

柴田 浩喜（中国地方総合研究センター 情報開発部長・主任研究員）

観光の経済効果は、観光政策を立案・実施していくため最も重要な KPI である。近年、国は、観光の経済効果算出の基礎となる各種観光統計の整備を推進し、精度の高い経済効果の把握を可能にする TSA の構築を行った。

本稿では、観光統計における諸概念、調査方法等に説明を加えながら、まず国に対する観光の経済効果額について解説を行う。その上で、中国地域に対する観光の経済効果を推計するとともに、地域間観光収支、労働生産性等の特性を分析し、経済効果からみた観光振興の課題を明らかにする。

なお、中国地方総合研究センターが 2014 年 12 月に発行した「中国地域白書 2014（中国電力(株) エネルギア総合研究所監修）」では「観光イノベーションへの挑戦」をテーマとして事例分析等を基に観光振興の方向性をとりまとめた。本稿は、白書 2014 における分析・考察を補完するものである。

1. はじめに

2006 年 12 月に成立した観光立国推進基本法では、第 25 条において、国が観光旅行に係る消費や宿泊等の状況に関して統計を整備することが定められた。同法の制定を受けて、翌 2007 年 6 月に策定された観光立国推進基本計画では、一次統計として日本人及び訪日外国人旅行者に関する統計を整備し、さらに二次統計¹として TSA（Tourism Satellite Account）²を導入することが決定された。観光庁は 2009 年から毎年 TSA を公表している。

国が一連の観光統計の整備に着手したのは、世界的な国際観光産業の成長とわが国の国内需要の低迷を背景に観光振興に本腰を入れるように

なり、政策立案やその効果の検証のため明示的かつ定量的な指標が継続して求められるようになったことが主な理由である。そして、観光振興における最重要の KPI（Key Performance Indicator, 重要業績評価指標）が観光の経済効果であり、TSA の導入は、国際統一基準に基づき、かつ国民経済計算と統合的な観光の経済効果を算出することを目的としている。

同様に、地域に対する観光の経済効果を的確に把握していくことは、地域が主体となって観光に取り組み、自治体が観光振興策を推進していく上で必要不可欠であるといえる。地域においては、観光の経済効果を分析するための統計整備は道半ばであると考えられるが、本稿では、国及び県の観光統計を利用して中国地域における観光の経済効果の試算を行う。また、試算においては、観光の経済規模に加えて、他産業への波及性、地域間収支、労働生産性を検討し、経済効果からみた観光の特性について考察する。

¹ 一次統計から加工・作成される統計。

² 旅行・観光サテライト勘定。サテライト勘定とは、中枢体系である国民経済計算（SNA）と密接な関係を保ちながら、経済分析や政策目的のため、別途、ある特定の経済活動を対象に、生産、支出、分配の三面を推計する勘定である。わが国では、観光の他に、環境保護活動、介護・保育、NPO 活動、無償労働についてサテライト勘定が作成されている。（観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」を基に加筆・修正）

2. 観光産業の範囲と経済規模

(1) 観光産業の範囲

「観光産業」は、従来の産業分類からみると業種複合的であり、生産波及が及ぶ産業の範囲は幅広い。また、ある事業所が観光客に対してサービスを提供するのと同時に、地域住民にサービスを提供することも多く、一般に結合生産³が行われる。このため、観光の経済効果を算出するに当たっては、まず、観光産業の定義を明確にする必要がある。

観光庁のTSAによると、観光産業は、「主として観光商品を生産する事業所の集まりであり、観光商品は、需要の大部分が観光客による財貨・サービスである」と定義される。観光商品は図表1に示す通り「観光特有商品」と「観光関連商品」の2つに大きく分かれており、図表1の区分は同時に観光産業の生産活動（アクティビティ）も表している。

次いで、図表2は観光産業を需要面から捉えたものであり、観光客が観光のために消費する品目

図表 1 観光商品

区分	観光産業のアクティビティ	
観光特有商品	宿泊施設サービス	ホテル及びその他の宿泊施設サービス、自己利益のための無償のセカンドホームサービス
	飲食供給サービス	
	旅客輸送サービス	都市間鉄道サービス、道路、水運、航空、付帯サービス、運輸機器レンタル、運輸機器の維持・修理サービス
	旅行会社、ツアーオペレーター、旅行ガイドサービス	旅行会社、旅行情報、旅行ガイドサービス
	文化サービス	舞台芸術、美術館、その他の文化サービス
	レクリエーション、その他の娯楽サービス	スポーツ、レクリエーションスポーツサービス、その他の当該サービス
	その他各種ツーリズムサービス	金融・保険サービス、その他の財貨のレンタルサービス、その他の当該サービス
観光関連商品	財貨	
	サービス	

