地域の経済 2018

平成 30 年 11 月

内 閣 府 政 策 統 括 官

（経済財政分析担当）

『地域の経済 2018』の公表にあたって

内閣府経済財政分析担当では、年１回、「地域の経済」と題して、地域経済に関する報告書を公表しています。今回の「地域の経済 2018」は、地域経済に大きな変化をもたらしつつある「人手不足問題」と「インバウンド需要の拡大」に焦点を当てて分析を行っています。

日本経済が抱える供給面の最大の課題の一つである人手不足問題は、高齢化の急速な進展や若年者の人口移動の影響もあり、地域経済にとっては、より深刻な問題となっています。第１章では、地域ごとの人手不足の状況及びその要因や影響を多角的に分析するとともに、地域経済の「新たな力」となる潜在的な労働力の活躍の状況、生産性向上の地域差について分析をしています。

他方、人口減少に伴う需要減を補う方途として、訪日外国人旅行者による消費（インバウンド需要）が日本経済の新たな需要の一つとして期待されています。第２章では、一部の地域に偏っているインバウンド需要の現状を整理するとともに、インバウンド需要のすそ野をいかに全国各地に拡げていくかについての分析を行っています。拡大する世界の旅行需要を取り込むために、まだ十分に知られていない地域の「新たな魅力」を伝えるためにはどうすればよいか、様々なデータを基にその方策を探っています。

加えて第３章において、この１年程度の各地域の経済動向を、景気ウォッチャー調査からみる景況感や生産、消費といった切り口から振り返っています。

本報告が地域経済の現状に関する理解を深め、地域の新たな魅力、新たな力を引き出し、地域を活性化させる一助となれば幸いです。

最後に、本報告の作成にあたって、企業や地方自治体、関係省庁などの皆様にヒアリングやデータ提供等を通じてご協力を賜りました。この場を借りて深く感謝を申し上げます。

2018 年 11 月

内閣府政策統括官（経済財政分析担当）
増　島　　稔

目　次

第１章　地域における人手不足問題---------- 1
（１）人手不足感の地域ごとのばらつき---------- 1
コラム１　労働力需給の地域間のミスマッチと
職業間のミスマッチ---------- 13
コラム２　大手民鉄各社が人材の相互受入を開始
（人手不足対策・働き方改革の具体的事例）---------- 25
（２）地域の産業構造と労働生産性の向上---------- 26
コラム３　就業者数・実質付加価値の地域間のばらつきの
長期的推移---------- 37

第２章　インバウンド需要の取り込みに向けて---------- 39
（１）インバウンド需要の拡大と地域差---------- 39
（２）インバウンド需要のすそ野の拡大に向けて---------- 47
コラム１　多様化する入国手段と潜在成長圏への訪問---------- 52
コラム２　求められる情報発信力---------- 57
（３）今後のインバウンド需要拡大への展望---------- 59
コラム３　訪日外国人旅行者数の将来試算---------- 64
コラム４　地域への周遊を促進する広域観光周遊ルートの構築---------- 68

第３章　2017年から2018年にかけての各地域の経済動向---------- 70
（１）景気ウォッチャー調査からみた各地域の景況感---------- 70
（２）各地域の経済動向---------- 73
コラム　景気ウォッチャー調査を活用したテキスト分析及び
インバウンドの動向分析への応用---------- 98

付注、付図---------- 103

地域区分---------- 119

参考文献等---------- 120

第１章　地域における人手不足問題

現在の超少子高齢社会にあって、供給力の大きな源泉である人口が減少しつつあり、景気の回復とともに、多くの地域で人手不足問題に直面している。特に地域においては、東京圏へのそれ以外の地域からの人口移動が継続していること等から人口はより急速に減少しており、人手不足問題への対応は喫緊の課題となっている。

人手不足問題に対処するには、女性や高齢者、外国人の活躍、そして労働生産性の向上といった、地域の「新たな力」を掘り起こす必要がある。そうした観点から、本章では各地域における人手不足問題の現状を概観した上で、潜在的な労働力の活躍の状況、そして生産性向上の地域差について分析する。

（１） 人手不足感の地域ごとのばらつき

ここでは、人手不足感の地域ごとのばらつきについて、その特徴とその背景を整理する。その上で、労働市場におけるミスマッチの状況や、需給状況が賃金に与える影響について概観する。最後に今後の労働力供給の動向を左右すると考えられる女性、高齢者、外国人労働力の活躍状況についてみる。

１）地域における人手不足の現状

（輸出比率に影響を受ける製造業の人手不足感の地域差）

地域における人手不足の現状を、まず企業の人手不足感からみてみよう。日銀短観の雇用人員判断ＤＩ（雇用人員について「過剰」と答えた企業の割合から「不足」と答えた企業の割合を引いたもの）について、直近の数値をみてみると、製造業（第１－１－１図）、非製造業（第１－１－３図）ともに全地域で「不足」超となっている。各地域の特徴をみるため、その推移を 2000 年代半ばから見ると、製造業では、2000 年代半ばには南関東や東海といった大都市圏で「不足」超幅が大きかった一方、東北や甲信越では「過剰」超であった。2008 年のリーマン・ショックにより全ての地域で大幅な「過剰」超となったが、特に東海・甲信越・北陸の過剰感が大きい一方、北海道の過剰感が相対的に小さくなっている。その後「過剰」超幅は縮小に向かうものの、2011 年の東日本大震災時には北海道を除く東日本を中心に「過剰」幅の一時的な拡大が見られた。2012 年まで全体的に「過剰」超幅は横ばいないしやや拡大傾向にあったが、景気拡大期に入った 2013 年以降、「不足」超方向に推移している。2015 年９月期以降は、全地域で「不足」超となっていることに加え、地域ごとのばらつきも小さくなっている。

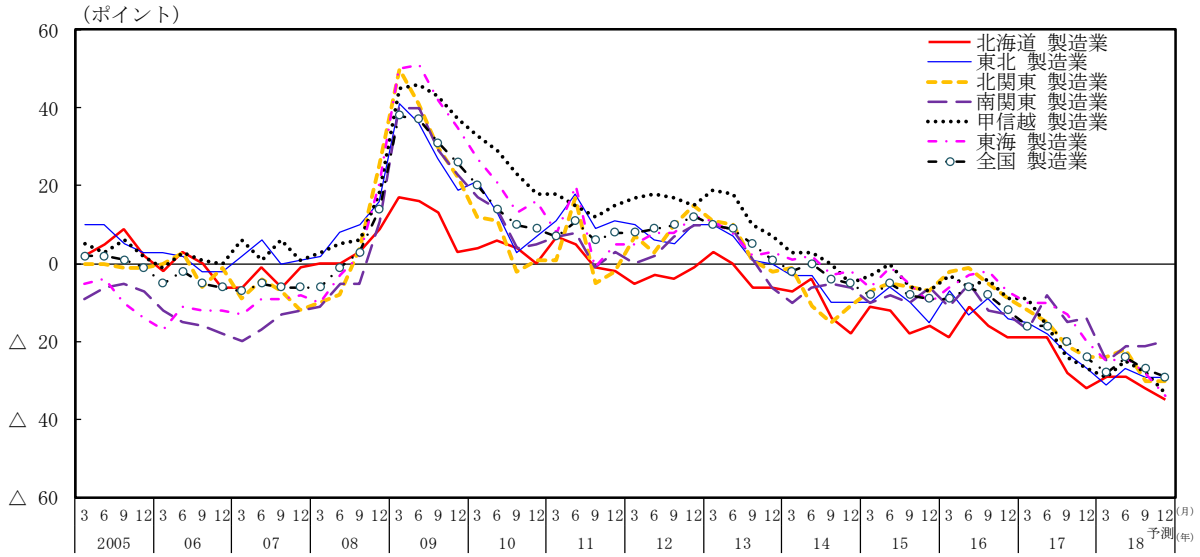
このような製造業における人手不足感の差は、地域の輸出比率に大きく影響されている。リーマン・ショック後に大幅な「過剰」超となった３地域はいずれも輸出比率が相

対的に高く、影響が小さかった北海道は輸出比率が低い。変動係数で測った 2005 年以降の雇用人員判断ＤＩの動きの大きさと輸出比率の関係をみると（第１－１－２図）、輸出比率が大きいほどＤＩは大きく変動していることがわかる。以前に比べて 2012 年末以降の景気回復期の雇用人員判断ＤＩのばらつきが小さいのも、リーマン・ショック前は円安、世界貿易の拡大の下で製造業主導の回復であった一方、2012 年末以降の景気回復局面はそれに比べて内需主導の回復であったためと考えられる[1]。

非製造業の動きをみると、2000 年代半ばには製造業と同様に南関東や東海で「不足」超幅が大きく、北海道や東北で「過剰」超気味となっている（第１－１－３図）。リーマン・ショック後、ＤＩは全地域「過剰」超に振れるが、その幅は製造業に比べて遥かに小さい。その後全地域ともほぼ一様に「過剰」超幅は縮小し、製造業より一足早い 2012 年頃から多くの地域で「不足」超となり始め、足下では全地域で強い人手不足感がみられている。なお、非製造業でも製造業と同様に、リーマン・ショック前に比べて地域ごとのばらつきは小さくなっている。これは、製造業における生産等のばらつきの縮小が非製造業にも波及した結果であると考えられる。

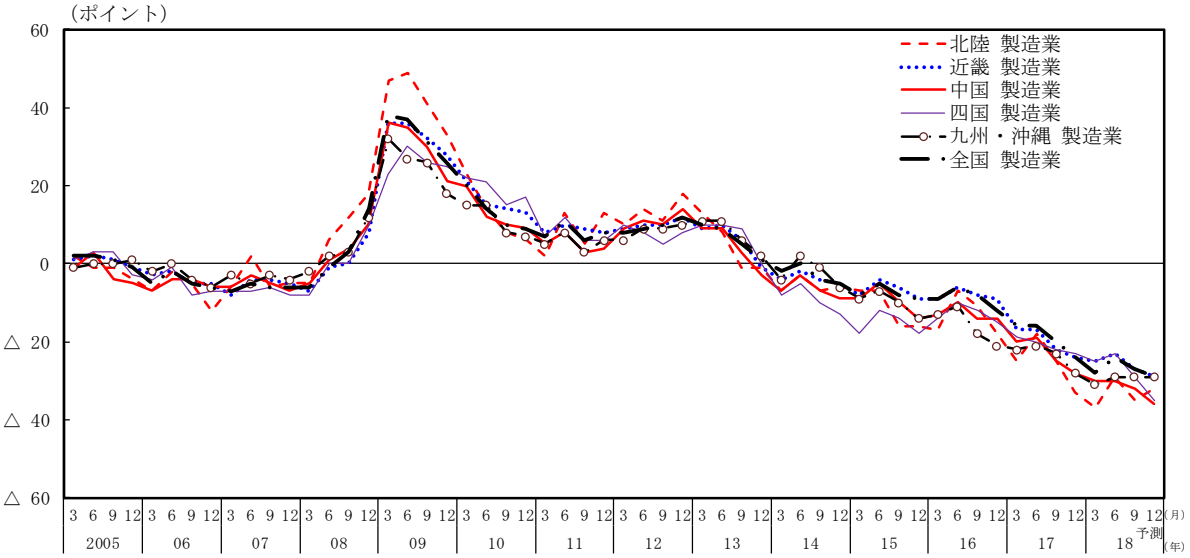
第１－１－１図　日銀短観　雇用人員判断ＤＩの推移（製造業）

（１）東日本



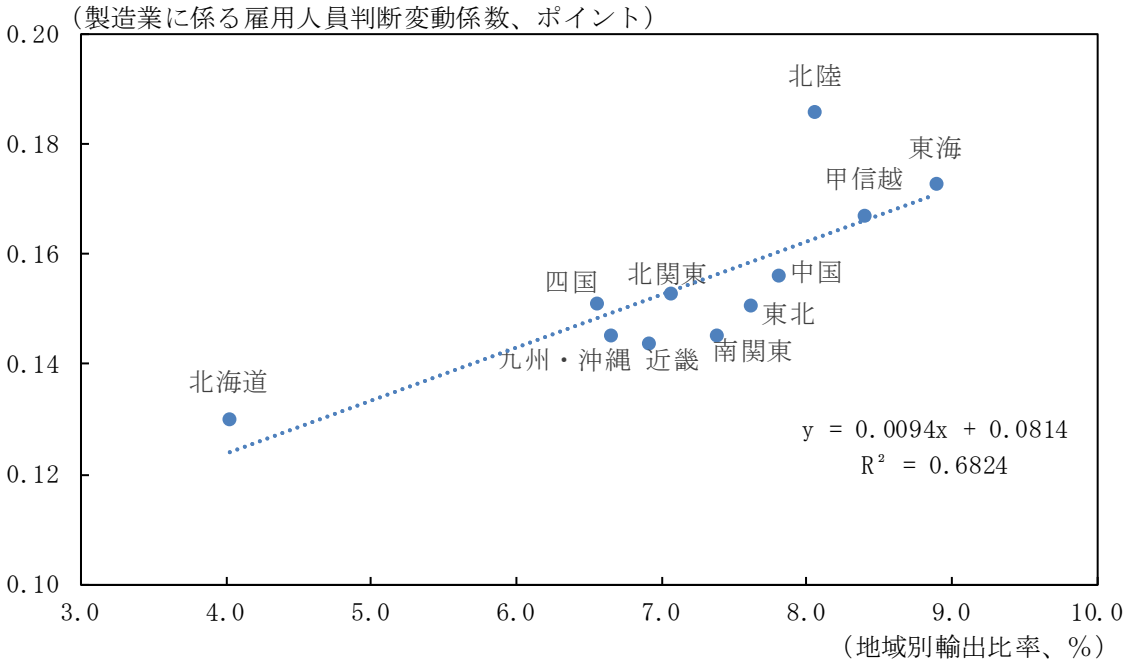
[1] 2002 年第 1 四半期から 2008 年第 1 四半期までの景気回復期に、GDP は 10.2%増加し、輸出はこれに 3.7%寄与しているので、寄与率（寄与度／増加率）は 36.3%となる。同様に 2009 年第 1 四半期から 2012 年第 1 四半期までの景気回復期における輸出の寄与率は 34.0%である。これに対し 2012 年第 4 四半期から足下の 2018 年第 2 四半期までの輸出の寄与率は 18.6%に過ぎない。なお、ここでの輸出は財の輸出だけでなく、サービスの輸出も含む。

（２）西日本



（備考）１．日本銀行及び日本銀行各支店の資料により作成。
２．北関東は前橋支店（群馬県内を管轄）。南関東は横浜支店（神奈川県内を管轄）。甲信越は新潟支店（新潟県内を管轄）。

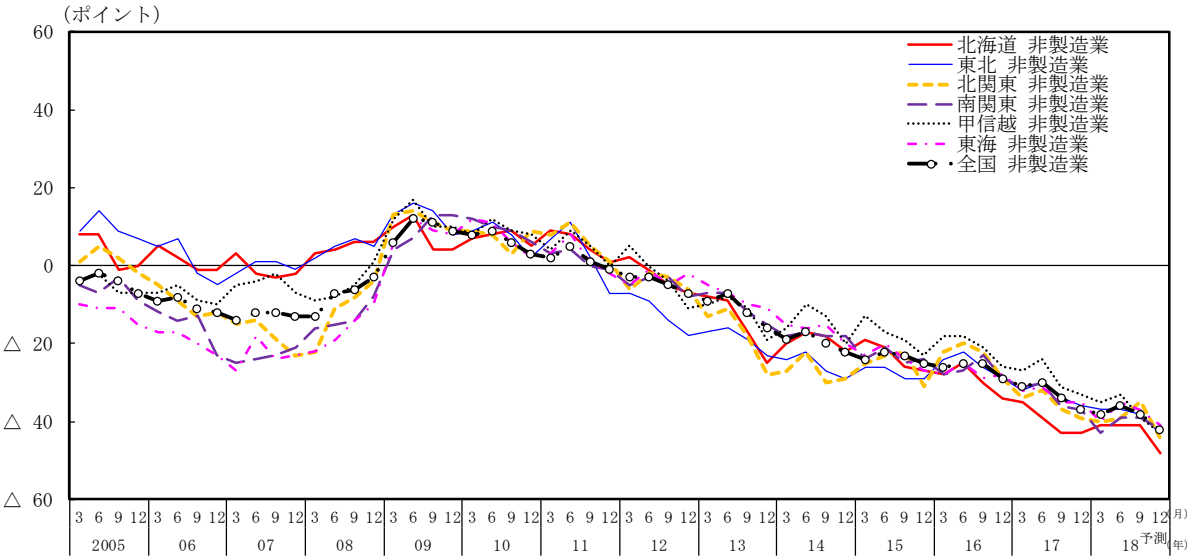
第１－１－２図　輸出比率と雇用人員判断ＤＩの変動の関係



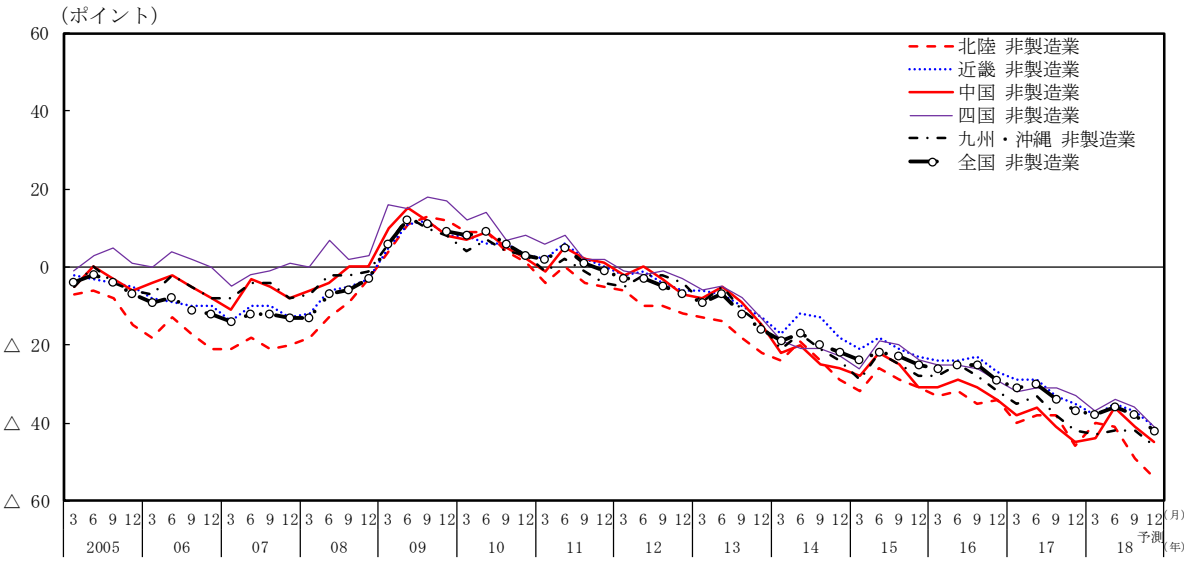
（備考）１．製造業に係る雇用人員判断係数は、日本銀行及び日本銀行各支店の公表資料により作成。
２．北関東は前橋支店（群馬県内を管轄）。南関東は横浜支店（神奈川県内を管轄）。甲信越は新潟支店（新潟県内を管轄）。
３．地域別輸出比率は、総務省「産業連関表」（2011 年）から得た産業（製造業）別輸出比率（輸出額／国内生産額）を、内閣府「県民経済計算」（2015 年度）の地域別産業構成比で加重平均して求めた。

第１－１－３図　日銀短観　雇用人員判断ＤＩの推移（非製造業）

（１）　東日本



（２）西日本



（備考）１．日本銀行及び日本銀行各支店の資料により作成。
２．北関東は前橋支店（群馬県内を管轄）。南関東は横浜支店（神奈川県内を管轄）。甲信越は新潟支店（新潟県内を管轄）。

（全体として高まったものの依然として地域差のある有効求人倍率）

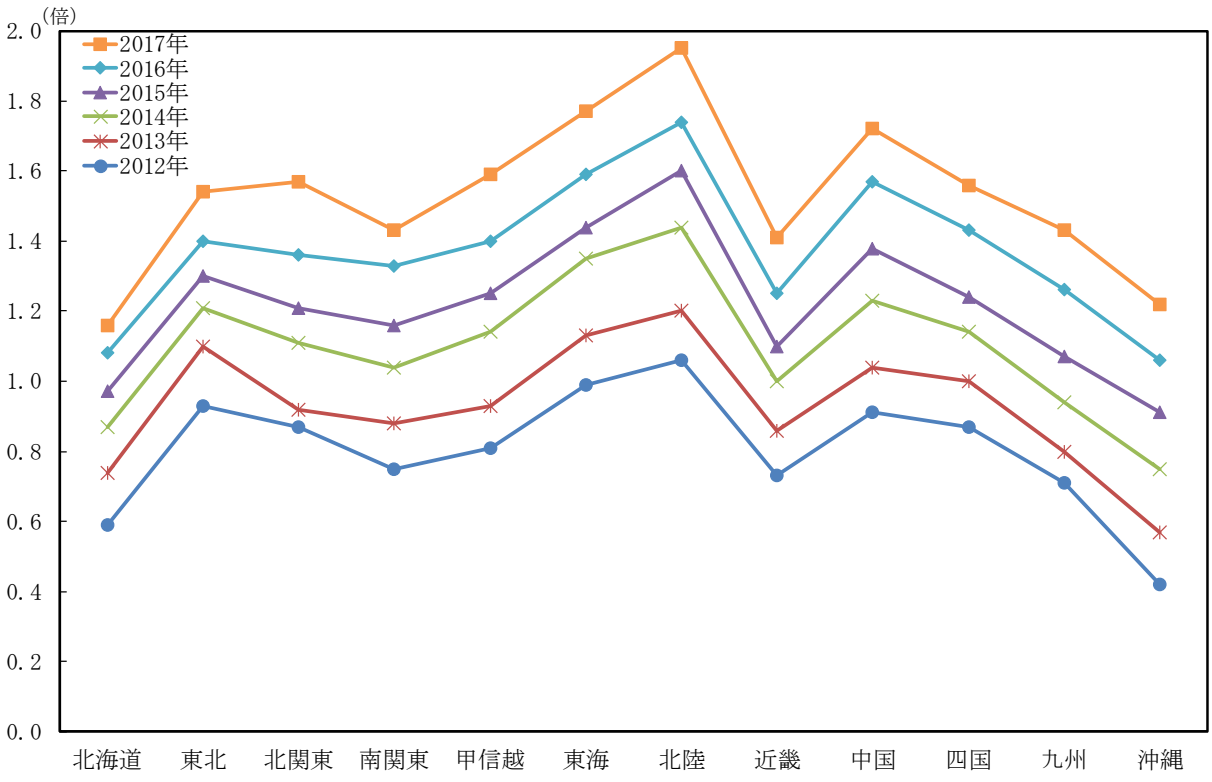
次に、地域ごとの人手不足の状況を有効求人倍率でみてみよう。暦年で見た有効求人倍率は、2012 年に北陸で 1 を上回ったのを皮切りに各地域とも上昇を続け、雇用環境は改善が進んでいる（第１－１－４図）。しかしその水準には依然として地域差があり、もともと他地域と比べて低い水準であった北海道や沖縄を含めたすべての地域において有効求人倍率が 1 を超えたのは 2016 年からである。2017 年の時点で、北陸が 1.95 倍と最も高く、次いで東海が 1.77 倍、中国が 1.72 倍となっている。他方、最も低いのは北海

道の 1.16 倍、次いで沖縄の 1.22 倍であり、残りの地域は 1.4 倍から 1.6 倍の間となっている。

（有効求人倍率の高さの背景は地域によって異なる）

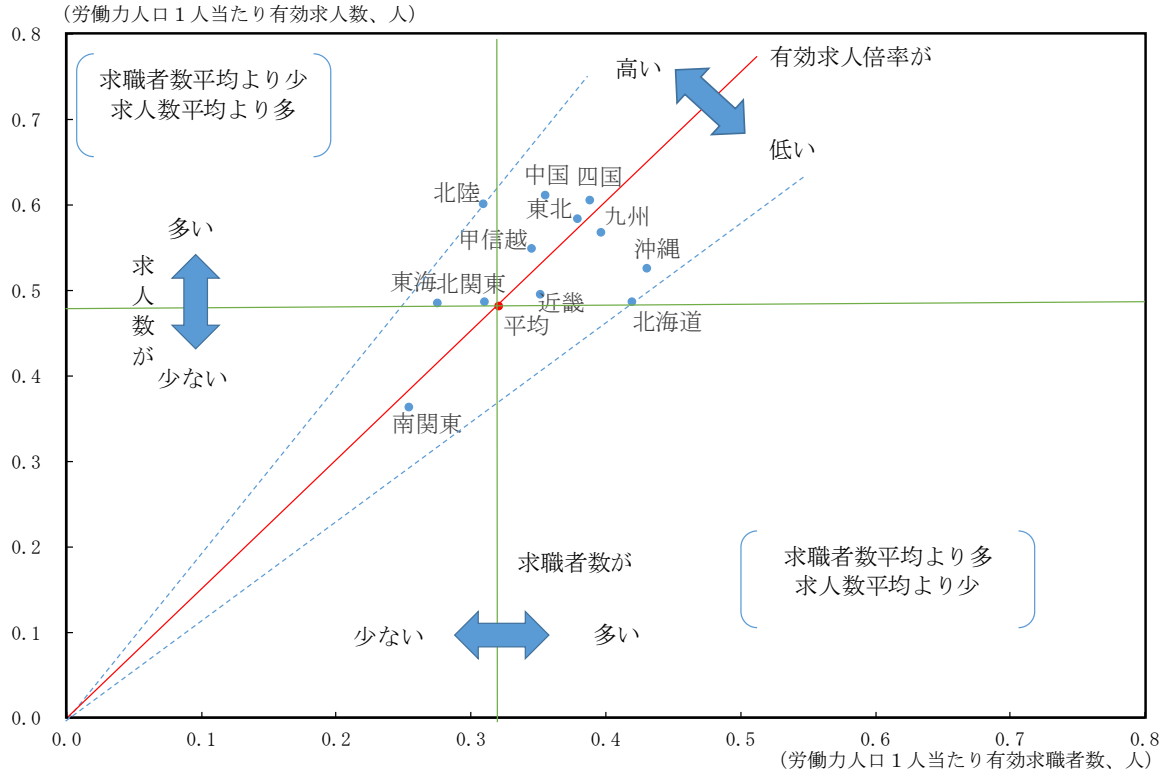
このように、各地域の労働需給はひっ迫しているが、その程度には地域間で大きな違いが見られる。こうした違いはなぜ生じるのであろうか。有効求人倍率の水準の違いを有効求人数要因と有効求職者数要因に分けてみてみよう。労働力人口で割ることによって基準化した有効求人数、有効求職者数をそれぞれ縦軸、横軸に取ると、原点と全国平均を結んだ直線の傾きが全国平均の有効求人倍率を表し、それよりも倍率の低い地域は右下に、倍率の高い地域は左上に位置することになる（第１－１－５図）。北陸、東海はいずれも全国平均よりも高い有効求人倍率となっているが、北陸は、有効求職者数は全国並みである一方、有効求人数が多いために高倍率となっている。これに対して東海については有効求人数は全国並みだが、求職者数が少ないため高倍率となっていることが分かる。また、沖縄・北海道については、求人数は全国並みだが求職者が多いことから有効求人倍率が抑えられている。

第１－１－４図　地域別有効求人倍率（就業地別）の推移（2012 年～2017 年）



（備考）厚生労働省「一般職業紹介状況」により作成。

第１－１－５図　有効求人倍率の求人要因と求職者要因への分解（2017 年）



（備考）厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務省「労働力調査」により作成。

（有効求人倍率上昇幅の地域差はリーマン・ショック前に比べ小さい）

有効求人倍率の地域差は、上で見た水準のみならず上昇幅についても見られる。2012 年から 2017 年までの有効求人倍率の上昇幅をみると、北陸・南関東・中国で大きく、北海道・東北・北関東で小さい。有効求人倍率の変化幅を失業率要因（失業率が低下し求職者が減れば有効求人倍率は高まる）、労働力率要因（労働力率が低下し労働者が減れば求職者が減り有効求人倍率が高まる）、人口動態要因（15 歳以上人口が減少し求職者が減れば有効求人倍率は高まる）、求人要因（求人が増えれば有効求人倍率は高まる）に分けてみる。2012 年から 2017 年にかけて（第１－１－６図（１））、人口動態要因は南関東と沖縄を除いて有効求人倍率を引き上げる方向に、労働力率要因は基本的に有効求人倍率を引き下げる方向に働いているが、いずれもその影響自体は小さい。上昇幅の大宗を占めるのはいずれの地域でも求人要因と失業率要因であり、東北では相対的には失業率要因の寄与が大きく、北陸や中国では求人要因の寄与が大きいといった地域差はあるが、概して両者がバランスよく有効求人倍率を押し上げたことが分かる。

これをリーマン・ショック前の景気回復局面である 2001 年から 2007 年の間の変化幅の内訳と比較してみると（第１－１－６図（２））、リーマン・ショック前は失業率要因・求人要因共に各地域に大きなばらつきがあり、結果として有効求人倍率の上昇幅にも大

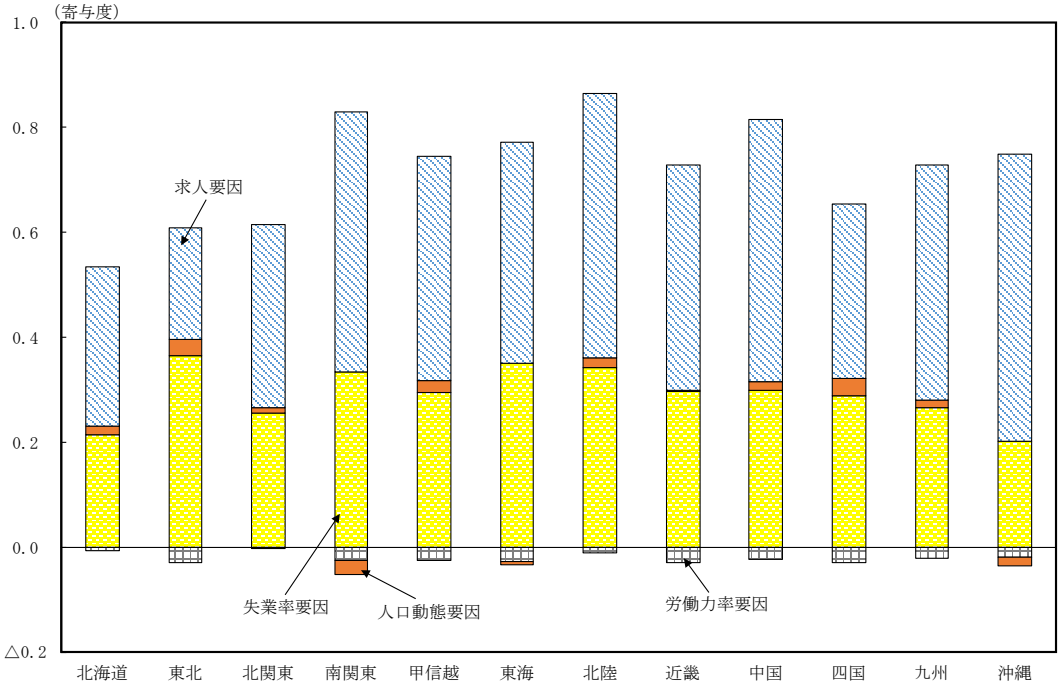
きな差が生まれていた。このように、今回の景気回復局面においては、特定の地域に偏らず労働需給がひっ迫していることが見て取れる。

（サービス業が新規求人の大半を創出）

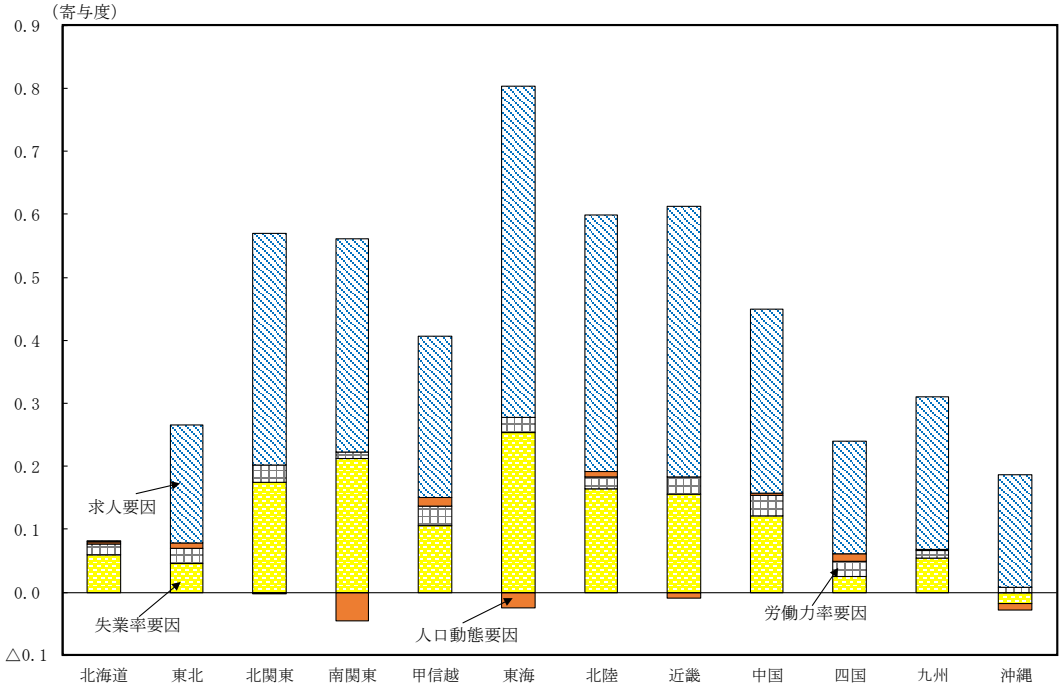
第１－１－６図でみたように、各地域の有効求人倍率は企業による求人増と失業率の低下に伴う求職者減の双方によって引き上げられているが、東北を除けば求人増の寄与の方が大きい。そこで各地域の新規求人数[2]の増加率に対する産業別寄与度をみると、いずれの地域でも製造業の寄与は限定的で、医療・福祉や飲食・宿泊といったサービス業が大半の新規求人を生み出している（第１－１－７図）。各地域とも医療・福祉が大きく押し上げており、特に沖縄、九州、近畿、東海、南関東、北関東における上昇幅が大きい。卸・小売については地域によってかなり異なり、中国や北陸で押上げ幅が大きい一方、東北、近畿、四国等で小さい。建設は概して寄与度は小さく、飲食・宿泊サービスは、観光の盛んな南関東、近畿、沖縄等で大きな寄与となっている。

