

彦根市観光に関する 経済効果測定調査 報告書



概要版

- 平成 25 年 彦根市観光の消費動向調査結果および
観光消費による経済的波及効果の推計



平成 2 6 年 3 月



観光消費による経済波及効果の推計

・直接効果

観光客数 206万人（前年比3万人増）、観光消費額 141億円（同4億円増）
 ひこにゃんグッズ販売額は8億円

・波及効果

経済波及効果総額 266億円（前年比8億円増）、雇用効果 1,300人

主要調査結果

	直接効果			波及効果	
	観光客数 (実人数推計) (万人)	観光消費額 (億円)	うち ひこにゃん グッズ販売額 (億円)	総額 (億円)	雇用効果 (人)
平成19年	243	174	17	338	2,872
平成20年	185	170	10	331	1,955
平成21年	210	108	8	211	1,200
平成22年	211	120	8	228	1,129
平成23年	228	143	8	271	1,324
平成24年	204	137	9	258	1,309
平成25年(今回調査)	206	141	8	266	1,304
前年差	2.7	4.0	▲ 1.0	8.1	▲ 5
前年比	1.3%	2.9%	-11.4%	3.2%	-0.4%

※平成19年は「彦根城築城400年祭」開催期間(250日)の経済効果を測定したもの。

- ・宿泊客 21,499円（前年比1,200円増）、日帰り客 4,332円（同60円減）
- ・城山公園（彦根城）入場者数 74万人（前年比2.5万人増）
- ・普通車駐車台数 17.3万台（同1.2万台増）

主要参考指標

	1人あたり観光消費額		城山公園 (彦根城) 入場者数 (万人)	市内観光 入込客数 (万人)	普通車 駐車台数 (万台)	大型車 駐車台数 (台)
	日帰り客 (円)	宿泊客 (円)				
平成19年	5,184	23,308	76	406		
平成20年	6,660	29,554	65	333	16.1	5,510
平成21年	3,741	20,576	72	323	18.7	4,892
平成22年	4,061	19,517	73	344	17.3	5,131
平成23年	4,141	20,408	83	364	18.0	6,244
平成24年	4,393	20,260	72	332	16.1	5,012
平成25年(今回調査)	4,332	21,499	74	319	17.3	5,255
前年差	▲ 61	1,239	2.5	▲ 13	1.2	243
前年比	-1.4%	6.1%	3.4%	-3.9%	7.5%	4.8%

彦根の代表的観光スポットである城山公園（彦根城を含む）の入場者数は、前年比 3.4%増加した。また、普通車の駐車台数は7%増、大型車では5%増であった。一方で、彦根城博物館の来場者数は3%減り、同玄宮園の入園者数は14%も減ってしまった。観光客の実人数は206万人（対前年2.7万人増）に増加したものの、1人あたり訪問地点数が減ったことで、観光入込客数は4%減となり、ほぼ4年前（H21年）の水準まで戻ってしまった。1人あたり観光消費額では、日帰り客で微減となったものの宿泊客では6%も増加した。結果として、消費総額は141億円（同4億円増）であり、経済波及効果は266億円（同8億円増）となった。

観光客1人当たり観光消費額の内訳

【観光客1人あたり観光消費額の内訳】

観光客アンケートデータから、彦根観光における宿泊客・日帰り客別の1人あたり観光消費金額はそれぞれ21,499円、4,332円となった。

前年に比べ宿泊客で6.1%の増額、日帰り客で1.4%の減額となった。各費目の構成比率に大きな変化はなかった。ひこにゃんグッズ購入額のお土産購入費に占める比率は、依然2割以上を占めている。

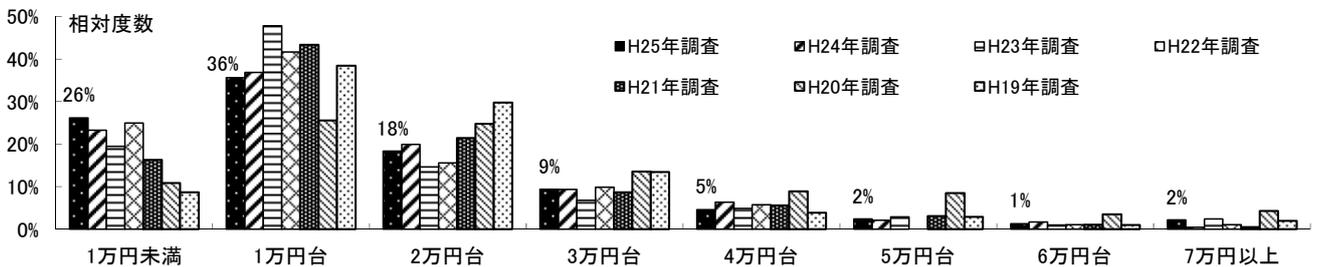
【1人あたり観光消費金額内訳】

	H25年調査(本調査)			
	宿泊客		日帰り客	
	割合	平均金額	割合	平均金額
交通費	15%	¥3,273	21%	¥892
宿泊費	46%	¥9,953	0%	¥0
飲食費	19%	¥4,054	37%	¥1,614
お土産購入費	15%	¥3,173	28%	¥1,227
内ひこにゃんグッズ	23%	¥726	27%	¥328
その他	5%	¥1,045	14%	¥598
合計		¥21,499		¥4,332

