

地域の経済2016（人口減少問題の克服）

第1章 地域別にみた経済の動向

2016年前半は、世界的な景気先行き懸念と投資家のリスク評価が不安定化したことを背景に、年初から株価や為替レートが大きく変動した。6月に行われた英国の国民投票によりEU離脱が支持されたことが世界経済の先行きを一層不透明にしたことも、株価と為替レートに大きく影響した。こうした金融・為替市場の不安定化は、マインド面を通じて消費・投資行動の慎重さを招き、結果として需要を抑制する可能性がある。一方、2月には大手鉄鋼メーカーの火災事故、4月には熊本地震の発生等により、供給側にもサプライチェーンの寸断という事態が発生し、生産活動は制約された。第1章では、こうした2016年前半を中心に地域経済の動きについて整理する。

<ポイント>

地域別の経済の動向をみると、アベノミクスの取組の下、有効求人倍率が47都道府県全てで1倍を超えるなど、全体として労働需給は引き締まりつつある。消費は2016年前半には伸びが鈍化、生産は、2016年4月の熊本地震などの一時的な要因もあったが、総じておおむね横ばい。

消費は、小売販売額の伸びが鈍化し、業態によっては前年割れが続いている。特に、3大都市圏の百貨店等は、衣料品の低迷に加え、インバウンド需要の伸びが一服。ただし、外国人旅行者の購買単価は下落しているが、人数は増勢が続いており、多くの地域で客室稼働率も高めで推移。サービス支出は底堅く推移。

生産は2016年4月の熊本地震などの一時的な要因もあり、九州や東海で大きく下落したが、医薬品等への特化がみられる地域の稼働は高い水準。非製造・サービスは景況感の悪化がみられる地域が多いが、中小企業に限ると改善傾向。投資が増加している地域は多いが、利益額の改善に足踏み。過去30年で産業特化も大きく変わり、地域・業種によって海外経済からの影響度に違い。

労働需給は全ての地域で引き締まりつつあるが、パートタイム労働者比率の上昇により、賃金上昇率は有効求人倍率の改善に見合った水準以下。また、アルバイト・パートの時給賃金は上昇しているが、フルタイムは伸び率が低い。人口減少局面に入り、需給がタイトでもある中、新たな労働供給の源は女性と高齢者。特に、女性の労働参加率は地域差が大きく、伸びる余地も。都道府県レベルの分析では、女性の労働参加率は保育所定員を増やす、正規雇用率を引き上げる、男性側の長時間労働を是正することで高まる。高齢者の労働参加率には、家族の介護負担が影響。介護の支援体制の

拡充により、家族の負担を減らし、継続的な労働参加を促すことで、マクロ的な成長促進が可能。働く環境の整備、働く者への社会的な支援が重要。

2016年4月の熊本地震によるストック毀損額は約2.4 - 4.6兆円、GDPの損失額は900 - 1,270億円程度にのぼり、宿泊のキャンセル等による観光業への影響や、サプライチェーンの寸断による各地域の生産への影響も発生。復旧・復興に係る補正予算が成立したが、観光支援策として出された「九州ふっこう割」の予約は好調であるなど、今後に期待。

(1) 高齢世帯の消費とインバウンド需要の地域的な特性

ここでは、年初来の消費動向について、販売形態別（スーパー、百貨店、家電量販店、自動車等）の統計から財別・地域別に確認する。その後、世帯ウェイトが高まっている高齢層の消費及びインバウンド需要の動向について整理する。

1) 小売販売の動向

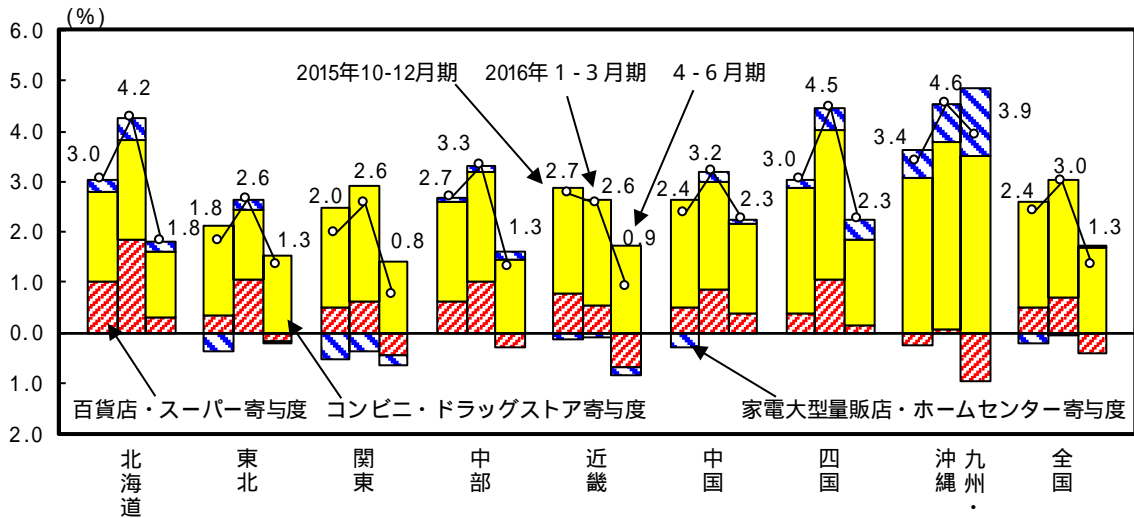
（小売販売額は2016年4 - 6月期に伸びが鈍化）

地域間比較が可能な小売6業態（百貨店、スーパー、コンビニ、ドラッグストア、家電大型量販店、ホームセンター）の販売額推移（税込、全店）¹をみると、全ての地域において、2016年4 - 6月期は伸び率が鈍化している。全国の動きに対し、地域別には、北海道、中国、四国、九州・沖縄がプラスに寄与する一方、関東、近畿はマイナスに寄与している（第1 - 1 - 1図）。

こうした伸び率の鈍化は、多くの地域で百貨店・スーパーの販売不振が原因となっている。なお、コンビニ・ドラッグストアの販売額には店舗数が増加することによる上方トレンドがある。店舗数増加には新規出店も含まれているが、例えば、商店街の雑貨店や飲食料品販売店等、これまでも他の小売として統計に含まれていた店舗の業種転換といった影響も含まれる。実際、地域別の小売販売総額から6業態を除いた系列には下方トレンドもみられる。したがって、コンビニ・ドラッグストアの販売増は、必ずしも地域全体の販売増を示しているとは限らない点に留意が必要である。

¹ これら6業態の他に、自動車販売や燃料小売、商店街や専門店の小売が大きなシェアとしてあるものの、全国値のみの公表となっている。参考系列として、これらを含めた地域別の小売合計値は公表されているが、地域によっては6業態以外の数値の増減が激しく、その要因が判然としないといった問題がある。2015年の実績値によると、各地域の販売額合計に占める6業態のウェイトは、北海道25.1%、東北41.8%、関東33.6%、中部32.3%、近畿29.6%、中国27.7%、四国26.0%、九州・沖縄24.1%である。なお、自動車販売（全国）が11.9%、燃料小売（全国）は8.5%となっていることから、これらを除くと、6業態でおおむね3割から5割程度の小売販売動態をカバーしていることになる。

第1-1-1図 小売販売額（6業態合計）（税込、全店ベース）

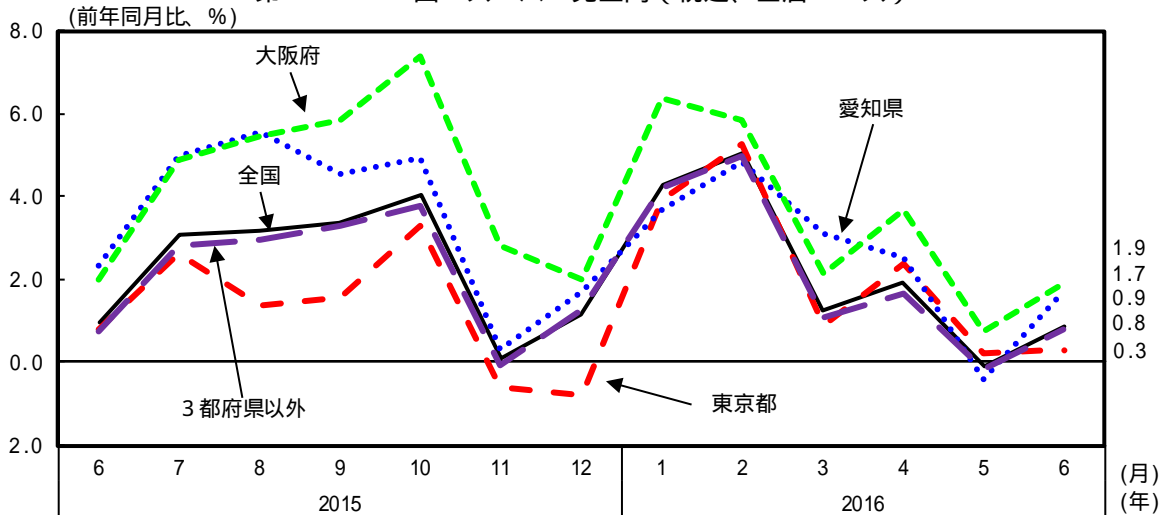


(備考) 1. 経済産業省「商業動態統計」により作成。各業態別は、前年同期比増減率寄与度。
 2. 6業態とは、百貨店、スーパー、コンビニ、ドラッグストア、家電大型量販店、ホームセンター。

