

当財団は、中部圏の社会・経済に関するタイムリーな話題を平易かつ簡潔に解説するために、「中部社研経済レポート」を公表することといたしました。

当レポートは、マスコミに公表し、ホームページに掲載するとともに、調査季報「中部圏研究」においてもご紹介していく予定です。

なお、今回のレポートは、中日新聞、読売新聞、日本経済新聞、中部経済新聞、観光経済新聞、電気新聞に記事として掲載されました。

中部圏におけるインバウンドの経済的インパクトと円高や中国の景気減速の影響について

公益財団法人中部圏社会経済研究所経済分析・応用チームリーダー 島澤 諭
公益財団法人中部圏社会経済研究所経済分析・応用チーム研究員 陳 延天
公益財団法人中部圏社会経済研究所経済分析・応用チーム研究員 紀村真一郎

(要旨)

中部圏9県を訪れる外国人旅行者数（延べ宿泊者数）は2015年上期で374万人泊、前年同期に比べて155万人泊増加（+71%増）と急増している。外国人旅行者の急増および人民元に対する円高や中国経済の減速が、中部圏に与える経済的なインパクトについて試算を行い、下記の結論を得た。

1. 外国人旅行者による中部圏9県の2014年の経済的インパクトは、生産誘発額は852億円程度（対生産額比0.05%）、粗付加価値誘発額は479億円程度（対圏内総生産額比0.06%）、雇用誘発者数は7,200人弱（対雇用者数比0.06%）となっている。インバウンドが大変話題となっているが、経済的インパクトとしてはまだまだ小さいものである。
2. 中国の景気減速が懸念されているが、日本円が人民元に対して10%増価（円高）になると、中部圏9県で中国人旅行者数は▲9.9%減少し、その結果観光消費額は199億円程度減少する。
3. 中国の所得が10%減少すると、中部圏9県で中国人旅行者数は▲12.2%減少し、その結果、観光消費額は246億円程度減少する。

経済環境の変化に翻弄されずに中部圏全体を外国人の経済活動によって活性化していくには、外国人旅行者に中部圏を訪問先として選んでもらい、かつ消費額を拡大させることが必要。滞在期間が長くなれば近隣県へ訪問する機会も増え、消費額も増えることから、欧米からの旅行者にも、アジア諸国からの旅行者にも、より長く中部圏に滞在してもらうための施策を推進することが重要である。

1. 外国人旅行者数が急増

訪日外国人数（日帰りおよび宿泊者数）は全国ベースでは2011年を底として増加基調にある。特に足元の伸びは大きく2013年に初めて1,000万人を超え、2014年は1,341万人へと増加した（図1 -

1）。さらに本年上期では前年同期に比べて288万人の増加（同46%増）と過去最高の914万人にまで大幅に増加し、通年で1,900万人に届き、政府が掲げる2020年に訪日外国人2,000万人という目標も早期達成しそうな勢いである。

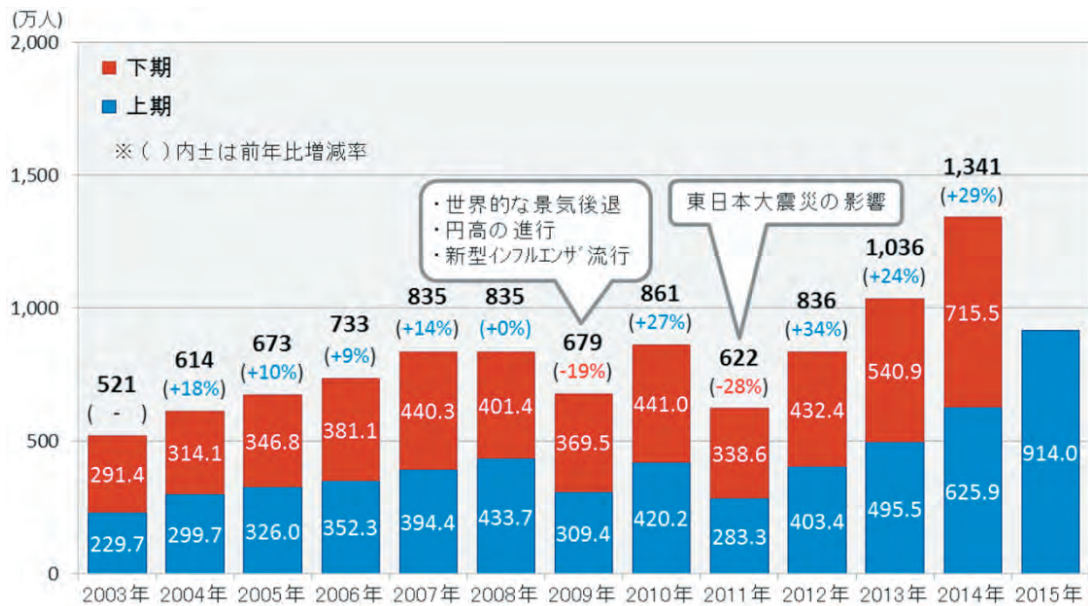
一方、中部圏^(※1)9県における外国人旅行者数（延

(※1) 中部圏9県とは、中部圏開発整備法で定義される富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県及び滋賀県の区域を一体とした広域を指す。後述する昇龍道プロジェクトは、この中部圏9県で推進している。

べ宿泊者数^(※2)の動きを見ると、足元で急増しているのは全国同様であり、2014年には447万人泊と前年に比べて104万人泊の増加（同30%増）、本年上期では374万人泊と前年同期に比べて155万人泊の増加（同71%増）と大幅に増加している。中部圏^(※3)5県および東海^(※4)3県もそれぞれ2014年には371

