

# ～下諏訪町の持続可能な観光地域づくりに向けて～ 数字で見る観光動向とは (アンケート調査結果報告)

2026年2月9日(月)  
じゃらんリサーチセンター  
荒本



(C) Recruit Co., Ltd. All rights reserved.



# じゃらんリサーチセンターについて

変わる地域の、力になります。

世の中が変わっても、地域が元気であり続け、いま以上に輝くために、守ることと、変えること。私たちは、日本中の「変わる決意」に伴走します。

JRCのメソッド 1  
見つける  
今ある魅力の再発見

JRCのメソッド 2  
そだてる  
新しい魅力の形成

JRCのメソッド 3  
つたえる  
伝達力の強化

## 活動内容

activity



### 調査データ

国内旅行の宿泊業態や人気温泉地ランキングなどをはじめ、観光業界活性化のために調査した各種データをご提供します。

[詳細はこちら](#)



### 研究プロジェクト

観光産業がさらに発展するよう、消費者の需要創造や地域の魅力アップを目指した調査・実証実験を多数行っております。

[詳細はこちら](#)



### エリア活性事例

地域に人を呼びたい、県内を周遊してほしい、地域をもっと長く楽しんでほしい、など課題に対してJRCがお手依いした事例を一部ご紹介します。

[詳細はこちら](#)



### 商品・サービス

地域観光客、地域活性のための商品・サービス、ソリューションを多数取り揃えております。

[詳細はこちら](#)



### セミナー

観光振興セミナーやノーエリア再活性化セミナーなどの全国セミナーの他、各地域ごとのセミナー・勉強会も実施しています。

[詳細はこちら](#)

## 使命

# 「変わる地域の、力になります。」

じゃらんリサーチセンターは  
世の中が変わっても、地域が元気であり続け、  
いま以上に輝くために、守ることと、変えること。  
私たちは、日本中の「変わる決意」に伴走していきます。

## 活動

研究冊子  
「とーりまかし」(季刊)  
Facebook、  
メルマガもあります。  
ぜひチェックしてください。



季刊誌 (3月、6月、9月、12月の4回)

### とーりまかし

観光マーケット活性化のための独自の調査・研究・取材等を通して考察・提案を行う研究冊子です。

[詳細をみる](#)



1年に1回発行

### とーりまかし 別冊 研究年鑑

観光マーケット活性化のための独自の調査・研究を論文形式で発表している研究論文集です。

[詳細をみる](#)

## 本日も話させていただくこと（50分）

1. 旅行市場について（5分）
2. 今年度の事業について（5分）
3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告（15分）
4. 観光アンケート調査のご報告（10分）
5. 下諏訪町の観光における経済波及効果（10分）
6. 他地域事例（5分）

# 1. 旅行市場について

じゃらん観光国内宿泊旅行調査とは、弊社が実施する日本人の観光宿泊旅行を調べる調査。

## 観光宿泊旅行に特化

(出張・帰省・修学旅行などは除く)

経済波及効果を把握できる質問項目設計

上記内容を全国・都道府県単位で分析

2024年度（2024年4月～2025年3月）の動向

## 調査方法

- インターネット調査

## 調査対象

- 全国18～79歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

## 調査時期

- 2025年4月1日（火）～22日（火）

## 調査内容

- 2024年4月～2025年3月の国内宿泊旅行（出張・帰省・修学旅行などを除く）

## 有効回答数

- 1万5586名（旅行件数ベース3万16件）

※集計・分析手法について

初めに令和6年10月1日現在人口推計（総務省統計局発表）および1次調査結果を用いて、全国の宿泊旅行者の母集団を推計した。次に、2次調査の集計・分析に当たり、推計された宿泊旅行者の母集団における都道府県、性・年代別構成比に基づいてウエイトバックを行い、構成比のずれを補正している。

# 1. 旅行市場について

2024年度じゃらん観光国内宿泊旅行調査の結果について、サマリは以下。

## ◆ 主な結果

### ポジティブ

コロナ後回復の遅かった世代で旅行実施率がやや回復

地方分散の可能性

泊数の長い旅行は満足度が高い傾向

### ネガティブ

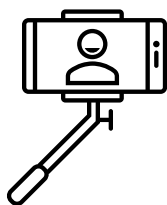
宿泊旅行実施率は停滞（旅行するのは2人に1人）、費用は増加

旅行の評価は全体的に微減（総合満足度・NPS（推奨度））

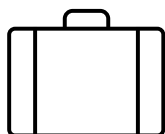
特に18～29歳での評価が下がっている

## ◆ 考えられる要因

要因	現象
物価高・費用増	旅行控え（二極化）、金額に対する満足度の低下
混雑・外国人増	混雑による満足度低下 混雑情報による人気観光地の回避傾向



人気観光地の混雑が、旅行そのものの実施や行き先への影響を及ぼしている可能性がある。一方、外国人比率が高いと日本人の満足度が下がるという関係は確認できず、来訪者数が増えてもその対策次第で満足度を維持することは可能であると言える。人気観光地は受け入れ整備とともに今後、風評被害対策が必要になる。



一方、地域志向の高い18～29歳男性で満足度・NPSが低下していることは確認できた。特にキャパシティの大きくない地方部では混雑の影響を受けやすく、彼らが好むようなローカル志向の強い旅に影響があるかもしれない。

# 1. 旅行市場について

2024年度じゃらん観光国内宿泊旅行調査の結果について、サマリは以下。

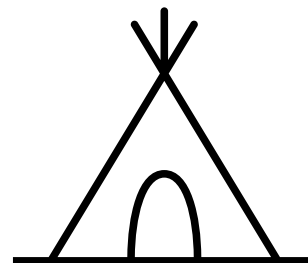
## 注力すべき4つのポイント

サービス維持	満足度の低下を防ぎ、サービスレベルを維持する
オーバーツーリズム対策	混雑による風評被害対策と、混雑緩和や分散促進
地域のオリジナリティによる魅力化	地域志向性の高いローカルな旅の受け入れ、ご当地ならではのコンテンツ促進
市場拡大	低価格帯層への旅行支援

### ◆ ローカルな旅の可能性

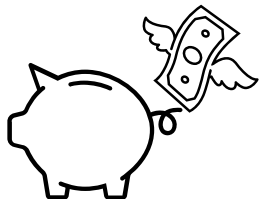


総合満足度1位 香川県  
旅行者の多くがうどんを評価  
うどんがローカルとの接点になっている可能性  
がある。  
地域志向（地域貢献、ご当地性）の高い  
人が旅行をしている。



ランクアップした山梨県  
アウトドア県としてのイメージ  
（決してマス・マーケットではない）  
富士山という唯一無二の資源  
都市圏から近い自然豊かなエリアの中で  
独自性を発揮している。

### ◆ 低価格帯層への旅行支援



価格が上がってもなんとかやりくりして旅行に出かけるファミリー層など、旅行離れを防ぐためにも多様な旅行の選択肢を提供する必要がある。  
地域でのクーポンなどは旅行を諦めがちな層への働きかけにもなる。

## 2. 今年度の事業について

下諏訪町の「第3次下諏訪町観光振興計画」で掲げられている目標  
「②高付加価値な旅の提案」を実現するにあたり重要な指標のモニタリングを実施。

### 観光振興計画の目指すもの



#### 目的

## 住んでよし、訪れてよしの 観光都市しもすわへ

下諏訪町観光振興計画(第3次)では「住んでよし、訪れてよしの観光都市しもすわへ」を実現するために、持続可能な観光地域づくりの考え方を取り入れ、住民や地域事業者等と共に、3つの目標である「観光によるまちづくり」、「高付加価値な旅の提案」、「地域活性化と受入環境整備」を達成するために、観光による地域づくりを推進する。

#### 目標

### 1 観光によるまちづくり

- ・ 持続可能な観光地域づくりの推進
- ・ 観光を担う人材育成と観光地経営

### 2 高付加価値な旅の提案※

- ・ 下諏訪の魅力を活かした稼ぐ観光の実践
- ・ 定期的な効果測定による旅行実態の把握

### 3 地域活性化と受入環境整備

- ・ 地域事業者等とともに受入環境の整備
- ・ 伝統文化の継承のための機会創出
- ・ 歴史文化、環境に配慮した観光振興

※ 高付加価値な旅とは、その土地だから体験できる価値を商品化し、旅行単価が高い、観光客の人生観が変わる旅行のこと。

## 2. 今年度の事業について

観光は量から質へ。高付加価値な旅行体験を提供することで、地域事業者・地域住民の皆様に利益が還元される状態を目指すため、観光による「地域経済効果」がどれくらいになるかを検証。

### 基本的な考え方



#### 世界基準の観光ガイドラインによる 持続可能な観光都市しもすわへ

##### 持続可能な観光地域づくりに取り組む

持続可能な観光地域づくりは、観光に関わる一部事業者だけでなく、住民や地域の協力により観光振興を推進すること。また、来訪する観光客に対して、地域が必要なサービスを提供し、必要な対価を得ることで、観光による地域経済の循環を図り、地域の活性化へと繋げるものです。

持続可能な観光の定義である「来訪者、産業、環境、受け入れる地域のニーズに適合しつつ、現在と将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮した観光」というサステナブルツーリズムの考え方(以下①~③)に基づき、地域の観光を牽引していくことが必要です。

- 1 地域に支持される観光振興**  
オーバーツーリズムなどの地球や地域に負荷をかけて、多くのお客様を集客する観光形態はもう支持されない。
- 2 社会や旅行の価値観の変化**  
社会的に持続可能でないツアーや体験は、求められないことや、旅行の価値観が自己実現や社会貢献にも重点が置かれている。
- 3 観光産業の担い手育成**  
お客様と同等に観光を担うスタッフのやりがいや幸福度も優先する必要がある、働いている人も楽しく仕事ができるようにすることが必要である。

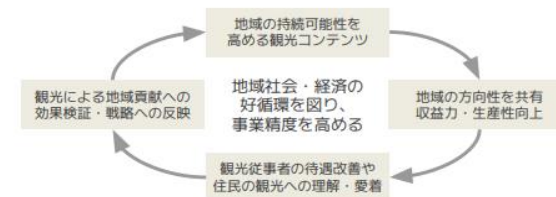
#### 定期的な旅行実態の把握 観光による地域経済効果

##### 観光消費額の拡大へ

国の観光立国推進基本計画における持続可能な観光地域づくり戦略では「観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりの推進する」、「観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる」、「地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる」ことを基本的な方針の一つとしています。

町においても、観光振興が生む地域社会・経済の好循環を図るため、PDCA サイクル等による観光施策を展開し、定期的な旅行実態の把握をすることにより、観光による地域への経済波及効果の増大を目指すことが必要です。

##### 観光地域づくり推進による地域社会・経済の好循環へ



## 2. 今年度の事業について

「地域経済効果」を図るために、本年度事業で実施した内容は下記3つ。

1

### 観光動態調査

下諏訪町に観光客が  
・どこから  
・どれくらい  
来ているかを測定



2

### アンケート調査

下諏訪町で観光に使った  
消費金額をヒアリング



3

### 経済効果の測定

観光客×消費金額  
の数字を元に  
経済波及効果を測定



### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

観光動態調査が行える「おでかけウォッチャー」というシステムを利用し、下諏訪町の動態調査を実施。



#### 観光に特化した人流分析が可能

- 月間3,000万人の許諾を得た位置情報※を使用し、居住地・性別・年齢等の特定の区分に偏らず、日本全国を網羅できる信頼性の高いデータを活用。
- 約100,000件の全国観光スポットリストを活用することで、手間をかけることなくスポットの設定が可能。なお、リストにないスポットでも自由に設定可能。

※「(株)ブログウォッチャーの提携アプリをダウンロードし、位置情報の取得を許可したユーザー」のスマートフォン端末からGPSで補足した位置情報を取得。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

下諏訪町では下記10地点にてデータ測定を実施。

抽出期間：2025年1月1日～2025年12月31日

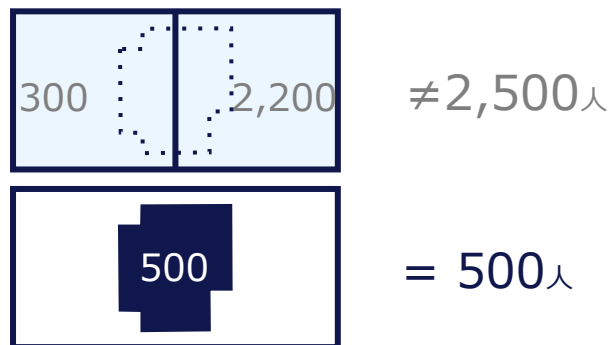
市区町村	スポット名	ジャンル
長野県松本市	松本（駅、上高地、松本城）	史跡・城跡・城郭
長野県諏訪市	上諏訪温泉（上諏訪駅・宿泊施設）	ホテル・旅館
長野県諏訪市	諏訪大社上社前宮・本宮	史跡・城跡・城郭
長野県茅野市	ピーナスライン周辺	郷土景観・街・街道
長野県下諏訪町	下諏訪駅（防災広場含む）	交通・乗り物
長野県下諏訪町	下諏訪温泉	ホテル・旅館
長野県下諏訪町	下諏訪観光施設	その他
長野県下諏訪町	湖畔（富士見百景・赤砂崎・みずべ公園）	自然資源
長野県下諏訪町	諏訪大社下社春宮・秋宮（万治の石仏）	史跡・城跡・城郭
長野県下諏訪町	八島湿原（山荘含む）	自然資源



### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

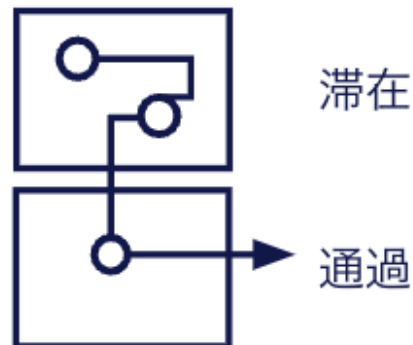
取れるデータの信憑性については下記3つ。

#### 10m単位の 精緻なユニーク人数



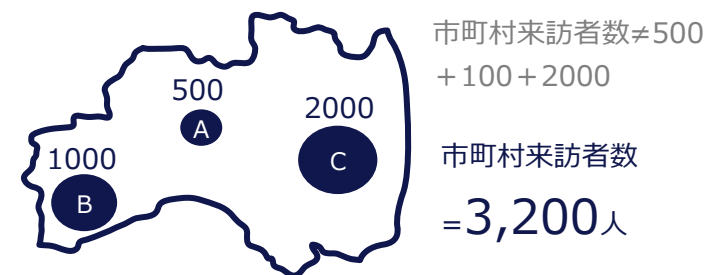
10mメッシュ単位で指定した観光スポット情報をもとに、データを取得。観光スポット内で重複のない信頼性の高いデータを提供。

#### 観光客のみ 取得可能



発地距離20km以上離れ、同一観光スポットに同日連続2回以上の位置情報記録が集計されることにより、観光客と判定。通過者や観光スポット勤務者等も除外し、純粋な観光客のみを取得。

#### 観光入込客数調査と近い データの生成



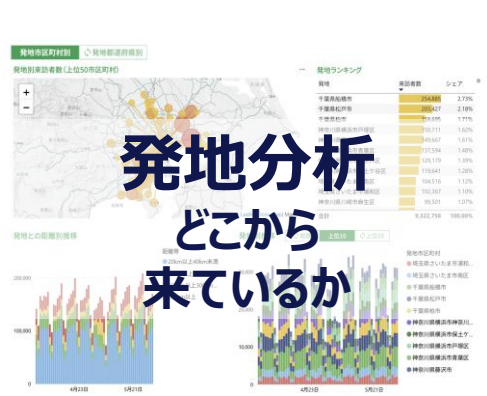
市区町村来訪者数として、域内観光スポット(複数)のユニーク来訪者数を提供。従来の観光入込客数調査とも相関性が高く、周遊者の重複カウントも除外し、信頼性を向上。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

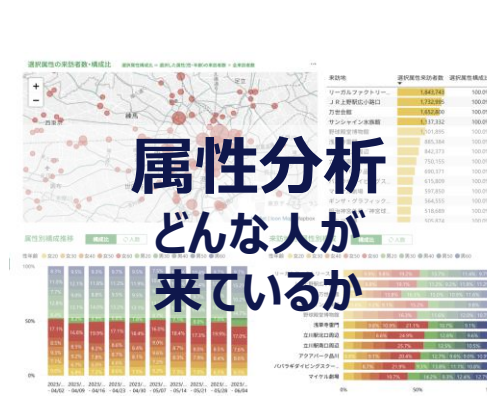
おでかけウォッチャーで分析できる内容は下記6つ。



行政区・観光スポット別に、来訪者数を表示。



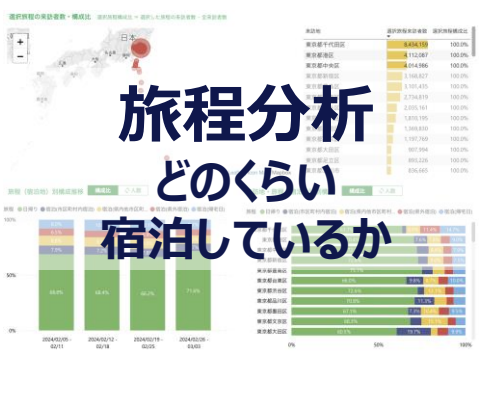
行政区・観光スポット別に、発地市区町村を表示。



行政区・観光スポット別に、性・年代構成比を表示。



スポット間・前後別で、観光スポット間の周遊者数を表示。



行政区・スポット別に 宿泊者数・割合・宿泊市区町村を表示。



スポット別に時間帯ごとの 滞在者数・平均昼間滞在時間を表示。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

#### ① 来訪地分析について



### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

#### ②発地分析について



行政区・観光スポット別に、来訪者数を表示。



行政区・観光スポット別に、発地市区町村を表示。



行政区・観光スポット別に、性・年代構成比を表示。



スポット間・前後別で、  
観光スポット間の周遊者数を表示。



行政区・スポット別に  
宿泊者数・割合・宿泊市区町村を表示。



スポット別に時間帯ごとの  
滞在者数・平均昼間滞在時間を表示。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

#### ③属性分析について



行政区・観光スポット別に、来訪者数を表示。



行政区・観光スポット別に、発地市区町村を表示。



行政区・観光スポット別に、性・年代構成比を表示。



スポット間・前後別で、  
観光スポット間の周遊者数を表示。



行政区・スポット別に  
宿泊者数・割合・宿泊市区町村を表示。



スポット別に時間帯ごとの  
滞在者数・平均昼間滞在時間を表示。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

#### ④周遊分析について



行政区・観光スポット別に、来訪者数を表示。



行政区・観光スポット別に、発地市区町村を表示。



行政区・観光スポット別に、性・年代構成比を表示。



スポット間・前後別で、  
観光スポット間の周遊者数を表示。



行政区・スポット別に  
宿泊者数・割合・宿泊市区町村を表示。



スポット別に時間帯ごとの  
滞在者数・平均昼間滞在時間を表示。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

#### ⑤旅程分析について



行政区・観光スポット別に、来訪者数を表示。



行政区・観光スポット別に、発地市区町村を表示。



行政区・観光スポット別に、性・年代構成比を表示。



スポット間・前後別で、観光スポット間の周遊者数を表示。



行政区・スポット別に 宿泊者数・割合・宿泊市区町村を表示。



スポット別に時間帯ごとの 滞在者数・平均昼間滞在時間を表示。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

#### ⑥時間分析について



行政区・観光スポット別に、来訪者数を表示。



行政区・観光スポット別に、発地市区町村を表示。



行政区・観光スポット別に、性・年代構成比を表示。



スポット間・前後別で、  
観光スポット間の周遊者数を表示。



行政区・スポット別に  
宿泊者数・割合・宿泊市区町村を表示。



スポット別に時間帯ごとの  
滞在者数・平均昼間滞在時間を表示。

### 3. おでかけウォッチャーを活用した動態調査のご報告

#### まとめ

- 2024年と比較して2025年は下諏訪町への来訪者、宿泊者数は増加したが、下諏訪町に訪れたのち近隣の市町村に宿泊した人も増加しており、宿泊者の獲得余地はまだあると考えられる。
- 諏訪大社の下社と上社間の周遊が大きく増加しており、市町村を超えた周遊ルートの確立と下諏訪町への宿泊訴求を合わせてやっていく必要がある。



## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 実施時期：2025年7月1日～2025年12月31日まで
- 実施対象：下諏訪町を旅行で訪れたすべての人
- 回答者数：340件（設問によって回答欠損あり）

下諏訪町への  
旅行者限定

# しもすわ旅 プレゼントキャンペーン

下諏訪町では、旅行者のみなさまの声を聞き、より良い観光地を目指すためのアンケートキャンペーンを開催します。キャンペーンにご協力いただいた方の中から抽選で60名様に下諏訪町の魅力が詰まった賞品をプレゼントします。みなさまのご応募、お待ちしております！

**アンケートにお答えいただくと、抽選で豪華賞品が当たる！**

1名様  
A賞 下諏訪温泉宿泊券 (1万円分)

2名様  
B賞 下諏訪町観光振興局 観光体験ツアー割引券 (5千円分)

3名様  
C賞 特産品詰め合わせ (4千円相当)

4名様  
D賞 万治の食へ歩きチケット (500円相当)

対象者 キャンペーン期間中に下諏訪町を旅行された方全員

回答締切日 2025年12月31日

アンケートの回答はコチラから！

問い合わせ先 一般社団法人 下諏訪町地域開発公社 観光振興局 info@shimosuwa.or.jp

### アンケート回答から、プレゼント到着までの流れ

**STEP 1** このチラシに記載のQRコードを読み込んで、アンケートページをチェック！

**STEP 2** 表示されたアンケートに回答する前に、ご自身のメールアドレスを入力！  
※当選後の賞品受け取りにメールアドレスが必要です。

**STEP 3** アンケートフォームにご入力ください。所要時間はおよそ10分です！

**STEP 4** 抽選の結果、当選された方には当選通知のメールが届きます！

**STEP 5** 当選通知のメールに記載されたリンクのフォームに賞品発送住所をご入力ください！

**STEP 6** 賞品をゲット！また下諏訪町を訪れてくれる日をお待ちしております！

**アンケートにお答えいただいた方の中から、抽選で豪華賞品が当たる！**

A賞 1名様 下諏訪温泉宿泊券 (1万円分)  
下諏訪温泉は、中山道唯一の温泉宿場として幾多の旅人を迎えてきた歴史ある名湯。そんな下諏訪温泉に一泊してみませんか。なお、本券は指定宿泊施設のみ利用が可能です。

B賞 2名様 下諏訪町観光振興局 観光体験ツアー割引券 (5千円分)  
下諏訪町観光振興局では、町を学びながら楽しむことができる観光体験ツアーを各種取り揃えております。参加したい観光体験ツアーで利用できる割引券です。

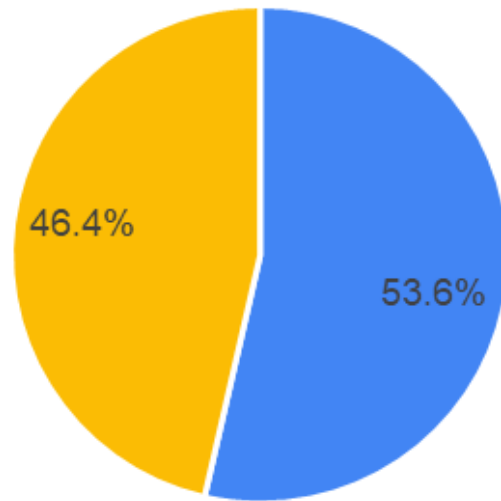
C賞 3名様 特産品詰め合わせ (4千円相当)  
下諏訪町の特産品を詰め込んだオリジナルセットです。※セットには、日本酒を含みます。

D賞 4名様 万治の食へ歩きチケット (500円相当)  
下諏訪町内の対象店舗にてさまざまな割引サービスなどを受けられることができる、万治シールが5枚付いたチケットです。使えるお店は約20店舗！中には、温泉やレンタサイクルなど飲食以外のサービスもあり、ちょっとしたまち歩きに最適です。

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 長野県全体では男性53.6%、女性46.4%だが、下諏訪町では男性43.5%、女性56.5%で女性比率のほうが高い。

