

観光消費額の経済波及効果は 1.77 倍！

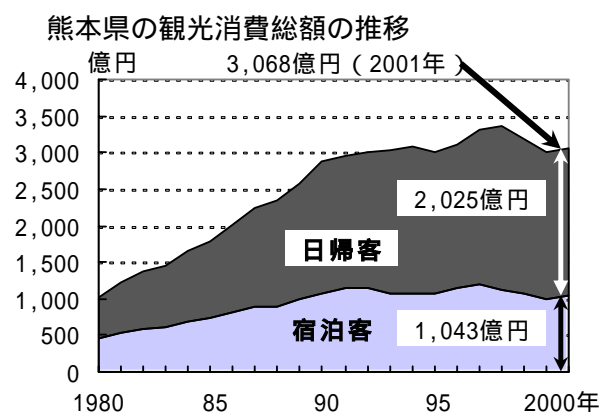
～ 雇用創出効果は 6 万人！ ～

高まる『観光』分野への注目度

- ・ 小泉首相は今年 1 月の施政方針演説において、歴代首相として初めて「観光振興」を政策として打ち出し、我が国は『観光立国』の実現に向けて第一歩を踏み出した。
- ・ おりしも、2003 年度九州経済白書（九州経済調査協会）では『新しい観光・集客戦略』がテーマとなっており、本県においても、NHK 大河ドラマ「武蔵 MUSASHI」の放映開始や熊本経済同友会の「新しい観光・集客部会」新設など、九州新幹線の一部開業を来春に控え、『観光』分野への注目度が急速に高まっている。本県もまさに『観光立国』元年といえる。
- ・ 『観光』に関連する産業は裾野が広く、観光に直接携わる旅行業や旅館・ホテル業、運輸業、レジャー施設などだけでなく、農林水産業や製造業、建設業、商業、サービス業など既存産業に対しても、直接、間接の経済波及や雇用拡大が期待できる。
- ・ また、人口減少社会に直面する今日、交流人口を増やし、地域を活性化させていくという観点からも『観光』は極めて期待の大きな分野といえる。

伸び悩む本県の観光消費額

- ・ 本県の観光客数の推移をみると、宿泊客数は伸び悩んでいるものの、日帰客数が年々伸び続けており、総観光客数は順調な伸びを示している。
- ・ しかし、県内に経済的価値をもたらす観光消費額は伸び悩んでおり、2001 年は 3,068 億円とピークの 1998 年（3,356 億円）に比べ 1 割近く減少している。
- ・ 景気の長期低迷やデフレの進展で、宿泊客数が低迷していることや、特に日帰客の一人当たり観光消費額の減少が影響している。



資料：熊本県観光統計表（熊本県観光物産課）

このような状況の中、熊本県の観光消費額がもたらす経済波及効果について推計した。

観光消費額の経済波及効果は 1.77 倍、雇用創出効果は 6 万人

- ・ 「平成 13 年熊本県観光統計表（熊本県観光物産課）」をもとに、「平成 7 年熊本県産業連関表（熊本県統計調査課）」を用いて熊本県の観光消費額の経済波及効果を推計すると、2001 年の観光消費額 3,068 億円により、県内の多様な産業に総額 5,442 億円（直接効果の 1.77 倍）がもたらされたことがわかった。
- ・ また、6 万人近い（59,690 人：直接効果だけでは 3.9 万人）雇用が創出されたことになり、この人数は県内総従業者数の 8.7%に相当する。
 県内総従業者数は「平成 13 年事業所・企業統計調査（総務省）」による。
 ご参考・・・医療業 8.0%、建設業 10.2%
- ・ なお、観光消費が誘発する粗付加価値額が県内 GDP に占める割合は 5.6%で、これは、県内の基幹産業ともいえる電気機械製造業（5.2%）や医療業（約 6%：当研究所推計）に匹敵する規模である。

【 経済波及効果推計に当たっての考え方は次ページ参照ください 】

熊本県の観光消費額の経済波及効果

	経済効果	雇用創出効果
直接効果（=観光消費額）	3,067.7 億円	39,422 人
第一次波及効果	1,000.2 億円	8,620 人
第二次波及効果	1,131.8 億円	9,592 人
第三次波及効果	242.6 億円	2,056 人
合 計	5,442.3 億円	59,691 人
経済波及効果 1.77 倍		

