

佐渡市

観光業における経済波及効果

平成 26 年 3 月

株式会社 JTB 関東法人営業新潟支店

目 次

序章 調査概要

1. 調査目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P2
2. 調査体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P3
3. 本報告書の構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P4
4. 実施した調査の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P5

第1章 観光業を取り巻く概況

1. 国内市場の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P6
2. インバウンド市場の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P9
3. 観光業を取り巻くわが国の施策・・・・・・・・・・・・ P11

第2章 佐渡市を取り巻く概況

1. 佐渡市の概況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P13
2. 佐渡市へのアクセス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P15
3. 佐渡市の人口・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P16
4. 佐渡市の産業構造の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P17

第3章 観光客の動向

1. 佐渡市における観光客の動向・・・・・・・・・・・・・・ P18
2. 佐渡市を訪れる観光客の実態・・・・・・・・・・・・・・ P21
3. 旅行消費額の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P28

第4章 観光業の経済波及効果

1. 算出方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P29
2. 直接効果の推定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P33
3. 間接効果の推定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P35
4. 経済波及効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P38

第5章 宿泊産業の実態

1. 宿泊事業者調査の実施概要・・・・・・・・・・・・・・ P41
2. 宿泊事業者調査の結果分析・・・・・・・・・・・・・・ P43

第6章 佐渡市における観光業の振興

1. 観光による島内諸産業の振興・・・・・・・・・・・・・・ P57
2. 魅力ある観光地であるために・・・・・・・・・・・・・・ P60

序章 調査概要

1. 調査目的

観光地として全国的に名前が浸透している佐渡島において、観光業が他産業にどのような波及効果を及ぼすかを調査することは極めて重要なことである。これにより、佐渡市が今後どのような戦略を立て、地域経済の活性化を図っていくかを決定することができるからである。

前回実施された経済波及効果の調査（昭和 61 年調査）は、昭和 59 年度のデータを活用したものであり、現在の経済環境を正しく反映しているものとは言い難い。そもそも、当時の波及効果算出の手法は、乗数理論に基づいた算出であり、現在主流である産業連関表を用いた算出とは結果が大きく異なることがわかっている。また、佐渡島は、平成 16 年 3 月に島内の 10 市町村が合併して佐渡市となっており、島を取巻く状況も当時のものとは大きく異なっている。

このような状況下、現状の正しいデータのもと、新たに観光業の経済波及効果を算出することは佐渡市にとって、大きな意義があることがわかる。

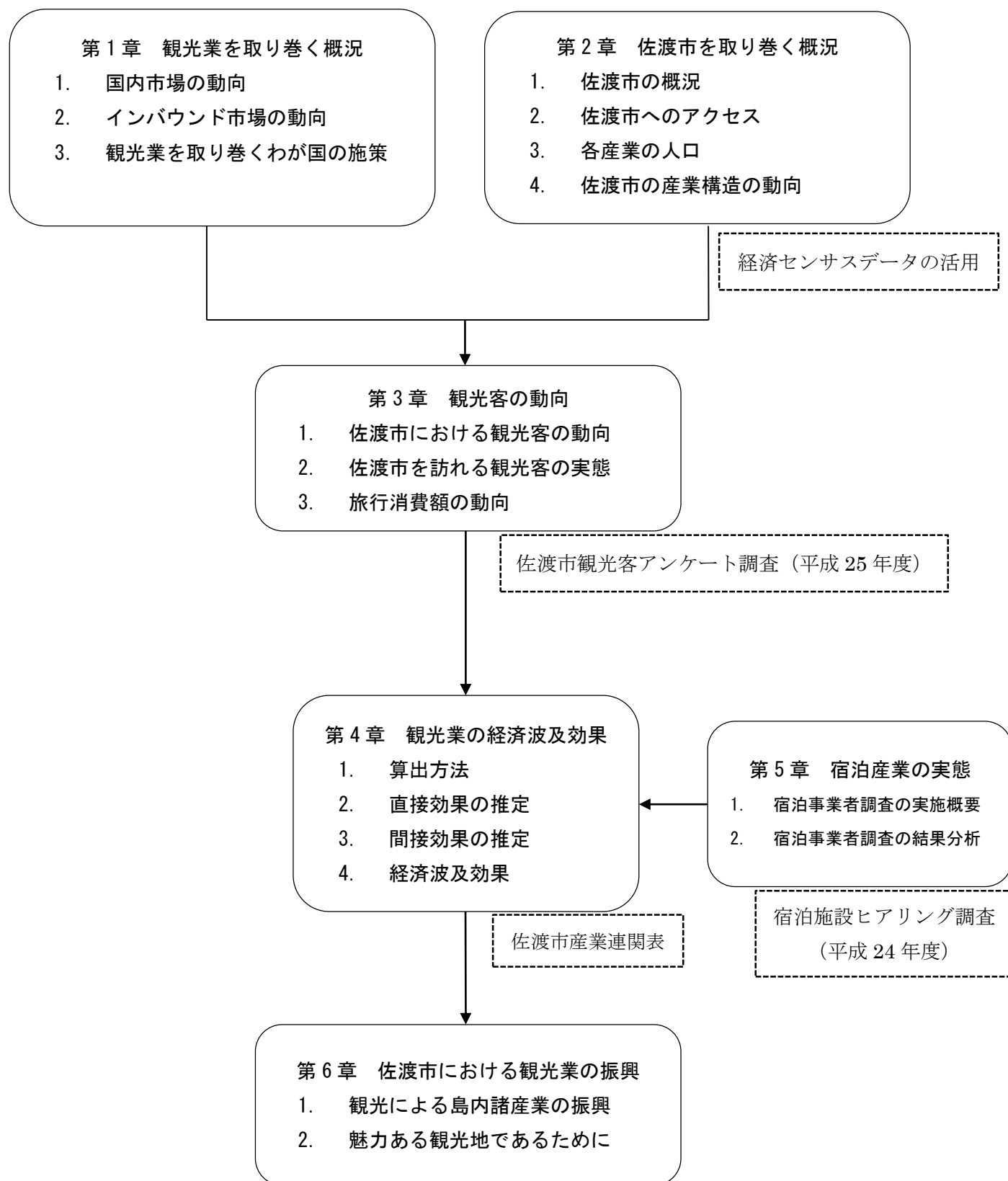
本調査は、平成 25 年・26 年の各種アンケートデータと佐渡市独自の産業連関表を用いて、観光業が佐渡市に与える経済波及効果を算出した。つまり、昭和から平成にかけての年間観光客数が 100 万人を超えた時代とは異なる、現時点のありのままの姿を把握できるデータである。

改めて、本調査の目的は、佐渡市の観光産業が市内の他産業にどのような経済波及効果を及ぼすかを算出することである。これにより、佐渡市における観光産業の位置づけが明確になる。また、それに加え、観光業を取巻く環境、佐渡市の経済状況、観光客の動向、宿泊事業者の動向など、幅広い調査・分析を実施しているので、観光業従事者はもとより、多くの市民にとって有意義な調査となり得る。

各種調査を経て、今後の佐渡市の持続的発展を実現するために、観光産業と他産業がどのような連携を深め、振興を図っていけば良いかを示している。また、佐渡島が今後も魅力的な観光地であるために必要なことについても考察を図る。

最終的には、この報告書が基点となって、今後の佐渡市の観光ビジョン・アクションプランの策定につなげることが重要となってくる。

2. 調査体系



3. 本報告書の構成

(1) 観光業を取り巻く概況（第1章）

観光白書等の基礎データをもとに、わが国の観光市場の動向を整理する。具体的には、国内市場の動向、観光客の動向など、マクロの観点で観光産業を俯瞰する。また、国が掲げる「観光立国の実現」とはどのようなものか、今後の国としてのビジョンを明確にすることでわが国の観光業を取り巻く概況を確認する。

(2) 佐渡市を取り巻く概況（第2章）

本章では佐渡市の概況を項目毎に整理する。まずは、佐渡市の地理的概況、アクセス、人口動向など基本的なことを理解し、その後、佐渡市の産業構造の動向を確認する。

(3) 観光客の動向（第3章）

佐渡市における観光客の動向、観光客の行動実態、旅行消費額の動向等について、観光客アンケート調査を活用して分析する。1-3月を除く9ヶ月分のデータ蓄積があるため、シーズン毎、月毎の観光客の行動、ニーズ、消費性向についての実態が判明するものとなり、今後のマーケティング戦略立案に役に立つものとなる。

(4) 観光業の経済波及効果（第4章）

本調査の最も重要な項目である観光業の経済波及効果を算出する。これらの波及効果をつかむ事で、他産業との連携や関係作りのあり方を考察することが可能となる。また、前回調査（昭和61年調査）との対比を実施し、現状の特徴の理解に努めるものとする。

(5) 宿泊産業の実態（第5章）

観光産業の中でも中核的存在である宿泊施設の実態を調査した。島内の主な宿泊施設に、経営の実態、島内調達の実態、観光客の動向等について、ヒアリング調査を実施することで宿泊産業の実態を把握する。

(6) 佐渡市における観光業の振興（第6章）

(1)～(5)の実態調査を踏まえ、佐渡市が観光業を活用してどのように島内諸産業の振興を実現できるかを考察する。一過性のブームを作るのではなく、持続可能な発展を遂げるための要素を探る。また、そもそも佐渡島が魅力的な観光地であるためにどのようなスタンス、戦略を持つべきかを検討する。

4. 実施した調査の概要

実施した調査	調査の概要
佐渡観光アンケート調査 （平成 25 年度実施）	海上航路を利用する方を対象に、方面別の確認、来訪目的の確認、行動特性を把握するアンケート調査を実施した。 [対象]佐渡汽船利用者（無作為抽出） [方法]調査員が両津港・小木港・赤泊港で 対面アンケート [配付枚数]1 便当たりの配付枚数 カーフェリー（人のみ）：15 枚 カーフェリー（車両）：5 枚 ジェットフォイル：10 枚 あいびす：5 枚 [設問数]9 問 [実施時期]平成 25 年 4 月 22 日-12 月 22 日 月曜日から日曜日までの 1 週間の深夜便を除く全便 [サンプル数]8,920 件
宿泊事業者アンケート調査 （平成 24 年度の経営状態の把握）	佐渡市にある主な 13 の宿泊施設を対象に、経営状況の確認、観光客の動向把握のために対面によるアンケート調査を実施。 [対象]島内で営業する宿泊施設 [方法]予め配布した調査票をもとに調査員が 訪問し対面インタビュー形式で調査を実施。1 施設約 1 時間程度を要する 対面調査である。 [設問数]25 問 [実施時期]平成 26 年 2 月 27 日-2 月 28 日 [サンプル数]13 軒
経済波及効果の算出 （平成 26 年 3 月実施）	佐渡市独自の産業連関表、平成 23 年の観光客の島内入込数、平成 25 年の観光客の消費額を用いて観光業の経済波及効果を算出。

第1章 観光業を取り巻く概況

1. 国内旅行市場の動向

観光業に関する近年の状況をみると、若年層の旅行離れ（旅行ゼロ回層）や人口減少にともなって、旅行需要が減少する傾向にある。

一方、高齢者の旅行に対するニーズは高まっており、高齢者を対象とした募集型企画旅行などのバリエーションが徐々に増えている状況である。

また、旅行の種類別でみると、これまで主流であった発地の旅行会社が大量に目的地に人を送り込むパッケージ型旅行が減少し、ネットエージェントの台頭などを契機に、交通手段とホテルをネットで予約し、目的地に着いてから行動を決める、いわゆる着地型旅行が主流となっている。

旅行に関する実態を統計上の数値で確認すると、平成24年の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.40回（前年比7.7%増・暫定値）であり、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は2.24泊（同7.7%増・暫定値）であった。

平成24年の日本人の国内観光旅行者数は、日帰り旅行については延べ2億430万人（前年比3.8%増、前々年比0.6%減）、宿泊旅行については延べ1億7,876万人（前年比5.2%増、前々年比4.3%増）となった。

上記のいずれの指標においても、前年を上回り、東日本大震災前の水準と比べてもほぼ同じ、または上回る結果となった。

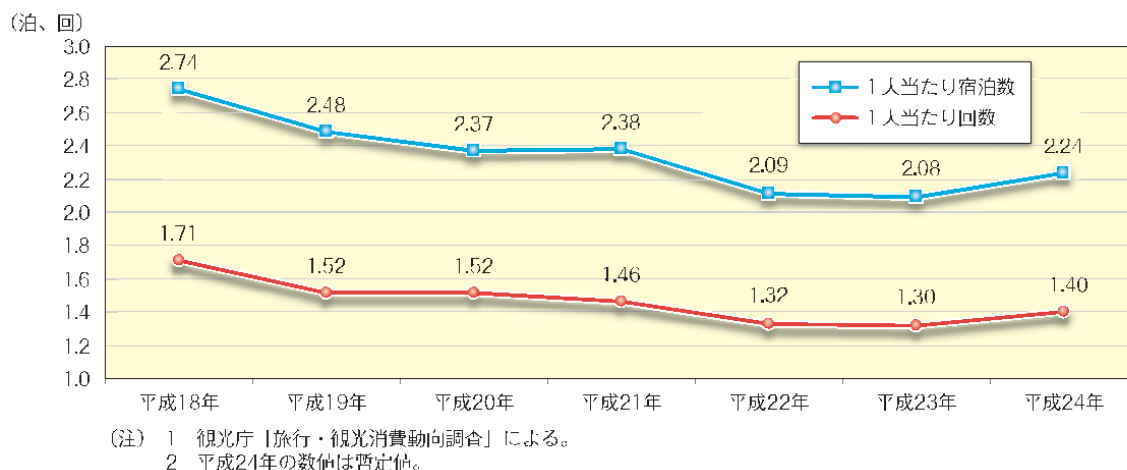
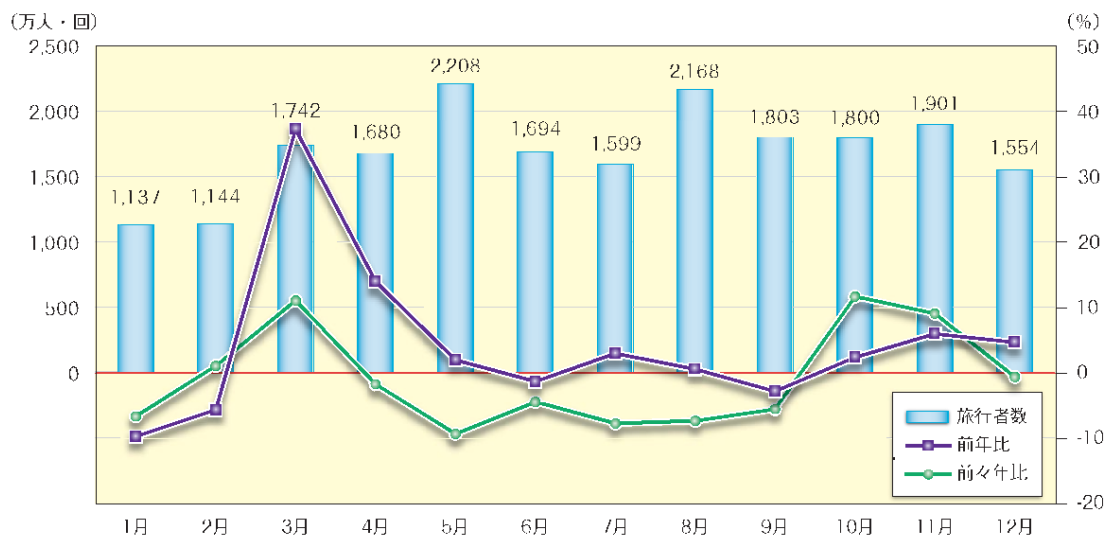
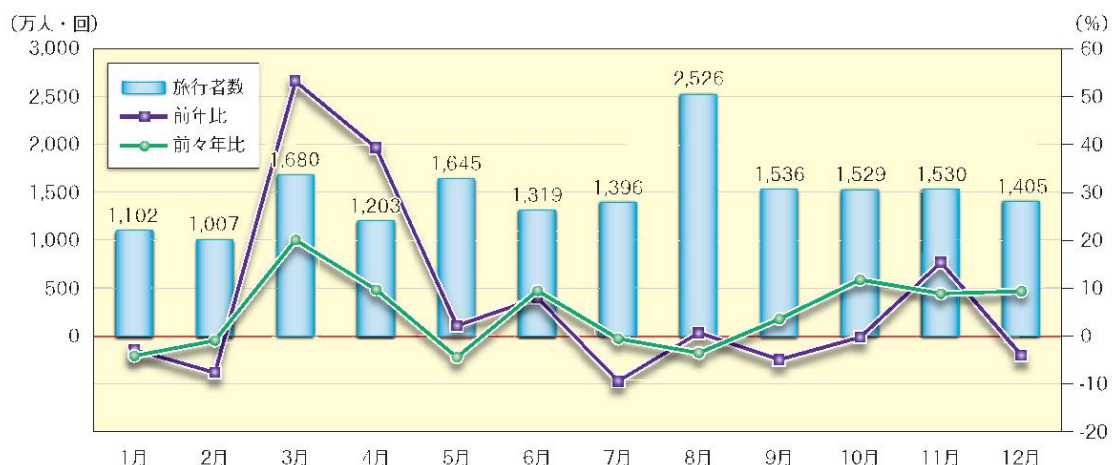


図 1-1 1人あたりの宿泊数、旅行回数



(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
 2 平成24年10～12月の値は速報値である。
 3 「観光・レクリエーション」目的での旅行」の推計値である。

図 1-2 日帰り旅行延べ人数



(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
 2 平成24年10～12月の値は速報値である。
 3 「観光・レクリエーション」目的での旅行」の推計値である。
 4 複数の月にまたがる旅行をした場合は、帰宅した月で集計している。

図 1-3 宿泊旅行延べ人数

平成 25 年は、安倍政権の経済政策への期待から、大きく円高緩和になるとともに株価も上昇に転じた。6 月には成長戦略である「日本再興戦略」が発表され、多くの施策や規制緩和が進み、景気は総じて緩やかに回復に向かっている。こうした足元の景況感の改善を背景に、GW、夏休み、年末年始といったピークシーズンは、全て過去最高の旅行者数であった。また、韓国など近場の海外旅行をしていた人の国内旅行へのシフトや、週末 3 連休の回数

の増加（2012 年から 3 回増加）もあり、ピークシーズン以外の旅行者数も増加したものと見込まれる。

また、平成 24 年に日本に初めて就航した LCC（ロー・コスト・キャリア）は、平成 25 年においても引き続き路線が増加しており、国内の旅行方面の選択肢を増やし、飛行機の利用者増の効果もあったといえる。

