

2014年12月29日 全10頁

観光立国と日本の「稼ぐ力」④

観光地域の「稼ぐ力」

環境調査部長 岡野武志

[要約]

- 観光庁によれば、2012年の国内旅行の売上高は約19.4兆円、訪日観光の消費額などを含めた全体の消費額は22.5兆円規模と推計されている。生産波及効果は約46.7兆円、付加価値効果は約23.8兆円とされており、雇用効果も399万人とみられている。
- しかし、2004年と比較すると12年の国内旅行の売上高は約7.4兆円減少している。生産波及効果と付加価値効果も減少しており、合計の減少額は23.7兆円に上る。景気停滞と経済効果の流出が、観光地域や観光産業を衰退させてきたことが示唆される。
- 観光で「稼ぐ力」を高めるためには、地域資源の有効活用や投資効率を高める選択、滞在型の広域観光圏形成とその効果的なマネジメントなどが求められよう。持続可能な観光立国実現に向け、経済的価値だけでなく多様な価値を創造することが重要であろう。

1. 「稼ぐ力」のかげり

(1) 観光の消費額

観光立国推進基本法¹は、「国は、観光立国の実現に関する施策の策定及び実施に資するため、観光旅行に係る消費の状況に関する統計、観光旅行者の宿泊の状況に関する統計その他の観光に関する統計の整備に必要な施策を講ずるものとする」（第25条）と定めている。また、2012年に閣議決定された「観光立国推進基本計画²」は、「観光旅行の促進のための環境の整備」に関する施策の一つとして、「観光に関する統計の整備（観光に関する統計の整備・利活用の推進）」を挙げている。

観光庁を中心に各種統計の整備が進められており、供給側では「観光地域経済調査」や「宿泊旅行統計調査」、需要側では「旅行・観光消費動向調査」や「訪日外国人消費動向調査」がある（図表1）。それぞれの調査・統計は、目的、調査対象、集計方法等が異なっており、この他にも、都道府県による「都道府県観光入込客統計」や民間による調査・統計等がある。

¹ 「観光立国推進基本法」観光庁

² 「観光立国推進基本計画」観光庁

図表 1 : 観光統計の位置付け



出所) 観光庁「観光地域経済調査 (報道発表資料 : 2013 年 8 月 9 日)」

旅行・観光における消費実態について、日本国民から無作為抽出した約 2 万 5000 人を対象として実施されている「旅行・観光消費動向調査³」(以下、「消費動向調査」)では、旅行の時期や回数、消費内訳等が集計されている(図表 2)。この調査は、集計結果を用いて、年間の旅行者数や旅行消費額など、国全体の観光に対する消費実態を推計しており、観光産業の生産波及効果や付加価値効果、雇用効果の大きさなども示している。

消費動向調査によれば、国内居住者の国内旅行に関わる 2012 年の売上高(国内売上高)は約 19.4 兆円となり、これに別荘の帰属家賃や国内居住者の海外旅行に関わる国内支出分、海外からの訪日観光消費⁴を加えた内部観光消費額は約 22.5 兆円と推計されている。

図表 2 : 内部観光消費額 (10 億円 : 2012 年)

分類/業種		売上高	構成比
国内居住者の国内旅行(国内売上高)		19,362	86.1%
内 訳	宿泊施設サービス	3,257	16.8%
	飲食供給サービス	2,219	11.5%
	旅客輸送サービス	5,704	29.5%
	旅行会社、ツアーオペレーター、旅行ガイドサービス	267	1.4%
	文化サービス	216	1.1%
	レクリエーション、その他の娯楽サービス	442	2.3%
	その他の各種ツーリズムサービス	493	2.5%
	旅行関連商品	6,361	32.9%
非観光商品	402	2.1%	
別荘の帰属家賃	406	1.8%	
国内居住者の海外旅行(国内支出分)		1,424	6.3%
訪日観光消費		1,293	5.8%
内部観光消費合計		22,484	100.0%

出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」より大和総研作成

³ 「旅行・観光消費動向調査」観光庁

⁴ 同調査において、訪日観光消費は、「『国際収支統計』(財務省、日本銀行)の「旅行受取」「旅客運賃受取」の合計に相当し、これを用いる」とされており、「訪日外国人消費動向調査」における「訪日外国人旅行消費額」とは必ずしも一致しない。ただし、商品別内訳は、「訪日外国人消費動向調査」における旅行消費額の商品別構成比を用いて案分推計されている。

