

## 埼玉県の産業観光をリードする「鉄道博物館」

～鉄道博物館の経済波及効果は年間 112 億円～

- さいたま市大宮区の「鉄道博物館」は、開館から約 2 年で累計来館者数が 300 万人を突破し、現在も休日を中心に賑わいを見せている。県内への観光客はここ数年増加傾向にあり、なかでも、企業博物館の観光などを行う産業観光客が、好調に推移している。そこで、県内を代表する産業観光施設となった「鉄道博物館」に焦点を当て、埼玉県経済に及ぼす経済波及効果の推計を行った。
- 推計の結果、鉄道博物館の管理にかかる支出や来館者の消費等による直接効果は、75 億 69 百万円で、これに伴う一次波及効果は 21 億 8 百万円、二次波及効果は 15 億 19 百万円で、年間の経済波及効果合計は 111 億 96 百万円と推計された。

＜鉄道博物館の経済波及効果＞

直接効果	75億69百万円
一次波及効果	21億8百万円
二次波及効果	15億19百万円
経済波及効果	111億96百万円

- 直接効果は、①財団法人東日本鉄道文化財団の鉄道博物館管理運営に伴う平成 20 年度事業活動支出額と、②同年度一年間の来館者 141 万人が県内で消費した消費支出の合計額とした。消費支出には、博物館までの交通費、博物館内飲食費、オリジナルグッズ等お土産購入費、大宮駅付近など博物館外での飲食費、さらに遠方からの来館者宿泊費を含めた。
- 埼玉県の産業観光客数及び観光客全体に占める割合は、日帰り旅行者を中心に増加傾向にある。この先も、産業観光施設にとどまらず、まだ埋もれている日帰り観光のニーズ掘り起しや、日帰り観光客のリピート率向上に向けた一層の施策充実を図っていくことが大切である。こうした動きが、現状まだウエイトの低い宿泊観光の押し上げに、徐々にでもつながっていくことになろう。埼玉の産業観光を代表する鉄道博物館の発展が、埼玉県観光経済に与える影響に期待し、注目していきたい。

## 埼玉県の産業観光をリードする「鉄道博物館」～鉄道博物館の経済波及効果は年間112億円～（本文）

### 1. はじめに

平成19年10月14日、さいたま市大宮区にオープンした「鉄道博物館」は、開館から約2年で累計来館者数が300万人を突破した。現在も休日を中心に賑わいを見せており、埼玉県の新名所としてすっかり定着した。

埼玉県集計の統計「入込観光客推計調査」によると、県内への観光客はここ数年増加傾向にあり、なかでも、企業博物館の観光などを行う産業観光客が、好調に推移している。

そこで本稿では、県内を代表する産業観光施設となった「鉄道博物館」に焦点を当て、埼玉県経済に及ぼす経済波及効果の推計を行った。

### 2. 県内への観光客数、4年連続増加

国土交通省の「旅行・観光消費動向調査」では、国内の旅行消費総額は、平成16年度の24.5兆円をピークに減少に転じ、19年度には23.5兆円になったと推計されている。国内の宿泊旅行も、平成16年度から3年連続で減少しており、日光や草津といった有名観光地のある栃木県や群馬県でさえ、宿泊客数、全体に占める割合共に減少している。

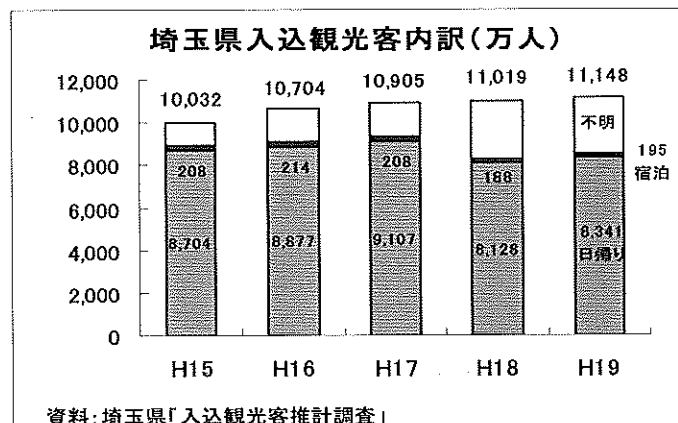
一方、日帰り旅行に関しては逆に増え続けており、16年度の4.5兆円から19年度には4.9兆円まで増加した。国内旅行消費額に占める割合も年々高まっており、平成19年度には全体の21.1%を占めている。

