

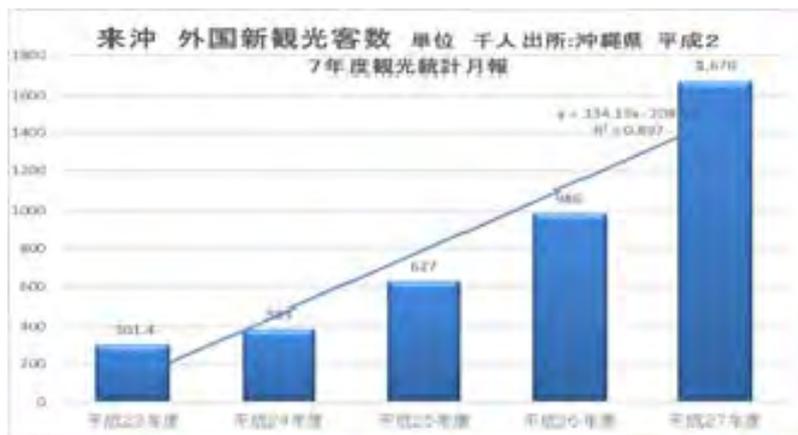
内閣府沖縄振興審議会 参考資料
「沖縄県の外国人観光客の経済インパクト」

富川 盛武(沖縄国際大学名誉教授・沖縄県政策参与)

はじめに

沖縄への外国人観光客が急増している。2011年度の30万1400人から昨年度は5.5倍の167万300人に達した。全国は3.2倍で1973万7409人(日本政府観光局)に達し、伸び率では大きく沖縄が凌駕している。国内観光客も合わせると793万6300人に達し、沖縄経済のリーディングセクターである観光は好調である。アジアの経済発展に伴い富裕層が拡大し自家用ジェット機で来県する観光客も現れており、県のアジア経済戦略構想にはその駐機場の確保も盛り込まれている。MICEの始動や那覇空港の滑走路二本の実現も間近であり、沖縄の観光産業は、新たな次元に入りつつある。外国人観光客急増の要因や今後の県経済へのインパクトについて考察した。

図 1



1. 外国人観光客の経済効果

筆者は沖縄への外国人観光客が167万300人の経済効果を、観光庁の訪日外国人消費動向調査(平成27年度)の各国消費単価を基に経済波及効果を産業連関分析により推計した。それによると、需要が2325億6800万円で生産誘発効果が4011億6700万円、付加価値誘発効果が2357億8000万円、就業誘発数が61319人となった。これは軍関係受取(米軍等への財・サービスの提供+軍雇用者所得+軍用地料、平成25年)をいずれの効果においても凌駕するものである。

国内観光を含めた観光客全体では、以前から軍関係受取を超えており、需要で約3倍の5912億7000万円、生産誘発効果は沖縄経済の最も大きな牽引力となっている。

表 1

単位 百万円	観光客全体消費	経済効果の比較	
		外国人観光消費	軍関係受取
総額	591,270	232,568	208,831
需要(第一次経済効果)	591,270	232,568	163,281
生産誘発効果	1,035,955	401,167	263,332
付加価値誘発効果	571,976	235,780	152,613
就業誘発効果 単位 人	147,719	61,319	28,429

出所:筆者計測

表 2

外国人観光客経済効果	百万円		人
合計	生産誘発効果	付加価値誘発効果	就業誘発効果
農業	3,142	1,552	1,250
林業	30	25	3
漁業	397	223	64
鉱業	461	192	15
食料品・たばこ・飲料	11,277	3,670	680
繊維製品	151	49	46
製材・木製品・家具	170	60	24
パルプ・紙・紙加工品	478	156	31
化学製品	108	43	11
石油製品・石炭製品	5,864	1,228	11
窯業・土石製品	550	224	36
鉄鋼	166	35	2
非鉄金属	34	6	3
金属製品	454	169	39
一般機械	6	1	0
電気機械	40	14	4
輸送機械	227	68	2
精密機械	20	7	3
その他の製造工業製品	1,525	740	176
建築及び補修	2,682	1,232	274
土木建設	0	0	0
電気・ガス・熱供給	10,542	3,572	135
水道・廃棄物処理	4,538	2,687	235
商業	141,162	93,825	30,739
金融・保険	22,517	14,066	919
不動産	26,493	22,367	553
運輸	25,239	11,907	1,457
情報通信	9,844	5,778	712
公務	917	547	76
教育・研究	2,838	2,359	403
医療・保健・社会保障・介護	5,025	2,960	502
その他の公共サービス	1,755	1,113	305
対事業所サービス	16,677	9,843	2,610
対個人サービス	102,384	55,583	19,032
その他	3,454	-520	968
合計	401,167	235,780	61,319

