

日本人と外国人の観光消費がもたらす地方への 経済的効果—東日本大震災前後の比較—

栗原 剛¹・荒谷 太郎²

¹正会員 一般財団法人運輸政策研究機構運輸政策研究所（〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-18-19）

E-mail:t-kurihara@jterc.or.jp

²正会員 一般財団法人運輸政策研究機構運輸政策研究所（〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-18-19）

E-mail:aratani@jterc.or.jp

これまで災害後の観光被害は、来訪需要の減少で議論されることが多く、観光消費も含めた本来的な経済効果の増減は考慮されてこなかった。本研究は観光消費に着目し、東日本大震災前後の経済的効果を検証することを目的とする。分析は1)日本人と外国人の観光消費の差、2)東日本大震災前後の外国人の観光消費、3)地方での観光消費による経済的効果に着目して行った。観光庁で公表されている統計を用いた分析の結果、台湾、タイからの来訪者は震災後の東北地方での消費額が増加したことや、震災後の外国人消費は娯楽サービス費が減少したものの、宿泊費や飲食費、買物代は増加傾向にあることが明らかになった。

Key Words : travel expenditure, economic impact, The Great East Japan Earthquake

1. はじめに

日本政府観光局（JNTO）によると、2011年の訪日外客数は622万人であり、2010年の861万人を大きく下回った。これは2011年3月の東日本大震災および福島第一原子力発電所事故を受けた影響であり、訪日外客数の2011/2010年比で韓国が-32%、中国が-26%、アメリカ-22%といずれも大きく減少した。韓国などでは減少傾向が続くものの、2012年6月になって訪日外客の観光需要が震災前の水準を回復したと報じた¹⁾。このように、これまでインバウンド観光需要の動向は、主に来訪者数に着目されており、観光消費についてはあまり言及されてこなかった。観光がもたらす経済効果は観光消費額と来訪需要、および地方の産業構造の3要素により決まることから、来訪需要だけでなく観光消費の動向を把握することが重要である。

2010年の観光消費額に占める外国人消費額の比率は4.6%に過ぎないが、そのために今回の震災による訪日外国人来訪需要の減少がもたらす経済的影響は小さかったと考えることもできる。しかしながら、訪日外国人旅行市場の拡大が期待されている中、将来的な大規模災害による外国人需要の減少を受けた経済的損失は一層深刻になることが予想される。今回の震災前後で外国人の観光消費がどのように変化し、地方にどのような経済的効果

を与えたのか把握することが必要である。

そこで本研究は、旅行需要の変化が震災前後で地方に与える経済的な影響を明らかにすることを目的とする。そして、インバウンド観光という視点から将来きたる大規模災害へ備えるための方向性を検討する。

2. 本研究の構成

本論は、大きく3つの論点で構成される。次章では、日本人と外国人の観光消費の差異に着目し、4章では東日本大震災前後の外国人の観光消費に着目した分析を行う。3章と4章の分析結果を踏まえ、5章では東日本大震災前後における日本人および外国人の地方での観光消費がもたらす各地への経済的効果を検証する。

関連する既存研究として、塩谷(2011)²⁾は、東日本大震災後の訪日外国人市場への経済的影響を分析した。震災直後の2011年3月～9月期の訪日外国人消費減少額が3,009億円であるとし、その減少額が産業連関分析を用いて生産波及効果で家計迂回効果を含むケースで6,685億円の影響になると試算した。ただし、試算は全国計であり、地方での消費額が各地にどれだけの経済効果をもたらすかの分析はなされていない。また、国籍による観光消費の違いという観点からは、Soteriades, M. D. and Arvanitis, S. E. (2006)³⁾がギリシャを訪問するイギリス人とドイツ人の

消費を比較している。パッケージツアーや同伴者数等の基本的な旅行属性に応じて消費額の傾向が異なることを指摘しているが、その消費がどの程度の経済的効果をもたらすかの検討はなされていない。

上記の既存研究を整理しながら本研究は、1)国籍の違いによる観光消費の差に着目した考察、2)大規模災害前後の観光消費の差に着目した経済的影響の把握と考察、3)地方単位での観光消費が各地方にもたらす経済的効果を計測する点に特徴を有する。

