

# データから見る観光需要の偏在

## 2

公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部 次長・主席研究員

観光文化研究部 主任研究員

塩谷 英生  
五木田 玲子

本稿では、観光需要の时期的な偏りについて各種統計データをもとに俯瞰することとする。第1節では国内旅行市場の現状を人数ベース、消費額ベースの順に見ることにする。第2節では、地域別に見た観光需要の偏りを概観した上で、外国人客による地域の宿泊需要平準化の貢献について述べることにする。

### 1 国内観光需要の 時期別に見た偏在

①旅行出発日および出発月の現況  
それでは、まず日本人が「旅行に行く時期」について見てみる。資

料は、全国の消費者を対象とした「2014年JTB F旅行実態調査」(公財)日本交通公社)である(旅行標本数20150件)。インターネット調査であることから、60代以上の旅行量の実態よりも少なめに反映される点に留意願いたい。

日本人の旅行時期は、ピークシーズンが23.3%(夏休み8.5%、ゴールデンウィーク(以下、GW)6.7%、年末年始8.2%)、「月々木曜日」が31.3%、金土日曜・祝日(ピークシーズンを除く)が45.3%(うち「金曜日」13.0%、「土曜日」17.7%、「日曜・祝祭日」14.7%)となっている(図1)。

休暇の取りやすさはライフスタイルによって異なるため、曜日が違えばマーケットが違ってくる。旅行出発日の偏りを、主な同行者セグメント別(標本数500以上)に見たのが図2である。

ピークシーズンの出発が目立つセグメントは「小中高生の子ども」と一緒の家族旅行」で43.4%を占める。一方平日の「月々木曜日」出発は、「子育て後の女性による友人旅行」52.2%で5割を超えており、以下「子育て後の男性による友人旅行」45.9%、「子育て後の夫婦での旅行」43.1%の順が高い。

金土日曜・祝日の出発が多いセグ

メントは、「未婚女性による友人旅行」55.4%、「未婚男性による友人旅行」50.7%、「夫婦での旅行(子どもなし)」50.0%、「カップルでの旅行」47.7%などである。

次に年代を軸に出発日の傾向を見ると(図3)、若年層から50代にかけてピークシーズンと金土日曜・祝日の出発が多く、60代以上では「月々木曜日」出発が多くなっている。

旅行発生量の月別(出発月)のばらつきについて整理する(図4)。

最も宿泊観光レクリエーション旅行が多い月は8月で年間発生量の10.9%を占めている。以下、年末の12月が10.7%、紅葉シーズンの10月が10.3%、初旬にGWがある5月が9.5%で続いている。逆に旅行量が最も少ない月は2月で5.6%、以下6月が6.1%、1月が6.4%、4月が6.6%の順となっている。

年代別に月別の旅行量の傾向を見てみよう(図5)。

最も旅行量が多い8月では、若年層から50代にかけての最も旅行が多い月となっている。一方で60代以上では酷暑を嫌う傾向もあり、8月の旅

行は7%台にとどまる。12月も8月と類似しており、60代以上の旅行は少ない。逆に4月から5月にかけてと10月から11月にかけては60代以上の旅行が目立つ月となっている。

② 観光消費額・消費単価の偏り

観光需要の指標は、観光客数や延べ宿泊者数など「人回」「人泊」を単位とする人数に関するものと、観光消費額など「円」を単位とするものに大別できる。そして、観光経済の視点では後者の平準化がより重要な課題である。

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」を用いて観光消費額の平準化の状況を見てみる。まず、2014年(平成26年)の観光・レクリエーション旅行の消費額は約8.5兆円と推計されている(旅行前後の支出を含む)。これを月別に見ると、8月の消費額が1.2兆円と突出した形となっており、年間の14.1%を占めている。以下、3月、5月、10月、11月、9月が7000億円台で続いている。消費額が少ない月は2月、4月、6月で5000億円台となっている(図6)。