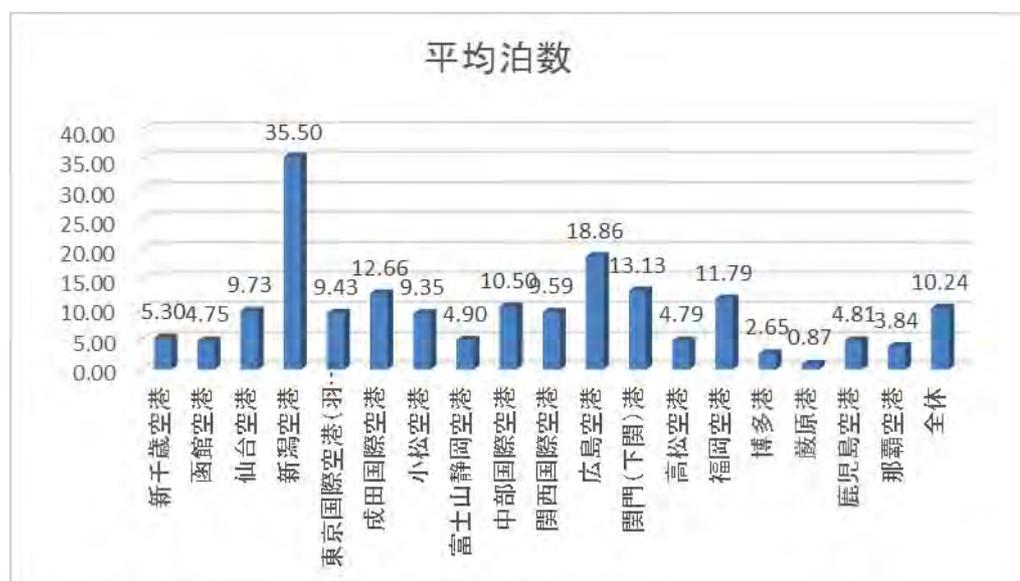
出所:筆者計測

県民総生産と比較できる¹、付加価値誘発効果を見てみよう。最も大きいのは商業で 938 億 2500 万円となり、続いて対個人サービス 555 億 8300 万円、不動産 119 億 700 万円と続き、土産、宿泊・娯楽、不動産関連で経済効果が高い。食料品や農業への波及効果も見られる。

消費単価は観光庁と沖縄県の調査(平成 26 年度 外国人観光実態調査報告書)に差異がある。年度や調査の様式が異なるので、単純に比較できないところもあるが、沖縄県が低いということは、「使うつもりで持ってきたが、結局ポケットに残ったまま帰ってしまう」という、潜在需要に沖縄県が対応できていない状況とも解釈できる。クルーズ船への対応、ピーク時の航空券やホテルの予約困難等、供給側の課題が沖縄には存在する。

全国と沖縄県の差、つまり潜在需要についてみてみよう。外国人観光客の消費単価は全国 176,167 円で沖縄は 106,051 円となっている。その差の大きな要因は平均宿数の差だと思われる。全国は 10.1 日で沖縄県は 2.81 日となっている。全国は入国地から他の都道府県への移動する展開型・周遊型になっている。しかし、沖縄県は島嶼県であり、他地域への移動が比較的困難であり、連綿となった観光展開が展開されにくい状況となっている。今後、石垣、宮古島、その他の離島へ繋がる観光開発が課題となっている。新潟が突出し高いのは、県内に滞在ではなく、拠点にして北海道、東京、京都等を訪問していると推測される。