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」より作成

図表 2 観光消費の品目

区分	品目
旅行会社収入分	旅行会社収入分
交通費	飛行機（国内線、現地）、飛行機（国際線）、新幹線、鉄道（新幹線を除く）、バス、タクシー・ハイヤー、船舶（内航、現地）、船舶（外航）、レンタカー代、ガソリン代、駐車場・有料道路料金（高速道路料金を除く）、高速道路料金
宿泊費	宿泊費
別荘の帰属家賃	別荘の帰属家賃
飲食費	飲食費
土産代・買物代	農産物、農産加工品、水産物、水産加工品、菓子類、その他の食料品、繊維製品、靴・カバン類、陶磁器・ガラス製品、出版物、木製品・紙製品、医薬品・化粧品、フィルム、電気機器・関連商品、カメラ・眼鏡・時計、スポーツ用具・CD・文具、その他製造品
入場料・娯楽費	立寄温泉・温浴施設・エステ、美術館・博物館・動植物園・水族館、スポーツ観戦・芸術鑑賞、遊園地・博覧会、スポーツ施設、スキー場リフト代、キャンプ場、展示会・コンベンション参加費、観光農園、遊漁船、ガイド料、レンタル料、マッサージ、写真撮影代
その他	郵便・通信料、宅配便、旅行保険・クレジットカード入会金、パスポート申請費用、ビザ申請費用、美容室・理容室、写真の現像・プリント、クリーニング、その他

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」より作成

³ 1つの生産過程から複数の異なる生産物を生産すること。

が整理されている。図表1の観光関連商品は、図表2の「土産代・買物代」及び「その他」に該当する。

観光産業が観光客と地域住民の両方に対して生産活動を行っているとなると、観光客と居住者の間を線引きする観光客の定義を明らかにする必要がある。観光客の定義も、TSAでは次の通り明示されている。観光とは「日常生活圏外に出る旅行で滞在期間1年以内、雇用以外の目的のもの」であり、その個人を「観光客」と呼ぶ。したがって、1年を超えて滞在すれば、その地域の居住者とみなされる。また、日常生活圏外とは、「移動時間と滞在時間の合計が8時間以上、または片道の移動距離が80km以上の圏域であり、宿泊を伴う場合はすべて日常生活圏外」とされる。このように、観光が人々の行動によって定義されるため、観光産業の経済規模は、まず図表2の品目に対する観光客の消費額から把握されることとなる。

