

令和4年度産業経済研究委託事業
(EBPM視点に基づく、RESAS活用等による
地域活性化施策の効果検証調査)

報告書

令和5年3月

株式会社北海道二十一世紀総合研究所

< 目 次 >

I 事業の概要	1
1 事業の目的	1
2 調査等の方法	2
2.1 地域活性化施策 EBPM 検討調査	2
2.2 釧路市の観光産業・食関連産業における「EBPM 地域活性化連携モデル」の調査 検討	3
(1)会議の設置・開催概要	3
(2)分析・検討の概要	6
2.3RESAS 活用に向けた情報発信	6
II 調査の結果	7
1 地域活性化施策 EBPM 検討調査	7
1.1 道東中核都市の観光・食関連産業の動向	7
(1)企業数・事業所数	8
(2)従業者数	12
(3)売上	17
(4)付加価値額・付加価値率	18
(5)労働生産性	22
1.2 道東中核都市の観光関連の人流動向	24
(1)観光客入込状況	24
(2)観光客の発地（From-to 分析）	30
(3)観光地間の人流状況	32
1.3 観光客消費動向	39
(1)国内観光客	39
(2)外国人観光客	44
1.4RESAS を活用した分析における課題と補完する方法	47
(1)観光・食関連産業	47
(2)観光関連の人流	47
(3)観光客消費額	48
2 釧路市の観光産業・食関連産業における「EBPM 地域活性化連携モデル」の調査検討	49

2.1 調査分析・検討の進め方	49
2.2 釧路市の「EBPM 地域活性化連携モデル」の検討に係る追加データ等	49
(1) 景気動向	49
(2) 金融機関データによる釧路市の飲食業・宿泊業のモデル分析	50
(3) 外国人観光客のアジア圏、欧米豪圏の観光行動の比較分析	55
(4) 国内観光都市・AT 先進都市の事例	57
(5) おでかけウォッチャーを用いた釧路市に係る追加分析	60
(6) AT、ATWS 関連のデータ、事例	63
2.3 釧路市の観光産業・食関連産業等に係る分析	67
(1) 飲食業関連	67
(2) 宿泊業関連	72
(3) 国内観光客動向関連	77
(4) 外国人観光客・AT 動向関連	78
2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性と連携施策の効果的展開の検討	84
AT 観光客の飲食需要を取り込むための環境整備支援	84
3 RESAS 活用に向けた情報発信	85

I 事業の概要

1 事業の目的

- ・ 人口減少等により今後ますます縮小が見込まれる政策資源を有効活用していくためには、事業の効果分析を通じて、効果が高い事業は拡大し、効果が低い事業は縮小・廃止していくことが重要であり、日本でも近年エビデンスに基づく政策形成（Evidence - based policy making、以下「EBPM」という）が推進されているところである。
- ・ この EBPM を進めるためには、個別の事業の効果を検証していくことが不可欠であるが、必要データの不足や、ノウハウの欠如等により、意義ある効果分析ができないケースも多い。
- ・ また、施策立案におけるデータの利活用においては、地方創生版・三本の矢の「情報支援」として、平成 27 年 4 月に地域経済分析システム（以下「RESAS」という。）が提供されており、データの充実等について評価を得ているものの、地方公共団体の政策立案時の RESAS の利活用においては改善の余地があるとされているところである。
- ・ 上記の課題を踏まえ、本事業においては、本道の基幹産業であり、新型コロナウイルス感染症拡大による影響が特に顕著な観光産業・食関連産業における施策を主な検討領域に、RESAS 活用による人流分析、定量的な経済効果分析、企業等データとのクロス分析等、EBPM 視点に基づく検証を行い、今後の RESAS 活用等による施策立案へのフィードバックに向けたポイントを取りまとめることで、RESAS を活用した EBPM の推進を図ることを目的とした。
- ・ なお、本調査の実施にあたっては、北海道経済産業局が令和 2 年度から道内地域中核都市 5 市との間で締結している地域経済活性化に係る覚書の趣旨に鑑み、覚書に基づき同局が行う支援を具体的な検討事例とし、覚書を締結した 5 市のうち、宿泊業及び飲食サービス業の特価係数や観光入込客数が最も大きく、観光産業・食関連産業の活性化が市内経済に大きな影響を及ぼすことが推測される釧路市、及び釧路市が所在する道東地域を主な検討領域に、今後の連携施策の効果的展開を検討し、「EBPM 地域活性化連携モデル」の確立につなげるものとした。

2 調査等の方法

2.1 地域活性化施策 EBPM 検討調査

- 道東地域の中核都市（釧路市、帯広市、北見市、根室市）について、RESAS、v-RESAS、各種統計調査等の公的データおよび購入した民間企業のデータを用いて観光産業・食関連の現状、及び、新型コロナウイルス感染症拡大前後の人流動向や観光客消費動向について地域毎に分析した。データ収集、分析にあたっては有識者に対してヒアリングを行い、知見・アドバイス等を得た。
- なお、本調査はデータの活用によって地域の観光産業・食関連産業等の分析を行うことを主眼としており、各種データの整備が充実している上記4中核都市は精緻な分析をできることができ、事業の趣旨に沿った効果的な分析となることから、これら都市を調査対象とすることで、北海道東エリア（北海道庁オホーツク総合振興局、釧路総合振興局、十勝総合振興局及び根室振興局の所管区域）の分析に変えた。

有識者ヒアリング結果

所属・氏名	得られた主な知見・アドバイス
北海学園大学経済学部 地域経済学科	- 比較対象とする道外都市について、外国人観光客の入込増を目指し積極的に取組んでいる都市に加えて、今後、増加が期待される欧米豪圏観光客の視点からATの取組が充実している都市との比較も必要ではないか。 - 立ち寄る観光地が多いと当然滞在時間が長くなり消費も増えると考えられる。ミドル層、マス層の消費増には、訪れてみたい観光地を増やす、購入したい料理や土産品を増やすといった取組が重要。 - 宿泊業について人手不足により施設の回転率が上昇しない可能性をデータから得られると良い。
総務省自治大学校	- 観光消費額について、RESASでは外国人観光客についてはクレジットカードデータでみることができる。ただし、費目構成がざっくりしていること、クレジットカード決済のみのデータであることから概観を把握する程度に留めることが妥当。 - 釧路・阿寒地域については、阿寒湖が観光のキラーコンテンツ。阿寒湖を目的として訪れた観光客を釧路地域の他の観光スポットに流す仕掛けが重要であり、民間の人流データ等を用いて釧路と阿寒との人流状況を把握することが重要。 - RESASは都道府県単位のデータが多く、市町村単位のデータが少ない。市町村の政策検討には、最終的には市町村が保有するデータや目的に応じた実査結果を用いることが重要。

所属・氏名	得られた主な知見・アドバイス
公益社団法人北海道観光振興機構 政策・マーケティング部 AT 推進部	・飲食については欧米豪圏の観光客は食材や料理のストーリー性を重視する傾向がある。この傾向をデータで把握しておくことが大切。 ・海外の AT 観光客は欧米豪圏とみることが妥当。アジア圏が AT に関心をもつのは先の将来とみられる。 ・これまでに AT 関連の資料を収集しているが、公的機関等が公表している AT 関連の資料以外に消費や経済効果に係る文献は見当たらない。ATTA が調査しているかもしれないが公表していない。 ・令和 4 年度に北海道の AT 市場に係る調査を実施中。
北海道経済部経済企画局 経済企画課	・単一のデータでは見えてこない実態がある。経年比較、他都市との比較等、複数のデータから見えてくるものがある。 ・道では北海道の施策の検討に必要なデータを調査等によって収集している。このため、道内あるいは振興局単位での調査をしているが、市町村単位のデータは既存統計等で把握しており、個別市町村のデータを収集する調査は原則として行っていない。市町村が施策を検討する場合、道のデータで概観を掴み、施策の根拠となるデータは自前で調査等を行ってデータを収集することが必要となる。

2.2 釧路市の観光産業・食関連産業における「EBPM 地域活性化連携モデル」の調査検討

(1) 会議の設置・開催概要

- ・ 釧路市観光産業・食関連産業覚書支援検討会議を設置した。同会議の委員・オブザーバー、開催概要は以下のとおり。

釧路市観光産業・食関連産業覚書支援検討会議委員・オブザーバー

区分	所属・役職等
委員長	委員長 北海道大学公共政策大学院客員教授
委員	釧路市産業振興部 観光振興監（阿寒観光振興課長） 釧路市産業振興部 観光振興室長 一般社団法人釧路観光コンベンション協会 事務局長 NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 専務理事 阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社 AT 推進部長兼 DMO 推進部長 公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 地域戦略室 室長

オブザーバー	釧路市産業振興部 観光振興室 観光振興担当 専門員
	北洋銀行 釧路中央支店 統括副支店長
	釧路信用金庫 経営企画部 上席調査役代理
	釧路信用金庫 業務部 上席調査役代理
	公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 地域戦略室 研究員
	経済産業省北海道経済産業局 地域経済部食・観光産業課 観光担当参事官

釧路市観光産業・食関連産業覚書支援検討会議の開催概要

回	開催日	開催内容
第1回	2022年9月2日	・会議・調査の進め方について
第2回	2022年11月7日	・釧路市の観光産業・食関連産業の現状の調査・分析フローと分析イメージについて
第3回	2023年2月14日	・現在の検討状況について

※当初4回の開催を予定していたが、個別の調整や会議資料の充実等により、会議において委員がもつ地域の実態に係る情報や意見・アドバイス等を十分に引き出すことができ、会議開催の目的を達成できたことから開催回数を3回とした。

委員の主な意見と本調査分析への反映

委員の主な意見	調査分析への反映
・釧路市だけでなく東北海道全体についてデータ分析がされると良い。	・調査項目Ⅱ.1で実施。
・RESASの人流データは都道府県単位。釧路市のデータを把握できると良い。	・スマートフォンの位置情報データを活用した人流データ提供サービス（おでかけウォッチャー）を用いた分析を実施。
・観光客、地元客にそれぞれのくらい販売しているかなどがわかるデータがあると良い。	・釧路市産業連関分析により、市内飲食店の売上の市内住民、市外住民の構成を把握。
・ホテルのキャパについて特に阿寒地域の温泉宿は従業者確保の面で制約を受けていると思う。新規採用は変わらないが、離職率が高い。	・データ分析で得た宿泊業の従業者数が不足している可能性に係る検証に使用。
・釧路市街地、阿寒地域は車で移動時間が1.5時間。それぞれの来訪目的が異なるので往来が少ない、両方に宿泊しない（宿泊するには距離が短い）のは現場感覚と一致。	・おでかけウォッチャーの分析結果が傾向値として信頼できることを確認。
・スマホの位置情報を使用した人流把握は理論上である。釧路市街地と阿寒地域の人流はもう少し多いようにも思える。	・おでかけウォッチャーの仕組上の制約（できる登録スポットが限定されている）を示し、実数でなく傾向値として捉えて分析結果を用いた。

委員の主な意見	調査分析への反映
・阿寒地域に東アジア圏の観光客が多いのは、同地域の団体客を誘致してきた成果。また、釧路の内陸・沿岸の自然の値打ちを伝えるプロモーションの成果により、釧路への欧米豪圏の観光客が徐々に増えてきたと思う。	・釧路市街地への欧米豪圏の観光客が増加基調で推移している要因の一つとして確認。
・2012～2016年は阿寒地域に多くの台湾等のアジア客が訪れ始めた時期。この時期にアイヌ文化等を活かしたストーリー性のある取組が必要だったと思う。 ・コロナ禍後に観光入込が回復・増加する中では、コロナ禍前のように増加する観光客を単に受け入れるということではなく、新たな対策が必要。	・Ⅱ2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性の検討に反映。
・これまでインバウンド需要の拡大で特別な対策を行わなくても売上が増加したことから、市内企業はATWSについて情報もあまり持っておらず、ATWSを契機とした新たな取組に対する意識が高くない。	・Ⅱ2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性の検討に反映。
・釧路市周辺に訪れた海外富裕層は宿泊施設を目的に訪れている。訪れた富裕層が地域を巡るように仕向けることが大切。	・Ⅱ2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性の検討に反映。
・市外資本は資金やアイデアを持っており、地元企業が頑張って市外資本と両輪となって観光振興を図る関係になれば良い。	・Ⅱ2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性の検討に反映。
・観光産業の振興方向として付加価値向上は必須。高サービス・単価に向けた取組に関心がある事業者と情報共有して取組み、まず成功事例をつくっていくことが重要。	・Ⅱ2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性の検討に反映。
・ATWSを契機とした釧路市としての戦略としては、釧路地域の生活や日常やこの地域にしかない魅力に関わってもらうことで来訪観光客の滞在期間の延伸を図り、ひいては域内消費を増やしていく取組について長期的な視点で検討することが重要。	・Ⅱ2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性の検討に反映。

(2)分析・検討の概要

- ・ 項目「Ⅱ.1 地域活性化施策 EBPM 検討調査」で収集・分析したデータに、民間データの追加分析、金融機関が有する飲食業・宿泊業の財務データを用いたモデル分析、産業構造等が類似する国内外の事例や AT 及び ATWS に係る情報収集結果等を加え、各データ等の比較分析、関連性のあるデータ同士の傾向確認等から読み取れる仮説を抽出し、釧路市の観光産業・食観光関連産業等に係る事実関係や傾向を明らかにした。この結果及び「釧路市観光産業・食関連産業覚書支援検討会議」における委員の意見を踏まえて、釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性と連携施策の効果的展開について検討した。

2.3RESAS 活用に向けた情報発信

- ・ 上記 2.1、2.2 で得られた調査・分析結果等を情報発信するため、セミナーを開催した。
- ・ セミナー参加者の本事業成果の理解の深化を図るため、EBPM による政策検討を踏まえたアクションの具体例として AT 需要の取り込みに向けた対策に係る講演をプログラムに追加した。
- ・ これにともない、釧路市観光産業・食関連産業覚書支援検討会議の委員と報告内容のすり合わせを行い、パネルディスカッションに変えて本事業の報告を行った。

開催概要

名称	飲食店向け 欧米インバウンド客対応セミナー in 釧路
開催方法	ハイブリッド方式（来場参加、オンライン参加併用）
開催日時	2023 年 2 月 22 日（水）13:30～15:00
開催場所	釧路センチュリーキャッスルホテル 鳳の間
開催内容	1 主催者挨拶 2 事業報告『EBPM 視点から見た釧路地域の観光関連産業について』 3 基調講演『欧米人の思考（考え方）と嗜好（好み） 飲食店がインバウンド対応を行う際に必要な取組を考える』

Ⅱ 調査の結果

1 地域活性化施策 EBPM 検討調査

1.1 道東中核都市の観光・食関連産業の動向

- ここでは、道東中核都市の観光・食関連産業の動向について把握するため、釧路市・帯広市・北見市・根室市の4都市について整理した。また、参考比較として道外の観光都市3市（金沢市、京都市、長崎市）、AT関連地1市（長野市）について整理した。

参考比較都市の選定理由

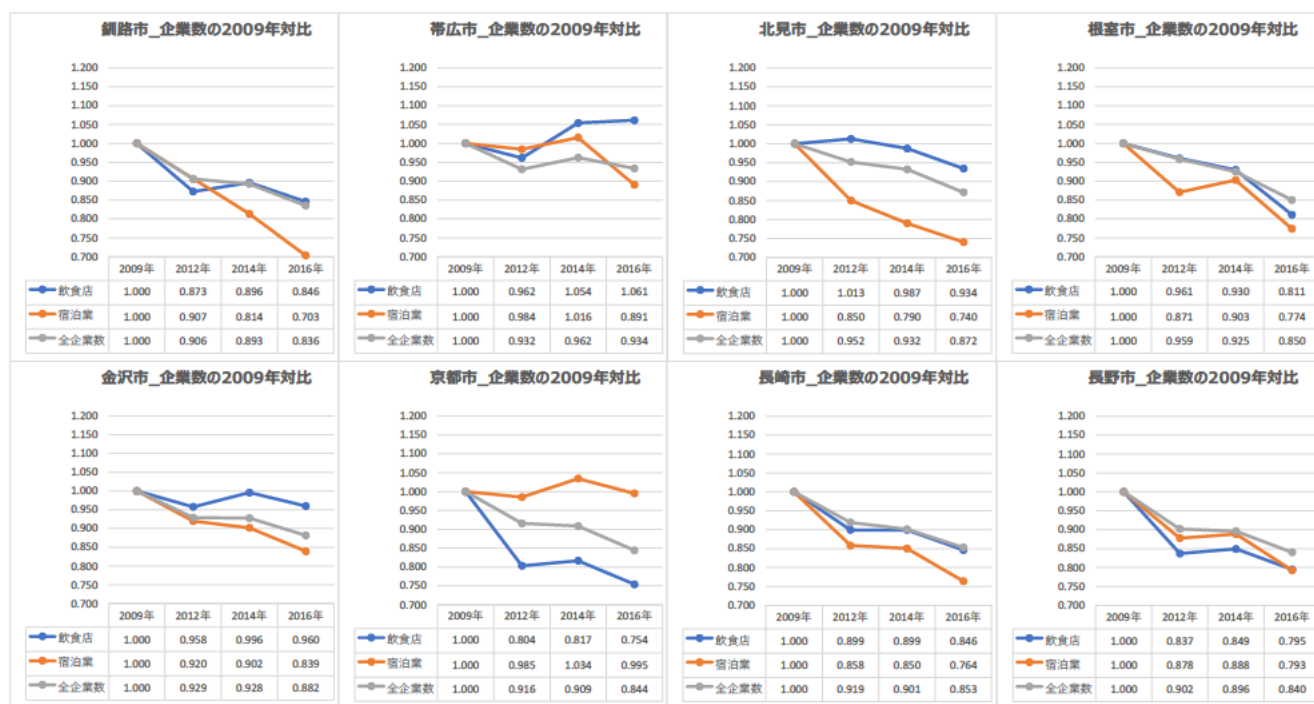
区分	都市	選定理由
観光都市	金沢市 京都市 長崎市	✓ 金沢市・長崎市：釧路市とともに観光立国ショーケース※に選ばれた都市 ※多くの外国人旅行者に選ばれる、観光立国を体現する観光地域を作り、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケース ✓ 京都市：日本有数の観光都市
AT 関連地	長野市	✓ 長野県がアドベンチャーツーリズム推進事業を実施 ✓ 長野県観光機構は（一社）日本アドベンチャーツーリズム協議会（会長・代表理事：阿寒アドベンチャーツーリズム(株)）の理事 ✓ 旅行関係者が集う「アドベンチャー・コネクト」を長野市で開催（2018年9月） ✓ 長野市観光振興計画においてもアウトドアなどニューツーリズム開発に注力

(1) 企業数・事業所数

① 企業数

- 2009年から2016年の全産業の企業数の推移について2009年対比でみると、道東中核都市はいずれも減少傾向であり、観光都市、AT関連地と同様の傾向である。
- 飲食店についてみると、釧路市・根室市は全産業の傾向と同様であり、長崎市と同様の傾向である。北見市は減少傾向ではあるものの全産業より減少率が小さく、金沢市と同様の傾向である。帯広市は増加傾向となっており、飲食店の増加が全産業企業数の減少を抑制している可能性がある。
- 宿泊業についてみると、釧路市・北見市は全産業の減少率を大きく下回る減少傾向である。帯広市は、2012年から2014年は増加傾向にあったが、2016年には減少に転じ、全産業企業数の減少率を下回った。根室市は、2009年から2012年にかけて減少したが、2012年から2014年にかけて一時的に増加傾向となったものの、その後、再び減少傾向となり、全産業企業数の減少率を下回った。

企業数の推移（2009年対比）



資料：RESAS>産業構造マップ>全産業>全産業の構造のデータをもとに作成

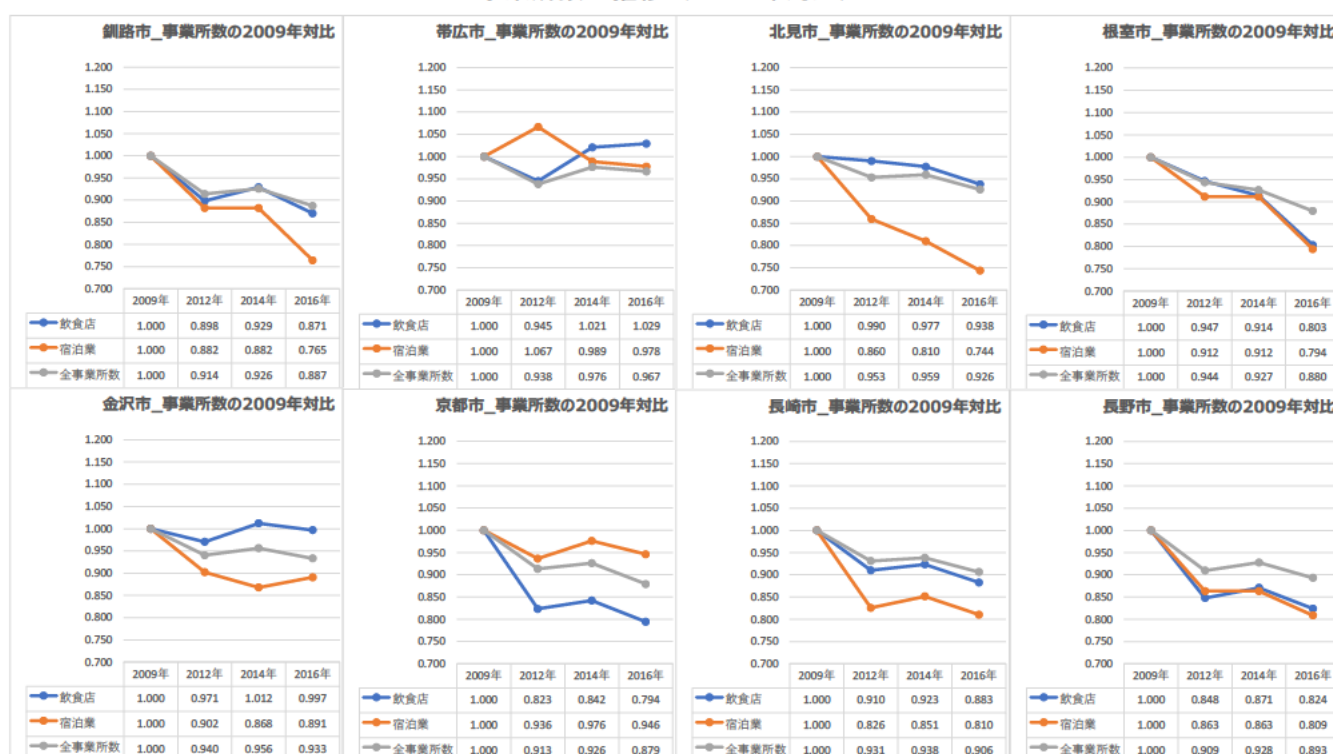
② 事業所数

- 2009年から2016年の全産業の事業所数の推移について2009年対比でみると、道東中核都市はいずれも減少傾向であり、観光都市、AT関連地と同様の傾向である。
- 飲食店についてみると、釧路市・北見市は全産業の傾向と同様であり、長崎市と同様の傾向である。帯広市は増加傾向となっており、2012年以降の飲食店の増加が全産業事業所数の減少を抑

制している可能性がある。根室市は 2014 年から 2016 年にかけて大きく減少した。

- ・ 宿泊業についてみると、釧路市・北見市は全産業の減少率を大きく下回る減少率である。帯広市は、2009 年から 2012 年にかけて増加傾向にあったが、その後は減少に転じ、全産業と同程度の減少率となった。
- ・ ①企業数と②事業所数の結果を合わせてみると、釧路市の飲食店・宿泊業、帯広市の宿泊業は企業数の減少に対して事業所数の減少割合が少なく、1 企業あたりの事業所数が少ない事業者が廃業したなどの可能性がある。北見市・根室市の宿泊業は、企業数と事業所数の減少割合が同程度であり、廃業等により純減の可能性がある。

事業所数の推移（2009年対比）



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

③全産業に対する飲食店・宿泊業の割合

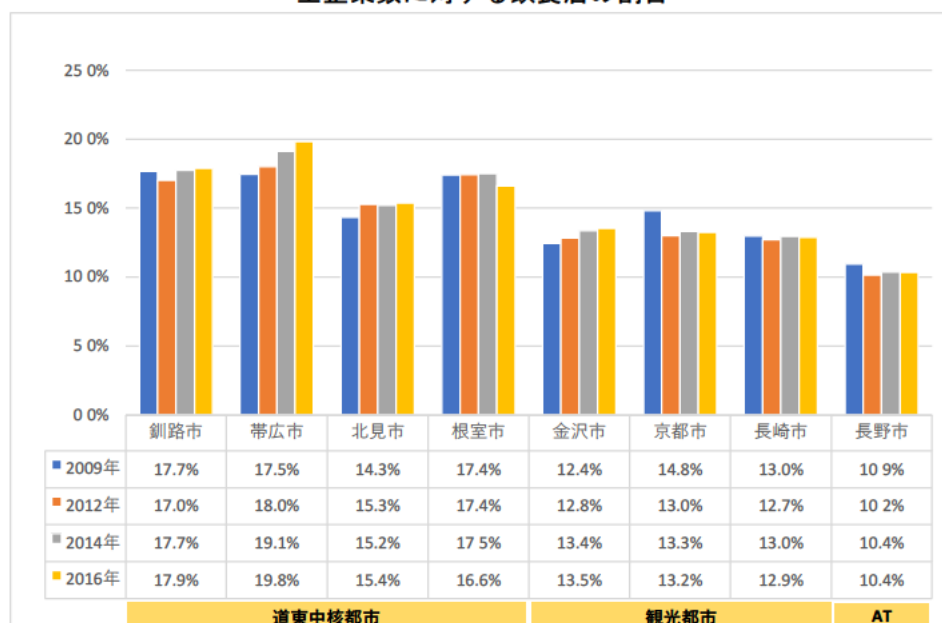
【飲食店】

- ・ 全産業企業数に対する飲食店の割合(2016 年)についてみると、道東中核都市は観光都市、AT 関連地よりも、飲食店割合が高い。経年でみると、釧路市・北見市は横ばい、帯広市は増加傾向、根室市は減少傾向である。なお、帯広市は全企業数が 2009 年対比で減少傾向にあるが、飲食店は企業数が 2009 年対比で増加傾向にあることが影響している。
- ・ 全産業事業所数に対する飲食店に割合(2016 年)についてみると、道東中核都市と観光都市には、大きな差はない。経年でみると、釧路市・北見市は横ばい、帯広市は増加傾向、根室市は減少傾向

向である。なお、帯広市は全事業所数が2009年対比で減少傾向にあるが、飲食店は事業所数が2009年対比で増加傾向にあることが影響している。

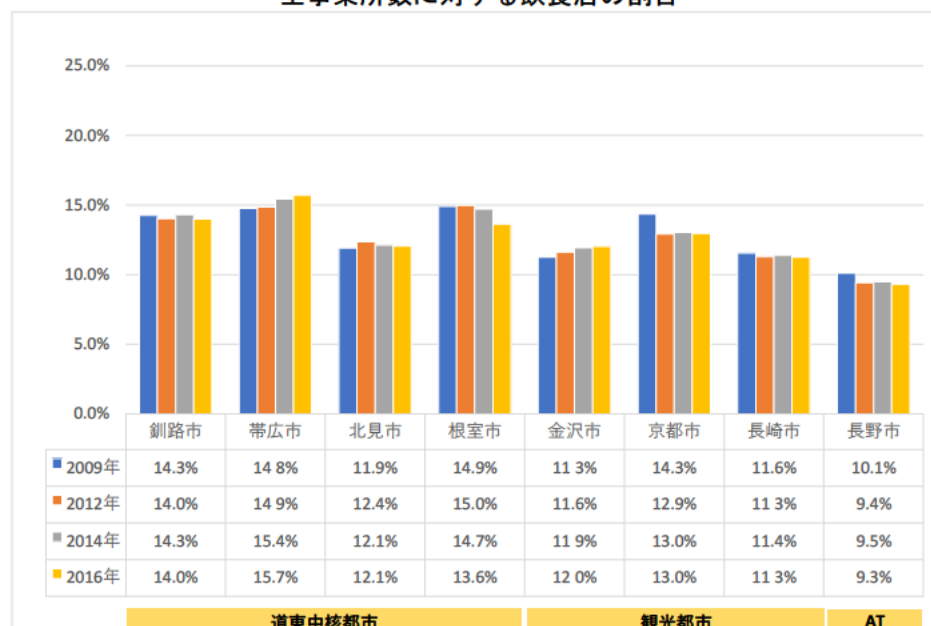
- 道東中核都市の飲食店は、1企業あたりの事業所数が少ない事業者が多く、観光都市においては1企業あたり複数の事業所を展開している事業者が多い可能性がある。

全企業数に対する飲食店の割合



資料：RESAS>産業構造マップ>全産業>全産業の構造のデータをもとに作成

全事業所数に対する飲食店の割合

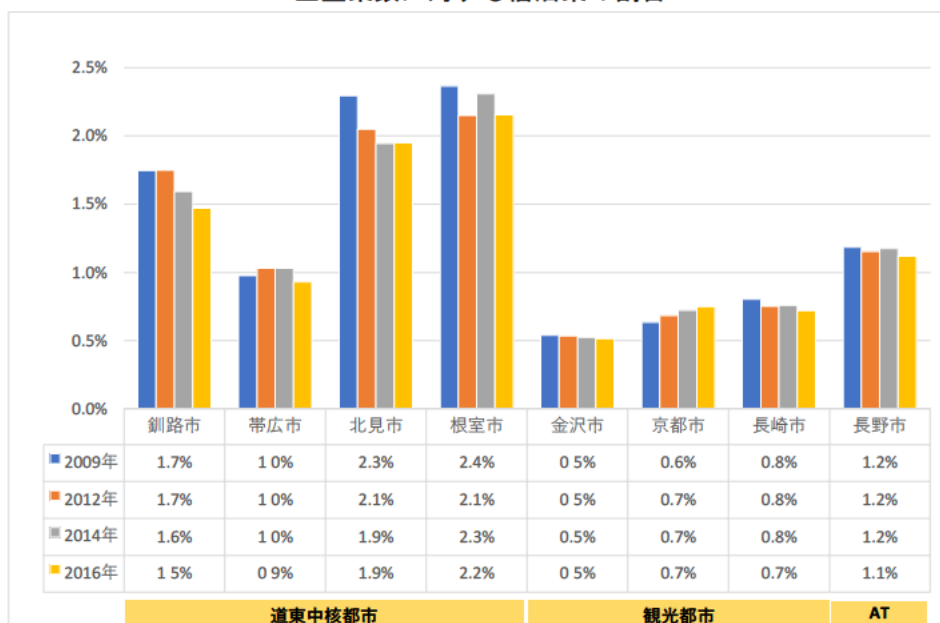


資料：RESAS>産業構造マップ>全産業>全産業の構造のデータをもとに作成

【宿泊業】

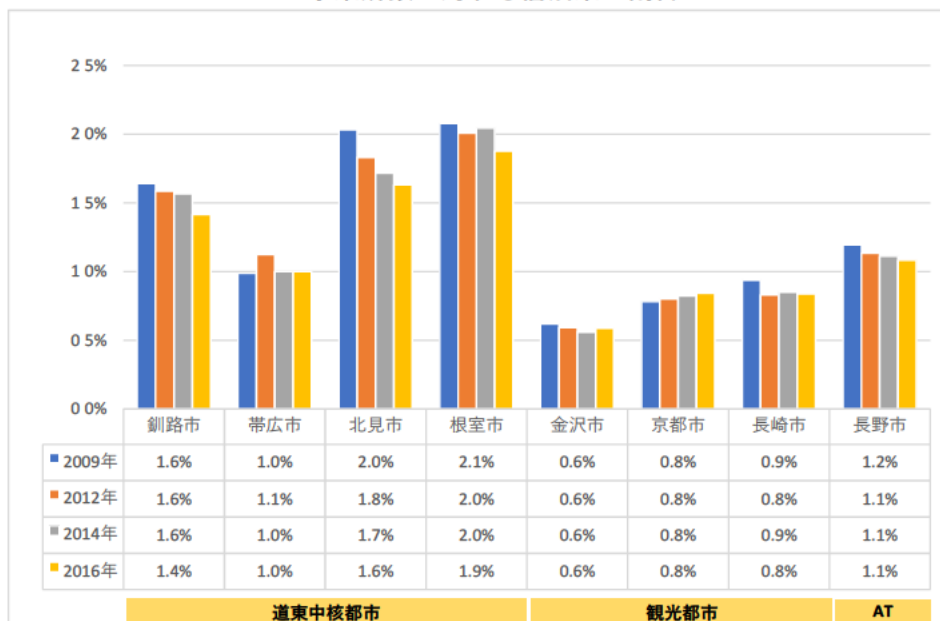
- 全産業企業数に対する宿泊業の割合(2016 年)および全産業事業所数に対する宿泊業に割合(2016 年)についてみると、釧路市・北見市・根室市は、観光都市、AT 関連地よりも高い。経年でみると、釧路市・北見市・根室市は減少傾向、帯広市は横ばいである。