[2] 有効求人数については地域別の計数が公表されていないため、ここでは新規求人数を用いた。

第１－１－６図（１）　有効求人倍率上昇幅の要因分解（2012 年→2017 年）



第１－１－６図（２）　有効求人倍率上昇幅の要因分解（2001 年→2007 年）

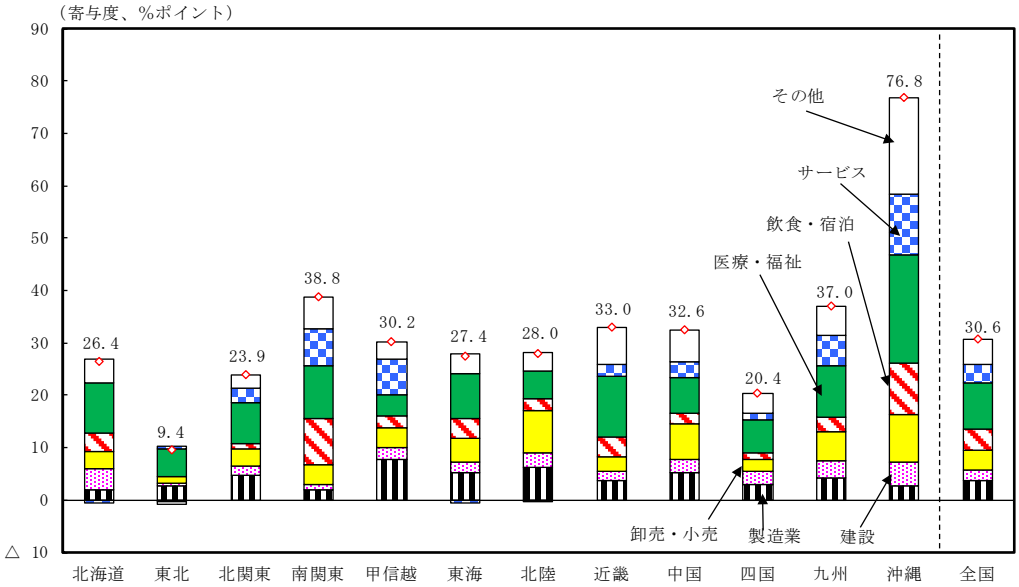


（備考）１.厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務省「労働力調査」により作成。

２.有効求人倍率の変化分の要因分解について、有効求人数と有効求職者数をそれぞれO, A、15 歳以上人口をP、労働参加率をLPR、失業率（有効求職者数／労働力人口）をURとすると、以下のようになる。ただし、添字の 0 は基準時点、tは比較時点を表す。第 1 項が求人要因、第 2 項が人口動態要因、第 3 項が労働力率要因、第 4 項が失業率要因。計算の詳細は付注１－１を参照。

$$\frac{O_t}{A_t}-\frac{O_0}{A_0}=\frac{\Delta O_t}{A_t}-\frac{O_0}{A_tA_0}\Delta P_tLPR_tUR_t-\frac{O_0}{A_tA_0}P_t\Delta LPR_tUR_t-\frac{O_0}{A_tA_0}P_tLPR_t\Delta UR_t$$

第１－１－７図　地域別・産業別新規求人数増加寄与度（2012 年→2017 年）



（備考）厚生労働省「一般職業紹介状況」により作成。

（完全失業率は就業者増が大きく下押し）

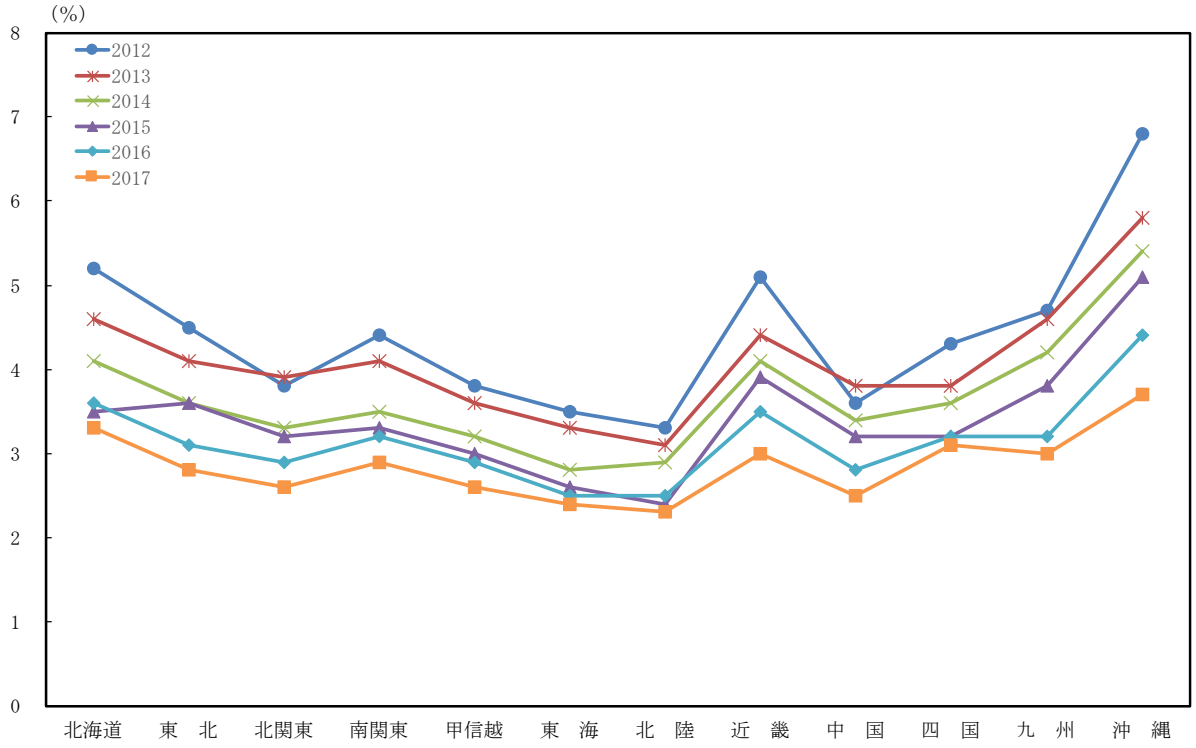
完全失業率についても、2012 年以降全地域で低下傾向にある（第１－１－８図）。2012 年から 2017 年の間の完全失業率の低下幅を、就業者要因（就業者が増えると失業者が減り、完全失業率は低下する）、労働力率要因（労働力率が下がると労働力人口が減少する一方、就業者数は一定なので失業者数がそれ以上の割合で減少し、完全失業率は低下する）、人口動態要因（15 歳以上人口が減少すれば労働力人口が減少する一方、就業者数は一定なので失業者数がそれ以上の割合で減少し、完全失業率は低下する）に分解すると（第１－１－９図（１））、まず、全ての地域において、完全失業率が低下していること、そして、就業者要因が全ての地域において低下に寄与していることが確認できる。特に南関東、東海、近畿、沖縄等生産や消費等が好調な地域において就業者が大きく増加しており、それが完全失業率の低下に寄与している。一方、労働力率要因は全ての地域で完全失業率の押上げに寄与している。人口動態要因は、15 歳以上人口が増加している南関東、東海、沖縄で上昇に寄与し、それ以外の地域では低下に寄与している。特に北海道、東北、甲信越、北陸、四国といった地域では就業者要因よりも低下寄与が大きい。

これを 2001 年から 2007 年までの景気回復局面における地域別完全失業率の変化と比較すると（第１－１－９図（２））、2012 年以降とは対照的に、すべての地域で労働力率要因が完全失業率を引き下げている。これは、労働力率が相対的に低い高齢者の割合が増加したという年齢構成の変化により、全体の労働力率が低下したことによるものである。就業者要因が低下に寄与しているのは、南関東、東海、沖縄に限られており、景気拡

大局面でありながら、就業者数の増加により完全失業率の低下がみられたのは一部地域に限られていたことがうかがえる。人口動態要因は、南関東、東海、沖縄に加えてこの時期は近畿でも人口増となっており、これらの地域で完全失業率を引き上げているほか、人口が減少している地域においても、近年に比べるとその低下寄与度は小幅となっている。

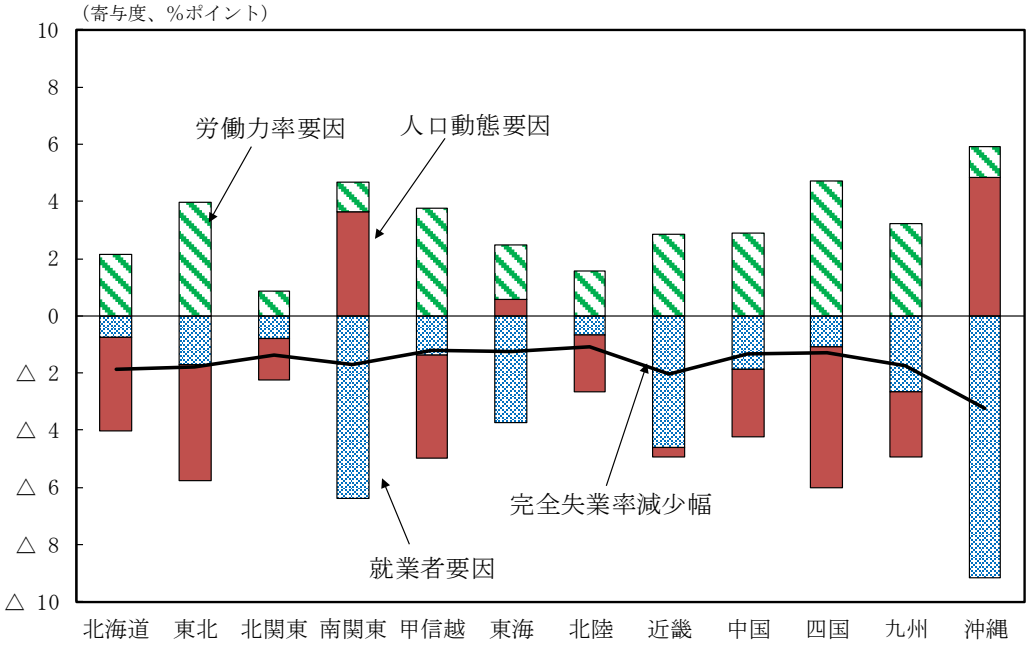
このように、2012 年以降の景気回復局面においては、リーマン・ショック前と比べ、就業者要因が失業者を減少させ、また 15 歳以上人口も減少していることから、失業率をより大きく押し下げる方向に働いている一方、労働力率の上昇により特に東北、甲信越、四国等で失業率の下落を抑制している。

第１－１－８図　地域別完全失業率の推移（2012 年～2017 年）

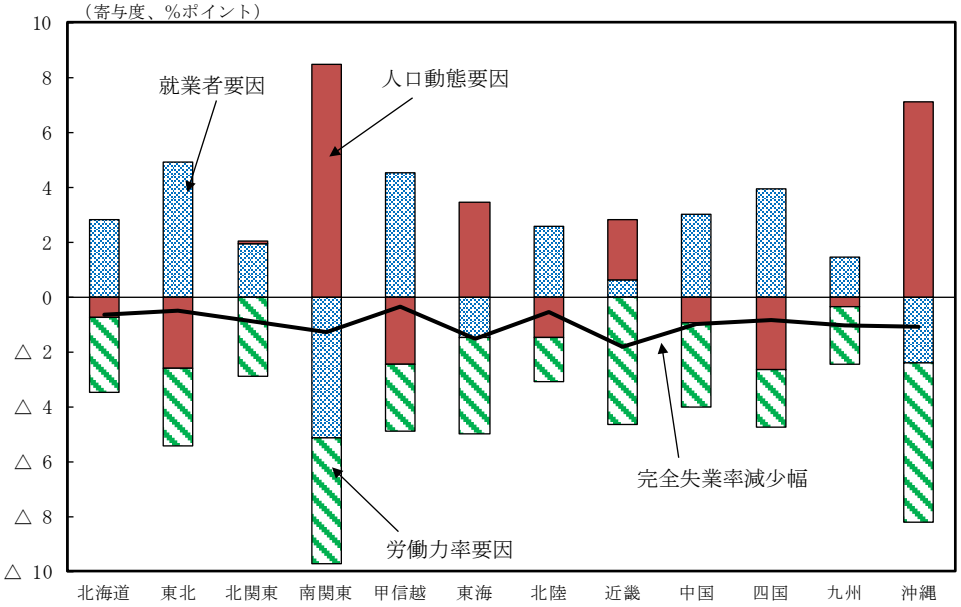


（備考）１.総務省「労働力調査」により作成。
２.北関東、甲信越、北陸は、総務省「労働力調査」の都道府県別モデル推計から算出した労働力人口、完全失業者の県別シェアを同調査公表値に乗じることで県別の人数を計算し、内閣府にて作成。

第１－１－９図（１）　完全失業率減少幅の要因分解（2012 年→2017 年）



第１－１－９図（２）　完全失業率減少幅の要因分解（2001 年→2007 年）



（備考）１．総務省「労働力調査」により作成。

２．北関東、甲信越、北陸は、総務省「労働力調査」の都道府県別モデル推計から算出した労働力人口、就業者数、完全失業者の県別シェアを同調査公表値に乗じることで県別の人数を計算し、内閣府にて作成。

３．失業者数をＵ、就業者数をＥ、労働者数をＬとすると、失業率の変化分は以下の通り表すことができる。ただし、添字の０は基準時点、ｔは比較時点を表す。第１項が人口動態要因、第２項が就業者要因、第３項が労働力率要因。計算の詳細は付注１－１を参照。

$$\frac{U_t}{L_t}-\frac{U_0}{L_0}=\frac{\Delta P_t\cdot LPR_t^2-\Delta E_t\cdot LPR_t+E_t\Delta LPR_t}{P_t\cdot LPR_t^2}$$

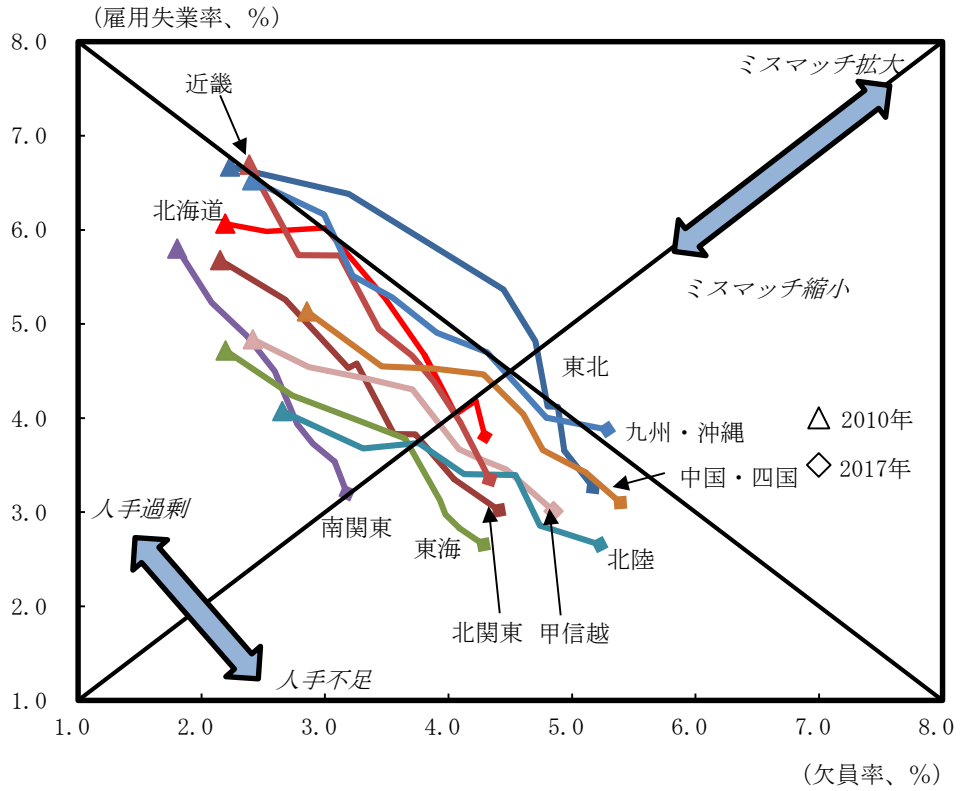
（南関東、東海で低い雇用のミスマッチ）

各地域の労働市場は程度の差はあるがいずれもひっ迫の度を強めており、「売り手市場」の状態にあると言える。しかし、職種や必要とされるスキル、待遇等の面で求人側と求職者側のニーズが一致しないいわゆる雇用のミスマッチがあると、実際の雇用には結びつかない。このようなミスマッチの状況は地域ごとにどのように異なり、どのように変化してきているのであろうか。

ミスマッチの程度は、労働者側の失業と企業側の欠員がどの程度併存しているかで知ることができる（ＵＶ分析）（第１－１－10 図）。景気循環において景気が良くなると企業は雇用を拡大する一方、労働者は順次雇用されていくため、欠員率と失業率は右下がりの関係になる。ミスマッチの度合いが高く、失業と欠員がより多く併存している場合、その関係は右上方向にシフトしていく。

2010 年から 2017 年までの各地域の動向を見ると、いずれの地域でも失業率の低下とともに欠員率の上昇がみられ、景気の拡大に伴い人手不足の度合いが高まっていることを示している（図の左上から右下への動き）。ミスマッチについては、南関東や東海は図の左下に位置しミスマッチの度合いが低いのに対し、東北や九州・沖縄は図の右上に位置し、ミスマッチ度合いが相対的に高いことが分かる。また、東北は、2011 年の東日本大震災後しばらくはミスマッチ度が拡大する傾向にあったが、足下では失業率が低下傾向となり、ミスマッチ度は縮小している。北陸は 2010 年時点ではミスマッチ度は低い方であったが、2017 年にかけてミスマッチ度が他地域よりも高くなっている。このように、ミスマッチの度合いは地域によって差があるとともに、ここ数年で拡大している地域、縮小している地域の双方があることが分かる。

第１－１－10 図　雇用失業率と欠員率（2010 年～2017 年）



（備考）１．総務省「労働力調査」、厚生労働省「一般職業紹介状況」により作成。
２．北関東、甲信越、北陸は、総務省「労働力調査」の都道府県別モデル推計から算出した労働力人口、就業者数、完全失業者の県別シェアを同調査公表値に乗じることで県別の人数を計算し、内閣府にて作成。
３．欠員率＝（有効求人数－就職件数）／（有効求人数－就職件数＋非農林雇用者数）
４．雇用失業率＝完全失業者数／（非農林雇用者数＋完全失業者数）
５．有効求人数は就業地ベース。

コラム１：労働力需給の地域間のミスマッチと職業間のミスマッチ

ここでは有効求人数と有効求職者数で表される労働力需給の地域間のミスマッチと職業（職種）間のミスマッチの動向をみる。

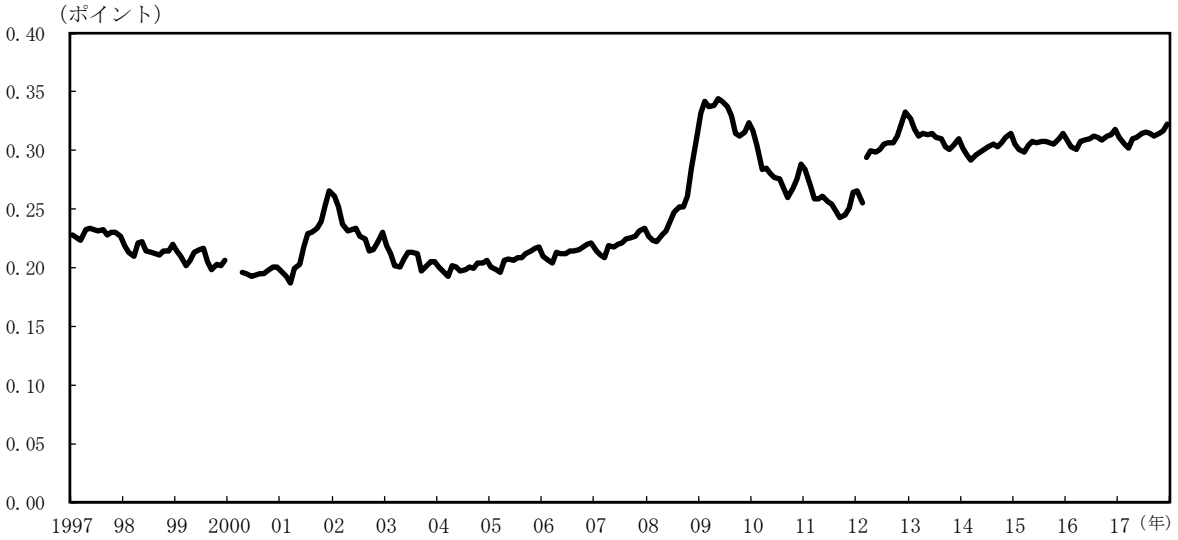
地域別及び職業別（生産工程の職業、専門的・技術的職業等 11 分類 [3]）の有効求職者数割合と有効求人数割合のかい離を合計した「地域間／職業間ミスマッチ指標 [4]」を計算する。これは、各区分（地域別／職業別）について、求職者総数に占める当該区分の求職者数割合（U_i/U、Uは求職者総数、U_iは第ｉ区分の求職者数）と、求人数総数に占める当該区分の求人数割合（V_i/V、Vは求人総数，Vは第ｉ区分の求人数）の差の絶対値を求め、その合計を２で割って求める。すべての区分で求人数割合と求職者数割合

[3] 2012 年以前は 9 分類。
[4] Jackman and Roper（1987)による。

が等しければ、ミスマッチ指標は０となる。もしすべての区分で、求人と求職者の一方しかないという極端な場合には、求人数割合と求職者数割合の差の絶対値の合計は２となるため、ミスマッチ指標は１となる。このように、ミスマッチ指標は０と１の間の値を取り、その値が小さいほど、特定の地域や職業に求職が偏っていないことを表す。

まず、全国の職業間ミスマッチ指標の推移を見ると、2008 年後半からリーマン・ショックの影響を受けて急激にミスマッチが拡大している（コラム図１－１－１）。その後、景気回復のなかで、ミスマッチ指標は低下しているが、2012 年頃に 2000 年代半ばより高い水準で下げ止まり、その後、多少の上下はあるものの緩やかに上昇している。このように、事務職などの職に求職者が多く集中する度合いが近年高まっていることがうかがえる。

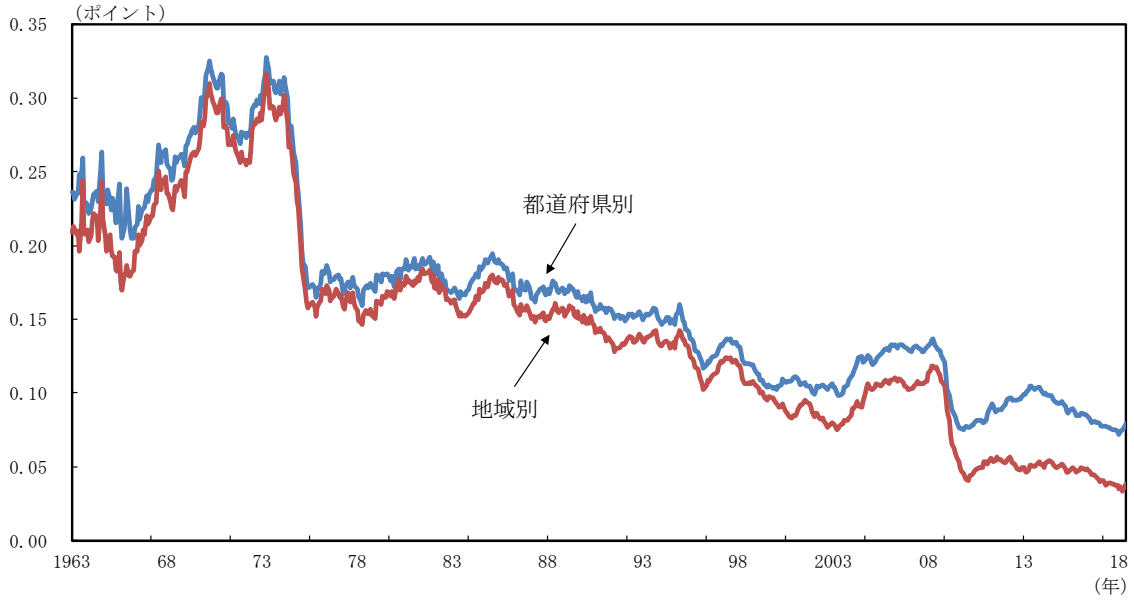
コラム図１－１－１　職業間ミスマッチ指標の推移



（備考）１．厚生労働省「一般職業紹介状況」により作成。
２．常用（パートタイムを除く）の中分類（９項目・11 項目）
３．基準改定により職業別のグラフには段差が生じている。
４．ミスマッチ指標を計算する式は、$\frac{1}{2}\sum_{i=1}^{n}\left|\frac{u_i}{u}-\frac{v_i}{v}\right|$と表される。ここで、ｕは有効求職者数、ｖは有効求人数、ｎは職種の数である。

他方、47 都道府県間・10 地域間ミスマッチ指標をみると（コラム図１－１－２）、長期的には低下傾向にある。これは、ある都道府県では求職に対して求人が多いが、別の都道府県では求職に対して求人が少ないといった都道府県間・地域間のミスマッチの程度が縮小していることを示している。直近でも、リーマン・ショック後、ミスマッチが縮小し、その後一時的に拡大したものの、現在の景気回復期間においては、緩やかに縮小している。

コラム図１－１－２　都道府県間・地域間ミスマッチ指標の推移



（備考）１．厚生労働省「一般職業紹介状況」により作成。有効求職者数及び有効求人数共に受理地ベース。
２．地域別は北海道、東北、南関東、北関東・甲信、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州の 10 項目の分類に基づいている。
３．ミスマッチ指標を計算する式は、$\frac{1}{2}\sum_{i=1}^{n}\left|\frac{u_i}{u}-\frac{v_i}{v}\right|$と表される。ここで、ｕは有効求職者数、ｖは有効求人数、ｎは都道府県または地域ブロックの数である。

このように、一部の職業に求職が集中する傾向が高まっている一方、地域間の需給のミスマッチは縮小しているということができる。地域間ミスマッチが縮小している背景には、産業構造におけるサービス業の占める割合の上昇があると考えられる。製造業の求人は工場立地に依存する一方、近年求人が増加している医療・介護などのサービス業は、人口に対して一定の需要があり、地域間のミスマッチが生じにくい。

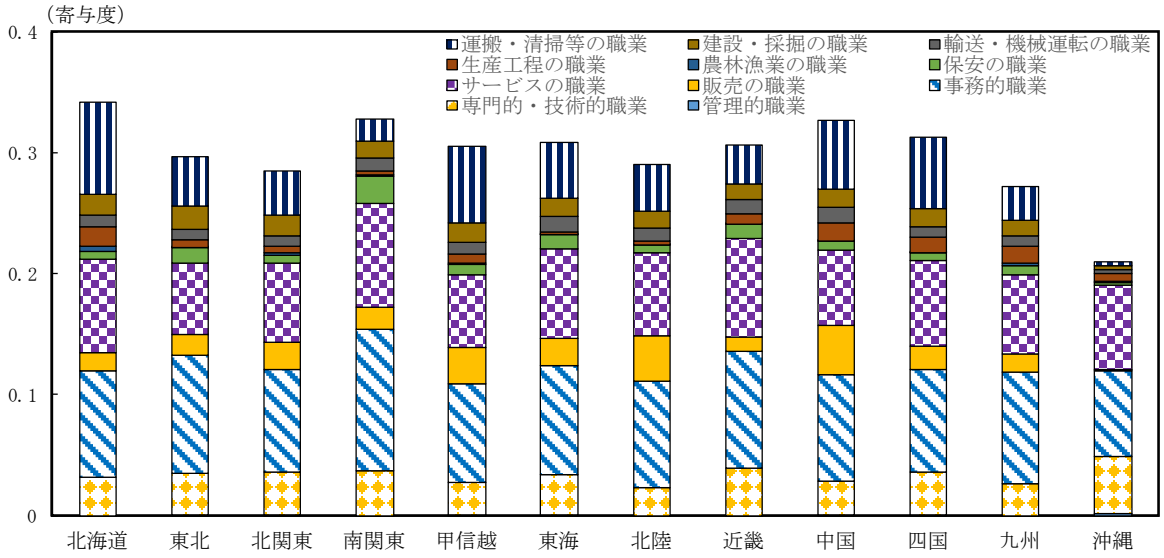
最後に、各地域内における職業間ミスマッチ指標について見てみよう。まず 2017 年における職業間ミスマッチ指標の水準を地域別に比較してみると（コラム図１－１－３）、沖縄のミスマッチ度合いが低く、次いで九州が低い。職業別の寄与を見ると、全体的に事務従事者、サービス職業従事者、専門的・技術的職業従事者、運搬・清掃・包装等従事者、販売従事者等が大きくミスマッチ指標を押し上げている。このうち、事務従事者、運搬・清掃・包装等従事者については全地域で求職者数割合が求人数割合を上回っており（$U_i/U > V_i/V$）、相対的に求職者が集中してミスマッチの度合いが高まっている。これに対して、サービス職業従事者、専門的・技術的職業従事者についてはやはり全地域で、販売従事者は沖縄を除く全地域で求職者数割合が求人数割合を下回っており（$U_i/U < V_i/V$）、求人数に応じた求職者が集まらないことからミスマッチの度合いが高まっている。

地域の特徴を見ると、沖縄については販売従事者に加えて運搬・清掃・包装等従事者

についてもミスマッチ度がほとんどないこと、事務従事者についてもミスマッチ度が他地域に比べて低いことから全体の職業間ミスマッチ指標は低くなっている。他方、専門的・技術的職業従事者のミスマッチ度上昇寄与は他地域よりも大きく、近年進み始めている情報通信産業の集積等に、適切なスキルを持った求職者の増加が追い付いていない可能性がある。ミスマッチ指標の高い南関東では事務従事者及び保安職業従事者の押し上げ寄与が大きい。保安職業従事者については、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた建設需要等により増加した求人に対し、求職者数が十分増えていないこと等が影響していると考えられる。

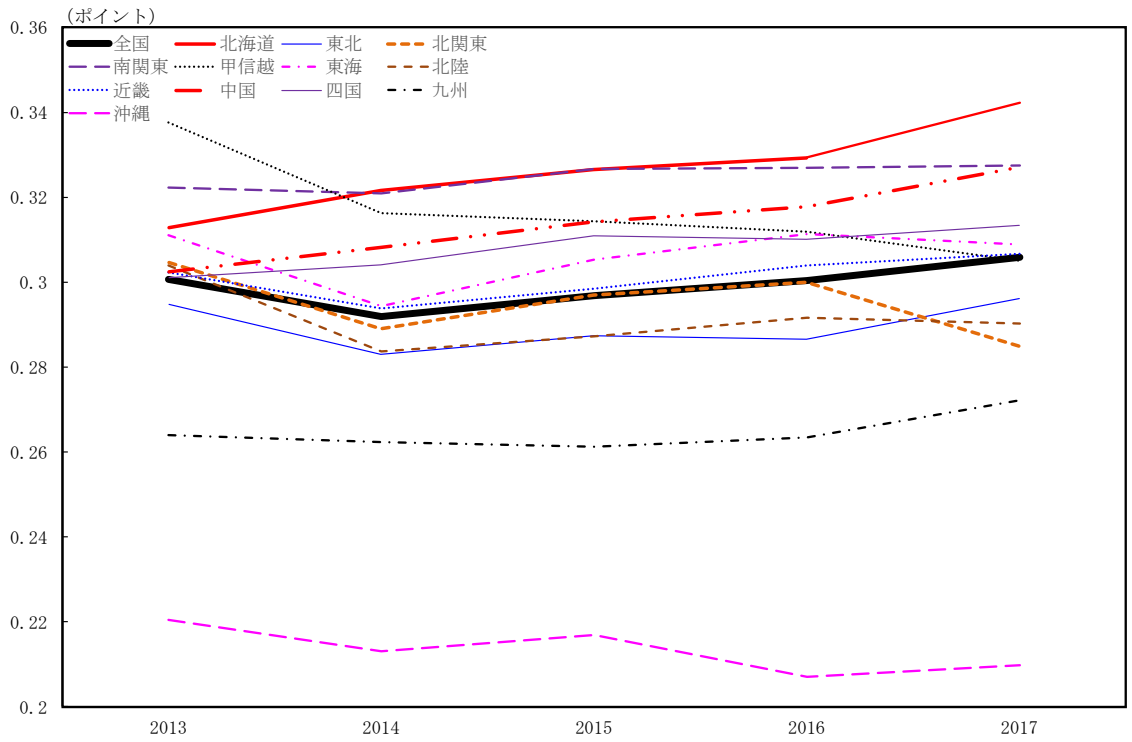
地域別職業間ミスマッチの時間を通じた変化を見ると（コラム図１－１－４）、全国での職業間ミスマッチが緩やかに上昇している中で（前出コラム図１－１－１）、概して各地域とも上昇傾向を見せているが、甲信越、沖縄はここ数年趨勢的に低下している。職業別の内訳をみると（付図１－１）、沖縄では、全国的にミスマッチ度が低下している専門的・技術的職業が他地域以上に低下しているとともに（それでも上述の通りミスマッチの水準は他地域より高い）、他の多くの地域で上昇している販売従事者、生産工程従事者のミスマッチ度が低下傾向にある。甲信越については、サービス職業従事者のミスマッチ度が他地域ほど高まっていないとともに、生産工程従事者のミスマッチ度が低下している。