(リード役であった都市部の消費、特に百貨店販売に弱さ)

小売販売6業態のうち、家計の暮らし向きを表しやすいスーパーについて、都市部とそれ以外の地域に分けて前年比の推移（税込、全店）を振り返ると、大阪府が全国よりも高め、東京都が低めの伸びで推移してきたが、何れの地域においても年初にみられた高めの伸び率は鈍化してきている。衣料品が低調との指摘は昨年来ではあるが、このところ主力商品である飲食料品²の伸びも鈍化している（第1-1-2図）。

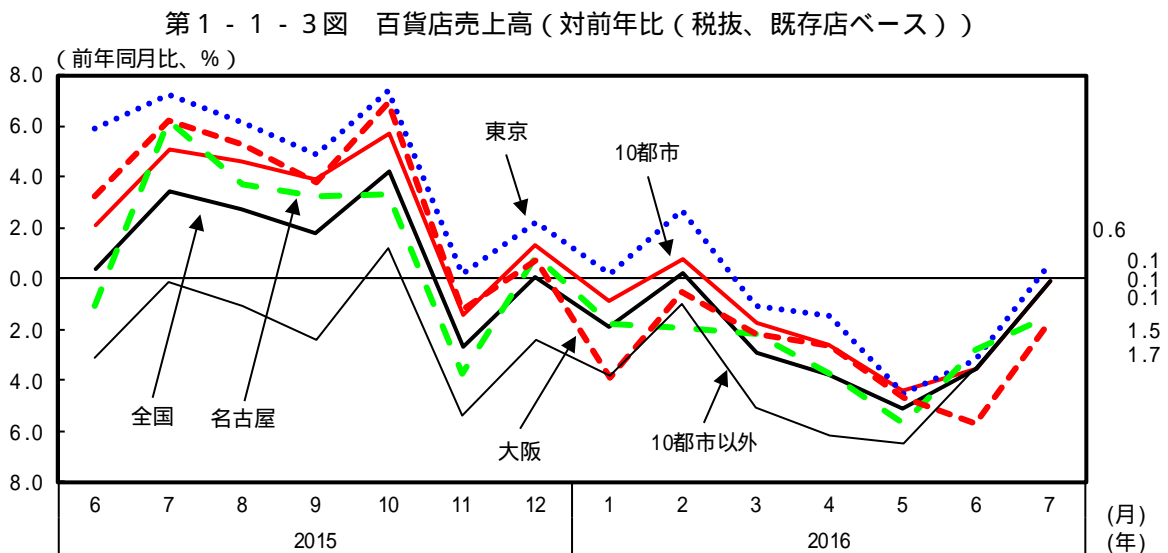
第1-1-2図 スーパー売上高（税込、全店ベース）



(備考) 経済産業省「商業動態統計」により作成。

² 2015年の売上高に占める飲食料品のウェイトは、70.8%。

百貨店はスーパーよりも衣料品販売のウェイトが高く、その影響は大きい。もちろん、衣料品販売が不振である背景には、消費者が百貨店から専門小売店やネット店舗へ購入先をシフトしているという構造変化に留意が必要である。また、昨年までの百貨店販売額を押し上げてきた美術、宝飾、貴金属などの高級商材等も伸びていない。過年度の高い伸びの背景には、外国人観光客によるインバウンド需要があったが、最近では2016年4月の中国の関税の強化等³や購買品目の変化(高額品から化粧品等の日用品へ)による購入単価の下落⁴といった動きがある。実際の売上高推移(税抜、既存店)をみると、免税範囲の拡大効果⁵がはく落した昨年11月に減速して以降、うるう年効果のある2月に浮上したが、それ以降は、7月に改善したものの前年比マイナスの傾向が続いている。これまでは、3大都市圏の販売が地方都市の販売をリードしていたが、このところ、百貨店売上高は、全国的に弱い動きとなっている(第1-1-3図)⁶。ただし、GDP統計では、インバウンド需要は消費ではなく輸出となるため、販売額の低迷が我が国の家計消費の弱さであると一概にはみなせない。



(備考) 1. 日本百貨店協会「全国百貨店売上高概況」により作成。10都市は、札幌、仙台、東京、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸、広島、福岡。
2. 東京は東京23区のみ、名古屋は名古屋市のみのみ、大阪は大阪市のみ。

³ 中国財政部によれば、2015年10月には、銀聯カードによる海外での現金引出額を「年間10万円(約177万円)」に制限する規制が導入されたほか、2016年4月には、中国の観光客が海外で購入し本国に持ち込む商品の中で、高級腕時計や宝石などの高額品を中心に税率が大きく引き上げられた(高級腕時計:30% 60%、家電20% 30%)。

⁴ 外国人観光客一人当たりの購入単価(前年同期比)は、2016年1-3月期46,999円(33.3%減)、4-6月期42,684円(38.9%減)となっている。

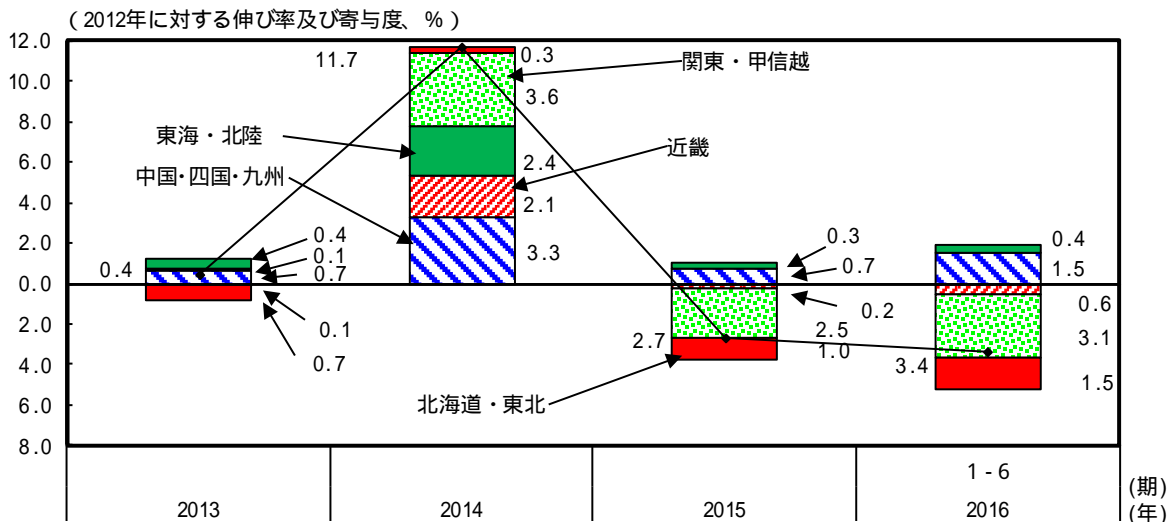
⁵ 我が国では、2014年10月の外国人旅行者等免税制度改正により、免税対象物品の範囲が拡大され、従来は一般物品(家電、着物・服、カバン等、合計額が1万円を超えるもの)のみであったが、消耗品(飲食品類、薬品類、化粧品類、その他消耗品、合計額が5千円を超え、50万円まで)を含めた全ての物品が対象となった(観光庁、経済産業省(2014))。

⁶ 大阪、名古屋では店舗の大規模店舗改装(大阪:2016年1月-2019年秋、名古屋:2015年12月-2016年2月)に伴う売場面積の大幅縮小が売上の減少要因となっている点にも留意する必要がある。

(家電等は東日本を中心に弱く、乗用車販売も低迷)

家電販売は、2014年4月の消費税率引上げ後以上に販売額が低迷している地域がある。2016年1 - 6月期の全国計の販売額水準は、2012年1 - 6月期の販売額に比べて3.4%減少しているが、これには関東・甲信越等の東日本の落ち込みが大きく寄与している。他方、西日本のうち、中国・四国・九州の販売額は2012年水準を上回っており、地域差がみられる(第1-1-4図)。