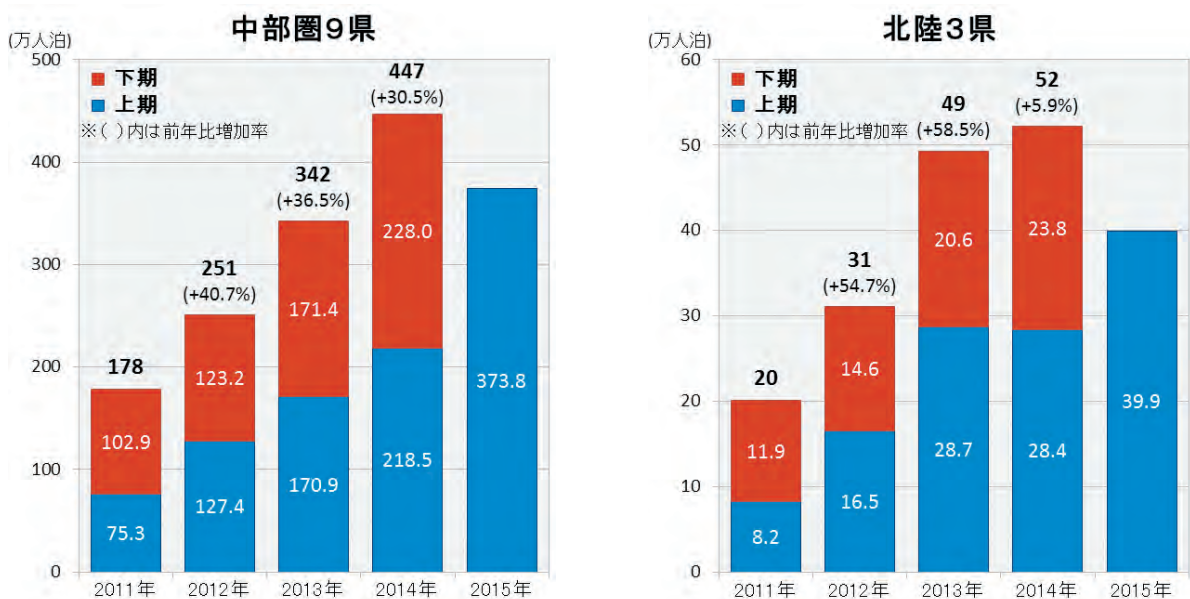
万人泊、227万人泊と前年に比べて91万人泊の増加（同33%増）、57万人泊の増加（同34%増）、本年上期では313万人泊、174万人泊と前年同期に比べて135万人泊の増加（同76%増）、70万人泊の増加（同67%増）と大幅に増加している。その中で、北陸^(※5)3県は2014年には52万人泊と前年に比べて3