(2) 観光消費額の減少

消費動向調査によれば、2004年から2012年の期間に、国内売上高は約26.8兆円から約19.4兆円まで、約7.4兆円減少している（図表3）。宿泊客と日帰り客に分けてみると、金額では宿泊客による消費額が約5兆円と大きく減少している一方、減少率では日帰り客による消費額が-35.1%と宿泊客による消費額の減少率を上回っている。また、年間の平均旅行回数は宿泊・日帰りともに減少がみられるが、国内売上高の減少率が平均旅行回数の減少率より大きくなっていることから、一回の旅行あたりの消費額が減少したことが推察される。

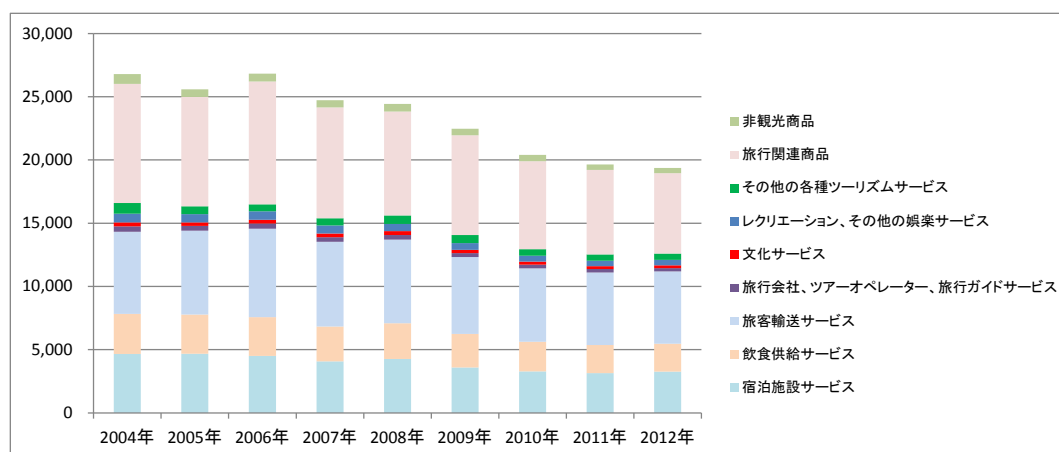
図表3：一人あたり年間平均旅行回数と国内売上高の推移

	04年	05年	06年	07年	08年	09年	10年	11年	12年	変化率	変化幅
年間平均旅行回数(宿泊旅行:回/人)	2.82	2.91	2.97	2.87	2.78	2.72	2.49	2.45	2.47	-12.4%	-0.35
年間平均旅行回数(日帰り旅行:回/人)	3.05	2.89	3.22	3.01	2.94	2.77	2.46	2.34	2.33	-23.6%	-0.72
国内売上高(宿泊客:兆円)	19.9	19.7	20.2	18.6	18.6	16.9	15.3	14.7	14.9	-25.2%	-5.0
国内売上高(日帰り客:兆円)	6.9	5.9	6.6	6.2	5.9	5.5	5.1	4.9	4.4	-35.1%	-2.4
国内売上高(合計:兆円)	26.8	25.6	26.8	24.7	24.4	22.5	20.4	19.6	19.4	-27.7%	-7.4

注) 変化率と変化幅はともに2004年と2012年の数値の比較
出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」より大和総研作成

国内売上高の推移を業種別の内訳でみると、04年との比較で12年は、旅行関連商品：約3.1兆円(-32.5%)、宿泊施設サービス：約1.4兆円(-30.2%)、飲食供給サービス：約0.9兆円(-29.8%)など、主要な業種でそれぞれ売上高が3割程度減少している。一方、旅客輸送サービスの売上高は、日帰り旅行で16.6%減、宿泊旅行で10.6%減にとどまっている。この減少率は、主要業種の売上高の減少率より小さいだけでなく、日帰り旅行、宿泊旅行ともに、それぞれ平均旅行回数の減少率を下回っている。（図表4）。