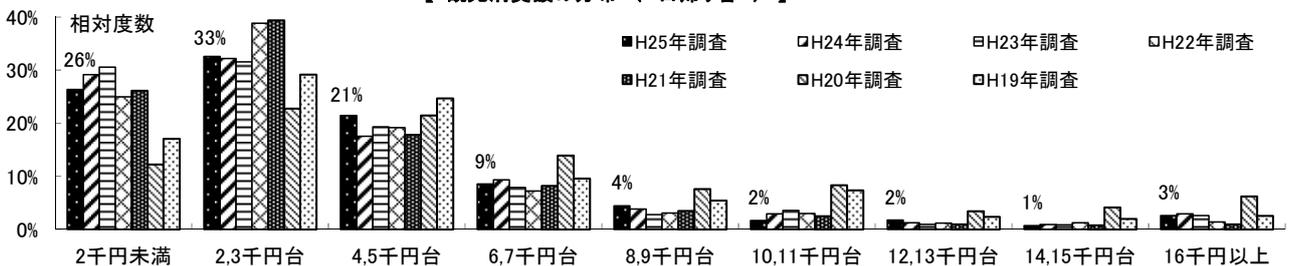
※「内ひこにゃんグッズ」の割合のみ、お土産購入費に占める割合

	H24年調査		H23年調査		H22年調査		H21年調査		H20年調査		H19年調査		
	割合	平均金額	割合	平均金額	割合	平均金額	割合	平均金額	割合	平均金額	割合	平均金額	
宿泊客	交通費	15%	¥3,079	15%	¥2,998	17%	¥3,257	18%	¥3,786	19%	¥5,636	13%	¥2,917
	宿泊費	49%	¥10,011	46%	¥9,392	47%	¥9,267	40%	¥8,141	41%	¥12,059	43%	¥9,961
	飲食費	17%	¥3,515	19%	¥3,970	17%	¥3,238	18%	¥3,682	17%	¥5,109	19%	¥4,364
	お土産購入費	16%	¥3,216	15%	¥3,090	15%	¥2,846	18%	¥3,756	17%	¥5,102	20%	¥4,592
	内ひこにゃんグッズ	23%	¥724	23%	¥699	28%	¥790	17%	¥654	22%	¥1,111	47%	¥2,160
	その他	2%	¥440	5%	¥959	5%	¥909	6%	¥1,212	6%	¥1,648	6%	¥1,475
	合計		¥20,260		¥20,408		¥19,517		¥20,576		¥29,554		¥23,308
日帰り客	交通費	22%	¥949	21%	¥860	26%	¥1,056	27%	¥1,004	29%	¥1,947	23%	¥1,168
	宿泊費	0%	¥0	0%	¥0	0%	¥0	0%	¥0	0%	¥0	0%	¥0
	飲食費	37%	¥1,622	29%	¥1,217	31%	¥1,272	29%	¥1,069	27%	¥1,807	25%	¥1,277
	お土産購入費	36%	¥1,572	36%	¥1,503	30%	¥1,226	29%	¥1,083	29%	¥1,953	28%	¥1,437
	内ひこにゃんグッズ	25%	¥392	21%	¥310	29%	¥357	32%	¥346	23%	¥442	35%	¥504
	その他	6%	¥251	14%	¥561	13%	¥508	16%	¥586	14%	¥953	25%	¥1,302
	合計		¥4,393		¥4,141		¥4,061		¥3,741		¥6,660		¥5,184

【観光消費額の分布(宿泊客)】

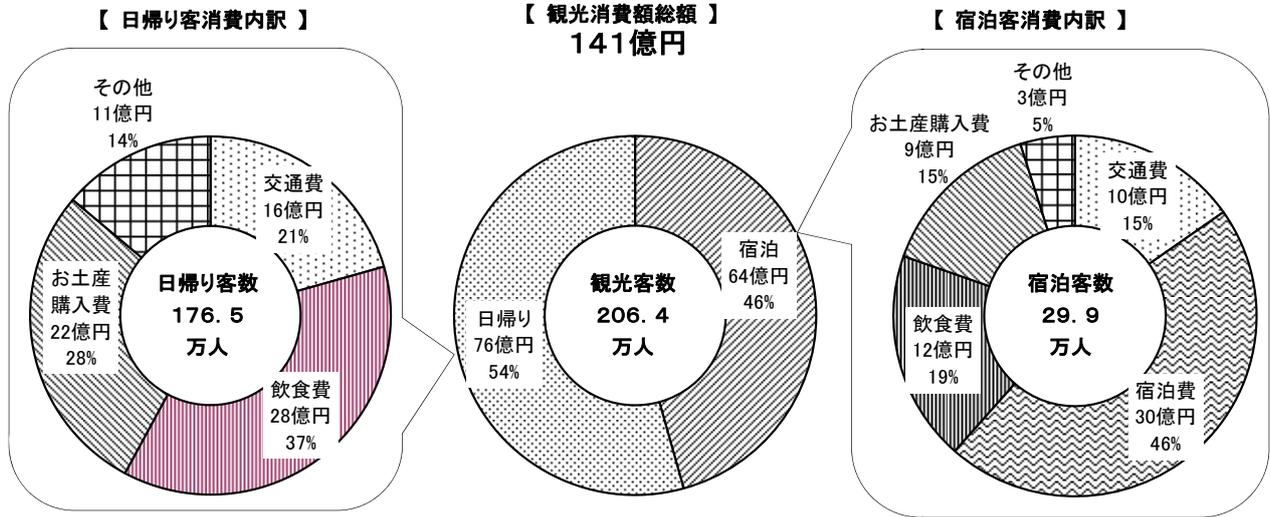


【観光消費額の分布(日帰り客)】



【 観光客数と観光消費額 】

彦根市に来訪した観光客数(実人数)は、206万人であった。そのうち、宿泊客は30万人、日帰り客は176万人と推計される。宿泊・日帰り客を合算すると、交通費26億円、宿泊費30億円、飲食費41億円、お土産購入費31億円、その他14億円を消費している。これより、観光客の消費総額は141億円と推計される。なお、お土産購入費に占めるひこにゃんグッズ販売額は8億円と推計される。観光消費額、宿泊・日帰り客消費内訳は以下の図のとおりである。

