

現実化しつつある観光立国への道 ～国内経済への波及効果は大～

【ポイント】

1. 訪日外国人客数・消費額の急拡大が続いている。こうした中で、訪日外国人客数が出国日本人数を上回り、旅行収支についても黒字転換している。
2. 今年6月政府は「観光立国実現に向けたアクションプログラム2015」を発表。2013年、2014年に次ぐ第3弾であり、地方創生を前面に打ち出す一方で従来のプログラムも拡充し、官民一体となった取り組みを強力に進めていくことを示している。
3. 政府は新たな目標として、訪日外国人客の消費額を昨年の2兆円から4兆円（2,000万人達成時に実現）にすることを提示している。この目標達成によるGDP押し上げ効果は約0.4%と算出され、国内経済に与える影響は大きいと考えられる。

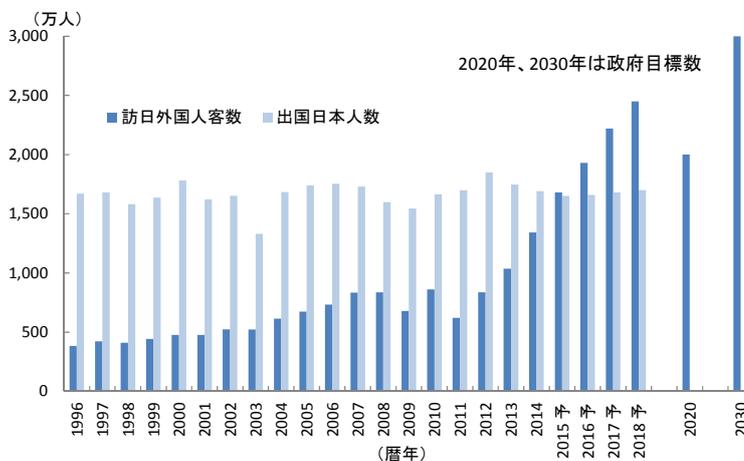
1. 訪日外国人客数・消費額の急増により旅行収支が黒字化

訪日外国人客数が急増している。大震災のあった2011年は前年比で▲28%と落ち込んだが、その後は2012年+34%、2013年+24%、2014年+29%と急拡大。2013年は1,036万人であり、1,000万人を突破し、2014年は1,341万人となった。今年に入ってから、この勢いに変化なく、1～6月累計で+46%となっている。一方で、訪日外国人客の消費額についても、2011年▲29%、2012年+33%、2013年+31%、2014年+43%と高い伸びとなっている。2013年以降は、訪日外国人客数を上回る成長であり、一人当たり消費額が増加している。

こうした驚異的ともいえる急成長は、円安やアジア諸国の成長といった外部環境に恵まれたこともあるが、これ以上に政府が国家戦略として民間とともに積極的に取り組んだ成果が大きいと考えられる。政府は、2003年に観光立国宣言、そして2013年には観光立国推進閣僚会議を立ち上げ、毎年「観光立国実現に向けたアクションプログラム」を発表し様々な施策を実施している。

この2年で政府が実施した施策の中で、特に大きな効果があったのは、①ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化、②訪日外国人客向け消費税免税制度の拡充、などであろう。ビザ要件の緩和に関しては、2013年7月～2015年1月の間にタイ、マレーシア、インドネシアはビザ免除、インド、フィリピン、ベトナム、中国については、ビザ発給要件の緩和（数次ビザの

図表1. 訪日外国人客数と出国日本人数の推移



(資料) 日本政府観光局、観光庁資料より富国生命投資顧問作成
(備考) 予想は富国生命投資顧問

発行)を実施している。これと並行して、自動化ゲートの利用改善などにより出入国手続きの迅速化や簡素化も進めている。また、消費税免税制度は、2014年10月に従来対象でなかった、食品、薬品、化粧品などにも適用範囲を広げるとともに、免税店舗も2014年4月5,777店舗から今年4月には、18,779店舗と増加させている。訪日外国人客が簡素になった手続きにより訪日でき、免税制度を活用して買い物ができることは、中国などアジア諸国の旅行者にとっては、大きなインセンティブになっていると推測される。

