

AIインクルージョン推進会議（第6回）

地域における観光の課題と人流データ～MRIが関わった事例を中心に～

2019年7月19日

 株式会社三菱総合研究所

地域創生事業本部 観光立国実現支援チーム
チームリーダー 主席研究員／ツーリズム・アナリスト 宮崎俊哉

自己紹介

2019.2.13現在



宮崎 俊哉

ミヤザキ トシヤ

地方創生事業本部
 主席研究員
 地域づくり戦略グループ
 観光立国実現支援チームリーダー
 ツーリズム・アナリスト

略歴

1990年 東京工業大学卒業
 1992年 東京工業大学大学院
 修士課程修了
 1992年 三菱総合研究所入社
 2006年～ “観光に科学を！”

得意とする分野・情報

観光のつかまえ方、分析方法、対応方法

- 観光統計・ビッグデータではじめてわかること
- 今後のインバウンド数・質の推移
- インバウンド・マーケティングのステップ
- 観光振興を地域振興につなげていく方法
- DMOが持つべき機能／ツール

講演実績（主催、開催年）

- インバウンド観光においてマーケティング重要である理由（近畿運輸局 2018年）
- 明日の日本を支える観光ビジョンの現状と今後（日本経済研究所 2018年）
- 我が国のガストロノミーツーリズムの現状（日本観光振興協会・UNWTO・ぐるなび「ガストロノミーツーリズム in Japan シンポジウム」 2018年）
- 地方創生に資するインバウンド対応（全国地方銀行協会 2017年）

寄稿実績（寄稿先、寄稿年）

- 企業の投資戦略に関する研究会－イノベーションに向けて－報告書（財務省財務総合研究所 2017年）
- 巻頭鼎談「急増する訪日外国人旅客への対応」（汎交通 2017年）
- 観光立国の実現と金融の役割（月刊金融ジャーナル 2015年）
- 急伸するインバウンド・マーケット 業界外の事業者も巻き込んだ新たなプラットフォームづくりを（月刊レジャー産業資料 2014年）

1. 地域における観光の課題

2. 人流データの活用

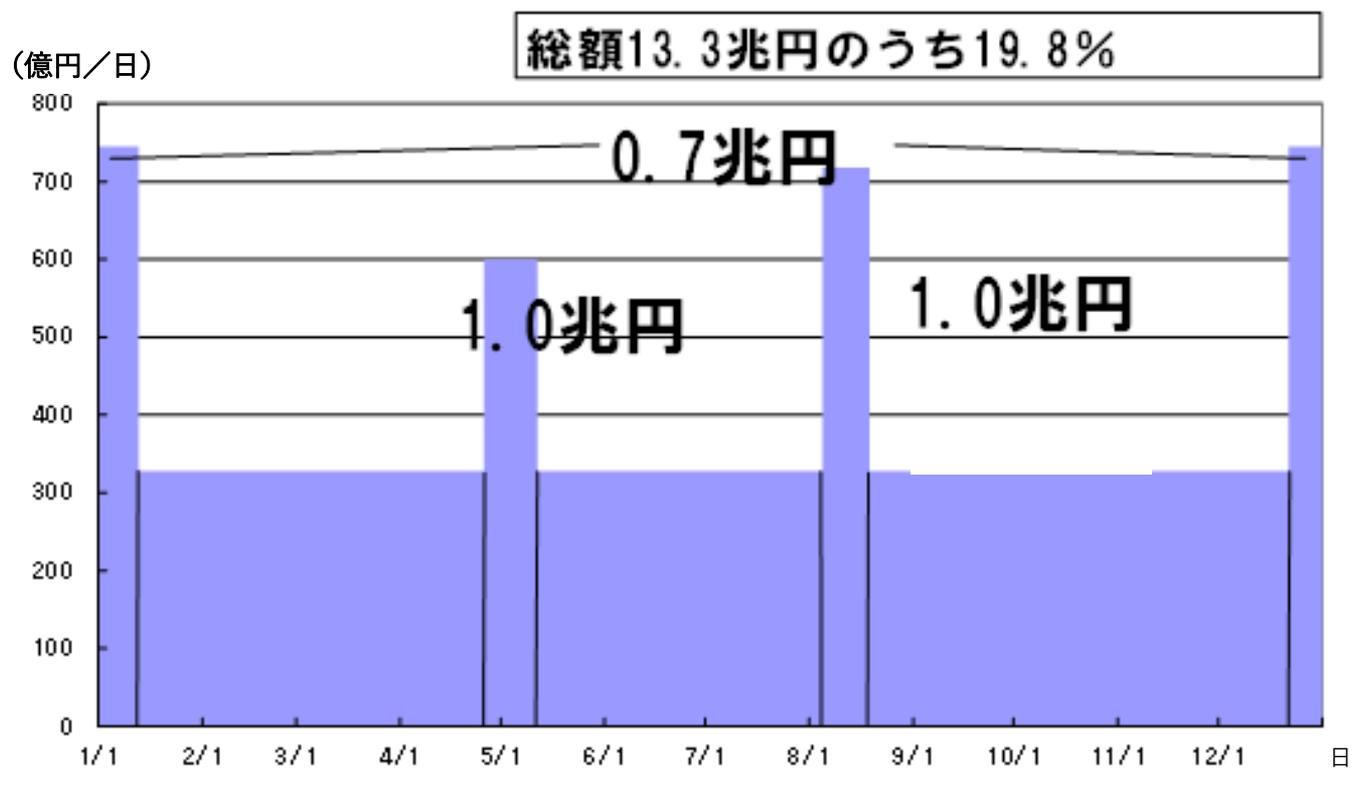
3. 観光でデータ利用が進まない理由

地域における観光の課題

[観光地・観光産業が需要追随型となる理由]

