

令和 6 年度滋賀県観光統計調査

報 告 書

令和 7 年 3 月

滋賀県

I. 調査の概要	3
1. 調査の目的	4
2. 調査概要	4
3. 報告書の見方	4
II. 地点別調査結果	6
1. 石山寺	7
2. 近江神宮	8
3. 園城寺（三井寺）	9
4. 比叡山延暦寺	10
5. びわ湖バレイ	11
6. 道の駅「妹子の郷」	12
7. 道の駅「びわ湖大橋米プラザ」	13
8. 琵琶湖博物館	14
9. 矢橋帰帆島公園	15
10. ファーマーズマーケットおうみんち	16
11. 道の駅「アグリ郷栗東」	17
12. 近江富士花緑公園	18
13. MIHO MUSEUM	19
14. 陶芸の森（産業展示館・陶芸館）	20
15. 八幡堀	21
16. ラ コリーナ近江八幡	22
17. 太郎坊宮	23
18. 道の駅「あいとうマーガレットステーション」	24
19. 道の駅「奥永源寺溪流の里」	25
20. 道の駅「竜王かがみの里」	26
21. 彦根城	27
22. 多賀大社	28
23. 黒壁ガラス館	29
24. 道の駅「湖北みずどりステーション」	30
25. 道の駅「塩津海道あぢかまの里」	31
26. 道の駅「伊吹の里」	32
27. ローザンベリー多和田	33
28. グリーンパーク思い出の森	34
29. びわ湖こどもの国	35
30. 道の駅「藤樹の里あどがわ」	36

Ⅲ. 設問別調査結果	37
問 1 来訪者の発地.....	38
問 2 性別および年齢	39
問 3 日帰り・宿泊	40
問 4 旅行の目的	43
問 5 旅行人数・同行者	44
問 6 訪問回数の認知および回数（調査地点）	45
問 7 訪問回数の認知および回数（滋賀県）	46
問 8 立ち寄り観光地	47
問 9 県内観光消費額（県外交通費を除く）	48
問 10 観光の主要な目的	49
問 11 滋賀県観光の全体的な満足度	50
問 12 旅行を思い立った「きっかけ」	51
Ⅳ. 資料（調査票）	52

I . 調査の概要

1. 調査の目的

この調査は、滋賀県における観光客の動向や実態を把握し、今後観光振興の基礎資料とするものである。

2. 調査概要

- ・ 調査地点：滋賀県全域の 30 地点
- ・ 調査対象者：観光地を訪れた観光客および宿泊客
- ・ 調査時期：第 1 回目：令和 6 年 6 月 16 日（日）
第 2 回目：令和 6 年 8 月 25 日（日）
第 3 回目：令和 6 年 11 月 2 日（土）、24 日（日）、12 月 1 日（日）
第 4 回目：令和 7 年 3 月 8 日（土）、9 日（日）、16 日（日）
- ・ 調査方法：現地にて対象者に聞き取り調査を実施

3. 報告書の見方

- ・ 回答結果の割合「%」は有効サンプル数に対して、それぞれの回答数の割合を小数点以下第 2 位四捨五入したものです。そのため、単数回答（複数の選択肢から 1 つの選択肢を選ぶ方式）であっても合計値が 100.0%にならない場合があります。
- ・ 複数回答（複数の選択肢から 2 つ以上の選択肢を選ぶ方式）の設問の場合、回答は選択肢ごとの有効回答数に対して、それぞれの割合を示しています。そのため合計値が 100.0%を超える場合があります。
- ・ 図表中において「不明」とあるものは、回答が示されていない、または回答の判別が困難なものです。
- ・ 図表中の「N（number of case）」は、集計対象者数（あるいは回答者限定設問の限定条件に該当する人）を表しています。

調査地点	調査票回収数				
	令和6年			令和7年	合計
	6月	8月	11月	3月	
石山寺	93	94	87	93	367
近江神宮	100	100	100	85	385
園城寺（三井寺）	85	20	80	82	267
比叡山延暦寺	77	57	85	85	304
びわ湖バレイ	91	79	23	75	268
道の駅「妹子の郷」	100	82	100	93	375
道の駅「びわ湖大橋米プラザ」	86	80	85	78	329
琵琶湖博物館	100	100	100	100	400
矢橋帰帆島公園	66	58	79	99	302
ファーマーズマーケットおうみんち	99	87	87	100	373
道の駅「アグリ郷栗東」	73	77	70	71	291
近江富士花緑公園	69	48	62	79	258
MIHO MUSEUM	0	100	100	86	286
陶芸の森（産業展示館・陶芸館）	65	65	68	49	247
八幡堀	80	70	92	93	335
ラ コリーナ近江八幡	85	85	90	86	346
太郎坊宮	50	100	99	100	349
道の駅「あいとうマーガレットステーション」	85	78	80	73	316
道の駅「奥永源寺溪流の里」	80	71	88	73	312
道の駅「竜王かがみの里」	73	26	80	58	237
彦根城	84	85	91	90	350
多賀大社	77	70	76	77	300
黒壁ガラス館	85	74	86	85	330
道の駅「湖北みずどりステーション」	100	90	85	100	375
道の駅「塩津海道あぢかまの里」	85	86	90	88	349
道の駅「伊吹の里」	100	100	90	99	389
ローザンベリー多和田	100	100	95	100	395
グリーンパーク思い出の森	99	100	100	100	399
びわ湖こどもの国	83	99	89	99	370
道の駅「藤樹の里あどがわ」	100	99	100	100	399
	2,470	2,380	2,557	2,596	10,003

※休館中であったため、MIHO MUSEUM では第 1 回目の調査を実施していない。

※天候不順により観光客数が少なかった時期があるため、各調査時期における調査地点ごとの調査票回収数の目標 85 を回収できていない地点がある。

Ⅱ．地点別調査結果

1. 石山寺



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

石山寺で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 367 人分であった。そのうち滋賀県内と大阪府からの来訪が 17%と最も多く、京都府から 10%、愛知県から 9 %と続く。

大河ドラマ「光る君へ」を見たことがきっかけで来訪した人が多かった。

	調査地点名	石山寺	
1	滋賀県	62	17%
2	大阪府	61	17%
3	京都府	38	10%
4	愛知県	33	9%
5	兵庫県	29	8%
6	奈良県	18	5%
7	三重県	17	5%
8	東京都	14	4%
9	静岡県	12	3%
10	岐阜県	9	2%
	その他	74	20%
	計	367	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	975	①交通費	1,144
②宿泊費	0	②宿泊費	9,218
③土産代	1,839	③土産代	2,583
④飲食費	2,083	④飲食費	5,171
⑤入場料	1,151	⑤入場料	919
⑥その他	223	⑥その他	306
合計	6,271	合計	19,340

2. 近江神宮



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

近江神宮で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 385 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 34%と最も多く、京都府から 10%、大阪府からも同じく 10%と続く。

漫画や映画の舞台となっていることもあり、幅広い年齢層の来訪者が見られた。第 3 回目の調査では、七五三や成人式の前撮りを目的とする来訪者が多かった。

	調査地点名	近江神宮	
1	滋賀県	131	34%
2	京都府	39	10%
2	大阪府	39	10%
4	愛知県	29	8%
5	兵庫県	26	7%
6	東京都	17	4%
7	三重県	10	3%
8	神奈川県	8	2%
8	奈良県	8	2%
10	福井県	7	2%
	その他	71	18%
		385	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	1,004	①交通費	1,664
②宿泊費	0	②宿泊費	11,324
③土産代	830	③土産代	2,856
④飲食費	2,328	④飲食費	5,704
⑤入場料	123	⑤入場料	359
⑥その他	280	⑥その他	626
合計	4,566	合計	22,533

3. 園城寺（三井寺）



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

園城寺（三井寺）で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 267 人分であった。そのうち大阪府からの来訪が 19%と最も多く、滋賀県内からも同じく 19%、京都府から 13%、兵庫県から 9 %と続く。

第 1 回目、第 3 回目、第 4 回目の調査では約 250 人の来訪があったが、第 2 回目の調査では猛暑の影響により約 100 人の来訪に留まった。

	調査地点名	園城寺（三井寺）	
1	大阪府	52	19%
2	滋賀県	50	19%
3	京都府	36	13%
4	兵庫県	25	9%
5	愛知県	21	8%
6	東京都	11	4%
7	神奈川県	10	4%
7	三重県	10	4%
9	奈良県	9	3%
10	岐阜県	7	3%
	その他	36	13%
	計	267	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	1,040	①交通費	2,143
②宿泊費	0	②宿泊費	11,149
③土産代	1,191	③土産代	2,553
④飲食費	1,749	④飲食費	6,033
⑤入場料	1,048	⑤入場料	1,264
⑥その他	13	⑥その他	9
合計	5,042	合計	23,151

4. 比叡山延暦寺



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

比叡山延暦寺で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 304 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 28%と最も多く、大阪府から 16%、京都府から 10%と続く。中京圏、首都圏からの来訪者に加え、海外からの来訪者も目立った。

紅葉の時期と重なった第 3 回目の調査では約 5,000 人の来訪があり、ケーブルカーは毎回満員の状態だった。第 4 回目の調査では雪の影響で約 150 人前後の来訪に留まった。

	調査地点名	比叡山延暦寺	
1	滋賀県	84	28%
2	大阪府	49	16%
3	京都府	30	10%
4	兵庫県	28	9%
5	愛知県	14	5%
6	奈良県	13	4%
7	海外	12	4%
8	東京都	11	4%
9	神奈川県	9	3%
10	岐阜県	7	2%
10	静岡県	7	2%
	その他	40	13%
	計	304	

ケーブルカーに乗ることを目的に訪れた客もいた。

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	2,088	①交通費	1,059
②宿泊費	0	②宿泊費	8,114
③土産代	1,459	③土産代	1,691
④飲食費	1,516	④飲食費	2,432
⑤入場料	990	⑤入場料	676
⑥その他	115	⑥その他	0
合計	6,168	合計	13,971

ケーブルカーの運賃により、交通費が大きくなっている。

5. びわ湖バレイ



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

びわ湖バレイで回収できたアンケート数は、年間集計で合計 268 人分であった。そのうち大阪府からの来訪が 21%と最も多く、京都府から 15%、滋賀県からも同じく 15%と続く。

来訪者は第 3 回目の調査を除いて毎回 1,000 人を超えており、第 4 回目の調査ではスキーやスノーボードを目的に約 3,200 人の来訪があった。

	調査地点名	びわ湖バレイ	
1	大阪府	57	21%
2	京都府	41	15%
3	滋賀県	39	15%
4	兵庫県	29	11%
5	愛知県	22	8%
6	奈良県	16	6%
7	海外	12	4%
8	岐阜県	7	3%
8	三重県	7	3%
8	広島県	7	3%
	その他	31	12%
	計	268	

※悪天候のため第3回目の調査は14時まで

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	724	①交通費	2,016
②宿泊費	0	②宿泊費	12,641
③土産代	2,400	③土産代	3,310
④飲食費	2,782	④飲食費	5,930
⑤入場料	3,533	⑤入場料	2,649
⑥その他	1,576	⑥その他	4,323
合計	11,015	合計	30,868

ロープウェイの料金等により、入場料が大きくなっている。

6. 道の駅「妹子の郷」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

妹子の郷で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 375 人分であった。そのうち大阪府からの来訪が 26%と最も多く、京都府から 23%、滋賀県内から 21%と続く。この 3 府県で 7 割を占めた。

買い物目的の地元客の他に、ツーリング中の休憩で立ち寄る客や、スキーやスノーボードをしに湖西方面へ向かう途中に買い物や食事で立ち寄る客が多く見られた。

	調査地点名	道の駅「妹子の郷」	
1	大阪府	97	26%
2	京都府	85	23%
3	滋賀県	78	21%
4	兵庫県	30	8%
5	福井県	29	8%
6	愛知県	10	3%
7	石川県	8	2%
8	和歌山県	7	2%
9	三重県	5	1%
9	奈良県	5	1%
	その他	21	6%
	計	375	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	1,104	①交通費	1,367
②宿泊費	0	②宿泊費	9,770
③土産代	2,050	③土産代	2,511
④飲食費	1,860	④飲食費	4,429
⑤入場料	172	⑤入場料	347
⑥その他	545	⑥その他	0
合計	5,730	合計	18,424

7. 道の駅「びわ湖大橋米プラザ」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

びわ湖大橋米プラザで回収できたアンケート数は、年間集計で合計 329 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 35%と最も多く、京都府から 19%、大阪府から 17%と続く。

日常の買い物を目的とする地元客が多く、第 2 回目の調査からは米不足を心配して米を買う目的の客も増加した。また、バルコニーから琵琶湖を眺める客が多かった。

	調査地点名	道の駅「びわ湖大橋米プラザ」	
1	滋賀県	116	35%
2	京都府	62	19%
3	大阪府	56	17%
4	兵庫県	20	6%
5	愛知県	16	5%
6	岐阜県	9	3%
7	三重県	6	2%
7	奈良県	6	2%
9	東京都	5	2%
10	神奈川県	4	1%
	その他	29	9%
	計	329	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	565	①交通費	1,168
②宿泊費	0	②宿泊費	10,885
③土産代	1,840	③土産代	2,235
④飲食費	1,275	④飲食費	4,946
⑤入場料	184	⑤入場料	552
⑥その他	46	⑥その他	39
合計	3,910	合計	19,825

地元客の割合が大きく、日帰り客の交通費は小さくなっている。

8. 琵琶湖博物館



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

琵琶湖博物館で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 400 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 35%と最も多く、大阪府から 16%、京都府から 13%と続く。

第 1 回目の調査日は、県内に在住する親子・家族連れは常設展示の観覧料が無料になる第 3 日曜日であったことから、4,000 人を超える来訪者があった。

	調査地点名	琵琶湖博物館	
1	滋賀県	139	35%
2	大阪府	62	16%
3	京都府	53	13%
4	愛知県	40	10%
5	兵庫県	29	7%
6	三重県	17	4%
7	石川県	10	3%
7	奈良県	10	3%
9	岐阜県	6	2%
10	東京都	5	1%
10	福井県	5	1%
10	静岡県	5	1%
	その他	19	5%
		400	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	535	①交通費	1,090
②宿泊費	0	②宿泊費	11,510
③土産代	1,005	③土産代	2,670
④飲食費	1,686	④飲食費	5,090
⑤入場料	643	⑤入場料	1,071
⑥その他	35	⑥その他	205
合計	3,904	合計	21,637

地元客の割合が大きく、日帰り客の交通費は小さくなっている。

9. 矢橋帰帆島公園



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

矢橋帰帆島公園で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 302 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 75%と最も多く、京都府から 19%、大阪府から 4 %と続く。

全 4 回の調査を通し、使用禁止の遊具があったことから、早く整備してほしいという声が多く聞かれた。

	調査地点名	矢橋帰帆島公園	
1	滋賀県	227	75%
2	京都府	57	19%
3	大阪府	12	4%
4	愛知県	3	1%
5	兵庫県	2	1%
6	福井県	1	0%
	計	302	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	177	①交通費	255
②宿泊費	0	②宿泊費	802
③土産代	198	③土産代	100
④飲食費	1,139	④飲食費	1,833
⑤入場料	133	⑤入場料	197
⑥その他	16	⑥その他	0
合計	1,663	合計	3,186

公園施設であるため、全体的に消費額が小さくなっている。また、宿泊客は園内の宿泊施設を利用した方が多く、宿泊費が小さくなっている。

10. ファーマーズマーケットおうみんち



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

ファーマーズマーケットおうみんちで回収できたアンケート数は、年間集計で合計 373 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 85%と最も多く、次いで京都府から 11%と、この 2 府県で 9 割以上を占めた。

	調査地点名	ファーマーズマーケットおうみんち	
1	滋賀県	317	85%
2	京都府	41	11%
3	大阪府	9	2%
4	福井県	2	1%
4	兵庫県	2	1%
	その他	2	1%
	計	373	

低価格で購入できる米や花き類、野菜類の人気が高く、リピーター客が大半を占めていた。また令和 3 年度に実施した前回調査では新型コロナウイルスの流行で中止されていたバイキング形式のレストランも好評であった。

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	208	①交通費	1,317
②宿泊費	0	②宿泊費	10,833
③土産代	3,511	③土産代	9,167
④飲食費	449	④飲食費	10,417
⑤入場料	11	⑤入場料	500
⑥その他	0	⑥その他	0
合計	4,178	合計	32,233

野菜のまとめ買いや米の量り売りにより、土産代が大きくなっている。

1 1. 道の駅「アグリ」の郷栗東」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

アグリ」の郷栗東で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 291 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 63%と最も多く、大阪府から 13%、京都府から 8 %と続く。この 3 府県で 8 割以上を占めた。

第 1 回目の調査日には「めだかすくい」のイベントが開催され、子ども連れの客が多かった。また、店内レストランや駐車場から新幹線を見ることができ、第 4 回目の調査ではドクターイエローの見物を目的に来訪する客が多かった。

	調査地点名	道の駅「アグリ」の郷栗東」	
1	滋賀県	184	63%
2	大阪府	38	13%
3	京都府	22	8%
4	兵庫県	17	6%
5	奈良県	6	2%
6	愛知県	5	2%
7	岐阜県	4	1%
7	三重県	4	1%
7	和歌山県	4	1%
10	東京都	2	1%
	その他	5	2%
	計	291	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	470	①交通費	796
②宿泊費	0	②宿泊費	4,529
③土産代	1,407	③土産代	3,312
④飲食費	1,012	④飲食費	1,941
⑤入場料	37	⑤入場料	424
⑥その他	818	⑥その他	0
合計	3,745	合計	11,002

1 2. 近江富士花緑公園



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

近江富士花緑公園で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 258 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 88%に上り、地元客がほとんどだった。

三上山への登山客や家族連れが目立った。第 2 回目の調査では、猛暑の影響で 100 人未満の来訪に留まった。

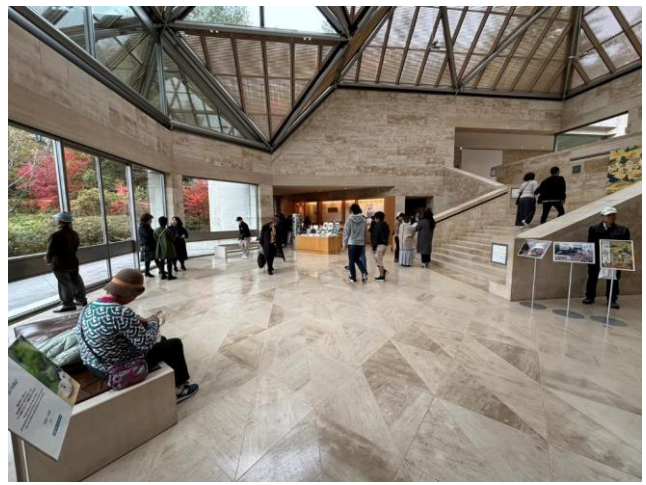
	調査地点名	近江富士花緑公園	
1	滋賀県	227	88%
2	京都府	16	6%
3	大阪府	5	2%
4	愛知県	3	1%
4	兵庫県	3	1%
6	三重県	2	1%
	その他	2	1%
	計	258	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	359	①交通費	814
②宿泊費	0	②宿泊費	7,857
③土産代	74	③土産代	357
④飲食費	471	④飲食費	5,429
⑤入場料	15	⑤入場料	1,014
⑥その他	16	⑥その他	671
合計	934	合計	16,143

弁当を持参する近隣に住む客が多く、交通費と飲食費は小さくなっている。土産の購入も少ない。

1 3. MIHO MUSEUM



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

MIHO MUSEUM で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 286 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 20%と最も多く、大阪府から 15%、京都府が 13%、愛知県から 9 %と続く。

毎回の調査で 1,000 人近くの来訪者があり、海外からの来訪者も目立った。インスタグラムなどの SNS がきっかけで訪れた客も多かった。

	調査地点名	MIHO MUSEUM	
1	滋賀県	57	20%
2	大阪府	44	15%
3	京都府	37	13%
4	愛知県	27	9%
5	兵庫県	26	9%
6	三重県	15	5%
7	岐阜県	14	5%
8	奈良県	10	3%
9	東京都	8	3%
9	海外	8	3%
	その他	40	14%
	計	286	

※休館のため第1回目の調査は未実施

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	1,100	①交通費	2,694
②宿泊費	0	②宿泊費	13,500
③土産代	1,231	③土産代	3,000
④飲食費	2,515	④飲食費	6,418
⑤入場料	1,266	⑤入場料	1,179
⑥その他	36	⑥その他	0
合計	6,147	合計	26,791

1 4. 陶芸の森（産業展示館・陶芸館）



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

陶芸の森で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 247 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 28%と最も多く、大阪府から 16%、京都府から 13%と続く。

第 2 回目の調査日はホールでピアノの発表会があり、来訪者が多かった。

陶器の鑑賞に加え、施設内のレストラン「銀月舎」での昼食を目的とした来訪も目立った。

	調査地点名	陶芸の森（産業展示館・陶芸館）	
1	滋賀県	70	28%
2	大阪府	39	16%
3	京都府	33	13%
4	三重県	20	8%
5	愛知県	18	7%
6	奈良県	15	6%
7	兵庫県	11	4%
8	和歌山県	6	2%
9	東京都	5	2%
9	静岡県	5	2%
	その他	25	10%
	計	247	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	842	①交通費	1,654
②宿泊費	0	②宿泊費	14,516
③土産代	2,195	③土産代	4,990
④飲食費	2,931	④飲食費	6,384
⑤入場料	217	⑤入場料	961
⑥その他	79	⑥その他	71
合計	6,265	合計	28,576

15. 八幡堀



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

八幡堀で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 335 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 23%と最も多く、大阪府から 17%、愛知県から 16%と続く。

八幡堀のみを目的とした来訪は少なく、八幡堀周辺の街並みの散策や、ラ コリーナ近江八幡にも訪れる客が目立った。また、近江牛の昼食を目当てとする客が多く見られた。

第3回目の調査では、七五三で日牟禮八幡宮を訪れる家族連れが目立った。

	調査地点名	八幡堀	
1	滋賀県	76	23%
2	大阪府	56	17%
3	愛知県	54	16%
4	京都府	31	9%
5	兵庫県	24	7%
6	三重県	20	6%
7	東京都	14	4%
7	岐阜県	14	4%
9	静岡県	8	2%
10	奈良県	6	2%
	その他	32	10%
	計	335	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	1,058	①交通費	2,370
②宿泊費	0	②宿泊費	13,916
③土産代	2,180	③土産代	4,222
④飲食費	2,792	④飲食費	6,413
⑤入場料	225	⑤入場料	1,466
⑥その他	67	⑥その他	91
合計	6,323	合計	28,479

近江牛の昼食をとる客の影響で、飲食費が大きくなっている。

16. ラ コリーナ近江八幡



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

ラ コリーナ近江八幡で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 346 人分であった。そのうち大阪府からの来訪が 23%と最も多く、滋賀県内から 14%、愛知県から 13%、兵庫県からも同じく 13%と続く。また、その他が 11%に上り、近畿圏外からの来訪者も多かった。

第 2 回目の調査日は店舗メンテナンスにより一部休業しており、メインショップ・カフェのみの営業であった。

	調査地点名	ラ コリーナ近江八幡	
1	大阪府	80	23%
2	滋賀県	47	14%
3	愛知県	45	13%
3	兵庫県	45	13%
5	京都府	28	8%
6	三重県	26	8%
7	岐阜県	11	3%
7	奈良県	11	3%
9	神奈川県	7	2%
9	徳島県	7	2%
	その他	39	11%
	計	346	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	849	①交通費	1,263
②宿泊費	0	②宿泊費	13,556
③土産代	4,488	③土産代	4,997
④飲食費	2,765	④飲食費	5,749
⑤入場料	160	⑤入場料	392
⑥その他	102	⑥その他	521
合計	8,364	合計	26,478

バームクーヘンを含む菓子の人気の高さから、土産代が大きくなっている。

17. 太郎坊宮



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

太郎坊宮で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 349 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 45%と最も多く、大阪府から 12%、愛知県から 9 %と続く。

第 1 回目の調査では降雨により 150 人程度の来訪者であったが、2 回目以降は概算で 400～500 人の来訪があった。

第 2 回目の調査では、リアル宝探しイベント「にじいろレイク探検隊」に参加する客が多かった。

	調査地点名	太郎坊宮	
1	滋賀県	158	45%
2	大阪府	41	12%
3	愛知県	33	9%
4	京都府	27	8%
5	三重県	18	5%
5	兵庫県	18	5%
7	岐阜県	11	3%
7	奈良県	11	3%
9	福井県	8	2%
10	神奈川県	4	1%
10	石川県	4	1%
	その他	16	5%
	計	349	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	848	①交通費	2,196
②宿泊費	0	②宿泊費	9,255
③土産代	825	③土産代	3,428
④飲食費	1,402	④飲食費	6,611
⑤入場料	41	⑤入場料	184
⑥その他	141	⑥その他	158
合計	3,257	合計	21,832

18. 道の駅「あいとうマーガレットステーション」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

あいとうマーガレットステーションで回収できたアンケート数は、年間集計で合計 316 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 55%と最も多く、それ以下は三重県、大阪府と続くが 10%以下の数字となっている。

観光を目的とする客は少なく、日常の買い物为目的の地元客が多かった。

	調査地点名	道の駅「あいとうマーガレットステーション」	
1	滋賀県	174	55%
2	三重県	30	9%
2	大阪府	30	9%
4	京都府	26	8%
5	岐阜県	15	5%
6	愛知県	11	3%
6	奈良県	11	3%
8	兵庫県	9	3%
9	福井県	3	1%
9	和歌山県	3	1%
	その他	4	1%
	計	316	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	767	①交通費	1,252
②宿泊費	0	②宿泊費	10,310
③土産代	2,748	③土産代	3,885
④飲食費	1,578	④飲食費	4,460
⑤入場料	164	⑤入場料	359
⑥その他	4	⑥その他	34
合計	5,261	合計	20,301

地元客が多いため、交通費は小さくなっている。

19. 道の駅「奥永源寺溪流の里」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

奥永源寺溪流の里で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 312 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 31%と最も多く、三重県から 26%、愛知県から 20%と続く。三重県寄りに位置しているため、近畿圏よりも中京圏からの来訪者が多かったと考えられる。

ツーリング客のほか、名物のカレーやピザなどを目的とした客も多かった。

	調査地点名	道の駅「奥永源寺溪流の里」	
1	滋賀県	97	31%
2	三重県	82	26%
3	愛知県	61	20%
4	大阪府	23	7%
5	岐阜県	21	7%
6	京都府	17	5%
7	兵庫県	4	1%
8	奈良県	3	1%
9	静岡県	2	1%
	その他	2	1%
	計	312	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	598	①交通費	629
②宿泊費	0	②宿泊費	2,441
③土産代	1,773	③土産代	2,118
④飲食費	1,763	④飲食費	3,235
⑤入場料	106	⑤入場料	412
⑥その他	8	⑥その他	0
合計	4,249	合計	8,835

20. 道の駅「竜王かがみの里」



● 来訪者の居住地と調査地点の状況について

竜王かがみの里で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 237 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 51%と半分以上を占め、大阪府から 13%、京都府から 9%と続く。

第 3 回目の調査日には「21周年感謝フェア」が開催されており、約1,000人の来訪者があった。

	調査地点名	道の駅「竜王かがみの里」	
1	滋賀県	120	51%
2	大阪府	31	13%
3	京都府	22	9%
4	岐阜県	16	7%
5	愛知県	10	4%
6	三重県	9	4%
6	兵庫県	9	4%
8	奈良県	6	3%
9	福井県	5	2%
10	東京都	3	1%
	その他	6	3%
	計	237	

● 一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	438	①交通費	1,150
②宿泊費	0	②宿泊費	10,684
③土産代	2,935	③土産代	3,579
④飲食費	1,243	④飲食費	5,711
⑤入場料	86	⑤入場料	1,000
⑥その他	56	⑥その他	921
合計	4,757	合計	23,045

買い物目的の地元客が多く、交通費は小さくなっている。

2 1. 彦根城



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

彦根城で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 350 人分であった。そのうち大阪府からの来訪が 18%と最も多く、滋賀県内から 17%、愛知県から 13%と続く。

第 1 回目、第 2 回目の調査では、急な雨など天候不良により普段と比べて来訪者が少なかった。

	調査地点名	彦根城	
1	大阪府	63	18%
2	滋賀県	59	17%
3	愛知県	46	13%
4	京都府	26	7%
5	兵庫県	24	7%
6	岐阜県	23	7%
7	東京都	18	5%
8	福井県	12	3%
8	三重県	12	3%
10	奈良県	11	3%
	その他	56	16%
	計	350	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	1,879	①交通費	2,246
②宿泊費	0	②宿泊費	10,489
③土産代	2,126	③土産代	3,875
④飲食費	2,266	④飲食費	4,178
⑤入場料	1,201	⑤入場料	1,146
⑥その他	7	⑥その他	0
合計	7,479	合計	21,933

22. 多賀大社



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

多賀大社で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 300 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 36%と最も多く、愛知県から 21%、大阪府から 10%と続く。

午前中に来訪者が集中し、午後になると極端に減る傾向にあった。

第 3 回目の調査では、七五三で来訪した客が多かった。

	調査地点名	多賀大社	
1	滋賀県	107	36%
2	愛知県	63	21%
3	大阪府	29	10%
4	岐阜県	27	9%
5	三重県	19	6%
6	京都府	12	4%
7	福井県	9	3%
7	兵庫県	9	3%
9	東京都	7	2%
10	静岡県	4	1%
	その他	14	5%
	計	300	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	768	①交通費	1,875
②宿泊費	0	②宿泊費	10,633
③土産代	1,390	③土産代	3,423
④飲食費	1,682	④飲食費	5,794
⑤入場料	65	⑤入場料	544
⑥その他	89	⑥その他	19
合計	3,995	合計	22,288

23. 黒壁ガラス館



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

黒壁ガラス館で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 330 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 34%と最も多く、愛知県から 17%、大阪府から 11%、岐阜県から 9%と続く。

他の調査地点に比べ、中京圏からの来訪者が多かった。

	調査地点名	黒壁ガラス館	
1	滋賀県	113	34%
2	愛知県	57	17%
3	大阪府	36	11%
4	岐阜県	30	9%
5	京都府	22	7%
6	福井県	20	6%
7	兵庫県	14	4%
8	三重県	10	3%
9	奈良県	4	1%
9	和歌山県	4	1%
9	岡山県	4	1%
	その他	16	5%
	計	330	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	729	①交通費	1,360
②宿泊費	0	②宿泊費	11,228
③土産代	1,733	③土産代	3,864
④飲食費	2,416	④飲食費	6,127
⑤入場料	254	⑤入場料	732
⑥その他	42	⑥その他	123
合計	5,175	合計	23,436

長浜市街全体を観光する客が多く、飲食費や土産代が大きくなっている。

24. 道の駅「湖北みずどりステーション」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

湖北みずどりステーションで回収できたアンケート数は、年間集計で合計 375 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 53%と最も多く、岐阜県から 10%、愛知県から 9 %と続く。

マルシェの開催や小鮎の天ぷらの販売情報をInstagramで知り来訪する地元客が多かった。

地元客以外では、他地域へ行く途中に休憩として立ち寄った客の他、バイクや自転車のツーリング客が多かった。

	調査地点名	道の駅「湖北みずどりステーション」	
1	滋賀県	200	53%
2	岐阜県	36	10%
3	愛知県	34	9%
4	福井県	25	7%
5	京都府	19	5%
6	大阪府	18	5%
7	三重県	12	3%
8	兵庫県	8	2%
9	東京都	6	2%
10	奈良県	4	1%
	その他	13	3%
	計	375	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	827	①交通費	1,621
②宿泊費	0	②宿泊費	10,951
③土産代	1,658	③土産代	2,713
④飲食費	1,543	④飲食費	5,223
⑤入場料	34	⑤入場料	96
⑥その他	48	⑥その他	100
合計	4,110	合計	20,703

25. 道の駅「塩津海道あぢかまの里」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

塩津海道あぢかまの里で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 349 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 37%と最も多く、次いで愛知県から 15%、岐阜県から 12%と、中京圏からの来訪者が多かった。

自転車やバイクのツーリング客が多く、琵琶湖一周の途中に立ち寄る客も散見された。

全調査日で約 2,000～4,000 人の来訪者があり、第 4 回目の調査日にはイベントが開催されていたことから、地元客が特に多く見られた。

	調査地点名	道の駅「塩津海道あぢかまの里」	
1	滋賀県	128	37%
2	愛知県	52	15%
3	岐阜県	41	12%
4	福井県	34	10%
5	大阪府	29	8%
6	京都府	20	6%
7	三重県	12	3%
8	石川県	5	1%
8	兵庫県	5	1%
10	奈良県	4	1%
	その他	19	5%
	計	349	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	642	①交通費	1,344
②宿泊費	0	②宿泊費	10,097
③土産代	1,839	③土産代	3,379
④飲食費	1,722	④飲食費	4,476
⑤入場料	87	⑤入場料	400
⑥その他	10	⑥その他	89
合計	4,301	合計	19,784

26. 道の駅「伊吹の里」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

伊吹の里で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 389 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 35%と最も多く、次いで岐阜県から 22%、愛知県から 20%と、中京圏からの来訪者が多かった。

近くの蕎麦店が目当ての客や、目の前に広がる伊吹山の風景を楽しむ客が多く見られた。

	調査地点名	道の駅「伊吹の里」	
1	滋賀県	138	35%
2	岐阜県	85	22%
3	愛知県	78	20%
4	三重県	30	8%
5	大阪府	20	5%
6	福井県	11	3%
7	京都府	10	3%
8	奈良県	5	1%
9	兵庫県	4	1%
10	埼玉県	2	1%
10	石川県	2	1%
	その他	4	1%
	計	389	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	790	①交通費	879
②宿泊費	0	②宿泊費	9,274
③土産代	1,304	③土産代	1,613
④飲食費	1,860	④飲食費	3,597
⑤入場料	110	⑤入場料	65
⑥その他	25	⑥その他	0
合計	4,090	合計	15,427

27. ローザンベリー多和田



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

ローザンベリー多和田で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 395 人分であった。そのうち愛知県からの来訪が 19%と最も多く、大阪府から 18%、滋賀県内から 14%と続く。

Instagramで「ひつじのショーン ファームガーデン」を見たことをきっかけに来訪した客が目立った。

	調査地点名	ローザンベリー多和田	
1	愛知県	75	19%
2	大阪府	72	18%
3	滋賀県	56	14%
4	三重県	32	8%
5	岐阜県	30	8%
6	福井県	24	6%
6	京都府	24	6%
8	兵庫県	21	5%
9	石川県	13	3%
10	奈良県	9	2%
	その他	39	10%
	計	395	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	986	①交通費	1,420
②宿泊費	0	②宿泊費	11,030
③土産代	2,127	③土産代	3,785
④飲食費	2,890	④飲食費	5,943
⑤入場料	2,109	⑤入場料	2,075
⑥その他	15	⑥その他	82
合計	8,127	合計	24,335