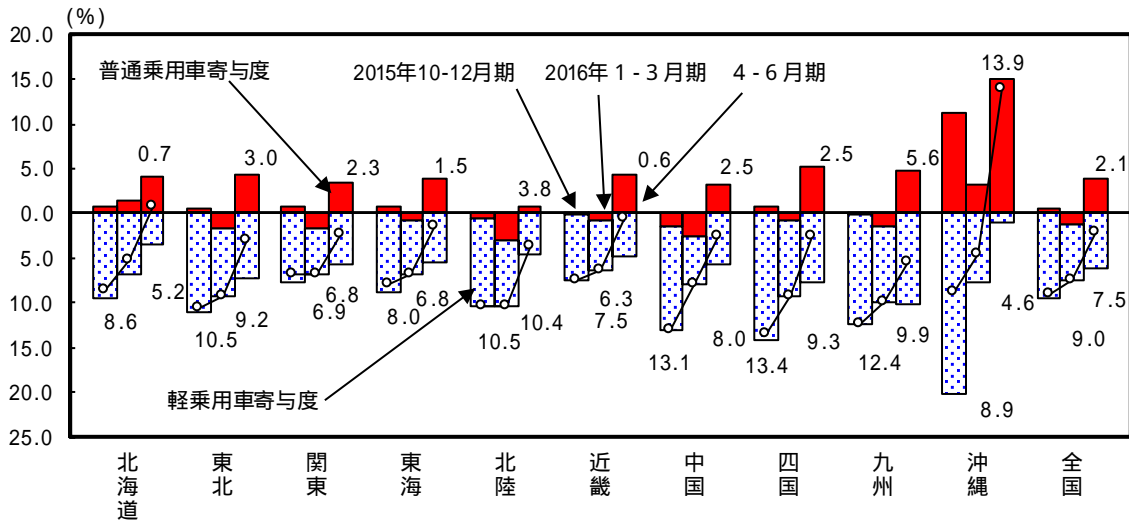
第1-1-4図 耐久財(家電販売額)



- (備考) 1. GfK ジャパン(全国の有力家電販売店実績を調査・集計)により作成。
 2. 主要17品目(テレビ、パソコン、移動体通信機器、冷蔵庫、洗濯機(全自動洗濯機)等)の販売額について各年の2012年に対する伸び率及び寄与度(2016年1-6月期は2012年1-6月期に対する伸び率及び寄与度)。
 3. 一部品目の入れ替えが2013年4月及び2013年12月に行われている。
 4. 地域区分は次の通り。
 北海道・東北: 北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
 関東・甲信越: 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県
 東海・北陸: 富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
 近畿: 滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
 中国・四国・九州: 鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

さらに、代表的な耐久消費財である乗用車の販売動向について、新規登録・届出台数の増減を地域間で比較すると、2016年4 - 6月期に入り、北海道、沖縄では前年同期比がプラスに転じた。また、その他の地域においても、前年同期比のマイナス幅が縮小していることが確認できる。車種別にみると、普通乗用車が全ての地域でプラスの寄与に転じたものの、軽乗用車は、2015年4月の軽自動車税の引上げ以降の低迷が続いており、全地域でマイナスの寄与となっている(第1-1-5図)。

第1-1-5図 耐久財（乗用車新規登録・届出台数（前年同期比）、車種別寄与度）



（備考）（一社）日本自動車販売協会連合会「自動車登録統計情報」の登録ナンバーベース及び（一社）全国軽自動車協会連合会「軽自動車新車日報累計表」により作成。

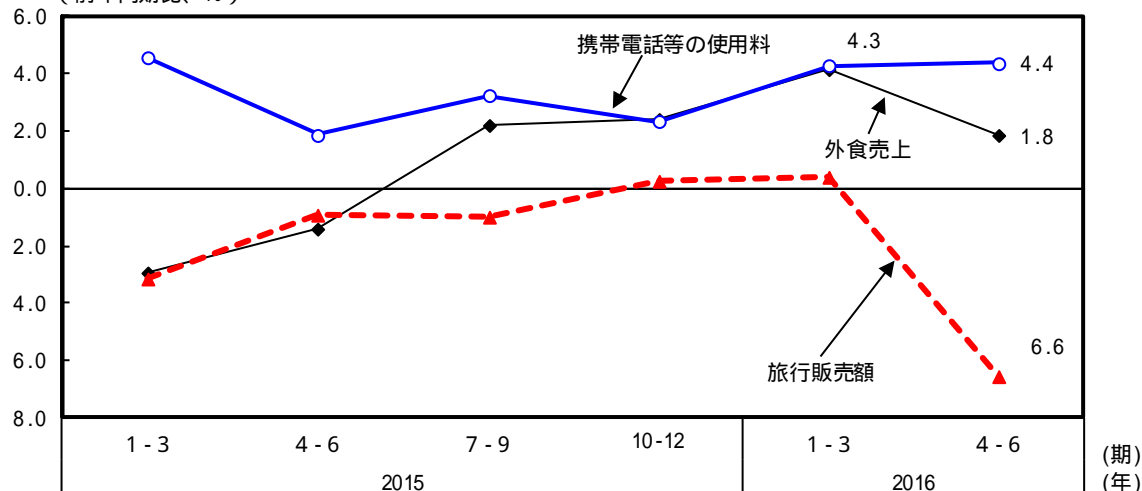
（旅行支出はこのところ弱い動きだが、外食、携帯電話などのサービス支出は堅調）

財支出の動きは全般的に弱い地域が多かったが、サービス支出についてもみていこう。ここでは、サービス支出のうち、旅行、外食、携帯電話等の使用料の三つを取り上げるが、まずは全国の動きを販売側の統計から比較する。

旅行販売額については、これまでおおむね横ばいで推移してきたが、2016年4-6月期は、テロ等の地政学リスクの高まりによる一昨年来の海外旅行の減少に加え、熊本地震⁷による影響も含まれる国内旅行の減少により、前年比でマイナスとなっている。外食売上については、全国的にファーストフード店が好調であり、昨年後半以降、増勢が続いている。携帯電話等の使用料は、その内数として含まれるスマートフォンの通信料が増加しており、堅調な推移となっている（第1-1-6（1）図）。

⁷ 2016年4月16日に熊本県熊本地方で発生した地震（最大震度7、マグニチュード7.3）。詳細は、第1章（4）「平成28年熊本地震が地域経済に与える影響」を参照。

第1-1-6(1)図 サービス支出(旅行、外食、携帯電話等の使用料)
(前年同期比、%)



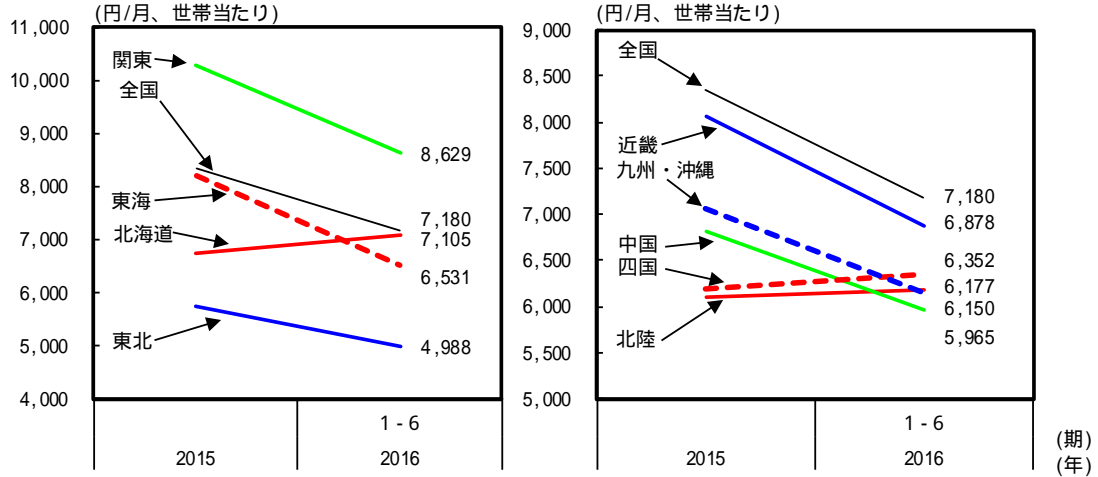
- (備考) 1. 外食売上は(一社)日本フードサービス協会「外食産業市場調査」による。売上の前年同期比。
 2. 旅行販売額は(一社)鉄道旅客協会による。販売額の前年同期比。
 3. 携帯電話等の使用料は、携帯電話大手3社(KDDI(株)、(株)NTTドコモ、ソフトバンクグループ(株))の決算短信により作成。国内の家計・個人部門に係る売上高・営業収益を合算(KDDI(株)については、パーソナルセグメントの売上高・営業収益。(株)NTTドコモについては、営業収益のモバイル通信サービス収入。ソフトバンクグループ(株)については、国内通信事業セグメントのうち、移动通信サービスの売上高(2015年1-3月期以前は、移动通信事業セグメントの売上高。))した前年同期比。

こうした全国のサービス関連支出の動きを地域別にみる際には、販売側・供給側の統計が存在しないため、計数の振れが大きいものの、総務省の「家計消費状況調査」及び「家計調査」を用いる。まず、旅行支出について、2015年の月平均と2016年1-6月期の月平均支出額を比較すると、昨年は関東の世帯だけが全国平均額を上回っていたが、今年に入り、北海道の世帯も支出を増加させており、全国平均並みの水準となっている。北陸や四国の世帯支出も増加傾向にあるが、それ以外の地域では減少している。