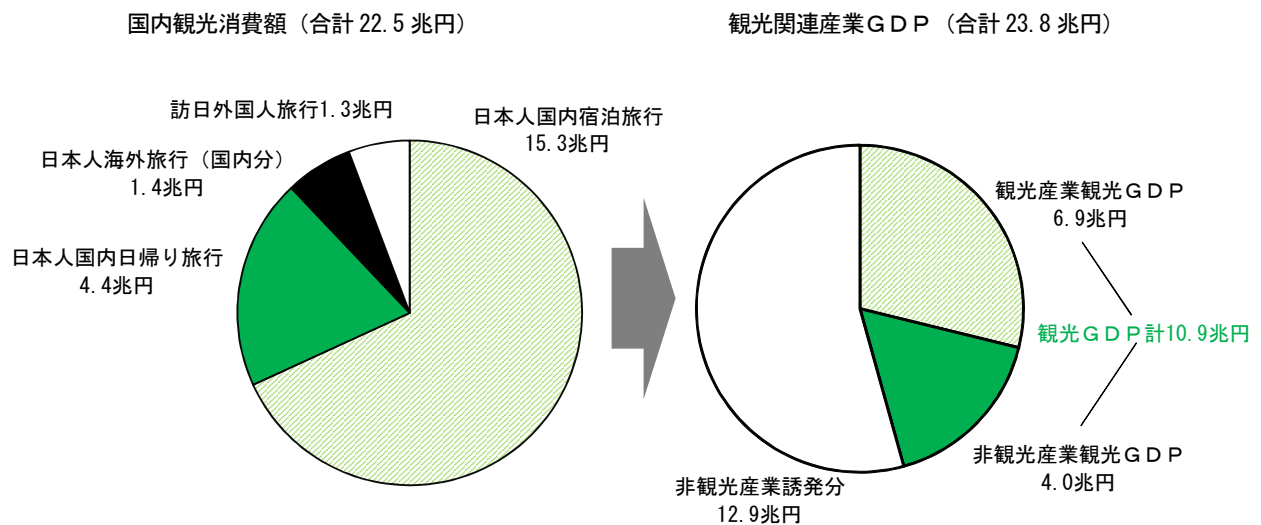
(2) 観光の経済規模

図表3の左の円グラフが、2012年の国内における観光消費額である。国内観光消費は、日本人国

内旅行と日本人海外旅行の国内消費分、そして訪日外国人旅行者の消費から構成され、日本人国内旅行は、宿泊旅行と日帰り旅行に二分される。最も金額が大きいのは日本人国内宿泊旅行で15.3兆円である。日本人国内日帰り旅行は4.4兆円であり、両者を合計すると全体の約88%を占める。また、日本人海外旅行の国内消費分は1.4兆円であり、訪日外国人旅行の1.3兆円を上回る。すべての合計額は22.5兆円である。

この消費額を基に、観光庁が算出した観光GDPが図表3の右の円グラフに示されている。観光GDPとは観光客の消費のために生産された財貨・サービスの粗付加価値額である。図表1に整理した観光商品に該当するGDPが観光産業観光GDPであり、2012年では6.9兆円であった。この金額には、図表1にある商品であっても非観光客が購入したものは含まれない。反対に、非観光商品であっても観光客が購入したものは非観光産業観光GDPとして勘定され、2012年は4.0兆円になる。例えば、地元住民の利用がほとんどのコンビニエンスストアで観光客が購入したペットボトル飲料はここに含まれる。両者の合計

図表3 観光産業の経済規模と経済波及効果（2012年）



資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」より作成

が観光 GDP であり、2012 年は 10.9 兆円であった。観光 GDP が左の消費額 22.5 兆円の半分以下であるのは、観光消費額が売上げベースであるのに対して観光 GDP が付加価値ベースであることによる。

右図の非観光産業誘発分は観光 GDP の生産から非観光産業に対して波及した生産を付加価値ベースで捉えたものである。例えば、観光産業である自動車輸送業が観光客から受け取った運賃のうちガソリンの国内生産額などが含まれる。また、観光産業等で働く就業者の賃金は一定割合が消費に回るが、この消費に伴う生産活動の金額も非観光産業誘発分に含まれる。2012 年では、非観光産業誘発分は 12.9 兆円であった。

これらの総額（観光関連産業 GDP）は 23.8 兆円であり、国内観光消費額 22.5 兆円が生み出した付加価値ベースの生産額のうち国外への漏出分を除いた金額である。同年のわが国の GDP475.1 兆円の 5.0%に相当する。しばしば観光が「国内の 5%産業」といわれる根拠である。

特に、経済効果の中核である観光 GDP 10.9 兆円は、自動車産業の付加価値額 13.4 兆円（経済産業省「工業統計調査」2012 年）に迫る金額である。国内での観光消費は、観光産業を中心にわが国最大の産業である自動車に匹敵する生産活動をもたらしているといえることができる。

また、観光消費の直接効果である観光 GDP（10.9 兆円）に対する観光関連産業 GDP（23.8 兆円）の比率は 2.2 倍であり、これが国内観光消費の生産誘発倍率に該当する。

3. 中国地域における観光の経済効果

（1）共通基準による観光入込客統計

観光立国推進基本計画の策定後、国は、TSA 作

成の基本情報となる観光消費額を把握するため、日本人に対しては「旅行・観光消費動向調査」、訪日外国人に対しては「訪日外国人消費動向調査」を実施している。これらの調査は、複数の都道府県を訪れた者を含む観光客が、旅行終了後に（外国人は帰国時の空港等で）回答する調査であることから、旅行全体の消費額に対して与えられる訪問地情報は「主な目的地」（旅行・観光消費動向調査）や「主な宿泊地」（訪日外国人消費動向調査）の 1 地域だけである。このため、両統計から正確な地域別消費額を把握することは難しい。

一方、観光庁は、国が基準を作成した観光入込客統計の導入を都道府県に対して働きかけており、2010 年から各都道府県が作成した統計をまとめ、「共通基準による観光入込客統計」として公表している。それまで、各都道府県が作成する観光入込客統計は、それぞれ独自の手法により調査されており、集計結果も、年度・暦年の違いや、実人数・延べ人数の違いがあるなど、地域の合計や地域間比較ができなかった。

共通基準による観光入込客統計では、日本人と訪日外国人の観光消費額が把握されている。各都道府県内の観光地点調査であり、かつ県内分の消費額が共通基準により把握されているため、地域別の観光消費額を算出し、地域に落ちる経済効果を推計する目的に適う統計であると考えられる。このため、本稿で中国地域における観光の経済効果を算出するに当たっては、中国地域 5 県が作成した共通基準による観光入込客統計を利用する。ただし、前章で解説した TSA ベースの全国の経済効果と比較するに当たっては、次の相違点に留意する必要がある。まず、観光入込客統計には、日本人の海外旅行国内消費分が含まれていない。次に、観光地点調査であるため、定められた地点

