

釧路市の持続的発展に向けての 観光産業の役割

—「釧路市観光産業の発展に向けての経済効果に関する調査研究」概要—



2010年7月

釧路市
釧路公立大学 地域経済研究センター

釧路公立大学地域経済研究センターによる これまでの釧路経済の自立的発展を目指した 観光経済効果研究

～10年にわたる研究成果と釧路市の観光政策

●継続的な釧路公立大学地域経済研究センターの観光研究

釧路公立大学地域経済研究センターでは、財団法人日本交通公社と共同で2000年度(平成12年度)以降6年間にわたり、釧路市を中心とする釧路根地域をフィールドとした「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究」に継続的に取り組んできました。この研究では、同地域における観光の経済波及効果を提示した上で、観光の経済波及効果を高めるための施策を体系化。さらに、釧路市の大きな観光魅力のひとつである「食」に焦点を当て、食との連携による観光産業の展開方向を示しました。さらに、標津町や弟子屈町においても観光経済効果の調査研究を行っています。



●釧路市の観光政策に活かす

こうした研究成果を活かし、釧路市は釧路公立大学地域経済研究センターと共同で『釧路市観光振興ビジョン』を策定しました。

2005年(平成17年)10月に1市2町が合併して発足した新生・釧路市では、観光振興を産業再生の柱のひとつとして位置づけています。2007年(平成19年)3月に策定されたこの『釧路市観光振興ビジョン』では、釧路市の観光振興が目指すべき姿(目標像)を示すとともに、目標を達成するための戦略と具体的施策を示しています。



●より質の高い観光政策の構築に向けて —釧路市における観光消費の経済効果分析の実施—

『釧路市観光振興ビジョン』では、目標を実現するための戦略のひとつとして「観光データ整備戦略」を示しています。釧路市において観光産業が基幹的産業としての力強い発展を図っていくためには、観光の経済波及効果の実証的、科学的な分析が必要です。

そこで、釧路市を訪れる観光客の実態をデータで把握するとともに、釧路市産業連関表をもとに釧路公立大学において分析用産業連関表を作成。これを活用した釧路市における観光の地域経済効果分析を行いました。