図表4：国内売上高の業種別推移（10億円）



出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」より大和総研作成

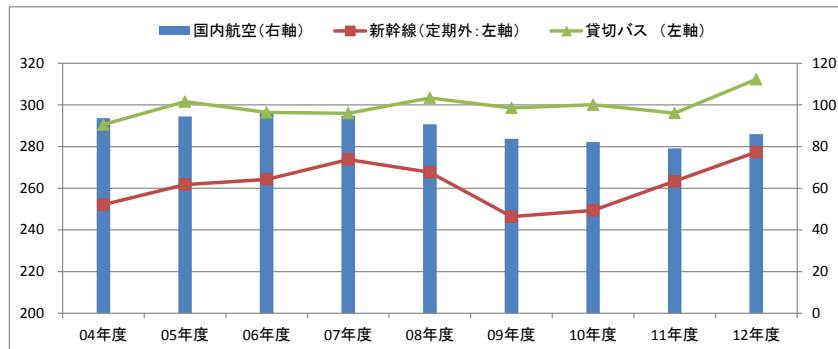
この期間（年度）の輸送機関別の旅客数の推移をみると、貸切バスの旅客数は、年間3億人程度で比較的安定していたのに対し、新幹線（定期外）⁵は、07年度のピークから一旦1割程度

⁵ 「鉄道輸送統計調査」国土交通省

減少した後、12年度に再びピーク時の水準を回復している。また、国内航空も06年度のピークから2割近く減少した後、12年度には回復傾向がみられている（図表5）。

この期間には、LCC（格安航空会社）の就航などもあり、旅行者が費用対効果に敏感に反応して交通機関を選択し、交通機関の間でも価格競争が厳しくなったことが推察される。また、旅行者は、特定の目的がある場合には、移動距離をそれほど短縮せず目的地を訪れながら、宿泊や飲食、買物などを中心に消費額を抑制してきたことがうかがえる。

図表5：旅客数の推移（年度：百万人）



出所) 国土交通省「国土交通白書」及び国土交通省資料より大和総研作成

2. 経済効果の縮小

(1) 経済効果の減少

消費動向調査は、旅行・観光に伴う2012年の生産波及効果を約46.7兆円、付加価値効果を約23.8兆円と推計している（図表6）。また、雇用効果も399万人と推計されており、この数は全国の就業者数の6.2%に相当するという。観光に関わる消費は、地域の社会や経済に一定の影響を与え得る規模の経済効果を持っているといえよう。