図1 日本人の宿泊観光レクリエーション旅行の出発日

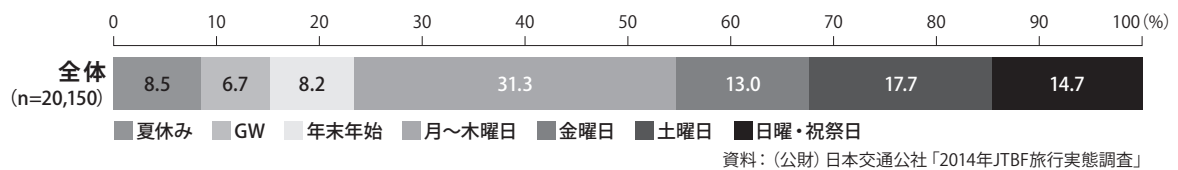


図2 日本人の宿泊観光レクリエーション旅行の出発日(同行者セグメント別)

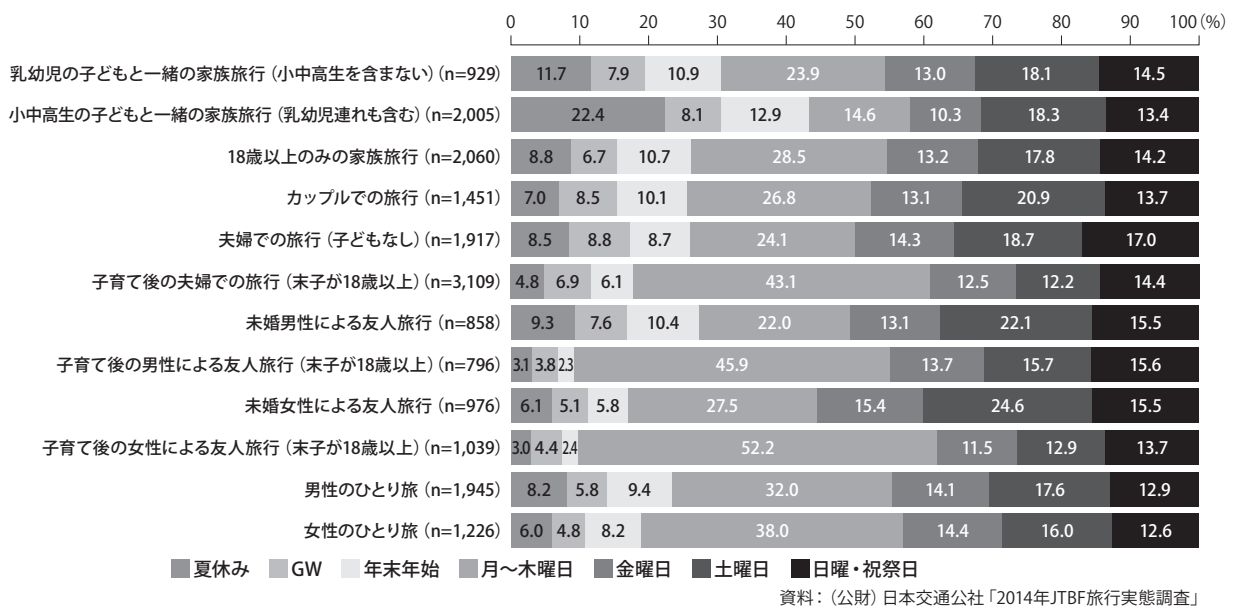
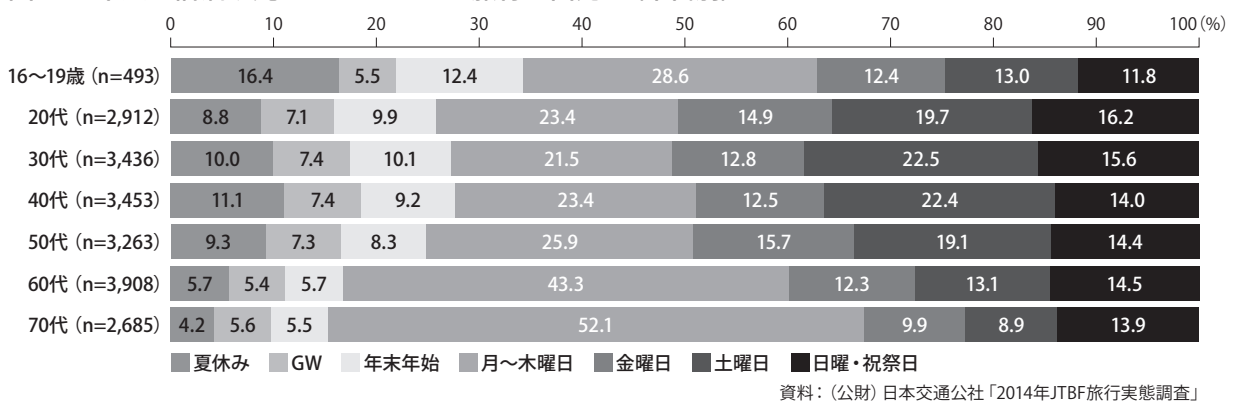


