

平成 28 年度伴走型小規模事業者支援推進事業

秋の陶器市における
経済波及効果
および
観光客の実態
調査報告書
(地域経済動向調査)

平成 28 年 12 月

益子町商工会

目次

1.	調査の概要	3
①	目的	3
②	アンケート調査の実施概要	3
③	アンケート回収状況および有効回答票数	3
2.	調査結果	4
	益子町の観光客の実態	4
	来場者の属性について	4
①	住所と宿泊利用状況	4
②	年齢	5
③	性別	5
④	同伴人数	6
	観光客の消費行動特性について	7
①	交通費と交通手段	7
②	宿泊費	8
③	飲食費	9
④	土産代・買物代	9
	秋の陶器市における経済波及効果	10
①	試算結果	10
②	試算方法（前提条件）	10
③	支出科目における産業格付け	11
④	最終需要額の推計	12
	交通費	12
	飲食費	12
	土産代・買物代	13
	宿泊費	13
⑤	まとめ	15

1. 調査の概要

① 目的

本調査は、経営発達支援計画における地域経済動向調査として実施し、益子町の地場産業である益子焼の経済波及効果および益子町へ観光に来ている旅行者の実態などを調査分析することにより、当商工会地域の事業者に対し、今後の事業展開に有益となる情報を提供するための基礎資料作りを目的としている。

② アンケート調査の実施概要

実施主体：株式会社ネオクラシック

実施場所：益子秋の陶器市

実施対象：益子秋の陶器市の来場者

実施日：平成28年11月3日（木）

実施方法：来場者に負担が掛からないよう調査員がアンケート内容を読み上げ、アンケート用紙にチェックする方式で実施

③ アンケート回収状況および有効回答票数

アンケート回収数：95票

有効回答票数：95票

2. 調査結果

益子町の観光客の実態

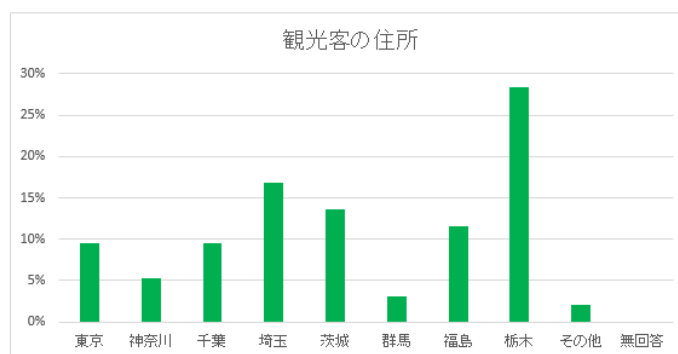
来場者の属性について

① 住所と宿泊利用状況

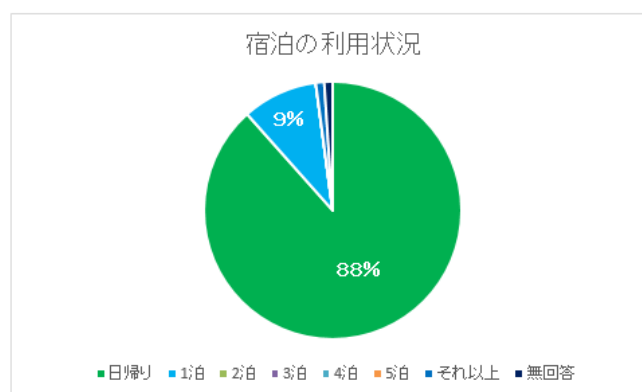
観光客（95人）の住所について見てみると、最も多かった地域は、栃木県でおよそ3割を占めている。次いで、埼玉県が17%、茨城県が14%、福島県が12%となっており、観光客の上位の住所は、全て栃木県と隣接している近隣県となっている。

また宿泊の利用状況については、前述したように観光客の上位の住所が近隣県であるため、日帰りの客がおよそ9割を占めており、益子町は日帰りで行ける観光地として観光客に認知されていると考えられる。

