

2021.6.1 (2021.9.10 改訂)

経済効果を高める観光政策に向けて ～国際基準「延べ宿泊数」を地域から～

総括支援アドバイザー兼教授 奥原 英彦

本稿は、自治体における「観光振興計画（観光による地域活性化政策）」の改訂や新規策定に際して、経済効果を目的とする視点から、参考として取りまとめたものです。

○ 時代とともに変わる政策ゴール（目標）のあり方

政策は、社会的な問題解決の手段であるとの観点から見ると、社会が変わり人々の価値感や行動が変容する（時代が変わる）のに合わせて、政策のあり方やゴール（目標）も変わっていくのが自然であると、筆者は考えています。

しかし、残念ながらわが国では、一度セットされると時代が変わっても、そのあり方やゴール（目標）が変わらない政策が多くあり、国際的に見ると、20年前には「世界最先端」を目指しながら、今では「世界最低」の状況を呈し始めたものすらあります（注1）。

IT政策の推進は、そのスタートは【世界最先端の電子政府＝オンライン利用率100%】を「目的」とし、それを実現するのが「手段」【オンライン化率100%】であったはず。

ところが、国から地方自治体の現場まで何のための「手段（事業、プロセス）」かを問うことなく邁進するうちに、その「手段」（事業）を実行すること自体が「目的」化されてしまうという「手段（事業）の目的化」構造が定着化。ついには、本来の目的（世界最先端の電子政府の実現）から一番はずれた「悲惨な現実」を生んだとも言えるでしょう。

（注1） IT政策もその1つ。筆者コラム「自治体DX」参照。

：[調査研究支援事業（アドバイザー事業）（f-jichiken.or.jp）](http://f-jichiken.or.jp)

2000年当時は、世界最先端の電子政府を目指していたが、オンライン化率100%（オンライン利用率ではない）を目標としたため、利便性が悪かったり、利用がほとんどないものもオンライン化するなど、2018年OECD「オンライン行政手続き利用率」にて、世界最低（日本は7.3%。最高はアイスランド79.5%）の状況となった。

○ 観光政策のゴール（目標）は観光立国（経済波及効果）

2008年10月には、観光の経済効果に着目して観光庁が発足。世界からの観光客を迎える「観光立国」を目指して、各種の「観光統計」の整備とともに、国際基準（世界観光機関：UNWTO）に基づき、観光による「経済波及効果（旅行消費額、雇用誘発効果）」を公表（注2）しています、

このように、観光政策の「効果」を国際的視点からみても「見える化」し、PDCAサイクルを毎年（もしくは四半期単位で）廻し、世界と切磋琢磨しながら（観光分野で）成長しようとする「国の姿勢」は、素晴らしいことだと思います。

ところが、国際的に見ると、地方部（地方自治体）における観光政策の「見える化」は、大きく立ち遅れていると言わざるを得ません。

つまり、国政レベルでは国際的な観光立国化しつつあるにもかかわらず、地方部の観光政策が「世界と時代」から、大きく取り残されているのではないかと、筆者は考えてきました。

（注2） 観光庁：[経済波及効果](#) | [統計情報](#) | [統計情報・白書](#) | [観光庁 \(mlit.go.jp\)](#)

○ 経済効果は、宿泊>買物>飲食

観光による経済効果を生む（観光客の）消費動向は、国の調査によって、毎年さらには四半期単位でも公表されています（注3）。

この統計によれば、季節や地域差、年齢差などはあるものの、地方部において経済効果を生む観光消費額の内訳多寡を見ると、宿泊>買物>飲食（注4）の順 となっています。

つまり、観光の目的である経済効果を生んでいる主役は、（特に地方部においては）「宿泊」なのです。

このため、欧米では、自治体や観光地毎の「延べ宿泊数」統計が整備されているのが標準です。

（注3） 観光庁：[旅行・観光消費動向調査](#) | [統計情報](#) | [統計情報・白書](#) | [観光庁 \(mlit.go.jp\)](#)
時代や地域による差異はあるものの、都道府県レベルまでは、概算で把握出来る。

（注4） その他の費目として、交通費、娯楽等サービスなどがあるが、ここでは割愛した。なお、三大都市圏を除く全ての（地方部の）都道府県において、宿泊消費額が一番多い

○ 主役（延べ宿泊数）不在の地方自治体の観光政策

ところが、スイスなどの欧米の「観光立国」の事情をよく知る関係者が、わが国の地方部における観光振興に対して不思議がるのが、わが国の地方における観光統計が、「入込客数」が中心という現実。特に、市町村や観光地における観光統計は「入込客数」のみ（注5）がほとんどです。

このため、地方自治体（市町村）の観光政策の目標は、観光庁が発足して10年以上経った現在においても、「入込客数を〇人→〇〇人へ（増やそう）」が主流です。

経済効果を見るのに、一番の主役である宿泊客の延べ総数「延べ宿泊数」は、どこに行ってしまったのか？ 経済効果の高い（宿泊単価の高い）宿泊客数をいかに増やすかというのが、観光政策が主流ではないのか。