○GW、お盆、年末年始で。。。。

全国の旅行中消費額（国内旅行） 日額：1月1日～12月31日



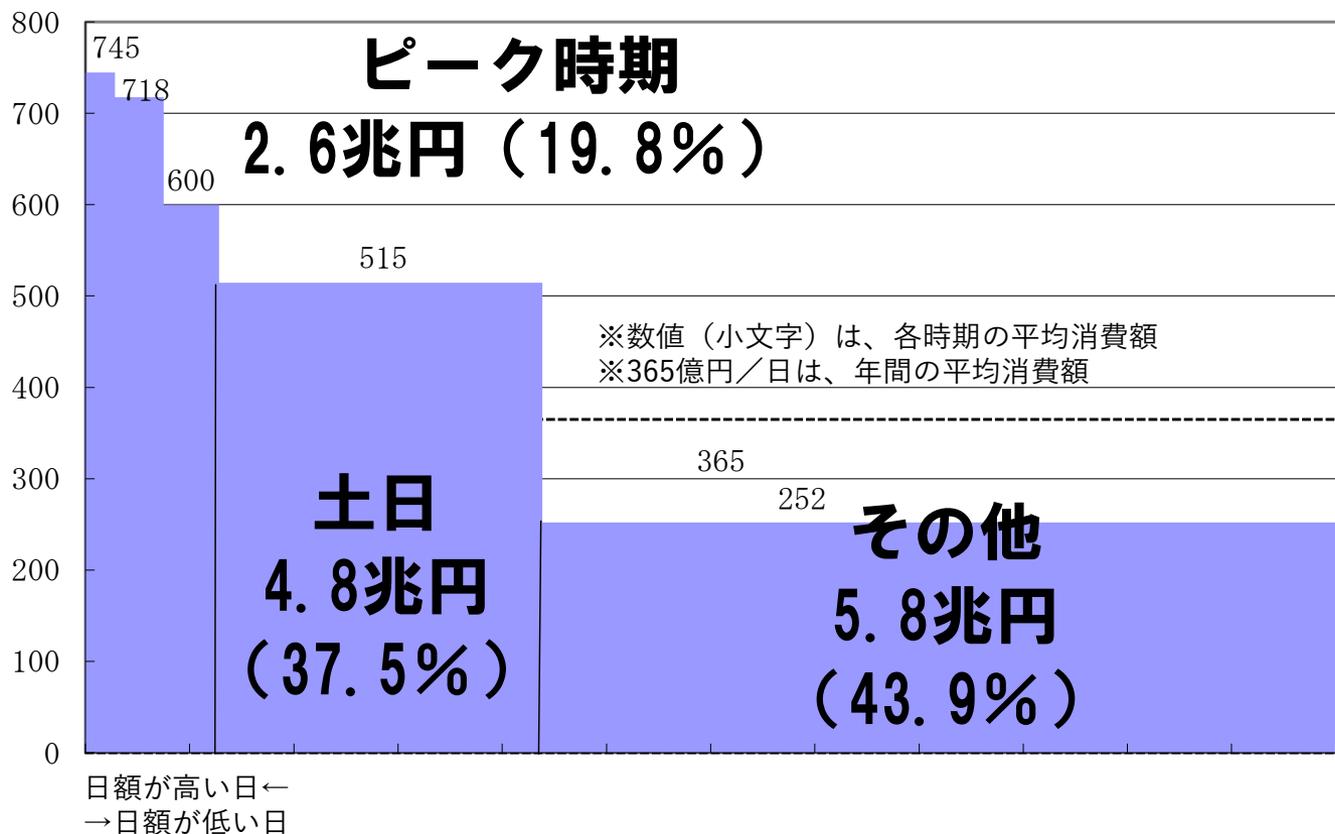
出所：「旅行・観光消費動向調査」2010よりMRI作成

地域における観光の課題

[観光地・観光事業が需要追随型となる理由]

○土日を考えると。。。。

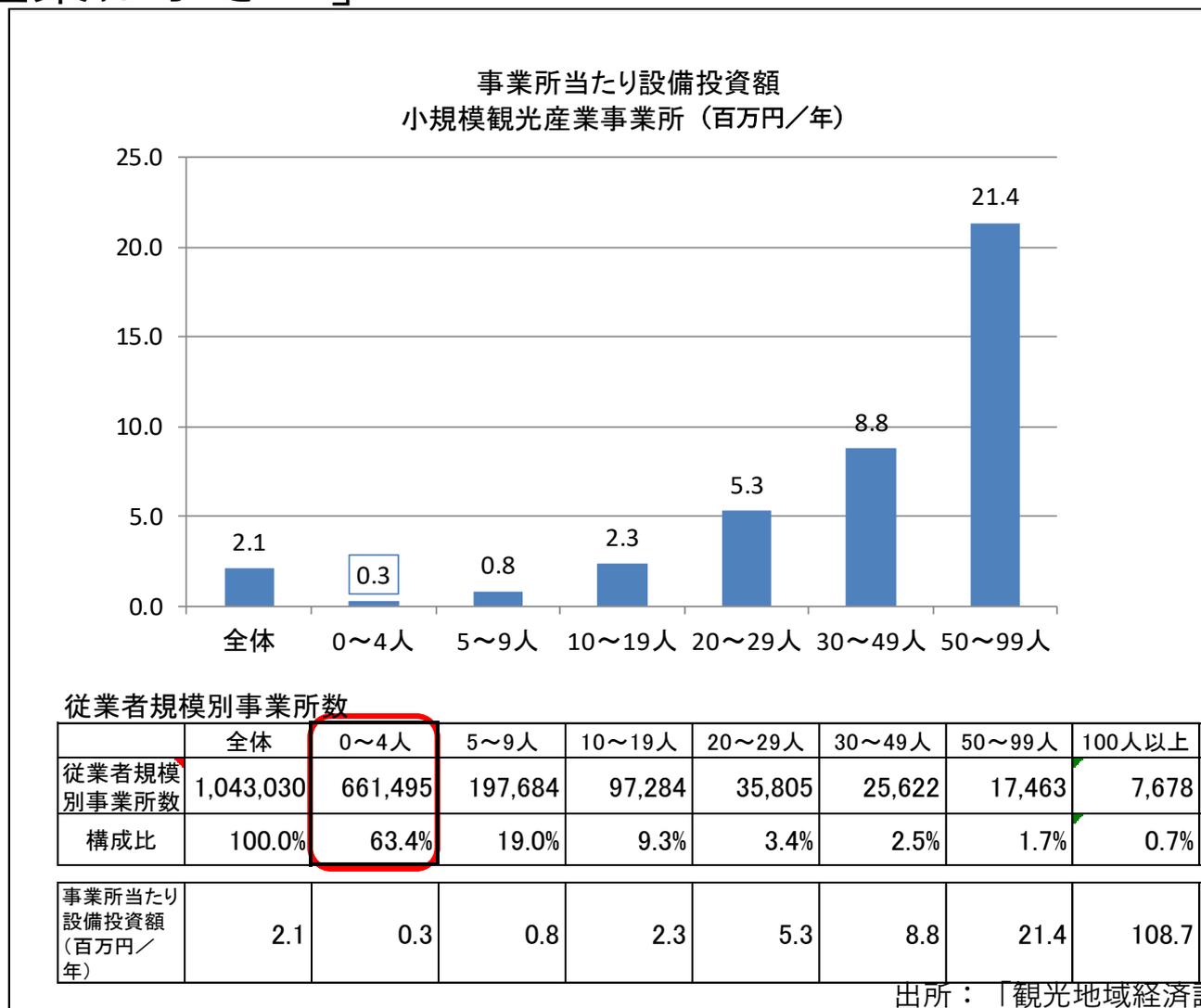
(億円/日) 全国の旅行中消費額 (国内旅行) 日額：ピーク時期 (3期)、土日、その他