図3 日本人の宿泊観光レクリエーション旅行の出発日(年代別)



月別に旅行1人1回当たりの消費単価を見ると、最も消費単価が高い月は10月で5万9,900円であり、以下11月5万7,800円、1月5万6,400円となっている。旅行量が最も多い8月は5万2,300円と、年間平均の5万3,300円よりも若干低い水準となっている。その要因の一つとしては、8月の旅行が多い若年層（乳幼児を含む）の消費単価が低い点が挙げられる。

消費額や消費単価の偏在のしかたは、観光産業の業種によっても異なる。ここでは、同調査から観光・レクリエーションの「宿泊費（個人手配旅行）」を月別に見てみる（図7）。

まず宿泊費が、1月、10月、8月の順で高いことが分かる。旅行1回当たりの泊数は年間平均が1.64泊に對して、1月が1.75泊、10月が1.63泊、8月が1.81泊となっており、10月の1泊当たりの宿泊単価が高くなっている。宿泊費が最も低い月は5月（1万5,900円）であり、GWのある初旬と中下旬の格差が大きく、ベストシーズンにもかかわらず平均宿泊費は低い。この他、2～3月、6～7月、

図4 日本人の宿泊観光レクリエーション旅行の出発月

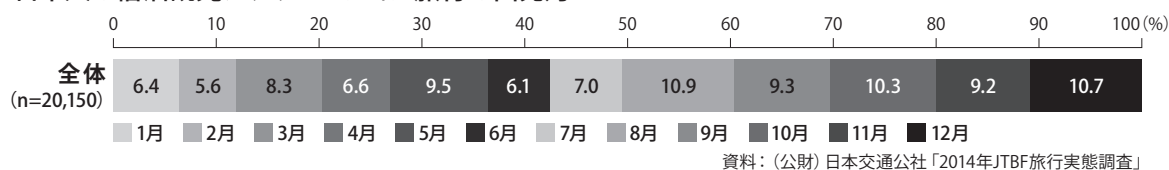


図5 日本人の宿泊観光レクリエーション旅行の出発月（年代別）