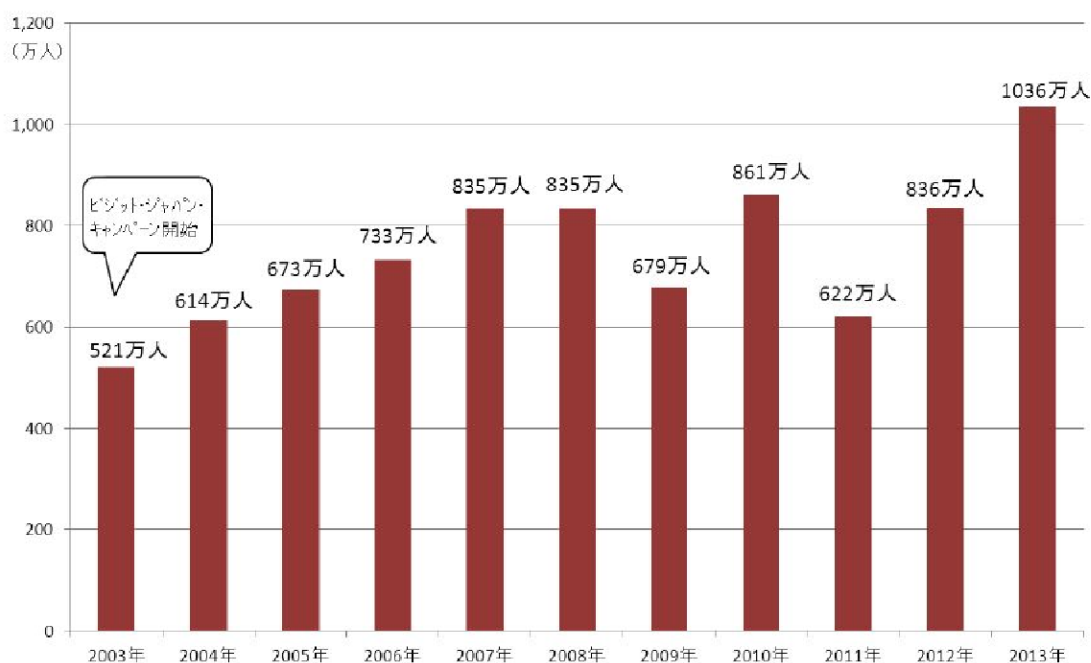
こうした状況から、短期のスパンでは、国内旅行者数は緩やかに増加すると見込まれている（JTB の推計では、前年比 1.7%増の 2 億 9,090 万人程度）。

2. インバウンド市場の動向

平成 25 年の訪日外国人旅行者数は、1,036 万人（前年比約 24%増）であり、初めて 1,000 万人の大台に達した。

東日本大震災の影響による訪日意欲の低下から回復するとともに、日本経済の回復傾向に伴う円高緩和により、訪日外国人旅行者数は前年を大きく上回って推移している。

また、2020 年の東京オリンピック決定により、インバウンド施策推進の機運はさらに高まるものと考えられる。



出典：日本政府観光局 (JNTO)

※2003 年-2012 年の数値は確定値、2013 年の数値は推計値。

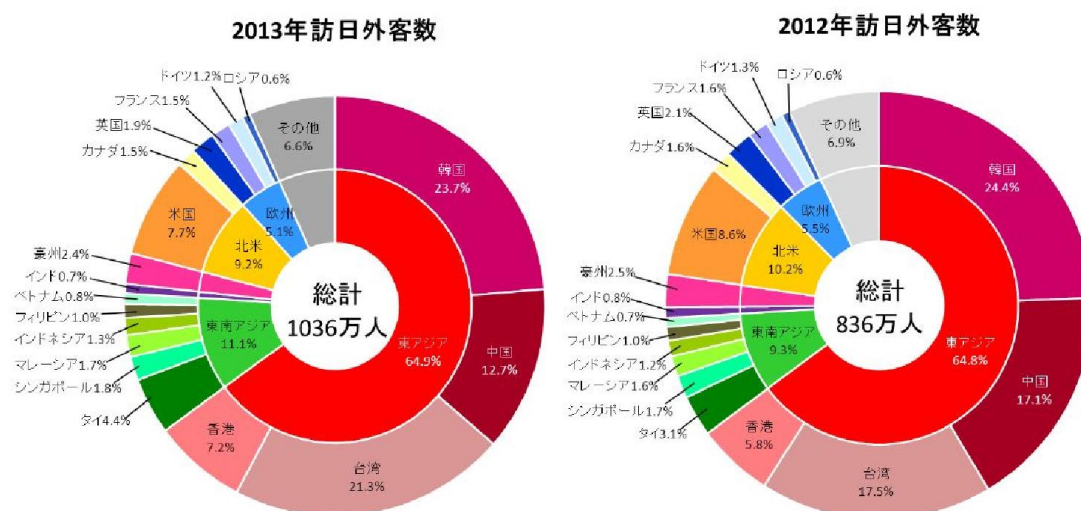
図 1-4 訪日外国人旅行者数の推移

訪日外国人の割合をみると、トップ 5（韓国、台湾、中国、米国、香港）の顔ぶれには変化がないものの、近年では、タイ等東南アジア諸国の増加が著しいのが特徴である。

主要な国・地域でみると、韓国からの訪日数は総数では前年を上回っているが、秋以降、前年を下回る月が続いている。一方、中国からの訪日数は 2012 年の日中関係の悪化以降、2013 年も前年同月を下回る月が続いていたが、9 月以降前年同月比がプラスに転じ、回復傾向をみせている。

一方で、台湾は 2 月～11 月の 10 カ月連続で過去最高を記録しており大幅に訪日数が増加している状況である。

東南アジア 5 カ国（タイ、マレーシア、ベトナム、フィリピン、インドネシア）については、平成 25 年 7 月に査証（ビザ）の免除・緩和が行われたことも追い風となり、東南アジアの国々からの訪日数は増加しており、ハラルなどの独特の文化に対応した受入環境についても、それを売りとした地域が出るなど、機運が高まっている。



出典：日本政府観光局（JNTO）

※2012 年の数値は確定値、2013 年の数値は推計値。

※その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

図 1-5 国・地域別訪日外客数（2012 年・2013 年比較）

3. 観光業を取り巻くわが国の施策

政府は、“観光”を我が国の力強い経済を取り戻すための重要な成長分野と位置づけ、ビジット・ジャパン事業の実施、観光庁の設置、観光立国基本計画の閣議決定およびそれに伴う各種施策の実施を推進している。

平成 25 年 3 月に設置した内閣総理大臣が主宰する「観光立国推進閣僚会議」等を通じた関係省庁間の連携等を進め、オールジャパンで観光立国の実現を目指すこととしており、JNTOを中心とし、在外公館や海外に進出している日系企業と連携したプロモーション体制の強化を進めるとともに、クールジャパンや日本食の海外展開等とも一体となったブランド発信を行うこと、また、ビザ緩和、出入国手続きの迅速化・円滑化、インフラプロジェクトとの連携等を、関係省庁と協力しつつ推進することとしている。

また、平成 25 年 6 月に取りまとめられた「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」においては、我が国の観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の人たちを惹きつける観光立国を実現するための必要な施策として、①日本ブランドの作り上げと発信、②ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進、③外国人旅行者の受入の改善、④国際会議等（MICE）の誘致や投資の促進を図ることとしており、それぞれの段階に存在する隘路を開通するための施策が示されている。

表 1-1 観光立国実現に向けた政府の取り組み

平成 15 年 1 月	小泉純一郎総理（当時）が「観光立国懇談会」を主宰
4 月	ビジット・ジャパン事業開始
平成 18 年 12 月	観光立国推進基本法が成立
平成 19 年 6 月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成 20 年 10 月	観光庁設置
平成 21 年 7 月	中国個人観光ビザ発給開始
平成 24 年 3 月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成 25 年 1 月	「日本再生に向けた緊急経済対策」を閣議決定 第 1 回国土交通省観光立国推進本部を開催
3 月	第 1 回観光立国推進閣僚会議を開催
4 月	第 2 回国土交通省観光立国推進本部を開催 （「国土交通省観光立国推進本部とりまとめ」を公表）
6 月	第 2 回観光立国推進閣僚会議を開催 （「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」をとりまとめ）

	「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」を閣議決定
--	------------------------------

表 1-2 観光立国実現に向けたアクション・プログラムの施策

4つの方向性	具体施策
1. 日本ブランドの 作り上げと発信	①オールジャパン体制による連携の強化・拡大
	②クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信
	③新たな視点に立った訪日プロモーションの実施
2. ビザ要件の緩和等による 訪日旅行の促進	①ビザ要件の緩和
	②利用しやすい宿泊施設や交通機関の周知
	③クルーズの振興
	④航空ネットワークの更なる充実
3. 外国人旅行者の 受入の改善	①出入国手続の迅速化・円滑化
	②交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備
	③多言語対応の改善・強化
	④宅配便運送サービスを利用した「手ぶら観光」の促進
	⑤観光産業の外国人旅行者対応の向上等
	⑥観光案内機能の強化
	⑦ムスリム旅行者への対応
	⑧訪日外国人旅行者の利便性の向上
	⑨免税制度のあり方の検討
	⑩ニューツーリズムの創出
	⑪インフラプロジェクトと連動した観光振興
	⑫地域の観光ポテンシャルの最大化
	⑬被災地における旅行需要の喚起
4. 国際会議等（MICE） の誘致や投資の促進	①国を挙げた一体的なMICE誘致体制の構築
	②都市のMICE受入環境の整備
	③共同行動計画による関係機構の連携
	④統合型リゾート（IR）
	⑤国際競技大会の招致・開催の支援等

現在、景況感の改善に伴い、観光ニーズは高まりを見せるが、消費税増税等の影響も考えられ、国内の旅行者数は微増・微減を繰り返している。

高齢化の進行による人口減少で、国内のマーケットが縮小する中、インバウンドの獲得が観光業の課題となっているのは間違いないと言えるだろう。

第2章 佐渡市を取り巻く概況

1. 佐渡市の概況

佐渡市のある佐渡島は、新潟港（新潟市）から 67 km、直江津港（上越市）から 78 km、寺泊港（長岡市）から 46 km の日本海上に位置し、総面積 855.34 平方 km（新潟県統計年鑑 2013）、海岸線総延長 280.7 km（新潟県統計年鑑 2013）のわが国最大の離島^{※1} である。島の中央部の国仲平野には市内で流域面積最大の国府川が流れ穀倉地帯を形成し、その北に大佐渡、南に小佐渡の二つの山地が並立する。気候は、佐渡沖で暖流と寒流が交わる影響で、冬は本州と比べると温暖で降雪量も少なく、夏は涼しく過ごしやすい。8 世紀頃から伊豆や隠岐とともに遠流の島と定められた歴史から、気候や地理的特性とともに、文化^{※2} の面からも「佐渡は日本の縮図」といわれる。

また、島の大部分が国定公園や県立自然公園に指定され、近年人工繁殖に成功した国際保護鳥トキが日本で最後まで生息していたように、豊かで美しい自然環境に恵まれている。



図 2-1 佐渡市の位置

※1 わが国は 6,852 の島嶼により構成され、このうち本州、北海道、四国、九州及び沖縄本島を除く 6,847 島が離島である。

※2 「佐渡は北陸や西日本の影響を強く受けているといわれる。古くから流人（貴族）が京からきたことや、西回り航路が開かれてから西日本や北陸の文化が直接佐渡に運ばれたことによる。そして佐渡の文化のなかには流人たちがもたらした貴族文化（国仲地方）、金山の発展で奉行や役人たちが江戸からもちこんだ武家文化（相川地方）、商人や船乗りたちが運んだ町人文化（小木地方）の三つの形があるという。これらが渾然一体となって佐渡独自の文化をはぐくみ、同じ新潟県でも対岸の越後とはまったく異なった文化土壤にあるといえる」（佐渡観光協会「佐渡入門」より抜粋）

2. 佐渡市へのアクセス

佐渡島へは、新潟から新潟港～両津港、寺泊港～赤泊港、直江津港～小木港の3路線があり、主要路線である新潟港～両津港がカーフェリーで2時間30分、ジェットフォイルで65分、飛行機では新潟空港～佐渡空港が25分で結ばれる。

東京からは、新幹線とジェットフォイルや飛行機を乗り継げば、最短約4時間での距離となっている。

2013年からは新潟空港～佐渡空港の航空路線が1日2往復となったものの、定員9名の小型機の運用のため輸送効率は悪く、現実的なアクセス手段は海上航路となっている。

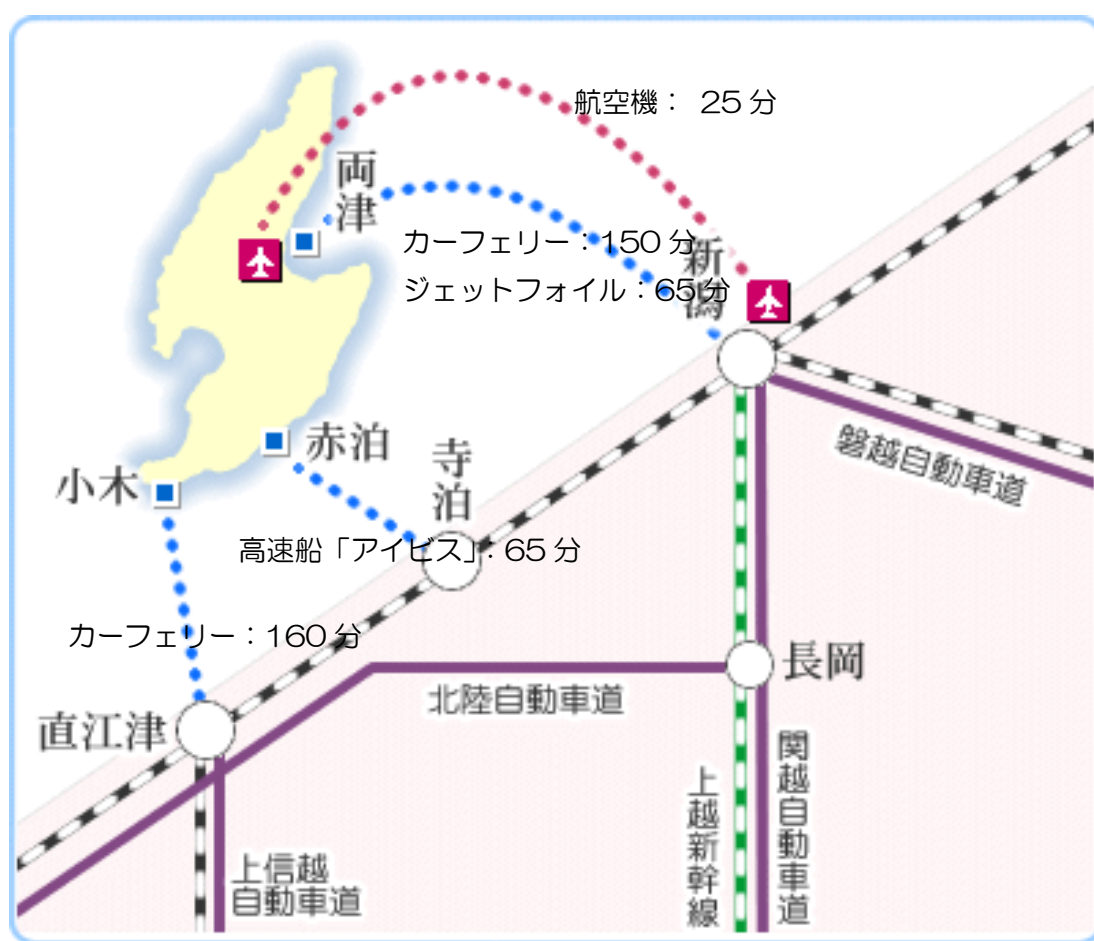


図 2-3 佐渡へのアクセス

3. 佐渡市の人口

佐渡市の総人口は、62,727人（平成22年国勢調査、平成17年比7.2%減）であり、昭和35年以来減少傾向に歯止めがかからない状況である。

そのうち65歳以上の高齢者は、23,081人（高齢化率36%）であり、高齢化が顕著となっている。

また、事業所統計から、事業所数、従業員数の推移をみると、人口の減少に伴って、第2次産業、第3次産業の事業所、従業員数が減少しており、生産人口の減少は経済に及ぼす影響が大きいことが推測される。

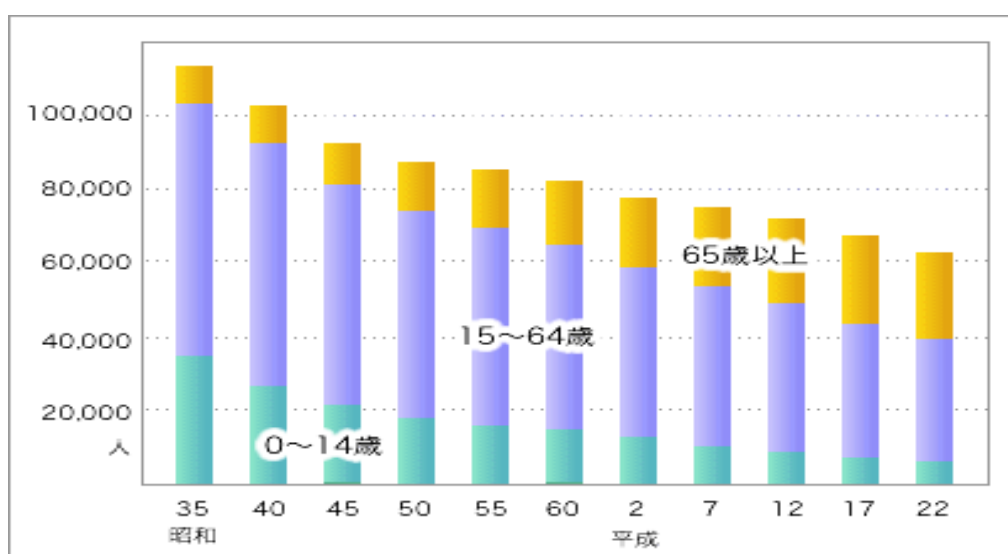


図 2-4 佐渡市の人口の推移（年齢別）

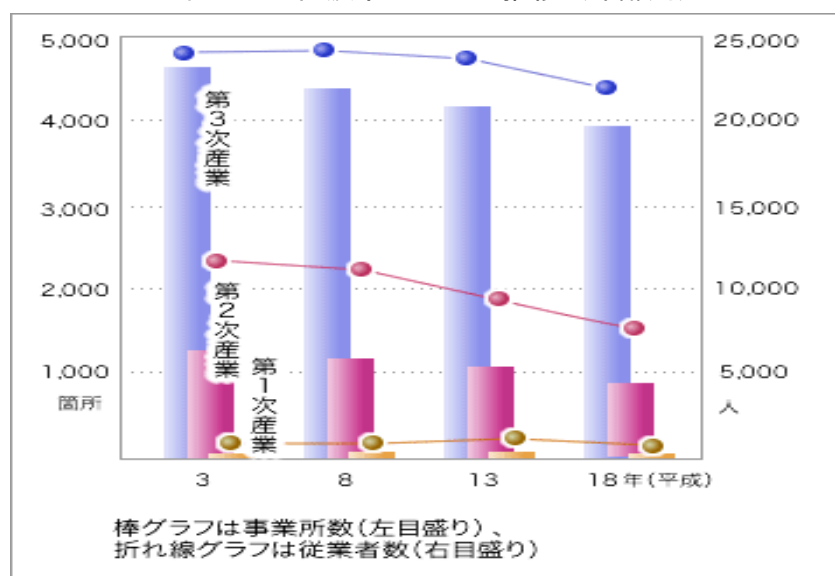


図 2-5 産業別事業者数、産業別人口

4. 佐渡市の産業構造の動向

平成 24 年経済センサスの結果によると、佐渡市における産業生産額の総数は、約 2,671 億円であり、そのうち第 3 次産業による生産額が約 69%を占めている(第 2 次産業は 30%、第 1 次産業は 1%)。