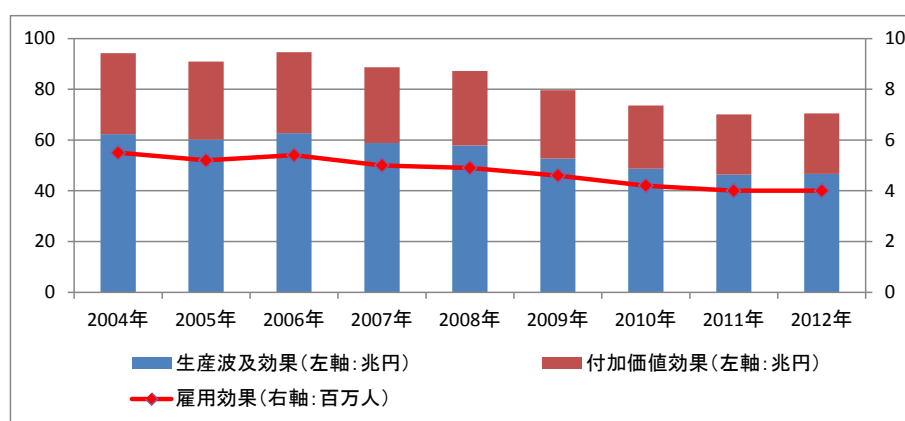
図表6：平成24年 日本国内における旅行・観光消費の経済波及効果

	旅行消費額 (最終需要)	(単位：兆円)			(単位：兆円)			(単位：万人)		
		生産波及効果			付加価値効果			雇用効果		
		直接効果	波及効果 (直接+1次 効果)	波及効果 (直接+1次 +2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次 効果)	波及効果 (直接+1次 +2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次 効果)	波及効果 (直接+1次 +2次効果)
平成24年 日本国内における 旅行・観光消費の経済波及効果	22.5	21.5	37.3	46.7	10.9	18.6	23.8	213	325	399
産業全体に占めるシェア※		2.4%	4.1%	5.1%	2.3%	3.9%	5.0%	3.3%	5.0%	6.2%
乗数 (波及効果/直接効果)			1.7	2.2		1.7	2.2		1.5	1.9
平成23年 推計値	22.4	21.4	37.0	46.4	10.8	18.5	23.7	213	323	397
対前年増減率 (平成24年/平成23年)	0.4%	0.5%	0.7%	-4.7%	-5.3%	-4.7%	0.5%	-5.3%	0.5%	-5.0%
※産業全体に相当する数値		平成24年産出額			平成24年GDP (名目)			平成24年就業人数		
		905.0兆円			473.8兆円			6,437万人		

出所) 国土交通省「観光白書 平成26年版」

しかし、旅行・観光に関わる消費が減少してきたことに伴い、そこから生まれていた経済効果にも縮小傾向がみられている。2004年に62.3兆円であった生産波及効果は、12年には46.7兆円にとどまっております、04年に31.9兆円であった付加価値効果も、12年には23.8兆円に減少している。両者を合わせると、この期間に23.7兆円の経済波及効果が失われた計算になる。また、この期間には雇用効果も547万人から399万人まで縮小している（図表7）。

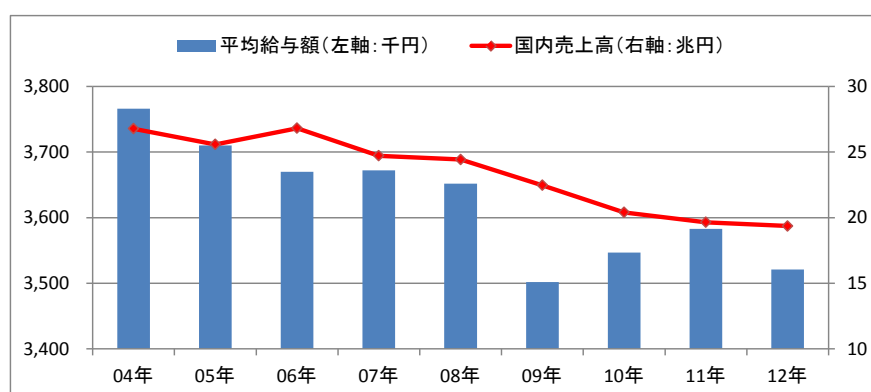
図表7：旅行・観光消費の経済波及効果の推移



出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」より大和総研作成

政府は、顕在化していない需要を掘り起こし、旅行拡大による地域経済の活性化を図るため、休暇取得の促進に取り組んでおり、「ポジティブ・オフ⁶」や子どもの休みの多様化・柔軟化などを進めている。しかし、国税庁が公表している「民間給与実態統計調査結果⁷」によれば、民間の年間給与総額は、04年の約201.8兆円から12年には約191.1兆円となっており、約10.7兆円少なくなっている。給与所得者の平均給与額も、この期間に年間約377万円から約352万円へと減少している（図表8）。雇用や所得の減少が、家計による旅行への消費を縮小させ、観光地域や観光産業を衰退させる負の循環が進んできたことが示唆されよう。

図表8：平均給与額と旅行・観光の国内売上高（観光）の推移



出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び国税庁「民間給与実態統計調査結果」より大和総研作成

⁶ 関係省庁（国土交通省、内閣府、厚生労働省、経済産業省）が連携し、休暇を取得して外出や旅行などを楽しむことを積極的に促進し、オフ（休暇）をポジティブ（前向き）にとらえて楽しもうという運動（国土交通省ウェブサイトによる）

