

彦根市観光に関する 経済効果測定調査 報告書

概要版

2021 年 彦根市観光の消費動向調査結果および
観光消費による経済的波及効果の推計

2022 年 3 月

観光消費による経済波及効果の推計

主要調査結果

	直接効果			波及効果	
	観光客数 (実人数推計) (万人)	観光消費額 (億円)	うち ひこにゃん グッズ販売額 (億円)	総額 (億円)	雇用効果 (人)
2007年	243	174	17.0	338	2,872
2008年	185	170	9.5	331	1,955
2009年	210	108	7.8	211	1,200
2010年	211	120	8.5	228	1,129
2011年	228	143	7.8	271	1,324
2012年	204	137	9.0	258	1,309
2013年	206	141	8.0	266	1,304
2014年	調査非実施				
2015年					
2016年	226	166	7.2	313	1,302
2017年	237	197	8.8	362	1,429
2018年	206	158	7.5	294	1,290
2019年	217	161	9.0	296	1,273
2020年	90	79	4.2	147	666
2021年(今回調査)	90	67	1.5	88	476
前年差	▲ 0	▲ 12	▲ 2.7	▲ 60	▲ 190
前年比	0%	-15%	-65%	-40%	-28%

※2007年のみ「彦根城築城400年祭」開催期間(250日)の経済効果を測定した数値となっている。

・直接効果

観光客数 90 万人
観光消費額 67 億円

ひこにゃんグッズ
販売額 1.5 億円

・波及効果

経済波及効果総額
88 億円

雇用効果
476 人

主要参考指標

	1人あたり観光消費額		彦根城 入場者数 (万人)	市内観光 入込客数 (万人)	普通車 駐車台数 (万台)	大型車 駐車台数 (台)
	日帰り客 (円)	宿泊客 (円)				
2007年	5,184	23,308	76	406		
2008年	6,660	29,554	65	333		
2009年	3,741	20,576	72	323		
2010年	4,061	19,517	73	344		
2011年	4,141	20,408	83	364		
2012年	4,393	20,260	72	332	23.2	6,244
2013年	4,332	21,499	74	319	21.6	5,255
2014年	調査非実施		74	301	23.3	6,215
2015年			79	321	22.4	6,471
2016年	4,273	22,117	79	326	22.8	5,638
2017年	5,429	21,871	84	342	23.1	6,739
2018年	4,305	19,549	73	307	21.5	5,794
2019年	4,203	19,480	77	315	22.4	6,210
2020年	4,011	18,922	37	145	13.3	2,042
2021年(今回調査)	3,130	20,466	38	154	13.1	1,355
前年差	▲ 881	1,543	1	8	▲ 0.2	▲ 687
前年比	-22%	8%	3%	6%	-1.7%	-34%

※2007年のみ「彦根城築城400年祭」開催期間(250日)の経済効果を測定した数値となっている。

※普通車駐車台数は臨時駐車場含む

・宿泊客

20,466 円
日帰り客
3,130 円

・彦根城

入場者数
38 万人

・普通車駐車台数

13.1 万台
大型車駐車台数
1.4 千台

前年から続く新型コロナウイルス感染症の流行の影響により、彦根の代表的観光スポットである彦根城の入場者数は、前年調査と同程度であり、一昨年までと比較すると大幅に低い水準であった。観光客の入込客数も 154 万人と昨年度と同程度となっており、これを1人あたり訪問地点数・宿泊数で割った観光客実人数は90万人であった。1人あたり観光消費額では、宿泊客が増加した一方、日帰り客は減少した。結果として、観光消費総額は67億円、経済波及効果は88億円と前年と比較し減少した。

観光客 1人あたり観光消費額の内訳

【観光客 1人あたり観光消費額の内訳】

- ・観光客アンケートデータから、彦根観光における宿泊客の1人あたり観光消費金額は、20,466円となった。
- ・一方、日帰り客別の1人あたり観光消費金額は3,130円となった。（詳細は本編37～44ページに記載）
- ・1人あたり観光消費金額は、前年と比較し1人あたりの宿泊費が大幅に増加した一方で、日帰り客の飲食費及びお土産購入費は減少した。

	2021年調査(本調査)			
	宿泊客		日帰り客	
	割合	平均金額	割合	平均金額
交通費	2%	¥329	8%	¥254
宿泊費	63%	¥12,942	0%	¥0
飲食費	18%	¥3,665	41%	¥1,291
お土産購入費	12%	¥2,510	30%	¥950
内ひこにゃんグッズ	22%	¥562	23%	¥217
その他	5%	¥1,021	20%	¥635
合計		¥20,466		¥3,130