出所：「旅行・観光消費動向調査」2010よりMRI作成

地域における観光の課題

[観光産業は小さい]



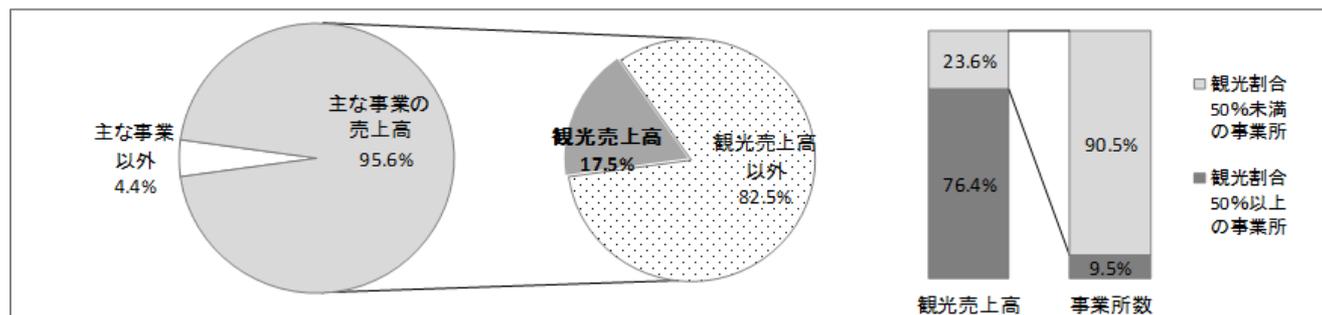
地域における観光の課題

〔観光産業はまだら模様〕

・観光産業事業所の売上高（90.6兆円）のうち、主な事業の売上高は86.6兆円であり、売上高に占める割合は95.6%である。

○主な事業の売上高のうち、観光売上高は15.2兆円、観光割合は17.5%。

○観光売上高のうち、観光割合が50%以上の事業所（事業所数の9.5%）による観光売上高は11.6兆円であり、全体に占める割合は76.4%である。



図Ⅱ-1 主な事業の売上高、観光売上高、観光割合（観光産業事業所）

表Ⅱ-1 主な事業の売上高、観光売上高、観光割合（業種別）

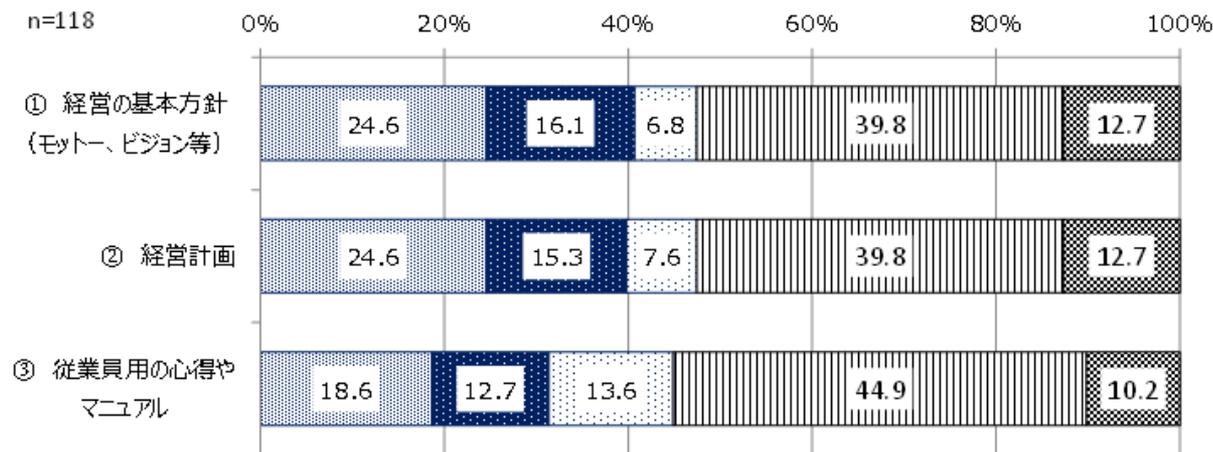
業種	事業所数	観光割合		売上高 (百万円)	主な業の 売上高 (百万円)	観光売上高 (百万円)		
		観光割合50% 以上の事業所	観光割合50% 未満の事業所			観光売上高 (百万円)	観光割合50% 以上の事業所	観光割合50% 未満の事業所
観光産業事業所	1,043,030	99,301	943,729	90,564,668	86,590,066	15,154,759	11,585,714	3,569,045
宿泊サービス	42,370	24,250	18,120	4,601,599	3,639,745	2,322,091	2,134,873	187,218
飲食サービス	489,198	38,414	450,784	13,635,038	13,159,201	1,608,229	1,028,350	579,879
旅客輸送サービス	48,376	5,079	43,297	8,361,437	7,806,151	2,587,935	1,757,163	830,773
輸送設備レンタルサービス	4,251	740	3,511	1,338,477	1,240,776	147,576	56,915	90,661
旅行業、その他の予約サービス	7,209	5,963	1,246	5,855,454	5,721,225	4,641,603	4,547,322	94,282
文化サービス	67,671	2,990	64,681	1,291,659	1,043,434	166,176	115,749	50,427
スポーツ・娯楽サービス	7,436	1,567	5,869	3,380,191	2,964,889	874,570	264,426	610,144
小売	376,519	20,298	356,221	52,100,813	51,214,644	2,806,579	1,680,918	1,125,662