3. 地方別にみる日本人と外国人の観光消費

各国旅行市場の成熟に伴い、訪日外国人来訪者の訪問地は多様化してきている。そして、各訪問先での観光消費も合わせて多様化している可能性がある。その中で、日本人と訪日外国人が日本各地で何に対してどの程度観光消費しているのか把握する。

日本人の観光消費は、旅行・観光消費動向調査より、外国人の消費は訪日外国人消費動向調査を用いて分析する。どちらも観光庁が公表している統計である。比較は、来訪地方ブロック別の旅行中支出（宿泊費、飲食費など）に着目する。また、地方ブロック別の比較にあたり、旅行・観光消費動向調査の区分と訪日外国人消費動向調査の区分が異なるため、注意が必要である¹⁾。

両調査は消費額の捉え方が異なるため、比較のために単位を揃える必要がある。旅行・観光消費動向調査は1人1回あたりの平均消費額であるのに対し、訪日外客消費動向調査は、調査回答者の費目別購入率と購入者単価である。そのため、分析では100人あたり消費額で統一した（それぞれ100*平均消費額、100*購入率*購入者単価）。その他、旅行・観光消費動向調査の四半期データには費目別の支出額がわからないという問題がある。費目別支出額は年間データに掲載されており、公表されている最新2009年のデータを用いて費目別の支出割合を算出し、用いるデータにその割合を適用する。ここでは、

日本人、外国人ともに2010年7月～9月のデータを用いることで、震災の影響を受ける前の状況を比較する。消費の比較を表-1に示す。

日本人全体の傾向をみると、日本人は宿泊費、飲食費、買物代について沖縄での消費が大きいことが分かる。日本人との比較という観点から外国人の消費をみると、娯楽サービス費は日本人と変わらないが、宿泊費、飲食費、買物代はいずれも日本人の消費額を大きく上回っている。また、外国人は共通して関東、近畿、中部の都市圏における消費額が大きい。それに加えて、宿泊費、飲食費では北陸地方での消費額が大きく、買物代では北海道や九州、沖縄など地方での消費額も大きいことがわかる。中国、四国の消費額が高い値であるが、サンプル数が少ないことによるバイアスが影響している可能性がある。

4. 東日本大震災前後の訪日外国人来訪者の観光消費

東日本大震災および福島第一原子力発電所事故の影響により、2011年の訪日外国人来訪者数は減少した。それに対して、需要は減少したものの、来訪者の消費動向如何ではそれほど経済的な影響を受けていない可能性もある。そこで、東日本大震災前後の訪日外国人来訪者による観光消費に着目して比較分析をする。

分析は、国籍・訪問地・消費項目の属性別に東日本大震災前後の観光消費動向を明らかにする。震災前後の比較は、基本的に2010年7～9月期と2011年7～9月期で行う。ただし、国籍・訪問地別の比較においては、サンプル数が十分でない訪問地も存在するため、適宜年間調査で補完した²⁾。

はじめに、国籍・来訪地方別の観光消費をみる（表-2）。2010年、2011年ともにサンプルが10に満たない地方は空白とした。全体では、北陸来訪者の観光消費が増加しているほか、中国、沖縄の来訪者についても震災前後で消費額が増加したことがわかる。国籍別にみると、

表-1 費目別にみた日本人・外国人の観光消費額の差(2010)

	旅行中支出								サンプル数	
	宿泊費		飲食費		買物代		娯楽サービス費		日本人	外国人
	日本人	外国人	日本人	外国人	日本人	外国人	日本人	外国人		
北海道	162	108	81	80	108	363	59	58	346	424
東北	191	96	75	110	83	208	48	20	361	82
関東	168	331	73	240	88	469	61	43	965	3,652
北陸	222	300	76	317	118	215	49	64	454	84
中部	187	264	78	138	77	356	60	29	510	294
近畿	187	234	90	171	88	331	60	31	553	1,122
中国	205	382	85	388	97	503	62	72	243	42
四国	187	274	81	421	116	435	55	32	154	19
九州	131	213	64	184	89	259	36	23	396	272
沖縄	232	141	130	137	164	247	58	57	79	158

単位：100人あたり消費額(万円)