図1-1 訪日外国人（日帰りおよび宿泊者数）の推移（全国）



(出所) 日本政府観光局「訪日外客数の動向」

図1-2 外国人延べ宿泊者数の推移



(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

(※2) 都道府県別の外国人旅行者数については、全国ベースと同様のデータが入手できないため、ここでは延べ宿泊者数で代用している。

(※3) 中部圏5県とは、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県を指す。

(※4) 東海3県とは、岐阜県、愛知県、三重県を指す。

(※5) 北陸3県とは、富山県、石川県、福井県を指す。

万人泊の増加（同6%増）、本年上期では40万人泊と前年同期に比べて12万人泊の増加（同41%増）にとどまっている（図1-2）。

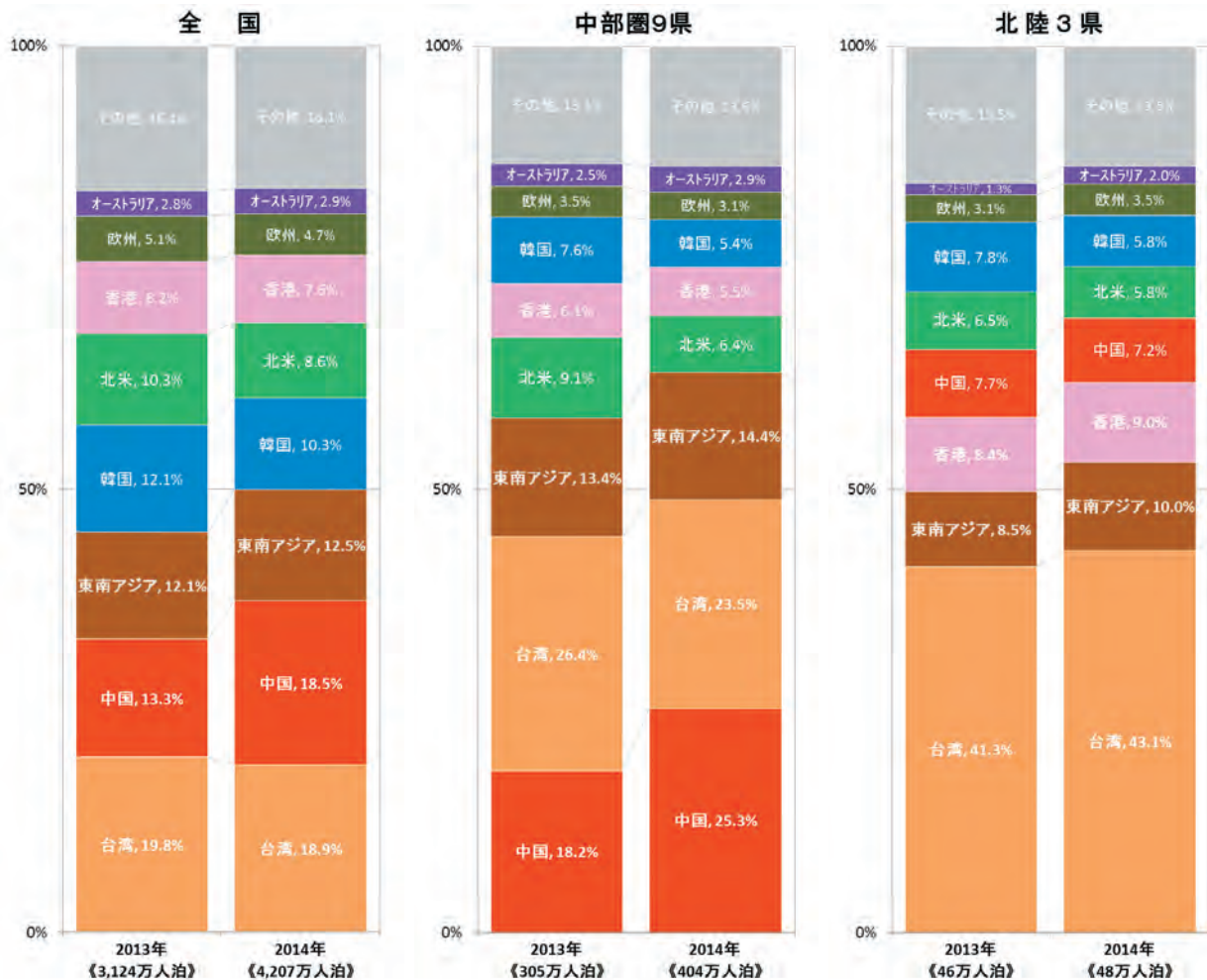
外国人旅行者の構成比を国・地域別に見てみると、2014年では、全国は台湾、中国、東南アジア、韓国、北米の順に多くなっているのに対して、中部圏9県では中国、台湾、東南アジア、北米、香港、中部圏5県および東海3県では中国、台湾、東南アジア、北米、韓国となっている。さらに、北陸3県では傾向が全国や中部圏9県等と異なり、台湾からの旅行者数が半数近く、次いで東南アジアとなっている（図2）。なお、2013年からの構成比の変化を見ると、全国、中部圏9県、中部圏5県および東海3県では、中国、東南アジアからの旅行者の構成比が拡大し、台湾、韓国、香港等

からの旅行者の構成比は縮小している。その中で、北陸3県では、中国からの旅行者の構成比が縮小する一方、台湾、香港からの旅行者の構成比が増加している。

次に、外国人旅行者数を国・地域別に分けて見ると、2013年から、全国では、全ての国・地域からの訪日外国人人数が増加しているが、中部圏9県および中部圏5県では、全国と異なり韓国および北米が減少する中、オーストラリアと東南アジアが全国の伸びを上回って増加している。東海3県では、北米が減少する中、東南アジアが全国の伸びを上回って増加している。その中で、北陸3県では韓国、北米に加えて中国からの外国人旅行者も減少している（表1）。

図2 外国人延べ宿泊者の出身地

(注) 従業者数10人以上の施設における外国人延べ宿泊者



(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

表1 出身地別の外国人延べ宿泊者数

(注) 従業者数10人以上の施設における外国人延べ宿泊者数

	全 国			中 部 圏 9 県			北 陸 3 県		
	2013年 (万人泊)	2014年 (万人泊)	増減率 (%)	2013年 (万人泊)	2014年 (万人泊)	増減率 (%)	2013年 (万人泊)	2014年 (万人泊)	増減率 (%)
台湾	618.2	793.7	+28.4	80.6	94.8	+17.6	18.9	20.5	+8.2
中国	414.7	779.6	+88.0	55.6	102.2	+83.8	3.5	3.4	-3.1
東南アジア	376.7	524.9	+39.3	40.7	58.0	+42.4	3.9	4.7	+22.3
韓国	377.9	433.9	+14.8	23.1	21.7	-6.1	3.6	2.7	-23.9
北米	321.3	360.8	+12.3	27.8	25.6	-7.8	3.0	2.8	-6.6
香港	255.1	318.2	+24.7	18.6	22.3	+19.9	3.8	4.3	+11.9
欧州	160.3	197.8	+23.4	10.5	12.5	+18.3	1.4	1.7	+18.2
オーストラリア	88.9	122.3	+37.6	7.5	11.7	+54.7	0.6	1.0	+63.8
その他	511.2	676.1	+32.3	40.5	54.8	+35.2	7.1	6.4	-9.3
総 数	3,124.2	4,207.3	+34.7	305.0	403.5	+32.3	45.8	47.5	+3.7