レストランやショップが充実しており、土産代と飲食費が大きくなっている。

28. グリーンパーク思い出の森



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

グリーンパーク思い出の森で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 399 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 55%と最も多く、続いて京都府から 23%、大阪府から 10%と、3 府県で 9 割弱を占める。

全 4 回の調査を通して「くつき温泉てんくう」を目的とした来訪が 7 割程度を占めており、地元客からの人気の高さがうかがえる。

第 4 回目の調査では、蛇谷ヶ峰への登山客も多く見られた。

	調査地点名	グリーンパーク思い出の森	
1	滋賀県	218	55%
2	京都府	93	23%
3	大阪府	40	10%
4	愛知県	13	3%
5	兵庫県	8	2%
6	福井県	7	2%
7	奈良県	6	2%
8	岐阜県	4	1%
9	石川県	2	1%
9	三重県	2	1%
9	和歌山県	2	1%
	その他	4	1%
	計	399	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	819	①交通費	546
②宿泊費	0	②宿泊費	6,836
③土産代	298	③土産代	1,078
④飲食費	1,542	④飲食費	3,512
⑤入場料	794	⑤入場料	920
⑥その他	69	⑥その他	99
合計	3,521	合計	12,992

29. びわ湖こどもの国



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

びわ湖こどもの国で回収できたアンケート数は、年間集計で合計 370 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 38%と最も多く、京都府から 25%、大阪府から 15%と続く。この 3 府県で 8 割弱を占めた。

地元の家族連れの利用が非常に多く、利用料が安価であることから、リピーター客も多く見られた。

	調査地点名	びわ湖こどもの国	
1	滋賀県	142	38%
2	京都府	92	25%
3	大阪府	57	15%
4	福井県	18	5%
5	兵庫県	14	4%
6	愛知県	12	3%
7	岐阜県	9	2%
8	石川県	6	2%
8	三重県	6	2%
10	奈良県	3	1%
	その他	11	3%
	計	370	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	399	①交通費	424
②宿泊費	0	②宿泊費	5,835
③土産代	114	③土産代	467
④飲食費	1,894	④飲食費	5,029
⑤入場料	234	⑤入場料	291
⑥その他	108	⑥その他	172
合計	2,748	合計	12,217

身体を動かして遊ぶことが目的の施設であることから、土産物にかかる金額は小さくなっている。

30. 道の駅「藤樹の里あどがわ」



●来訪者の居住地と調査地点の状況について

藤樹の里あどがわで回収できたアンケート数は、年間集計で合計 399 人分であった。そのうち滋賀県内からの来訪が 30%と最も多く、京都府から 23%、大阪府からも同じく 23%と続く。

地元客の買い物での利用が多かったが、他地域への旅行の途中に立ち寄る客も多く見られた。また施設内のレストランにも人気があり、食事を目的とする客も多かった。

	調査地点名	道の駅「藤樹の里あどがわ」	
1	滋賀県	120	30%
2	京都府	90	23%
2	大阪府	90	23%
4	福井県	30	8%
5	兵庫県	18	5%
6	愛知県	12	3%
7	和歌山県	8	2%
8	三重県	7	2%
9	岐阜県	6	2%
10	石川県	4	1%
10	奈良県	4	1%
	その他	10	3%
	計	399	

●一人当たりの費用（県外交通費を除く）

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	533	①交通費	589
②宿泊費	0	②宿泊費	6,773
③土産代	1,913	③土産代	2,457
④飲食費	1,720	④飲食費	3,427
⑤入場料	155	⑤入場料	247
⑥その他	1	⑥その他	25
合計	4,321	合計	13,517

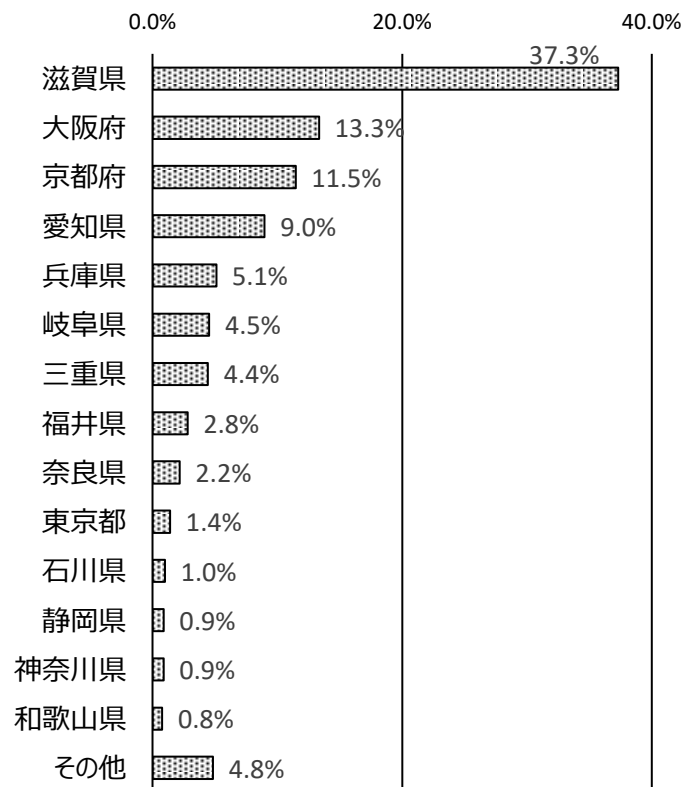
Ⅲ. 設問別調査結果

問 1 来訪者の発地

回答者の住まいを全体でみると、「滋賀県」が 37.3%で最も多く、次いで「大阪府」13.3%、「京都府」11.5%、「愛知県」9.0%、「兵庫県」5.1%となっている。

【全体】

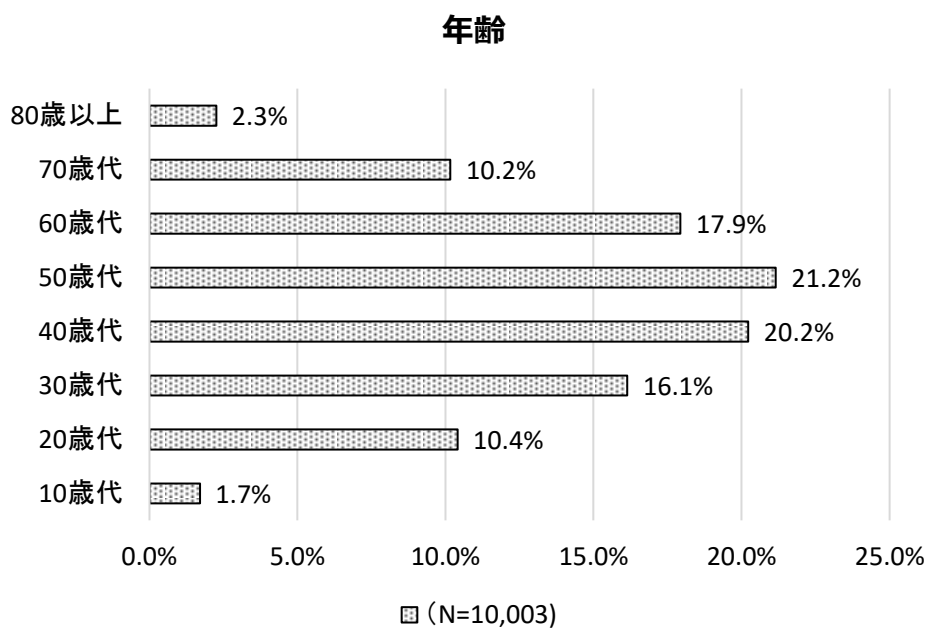
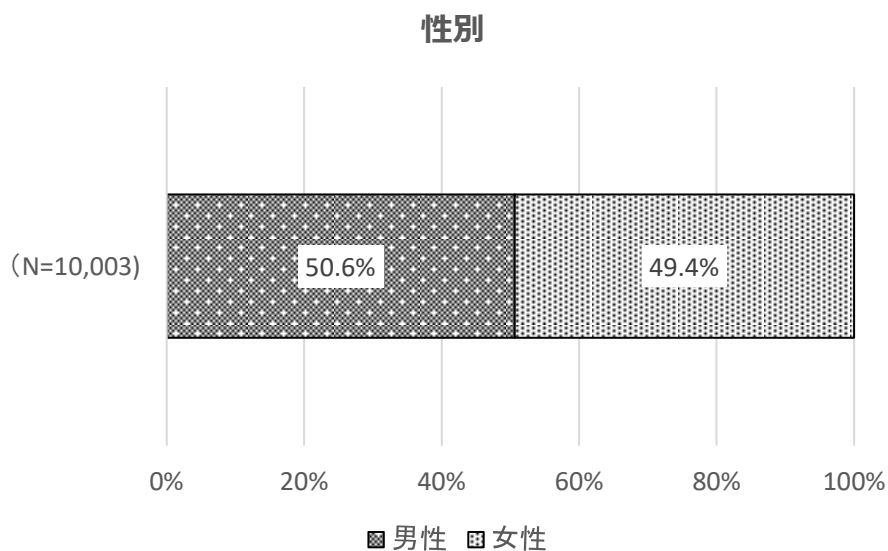
都道府県	人数
滋賀県	3,734
大阪府	1,335
京都府	1,149
愛知県	897
兵庫県	511
岐阜県	454
三重県	444
福井県	281
奈良県	218
東京都	141
石川県	100
静岡県	90
神奈川県	88
和歌山県	77
その他	484
計	10,003



N=10,003

問2 性別および年齢

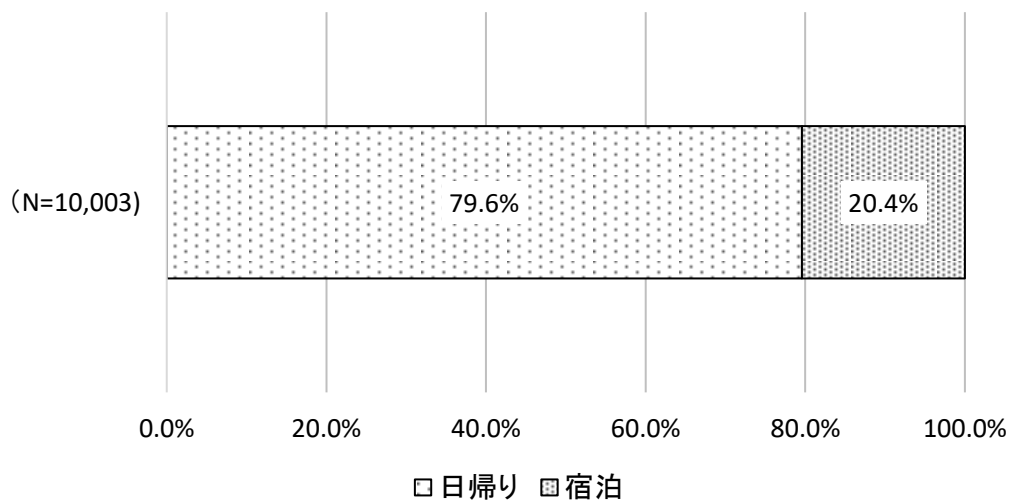
回答者の性別を全体で見ると、「男性」が「女性」を少し上回っている。年齢別では、50歳代が21.2%で最も多く、続いて40歳代の20.2%、60歳代の17.9%となっている。



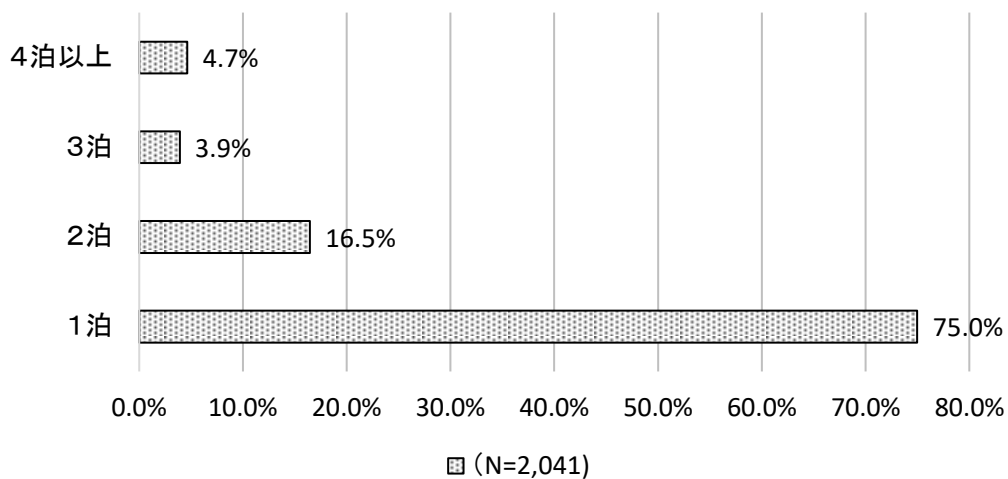
問3 日帰り・宿泊

回答者の日帰り、宿泊を全体でみると、約 8 割が「日帰り」となっている。また、宿泊日数については回答者の 7 割以上が 1 泊となっている。

日帰り・宿泊

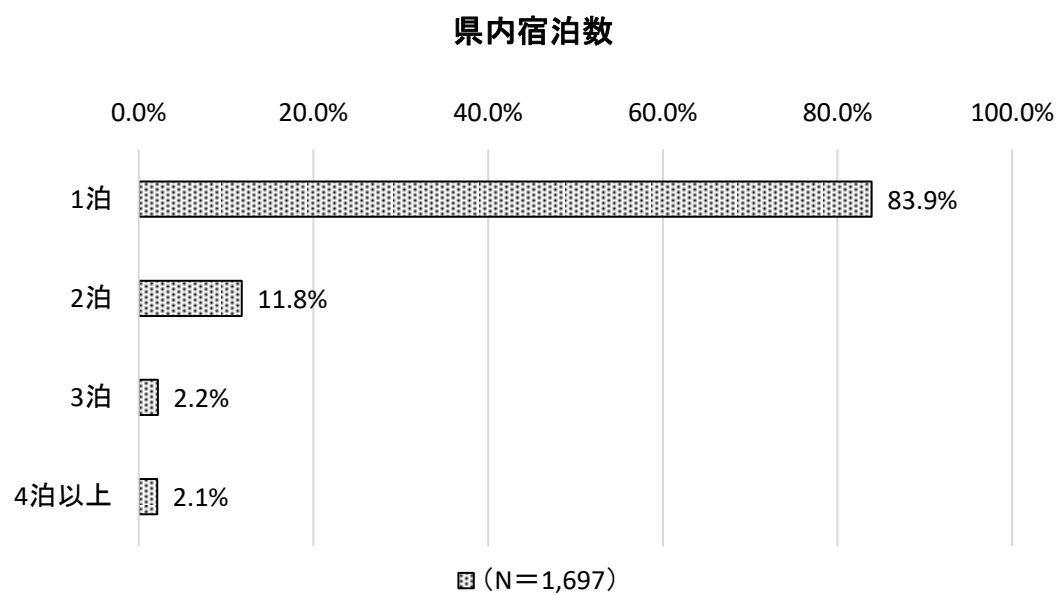


宿泊日数

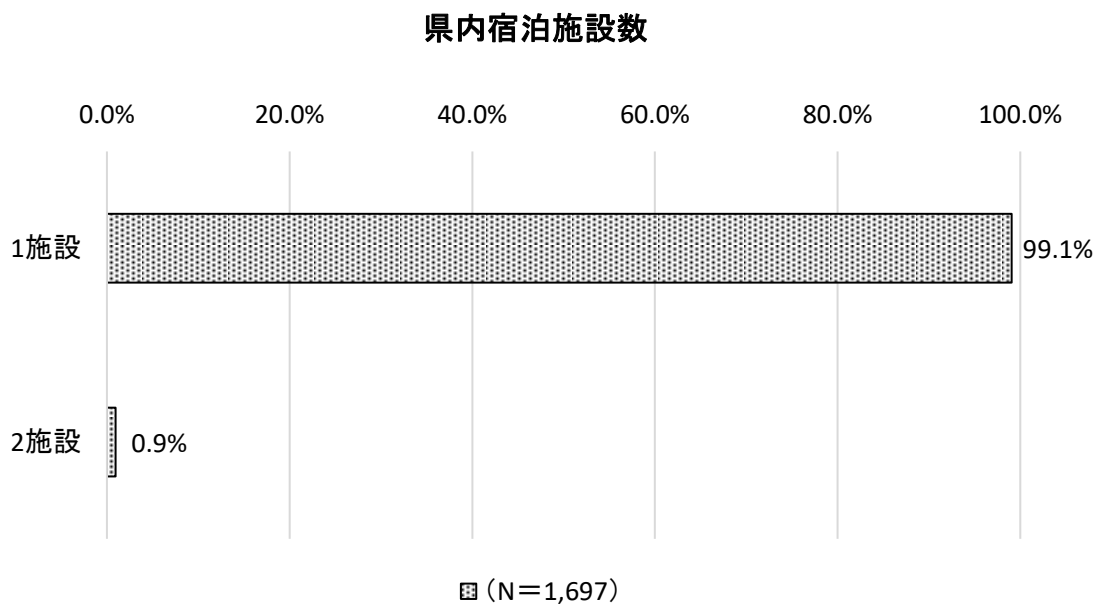


[県内宿泊]

回答者の県内宿泊数を全体でみると、「1泊」が8割以上となっている。県内宿泊施設数は「1施設」が99.1%と全体のほとんどを占めており、3施設以上宿泊した来訪者はいなかった。



[県内宿泊施設数]

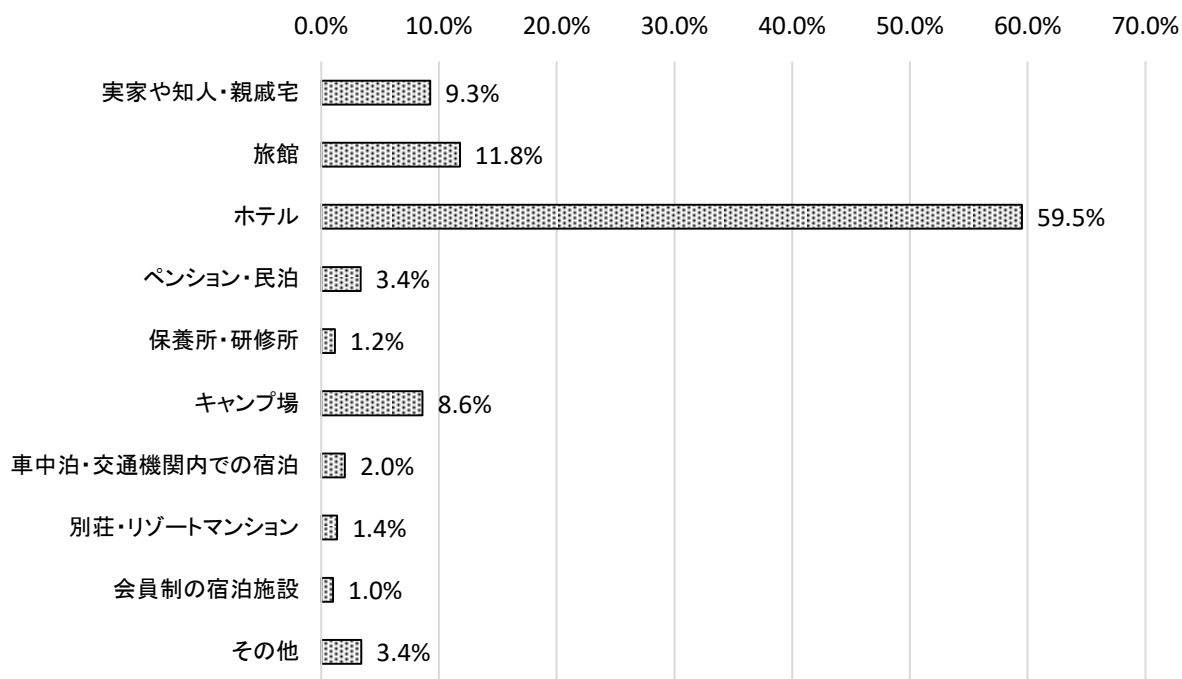


[県内宿泊施設数の内訳]

回答者の県内宿泊施設数の内訳を全体でみると、「ホテル」が 59.5%と最も高く、次いで「旅館」11.8%、「実家や知人・親戚宅」9.3%となっている。

[全体]

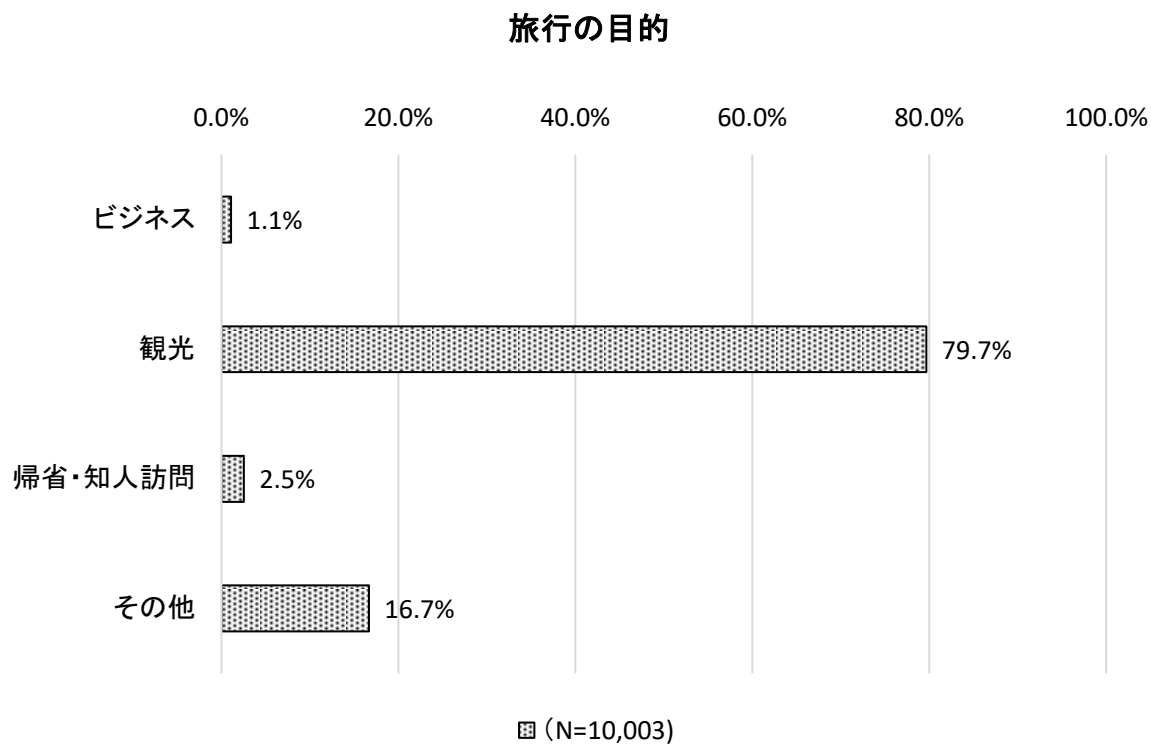
利用施設内訳



■ (N=1,697)

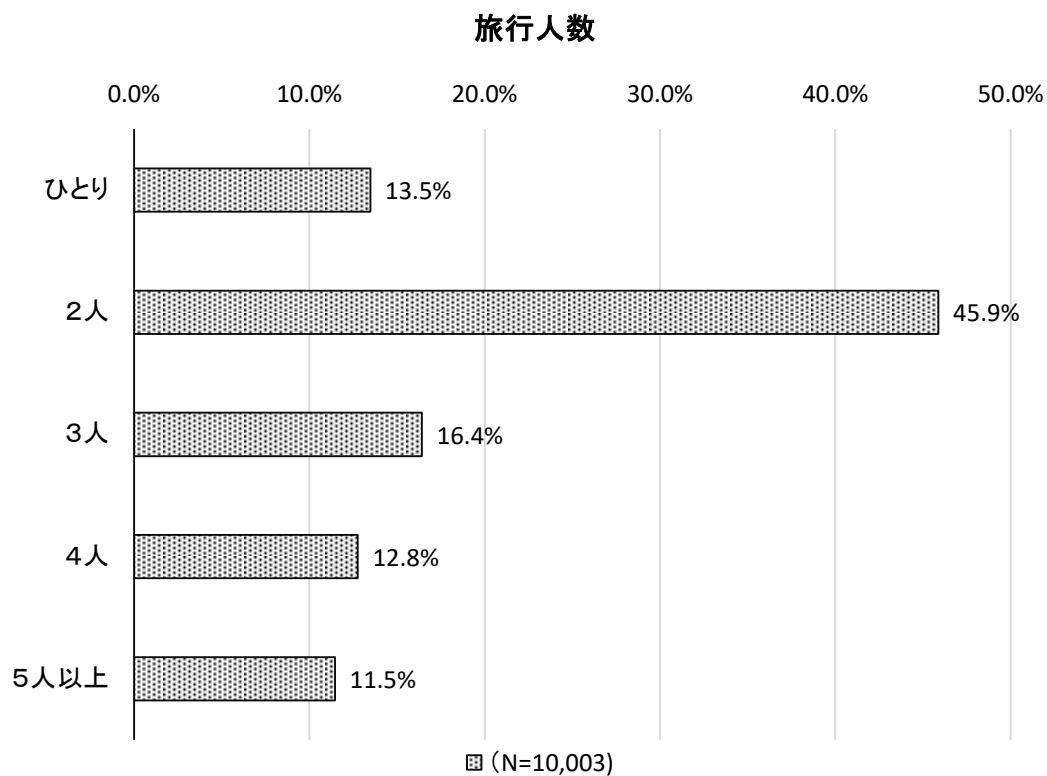
問4 旅行の目的

回答者の旅行の目的を全体で見ると、約8割が「観光」となっている。「その他」が16.7%と続いて多くになっているが、アンケートの内容から普段の買い物や散歩といった内訳が多くあった。

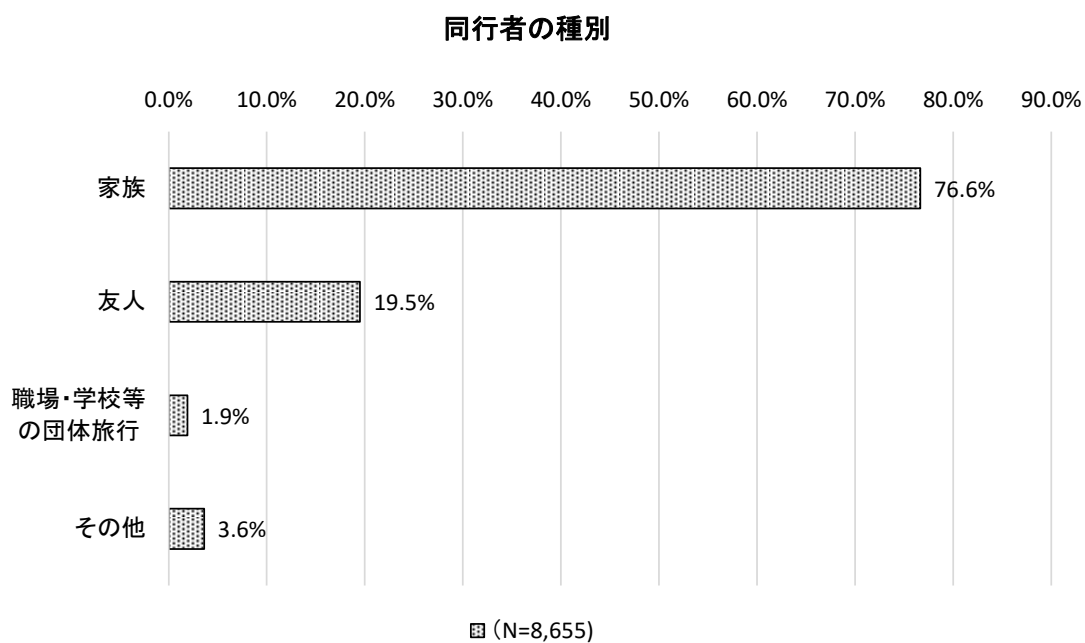


問5 旅行人数・同行者

回答者の旅行の人数を全体でみると、「2人」が45.9%で最も多く、次いで「3人」16.4%、「ひとり」13.5%となっている。ひとり以外の回答者において同行者の種別を全体でみると、「家族」が76.6%で最も多く、次いで「友人」19.5%となっている。



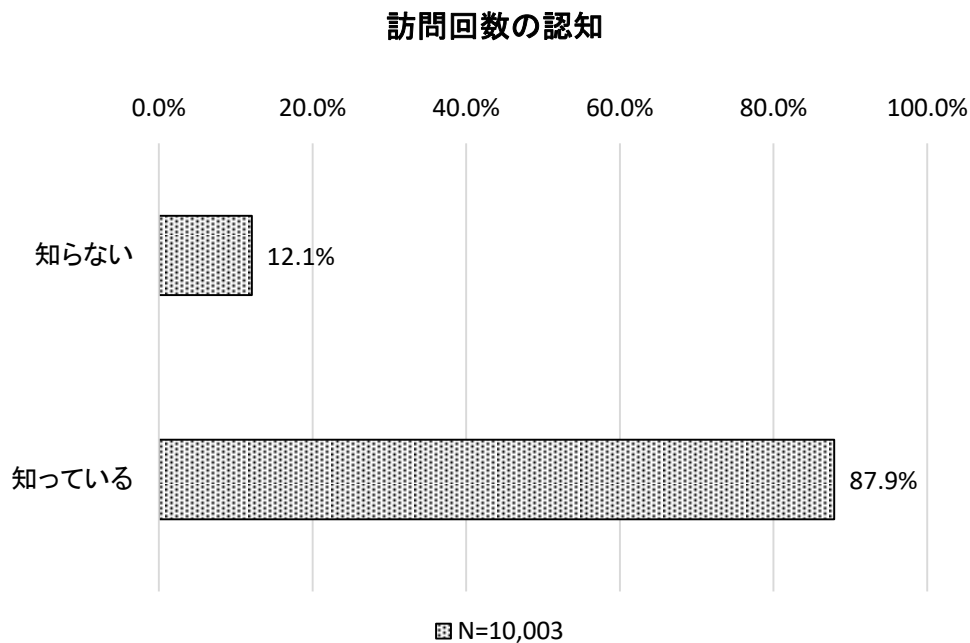
[同行者の種別]



問 6 訪問回数の認知および回数（調査地点）

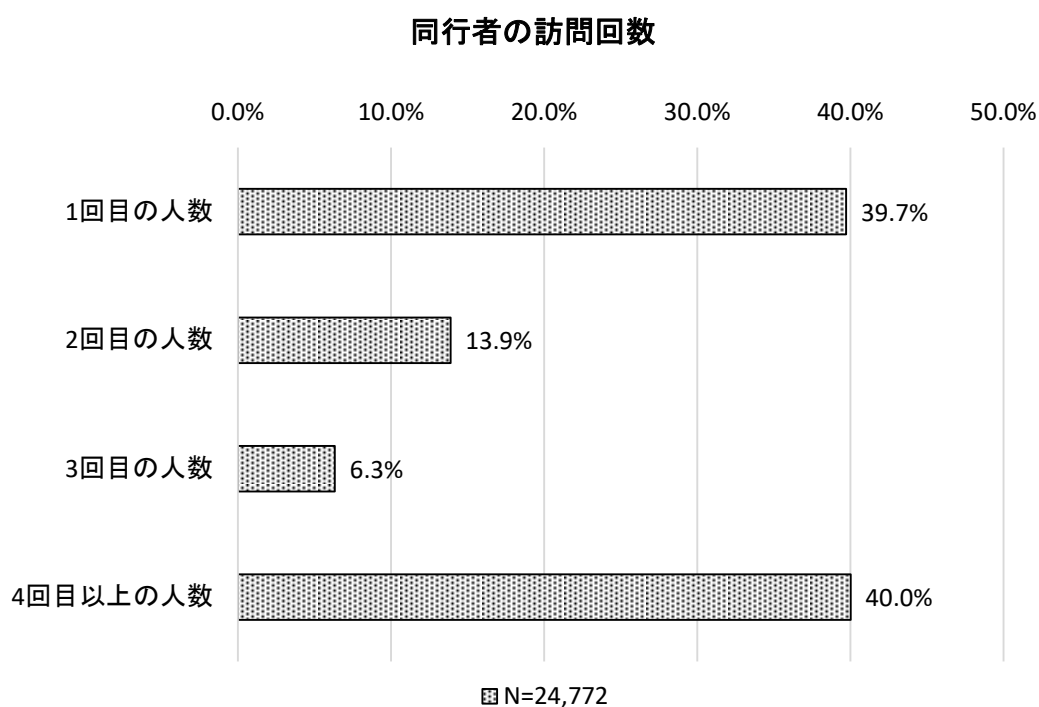
回答者の訪問回数の認知を全体でみると、「知っている」が8割以上と多く、四半期別でみてもこの傾向はほとんど変わらない。

訪問回数の認知（調査地点）



上記で「知っている」と回答した方の調査地点への訪問回数を全体でみると、「4 回目以上」が40.0%で最も多く、次いで「1 回目」39.7%、「2 回目」13.9%となっている。

