

関西のインバウンド産業は 成長牽引産業になりうるか

——2013-16年の検証から——

稲 田 義 久
下 田 充

要旨

本稿では関西のインバウンド産業を取り上げ、これが関西経済の成長牽引産業となりうるかを議論する。成長産業ではなく成長牽引産業となりうるためには、(1) 成長が見込める、(2) 市場規模が大きい、(3) 高い競争力を有する、以上の三つの条件が必要である。2013-16年の検証から、関西のインバウンド産業は、関西経済の有望な成長牽引産業の一つである条件を備えていることが分かった。ただしこれを確実なものとするためには、(1) 交通インフラの整備強化、(2) ハードソフトの受け入れ態勢の強化、(3) 国籍別の観光特性を考慮した観光プロモーションの展開や支出需要の構造変化を的確にとらえる柔軟な対応が求められる。

キーワード：インバウンド、成長牽引産業の条件、観光消費ベクトル、
爆買い、コト消費、関西地域間産業連関表、GRP 早期推計

JEL Classifications: C53, C67, L83

目次

はじめに

- I 成長牽引産業の条件
- II 関西観光消費ベクトルの作成と比較
- III インバウンド消費の経済波及効果の推計と比較
- IV インバウンド消費の関西経済への影響
- V 分析からの政策的含意

おわりに

はじめに

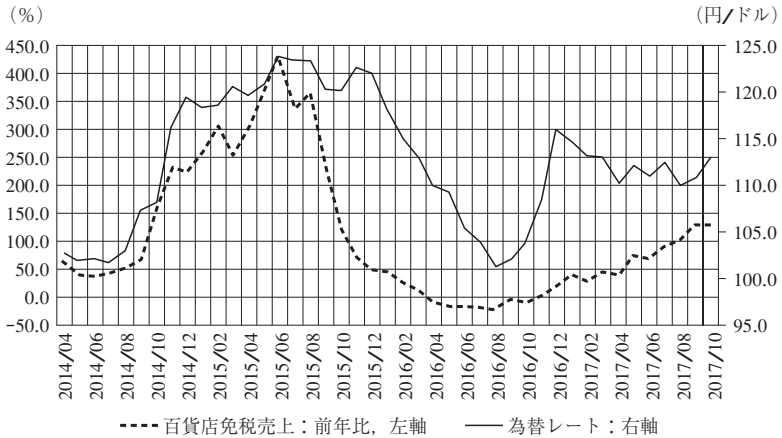
筆者たちは、これまで平成25-28年（2013-16年）の訪日外国人（以下、インバウンド）消費額を推計し、関西各府県に及ぼす経済効果の経年変化を比較分析した。⁽¹⁾特に2015年は「爆買い」という言葉に象徴されるような圧倒的な外国人消費の拡大により、関西経済の所得や雇用に歴史的な影響をもたらした。ところが図 0-1 が示すように、円高の影響もあり、インバウンド消費の動向を示す百貨店免税売上（日本銀行大阪支店調べ、前年同月比）は15年秋口から急激に減速し、16年4-10月にはマイナスの伸びに転じた。同年11月以降は回復に転じたものの、16年通年でみると前年から大幅に減速した（16年前年比-1.4%、16年度同+2.6%）。百貨店免税売上はインバウンド消費の一部である買物代の動向を示すものであるが、関西各府県への経済効果を評価する上では、サービス消費等を含むインバウンド消費全体での変化がどうであったかを把握することがより重要となる。結論を先に述べると、筆者らは、16年のインバウンド消費は「爆買いから新たな拡張局面へ」移行したと考えている。本稿ではこのことを具体的に示していく。

本稿の構成は以下の通りである。まずⅠ節で成長牽引産業を定義する。Ⅱ節では関西各府県の観光消費ベクトルを推計し、Ⅲ節ではアジア太平洋研究所（APIR）が開発した関西地域間産業連関表を用いてインバウンド消費による関西各府県の生産、所得、雇用の誘発効果を推計する。インバウンド消費の影響を府県ごとに推計している点は、本稿の特徴の一つである。続くⅣ節では、APIRの域内総生産（GRP）の早期推計の結果を援用しつつ、援用各府県の成長への寄与を試算する。最後のⅤ節では、分析からの政策的含意を述べる。

(1) 稲田・下田（2015）、稲田・下田（2017）、アジア太平洋研究所（2017）。

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

図 0-1 百貨店免税売上と為替レート



出所：「百貨店免税売上高（関西地域）」（日本銀行大阪支店）

I 成長牽引産業の条件

ここでは成長産業と成長牽引産業の違いについて議論する。成長産業とは経済全体の成長率を上回って市場拡大が見込まれる産業を意味する。成長産業は数多く存在するが、市場規模が小さいか海外や域外に強力な競争相手が存在することから、経済発展に大きく寄与できないケースが多々ある。

一方、成長牽引産業とは国または地域の経済成長を牽引する産業のことである。具体的には、(1) 成長が見込めること、(2) 市場規模が大きいこと、(3) 高い競争力（ブランド力）を有すること、以上の三つの条件を満たす産業である。⁽²⁾

(2) 成長牽引産業については、『アジア太平洋と関西経済 関西経済白書2016』の Chapter 7 関西の有望産業に注目、Section 1 関西の成長牽引産業で明確に議論されている。

表 I-1 インバウンド（観光産業）の経済波及比較

(単位：100万円)