を訪問していない観光客は捕捉されていない。これには多くのビジネス目的の旅行者が含まれると推察される。加えて、各地域の旅行中の消費であり、旅行前及び旅行後の消費は除外され、別荘の帰属家賃も含まれない。

また、2013年4月1日現在、共通基準による観光入込客統計を導入していない地域があるため、観光入込客統計により全国シェア等の算出はできない。

(2) 中国地域における観光の経済効果

共通基準による観光入込客統計によると、2012年の中国地域における観光入込客数は7,240万人回⁴であり、その観光消費額は6,807億円であった(図表4)。観光消費額の内訳は、「日本人観光目的」が4,112億円(観光消費額合計に占める構成比60.4%)、「日本人ビジネス目的」が2,429億円(同35.7%)、「訪日外国人」が266億円(同3.9%)である。2012年のTSAによる国内観光消費額は日本人海外旅行(国内分)を除くと21.1兆円であり、これに対して訪日外国人消費額は6.2%を占める。したがって、中国地域の訪日外国人消費額の割合は全国に比べかなり低いといえる。

図表4 中国地域における目的別観光消費額
(県内・県外及び宿泊・日帰りの合計、2012年)
(百万円)

県	日本人 観光目的	日本人 ビジネス目的	訪日外国人	合計
鳥取県	58,426	27,370	1,541	87,337
島根県	72,947	15,484	411	88,842
岡山県	86,612	47,970	3,698	138,280
広島県	99,850	96,960	18,434	215,244
山口県	93,374	55,074	2,559	151,007
中国地域	411,209	242,858	26,643	680,710

資料：観光庁「観光入込客統計」より作成

⁴実人数。観光地点ごとの重複を除いた数値であり、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても1人回と数える。

また、県別では、広島県が最も多く2,152兆円(中国地域内シェア31.6%)、これに山口県1,510億円(同22.2%)、岡山県1,383億円(同20.3%)が続く。島根県は888億円(同13.1%)、鳥取県が873億円(同12.8%)となっている。ただし、2011年度の県内総生産では島根県の中国地域内シェアは8.5%、鳥取県は6.3%であり、両県の観光消費額はそれぞれの経済規模に比して大きい。

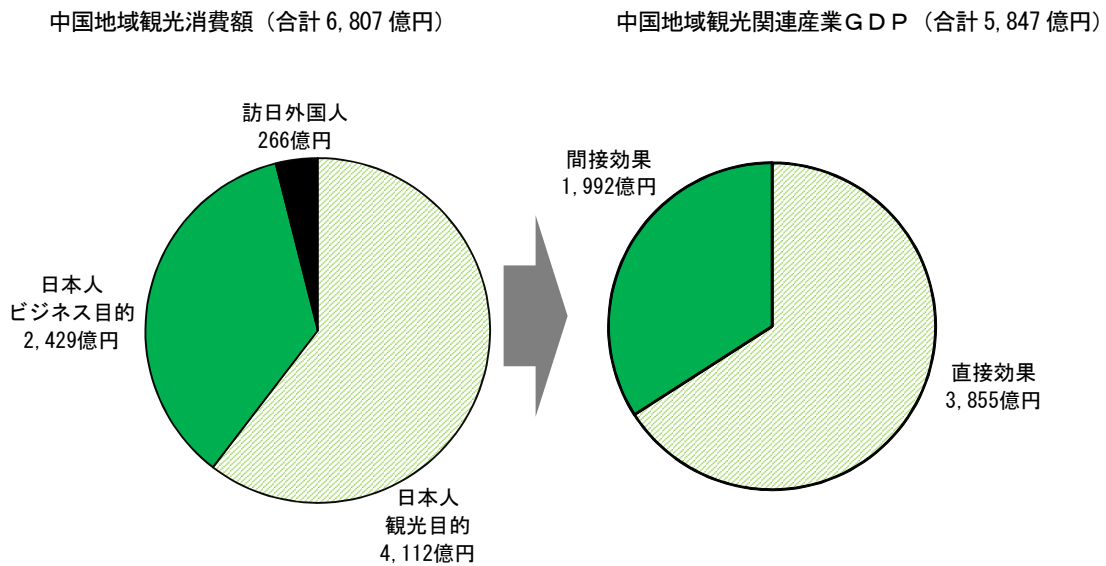
中国地域における観光消費額6,807億円を基に、中国地域産業連関表を用いて観光の経済効果を試算した結果が図表5と図表6である。まず、地域に対する直接効果となる生産額は6,670億円である。写真フィルムや医薬品など一部の観光商品に中国地域の自給率を適用したため消費額よりもいくらか金額が小さくなっている。粗付加価値ベースでは3,855億円であり、これが、入込観光客がもたらした中国地域の観光GDPに相当する。

