

日本のインバウンド観光による経済効果

Economic Effects of Inbound Tourism in Japan

鈴木 紫

〈論文要旨〉

本稿では、近年の日本のインバウンドに関する政策やインバウンド観光の変化を概観するとともに、インバウンド需要の決定要因の実証的検証を行った。2010年以降、訪日外国人旅行者が年々急増する中で、インバウンド需要はどのように変化してきたのか、またその需要はどのような要因に影響を受けているのか計量的に分析した。主として都道府県別のデータを活用することにより、特に都道府県間のインバウンド需要の格差の決定要因について着目し考察した。まず、2010年以降、訪日外国人旅行者総数、出身地域別構成における都道府県の差は共に縮まっていることを示した。次に、インバウンド需要の決定要因を分析した推計においては、(1) (県外からの) 日本人旅行者数が多い、知名度が高い、(2) 外国人 (アジア人、中国人) の定着が進んでいる、都道府県での効果が大きいという結果を得た。また、観光予算がインバウンド需要に影響を与えるかを検証した分析においては、各都道府県の観光予算がインバウンド需要に対して統計的に有意に正の効果をもたらした、すなわち観光政策がインバウンド需要に即時的な効果をあげているという結果を得た。

〈キーワード〉

インバウンド、観光、訪日外国人、経済効果、消費

1. はじめに

国連世界観光機関 (UNWTO) によると、国際観光客数は、世界全体で2017年には13億2,200万人にも達し、年々増加傾向にある。近年、日本の外国人訪問者数も急速に増加し、2018年には3,000万人を超えた。さらに、世界各国・地域別に外国人訪問者数をみると、日本は、2010年には、世界で16位、アジアで6位であったが、2018年には世界で11位、アジアで4位となり、日本政府が目指している観光立国の地位を築きつつあるといえよう。

訪日外国人旅行客の増加に伴って、日本経済におけるインバウンド需要に対する注目が増し

ている。内閣府（2018）も指摘するように、訪日外国人旅行者の消費額、すなわちインバウンド消費額は、2017年には3兆5,253億円にまで増加し、国内家計最終消費支出の1.2%を占めるまでとなり、その後もインバウンド消費規模の拡大は続いている。日本銀行（2019a）は、インバウンド需要は消費のみならず、宿泊業などの設備投資にも寄与が大きいと報告している。また、日本の国際収支においても、インバウンド消費の影響は無視できないものとなっている。日本銀行（2019b）に公表されている国際収支表（2019年7月）によると、2018年の経常収支は、19.2兆円の黒字であり、その内訳は、貿易収支1.2兆円、サービス収支－0.8兆円、第1次所得収支20.9兆円、第2次所得収支－2.0兆円となる。サービス収支は、2018年には未だ赤字となっているが、その赤字額は、年々縮小傾向にある。主要要因の1つとして、サービス収支に含まれる旅行収支が2015年以降黒字化していることが挙げられる。経常収支の黒字化においても、訪日外国人旅行者数増加が寄与していることは明らかである。

日本経済に正の効果をもたらすとされるインバウンド需要であるが、これまでは、訪日外国人旅行者が東京や大阪などの大都市圏や、京都をはじめとする人気が高い観光地に集中し、特定の地域にインバウンド需要も集中しがちであった。しかし、近年、外国人旅行者の日本国内の訪問先が多様化し、地方にもインバウンドによる経済効果が波及しているとされる。内閣府（2018）は、インバウンド需要に関して、その地域間格差の存在を指摘するとともに、外国人旅行者の特性、リピーター化への課題、情報源などの旅行環境の整備などを分析し、インバウンド需要の拡大には未だ課題が多いことを指摘している。

インバウンドに関する先行研究は、観光統計整備の遅れもあり、観光庁や金融機関の研究所等の報告書が中心となっており、学術研究は未だ非常に薄いものとなっている。本稿は、入手可能な観光統計を活用し、インバウンドの現状を分析するとともに、インバウンド需要の決定要因を実証的に検証するものである。まず、日本のインバウンドの特徴を、日本全国、都道府県別に、外国人旅行者の地域別（国籍別）構成比に着目して概観する。次に、インバウンド需要の決定要因を検証するために、訪日外国人旅行者数（宿泊数）、訪日外国人旅行者（宿泊者）の総消費額という2種類の都道府県別データを活用し、それらの決定要因を計量的に分析する。最後に、日本と地方自治体におけるインバウンド政策について、その具体的な内容と変遷を論じた上で、観光予算のインバウンド需要への影響についても実証的に考察するものとする。

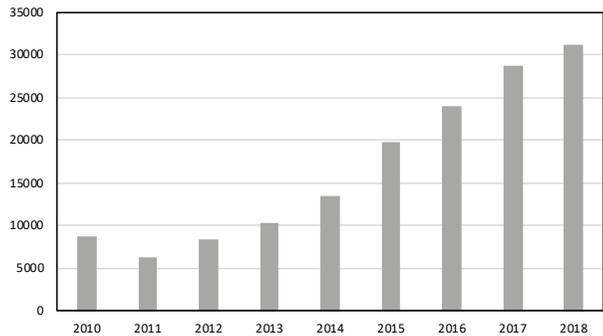
2. 訪日外国人旅行者の動向

訪日外国人旅行者数は、年々急速に増加する傾向にあり、2018年には3,119万人にまで至った。2010年の訪日外国人旅行者数は861万人にすぎなかったことから、10年弱で3.5倍を超える勢いで増加したといえる（図1）。インバウンドという用語も一般的となり、訪日外国人旅行者が日本経済に与える効果も年々増大している。観光白書（令和元年度）も指摘するように、訪日外国人旅行者増加が日本経済に与える効果としては、まず、観光産業の雇用や設備投資の

拡大など、観光産業自体の活性化が挙げられるだろう。加えて、インバウンド消費による消費促進効果が年々拡大しており、日本経済に与える影響力は非常に大きいといえる。訪日外国人旅行者の消費額自体が増大するのみならず、消費の幅も、日本人の消費と同様に、「爆買い」のようなモノ消費のみならずコト消費へと広がってきたとされる。また、訪日外国人旅行者の消費額の拡大は、訪問先の多様化に伴って地方にも波及しているとされ、インバウンドは地方創生効果としても大いに期待されている。このような状況下において、観光白書（令和元年度）においては、平成30年度の観光の状況を踏まえた令和元年度観光施策も、「訪日旅行の状況」「訪日外国人旅行者の増加が我が国経済にもたらす影響」を基として、特にインバウンドを特に重視した施策となっている。