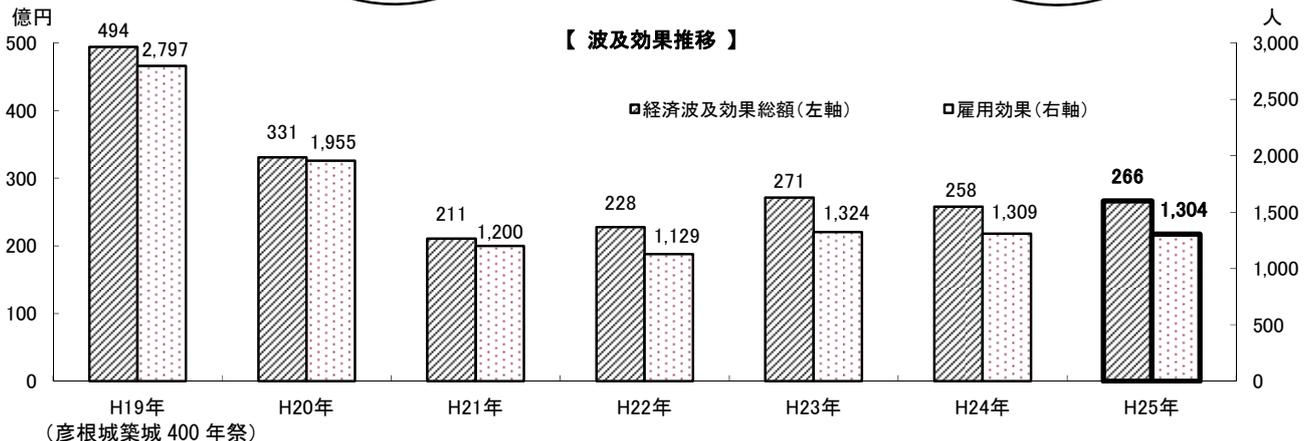
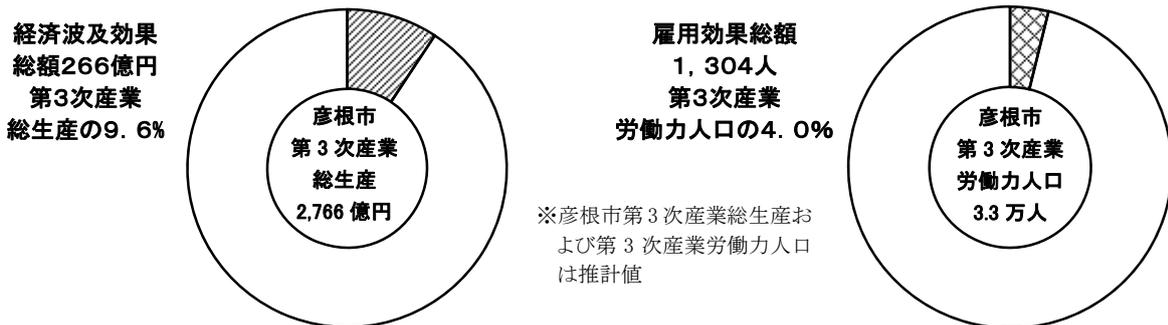


波及効果の相対的規模

彦根市第3次産業総生産の10%、第3次産業労働力の4%

【 観光消費による経済波及効果の総額 】

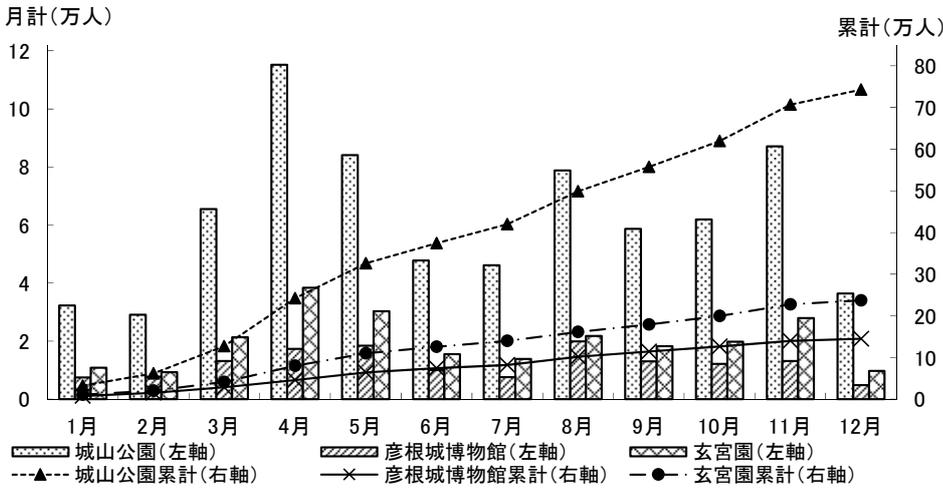
観光消費141億円による経済波及効果総額は266億円と推計された。また、雇用効果は1,304人と推計された。これは彦根市の第3次産業総生産(2,766億円)の9.6%、同市第3次産業労働力人口(3.3万人)の4.0%に相当する。昨年調査に比べ経済波及総額で8億円増加した。雇用効果ではほぼ同じだった。