住所	回答数	構成比
東京	9	9%
神奈川	5	5%
千葉	9	9%
埼玉	16	17%
茨城	13	14%
群馬	3	3%
福島	11	12%
栃木	27	28%
その他	2	2%
無回答	0	0%
計	95	100%



宿泊の利用状況	回答数	構成比
日帰り	84	88%
1泊	9	9%
2泊	0	0%
3泊	0	0%
4泊	0	0%
5泊	0	0%
それ以上	1	1%
無回答	1	1%
計	95	100%

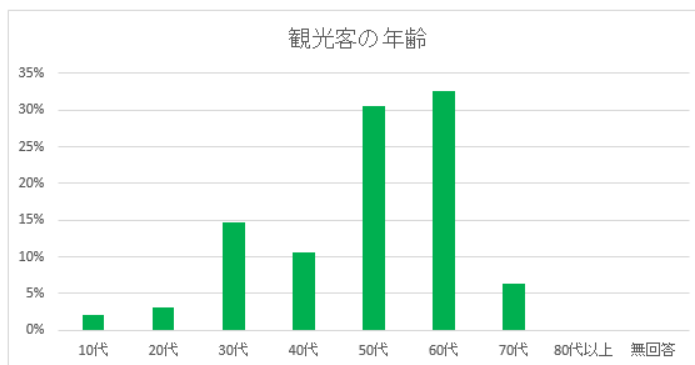


② 年齢

観光客の年齢においては、60代が33%と最も高く、次いで、50代が31%、30代が15%となっている。

また地域別での年齢構成を見てみると、観光客の上位県でもある埼玉県の観光客の最も多い年代は、30代（38%）で、他の件よりも若い傾向が見られる。

年齢	回答数	構成比
10代	2	2%
20代	3	3%
30代	14	15%
40代	10	11%
50代	29	31%
60代	31	33%
70代	6	6%
80代以上	0	0%
無回答	0	0%
計	95	100%

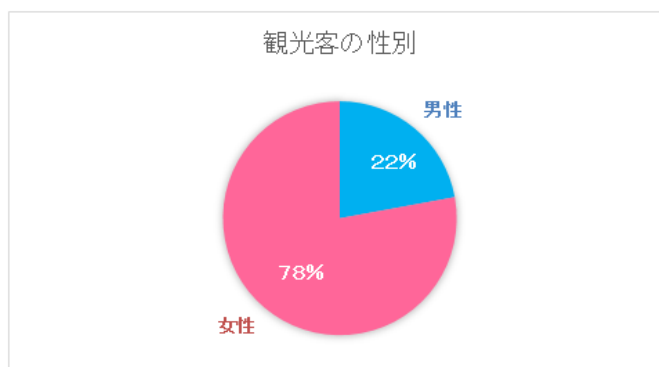


年齢	東京		神奈川		千葉		埼玉		茨城		群馬		福島		栃木	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
10代	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	9%	1	4%
20代	0	0%	0	0%	0	0%	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	2	7%
30代	2	22%	0	0%	1	11%	6	38%	0	0%	0	0%	0	0%	5	19%
40代	2	22%	0	0%	0	0%	2	13%	0	0%	1	33%	2	18%	2	7%
50代	1	11%	1	20%	5	56%	3	19%	3	23%	0	0%	7	64%	8	30%
60代	3	33%	4	80%	3	33%	3	19%	8	62%	2	67%	1	9%	7	26%
70代	1	11%	0	0%	0	0%	1	6%	2	15%	0	0%	0	0%	2	7%
80代以上	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
無回答	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	9	100%	5	100%	9	100%	16	100%	13	100%	3	100%	11	100%	27	100%

③ 性別

観光地の性別では、男性がおよそ2割で、女性がおよそ8割となっている。そのため女性の観光客が好むようなイベントや女性向けのお店のレイアウトなどを心がけることで、滞在時間や客単価の向上が図れると考えられる。