アジア諸国では韓国や香港、シンガポール、マレーシアの観光消費が2010年と比較して2011年は減少傾向にある。一方、同じアジアでも台湾、中国、タイからの来訪者は複数の地方で観光消費が増加した。特に台湾、タイは震災の影響を強く受けた東北地方において観光消費を増やしている。震災後、台湾がいち早く日本に義援金を送って被災地を支援したことは記憶に新しい。その台湾が震災後に東北での観光消費を増やしたことは、訪日観光という形でも震災復興に貢献しているとは言えないだろうか。一方、震災後大きく来訪需要が減少したフランスやドイツは、観光消費についても概ね減少傾向である。それに対して、欧米諸国の中でも、イギリスやロシア、アメリカからの来訪者は北海道および北陸での観光消費を増加させた。来訪需要そのものは震災後に大きく減少したと様々報じられてきたが、国籍別にみた観光消費という観点では必ずしも減少ばかりではなく、逆に増加した地方があるということが明らかになった。

次に、国籍・費目別の観光消費に着目する(表-3)。韓国人来訪者はいずれの項目についても減少あるいは微増であることがいえる。表-2で言及した台湾やタイからの来訪者による観光消費が増加したことは、費目別にみても同様に、交通費や飲食費、マンガ・アニメ・DVD関連などの複数にわたる費目で消費が増加している。費目別の分析から明らかになった興味深い点は、概ねどの国籍をみても娯楽サービス費を減らしている一方、宿泊費、飲食費、買物代はそれぞれ増加傾向にあることである。ただし、娯楽サービスの中でもスポーツ用品や自転車などのレンタル料は、台湾、シンガポール、イギリス、オーストラリアからの来訪者は増加している。また、芸術鑑賞やスポーツ観戦での消費が増加した国(中国、オーストラリア)、美術館・博物館等での消費が増えた国(中国、シンガポール)もみられる。これらの費目で消

費が増えたことは、現地ツアーや観光ガイドの消費が減少したことと対比させると、平時の周遊ツアーにみられる一般的な観光の消費は減少し、観光の中でも特定の目的を持った来訪形態が増えた可能性が指摘できる。

5. 観光消費がもたらす地方への経済的効果

前章までに、1)日本人と外国人による観光消費の違いがみられること、および2)東日本大震災前後で訪日外国人来訪者は国籍・来訪地方ブロック・費目によって観光消費を増加させていることを明らかにした。

これらの知見を踏まえて本章では、地方での観光消費が各地方にもたらす経済的効果を検証する。

経済的効果の計測は、大きく乗数理論と産業連関分析による計測が可能である。本研究は日本各地での観光消費がもたらす地方への経済的効果の計測を目指している。そのため、地方での観光消費額と地域間産業連関分析を組み合わせる算出する。

本研究は日本人と外国人の消費の違いによる経済波及効果の差、東日本大震災前後の差を比較することに主眼を置いており、一般的に算出される経済波及効果ではなく、観光消費額(F)に生産波及乗数である地域間移入を考慮したレオンチェフ逆行列を乗じることにより、原材料等の波及による生産波及効果のみを計測する(式1)。

$$X = [I - (A - \hat{M}A^*)]^{-1}F \quad (1)$$

産業連関分析を適用することにより、いくつかの制約がある。まず、公表されている平成17年地域産業連関表を使用するため、東日本大震災の前後で産業構造や地域間での財の取引は変わらないことを前提としている。産業部門によっては震災により中間投入の調達先が変更し

表-2 国籍・来訪地方ブロック別一人当たり観光消費額の比(2010年/2011年消費額)

	全体	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	インド	イギリス	ドイツ	フランス	ロシア	アメリカ	カナダ	豪州
北海道	0.75	0.44	0.80	1.07	0.67	1.42	0.37			2.33			1.04	2.24	0.95	
東北	0.98	0.67	2.05		0.24	1.81								0.94		
関東	0.99	0.97	1.04	1.14	1.00	1.33	1.05	1.24	0.91	0.91	1.10	0.64	0.81	1.06	0.91	0.90
北陸	1.92	1.11	2.50		4.03	2.56							5.00	1.94		
中部	0.74	0.75	0.77	0.53	1.07	0.66		0.69		0.78	0.79	1.16		0.41		0.67
近畿	0.86	0.91	0.96	0.59	0.66	1.14	1.14	0.66	1.02	1.40	0.91	0.87	0.56	0.72	0.95	1.08
中国	1.39	1.14	1.12		0.88									1.37		
四国	0.84		0.93													
九州	0.94	0.73	1.67		1.65	0.49		1.18	1.26		0.75			1.20		
沖縄	1.17	1.17	1.48	0.69	1.65									0.96		