平成25年 彦根城周辺観光の概況

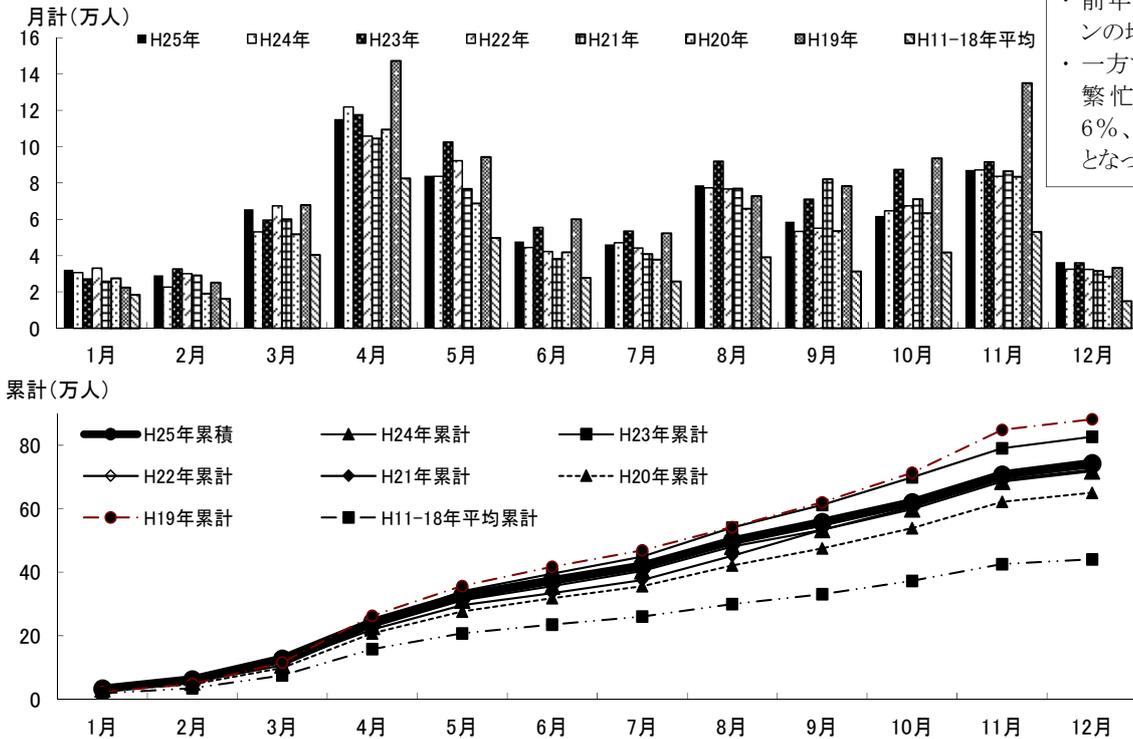
城山公園入園者数 74万人 昨年比3%増加

【 城山公園・彦根城博物館・玄宮園入場者数推移 】



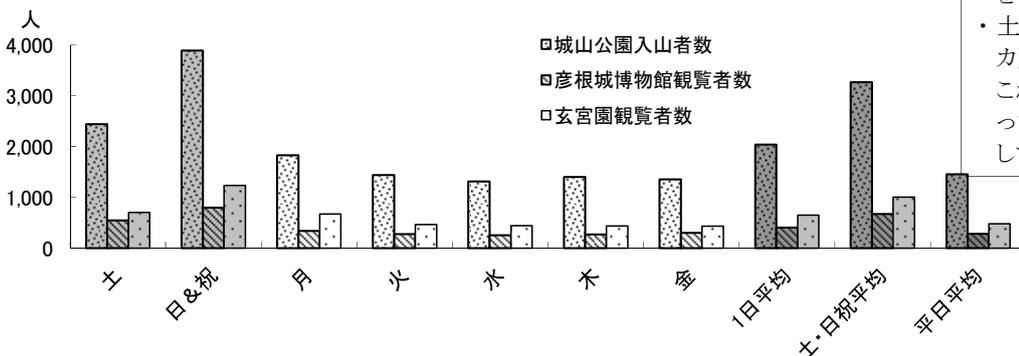
- ・ H25年の城山公園入場者数は、約74万人であった。春(花見・GWの時期)と夏の終わりから秋(8～11月)にかけて、大きく来場者が伸びる傾向は例年同様だった。
- ・ 彦根城博物館でも同様の時期に入場者が多かった。最多月は8月であった。
- ・ 玄宮園も同様の時期に入場者が多く、特に4月は3.8万人に達した。

【 過去の城山公園入場者数推移比較 】



- ・ 前年比でオフシーズンの増加が目立った。
- ・ 一方で、4月、10月の繁忙期はそれぞれ6%、4%の落ち込みとなった。

【 城山公園および彦根城博物館 曜日別入場者数 (※平日の祝日は日&祝日に算入) 】



- ・ 城山公園の入場者は、土・日・祝日で全体の半分以上を占める。
- ・ 土・日・祝日は平日に比べ、3カ所全てで倍以上であった。これは昨年同様の傾向であったものの、その差は全体としてわずかに縮小した。

普通車駐車前年比7%増、大型車は5%増 県観光地入込客ランキングは4位に相当

【 駐車台数推移 】

	普通車	大型車
H20年	161,290	5,510
H21年	186,550	4,892
H22年	172,554	5,131
H23年	179,869	6,244
H24年	161,477	5,012
H25年	173,404	5,255

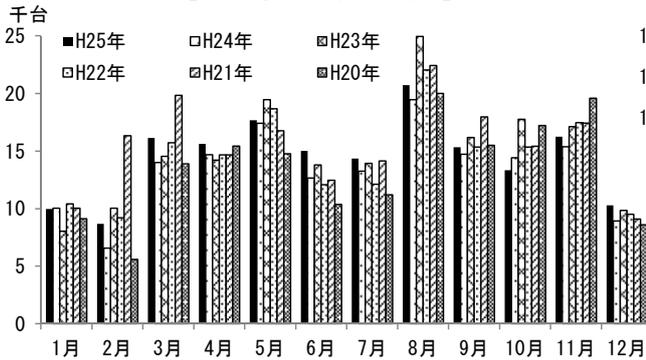
<普通車>

・前年同月比では、2月(32%増)、3月(15%増)、6月(19%増)、12月(15%増)のオフシーズンの増加が目立った。
 ・落ち込みが大きかったのは、紅葉シーズンの10月(7%減)だった。

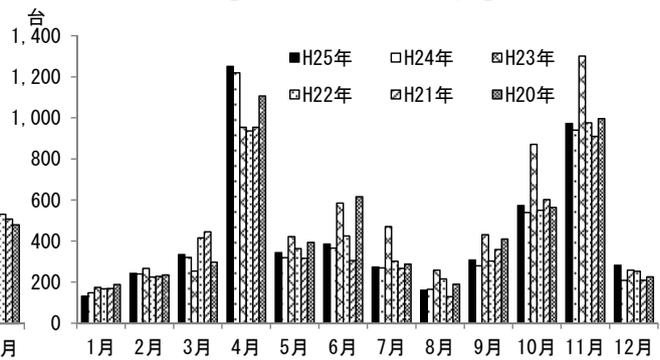
<大型車>

・前年同月比では、1月が大きく落ち込んだものの(11%減)、9月(10%増)、12月(36%増)の増加が際立った。

【 月別普通車駐車台数 】



【 月別大型車駐車台数 】



【 県内主要観光地入込客数における本年の実績(H24年実績との比較) 】

順位	観光地名	市町名	入込客数(人)
1	黒壁ガラス館	長浜市	1,730,800
2	多賀大社	多賀町	1,602,400
3	道の駅 藤樹の里あどがわ	高島市	833,400
4	彦根城	彦根市	719,500
5	日牟禮八幡宮	近江八幡市	659,700
6	比叡山ドライブウェイ	大津市	648,300
7	滋賀県希望が丘文化公園	野洲市、湖南市、竜王町	607,100
8	八幡堀	近江八幡市	601,000
9	道の駅 あいとうマーガレットステーション	東近江市	548,800
10	比叡山研麻寺	大津市	544,000
28	道の駅 竜王かかみの里	竜王町	277,100
29	びわ湖鮎家の郷	野洲市	274,200
30	グリーンパーク想い出の森	高島市	268,700

H25年
74万人

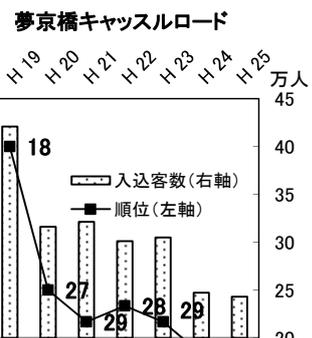
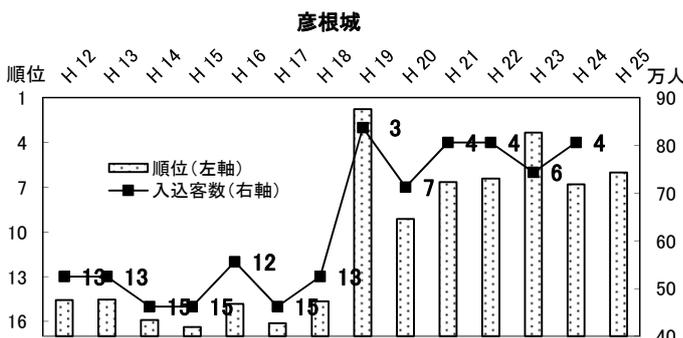
H25年
24万人