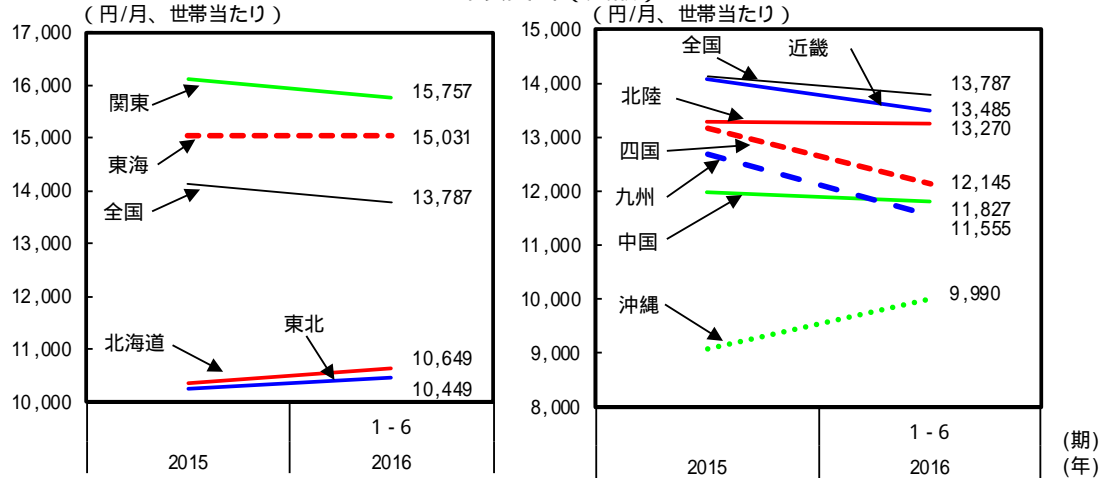
次に外食を比べると、熊本地震の影響が懸念される九州の世帯は支出額を減少させているが、東海、北陸、北海道、東北、沖縄の世帯は支出を増やしており、全体として堅調である。携帯電話使用料は、全ての地域で増加している(第1-1-6(2)図)。旅行の落ち込みがテロ懸念や地震の一時的な影響であることを踏まえると、サービス関連支出は総じて堅調である。

第1-1-6(2)図 地域別サービス支出

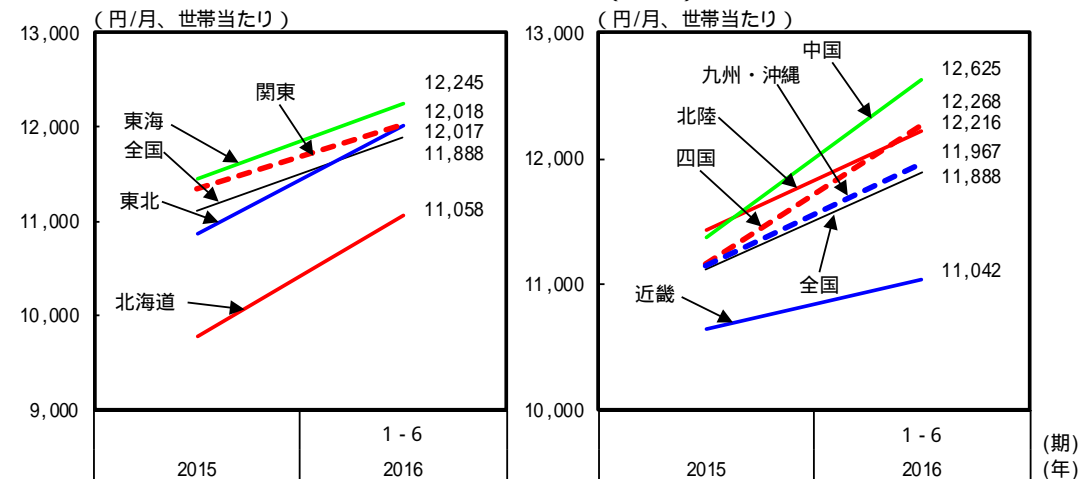
旅行支出(実額)



外食支出(実額)



携帯電話使用料(実額)



(備考) 1. 旅行支出(実額)は、総務省「家計消費状況調査」により作成。旅行支出とは、「航空運賃」、「宿泊費」、「パック旅行(国内)」、「パック旅行(外国)」の合計。外食支出(実額)は、総務省「家計調査」により作成。携帯電話使用料(実額)は、総務省「家計消費状況調査」により作成。2014年は「携帯電話(携帯電話・PHS)使用料」による。
 2. 2人以上の世帯。

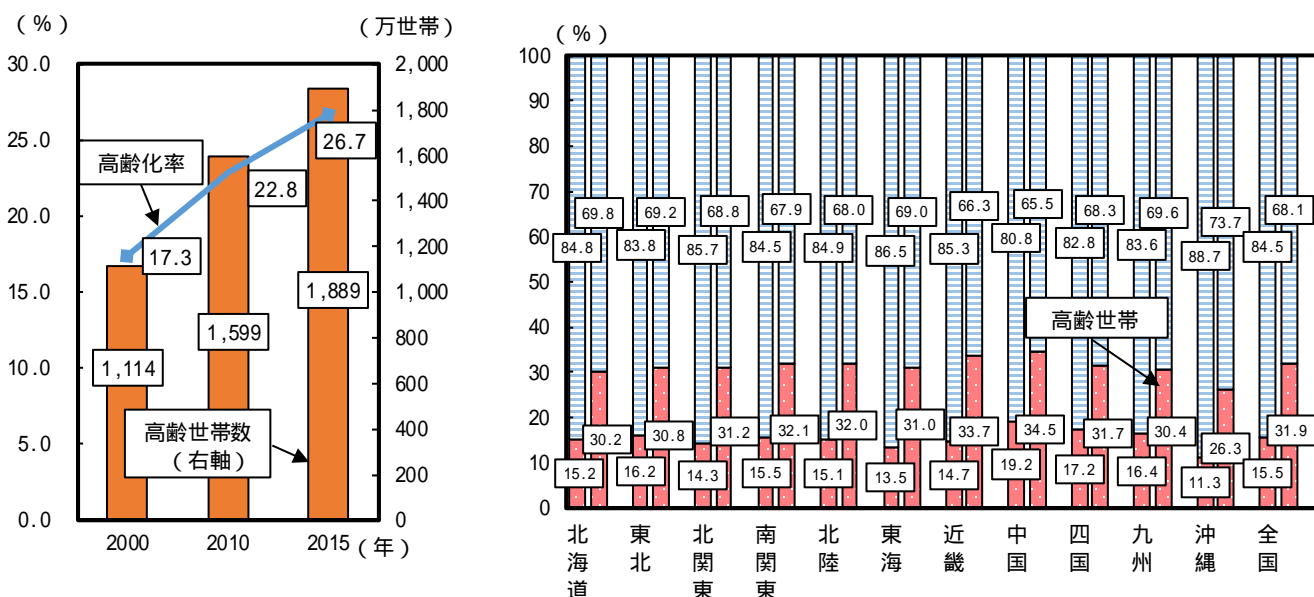
2) 高齢世帯の増加と消費

(過去15年間で、高齢化率は9%以上上昇し、高齢世帯の支出シェアは倍増)

消費は所得、特に雇用者報酬の変化によって変動するが、非勤労高齢世帯の増加に伴い、所得の中身は緩やかながらも変化している。特に、この15年間で高齢化率は17.3%から26.7%まで高まり、高齢世帯数は1,114万世帯から1,889万世帯へと増加した⁸。その結果、消費に占める高齢世帯の支出シェアも、15.5%から31.9%へと倍増している。地域別にみても、沖縄を除く全ての地域で高齢世帯の支出シェアは3割に及んでいる(第1-1-7(1)(2)図)。

第1-1-7図 高齢世帯の消費

(1) 高齢化率と高齢世帯数の変化(全国) (2) 地域別消費支出シェアの変化(1999年、2014年)



- (備考) 1. 総務省「国勢調査」、「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(都道府県別推計)」(2014年4月推計) 総務省「全国消費実態調査」により作成。
 2. 高齢化率は、65歳以上を対象、高齢世帯は、世帯主が65歳以上の世帯。
 3. 地域別の消費支出シェアの変化は2人以上の世帯。各地域について、左が1999年、右が2014年のデータ。