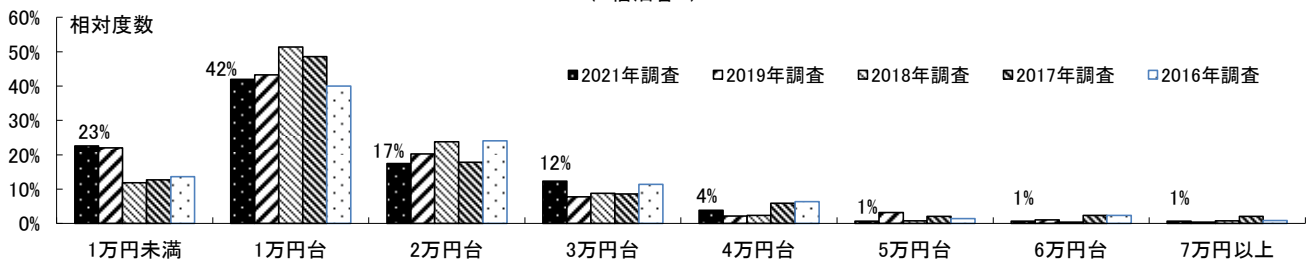
※「内ひこにゃんグッズ」の割合のみ、お土産購入費に占める割合

支出金額推移

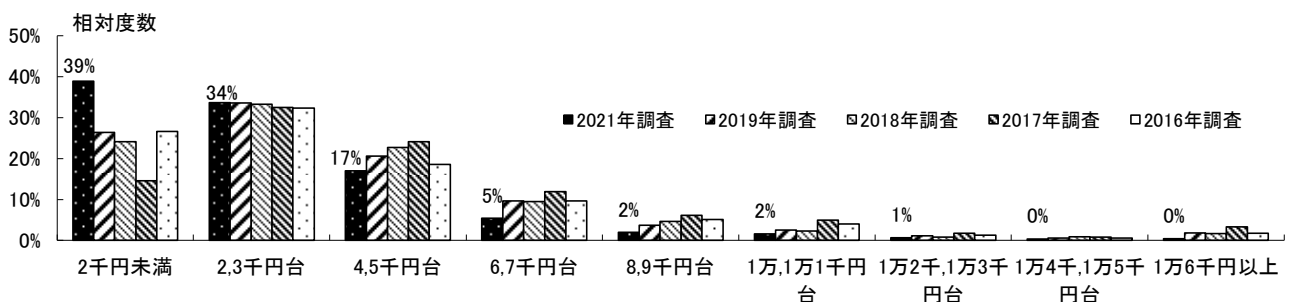
	調査年 ※2014, 2015年は非実施												
	2021年	2020年	2019年	2018年	2017年	2016年	2013年	2012年	2011年	2010年	2009年	2008年	2007年
宿泊客													
交通費	¥329	¥735	¥1,206	¥1,652	¥2,358	¥1,790	¥3,273	¥3,079	¥2,998	¥3,257	¥3,786	¥5,636	¥2,917
宿泊費	¥12,942	¥7,835	¥10,352	¥11,488	¥11,975	¥13,724	¥9,953	¥10,011	¥9,392	¥9,267	¥8,141	¥12,059	¥9,961
飲食費	¥3,665	¥3,534	¥3,715	¥2,996	¥3,787	¥3,556	¥4,054	¥3,515	¥3,970	¥3,238	¥3,682	¥5,109	¥4,364
お土産購入費	¥2,510	¥1,966	¥3,473	¥2,399	¥2,599	¥2,351	¥3,173	¥3,216	¥3,090	¥2,846	¥3,756	¥5,102	¥4,592
内ひこにゃんグッズ	¥562	¥500	¥675	¥523	¥546	¥470	¥726	¥724	¥699	¥790	¥654	¥1,111	¥2,160
その他	¥1,021	¥848	¥734	¥1,013	¥1,151	¥696	¥1,045	¥440	¥959	¥909	¥1,212	¥1,648	¥1,475
合計	¥20,466	¥14,919	¥19,480	¥19,549	¥21,871	¥22,117	¥21,499	¥20,260	¥20,408	¥19,517	¥20,576	¥29,554	¥23,308
日帰り客													
交通費	¥254	¥536	¥588	¥410	¥741	¥583	¥892	¥949	¥860	¥1,056	¥1,004	¥1,947	¥1,168
宿泊費	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0
飲食費	¥1,291	¥1,526	¥1,559	¥1,709	¥1,782	¥1,570	¥1,614	¥1,622	¥1,217	¥1,272	¥1,069	¥1,807	¥1,277
お土産購入費	¥950	¥1,163	¥1,428	¥1,403	¥2,047	¥1,570	¥1,227	¥1,572	¥1,503	¥1,226	¥1,083	¥1,953	¥1,437
内ひこにゃんグッズ	¥217	¥336	¥345	¥316	¥334	¥288	¥328	¥392	¥310	¥357	¥346	¥442	¥504
その他	¥635	¥786	¥629	¥782	¥860	¥550	¥598	¥251	¥561	¥508	¥586	¥953	¥1,302
合計	¥3,130	¥4,011	¥4,203	¥4,305	¥5,429	¥4,273	¥4,332	¥4,393	¥4,141	¥4,061	¥3,741	¥8,660	¥5,184

【1人あたり観光消費額の分布】

(宿泊客)

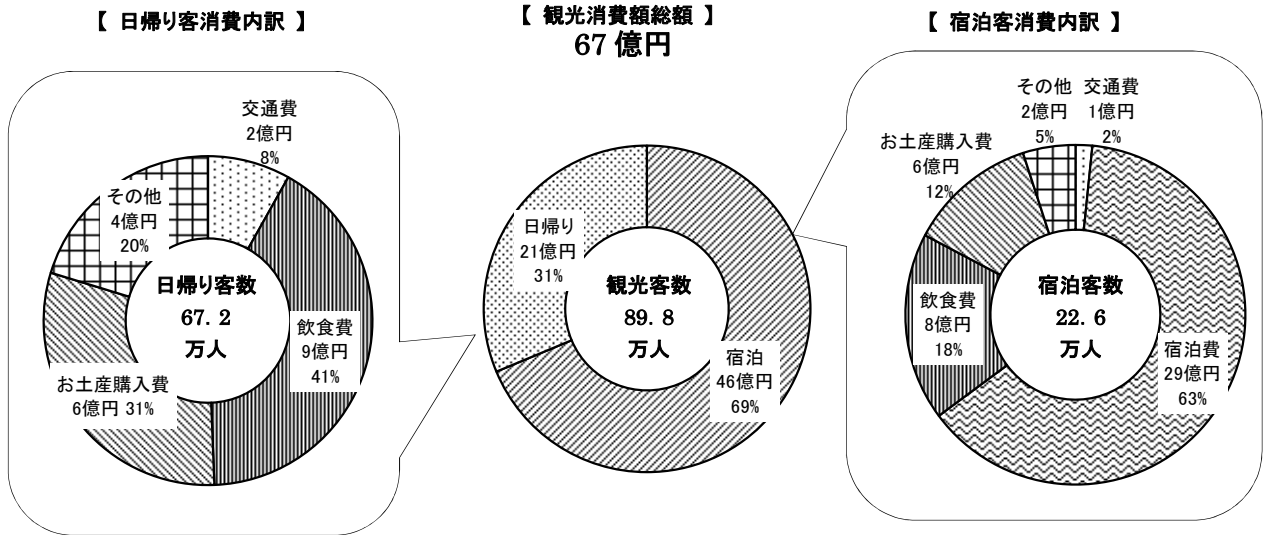


(日帰り客)



【 観光客数と観光消費額 】

彦根市に来訪した観光客数(実人数)は、90 万人であった。そのうち、宿泊客は 23 万人、日帰り客は 67 万人と推計される。宿泊・日帰り客を合算すると、交通費 2 億円、宿泊費 29 億円、飲食費 17 億円、お土産購入費 12 億円、その他 7 億円を消費している。これらより、観光客の消費総額は 67 億円と推計される。なお、お土産購入費に占めるひこにゃんグッズ販売額は 1.5 億円と推計される。観光消費額、宿泊・日帰り客消費内訳は以下の図のとおりで、全体に占める宿泊客の観光消費額が過半となった。