コラム図１－１－３　地域別職業間ミスマッチ指標の職業別寄与（2017 年）



（備考）１．厚生労働省「一般職業紹介状況」により作成。
２．常用（パートタイムを除く）の中分類（11 項目）。

コラム図１－１－４　地域別職業間ミスマッチ指標の推移



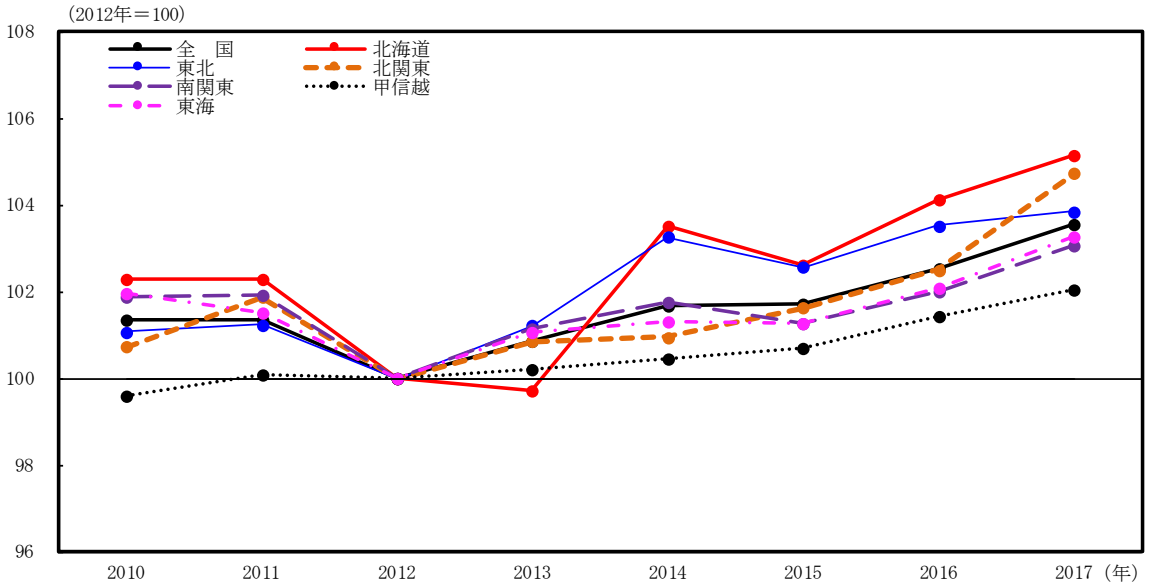
（備考）厚生労働省「一般職業紹介状況」により作成。

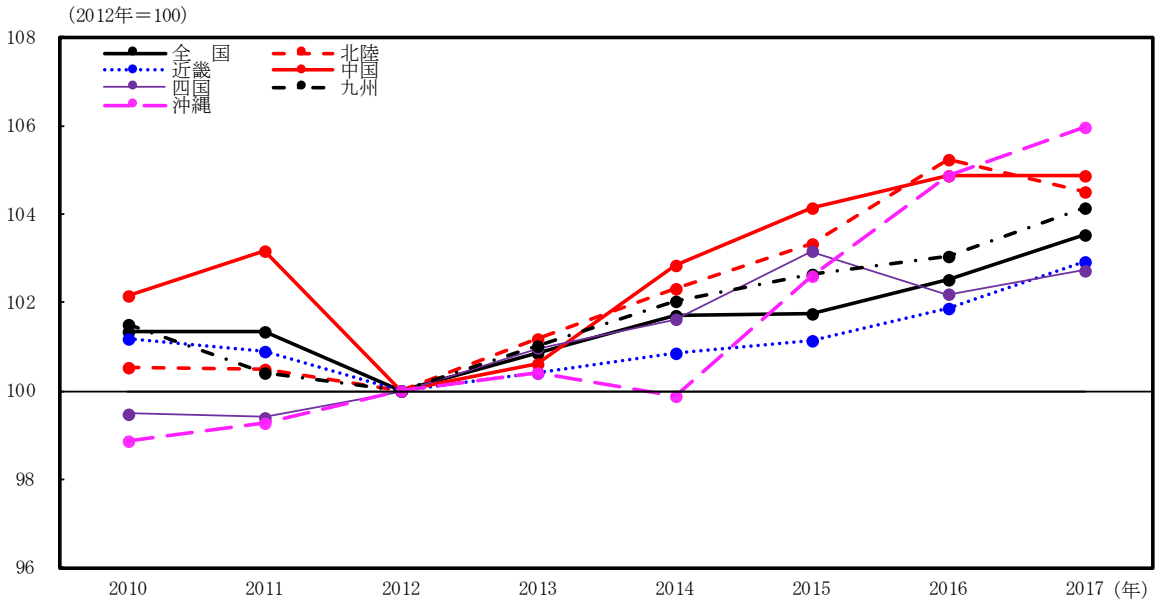
（労働力需給のひっ迫はパート労働者の賃金を押し上げている）

労働需給の引締まりが継続している中で、各地域の賃金は上昇しているだろうか。名目賃金（所定内給与額を所定内労働時間で除したもの）をみると（第１－１－11 図）、2012 年からの５年間で、いずれの地域においても上昇している。地域別にみると、北海道、北関東、北陸、中国、沖縄といった地域で全国より上昇率が大きくなっている一方で、甲信越、近畿、四国といった地域で伸び悩みがみられる。

このような賃金動向の地域ごとの差は、有効求人倍率の違いによるものであろうか。47 都道府県の 2011 年から 2015 年までのデータを使って、名目賃金（所定内給与／所定内労働時間）に対する有効求人倍率、物価（民間消費デフレーター）、労働生産性（実質付加価値／就業者数）の影響を分析すると（第１－１－12 表）、一般労働者においては有意な結果が認められなかったが、パートタイム労働者においては、有効求人倍率の上昇は１年程度の遅れを伴って賃金を押し上げていることが分かった。有効求人倍率は引き続き上昇傾向にあり、こうした労働力需給の引締まりが地域における賃金上昇として表れてくることが期待される。また、一般労働者及びパートタイム労働者ともに、労働生産性の上昇は、賃金の上昇につながっている。労働生産性向上に向けた取り組みを積み重ねることも、賃金の上昇には重要である。

第１－１－11 図　地域別の賃金の推移





（備考）厚生労働省「毎月勤労統計調査（全国調査・地方調査）」により作成。

第１－１－12 表　賃金関数の推定結果（2011 年～2015 年）

①　被説明変数：一般労働者名目賃金（対数）

変数	有効求人倍率（1期ラグ）	民間消費デフレーター（対数）	労働生産性（対数）	サンプル数
係数	−0.03	0.39	0.72***	235
t値	(−1.63)	(1.29)	(22.44)	

②　被説明変数：短時間労働者名目賃金（対数）

変数	有効求人倍率（1期ラグ）	民間消費デフレーター（対数）	労働生産性（対数）	サンプル数
係数	0.03**	0.10	0.43***	235
t値	(2.53)	(0.40)	(17.31)	

（備考）１．厚生労働省「賃金構造基本統計調査」、「一般職業紹介状況」、内閣府「県民経済計算」により作成。
２．有効求人倍率は就業地ベース。
３．***は、有意水準 1%において、**は有意水準 5%においてそれぞれ有意であることを示す。付注１－２参照。

２）女性・高齢者等の活躍状況

これまでみてきたような各地域の人手不足に対応する方策の一つは、まだ十分に利用されていない労働力の活躍を引き出すことである。そうした潜在的な労働力の供給源としては、女性・高齢者が挙げられるだろう。また、外国人労働者数も約 130 万人に達している。本項ではこれらの潜在的な労働力の活躍状況について概観する。

（生産年齢人口の減少にもかかわらず各地域で増加する就業者数）

生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満人口）は我が国全体で 1995 年をピークに減少に転じたが、地域単位で見た場合、既に 1989 年には四国で生産年齢人口が減少し始めるなど、人口動態の変化はより早い時期から生じている。それにもかかわらず、今回の景気回復局面の始点である 2012 年と比べて、就業者数は各地域とも増加しており、特に高齢者（65 歳以上、男女計）と女性労働者（65 歳未満）の増加が大きく寄与している（第１－１－13 図）。ただし、高齢者の増加寄与は全地域において見られるのに対し、女性労働者（65 歳未満）のある程度大きな寄与は南関東、東海、近畿、沖縄等に限定されている。

女性（65 歳未満）の労働力率については（第１－１－14 図（１））、2012 年時点では、北陸が約 70%と他地域より抜きんでて高くなっており、東北、四国、北関東・甲信、九州、東海、中国が 65%前後となっている一方、近畿、北海道、沖縄、南関東は相対的に女性の労働力率が低い。2017 年時点でも北陸の労働力率が高く、北海道、近畿、沖縄が低いなど大体の傾向を維持したまま全体で 6.0%ポイント上昇している。

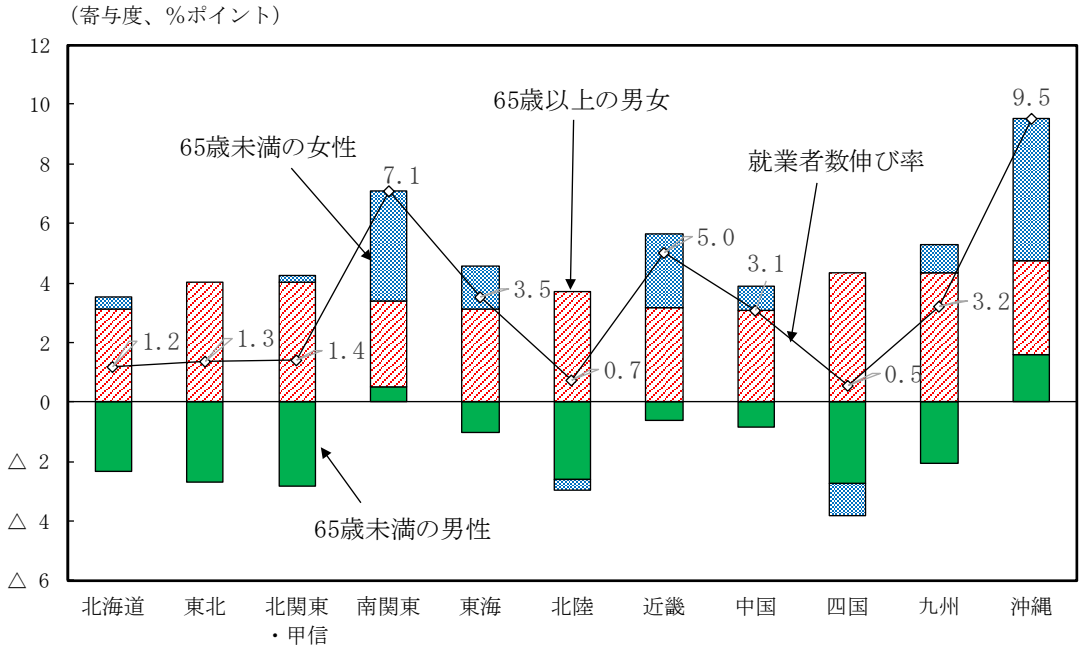
65 歳未満女性の労働力率が全ての地域で上昇しているにも関わらず、上で見たように（前出第１－１－13 図）女性就業者数が増加している地域が限られているのはなぜであろうか。地域別女性就業者数の変化率を分解してみると（第１－１－14 図（２））、南関

東、東海、近畿、沖縄といった女性就業者数を増やしている地域では、人口動態要因の押し下げ幅が小さく、それ以外の地域では人口動態要因の押し下げ幅が大きいことが分かる。高齢化が進み、生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満）に入ってくる女性の数を、そこから出て行く女性の数が大きく上回っている多くの地域では、労働力率の上昇や失業率改善による女性就業者増加効果を、そもそも人口が減少していることによる効果がほぼ打ち消してしまっている状況がうかがえる。

高齢者の労働力率は、2012 年時点で東海、南関東、北関東・甲信が 22%程度と高く、次いで中国、東北、九州、四国、近畿が 18～20%程度となっている。一方最も低いのが沖縄、次いで北海道となっている。2017 年時点でもほぼ同様の順序で、全体で 3.6%ポイント上昇している（第１－１－14 図（３））。

このように、女性（65 歳未満）と高齢者（65 歳以上の男女）の労働力率はともに各地域で同様に増加している。近畿、北海道、沖縄を除けば、2017 年には多くの地域が 2012 年時点の北陸レベルの女性労働力率、2012 年時点の東海、関東・甲信レベルの高齢者労働力率を達成している。また、この５年間で北陸は更に女性労働力率を高め、東海、関東・甲信は更に高齢者労働力率を高めている。引き続き、適切な環境整備等により、女性や高齢者の労働参加を各地域で更に促すことが重要であると考えられる。

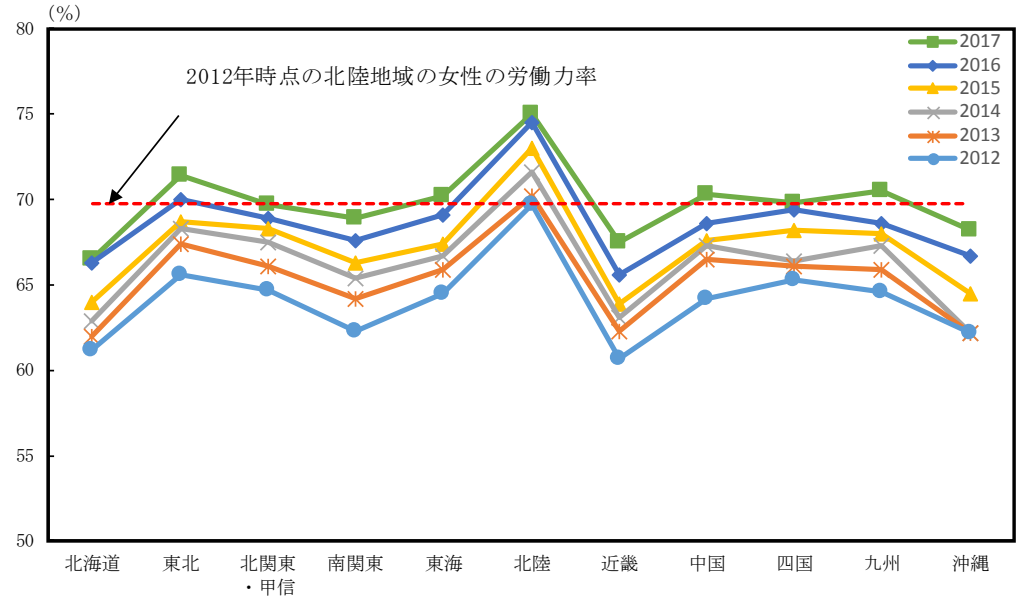
第１－１－13 図　地域別就業者数寄与度（2012 年→2017 年）



（備考）総務省「労働力調査」により作成。山梨県、長野県は北関東・甲信に含まれ、新潟県は北陸に含まれる。

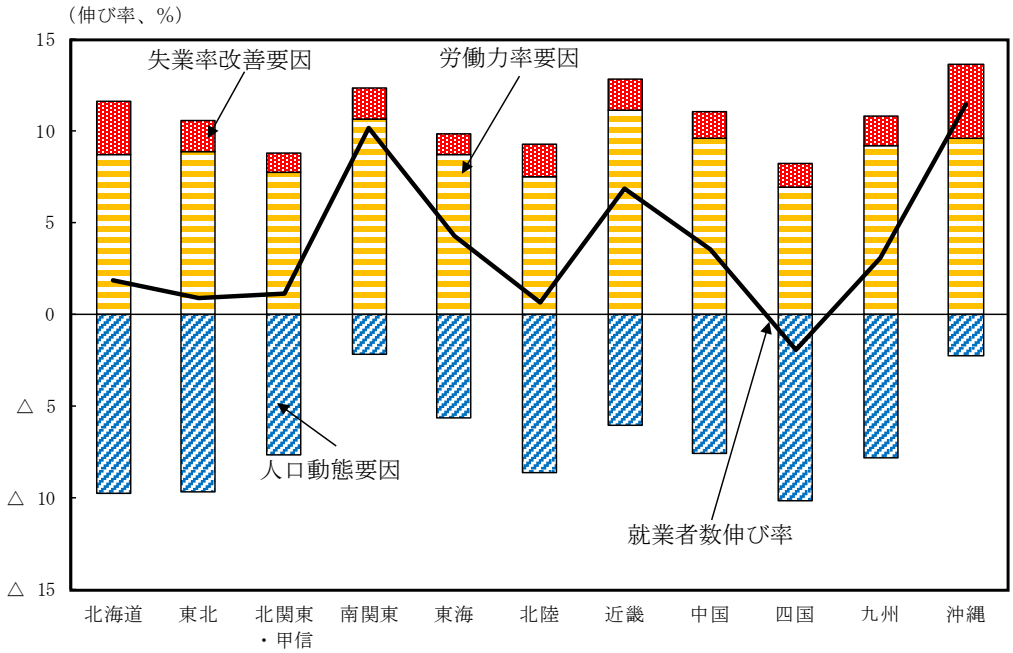
第１－１－14 図　女性と高齢者の就業の動向

（１）女性（15 歳～64 歳）の労働力率の推移（2012 年～2017 年）



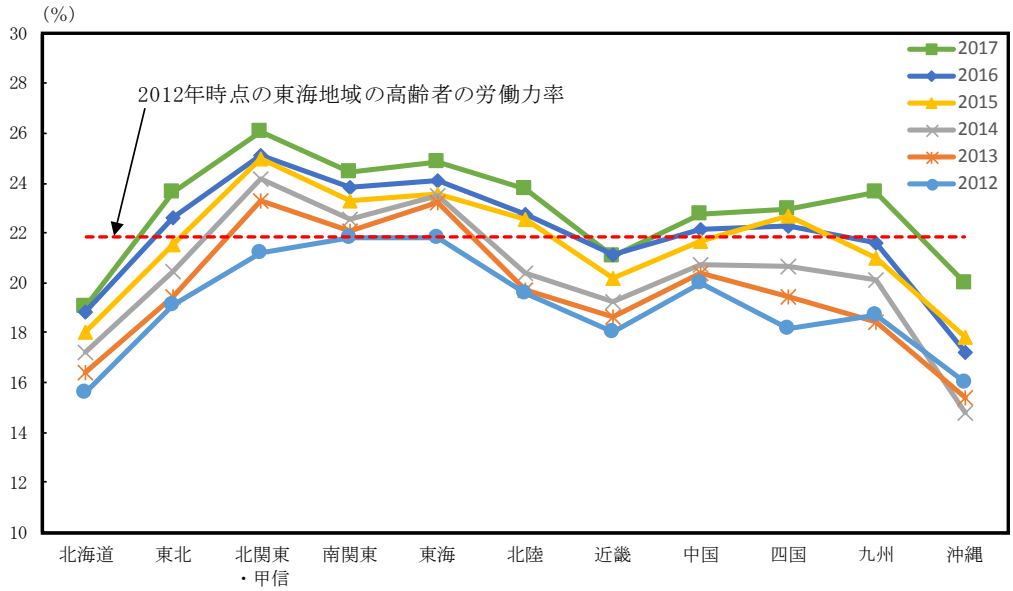
（備考）総務省「労働力調査」により作成。山梨県、長野県は北関東・甲信に含まれ、新潟県は北陸に含まれる。

（２）女性の就業者数伸び率の要因分解（2012 年→2017 年）



（備考）総務省「労働力調査」により作成。山梨県、長野県は北関東・甲信に含まれ、新潟県は北陸に含まれる。

（３）高齢者（65 歳以上男女）の労働力率の推移（2012 年～2017 年）

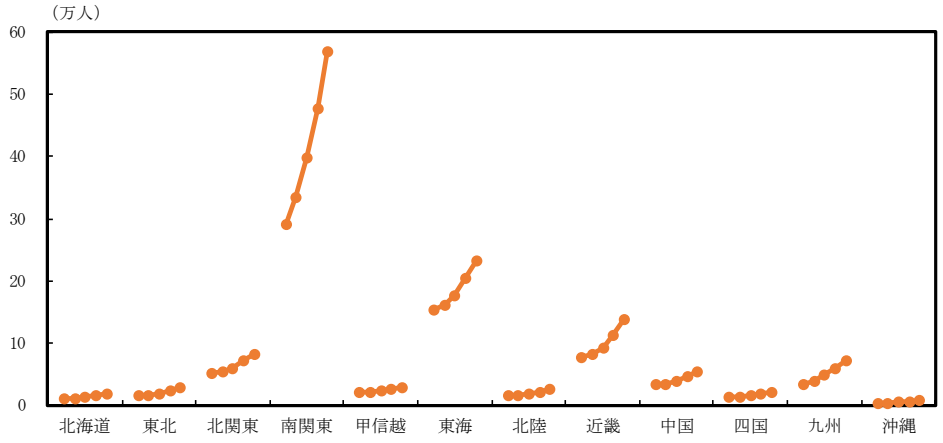


（備考）総務省「労働力調査」により作成。山梨県、長野県は北関東・甲信に含まれ、新潟県は北陸に含まれる。

（外国人労働者数は南関東を中心に大幅に増加）

厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況」において集計されている、事業主に雇用されている外国人労働者数の推移をみると、全国では、2013 年に約 70 万人だったが、４年間で大幅に増加し、2017 年には約 130 万人まで増加している。これは全国の就業者数約 6,500 万人の２％程度に達している。地域別にみると、南関東地域が圧倒的に多く、約 60 万人となっており、また近年の増加率も極めて高いことがわかる（第１－１－15 図）。

第１－１－15 図　地域別の外国人雇用者数の推移（2013 年→2017 年）



（備考）１．厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況」により作成。
２．対象は事業主に雇用される外国人労働者（特別永住者、在留資格「外交」・「公用」の者を除く。）であり、数値は調査時点で事業主から提出のあった届出件数を集計したもの。在留資格は専門的・技術的分野の在留資格、特定活動、技能実習、資格外活動（留学生等）、身分に基づく在留資格に分かれている。

（就業者数に占める外国人の割合が高い東海）

外国人労働者数の全就業者数に占める比率を地域別にみると、東海、南関東が約 2.9％と最も高く、次いで北関東（約 2.3%）が続いている（第１－１－16 図）。外国人労働者の比率が低いのは東北（約 0.6％）、北海道（約 0.7％）、甲信越（約 1.1％）となっている。

それぞれの内訳を在留資格別にみてみると、北関東や東海では、「身分に基づく在留」（定住者（主に日系人）、日本人の配偶者等、永住者（永住を認められた者）等）が半分程度を占めている。一方、南関東は、「専門的・技術的分野」、「資格外活動」（留学生のアルバイト等）の割合が高くなっている。特に東京には企業の本社機能が集中しており、専門的・技術的分野の外国人の割合が他地域に比べて際立って高いものと考えられる。また、我が国の外国人留学生の約半数が南関東の大学に在籍していることを反映して[5]、資格外活動の割合が高い。北陸、中国、四国においては、「技能実習」の占める割合が高く、四国では外国人労働者のうち６割以上が技能実習によって占められている。

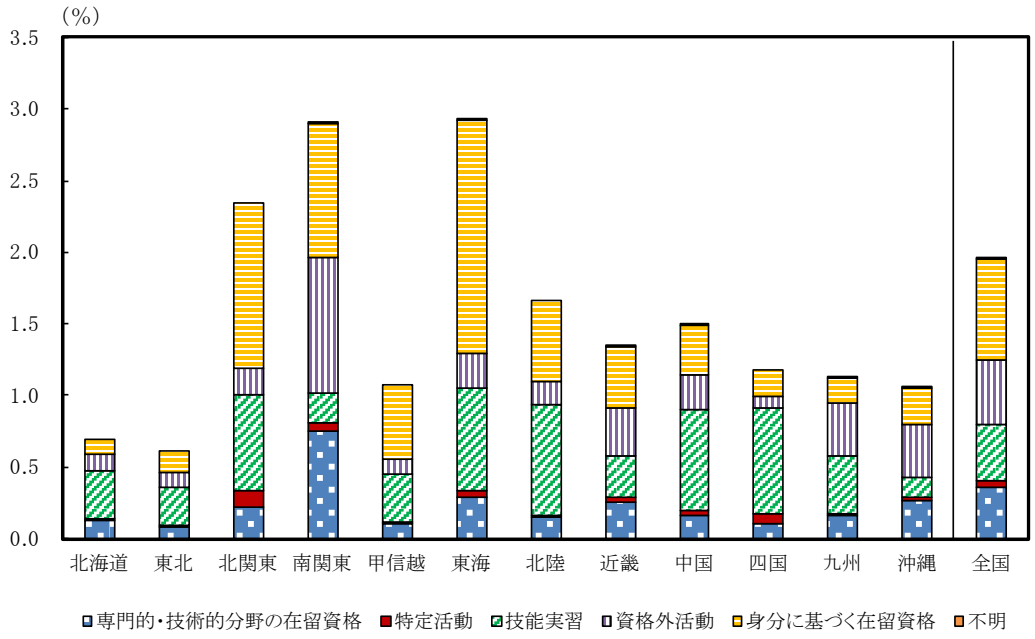
また、産業別の内訳をみると、南関東は、製造業の割合が他地域と比べて低く、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業などのサービス関係の占める割合が高い（第１－１－17 図）。一方、多くの地域では、全体のうち製造業の占める割合が高く、中国、四国では、外国人労働者のうち、半分以上が製造業に従事している。

制度上、在留資格によって、就業できる産業や職種に制限がある。特に、技能実習制度では、国際貢献のために開発途上国等の外国人を日本で受け入れ、ＯＪＴを通じて技能を移転する制度であり、職種と作業が限定されている。技能実習の資格で就業している外国人は約 26 万人いるが、そのうち、製造業が約 16 万人、建設業が約 3.7 万人であり、多くを占めている。一方、留学生等の資格外活動については、職種の制限はないものの、労働時間に限定がある。留学等の資格外活動で就業している外国人労働者は約 30 万人いるが、このうち、卸売業・小売業が約 6.3 万人、宿泊業・飲食サービス業が約 10.2 万人であり、両者で半数を占めているなど、それぞれに特徴がある（第１－１－18 表）。

こういったことから、南関東では、資格外活動による在留が多く、産業別ではサービス関連産業の労働者数が多い一方、中国、四国では、技能実習の占める割合が高く、産業別では製造業の占める割合が高いといった地域ごとの特徴がある。

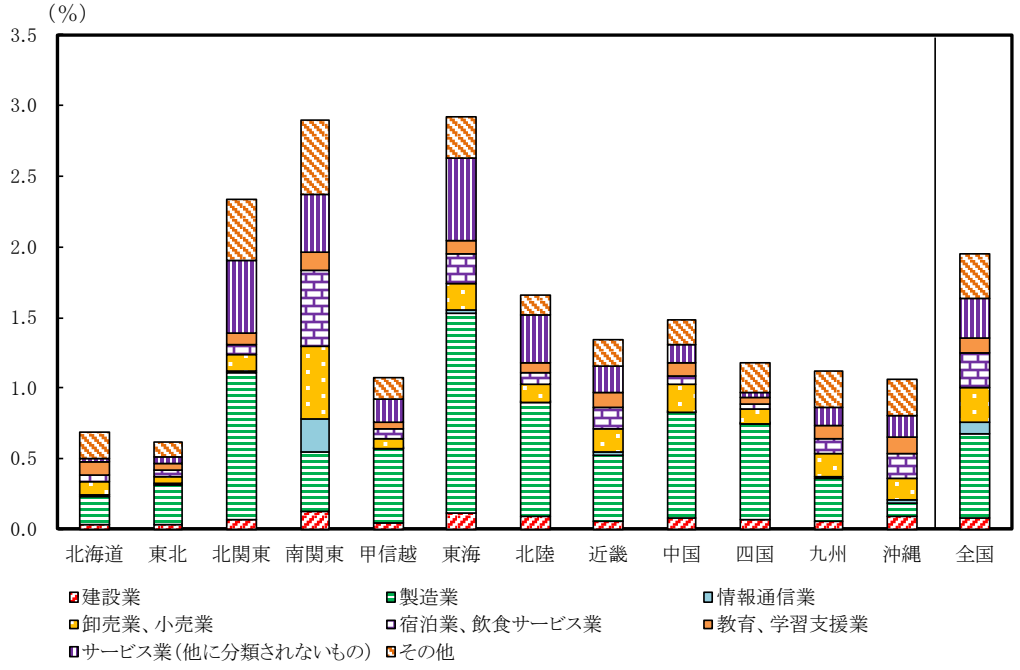
[5] 日本学生支援機構「平成 29 年度外国人留学生在籍状況調査結果」による。

第１－１－16 図　在留資格別外国人労働者数の全就業者数に占める割合（2017 年）



（備考）厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況」、総務省「労働力調査」により作成。

第１－１－17 図　産業別外国人労働者数の全就業者数に占める割合（2017 年）



（備考）厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況」、総務省「労働力調査」により作成。

第１－１－18 表　在留資格別・産業別外国人労働者数（2017 年）

平成29年10月末現在　　単位：　万人、%

	全産業計		うち建設業		うち製造業		うち情報通信業		うち卸売業、小売業		うち宿泊業、飲食サービス業		うち教育、学習支援業		うちサービス業（他に分類されないもの）	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
総　　数	127.9	100.0	5.5	4.3	38.6	30.2	5.2	4.1	16.6	13.0	15.8	12.3	6.5	5.1	19.0	14.8
専門的・技術的分野の在留資格	23.8	100.0	0.4	1.9	3.7	15.7	4.0	16.7	3.4	14.1	1.6	6.6	2.8	11.6	2.5	10.3
特定活動	2.6	100.0	0.2	7.6	0.6	21.3	0.1	2.1	0.3	11.0	0.4	15.4	0.1	2.5	0.6	21.2
技能実習	25.8	100.0	3.7	14.2	15.9	61.7	0.0	0.1	1.6	6.1	0.2	0.8	0.0	0.0	0.6	2.4
資格外活動	29.7	100.0	0.0	0.1	2.9	9.7	0.2	0.6	6.3	21.2	10.2	34.2	1.5	5.1	4.6	15.3
身分に基づく在留資格	45.9	100.0	1.2	2.6	15.5	33.7	1.0	2.1	5.1	11.1	3.5	7.5	2.2	4.7	10.8	23.5

（備考）厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況」により作成。

以上でみたように、外国人労働者の就業状況は、地域によって様々である。2018 年 11 月２日、在留資格「特定技能１号」、「特定技能２号」の創設を含む出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法の一部を改正する法律案が閣議決定され、第 197 回国会（臨時会）に提出された。

コラム２：
大手民鉄各社が人材の相互受入を開始（人手不足対策・働き方改革の具体的事例）

東京、名古屋、大阪、福岡の大手民鉄 11 社は、2018 年６月より、勤務場所の都合で就労継続が困難な社員を相互で受け入れるスキームである「民鉄キャリアトレイン」を立ち上げた。配偶者の転勤や家族の介護などにより会社を退職し、他地域に移動する社員に対して、本人の希望と受入会社の事情に合わせて、活躍の場を提供する制度である。各社社員が経験したノウハウを「共有財産」としてとらえ、相互に即戦力として活かすことで優秀な人材の確保につなげることを狙っている。また、会社と社員の双方がメリットを享受し、ダイバーシティ・マネジメントの一助とすることを目指すという。

このような、個人的な事情に合わせて、就業を継続できる制度があれば、労働者はそれまでの経験を活用し就業を継続でき、また、企業にとっては、貴重な人材を活用できる。双方にとって有益なこういった仕組みが、企業の枠を越えて広がることは、社会的・経済的にも望ましい効果が現れると考えられる。

（２）地域の産業構造と労働生産性の向上

地域の人手不足問題を克服するもう一つの方策が生産性の向上である。ここでは地域間の生産性のばらつきの最近の動向と産業構造との関係を明らかにする。

１）地域間の労働生産性のばらつき

（労働生産性は上昇しているが地域差がある）

2010 年及び 2015 年の各地域の労働生産性を就業者一人当たり実質ＧＤＰでみると、いずれの時点でも南関東が最も高く、沖縄が最も低い（第１－２－１図（１））。2010 年時点の生産性の水準をみると、南関東が 1,018 万円/人（2011 年価格、以下同じ。）と全都道府県平均（845 万円/人）を大きく上回っており、東海、近畿がほぼ平均並み、次いで北関東が続き、他の地域は平均を 70 万円/人以上下回っている。2015 年時点では、南関東と東海が全都道府県平均（900 万円/人）を上回り、近畿と北関東は平均を下回っているもののその幅は 20 万円/人程度である一方、その他の地域は中国では平均から 77 万円/人、沖縄では平均から 216 万円/人それぞれ下回っている。

2010 年から 2015 年にかけての労働生産性の変化率をみると、全ての地域で上昇している。このうち、全都道府県平均の上昇率 6.5%を上回ったのが東北（10.2%）、東海（9.3%）、沖縄（8.9%）、北関東（7.7%）、南関東（6.8%）、中国（6.5%）である。

このように、2010 年から 2015 年への地域別の労働生産性の推移を見ると、全都道府県平均を水準で下回っている東北や中国、沖縄の伸びが高かったという点では生産性の地域毎のばらつきを縮小させる動きも見られるが、生産性が最も低い沖縄の平均からの乖離幅はほぼ変わらず、九州や北陸等乖離幅を拡大させた地域もあり、生産性の地域間のばらつき具合が縮小する傾向にあるとは言えない。

（製造業に比べ各地域で低い非製造業の生産性）

各地域の労働生産性の水準を、製造業と非製造業に分けてみると（第１－２－１図（２））、全地域で非製造業の生産性が製造業の生産性を下回っている。非製造業の労働生産性は、南関東が他地域よりも抜きんでているものの、その他の地域ではそれ程大きなばらつきはない。これに対し、製造業の労働生産性は地域ごとに大きく異なっている。このため、地域によって製造業と非製造業の生産性の違いに大小が生じており、北関東や東海、中国等の製造業の生産性水準が高いところで両者の違いが大きくなっている。南関東では非製造業の生産性が高いため、製造業と非製造業の生産性格差は小さい。

（実質付加価値の伸び率に大きな地域差）

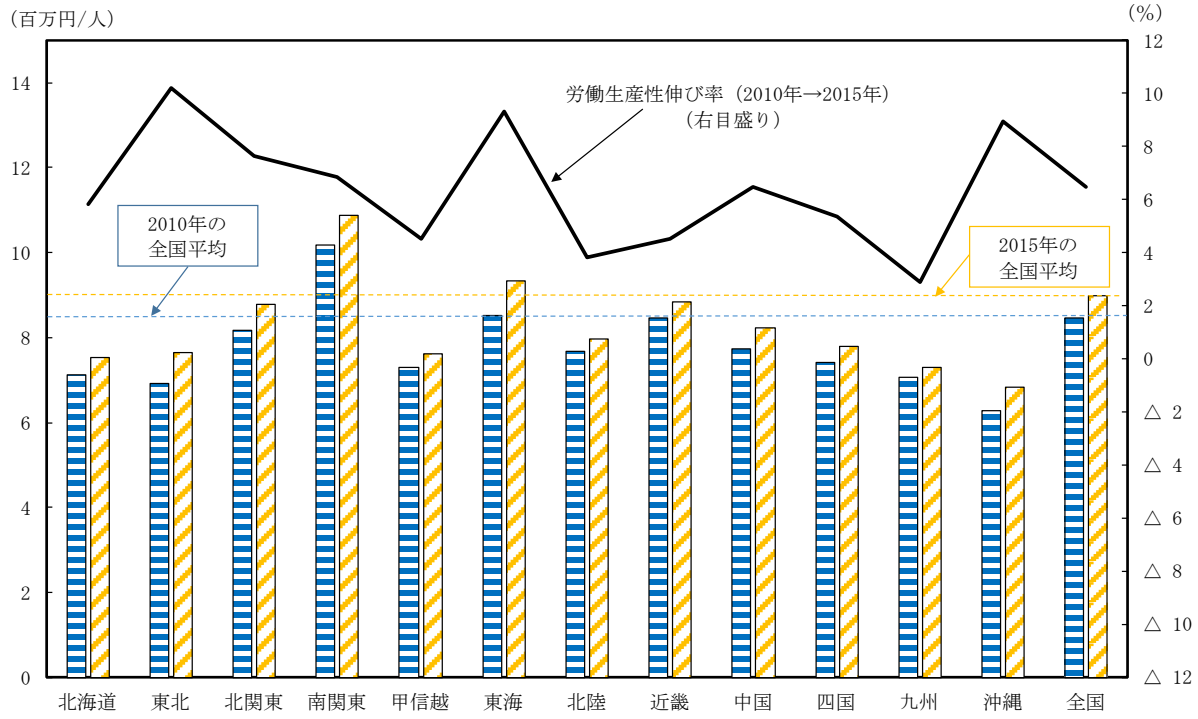
次に労働生産性の変化の地域別の特徴をみてみよう。まず、製造業と非製造業に分けて労働生産性の変化率をみると（第１－２－２図（１））、南関東、近畿、九州を除いて製