図 2



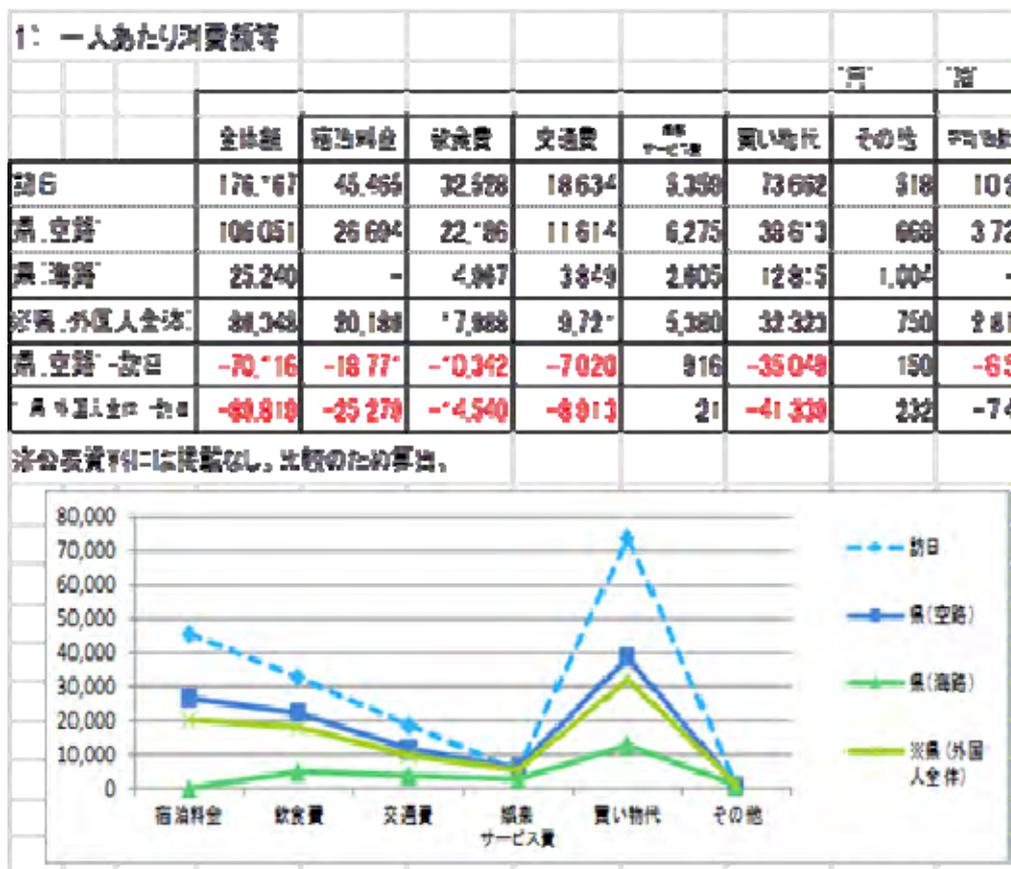
出所:観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成 27 年(2015 年)年(1-12 月期)より作成

一人当たり消費額は娯楽・サービスのみで沖縄県が上回っているが他の項目はすべて全

¹ 産業連関の生産誘発額は中間財が含まれているので、県内総生産と比較するときは付加価値額でなければならない。

国より低くなっており、全体で 89,819 円の差が出ている。買い物代の差が 41,339 円と大きく、外国人に対応した土産商品の潜在需要開発が急がれる。宿泊料金の差は沖縄内での平均泊数が少ないためであろう。観光地の特性の違いがあるにせよ、これら潜在需要にどう対応し、消費をどう現実化させるかが沖縄県の課題である。

図 3



出所:沖縄県文化観光スポーツ部資料による。

購入品目については、観光庁のデータでは菓子類、食料・酒類、化粧品、医薬品、服・靴・靴等が多く購買されている。中国の電化製品購買が高く国により若干違いはあるが欧米もほぼ同じ傾向である。沖縄県のデータもほぼ同じ構造である。観光庁のデータにはバス・タクシー、レンタカー等の交通費、ゴルフ、美術館・水族館等の娯楽サービスの購買率もあり、今後、沖縄の潜在需要を把握するためには調査の様式を観光庁に合せ、比較検討すべきであろう。また国毎の爆買の品目の違いも調査すべきである。