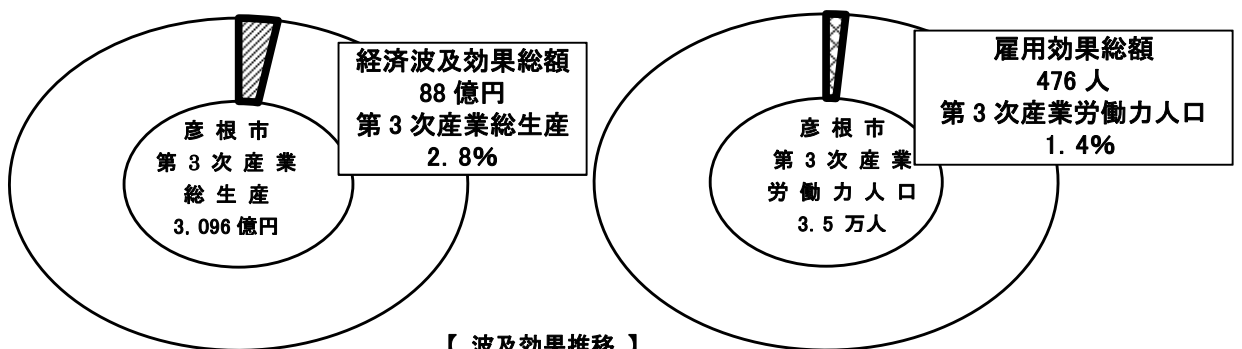


波及効果の相対的規模

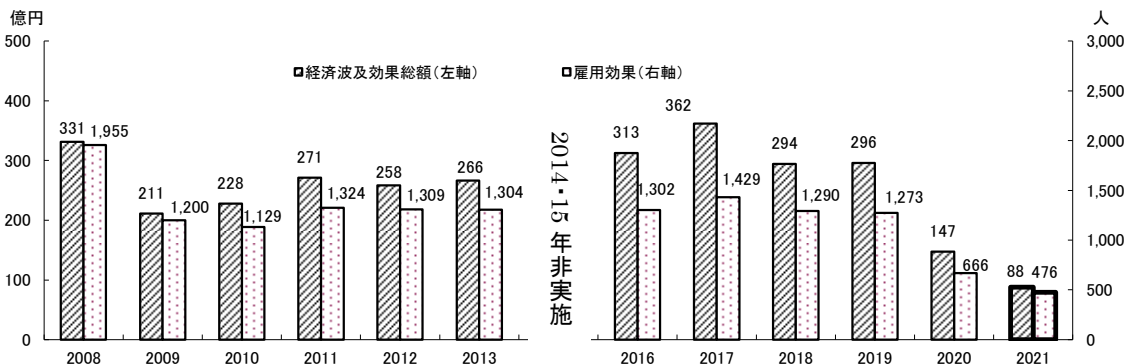
彦根市第 3 次産業総生産の 2.8% 第 3 次産業労働力の 1.4%

【 観光消費による経済波及効果の総額 】

観光消費 67 億円による経済波及効果総額は 88 億円と推計された。また、雇用効果は 476 人と推計された。これは彦根市第 3 次産業総生産の約 2.8%、同市第 3 次産業労働力人口の約 1.4%に相当する。