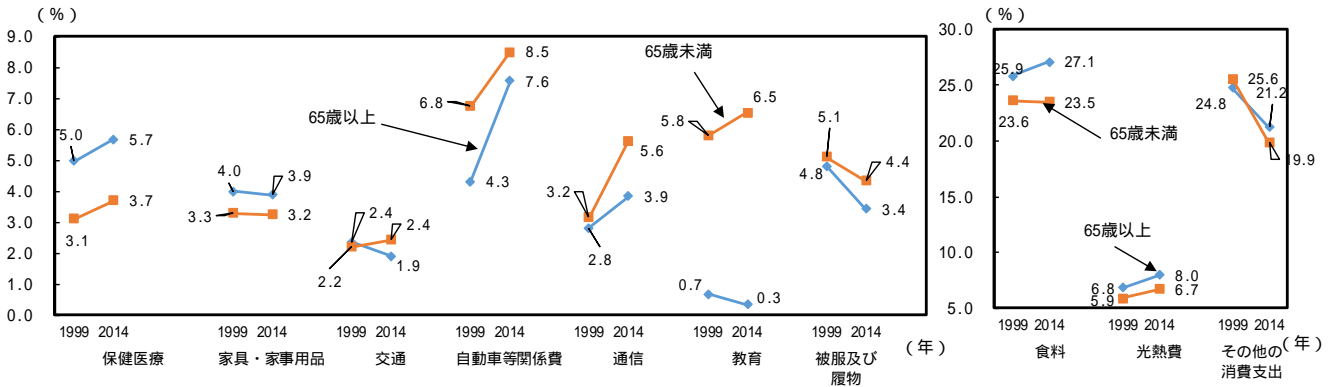
(加齢とともに購買内容は変化し、保健医療や家具・家事用品が増加)

高齢化がマクロでみた消費支出内容を変化させる点について、高齢世帯(65歳以上)とそれ以外の世帯(65歳未満)における費目別消費支出シェアの差によって示そう(第1-1-8図)。1999年と2014年では若干異なるが、高齢世帯は、教育費や通信費、被服及び履物、自動車等関係費(自動車購入費、ガソリン代、駐車場代等)の支出シェアが低い一方、保健医療や家具・家事用品の支出シェアが高い。高齢世帯の支出シェアを15年前と比較すると、自動車関係費や通信費の支出シェアが高まっており、高齢世帯でも以前より自動車に乗った外出が増えていること、携帯電話等によるコミュニケーション支出が増えて

⁸ 高齢世帯とは世帯主の年齢が65歳以上の世帯を対象としている。

いることが分かる。

第1-1-8図 費目別にみた消費支出のシェア（高齢世帯（65歳以上）、それ以外の世帯（65歳未満））



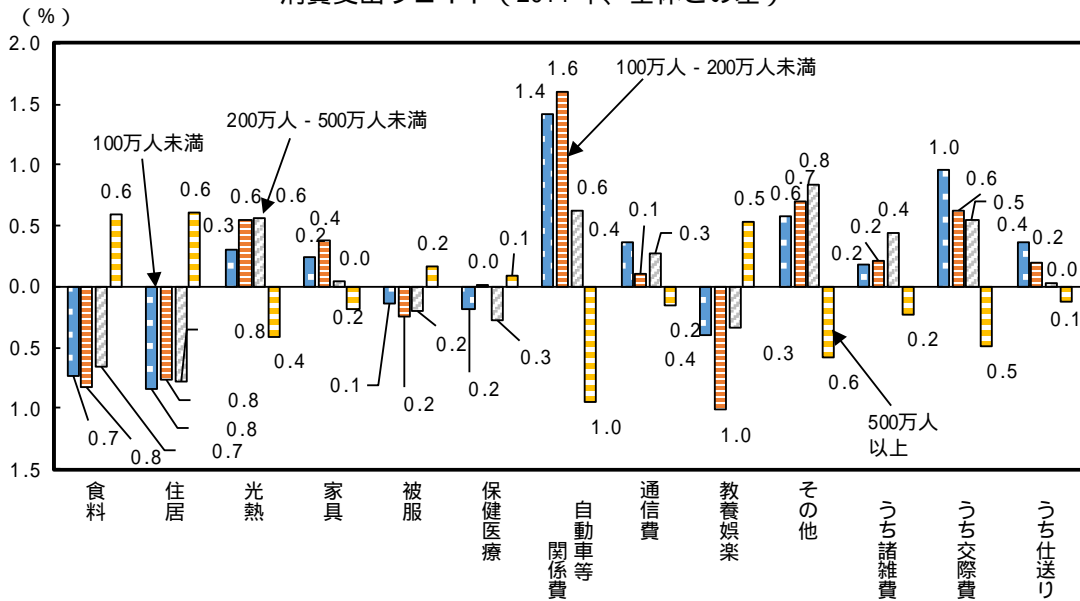
- (備考) 1. 総務省「全国消費実態調査」により作成。2人以上の世帯。
 2. 用途分類のうち10大費目分類別(「交通・通信」のみ中分類)でみた、世帯主が65歳以上の世帯及び65歳未満の世帯の消費支出構成比。

(世帯消費の差は世帯年齢より居住地域の影響が大きい)

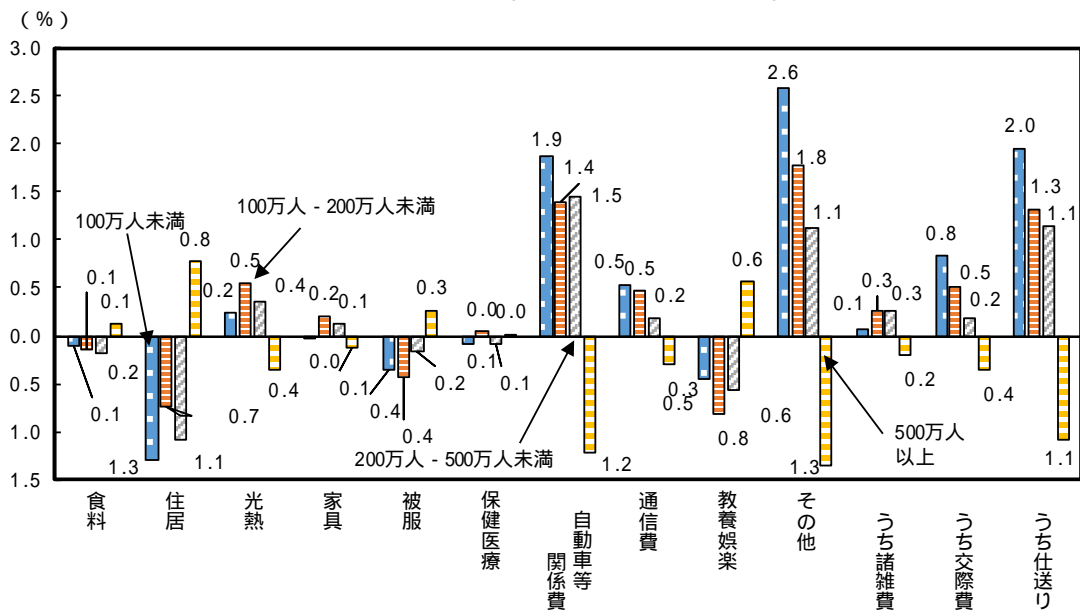
次に、高齢世帯の支出シェアは居住地域によって異なるかどうかを分析する。居住する都道府県を人口規模に応じてグループ分け(人口規模100万人未満、100万人 - 200万人未満、200万人 - 500万人未満、500万人以上)して比較すると、自動車関係費に大きな差がみられる結果となった。人口規模500万人未満のグループに入る府県に住む高齢世帯では、全国平均に比べて自動車関係費への支出が相対的に多い一方、500万人以上の都道府県に住む高齢世帯では、こうした自動車関係費への支出が少ない。これには公共交通機関の利便性が影響していると思われる。また、教養娯楽(テレビ等の耐久財、新聞雑誌代、文化施設使用料等)への支出については、人口規模の大きいグループに属する高齢世帯の支出ウェイトが高くなっており、教養娯楽施設へのアクセスの良さが支出ウェイトを高めることに影響していると考えられる。

なお、その他についても地域差が大きくみられるので内訳を調べると、交際費への支出は、人口規模の小さいグループほど多くなっており、いわゆる3大都市圏よりも地方の方が、贈答用金品及び接待用支出等、社交に係る支出が多い傾向がある。ただし、高齢世帯とその他の世帯の地域差はおおむね同じ傾向がみられ、何れの世帯にも交通機関や施設の利便性が影響を与えていると考えられるが、異なる点としては、その他の世帯においては、「仕送り」の地域差が大きい(第1-1-9(1)、(2)図)。

第1-1-9(1)図 居住地の人口規模別にみた高齢世帯(65歳以上)の消費支出ウェイト(2014年、全体との差)



第1-1-9(2)図 居住地の人口規模別にみたその他の世帯(65歳未満)の消費支出ウェイト(2014年、全体との差)