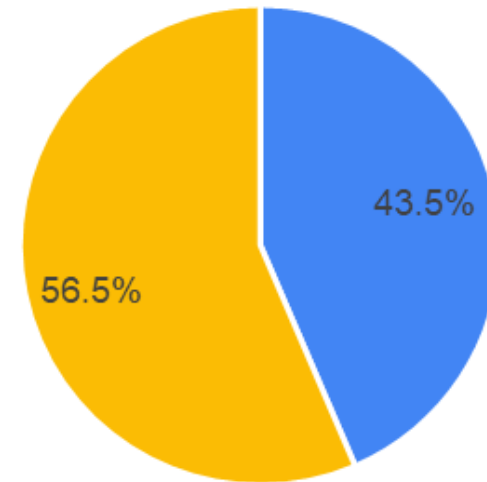
長野県全域



■ 男性 ■ 女性

出典：長野県版じゃらん宿泊旅行調査2025より

下諏訪町

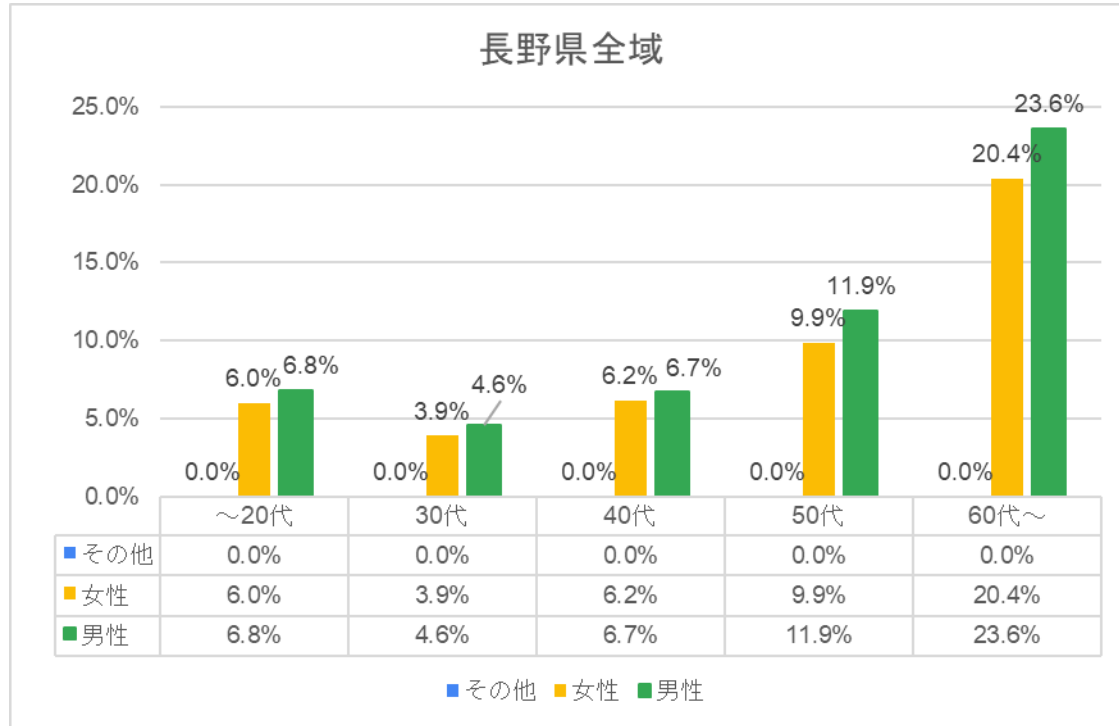


■ 男性 ■ 女性

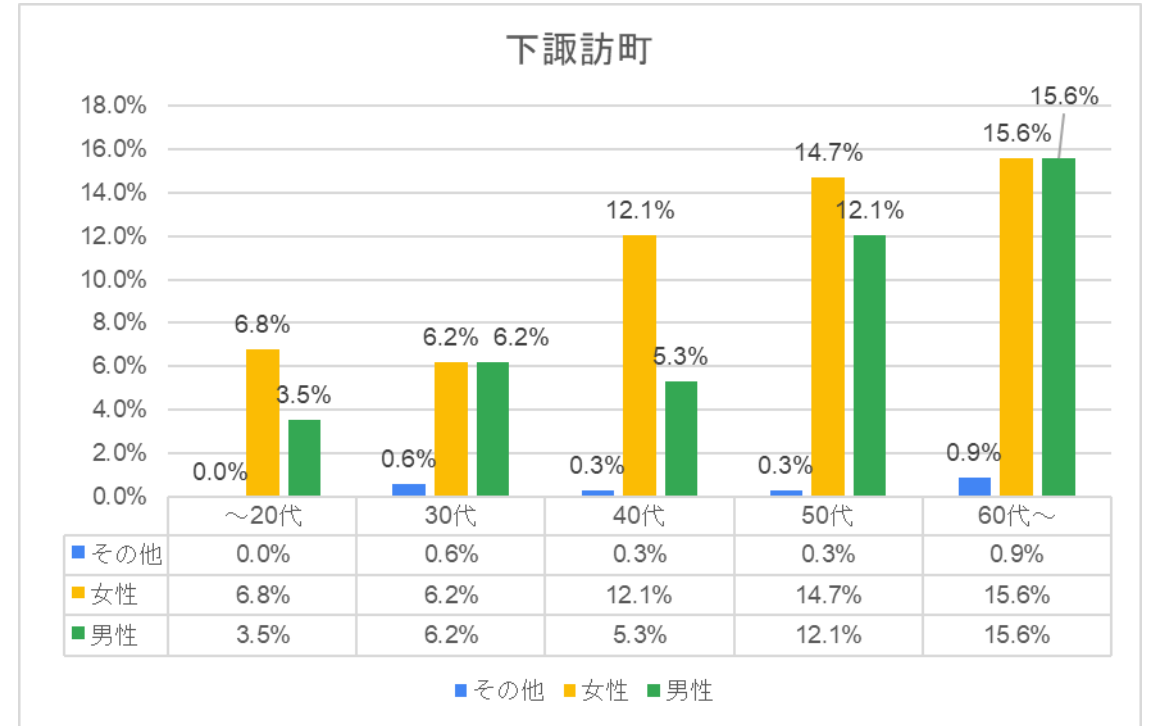
出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 長野県全体では60代以上、特に男性の比率が高いが、下諏訪町では60代と並んで50代も多く、特に40代、50代では女性比率が高い。



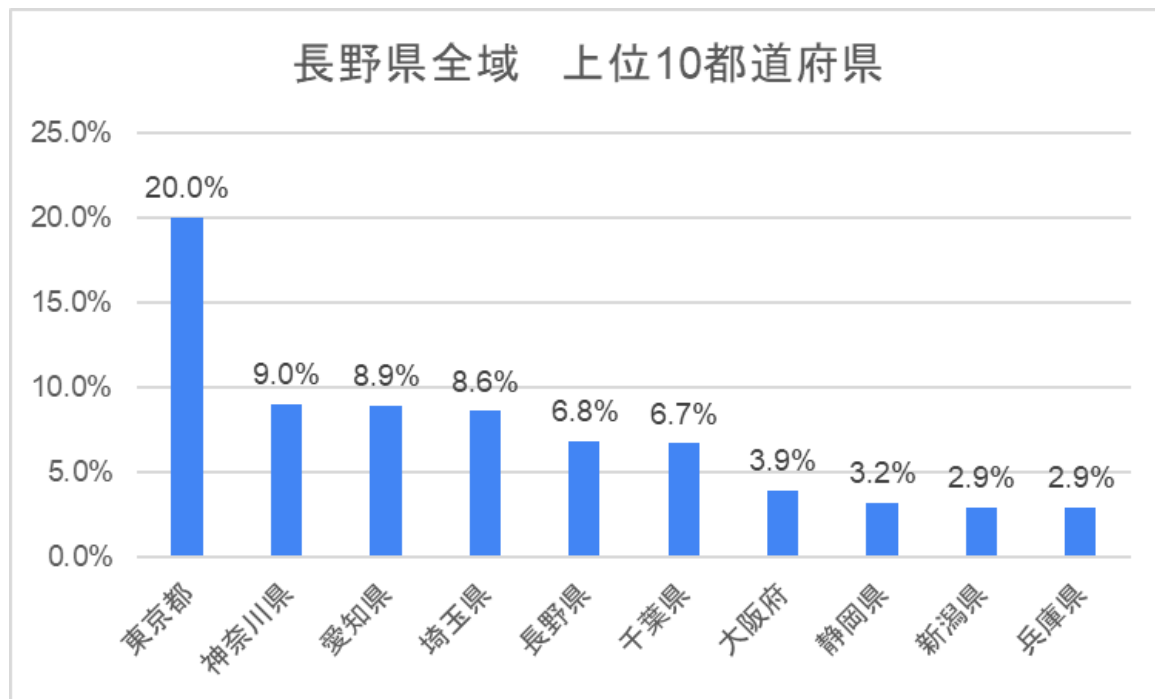
出典：長野県版じゃらん宿泊旅行調査2025より



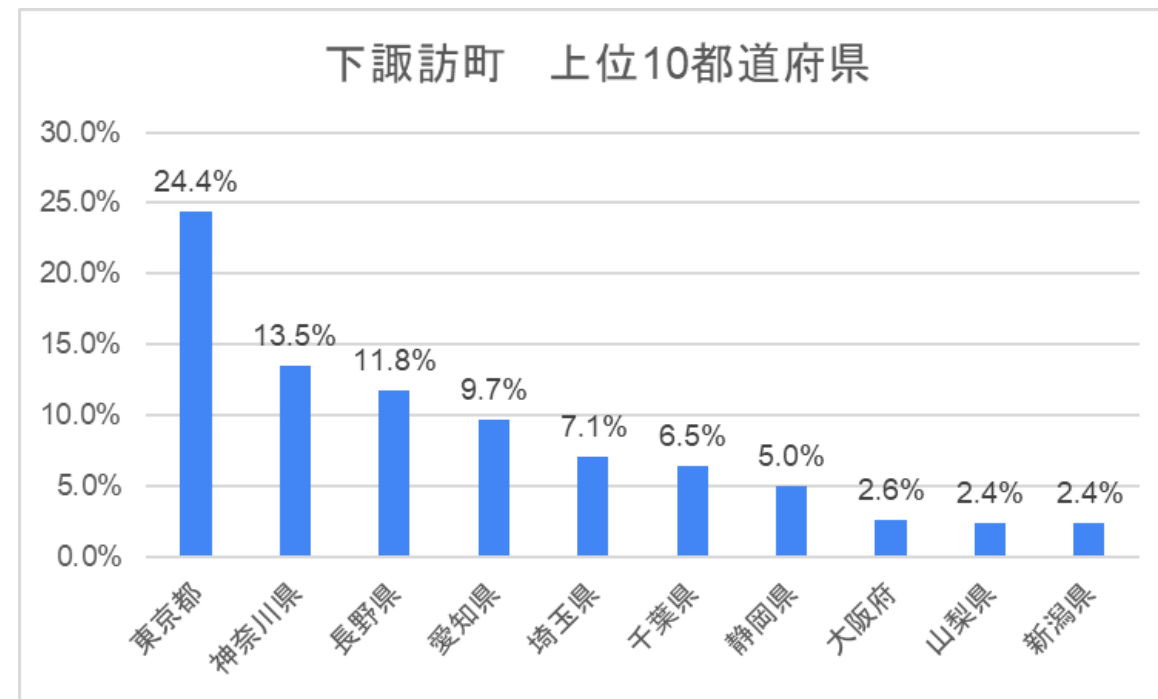
出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 長野県全体では東京・神奈川の比率が約30%なのに対して、下諏訪町では約40%と首都圏からの来訪が多い。



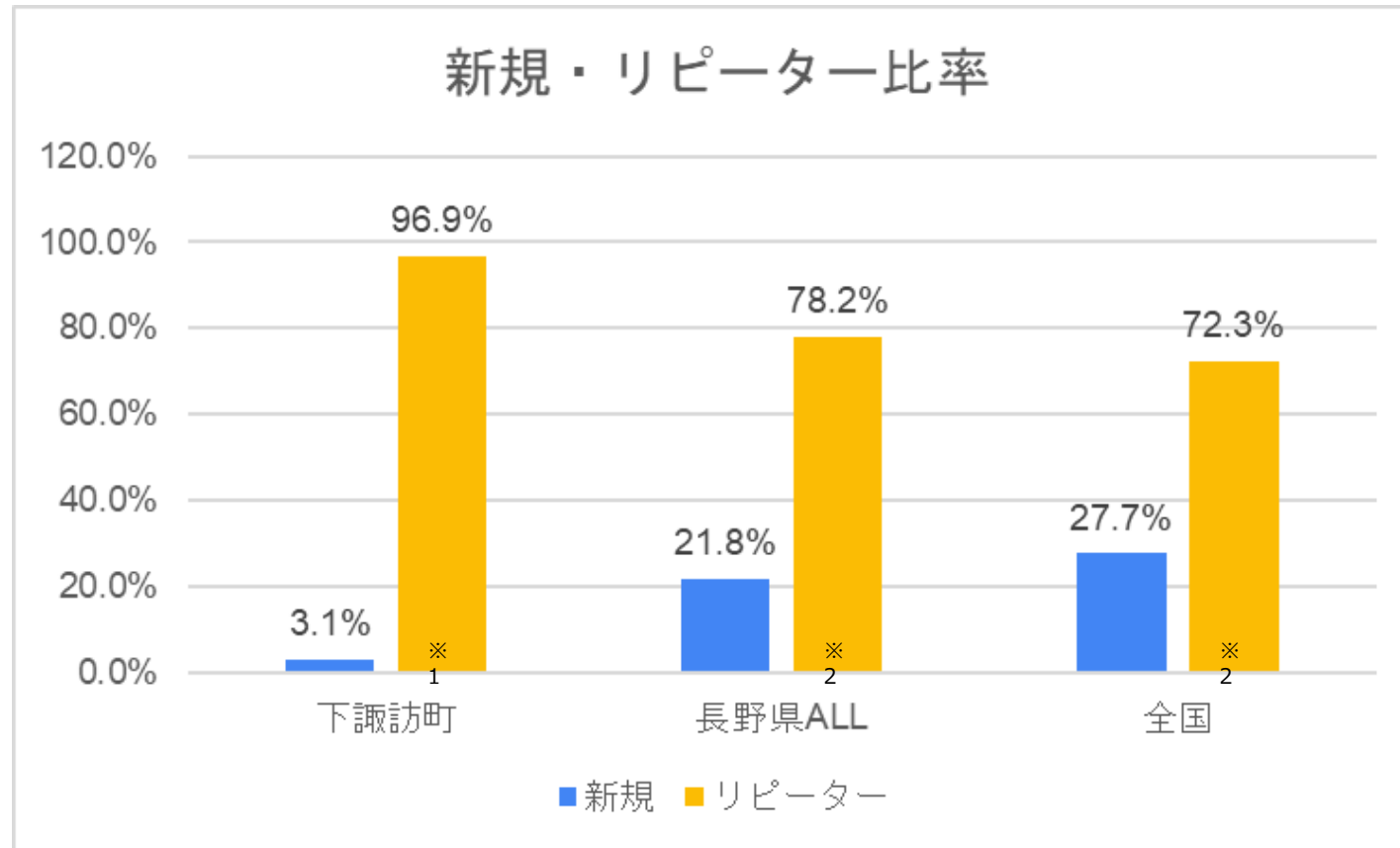
出典：長野県版じゃらん宿泊旅行調査2025より



出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 長野県は全国的平均と比較してもリピーター比率が高いが、下諏訪町は特にリピーター比率が高い。  
※ただし下諏訪町来訪者のうちリピートに関する質問が空欄だった145名を除く。