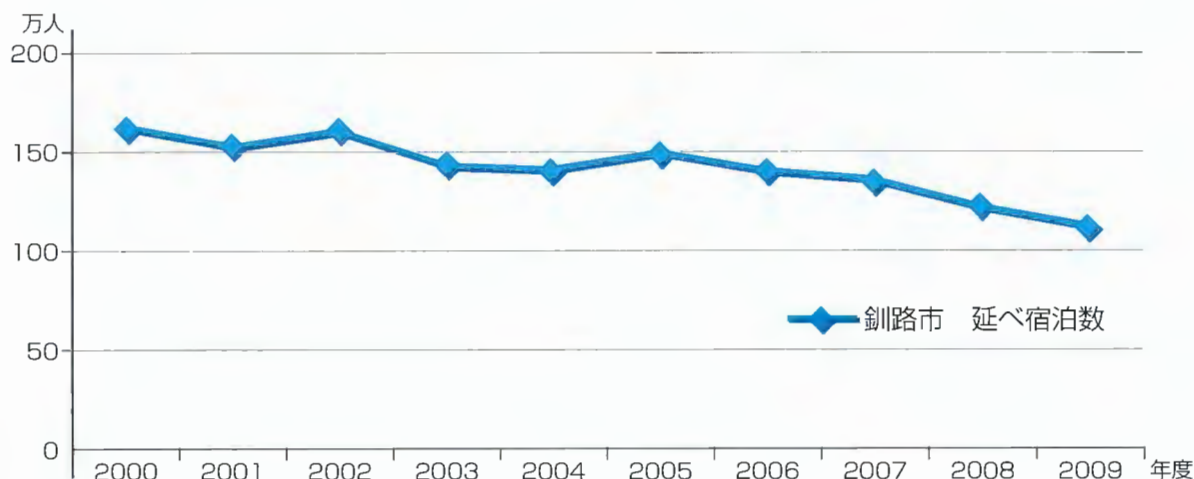
釧路市の観光客数 10年間の推移

～札幌市、函館市に次いで宿泊客数の多い釧路市 ここ数年は減少傾向

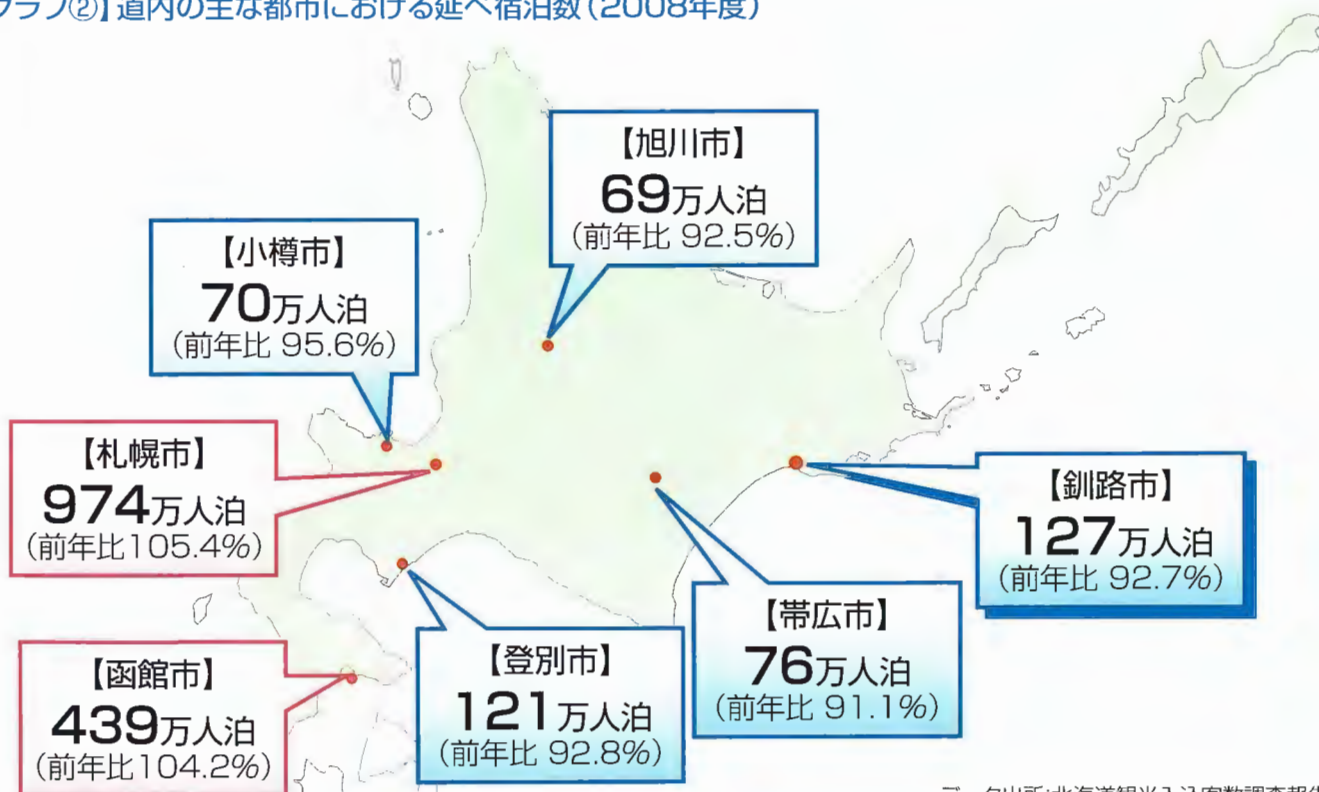
釧路市の宿泊客数は年間延べ119万人泊（2009年度）。札幌市、函館市に次いで宿泊客数の多い都市です。過去10年を振り返ると、2000年から2005年にかけては横ばいに推移していましたが、その後は減少する傾向にあります。

一方、釧路市を訪れる外国人旅行者は年間およそ6万人。2009年度は世界経済情勢の悪化に伴う円高の影響で訪日外国人数が大幅に減少しましたが、釧路市では人気映画のロケ地を訪れる中国人が急増しました。

【グラフ①】釧路市の延べ宿泊数の推移



【グラフ②】道内の主な都市における延べ宿泊数（2008年度）



データ出所:北海道観光入込客数調査報告書

釧路市を訪れる客層と観光客の流動

～首都圏観光客・道内観光客・道内ビジネス客が3大マーケット

●釧路市の宿泊客の客層

釧路市観光の主要マーケットは「首都圏からの観光客」「道内からの観光客」、そして「道内からのビジネス客」です。このほか、特定の目的をもった来訪客として、夏場はゴルフ客、秋冬はアイスホッケー観戦客などが目立ちます。

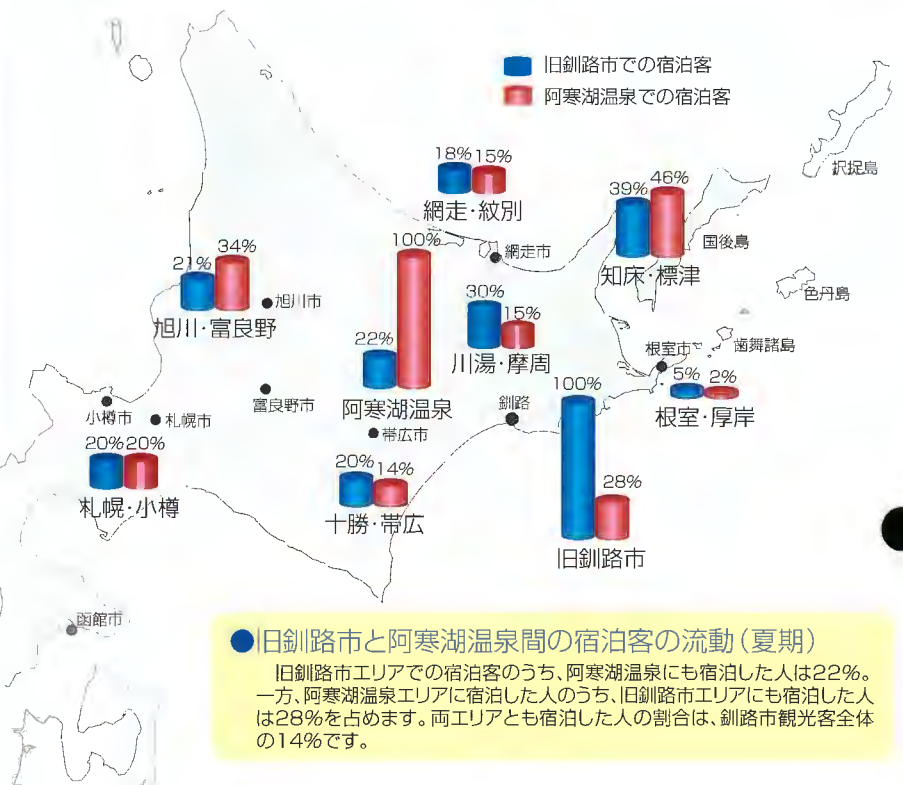
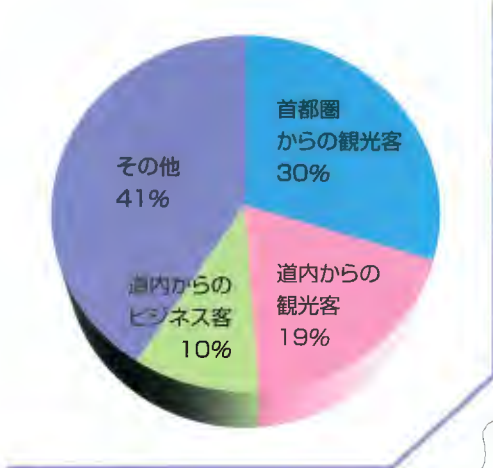
宿泊客の流動をみると、道内客が比較的多い旧釧路市の宿泊客では川湯・摩周や十勝・帯広といった近隣エ