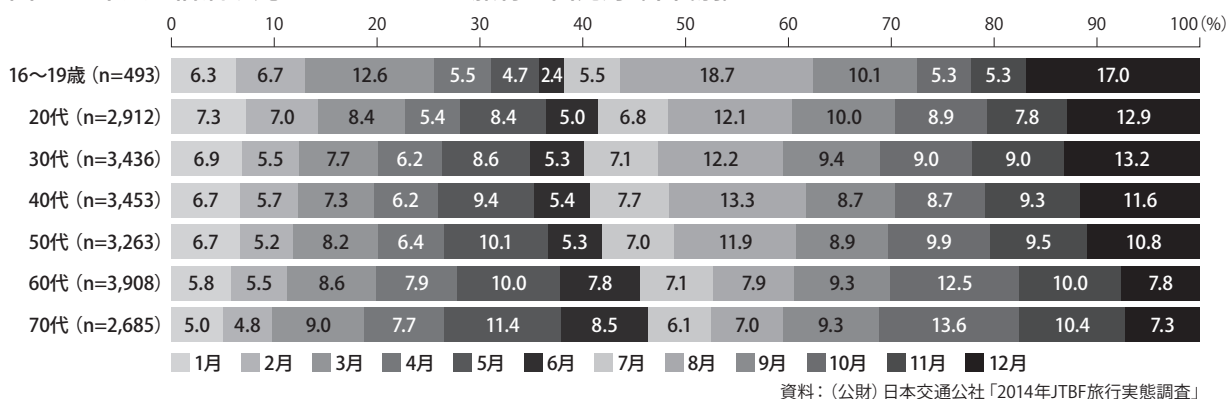


図6 月別に見た観光・レクリエーション消費額および消費単価

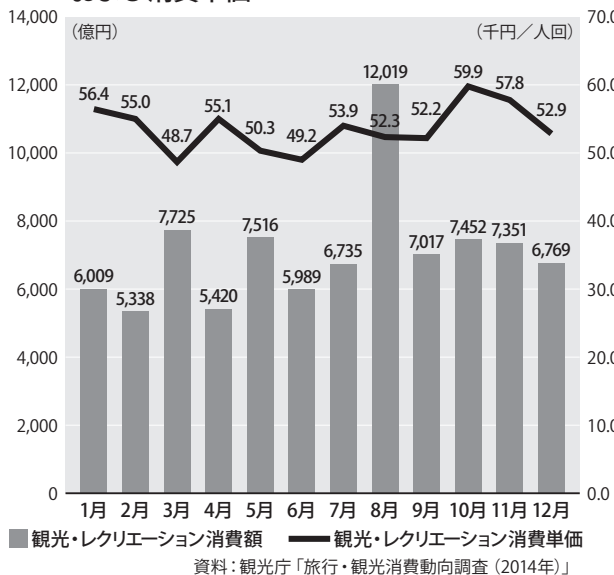
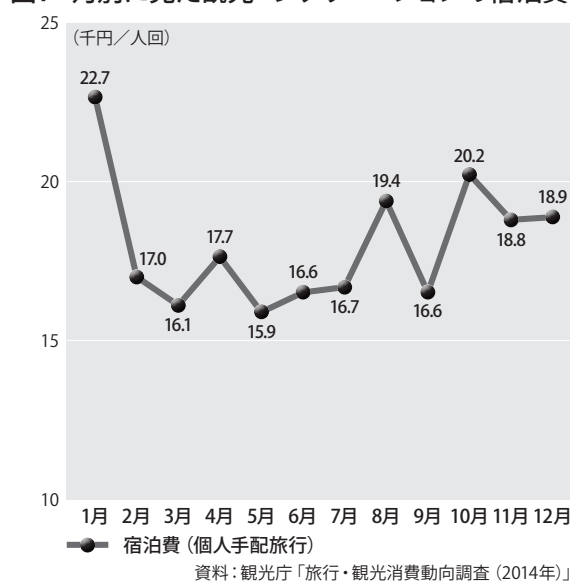


図7 月別に見た観光・レクリエーションの宿泊費



9月の宿泊費も低い傾向がある。

## ② 地域における観光需要の偏りと外国人客による平準化への貢献

### ① 地域別に見た観光需要の偏り

地域単位で見た観光需要の時期的なばらつきは、もちろん日本全体のそれとは異なる。観光地の誘致力は、地域の観光資源や提供されるアクティビティなどによって生じる。例えば1月のような寒い時期であっても、初詣やスキーといった季節的な資源・アクティビティを有する地域では誘致力が高まることになる。

ここでは、観光庁の「宿泊旅行統計調査（2014年確報）」を用いて、都道府県単位の偏りの状況について概観することとしたい。

図8は、年間延べ宿泊者数（対数表示）を縦軸に、月別延べ宿泊者数の「変動係数」を横軸として各都道府県をプロットしたものである。図中の縦横の破線は全国平均（延べ宿泊者数1007万人泊「変動係数」0.14）を表している。また、宿泊客にはビジ