※1：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

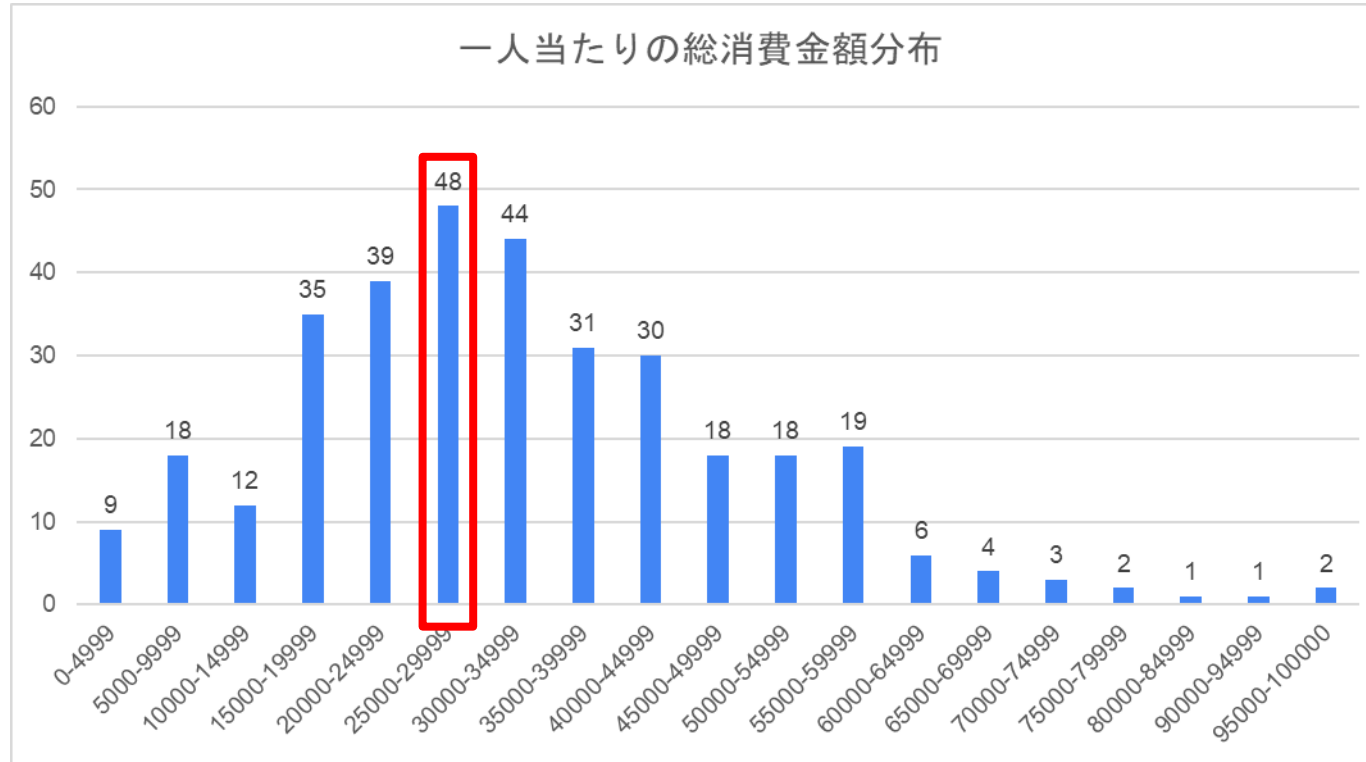
※2：長野県版じゃらん宿泊旅行調査2025より

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 長野県全体の総消費額「52,300円」と比較すると1人当たりの総消費金額は低い傾向にある。
- 下諏訪町を含む旅行で「25,000円～29,999円」を消費した旅行者が最も多い。

宿泊旅行者の総消費金額：34,538円

日帰り旅行者の総消費金額：7,240円



出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

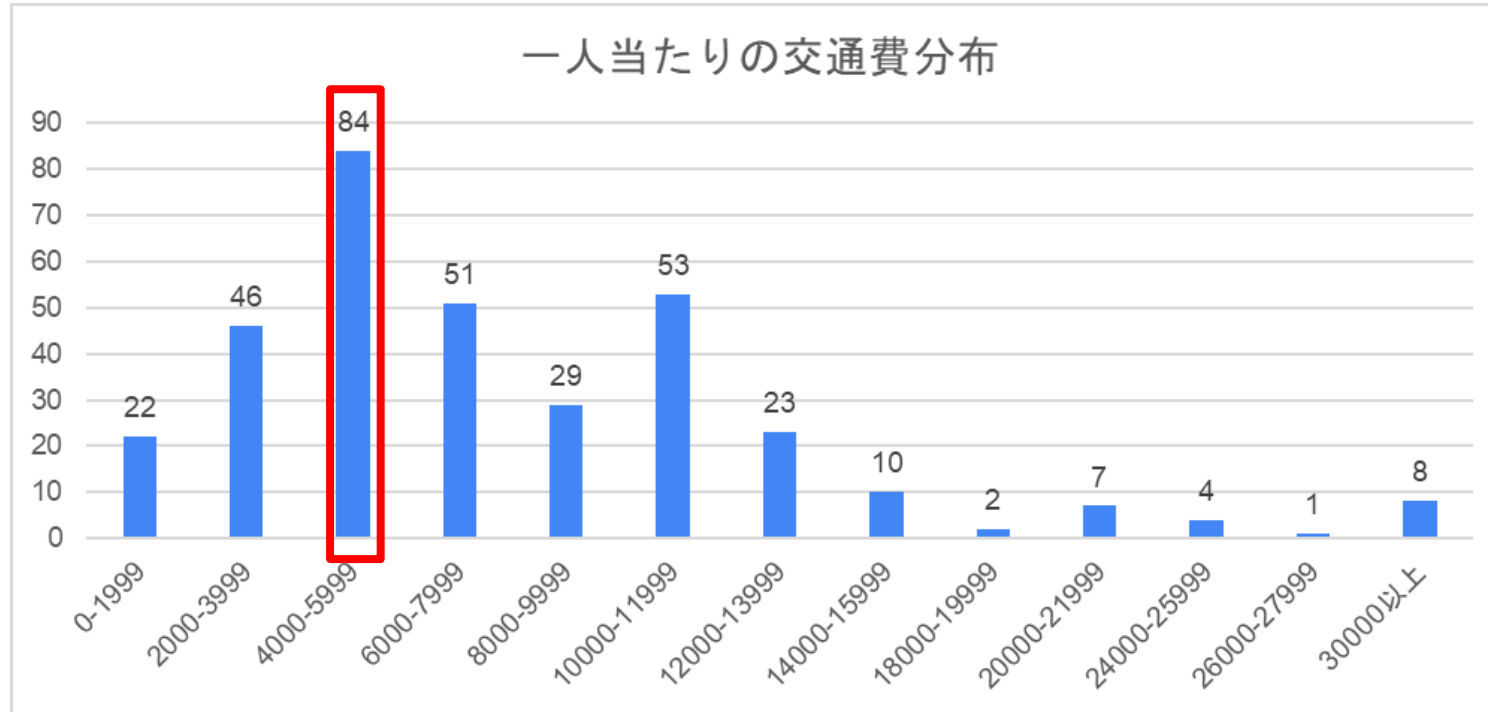
ただし、以下回答の場合は金額を換算して計算した。  
交通費の回答で「それ以上」= 35,000円として計算  
宿泊費の回答で「それ以上」= 35,000円として計算  
現地消費額の回答で「5000円未満」= 2,500円として計算  
現地消費額の回答で「それ以上」= 35,000円として計算

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 長野県全体の交通費の消費額「10,100円」と比較すると低い。
- 宿泊客と日帰り客の平均交通費を比べると、宿泊客の方が交通費が倍程度高い傾向にあった。

宿泊旅行者の交通費金額：8,076円

日帰り旅行者の交通費金額：3,480円



出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

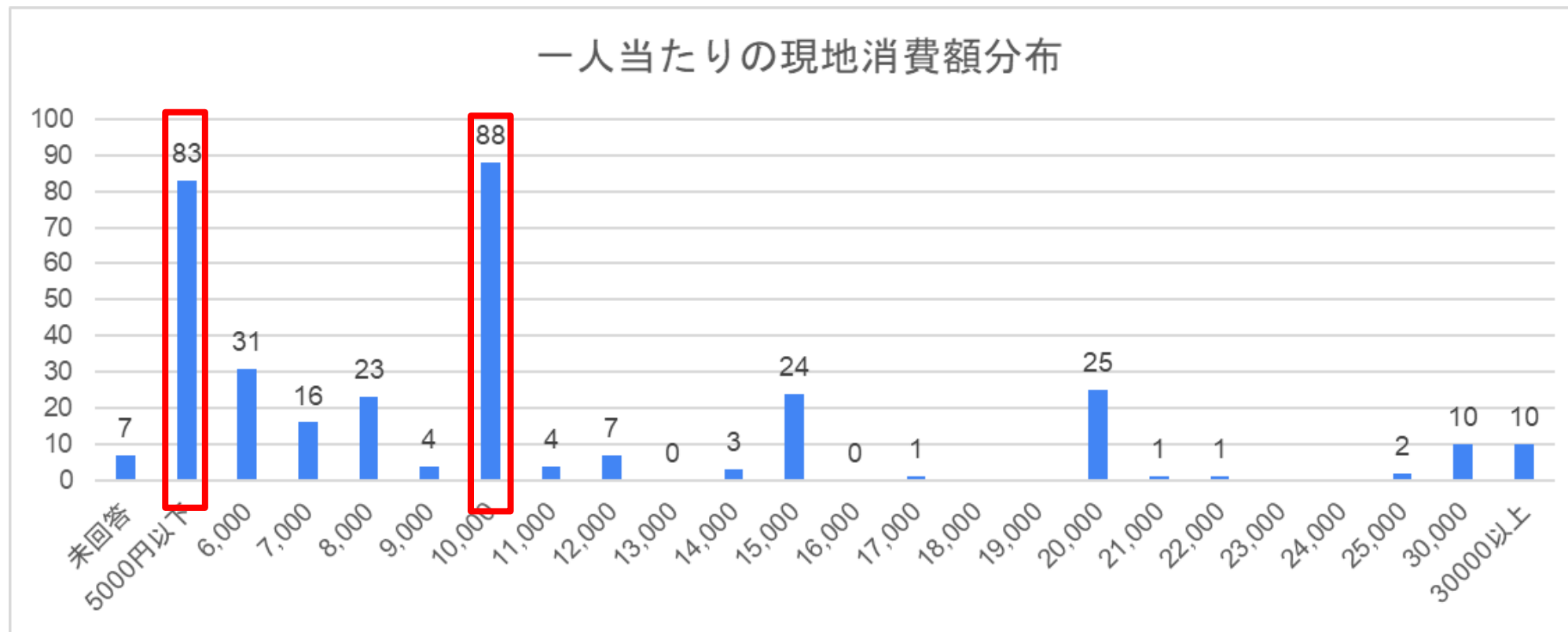
ただし、以下回答の場合は金額を換算して計算した。  
交通費の回答で「それ以上」= 35,000円として計算

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- ボリュームゾーンは5,000円以下と10,000円で、全体の平均は9,986円。

宿泊旅行者の現地消費金額：10,481円

日帰り旅行者の現地消費金額：3,760円

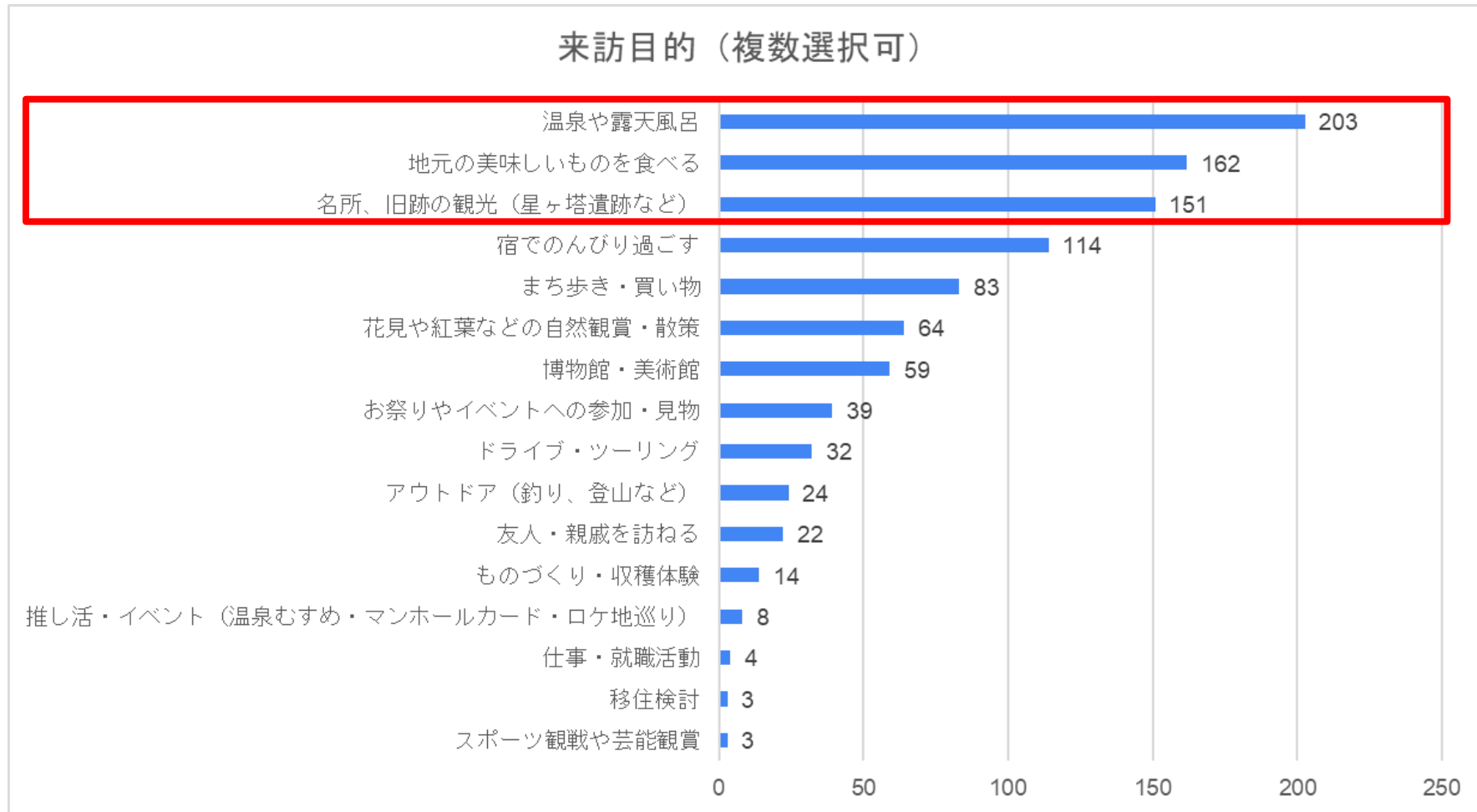


出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

ただし、以下回答の場合は金額を換算して計算した。  
現地消費額の回答で「5000円未満」= 2,500円として計算  
現地消費額の回答で「それ以上」= 35,000円として計算