出所：「観光地域経済調査」よりMRI作成

地域における観光の課題

[観光産業の取り組みはまだまだ 地域の事例]

経営に関する文書の作成状況



- 作成し、定期的に見直しを行っている
- 作成したことがある
- 作成していないが、今後作成するつもり
- 作成しておらず、今後も作成しない
- 無回答

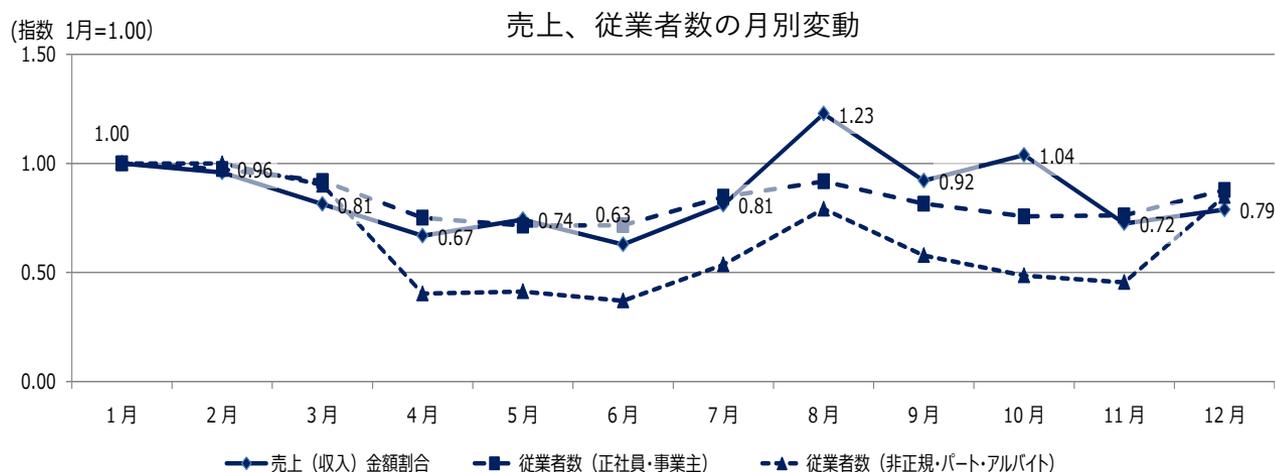
参考 配布回収状況

事前分類による業種	①発送数		②回収数		回収率 ②/①
	数	構成比 (%)	数	構成比 (%)	
飲食サービス事業	20	7.3%	4	3.4%	20.0%
社会教育事業	6	2.2%	4	3.4%	66.7%
宿泊事業	192	70.3%	84	71.2%	43.8%
小売業	27	9.9%	11	9.3%	40.7%
生活関連サービス・娯楽事業	15	5.5%	7	5.9%	46.7%
農業	4	1.5%	2	1.7%	50.0%
旅客運送事業	3	1.1%	2	1.7%	66.7%
その他	6	2.2%	4	3.4%	66.7%
総計	273	100.0%	118	100.0%	43.2%

出所：「妙高市観光地域経済調査」よりMRI作成

地域における観光の課題

[観光地・観光産業が需要追随型となる理由 季節変動が大きい]