全企業数に対する宿泊業の割合



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

全事業所数に対する宿泊業の割合



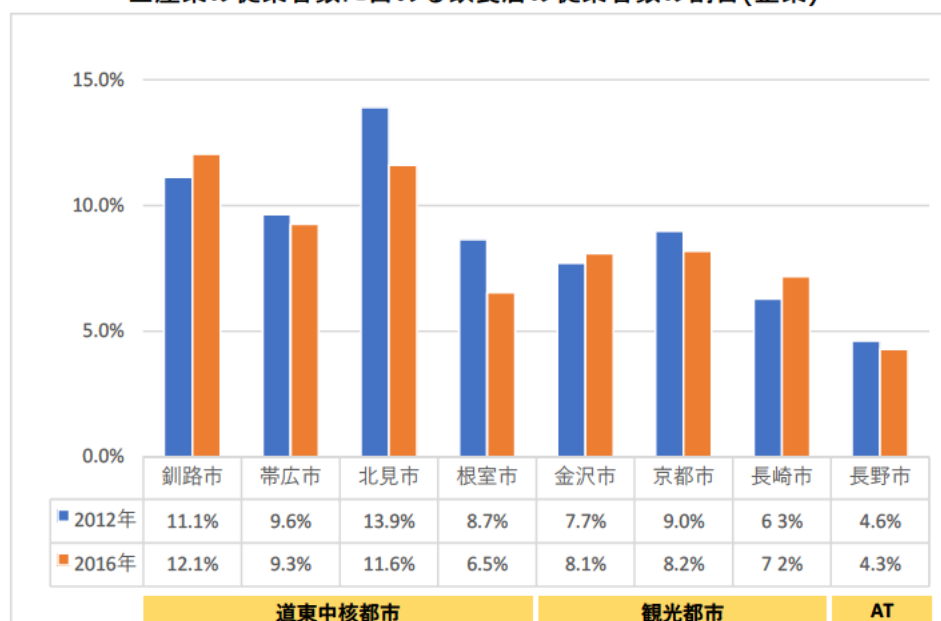
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

(2) 従業者数

【飲食店】

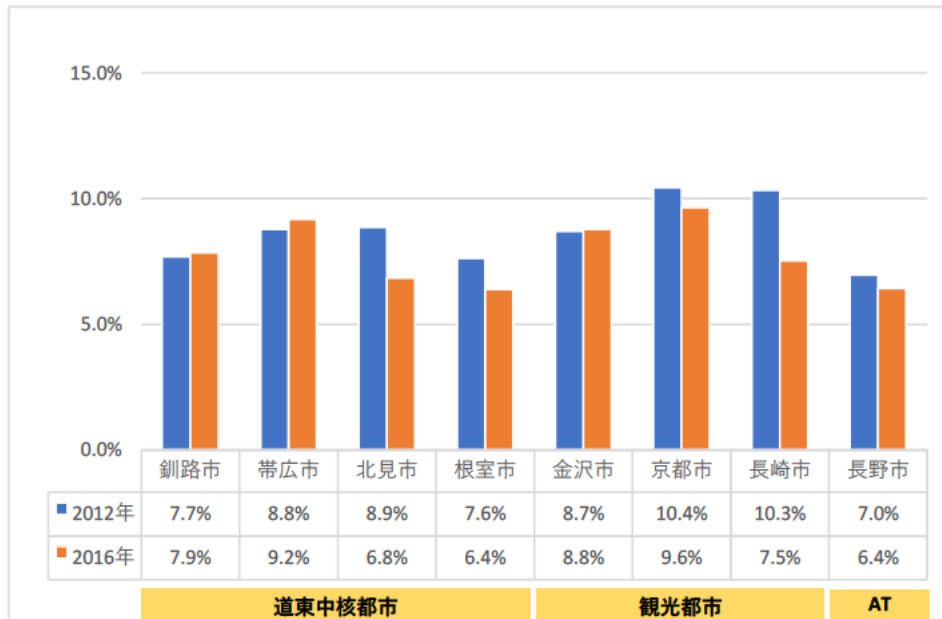
- ・ 全産業の従業者数に占める飲食店の従業者数の割合(2016 年)を企業単位でみると、釧路市・北見市は、観光都市、AT 関連地よりも高い。経年でみると、釧路市は増加、帯広市は横ばい、北見市・根室市は減少となっている。
- ・ 全産業の従業者数に占める飲食店の従業者数の割合(2016 年)を事業所単位でみると、釧路市・帯広市は観光都市と同程度であり、北見市・根室市は観光都市と比べてやや低い傾向にある。経年でみると、釧路市・帯広市は横ばい、北見市・根室市は減少となっている。
- ・ 従業者数の特化係数(2016 年)を企業単位でみると、釧路市・帯広市・北見市は1 を大きく上回り、経年でみると釧路市は上昇、帯広市は横ばい、北見市・根室市は低下している。
- ・ 従業者数の特化係数(2016 年)を事業所単位でみると、釧路市・帯広市は1 を上回り、経年でみると釧路市は横ばい、帯広市は上昇、北見市・根室市は低下している。
- ・ これより、釧路市・帯広市の飲食店は、全国に比べ地域の雇用を吸収していることがわかる。

全産業の従業者数に占める飲食店の従業者数の割合(企業)



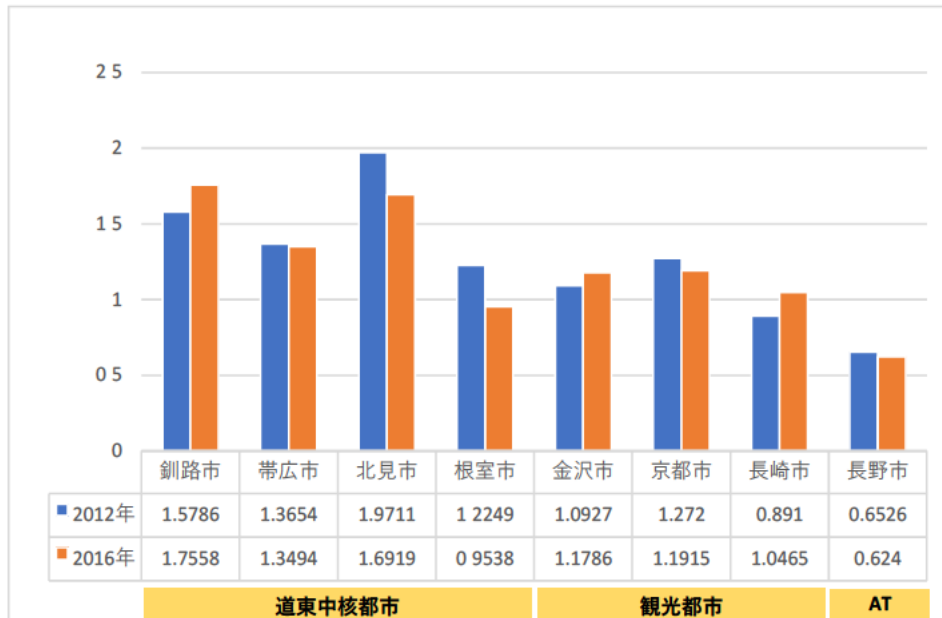
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

全産業の従業者数に占める飲食店の従業者数の割合(事業所)



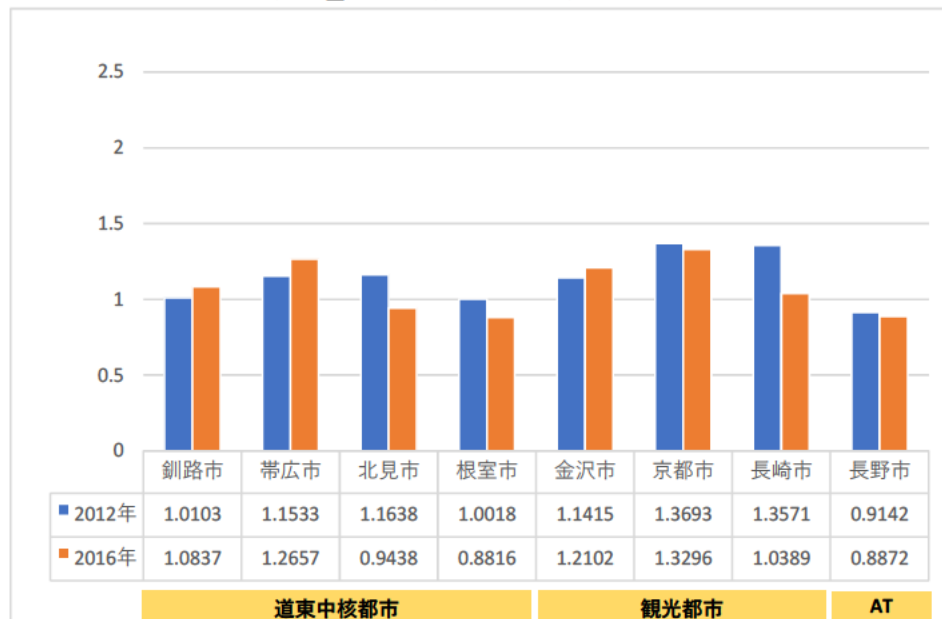
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

飲食店_特化係数（従業者数：企業）



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞稼ぐ力分析のデータをもとに作成

飲食店_特化係数（従業者数：事業所）

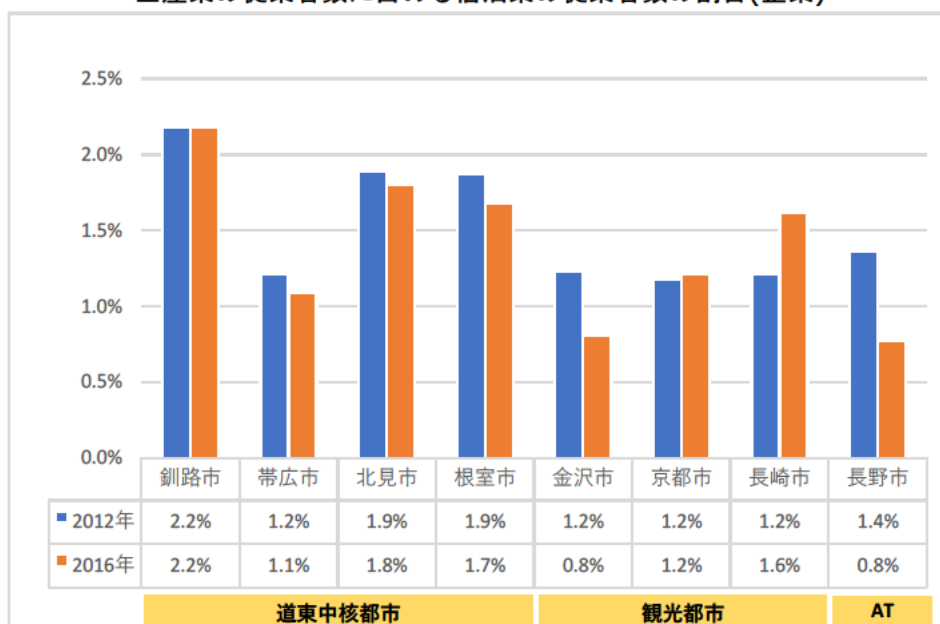


資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞稼ぐ力分析のデータをもとに作成

【宿泊業】

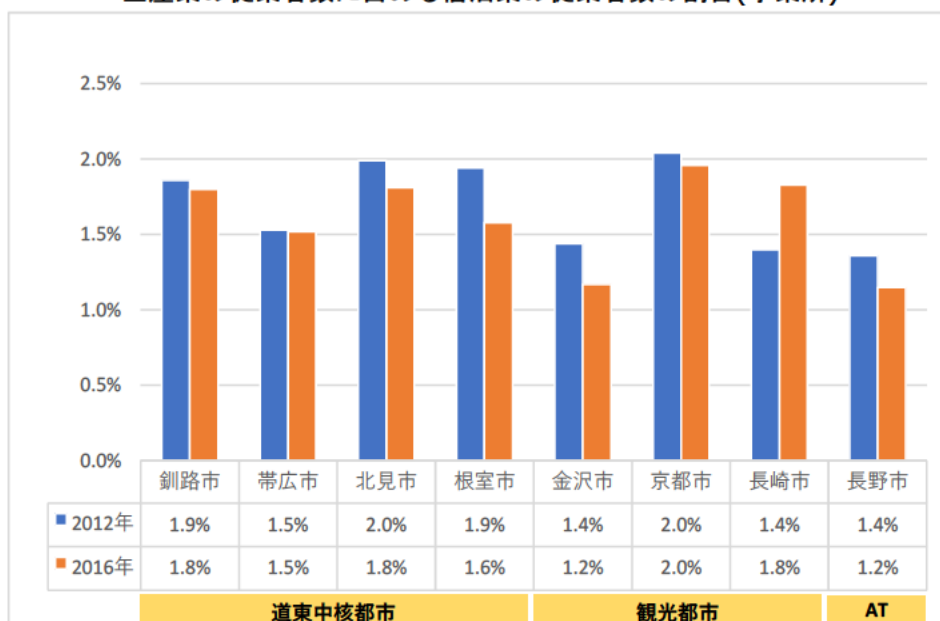
- ・ 全産業の従業者数に占める宿泊業の従業者数の割合(2016 年)を企業単位でみると釧路市は、いずれの観光都市よりも高く、北見市・根室市は、長崎市と同程度である。経年でみると、道東中核都市はいずれも横ばいとなっている。
- ・ 全産業の従業者数に占める宿泊業の従業者数の割合(2016 年)を事業所単位でみると、道東中核都市と観光都市に大きな差はない。経年でみると、道東中核都市はいずれも横ばいとなっている。
- ・ 従業者数の特化係数(2016 年)を企業単位でみると、釧路市・北見市・根室市は1 を大きく上回り、経年でみると、道東中核都市はいずれも、ほぼ横ばいとなっている。
- ・ 従業者数の特化係数(2016 年)を事業所単位でみると、道東中核都市はいずれも1 を上回り、経年でみると、釧路市・帯広市・北見市は横ばい、根室市は低下している。
- ・ これより、釧路市・北見市・根室市は、全国に比べ宿泊業が地域の雇用を吸収していることがわかる。

全産業の従業者数に占める宿泊業の従業者数の割合(企業)



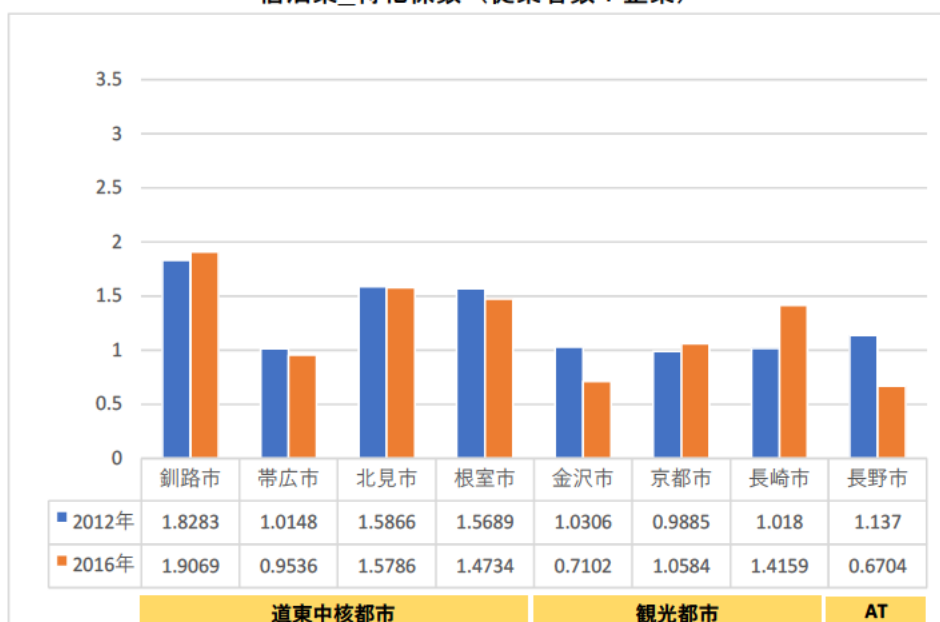
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

全産業の従業者数に占める宿泊業の従業者数の割合(事業所)



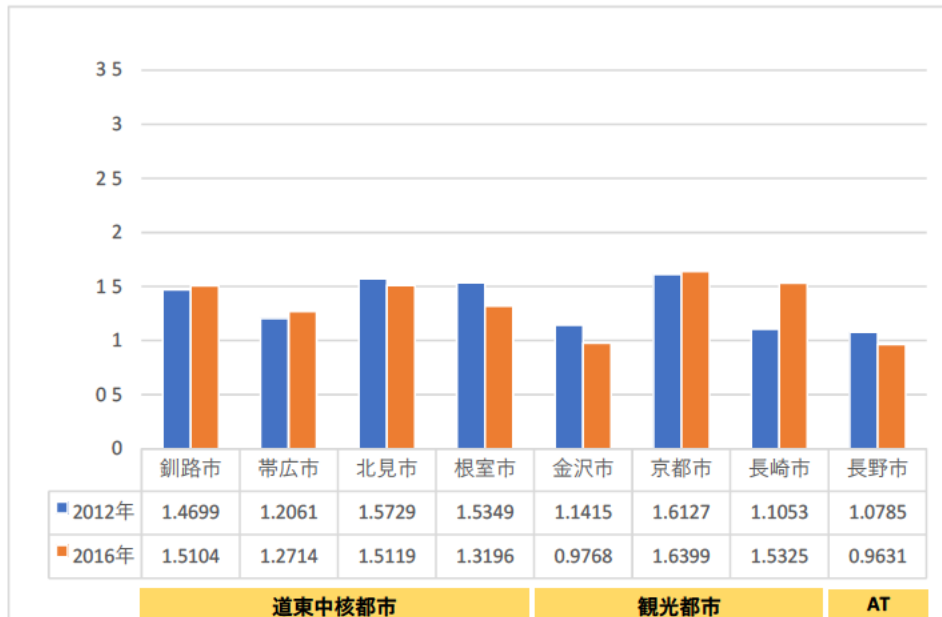
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

宿泊業_特化係数（従業者数：企業）



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞稼働力分析のデータをもとに作成

宿泊業_特化係数（従業者数：事業所）



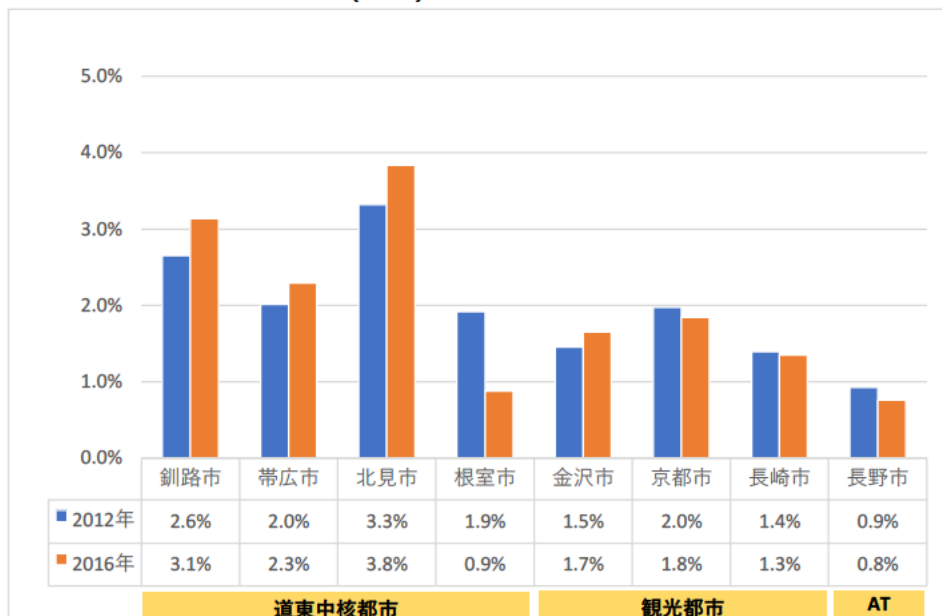
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞稼ぐ力分析のデータをもとに作成

(3)売上

【飲食店】

- 全産業企業の売上に占める飲食店の売上の割合(2016年)についてみると、釧路市・帯広市・北見市は観光都市よりも高い。経年でみると、釧路市・北見市は増加、帯広市は横ばい、根室市は減少傾向である。

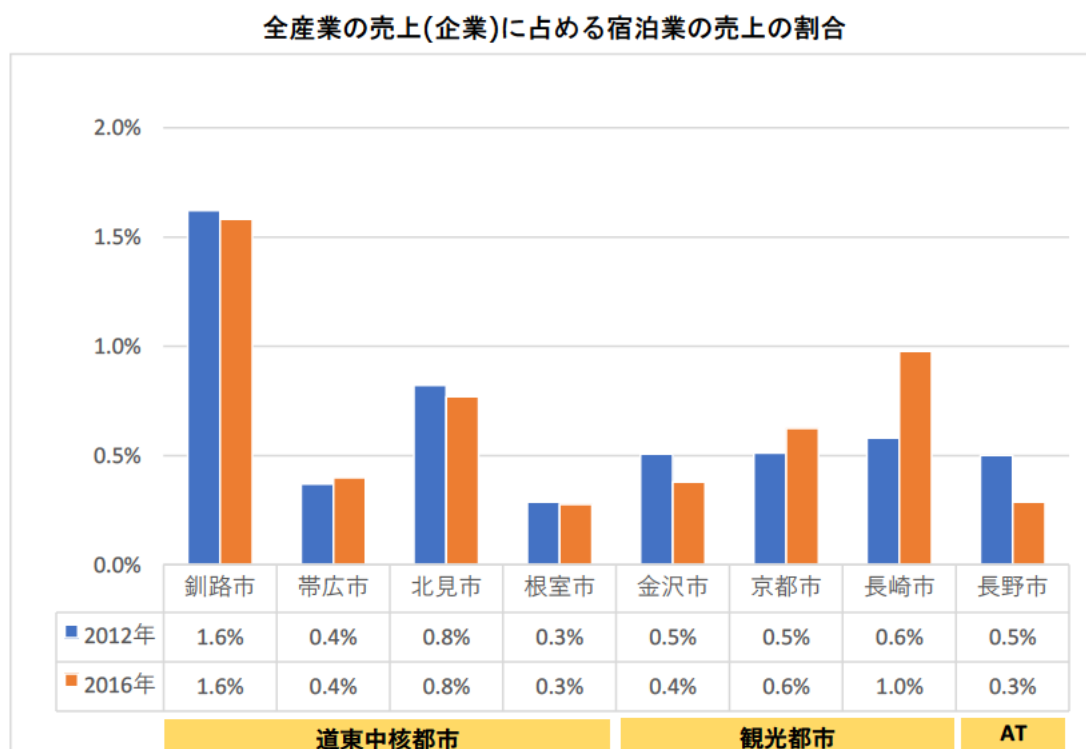
全産業の売上(企業)に占める飲食店の売上の割合



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

【宿泊業】

- 全産業企業の売上に占める宿泊業の売上の割合(2016 年)についてみると、釧路市が他都市に比べ高い。経年で見ると、道東中核都市はいずれも横ばいである。



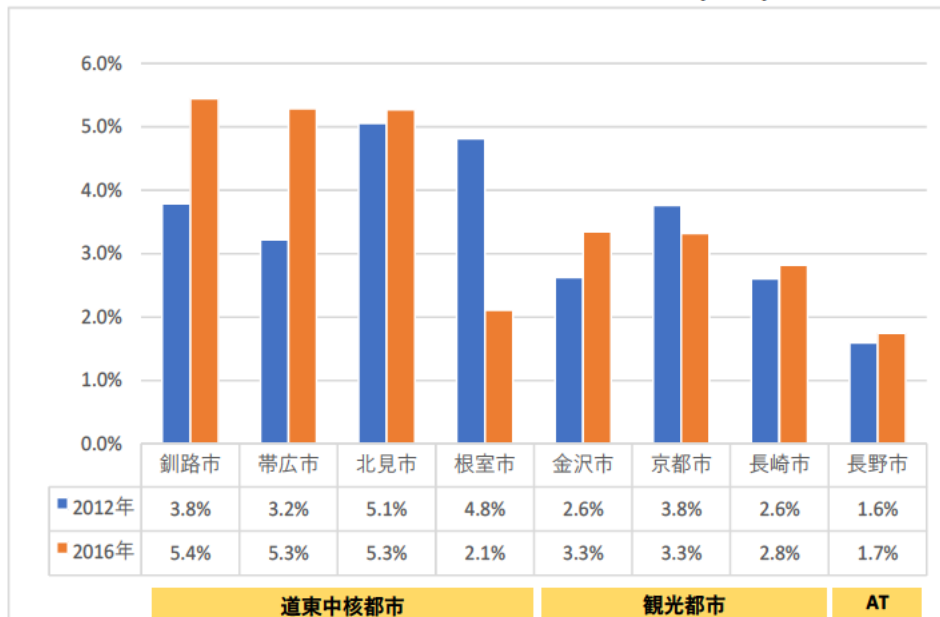
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

(4)付加価値額・付加価値率

【飲食店】

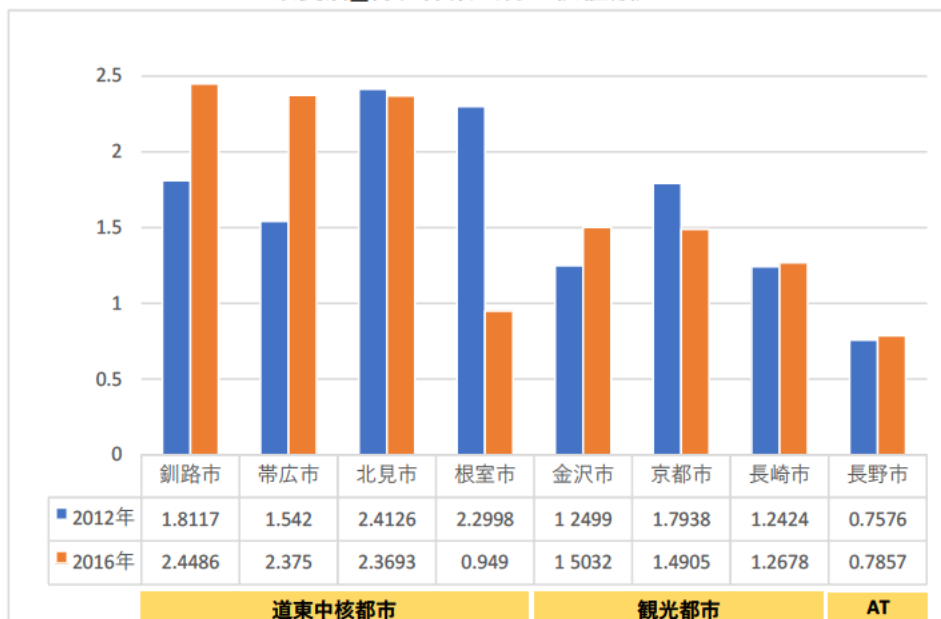
- 全産業企業の付加価値額に占める飲食店の付加価値額の割合(2016 年)についてみると、釧路市・帯広市・北見市は観光都市よりも高く、根室市は観光都市よりも低い。経年でみると、釧路市・帯広市は増加、北見市は横ばい、根室市は半減している。
- 付加価値額の特化係数(企業単位)(2016 年)をみると、釧路市・帯広市・北見市は1を大きく上回り、全国に比べ飲食店の稼ぐ力が強いといえる。経年でみると、釧路市・帯広市は増加、北見市は横ばい、根室市は半減している。
- 付加価値率(2016 年)は、釧路市・帯広市・根室市は全国値を上回り、北見市は全国値を下回っている。経年でみると、釧路市・帯広市は付加価値率が大きく上昇、根室市はわずかに上昇、北見市はわずかに低下している。
- 釧路市・帯広市・根室市は、全国に比べ売上に対する付加価値額の割合が高く、北見市は高付加価値化に余地がある可能性がある。

全産業の付加価値額に占める飲食店の割合(企業)



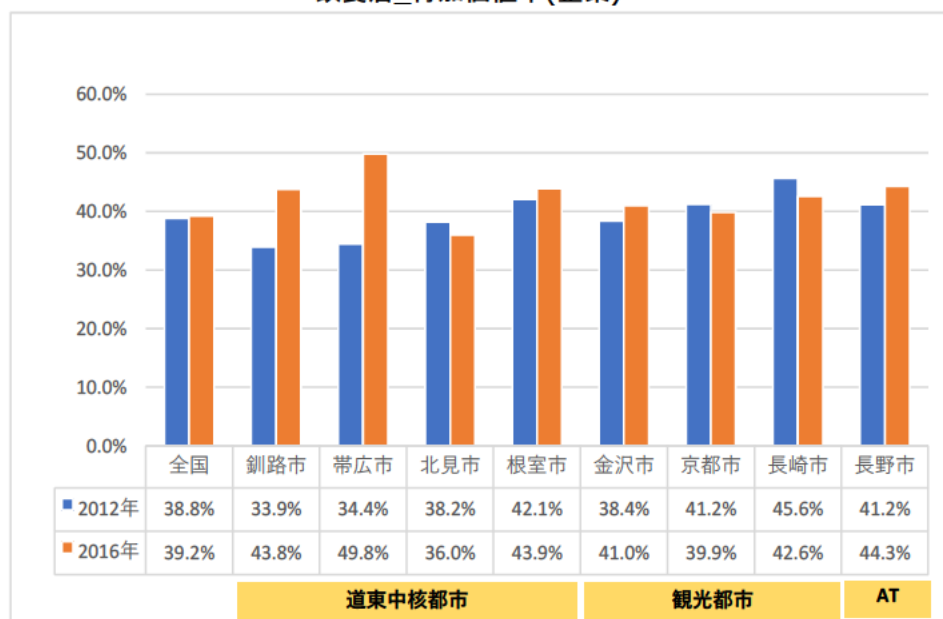
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

飲食店_特化係数（付加価値額）



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞稼ぐ力分析のデータをもとに作成

飲食店_付加価値率(企業)