	観光	自動車	電気機械
域内発生需要	951,069	951,069	951,069
域内財への需要	760,516	285,579	688,845
域内生産波及（一次）	1,146,337	491,963	1,043,773
域内付加価値波及（一次）	586,501	207,108	520,878

(単位：比率)

	観光	自動車	電気機械
域内生産波及（一次）/域内発生需要	1.205	0.517	1.097
域内付加価値波及（一次）/域内発生需要	0.617	0.218	0.548

出所：関西地域間産業連関表より筆者計算

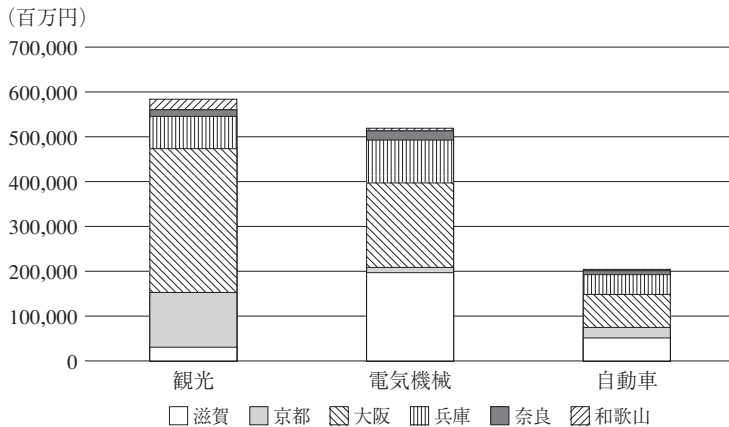
本稿で取り上げる関西のインバウンド産業は成長牽引産業としてこれらの条件を満たしている。まず条件（1）について、2016年の訪日外客数を12年と比較すると、全国では2.9倍（2403.9万人/835.8万人）であるのに対して、関西では3.8倍（1022.3万人/272.5万人）となっている。日本にとってインバウンド産業自体が高成長産業であるが、関西はそれを上回るスピードで成長している。爆買いで歴史的な訪日客数を記録した2015年以降でも関西国際空港への訪日外客数は月平均60万人を超えており持続的な高成長が見込める。

次に条件（2）について説明しよう。2016年に関西2府4県内で発生したインバウンド消費は、9510.69億円であった。いま仮に、自動車及び民生用電気機械に対して、同額の需要が発生した場合の経済波及の試算が表 I-1 に示されている。表頭の「観光」がインバウンド消費をあらわす。表側の「域内発生需要」とは、関西地域内で発生した需要であり、財の生産地域は関西域内とは限らない。域内発生需要から輸移入品を除いたのが、「域内財への需要」であり、関西域内で生産された財への需要である。代表的な三産業についてみると、経済波及効果（生産波及及び付加価値波及）は観光、電気機械、自動車の順となっている。インバウンド消費は、宿泊等のサービス

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

消費を含むため、自地域産品への需要が相対的に大きく、産業としての裾野が広いといえる。また、地域のバランスという観点から、インバウンドは、相対的に大きく偏りなく付加価値を配分する傾向にあることが指摘できる。例えば、表 I-1 でみた各府県への付加価値誘発額を県別に見ると図 I-1 のようになる。和歌山県などは、電気機械や自動車への需要により帰着する付加価値はゼロに近いが、インバウンド消費からは一定の付加価値が誘発されている。

図 I-1 県別の付加価値誘発額



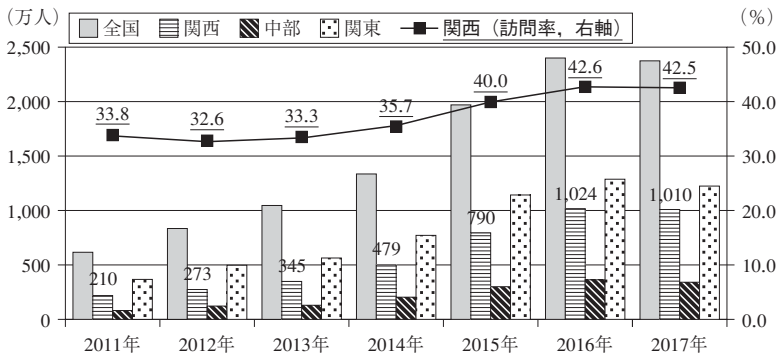
出所：筆者計算

最後に条件 (3) についてであるが、関西インバウンドのブランド力の高さは明らかである。一例をあげれば、関西は京都、奈良、大阪を含むため、国宝 (55.4%) や重要文化財 (45.6%) の賦存率は圧倒的である。実際、図 I-2 に示すように関西へのインバウンドの訪問率は、2013年の33.3%から17年前半の44.1%と大きく上昇している。

関西のインバウンド産業が関西の成長牽引産業たりうるかを考えるとき、加えて二つのポイントが重要である。第一は、政府の産業振興策との整合性

である。国の政策目標と合致するものであれば、政府の支援策や制度活用が可能となり、民間資金が集まりやすいなどプラス効果が期待できる。第二に、関西の強みが発揮できるか否かである。この点においても、関西は独自性や優位性を有しており関西のインバウンド産業は成長牽引産業の候補資格を十分備えている。

