

2 本県の観光客数と消費額

本県観光の入込客は日帰り客も含めて年間約二千四百万人と推計されています。(これには県内客も含まれます)ここ数年、全体の入込客数にあまり大きな変化はみられません。宿泊客数は昭和五十一年の六百四十万人をピークに減少を続けました。しかし、その後観光関係者の努力もあって、ようやく五十六年で減少傾向に歯止めがかかり、五十七年は五百八十八万人と対前年で二十二万人の増加となりました。

消費額は表のように各項目を積みあげると約千三百七十億円となります。これに県外からの交通費のはね返り分を加えると約千五百億円に達するものと推定されています。

●観光消費額(推計)

区分	計					観光客数 人	観光消費額 千円	総計 千円	前年対比 %
	宿泊費	飲食費	域内交通費	商品購入費	その他				
宿泊客	4,810	2,130	1,050	1,130	970	10,090	5,817,900	137,141,657	112.3
日帰り客	-	1,820	1,070	520	860	4,270	18,369,800	78,439,046	

(熊本県観光統計 58年版)

3 観光産業の経済的効果

この千五百億円にもよる観光消費額は地域経済に波及していきます。経済的波及効果は大きく分けると、観光消費が及ぼす効果と観光投資が及ぼす効果になります。観光消費は直接的に観光産業(旅館・土産品店等)の所得と雇用を増加させるだけでなく、広域的関連産業の所得と雇用の増加をもたらします。たとえば旅館での消費は、米、野菜などの農産物、みそ、酒、建具などの加工品といったものの需要につながります。従業員に支払われた賃金は地域の生活で新たな需要を生みだします。こうして観光地のみならず、その隣接地も観光消費にともなう経済効果を受けることになるのです。観光消費が増加すれば、需要と供給の関係で民間・公共を問わず観光投資が活発になります。

ある調査によると、投資に対する資本係数は農林業一・四、工業二・七に対して観光事業は〇・四となっています。すなわち一億円の売り上げを生みだすのに観光事業は四千万円の投資ですむというわけで、大変資本効率の良い産業であることがわかります。

(資本係数：一定期間の生産量に対する資本量の比率。この資本係数が高ければそれだけ資本の産出効果が低いことになる。)

4 多様化する観光

最近の観光はその対象が音楽、美術鑑賞、スポーツ、釣りといったように多様化しているのが特徴です。

アメリカの最も歴史あるマーケティング・リサーチ(市場調査)機関のトーマス・マスケック社は顧客の趣味について調査していますが、アメリカでも個人の趣味に合った自己充実の旅行を目指す傾向があると報告しています。たとえば、車ファンに対してはベントツ、フェラーリ工場の見物ツアーを組むといった企画が大いに受けています。またヨーロッパでは、ロンドン、ベニス間の二十四時間五百ドルツアーという音楽ツアーが人気商品となっているそうです。急速に進む高齢化社会ではこのような趣味につながる商品企画に一層拍車をかけると思われます。たとえば、史跡めぐりなど学習意欲を満足させるもの、マラソン大会、ゲートボール大会など健康促進につながるものなどが盛んになることが予想されます。

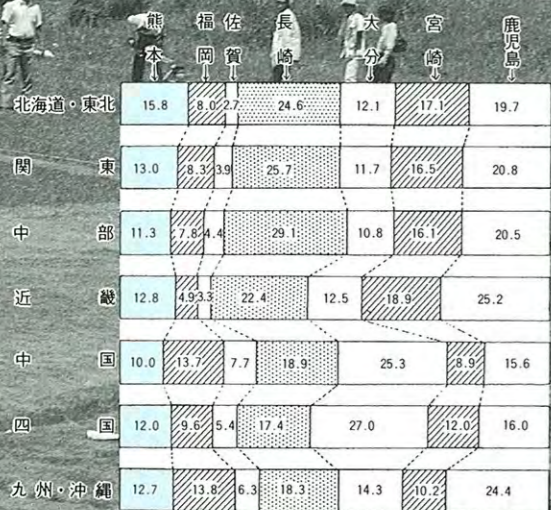
昨年、熊本県が(財)日本交通公社に委託した「熊本県の観光の活性化に関する調査報告」によると、熊本県は九州のなかでも個性派観光客に喜ばれる観光資源や素材に最も恵まれているとの結果がでています。

5 もう一つ工夫の欲しい熊本観光

しかし、現状は、長崎、宮崎、大分、鹿児島といった県に比べ、宿泊者数はかなり低くなっています。

日本交通公社、近畿日本ツーリスト、日本旅行等、日本の旅行者の大半を扱う大手旅行代理店の旅行商品で熊本県内を泊地としたものが少ないことによっても熊本の評価があまり高くないことがうかがえます。つまり熊本を泊地とする商品は売れにくいというのです。彼らはその理由として、「特徴ある料理を出すところが少ない」、「サービスが観光先進県に劣る」、「観光施設に先取りしたものが少ない」といいます。旅行者の嗜好に合った観光的演出に今一つ工夫が欠けていると異口同音に言っているのです。

そこで、県では五十七年から全県一斉の「情熱発見くまもと」をキャッチフレーズに観光キャンペーンを実施し、各地域では地域の人々自らが観光資源の発掘、演出を行うよう努めてきました。



●発地別にみた宿泊地(県)の選択(昭56)

昭和52年から始まった阿蘇の凧あげ大会は今年7回目を迎え、大草原に2万人も見物人を集めた。