造業の生産性上昇率が非製造業を上回っており、特に沖縄、北陸、東海等の地域で製造業の上昇率が高い。製造業の生産性は九州で下落しているほか、近畿、南関東では上昇率は低い。非製造業の労働生産性変化率は、製造業ほどのばらつきは見られないが、東北や沖縄、南関東で高い一方、北陸ではマイナスとなっている。

労働生産性は就業者一人当たりが生み出す実質付加価値（実質ＧＤＰ）であるので、労働生産性の変化分は実質付加価値の変化による部分（実質付加価値要因）と就業者数の変化（就業者数要因）による部分に分解することができる。製造業・非製造業の 2010 年から 2015 年までの労働生産性の伸び率を実質付加価値要因と就業者数要因に分解してみよう（第１－２－２図（２））。実質付加価値要因と就業者要因の相対的な関係を製造業・非製造業別にみると、製造業では、生産性変化率における就業者要因の寄与は小さく、地域間の生産性変化率の差はほぼ実質付加価値要因で決まっている。非製造業の生産性変化率における就業者要因の寄与を見ると、沖縄と東北では就業者数が増加して押し下げ要因として働いている。それ以外の地域では就業者数が減少して押し上げ要因として働いており、その大きさは、北海道と四国でやや大きい。各地域ごとに就業者要因と実質付加価値要因の相対的な大きさを見ると、非製造業においても概して実質付加価値要因の方が生産性の上昇に相対的に大きな影響を与えていることが分かる。

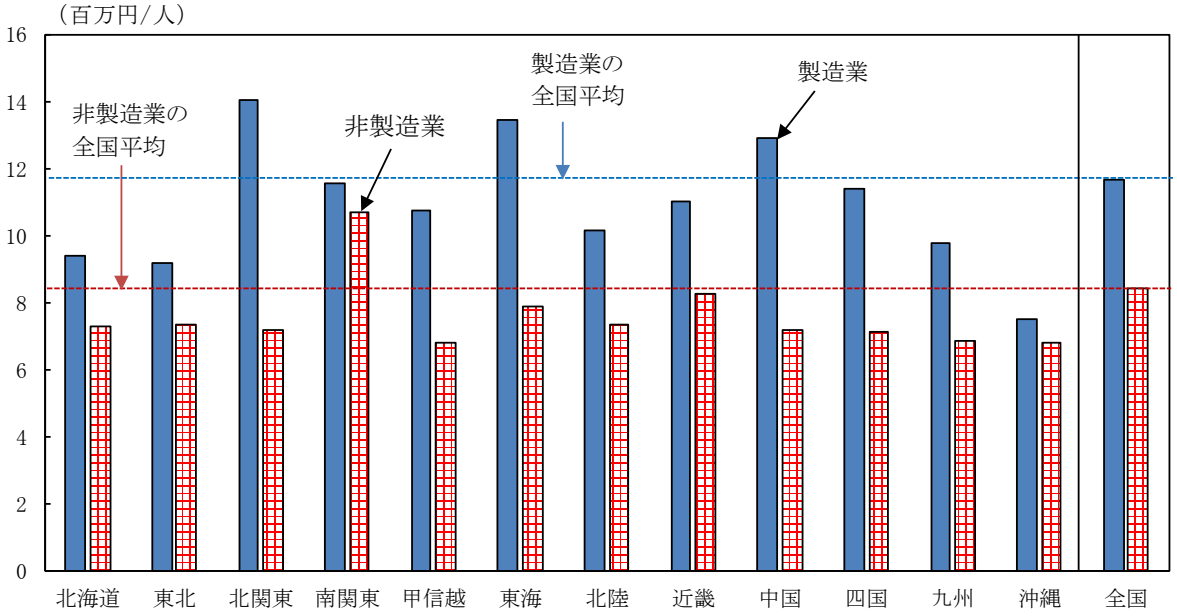
このように、この５年間に東北や東海、中国といった地域では就業者数を余り減らさないまま実質付加価値を拡大する形で大きく生産性を高めている。実質付加価値が増加した業種は地域によって大きく異なっている。他方、北海道や四国では実質付加価値の伸びは大きくないが、非製造業における就業者が減少することである程度の生産性の伸びを確保した。

第１－２－１図（１）　就業者一人当たりの実質ＧＤＰの水準（2010 年・2015 年）



（備考）内閣府「県民経済計算」、総務省「国勢調査」により作成。

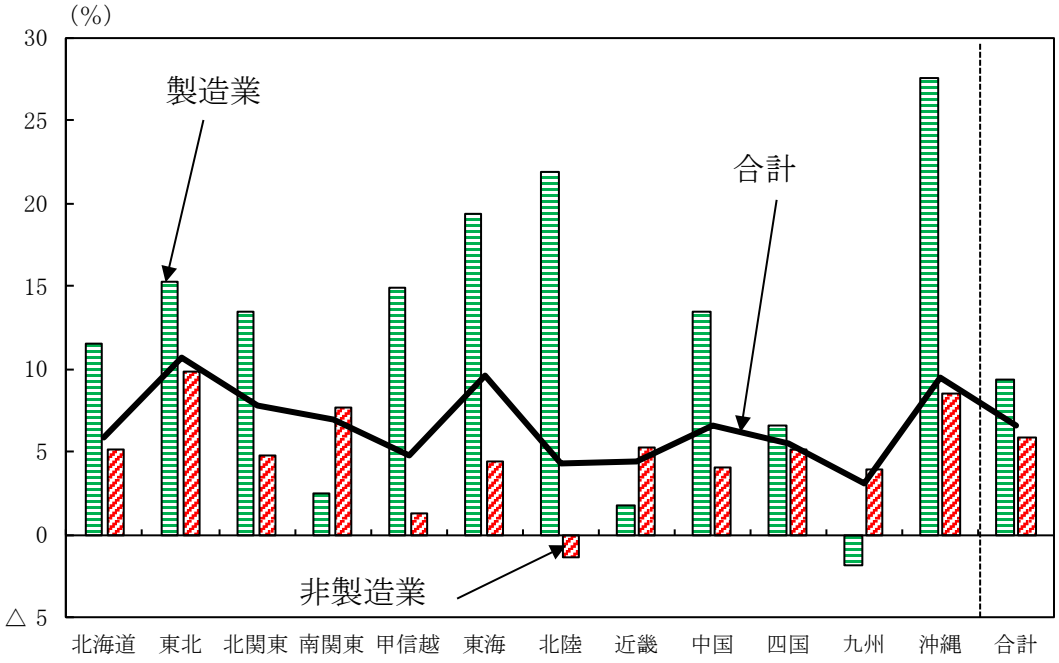
第１－２－１図（２）　就業者一人当たりの実質ＧＤＰの水準（2015 年、製造業・非製造業別）



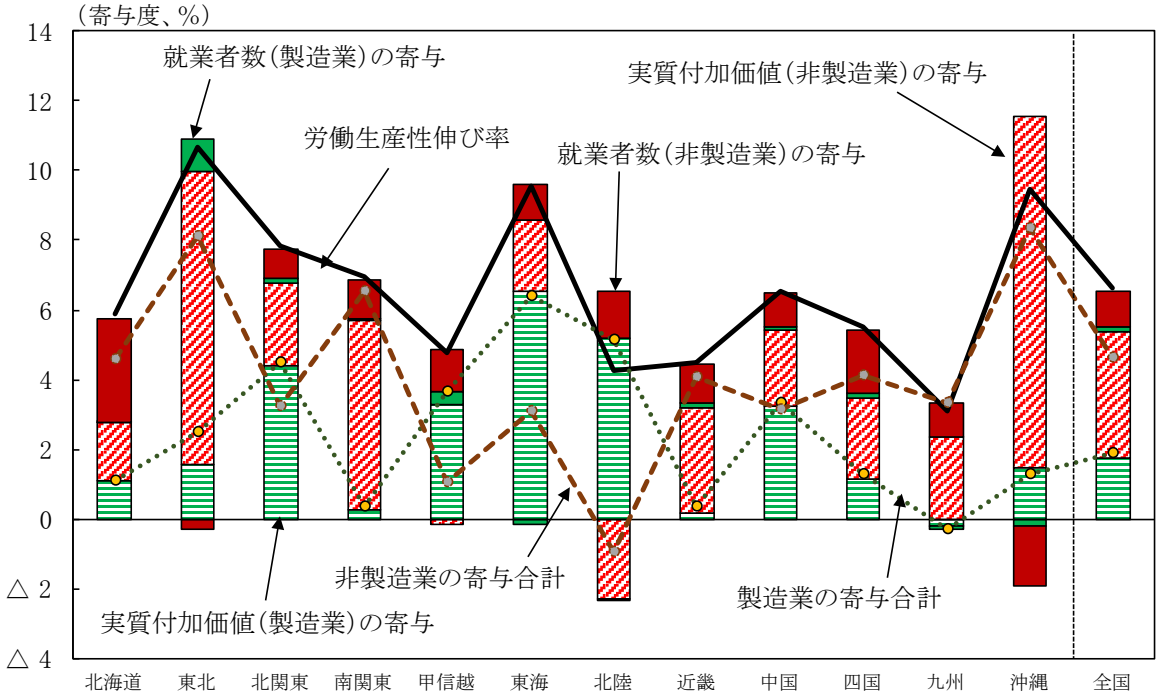
（備考）１．内閣府「県民経済計算」、総務省「国勢調査」により作成。
２．非製造業は、製造業以外の産業全ての合計。

第１－２－２図　労働生産性の変化率（2010 年→2015 年）

（１）　製造業・非製造業別変化率



（２）製造業・非製造業別／要因別寄与度



（備考）内閣府「県民経済計算」、総務省「国勢調査」により作成。

２）産業構造と労働生産性

各地域の労働生産性の伸びは付加価値（生産量）の増減及び就業者数の増減に左右され、2010 年から 2015 年にかけては特に付加価値の増減が大きく寄与していることをみた。また、付加価値の増減にも、地域によって産業ごとの寄与に大きな違いがあることを確認した。では、そうした産業ごとの寄与の違いは、各地域の産業構造とどのような関係にあるのであろうか。生産量を拡大させている地域は、全国的に成長している産業のシェアが高いからなのであろうか、あるいは同じ産業であってもその地域の生産量の増加率が他地域よりも高いからなのであろうか。就業者数の変化についても、どの程度が産業構成に由来するもので、どの程度がそれ以外の地域固有の要因によるものなのであろうか。

この点を見るために、付加価値及び就業者の変化を産業構成で決まる部分とそれ以外の部分に分解してみる（シフト・シェア分析、付注１－３参照)。

（就業者数の変化は、産業構成によるものではなく地域固有の要因による）

まず就業者数についてみてみよう。ある地域の各産業が、それぞれ全国平均の増減率で就業者数を変化させたと仮定して就業者数を計算すれば、その地域の産業構成に起因する就業者の変化率を取り出すことができる。この変化率と全国平均の変化率との差を「産業構成要因」とよぶ。実際の就業者数の変化率と全国平均変化率の差から、この産業構成要因を除いた残りの部分は、産業構成では説明できない地域固有の要因による変化分であるということができる。これを「産業内格差要因」とよぶ[6]。

この考え方に基づき、産業構成要因を横軸に、産業内格差要因を縦軸にとった平面上に就業者数の変化をプロットすることができる。横軸方向は産業構成要因を表すので、右に行くほど全国平均の就業者変化率が高い産業のシェアが高いことを、左に行くほど変化率の低い産業のシェアが高いことを示す。縦軸方向は産業内格差要因を表すので、上に行くほど同一産業でも就業者の変化率が高いことを、下に行くほど同一産業の就業者変化率が低いことを示すことになる。

2010 年から 2015 年までの各地域の就業者数変化率の全国平均からの乖離を分解してみると（第１－２－３図)、産業構成要因を表す横軸方向のばらつきはほとんどなく、産業内格差要因を表す縦軸方向のばらつきが、各地域の就業者数の変化の違いを説明していることが分かる。例えば沖縄は全国よりも３%程度就業者数の増加率が高いが、これは産業構成の違いによるものではなく、同じ産業の中でも沖縄では他の地域よりも就業者が増加していることを示している。北海道もほぼ縦軸上にあるが産業内格差要因は他地域に比べて大きくマイナスとなっており、同じ産業であっても他の地域よりも就業者を

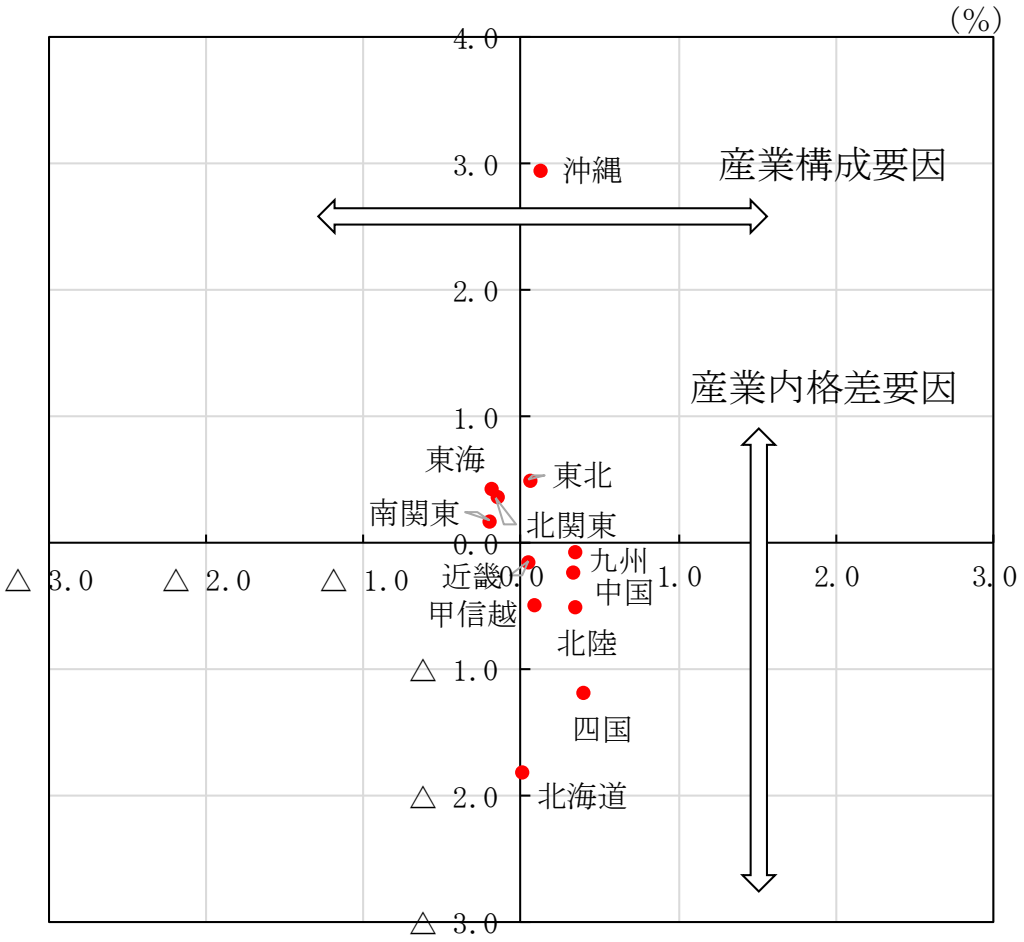
[6] シフト・シェア分析を用いる多くの先行研究では産業構成要因を「産業格差成分」、産業内格差要因を「立地格差成分」と呼んでいるが、ここでは説明の便宜のためこのようにした。

減少させていることが分かる。四国も北海道程ではないが産業内格差要因が大きなマイナスとなっている。他の地域はほぼ原点周辺に集中しており、各産業が全都道府県平均並みの就業者変化率となっていることを示している。

（北海道、四国では建設業、医療・福祉業の産業内格差要因が就業者数を引き下げ）

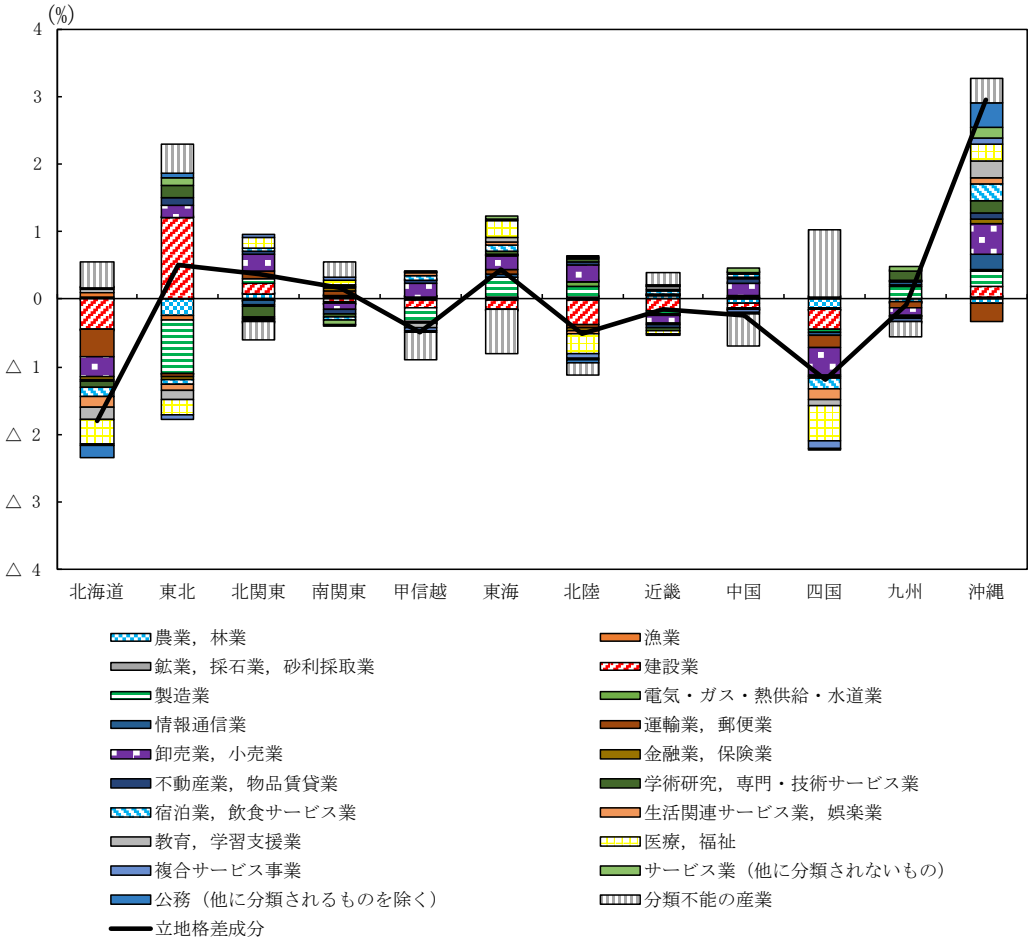
各地域の産業内格差要因の動きを産業別に分解すると（第１－２－４図）、北海道、四国など産業内格差要因がマイナスの地域では、建設業及び医療・福祉がマイナスに寄与しており、これらの業種で全国よりも就業者の伸びが小さい。産業内格差要因のプラスが大きい沖縄では、多くの産業がプラスに寄与していることも分かる。また東北は東日本大震災の前後の比較となっており、建設業がプラスに寄与する一方、製造業がマイナスに寄与するなどの特徴的な動きとなっている。

第１－２－３図　就業者数の産業構成要因（横軸）と産業内格差要因（縦軸）（2010 年→2015 年）



（備考）総務省「国勢調査」により作成。

第１－２－４図　就業者数の産業内格差要因の産業別寄与（2010 年→2015 年）



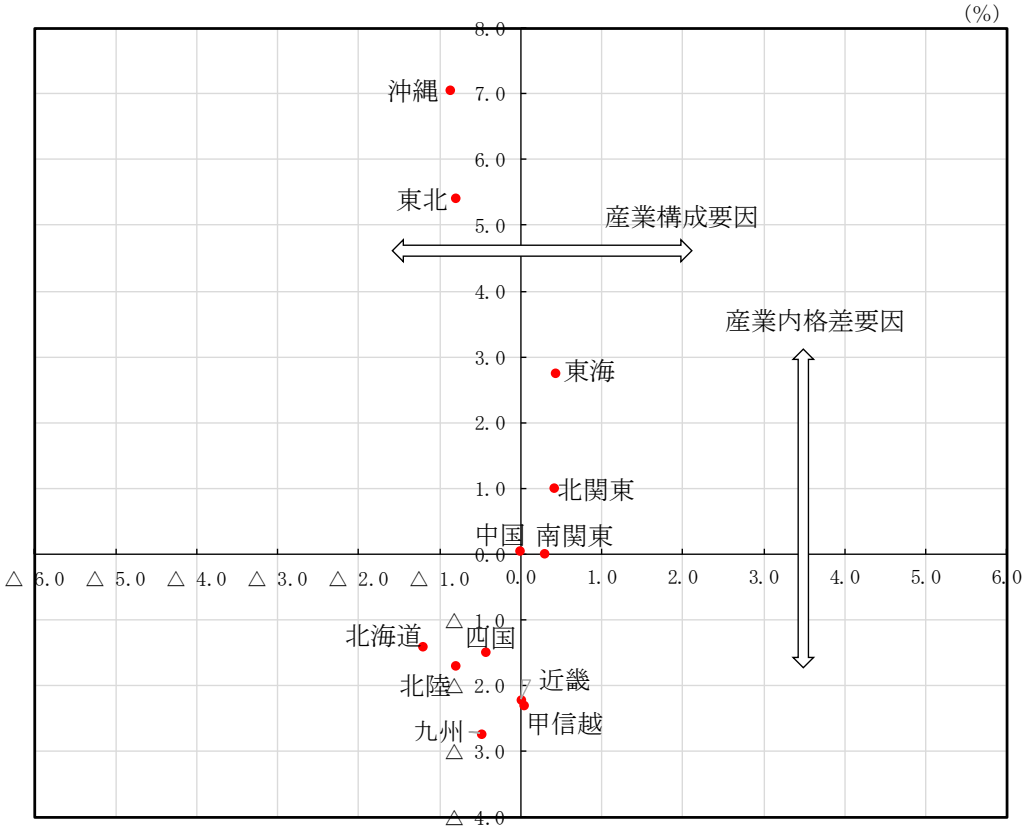
（備考）総務省「国勢調査」により作成。

（付加価値額の変化の地域差も主として地域固有の要因による）

次に各地域の実質付加価値（実質ＧＤＰ）の変化率についても、どの程度が産業構成の違いによるもので、どの程度がそれ以外の地域固有の要因によるものかを分解してみる。就業者数と同様に産業構成要因と産業内格差要因に分解し、平面上にプロットしてみると（第１－２－５図）、やはり各地域とも縦軸周辺に集中しており、産業内格差要因のばらつきが付加価値額の変化の散らばりの多くを説明している。産業内格差要因は、沖縄、東北、東海が全都道府県平均より高くなっている一方、平均より低い地域は多くの地域にわたっている。

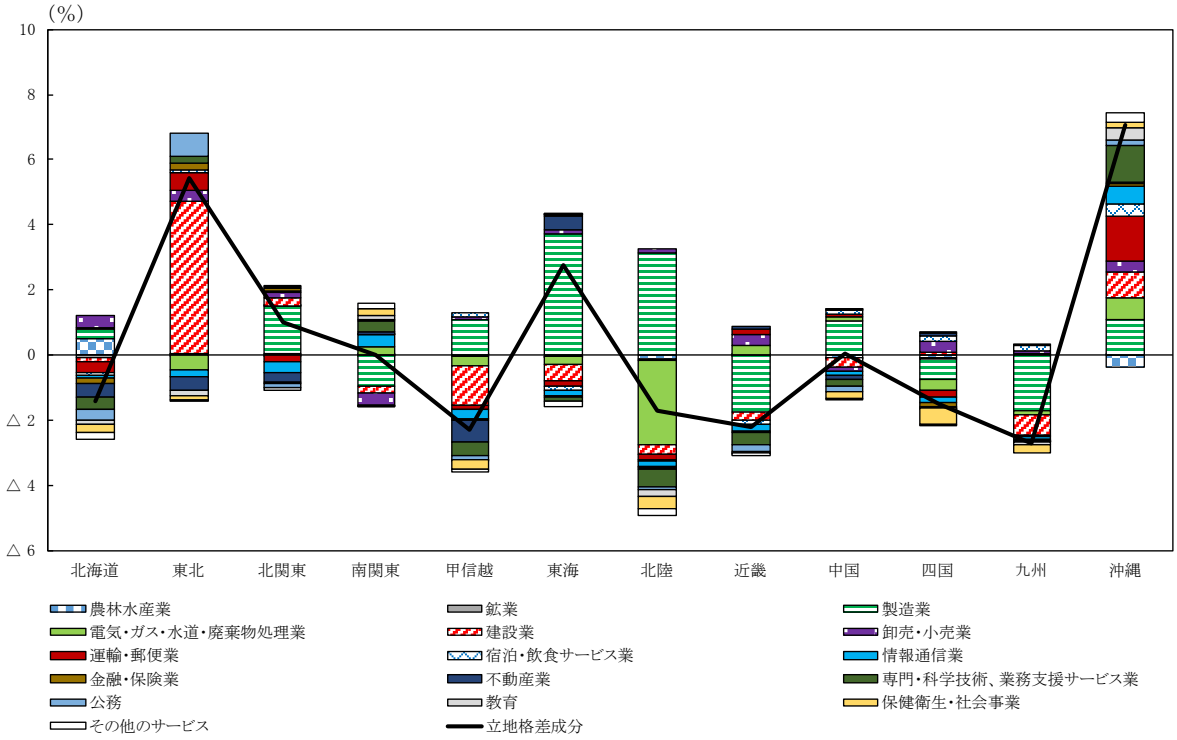
こうした産業内格差要因の産業別寄与をみると（第１－２－６図）、沖縄については農林水産業を除く全業種がプラスに寄与しており、就業者数と同様に多くの産業で沖縄固有の要因によって付加価値が平均よりも高い割合で増加していることが分かる。また東北については、建設業のプラス寄与が最も大きく、産業内格差要因のほとんどを説明している。東海、北陸では製造業のプラス寄与が大きいが、北陸では電気・ガス・水道・廃棄物処理業のマイナス寄与が大きく相殺して付加価値額の伸び率は平均を下回った。

第１－２－５図　実質付加価値額の産業構成要因（横軸）と産業内格差要因（縦軸）（2010→15 年度）



（備考）内閣府「県民経済計算」により作成。

第１－２－６図　実質付加価値額の産業内格差要因の産業別寄与（2010 年度→15 年度）



（備考）内閣府「県民経済計算」により作成。

（一部の地域で生産性上昇率を大きく左右する製造業の産業内格差）

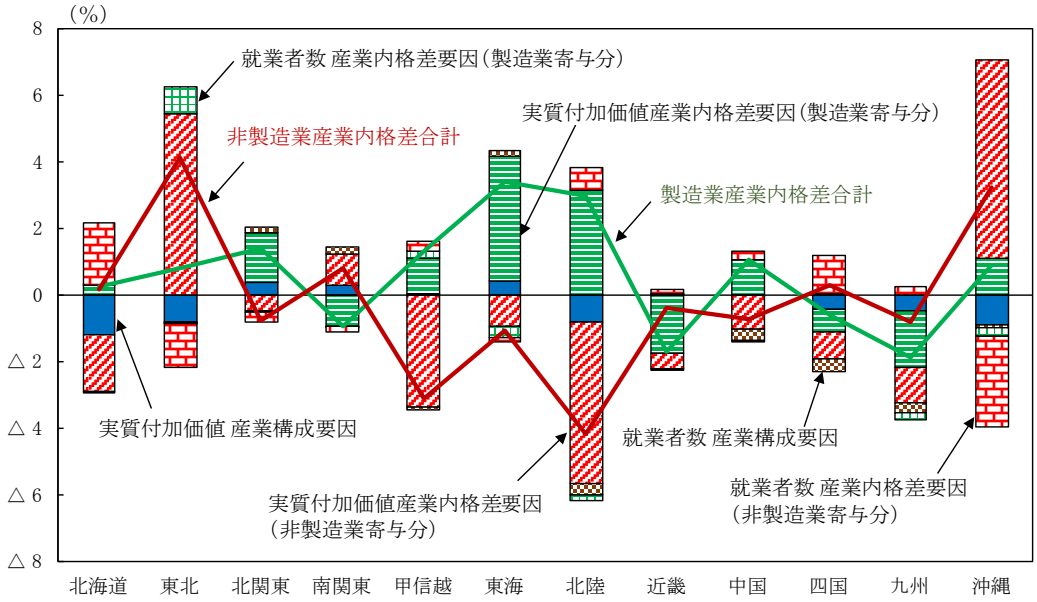
これまで、2010 年から 2015 年までの各地域の労働生産性の変化率の違いを実質付加価値要因と就業者数要因に分け、更にそれぞれを産業構成の違いで説明される産業構成要因と産業内格差要因に分解した。つまり、労働生産性の変化率はこの 4 つの要因に分解し直すことができる（第１－２－７図）。

総じて実質付加価値にせよ就業者数にせよ産業構成要因の寄与は小さく、生産性上昇率の地域差を左右しているのは産業構成の違いでは説明できない産業内格差要因であることが分かる。産業内格差要因を製造業と非製造業に分けてみると、製造業は就業者数要因が小さく、実質付加価値要因でほぼ産業内格差要因が決まっている。製造業のプラスの寄与が目立つのは東海、北陸、次いで北関東であり、マイナス寄与となっているのが九州、近畿、南関東である。製造業の総付加価値に占める割合が全国ベースで 20%程度であることを考えると、そうしたシェア以上にこれらの地域では製造業の産業内格差が生産性の増加率に影響を与えている[7]。

非製造業では実質付加価値要因が東北や沖縄で押し上げ、北海道や北陸で押し下げている。一方で、就業者数要因が反対方向に作用しているため、生産性変化率への寄与を抑制しているが、その程度は小さい。例えば、東北においては東日本大震災の復興事業を反映して、建設業の付加価値が大きく増加し、就業者数はそれ程増加しなかった結果、生産性が高まった。反対に大きくマイナスの寄与となっているのは北陸、甲信越、北海道である。北陸では電気・ガス・水道・廃棄物処理業の、甲信越では建設業の付加価値の伸びが平均より大幅に低く、就業者数はそれ程変わらなかったことから、生産性上昇率を押し下げている。

[7] なお、ここでは製造業をそれ以上細分化せずに分析しているため、「製造業の産業内格差」にはより細かい分類での産業構成の影響が含まれていることには留意が必要である。

第１－２－７図　生産性の伸びの全国平均との差をもたらす要因（2010 年→2015 年）



（備考）内閣府「県民経済計算」、総務省「国勢調査」により作成。県民経済計算は 2010 年度と 2015 年度のデータ。

３）地域の供給力の向上に向けて

本章では、我が国経済の大きな課題である人手不足問題について、その地域ごとの動向を分析した。人手不足感は各地域で強まっているが、特にサービス業を中心とした非製造業における人手不足感はより深刻である。また、リーマン・ショック前の景気回復期に比べ、2012 年以降の今回の回復期では就業者の増加による失業率の押し下げが広範に見られている。そうした労働市場の需給のひっ迫の一方で、多くの地域で職業間ミスマッチの度合いに上昇が見られ、一部の職業に求職者が集中することにより就業に至らないケースが多くあることを示唆している。また、こうした需給動向を反映して賃金が上昇することが期待されるが、有効求人倍率が高い都道府県で賃金が高い傾向が明確にあるのはパート労働者に限られること、一般労働者にせよパート労働者にせよ、賃金上昇には生産性の上昇が重要であることを見た。

このような地域の人手不足問題に対処するためには、まず女性や高齢者、外国人といった労働者の活躍を促すことが重要である。女性の労働力率も高齢者の労働力率も地域によってばらつきがあるが、両者とも、それぞれ５年前にトップレベルの地域が実現していた労働力率を、現在ではほとんどの地域が達成していると共に、そうしたトップレベルの地域の労働力率は更に上昇を続けている。外国人労働者も、東海や南関東といった地域では全就業者の３％近くを占めており、現在新たな外国人材受け入れのための在留資格の創設が検討されているところである。