事業所数は 3,729、従業員人口 20,461 人となっており、売上高と同様に大半を第 3 次産業が占めている。

また、大分類別にみると、「卸売、小売業」、「建設業」、「宿泊、飲食サービス業」、「サービス業」が上位を占めている。

観光業に影響を与える「卸売、小売業」、「宿泊、飲食サービス業」、「サービス業」に関して、「卸売、小売業」は表 2-1 の産業別売上高・事業所数・従業員数の全ての項目で 1 位のシェアを占めており、「宿泊、飲食サービス業」、「サービス業」は、売上高に対する割合こそ低いものの、事業所数ではともに約 13%、従業員数では「宿泊、飲食サービス業」が約 12%、「サービス業」が約 8%を占めており、“観光”が佐渡市の産業に及ぼす影響が大きいことが伺える。

表 2-1 産業（大分類）別売上高、事業所数、従業員数

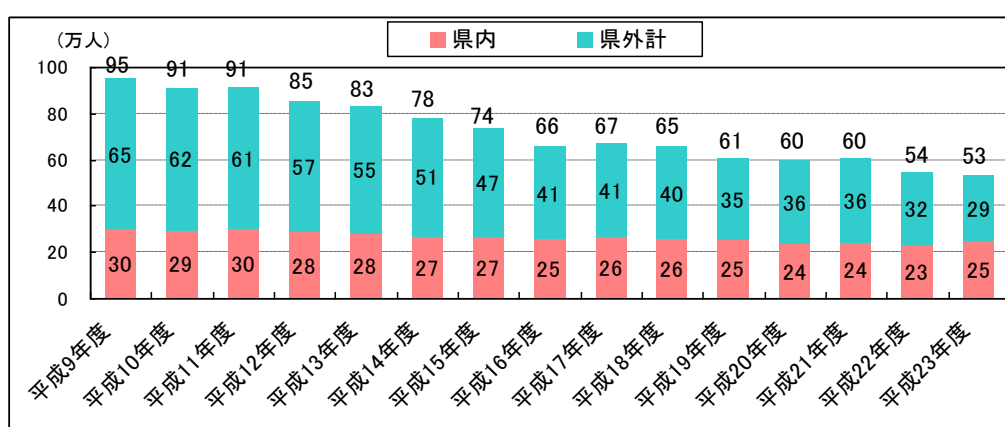
出典：平成 24 年経済センサス

産業分類	産業別売上高 (百万円)		事業所数 (事業所)		従業員数 (人)	
	売上高	割合	事業所数	割合	従業員数	割合
A～B 農林漁業	2,176	0.8%	57	1.5%	622	3.0%
C 鉱業、採石業、砂利採取業	1,389	0.5%	5	0.1%	22	0.1%
D 建設業	51,868	19.4%	443	11.9%	3,237	15.8%
E 製造業	26,427	9.9%	245	6.6%	2,379	11.6%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	24,024	9.0%	12	0.3%	203	1.0%
G 情報通信業	1,769	0.7%	17	0.5%	72	0.4%
H 運輸業、郵便業	9,846	3.7%	80	2.1%	976	4.8%
I 卸売業、小売業	83,839	31.4%	968	26.0%	4,257	20.8%
J 金融業、保険業	16,746	6.3%	45	1.2%	447	2.2%
K 不動産業、物品賃貸業	2,597	1.0%	185	5.0%	357	1.7%
L 学術研究、専門・技術サービス業	2,113	0.8%	93	2.5%	319	1.6%
M 宿泊業、飲食サービス業	9,829	3.7%	488	13.1%	2,343	11.5%
N 生活関連サービス業、娯楽業	4,636	1.7%	313	8.4%	844	4.1%
O 教育、学習支援業	982	0.4%	89	2.4%	217	1.1%
P 医療、福祉	10,497	3.9%	139	3.7%	1,732	8.5%
Q 複合サービス事業	12,353	4.6%	79	2.1%	827	4.0%
R サービス業(他に分類されないもの)	6,023	2.3%	471	12.6%	1,607	7.9%
合計	267,114	100.0%	3,729	100.0%	20,461	100.0%

3 章 観光客の動向

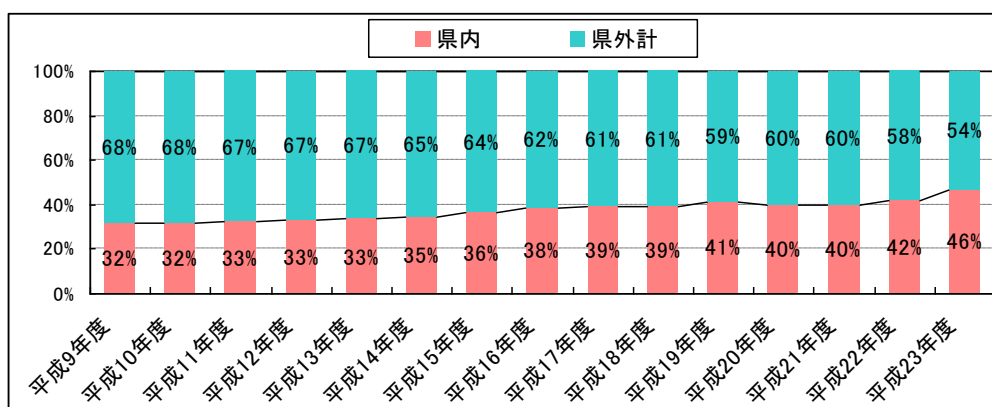
1. 佐渡市における観光客の動向

佐渡市の年間観光入り込み客数について平成 9 年度から平成 23 年度までの 15 年間の趨勢をみると、平成 9 年度の 95 万人をピークに右肩下がりに減少し、平成 23 年度には 53 万人にまで減少している。特に県外からの観光入り込み客数の減少が大きく、平成 9 年度の 65 万人から平成 23 年度には 29 万人にまで減少している。それに伴い、観光入り込み客数全体に占める県外観光客の割合は、平成 9 年度の 68%から平成 23 年度には 54%にまでシェアを落としている。



出典：新潟県統計年鑑

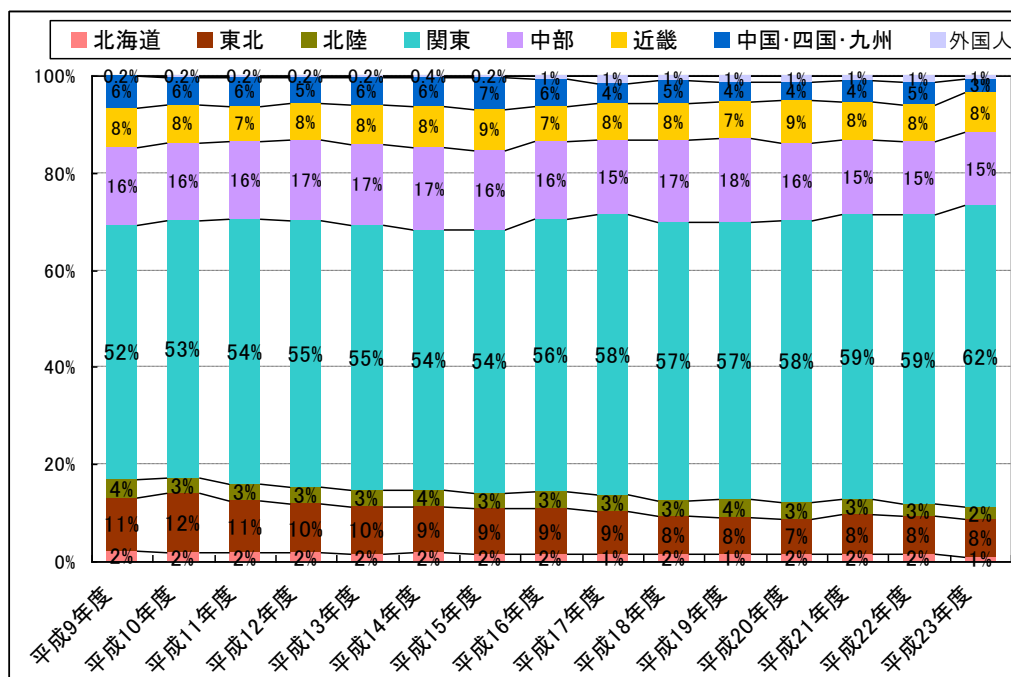
図 3-1 佐渡観光入り込み客数の推移



出典：新潟県統計年鑑

図 3-2 佐渡観光入込客数の県内・県外割合の推移

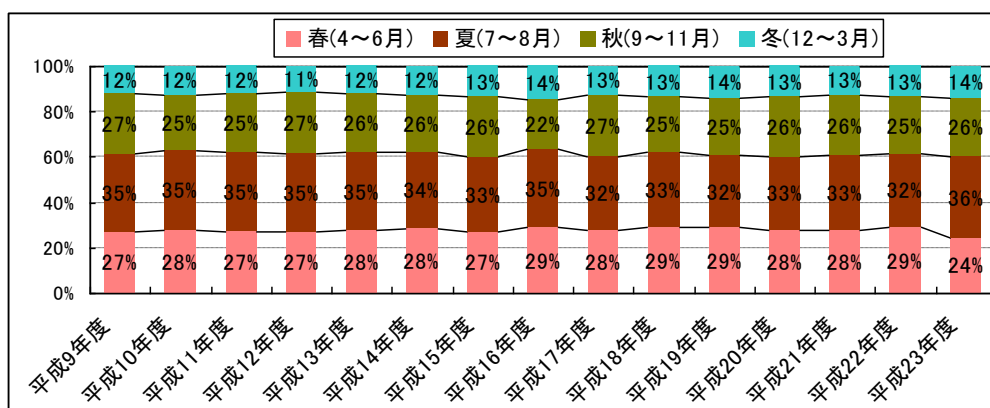
県外からの観光入り込み客について出発地別に見ると、関東の占める割合が最も多く（平成 23 年度：62%）、次いで中部（平成 23 年度：15%）となっている。県外からの観光入り込み客の出発地別シェアについて、平成 9 年度と平成 23 年度を比較すると、北海道、東北、北陸、中部、中国・四国・九州の占める割合が減少し、その分関東の占める割合が増加している（平成 9 年度：52%→平成 23 年度：62%）。



出典：新潟県統計年鑑

図 3-3 佐渡観光入込客数の県外観光客の出発地別割合

佐渡観光入込客数の季節別割合を見ると、夏〔7～8月〕の占める割合が最も多く（平成23年度：36%）、次いで秋〔9～11月〕（平成23年度：26%）、春〔4～6月〕（平成23年度：24%）の順となっている。平成9年度から平成23年度までの15年間の趨勢については、微増、微減はあるものの大きな変化はないと言える。平成23年度については、東日本大震災（3月11日）の自粛ムードの影響もあり、春〔4～6月〕のシェアが例年と比較し低い値となっている。



出典：新潟県統計年鑑

図 3-4 佐渡観光入込客数の季節別割合

2. 佐渡市を訪れる観光客の実態

(1) 調査概要

① 調査項目

佐渡市における観光客の動向、旅行実態、旅行消費額の動向等について把握するためのアンケート調査票を作成した。調査票は全9問からなり、回答者属性や、目的、滞在日数、同行者、訪問地等の旅行実態、島内で支出した消費額関連の諸項目等より構成した。

② 調査対象・調査時期

アンケートは、島内での旅行を終え、佐渡から新潟等へ向かう佐渡汽船乗船者を対象に調査を実施した。調査は、両津港、小木港、赤泊港で調査員が対面アンケート形式にて実施した。実施期間は、平成25年4月22日～12月22日とし、深夜便を除く全便を対象とした。1便あたりの配付枚数はカーフェリー（人のみ）：15枚、カーフェリー（車両）：5枚、ジェットフォイル：10枚、あいびす：5枚と設定し、対象者は各便無作為に抽出した。

③ 回収結果

前述の期間で調査を実施した結果、合計8,920票の調査票を回収した。

調査票の回収状況について、月別にみると、観光入込客数の多い7月、8月の回収が多く、それぞれ1,234票（全体の約14%）、1,319票（全体の約15%）となっている。調査箇所別にみると、両津港が最も多く7,506票（全体の約84%）となっている。船種別にみると、フェリー（人）が3,313票、ジェットフォイルが3,308票とそれぞれ全体の約37%を回収した結果となっている。

表 3-1 調査票の月別回収状況

年月	数	%
平成25年4月	1,059	11.87
平成25年5月	1,128	12.65
平成25年6月	894	10.02
平成25年7月	1,234	13.83
平成25年8月	1,319	14.79
平成25年9月	1,034	11.59
平成25年10月	998	11.19
平成25年11月	673	7.54
平成25年12月	581	6.51
総計	8,920	100.00

表 3-2 調査票の箇所別回収状況

船便	数	%
小木	1,037	11.63
赤泊	377	4.23
両津	7,506	84.15
総計	8,920	100.00

表 3-3 調査票の船種別回収状況

種別	数	%
フェリー（人）	3,313	37.14
フェリー（車）	1,922	21.55
ジェットフォイル	3,308	37.09
あいびす	377	4.23
総計	8,920	100.00

(2) 佐渡来訪者の旅行実態

① 回答者の属性

回答者の属性は、性別は男女比およそ 6 : 4、年齢層は 60 代の 27% が最も多く、次いで 50 代 (17%)、40 代 (15%) の順となっている。

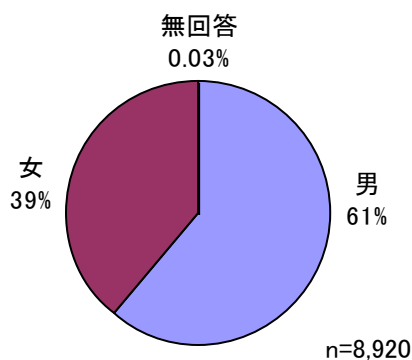


図 3-5 回答者の性別

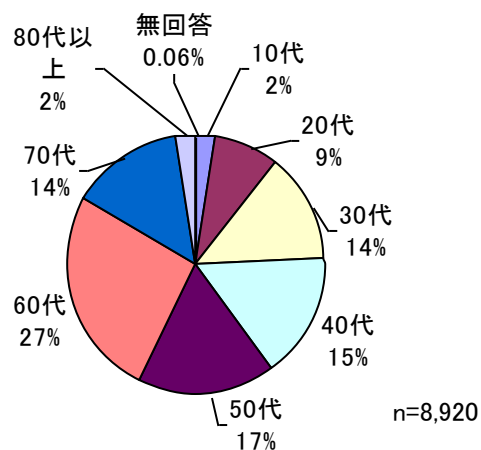


図 3-6 回答者の年代

回答者の居住地は、佐渡市以外が 65%、佐渡市内が 35% を占める。

佐渡市以外の内訳をみると新潟県が 31% と多く、次いで関東 (東京都以外) (25%)、東京都 (16%) と続く。その他の地方では、中部 (9%)、北海道・東北 (7%)、近畿 (7%) が多くとなっている。以降の分析では、佐渡市以外の回答者の結果について分析する。

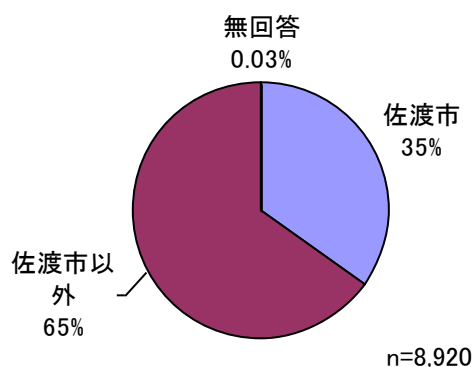


図 3-7 回答者の居住地

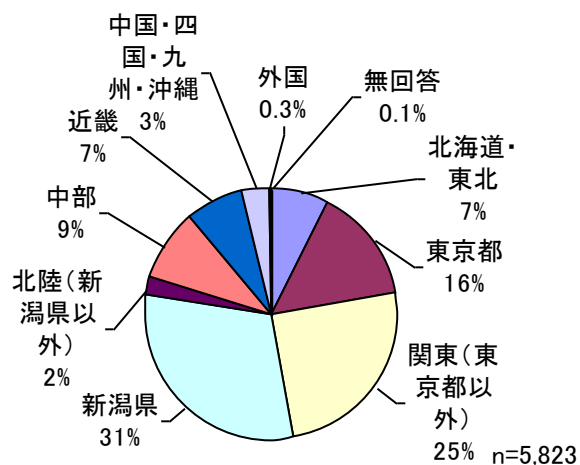


図 3-8 佐渡市以外の内訳

② 来訪目的

佐渡への来訪目的については、観光が64%と最も多く、次いでビジネス(16%)、帰省(13%)の順となっており、上位3つで全体の93%を占めている。

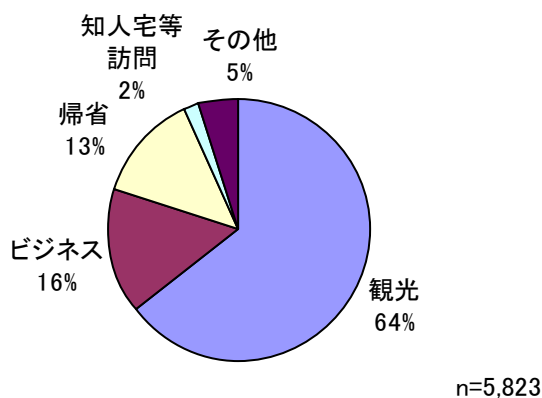


図 3-9 佐渡への来訪目的

③ 訪問回数

佐渡への訪問回数については、初めての方が全体の59%を占めている。リピーターについては2回目の方が14%と最も多く、次いで10回目以上(12%)、3回目(7%)の順となっている。