本章では、近年（2010～2018年）の訪日外国人旅行者数、特に宿泊者数に着目し、日本全国の時系列的な変化について明らかにする。さらに、都道府県別の訪日外国人旅行者の特性に着目し、近年のインバウンド需要の都道府県間の相違の変化について分析するものとする。都道府県間のインバウンド需要の相違について分析することは、インバウンドをいかに効果的に地域創生に活用するという点においても意義があるといえよう。

図1 訪日外国人旅行者客数推移（千人）

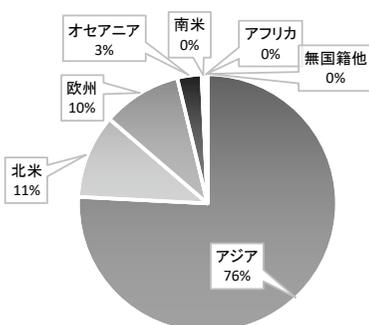


出所：日本政府観光局（JNTO）より筆者が作成

2.1 地域別訪日外国人旅行者の動向（日本全国）

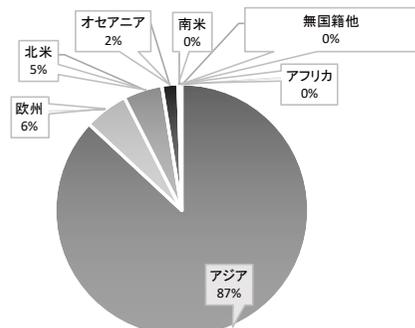
近年（2010～2018年）の訪日外国人旅行者に関する顕著な特徴としては、既述したような総数の急速な増加に加えて、外国人の地域（国籍）別構成の変化が挙げられる。いずれの地域

図2-1 訪日外国人旅行者 地域別構成比（2010年）



出所：日本政府観光局（JNTO）より筆者が作成

図2-2 訪日外国人旅行者 地域別構成比（2018年）



出所：日本政府観光局（JNTO）より筆者が作成

（国）からの外国人旅行者数も増加しているが、増加率の差により、構成比に変化が生じている。2010年と2018年の訪日外国人旅行者数（宿泊者数）の出身地域（国籍）別構成比を比較すると（図2-1, 図2-2）、両年共に、アジアからの旅行者数が過半数を占めていることは明らかであるが、この期間におけるアジアからの旅行者の比率の増大（76%→87%）は注目に値するだろう。逆に、北米や欧州からの旅行者の比率は減少傾向にある。

さらに、アジアからの旅行者に絞って、国籍別に、訪日外国人旅行者の構成比の変化を分析する。中国・台湾・香港からの旅行者の比率は増加しているのに対し（38%→48%）、韓国からの旅行者の比率はやや減少している（16%→14%）。中国・香港・台湾からの旅行者比率の増加に鑑みると、東南アジアや南アジアからの旅行者数の比率に大幅な増加はみられないものの、アジアからの訪日外国人旅行者の中でも国籍の多様化はみられる（表1）。

表1 アジア諸国からの旅行者が占める割合（中国・香港・台湾，アジア8か国）2010～2018年

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
中国・香港・台湾	37.6%	37.8%	39.7%	41.2%	45.0%	52.2%	50.9%	48.3%	48.4%
アジア（8か国）	60.7%	59.8%	59.9%	63.0%	65.0%	71.5%	71.1%	71.2%	70.5%

注： アジア8か国とは、全期間でデータが入手可能な、中国、香港、台湾、韓国、タイ、マレーシア、シンガポール、インドとする。

出所：日本政府観光局（JNTO）により筆者が作成

2.2 地域別訪日外国人旅行者の動向（都道府県別）

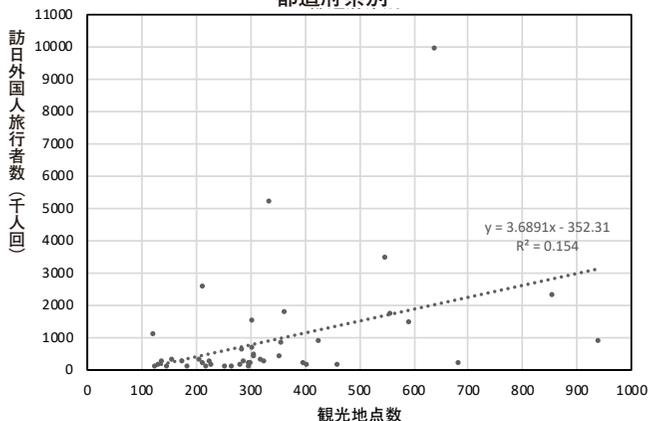
本節では、前節における日本全体の訪日外国人旅行者の動向も踏まえて、2010～2018年における都道府県レベルでの訪日外国人旅行者の特徴を考察するものとする。

まず、各都道府県を訪問した訪日外国人旅行者数と観光地点数との関係を考察する。図3は、2016年の都道府県の観光地点（拠点）数と訪日外国人旅行者数を示したもので

ある。観光地点数と訪日外国人旅行者数の関係は、弱い正の相関である上、外れ値も多いものとなっている。

次に、2010～2018年に、各都道府県を訪問した訪日外国人旅行者数の都道府県間格差を、変動係数により分析する（表2）。この期間において、変動係数は2.0～2.5で推移しており、訪日外国人旅行者数には都道府県間格差がみられるといえる。この格差は2010年以降、2016

図3 2016年 観光地点数と訪日外国人旅行者数（宿泊者数）都道府県別



出所：国土交通省 全国観光入込客統計より筆者作成

年前後まで縮小する傾向にあり、訪日外国人旅行者の訪問先が拡大・多様化したことが示唆されているといえよう。

表2 都道府県訪日外国人旅行者数の変化（変動係数）

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
変動係数	2.48	2.37	2.47	2.32	2.32	2.14	2.12	2.14	2.16