直接効果である域内生産額6,670億円は、中国地域における非観光産業の生産額を間接的に誘発する。この間接的な生産誘発額を算出すると3,466億円となり、直接効果額と合計した総効果額は生産額ベースで1兆136億円に上る。粗付加価値では5,847億円であり、中国地域の入込観光客による観光関連産業GDPを表す金額である。これに対応する雇用者誘発効果は約8万4千人である。

中国地域の観光関連産業GDPは、2011年度の域内総生産の2.4%に相当する。2012年の工業統計調査では、中国地域の鉄鋼の付加価値額は3,469億円であり、入込観光客がもたらす中国地域の観光GDPは中国地域の主力産業である鉄鋼を大きく上回る生産規模を有している。

また、生産誘発倍率を計算すると、全国の2.2倍に対して、中国地域は1.5倍であった。

図表 5 中国地域における観光産業の経済規模と経済効果（入込観光客による試算，2012年）



資料：観光庁「観光入込客統計」，中国経済産業局「平成17年中国地域産業連関表」，内閣府「県民経済計算」より作成

図表 6 中国地域における観光消費の経済効果（入込観光客による試算，2012年）

(百万円, 人, 倍, %)

区分	経済波及効果					誘発倍率	中国地域全体に対する割合
	直接効果	間接効果			総効果		
		間接一次効果	間接二次効果	間接効果合計			
①	②	③	④	⑤=①+④	⑤/A①		
A 生産誘発効果	667,010	215,939	130,657	346,595	1,013,605	1.52	1.9
B 粗付加価値誘発効果	385,489	115,413	83,791	199,204	584,693	0.88	2.4
C 雇用者誘発効果	65,600	10,958	7,237	18,195	83,795	0.13	2.7

注：中国地域全体に対する割合を算出するために用いた産出額（産業），県内総生産（産業），雇用者の年次は2011年度である
資料：観光庁「観光入込客統計」，中国経済産業局「平成17年中国地域産業連関表」，内閣府「県民経済計算」より作成

4. 観光収支

ここまで，国と中国地域に対する観光の経済効果を示した。本章では，もう一步踏み込み，観光が各地域で経済効果を生み出す結果，47都道府県の経済構造に対してどのような効果を与えるかを検討する。

ある地域に他地域の観光客が移動して消費すると，当該地域は観光商品を移出したと捉えることができる。中国地域各県では県外からの入込観光客が消費した金額は観光消費額全体の60%～

80%に達し，観光はまさに移出産業であるということが出来る（図表7）。反対に，ある地域の居住

図表 7 中国地域各県の出発地別観光消費額（2012年）

(百万円)

県	日本人県内	日本人県外	訪日外国人	合計
鳥取県	14,680	71,116	1,541	87,337
島根県	20,270	68,161	411	88,842
岡山県	25,599	108,983	3,698	138,280
広島県	60,712	136,098	18,434	215,244
山口県	52,755	95,693	2,559	151,007

注：日本人は観光目的とビジネス目的の合計
資料：観光庁「観光入込客統計」より作成

者が、他地域に旅行して消費を行った場合、その地域は観光商品を移入したことになる。

観光商品を他地域へ販売した移出額から、観光商品を他地域から購入した移入額を差し引いた金額が観光収支である。国際間の観光商品の輸出入については、国際観光収支を世界観光機関（UNWTO）が公表している。ここでは、観光庁の旅行・観光消費動向調査を利用して2012年における47都道府県の地域間観光収支の試算を行った。