リピーターの方に前回訪問時期を尋ねた結果については、1年以内と回答した方が47%と最も多く、次いで10年以上前と回答した方が31%、2年前、3年前、5年前、6～9年前と回答した方がそれぞれ5%となっている。

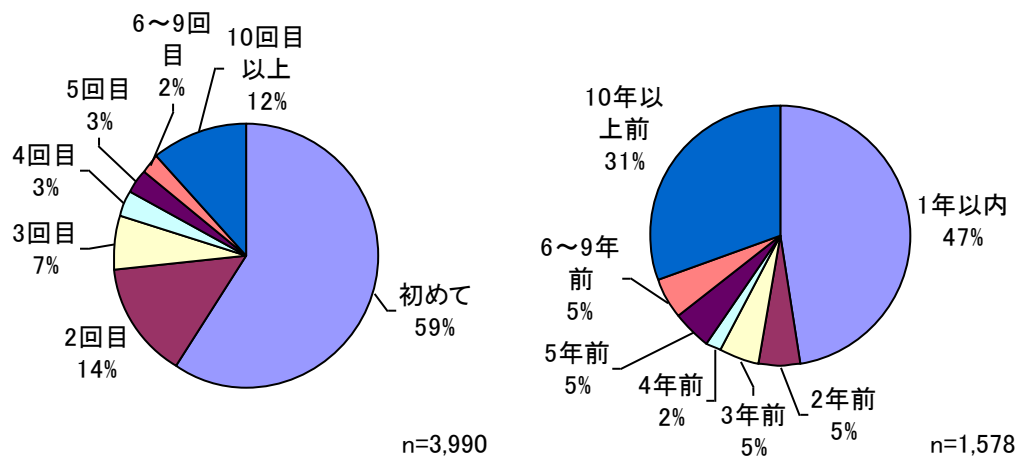


図 3-10 佐渡への訪問回数

④ 滞在日数

島内での滞在日数についてみると、1泊2日と回答した方が49%と最も多く、次いで2泊3日（33%）、日帰り（10%）の順となっており、2泊3日より短い滞在の観光客が9割以上を占める結果となっている。

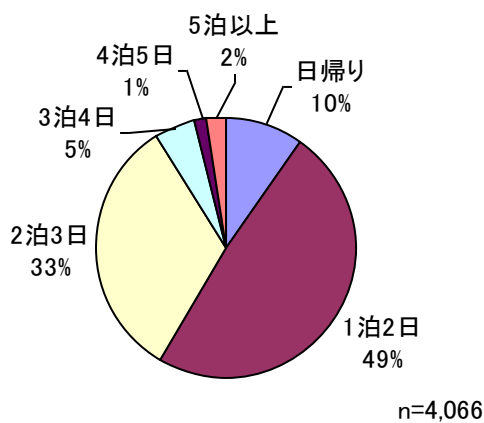


図 3-12 島内での滞在日数

⑤ 宿泊施設（複数回答）

宿泊施設についてみるとホテルと回答した方が最も多く、回答者の63%が宿泊したことがあると回答している。次いで、旅館が17%、民宿が12%、自宅知人宅等が7%の順となっている。

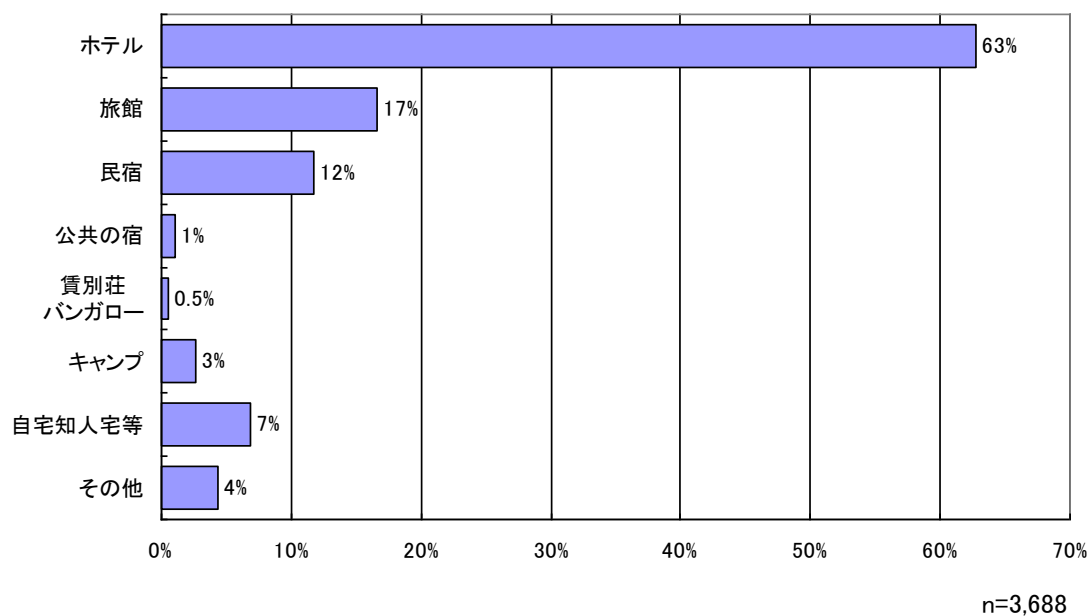


図 3-13 宿泊施設（複数回答可）

⑥ 同行者の人数と種類

同行者の人数については、2人、3人、4人連れがそれぞれ約2割を占める。これに10人以上の団体が17%と続き、次いで5人連れが9%となっている。

同行者については、夫婦旅行が27%、家族旅行が26%、友人との旅行が23%と多くっており、上位3つで約75%を占める。次いで団体旅行が11%、一人旅が9%と続く。

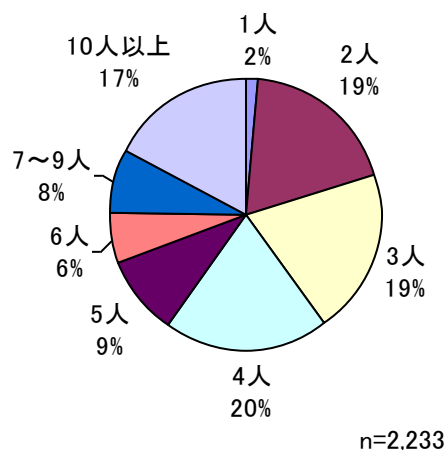


図 3-14 同行者の人数図

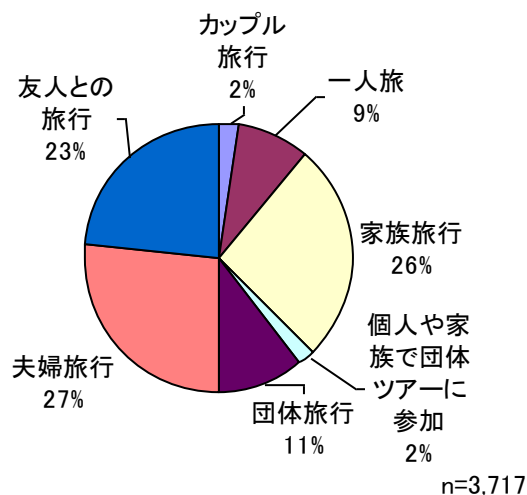


図 3-15 同行者の種類

⑦ 島内での交通手段（複数回答可）

島内での交通手段は、マイカーと回答した方が最も多く回答者の38%が選択している。次いで観光バスを選択した回答者が23%、レンタカーを選択した回答者が22%となっており、これら3つが島内観光の主な交通手段となっている。

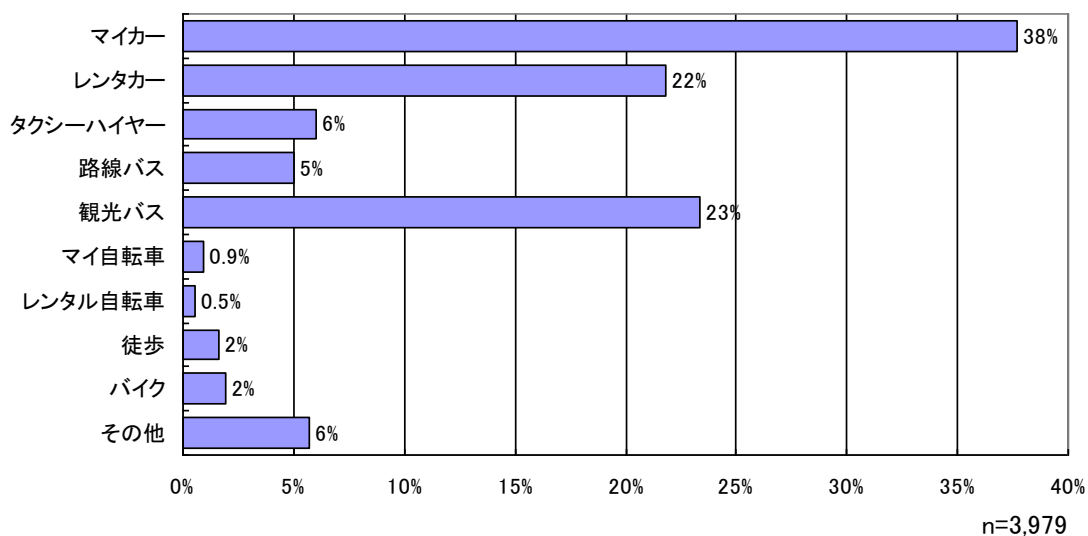
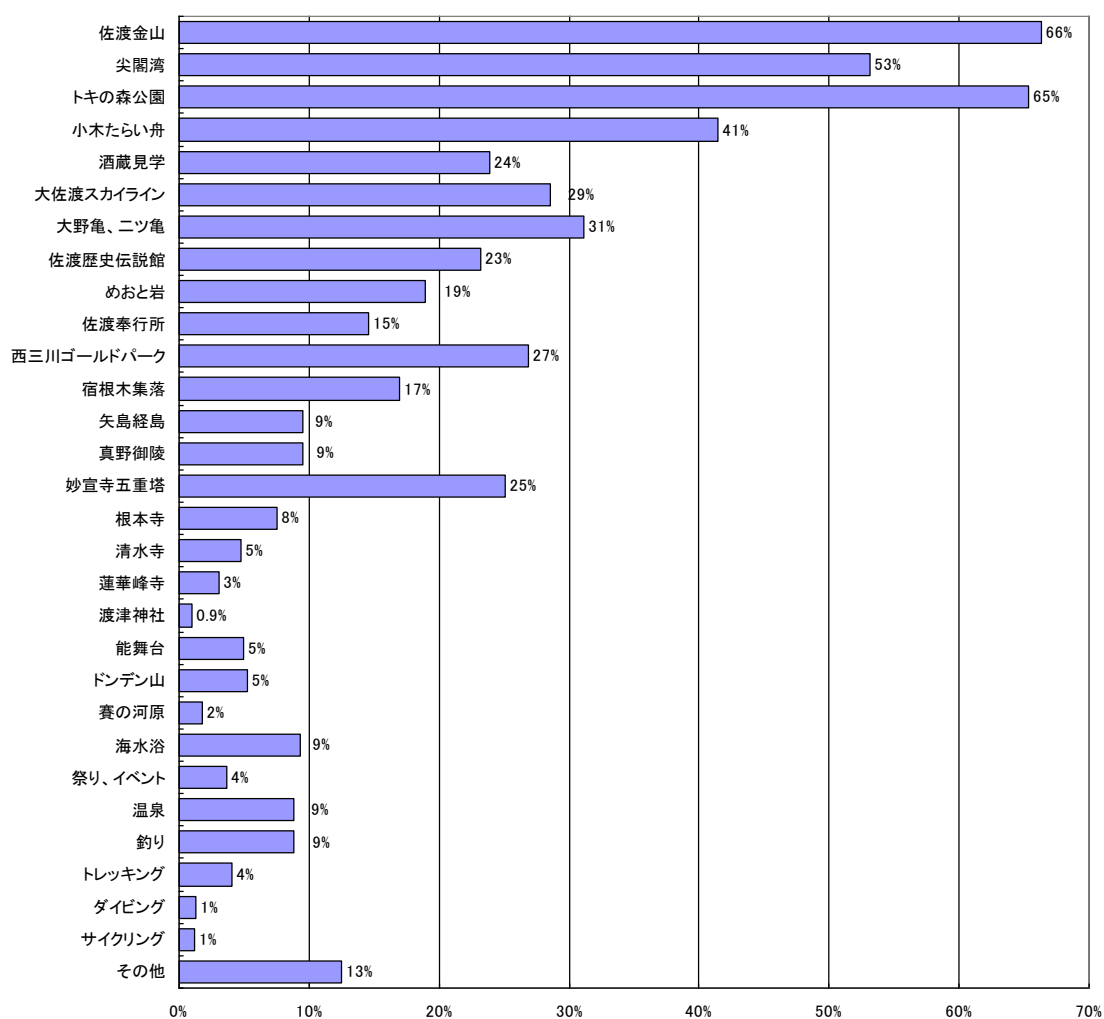


図 3-16 島内での交通手段（複数回答可）

⑧ 島内での訪問箇所（複数回答可）

島内観光での訪問箇所については、佐渡金山（66%）、トキの森公園（65%）、尖閣湾（53%）を訪問した観光客が多く、半数以上の方が訪れるスポットとなっている。その他、小木たらい舟（41%）、大野亀、ニツ亀（31%）、大佐渡スカイライン（29%）、西三川ゴールドパーク（27%）、妙宣寺五重塔（25%）、酒蔵見学（24%）、佐渡歴史伝説館（23%）等を訪問した観光客が多くなっている。



n=3,709

図 3-17 島内での訪問箇所（複数回答可）

⑨ 情報媒体

佐渡へ来るきっかけとなった情報媒体としては、その他を選択した方が最も多く、具体的な記載内容を見ると、「友人・知人がいるため」、「友人・知人に誘われたため」、「旅行会社のツアー」、「以前に来たことがある、リピーター」等の回答が多く見られた。

その他を除くと、クチコミが最も多く 23%を占める。次いでパンフレット、インターネットがそれぞれ 11%となっている。

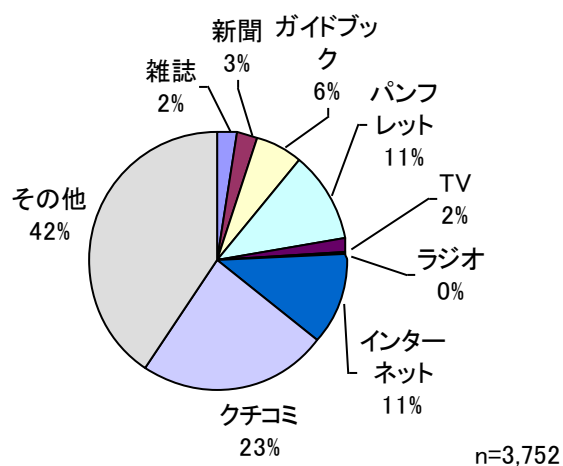


図 3-18 佐渡へ来るきっかけとなった情報媒体

3. 旅行消費額の動向

旅行者アンケート結果より、島内での旅行消費額の結果をみると、支出の内訳の中で額の最も大きいものはツアー代であり、回答のあった方の平均値は約 47,000 円となっている。

ツアー代を除く島内での旅行消費額（合計）の平均は約 43,000 円である。その中で最も多い支出は宿泊費（平均約 18,000 円）であり、平均泊数（1.54 泊）で除した 1 泊あたりの平均宿泊費は約 11,500 円となっている。宿泊費に次いで支出の多い項目はおみやげ代である。平均支出は約 10,000 円であるが、多くの方がおみやげを購入されることもあり、合計額に占める割合は大きい。

表 3-4 島内の旅行消費額

支出	回答数	合計額	平均
①ツアー代	1,173	55,313,190	47,155
②宿泊費	2,116	37,559,725	17,750
-宿泊単価	平均泊数 1.54		(11,526)
③交通費(汽船以外)	1,252	9,998,945	7,986
④施設利用、体験料等	1,920	4,968,880	2,588
⑤おみやげ	3,214	31,669,340	9,854
⑥その他	1,667	8,040,435	4,823
合計（②+③+④+⑤+⑥）			43,002

第4章 観光業の経済波及効果

観光振興により、地域の認知度やイメージの向上が起こり、さらに、地域への観光客数の増加、観光消費の増加などの効果が発現する。これらは、効果の種類・大きさ、帰着先などにより下記のように区分できる。

- ・効果の種類、大きさ：来訪者数、滞在時間、経済効果、イメージ向上効果、心理的高揚感醸成など
- ・効果の帰着先：各種産業部門、行政、地域住民、旅行者など

本章では、平成 25 年における佐渡市への観光客の消費に起因する経済効果に着目する。なお、経済効果推定の際に必要なデータで平成 25 年のものが整備されていない場合は、できうる限り最新のものを使用し、時間の経過による特性の変化が生じないと仮定した。

1. 算出方法

観光客による島内での消費は、その財・サービスを販売する個店だけではなく、その生産のために投入される様々な生産活動（原材料波及効果）やそれがもたらす所得増加にともなう家計消費活動への影響など、様々な経済的な効果を及ぼす。経済効果の推定方法には、乗数理論と産業連関分析の 2 つがある。本調査では、産業間の関連が明示されていること、推定結果の信頼性が高いことから、産業連関分析を用いて経済効果を推定する。

さて、産業連関分析によって、①生産波及効果（直接効果－佐渡市観光客の島内での消費総額、間接効果－観光客の消費のために投入される様々な生産活動（原材料波及効果）ならびにそれにともなう家計消費活動が及ぼす効果（家計迂回効果））、②雇用効果、③付加価値効果、④誘発税収効果、以上の効果を推定できるが、本調査では、①生産波及効果（直接効果ならびに間接効果）、②雇用効果を明らかにする。

①生産波及効果

生産波及効果は、直接効果、間接 1 次効果（原材料波及効果）、間接 2 次効果（家計迂回効果）の和として算定される。個々の効果の概要は以下のとおりである。

直接効果：当該地域への観光客による域内での旅行・観光に係る消費総額

間接 1 次効果：直接効果によって誘発される需要を満たすために生み出される周辺産業等の生産額の合計。直接効果をもとに産業連関表等を用いて推計される。

間接 2 次効果：直接効果および間接 1 次波及効果で生み出された所得額の一定割合が消費にまわされる。この消費需要を賄うために発生する生産額の合計。直接効果、間接 1 次効果をもとに産業連関表等を用いて推計される。