図 I -2 関西への外国人旅行者と訪問率



(注1) 2017年は10月時点の数字。訪問率は7-9月期までの3四半期の平均値。

(注2) 地域別訪日外国人旅行者数は全国値に各地域の訪問率を乗じて計算。

出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」より筆者計算

II 関西観光消費ベクトルの作成と比較

次節での経済波及効果推計のための準備として、本節では、(1) 訪日外客数の府県への割り当て、(2) 国籍別・費目別の購入者単価の比較、(3) 国籍別・費目別消費額の推計、(4) 府県別観光消費の推計という順に、観光基礎統計を加工することで観光消費ベクトルを推計し、2013-16年の比較を行う。

(1) 訪日外客数の府県への割り当て

日本政府観光局 (JNTO) の集計による訪日外客数は、2013年が約1,036万

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

人、14年が約1,341万人、15年が約1,974万人、16年が約2,404万人と推移してきた（表Ⅱ-1）。15年から16年にかけての増加率は21.8%であり、前年における増加率の47.1%に比べると勢いは鈍化したものの、依然として増加基調が続いている。国籍別には、中国からの来訪が15年に韓国を追い抜いて最多数となり、2016年においては637万人と全体の四分の一強を占めている。

表Ⅱ-1 国籍別訪日外客数（単位：人）

	総数	中国	韓国	台湾	香港	米国	タイ
2013年	10,363,904	1,314,437	2,456,165	2,210,821	745,881	799,280	453,642
2014年	13,413,467	2,409,158	2,755,313	2,829,821	925,975	891,668	657,570
2015年	19,737,409	4,993,689	4,002,095	3,677,075	1,524,292	1,033,258	796,731
2016年	24,039,700	6,373,564	5,090,302	4,167,512	1,839,193	1,242,719	901,525
増加率（%）							
2014/13年	29.4	83.3	12.2	28.0	24.1	11.6	45.0
2015/14年	47.1	107.3	45.3	29.9	64.6	15.9	21.2
2016/15年	21.8	27.6	27.2	13.3	20.7	20.3	13.2

出所：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数の動向」
http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/

上記の国籍別訪日外客数を都道府県に按分する。「宿泊旅行統計調査報告」の参考第1表（年計）からは、国籍別・都道府県別の外国人延べ宿泊者数が得られる。ここから、各県における延べ宿泊者数の対全国シェアを国籍別に算出し、このシェアを訪日外客数に乗じて、訪日外客数を各都道府県に割り当てる（表Ⅱ-2⁽³⁾）。

2015-16年を比較すると、絶対数では関西が+134.5万人増加したが、うち大阪府の増加が+97.7万人と最大であり、京都府が+21.3万人と続いている。伸び率で見ると、関西全体では+28.1%増加している。県別には、和歌山県の伸びが+45.5%と最も高く、奈良県（+40.4%）、滋賀県（+35.5%）がこ

(3) 表Ⅱ-2の数値は、県毎の消費額を推計する目的で訪日外客数を各府県に按分したものであり、実際に当該県を訪れた外国人の数を示したのではない。

表Ⅱ-2 国籍別訪日外客の都道府県への割り当て数（推計）（単位：人，％）

	合計 2015年	合計 2016年				変化 16/15年	伸び率 16/15年	
		中国	韓国	台湾	香港			
滋賀県	131,781	178,623	49,059	31,041	54,767	11,249	46,842	35.5
京都府	1,151,343	1,364,249	347,129	119,777	244,008	66,930	212,906	18.5
大阪府	2,949,738	3,926,342	1,032,481	1,054,807	645,253	371,020	976,605	33.1
兵庫県	376,783	405,355	101,376	83,725	108,275	34,741	28,572	7.6
奈良県	73,338	102,955	60,252	6,958	12,374	4,565	29,618	40.4
和歌山県	111,363	162,051	62,394	15,639	28,911	29,152	50,688	45.5
関西	4,794,345	6,139,576	1,652,691	1,311,945	1,093,587	517,658	1,345,231	28.1

出所：「訪日外客数の動向」、「宿泊旅行統計調査報告」（観光庁）より筆者推計

れに続いている。一方で兵庫県は、増加数が+28.6万人と最小で、伸び率も+7.6%と唯一の一ケタ台に留まっている。

(2) 国籍別・費目別の購入者単価

「訪日外国人消費動向調査」報告書（第2編）より、国籍別の購入者単価を費目別に取得する（表Ⅱ-3）。消費の動向は、支出の総額のみならず、費

表Ⅱ-3 訪日外国人の国籍別・費目別購入者単価（2013-16年）（単位：円/人）

	全国籍・ 地域	中国	台湾	香港	韓国	タイ	ベトナム	米国
旅行支出総額 2016年	155,896	231,504	125,854	160,230	70,281	127,584	186,133	171,418
宿泊料金	42,182	44,126	33,634	41,501	22,090	34,532	49,312	70,707
飲食費	31,508	38,943	26,611	34,570	17,847	25,858	54,180	41,137
交通費	17,838	19,917	14,126	17,328	7,505	16,529	19,556	27,856
娯楽サービス費	4,725	5,014	4,137	4,412	3,042	4,821	4,125	5,427
買物代	59,323	122,895	47,122	62,389	19,562	45,414	58,883	26,111
その他	320	609	224	29	234	430	77	180
旅行支出総額 2015年	176,167	283,842	141,620	172,356	75,169	150,679	194,840	175,554
旅行支出総額 2014年	151,174	231,753	125,248	147,958	75,852	146,029	237,688	165,381
旅行支出総額 2013年	136,693	209,898	111,956	141,351	80,529	126,904	-	170,368