出所：日本政府観光局（JNTO）により筆者が作成

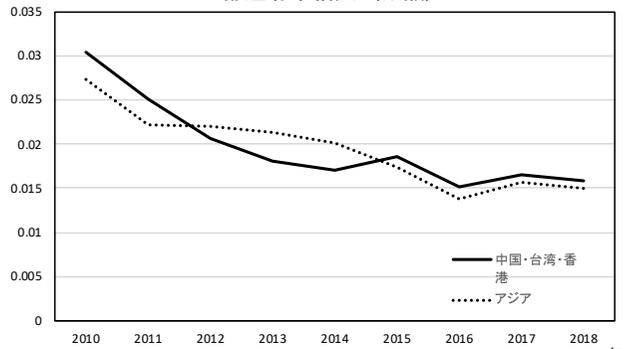
さらに、各都道府県を訪問した外国人旅行者総数に対する、(1) 中国・香港・台湾からの旅行者、(2) アジア8か国からの旅行者が占める比率に着目する。訪日外国人旅行者の訪問先が大都市圏のみならず地方にも拡大している中で、訪日外国人旅行者の出身地域（国籍）別構成比が、都道府県ごとに特徴がみられるのか、あるいは一様化しているのかを分析することは興味深いだろう。2010～2018年の47都道府県の(1)、(2)の比率の分散を算出し、都道府県間差の変化を検証する。(1)、(2)共に、都道府県データにおける分散は減少傾向にある、すなわち、アジア系の訪日外国人旅行者数の増加（構成比における）は、都道府県レベルでも共通する特徴であり、その構成比は一様化の傾向にあるといえる（図4）。特に、その傾向は、2010～2016年に急速に進み、2016年

以降は落ち着いているといえるだろう。例えば、(1)の中国・香港・台湾からの旅行者は、2010年には、旅行者の国籍が多様化している京都府や広島県、熊本県、大分県、鳥取県などでは、外国人総旅行者数における比率が20%を下回っていたが、2018年にはそれらの都道府県でもその比率の上昇がみられ

た。(2)についても、アジア8か国からの旅行者の比率が、2010年には50%を下回っていた都道府県として、大都市圏（東京都、神奈川県、埼玉県）、茨城県、旅行者の国籍が多様化している京都府や広島県、徳島県が挙げられるが、そのうちほとんどの都道府県で、2018年にはその比率が50%を上回るまで変化している。

以上から、まず、訪日外国人旅行者総数には、都道府県間格差が存在するが、その差は必ずしも観光地点（拠点数）と関係が強いものではない。そして、その都道府県間格差は2010年以降、やや縮小傾向にあるといえる。さらに、外国人旅行者の出身地域（国籍）別構成比をみると、都道府県間の相違（差別化）は縮小傾向にある。2010年以降、アジアからの旅行者が急増したという傾向は、日本全体だけでなく、都道府県レベルでも成り立ち、都道府県間の地域（国籍）別構成比での格差（差別化）は縮小しているといえよう。これらは、外国人旅行者

図4 地域別訪日外国人旅行者（中国他、アジア）比率 都道府県格差（分散）



出所：日本政府観光局（JNTO）より筆者が作成

の訪問先の地方分散、アジアからの旅行者が訪問先を日本全国に分散させた結果を表しているといえよう。しかしながら、外国人旅行者の出身地域（国籍）別構成比における、相違（差別化）の縮小傾向は、都道府県レベルでの観光政策の差別化が進んでいない結果とも解釈できるため、その評価が難しいといえる。

3. 外国人旅行者数、外国人旅行者の消費額の決定要因

本章では、近年の外国人旅行者による訪問先の多様化に着目し、各都道府県の訪日外国人旅行者数（宿泊数）、訪日外国人旅行者の総消費額の決定要因を計量的に分析するものとする。各都道府県の訪日外国人旅行者数（宿泊数）、訪日外国人旅行者の総消費額は、観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査（観光庁提供）に基づくデータを使用する。前章では、2010～2018年に、外国人旅行者に関して、総数、国籍（地域）別構成において、都道府県間の相違がやや縮小したと述べた。しかし、やや縮小傾向にあるものの依然として存在する訪日外国人旅行者数（宿泊数）の都道府県ごとの特徴について、その要因を追及することは、インバウンドによる経済効果を全国的に分散させ、波及させるための指針になるであろう。さらに、訪日外国人旅行者による総消費額に関する検証は、インバウンド消費拡大の鍵を探ることにつながるだろう。

訪日外国人旅行者数、外国人旅行者の消費額など、インバウンド需要の決定要因に関する先行研究として、例えば、姚他（2015）は、訪日中国人観光客の旅行先選択の影響要因を、2007～2011年の都道府県データを用いて実証的に検証している。また、西川（2019）は、訪日外国人の日本国内での需要構造についてAIDSモデル関数を用いて考察している。他にも、みずほ総合研究所（2016）や稲田他（2019）のように、国土交通省観光庁が実施している『訪日外国人消費動向調査』や国籍別訪日外国人旅行者数などの観光データを用いたレポートがある。しかしながら、観光統計の整備の遅れもあり、インバウンド需要に関する学術的研究は未だ薄いといえよう。

本章では、各都道府県を訪問する外国人旅行者数（宿泊数）、外国人旅行者（宿泊者）消費総額（観光、ビジネス）の決定要因を、主要データの入手が可能である2013年～2016年の都道府県別データを活用し、以下の推計式（1）により計量的分析を行うものとする。

$$FTour_{1,2,t} = \beta_0 + \beta_1 JTour_{i,t} + \beta_2 TourP_{i,t} + \beta_3 Info_{i,t} + \beta_4 RateF_{i,t} + \beta_5 Conf_{i,t} + \beta_6 CI_t + \gamma_i + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

実証分析においては、各都道府県（ i ）を訪問する外国人旅行者宿泊数、宿泊外国人旅行者消費総額（観光、ビジネス）を被説明変数（それぞれ $FTour1$, $FTour2$ ）とする。県外からの日本人旅行者（宿泊者）数（ $JTour$ ）、観光地数（ $TourP$ ）、情報化（ $Info$ ）、在留外国人対人口比率（ $RateF$ ）、国際会議数（ $Conf$ ）、年別景気動向インデックス（ CI ）を説明変数とする。各都道府県の観光・ビジネス面での知名度の代理変数として、県外からの日本人旅行者数（ $JTour$ ）、観光地数（ $TourP$ ）を用いる。観光地数としては、自然、歴史文化、温泉・健康、スポーツ、

都市型観光、イベント・行事などの種別の観光拠点数も活用する。訪日外国人旅行者の情報収集手段の発達度として、総務省通信利用動向調査におけるインターネット利用状況（個人）を活用する。外国人ネットワークが訪日外国人旅行者数に及ぼす効果として、在留外国人数の対（都道府県）総人口比率を用い、在留外国人、在留アジア系外国人、在留中国人について3種類の比率を用いることとする。推計方法としては、欠落変数バイアス（omitted variables bias）の問題を軽減するために、固定効果モデル（Fixed Effects Model）を用いることとする。