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

2. 外国人旅行者の消費動向

次に、2014年の訪日外国人の観光消費額^(※6)の動向についてみてみる。

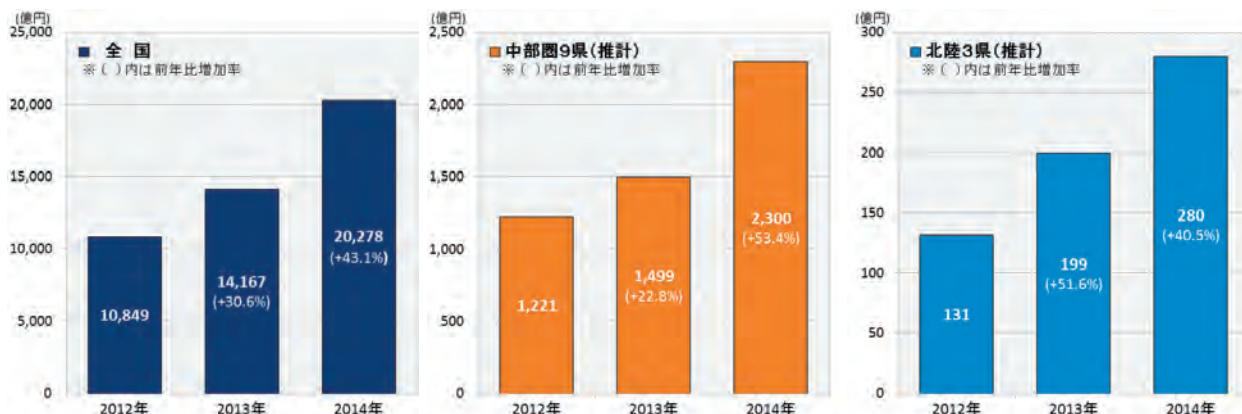
全国では2兆278億円と前年比6,111億円(前年比43.1%増)の大幅増加となった。地域別に見ると、中部圏9県では2,300億円と前年比801億円(同53.4%増)、中部圏5県では1,951億円と前年比701億円(同56.1%増)増加しており、全国を上回り好調である。一方、東海3県では1,230億

円と前年比で361億円(同41.6%増)、北陸3県では280億円と前年比で81億円(同40.5%増)の増加となっている(図3)。

3. 外国人旅行者による経済的インパクト^(※7)

外国人旅行者の消費活動が中部圏9県のマクロ経済や産業に与える影響について、当財団が作成、公表している「中部圏地域間産業連関表(延長表2010年版)」を用いて定量的に把握してみた。そ

図3 訪日外国人(日帰りおよび宿泊者)による観光消費額の推移

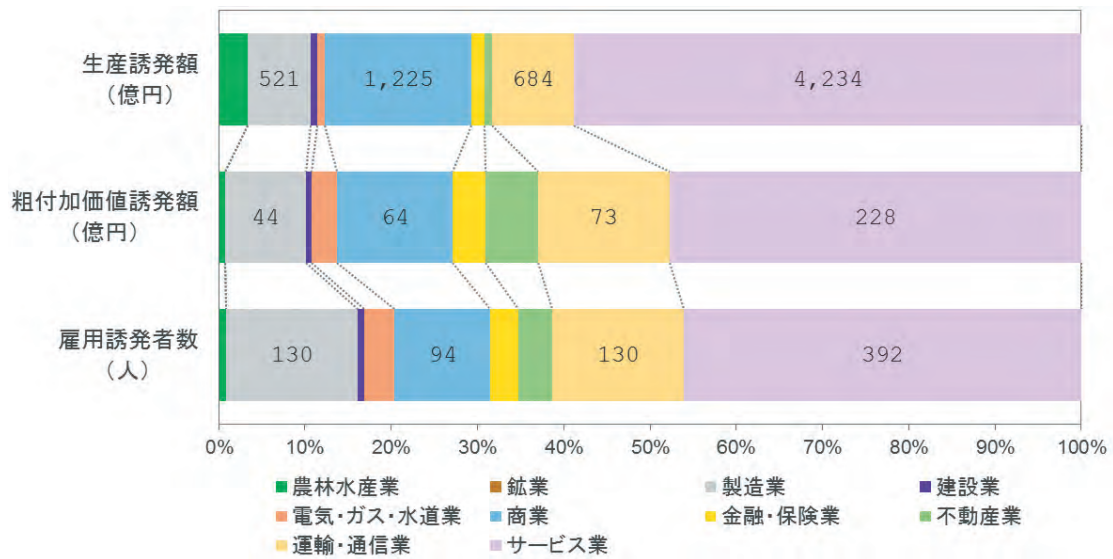


(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

(※6) 中部圏9県および北陸3県の観光消費額は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」における《全国の国籍別の旅行支出額》に《国籍・地域別の都道府県別訪問率》を乗じて推計しており、買物代、宿泊料金、飲食費、交通費、娯楽・サービス費等からなる。

(※7) 試算の詳細については、参考資料「中部圏における外国人旅行者の観光消費がもたらす経済波及効果の試算方法について」を参照のこと(当財団ホームページ「ニュース」の「中部社研経済レポート No.1 を発行しました」PDF内リンクを参照ください)。なお、都道府県別の観光消費額については、試算の前提となる外国人日帰り客の費目別支出データが入手できないため、ここでは宿泊客に焦点を当てて試算を行った。

図4 産業部門別の経済的インパクト



(出所) 当財団にて試算

の結果、2014年において中部圏9県では、生産誘発額は852億円程度（対生産額比0.05%）、粗付加価値誘発額は479億円程度（対圏内総生産額比0.06%）、雇用誘発者数は7,200人弱（対雇用者数比0.06%）と試算された。また、中部圏5県では、生産誘発額は739億円程度（対生産額比0.04%）、粗付加価値誘発額は419億円程度（対圏内総生産額比0.04%）、雇用誘発者数は6,150人弱（対雇用者数比0.05%）、東海3県では、生産誘発額は447億円程度（対生産額比0.05%）、粗付加価値誘発額は247億円程度（対圏内総生産額比0.06%）、雇用誘発者数は3,600人強（対雇用者数比0.07%）、北陸3県では、生産誘発額は89億円程度（対生産額比0.04%）、粗付加価値誘発額は47億円程度（対圏内総生産額比0.06%）、雇用誘発者数は800人強（対雇用者数比0.06%）と試算された。