同時に、労働生産性の向上も不可欠である。地域別にみた生産性水準及びその伸び率

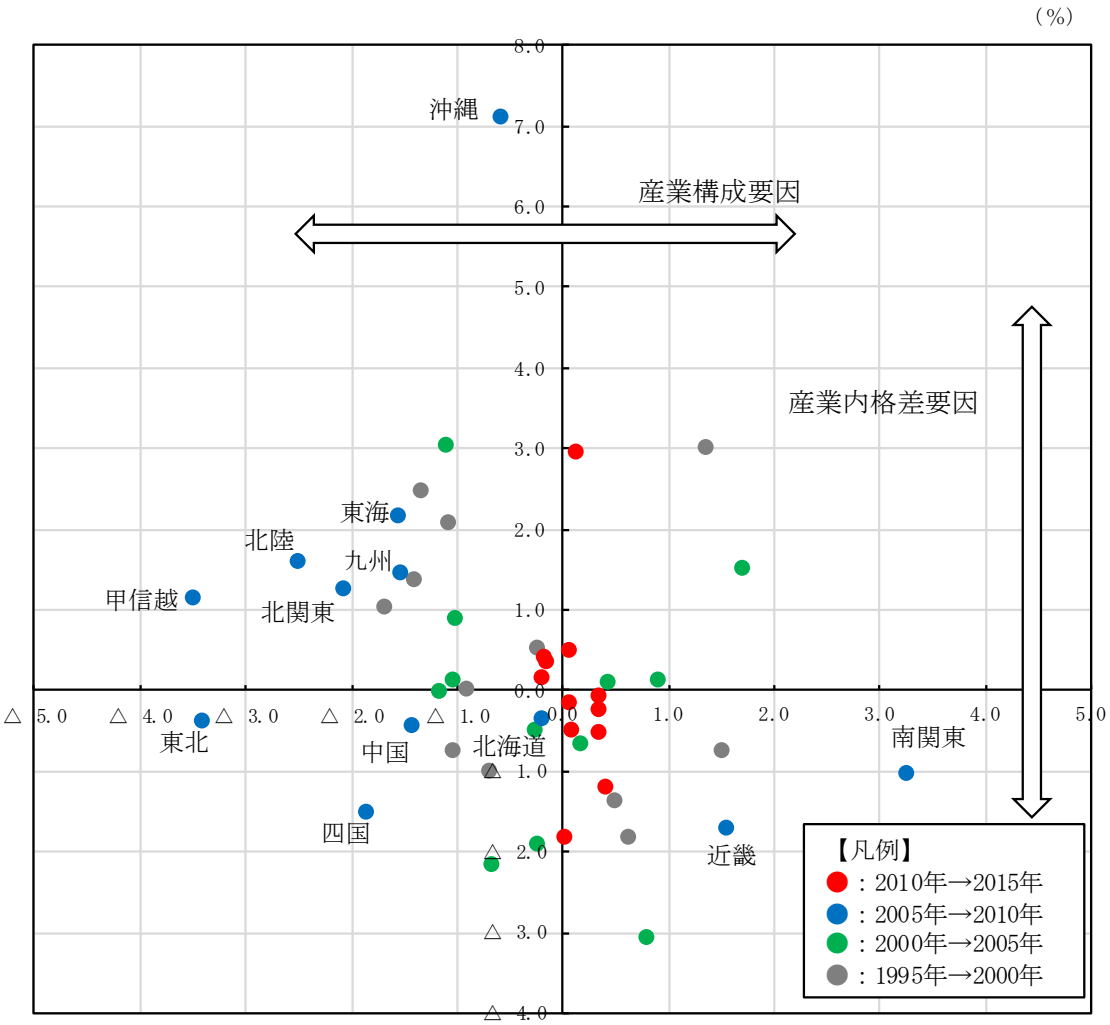
には大きなばらつきがあり、それは今回の景気回復局面においても縮小しているとは言えない。また、すべての地域で非製造業の生産性が製造業の生産性を下回っている。2010年から2015年までの生産性伸び率の地域差を分解してみると、産業構成の違いでは説明できない実質付加価値の伸びの違いに大きく影響を受けていることが分かった。今後地域の生産性を高めていくためには、サービス業を中心とした非製造業の生産性を高めていくことと、産業内の生産性の底上げを図っていくことが重要である。

コラム３：就業者数・実質付加価値の地域間のばらつきの長期的推移

本文で行ったシフト・シェア分析により、就業者数・実質付加価値の変化率の産業構成要因・産業内格差要因が長期的にどのように推移してきたかをみてみよう。

就業者数について、1995 年から直近の 2015 年までの 20 年間の変化について、シフト・シェア分析を行った（コラム図１－３－１）。これをみると、地域のばらつきは 2005 年から 2010 年までの期間で産業構成要因・産業内格差要因ともに最大となっている。この期間には全国の就業者数の減少率が最大となっている点も特徴的である。直近の 2010 年から 2015 年までの期間では、沖縄を除き原点中心に集まっており、地域差が小さくなっていることがうかがえる。

コラム図１－３－１　就業者数の産業構成要因と産業内格差要因

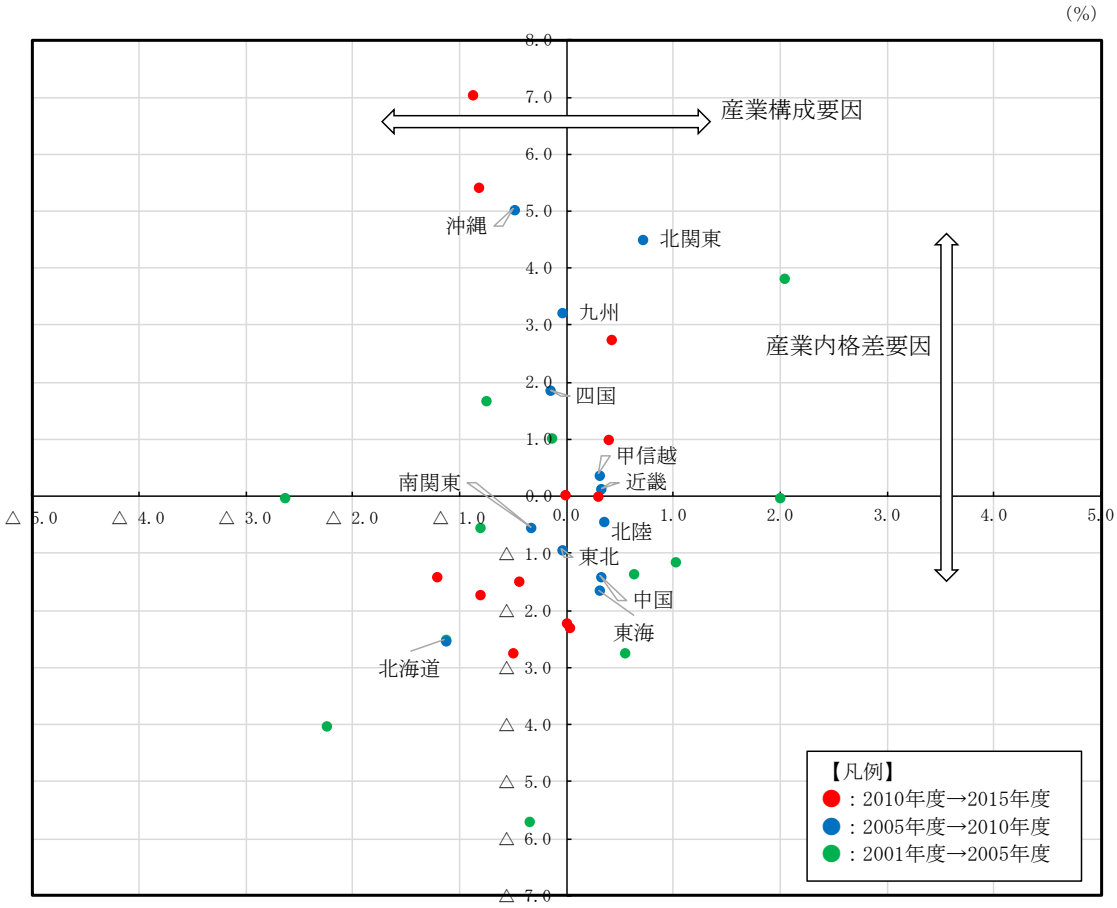


（備考）総務省「国勢調査」により作成。

実質付加価値額についても、同様のシフト・シェア分析を行って 2001 年度から 2005 年度の４年間、2005 年度から 2010 年度の５年間、2010 年度から 2015 年度の５年間を用いて比較すると、産業構成要因のばらつきは縮小傾向にあることがわかる。産業内格差要因は沖縄を除くとばらつきは縮小する傾向にあるが、就業者数の変化と比べるとその程度は小さくなっている（コラム図１－３－２）。

このように、就業者数についても実質付加価値についても、産業内の変化率較差、産業間の変化率較差とも概して小さくなっていることが分かる。こうした均質化の傾向を踏まえ、今後の地域政策や産業政策を考えていくことが望まれる。

コラム図１－３－２　実質付加価値額の産業構成要因と産業内格差要因



（備考）内閣府「県民経済計算」により作成。

第２章　インバウンド需要の取り込みに向けて

近年、日本を訪れる外国人旅行者は大きく増加している。そうした中で、中国人旅行者が商品を大量に購入する行為である「爆買い」が 2015 年に流行語大賞[8] に選出されるなど、海外から日本を訪れる外国人旅行者の消費（インバウンド需要）が我が国経済に与える影響が注目されている。人口減少による我が国の経済成長率の低下が懸念されている中、そうした国内での需要減を補うための新たな需要の創出の必要性が指摘されており、インバウンド需要はそうした新たな需要の一つとして期待されている。特に、人口減少のペースが速い地域経済にとっては、インバウンド需要により観光・宿泊業や外食業、小売業といった関連産業が売り上げや雇用を増加させると共に、街が異文化を交えて「賑わい」を取り戻すこととなり、地域の活性化にも大きく資するものと考えられる。

政府が取りまとめた「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたくなる日本へー」（平成 28 年３月 30 日）においても、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される 2020 年に、訪日外国人旅行者数を４千万人、訪日外国人旅行者による国内消費額を８兆円（さらに、2030 年には、訪日外国人旅行者数を６千万人、訪日外国人旅行消費額を 15 兆円）とする目標が掲げられており、そのための各種施策が盛り込まれているところである。

しかし、以下でみるように、訪日外国人旅行者の訪問や消費はまだまだ我が国の一部に偏っている。インバウンド需要が我が国の地域経済を活性化させるためには、東京や大阪などの大都市や、富士山や京都といった代表的な観光地のみならず、全国各地に存在するまだ十分に知られていない「新たな魅力」（観光資源）に外国人旅行者を惹きつけ、実際に訪問してもらう「インバウンド需要のすそ野の拡大」が不可欠である。

本章では、その方策を探るため、我が国のインバウンド需要の現状を概観した上で、訪日外国人旅行者の訪問が少ない地域を訪れる旅行者の特性を分析するとともに、世界的な観光市場の動向についても考慮しながら、今後のインバウンド需要の拡大を展望する。

（１）インバウンド需要の拡大と地域差

インバウンド需要は近年急速に拡大しているが、地域ごとの状況はどのようになっているのだろうか。ここでは、インバウンド需要全体の動きと地域的な偏りを概観する。

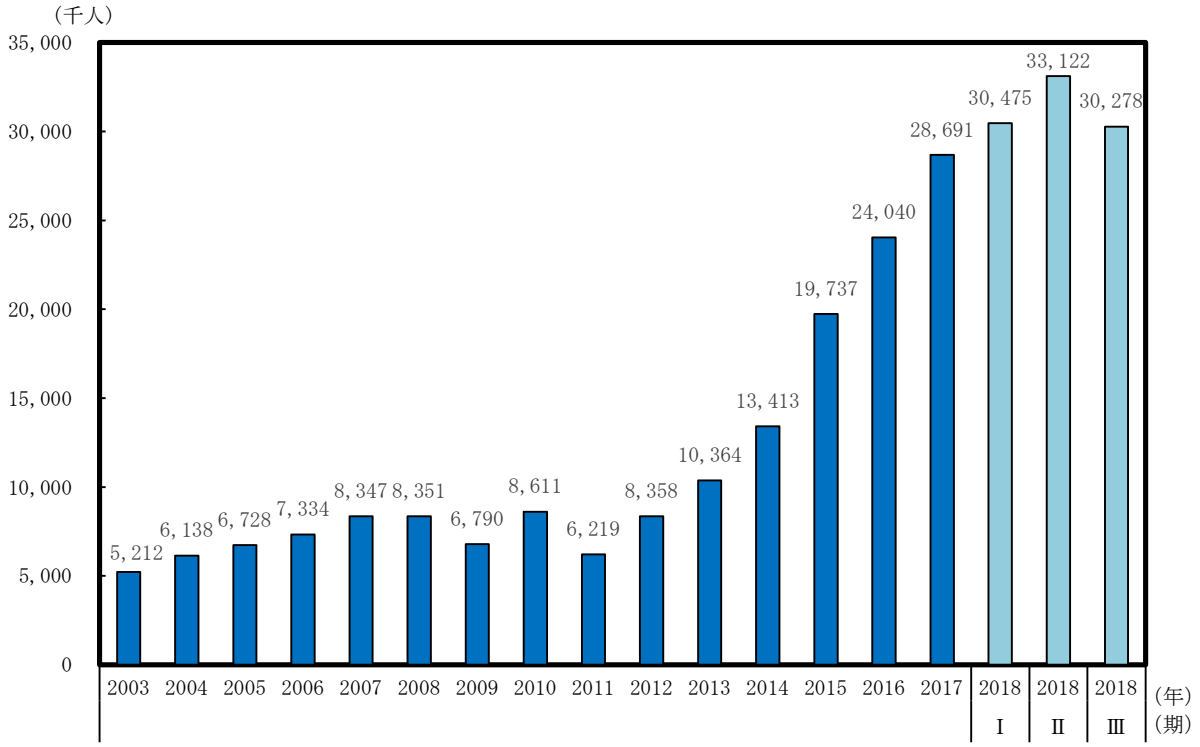
[8] （株）自由国民社が主催する「ユーキャン新語・流行語大賞」において、2015 年の年間大賞に選出された。

１）拡大が続く我が国のインバウンド需要

（2017 年の訪日外国人旅行者数は東日本大震災前の３倍以上に）

我が国のインバウンド需要は近年急速に拡大している。日本を訪れる外国人旅行者数をみると（第２－１－１図）、2003 年には 500 万人台に留まっていたが、2007 年には 800 万人台まで増加した。その後、世界的な経済不況に陥った 2009 年及び東日本大震災が発生した 2011 年に大きく落ち込んだこともあり、2012 年までは 1,000 万人の壁が超えられなかったが、2013 年には 1,000 万人、2016 年には 2,000 万人を突破した。直近の 2017 年については、旅行者数は 2,869 万人（前年比 19.3%増）となり、３千万人超過が目前となった。なお、2018 年について四半期でみると、年率ベースで３千万人を超えるペースで推移している。今回の景気回復局面が始まった 2012 年（835 万人）と 2017 年の比較では約 3.4 倍となり、その規模は急速に拡大している。

第２－１－１図　訪日外国人旅行者数の推移



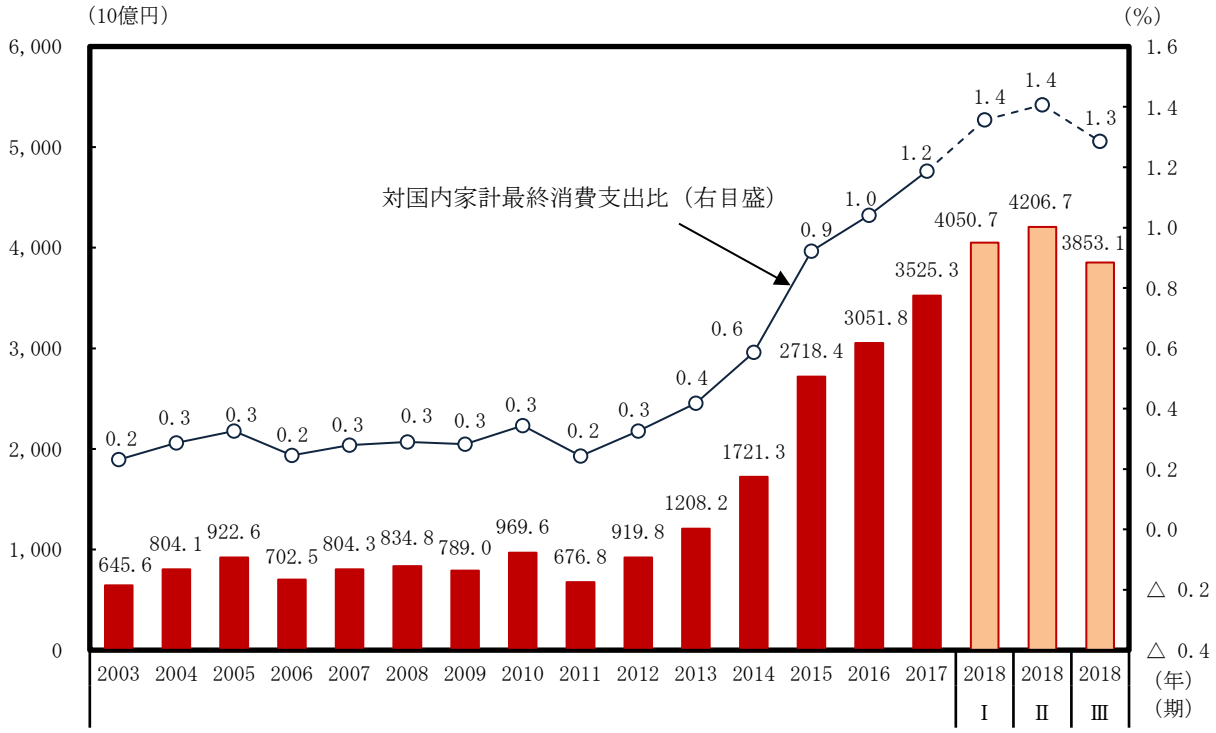
（備考）１．日本政府観光局「訪日外客数」より作成。
２．年次値、四半期値ともに月次値の累積値。2018 年１月～７月は暫定値、同年８月及び９月は推計値。
３．2018 年の四半期値は年率化している。

（我が国の消費の１%以上がインバウンド需要）

これに合わせて、日本国内における訪日外国人旅行者の消費も急増している。インバウンド消費をＳＮＡベース（「非居住者家計の国内での直接購入」）でみると（第２－１

－２図)、2012 年以降、前年比 30%超の伸びが続き、中国人旅行者の「爆買い」が大きく話題となった 2015 年には、前年比 57.9%と高い伸びとなった。その後、前年比での伸び率は低下したが、直近の 2017 年には３兆 5,253 億円（前年比 15.5%増）となり、2012 年（9,198 億円）との比較では約 3.8 倍の規模となっている。なお、2018 年の第１四半期～第３四半期については、年率ベースで４兆円前後の規模となっている。また、これらを国内家計最終消費支出との比率[9] でみると、2012 年には 0.3%であったが 2017 年には 1.2%となっている。

第２－１－２図　訪日外国人旅行者の国内消費額（ＳＮＡベース）の推移

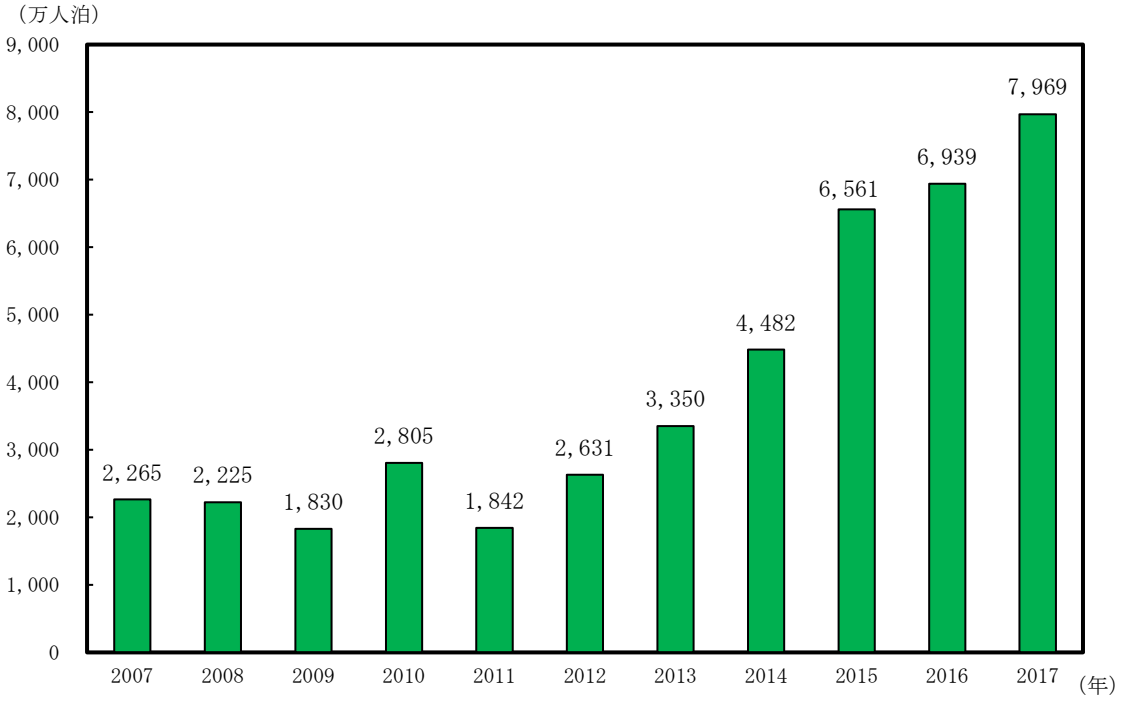


（備考）１．内閣府「2018 年 7-9 月期四半期別ＧＤＰ速報（１次速報値)」より作成。
２．名目値。
３．2018 年第１四半期～第３四半期は、名目季節調整値を年率化した値。

また、訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数についても、年々増加している（第２－１－３図)。2012 年以降、前年比 20%超の伸びが続き、2015 年には前年比 46.4%と高い伸びとなった。2016 年以降は伸び率が低下したものの、直近の 2017 年については、7,969 万人泊（前年比 14.8%増）となり、2012 年（2,631 万人泊）時に比べて約 3.0 倍の規模となっている。

[9] 国民経済計算（SNA）において、訪日外国人旅行者が国内で行った消費（「非居住者家計の国内での直接購入」）は、国内総生産（GDP）の構成要素としては、財貨・サービスの輸出の一項目として計上され、民間最終消費支出からは控除されている。したがって、外国人旅行者の消費を我が国の消費需要を補うものとして示すため、「非居住者家計の国内での直接購入」が差し引かれる前の国内家計最終消費支出との比率としている。

第２－１－３図　訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数の推移



（備考）１．観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。
２．調査対象について、2010 年４～６月調査から、それまでの従業者数 10 人以上の宿泊施設から、従業者数９人以下の宿泊施設を加えて調査対象を拡充しており、時系列の比較には留意が必要である。なお、2010 年については、１～３月期の従業者数９人以下の宿泊施設に係る参考値が公表されているため、これを加算している。

２）インバウンド需要の地域的偏り

このように、我が国のインバウンド需要は近年急速に拡大している。しかし、これを地域別にみると、その状況には大きな偏りがみられる。以下、2012 年と 2017 年を比較する形でみてみよう。

（インバウンド需要は一部の地域に大きく偏っている）

訪日外国人旅行者数を 2012 年と 2017 年の地域別分布[10] でみると（第２－１－４図（１））、南関東及び近畿に圧倒的に偏った形となっていることが分かる。同様に都道府県別にみると（第２－１－４図（２））、分布は東京都、大阪府、千葉県、京都府に大きく偏っている。訪日外国人旅行者の消費額（以下、「旅行消費額」[11]という。）についても（第２－１－４図（３））、やはり東京都、大阪府の占める割合が圧倒的に大きい。さ

[10] 地域別（都道府県別）の外国人旅行者数については、同一旅行者が複数の地域（都道府県）を訪れた場合にも、それぞれの地域（都道府県）においてカウントされている。このため、地域別（都道府県別）での旅行者数の合計と、一国でみた場合の旅行者数の合計は一致しない。

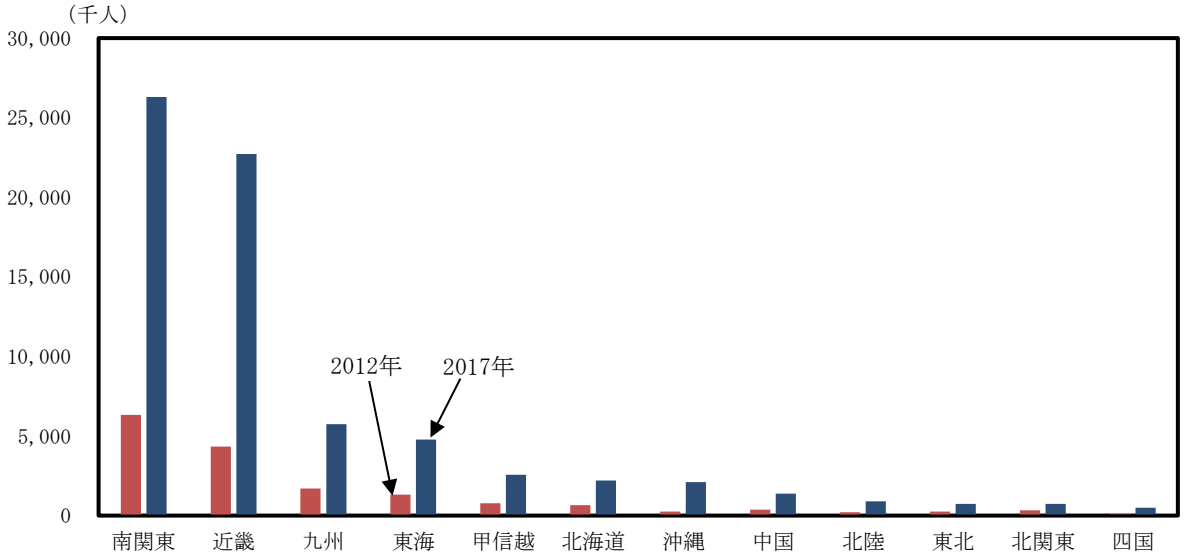
[11] ここでいう訪日外国人旅行者の「旅行消費額」は、「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）の調査結果に基づく。具体的には、外国人旅行者が日本国内で支払った滞在中の支出に、旅行前に支出したパッケージツアー参加費のうち、宿泊料金や飲食費、交通費等の日本国内の収入分が加算された額をいう。

らに、訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数をみても（第２－１－４図（４））、やはり東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県など少数の都道府県に偏っている。

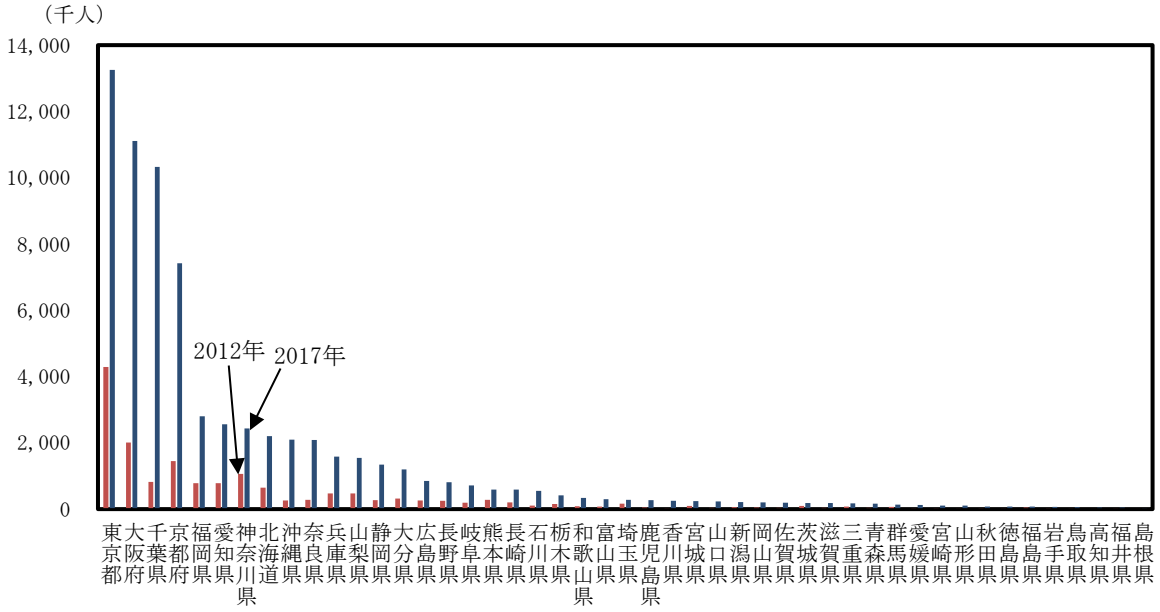
このように、旅行者数、消費額、延べ宿泊者数のいずれで見ても、インバウンド需要は関東や近畿の一部の都道府県に大きく偏っている。

第２－１－４図　地域・都道府県別インバウンド需要（水準）の推移

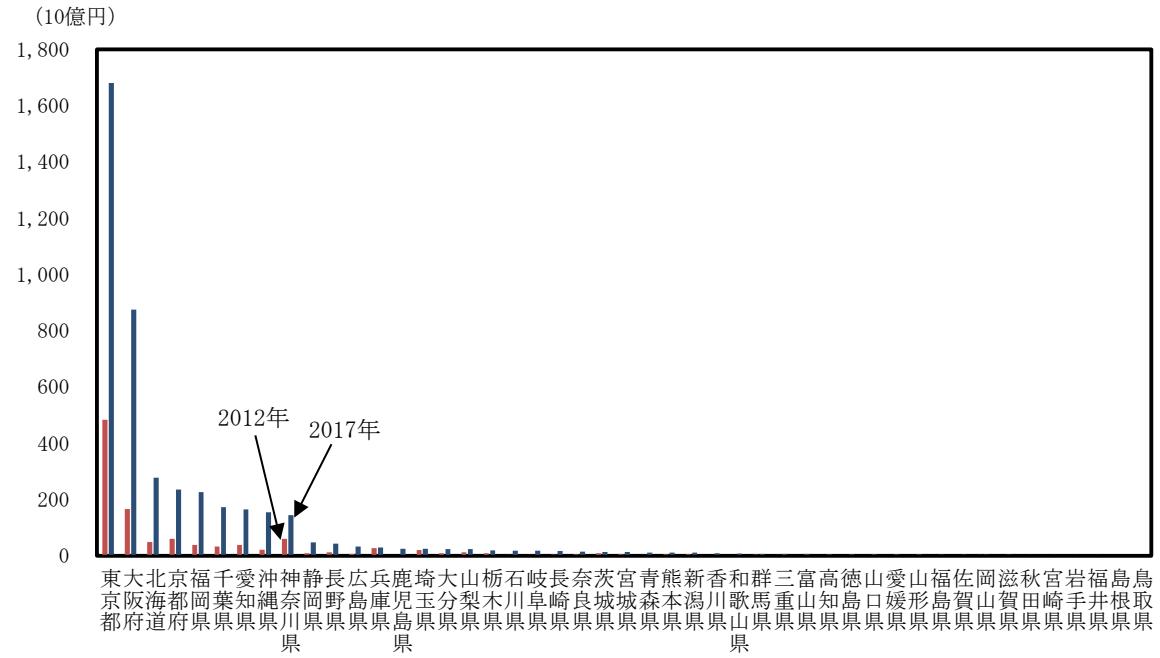
（１）旅行者数（地域別）



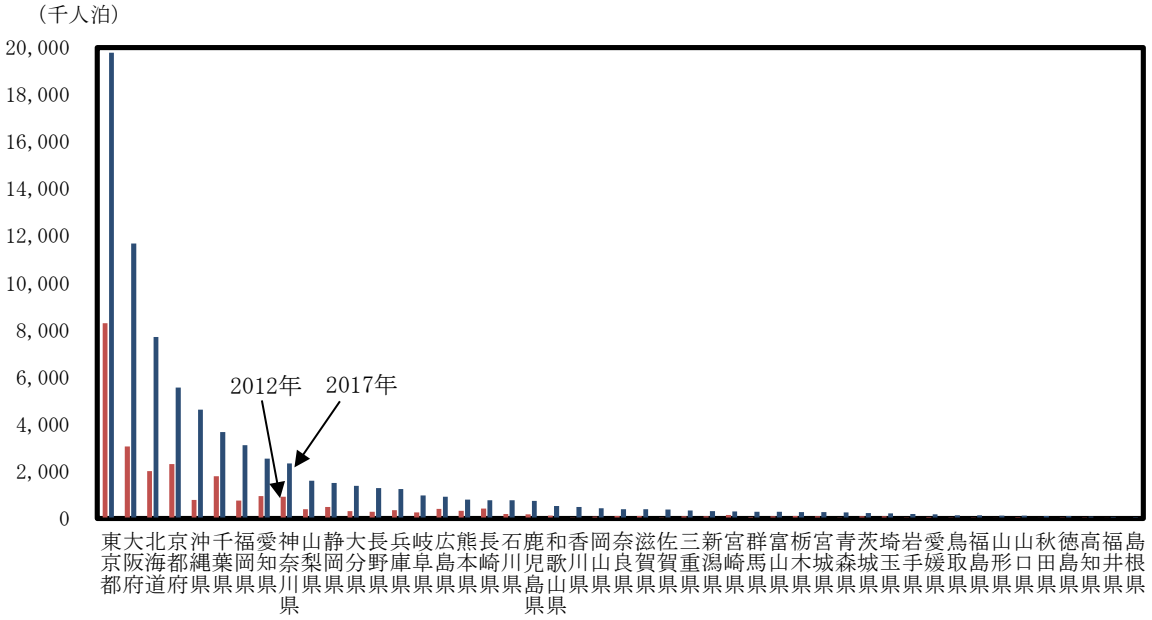
（２）旅行者数（都道府県別）



（３）旅行消費額（都道府県別）



（４）延べ宿泊者数（都道府県別）



（備考）日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。

（インバウンド需要の増加寄与も、南関東・近畿が圧倒的）

インバウンド需要は、各指標で見た一時点での水準が偏っているだけでなく、増加分もやはり地域間で大きく偏っている。

先に述べたとおり、2012 年から 2017 年にかけて、訪日外国人旅行者数は約 3.4 倍と

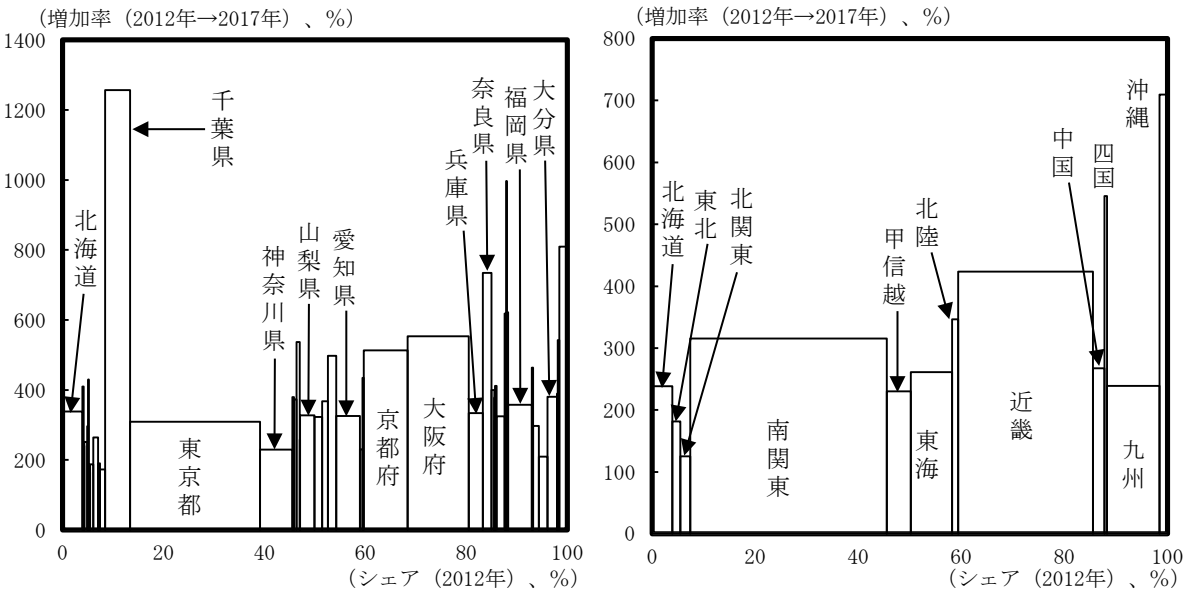
なっているが、これを横軸に 2012 年の都道府県別シェア、縦軸に伸び率（倍率）を取ったグラフ（スカイライン・グラフ）でみると（第２－１－５図（１））、東京都や大阪府、京都府、そして成田国際空港を擁する千葉県のシェア、伸び率が大きいことが分かる。このグラフの面積が日本全体の増加に対する寄与分を表すので、これら４都府県の旅行者数の寄与が非常に高いことを示している。