筆者は、わが国の観光政策における「入込客数（手段）」と「延べ宿泊数（目標）」の関係は、前述したIT政策における「オンライン化率（手段）」と「オンライン利用率（目標）」の関係に似て、十数年経つうちに、「入込客数を〇人→〇〇人へ（増やそう）＝手段（事業）の目的化」構造が定着化してしまい、経済効果を高めるための政策（主役）を忘れてしまったのではないかと危惧しています（注6）。

(注5) 都道府県の公表する市町村や観光地の観光統計は、観光庁（2013年改訂版）：[観光入込客統計に関する共通基準 \(mlit.go.jp\)](http://www.mlit.go.jp) に基づき集計した、観光対象地毎の「観光客入込数」だけの例が多い。[統計資料一覧・福島県ホームページ \(fukushima.lg.jp\)](http://www.fukushima.lg.jp)

(注6) 自治体においても、観光政策における「入込客数」至上主義に疑問を呈する議論が表面化している。[R103kaigiroku.pdf \(city.hakodate.hokkaido.jp\)](http://www.city.hakodate.hokkaido.jp)。

また、主要な観光地において、観光客が増えたことの弊害（観光公害、オーバーツーリズム）が社会問題化しており、単なる「入込客数」増を目標とする観光振興計画（観光政策）では、住民や議会の理解を得るのが困難な時代に来ていると思われる。

○ 主役（延べ宿泊数）復帰の観光政策<①「延べ宿泊数」の観光統計の整備>

限られたカネ（財源）とヒト（観光関連人材）を投入して、地域に高い経済効果をもたらすのが自治体の観光政策ですから、一番効果的な主役（（宿泊単価の高い）宿泊客の確保）の環境整備に投じるのが、当然ではないでしょうか。

そのためには、世界標準に合わせて、各自治体（観光地）単位で、四半期毎に「延べ宿泊数」を把握し公表していくことが、観光統計整備の第一ステップとなります。

換言すれば、この「延べ宿泊数」データを持ち公表することが、（インバウンド観光客を迎える）世界の観光地として名乗りをあげることにもなり、国際的な視点で見た場合、自治体の観光政策の第一歩として、まず、必要な取組と考えられます。

このため、観光による経済効果を狙いたい自治体は、一定の予算をとって、この「延べ宿泊数」の観光統計の整備を行うべきでしょう。

また、この「延べ宿泊数」の把握・公表にあたっては、（自治体からの委託業務として）「観光協会（注7）」があたるのが適当と考えられます。

(注7) 観光協会は、自治体によっては複数あるなど、設立経緯や実情が各観光協会事によって異なるが、地域における宿泊事業者の実情に一番通じていると考えられる。

○ 宿泊単価アップの観光政策<② ワンランクアップの宿泊サービス業の整備>

【 宿泊による経済効果＝「延べ宿泊数」×「宿泊単価」 】

として計算されるので、延べ宿泊数が把握出来たら、自治体の観光政策の第二ステップは、宿泊単価をどのようにしてアップさせるかになります。

宿泊単価は、各宿泊事業者や部屋、更には食事の提供などによって、千差万別であるので、ここでは具体的な内容というよりも、これらの質（グレード）を総評して評価する「ランク（注8）」によって表現すれば、「ワンランク・アップの宿泊サービス業の整備（実現）」となります。

既存のホテルや旅館であれば改修時などに合わせて、また、新規のホテルや旅館の誘致時に、「個性化と魅力化」によってワンランクアップの宿泊サービス業に変容させ「稼げる観光産業に」体質改善するように自治体からも強く働きかける（注9）ことが有効です。

特に、3 つ星以下ランクの宿泊先は、全国に溢れています（【需要<供給】）。他の地域と「同ランク同価格」という【需要>供給】（供給不足）の「時代錯誤」の観光地経営を続けていると、「いいホテル・旅館でも（値下げしないと）宿泊客が来ない」循環に嵌ってしまい、最後は、地域の観光産業や地域経済自体を衰亡させかねません。

一般的なホテルや旅館では、ワンラックアップするごとに、宿泊単価は2～3倍になりますので、それだけの宿泊消費支出が可能になる客層は、富裕層側にシフトしてゆくこととなりますし、当然ながら、宿泊による経済効果も2～3倍になることが期待されることとなります。

（注8） Forbes TRAVEL GUIDE による「推奨」「4 つ星」「5 つ星」や、ミシュランによる1～5の5段階での「パビリオンマーク」が、覆面調査による実査によって客観性を持っていることから世界的に有名。一方、わが国の旅行代理店なども、宿泊者からの満足度調査などから、独自のランク付けを行っている。

（注9） 自治体の観光政策も、広義の産業政策の1つと考えれば、観光地の「地域ブランド」化による稼げる観光産業と見ることが出来る。筆者 別稿：「地域のブランド化で稼ぐ産業政策への転換を」参照。

