

平成18年度

富良野市観光経済調査報告書

平成19年 3月

富 良 野 市

目 次

1. 調査の目的と方法概要	1
1-1. 調査の目的と性格	3
(1) 本調査の目的	
(2) 本観光経済調査の性格	
1-2. 調査の方法概要	5
1-3. 効果計測の方法	7
2. 観光消費実態調査	10
2-1. 実態調査の方法	12
(1) 観光消費実態観光客アンケート調査、集計、消費額の推計	
2-2. 実態調査の経過	16
(1) 実態調査経過	
(2) データ入力フォーマット	
(3) 集計計算項目	
2-3. 実態調査の結果	20
(1) 回答者の属性、旅行形態、観光回数、利用交通機関	
(2) 観光の目的、観光動機を形成した情報源	
(3) 訪問観光地	
(4) 観光消費金額	
(5) 購入特産品	
(6) 定住・再訪意識、富良野の印象	
(7) 観光消費実態調査結果まとめと前回（平成12年度）調査との比較	
3. 観光経済事業所調査	37
3-1. 事業所調査の方法	39
(1) 調査対象事業所の抽出	
(2) 設計調査票	
3-2. 事業所調査の経過	44
(1) 実態調査経過	
(2) データ入力フォーマット	
(3) 集計計算項目	
3-3. 事業所調査の結果	47
(1) 観光の事業所業績への影響	

- (2) 観光関連雇用者の特性
- (3) 平均総売上高及び売上高構成比
- (4) 各種経費の調達先・支払先
- (5) 市内事業所の観光関連性、付加価値特性及び調達・支払地域特性
- (6) 市内観光経済効果拡大方策

4. 観光経済波及効果計測..... 5 6

4-1. 効果計測の経過..... 5 8

- (1) 年間観光総消費額または観光関連産業売上高の設定
- (2) 市内消費率 (m) の設定
- (3) 限界消費性向 (c) の設定
- (4) 市内所得化率の設定
- (5) 乗数定式変数の数値設定

4-2. 効果計測の結果..... 6 5

- (1) 観光関連産業売上高が直接生じさせる所得波及効果の計測
- (2) 原材料購入等波及効果の計測
- (3) 原材料購入等により生じる所得波及効果の計測
- (4) 観光経済効果に対応する雇用効果の計測
- (5) 観光経済波及効果計測結果まとめ

5. 富良野観光経済振興の課題と方向..... 7 2

5-1. 富良野観光経済振興の課題..... 7 4

- (1) 観光客消費の振興に関する課題
- (2) 観光関連産業振興に関する課題
- (3) 市内経済波及振興に関する課題

5-2. 富良野観光経済振興の方向..... 7 9

1. 調査の目的と方法概要

内 容

1-1. 調査の目的と性格

- (1) 本調査の目的
- (2) 本観光経済調査の性格

1-2. 調査の方法概要

1-3. 効果計測の方法

1-1. 調査の目的と性格

(1) 本調査の目的

1) 観光経済調査の目的

平成12年度に行われた最初の本市独自の観光経済調査から6年が経過し、本市観光経済においても様々な変化がみられより適切な対応が求められるところであり、二回目の観光経済調査を実施することにより、観光経済調査手法をより確かなものとしつつ、本市の観光経済の実態をより深く捉えるとともに、この間における経済的な変化を把握して、改めて観光経済振興の課題と方向を明らかにすることを目的とする。

具体的には、本市内を訪れた観光客を対象とした大規模な観光消費実態調査（夏季及び冬季）、および市内の観光関連及び一般事業所を対象とした売上構成・市内調達率等の大規模な事業所実態調査を前回調査方法に従って実施し、基礎的な各種データを得ることを目的とする。それらの有効回収票データのパソコン入力及び多角的な集計計算を行い、観光地域経済の諸数値や係数を実態的に計測するとともに、富良野市観光経済の規模と特性を明らかにする。次に、それらの結果を踏まえて、観光客の消費が観光客と直接係わる観光関連産業に与える直接的な売上高の計測を行うことを初めとして、独自に産業連関表を持たない当地域において、“乗数理論の定式化”を基本理論として、原材料、製品、サービス、雇用等の取引きを通じて多くの地域産業分野に波及する経済効果（所得波及効果、原材料購入等効果、雇用効果 等）を定量的に推計するとともに、前回調査結果（平成12年度）と比較・分析する。最後に、本調査の諸結果を踏まえて、本市観光経済振興の課題と方向を明らかにすることを目的とする。

2) 観光行動と観光に関連する産業の成長

人々の観光行動を成立させる要件として、「観光客」、「観光地」、「観光の背景」が挙げられる。このうち観光地は、如何にすばらしい物理的な特性を有していようと人々に正しく認知されていなくては観光行動は生じない。逆に、取りたてて物珍しい物理的特性がなくても何らかの機会に人々にすばらしいイメージが形成されると観光行動が生じる。ここで、イメージとは人々が個々の観光地情報によって捉える心理的なものである。また、ある地域に向けた観光行動の選択については、基本的には人々が抱くその地域のすばらしいイメージが他の地域のイメージに優っているかどうかで決まる。一方、観光の背景とは、観光行動を促進したり抑制したりする人々を取り巻く社会的な環境であり、これを人為的に変える事は難しいが、常に社会変化を読み取り即応し続けることが大切である。

「地域産業や住民、マスコミなどが地域外の人々や訪問した観光客にすばらしいイメージ付けができると観光客に来訪の行動を生じさせ地域産業への消費が生まれ、地

域産業が観光客の行動にさまざまな便を提供するところから、観光関連事業が地域に形成され発展し、さらに観光関連産業と他の地域企業との取引が連鎖的に進むことにより、地域の所得や消費、雇用も増加し、地域経済効果が高まる。」

観光客にすばらしいイメージ付けをする手法に関しては、誘客宣伝、情報提供、ホスピタリティ、マスコミ、教育等の取り組みに委ねるとして、本観光経済調査においては主として観光消費と売上げが地域にどの程度もたらされて、地域にどの程度の経済波及効果が生じているかを実態的に調査し、構造的に計測することを主眼とする。そして、この結果を踏まえた視点から、富良野市の観光経済を振興する上での課題と振興の方向について検討する。

(2) 本観光経済調査の性格

1) 調査企画の体系性に優れている。

観光消費実態調査、観光経済事業所調査、観光経済波及効果計測、観光振興の課題と方向を一貫して、整合性を取って企画し、あらかじめ有意義な結論が得られるように体系的に企画された。

2) 大規模な実態調査を行い、信頼できる調査・計測結果が得られた。

観光消費実態調査は夏季と冬季合わせて6,496票、売上構成等の事業所調査は146ヶ所から回収できたので、最終的な経済効果計測数値はもちろんのこと、個別消費額や経営・雇用内容などに関しても信頼性がある結果が得られた。

3) 前回調査との比較によって本市観光経済の変化を的確に捉えられた。

平成12年度の最初の観光経済調査の方法に従って、実査の規模も同程度とした二回目の観光経済調査であり、観光客の行動と意識、観光消費額、観光産業構造、経済波及効果などにおける変化を的確に捉えることができた。

4) 基礎調査・計測をベースにした計画的提言に優れている。

来訪観光客からの大規模サンプルの獲得にもとづく回答結果、観光業者を含む事業所調査、及び経済効果計測の結果などに基づき、しっかりした観光振興の課題と方向を導き出したので、今後の本市観光経済振興の計画・施策立案と実施に対し優れたベースを築いた。

5) 観光経済の内部構造を立体的に把握できる機会を生み出した。

観光消費実態調査結果や企業の売上高構成や調達関係・雇用内容、経済波及効果等の調査結果は、富良野観光経済の構造を立体的にかつ時間経過的に把握する機会となった。このことにより、観光関連産業企業等は、それぞれの状況と位置づけ、及び変化を知ることができ、観光関連事業はじめ市内企業の営業・経営に資する有益な情報が編集された。

1-2. 調査の方法概要

(1) 富良野観光の特性と調査の目的と特性

- 1) 観光経済調査の目的の検討
- 2) 観光経済調査の性格の検討
- 3) 観光経済調査の方法設定
- 4) 効果計測の方法の検討

(2) 観光消費実態観光客アンケート調査

- 1) アンケート実施計画及び作業要領の作成
- 2) アンケート調査票の設計・製作
- 3) アンケート実査調査員配置
- 4) アンケート調査実施(夏季 4,831 票及び冬季 1,665 票)
- 5) 回収票の内容確認

(3) 観光消費実態観光客アンケート調査結果集計

- 1) 集計実施計画及び作業要領の作成
- 2) 集計プログラム作成
- 3) データ入力作業の実施
- 4) 図表様式の作成
- 5) 集計の実施

(4) 年間観光総消費額の推計

- 1) 季節別の消費額等集計内容の検証と特性把握
- 2) 全市観光客入込み実数の設定
- 3) 市内年間観光総消費額の推計

(5) 個別消費額の推計

- 1) 宿泊による消費金額の集計
- 2) 交通機関における消費金額の集計

- 3) 品物購入による消費金額の集計
- 4) 飲食による消費金額の集計
- 5) サービス利用による消費金額の集計

(6) 観光関連売上等事業所アンケート・ヒアリング調査及び回収結果集計

- 1) 富良野市内の観光関連産業の特性整理
- 2) 事業所アンケート・ヒアリング調査及び集計実施計画要領の作成
- 3) 調査対象事業所サンプリング
- 4) 調査票の設計・製作
- 5) 事業所アンケート調査実施(有効回収 146ヶ所)
- 6) 集計プログラム作成とデータ入力作業の実施
- 7) 図表様式作成と集計計算実施
- 8) 観光関連産業及び市内産業構造把握集計実施
- 9) 雇用・営業内容の分析

(7) 観光経済波及効果の計測

- 1) 年間観光総消費額推計結果と事業所アンケート調査結果等に基づく「乗数定式」の構築
- 2) 所得波及効果の計測計算
- 3) 原材料等波及効果の計測計算
- 4) 雇用効果の計測計算
- 5) 計測値の整合性等に関する検証
- 6) シミュレーション計算

(8) 観光経済振興の課題と方向

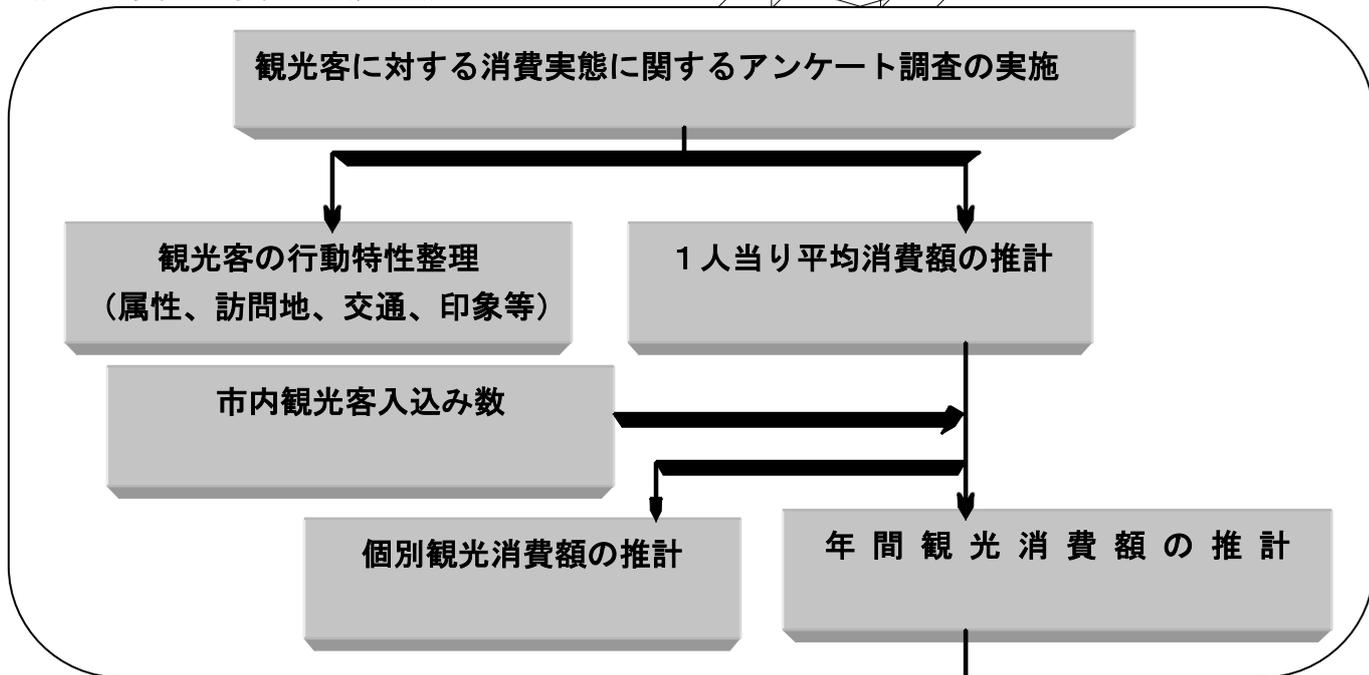
- 1) 観光経済振興の課題検討
- 2) 観光経済振興の方向検討

以上

□ 調査方法全体フロー図

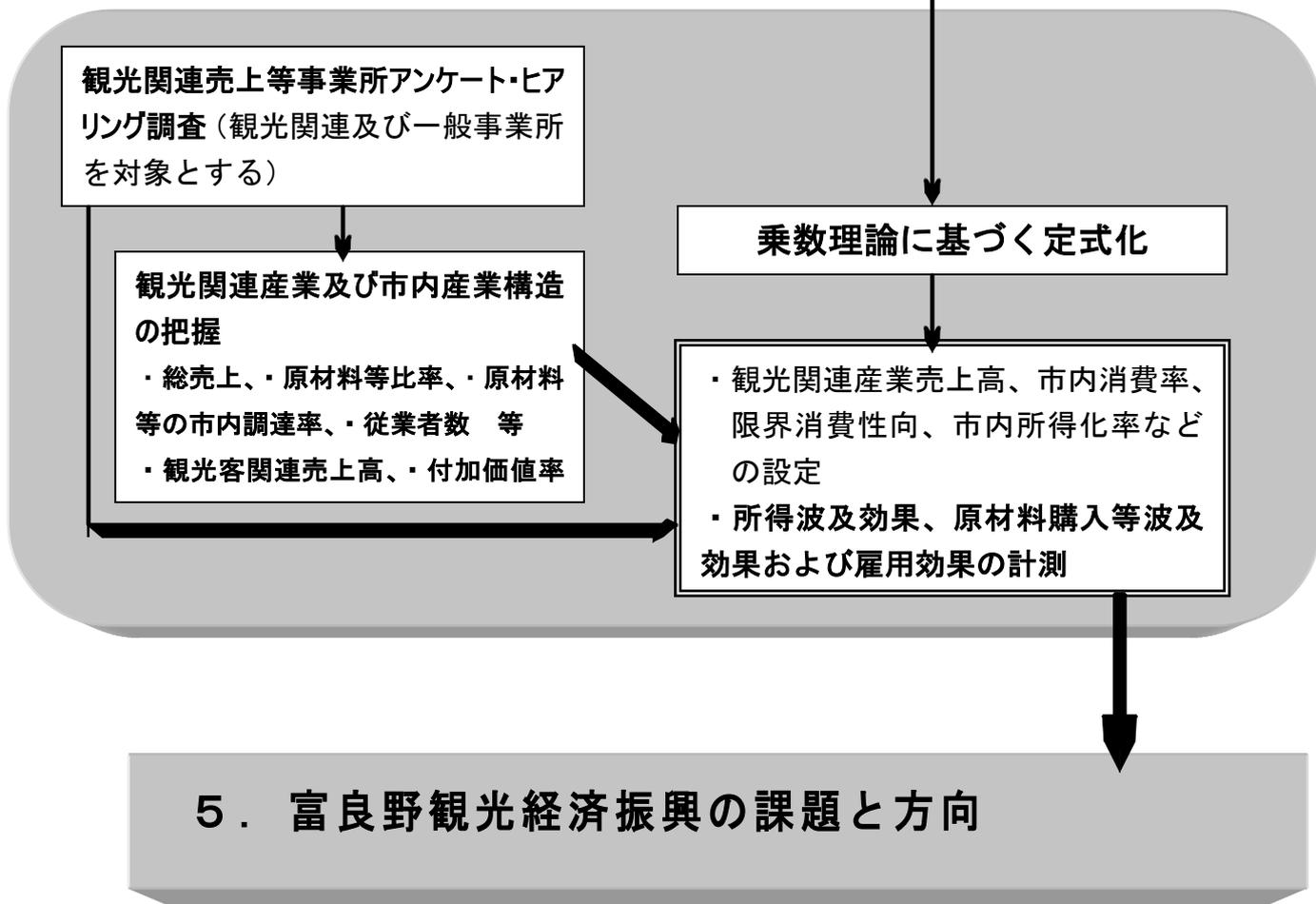


《2. 観光消費実態調査》



《3. 観光経済事業所調査》

《4. 観光経済波及効果計測》



1-3. 効果計測の方法

1) 乗数理論にもとづく観光産業の経済効果計測の基本的考え方

乗数理論とは、ケインズ (Keynes, John Maynard 1883-1946.) が「貯蓄・投資均衡による所得決定理論」において展開したものであり、「初発的に与えられた投資支出が、消費の増加をもたらし、消費の増加は生産の増加をうながし、生産の増加は消費の増加をもたらす。すなわち、投資の増加は、一過程の所得の増加に終わるのではなく、連鎖的に無限の所得の増加を生み出すことになる。この考え方を“数列（無限等比級数の和）”に置き換えられるとし、経済効果を最初の投資支出との比によって求める。」といったものである。

これを観光経済効果でいうなら、「最初に与えられた観光消費支出（いわゆる初発的投資支出）が観光関連産業の売上高となり、生産の増加を促し、その生産の増加が消費の増加をもたらすように、投資（最初の観光消費支出）の増加が、一つの消費—生産過程における所得の増加に終わらずに、連鎖的に無限の所得増加過程を生み出すことにより、これらの過程全体によって地域の所得（すなわち経済効果）が最初の観光消費支出に対して数倍になる。」といった表現となる。ここで、観光経済効果における所得と原材料購入の循環過程概念図式を（図 1-1-2）に示す。

2) 乗数理論にもとづく観光経済効果計測手法の選択について

観光経済効果計測の手法に関しては、国や都道府県レベルにおいては“産業連関表”があることから観光消費実態調査を行い産業連関表によって経済効果を計測するのが一般的である。ところが市町村レベルにおいては地域産業連関表が無いところが大部分であり、又、産業連関表を作成するとなるとかなり大きな時間・労力・費用がかかり容易には取組めないのが実状である。本市において、地域産業連関表を利用しようとするれば、北海道がつくり、北海道開発局も利用している上川支庁管内の地域産業連関表となるが、北は美深町近辺から南は占冠村までを含む広く細長い地域を対象としており、経済量の面では人口36万人の中規模都市・旭川市のウエイトが大きく、かつ旭川市は都市型の産業構造を呈している。このようなことから、本調査においては、地域産業連関表の利用は適切ではないと判断し、“乗数理論”に基づき経済波及効果計測の枠組みを構築して、地域観光経済効果を計測することにする。この方法に関しては、最近、市町村など小地域の観光経済効果計測に利用されるようになってきている。また、両者の計測の理論的な相違に関しては、経済循環の姿として国民所得の生産・分配・支出の三面等価の原則があるが、“乗数理論”に基づく方法が「所得循環の分析のみを把握しようとする」ものであり、一方“産業連関表”に基づく方法は「生産過程を中心にして分析しようとする」ものである。

（補注）富良野市を対象とした地域産業連関表を利用した観光経済効果計測の事例について

北海道開発局による道内3地区を対象とした「旅の前後の観光消費～冬季観光経済効果調査（平成18年度）」があるが、富良野地区の観光消費調査については、「北の国から」資料館、富良野市麓郷の森、富良野・美瑛観光インフォメーションセンターの三箇所を基本的な調査地点として、配

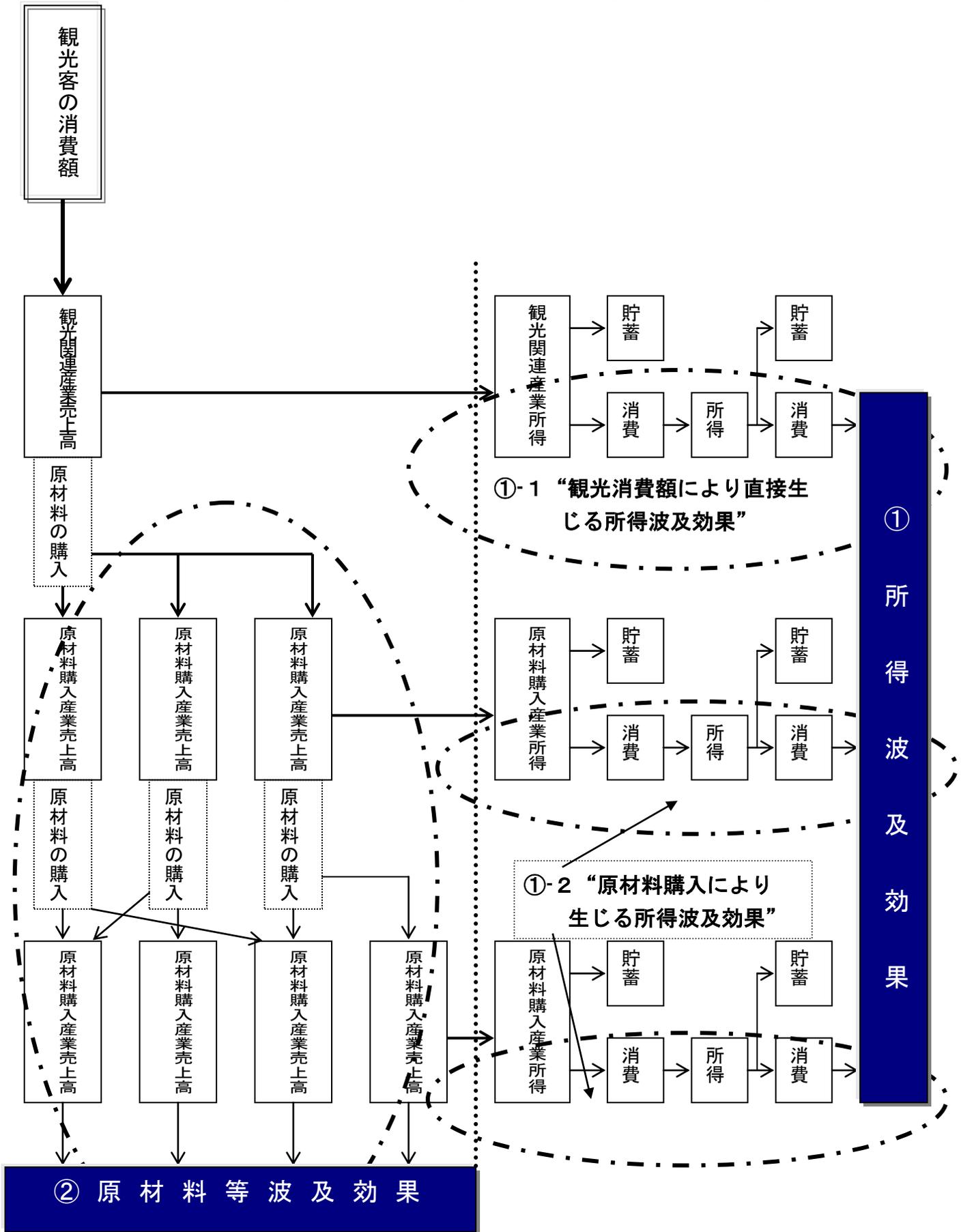
布数800票、回収数84票、回収率10.4%となっており、小さな調査規模であり、サンプリング理論からして調査結果の信頼性に乏しいと評価される。

3) “乗数定式”の変数と実態調査により把握する“変数”

乗数理論に基づく観光経済効果計測のための“乗数定式”は、次のような諸変数から成り立っている。これら変数のうち、後段の3. 事業所基礎調査において、数値を把握する変数に“○”印を付ける。

記号	変数名	記号	変数名
I_k	観光関連産業所得 (○)	c	限界消費性向
K_s	観光関連産業売上高 (○)	m	市内消費率
α	全産業付加価値率 (○)	δ	全産業原材料等比率 (○)
α_k	観光関連産業付加価値率 (○)	δ_k	観光関連産業原材料等比率 (○)
i	全産業市内所得化率 (人件費のみ○)	j	全産業原材料等市内自給率 (○)
i_k	観光関連産業市内所得化率 (○)	j_k	観光関連産業原材料等市内自給率 (○)

(図 1-1-2) 観光経済効果における“所得と原材料購入等の循環過程概念”の図式



注：本図の“原材料”には、営業経費を含む。

2. 観光消費実態調査

内 容

2-1. 実態調査の方法

- (1) 観光消費実態観光客アンケート調査、集計、消費額の推計

2-2. 実態調査の経過

- (1) 実査経過
- (2) データ入力フォーマット
- (3) 集計計算項目

2-3. 実態調査の結果

- (1) 回答者の属性, 旅行形態, 観光回数, 利用交通機関
- (2) 観光の目的, 観光動機を形成した情報源
- (3) 訪問観光地
- (4) 観光消費金額
- (5) 購入特産品
- (6) 定住・再訪意識, 富良野の印象
- (7) 観光消費実態調査結果まとめと前回(平成12年度)調査との比較

2-1. 実態調査の方法

(1) 観光消費実態観光客アンケート調査、集計、消費額の推計

(1) — 1 観光消費実態観光客アンケート調査

1) アンケート実施計画及び作業要領の作成

2) アンケート調査票の設計・製作

直接面接法および留置き法の1種類の富良野市内観光消費実態観光客アンケート調査票（A4・両面1枚）を設計・成票した。また、質問事項及び設計調査票内容（直接面接法用）に関しては、P.14、P.15に掲載している。

3) アンケート調査の実施方法

① 調査対象者の抽出

市内調査対象観光地を訪問する市外からの観光客を対象とした。対象者は現地で抽出したが、等時間間隔抽出法などにより訪問観光客の実態に即したサンプリングに努め、特定の年代や性別、旅行形態等に偏らないように配慮した。

② 調査方法

○直接面接法：調査員が調査観光地点で抽出した観光客から、アンケート票に基づき面談で実施した。

○留置き法：観光地点に調査票用紙を置き、訪問観光客が自ら質問に答え調査票に記入した。観光地点管理者が調査票の配置、回収及び回答者への助言を行った。この方法の場合は、回収後に調査票記載内容を点検して、無効票を除外した。

4) 夏季及び冬季アンケート調査の実施

① 夏季アンケート調査（市内11地点、4,831票回収）

（前回調査：市内9地点、3,692票回収）

・現地間取りまたは配置・回収、 ・記載内容点検、無効票除外、 ・実査指導・管理。

② 冬季アンケート調査（市内13地点、1,665票回収）

（前回調査：市内10地点、1,659票回収）

・現地間取りまたは配置・回収、 ・記載内容点検、無効票除外、 ・実査指導・管理。

(1) — 2 観光消費実態観光客アンケート調査結果の集計

1) 集計実施計画及び作業要領の作成

2) 集計プログラム作成

計算ソフト・エクセルにより入力フォーマットの作成と計算手法の設定を行った。

3) データ入力作業の実施

パソコン上の入力フォーマットに従い、回収調査票の記入内容を入力して、データチェックを行い、夏季及び冬季のソースデータを編成した。

4) 図表様式作成と集計の実施

必要な図表様式（すなわち出力様式）を設定し、計算ソフト・エクセル上において集計計算（単純集計およびクロス集計）を実施し、その結果から各種図表を作成した。これにより、来富観光客の属性および行動と心理の特性（旅行形態、観光回数、利用交通機関、観光の目的、観光動機を形成した情報源、訪問観光地、定住・再訪意識、富良野の印象）を把握した。