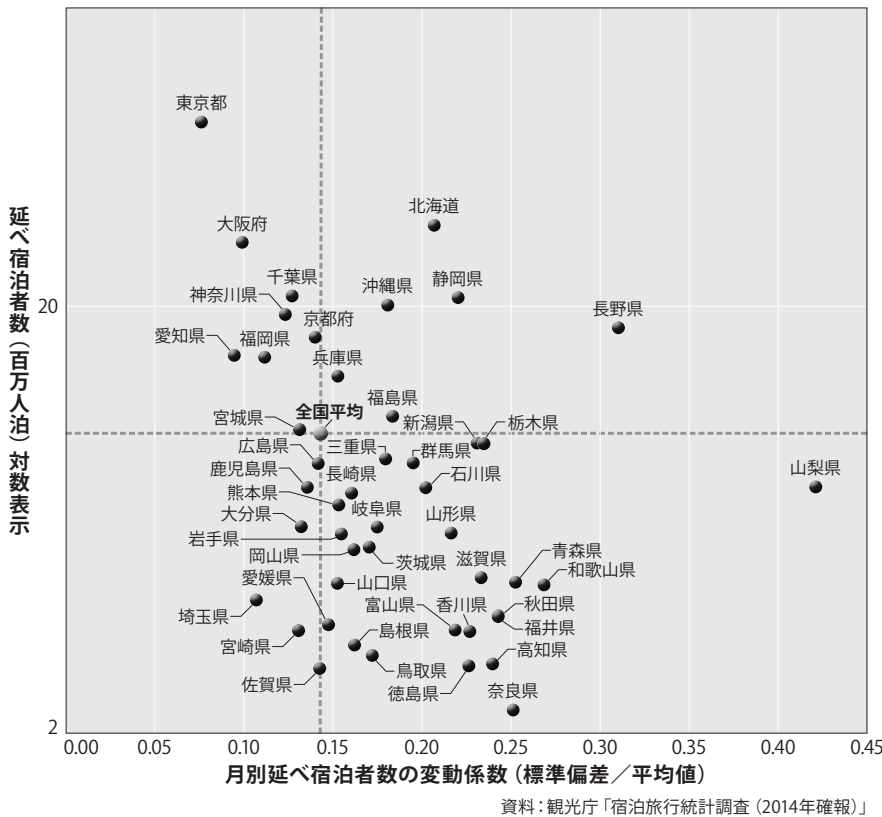
ネス客なども含まれている点に留意願いたい。

ここで、「変動係数」とは月別宿泊数の相対的なばらつき度合いを表す指標であり、標準偏差を平均値で除すことで計算される。この数値は、観光客数が突出して多い月や低い月

があると大きくなりやすい。

大まかな傾向として、変動係数が大きい地域は、甲信越地方、北陸、北海道、東北地方など雪国や北国に比較的多く見られる。一方、変動係数が低い地域は、大都市圏を抱える地域や九州地方などで目立っている。

図8 都道府県別延べ宿泊数と月別延べ宿泊者数の変動係数



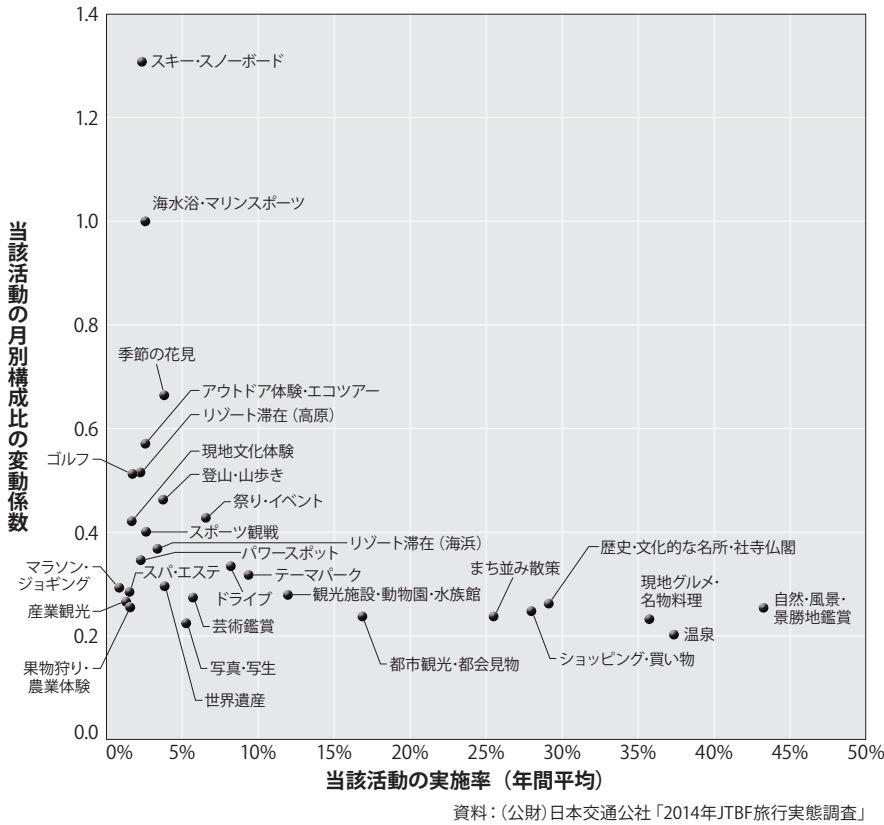
### ② 観光活動別に見た偏り

図9は、「JTB F旅行実態調査」から各種観光活動の年間平均の実施率を横軸に、月別構成比の変動係数を縦軸にしてプロットしたものである。横軸はいわば市場規模を表し、縦軸は季節によるばらつき度合いを示す。なお、各活動の変動係数の単純平均は0.40である。