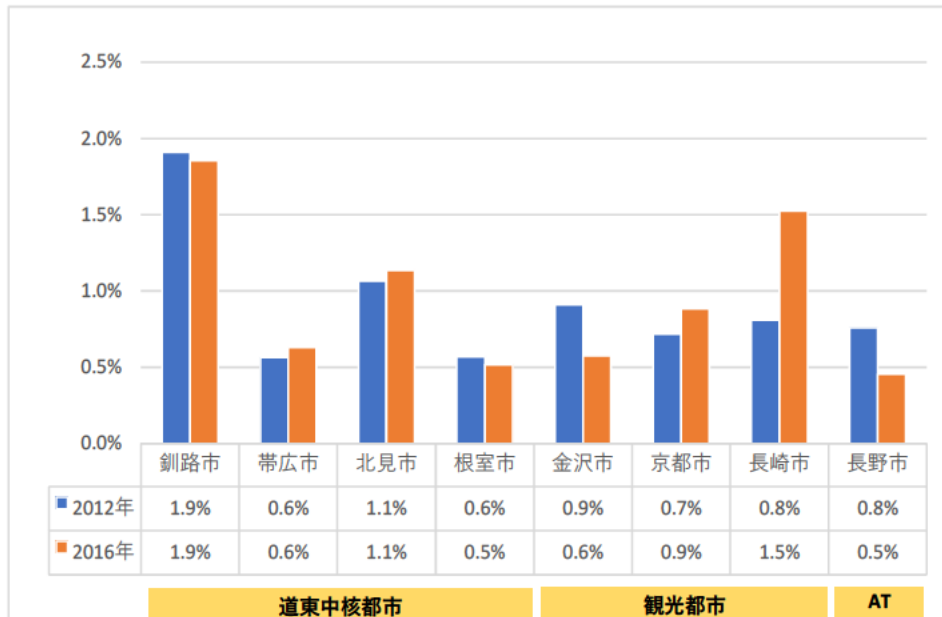


資料：RESAS>産業構造マップ>全産業>全産業の構造のデータをもとに作成

【宿泊業】

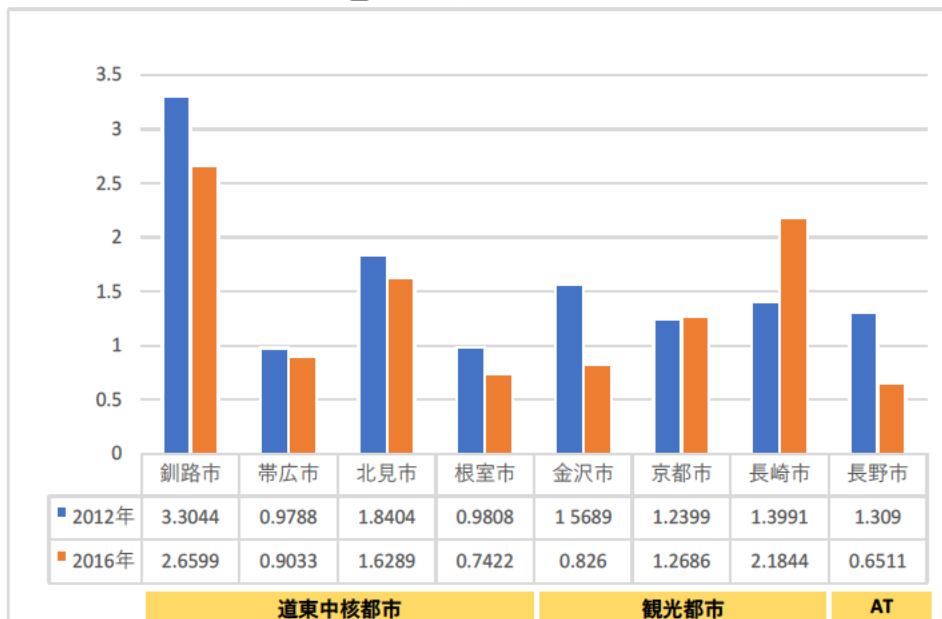
- 全産業企業の付加価値額に占める宿泊業の付加価値額の割合(2016 年)についてみると、釧路市は他都市よりも高く、帯広市・根室市は金沢市と同程度、北見市は京都市と同程度である。経年でみると、道東中核都市はいずれも横ばいである。
- 付加価値額の特化係数(企業単位)(2016 年)をみると、釧路市・北見市は1 を大きく上回り、全国に比べ飲食店の稼ぐ力が強いといえる。経年でみると、釧路市・北見市・根室市は低下、帯広市は横ばいである。
- 付加価値率(2016 年)は、帯広市・北見市・根室市は全国値を上回り、釧路市は全国値を下回っている。経年でみると、釧路市・帯広市・根室市は横ばい、北見市は上昇している。
- 帯広市・北見市・根室市は全国に比べ売上に対する付加価値額の割合が高く、釧路市は高付加価値化に余地がある可能性がある。

全産業の付加価値額に占める宿泊業の割合(企業)



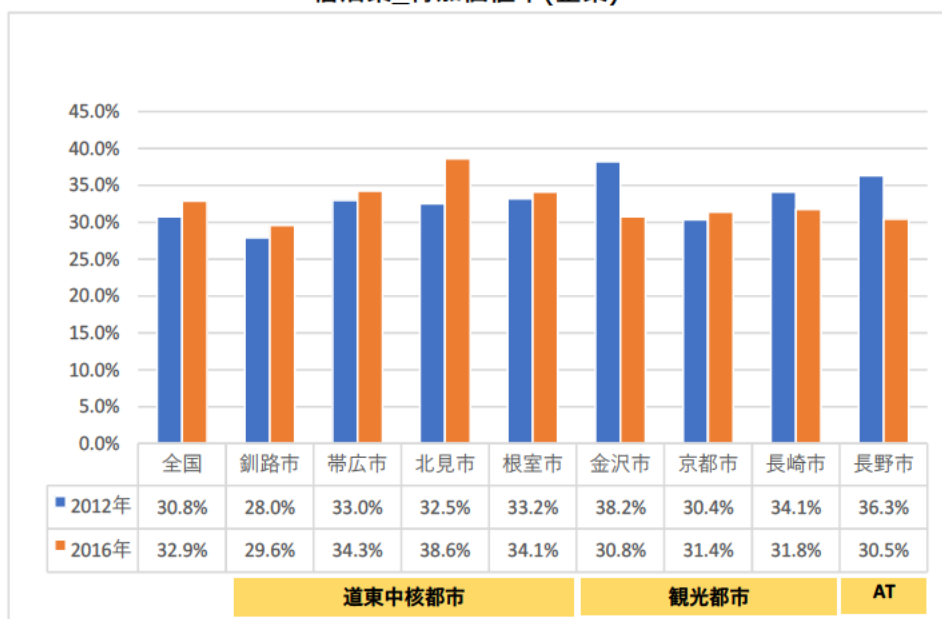
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

宿泊業_特化係数（付加価値額）



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞稼ぐ力分析のデータをもとに作成

宿泊業_付加価値率(企業)



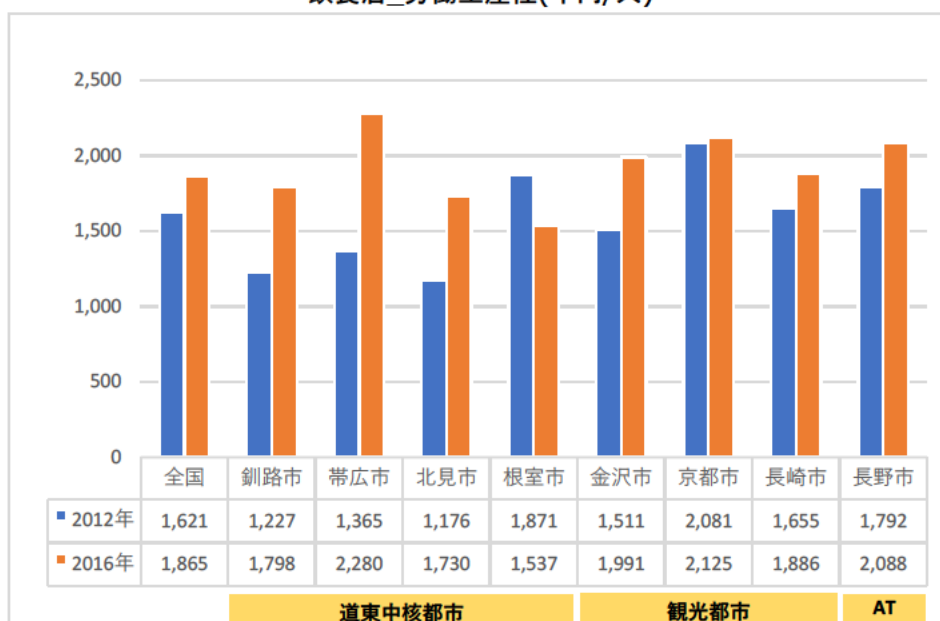
資料：RESAS>産業構造マップ>全産業>全産業の構造のデータをもとに作成

(5)労働生産性

【飲食店】

- 飲食店の労働生産性(2016年)は、帯広市は全国値を上回っているが、釧路市・北見市・根室市は全国値を下回っている。経年でみると、釧路市・帯広市・北見市は全国よりも上昇幅が大きい、根室市では低下している。

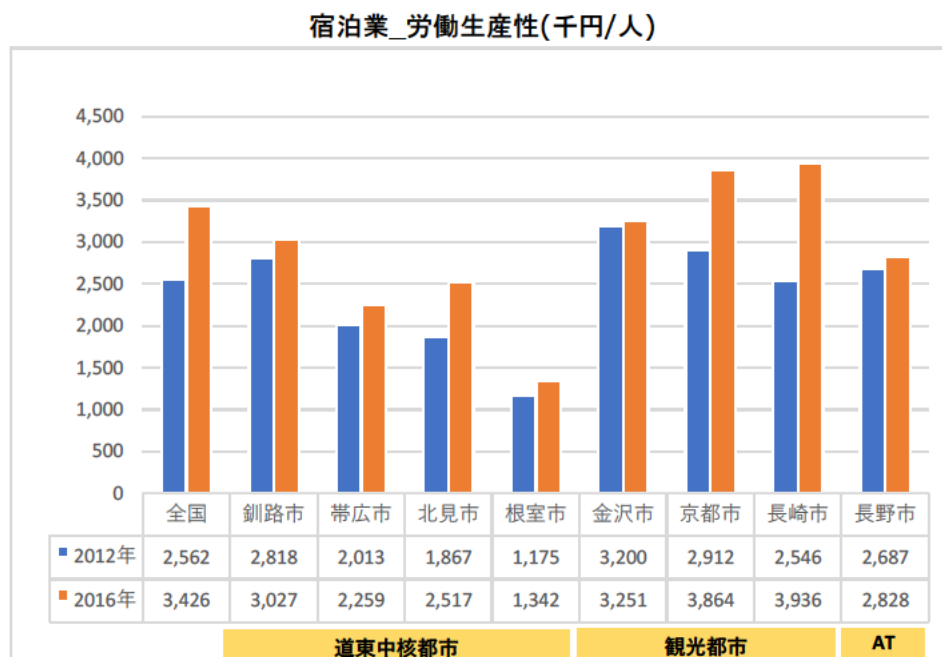
飲食店_労働生産性(千円/人)



資料：RESAS>産業構造マップ>全産業>労働生産性のデータをもとに作成

【宿泊業】

- ・ 宿泊業の労働生産性(2016 年)は、道東中核都市のいずれも全国値を下回り、特に根室市では全国値の半分以下である。経年でみると、道東中核都市のいずれも上昇しているが、全国値の上昇幅には及ばない。



資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞労働生産性のデータをもとに作成

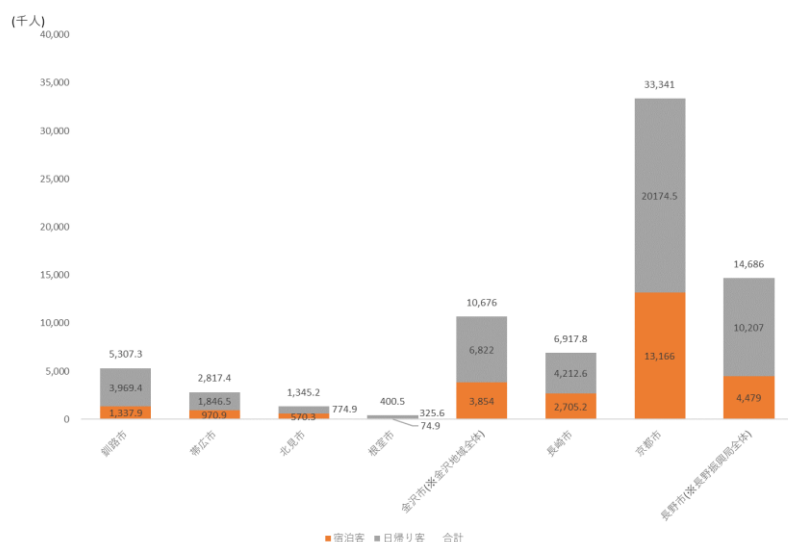
1.2 道東中核都市の観光関連の人流動向

(1) 観光客入込状況

① 国内観光客

- 2019年度の道東都市の観光客入込数をみると、総数では釧路市が5,307千人と最も多く、帯広市は釧路市の半分程度の2,817千人、北見市は1/4程度の1,345千人、根室市は1/10程度の401千人となっている。宿泊客の割合は釧路市が25%、帯広市は35%、北見市は42%、根室市は16%程度となっている。
- 2019年の道外都市の観光入込客数をみると、道東4都市で最も入込客数が多い釧路市と比較して、京都市は約6倍、長野市は約3倍、金沢市は約2倍、長崎市は1.3倍同程度であり、宿泊客数も多い。

国内観光客入込数（2019年度）



資料：令和元年度北海道観光入込客数調査報告書、石川県統計情報、長崎市観光統計、京都市観光調査資料、長野県観光関連統計をもとに作成
※道外都市は暦年の数値。

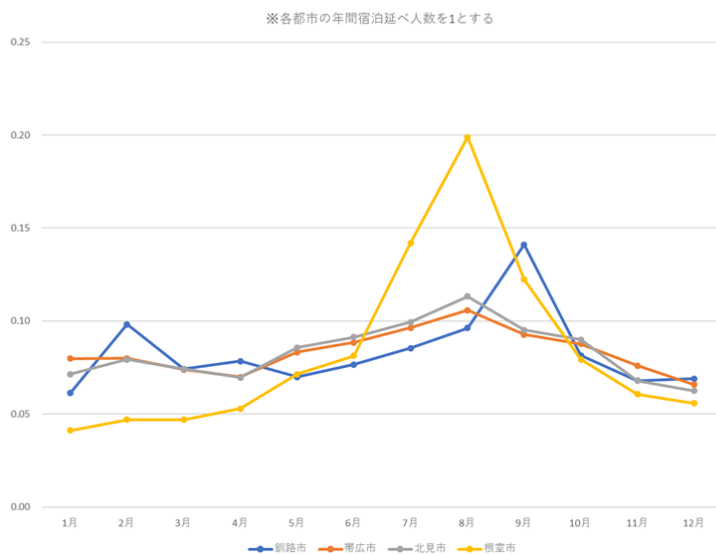
- 2017年度から2021年度の観光客入込総数の推移をみると、釧路市、帯広市、根室市は2019年度まで概ね横ばいで、北見市は減少基調で推移し、2020年度以降は各都市ともにコロナ禍の影響により大幅に減少している。
- 宿泊客数の推移をみると2019年度まで帯広市は増加基調、釧路市、根室市は概ね横ばい、北見市は減少基調で推移している。2020年度は総数と同様に各都市ともに大幅に減少しており、釧路市は特に減少幅が大きい。また、帯広市は2020年度から2021年度にかけての回復幅が他都市と比較してやや大きい。
- 日帰り客数については、2019年度までは総数の推移と同傾向であるが、2021年度は釧路市以外の都市は2020年からさらに減少している。

道東4都市の観光客入込数の推移



- 2019 年度の宿泊延べ数の月別推移をみると、他都市と比較して根室市は季節変動が大きい。帯広市、北見市と比較して釧路市は 2 月と 9 月にピークがみられる。釧路市ではこの両月に大型イベントを開催しており、その効果の現れとみられる。

道東 4 都市の宿泊延べ数の月別推移（2019 年度）

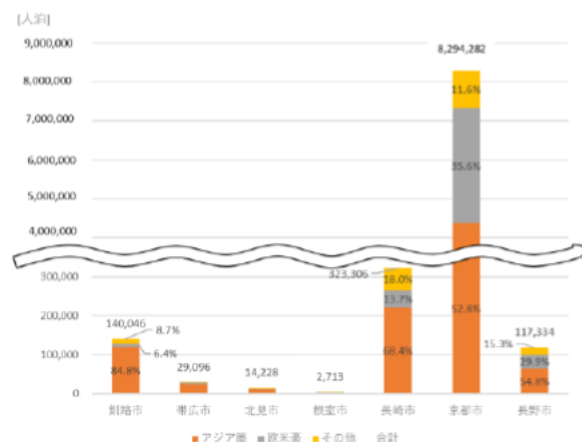


資料：令和元年度北海道観光入込客数調査報告書

② 外国人観光客

- 2019 年度の道東 4 都市の外国人観光客入込数を宿泊延べ数でみると、釧路市が 140,046 人泊、帯広市が 29,096 人泊、北見市が 14,228 人泊、根室市が 2,713 人泊であり、釧路市が突出して多い。
- 道外都市についてみると、日本を代表する国際観光都市である京都市は 8,294,282 人泊と突出している。長崎市は道東都市で最も多い釧路市の約 2.3 倍の 323,306 人、長野市は釧路市よりも少なく 117,334 人となっている。
- 外国人観光客の発地の圏域別構成をみると、釧路市、帯広市、北見市はアジア圏が 8 割以上を占めており、欧米豪圏は 1 割未満である。国・地域別でみるといずれも台湾が最も多く、台湾を含めた中華圏（台湾、中国、香港）の割合は 6 割を超えている。根室市は外国人観光客の宿泊延べ数が僅少であるが、他の 3 都市と比較してアジア圏の割合が 54%と低く、欧米豪圏が 39%となっている。
- 道外都市の外国人観光客の発地の圏域別構成をみると、京都市はアジア圏が 53%、欧米豪圏が 36%、長崎市はアジア圏が 68%、欧米豪圏が 14%、長野市はアジア圏が 55%、欧米豪圏が 30%であり、釧路市、帯広市、北見市と比較してアジア圏の割合が低く、欧米豪圏の割合が高い。

道東4都市の外国人の国・地域別宿泊延べ数（2019年度）



資料：令和元年度北海道観光入込客数調査報告書、長崎市観光統計、京都市観光調査資料、長野県観光関連統計をもとに作成
※道外都市は暦年の数値。

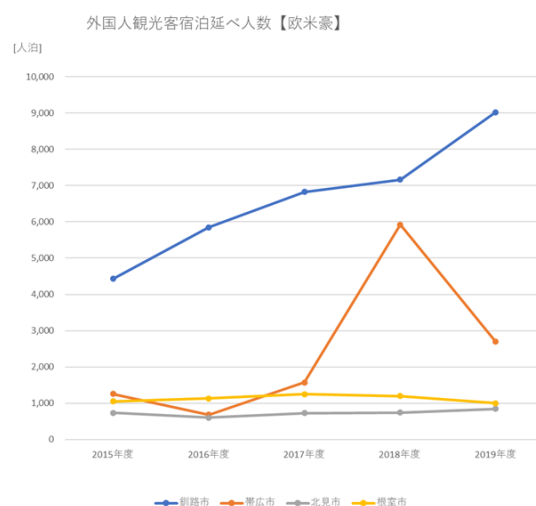
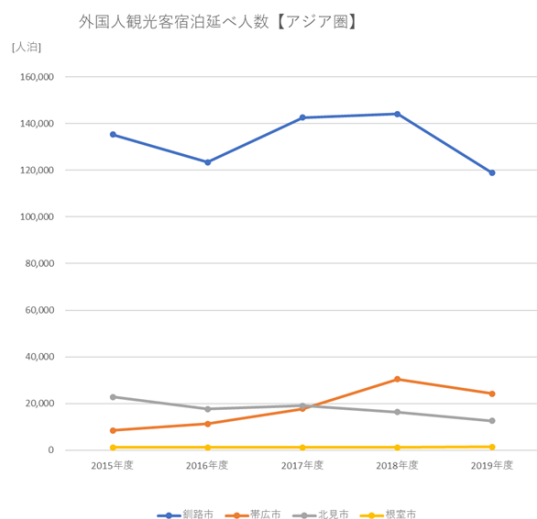
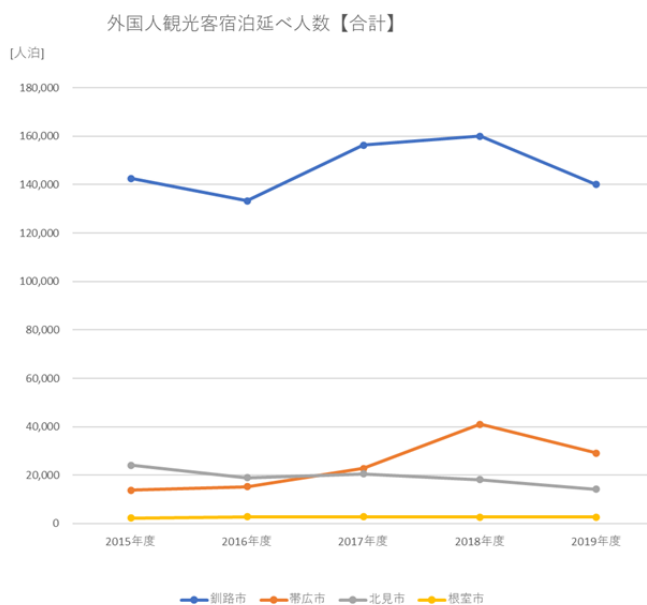
道東4都市の道外観光客の国・地域別発地の構成



資料：令和元年度北海道観光入込客数調査報告書をもとに作成

- 道東4都市の外国人観光客宿泊延べ数の推移をみると、釧路市、帯広市は2016年度から2018年度にかけて増加したが2019年度は減少に転じている。これは2020年2月からのコロナ禍の影響によるとみられる。北見市は減少基調で推移している。
- 外国人観光客の発地の圏域別でみると、外国人観光客に占める割合が8割を超えるアジア圏は全体と同様の傾向であるが、欧米圏について釧路市は一貫して増加基調で推移し、帯広市は2017年度から2018年度にかけて急増したが2019年度は減少に転じている。

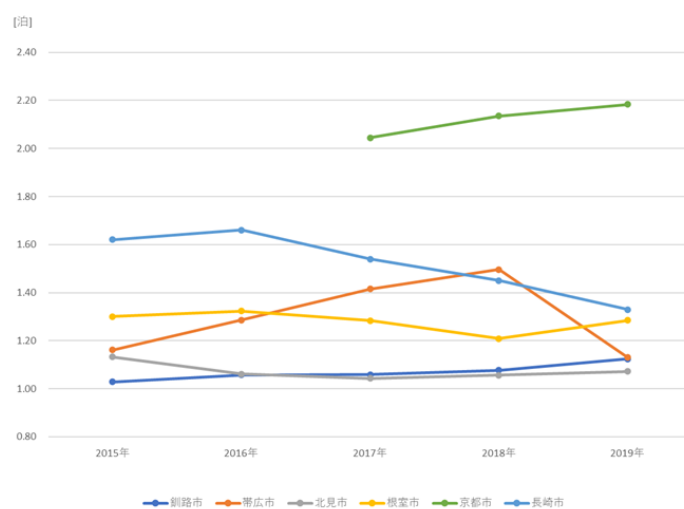
道東4都市の外国人観光客宿泊延べ数の推移



資料：令和元年度北海道観光入込客数調査報告書をもとに作成

- 外国人観光客の各都市での平均泊数をみると、釧路市と北見市は 1.1 泊程度で、根室市は 1.3 泊程度で推移している。帯広市は 2015 年度から 2016 年度にかけて平均泊数が増加し 2019 年度は 1.1 泊程度に減少している。
- 道外都市についてみると京都市は 2 泊以上であり、長崎市は 1.3～1.7 泊で推移しており、道東都市よりも平均泊数が多い。

外国人観光客の平均泊数の推移



資料：令和元年度北海道観光入込客数調査報告書、長崎市観光統計、京都市観光調査資料をもとに作成
 ※道外都市は暦年の数値。

(2)観光客の発地（From-to 分析）

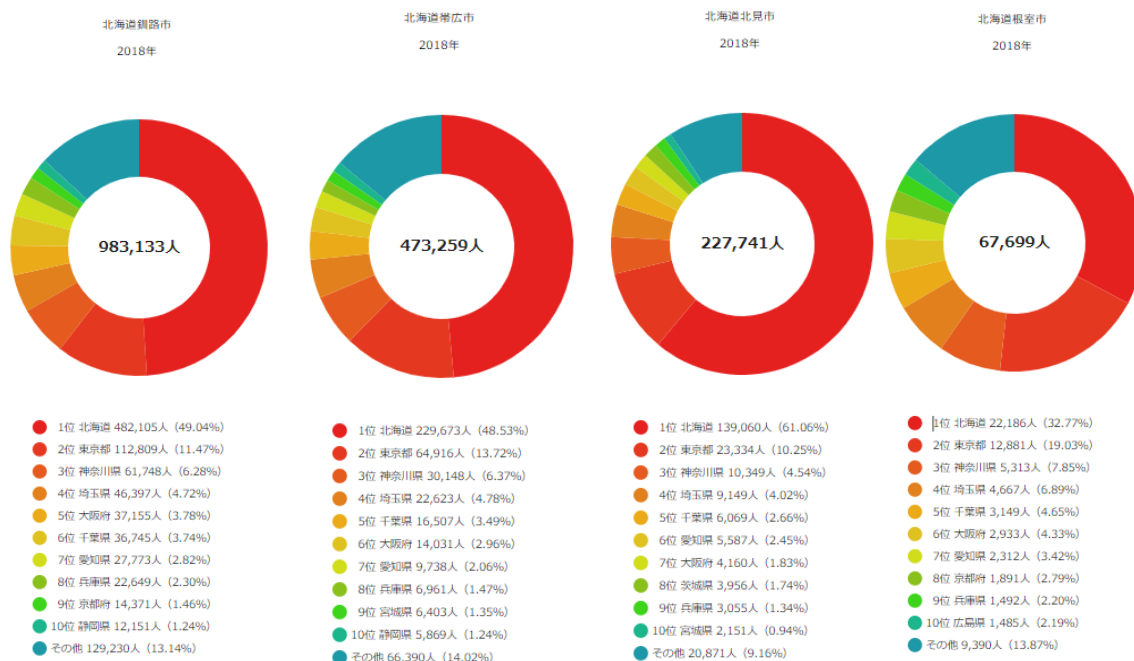
- 延べ宿泊者数（日本人）について 2018 年と 2020 年で比較すると釧路市は 35.7%の減。帯広市（21.7%）、北見市（30.5%）と比較すると減少率が高く、道東 4 地域の中では根室市（42.8%）は更に高くなっている。
- 2018 年の観光客の道内比率は釧路市で 49.0%、帯広市で 48.5%とほぼ同等。北見市で 61.1%と高く、根室市は 32.8%と低くなっている。
- 2018 年から 2020 年にかけての観光客道内比率は釧路市で 8.7%、帯広市で 8.4%、北見市で 12.1%、根室市で 13.0%増加している

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合

	2018年		2020年		差		
	延べ宿泊者数	道内比率	延べ宿泊者数	道内比率	減少数	減少率	道内比率
	人	%	人	%	人	%	%
釧路	983,133	49.0	631,719	57.8	-351,414	35.7	8.7
帯広	473,259	48.5	370,331	56.9	-102,928	21.7	8.4
北見	227,741	61.1	158,233	73.2	-69,508	30.5	12.1
根室	67,699	32.8	38,722	45.8	-28,977	42.8	13.0

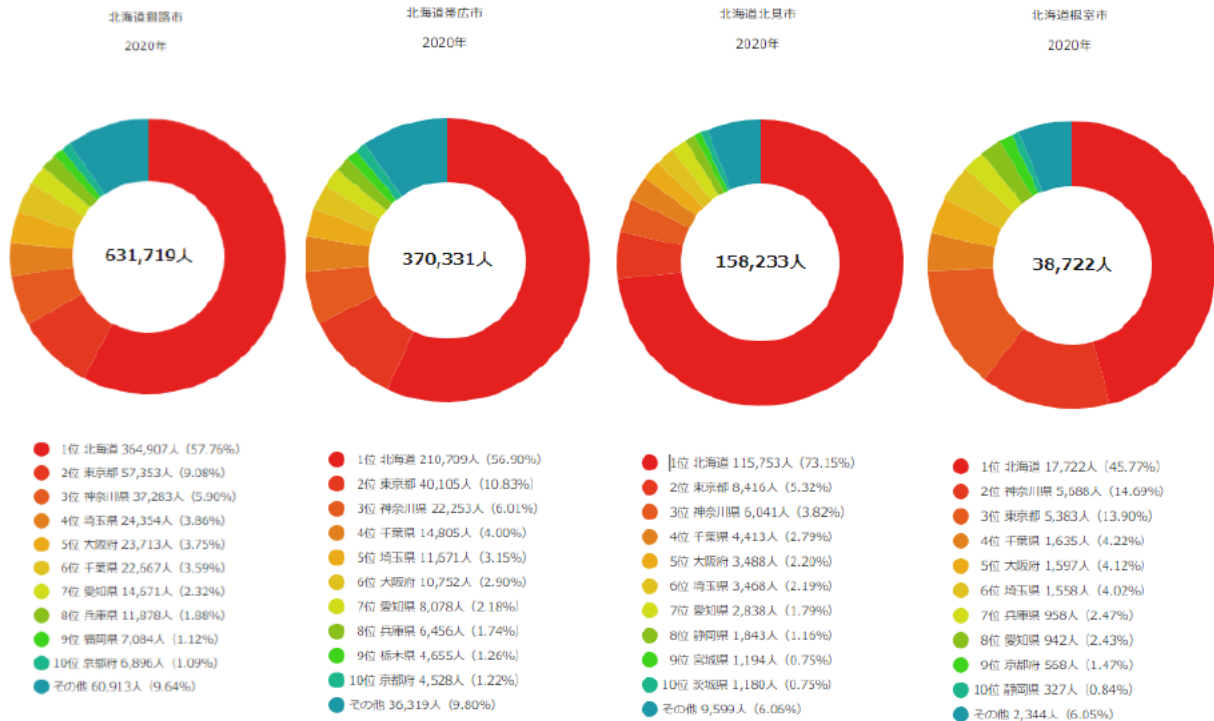
資料：RESAS_観光マップ_From-to 分析（日本人宿泊者）

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合（2018年）



資料：RESAS_観光マップ_From-to 分析（日本人宿泊者）

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合（2020年）



資料：RESAS_観光マップ_From-to 分析（日本人宿泊者）

(3)観光地間の人流状況

①国内客

- ここでは、道東エリアにおける国内客の人流状況を把握するため、おでかけウォッチャー(公益財団法人九州経済調査協会)を用いた分析を行った。
- おでかけウォッチャーでは、道東エリアの駅・空港、主要な観光地・施設、宿泊施設 100 か所をスポット登録し、これらのスポット間の人流について分析を行った。

おでかけウォッチャーの概要

区分	内容
使用データ	✓ 140 以上のスマートフォンアプリを通じて利用者から明示的な同意を得て取得した月間 2,500 万人の位置情報データ
来訪者数の考え方	✓ 発地から 20km 以上離れ、かつ位置情報ログ (5～15 分間隔で取得) が勤務地域ではない同一メッシュ内に 1 日 2 回以上記録された人数。滞在時間がおおよそ 20 分でカウント。メッシュサイズは 10m×10m
観光スポット来訪者	✓ 予め指定したメッシュへの来訪者を、当該観光スポット来訪者と定義
市区町村来訪者	✓ 域内いずれかの観光スポット来訪者を市区町村来訪者と定義
収録データ期間	✓ 2019 年 1 月以降～ (ただし、属性にかかるデータは 2021 年 1 月以降)
属性分析における注意点	✓ 年齢区分は 20 代から 60 代まで。20 歳未満および 70 歳以上はスマートフォンの利用割合が低く、分析結果の信頼性に乏しいため結果表示されない