このような訪日外国人客急増の中で、統計データをもみても、観光立国へ向けての転換局面と捉えられる状況となってきている。日本は、過去40年以上も出国日本人数が訪日外客数を上回る状況が続いていたが、今年2月以降は、後者が前者を上回っている。旅行収支についても、昨年10月以降、訪日外国人客の消費が、出国日本人の消費を上回って黒字化し、その後も定着している。観光立国を目指し積極的に取り組んでいる日本にとって、旅行収支の黒字化などは、大きな意味を持つといえよう。

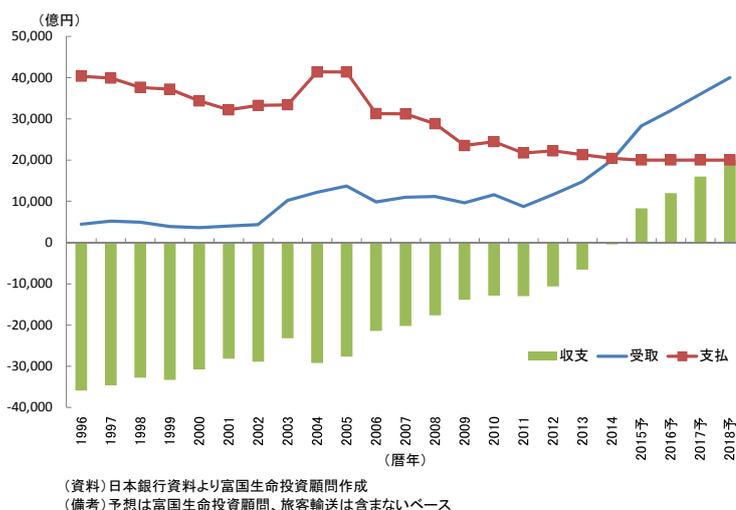
2. 観光立国へ向けての新たな取り組み

今年6月政府は「観光立国実現に向けたアクションプログラム2015」を発表した。これは2013年、2014年に次ぐ第3弾であり、地方創生を前面に打ち出す一方、従来のプログラムを拡充し、官民一体となり強力に進めていくことを示している。この発表の中で、昨年1月に掲げた東京オリンピック・パラリンピックの2020年に向けて2,000万人の目標は前倒し達成が示唆された。また、2,000万人達成の年には、訪日外国人客による消費は2014年比較で約2倍の4兆円を目指すと明言されている。

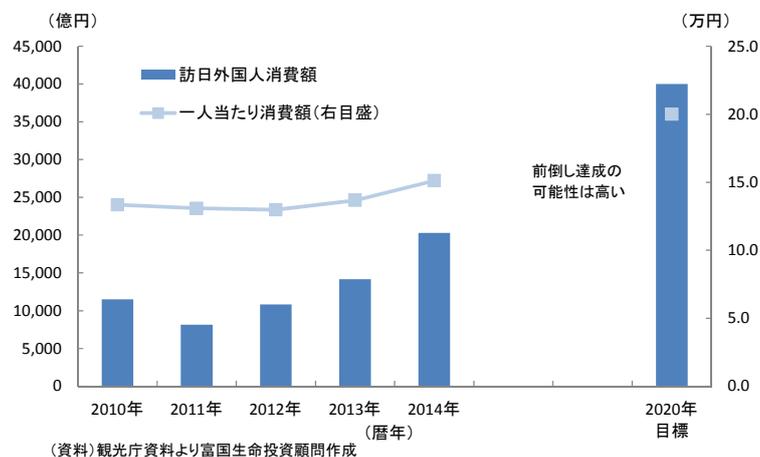
このプログラムの柱は、①インバウンド新時代に向けた戦略的取組、②観光旅行消費の一層の拡大、③地方創生に資する観光地域づくり、④先手を打っての『攻め』の受入環境整備、⑤外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流、⑥『リオデジャネイロ大会後』『2020年オリンピック・パラリンピック』及び『その後』を見据えた観光振興の加速、となっている。

