぶのが相応しいでしょう。地産地消の考えはこの域内循環に基づくものですが、生産量が一定の場合、域内循環を高めると言うことは、域外消費を減らすこととなります。しかし、域外でその食材を高く評価してもらうことは重要なことです。従って、域外消費を減らすというものは良い選択肢とは言えません。

域内調達率の向上に必要な考え方は、「いかに地元産のものを地元で流通させるか(地産地消)」ではなく、「地元で必要な量をいかに地元で賄うか」「地元で賄える種類の食材をいかに地元で使うか」という、地産地産だということが分かります。

域内調達率と域内循環率



流通経路を踏まえた「域内調達率」の考え方

さて、上の図で分かるように、域内「調達」には流通が伴います。食材は生産地(田畑や海など)から観光事業者(ホテルや飲食店等)まで流通するわけです。「地元で賄えるものをいかに地元で使うか」を把握するためには、流通経路を辿ることが必要です。しかし、流通経路を辿ることは容易なことではありません。生産者から消費地点に届くまでには、いくつもの卸売業者を経由することが一般的です。つまり、域内調達の決定要因には「生産者」「観光事業者」に加えて「卸売業者」という、3者の存在を認識しなければなりません。

当然、3者はそれぞれの利益最大化のように考えます。生産者であれば、「より良い」卸売業者、卸売業者であれば「より良い」卸売先、観光事業者であれば「より良い」卸売業者との取引をすることでしよう。「より良い」とは、値段だけではなく、質の良さや食材の信頼度なども関係します。以前とある調査を実施したところ、観光事業者の食材の仕入れ方法として最も重視するのは「安定して供給できること」という結果が得られました。観光事業者は毎日必要な量を確保するため、複数の方によって食材を仕入れています。

域内調達率を上げようとする、生産者・卸売業者・観光事業者それぞれの意思と実態を踏まえなければなりません。なぜ域内で消費できないのか?どこに課題があるのか?といった点にまで掘り下げて現状を分析しなければ、域内調達率を上げるための施策を考えることは難しいのです。

そして、食材と言っても野菜や水産物、乳製品などによって全く異なる事情があります。更に野菜でもニンジンとトマトとでは流通が異なるでしょうし、水産物でもマグロとタイでは全く異なります。食材の種類によって域内調達率を上げるための施策は変わるのである。

食材を絞って着実に域内調達を図る

域内調達率に必要な考え方は、「地元で賄える種類の食材をいかに地元で使うか」でした。それを踏まえて、それぞれの地域で、「この食材だけは域内調達したい」と思うような食材を決め、その仕入れ構造や域内消費を促進するにあたっての課題を深く考察することが大切です。「域内調達率を上げる」という目標から、「この食材は地域内から調達して観光客に提供する」という地域の主体性をより明確にした意気込みと戦略性への転換が必要です。

最後に

域内調達率の問題は、生産者の利益最大化、卸売業者の利益最大化、観光事業者の利益最大化、観光客の利益最大化という複雑な関数を解くことが必要なのです。ここでいう「利益」とは経済的な指標だけではなく、地域への愛着やその食材に対する誇り、観光客の満足度など多数の変数があります。それらをどのように折り合いを付けて合意を得ていくのか。この問題については更に研究を進めていきたいところです。

注

※一般的な経済波及効果調査では、量ではなく金額を用いますが、ここでは分かりやすくするために量にしています。

③観光客の満足度

- 淡路島が作り出す観光コンテンツやプログラム、淡路島での滞在に観光客は満足しているか(リピートしてくれるのか)も、観光関係のプログラムにとって重要な評価指標である。
- ひょうご観光本部の満足度調査結果により、淡路地域分を四半期単位でデータ取得可能である。



④ 観光GDPの数値と域内比率、県民一人当たり所得

- 淡路島が観光によりどれだけ稼いでいるのか、また観光の占める割合の大きさ、またそれを反映した(淡路島住民の)県民一人当たり所得の把握は、淡路島が観光を主軸としていくことを評価できる指標である。
- 兵庫県の調査により、データ取得可能である。

表2 地域別観光消費額及び観光産業県内総生産(観光GDP)

(単位:億円、%)

区 分	県内観光消費額(名目)		観光産業県内総生産(名目) (観光GDP)	
	構成比		構成比	
県計	6,260	100.0	3,470(3,414)	100.0
神戸地域	1,546	24.7	813(800)	23.4
阪神南地域	602	9.6	339(333)	9.8
阪神北地域	789	12.6	464(457)	13.4
東播磨地域	453	7.2	255(251)	7.4
北播磨地域	713	11.4	416(409)	12.0
中播磨地域	378	6.0	205(201)	5.9
西播磨地域	316	5.0	173(170)	5.0
但馬地域	585	9.3	309(304)	8.9
丹波地域	240	3.8	141(138)	4.1
淡路地域	637	10.2	355(349)	10.2

※()の数値は実質値(平成27年連鎖価格)

表2 地域別観光消費額及び観光産業県内総生産(観光GDP)

(単位:億円、%)

区 分	県内観光消費額(名目)		観光産業県内総生産(名目) (観光GDP)	
	構成比		構成比	
県計	13,114	100.0	7,475(7,299)	100.0
神戸地域	3,815	29.1	2,158(2,107)	28.9
阪神南地域	1,366	10.4	786(768)	10.5
阪神北地域	1,582	12.1	915(894)	12.2
東播磨地域	881	6.7	506(495)	6.8
北播磨地域	1,069	8.2	617(602)	8.2
中播磨地域	1,067	8.1	609(595)	8.1
西播磨地域	572	4.4	325(318)	4.4
但馬地域	1,110	8.5	618(603)	8.3
丹波地域	424	3.2	245(239)	3.3
淡路地域	1,227	9.4	696(680)	9.3

※()の数値は実質値(平成23年連鎖価格)



R2(2020年度) →

R1(2019年度) →

⑤住民満足度

- コロナ前に世界各地(バルセロナ、京都など)で問題となったオーバーツーリズム問題は、観光客の復活と共に、また起こりうる問題である。地域での観光振興を進めるに際しては、住民の満足度、中でも「観光振興が自分の住む地域にとって重要であると理解してくれる住民の割合」の測定が重要な指標となる。
- 兵庫県県民意識調査の淡路地域内に設問の設定が可能である。

【現在の県民意識調査の関連調査項目】