出所：「訪日外国人の消費動向調査」（平成25年，26年，27年，28年年次報告書，観光庁）

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

目の構成も国により大きく異なっていることが確認できる。例えば、2016年において、韓国は買物代が全体の約28%（＝19,562/70,281）であるのに対し、中国は約53%（＝122,895/231,504）と支出の半分以上を占めている。経年の変化をみると、韓国の支出は13年以降、減少傾向にある。一方、中国では、13年以降大幅な増加を続けてきたが、15年の28.4万円をピークに、16年には23.2万円と減少に転じた。同様の傾向は、韓国以外の他の国にも当てはまる。15年から16年にかけての減少額は、中国が-5.2万円、台湾が-1.6万円、香港が-1.2万円、タイが-2.3万円となっている。

(3) 国籍別・費目別の消費額

(1) で求めた国籍別・都道府県別訪日外国客割り当て数に(2)の購入者単価を乗じて、国籍別・都道府県別の消費金額を費目別に推計する。表Ⅱ-4は、大阪府でのインバウンド消費金額の推計結果を例示したものである。例えば中国人の宿泊費は、購入者単価の44,126円に訪日外国客割り当て数の1,032,481人を乗じて、約456億円として推計される。このように国別に各費目の支出額を算出し、それを国籍について合計したものが、当該府県にお

表Ⅱ-4 訪日外国人の国籍別費目別消費額（大阪府の場合）（単位：100万円）

	合計 (2015年)	合計 (2016年)	中国	韓国	台湾	香港	タイ
	宿泊費	124,723	150,541	45,559	23,301	21,702	15,398
飲食費	92,890	117,411	40,208	18,825	17,171	12,826	3,511
交通費	51,382	63,410	20,564	7,916	9,115	6,429	2,244
娯楽サービス費	15,231	17,433	5,177	3,209	2,669	1,637	655
買物代	224,031	231,861	126,887	20,634	30,406	23,148	6,167
その他	1,656	1,217	629	247	145	11	58
旅行支出総額	509,913	581,874	239,023	74,132	81,208	59,448	17,325

出所：表Ⅱ-2、1-3に掲載の情報に基づき筆者推計

る消費額（表の太枠内は2016年の場合）となる。

表Ⅱ-3で確認したように、インバウンドによる支出の構成は、国籍によって特徴がある。表Ⅱ-4の太枠内には、2016年の都道府県別費目別の消費額が示されているが、これは国籍による消費パターンの相違が反映されたものとなっている。

(4) IOベースの部門別府県別観光消費の推計

ここでは、表Ⅱ-4の情報を産業連関表の部門分類（IOベース）に組み替えて、経済波及算出の基礎となる、部門別府県別観光消費を推計する。その手順は、以下の通りである。

- ① 表Ⅱ-4の費目（表第1列）を産業連関表の部門（104部門）に対応付けし、IO部門による観光消費ベクトルを推計する。
- ② 上の消費ベクトルに含まれる移輸入品を、関西地域間産業連関表の情報に基づき推計し、財・サービスの供給地域毎の消費ベクトルを推計する。
- ③ ここまでで推計された消費ベクトルは、いわゆる購入者価格ベースであり、財の取引額には流通コスト（商業マージン、運賃）が含まれている。全国産業連関表のマージン率と運賃率に基づき、商業マージンと運賃を推計し、生産者価格ベースの消費ベクトル⁽⁴⁾を推計する。

上記の①から③までの具体的な手順については、稲田・下田（2015）のpp 3-5を参照されたい。

以上の要領で推計した、観光消費ベクトルは、表Ⅱ-5のようになる。こ

(4) 財の取引額に流通コスト（商業マージン、運賃）を含んだ形式を「購入者価格表示」とよぶ。一方、商業マージン、運賃を取引額から引き剥がし、それらを商業部門、運輸部門に計上する形式を「生産者価格表示」とよぶ。産業連関分析は、通常は生産者価格により行われることから、需要ベクトルが購入者価格である場合には、これを生産者価格に変換するという作業が必要となる。

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

ここで若干の補足を述べておく。まず表Ⅱ-5は、紙幅の都合により列を2つに分けて表示しているが、本来は、関西地域間産業連関表のレオンチェフ逆行列に乗じるべき需要ベクトルとして、1列で表現されるものである。また、関西地域間産業連関表は1県あたり104の部門から構成されるが、表Ⅱ-5では、数値がゼロの部門は表章を割愛している。

表Ⅱ-5の各府県は、観光消費の対象となる財・サービスの供給地域を指していることにも留意されたい。例えば、2016年の大阪府の飲料は、37億6600万円となっているが、これは、大阪府内で発生した飲料への消費需要が37億6600万円ということではなく、関西各県内で発生した飲料消費需要のうち、大阪府産により賄われた分が37億6600という意味である。したがって、表Ⅱ-5の数値は、生産波及における直接効果と読み替えることも可能である。