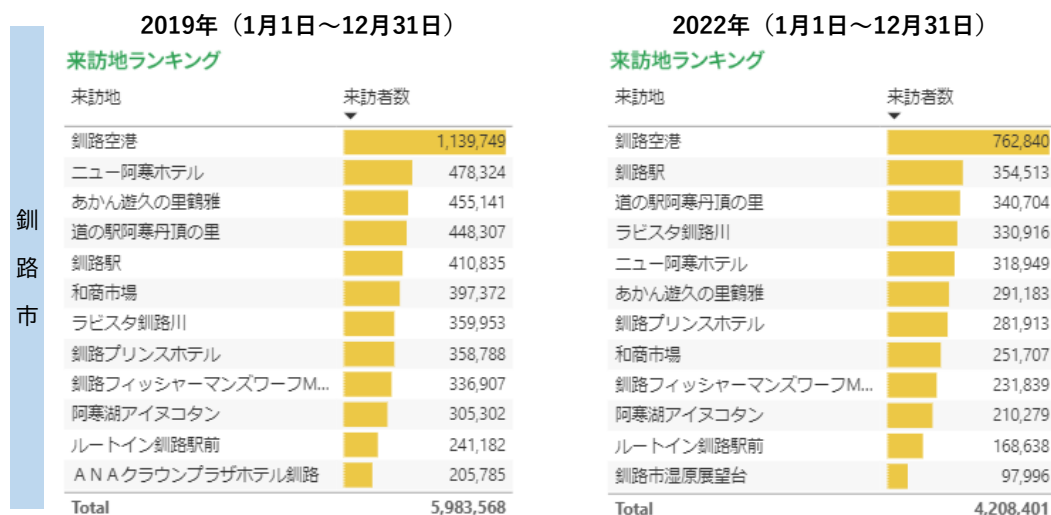
道東エリアの登録スポット

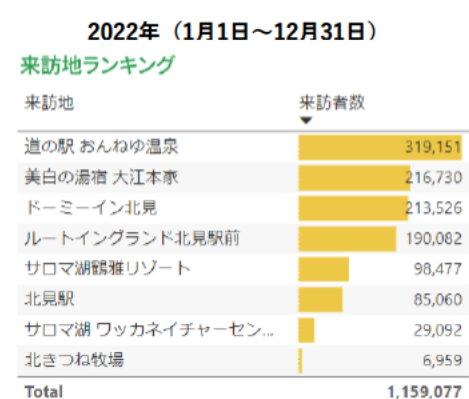
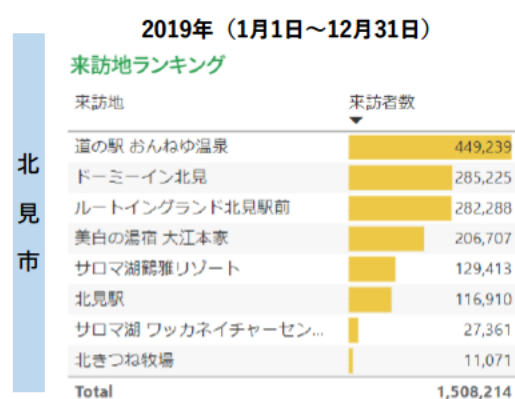
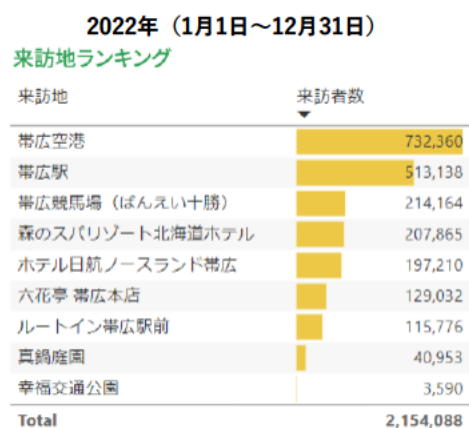
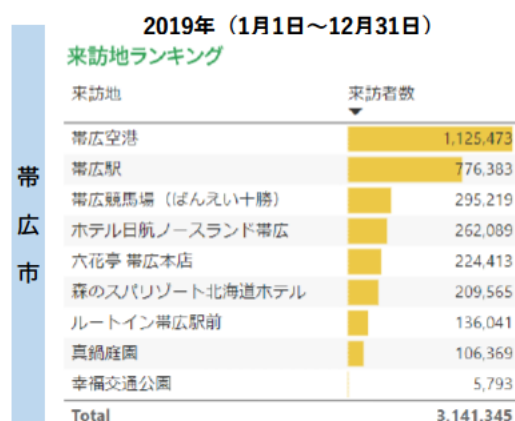
	振興局	市町村	区分	スポット名称		振興局	市町村	区分	スポット名称
1	釧路	釧路市	空港・主要駅	釧路空港	51	十勝	音更町	宿泊施設	十勝川温泉第一ホテル豊洲亭豆陽亭
2	釧路	釧路市	空港・主要駅	釧路駅	52	十勝	音更町	観光地・施設	柳月スイートピアガーデン
3	釧路	釧路市	観光地・施設	和商市場	53	十勝	士幌町	観光地・施設	道の駅ピア21しほろ
4	釧路	釧路市	観光地・施設	太平洋炭礦炭鉱展示館	54	十勝	鹿追町	観光地・施設	然別湖コタン
5	釧路	釧路市	観光地・施設	幣舞橋の彫刻～道東の四季	55	十勝	新得町	宿泊施設	国民宿舎トムラウシ温泉東大雪荘
6	釧路	釧路市	観光地・施設	港文館	56	十勝	中札内村	観光地・施設	六花の森
7	釧路	釧路市	観光地・施設	福司酒造	57	十勝	大樹町	観光地・施設	道の駅コスモール大樹
8	釧路	釧路市	観光地・施設	釧路フィッシャーマンズワーフMOO	58	十勝	幕別町	観光地・施設	道の駅・忠類
9	釧路	釧路市	観光地・施設	釧路市丹頂鶴自然公園	59	十勝	池田町	観光地・施設	池田ワイン城
10	釧路	釧路市	観光地・施設	釧路市動物園	60	十勝	足寄町	観光地・施設	オンネトー展望デッキ
11	釧路	釧路市	観光地・施設	釧路市湿原展望台	61	十勝	浦幌町	観光地・施設	道の駅うらほろ
12	釧路	釧路市	観光地・施設	道の駅阿寒丹頂の里	62	十勝	北見市	空港・主要駅	北見駅
13	釧路	釧路市	宿泊施設	ホテルWBF 釧路	77	十勝	紋別市	空港・主要駅	紋別空港
14	釧路	釧路市	宿泊施設	ラビスタ釧路川	91	十勝	大空町	空港・主要駅	女満別空港
15	釧路	釧路市	宿泊施設	ルートイン釧路駅前	63	十勝	北見市	観光地・施設	サロマ湖ワッカネイチャーセンター
16	釧路	釧路市	宿泊施設	釧路センチュリーキャッスルホテル	66	十勝	北見市	宿泊施設	サロマ湖鶴雅リゾート
17	釧路	釧路市	宿泊施設	釧路プリンスホテル	67	十勝	北見市	宿泊施設	ドーミーイン北見
18	釧路	釧路市	宿泊施設	ANAクラウンプラザホテル釧路	68	十勝	北見市	宿泊施設	ルートイングランド北見駅前
19	釧路	釧路市(阿寒)	観光地・施設	阿寒湖アイヌコタン	69	十勝	北見市	宿泊施設	美白の湯宿大江本家
20	釧路	釧路市(阿寒)	観光地・施設	阿寒湖畔エコミュージアムセンター	64	十勝	北見市	観光地・施設	北きつね牧場
21	釧路	釧路市(阿寒)	宿泊施設	カムイの湯ラビスタ阿寒川	65	十勝	北見市	観光地・施設	道の駅おんねゆ温泉
22	釧路	釧路市(阿寒)	宿泊施設	あかん遊久の里鶴雅	70	十勝	網走市	観光地・施設	オホーツク流水館
23	釧路	釧路市(阿寒)	宿泊施設	あかん鶴雅別荘邸の座	71	十勝	網走市	観光地・施設	博物館網走監獄
24	釧路	釧路市(阿寒)	宿泊施設	ニュー阿寒ホテル	74	十勝	網走市	宿泊施設	ドーミーイン網走
25	釧路	釧路市(阿寒)	宿泊施設	阿寒湖荘	75	十勝	網走市	宿泊施設	北天の丘あばしり湖鶴雅リゾート
26	釧路	釧路町	観光地・施設	細岡展望台	76	十勝	網走市	宿泊施設	網走湖荘
27	釧路	厚岸町	観光地・施設	道の駅厚岸グルメパーク・コンキリエ	72	十勝	紋別市	観光地・施設	オホーツクとっかりセンター
28	釧路	浜中町	観光地・施設	琵琶湖展望台	73	十勝	網走市	観光地・施設	道の駅流水街道網走
29	釧路	釧路市(阿寒)	観光地・施設	霧多布岬	79	十勝	紋別市	宿泊施設	紋別プリンスホテル
30	釧路	標茶町	観光地・施設	コッタロ湿原展望台	78	十勝	紋別市	観光地・施設	道の駅オホーツク紋別
31	釧路	標茶町	観光地・施設	サルボ展望台	80	十勝	美幌町	観光地・施設	道の駅ぐるっとパノラマ美幌峠
32	釧路	標茶町	観光地・施設	多和平展望台	81	十勝	津別町	観光地・施設	道の駅あいおい
33	釧路	弟子屈町	観光地・施設	屈斜路湖砂湯	82	十勝	斜里町	観光地・施設	オシンコシンの滝
34	釧路	弟子屈町	観光地・施設	摩周湖第1展望台	83	十勝	斜里町	観光地・施設	知床五湖フィールドハウス
35	釧路	弟子屈町	観光地・施設	硫黄山(弟子屈町)	85	十勝	斜里町	宿泊施設	北こぶし知床ホテル&リゾート
36	釧路	弟子屈町	観光地・施設	美幌峠展望台	86	十勝	斜里町	宿泊施設	知床第一ホテル
37	釧路	弟子屈町	観光地・施設	釧路園周周観光文化センター	84	十勝	斜里町	観光地・施設	道の駅うしろ・シリエトク
38	釧路	弟子屈町	観光地・施設	道の駅摩周温泉	87	十勝	清里町	観光地・施設	道の駅バスランドさつる
39	釧路	弟子屈町	宿泊施設	川湯観光ホテル	88	十勝	佐呂間町	観光地・施設	道の駅サロマ湖
40	釧路	鶴居村	観光地・施設	鶴居・伊藤タンチョウサンクチュアリ	89	十勝	湧別町	観光地・施設	かみゆうべつチューリップ公園
41	釧路	白糠町	観光地・施設	道の駅しらぬか恋間	90	十勝	雄武町	観光地・施設	道の駅おうむ
42	十勝	帯広市	空港・主要駅	帯広空港	92	十勝	大空町	観光地・施設	道の駅メルヘンの丘めまんべつ
43	十勝	帯広市	空港・主要駅	帯広駅	93	根室	根室市	空港・主要駅	根室駅
44	十勝	帯広市	観光地・施設	六花亭帯広本店	94	根室	根室市	観光地・施設	納沙布岬
45	十勝	帯広市	観光地・施設	帯広競馬場(ばんえい十勝)	95	根室	別海町	観光地・施設	野付半島ネイチャーセンター
46	十勝	帯広市	観光地・施設	幸福交通公園	96	根室	中標津町	空港・主要駅	中標津空港
47	十勝	帯広市	観光地・施設	真鍋庭園	97	根室	中標津町	観光地・施設	開陽台展望館
48	十勝	帯広市	宿泊施設	ホテル日航ノースランド帯広	98	根室	羅臼町	観光地・施設	道の駅知床・らうす
49	十勝	帯広市	宿泊施設	ルートイン帯広駅前	99	石狩	千歳市	空港・主要駅	新千歳空港
50	十勝	帯広市	宿泊施設	森のスパリゾート北海道ホテル	100	石狩	札幌市	空港・主要駅	札幌駅

【道東中核都市に着目して】

- 2019 年と 2022 年の登録スポットの年間来訪地ランキングをみると、道東中核都市それぞれについて次のような傾向がみられる。
- 釧路市内の登録スポットへの来訪者合計は、2019 年は約 598 万人、2022 年は約 421 万人で、2022 年は 2019 年の約 7 割程度となっている。また、登録スポットのランキングの変動についてみると、2019 年は阿寒地区のホテル（ニュー阿寒ホテル・あかん遊久の里鶴雅）が上位であったが、2022 年は釧路市街地のホテル（ラビスタ釧路川・釧路プリンスホテル）も上位に挙がっている。
- 帯広市内の登録スポットへの来訪者合計は、2019 年は約 314 万人、2022 年は約 215 万人で、2022 年は 2019 年の約 7 割程度となっている。また、登録スポットのランキングに大きな変動はない。
- 北見市内の登録スポットへの来訪者合計は、2019 年は約 151 万人、2022 年は約 116 万人で、2022 年は 2019 年の約 8 割程度となっている。また、登録スポットのランキングに大きな変動はない。
- 根室市内の登録スポットへの来訪者合計は、2019 年、2022 年ともに約 5 万人で、横ばいとなっているが、これは登録スポット数の少なさが影響している可能性がある。

来訪地ランキング





※釧路市は登録スポットのうち上位12位まで、その他は登録スポットすべて

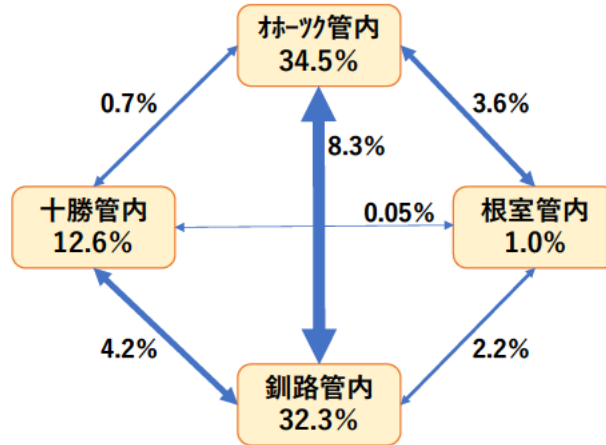
資料：おでかけウォッチャー＞来訪地分析

【道東エリアに着目して】

- ・ 道東の4つのエリアでの人流についてみると、オホーツク管内の人流、釧路管内の人流が多く、エリア間でみると釧路管内⇄オホーツク管内、釧路管内⇄十勝管内の人流が多い。
- ・ 道東の4つのエリアの主要駅・空港と札幌駅・新千歳空港との人流についてみると、札幌駅・新千歳空港⇄オホーツク管内、札幌駅・新千歳空港⇄釧路管内の人流が多い。なかでも、特に札幌駅・新千歳空港⇄女満別空港が約半数を占め、ここが道東エリアの玄関口となっている可能性がある。

道東エリアの往来状況（2019年）

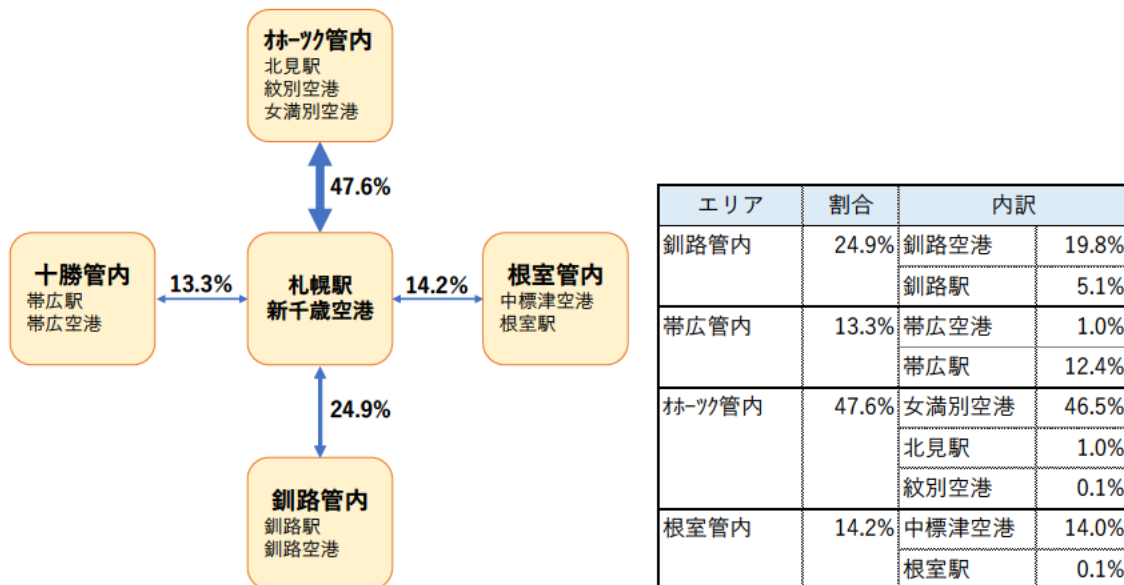
※図中の％は、登録した 100 スポット間の往来数から札幌駅、新千歳空港を含む往来数を除いた合計を 100％とした数値。



資料：おでかけウォッチャー＞来訪地分析より作成

札幌駅・新千歳空港と道東エリアの主要駅・空港の往来状況（2019年）

※図中の％は、札幌駅・新千歳空港と道東エリアの主要駅・空港間の往来数から。札幌駅⇄新千歳空港の往来数を除いた合計を 100％とした数値。



資料：おでかけウォッチャー＞来訪地分析より作成

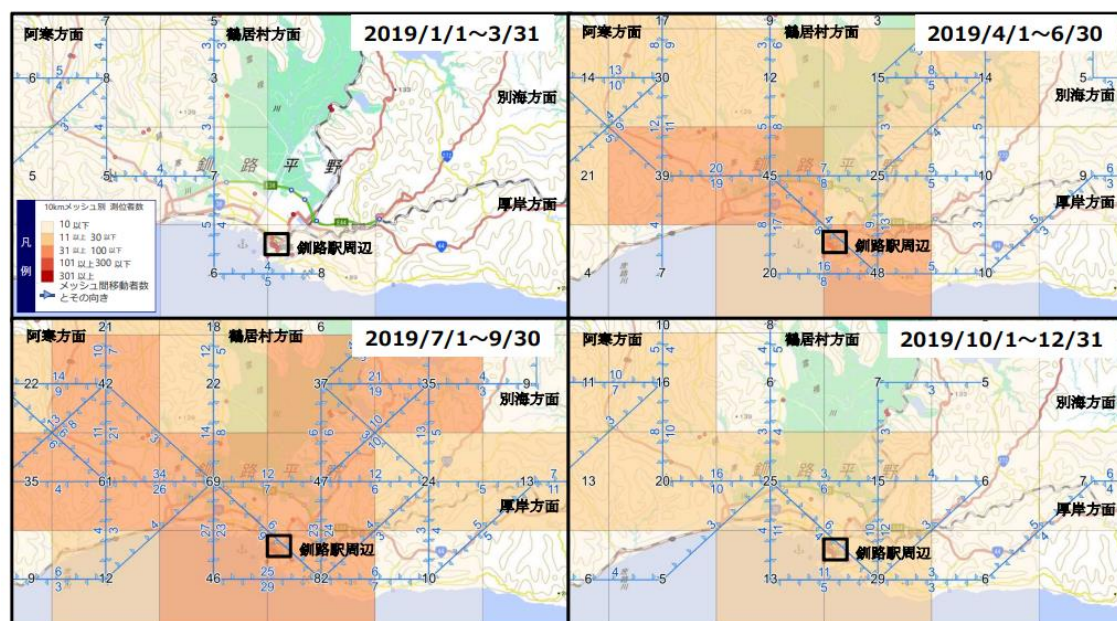
②外国人ドライブデータ

- 国土交通省北海道開発局は、2018年4月に協定を締結した株式会社ナビタイムジャパンが運営するスマートフォン用アプリケーション「Drive Hokkaido!」により取得したGPSデータを活用して外国人観光客の移動経路の把握等を実施。
- 2019年は2,166人のデータを取得。北海道全体の外国人レンタカー貸渡台数（103,050台）の2.1%に相当。
- 全体として、レンタカー以外の交通手段では訪問が難しい地域を含めて、北海道内各地を広域に周遊。
- 釧路エリア、阿寒・摩周エリアの外国人ドライブの動向を把握した。

【釧路エリア】

- 年間を通じて、和商市場、フィッシャーマンズワーフMOOを含む釧路駅周辺で多くの測位を確認。
- 阿寒方面と釧路駅周辺のつながルートでの測位が多い傾向であるが、厚岸町方面へのルートでも測位を確認。
- 年間を通じて、和商市場、フィッシャーマンズワーフMOOを含む釧路駅周辺での滞在を確認。
- 釧路駅周辺と阿寒方面との流動が多い傾向であるが、鶴居村方面との流動も年間を通じて同程度確認。
- 別海方面、厚岸方面との流動は1～3月を除き確認。

釧路エリア流動図

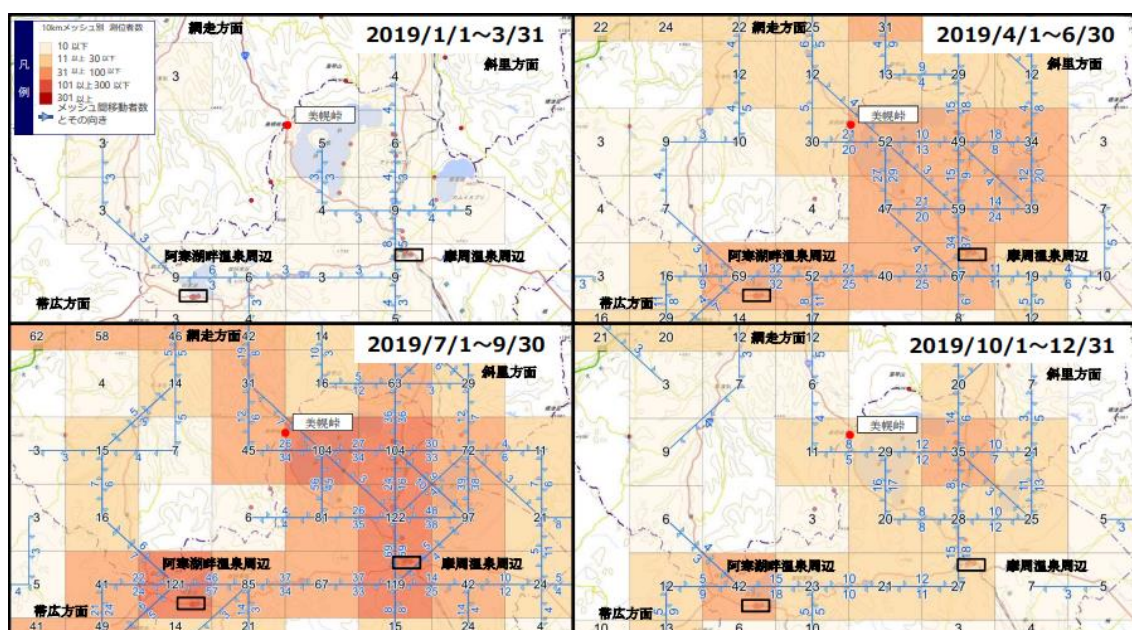


資料：北海道開発局ドライブ観光データ 2019

【阿寒・摩周エリア】

- ・ 年間を通じて、阿寒湖畔温泉、摩周温泉、川湯温泉のほか、摩周湖第一展望台、屈斜路湖砂湯、屈斜路 湖枯淡アイヌ民族資料館周辺で多くの測位を確認。
- ・ 摩周温泉周辺を中心に各方面と繋がるルートでまんべんなく測位を確認。
- ・ 年間を通じて、阿寒湖畔温泉、川湯温泉、摩周湖第一展望台で滞在を確認。
- ・ 年間を通じて、阿寒湖畔温泉での滞在が多いが、美幌峠、摩周湖第一展望台での滞在も多い。
- ・ 阿寒湖畔温泉、摩周温泉周辺と、斜里方面を繋ぐルートでの流動を多い傾向。
- ・ 摩周温泉周辺から美幌峠を経由し網走方面を繋ぐルートでの流動も多く確認。

阿寒摩周エリア流動図



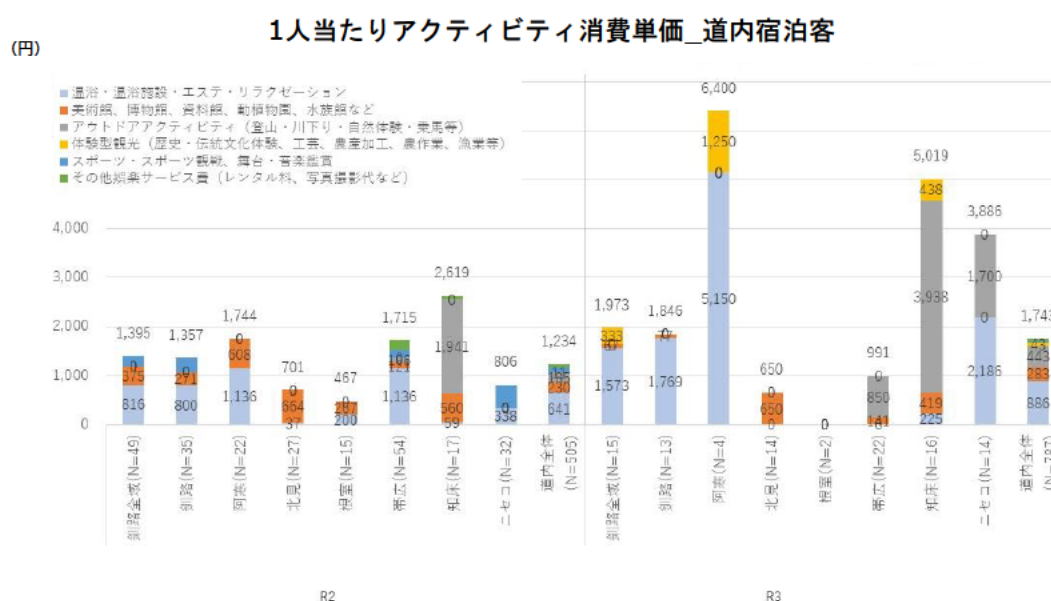
資料：北海道開発局ドライブ観光データ 2019

(参考) 釧路市測位／滞在者数

国・地域	測位者数				滞在者数			
	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月
香港	0	15	20	7	0	11	17	7
シンガポール	0	26	16	10	0	23	12	10
台湾	0	15	71	14	0	10	58	13
マレーシア	0	8	0	3	0	7	0	0
韓国	3	8	19	0	3	6	13	0
タイ	0	0	5	0	0	0	0	0
オーストラリア	5	12	5	5	5	9	4	5
カナダ	0	0	0	0	0	0	0	0
アメリカ	0	3	9	0	0	0	7	0
ドイツ	0	0	5	0	0	0	4	0
フランス	0	4	8	3	0	0	5	0
イギリス	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	8	15	21	11	5	16	19	14
計	16	106	179	53	13	82	139	49

資料：北海道開発局ドライブ観光データ 2019

- ・ 道内宿泊客のアクティビティの消費単化を見ると、R3 の 1 人あたり消費単価は、釧路 1,846 円、阿寒 6,400 円。
- ・ N 数は少ないが、阿寒は R2 から R3 にかけて「温浴・温浴施設・エステ・リラクゼーション」と「体験型観光（歴史等）」で大きく伸ばしている。
- ・ 帯広、知床、ニセコなどでは単価を押し上げている「アウトドアアクティビティ」の消費が、釧路・阿寒では弱い。



資料：令和 3 年度北海道来訪者満足度調査（（公社）北海道観光振興機構が実施）を参考に当社が独自に集計。

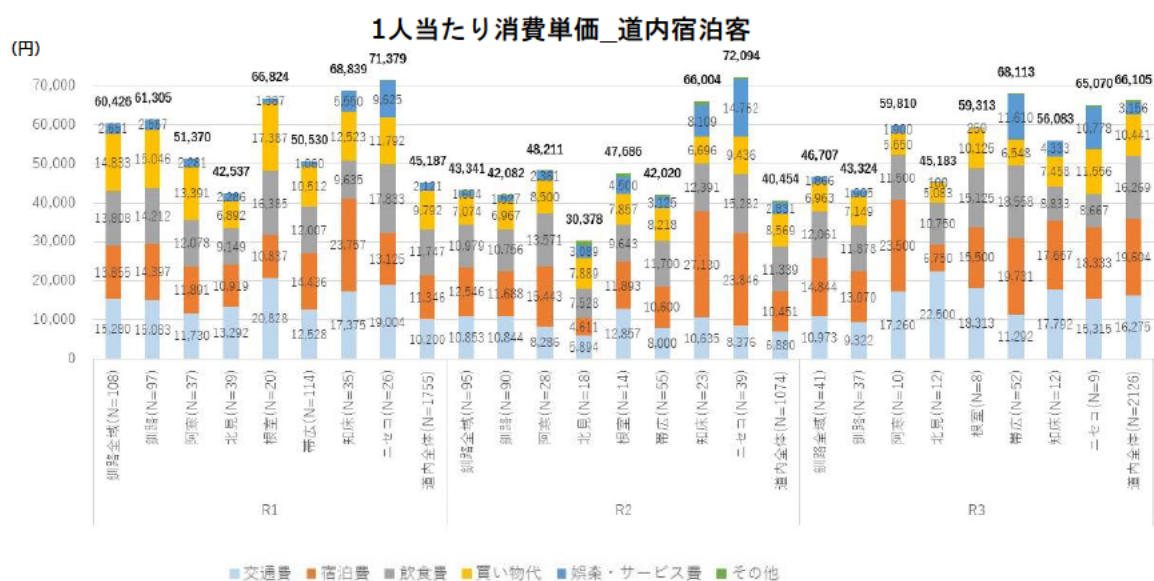
※R1 は「そのほか」に「娯楽・サービス費」も含まれる。

※調査は 6・7 月、7・8 月、10・11 月、1・2 月の 4 期に分けて実施。主要観光スポットや交通拠点など基本調査地点道内 103 か所（うち釧路 8 か所）にて対面調査。

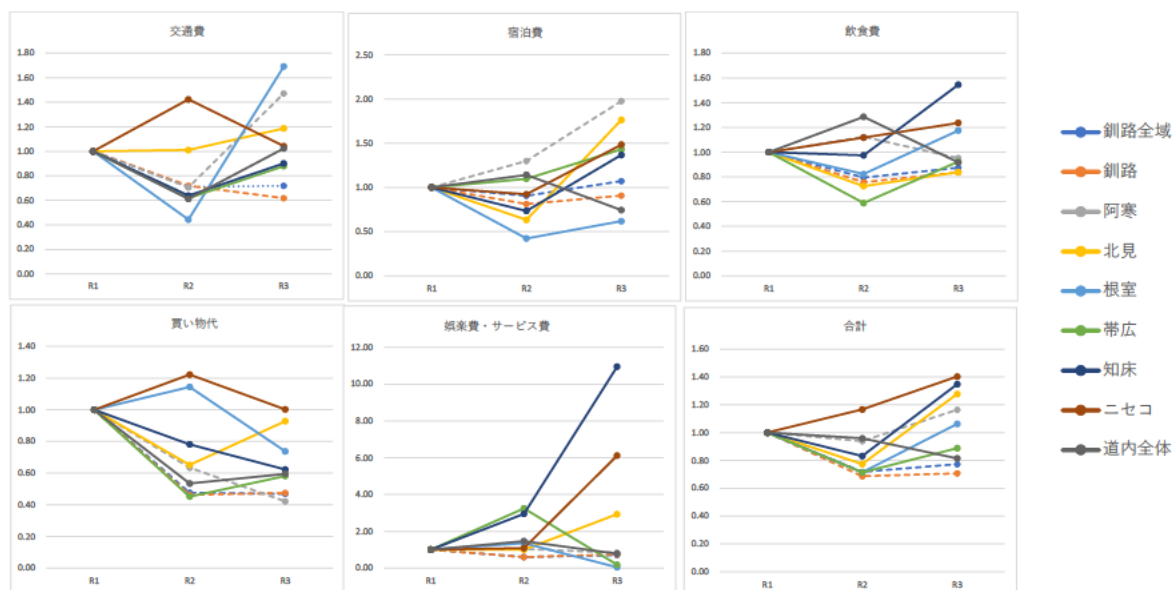
※地域別は、該当地域に訪問かつ、訪問地が 3 以下の回答を集計。該当地域以外の消費も含む。