平成21年2月に観光庁が行った「平成20年度日本人の旅行行動に関する実態調査」では、経済状況における将来への不安から、消費意欲が盛り上がらないという結果が出ている。そのため「安・近・短」の旅行傾向が強まり、宿泊旅行が減少し、日帰り旅行の割合が増していると考えられる。

埼玉県が、県内全市町村からの報告に基づいて集計した「入込観光客推計調査」によると、平成19年1月1日から同年12月31日までの埼玉県への観光客人数は、推計1億1,148万人で、前年に比べて人数では129万人、率では1.2%の増加となっている。これは平成15年から4年続けての増加である。このうち、日帰り旅行の観光客は8,341万人で、埼玉県への観光客全体の74.8%を占める。

一方、宿泊旅行の観光客については195万人で、観光客全体に占める割合も1.8%にとどまっている。「平成21年版観光白書」にもあるように、埼玉県の平成20年延べ宿泊者数は、302万人泊で、関東地方1都6県では最も低い。

このような状況のなか、埼玉県への観光客数が増え続けている理由は、元来宿泊観光客が少なく、宿泊旅行の減少の影響をあまり受けずに済んでいるということと、人口の多い東京に隣接し、多くの日帰り観光客が訪れていることに加えて、遠方への宿泊旅行から近場への観光にシフトした観光客が、県内へ流入していることが考えられる。



### 3. 高まりを見せる産業観光

近年、旅行形態の個人化とともに、旅行者のニーズも多様化しており、今までの物見遊山的な観光旅行に対して、新たな観光テーマを求める傾向が強まってきている。産業観光もその中の一つであり、学びや体験を行いながら、産業や現場の技術に触れられることから注目を集めており、国内旅行において見過ごせないテーマとして成長を見せている。

地域の特色に合致した産業観光施設は、企業にとって社会的認知度の上昇や、イメージアップにつながり、利用者にとっても自分自身の知識向上における満足感や、企業に対する理解が深まるため、結果として観光客の増加を呼び込み、経済の発展に有効な作用をもたらす。

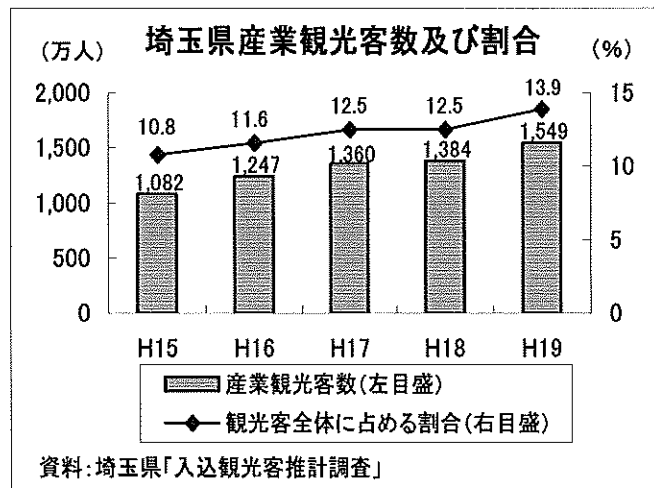
県内状況に着目すると、人口700万人を超える埼玉県には、数多くのものづくりの事業所が存在する。平成20年工業統計調査によると、県内製造品出荷額は144,876億円の全国7位であるが、従業者4人以上の事業所数は、全国シェア5.9%を占める15,486ヶ所あり、大阪、愛知、東京について全国4位を誇っている。そうした事業所数の多さは、豊かな産業観光施設を生み出す可能性を秘めている。現在、埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」には、県内139ヶ所の見学、体験スポットが紹介されている。