2. 観光客拡大の背景—アジアのダイナミズム—

外国人観光客の増大は、無論中国を主とするアジア諸国の経済発展が土台にある。アジ

ア開発銀行によると、アジア全体の GDP は 22 兆ドル(2013 年)から、2050 年には 174 兆ドルとなり、世界に占める GDP 比率も 29%から 52%へと半分以上になる予測されている。GDP で日本を追い越し、世界で第二位になった中国経済の陰りが危惧されている。量から質へと転換する「新常态」になったと中国は主張しているが、都市部と地方の格差、一人っ子政策による少子高齢化、市場の透明性等の課題に加え、上海の株の暴落等があり減速していることは間違いない。しかし、ファンダメンタルズ(経済の基礎的条件)は確立されており、経済が根底から覆ることはまずないであろう。

アジアでは幾重にも重なる成長が見られる。一国ではなく、低賃金の他の国へと伝播して発展の波が幾重にも重なって展開されている「雁行形態」のがアジアのダイナミズムの土台となっている。アジア諸国はラストフロンティアであるミャンマーに至るまで重層的につながって発展しており、中国が減速してもアジア全体として拡大するであろう。

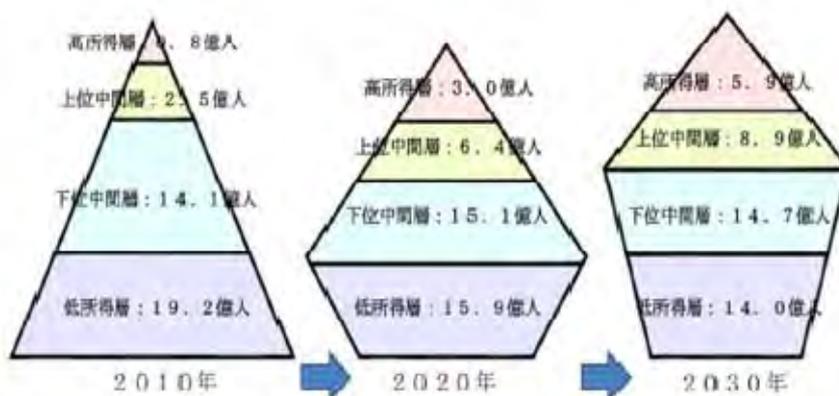
それらのアジア諸国では富裕層や中間層の出現が続いている。「Asia-Pacific Wealth Report 2016」によると 100 万ドル以上の投資資産を所有する富裕層はアジア・太平洋で 4700 万世帯となり、15.8 兆米ドルを有しているという。2014 年の富裕層の増加率はインドが 26.3%でトップになり、以下、中国が 17.5%、インドネシア 15.4%、台湾 11.8%と続き、アジアの富裕層の拡大が進行している。

富裕層に続く中間層の観光需要も拡大している。年間所得約 38 万円から約 380 万円の中間層は、アジアを中心とする新興国の成長によって拡大し、2030 年には全世界の約 6 割に相当する 49 億人が中間層になるという(日経ビジネス 2014 年 1 月 20 日)。中間層の出現が期待される新興国旅行需要は 2030 年には 10 億人となり、先進国の 8 億人を超えることが予測されている(日本旅行業組合「海外マーケットの変遷と今後の展望」)。