表Ⅱ-5の数字を府県毎に集計したのが、表Ⅱ-6である。表(第1列)の「県・地域」は、関西地域間産業連関表の地域区分である。福井県は、関西地域間産業連関表では関西の一部として扱われているが、本稿では関西を(表で網を掛けていない)2府4県として定義している。表Ⅱ-5、表Ⅱ-6の消費額は、関西来訪者による消費額であり、(東京など)他地域の来訪者による消費は含まれていない。例えば、表Ⅱ-6の2016年のROK(関西域外)は約915億円となっているが、これは関西来訪者による消費のうち、関西域外で生産された財が915億円であることを意味している。ちなみに、関西来訪者による(国内)消費の総額は、約8,583億円(表Ⅱ-6の最下行)。うち、関西産品により賄われたのは7,605億であり、残りは、福井県及びその他の地域(ROK)でそれぞれ63億円と915億円ずつ調達されたことが表Ⅱ-6から見とれる。

2015年と16年を比較すると、⁽⁵⁾関西産品の消費は約16%増加している。これを上回る伸びを示している県は、和歌山県(+28.9%)、大阪府(+20.7%)、

表Ⅱ-5 観光消費ベクトル（移輸入調整後、生産者価格）

（単位：100万円）

産業連関表104部門	県	2016年	2015年	県	2016年	2015年
食料品	滋賀	633	539	兵庫	3,194	2,823
飲料	滋賀	2,959	2,507	兵庫	4,634	3,902
衣服・その他の繊維既製品	滋賀	972	1,001	兵庫	2,294	2,425
印刷・製版・製本	滋賀	152	124	兵庫	1,130	948
化学最終製品（除医薬品）	滋賀	6,377	5,299	兵庫	11,643	9,746
通信機械	滋賀	38	64	兵庫	6,103	10,259
電子計算機・同付属装置	滋賀	1,889	2,486	兵庫	2,357	3,142
その他の製造工業製品	滋賀	430	385	兵庫	1,259	1,125
商業	滋賀	6,213	5,675	兵庫	15,138	16,053
鉄道輸送	滋賀	2,979	2,326	兵庫	6,729	6,491
道路輸送	滋賀	510	447	兵庫	1,184	1,110
娯楽サービス	滋賀	799	693	兵庫	1,817	1,932
飲食店	滋賀	5,451	4,075	兵庫	12,300	11,604
宿泊業	滋賀	7,027	5,587	兵庫	15,939	15,757
その他の対個人サービス	滋賀	58	56	兵庫	123	184
食料品	京都	2,450	2,166	奈良	931	832
飲料	京都	2,650	2,218	奈良	55	42
衣服・その他の繊維既製品	京都	1,559	1,671	奈良	887	918
印刷・製版・製本	京都	3,766	3,201	奈良	359	296
化学最終製品（除医薬品）	京都	2,640	2,224	奈良	632	514
通信機械	京都	270	445	奈良	231	322
電子計算機・同付属装置	京都	583	763	奈良	203	255
その他の製造工業製品	京都	231	216	奈良	249	220
商業	京都	5,556	5,241	奈良	1,828	1,798
鉄道輸送	京都	28,979	24,655	奈良	2,019	1,508
道路輸送	京都	688	612	奈良	167	155
娯楽サービス	京都	7,437	6,855	奈良	516	428
飲食店	京都	47,284	40,456	奈良	3,677	2,685
宿泊業	京都	68,438	61,881	奈良	4,628	3,616
その他の対個人サービス	京都	403	461	奈良	45	53
食料品	大阪	4,194	3,621	和歌山	589	483
飲料	大阪	3,766	3,124	和歌山	1,075	873
衣服・その他の繊維既製品	大阪	6,102	6,339	和歌山	305	293
印刷・製版・製本	大阪	5,053	4,182	和歌山	126	95
化学最終製品（除医薬品）	大阪	24,265	19,742	和歌山	7,204	5,957
通信機械	大阪	1,270	2,141	和歌山	101	142
電子計算機・同付属装置	大阪	230	310	和歌山	10	13
その他の製造工業製品	大阪	968	861	和歌山	185	155
商業	大阪	20,922	19,012	和歌山	4,252	3,573
鉄道輸送	大阪	63,410	51,382	和歌山	2,950	2,083
道路輸送	大阪	1,802	1,579	和歌山	339	281
娯楽サービス	大阪	17,433	15,231	和歌山	769	602
飲食店	大阪	117,411	92,890	和歌山	5,434	3,810
宿泊業	大阪	150,541	124,723	和歌山	6,843	5,025
その他の対個人サービス	大阪	1,217	1,656	和歌山	55	67

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

表Ⅱ-6 観光消費ベクトル（県・地域毎に集計）（単位：100万円，％）

県・地域	2016年	2015年	2014年	2013年	伸び率		
					16/15年	15/14年	14/13年
福井県	6,257	6,102	3,147	2,031	2.5	93.9	54.9
滋賀県	36,488	31,265	14,809	9,423	16.7	111.1	57.2
京都府	172,935	153,066	106,711	80,998	13.0	43.4	31.7
大阪府	418,586	346,795	202,687	139,038	20.7	71.1	45.8
兵庫県	85,843	87,501	43,515	30,782	-1.9	101.1	41.4
奈良県	16,427	13,641	5,806	3,945	20.4	135.0	47.2
和歌山県	30,237	23,453	11,432	7,118	28.9	105.2	60.6
ROK（※1）	91,538	87,836	40,838	26,385	4.2	115.1	54.8
関西計（※2）	760,516	655,721	384,960	271,304	16.0	70.3	41.9
全国計	858,311	749,658	428,945	299,719	14.5	74.8	43.1