旅行消費額についても同様であり、地域別でみると伸び率では四国や沖縄などが高いものの、シェアは南関東や近畿が顕著に大きい（第２－１－５図（２））。この間の訪日外国人旅行者の消費の増加分の大宗が南関東や近畿における消費の増加であり、四国や北陸は伸び率では高いものの、増加額は相対的に小さなものに留まっている。

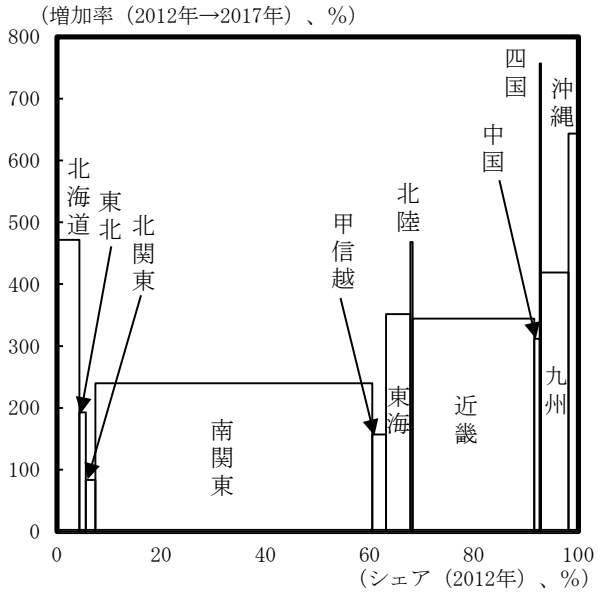
延べ宿泊者数でみても同様だが、北海道や九州、沖縄の増加分が旅行者数や旅行消費額に比べると相対的に大きくなっており、偏りの程度は旅行者数や旅行消費額に比して小さい（第２－１－５図（３））。

第２－１－５図　地域・都道府県別インバウンド需要（変化分）の推移

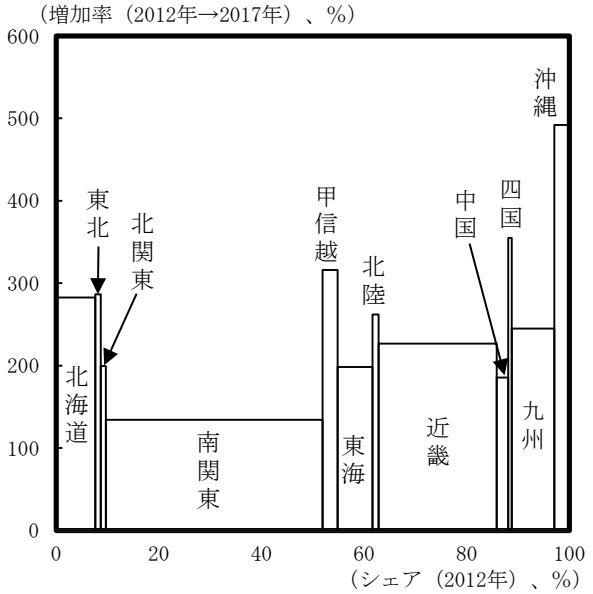
（１）旅行者数（都道府県・地域別）



（２）旅行消費額（地域別）



（３）延べ宿泊者数（地域別）



（備考）日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。

以上のように、近年のインバウンド需要の急速な拡大に伴い、旅行者数、消費額、延べ宿泊者数のいずれにおいても増加率こそ各地域で高い伸びを示しているが、そもそも水準そのものに大きな偏りがみられ、大半の地域でインバウンド需要の恩恵を十分に取り込めていないことがわかる。

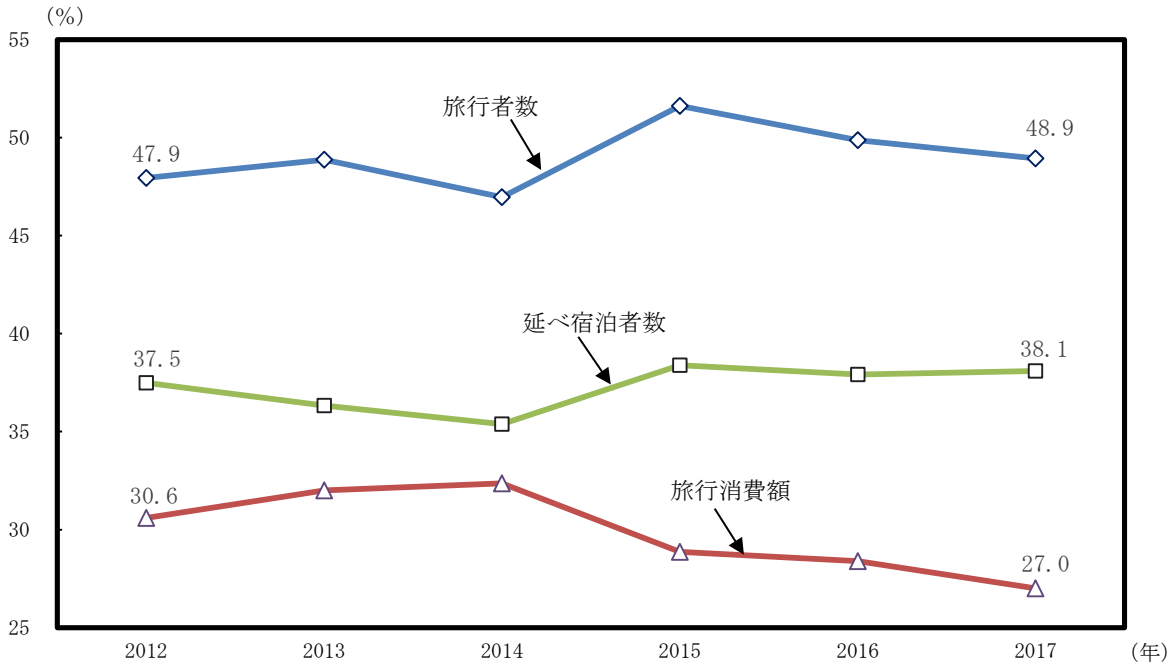
（延べ宿泊者数上位５都道府県で旅行者の５割、宿泊者数の６割、消費額の７割以上を占める）

先にみた地域間の偏りを更に詳しくみるため、2017 年における外国人旅行者の延べ宿泊者数の上位を占める東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県の５都道府県（以下、「成熟圏」という。）と、それ以外の 42 県（以下、「潜在成長圏」という。）に分けてみてみよう。

旅行者数、旅行消費額、延べ宿泊者数について、潜在成長圏 42 県が全体に占める割合をみると（第２－１－６図）、いずれも半分を下回っており、合計しても上位５都道府県に及ばない。また、項目別にみると、直近の 2017 年において、旅行者数については、潜在成長圏のシェアは概ね半分となっているが、延べ宿泊者数で潜在成長圏のシェアは４割以下、旅行消費額については３割以下となっている。潜在成長圏において、旅行者数に比して延べ宿泊者数や旅行消費額のシェアが低いのは、成熟圏から日帰りで潜在成長圏を訪れたり、土産物等の買い物についても、潜在成長圏ではなく成熟圏で行う旅行者が多いことが考えられる。

2012 年以降の変化をみると、特に消費額の潜在成長圏のシェアはやや低下傾向にある。旅行者数・延べ宿泊者数のシェアはほぼ横ばいであることから、これらについては、潜在成長圏において成熟圏並に伸びている一方、旅行消費額はそれに呼応した伸びにはなっていないことがわかる。

第２－１－６図　全国に対する潜在成長圏のシェアの推移



（備考）１．日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。
２．潜在成長圏とは、外国人旅行者の延べ宿泊者数の多い上位５都道府県（東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県）（2017 年）以外の 42 県。
３．滞在中に潜在成長圏を訪れたことがある外国人旅行者の人数、消費額、延べ宿泊者数の、全訪日外国人旅行者（47 都道府県別の合計）のそれぞれに対する割合。

（２）インバウンド需要のすそ野の拡大に向けて

前節でみたように、インバウンド需要には地域によって大きな偏りが見られる。地域の活性化にインバウンド需要が資するためには、より多くの地域にその需要を呼び込んでいくことが不可欠である。以下では、現状において大都市や著名な観光地以外の地域を訪れた訪日外国人旅行者の特性を分析し、インバウンド需要のすそ野を拡大させるために必要な要因について考察する。

（ヨーロッパ人、中高年女性、訪日３回目以上の旅行者が潜在成長圏を訪れる傾向）

現在、どのような外国人旅行者が大都市や著名観光地以外を訪れているのだろうか。日本を出国する訪日外国人旅行者（乗り継ぎ旅行者、乗員、１年以上の滞在者等を除く）を対象に消費実態等を調査している「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）の個票

データを用いて、観光・レジャー目的により前節で定義した潜在成長圏を訪れた外国人旅行者（以下、「潜在成長圏旅行者」という。）の特性をみてみよう（第２－２－１表、詳細は付注２－１を参照。）。

まず、旅行者の年齢・性別についてみると、年齢が高いほど、また男性よりは女性の方が潜在成長圏を旅行する傾向にある。国・地域別では、中国からの旅行者を基準として、ヨーロッパ諸国・ロシアからの旅行者はより潜在成長圏を訪れている一方、韓国や香港、台湾といったアジア諸国・地域からの旅行者は、潜在成長圏を訪れない傾向にある。また、滞在日数が多いほど潜在成長圏を訪れている。訪日回数が多いほど潜在成長圏を訪れる旅行者が多いという結果になっているが、初訪日時はもちろん２回目でも潜在成長圏を訪れる傾向は見出されないが、３回目以上では潜在成長圏を多く訪れる傾向があり（付注２－１参照。）、旅行者が潜在成長圏に目を向けるのは３回目の訪日あたりからであることが示唆される。

第２－２－１表　潜在成長圏を訪れる訪日外国人旅行者の特性

被説明変数：潜在成長圏を訪れたか否か（訪れた：１、訪れなかった：０）
相関のある主な説明変数（＋：有意水準 10%以下で正の相関、－：有意水準 10%以下で負の相関）

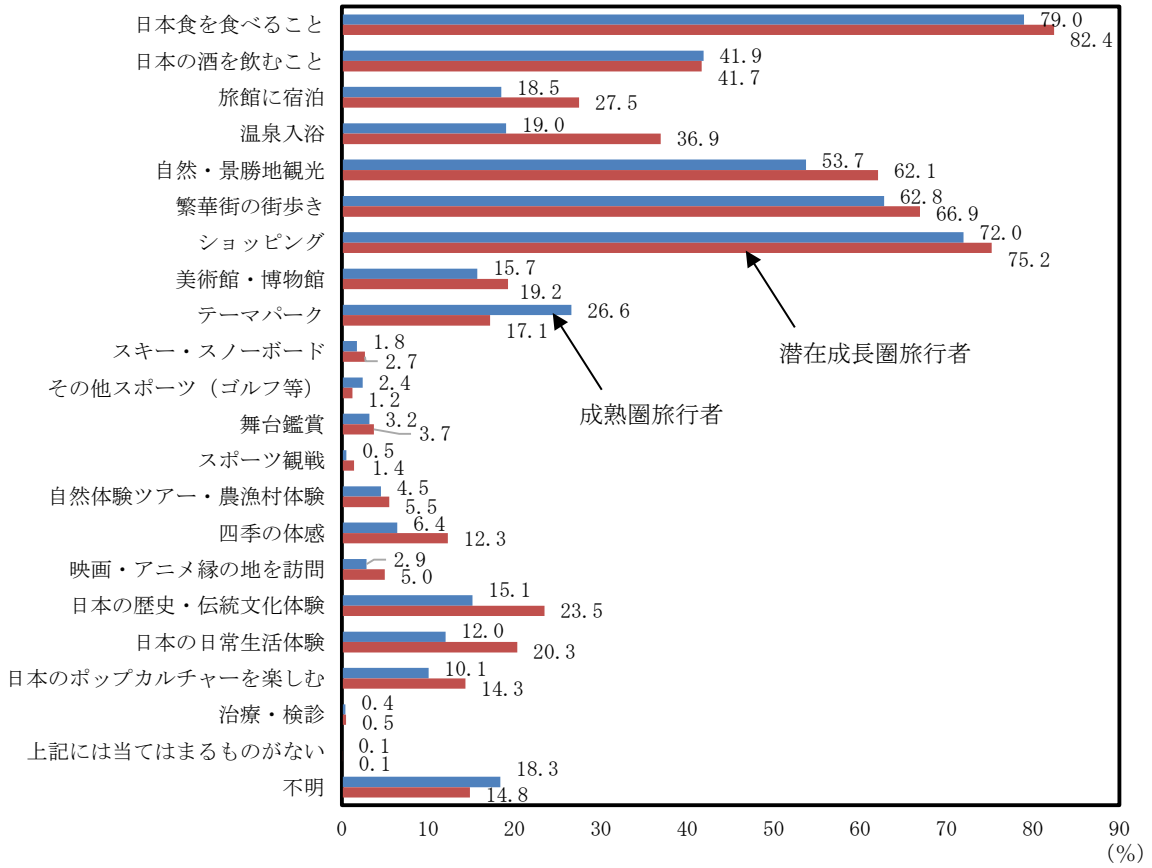
基本属性	年齢（＋）	国籍・地域（ヨーロッパ・ロシア）（＋）
	性別（男性であること）（－）	国籍・地域（韓国・台湾・香港）（－）
旅行形態	滞在日数（＋）	支出額（－）
	訪日回数（＋）	
日本で行ったこと	日本の酒を飲むこと（－）	その他スポーツ（－）
	旅館に宿泊（＋）	舞台鑑賞（－）
	温泉入浴（＋）	スポーツ観戦（＋）
	自然・景勝地観光（＋）	四季の体感（＋）
	ショッピング（＋）	日本の日常生活体験（－）
	美術館・博物館（－）	日本のポップカルチャーを楽しむ（－）
	テーマパーク（－）	
事前情報収集で役立ったもの	旅行会社ホームページ（＋）	旅行会社パンフレット（＋）
	航空会社ホームページ（－）	旅行ガイドブック（－）
	地方観光協会ホームページ（＋）	自国の親族・知人（＋）
	SNS（Facebook/Twitter/微信等）（－）	日本在住の親族・知人（＋）
	個人のブログ（－）	新聞（－）
	動画サイト（YouTube/土豆網等）（－）	旅行専門誌（－）
	その他インターネット（＋）	

（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．国籍・地域については、中国からの旅行者を基準としている。
３．推計方法の詳細は、付注２－１を参照のこと。

（潜在成長圏旅行者はそこでしかできないコト消費が目当て）

潜在成長圏旅行者が日本滞在中に行った活動についてみると（前出第２－２－１表）、他の属性をコントロールすると「旅館に宿泊」、「温泉入浴」、「自然・景勝地観光」、「ショッピング」、「スポーツ観戦」、「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」等を行う傾向にある。逆に、「日本の酒を飲むこと」、「テーマパーク」、（スキー・スノーボード以外の）「その他スポーツ（ゴルフ等）」といった活動は成熟圏旅行者の方がより多く行っている。潜在成長圏旅行者においては、自然や温泉といったその旅行先でしか体験できないようなコト消費を目当てに訪問していると言うことができる。インバウンド需要のすそ野を拡大するためには、それぞれの地域がその土地固有の自然環境や景勝、温泉資源等の魅力を積極的に発信するとともに、それらを活かした宿泊施設の整備や特産品の開発を行っていくことが重要である。

第２－２－２図　訪日時の行動実施率（成熟圏・潜在成長圏旅行者別）（2017 年）



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．訪日における主な目的が観光・レジャーと回答した外国人旅行者を対象。
３．成熟圏とは、外国人旅行者の延べ宿泊者数の多い上位５都道府県（東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県）（2017 年）。潜在成長圏とは、成熟圏以外の 42 県。
４．成熟圏旅行者とは、成熟圏のみを訪れた外国人旅行者。潜在成長圏旅行者とは、潜在成長圏のみを訪れた外国人旅行者に加えて、潜在成長圏及び成熟圏の双方を訪れた者が含まれる。
５．複数回答のため、割合の積み上げは 100%を超過する。

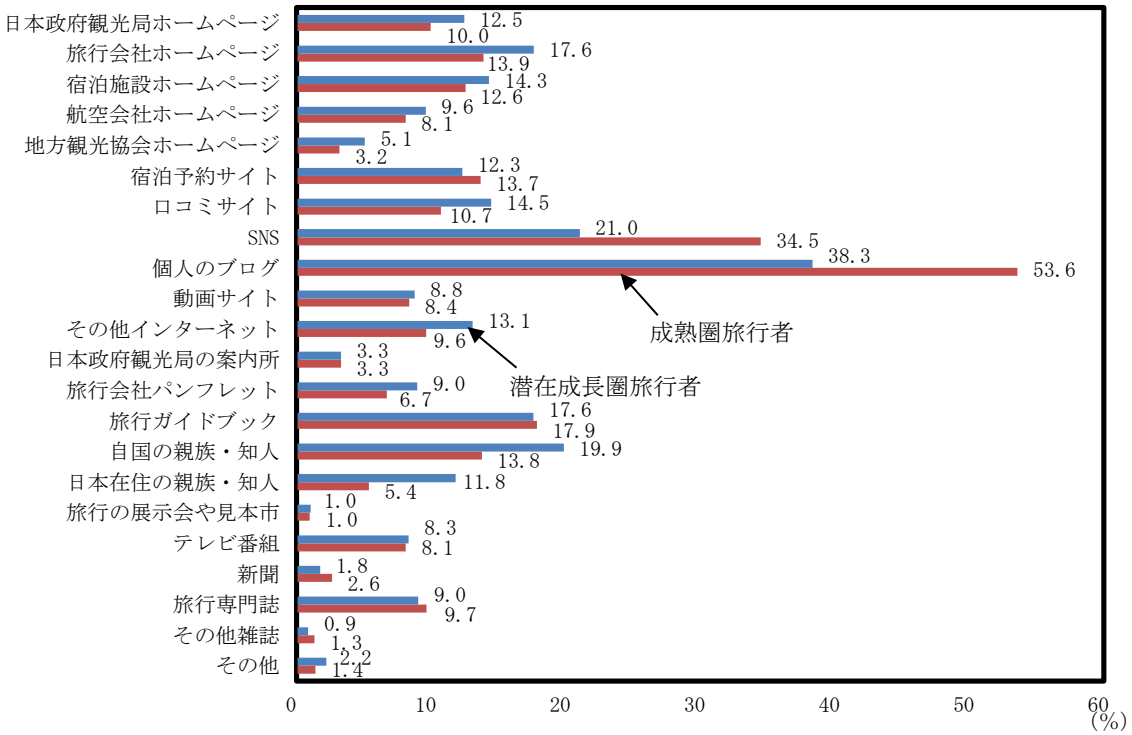
（潜在成長圏旅行者は地方観光協会や旅行会社等からの情報を入手）

各地域が訪日外国人旅行者に訴求する観光資源を整備したとしても、それが実際に認知されないことには、いうまでもなくインバウンド需要の取り込みには結びつかない。そこで、どのような旅行情報を役立ったと思った人が潜在成長圏を旅行しているかをみると（前出第２－２－１表）、他の属性をコントロールすると「地方観光協会ホームページ」や「旅行会社パンフレット」、「旅行会社ホームページ」、加えて「自国の親族・知人」や「日本在住の親族・知人」から得た情報が役に立ったと感じた人々が潜在成長圏を訪問する傾向が見られる。他方、「ＳＮＳ」（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）や「個人のブログ」等を役に立ったと感じている人は、むしろ潜在成長圏を訪れていない。

こうしたことから、地域の様々な観光資源の魅力を効果的に発信していくためには、観光協会や旅行会社を通じたプロモーションが有効である可能性がある。また、これだけインターネットが日常的に使われている中で、そうしたメディアを重視する人々が我が国の潜在成長圏を余り訪れていないという傾向は、これまでのＳＮＳやネット動画を通じた訪日促進活動に改善の余地があることを示唆していると考えられる。

第２－２－３図　情報源別事前の情報収集に役立ったと思った割合

（成熟圏・潜在成長圏旅行者別）（2017 年）



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．訪日における主な目的が観光・レジャーと回答した外国人旅行者を対象。
３．複数回答のため、回答率の積み上げは 100%を超過する。

（潜在成長圏への旅行は再訪日意欲につながる）

先にみたように、潜在成長圏を訪問する旅行者の属性の一つとして、訪日回数が３回以上の人々が多く、インバウンド需要のすそ野を広げるためには、海外からの旅行者が訪日観光のリピーターとなってくれることが重要である。

そこで、「また日本に来たいと思いますか」という問いに対する「必ず来たい」から「絶対来たくない」までの７段階の回答（再訪日意欲）と、潜在成長圏を訪問したか、どのような活動を行ったか等との関係を分析した（第２－２－４表、詳細は付注２－２を参照）。

その結果、潜在成長圏を訪問した旅行者ほど再訪日意欲があることが分かった。潜在成長圏への旅行が、更に再訪日意欲を高めるのであれば、両者の好循環により、訪日回数の増加とインバウンド需要のすそ野の広がりが共に期待できることになる。

基本的な属性では、年齢が若いほど、女性よりも男性の方が、再訪日意欲が高い傾向がみられる。他方、家族・親族旅行で訪日した旅行者の再訪日意欲は低い。乳幼児を含めた子供を世話するための施設・スペースが十分か、高齢者のアクセシビリティに問題はないかといった検証を行い、家族連れ旅行者がより訪問したいと思える環境整備を進めることが必要である。また、日本での活動内容との関係をみると、「日本の酒を飲むこと」、「旅館に宿泊」、「繁華街の街歩き」、「ショッピング」等を行った人ほど再訪日意欲が高くなっている。逆に「自然・景勝地観光」、「自然体験ツアー・農漁村体験」を行った旅行者ほど再訪日意欲が低い。潜在成長圏訪問者の再訪日意欲が高い中、地方で優位なこうした活動において、旅行者のニーズに合わせた観光内容やガイドの提供など、サービスの在り方を工夫することで、さらに潜在成長圏への訪問者を増やす余地があると考えられる。

第２－２－４表　再訪日意欲の高い外国人旅行者の特性

被説明変数：再訪日意欲（必ず来たい：７～絶対来たくない：１）
相関のある主な説明変数（＋：有意水準 10%以下で正の相関、－：有意水準 10%以下で負の相関）

基本属性	年齢（－）	性別（男性であること）（＋）
旅行形態	潜在成長圏訪問（＋）	支出額（＋）
	訪日回数（＋）	個人パッケージ旅行（＋）
	家族・親族同行（－）	個別手配旅行（＋）
日本で行ったこと	日本食を食べること（＋）	テーマパーク（＋）
	日本の酒を飲むこと（＋）	自然体験ツアー・農漁村体験（－）
	旅館に宿泊（＋）	映画・アニメ縁の地を訪問（＋）
	自然・景勝地観光（－）	日本の歴史・伝統文化体験（＋）
	繁華街の街歩き（＋）	日本の日常生活体験（＋）
	ショッピング（＋）	日本のポップカルチャーを楽しむ（＋）

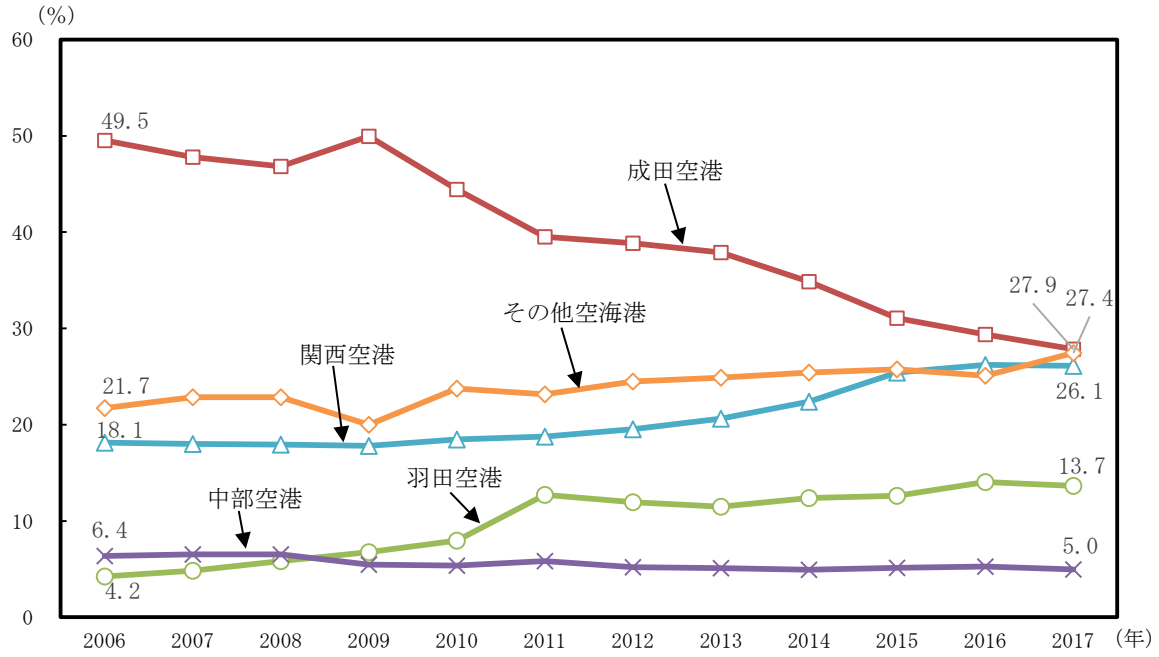
（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．国籍・地域は、中国からの旅行者を基準、個人パッケージ旅行、個別手配旅行は、団体ツアー旅行を基準としている。
３．推計方法の詳細は、付注２－２を参照のこと。

コラム１：多様化する入国手段と潜在成長圏への訪問

島国である我が国に外国人旅行者が訪れるためには、交通手段として航空機若しくは旅客船を利用することになり、国際旅客便が寄港する空港や海港がある地域は外国人旅行者が必ず訪れることになる。このため、そうした「玄関口」が多様化することも、訪日外国人旅行者を潜在成長圏にいざなう上で有効と考えられる。

入国港別の外国人旅客数のシェアの推移をみると、2006 年時点では成田国際空港のシェアが約５割を占めていたが年々低下傾向にあり、一方、関西国際空港やその他の空海港（東京国際空港（羽田空港）、中部国際空港を除く）のシェアが上昇している。このため、直近の 2017 年においては、成田国際空港、関西国際空港、その他の空海港のシェアがほぼ同程度となっており、訪日外国人旅行者が利用する空海港は多様化している（コラム図２－１－１）。

コラム図２－１－１　入国港別外国人旅行者数比率の推移



（備考）法務省「出入国管理統計」より作成。

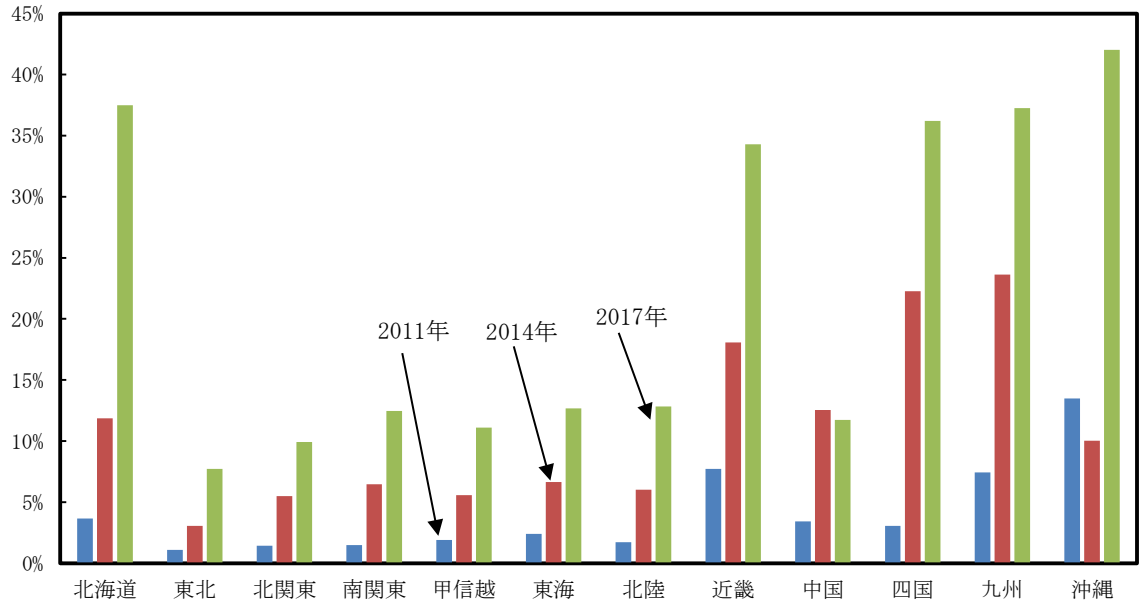
こうした訪日外国人旅行者の利用港の広がりに寄与している要因の一つのとして、ＬＣＣ（Low Cost Carrier：低コストの運航を行うことで、低運賃の航空サービスを実現する新たなビジネスモデルを採用した航空会社）の普及が考えられる。近年、航空機の国際路線ではＬＣＣのシェアが高まっており、かつＬＣＣの就航空港は都市部の空港のみならず地方空港にも広がっていることから、結果的に外国人旅行者の入国空港を多様化させている（コラム表２－１－２）。地域別に訪日外国人旅行者のＬＣＣ利用者比率をみると、ほとんどの地域で利用率が上昇している中で、特に利用率が高い地域としては、近畿、四国、九州、沖縄といった西日本や北海道となっており、多くのＬＣＣが就航している関西国際空港、福岡空港、那覇空港、新千歳空港が果たしている役割がうかがわれる（コラム図２－１－３）。

コラム表２－１－２　ＬＣＣ就航便数の変化（2016 年→2017 年）

空港名	総就航便数	ＬＣＣ就航便数			
	2017 年	2016 年	2017 年	増減数	増減率
成田国際空港	84,029	11,077	14,081	3,004	27.1
関西国際空港	58,826	18,970	20,473	1,503	7.9
東京国際空港	39,784	2,098	2,689	592	28.2
中部国際空港	17,634	3,097	3,066	▲ 31	▲ 1.0
福岡空港	17,445	6,043	8,010	1,968	32.6
那覇空港	9,693	3,082	4,567	1,485	48.2
新千歳空港	7,992	1,564	2,624	1,061	67.8
広島空港	1,446	246	416	171	69.5
静岡空港	1,227	105	281	176	167.6
仙台空港	1,073	105	355	250	238.1
鹿児島空港	1,051	84	302	218	259.5
高松空港	1,040	397	728	331	83.4
岡山空港	1,030	63	198	135	214.3
小松空港	686	0	0	0	－
北九州空港	666	0	604	604	－
函館空港	634	84	208	124	147.6
富山空港	509	63	93	30	47.6
佐賀空港	458	312	458	146	46.8
新潟空港	427	0	0	0	－
宮崎空港	364	0	0	0	－
大分空港	333	208	333	125	60.1
茨城空港	312	560	312	▲ 248	▲ 44.3
長崎空港	291	84	187	103	122.6
熊本空港	282	0	126	126	－
米子空港	260	63	156	93	147.6
新石垣空港	259	42	197	155	369.0
青森空港	240	0	0	0	－
松山空港	125	0	21	21	－
旭川空港	124	0	0	0	－
合計	248,239	48,345	60,485	12,140	25.1

（備考）１．国土交通省「国際線就航状況」により作成。
２．直行便のみを集計。夏ダイヤ及び冬ダイヤを基に算出しており、2016 年は同年３月 27 日から 2017 年３月 25 日までの便数、2017 年は同年３月 26 日から 2018 年３月 24 日までの便数（夏ダイヤは３月最終日曜日から 10 月最終日曜日の直前の土曜日まで、冬ダイヤは 10 月最終日曜日から翌年３月最終日曜日の直前の土曜日までの期間。）である。
３．ＬＣＣには統一的定義がないため、自社をＬＣＣと称する航空会社をＬＣＣとみなす。
４．赤字の空港は、2016 年以降に新規でＬＣＣが就航した空港である。

コラム図２－１－３　地域別訪日外国人旅行者のＬＣＣ利用率の推移



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．訪日の主な目的を観光・レジャーと回答した外国人旅行者を対象。

近年、ＬＣＣの新規就航や便数増が活発になっている地方空港の中には、近隣の大都市（注）に対する代替的なゲートウェイ機能を果たすものもあるが、入国した訪日外国人旅行者のうち少なからぬ割合の者がすぐに大都市に向かうのではなく、まず周辺府県に立ち寄っている（コラム表２－１－４）。例えば熊本空港では、40.3%の入国者が最初の訪問地として熊本県内若しくは福岡県等の大都市ではなく、周辺の大分県や鹿児島県等を選んでいる。同様に青森空港、佐賀空港でも４分の１程度の入国者が周辺府県を最初に訪れており、小松空港、富山空港でもその割合は 15%を超えている。このようにいくつかの地方空港については、そこから入国する訪日外国人旅行者の訪問先が自県や大都市以外に多様化する傾向があり、インバウンド需要をより多くの地域に取り込む上で一定の役割を果たしていると考えられる。また、入国者の大部分がそのまま大都市に向かうような空港についても、自県や周辺府県の魅力を積極的に訴えることにより、訪日外国人旅行者を惹きつける余地が大きい。今後、ＬＣＣをはじめとした地方空港への就航の動きが更に進めば、訪問地の多様化に一層寄与することが期待できる。