なお、産業部門別のインパクトを見ると、サービス業、商業、運輸・通信業、製造業で大きくなっている（図4）。

外国人旅行者が急増しているものの、中部圏に与える経済的インパクトはまだまだ小さい状況にある。今後は後で述べるような施策を通じて、外

国人旅行者数のさらなる増加、あるいは外国人旅行者の一人当たり消費額や滞在日数を増やすことによって、地域経済への波及効果を高めていく必要がある。

4. 中国人旅行者数減少の影響 — 今後の不安要因 —

外国人旅行者の急増は、日本全体はもとより中部圏経済にも、小さいながらもプラスの影響を与えているのは事実である。

このような中、外国人旅行者の増加トレンドが今後も持続するかが大きな課題となる。一般的には訪日外国人数の急増の背景として、①円安、②アジアにおける中間所得層の増加、③LCC就航による航空運賃の低下、④ビザ要件の緩和、などが指摘されている。

そうであるとすれば、円安等が一服した場合、外国人旅行者数の増加は鈍化もしくは反転してしまう可能性も存在する。

急増している中国人旅行者が一転減少に転じた場合、どの程度のマイナスのインパクトを中部圏

(※8) ある産業で新規に需要が発生した場合、その需要が発生した産業のみならず、あらゆる産業の生産が誘発されることになる。この一連の生産活動によって誘発された生産額が生産誘発額である。

(※9) 生産誘発効果に伴う一連の生産活動によって生み出された粗付加価値額のこと。

(※10) 生産誘発効果に伴う一連の生産活動によって生み出された雇用者数のこと。

表2 10%の円高が各県の中国人旅行者に与える影響

	中国人旅行者減少率 (%)	消費減少額 (億円) ²
中部圏9県	▲9.9	▲199.3 [0.02]
中部圏5県	▲9.9	▲187.9 [0.03]
東海3県	▲9.7	▲111.7 [0.02]
北陸3県	▲9.2	▲6.3 [0.01]

(備考)

- 観光庁「宿泊旅行統計調査」「訪日外国人消費動向調査」、IMF「International Financial Statistics」をもとに当財団にて試算
- []内は圏内総生産比 (%)である。

表3 10%の所得減少が各県の中国人旅行者に与える影響

	中国人旅行者減少率 (%)	消費減少額 (億円) ²
中部圏9県	▲12.2	▲245.9 [0.03]
中部圏5県	▲11.6	▲219.5 [0.03]
東海3県	▲13.9	▲159.9 [0.03]
北陸3県	▲28.2	▲19.1 [0.02]

(備考)

- 観光庁「宿泊旅行統計調査」「訪日外国人消費動向調査」、IMF「International Financial Statistics」をもとに当財団にて試算
- []内は圏内総生産比 (%)である。

経済に与えるのか、(1) 人民元に対する円安トレンドが一転10%円高になった場合^(※11)、(2) 中国経済が失速し中国の所得が10%低下した場合^(※12)、に分けて試算してみた^(※13)。

(1) 円高が中国人旅行者数に与える影響

日本円が人民元に対して10%円高になった場合、中部圏9県では中国人旅行者は▲9.9%減少、中国人旅行者の観光消費額は▲199億円程度減少することとなる(表2)。

(2) 中国の景気減速が中国人旅行者数に与える影響

現在調整過程にあると指摘されている中国経済の減速により中国の所得が10%減少した場合、中

部圏9県を訪れる中国人旅行者数は▲12.2%減少、中国人旅行者の観光消費額は▲246億円程度減少することとなる(表3)。

5. 外国人旅行者に選ばれる中部圏になるには

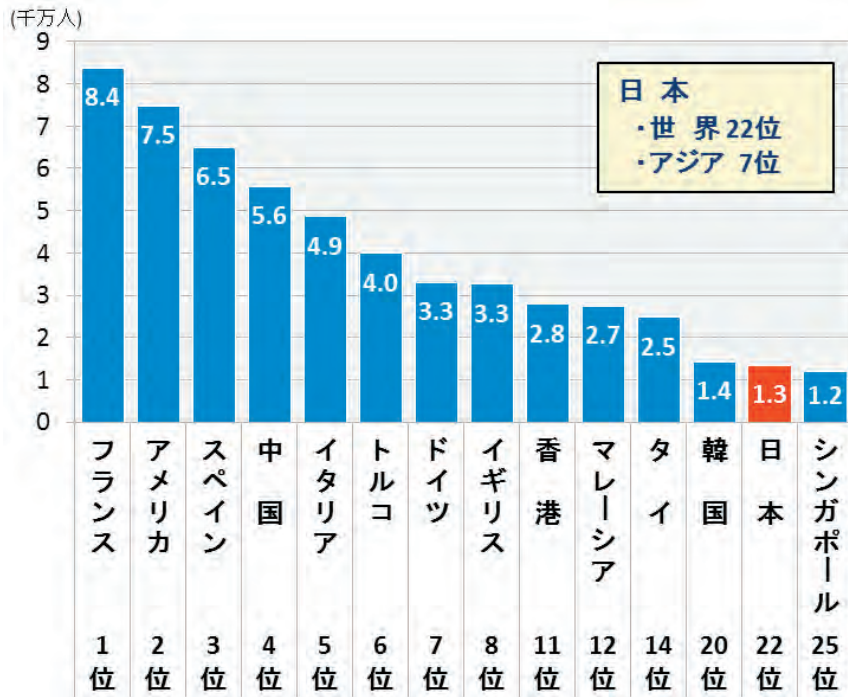
現在、円安等を受け日本を訪れる外国人旅行者は増加の一方であり、現状のまま推移すれば2015年の訪日外国人旅行客数は2,000万人に届く勢いとされている。さらに、日本政府観光局「世界各国・地域への外国人訪問者数(2014年)」を見ると、日本の外国人訪問者数は世界全体で22番目、アジアで7番目と少なく、訪日外国人を増やす余地は大きい(図5)。