「知る」、「学ぶ」、「体験する」観光志向の高まりは、「入込観光客推計調査」の結果からも明らかである。鉄道博物館などの企業博物館来館者数に該当する「産業観光客」は、平成15年から19年まで毎年増え続け、平成19年には前年比165万人増加の1,549万人となった。県内全観光客に占める割合も同様に増加し続け、平成15年は、10.8%（1,082万人）で目的別順位も5位であったが、19年には全体の13.9%となり、順位も「各種行事・まつり見学客」、「スポーツ客」に次ぐ3位に上昇している。特に、平成19年は鉄道博物館がオープンした年で、来館者数が短期間にかなりの人数を記録したことも、少なからず影響を与えたとみられる。

＜県内の産業観光施設の一例＞

名称	内容
(株)東玉 (さいたま市岩槻区)	人形博物館併設。工房見学、各種人形作り体験。
日三铸造所 (川口市)	日本唯一のペーゴマ工場。工場見学、直売あり。
埼玉伝統工芸会館 (小川町)	県内の伝統的手工芸品の学習。紙すき、竹細工などの体験。
足袋とくらしの博物館 (行田市)	足袋工場公開。足袋作り体験「My足袋教室」開催。
(株)羽子板のさか田 (春日部市)	押絵羽子板の見学。桐板の裏絵書き体験。
本庄織物協同組合 (本庄市)	本庄織物の手織り見学、体験。
(株)矢尾本店 (秩父市)	秩父錦蔵元。酒造資料館、観光物産館での試飲。

資料：埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」



#### 4. “鉄道のまち”の鉄道博物館

##### (1) 交通博物館から鉄道博物館へ

交通博物館は、明治44年5月4日、内閣鉄道院初代総裁後藤新平により「鉄道博物館掛」が置かれ、資料収集を開始したのが始まりで、大正10年10月14日、東京駅北側の高架下に、当初「鉄道博物館」の名称で開設された。

昭和11年4月25日、神田須田町の中央本線万世橋駅に移転、併設されるが、昭和18年11月1日の万世橋駅休止後、建物は鉄道博物館専用となる。昭和23年に名称を「交通博物館」に変更し、鉄道以外の航空、船舶、自動車部門まで展示対象を広げ、国内有数の企業博物館として発展を続けた。しかし、約70年を経過した建物は老朽化が進み、平成18年5月14日に閉館し、万世橋での歴史に幕を閉じた。

交通博物館の後継施設、現「鉄道博物館」のあるさいたま市大宮区は、県内随一の商業地区を有し、埼玉県経済の中心を担う「商業のまち」としての面に加え、JR東日本の全ての新幹線が集中する、全国有数のターミナル駅である大宮駅を抱える「鉄道のまち」としての面も併せ持っている。

鉄道博物館は、交通全般を対象とした交通博物館と異なり、鉄道部門に限定し、展示内容は敷地、延床面積の大幅な拡大とともに“世界最大級”といわれるほどに生まれ変わり、平成19年10月14日に開館した。来館者数は、翌年の平成20年3月31日に100万人、同年11月10日に200万人、平成21年10月19日に300万人を記録し、日本の鉄道界全般を代表する博物館を目指している。

##### (2) 産業観光施設として

館内は6つのゾーンに分かれており、鉄道車両を実物展示する「ヒストリーゾーン」をはじめ、国内初のSL運転シミュレータが体験できる「エントランスゾーン」、様々な収蔵資料が保管されている「コレクションゾーン」、鉄道について学習ができる「ラーニングゾーン」、「パークゾーン」、「ノースウィング」で構成される。

国土交通省が作成した「産業観光ガイドライン」のモニターツアーアンケート結果では、観光客が産業観光施設を選ぶポイントとして、「体験プログラムの有無」、「ガイドの有無」が重要とされており、鉄道博物館では単なる収蔵品や実物車両の展示にとどまらず、産業観光施設として「知る」、「学ぶ」、「体験する」を実践しながら、鉄道に触れられることを意識している。

現在、さいたま市教育委員会などと連携し、同市内の幼稚園児、小中学生の見学や中学生による職場体験を受け入れている。博物館では「毎年一学年が、定期的に見学に来てもらえるような形に発展させたい」と考えている。さらに、今後の来館者数増加を図る上で、「マニアだけでなく、一般客にも目を向け、リピーターとして集客していくことが必要」との観点から、イベントや企画展も随時開催していく予定である。幅広い客層をターゲットにしており、これからも目が離せない博物館である。