表3は、訪日外国人旅行者数（宿泊者）の決定要因の実証結果を示している。訪日外国人は、（県外の）多くの日本人が訪問する、知名度が高い都道府県に、訪問する傾向にあるといえる。また、特定の種別の観光拠点数（スポーツ・レクリエーション、歴史・文化）も、訪日外国人旅行者数に統計的に有意な効果を及ぼしている。注目すべきは、外国人ネットワーク効果の指標とした、在留外国人比率、在留アジア系外国人比率、在留中国人比率が、訪日外国人旅行者の訪問に対して統計的に有意な正の効果をもたらしていることである。このような効果は、坪内（2018）が多文化共生社会の事例研究として、外国人市民同士のネットワークや人材育成等の取り組みがインバウンド分野でも重要であると示していることともつながるだろう。他方で、訪日外国人旅行者数の増加をもたらすと予測された、観光拠点数（総数）、国際会議数、情報

表3 訪日外国人旅行数の決定要因 2013-2016年
被説明変数：都道府県別訪日外国人旅行者宿泊数(千人回)

説明変数	推定結果1	推定結果2	推定結果3
県外からの日本人旅行者(宿泊者)総数(Ftour)	0.27 *** (0.07)		
観光拠点数(TourP)		0.016 (1.63)	
観光拠点数:自然			-1.38 (1.63)
観光拠点数:歴史・文化			-9.52 * (5.68)
観光拠点数:温泉・健康			8.09 (16.08)
観光拠点数:スポーツ・レクリエーション			14.06 *** (4.40)
観光拠点数:都市型観光			-20.59 (14.95)
情報化(インターネット利用率, Info)	-10.50 (17.49)	-4.79 (18.72)	-1.14 (18.32)
国際会議数(Conf)	2.04 (1.83)	2.26 (1.91)	2.24 (1.92)
在留外国人比率(対総人口(%), RateF)	4316.49 * (2349.69)	-254.92 (2374.91)	-1067.29 (2394.67)
在留アジア系外国人比率(対総人口(%))	-396.99 (2533.52)	5294.52 ** (2399.29)	5765.15 ** (2453.74)
在留中国人比率(対総人口(%))		4968.53 *** (1816.93)	
景気動向インデックス(CI, 年別)	23.47 (29.79)	29.40 (31.14)	8.37 (31.24)
決定係数	0.456	0.498	0.3854
観測数	173	173	173

注:カッコ内は、標準偏差。*有意水準10%未満、**有意水準5%未満、***有意水準1%未満。
出所:筆者推定

化(インターネット利用率)は、都道府県別の訪日外国人旅行者数を有意に説明する要因となっていない。

次に、表4-1、表4-2は、訪日外国人旅行者数(宿泊者)の総消費額の決定要因分析結果である。宿泊者の消費額としては、観光目的の宿泊者、ビジネス目的の宿泊者に分けて算出した2種類の総消費額を活用する。総消費額に関する実証分析結果は、訪日外国人旅行者数を被説明変数とした分析結果と類似した結果を得ている。(県外の)日本人も多く訪問する、すなわち知名度が高い都道府県ほど、観光目的、ビジネス目的とも総消費額が促進されている。さまざまな種別の観光拠点数が与える統計的有意な結果は、外国人旅行者の目的(観光、ビジネス)により相違もみられるが、スポーツ・レクリエーションの観光拠点数の効果が両目的で正の効果をもたらしているのは注目されよう。さらに、在留外国人比率、在留中国人比率にみられる外国人ネットワーク効果は、総消費額の分析においても統計的有意な効果が観測された。さらに、訪日外国人旅行者の総消費額は、景気動向にも左右されるといえる。

なお、訪日外国人旅行者数(宿泊者)、訪日外国人旅行者数(宿泊者)の総消費額の2つの決定要因分析の説明変数には、宿泊施設数(総数、リゾートホテル、シティホテル、ビジネスホテルなど種別のホテル数など)も加えたが、宿泊施設数による統計的有意な効果はみられなかったことを追記しておく。

表4-1 訪日外国人旅行者(宿泊者)の総消費額の決定要因(観光) 2013-2016年
被説明変数: 都道府県別訪日外国人旅行者観光目的消費総額(百万円)

説明変数	推定結果1	推定結果2	推定結果3
県外からの日本人旅行者(宿泊者)総数(Ftour)	14.96 ** (5.78)		
観光拠点数(TourP)		117.20 (78.92)	
観光拠点数:自然			-429.64 * (247.86)
観光拠点数:歴史・文化			-437.90 (266.99)
観光拠点数:温泉・健康			1616.11 ** (755.66)
観光拠点数:スポーツ・レクリエーション			780.11 *** (206.71)
観光拠点数:都市型観光			88.29 (702.95)
情報化(インターネット利用率, Info)	-1228.70 (1529.84)	-636.54 (907.29)	-291.66 (860.90)
国際会議数(Conf)	54.82 (158.80)	-0.85 (92.51)	1.65 (90.47)
在留外国人比率(対総人口(%), RateF)	511846.50 ** (208878.90)	220051.70 * (115123.50)	189548.20 * (112580.40)
在留アジア系外国人比率(対総人口(%))	-328070.00 (222721.10)	-103447.60 (116296.50)	-116465.60 (115342.00)
在留中国人比率(対総人口(%))	442216.90 *** (151791.60)	235513.80 *** (88072.92)	
景気動向インデックス(CI, 年別)	5376.86 ** (2564.34)	3223.67 ** (1500.12)	1738.85 (1459.64)
決定係数	0.294	0.182	0.1045
観測数	173	174	174

注:カッコ内は、標準偏差, *有意水準10%未満, **有意水準5%未満, ***有意水準1%未満。
出所:筆者推定

表4-2 訪日外国人旅行者(宿泊者)の総消費額の決定要因(ビジネス) 2013-2016年
被説明変数: 都道府県別訪日外国人旅行者ビジネス目的消費総額(百万円)