出所：「妙高市観光地域経済調査」よりMRI作成

地域における観光の課題

課題1：需要追随型からの脱却

- 市場が遠い（マーケティング、プロモーションが難しい）
- 国内需要変動－季節、曜日など－が極めて大きい（経営・雇用が不安定）

課題2：地域のまとまりづくり

- 事業者規模が小さい

課題3：生産性の向上

- 経営・事業基盤が弱い

課題4：ステイタスの向上

- 誇りある職場として、就職先としてのステイタスが低く人材不足

地域における観光の課題

課題1：需要追従型からの脱却

- 市場が遠い（マーケティング、プロモーションが難しい）
- 国内需要変動－季節、曜日など－が極めて大きい（経営・雇用が不安定）

課題2：地域のまとまりづくり

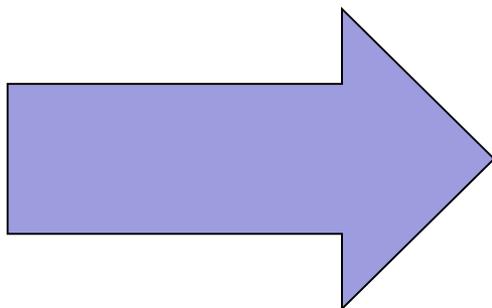
- 事業者規模が小さい

課題3：生産性の向上

- 経営・事業基盤が弱い

課題4：ステイタスの向上

- 誇りある職場として、就職先としてのステイタスが低く人材不足



DMO（Destination Management/Marketing Organization）が解決！？

世界水準のDMOのあり方に関する検討会

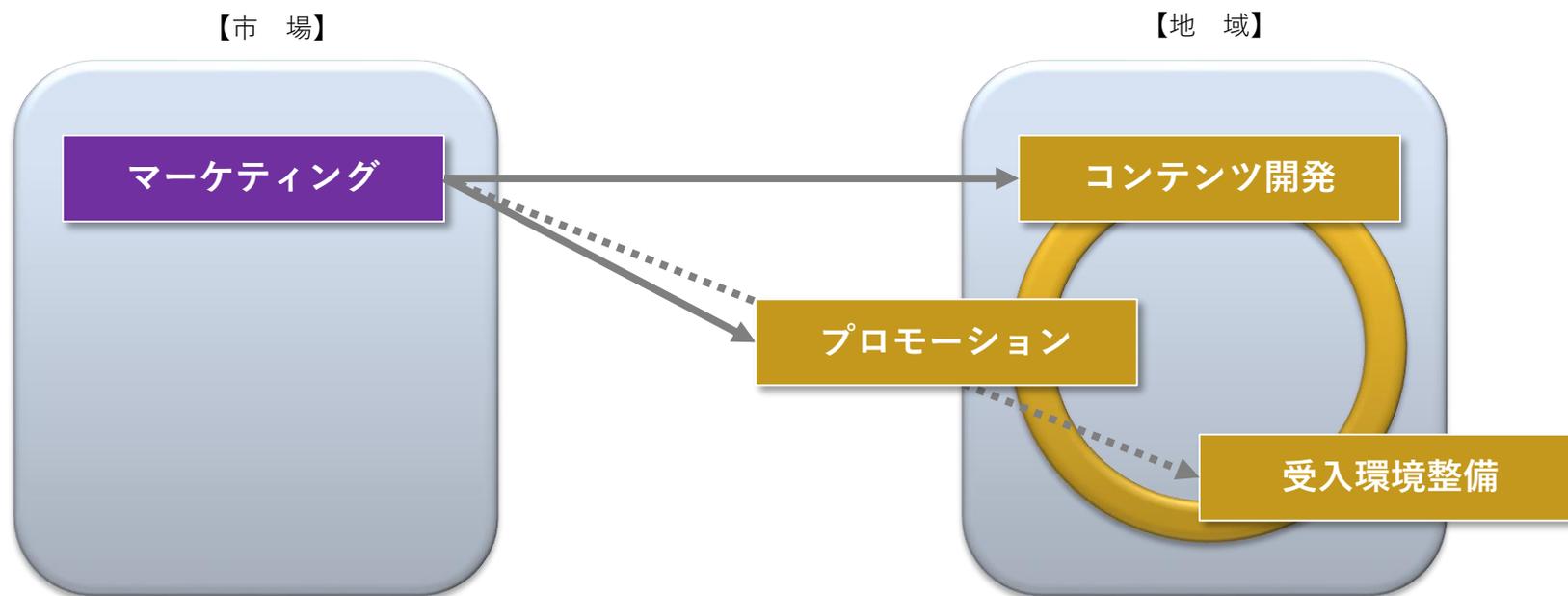
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/iinkai/sekaisuijun-dmo.html>

1. 地域における観光の課題

2. 人流データの活用

3. 観光でデータ利用が進まない理由

観光に関する事業者・地域のアクション（の全て）



人とお金の流れを知ることで改善
できることは何か

対応すべき課題（インバウンドを中心に）

➤ 民泊

- 民泊を含むシェアビジネス
- 越境EC
- クルーズ
- IR

➤ 質の高い宿泊施設

- キャッシュレス化
- デジタルマーケティング
- AI・IoT
- オーバーツーリズム
- 東アジア周遊
- 言語対応（の必要性）

➤ 人材確保

[キーワード]

- ✓ マーケティング
~ターゲティング
- ✓ リアルタイム

マーケティング~ターゲットティング

[ターゲットティング]

- 統計データ、各種ビッグデータの活用
- 観光庁・JNTO,広域連携DMO等の各種調査結果の活用、事例としての参照

[ポジショニング]

- 地元観光産業の状況調査の実施・活用（KPI計測にも）

事例

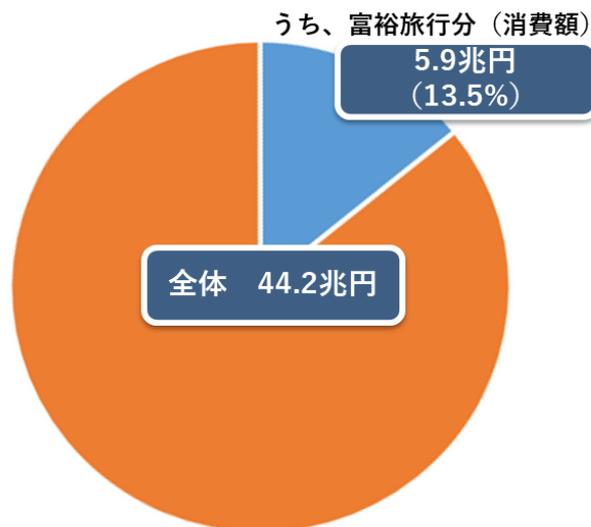
- ①富裕旅行市場調査結果
- ②広域マーケティング調査結果[2事例]
- ③ナイトタイム市場調査結果

マーケティング~ターゲットニング

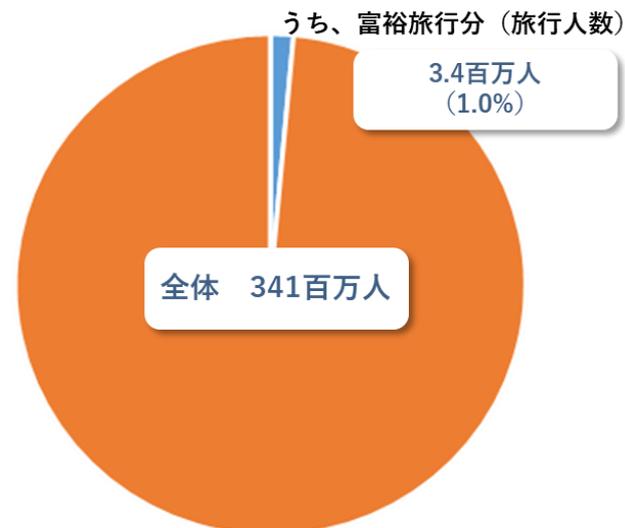
欧米豪（5市場）の富裕旅行市場は約6兆円と韓国市場と台湾市場を合わせたものより大きい