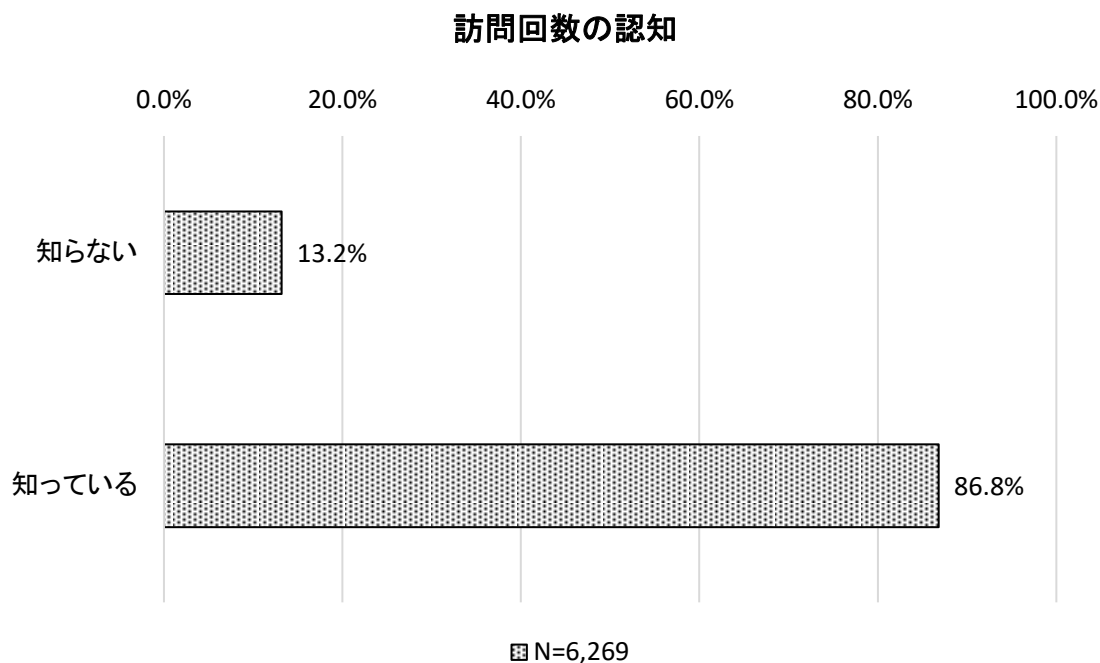
訪問回数（調査地点）



問7 訪問回数の認知および回数（滋賀県）

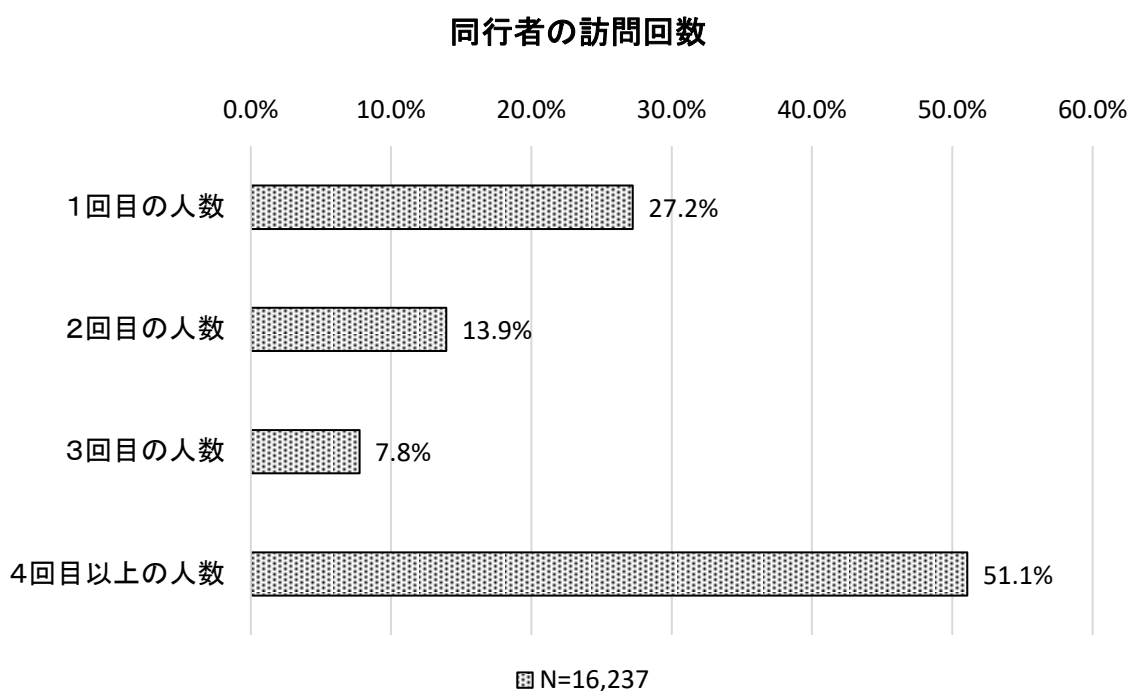
滋賀県以外から訪れた回答者を対象に滋賀県への訪問回数の認知を全体でみると、「知っている」が8割以上となっている。

訪問回数の認知（滋賀県）



上記で「知っている」と回答した方の滋賀県への訪問回数を全体でみると、「4回目以上」が51.1%で最も多く、次いで「1回目」27.2%、「2回目」13.9%となっている。

訪問回数（滋賀県）



問8 立ち寄り観光地

回答者の立ち寄った観光地（予定含む）で最も多いのは「彦根城」316件であり、次いで「石山寺」220件、「ラ コリーナ近江八幡」202件、「比叡山延暦寺」142件の順となっている。

順位	訪問先	観光地点コード	件数
1	彦根城	250200001	316
2	石山寺	250100142	220
3	ラ コリーナ近江八幡	250400035	202
4	比叡山延暦寺	250100057	142
5	黒壁ガラス館	250306003	134
6	白鬚神社	251100054	100
7	びわ湖バレイ	250100011	98
8	園城寺（三井寺）	250100086	95
9	八幡堀	250400015	84
10	大本山永源寺	251200008	65
11	日吉大社	250100058	56
12	めんたいパークびわ湖	250900025	55
13	道の駅「くつき新本陣」	251100031	54
14	伊吹山	251300002	45
15	竹生島	250322000	44
15	八幡山ロープウェイ	250400003	44
17	岩間寺	250100141	41
18	近江神宮	250100085	38
19	琵琶湖博物館	250500019	36
20	多賀大社	251900001	34
20	びわこ箱館山	251100020	34
20	道の駅「藤樹の里あどがわ」	251100051	34
23	道の駅「塩津海道あぢかまの里」	250386001	27
24	道の駅「アグリパーク竜王」	251500002	26
24	慶雲館（盆梅展含む）	250306000	26
26	長浜城歴史博物館	250304000	24
27	道の駅「妹子の郷」	250100214	23
27	浅井三姉妹の郷	250014003	23
29	安土城跡	250400004	22
29	道の駅「びわ湖大橋米ブラザ」	250100032	22
31	マキノピックランド	251100005	21
32	マキノ高原、さらさ	251100006	20
33	百済寺	251200016	19
34	大津市歴史博物館	250100087	18
34	クラブハリエ 八日市の杜	251200041	18
34	陶芸の森（産業展示館・陶芸館）	250850003	18
34	日牟禮八幡宮	250400005	18
34	道の駅「草津」	250500003	18
39	おごと温泉観光公園	250100184	17
39	ローザンベリー多和田	251300012	17
39	道の駅「湖北みずどりステーション」	250346001	17
39	奥琵琶湖パークウェイ（売店）	250386000	17
39	余呉湖	250372000	17

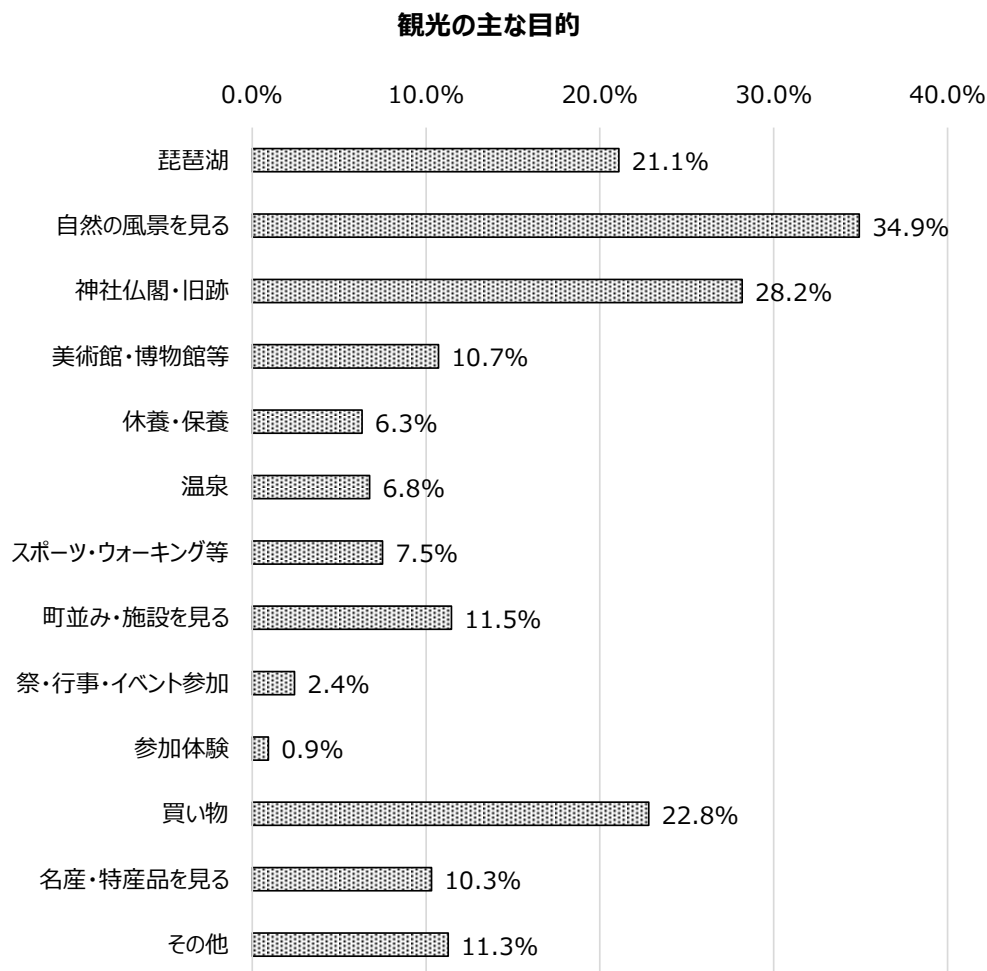
問 9 県内観光消費額（県外交通費を除く）

回答者の県内観光消費額（予定含む）は、平均で「日帰り客」が 4,790 円、「宿泊客」が 21,098 円となっている。

日帰り客の観光消費額		宿泊客の観光消費額	
①交通費	773	①交通費	1,442
②宿泊費	0	②宿泊費	10,396
③土産代	1,663	③土産代	2,990
④飲食費	1,767	④飲食費	5,117
⑤入場料	450	⑤入場料	851
⑥その他	137	⑥その他	302
合計	4,790	合計	21,098

問 10 観光の主要な目的

問 4 で「観光」を選択した回答者の観光の主要な目的を全体で見ると、「自然の風景を見る」が 34.9%で最も多く、次いで「神社仏閣・旧跡」28.2%、「買い物」22.8%、「琵琶湖」21.1%となっている。また、「その他」にはバイクツーリングやドライブなどの声が多かった。



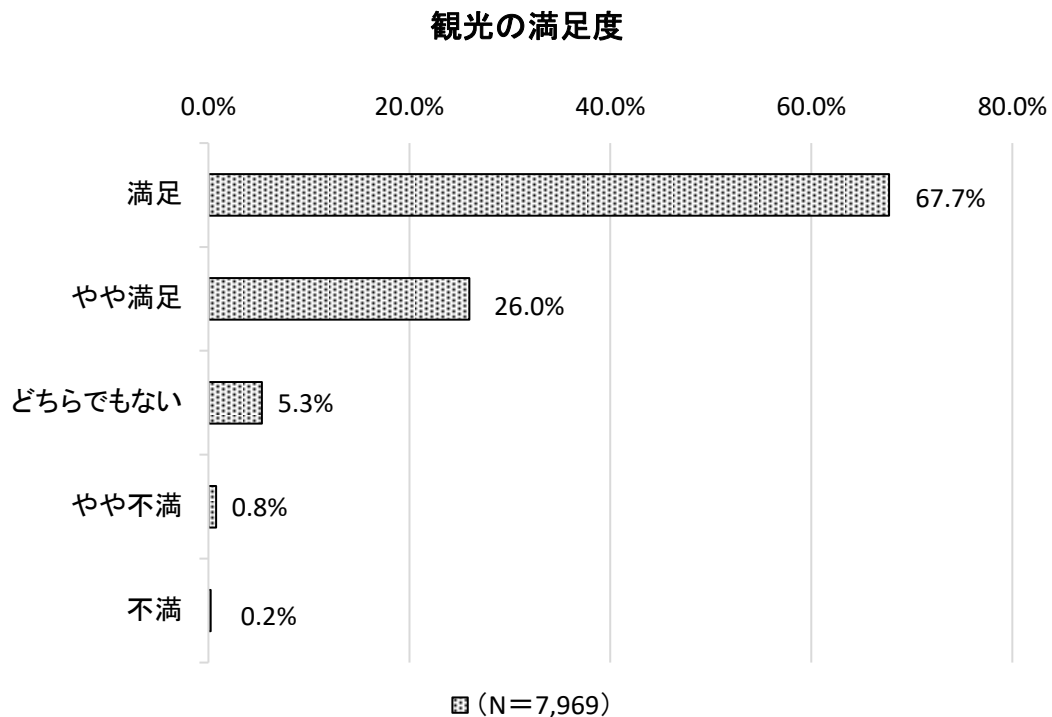
■ (N = 7,969)

観光の主要な目的（その他の内訳）

順位	その他	件数
1	バイクツーリング	91
2	ドライブ	74
3	キャンプ	45
4	道の駅めぐり	31
5	ひつじのショーンを見る	29
6	陶器を見る	25
6	メタセコイヤ並木道	25
8	遊び	22
9	釣り	19
10	プール	17

問 1 1 滋賀県観光の全体的な満足度

問 4 で「観光」を選択した回答者の滋賀県観光の全体的な満足度をみると、「満足」・「やや満足」を合わせた値は 93.7%となっている。



場所別満足度（「満足」・「やや満足」を合計した上位 15 地点）

順位	場所・施設
1	ローザンベリー多和田
2	琵琶湖
3	グリーンパーク思い出の森
4	彦根城
5	びわ湖こどもの国
6	石山寺
7	ラコリーナ近江八幡
8	比叡山延暦寺
9	太郎坊宮
10	多賀大社
11	琵琶湖博物館
12	八幡堀
13	道の駅「湖北みずどりステーション」
14	MIHO MUSEUM
15	陶芸の森

問 1 2 旅行を思い立った「きっかけ」

問 4 で「観光」を選択した回答者の旅行を思い立った「きっかけ」を全体でみると、「以前来たことがある」が 28.7%で最も多く、次いで「その他インターネットサイト」25.3%、「その他」26.0%、「地元だから」20.1%となっている。

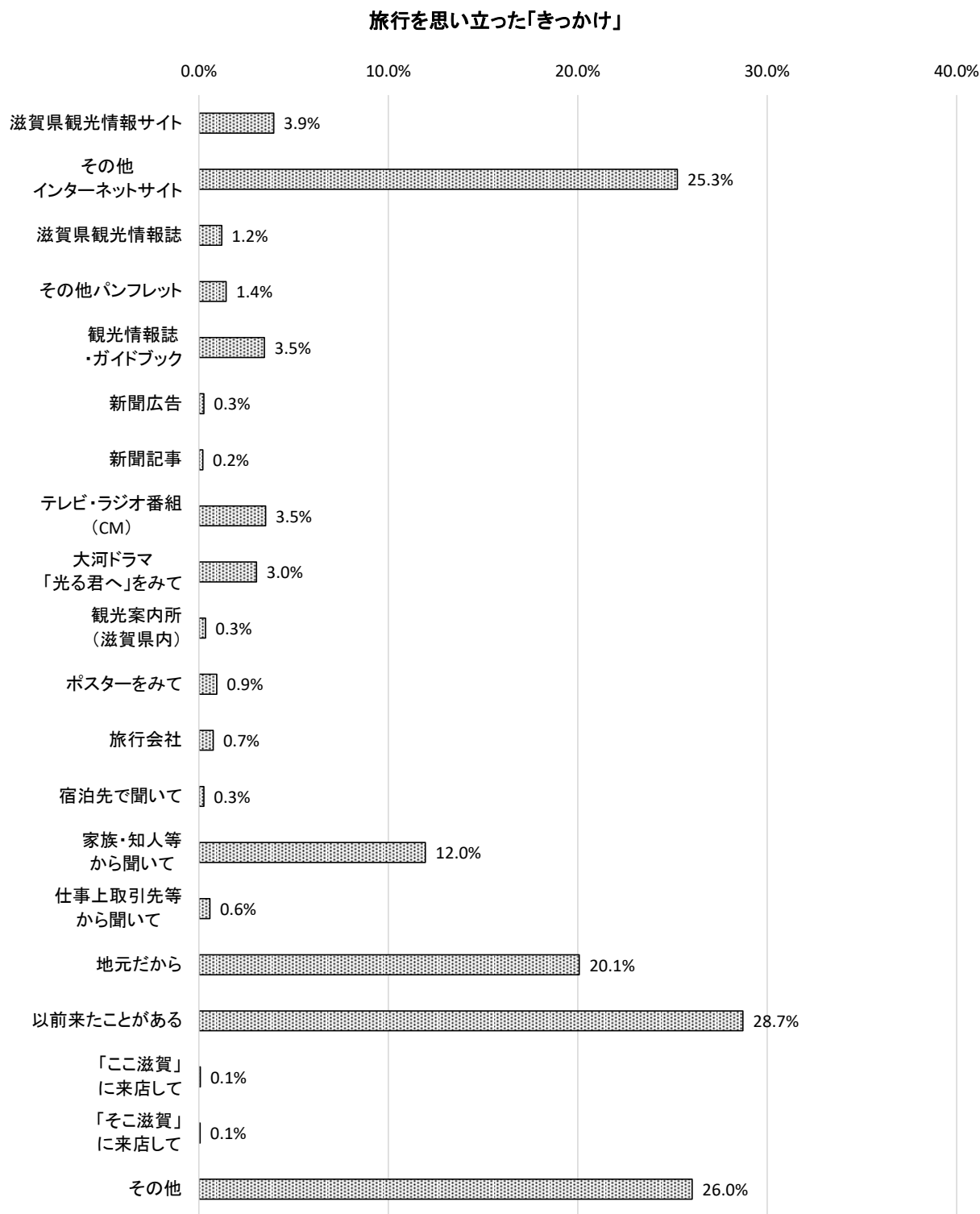


図 (N=10,003)

IV. 資料（調査票）

【調査票】

調査地点

Q 1. あなたのお住まいはどこですか。国内にお住まいであれば都道府県名、海外であれば国名をご記入下さい。また、滋賀県にお住まいの場合は市町村名をご記入下さい。

(都道府県名：) 海外の場合 (国名：)
 地元県の場合
 → (市町村名：)

Q 2. あなたの性別、年齢を選んで下さい。※それぞれ1つだけ

性別 : 1. 男性 2. 女性
 年齢 : 1. 10歳未満 2. 10歳代 3. 20歳代 4. 30歳代 5. 40歳代
 6. 50歳代 7. 60歳代 8. 70歳代 9. 80歳以上

Q 3. 今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。※1つだけ

宿泊であれば、何泊か、そのうち県内では何泊するか、いくつの施設に宿泊するかをご記入下さい。
 また、県内ではどのような施設に宿泊するかをご記入下さい。※いくつでも

1. 日帰り 2. 宿泊
 宿泊した施設数
 → 宿泊数 泊 → そのうち県内 泊 → 県内宿泊施設数 施設種類は

＜県内宿泊施設＞

1. 実家や知人・親戚宅 2. 旅館 3. ホテル
 4. ペンション・民宿 5. 保養所・研修所 6. キャンプ場
 7. (キャンプ場以外の) 車中泊・交通機関内での宿泊 8. 別荘・リゾートマンション
 9. 会員制の宿泊施設 10. その他

Q 4. 今回の旅行の主要な目的は何ですか。※1つだけ

1. ビジネス 2. 観光
 3. 帰省・知人訪問 4. (1～3のどれでもない) その他

Q 5. あなたも含めて、何人での、どなたと一緒に旅行ですか。※子供や乳幼児も含む

() 人
 2人以上の場合
 → 1. 家族 2. 友人 3. 職場・学校等の団体旅行 4. その他

Q 6. あなたも含めて、ご一緒のみなさん全員の今いる観光地の訪問が何回目かご存じですか。

※回答の合計はQ 5と一致

1. 知らない 2. 知っている→1回目の人数 () 人、2回目の人数 () 人
 3回目の人数 () 人、4回目以上の人数 () 人

Q 7. 県外にお住まいの方のみお答えください

あなたも含めて、ご一緒のみなさん全員のこの県の訪問が何回目かご存じですか。※回答の合計はQ 5と一致

1. 知らない 2. 知っている→1回目の人数 () 人、2回目の人数 () 人
 3回目の人数 () 人、4回目以上の人数 () 人

Q 8. 今回の旅行で訪れた県内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入下さい。これから訪問する観光地についても予定をご記入下さい。※観光地は「大津市の三井寺」というように具体的に書きください。交通機関は次表より番号をお選び下さい。

また、この県に訪れる前・後に立ち寄った(立ち寄る予定の)都道府県があれば記入下さい。

	ここにきてる前にいた場所	現在地	これから行く予定の場所	
居住地		調査地点		居住地
	交通機関 []		交通機関 []	
	→		交通機関 []	
			→	
			交通機関 []	
			→	
			交通機関 []	
			→	
			交通機関 []	

【表】交通機関

① J R 東海道新幹線 ② J R 北陸新幹線 ③ J R 在来線 ④ 私鉄・地下鉄

⑤ モノレール ⑥ 貸切バス・観光バス ⑦ 高速バス ⑧ 市内バス ⑨ 市内電車

⑩ タクシー・ハイヤー ⑪ レンタカー ⑫ 自家用車、社用・公用車 ⑬ その他

当県以外に立ち寄り都道府県がある場合はご記入ください ※

	ここにきてる前にいた場所	現在地	これから行く予定の場所	
居住地	県	当 県	県	居住地
	交通機関 []		交通機関 []	
	→		交通機関 []	
			→	
			交通機関 []	
			→	
			交通機関 []	

Q 9. 今回の旅行で、使う費用（これから使う予定も含めて）を教えてください

1人当たりの費用を、下欄の項目別にご記入下さい。

※ 交通費は高速料金やガソリン代や駐車場代を含め、県外・県内分を分けて記入

※ 今回の旅行がパック旅行である場合、費用が県内のみか、県外分を含むかを選択

※ ☐ ← 表内の回答がグループ合計の場合にはチェック

	使用費用		使用費用	
① 交通費	(県内分)	円	(県外分)	円
② 宿泊費	(県内分)	円	X	
③ 土産代	(県内分)	円		
④ 飲食費	(県内分)	円		
⑤ 入場料	(県内分)	円		
⑥ その他	(県内分)	円		
⑦ パック料金	X			円
			☐ 県内分のみ もしくは ☐ 県外分含む	

Q 10. (Q 4で「2. 観光」と回答された場合)、今回の観光の主要な目的は何ですか。(いくつでも)

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1. 琵琶湖 | 2. 自然の風景を見る |
| 3. 神社仏閣・旧跡 | 4. 美術館・博物館等 |
| 5. 休養・保養 | 6. 温泉 |
| 7. スポーツ・ウォーキング等 | 8. 町並み・施設を見る |
| 9. 祭・行事・イベント参加 | 10. 参加体験 |
| 11. 買い物 | 12. 名産・特産品を食べる |
| 13. その他 (| |

Q11. (Q10のつづき) 今回の滋賀県観光の全体的な満足度はどれくらいですか。また、差し支えがないようでしたら、その場所・施設および理由もお聞かせください。

1. 満足 2. やや満足 3. どちらでもない 4. やや不満 5. 不満

場所・施設（ ）理由（ ）

Q12. 今回の旅行を思い立った「きっかけ」は何ですか。(いくつでも選択可)

また、具体的な名称をお聞かせください。※（ ）内に記入

1. 滋賀県観光情報サイト
2. その他インターネットサイト
3. 滋賀県観光情報誌
4. その他パンフレット
5. 観光情報誌・ガイドブック
6. 新聞広告（ ）
7. 新聞記事（ ）
8. テレビ・ラジオ番組（CM）
9. 大河ドラマ「光る君へ」を見て
10. 観光案内所（滋賀県内）
11. ポスターをみて
12. 旅行会社（ ）
13. 宿泊先で聞いて
14. 家族・知人等から聞いて
15. 仕事上取引先等から聞いて
16. 地元だから
17. 以前来たことがある
18. 滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」（東京・日本橋）に来店して
19. 「そこ滋賀」（京都タワー内関西ツーリストインフォメーションセンター京都）に来店して
20. その他（ ）

☆☆ 調査内容は以上です。ご協力、ありがとうございました。☆☆

※調査票コード

都道府県	調査地点 ID		調査年月日	調査時刻	ID
				⋮	

観光入込客統計に関する

共通基準

調査要領

令和5年(2023年)改定版



観光庁
Japan Tourism Agency

観光入込客統計に関する共通基準 調査要領

目次

第1章 観光入込客統計に関する 共通基準とは 1 NEW	1.共通基準の概要	1
	2.観光の市場規模を知ることの重要性	2
	3.観光入込客統計の調査体系	3
	4.用語の定義	4
	5.統計の対象とする項目	5
	6.調査フロー	6
	7.観光庁からのデータ提供	7
	8.令和5年改定の概要	8
	9.統計量に関する留意事項	9
第2章 観光地点等入込客数調査 2 NEW	1.観光地点等名簿の作成と更新	11
	2.観光地点等名簿の記載事項	12
	3.観光地点等の設定基準	14
	4.観光地点等分類表	15
	5.観光地点等入込客数調査の実施	18
	6.観光入込客のカウント方法	19
	7.観光入込客数の集計	21
	8.人流データによる観光入込客数の把握	22
第3章 観光地点パラメータ調査 3 NEW NEW	1.観光地点パラメータ調査の概要	26
	2.調査地点の選定	28
	3.調査票の作成	29
	4.調査票の設問内容	30
	5.調査票の設問内容の拡充	35
	6.調査員調査の実施	36
	7.QRコード調査の併用	38
	8.インターネット調査の活用	41

4 第4章 統計量の推計・共有・公表	1.推計する統計量	47
	2.推計の準備	48
	3.推計フロー	49
	4.推計方法の概要	50
	5.推計方法の詳細	51
	6.結果の整理と公表	53
	7.共通基準／支援ツール	54
	8.新たな調査手法の導入	56
参考資料	例外的な対応について	61
	小地域データ作成のための支援ツールについて	62
資料編	資料1 観光地点パラメータ調査票(標準様式)	63
	資料2 観光地点パラメータ調査票(簡易様式)	65
	資料3 観光地点パラメータ調査票(QRコード調査)	67



「共通基準／支援ツール」について

従来の手法により各種調査を実施する場合には、引き続き「支援ツール」をご利用いただけます。

令和5年改定に合わせ、「支援ツール」の操作マニュアルも更新いたしましたので、併せてご活用ください。

なお、この「支援ツール」は、人流データを用いて各都道府県全体の観光入込客数を推計する場合や、観光地点パラメータ調査をインターネット調査で実施する場合には現時点では対応しておりませんので、ご了承ください。



2023年3月改定

1-1. 共通基準の概要

■共通基準策定・改定目的

観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進することを目的として制定された観光立国推進基本法(平成18年法律第117号)において、国は観光に関する統計の整備に必要な施策を講ずることとされています。また、観光立国推進基本計画(平成19年6月29日閣議決定)において、「日帰り旅行者に関する統計等その他の観光旅行者に関する統計について、都道府県が行っている統計調査を踏まえつつ、地方公共団体が採用可能な共通基準を策定し、平成22年に共通基準での調査の実施を目指す」とされました。

このため、平成21年12月に、都道府県における観光入込客に関する統計(以下「観光入込客統計」という。)について、把握する項目の定義、調査手法、推計方法等に関する基準を共通化し、都道府県が相互に比較可能な信頼性の高い統計を作成することを目的とした共通基準が策定されました。

そして、令和5年5月には、経済社会情勢の変化や、国の統計整備状況等を踏まえ、共通基準の一部改定を行いました。改定後の共通基準では、「観光入込客統計」の調査フローにおける項目や用語、定義、調査手法、推計方法を維持し、基本的な観光統計のガイドラインを提示する役割を継続しつつ、必須又は選択項目の設定や、小地域単位の推計支援、人流データやインターネット調査の活用など、都道府県の観光の実情に合わせた創意工夫を促し、より信頼性の高い観光統計を作成する際の一助となることを目的としています。

改定の履歴

平成21年(2009年)12月 策定・公表

平成25年(2013年)3月 一部改定

令和5年(2023年)5月 一部改定

■実施体制

観光入込客統計の実施単位は都道府県ですが、調査内容が多岐に渡ることから、都道府県及び市区町村が相互に連携・協力して実施する必要があります。

なお、国(観光庁)は、共通基準の見直しや調査手法、推計方法の改善を行うとともに、各都道府県が各種推計を行う際に必要な既存統計の加工・提供を行います。

1-2.観光の市場規模を知ることの重要性

観光行政にとって観光客の量や質を把握することは必要不可欠であり、各自治体等においては具体的なデータに基づいて現状を可視化・共有することが求められています。その第一歩となるのが地域観光の「市場規模」を知ることです。

一般的に「市場規模」とは、ある業界や事業分野(市場)で、一定期間内に行われる商取引の数量や金額の総量を指します。商品の販売数量や販売額を把握することで、市場自体の規模や伸長状況を見ることができます。企業では売上見込みを予測する材料として、事業計画の立案時に用いられています。

それでは観光分野ではどのように市場規模を算出しているのでしょうか。

観光は関連するサービスや業界、商品も多岐に渡り、また地域間の移動を伴うものであることから市場そのものの定義が難しいものです。旅行業や宿泊業など特定の業種に絞ることも難しく、旅行者全員に調査することもできませんので、その実態を正確に把握することは難しいのが現状です。そこで市場規模を「推計」する作業が必要となります。

観光のように、実態を正確に把握することが難しい場合は、取得可能な数値などを手がかりにしながら、全体を推計する手法を用います。具体的には、「取引総額」を取引した人の「人数」と1人1回当たりの取引の「単価」に因数分解した推計式を作ります。「人数」と「単価」を調査し、これらを乗じることによって「取引総額」を推計するのです。

共通基準においては、人数を「観光入込客数」、単価を「観光消費額単価」、取引総額を「観光消費額」と呼びます(用語の定義は後述します)。観光客を受け入れる地域において「観光消費額」を増やすためには、人数と単価の経年変化を継続的に観察しながら、「観光入込客数」を増やすのか、「観光消費額単価」を上げるのかを判断し、それぞれの実現に向けた取り組みが求められます。

各自治体等において「観光消費額」を推計するために、「観光入込客数」と「観光消費額単価」を調査する必要があります。この調査要領は、「共通基準」の調査手法に基づき、その実務について説明するものです。



1-3.観光入込客統計の調査体系

■調査体系

観光入込客統計は、以下に掲げる調査により、都道府県ごとの「観光入込客数」「観光消費額単価」「観光消費額」についての統計量を示すものです。

①観光地点等入込客数調査(全数調査)

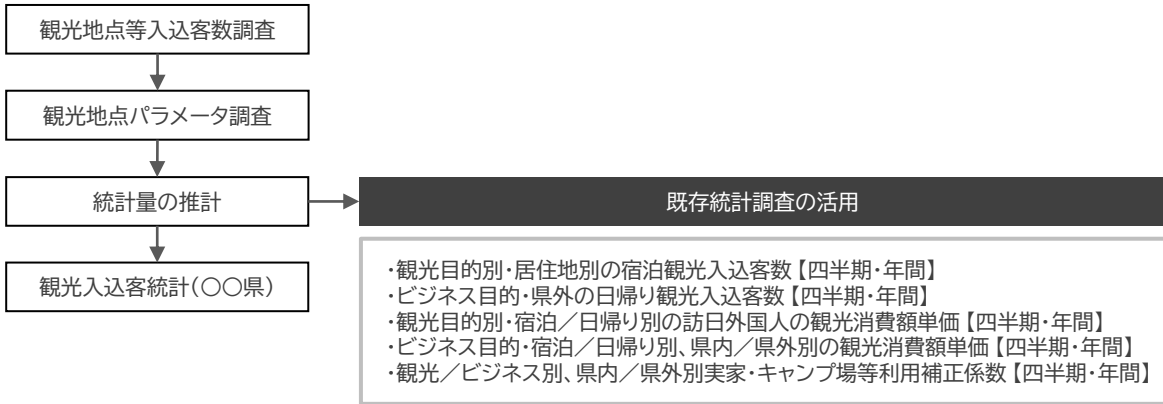
都道府県内の観光地点及び行祭事・イベントに訪れた人数を、観光地点の管理者、行祭事・イベントの実施者等に四半期ごとに報告を求め調査するものです。

②観光地点パラメータ調査(サンプル調査)

都道府県内の観光地点を訪れた観光客を対象に、訪問地点数、観光消費額単価等について、四半期ごとに調査するものです。

③他の統計調査

上記①②を補完するため、国で承認された一般統計である宿泊旅行統計調査、旅行・観光消費動向調査等を活用します。



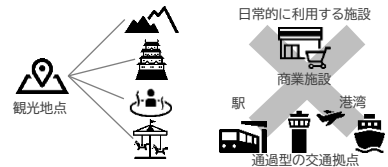
1-4.用語の定義

観 光

本基準では余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行をし、また滞在する人々の諸活動とします。

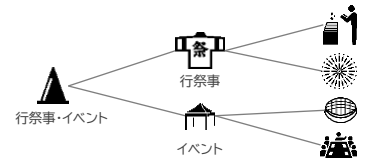
観光地点

観光・ビジネス等の目的を問わず、観光客を集客する力のある施設又は観光活動の拠点となる地点。
商業施設など日常的な利用、駅、空港、港湾のような交通拠点など通過型の利用が大半を占めると考えられる地点は対象としない。



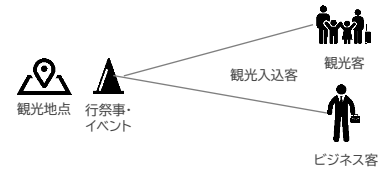
行祭事・イベント

行祭事とは、地域住民の生活において伝統と慣行により継承されてきた、恒例として日を定め執り行う歴史的催し・祭り、郷土芸能等の集合とし、イベントとは、常設又は特設の会場施設において行われる博覧会、見本市、コンベンション等とします。



観光入込客

日常生活環境以外の場所へ旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない者。観光地点及び行祭事・イベントを訪れた者を観光入込客とします。
観光入込客のうち、来訪目的に応じて観光(帰省・知人訪問を含む余暇目的)とビジネスに区分します。



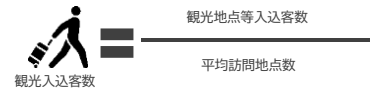
訪日外国人客

観光入込客のうち、日本以外の国に居住し、観光地点及び行祭事・イベントを訪れた者を訪日外国人客とします。



観光入込客数 単位:人回

都道府県の観光地点を訪れた観光入込客をカウントした値で、例えば、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人回と数えることとなります(実人数)。



訪問地点数 単位:地点/人回

観光入込客1人の1回の旅行において、当該都道府県内で訪問した観光地点の数です。観光地点パラメータ調査などから算出します。



観光消費額単価 単位:円/人回

観光入込客1人の1回の旅行における当該都道府県内での観光消費額です。観光地点パラメータ調査などから算出します。



観光消費額 単位:円

当該都道府県を訪れた観光入込客の消費の総額です。観光入込客数と観光消費額単価を掛け合わせることで算出されます。



1-5.統計の対象とする項目

観光入込客統計は、都道府県単位での観光入込客数、観光消費額単価及び観光消費額を統計量とします。

1.観光入込客数(人回)