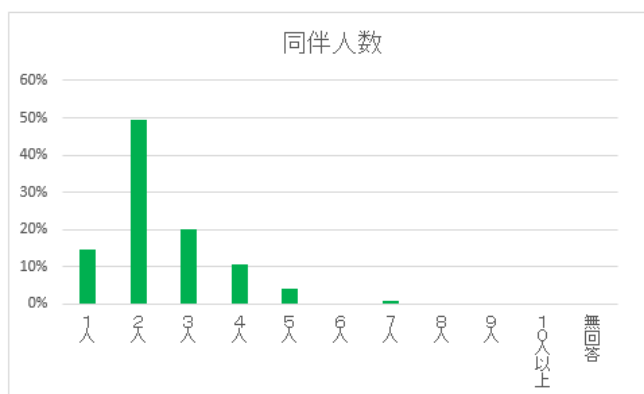
性別	回答数	構成比
男性	21	22%
女性	74	78%
無回答	0	0%
計	95	100%



④ 同伴人数

観光客の同伴人数においては、2人で来られているケースが、およそ半数を占め、夫婦や気心のしれた友人とぷらっと日帰りで益子町に来られていると考えられる。

同伴人数	回答数	構成比
1人	14	15%
2人	47	49%
3人	19	20%
4人	10	11%
5人	4	4%
6人	0	0%
7人	1	1%
8人	0	0%
9人	0	0%
10人以上	0	0%
無回答	0	0%
計	95	100%

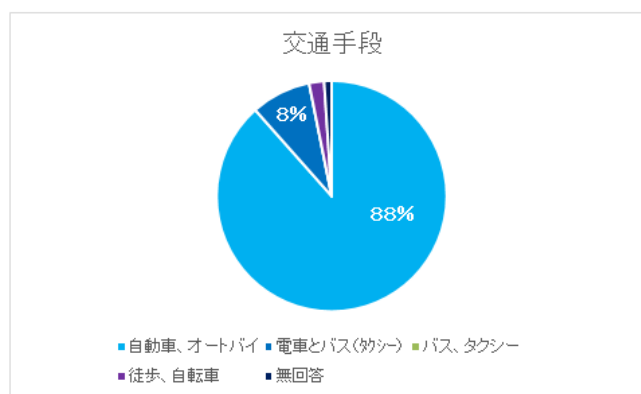


観光客の消費行動特性について

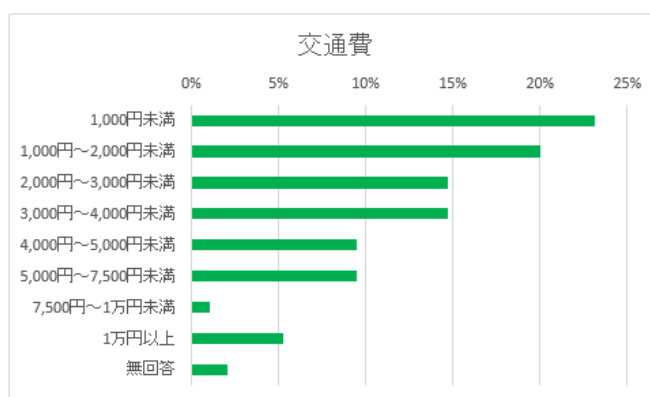
① 交通費と交通手段

観光客の交通手段については、およそ9割の観光客が「自動車、オートバイ」で来られており、電車やバスなどの公共機関を利用して来られている観光客は、1割を満たないことが分かった。したがって交通費も1,000円未満が23%で最も高く、同伴人数と交通費をクロス分析した一人当たりの交通費の平均額は、「自動車・オートバイ」が1,201円で、「電車とバス(タクシー)」が2,729円となっている。

交通手段	回答数	構成比
自動車、オートバイ	84	88%
電車とバス(タクシー)	8	8%
バス、タクシー	0	0%
徒歩、自転車	2	2%
無回答	1	1%
計	95	100%