前回のプログラムと比較すると重複する項目も目立つが、‘地方創生に資する観光地域づくり’を前面に打ち出した印象が強い。例えば、観光まちづくりを総合的に推進するために、自治体向けの「観光まちづく

図表2. 旅行収支の推移



図表3. 訪日外国人消費の推移



りガイドライン」を作成・周知するとともに相談窓口を国土交通省に設置する。各地域に対して「観光地域ブランド確立支援事業」などにより、魅力ある観光地域づくりを支援する。地域における多様な通訳ガイドのニーズに応えるため、自治体が独自に育成する「地域ガイド制度」の導入なども盛り込まれている。地方での消費拡大策としては、商店街等で免税手続きカウンターの活用を促し、地方の免税店を 2015 年 4 月 6,600 店から 2017 年 1 万 2,000 店、2020 年に 2 万店規模へ拡大させるとしている。

また、訪日外国人客を広く地方に呼び込む施策として、注目されるのが地域にまたがる広域観光ルートの整備である。東北「日本の奥の院・東北探訪ルート」、瀬戸内の「せとうち・海の道」など 7 ルートについて国土交通省が認定し、今後 5 年間各ルートの整備に年間 1 億円を支援する。

既存のプログラム拡充策としては、①ブラジル、モンゴル向けビザ緩和（数次ビザの開始）など対象国の拡大、②空港ゲートウェイ機能の強化に加え、バスの整備など空港アクセス改善、③無料公衆 Wi-Fi やキャッシュレス決済の整備、など外国旅行者の増加のために、引き続き利便性を高める取り組みを行っている。

3. 訪日外国人客の消費が経済に与える影響は大

政府は、訪日外国人客 2,000 万人達成時に、昨年の約 2 倍の消費額 4 兆円をターゲットとしているが、2015 年 1～3 月は既に約 7,000 億円となっており、前年を大きく上回るペースである。

観光庁による「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」によれば、観光消費の生産波及効果（国内産業の売上高に相当する）は、最終消費額 1 に対して、直接効果（輸入を除く国内生産分）0.95 倍、直接効果及び一次効果（原材料仕入れ、販管費など中間投入を通じた生産誘発額）1.65 倍、直接・一次効果及び二次効果（直接効果・一次効果によって生じる雇用者所得が、家計消費の増加を通じてもたらす生産誘発額）2.07 倍と試算されている。GDP に相当する付加価値効果（生産誘発額のうち中間投入を除く）では、直接効果 0.48 倍、直接・一次効果で 0.82 倍、直接・一次効果及び二次効果で 1.06 倍と試算されている。

今後 2 兆円消費が増加する想定では、GDP 押し上げ効果は約 2.1 兆円（消費増加額×付加価値効果）となる。これは名目 GDP（2014 年）約 0.4%の押し上げ効果と試算され、訪日外国人客による経済波及効果は、大きいと考えられる。

観光立国を目指し、官民一体となり積極的に取り組んでおり、この成果が旅行収支の黒字化などの面で現れていることは、国内経済にとってポジティブである。しかしながら、日本の外国人旅行者受入ランキングは、世界比較では低く、観光立国への道はまだ始まったばかりといえ、今後の成長余地は高いと期待される。

図表 4. 訪日外国人消費の経済波及効果

	2014年 訪日外国人 消費額	生産波及効果			付加価値効果		
		直接効果	直接効果 +1次効果	直接効果 +1～2次効果	直接効果	直接効果 +1次効果	直接効果 +1～2次効果
訪日外国人消費の経済波及効果	2.03	1.93	3.35	4.20	0.98	1.67	2.14
乗数(波及効果/直接効果)			1.73	2.18		1.71	2.19
消費額を1とした効果	1	0.95	1.65	2.07	0.48	0.82	1.06

(資料) 観光庁資料より富国生命投資顧問作成

(富国生命投資顧問 (株) 株式運用部ストラテジスト 山崎 総一)