※1 上の2府5県以外の地域、※2 福井を除く2府4県

奈良県（+20.4%）、滋賀県（+16.7%）となっている。一方、兵庫県は宿泊者数の伸び悩みにより、唯一、県内製品の消費がマイナスの伸び率（-1.9%）となっている。

Ⅲ インバウンド消費の経済波及効果の推計と比較

前節で推計された観光消費ベクトルをもとに、本節ではその経済波及効果（生産、GRP、雇用創出）を関西地域産業連関表により推計する。ここでは、

（5）日本銀行大阪支店（2017）「関西におけるインバウンド消費の経済効果」, BOJ Reports & Research Papers, 2017年7月によれば、関西における2016年度のインバウンド消費は高水準ながら前年度から減少したと推計されている（p5）。日銀大阪支店（2017）の分析の詳細は明らかでないが、われわれの結論との違いは、関西への国籍別訪日外客数の推計方法の違いからくる可能性がある。すでに述べたように、われわれの手法の特徴は、国籍別訪日外客数（人ベース）を都道府県に按分する。国籍別・都道府県別の外国人延べ宿泊者数（人泊ベース）から、各県における延べ宿泊者数の対全国シェアを国籍別に算出し、このシェアを訪日外客数に乗じて、訪日外客数を各都道府県に割り当てている。例えば、法務省「出入国管理統計」によれば、2016年の関空入国者数は前年比+21.5%であるが、われわれの推計によれば同+28.1%となっている。関西への訪問率の高まりを反映していると思われる。

直接効果、一次波及、二次波及の別に経済波及を算出する。具体的な計算の
手順は、稲田・下田（2015）を参照されたい。

表Ⅲ-1 は、推計の結果を県毎にまとめたものである。2016年の関西全体
への経済波及は、域内生産ベース（生産波及）で約1兆3,421億円、付加価
値ベース（付加価値波及）で約7,073億円、就業者ベース（雇用波及）では
126,230人と推計された。

表Ⅲ-1 インバウンド消費の関西経済への波及効果：まとめ

生産波及：100万円，%

	合計		合計			伸び率		
	2015年	2016年	直接効果	一次波及	二次波及	2016/15年	2015/14年	2014/13年
滋賀県	55,137	63,588	36,488	17,870	9,231	15.3	97.7	51.3
京都府	246,378	278,330	172,935	69,002	36,393	13.0	44.7	30.8
大阪府	623,451	728,268	418,586	206,736	102,946	16.8	72.7	46.1
兵庫県	174,167	181,263	85,843	61,570	33,850	4.1	90.4	42.5
奈良県	29,741	34,699	16,427	12,406	5,866	16.7	101.2	44.8
和歌山県	44,819	55,982	30,237	18,237	7,508	24.9	98.7	57.9
関西計	1,173,693	1,342,130	760,516	385,822	195,793	14.4	70.6	42.0

付加価値波及：100万円，%

	合計		合計			伸び率		
	2015年	2016年	直接効果	一次波及	二次波及	2016/15年	2015/14年	2014/13年
滋賀県	30,197	35,151	19,881	9,749	5,521	16.4	97.1	49.0
京都府	131,663	148,831	87,697	36,987	24,148	13.0	44.9	30.3
大阪府	333,483	387,415	212,319	111,647	63,449	16.2	72.9	46.0
兵庫県	85,879	90,240	40,456	29,942	19,843	5.1	89.6	41.2
奈良県	15,021	17,563	8,111	5,958	3,494	16.9	102.7	45.5
和歌山県	22,470	28,137	15,116	8,638	4,383	25.2	99.3	58.2
関西計	618,713	707,338	383,580	202,921	120,836	14.3	70.4	41.6

雇用波及：人，%

	合計		合計			伸び率		
	2015年	2016年	直接効果	一次波及	二次波及	2016/15年	2015/14年	2014/13年
滋賀県	4,334	5,115	3,328	1,166	621	18.0	96.6	53.0
京都府	24,923	28,214	20,832	4,717	2,666	13.2	41.6	31.6
大阪府	59,355	70,220	49,963	12,650	7,608	18.3	67.8	46.1
兵庫県	14,057	14,694	7,866	4,284	2,544	4.5	87.4	39.6
奈良県	2,792	3,317	1,895	963	458	18.8	105.2	45.0
和歌山県	3,651	4,670	2,873	1,244	553	27.9	88.0	56.6
関西計	109,112	126,230	86,756	25,024	14,451	15.7	65.4	41.7

経済波及の伸び率をみると、生産、付加価値、雇用の波及は14%から15%
台の増加（生産：14.4%、付加価値：14.3%、雇用：15.7%）となっており、
伸び率は前年（2015年から16年）より大幅に低下している。また前年におい
ては、消費品目の構成がサービスから財にシフトすることにより、雇用の伸

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

びが生産、付加価値より小さくなるという現象が観察されたが、2016年では、生産、付加価値、雇用の伸びはほぼ同じレベルにある。このことは、相対的に財の消費が一服し、サービス消費が盛んになったことを示唆している。実際、表Ⅱ-4の大阪府のケースで各費目の増加率を算出すると、大きい順に、「飲食費（26%）、交通費（23%）、宿泊費（21%）、娯楽サービス費（15%）、買物代（6%）」となっており、財への支出である買物代の伸びが、「その他」を除けば、最小となっている。この結果は、買物代の伸び率が娯楽サービス費に次いで大きかった前年とは異なるものである。