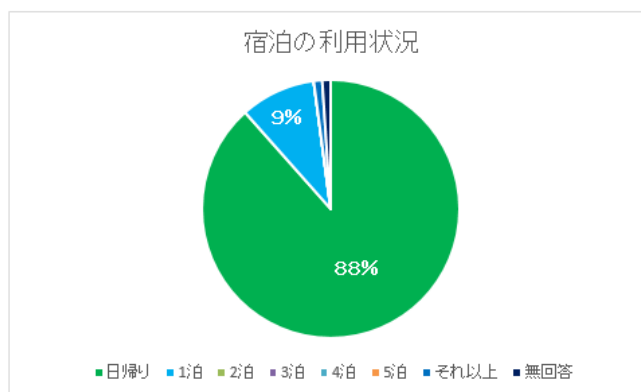
交通費	回答数	構成比
1,000円未満	22	23%
1,000円～2,000円未満	19	20%
2,000円～3,000円未満	14	15%
3,000円～4,000円未満	14	15%
4,000円～5,000円未満	9	9%
5,000円～7,500円未満	9	9%
7,500円～1万円未満	1	1%
1万円以上	5	5%
無回答	2	2%
計	95	100%



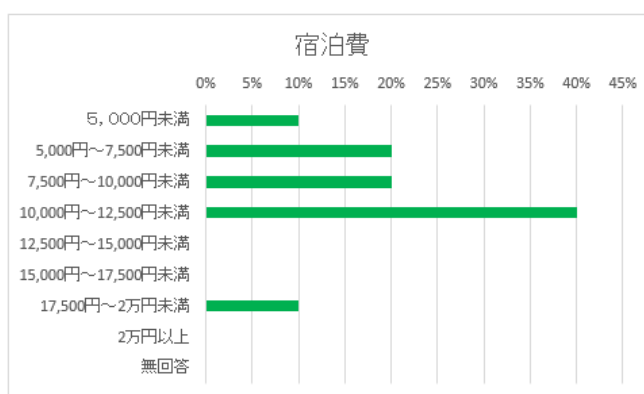
② 宿泊費

観光客の宿泊費においては、一泊一人当たりの金額で最も多かった価格帯は「10,000円～12,500円未満」で、全体の4割を占めている。また一泊一人当たりの平均額は、9,625円となっている。

宿泊の利用状況	回答数	構成比
日帰り	84	88%
1泊	9	9%
2泊	0	0%
3泊	0	0%
4泊	0	0%
5泊	0	0%
それ以上	1	1%
無回答	1	1%
計	95	100%



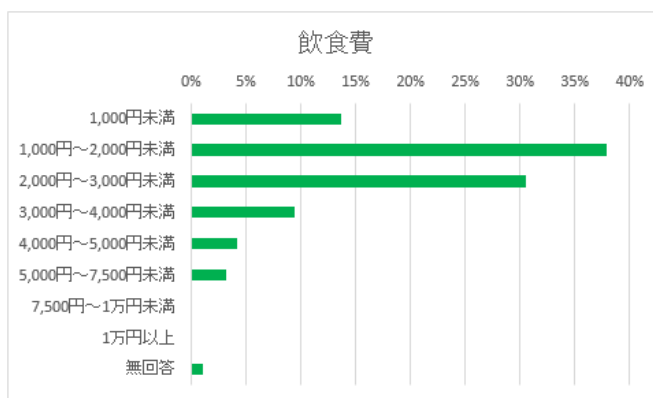
宿泊費	回答数	構成比
5,000円未満	1	10%
5,000円～7,500円未満	2	20%
7,500円～10,000円未満	2	20%
10,000円～12,500円未満	4	40%
12,500円～15,000円未満	0	0%
15,000円～17,500円未満	0	0%
17,500円～2万円未満	1	10%
2万円以上	0	0%
無回答	0	0%
計	10	100%