## 4. 観光アンケート調査のご報告

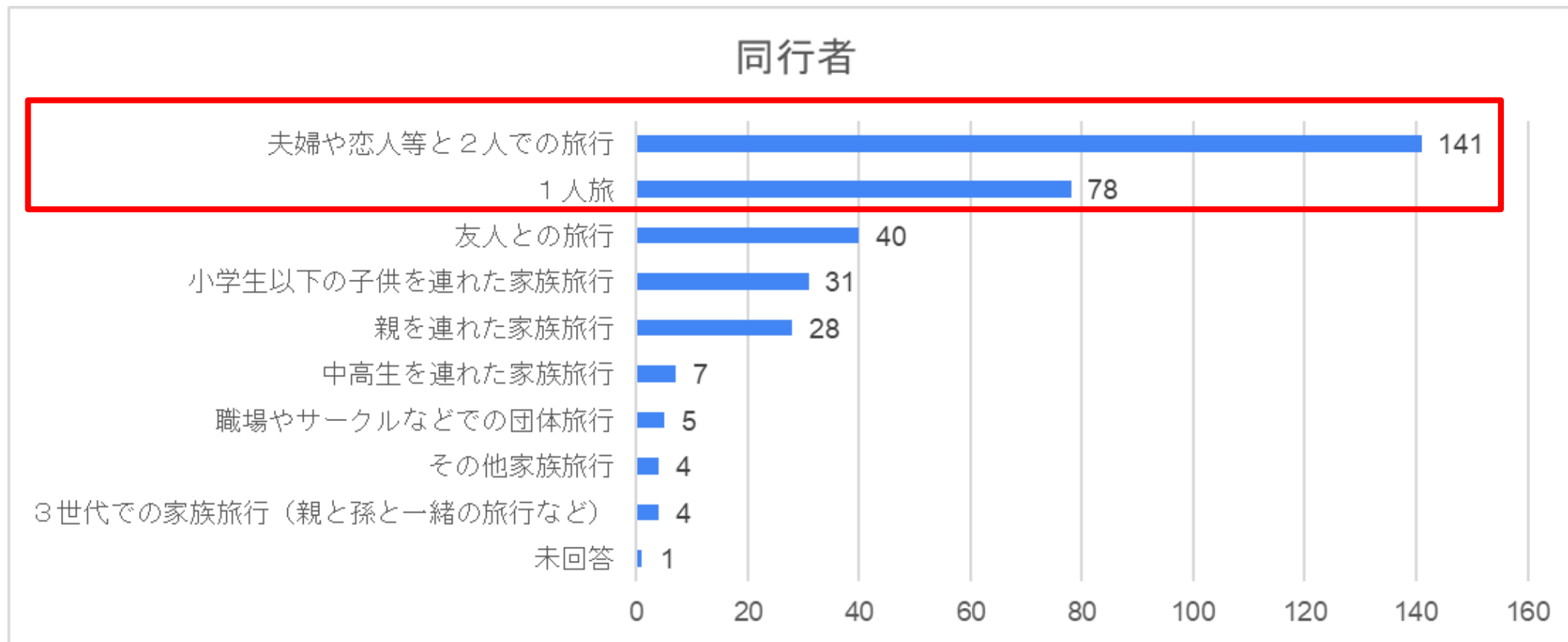
- 長野県全体では、「温泉」「食事・グルメ」「宿を楽しむ」がTOP3だが、下諏訪町の場合、「温泉」「食事・グルメ」では変わらないが、「宿を楽しむ」よりも、「名所・旧跡めぐり」の方が人気。



出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

## 4. 観光アンケート調査のご報告

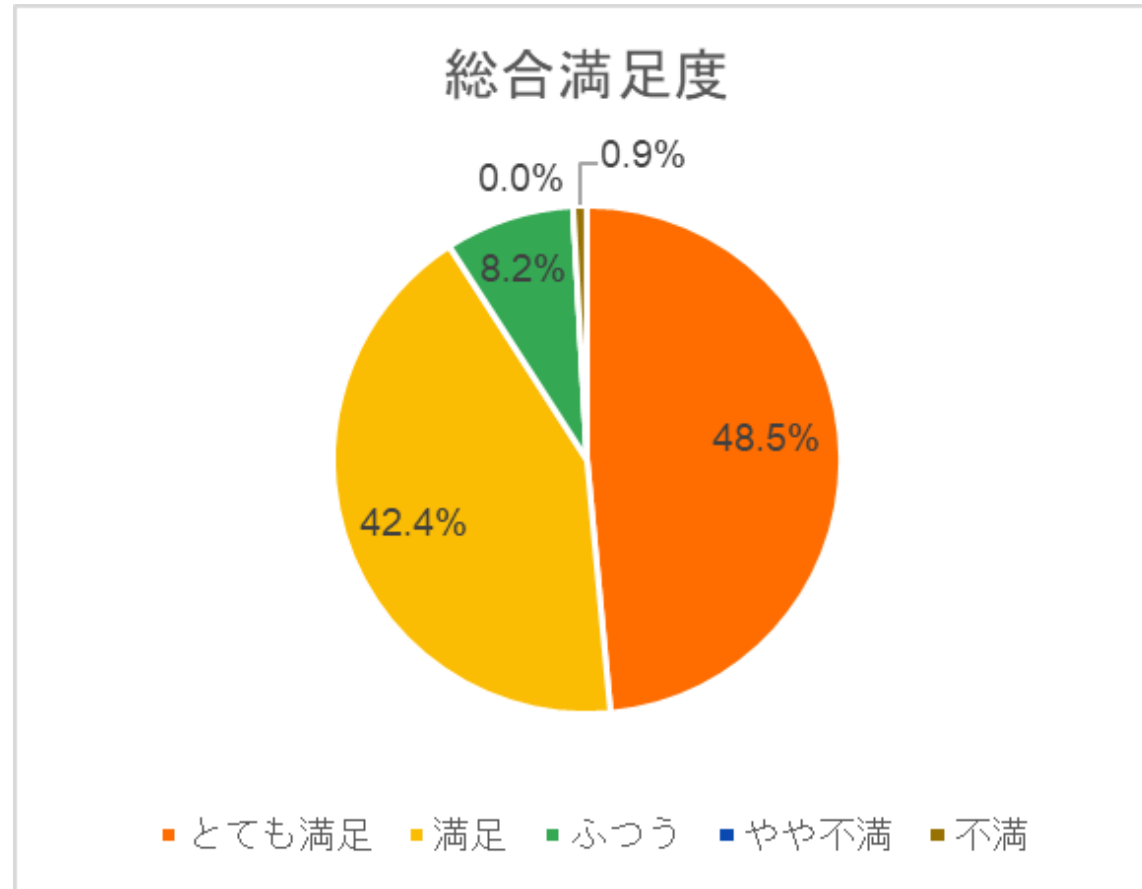
- 「夫婦や恋人等と2人での旅行」と「1人旅」が多い傾向にあることがわかった。



出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

## 4. 観光アンケート調査のご報告

- 90%以上が「とても満足」「満足」を選択した。「やや不満」は0名、「不満」は3名だった。



出典：しもすわ旅プレゼントキャンペーン アンケート結果より

## 4. 観光アンケート調査のご報告

### まとめ

- 2024年と比較して2025年は日帰り旅行客の総消費総額以外の各項目で伸長した。<sup>※1</sup>
- 特に宿泊者は120%ほど伸長。長野県全域の傾向と比較すると「名所・旧跡の観光（星ヶ塔遺跡）」「まち歩き・買い物」が旅行目的になっている割合が高く、下諏訪町の観光の特徴になっている。
- 90%以上が「とても満足」「満足」を選択しており、下諏訪町での滞在は満足いただけていることがわかる。

	2024年	2025年	前年比
宿泊者数	54,544人	65,927人	120.9%
日帰り客数	337,906人	369,529人	109.4%
アンケート回答者数	314人	340人	108.3%
宿泊旅行者の総消費金額	21,287円	34,538円	162.2%
日帰り旅行者の総消費金額	10,000円	7,240円	72.4%

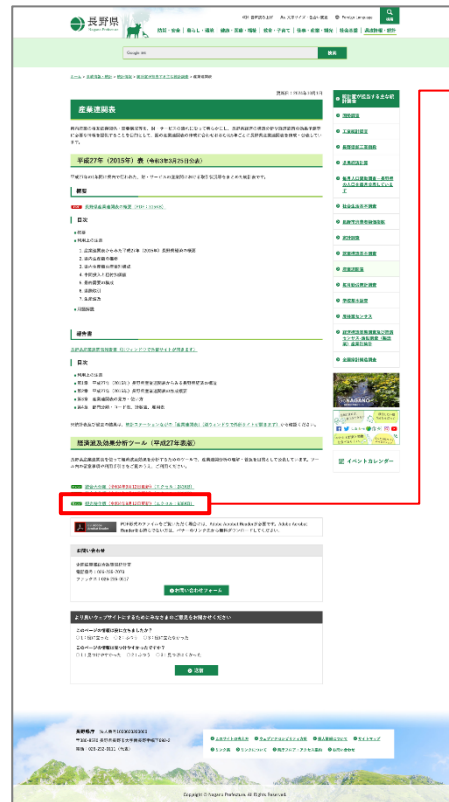
※1

※1…2024年のアンケート調査では宿泊費を総消費額に含めずに回答した方がいるため、実態から下振れている可能性がある。

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

### ■ 経済波及効果の試算について

- 長野県が作成している経済波及効果試算ツールを使用して試算しています。
- 「平成27年（2015年）長野県産業連関表」を使って作られた試算ツールになります。



ここをクリックすると観光特化版がダウンロードできます。  
長野県ホームページTopより、

ホーム

↓  
県政情報・統計

↓  
統計情報

↓  
統計室が担当する主な統計調査

↓  
産業連関表

↓  
で入手することができます。

※観光特化版（令和4年9月12日更新）を利用

# 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

①入力シート 把握できる、または予測できるデータに基づいて、①から⑥のいずれか一つに入力してください。(赤枠内に数値を入力)

## 1 観光客数による分析

①観光客数(宿泊客、日帰り客の区分ごと)を把握できる場合 … 観光客数を宿泊客、日帰り客ごとに入力

	(人)	
	宿泊客	日帰り客
観光客数	282	29

②観光客数(宿泊客・日帰り客の区分不明)を把握できる場合 … 観光客数の合計を入力

	(人)	(人)	
	合計	宿泊客	日帰り客
観光客数	311	推計値 165	推計値 146
		按分比 53%	按分比 47%

## 2 旅行消費支出額による分析

③旅行消費支出額の内訳(宿泊客・日帰り客の区分ごと)が把握できる場合 … 旅行消費支出額の内訳を宿泊客、日帰り客ごとに入力

	(単位:万円)	
	宿泊客	日帰り客
交通費		
宿泊費		
飲食費		
土産代・買い物代等		
入場料・施設利用料		
その他		
旅行消費支出額合計	0	0

④旅行消費支出額の内訳(宿泊客・日帰り客の区分不明)が把握できる場合 … 旅行消費支出額の合計を内訳ごとに入力

	(単位:万円)	(単位:万円)			
	合計	宿泊客(推計値)	日帰り客(推計値)	宿泊客(案分比)	日帰り客(案分比)
交通費		0	0	76%	24%
宿泊費		0	0	100%	
飲食費		0	0	80%	20%
土産代・買い物代等		0	0	69%	31%
入場料・施設利用料		0	0	62%	38%
その他		0	0	74%	26%
旅行消費支出額合計	0	0	0		