次に、表Ⅲ-1の結果を府県別にみると、2016年で生産・付加価値・雇用の最も伸びが大きいのは和歌山県（24.9%、25.2%、27.9%）であり、大阪府（16.8%、16.2%、18.3%）、奈良県（16.7%、16.9%、18.8%）、滋賀県（15.3%、16.4%、18.0%）がこれに続いている。表Ⅱ-6で示す観光消費（直接効果）の伸びと比べると、特に生産波及と付加価値波及が下回る傾向にある。例えば和歌山県の場合、観光消費の伸びは28.9%であり、生産波及は4ポイント、付加価値波及は3.7ポイント下回っている。間接波及の過程において需要が県外に漏れていくことが主な原因と考えられる。一方、兵庫県は、直接効果の伸びはマイナスであったが、表Ⅲ-1に示す経済波及は、それぞれ4.1%、5.1%、4.5%と小さいながらもプラスとなっている。

Ⅳ インバウンド消費の関西経済への影響

前節の波及効果を、APIRが新たに推計した関西各府県のGRP早期推計（2015-16年）や就業者の実績と比較して、関西各府県のGRPや雇用にどの程度の拡大効果があったかを、本節では推計する。爆買い後に、関西経済へのインパクトに大きな変化があったかが気になるところである。結論的には、関西のインバウンド消費はすでにみたように2015年に歴史的な拡大を記録し、16年に新たな拡張局面に移行したことが確認できたといえよう。

表Ⅳ-1は表Ⅲ-1をもとに当該年の関西2府4県のGRPや雇用にインバウンド消費がどの程度寄与したかを2013-16年について推計したものである。比較する関西各府県のGRP実績値(2015, 16年度)は未公表なので、APIRの早期推計値を用いている⁽⁶⁾。関西各府県の就業者数についてはモデル推計値(労働力調査(基本集計)都道府県別結果)が報告されているので、それを用いている。

表Ⅳ-1をみると、(1)インバウンド消費は2013年の関西GRPを0.32%程度、14年0.45%、15年0.75%程度押し上げた。16年は0.86%と前年の寄与からは伸びは減速(1.67倍→1.15倍)したが、着実に拡大していることがわかる。(2)就業者についてみると、2013年は0.47%、14年は0.66%、15年は1.09%、16年は1.25%と就業者押し上げ寄与が高まっていることがわかる。

この4年間の比較でわかるように、GRPや雇用への寄与(府県ベース)では、関西は2つのグループに分かれる。関西の寄与を上回る京都府と大阪府の第1グループと下回る和歌山県、滋賀県、兵庫県、奈良県の第2グループである。2015年に京都府のGRP押し上げ効果がはじめて1%を超え、大阪府の押し上げ効果も16年に1%を超える寄与となっている。第2グループでは、16年に和歌山県0.77%、滋賀県0.54%、奈良県0.46%、兵庫県0.45%の順となっている。

2016年のインバウンド消費のGRP引き上げ寄与度を降順に並べると、京都府、大阪府、和歌山県、滋賀県、奈良県、兵庫県となっている(図Ⅳ-1参照)。同年の雇用への影響を見ると、京都府、大阪府、和歌山県、滋賀県、兵庫県、奈良県の順となっている。GRPの水準比較(大阪府、兵庫県、京都府、滋賀県、奈良県、和歌山県)とは異なる姿となっており、インバウン

(6) 関西各府県のGRPの早期推計については、小川・稲田(2013)「速報性と正確性が両立する県内GDP早期推計の開発」及びKANSAI ECONOMIC INSIGHT QUARTERLY No. 34のトピックスの項を参照のこと。

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

表Ⅳ-1 インバウンド消費の関西経済への影響の比較：2013-16年

GRP への効果：100万円，%

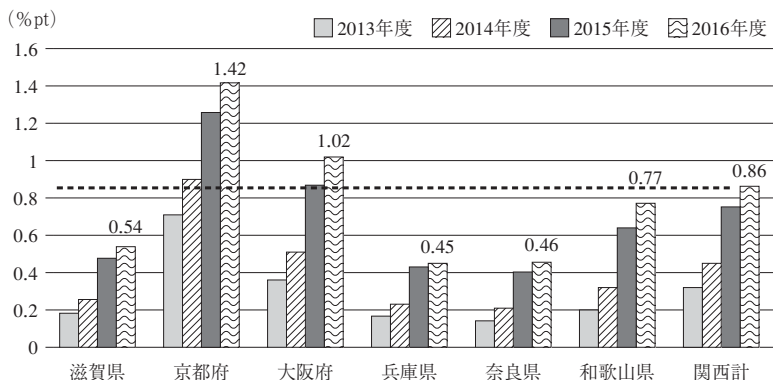
	2013年	2014年	2015年	2016年	寄与 (2013年)	寄与 (2014年)	寄与 (2015年)	寄与 (2016年)
滋賀県	10,280	15,319	30,197	35,151	0.18	0.26	0.48	0.54
京都府	69,712	90,845	131,663	148,831	0.71	0.90	1.26	1.42
大阪府	132,098	192,865	333,483	387,415	0.36	0.51	0.87	1.02
兵庫県	32,073	45,295	85,879	90,240	0.17	0.23	0.43	0.45
奈良県	5,094	7,409	15,021	17,563	0.14	0.21	0.40	0.46
和歌山県	7,128	11,274	22,470	28,137	0.20	0.32	0.64	0.77
関西計	256,385	363,007	618,713	707,338	0.32	0.45	0.75	0.86