【道外客】

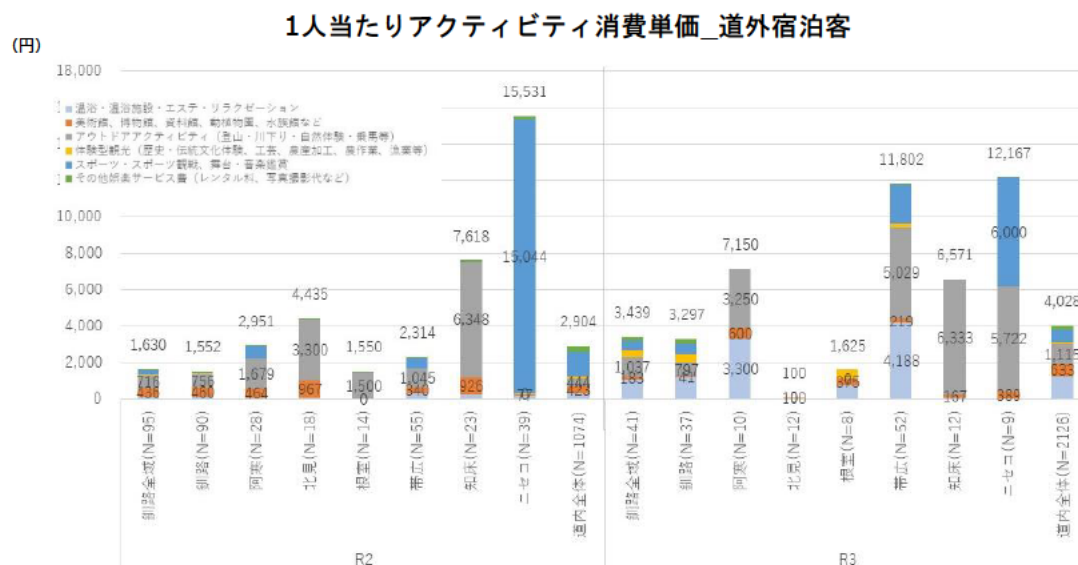
- 道内客の1人あたり消費単価は、3か年加重平均で釧路50,611円、阿寒51,316円。（訪問地の設定上、両方を訪問している観光客が多いため、近い数字となっている）
- 釧路・阿寒ともに娯楽費・サービス費が経年で低い傾向にある。
- 他地域では項目別にみると回復や伸びているものがある一方、釧路では大きく伸びている項目がない。
- 釧路はR1時点では飲食、買い物で他都市と比較し優位にあったが、R2、R3では多くの都市に逆転されている。



消費単価（道外宿泊客）_項目別推移_R1=1.00



- ・ R3 の道外宿泊客のアクティビティ 1 人あたり消費単価は、釧路 3,297 円、阿寒 7,150 円。
- ・ 阿寒の「アウトドアアクティビティ」は R3 で 3,250 円となっており、阿寒のアクティビティ消費の半額程度を占める。帯広、知床、ニセコ等と比較するとコンテンツ等によっては消費単価増加の余地があると考えられる。
- ・ 釧路地域は釧路湿原を有しているが道内外共に「アウトドアアクティビティ」の単価は低くなっている。



資料：令和 3 年度北海道来訪者満足度調査（（公社）北海道観光振興機構が実施）を参考に当社が独自に集計。

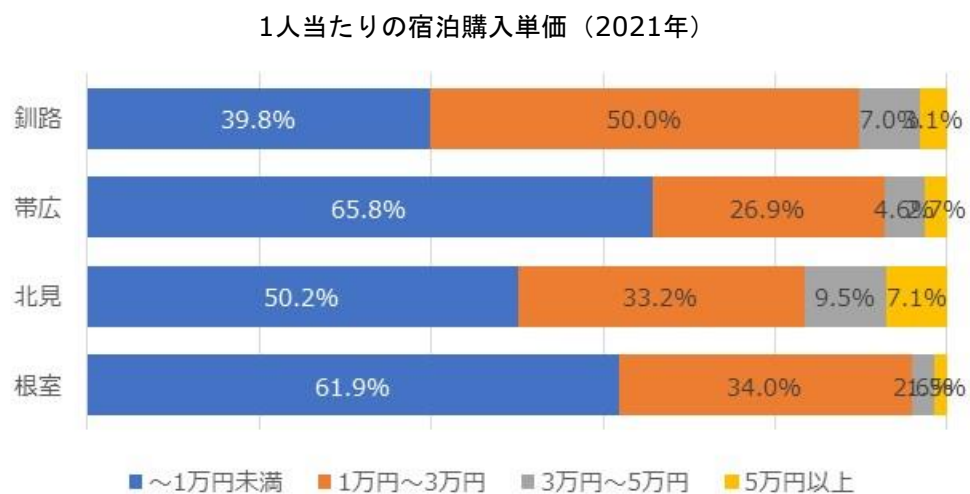
※R1 は「そのほか」に「娯楽・サービス費」も含まれる。

※調査は 6-7 月、7-8 月、10-11 月、1-2 月の 4 期に分けて実施。主要観光スポットや交通拠点など基本調査地点道内 103 か所（うち釧路 8 か所）にて対面調査。

※地域別は、該当地域に訪問かつ、訪問地が 3 以下の回答を集計。該当地域以外の消費も含む。

②宿泊単価の傾向（道東中 4 都市）

- ・ 釧路市の 1 人当たり宿泊単価は 1~3 万円が 50%となっている。単価 1 万円未満宿泊客の割合は道東 4 都市の中では最も小さくなっている。



資料：観光予報プラットフォーム_消費単価層宿泊単価から作成

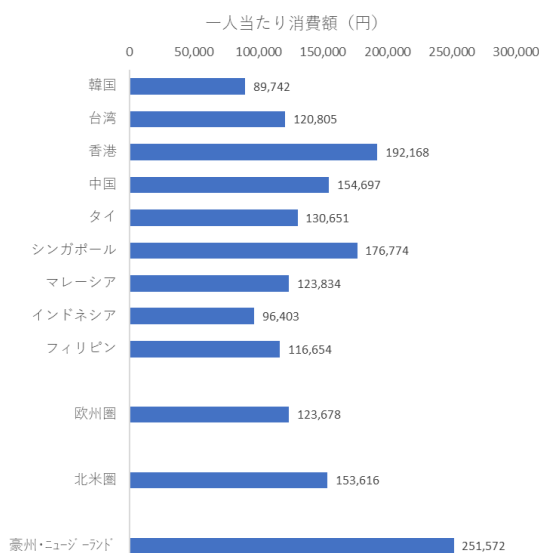
(2)外国人観光客

- 外国人観光客の消費額について自治体単位のデータはない。ただし、北海道については北海道来訪者満足度調査の結果から、全国については訪日外国人消費動向調査結果から把握することができる。

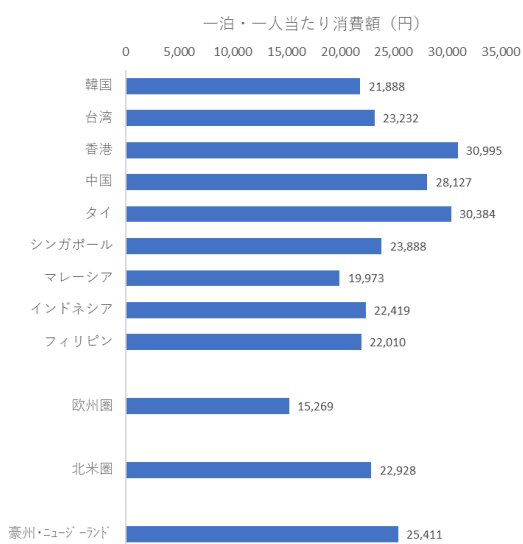
① 観光消費単価

- 道内滞在期間中の一人当たり消費額は、豪州・ニュージーランドが最も多く、欧州圏はアジアと同程度、北米圏はアジア圏よりも若干多い。アジア圏では香港、シンガポールの消費額が多い。
- 1泊・1人当たりでは、香港、タイ、中国、豪州・ニュージーランドの消費額が多く、欧州圏の消費額が少ない。北海道と全国との比較では、来日外国人(5,366円)と比較して来道外国人(3,830円)の1泊・1人当たり飲食消費単価が低い。

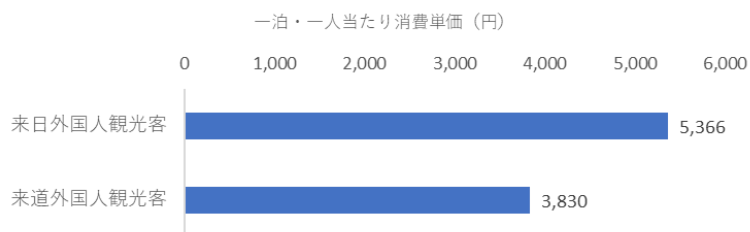
来道外国人の北海道での
1人当たり消費額（2019年）



来道外国人の北海道での
1泊・1人当り消費額（2019年）



来日・来道外国人の一泊・一人当たり飲食消費単価（2019年）



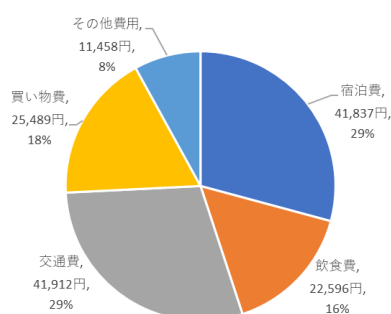
資料：北海道：令和元年度北海道来訪者満足度調査報告書をもとに作成

全 国：訪日外国人消費動向調査 2019 年（観光・レジャー目的）をもとに作成

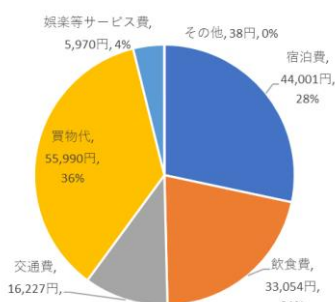
② 消費単価の構成

- 来道外国人観光客の消費単価の構成をみると宿泊費と交通費がそれぞれ 29%と多い。一方、来日外国人観光客の構成は 36%と最も多く、交通費は 11%となっている。来道外国人観光客の消費に占める交通費の割合が多い要因としては、広大な北海道の周遊観光するために移動費がかかるためとみられる。

来道外国人の道内での一人当たり消費額の費目別構成（2019年）



来日外国人の日本での一人当たり消費額の費目別構成（2019年）



資料：北海道：令和元年度北海道来訪者満足度調査報告書をもとに作成

全 国：訪日外国人消費動向調査 2019 年（観光・レジャー目的）をもとに作成

- 訪日外国人観光客の日本滞在中の娯楽等サービス支出をみると、美術館・博物館・動植物園・水族館はアジア圏、欧米豪圏ともに購入率が高い。欧米豪圏は総じて各費目の購入率が高く、アジア圏と比較して滞在期間中に様々な体験をしている傾向にある。また、アジア圏と比較して欧米豪圏は現地ツアー・観光ガイドの購入率、購買者単価がともに高く、訪問地のことを深く学ぶために必要な費用を支払う意識が高いとみられる。

日本滞在中の娯楽等サービスの費目別購入率と購買者単価（2019年）

消費費目	全体		アジア圏		欧米豪圏	
	購入率 (%)	購買者単価 (円)	購入率 (%)	購買者単価 (円)	購入率 (%)	購買者単価 (円)
美術館・博物館・動植物園・水族館	24.6	3,498	23.2	2,983	49.3	5,061
テーマパーク	17.5	10,012	21.0	9,780	17.3	10,873
現地ツアー・観光ガイド	5.0	12,922	5.2	10,400	8.4	24,498
温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション	4.9	4,437	5.4	4,428	9.2	4,347
スキー場リフト	1.5	21,356	1.7	17,010	8.9	26,663
舞台・音楽鑑賞	1.3	15,411	1.0	16,137	3.5	10,383
スポーツ観戦	0.9	26,715	0.6	18,745	4.6	26,592
レンタル料（レンタカーを除く）	0.7	10,491	0.8	8,079	2.1	16,535
マッサージ・医療費	0.6	8,475	0.6	7,348	2.3	7,611
展示会・コンベンション参加費	0.5	6,396	0.5	5,947	1.2	7,415
ゴルフ場	0.2	18,108	0.4	17,739	0.4	11,146
その他娯楽等サービス費	2.5	8,895	3.3	7,297	3.4	19,735

資料：訪日外国人消費動向調査 2019 年（観光・レジャー目的）をもとに作成

- ・ 訪日外国人観光客の日本滞在中の買物に係る支出をみると、菓子の購入率が高いが、購買者単価は他の費目と比較してそれ程高くない。アジア圏は各費目の購入率が総じて欧米豪圏よりも高く、欧米豪圏の購入率が高い費目は、酒類、民芸品・伝統工芸品等となっている。
- ・ 購買者単価をみると、アジア圏は、時計、宝石・貴金属、化粧品・香水、靴・かばん・革製品等にかかる単価が高い。アジア圏よりも欧米豪圏のほうが購買者単価が高い費目は、酒類、民芸品・伝統工芸品となっている。
- ・ これらから、アジア圏に比べて欧米豪圏の外国人観光客は民芸品・伝統工芸品や酒等、訪問地の文化や歴史に根差した商品に対する関心が強い傾向がうかがえる。

日本滞在中の買物の費目別購入率と購買者単価（2019年）

消費費目	全体		アジア圏		欧米豪圏	
	購入率(%)	購買者単価(円)	購入率(%)	購買者単価(円)	購入率(%)	購買者単価(円)
菓子類	73.4	8,067	75.7	8,419	47.6	6,295
化粧品・香水	47.0	33,052	56.9	28,987	13.2	11,057
衣類	39.7	19,097	43.5	18,523	41.5	16,439
医薬品	39.5	14,499	46.7	13,738	6.8	7,306
その他食料品・飲料・たばこ	39.4	7,607	39.8	7,702	36.5	8,854
靴・かばん・革製品	22.7	28,783	29.7	26,969	14.0	14,636
酒類	19.0	7,368	17.8	6,830	31.3	8,665
健康グッズ・トイレタリー	18.1	14,184	22.5	13,473	5.0	6,677
民芸品・伝統工芸品	9.8	8,166	7.9	7,348	27.7	10,039
電気製品（デジタルカメラ／PC／家電等）	9.3	24,470	11.7	25,270	5.5	19,664
生鮮農産物	7.8	4,320	14.1	4,504	5.6	6,818
本・雑誌・ガイドブックなど	4.5	5,519	4.0	5,230	10.4	5,969
時計・フィルムカメラ	3.4	55,765	5.7	50,681	2.0	18,340
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	3.2	13,589	3.1	12,945	4.8	14,738
宝石・貴金属	1.5	45,181	1.8	46,287	3.7	13,737
その他買物代	7.1	14,640	6.7	14,372	13.3	15,012

資料：訪日外国人消費動向調査 2019 年（観光・レジャー目的）をもとに作成

1.4 RESAS を活用した分析における課題と補完する方法

(1) 観光・食関連産業

- 観光・食関連産業に係る RESAS を活用した分析における課題及び補完する方法の検討結果は以下の表のとおり。

RESAS 等の課題	補完する方法の検討
RESAS の産業構造マップのデータ（企業数、事業所数、従業者数、売上高、付加価値額等）は、経済センサスが元データとなっているが、経済センサスの調査時期から結果公表までは時間がかかるため、RESAS への反映にも時間を要し、直近の傾向を把握することが難しい。	市町村において、直近の地域の各産業の動向について把握する場合、RESAS において過去の状況を踏まえたうえで、各業界団体等に対するヒアリング調査や企業等を対象とした当該市町村の目的に沿った独自のアンケート調査等によって把握することが適切と考えられる。
地域経済循環マップにおいて、全ての市町村のデータを揃えている点は大いに評価すべき特徴であるが、県民（道民）経済計算や、自治体が独自に作成した産業連関表上と比較し違和感のある数値がある。	- 自治体ベースで修正したい場合に、価値総研の作成した産業連関表を有償で購入すること自体はできるが、所得の流出入や、企業投資などの値の算出方法が不明で、検証がし辛い状況にある。 - 算出の考え方についての記載方法があると、自治体ごとにより精緻な連関表に修正できる可能性がある。

(2) 観光関連の人流

- 観光関連の人流に係る RESAS を活用した分析における課題及び補完する方法の検討結果は以下の表のとおり。

RESAS 等の課題	補完する方法の検討
RESAS の目的地分析は、目的地として経路検索が行われた回数であり、当該施設の実際の来訪者数とは異なる。また、起点になる場所が不明であり、どのようなルートを通っているかを把握することは難しい。	- 民間が提供する観光客の人流データ提供サービスはあるが、事前にスポット（駅・空港、観光地・施設、宿泊施設等）を設定し、スポット 2 点間での人流を把握することには優れているものの、明確な観光ルート（複数のスポットをつなぐ）は確認しきれない等の課題もある。 - 市町村において観光施設等の来訪者数や観光ルートを把握する場合、当該市町村に訪れた観光客を対象とした当該市町村の目的に沿った独自のアンケート調査等によって把握することが適切と考えられる。

(3)観光客消費額

- 観光関連の人流に係る RESAS を活用した分析における課題及び補完する方法の検討結果は以下の表のとおり。

RESAS 等の課題	補完する方法の検討
RESAS では国内観光客の消費データがない。POS データはあるが、これは個人データが紐づかないため、属性が把握できない。	上記同様、市町村において国内観光客の観光消費額を把握する場合、国や北海道が実施した調査結果から傾向を確認する、あるいは、当該市町村に訪れた観光客を対象とした当該市町村の目的に沿った独自のアンケート調査等によって把握することが適切と考えられる。
RESAS の外国人観光客消費データは都道府県単位で示されており、市町村単位では把握できない。また、同データはクレジットカード決済を用いたものであり、現金、電子マネー等による決済は反映されていない。	- クレジットカード決済によるデータを市町村単位で提供する民間サービスはあるが、一定規模以上の人口の自治体、エリアでないとクレジットカード加盟事業者数が少なく信頼できるデータを得ることができない。 - 民間の消費データ提供サービスには POS データがあるが、属性情報と紐づいておらず地元住民と観光客との判別ができない。ID・POS データは店舗のポイントカード等の属性情報と紐づいていることから、当該ポイントカードを所有している外国人観光客は僅少であり、同観光客の消費データの把握には適さない。 - これらから、市町村において外国人観光客の消費額を把握する場合、国や北海道が実施した調査結果から傾向を確認する、あるいは、当該市町村に訪れた観光客を対象とした当該市町村の目的に沿った独自のアンケート調査等によって把握することが適切と考えられる。

2 釧路市の観光産業・食関連産業における「EBPM 地域活性化連携モデル」の調査検討

2.1 調査分析・検討の進め方

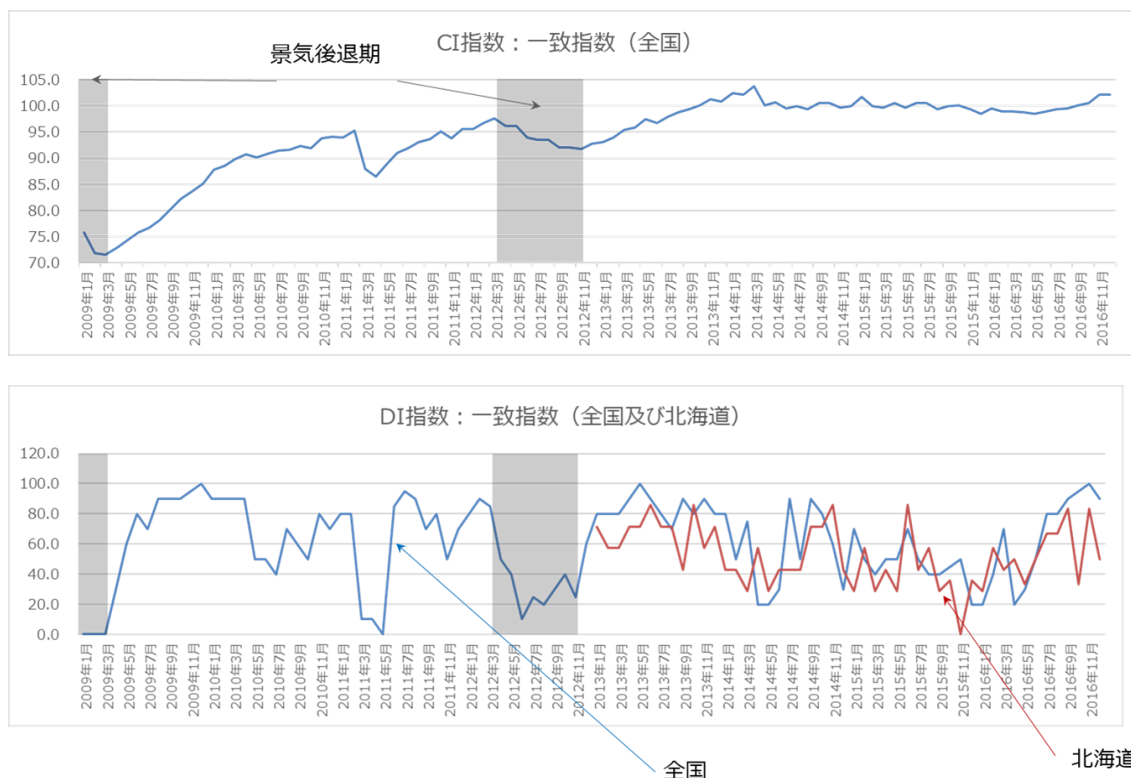
- ・ 項目「Ⅱ.1 地域活性化施策 EBPM 検討調査」で収集・分析したデータに、景気動向、金融機関データによる釧路市の飲食業・宿泊業のモデル分析、外国人観光客のアジア圏、欧米豪圏の観光行動の比較分析、国内観光都市・AT 先進都市の事例、AT、ATWS 関連のデータ・事例、おでかけウォッチャーを用いた釧路市に係る追加分析を加えて、これらデータ・分析結果をもとに、経年比較や釧路市と他都市との比較、関連性のあるデータ同士の確認（例：景気動向と飲食店・宿泊業の売上や企業・事業所数、観光客入込数と飲食店・宿泊業の売上額、従業者数と労働生産性、観光行動と観光消費額等）等により、データ等から読み取れる約 430 の仮説を抽出し、これらから見いだされる釧路市の観光産業・食関連産業について蓋然性の高い事実関係・傾向等を確認した。
- ・ この結果及び「釧路市観光産業・食関連産業覚書支援検討会議」における委員の意見を踏まえて、釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性と連携施策の効果的展開について検討した。

2.2 釧路市の「EBPM 地域活性化連携モデル」の検討に係る追加データ等

(1) 景気動向

- ・ 観光行動への影響がある景気動向について、景気 DI、CI 指数をみると、2012 年は景気後退期であったが、2013 年から 2016 年にかけては概ね景気拡張期にあったとみられる。

日本・北海道の景気動向



(2)金融機関データによる釧路市の飲食業・宿泊業のモデル分析

- ・ 地域中核産業に属する北洋銀行の取引先企業のうち、宿泊業 6 社、飲食業 17 社を抽出。
- ・ 抽出した企業群の財務データ（平均値）を活用し、資産、負債、収益性、キャッシュフロー（以下 CF）の推移などから、財務の傾向と課題を分析した。

【抽出方法】

- ・ 売上上位企業かつ、決算データが経年で取得可能な企業を抽出。ただし、飲食業は観光利用の実態を把握するため、郊外の大規模チェーン店などは除いた。

・

【留意点】

- ・ 複数業種を展開している企業でも決算データは、これらを合算したデータとなっているため、一部他業種の業績内容を含む（決算書上切り分け不可）。
- ・ 北洋銀行取引先データは、抽出企業数確保のため、前 8 月～7 月を 1 期とした。
- ・ 全国企業は中小企業実態調査を出典先とした（最新データは令和 3 年度（令和 2 年度決算分））。

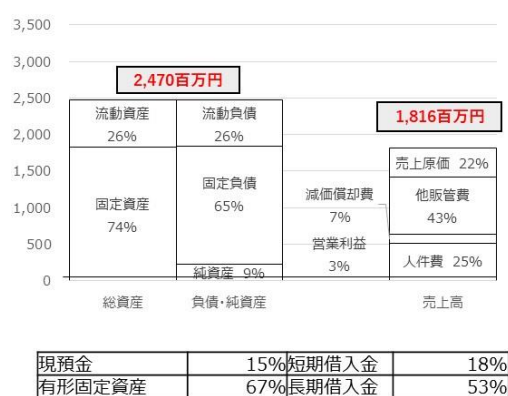
① 宿泊業

【損益計算書・バランスシート】

- ・ 北洋銀行の取引先から、釧路市内の宿泊業企業 6 社を抽出し、その平均の財務状況について、6 期前との比較、及び同業（宿泊業）の全国中小企業平均と比較した。
- ・ コロナの影響で売上高が減少。売上原価を圧縮しているが、R4/7 期では営業赤字となっている。
- ・ コロナ禍においても人件費は実額でも増加している。
- ・ 釧路では設備投資は積極的に実施しているが、借入金比率が上昇している。

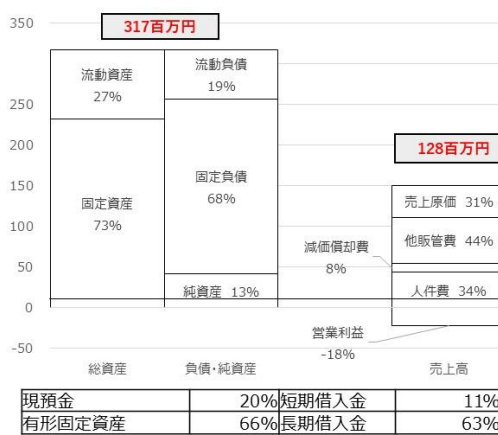
宿泊釧路抽出企業平均_H28.8-H29.7

宿泊釧路抽出企業平均_R3.8-R4.7



宿泊全国中小企業平均_H28

宿泊全国中小企業平均_R2



資料：釧路企業／北洋銀行抽出データより作成、全国平均／中小企業実態基本調査（中小企業庁）より作成

【CF 計算書】

- ・ コロナの影響を受け、R3/7 期に営業 CF がマイナスになっている。
- ・ R4/7 期には最終赤字幅が縮小したことや、棚卸資産圧縮、買入債務やその他流動負債の増加などで営業 CF のマイナス幅は縮小。
- ・ コロナ禍の影響での赤字と設備投資を借入金により調達して、現預金を維持している。

宿泊釧路抽出企業_平均キャッシュフロー推移

(単位：百万円)

	H29.7期	H30.7期	R1.7期	R2.7期	R3.7期	R4.7期	6期平均
税金等調整前当期純利益	51	70	40	25	△ 235	△ 138	△ 31
減価償却費	129	118	114	130	126	113	122
固定資産特別損益	0	△ 19	1	3	△ 15	0	△ 5
売上債権の減少額	6	△ 20	△ 7	10	68	△ 34	4
棚卸資産の減少額	2	0	0	△ 1	△ 6	7	0
買入債務の増加額	△ 2	1	1	△ 3	△ 26	10	△ 3
その他流動資産減少額	14	13	△ 70	68	△ 61	△ 13	△ 8
その他流動負債増加額	△ 32	8	△ 6	39	36	65	18
法人税等の支払額	△ 10	△ 18	△ 14	△ 16	△ 1	△ 18	△ 13
その他	1	2	△ 1	7	△ 0	△ 5	0
営業CF	159	155	58	260	△ 116	△ 14	84
有価証券増減	32	5	△ 10	△ 1	△ 0	△ 0	4
有形固定資産増減	△ 65	△ 263	△ 652	△ 93	△ 24	△ 206	△ 217
その他	0	4	6	△ 27	17	19	3
投資CF	△ 33	△ 253	△ 656	△ 121	△ 7	△ 187	△ 209
短期借入金増減	△ 26	△ 200	13	20	45	77	△ 12
長期借入金増減	△ 53	498	596	△ 109	144	117	199
社債発行・償還	0	0	17	△ 3	13	△ 3	4
その他	55	△ 119	△ 22	△ 7	△ 56	△ 6	△ 26
財務CF	△ 23	178	604	△ 98	146	185	165
現金及び現金同等物の増加額	103	80	6	41	23	△ 16	40
現金及び現金同等物期首残高	260	363	443	449	490	513	419
現金及び現金同等物期末残高	363	443	449	490	513	497	459

資料：釧路企業／北洋銀行抽出データより作成

【人件費】

- ・ 平成 29 年度を 1.00 として、売上、従業員数、1 人あたり人件費の推移を全国と比較した。
- ・ 令和 3 年以降はコロナの影響で売り上げ減少するも従業員数はコロナ前の水準以上に維持。ただし R3/7 期→R4/7 期では減少に転じている。
- ・ 釧路の 1 人あたり人件費は、平成 29 年比ではやや減少しているものの概ね横ばいで推移。



資料：釧路企業／北洋銀行抽出データより作成、全国平均／中小企業実態基本調査（中小企業庁）より作成

②飲食業

【損益計算書・バランスシート】

- ・ 北洋銀行の取引先から、釧路市内の飲食業企業 17 社を抽出し、その平均の財務状況について、6 期前との比較、及び同業（飲食業）の全国中小企業平均と比較した。
- ・ 釧路抽出企業は純資産の蓄積はコロナ前から全国平均と比較しても高い。
- ・ コロナ禍でも純資産は増加、借入金(短期・長期)比率は 39%から 37%に低下。
- ・ 全国平均と比べ売上原価が 6～9 ポイント高い値となっている。
- ・ 全国では有形固定資産の実額は増加している反面、釧路抽出企業では有形固定資産の実額・割合ともに減少している。

飲食釧路抽出企業平均_H28.8-H29.7



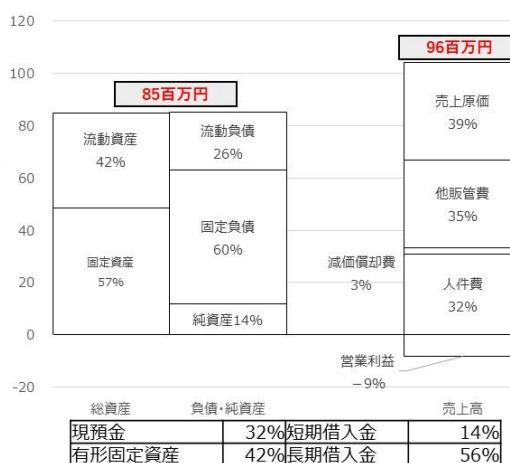
飲食釧路抽出企業平均_R3.8-R4.7



飲食全国中小企業平均_H28



飲食全国中小企業平均_R2



資料：釧路企業／北洋銀行抽出データより作成、全国平均／中小企業実態基本調査（中小企業庁）より作成

【CF 計算書】

- ・ コロナ禍でも営業 CF は黒字を維持している。6 期平均でみると、投資は営業 CF の範囲内となっている。
- ・ フリーCF は、年度単位では上下しているが、6 期平均では黒字となっている。
- ・ 借入金増加しているが、フリーCF の余剰資金と財務 CF の過剰調達分が現預金に蓄積されている。

飲食釧路抽出企業_平均キャッシュフロー推移

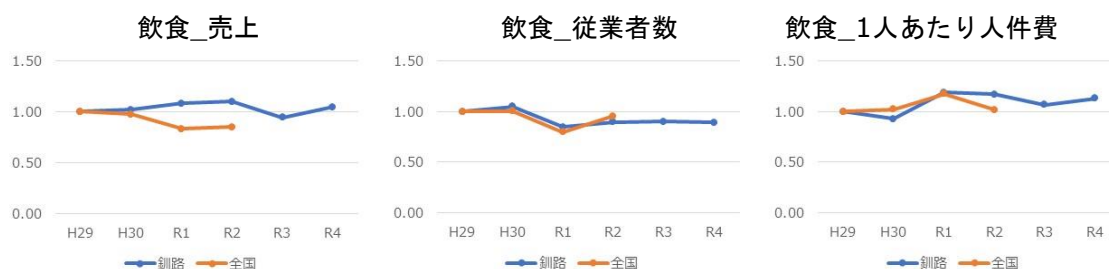
(単位：百万円)