- 5市場による富裕旅行市場（アウトバウンド旅行）は2016年の合計5.9兆円、着地における旅行消費額単価100万円／人以上で、「上位1.0%、全消費額の13.5%」である
- これは、韓国市場（2.9兆円）、台湾市場（1.8兆円）の合計よりも大きい
- 欧米豪の訪日富裕旅行市場における獲得シェアは、消費額の1.4%（831億円）、旅行人数の1.5%（4.9万人）である

欧米豪5カ国の富裕旅行消費額
全体・富裕旅行



欧米豪5カ国の富裕旅行者数
全体・富裕旅行



日本の獲得分・シェア

831億円
(獲得シェア1.4%)

4.9万人
(獲得シェア1.5%)

出典：MasterCardの匿名集計データに基づき、MRIがUNWTOデータに対して拡大推計

出所：平成29年度富裕層旅行市場調査事業 事業実施報告書（JNTO）

マーケティング～ターゲティング

➤ こんなことが知りたい

(1) 海外市場に関するデータ

- 既存アンケート結果（個票データ）の詳細・追加分析
- 海外主要市場における訪日旅行商品調査

(2) 来訪外国人に関するデータ

- 宿泊旅行統計調査の特別集計・分析（個票入手・分析）
- 訪日外国人消費動向調査の特別集計・分析（個票入手・分析）
- 訪問地満足度調査
- モバイルローミングデータ調査



(3) 外国人受入環境等に関するデータ

- 行政把握データの整理・分析
- 地元関係者アンケート調査（事務局発送・回収）

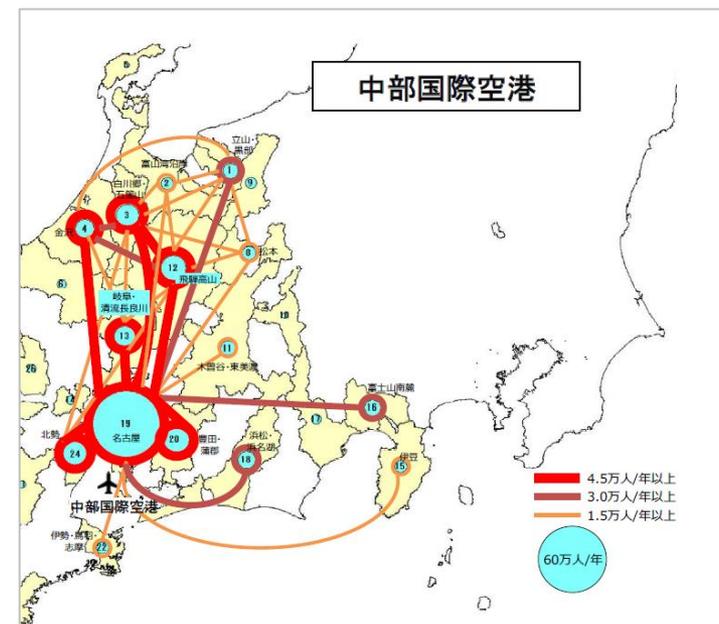
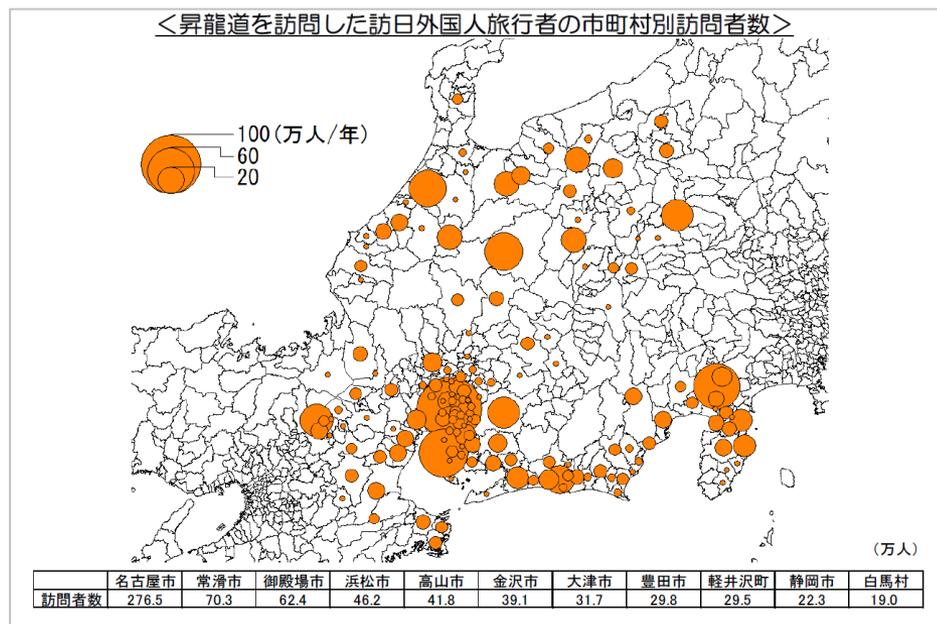
(4) 地域の観光産業事業所に関するデータ