③ 飲食費

観光客の飲食費では、滞在期間中の飲食費で最も多かったのは、「1,000円～2,000円未満（38%）」で、次いで、「2,000円～3,000円未満（31%）」となっている。また同伴人数と飲食費をクロス分析した一人当たりの飲食費の平均額は、875円となっている。

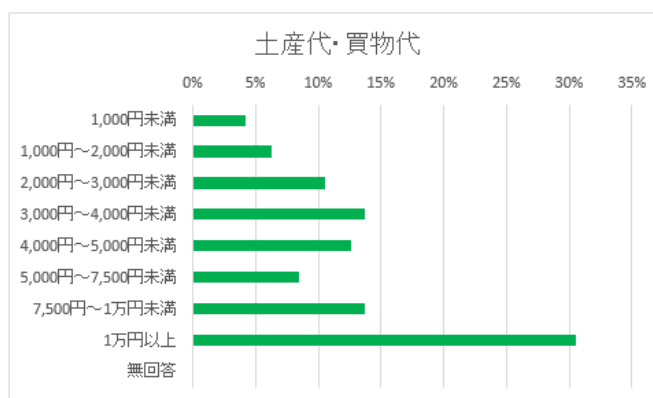
飲食費	回答数	構成比
1,000円未満	13	14%
1,000円～2,000円未満	36	38%
2,000円～3,000円未満	29	31%
3,000円～4,000円未満	9	9%
4,000円～5,000円未満	4	4%
5,000円～7,500円未満	3	3%
7,500円～1万円未満	0	0%
1万円以上	0	0%
無回答	1	1%
計	95	100%



④ 土産代・買物代

観光客の土産代・買物代においては、滞在期間中の土産代・買物代で最も多かったのは、「1万円以上（31%）」で、次いで、「3,000円～4,000円未満（14%）」と「7,500円～1万円未満（14%）」となっている。また同伴人数と土産代・買物代をクロス分析した一人当たりの土産代・買物代の平均額は、3,208円となっている。

土産代・買物代	回答数	構成比
1,000円未満	4	4%
1,000円～2,000円未満	6	6%
2,000円～3,000円未満	10	11%
3,000円～4,000円未満	13	14%
4,000円～5,000円未満	12	13%
5,000円～7,500円未満	8	8%
7,500円～1万円未満	13	14%
1万円以上	29	31%
無回答	0	0%
計	95	100%



秋の陶器市における経済波及効果

① 試算結果

2016年11月3日（木）～7日（月）の5日間、益子町で開催された秋の陶器市がもたらす経済波及効果を試算したところ、秋の陶器市の開催による当該地域経済（栃木県内）に及ぼす経済波及効果は8億5,615万円で、うち直接効果が5億6,286万円、間接効果（第1次+第2次）は2億9,329万円になることが分かった。

（単位：円）

総合効果	直接効果	間接効果	
		第1次間接効果	第2次間接効果
856,151,148	562,858,748	163,754,301	129,538,099

② 試算方法（前提条件）

- 秋の陶器市期間中の来場者数を211,027人（主催者発表）とする。
- 最終需要額は、秋の陶器市を実施するにあたり支出された秋の陶器市実行委員会にかかる運営費（主催者発表）および観光客の陶器市にかかる支出金額（後述）をもとに算出する。
- 観光客の秋の陶器市にかかる支出金額は、来場者にアンケート調査を実施し、それらをもとに土産代、陶器市以外での買物代、飲食費、交通費、宿泊費を推計する。具体的な算出方法は「最終需要額の推計」で説明する。
- 経済波及効果の算出にあたっては、「2011年度版 栃木県産業連関表（37部門）および雇用表¹」を利用する。