説明変数	推定結果1	推定結果2	推定結果3
県外からの日本人旅行者(宿泊者)総数(Ftour)	7.82 ** (3.04)		
観光拠点数(TourP)		-32.49 (73.40)	
観光拠点数:自然			255.63 (209.13)
観光拠点数:歴史・文化			-996.35 *** (225.45)
観光拠点数:温泉・健康			-1096.68 * (637.87)
観光拠点数:スポーツ・レクリエーション			1065.90 *** (175.35)
観光拠点数:都市型観光			-207.91 (593.85)
情報化(インターネット利用率, Info)	-923.08 (804.00)	-885.17 (843.90)	-701.42 (727.32)
国際会議数(Conf)	42.70 (83.46)	45.00 (86.01)	18.76 (76.31)
在留外国人比率(対総人口(%), RateF)	203704.00 * (109775.60)	116556.40 (107021.10)	70476.87 (95003.54)
在留アジア系外国人比率(対総人口(%))	-103598.30 (117050.30)	27561.20 (108112.00)	27347.90 (97308.55)
在留中国人比率(対総人口(%))	209199.50 ** (79773.58)	206530.60 ** (81931.51)	
景気動向インデックス(CI, 年別)	2601.53 ** (1347.68)	2680.90 * (1394.59)	1660.23 (1231.50)
決定係数	0.373	0.362	0.0222
観測数	173	173	173

注:カッコ内は、標準偏差、*有意水準10%未満、**有意水準5%未満、***有意水準1%未満。
出所:筆者推定

以上から、都道府県レベルでみた訪日外国人旅行者数、訪日外国人旅行者の総消費額は、共に、都道府県の知名度(県外からの日本人旅行者(宿泊者)数)に影響を受けているといえる。さらに、在留外国人、なかでも在留アジア系の外国人、在留中国人のネットワークが、インバウンド需要に対して統計的有意な正の効果を持つことも示された。近年、訪日外国人旅行者が急増し、訪問先が多様化する中で、(1)日本人旅行者も誘致できている、(2)外国人(特にアジア系、中国人)の定着が進んでいる都道府県が、訪日外国人旅行者誘致においても優位にあるといえよう。逆に、本章の実証分析においては、通常、訪日外国人誘致に効果があると推測される、観光地点数(総数)、国際会議数による正の効果はみられず、むしろ観光地点数については種別により正負の異なる効果がみられることも示された。

4. 日本のインバウンド政策の変遷とその効果

日本政府は、日本の経済成長、さらには地方創生の鍵として、重点政策の1つとしてインバウンド需要に取り組んでいる。観光白書(令和元年度版)にもあるように、日本政府は、ビザの戦略的な緩和、外国人向け消費税減免制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワー

クの拡大など、外国人誘致のための様々な取り組みを、短期間に次々と実行に移してきた。近年、訪日外国人旅行者数が急増する中、外国人の訪問先、消費内容、さらには日本経済全体や地方経済にもたらす経済効果が多様化している。このような中、日本政府と地方自治体は、互いに連携しながら、どのようなインバウンド政策を採っているだろうか。本章では、日本政府と地方自治体のインバウンド政策について概観する。日本政府のインバウンド政策については、2016年3月に公表された「明日の日本を支える観光ビジョン」、その前後の観光予算項目に着目し、観光予算の内容や変遷について考察する。地方自治体（特に都道府県レベル）のインバウンド政策については、先行文献を基に、具体的取り組み例と、地方自治体の政策全体の課題について総括するものとする。さらに、各都道府県での観光政策がインバウンド需要に与える影響について、実証分析により検証するものとする。

4.1 日本政府のインバウンド政策の推移

日本政府は、2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を公表し、観光先進国を目指して3つの視点と10の改革を打ち出した。3つの視点とは、(1) 観光資源の魅力を高め、地方創生の礎に、(2) 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に、(3) すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に、というものである。その上で、訪日外国人旅行者数の目標を2020年には4,000万人、2030年には6,000万人と掲げている。表5-1と表5-2は、平成26年度（2014年度）と平成31年（令和元年）度（2019年度）の日本政府の観光予算関係総括表である。

それぞれ、2016年の「明日の日本を支える観光ビジョン」の公表前と公表後の観光予算である。政府の総予算の変化、観光庁関係の予算に含まれる項目の内訳などに鑑みても、観光庁関連予算は、98億1,100万円（2014年度）から665億9,600万円（2019年度）に大幅に増加しており、日本政府がこの5年間に予算もかけ、重点をおいて観光政策に取り組んできたことは明白である。両年度の観光予算の項目をみると、日本のインバウンド政策として、旅行環境整

表5-1 観光庁関係予算総括表

	平成26年度 (百万円)
1. 訪日外国人旅行者数拡大に向けたインバウンド政策の推進	8,497
戦略的訪日拡大プランの推進(ビジット・ジャパン事業)	1,202
訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)	4,903
宿泊施設の情報提供促進事業	11
通訳ガイド制度の充実・強化	19
国際会議等(MICE)の誘致・開催の促進	450
日本政府観光局(JNTO)運営費交付金	1,912
2. 観光地域づくり支援	522
観光地ビジネス創出の総合支援	72
観光地域ブランド確立支援事業	274
地域観光環境改善事業	86
観光地域動向調査事業	39
観光地域評価事業	50
3. 旅行振興	60
旅行の安全の確保・向上方策検討調査	24
ユニバーサルツーリズム促進事業	37
4. 観光統計の整備	429
5. その他(経常事務費等)	302
合計	9,811

出所：平成26年度観光庁関係予算決定概要 pp2

備（出入国手続き、交通機関、通訳や多言語対応、情報入手の容易化）、観光産業の基幹産業化、観光による地域創生事業（観光地域のブランド確立、観光資源の活用、地方への誘客）、そして、観光統計の整備が、共通点として挙げられる。2019年度の予算においては、2014年度の予算に比べ、予算の項目をより細分化して公表していることも特徴である。さらに、体験滞在型満足度を高めるための観光資源の整備、人材育成、民泊サービスの普及、ICTの活用など、訪日外国人旅行者のニーズに対応した新しい政策の舵取りもみられ、その成果も徐々に現れ始めているとい

えよう。例えば、旅行環境の整備やICTの活用については、鷺尾・篠崎（2018）が、全国の自治体のアンケート調査結果を活用し、ICTを活用した施策（観光案内の多言語化、Wi-Fiアクセスポイントの設置）を実施している地域ほど、訪日外国人観光客・宿泊客の数が増加しているという実証結果を示している。

インバウンド政策において特に重要視されているのは、訪日外国人旅行者の分散（地方誘客）であり、さらには、日本全国各地が持つ多種多様な観光資源とさまざまな国籍の訪日外国人旅行者のニーズとのマッチングである。本稿では、近年、外国人旅行者の地域別構成に関する都道府県格差が縮小しているものの（2章）、知名度すなわち日本人旅行者にも人気があり、外国人ネットワークの強い都道府県が訪日外国人観光客の誘致にも成功しているという事実が示された（3章）。このような現状において、日本政府が主導するインバウンド政策の枠組の中で、各地方自治体は、どのようなインバウンド政策を採っているのだろうか。次節では、各地方自治体、都道府県におけるインバウンドに関する取り組みを概観するものとする。