⑤旅行消費支出の総額(宿泊客・日帰り客の区分ごと)のみ把握できる場合 … 旅行消費支出額の合計額を宿泊客、日帰り客ごとに入力

	(単位:万円)	
	宿泊客	日帰り客
旅行消費支出額合計	600	28

⑥旅行消費支出額の合計額(宿泊客・日帰り客の区分不明)のみ把握できる場合 … 旅行消費支出額の合計額を入力

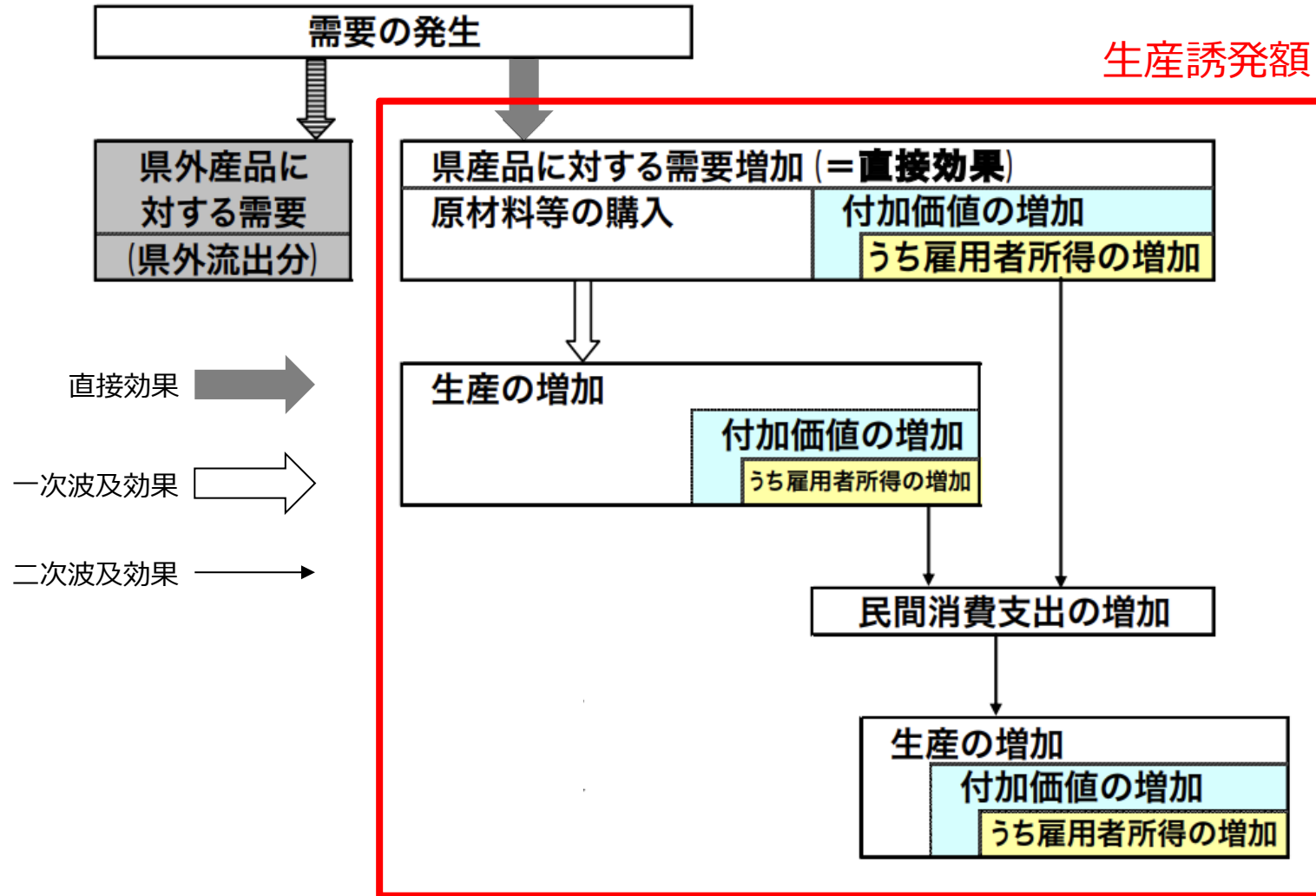
	(単位:万円)	(単位:万円)	
	合計	宿泊客	日帰り客
旅行消費支出額合計		推計値 0	推計値 0
		按分比 79%	按分比 21%

丸に囲まれたいずれかの箇所に入力すればOK  
今回は①宿泊数・日帰り客数で計算

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

用語	意味
新規需要増加額	ある産業に新たな需要が発生したときに、その需要を満たすために生産活動が拡大することで、他の産業にも次々と影響を及ぼす経済効果。
消費転換率	家計の所得が増減したときに、それに連動して消費が増減する割合です。二次波及効果を算出する際に使用される係数。
直接効果	新たに発生した消費や投資によって、その需要を満たす生産が誘発されます。このうち、県外に流出せず、県内各産業部門に誘発された生産額。
1次波及効果	直接効果に伴う原材料等の購入（投入）によって誘発される生産額を「1次波及効果」または「第1次間接波及効果」と呼ぶ。
2次波及効果	直接効果と第1次間接波及効果を通じて発生した雇用者所得のうち、一部は貯蓄されますが、一部は新たに消費として支出される。この民間消費支出の増加によって誘発された生産額を「2次波及効果」または「第2次間接波及効果」と呼ぶ。
生産誘発額	最終需要を満たすために直接効果と一次間接波及効果と二次間接波及効果に必要となる生産額の合計。
粗付加価値誘発額	粗付加価値とは、売上高から原材料費や仕入原価などの変動費を差し引いたもの。 粗付加価値誘発額とは、最終需要を賄うために直接・間接的に必要となった粗付加価値額の合計。
雇用者所得誘発額	需要の増加に伴い生産が増加して、最終的に雇用者所得の増加を誘発した金額。
就業者誘発数	生産誘発によって発生する個人業主や家族従業者、有給役員、雇用者（常用雇用者や臨時雇用者）の総数。
雇用者誘発数	就業者誘発数のうち、生産誘発によって発生する有給役員や雇用者の総数。

# 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果



## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

### アンケート期間中

#### 1 当初設定 (単位:万円、率)

新規需要増加額	1,122
消費転換率	0.573

#### 2 分析結果 (単位:万円、人)

	直接効果	1次波及効果	2次波及効果	合計(総合効果)
生産誘発額	921	330	164	1,415
粗付加価値誘発額	447	184	107	738
雇用者所得誘発額	245	90	39	374
就業者誘発数	1	0	0	1
雇用者誘発数	0	0	0	1

(注)端数処理の関係で、内訳の計と合計値が一致しない場合があります。

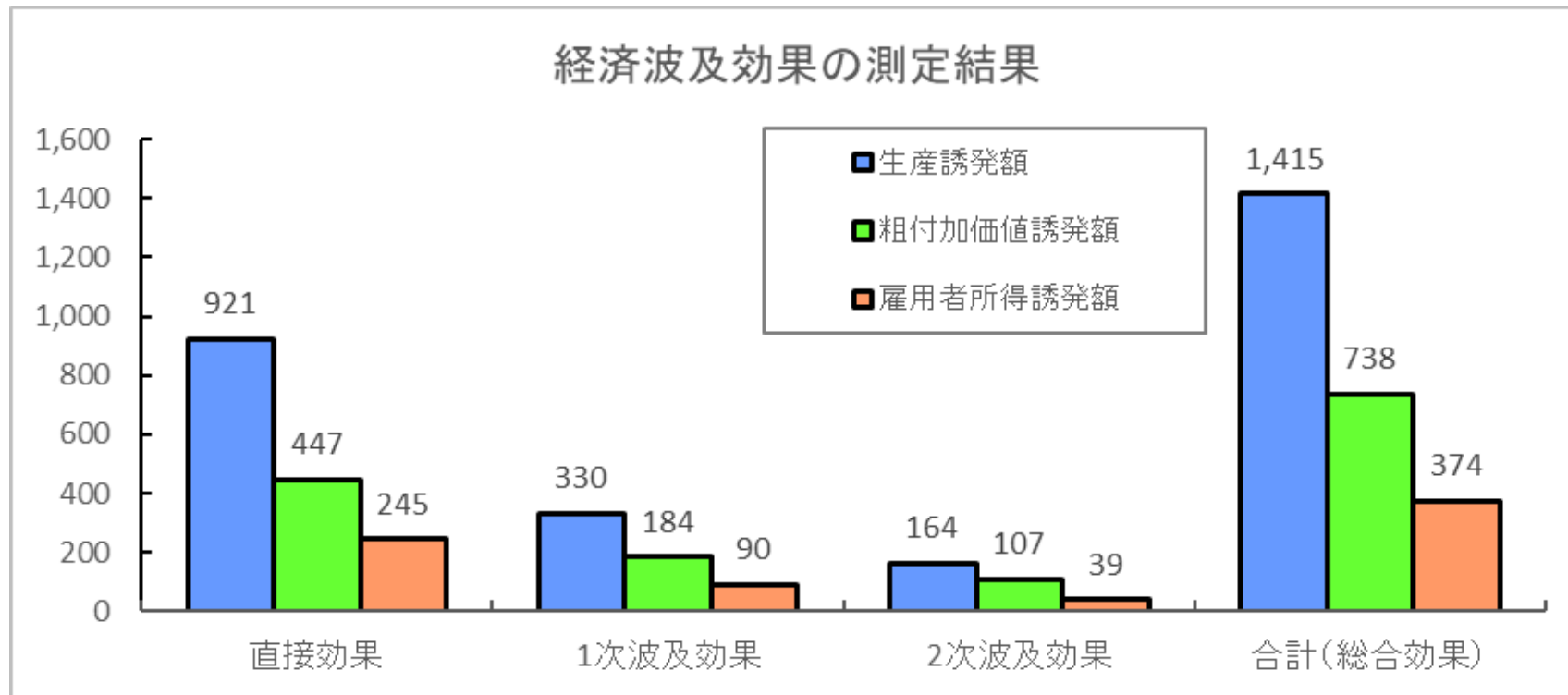
アンケート期間：2025年7月1日～12月31日

回答者：340人

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

アンケート期間中

(単位:万円)



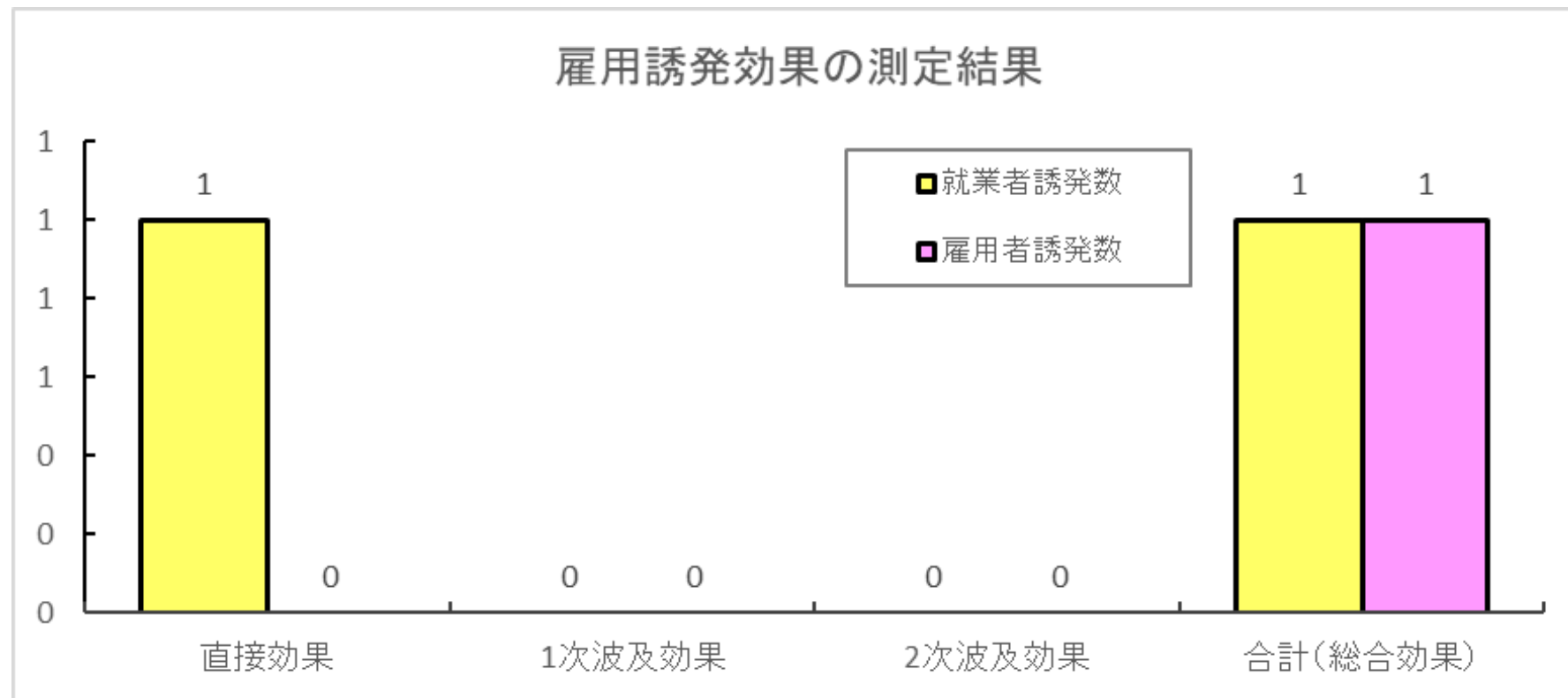
アンケート期間：2025年7月1日～12月31日

回答者：340人

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

アンケート期間中

(単位:人)