四半期・年間値	日本人・観光目的			日本人・ビジネス目的			訪日外国人		
		宿泊	日帰り		宿泊	日帰り		宿泊	日帰り
	県内	宿泊旅行統計調査+観光地点パラメータ調査より推計	観光地点等入込客数調査+観光地点パラメータ調査より推計	県内	宿泊旅行統計調査+観光地点パラメータ調査より推計	観光地点等入込客数調査+観光地点パラメータ調査より推計	観光目的	宿泊旅行統計調査+観光地点パラメータ調査より推計	観光地点等入込客数調査+観光地点パラメータ調査より推計
	県外	宿泊旅行統計調査+観光地点パラメータ調査より推計	観光地点等入込客数調査+観光地点パラメータ調査より推計	県外	宿泊旅行統計調査+観光地点パラメータ調査より推計	他統計を活用し推計	ビジネス目的	宿泊旅行統計調査+観光地点パラメータ調査より推計	観光地点等入込客数調査+観光地点パラメータ調査より推計

2.観光消費額単価(円／人回)

四半期ごとの当該都道府県内にある観光地点を訪れた観光入込客1人当たりの属性別平均消費額で、区分は以下の表の示すとおり、県内／県外別の宿泊客、日帰り客の消費額単価です。なお、当該都道府県外での消費分については、当該都道府県の観光消費額単価には含めないものとします。

四半期・年間値	日本人・観光目的			日本人・ビジネス目的			訪日外国人		
		宿泊	日帰り		宿泊	日帰り		宿泊	日帰り
	県内	観光地点パラメータ調査より推計	観光地点パラメータ調査より推計	県内	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計	観光目的	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計
	県外	観光地点パラメータ調査より推計	観光地点パラメータ調査より推計	県外	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計	ビジネス目的	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計	観光地点パラメータ調査と他統計を比較し、よりサンプルサイズが多い調査より推計

3.観光消費額(円)

四半期ごとの当該都道府県内にある観光地点を訪れた観光入込客の総消費額及びその属性別内訳(目的別、居住地別、宿泊／日帰り別)で、区分は以下の表の示すとおり、県内／県外別の宿泊客、日帰り客の総消費額です。

四半期・年間値	日本人・観光目的			日本人・ビジネス目的			訪日外国人		
		宿泊	日帰り		宿泊	日帰り		宿泊	日帰り
	県内	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	県内	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	観光目的	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価
	県外	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	県外	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	ビジネス目的	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価	観光消費額＝観光入込客数×観光消費額単価

1-6.調査フロー

「観光地点及び行祭事・イベント名簿」(以下「観光地点等名簿」という。)を整理し、「観光地点等入込客数調査」と「観光地点パラメータ調査」を実施します。これらの調査から得られるデータに加え、観光庁が既存統計を活用して加工・提供するデータを使用し、観光入込客数、観光消費額単価及び観光消費額の値を推計し、観光入込客統計(〇〇都道府県)として取りまとめます。

1.観光地点等名簿の作成と更新

都道府県	都道府県内の観光地点及び行祭事・イベントを登録した名簿を作成、定期的に新設や改廃を整理し、推計対象かどうかを確認。
市区町村	

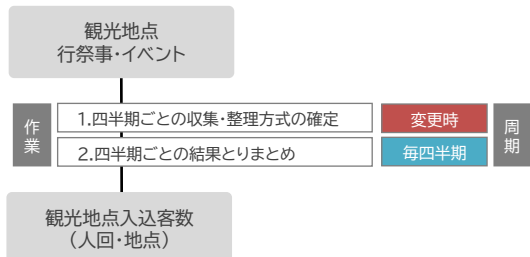
詳細はp11～17

作業	1.記載事項の整理	毎年	周期
	2.前年の観光入込客数の入力	毎年	
	3.集計対象の整理	毎年	

2.観光地点等入込客数調査

都道府県	統計の基礎となる観光地点等ごとの入込客数を把握。都道府県内の観光地点と行祭事・イベントに訪れた月別の人数を市区町村及び観光地点等の管理者、行祭事・イベント実施者等に聞き取り調査。一定の条件を満たせば、人流(位置情報)データの利用も可能。
市区町村	

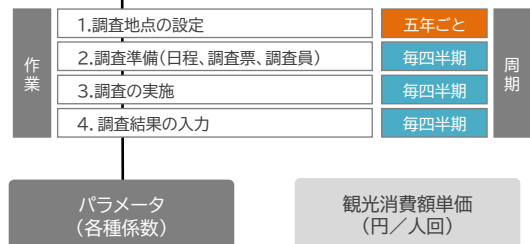
詳細はp18～25



3.観光地点パラメータ調査

都道府県	観光地点を訪れた観光客を対象に性別・年齢・居住地等の基本的な属性、目的、同行者や利用交通機関、宿泊／日帰り、訪問地点数、観光消費額単価を調査し、各種パラメータを把握。従来は調査員調査を原則としていたが、QRコードを用いた留置WEB調査(QRコード調査)の併用のほか、インターネット調査での代替も可能。
------	--

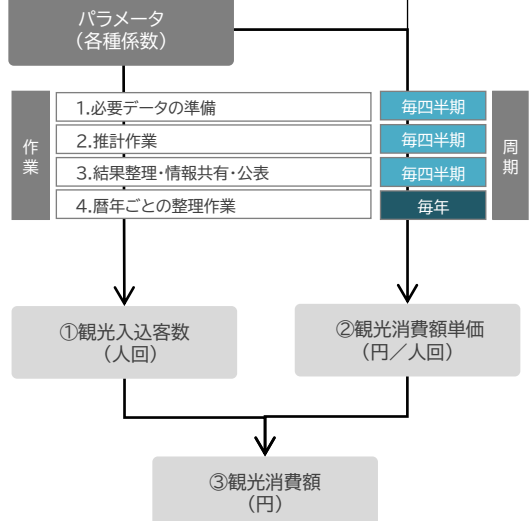
詳細はp26～46



4.統計量の推計・共有・公表

都道府県	都道府県が推計を行い、市区町村や関係各所と共有。また、最低年1回の暦年値を観光庁に報告。結果の公表は都道府県が行う。
観光庁	観光庁より以下のデータを受領 ・属性別実宿泊数(県内／県外、日本人／訪日客、ビジネス目的／観光目的) ・ビジネス目的の県内日帰り観光入込客数 ・実家・キャンプ場等利用補正係数 ・訪日外国人客消費額単価(宿泊／日帰り、観光目的／ビジネス目的) ・ビジネス目的観光消費額単価(運輸局平均)(県内／県外、日帰り／宿泊)

詳細はp47～55



1-7.観光庁からのデータ提供

都道府県が実施する調査では、ビジネス目的客や訪日外国人は必要なサンプルサイズが得られない場合もあります。宿泊客データについては国が承認した一般統計調査である「宿泊旅行統計調査」を活用できます。また、観光庁では2018年より「旅行・観光消費動向調査」と「訪日外国人消費動向調査」で、データ精度の向上に向けた取り組みを進め、都道府県別集計表を公表しています。観光庁からは、共通基準の統計量の算出に有用な以下のデータを都道府県に提供します。

	観光入込客数(実人数)	観光消費額単価
宿泊旅行統計調査	都道府県単位の実宿泊者数 (県内／県外別、日本人／訪日外国人別、 観光目的／ビジネス目的別)	
旅行・観光消費動向調査	実家・キャンプ場等利用補正係数	ビジネス目的客の観光消費額単価 (宿泊／日帰り別、県内／県外別)
訪日外国人消費動向調査	訪日外国人の日帰り観光入込客数 (観光目的／ビジネス目的別、合計)	訪日外国人の観光消費額単価 (宿泊／日帰り別、観光目的／ビジネス目的別、合計)

観光庁統計はこちらからご覧ください：https://www.mlit.go.jp/kankoch/tokei_hakusyo.html

観光庁からのデータ提供様式

■属性別実宿泊数

都道府県名	県内			県外			訪日外国人		
	観光等	ビジネス	合計	観光等	ビジネス	合計	観光等	ビジネス	合計

■訪日外国人客消費額単価

都道府県名	日帰り客		宿泊客	
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス

都道府県名	日帰り客		宿泊客	
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス

■ビジネス目的観光消費額単価(運輸局平均)

都道府県名	県内		県外	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊

都道府県名	県内		県外	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊

■ビジネス目的観光消費額単価(全国平均)

都道府県名	県内		県外	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊

都道府県名	県内		県外	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊

■実家・キャンプ場等利用補正係数(運輸局平均)

都道府県名	県内		県外	
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス

都道府県名	県内		県外	
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス

■実家・キャンプ場等利用補正係数(全国平均)

都道府県名	県内		県外	
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス

都道府県名	県内		県外	
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス

■ビジネス目的入込客数

都道府県名	県外 日帰り

1-8. 令和5年改定の概要



さらなる精度向上を目指し、令和5年5月に「共通基準」を一部改定しました。

- 都道府県ごとの入込客数の規模に応じた作成すべき統計量の基準を設けました。
- 市区町村等の小地域単位のデータ作成に資する内容を拡充しました。
- 観光地点等入込客数調査や観光地点パラメータ調査で新たな手法の導入を可能にしました。

共通基準は都道府県単位の観光入込客数、観光消費額単価、観光消費額を統計量として算出するために、各種調査を組み合わせで設計されています。この基本的な枠組みをベースに、多様化するニーズに応ずるため、調査方法などの拡充を図りました。調査フローごとの主な改定内容は以下の通りです。

調査フロー	(改定前)	(改定後)
作成すべき統計量	日本人・訪日外国人ともに観光目的・ビジネス目的に係る統計量の作成を必須とする。	日本人・訪日外国人ともに観光目的を必須とし、ビジネス目的に係る統計量の作成は任意とする。 詳細はp9 訪日外国人に係る統計量について、各都道府県の実情に応じた基準を設ける。 詳細はp10
観光地点の選定 (観光地点等名簿)	前年の観光入込客数が年間1万人以上、もしくは前年特定月の観光入込客数が5千人以上と基準を設定する。	原則として、前年の観光入込客数が年間1万人以上、もしくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上を観光地点の選定基準として設定する。ただし、市区町村別など小地域単位で統計量を算出する場合には、観光地点の選定基準の緩和を容認する。 詳細はp14
観光地点等 入込客数調査	市区町村などへの聞き取り調査により、観光地点ごとの観光入込客数を把握する。	観光地点ごとの観光入込客のカウント方法を拡充するとともに、一定の要件を満たす場合において人流データを用いた観光入込客数の把握を選択可能とする。 詳細はp22～25
観光地点 パラメータ調査	観光地点において、調査員調査で、四半期ごとに都道府県内での消費額や訪問地点数を把握する。	観光地点での調査員調査を補完するため、QRコードを用いた留置WEB調査(QRコード調査)の併用も可能とする。 詳細はp38～40 調査員調査の代替としてインターネット調査を選択可能とする。 詳細はp41～46
調査結果の公表	都道府県は「観光入込客統計調査データ共有様式」を観光庁に提出後、観光庁が各都道府県の調査結果をとりまとめて公表する。	都道府県から観光庁への報告頻度を四半期1回から年1回に変更する。各都道府県は最低年1回の暦年値報告を行う。 詳細はp53

1-9.統計量に関する留意事項

観光地点にはさまざまな観光客の方が訪れます。その属性から観光客を日帰り客と宿泊客、日本人を県内と県外に加えて訪日外国人、観光目的とビジネス目的に細かく全12属性に区分しています。従来は、観光地点の訪問者全てを観光入込客として統計量の対象としていましたが、ビジネス客や訪日外国人客は出現率が低く、観光消費額単価等を把握する調査が困難でした。令和5年改定では、原則として観光目的の日本人観光客(日帰り客と宿泊客、県内客と県外客の4区分)と観光目的の訪日外国人を必須としますが、ビジネス目的の訪問者と訪日外国人については新たな基準を設けています。

必須						任意					
観光目的	宿泊	日本人県内	観光目的	日帰り	日本人県内	ビジネス目的	宿泊	日本人県内	ビジネス目的	日帰り	日本人県内
		日本人県外			日本人県外			日本人県外			日本人県外
		訪日外国人			訪日外国人			訪日外国人			訪日外国人

観光入込客数、観光消費額単価、観光消費額の統計量は、観光地点パラメータ調査のサンプルサイズや推計手法等の違いにより大きく3つに区分されます。それぞれの区分について、留意事項を説明します。

1

観光目的に関する統計量

観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査により推計されます。観光地点パラメータ調査において一定量のサンプルサイズが確保できるため精度の高い数値です。

2

ビジネス目的に関する統計量

観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査により推計されます。宿泊については宿泊旅行統計調査の県内／県外別とし、観光目的に関する統計量と同程度の精度の高い数値です。日帰りについては観光地点で実施するパラメータ調査により把握されるビジネス客が対象となるため、必要なサンプルサイズを確保できないことが予想されるため、誤差が大きな数値となる可能性があることに留意する必要があります。

令和5年改定で新たに設けられた特例

従来調査においてビジネス目的の統計量を算出するために必要なサンプルサイズを確保することが難しかったことを踏まえ、ビジネス目的の観光客についての統計量の算出は任意とします。

ビジネス目的の観光入込客への対応

ビジネス目的の観光客については任意となりますが、以下のいずれかに当てはまる場合は、ビジネス目的の観光入込客統計作成の継続が有用です。

- 観光政策において、ビジネス目的で観光地点を訪れる入込客を重視している場合
- 国際会議場等ビジネス目的の入込客が多く訪れる観光地点を調査地点に設定している場合

1-9.統計量に関する留意事項

3 訪日外国人客に関する統計量

観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査により推計されます。観光目的／ビジネス目的別については、宿泊では宿泊旅行統計調査の宿泊目的別とし、日帰りでは観光地点パラメータ調査の結果をもとに旅行の主要な目的が観光かそれ以外かによって区分しています。なお、観光地点パラメータ調査で必要なサンプルサイズを確保できないことが予想されるため、日本人の観光目的に関する統計量よりも誤差が大きな数値となる可能性があることに留意する必要があります。

令和5年改定で新たに設けられた特例

従来調査において訪日外国人客の統計量を算出するために必要なサンプルサイズを確保することが難しかったことを踏まえて、以下に示す特例が設けられました。

■独自に訪日外国人調査を実施している場合

共通基準に係る調査とは別に、都道府県が独自に訪日外国人対象の消費額調査を実施している場合は、観光地点パラメータ調査において訪日外国人に対する観光消費額の質問を省略しても構いません。

■訪日外国人の訪問者数が少ない場合

観光目的の訪日外国人入込客数が年間20万人を下回る都道府県においては、共通基準の各種調査において訪日外国人を調査対象から除外してもよいこととします。この場合、観光庁が提供する「訪日外国人消費動向調査」の結果等を活用し、訪日外国人に係る統計量を作成してください。

作業	1.記載事項の整理	毎年	周期
	2.前年の観光入込客数の入力	毎年	
	3.集計対象の整理	毎年	

第2章 観光地点等入込客数調査

2-1.観光地点等名簿の作成と更新

観光入込客統計を作成するための基本となる「観光地点等名簿」を、毎年1月1日現在で整理します。「観光地点等名簿」は、都道府県内の基準を満たす観光地点と行祭事・イベントを登録した名簿です。観光客が訪れる「観光地点」と「行祭事・イベント」2種類を作成します。名簿は調査開始当初に新規作成するか、既存の名簿を整理したものを利用するので、それ以降はその名簿をもとに毎年1月1日現在で見直しを行います。観光地点等名簿に記載するのは、名称、所在地、観光地点等分類、観光入込客数の把握手法、観光入込客数等のほか、名簿作成者が必要とする事項とします。

【観光地点名簿の作成例】

項目		記入例					
1.名称		●●●市立博物館					
		48-123-1-123 (独自9桁)					
2.所在地		●●県●●●市●●町●番地					
		48123 (全国地方公共団体コード5桁)					
3.緯度経度(任意)		緯度			経度		
4.観光地点等分類		10206 (観光地点分類コード5桁)					
5.観光入込客数の把握手法	施設種類	1		[有 料]			
	客数・推計別	1		[実 数]			
	把握期間	1		[全期間]			
	把握方法	※観光地点の場合は記入せず					
	具体的な把握方法(任意)	有料入場者数のカウント					
6.前年の観光入込客数(月別)		1月	1,485	人	7月	4,988	人
		2月	1,756	人	8月	4,693	人
		3月	2,544	人	9月	3,897	人
		4月	3,352	人	10月	5,002	人
		5月	5,687	人	11月	2,547	人
		6月	1,896	人	12月	2,367	人
					合計	40,214	人
7.行祭事・イベント開催期間	開始日	※観光地点の場合は記入せず					
	終了日	※観光地点の場合は記入せず					
	開催日数	※観光地点の場合は記入せず					
8.地域区分(任意)	地域名	●●●地区		(任意)			
	地域区分コード	11(任意)		(任意)			
9.集計対象分類	日常利用・非日常利用別	1		[月1回以上が半分以上]			
	年間入込客数別	1		[年間1万人以上又は特定月5千人以上]			
	集計対象	1		[集計対象]			
10.活動情報		1		[活動中]			
11.観光地点名等公表の可否	名称	1		[公表してよい]			
	観光入込客数	1		[公表してよい]			
12.連絡先	部署名等	●●●市観光振興課					
	担当者名	●山●男					
	電話／FAX／e-mail	9876-12-3456 kanko@sinko.net					

2-2.観光地点等名簿の記載事項

観光地点等名簿では、以下の項目について整理・記載します。なお、標準的な様式は別途配布する支援ツールに同梱されています。

入力項目／記入方法及び注意事項については以下を参考にしてください。

- 記入方法欄の「文字」は名称、住所、連絡先を記入してください。
- 「コード〇桁記入」は別表や独自コードを桁数分を、「コード選択」は該当する番号を選んでそれぞれ記入してください。
- 「数値」は年月日、人数などを記入してください。入力区分の「必須」は必ず記入。観光地点と行祭事・イベントに記入箇所が異なる項目がありますのでご注意ください。

【観光地点等名簿の記載事項】

項目	記入方法	入力区分	記載事項及び注意点など
1.名称	文字	必須	観光地点名または行祭事・イベント名を具体的に記載。 ※ 名称のみで観光地点や行祭事・イベントが特定できるように記載。単なる「博物館」ではなく、「〇〇市博物館」のように固有の地点名として特定できるように記載。
	コード9桁記入	必須	例：都道府県コード(2桁)+市区町村コード(3桁)+観光地点等分類コード大分類(1桁)+独自番号(3桁) ※ 各都道府県が観光地点ごとに独自に付与するコード。 ※ なお一度付与したコードは同観光地点が廃止されない限り、同じコードを使用し、廃止コードは再付与しない
2.所在地	文字	必須	観光地点は番地まで 行祭事・イベントは市区町村名まで記載。
	コード5桁記入	必須	全国地方公共団体コード(5桁)
3.緯度経度	数値	任意	60進法で度・分・秒を入力 ※ 緯度経度はフリー地図ソフトで簡単に読み取り可能
4.観光地点等分類	コード5桁記入	必須	観光地点等分類コード ＝大分類(1桁)+中分類(2桁)+小分類(2桁)
5.観光入込客数の把握手法	施設種類	コード選択	必須 対象の観光地点等有料か無料かを次のコードを記載 無料＝0 有料＝1
	客数・推計別	コード選択	必須 観光入込客数が直接カウントなのか、推計しているのかを判断して次のコードを記載 推定＝0 実数＝1 暫定＝2 ▼推計の例 ・把握対象や時間が一部の場 ・自動車台数の人数換算している ・レジ等で商品購入者のみをカウント ・海水浴場等で一定範囲をカウントしている
	把握期間	コード選択	必須 全ての期間をカウントしているのか、代表期間のカウントから推計しているのかを判断して次のコードを記載 代表期間＝0 全期間＝1 ▼代表期間の例 ・一日のうち代表時間をカウントしている ・四半期のうち代表日をカウントしている
	把握方法	コード選択	必須 行祭事・イベントにのみ次のコードを記載 主催者発表＝0 それ以外＝1
	具体的な把握方法	文字	任意 具体的な把握手法を文字で記載

2-2.観光地点等名簿の記載事項

【観光地点等名簿の記載事項】

項目		記入方法	入力区分	記載事項及び注意点など
6.前年の観光入込客数(月別)		数値	必須	前年の月別観光入込客数 (数値を英数小文字で入力、不明は＝) ※ 行祭事・イベントの開催期間が複数月にまたがる場合は、できるだけ月別に分ける。 ※ 分割が困難な場合はいずれかの月にまとめる。
7.行祭事・イベント開催期間	開始日	数値 YYMMDD	必須	行祭事・イベントの場合にのみ開始年月日を記載
	終了日	数値 YYMMDD	必須	行祭事・イベントの場合にのみ終了年月日を記載
	開催日数	数値	必須	行祭事・イベントの場合にのみ開催日数を記載
8.地域区分	地域名	文字	任意	都道府県が独自に設定する地域名を記載
	地域区分コード	コード 記入	任意	都道府県が独自に設定する地域コードを記載 毎年同じコードとする。
9.集計対象分類	日常利用・非日常利用別	コード 選択	必須	観光地点の場合にのみ利用状況について次のコードを記載 月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分以上の地点＝0 月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満の地点＝1
	年間入込客数別	コード 選択	必須	観光地点の場合にのみ利用状況について次のコードを自動判定 前年の入込客数が年間1万人未満または特定月5千人未満の地点＝0 前年の入込客数が年間1万人以上または特定月5千人以上の地点＝1
	集計対象	コード 選択	必須	非日常利用と一定の入込規模が共に要件を満たす地点 両項目が1の場合は「対象＝1」、どちらかでも0の場合は「対象外＝0」として自動判定
10.活動情報		コード 選択	必須	観光地点の場合にのみ活動状況について次のコードを記載 廃業＝0 活動中＝1 休業＝2
11.観光地点名等公表の可否	名称	コード 選択	必須	次のコードを記載 名称を公表してよい＝1 よくない＝0
	観光入込客数	コード 選択	必須	次のコードを記載 観光入込客数を公表してよい＝1 よくない＝0
12.連絡先	部署名等	文字	任意	担当者の所属部署名を記載してください
	担当者名	文字	任意	担当者の氏名を記載してください
	電話／FAX／e-mail	文字	任意	担当者の電話番号、FAX番号、e-mail を記載してください

「共通基準／支援ツール」には観光地点等名簿の管理用シートが用意されています。⇒「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p8～9、p11

観光地点等名簿の整理・更新の実施方法

調査を実施する年の前年の観光地点等名簿を基に、各都道府県又は市区町村が把握している観光地点等の新設又は廃止の整理を行うとともに、その地点の管理者等に観光地点名、観光入込客数等、非日常利用、観光入込客数の把握方法について照会を行い名簿を整理します。

調査年度中に観光入込客数が要件を満たした観光地点については、要件を満たすこととなる四半期から名簿に追加します。また、一度限りの大規模な行祭事・イベント等、前年の入込客数が把握できないものも名簿に追加します。なお、これらの作業は毎年1月1日現在で行ってください。

2-3.観光地点等の設定基準

調査を実施する年の前年の観光地点等名簿を基に、各都道府県又は市区町村が把握している観光地点等の新設又は廃止の整理を行うとともに、その地点の管理者等に観光地点名、観光入込客数等について照会を行い名簿に整理します。

なお、本基準では次に掲げる要件の全てを満たすものを集計の対象とし、そのうち、行祭事・イベントについては②及び③の要件を満たすものを集計の対象として取り扱うものとします。以降の作業である観光地点等入込客数調査の実施、観光地点パラメータ調査の実施、統計量の推計は、下記要件を満たす観光地点等を対象に行います。

要件① 非日常利用が多い（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満）

非日常利用が多いと判断される地点であること。ただし、「訪問する頻度が高い者＝日常利用者である」とは言い切れない地点については、本要件を満たすものとして取り扱っても差し支えありません。また、観光政策上、特に重要である地点については、非日常利用割合が低くても、本要件を満たすものとして取り扱っても差し支えありませんが、この場合は観光地点入込客数調査における入込客数は非日常利用者の分に限ります。



非日常利用の評価は管理者等の判断で

- 非日常利用の評価は、利用実態を把握している管理者等の判断により行ってください。管理者の判断方法は平均的な一日の訪問者の聞き取り調査で判断することが理想的ですが、実務的には服装、履物、駐車場の車のナンバーから総合的に判断してください。
- 必要に応じて、非日常利用者の割合を調査等によって定期的に把握してください。

要件② 観光入込客数が適切に把握できる地点である

都道府県や市区町村は、観光地点が観光入込客数を適切に把握できているかを踏まえて、調査対象を選定する必要があります。

方法は推計によらず実数を把握する方法が理想的です。しかし、実数の把握が困難な場合は、簡便な推計方法をとることも考えられます。その場合は、精度の観点から可能な限り実数との乖離を定期的にチェックしてください。

要件③ 前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上である

上記要件を満たさないものについて調査し、観光地点等名簿に整理しても差し支えありませんが、共通基準における集計の対象とはしません。

なお、調査年の途中で観光入込客数が上記の要件を満たすこととなった観光地点等については、要件を満たすこととなる四半期から名簿に追加することとします。また、1度限りの大規模な行祭事・イベント等、前年の入込客数が把握できないものの、調査年の途中で観光入込客数が上記要件を満たすこととなった場合も、同様に名簿に追加することとします。



小地域単位での集計

市区町村等の小地域単位での集計を行う場合に限り、人数制限を設けた要件③を撤廃し、小規模の観光地点を含めた小地域単位での観光入込客数を把握することができます。

なお、行祭事・イベントは要件2及び要件3を満たすものを集計対象とします。設定した観光地点で観光地点入込客数調査、観光地点パラメータ調査、統計量の推計を行います。

2-4.観光地点等分類表

観光地点等の分類は、データの管理や利活用の観点から、大分類(2分類)、中分類(7分類)、小分類(50分類)とします。「観光地点等分類」は以下の「観光地点等分類表」から「コード番号」を記載します。

【観光地点等分類表(観光地点)】

大分類	中分類	コード	小分類	分類上の注意事項
1.観光地点	01.自然 自然景観が観賞できる観光地点	10101	01.山岳	※広大な地域を対象とする場合は入込客数のダブルカウントに留意
		10102	02.高原	湿原や原野なども含み、観光の対象となっているもの
		10103	03.湖沼	人造湖を含む
		10104	04.河川	峡谷、滝などを含む
		10105	05.海岸	海岸、砂丘、岬など ※ 海水浴場は「スポーツ・レクリエーション」へ
		10106	06.海中	自然公園法で海中公園に指定されている地区 また海中景観の優れた地区
		10107	07.島	離島
		10199	99.その他自然	エコツーリズム ^{※1} やグリーンツーリズム ^{※2} はここに含む
	02.歴史・文化 寺社・仏閣といった歴史的建造物及び博物館・美術館、水族館といった見学施設	10201	01.史跡	古墳、貝塚、城跡、古戦場など
		10202	02.城	天守閣あるいはやぐらを有する城(復元も含む) 注) 城跡は「史跡」へ
		10203	03.神社・仏閣	観光利用の対象として扱っている神社・仏閣
		10204	04.庭園	一般の方が入場可能な庭園
		10205	05.歴史的まち並み旧街道	歴史的に魅力があり、観光利用の対象として扱っているもの
		10206	06.博物館	博物館などの定めに無い施設も含む
		10207	07.美術館	ギャラリー、絵画館を含む
		10208	08.記念・資料館	
		10209	09.動・植物園	サファリパーク、鳥類園を含む
		10210	10.水族館	
		10211	11.産業観光	ワイナリー、ビール園、酒造見学などの産業観光(歴史的・文化的価値のある工場やその遺構、機械器具、最先端技術を備えた工場などを対象とした観光で、学びや体験を伴うもの)
		10212	12.歴史的建造物	歴史的建造物。橋や駅、ビル、タワー、ダムなどデザインの優れた建造物。歴史的文化的価値のある建造物そのものが観光利用の対象となっているもの
		10299	99.その他歴史	
	03.温泉・健康	10301	01.温泉地	温泉法に基づく温泉地 注1) 「〇〇温泉」と同じ名のつくエリアの宿泊及び日帰りの温泉施設全体を一つの地点として扱う 注2) なお湯畑などの観光施設を別地点としても差し支えないが、重複して入込客数をダブルカウントしないように留意
		10399	99.その他温泉・健康	温泉法に基づかない温泉類似施設 注1) スーパー銭湯は日常利用の多寡に留意 注2) ヘルスツーリズム ^{※3} などはここに含む

※1 エコツーリズム＝自然環境を対象とし、それらを損なうことなく、体験し学ぶ観光
※2 グリーンツーリズム＝農村漁村地域において自然・文化・人々との交流を楽しむ滞在型余暇活動
※3 ヘルスツーリズム＝自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光形態

2-4.観光地点等分類表

【観光地点等分類表(観光地点)】

大分類	中分類	コード	小分類	分類上の注意事項
1.観光地点	04.スポーツ・レクリエーション	10401	01.スポーツ・レクリエーション施設	ゴルフ場、テニスコート、スケート場、プール、複合的スポーツリゾート施設、サイクリングコース、ハイキングコース、自然歩道、自然研究路など ※ 日常利用の多寡に注意する。 ※ ゴルフ場→ゴルフ練習場は除外。なお、ゴルフ場は市区町村単位でまとめず、個別のゴルフ場を観光地点とする。 ※ プール→レジャー的要素がなく、日常利用が大半を占める運動用プール除外。 ※ サイクリングコース→日常利用者が大半を占めるものは除外 ※ スポーツ観戦(野球、サッカー、メジャーゴルフトーナメント大会など)の入込客数は含めない。
		10402	02.スキー場	
		10403	03.キャンプ場	
		10404	04.釣り場	具体的な箇所を特定できる「釣り場」を対象とする。 ※ 中分類「自然」の「湖沼」「河川」との重複注意
		10405	05.海水浴場	※ 中分類「自然」の「海岸」との重複注意
		10406	06.マリーナ・ヨットハーバー	
		10407	07.公園	イベントの開催やピクニックなどの目的となる公園を対象とし、施設のない公園や総合運動公園などで日常利用者が大半を占めるものは含めない。 ※ 公園などを会場とする行祭事・イベントの参加人数は行祭事・イベントに分類する。
		10408	08.レジャーランド・遊園地	【日本標準産業分類における定義】 各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所 【経産省:特定サービス産業実態調査における定義】 樹木、池などの自然環境を有し、かつ有料の各種遊戯施設を配置し、客に娯楽を提供する業務を営む事業所(客が直接に硬貨・メダル・カードを投入するものを除き、3種類以上の遊戯施設を有するもの)
		10409	09.テーマパーク	【日本標準産業分類における定義】 文化、歴史、科学などに関する特定のテーマに基づき、施設全体の環境づくりを行い、各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所 【経産省:特定サービス産業実態調査における定義】 入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連するアトラクションを有し、パレードやイベントなどのソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所
		10499	99.その他スポーツ・レクリエーション施設	
	05.都市型観光 買物・食など ショッピング、飲食等、都市・商業の様々な魅力を体験できる地点	10501	01.商業施設	※ 郊外ショッピングセンター、駅前商店街などで日常利用が大半を占めるものは含めない。
		10502	02.地区・商店街	※ 朝市・市場などで日常利用が大半を占めるものは含めない
		10503	03.食・グルメ	食をテーマとした観光利用の拠点 ※日常利用の多寡に留意すること
		10599	99.その他都市型観光	農水産品などの直売所、物産館などはここに含める
	06.その他	10699	99.他に分類されない観光地	道の駅、パーキングエリアなどはここに含める ※ただし単なる休憩施設のみの施設は除く

2-4.観光地点等分類表

行祭事・イベントについては推計対象から除外し、別途集計します。

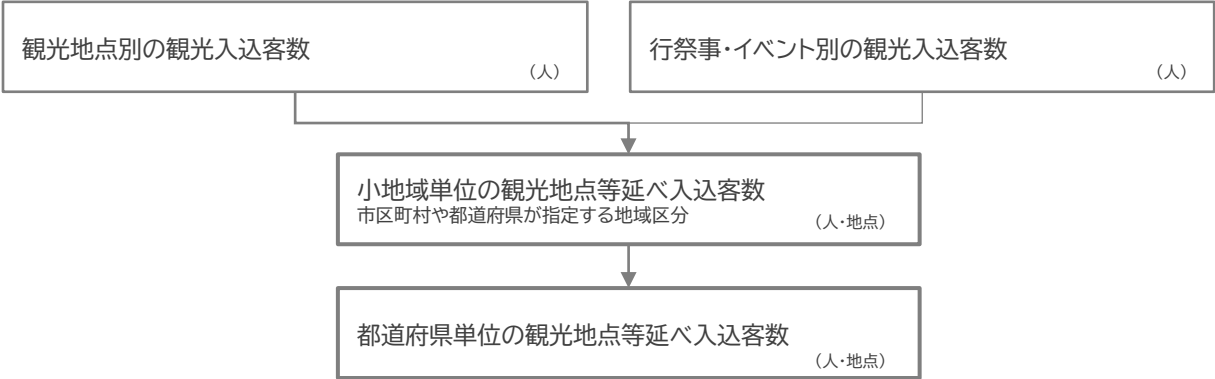
【観光地点等分類表(行祭事・イベント)】

大分類	中分類	コード	小分類	分類上の注意事項
2.行祭事・イベント	01.行祭事・イベント 行祭事とは、地域住民の生活において伝統と慣行により継承されてきた、恒例として日を定め執り行う歴史的催し・祭り、郷土芸能等の集合を意味し、イベントとは、常設もしくは特設の会場施設において行われる博覧会、見本市、コンベンション等の集合を意味する。	20101	01.行・祭事	見学者、参加者すべてを入込客数に含める。
		20102	02.花見	※ 観光地点としての入込客と、特定の時期に集中するイベントへの入込客は区分することが望ましい。
		20103	03.初詣	※ 地点の入込客のうち、花見、初詣、花火大会にそれぞれ区分。
		20104	04.花火大会	※ 観光地点の入込客数からこの分を除く(日数や他月の平均値利用などの推計でも可)
		20105	05.郷土芸能	
		20106	06.地域風俗	
		20107	07.博覧会	
		20108	08.コンサート	※野外コンサートも含む
		20109	09.スポーツ観戦	※参加者も含む
		20110	10.映画祭	※施設としての映画館は含まない
		20111	11.コンベンション・国際会議	
		20199	12.他に分類されない行祭事・イベント	イベント会場でイベントごとの観光入込客数を集計しない場合は、ここでまとめて整理

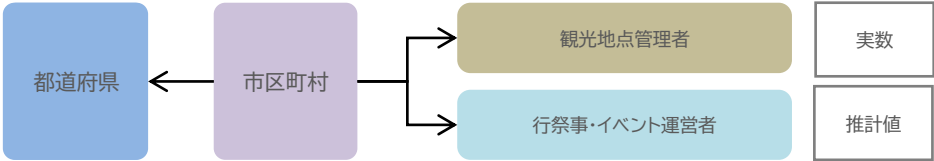
2-5.観光地点等入込客数調査の実施

観光地点等別に観光入込客数を把握します。具体的な調査は、市区町村担当者が観光地点の管理者や行祭事・イベントの運営者に確認することにより行い、都道府県担当者は都道府県内の各市区町村から報告された結果を取りまとめます。なお、四半期ごとに月別の調査を行ってください。