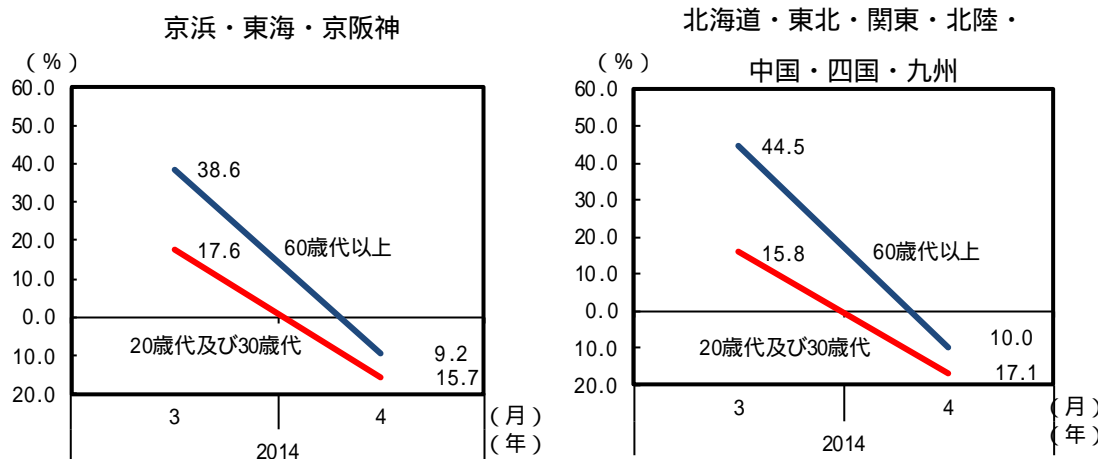
- (備考) 1. 総務省「全国消費実態調査」により作成。2人以上の世帯。
 2. 2015年国勢調査における各都道府県の人口に基づいて、都道府県を人口に応じて4グループに分類した。人口500万人以上の都道府県は、東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、埼玉県、千葉県、兵庫県、北海道、福岡県。同200万人-500万人は、静岡県、茨城県、広島県、京都府、宮城県、新潟県、長野県、岐阜県。同100万人-200万人未満は、栃木県、群馬県、岡山県、福島県、三重県、熊本県、鹿児島県、沖縄県、滋賀県、山口県、愛媛県、長崎県、奈良県、青森県、岩手県、大分県、石川県、山形県、宮崎県、富山県、秋田県。同100万人未満は、香川県、和歌山県、山梨県、佐賀県、福井県、徳島県、高知県、島根県、鳥取県(全て人口降順)。
 3. 全ての高齢世帯(またはその他の世帯)の消費費目別シェアと人口規模別の高齢世帯(またはその他の世帯)の費目別にみた消費支出のシェアとの差をとっている。

(コラム1 消費税率引上げに対する消費行動の年齢差と地域差)

(消費税率引上げに伴う駆け込み需要の程度は高齢者の方が大きい)

消費税率引上げ前後には駆け込み需要とその反動減が生じるが、消費者の年齢や居住地によって違うのだろうか。ここでは、2014年4月の消費税率引上げ前後の動きについて、消費者の購買統計を用いて年齢階層別一人当たり消費額⁹を求め、3大都市圏(京浜、東海、京阪神)とそれ以外の地域(北海道・東北・関東・北陸・中国・四国・九州)¹⁰に分けて比較した。当然、いずれの年齢階層・地域においても駆け込み需要とその反動減は確認されるが、60歳以上は駆け込み需要が大きく、反動減が小さい一方、20歳以上39歳未満では逆に、駆け込み需要は小さく、反動減が大きい。なお、消費税率引上げ後の消費減少には、価格上昇による実質所得の減少による効果(所得効果)も含まれる(コラム1-1図)。

コラム1-1図 地域別消費額の変化(前年同月比、2014年3月、4月)



(備考) 1. ㈱インテージ「SCI(全国消費者パネル調査)」により作成。前年同月比。SCIとは、全国15歳-69歳の男女50,000人を対象に、購入した商品・数量・金額・日時・購入ルート等を調査した統計。

2. 地域区分は次の通り。

北海道：北海道。東北：青森県、岩手県、宮城県、山形県、秋田県、福島県。関東：茨城県、栃木県、群馬県、山梨県。京浜：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。東海：静岡県、岐阜県、愛知県、三重県。北陸：新潟県、富山県、石川県、福井県、長野県。京阪神：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県。中国：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県。四国：徳島県、香川県、愛媛県、高知県。九州：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県。

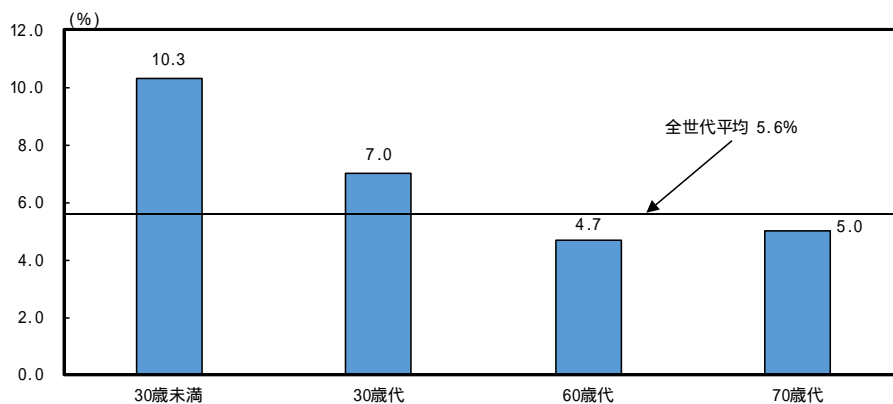
こうした年齢階層間の違いが生まれる要因の一つとして、60歳以上では、20-30歳代に比べて手許現金が豊富な者が多く、流動性の制約が小さいことが挙げられる。傍証として貯蓄のない年齢階層別世帯割合をみると、高齢世帯の方が貯蓄のない世帯割合が少ない(コラム1-2図)。このため、消費税率引上げ前の価格が安いうちに必要なものを購入

⁹ 対象品目は、食品(生鮮食品、弁当・惣菜を除く)、生活雑貨(医薬品、化粧品、紙製品等)、その他(たばこ、ペット用品等)であり、生鮮食品、弁当・惣菜、耐久消費財等は含まない。

¹⁰ 沖縄はサンプル数が少ないことから、年齢別のデータは今回の分析では採用しない。

し、かつ、税率引上げ後も消費をあまり抑制していないと考えられる。

コラム 1 - 2 図 世帯主の年齢階級別 貯蓄非保有世帯の割合（2人以上の世帯、2014年）

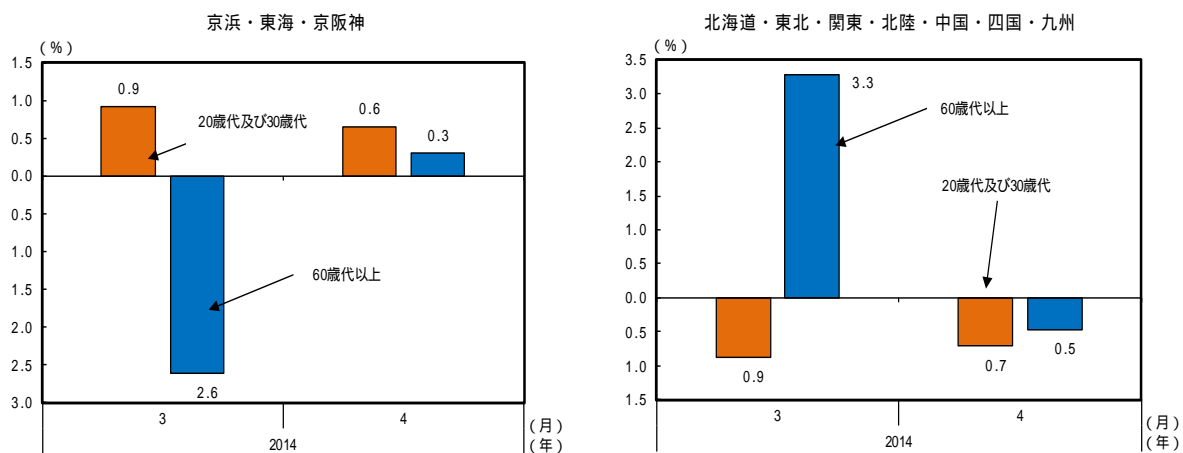


(備考) 1. 総務省「全国消費実態調査」により作成。
2. 貯蓄非保有率とは、集計世帯数から貯蓄保有世帯数の割合を除いたもの。

(消費税率引上げに伴う駆け込み需要は3大都市圏よりもその他の地域の方が大きい)

次に、消費税率引上げに伴う消費変動が居住地によって異なるか否かという点について、3大都市圏とその他の地域に分け、全国平均からのかい離程度で評価した(コラム 1 - 3 図)。その結果、60歳以上の者の駆け込み需要をみると、3大都市圏在住者は、全国平均より2.6%程度低く、その他の地域在住者は、全国平均より3.3%高かった。また、消費税率引上げ後の反動減については、年代にかかわらず3大都市圏に住む者は相対的な落ち込みが小さい一方、その他の地域に住む者は、20歳代及び30歳代、60歳代ともに落ち込みが相対的に大きい。消費税率の引上げは、駆け込み需要とその反動という点では、3大都市圏よりもその他の地域に住む者に大きく影響したようである。

コラム 1 - 3 図 地域別消費額の変化(前年同月比、2014年3月、4月、全国平均からのかい離)