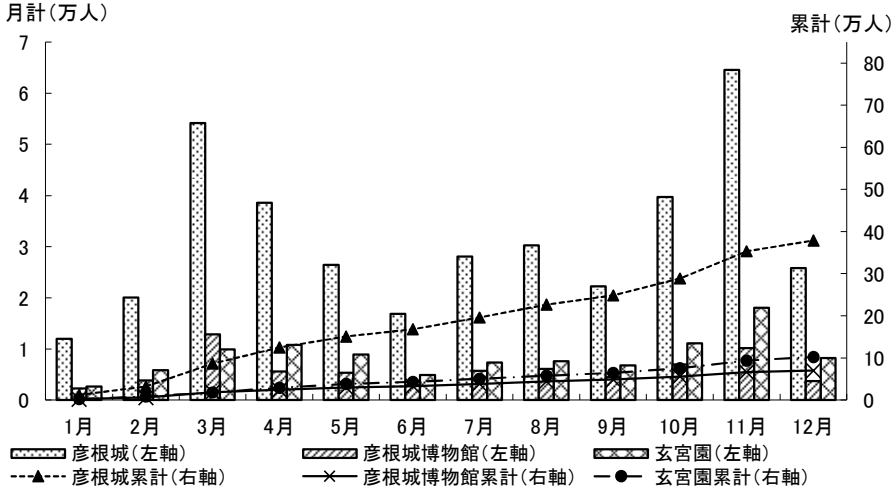
【 波及効果推移 】



2021年 彦根城周辺観光の概況

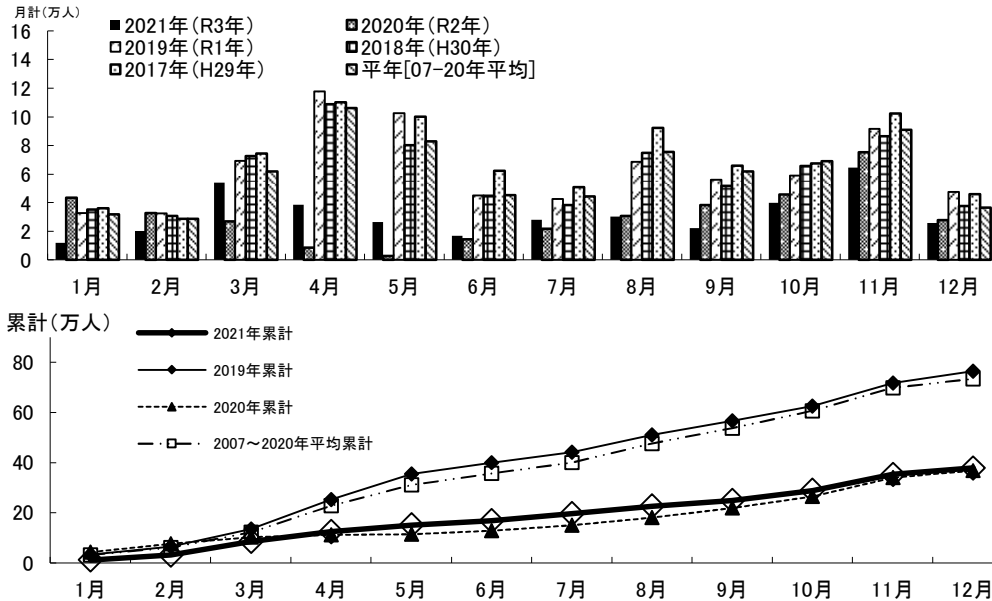
彦根城入場者数 38 万人（前年比 3%増）

【彦根城・彦根城博物館・玄宮園 入場者数推移】

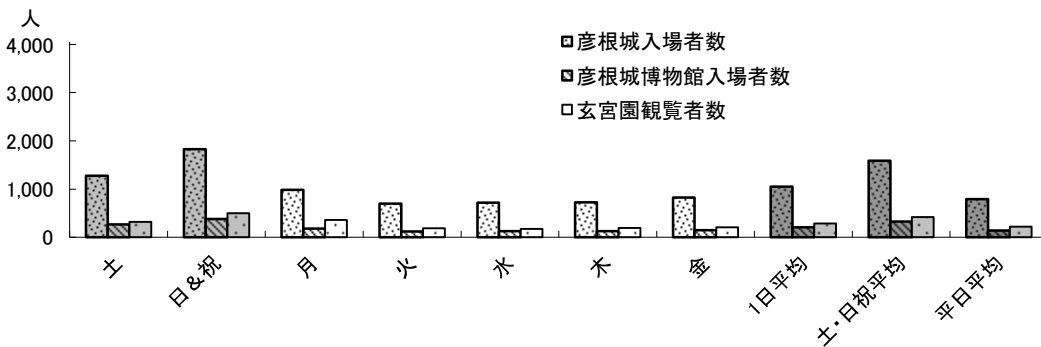


- 彦根城の入場者数は、年間約 38 万人(前年約 37 万人)だった。
- 月別で最も入場者の多かったのは 11 月の約 6.5 万人で、10 万人を超えた月はなかった。
- いずれの施設も、例年春季(3～5月)に入場者が多く、年間入場者の約 1/3 を占めているが、今年は新型コロナウイルス感染症の流行の影響で等により、例年と比べ大幅に入場者数が減少している。

【過去の彦根城入場者数 月別推移】



【彦根城および彦根城博物館 曜日別入場者数】（※月～金の祝日は日&祝日に算入）



普通車は前年比横ばい・平年比大幅減、大型車駐車台数 は前年・平年比大幅減

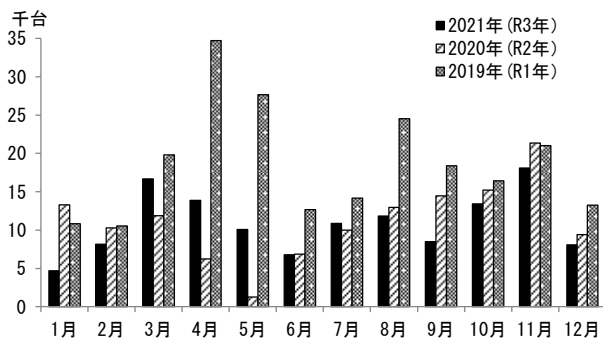
【 駐車台数推移 】

	普通車	大型車
2015年	224,140	6,471
2016年	228,493	5,638
2017年	231,295	6,739
2018年	214,689	5,794
2019年	224,151	6,210
2020年	133,244	2,042
2021年	131,161	1,355

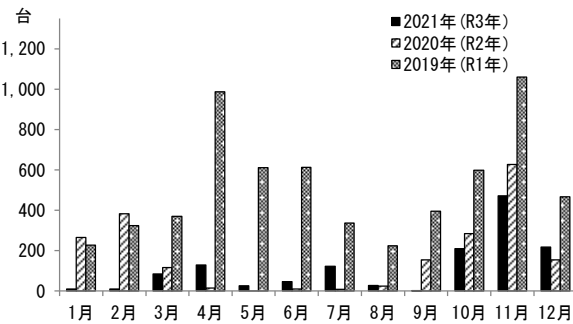
※普通車は臨時駐車場を含む

- ・大型車は前年比で約3割減少した一方、普通車は横ばいであった。
- ・前年同月比では、普通車は3月～5月の駐車台数が前年より増加しているものの、全ての月において、一昨年前の水準より低い水準となっている。
- ・一方で、大型車は比較的駐車台数が多い10月～12月でも一昨年前の半分程度となっており、年間でも一昨年前の2割程度まで大幅に減少している。

【 月別普通車駐車台数 】



【 月別大型車駐車台数 】



【 県内主要観光地入込客数における本年の実績(2020年実績との比較) 】

順位	観光地名	市町名	地域名	入込客数(人)
1	ラコリーナ近江八幡	近江八幡市	東近江	2,331,300
2	多賀大社	多賀町	湖東	1,612,100
3	黒壁ガラス館	長浜市	湖北	1,207,700
4	草津川跡地公園(区間2・区間5)	草津市	湖南	770,100
5	道の駅藤樹の里あどがわ	高島市	高島	757,900
6	道の駅妹子の郷	大津市	大津	718,000
7	道の駅あいとうマーガレットステーション	東近江市	東近江	645,300
~~~~~				
20	彦根城	彦根市	湖東	367,300
~~~~~				
圏外	夢京橋キャッスルロード	彦根市	湖東	179,000

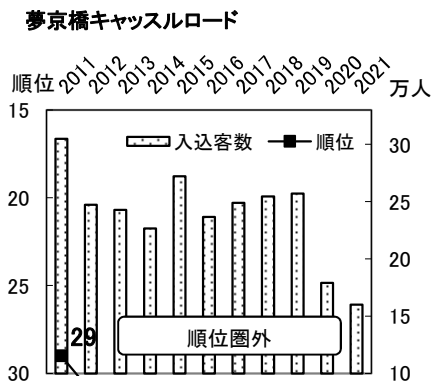
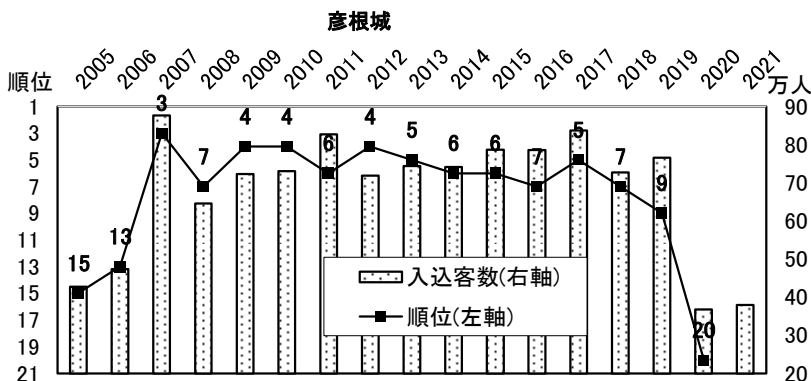
- ・彦根城は、2020年は前年度比40万人の減少し、順位は20位と11ランク下がった。
- ・キャッスルロードは、2020年は約18万人にとどまったためランクインできなかった。