(1) — 3 観光消費実態観光客アンケート調査結果に基づく観光総消費額の推計

1) 季節別の消費額等集計内容の検証と特性把握

2) 全市観光客入込み実数の設定

平成13年度～平成17年度の観光客入込み実数に基づき、宿泊客・日帰り客別に設定した。

3) 市内年間観光総消費額の推計

市内観光客入込み実数に市内年間一人当たり平均消費額（宿泊客・日帰り客別）を乗ずることにより、市内年間消費額を算出し、検証を加えて市内年間観光総消費額を推定した。

(1) — 4 観光消費実態観光客アンケート調査結果に基づく個別消費額の推計

1) 交通機関への効果

観光消費実態観光客アンケート調査において、交通機関別支払交通費を質問し、その結果を集計して交通機関別に平均支払額を算出した。

2) 宿泊、買物・土産購入、飲食・サービスなどへの効果

宿泊費、品物飲食費、サービス費などを集計するとともに、ジュース類やワイン、チーズ等特産品などの品目別購入比率を集計した。

3) 季節別観光消費額の特性

夏季と冬季の消費特性を把握した。

3. レンタカー賃借料 [円] 4. 自動車燃料代 [円]
 5. タクシー・ハイヤー [円] 6. 駐車料金 [円]

質問7. あなたは富良野市内で、どのような品物をいくら購入しました（及び予定です）か。また、購入商品の中に富良野市内の特産品がある場合はその種別を選択して○をつけて下さい。（複数回答）

品目分類	市内での購入額	購入した市内特産品種別
1. 農産物・農産加工品（穀類、果物・野菜・山菜類、乳製品、肉類・肉製品、菓子類、弁当、パン、麺類等）	円	1. ワイン 2. バター・チーズ 3. アイスクリーム 4. ジャム 5. 缶詰・びん詰 6. ハム・ベーコン 7. 肉類 8. 野菜・果物 9. めん類 10. パン 11. お菓子類 12. 栽培セット・苗
2. 飲物（ジュース類、炭酸飲料、牛乳、酒類、スープ類、天然水等）	円	1. 牛乳 2. ジュース 3. 野菜飲料・健康飲料 4. スープ
3. 繊維・木製品（織物、衣類、身の回り品、木製の小物、飾り物、置物等）	円	1. 木製健康器具 2. おひつ・湯桶 3. はんかち・コースター 4. キーホルダー類
4. 紙・プラスチック製品（絵ハガキ、書籍・新聞、フィルム・ビデオテープ等）	円	1. 絵ハガキ 2. ポスター 3. 写真集 4. 地元新聞 5. 地元書籍
5. 嗜好品・医薬品（香料、石けん、化粧品、医薬品、たばこ等）	円	1. ドライワッシャー 2. オイル・香水 3. 線香・ろうそく 4. 枕・安眠シート 5. 入浴剤・石けん
6. その他の品物（水産物、水産加工品、ガラス製品、陶磁器、電気製品等）	円	1. カップ・茶碗

質問8. あなたは富良野市内で、どのような飲食・サービスに、それぞれいくら支払いました（及び予定です）か。なお、先にお答えのパック・団体料金や宿泊費に含まれるものは記入しないで下さい。

1. 食事代、飲食費 [円] 2. 施設利用料 [円]
 3. 入湯料 [円] 4. 通信費（宅配・運送・郵送・電話） [円]
 5. 医療費 [円] 6. その他（ ） [円]

質問9. あなたは、富良野に住んでみたいか、また来たいと思いますか。一つ選んで下さい。

- 住んでみたい → ① 移住したい ② 一時期だけ住んでみたい（1. 春 2. 夏 3. 秋 4. 冬 複数回答可）
- また来たい → 下記の質問にもお答えください。
 - 次回来る時の希望日数 ① 1泊 ② 2泊 ③ 3泊 ④ 4泊 ⑤ 5泊以上
 - 次回来る時は何をしたいですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。
 - 花や農村景観の鑑賞 ② 自然鑑賞（サイクリング・トレッキング・登山等） ③ テレビドラマロケ地巡り
 - アウトドア・インドア体験 ⑤ スポーツ（スキー・ゴルフ等） ⑥ 富良野を拠点とした広域の滞在観光
 - 芸術文化鑑賞（富良野演劇工場等） ⑧ 市民との交流（農家・観光ガイド等）
 - 地元料理の満喫 ⑩ 地域イベント参加 ⑪ その他（ ）
- 来たくない 4. わからない

質問10. あなたは、富良野市内を観光してどのような印象を受けましたか。

10-1. どの程度の印象を受けましたか。一つ選んで下さい。

1. すばらしい 2. 満足した 3. まあまあ 4. つまらない 5. わからない

10-2. 良い印象を受けたところ（ ）

10-3. 悪い印象を受けたのはどんなところですか。一つ選んで下さい。

1. 食べ物 2. 観光サービス 3. 観光施設 4. 駐車場 5. 自然環境 6. その他（ ）

アンケート調査にご協力をいただき、ありがとうございました。【富良野市／調査受託：NPO法人グリーンステージ】

2-2. 実態調査の経過

(1) 実態調査経過

1) 夏季の実態調査経過

(表 2-2-1) 夏季・富良野市内観光消費実態観光客アンケート調査—日別有効回収票数 (単位: 票)

調査年月日	石の家		駅前		ワイン工場		チーズ工場		ハイランド		新富良野アリスホテル		ジャム園		へそ祭り会場		物産センター		北の国から資料館		拾って来た家		日 合計				
	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	計		
7/28															91									91	0	91	
7/29															214										214	0	214
7/30																								0	0	0	
7/31																								0	0	0	
7月計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	305	0	0	0	0	0	0	0	0	305	0	305	
8/1																								0	0	0	
8/2																								0	0	0	
8/3																								0	1	1	
8/4			6			54							1					2					7	6	120	126	
8/5		21	12			46											4						10	12	187	199	
8/6		16	9			83											6						11	9	267	276	
8/7		10	3			47											4		7				4	10	129	139	
8/8		11				71											4		24				4	24	213	237	
8/9		13	6			30											7		22				11	28	201	229	
8/10		13	4			56											6		17				9	21	227	248	
8/11		6	1			66											4		22				10	23	119	142	
8/12		13				61											3		24				16	24	131	155	
8/13			2			55											6		34				16	36	123	159	
8/14		18	7			122											3		31				25	38	190	228	
8/15		4	4														6		24				15	28	94	122	
8/16		6				84											8		48				18	48	147	195	
8/17		9				71											15		27				13	27	152	179	
8/18			1			13											6		40				6	41	53	94	
8/19			7			60											3		20				8	27	97	124	
8/20		6	12			34											2		18				4	30	78	108	
8/21		8	7			43											4		30				7	37	74	111	
8/22		9	2			33											7		34				3	36	63	99	
8/23			2			28											1		25				13	27	58	85	
8/24		1				36											2		39				7	39	70	109	
8/25		22	4			40											3		20				3	24	98	122	
8/26		8				5													17				6	17	47	64	
8/27		3	1																9				6	10	38	48	
8/28		14	1																34				11	35	40	75	
8/29		4	2																35				14	37	26	63	
8/30		3	9																14				4	23	15	38	
8/31			4																2				3	6	15	21	
8月計	0	218	106	0	0	1138	0	555	0	187	0	216	0	376	0	0	0	119	617	0	0	0	264	723	3073	3796	
9/1		2	4																2				4	4	14	18	
9/2		5	2																				2	14	16		
9/3		1	6																1				2	6	10	16	
9/4		11	1																1				1	1	24	25	
9/5		6	2																				2	2	116	118	
9/6		14	6																				6	6	118	124	
9/7		5	6																				3	6	75	81	
9/8		1	3																				6	3	50	53	
9/9		3	3																				3	3	15	18	
9/10		5	3																				1	3	15	18	
9/11		17	3																				1	3	18	21	
9/12		8																					5	0	20	20	
9/13		13	2																				5	2	22	24	
9/14		2	4																				9	4	13	17	
9/15		11																					5	0	16	16	
9/16			2																				14	2	21	23	
9/17			7																				26	7	34	41	
9/18		2	8																				5	8	11	19	
9/19			3																				7	3	7	10	
9/20																								0	6	6	
9/21																							3	0	6	6	
9/22			1																				5	1	6	7	
9/23			1																				8	1	11	12	
9/24			2																				2	2	5	7	
9/25																							4	0	6	6	
9/26																								0	0	0	
9/27																							3	0	3	3	
9/28																							1	0	1	1	
9/29																								0	0	0	
9/30																							4	0	4	4	
9月計	0	106	69	0	0	0	0	275	0	21	0	34	0	86	0	0	0	4	0	0	0	0	135	69	661	730	
夏季計	0	324	175	0	0	1138	0	830	0	208	0	250	0	462	305	0	0	123	617	0	0	0	399	1097	3734	4831	

2) 冬季の実態調査経過

(表 2-2-2) 冬季・富良野市内観光消費実態観光客アンケート調査—日別有効回収票数 (単位: 票)

調査地点 手法	ワイン 工場		チーズ 工房		ハイラン ド		新富良野 プリンスH		駅前		物産セ ンター		北の国か ら資料館		拾って 来た家		北の峰 ターミナル		ニュー富良 野H		ベルヒ ルズ		フラヌイ		アルパ イン		日合計		
	月日	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	面接	留置	計	
11/25																								1		0	1	1	
11/26		2																						3		0	5	5	
11/27																										0	0	0	
11/28																								1		0	1	1	
11/29		2										4														0	6	6	
11/30		14																								0	14	14	
11月小計	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	27	27	
12/1								2																		0	2	2	
12/2								4																		0	4	4	
12/3								20	4																	4	20	24	
12/4								8																		0	8	8	
12/5																										0	0	0	
12/6																										0	0	0	
12/7				2				4																		0	6	6	
12/8								4																		0	4	4	
12/9				6				8																		0	14	14	
12/10		2			4			14							2											0	22	22	
12/11		2		2	2			8																		0	14	14	
12/12								2																		0	2	2	
12/13		4		2				4																		0	10	10	
12/14				4																						0	4	4	
12/15				5				16							4											0	25	25	
12/16		4		11				10	2						4											2	29	31	
12/17		4			3			16	2																	2	23	25	
12/18					4			14																4		0	22	22	
12/19		6			2			12															2			0	22	22	
12/20					2			4																		0	6	6	
12/21								14							2											0	16	16	
12/22								23																		0	23	23	
12/23		4		16				34																		0	54	54	
12/24		4		9				30				10		2											6	6	55	61	
12/25				2	11			14				6	12										2	3	3	47	50		
12/26				8				20				4	12		1								3		1	47	48		
12/27				14	4			42	12				8						9	4					12	81	93		
12/28				8				2			2	4							2	5		6			0	29	29		
12/29								22				2							2	14					0	40	40		
12/30				7				36				2	18							12				4	4	75	79		
12/31								40	4				18										3	9	13	61	74		
12月小計	0	30	0	96	0	32	0	427	24	0	0	14	0	84	0	14	1	0	0	13	0	35	0	20	22	0	47	765	812
1/1					11			14					16										2		0	43	43		
1/2					2			6					22									4	6		0	40	40		
1/3								18					10									2	7		0	37	37		
1/4				13				22			2	10										4	6	2	2	57	59		
1/5				2				16				2							4				3	2	2	27	29		
1/6				20				20				6							12			6	2		0	66	66		
1/7				12	3			30	4		3	8						2	4			2			4	64	68		
1/8				6				24				8													0	38	38		
1/9				13				40				6													0	65	65		
1/10		2						18			1	8													0	29	29		
1/11								6				10										6			0	22	22		
1/12				8				6				2										16			0	32	32		
1/13				8				20				4										4			0	36	36		
1/14		4		2				12																1	1	18	19		
1/15								2				6		2											0	10	10		
1/16					3			26																	0	29	29		
1/17								4																	0	4	4		
1/18				4				8				4													0	16	16		
1/19								22	2																3	22	25		
1/20		2		2				42	2			10											1		2	57	59		
1/21		2		6				26				2		2											0	38	38		
1/22		6		4				6																	0	16	16		
1/23				8				18														1			0	27	27		
1/24								4				1	6												0	11	11		
1/25				8																					0	8	8		
1月小計	0	16	0	116	0	25	0	410	8	0	0	7	0	140	0	4	0	0	0	18	0	47	0	29	6	0	14	812	826
冬季合計	0	64	0	212	0	57	0	837	32	0	0	25	0	224	0	18	1	0	0	31	0	82	0	54	28	0	61	1604	1665

3) 夏季・冬季の実態調査結果（総括）

(表 2-2-3) 夏季・冬季富良野市内観光消費実態観光客アンケート調査—有効回収票総数（単位：票）

調査地点	石の家		駅前		ワイン工場		チーズ工房		ハイランド		新富良野プリンスH		ジャム園		へそ祭り会場		物産センター	
	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法
夏季合計	324	0	175	0	0	1138	0	830	0	208	0	250	0	462	305	0	0	123
冬季合計	0	0	32	0	0	64	0	212	0	57	0	837	0	0	0	0	0	25

調査地点	北の国から資料館		拾って来た家		北の峰ターミナル		ニュー富良野H		バルヒルズ		フラマイ		アルパイン		日合計		
	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	面接法	留置法	計
夏季合計	0	617	0	399	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1097	3734	4831
冬季合計	0	224	0	18	1	0	0	31	0	82	0	54	28	0	61	1604	1665

(2) データ入力フォーマット

(表 2-2-4) 富良野市内観光消費実態観光客アンケート調査データ入力フォーマット（エクセル上）

列記号	質問番号	入力項目名(単位又は注釈)	列記号	質問番号	入力項目名(単位又は注釈)	列記号	質問番号	入力項目名(単位又は注釈)
A		入力番号	BD		訪問場所12	DG		購入特産品2
B		通し番号	BE		訪問場所13	DH		購入特産品3
C		季節	BF		訪問場所14	DI		購入特産品4
D		票種類	BG		訪問場所15	DJ		購入特産品5
E		地区	BH		訪問場所・他	DK	7-6	市内での購入額(円)
F		票番号	BI	5-1	団体料金(円)	DL		購入特産品1
G		西暦	BJ	5-2	団体全行程(泊)	DM		購入特産品2
H		月	BK		団体全行程(日)	DN	計算式	購入品計(円)
I		日	BL	5-3	団体内宿泊	DO	8-1	食事代、飲食費(円)
J		曜日	BM		団体内宿泊数(泊)	DP	計算式	含む団屋食費全飲食費(円)
K	1-1	住い(区分)	BN	5-4	団体内内食	DQ	8-2	施設利用料(円)
L		住い(コード)	BO	計算式	団体内宿泊費(円)	DR	8-3	入湯料(円)
M	1-2	性別	BP	計算式	団体内内食費(円)	DS	8-4	通信費(円)
N	1-3	年代	BQ	6-1	一般宿泊場所	DT	8-5	医療費(円)
O	1-4	旅行形態1	BR		一般宿泊場所	DU	8-6	その他(円)
P		旅行形態2	BS		一般市外宿泊地1	DV		その他内容
Q		家族旅行人数	BT		一般市外宿泊地2	DW	計算式	飲・サ合計
R		グループ旅行人数	BU		一般市外宿泊地3	DX	9	住んでみたい・又来たいか1
S	1-5	観光回数	BV		一般市内宿泊費(円)	DY		住んでみたい・又来たいか2
T	1-6	利用交通機関1	BW		一般市内宿泊数	DZ		住んでみたい・又来たいか3
U		利用交通機関2	BX	6-2	鉄道運賃(円)	EA		住んでみたい・又来たいか4
V		利用交通機関3	BY		バス運賃(円)	EB	9-1	問9、1を選んだ人1
W		利用交通機関4	BZ		レンタカー(円)	EC		問9、1を選んだ人2
X		利用交通機関5	CA		自動車燃料代(円)	ED	9-1-②	住みたい時期1
Y		利用交通機関6	CB		タクシー・ハイヤー(円)	EE		住みたい時期2
Z		利用交通機関7	CC		駐車料金(円)	EF		住みたい時期3
AA		利用交通機関8	CD	計算式	交通費計(円)	EG		住みたい時期4
AB	1-7	利用空港(往路)	CE	7-1	市内での購入額(円)	EH	9-2-I	問9.2を選んだ人(希望泊数)1
AC		利用空港(復路)	CF		購入特産品1	EI		2を選んだ人(希望泊数)2
AD	2	旅行目的1	CG		購入特産品2	EJ		2を選んだ人(希望泊数)3
AE		旅行目的2	CH		購入特産品3	EK		2を選んだ人(希望泊数)4
AF		旅行目的3	CI		購入特産品4	EL		2を選んだ人(希望泊数)5
AG		旅行目的4	CJ		購入特産品5	EM	9-2-II	問9.2を選んだ人(何をしたいか)1
AH		旅行目的5	CK		購入特産品6	EN		何をしたいか2
AI		旅行目的6	CL		購入特産品7	EO		何をしたいか3
AJ		旅行目的・他	CM		購入特産品8	EP		何をしたいか4
AK	3	観光情報の取得1	CN	7-2	市内での購入額(円)	EQ		何をしたいか5
AL		観光情報の取得2	CO		購入特産品1	ER		何をしたいか6
AM		観光情報の取得3	CP		購入特産品2	ES		何をしたいか7
AN		観光情報の取得4	CQ		購入特産品3	ET		何をしたいか8
AO		観光情報の取得5	CR		購入特産品4	EU		何をしたいか9
AP		観光情報の取得6	CS	7-3	市内での購入額(円)	EV		何をしたいか10
AQ		観光情報の取得7	CT		購入特産品1	EW		何をしたいか11
AR		観光情報の取得・他	CU		購入特産品2	EX		何をしたいか その他
AS	4-1	訪問場所1	CV		購入特産品3	EY	10-1	印象1
AT		訪問場所2	CW		購入特産品4	EZ		印象2
AU		訪問場所3	CX		購入特産品5	FA		印象3
AV		訪問場所4	CY	7-4	市内での購入額(円)	FB		印象4
AW		訪問場所5	CZ		購入特産品1	FC	10-2	良い印象の内容
AX		訪問場所6	DA		購入特産品2	FD	10-3	悪い印象1
AY		訪問場所7	DB		購入特産品3	FE		悪い印象2
AZ		訪問場所8	DC		購入特産品4	FF		悪い印象3
BA		訪問場所9	DD		購入特産品5	FG		悪い印象4
BB		訪問場所10	DE	7-5	市内での購入額(円)	FH		悪い印象その他

(3) 集計計算項目

(表 2-2-5)「富良野市内観光消費実態観光客アンケート調査」集計計算項目一覧

番号	内容区分	集計項目名称	集計手法
1	回答者の属性	季節別対象者実数	単純
2	回答者の属性	男女別対象者実数	単純
3	回答者の属性	年齢別対象者実数	単純
4	回答者の属性	地区別対象者実数	単純
5	観光客の年齢	季節別の年齢構成	クロス
6	観光客の年齢	男女別の年齢構成	クロス
7	観光客の居住地	季節別・道内道外別の内訳	単純
8	観光客の居住地	道内の圏域別内訳	単純
9	観光客の居住地	道外の地方別内訳	単純
10	旅行形態	道内外別の旅行形態	クロス
11	来富観光回数	道内外別の来富観光回数	クロス
12	来富利用交通機関	道内外別の来富利用交通機関	クロス
13	来富利用交通機関	飛行機利用者の乗降道内空港	単純
14	観光の目的	季節別の観光目的	単純
15	観光の目的	道内外別の観光目的	クロス
16	観光動機を形成した情報源	年代別の観光動機を形成した情報源	クロス
17	訪問観光地	道内外別の訪問観光地	クロス
18	訪問観光地	季節別・宿泊日帰り別の平均訪問観光地数	クロス
19	一人当たり平均観光消費金額	季節別・宿泊日帰り別の一人当たり平均観光消費金額とその内訳	クロス
20	一人当たり平均観光消費金額	季節別・道内外別の一人当たり平均観光消費金額	クロス
21	宿泊による消費金額	季節別・道内外別の市内宿泊の有無	クロス
22	宿泊による消費金額	季節別・団体一般別の平均市内宿泊数	単純
23	交通機関における消費金額	季節別・一人当たり平均各種市内交通費	単純
24	品物購入による消費金額	季節別・一人当たり平均各種品物購入費	クロス
25	飲食による消費金額	季節別・一人当たり団体客昼食費及び一般客飲食費	クロス
26	サービス利用による消費金額	季節別・一人当たり平均各種サービス費	クロス
27	購入特産品	品目6分類別の購入特産品種別数	単純
28	購入特産品	全品目の購入特産品種別数ランキング	単純
29	定住・再訪意識, 富良野の印象	道内外別の定住・再訪意識	クロス
30	定住・再訪意識, 富良野の印象	季節別の富良野の印象程度	単純
31	定住・再訪意識, 富良野の印象	季節別の良い印象を受けたところ	単純
32	定住・再訪意識, 富良野の印象	季節別の悪い印象を受けたところ	単純

2-3. 実態調査の結果

(1) 回答者の属性, 旅行形態, 観光回数, 利用交通機関

1) 回答者の属性

(表 2-3-1) 季節別・地区別対象者実数

調査地区	夏季(7・8・9月)		冬季(11・12月・1月)		合計(夏季・冬季)	
	人	%	人	%	人	%
1 石の家	324	6.7	0	0.0	324	5.0
2 駅前	175	3.6	32	1.9	207	3.2
3 ワイン工場	1138	23.6	64	3.8	1202	18.5
4 チーズ工房	830	17.2	212	12.7	1042	16.0
5 ハイランド	208	4.3	57	3.4	265	4.1
6 新富良野プリンスホテル	250	5.2	837	50.3	1087	16.7
7 ジャム園	462	9.6	0	0.0	462	7.1
8 へそ祭り会場	305	6.3	0	0.0	305	4.7
9 物産センター	123	2.5	25	1.5	148	2.3
10 北の国から資料館	617	12.8	224	13.5	841	12.9
11 拾って来た家	399	8.3	18	1.1	417	6.4
12 北の峰ターミナル	0	0.0	1	0.1	1	0.0
13 ニュー富良野ホテル	0	0.0	31	1.9	31	0.5
14 ホテルベルヒルズ	0	0.0	82	4.9	82	1.3
15 ペンションフラヌイ	0	0.0	54	3.2	54	0.8
16 アルパインビジットセンター	0	0.0	28	1.7	28	0.4
計	4831	100.0	1665	100.0	6496	100.0

(表 2-3-2) 男女別対象者実数

①男性		②女性		③無回答		④合計	
2485	38.3%	3926	60.4%	85	1.3%	6496	100.0%

(表 2-3-3) 年齢別対象者実数

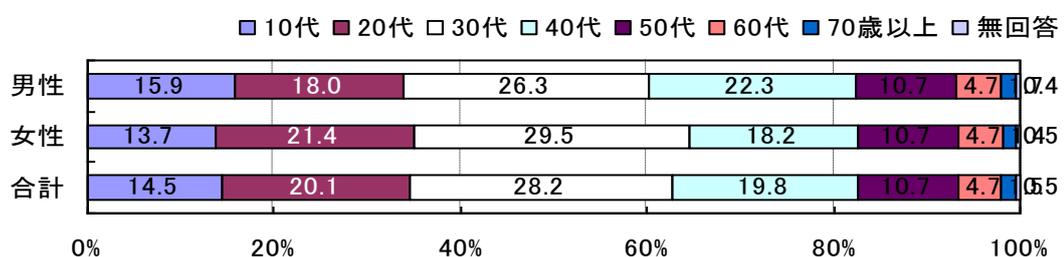
①10代	②20代	③30代	④40代	⑤50代	⑥60代	⑦70歳以上	⑧無回答	⑨合計
940	1300	1819	1276	694	306	105	56	6496
14.5%	20.0%	28.0%	19.6%	10.7%	4.7%	1.6%	0.9%	100.0%