アジアの観光客需要の拡大は止まらない。

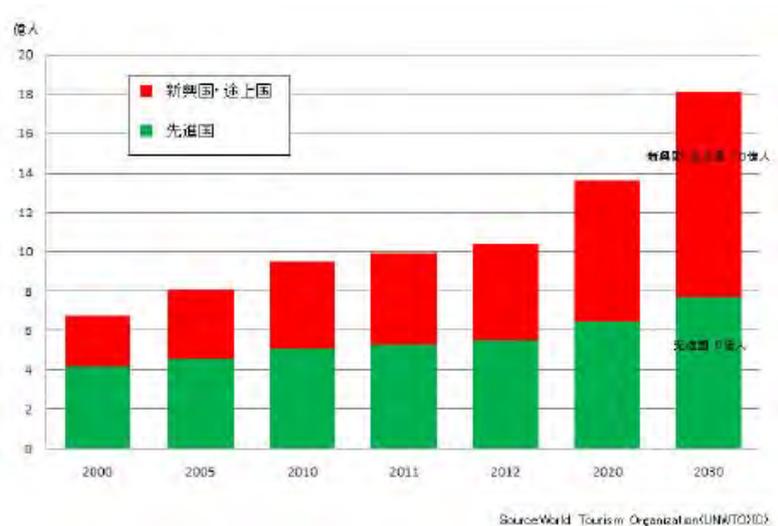
図 4

(表 7) 新興国における新中間層の出現、増大



出所: 経産省「新中間層獲得戦略 ~ アジアを中心とした新興国と ともに成長する日本 ~」平成 24 年 7 月 新中間層獲得戦略研究会

図5 旅行者数の予測



出所:日本旅行業組合「海外マーケットの変遷と今後の展望」2013年

3. 観光客拡大の要因

なぜ沖縄へ外国人観光客が殺到しているか、その要因分析をしてみたい。まず、誘引力の源泉として沖縄のソフトパワーがあげられる。これは元々、ジョゼフ・ナイハーバード大教授が政治学で用いたもので「政策や文化、歴史、自然などにより人々を惹きつける魅力」を意味する。軍事力というハードパワーではなく、外交や文化の理解などのソフトで紛争解決や平和に導く考えである。現在では発展論などの領域でも広義の意で多用されている。

1990年代の失われた日本を抜本的に改革するために政府が諮問した「動け日本」という小宮山宏東京大教授（当時）を委員長とするプロジェクトがあった。日本再生の切り札は実に明解である。先進国が更に発展するためには高次元のニーズに対応することが重要であり、具体的には世界一の「健康・長寿、安全・安心、快適・環境、教育水準」というニーズに各大学の研究成果や企業のノウハウを対応させれば新たなビジネスが生まれ、発展のフロンティアを切り拓くというロジックである。筆者は産官学の会議で直接、プレゼンを聞く機会があったが、これこそ沖縄のとるべき道と感じた。それらのニーズに対応できるソフトパワーが沖縄の自然、歴史、文化には内在しているからである。

外資が県内に世界レベルのホテルを設置している。外資は当然世界のあまたあるビジネスチャンスを探し、最も利益率が高く、短期回収できる地域に投資する。沖縄に外資が進出しているのはマーケットが沖縄の可能性を認めた証左であろう。高級リゾートホテルの定番はビーチサイドである。しかし、牧志に立地した国際的高級ホテルハイアット・リージェンシーは、国際通りや牧志公設市場の近郊に位置している。沖縄には独特の文化、風

土つまり、ソフトパワーが存在し、人々を魅了しているからであろう。何より沖縄の文化は人間や自然に優しく、大切にすることが根底にあり、都市の「生き馬の目を抜く」市場原理と対極にある。海がきれいな地域はアジアに多々ある。しかし、深夜まで散策をしても安全な地域は他にあるまい。外国人の爆買いは化粧品、医薬品、お菓子類等が多く買われているが、それも安全・安心に基づいている。健康・長寿、安全・安心、快適・環境というソフトパワーが土台にあるから観光客を魅了すると思われる。

アジアの橋頭堡という地政学的優位性も無論大きな要因の一つである。これがアジアとの直行便の増加やクルーズ船の急増をもたらしている。このような土台があって、プロモーションにより沖縄の外国人観光客は増加していると思われる。また消費税減免措置も追い風になったといえよう。為替相場との関連の指摘もあるが円高でも増えており、相関係数の有意水準が必ずしも高くなく、説明要因としては弱い。

4. 今後の展望—潜在需要の顕在化政策—

沖縄の景気が今、好調である。日銀短観の全産業で見るとここ数年、全国を凌駕し、その差が広がる傾向がある。その背景には、外資の進出、企業立地等もあるが観光客、とりわけ外国人観光客の増加があると思われる。