⁷ 「民間給与実態統計調査結果」国税庁

(2) 経済効果の流出

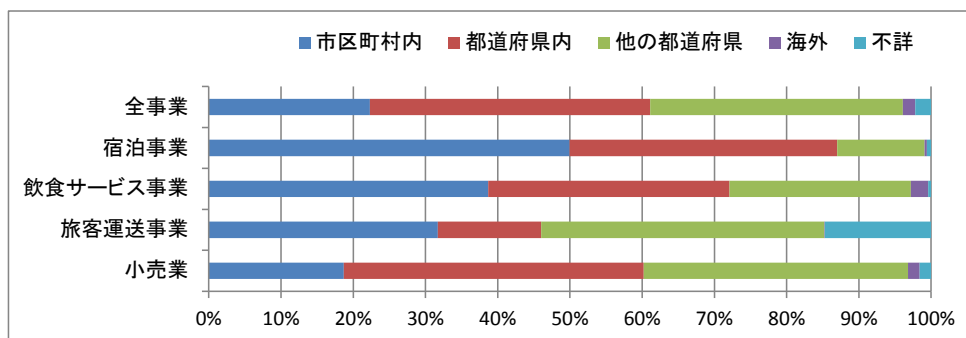
2012年度に観光庁が実施した「観光地域経済調査⁸」では、全国の約9万事業所を対象とした郵送調査が行われており、観光が地域の各産業にもたらす経済的な効果や観光関連の事業所⁹の実態が示されている。この調査は、全国約11,000地域のうち、観光地点が存在する5,861の観光地域を対象としており、観光地域でない地域の数値は含まない。また、観光売上があっても、観光産業以外の事業所は集計の対象外となっている。

観光地域経済調査は、全国5,861の観光地域には、約116万5千の観光産業事業所が存在し、その従業者数は約826万3千人としている¹⁰。2011年（2012年度調査）の観光産業事業所の売上高は全体で約86.7兆円となり、このうち主な事業の売上高は約82.8兆円、観光売上高が占める部分は約11.7兆円（14.1%）とみられている。

この調査によれば、法人経営による観光産業事業所の主な仕入・材料費、外注費は、1/3以上が当該都道府県外に支払われたという（図表9）。金額規模が大きい小売業で都道府県外への支払いが多いことから、観光地域で販売される商品やその原材料等が地域外から調達され、地域の生産物等の資源が十分に活用されていない可能性が示唆される。

都道府県外へ支払われた費用等を項目別にみると、石油・石炭製品が最も多く、これに次いで加工食品・調味料や農林水産物などで都道府県外への支払い金額が大きい。海外からの旅行者だけでなく、国内からの旅行者にとっても、地域独特の「食」に対する期待は、観光地域を訪れる動機の一つとなっている。地域の「稼ぐ力」を高めるためには、六次産業化や地産地消などへの取り組みを含め、周辺地域とも連携しながら地域の特産品や名産品などを活かす仕組みを構築することが求められよう。

図表9：主な仕入・材料費、外注費の地域別支払先（2012年度調査、法人経営）



出所) 観光庁「観光地域経済調査」より大和総研作成

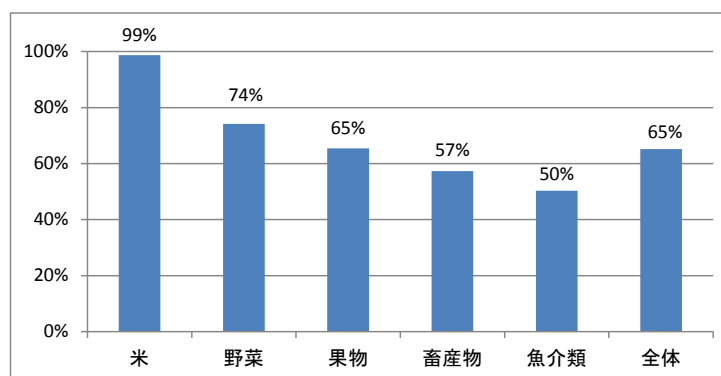
⁸ 「観光地域経済調査」観光庁

⁹ 同調査において観光産業事業所は、「世界観光機関（UNWTO: World Tourism Organization）が規定する Tourism Industries の分類に対応する業種のうち、観光客に対して直接商品の販売又はサービスを提供する業種であり、それに該当する日本標準産業分類（平成19年11月改定）に属する事業所をいう」とされている。

¹⁰ 同調査において従業者については、「当該事業所に所属して働いている全ての人をいう。別経営の事業所から出向又は派遣されている人（受入者）を含み、別経営の事業所へ出向又は派遣されている人（送出者）は含まない」とされている。