2021年 38万人

2021年 16万人

※滋賀県観光入込客統計調査書(2020年)より

【 観光地ランキング推移 】



観光客アンケート調査 集計概要

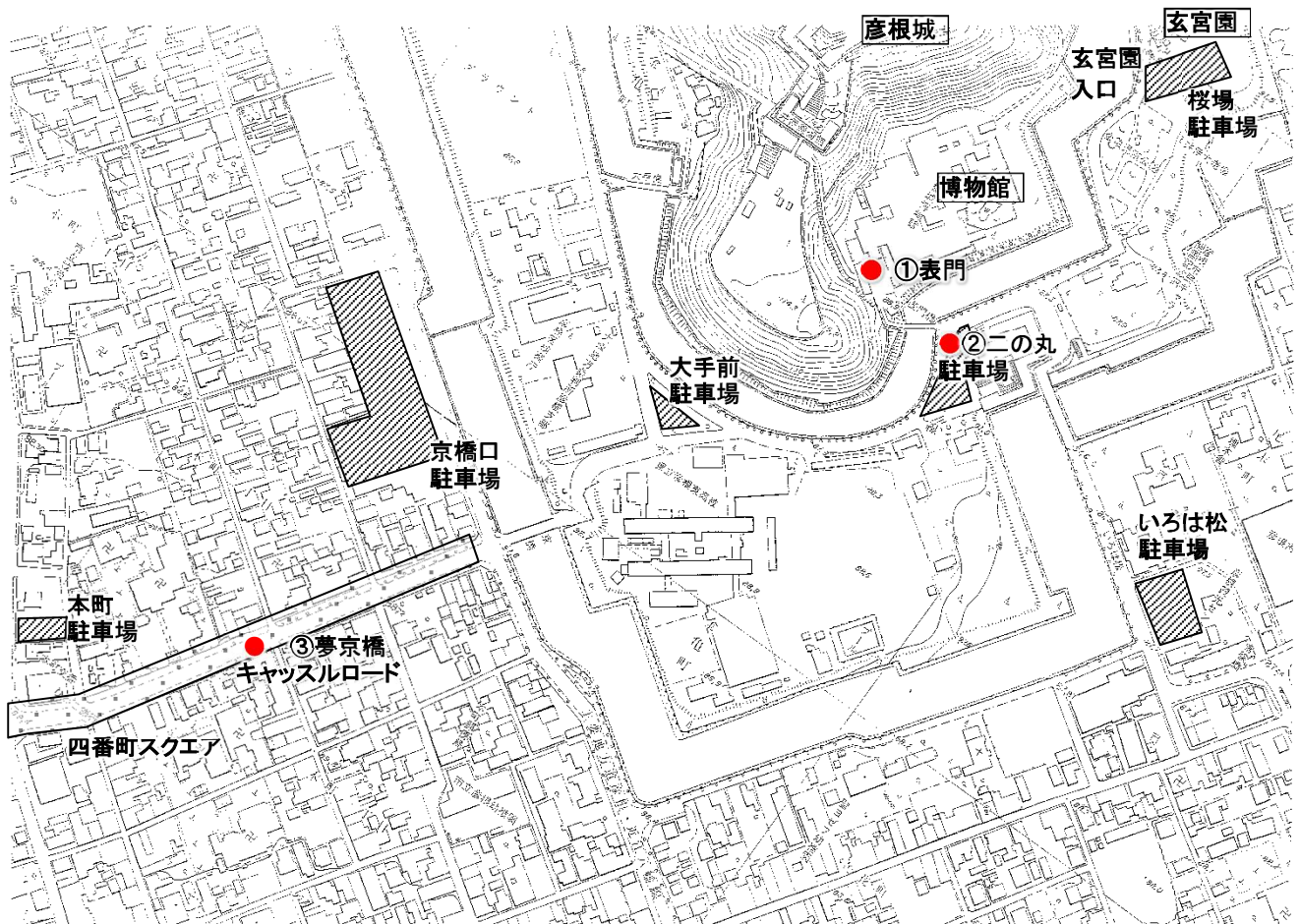


調査方法

彦根城周辺3地点に、調査員を2名ないし4名配置し、その地を訪れた観光客に対してアンケート票を配付し、自記入法(その場で回収)による調査を行った。

実施日・調査地点

調査は平日[11/24(水)]、通常の休日[11/23(火・祝)、12/5(日)]、イベント日※[11/27(土)]に分け実施した。具体的な調査地点は以下の通りである。



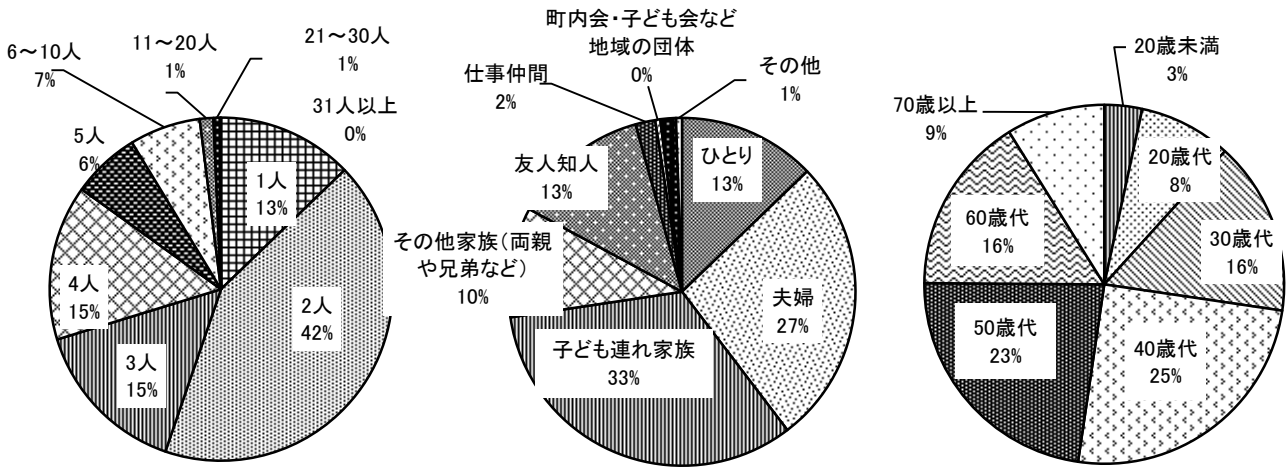
※「ひこねの城まつり」の開催日にあたる。本調査ではこのような催しが行われる休日を、通常の休日とは異なるイベント日と位置付けている