圏外	夢京橋キャスルロード	彦根市	247,100
----	------------	-----	---------

※H24年滋賀県観光入込客統計調査書より

・ H12年以降、ランキング10位前半をキープしていた彦根城入城客数は、H19年の400年祭開催で一気に3位に躍進し、以降毎年高位置をキープしている。H24年は前年よりランクを2つ上げた。H25年も他の変動がないとすれば、同程度の順位となることが期待される。
 ・ 夢京橋キャスルロードは H19年に初めてランクインし(18位)、以降毎年ランキングされてきた。しかし、H24年は約25万人であったため、本調査を開始以来、初めてのランク落ちとなった。H25年も他の変動がないとすればランキング入りは難しいと思われる。

【 観光地ランキング推移 】



観光客アンケート調査 集計概要



調査方法

彦根城周辺 5 地点に、調査員を 2 名ないし 3 名配置し、その地を訪れた観光客にアンケート票を配付し、自記入法(その場で回収)による調査を行った。

なお、参考調査として市内 3 ヶ所で留置き調査も実施した。

実施日・調査地点

調査は通常の休日[10/14(月祝)]、イベント日¹[11/3(日祝)]、平日[10/29(火)]に分け実施した。

また、留置き調査の期間は 10/1(月)から 11/30(金)までの 2 ヶ月間とした。

具体的な調査地点は以下の表および図の通りである。①～⑤は調査員による調査、⑥～⑧は調査員を置かない留置きによる調査である。

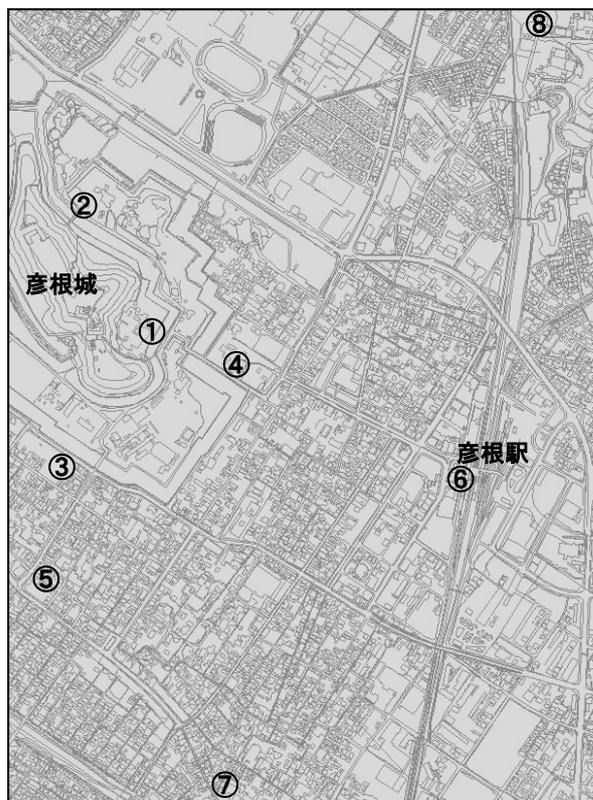
調査地点 地図

【調査員調査】

- ①彦根城 表門
- ②彦根城 黒門
- ③京橋口駐車場
- ④いろは松駐車場
- ⑤四番町スクエア

【留置き調査】

- ⑥駅前観光案内所
- ⑦花しょうぶ通り
- ⑧佐和山ふもと駐車場



アンケート回答数

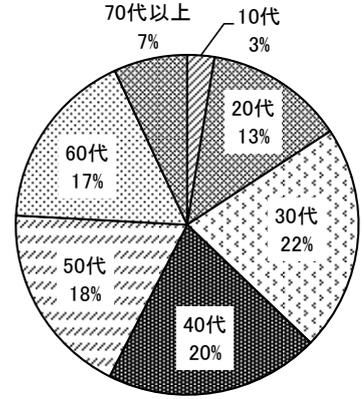
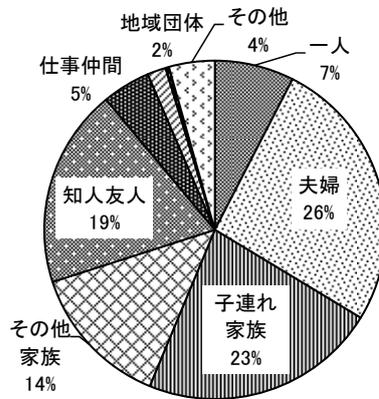
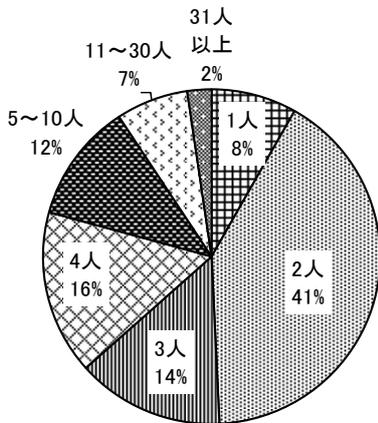
調査地点		通常の休日 10/14(月祝)	平日 10/29(火)	イベント日 11/3(日祝)	小計
調査員調査	①彦根城 表門	169	119	219	507
	②彦根城 黒門	230	80	179	489
	③京橋口駐車場	110	40	96	246
	④いろは松駐車場	89		108	197
	⑤四番町スクエア	131	74	100	305
調査員調査計		729	313	702	1,744
留置き調査	⑥駅前観光案内所				23
	⑦花しょうぶ通り				11
	⑧佐和山ふもと駐車場				49
	留置き調査計				83
合計					1,827

¹ 「城まつりパレード」の開催日であった。本調査ではこうした催しが行われる休日を、通常の休日とは異なるイベント日として位置付けている。

**観光客像は家族あるいは友人知人の2~4人連れ
年齢層はバラエティーに富みバランス良い**

【 調査員調査 】

【 来訪者の属性 】

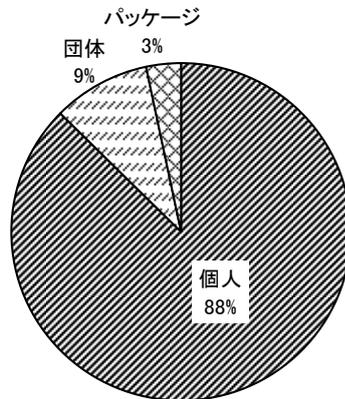
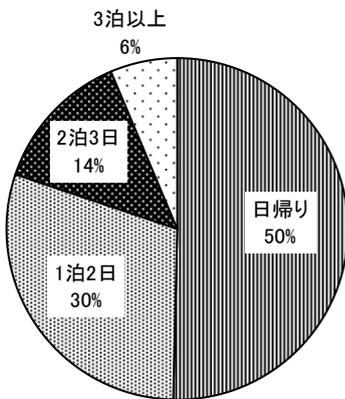