1.調査目的	都道府県内の観光地点等を訪れた人数の把握
2.調査単位	観光地点及び行祭事・イベント
3.調査対象	全数
4.調査周期	四半期(1～3月、4～6月、7～9月、10～12月)
5.実施時期	四半期の末日
6.調査事項	月別入込客数
7.実施方法	観光地点の管理者や行祭事・イベントの運営者に確認することにより実施する。
8.集計方法	観光地点等の分類別に集計



市区町村担当者が観光地点の管理者や行祭事・イベント運営者に確認し、都道府県担当者は都道府県内の各市区町村から報告された結果を、観光地点等名簿にまとめます。集計は市区町村担当者が行い、都道府県担当者は各市区町村から報告された結果を、観光地点等名簿に取りまとめます。



※ なお、取りまとめる際に報告がない観光地点の入込客数については、暫定値(報告のあった観光地点の入込客数の対前年同月比を未提出の観光地点の前年同月の値に乘じる、または同地点の前年同月の入込客数とする)を用いて取りまとめます。

2-6.観光入込客のカウント方法

観光地点等入込客数調査を実施するにあたり、都道府県は観光地点等別の観光入込客数の把握方法を整理する必要があります。観光地点等入込客数調査では、原則として市区町村を通じて当該観光地点等の管理者等からの報告又は公的機関の発表等による数値を用いることとします。

観光地点等入込客数調査は、共通基準の最も根源となるデータです。しかし、無料の公園、山岳、海浜、管理者のいない文化施設や景勝地、日常生活の一環として訪れる客と観光客が入り混じる商業施設など正確に観光客の数をカウントすることが難しい観光地点もあります。都道府県及び市区町村は、観光地点の管理者、民間施設等の協力を得ながら、対象となる観光地点で、できるだけ正確に観光客の数をカウントすることが求められます。

以下に、観光入込客数の把握方法を紹介します。実数による把握方法が推奨されますが、これが難しい場合には簡易な把握方法を用いてください。

実数による入込客数の算出・推計方法

有料入場者数

イベント会場や競技場、屋内型施設などでは、入場が有料の場合はチケット発売数、あるいは入場時のゲート開閉数の合計から入込客数を把握できます。

入場者名簿

無料の博物館や資料館等では、入場時に名簿に必要情報を自己記載することが義務付けられている施設があります。これらの入場者名簿の人数をカウントすることで、入込客数を把握できます。

温泉などの入湯者数

入湯税は、鉱泉浴場がある市区町村において入湯客に課された地方税ですので、入湯税を把握することで、温泉などの入湯者数を把握できます。

宿泊施設の宿泊名簿

宿泊者名簿は、宿泊台帳や宿帳、レジストレーションカード(レジカード)などと呼ばれることもあり、宿泊施設の運営者には旅館業法第6条でその取得が義務付けられており、宿泊者の氏名や職業等の情報が記載されます。この名簿に記載された情報から宿泊人数をカウントすることで、入込客数を把握できます。

赤外線センサーなどの入場者カウンター数

屋内型商業施設や大型店舗、イベント施設には赤外線や画像解析技術を使ったセンサーが設置されていることが多く、来店者数や来店時間をカウントしデータとして記録していますので、これらのデータから入込客数を把握できます。

監視カメラなどビデオ動画解析による入場者カウント数

人が大勢集まるスタジアム、商店街、交差点などに設置された監視カメラなどのネットワークカメラで撮影したビデオ動画から群衆の頭部を検知・認識してリアルタイムで人数をカウントします。密集度だけでなく滞留状態も把握し、移動している場合は方向と速度の人流計測も可能です。これらのデータから特定の施設や商店街などの入込客数を算出できます。

商店街など歩行者数

街並みの周遊状況をアンケート調査で把握し、最も立ち寄りの多い箇所を特定、特定した箇所で観光客数を数えて街並み全体の観光入込客数とする方法。特定箇所では、人又はセンサーにより、カウントして推計する方法が考えられます。(ビデオ動画解析による方法を含む)

交通系ICカード利用者データ

交通機関利用が大半を占める観光地点では最寄駅の乗降者数などの利用者数から推計することができます。公共交通機関の駅に設置されたICカード対応改札機で読み取ったICカードの鉄道やバスの利用履歴から、乗車駅と降車駅の移動を把握できます。これらのデータから定期券利用者を除いたり、乗車駅の範囲を絞ることで観光利用の利用者数を推計します。

IoTセンサーを使った人数カウント

店舗や施設にセンサーを設置するだけで、センサーがWi-Fi信号を感知し、店舗の人の流れや滞在時間なども把握することができます。

人流データによる地点別推計値の活用

スマートフォン等のデバイスを使って計測対象者の位置情報を取得した人流(位置情報)データを用いることができます。観光入込客数や市区町村単位の訪問者数、移動状況を把握することもできます。

2-6.観光入込客のカウント方法

推計や簡易な把握方法による入込客数の算出・推計方法

入口が限定できる観光地点

入口が限定できる観光地点の場合には、入口で入場者数を人またはセンサーを使ったカウント調査をすることで推計できます。(ビデオ等のデジタル画像を用いた処理による方法を含む)

山岳や河川など自然系の一定のエリアの入込客数を推計

山岳や河川など自然系のエリアへのアクセス経路が限定される場合には、通過交通量とその内訳(日常／非日常等)を把握し、推計する方法が考えられます。

代表日の実数をもとに推計

全日の入込客数の把握ができない場合は、平日と休日(土日、祝日)の代表日のみカウント調査を行い、月全体の入込客数を推計します。

レジ客数などの商品購入者数をもとに推計

売店や飲食店はレジを使って精算を行っています。レジで取得したレジ客数は精算回数であり、実人数とは異なりますので、店頭調査などを行った上で、実際の人数を推計します。また、当該店舗の利用率を調査することで、施設全体の利用者数を推計することもできます。

駐車台数からの推計

駐車場を利用した車両台数を調査し、車種ごとの平均乗車人数を乗じて観光地点に車で訪れた入込客数を推計します。平均乗車人数は地域・施設によって異なるため、実査を行う必要がありますが、軽自動車、普通車、バン・大型車、貸切バス等ごとに平均値を求め、以下の計算式によって計算します。

$$\text{車で訪れた入込客数} = \sum_{i=1} X_i \times a_i = X_1 \times a_1 + X_2 \times a_2 + \dots$$

i : 車種、 X_i : 車種ごとの車両台数、 a_i : 車種ごとの平均乗車人数

入込客数と回転率から推計

海水浴場、無料イベント、公園などは一部の時間や範囲等をもとに推計できます。公園やレクリエーション施設など観光客の出入りが激しい観光地点では、敷地内を最盛時間に端から端へ移動しながら数えた利用者数に回転数をかけて調査日の入込客数を推計する方法。調査日の入込客数をもとに、必要な期間の観光入込客数を推計します。行祭事・イベントなどにも適用が可能です。

$$\text{調査日の入込客数} = \text{最盛時の利用者数} \times \text{回転数}$$

大型海水浴場など広範囲の観光地では一定範囲を定めてその範囲内を最盛時間に移動しながら利用者を数え、これに回転数と全面積をかけ、さらに一定範囲の面積で割って調査日の入込客数を推計する方法。調査日の入込客数をもとに必要な期間の観光入込客数を推計します。

$$\text{調査日の入込客数} = \frac{\text{一定範囲内の最盛時の利用者数} \times \text{回転数} \times \text{観光地点面積}}{\text{一定範囲の面積}}$$

※回転数等のパラメータについては、市区町村の観光特性に応じて個別に設定

離島等において観光入込客数を把握する場合

離島などのように流入地点(海港等)が明確な地域では、入込客数とその内訳(日常利用かどうか)を流入地点でのアンケート調査等で把握します。

2-7.観光入込客数の集計

【観光地点等入込客数調査の作成例】

区分	観光地点	入込客延人数		対前年増減
		本年	前年	
〇〇県観光地点入込客数(延人数／人地点)		23,700,000	20,800,000	13.9%
A市観光地点入込客数(延人数／人地点)		12,000,000	10,000,000	20.0%
	10301 〇〇〇温泉	5,000,000	4,000,000	25.0%
	10407 A市総合公園	2,000,000	1,800,000	11.1%
	10202 〇〇城	2,000,000	1,800,000	11.1%
	10206 A市立博物館	800,000	500,000	60.0%
	10408 △山遊園地	2,200,000	1,900,000	15.8%
B市観光地点入込客数(延人数／人地点)		8,000,000	7,500,000	6.7%
	10301 ▽▽山温泉	3,000,000	2,800,000	7.1%
	10407 〇〇川親水公園	1,000,000	1,000,000	0.0%
	10204 〇〇〇庭園	2,000,000	1,800,000	11.1%
	10210 B市立水族館	2,000,000	1,900,000	5.3%
C町観光地点入込客数(延人数／人地点)		3,700,000	3,300,000	12.1%
	10301 〇〇〇温泉郷	2,200,000	2,100,000	4.8%
	10203 〇〇山〇〇寺	1,000,000	900,000	11.1%
	10401 〇〇カンツリー倶楽部	500,000	300,000	66.7%
〇〇県行祭事・イベント別入込客数(延人数／人地点)		5,000,000	4,800,000	4.2%
A市	20101 春の〇〇祭り	5,000,000	4,800,000	4.2%
B市	20101 秋の〇〇祭り	3,000,000	2,800,000	7.1%
C町	20101 〇〇フェスティバル	4,000,000	3,400,000	17.6%

【月別の結果の取りまとめ】

月別の入込客数は、観光地点の情報と合わせて集計されるため、観光名簿と一体化して管理します。

観光地点等			所在地		観光地点等分類			観光入込客数の把握手法				
観光地点等名	観光地点等コード		所在地住所	所在地コード	大分類	中分類	小分類	施設種類	実数・推計別	把握期間	把握方法	

観光入込客数(人／月)												
合計	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月

【四半期別の結果の取りまとめ】

観光地点等ごとの月別の入込客数をもとに、四半期別の取りまとめを行います。

なお、月別入込客数の報告がない観光地点等の入込客数については、以下に示す2つの暫定値のいずれかを用いて取りまとめます。暫定値1を用いることを推奨します。

- 暫定値1:報告がなされている観光地点等全体の入込客数の対前年同月比を、未報告の観光地点等の前年同月の値に乘じた値とする。
- 暫定値2:同地点の前年同月の入込客数とする。

2-8.人流データによる観光入込客数の把握



人流データで観光入込客数の把握を可能に

一定の要件を満たす場合において、観光地点等入込客数調査の代替手段として、スマートフォン等のデバイスにより取得した計測対象者の位置情報データ(以下「人流データ」という。)による、各都道府県全域での観光入込客数(実人数)の把握を可能とします。

人流データを用いる上での要件は下記の通りです。共通基準において人流データを用いる際には、これらの要件についてデータ提供事業者を確認するようにしてください。

人流データの使用に切り替える場合には、少なくとも1年間は従来手法による調査を実施しながら「人流データ」も併せて入手し、両者の結果の違いの傾向を把握することを推奨します。

人流データに求める要件

要件1

各都道府県の観光入込客数(実人数)を把握すること

人流データには近隣居住者や観光目的以外の訪問者の動きも含まれますので、これらを分離して観光目的の入込客数を正しく把握してください。具体的な定義は下表の通りです。

要件2

入込客の個人属性の偏りを補正する処理がなされていること

居住者や通勤・通学者、旅行目的以外の滞在者(病院での入院や介護施設入居者等)を除外してください。具体的な定義は下表の通りです。

要件3

観光入込客数(実人数)の母集団推計(いわゆる拡大推計)を行うこと

個人属性(性年代や居住地等)を考慮した拡大推計を行ってください。

※拡大推計データとは一部のサンプル(標本)から全体数(母集団)を推計すること

人流データを用いる際の観光入込客の定義

▼観光入込客に含めない人流データ

居住者	居住地の市区町村内(または一定の移動距離や所要時間※の範囲内)で完結する人流は、居住者による移動とみなし除外。 ※参考:観光庁「旅行・観光消費動向調査」での非日常生活圏の目安は「片道の移動距離が80km以上または所要時間が8時間以上」です。
訪問頻度	同一市区町村に「週1回以上(または月6回以上)」訪問する滞在者は、日常での移動(通勤・通学等)とみなし除外。
滞在期間	居住地以外のエリアでも、継続して1年以上の滞在者は除外。
その他	病院や介護施設等、明らかに旅行目的ではない滞在者を除外。

▼宿泊客と日帰り客の分類

宿泊客	観光入込客のうち、旅行中に1泊以上した滞在者。居住地以外で午前4時に滞在していた地点を宿泊地とみなす。
日帰り	観光入込客のうち、旅行全行程で日帰りだった滞在者。

【参考】観光庁「位置情報等を活用した観光行動の調査・分析の方向性について」(2014年)

参考

観光地点ごとの人流データを活用するケースについて

都道府県単位の観光入込客数(実人数)に相当する人流データではなく、観光地点ごとの入込客数に相当する人流データを活用する方法も考えられます。この場合は、共通基準の従来手法の枠組みで推計します。なお、観光地点ごとの入込客数の合計は「延べ人数」となりますので、観光地点パラメータ調査より取得した平均訪問地点数で除することによって都道府県単位の「実人数」を推計してください。

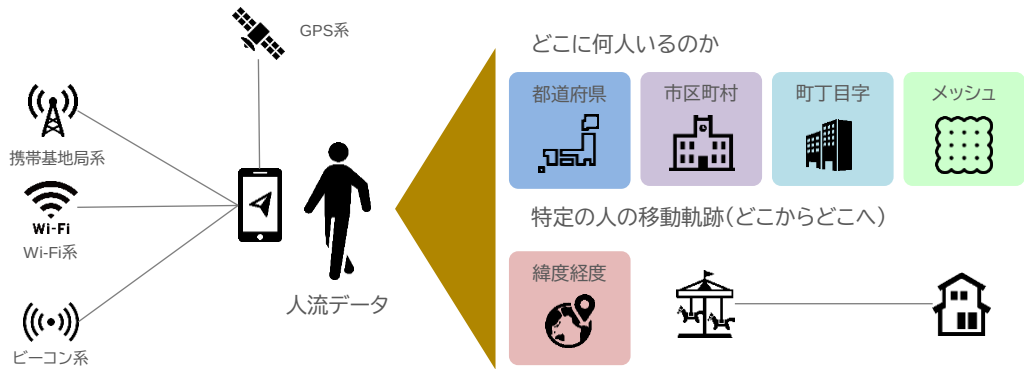
2-8.人流データによる観光入込客数の把握



共通基準では「基地局データ」または「GPSデータ」の利用を想定

「人流データ」とは、スマートフォン等のデバイスにより取得した計測対象者の位置情報データのことです。携帯電話保有者の携帯電話基地局との交信データや、天気予報、地図、デリバリーサービスといったGPS機能を使うアプリ利用者の膨大なログを、許諾を得た上で個人情報秘匿化した上で提供されるデータです。

人流データは、各都道府県全域での観光入込客数(実人数)のみならず、従来の統計調査手法では収集が難しかった小地域単位での入込客数を得るためにも有効な方法のひとつです。



現在、人流データの取得方法としては以下の4つがあげられます。このうち、各都道府県の全域での観光入込客数(実人数)を把握する上では、「携帯基地局データ」(以下「基地局データ」という。)もしくは「GPSデータ」の活用を想定しています。

	携帯基地局系 	GPS系 	Wi-Fi系 	ビーコン系 
	ある場所、ある日、ある時間帯にいた人数が属性別にわかる	特定の人の移動軌跡がわかる	特定の人の移動軌跡がわかる	GPSやWi-Fiでは把握できない細かい移動軌跡(店内の移動等)
元データ	通話や通信を行うために各携帯電話キャリアが設置した「基地局」と「携帯電話」との交信履歴	位置情報を扱うアプリで取得されるGPSが測位した緯度経度情報	Wi-Fi機能を利用している携帯電話と全国に設置されているWi-Fiアクセスポイントとの交信履歴	携帯電話やPCが発するWi-FiやBluetoothなどの信号を特殊な機械で取得したデータ
対象者	各キャリアの携帯電話利用者	天気予報や地図などの特定のアプリ利用者	各Wi-Fiのサービス利用者	各Wi-FiやBluetoothのサービス利用者
主な分析項目	属性別滞留人口	滞留者数(人口) 滞在時間 利用経路	滞留者数(人口) 滞在時間 利用経路	滞留者数 滞在時間 利用経路
位置情報の単位	基地局単位 数100m～数km	緯度経度単位	アクセスポイント単位 50～100m単位	アクセスポイント単位 数cm～数m単位
特徴	全国を網羅 サンプルサイズが多い	個人の詳細な移動軌跡がわかるため、観光地の周遊状況などが把握できる		屋内調査が可能

2-8.人流データによる観光入込客数の把握



(A) 基地局データの仕様例

基地局データの一例として、D社が提供する人流データを入手する際のデータの仕様について、日本人と訪日外国人のそれぞれについて下表に提示します。

D社人流データの測定対象年齢は15～89歳(2024年2月現在)です。14歳未満や90歳以上の補完推計を行う場合には、別途インターネット調査を実施し、補完推計に必要なパラメータを算出するための設問を用意します(第3章8参照)。

▼D社人流データの測定対象の定義

測定対象となる移動	「通勤・通学でない移動のうち、片道移動距離が80km以上もしくは片道移動時間が8時間以上(ただし近隣居住者を除く)の移動
測定対象となる年齢	15～89歳

▼D社人流データの仕様【日本人】

使用許諾対象のエリア分析データ (特記事項)		D社人流データ 国内観光動態統計調査 (県単位DMOパック)
ファイル形式		CSV形式 ^{※1} ※1 「県単位DMOパック」の場合、Tableau形式も付属
分析種別		滞在
集計方法		期間(月別)ユニーク ^{※2}
対象エリア	エリア粒度	都道府県
	エリア指定	〇〇〇県
分析対象期間	期間粒度	1ヵ月
	期間の指定	〇〇〇〇年 1月～12月
属性		総数、性年代、居住地(都道府県) ^{※3} ※3 「県単位DMOパック」の場合、市区町村単位の居住地データも付属
備考		旅行客数、宿泊客数、日帰り客数

▼D社人流データの仕様【訪日外国人】

使用許諾対象のエリア分析データ (特記事項)		D社人流データ 訪日外国人動態統計調査 (県単位DMOパック)
ファイル形式		CSV形式 ^{※4} ※4 「県単位DMOパック」の場合、Tableau形式も付属
分析種別		滞在
集計方法		期間(月別)ユニーク ^{※2}
対象エリア	エリア粒度	都道府県
	エリア指定	〇〇〇県
分析対象期間	期間粒度	1ヵ月
	期間の指定	〇〇〇〇年 1月～12月
属性		総数、国籍
備考		旅行客数、宿泊客数、日帰り客数

※2 D社人流データでは2つのカウント方法があります。共通基準では月別の「期間ユニーク」を採用します。

期間ユニーク:期間中に同一訪問者が対象地域で何日滞在しても「1」とカウント

日別ユニーク:同一訪問者が対象地域に2日滞在した場合は「2」とカウント

2-8.人流データによる観光入込客数の把握



GPSデータの仕様例

GPSデータの一例として、公益社団法人日本観光振興協会総合調査研究所が提供する「デジタル観光統計オープンデータ」の仕様を下表に提示します。

このデータは、日本国内居住者が測定対象となります。訪日外国人は測定されていません。また、スマートフォンのアプリ利用者が測定対象であるため、アプリ利用率の低い20代未満や70代以上の年齢層は測定されません。これらの属性の補完推計を行う場合には、別途インターネット調査を実施して、補完推計に必要となるパラメータを算出するための設問を用意します(第3章8参照)。

各都道府県の観光入込客数(実人数)の推計に最低限必要なデータは、公益社団法人日本観光振興協会のウェブサイトにて無償で公開されています。「デジタル観光統計オープンデータ」の詳細については、公益社団法人日本観光振興協会が提供する資料を参照してください。

▼「デジタル観光統計オープンデータ」の測定対象の定義

測定対象となる移動	日本国内に居住する者による、観光目的(＝観光地点来訪、ただし、通勤目的を除く)のために日常生活圏以外 [※] の観光地点を訪れる移動 ※日常生活圏以外：自宅からの直線距離が20km以上。ただし、観光地点が勤務地である移動(通勤)を除く。
測定対象となる年齢	20～69歳

▼「デジタル観光統計オープンデータ」の仕様【日本人】

調査対象	日本国内居住者の観光来訪者数(実人数)
調査方法	B社が事前に本人から許諾を得て取得したスマートフォン位置情報データを活用
観光来訪者数の定義	推定発地から半径20km以上離れた調査地点に滞在した者。但し、調査地点勤務者を除く。
調査地点	検討委員会のレビューを得た作成ガイドラインをもとに、B社が保有する全国10万箇所の観光地点を初期設定(お試し版)、その後、都道府県の地点変更・追加を反映(確定版)
データ項目	全国都道府県・市区町村月別観光来訪者数
調査期間	2021年1月～、直近1ヶ月分を毎月更新
提供時期	調査対象月の翌月に公表
提供価格	無償



人流データを利用する際の留意点

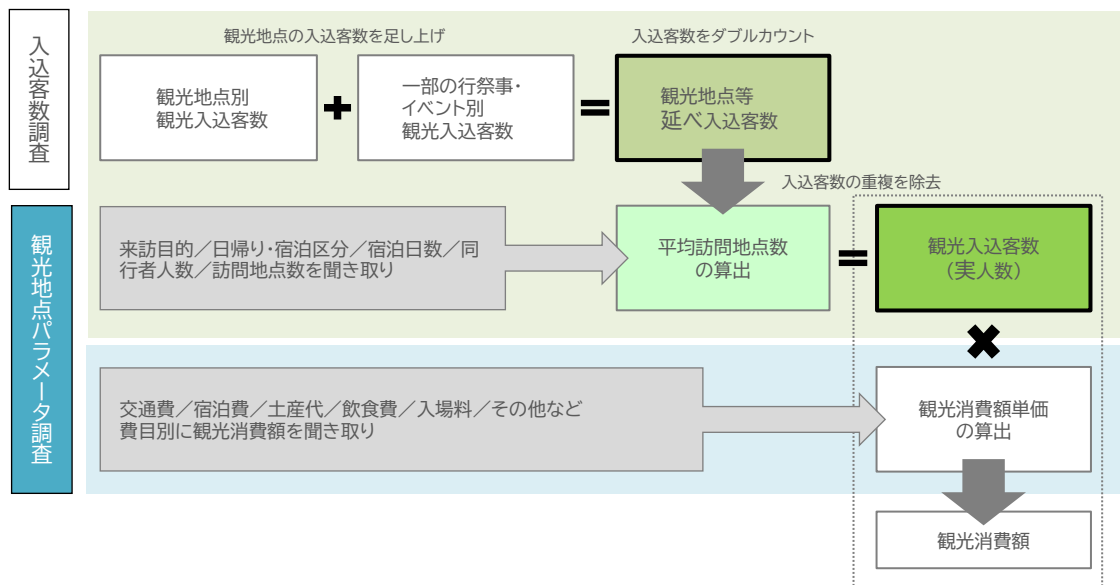
人流データは、データ提供事業者によって測定対象や方法が異なります。そのため、人流データによる観光入込客数(実人数)を公表する際には、どの人流データを用いて推計したのかを関係資料に明示するようにしてください。なお、「デジタル観光統計オープンデータ」の「測定対象となる移動」の定義は、観光庁「旅行・観光消費動向調査」とは異なりますのでご注意ください。

作業	1.調査地点の設定	五年ごと	周期
	2.調査準備(日程、調査票、調査員)	毎四半期	
	3.調査の実施	毎四半期	
	4.調査結果の入力	毎四半期	

3-1.観光地点パラメータ調査の概要

「観光地点パラメータ調査」は、観光入込客数と観光消費額を推計するための調査です。「観光地点等入込客数調査」では観光地点等ごとの入込客数を把握できますが、1回の旅行で複数の観光地点を訪れるケースがあることから、観光地点等入込客数を足しあげた人数(延べ人数)は重複カウントされた数字となります。これを補正して各都道府県全域での観光入込客数(実人数)を算出するためのパラメータ(補正係数)を調査するほか、各都道府県内での観光消費額単価を調査します。

1.調査目的	観光入込客の属性別の構成比、平均訪問地点数、観光消費額単価等の把握
2.調査単位	観光地点、個人
3.調査対象	①サンプルサイズ 四半期ごとに行う1回の調査では、3,000以上のサンプルサイズの回収を目標とします。なお、ここでいうサンプルサイズは、回収票数ではなく、回答者を含む同行者数の合計を意味します。 ②観光地点 観光地点パラメータ調査を行う観光地点は10地点以上とし、原則として5年間固定して実施します。 ③調査対象 行祭事・イベントについては、観光地点パラメータ調査の対象としません。
4.調査周期	四半期(1～3月、4～6月、7～9月、10～12月)
5.実施時期	四半期に含まれる休日1日で、当該四半期の観光入込客の平均的な訪問地点数、観光消費額単価が把握可能と考えられる日とします。都道府県ごとに全ての調査地点で同日に実施することが理想的です。
6.調査事項	観光入込客の居住地、性別、年齢、宿泊／日帰り別、宿泊施設、旅行目的、同行者数、都道府県内訪問観光地点名、都道府県内観光消費額単価等
7.実施方法	観光地点等名簿で整理した観光地点のうち、3つの要件を満たすものの中から、観光入込客数規模を考慮して選定した観光地点において、調査票を用いた調査員による自計又は他計方式により実施します。
8.集計方法	調査で得られるデータの中で、観光入込客数、観光消費額単価、観光消費額の統計量算出に用いる値は以下になります。 ・来訪目的(観光及び帰省・知人訪問、ビジネス)の構成比(%) ・観光消費額単価(円／人回) ・平均訪問地点数(地点／人回) ・平均利用宿泊施設数(施設／人回)



3-1.観光地点パラメータ調査の概要

共通基準では、観光客を日本人と外国人、観光目的とビジネス目的、日帰り客と宿泊客という属性別に区分して、それぞれの観光入込客数を集計します。このうち、日本人、訪日外国人ともに「観光目的」の観光入込客数の集計は必須ですが、「ビジネス目的」の観光入込客数の集計は任意とします。また、訪日外国人については、一定の条件を満たす場合には調査対象から外すことが認められています。観光地点パラメータ調査を行う上で、属性別に留意事項を以下に整理しました。

【パラメータ調査での属性別留意事項】

属性				対象	パラメータ調査での留意事項	
日本人	観光目的	県内	日帰り	必須	従来通り	調査日や日数による偏りを少なくするため、観光地点においてQRコードを用いた留置WEB調査の併用が可能。 共通基準以外で訪日外国人の入込客数を推定可能、あるいは訪問者数が少ない場合は、日本人のみを対象とするインターネット調査での代替が可能。 その場合、調査1回当たり1,000票以上のサンプルサイズが得られること等が条件。 切り替え時には、少なくとも1年間は従来調査とインターネット調査を併行実施し、両者の結果の違いの傾向を把握する。
			宿泊			
		県外	日帰り			
			宿泊			
	ビジネス目的	県内	日帰り	選択可	観光政策において、ビジネス目的で観光地点を訪れる入込客を重視またはビジネス目的の入込客が多く訪れる観光地点を調査地点として設定している場合は、引き続きビジネス目的の統計量を作成。 ただし、観光目的以外の観光客を特定するために、従来通り、パラメータ調査で居住地、旅行目的、県内訪問地を聞く必要があるが、ビジネス目的の対象者には観光消費額の質問を省略しても良い。	
			宿泊			
		県外	日帰り			
			宿泊			
訪日外国人	ビジネス目的	日帰り	選択可		独自に訪日外国人対象の消費額調査を実施している都道府県では、訪日外国人に対する観光消費額の質問は重複するため、省略しても良いが、国名、旅行目的、訪問観光地は最低限調査する。 観光目的の訪日外国人が年間20万人を下回る都道府県では、訪日外国人を調査対象から除外しても良いが、別途、観光庁の訪日外国人消費動向調査等を活用して統計量を作成する。	
		宿泊				
	観光目的	日帰り	必須	従来通り		
		宿泊				

3-2.調査地点の選定

観光地点パラメータ調査では都道府県内の観光地点から10地点以上を調査地点として選定し、四半期ごとに最低1日の調査員による聞き取り形式によるアンケート調査を実施します。まず、観光地点リストを作成します。共通基準で示された集計の対象となる都道府県の観光地点全てを記載します。なお、リストにない観光地点は平均訪問地点数算出の対象となりませんので注意してください。観光地点数が多い場合は、訪問地点の選択肢が増えて回答者負担が大きくなるので、前年の入込実績が無い地点を削除したり、レイアウトを工夫をしてください。また、行祭事・イベントは記載しません。

県内の主な観光地点 一覧表

地点番号		観光地点名称
地点	1	凸凹博物館
地点	2	凸凹マルチアリーナ
地点	3	観音寺
地点	4	道の駅 凸凹
地点	5	凸凹自然植物公園
地点	6	凸凹県立ふれあい自然公園
地点	7	凸凹カンツリー倶楽部
地点	8	凸凹山
地点	9	道の駅 ○○○○
地点	10	凸凹城跡公園



次に、観光地点リストの中から調査地点を選定します。調査地点は、観光地点の入込客数規模を考慮して10地点以上を選定し、原則5年間固定します。この際、行祭事・イベントは調査地点にしないください。都道府県内をいくつかの地域に分割した上で選定する方法と、地域に分割しない方法のどちらを採用しても構いません。地域別の調査地点の配分は地域ごとに平均的に配分する方法と、地域別観光入込客数に比例して配分する方法が考えられますが、地域ごとに最低1地点選定すれば、どちらを採用しても構いません。地域ごとに平均的に配分する場合で、同数配分できない場合は観光入込客数が多いと考えられる地域から順に配分してください。調査地点を選定した後、該当観光地点の管理者に調査協力の要請を行い、協力を得られない場合や調査日に観光入込客数がない(営業をしていないなど)場合、又は極端に少ない場合は再選定して、調査協力を再要請し、10地点以上になるまで続けてください。

3-3.調査票の作成

調査票を作成します。必要に応じて外国語版を作成してください。調査票（標準様式）に自由に設問を追加できますが、設問が多すぎると回答者の負担が増え、回答品質が低下する恐れがあります。回答者負担の抑制を考慮した調査票の作成を心がけてください。観光地点パラメータ調査票には、回答の正確性を期するために、本調査で直接集計の対象として取り扱わない項目が含まれています（交通費（県外分）や利用交通機関、同行者の種類、訪問回数）。これらの調査結果を独自に入力・集計・分析し、活用していただくことができます。なお、統計量の推計に活用する設問及びその他の設問についての解説は、30ページ以降を参照してください。

【調査票例】

Q1.あなたのお住まいはどこですか。国内にお住まいであれば都道府県名、海外であれば国名をご記入ください。

また、この調査実施県にお住まいの場合は市町村名をご記入下さい。

(都道府県名:)
海外の場合(国名:)

↓
地元の場合
↓
(市町村名:)

Q2.あなたの性別、年齢を選んでください。※それぞれ1つだけ

性別: 1.男性 2.女性

年齢: 1. 10歳未満 2. 10歳代 3. 20歳代 4. 30歳代 5. 40歳代
6. 50歳代 7. 60歳代 8. 70歳代 9. 80歳以上

Q3.今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。※1つだけ

宿泊であれば、何泊か、そのうち県内では何泊するか、いくつの施設に宿泊するかをご記入ください。

また、県内ではどのような施設に宿泊するかをご記入ください。※いくつでも

1.日帰り 2.宿泊 → 宿泊数 泊 → そのうち県内 泊 → 県内宿泊施設数 施設

県内宿泊施設

3.ホテル
4.ペンション・民宿
5.保養所・研修所
6.キャンプ場
7.車中泊・交通機関内での宿泊(キャンプ場以外)
8.別荘・リゾートマンション
9.会費制の宿泊施設
10.その他

11.旅館・民宿
12.保養所・研修所
13.ホテル
14.ペンション・民宿
15.保養所・研修所
16.キャンプ場
17.車中泊・交通機関内での宿泊(キャンプ場以外)
18.別荘・リゾートマンション
19.会費制の宿泊施設
20.その他

Q4.今回の旅行の主要な目的は何ですか。※1つだけ

1. ビジネス 2. 観光 3. 帰省・知人訪問 4. その他(1～3のどれでもない)

Q5.あなたを含めて、何人での、どなたと一緒にの旅行ですか。※子供や乳幼児も含む

()人
2人以上の場合
↓
1. 家族 2. 友人 3. 職場・学校などの団体旅行 4. その他

Q6.ご一緒のみなさん全員、今いる観光地の訪問が何回目かご存じですか。※回答の合計はQ5と一致

1.知らない 2.知っている → 1回目的人数 ()人、2回目的人数 ()人
3回目的人数 ()人、4回目以上的人数 ()人

Q7.【県外にお住まいの方のみお答えください】

ご一緒のみなさん全員、この県の訪問が何回目かご存じですか。※回答の合計はQ5と一致

1.知らない 2.知っている → 1回目的人数 ()人、2回目的人数 ()人
3回目的人数 ()人、4回目以上的人数 ()人

今回の旅行で訪れた県内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入ください。これから訪問する観光地についても予定をご記入ください。※観光地は一覧表より、交通機関は下表より番号をお選びください。

また、この県に訪れる前・後に立ち寄った(立ち寄る予定の)都道府県があればご記入ください。

ここに来る前にいた場所
現在地
これから行く予定の場所

居住地
交通機関
交通機関
交通機関
交通機関
交通機関
交通機関
居住地

交通機関

1.JR新幹線 2.JR在来線 3.私鉄・地下鉄 4.モノレール 5.貸切バス/観光バス
6.高速バス 7.市内バス 8.市内電車 9.タクシー/ハイヤー
10.レンタカー 11.自家用車/社用・公用車 12.その他

以下に立ち寄り都道府県がある場合はご記入ください。

ここに来る前にいた県
現在地
これから行く予定の県

居住地
県
県
当県
県
県
居住地

交通機関
交通機関
交通機関
交通機関
交通機関
交通機関

※欄は上表から選択

今回の旅行で、使う費用(これから使う予定も含めて)を教えてください。

※その日の費用を、下欄の項目別に記入してください。

交通費は高速料金やガソリン代や駐車場代を含め、県外/県内分を分けて記入。今回の旅行がパック旅行である場合、費用が県内のみか、県外を含むかを選択

☐ ←表内の回答がグループ旅行の場合には必ずチェック

一人あたりの使用費用

①交通費 県内 円 県外 円
②宿泊費 県内 円
③土産代 県内 円
④飲食費 県内 円
⑤入場料 県内 円
⑥その他 県内 円
⑦パック料金 円 ☐ 県内のみもしくは ☐ 県外を含む

調査内容は以上です。ご協力ありがとうございました。

調査票コード

調査年度
調査地区ID
調査年月日
調査時刻
ID

「共通基準／支援ツール」には調査票(標準様式)と外国語対応版が用意されています。⇒「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p3