リアとの組み合わせが目立ちます。一方で、首都圏からの観光客が比較的多い阿寒湖温泉の宿泊客では知床・標津や旭川・富良野にも足を伸ばしている方が多くみられます。

道内ビジネス客では、定期的に釧路市を訪れている人がおよそ9割を占めます。活動内容をみると2割が会議・コンベンション目的の来訪です。

【グラフ④】釧路市宿泊客の流動(夏期)

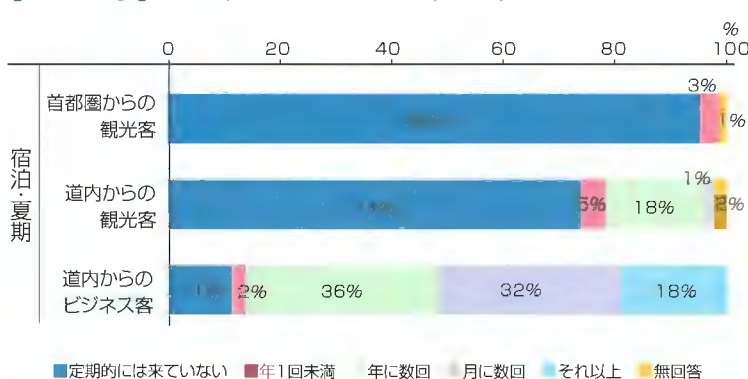
【グラフ③】宿泊客の客層(夏期)



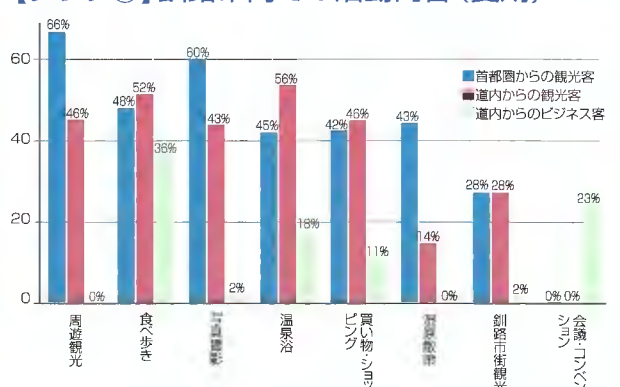
●旧釧路市と阿寒湖温泉間の宿泊客の流動(夏期)

旧釧路市エリアでの宿泊客のうち、阿寒湖温泉にも宿泊した人は22%。一方、阿寒湖温泉エリアに宿泊した人のうち、旧釧路市エリアにも宿泊した人は28%を占めます。両エリアとも宿泊した人の割合は、釧路市観光客全体の14%です。

【グラフ⑤】釧路市への来訪頻度(夏期)



【グラフ⑥】釧路市内での活動内容(夏期)



釧路市を訪れる来訪客の消費実態

～宿泊客は平均3万円を釧路市内で消費、旧釧路市と阿寒で異なる消費実態

●釧路市を訪れる来訪客の消費額

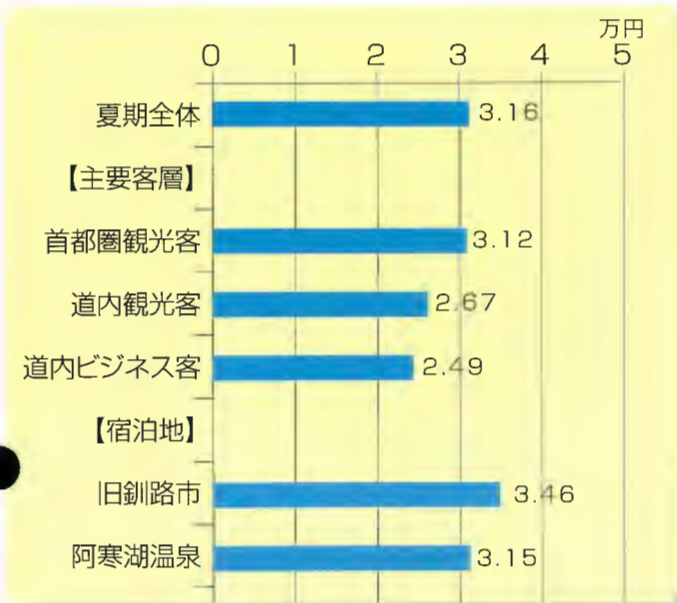
釧路市内に宿泊した人は、1人当たり平均で29,627円を同市内で消費しています。夏期の方が消費額が高く、また客層別では首都圏からの観光客の消費額が比較的高くなっています。なかでも目立って高いのが夏場のゴルフ客。海産物を中心に1人あたり平均10万円を消費していました。

なお、日帰り客は1人およそ9千円、釧路市外で宿泊した通過客はおよそ7千円を釧路市内で消費しています。

【表①】来訪客1人当たり平均消費額

| | 平均消費額 |
|------|---------|
| 宿泊客 | 29,627円 |
| 夏期 | 31,552円 |
| 秋期 | 28,752円 |
| 日帰り客 | 8,956円 |
| 通過客 | 7,119円 |

【グラフ⑦】宿泊客1人当たり市内消費額（季節別および客層別、宿泊地別）



●宿泊地別にみる来訪客の消費実態

観光客の消費には、宿泊地によってそれぞれの特徴がみられます。

旧釧路市エリアの宿泊客は、飲食費や海産物など「食」に関連する消費が多いです。一方、阿寒湖温泉エリアの宿泊客では旧釧路市エリアに比べて宿泊費が高く、飲食費が低くなっています。これは、夕食代が宿泊費に含まれることが多いのと考えられます。アイヌコタンで取り扱いの多い「工芸品・装飾品」の消費額が比較的高いことも阿寒湖温泉エリアの特徴です。