2) 観光客の年齢

(図 2-3-1) 季節別の年齢構成

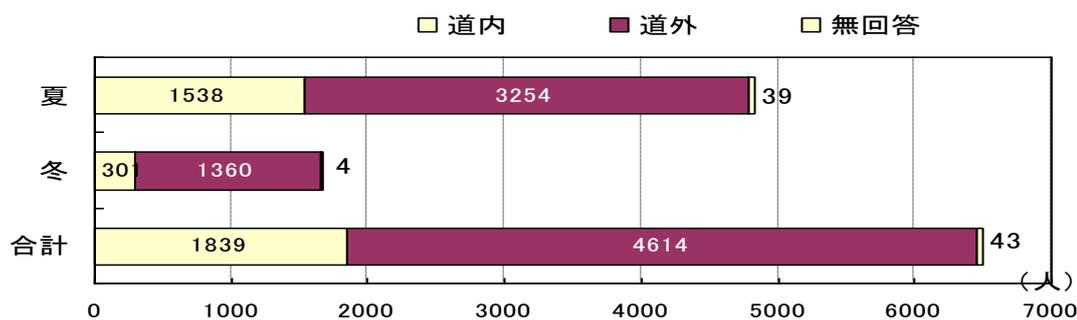


(図 2-3-2) 男女別の年齢構成

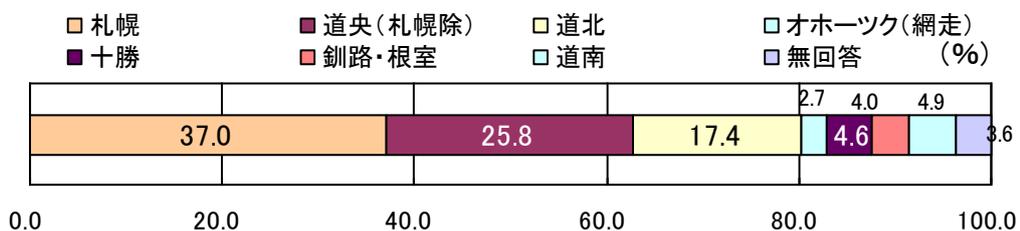


3) 観光客の居住地

(図 2-3-3) 季節別・道内道外別の内訳

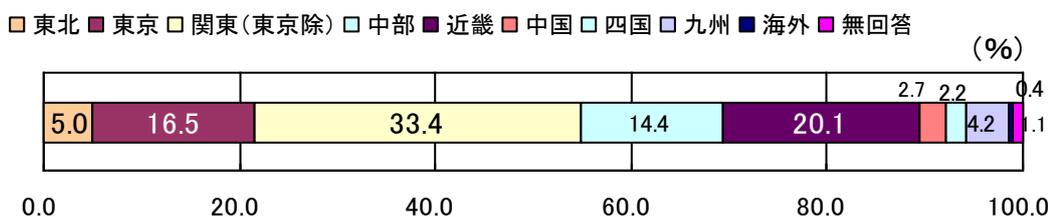


(図 2-3-4) 道内の圏域別内訳



注：道央は札幌を除く。

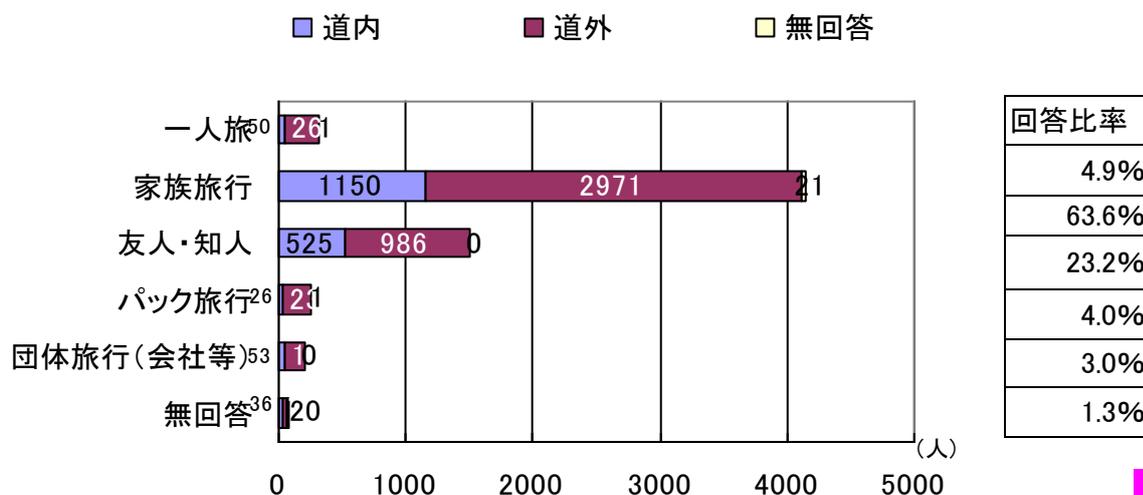
(図 2-3-5) 道外の地方別内訳



注：関東は東京を除く。

4) 旅行形態

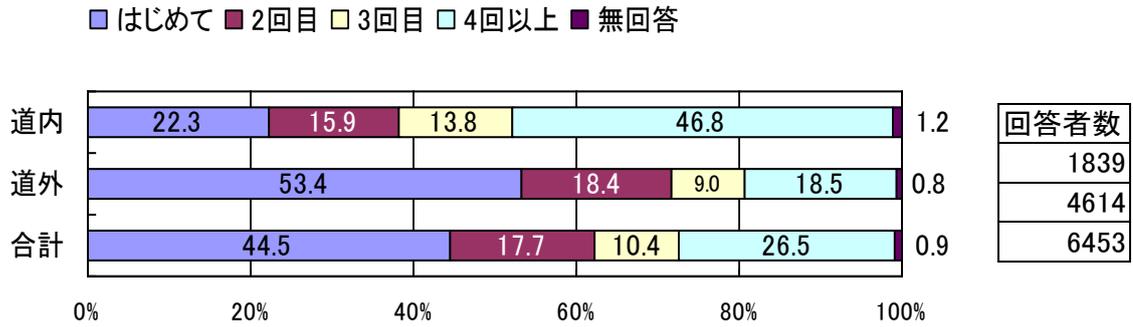
(図 2-3-6) 道内外別の旅行形態



%

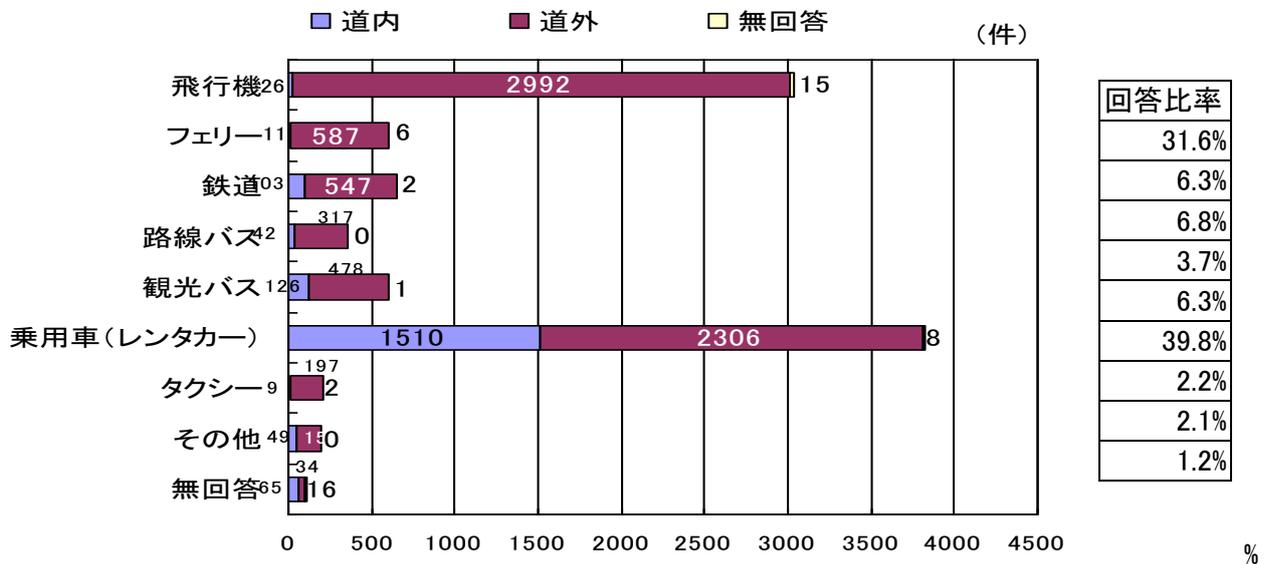
5) 来富観光回数

(図 2-3-7) 道内外別の来富観光回数



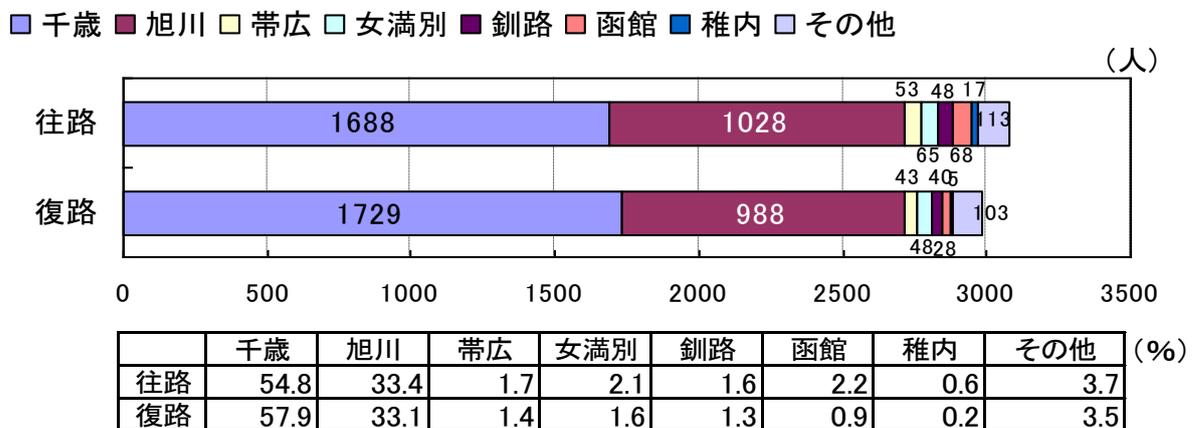
6) 来富利用交通機関

(図 2-3-8) 道内外別の来富利用交通機関



注：乗用車にはレンタカーを含む。

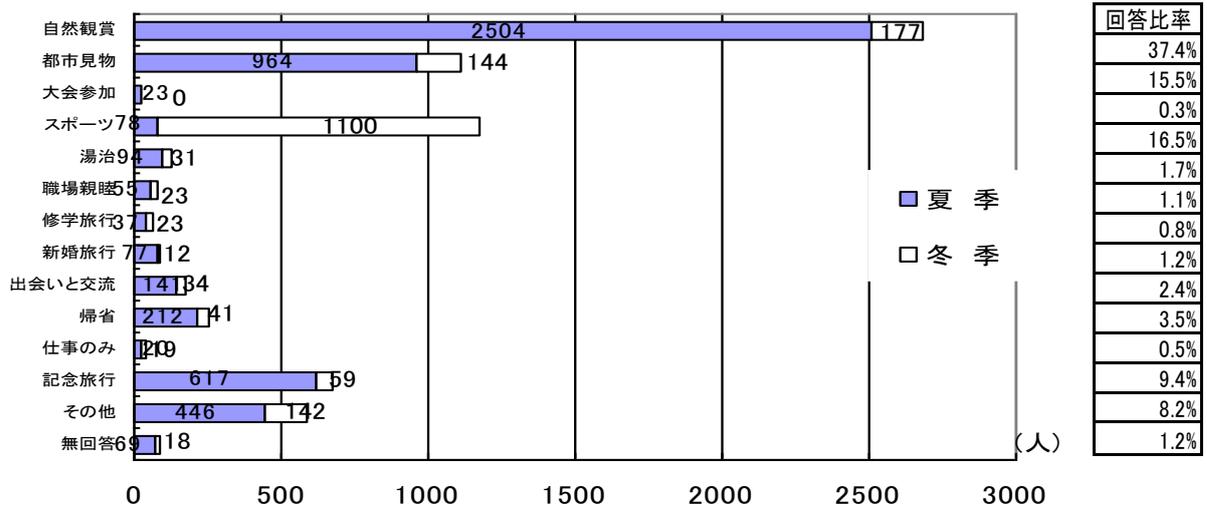
(図 2-3-9) 飛行機利用者の乗降道内空港



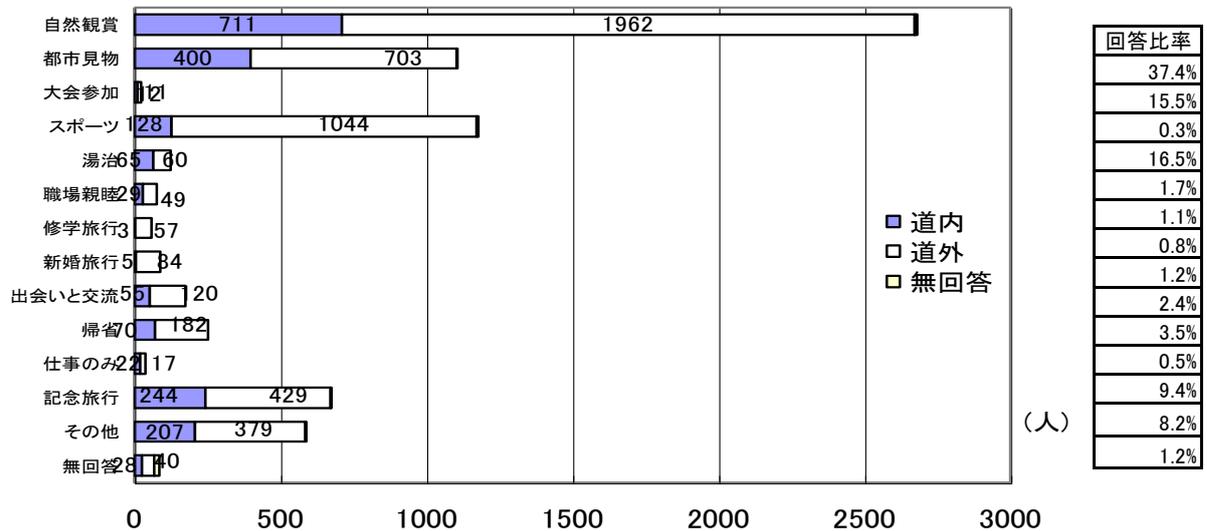
(2) 観光の目的、観光動機を形成した情報源

1) 観光の目的

(図 2-3-10) 季節別の観光目的

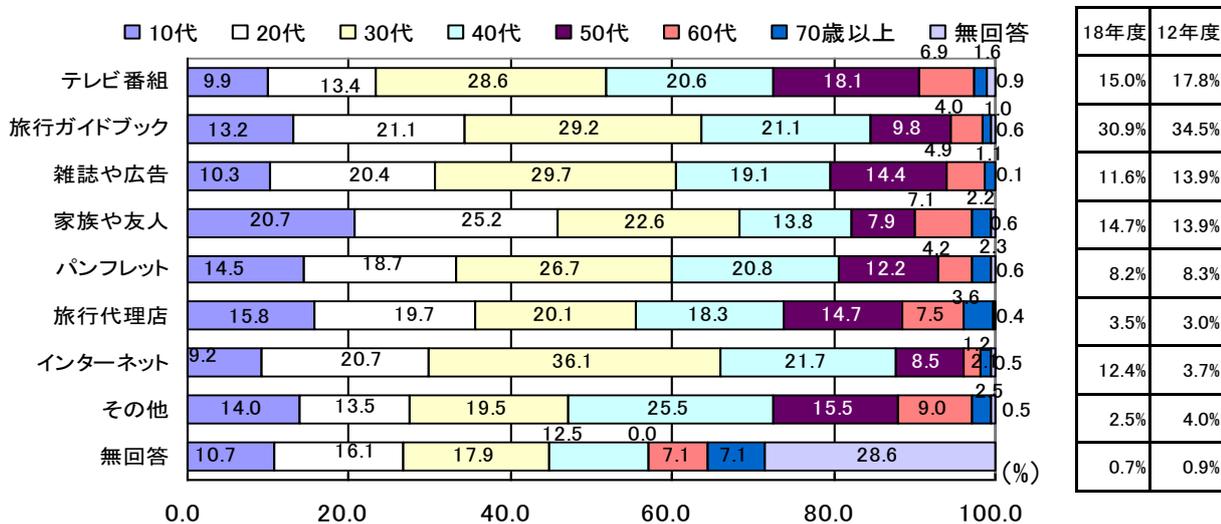


(図 2-3-11) 道内外別の観光目的



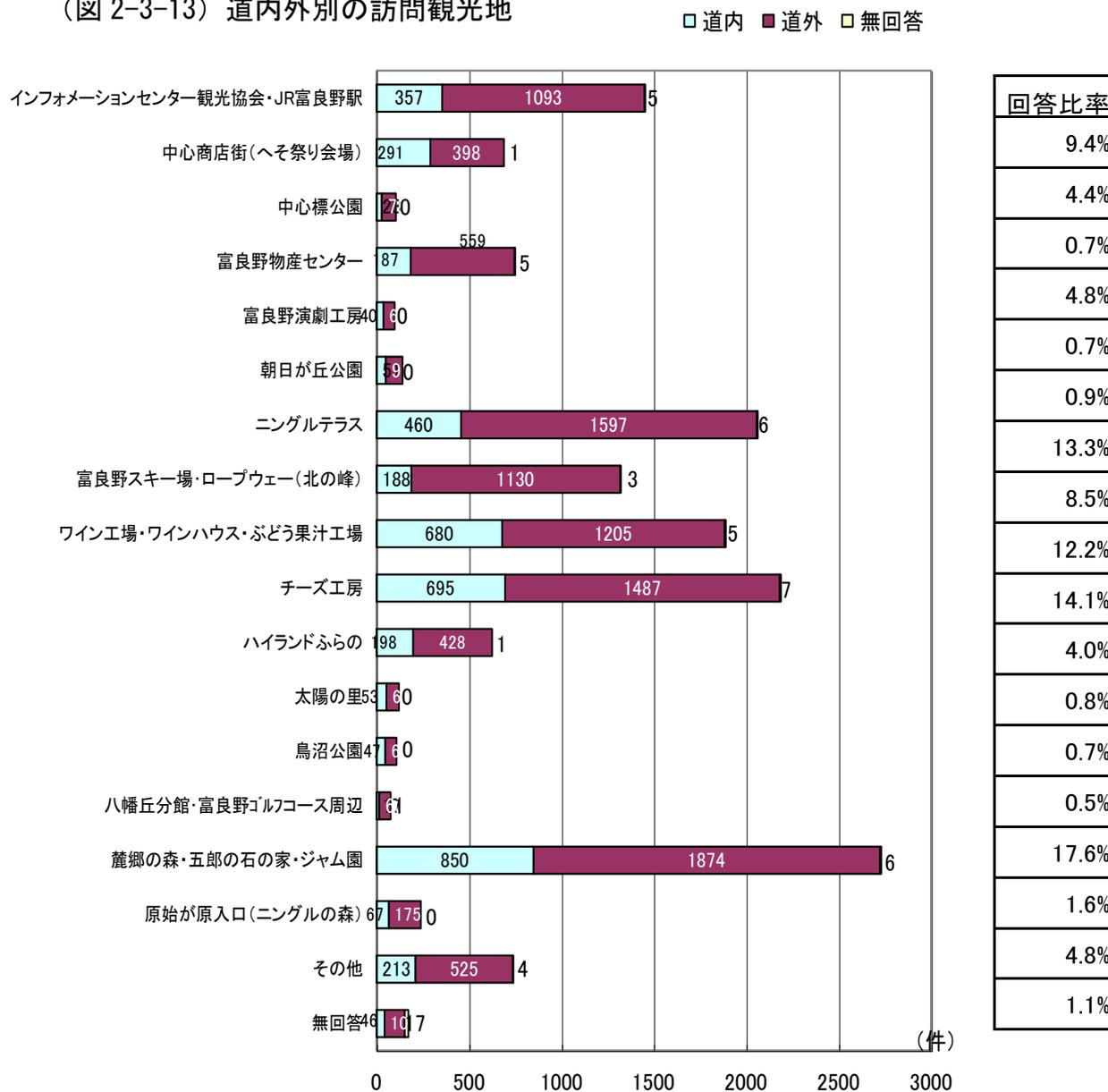
2) 観光動機を形成した情報源

(図 2-3-12) 年代別の観光動機を形成した情報源

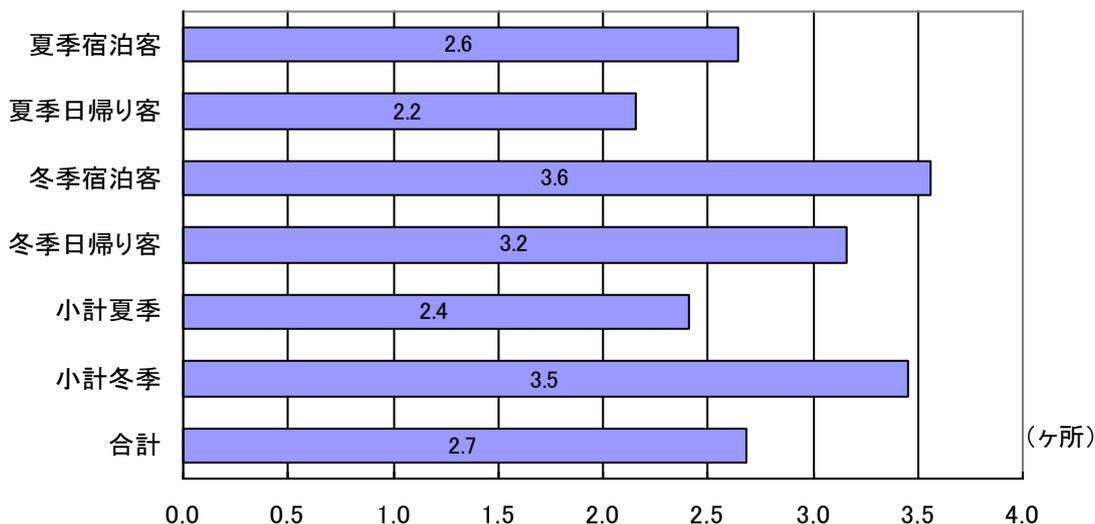


(3) 訪問観光地

(図 2-3-13) 道内外別の訪問観光地



(図 2-3-14) 季節別・宿泊日帰り別の平均訪問観光地数



(4) 観光消費金額

1) 一人当たり平均観光消費金額

(表 2-3-4) 季節別・宿泊日帰り別の一人当たり平均観光消費金額とその内訳

区 分 費 目		夏 季			冬 季			合 計
		消費額合計(円)	対象観光客数(人)	平均消費額(円)	消費額合計(円)	対象観光客数(人)	平均消費額(円)	平均消費額(円)
市内で宿泊した	合 計	48,546,988	1,897	25,591	42,460,259	1,147	37,019	29,897
	市内宿泊費	20,143,993	1,897	10,619	18,795,800	1,147	16,387	12,792
	交通費計	7,787,505	1,897	4,105	2,178,910	1,147	1,900	3,274
	品物購入費計	8,772,397	1,897	4,624	5,783,709	1,147	5,042	4,782
	飲食費	8,555,954	1,897	4,510	10,597,854	1,147	9,240	6,292
	入場料注	2,718,223	1,897	1,433	2,804,840	1,147	2,445	1,814
	その他サービス費注	568,916	1,897	300	2,299,146	1,147	2,004	942
市内で宿泊しない	合 計	13,190,624	1,695	7,782	2,335,854	309	7,559	7,748
	市内宿泊費	—	—	—	—	—	—	—
	交通費計	4,279,451	1,695	2,525	339,500	309	1,099	2,305
	品物購入費計	4,575,386	1,695	2,699	870,274	309	2,816	2,717
	飲食費	3,463,167	1,695	2,043	881,920	309	2,854	2,168
	入場料注	698,290	1,695	412	148,200	309	480	422
	その他サービス費注	174,330	1,695	103	95,960	309	311	135

注 1) 入場料は施設利用料と入湯料の合計、その他サービス費は通信費、医療費、その他の合計である。

注 2) 対象観光客数は、“市内で宿泊した” 調査対象観光客総数、“市内で宿泊しない” 調査対象観光客総数である。

(表 2-3-5) 季節別・道内外別の一人当たり平均観光消費金額

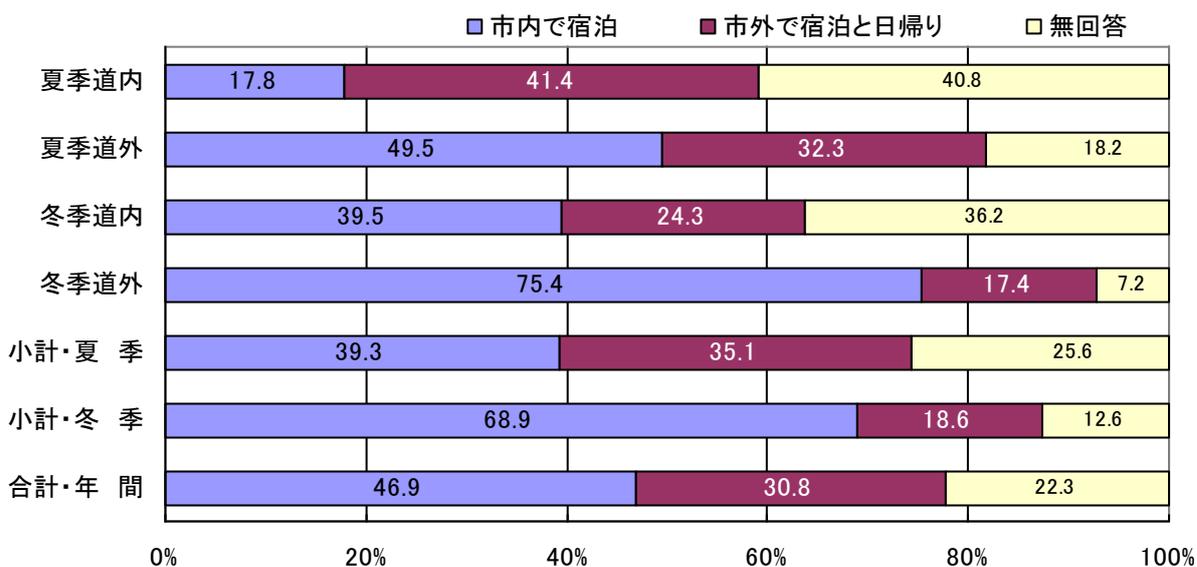
区 分 費 目		夏 季			冬 季			合 計
		消費額合計(円)	対象観光客数(人)	平均消費額(円)	消費額合計(円)	対象観光客数(人)	平均消費額(円)	平均消費額(円)
道 内 客	合 計	14,061,241	1,538	9,143	5,124,402	301	17,025	10,433
	市内宿泊費	2,359,492	1,538	1,534	1,890,200	301	6,280	2,311
	交通費計	3,226,637	1,538	2,098	283,400	301	942	1,909
	品物購入費計	3,936,656	1,538	2,560	672,532	301	2,234	2,506
	飲食費	3,160,816	1,538	2,055	1,039,660	301	3,454	2,284
	入場料注	1,215,150	1,538	790	1,192,050	301	3,960	1,309
	その他サービス費注	162,490	1,538	106	46,560	301	155	114
道 外 客	合 計	56,598,428	3,254	17,393	41,583,031	1,360	30,576	21,279
	市内宿泊費	19,447,334	3,254	5,976	17,241,600	1,360	12,678	7,952
	交通費計	11,172,920	3,254	3,434	2,483,790	1,360	1,826	2,960
	品物購入費計	12,800,972	3,254	3,934	6,444,331	1,360	4,738	4,171
	飲食費	11,562,560	3,254	3,553	11,066,474	1,360	8,137	4,904
	入場料注	840,010	3,254	258	1,964,290	1,360	1,444	608
	その他サービス費注	774,632	3,254	238	2,382,546	1,360	1,752	684

注 1) 入場料は施設利用料と入湯料の合計、その他サービス費は通信費、医療費、その他の合計である。

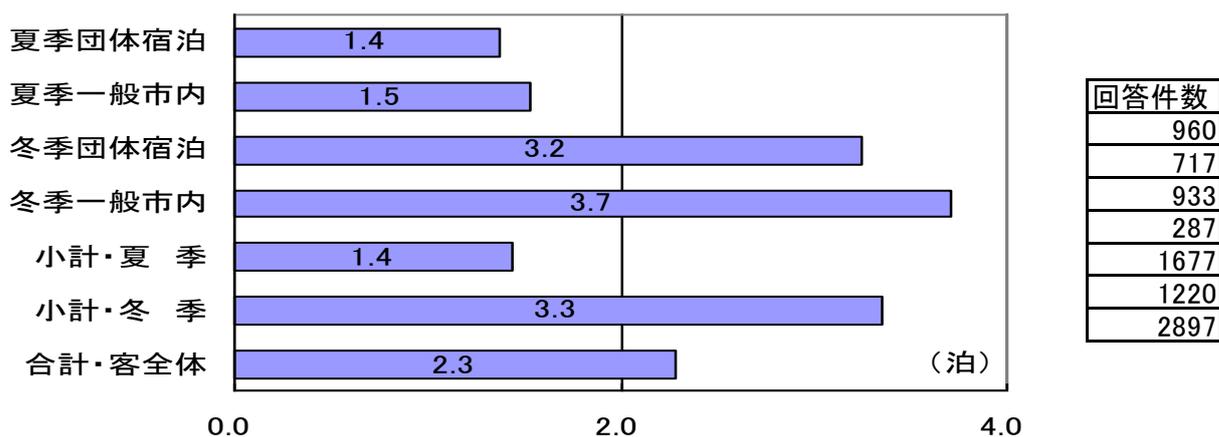
注 2) 対象観光客数は、対象観光客数は、“道内容” 調査対象観光客総数、“道外客” 調査対象観光客総数である。

2) 宿泊による消費金額

(図 2-3-15) 季節別・道内外別の市内宿泊の有無



(図 2-3-16) 季節別・団体一般別の平均市内宿泊数回答件数



3) 交通機関における消費金額

(表 2-3-6) 季節別・一人当たり平均各種市内交通費

	①夏季	②冬季	③合計	④合計構成比
鉄道運賃	241円	159円	220円	8.2%
バス運賃	103円	130円	110円	4.1%
レンタカー賃借料	1,424円	593円	1,211円	45.4%
自動車燃料代	1,051円	256円	848円	31.8%
タクシー・ハイヤー	164円	527円	257円	9.7%
駐車料金	25円	1円	19円	0.7%
交通費計	3,011円	1,664円	2,665円	100.0%

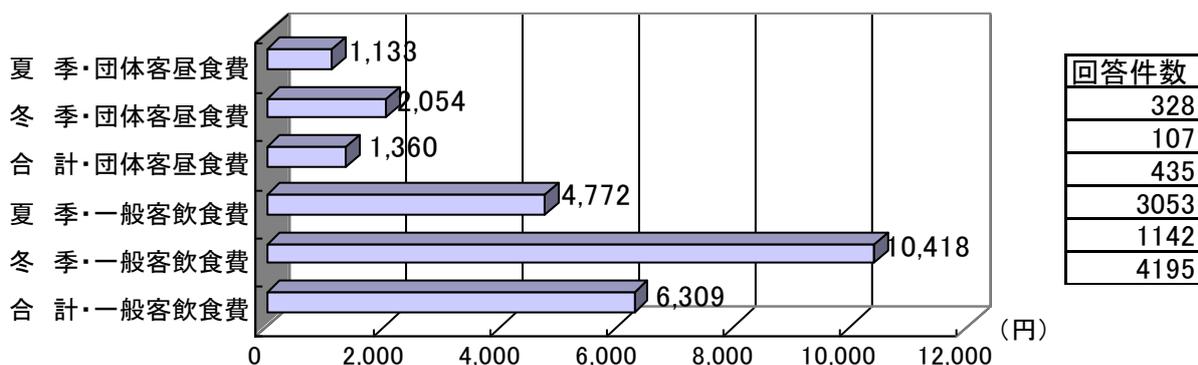
4) 品物購入による消費金額

(表 2-3-7) 季節別・一人当たり平均各種品物購入費

	①夏季	②冬季	③合計	④合計構成比
農産物・農産加工品	2,204円	2,464円	2,271円	61.6%
飲物	427円	602円	472円	12.8%
繊維・木製品	211円	602円	311円	8.4%
紙・プラスチック製品	171円	158円	167円	4.5%
嗜好品・医薬品	297円	162円	262円	7.1%
その他の品物	178円	288円	206円	5.6%
品物購入費計	3,483円	4,275円	3,686円	100.0%