タブレットやスマホによるWEBアンケート

紙の調査票の代わりに、タブレット端末やスマートフォンなどを使って、来訪客に直接回答を入力してもらう方式。データ入力作業を省くことでコスト削減や集計のスピードアップが可能です。

端末だけを観光地に置くことができないため、ガイダンスや説明する調査員が必要となるほか、端末の購入費またはレンタル費もかかるため、調査の実施頻度や利用期間を考慮する必要があります。

3-4.調査票の設問内容

パラメータ調査での訪問者への設問内容の目的と重要度などを以下にまとめました。

調査票(標準様式)には、回答の正確性を期するために、本調査で直接集計の対象として取り扱わない項目が含まれています(県外分交通費や利用交通機関、同行者の種類、訪問回数)が、これらの調査結果を独自に入力・集計・分析できます。

	質問内容		目的	重要度
Q1	居住地	都道府県(国名)	回答者を「県内／県外／訪日外国人」に区分	A 必須
	あなたのお住まいはどこですか。	市区町村名		
Q2	性別・年代		回答者の「性別／年代」に区分	B 共有
	あなたの性別、年齢を選んでください。			
Q3	日帰り 宿泊区分	宿泊数 県内宿泊数 県内宿泊施設数 県内宿泊施設タイプ	回答者を「日帰り客／宿泊客」に区分	A 必須
	今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。		推計に使う「宿泊旅行統計調査データ」を補正するために、県内宿泊施設数と県内宿泊施設タイプは必須	
Q4	旅行目的		回答者を「観光／ビジネス」に区分	A 必須
	今回の旅行の主要な目的は何ですか。			
Q5	同行者数	本人を含む人数	同行者数の合計をサンプルサイズにして集計・分析を行うため、同行者数は必須	A 必須
	あなたを含めて、何人での、どなたと一緒に旅行ですか。	同行者種類	同行者種類は精度を高めるために必須	
Q6	観光地点リピート回数		本人を含む同行者全員の「観光地点」のリピート回数から、リピート率を算出	C 選択
	ご一緒のみなさん全員の、今いる観光地の訪問が何回目かご存じですか。			
Q7	都道府県リピート回数		本人を含む同行者全員の当該「都道府県」のリピート回数から、リピート率を算出	C 選択
	ご一緒のみなさん全員の、この県の訪問が何回目かご存じですか。			
Q8	訪問観光地 今回の旅行で訪れた県内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入ください。	訪問地点数	観光客の平均訪問地点数を算出するために、回答者の訪問地点数が必須。 それ以外は精度を高めるために必要。	A 必須
		観光地名 交通機関		
	訪問都道府県 当県以外に立ち寄り都道府県がある場合はご記入ください。	訪問都道府県数	都道府県間の重複を排除するために、必要な設問。それ以外は精度を高めるために必要。	B 共有
		県名 交通機関		
Q9	観光消費額単価 今回の旅行で、使う費用(これから使う予定も含めて)を教えてください。		県内での観光消費額単価を把握する設問。交通費、宿泊費、土産代、飲食費、入場料、その他など項目別に県内消費額を聞き取り	A 必須

A:必須は、各種パラメータ算出に必要な設問です。

B:共有は、推計には直接必要ありませんが、「支援ツールにおける観光入込客数統計調査データ共有形式」の集計対象です。

⇒「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p19参照

C:選択は、任意で付け加えることのできる設問です。

3-4.調査票の設問内容

実際に観光地点パラメータ調査で利用する標準様式の設問を個別に解説します。

Q1

あなたのお住まいはどこですか。国内にお住まいであれば都道府県名、海外であれば国名をご記入ください。
また、この調査実施県にお住まいの場合は市区町村名をご記入ください。

(都道府県名:) 海外の場合(国名:)
↓
地元の場合
→ (市区町村名)

回答者の属性を把握する設問です。(県内、県外、訪日外国人を把握します)
地元の場合に「市区町村名」を聞くのは、回答者の居住地を確認し、以降で質問する「周遊状況」や「交通費」などの回答の信頼度を上げるためですが、周遊状況や消費額のうち交通費と密接な項目ですので他県からの来訪であっても聞くことをお勧めします。

Q2

あなたの性別、年齢を選んでください。※それぞれ1つだけ

性別 : 1.男性 2.女性
年齢 : 1. 10歳未満 2. 10歳代 3. 20歳代 4. 30歳代 5. 40歳代
 6. 50歳代 7. 60歳代 8. 70歳代 9. 80歳以上

回答者の性別・年齢を確認し、回答の信頼度を上げるための設問です。
回答者属性に偏りがいないか等を確認できます。

Q3

今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。 ※1つだけ
宿泊であれば、何泊か、そのうち県内では何泊するか、いくつの施設に宿泊するかをご記入ください。
また、県内ではどのような施設に宿泊するかをご記入ください。 ※いくつでも

1.日帰り 2.宿泊 → 宿泊数 泊 → そのうち県内 泊 → 県内宿泊施設数 ↓ 施設

県内宿泊施設

1.実家や知人・親類宅	2.旅館	3.ホテル
4.ペンション・民宿	5.保養所・研修所	6.キャンプ場
7.車中泊・交通機関内での宿泊(キャンプ場以外)	8.別荘・リゾートマンション	
9.会員制の宿泊施設	10.その他	

日帰り／宿泊、うち県内など回答者の属性区分を把握する設問です。
県内に宿泊した人が「宿泊客」です。旅行自体が宿泊を含むものであっても、県内に宿泊していない(他県泊)場合は「日帰り客」です。

■県内宿泊施設数

宿泊旅行統計調査の補正を行うための『平均利用宿泊施設数』を把握する設問。宿泊施設種類と併せて分析します。宿泊旅行統計調査の対象施設への宿泊者に限定して『平均利用宿泊施設数』を算定します。

■県内宿泊施設種類

宿泊旅行統計調査の補正を行うための「実家・キャンプ場等利用補正係数」を把握する設問。宿泊旅行統計調査で対象となっている「旅館、ホテル、ペンション／民宿」の宿泊者和其他の施設の宿泊者の割合を算定します。

3-4.調査票の設問内容

Q4

今回の旅行の主要な目的は何ですか。※1つだけ

1. ビジネス 2. 観光 3. 帰省・知人訪問 4. その他(1～3のどれでもない)

回答者の属性区分を把握する設問です。「ビジネス」と回答した人は「ビジネス目的兼観光」、回答2以降と回答した人は「観光目的」の訪問目的になります。
観光地点での回答結果であるため、1.ビジネスと回答した人は「ビジネス目的兼観光」となります。

Q5

あなたを含めて、何人での、どなたと一緒にの旅行ですか。※子供や乳幼児も含む

()人
2人以上の場合
→ 1. 家族 2. 友人 3. 職場・学校などの団体旅行 4. その他

サンプルサイズを把握する設問です。「Q2.性別／年代」以外の設問の回答は、観光消費額単価を含めて同行者全て同じものとして、集計・分析に用います。同行者数の合計がサンプルサイズになります。
「同行者種別」は同行者数に対する回答の信頼度を上げるための設問です。例えば、同行者人数が多い場合、回答者のグループが一般ツアーか、団体旅行かを確認することにより、同行者数に対する誤解を防ぐことができます。またマーケティング的な視点からも聞くことをお勧めします。

Q6

ご一緒のみなさん全員の、今いる観光地の訪問が何回目かご存じですか。※回答の合計はQ5と一致

1. 知らない 2. 知っている → 1回目の人数()人、 2回目の人数 ()人
3回目の人数()人、 4回目以上の人数()人

Q7

【県外にお住まいの方のみお答えください】

ご一緒のみなさん全員の、この県の訪問が何回目かご存じですか。※回答の合計はQ5と一致

1. 知らない 2. 知っている → 1回目の人数()人、 2回目の人数 ()人
3回目の人数()人、 4回目以上の人数()人

Q6.観光地点リポート回数 Q7.都道府県リポート回数

観光施策上重要なリポート率を把握する設問です。同行者全てについて把握できますので、他のパラメータと同様に、入込客数を用いて、観光地点全体、都道府県全体に拡大して適用できます。



本人はともかく、同行者のリポート回数を正確に把握することは困難です。把握が困難な同行者のリポート回数は聞かず、本人のリポート回数のみを聞き取り、年間の来訪回数を聴くことで来訪頻度を把握する設問に変更しています。
※来訪者が近隣都県で占められる場合は有効。来訪頻度が低い観光地点を多く含む都道府県では設問内容を適宜変更することを推奨。

代案

今あなたがいる観光地への訪問は何回目ですか。(1つだけ)

1. 1回目 2. 2回目 3. 3回目 4. 4回目以上

今回の訪問を含め、あなたの凸凹県への訪問は何回目ですか。(1つだけ)

1. 1回目 2. 2回目 3. 3回目 4. 4回目以上 5. 凸凹県内在住

【前問で選択肢2～4を選択した方】
あなたは、昨年1年間で、凸凹県を何回訪問しましたか。

回

3-4.調査票の設問内容

Q8

今回の旅行で訪れた県内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入ください。これから訪問する観光地についても予定をご記入ください。※観光地は一覧表より、交通機関は下表より番号をお選びください。また、この県に訪れる前・後に立ち寄った(立ち寄る予定の)都道府県があればご記入ください。

	ここに来る前にいた場所	現在地	これから行く予定の場所
居住地		調査地点	居住地
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			

交通機関

①JR新幹線	②JR在来線	③私鉄・地下鉄	④モノレール	⑤貸切バス／観光バス
⑥高速バス	⑦市内バス	⑧市内電車	⑨タクシー／ハイヤー	
⑩レンタカー	⑪自家用車／社用・公用車	⑫その他		

※当県以外に立ち寄り都道府県がある場合はご記入ください。

	ここに来る前にいた県	現在地	これから行く予定の県
居住地	県	当 県	居住地
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			

※交通機関は上表から選択

平均訪問地点数を把握する設問です。観光地点名(番号)は統計量の推計には不要ですが、回答のしやすさと信頼度を上げるために観光地点が記載された「訪問地点リスト」をみながら回答してもらいます。リストにない観光地点の入込客数は推計の対象にならないので、リストにない地点は「その他」として扱いません。

交通機関は訪問地点に関する回答の信頼度を上げるための設問です。回答者の記憶を確認しながら順番に回答してもらうことで、正確な回答を得ることに役立ちます。交通機関の種類は変更して構いません。

訪問都道府県は都道府県間の重複を排除するパラメータを把握する設問。複数の都道府県を周遊した観光客の状況を把握し、都道府県単位の観光入込客数の重複を排除するためのデータです。



回答の精度を上げるために、順序だてて訪問地点を聞いていますが、形式にこだわらなくて結構です。交通機関は消費額(交通費)と関連するため聞いておくことを推奨しますが、特に自家用車を利用する場合、都度交通機関が変わる可能性は低いため、以下のような聞き方で構いません。

代案

今回の旅行で訪れた県内の観光地をご記入ください。これから訪問する観光地についても予定をご記入ください。※観光地は観光地点リストより選択

	ここに来る前にいた観光地点	現在地	これから行く予定の観光地点
居住地		調査地点	居住地
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			

交通機関

1.JR新幹線	2.新幹線以外の鉄道	3.貸切バス／観光バス	4.高速バス
5.路線バス	6.施設の無料送迎バス	7.タクシー／ハイヤー	8.レンタカー
9.自家用車／社用・公用車	10.オートバイ	11.その他()	

付問 また、本県以外の立ち寄り都道府県があれば以下にご記入ください。

居住地	県	県	当 県	県	県	居住地
-----	---	---	-----	---	---	-----

3-4.調査票の設問内容

Q9

今回の旅行で、使う費用(これから使う予定も含めて)を教えてください。

一人あたりの費用を、下欄の項目別にご記入ください。

※ 交通費は高速料金やガソリン代や駐車場代を含め、県内／県外分を分けて記入

※ 今回の旅行がパック旅行である場合、費用が県内のみか、県外を含むかを選択

☐

←表内の回答がグループ旅行の場合には必ずチェック

		一人あたりの使用費用	
①交通費	県内	円	県外 円
②宿泊費	県内	円	
③土産代	県内	円	
④飲食費	県内	円	
⑤入場料	県内	円	
⑥.その他	県内	円	
⑦バック料金		円	☐ 県内のみ もしくは ☐ 県外含む

県内での観光消費額単価を把握する設問です。「①交通費・県外分の金額」は含めずに推計。また、⑦バック料金「県外分含む」に回答があった場合は、観光消費額単価の全ての回答は対象から除いて推計します。

十分な回答時間がとれず、1人当たりの計算ができない場合があります。グループ合計の費用しか書き取れなかった場合は、必ずチェックしてください。



調査票の簡易様式

回答者負担を軽減する観点から、観光地点パラメータ調査票の「標準様式」に加えて、新たに「簡易様式」(資料編 資料2)を用意いたしましたので、必要に応じてご利用ください。共通基準に基づく観光入込客統計を作成する上で必要な設問を残しつつ、観光地間の移動に用いた交通機関の設問などを簡略化しています。

なお、標準様式とは設問の構造が異なりますので、簡易様式の調査票による調査結果を支援ツールに入力する際には、標準様式の調査票で該当する設問の列に入力するようにしてください。

3-5.調査票の設問内容の拡充

設問の追加や拡充の主な事例

観光地点パラメータ調査は標準様式をベースに、設問の追加や拡充を行ない、各都道府県独自の観光調査として実施されています。主な追加事例を紹介します。

調査対象者の観光地点や当該都道府県に対する「満足度」を聞き取ることによって、その地点の評価を明らかにできます。評価は総合満足度だけを聞き取る場合から、詳細まで調査する例もあります。

満足度 現在の観光地および県内への満足度についてお聞かせください。(〇はそれぞれ1つだけ)

	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満
①総合満足度	7	6	5	4	3	2	1
②交通アクセス	7	6	5	4	3	2	1
③飲食	7	6	5	4	3	2	1
④土産品	7	6	5	4	3	2	1
⑤宿泊施設	7	6	5	4	3	2	1

「満足度」と合わせて「再来訪意向」と「推奨度」を聞き取ることによって、満足度の検証とリピータづくりの提案に役立てることができます。

再来訪意向 今いる観光地および凸凹県にまた来たいと思いますか。(〇はそれぞれ1つだけ)

	大変 そう思う	そう思う	やや そう思う	どちらでもない	あまり 思わない	思わない	全く 思わない
①現在地【全員】	7	6	5	4	3	2	1
②凸凹県【県外客のみ】	7	6	5	4	3	2	1

推奨度 今いる観光地および凸凹県への来訪を誰かに勧めたいと思いますか。(〇はそれぞれ1つだけ)

	大変 そう思う	そう思う	やや そう思う	どちらでもない	あまり 思わない	思わない	全く 思わない
①現在地【全員】	7	6	5	4	3	2	1
②凸凹県【県外客のみ】	7	6	5	4	3	2	1

「共通基準／支援ツール」には満足度推計支援ツールが用意されています。⇒「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p21

観光地の情報をどのような媒体や経路で入手したのかがわかると、広報・宣伝計画に役立てることができます。

認知経路 今回の旅行で、この観光地を選んだ際に、どこから情報を入手されましたか。(〇はいくつでも)

- | | | | |
|---------------|---------------|-----------|---------------|
| 1. テレビ・ラジオ | 2. 新聞・雑誌 | 3. パンフレット | 4. ガイドブック |
| 5. 旅行専門雑誌 | 6. 家族・友人の話 | 7. 旅行会社 | 8. 観光案内所 |
| 9. 観光施設の案内 | 10. 仕事や取引先の情報 | 11. 地元だから | 12. 前に来たことがある |
| 13. 地域の観光関連HP | 14. 各種ブログ | 15. SNS投稿 | 19. 口コミサイト |
| 20. その他() | | | |

3-6.調査員調査の実施

1 調査日の決定

対象とする四半期に含まれる休日から調査日を1日決定。当該四半期に含まれる休日1日で、当該四半期の観光入込客の平均的な訪問地点数、観光消費額単価が把握可能と考えられる日とします。全ての調査地点で同日に実施することが理想的ですが、状況に応じて柔軟に実施してください。なお、お正月、ゴールデンウィーク、お盆などの時期に調査を行うことは避けてください。調査日は観光地点の選定や調査員の確保に要する期間を考慮し、実施の2ヶ月前には決定していることが理想です。

2 調査員の確保

調査員は、調査地点ごとに4名程度を確保します。

目標数に達する見込みがある場合、調査員を増やしても回答が得られ難い調査地点等がある場合はこの限りではありません。必要な調査員数は、サンプルサイズに応じて設定します。

■ 必要な調査員人数の算定方法の例

標準様式(9問)プラス1～2問の設計ボリュームを仮定して、1票当たり調査時間10～15分(調査後の確認・整理事業を含めた時間)と想定した場合

1地点当たり目標回収数[a]	300人分/地点
調査員1名当たり回収票数見込み	30票/人
本人含む平均同行者数	2.5人分/票
調査員1名当たり回収数見込み[b]	30票/人×2.5人分/票=75人分/人
1地点当たり必要調査員人数[a/b]	300人分/地点÷75人分/人=4人/地点

3 調査の実施

調査準備を踏まえて実査します。施設の営業時間帯を考慮して調査時間を決定しますが、調査時間は十分に確保してください。調査員1人当たりの目標調査票数は30票ですが、調査時刻による偏りを排除し、他の調査地点の調査票が目標に達しない場合に備えて、調査時間内は目標調査票数に達しても調査を継続してください。調査当日は不測の事態に備えて、各調査員、委託会社、管理者、市区町村担当者、都道府県担当者等関係者が遅滞なく連絡がとれるようにしておきます。

4 調査結果の入力

全調査地点の調査票を回収した上で、調査票コードに都道府県名・調査地点ID・調査年月日・IDを記入してください。なお、IDは整理用のため任意で設定してください。調査したデータをクリーニングし、無効票を排除してください。クリーニング時に補完できるデータは補完した上で、必須項目に1問でも記入漏れがあった場合は、無効票として扱ってください。

項目	概要
調査地点	観光地点等名簿の中から、観光入込客数規模や周辺地域を代表する観光地点であるかを考慮して、10地点以上を調査地点として選定。調査地点は原則として5年間固定。行祭事・イベントについては調査地点とはしない。
実施周期	原則として四半期ごとに1回程度実施。
実施時期	最低でも、四半期に含まれる休日1日で、当該四半期の観光入込客の平均的な訪問地点数、観光消費額単価が調査できると考えられる日とする。(例えばゴールデンウィークなどの連休、お盆、年末年始などの繁忙期の調査は避ける) 調査地点で同一日に実施することが理想的、難しい場合は近い日程で実施。
調査方法	原則として調査票を用いた調査員による自記(配布・回収)又は他記(聞き取り)方式により実施。 QRコードを用いた留置WEB調査(QRコード調査)の併用も可。
集計方法	原則として四半期ごとに集計。 但し、四半期ごとの集計を合わせた年1回の集計、小地域単位の集計・推計も可能。

3-6.調査員調査の実施

観光地点パラメータ調査は専門の調査会社に委託することも考えられます。
その場合に想定される見積もりの項目と数量、単位の一例(1四半期分)を以下に示します。

	項目	数量	単位	備考
実査準備	社員人件費	5	人日	
	労務費	5	人日	・実査準備補助
	調査員説明会費用	1	式	・会場費・講師料等が発生 ・調査員説明会の開催は必須と想定
	調査票翻訳	4	言語	・英語・韓国語・中国語繁体字・中国語簡体字への対応を想定
	調査員募集	1	式	・統計協会等の既存組織を活用する場合は不要
実査	監督員手当	1	式	・実査現場での調査員の監督を担う ・回収票数も管理
	調査員手当(調査員交通費含む)	40	人日	・調査地点ごとに4名程度を想定 ・外国人が多い調査地点では対応可能な調査員が必要 ・調査員交通費は、都道府県の交通事情や調査地点の選定状況によって大きく異なる
入力・集計	社員人件費	5	人日	
	労務費	4	人日	・入力・データクリーニング補助
	労務費	2	人日	・集計補助
その他	謝礼費	1	式	・回答者に対する謝礼

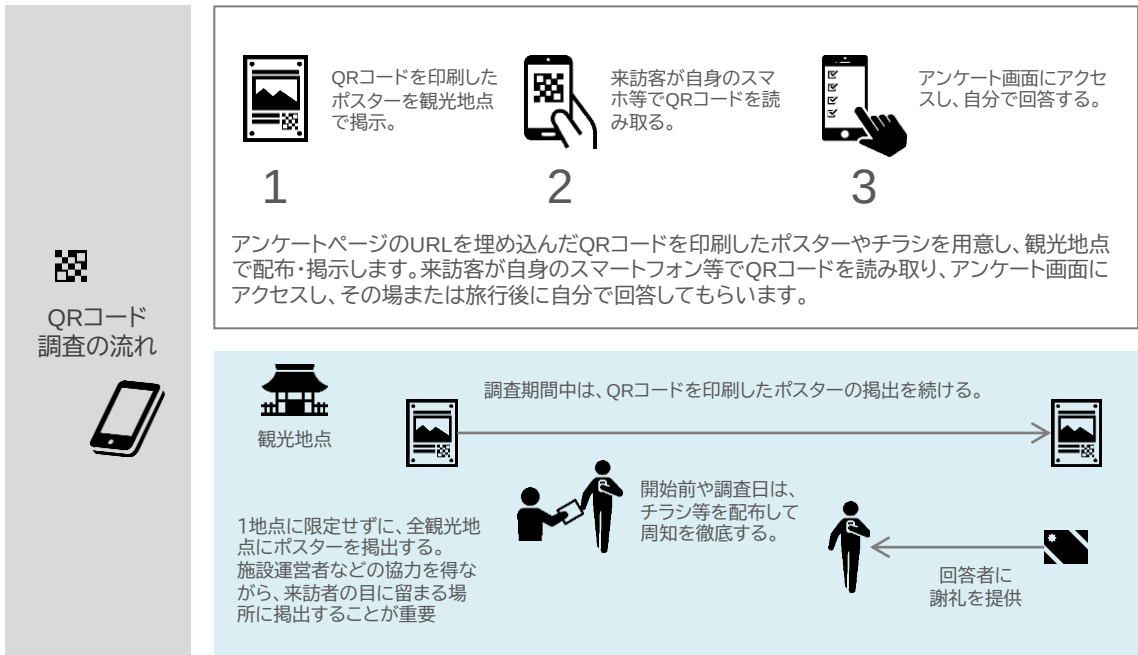
※この見積もり例は、調査員調査により観光地点パラメータ調査を実施する場合を想定して作成したものであり、QRコード調査の併用は想定していません。また、最初の四半期にかかる見積もりであり、2回目以降は実査準備や集計に係る経費や作業量は軽減できる可能性があります。

3-7.QRコード調査の併用



1 QRコードを用いた留置WEB調査の併用

観光地点で調査する従来の方法では、「調査対象とする四半期に含まれる休日から調査日を1日決定して実施」するため、調査日が四半期に1日となり、調査日によって結果に偏りが生じる恐れがありました。この偏りを少なくするため、観光地点においてQRコードを用いた留置WEB調査(以下「QRコード調査」という。)の併用が可能です。調査員調査の調査日以外の情報を補完的に取得することが期待されます。



2 QRコード調査のメリットと留意点

メリット	・ チラシやポスターを設置すれば調査が実施できるため、調査員を配置させるよりも手間やコストがかからない。 ・ 施設の協力が得られれば年間を通じての調査が可能。 ・ 日々回収管理を行うことにより、回収数が伸び悩んでいる調査地点への対策が打ち出しやすい。 ・ チラシであれば、調査地点を離れた後の空いた時間での回答も可能となる。 ・ 謝礼がデジタルギフトとなるため、謝礼品物品を手渡す必要がなく、調査地点となる施設の負担軽減につながる。
留意点	・ QRコード調査の調査票の回収数は、観光客の自発的な協力意向に依存するので、調査票回収数の制御が困難であり、目標回収数を達成できないリスクがある。 ・ QRコード調査はパラメータ調査と併用での運用となるため、パラメータ調査とセットでQRコード調査の依頼をした方が対象施設の協力が得やすいと考えられる。 ・ QRコードのポスター・チラシの設置場所の管理や、回収票数が0票の調査地点へのフォローに人手を要する。

QRコード調査はあくまで従来の調査員調査の補完的な位置づけとし、調査員調査と併用する形での実施とします。

QRコード調査では、回答者に謝礼を提供したり、調査地点において協力依頼の声かけをしたりすることで、回収票数の伸びが期待されます。

3-7. QRコード調査の併用

3 QRコード調査の案内ポスター・チラシ イメージ

観光客アンケート調査

県によろそ！
より快適な旅行をお楽しみいただくために、
アンケート調査へのご協力をお願いいたします。

Please take a few minutes to fill out this survey
请花几分钟时间填写此调查／請花幾分鐘時間填寫此調查
설문 시간은 약 2~3분 정도 소요됩니다.

**【謝礼】回答者全員に
カードPay100円分**

・アンケートの最後に「謝礼」を申し込むをチェックしていただき、
メールアドレスを登録していただく必要があります。
・回答が半分以下や謝礼のチェックのみの場合、謝礼の対象となりません。
【アンケート実施期間】～2023年12月31日(日)回答完了分
※謝礼がなくなり次第終了となりますので、予めご了承ください。

< 調査実施方法 >

下記にあるQRコードを読み込み、調査画面を案内してください。

調査画面にお答えください。調査時間は約10分程度です。

全ての質問を回答後メールアドレス等を入力ください。

事務局より回答完了の返信および謝礼についてのURLを発行します(3日～5日以内)。

Pay)が届きます。ご協力いただきありがとうございます。

こちらのQRコードよりアンケート調査にご協力をお願いします。
Please fill out the survey from this QR code.
请填写此QR码中的问卷。／請填寫此QR碼中的問卷。
설문조사는 아래 QR 코드에서 부탁드립니다。

日本語 English 簡体字 繁体中文 한국어

【お問い合わせ先】
調査実施事務局

実施主体の都道府県のロゴを入れることで信頼感が増し、調査への協力度が高まります

多言語表記で訪日外国人の回答も促します

回答者謝礼の案内が目立つようにして、調査への協力を促します

言語別や掲示施設別にQRコードを分けることで、それぞれの回収票数のカウントが可能となります



QRコード調査の実施例

具体例 1 飲食スペースにポスターを掲示

飲食スペースや待合室のように、観光客がある程度の時間滞在する場所にポスターを掲示すると回答が期待できます。



◎道の駅「センザキッチン」
(山口県)

具体例 2 参拝客の導線上にチラシを配置

多くの観光客が移動する導線上に、持ち帰りが可能なチラシを設置すると回答が期待できます。



◎松陰神社(山口県)

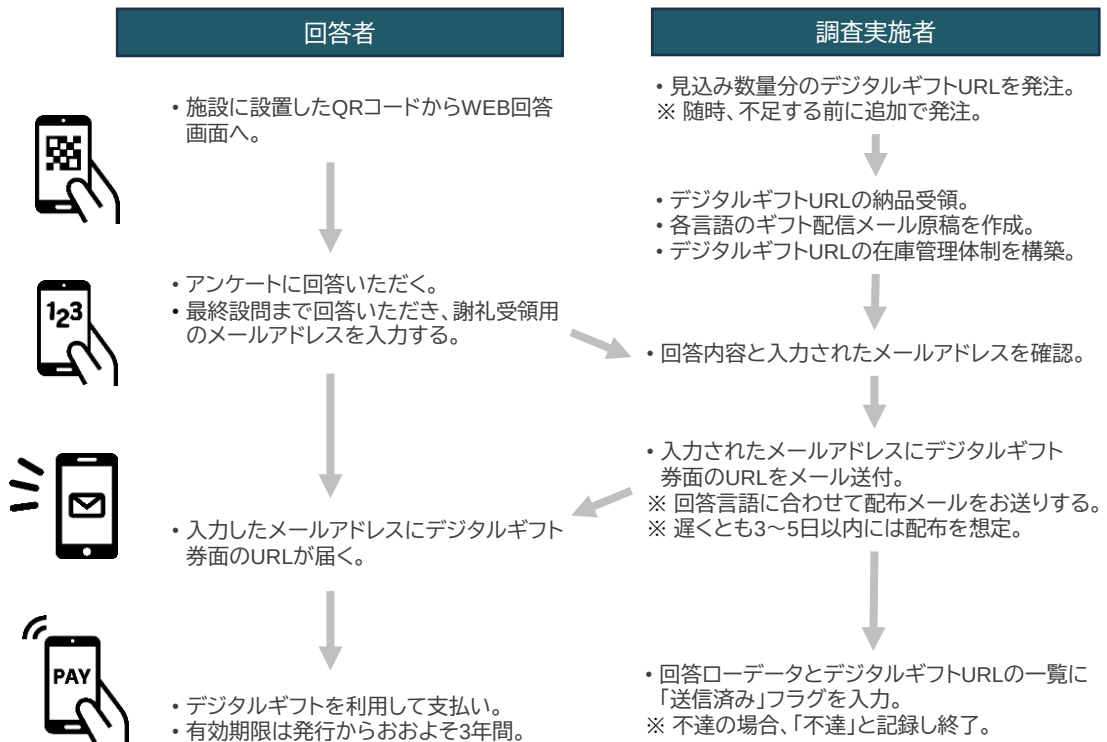
3-7.QRコード調査の併用



4 デジタルギフトの活用例

QRコード調査でより多くの旅行者の調査協力を得るための方策として、調査協力者への謝礼品として「デジタルギフト」の活用があげられます。現状、コンビニエンスストア等で使える割引クーポンが主流であり、日本国内であれば訪日外国人でも利用可能です。謝礼品物品の管理の手間がなくなるため、調査対象施設の運用負担が軽減します。一方で、デジタルギフトを提供する事業者が現状では限定的であるほか、提供事業者ごとに手続き方等が異なるため、事前の調整が必要です。

調査からデジタルギフト配布までの流れ(一例)

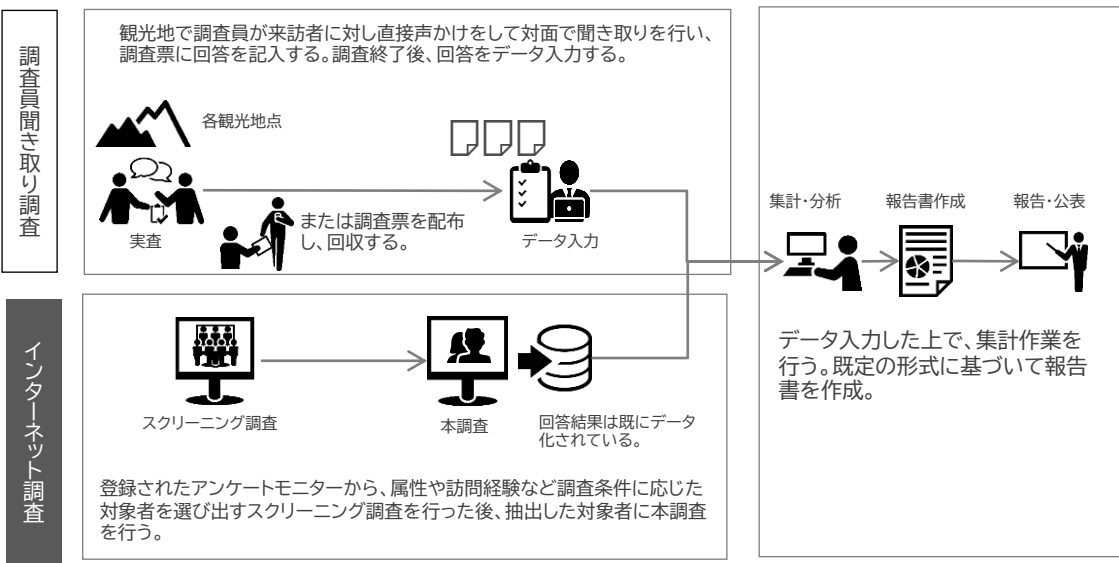


3-8.インターネット調査の活用



これまでパラメータ調査は、観光地での調査員による調査を原則としていましたが、一定の要件を満たす場合において、「インターネット調査」で代替することが可能です。ここでいう「インターネット調査」とは、インターネット市場調査会社が保有する日本人アンケートモニターを対象としたインターネット調査のことです。インターネット調査は、協力の得られている調査会社のモニター組織（調査パネル）を使って観光地の来訪経験者を対象に、インターネットで調査を行う方式です。

インターネット調査の場合、現地で調査員を使わないため、コストの削減を図れるほか、短時間で多くのデータを収集できます。一方で、予め登録された調査協力者の集団（調査パネル）を調査の対象とするため、調査結果に偏りが生じる可能性があります。そのため、調査結果の精度を担保するためには、調査パネルの規模が大きく、品質管理の徹底された調査会社を選ぶことが大切です。また、調査員による聞き取り調査とは異なる回答エラーが発生しますので、適切なデータクリーニングを施すことが求められます。



	調査員調査	インターネット調査
メリット	● 複雑な設問内容を丁寧に説明していくため、確実に回答を得ることができる。 ● 対面で聞き取り、調査員が回答を記入していくため、調査員の経験で回答の精度が高まる。 ● 観光地で調査するため、回答者の意識も観光気分になっているため、実情を答えやすい。	● 初期の調査設計が整えば、調査自体を比較的低コストで、かつ低労力で迅速化することができる。 ● 回答のロジックを画面に組み込むことで、誤回答や記入漏れなどを防止できる。 ● 旅行後の回答が得られるため、回答精度が高まる。 ● サンプルサイズの確保が比較的容易である。 ● 回答から集計までのスピードアップが図れる。
デメリット	● 調査員の人件費を含め、実査から集計、分析までのコストと労力と時間がかかる。 ● 天候や時刻などに左右されがちで回答数を確保できない場合がある。 ● 実施日・回数が限定される ● 旅行中に聞き取るため、想定の手が回らない。 ● 一定時間拘束されるので、回答者の負担が多い。	● 調査対象者がインターネット利用者に限定されるため、パネルの代表性が課題とされることが多い。 ● 観光地によっては、来訪経験などの出現率が低かったり、偏りが生じるケースもある。 ● 自身が回答していくため、精度が懸念される。

3-8.インターネット調査の活用



「共通基準」では当面の間、日本人を対象とする観光地点パラメータ調査のみをインターネット調査で代替可能とします。なぜならば、訪日外国人は国・地域ごとに調査を行う必要があるため、調査員調査よりも多大な手間やコストがかかるからです。したがって、「観光地点パラメータ調査」をインターネット調査で実施することが可能なケースは、訪日外国人の訪問者数が少なく、日本人のみを調査対象とする場合に限られます。なお、インターネット調査によるパラメータ調査では、日本人と外国人の比率を把握することはできません。

インターネット調査は原則として四半期に1回実施します。インターネット調査の本調査では、有効サンプルサイズとして調査1回当たり1,000票以上を得ることが望ましいです。そのためには、本調査の対象を抽出するために実施するスクリーニング調査では、調査1回当たり10,000～20,000票が必要となります。