農林水産省¹¹によれば、日本の食料自給率（生産額ベース）は、米を含めても全体で65%にとどまっている（図表10）。日本の「食」に輸入食材等が使われる比率が高くなれば、観光地域への経済効果を縮小させるだけでなく、旅行者が期待する地域らしさや「おもてなし」の魅力を損なうことも懸念される。自然を尊ぶ「和食；日本人の伝統的な食文化」はユネスコ無形文化遺産にも登録されている。経済効果の流出を抑制し、地域の「稼ぐ力」を高めるためには、観光地域や周辺地域の資源を活かすサプライチェーンの確立が重要であろう。

図表10：食料自給率（生産額ベース：2013年度）



出所) 農林水産省資料より大和総研作成

3. 選択と連携

(1) 投資効率を高める選択

観光地域の「稼ぐ力」を高めるためには、訪問・宿泊者層の拡大、再訪者数・再訪回数の増加、滞在期間の長期化などにより、地域における旅行消費額の拡大を図ることが求められる。しかし、観光で稼げる地域になるためには、観光インフラの整備や情報発信などへの先行投資も必要になる。さらに、地域の魅力や価値が広まり、多数の旅行者が訪れるまでには、長い時間を要することも多い。これから人口減少や高齢化が懸念される日本では、限られた資源を効果の高い地域や分野に集中して投入するなどの選択も必要であろう。

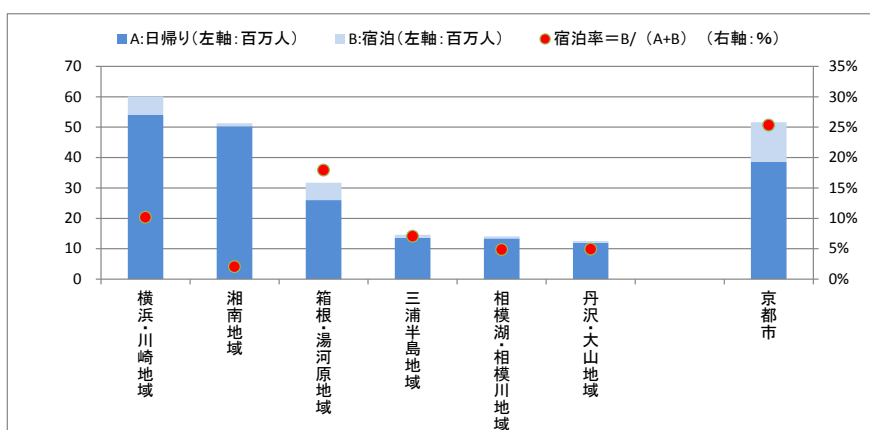
東京都の隣に位置する神奈川県内の観光地域を比較してみると¹²、温泉を擁する箱根・湯河原地域では宿泊客が約18%を占めているのに対し、海、山、川、湖などを主な観光資源とする地域では、日帰りのスポーツやレジャーなどが誘客の中心になっている（図表11）。また、湘南地域の宿泊者数は、地理的に東京に近い横浜・川崎地域と比べても少ないが、旅行者数全体は全国有数の観光地域の一つである京都市¹³とほぼ同じ水準にある。それぞれの観光地域は、地域が有する観光資源や周辺地域の状況に応じて異なる価値を提供しており、すべての観光地域がフルスペックで観光インフラを整備することが、必ずしも有効ではないことが示唆されよう。

¹¹ 「日本の食料自給率」農林水産省

¹² 「平成25年神奈川県入込観光客数調査結果報告（速報）」神奈川県

¹³ 「京都観光総合調査（京都観光総合調査 平成25年（2013年）」京都市

図表 11：神奈川県的主要観光地域、京都市の比較（2013年）



出所) 神奈川県及び京都市資料より大和総研作成

従来の観光振興では、自治体や自治体ごとの観光協会などが中心となり、出発地で組成されるパッケージツアーや一泊二食型の宿泊プランの受入を前提とした観光誘致を進める例もみられてきた。しかし、自治体を対象として実施されたアンケート調査¹⁴によれば、多くの自治体が観光振興上の課題として、財源不足と担当職員の人員不足を挙げているという。一方、特定の目的を持った旅行（SIT）や自ら手配する個人旅行（FIT）が広がる中で「稼ぐ力」を高めるためには、旅行者に選択される価値や何度も訪れたい価値を提供することが求められる。深みや広がりのある価値や多様な価値を提供するためには、中核となる観光地域を基点とした面的な戦略を立て、滞在期間の長期化や周辺地域の資源活用を進めることなどが有効であろう。