【表②】宿泊客1人当たり費目別消費額（宿泊地別）

| 費目 | 旧釧路市 | | 阿寒湖温泉 | |
|-------------|--------|--------|--------|--------|
| | 夏期 | 秋期 | 夏期 | 秋期 |
| 宿泊費 | 12,386 | 10,361 | 18,343 | 3,485 |
| 交通費 | 33,055 | 30,041 | 22,000 | 20,152 |
| 飲食費 | 2,217 | 2,015 | 2,122 | 1,889 |
| レジャー | 1,418 | 1,287 | 671 | 845 |
| 娯楽費 | 634 | 848 | 205 | 275 |
| その他 | 21 | 287 | 151 | 280 |
| 観光客 | 333 | 447 | 644 | 657 |
| 日帰り温泉入浴代 | 90 | 83 | 103 | 38 |
| マッサージ・エステ代 | 473 | 334 | 519 | 248 |
| ゴルフ場利用料 | 678 | 179 | 148 | - |
| 観光ガイド | 615 | 285 | 328 | 144 |
| その他 | 596 | 696 | 327 | 830 |
| 娯楽費 | 3,525 | 4,773 | 2,184 | 2,322 |
| 菓子類 | 1,242 | 2,373 | 1,410 | 1,835 |
| その他 | 888 | 840 | 634 | 808 |
| 工芸品・装飾品 | 397 | 389 | 1,408 | 1,419 |
| 衣類・靴類・革 | 601 | 258 | 537 | 258 |
| 薬・化粧品・旅行用記録 | 124 | 149 | 133 | 133 |
| その他 | 750 | 57 | 200 | 300 |
| 合計 | 34,560 | 32,364 | 31,516 | 27,386 |

釧路市における 観光の経済波及効果

～観光消費が釧路市にもたらす経済波及効果は年間254億円

釧路市の来訪客が市内で消費した金額を合計すると年間211億円(2009年)。ここから市外へ流出する分を除くと、釧路市内の産業が直接得た金額(直接効果)は163億円となります。これは、市内総生産6,215億円(2006年度)の1.3%を占めます。

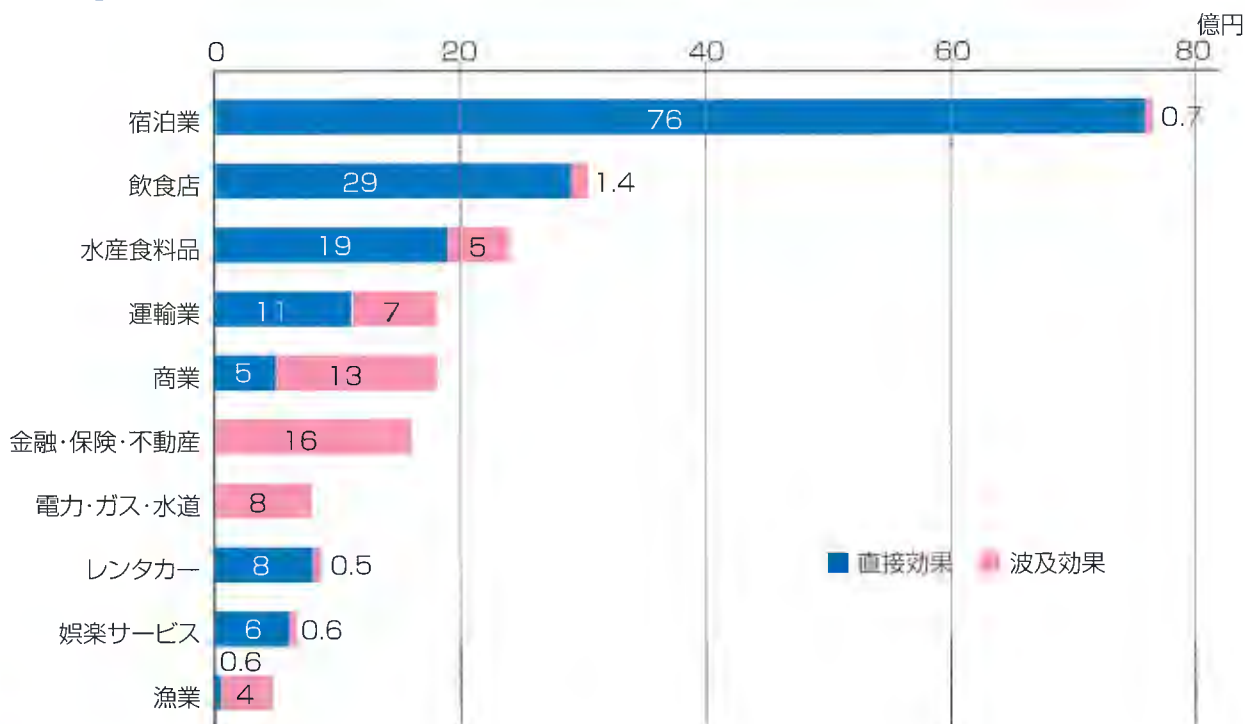
観光客から直接収入を得る産業は宿泊業や飲食店、水産食料品、運輸業などが中心ですが、これらの産業が様々な事業者から仕入れを行うことで、観光の経済効果は釧路市内の幅広い産業へと波及していきます。また、これらの産業で働く従業員が給与を受け取ることで、そこからさらなる消費が生まれます。

これらの波及効果をすべて足しあげると、観光消費が釧路市にもたらす経済波及効果は254億円(2009年)と推計されます。付加価値ベースでは131億円と推計され、これは2006年度の市内総生産の2.1%に相当します。