インターネット調査に切り替える場合には、少なくとも1年間は従来の「調査員調査」と、新たな「インターネット調査」を併行して実施し、両者の結果の違いの傾向を把握することを推奨します。

インターネット調査の利用条件

日本人のみを対象とする場合

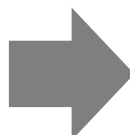
インターネット調査実施上の留意点①

「スクリーニング調査」の標本設計

インターネット調査では、はじめに対象者を抽出するために「スクリーニング調査」を実施します。アンケートモニターに登録者には、性年代や居住地などの属性の偏りがあります。そのため、スクリーニング調査の標本設計では、総務省統計局「人口推計」に基づく性年代・居住地別の人口割合を再現することが求められます。また、県内／県外の割合も調整することが望ましいです。

人口比例割当

インターネット調査では、スクリーニング調査の標本設計において「人口比例割当」を行います。性年代別および居住地別により70の層に分け、人口に比例させる形で各層にスクリーニング調査での配布票数を割り当てます。



ウェイトバック集計

インターネット調査で観光地点パラメータ調査を実施すると、従来の調査員調査に比べて県外や宿泊の割合が高くなる傾向がみられます。そのため、基地局データを用いたウェイトバック集計を行うことが推奨されます。

インターネット調査実施上の留意点②

データクリーニング作業の実施

一般に、インターネット調査では調査員調査に比べて虚偽回答や無効票に相当する回答が増える傾向がありますので、適切なデータクリーニングを行ってください。

インターネット調査で最低限実施すべきデータクリーニング

複数回答可の設問ですべての選択肢を選んで
いるケース



→ 無効票とする

スクリーニング調査と本調査を合わせた回答所
要時間が60秒以内のケース



→ 回答内容を確認し、矛盾や無回答が目立つ
場合には無効票とする

設問間の矛盾が目立つケース



→ 可能な範囲で矛盾のないように回答内容を修
正する

年齢等が調査対象外のケース



→ 無効票とする

3-8.インターネット調査の活用



1 インターネット調査の実査フロー

インターネット調査は2つの段階で構成されます。ここでは、第一段階をスクリーニング調査、第二段階を本調査と呼ぶことにします。

登録モニターに
メール等でアン
ケート協力依頼

アンケート回答依頼の配信

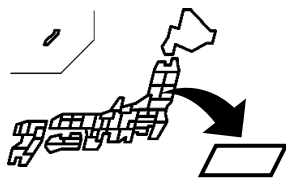
インターネット調査会社の登録モニター宛に、メール等によりアンケートへの協力依頼を配信します。

①スクリーニング
調査と②本調査は
連続して実施され
ます。

回答者所有のPC
やスマホで回答



① スクリーニング調査



日本全国から調査対象県を訪れ
た人を探索

スクリーニング調査

インターネット調査の対象となる登録モニターは全国各地に居住しています。その中から、調査対象期間内に調査対象県を訪れた人を探し出すために実施する調査が「スクリーニング調査」です。一般に、スクリーニング調査は5問以内という少ない質問数で構成されます。調査対象期間内に調査対象県を訪れた、と回答した人は、スクリーニング調査後にそのまま本調査に進みます。

調査対象期間内に調査対象県を訪れていない、と回答した人は、スクリーニング調査で終了となります。

② 本調査

調査対象県の訪問者を対象に
旅行内容や消費額などのパラ
メータ調査の内容を調査



本調査

スクリーニング調査で探し出された、調査対象期間内に調査対象県を訪れた人のみを対象に、観光地点パラメータ調査の調査票の内容を調査します。通常の観光地点パラメータ調査では調査対象県滞在中に調査員による聞き取り調査でアンケートに回答しますが、インターネット調査で実施する場合は帰宅後(場合によってはしばらく経ってから)の回答となります。この点に留意して、調査票を作成する必要があります。

2 インターネット調査の実施スケジュール(目安)

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
1-3月期			調査 実施									
			4-6月期			調査 実施						
						7-9月期			調査 実施			
									10-12月期			調査 実施

※年に1回や半年に1回などの頻度で実施する場合には、上記の調査実施月のいずれかで等間隔に実施してください。

3-8.インターネット調査の活用



3 インターネット調査の作業工程

インターネット調査の準備から実査、集計までの作業工程を示します。

準備	1	インターネット調査会社の選定
	2	調査票の作成と回答制御の設定
	3	スクリーニング調査の標本割当
実査	4	インターネット調査の実施
集計準備	5	データクリーニング
	6	集計ウェイトの作成（属性別情報を持つ人流データを入手する場合のみ）



集計手続きへ(第4章)

準備

1 インターネット調査会社の選定

インターネット調査を委託する調査会社を選定します。インターネット調査会社を選定する際の主なポイントは以下の通りです。

- ✓ 大規模な調査協力者の登録モニター(日本人)を有していること
- ✓ 登録モニターの品質管理が適切になされていること
- ✓ 共通基準で求められる調査票の作成や回答制御の設定が可能であること

2 調査票の作成と回答制御の設定

インターネット調査は、従来の観光地点パラメータ調査の方法とは異なり、自記式(回答者自らが判断して回答を記入する形式)のアンケートとなります。こうした点を踏まえ、インターネット調査に適した調査票を作成します。

回答者による回答エラーを調査員が検知して修正することができません。そのため、インターネット調査では、調査票の作成とともに回答制御を設定し、回答の品質を確保します。

「共通基準／支援ツール」にはインターネット調査用の調査票と回答制御のひな形が用意されています。
⇒「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p3

3 スクリーニング調査の標本割当

インターネット調査の標本設計では、スクリーニング調査の配布票数において「人口比例割当」を行います。

具体的には、居住地(5区分)×性別(2区分)×年代(7区分)で70層に分け、各層の人口を算出し、人口割合を導出します。この層別人口割合を、スクリーニング調査の配布票数総数に乗じて、層ごとの配布票数を算出します。

3-8.インターネット調査の活用



準備

3 スクリーニング調査の標本割当

スクリーニング調査での標本の人口比例割当

【層の構成】	居住地(5区分)	×	性別(2区分)	×	年代(7区分)	=	70層
	北海道・東北		男性 女性		15～19歳 20～29歳		
	関東				30～39歳 40～49歳		
	北陸信越・中部				50～59歳 60～69歳		
	近畿・中国・四国				70～89歳		
	九州・沖縄						

【具体的な手順】

- STEP1 70層それぞれの人口を算出し、人口割合を導出(データソース:総務省統計局「人口推計」前年10月1日現在)
- STEP2 スクリーニング調査の配布票数の総数(目安として1万～2万票)に対し、Step1で導出した人口割合を乗じて、70の各層の配布票数を導出※ここで導出した70層の配布票数は、予めインターネット調査会社に共有し、必要となるスクリーニング調査の配布票数の総数を確認してください。
- STEP3 Step2で導出した層別配布票数でスクリーニング調査を実施
- STEP4 スクリーニング調査に続いて実施される本調査の回収票数総数が1,000票に達したら調査終了
※1,000票に達しない場合は、スクリーニング調査の配布票数を増やすことが望ましいです。この場合の追加票数も、Step2と同様に人口比例割当で層別に追加配布票数を設定してください。

実施

4 インターネット調査の実施

アンケート回答依頼の配信日を決定します。インターネット調査は、決定した配信日から開始されます。本調査の回収票数が1,000票に達したら調査を終了します。一般に、インターネット調査は順調に進めば一週間以内で終了します。本調査の回収票数が1,000票に満たない場合には、票数を追加して調査を継続することが望ましいです。

集計準備

5 データクリーニング

一般に、インターネット調査では調査員調査に比べて虚偽回答や無効票に相当する回答が増える傾向があります。前述を参考にデータの審査を行い、虚偽回答の恐れがある回答は無効票として集計対象から外してください。また、矛盾のある回答について、修正が可能なデータについてはこれを修正した上で有効票としてください。

6 集計ウェイトの作成 (属性別情報をもつ人流データを入手する場合のみ)

観光入込客数で人流データを使用し、かつ属性(居住地)別情報を持つ人流データを入手する場合には、人流データを用いたウェイトバック集計を行うことを推奨します。インターネット調査で生じる回収票数の属性の偏りや、無効票消去によって生じる偏りを、ウェイトバック集計により除去することができます。

ウェイトバック集計に必要な集計ウェイトは、データクリーニングを終えた後に算出します。具体的な算出方法は下記の通りです。なお、属性(居住地)別の人流データを入手しない場合は、この手続きは不要です。

本調査での集計ウェイトの算出

【層の構成】	実施月(3区分)	×	宿泊有無(2区分)	×	県内or県外(2区分)	=	12層
	第1の月		宿泊		県内		
	第2の月		日帰り		県外		
	第3の月						

※層別サンプルサイズが不足すると集計に支障をきたす恐れがあるため、集計ウェイトでは年代を3区分に集約します。

【集計ウェイトの算出式】

$$W = \frac{N_i}{n_i}$$

W : 本調査の集計ウェイト
 N_i : 層iの人流データの観光入込客数
 n_i : 層iの本調査のサンプルサイズ

3-8.インターネット調査の活用



人流データの計測対象外となる年齢層の観光入込客数を補完する方法 ～ 補完用のパラメータを作成するための調査票設計 ～

人流データ(第2章8参照)では、一般にこどもや高齢の方の動向が計測されていません。したがって、人流データを用いて入込観光客数を把握する場合には、こうした計測対象外の年齢層の観光入込客数を補完することが望ましいといえます。

共通基準においてこうした補完は求めませんが、もしも人流データの計測対象外となる年齢層の観光入込客数を補完推計する必要がある場合には、インターネット調査の調査票に補完用のパラメータを推計するための設問を追加します。

追加する設問は次のようになります。下記の設問は、計測対象年齢が15～89歳の人流データを用いた場合を想定したものです。人流データに合わせてインターネット調査の調査対象者も15～89歳とした上で、調査票では14歳未満と90歳以上の同行者の人数を把握する質問を設定します。

▼追加する設問の例（D社人流データを利用する場合）

Q4-3.

この旅行の同行者に0歳から14歳までの年齢の方はいましたか。

いた場合には、該当する年齢の方の人数をお答えください。

(ひとつだけ) 【必須】

☐ 0～14歳の同行者がいた⇒ 人

☐ 0～14歳の同行者はいなかった

Q4-4.

この旅行の同行者に90歳以上の方はいましたか。

いた場合には、該当する年齢の方の人数をお答えください。

(ひとつだけ) 【必須】

☐ 90歳以上の同行者がいた⇒ 人

☐ 90歳以上の同行者はいなかった

上記の設問の結果から、「観光客1人当たり計測対象外年齢層の平均人数 (m)」（当該同行者がいなかった場合を「0」とした平均）を算出し、下式のように補完用のパラメータ P を作成します。この P を、補完前の観光入込客数に乗じると、補完後の観光入込客数が得られます。

$$P = 1 + m$$

$$X_{after} = X_{before} \times P$$

m : 観光客1人当たり計測対象外年齢層の平均人数

P : 補完用パラメータ

X_{before} : 補完前の観光入込客数 (= 人流データの値)

X_{after} : 補完後の観光入込客数

4-1.推計する統計量

観光地点等入込客数調査と観光地点パラメータ調査、観光庁の提供データを基に、統計量(観光入込客数・観光消費額単価・観光消費額)を四半期ごとに推計します。

推計結果については、観光入込客統計調査データ共有様式に整理し、観光庁・市区町村と情報共有を行うと共に、各都道府県において公表してください。

推計する統計量

推計する統計量は、①観光入込客数(実人数)、②観光消費額単価、③観光消費額の3つです。これらの指標を、属性別(「宿泊または日帰り」×「県内または県外または訪日外国人」×「観光目的※またはビジネス目的」の12区分)に推計します。 ※ 観光目的には、帰省目的やその他目的が含まれます。

1 観光入込客数(実人数)

観光入込客数(実人数)					(千人回)
	日帰り		宿泊		合計
	観光	ビジネス	観光	ビジネス	
県内					
県外					
訪日外国人					
合計					

2 観光消費額単価

観光消費額単価					(円/人回)
	日帰り		宿泊		合計
	観光	ビジネス	観光	ビジネス	
県内					
県外					
訪日外国人					
合計					

3 観光消費額

観光消費額					(百万円)
	日帰り		宿泊		合計
	観光	ビジネス	観光	ビジネス	
県内					
県外					
訪日外国人					
合計					

【参考】観光入込客数(実人数)のカウント方法

共通基準における「観光入込客数(実人数)」は、以下のようにカウントされる指標です。

- ✓ 1人の人が1回の旅行中にA県内の3か所の施設を訪れた場合：A県で **1人回** とカウント
- ✓ 1人の人が1回の旅行でA県とB県を訪れた場合：A県で **1人回**、B県で **1人回** とカウント
- ✓ 1人の人が1年間に3回A県へ旅行した場合：A県で **3人回/年** とカウント

作業	1.必要データの準備	毎四半期	周期
	2.推計作業	毎四半期	
	3.結果整理・情報共有・公表	毎四半期	
	4.暦年ごとの整理作業	毎年	

4-2.推計の準備

必要データの準備

統計量の推計に活用する調査及びデータとしては、都道府県及び市区町村で実施した観光地点等入込客数調査と観光地点パラメータ調査のほか、観光庁より提供されるデータを使って推計作業を進めていきます。

1 観光地点等入込客数調査

観光地点別観光入込客数	(人回／地点)
延べ観光入込客数	(人回)

2 観光地点パラメータ調査

来訪目的(観光目的とビジネス目的)の構成比	(%)
平均訪問地点数	(地点／人回)
平均利用宿泊施設数	(施設／人回)
観光消費額単価	(円／人回)

3 観光庁提供データ

原則として、観光地点で行ったパラメータ調査データに基づいて推計を行いますが、訪日外国人やビジネス目的の観光客などは調査地点によっては、推計に十分なサンプルサイズを確保できないケースもあります。これらの偏りを少なくするために、観光庁が全国レベルで行っている「宿泊旅行統計調査」や「旅行・観光消費動向調査」のほか、「訪日外国人消費動向調査」の値を使って入込客数の比率や消費額単価を推計します。パラメータ調査による推計結果と、観光庁提供データによる推計結果の双方を比較した上で、サンプルサイズが大きい方を採用します。

データ種別	期間	出典	目的
属性別実宿泊数 県内／県外、日本人／訪日客、ビジネス目的／観光目的	四半期 年間	宿泊旅行統計調査	宿泊者 入込客数推計
訪日外国人の1人当たり消費額 宿泊／日帰り、観光目的／ビジネス目的	四半期 年間	訪日外国人消費動向調査	訪日外国人 消費額単価の推計
ビジネス目的観光消費額 運輸局平均／全国平均	四半期 年間	旅行・観光消費動向調査	日本人ビジネス目的客 消費額単価の推計
実家・キャンプ場等利用補正係数 運輸局平均／全国平均	四半期 年間	旅行・観光消費動向調査	宿泊者 入込客数の補正
ビジネス目的入込客数	年間	宿泊旅行統計調査	日本人ビジネス目的客 入込客数推計

※「実家・キャンプ場等利用補正係数」は、宿泊旅行統計調査の対象外である「実家やキャンプ場」など宿泊施設を利用しない宿泊者を含めるための拡大係数です。

4-3. 推計フロー

観光入込客数・観光消費額単価・観光消費額の統計量を推計します。
都道府県合計の観光入込客数を属性別構成比で按分し、平均訪問地点数で除して、観光入込客数を推計します。さらに別途、観光消費額単価を推計し、この2つを乗じることで観光消費額を推計します。なお、実際に集計する際は支援ツールを用いると便利です。



4-4.推計方法の概要

推計方法及び推計に必要な係数等の算出方法は、以下のとおりです。

統計量・係数など	推計・算出方法
観光地点 観光入込客数合計	観光地点別の観光入込客数の合計
構成比	観光地点パラメータ調査から推計 同行者数を含めた属性別サンプルサイズを観光地点の入込客数で重み付けしたシェア $\text{属性別構成比} = \frac{\text{属性別のサンプルサイズ}}{\text{サンプルサイズ}}$ $\text{属性別のサンプルサイズ} = \sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \text{第}i\text{調査地点の属性別のサンプルサイズ} \right)$ $\text{サンプルサイズ} = \sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \text{第}i\text{調査地点の全属性のサンプルサイズ} \right)$ <i>N</i>: 調査対象地点の観光入込客数の合計 <i>N_k</i>: 属性<i>k</i>の調査対象地点の観光入込客数の合計 <i>m</i>: 調査対象地点数 <i>N_i</i>: 第<i>i</i>調査地点の観光入込客数 <i>n_i</i>: 第<i>i</i>調査地点のサンプルサイズ <i>n_{ik}</i>: 第<i>i</i>調査地点の属性<i>k</i>のサンプルサイズ
観光地点 観光入込客数合計 (属性別)	構成比から推計 観光地点観光入込客数合計×属性別構成比 ※参考値のビジネス目的・県外・日帰りは観光庁が提供
平均訪問地点数	観光地点パラメータ調査から推計 訪問地点数を同行者数と観光地点の入込客数で加重平均 $\text{属性別平均訪問地点数} = \frac{1}{N_k} \sum_{i=1}^m \frac{N_i}{n_i} \sum_{j=1}^{n_{ik}} \text{サンプル}j\text{の属性別訪問地点数}$
観光入込客数	訪問地点数から推計 観光地点観光入込客数合計(属性別)÷平均訪問地点数
宿泊者数	宿泊観光入込客数(補正前)は観光庁が提供 上記を属性別に観光地点パラメータ調査で補正 宿泊観光入込客数 = 宿泊観光入込客数(補正前)÷平均利用宿泊施設数×実家・キャンプ場等利用補正係数 属性別の平均利用宿泊施設数 = $\frac{1}{N_k} \sum_{i=1}^m \frac{N_i}{n_i} \times \text{第}i\text{調査地点の属性別の平均利用宿泊施設数}$ 属性別の実家・キャンプ場等利用補正係数 = $\frac{1}{N_k} \sum_{i=1}^m \frac{N_i}{n_i} \times \frac{\text{第}i\text{調査地点の属性別の宿泊者数}}{\text{第}i\text{調査地点の属性別の旅館・ホテル等利用者数}}$
観光入込客数 (宿泊数差替)	宿泊者数を上記数値で差替
観光消費額単価	観光地点パラメータ調査から推計 消費額を同行者数と観光地点の入込客数で加重平均 $\text{属性別観光消費額単価} = \frac{1}{N_k} \sum_{i=1}^m \frac{N_i}{n_i} \sum_{j=1}^{n_{ik}} \text{サンプル}j\text{の属性別観光消費額単価}$ 訪日外国人単価は観光庁が提供
観光消費額	観光消費額単価から推計 観光消費額=観光入込客数×観光消費額単価

4-5. 推計方法の詳細

1. 観光入込客数の推計方法

1-1. 日帰り・属性別観光入込客数の推計

観光地点等入込客数(延べ人数、人地点)に、観光地点パラメータ調査から算出される「属性別構成比」「平均訪問地点数」を用いて日帰り・属性別観光入込客数を算出します。ただし、「属性別構成比」「属性別平均訪問地点数」は調査地点の規模(入込客数の大小)に応じて「重みづけ」した値を用います。日帰り観光入込客数の合計は日帰り・属性別観光入込客数の和として算出します。

▼STEP1:属性別構成比の算出

観光地点パラメータ調査の調査地点ごとに「重みづけ」をした日帰り観光客の構成比を推計したい属性別に算出します。

(日帰り・属性別)観光入込客数構成比＝

$$\frac{\sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \text{第}i\text{調査地点の調査地点の属性別サンプルサイズ} \right)}{\sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \text{第}i\text{調査地点の調査地点の全サンプルサイズ} \right)}$$

m: 調査対象地点数
N_i: 第i調査地点の観光入込客数(実人数、人回)
n_i: 第i調査地点のサンプルサイズ

▼STEP2:平均訪問地点数の算出

観光地点パラメータ調査の調査地点ごとに「重みづけ」をした平均訪問地点数を属性別に算出します。

(属性別)平均訪問地点数＝

$$\frac{\sum_{i=1}^m \frac{N_i}{n_i} \times \text{第}i\text{調査地点の属性別平均訪問地点数}}{N_k}$$

m: 調査対象地点数
N_i: 第i調査地点の観光入込客数(実人数、人回)
n_i: 第i調査地点のサンプルサイズ
N_k: 属性kの調査対象地点の観光入込客数の合計

サンプルの単純平均ではなく、調査地点の観光入込客数の平均として(重みづけをして)算出。

▼STEP3:日帰り・属性別観光入込客数の算出式

観光地点等入込客数(延べ人数、人地点)に、「属性別構成比」「平均訪問地点数」を用いて算出します。

(日帰り・属性別)観光入込客数＝

$$\frac{\text{観光地点等入込客数} \times (\text{日帰り・属性別})\text{観光入込客数構成比}}{(\text{日帰り・属性別})\text{平均訪問地点数}}$$

▼STEP4:日帰り・訪日外国人観光入込客数を含めた算出式

観光庁が提供する、日帰り・属性別の訪日外国人観光入込数(実人数)を用いる場合には、県外・日帰り観光入込客数を、日本人と訪日外国人で按分します(ここでいう属性別は、観光目的・ビジネス目的別を指します)。

(日帰り・属性別)訪日外国人比率＝

$$\frac{(\text{日帰り・属性別})\text{訪日外国人観光入込客数}}{(\text{日帰り・県外・属性別})\text{観光入込客数}}$$

4-5. 推計方法の詳細

1-2. 宿泊・属性別観光入込客数の推計

観光庁から提供される「属性別・宿泊観光入込客数(補正前、実人数)」「実家・キャンプ場等利用補正係数」、観光地点パラメータ調査から算出される「属性別平均利用宿泊施設数訪問地点数」を用いて、宿泊・属性別観光入込客数を算出します。ただし「属性別平均訪問地点数」は調査地点の規模(入込客数の大小)に応じて「重みづけ」した値を用います。宿泊観光入込客数の合計は、宿泊・属性別観光入込客数の和として算出します。

▼STEP5:平均利用宿泊施設数

観光地点パラメータ調査の調査地点ごとに「重みづけ」をした平均利用宿泊施設数を属性別に算出します。

(宿泊・属性別)平均利用宿泊施設数 =

$$\frac{\sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \text{第}i\text{調査地点の宿泊・属性別平均利用宿泊施設数} \right)}{N_k}$$

m: 調査対象地点数
N_i: 第i調査地点の観光入込客数(実人数、人回)
n_i: 第i調査地点のサンプルサイズ
N_k: 属性kの調査対象地点の観光入込客数の合計

サンプルの単純平均ではなく、調査地点の観光入込客数の平均として(重みづけをして)算出。

▼STEP6:実家・キャンプ場等利用補正係数

宿泊施設を利用しない宿泊観光入込客数を補正するために、観光庁から提供される「実家・キャンプ場等利用補正係数」を用います。「実家・キャンプ場等利用補正係数」は観光庁「旅行・観光消費動向調査」を用いますが、観光地点パラメータ調査からも算出可能です。その場合の算出式を、参考として示します。

実家・キャンプ場等利用補正係数 =

$$\frac{\sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \frac{\text{第}i\text{調査地点の属性別の宿泊者数}}{\text{第}i\text{調査地点の属性別の旅館・ホテル等利用者数}} \right)}{N_k}$$

(m, N_i, n_i, N_kは上記と同様)

サンプルの単純平均ではなく、調査地点の観光入込客数の平均として(重みづけをして)算出。

2

観光消費額単価の推計

観光地点パラメータ調査を用い、「属性別観光消費額単価」を算出します。

ただし、「属性別観光消費額単価」は調査地点の規模(入込客数の大小)に応じて「重みづけ」した値を用います。また、訪日外国人観光消費額単価、日本人ビジネス目的観光消費額単価については、観光庁が提供します。

(属性別)観光消費額単価 =

$$\frac{\sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \sum_{j=1}^{n_{ik}} \text{サンプル}j\text{の属性別観光消費額単価} \right)}{N_k}$$

m: 調査対象地点数
N_i: 第i調査地点の観光入込客数(実人数、人回)
n_i: 第i調査地点のサンプルサイズ
N_k: 属性kの調査対象地点の観光入込客数の合計
n_{ik}: 第i調査地点の属性kのサンプルサイズ

サンプルの単純平均ではなく、調査地点の観光入込客数の平均として(重みづけをして)算出。

3

観光消費額の推計

「属性別観光入込客数」に「属性別観光消費額単価」を乗じて、「属性別観光消費額」を算出します。観光消費の合計は、属性別観光消費額の和として算出します。

(属性別)観光消費額 =

$$(\text{属性別})\text{観光入込客数} \times (\text{属性別})\text{観光消費額単価}$$

4-6.結果の整理と公表

都道府県での公表と観光庁への報告

「共通基準」の結果の公表は各都道府県が行います。共通基準で示されている取りまとめ様式を参考に、四半期または年1回の暦年(四半期別の結果を合算)の値を公表してください。統計量の推計に用いた観光地点等入込客数調査の結果が暫定値である場合は、その旨を明記した上で速報値として公表してください。

今回の改定では、都道府県から観光庁への報告頻度を四半期ごとの年間4回から年1回に変更します。翌年6月末を目途に報告してください。

「共通基準」の結果については、観光庁が作成する一般統計調査(宿泊旅行統計調査／旅行・観光消費動向調査／訪日外国人消費動向調査)の結果との比較を定期的に行うことにより、データ品質の確保に努めてください。両者の乖離が大きい場合には、要因を分析の上、「共通基準」の調査や推計の手法に改善の余地がないか検討してください。

統計量の取りまとめ(年間)

観光入込客数(実人数)

観光入込客数(実人数)(千人回)

	観光目的	
	宿泊	日帰り
県内		
県外		

	訪日外国人	
	宿泊	日帰り
観光等		
ビジネス		

参考値 ビジネス目的		
	宿泊	日帰り
県内		
県外		

観光消費額単価

観光消費額単価(千人回)

	観光目的	
	宿泊	日帰り
県内		
県外		

	訪日外国人	
	宿泊	日帰り
観光等		
ビジネス		

参考値 ビジネス目的		
	宿泊	日帰り
県内		
県外		

観光入込客数

観光入込客数(千人回)

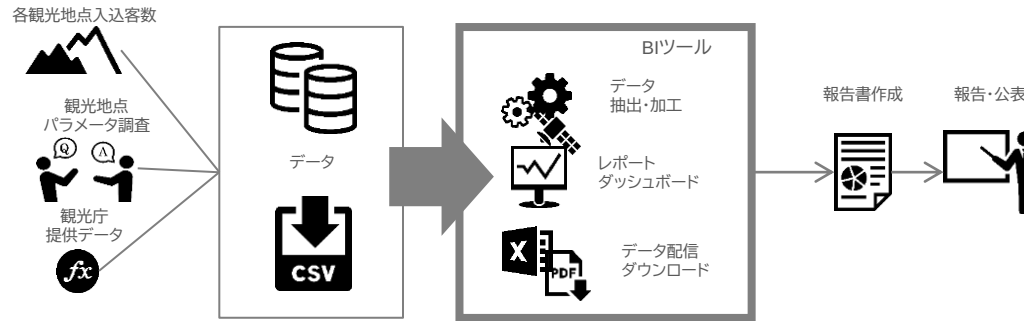
	観光目的	
	宿泊	日帰り
県内		
県外		

	訪日外国人	
	宿泊	日帰り
観光等		
ビジネス		

参考値 ビジネス目的		
	宿泊	日帰り
県内		
県外		

BIツールを使って、各都道府県での公表を迅速かつ効率的に行う

近年、統計データの情報提供において「BIツール」が用いられるケースが増えています。「BI」とは「Business Intelligence(ビジネスインテリジェンス)」の略で、「BIツール」とは企業や行政等での意思決定に役立つデータ収集や分析、共有を支援するツールの総称です。観光政策の分野でも「BIツール」を活用する事例が増えています。観光統計データを公表する際にも、この「BIツール」は有効です。「BIツール」を用いることで、調査結果を迅速かつ効率的に公表することができ、また地図やグラフ等を使って統計データが可視化されるためデータの利活用を促進する効果も期待できます。一方で、運用難易度が高いというデメリットもあります。



スピードアップ データの集計と分析に係る時間と手間を大幅に短縮できます。データを多次元分析したり、相関分析や回帰分析などの多彩な手法を用いることもできます。

可視化 分析結果を視覚的に分かりやすい表やグラフの形式で表示できます。元のデータが大量であったり、更新頻度が高いものであったとしても、リアルタイムな可視化によって現状把握が素早く簡単にできます。

情報共有 WordやExcel、PDFなどのファイルにも対応していて、ブラウザから閲覧できるためデータの共有が進みます。資料などを素早く作成するほか、定期的な更新も自動化が可能です。

4-7. 共通基準／支援ツール

「共通基準／支援ツール」は①様式、②支援ツール、③調査票等の3フォルダから構成されており、①様式には調査データを管理するファイル、②支援ツールには統計量を算出するための推計支援ツール、③調査票等には観光地点パラメータ調査で利用する調査票が入っています。支援ツールは以下のような機能があります。利用方法の詳細は「支援ツール操作マニュアル」を参考にしてください。

1 統計量の推計支援ツール

「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p12～20

観光統計に必要な観光入込客数やパラメータ調査で収集したローデータのほか、観光庁から提供された補正用のデータを取り込むと、自動的に統計量を推計するツールです。
また、取り込んだデータを使って、市区町村などへの開示を目的にした「共通基準によるとりまとめ様式」及び「データ共有様式」の形で出力されます。入込客数、消費額単価、消費額のほか、入込客数調査やパラメータ調査の結果も確認できます。



小地域データ作成のための支援ツールについて

新たに、都道府県よりも小さい地域単位(DMOの管轄エリアや市区町村など)の指標を推計することを目的とした「小地域対応版の推計支援ツール」を用意しています。
従来のツールでは、前年の入込客数が「年間1万人以上・特定月5千人以上」の何れにもあてはまらない観光地点等は、自動的に集計対象から外れる仕組みとなっていました。が、「推計支援ツール【四半期】小地域対応」版では、この自動判定の処理を外すことによって、年間入込客数が少ない施設も集計対象に含まれるようになっています。

2 パラメータ調査地点の抽出支援ツール

「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p8～11

観光地点パラメータ調査の調査地点は、観光地点名簿に登録された観光地点から10地点以上を選定し、原則5年間固定しています。これらの地点が新設や廃止、または更新時期になった場合、新たに観光地点を設定する必要があります。

このツールを用いると観光地点名簿から前年実績に基づき、無作為抽出により調査地点候補を自動的に抽出します。また、予備地点も選ばれるので、地域ごとに十分な数の調査地点候補を抽出できます。

3 満足度推計支援ツール

「共通基準／支援ツール操作マニュアル」p21

観光地点パラメータ調査の質問項目(標準様式)に、都道府県への「訪問回数」と「今後の再来訪意向」の質問を追加されている場合に、観光客のタイプごとにそれぞれの満足度と再来訪意向のシェアを確認できます。



利用の前提条件

支援ツールは、この調査要領で定めた「観光地点等名簿」の設定項目及び、観光地点での「パラメータ調査票(標準様式)」の調査項目に基づいて、設計されています。
独自に項目の追加や削除、変更を行った場合、機能しない場合があります。

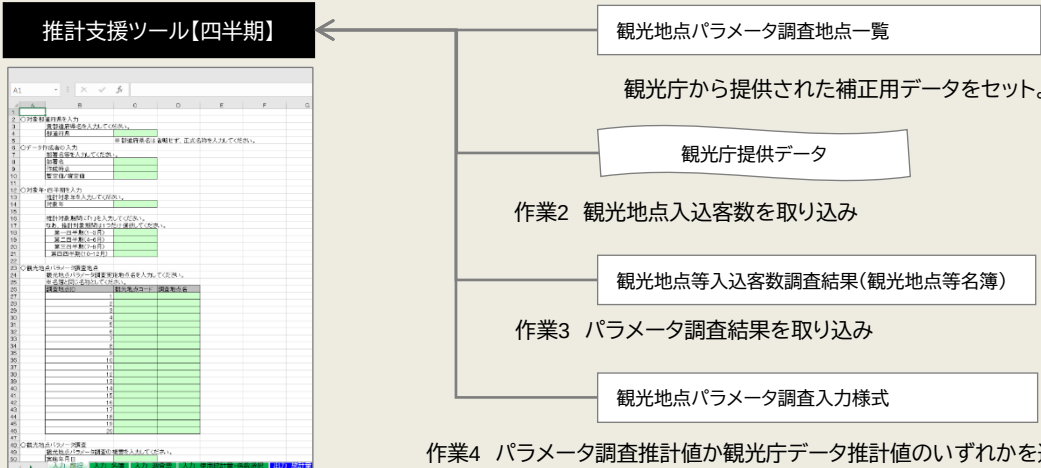
また、令和5年改定に伴い追加された新たな手法は、支援ツールでは未対応です。

4-7.共通基準／支援ツール

推計支援ツールを使った観光統計量の作業フローは以下のとおりです。

「推計支援ツール【四半期】」に必要データを取り込み、四半期ごとの統計量を算出していく。

作業1 推計の前提条件を設定する。



作業4 パラメータ調査推計値か観光庁データ推計値のいずれかを選択

アウトプットイメージ

市区町村など関係者への情報開示と共有を目的に「データ共有様式」では毎四半期の観光入込客数、消費額単価、総消費額の統計量を「日本人・観光目的」「日本人・ビジネス目的」「訪日外国人」の属性別に表章しているほか、入込客数調査とパラメータ調査、それぞれの調査結果もまとめています。また、「共通基準によるとりまとめ様式」では毎四半期及び年間の観光入込客数、消費額単価、総消費額の統計量を表章していますので、年1回の観光庁への報告用に利用できます。この他、ツール全体では、構成比、訪問地点数、平均宿泊施設数、拡大係数など統計量算出のために用いたパラメータ(各種係数)のほか、費目別の消費額なども確認することができます。

○日本人・観光目的									
観光入込客数		総数	県内				県外		
千人回	四半期		県内総数	県外総数	宿泊総数	日帰り総数	宿泊	日帰り	
観光消費額単価									
円/人回		四半期	総数	県内総数	県外総数	宿泊総数	日帰り総数	宿泊	日帰り
観光消費額									
百万円		四半期	総数	県内総数	県外総数	宿泊総数	日帰り総数	宿泊	日帰り
○都道府県別観光地点数、行祭事・イベント数									
単位	範囲	総計	観光地点計						行祭事・イベント
地点	-		自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	
○都道府県別観光地点、行祭事・イベント観光入込客数									
単位	範囲	総計	観光地点計						行祭事・イベント
千人地点	四半期		自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	
千人地点	月別								
千人地点	月別								
千人地点	月別								
○観光地点パラメータ調査結果									
	実施年月日	天候	特記事項	回収票数(票)	サンプル数(人)	平均同行者数(人)	1人当たり平均訪問地点数(地点)	1人当たり平均消費額(円)	1人当たり平均訪問都道府県数(箇所)
	四半期								
性別回収票数									
	男	女	10歳未満	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
人	四半期								70歳代
年代別回収票数									
	80歳以上								
サンプル数内訳									
	観光	ビジネス兼観光	帰省兼観光	その他兼観光	計				
県内									
県外									
訪日外国人									
計									