・家族あるいは友人知人の2~4人連れでの来訪が主となっている。
 ・30代~60代がそれぞれ2割を占め、20代と70代以上が1割を占める。各世代がバランスよく訪れている。

**日帰り旅行の個人客がメイン 宿泊客比率が上昇
宿泊客では4人中3人が県内に宿泊するも、その比率は低下**

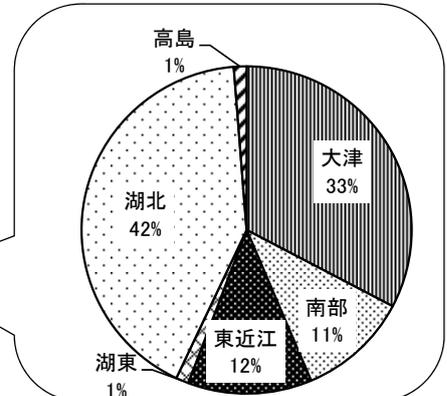
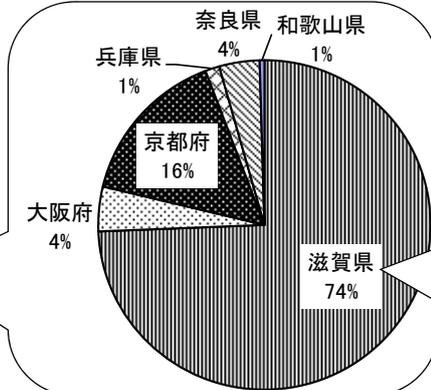
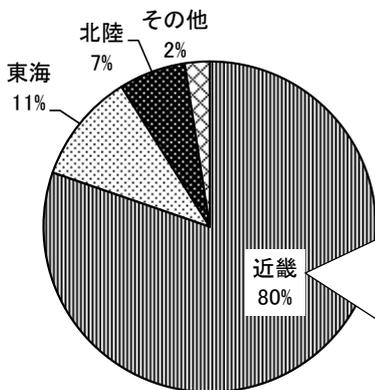
【 調査員調査 】

【 旅行形態と滞在期間 】



・昨年までの傾向とは大きく変わり、連泊客比率が増加した(9%→20%)。その結果、日帰り・宿泊客比率が昨年までの3:2から1:1になった。彦根観光は日帰りタイプの観光から宿泊タイプに移行しつつあるのかもしれない。
 ・宿泊者平均泊数は1.62泊であり、昨年比0.21ポイント増加した。
 ・観光客に占める彦根市内宿泊客の割合は19.8%であり、昨年比6.8ポイントも上昇した。ただし、平均泊数は1.08泊であり、昨年並みであった。
 ・宿泊客に占める彦根市内宿泊客の割合は40.0%であり、昨年比1.5ポイント微増した。

【 彦根以外に宿泊する観光客の宿泊地 】

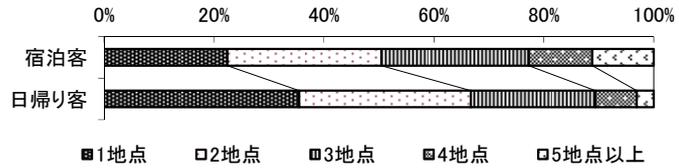
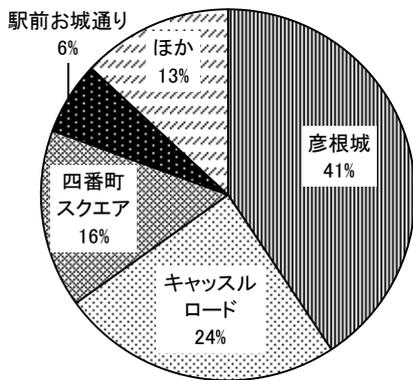


・彦根市以外の宿泊地は8割が近畿である。東海、北陸、その他の比率は昨年とほぼ同じだった。
 ・近畿内では4人中3人が県内に宿泊している。昨年比、県内が1割程度減り(83%→74%)、京都府が増えた(10%→16%)。
 ・県内では、大津に3割、湖北に4割程度宿泊している。昨年との対比で、大津と湖北の比率は逆転した。

彦根城・キャッスルロード・四番町スクエアがメイン、平均立ち寄り箇所は2箇所とほぼ変わらず

【 調査員調査 】

【 立ち寄り箇所、宿泊・日帰り客別立ち寄り地点数 】



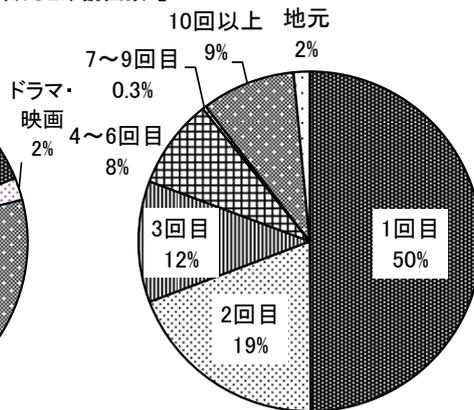
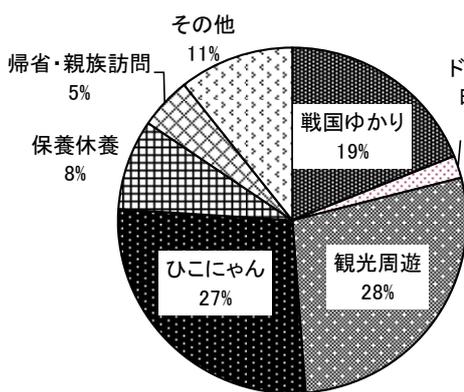
- ・主な観光スポットは彦根城、キャッスルロード、四番町スクエアの3地点であり、傾向に変化はなかった。
- ・近畿(滋賀県以外)、東海、関東からの観光客で、キャッスルロードを訪れるのはその半数であり、四番町スクエアまで来るのは3割にとどまっている。
- ・観光客全体平均では2.24地点だった(宿泊客2.7地点、日帰り客2.1地点)。前年比で若干増加した。