	H29.7期	H30.7期	R1.7期	R2.7期	R3.7期	R4.7期	6期平均
税金等調整前当期純利益	32	48	54	27	21	60	40
減価償却費	21	22	25	27	26	26	25
固定資産特別損益	0	5	13	6	4	25	9
売上債権の減少額	△ 22	15	△ 16	△ 13	11	△ 16	△ 7
棚卸資産の減少額	△ 1	△ 5	4	△ 4	2	△ 2	△ 1
買入債務の増加額	11	△ 8	10	1	△ 9	19	4
その他流動資産減少額	△ 12	5	△ 4	6	△ 6	△ 1	△ 2
その他流動負債増加額	△ 4	9	△ 8	4	4	5	2
法人税等の支払額	△ 18	△ 7	△ 20	△ 17	△ 10	△ 14	△ 14
その他	11	1	1	△ 0	△ 6	4	2
営業CF	19	85	59	36	38	107	57
有価証券増減	0	△ 1	△ 8	1	△ 8	△ 1	△ 3
有形固定資産増減	△ 34	△ 26	△ 3	△ 39	△ 49	△ 44	△ 32
その他	△ 4	△ 8	△ 2	△ 13	△ 0	△ 19	△ 8
投資CF	△ 38	△ 35	△ 13	△ 51	△ 57	△ 64	△ 43
短期借入金増減	19	△ 19	1	11	△ 20	1	△ 1
長期借入金増減	22	△ 2	△ 6	32	105	△ 17	22
社債発行・償還	△ 21	27	4	△ 10	△ 1	△ 5	△ 1
その他	2	2	△ 8	△ 4	18	△ 12	△ 0
財務CF	22	9	△ 9	29	102	△ 33	20
現金及び現金同等物の増加額	3	59	37	14	83	10	34
現金及び現金同等物期首残高	161	164	223	259	273	356	239
現金及び現金同等物期末残高	164	223	259	273	356	366	274

資料：釧路企業／北洋銀行抽出データより作成

【人件費】

- ・ 平成 29 年度を 1.00 として、売上、従業員数、1 人あたり人件費の推移を全国と比較した。
- ・ 全国平均の売上が減少する中、釧路抽出企業は好調に推移。R3/7 期に落ち込むも R4/7 期にはコロナ前水準に回復。
- ・ 従業員数は R1/7 期に減少し、その後は横ばいで推移。
- ・ 釧路抽出企業の 1 人あたり人件費は、R1/7 期の従業員数減少の影響で上昇、その後やや減少している。



資料：釧路企業／北洋銀行抽出データより作成、全国平均／中小企業実態基本調査（中小企業庁）より作成

(3)外国人観光客のアジア圏、欧米豪圏の観光行動の比較分析

- アジア圏に比べて欧米豪圏の観光客は、日本の酒を飲むこと、美術館・博物館・動植物園・水族館、日本の歴史・伝統文化体験、日本の日常生活体験、日本のポップカルチャーを楽しむ、自然体験ツアー・農漁村体験、映画・アニメ縁の地を訪問、舞台・音楽鑑賞等を行った割合が特に高く、滞在期間中に日本の歴史や日本ならではの生活・文化に触れたり、奥深い自然体験をする傾向がみられる。
- 日本での飲食行動についてみると、一番満足した飲食は全体としてはラーメンであるが、アジア圏と欧米圏との比較では、アジア圏は肉料理、魚料理を、欧米豪圏は寿司、小麦粉料理をあげる割合が高い。一番満足した理由は美味しさであるが、アジア圏と欧米圏との比較では欧米豪圏は、日本の伝統性や日本ならではの体験、サービスや雰囲気等を評価する回答が多い。

来日外国人が日本でやったこと（2019年）

項目	全国籍・地域	アジア圏	欧米豪圏
日本食を食べること	97%	96%	98%
ショッピング	84%	90%	73%
繁華街の街歩き	78%	80%	77%
自然・景勝地観光	74%	77%	75%
日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	44%	32%	63%
美術館・博物館・動植物園・水族館	37%	31%	58%
日本の歴史・伝統文化体験	36%	27%	67%
温泉入浴	35%	38%	31%
旅館に宿泊	29%	33%	28%
日本の日常生活体験	28%	19%	52%
テーマパーク	21%	24%	19%
四季の体感（花見・紅葉・雪等）	17%	17%	23%
日本のポップカルチャーを楽しむ	17%	12%	30%
自然体験ツアー・農漁村体験	10%	8%	16%
映画・アニメ縁の地を訪問	7%	4%	14%
舞台・音楽鑑賞	5%	3%	9%
スキー・スノーボード	4%	4%	6%
スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	3%	1%	8%
その他スポーツ（ゴルフ等）	2%	1%	2%
治療・健診	1%	1%	1%
上記には当てはまるものがない	0%	0%	0%
回答者数および選択率延べ合計	100%	100%	100%

一番満足した日本での飲食（2019年）

項目	全国籍・地域	アジア圏	欧米豪圏
肉料理	27%	28%	17%
ラーメン	20%	21%	24%
寿司	15%	12%	20%
魚料理	13%	16%	5%
その他日本料理	7%	6%	7%
そば・うどん	5%	3%	5%
その他料理	5%	4%	6%
小麦粉料理	3%	2%	10%
菓子類	3%	3%	2%
酒	1%	1%	2%
果物	1%	1%	0%
外国の料理	1%	0%	1%
その他食料品・飲料	2%	2%	2%

一番満足した日本での飲食の理由（2019年）

項目	全国籍・地域	アジア圏	欧米豪圏
美味しい	93%	92%	94%
食材が新鮮	43%	51%	41%
伝統的・日本独特	24%	23%	38%
好きな料理・食品である	19%	20%	18%
自国で味わうことができない	17%	15%	27%
人気がある・有名	13%	13%	17%
価格が手頃・自国より安い	13%	12%	22%
店のサービスや雰囲気	8%	6%	16%
量や種類が適切	7%	6%	8%
盛り付けの見た目が良い	6%	6%	11%
健康に良い	5%	5%	9%
その他	0%	0%	1%

資料：訪日外国人消費動向調査 2019 年（観光・レジャー目的）をもとに作成

- 来道外国人の道内での観光行動をみると、いずれの国・地域、圏域でも「北海道の食を楽しむ」が上位（1～3位以内）であり、「自然・景勝地観光、四季の体感」、「温泉入浴」、「ショッピング（一般、特産品）」も比較的上位に位置している。
- アジア圏と欧米豪圏との比較では、欧米豪圏では、「アウトドア体験」、「歴史・文化伝統体験」が上位10位以内に入る傾向がみられる。

来道外国人が北海道で行ったこと（2019年）
（各国・地域、圏域別上位10位までの回答率）

中国	香港	台湾	韓国	マレーシア	タイ
北海道の食を楽しむ	ショッピング(一般)	北海道の食を楽しむ	北海道の食を楽しむ	ショッピング(一般)	繁華街の街歩き
自然・景勝地観光、四季の体感	北海道の食を楽しむ	自然・景勝地観光、四季の体感	自然・景勝地観光、四季の体感	北海道の食を楽しむ	ショッピング(一般)
ショッピング(一般)	自然・景勝地観光、四季の体感	温泉入浴	温泉入浴	繁華街の街歩き	北海道の食を楽しむ
温泉入浴	温泉入浴	ショッピング(一般)	繁華街の街歩き	自然・景勝地観光、四季の体感	自然・景勝地観光、四季の体感
繁華街の街歩き	繁華街の街歩き	和風旅館の宿泊	北海道の酒を楽しむ	温泉入浴	温泉入浴
和風旅館の宿泊	ショッピング(特産品)	ショッピング(特産品)	ショッピング(一般)	ショッピング(特産品)	ショッピング(特産品)
ショッピング(特産品)	和風旅館の宿泊	繁華街の街歩き	和風旅館の宿泊	美術館・博物館・動植物園・水族館	和風旅館の宿泊
北海道の酒を楽しむ	スキー、スノボ	北海道の酒を楽しむ	ショッピング(特産品)	スキー、スノボ	スキー、スノボ
美術館・博物館・動植物園・水族館	美術館・博物館・動植物園・水族館	美術館・博物館・動植物園・水族館	美術館・博物館・動植物園・水族館	和風旅館の宿泊	美術館・博物館・動植物園・水族館
スキー、スノボ	ドライブ	スキー、スノボ	ドライブ	ドライブ	北海道の酒を楽しむ

インドネシア	シンガポール	欧州圏	北米圏	豪州・ニュージーランド	全体
北海道の食を楽しむ	北海道の食を楽しむ	北海道の食を楽しむ	繁華街の街歩き	スキー、スノボ	北海道の食を楽しむ
ショッピング(一般)	ショッピング(一般)	温泉入浴	北海道の食を楽しむ	繁華街の街歩き	自然・景勝地観光、四季の体感
繁華街の街歩き	温泉入浴	繁華街の街歩き	温泉入浴	北海道の食を楽しむ	ショッピング(一般)
自然・景勝地観光、四季の体感	自然・景勝地観光、四季の体感	自然・景勝地観光、四季の体感	ショッピング(一般)	温泉入浴	温泉入浴
ショッピング(特産品)	繁華街の街歩き	ショッピング(一般)	自然・景勝地観光、四季の体感	自然・景勝地観光、四季の体感	繁華街の街歩き
温泉入浴	スキー、スノボ	ショッピング(特産品)	ショッピング(特産品)	ショッピング(一般)	ショッピング(特産品)
美術館・博物館・動植物園・水族館	ショッピング(特産品)	美術館・博物館・動植物園・水族館	スキー、スノボ	ショッピング(特産品)	和風旅館の宿泊
和風旅館の宿泊	美術館・博物館・動植物園・水族館	歴史・伝統文化体験	北海道の酒を楽しむ	北海道の酒を楽しむ	北海道の酒を楽しむ
スキー、スノボ	和風旅館の宿泊	和風旅館の宿泊	アウトドア体験	歴史・伝統文化体験	美術館・博物館・動植物園・水族館
アウトドア体験	北海道の酒を楽しむ	アウトドア体験	美術館・博物館・動植物園・水族館	美術館・博物館・動植物園・水族館	スキー、スノボ

資料：令和元年度北海道来訪者満足度調査報告書

(4)国内観光都市・AT 先進都市の事例

- ・ 観光都市や AT 先進都市における観光振興に係る計画をみると、下記のような特徴があった。
- ・ 京都市では、京都観光振興計画 2025 において、2030 年に実現を目指す5つのまちづくりと観光として、「市民生活と観光の調和が図られ、市民が豊かさを実感できる」「あらゆる主体が京都の「光」を磨き上げ、観光の質を高める」「観光の担い手がより活躍し、観光・文化分野での起業・新事業創出が盛んになり、都市の活力向上や文化の継承に寄与する」「感染症や災害などの様々な危機に対応できる、しなやかで力強く、安心・安全で環境に配慮した持続可能な観光を実現させる」「MICE 都市としての魅力を確立し、世界の人々が集い、多様性を認め合い、世界平和に貢献するまちになる」を掲げている。
- ・ 5つの目指す姿の実現に向けた取組の一つとして、「観光による地域経済等への貢献の最大化」を挙げ、観光の経済効果を地域産品の積極的な活用等によって、地域の幅広い業種や企業に広げるとともに、市内全域の多様なエリアでの観光資源の掘り起こしなどによる幅広い地域への波及などにより、地域経済への貢献の最大化を図り、税収の増加等につなげていくとしている。
- ・ 長崎市では、観光・MICE 戦略 ver1.1 において、長崎市の将来像として「訪問客がまた来たい・もっと過ごしたいと思うまち」「事業者が交流で潤い、成長するまち」「市民が誇りを持ち、住み続けたいと思うまち」「危機管理に強いまち」を掲げている。
- ・ 観光消費拡大の仕掛けづくりとして、観光消費の拡大に向けた「着地型旅行商品の企画造成」「食と観光の連携強化」「外国人観光客による消費拡大」、観光を牽引する産業の育成に向けた「特区制度の検討」「同一テーマにおける他地域との連携」に取り組んでおり、目指す観光消費額、観光客消費単価等を KGI や KPI として設定している。また、長崎市第 5 次長崎市経済成長戦略(2022 年～2025 年)の中では、目標とする飲食費・土産代の旅行消費額単価を設定している。
- ・ 長野市では、長野市観光振興計画において、観光消費を増加させ「地域経済の活性化」と「地域コミュニティの活性化」を目的に掲げている。また、「持続可能性を担保した観光産業への転換」「新たな観光スタイルに対応した観光への転換」「人と人とのつながりを大切にした「ながのファン」づくりの強化」「Z 世代など若者の観光需要の喚起」「地域の成熟度に合わせた観光振興」「インバウンドの回復を見据えた環境整備」「DX の推進による観光サービスの提供」「災害やコロナなど情勢の変化に対応した観光地づくり」の 8 つの基本方針のもと、観光による地域への経済波及額や一人当り観光消費額等の目標値を設定している。

京都市 京都観光振興計画2025（令和3年度(2021)～令和7年度(2025)）

観光による地域経済等への貢献の最大化

【推進する主な取り組み】

ア 観光による伝統産業をはじめ関連産業の振興

工房訪問や観光客向けの販売促進などを通じた伝統産業の振興、地域資源・地域のブランド力を活かした商店街の活性化、農山村の魅力を活かしたグリーンツーリズム等の関連産業の振興、キャッシュレス化の推進。

イ 地産地消や地域産品・地域産材活用の推進

「地産地消」を通じた地域の「食」の魅力向上への取組を支援する「食の京都」推進事業、宿泊施設等での伝統産品、京都産食材や地域産材活用などの働きかけ

ウ 市内全域・周辺地域への回遊促進による地域の活性化

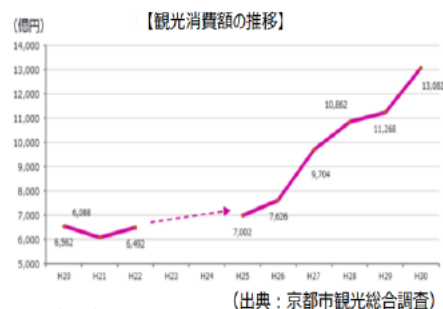
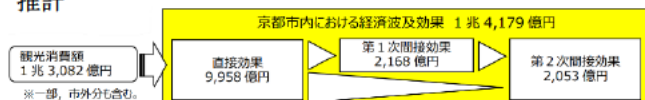
市内全域の多様なエリアにおける魅力の掘り起こしや情報発信、市内の各地域と結びついた農林産物のブランド化、市内の多様な地域での宿泊施設の充実、周辺自治体と連携した広域観光推進

指標	重点指標	調査項目	H27～R1 (コロナ禍前)	R2～R3 (コロナ後)	目標値	調査方法	調査開始時期	目標値設定の考え方
政策評価における指標			過去値	現在値				
2 あらゆる主体が京都の「光」を磨き上げ、観光の質を高める。								
観光消費額	日本人観光消費額（全体）★		20,931円（H30）	調査未実施	20,931円	観光客調査	H27以降	【H27以降の最高値】
	日本人観光消費額（日帰り）		11,054円（R1）	10,214円（R2）	—		H27以降	—
	日本人観光消費額（宿泊）		54,970円（R1）	58,356円（R3）	—		H27以降	—
	外国人観光消費額（全体）★		46,294円（H30）	調査未実施	46,294円		H28	【H27以降の最高値】 （ただしH28以降調査実施）
	外国人観光消費額（日帰り）		23,798円（H30）	調査未実施	—		H28	—
	外国人観光消費額（宿泊）		64,004円（H30）	調査未実施	—		H28	—
リピーター関連	日本人・リピーター率 訪問回数10回以上★		62.0%（H27）	57.9%（R3）	62.0%	観光客調査	H27以降	【H27以降の最高値】
	外国人観光客 訪問回数2回以上★		22.4%（R1）	調査未実施	22.4%		H27以降	—
	日本人・入浴時に食々訪問する箇所がある方の割合		調査未実施	77.1%（R3）	—	R3		—
	友人等に京都観光をおすすめしたい方の割合		調査未実施	69.7%（R3）	—	市民意識調査	R3	—
宿泊率★	全体		24.6%（R1）	調査未実施	24.6%	観光客調査	R1	【H27以降の最高値】 （ただし、統計手続の変更により R1以降の数値が対象）
	日本人観光客		21.0%（R1）	調査未実施	—		R1	—
	外国人観光客		42.9%（R1）	調査未実施	—		R1	—
平均宿泊日数★	全体		1.61泊（H30）	1.46泊（R2）	1.61泊	観光客調査	H28	【H27以降の最高値】 （ただしH28以降調査実施）
	日本人観光客		1.43泊（H29）	1.39泊（R2）	—		H28	—
	外国人観光客		2.18泊（R1）	2.18泊（R2）	—		H28	—

・平成 30 年の観光消費額が過去最高の 1 兆 3,082 億円を記録

※京都市人口の約半分 76.8 万人分の年間消費支出額に相当する額（市民 1 人当たりの年間消費支出額は 170.3 万円）

※観光消費が生み出す経済波及効果は、1 兆 4,179 億円と推計



資料：京都市 京都観光振興計画 2025

<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000283682.html>

コラム 観光消費の経済波及効果

<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000264/264624/column4.pdf>

長崎市 観光・MICE 戦略ver1.1（令和3年度(2021)～令和7年度(2025)）



(1) KGI

長崎市観光・MICE戦略の最終目標として、次のKGI（重要目標達成指標）を設定し、訪問客・事業者・市民がWin-Winの関係となる観光まちづくりを実現します。

KGI（重要目標達成指標）		
指標	基準値（2019年）	目標値（2025年）
旅行消費額	1,492億円	1,604億円
MICE消費額	56億円	194億円
訪問客の満足度（満足以上）	91.9%	94.0%
事業者の満足度（満足以上）	（2021年）33.3%	40.0%
市民の満足度（満足以上）	（2020年）70.5%	80.0%

(2) KPI

KGIを達成するために重要なプロセスの中間指標として、次のKPI（重要業績評価指標）を設定します。

KPI（重要業績評価指標）		
指標	基準値（2019年）	目標値（2025年）
訪問客数	6,917,800人	7,300,000人
MICE客数	426,786人	1,730,000人
国際会議開催件数（JNTO基準）	8件	15件
日本人延べ宿泊者数	3,077,641人	3,552,000人
外国人延べ宿泊者数	323,306人	339,000人
クルーズ客数	732,538人	795,000人
日本人旅行消費単価	21,566円	21,966円
外国人旅行消費単価	54,740円	58,107円
クルーズ客消費単価	29,350円	30,241円
リピーター率（国内）	63.9%	66.9%

※その他の詳細なKPIは、DMOが策定する長崎市版DMO事業計画において、別途設定します。
※KGI・KPIの目標値は、コロナ禍からの回復状況等も踏まえ、適切に見直しを図ります。

長崎市 第5次長崎市経済成長戦略（2022年～2025年）

基本目標 施策	数値目標	基準値 (基準年)	目標値 (目標年)	指標の説明
B	旅行消費額(飲食費・土産代)の1人当たり単価[暦年]	12,453円 (R元年)	13,325円 (R7年)	①観光客の消費額のうち、魅力ある製品・サービス開発による消費の主要対象である飲食費・土産代にかかる1人当たりの単価。 ②観光客1人当たりの消費単価が上昇することで、地場事業者の外貨獲得 [※] の強化につながると考えられるため。 ③長崎市観光統計により把握する。 ④令和元年を基準値とし、過去3年間（平成29～令和元年）の前年からの増加率平均7%の増を令和7年までに達成することを目標とする。

資料：長崎市観光・MICE 戦略 ver1.1

https://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/730000/731000/p036435_d/fil/2021-.pdf

第5次長崎市経済成長戦略（2022年～2025年）

<https://www.city.nagasaki.lg.jp/jigyo/360000/361000/p008903.html>

長野県観光振興計画（令和4年度－令和8年度）

・経済波及額、消費額、宿泊者数、入込客数

		基準値 *1 (平常年)	目標設定の 考え方	R4年度 (ご開帳)	R5年度	R6年度 (中間年の目標)	R7年度	R8年度 (最終年の目標)
観光による地域への 経済波及額(億円)		784	一人当たり観光消費額・観光入込客数の伸び率に準じて上昇	1,008	645	807	823	839
一人当たり観光消費額 (円)	全体	11,991	基準値をベースに最終年度で5%上昇	12,111	12,231	12,351	12,471	12,591
	宿泊客	20,280		20,483	20,686	20,888	21,091	21,294
	日帰り客	6,621		6,687	6,753	6,819	6,885	6,952
市内宿泊者数	総宿泊者数 (千人)	1,570		*2 1,414	1,390	1,570	1,585	1,601
	外国人宿泊者数(人)	103,599		50,762	77,181	103,599	104,635	105,671
観光入込客数(千人)	全市	10,706	中間年度で基準へ回復、以降最終年度までに2%上昇	*2 13,629	8,632	10,706	10,813	10,920
	善光寺	6,436		*2 10,945	5,156	6,436	6,501	6,565
	戸隠	1,482		1,176	1,329	1,482	1,496	1,511
	松代	545		328	436	545	550	556

*1 基準値は、平成 29～令和元年度を新型コロナの影響のない平常年と捉え、この期間の平均値とした。

*2 R4 年度の指標のうち「総宿泊者数」「観光入込客数（全市および善光寺）」については、同年に善光寺御開帳が予定されていることから、前回（平成 27 年）の御開帳時の増加分を加えた（宿泊客数は平成 23～26 年の平均値と平成 27 年の差であった 203 万人、入込客数は御開帳参拝客総数であった 707 万人をそれぞれ加えた）。

資料：長野県観光振興計画

<https://www.city.nagano.nagano.jp/n143000/contents/p004241.html>

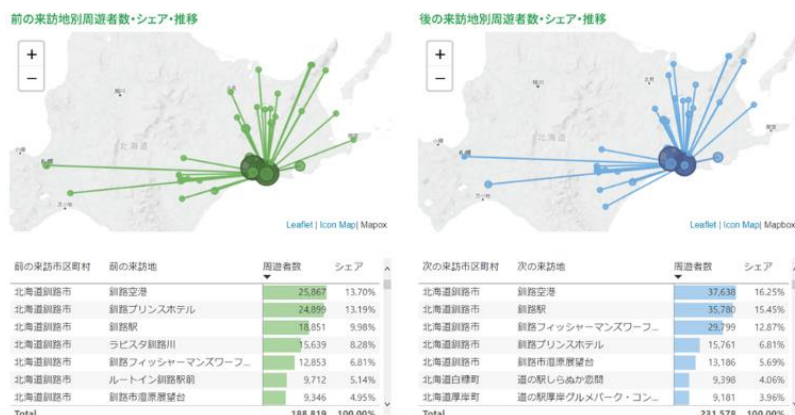
(5) おでかけウォッチャーを用いた釧路市に係る追加分析

【釧路市街地内の登録スポット間の人流】

- ・ 釧路市街地については、「釧路空港」、「釧路駅」、「ホテル」、「和商市場」、「釧路フィッシャーマンズワーフ MOO」を結ぶ周遊が多い。「釧路フィッシャーマンズワーフ MOO」「和商市場」に立ち寄ってから釧路空港に行く人が多く、これらのスポットは釧路市街地観光の最後の立ち寄り場所となっており、お土産購入も来訪目的のひとつになっているとみられる。

和商市場訪問の前後の訪問スポットとの人流（2019年）

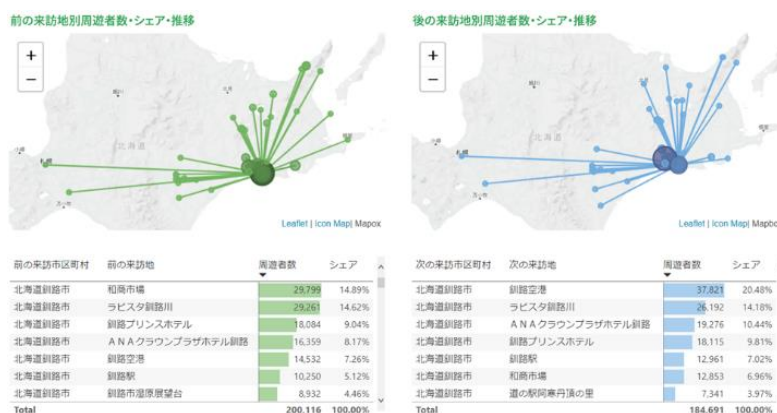
(和商市場に訪れる前の訪問スポット) (和商市場に訪れた後の訪問スポット)



釧路フィッシャーマンズワープMOO訪問前後の訪問スポットと間の人流（2019年）

（MOOに訪れる前の訪問スポット）

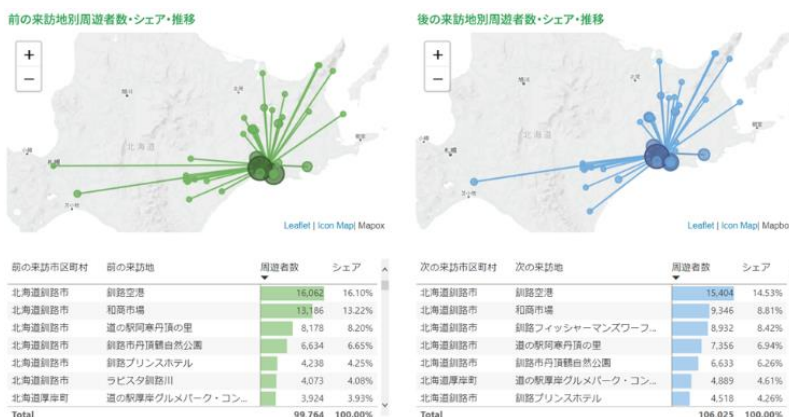
（MOOに訪れた後の訪問スポット）



- 「釧路市湿原展望台」は、「釧路空港」との間の人流が多く、釧路空港～釧路市街地間の移動時の立ち寄り地になっているとみられる。また、「釧路市丹頂自然公園」との人流も一定数みられる。

釧路市湿原展望台訪問前後の訪問スポットと間の人流（2019年）

（展望台に訪れる前の訪問スポット）（展望台に訪れた後の訪問スポット）

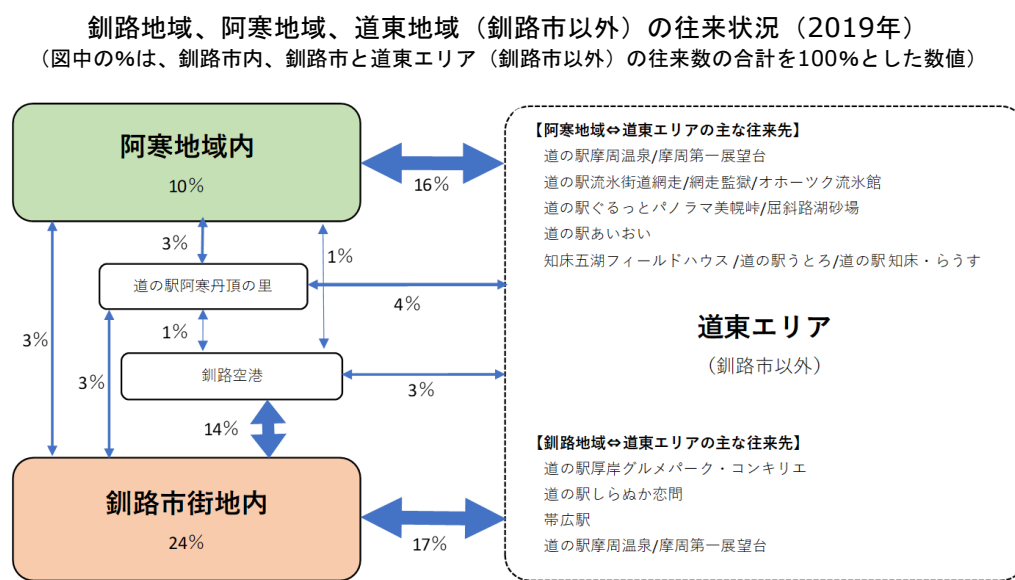


資料：おでかけウォッチャー＞周遊分析＞前後別周遊

【釧路市街地⇄阿寒地域、釧路市街地・阿寒地域⇄道東エリア(釧路市以外)】の人流】

- 釧路市街地～阿寒地域間の人流は少なく、釧路市街地～道東エリア間、阿寒地域～道東エリア間の人流が多い。
- 釧路市街地は、厚岸・白糠・帯広との間の人流が多く、阿寒地域は、道東エリアの摩周・網走・美幌・知床との間の人流が多い。釧路市街地と阿寒地域とでは道東エリアの往来先が異なる傾向が強い。
- 「道の駅阿寒丹頂の里」を経由して釧路市街地、阿寒地域、道東エリアに向かう人流も一定量みられる。

- なお、「おでかけウォッチャー」は登録できる人流を捕捉するために設定する観光スポットが限定されており阿寒地区については登録できる観光スポット数が少なかったことから阿寒地域と阿寒地域外とを結ぶ往来量が少なくカウントされた可能性はあるものの、傾向値としてみることができる。



資料：おでかけウォッチャー＞来訪地分析のデータを用いて作成

(6)AT、ATWS 関連のデータ、事例

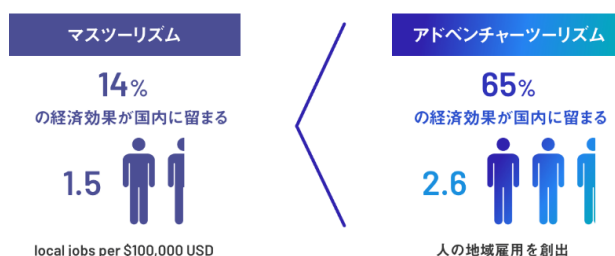
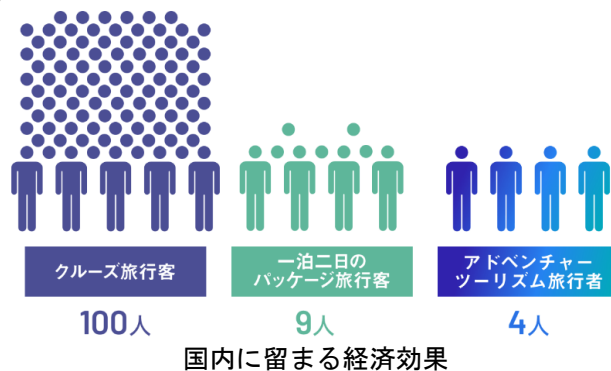
- ここでは、過去に Adventure Travel World Summit (ATWS) 等を開催した地域の事例等を調査した。
- ATWS は Adventure Travel Trade Association (ATTA) が開催する世界最大級の AT サミット。開催期間は 4～5 日程度。旅行会社、宿泊事業者、アウトドアメーカー、観光局・観光協会、メディア、ガイドなどの関係者が参加。
- エクスカージョン (会議プログラムの一部として、会議参加者およびその同伴者のために計画された小旅行や遊覧)、懇親会、商談会、セミナー等が開催される。
- ATWS の開催は、観光地としての地域の魅力を世界に発信する絶好の機会であり、地域経済を活性化する「起爆剤」となることが期待される。
- 1 万米ドルの経済効果を生み出すためには、マスツーリズム (クルーズ等) では 100 人が必要だが、AT では 4 人の来訪で達成できる。つまり、AT ではより環境等へのインパクトを抑えながら、経済効果を生み出すことができる。
- さらに、マスツーリズムでは消費額のうち、地域に残るのは 14%に留まるのに対し、AT の場合は 65%が地域に残るという調査結果がでている。加えて雇用創出効果も AT の方が、1.7 倍大きいことも確認されている。