観光入込客数(千人・回)

観光目的		
	宿泊	日帰り
県内	-	-
県外	-	-

訪日外国人		
	宿泊	日帰り
観光等	-	-
ビジネス	-	-

参考値 ビジネス目的		
	宿泊	日帰り
県内	-	-
県外	-	-

観光消費額単価(円/人・回)

観光目的		
	宿泊	日帰り
県内	-	-
県外	-	-

訪日外国人		
	宿泊	日帰り
観光等	-	-
ビジネス	-	-

参考値 ビジネス目的		
	宿泊	日帰り
県内	-	-
県外	-	-

観光消費額(百万円)

観光目的		
	宿泊	日帰り
県内	-	-
県外	-	-

訪日外国人		
	宿泊	日帰り
観光等	-	-
ビジネス	-	-

参考値 ビジネス目的		
	宿泊	日帰り
県内	-	-
県外	-	-

4-8. 新たな調査手法の導入



人流データやインターネット調査といった新たな手法の導入を目指す場合、手法を変更する前に少なくとも1年間ないし2年間は従来手法と新たな手法を並行して実施し、両者の結果を比較した上で、手法の選定や今後の統計量の公表方について検討してください。

同じ指標でも調査等の手法が変わると数値は変動します。したがって、各手法の特性を踏まえた上で、の検討が不可欠です。

調査手法ごとの特性として考えられる事項

調査手法	推計する統計量	過大推計の要因と 考えられる事項	過小推計の要因と 考えられる事項	その他の変動要因 として考えられる事項
観光地点等 入込客数調査 【入込調査】	観光入込客数 (延べ人数)	●観光地点等の施設から報告される入込客数の中に、日常生活圏内の移動者が含まれている可能性		●複数の観光施設等においてカウント方法が統一されていない可能性 ●特に、入場料無料施設はデータ精度が低い可能性
観光地点 パラメータ調査 【パラメータ】	平均訪問地点数		●回答者の忘却等により過小に報告される可能性→観光入込客数(実人数)の過大推計につながる恐れ	●訪問地点数は一桁の整数であり、この平均値をパラメータとして用いるため、推定値の安定性が低い可能性
	観光消費額単価		●支出金額の費目区分が粗いため、過小に報告される可能性 ●調査対象者に日常生活圏内の移動客が含まれてる可能性あり、単価が低めとなる可能性	●標本誤差が発生 ●一部データは観光庁提供のデータを活用しているが、都道府県単位のサンプルサイズが小さい場合は地方ブロック別や全国の数値が用いられており、地域特性が反映されない
基地局データ (D社の場合) 【人流データ】 (属性別情報あり)	観光入込客数 (実人数)		●日帰り旅行の定義が「片道の移動距離80km以上または所要時間8時間以上」で、「近隣(居住市区町村と隣接市区町村)居住者を除く」と狭義 ●対象年齢が「15～89歳」(15歳未満と90歳以上を含まない) ●宿泊客数把握のため期間(月間)ユニークのデータを使用しており、日帰りの入込客数が過小推計となる可能性	●日本人は、特定の携帯通信事業者ユーザーの基地局データをベースに人口拡大推計しており、利用者属性のバイアスが発生する可能性 ●訪日外国人は、特定の携帯通信事業者のローミング端末割合を加味して拡大推計しており、利用者属性のバイアスが発生する可能性
デジタル 観光統計 オープンデータ (GPSデータ) 【人流データ】 (属性別情報なし)	観光入込客数 (実人数) ※日本人のみ		●対象の定義が「自宅からの直線距離が20km以上。ただし、観光地点が勤務地である移動(通勤)を除く。」と狭義 ●観光地点の面的な情報が登録されていない都道府県では、過小に推計される可能性	●スマートフォンアプリユーザーの位置情報データ(取得許諾済のみ)をベースに人口拡大推計しており、利用者属性のバイアスが発生する可能性
インターネット 調査 【ネット調査】	観光消費額単価 ※日本人のみ	●回答者の判断で自身の「旅行」について回答するため、日帰り旅行を中心に支出金額の低い旅行は回答されにくい可能性	●支出金額の費目区分が粗いため、過小に報告される可能性	●標本誤差が発生 ●登録モニターは予め調査協力意向を示している人々で構成されており、必ずしも国民全体を代表しておらず、母集団にバイアスがある可能性
宿泊旅行 統計調査 【宿泊統計】	観光入込客数 (実人数) ※宿泊客のみ	●1回の旅行で同じ県内の複数の宿泊施設を利用すると重複カウントとなる。 →共通基準で活用する際は「平均利用宿泊施設数」で補正	●親族・知人宅やキャンプ場、民泊等での宿泊が含まれない。 →共通基準で活用する際は「実家・キャンプ場等利用補正係数」で補正	●一部標本誤差が発生
旅行・観光 消費動向調査 【旅行観光】	観光入込客数 (実人数) ※日本人のみ		●日帰り旅行の定義が「片道の移動距離80km以上または所要時間8時間以上」と狭義	●標本誤差が発生
	観光消費額単価 ※日本人のみ	●1回の旅行につき1～2箇所の主目的地のみを調査対象としているため単価が高い傾向		●標本誤差が発生
訪日外国人 消費動向調査 【訪日消費】	観光入込客数 (実人数) 観光消費額単価 ※外国人のみ			●標本誤差が発生 ●有意抽出でありバイアスが発生する可能性

4-8. 新たな調査手法の導入

異なる手法で調査・計測されたデータを比較すると、計数の違いに一定の傾向がみられます。その背景には、調査設計の違いや技術的な制約があります。ここでは、観光庁が令和5年度に実施した「観光入込客統計に関する共通基準改定におけるデータ活用実証事業」の結果をもとに、それぞれの手法から得られた日本人観光客のデータの傾向を示します。なお、以下のデータはデータ活用実証事業の対象地域3県の合算値です。

参考

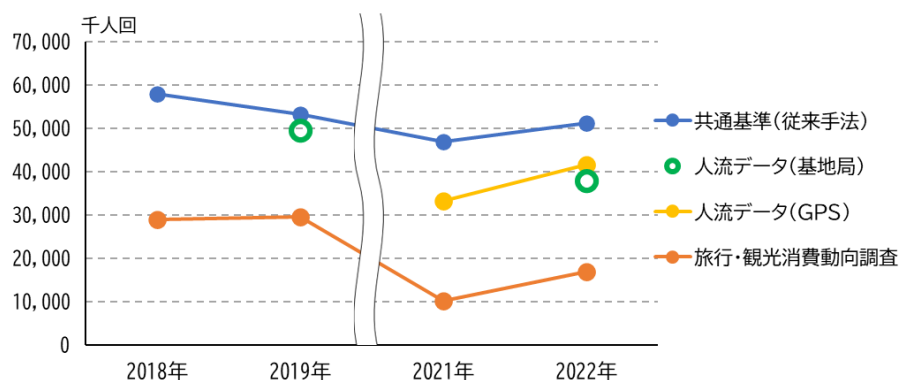
各手法のデータ比較＜日本人・全体＞ 【実証事業対象3県の合算値】

①観光入込客数(実人数)

①観光入込客数(実人数)は、「共通基準」の従来手法による計数が最も大きく、「旅行・観光消費動向調査」の計数が最も小さい傾向がみられます。

「旅行・観光消費動向調査」では主目的地での支出金額を質問しているため、観光消費額単価が高くなる傾向があります。この単価で消費額を除いて人数を推計するため、人数は他の手法に比べ少なくなると考えられます。

なお、人流データの計数は、これらの手法の中間に位置します。

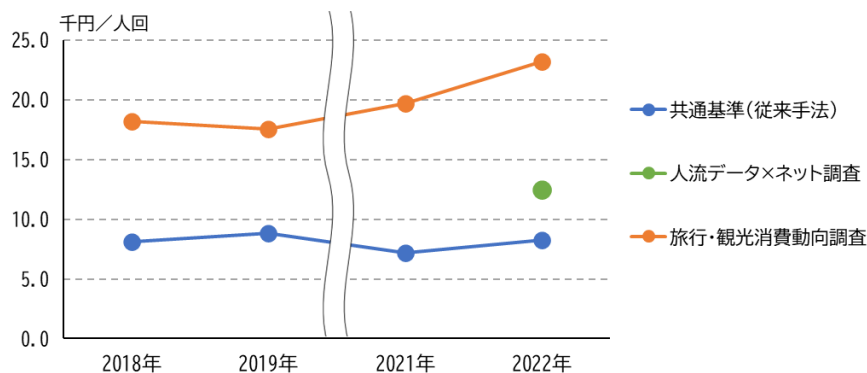


【グラフ】観光入込客数(実人数)

②観光消費額単価

②観光消費額単価は、「共通基準」の従来手法による計数が最も小さく、「旅行・観光消費動向調査」の計数が最も大きい傾向がみられます。観光入込客数(実人数)とは逆の傾向です。

なお、インターネット調査において、基地局データの属性別データを用いてウェイトバック集計した結果得られる観光消費額単価の計数は、「共通基準」の従来手法にやや近い値となっています。

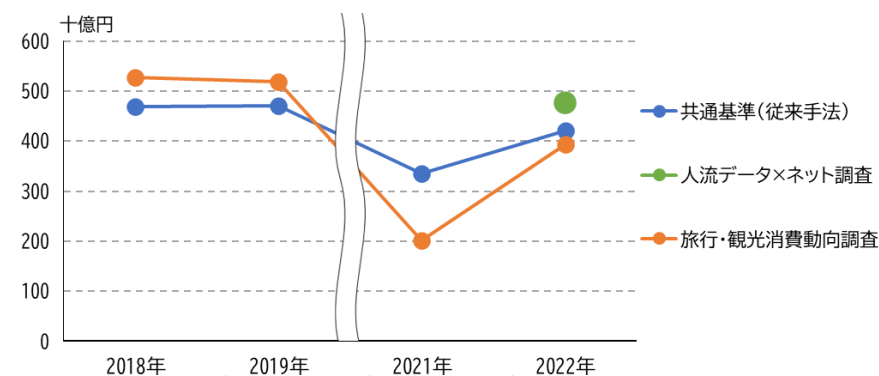


【グラフ】観光消費額単価

③観光消費額

③観光消費額は、①観光入込客数(実人数)や②観光消費額単価に比べると、「共通基準」の従来手法と「旅行・観光消費動向調査」の計数の差は小さい傾向がみられます。

インターネット調査において、基地局データの属性別データを用いてウェイトバック集計した結果得られる観光消費額の計数は、他の2つの手法に比べやや高い値となっています。



【グラフ】観光消費額

4-8. 新たな調査手法の導入

観光地点パラメータ調査の代替に位置づけられる「インターネット調査」は、属性別構成比が「共通基準」の従来手法とは大きく異なります。「インターネット調査」では回答者が自身の判断で調査票に記入する旅行を決めるため、宿泊に偏る傾向があるものと推測されます。属性別情報をもつ「人流データ」を用いたウェイトバック集計を行うことで、宿泊と日帰りのバランスを補正することができます。

参考

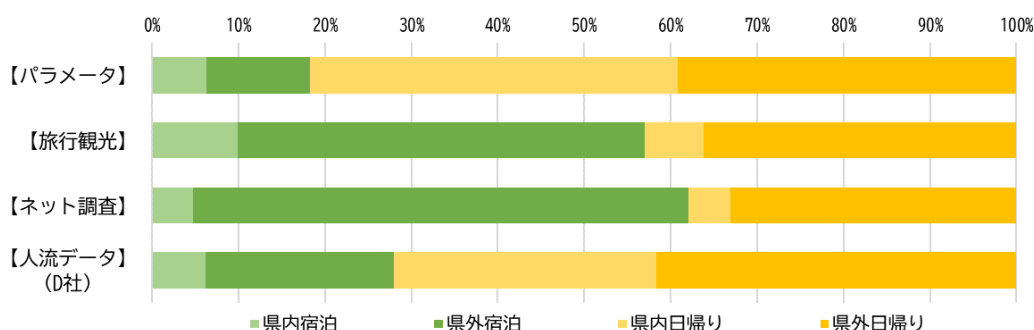
各手法のデータ比較＜日本人・属性別＞ 【実証事業対象3県の合算値】

④観光入込客数(実人数)の属性別構成比(2022年)

④観光入込客数(実人数)の属性別構成比を手法間で比較すると、共通基準の従来手法である「観光地点パラメータ調査」は、「旅行・観光消費動向調査」や「インターネット調査※」に比べて「県内日帰り」の割合が高いという特徴があります。「県内日帰り」の属性は観光消費額単価が他の属性に比べ低いことから、こうした客層の割合が高い「観光地点パラメータ調査」では、日本人全体の観光消費額単価の計数が小さくなる傾向がみられます。

一方、「人流データ」(D社)では、「共通基準」の従来手法の属性別構成比が類似しています。したがって、「人流データ」(D社)の属性別データを用いて「インターネット調査」のウェイトバック集計を行うことで、共通基準の従来手法に近い結果を得ることが期待されます。

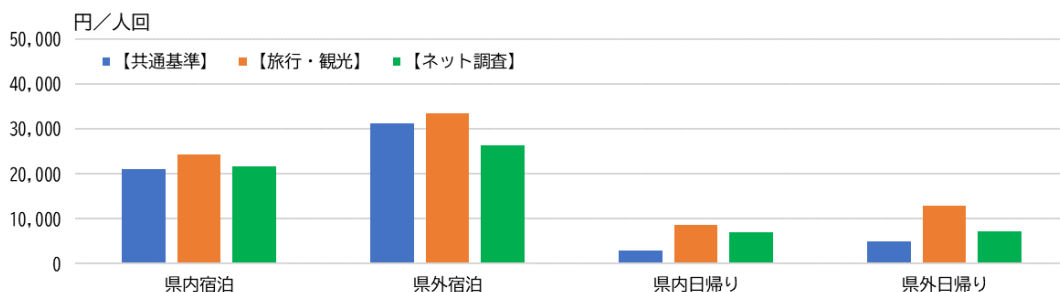
※このグラフのインターネット調査では、もともとの属性別構成比を観察するため、宿泊・日帰りや県内・県外の構成比でのウェイトバック集計は行っていません。



【グラフ】観光入込客数(実人数)の属性別構成比(2022年)

⑤属性別の観光消費額単価(2022年)

⑤属性別の観光消費額単価をみると、一部の属性でサンプルサイズの少なさに起因すると推測される金額の差はあるものの、全般的に「宿泊」が高く「日帰り」が低い傾向がみられます。その中でも、「旅行・観光消費動向調査」の観光消費額単価は、属性別で観察した場合でも他の手法に比べて高い傾向がみられます。



【グラフ】属性別の観光消費額単価(2022年)

4-8. 新たな調査手法の導入



新たな手法により推計される統計量の値は、従来手法により推計される統計量の値とは異なります。前頁で示した各手法による計数の傾向を踏まえて、共通基準の従来手法に比して観光消費額が過大または過小に推計されないようにするためには、以下に示す手法の組み合わせが推奨されます。

推奨される調査・計測手法の組み合わせ

<日本人>

		観光消費額単価		
		【パラメータ】	【ネット調査】	【旅行観光】※
観光入込客数 (実人数)	【入込調査】	○ ● 従来の調査手法 ● 支援ツール対応	× ● 【インターネット調査】 の属性別構成比に偏り があるため推奨せず	× ● 観光消費額が過大推 計となる恐れ
	【人流データ】 (属性別情報あり)	○ ● パラメータ調査での ウェイトバック集計の ため、調査地点の月別 入込客数が必要 ● 支援ツール未対応	○ ● 【人流データ】の属性別 データを用いて【イン ターネット調査】のウェ イトバック集計を行い、 属性別の偏りを補正す る必要あり ● 支援ツール未対応	× ● 観光消費額が過大推 計となる恐れ
	【人流データ】 (属性別情報なし)	○ ● パラメータ調査での ウェイトバック集計の ため、調査地点の月別 入込客数が必要 ● 支援ツール未対応	× ● 【インターネット調査】 の属性別構成比に偏り があるため推奨せず	× ● 観光消費額が過大推 計となる恐れ
	【旅行観光】※	× ● 観光消費額が過小推 計となる恐れ ● 年間値のみ ● 属性別集計なし	× ● 併用するメリットなし (単価も【旅行観光】の データを活用すべき)	△ ● 都道府県間比較に有用 ● 年間値のみ ● 属性別集計なし

※ 観光庁「旅行・観光消費動向調査」の「【参考】都道府県別集計表(確報)」の利用を想定

<訪日外国人>

		観光消費額単価	
		【パラメータ】	【訪日消費】
観光入込客数 (実人数)	【入込調査】	○ ● 従来の調査手法 ● 支援ツール対応	× ● 日本人:訪日外国人の人数 比率が得られない
	【人流データ】	○ ● パラメータ調査でのウェイトバック集計のため、 調査地点の月別入込客数が必要 ● 支援ツール未対応	△ ● 単価の属性別集計なし
	【訪日消費】	○ ● パラメータ調査でのウェイトバック集計のため、 調査地点の月別入込客数が必要 ● 支援ツール未対応	△ ● 都道府県間比較に有用 ● 人数、単価ともに属性別集 計なし

例外的な対応について

北海道及び沖縄県の特例

海に囲まれ流入地点が限定される北海道・沖縄県は、運輸機関データ(航空・船舶)から、道県外からの観光入込客数(実人数)を精度よく把握することが可能です。したがって、水際である空港等の交通施設におけるアンケート調査(居住地・消費額・旅行目的等を調査)から、道県外からの観光入込客数及び観光消費額単価を推計することも可能とします。

この場合、道県内の観光入込客数客に関する情報を別途把握する必要がありますが、その方法については、共通基準に従った観光地点等入込客数調査と観光地点パラメータ調査の組合せ、あるいは県内を対象とした世帯調査等があり、そのいずれでも構わないものとします。

小地域データ作成のための支援ツールについて



小地域単位のデータを作成するための支援ツールを用意しました！

令和5年改定時に、都道府県よりも小さい地域単位(DMOの管轄エリアや市区町村など)での集計を想定した小地域対応版の推計支援ツール「G 推計支援ツール【四半期】_小地域対応」のExcelファイルを新たに用意しました。

従来のツールでは、前年の入込客数が「年間1万人以上又は特定月5千人以上」に当てはまらない観光地点は、自動的に集計対象から外れる仕組みになっていました。しかし、小地域単位での集計を行う場合には、この条件に当てはまらない施設も調査地点に含める必要が生じる可能性があります。そこで、「G 推計支援ツール【四半期】_小地域対応」ファイルではこの自動判定の処理を外すことにより、年間入込客数が少ない施設も集計対象に含まれるようにしました。

その他の機能は従来の「F 推計支援ツール【四半期】」と同じです。

▼2種類の支援ツールを用意

従来版

継続性を重視して、従来通りの手法で観光入込客統計を整備する場合

- 従来活用されている「支援ツール」をそのままご利用ください。
- 観光地点の選定要件のうち、入込客数の要件は「年間1万人以上または特定月5千人以上」です。

小地域対応版

観光入込客統計にて、新たに小地域単位の指標を整備する場合

- 今回新たに提供する小地域対応版の「支援ツール」をご利用ください。
- このツールでは、調査地点の選定要件のうち、入込客数の要件設定を外しています。

▼支援ツール

従来の支援ツールでは、前年の入込客数が

- ・年間1万人以上
- ・特定月5千人以上

の何れにも当てはまらない観光地点等は、自動的に集計対象から外れる仕組みとなっています。

支援ツールの「小地域対応版」では、この自動判定の処理を外すことによって、年間入込客数が少ない施設も集計対象に含まれるようにしています。

観光地点等		集計対象分類		活動情報	
観光地点等名	観光地点等コード	日常利用・非日常利用別	年間入込客数別	集計対象	名称
テキスト入力	都道府県コード(2桁) + ユニークな番号(7桁)	0 = 月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分以上の施設 1 = 月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満の施設 2 = 月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満だが、観光施策上重要である施設	自動判定 0 = 前年の年間入込客数が年間1万人未満又は特定月5千人未満 1 = 前年の年間入込客数が年間1万人以上又は特定月5千人以上	自動判定 0 = 集計対象外 1 = 集計対象	0 = 公表不可 1 = 公表可

資料編 資料1 観光地点パラメータ調査票(標準様式)

標準様式(従来フォーマット)

Q1.あなたのお住まいはどこですか。国内にお住まいであれば都道府県名、海外であれば国名をご記入ください。

また、この調査実施県にお住いの場合は市区町村名をご記入ください。

(都道府県名: _____)	海外の場合(国名: _____)
地元の場合 → (市区町村名 _____)	

Q2.あなたの性別、年齢を選んでください。※それぞれ1つだけ

性別 :	1. 男性	2. 女性			
年齢 :	1. 10歳未満	2. 10歳代	3. 20歳代	4. 30歳代	5. 40歳代
	6. 50歳代	7. 60歳代	8. 70歳代	9. 80歳以上	

Q3.今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。 ※1つだけ

宿泊であれば、何泊か、そのうち県内では何泊するか、いくつの施設に宿泊するかをご記入ください。

また、県内ではどのような施設に宿泊するかをご記入ください。 ※いくつでも

1. 日帰り	2. 宿泊 → 宿泊数 _____ 泊 → そのうち県内 _____ 泊 → 県内宿泊施設数 _____ 施設												
宿泊した施設の数 ↓													
県内宿泊施設	<table border="0"> <tr> <td>1. 実家や知人・親類宅</td> <td>2. 旅館</td> <td>3. ホテル</td> </tr> <tr> <td>4. ペンション・民宿</td> <td>5. 保養所・研修所</td> <td>6. キャンプ場</td> </tr> <tr> <td>7. 車中泊・交通機関内での宿泊(キャンプ場以外)</td> <td>8. 別荘・リゾートマンション</td> <td></td> </tr> <tr> <td>9. 会員制の宿泊施設</td> <td>10. その他</td> <td></td> </tr> </table>	1. 実家や知人・親類宅	2. 旅館	3. ホテル	4. ペンション・民宿	5. 保養所・研修所	6. キャンプ場	7. 車中泊・交通機関内での宿泊(キャンプ場以外)	8. 別荘・リゾートマンション		9. 会員制の宿泊施設	10. その他	
1. 実家や知人・親類宅	2. 旅館	3. ホテル											
4. ペンション・民宿	5. 保養所・研修所	6. キャンプ場											
7. 車中泊・交通機関内での宿泊(キャンプ場以外)	8. 別荘・リゾートマンション												
9. 会員制の宿泊施設	10. その他												

Q4.今回の旅行の主要な目的は何ですか。 ※1つだけ

1. ビジネス	2. 観光	3. 帰省・知人訪問	4. その他(1～3のどれでもない)
---------	-------	------------	--------------------

Q5.あなたを含めて、何人での、どなたと一緒に旅行ですか。 ※子供や乳幼児も含む

(_____)人
2人以上の場合
1. 家族 2. 友人 3. 職場・学校などの団体旅行 4. その他

Q6.ご一緒のみなさん全員の、今いる観光地の訪問が何回目かご存じですか。 ※回答の合計はQ5と一致

1. 知らない	2. 知っている → 1回目の人数(_____)人、 2回目の人数 (_____)人
	3回目の人数(_____)人、 4回目以上の人数(_____)人

Q7.【県外にお住まいの方のみお答えください】

ご一緒のみなさん全員の、この県の訪問が何回目かご存じですか。 ※回答の合計はQ5と一致

1. 知らない	2. 知っている → 1回目の人数(_____)人、 2回目の人数 (_____)人
	3回目の人数(_____)人、 4回目以上の人数(_____)人



資料編 資料1 観光地点パラメータ調査票(標準様式)

標準様式(従来フォーマット)

Q8. 今回の旅行で訪れた県内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入ください。これから訪問する観光地についても予定をご記入ください。※観光地は一覧表より、交通機関は下表より番号をお選びください。また、この県に訪れる前・後に立ち寄った(立ち寄る予定の)都道府県があればご記入ください。

	ここに来る前にいた場所	現在地	これから行く予定の場所
居住地		調査地点	居住地
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			

交通機関

1.JR新幹線 2.JR在来線 3.私鉄・地下鉄 4.モノレール 5.貸切バス／観光バス
6.高速バス 7.市内バス 8.市内電車 9.タクシー／ハイヤー
10.レンタカー 11.自家用車／社用・公用車 12.その他

※当県以外に立ち寄り都道府県がある場合はご記入ください。

	ここに来る前にいた県	現在地	これから行く予定の県
居住地	県	当 県	県
交通機関			
交通機関			
交通機関			
交通機関			

※交通機関は上表から選択

Q9. 今回の旅行で、使う費用(これから使う予定も含めて)を教えてください。

1人当たりの費用を、下欄の項目別にご記入ください。

- ※ 交通費は高速料金やガソリン代や駐車場代を含め、県外／県内分を分けて記入
※ 今回の旅行がパック旅行である場合、費用が県内のみか、県外を含むかを選択

☐ ←表内の回答がグループ旅行の場合には必ずチェック

1人当たりの使用費用				
①交通費	県内	円	県外	円
②宿泊費	県内	円		
③土産代	県内	円		
④飲食費	県内	円		
⑤入場料	県内	円		
⑥.その他	県内	円		
⑦バック料金	円		☐ 県内のみ もしくは ☐ 県外含む	

調査内容は以上です。ご協力ありがとうございました。

※調査票
コード

都道府県	調査地点ID	調査年月日	調査時刻	ID
			:	

資料編 資料2 観光地点パラメータ調査票(簡易様式)



簡易様式

Q1 あなたのお住まいはどこですか。【ひとつだけ選択、カッコ内には地名を記入】

1. 県内 → 市区町村名を記入 ()	2. 県外(国内) → 都道府県名を記入 ()	3. 海外 → 国・地域名を記入 ()
----------------------------	--------------------------------	----------------------------

Q2 あなたの性別と年齢をお答えください。【それぞれひとつだけ選択】

1. 男性	2. 女性	3. 無回答		
1. 10歳未満	2. 10歳代	3. 20歳代	4. 30歳代	5. 40歳代
6. 50歳代	7. 60歳代	8. 70歳代	9. 80歳以上	

Q3 今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。【ひとつだけ選択】

1. 日帰り	2. 宿泊
--------	-------

↓ 宿泊の場合は、以下の質問にお答えください。

【宿泊数】 [数字で記入]	() 泊 → このうち県内での宿泊数 () 泊
【宿泊した施設数】 [数字で記入]	() 施設 → このうち県内での県内施設数 () 施設

【県内で利用した宿泊施設の種類の種類】[いくつでも選択可]

1. 実家や知人・親戚宅	2. 旅館	3. ホテル
4. ペンション・民宿	5. 保養所・研修所	6. キャンプ場
7. (キャンプ場以外の)車中泊・交通機関内での宿泊	8. 別荘・リゾートマンション	
9. 会員制の宿泊施設	10. その他	

Q4 今回の旅行の主な目的は何ですか。[ひとつだけ選択]

1. ビジネス	2. 観光	3. 帰省・知人訪問	4. (1~3のどれでもない) その他
---------	-------	------------	------------------------

Q5 あなたも含めて、何人での、どなたとの旅行ですか。
[人数はカッコ内に数字で記入、同行者はひとつだけ選択]

() 人	→ 【2人以上の場合】[ひとつだけ選択]
	1. 家族 2. 友人 3. 職場・学校等の団体旅行 4. その他

Q6 あなたが今いる観光地に来るのは何回目ですか。【ひとつだけ選択】

1. はじめて来た	2. 2回目	3. 3回目	4. 4回目以上
-----------	--------	--------	----------

Q6 あなたがこの県を訪れたのは何回目ですか。【ひとつだけ選択】

1. はじめて来た	2. 2回目	3. 3回目	4. 4回目以上
-----------	--------	--------	----------

簡易様式

Q7

今回の旅行で訪れた県内の観光地をお答えください。
これから訪問する観光地についても予定を教えてください。[観光地は一覧表の番号をカッコ内に記入]

観光地点番号 ()	観光地点番号 ()	観光地点番号 ()	観光地点番号 ()	観光地点番号 ()
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

今回の旅行で利用した交通機関をお答えください。[いくつでも選択可]

1. JR新幹線	2. JR在来線	3. 私鉄・地下鉄	4. モノレール
5. 貸切バス・観光バス	6. 高速バス	7. 路線バス	8. 路面電車
9. タクシー・ハイヤー	10. レンタカー	11. 自家用車※	12. その他

※社用車や公用車を利用した場合は「11. 自家用車」を選択してください。

また、本県以外に立ち寄る都道府県があれば、以下にご記入ください。

都道府県名 ()	都道府県名 ()	都道府県名 ()	都道府県名 ()	都道府県名 ()
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Q8

今回の旅行で使う費用を(これから使う予定も含めて)お答えください。
1人当たりの費用を、下欄の項目別にご記入ください。
[費用を下表の中に数字で記入]

費目	1人当たりの使用費用			
①交通費	県内分	円	県外分	円
②宿泊費	県内分	円		
③土産代	県内分	円		
④飲食費	県内分	円		
⑤入場料	県内分	円		
⑥その他	県内分	円		
⑦バック料金	円			
[ひとつだけ 選択]	1. 県内のみ		2. 県外分を含む	

●「交通費」に関する注意事項

- ・ 自家用車を利用した方で、高速料金やガソリン代、駐車場代を支払う場合には、「交通費」に含めてください。
- ・ 航空や新幹線のような長距離移動の交通機関を利用した場合で、「交通費」を県内と県外に分けることが難しい場合は、全額を「県外分」に含めてください。

●「バック料金」に関する注意事項

- ・ 今回の旅行がバック旅行である場合には、そのバック旅行の費用が県内のみか、あるいは県外分を含むかをお答えください。

調査内容は以上です。ご協力ありがとうございました。

調査員記入欄	都道府県	調査地点ID	調査年月日	調査時刻	調査員ID



[必須]

Q1 あなたのお住まいはどこですか。

☐ 日本国内

☐ 日本国外

[必須]

Q1-1 お住まいの都道府県名と市区町村名をお答えください。

都道府県名

選択して下さい▼

市区町村名

[必須]

Q1-2 お住まいの国・地域名をお答えください。

国・地域名

[必須]

Q2 あなたの性別を選んでください。[ひとつだけ選択]

※性別無回答の場合は「3」を選択してください。自由回答欄は空欄でも構いません。

☐ 1. 男性

☐ 2. 女性

☐ 3.

[必須]

Q3 あなたの年齢を選んでください。[ひとつだけ選択]

- ☐ 10歳未満
- ☐ 10歳代
- ☐ 20歳代
- ☐ 30歳代
- ☐ 40歳代
- ☐ 50歳代
- ☐ 60歳代
- ☐ 70歳代
- ☐ 80歳以上

[必須]

Q4 今回の旅行の主要な目的は何ですか。[ひとつだけ選択]

- ☐ ビジネス
- ☐ 観光
- ☐ 帰省・知人訪問
- ☐ その他

資料編 資料3 観光地点パラメータ調査票(QRコード調査)



[必須]

Q5 あなたも含めて、何人での旅行ですか。
※ 子供や乳幼児も含む。

人

[必須]

Q5-1 どなたと一緒にの旅行ですか。 [いくつでも選択可]

- ☐ 家族
- ☐ 友人
- ☐ 職場・学校等の団体旅行
- ☐ その他

[必須]

Q6 今回の旅行で利用した交通手段をお答えください。 [いくつでも選択可]

- ☐ JR新幹線
- ☐ JR在来線
- ☐ 私鉄・地下鉄
- ☐ モノレール
- ☐ 貸切バス・観光バス
- ☐ 高速バス
- ☐ 路線バス
- ☐ 路面電車
- ☐ タクシー・ハイヤー
- ☐ レンタカー
- ☐ 自家用車（社用車や公用車を含む）
- ☐ その他

[必須]

Q7 今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。[ひとつだけ選択]

☐ 日帰り☐ 宿泊

[必須]

Q7-1 今回の旅行での泊数をお答えください。

旅程全体での泊数 泊 [1以上の数字を入力]うち 県内の泊数 泊 [0以上の数字を入力]

[必須]

Q7-2 県内で利用した宿泊施設の種類を選んでください。[いくつでも選択可]☐ 実家や知人・親戚宅☐ 旅館☐ ホテル☐ ペンション・民宿☐ 保養所・研修所☐ キャンプ場☐ (キャンプ場以外の) 車中泊・交通機関内での宿泊☐ 別荘・リゾートマンション☐ 会員制の宿泊施設☐ 民泊(有料の住宅宿泊)☐ その他



[必須]

Q7-3 今回の旅行での利用宿泊施設数をお答えください。

※以下の施設は利用宿泊施設数に含めないでください。

- ・実家や知人・親戚宅
- ・キャンプ場
- ・（キャンプ場以外の）車中泊・交通機関内での宿泊
- ・別荘・リゾートマンション
- ・民泊（有料の住宅宿泊）

利用した宿泊施設数

施設 [0以上の数字を入力]

うち  県内で利用した宿泊施設数

施設 [0以上の数字を入力]

[必須]

Q8 あなたが  県を訪れたのは何回目ですか。[ひとつだけ選択]

- ☐ はじめて来た
- ☐ 2回目
- ☐ 3回目
- ☐ 4回目以上

※今回の旅行でこれから訪れる予定の観光地も選択してください。

Q10 県以外に立ち寄った（これから立ち寄る予定の）都道府県があれば、以下からお選びください。 [いくつでも可]

選択して下さい▼

選択して下さい▼

選択して下さい▼

[必須]

Q11 今回の旅行での支出金額を(これから使う予定も含めて)記入してください。

※ 「交通費」に関する注意事項

- ・ 高速料金やガソリン代、駐車場代は「交通費」に含めてください。
- ・ 飛行機や新幹線のように、支出金額を県内と県外に分けることが難しい場合は、全額を「県外での支出」に含めてください。

※ 支出しなかった費目には「0」円と入力してください。

※ 1人当たりの費用を、下欄の項目別にご記入ください。

[県外での支出]

交通費 円 [0以上の数字を入力]

[県内での支出]

交通費 円 [0以上の数字を入力]

宿泊費 円 [0以上の数字を入力]

土産代 円 [0以上の数字を入力]

飲食費 円 [0以上の数字を入力]

入場料 円 [0以上の数字を入力]

その他 円 [0以上の数字を入力]

[バックツアー料金]

バック料金 円 [0以上の数字を入力]

[必須]

Q11-1 バック料金には 県外での支出が含まれていますか。[ひとつだけ選択]

☐ 県内分のみ

☐ 県外分を含む

観光入込客統計に関する共通基準 調査要領
令和5年(2023年)改定版

令和6年3月発行

編集 国土交通省観光庁 観光戦略課 観光統計調査室

〒100-8918 東京都千代田区霞が関2丁目1番2号
電話 代表 03(5253)8111
直通 03(5253)8325
URL <https://www.mlit.go.jp/kankocho/>



観光庁
Japan Tourism Agency