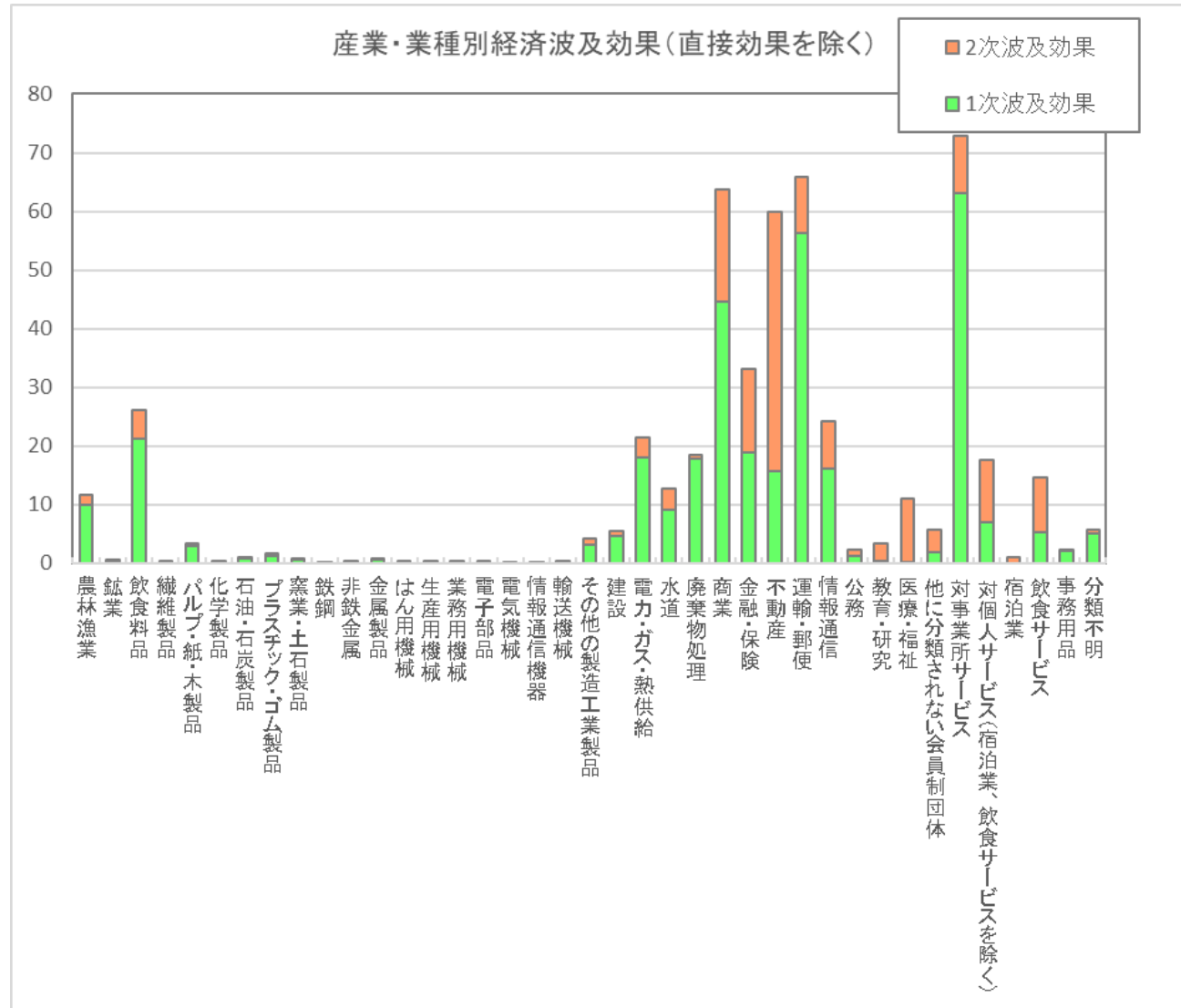


アンケート期間：2025年7月1日～12月31日

回答者：340人

# 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

## アンケート期間中

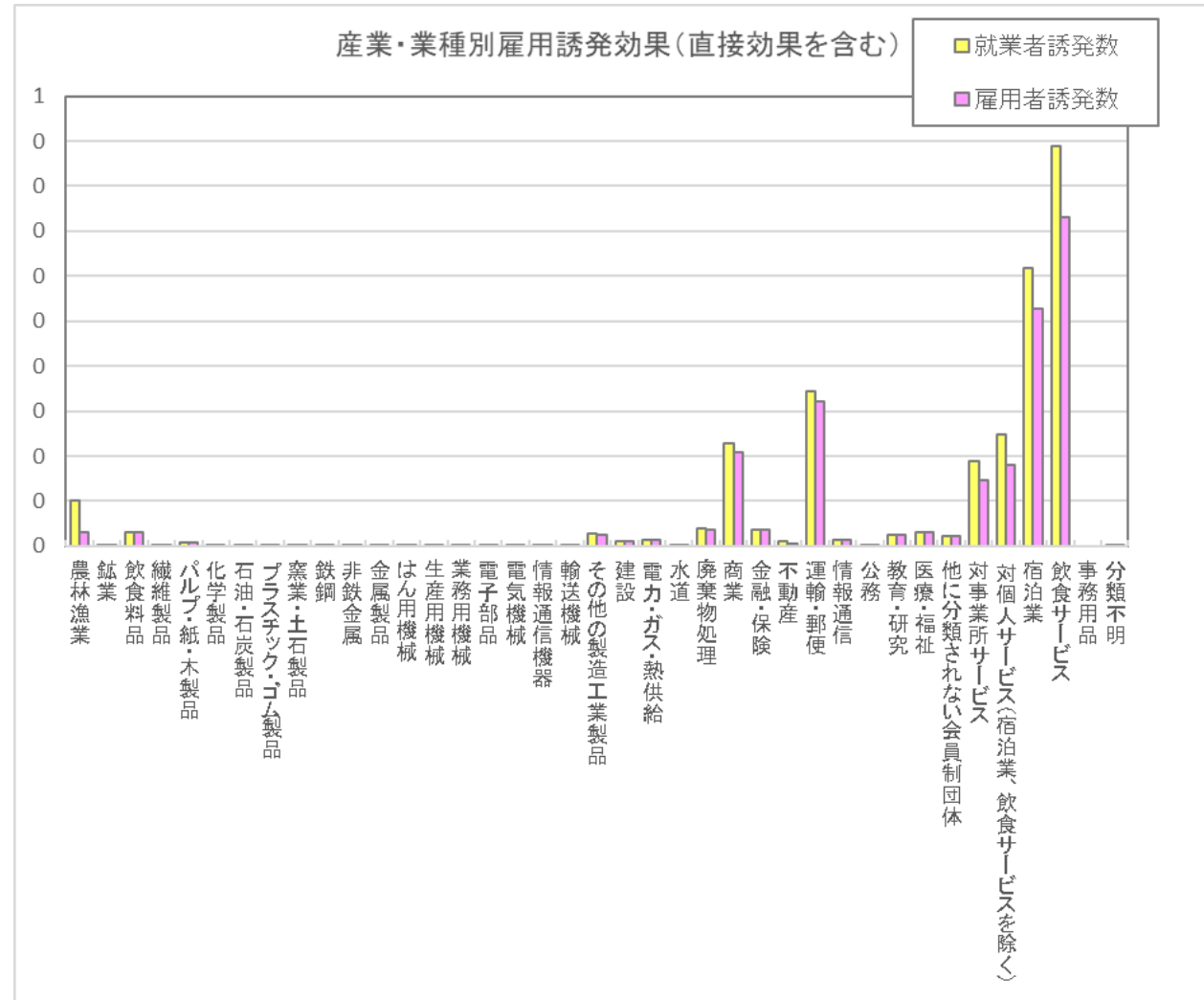


アンケート期間：2025年7月1日～12月31日  
 回答者：340人

# 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

## アンケート期間中

(単位:人)



アンケート期間：2025年7月1日～12月31日  
 回答者：340人

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

2025年1月1日～12月31日

### 1 当初設定 (単位: 万円、率)

新規需要増加額	617,631
消費転換率	0.573

### 2 分析結果 (単位: 万円、人)

	直接効果	1次波及効果	2次波及効果	合計(総合効果)
生産誘発額	446,830	149,293	79,033	675,157
粗付加価値誘発額	224,968	83,666	51,506	360,140
雇用者所得誘発額	121,227	40,388	18,787	180,402
就業者誘発数	541	127	59	728
雇用者誘発数	438	102	49	590

(注) 端数処理の関係で、内訳の計と合計値が一致しない場合があります。

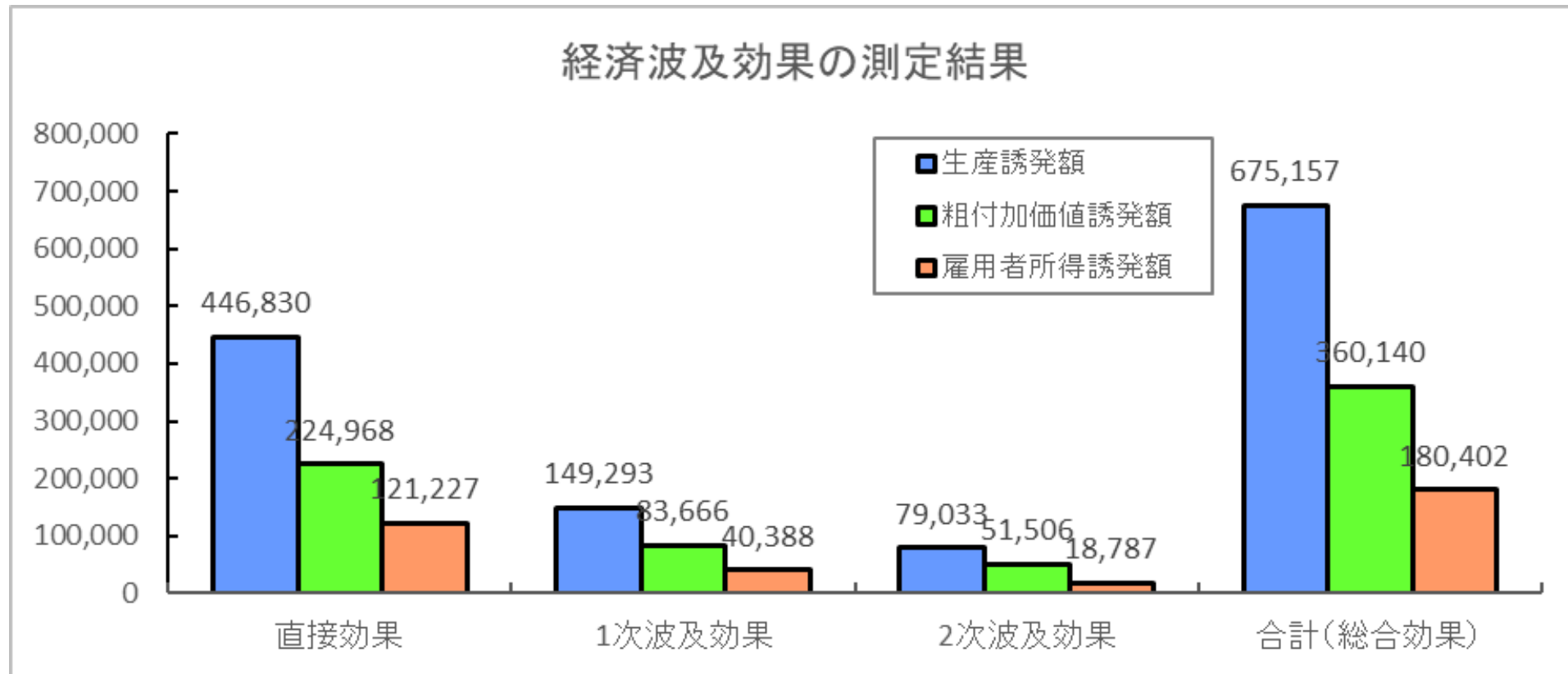
おでかけウォッチャー集計期間：2025年1月1日～12月31日

宿泊：65,927人、日帰り：396,529人

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

2025年1月1日～12月31日

(単位：万円)

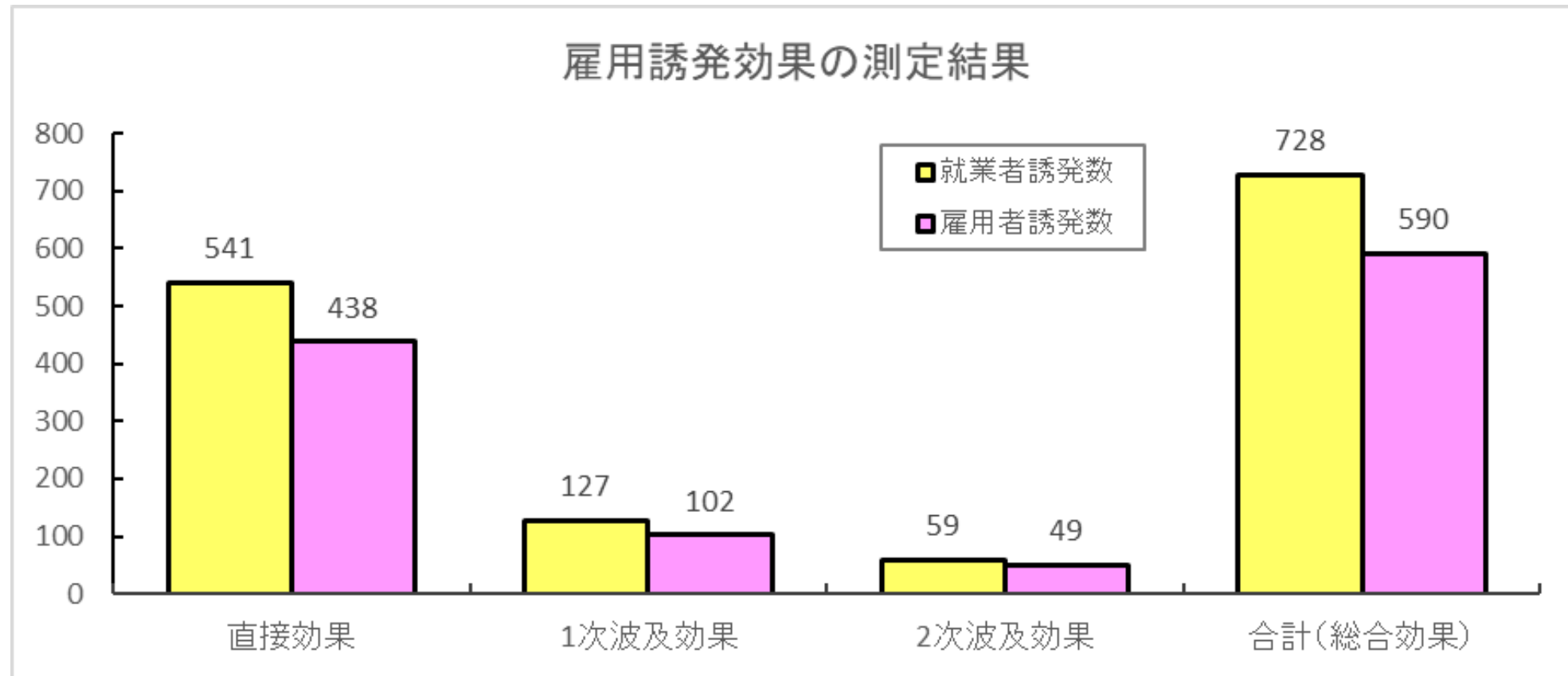


おでかけウォッチャー集計期間：2025年1月1日～12月31日  
宿泊：65,927人、日帰り：396,529人

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

2025年1月1日～12月31日

(単位：人)