コラム表２－１－４　地方空港の入国者が初めに訪れた地域の割合

（%）

入国空港	自　県	大都市	周辺府県 （自県・大都市以外）
那覇空港	99.9	0.1	0.0
静岡空港	67.9	29.3	2.9
岡山空港	80.4	7.6	12.0
鹿児島空港	90.2	0.7	9.1
高松空港	85.4	5.3	9.3
茨城空港	9.9	86.8	3.3
小松空港	75.8	6.7	17.4
富山空港	81.0	2.2	16.8
新潟空港	82.2	11.7	6.2
宮崎空港	94.8	0.0	5.2
佐賀空港	44.1	32.2	23.7
熊本空港	56.5	3.2	40.3
大分空港	88.9	8.8	2.3
米子空港	80.5	6.3	13.2
長崎空港	97.4	1.8	0.8
松山空港	95.7	0.0	4.3
青森空港	72.1	2.8	25.1
新石垣空港	100.0	0.0	0.0

（備考）１．法務省「出入国管理統計（2016）」、国土交通省「訪日外国人流動データ[FF-Data]（2016）」より作成。
２．地方空港とは、国際線就航空港のうち空港法第４条１～５号に掲げる空港（成田国際空港、東京国際空港、中部国際空港、関西国際空港、大阪国際空港）並びに大都市に立地する空港を除いた空港とする。
３．初めに訪れた地域とは、「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）及び「国際航空旅客動態調査」（国土交通省）において、被調査者が最初の訪問地として挙げた場所を含む都道府県を指す。

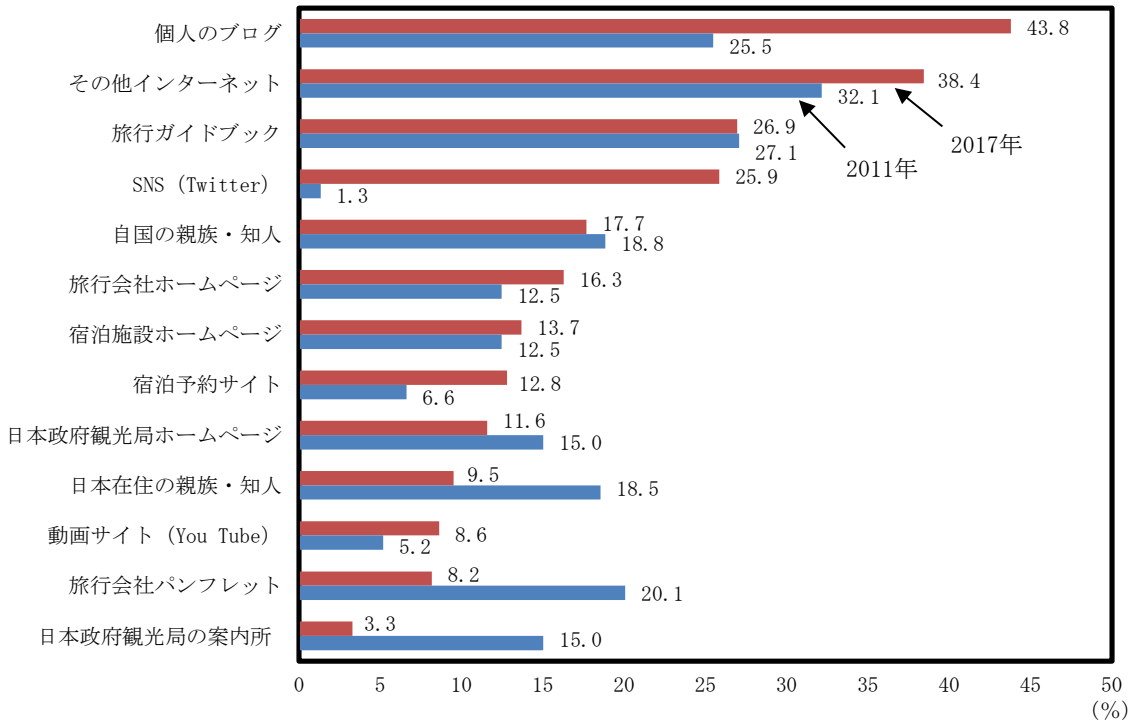
（注）ここでは、人口百万人以上の都市を含む都道府県とし、東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、北海道、福岡県、兵庫県、京都府、埼玉県、広島県、宮城県を指すものとする。

コラム２：求められる情報発信力

日本を訪れる外国人旅行者が旅行計画を立てる際、また、旅行中に次なる訪問地を検討するに際して、そもそもその地域が認知されていなければ、その地を訪問してもらうことは難しい。このため、世界的にも知名度がある東京や大阪等の大都市や、富士山や京都などの著名な観光資源を持つ地方以外の地域においては、まずは外国人旅行者にその地域を認知してもらう必要があり、そのための情報発信が重要となる。

訪日外国人旅行者が、訪日前にどのような情報手段を利用して旅行予定を決めているか、旅行前に役立ったとする情報源をみると、近年では、ＩＴを利用したサービスの普及を反映して、インターネットを利用した個人のブログやＳＮＳといった情報源の利用率が顕著に高まっている（コラム図２－２－１）。

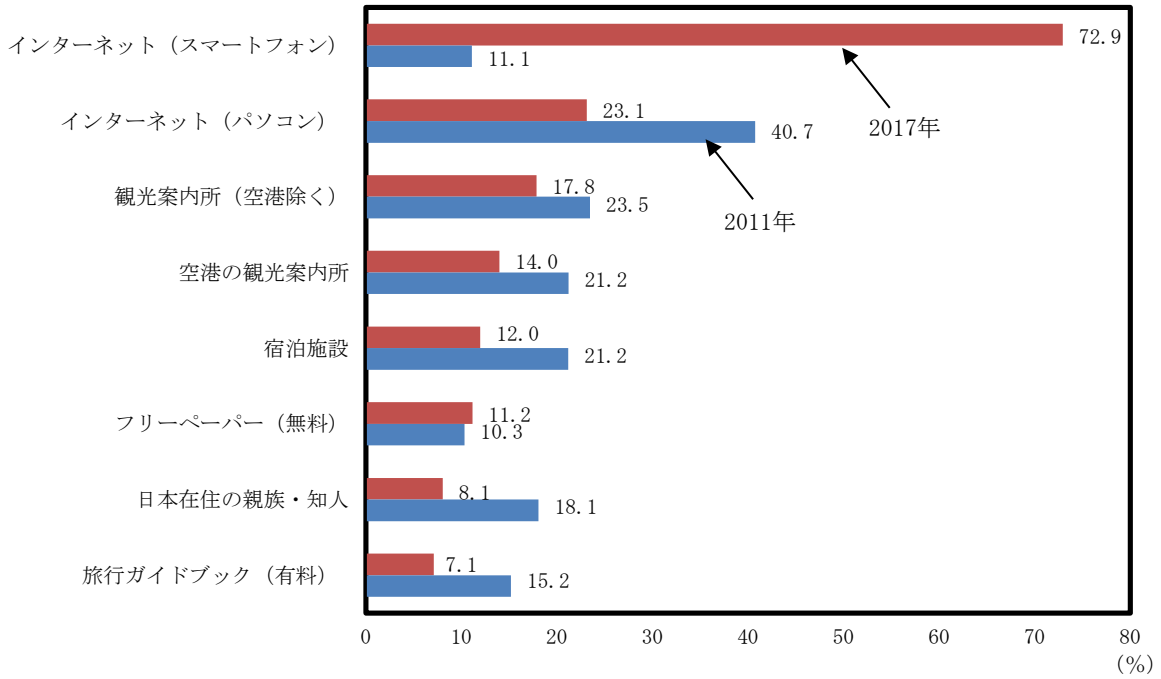
コラム図２－２－１　出発前に役立った旅行情報源の利用率の推移



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．訪日における主な目的が観光・レジャーと回答した外国人旅行者を対象。
３．複数回答のため、回答率の積み上げは100%を超過する。
４．2011年調査と2017年の調査では、回答項目に一部相違があり、比較のため次のとおり整理している。「その他インターネット」について、2017年は、同項目に「口コミサイト」、「航空会社ホームページ」、「地方観光協会ホームページ」を加算。「旅行ガイドブック」について、2011年は、「ミシュラン」、「ロンリープラネット」、「その他ガイドブック」の各項目の合算。2017年は、同項目に「旅行専門誌」を加算。なお、「ＳＮＳ」及び「動画サイト」は、カッコ内が2011年の回答項目である。なお、調査の回答項目のうち、「その他」及び「特になし」、加えて項目変更により容易に時系列で比較できないものは省略している。

また、訪日してから滞在中に役に立った情報源についてみると、「スマートフォン」との回答が圧倒的に多い。2011 年と比較しても、「スマートフォン」の利用率が急速に伸びている（コラム図２－２－２）。

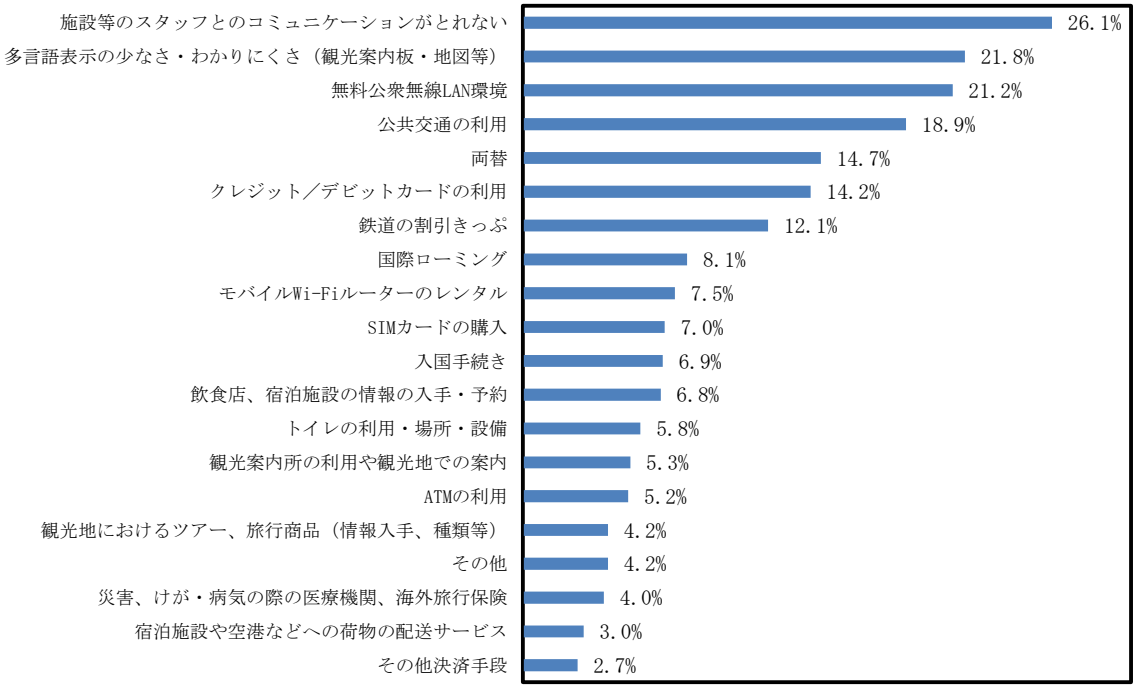
コラム図２－２－２　滞在中に得た旅行情報源の利用率の推移



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．訪日における主な目的が観光・レジャーと回答した外国人旅行者を対象。
３．複数回答のため、回答率の積み上げは 100%を超過する。
４．調査の回答項目のうち、「インターネット（パソコン）」について、2017 年は、同項目に「インターネット（タブレット）」を加算している。なお、回答項目のうち、「その他」、「特になし」は省略している。

一方で、訪日外国人旅行者が困ったことをみると、言語対応に次いで「無料公衆無線ＬＡＮ環境」といった通信環境に対しての不満が多く、旅行中におけるスマートフォンでの情報取得のニーズが高まっている中、通信環境の整備が課題として挙げられる（コラム図２－２－３）。

コラム図２－２－３　訪日外国人旅行者が滞在中に困ったこと（2017 年）



（備考）観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備における国内の多言語対応に関するアンケート」より作成。

このような環境整備の課題に加え、ＳＮＳなどにおいては、様々な情報が次々と新たに発信される中、外国人旅行者を惹きつけるためには、旅行者の情報ニーズを的確に把握するとともに、魅力的な情報を頻繁に更新するなどの対応が必要である。そうした適切な情報発信を継続して行うことが、外国人旅行者の訪問につながることが期待される。

（３）　今後のインバウンド需要拡大への展望

これまで、インバウンド需要の地域ごとの偏り、そしてそうした偏りを是正するために必要と考えられる取組についてみてきた。では、今後のインバウンド需要はどのように拡大していくことが見込まれ、我が国はどのようにそれに備えていくべきであろうか。

本節では、今後の我が国にとっての観光市場の展望と、インバウンド需要を引き続き効果的に取り込んでいく方策について検討する。

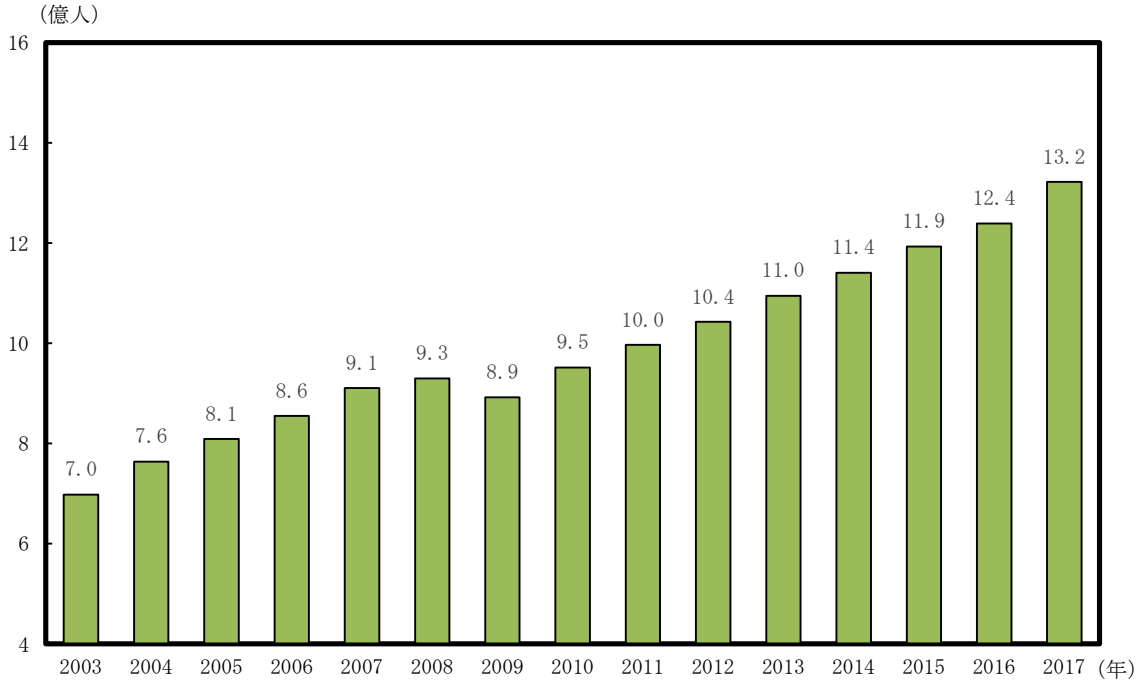
１）世界の観光市場の広がりと訪日外国人旅行者数拡大方策

（堅調に拡大する世界の観光市場）

国際的な観光市場は、近年拡大の一途にある。世界全体における国際観光客数につい

ては（第２－３－１図）、リーマン・ショックに端を発した世界的な経済危機にみまわれた 2009 年に一時減少したものの、以降増加が続いている。2017 年についても、引き続き好調な観光需要を反映し、旅行者数については、前年を 8,700 万人上回る 13 億 2,200 万人となり、前年比 6.7％の増加となっている。

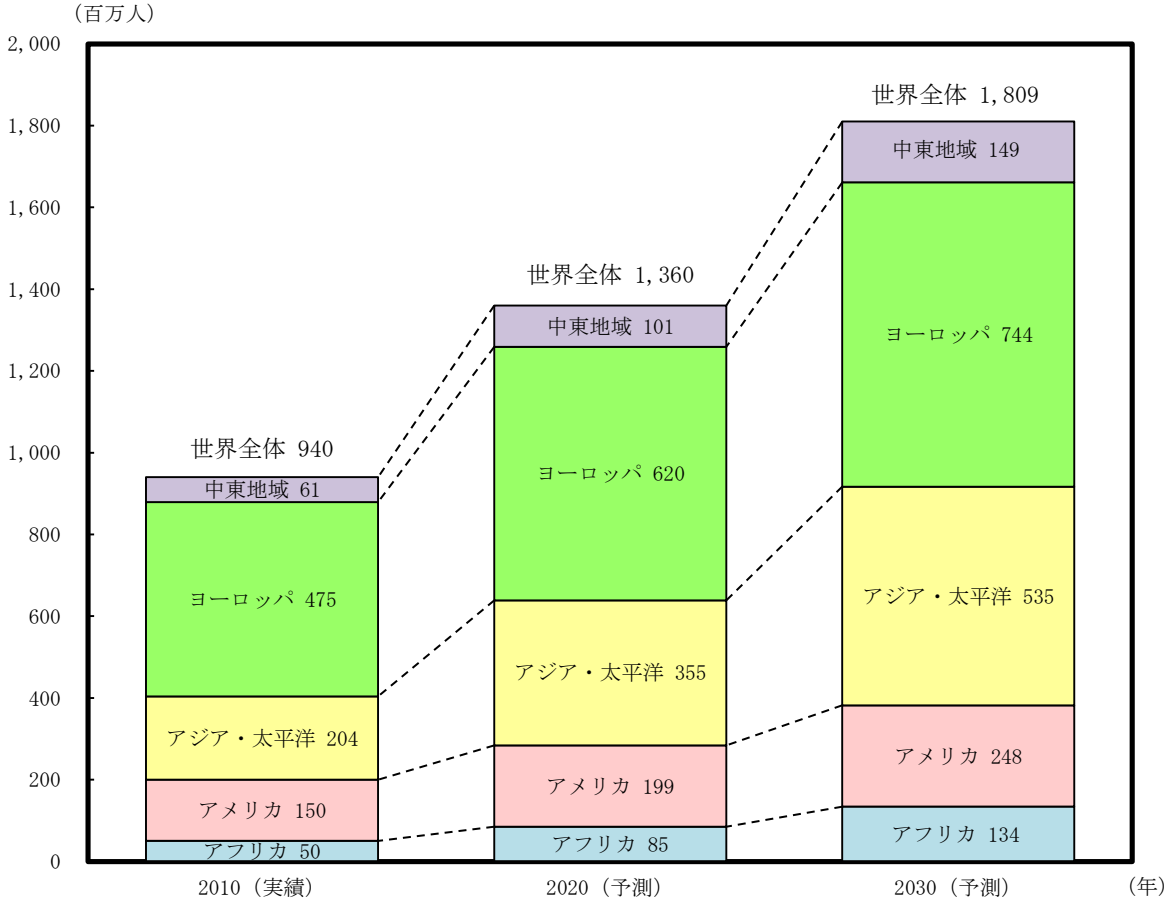
第２－３－１図　国際観光客数の推移



（備考）国連世界観光機関（UNWTO）“World Tourism Barometer”より作成。

また、先行きについても、国連世界観光機関（ＵＮＷＴＯ）の長期予測によれば（第２－３－２図）、国際観光客数は、今後 2030 年までの間に世界全体で年平均 4,300 万人のペース（年 3.3％増）で増加するとされており、2030 年には、国際観光客数は約 18 億人に達し、2010 年の約２倍に増大すると見込まれている。地域別の見通しをみると、ヨーロッパ地域が世界最大の観光客の送り出し地域であることに変わりはないが（2010 年：4.75 億人→2030 年：7.44 億人（＋2.69 億人））、アジア・太平洋地域からの旅行者数が急速に増加することが予測されている（2010 年：2.04 億人→2030 年：5.35 億人（＋3.31 億人））。

第２－３－２図　各地域からの国際観光客数の将来予測

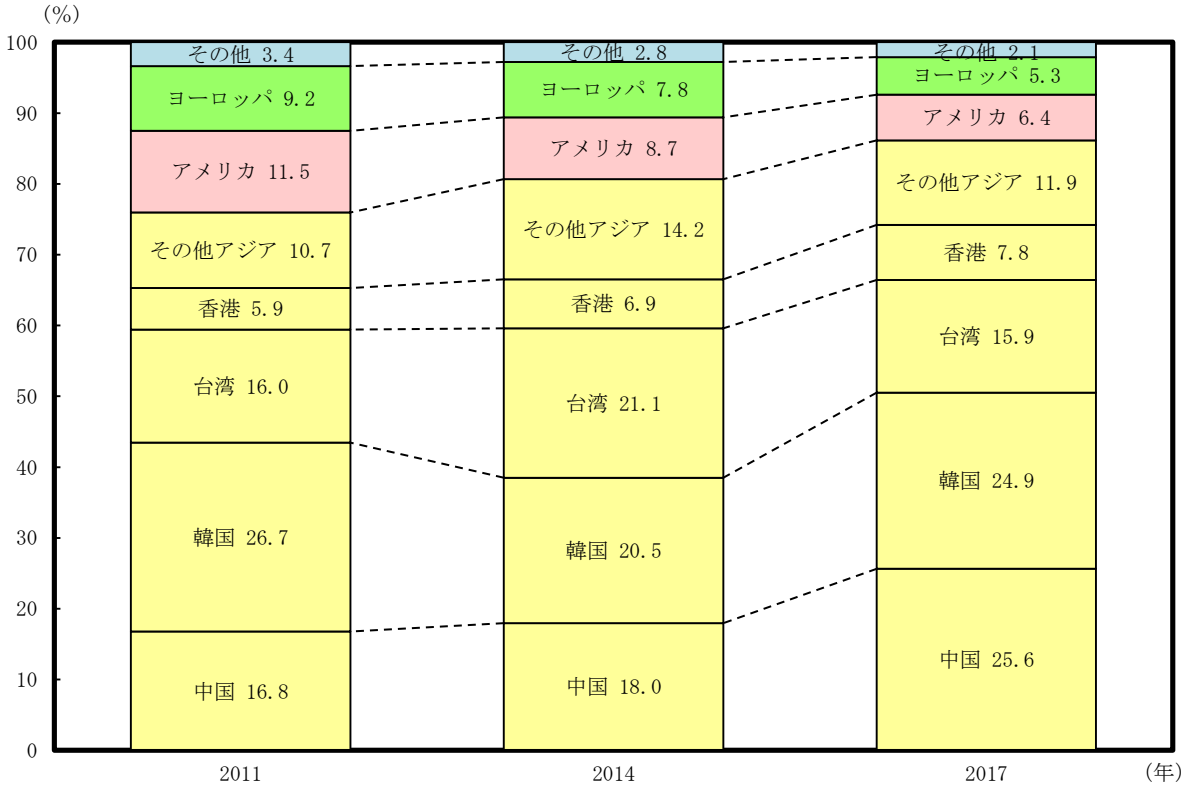


（備考）１．国連世界観光機関（UNWTO）“Tourism Towards 2030”より作成。
２．2010 年の実績値は資料公表時（2011 年 10 月）の数値。

（我が国にとっての主な市場はアジア）

こうした状況下、日本を訪れる外国人旅行者を国・地域別にみると（第２－３－３図）、アジアからの旅行者がその大半を占めており、かつその割合も拡大している。2017 年においては、アジア地域からの旅行者が約 86%、アメリカ地域で約６％、ヨーロッパ地域で約５％、その他の地域で約２％となっている。アジアの内訳をみると、中国、韓国、台湾、香港の東アジア４ヶ国・地域からの旅行者が、訪日外国人旅行者全体の約４分の３を占めており、2017 年では、中国からの旅行者が 25.6%、韓国で 24.9%、台湾で 15.9%、香港で 7.8%となっており、４ヶ国・地域の合計で 74.2%となっている。近年では、特に中国からの旅行者の増加が顕著である。

第２－３－３図　国・地域別訪日外国人旅行者のシェアの推移



（備考）日本政府観光局「訪日外客数」より作成。

（外国人旅行者数を左右するのはビザ発給要件やＬＣＣの就航）

このように、日本のインバウンド需要の大半は東アジア地域によって支えられており、特に中国からの旅行者によってもたらされている部分が大きい。

それでは、中国人旅行者を始め日本を訪れる外国人旅行者の数は、どのような要因に左右されるのであろうか。訪日外国人旅行者数の増減については、訪れる側である海外諸国・地域における要因と、受入れ側である日本における要因が考えられる。そこで、「訪日外客数」（日本政府観光局）から入手可能な 36 ヶ国・地域の訪日旅行者数のデータを基に、同旅行者数の変化要因について分析した（第２－３－４表、詳細は付注２－３を参照。）。

その結果、訪日外国人旅行者数の増加要因としては、まずは各国・地域における経済成長及び為替レートが挙げられ、さらに、受入れ側における査証（ビザ）の免除措置といった政策や、ＬＣＣの就航便数が寄与していることが分かった。一方、2011 年に発生した東日本大震災は減少方向に働いた。

こうしたことから、世界経済、特に日本の近隣諸国・地域であるアジア経済の成長が続けば、海外旅行が可能となる所得層の人々が増えることによって、今後も訪日外国人旅行者数の増加が期待できる。さらに、政策的には、入国の際に必要となるビザ要件の

緩和や免除、ＬＣＣの就航便数の拡大及び路線の新設を促していくことは有益である。

第２－３－４表　訪日外国人旅行者数の変化要因

被説明変数　：　訪日外国人旅行者数	
説明変数	係数
実質ＧＤＰ	302.442***
	(13.881)
為替レート（2003年＝100、当該国通貨建て）	2329.573***
	(794.327)
ビザ免除対象	341277.300***
	(76895.000)
東日本大震災	-95583.100**
	(43687.460)
尖閣諸島問題	-1453347.000***
	(188646.500)
ＬＣＣ就航便数	9466.411***
	(312.554)
定数項	-644421.500***
	(100838.700)
サンプル数	540
決定係数	0.781
Ｆ値	295.69***

（備考）１．日本政府観光局「訪日外客数」、国際通貨基金（IMF）“World Economic Outlook”、“International FinancialStatistics”、国土交通省「国際線就航状況」、外務省資料より作成。
２．括弧内の値は標準誤差を示す。
３．*、**、***は、それぞれ10%、5%、1%の有意水準で有意であることを示す。
４．推計方法の詳細は、付注２－３参照。

コラム３：訪日外国人旅行者数の将来試算

本章の冒頭でも述べたとおり、日本政府においては、訪日外国人旅行者の誘致のため、2016 年３月に「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたくなる日本へー」をとりまとめており、その中において、訪日外国人旅行者数を、2020 年に４千万人、2030 年には６千万人とする達成目標を掲げている。今後、訪日外国人旅行者数はどのように変化していくのであろうか。

ここでは、本文において推定したモデルを利用して、2020 年までの訪日外国人旅行者数の試算を行った。2018 年以降の説明変数の予測値として、各国・地域の実質ＧＤＰは国際通貨基金（ＩＭＦ）によるものを用い、為替動向については 2017 年水準で一定、ビザ発給免除措置の対象国には変化がないものとした。ＬＣＣ就航便数については、2016 年、2017 年にそれぞれ 28.2%、25.7%増加していることに鑑み、2018 年以降、前年比で 10%ずつ伸びるケースと 20%ずつ伸びるケースを想定した。結果はコラム表２－３－１のとおりとなった。

コラム表２－３－１　訪日外国人旅行者数の将来予測

	2018 年	2019 年	2020 年
ＬＣＣ就航便数毎年 10%増ケース	3,250 万人	3,500 万人	3,770 万人
ＬＣＣ就航便数毎年 20%増ケース	3,360 万人	3,760 万人	4,210 万人

（備考）第２－３－４表におけるモデル式を基に、国際通貨基金（IMF）“World Economic Outlook”より作成。

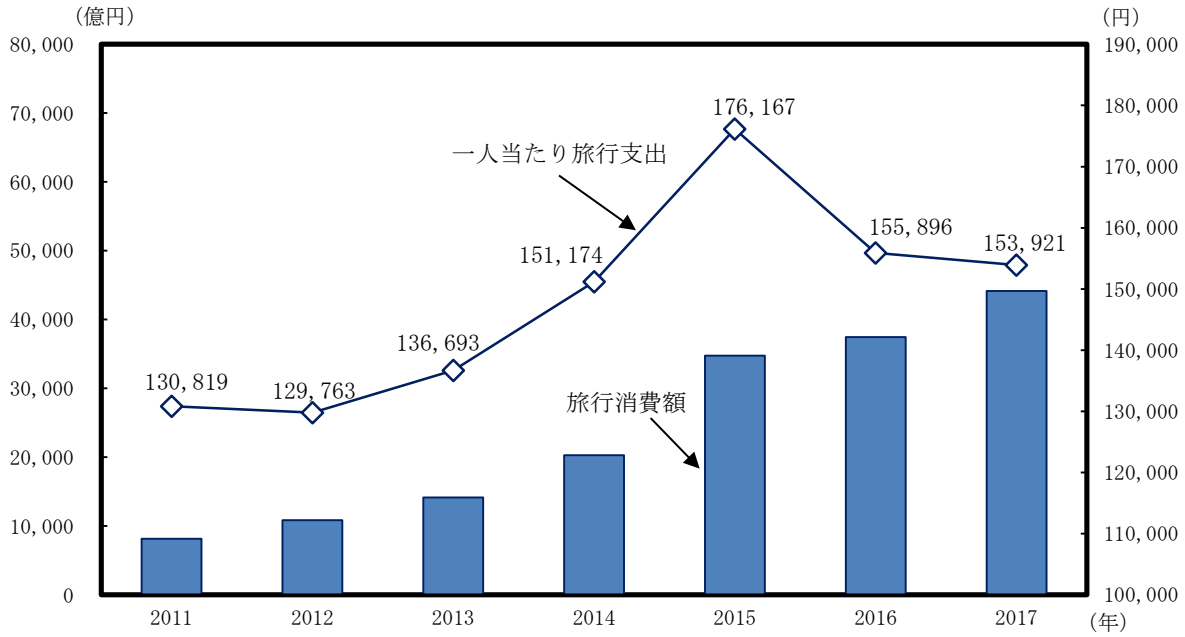
2020 年の訪日旅行者数の予測値は、ＬＣＣ就航便数の増加を控えめに見積もった場合は 3,800 万人弱にとどまるが、ここ数年と同様の伸びが続く場合には 4,200 万人を超える見込みとなっている。

２）消費の拡大に向けた訪日インバウンド政策

（大きな割合を占める中国のインバウンド消費額）

訪日外国人旅行者数とともに、地域経済にどれだけの直接的な経済効果をもたらすかという観点からは、訪日外国人旅行者の消費額の動向も重要である。訪日外国人旅行者の消費の動きをみると（第２－３－５図）、足元の二年間では、一人当たりの旅行支出は減少しており（2016 年：▲11.5%、2017 年：▲1.3%）、それを旅行者数の増加が補うことで、訪日外国人旅行者全体の旅行消費額は増加している。

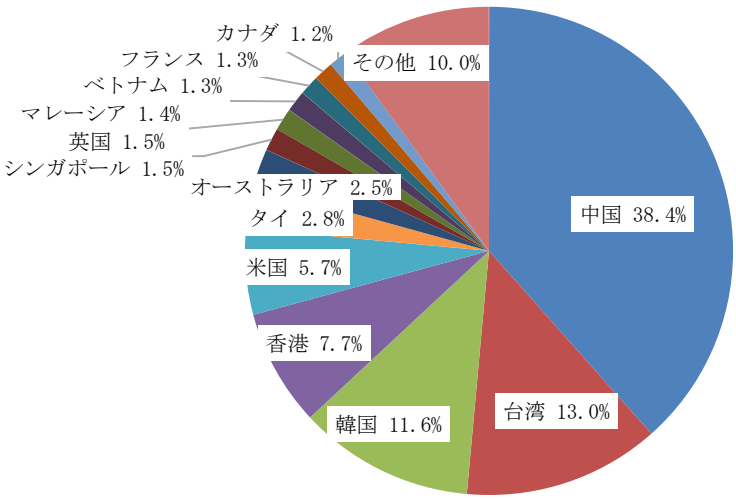
第２－３－５図　訪日外国人旅行者の一人当たり旅行支出の推移



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より作成。
２．一人当たり旅行支出には、外国人旅行者が日本滞在中の支出に加えて、旅行前に支払われたパッケージツアー参加費の中から日本国内に支払われた支出が含まれている。
３．旅行消費額は、全ての訪日外国人旅行者の旅行支出の総額。

国・地域別でみると（第２－３－６図）、中国からの旅行者による旅行消費額が最も多く（全体の 38.4%）、次いで、台湾（同 13.0%）、韓国（同 11.6%）、香港（同 7.7%）と東アジアの国・地域が続いており、以下、米国、タイ、オーストラリアとなっている。

第２－３－６図　国・地域別訪日外国人の旅行消費額の割合（2017 年）

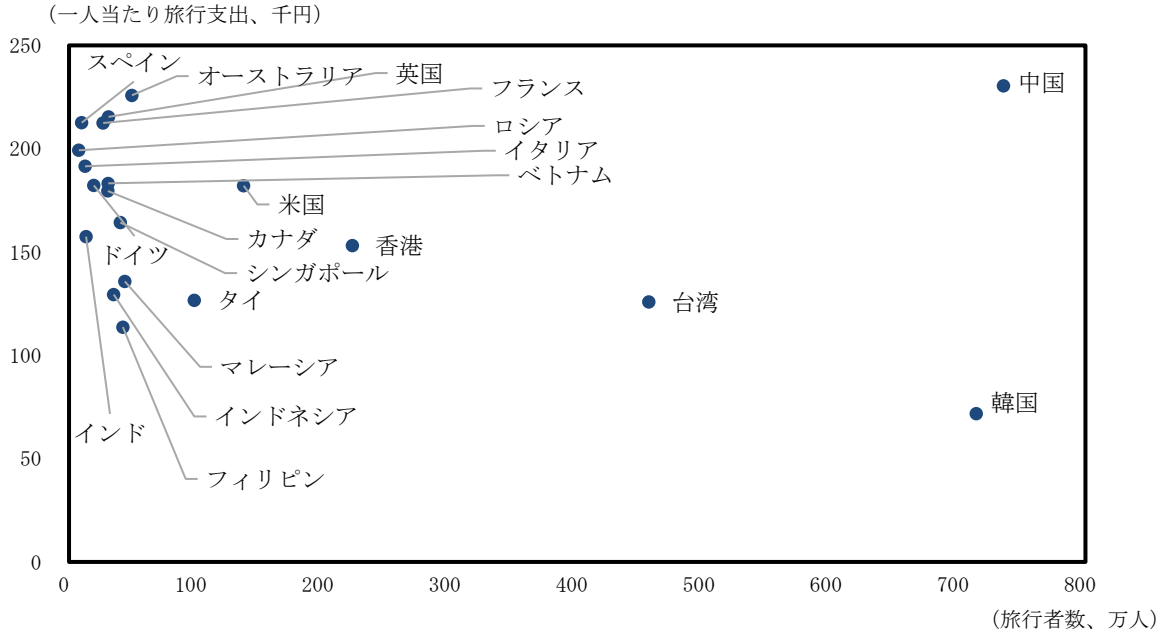


（備考）観光庁「訪日外国人消費動向調査」より作成。

（一人当たり消費額も旅行者数も多い中国）

消費総額を一人当たりの旅行支出と旅行者数に分解してみると（第２－３－７図）、ヨーロッパ諸国や米国、カナダ、オーストラリアの一人当たり旅行支出が高いものの、旅行者数は全体のごく一部である。これに対し、中国は最大の訪日旅行者数であると同時に一人当たり旅行支出も欧米とそん色なく、訪日外国人旅行者の消費総額におけるインパクトは非常に大きいと言える。