（2）多様な価値を提供する連携

2008年に制定された「観光圏整備法¹⁵」は、観光圏を「滞在促進地区が存在し、かつ、自然、歴史、文化等において密接な関係が認められる観光地を一体とした区域であって、当該観光地相互間の連携により観光地の魅力と国際競争力を高めようとするもの」（第2条第1項）と定義している。同法に基づく「観光圏整備に関する基本方針¹⁶」は、固有資源を有する観光地域を相互に戦略的に連携させ、二泊三日以上の滞在に対応可能なエリアを形成することを目指し、観光地間の連携、地域の幅広い産業間の連携、国・地方公共団体と民間主体間の連携を推進するとしている。

このような基本方針に基づき、これまで26の観光圏整備実施計画が認定されており、旅行業法や道路運送法等各種法律の特例などにより観光圏形成が支援されている（図表12）。この制度の認定対象となった観光圏には、市町村間の連携によるものだけでなく、都道府県の枠を超えて観光振興を進める取り組みもみられている。広域の観光圏では、それぞれの強みを活かし、未整備な部分などを補完しあいながら、魅力ある観光ルートや滞在プランを整備し、組織的なプロモーションやマーケティングを展開していくことが期待される。

¹⁴ 「観光おもてなし研究会（第6回資料：平成26年6月19日開催）」観光庁

¹⁵ 「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」法令データ提供システム

¹⁶ 「観光圏の整備について」観光庁

図表 12：観光圏整備実施計画認定地域（2014年7月4日現在）

旧基本方針に基づく観光圏整備実施計画認定地域(16地域)	
北海道登別洞爺広域観光圏(北海道)	箱根・湯河原・熱海・あしがら観光圏(神奈川県・静岡県)
釧路湿原・阿寒・摩周観光圏(北海道)	伊豆観光圏(静岡県)
盛岡・八幡平広域観光圏(岩手県・秋田県)	知多半島観光圏(愛知県)
めでためてた♪花の山形観光圏(山形県)	東紀州地域観光圏(三重県)
トキめき佐渡・新潟観光圏(新潟県)	吉野大峯・高野観光圏(奈良県・和歌山県)
信越観光圏(長野県・新潟県)	香川せとうちアート観光圏(香川県)
立山黒部アルペンルート広域観光圏(長野県・富山県)	瀬戸内しまなみ海道地域観光圏(広島県・愛媛県)
越中・飛騨観光圏(富山県・岐阜県)	玄界灘観光圏(福岡県・佐賀県・長崎県)
新基本方針に基づく観光圏整備実施計画認定地域(10地域)	
2013年4月認定(6地域)	2014年7月認定(4地域)
富良野・美瑛観光圏(北海道)	ニセコ観光圏(北海道)
雪国観光圏(新潟県・群馬県・長野県)	浜名湖観光圏(静岡県)
八ヶ岳観光圏(山梨県・長野県)	海の京都観光圏(京都府)
にし阿波～剣山・吉野川観光圏(徳島県)	豊の国千年ロマン観光圏(大分県)
「海風の国」佐世保・小値賀観光圏(長崎県)	—
阿蘇くじゅう観光圏(熊本県・大分県・宮崎県)	—

注) カッコ内は対象市町村が属する都道府県
出所) 観光庁資料より大和総研作成

滞在型の観光圏では、農山漁村体験やスポーツ体験、国際交流やボランティア活動など、さまざまな体験を提供するために、観光事業者だけでなく、多様な種類の事業者や機関、地域住民などの連携や協力が必要になる。また、広域の観光圏では、自治体の枠を超えて滞在プランや体験プログラム、観光ルートなどを構築していくことが重要になる。そのような取り組みを進める組織として、DMO (Destination Management Organization) に対する期待が高まっており、国内でも自治体や業種の枠を超えた組織による広域プロモーションなどの動きもある。