□ 1.00未満 □ 1.00以上1.50未満 ■ 1.50以上

表-3 国籍・費目別一人当たり観光消費額の比(2010年/2011年消費額)

	全 体	韓 国	台 湾	香 港	中 国	タ イ	シン ガ ポ ール	マ レー シ ア	イン ド	イ ギ リス	ド イ ツ	フ ラン ス	ロ シ ア	ア メ リ カ	カ ナ ダ	豪 州
宿泊料金	1.06	0.94	1.21	1.06	1.22	1.19	1.36	1.12	1.02	1.07	1.09	1.05	1.13	1.08	0.98	0.96
飲食費	1.12	1.00	1.34	1.15	1.25	1.24	1.19	1.22	1.13	1.08	1.14	1.04	1.03	1.07	1.03	1.04
交通費	1.12	0.98	1.39	1.27	1.28	1.08	1.45	1.24	1.06	1.14	1.03	1.04	0.93	1.08	1.04	1.07
航空(日本国内移動)	1.00	0.75	0.97	2.28	1.09	0.67	3.21	1.83	1.19	2.14	1.10	1.20	0.61	0.92	1.69	1.11
鉄道・モノレール・スキーリフト	1.18	1.01	1.53	1.28	1.44	1.25	1.48	1.18	1.10	1.20	1.09	1.06	1.14	1.10	1.16	1.11
バス・タクシー	1.28	1.15	2.04	1.47	1.62	0.92	2.03	1.48	1.13	1.12	1.14	1.08	0.83	1.29	1.16	1.29
その他交通費	0.89	0.70	0.93	1.60	1.11	0.72	1.29	1.89	0.36	0.85	0.49	0.83	0.62	0.86	0.64	0.93
娯楽サービス費	0.83	0.72	1.05	1.05	0.76	0.59	0.99	0.90	0.70	0.99	0.78	0.76	0.70	0.75	0.84	0.93
現地ツアー・観光ガイド	0.73	0.80	0.90	0.89	0.63	0.74	0.75	1.02	0.59	0.44	0.77	1.61	0.40	0.49	0.84	0.46
ゴルフ場・テーマパーク	0.98	0.69	1.31	1.40	1.02	0.56	1.28	0.72	0.55	1.10	0.95	1.33	0.90	0.80	2.41	1.06
芸術鑑賞・スポーツ観戦	0.92	0.75	1.48	0.85	1.64	1.11	1.10	1.17	1.17	0.88	0.88	0.67	0.55	0.61	0.86	1.79
美術館・博物館・動物園・水族館	0.90	0.65	1.33	1.13	1.50	0.42	1.51	0.96	0.91	1.15	0.77	0.72	0.68	0.85	0.87	0.66
レンタル料(自転車)	1.11	0.88	1.61	1.25	1.09	0.29	2.51	0.95	1.20	2.13	1.07	0.75	0.72	0.55	1.83	3.76
その他娯楽サービス費	0.77	0.81	0.63	0.83	0.66	0.68	0.79	0.83	0.58	0.85	0.82	0.55	0.64	0.77	0.91	1.49
買物代	1.00	1.01	1.01	1.01	1.00	1.03	0.96	1.02	0.99	0.93	0.91	0.99	1.01	0.94	0.99	1.02
菓子類	1.05	1.17	1.01	1.12	1.13	1.04	0.83	1.12	0.83	0.97	0.56	0.99	0.97	0.86	0.97	1.02
その他食料品・飲料・酒・たばこ	1.17	1.18	1.13	1.26	1.24	1.31	1.31	1.04	1.28	1.02	0.96	1.06	1.29	1.05	1.23	1.14
カメラ・ビデオカメラ・時計	0.99	0.85	1.05	0.68	1.02	1.02	1.92	1.14	1.24	0.51	1.48	1.41	0.69	0.78	1.36	1.01
電気製品(パソコン・音響機器)	1.24	1.08	1.37	1.17	1.29	1.13	1.09	0.68	0.63	1.10	0.70	1.59	0.96	1.08	1.34	1.26
化粧品・医薬品・トイレタリー	1.02	0.91	1.02	1.12	1.01	1.04	1.00	1.34	0.99	1.10	0.71	0.74	1.46	1.00	1.20	1.08
和服(着物)・民芸品	1.11	1.13	1.18	0.86	1.22	1.87	1.48	0.83	1.08	1.00	1.08	1.27	0.93	1.05	1.27	1.02
服(和服以外)・かばん・靴	1.11	1.03	1.15	1.16	1.24	0.93	0.76	1.04	0.84	1.07	0.94	0.92	1.23	1.01	1.25	1.07
マンガ・DVD・アニメ関連商品	1.21	1.16	1.38	1.32	1.34	1.51	1.17	0.77	0.73	1.10	0.68	1.13	1.39	1.02	0.82	1.26
その他買物代	0.83	0.81	0.82	0.67	0.79	0.76	0.65	1.15	0.85	0.95	1.00	0.95	0.98	0.83	0.71	0.97
その他	0.63	0.47	0.54	0.61	0.66	0.19	1.23	0.82	0.23	1.55	1.37	0.98	1.29	0.87	1.91	0.86
合計	1.03	0.96	1.08	1.06	1.05	1.08	1.15	1.11	1.02	1.06	1.05	1.01	1.02	1.04	1.00	1.00