②雇用効果

生産波及効果額に雇用者所得比率を乗ずることにより雇用者総所得額を推定するとともに、労働投入係数を乗ずることにより、雇用者数を推定する。

③付加価値効果

生産波及効果のうちの中間投入を除いた付加価値を示す。生産波及効果（直接効果、間接 1 次効果、間接 2 次効果）に付加価値比率を乗じて推計する。

④誘発税収効果

「国税増加額」、「都道府県税増加額」、「市町村税増加額」の合計として推計される。

次に、経済効果の推定フローを図 4-1 に示す。

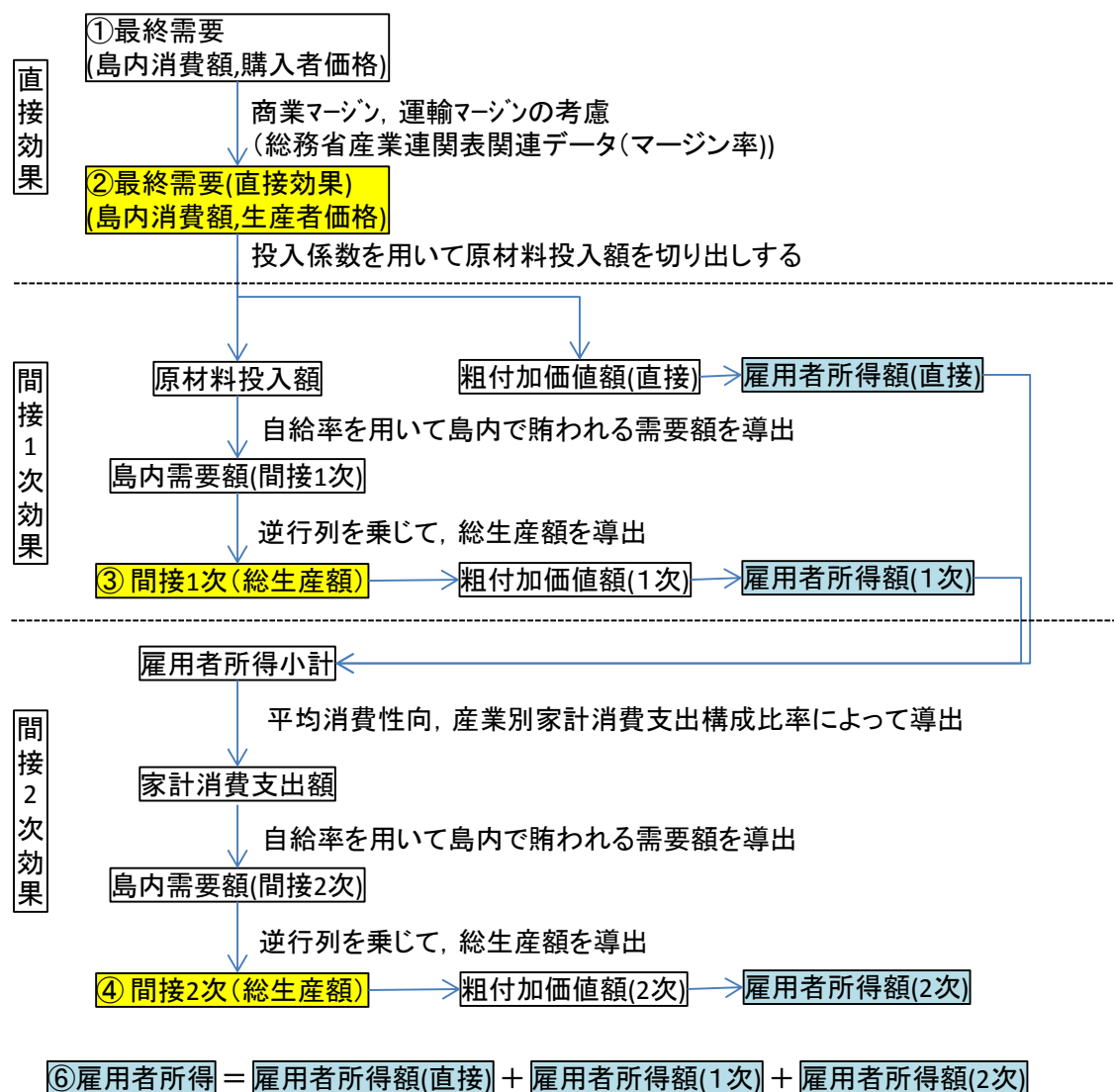


図 4-1 経済効果の推定フロー概念図

- ①最終需要（購入者価格）：観光客による島内における総消費額（アンケート調査より導出）
- ②最終需要（直接効果、生産者価格）：①に含まれる商業マージン、運輸マージンを当該産業に振り分けたもの。振り分けには、総務省産業連関表関連データ（マージン率）を利用した（なお、①と②の総額は等しくなる）。
- ③間接1次効果(原材料波及効果)：②最終需要を満たすために生産された財・サービスの総額（②に産業連関表(逆行列係数表)を乗じて算出）
- ④間接2次効果(家計迂回効果)：②最終需要ならびに③間接1次効果(原材料波及効果)を満たすための生産によって誘発された雇用者所得によって新たな消

費が生じる。これを満たすために生産された財・サービスの総額（図 1 の青枠で示された 3 項目。②と③の和に投入係数表を乗じて所得総額を算出し、この値に平均消費性向を乗じて家計消費支出総額を算出する。この需要を満たす一連の生産活動に関して逆行列係数表を用いて推定）。この際、得られた所得から実際の消費にまわされる比率（平均消費性向）は、資料ⁱをもとに 81.4%（平成 21 年）と設定した。

⑤生産波及効果：②+③+④

⑥雇用者所得：観光によって生じる直接効果、間接 1 次効果、間接 2 次効果にともなう雇用者の所得増加額

⑦雇用効果：⑥に示される所得増加額によって新たに確保される雇用者数。⑤生産波及効果額に労働投入係数を乗ずることにより推定。

経済効果の推定に関して、まず、産業連関表の見直し作業を専門家交え実施した。その結果、平成 25 年の経済構造は平成 12 年のそれを大きく変化がないことから、佐渡市独自の産業連関表ⁱⁱを用いるものとした。なお、この産業連関表は、佐渡市と域外との移出入を考慮しており、その大小は自給率として経済効果で考慮している。この産業連関表では、産業区分が下記の 15 に区分されている。

- 1.農林水産業、2.鉱業、3.生活関連製造業、4.素材関連製造業、5.機械関連製造業、
- 6.建設、7.電気・ガス・熱供給・水道、8.商業、9.金融・保険・不動産、10.運輸、
- 11.通信・放送、12.公務・公共サービス、13.対事務所サービス、14.対個人サービス、
- 15.分類不明

一方、観光分野における経済効果の把握のためには、どのような消費項目を対象とするのが問題となるが、観光庁で実施されている「旅行・観光サテライト勘定（TSA：Tourism Satellite Account）」に基づいて下記の 6 項目とする。（）内は、各項目での消費額と 15 産業区分との対応区分を示したものである。

- ①宿泊費（対個人サービス）、②交通費（運輸）、③土産・買物費（商業）、
- ④飲食費（対個人サービス）、⑤娯楽・入場費（対個人サービス）、
- ⑥その他（対個人サービス）

2. 直接効果の推定

来訪目的や滞在日数、観光客の居住地や日本人観光客と外国人とで異なることが考えられるものの、ここでは月別の平均消費金額が的確に把握できているとの仮定のもとで推定を行う。

(1) 佐渡市への観光客数

表 4-1 は、佐渡市への観光客数を示したものである。

表 4-1 佐渡市観光客数の推移（単位：人）

	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	構成比率
1月	17,477	18,200	16,391	15,065	16,519	14,912	14,784	13,419	14,203	3%
2月	17,096	17,868	15,754	14,889	14,706	13,408	13,311	12,615	14,901	3%
3月	33,719	33,848	35,439	31,802	27,484	29,934	27,829	28,136	22,524	4%
4月	43,233	41,126	46,479	49,017	44,626	37,529	34,989	39,844	29,480	6%
5月	80,410	81,804	68,520	74,461	66,849	67,012	70,249	64,963	49,069	9%
6月	73,995	67,493	66,627	66,457	66,511	59,532	62,951	55,347	50,520	9%
7月	88,542	82,438	81,814	76,488	63,751	67,607	76,408	65,144	66,281	12%
8月	155,609	145,211	136,517	139,164	127,673	129,550	122,844	110,185	124,835	23%
9月	71,046	62,163	66,995	57,563	55,329	56,633	63,224	48,706	52,851	10%
10月	76,211	57,881	69,127	62,886	55,974	57,652	57,108	52,763	51,745	10%
11月	48,175	26,013	46,049	42,123	41,226	40,401	37,065	34,122	33,208	6%
12月	28,754	25,864	23,818	26,017	24,808	23,952	22,229	21,781	22,394	4%
合計	734,267	659,909	676,530	655,932	605,456	598,122	602,991	547,025	532,011	100%
比率 (H15=1.0)	1.00	0.90	0.92	0.89	0.82	0.81	0.82	0.74	0.72	

※出典：佐渡市 HP

(http://www.city.sado.niigata.jp/admin/stat/ot_kankou/index.shtml)

最新データが平成 23 年であることから、平成 25 年の実績はそれと同様であると仮定する。さて、平成 23 年の佐渡市への観光客数は 53.2 万人となっており、平成 15 年を 1.00 とすると 0.72（平成 23 年）と減少傾向を示している。また、1 年における季節変動をみると、8 月が 1 年における約 1/4 を占めるとともに、7 月から 10 月の 4 ヶ月では 55% となり来訪のピーク期といえる。

(2) 観光客 1 人当たり島内消費額

表 4-2 は、平成 25 年の各月における観光客 1 人当たりの島内消費額を示したものである。なお、佐渡市における消費額は、4-12 月の各月で調査されているが、1 月～3 月のデータは欠損しているため、1 月、2 月は 12 月と同様、3 月は 11 月と同様の値と仮定した。

表 4-2 より、島内での消費額は、①宿泊費が多くを占め、次いで③おみやげや②交通費（汽船以外）が多いことがわかる。なお、経済効果推定のためには「飲食費」を把握する必要があるが、調査項目で設定されていないことから、「⑤その他」の 8 割を「飲食費」に、

2割を新たな「その他」として仮定する。この配分の比率設定は経済効果の推定値に影響を及ぼさないものの、観光庁による観光統計の基準化が進んでいることから、飲食費とその他を明確に区分することは、他地域との比較などが容易になると考えられる。

表 4-2 観光客 1 人当たり島内消費額（単位：円/人）

	①宿泊 費	② 交通費 (汽船以 外)	③おみ やげ	④施設 利用、 体験料 等	⑤その 他	(飲食 費, ⑤× 0.8)	(その 他, ⑤× 0.2)	⑥合計 (①～ ⑤)	比率 (1月 =1.00)	⑦平均 泊数	備考
1月	12,232	6,559	3,909	1,617	2,769	2,216	554	27,086	1.00	1.74	12月の値を利用
2月	12,232	6,559	3,909	1,617	2,769	2,216	554	27,086	1.00	1.74	12月の値を利用
3月	14,543	5,728	5,566	2,000	2,766	2,213	553	30,602	1.13	1.43	11月の値を利用
4月	18,613	9,271	10,588	2,694	3,445	2,756	689	44,612	1.65	1.46	
5月	18,363	8,351	11,626	2,326	6,677	5,342	1,335	47,343	1.75	1.65	
6月	16,795	9,309	10,224	2,390	4,538	3,630	908	43,257	1.60	1.52	
7月	18,765	9,037	11,533	2,327	4,666	3,733	933	46,328	1.71	1.56	
8月	18,002	6,874	9,238	2,680	5,210	4,168	1,042	42,004	1.55	1.57	
9月	18,284	7,318	7,795	2,930	5,119	4,095	1,024	41,446	1.53	1.50	
10月	16,877	9,040	10,778	3,013	5,997	4,798	1,199	45,706	1.69	1.47	
11月	14,543	5,728	5,566	2,000	2,766	2,213	553	30,602	1.13	1.43	
12月	12,232	6,559	3,909	1,617	2,769	2,216	554	27,086	1.00	1.74	

※出典：観光客アンケート調査（平成 25 年 4 月～12 月実施）

※交通費：島内交通費（バス・タクシー・島内で利用される船舶等）

※娯楽・入場費：観光施設入場料、ダイビングやスパ・エステ等の体験料

※その他：宿泊費、交通費、土産・買物費、飲食費、娯楽・入場費に含まれないもの

(3) 直接効果の推定

観光客による島内での消費総額（直接効果）を算出した。表 4-3 は、観光客数(表 4-1)に観光客 1 人当たり島内消費額(表 4-2)を乗じることにより算出できる。島内消費総額（直接効果）は、217.9 億円となり、構成比率の上位から①宿泊費（90.7 億円、0.42）、③おみやげ（48.0 億円、0.22）、②交通費（汽船以外）（41.2 億円、0.19）、飲食費（20.0 億円、0.09）、④施設利用、体験料等（13.1 億円、0.06）、その他（5.0 億円、0.02）となる。また、月別観光客数で重み付けした島内における観光客の平均消費額は 40,965 円/人となった。

表 4-3 観光客における島内消費額（単位：千円）

	①宿泊費	②交通費 (汽船以外)	③おみやげ	④施設利用、体験料等	⑤その他	(飲食費, ⑤×0.8)	(その他, ⑤×0.2)	⑥合計 (①～⑤)	構成比率
1月	173,733	93,157	55,521	22,962	39,334	31,467	7,867	384,707	0.02
2月	182,271	97,736	58,249	24,090	41,267	33,014	8,253	403,613	0.02
3月	327,563	129,014	125,363	45,045	62,300	49,840	12,460	689,286	0.03
4月	548,716	273,321	312,136	79,419	101,558	81,246	20,312	1,315,151	0.06
5月	901,045	409,792	570,458	114,127	327,636	262,109	65,527	2,323,057	0.11
6月	848,465	470,295	516,534	120,762	229,265	183,412	45,853	2,185,321	0.10
7月	1,243,767	598,996	764,417	154,213	309,254	247,403	61,851	3,070,646	0.14
8月	2,247,236	858,152	1,153,194	334,499	650,431	520,344	130,086	5,243,512	0.24
9月	966,311	386,783	411,961	154,872	270,540	216,432	54,108	2,190,467	0.10
10月	873,301	467,782	557,730	155,889	310,330	248,264	62,066	2,365,033	0.11
11月	482,939	190,211	184,827	66,411	91,852	73,482	18,370	1,016,240	0.05
12月	273,927	146,882	87,540	36,204	62,018	49,615	12,404	606,571	0.03
合計	9,069,276	4,122,122	4,797,931	1,308,491	2,495,784	1,996,627	499,157	21,793,604	1.00
構成比率	0.42	0.19	0.22	0.06	0.11	0.09	0.02	1.00	-
平均消費額 (円/人)	17,047	7,748	9,018	2,460	4,691	3,753	938	40,965	-

3. 間接効果の推定

島内消費総額（直接効果）217.9 億円によって生じる間接効果ならびに雇用効果を、図 4-1 の推定フローに従って推定した。具体的な推定方法は、新潟県 HP(新潟県・産業連関表Ⅲ)に基づいている。

表 4-4 経済波及効果の推定結果

産業	①最終需要 (購入者 価格) (億円)	②最終需要 (直接効果) (生産者 価格) (億円)	構成 比率	順位	③間接 1次 効果 (億円)	構成 比率	順位	④間接 2次 効果 (億円)	構成 比率	順位	⑤生産 波及 効果 (②+③+④) (億円)	構成 比率	順位	⑥雇用者 所得 (億円)	構成 比率	順位	⑦ ⑥に基 づく雇用効 果(⑥/産業 別平均所得) (人)	構成 比率	順位
農林水産業	0.0	0.0	0%	4	0.8	1%	9	1.1	2%	9	1.9	1%	9	0.2	0%	12	7	0%	10
鉱業	0.0	0.0	0%	4	0.1	0%	14	0.2	0%	14	0.3	0%	14	0.1	0%	13	1	0%	14
生活関連製造業	0.0	0.0	0%	4	1.2	1%	7	2.5	4%	8	3.7	1%	8	0.7	1%	8	21	1%	8
素材関連製造業	0.0	0.0	0%	4	0.9	1%	8	0.8	1%	10	1.7	0%	10	0.4	0%	11	5	0%	12
機械関連製造業	0.0	0.0	0%	4	0.0	0%	15	0.1	0%	15	0.2	0%	15	0.0	0%	14	1	0%	13
建設	0.0	0.0	0%	4	0.5	1%	10	0.7	1%	12	1.2	0%	11	0.4	0%	9	9	0%	9
電気・ガス・熱供給・水道	0.0	0.0	0%	4	2.9	3%	6	3.3	6%	6	6.2	2%	7	1.0	1%	7	24	1%	7
商業	48.0	48.1	22%	2	12.0	13%	3	8.8	15%	2	68.9	19%	2	29.9	28%	2	931	24%	2
金融・保険・不動産	0.0	0.0	0%	4	4.5	5%	4	21.2	36%	1	25.7	7%	4	2.5	2%	5	100	3%	4
運輸	41.2	41.2	19%	3	20.3	23%	2	3.3	6%	5	64.9	18%	3	14.1	13%	3	448	12%	3
通信・放送	0.0	0.0	0%	4	0.3	0%	13	0.8	1%	11	1.1	0%	12	0.4	0%	10	5	0%	11
公務・公共サービス	0.0	0.0	0%	4	0.4	0%	11	6.0	10%	4	6.4	2%	6	3.3	3%	4	57	1%	6
対事務所サービス	0.0	0.0	0%	4	3.8	4%	5	2.8	5%	7	6.6	2%	5	2.1	2%	6	64	2%	5
対個人サービス	128.7	128.6	59%	1	41.2	46%	1	7.7	13%	3	177.5	48%	1	50.6	48%	1	2,196	57%	1
分類不明	0.0	0.0	0%	4	0.4	0%	12	0.3	1%	13	0.7	0%	13	0.0	0%	15	0	0%	15
合計	217.9	217.9	100%	-	89.4	100%	-	59.5	100%	-	366.8	100%	-	105.8	100%	-	3,870	100%	-

※上位 3 位をピンクで表記

①最終需要（購入者価格）：観光客による島内における総消費額（アンケート調査より導出）

②最終需要（直接効果、生産者価格）：①に含まれる商業マージン、運輸マージンを当該産業に振り分けたもの。振り分けには、総務省産業連関表関連データ（マージン率）を利用した（なお、①と②の総額は等しくなる）。