図 6



出所:日銀 HP より作成

沖縄 21 世紀ビジョン基本計画における観光客の目標は 1000 万人で、その内外国人観光客数は 200 万人である。現在のトレンドで行くと、目標達成は間近であり、新たな目標設定が求められる。政府も「明日の日本を支える観光ビジョン」で増大する外国人観光客に対応すべく、2020 年に 4000 万人、観光消費 8 兆円、2030 年に 6000 万人、観光消費 15 兆円にするという新たな目標値を設定した。

この外国人観光客の増加はいつまで続くか、国連世界観光機構(UNWTO)の世界の観光需

要予測を基に点検したい。世界の観光客(到着数)は2010年には9億4000万人であるが、2020年には13億6000万人、2030年には18億900万人と予測され、約2倍に伸びている。地域別にみると、主要観光地であるヨーロッパは、同期間、4億7530万が6億2000万人、7億4400万人と予測され、増加に見えるが世界に占めるシェアは50.6%から41.1%へと減少する。他方、アジア・太平洋は2億400万人から3億5500万人、5億3500万人へと増加し、シェアは21.7%から29.6%へ増加すると予想されている。観光収入で見ると2014年のヨーロッパは5089億米ドルでアジア・太平洋は3768億米ドルとなっているが一人当たり消費額では前者の870米ドルに対し後者は1430米ドルとなり大きい。とりわけオセアニアは3390米ドルと世界で最も高くなっている。

沖縄は世界の増大する観光需要を見越した、政策を施しチャンスを域内経済にビルト・インすることが迫られている。

表3

UNWTO長期予測2030年:国際観光 地域別デスティネーション												
	国際観光客到着数(単位:百万人)					年平均伸び率(%)					シェア(%)	
	実績		推定			実績		推定				
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-95	95-2010	2010年~2030年の内			2010	2030
								2010-20	2020-30			
世界	277	528	940	1,360	1,809	4.4	3.9	3.3	3.8	2.9	100	100
先進国+地域 ¹	194	334	498	643	772	3.7	2.7	2.2	2.6	1.8	53	43
新興国+地域 ¹	83	193	442	717	1,037	5.8	5.7	4.4	4.9	3.8	47	57
UNWTO地域別												
アフリカ	7.2	18.9	50.3	85	134	6.7	6.7	5.0	5.4	4.6	5.3	7.4
北アフリカ	4.0	7.3	18.7	31	46	4.1	6.5	4.6	5.2	4.0	2.0	2.5
西・中央アフリカ	1.0	2.3	6.8	13	22	5.9	7.5	5.9	6.5	5.4	0.7	1.2
東アフリカ	1.2	5.0	12.1	22	37	10.1	6.1	5.8	6.2	5.4	1.3	2.1
南アフリカ	1.0	4.3	12.6	20	29	10.1	7.4	4.3	4.5	4.1	1.3	1.6
米州	62.3	109.0	149.7	199	248	3.8	2.1	2.6	2.9	2.2	15.9	13.7
北アメリカ	48.3	80.7	98.2	120	138	3.5	1.3	1.7	2.0	1.4	10.4	7.6
カリブ海	6.7	14.0	20.1	25	30	5.0	2.4	2.0	2.4	1.7	2.1	1.7
中央アメリカ	1.5	2.6	7.9	14	22	3.8	7.7	5.2	6.0	4.5	0.8	1.2
南アメリカ	5.8	11.7	23.6	40	58	4.8	4.8	4.6	5.3	3.9	2.5	3.2
アジア・太平洋	22.8	82.0	204.0	355	535	8.9	6.3	4.9	5.7	4.2	21.7	29.6
北東アジア	10.1	41.3	111.5	195	293	9.9	6.8	4.9	5.7	4.2	11.9	16.2
東南アジア	8.2	28.4	69.9	123	187	8.7	6.2	5.1	5.8	4.3	7.4	10.3
オセアニア	2.3	8.1	11.6	15	19	8.7	2.4	2.4	2.9	2.0	1.2	1.0
南アジア	2.2	4.2	11.1	21	36	4.3	6.6	6.0	6.8	5.3	1.2	2.0
ヨーロッパ	177.3	304.1	475.3	620	744	3.7	3.0	2.3	2.7	1.8	50.6	41.1
北ヨーロッパ	20.4	35.8	57.7	72	82	3.8	3.2	1.8	2.2	1.4	6.1	4.5
西ヨーロッパ	68.3	112.2	153.7	192	222	3.4	2.1	1.8	2.3	1.4	16.3	12.3
中央・東ヨーロッパ	26.6	58.1	95.0	137	176	5.3	3.3	3.1	3.7	2.5	10.1	9.7
南・地中海ヨーロッパ	61.9	98.0	168.9	219	264	3.1	3.7	2.3	2.6	1.9	18.0	14.6
中東	7.1	13.7	60.9	101	149	4.5	10.5	4.6	5.2	4.0	6.5	8.2