変動係数が大きい活動としては「スキー・スノーボード」「海水浴・マリンスポーツ」が頭抜けており、これに「季節の花見」「アウトドア体験・エコツアー」が続く。年間に均すとこれらの活動の実施率は低いが、季節的、地域的に見ると集中的な需要が発生する活動である。こうした活動が誘客の中心となっている地域では、観光地経営の観点から平準化が課題とされることが多い。

一方で、変動係数が低くて実施率も高い活動には、「自然・風景・景勝地鑑賞」「温泉」「現地グルメ・名物料理」「歴史・文化的な名所・社寺仏閣」「ショッピング・買い物」「まち並み散策」などがある。こうした需要は、夏場でも冬場でも比較的安定的

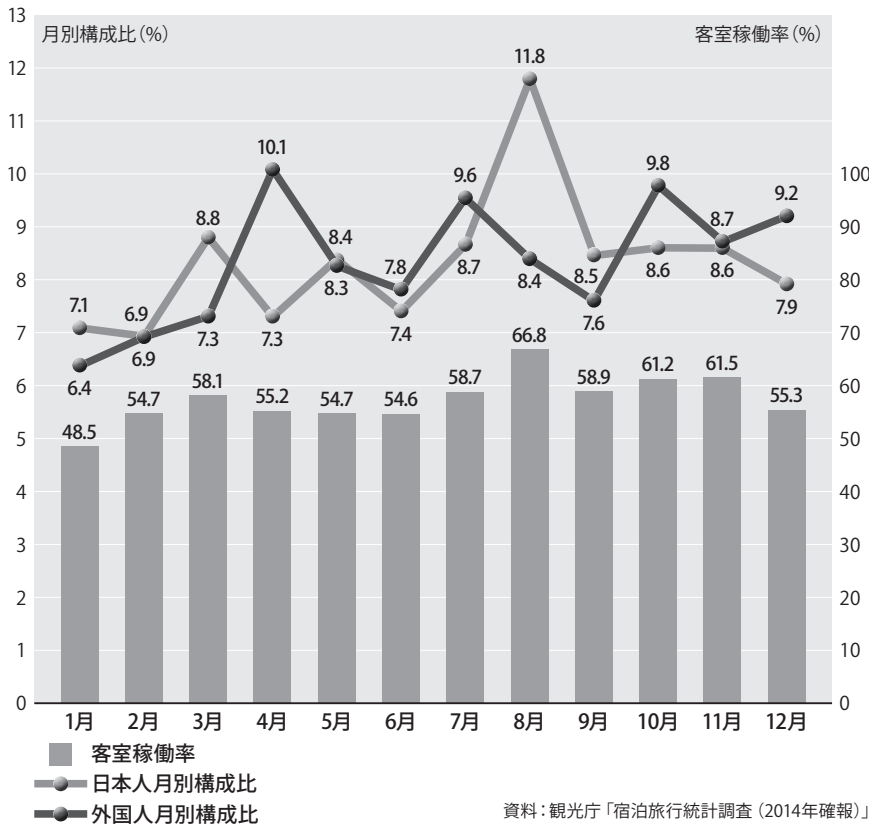
図9 観光活動の実施率と変動係数



に発生している。  
 ③ 外国人客による  
 宿泊需要平準化への貢献  
 円安を背景に訪日外国人客の増加  
 が続いており、2015年(平成27  
 年)の訪日外客数は上半期の推定値

が約914万人(日本政府観光局(J  
 NTO)推計)、前年比46・0%増と  
 いう驚異的な伸びを見せている。前  
 掲の「2014年宿泊旅行統計」で  
 見ると、外国人客の延べ宿泊者数は  
 4482万人泊で、総延べ宿泊者数  
 4・7億人泊の9・5%を占めるまで