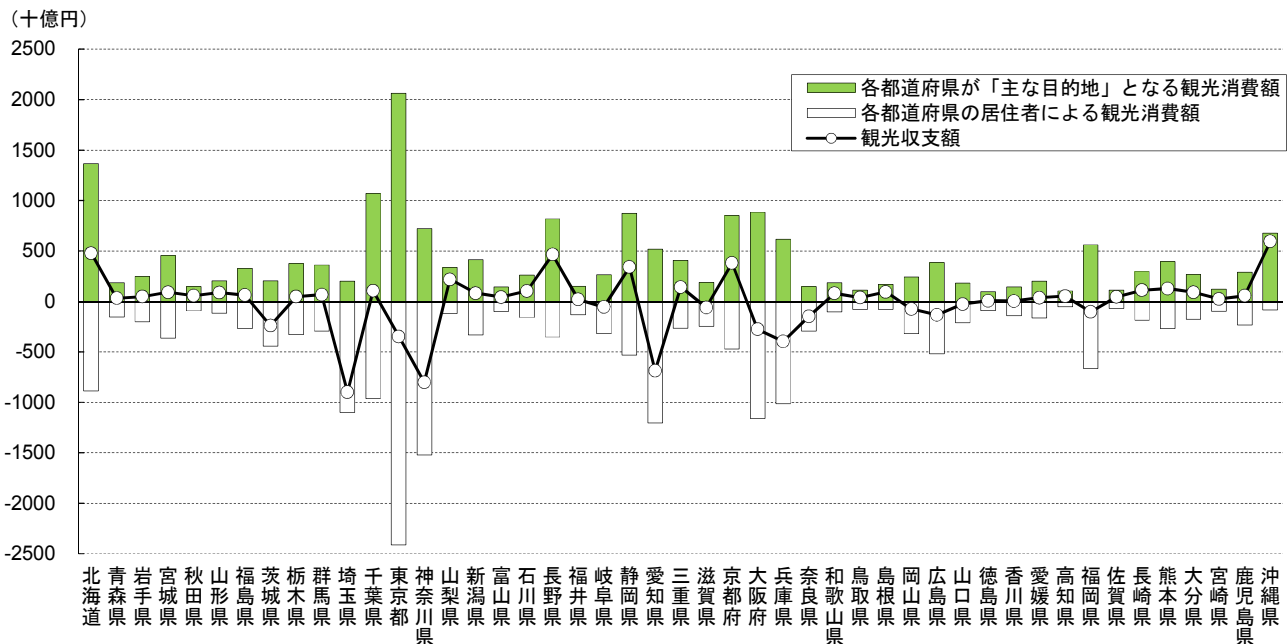
図表8では、旅行・観光消費動向調査から、各都道府県が「主な目的地」となっている観光消費額とともに、各都道府県居住者の観光消費額を負値の控除額としてグラフに表した。また、これらの合計額を観光収支額と捉え、折れ線で表示している。共通基準による入込観光客統計と異なり、旅行・観光消費動向調査では、居住地での旅行前・旅行後の消費、日本人の海外旅行国内消費分等が含まれるため、先の目的地別消費額や居住地別消費額は、国内観光における各地域の移出額や移入額ではない。しかし、居住地域内での消費額

等は収支算出のため差額を取るにより相殺される。それでもなお、目的地の把握が「主な目的地」であることが正確な地域別移出額を算出することの支障となるが、今回の試算ではこの点は簡略化して考えることとした。

図表8によると、目的地別観光消費額は47都道府県の中で東京都が最大である。北海道、長野県、沖縄県の金額も大きい。総じて大阪府、愛知県など大都市圏の都道府県の目的地別観光消費額が大きい。ところが、大都市圏の都道府県は人口に比例して居住地別観光消費額も大きいため、千葉県、京都府等の例外はあるものの観光収支額はおおよそ赤字である。一方、地方圏は、北海道、沖縄だけでなく、東北、甲信越、北陸、山陰、四国、九州等の多くの県で観光収支が黒字となっている。

観光収支額は移出額から移入額を差し引いた純移出額であって最終需要を構成する。このため、その黒字の増加は地域の所得増に直接結びつく。そして、国内の地域間観光収支が、総じて、大都市圏で赤字かつ地方圏で黒字であることは、観光

図表8 都道府県の地域間観光収支額（試算，2012年）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

の経済効果が地域間の所得格差を縮小する効果を内蔵（ビルトイン）していることを示す。この効果は、観光の「地方創生効果」とも呼ぶべきものであり、観光の他では自然エネルギーの活用等でみられる。国の観光振興策は、訪日外国人観光の増加による国際観光収支の改善に加え、地方圏における地域間観光収支の黒字増加を通じて所得格差是正効果を持つ。

5. 経済効果からみた地域における観光振興の課題

ここまで行った観光の経済効果の分析を基に、地域における観光振興の課題を考察して本稿の結論に代える。

（1）生産波及の強化

本稿では観光の経済規模を算出するに当たって観光の生産波及効果を推計した。観光消費の生産誘発倍率は、国では2.2倍、中国地域は1.5倍であった。国の生産誘発倍率を上限値と捉えれば、中国地域は生産波及効果をもっと高めることができると考えられる。ある産業における地域間の生産誘発倍率の違いは、技術構造の差異とともに、波及過程で生じる間接的な需要がどれだけ域外に漏出するかを反映する。このため、生産誘発倍率の差は、観光消費需要から直接・間接に生み出される付加価値をどれくらい地域が取り込むことができるかといった力の差であり、中国地域は観光における付加価値の取り込み力をもっと強化することが課題である。