○過去の開催実績

2005年10月	シアトル／米国
2006年10月	シアトル／米国
2007年10月	ウィスラー／カナダ
2008年 9月	サンパウロ／ブラジル
2008年10月	トロムソ〜ベルゲン／ノルウェー
2009年10月	ケベック／カナダ
2010年10月	アビモア／スコットランド
2011年10月	チアパス／メキシコ
2012年10月	ルツェルン／スイス
2013年10月	スワコプムント／ナミビア
2014年10月	キラニー／アイルランド
2015年10月	プエルトバラス／チリ
2016年 9月	アンカレッジ／アラスカ
2017年10月	サルタ／アルゼンチン
2018年10月	トスカナ／イタリア
2019年 9月	ヨーテボリ／スウェーデン
2020年10月	デレド／豪州(延期)
2021年9月20～24日	北海道／日本 (オンライン)

資料：観光庁 ATWS について

10,000米ドルを地域経済にもたらすために必要な旅行者数



資料：Adventure Travel Trade Association

① キラーニー（アイルランド）

【概要】

ATWS 開催	2014 年 10 月
人口	1.5 万人（2016 年）
主要産業	観光業が町の主要な産業。（首都ダブリン以外で最もベッド数の多い町） 大きな製造会社も立地（Liebherr：コンテナクレーン製造会社、Tricel：樹脂製品メーカー）。
観光客数	年間 110 万人の観光客。 アメリカ、アイルランド、イギリス、ドイツ、他の欧州諸国から来訪。
主要観光スポット	アイルランド・マンスター地方ケリー県のタウンレイン湖の北東岸のキラーニー国立公園の一部に位置している。その自然遺産や歴史、好立地などから人気の観光地となっており、観光業がキラーニーの最大の産業となっている。 主要観光スポットとしては、キラーニー国立公園、ダンロー渓谷、レイン湖、ロス城、キャラントウール山 など。

資料：ケリー郡開発計画案 2022-2028、W2 コンサルティング、キラーニー観光商工会議所

キラーニー国立公園



アイルランドで最も古い歴史があり、最も規模の大きい国立公園。キラー二市の南西部に隣接し、レイン湖・マックロス湖などの美しい湖の他に、15 世紀に建造されたロス城や 19 世紀に有名政治家の邸宅として建造されたマックロスハウスなどの観光スポットがある。原生林など風光明媚な自然が多く残り野生のアカジカが生息。

ダンロー渓谷



キラーニーからは車で約 20 分。氷河により削られたダンロー渓谷の間には氷河湖があり、ボートに乗り込んで周囲の景色を楽しめる。渓谷を馬車で越えるツアーも人気。

資料：Travel Book

【観光による経済効果】

- ・ 2018 年 12 月に、キラーニー観光商工会議所が W2 コンサルティングに委託し、観光による経済影響をレポート。
- ・ キラーニーへは毎年 110 万人の来訪者があり、その観光産業への経済効果は、4 億 1,000 万ユーロ、観光産業による雇用 3,122 人となっている。2025 年までにはキラーニーの観光業が 30%増加すると予測している。
- ・ 2017 年 8 月から 10 月にキラーニーを訪問した観光客 500 人に対し調査を実施したところ訪問者の 41%が「期待を上回った」57%が「期待に応えた」と回答。77%が支払いに見合う価値があったと回答。
- ・ 平均客室料金は 139 ユーロと、アイルランドの全国平均 113 ユーロを 2 割以上上回っている。米国とカナダのゲストは国内観光客より 1 日当たり 80%多く支出しており、北米訪問者の 1 日の平均支出は 191.5 ユーロ（英国観光客より 30%多く、欧州本土の約 2 倍）となっている。
- ・ 課題としては、季節繁閑（12 月が最も低迷）やビジネスツーリズムの少なさ（観光客の 7%、アイルランド国内全体の半分以下）を挙げている。
- ・ レポートでは観光振興に向けた主な推奨事項として下記 7 点を挙げている。
 - ①国内および国際的なキラーニーデジタルマーケティングキャンペーン
 - ②西海岸への直接国際アクセスをサポート
 - ③ケリーへの道路網、特にマックルームとアデアのバイパス、およびケリーのブロードバンドへの投資
 - ④北米およびヨーロッパ本土市場におけるキラーニーの強い魅力に基づいて、ブレジットの課題に備える
 - ⑤屋内アトラクションを含む町の製品構成の強化
 - ⑥夜間観光の開発
 - ⑦キラーニーとより広いケリー地域が直面する季節性の課題に対処する主要な製品またはセグメントへの投資。

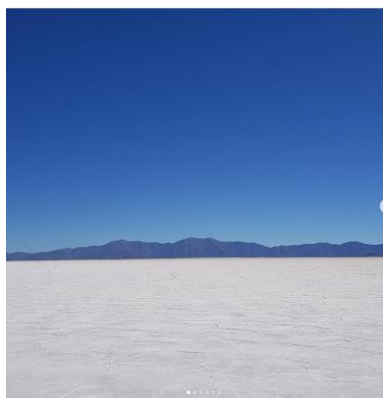
② サルタ（アルゼンチン）

【概要】

ATWS 開催	2017 年 10 月
人口	52 万人（2010 年）国内 7 番目
主要産業	牛肉産業、鉱業、バイオエタノール生産
観光客数	統計データなし

主要観光 スポット	アルゼンチンのサルタ州の都市でサルタ州の州都。アンデス山脈の麓、標高 1,152m のレルマ谷に位置する。気候は温暖で乾燥している。年間降水量は 756mm、平均気温 16.4℃（夏は 20.4℃、冬は 10.8℃）である。1 月と 2 月が最も降水量が多い。 国境手前の町であるサン・アントニオ・デ・ロス・コブレスとの間には雲の列車（Tren a las Nubes）と呼ばれる高地の自然を眺望するための観光列車が運行されている。途中、標高 4,220 m の地点を通過する。	
----------------------	---	--

サリーナス・グランデス塩原



アルゼンチンのコルドバ山脈ふもと平均標高 170m の場所に広がる面積 6,000 km² の広大な塩原。南側のコルドバ州の領域は自然保護区に指定。時期により、サリーナス・グランデスに水が薄く張り、上空が映る「天空の鏡」が出現。

クエスタ・デル・オビスポ(司教の坂)



海拔 3620 メートルの高さに達する、州道 33 号沿いのジグザグ折りの 20 キロメートルの坂。別名カチ司教の坂道。

クエスタ・デル・オビスポは、風光明媚な道で、赤を中心とした、様々な色をした大地を進む。

資料：Travel Book

【観光による経済効果】

- ・ 2018 年には、約 7.6 千人の海外観光客がアルゼンチンのサルタ空港に到着し、前年の 6.9 千人から増加している。（資料：アルゼンチン国立センサス研究所）
- ・ ATWS の開催決定後に AT 旅行者が増加し、地域への経済効果が 3 倍に増加したと言われている（資料：国土交通省北海道運輸局資料）

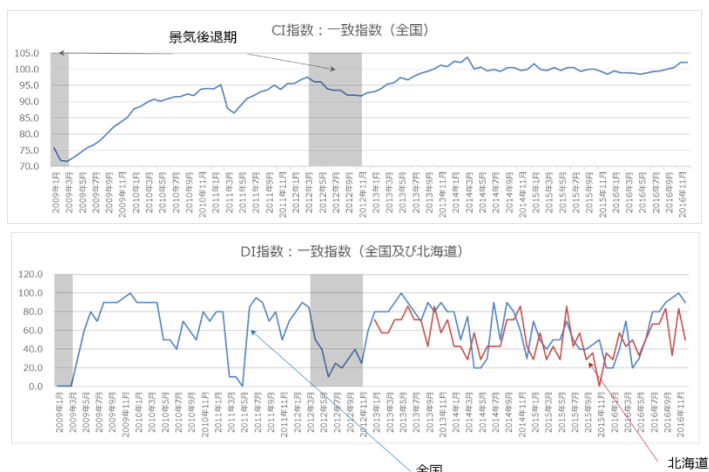
2.3 釧路市の観光産業・食関連産業等に係る分析

(1) 飲食業関連

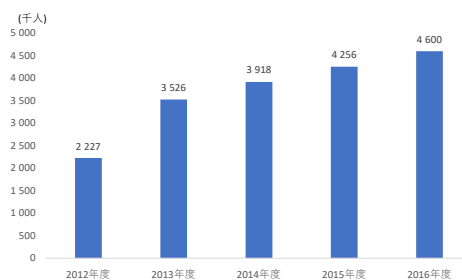
【売上高、付加価値額、労働生産性ともに高い上昇率であり、仕入れルートに強みがある可能性】

- 2012年から2016年の景気動向はDI指数、CI指数ともに景気拡大期にあるとみられ、釧路市の観光客入込数は増加基調で推移しており、飲食業の経営環境が良好な期間といえる。

日本・北海道の景気動向 再掲



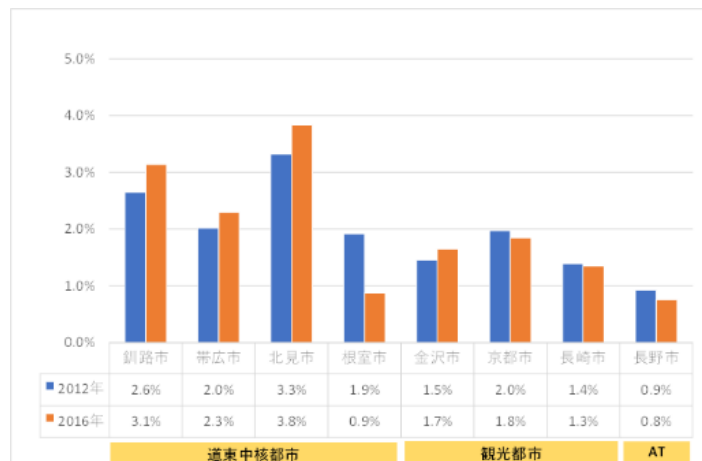
釧路市の観光客入込数の推移



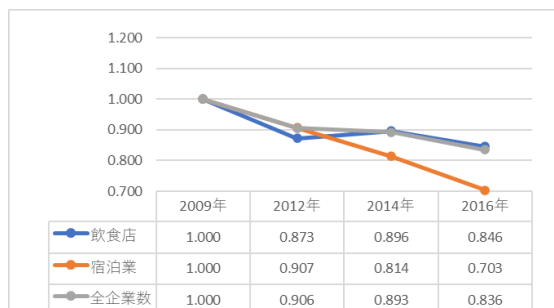
資料：釧路市観光入込客数をもとに作成

- このように飲食店の経営環境が良好な期間における飲食店の企業ベースの売上をみると、2012年から2016年にかけて実数で36%増加し、市内全産業に占める飲食店の売上の割合も拡大している。釧路市の飲食店の企業数、事業所数の推移をみると減少基調で推移しており、事業所数と比較して企業数の減少率が高い。
- これらから、事業規模の小さい市内資本等の飲食店が廃業し、事業規模の大きい市外資本の支店等が生き残り、生き残った企業の1社あたりの売上が大きく伸長した可能性がみられる。

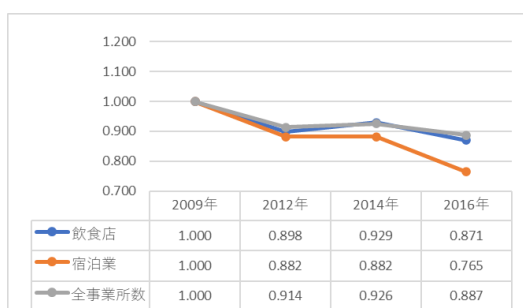
全産業の売上(企業)に占める飲食店の売上の割合 再掲



釧路市の企業数（2009年対比）再掲

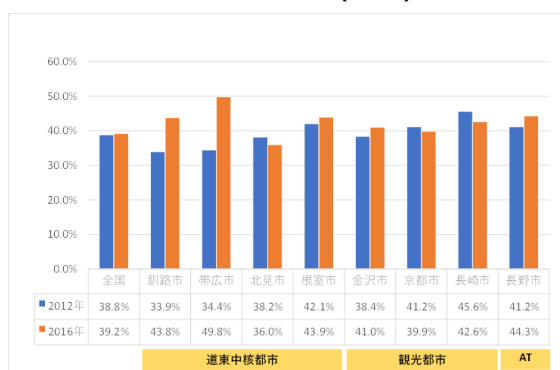


釧路市の事業所数（2009年対比）再掲

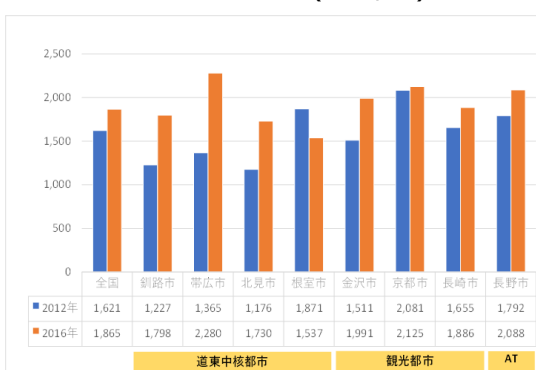


- ・ 釧路市の飲食店の付加価値率の推移をみると、全国平均や他都市と比較して高い伸び率となっている。この期間に飲食店の売上が伸長していることから、規模拡大のための従業員数増に伴う給与総額の増加や経営努力による原価率の抑制等の取組がなされた可能性がみられる。
- ・ 一方、釧路市の飲食店の労働生産性は、2012年から2016年にかけて約40%上昇したが、全国平均や道外他都市よりも低くなっており、売上増に伴い従業員の増加が図られたことが影響している可能性がある。
- ・ このように、釧路市の飲食店は、一部の単店舗の企業が廃業するなどの傾向が見られるものの、1企業あたりで見ると、売上高、付加価値額、労働生産性ともに全国の飲食店と比較して高い上昇率であり、地域の雇用吸収にも貢献する産業となっているとみられる。
- ・ なお、釧路市の飲食店は宿泊業と比較して1企業あたりの原材料費や仕入れ額は比較的抑えられており、売上高の上昇率は宿泊業に及ばないものの、地域からの仕入れルートに強みをもっている可能性が考えられる。

飲食店の付加価値率(企業)再掲



飲食店の労働生産性(千円/人)再掲



釧路市の飲食店・宿泊業の1企業あたり売上、付加価値額、原材料費等

		飲食店				宿泊業			
		2012年	2016年	'12年⇒'16年	'16年/'12年	2012年	2016年	'12年⇒'16年	'16年/'12年
1企業あたりの売上高(百万円)	飲食店	16.3	22.9	6.6	1.40	97.2	140.5	43.2	1.44
1企業あたりの付加価値額(百万円)	飲食店	5.5	10.0	4.5	1.81	27.2	41.6	14.4	1.53
1企業あたりの原材料費や仕入費など(百万円)	飲食店	10.8	12.9	2.1	1.19	70.0	98.9	28.8	1.41
付加価値率	飲食店	33.9%	43.8%			28.0%	29.6%		
全国 1企業あたりの売上高(百万円)	飲食店	27.1	35.6	8.5	1.31	118.9	174.6	55.6	1.47
全国 1企業あたりの付加価値額(百万円)	飲食店	10.5	14.0	3.5	1.33	36.6	57.5	20.9	1.57
全国 1企業あたりの原材料費や仕入費など(百万円)	飲食店	16.6	21.6	5.1	1.30	82.4	117.1	34.7	1.42
全国 付加価値率	飲食店	38.8%	39.2%			30.8%	32.9%		

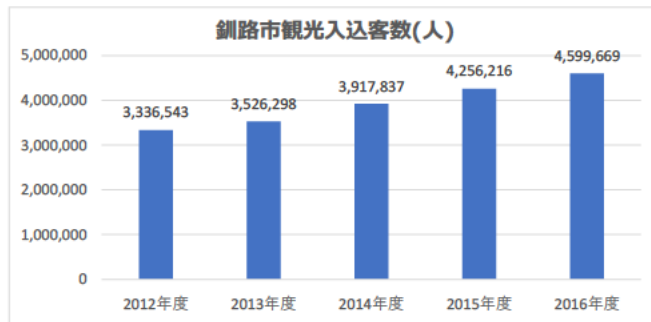
【域内調達が図られている可能性】

- ・ 釧路市の飲食店は、企業数、事業所数ともに減少傾向で推移しており、事業所数よりも企業数の減少率が高い。これは、例えば1企業あたりの1事業所といった地元の小規模事業者が廃業し、1企業あたり複数の事業所を展開する事業者、市外資本の支店等が生き残り、こうした企業が売上を大きく伸ばした可能性が考えられる。
- ・ 全国の飲食店の2012年から2016年にかけての1企業あたりの売上高・付加価値額・原材料費や仕入費等の伸び率は、いずれも同程度であるのに対し、釧路市の飲食店では売上高・付加価値額の伸び率が全国を上回り、原材料費や仕入費等の伸び率は全国を下回っている。
- ・ 特に、付加価値額の伸び率が売上高の伸び率を大きく上回り、付加価値率の大幅な上昇につながっている。これには、売上高の上昇に加え、原材料費や仕入費等を押さえ原価率を抑制する経営努力が寄与している可能性も考えられる。この背景には、地域からの仕入れルートに強みを持っている等、食材等の域内調達が図られている可能性が考えられる。

【釧路市街地と阿寒地区の人流増加が飲食業に好影響を及ぼす可能性】

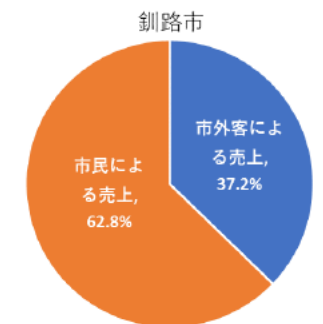
- ・ 2012年から2016年にかけて、釧路市の観光客入込数は増加傾向にあるが、釧路市の飲食サービス業の売上の市内・市外住民の構成比を見ると、6割以上が市民による売上となっており、市内飲食業の顧客は地元住民が多い傾向が伺える。
- ・ また、釧路市の飲食店は、企業数、事業所数ともに減少傾向で推移し、事業所数よりも企業数の減少率が高く、地元の小規模事業者の廃業等の可能性も考えられ、地元事業者が増加する観光入込客の好影響を、十分に享受できていなかった可能性がある。
- ・ 「おでかけウォッチャー」を用いた分析結果では、釧路市街地と阿寒地区との往来が少なく、阿寒地区に宿泊する観光客が釧路市街地の飲食店を利用している可能性は低いと推察され、阿寒地区と釧路市街地の人流増加が飲食店に好影響を及ぼす可能性が考えられる。

釧路市観光入込客数



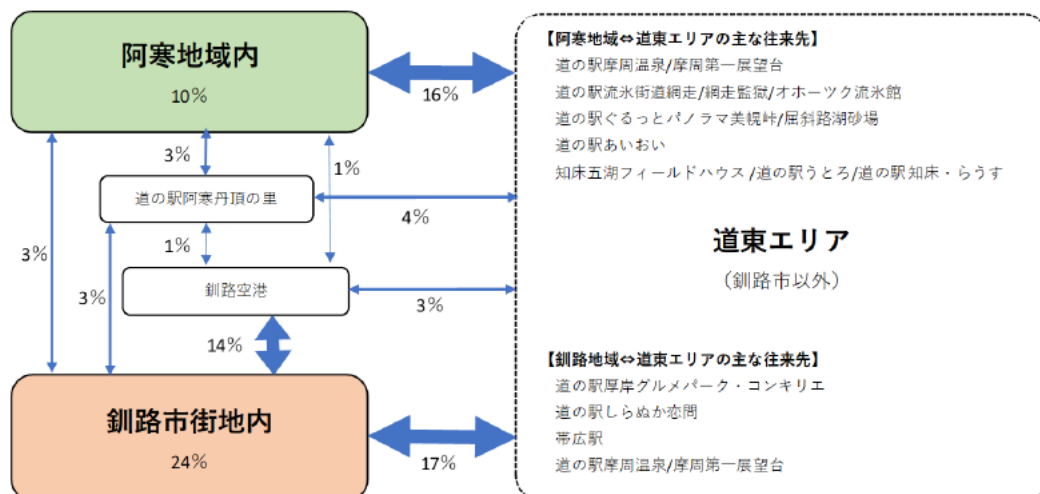
資料：釧路市観光入込客数をもとに作成

産業連関表を用いた釧路市の飲食サービス業の売上の市内・市外住民の構成に係る分析



資料：釧路市平成 27 年釧路市産業連関表より作成

釧路地域、阿寒地域、道東地域（釧路市以外）の往来状況（2019年） 再掲
（図中の％は、釧路市内、釧路市と道東エリア（釧路市以外）の往来数の合計を100%とした数値）



【アウトター施策同様、インナー施策も踏まえた対応が必要である可能性】

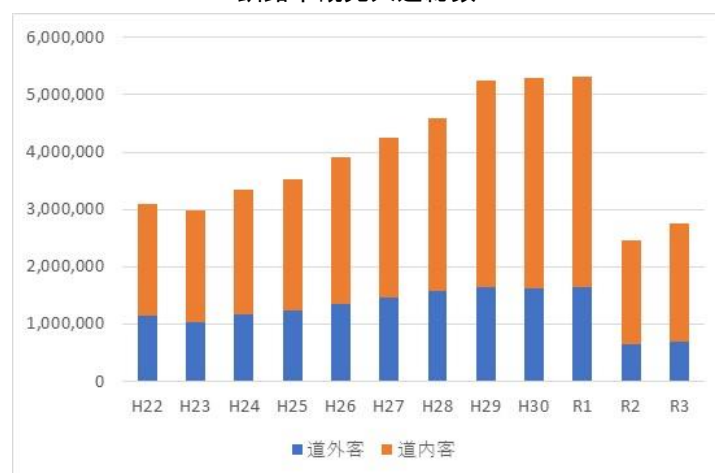
- ・ 釧路市の飲食店の売り上げは 2012 年の 170 億円から 2016 年の 231 億円へ、1.36 倍となっている。また、同期間観光入込総数も 334 万人から 460 万人へ 1.38 倍となっている。
- ・ では、観光客が 1.38 倍になったために飲食の売上げが伸びたかという点、売上構成に占める観光客の割合を把握して議論する必要がある。(飲食売上げの大半を観光客が占める場合であれば、売上と観光客数は概ね 1:1 対応だが、仮に単価が同じかつ観光客・地元比率 1:1 すると、観光入込が 2 倍になっても、地元と比率も 2 倍にならないと売上は 2 倍にならない)
- ・ 産業連関表を用いて、釧路市飲食サービスの売上構成に占める市外客の割合を算出すると、37.2%、市内客の割合が 62.8%となった。
- ・ つまり、飲食店の売上の増加の全てが観光客入込増による影響ではない。売上増の要因としては、市内客の売上増加（来客延べ数・単価増）、周辺町村からの吸引、釧路市飲食店の市外への店舗展開、市外店舗の売上増等が考えられる。
- ・ 釧路市の飲食店振興を考えるうえで、37.2%の市街客（観光客）の誘因や単価向上等は必要であるが、それが、68.2%の売り上げを占める市内客への対応に過度に影響を及ぼすオペレーション等にならないかの留意は必要と思われる。

釧路市飲食店の状況

		2012年	2016年	2012年 ⇒2016年	2016年 ÷2012年
企業数	全産業	6,119	5,644	-475	0.9224
	飲食店	1,042	1,010	-32	0.9693
企業の売上高(百万円)	全産業	641,412	736,880	95,468	1.1488
	飲食店	16,993	23,126	6,133	1.3609
1企業あたりの売上高(百万円)	飲食店	16.3	22.9	6.6	1.4040

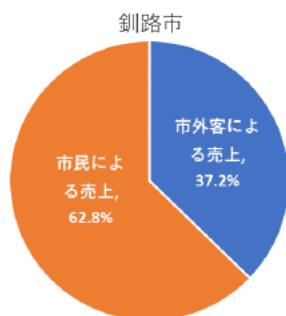
資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造のデータをもとに作成

釧路市観光入込総数



資料：釧路市「釧路市観光入込客数調査結果」より作成

飲食店売上げに占める、市内外の割合



資料：平成 27 年釧路市産業連関表より作成

(2) 宿泊業関連

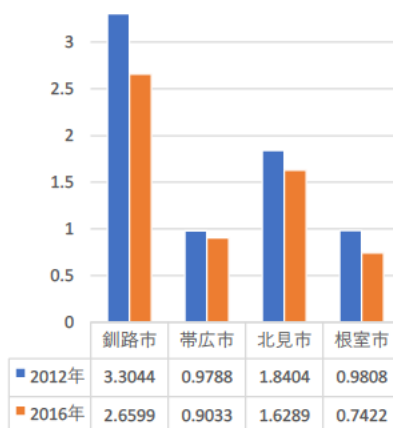
【人手不足が成長の足かせになっている可能性】

- ・ 釧路市宿泊業の特化係数は 2012 年が 3.3、2016 年が 2.7 となっている。全国平均 1.0 や他都市を大きく上回っているものの、0.6 ポイント以上の大きな減少となっている。

(付加価値率) = 付加価値額 ÷ 売上高

(付加価値額) = 売上高 - 費用総額 + (給与総額 + 租税公課)

宿泊業特化係数（付加価値額）



RESAS>産業構造マップ>全産業>稼ぐ力分析のデータをもとに作成

- ・ 一方で、2012 年から 2016 年にかけて、売上高は 1.12 倍、付加価値額は 1.19 倍と増加しており、付加価値率も 28.0%から 29.6%に増加している。
- ・ つまり、特化係数の減少は全国平均がそれ以上伸びているために起こっていることが読み取れる。

釧路市宿泊業の2012年から2016年にかけての概況

企業数	売上高	付加価値額	原材料費や仕入費など	付加価値率
減少 約0.78倍	増加 約1.12倍	増加 約1.19倍	増加 約1.10倍	横ばい +1pt程度

RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞稼ぐ力分析のデータをもとに作成

- ・ 従業者数（事業所別）に従業者別にみると、2012年から2016年にかけて、3.5ポイント減少している。全国よりは減少幅は小さく、北海道平均とほぼ同等であり、特に大きな減少が起こっている様子はない。

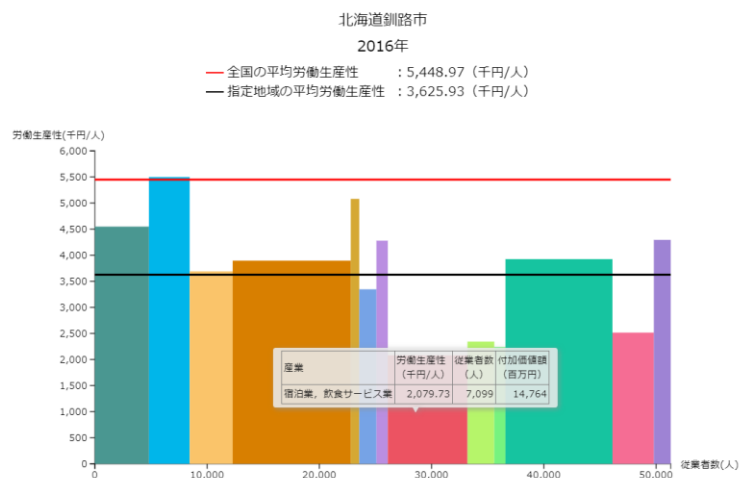
2012年から2016年にかけての宿泊業の従業者数（人）

	2012年	2016年	増減率
釧路市	1309	1263	96.5%
帯広市	1168	1193	102.1%
北見市	1018	900	88.4%
根室市	211	164	77.7%
北海道	41169	39878	96.9%
全国	765476	693205	90.6%

資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞従業者数（事業所単位） から作成

- ・ 従業者数はほぼ同じで、売上が伸びているため、この間労働生産性は伸びているが、市内の労働生産性や、全国平均と比較するとまだ低い状況。
- ・ 現状の労働生産性（2,079千円／人）から見合う給与では人が確保できない、または労働生産性がやや高い（2,270千円／人）帯広市等に人員が流れている可能性。

従業者と労働生産性から見る付加価値額

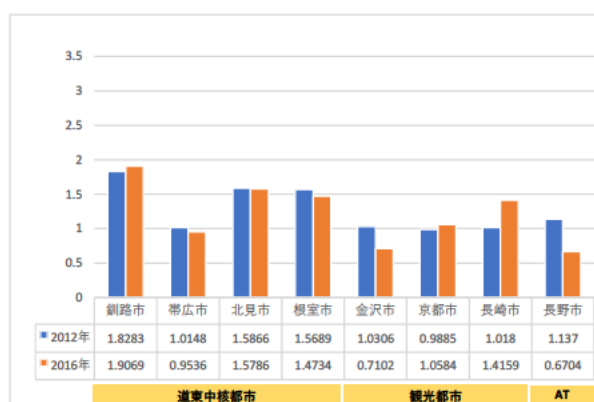


資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造

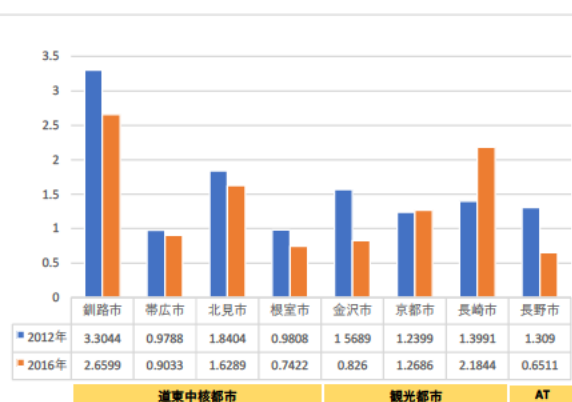
が考えられる【高付加価値化に余地がある可能性】

- ・ 釧路市の宿泊業の 2012 年から 2016 年の 1 企業あたりの売上高、付加価値額はともに伸びており、従業者数や付加価値額の特化係数をみても、釧路市の宿泊業は、雇用吸収力が高く、稼ぐ力もあり地域産業を牽引する業種であるといえる。
- ・ その一方で、付加価値率は全国に比べて低く、2012 年から 2016 年の付加価値率の伸びも全国に比べると小さい。
- ・ このように、釧路市の宿泊業は売上高に対する付加価値額が全国に比べて低く、高付加価値化に余地がある可能性が考えられる。

宿泊業_特化係数（従業者数：企業）再掲



宿泊業_特化係数（付加価値額）再掲



釧路市の宿泊業の売上高・付加価値額・付加価値率など

釧路市		2012年	2016年	2012年 ⇒2016年	2016年 ÷2012年
企業数	全産業	6,119	5,644	-475	0.9224
	宿泊業	107	83	-24	0.7757
企業の売上高(百万円)	全産業	641,412	736,880	95,468	1.1488
	宿泊業	10,402	11,658	1,256	1.1207
企業の付加価値額(百万円)	全産業	152,339	186,043	33,704	1.2212
	宿泊業	2,908	3,451	543	1.1867
原材料費や仕入費など(百万円)	宿泊業	7,494	8,207	713	1.0951
	1企業あたりの売上高(百万円)	97.2	140.5	43.2	1.4448
1企業あたりの付加価値額(百万円)	宿泊業	27.2	41.6	14.4	1.5299
	1企業あたりの原材料費や仕入費など(百万円)	70.0	98.9	28.8	1.4118
付加価値率	宿泊業	28.0%	29.6%		
	全国 1企業あたりの売上高(百万円)	118.9	174.6	55.6	1.4675
全国 1企業あたりの付加価値額(百万円)	宿泊業	36.6	57.5	20.9	1.5704
	全国 1企業あたりの原材料費や仕入費など(百万円)	82.4	117.1	34.7	1.4218
全国 付加価値率	宿泊業	30.8%	32.9%		