5) 飲食による消費金額

(図 2-3-17) 季節別・一人当たり団体客昼食費及び一般客飲食費



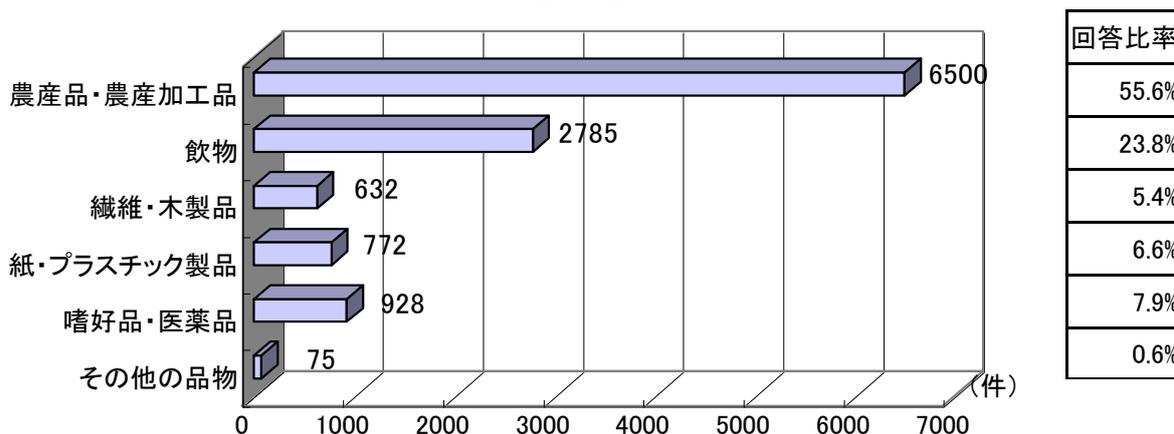
6) サービス利用による消費金額

(表 2-3-8) 季節別・一人当たり平均各種サービス費

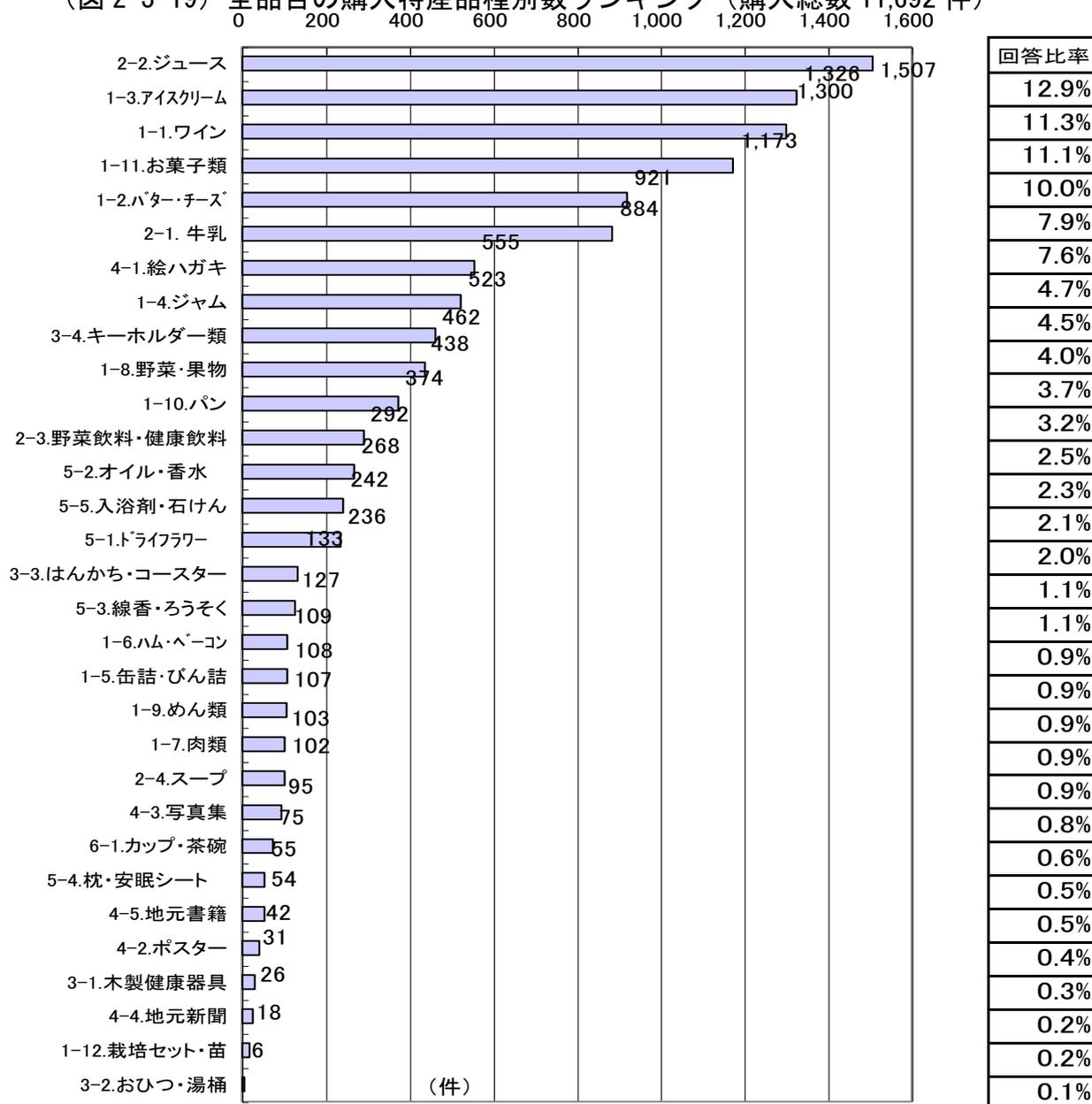
	①夏季	②冬季	③合計	④合計構成比
施設利用料	797円	1,701円	1,029円	60.3%
入湯料	148円	194円	160円	9.3%
通信費	82円	526円	196円	11.5%
医療費	10円	8円	10円	0.6%
その他	102円	924円	313円	18.3%
サービス費計	1,139円	3,355円	1,707円	100.0%

(5) 購入特産品

(図 2-3-18) 品目 6 分類別の購入特産品種別数 (購入総数 11,814 件)

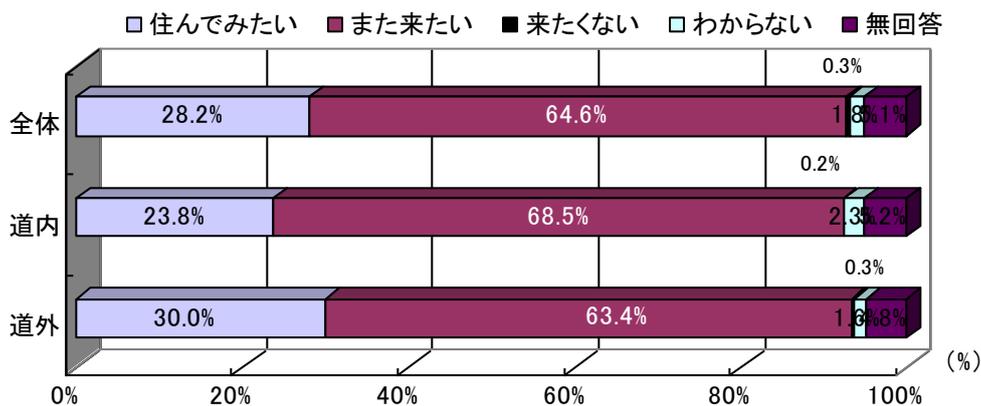


(図 2-3-19) 全品目の購入特産品種別数ランキング (購入総数 11,692 件)

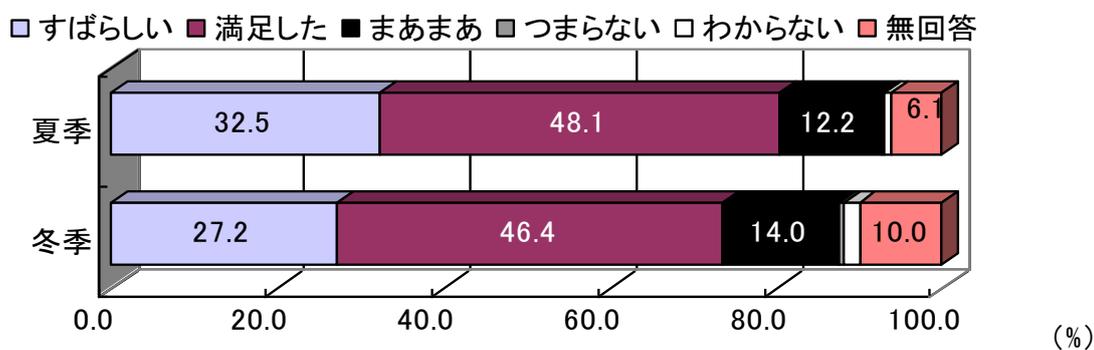


(6) 定住・再訪意識, 富良野の印象

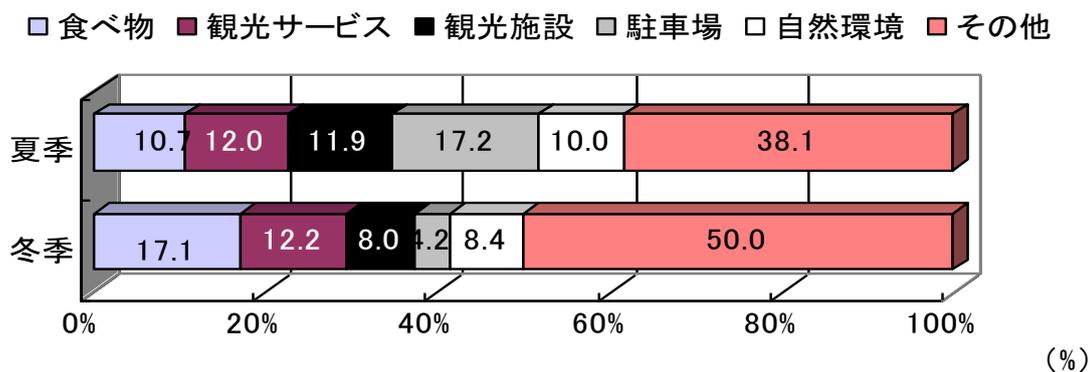
(図 2-3-20) 道内外別の定住・再訪意識



(図 2-3-21) 季節別の富良野の印象程度



(図 2-3-22) 季節別の悪い印象を受けたところ



(7) 観光消費実態調査結果まとめと前回（平成12年度）調査との比較

1) 回答者の属性，旅行形態，観光回数，利用交通機関

① 回答者の属性

有効回収票は、夏季4,831票（前回3,692票、前回比130.9%）、冬季1,665票（前回1,659票、前回比100.4%）で、合計6,496票（前回5,351票、前回比121.4%）となった。回答者の属性をみると、性別では男性38.3%（前回42.6%）、女性60.4%（前回56.6%）、無回答1.3%（前回0.8%）であり女性がやや多く6割を占める。年齢別では、30代が28.0%（前回26.7%）で最も多く、次いで20代が20.0%（前回42.5%）、40代が19.6%（前回12.8%）、10代が14.5%（前回10.0%）であり、20代が半分程度となり、40代、50代、10代が増加した。また、前回調査と同様に、男女別の観光客の年齢構成には大きな違いはみられない。

② 観光客の居住地

道外観光客が全体の71.0%（前回75.0%）を占めて、前回調査と同様に優勢であるが、この居住地をみると、関東（東京除く）が33.4%（前回34.1%）、近畿が20.1%（前回16.8%）、東京が16.5%（前回19.7%）、中部が14.4%（前回12.0%）であり、東京を含む関東地方が49.9%（前回53.8%）と半分を占めるが、近畿と中部の比率が少し増加した。一方、道内観光客の居住地をみると、札幌が37.0%（前回23.8%）、道央（札幌除く）が25.8%（前回33.5%）、道北が17.4%（前回16.3%）、十勝が4.6%（前回9.7%）であり、道央地域が6割程度を占めるが、前回調査と比較して札幌の比率が13.2%も増加したことが特筆される。

③ 旅行形態と来富観光回数

旅行形態では、家族旅行が63.6%（前回42.1%）、友人・知人との旅行が23.2%（前回39.6%）であり、この二つで8割以上を占めるが、前回調査と比べて家族旅行は21.5%も増加して優勢な旅行形態になった。これに対して一人旅4.9%（前回6.8%）、パック旅行4.0%（前回6.4%）、団体旅行（会社等）3.0%（前回4.3%）と少ないが、これらでは道外客が占める割合が高くなっている。

来富観光回数では、はじめてが44.5%（前回54.2%）と最も多く、2回目が17.7%（前回17.9%）、3回目が10.4%（前回7.4%）、4回以上が26.5%（前回19.3%）となっており、前回調査と比べ4回以上と3回目、すなわちリピーターが増加した。道外客でははじめてが53.4%（前回64.1%）を占め、道内客では4回以上が46.8%（前回44.3%）を占めそれぞれ最も多く、道内客の方がリピーター化が進んでいる。

④ 来富利用交通機関（複数回答）

乗用車（レンタ含む）が39.8%（前回29.1%）、飛行機が31.6%（前回47.3%）を占めて最も多く、次いで、鉄道が6.8%（前回4.8%）、フェリーが6.3%（前回12.3%）、観光バスが6.3%（前回1.6%）であり、前回調査と比較して乗用車が10.7%増加し、飛行機が15.7%減少した。乗用車（レンタ含む）利用者については前回調査では7割が道内客だったが、今回は道外客が6割を占める。このようなことから、観光行動における利用交通機関の多数化が進んでいると言える。また、飛行機利用者の乗

降道内空港では、新千歳空港が往路 54.8%（前回 57.4%）・復路 57.9%（前回 63.2%）と 55%前後を占め最も多く、これに次いで旭川空港が往路 33.4%（前回 27.1%）・復路 33.1%（前回 28.4%）となっているが、旭川空港の利用観光客が前回調査より少し増加して、3分の1を占める結果となった。

2) 観光の目的、観光動機を形成した情報源

① 観光の目的

自然観賞が 37.4%（前回 47.5%）で最も多く、次いでスポーツが 16.5%（前回 26.6%）、都市見物が 15.5%（前回 9.3%）、記念旅行が 9.4%（前回選択肢に無し）などとなっており、自然観賞とスポーツで 53.9%を占めが、前回調査よりも 20%も減少し、観光目的の多様化が進展した。季節別にみると自然観賞はほとんどが夏季であり、スポーツはほとんどが冬季である。一方、これらに対して、湯治、修学旅行、大会参加、職場親睦、新婚旅行などを目的とした観光客は、前回調査と同じく極めて少ない。

② 観光動機を形成した情報源

旅行ガイドブックが 31.0%（前回 34.5%）で最も多く、次いでテレビ番組が 15.0%（前回 17.8%）、家族や友人が 14.7%（前回 13.9%）、インターネットが 12.5%（前回 3.7%）、雑誌や広告も 11.7%（前回 13.9%）、パンフレットが 8.3%（前回 8.3%）となっており、前回調査と比べるとインターネットを情報源とする観光客が増加した。年代別にみると、旅行ガイドブック、テレビ番組、パンフレットのそれぞれ 4割以上を 40代以上が占めており、前回調査と比べこれらを情報源とする層の中高年化が進んだ。一方、家族や友人では、30代以下の割合が増加した。

3) 訪問観光地

市内各観光地別に全回答者の訪問割合をみると、麓郷の森・五郎の石の家・ジャム園が 42.0%（前回 50.2%）と最も高く、次いで、チーズ工房が 33.7%（前回 30.2%）、ニングルテラスが 31.8%（前回 24.3%）とこれらには 3割超の観光客が訪れており、続いてワイン工場・ワインハウス・ぶどう果汁工場が 29.1%（前回 30.1%）、インフォメーションセンター及び JR 富良野駅が 22.4%（前回 31.9%）、富良野スキー場が 20.3%（前回 31.0%）、富良野物産センターが 11.6%（前回 18.5%）、中心商店街（へそ祭り会場）が 10.6%（前回 12.0%）となっている。前回調査と比べるとニングルテラスとチーズ工房で訪問割合が増加しているが、他の 6 地点では減少した。これらの地点に対して、中心標公園、富良野演劇工房、朝日が丘公園、太陽の里、鳥沼公園、八幡丘分館周辺、原始が原入口（ニングルの森）などについては、わずかな観光客しか訪れていない。

観光客一人当たりの平均訪問観光地数は、2.7ヶ所（前回 2.7ヶ所）となった。季節別に見ると夏季は 2.4ヶ所（前回 3.1ヶ所）、冬季は 3.5ヶ所（前回 1.9ヶ所）であり、特に冬季の宿泊客が 3.6ヶ所であり最も多くなっている。前回調査と比べると、夏季の訪問観光地数が減少し、冬季は大きく増加したことが顕著である。

4) 観光消費金額

① 一人当たり平均消費金額

市内で宿泊した観光客の割合は、46.9%（夏季39.3%、冬季68.9%）（前回49.2%（夏季42.9%、冬季63.2%））であり、冬季での宿泊割合が高まった。又、宿泊客の平均宿泊数は、2.3泊（夏季1.4泊、冬季3.3泊）（前回2.1泊（夏季1.3泊、冬季3.2泊））であり、夏季、冬季とも前回調査に比べて増加した。

市内で宿泊した観光客の平均消費額は、29,897円（前回27,523円）で、市内で宿泊しない観光客の平均消費額は、7,748円（前回7,568円）であり、前回調査と比べて、特に市内宿泊観光客の平均消費額が1.09倍に増加した。また、市内で宿泊した客の市内平均消費額は、宿泊しない客の3.86倍（前回3.64倍）となり、市内宿泊客の消費額の増加が顕著である。

季節別にみると、市内で宿泊した観光客では夏季が25,591円（前回21,895円）、冬季が37,019円（夏季の1.45倍）（前回36,024円（夏季の1.65倍））であり、前回調査と比べ夏季では平均消費額が16.9%も増加した。一方、市内で宿泊しない観光客では夏季が7,782円（前回7,652円）、冬季が7,559円（前回7,232円）とほぼ同じ程度の金額であるが、前回調査と比べると少し増加した。

市内で宿泊した観光客の平均消費額の内訳は、宿泊費が42.8%（前回49.7%）と四割超を占め、次いで飲食費が21.0%（前回18.7%）、品物購入費が16.0%（前回14.5%）、交通費が11.0%（前回8.5%）、入場料が6.1%（前回5.5%）をそれぞれ占めるが、前回調査と比べて、宿泊費の割合が減少し他の4費目が増加し、宿泊費以外の費目への消費支出が増加する傾向が明らかとなった。一方、市内で宿泊しない観光客の平均消費額の内訳は、品物購入費が35.1%（前回40.5%）と最も大きく、次いで、交通費が29.7%（前回24.4%）、飲食費が28.0%（前回26.0%）、入場料が5.4%（前回5.7%）である。宿泊費を除くいずれの費目についても宿泊客の方が消費額が大きいが、特に飲食費では宿泊客平均消費額は日帰り客の2.90倍（前回2.63倍）と大きく、前回調査と比べても増加した。また、道内客の平均消費額が10,443円（前回9,691円）、道外客の平均消費額は21,279円（対道内客2.04倍）（前回20,317円（対道内客2.10倍））であり、前回調査と比べて道内客（1.08倍）、道外客（1.05倍）とも平均消費額が増加したが、特に、道内客では入場料（1.93倍）が、道外客では飲食費（1.23倍）と交通費（1.35倍）が大きく増加した。

② 交通費、品物購入費、飲食費、サービス費の内訳

交通費では、レンタカー賃借料が45.4%（前回41.8%）、自動車燃料代が31.8%（前回38.0%）で、この2費目で8割弱を占める。品物購入費では、農産物・農産加工品購入費が61.6%（前回57.8%）を占め突出しており、前回調査と比べても増加した。団体客を除いた一般客の平均飲食費は6,309円（夏季4,772円、冬季10,418円）（前回4,863円（夏季3,783円、冬季7,060円））であり、前回と比べて1.30倍（冬季は1.48倍）に増加した。各種サービス利用による消費金額の内訳は、施設利用料が60.3%（前回60.8%）を占め突出しているが、入湯料はわずか9.3%（前回5.1%）にとどまっている。

5) 購入特産品

調査対象来富観光客 6,496 人(前回 5,351 人)の購入特産品種別総件数は、11,692 件(前回 11,814 件)であり、一人当たりの特産品購入件数平均値は 1.8 件(前回 2.2 件)となり、前回調査と比べて購入件数はやや減少した。

特産品品目分類(6区分)別に購入件数をみると、農産物・農産加工品(穀類、果物・野菜・山菜類、乳製品、肉類・肉製品、菓子類、弁当、パン、麺類等)が 55.6%(前回 49.5%)と全体の半分超を占め、次いで、飲物(ジュース類、炭酸飲料、牛乳、酒類、スープ類、天然水等)が 23.8%(前回 21.7%)、紙・プラスチック製品(絵ハガキ、書籍・新聞、フィルム・ビデオテープ等)が 6.6%(前回 12.7%)、嗜好品・医薬品(香料、石けん、化粧品、医薬品、たばこ等)が 7.9%(前回 10.1%)などとなっているが、その他の品物(水産物、水産加工品、ガラス製品、陶磁器、電気製品等)や繊維・木製品(織物、衣類、身の回り品、木製の小物、飾り物、置物等)の割合は、6%(前回 5%)以下である。前回調査と比べると、農産物・農産加工品および飲物の食品系商品が約 8 割にまで増加した。

特産品種別ごとの購入割合をみると、ジュースが第一位で 12.9%(前回 13.0%)を占め、続いて、アイスクリームが 11.3%(前回 10.6%)、ワインが 11.1%(前回 10.7%)、お菓子類が 10.0%(前回 8.3%)、バター・チーズが 7.9%(前回 6.8%)であり、これら上位 5 品目で 53.2%(前回上位 5 品目 51.7%)となり全体の半分超を占める。これに次いで、牛乳が 7.6%(前回 6.3%)、絵ハガキが 4.7%(前回 9.1%)となっている。前回調査と比べて大きな変化はないが、絵ハガキの比率が減少した。

地域の農産物・農産加工品のうちジュースやワイン、アイスクリームが多く購入され、バター・チーズや牛乳も健闘している。一方、購入割合 1%未満の特産品として、ハム・ベーコン、缶詰・びん詰、麺類、肉類、スープ、写真集、カップ・茶碗、枕・安眠シート、地元書籍、ポスター、木製健康器具、地元新聞、栽培セット・苗、おひつ・湯桶の 14 点があり、これらの特産品は観光客が購入対象とする上で、何らかの販売促進上の課題を有していると捉えられる。

6) 移住意識と再訪意識

“住んでみたい”との回答割合は 28.2%(道内客が 23.8%、道外客が 30.0%)(前回 16.1%(道内客が 13.0%、道外客が 17.2%))にも達したが、来訪観光客の 3.5 人(前回 6.2 人)に 1 人の高い割合である。これは前回調査と比べて、住んでみたいの回答割合が 12%も増加し、富良野市内への定住意識のある観光客が大きく増加したことが明らかとなった。

“住んでみたい”と回答した観光客(全体の 28.2%)のうち、“移住したい”と回答した人が 12.2%(全サンプル数の 3.4%)となり、本市の平成 17 年度観光客入り込み数 2,070,998 人に対して、71,250 人に相当する人数となり、7 万人余りの観光客に通年の移住意識があることが捉えられた。もう一つの選択肢である“一時期だけ住んでみたい”の回答は、残りの 87.8%であり、住みたい時期としては、“夏”が 45.6%と最も多く半数近くで、“春”、“秋”、“冬”がそれぞれ 18%前後となった。これら季節限定の移住意識がある観光客は、全サンプル数の 24.8%であり、上記と同様に計算すると、512,770 人となり、50 万人余りに季節限定の移住意識がある

ことが捉えられた。

“また来たい”の回答割合は64.6%（前回75.6%）に達し、前回調査と比べて11%減少したが（これは住んでみたいの割合が増加したことによる）、“来たくない”の0.3%（前回0.7%）、“わからない”の1.8%（前回6.1%）とくらべ極めて高い水準にあり、引き続き、道内外を問わず観光客の再訪に確実な期待を持てる。次に、“また来たい”と回答した観光客（全体の64.6%）の希望宿泊数は、2泊が32.3%と最も多く、次いで1泊が26.0%、3泊が22.8%であるが、5泊以上も13.2%おり（全サンプル数の8.5%）となり、本市の平成17年度観光客入り込み数2,070,998人に対して、176,598人に相当する人数となり、年17万人余りの観光客に長期滞在の意識があることが捉えられた。また、“また来たい”と回答した観光客が本市内で体験を希望する内容としては、“自然観賞（サイクリング・トレッキング・登山等）”が18.6%、“スポーツ（スキー・ゴルフ等）”が15.7%、“花や農村景観の観賞（等）”が15.2%、“アウトドア・インドア体験”が13.1%、“地元料理の満喫”が11.7%となっており、これら上位5選択肢で74.3%と約4分の3を占める結果となった。これらに続いて、“テレビドラマロケ地巡り”が9.3%、“富良野を拠点とした広域の滞在観光”が8.6%となっている。全体として、自然と農村景観の観賞や自然の中でのスポーツ・レクリエーション体験を希望する観光客が大部分を占める結果となった。

7) 富良野の印象

季節別の富良野に対する印象の程度については、“すばらしい”と“満足した”の合計は、全体で78.8%（うち“すばらしい”は31.1%）と高い水準であり、夏季では80.6%（前回82.7%）と8割の観光客が好い印象を抱いており、冬季では73.6%（前回61.3%）であり夏季より少し劣るが7割超が好い印象を抱いている。従って、全体として来富観光客の大部分は満足した印象を抱いており、3割超がすばらしさを感じているが、前回調査と比べて、冬季観光客の満足度が12%も高まったことが特筆される。

一方、悪い印象を受けたところとしては、“無回答”が46.6%と最も多く、半数近くの観光客には悪い印象を受けたところが無いという結果となった。これに続いては“食べ物”が33.2%、“その他”が13.6%という結果となった。なお、前回調査では夏季の“駐車場”が突出して高い回答率（42.1%）となったが、今回調査では“駐車場”への悪い印象は2.1%と極めて小さい割合となった。