周遊観光・ひこにゃんが来訪理由

はじめての来訪が最多である一方、四番町スクエアはリピーターが多い

【 来訪目的と来訪回数 】

【 調査員調査 】

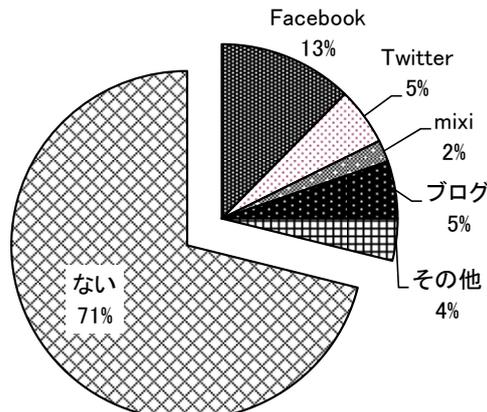
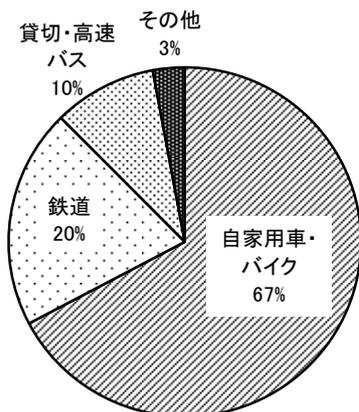


- ・観光周遊とひこにゃんをきっかけとする割合が最も大きく、次いで戦国ゆかりと答えた比率が大きかった。
- ・各項目の比率は昨年同様。
- ・その他項目では、イベント関連を目的とする回答が多かった。
- ・来訪回数の分布状況は昨年とほぼ同一であった。
- ・四番町スクエアは、10回以上の「常連訪問者」の比率が約2割と高かった。

自家用車により来訪が7割 Facebookによる情報発信者多数

【 来訪手段と情報発信ツール 】

【 調査員調査 】

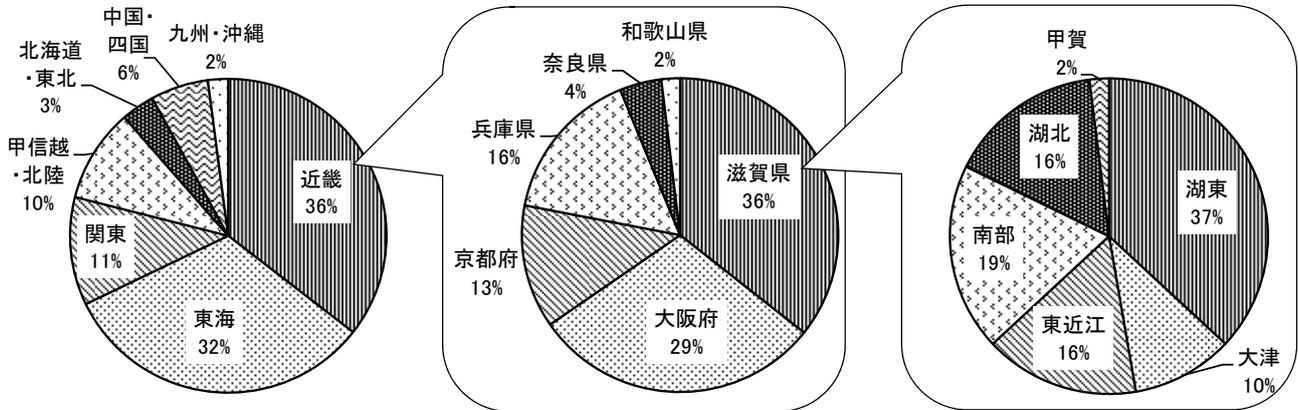


- ・“彦根まで”の交通手段として、(JR、近江鉄道)利用が2割、自家用車利用が7割弱であった。
- ・前年比、貸切バスの割合が若干低下した。
- ・情報発信者は約3割で、Facebookの利用者が最も多かった。次いでブログ、Twitterであった。

来訪者の居住地は近畿 4 割、東海 3 割 関東・甲信越・北陸がそれぞれ 1 割
近畿では 9 割以上が滋賀県・大阪府・京都府・兵庫県内

【 調査員調査 】

【 来訪者の住まい 】



< 全国区 >

- ・ 近畿圏が約 4 割、東海圏が約 3 割なのは前年同様の傾向であり、次いで関東、甲信越・北陸がそれぞれ 1 割程度を占めるのは前年同様だった。

< うち近畿圏 >

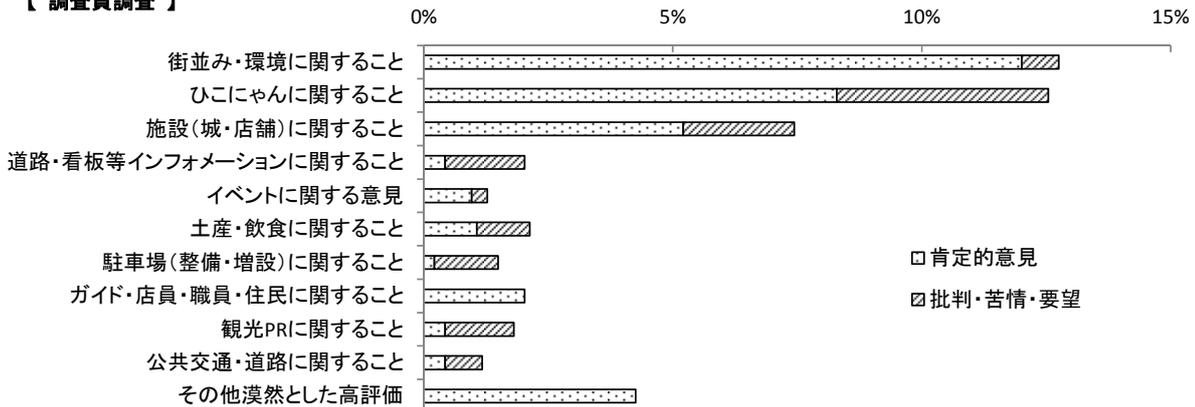
- ・ 前年調査比で兵庫県の割合が 4%ポイント上昇した。他の府県の比率はほとんど変わりがなかった。
- ・ 滋賀県、大阪府、京都府、兵庫県で 9 割以上を占める傾向は前年同様だった。