アンケート回答数

調査地点	通常の休日	平日	イベント日	通常の休日	計
	11/23(火・祝)	11/24(水)	11/27(土)	12/5(日)	
① 彦根城表門	338	165	140	229	872
② 彦根城二の丸	—	—	113	—	113
③ 夢京橋	108	—	—	—	108
調査計	446	165	253	229	1,093

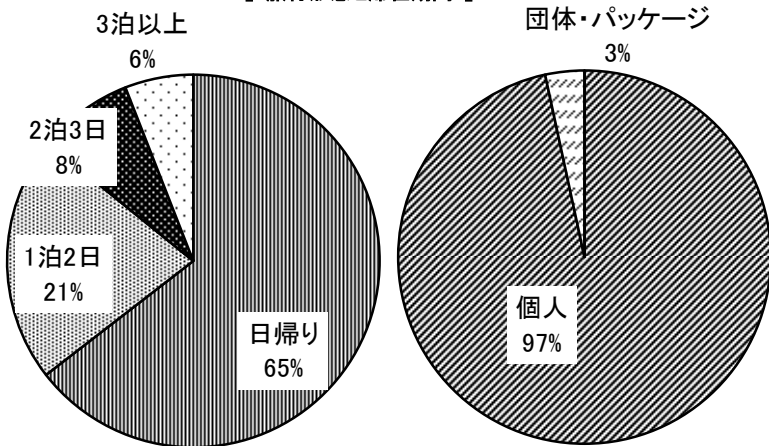
**観光客像は家族あるいは友人知人の2人連れで変わらず
30代から60代の各世代がバランスよく訪れている**

【 来訪者の属性 】



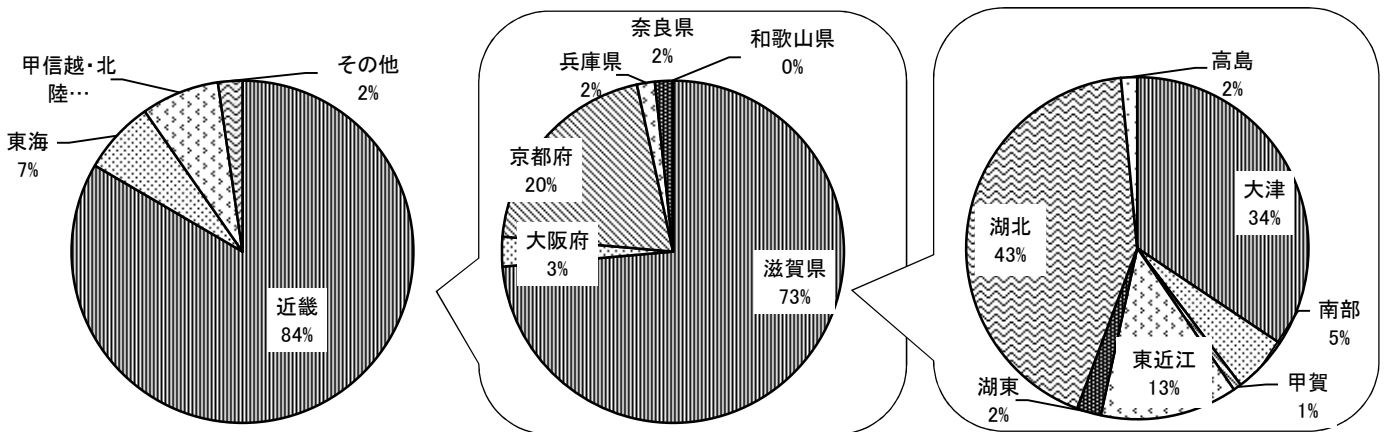
**日帰り旅行の個人客がメイン 宿泊客比率は3割
宿泊旅行者の半数近くが市内に宿泊、その比率は昨年と同程度**

【 旅行形態と滞在期間 】



- ・前年に比べ日帰り客比率が17ポイント増加し、その分1泊の宿泊客比率が14ポイント減少した。
- ・前年と比較し日帰り客の割合が増えた。
- ・連泊客比率は平日が高かった。
- ・宿泊者平均泊数は1.27泊であり、前年比0.23泊減少した。
- ・彦根市内に宿泊する客に限ると、平均泊数は1.14泊であり、前年比0.02泊増加した。
- ・観光客に占める彦根市内宿泊客の割合は16.0%であり、前年に比べ8.4ポイント減少した。
- ・宿泊客に占める彦根市内宿泊客の割合は45.1%であり、前年比1.8ポイント減少した。

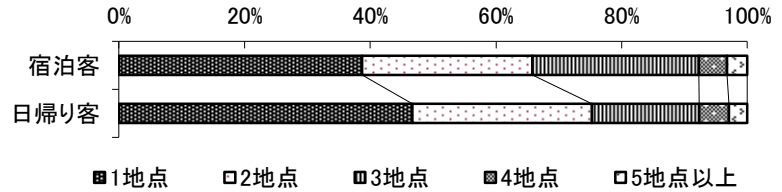
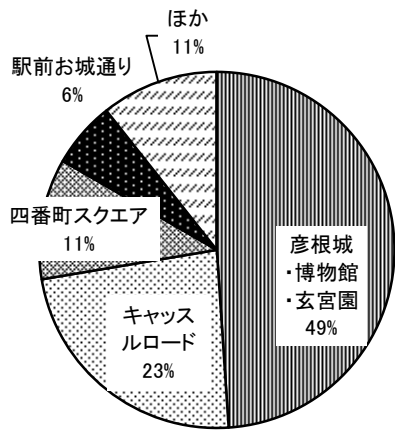
【 彦根以外に宿泊する観光客の宿泊地 】