図10 月別に見た国籍別延べ宿泊者数構成比と客室稼働率



になった(2013年は7・2%)。  
 外国人客は、需要の平準化にどの  
 程度貢献しているかについて、「宿  
 泊旅行統計調査」を用いて宿泊需要  
 の平準化について見てみる。図10は、  
 月別の日本人および外国人の延べ宿  
 泊者数の構成比と客室稼働率を見

たものである。  
 日本人客のピークが8月(11・8%)  
 であるのに対し、外国人客では桜の  
 開花期を含む4月(10・1%)がピー  
 クとなっている。4月は国内旅行市  
 場ではオフに当たる時期であり、外  
 国人の需要は国内旅行市場の偏りを

図11 月別延べ宿泊者数の変動係数と外国人客による改善（上位20道府県）

改善率 順位	都道府県	a.月別延べ宿泊者数の 変動係数 (標準偏差/平均値)	b.月別日本人延べ宿泊者数 の変動係数 (標準偏差/平均値)	外国人受入による変動係数 の改善率% (a.-b.) *100/b.	月別外国人延べ宿泊者数 の変動係数 (標準偏差/平均値)
	全国	0.14	0.15	7.2	0.14
1	千葉県	0.13	0.14	10.3	0.18
2	山梨県	0.42	0.47	10.2	0.22
3	熊本県	0.15	0.17	7.9	0.14
4	大分県	0.13	0.14	7.8	0.19
5	大阪府	0.10	0.11	6.8	0.15
6	神奈川県	0.12	0.13	6.5	0.19
7	長崎県	0.16	0.17	6.0	0.13
8	北海道	0.21	0.22	5.9	0.35
9	宮崎県	0.13	0.14	5.5	0.19
10	和歌山県	0.27	0.28	5.4	0.26
11	岐阜県	0.17	0.18	5.1	0.45
12	長野県	0.31	0.33	4.9	0.41
13	沖縄県	0.18	0.19	4.8	0.19
14	石川県	0.20	0.21	4.7	0.48
15	兵庫県	0.15	0.16	3.8	0.13
16	愛知県	0.09	0.10	3.5	0.19
17	鹿児島県	0.14	0.14	2.9	0.21
18	滋賀県	0.23	0.24	2.7	0.43
19	香川県	0.23	0.23	2.1	0.37
20	三重県	0.18	0.18	1.9	0.29

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査（2014年確報）」をもとに塩谷作成

効果的に補完していることになる。また、4月に準じるピークが7月と10月であり、この時期の国内旅行はオフではないが、8月に比べると客室稼働率にも若干余裕がある時期となっている。このデータを見る限り、気候が良いにもかかわらず、稼働率において外国人受け入れの余裕がある時期は、5月中旬から6月上旬にかけてと、（連休を除く）9月である。プロモーションや商品開発を強化すべき期間として捉えられる。

前掲の月別延べ宿泊者数の「変動係数（標準偏差/平均値）」は全国で0.14であったが、日本人宿泊者のみで計算した場合は0.15となる（図11）。したがって、外国人客の需要が加わることで変動係数は0.01改善していることになる（改善率7.2%）。

都道府県ごとの改善率は地域差が大きいが、最も高いのは国際線クルーの月別需要が安定的な千葉県（10.3%）であり、次いで山梨県（10.2%）、熊本県（7.9%）、大分県（7.8%）と続いている。なお、東京都については日本人の需要が非常に安定的であ

り、外国人を含む変動係数のほうが4.3%悪化する形となっている。

④ 観光地経営の視点から

以上、観光需要の時的な偏在の現況について、統計データを用いて検分を行ってきた。月や曜日が変われば需要の主体が大きく変わってしまうマーケットであることが再認識されたのではないだろうか。

観光地経営の視点から、観光需要の時的分散は重要である。年間を通じた安定的利潤の確保が継続的な投資につながり、安定雇用の促進がサービス品質の維持向上につながっていくことになる。

観光需要の平準化は、国籍、年代、同行者、活動、交通機関などさまざまな分類軸を用いてオフシーズンを埋めるターゲットを抽出し、パッチワークのようにカレンダーに当てはめていく作業である。もちろん、限られたマーケティングコストの観点からは、選択と集中が要請される。信頼できるデータを用いた地域の観光需要の分析がより重要となる。

（しおや ひでお/ごきた れいこ）