< うち県内 >

- ・ 前年同様、地元を含めた湖東エリアが最も多かったものの、その比率は低下した(44%→37%)。
- ・ そのぶん、湖北エリアが倍増し(8%→16%)、南部エリアも 6%ポイント上昇した。

自由記述

【 調査員調査 】



- ・ 街並み・環境に関しては、「落ち着いた」、「静かな」、「きれいな」といった肯定的なキーワードが多く見られた。一方で、さらなる観光施設・スポットの開発・PRを求める意見が多かった。
- ・ ひこにゃんに関しては、「かわいい」、「よかった」といった肯定的な評価がほとんどであった。一方で、「もっと会える機会を増やしてほしい」、「ツーショットをさせてほしい」という要望が多く見られた。
- ・ 施設(城・店舗)に関しては、彦根城の素晴らしさに関するものが大半であった。一方で、事前に店の定休日について知っていた(行ったら店休日だった)という意見があった。
- ・ 駐車場の場所のわかりにくさや標識の充実について訴える意見が多かった。また、駐車料金の割引や無料化についても要望があった。
- ・ ひこにゃん以外のお土産やグルメの開発を求める意見があった。
- ・ ガイド・店員・職員・住民に関しては、好印象及び感謝の意見が多かった。

【試算】首都エリアからの観光客を呼び込むことでプラス44億円の波及効果
第3次産業総生産の1.58%押し上げに寄与

【試算結果表】

		＜ベースライン＞ H25年実績	
		宿泊客	日帰り客
1 消 費 額 あ た り 内 訳 観 光	交通費	¥3,273	¥892
	宿泊費	¥9,953	¥0
	飲食費	¥4,054	¥1,614
	土産購入	¥3,173	¥1,227
	その他	¥1,045	¥598
	合計	¥21,499	¥4,332
観光客実人数		299千人	1,765千人
首都観光客宿泊率		14.5%	
観光消費総額(百万円)		14,075	
波及総額(百万円)		26,634	
雇用者総数(人)		1,304	

- ・＜シナリオ A-1＞
平均的な観光客が2万人増えたケース
- ・＜シナリオ A-2＞
消費額がより大きな首都エリアからの観光客が2万人増えたケース
- ・＜シナリオ A-3＞
首都エリアからの観光客が2万人増加し、その宿泊率が倍になったケース
- ・＜シナリオ B-1＞
平均的な観光客が20万人増えたケース
- ・＜シナリオ B-2＞
消費額がより大きな首都エリアからの観光客が20万人増えたケース
- ・＜シナリオ B-3＞
首都エリアからの観光客が20万人増加し、その宿泊率が倍になったケース

2万人増加のシナリオ

		＜シナリオA-1＞ 平均的な観光客が 2万人増えた場合		＜シナリオA-2＞ 首都エリアからの観光客が 2万人増えた場合		＜シナリオA-3＞ 首都エリアからの観光客が 2万人増え その宿泊率が倍になった場合		
		宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	
設定 値	1 消 費 額 あ た り 内 訳 観 光	交通費	¥3,273	¥892	¥3,301	¥893	¥3,328	¥893
		宿泊費	¥9,953	¥0	¥9,978	¥0	¥10,002	¥0
		飲食費	¥4,054	¥1,614	¥4,059	¥1,619	¥4,063	¥1,618
		土産購入	¥3,173	¥1,227	¥3,173	¥1,228	¥3,172	¥1,228
		その他	¥1,045	¥598	¥1,041	¥600	¥1,038	¥600
		合計	¥21,499	¥4,332	¥21,551	¥4,340	¥21,603	¥4,339
観光客実人数		302千人	1,782千人	302千人	1,782千人	305千人	1,779千人	
首都観光客宿泊率		14.5%		14.5%		29.0%		
試算 結 果	観光消費総額(百万円)		14,211		14,242		14,305	
	増分(百万円)		136		167		230	
	波及総額(百万円)		26,892		26,952		27,072	
	増分(百万円)		258		318		438	
	第3次産業押し上げ効果		0.09%		0.11%		0.16%	
	雇用者総数(人)		1,316		1,319		1,325	
増分(人)		12		15		21		

20万人増加のシナリオ

		＜シナリオB-1＞ 平均的な観光客が 20万人増えた場合		＜シナリオB-2＞ 首都エリアからの観光客が 20万人増えた場合		＜シナリオB-3＞ 首都エリアからの観光客が 20万人増え その宿泊率が倍になった場合		
		宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	
設定 値	1 消 費 額 あ た り 内 訳 観 光	交通費	¥3,273	¥892	¥3,507	¥895	¥3,741	¥895
		宿泊費	¥9,953	¥0	¥10,162	¥0	¥10,370	¥0
		飲食費	¥4,054	¥1,614	¥4,092	¥1,653	¥4,130	¥1,649
		土産購入	¥3,173	¥1,227	¥3,169	¥1,240	¥3,164	¥1,239
		その他	¥1,045	¥598	¥1,016	¥615	¥987	¥614
		合計	¥21,499	¥4,332	¥21,945	¥4,403	¥22,392	¥4,397
観光客実人数		328千人	1,936千人	328千人	1,936千人	357千人	1,907千人	
首都観光客宿泊率		14.5%		14.5%		29.0%		
試算 結 果	観光消費総額(百万円)		15,439		15,722		16,379	
	増分(百万円)		1,364		1,647		2,304	
	波及総額(百万円)		29,215		29,763		31,015	
	増分(百万円)		2,581		3,129		4,381	
	第3次産業押し上げ効果		0.93%		1.13%		1.58%	
	雇用者総数(人)		1,430		1,459		1,521	
増分(人)		126		155		217		

※1 白抜き数字の部分をシナリオに基づき、ベースラインから変更して試算を行っている。

※2 「首都観光客宿泊率」は首都エリアからの観光客を対象とした宿泊率を示す。

※3 「増分」は全てベースラインとの比較を示している。

◆ 調査・分析受託 ……



滋賀大学 社会連携研究センター

〒522-8522 滋賀県彦根市馬場 1-1-1

Tel : 0749-27-1279

Fax : 0749-27-1431

E-mail : rccs@biwako.shiga-u.ac.jp

URL : [http://www.shiga-u.ac.jp/](http://www.shiga-u.ac.jp/research_cooperation/about_social_cooperation_research_center/)

[research_cooperation/about_social_cooperation_research_center/](http://www.shiga-u.ac.jp/research_cooperation/about_social_cooperation_research_center/)

◆ 社会連携研究センター 教授 …… 石井 良一 (Ryoichi Ishii)

◆ 経済学部 准教授 …… 得田 雅章 (Masaaki Tokuda)