(※11) いわゆるアベノミクス開始以降日本円は人民元に対して35%超円安水準となっている。

(※12) 近年の中国ではマイナス成長は経験していないものの、いわゆるリーマンショック時には先進国では数%のマイナス成長を経験し、通貨危機時のタイでは▲11%程度のマイナス成長を経験している。

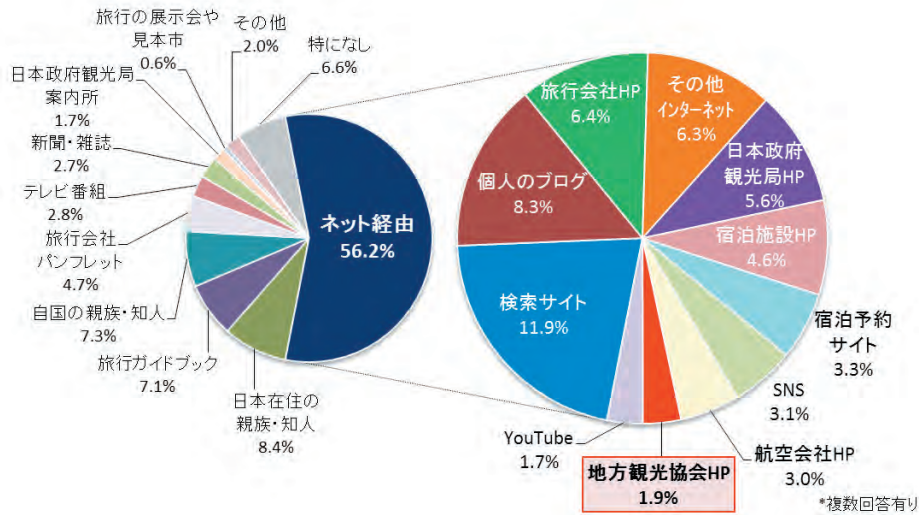
(※13) まず為替レートと所得の影響に関しては、国籍別外国人旅行者数を各国の為替レートと一人当たり実質GDPで説明するパネルデータ分析を各県別に行い、為替レートと一人当たり実質GDPの弾性値を算出した。このとき、弾性値は1%の変化に対応するので、それを10倍することで表2・表3の数値が得られる。次に、観光消費額に関しては、為替レート及び所得の変化が中国人観光客数に与える影響を弾性値から求めることができるため、訪日中国人の消費単価を減少数に乗じることで、中国人旅行者の観光消費減少額を算出した。

図5 世界の外国人訪問者数（2014年）



(出所) 日本政府観光局 (JNTO) 「世界各国・地域への外国人訪問者数 (2014年)」

図6 外国人旅行者の訪日前旅行情報源



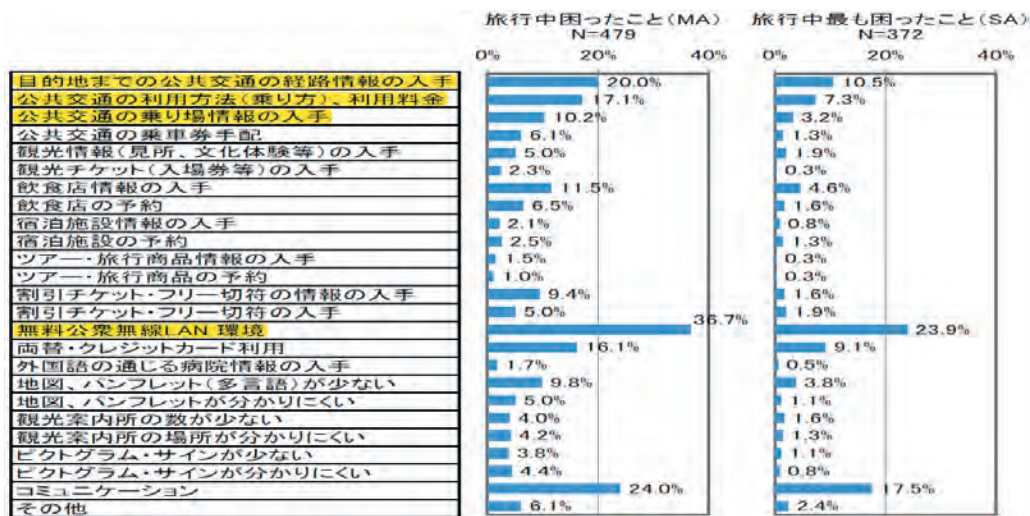
(出所) 観光庁 「訪日外国人消費動向調査」

しかし、前述の試算のように経済環境が一変すれば外国人旅行者も減少してしまい、外国人旅行者による消費活動の恩恵を受けはじめた地域経済にとっても大きなマイナスとなる。特に中国人旅行者は、いわゆる「爆買い」に象徴されるように買物を主目的に訪日することが多く、中国人旅行者を取り巻く経済環境の変化の影響は大きい。そ

うならないためには経済環境の変化に翻弄されずに、外国人旅行者に日本、とりわけ中部圏を訪問先として選んでもらえ、かつ外国人旅行者の消費額を拡大させるような施策が必要となる。