広域の観光圏形成に向けては、各種利害関係者との調整や地域住民との合意形成なども課題となり、各地への旅行者が増加すれば、交通渋滞や環境問題などへの懸念が広がる可能性もある。また、各地で非効率な過剰投資や過少投資、目先の利益のための過当競争などが広がれば、長期的には観光圏全体のブランド価値低下にもつながりかねない。持続可能な観光圏を形成するためには、全体を俯瞰しながら、品質・安全・資源等の管理、マーケティングやプロモーションなどを一体的に行う組織的なマネジメントの重要性が一層高まるものと考えられる。

観光インフラの整備を進める際には、少子高齢化に対応したまちづくりや豊かな生活環境の整備、地域住民の健康増進などを進めることも可能であろう。また、多くの旅行者が訪れることにより、地域の魅力や価値が再認識され、その地域に暮らすことの誇りが高まり、人々の絆が深まることなども期待できよう。観光の振興においては、地域産業の活性化や雇用の拡大などの経済的な価値を生み出すことだけでなく、地域間の交流や国際的な相互理解の促進など、社会的な価値を創出する効果を高めることも重要になる。

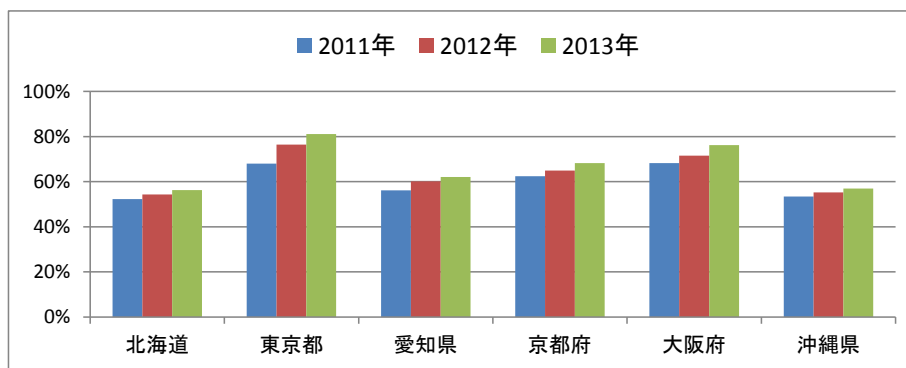
観光による立国というためには、旅行者がその地を訪れ、その地に滞在し、その地で体験することより、旅行者と観光地域の双方に価値を創出することが求められよう。また、それぞれの観光地域や観光圏が、それぞれに特色のある固有の価値を提供していくことも重要になる。観光によって多様な価値を創出し続け、多くの人々とその価値を共有できる国になることが、観光立国の実現といえるのかもしれない。

おわりに

人口減少や高齢化等に伴う経済規模の縮小が懸念される中、観光立国の実現に向けられる期待は大きい。とりわけ、旅行消費額が大きい訪日旅行拡大に向け、各方面でさまざまな取り組みが進められている。しかし、大都市圏や主な観光地域では、ここ数年、宿泊施設の客室稼働率に上昇傾向がみられており、特に東京都や京都府などでは、シティホテルやビジネスホテルを中心に客室稼働率が高くなっている（図表 13）¹⁷。訪日旅行者数が急速に増加すれば、宿泊施設の不足や宿泊料金の高騰等の事態を招くこともあり得よう。また、その他の観光施設や買物場所などでも、受入体制の整備が追いつかず、滞在期間中に不便な体験や不愉快な体験が重なるようなことがあれば、訪日旅行のブランド価値を大きく低下させてしまう可能性もある。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催は、観光立国の実現に向けた一つの大きなイベントとなる。多数の旅行者を受け入れていくためには、東京圏で周辺地域を含めた受入体制の整備を進めるとともに、東京圏以外の観光地域でも、滞在型の旅行者を受け入れる環境を整えていくことが求められよう。一方、旅行者を受け入れる側の都合や短期的利益の追求などに重きが置かれ、提供される価値が対価を下回ると感じられれば、その旅行は不満足な経験につながる可能性が高く、リピーター増加やブランド価値の向上を期待することは難しい。旅行者への気づかひや思いやり、旅行者の期待を超える「おもてなし」などにより、大会開催後にも持続可能な観光立国を実現していくことが期待される。

図表 13：宿泊施設の客室稼働率の推移（全てのタイプ）



出所)「宿泊旅行統計調査」より大和総研作成

以上

¹⁷ 「宿泊旅行統計調査」観光庁