・近畿が5ポイント上昇し、甲信越北陸が減少した。近畿圏内では京都が7ポイント上昇し、滋賀県が減少した。県内では湖北が10ポイント上昇した。

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

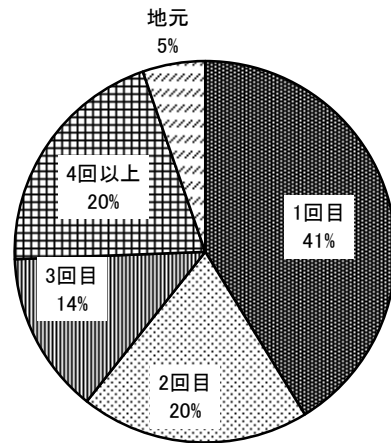
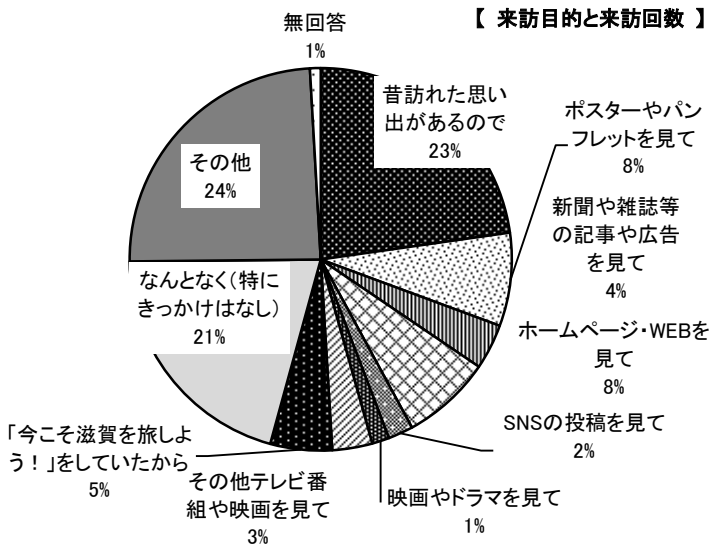
【 立ち寄り箇所、宿泊・日帰り客別立ち寄り地点数 】



- ・主な観光スポットが、彦根城(博物館、玄宮園含む)、キャッスルロード、四番町スクエアの3地点なのは例年通りだった。
- ・彦根城が4ポイント増加した一方で、四番町スクエアが3ポイント減少した。
- ・琵琶湖(松原海岸)が6ポイント減少した。

はじめての来訪が最多である一方、4回以上のリピーターは2割程度である

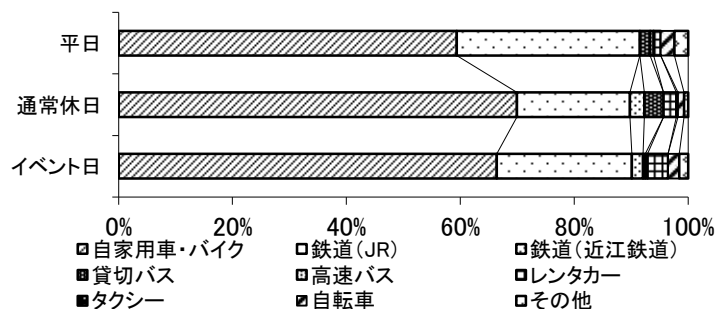
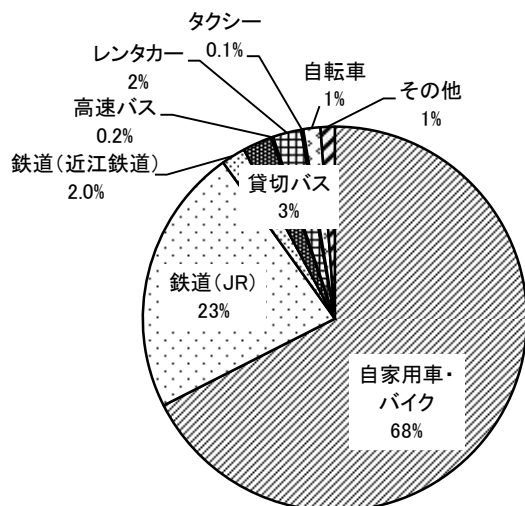
【 来訪目的と来訪回数 】



- ・紙媒体(ポスター・パンフレット、新聞・雑誌)とweb媒体(HP、SNS)では、前者の比率が高い。
- ・3回以上のリピーターの割合が5ポイント増加した。

自家用車での彦根来訪が7割、鉄道は2割 鉄道利用の過半が宿泊客で、その半数は関東から

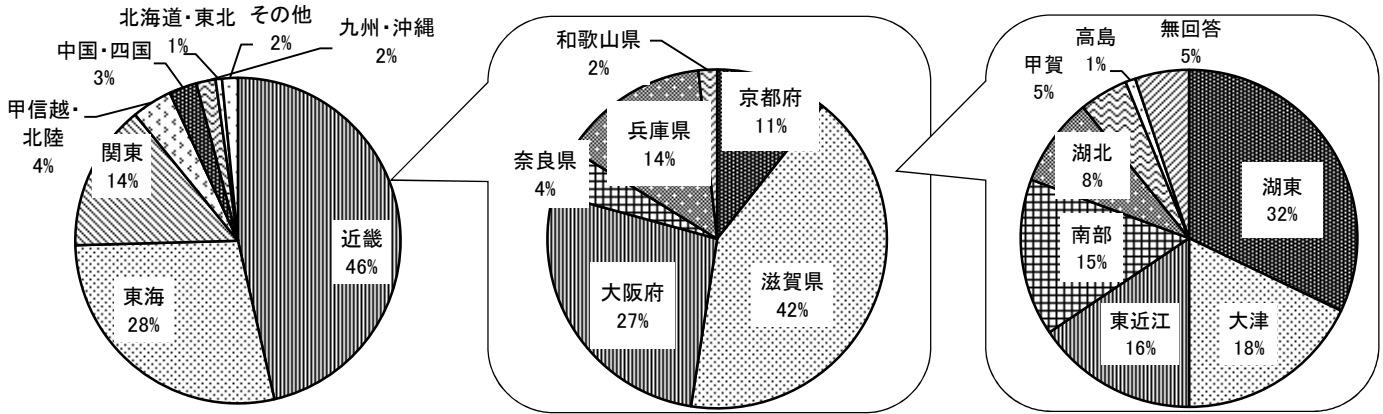
【 来訪手段 】



- ・“彦根まで”の交通手段としては、自家用車・バイク利用者が全体の約7割を占めた。
- ・特に休日の自家用車・バイク利用客割合が高かった。

来訪者の居住地は近畿5割、東海3割 第3位は関東だった 近畿では滋賀県・大阪府の両府県で2/3を占める

【来訪者の居住地】



＜全国区＞

- ・近畿圏、関東圏、甲信越・北陸、北海道・東北の割合は昨年度と同様の傾向だった。
- ・甲信越・北陸に比べ、より遠い関東の方が約4倍の比率となった。
- ・東海圏が約3割なのは例年同様の傾向だった。