③間接 1 次効果（原材料波及効果）：②最終需要を満たすために生産された財・サービスの総額（②に産業連関表（逆行列係数表）を乗じて算出）

④間接 2 次効果（家計迂回効果）：②最終需要ならびに③間接 1 次効果（原材料波及効果）を満たすための生産によって誘発された雇用者所得によって新たな消費が生じる。これを満たすために生産された財・サービスの総額（図 4-1 の青枠で示された 3 項目。②と③の和に投入係数表を乗じて所得総額を算出し、この値に平均消費性向を乗じて家計消費支出総額を算出する。この需要を満たす一連の生産活動を逆行列係数表を用いて推定）。この際、得られた所得から実際の消費にまわされる比率（平均消費性向）は、資料 をもとに 81.4%（平成 21 年）と設定した。

⑤生産波及効果：②+③+④

⑥雇用者所得：観光によって生じる直接効果、間接 1 次効果、間接 2 次効果にともなう雇用者の所得増加額

⑦雇用効果：⑥に示される所得増加額によって新たに確保される雇用者数。⑤生産波及効果額に労働投入係数を乗ずることにより推定。

表 4-4 より、観光客数の消費（②最終需要：217.9 億円）を満たすための③間接 1 次効果（原材料波及効果）は 89.4 億円である。また、②最終需要ならびに③間接 1 次効果（原材料波及効果）に相当する産業活動によって、雇用者の所得増加とそれにともなう消費需要が創出されるが、それを満たすために誘発された総生産額（④間接 2 次効果（家計迂回効果））は 59.5 億円となり、⑤生産波及効果（①+③+④）は 366.8 億円、それにともなう雇用効果は 3,870 人、雇用総所得は 105.8 億円と推定された。

そして、⑤生産波及効果の大きな産業部門は、1 位：対個人サービス(177.5 億円)、2 位：商業(68.9 億円)、3 位：運輸(64.9 億円)、4 位：金融・保険・不動産(25.7 億円)、5 位：対事務所サービス(6.6 億円)となり、直接効果のない金融・保険・不動産や対事務所サービスなどの産業へも影響があることが確認できる。

4. 経済波及効果

推定した経済効果と昭和 61 年に実施された観光振興に関する検討資料との比較を行い、現状の特徴を把握する。

表 4-5 佐渡市における経済効果分析の比較

	昭和61年調査	本調査	H25/S59比
①観光入込者総数(人)	747,801	532,011	0.71
②平均消費金額(円/人)	30,191	40,965	1.36
③観光総消費額(①×②, 億円)	225.8	217.9	0.97
④観光総消費額(事業所調査, 億円)	219.2	-	0.99 (217.9/219.2)
⑤間接1次効果(原材料波及効果, 億円)	200.0	89.4	0.45
⑥間接2次効果(家計迂回効果, 億円)	140.0	59.5	0.43
⑦生産波及効果(③(④)+⑤+⑥)	559.2	366.8	0.66
⑧誘発倍率(⑦/(③もしくは④))	2.55	1.68	0.66
⑨雇用者総所得(億円)	151.3	105.8	0.70
⑩雇用効果(人)	6,186	3,870	0.63
⑪参考:雇用者平均所得(万円/人)	244.6	273.3	1.12
⑫参考:佐渡市人口(全年齢階層)	87,504(S50)	62,727(H22)	0.72
⑬参考:佐渡市人口(15-64歳)	56,484(S50)	32,515(H22)	0.58
⑭ ⑩/⑬	11.0%	11.9%	1.09

昭和 61 年調査:佐渡観光振興対策事業調査報告書(新潟県・日本交通公社、昭和 61 年 5 月)

佐渡市人口の出典:佐渡市 HP(統計資料:人口の推移(国勢調査))^{iv}

昭和 61 年に実施された「佐渡観光振興対策事業調査報告書(新潟県・日本交通公社)」は、観光産業が地域の経済に対して売上高、所得、雇用等においてどのような効果を及ぼしているのか、実態を把握するために行われたものであり、自然資源・人文資源の保護・有効活用、レクリエーション・教育の場の拡大など観光による多様な効果が存在する中で特に経済効果に着目したものである。

この調査では、実態把握のために、旅行者調査と事業所調査の 2 つを行っている。旅行者調査では、旅行者による平均消費金額(表 4-5、②)の調査を通じて③観光総消費額を推定している。同時に、事業所調査によって観光客による消費額(④)を算出し、③と④との比較によって推定値の妥当性をチェックしている点が特徴である。最終的に、値の小さい④をもとに、⑤間接 1 次効果、⑥間接 2 次効果、雇用効果(⑨、⑩)を推定している。また、経済効果の推定では、乗数理論を用いておこなっているが、本調査で採用した産業連関分析との差異として、下記のような点があげられる。

	乗数理論	産業連関分析
長 所	簡便な調査で経済効果が推定可能。	観光庁などで採用されており、信頼性が高いとされる。産業区分を考慮可能。
短 所	産業区分を明確に設定していない、二重計算等により推定値が過大になる恐れ。	産業連関表を整備されていない市区町村が多い（佐渡市は、既に整備済）。

また、乗数理論と産業連関分析では、効果の波及のとらえ方が異なる。産業連関分析では、直接効果を原因として、それが間接 1 次効果（原材料波及効果）、間接 2 次効果（家計迂回効果）のみに影響するという波及のステップを対象としているそれに対して、乗数理論では、観光消費による経済活動への波及（原材料を生産することによって所得が向上し、その所得によって原材料が再度生産され、これがあらたな所得向上を生み出す一連の過程）が無限回続くケースを想定しており、間接 1 次効果（原材料波及効果）、間接 2 次効果（家計迂回効果）いずれとも大きく推定されると考えられる。

表 4-5 から 2 つの調査を比較すると、まず観光客による島内で消費総額（③）がほぼ同一であることがわかる。これは、年間の入込客数では、昭和 61 年：74.8 万人に対して平成 25 年：53.2 万人と約 7 割に減少しているのに対して、消費金額が 1.36 倍と増加していることによると考えられる。なお、2 つの調査時期は、27 年の隔たりがあるため、物価の変動によるところも大きいと考えられる。

観光消費による直接効果（昭和 61 年調査：④、本調査：③）はほぼ等しいにもかかわらず、間接 1 次効果（原材料波及効果）は 0.45（H25/S61 比）と小さくなっている。その原因として、上述したように推計方法による影響が大きく考えられることに加え、島内での自給率が低下していることが考えられる。最も消費支出割合の大きい対個人サービスをみると、昭和 61 年において 85～100%であったのに対して 59%（H25）に低下しており、効果が島外に漏出（スピルオーバー）していることが考えられる。また、付加価値率も 2 時点が大きく変化しており、対個人サービスでは 30%（S61）から 46%に増加している。言い換えると原材料費の相対的割合の低下となるため、間接 1 次効果（原材料波及効果）が半減したと考えられる。

間接 2 次効果（家計迂回効果）をみると、H25/S61 比が 0.43 となっている。平均消費性向（S61：0.678→H25：0.814）や付加価値率の増加など、間接 2 次効果の増大に影響を与える要因がある一方、間接 2 次効果に直接的に影響する「直接効果ならびに間接 1 次効果」の和が異なること、波及のステップが推定手法によって大きく異なることにより、大きな減

少になっていると考えられる。

最終的に本調査から、観光消費によって生じた雇用効果は 3,870 人と推定されたが、佐渡市における生産年齢人口 (⑬) に占める割合は、⑭11.9%と推定された。日本全国の「観光による雇用効果 / 年齢生産人口」の比率 (2013 年) は、「397 万人^v/8,134 万人^{vi}=4.9%」となることから、佐渡市の比率が高く、観光が重要な産業として位置づけできると考えられる。

第5章 宿泊産業の実態

1. 宿泊事業者調査の実施概要

佐渡市の宿泊事業者を調査するにあたり、宿泊施設が集中する両津・相川・真野湾の3地区において、調査員が現地に入り、事前に配布した調査票を基に宿泊事業者に直接ヒアリング調査を実施した。

調査内容は宿泊施設の概要及び事業内容、観光客動向を大きな柱とし、平成24年度のデータを基に部門毎調査を行った。ヒアリング項目は概ね回答を得られたが、施設側で回答できないものは空白のままにしている。

今回の調査対象は合計13施設で、ホテル・旅館・民宿・ペンションと経営規模の違う施設を織り交ぜて調査を実施した。

調査期間は平成26年2月27日、28日の2日間をかけて行い、調査員が各施設に直接訪問し、1時間程度、事前に配布したアンケートを基に、インタビュー形式でヒアリング調査を実施している。

調査項目は、最初に宿泊施設概要の設問として、各施設の経営組織及び創業年、客室数と収容人数、直近年度の売上高、総従業員数を施設概要の項目で調査した。総従業員数に関しては全体の従業員数だけでなく、正社員（常用雇用者）の数、パート・アルバイト・臨時雇用者・派遣社員等の数を分け、うち島外居住者の数も分かるようにした。

続いて事業活動について、宿泊施設のタイプを「旅館・ホテル・民宿・ペンション・簡易宿泊施設・その他」に分けて回答を求めた。業績に関しては、「宿泊者数・日帰り利用者数（日帰り入浴・宴会含む）・売上高・利益額・従業員数」を、平成19年度と比較した場合の増減具合について、「増加・やや増加・横ばい・やや減少・減少」に分け、該当するもの1つを選択する形にした。売上高に関しては、平成24年度の実数値を具体的に記入してもらっている。売上に関する質問項目は、「売上高・仕入高・人件費・減価償却費・営業利益・経常利益・当期純利益」で、一部施設では会計上回答を得られない場合があった。

上記の仕入高に関する設問として、島外から仕入れている品目等を具体的に記入してもらった。島外から仕入れ及び調達しているものがあると回答した施設には、島外仕入れを行っている理由をいくつかの項目に分けて質問し、該当するもの全てを選択してもらう方法を取っている。また島内からの仕入れや調達を増やすためにはどのような問題があるかと考えるか、同時に、島内の仕入れや調達を増やす上で計画している新たな取り組みの有無について、具体的に記入してもらった。例として、地産地消を徹底する為の共同購買システムの構築など、他産業との連携を模索した具体案を回答してもらったが、詳しくは次節の結果分析でまとめてみたい。

次に観光客動向の質問では、平成 24 年度の延べ宿泊者数及び宿泊顧客の宿泊単価を記入してもらい、宿泊顧客層のおおよその割合をパーセントで回答してもらった。割合の内容は「ファミリー層・若年（40 歳以下）カップル層・その他カップル層・ビジネス顧客・男性グループ・女性グループ・団体顧客・その他」に分類している。

同時に、リピーター顧客のおおよその割合を記入してもらい、宿泊顧客の居住地域を 11 の地域（佐渡市内・新潟県内・東京都・その他関東地方・中部地方・関西地方・中国四国地方・東北地方・九州地方沖縄含む・北海道・海外）に分けて回答を得た。

海外に関しては、外国人宿泊者の国別宿泊者数の質問において、詳しく調査している。選択国及び地域は、「韓国・中国・台湾・香港・東南アジア・アメリカ・オーストラリア・ヨーロッパ・その他」にそれぞれ分類し、平成 24 年度の実際の宿泊者数を記入してもらった。

宿泊顧客の予約経路の質問として、「電話予約・直接来館・旅行会社経由・自社ホームページ・じゃらん net・楽天トラベル・るるぶトラベル・その他ネットエージェント・その他」の以上 9 つの予約経路からおおよその割合を記入してもらっている。

次に平成 24 年度の宿泊顧客数の月別割合と共に、年間を通しての客室稼働率を記入してもらった。

最後に全体を総括する形で、佐渡市の観光振興に関する施策に対して、各宿泊施設からの意見や要望を自由に記入してもらい、ヒアリング項目を締め括っている。

次節では全 25 問の設問で得たヒアリング結果を基に、佐渡市における宿泊施設の実態の分析を行う。宿泊施設の現状から読み取れる観光業が抱える問題や、他産業及び行政との連携の必要性を踏まえて、図表やデータを用いて効果的に分析を行う。

2. 宿泊事業者調査の結果分析

佐渡島における観光客入り込み数は、佐渡市ホームページを参照すると、平成3年の121.4万人から平成18年には65.6万人に半減し、その後も毎年減少を続けている。その流れに比例する形で、観光産業における宿泊施設の売上高も減少し、民宿など小規模の宿泊施設は廃業を余儀なくされ、大規模のホテルや旅館なども事業規模の縮小を迫られている。こうした現状の中、今回ヒアリング調査を行った13の施設においても地域に関係なく厳しい経営状況下にある。

この節では前節で示したヒアリング内容を項目毎に掘り下げて分析を行う。今回ヒアリングを行った施設は、両津地区が4施設、相川地区が5施設、真野湾地区が4施設の合計13施設である。小木地区やその他の地区に関しては、民宿など小規模施設が多く、シーズンオフの為、調査協力が得られなかった。

(1) 宿泊施設概要

各宿泊施設の経営組織に関して、まずホテル・旅館に関しては法人としての経営であり、民宿・ペンションに関しては個人経営になっているものが多い。収容人数の平均は、両津地区で205.75人、相川地区で203.4人、真野湾地区で140.5人となっており、特徴として、両津地区が中規模収容人数の旅館・ホテルが平均的に点在する一方で、相川地区は収容人数が300人を超える大型旅館・ホテルと海水浴場が近くにある小規模の民宿が混在する形になっている。真野湾地区は両津・相川地区と比較し、小規模収容人数の民宿の比率が高く、大型旅館は少ない。

総従業員数は両津地区で平均31人、相川地区で40.4人、真野湾地区で32.5人、3地区全体では35人となる。うち、正社員（常用雇用者）の数は、両津地区で平均6.5人、相川地区で10.4人、真野湾地区で8.5人、3地区全体では8.6人である。正社員比率は約24.5%程度になっている。一方でパート・アルバイト・臨時雇用者・派遣社員等のウエートは高く、両津地区で平均24.5人、相川地区で30人、真野湾地区で24人となり、3地区全体では26.4人、比率では約75.4%になっている。

島外居住者は夏場の派遣社員の雇用が中心で、平均5名程度である。一部施設では正社員（常用雇用者）でも2名程度島外居住者がいるが、グループ企業からの出向という形になっている。

(2) 事業活動について

今回調査した 13 の宿泊施設は、旅館が 9 施設、民宿が 2 施設、ホテル・ペンションがそれぞれ 1 施設になっている。観光地で古くから有名な佐渡島において、「ホテル」と名が付くものでも、和式の構造及び設備をもって営業する「旅館」が多く、ビジネス客の受入れが中心である「ビジネスホテル」という運営スタイルも無い為、必然的に旅館及び民宿が大半を占める。

① 業績の変化

平成 24 年度の業績について、5 年前の平成 19 年度の業績と比較した場合の変化について、宿泊客数・日帰り利用者・売上高・利益額・従業員数を、「増加・やや増加・横ばい・やや減少・減少」の 5 つの中から、それぞれ当てはまるもの 1 つを選択してもらった。

表 5-1 平成 24 年度項目別業績変化

項目	両津地区	相川地区	真野湾地区
宿泊者数	2.25	2.4	2.8
日帰り利用者(日帰り入浴・宴会含む)	2.5	2.5	2
売上高	2.25	2.6	3
利益額	2.5	2.6	3
従業員数	2.25	2.4	2.5

上記の表は「増加」を 5、「やや増加」を 4、「横ばい」を 3、「やや減少」を 2、「減少」を 1 としてポイント化し、各地区の平均を取っている。各項目及び各地区ともに、横ばいから減少傾向になっており、業績が伸び悩んでいることが分かる。

各項目とも減少傾向が続く要因は、佐渡島への観光客数が減少傾向にあることが挙げられる。その背景には、佐渡島の魅力を発信する手法が弱い点、佐渡島へのアクセスの問題、中越地震の影響、消費者トレンドの変化などがあるとの意見もあった。

宿泊顧客の内訳は後述しているが、募集型団体旅行の受入れ状況が業績に影響を与えているとの意見も多く聞かれた。例えば、団体向けの宿泊料金の安い設定を止めたので、宿泊客数は減少するものの、売上額及び利益額が増加した施設も存在した。逆に、募集型団体旅行の設定を今後増やしたいという施設もあった。現状では、佐渡島の多くの中規模以上の宿泊施設は、旅行代理店経由の団体客に頼っていることもあり、今後自力で集客を強化するには、個人顧客やファミリー層を獲得できる自社ブランドを確立する必要がある。

② 売上

売上に関する設問においては、平成 24 年度の数値を基に、回答をもらった。回答項目は、「売上高・仕入れ高・人件費・減価償却費・営業利益・経常利益・当期純利益」である。一部の施設に関しては回答を得られないケースもあり、また、そもそもサンプル数が少ない事もあるので一つの指標として理解頂きたい。

施設の客室数を考慮に入れ、回答を得られた全施設の加重平均から算出した各割合は、売上高に対して、「原価率」が 24.1%、「人件費率」が 27.1%になる。昭和 61 年度調査では、「原価率」が 32%で、「人件費率」が 23%となっており、比較した場合、原価率は下がり、人件費率は上昇していることとなる。

その他の指標として、「減価償却費率」は 7.8%、「営業利益」は 6.7%、「経常利益」は 4.4%、「当期純利益」は 5.4%となっており、回答を得られた施設に関しては、利益を確保している施設がほとんどであった。

③ 仕入れ

仕入れに関しては、島内仕入れと島外仕入れを比較する形で分析していきたい。

まず、佐渡島の多くの宿泊施設では、1泊2食付きの宿泊プランがスタンダードになる為、各施設では野菜や魚介類などの生鮮食品の仕入れが重要になってくる。多くの施設で生鮮食品の仕入れは、島内の問屋から仕入れることになるが、その多くの品目が島外産というのが現状である。実際の仕入れ品目を、島内仕入れと島外仕入れに分けて表にしたのが以下の表である。

表 5-2 島内及び島外仕入れ品目別比較表

仕入れ(島内)	仕入れ(島外) ※その他経費含む
・米	・生鮮野菜(大部分)
・生鮮野菜(一部)	・魚介類
・魚介類	・肉
・肉(主に豚肉)	・酒・調味料等
・リネン	・冷凍食品
	・アメニティ類(歯ブラシ・シャンプー等)
	・固形燃料
	・リネン
	・その他消耗品

米は多くの宿泊施設で佐渡産のコシヒカリを仕入れている。生鮮野菜は直接契約農家から仕入れている施設も存在するが、量や種類の点から島内の問屋を通して、島外産の生鮮野菜を仕入れているのが大部分である。魚介類に関しては、旬の魚を直接お客様に提供したい

という考えから、島内で獲れるものをなるべく仕入れているが、生鮮野菜と同様に、供給量が不安定であったり、夏場の繁忙期に必要な量を確保できないこともあったりして、問屋を通して島外産で代替しているケースもある。リネンに関しては、寝具の種類毎に仕入れが分かれており、シーツ・ピローカバー・バスタオルは島内の業者、浴衣は島外の業者など、1つの施設でも仕入れを使い分けている例がある。