観光産業は、釧路市経済を幅広く支える重要な移輸出産業なのです。



【グラフ⑧】産業別にみる釧路市観光の経済波及効果



釧路市における 観光の雇用誘発効果

～観光消費が釧路市にもたらす雇用誘発効果はおよそ1,900人

観光消費額
211億円

直接効果
およそ1,300人

波及効果
およそ1,900人

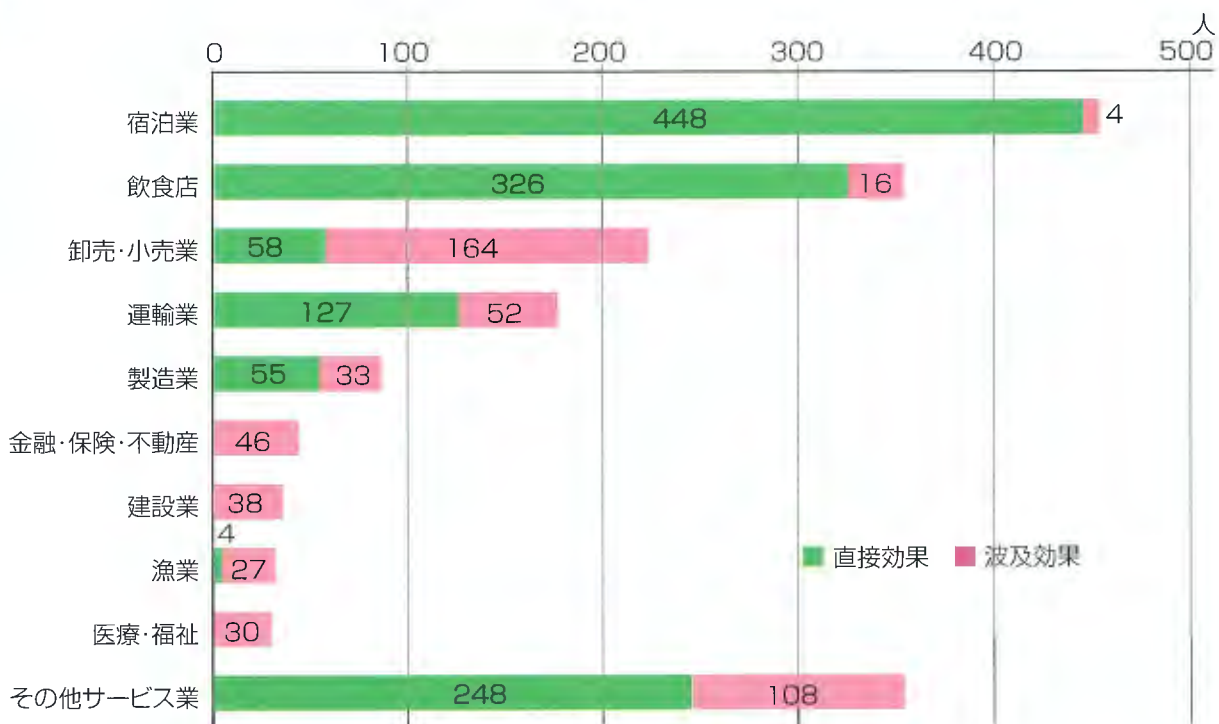
観光消費がもたらす経済波及効果は、雇用面にもあらわれます。

釧路市内の産業が観光消費から得た211億円からは、およそ1,300人分の雇用機会が生まれたものと推計されます。

さらに、釧路市内の幅広い産業へ及び波及効果まで含めると、全体でおよそ1,900人の雇用誘発効果が生じています。この人数は、釧路市内全産業の従業員数およそ84,000人(2005年)の2.3%にあたります。

観光消費がもたらす雇用誘発効果を産業別にみると、直接効果の高い産業は宿泊業でおよそ450人分の雇用機会を生み出しています。一方、波及効果でみると卸売・小売業が高く、直接効果と合わせて200人強の雇用誘発効果が生じています。

【グラフ⑨】産業別にみる釧路市観光の雇用誘発効果



観光の経済効果を高める 政策シミュレーション

～釧路市における観光消費の経済効果はこれだけ伸ばせる!

●観光消費の経済効果を高めるためには

観光消費の経済効果は、「観光客数」と1人当たりの「観光消費」、そして観光産業の「地元調達率」を掛け合わせて算出されます。これらをバランス良く増やしていくことが、持続的な観光産業の発展につながります。

観光消費の経済効果 基本的な考え方

観光客数
(何人来たか?)

観光消費
(いくら使ったか?)

地元調達率
(地場製品の活用)

●観光産業が釧路市の基幹産業に

それでは、釧路市が観光振興に力を注ぐことで、どれだけの経済効果の伸びが期待できるのでしょうか。『観光振興ビジョン』に示す戦略に沿って3つのケースの政策展開を想定し、期待される経済波及効果の増分を試算したところ、付加価値効果が47億円増加して178億円になることがわかりました。2035年度までにこうした伸びが実現すると、観光消費がもたらす付加価値効果は市内総生産の4.7%を占めることになります。

【グラフ⑩】 市内総生産に占める
観光の付加価値効果の割合 (予測値)



観光の政策効果シミュレーション

【政策効果シミュレーション①】

食の魅力アップで観光消費増

「食」の地元調達率が **1** 割増

食べ歩き客が **2** 割増

経済波及効果 **25** 億円増加
付加価値効果 **12** 億円増加
雇用誘発効果 **188** 人増加

【政策効果シミュレーション②】

MICE&インバウンド倍増

MICE・外国人客が **2** 倍に

ビジネス客の **2** 割がもう **1** 泊

経済波及効果 **34** 億円増加
付加価値効果 **17** 億円増加
雇用誘発効果 **273** 人増加

【政策効果シミュレーション③】

観光客の滞在促進

観光客の **2** 割がもう **1** 泊

通過客の **2** 割が市内に宿泊

経済波及効果 **35** 億円増加
付加価値効果 **18** 億円増加
雇用誘発効果 **285** 人増加

釧路市内で進む 観光関連産業での取り組み

～地元調達率の向上につながる取り組みや国際会議等の誘致活動が展開

宿泊施設や飲食店、土産店など、釧路市内の観光関連事業者では、地場産品を積極的に活用しようという気運が高まってきています。地元食材を活かした名物メニューの開発、地場産品の地域ブランドの確立、貴重な自然資源を活用した体験メニューの開発など、「地元調達率」の向上につながる取り組みが目立ってきています。