1.00未満 1.00以上1.50未満 1.50以上

た可能性があるものの、その点は分析に反映されていない。また、産業連関分析は生産面の波及は計測されるが、付加価値の増加がもたらす新たな消費の波及は考慮されていない。宮沢(1959)⁴⁾は、通常のレオンチェフ逆行列に消費の波及を表す追加逆行列を提案したほか、日本観光協会(1999)⁵⁾は、生産波及効果に付加価値率と消費性向、域内自給率を乗じることで新たな民間消費支出額を算出し、それに再びレオンチェフ逆行列を乗じることで第2次生産波及効果を算出する方法で代替している。これらの提案はされているが、本研究は所得波及には踏み込まずに効果計測を行う。そのため、効果の額として算出された値は実際の経済波及効果よりも小さくなることに注意が必要である。

(1) 日本人と外国人の消費の違いと経済的效果

表-1で示した地方別の日本人、外国人の観光消費データをもとに、地域間産業連関分析により地方での観光消費が各地方にもたらす経済的效果を推計した。表-4に示された額は、単純に観光消費額に逆行列係数を乗じた結果であり、消費の波及を考慮しない生産波及効果の一部である。効果の全国計は日本人の消費による額に対して外国人の消費による効果は9.2%であり、2010年の日本人

観光消費に対する外国人の消費の割合が4.6%である実態と大きく乖離はしていない。

表の行は当該地方への観光消費が全国各地にもたらす効果であり、列は当該地方への効果の帰着を示す。例えば、日本人による東北地方への観光消費がもたらす効果(7,306億円)が東北地方全体の効果(6,292億円)の86%を占めて最も大きいものの、外国人は東北地方での消費が大きいいため、同じ値が30%(日本全体の201億円に対して東北地方90億円)に過ぎない。一方、外国人が関東地方で落とす観光消費により、東北地方への経済効果全体に対して45%の貢献が確認できる。また、各地方に帰着する効果割合の累積グラフを図-1に示す。日本人の消費がもたらす各地方への効果は、関東地方が最も大きく28%であり、続く中部、近畿、九州、東北の5地方を合わせて全国の80%を占める。一方、外国人の消費による各地方への効果は、関東だけで50%に達し、近畿、中部を合わせた3地方だけで80%程度になる。この結果は、日本人の観光消費が広域にわたっているために地方への効果も分散しているが、外国人の消費はまだ都市圏に集中しており、それだけ地方へ帰着する効果も少ないことを示している。

表-4 地方への観光消費がもたらす経済的効果(上:日本人, 下:外国人)