8) 年間観光総消費額の推計

富良野市内観光客入込み実数（宿泊客・日帰り客別）に、観光客一人当たり平均市内消費額を乗ずる方法により、次の表に示す手順を経て、市内年間消費額を推定した。

（表 2-3-9）平成 18 年度観光消費実態調査結果に基づく年間観光総消費額の推計経過及び結果

番号	期 間 項 目	夏 季 (4月～10月)	冬 季 (11月～3月)	年 間
①	平成 13 年度観光客入込み数 (人)	1, 261, 679	856, 832	2, 118, 511
②	平成 14 年度観光客入込み数 (人)	1, 613, 805	876, 279	2, 490, 084
③	平成 15 年度観光客入込み数 (人)	1, 732, 523	722, 595	2, 455, 118
④	平成 16 年度観光客入込み数 (人)	1, 344, 007	687, 151	2, 031, 158
⑤	平成 17 年度観光客入込み数 (人)	1, 404, 744	666, 254	2, 070, 998
説明	出所：富良野市観光客入込み数資料			
⑥	5ヶ年観光客入込み数平均値 (人)	1, 471, 352	761, 822	2, 233, 174
説明	⑥=①～⑤の合計÷5			
⑦	最近5ヶ年宿泊客割合平均値 (%) ^{注1)}	22.01	22.01	22.01
説明	出所：富良野市観光客入込み数資料			
⑧	推計された宿泊客数 (人)	323, 845	167, 677	491, 522
⑨	推計された日帰り客数 (人)	1, 147, 507	594, 145	1, 741, 652
説明	⑧=⑥×⑦, ⑨=⑥-⑧			
⑩	宿泊客一人当たり平均消費額 (円/人)	25, 591	37, 091	29, 897
⑪	日帰り客一人当たり平均消費額 (円/人)	7, 782	7, 559	7, 748
説明	出所：(表 2-3-4)			
⑫	宿泊客年間総消費額 (千円)	8, 287, 517	6, 219, 308	14, 695, 033
⑬	日帰り客年間総消費額 (千円)	8, 929, 899	4, 491, 142	13, 494, 319
説明	⑫=⑧×⑩, ⑬=⑨×⑪			
⑭	合 計：観光総消費額 (千円) ^{注2)}	17, 217, 416	10, 710, 450	28, 189, 352
⑮	夏季と冬季の合計総消費額 (千円)	27, 927, 866		

注 1) 宿泊客割合設定では、観光客入込調査における直近の5年間の通年平均値を用いた。

注 2) 行 14・列年間の総消費額と行 15の総消費額の平均値 **28,058,609千円** を富良野市の年間観光消費額として設定する。

前回調査（平成12年度）における年間観光消費額と比較すると、3.0%（819百万円）の増加となった。夏季（4月～10月）の観光消費額は32.7%の増加となったが、冬季（11月～3月）の観光消費額は、25.7%の減少となった。

（表2-3-9）平成12年度観光消費実態調査結果に基づく年間観光総消費額の推計経過及び結果

番号	期 間 項 目	夏 季 (4月～10月)	冬 季 (11月～3月)	年 間
①	平成7年度観光客入込み数（人）	1,021,174	1,011,283	2,032,457
②	平成8年度観光客入込み数（人）	1,058,229	1,090,919	2,149,148
③	平成9年度観光客入込み数（人）	1,068,878	1,013,846	2,082,724
④	平成10年度観光客入込み数（人）	1,335,278	1,041,708	2,376,986
⑤	平成11年度観光客入込み数（人）	1,365,281	928,736	2,294,017
説明	出所：富良野市観光客入込み数資料			
⑥	5ヶ年観光客入込み数平均値（人）	1,169,768	1,017,298	2,187,066
説明	⑥＝①～⑤の合計÷5			
⑦	最近5ヶ年宿泊客割合平均値（%） ^{注1)}	24.13	24.13	24.13
説明	出所：富良野市観光客入込み数資料			
⑧	推計された宿泊客数（人）	282,265	245,474	527,739
⑨	推計された日帰り客数（人）	887,503	771,824	1,659,327
説明	⑧＝⑥×⑦，⑨＝⑥－⑧			
⑩	宿泊客一人当たり平均消費額（円/人）	21,895	36,024	27,523
⑪	日帰り客一人当たり平均消費額（円/人）	7,652	7,232	7,568
説明	出所：（表2-3-4）			
⑫	宿泊客年間総消費額（千円）	6,180,192	8,842,955	14,524,960
⑬	日帰り客年間総消費額（千円）	6,791,173	5,581,831	12,557,787
説明	⑫＝⑧×⑩，⑬＝⑨×⑪			
⑭	合 計：観光総消費額（千円） ^{注2)}	12,971,365	14,424,787	27,082,747
⑮	夏季と冬季の合計総消費額（千円）	27,396,152		

注1) 宿泊客割合設定では、本調査回収票のサンプル構成に偏りがあり、観光客入込調査における年平均値を用いた。

注2) 行14・列年間の総消費額と行15の総消費額の平均値**27,239,449千円**を富良野市の年間観光消費額として設定する。

3. 観光経済事業所調査

内 容

3. 観光経済事業所調査

- (1) 調査対象事業所の抽出
- (2) 設計調査票

3-2. 事業所調査の経過

- (1) 実査調査経過
- (2) データ入力フォーマット
- (3) 集計計算項目

3-3. 事業所調査の結果

- (1) 観光の事業所業績への影響
- (2) 観光関連雇用者の特性
- (3) 平均総売上高及び売上高構成比
- (4) 各種経費の調達先・支払先
- (5) 市内事業所の観光関連性, 付加価値特性及び調達・支払地域特性
- (6) 市内観光経済効果拡大方策

3-1. 事業所調査の方法

(1) 調査対象事業所の抽出

1) 観光関連業種と一般的業種の区分

観光客の消費が直接行われ売上を得る事業所を含むと目される産業業種（観光関連業種）は、「運輸・通信業」、「小売業・飲食店」（卸売業は除く）、「サービス業」である。サービス業は業種によって観光消費の影響が大きく異なり、「物品賃貸業」、「旅館、その他の宿泊所」、「娯楽業」、「駐車場業」を観光関連業種として区分する。これらを除く民営の全ての産業業種については、観光客からの直接的消費を受けることが少ない「一般的業種」である。観光関連業種と一般的業種区分別の抽出事業所数の比率における目安を、次の通りとする。

- ① 観光関連業種（運輸・通信業、小売業、飲食店、物品賃貸業、旅館・その他の宿泊所、娯楽業、駐車場業）：50%。
- ② 一般的業種（上記業種を除く民営事業所全業種）：50%。

2) 調査対象企業抽出（サンプリング）台帳

本市では、①国・市の事業所統計調査台帳、②富良野商工会議所名簿、③ふらの観光協会会員名簿が候補として挙げられたが、名簿の新しさ、収録事業所数、データ入手の容易性などの点から「富良野商工会議所名簿」を調査対象企業抽出台帳とするのが最適となった。次に、調査対象企業の抽出段階において不可欠となる各事業所の業種別区分などが分かるように、商工会議所名簿の作成元などから業種区分実態を把握し、標準産業分類の区分に従うように事業所を分類・調整した。

3) 業種別調査対象企業数（抽出数）の設定と抽出経過

富良野市分の平成16年事業所統計調査結果にもとづき、観光経済効果計測のための業種区分（産業大分類別及び一部中分類別）による民営事業所数を（表3-1-1）の左側列に示す。併せて、民営事業所等総数に対する各業種事業所数の構成比率を算出した。業種別調査対象抽出事業所数の設定については、業種別事業所数構成比現況を基準とした。ただし、統計的な有意性確保の観点から、母集団の事業所数が少なく割当て数が小さくなる業種は調査対象数を増やした。

（表3-1-1）にある業種別抽出目標事業所比率に基づき、サンプリング（抽出）理論の等間隔無作為抽出のランダムサンプリングによりアンケート対象事業所を抽出した。なお、抽出においては、（表3-1-2）に従い、産業業種別の事業所従業員規模階級に偏りが生じないように留意した。

(表 3-1-1) 調査対象とする産業業種分類別民営事業所 (抽出目標数及び抽出結果数)

観光経済基礎調査の業種区分	H16年事業所数(ヶ所)	抽出目標数構成比(%)	抽出結果事業所数(ヶ所)	抽出結果事業所数構成比(%)
全産業	1,214	100.0%	623	100.0%
第1次産業	22	1.5%	3	0.5%
A. 農業	21	1.2%	2	0.3%
B. 林業	1	0.3%	1	0.2%
C. 漁業	—	0.0%	0	0.0%
第2次産業	163	13.2%	136	21.8%
D. 鉱業	4	0.7%	2	0.3%
E. 建設業	99	8.0%	87	14.0%
F. 製造業	60	4.6%	47	7.5%
第3次産業	1,029	85.3%	484	77.7%
G. 電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.1%	1	0.2%
H. 運輸・通信業	30	2.6%	17	2.7%
I-1卸売業	54	5.4%	22	3.5%
I-2小売業	262	23.7%	157	25.2%
I-3飲食店	163	14.0%	92	14.8%
J. 金融・保険業	23	2.3%	19	3.0%
K. 不動産業	84	5.5%	13	2.1%
L-1駐車場業	0	0.4%	0	0.0%
L-2旅館・その他の宿泊所	67	6.0%	37	5.9%
L-3娯楽業	12	1.5%	3	0.5%
L-4物品賃貸業	8	1.1%	4	0.6%
L-5その他のサービス業	325	22.7%	119	19.1%

注：網掛けした部分は、「観光関連業種」であり、その他の部分が「一般的業種」である。

(表 3-1-2) 富良野市内産業大分類別・規模別の民営事業所数

規模区分産業大区分	総数	1~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30人以上	派遣従業員のみ
全産業	1,214	777	212	127	40	53	5
第1次産業	22	3	6	8	1	4	—
A. 農業	21	2	6	8	1	4	—
B. 林業	1	1	—	—	—	—	—
C. 漁業	—	—	—	—	—	—	—
第2次産業	163	75	37	25	12	14	—
D. 鉱業	4	1	1	2	—	—	—
E. 建設業	99	42	23	16	7	11	—
F. 製造業	60	32	13	7	5	3	—
第3次産業	1,029	699	169	94	27	35	5
G. 電気・ガス・熱供給・水道業	1	—	—	—	1	—	—
H. 運輸・通信業	30	8	3	9	4	6	—
I. 卸売・小売業	316	185	75	37	10	8	1
J. 金融・保険業	23	10	5	4	2	1	1
K. 不動産業	84	82	—	2	—	—	—
L. サービス業	575	414	86	42	10	20	3

(平成16年事業所・企業統計調査結果)

4) 業種別調査対象企業の抽出結果

抽出の結果は（表 3-1-1）の右側の列に示すが、抽出事業所総数は623ヶ所となり、平成16年事業所・企業統計調査結果の市内民営全事業所の51.3%を抽出する結果となった。観光関連業種と一般的業種区分別の抽出事業所数と構成比率は、以下の通りである。

区 分	抽 出 結 果		（参考）前回調査	
	抽出事業所数	抽出事業所比率	抽出事業所数	抽出事業所比率
① 観光関連業種（運輸・通信業、小売業、飲食店、物品賃貸業、旅館・その他の宿泊所、娯楽業、駐車場業）	310ヶ所	49.8%	546ヶ所	64.5%
② 一般的業種（上記業種を除く民営事業所全業種）	313ヶ所	50.2%	300ヶ所	35.5%
合 計	623ヶ所	100%	846ヶ所	100%

5) 調査対象企業宛名ラベルの作成

抽出された事業所について、パソコンで、整理番号、業種区分、事業所名、代表者名、住所、電話番号等の項目による一覧表、及び事業所名、代表者名、住所、整理番号を掲載した宛名ラベル（タックシール）を作成して、調査票の配布をはじめとする実査の準備を行った。

(2) 設計調査票

「富良野市観光経済効果に関する事業所基礎調査」と題するアンケート調査票（A4・1枚・両面）を設計し、票作製して、実査に使用した。この設計調査票を次ページおよび次々頁に示す。

富良野市観光経済効果に関する事業所基礎調査

富良野市国際観光促進協議会

富良野市・(社)ふらの観光協会・富良野商工会議所

(調査委託 NPO 法人グリーンステージ)

ご記入頂いた内容はすべて統計的に処理いたします。(会社名等、個別情報は集計には一切反映されません。)また、観光経済効果計測のみに使用し他の目的に使うことは一切ありません。(集計後、調査票はシュレッダーにより廃棄処分いたします。)

- ご記入が終わりましたら返信封筒に入れ、**11月15日**までに、ご返送下さい。
- **11月15日**までにご返信無い場合やご記入に欠落がある場合には、お電話などでお尋ねする場合がございます。
- ご不明な点がございましたら、下記までお問い合わせ下さい。

NPO法人グリーンステージ (担当：藤本)

〒076-0025 富良野市日の出町12番25号

電話 0167-39-2065

事業所名		代表者名	
住 所	〒 富良野市	電話番号	—
		担当者名	

質問1. 貴事業所の業種についてお尋ねします。次の中から該当するもの一つに○印を付けて下さい。

- | | | | |
|---------------|--------|---------|----------|
| 1. 運輸・通信業 | 2. 小売業 | 3. 飲食店 | 4. 物品賃貸業 |
| 5. 旅館・ホテル・民宿等 | 6. 娯楽業 | 7. 駐車場業 | |
| 8. その他の業種 () | | | |

質問2. 富良野市内での観光客の入込み増加は、貴事業所の“業績”とどのような関係にありますか。

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1. 非常に業績を増加させる。 | 2. やや業績を増加させる。 |
| 3. 特に影響はない。 | 4. わからない |
| 5. その他 () | |

※ 以下の質問は、貴事業所の直近の決算期のご経営内容からお答えをお願い致します。

質問3. 貴事業所の従業員数についてお教え下さい。次の () 内に数字をご記入ください。

- 3-1. 常用従業員数 [経営者を除く] () 人
- 3-2. 臨時雇用者 [含むパート] () 人 (実働人工総計 人日)

質問4. 貴事業所の年間総売上高について、おおよその額をお教え下さい。

約 () 百万円

→ 裏面へ

質問5. 年間総売上高のうち、観光客からの売上、及び観光関連業者からの売上の割合を教えてください。

5-1. 観光客からの売上の割合 約 () %

5-2. 観光関連業者からの売上の割合 約 () %

注：観光関連業者とは、観光客が直接に利用する店舗や事業用施設を有する事業所を指します。

質問6. 年間総売上高に占める各経費おおよその割合を教えてください。下の表に数値をご記入下さい。

① 原材料費 (商品及び材料仕入費、 運輸業での燃料費・車両 整備費なども含む)	② 人件費 (臨時雇用者傭人料を 含む)	③ 営業経費 (水道光熱費、支払賃 料、広告宣伝費、出張 旅費、消耗品費など)	④ その他 (租税公課、減価償却 費、営業利益など)	合 計 (年間総売上高)
%	%	%	%	100%

質問7. 原材料費、営業経費について支払い先の地域別内訳、人件費支払いについては従業員の居住地別内訳に関するおおよその割合を教えてください。下の表に数値をご記入下さい。

	① 富良野市内	② 富良野圏域 (美瑛町、上富良野 町、中富良野町、南富 良野町、占冠村)	③ その他道内 (富良野市内、富良 野圏域を除く道内 全域)	④ 北海道外 (本州、四国、九 州、海外)	合 計
1) 原材料費	%	%	%	%	100%
2) 営業経費	%	%	%	%	100%
3) 人 件 費	%	%	%	%	100%

質問8. 最後になりますが、富良野市内の観光経済効果をより大きなものにするには、どのような取り組みが有効と日頃お考えでしょうか。次の中から“3つ”選び○印を付けて下さい。

1. 企業間での観光ビジネス情報交換を活性化する。
2. 市内企業間の取引を増やす。
3. 観光入込み客数を増やす。
4. 観光入込みの通年化を図る。
5. 宿泊客を増やす。
6. 観光施設・設備を充実する。
7. 商品・サービスを改善し付加価値を高める。
8. 観光客市内消費先の多様化を図る。
9. 労働力確保や従業員教育を改善する。
9. 観光行政の指導性を高める。
10. その他 ()

※調査にご協力をいただき、大変ありがとうございました。

3-2. 事業所調査の経過

(1) 実態調査経過

(表 3-2-1) 「観光経済効果に関する事業所基礎調査」産業業種別・規模別の発送数・有効回収数

規模区分産業大区分	(単位:件,%)	総数	1~4人	5~9人
全産業	統計事業所数	1,214	777	212
	アンケート発送数	623	-	-
	有効回収数	165	89	30
	有効回収率	26.5%	-	-
第1次産業	統計事業所数	22	3	6
	アンケート発送数	3	-	-
	有効回収数	0	0	0
	有効回収率	0%	-	-
A. 農業	統計事業所数	21	2	6
	アンケート発送数	2	-	-
	有効回収数	0	0	0
B. 林業	統計事業所数	1	1	0
	アンケート発送数	1	-	-
	有効回収数	0	0	0
C. 漁業	統計事業所数	0	0	0
	アンケート発送数	0	-	-
	有効回収数	0	0	0
第2次産業	統計事業所数	163	75	37
	アンケート発送数	136	-	-
	有効回収数	30	12	6
	有効回収率	21.9%	-	-
D. 鉱業	統計事業所数	4	1	1
	アンケート発送数	2	-	-
	有効回収数	1	0	0
E. 建設業	統計事業所数	99	42	23
	アンケート発送数	87	-	-
	有効回収数	20	8	5
F. 製造業	統計事業所数	60	32	13
	アンケート発送数	47	-	-
	有効回収数	9	4	1
第3次産業	統計事業所数	1,029	699	169
	アンケート発送数	484	-	-
	有効回収数	135	77	24
	有効回収率	27.7%	-	-
G. 電気・ガス・熱供給・水道業	統計事業所数	1	0	0
	アンケート発送数	1	-	-
	有効回収数	0	0	0
H. 情報通信業	統計事業所数	5	3	1
	アンケート発送数	2	-	-
	有効回収数	1	1	0
I. 運輸業	統計事業所数	25	5	2
	アンケート発送数	15	-	-
	有効回収数	8	2	1
J. 卸売・小売業	統計事業所数	316	185	75
	アンケート発送数	179	-	-
	有効回収数	42	24	9
K. 金融・保険業	統計事業所数	23	10	5
	アンケート発送数	19	-	-
	有効回収数	5	2	2
L. 不動産業	統計事業所数	84	82	0
	アンケート発送数	13	-	-
	有効回収数	3	1	0
M. 飲食店・宿泊業	統計事業所数	230	165	40
	アンケート発送数	129	-	-
	有効回収数	36	23	7
N. 医療・福祉	統計事業所数	62	31	15
	アンケート発送数	17	-	-
	有効回収数	2	0	0
O. 教育・学習支援事業	統計事業所数	37	29	5
	アンケート発送数	6	-	-
	有効回収数	2	1	1
P. 複合サービス事業	統計事業所数	11	5	1
	アンケート発送数	3	-	-
	有効回収数	2	1	1
Q. サービス業(他に分類されないもの)	統計事業所数	235	184	25
	アンケート発送数	99	-	-
	有効回収数	34	22	3
S. 分類不能の産業	統計事業所数	0	0	0
	アンケート発送数	1	-	-
	有効回収数	0	0	0

注:観光関連業種の有効回収率(全体 14.9%)の内訳は次の通りである。運輸・通信業 30.0%,小売業 11.8%,飲食店 12.3%,駐車場業 0.0%,旅館・その他の宿泊所 23.9%,娯楽業 8.3%,物品賃貸業 25.0%,その他 18.2%。

(2) データ入力フォーマット

(表 3-2-2)「観光経済効果に関する事業所基礎調査」データ入力フォーマット(エクセル上)

列記号	質問番号	入力項目名(単位又は注釈)	データ	データ	データ
A		通し番号(数字)			
B		発送通し番号(数字)			
C		事業所名(文字)			
D		事業所名カナ(文字)			
E		郵便番号(文字)			
F		住所(文字)			
G		電話番号(文字)			
H		FAX番号(文字)			
I		産業別(文字)			
J		大分類(総務省)			
K		大分類(一般・観光)			
L		中分類(文字)			
M		中分類名(文字)			
N		小分類(文字)			
O		小分類名(文字)			
P		一般・観光別(文字)			
Q		会議所No.(文字)			
R		取扱品目(文字)			
S		役職(文字)			
T		代表者名(文字)			
U		担当者名(文字)			
V		業種(選択番号)1			
W	1	業種(選択番号)2			
X	1—8	その他(文字)			
Y	2	業績との関係(選択番号)1			
Z		業績との関係(選択番号)2			
AA		業績との関係(選択番号)3			
AB	2—5	その他(文字)			
AC	3—1	常用従業員数(人)			
AD	3—2	臨時雇用者(人)			
AE		実働人工(人日)			
AF	4	年間総売上高(百万円)			
AG	計算式	年間総売上高(円)			
AH	5—1	観光客からの売上(%)			
AI	5—2	観光関連業者からの売上(%)			
AJ	6—①	原材料費(%)			
AK	6—②	人件費(%)			
AL	6—③	営業経費(%)			
AM	6—④	その他(%)			
AN	計算式	付加価値率(無名数)			
AO	計算式	付加価値額(百万円)			
AP	7—1)①	原材料費 富良野市内(%)			
AQ	7—1)②	原材料費 富良野圏域(%)			
AR	7—1)③	原材料費 その他道内(%)			
AS	7—1)④	原材料費 北海道外(%)			
AT	7—2)①	営業経費 富良野市内(%)			
AU	7—2)②	営業経費 富良野圏域(%)			
AV	7—2)③	営業経費 その他道内(%)			
AW	7—2)④	営業経費 北海道外(%)			
AX	7—3)①	人件費 富良野市内(%)			
AY	7—3)②	人件費 富良野圏域(%)			
AZ	7—3)③	人件費 その他道内(%)			
BA	7—3)④	人件費 北海道外(%)			
BB	8	観光経済効果を上げる取組み(選択番号)1			
BC		観光経済効果を上げる取組み(選択番号)2			
BD		観光経済効果を上げる取組み(選択番号)3			
BE		観光経済効果を上げる取組み(選択番号)4			
BF		観光経済効果を上げる取組み(選択番号)5			
BG		観光経済効果を上げる取組み(選択番号)6			
BH		観光経済効果を上げる取組み(選択番号)7			
BI		観光経済効果を上げる取組み(選択番号)8			
BJ	8—10	その他(文字)			

(3) 集計計算項目

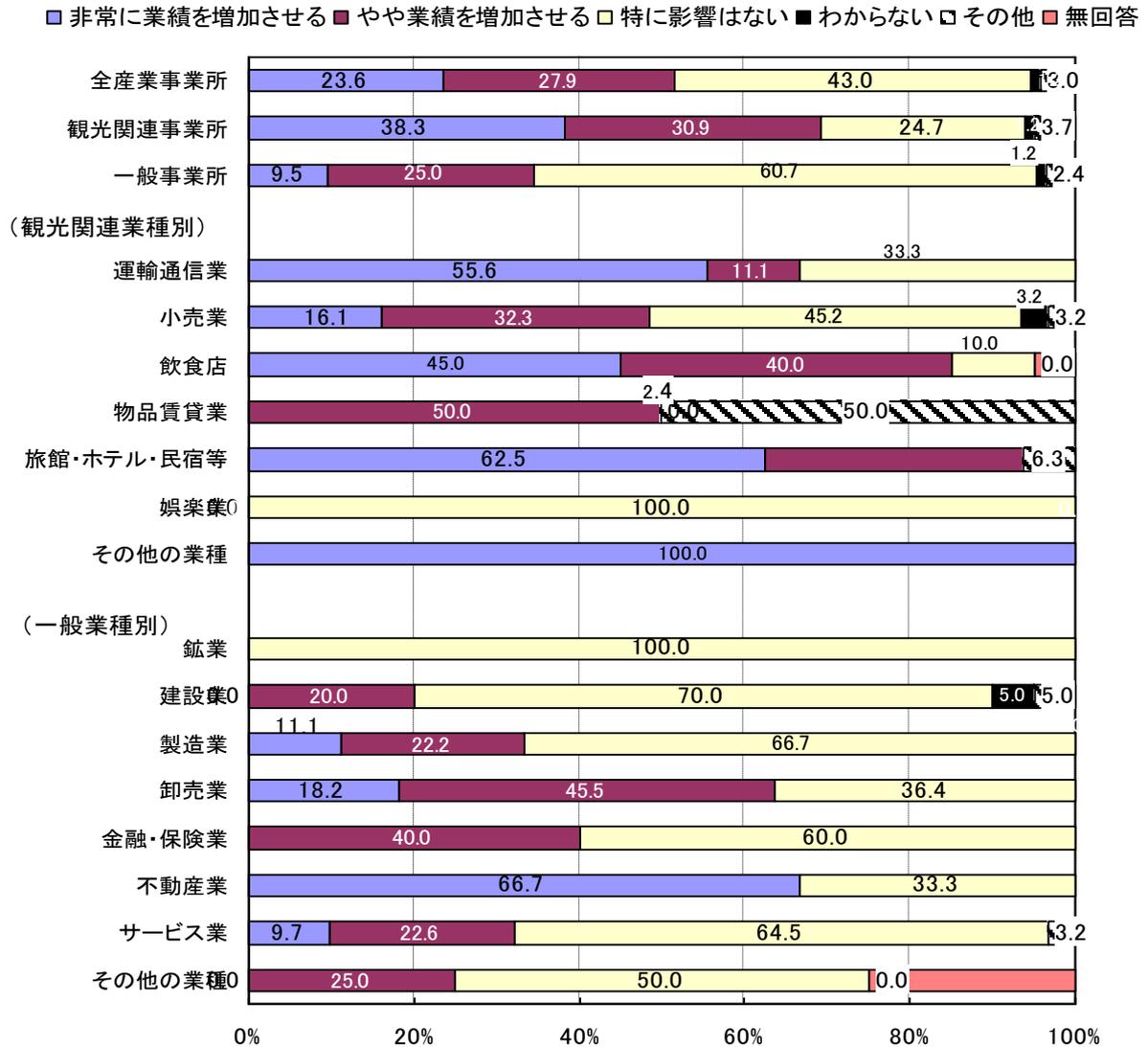
(表 3-2-3) 「観光経済効果に関する事業所基礎調査」集計計算項目一覧

番号	内容区分	集計項目名称	集計手法
1	観光の事業所業績への影響	観光関連・一般別の観光客入込増加と事業所業績の関係	単 純
2	観光の事業所業績への影響	業種別の観光客入込増加と事業所業績の関係	クロス
3	観光関連雇用者の状況	観光関連・一般別の事業所一ヶ所当り平均従業員数	単 純
4	観光関連雇用者の状況	業種別の事業所一ヶ所当り平均従業者数	クロス
5	平均総売上高及び売上高構成比	観光関連・一般別の平均総売上高及び観光客関連・観光関連業者売上高	単 純
6	平均総売上高及び売上高構成比	業種別の平均総売上高及び観光客関連・観光関連業者売上高	クロス
7	平均総売上高及び売上高構成比	観光関連・一般別の売上高構成比と付加価値率	単 純
8	平均総売上高及び売上高構成比	業種別の売上高構成比と付加価値率	クロス
9	各種経費の調達先	原材料費の調達先	単 純
10	各種経費の調達先	原材料費の業種別調達先	クロス
11	各種経費の調達先	営業経費の支払先	単 純
12	各種経費の調達先	営業経費の業種別支払先	クロス
13	各種経費の調達先	人件費の支払先	単 純
14	各種経費の調達先	人件費の業種別支払先	クロス
15	各種経費の調達先	原材料費, 営業経費, 人件費の調達・支払先比較	単 純
16	市内観光経済効果拡大方策	観光関連・一般業種別の富良野市内の観光経済効果をより大きくするに有効な取組み	単 純
17	市内観光経済効果拡大方策	事業所業種別の富良野市内の観光経済効果をより大きくするに有効な取組み	クロス