出所:国際観光客到着数(UNWTO)©

(UNWTOが2011年9月までに集計したデータによるもの)

出所:UNWTO Tourism Highlight 2015 Edition 日本語版による

表4

	国際観光収入				シェア (%)	観光収入(米ドル)			観光収入(ユーロ)		
	現地通貨基準(前年比伸び率%)					2014*	(単位:10億)		(単位:10億)		2014*
	11/10	12/11	13/12	14*/13			2013	2014*	一人当たり	2013	
世界	4.6	3.9	5.1	3.7	100	1,197	1,245	1,100	902	937	830
先進国・地域*	5.8	3.7	5.7	3.2	65.5	784	815	1,320	590	614	590
新興国・地域*	2.5	4.4	4.0	4.6	34.5	413	430	840	311	324	630
UNWTO地域別											
ヨーロッパ	5.0	1.9	4.2	3.6	40.9	491.7	508.9	870	370.2	383.1	660
北ヨーロッパ	2.6	3.3	7.6	5.3	6.5	74.8	80.8	1,130	56.3	60.9	850
西ヨーロッパ	4.0	2.9	2.2	1.5	13.7	167.1	171.1	980	125.8	128.8	740
中央・東ヨーロッパ	6.5	4.4	3.5	-0.8	4.6	60.3	57.7	480	45.4	43.5	360
南・地中海ヨーロッパ	6.2	-0.4	4.8	6.2	16.0	189.5	199.2	930	142.7	150.0	700
内近128カ国	-4.2	1.5	3.9	3.7	33.9	405.3	422.6	930	305.2	318.1	700
アジア・太平洋	8.6	6.7	8.6	4.1	30.3	360.7	376.8	1,430	271.6	283.6	1,080
北東アジア	9.2	8.0	9.3	5.1	15.9	184.9	198.1	1,450	139.2	149.1	1,090
東南アジア	13.3	10.7	10.8	0.4	8.6	108.2	106.8	1,100	81.5	80.4	830
オセアニア	-3.6	-1.9	2.4	7.2	3.6	42.9	44.8	3,390	32.3	33.7	2,550
南アジア	11.9	-0.6	6.4	7.8	2.2	24.7	27.2	1,590	18.6	20.5	1,200
米州	4.6	4.7	4.7	3.1	22.0	264.2	274.0	1,510	198.9	206.2	1,140
北アメリカ	5.1	5.0	5.1	2.2	16.9	204.5	210.9	1,750	154.0	158.8	1,320
カリブ海	-0.8	1.6	4.0	6.1	2.2	25.4	27.1	1,210	19.1	20.4	910
中央アメリカ	7.4	8.3	3.4	7.5	0.8	9.4	10.2	1,060	7.1	7.7	800
南アメリカ	5.3	4.0	3.2	5.7	2.1	24.9	25.8	900	18.7	19.4	680
アフリカ	2.3	6.0	2.6	2.9	2.9	35.5	36.4	650	26.7	27.4	490
北アフリカ	-5.5	8.2	-1.0	3.4	0.8	10.2	10.6	530	7.7	8.0	400
サハラ以南地域	5.8	5.1	4.0	2.8	2.1	25.3	25.9	720	19.1	19.5	540
中東	-15.6	0.9	-6.9	5.7	4.0	45.2	49.3	970	34.1	37.1	730