2010年	単位:億円									
	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	計
北海道	6028	126	696	153	154	58	20	51	2	7288
東北	121	6292	958	144	168	67	34	65	3	7850
関東	250	409	18946	465	501	214	105	241	17	21148
中部	189	211	1896	15646	833	257	156	271	14	19474
近畿	100	115	807	370	9685	210	113	218	8	11628
中国	29	34	349	101	221	3894	73	158	2	4862
四国	16	24	229	69	157	97	2133	51	1	2777
九州	43	50	522	147	244	215	60	6341	10	7631
沖縄	20	45	302	99	112	58	18	162	3145	3961
計	6796	7306	24704	17194	12076	5070	2713	7558	3202	86620

2010年	単位:億円									
	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	計
北海道	498	15	84	17	19	8	4	6	0	653
東北	1	61	12	2	3	1	1	1	0	81
関東	50	90	3615	114	125	58	29	54	3	4137
中部	8	11	100	675	43	15	8	13	1	873
近畿	12	16	125	55	1106	33	17	29	1	1393
中国	1	2	21	7	13	183	4	8	0	239
四国	0	1	5	2	3	2	37	1	0	50
九州	3	4	40	12	19	15	5	394	1	493
沖縄	1	1	8	3	3	2	1	4	68	92
計	575	201	4011	886	1333	317	103	510	74	8011

表-5 外国人来訪者の地方での消費がもたらす経済的効果(2010年効果/2011年効果)

	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	計
北海道	0.55	0.49	0.50	0.49	0.49	0.48	0.43	0.49	0.55	0.54
東北	0.36	0.36	0.33	0.26	0.26	0.26	0.26	0.31	0.35	0.35
関東	0.50	0.50	0.51	0.48	0.49	0.47	0.47	0.49	0.52	0.51
中部	0.44	0.41	0.40	0.42	0.41	0.37	0.43	0.42	0.43	0.42
近畿	0.67	0.65	0.63	0.63	0.65	0.62	0.65	0.65	0.66	0.65
中国	0.44	0.40	0.40	0.39	0.42	0.45	0.43	0.43	0.44	0.44
四国	0.69	0.69	0.70	0.72	0.71	0.72	0.72	0.70	0.72	0.71
九州	0.85	0.88	0.89	0.88	0.90	0.87	0.89	0.91	0.84	0.90
沖縄	1.18	1.08	0.89	0.85	0.86	0.95	0.95	0.96	0.90	0.90
計	0.55	0.47	0.52	0.45	0.63	0.49	0.60	0.82	0.87	0.55

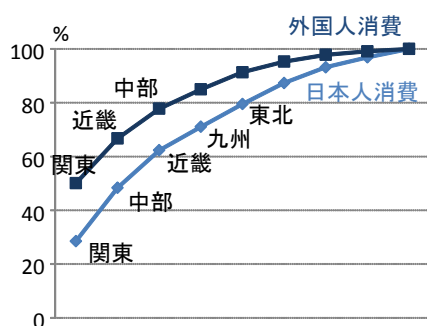


図-1 日本人、外国人の観光消費が帰着する効果の地方別割合(累積)

(2) 東日本大震災前後における外国人の観光消費がもたらす経済的効果

前節の分析と同様、外国人の観光消費データを用いて、2010年と2011年の経済的効果を比較する(表-5)。結果、全国的には2010年/2011年比は0.55であった。全国の値を基準とすると、東日本大震災で被災した東北地方の減少

が最も顕著であることがいえる。それに対して、東北地方から遠い九州や沖縄地方ではあまり経済効果の減少はみられない。加えて、落ち込みの小さかったこれら地方での外国人の消費により、東北地方の経済的影響が軽減されたことが示唆される。

6. おわりに

本研究は、旅行需要の変化が震災前後で地方に与える経済的な影響を明らかにすることを目的として、1) 日本人と外国人の観光消費の違いに着目した分析、2) 東日本大震災前後の外国人の観光消費の分析を行うとともに、それらの結果を踏まえて3) 地方での観光消費が各地にもたらす経済的効果を検証した。

日本人と外国人の地方ブロック別観光消費額を比較した結果、娯楽サービス費に関しては両者の差はみられないものの、宿泊費と飲食費、買物代では外国人の消費が高かった。また、日本人は沖縄での消費額が大きい、