4.2 地方自治体（都道府県）でのインバウンド政策

各地方自治体は、日本政府のインバウンド政策を基とし、地域創生の切り札として、自らの

表5-2 観光庁関係予算総括表

	平成31年度 (百万円)
1. ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備	27,865
円滑な出入国の環境整備	7,063
円滑な機関等の環境整備	3,011
Fast Travel の推進	3,500
公共交通利用環境の革新等	5,500
ICT等を活用した多言語対応等による観光地の「まちあるき」の満足度向上	3,050
旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保	251
旅行外国人旅行者受け入れ環境整備緊急対策事業	5,474
ユニバーサルツーリズムの促進事業	16
2. 我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化と観光産業の基幹産業化	14,878
ICTの活用等による先進的プロモーションの実施	5,149
戦略的訪日プロモーションの実施	9,049
MICE誘致の促進	156
観光産業の生産性向上推進事業	99
観光産業における人材確保・育成事業	162
歴史的資源を活用した観光まちづくりの担い手支援・育成	13
通訳ガイド制度の充実・強化	55
健全な民泊サービスの普及	193
3. 地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上	22,441
インフラを始めとした地域資源を活用したコンテンツ造成等	1,300
最先端観光コンテンツ インキュベーター事業	1,300
地域の観光戦略推進の核となるDMOの改革	2,296
地域観光資源の他言語解説整備支援事業	1,000
文化資源（文化財等）を活用したインバウンドのための環境整備	10,000
国立公園のインバウンドに向けた環境整備	5,080
広域周遊観光促進のための観光地域支援事業	1,391
テーマ別観光による地方誘客事業	74
4. 観光統計の整備	653
5. その他(経常事務費等)	782
合計	66,598

出所：平成31年度観光庁関係予算概要 pp1

観光資源を活用してインバウンド施策を実行している。日本銀行（2019b）も指摘するように、地方自治体は、少子高齢化による経済の縮小に対する危機感がとりわけ強いため、インバウンド需要を積極的に取り組もうとする強い姿勢が見受けられる。

観光白書（令和元年度版）は、各自治体でのインバウンド政策の具体例として、コト消費、歴史・文化体験、体験型観光コンテンツの呼び起こしなどを示している。また、訪日外国人旅行者のコト消費に着目した、地方自治体の誘客例として、沖縄リゾートウェディング、伊勢志摩での海女小屋体験、高野山での宿坊体験、瀬戸内しまなみ海道サイクルツーリズムなどを挙げている。また、歴史・伝統文化体験として、阿波エリアの伝統文化体験プログラム、篠山城下町における古民家活用などを、体験型観光コンテンツの掘り起こしとして、ナイトタイムの有効活用、ビーチの通年利用などを紹介している。

日本銀行（2019b）は、インバウンド需要獲得に向けた地方自治体の取り組みの特徴として、インバウンド客を受け入れる環境整備、スマホアプリやSNSの活用教科・デジタルマーケティングの導入、コト消費の拡大を受けた取り組みを挙げている。なかでも、各地方自治体は、自動翻訳機の貸与、外国人スタッフの採用、Wi-Fiの整備、キャッシュレス化など、インバウンド客の受け入れ環境の整備に力をいれてきたとしている。その成果として、2018年度の訪日外国人旅行者に対して実施した、受入環境に関するアンケート調査項目である「旅行中に困ったこと」において、2年前からの大幅な改善がみられたことは着目すべきであろう。

また、日本交通公社（2018）は、地域経済におけるインバウンド需要を高めるためには、3つの視点すなわち、(1) 訪日外国人旅行者数を増やす、(2) 1人あたりの消費単価を上げる、(3) 域内調達率を高める、という点が重要であるとしている。具体的には、(1) には、魅力の発掘と発信、交通アクセスの整備と広域連携、市場の絞り込み、(2) には、ナイトライフなど消費時間の増加、消費拠点や対象の増加、(3) には、地域産品の活用、商品開発、活用する観光資源の拡大、地域の人材活用などが不可欠であるとしている。地方自治体のインバウンド政策においても、これらの視点からの工夫がされるようになり、訪日外国人旅行者の数のみではなく、消費単価や満足度、すなわち旅行者の「質」も追求する方針に変化しつつある。

中村（2017）は、観光大国においては、通常、インバウンドは大都市に集中する、すなわち一極集中となりがちであると指摘し、日本のインバウンドを、大都市圏から地方への分散が早期に始まっているという点で高く評価している。訪日外国人旅行者の消費や需要を地域内で好循環させることにより、地域活性化につなげていくことこそが、地方自治体によるインバウンド政策の課題だと提言している。さらに、地方自治体と個々の企業の連携だけでなく、周辺の地方自治体間の連携も不可欠となるとも言及している。

本章で指摘したように、インバウンド需要を高めるためには、訪日外国人旅行者数のみならず、消費単価など「質」も含んだ訪日外国人旅行者による消費総額との両面から検証することが重要である。本稿の3章で、訪日外国人旅行者数、訪日外国人旅行者の総消費額の2種類のデータを用いて行った実証分析結果は、地方自治体によるインバウンド政策の課題を両面から

示唆したものであるといえるだろう。

4.3 観光政策がインバウンド需要に与える効果

本節では、各都道府県におけるインバウンド政策予算を含む観光予算に着眼し、その効果の有無について計量的に分析するものとする。推計式は、推計式(1)の説明変数に、観光予算(Bud)を加えたものとし、固定効果モデル(Fixed Effects Model)を活用するものとする。推計式の被説明変数として、各都道府県(i)における、訪日外国人旅行者総消費額(観光、ビジネスの双方を含む)、訪日外国人旅行者(宿泊者)総消費額の対民間最終消費支出比率(%)の2種類を用い、各都道府県にもたらす経済効果(直接的消費効果)の指標とする。訪日外国人旅行者(宿泊者)総消費額について、民間最終消費支出に対する比率を用いるのは、都道府県の経済規模を調整したインバウンド消費についても実証的に検証するためである。説明変数は、観光予算(Bud)に加えて、県外からの日本人旅行者(宿泊者)数(JTour)または観光地点数(TourP)、情報化(Info)、在留外国子対人口比率(RateF)、国際会議数(Conf)、年別景気動向インデックス(CI)とする。実証分析では、観光予算(すなわち各都道府県の観光支出)が、その年の訪日外国人旅行者による消費額、もしくは経済規模を調整した消費額に対して、統計的有意な正の効果をもたらすかを検証する。都道府県間で比較可能な観光予算データが2013～15年のみ入手可能であるため、その期間のデータを活用して分析するものとする。観光政策の効果は、政策を採ってから効果が表れるまで、時差が生じることも見込んで測定すべきものである。しかし、データの制約により、本節では即時的な効果に絞った検証を行うものとする。