雇用への効果：人，%

	2013年	2014年	2015年	2016年	寄与 (2013年)	寄与 (2014年)	寄与 (2015年)	寄与 (2016年)
滋賀県	1,441	2,204	4,334	5,115	0.20	0.31	0.62	0.74
京都府	13,383	17,607	24,923	28,214	1.05	1.38	1.94	2.17
大阪府	24,201	35,364	59,355	70,220	0.57	0.84	1.40	1.64
兵庫県	5,375	7,503	14,057	14,694	0.21	0.29	0.53	0.55
奈良県	939	1,361	2,792	3,317	0.15	0.22	0.44	0.52
和歌山県	1,240	1,942	3,651	4,670	0.27	0.41	0.76	0.97
関西計	46,578	65,981	109,112	126,230	0.47	0.66	1.09	1.25

ドに関していえば兵庫県は観光資源をうまく使いきれていないといえよう。これまで兵庫県の問題を指摘してきたが、2016年兵庫県のインバウンド観光消費ベクトルは前年比マイナスとなっており、観光政策にテコ入れが必要な局面にあるといえよう。もともと兵庫県は神戸市を中心に国内観光地としてはブランド力を維持してきたが、外国人にとってはまだまだ魅了的なコンテンツを提供できていないことが分かった。神戸市はビジョン2020を掲げ、若者に魅力のあるまちづくりを標榜しているが、インバウンドツーリズムでのブランド力再構築はビジョン実現にとって取り組むべき重要な課題といえよう。

図Ⅳ-1 訪日外国人消費の GRP への寄与度の推移（府県別）



V 分析からの政策的含意

当初危惧した2016年インバウンド需要の伸びは15年から減速したものの、着実に関西経済に寄与してきたというのが本稿の結論である。これまでの分析から、以下のような政策的含意が得られる。

すでに述べたように（表Ⅲ-1）、2015年は消費品目の構成がサービスから財にシフトすることにより、雇用の伸び（65.4%）が生産（70.6%）、付加価値（70.4%）より小さくなるという現象が観察されたが、16年では、生産（14.4%）、付加価値（14.3%）、雇用（15.7%）の伸びはほぼ同じレベルにある。このことは、15-16年にかけて相対的に財の消費が一服し、サービス消費が盛んになったことを示唆しており、雇用吸収力が高まったことを意味している。爆買いから新たな拡張局面に転じており、いわゆる「コト消費」取り組み強化の重要性を示唆していると考えられる。

兵庫県の分析から明らかなように、インバウンド消費は関西経済の成長にとって大きく寄与しているにもかかわらず、個別府県にとってはその寄与度は大きく異なることがわかる。関西広域の中で各府県がどのように発展する

関西のインバウンド産業は成長牽引産業になりうるか

かの視点が今後は重要となろう。関西の各府県はこれまで観光インフラをベースに観光戦略を展開してきたが、先行きを考えた場合、健康・スポーツやさらには医療の観光コンテンツへの組み込みが課題となろう。観光戦略のベースを拡大し、関西広域の中で比較優位を追求するスタンスが重要となろう。兵庫県のケースは過渡期の観光戦略の見直しの好事例を示していると思われる。

おわりに

最後にこれらに加えて、交通インフラの整備やハードソフトの受け入れ体制の強化の重要性を指摘しておこう。インバウンド需要を一層取り込むためにも、国籍別の観光特性を考慮した観光プロモーションの展開や支出需要の構造変化を的確にとらえ柔軟な対応が求められるが、本稿のようなマクロ分析に加えて、(例えば、訪日外国人のアンケート調査の個票を用いた)ミクロ分析が是非とも必要となろう。今後は研究をこの方向にも展開したい。

参考文献

- アジア太平洋研究所 (2016), 『アジア太平洋と関西 関西経済白書2016』
アジア太平洋研究所 (2017), 『アジア太平洋と関西 関西経済白書2017』
稲田義久・下田充 (2015), 「訪日外国人の消費による関西各府県への経済効果」
APIR Trend Watch No. 21, 2015年1月
稲田義久・下田充 (2017), 「訪日外国人消費の経済効果 —爆買いから新たな拡張局面へ: 比較2013-16年—」*APIR Trend Watch No. 42*, 2017年8月
小川亮・稲田義久 (2013), 「速報性と正確性が両立する県内 GDP 早期推計の開発」,
Asia Pacific Institute of Research Working Paper Series No. 33
国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向」(平成25年, 26年, 27年, 28年年次確報値)
国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査報告」(平成25年, 26年, 27年, 28年年次報告書)
日本銀行大阪支店 (2016), 「関西におけるインバウンド需要の動向～「訪日外国人消費動向調査」の個票データを用いた分析～」,
BOJ Reports & Research Papers, 2017年6月, http://www3.boj.or.jp/osaka/_userdata/chosa160617in.pdf

日本銀行大阪支店（2017）、「関西におけるインバウンド消費の経済効果」, *BOJ Reports & Research Papers*, 2017年7月 http://www3.boj.or.jp/osaka/_userdata/chosa170720.pdf

日本政府観光局（2017）「訪日外客数の動向」

アジア太平洋研究所（2017）、「停滞を抜けて内外需とも好材料が見られる関西 先行きの力強い改善に期待」, *Kansai Economic Insight Quarterly No. 34*, 2017年5月