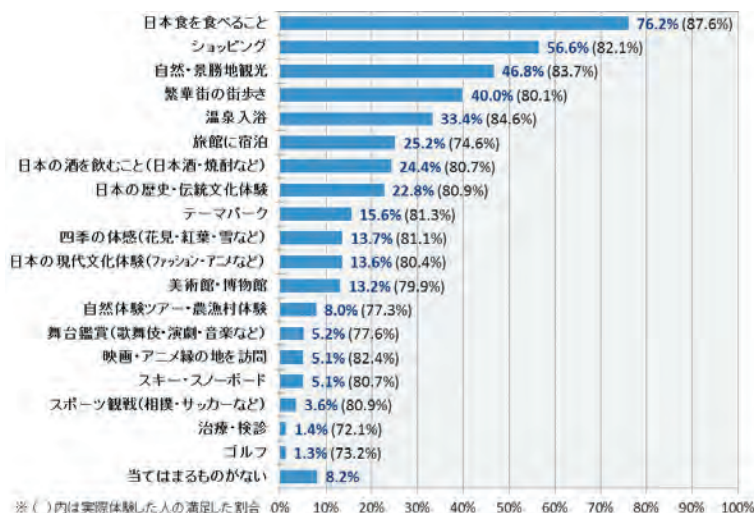
そのためには、外国人旅行者に中部圏の魅力と情報が相手に伝わるよう積極的に発信する必要がある。観光庁の調査によると、訪日前旅行情報源

表4 外国人旅行者が旅行中困ったこと



(出所) 観光庁資料を当財団にて加工

図7 訪日動機(項目別)



(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

としてネット経由のものが過半数を超えているものの、残念ながら中部圏の多くの地方観光協会ではwebが多言語に対応されておらず、外国人の旅行先情報源としては活用できない状況である。さらに、訪日中においても旅行先等の情報をネットから取得する傾向が強い外国人旅行者の多くは、貧弱な無料公衆無線LAN・Wi-Fi環境や公共交通に関する情報入手に困っているとのことである(図6、表4)。

このような中、訪日外国人のニーズを満たす情報発信のあり方を検討すると同時に、外国人旅行者を対象とした無料ネット環境の整備を迅速に行っ

ていく必要がある。

観光庁の調査によると、外国人旅行者の訪日動機の上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」となっている。しかし、地域別に見ると、アジア諸国からの旅行者と欧米からの旅行者とでは傾向に違いが見られる。具体的には、アジアでは「ショッピング」、「自然・景勝地観光」、「温泉入浴」、欧米では「日本の歴史・伝統文化体験」、「日本の酒を飲むこと」、「美術館・博物館」、「日本の現代文化体験」が上位を占めている(図7、表5)。

表5 訪日動機（出身地別）

← アジア地域での訪日動機が高い項目					欧米地域での訪日動機が高い項目 →				
ショッピング	自然・景勝地観光	温泉入浴	旅館に宿泊	日本食を食べること	自然体験ツアー・農漁村体験	日本の現代文化体験（ファッション・アニメ等）	美術館博物館	日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	日本の歴史・伝統文化体験
タイ 74.1%	台湾 55.1%	中国 42.1%	台湾 35.2%	タイ 83.9%	インドネシア 15.9%	フランス 31.7%	ロシア 34.5%	イギリス 42.2%	フランス 46.3%
香港 69.6%	香港 53.1%	タイ 39.8%	香港 33.6%	フランス 83.4%	アメリカ 14.9%	オーストラリア 26.8%	オーストラリア 28.3%	オーストラリア 39.3%	アメリカ 43.7%
中国 68.0%	中国 52.7%	香港 36.4%	中国 31.3%	シンガポール 82.9%	タイ 13.9%	カナダ 26.0%	イギリス 28.1%	アメリカ 39.1%	カナダ 43.0%
台湾 66.9%	オーストラリア 52.3%	台湾 35.7%	フランス 29.3%	カナダ 80.2%	フランス 13.5%	イギリス 25.5%	フランス 25.9%	カナダ 37.1%	オーストラリア 41.0%
シンガポール 59.1%	ベトナム 50.9%	ロシア 33.9%	オーストラリア 27.1%	香港 79.8%	ロシア 13.1%	アメリカ 24.4%	アメリカ 25.0%	フランス 31.1%	ロシア 39.8%
ベトナム 58.2%	タイ 50.5%	オーストラリア 33.9%	シンガポール 25.6%	ベトナム 79.7%	カナダ 11.4%	ロシア 22.1%	カナダ 23.8%	韓国 30.0%	イギリス 37.8%
マレーシア 57.5%	アメリカ 48.8%	ベトナム 32.2%	カナダ 22.4%	アメリカ 78.8%	オーストラリア 11.2%	ベトナム 21.3%	タイ 17.3%	ベトナム 28.2%	ベトナム 33.4%
フィリピン 51.9%	カナダ 48.7%	韓国 31.7%	イギリス 22.4%	オーストラリア 78.5%	イギリス 10.8%	タイ 17.4%	インドネシア 16.9%	ドイツ 27.2%	ドイツ 31.6%
インドネシア 50.0%	シンガポール 48.7%	シンガポール 30.5%	インドネシア 21.8%	ドイツ 77.4%	シンガポール 9.8%	ドイツ 14.9%	ベトナム 16.0%	インド 23.6%	インドネシア 30.4%
オーストラリア 47.1%	フランス 48.3%	フランス 29.4%	マレーシア 19.8%	イギリス 76.8%	ドイツ 9.2%	インドネシア 14.0%	ドイツ 15.7%	シンガポール 23.4%	タイ 27.9%
ロシア 46.5%	イギリス 44.8%	カナダ 26.1%	アメリカ 19.5%	ロシア 76.6%	台湾 9.1%	シンガポール 13.2%	フィリピン 14.0%	ロシア 22.7%	フィリピン 26.8%
カナダ 46.1%	マレーシア 44.1%	イギリス 23.3%	タイ 19.2%	台湾 76.2%	香港 8.8%	フィリピン 13.1%	台湾 12.3%	中国 19.7%	インド 26.4%
インド 44.8%	インドネシア 43.6%	インドネシア 22.6%	ロシア 18.6%	インドネシア 75.5%	マレーシア 8.2%	マレーシア 12.3%	シンガポール 11.7%	タイ 19.3%	シンガポール 25.0%
韓国 44.3%	フィリピン 43.0%	マレーシア 21.4%	ドイツ 16.8%	フィリピン 74.9%	ベトナム 8.2%	台湾 11.8%	マレーシア 11.7%	台湾 18.5%	マレーシア 24.2%
フランス 42.5%	ロシア 38.2%	ドイツ 20.9%	フィリピン 13.7%	韓国 73.8%	インド 8.0%	インド 11.2%	インド 11.5%	マレーシア 16.2%	台湾 20.6%
アメリカ 39.0%	ドイツ 36.0%	アメリカ 20.7%	ベトナム 12.5%	マレーシア 72.7%	フィリピン 7.0%	香港 10.5%	中国 9.0%	香港 15.8%	中国 16.2%
イギリス 37.6%	インド 34.3%	インド 16.8%	韓国 12.4%	中国 72.6%	中国 4.6%	中国 8.3%	香港 9.0%	フィリピン 15.7%	香港 14.2%
ドイツ 30.7%	韓国 28.9%	フィリピン 15.8%	インド 11.2%	インド 56.2%	韓国 2.2%	韓国 7.7%	韓国 5.5%	インドネシア 14.5%	韓国 12.2%