『観光立県』へ向けての課題

- ・ このように、観光振興は本件経済にとって大きな経済効果や雇用創出効果をもたらすが、今や日本全国が観光振興に注力している。
- ・ そのような中で広域から集客するには、地域の持つ資源や文化を「他の地域とどう差別化していくか」が必要であり、『地域の知恵の勝負』となっている。
- ・ 交通インフラの整備はもちろんだが、それよりもむしろ、『おもてなしの心』と『情報発信力の弱さ』こそが、本県の『観光立県』へ向けての大きな課題といえる。
 おもてなしの心 地域住民を含めた地域ぐるみでの取り組み
 情報発信力の弱さ 観光客のニーズ変化（個人・グループ旅行指向、インターネットでの情報入手など）への対応の遅れ
- ・ また、『集客』という観点からは、スポーツイベントやコンベンションの誘致にも注力する必要がある。これらは、主催者側の会場設営など経済的負担も大きく、その分経済波及効果も大きい。（熊本開発研究センターと熊本国際コンベンション協会が共同で行った調査によると、1998 年 9 月に熊本で開催された全日本ボイラー大会での経済波及効果は 3.16 倍にも上っている。）

【経済波及効果の推計について】

経済波及効果は右図表の手順によって推計できる。まず、直接効果は観光消費額であるから 3,068 億円である。

第一次波及効果を推計するために、観光消費額を構成する項目を、どの産業部門への支出となるか振り分ける。

本県の観光統計表では観光消費額は宿泊費、飲食費、域内交通費、商品購入費、その他で構成されており、宿泊費、飲食費はサービス業へ、域内交通費は運輸業へ振り分ける。

商品購入費は、本来なら商業マージン分を差し引いて、その商品を生産する部門に振り分ける必要があるが、ここでは簡便に全額を商業へ振り分けることにする。また、その他はレジャー施設への入場料が多くを占めていると思われるためサービス業へ振り分けることにする。

これらを基に、産業連関表の逆行列係数表（13 部門表）を用い推計すると 1,000 億円となる。

次に、第二次波及効果を推計する。まず、直接効果及び第一次波及効果により誘発された各産業の生産額に、投入係数表の雇用者所得率を乗じて雇用者の所得増加額を算出する。この所得増加額を基に、消費性向及び民間消費支出生産誘発係数を使って推計すると 1,132 億円となる。

さらに、第三次波及効果を第二次波及効果と同様の方法で推計すると 243 億円となる。直接効果～第三次波及効果の合計額 5,442 億円を直接効果 3,068 億円で除して求められる値（1.77 倍）が、本県の観光消費額の経済波及効果ということになる。

【雇用創出効果の推計について】

まず、各産業の就業係数（＝各産業の就業者数÷生産額）を算出する。ここでは、就業者数は「平成 13 年事業所・企業統計調査（総務省）」、生産額は「平成 12 年度県民経済計算報告書（熊本県統計調査課）」を用いる。

各産業の就業係数に、直接効果～第三次波及効果で新たに発生する需要額を乗じると、その需要を生産するために必要な就業者数（＝雇用創出効果）が推計される。

この結果、本県は観光消費により 6 万人近い（59,690 人：直接効果だけでは 3.9 万人）雇用が創出されたということになる。

経済波及効果推計の流れ

直接効果
観光消費額は県内の産業に対する支出であり、最終需要の大きさと捉えることができるので、観光消費額を直接効果とする。

第一次波及効果
直接効果の分を生産するために原材料の調達が必要になり、県内にその分の需要が発生する。これが第一次波及効果である。

第二次波及効果
直接効果、第一次波及効果により当該産業では生産が増加し、雇用者の所得増加に繋がる。その一部が消費に回ることにより新たな需要が発生する。これが第二次波及効果である。

第三次波及効果
同様に、第二次波及効果で発生する雇用者所得の一部が消費に回ることにより新たな需要が発生する。これが第三次波及効果である。

今回の推計では、所得のうち消費に回す割合（＝消費性向）は、平成13年家計調査（総務省）の数値72.1を用いている。