#### 5. 鉄道博物館の経済波及効果

##### (1) 経済波及効果とは

それでは、オープンから3年目を迎えた鉄道博物館が、埼玉県経済に及ぼす経済波及効果を、「平成12年埼玉県産業連関表32部門表」を使用して実際に推計する。

経済波及効果には直接効果と間接効果がある。直接効果とは新たに生じる投資・消費需要であり、間接効果には、この需要をまかなうための生産活動をあらわす一次波及効果と、直接効果と一次波及効果による生産活動の増加により増えた雇用者所得が消費に回り、新たな生産を誘発する効果を与える二次波及効果がある。一般的には直接効果、一次、二次波及効果を合算したものが経済波及効果といわれる。

## (2) 経済波及効果は年間 112 億円

本調査の場合、直接効果は、財団法人東日本鉄道文化財団の鉄道博物館管理運営に伴う平成 20 年度事業活動支出額と、同年度一年間の来館者 141 万人が県内で消費した消費支出（注）の合計額とみなした。

平成 20 年度事業活動支出額に、消費支出として、博物館までの交通費、博物館内での飲食費、オリジナルグッズ等購入費、大宮駅付近など博物館外での飲食費、さらに遠方からの来館者宿泊費を加えた、75 億 69 百万円を直接効果（最終需要額）と想定する。

直接効果（最終需要額）75 億 69 百万円を、項目別に各産業に配分したところ、見込まれる間接効果は、一次波及効果 21 億 8 百万円、二次波及効果 15 億 19 百万円と算出され、年間の経済波及効果は 111 億 96 百万円と推計される。

### < 鉄道博物館の経済波及効果 >

直接効果	75億69百万円
一次波及効果	21億8百万円
二次波及効果	15億19百万円
経済波及効果	111億96百万円

※（注）消費支出の試算について

交通費、館内飲食費、オリジナルグッズ等購入費は、鉄道博物館でのアンケート結果などの情報から推計。宿泊費についても同じアンケート結果を基に、宿泊客人数を想定し、近隣宿泊施設の宿泊料金を参考に推計した。館外飲食費は、国土交通省「2007 年度旅行・観光消費動向調査結果と経済効果の推計」の「非購入者を含めた旅行者全体での品目別平均単価」を使用し推計した。

## 6. おわりに

国が実現を目指している観光立国の推進には、地域の活性化が必要である。活気のある地域は、観光対象として人気が高まり、観光地として成功しやすくなるといわれている。さいたま市は、合併前の大宮市時代から交通博物館の誘致に積極的で、地域住民も好意的であったため、移転が現実となり、現在では鉄道博物館が地域の活性化において、重要な役割を担っている。

鉄道博物館としても、地域との共生を考え、地元の教育委員会との連携以外に、「埼玉県民の日イベント」や子供の自由研究にも参考になる「夏休み企画」などを行い、地域との交流を図っている。これらのイベントや企画展は、来館者に好評で満足度も高い、というアンケート結果が出ており、こうした事業を通して地域との密着度が高まれば、「鉄道のまち」大宮のさらなる活性化が見込めるのではないかとと思われる。

埼玉県の産業観光客数及び観光客全体に占める割合の増加傾向は、産業観光が観光テーマとして着実に浸透してきた証である。この先も、産業観光にとどまらず、まだ埋もれている日帰り観光のニーズ掘り起しや、日帰り観光客のリピート率向上に向けた一層の施策充実を図っていくことが大切である。こうした動きが、現状まだウエイトの低い宿泊観光の押し上げに、徐々にでもつながっていくことになろう。

平成 21 年 8 月、鉄道博物館は、J1 サッカーチーム「大宮アルディージャ」とタイアップし、相互入場割引サービス「昼と夜のダブルファンタジー」を実施。利用状況にもよるが、対戦相手の本拠地が遠方であれば、宿泊客も増加するのではないかと考えられる。また、一部のホテルでは「鉄道博物館入場券付宿泊プラン」を設定しており、博物館見学の翌日、別の県内観光施設を訪れるなどの相乗効果が現れれば、経済波及効果はさらに拡大するだろう。

これからの埼玉県観光経済と、「お客様と地元から愛される施設づくりを目指す」鉄道博物館の発展に期待し、注目していきたい。

（今野禎雄）