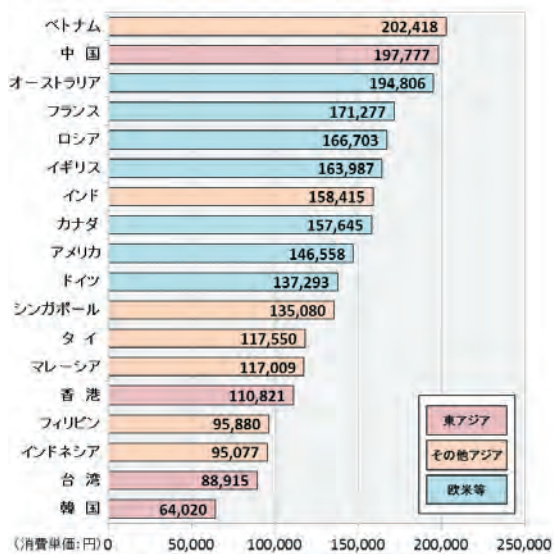
東アジア その他アジア 欧米等

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

中国人による「爆買い」が耳目を集めているが、実際には欧米からの旅行者も消費単価が高く、滞在日数も長くなる傾向にあり（図8、図9）、広域観光を好む傾向も強い。滞在期間が長くなれば近隣県へ訪問する機会も増えるし、消費額も増えることから、中部圏全体を外国人の経済活動によって活性化していくには広域観光を推進することが

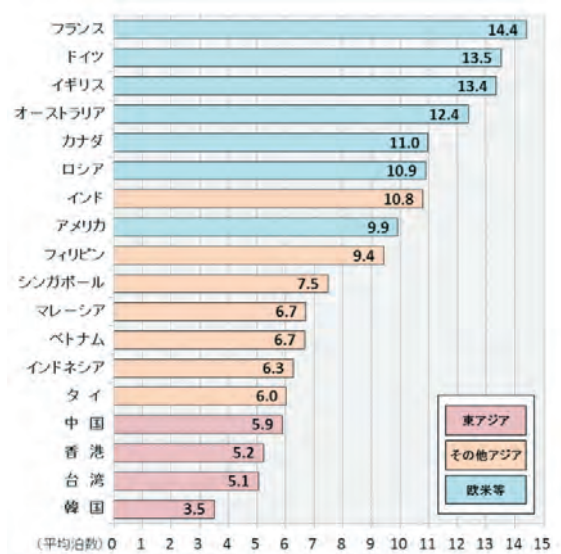
重要となる。そのためには、例えば、日本の歴史・伝統文化体験施設におけるデスティネーション・マネジメント^(※14)を実施し、テーマ性・ストーリー性のある県域を越えた観光の広域化を促進することで、欧米からの旅行者にも、アジア諸国からの旅行者にも、より長く中部圏に滞在してもらう工夫が必要になる。

図8 国籍・地域別1人1回当たり旅行消費単価（2014年）



（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図9 国籍・地域別の平均泊数「観光・レジャー」（2014年）



（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(※14) 自らの地域を旅行者にデスティネーション（目的地）として選択してもらうために、他地域に対しては競争優位性を確立し、自地域に対しては持続可能性を確保するべく、地域の様々な主体と一体となって地域資源を掘り起こし、そうした地域資源を有機的に結合させることで、地域の観光的な魅力を高めること。

中部圏の広域観光に関しては、中部圏9県が協力し推進している昇龍道プロジェクトという先進的な取り組みがあり、認知度も高まってきている。同プロジェクトのように、まずは中部圏9県が連携して外国人旅行者に中部圏に目を向けてもらい、その上で各県も自県に呼び込むために魅力をアピールし知恵を絞って競争することが重要となる。そうすることで、中部圏9県として広域観光の魅力と発信力が高まることになるだろう。

以上のような取り組みを行うことで、国の観光諸施策との相乗効果を生み、中部圏9県の経済を活性化させることが期待できる。