その他の仕入れの大部分は島外に依存しており、食品関係では、肉・冷凍食品・酒・調味料等があり、アメニティ類に関しては、大手旅行代理店関連の卸問屋やインターネット等で安価な製品をまとめて仕入れる方法を取っている。また固形燃料やその他消耗品費（電化製品含む）においても、島内での調達が困難な為、島外仕入れとなっている。

次に、島内仕入れを増やす上での現状の課題をまとめてみる。
まず、島外から仕入れ及び調達をしている理由について、各施設に以下の項目において当てはまるもの全てを回答してもらった。

表 5-3 項目別島外調達理由

島外調達理由(複数回答○で記入)	両津地区	相川地区	真野湾地区	3地区合計
1、島内には必要なものが全くないから	0	0	0	0
2、島内だけでは必要量の確保が困難	1	2	1	4
3、島内の供給が不安定	0	4	0	4
4、島内の商品・サービスの種類が少ない	2	3	2	7
5、島内の商品・サービスは割高だから	3	2	3	8
6、島内の商品・サービスの品質が不十分	0	1	0	1

全 13 施設でのヒアリングにおいて、一番多かったのが、「島内の商品・サービスは割高だから」である。次に多いのは、「島内の商品・サービスの種類が少ない」というものである。また、注目すべき項目は、相川地区において、「島内の供給が不安定」を選ぶ施設が回答を得られた 4 軒中全てだったことである。相川地区は夏場に海水浴客が多く訪れ、大規模な旅館も多く、夏期のピークの需要を賄う上で、供給が不安定な事が非常にネックになっているとの声が挙げられた。お盆シーズンなど、比較的稼働が高い期間に、漁業関係者も休みを取ることで、全く魚が出回らない状況も生まれているようだ。

島内ではあまり手に入らないアメニティ類やその他消耗品などを除き、生鮮野菜や魚介類などは、地元の食材を使うことで地産地消が行われ、他産業への経済波及効果が進むことが考えられる。また、地元の食材を提供することが観光客への PR につながることもわかった。

尚、生鮮野菜や魚介類の仕入れについて、島内からの仕入れを増やすための具体的な改善提案については以下のような意見が挙げられた。

(課題 1)

- ・ 生産者から直接仕入れる販路がなかなか構築できない。

(課題 1 に対しての改善案)

- ・ 共同購入システムの構築（生産者から全量を買取る仕組みづくり）
- ・ 農家との取り次ぎ（仲買人）の整備
- ・ 集荷・加工場の整備

一部の宿泊施設は、既に個人の生産者と契約し、直接生鮮野菜等を仕入れているケースもあるが、ほとんどの施設が佐渡産の生鮮野菜や魚介類が市場に出回らない為、仕入れが困難な状況にある。今回佐渡島の生産者が、どこに、どれだけ出荷しているかという調査はできなかった為、実際の流通量を確認することができないが、この状況を改善する為の具体案としては、各地区の宿泊施設が出資して共同購入及び貯蔵・保管できるシステムを構築し、生産者から全量買い取りを行うことで、生産者側にも安定購買を保証する流れを確立することなどが考えられる。また、生産者（農家・漁師）と宿泊施設を繋ぐ仲買人の整備も必要となる。その為には、農協や漁協等の協力を得ることが有効である。

(課題 2)

- ・ 地産地消のコンセプトを生産者と共有できていない。

(課題 2 に対しての改善案)

- ・ 朝市・道の駅での販売を整備する（島民が身近に購入できる場所を確立）
- ・ 佐渡市全体として地産地消を推進していく道筋を作る

地産地消については、文字通り、地元で生産されたものを地元で消費するという基本概念である。生産地から消費されるまでの時間や移動距離が短い為、鮮度が良く、「顔が見える野菜」などとキャッチフレーズが付くように、生産者と消費者の結びつきが強く、消費者にとっては、「安心」・「安全」が保証される。佐渡市においても、生産者と宿泊事業者が地産地消のコンセプトを共有し、観光客を巻き込んだ取り組みを進めれば、島内自給率のアップ及び観光地としてのブランド化が望める。

以上 2 つの課題と対策から「生産者」と「宿泊事業者」の連携が不可欠である。このような連携面の強化については、昭和 61 年調査においても、同様の課題として挙げられているので、さらなる連携強化策が求められる。

(3) 観光客動向について

本章では宿泊施設へのヒアリング調査から観光客の動向についてまとめている。尚、第3章では観光客への直接調査の結果が掲載されているが、本章の結果とは若干の相違が見られることに留意が必要である。

まず、平成24年度の延べ宿泊者数を各施設に質問したところ、観光入込数が最も多かった平成4年～6年頃と比較して7割程度とのことである。民宿や小規模旅館に関しては、ピーク時から半減したとの厳しい回答もあった。

宿泊単価に関しては、平成24年度の平均値で、両津地区が9,187円、相川地区で9,127円、真野湾地区で8,682円になっており、真野湾地区が若干低くなっている。5年前の単価よりも平均値で600円近く値下がりしている施設もあり、観光客の減少に加え、客単価の減少にも直面していることがわかる。理由としては、1泊朝食付きのプランの販売を始めたことや価格訴求型の募集型企画旅行の割合増加が考えられる。

夏場の繁忙期などは、平均宿泊単価から約30%近く料金がアップしている一方で、12月～3月の閑散期に関しては、極端に値段を下げている施設が少なく、平均宿泊単価より低い価格設定になっている。

① 宿泊顧客層

宿泊顧客であるが、顧客層を以下の8つに分類し、パーセントで回答を求めた。

表 5-4 地区別宿泊顧客層割合（％）

宿泊顧客層（％）	両津地区	相川地区	真野湾地区	3地区平均
1、ファミリー層	19.1	32.5	18.2	23.3
2、若年（40歳以下）カップル層	4.7	3.8	5.3	4.6
3、その他カップル層（年配夫婦等）	8.3	10.0	3.3	7.2
4、ビジネス顧客	6.8	15.0	33.5	18.4
5、男性グループ	1.8	3.8	5.0	3.5
6、女性グループ	2.0	3.8	2.5	2.8
7、団体顧客	46.3	27.5	21.6	31.8
8、その他	11.63	4	10.7	8.7

最も多い顧客層は「団体顧客」であり、大手旅行代理店の募集型企画旅行の受入れが大部分を占める。その他に修学旅行も団体顧客に含まれる。今回は小規模旅館や民宿など、団体顧客の受入れのキャパシティーがない施設も含まれており、大規模旅館やホテルに限って言えば、各地区40%～50%近くを団体顧客に依存する。両津地区においては、団体顧客の受入れが他地区と比べ大きくなっており、理由として、先述した中規模宿泊施設が多く、民宿などの小規模宿泊施設が少ない事が考えられる。

次に多い顧客層は「ファミリー層」になっており、海水浴客が多く訪れる相川地区では特に高い割合になっている。後述するリピーターの割合との関連にもなるが、海水浴を楽しむファミリー層はリピーター率が高く、新潟県内からの来島者が多い傾向にある。

オンシーズンとオフシーズンの宿泊客数の変動が大きい佐渡島において、年間を通して、一定の需要が見込まれるのが「ビジネス顧客」である。ビジネス顧客に関しては、出張や営業活動等で短期間滞在する以外にも、各種工事業務に従事するビジネス客も存在する。工事期間が半年以上かかるものもあり、また一定以上の人数が必要でもあることから、民宿など小規模宿泊施設では、受入れの有無で年間の売上が左右されることがある。

また、ビジネス顧客は、他の顧客層と比較し安価なプランを求める為、2食付きではなく、1泊朝食付きのプランを提供している施設が多い。現在では、中規模旅館以上の施設でも、年間を通してビジネスプランを設けている。

その他特筆すべきなのは、「若年カップル層」や「男性グループ」、「女性グループ」の割合が少ない事である。昭和61年調査でも若い世代への来島が少ない事が課題として挙げられており、現在でもその傾向が継続していることが窺える。

トキマラソンやトライアスロン、自転車競技の大会等のスポーツイベントにおいては若年層の参加も多く見られることから、今後はこれらイベントを効果的に島外へのPRすることで若年層の取り込みを積極的に行うことが重要である。

② リピーター顧客及び宿泊顧客居住地域

平成24年度のリピーター顧客のおおよその割合は、全宿泊施設の平均が17.32%であった。島内の冠婚葬祭や宴会等での利用、また、島外からの修学旅行を含めると、個人や団体でのリピーター率は平均値を下回ることが推定される。

次に宿泊顧客の居住地域であるが、11のおおまかな地域に分けヒアリングを行い、該当する地域が分からない場合は、不明で処理している。

表 5-5 宿泊顧客別居住地域

宿泊顧客の居住地域	全地区平均
1、佐渡市内	4%
2、新潟県内	28%
3、東京都	18%
4、その他関東地方	18%
5、中部地方	7%
6、関西地方	10%
7、中国・四国地方	2%
8、東北地方	5%
9、九州地方(沖縄含む)	2%
10、北海道	1%
11、海外	1%
12、不明	4%
合計	100%

まず、最も割合が大きいのが新潟県内からの宿泊客である。ビジネス顧客の割合が高く、夏場の海水浴客も多い。他地区と比較した場合、交通費が少ない為、リピート率も他地域より高くなっている。

2 番目に大きい割合になっているのが東京都とその他関東地方で、ともに 18%となっている。新潟県内を除く他地区と比較した場合の移動距離も短く、上越新幹線でアクセスできる為、割合が大きくなっていると推察される。また大都市圏であるため、旅行者自体の潜在的需要が高いと考えられる。

関西地方は、募集型企画旅行の団体客の来島がほとんどで、関西に拠点がある大手旅行会社が手配するものが多いようである。

最近では、東北地方からの宿泊客が増加傾向にあるとの声も聞かれ、具体的には福島県からの観光客が多くなっているようだ。

海外からの観光客は個人顧客やグループ客が中心である。宿泊予約サイトで集客している施設も多く、個々の施設においてインバウンド獲得への意識は高い。今後は、行政との連携において、外国人観光客が訪問しやすい環境整備や PR 活動がより一層求められる。

③ 予約経路

予約経路の項目に関しては、平成 24 年度の数値を基に、おおよその割合をパーセントで回答してもらった。インターネット予約に関しては、現在利用者数の高い、じゃらん net・楽天トラベル・るるぶトラベルを個別に挙げ、その他のサイトに関しては、その他オンライン旅行会社に分類し、回答を求めている。各経路別の割合は以下の通りである。

表 5-6 宿泊予約経路

宿泊予約経路	全地区平均
1、電話予約	18.1%
2、直接来館	1.1%
3、旅行会社経由	45.1%
4、自社ホームページ	6.6%
5、じゃらんnet	9.3%
6、楽天トラベル	7.2%
7、るるぶトラベル	2.0%
8、その他オンライン旅行会社(海外含む)	3.9%
9、その他	6.7%
合計	100%

上記の表から分かるように、旅行会社経由の割合が半数近くを占めている。特に、募集型企画旅行が多い状況にあるようだ。夏～秋の週末を中心に、予約が埋まる傾向があり、主な顧客層は年配夫婦が中心である。

旅行会社経由の団体客に関しては、安価な価格の設定が多く、利益を確保することが難しいとの声が聞かれた。また、2015 年春の北陸新幹線開業に伴い、富山県や石川県に団体客の関心が向けられるのではないかといった不安の声も一部であった。

こうした状況の中、団体客への依存を減らし、個人顧客の取り込み、電話予約を含む自社での予約を増加させることが今後の課題として考えられる。

電話予約に関して言えば、リピーター顧客や地元の住民の利用が多く、冠婚葬祭やお盆シーズン等で親戚や友人の予約を取る際には、直接電話予約を受けることが多いとの声が聞かれた。

最後にその他オンライン予約としては、海外のインバウンド顧客を獲得する手段として、Booking.com や agoda と契約する施設も多く、小規模旅館や、民宿においても導入している施設が多い。また、佐渡汽船やバス会社運営による、乗車券と宿泊がパックになったプランの予約を受け付けている施設も多く見られた。

佐渡島の多くの宿泊施設では、大小問わず、団体顧客の割合を下げ、個人客及びファミリー層、グループ層、海外インバウンドを獲得する動きが見られた。特に相川地区ではその動きが顕著で、民宿でもインターネット販売を強化したことで、宿泊客が増加したとの声が聞こえた。

④ 外国人宿泊者の国別割合

各施設が海外の予約エージェントや旅行代理店からの予約を強化する中で、実際にどの国・地域から宿泊者が来たかを質問したが、以下の9つの地域に分け、平成24年度の外国人旅行者のおおよその国別割合をまとめたのが以下の表である。

表 5-7 平成 24 年度外国人宿泊者の国別割合

平成24年度外国人宿泊者の国別割合(%)	全地区合計
1、韓国	8.3%
2、中国	12.7%
3、台湾	25.0%
4、香港	2.7%
5、アメリカ	28.5%
6、オーストラリア	5.0%
7、ヨーロッパ	14.1%
8、東南アジア	2.7%
9、その他	1.0%
合計	100%

アジア地域からは、中国と台湾に関しては、個人顧客及び10人程度の小団体で訪れる傾向にある。また、アメリカやヨーロッパからの来島者は、毎年夏に小木地区で行われる、世界的太鼓芸能集団「鼓童」が主催するアース・セレブレーションの固定客が多く、リピーター率も非常に高いとのことである。佐渡から世界へ、海を越えた音楽イベントというのがコンセプトになっており、毎年訪れる熱狂的なファンも多い。

こうした音楽イベントの開催は、特に欧州系のインバウンド顧客を獲得する機会になることは間違いないだろう。

外国人旅行者の獲得に至っては、多言語対応の案内版の整備、インターネット環境の充実、モデルコースの策定及びPR活動等、行政と観光産業が一体となった対策が必要である。また、佐渡空港の滑走路延長による羽田―佐渡直行便の実現など、大きな起爆剤と期待される施策も検討する必要があるであろう。

⑤ 宿泊顧客数月別変動

宿泊顧客数の月別変動であるが、以下の表の通り、変動幅が大きいものになっている。

表 5-8 平成 24 年度宿泊顧客数月別割合

平成24年度宿泊顧客数月別割合(%)	全地区合計
1月	2.1%
2月	2.4%
3月	3.7%
4月	5.3%
5月	10.2%
6月	12.7%
7月	13.6%
8月	19.9%
9月	11.1%
10月	10.3%
11月	5.6%
12月	3.2%
合計	100.0%

佐渡におけるオンシーズンは5月～10月の半年間で、お盆シーズンと重なる8月が最も割合が大きい。海水浴を楽しむ観光客に加え、帰省客等も含まれる。注目すべき点としては、ここ数年において5月の割合が増えており、トレッキングを目的に来島するシニア層が多くなっている点である。今後高齢化が進む中で、健康増進を目的としたシニア層のトレッキング需要が注目されるが、トイレの設置や休憩場の充実、案内標識の整備など、安心してトレッキングを楽しめる整備が合わせて必要となってくる。

11月～5月のオフシーズンは、オンシーズンと比較した場合、割合はかなり低い。冬場のしけによる海上交通の欠航リスクや、目立ったアクティビティが無い状態で、観光客を取り込むことは現状として厳しい。

「冬の佐渡」の魅力をブランド化し、冬でしか提供できない素材を利用した料理や、スポーツイベント、または、イルミネーション等で観光客の取り込みを図りたいとの声が施設側から聞かれた。

⑥ 客室稼働率

平成24年度におけるおおよその客室稼働率について、回答を求めたところ、全施設の平均客室稼働率は43%となっている。夏場（7月～9月）に関しては、80%以上の稼働率を維持する施設が多いが、冬場の稼働率はかなり低いのが現状である。

別の指標において、今回ヒアリングを行った宿泊施設の最大収容人数から、年間最大収容人数を算出し、平成24年度の年間合計宿泊者数で割った、宿泊者稼働率は約27%であり、両津地区で24%、相川地区で29%、真野湾地区では28%であった。以上の宿泊者稼働率に、

宿泊売上と施設1軒当りの売上を合わせたのが以下の図である。

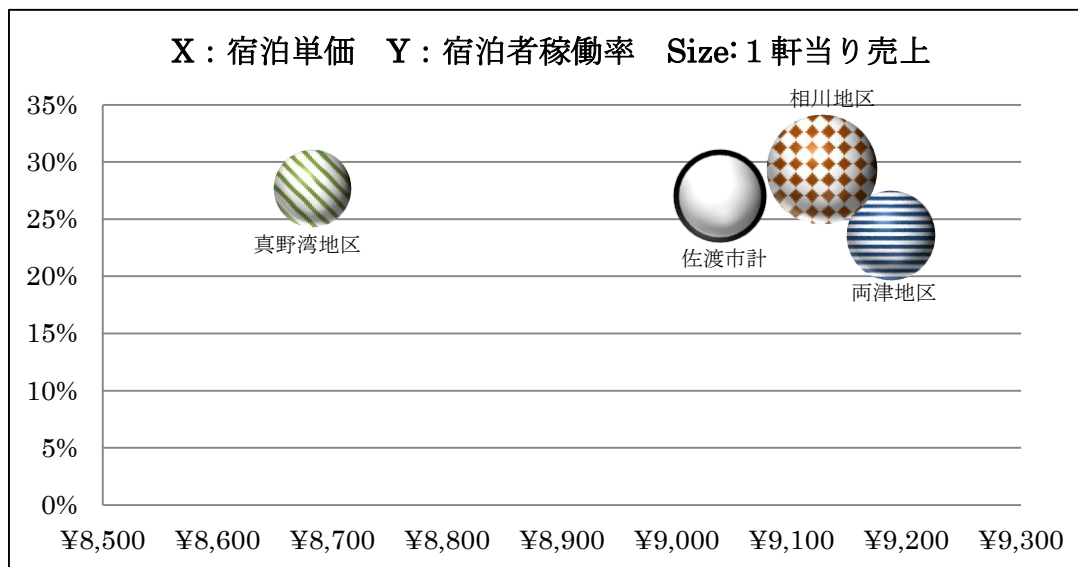


図 5-1 宿泊単価、宿泊者稼働率、1軒当り売上相関図

両津地区は他地区に比べると、宿泊者稼働率は低いですが、宿泊単価は高くなっている。相川地区は全ての項目で佐渡の平均を上回っており、大規模な旅館・ホテルが牽引していることが分かる。真野湾地区に関して言えば、今回ヒアリングを行った施設がペンションや簡易宿泊施設が多い為、宿泊単価は安くなっている。