一方で、来訪者を増やす取り組みも進められています。釧路市では、国際会議などMICEの誘致活動に積極的に取り組んでいます。「ラムサール条約第5回締約国会議」（平成5年）や「第1回日中韓観光大臣会合」（平成18年）など、世界規模の国際会議が開催された実績を活かして、国内外から多彩な人々が集う街を目指します。

釧路市における観光の経済効果向上につながる取り組み

●北のガレット

～地元食材を活かした名物メニューの開発



漁業や酪農業で知られる釧路管内ですが、「そば」の栽培も盛ん。この「そば」を活用した名物メニュー「北のガレット」（そば粉のクレープ）の開発が進み、

今では釧路市内の複数の飲食店で食べることができます。認知度はまだそれほど高くありませんが、旬の地元食材をふんだんに盛り込んだこのメニューは観光客にも好評です。

●釧路ししゃも

～地場産品の地域ブランドの確立

さまざまな魚種が水揚げされる釧路港。中でも「ししゃも」は漁獲量日本一！「釧路ししゃも」をもっと知って食べてもらおうと、地域ブランド確立の取り組みが進んでいます。



11月に開催される「釧路ししゃもフェア」では、料理店で旬の釧路ししゃもを活かした創作料理が提供され、土産店では赤いパッケージの釧路ししゃもが店頭に並びます。

●宮島岬ガイドツアー

～貴重な自然資源を活用した体験メニューの開発

釧路プリンスホテルでは、貴重な自然の残る釧路湿原内の私有地を活用して「宮島岬ツアー」を開発。タンチョウ営巣地として天然記念物に指定された、許可なしでは入れないエリアを歩いて巡ります。岬から望む釧路湿原の眺めは、まるで航空写真のよう。釧路湿原やちの会の自然ガイドが同行して、釧路の自然の魅力を伝えます。



●MICE誘致の取り組み

～釧路市の強みを生かした来訪促進

釧路市では、MICEの誘致を観光振興の重点課題として位置づけています。MICEとは、国際会議や展示会、見本市といった、国内外から沢山人々が集うイベントの総称。最大約1,600人収容可能な観光国際交流センターや、大規模ホテルの集積といった強みを活かして、釧路市観光推進室を中心に誘致活動を展開しているところです。





データでみる観光客の消費実態

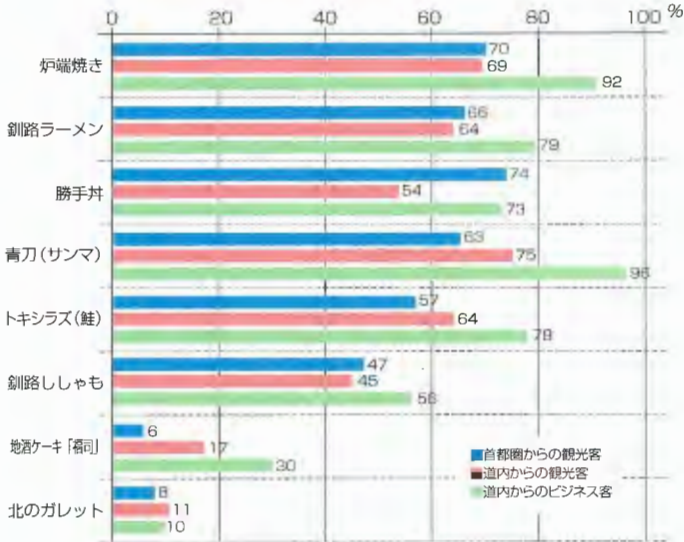
～青刀、トキシラス、釧路ししゃも…。

観光客が知らない、“通”だけが知っている『旬』の魅力が沢山ある!

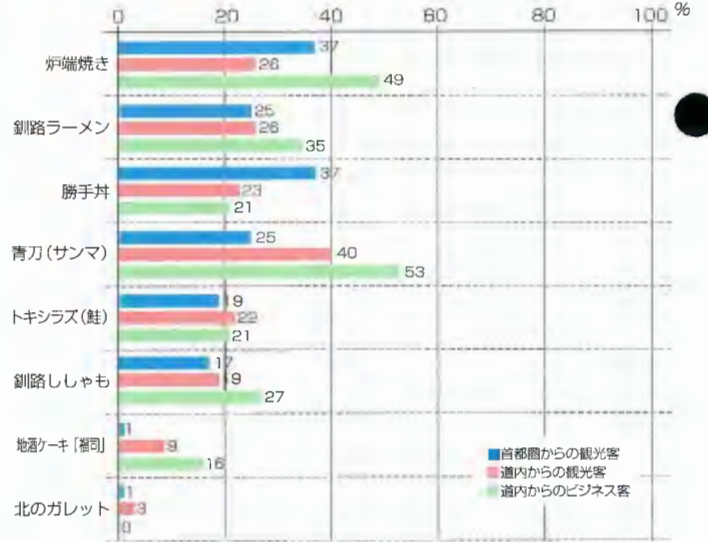
来訪客アンケートでは、釧路産品の認知度や購入経験率、飲食店や土産店の満足度など、釧路市を訪れた人々に様々な質問をしました。この調査結果には、観光客に楽しくお金を使ってもらうためのヒントが詰まっています。

観光客の消費を、釧路市経済のさらなる持続的な発展につなげていくために、わたしたちは具体的に何をしたらよいのでしょうか。来訪客アンケートの結果をみながら、釧路市民皆さんで考えてみましょう。

【データ①】釧路産品を知っている?