※原材料費や仕入費など＝企業の売上高－企業の付加価値額

※付加価値率＝付加価値額÷売上高

資料：RESAS＞産業構造マップ＞全産業＞全産業の構造および稼ぐ力分析のデータをもとに作成

【アフターコロナに向けた積極投資が行われている可能性】

- ・ 宿泊業の有形固定資産の割合が、全国平均では 72%から 66%へ減少しており、コロナ禍において有形固定資産の売却などによる資金確保の動きと想定される。一方で、釧路市宿泊業の抽出企業 6 社平均は 62%から 70%へと増加している。
- ・ コロナ禍でも積極的な投資による設備更新を実施している可能性がある。
- ・ 内訳としては、老朽化により避けられない改修工事をコロナ禍の入込が少ない時期に実施した可能性や、経営の立ちいかなかったホテルや施設等を買収している可能性があり、アフターコロナの観光客回復に向けてホテルのキャパシティ及び売上増加の可能性はある。

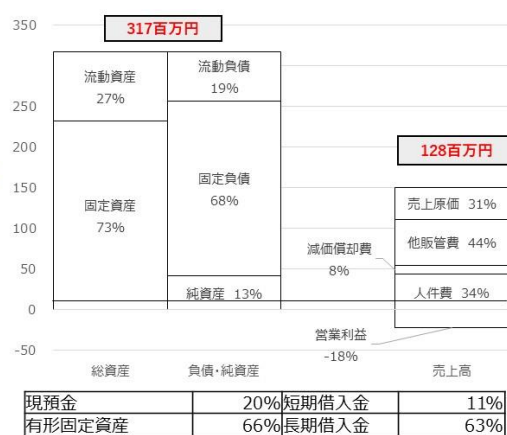
宿泊釧路抽出企業平均_H28.8-H29.7（再掲） 宿泊釧路抽出企業平均_R3.8-R4.7（再掲）



宿泊全国中小企業平均_H28（再掲）



宿泊全国中小企業平均_R2（再掲）



【関連事例】 星野リゾートのコロナ禍における投資状況

- WBF ホテル&リゾートは 2020 年 4 月に民事再生法の適用を申請。同年 6 月にはグループの旅行会社ホワイト・ベアーファミリー、両社の親会社 WBF ホールディングスも民事再生法の適用を申請。
- 星野リゾートは WBF3 社に対しスポンサーとして名乗りを上げ、21 年 1 月に再生計画が認可された。かねてから星野リゾートは有識者を入れた社内チームを立ち上げ同社全体のブランディングの在り方などについて検討を進めており、21 年 3 月に株式譲渡の手続きが終了。これにより施設数は 48 から、10 以上増加。旧 WBF の人材を維持しながら、収益力を高めていく。
- 旧 WBF の施設のうち京都市内で運営していたホテルは 20 年 6 月にコロナ禍の影響で休館していたが、4 月 15 日から「OMO3 京都東寺」として再スタート。
- また、道内では「ホテル WBF イルオナイ小樽」を OMO5 小樽として 2022 年 1 月 7 日に開業。
- また、イシン・ホテルズ・グループ（本社・東京都港区）が 18 年 1 月末に開業させたホテルを星野リゾートが承継し、「OMO3 札幌すすきの」としてブランド転換するなど、アフターコロナを見据えた投資が進んでいる。
- OMO は星野リゾートの都市観光ホテルブランドとして旭川や東京都内で展開していた。

OMO5 小樽

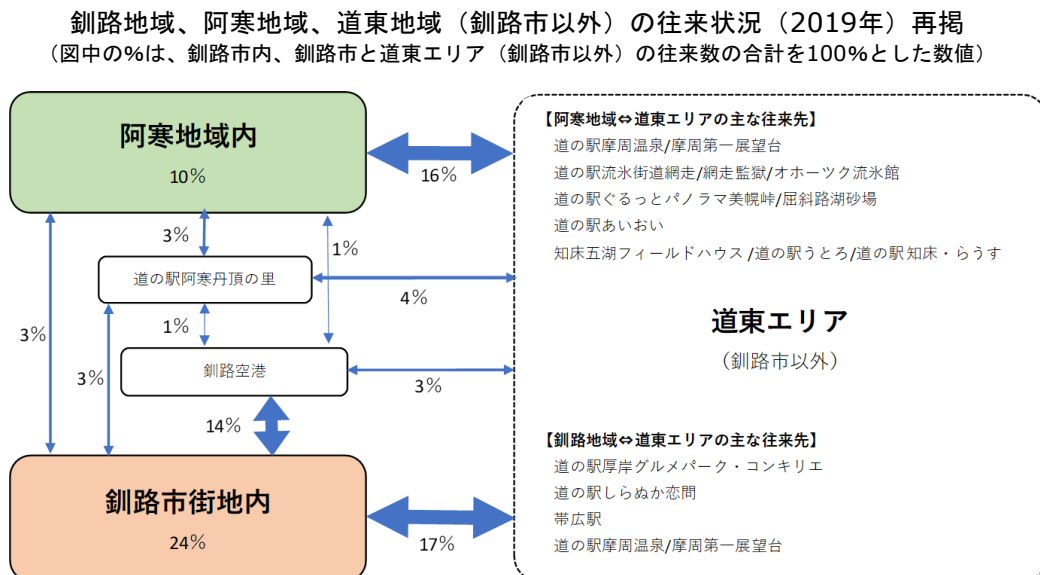


資料：日経ビジネス電子版（2021.4.5）

(3)国内観光客動向関連

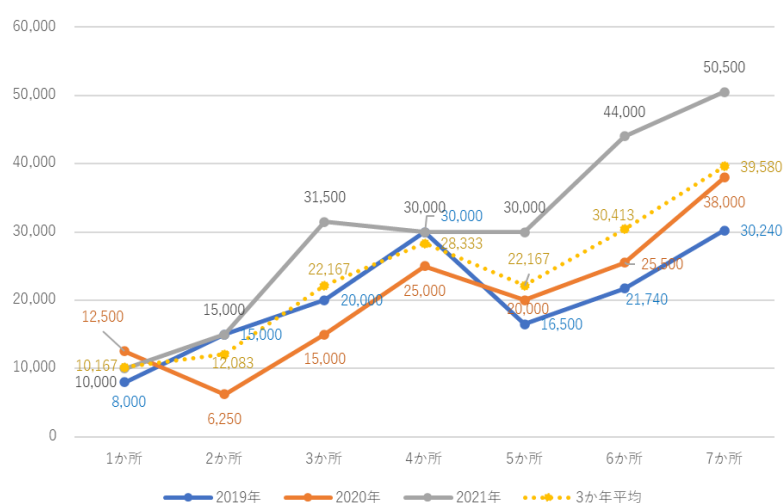
【釧路市街地地区と阿寒地区が一体の観光地と認識されると消費額が増加する可能性】

- ・ 人流データ提供サービス「おでかけウォッチャー」は登録できる人流を捕捉するために設定する観光スポットが限定されており阿寒地区について登録できた観光スポット数が少ないことから阿寒地域と阿寒地域外とを結ぶ往来量が少なくカウントされた可能性はあるものの、傾向値としてみる事ができる。
- ・ 同サービスを用いた分析結果では、釧路市街地地区と阿寒地区との往来が少なく、両地区は道東地域との往来が多く、また、釧路市街地と阿寒地域では道東エリアの往来先が異なる傾向がみられる。これらから、観光客は釧路市街地地区と阿寒地区とは異なる観光地と認識している可能性が考えられる。



- ・ 一方、観光客が立ち寄る観光地の箇所数と消費額は正の関係（立ち寄り箇所数が多いほど消費額が増加）にあることから、釧路市街地地区と阿寒地区の往来が増加すれば釧路市内における消費額が増加する可能性がある。
- ・ 釧路市街地地区にはラムサール条約に登録された釧路湿原を一望できる釧路市湿原展望台や特別天然記念物に指定された丹頂鶴が生息する釧路市丹頂鶴自然公園、阿寒地区には阿寒摩周国立公園地区に指定された阿寒湖をはじめとする景勝地と、それぞれに独自性のある自然資源を有している。また、釧路市街地地区には和商市場、阿寒地には阿寒アイヌコタンの民芸品店群等の道東地域でも来訪数が多い買物スポットがある。これらの資源を活かして釧路市街地地区と阿寒地区が一体の観光地と観光客に認識させることが釧路市の観光消費額増に貢献する可能性がある。

訪問箇所数別1人当たり観光消費額（総数）



資料：来訪者満足度調査 水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～（2019-2021）から作成

(4)外国人観光客・A T動向関連

【外国人観光客は釧路市を道東周遊観光の短期滞在型観光の拠点としている可能性】

- ・ 釧路市、特に阿寒地区は、道東地域の中で外国人観光客の宿泊延人数が最も多い。これには、阿寒地区は宿泊施設のキャパシティが大きく、外国人観光客のニーズが高い自然・景勝地観光、日本の歴史・伝統文化体験、温泉入浴等を複合的に体験できることが影響している可能性が考えられる。
- ・ また、外国人観光客の釧路市における平均泊数は1.1泊程度であり、道東周遊観光における短期滞在型観光の拠点になっている可能性が考えられる。

道東地域の外国人観光客宿泊延人数（2019年）

来日外国人が日本で行ったこと（2019年）再掲

※上位10市町村

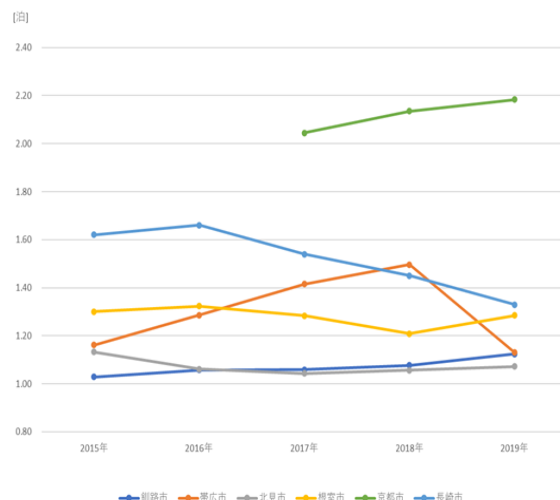
単位:人

市町	宿泊延人数
釧路市	140,046
釧路地域	42,162
阿寒地域	97,882
音別地域	2
新得町	60,315
音更町	57,605
斜里町	48,461
網走市	45,262
帯広市	29,096
弟子屈町	25,775
北見市	14,228
幕別町	8,629
紋別市	8,601

項目	全国籍・地域	アジア圏	欧米豪国
日本食を食べること	97%	96%	98%
ショッピング	84%	90%	73%
繁華街の街歩き	78%	80%	77%
自然・景勝地観光	74%	77%	75%
日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	44%	32%	63%
美術館・博物館・動植物園・水族館	37%	31%	58%
日本の歴史・伝統文化体験	36%	27%	67%
温泉入浴	35%	38%	31%
旅館に宿泊	29%	33%	28%
日本の日常生活体験	28%	19%	52%
テーマパーク	21%	24%	19%
四季の体感（花見・紅葉・雪等）	17%	17%	23%
日本のポップカルチャーを楽しむ	17%	12%	30%
自然体験ツアー・農漁村体験	10%	8%	16%
映画・アニメ縁の地を訪問	7%	4%	14%
舞台・音楽鑑賞	5%	3%	9%
スキー・スノーボード	4%	4%	6%
スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	3%	1%	8%
その他スポーツ（ゴルフ等）	2%	1%	2%
治療・健診	1%	1%	1%
上記には当てはまるものがない	0%	0%	0%
回答者数および選択率延べ合計	100%	100%	100%

資料：釧路市観光入込客数および
北海道観光入込客数調査報告書をもとに作成

外国人観光客の平均泊数の推移 再掲



【釧路市の独自の食文化を学び体験できる飲食サービスが受け入れられる可能性】

- 日本、北海道に訪れる外国人観光客は、アジア圏、欧米豪圏を問わず訪問先の食を楽しむことが観光行動の上位（1～3位）にある。

来日外国人が日本で行ったこと（2019年）上位を抜粋再掲

項目	全国籍・地域	アジア圏	欧米豪圏
日本食を食べること	97%	96%	98%
ショッピング	84%	90%	73%
繁華街の街歩き	78%	80%	77%
自然・景勝地観光	74%	77%	75%
日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	44%	32%	63%

来道外国人が北海道で行ったこと（2019年）上位を抜粋再掲

	全体	アジア圏								欧米豪圏		
		中国	香港	台湾	韓国	マレーシア	タイ	インドネシア	シンガポール	欧州圏	北米圏	豪州圏
北海道の食を楽しむ	61.8	70.3	56.1	69.6	58.5	52.1	56.0	49.3	56.7	68.4	62.3	47.8
自然・景勝地観光、四季の体感	54.8	64.6	54.4	66.2	42.1	41.8	54.5	40.8	47.9	55.6	40.0	37.6
ショッピング(一般)	53.9	61.8	63.3	58.3	30.9	57.2	59.3	49.3	54.8	40.2	41.5	37.1
温泉入浴	50.0	59.6	49.7	61.5	40.9	41.8	32.5	25.4	50.2	60.7	55.4	44.4
繁華街の街歩き	49.5	48.8	47.0	47.4	39.5	45.9	59.5	46.5	46.5	57.3	64.6	49.4
ショッピング(特産品)	35.8	33.4	35.6	47.7	23.1	35.1	30.6	36.6	34.6	33.3	38.5	29.8

- 観光行動・消費行動をみると、アジア圏と比較して欧米豪圏の観光客は来訪地の歴史・文化に対する関心が高く、現地ツアーへの参加や観光ガイドの利用によりそれを深く学ぶ意識が強い。また、飲食行動について欧米豪圏の観光客は伝統性・独自性や店のサービス・雰囲気重視する傾向が強い。

来日外国人が日本で行うこと（2019年）

※体験的観光の上位を抜粋再掲

項目	全国籍 地域	アジア圏	欧米豪圏
美術館 博物館 動植物園 水族館	37%	31%	58%
日本の歴史 伝統文化体験	36%	27%	67%
温泉入浴	35%	38%	31%
旅館に宿泊	29%	33%	28%
日本の日常生活体験	28%	19%	52%

日本滞在中の娯楽等サービスの費目別購入率と購買者単価（2019年）

※購入率上位を抜粋再掲

消費費目	全体		アジア圏		欧米豪圏	
	購入率(%)	購買者単価(円)	購入率(%)	購買者単価(円)	購入率(%)	購買者単価(円)
美術館・博物館・動植物園・水族館	22.8	3,450	22.0	2,941	45.8	5,099
テーマパーク	16.2	10,121	19.4	9,991	14.2	10,497
現地ツアー・観光ガイド	5.3	11,922	5.4	12,300	6.9	22,281
温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション	6.1	4,494	5.9	5,129	9.9	5,363
スキー場リフト	1.5	18,734	1.9	14,807	8.2	23,931

一番満足した日本での飲食の理由（2019年） 再掲

項目	全国籍・地域	アジア圏	欧米豪圏
美味しい	93%	92%	94%
食材が新鮮	43%	51%	41%
伝統的・日本独特	24%	23%	38%
好きな料理・食品である	19%	20%	18%
自国で味わうことができない	17%	15%	27%
人気がある・有名	13%	13%	17%
価格が手頃・自国より安い	13%	12%	22%
店のサービスや雰囲気	8%	6%	16%
量や種類が適切	7%	6%	8%
盛り付けの見た目が良い	6%	6%	11%
健康に良い	5%	5%	9%
その他	0%	0%	1%

- 一方、釧路市には、日本有数の漁港街として栄えた歴史に裏打ちされ地域に根差した名物料理の“炉ばた焼き”、100年以上の歴史がある“地酒”、エゾシカをはじめとした“地域に根ざした特有食材”等の独自性のある食がある。
- これら訪問地での観光に係る嗜好性や消費、飲食での満足度の高い要素、および、独自性のある釧路市の食文化や資源を踏まえると、釧路市の食文化を学び、体験できる飲食サービスが欧米豪圏の観光客に受け入れられる可能性がある。

【釧路市の特徴ある自然を生かしたアクティビティが受け入れられる可能性】

- 北海道観光振興機構によるAT市場調査に係るヒアリング結果によれば、欧米豪圏の観光客が関心興味を示す北海道のスポーツ・アクティビティの上位が野生動物観察、ハイキング・トレッキング・山登りとなっている。
- アジア圏と比較して欧米豪圏の観光客は現地ツアー・観光ガイドの購買率、購買者単価がともに

高いことから、来訪地について深く学ぶ意識が強く、この欲求を満足させるために対価を支払う意識があるとみられる。

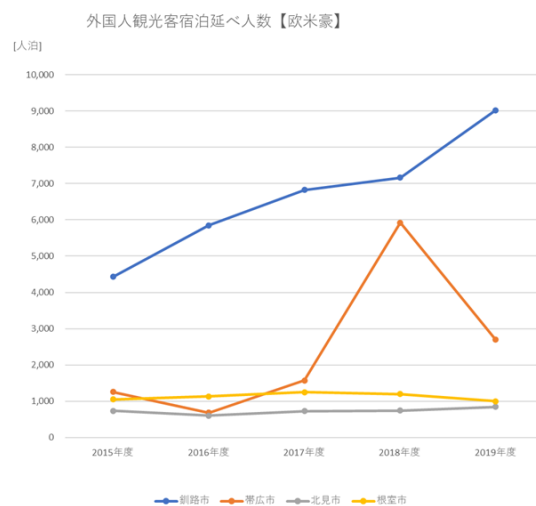
日本滞在中の娯楽等サービスの費目別購入率と購買者単価（2019年）

※購入率上位を抜粋再掲

消費費目	全体		アジア圏		欧米豪圏	
	購入率(%)	購買者単価(円)	購入率(%)	購買者単価(円)	購入率(%)	購買者単価(円)
美術館・博物館・動植物園・水族館	22.8	3,450	22.0	2,941	45.8	5,099
テーマパーク	16.2	10,121	19.4	9,991	14.2	10,497
現地ツアー・観光ガイド	5.3	11,922	5.4	12,300	6.9	22,281
温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション	6.1	4,494	5.9	5,129	9.9	5,363
スキー場リフト	1.5	18,734	1.9	14,807	8.2	23,931

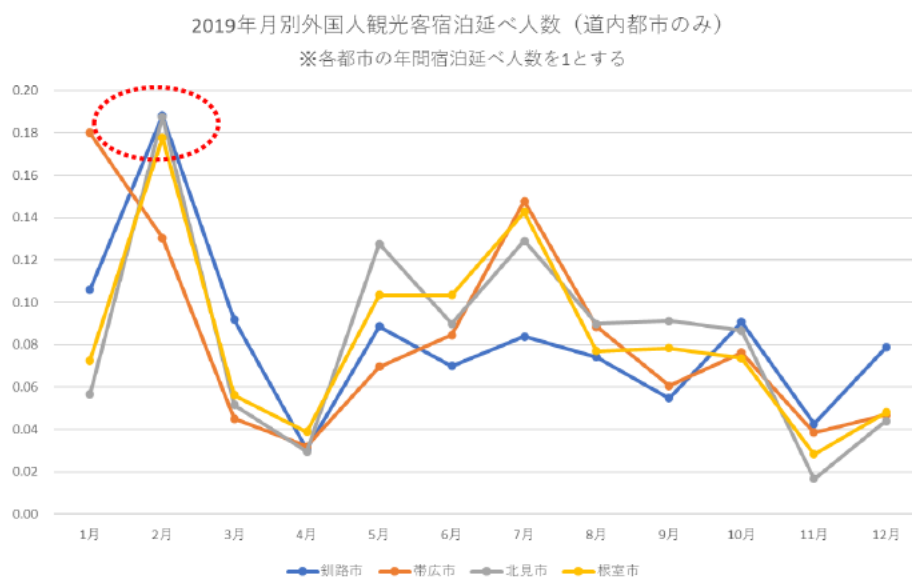
- 一方、釧路市の欧米豪圏の観光客宿泊延べ数は、アジア圏との比較では僅少であるものの、近年増加基調で推移している。釧路市の観光関係団体の見解によれば、釧路湿原、丹頂等の自然資源に係るプロモーション成果が欧米圏からの観光客の増加要因の一つとしてみられる。
- このように、欧米豪圏の観光客が北海道の野生動物観察、ハイキング・トレッキング・山登りに係るアクティビティに対して関心が強いこと、現地ツアーや観光ガイドに対して対価を支払う意識が高いこと、釧路湿原・丹頂観光を目的とした釧路市への来訪の兆しがあるとみられることから、釧路湿原や丹頂等の釧路市の特徴ある自然資源を活かしたアクティビティが欧米豪圏の観光客に受け入れられる可能性があると考えられる。

道東4都市の欧米豪圏の外国人観光客宿泊延べ数の推移 再掲

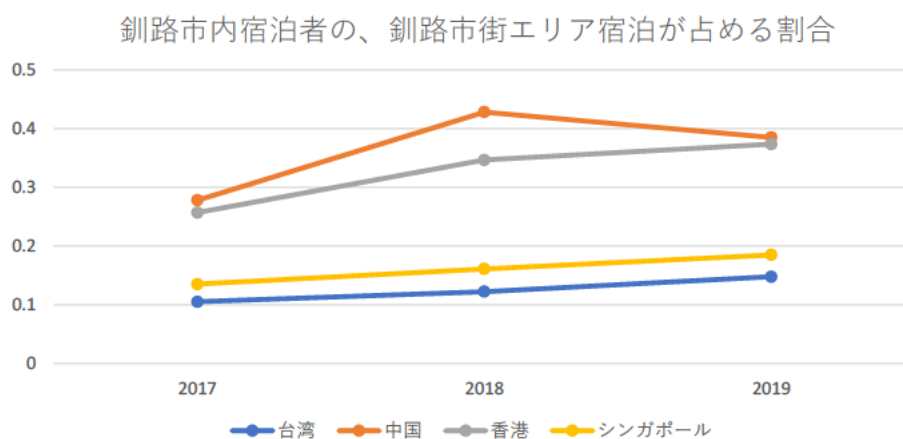


【阿寒地区の宿泊業のキャパシティや人手不足の可能性】

- ・ 釧路を訪問するアジア圏からの観光客は 2019 年では 2 月が最も多くなっている。春節が影響（2019 年は 2/5 が旧正月で、2/4-2/10 が春節連休として定められている）していると想定される。
- ・ 釧路市への外国人宿泊延べ数は全体として伸びている中、アジア圏観光客の、釧路市街への割合（母数：釧路市全体への宿泊）を見ると、上位 4 か国の台湾、中国、香港、シンガポールの全ての国で割合が上昇しており、宿泊地が阿寒地区から釧路市街地へ移動してきている傾向がみられる。

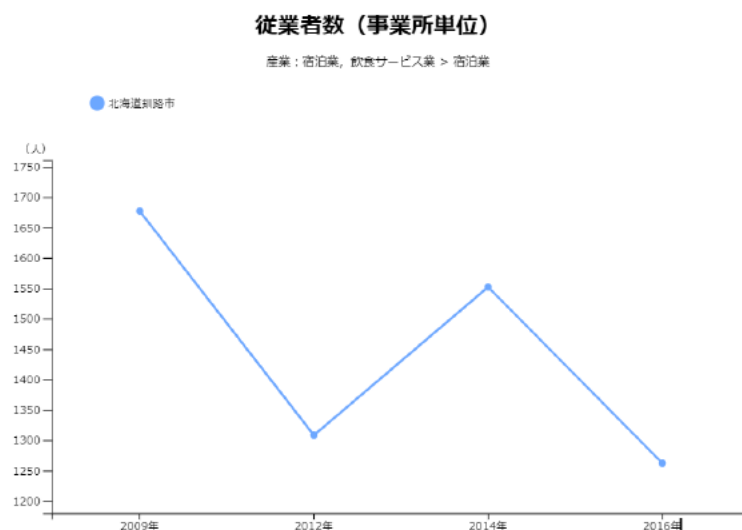


資料：釧路総合振興局統計データ、釧路総合振興局統計データ、オホーツク総合振興局統計データ、根室総合振興局統計データを基に作成



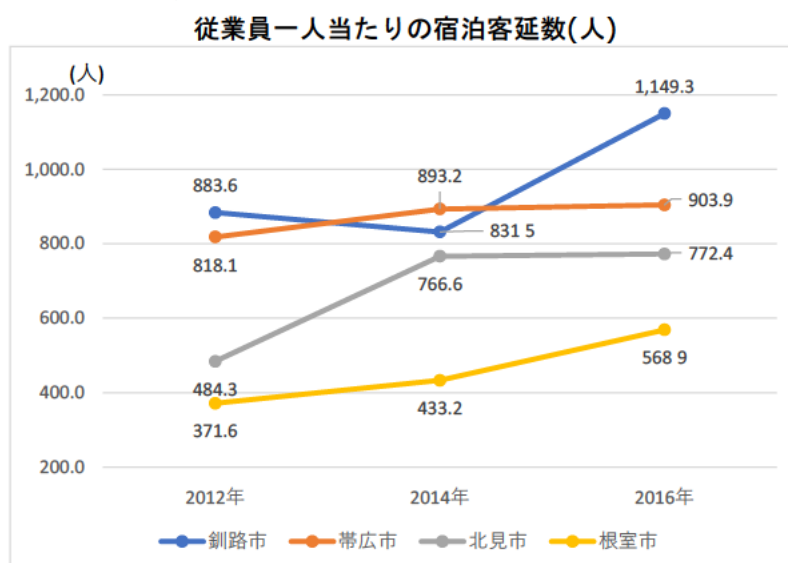
資料：釧路市観光入込数調査結果より作成

- 一方で、宿泊延べ数が伸びているにもかかわらず、釧路市の全産業に占める宿泊業の従業者数の割合は上昇していない。



資料：RESAS_産業構造マップ_全産業_従業者数（事業所単位）

- 釧路市の2016年の宿泊業従業員1人あたりの宿泊客延べ数は1149.3人と、道東他地域と比較して多くなっており、2012年と比較し235.7人増の1.30倍となっている。釧路市の宿泊業全体として人手不足の可能性が考えられ、エリア内格差があると仮定（阿寒事業者ヒアリングによる）した場合、観光客が釧路市街地へ移動してきている理由の一つとして、阿寒地区の宿泊業の人手不足の可能性が考えられる。
- （客室キャパシティによる可能性もあるが、市町村及び地域別の客室数の経年データが入手できず分析にいたっていない）



資料：北海道観光入込客数調査報告書、RESAS>全産業の構造>従業者数（事業所単位）のデータを用いて作成

2.4 釧路市の観光産業・食関連産業の支援の方向性と連携施策の効果的展開の検討

AT 観光客の飲食需要を取り込むための環境整備支援

- ・ 釧路市の飲食店は、景況が良く観光客の増加が続いた 2012 年から 2016 年にかけて、1 企業あたりの売上高、付加価値額、労働生産性ともに、全国と比して高い上昇率を記録しており、地域の雇用吸収にも大きく貢献する等、観光関連産業の中でも地域経済に対する影響の大きい産業の一つである。
- ・ 一方でこの間、企業・事業所数が微減、かつ企業数の減少率が比較的高い傾向から、地元資本の中小事業者が廃業し、市外資本等の規模の大きい事業者が生き残った状況が見受けられ、飲食店の顧客割合も勘案すると、観光客増加の効果を十分に享受できなかった事業者がいることが推察される。
- ・ 現状において AT 観光客の主体となっている欧米豪圏の観光客は訪問地の歴史・文化等に対する関心が強く、訪問地の食のストーリー性を求める傾向にある。釧路市には地域の歴史・文化に根差した名物料理や地域特有の食材があり、AT 観光客のニーズに対応できるポテンシャルを有している。
- ・ 北海道における ATWS の開催では欧米豪圏の AT 関係者が多数訪れることから、釧路市の食文化を体感させる好機と言え、こうした AT 観光客の飲食需要を取り込むことで、飲食店自身の売上高や付加価値額の向上や、他の観光関連産業や地域経済の活性化につながることを期待される。
- ・ AT 観光客に来店してもらうために必要な取組として、例えば、ホームページ・メニュー・接客の英語対応化や、フリーWi-Fi 設備をはじめとする店内インフラの整備、地場の食材等を使った独自性のある料理・飲み物の提供、その背景やストーリーの説明、ツアーガイドをはじめとした地域内外の関連事業者との連携などが想定され、飲食店が行うこれら取組を支援することで、成功事例を創出するとともに、その成果やノウハウを発信することにより、AT 観光客の取込みに向けた意識のさらなる醸成を図ることが重要と考えられる。
- ・ なお、宿泊業においては、2012 年から 2016 年にかけて人手不足が成長の足かせになっていた可能性が伺えたが、人手不足については、労働人口減少等に伴う全国的、全産業的な課題であり、包括的に取り組む必要があると考えられる。
- ・ また、その他の観光関連産業については、AT 観光客の主体となっている欧米豪圏の観光客の関心が高いアクティビティに係る消費需要を取り込む余地があるとみられることから、地元事業者が行う取組を長期的に支援していくことが重要である。

3 RESAS 活用に向けた情報発信

- ・ コロナ禍収束後の観光客入込客数の回復や、2023 年 9 月のアドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道および本イベントの直後に釧路で開催するポストサミットアドベンチャーの開催を契機としたインバウンド需要の増加を想定し、RESAS をはじめとしたオープンデータを中心に、独自データを加味し、EBPM 視点から釧路の観光関連産業に対する支援のあり方を検討した本事業の報告を目的としたセミナーを開催した。
- ・ 開催概要は下記の通りである。

開催日時	2023 年 2 月 22 日（水）13:30～15:00
場所	釧路センチュリーキャッスルホテル鳳の間
開催方式	会場およびオンライン（Teams）のハイブリット
プログラム	【報告】 EBPM 視点から見た釧路地域の観光関連産業について 【講演】 欧米人の思考（考え方）と嗜好（好み） ～飲食店がインバウンド対応を行う際に必要な取組を考える～ 講師：森田 哲史 氏 (株)NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪 <講師プロフィール> 1957 年北海道生まれ 65 歳。1988 年～2014 年まで 26 年間、ミシュランフランス本社の正社員として主に欧州で勤務。2008 年日本に逆海外赴任、これを契機にインバウンド分野に関わるようになる。2009 年発行の「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」より社長室長、広報部長、ミシュランガイド事業部長として、フランス本国からのグリーンガイド調査員のアテンド及び専属スルーガイド的役割も担当。2014 年より株式会社ぐるなび顧問を経て 2022 年より現職。 <講演内容> 日本を目指す欧米人（ミドルアッパー層）のライフスタイル（食を中心に）とは？ 欧米人が日本旅行で「これがあったら」と思うものとは？ 欧米人（含在日欧米人）が感じている日本での不都合な点とは？ 欧米人にとってのミシュランガイドとは？ フランスのレストラン事情（欧米人ミドルアッパー層が通うレストラン）とは？ 【施策紹介】 インバウンド対応に役立つ経済産業省支援施策紹介
参加者数	会場：33 名、オンライン：30 名





二次利用未承諾リスト

報告書の題名
 委託事業名 令和 4 年度産業経済研究委
 託事業（EBPM 視点に基づく、RESAS 活
 用等による地域活性化施策の効果検証
 調査）報告書

委託事業
 令和 4 年度産業経済研究委託事業
 （EBPM 視点に基づく、RESAS 活用等に
 による地域活性化施策の効果検証調査）

受注事業者名
 株式会社北海道二十一世紀総合研究所

頁	図表番号	タイトル
37	－	釧路エリア流動図
38	－	阿寒摩周エリア流動図
38	－	（参考）釧路市測位／滞在情報
64	－	キラニー国立公園写真
64	－	ダンロー溪谷写真
66	－	主要観光スポット写真（雲の列車）
66	－	サリーナス・グランデス塩原写真
66	－	クエスタ・デル・オビスポ(司教の坂)写真
76	－	OM05小樽 写真
51	－	宿泊釧路抽出企業平均_H28.8-H29.7 及び_R3.8-R4.7
51	－	宿泊全国中小企業平均_H28 及び_R2
52	－	宿泊釧路抽出企業_平均キャッシュフロー推移
52	－	宿泊_売上、従業者数、1人あたり人件費
53	－	飲食釧路抽出企業平均 H28.8-H29.7、R3.8-R4.7
53	－	飲食全国中小企業平均_H28、R2
54	－	飲食釧路抽出企業_平均キャッシュフロー推移
54	－	飲食 売上、従業者数、人件費