表6-1、表6-2は、被説明変数に、訪日外国人旅行者総消費額(観光、ビジネスを含む)、訪日外国人旅行者(宿泊者)総消費額の対民間総支出比率の2種類データを用いて、推計を行った結果である。それぞれの推計結果の説明変数は、表6-1、表6-2の通りである(推計に用いた説明変数: YES)。推計結果において、観光予算(Bud)は、インバウンド需要に対して統計的有意な正の効果をもたらしていることを示している。観光予算が大きい、すなわち、観光施策に注力している都道府県ほど、インバウンド消費額がより大きいものとなっているといえ

表6-1 訪日外国人旅行者(宿泊者)の総消費額の決定要因(観光とビジネス) 2013-2015年
被説明変数: 都道府県別訪日外国人旅行者(宿泊者)消費総額(百万円)

説明変数	推定結果1	推定結果2
観光予算(Bud)	0.055 *** (0.01)	0.059 *** (0.01)
県外からの日本人旅行者(宿泊者)数(Jtour)	YES	NO
観光拠点数(TourP)	NO	YES
情報化(インターネット利用率, Info)	YES	YES
国際会議数(Conf)	YES	YES
在留外国人比率(対総人口(%), RateF)	YES	YES
在留アジア系外国人比率(対総人口(%))	YES	YES
在留中国人比率(対総人口(%))	NO	YES
景気動向インデックス(CI, 年別)	YES	YES
決定係数	0.256	0.418
観測数	130	130

注:カッコ内は、標準偏差。*有意水準10%未満、**有意水準5%未満、***有意水準1%未満。
出所:筆者推定

表6-2 訪日外国人旅行者(宿泊者)の総消費額/対民間総支出の決定要因 2013-2015年
被説明変数: 訪日外国人旅行者(宿泊者)の総消費額/対最終民間消費支出(%)

説明変数	推定結果1	推定結果2
観光予算(Bud)	0.00000017 * (0.000)	0.00000020 * (0.000)
県外からの日本人旅行者(宿泊者)数(Jtour)	YES	NO
観光拠点数(TourP)	NO	YES
情報化(インターネット利用率, Info)	YES	YES
国際会議数(Conf)	YES	YES
在留外国人比率(対総人口(%), RateF)	YES	YES
在留アジア系外国人比率(対総人口(%))	YES	YES
在留中国人比率(対総人口(%))	NO	YES
景気動向インデックス(CI, 年別)	YES	YES
決定係数	0.0337	0.0002
観測数	130	130

注:カッコ内は、標準偏差。*有意水準10%未満、**有意水準5%未満、***有意水準1%未満。
出所:筆者推定

る。しかし、被説明変数を訪日外国人旅行者の総消費額の対民間最終消費支出比率とした分析、すなわち経済規模を調整した推計においては、推計モデル自体の信用性に疑問が残ることを注記しておく。さらに、観光予算自体が、観光地点数、県外からの日本人旅行者（宿泊者）数（知名度）、国際会議数などにも影響を及ぼすといったことも推測されるため、観光予算による統計的有意な効果に対する解釈には困難な面も多い。また、本節の推計における内生変数の問題は、観光に関する時系列データが整備され、操作変数を使った実証分析が可能となるまでの課題としたい。

5. 結び

本稿では、近年の日本のインバウンドに関する政策やインバウンド需要の変化を概観するとともに、その効果の決定要因の実証的検証を行った。2010年以降、訪日外国人旅行者が年々急増する中で、日本全体そして各都道府県において、インバウンド需要はどのように変化してきたのか、またその効果はどのような要因に影響を受けているのかを計量的に分析を行った。分析の中では、都道府県別のデータの活用により、特に都道府県間のインバウンド需要の相違の決定要因について着目して考察することとした。以下は、本稿における研究成果である。

まず、訪日外国人旅行者の出身地域別（国籍別）構成をみると、2010年以降は全国的にアジアからの旅行者が増加する傾向にあり、その傾向は都道府県レベルでもみられた。訪日外国人旅行者総数、出身地域（国籍）別構成における都道府県の差は共に縮まっていることが示された。次に、インバウンド需要の指標として、訪日外国人旅行者数（宿泊数）、訪日外国人旅行者（宿泊者）の総消費額を活用し、その決定要因を分析した推計においては、(1)（県外からの）日本人旅行者も誘致できている、(2) 外国人（アジア人、中国人）の定着が進んでいる、都道府県でのインバウンド需要が大きいという結果を得た。さらに、日本政府と地方自治体が連携し、訪日外国人旅行者のさらなる増加を目標に、旅行環境整備、観光産業の基幹産業化、観光による地域創生と、多面的な観光対策を採ってきたことを、特に観光予算に着目し、政策の具体的内容も概観した。そして、インバウンド需要に与える影響に関する実証分析でも各都道府県の観光予算が統計的有意に正の効果をもたらす、すなわち観光政策がインバウンドに即時的な効果をあげているという結果を得た。

本稿で得た実証分析結果は、都道府県レベルで、訪日外国人旅行者数、訪日外国人旅行者の消費額というインバウンド需要を高めるために、どのような観光政策を採るべきかという指針となるであろう。観光予算がインバウンド需要を促すという統計的有意な実証結果は、各都道府県における観光政策の成果を表している。また、訪日外国人旅行者総数での都道府県間の差が、近年やや縮小したことは、外国人旅行者の訪問先の地方分散という観点から歓迎すべきであろう。他方、アジアからの旅行者に着目した、出身地域（国籍）別構成比の都道府県の差の縮小については、日本への訪問頻度が高く、リピーター化も期待されるアジアからの旅行者が、訪問先を日本全国に分散させたと評価できる反面、都道府県特有の観光資源の特徴を活かし、

特定の地域からの外国人をターゲットとするような観光政策に大きな成果がみられない、すなわち都道府県レベルでの観光政策の差別化が進んでいないとも捉えられ、その評価は困難だといえよう。