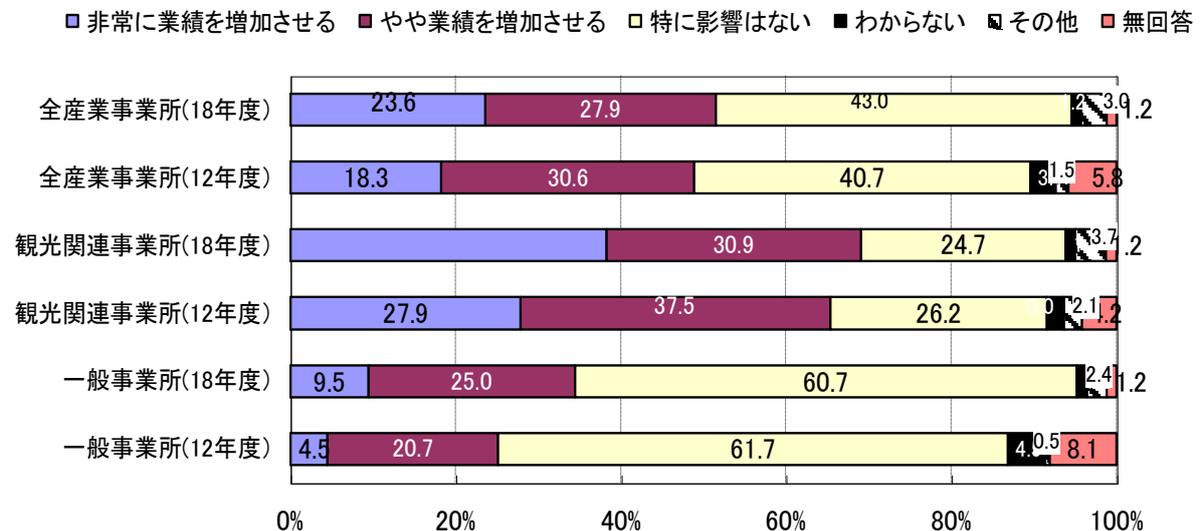
3-3. 事業所調査の結果

(1) 観光の事業所業績への影響

(図 3-3-1) 観光客入込数増加と事業所業績の関係



【前回調査（平成12年度）との比較】



(2) 観光関連雇用者の特性

観光関連事業所における一事業所当り観光客関連従業者数は3.3人(前回4.7人)であり、同全従業者数の3割(前回4割)に相当するが、前回調査と比べて減少した。観光客関連従業者数を業種別にみると、一事業所当り旅館・ホテル・民宿等が17.1(前回14.4)人/ヶ所、その他の業種の17.6(前回6.8人)/ヶ所で大きくなっている。また、観光関連事業所全体では、常用従業員数8.2(前回6.3)人/ヶ所、臨時雇用者数3.7(前回6.4)人/ヶ所であり、前回調査と比べて常用従業員数が増加した。業種別にみると、旅館・ホテル・民宿等や運輸通信業では常用従業員の割合が高く、逆に飲食店では臨時雇用者の割合が高くなっている。

次に、一事業所当りの観光関連業者従業者数をみると、観光関連事業所では一事業所当り1.3(前回2.3)人であり、一般事業所では同0.8(前回0.3)人となっている。業種別にみると、旅館・ホテル・民宿等が5.4(前回6.4)人/ヶ所、運輸通信業が2.1(前回1.8)人/ヶ所と多いが、一般業種においては、金融・保険業および不動産業で2.5人前後と比較的多くなっている。

((表 3-3-1) 業種別の事業所一ヶ所当り平均従業者数

	常用従業員数	臨時雇用者数	合計(従業者数)	観光客関連従業者数	観光関連業者従業者数	
	人/ヶ所	人/ヶ所	人/ヶ所	人/ヶ所	人/ヶ所	
全産業事業所	8.5	3.3	13.3	2.4	1.1	
観光関連事業所	8.2	3.7	10.9	3.3	1.3	
一般事業所	8.8	2.9	15.7	0.7	0.8	
観光関連業種	運輸通信業	22.3	4.8	21.8	1.0	2.1
	小売業	4.9	1.3	6.1	0.7	0.4
	飲食店	1.6	2.8	3.5	1.1	0.1
	物品賃貸業	3.5	1.0	4.0	1.1	0.1
	旅館・ホテル・民宿等	16.6	8.1	23.9	17.1	5.4
	娯楽業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	駐車場業	-	-	-	-	-
その他の業種	5.0	13.5	18.5	17.6	10.2	
一般業種	農業	-	-	-	-	-
	林業	-	-	-	-	-
	漁業	-	-	-	-	-
	鉱業	6.0	8.0	14.0	0.0	0.8
	建設業	7.8	3.1	11.2	0.0	0.3
	製造業	12.9	8.1	18.6	0.1	0.3
	電気・ガス・水道業	-	-	-	-	-
	卸売業	6.8	1.8	8.7	0.1	0.8
	金融・保険業	14.6	0.2	14.8	0.5	2.6
	不動産業	14.0	6.7	20.7	10.0	2.4
	サービス業(観光関連業種除く)	4.0	1.1	5.2	0.2	0.2
	その他の業種	44.7	8.0	169.3	0.8	0.8

注1：従業員等算出方法＝各種従業者数総計／各質問回答事業所数

注2：観光客関連従業者数等算出方法＝各種事業所一ヶ所当り平均従業者数×観光客関連売上割合または観光関連業者売上割合(表3-3-2より)

(3) 平均総売上高及び売上高構成比

(表 3-3-2) 業種別の平均総売上高及び平均観光客関連・観光関連業者売上高

	平均総売上高	事業所数	観光客関連 売上割合	観光関連業 者売上割合	観光客関連 売上高	観光関連業 者売上高	
	百万円	ヶ所	%	%	百万円	百万円	
全産業事業所	256.1	146	18.3	8.2	46	21	
観光関連事業所	257.9	74	30.5	11.6	73	28	
一般事業所	254.3	72	4.3	5.0	11	13	
観光関連業種	運輸通信業	414.3	9	4.7	9.8	19	41
	小売業	253.3	27	10.9	6.9	22	14
	飲食店	131.4	18	32.4	4.0	43	5
	物品賃貸業	115.5	2	27.5	3.0	32	3
	旅館・ホテル・民宿等	379.5	15	71.4	22.7	271	86
	娯楽業	65.0	1	1.0	-	0.7	-
	駐車場業	-	-	-	-	-	-
	その他の業種	82.5	2	95.0	55.0	78	45
一般業種	農業	-	-	-	-	-	-
	林業	-	-	-	-	-	-
	漁業	-	-	-	-	-	-
	鉱業	139.0	1	0.0	6.0	0	8
	建設業	230.9	19	0.0	2.4	0	6
	製造業	309.8	9	0.7	1.6	2	5
	電気・ガス・水道業	-	-	-	-	-	-
	卸売業	417.2	11	0.8	8.7	3	37
	金融・保険業	120.0	1	3.3	17.2	-	-
	不動産業	207.0	3	48.3	11.7	100	24
	サービス業(観光関連業種除く)	179.4	26	4.5	4.4	10	10
その他の業種	501.0	2	0.5	0.5	-	-	

注1：算出方法＝各種売上高または各種売上割合総計／各質問回答事業所数

注2：観光客関連売上高の算出経過について

年間総売上高と観光客関連売上割合の両方に回答している観光関連事業所73ヶ所を対象として集計した。平成16年度事業所・企業統計調査より市内の観光関連事業所(民営)数は542ヶ所であるから、集計対象事業所数の抽出率は13.5%であり、統計的に有意な水準を満たしている。次に、この73ヶ所の観光客関連売上高合計は5,333,474千円であるが、1事業所当りの平均値は73,061千円となることから、上表中では10万の位で四捨五入して、平均観光客関連売上高を73百万円とした。

(表 3-3-3) 業種別の売上高構成比と付加価値率

	原材料費	人件費	営業経費	その他	付加価値率	1事業所当り付 加価値額	
	%	%	%	%		百万円	
全産業事業所	39.4	25.1	20.1	14.0	0.41	83	
観光関連事業所	42.1	21.7	20.4	14.6	0.38	84	
一般事業所	36.8	28.3	19.9	13.5	0.43	81	
観光関連業種	運輸通信業	41.1	39.1	12.6	7.1	0.46	143
	小売業	59.7	17.0	13.4	9.0	0.27	33
	飲食店	37.3	22.1	22.0	17.5	0.42	59
	物品賃貸業	51.7	18.1	14.3	16.0	0.34	25
	旅館・ホテル・民宿等	22.6	18.6	31.1	25.2	0.46	180
	娯楽業	0.0	0.0	90.0	10.0	0.10	7
	駐車場業	-	-	-	-	-	-
	その他の業種	32.5	45.0	15.0	7.5	0.53	39
一般業種	農業	-	-	-	-	-	-
	林業	-	-	-	-	-	-
	漁業	-	-	-	-	-	-
	鉱業	30.0	15.0	21.0	34.0	0.49	68
	建設業	44.3	26.2	18.9	9.3	0.37	57
	製造業	46.7	28.2	13.7	11.4	0.40	137
	電気・ガス・水道業	-	-	-	-	-	-
	卸売業	72.8	10.1	8.6	8.5	0.19	64
	金融・保険業	10.0	37.5	14.7	37.8	0.75	115
	不動産業	16.0	31.3	25.3	27.3	0.59	106
	サービス業(観光関連 業種除く)	21.0	36.0	26.5	14.8	0.53	64
	その他の業種	22.5	29.0	25.0	1.0	0.53	300

注：算出方法＝各種売上高構成比または付加価値率・額総計／各質問回答事業所数

(4) 各種経費の調達先・支払先

(表 3-3-4) 原材料費の業種別調達先 注：算出方法＝各種原材料費調達割合総計／各質問回答事業所数

		富良野市内%	富良野圏域%	その他道内%	北海道外%
全産業事業所		36.4	8.6	41.9	8.2
観光関連事業所		46.2	10.8	30.1	11.4
一般事業所		26.2	6.3	54.0	4.8
観光 関連 業種	運輸通信業	70.0	6.9	14.9	8.3
	小売業	30.4	7.3	43.6	18.7
	飲食店	54.3	16.5	26.6	2.5
	物品賃貸業	37.5	5.0	13.5	44.0
	旅館・ホテル・民宿等	52.1	14.5	26.4	6.5
	娯楽業	0.0	0.0	0.0	0.0
	駐車場業	-	-	-	-
	その他の業種	70.0	5.0	5.0	20.0
一般 業種	農業	-	-	-	-
	林業	-	-	-	-
	漁業	-	-	-	-
	鉱業	53.0	32.0	15.0	0.0
	建設業	46.2	2.6	51.1	0.2
	製造業	13.1	1.9	78.1	6.9
	電気・ガス・水道業	-	-	-	-
	卸売業	19.1	4.6	71.0	5.2
	金融・保険業	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	25.0	16.7	25.0	0.0
	サービス業(観光関連業種除く)	21.4	10.1	51.3	4.8
	その他の業種	10.0	0.0	40.0	50.0

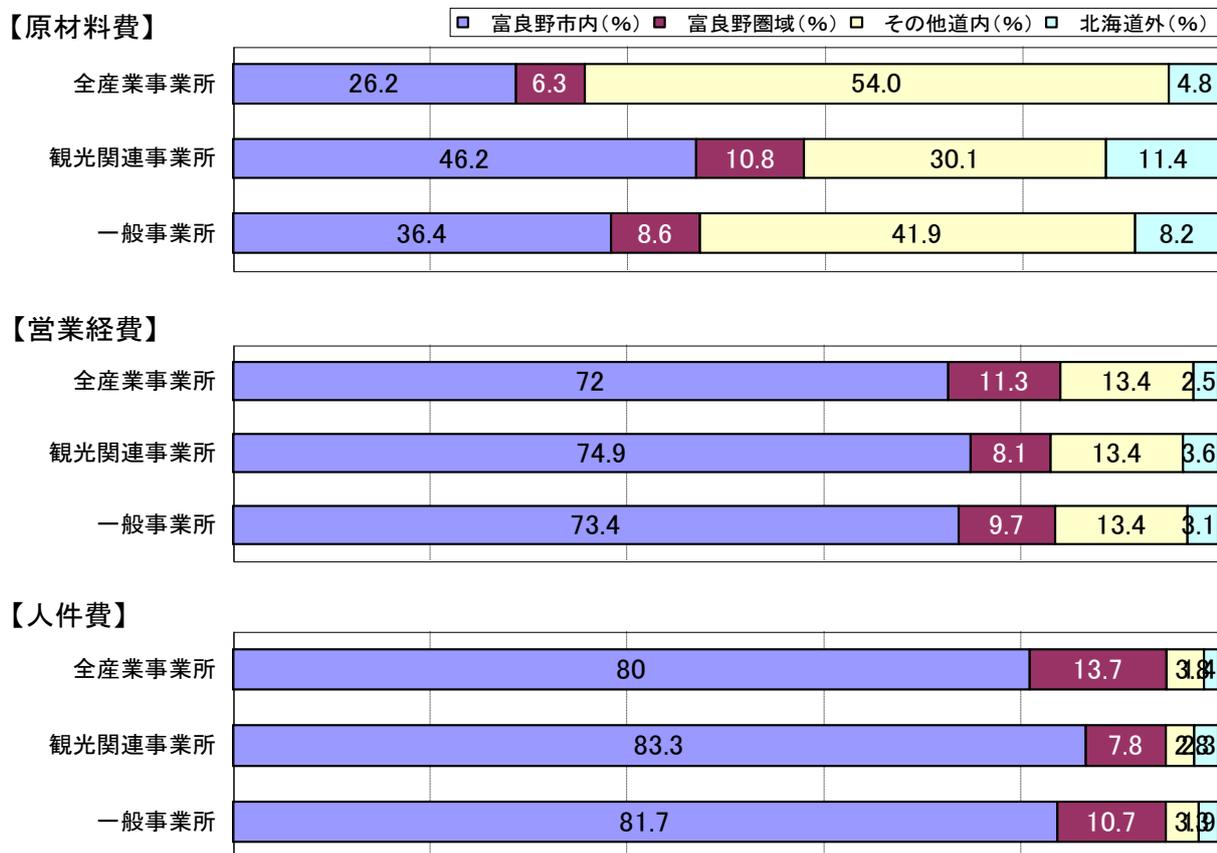
(表 3-3-5) 営業経費の業種別支払先 注：算出方法＝各種営業経費調達割合総計／各質問回答事業所数

		富良野市内%	富良野圏域%	その他道内%	北海道外%
全産業事業所		73.4	9.7	13.4	3.1
観光関連事業所		74.9	8.1	13.4	3.6
一般事業所		72.0	11.3	13.4	2.5
観光 関連 業種	運輸通信業	85.0	8.3	6.8	0.0
	小売業	68.5	13.3	14.7	3.5
	飲食店	85.9	0.7	11.8	1.6
	物品賃貸業	40.3	5.5	52.8	1.5
	旅館・ホテル・民宿等	68.5	8.8	13.1	9.6
	娯楽業	100.0	0.0	0.0	0.0
	駐車場業	-	-	-	-
	その他の業種	90.0	5.0	5.0	0.0
一般 業種	農業	-	-	-	-
	林業	-	-	-	-
	漁業	-	-	-	-
	鉱業	59.0	28.0	13.0	0.0
	建設業	89.5	3.5	6.5	0.4
	製造業	67.5	5.1	20.1	6.3
	電気・ガス・水道業	-	-	-	-
	卸売業	70.1	11.0	18.1	0.9
	金融・保険業	90.0	0.0	10.0	0.0
	不動産業	30.0	53.3	16.7	0.0
	サービス業(観光関連業種除く)	67.7	11.1	15.2	4.5
	その他の業種	50.0	50.0	0.0	0.0

(表 3-3-6) 人件費の業種別支払先 注：算出方法＝各種人件費調達割合総計／各質問回答事業所数

		富良野市内%	富良野圏域%	その他道内%	北海道外%
全産業事業所		81.7	10.7	3.3	1.9
観光関連事業所		83.3	7.8	2.8	2.3
一般事業所		80.0	13.7	3.8	1.4
観光 関連 業種	運輸通信業	78.7	11.0	10.3	0.0
	小売業	82.0	11.5	2.7	0.0
	飲食店	91.8	6.6	0.5	1.1
	物品賃貸業	100.0	0.0	0.0	0.0
	旅館・ホテル・民宿等	79.5	3.4	2.0	10.0
	娯楽業	0.0	0.0	0.0	0.0
	駐車場業	-	-	-	-
	その他の業種	95.0	0.0	0.0	5.0
	一般 業種	農業	-	-	-
林業		-	-	-	-
漁業		-	-	-	-
鉱業		66.0	17.0	17.0	0.0
建設業		83.8	15.8	0.4	0.0
製造業		77.0	7.0	16.0	0.0
電気・ガス・水道業		-	-	-	-
卸売業		91.5	7.5	0.9	0.0
金融・保険業		80.0	0.0	20.0	0.0
不動産業		52.3	47.3	0.3	0.0
サービス業(観光関連業種除く)		77.0	14.7	1.7	4.2
その他の業種		80.0	5.0	5.0	0.0

(図 3-3-2) 原材料費，営業経費，人件費の調達先・支払先比較



(5) 市内事業所の観光関連性、付加価値特性及び調達・支払地域特性

1) 業種別の観光関連特性

(表 3-3-2) より全産業事業所では観光客関連売上割合は 18.3% (前回 19.5%), 観光関連業者売上割合は 8.2% (前回 7.8%) である。観光関連事業所の観光客関連売上割合は 30.5% (前回 32.9%) と高く、観光関連業者売上割合も 11.6% (前回 12.1%) と高くなっており、これらは前回調査と比べてほぼ同程度の水準である。観光関連事業所を業種別にみると、観光客関連売上割合が高いのは、旅館・ホテル・民宿等が 71.4% (前回 78.2%), 飲食店が 32.4% (前回 26.3%), 物品賃貸業が 27.5% (前回 80.0%) などである。一方、観光関連業者売上割合については、観光関連業種では、旅館・ホテル・民宿等が 22.7% (前回 20.0%), 運輸通信業が 9.8% (前回 7.7%), 小売業が 6.9% (前回 10.1%) が上位を占めるが、一般業種では、金融・保険業が 17.2% (前回 0.7%), 不動産業が 11.7% (前回 0.3%), 卸売業が 8.7% (前回 7.3%), サービス業(観光関連業種除く)が 4.4% (前回 5.2%)、となっており、観光関連事業所と、金融・保険業、不動産業、卸売業などの一般事業所との取引関係が定量的に把握された。前回調査と比べると、金融・保険業や不動産業の比率が大きく伸びて、逆に、製造業やサービス業(観光関連業種除く)の比率が減少した。

2) 業種別の付加価値特性

(表 3-3-3) より全産業事業所では原材料費 39.4% (前回 42.6%), 人件費 25.1% (前回 24.5%), 営業経費 20.1% (前回 16.6%), その他 14.0% (前回 16.3%), 付加価値率(1.00-原材料費比-営業経費比) 0.41 (前回 0.41) であるが、観光関連事業所については、原材料費 42.1% (前回 43.2%), 人件費 21.7% (前回 22.2%), 営業経費 20.4% (前回 17.0%), その他 14.6% (前回 17.6%), 付加価値率(1.00-原材料費比-営業経費比) 0.38 (前回 0.40) となった。前回調査と比べると、営業経費が少し増加した。

観光関連事業所の付加価値率を業種別にみると、運輸通信業が 0.46 (前回 0.62) 旅館・ホテル・民宿等が 0.46 (前回 0.48) と最も高く、次いで飲食店が 0.42 (前回 0.44), 小売業が 0.27 (前回 0.27) などであるが、前回調査と比べ運輸通信業の付加価値率が大きく低下した。また、運輸通信業は人件費比率が 39% (前回 46%) と高く、旅館・ホテル・民宿等はその他(租税公課、減価償却費、営業利益など)比率が 25% (前回 27%) と高く、飲食店は人件費とその他とも平均的な比率にあり、小売業は原材料費比率が 60% (前回 61%) に達しており付加価値率が低い水準にある。

一般事業所の付加価値率については、金融保険業が 0.75 (前回 0.53)、不動産業が 0.59 (前回 0.59), サービス業(観光関連業種除く)が 0.53 (前回 0.48) と高い水準にあり、前回調査と比べて金融保険業で大きく高まった。

3) 観光関連事業所の調達・支払地域特性

(図 3-3-4) より、観光関連産業に関して富良野市内での調達比率をみると、原材料費は46.2% (一般事業所 26.2%) (前回 35.9% (一般事業所 36.8%)) であり、営業経費は74.9% (一般事業所 72.0%) (前回 52.1% (一般事業所 62.8%))、人件費は83.3% (一般事業所 80.0%) (前回 55.9% (一般事業所 71.8%)) となった。前回調査と比べると、観光関連産業に関しては、市内調達・支払比率は、原材料費、営業経費、人件費のいずれの費目でも大きく増加したが、一般事業所では、営業経費と人件費では増加がみられるが原材料費で比較的大きく減少した。なお、前回調査においては、営業経費市内支払比率および人件費市内支払比率が羽幌町よりも低く市外への依存度合いが高いことが指摘されたが、その後これが大きく改善されたことが把握され、特筆される。

次に、観光関連事業所業種別に市内調達・支払比率をみると、原材料費では、運輸通信業が70.0% (前回 44.6%)、飲食店が54.3% (前回 39.5%)、旅館・ホテル・民宿等が52.1% (前回 50.0%) と高いが、小売業は30.4% (前回 26.9%) と低い水準にある。前回調査と比べると、運輸通信業と飲食店で市内調達・支払比率が大きく増加した。営業経費の市内支払比率では、飲食店が85.9% (56.9%) と高く前回調査よりも大きく増加したが、小売業が68.5% (前回 57.9%)、旅館・ホテル・民宿等も68.5% (前回 48.3%) となっており、平均値よりやや低い水準であるが、前回調査よりも大きく増加した。

人件費の市内支払比率では、飲食店が91.8% (前回 62.3%) と最も高く、次いで、小売業が82.0% (前回 70.5%)、旅館・ホテル・民宿等は79.5% (前回 48.6%)、運輸通信業が78.7% (前回 77.9%) となった。前回調査と比べて、飲食店、小売業、旅館・ホテル・民宿等で人件費市内支払比率が大幅に高まったことが特筆される。

このようなことから、前回調査では、旅館・ホテル・民宿等の営業経費と人件費などにおける市外流出が観光関連産業の高い市外依存度の主な要因との指摘がなされたが、その後、これらの市内支払比率が大幅に高まり、観光産業では先進都市である函館市や小樽市の水準近くに達したことが判明した。

◆参考データ 〈他の道内都市における観光関連産業等の自市町内調達・支払比率〉

市町名	調査年度	調査主体	自市町内調達・支払比率		
			原材料費	営業経費	人件費
①函館市	平成2年度	北海道開発局	69.2%	80.9%	88.9%
②小樽市	平成元年度	小樽市	43.9%	68.0%	82.9%
	平成16年度	小樽市	49.3%	80.3%	90.7%
③羽幌町	平成11年度	羽幌町	24.6%	66.3%	90.0%
●富良野市	平成12年度	富良野市	35.9%	52.1%	55.9%
	平成18年度	富良野市	46.2%	74.9%	83.3%

(6) 市内観光経済効果拡大方策

(表 3-3-9) 富良野市内の観光経済効果をより大きくするに有効な取組み

	企業間での観光ビジネス情報の交換を活性化する。	市内企業間の取引を増やす。	観光入込み客を増やす。	観光入込みの通年化を図る。	宿泊客を増やす。	観光施設・設備を充実する。	商品・サービスを改善し付加価値を高める。	観光客市内消費の多様化を図る。	労働力や従業員の教育を改善する。	観光行政の指導性を高める。	その他	無回答	合計
	件%	件%	件%	件%	件%	件%	件%	件%	件%	件%	件%	件%	件%
全産業事業所	34	26	45	78	37	52	74	49	17	24	23	6	465
	7.3	5.6	9.7	16.8	8.0	11.2	15.9	10.5	3.7	5.2	4.9	1.3	100
観光関連事業所	16	11	24	41	24	22	31	31	9	15	8	2	234
	6.8	4.7	10.3	17.5	10.3	9.4	13.2	13.2	3.8	6.4	3.4	0.9	100
一般事業所	18	15	21	37	13	30	43	18	8	9	15	4	231
	7.8	6.5	9.1	16.0	5.6	13.0	18.6	7.8	3.5	3.9	6.5	1.7	100
(観光関連業種別)													
運輸通信業	0	3	4	4	3	3	5	3	0	1	1	0	27
	0.0	11.1	14.8	14.8	11.1	11.1	18.5	11.1	0.0	3.7	3.7	0.0	100
小売業	5	7	9	14	5	11	12	13	1	6	4	1	88
	5.7	8.0	10.2	15.9	5.7	12.5	13.6	14.8	1.1	6.8	4.5	1.1	100
飲食店	6	0	5	11	6	4	6	4	7	4	2	1	56
	10.7	0.0	8.9	19.6	10.7	7.1	10.7	7.1	12.5	7.1	3.6	1.8	100
物品賃貸業	0	0	1	1	0	0	2	1	0	1	0	0	6
	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	33.3	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	100
旅館・ホテル・民宿等	4	1	4	9	9	3	5	8	1	3	1	0	48
	8.3	2.1	8.3	18.8	18.8	6.3	10.4	16.7	2.1	6.3	2.1	0.0	100
娯楽業	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	3
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100
駐車場業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他の業種	1	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	6
	16.7	0.0	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100
(一般業種別)													
農業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
林業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
鉱業	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	3
	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
建設業	4	5	5	11	2	7	13	6	4	0	2	0	59
	6.8	8.5	8.5	18.6	3.4	11.9	22.0	10.2	6.8	0.0	3.4	0.0	100.0
製造業	3	1	2	4	2	4	8	1	0	2	1	0	28
	10.7	3.6	7.1	14.3	7.1	14.3	28.6	3.6	0.0	7.1	3.6	0.0	100.0
電気・ガス・水道業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
卸売業	0	5	5	3	1	5	4	1	0	0	4	1	29
	0.0	17.2	17.2	10.3	3.4	17.2	13.8	3.4	0.0	0.0	13.8	3.4	100.0
金融・保険業	1	2	0	1	0	2	2	1	1	1	2	0	13
	7.7	15.4	0.0	7.7	0.0	15.4	15.4	7.7	7.7	7.7	15.4	0.0	100.0
不動産業	2	0	2	1	0	1	2	1	0	0	0	0	9
	22.2	0.0	22.2	11.1	0.0	11.1	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
サービス業(観光関連業種除く)	8	1	7	16	7	9	13	8	3	6	5	1	84
	9.5	1.2	8.3	19.0	8.3	10.7	15.5	9.5	3.6	7.1	6.0	1.2	100.0
その他の業種	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	2	6
	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3	100.0

注：算出方法＝各選択肢回答事業所数、及び業種別選択肢回答構成比

4. 觀光經濟波及效果計測

内 容

4. 観光経済波及効果計測

4-1. 効果計測の経過

- (1) 年間観光総消費額または観光関連産業売上高の設定
- (2) 市内消費率(m)の設定
- (3) 限界消費性向(c)の設定
- (4) 市内所得化率の設定
- (5) 乗数定式変数の数値設定

4-2. 効果計測の結果

- (1) 観光関連産業売上高が直接生じさせる所得波及効果の計測
- (2) 原材料購入等波及効果の計測
- (3) 原材料購入等により生じる所得波及効果の計測
- (4) 観光経済効果に対応する雇用効果の計測
- (5) 観光経済波及効果計測結果まとめ

4-1. 効果計測の経過

(1) 年間観光総消費額または観光関連産業売上高の設定

1) 年間観光総消費額と年間観光客関連総売上高との比較対照

理論的には、ある地域・都市において“年間観光総消費額”は、同じ期間の“観光関連事業所観光客関連総売上高”に等しいが、本調査で得られた両者の金額を比較・検証する。

観光経済効果に関する事業所基礎調査結果により得られた観光関連事業所の平均観光客関連売上高（平成16年11月時点各企業直近決算期）は、73百万円/ヶ所〔(表3-3-2)参照〕（前回49百万円/ヶ所）である。次に、国の事業所・企業統計調査に基づく富良野市内における総事業所数は1,214ヶ所（平成16年）（前回1,338ヶ所）であり、平成16年度の全産業事業所数に対する観光関連事業所数の比率は44.6%（前回44.4%）であるが、この比率を用いて平成16年度の観光関連事業所数を推計すると541ヶ所（前回594ヶ所）となる。これらから541ヶ所×73,000千円/ヶ所を計算し、富良野市内における年間の「観光関連事業所観光客関連総売上高（以下、年間観光客関連総売上高と称する。）は、39,493百万円（前回29,231百万円）」となる。一方、(表2-3-9)より、富良野市内の「年間観光総消費額（平成16年度）は、28,059百万円（前回27,239百万円）」である。なお、年間観光客関連総売上高は企業によって異なるが概ね平成15年度決算の金額であり、年間観光総消費額は平成16年度の消費単価に過去5ヶ年の入込み数平均値を乗じた金額であり、厳密には両者の計測時期で同じではない。