外国人は関東、近畿、中部の3都市圏のみならず、北海道や中国地方での買物代、北陸地方での宿泊費、飲食費が高いことより、地方部であっても多く消費されている場所があることが確認できた。

東日本大震災前後での外国人の観光消費がどのように変化したかについて、2010年と2011年のデータを比較することで分析した。韓国や欧州からの来訪者が消費額を減少させており、外国人来訪者全体の消費が落ち込んだという結果は予想を超えるものではない。しかしながら、東北地方での観光消費が増加した台湾やタイの存在があること、費目別では娯楽サービス費を減らした一方で宿泊費や飲食費、買物代は多くの国々の来訪者が消費額を増やしたという結果が得られた。

日本人と外国人の消費、および東日本大震災前後の外国人の消費をもとに、旅行者が地方で消費することによる各地への経済的効果を計測した。日本人と外国人の比較では、外国人の消費による効果は日本人の消費も含めた日本全体の10%以下と小さく、外国人の消費は都市圏が中心であるために地方へ経済的効果が及んでいないことが明らかになった。東日本大震災前後の外国人の消費による経済的効果の比較では、当然被災地である東北地方の落ち込みは全国平均よりも深刻である結果となった。ただし、例えば九州や沖縄地方での経済的効果の減少が小さいことから、被災地から遠い地方での観光消費が少なからず東北地方へ経済的支援に結びついていることが明らかになった。

本研究を通して、将来の大規模災害からの復興に対して、訪日外国人来訪者が消費することにより貢献できる点は少なからずあると考えた。復興支援を実現するインバウンド観光施策として、まずは、例え被災地の訪問ではないとしても、日本を旅行してもらったことで経済的にどれ程被災地を支援したのかを、客観的事実として各国に発信すべきである。被災国を訪問するだけでも経済的な支援になるという発想を持ってもらうことは、世界共通の認識として必要だろう。また、相互扶助という観点から、他国で大規模災害が発生したときには、被災地に迷惑のかからない範囲で当該国に復興支援ツアーを送り込むという視点も重要であろう。そこで日本に良い印

象を持ってもらうことは、来るべき大規模災害時に、インバウンド観光の力が復興支援に貢献するものと考えられるためである。改めて観光は平和へのパスポートであることを認識すべき時である。

最後に今後の課題を述べる。本研究は、観光庁が公表する複数の統計データを組み合わせることで分析を進めたが、例えば日本人と外国人の消費を比較すること自体が、統計の精度からみて妥当かどうかの検証は必要である。また、集計データであるために、外国人来訪者の国籍別・来訪地方別・費目別の観光消費について属性を細かに設定することができなかった。今後は個票データを用いた分析することによって、例えば地方への経済波及効果のうち、国籍別の観光消費の差がもたらす経済的効果の帰着を考察することが可能になる。

補注

- *1 旅行・観光消費動向調査の関東・甲信地方には長野県が含まれているが、訪日外国人消費動向調査では長野県は北陸信越に位置付けられている。同様に福井県は前者が北陸であるのに対し、後者は中部に含まれている。
- *2 訪日外国人消費動向調査は2010年4月より開始されたことより、年間報告値は2010年4月~12月となる。また、2011年の年間報告値(2011年1月~12月)は一部震災前を含む。

参考文献

- 1) 日本政府観光局(JNTO)：統計発表 2012 年 6 月推計値, http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/120712_monthly.pdf (2012 年 8 月 3 日閲覧)
- 2) 塩谷英生：東日本大震災が与えた訪日外国人市場への経済的影響，産業連関，Vol.19(3)，pp.18-27，2011.
- 3) Soteriades, M. D. and Arvanitis, S. E. : Expenditure Patterns by Travel Party Size: British and German Tourists on Crete, Greece, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.17, No.2, pp.169-187, 2006.
- 4) 篠原三代平，宮沢健一，水野正一：国民所得乗数論の拡充，pp.191-204，有斐閣，1959.
- 5) 社団法人日本観光協会：観光地の経済効果推計マニュアル，日本観光協会，1999.

(2012.8.3 受付)