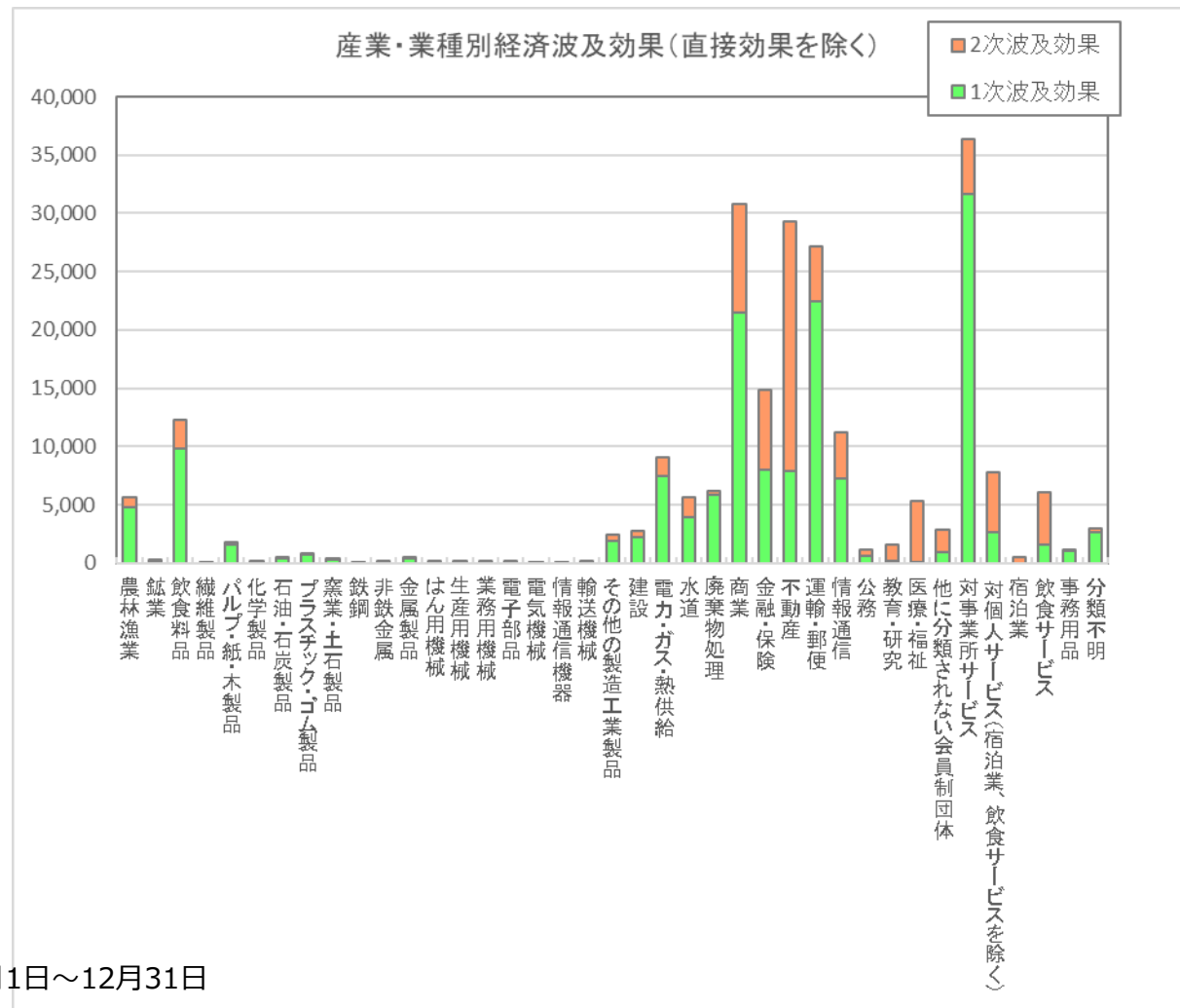


おでかけウォッチャー集計期間：2025年1月1日～12月31日  
宿泊：65,927人、日帰り：396,529人

# 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

2025年1月1日～12月31日

(単位：万円)

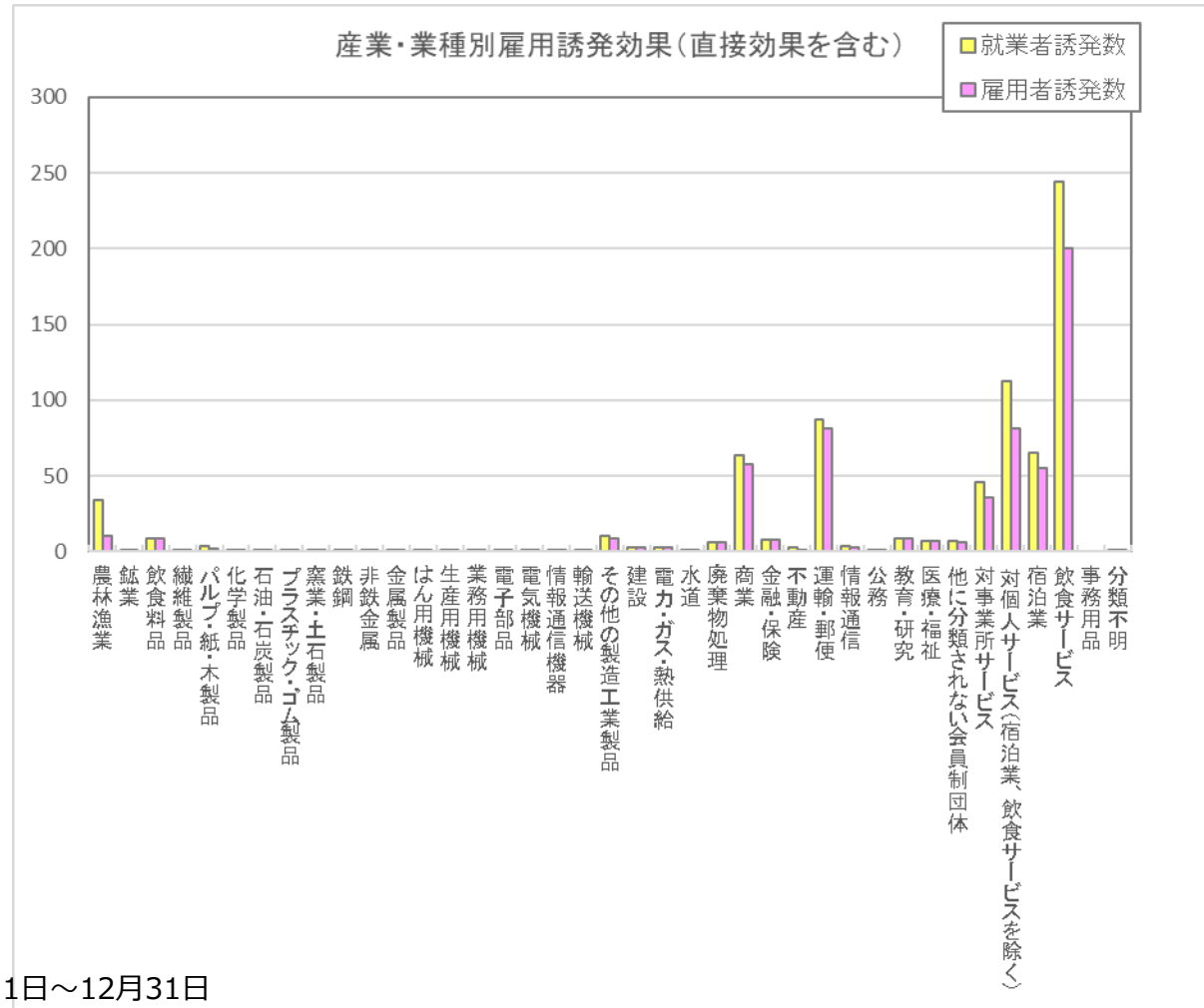


おでかけウォッチャー集計期間：2025年1月1日～12月31日  
 宿泊：65,927人、日帰り：396,529人

# 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

2025年1月1日～12月31日

(単位：人)



おでかけウォッチャー集計期間：2025年1月1日～12月31日  
 宿泊：65,927人、日帰り：396,529人

## 5. 下諏訪町の観光における経済波及効果

### まとめ

- 下諏訪町への宿泊客、日帰り旅行者数をもとに計算した生産誘発額の総合効果（直接効果、1次波及効果、2次波及効果の和）について、2025年は67億5,157万円となり、前年比118.84%と大きく伸長した。

	2024年	2025年	前年差額(万円)	前年比
新規需要増加額(万円)	520,633	<b>617,631</b>	96,998	118.63%
消費転換率	0.573	<b>0.573</b>	-	-



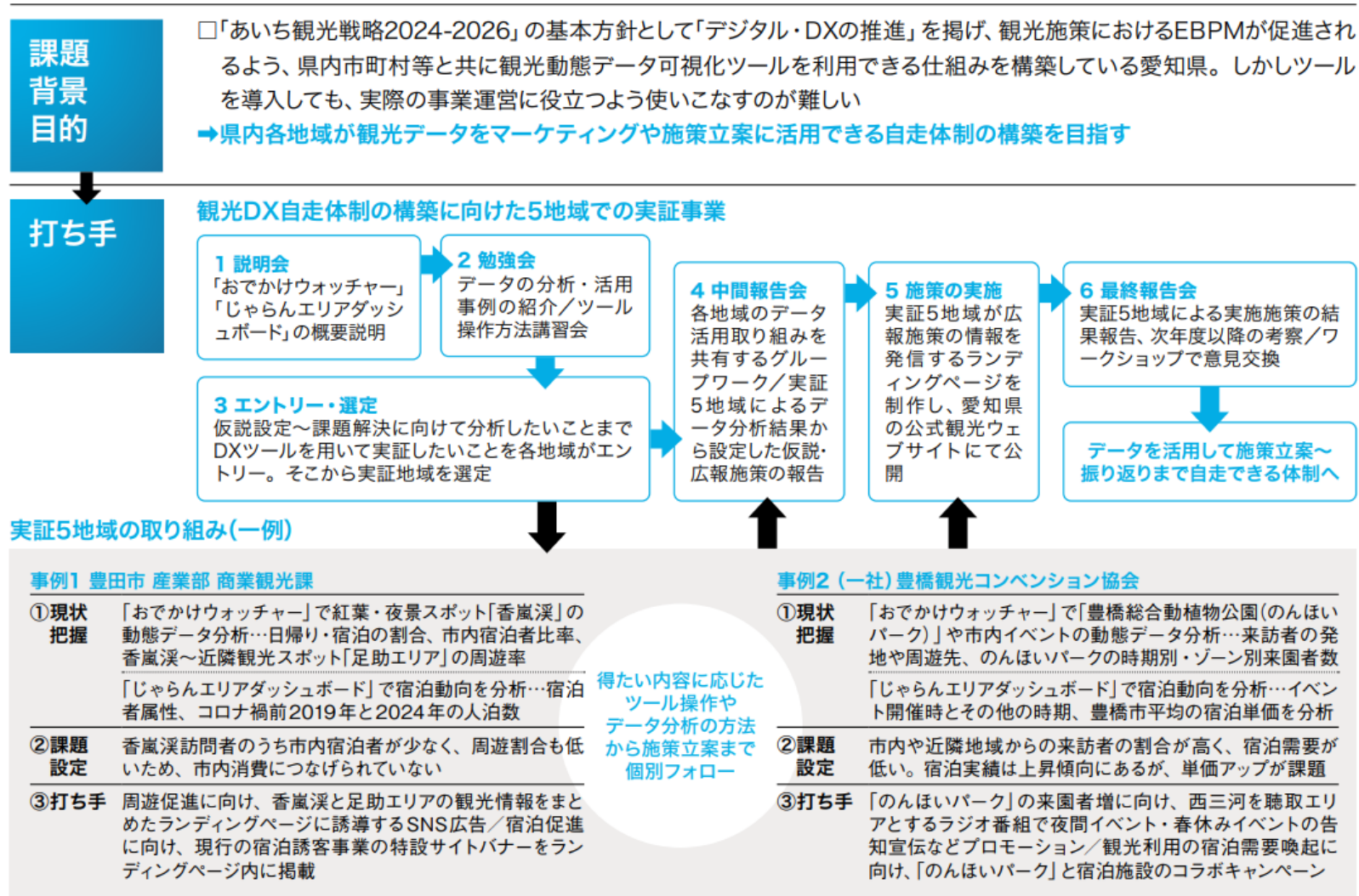
<まとめ：総合効果> 生産誘発額(万円) (直接+第1次+第2次生産誘発額)	568,136	<b>675,157</b>	107,021	118.63%
--	---------	----------------	---------	---------



粗付加価値誘発額(万円)	303,142	<b>360,140</b>	56,998	118.80%
うち雇業者所得誘発額(万円)	151,826	<b>180,402</b>	28,576	118.82%
就業者誘発数(人)	613	<b>728</b>	115	118.76%
うち雇業者誘発数(人)	497	<b>590</b>	93	118.71%

## 6. 他地域事例

- 愛知県ではデータをもとに広告戦略の策定やキャンペーンを実施した。





【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

■本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。

■本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>

[その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail : jalan\_rc@r.recruit.co.jp

■本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、

その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。

また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。

# ご清聴ありがとうございました♪