(備考) (株)インテージ「SCI(全国消費者パネル調査)」により作成。前年同月比。

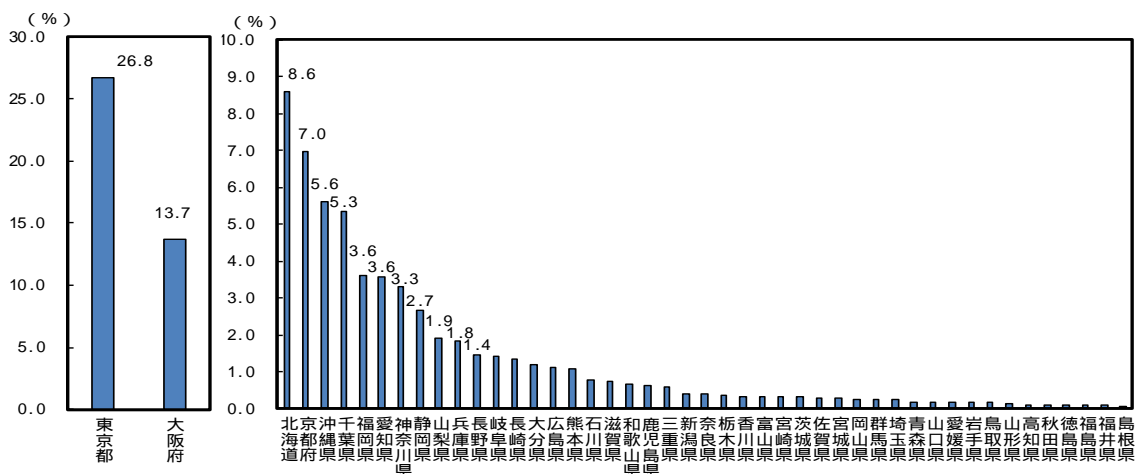
3) インバウンド需要の動向

(外国人観光客数は増加基調を維持するものの、訪問・滞在先に偏り)

小売販売、特に百貨店販売に影響度を増していたのが、インバウンド需要である。アジア諸国を中心としたビザの要件緩和等¹¹もあり、外国人観光客の人数及び国内消費額は拡大している。客数はここ数年で倍増し、2015年には2,000万人を超えた。また、外国人観光客による2015年の国内消費額は3.5兆円(GDP比0.7%)と、2012年の1.1兆円(同0.2%)と比べ、大幅に増加している。2016年1-3月期は、うるう年効果もあるが、客数が575万人(前年同期比39.3%増)、国内消費額は9,305億円(同31.7%増)と大幅に増加した。4-6月期には596万人(同19.0%増)、9,533億円(同7.3%増)となり、消費額の増勢に陰りは見られるものの、客数は引き続き増加基調にある。

インバウンド需要の取り込みが地域経済の好循環拡大に向けた課題の一つであるが、外国人観光客の訪問先や滞在先には大きな偏りがみられる。2015年の延べ宿泊者数のシェアを都道府県別にみると、東京都が全宿泊延べ数の26.8%、続いて大阪府が13.7%を占めており、他に大きく差を付けている(第1-1-10図)。

第1-1-10図 外国人観光客の延べ宿泊者数のシェア(2015年)



(備考)観光庁「宿泊旅行統計調査」により作成。

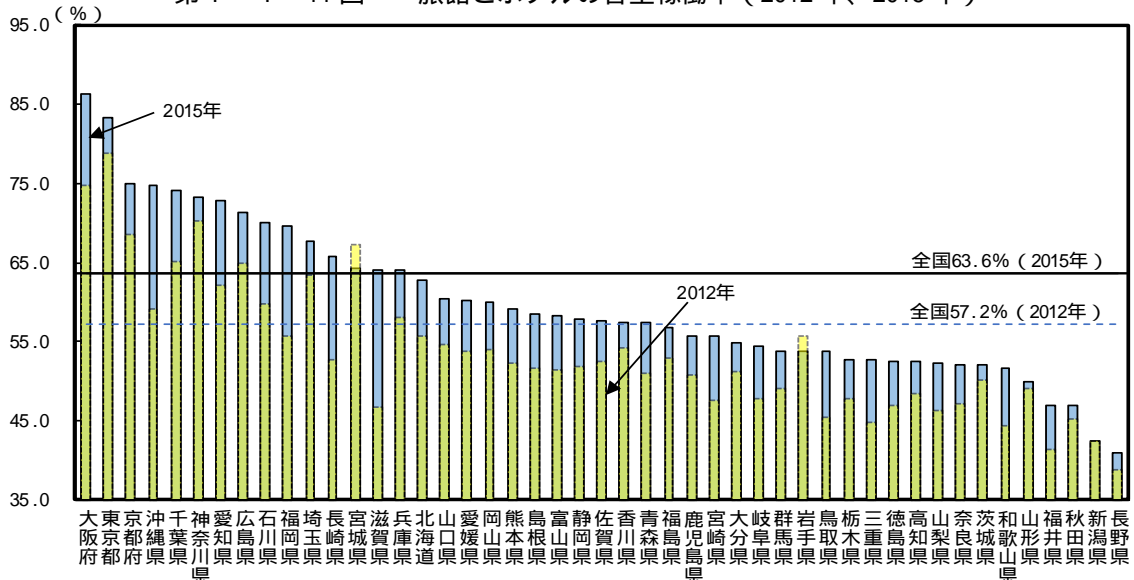
(外国人観光客が滞在する地域の宿泊稼働率は高く、増設投資もみられる)

外国人観光客数に応じ、旅館・ホテルの客室稼働率水準も、大阪府、東京都が高く、続いて京都府、沖縄県、千葉県となっている(第1-1-11図)。2012年と2015年を比較すると、2012年は震災からの復旧・復興需要の影響もあったことから稼働率が高まっていた宮城県や岩手県を除くと、全ての都道府県において稼働率が高まっている。例えば、滋賀

¹¹ 2014年にミャンマー・インド各国民への数次ビザの発給を開始。インドネシア・フィリピン・ベトナム各国民に対して有効期間の延長等、数次ビザ発給要件の大幅緩和を開始。2015年には中国人に対する数次ビザ有効期間の延長や高所得者用数次ビザの導入を開始。2016年はベトナム・インド各国民に対して我が国初となる有効期間最長10年の数次ビザ発給及び発給要件の大幅緩和を開始。中国人に対する有効期限の延長及び一部大学生等に対するビザ発給条件の緩和等の実施も決定(外務省(2016))。

県の稼働率は3年間で20%ポイント近い上昇を記録している。その背景には、歴史上の人物に関連した誘客事業が功を奏したこともあるが、大阪府や京都府の宿泊施設を予約できなかった観光客が滋賀県の宿泊施設を利用する例も多い、という事情もある。

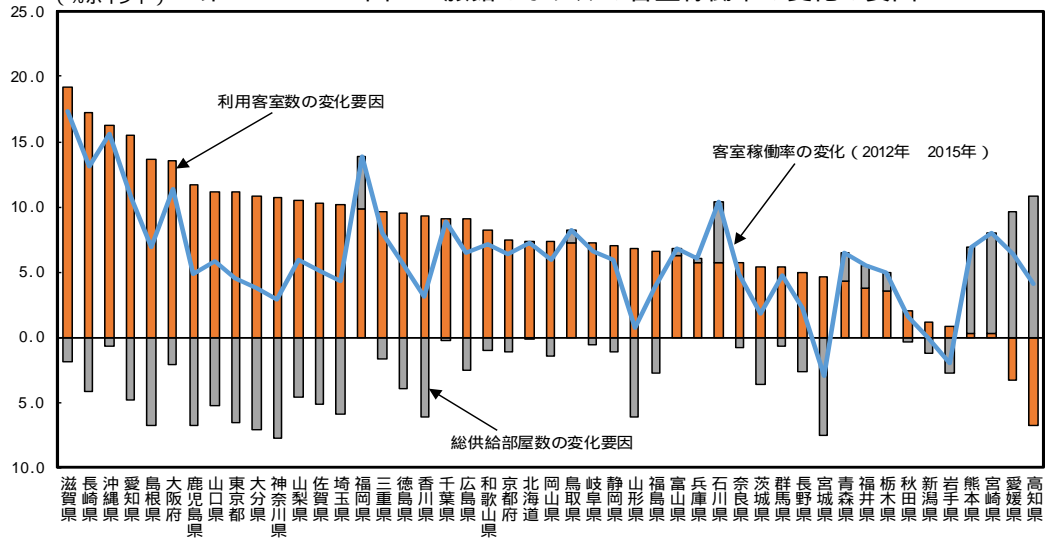
第1-1-11図 旅館とホテルの客室稼働率（2012年、2015年）



(備考) 1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」により作成。ホテルはリゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテル。
 2. 客室稼働率 = 利用客室数 / 総供給部屋数。なお、黄色は2012年、青色は2015年の稼働率。宮城県と岩手県は、2012年の稼働率が2015年を上回っているため、黄色に点線で囲っている。

ただし、稼働率は、宿泊施設の部屋数にも影響される。過去3年間の客室稼働率の変化を客数増減と客室数増減に分解すると、同じ稼働率でも、宿泊施設の拡大と顧客増加を同時に達成しているところと、顧客減少に合わせて規模を縮小しているところが混在している(第1-1-12図)。先に触れた滋賀県や沖縄県等の稼働率の高まりは、宿泊者の増加によってもたらされたが、例えば、愛媛県や高知県の稼働率上昇は、利用者が減少する以上に供給部屋数を減らしたことによる。