¹栃木県産業連関表-栃木県公式ホームページ：

<http://www.pref.tochigi.lg.jp/c04/pref/toukei/toukei/io.html>

③ 支出科目における産業格付け

秋の陶器市の支出科目における産業格付けは、総務省統計局「2011 年度版 産業連関表 第8章部門分類表²」と先行事例³を参考にして行った。

また支出科目において主催者事業費の「通信運搬費」は経費内訳から「運輸・郵便」と「情報通信」を9対1の割合で、観光客の消費支出の「土産代」は消費状況により「商業」と「窯業・土石製品」を2対8の割合で案分した。

主催者事業費

実行委員会決算書

支出科目	部門分類(37分類)
賃金	対事業所サービス
報酬費	対事業所サービス
消耗品費	事務用品
印刷製本費	その他の製造工業製品
通信運搬費	運輸・郵便
	情報通信
手数料	対事業所サービス
広告費	対事業所サービス
委託料	対事業所サービス
使用料および賃借料	対事業所サービス
事務費	対事業所サービス

巡回バス決算書

支出科目	部門分類(37分類)
委託料	対事業所サービス
消耗品費	事務用品
手数料	金融・保険
使用料および賃借料	対事業所サービス

直行バス決算書

支出科目	部門分類(37分類)
委託料	対事業所サービス
手数料	金融・保険

観光客の消費支出

支出科目	部門分類(37分類)
交通費	石油・石炭製品
	運輸・郵便
宿泊費	対個人サービス
飲食費	対個人サービス
土産代	商業
	窯業・土石製品

² 総務省統計局-平成23年(2011年)産業連関表(一総合解説編一): http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/011index.htm

³ 小長谷一之・前川知史(2012) pp.238-245

④ 最終需要額の推計

アンケート調査での観光客数は、232人であった。その内、電車・バスを利用して来た観光客数は12人で、自動車・オートバイでの観光客数は213人、残りは徒歩・自転車と無回答の観光客である。また宿泊をされた観光客数は、21人であった。

これらの人数をもとに秋の陶器市に来場された全ての観光客の支出金額である最終需要額を推計していく。

最終需要額は、観光客が秋の陶器市に来られたことにより発生した支出金額であるため、次の4つの費用を合算したものを観光客の最終需要額とする。4つの費用項目とは、「交通費」「飲食費」「土産代・買物代」「宿泊費」である。また交通費は、「電車・バス」で来られる方と「自動車・オートバイ」で来られる方がいるため、これらの費用は別々で推計する。

交通費

「電車・バス」を費用項目とした最終需要額は、まず電車・バスを利用して来た観光客の消費総額は、32,750円であった。電車・バスを利用して来た観光客数は、12人であるため一人あたりの消費額は約2,729円となる。

したがって電車・バスでの最終需要額は、
 $12人 \div 232人 \times 211,027人 \times 約2,729円 = 29,789,372円$ となる。

「自動車・オートバイ」を費用項目とした最終需要額は、自動車・オートバイで来られた観光客の消費総額は、110,413円。自動車・オートバイでの観光客数は、213人であるため一人あたりの消費額は約1,201円となる。

したがって自動車・オートバイでの最終需要額は、
 $213人 \div 232人 \times 211,027人 \times 約1,201円 = 232,629,980円$ となる。

飲食費

「飲食費」を費用項目とした最終需要額は、観光客が陶器市に来られたことによる一切の飲食費の消費総額は201,250円。観光客数は、232人であるが、飲食費の支出金額の設問で無回答と答えた対象者がいたため、飲食費における観光客数は、230人である。よって一人あたりの消費額は約875円となる。

したがって飲食費による最終需要額は、
 $230人 \div 232人 \times 211,027人 \times 約875円 = 183,056,827円$ となる。

土産代・買物代

「土産代・買物代」を費用項目とした最終需要額は、観光客が陶器市にいられたことによる一切の土産代・買物代の消費総額は744,250円。観光客数は、232人であるため、一人あたりの消費額は約3,208円となる。

したがって飲食費による最終需要額は、
 $211,027人 \times 約3,208円 = 676,969,158円$ となる。

宿泊費

「宿泊費」を費用項目とした最終需要額は、観光客が宿泊に要した費用の消費総額は、202,125円。宿泊をされた観光客数は、21人であるため一人あたりの消費額は約9,625円となる。