両者の統計的な有意性について整理する。年間観光総消費額は、観光消費金額に回答している有効回収票数5,048票〔(表2-3-4)参照〕（前回5,150票）であるが年間の観光入込数（平成17年度）に対するサンプル抽出率は0.24%（前回0.22%）である。一方、年間観光客関連総売上高は、民営の観光関連事業所総数（平成16年度）542ヶ所（前回665ヶ所）に対して、73ヶ所〔(表3-3-2)参照〕（前回188ヶ所）から、年間総売上高と観光客関連売上割合の有効回答が得られており、そのサンプル抽出率は13.47%（28.27%）に達しており、比較的高い抽出比率が確保できた。

2) 観光経済効果計測用“観光関連産業売上高”の設定

観光消費実態調査結果と観光客入込み数から得られた“年間観光総消費額”28,059百万円（前回27,239百万円）と、観光経済事業所調査結果から拡大推計された“年間観光客関連総売上高”39,493百万円（前回29,231百万円）との差は11,434百万円（前回1,992百万円）であり、両者の大きさの違いは35%前後と大きくなった。ここで、一つは、“年間観光総消費額”の算出では、消費実態調査において観光途中の対象者から消費予定の金額を正確に把握できないことや、消費額の回答率自体が低い等の事情があり、消費額が低めに算出される傾向がある。次に、“年間観光客関連総売上高”の算出では、73ヶ所からしか有効回収票が確保できず統計的に有意な水準を満たしておらず信頼性に乏しいと評価され、観光客関連の売上高が大きい事業所からの回答の割合が高かったと推定される。

このようなことから、前回平成12年度の“年間観光客関連総売上高”に対する“年間観光

総消費額”の倍率1.073を本調査の“年間観光総消費額”28,059百万円に乗じた金額、観光経済効果計測の乗数定式における一変数である観光関連産業売上高(Ks)金額として設定する。

観光関連産業売上高(Ks) = 30,110百万円 (前回29,231百万円)

前回調査(2000年度)と比べると、3.0%の増加となる。

(2) 市内消費率(m)の設定

1) 本市の品目別消費支出額の設定

市内消費率とは、本市内の消費支出額のうち自市域内で支出される額の比率である。ただし、本市のような中心都市の場合は周辺地域からの消費支出流入があり、後でこれを加える。

市内消費率の推計に当っては、“家計調査報告(平成16年)”を用いることとする。ここで問題となるのは、富良野市についての1世帯当たりの品目別年間消費支出金額がないことであるが、そこで、類似する地域の金額を採用しなければならない。平成16年家計調査の年間消費支出額は、全国(全体)が3,650千円(平成11年3,876千円)であるのに対して、全国小都市B(人口5万人未満の市)が3,492千円(平成11年3,524千円)、北海道が3,311千円(平成11年3,623千円)、札幌市が3,587千円(平成11年4,192千円)となっている。これらのうち消費金額の大きさ、地域の特性を反映した品目別消費支出内訳の類似性から、“北海道”の品目別年間消費支出額3,311千円を用いることとするが、品目別消費支出額は(表4-1-1)の通りである。

2) 本市の市内従業市外居住者流入分含まない市内消費率の推定

品目別に、消費支出金額のうち富良野市内で消費される割合(市内消費率)を推定して、品目別市内購入金額を求めて、その総計を消費支出合計金額で割り、市内消費性を求めることとする。まず、“家計調査”における品目別内訳を確認しておくことにする(表4-2-2)。次に、小売品(もの)に対する世帯消費支出の地域別内訳は、北海道広域商圈動向調査報告書(平成4年3月)[以下、道広域商圈調査と称する]の商品別の富良野市内買物場所利用割合(以下、自市内利用割合と称する)を参考にしたが、平成4年以後にこの商圈動向調査が実施されていないので、前回調査で算出した自市内利用割合を用いた。なお、類似した調査として北海道上川支庁による上川広域商圈動向調査報告書(平成16年3月)があるが、富良野市内からの回収数は63票しかなく100票に満たず、他の市町村(例えば、名寄市205票、上富良野町130票、美瑛町101票など)と比べても少なく、回収率も21%と低く、又、初めての調査で、上川支庁管内単独調査でもあることから、調査結果の信憑性に乏しいと判断して、ここで参考にすることを断念した。(なお、この調査結果による自市内利用割合は全体で66.9%と算出されており、平成4年の道広域商圈調査による同自市内利用割合78.8%から大きく低下した内容となっている。)

このような準備の下で、以下に、総務省統計局の「家計調査」で定められている品目別に市内消費率を推定した。

(表4-1-1) 富良野市1世帯当たりの消費支出額、市内消費率、市内消費金額(市外流入分含まず)

品目種別	消費支出額(円)	市内消費率	市内消費金額(円)
①食料(穀類、魚介類、肉類、乳卵類、野菜・海藻、果物、油脂・調味料、菓子類、調理食品、飲料、酒類、外食)	737,952	0.977	720,979
②住居(家賃地代、設備修繕・維持)	225,780	0.934	210,878
③光熱・水道(電気代、ガス代、他の光熱、上下水道料)	249,396	0.990	246,902
④家具・家事(家庭用耐久財、室内装備・装飾品、寝具類、家事雑貨、家事消耗品、家事サービス)	96,000	0.829	79,583
⑤被服及び履物(和服、洋服、シャツ・セーター類、下着類、生地・糸類、他の被服、履物類、被服関連サービス)	153,288	0.723	110,826
⑥保健医療(医薬品、健康保持用摂取品、保健医療用品・器具、保健医療サービス)	131,088	0.828	108,540
⑦交通・通信(交通、自動車等関係費、通信)	453,240	0.820	371,657
⑧教育(授業料等、教科書・学習参考教材、補修教育)	117,516	0.744	87,431
⑨教養娯楽(教養娯楽用耐久財、教養娯楽用品、書籍・他の印刷物、教養娯楽サービス)	341,832	0.697	238,256
⑩その他の消費支出(諸雑費、こづかい(使途不明)、交際費、仕送り金)	805,056	0.702	565,149
消費支出合計	3,311,148	0.827	2,740,202

注：消費支出額は、“家計調査平成16年”の「北海道の1世帯当たり年間品目別支出金額」を採用した。

上の表のように、富良野市内消費率(市内従業市外居住者流入分含まない)は、“0.827”(前回0.828)と推定された。この結果は、北海道広域商圈動向調査報告書(平成4年3月)における富良野市の全商品自市内利用割合0.788に近い値(5%の違い)であり妥当な推計結果と事後評価される。

3) 本市の市内消費率の設定

富良野市は広域圏の中心都市であり、富良野市内で働いている従業者(富良野市内事業所の所得分配を受ける人達)で周辺町村に居住する人達が富良野市内で消費する分があり、これがどの程度であり、市内消費率にどの程度の影響を与えるかを把握する必要があり、これを踏まえて、最終的に市内消費率の値を決定する。これには、先ず、富良野市を従業地とする周辺市町村別人口を調べて、次に周辺市町村別の富良野市内購買依存度を整理して、富良野市内居住者相当人数に換算して、市内消費率への影響度合いを把握する。

(表 4-1-2) 富良野市内で従業し市外に居住する就業者と対富良野市消費依存実質人口

項 目	a) 市内従業市外 居住就業者数 (= 世帯数)	b) 同左世帯人員 注: 世帯数×2.42(1 世帯当たり人員, 全 道・平成12年)	c) 富良野市買物 場所利用割合 (= 対富良野市消費 依存度)	d) 対富良野市消 費依存実質人口 注: b) × c)
常住市町村				
上富良野町	430人	1,041人	0.111	116人
中富良野町	477人	1,154人	0.356	411人
芦別市	230人	557人	0.000	0人
旭川市	226人	547人	0.000	0人
南富良野町	51人	123人	0.402	50人
赤平市	38人	92人	0.000	0人
美瑛町	36人	87人	0.000	0人
札幌市	30人	73人	0.000	0人
占冠村	13人	31人	0.196	6人
滝川市	17人	41人	0.000	0人
その他の市町村	66人	160人	0.000	0人
他 県	19人	46人	0.000	0人
合 計	1,633人	3,952人	—	583人

資料 a) : 総務省統計局, 「01北海道 第2部 都道府県・市区町村編 第6巻 従業地・通学地による人口 I人口の男女・年齢, 就業者の産業(大分類)」, “平成12年 国勢調査報告”。

資料 b) : 北海道商工観光部, 「北海道広域商圈動向調査」, 平成4年3月。

上表より、富良野市への消費依存実質人口583人(前回588人)分の消費支出額が加わることになるが、これは平成12年の富良野市人口26,112人(前回26,046人)に対して2.2%(前回2.3%)に当り、富良野市内消費支出額が1.022倍(前回1.023倍)になる。

ここで、富良野市民の自市内消費支出額を“ I ”とし市外消費支出額を“ O ”とすれば、先の自市内購入比率 $r (=0.827) = I \div (I+O)$ 式①と表わされる。新たに求める自市内購入比率 $R = 1.022 I \div (1.022 I + O)$ 式②と表わされることから、この両式を方程式として解くこととする。すなわち、式①より、 $O = 0.209 I$ であるからこれを式②に代入すると、 $R = 1.022 I \div (1.022 I + 0.209 I) = 1.022 I \div 1.231 I = 0.830$ となる。従って、富良野市内従業市外居住者の市内消費支出を加味して修正した市内購入比率は、**0.830(前回0.831)** となる。これを富良野市の**市内消費率(m)**として用いる。

(3) 限界消費性向（c）の設定

1) 限界消費性向の定義

ケインズ経済学では、家計は所得に応じて消費支出額を決めるとしている。すなわち、国民経済（あるいは地域経済）の消費額と国民所得（あるいは地域所得）との関係をケインズ型消費関数として、次の式で表わすことができる。

$$C = C_0 + c Y \quad : 0 < c < 1 \quad \text{式①}$$

C : 消費総額。国民経済（あるいは地域経済）全体の消費集計額。

C₀ : 独立支出（所得に依存しない消費額）。資産や人口によって変動するが、国民所得（地域所得）決定分析ではこれが変動ないとみて一定の値を採ると仮定する。

c Y : 所得に依存する消費額。

c : 限界消費性向 (marginal propensity to consume)。国民所得（Y）が1単位増えた場合に消費総額（C）がどれくらい増えるかを示す値である。c = ΔC / ΔY と表わせる。すなわち、所得の増えた分の何割を消費に回すかを表わす。

Y : 国民所得（あるいは地域所得）

2) 事例数値に基づく限界消費性向の設定

富良野市の限界消費性向を算出するには、各年度の市民所得額、民間最終消費支出額が必要であるが、富良野市では市民経済計算（又は市民所得統計）を行っていないために、市民所得額、民間最終消費支出額の数字が無く、全国や米国の事例を参考に設定せざるを得ない状況にある。

前回調査と同様に、マクロ経済学の専門書から長期の所得と消費データに基づき限界消費性向を数量的に計測している以下の3点の文献にもとづき、限界消費性向の推定値を**0.860**と設定した。

① 賀川昭夫等著，“First Step マクロ経済学”，1999年4月。

日本の限界消費性向 0.86 （1955年～1996年の各四半期毎）

② R. ドーブツツィ，廣松毅等，“ドーブツツィ マクロ経済学 [改定版]”，1998年3月。

日本の限界消費性向 0.85 （1960年～1995年の各年毎）

米国の限界消費性向 0.94 （1960年～1995年の各年毎）

③ 蓑谷千鳳彦，“計量経済学（第3版）”，1997年4月。

(4) 市内所得化率の設定

市内所得化率について、人件費に関する部分は、“富良野市観光経済効果に関する事業所基礎調査”結果における人件費の富良野市内支払割合を使用するが、事業所に関する“租税公課”・“減価償却費”・“営業利益”（上記基礎調査で“その他”に分類した費目）は、国の事業所・企業統計調査（平成16年10月）により集計された本社支社従業員比率（単独事業所は本社に加える）を使用することにする。

(表 4-1-3) 富良野市における民営事業所の本社支社従業員比率

項 目	事 業 所 数	従 業 者 数	従業員数2. 注：単独を本社に読み替えた数。	本社支社従業員比率
単独事業所	947	4,883		
本所・本社・本店	47	1,219	6,102	0.6295
支所・支社・支店	220	3,591	3,591	0.3705
合 計	1,214	9,693	9,693	1.0000

資料：“平成16年度 事業所・企業統計調査”

(5) 乗数定式変数の数値設定

1) 観光関連産業の付加価値率の算定

付加価値率は、年間総売上高比(1.000)から原材料費比、営業経費比を引いたものである。従って、(表3-3-3)より、 $1.000 - 0.421 - 0.204 = 0.375$ (前回0.398)となる。これより、観光関連産業の付加価値額全体は、観光関連産業売上高×付加価値率であるから、 $30,110,138 \text{千円} \times 0.375 = 11,291,301 \text{千円}$ となる。

次に、富良野市内に生じる観光関連産業の付加価値額については(表3-3-3)より、付加価値額を構成する人件費、租税公課、減価償却費、営業利益の比率(0.217, 0.029, 0.066, 0.080) [(表3-3-3)参照] (前回0.222, 0.029, 0.066, 0.080)に、それらが地域内に生じた割合(0.833, 0.630, 0.630, 0.630) [(表3-3-6)、(表4-1-3)参照] (前回0.559, 0.662, 0.662, 0.662)を乗じて求めた比率に、観光関連産業総売上高を乗じたものであり [(表4-1-4)参照]、その額は“8,762,380千円”(前回7,013,999千円)、市内所得化率0.776 (前回0.603)となる。ここで、“その他”を構成する租税公課、減価償却費、営業利益の比率は信頼できる他都市の調査例に基づき推定した。

(表 4-1-4) 富良野市内で生じる観光関連産業付加価値額算出経過

番号	項 目	市 内 に 生 じ る 分 (単位：千円)
①	市内に生じる観光関連産業の人件費	$0.217 \times 0.833 \times 30,110,138 = 5,442,738$
②	市内に生じる観光関連産業の租税公課	$0.029 \times 0.630 \times 30,110,138 = 550,112$
③	市内に生じる観光関連産業の減価償却費	$0.066 \times 0.630 \times 30,110,138 = 1,251,979$
④	市内に生じる観光関連産業の営業利益	$0.080 \times 0.630 \times 30,110,138 = 1,517,551$
⑤	市内に生じる観光関連産業の付加価値額	8,762,380

2) 全産業の付加価値率、市内所得化率の算定

付加価値率(全産業)は、年間総売上高比(1.000)から原材料費比、営業経費比を引いて、 $1.000 - 0.394 - 0.201 = 0.405$ (前回0.408)となる。

市内所得化率（全産業）は、付加価値額を構成する人件費、租税公課、減価償却費、営業利益の比率（0.251, 0.027, 0.054, 0.082）（前回0.245, 0.027, 0.054, 0.082）を、それらが市内に生じる割合（0.817, 0.630, 0.630, 0.630）（前回0.622, 0.662, 0.662, 0.662）〔（表3-3-6）、（表

4-1-3）参照〕により、（表4-1-5）に示すように再構成して算出した。その結果、市内所得化率（全産業）は、**0.744**（前回**0.637**）となった。

（表4-1-5）富良野市の市内所得化率（全産業）算出経過

番号	項 目	市 内 に 生 じ る 分	市内外に生じる分
①	全産業の人件費	$0.251 \times 0.817 = 0.205$	0.251
②	全産業の租税公課	$0.027 \times 0.630 = 0.017$	0.027
③	全産業の減価償却費	$0.054 \times 0.630 = 0.034$	0.054
④	全産業の営業利益	$0.082 \times 0.630 = 0.052$	0.082
⑤	上 記 合 計	0.308	0.414
⑥	市内所得化率（全産）	$0.308 \div 0.414 = 0.744$	

3) 乗数定式変数の数値設定結果

これまでの各種調査及び算出の結果に基づき、富良野市観光経済効果計測における乗数定式の諸変数に関して次の表に示すように、それぞれの数値を総括する。

（表4-1-6）富良野市観光経済効果計測における乗数定式変数の数値設定結果

記号	変 数 名	設 定 数 値	前回の設定数値	設定根拠
K_s	観光関連産業売上高	30,110,138 千円	29,231,334 千円	事業所基礎調査.
	観光関連産業市内所得	8,762,380 千円	7,013,999 千円	事業所基礎調査.
	全産業付加価値率	0.405	0.408	事業所基礎調査.
α_k	観光関連産業付加価値率	0.375	0.398	事業所基礎調査.
i	全産業市内所得化率	0.744	0.637	事業所基礎調査・既存データ.
i_k	観光関連産業市内所得化率	0.776	0.603	事業所基礎調査・既存データ.
c	限界消費性向	0.860	0.860	既存データ.
m	市内消費率	0.830	0.831	既存データの基づく推計.
δ	全産業原材料費等比率 注：原材料費比率＋営業経費比率	0.595	0.592	事業所基礎調査.
δ_k	観光関連産業原材料費等比率 注：原材料費比率＋営業経費比率	0.625	0.602	事業所基礎調査.
j	全産業原材料等市内自給率 注：各経費比率による両市内自給率の加重平均値	0.489	0.418	事業所基礎調査.
j_k	観光関連産業原材料等市内自給率 注：各経費比率による両市内自給率の加重平均値	0.556	0.405	事業所基礎調査.

4-2. 効果計測の結果

(1) 観光関連産業売上高が直接生じさせる所得波及効果の計測

観光関連産業売上高によって直接に生じる所得波及効果に関して、乗数定式に必要な数値を代入して算出する。この計算経過を次の表に示す。

(表 4-2-1) 富良野市の観光消費額が直接生じさせる所得波及効果計測経過

番号	項目	計測計算式	消費(千円)	所得(千円)
①	富良野市内に生じる所得(付加価値額)			8,762,380
②	第1次消費分	$8,762,380 \times 0.860 \times 0.830 =$	6,254,587	
③	第1次所得分	$6,254,587 \times 0.405 \times 0.744 =$		1,884,632
④	第2次消費分	$1,884,632 \times 0.860 \times 0.830 =$	1,345,250	
⑤	第2次所得分	$1,345,250 \times 0.405 \times 0.744 =$		405,351
⑥	第3次消費分	$405,351 \times 0.860 \times 0.830 =$	289,339	
⑦	第3次所得分	$289,339 \times 0.405 \times 0.744 =$		87,184
⑧	第4次消費分	$87,184 \times 0.860 \times 0.830 =$	62,232	
⑨	第4次所得分	$62,232 \times 0.405 \times 0.744 =$		18,752
⑩	第5次消費分	$18,752 \times 0.860 \times 0.830 =$	13,385	
⑪	第5次所得分	$13,385 \times 0.405 \times 0.744 =$		4,033
⑫	第5次までの所得		7,964,793	
⑬	全段階の消費(観光客消費額は除く)		7,965,120	11,162,332
⑭	全段階の所得			11,162,789

注) 全段階の“消費額”および同“所得額”はそれぞれ、“等比級数の和(S_n)の関数 $S_n = a(q^n - 1) / (q - 1)$ ”において $n \rightarrow \infty$ として求めた。

(2) 原材料購入等波及効果の計測

原材料購入等(営業経費支払を含む)による波及効果の計算経過を次の表に示す。

(表 4-2-2) 富良野市の原材料購入等(営業経費支払を含む)波及効果計測経過

番号	項目	計測計算式	原材料購入等(千円)
①	富良野市内に生じる原材料等需要	$30,110,138 \times 0.625 \times 0.556 =$	10,463,272
②	第1次原材料購入等	$10,463,272 \times 0.595 \times 0.489 =$	3,044,341
③	第2次原材料購入等	$3,044,341 \times 0.595 \times 0.489 =$	885,766
④	第3次原材料購入等	$885,766 \times 0.595 \times 0.489 =$	257,718
⑤	第4次原材料購入等	$257,718 \times 0.595 \times 0.489 =$	74,984
⑥	第5次原材料購入等	$74,984 \times 0.595 \times 0.489 =$	21,817
⑦	第5次までの原材料購入等		14,747,898
⑧	全段階の原材料購入等		14,751,290

注) 全段階の“原材料購入等額”は、“等比級数の和(S_n)の関数 $S_n = a(q^n - 1) / (q - 1)$ ”において $n \rightarrow \infty$ として求めた。

(3) 原材料購入等により生じる所得波及効果の計測

原材料購入等（営業経費支払を含む）により生じる所得波及効果の計測に関して、乗数定式に必要な数値を代入して算出する。この計算経過を次の表に示す。

(表 4-2-3) 富良野市の原材料購入等により生じる所得波及効果計測経過

番号	項 目	計 測 計 算 式	消 費 (千円)	所 得 (千円)
①	富良野市内原材料等需要による所得	$10,463,272 \times 0.405 \times 0.744 =$		3,152,793
②	第1次消費分	$3,152,793 \times 0.860 \times 0.830 =$	2,250,464	
③	第1次所得分	$2,250,464 \times 0.405 \times 0.744 =$		678,110
④	第2次消費分	$678,110 \times 0.860 \times 0.830 =$	484,035	
⑤	第2次所得分	$484,035 \times 0.405 \times 0.744 =$		145,849
⑥	第3次消費分	$145,849 \times 0.860 \times 0.830 =$	104,107	
⑦	第3次所得分	$104,107 \times 0.405 \times 0.744 =$		31,370
⑧	第4次消費分	$31,370 \times 0.860 \times 0.830 =$	22,392	
⑨	第4次所得分	$22,392 \times 0.405 \times 0.744 =$		6,747
⑩	第5次消費分	$6,747 \times 0.860 \times 0.830 =$	4,816	
⑪	第5次所得分	$4,816 \times 0.405 \times 0.744 =$		1,451
⑫	第5次までの所得		2,865,814	4,013,320
⑬	全段階の消費（観光客消費額は除く）		2,865,931	
⑭	全段階の所得			4,013,484
⑮	第1次原材料購入等による全段階の消費		833,845	
⑯	第1次原材料購入等による全段階の所得			1,167,809
⑰	第2次原材料購入等による全段階の消費		242,611	
⑱	第2次原材料購入等による全段階の所得			339,780
⑲	第3次原材料購入等による全段階の消費		70,589	
⑳	第3次原材料購入等による全段階の所得			98,861
21	第4次原材料購入等による全段階の消費		20,538	
22	第4次原材料購入等による全段階の所得			28,764
23	第5次原材料購入等による全段階の消費		5,976	
24	第5次原材料購入等による全段階の所得			8,369
25	全段階の原材料購入等による全段階の消費		4,039,692	
26	全段階の原材料購入等による全段階の所得			5,657,350

注) 全段階の“消費額”(⑬)および同“所得額”(⑭)はそれぞれ、“等比級数の和(S_n)の関数 $S_n = a(q^n - 1) / (q - 1)$ ここで a は初項、 q ($0 < q < 1$) は公差”において $n \rightarrow \infty$ として求めた。次に、全段階の原材料購入等による全段階の“消費額”(25)及び同“所得額”(26)はそれぞれ、同じ等比級数の和の関数式を用

い、初項 a 、公差 q ($0 < q < 1$) にそれぞれ所定の数値を代入して求めた。

(4) 観光経済効果に対応する雇用効果の計測

観光の産業的な規模を把握する一指標として、観光経済効果に対応する就業者数を算出する。なお、この数は観光関連の仕事に実際に携わっている就業者数とは異なる。本調査の観光経済効果計測アプローチ、すなわち所得循環分析の特性を活用して、“就業者に配分される所得総額”を求め、それを“就業者一人当たり平均所得額”で除する方式で算定する。

観光によって生ずる企業総所得から就業者に配分される個人所得総額（すなわち人件費総額）を算出する。まず、企業所得については、観光客消費から直接に生じる企業所得、すなわち観光関連事業所に生じる“観光関連産業所得”と、原材料購入等によって生じる企業所得、すなわち全産業事業所に波及する“原材料購入等産業所得”とを区分する。富良野市内の“観光関連産業所得”の総額は（表 4-2-1）における「⑭全段階の所得額 11, 162, 789千円（前回 8, 613, 926千円）」であり、富良野市内の“原材料購入等産業所得”の総額は（表 4-2-3）における「26 全段階の原材料購入等による全段階の所得額 5, 657, 350（前回 3, 022, 753千円）」である。

次に、企業総所得は、企業総売上高から原材料費と営業経費を除いた“人件費”、“その他”の二つからなるが、就業者に配分される個人所得総額は“人件費”である。すなわち“就業者に配分される個人所得総額”は、“企業総所得”×“対企業総所得人件費比率【人件費÷（人件費＋その他）】”と算出される。従って、（表 3-3-3）より観光関連事業所の対企業総所得人件費比率は、 $21.7\% \div (21.7\% + 14.6\%) = 0.598$ （前回 0.558）となり、一方、（表 3-3-3）より全産業事業所の対企業総所得人件費比率は、 $25.1\% \div (25.1\% + 14.0\%) = 0.642$ （前回 0.601）となる。従って、富良野市における観光経済効果に対応する就業者数は、次の表に示すように算出される。

（表 4-2-4）本市の観光経済効果に対応する就業者数算出経過

項 目	観光関連産業	原材料購入等産業
①観光による産業所得総額	11, 162, 789千円	5, 657, 350千円
②対企業総所得人件費比率	0.598	0.642
③就業者に配分される個人所得額 [①×②]	6, 675, 348千円	3, 632, 019千円
④就業者に配分される個人所得総額[観光関連産業③+原材料購入産業③]	10, 307, 367千円	
⑤富良野市内配分人件費比率 [(表 3-3-6) 参照]	0.833	0.817
⑥富良野市内常住就業者に配分される個人所得額 [③×⑤]	5, 560, 565千円	2, 967, 359千円
⑦富良野市内就業者一人当たりの所得額 ^{注)}	3, 190千円	
⑧富良野市の観光経済効果に対応する就業者数 [③÷⑦]	2,093 人 (前回 1,322 人)	1,138 人 (前回 500 人)
⑨富良野市の観光経済効果に対応する就業者総数 [観光関連産業⑧+原材料購入産業⑧]	3,231 人 (前回 1,822 人)	

⑩富良野市の観光経済効果に対応する市内常住 就業者 [⑥÷⑦]	1,743人 (前回 739人)	930人 (前回 311人)
------------------------------------	------------------	----------------

注) 総合労働研究所発行, “2002年版 賃金決定指標” 2001年. より, 全国の平成12年度雇用者1人当り雇用者所得(名目)は, 5,008千円である。次に, 所得の地域格差比率で調整することにするが, 日本マーケティング教育センター編集発行, “2002年版 個人所得指標”, 2001年. おける所得指標(人口一人当たりの所得について全国平均を100とした場合の各市区町村の指数)によると, 富良野市は63.7であることから, 先の全国1人当り雇用者所得に乗じて, 富良野市内就業者一人当たりの所得額とする。ここで, 雇用者数=就業者数とみなした。また, 所得・賃金関連の両データの公表・発行時期の制約によって, 平成13年度の数値を用いた。

(5) 観光経済波及効果計測結果まとめ

1) 観光関連産業総売上高および年間観光総消費額

本市の観光関連産業総売上高(Ks)は、**301億円**(前回292億円, 対前回3.1%増加)と推計された。また, 年間観光総消費額は、**281億円**(前回272億円, 対前回3.3%増加)と推計された。年間観光総消費額の側面からみると, 前回調査時(2000年度)と比べて, 観光客一人当たりの平均消費額は増加したが, 冬季の観光客入込み数が減少しているために, 観光総消費額は3%程度の増加にとどまった。

2) 観光関連産業の市内所得・消費とその波及効果額

観光関連産業総売上高(301億円)が直に生み出す観光関連産業の市内での所得は、**88億円**(前回70億円, 対前回24.9%増加)と推計され, 前回調査時と比べて大きな増加となった。これに関しては, 人件費の本市内支払割合が前回調査では0.559であったのが, 今回調査では**0.833**に大幅に増加したことが主な要因となっている。すなわち, この6年間に観光関連産業の従業者において, 市内常住者が大きく増加したことが主要因となっており, 観光関連産業による市内での人件費支払の所得循環の高まりが把握された。