一般に、財貨・サービスの域内自給率は当該地域の経済規模の影響を強く受ける。したがって、国と中国地域の経済規模の差を考慮すると、ある産業の生産誘発倍率が国を大きく下回っていても課題とすることはできない。ところが観光は、

他の産業と異なって、経済波及効果を地域の取り組みによって効果的に高めることができる産業である。観光は、六次産業化の取り組みにみられるように、農林水産品等の地域資源に、第二次産業・第三次産業の事業を融合化して事業創出を図る場でもある。また、水の一滴まで地域産にこだわるのが観光客のニーズにつながることも考えられる。

国の生産誘発倍率を地域で達成することは現実的でないにしても、上記の観光産業の特質から、地域の連携意識の変革と取組強化により、生産誘発倍率を現状より高めていくことは可能であろう。

（2）観光産業の生産性の向上

中国地域の観光の経済効果を算出する際、生産額に加えて、粗付加価値額と雇用者数の推計を行ったが、しばしば観光は雇用者一人当たりGDP、すなわち労働生産性が低いといわれる。

実際に、わが国の主要産業について雇用者の労働時間当たりGDPを算出して比較すると、観光産業の生産性の低さがわかる（図表9）。2010年頃に、国の産業政策に関連してサービス業の生産性向上が取り上げられたことがあった。観光産業はそのサービス業に比べてもさらに生産性が低い。観光は地域間の所得格差を是正する効果を有することは既に述べた通りであり、労働生産性の向上は、地方圏において雇用者の流出を食い止め、生活の質の向上を図る上で重要な鍵になり得る。

ところが、観光における生産性の向上は難しい面を持っている。1つは、生産性向上を合理化と捉えれば、サービスを含む観光商品の標準化が指向され、観光客の個別ニーズへのきめ細かな対応、あるいは地域の特性を活かしたサービスの差異化とは方向性が食い違うかもしれない。

また、農山漁村地域で盛んな体験型観光や民泊等は、もともとは農林漁業者が取り組んでいることもあり、営利重視というより交流による地域活性化を目指したものも多い。このことも観光の生産性の低さの要因になっている可能性が考えられる。むしろ、観光を農林水産業の生産性を高める取り組みとして一体的に捉える方が適切かもしれない。

一方、観光産業の大半を宿泊、飲食、文化・レクリエーション等のサービス業が占めることは、生産性向上を考える上でポイントになる。サービス業は地方では拠点都市等に集中的に立地することは周知の通りであり、中小都市や農山漁村地域で高度なサービス業の創出を図るのは容易ではない。ところが、サービス業の本質的特徴の1つは、技術進歩の成果が、製造業のように機械設備等の資本に体化するのではなく、人に体化することである。観光は、地域の取り組みしだいで、拠点都市以外でもサービス業の創出を可能にするとともに、高度な人材育成の取り組みを通じて