- 観光産業事業所へのアンケート調査
（経済センサス個票データと連携分析）

地域のカルテ

マーケティング～ターゲティング

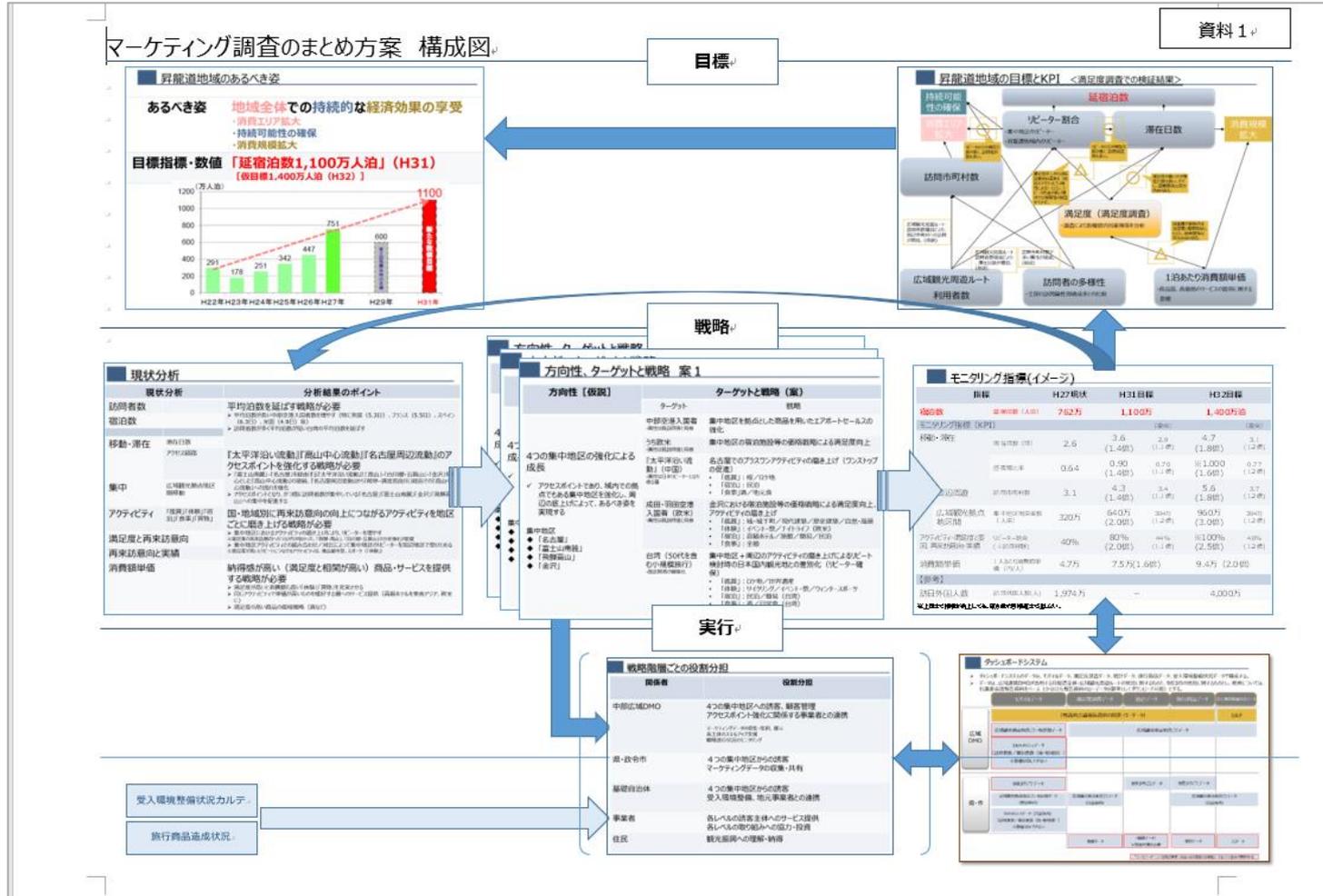
➤ こうしてみた



出所) 中部運輸局プレスリリース資料

マーケティング~ターゲットティング

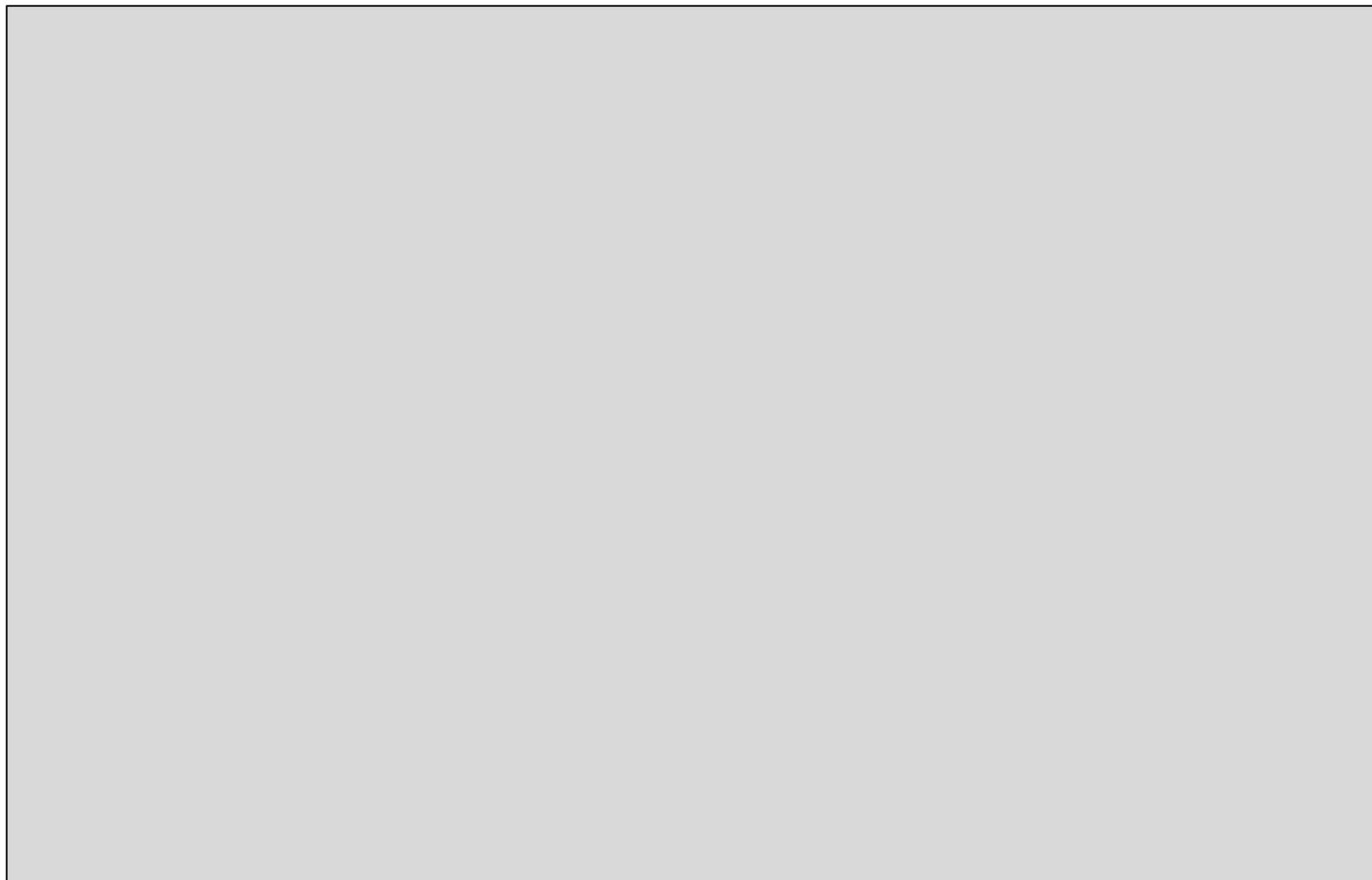
➤ こうしてみた



出所：平成28年度広域観光周遊ルート形成促進事業 第3回「昇龍道」マーケティング調査検討会議資料（中部運輸局）

マーケティング~ターゲティング

- こうしてみた



出所：平成29年度 東京のナイトライフ観光の現状にかかる調査・分析業務（東京都）

リアルタイム

➤ 民泊

- 民泊を含むシェアビジネス
- 越境EC
- クルーズ
- IR

➤ 質の高い宿泊施設

➤ キャッシュレス化

- デジタルマーケティング