(4) 総括

① 現状の課題と要望

最後のヒアリング項目として、佐渡市の観光振興に関する施策に対しての宿泊施設側の要望を回答してもらった。要望を大きく分けると、交通面の整備、他産業及び地域間の連携、佐渡市の観光戦略の再整備の3つがあり、それぞれの要望に対して、改善案を示しながら分析していきたい。

A. 交通面の整備

- ・佐渡空港の滑走路延長（輸送能力の拡大）
- ・佐渡汽船の車両航送料金の引き下げ
- ・慢性的なバス不足（特に修学旅行シーズンの6月）
- ・加茂湖周辺のサイクリングロードの整備

佐渡空港の滑走路延長に関しては、観光客減少に歯止めをかける起爆剤として、期待している施設が多かった。現状では10人乗り程度の小型機が、新潟空港と佐渡空港を1日2往

復する程度であり、観光客の輸送手段としては機能していない。現在の滑走路では、小型機以上の離発着が不可能であり、滑走路の延長が不可欠である。

佐渡汽船の車両航送料金は、乗用車 1 台あたり 30,000～40,000 円と一部割引を適用しても高額な価格設定になっている。佐渡市は対策の一環として、平成 24 年度に「夏はみんなで佐渡に行こう」をテーマに、3,000 名限定で、島内に 1 泊以上する親子を対象に、車両航送料が無料になるキャンペーンを行った。その他、マイカーを使わない移動手段の確立（＝島内周遊シャトルバス等の運行）を望む声もあった。ただ、宿泊施設側が共同で出資・維持管理・運行までを行うとすると、金銭的負担が施設間に重くのしかかる。

慢性的なバス不足に関しては、6 月の修学旅行シーズンを中心に、島内のバスが修学旅行生に利用されるため、募集型企画旅行団体の受け入れができないケースが存在する。島外からのバスの乗り入れも高額な車両航送料金があるため、修学旅行シーズンの料金補助等を希望する施設もあった。

加茂湖のサイクルロードの整備に関しては、加茂湖を抱える両津地区の施設から要望があり、加茂湖を一周できるサイクルロードの整備（現在一部未整備）、案内版の設置、休憩所の整備を望む声が挙げられている。スポーツイベントが佐渡島のシンボルになりつつある昨今、恒常的に安全なサイクリングを楽しめる基盤作りが必要となってくる。

B. 他産業及び他地区との連携

- ・生産者と宿泊施設の連携
- ・市民全体のおもてなしの心の共有

佐渡は古来より自給自足が確立しているが、なかなか観光産業との連携が進んでいない現状がある。地産地消の観点から、施設側は生産者サイドとの連携の必要性を感じており、前述した全量買い取りを前提にした共同購入システムの確立など、その整備作りに前向きな声が多く聞かれた。また、農業体験や漁業体験など、宿泊施設の着地型観光商品として、生産者との結びつきの可能性を挙げる施設もあった。

おもてなしの心の共有は、昭和 61 年調査でも懸案事項として挙げられており、佐渡島全体での観光地としてのあり方に関わっている。おもてなしという言葉が脚光を浴びている昨今、「佐渡島としてのおもてなし」をどのように定義づけ、実践していくかを市民一体となって考え、コンセプトや在り方を確立することがこれからの観光地としてのホスピタリティ力向上につながると考えられる。また、佐渡金銀山の世界遺産登録が実現すると、海外からの観光客に対するガイドの存在は不可欠になってくる。市民のボランティアガイドも含め、観光業における経済波及効果の影響を分かりやすい形で発信し、市民の観光に対する

意識を高めることが、重要になってくる。

C. 佐渡市の観光施策に関する課題

- ・ 佐渡のブランド化及び観光テーマの策定
- ・ PR 活動の強化
- ・ 地区間連携の強化

佐渡は豊かな自然環境、能などの伝統芸能、佐渡金銀山をはじめとした歴史的遺産等が存在し、本質的な観光コンテンツは非常に多い。同時に、グリーンツーリズムやヘルスツーリズム等に適した環境にもある。しかし、資源が多いが故、テーマが絞り込めず、また強固なブランドが確立できていない点があるとの声が聞かれた。例えば、登山をテーマに絞り、熊やイノシシがいない為、シニア層が安心してトレッキングを楽しめるという強みを前面にPRし、ブランド化するなどマーケットのニーズに合った絞込みも有効である。

若年グループの呼び込みについては、トキマラソンや佐渡ロングライド、トライアスロン等のスポーツイベントの振興が鍵となり、また小木地区で行われるアース・セレブレーションに代表される音楽イベントも魅力の1つとなる。

PR 活動については多くの要望の声が聞かれた。具体的には、パンフレットが多く存在するが、設置する場所の再検討についての声があった。また、インターネット戦略においても、ただ情報を掲載するのではなく、モデルプランやターゲット毎のコンテンツを充実させ、導線やSEO対策などを検討すべきとの改善提案が挙げられた。

⑤ 提言

今回のヒアリングにおいて、両津・相川・真野湾地区の3地区で調査を行ったが事業者からは活発な意見が聞かれた。佐渡島への観光客が減少する中で、各宿泊施設においても厳しい経営が迫られているのが現状である。しかしながら、インターネット戦略の強化や海外旅行客の獲得を模索し、地産地消の推進を目指した具体策の提案など、企業努力をしている施設が多く見られた。

佐渡島の観光振興に欠かせないのは、観光従事者・他産業従事者・行政の3者の連携であり、広くは島民全体の意識改革が必要となる。こうした課題は昭和61年にも挙げられており、早急な対策がなければ、他の観光地との競争において取り残されることは否めない。

まずは観光における課題を整理することが最優先事項である。現状の課題を行政と観光従事者が共有し議論を重ねることで、効果的な戦略を生み出すことが可能になる。

第6章 佐渡市における観光業の振興

1. 観光による島内諸産業の振興

観光による島内諸産業への影響については第4章で既に述べられているが、規模の違いがあるにせよ前回調査同様、その経済的影響は大きく、同時に就業人口の拡大にも貢献していることがわかった。

就業人口に関しては、直接的には全就業人口の約1～2割に当たる就業者に影響があり、間接的には全就業人口の半数近くに影響を与えると一般的に考えられる。そのことにより、全ての産業に2次・3次的影響を与えるとも言える。

ここでは、島内の他産業の特に影響を与える事柄について、項目毎にその振興策をまとめてみる。

① 宿泊

宿泊施設の充実は、観光客を増やすだけではなく、佐渡島での滞在日数を増やすことにつながる。事項③で詳しく述べるが、魅力ある宿泊施設を作ることは1人当たりの島内消費金額の増大にも影響を及ぼす。高額な宿泊施設に泊まる観光客は、土産物等、他の消費も大きいと考えられるからである。

新規の観光客を増やす努力が重要であるが、滞在日数及び島内消費金額を増やす施策も打つことが、同時に必要になってくる。また、次に挙げるMICEの振興も大きく島内経済に寄与するが、これも宿泊施設の充実が前提となる。

② MICE

Meeting（会議）、Incentive（報奨旅行）、Convention（国際会議）、Event/Exhibition（イベント・展示会）の略で、現在官民一体となりインバウンド誘致と共に、今後の観光経済の柱となる分野である。

- ・会議：企業が企業外で会議を行うもので、東京の外資系企業を中心にオフサイトミーティングと称して頻繁に行っている。企業内で行うことよりもユニークな発想を生むとしている。新入社員研修、リーダーシップ研修等も同じ分類とされている。
- ・報奨旅行：販売店や販売員への報奨としての旅行が一般的である。通常の観光旅行に比べて、消費金額が大きく、宿泊施設でのパーティーや宴会、さらには会議も含まれることが多い。特にパーティーや宴会がこの旅行の目玉であり、テーマ性を持ったものが好まれる。このテーマ性を持った「テーマパーティー」は、海外のものと比べ、日本ではあまり魅力あるものが開発されていないのが現状である。故に大きなチャンスでもある。太鼓で出迎えるといった日本全国で多

く見られる歓迎方法ではなく、佐渡島独自の物を開発し、提供することが必要である。

- ・国際会議：国際会議そのものを佐渡に誘致することは現状難しい。
しかしながら、新潟には東北・甲信越地区有数の「新潟コンベンションセンター（朱鷺メッセ）」があり、ここで行われるコンベンションや展示会の参加者を誘致することは可能である。新潟観光コンベンション協会や各コンベンション及び展示会の主催者のホームページにリンクを貼るなど、コンベンションや展示会の前後に佐渡を訪れてもらうようにPRすることが重要である。
- ・イベント/展示会：展示会に関しては、国際会議の手法と同様であり、ここではイベントに関して記述する。イベントは祭、スポーツ大会等も含まれ、一般的に滞在期間が長いことが特徴である。特にスポーツ大会や合宿は2020年の東京オリンピックに向け、誘致の可能性が高く、中でもオリンピック前の合宿では、島であるが故、機密性が高く絶好の練習場所であるといえる。

以上 MICE に関しては、新潟観光コンベンション協会から補助金の制度があり、その金額は他都道府県と比べても遜色がないことから、この分野における佐渡島の取り組みは容易であると思われる。

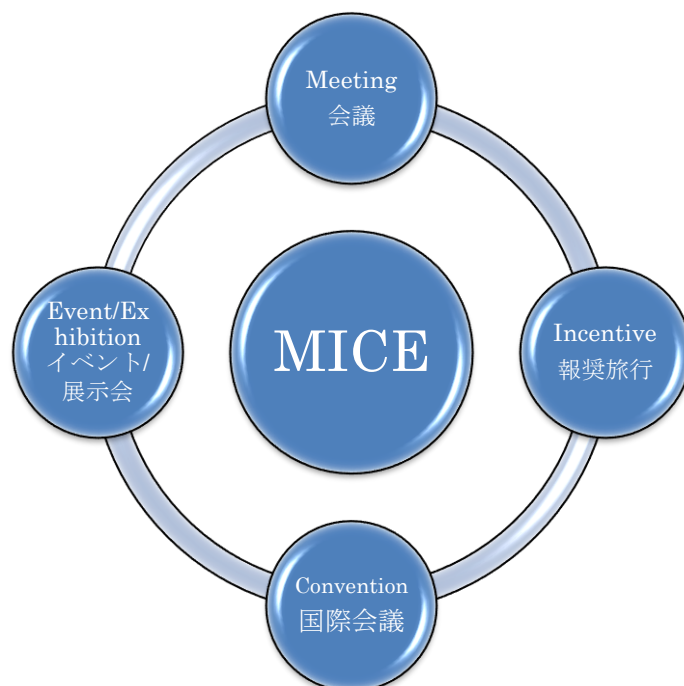


図 6-1 MICE 構成イメージ

③ 物販促進

佐渡には他に見られない食があり、個性的なお土産が数多く存在する。販売方法や販売手法を工夫することにより、それらの食が佐渡ブランドを確立し、島内産業を活性化させることができると考えられる。

また、魅力的なお土産はリピーターを増やすことにもつながる。



図 6-2 佐渡物産品例

④ 地産地消

第 5 章でも詳しく述べているが、宿泊施設等、観光関連事業が第一次生産者との結び付きを強めることは経済効果の観点からも極めて重要である。具体的には、島内の事業者が連携して、地産地消に真剣に取り組むことである。これは、島内の波及効果を高めるばかりか、観光客への有効な PR 手段にもなり得る。食が豊富であるというイメージを持つ観光客に佐渡島の地産地消をしっかりと提供できれば、佐渡の食のブランド確立にもつながってくる。

2. 魅力ある観光地であるために

① ビジョン

まずは、佐渡市民が自ら「佐渡」をどのような島にしたいのかを考え、市民参加によるビジョンの作成を行うことが重要である。また、その中で観光の位置づけを明確に行い、そのビジョンに基づいた観光戦略を策定し、それら観光戦略を達成するための実行計画を練ることが必要となってくる。同時に、その実行計画をより具体的なものにするために、期間・期限・定量的目標値を定めることも効果的である。

② 観光戦略

佐渡島は、今までは、「金山」「トキ」「たらい舟」といった観光資源を前面に打ち出してきた。近年は、これに加え、「有機農業」「竹細工」「温泉」「イカ釣り」「焼き物（無名異焼）」「ヘルスツーリズム」「タラソテラピー」等を新たな「売り」として模索している。しかしながら、近年のこれらの「売り」は他地域にも同様のものがあり、これら「売り」が本当に佐渡島のセールスポイント（USP=Unique Selling Proposition）になり得るか、再検証の必要がある。さらには、これらの特色を佐渡独自なものにするためのブランディングも当然必要となってくる。

また、佐渡固有の「金山」「トキ」「たらい舟」については、もう一度効果的なPRの方法を考える必要がある。このような知名度がある観光資源を複数有するのは、全国的に見ても稀有であるが、それが故、より一層、確実なブランディングと丁寧なPR方法が望まれる。

中長期的の観光戦略として、「環境」に配慮した観光開発に着手することも当然必須である。例えば、自然を生かしたエコアイランドとして、タクシー・レンタカー・公共バスは全て電気自動車とすることなどが考えられる。さらに発電においても、完全自然エネルギー化を実現し、新たに「スマートアイランド佐渡」を謳う戦略を遂行していく中で、島に住む人にも優しく、観光客にも優しい島を目指すなどが考えられる。

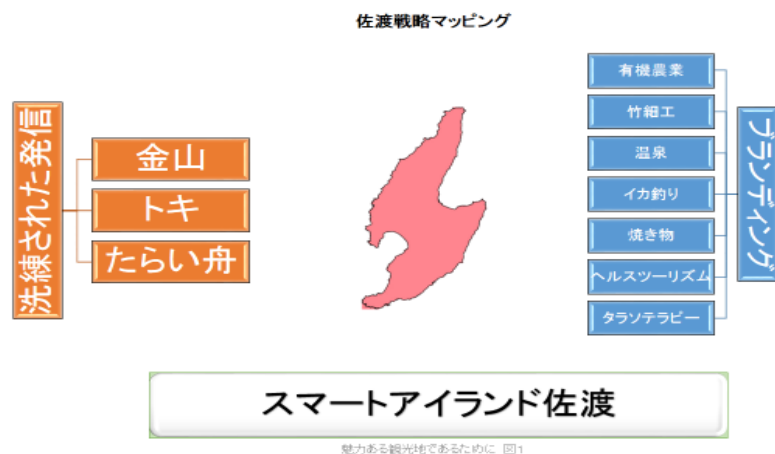


図 6-3 佐渡戦略マッピング「スマートアイランド佐渡」

③ 魅力ある宿泊施設

魅力のある宿泊施設は、その宿泊施設そのものの知名度を上げるだけではなく、地域の知名度も上げることにつながる。日本には一般的には交通の便が良くないと言われている場所においても、1つの魅力ある宿泊施設があるだけで、その地域の知名度を上げている場合がある。

魅力ある宿泊施設の例としては1つに「露天風呂付き客室」がある。その他にもJTB「満足度90点以上の旅館」、「JTB PREMIUM」等があり、2014年3月時点では佐渡島にはいずれかに入っている宿泊施設がないのが現状である。これからの国内旅行は個人旅行型に推移しており、その旅行者のニーズの上位にはこれらの宿泊施設に泊まることにある。

佐渡島においても、このような顧客から支持される旅館やリゾートへの改修・開発が期待される。

〔参考〕 新潟県岩室温泉 [JTB PREMIUM] 著莪の里ゆめや



図 6-4 JTB PREMIUM 対象施設一例

④ 洗練された発信（潜在的顧客の特定）

佐渡島の三大観光資源と言える「金山」「トキ」「たらい舟」、及びその他観光資源の発信は、観光マーケティングの手法に則り、戦略的かつ計画的に実施することが望まれる。特に、この佐渡島の三大観光資源は、日本人なら誰もが知っているものであり、例えば「金山」と言えば、「佐渡島」と答える人が多いぐらい有名な観光資源である。それら1つ1つは「オンリーワン」の観光資源と言うほどではないかもしれないが、3つが揃う佐渡島は極めて稀有な観光地といってもよい。

これらの資源を活かすためにも、効果的なPR方法を確立し継続的に実施することが重要である。そのためには、潜在的ターゲット顧客層を意識し、効果的なマーケティングミックスを組み合わせることが必要である。また、ターゲットとなる顧客層を決定するには、インターネットを活用したマーケティング調査も有効である。以下のようなヒアリン

グ項目を設けて潜在的顧客層を炙り出せば、自ずとターゲットとなる顧客層と彼らのニーズが明確になり、効果的な訴求が可能となるのである。

ネットアンケートによるヒアリング項目

	ヒアリング項目	調査対象
1	性別	全て
2	年代	10代以上
3	住所(都道府県)	関東甲信越、東北、中部、北陸、関西
4	住所(市町村)	関東甲信越のみ
5	昨年1年間に何回1泊以上の国内旅行をしました？	全て
6	昨年に国内旅行に行った地域	5で1回以上と回答した人
7	佐渡を知っていますか？	全て
8	佐渡に行ったことがありますか	全て
9	佐渡で思いつくもの	全て
10	佐渡に行くとしたら何を見たい・経験したいですか？ 又は、佐渡の「金山」「トキ保護センター」「たらい舟」の内どこに行きたいですか？	全て

＊質問項目は10以内とする。質問10では、認知度を高める意図もある

図 6-5 インターネットアンケートによるヒアリング項目（案）

⑤ 世界遺産と外国人旅行者

佐渡金銀山遺跡が、「金を中心とする佐渡鉱山の遺跡群」として、暫定リストに記載されたことにより、今後国内からの観光客のみならず、海外からの観光客も増えることが予想される。日本の世界遺産へは、欧米を含む海外からの旅行者が大勢訪問している。これらの大半は“Japan Rail Pass”を利用しているのが現状である。現状、佐渡島への船舶運賃はこの対象ではなく、また、新潟—佐渡島間の船代が高額である。佐渡観光協会のホームページにある「3日間有効のフリーチケット」は非常に魅力的であるので、佐渡汽船のホームページにリンクを貼る等で対策を講じることも一つの方法である。このような情報は費用がかからず記載できるので、他の媒体も含め、早急に対処する必要がある。

人口減少に伴い、国内の需要が大きく伸びる要素が少ない中、インバウンド需要の獲得が鍵となるのは明白である。

参考資料

- i 新潟県統計資料 Web サイト (http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML_Simple/189/597/07zensho.pdf)
- ii 2000 年（平成 12 年）佐渡市産業連関表
- iii 新潟県・産業連関表 (<http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1202403638493.html>)
- iv 佐渡市 HP (http://www.city.sado.niigata.jp/admin/stat/m1_kokusei/s_01.shtml)
- v 観光庁 HP(経済波及効果、<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/kouka.html>)
- vi 総務省統計局 HP(<http://www.stat.go.jp/data/nihon/02.htm>)