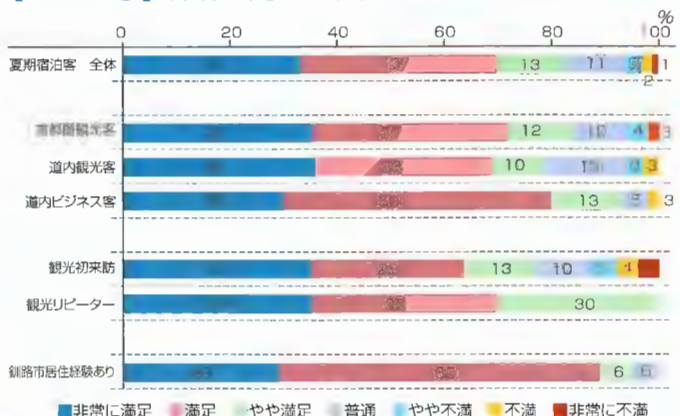
【データ②】釧路産品を購入したことがある?



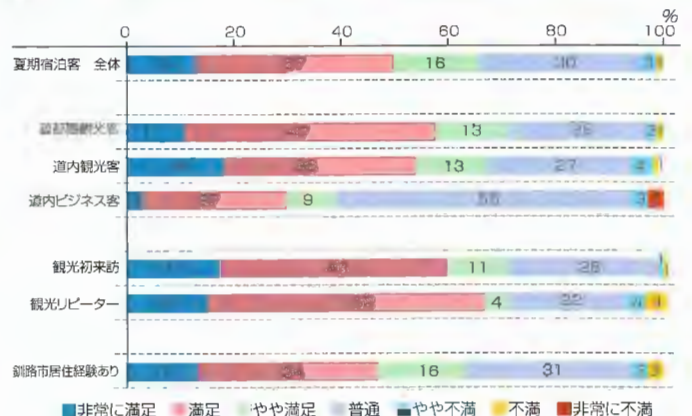
【データ③】「釧路に来たらしてみたいこと」ランキング トップ5

| 首都圏からの観光客 | | 道内からの観光客 | | 道内からのビジネス客 | |
|-----------|-------------------------------|----------|-----------------------------|------------|-------------------------------|
| ① | 釧路湿原を流れる 釧路川カヌー・川下り 60% | ① | くしろ湿原ノロッコ号・SL湿原号 64% | ① | 釧路湿原を流れる 釧路川カヌー・川下り 59% |
| ② | くしろ湿原ノロッコ号・SL湿原号 55% | ② | 釧路の夕日が綺麗に見えるカフェ 41% | ② | 単身出張者にとって 居心地の良い飲食店 55% |
| ③ | 釧路湿原での木道散策 52% | ③ | 釧路湿原を流れる 釧路川カヌー・川下り 37% | ③ | くしろ湿原ノロッコ号・SL湿原号 55% |
| ④ | 普段人が入れない湿原や森の 秘境に入るツアー 45% | ④ | 釧路湿原での木道散策 36% | ④ | 大平洋炭礦の坑道見学 41% |
| ⑤ | 熱気球に乗って釧路湿原を 一望するツアー 41% | ⑤ | 熱気球に乗って釧路湿原を 一望するツアー 33% | ⑤ | 普段人が入れない湿原や 森の秘境に入るツアー 39% |

【データ④】釧路市内の飲食店の満足度



【データ⑤】釧路市内の土産店の満足度



～釧路産品のさらなる観光消費拡大に向けた提案

釧路の『旬』を売ろう! —スローガン—

●観光消費のツボは『地元産』、そして『旬』

来訪先の地域でつくられたものであり、その地域でしか食べられない、または手に入らないもの。いわゆる『地元産』のものが、観光客に喜ばれることはご存じの方も多と思います。

この『地元産』の魅力をさらに引き立て、観光客の消費欲を刺激するツボ。それが『旬』です。旅行先で“今”しか食べられない、“今”しか手に入らない『旬』のものを、観光客は求めています。

観光客の財布の紐がついゆるんでしまうような、季節感あふれる『旬』の演出を、釧路のまち全体で展開してみませんか？

●観光客の消費をもっと増やすには？

観光客の消費機会を増やすために、休憩や手軽な飲食、情報収集、現地ツアー手配など観光客に必要な機能が集約された『拠点づくり』や、車から降りて街を歩いたりレンタサイクルで街を回る『低速移動への転換』が効果的です。

また、電子マネーや銀聯カードのように、観光客の日常で浸透している『新しい決済方法の導入』も、観光客の消費拡大につながるでしょう。

観光情報発信におけるキーワードは「リアル」。釧路での楽しみ方をリアルに伝え、釧路の『旬』をリアルタイムで情報発信していきましょう。

釧路の『旬』を売ろう!

●釧路の『旬』を演出する

観光客は旅行先の『旬』に関する知識が案外少ないもの。季節ごとに『旬』のものをひとつ取り上げ、釧路のまち全体を統一デザインで装飾。季節感あふれる『旬』を演出しましょう。



●釧路の『旬』を売る

土産店では、釧路で生産された『旬』の水産物やスイーツなどを積極的に販売しましょう。飲食店では、釧路周辺で生産された『旬』の食材を活かした新鮮で美味しい“食”を提供しましょう。



観光客の消費を増やす4つの方法

①観光客の拠点づくり

幣舞橋周辺に釧路の名物メニューやスイーツを手軽に食べられるカフェやフードコートがあれば、新たな消費が生まれます。カヌーなど現地ツアーの手配窓口も併設できれば、さらに効果的。



③新しい決済方法の導入

首都圏などでは電子マネーの利用が著実に広がっています。また、中国では銀聯カードでの決済が一般的です。こうした観光客の使いやすい決済方法を導入して、消費機会を広げましょう。



②低速移動への転換

昨今、国内外の都市でレンタサイクルの導入事例が目立ち、都市部での新たな移動手段として注目されています。自転車は徒歩に比べて行動範囲が広く、観光客の消費機会を増やすことが期待されます。



④『リアル釧路』の情報発信

炉端を囲んで談笑したり、ひとり湿原を散策したり…。旅する人の情景写真を活用して、釧路の楽しみ方をリアルに伝えましょう。また、釧路の『旬』を伝えるため、ブログやツイッターを活用した情報発信にも挑戦してみれば？