第1-1-12図 旅館とホテルの客室稼働率の変化の要因



(備考) 観光庁「宿泊旅行統計調査」により作成。

(コラム2 新幹線開業が地域経済に与える影響について)

2015年3月14日に「北陸新幹線(長野駅-金沢駅間)」が開業し、2016年3月26日には「北海道新幹線(新青森駅-新函館北斗駅間)」が開業した。観光客等の誘致など、新幹線の開業が地域の経済に与える影響は大きい。ここでは、北陸新幹線と北海道新幹線の開業状況を整理し、新幹線の開業の影響をみていく。

(時間は短縮され、利用者と鉄道運輸収入は大幅増)

まず、2つの新幹線の開業状況について、2011年3月12日に開業した九州新幹線の事例を参考にしながらみよう。北陸新幹線、北海道新幹線ともに開業区間の所要時間が1時間程度短縮された。開業後1か月間の一日当たりの利用者数は、北陸新幹線は2万5,000人(開業前比+193%)、北海道新幹線は5,600人(同+99%)となった。鉄道運輸収入も開業翌年度には、それぞれ+530億円、+65億円の増収となった。九州新幹線の場合は、一日当たりの利用者数は2万5,000人(前年比+30%)、鉄道運輸収入も+248億円の増収となり、今回もこれと同様の結果がみられた(コラム2-1表)。

コラム2-1表 新幹線の開業状況

	(参考)九州新幹線	北陸新幹線	北海道新幹線
開業時期	2011年3月12日	2015年3月14日	2016年3月26日
開業区間	博多駅-新八代駅 新八代-鹿児島中央は 2004年開業	長野駅-金沢駅	新青森駅-新函館北斗駅
開業後1か月間の一日当たり利用者数	2万5,000人 (対前年比 +30%)	2万5,000人 (対前年比 +193%)	5,600人 (対前年比 +99%)
所要時間	3時間42分 (約1時間20分短縮) 新大阪駅-鹿児島中央駅間	2時間28分 (約1時間20分短縮) 東京駅-金沢駅間	4時間2分 (約1時間8分短縮) 東京駅-新函館北斗駅間
鉄道運輸収入(前年度比)	・開業年度 +24億円 ・開業翌年度 +248億円	・開業年度 +164億円 ・開業翌年度 +530億円	・開業年度 +17億円 ・開業翌年度 +65億円
延伸計画	武雄温泉駅-長崎駅間 2022年度完成・開業予定 (線路延長66km)	金沢駅-敦賀駅 2022年度末の完成・開業予定 (線路延長125km)	新青森駅-札幌駅 2030年度末の完成・開業予定 (線路延長211km)

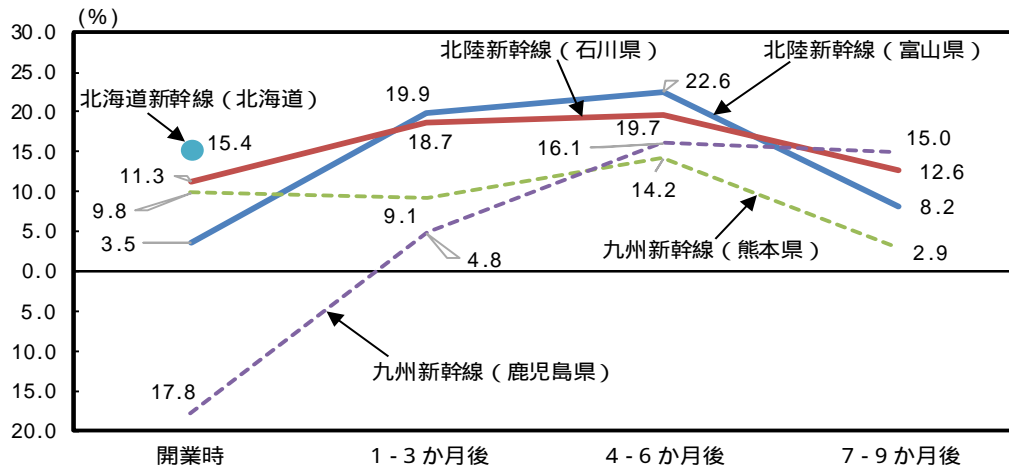
(備考) 1. J R各社、鉄道・運輸機構HPより作成。

2. 鉄道運輸収入は、各社決算書による。鉄道運輸全体の収入であり、開業した新幹線以外の収入も含まれる。

(延べ宿泊者数も大幅増)

延べ宿泊者数の変化をみると、九州新幹線の開業時には、熊本県と鹿児島県で1割以上、北陸新幹線では、富山県と石川県で2割程度の増加となり、大きな集客効果がみられた。また、北海道新幹線については、開業した2016年1-3月期は前年同期比15.4%であり、開業当初から集客効果の一部が生じたともみられるが、今後の伸びが期待される(コラム2-2図)。

コラム 2 - 2 図 開業後の延べ宿泊者数の推移（前年同期比）

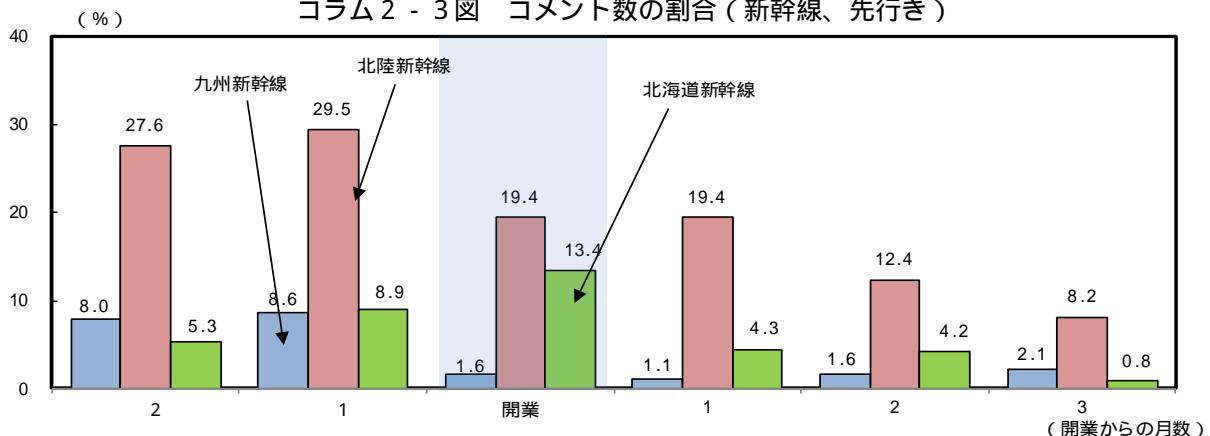


- （備考）
- 観光庁「宿泊旅行統計調査」により作成。
 - 各新幹線が開業した当該四半期を始点とし、開業から3四半期後までの各四半期の延べ宿泊者数の前年同期比の推移。
 - 北海道新幹線は開業が2016年3月のため、現時点でとれるデータは開業時のみ。
 - 観光庁「宿泊旅行統計調査」では2010年1-3月期まで「従業員9人以下の施設」を対象外としていたため、九州新幹線開業時のデータのみ「従業員9人以下の施設」を除いてデータ算出。
 - 鹿児島県は、2011年1月19日の霧島山（新燃岳）噴火及び同年3月11日の東日本大震災の影響により、2011年1-3月に宿泊のキャンセル等が多数発生したため、九州新幹線開業時の前年同期比は大幅なマイナスとなっている。

（多くのコメントが寄せられたのは北陸新幹線の開業）

過去の新幹線開業時¹²と今回の2つの新幹線開業時の景況感への影響について、「景気ウォッチャー調査」のコメントの動向を用いて概観しよう。各地域の景気ウォッチャーの有効回答者数に対して、「新幹線」について言及したコメントの割合は、北陸新幹線の開業時が最も高く、開業前月にはコメント総数の3割にのぼった。開業から2か月経った時点でも、1割を超えるコメントが寄せられていた。一方、北海道新幹線については、開業当月に13%程度のコメントがあったが、その他の月については、九州新幹線開業同様、コメントの割合はそれほど高くない（コラム 2 - 3 図）。

コラム 2 - 3 図 コメント数の割合（新幹線、先行き）



- （備考）
- 内閣府「景気ウォッチャー調査」より作成。
 - 網掛け部分は各新幹線の開業時期を示している。九州新幹線は九州（福岡県、佐賀県、長崎県、大分県、熊本県、宮崎県、鹿児島県）、北陸新幹線は北陸（新潟県、富山県、石川県、福井県）、北海道新幹線は北海道（北海道）の各地域において「新幹線」に言及したコメントの割合を算出。

¹² 北海道新幹線の開業時に関しては、2016年4月に熊本地震が発生したこと、また、九州新幹線の開業に関しては、2011年3月に東日本大震災が発生したことに留意が必要である。