○ わが国にも富裕層は多数存在する

ここで、経済効果を高めるための「高宿泊単価」の客層（富裕層）（注10）が、日本にどの程度いるかを見ると（注11）、資産1億円以上の「富裕層」が133万世帯、330万人と意外に多いことがわかれると思います。

主に、インバウンド観光客を対象として、富裕層向けの観光政策の見直し議論（注12）がありますが、何もインバウンド客に限定せずとも、わが国にも世界有数の富裕層が多数居るのです。

（注10） 「富裕層」の定義は、公的に決まったものはないが、一般的には不動産などを除き投資や消費に投じられる金融資産ベースで、3000万ドル（34億円）以上を「超富裕層」、100万ドル以上を「富裕層」として、調査会社、銀行・証券会社などにより集計されることが多い。

（注11） World Ultra Wealth Report（2021）によれば、資産3000万ドル以上の「超富裕層」は、世界に29万人以上、国別ランキングでは、第一位米国93,000人、第二位中国27,000人、第三位日本20,000人。

また、キャップジェミニ（2019）によれば、資産100万ドル（1億円）以上の「富裕層」の国別ランキングは、第一位米国590万人、第二位日本330万人、第三位ドイツ150万人。

わが国の富裕層を世帯別にみると、野村総研（2020）によれば、資産1億円以上の「富裕層」は133万世帯と推計。[野村総合研究所、日本の富裕層は133万世帯、純金融資産総額は333兆円と推計 | ニュースリリース | 野村総合研究所\(NRI\)](#)

（注12） 観光庁では、着地100万円以上消費する（インバウンド）旅行者を「富裕旅行者」として、その富裕旅行者増大に向けた環境整備の在り方を検討している。

「上質なインバウンド観光サービスの創出に向けて」（観光庁 2021年3月）：[001409538.pdf](https://www.mlit.go.jp/001409538.pdf)
([mlit.go.jp](https://www.mlit.go.jp))

○ 富裕層が来たくなる観光政策<③ 優れた宿泊先を観光コンテンツ化する>

富裕層向けの宿泊施設は、東京と京都以外は、絶対数が足りないと言われています（特に5つ星は【需要>供給】）。

一方、地方部には、旅行のプロの目で見ても「もてなし、料理、施設、企画」に優れた3つ星以下のホテルや旅館が多数あります（注13）。これらは、きちんと富裕層に対する観光プロモーションをすることにより、富裕層が来たくなる（泊まりたくなる）観光コンテンツとなるはずです（注14）。

特に、日本人富裕層向けには、インバウンド富裕層と違って、言葉や食事内容、文化・習慣の違いなどの壁（ギャップ）はないので、地方部のホテルや旅館にとっても、実現が比較的可能であると考えられます。

現状の客層のリポートに向けた改善に磨きをかけるとともに、富裕層向けのワンランクアップのために、例えば、次のような事業支援を、自治体が行うことがイメージされます。

- ・ 1日1組限定の別館（特別室）の増築（改装）（限定価値の創造）の融資支援
- ・ EVハイヤーによる送迎（ハイクラス電動タクシーの購入）に向けた補助制度の創設
- ・ 国際的に見ても優れたサービスを提供できる人材の育成支援（5つ星での研修先、海外観光地への派遣先の斡旋）
- ・ 富裕層が来たくなる観光地づくり勉強会の開催（講師の選定など）

（注13） 「プロが選ぶ日本のホテル旅館100選（旅行新聞社2021年）」：[日本のホテル・旅館100選 - 旬刊旅行新聞 - 株式会社旅行新聞新社 \(ryoko-net.co.jp\)](https://www.ryoko-net.co.jp/ryoko-net/100/)

（注14） 京都市では、2010年の観光振興計画に新たなターゲットとしてラグジュアリー層（富裕層）を明記し、ラグジュアリー層（富裕層）向けの観光コンテンツの創出、世界的に知名度の高い（5つ星）ホテルの誘致、などを明記した。その結果、今や東京の次に、5つ星ホテル（旅館）の多い都市となっている。[001366735.pdf](https://www.mlit.go.jp/001366735.pdf) ([mlit.go.jp](https://www.mlit.go.jp))

○ 観光とは、地域に経済効果をもたらす手段

何のための観光政策か（地域に経済効果をもたらすため）、誰のための観光政策か（観光関連産業従事者の雇用と高い所得をもたらすため）、との「原点」に立ち戻って考えれば、自ずと、市町村自治体においても、地域の優れたホテル・旅館資源を生かした「延べ宿泊数」主役の観光政策が形成されるはずだ。

さらに、観光産業振興も地域の重要な産業振興策の1つであるならば、「個性化・魅力化」によって【需要>供給】構造にある「富裕層向けの宿泊ニーズ」を掘り起こし、「稼げる観光産業」に脱皮させることが重要だ。

以上

※ このコラムは執筆者の個人的見解であり、公益財団法人ふくしま自治研修センターの
公式見解を示すものではありません