したがって宿泊費による最終需要額は、
 $21人 \div 232人 \times 211,027人 \times 約9,625円 = 183,852,726円$ となる。

費用項目	算出方法
電車・バス	電車・バスを利用して来た観光客の消費総額は、32,750円。観光客数は12人。一人あたりの消費額は約2,729円。電車・バスでの最終需要額は $12人 \div 232人 \times 211,027人 \times 約2,729円 = 29,789,372円$
自動車・オートバイ	自動車・オートバイによる観光客の消費総額は、255,750円。観光客数は、213人。一人あたりの消費額は約1,201円。自動車・オートバイでの最終需要額は $213人 \div 232人 \times 211,027人 \times 約1,201円 = 232,629,980円$
飲食費	飲食費の消費総額は、201,250円。観光客数は、230人。一人あたりの消費額は約875円。飲食費による最終需要額は $230人 \div 232人 \times 211,027人 \times 約875円 = 183,056,827円$
土産代・買物代	土産代・買物代の消費総額は、744,250円であった。観光客数は、232人。一人あたりの消費額は約3,208円。土産代・買物代による最終需要額は $211,027人 \times 約3,208円 = 676,969,158円$

宿泊費	<p>宿泊をした観光客の消費総額は、202,125 円であった。宿泊された観光客数は、21 人。一人あたりの消費額は約 9,625 円。したがって宿泊費による最終需要額は</p> $21 \text{ 人} \div 232 \text{ 人} \times 211,027 \text{ 人} \times \text{約 } 9,625 \text{ 円} = 183,852,726 \text{ 円}$
-----	---

これら費用項目ごとの最終需要増加額と秋の陶器市実行委員会にかかる運営費用を「2011 年度版 栃木県産業連関表（37 部門）および雇用表」の支出科目に代入すると経済波及効果が導出される。

⑤ まとめ

益子焼は、首都圏等から年間約 190 万人の陶芸愛好家や観光客が益子焼を求めて来町され、益子町における基幹的な観光資源となっている。

その中で本調査を実施した秋の陶器市には、毎年おおよそ約 20 万人の観光客が来町され、春の陶器市と合わせた観光客数は年間益子町に訪れる訪問者の 3 分の 1 を占める一大イベントとなっている。

このような一大イベントの一つでもある秋の陶器市の経済効果は、直接効果が 5 億 6,286 万円、間接効果（第 1 次＋第 2 次）は 2 億 9,329 万円となり、それらを合わせた経済波及効果は、8 億 5,615 万円となることが確認できた。

最後に秋の陶器市における経済的な意義として、イベントの主催者が支出する主催者事業費を「投資」と考え、経済効果をそれによる「効果」とした場合、主催者事業費の合計金額は 3,289,004 円で、経済効果は 856,151,148 円である。

したがって最終的な「投資対効果」は、主催者事業費の約 260 倍にも及ぶことが今回の試算で分かった。このように秋の陶器市における当該地域への経済的な意義は非常に大きいと考えられる。⁴

以上

⁴ 早川（2011）p.2

参考文献

小長谷一之、前川知史 (2012) 『経済効果入門 地域活性化・企画立案・政策評価のツール』 日本評論社

早川敬一 (2011) 『イベントの経済波及効果』 社団法人 日本イベント産業振興協会

参考ウェブサイト

栃木県産業連関表-栃木県公式ホームページ :

<http://www.pref.tochigi.lg.jp/c04/pref/toukei/toukei/io.html> (2016/11/30 アクセス)

総務省統計局-平成 23 年 (2011 年) 産業連関表 (一総合解説編一)

http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/011index.htm (2016/11/30 アクセス)

【作成/監修】

〒324-0054

栃木県大田原市若松町 505-1 柴田若松コーポ 103 号

株式会社ネオクラシック 中小企業診断士 柴田 幸紀