『みんなが担う、みんなが育てる観光のまち・釧路』 ～ 釧路市観光振興ビジョン～

釧路市は、2007年3月に釧路公立大学地域経済研究センターと共同で「釧路市観光振興ビジョン」を作成し、それに基づいて観光政策を進めています。

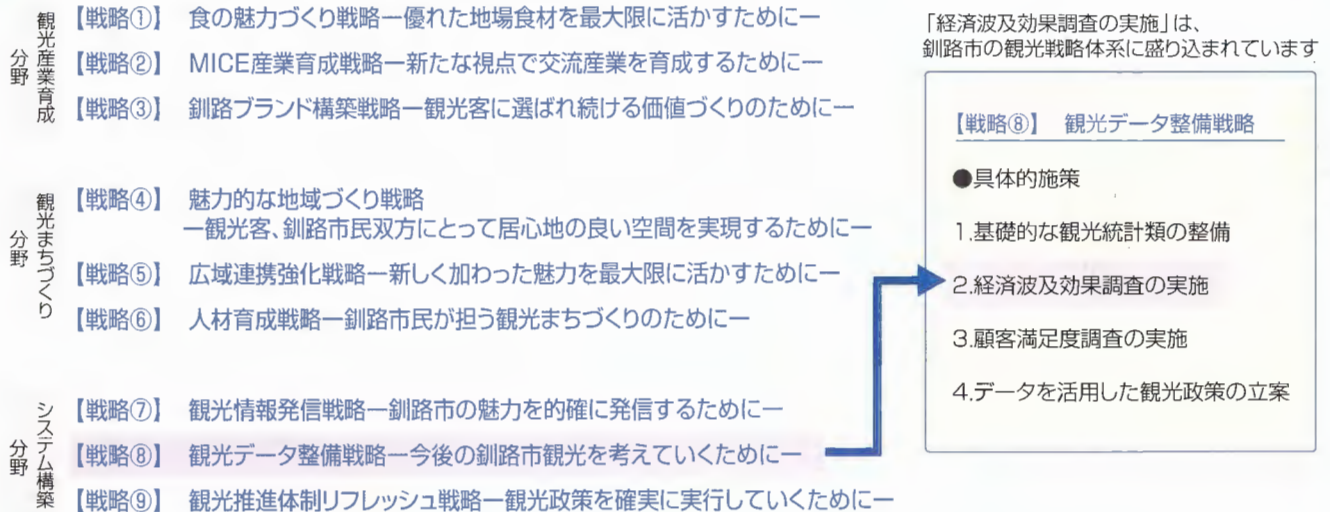
観光振興ビジョンが目指すのは、「みんなが担う、みんなが育てる観光のまち・釧路」です。

観光振興は、観光事業者や行政だけが取り組むものではありません。

釧路市民一人ひとりが、足元にある釧路の魅力を発見・創出し、さらに情報発信していくことで一層輝きを増すのです。

本調査研究の成果を活かしながら、釧路市を訪れた人たちが「また来たい」と思えるような魅力ある観光まちづくりをみんな目指しましょう。

● 釧路市の観光戦略体系



釧路市観光産業の発展に向けての経済効果に関する調査研究

● ごあいさつ

今、地方は自らの知恵と工夫で地域の産業、雇用の創出を目指していかなければならない時代に身を置いています。その中で、観光への期待が高まっていますが、一方で観光に地域経済を牽引していく力が本当にあるのかという懸念があるのも事実です。

地域の持続的、自立的な発展にとって観光は本当に切り札となりうるのか。それを解明していくためには、観光を地域の経済力を総体的に高め、安定した雇用を維持、創出していく地域産業として捉えるとともに、観光による消費の流れをきめ細かく把握しながら産業としての観光の実態を多面的に調査分析していくことが必要です。そこから得られる実証的なデータをもとに、地域の安定的な産業振興と雇用創出に結び付く体系的な観光産業戦略のシナリオを描いていかなければいけません。

このような趣旨で本調査研究は、2009年度に釧路市からの委託を受け、釧路市において観光産業が基幹的産業としての力強い発展を図っていくために、現状の観光消費による経済波及効果の実証的、科学的な分析を進めるとともに、観光地経営に必要な情報を幅広く収集、分析することにより、釧路市におけるより質の高い観光政策の構築に資することを目的に実施したものです。

本調査研究の実施は、(財)日本交通公社の塩谷英生主任研究員、川口明子主任研究員、マーケティング・リサーチャーの関口麻奈美氏が担当し、さらにワーキングメンバーとして釧路市経済部観光振興室、阿寒町行政センター観光商工課、(社)釧路観光協会、NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構のスタッフの参加を得ました。また、観光事業者調査の実施にあたり、釧路市内の複数の観光関連事業者のみならずさまざまな貴重な情報をいただきました。さらに、アンケート調査には地域経済研究センターの櫻井亜也研究員や多くの釧路公立大学学生が参加しました。ここに関係の皆様にあらためてお礼を申し上げます。

研究代表
釧路公立大学地域経済研究センター長(学長) 小磯修二

● 調査概要

【宿泊客調査】

- 調査地点 釧路市内の宿泊施設(秋期は観光施設でも配布)
- 調査時期 夏期(8月)・秋期(10～11月)の2回
- 調査方法 調査地点での調査票配布、郵送回収(自記入式)
- 配布数 6,826票 (夏期3,000票、秋期3,826票)
- 回収数 1,075票 (夏期450票、秋期625票)

【日帰り・通過客調査】

- 調査地点 釧路市内の主要観光施設(7箇所)
- 調査時期 2009年9月18日(金)、19日(土)
- 調査方法 調査地点での調査票配布、郵送回収(自記入式)
- 配布数 875票
- 回収数 160票(うち観光客63票、近隣居住者97票)

【観光事業者調査(ヒアリング)】

- 調査対象 釧路市内の観光関連事業者・観光関係団体26箇所
- 調査内容 業務概要・利用者の実態・原材料仕入の実態など