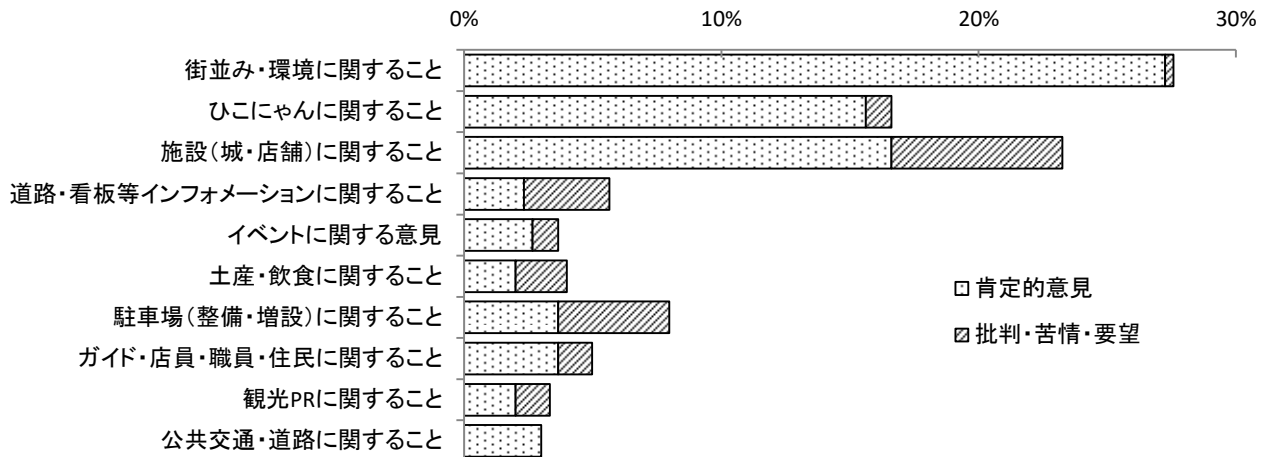
＜うち近畿圏＞

- ・前年度と比較し、滋賀県の割合が13ポイント増加し、大阪府の割合が8ポイント減少した。
- ・前年と同様、滋賀県と大阪府の両府県で2/3を占めていた。
- ・隣接県である京都府からの観光客は約1割であり、兵庫県を下回っていた。

＜うち滋賀県内＞

- ・地元湖東の比率が17ポイント増加し、その分、南部の割合が8ポイント、大津・東近江の割合が6ポイント減少した。
- ・甲賀、高島を除くどの地域からも、バランスよく訪れていた。
- ・平日は地元湖東の割合が高くなっていた。

自由記述



- ・街並み・環境に関しては、「落ち着いた」、「きれいな」といった肯定的な評価がほとんどであった。
- ・ひこにゃんに関しては、「かわいい」、「よかった」といった肯定的な評価がほとんどであった。一方で、会う機会を増やしてほしいとの要望が多かった。
- ・施設(城・店舗)に関しては、彦根城の素晴らしさに関する肯定意見が約8割を占めた。一方で、場内にバリアフリーで入れるようにしてほしいという要望が多かった。
- ・道路・看板等の情報では、観光地や駐車場の位置について「より分かりやすく」という要望が多かった。
- ・土産・飲食に関しては、飲食店や土産屋が少ないという意見が多かった。
- ・駐車場に関しては、駐車料金が高いことと駐車場が不便であることについての意見が多かった。
- ・ガイド・店員・職員・住民では、人柄や対応に関する好印象及び感謝の意見が大半だった。
- ・観光PRに関しては、彦根城以外の観光地がわからないという意見があった。
- ・公共交通・道路については、道路が混むことについての意見が散見された。

【試算】4つのシナリオに基づく経済波及効果

2020年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の流行により、例年と比較し大幅に経済波及効果が減少している状況に鑑み、コロナ禍からの回復及びアフターコロナ社会における旅行需要の取り込みにより観光客数が増加した場合の経済波及効果を試算した。

- ・シナリオ A 新型コロナウイルス感染症の流行鈍化による観光客実人数の回復（回復度低）
- ・シナリオ B 新型コロナウイルス感染症の流行収束による観光客実人数の回復（回復度高）
- ・シナリオ C 観光地としての全国化等による日本人観光客実人数の増加
- ・シナリオ D 観光地としての世界化等による外国人観光客割合の増加

【試算結果一覧】

	2021年		<シナリオA>		<シナリオB>		<シナリオC>		<シナリオD>		
	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	
観光客実人数	226千人	672千人	304千人	1,133千人	459千人	1,711千人	817千人	1,722千人	921千人	1,943千人	
試算結果	観光消費総額(百万円)	6,724		9,765		14,750		22,107		24,942	
	増分(百万円)			3,040		8,026		15,383		18,217	
	波及総額(百万円)	8,783		12,744		19,251		28,908		32,614	
	増分(百万円)			3,961		10,468		20,125		23,831	
	第3次産業押し上げ効果			1.3%		3.4%		6.5%		7.7%	
	雇用者総数(人)	476		713		1,076		1,499		1,691	
	増分(人)			237		600		1,023		1,215	

◆ 調査・分析受託 一般社団法人 行政経営支援機構

代表理事
滋賀大学 経済学部 教授 …………… 横山 幸司 (Koji Yokoyama)

代表理事
公認会計士…………… 鳥生 紘平 (Kohei Toriu)

〒530-0043 大阪府大阪市北区天満1丁目6-8
六甲天満ビル2階
Tel/ Fax : 06-7710-3689
E-mail : info@pmsso.jp
URL : https://pmsso.jp