この観光関連産業市内所得は直接の波及効果として市内において、**80億円**(前回62億円, 対前回29.4%増加)の消費と, 観光関連産業の所得も含めて**112億円**(前回86億円, 対前回29.6%増加)の所得を生み出すと推計され, 前回調査に比べ3割の増加となった。また, 後者は, 観光関連産業市内所得額に対して, **1.27倍**(前回1.23倍)の乗数効果をもたらしていると算出される。

次に, 市内で生じる観光関連産業に関する原材料購入等(営業経費支払を含む)とそれが波及しもたらず原材料等波及効果の合計は、**148億円**(前回95億円, 対前回55.7%増加)と推計される。これに関しては, 観光関連産業原材料等市内自給率が前回調査では0.405であったのが, 今回調査では**0.556**に大幅に増加したことが主な要因となっている。すなわち, この6年間に観光関連産業による営業経費の市内支払割合と原材料の市内調達割合が大きく増加し, 観光関連産業

による市内での支払・調達活動の高まりが把握された。また、原材料購入等波及効果合計額は、市内観光関連産業に生じる原材料等需要額 105 億円に対して 1.41 倍（前回 1.33 倍）の乗数効果をもたらしている。

この原材料購入等（営業経費支払を含む）によって生み出される市内全産業全段階の消費は 40 億円（前回 22 億円，対前回 87.0%増加）、同所得は 57 億円（前回 30 億円，対前回 87.2%増加）と推計された。これに関しては、上述した要因に加えて全産業市内所得化率（i）が高まったことにも起因している。また、この所得は、市内原材料等需要による所得額に対して、1.79 倍（前回 1.63 倍）の乗数効果をもたらしている。

原材料購入等が生み出す全段階の所得 56 億円に、先の観光関連産業の所得とそれが生み出す所得分をあわせた全段階の所得 112 億円の合計は、168 億円（前回 116 億円，対前回 44.8%増加）と推計された。

3) 市内で生じる産業全体の総消費額

さらに、観光による市内で生じる産業全体の波及効果を含む総消費額（観光関連産業総売上高と原材料購入等及びそれらの所得増加による新たな消費の合計）は、569 億円（前回 470 億円，対前回 21.0%増加）と推計された。これは、観光関連産業総売上高に対して、1.89 倍（前回 1.61 倍）の乗数効果をもたらすと算出される。

4) 観光経済効果額に対応する就業者総数

計測された観光経済効果額に対応する観光のみに専従とみた場合の就業者総数は、3,231 人（前回 1,822 人，対前回 77.3%増加）であり、このうち市内に常住する就業者総数は、2,673 人（前回 1,050 人，対前回 254.6%増加）である。これに関しては、主として、観光関連産業と原材料購入等産業とも、観光による産業所得総額および市内配分人件費比率が大きく増加したことを要因としている。

また、これらは、事業所従業者総数 12,567 人（平成 13 年度事業所統計）（前回 12,685 人・平成 8 年度，対前回 1.0%減少）に対して 25.7%（前回 14.4%）に相当し、常住就業者総数 13,720 人（平成 12 年度国勢調査）（前回 14,017 人・平成 7 年度，対前回 2.1%減少）に対して 19.5%（前回 7.5%）に相当する。ここで、観光のみに専従とみた場合の市内に常住する就業者総数が大幅に増加して、常住就業者総数の 2 割に達したことが特筆される。

5) 本市観光経済波及効果の“北海道”における位置

(表 4-2-5) 富良野市観光経済波及効果に関する“北海道”における位置

富良野市		北海道		富良野市が北海道に占める比率 ^{注2)} (%)	同左、前回調査時
総人口(平成12年度)	26,112人	総人口(平成12年度)	5,682,950人	0.46%	0.46%
事業所従業者(平成13年度)	12,567人	事業所従業者(平成13年度)	2,585,361人	0.49%	0.46%
小売業年間商品販売額(平成14年度)	41,389百万円	小売業年間商品販売額(平成14年度)	6,676,190百万円	0.62%	0.62%
観光客入込み数・延べ数(平成17年度)	2,071千人	観光客入込み数・延べ数(平成17年度)	139,030千人	1.49%	1.54%
宿泊客入込み数・延べ数(平成17年度)	521千人	宿泊客入込み数・延べ数(平成17年度)	27,420千人	1.90%	2.59%
観光関連産業総売上高(平成18年度)	301億円	総観光消費額(平成17年度) ^{注1)}	12,946億円	2.33%	2.40%
市内で生じる総売上高(平成18年度)	569億円	観光消費生産波及効果額(平成17年度)	19,770億円	2.88%	2.50%
乗数効果 (産業全体の波及効果を含む総消費額)	1.89倍	生産波及効果	1.62倍	—	—
観光経済効果に相当する就業者(平成18年度)	3,231人	観光経済効果に相当する就業者(平成17年度)	158,812人	2.03%	1.31%
観光経済効果に相当する市内常住就業者(平成18年度)	2,673人	観光経済効果に相当する就業者(平成17年度)	158,812人	1.68%	0.75%

注1) 北海道調査はモニター世帯消費調査であるため総観光消費額には、企業会計からの観光消費に該当する支出をほとんど含んでいない。富良野市が北海道に占める比率が高くなっている要因の一つと推察される。

注2) 富良野市が北海道に占める比率において、総人口比率0.46を越える項目数値を太字とした。

参考資料出所：北海道観光産業経済効果調査委員会，“北海道の観光経済；消費と経済効果～第4回北海道観光産業経済効果調査～”，平成18年3月。

◆参考データ

〈他の道内都市における観光消費によって自市内で生じる産業全体の波及効果（所得効果を含む）、すなわち経済波及効果〉

市町名	調査年度	調査主体	観光関連産業総売上高（総観光消費額）（億円） A	観光経済波及効果額（億円） B	乗数効果（生産波及効果） B/A	調査年度観光客入込数 （千人）
①函館市	平成元年度	北海道開発局	764	1,605	2.10	4,287
	平成15年度	函館市	1,246	2,505	2.01	
②小樽市	平成7年度	小樽市	455	719	1.58	4,197
	平成16年度	小樽市	1,319	2,667	2.02	7,207
③羽幌町	平成11年度	羽幌町	9	12	1.30	177
●富良野市	平成12年度	富良野市	292	470	1.61	2,294
	平成18年度	富良野市	301	569	1.89	2,071

注1) 函館市の平成15年度調査を除き、上記の諸調査は、乗数理論に基づく観光経済波及効果推計結果である。

注2) 函館市の平成15年度調査（2004-2013 函館市観光基本計画に掲載）では、北海道産業連関表（渡島支庁管内分）を補正したものをベースに経済波及効果額が推計されている。この経済波及効果額2,505億円の内訳は、生産波及効果額1,755億円（誘発係数1.41）、所得効果額750億円であり、生産波及効果係数は2.01倍となる。なお、2004-2013 函館市観光基本計画68頁及び69頁の下段グラフに掲載されている生産波及効果額とされている1,755億円は生産誘発効果額のみであり（所得効果を含まず）、観光基本計画に掲載された時に生じた誤りと判断される。

注3) 北海道開発局による「旅の前後の観光消費～冬季観光経済効果調査（平成18年度）」においては、富良野地区（上川支庁）は、総合波及効果（第1次生産誘発効果+第2次生産誘発効果）の直接効果（域内観光消費額）に対する比率（誘発効果係数）は、1.48となる。この調査では、所得効果（家計迂回効果）は推計されていないので、乗数効果（生産波及効果）レベルでの比較はできない。

5. 富良野観光経済振興の課題と方向

内 容

5. 富良野観光経済振興の課題と方向

5-1. 富良野観光経済振興の課題

- (1) 観光客消費の振興に関する課題
- (2) 観光関連産業振興に関する課題
- (3) 市内経済波及振興に関する課題

5-2. 富良野観光経済振興の方向

5-1. 観光経済振興の課題

(1) 観光客消費の振興に関する課題

1) 観光地としての課題

訪れた観光客の8割程度が“すばらしい”と“満足した”との印象を抱いており、前回調査より増加した。特に、自然環境に対する評価が高い。“また来たい”の回答割合は65%に達したが、道内外を問わず観光客の再訪に大きな期待が持てる。このように観光客の評価はかなり良いことから、引き続き、与えられた地域環境に市民が誇りを持ち、環境こそが最大の観光資源という視点を忘れずに、絶えず“ふらの”の自然と文化を守り、育てることが大切である。

2) 観光客入込み数に関する課題

富良野市の観光客入込み数は、前回調査と同様に全道の1.5%（人口全道比の3倍）であるが、来訪観光客が抱く印象はかなり良く、再訪の意識も高く、かつ自然環境に対する評価が高いことから、入込み客をさらに増やせる可能性があるが、最近の冬季の観光客減少・停滞が大きな課題として浮き彫りにされる。このようなことから、季節別の量的バランスを考えて入込み目標を設定するとともに、観光客消費額の規模拡大に取り組むことを課題とする。

3) 来富観光客層に関する課題

来訪観光客は、女性6割、男性4割であり、年齢別では30代が28%（前回27%）で最も多く、次いで20代が20%（前回43%）、40代が19.6%（前回13%）で20代が半分程度となり、40代、50代、10代が増加して中年化が進んだ。旅行形態では、家族旅行と友人・知人が8割超を占め、前回調査と比べて家族旅行は2割も増加して優勢な旅行形態になった。

このようなことから、人口の高齢化や核家族化が進む社会背景の中で、年代層の中年化や家族や友人・知人との旅行形態の増加しており、それらへの対応に取り組むことが重要になっている。

4) 観光マーケティングに関する課題

道外観光客が全体の7割を占めて前回調査と同様に優勢である。この居住地をみると、東京を含む関東地方が半分を占めるが、近畿と中部の比率が少し増加した。道内観光客の居住地では道央地域が6割程度を占め、前回調査と比較して札幌の比率が13%も増加した。富良野観光の主要市場は関東圏、近畿圏・中部圏と札幌圏に絞り込まれ、その傾向は強まっている。また、来富観光回数では、前回調査と比べ4回以上と3回目、すなわちリピータが増加した。

このようなことから、集客の維持・拡大のためには絶えず大都市部からの誘客に力点を置き、来訪者の顧客満足度を高めるような対策が重要で、引き続き、各種のニーズ調査や新たなサービス提供の取り組み、より効果的な誘客PRが課題となる。

5) 顧客ニーズへの対応に関する課題

観光目的では、自然観賞とスポーツが過半を占めるが前回調査より2割も減少し、都市見物や記念旅行といった分野への観光目的の多様化が進んでいる。観光動機を形成した情報源としては

旅行ガイドブックが3割を占めるが、インターネットの利用者が1割超まで増加した。道外客の平均消費額は道内客の2.0倍である。市内観光地は15ヶ所以上あるが10%以上の訪問率があるところは8ヶ所（前回5ヶ所）であり、訪問地の分散化が進んだ。お土産となる特産品は、30種類以上あるが10%以上の回答率の品目は4種類に限定されており、前回調査とくらべて、農産物・農産加工品および飲物の食品系商品が8割まで増加し集中化が進んだ。

このような調査結果が出ていることから、観光客の行動や心理により密着したビジネス展開やサービス提供が引き続き課題となる。

6) 観光客消費単価に関する課題

市内で宿泊した観光客の平均消費額は、29,897円で、市内で宿泊しない観光客の平均消費額は、7,748円であり、前回調査と比べて、特に市内宿泊観光客の平均消費額が1.09倍に増加した。市内で宿泊した客の市内平均消費額は、宿泊しない客の3.86倍である。季節別にみると、市内で宿泊した観光客では夏季が25,591円、冬季が37,019円であり、前回調査と比べ夏季では平均消費額が16.9%も増加した。また、市内で宿泊した観光客の平均消費額内訳は、宿泊費が四割超を占め、次いで飲食費が21%、品物購入費が16%、交通費が11%、入場料が6%を占めるが、前回調査と比べて、宿泊費の割合が減少し他の4費目が増加し、宿泊費以外の費目への消費支出が増加した。

このようなことから、夏季においては観光入込み数だけでなく消費単価も増加し観光消費額の増加が顕著であるが、冬季においては観光消費額の増加も課題となる。同時に、宿泊でなく、飲食・品物購入・交通における消費増加傾向が顕著であり、観光消費機会の拡大と受け皿産業の振興が課題となる。

7) 富良野への移住意識とそれに関する課題

“住んでみたい”との回答割合は28%（前回16.1%）にも達し、来訪観光客の3.5人に1人の高い割合となったが、本市内への定住意識のある観光客が大きく増加した。“住んでみたい”と回答した観光客のうち、“移住したい”と回答した人が12%（全サンプル数の3.4%）となり、

平成17年度観光客入り込み数207万人に対して、7万人余りの観光客に通年の移住意識があることとなる。また、“一時期だけ住んでみたい”の回答では、住みたい時期としては、“夏”が46%と最も多く、“春”、“秋”、“冬”がそれぞれ18%前後となった。これら季節限定の移住意識がある観光客は、全サンプル数の24.8%であり、上記と同様に計算すると50万人余りに季節限定の移住意識があることとなる。

このようなことから、移住意識および定住意識のある観光客（その大部分が大都市部からの観光客）が大きな規模となってきており、今後は、これら潜在的であるが大きな需要に対する具体的な対応が重要な課題となる。

(2) 観光関連産業振興に関する課題

1) 地域観光ビジネスの基本的な課題

観光消費実態調査によると富良野は観光客にすばらしいイメージ付けをして多くの集客を実現しており、本市内への定住意識のある観光客が大きく増加した。しかし、事業所調査によると全事業所の観光客関連売上割合は20%弱（前回と同程度）に留まっているが、観光関連事業所と一般事業所との取引関係では、金融・保険業や不動産業での比率が大きく伸びた。また、観光経済効果をより大きくする取り組みでは、“観光入込みの通年化を図る”が16.8%（前回6.5%）、“商品・サービスを改善し付加価値を高める”が15.9%（前回4.1%）、“観光施設・設備を充実する”が11.2%（前回15.4%）、“観光客市内消費先の多様化を図る”が10.5%（前回11.1%）となった。

このようなことから、今後は観光入込みの維持、拡大だけでなく入込みの通年化に努めるとともに、高まった観光客の定住の意識やニーズに応じていくことが地域産業にかせられる課題となる。同時に、観光関連事業所と金融・保険業や不動産業との取引関係が大きく伸びたという産業連関上の変化もみられ、商品・サービスを改善し付加価値を高める取り組みにおける企業間の連携に新たな組み合わせを加える取り組みも重要な課題となる。

2) 提供商品・サービスの課題

観光消費実態調査において、市内での宿泊割合は46.9%（前回49.2%）であるが、宿泊客の平均泊数は2.3泊（前回2.1泊）で夏季は1.4泊（前回1.3泊）であり、前回調査時より平均泊数が少し増えた。次に、“また来たい”と回答した観光客の希望宿泊数は3泊以上が41.7%で、5泊以上は全サンプル数の8.5%となり、年17万人余りの観光客に長期滞在の意識がある。また、本市内で体験を希望する内容としては、自然と農村景観の観賞や自然の中でのスポーツ・レクリエーション体験が大部分を占めた。

品物購入費では農産物・農産加工品購入費が61.6%を占め、前回調査と比べても増加した。団体客を除いた一般客の平均飲食費は6,309円で前回と比べて1.3倍（冬季は1.5倍）に増加した。特産品品目分類（6区分）別に購入件数をみると、農産物・農産加工品および飲物の食品系商品が約8割にまで増加し、ジュースやワイン、アイスクリームが多く購入され、バター・チーズや牛乳も健闘している。しかし、購入割合1%未満の特産品が14種類もある。

このようなことから、長期滞在のニーズへの対応、自然と農村景観を基盤とした観光体験機会の充実、農産物・農産加工品の購入と飲食における提供商品の充実などの側面から、観光客のニーズを満たしや満足度を高めることが課題となる。

3) 観光関連企業における経営上の課題

事業所調査によると観光関連事業所の平均従業者数は11人（前回11人）（一般事業所平均16人（前回25人））、付加価値率は観光関連事業所、一般事業所とも0.4前後であり前回調査と同程度である。しかし、観光関連事業所の1事業所当り付加価値額は84百万円（前回63百万円）で前回調査より1.3倍に増加した。しかし、付加価値率を業種別にみると前回調査と比べ運輸通信業で大きく低下した。また、運輸通信業は人件費比率が39%と高く、旅館・ホテル・民宿等はその他（租税公課、減価償却費、営業利益など）比率が25%と高く、小売業は原材料

費比率が60%にも達しており付加価値率が低い状況にある。

このようなことから、市内の観光関連事業所は依然として経営規模が小さい事業所が多いが全体として付加価値率が高まってきていることから、経営内容が良くなる傾向を引継ぎ、経営規模の拡大に努め、企業収益に対応した設備投資を行うことが課題となる。

4) 営業・企画部門における課題

営業経費は観光関連事業所で20.4%（前回17.0%）とやや高まり、特に運輸通信業や旅館・ホテル・民宿等、娯楽業で高まったことから、営業活動に重きが置かれる傾向が捉えられた。

前述してきたように、来富観光客の属性（大都市からの客、中年化など）、家族旅行の増加、訪問観光地の増加、平均消費金額の増加、購入特産品における食品系商品特化傾向、旭川空港利用観光客の増加、定住意識の大きな高まりなどといった来富観光客に関する明確なマーケティング特性が挙げられるが、地域企業の営業・企画部門においては、それぞれのビジネス展開において、観光客の属性と行動や心理の特性を十分に見極めて、顧客志向による生産、調達、販売、サービス提供体制を充実し、定住意識や長期滞在意識の高まりにも対応した新事業を構築することが課題となる。

(3) 市内経済波及効果振興に関する課題

1) 大きな観光経済効果とそこにおける課題

観光関連産業総売上高は301億円であり全道の2.3%を、市内で生じる総売上高は全道の2.9%を占めており、総人口や事業所数が全道に占める比率0.5%の5倍超に達しており、本市は観光経済に特化した経済・産業構造であることが明らかであり、全道の観光経済規模の約40分の1を占める。また、産業全体への波及効果を含む総消費額は観光客消費額の1.9倍と乗数（誘発）効果も高く、市内産業への波及効果が高まっている。

しかしながら、観光関連産業総売上高、ならびに観光総消費額は前回調査と比べて3%程度の増加に留まった。これは夏季は33%の増加となったが冬季は26%の減少となったことによるものであり、本市における観光経済規模拡大のためには、観光経済効果波及の源となる冬季における観光客入込み数の拡大と観光客入込みの通年化などが大きな課題として浮き彫りにされる。

2) 観光経済効果波及における大きな変化

事業所調査によると、観光客関連産業に関して市内での調達比率をみると、原材料費は46%（前回36%）、営業経費は75%（前回52%）、人件費は83%（前回56%）であり、前回調査と比べると市内調達・支払比率は、原材料費、営業経費、人件費のいずれの費目でも大きく増加した。なお、前回調査では営業経費市内支払比率および人件費市内支払比率が羽幌町よりも低く市外への依存度合いが高いことが指摘されたが、その後これが大きく改善されたことが把握された。次に、業種別に市内調達・支払比率をみると、原材料費では、運輸通信業と飲食店で市内調達・支払比率が大きく増加し、営業経費と人件費の市内支払比率は飲食店と旅館・ホテル・

民宿等で前回調査よりも大きく増加した。

前回調査では、旅館・ホテル・民宿等の営業経費と人件費などにおける市外流出が観光関連産業の高い市外依存度の主な要因との指摘がなされたが、その後、これらの市内支払比率が大幅に高まり、観光産業では先進都市である函館市や小樽市の水準近くに達した。

3) 観光経済効果拡大の認識とその課題

観光客消費を直接に受け止める観光客関連産業を中心とした、市内における観光経済効果の波及が大きくなり、市内経済循環が高まったことにより、観光客消費が地域経済に持つ波及度合いと意義がより大きくかつ深くなったと認識される。すなわち、観光客関連産業が市民や市内事業所に、市民や市内事業所が観光客関連産業に互いに目を向け、市内での雇用・就業や取り引き(調達・支払等)が増加したことにより、このような経済的な好循環が形成されたと認識される。

今後はこれらをベースとして、より多くの市民がより深く参加でき、より多くの市内企業がより深く参入できるように、観光経済効果波及に関する適切な振興策を見出して、講じて行くことが課題となる。

4) 観光経済効果が低い部分に関する課題

観光消費実態調査によると農産物・農産加工品および飲物の食品系商品が約8割にまで増加したが、非食品系特産品を中心として購入割合1%未満の商品が14種類もあり、前回調査くらべても変わっていない。また、事業所調査によると、観光客入り込み数と事業所業績の関係で、業績を非常に増加させるとやや増加させるの回答比率は卸売業が64%、製造業が33%、サービス業が32%と比較的高くなっているが、市内の一般事業所による観光関連業者との取引の割合では、卸売業が9%(前回7%)、製造業が2%(前回6%)、サービス業が4%(前回5%)などでありその比率は微増ないしは減少傾向にある。

このようなことから、卸売業、製造業、一般サービス業などについては、観光消費を直接受ける産業への転換、あるいは間接的な波及を受ける産業への転換を図って行くことが大きな課題となっている。これらの産業に関しては、観光消費特性を踏まえた商品・サービスの改善や新規事業開発、市内取引拡大の契機を見出す異業種間の交流が重要となる。

5) マクロ的観光経済振興に関する課題

本市が観光都市として発展していく過程の中で、経済側面における問題の発生を監視し巨視的な視点から均衡を保って行くことも重要な課題となる。また、“観光客消費振興”、“観光関連産業振興”、“市内経済波及振興”の施策をそれぞれ独立に進めた場合、あるいはある種の観光経済振興施策に重点を置いて進めた場合には、市内経済のある部分に大きな負荷がかかって別の問題が発生することも予想されることから、観光経済の“均衡(バランス)”を監視し、課題を解決して行く大局的な視点からの“経済調整対策”が重要になる。

このような視点から、本調査結果を踏まえると、①冬季における観光客入り込み数の拡大と観光客入り込みの通年化、②より多くの市内就業者がより深く参加でき、より多くの市内企業がより深く参入できる支援施策、③観光経済効果が低い部分に対する対策、④観光客の定住・長期滞在ニーズに基づくビジネス展開の四点が今後の取組みの中で特に重要となると結論づけられる。

5-2. 観光経済振興の方向

本市における観光経済を振興する基本的な取り組み姿勢を次のように設定する。

本市における基幹的な産業の一つに位置づけられる“観光産業”は、域内の産業連関を強めてきており、引き続き、本市の発展を支える成長要因としてより確かな存在として有り得る。それは、大都市からの観光客の消費によって支えられていることを、市民それぞれの立場で確りと認識して、御もてなししなければならない。

この調査結果（現況と変化）を広く市民に周知するとともに、市民間のビジネス交流を深めることを促し、市民・企業の取り組みを支援しながら観光経済効果波及を高める振興を図って行く。これにより、本市経済の持続的な発展を目指すとともに、新たな展開に挑戦して行かなければならない。

本市における観光経済を振興する基本的な方向を次の四つとする。

[1. 観光消費振興における方向]

- ◆ 冬季における観光客入込み数を拡大するとともに、観光客入込み数の季節平準化に取り組む。

[2. 観光産業振興における方向]

- ◆ 観光経済効果が低い部分（卸売業、製造業、一般サービス業など）について、商品・サービスの改善や新規事業開発、異業種間の交流を促す。

[3. 経済波及効果振興における方向]

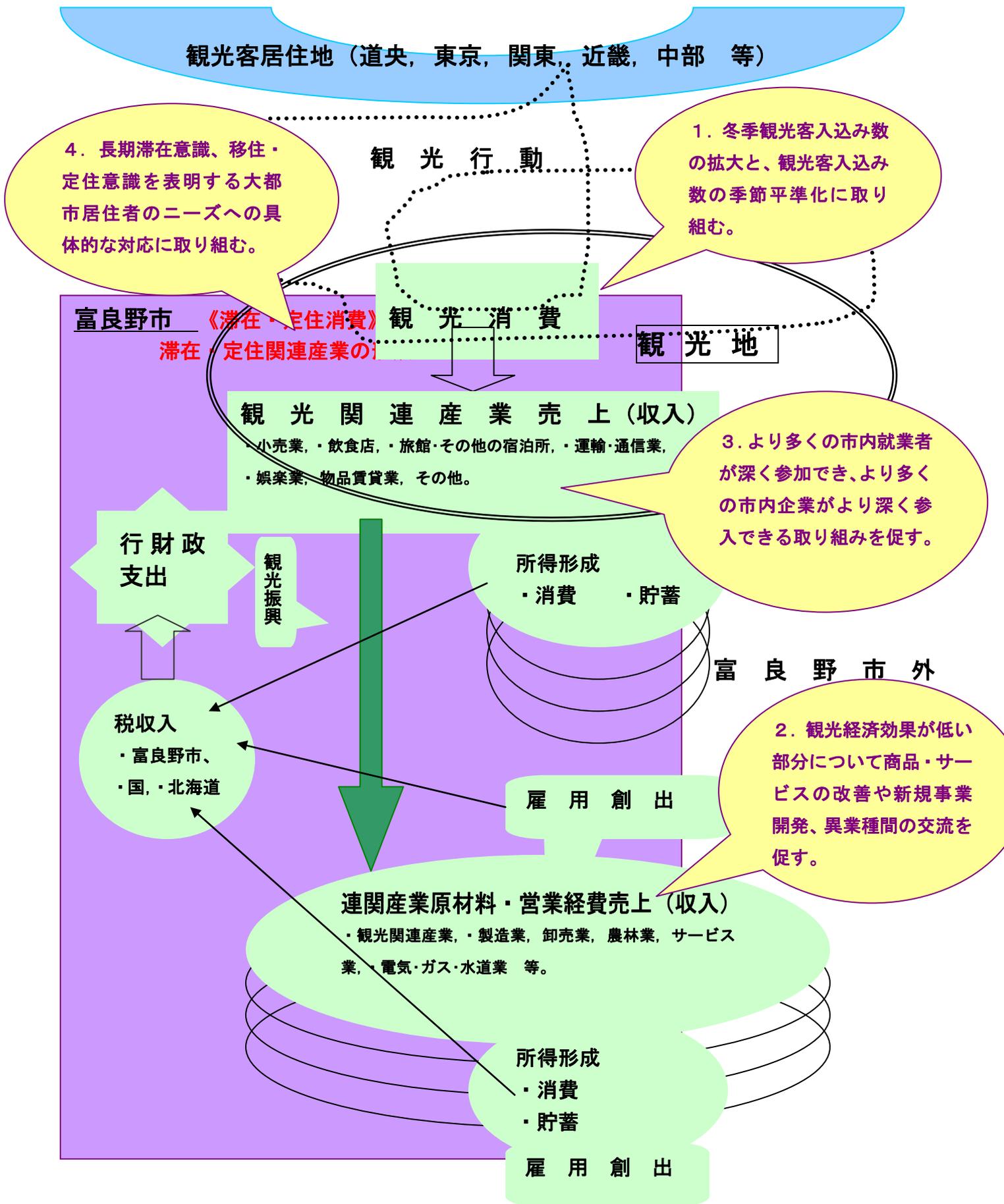
- ◆ 観光経済に、より多くの市内就業者がより深く参加でき、より多くの市内企業がより深く参入できる取り組みを促す。

[4. 長期滞在・定住振興における方向]

- ◆ 大きな規模となってきた、長期滞在意識、移住・定住意識を表明する大都市居住者のニーズへの具体的な対応に取り組む。

なお、本市観光経済振興において基礎となるフレーム（枠組み）を次の図に示す。

(図 5-2-1) 富良野市観光経済振興のフレーム（枠組み）について



平成 18 年度

富良野市観光経済調査報告書



平成 19 年 3 月



委託元／



受託先／NPO 法人 グリーンステージ

調査協力：大岩浩一