- AI・IoT

➤ オーバーツーリズム

➤ 東アジア周遊

- 言語対応（の必要性）

➤ 人材確保

[京都市の事例]

- ✓ 今から〇〇分で行けるところ
（混んでいて無理なところ）
- ✓ 行き方の案内

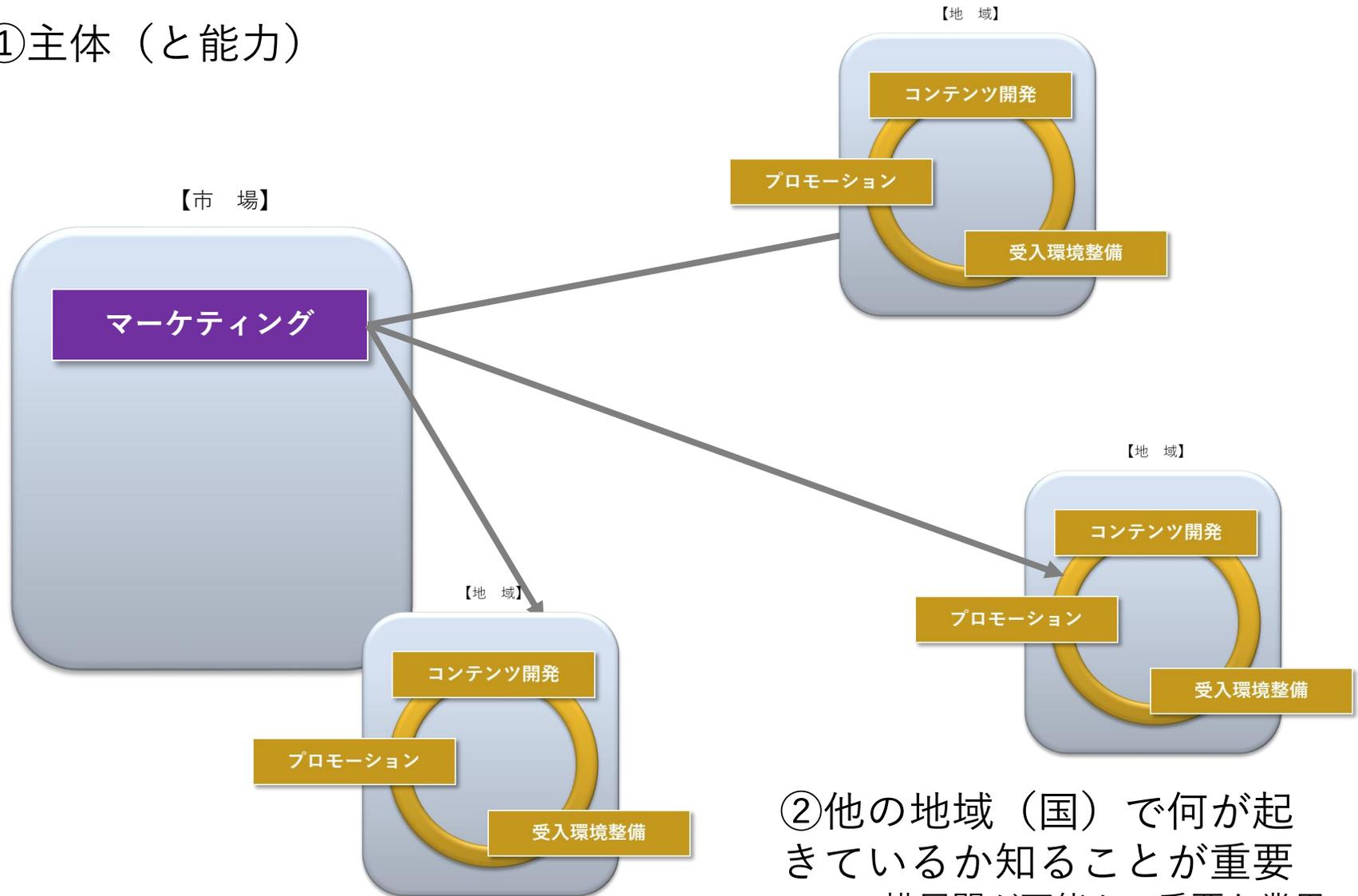
1. 地域における観光の課題

2. 人流データの活用

3. 観光でデータ利用が進まない理由

観光分野でデータ利用が進まない理由～マーケティング分野

①主体（と能力）



②他の地域（国）で何が起きているか知ることが重要
横展開が可能かつ重要な業界

観光分野でデータ利用が進まない理由～全般

③記述が困難－要素が多すぎる－、精度に課題

旅行：

誰が、いつ、どこに、誰と、何の目的で、何を使って、何をして、いくら使って、、、；デモグラ・季節・頻度、、、

来訪者数・消費額の信頼性：
統計においても課題

ご清聴ありがとうございました