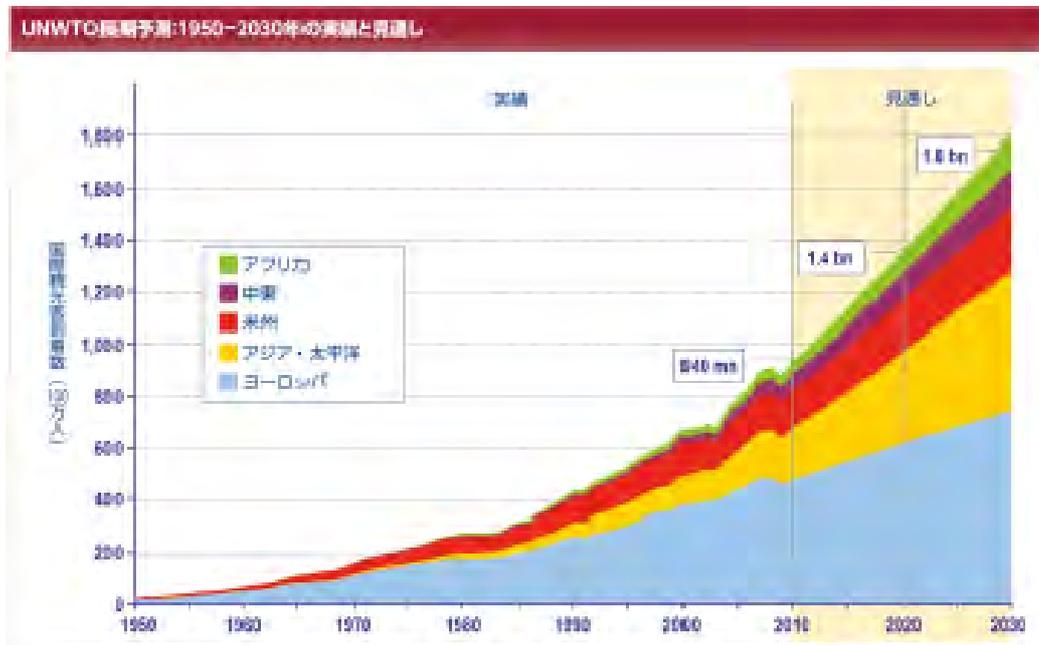
出典:国際連合世界観光機関(UNWTO) ©

*国際通貨基金(IMF)の分類に基づき、IMF 2015年4月発行「World Economic Outlook」(150ページ参照。
[<https://www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29>])

(UNWTOが2015年5月までに集計したデータによるもの)

出所:UNWTO Tourism Highlight 2015 Edition 日本語版による

図 7



出所:UNWTO Tourism Highlight 2015 Edition 日本語版による

結び

沖縄県はアジア経済戦略構想を策定し、アジアのダイナミズムの激変にスピート感、スケール感をもって対応する戦略を示した。「世界水準の観光リゾート地の実現」も重点戦略として掲げられている。大型クルーズ船への対応、医療ツーリズムの推進、Wi-Fi等の情報通信環境整備、富裕層の誘引、大型MICEの設置、LCCの推進、リゾート地のブランド向上、グローバル帝王の人材育成等が戦略として盛り込まれ、工程表も作成され短期、中期、長期での取り組みも示されている。また、「アジアのシームレスな海、空、陸の交通体系への連携」も盛り込まれており、人流、物流、各種産業の発展を促すスピーディーかつ利便性の高い交通体系を実現するハード・ソフトインフラの整備も不可欠である。

沖縄県は来日総数では第5位であるが2015年の増加率では21位(日経新聞HP 2016年1月12日)となっており、他の都道府県にも外国人観光客の大波は押し寄せている。自家用ジェットで来県する等、新次元の観光需要を的確に把握し、常に対応漏れが無い点検し迅速に対応しなければならない。チャンスを逸さないためにも、ソフトパワーを土台に、沖縄観光の確たる優位性(コアコンピタンス)を官民一体となってさらに確立していかなければならない。