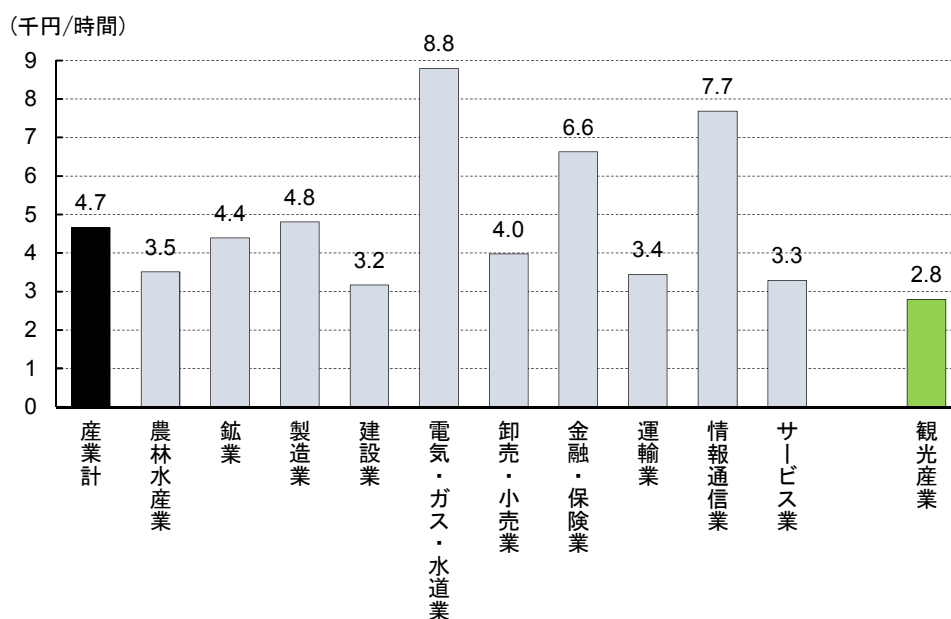
生産性を向上できる余地が大きいと期待される。

(3) 地域観光統計の充実

国が観光政策の立案・実施に当たって各種の観光統計の整備を進めたのと同様に、地域が主体となった観光振興を強化するためには地域観光統計の充実が必要である。これは、観光を振興する地域政策に対しては地域を対象とした正確なKPI算出が不可欠であることに加え、地域においては特にマーケティングに観光統計を有効利用できると考えられるためである。以下に、地域観光統計の充実を図る2つの方向を挙げる。

第一に、県民経済計算と連携した地方版 TSA の整備が求められる。KPI となる経済効果の精度向上も目的となるが、TSA の地方版がなければ、入込観光客統計により観光消費額はわかっても生産面から観光を捉えることに限界がある。産業連携や地域連携が観光振興の鍵であるなら、観光の経済効果が、どの地域のどの産業にいくら帰着するかは重要な論点になる。国の協力を得ながら、

図表 9 主要産業の労働生産性（全国，2012年）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、内閣府「国民経済計算」より作成

県単位や中国地域で地域版 TSA の整備に取り組むことが望まれる。

第二に、市町村等、県域より小さな地域単位で観光統計を充実することである。中山間地域等の市町村では、経済全体に占める観光のウエイトが大きくなり、産業振興等において観光が果たす役割が増すことが考えられる。これに加えて、小地域になるほど地域特性の差異が明瞭になり、セグメント化が進む観光ニーズに応えるマーケティングのため観光統計の重要性が増す。観光客の属性データ、地域内・地域間の移動情報、利用した宿泊施設等の観光消費に関する詳しい統計の整備と分析が求められる。

(4) 中国地域の観光収支の黒字化

上記3つの課題は、経済効果からみた観光振興の地域課題であるものの、中国地域に限らず地域共通の課題といえることができる。

そこで、中国地域に着目して問題点を探ると、中国地域は地方圏にあつて唯一、国内観光収支が赤字であるという特徴を持っている(図表8)。鳥取県及び島根県の収支は黒字であるものの、岡山県、広島県、山口県の3県が揃って赤字であり、中国地域全体では赤字になっている。国内観光収支が赤字であることは、観光がネットで地域に所得をもたらしていないことを示している。

これら3県の観光収支が赤字であるのは、工業集積や都市型サービス業の集積が支える人口が多く、地域経済の観光産業への依存度が小さいことが要因の1つである。その一方で、旅行・観光消費動向調査の目的地の捉え方が「主な目的地」であるため、赤字3県への旅行の多くが、主目的地ではない「立ち寄り型」になっていることも推察される。

観光産業のこれからの成長性、他県と比べてと

きの岡山県、広島県、山口県の観光資源のポテンシャルの高さ等を踏まえると、これらの県の観光収支の黒字化は十分可能であると考えられ、今後一層、観光を地域の主力産業と捉えた取り組みの強化が求められる。また、中国地域を主要目的地に設定する観光客を増やし、中国地域内を周遊する観光振興に一層力を入れることが、観光収支黒字化のポイントになるであろう。

《参考文献》

- 観光庁(2013)「観光入込客統計に関する共通基準」
- 観光庁(2014)「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」
- 一般社団法人日本経済団体連合会(2013)「観光関連産業の成長産業化と競争力ある観光地域づくりに関する報告書」
- 観光地域経営フォーラム(2013)「いま求められる日本の『観光力』 観光政策部会報告」(公益社団法人日本生産性本部)
- UNWTO(2014)「UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition」

プロフィール

しばた ひろき

公益社団法人中国地方総合研究センター情報開発部長・主任研究員。1986年広島大学経済学部卒業。1990年広島大学大学院社会科学研究科博士課程前期修了。1990年(社)中国地方総合研究センター入所。2006年博士(学術)学位取得(広島市立大学)。2003年より広島大学大学院社会科学研究科客員教授。論文に、『生活圏を単位とした域際収支の計測と地域政策への含意』(日本地域学会)、『木質バイオマス資源の地域内循環における価格形成と地域経済効果』(共著、日本地域学会)等。