最後に、本稿における日本のインバウンド需要の分析について、今後の課題を提起したい。

第1に、インバウンドによる経済効果を正確に測るための改善や工夫である。本稿では、インバウンド需要として、訪日外国人旅行者（宿泊者）数、訪日外国人旅行者（宿泊者）による総消費額を用いた。まず、未だ欠損値が多い日帰り旅行者の総数や消費額とのデータ統合は課題といえる。さらに、インバウンドによる経済効果をより正確に測るには、旅行消費額という直接効果のみならず、生産波及効果、付加価値誘発効果、雇用誘発効果等も含めた複合的な経済波及効果とするべきであろう。観光庁によれば、2017年の旅行消費（訪日外国人のみならず全旅行者）による経済波及効果の推計は、旅行消費額27.1兆円に対して、生産波及効果55.2兆円、付加価値誘発効果27.4兆円、雇用誘発効果472万人となっている。インバウンドによる経済効果の決定要因を基に、観光政策や地域創生の課題を追及するには、直接的な消費効果のみならず、経済波及効果をみるべきであり、より正確なインバウンドによる経済効果の測定は今後の課題としたい。稲田・下田（2017）は、訪日外国人消費の経済効果について、関西各府県の経済への影響を推計しており、その推計方法は課題解決の糸口となるだろう。

第2に、本稿での実証分析におけるデータの改善である。本稿での推計は、都道府県別データの制約上、2013～2016年（もしくは2015年）という非常に短期間のデータによるものとなった。推計の精度を上げるため、さらに2010年以降訪日外国人旅行者数の急増の中でのインバウンド需要の変化を観測するためにも、推計における観測数の増加は課題となる。また、推計における内生変数に関する問題も残っており、データの蓄積後、操作変数も活用したうえで再推計することを課題としたい。

第3に、インバウンドがもたらす負の経済効果について記述したい。本稿においては、訪日外国人旅行者数や訪日外国人旅行者による消費額の増加は、日本全国や各都道府県の地域創生に対して、正の効果をもたらすものとして考察を行った。しかし、訪日外国人旅行者増加に伴うオーバーツーリズム問題が課題となってきており、交通機関の混雑やマナー違反など、観光が住民生活に負の影響を与えるケースが問題化している。観光庁は、2018年6月に、持続可能な観光推進本部を設置し、さらに、2019年6月には国内外の先進事例を提示することで方向性を模索している。インバウンドによる経済効果としては、このような負の効果も算入すべきである。そして、インバウンドによる正の経済効果を高めるためには、インバウンドと地域住民の共生を考慮した観光政策を採ることが不可欠となるであろう。本稿で直面したこれらの3つの課題については、今後研究を進展させていくうえでの課題としていきたい。

付録

表Aは、本稿の実証分析で用いた変数の出所一覧である。

表A 出所一覧
推計式に用いた変数

推計式の変数	出所
被説明変数	
都道府県別訪日外国人旅行者宿泊数	観光庁 観光入込客統計
都道府県別訪日外国人旅行者観光目的消費総額	観光庁 観光入込客統計
都道府県別訪日外国人旅行者ビジネス目的消費総額	観光庁 観光入込客統計
都道府県別訪日外国人旅行者消費総額	観光庁 観光入込客統計
民間最終消費支出	内閣府 民間最終消費支出(名目)
説明変数	
県外からの旅行者宿泊者総数(Ftour)	観光庁 観光入込客統計
観光拠点数(TourP)	観光庁 観光入込客統計
観光拠点数:自然・歴史・文化、温泉・健康、スポーツ・レクリエーション	観光庁 観光入込客統計
・都市型観光	観光庁 観光入込客統計
情報化(インターネット利用率(個人), Info)	総務省 通信利用動向調査
国際会議数(Conf)	日本政府観光局(JNTO) 国際会議統計
在留外国人	法務省 在留外国人統計
在留アジア系外国人	法務省 在留外国人統計
在留中国人	法務省 在留外国人統計
都道府県総人口	都道府県・市区町村のすがた(社会・人口統計体系)
景気動向インデックス(CI, 年別)	内閣府 景気動向指数 CI指数
観光予算(bud)	公益財団法人日本交通公社旅行年報(元データは観光庁)

参考文献

- 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」アジア太平洋研究所(APIR)Trend Watch No.41.
- 稲田 義久・松林 洋一・野村 亮輔(2019)「『訪日外国人消費動向調査』個票データを用いたインバウンド需要の計量分析」アジア太平洋研究所(APIR)Trend Watch No.56.
- 国土交通省(2019)『令和元年度版 観光白書』
<http://www.mlit.go.jp/statistics/file000008.html>
- 国土交通省 観光庁 予算・調達状況 (平成26年度～令和元年度)
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/yosan/youbou.html>
- みずほ総合研究所(2016)「インバウンド需要の決定要因」みずほインサイト 日本経済, 2016年2月19日
- 内閣府 「地域の経済 2018」
https://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr18/chr18_index-pdf.html
- 中村 好明(2017)『儲かるインバウンドビジネス10の鉄則』日経BP社.
- 日本銀行(2019a)「2018年の国際収支統計および本邦対外資産負債残高」2019年7月.
- 日本銀行(2019b)「インバウンドの現状:企業等の取り組みと地域活性化の注目点」地域経済報告(さくらレポート), 2019年6月10日.
- 公益財団法人 日本交通公社(2014,2015)「旅行年報 都道府県による観光政策」
- 公益財団法人 日本交通公社(2018)『インバウンドの消費促進と地域経済活性化』株式会社 ぎょうせい.
- 西川 浩平(2019)「訪日外国人の需要構造に関する分析」摂南経済研究第9巻第1・2号, 23-35.
- 総務省 通信利用動向調査 (平成12～30年度)
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05a.html>
- 首相官邸ホームページ 政策会議 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 平成28年3月30日.
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_visio/
- 坪内 美欧子(2018)「インバウンドにみる多文化共生社会とは―地域社会における外国人住民との相互理解のために―」日本政策金融公庫論集 第38号 62-72.
- UN World Tourism Organization (UNWTO)
<http://www2.unwto.org/en>

- 鷺尾 哲・篠崎 彰彦(2018)「ICTを活用した施策がインバウンド観光に及ぼす影響:地方自治体へのアンケート調査を用いたパネルデータ分析」 InfoCom Economic Study Discussion Paper Series No.8, (株)情報通信総合研究所.
- 姚^{よう} 峰・李 瑶・李 艶紅(2015)「訪日中国人観光客旅行先選択の影響要因分析」香川大学経済学部 研究年報 55, 27-50.