第２－３－７図　国・地域別の訪日旅行者数と一人当たり旅行支出（2017 年）



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」より内閣府作成。
２．訪日の主な目的が観光・レジャーと回答した外国人旅行者を対象。

インバウンド消費額を増加させるという観点からは、旅行者の消費単価を押し上げることが望ましく、そのためには一人当たり旅行支出の高い欧米からの旅行者を増やすことが効果的であるが、世界的には国際旅行の大半が旅行者の居住地域内となっている[12]中で、欧米からの旅行者の大幅な増加に期待をかけることは現実的ではない。むしろ、まずは同じアジア地域に位置し、一人当たり旅行支出が高い中国からの旅行者をこれからもいかに取り込み続けるかが重要となろう。中国の海外旅行者数は、人口比ではまだ10％程度に過ぎず、例えば韓国の 40％超と比べてかなり少ない[13]。このため中国人に

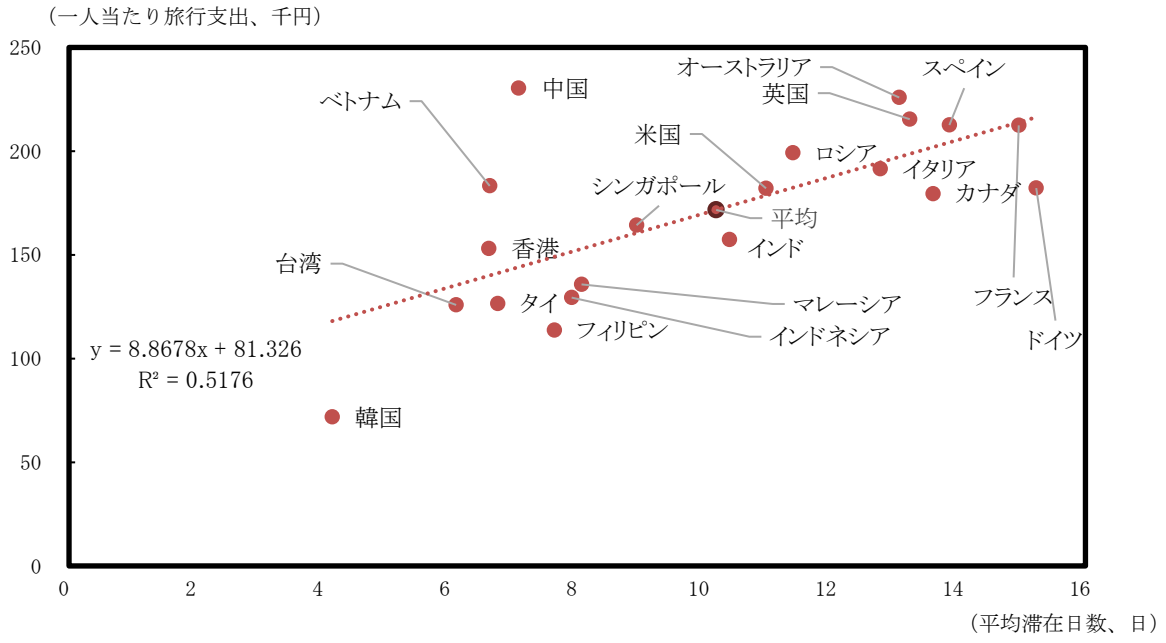
[12] 「Tourism Highlights 2017 Edition」（国連世界観光機関（UNWTO））によれば、全世界の国際観光客到着数の約５分の４は、同地域内からとされている。なお、ここでの居住地域とは、ヨーロッパ地域、アジア・太平洋地域、アメリカ地域、アフリカ地域、中東地域での区分となっている。

[13] 「Tourism Highlights 2017 Edition」（国連世界観光機関（UNWTO））より推計。

訴求するコト消費の探求等、ポスト「爆買い」となる中国人旅行者のニーズにあったインバウンド戦略が求められる。

また、旅行者の滞在日数が長くなれば、その分宿泊費や食費などの滞在に必要となる支出が増えることから、訪日外国人旅行者により長く滞在して、支出してもらえるような取組も必要である。ただし、旅行支出額は滞在日数と比例的ではなく、土産物等滞在日数に関わらない消費を一定額行う傾向にある（第２－３－８図）。このため、日本から遠く、頻繁に訪日することは望めない欧米からの旅行者については滞在日数の更なる延長を目指すとしても、アジア諸国についてはむしろ近隣地域であるという距離の優位性を活かして、訪日旅行一回ごとの滞在日数は短くとも、繰り返し訪日してもらうことで消費総額の増加を図ることが考えられる。

第２－３－８図　国・地域別の平均滞在日数と一人当たり旅行支出（2017 年）



（備考）１．観光庁「訪日外国人消費動向調査」より内閣府作成。
２．訪日の主な目的が観光・レジャーと回答した外国人旅行者を対象。

３）インバウンド需要のすそ野の拡大に向けて

これまでみてきたように、訪日外国人旅行者は、認知度が高く、観光資源が豊富でかつ利便性が高い東京や大阪といった大都市や、北海道や京都、沖縄といった有名観光地を多く訪れる傾向にあり、インバウンド需要については地域ごとに大きな偏りがみられる。世界の観光需要は経済発展と共に引き続き成長することが見込まれ、特に大きな市場である中国が近隣にあることからも、全体として訪日外国人数自体は引き続き増加していくと考えられる。しかし、インバウンド需要がもたらす関連産業の発展や地域活性

化といった効果を全国に浸透させるには、訪日外国人旅行者が著名観光地以外にも多く訪れるようになる必要がある。

潜在成長圏（延べ宿泊者数上位５都道府県を除いた 42 県）を訪れた外国人旅行者を分析すると、旅館に宿泊すること、温泉に入ること、スキーなどのスポーツ等を体験した人が多い。各地の様々な観光資源を活用し、外国人が楽しめる「コト消費」を提供していくことの重要性が明らかとなった。また、潜在成長圏を訪問した旅行者は再訪日意欲が高い傾向が認められ、訪日リピーターが更に潜在成長圏を訪問するようになるといった好循環が期待できることも分かった。

他方で、潜在成長圏の観光資源の魅力の発信については、特に、インターネットを用いた広報に課題がある。また、家族連れ旅行者がより旅行しやすい環境の整備や、地方に優位性がありながら旅行者の再訪日意欲につながっていない自然・景勝地観光や自然体験等の観光サービスも改善の余地があろう。

これまでのビザ発給の免除等の訪日促進策は効果を挙げてきている。引き続き訪日外国人旅行者数や訪日外国人消費額の増大を図るには、こうした取組を更に続けていくことが重要であろう。その際、やはり中国人旅行者の人数の多さ、一人当たり消費額の高さは我が国のインバウンド需要に大きなインパクトを持つことに留意が必要である。

現在インバウンド需要が十分に取り込めていない地域に訪日外国人をより多く呼び込むためには、外国人旅行者のニーズを的確に把握し、各地域が提供できるまだ知られていない魅力的な観光資源を整備した上で、広報手法を工夫しながら認知度を上げる取組を進めることが期待される。

コラム４：地域への周遊を促進する広域観光周遊ルートの構築

外国人旅行者が日本への観光に求めるニーズは、国籍等により様々であり、また、リピーター旅行者においては、新たな観光体験を求めるニーズが強いと推察される。そうした訪日外国人旅行者のニーズを充足させるとともに、地域への観光プロモーション戦略として、広域観光周遊ルートの形成が進められている。一つの地域では限られた観光資源しか提供できなくとも、周辺地域との連携によりそれぞれの地域の特性を生かすことで多様な観光資源を提供することが可能となり、日本の多様な魅力を知ってもらうためにも効果的と考えられる。

例えば、そうしたルートの一つである「昇龍道」については、中部北陸地域を軸としてプロモーションを推進している広域観光周遊ルートであり、中部及び北陸信越運輸局と一般社団法人中央日本総合観光機構が、９つの自治体（愛知県、岐阜県、三重県、静岡県、長野県、石川県、富山県、福井県、滋賀県）、観光団体・事業者等と協働して、「城」や「温泉」、「伝統工芸」、「工業技術」、「自然・景勝地」

などの多様な観光資源を組み合わせ、滞在日数やテーマに沿って多数のモデルコースを提供している。

また、「縁（えん）の道～山陰～」については、鳥取県、島根県を中心とした広域観光周遊ルートであり、観光団体・事業者や自治体等が参加した一般社団法人山陰インバウンド機構が推進役となり、瀬戸内地域など周辺地域からの旅行者の流入も視野に、日本でも古い歴史を有する山陰において、「神話」、「伝説」をテーマに「自然」、「歴史」、「文化」に関する体験を通じて、新たな日本を発見できるようなモデルコースを提供している。

さらに、「北陸・飛騨・信州３つ星街道の旅」では、一般社団法人金沢市観光協会を始め複数の観光協会等が協力し、金沢、五箇山、白川郷、高山、松本を中心に、世界遺産やミシュラングリーンガイドにて３つ星として紹介された観光資源を組み合わせて様々なモデルプランを提案し、訪日外国人旅行者向けにプロモーションを実施している。

こうした地域に広がりを持った観光ルートを外国人旅行者が訪れることにより、旅行者の行動が広域化することで、インバウンド需要の地域間格差を緩和するとともに、滞在日数やそれに伴う支出の増加などの経済効果が期待される。

第３章　2017 年から 2018 年にかけての各地域の経済動向

本章では、2017 年から 2018 年にかけて、各地域の経済動向を振り返る。まず、景気ウォッチャー調査を通じて、各地域における特徴的な出来事が景況感にどのような影響を与えてきたかを概観する。次に、各地域の生産、消費、雇用やその他地域経済にとって特徴的な出来事とともに確認する。最後に、景気ウォッチャー調査のテキストデータを用いた分析方法の調査研究について紹介する。

（１）景気ウォッチャー調査からみた各地域の景況感

ここでは、景気ウォッチャー調査の現状判断ＤＩ（季節調整値）の推移を中心に、2017 年後半以降、各月の景況感の変化を、各地域での特徴的な出来事などとともに振り返る。

2017 年７月に 49.7 であった現状判断ＤＩは秋にかけて上昇を続け、11 月には、消費税率引き上げ直前となる 2014 年３月以来の水準である 54.1 まで上昇した。その後、12 月にはほぼ横ばいであったものの、翌 2018 年１月に前月差▲4.0 ポイント低下の 49.9 と低下し、その後、低下と上昇を繰り返し 2018 年 10 月には 49.5 となっている（第３－１－１図）。以下では、特徴的な出来事があった月について記載する。

2017 年７月には、九州北部豪雨が発生し、その影響もあり、全国では、前月差▲0.1 ポイントであったが、九州地域では前月差▲3.4 ポイントとなった。九州地域では、翌８月には、前月差＋2.9 ポイントとなり、豪雨の影響によるＤＩ低下分をほぼ取り戻した。

2017 年 10 月には、現状判断ＤＩ（全国）は前月差＋0.9 ポイントだったが、分野別では、飲食関連が同▲6.0 ポイントと大幅に落ち込んだ。これは、週末に台風が直撃し、天候不順が影響したことなどで人出が減少したといった指摘もあった。飲食関連は、翌月には前月差＋7.3 ポイントと前月の落ち込みを取り戻すとともに、現状判断ＤＩも前月差＋2.1 ポイントと更に上昇した。

2018 年１月には、前月差▲4.0 ポイントと大幅な低下となり、また、全分野、全地域で低下となった。背景としては、大雪や寒波などの天候要因による来客の減少や、野菜を含む生鮮食品価格の高騰、灯油・ガソリン等の燃料価格の上昇があげられる。特に、平年と比べて降雪量の多かった東北、関東、甲信越、北陸、九州といった地域では、全国と比べて現状判断ＤＩの低下幅が大きいという傾向がみられた。翌２月には、北陸地域で豪雪被害が生じ、景気ウォッチャーのコメントでも言及が多数みられたが、ＤＩの低下幅は▲1.8 ポイント低下と限定的で、生産にはあまり影響がなかったというコメントもみられた。

2018 年５月には、前月差▲1.9 ポイントと低下した。現状判断ＤＩが低下した背景について、低下幅の大きかった家計関連の回答者のコメントでは、大型連休中の客足の伸び悩み、身近な生活用品（飲食料品、ガソリン等）の値上げによる影響、人手不足や原燃

料費増による収益圧迫、国際政治情勢や金融市場の不透明感などが指摘された。

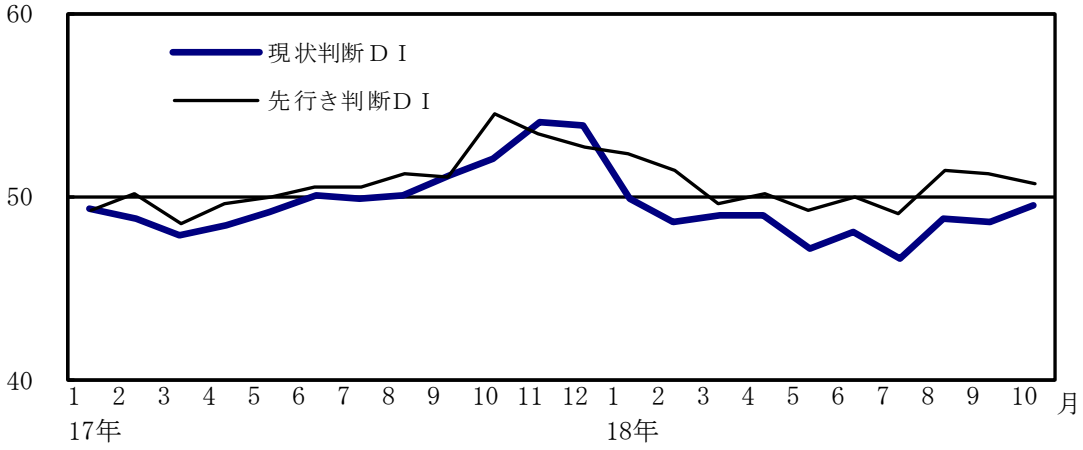
2018 年６月には、大阪北部地震が発生したが、近畿地域の現状判断ＤＩは全国の上昇幅を上回っており、コメントでも影響は限定的であったことがうかがえる。

2018 年７月には、平成 30 年７月豪雨の影響が広範囲にわたってみられた。全国は前月差▲1.5 ポイント程度の低下であったが、特に被害の大きかった中国地域（前月差▲6.5 ポイント）、四国地域（同▲5.6 ポイント）での低下が大きかった。現状判断の回答者のうち、中国地域では42.2%が、四国地域では20.9%が何らかの形で豪雨に言及するなど、影響が大きかったことがうかがえる。翌８月調査では、中国地域は前月差＋3.7 ポイント、四国地域は＋5.7 ポイントとなり、中国地域でも半分以上は下落幅を戻している。翌９月調査では、中国地域は前月差＋2.5 ポイントとなり、おおむね被災前となる６月と同程度の水準までＤＩが上昇した。

2018 年９月には、台風 21 号（９月４日上陸）の被害により、関西国際空港が一時閉鎖されたことや北海道胆振東部地震（９月６日発災）及び地震による停電の影響がみられた。全国的には前月差▲0.1 ポイント程度とほぼ横ばいであったが、北海道地域では前月差▲11.6 ポイント、近畿地域では▲0.8 ポイントとなり、特に北海道で現状判断ＤＩの大幅な低下がみられた。両地域ともに、外国人観光客の多い地域であることから、旅行・観光への影響の他、生産・生活面の影響がみられた。

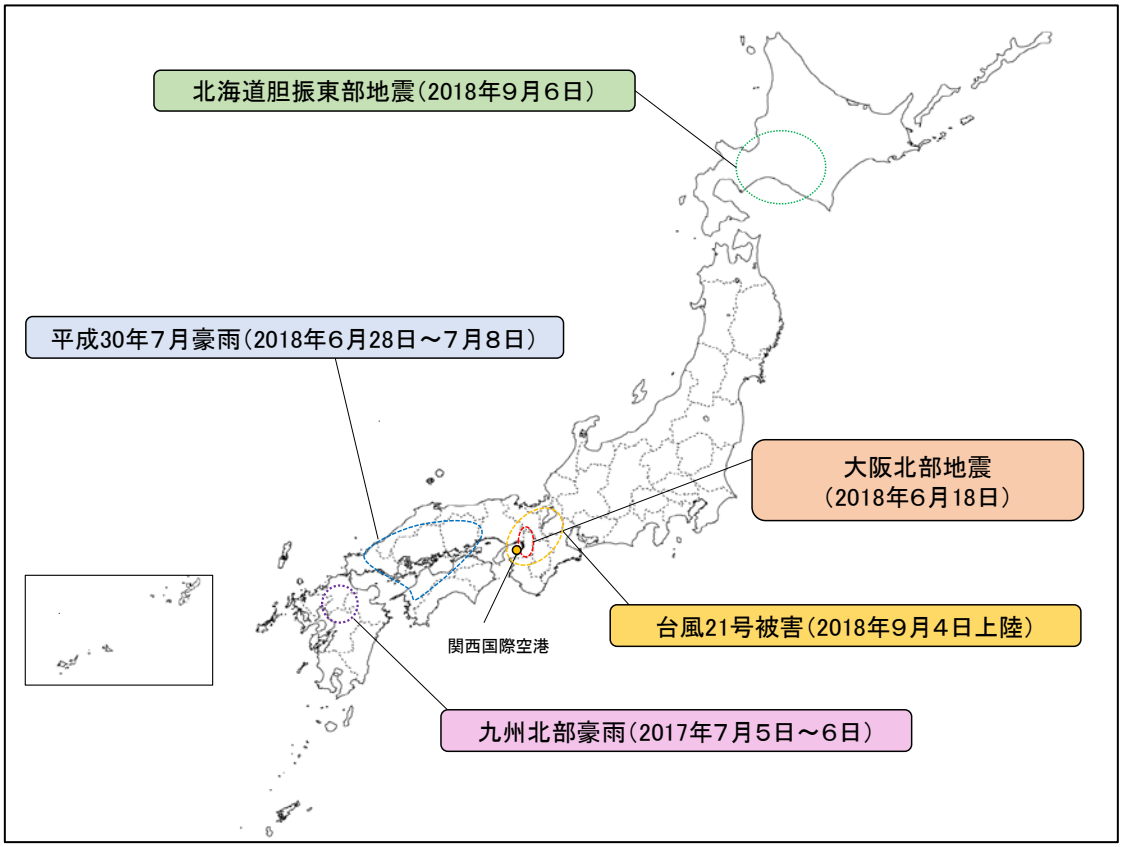
直近の 2018 年 10 月調査では、2018 年７月以降の累次の災害の影響も弱まり、天候も安定したことから、前月差＋0.9 ポイントの 49.5 となった。また、北海道地域の現状判断ＤＩは前月差＋5.7 ポイントの 41.8 となり、９月に北海道胆振東部地震の影響で低下した幅の半分程度を戻している。

第３－１－１図　景気ウォッチャー調査（現状判断ＤＩ、先行き判断ＤＩの推移）



（備考）内閣府「景気ウォッチャー調査」より作成。

第３－１－２図　2017 年から 2018 年にかけての主な災害



（備考）気象庁公表資料等より内閣府作成。

（２） 各地域の経済動向

１）北海道地域の経済動向

北海道地域経済は、2017 年後半から 2018 年前半にかけて、全国の他地域と比べて回復の程度は弱いものの、基調としては緩やかな回復基調が続いた。観光面では、インバウンドを含む来道客数が増加しており、好調となっている。また、2016 年夏の台風により、日勝峠（国道）が寸断されるなどの被害が発生し、物流等への影響が生じていた。2017 年春からはその復旧工事が本格化し、建設業やリース産業への需要が高まった。なお、2018 年９月には、北海道胆振東部地震及び地震による停電の影響がみられ、旅行・観光への影響の他、生産・生活面の影響がみられた。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期は、酒税法の改正による酒類の安売り規制前でビールの駆け込み需要等により食料品製造業の生産が増加したことなどもあり、持ち直しの動きが見られていたが、同年７－９月期には、おおむね横ばいの動きとなった。同年 10－12 月期には、鉄鋼の出荷が好調なこともあり、再び持ち直しの動きが見られている。2018 年１－３月期は業務用ビール等で値上げ前の駆け込み需要があり食料品製造業の生産が増加し、また、同年４－６月期は自動車駆動伝導装置の生産ラインが増設されるなど輸送用機械の生産が増加したこともあり、持ち直しの動きが続いている（第３－２－１図）。

第１次産業については、生乳生産が 2017 年７－９月期には、天候による乳牛のえさ（牧草）の質の低下などから前年を下回っていたが、牧草が新しい年のものに切り替わった後の同年 10－12 月期から 2018 年４－６月期にかけて回復し、乳製品向けが増加した。主な水産物[14]の生産額は、2017 年７－９月期はほっけ、さんま等が減少したこともあり、前年を下回った。2017 年 10－12 月期から４－６月期にかけては、ほっけ、たこ類等が増加したこともあり、前年を上回った。

個人消費： 2017 年４－６月期以降、百貨店・スーパー販売額が前年同月比でほぼ横ばいが続いており、底堅く推移していた。2018 年１－３月期には、サービス関連支出を中心に地域別消費総合指数が上昇するなど、持ち直しの動きが見られ、４－６月期も持ち直しの動きが続いている。しかしながら、全国と比較するとその動きは相対的に低い位置にある。

[14] ここで、主な水産物とは、するめいか、さんま、すけとうだら、たこ類、ほっけを対象魚種とした生産額を指す。

観　　光：　訪日外国人の増加などもあり、2017 年後半以降、来道者数は前年を上回り続けている。

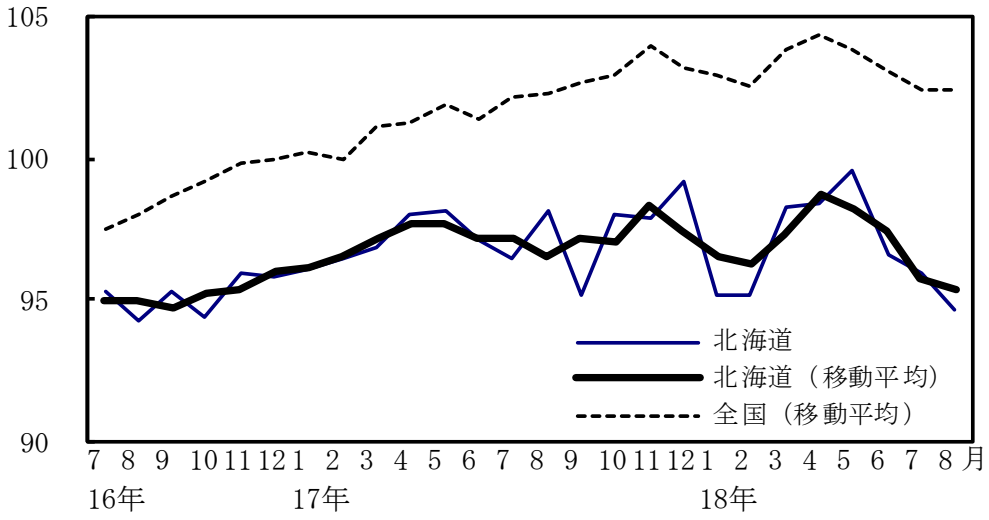
建設活動：　住宅建設は、貸家などが前年を下回っていることから、2017 年以降、前年を下回っている。公共投資は、2017 年春以降、2016 年夏の台風被害の復旧工事が本格化したこともあり、前年度を上回るペースで執行が進んでいたが、2017 年度末時点での執行額は前年度とほぼ同水準となった。2018 年４－６月期は 2017 年度とほぼ同様の執行ペースとなっている。

設備投資：　設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年後半以降、前期を上回っている。

雇用情勢：　有効求人倍率は 2018 年４－６月期において、1.21 となり、１を上回る水準が続いている。また、完全失業率は低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産：　2017 年後半から 2018 年１－３月期にかけて、件数はおおむね前年を下回ったものの、負債総額は前年を上回っている。しかし、2018 年４－６月期は件数に加えて、負債総額も前年を下回っている。

第３－２－１図　鉱工業生産指数（北海道）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。北海道の最新月は速報値。
３．全国及び北海道の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。

２）東北地域の経済動向

東北地域では、2017 年後半から 2018 年前半にかけて、全国の他地域と比べて消費の回復の程度が弱く、景気の一部に弱さがみられるものの、緩やかな回復基調が続いている。生産面では、世界的な需要の高まりにより、はん用・生産用・業務用機械がけん引している。また、集積している電子部品・デバイス産業についても、車載向けのコネクタが引き続き好調で高水準を維持するなど、海外向け製品の生産等により、好調を維持している。

一方で、2017 年後半から 2018 年前半の降雪及び寒波により、小さな店舗への来店客数が減少するなど、天候要因が個人消費に与える影響が大きかった。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期は、半導体需要の高まりにより半導体製造装置等が増加し、はん用・生産用・業務用機械が増加したことなどもあり、持ち直しの動きがみられた。同年７－９月期には、海外向け需要の回復等により超硬工具等が増加したことにより、引き続き、持ち直しの動きがみられた。同年 10－12 月期には、車載、スマートフォン向け需要が好調なことから電子部品・デバイスが増加したことにより、持ち直した。2018 年１－３月期には、スマートフォン向けコネクタで一服感がみられたが、車載向けの需要が引き続き好調なことにより、全体としては、引き続き、持ち直した。４－６月期には、スマートフォン向けコネクタは減少したものの、世界的な半導体需要もあいまって、前期に続き、持ち直している（第３－２－２図）。

個人消費： 2017 年４－６月期以降、百貨店・スーパー販売額が、大型百貨店の閉店による売り場面積の減少や天候要因による主力商品である衣料品の不振などにより、前年同月比で減少が続いており、足踏みがみられている。

また、2018 年１－３月期には、サービス関連支出を中心に地域別消費総合指数が上昇するなど、底堅く推移していたが、2018 年４－６月期には、前期に押し上げていたサービス関連支出が低下するなどしたことから低下に転じて、再び足踏みがみられている。

なお、全国と比較するとその水準は低い。

建設活動： 住宅建設は、2017 年以降、分譲が前年を上回ったものの、持家、貸家が前年を下回っていることから前年を下回っている。公共投資は、東日本大震災に関連する復旧工事が 2017 年春以降ピークアウトしたことにより、2017

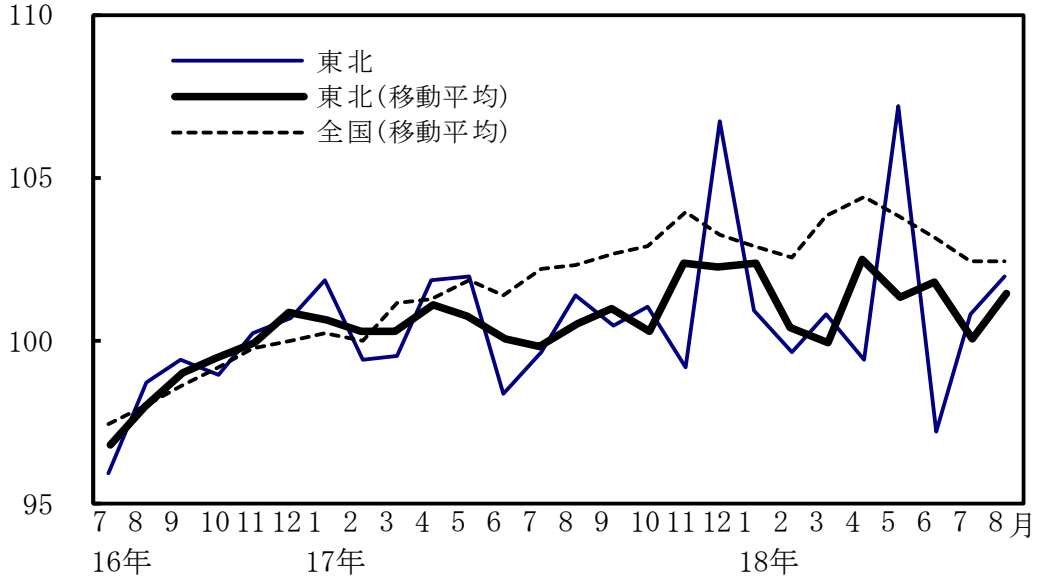
年度は、前年度を下回った。

設備投資：　設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年以降、前年を下回っている。

雇用情勢：　有効求人倍率は 2018 年４－６月期において、1.64 となり、１を上回る水準が続いている。また、完全失業率は低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産：　2017 年後半にかけて負債総額は減少していたが、件数は増加又は横ばいを続けており、2018 年１－３月期、４－６月期と２期連続で、件数、負債総額ともに前年を上回っている。

第３－２－２図　鉱工業生産指数（東北）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。東北の最新月は速報値。
３．全国及び東北の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。

３）北関東地域の経済動向

北関東地域経済は、2017 年７－９月期までは緩やかな回復基調が続き、同年 10－12 月期から回復の度合いが高まった。生産は、輸送機械に一時的な落ち込みがみられたが、持ち直しの動きが強まっている。消費は、おおむね持ち直している。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期から７－９月期には、海外需要の好調さを背景に、持ち直しの動きがみられた。2017 年 10－12 月期には、「輸送機械」に落込みがみられたが、「汎、生産用、業務用機械」を中心に増加したため、持ち直しの度合いは強まった。2018 年１－３月期には、「石油・石炭、化学、プラ製品」等が減少した。同年４－６月期には、「輸送機械」が増加した（第３－２－３図）。

個人消費： 2017 年４－６月期には、百貨店・スーパー販売額が前年同期比プラスであり持ち直していたが、同年７－９月期にはサービス等が下押し要因となり、緩やかな持ち直しとなった。同年 10－12 月期には、サービス関連の復調により、持ち直している。2018 年１－３月期には、再びサービス関連を中心に落ち込みがみられた。同年４－６月期には、大型小売店やサービス関連に伸びがみられ、持ち直している。

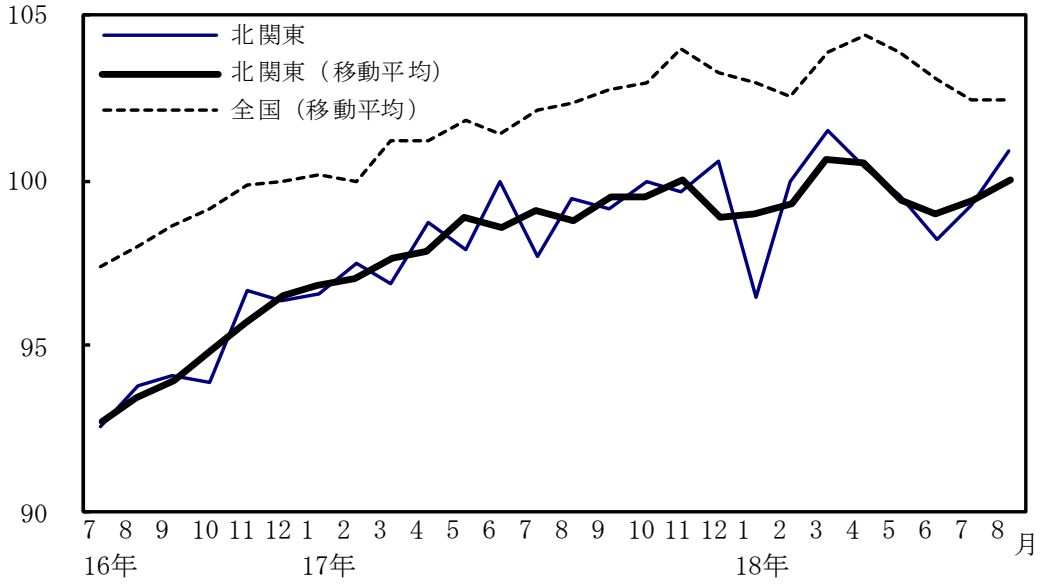
建設活動： 住宅建設は、2017 年４－６月期には、前年比でおおむね横ばいとなっていたが、同年 2017 年後半以降は貸家を中心に前年を下回り、全体でも減少している。公共投資は、2017 年後半から同年度累計で前年度を下回っている。

設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2018 年１－３月期まで前年に比べ増加していたが、同年４－６月期に前年を下回った。

雇用情勢： 有効求人倍率は、2018 年４－６月期において 1.73 となり、１を上回る水準が続いている。また、完全失業率は 2.0％となり低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産： 件数は 2017 年 10－12 月期まで前年比マイナスで推移していたが、2018 年１－３月期から前年比プラスに転じている。負債総額は、前年比２けたの増減を繰り返している。

第３－２－３図　鉱工業生産指数（北関東）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。北関東の最新月は速報値。
３．全国及び北関東の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。
４．北関東は内閣府にて算出。

４）南関東地域の経済動向

南関東地域経済は、2017 年後半から 2018 年前半にかけて、緩やかな回復基調が続いている。生産については、持ち直しの動きがみられている。鉄鋼業では、東京オリンピック・パラリンピック関連の需要がみられた。消費については、低価格志向が続いているが、食料品を中心に堅調に推移しており、恵方巻などの季節商品も好調であった。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、持ち直しの動きがみられている。2017 年４－６月期は、インドなど新興国向けの生産用機械等が好調であったことなど前期を上回ったが、同年７－９月期には、定期修理による化学工業の減産が影響し前期を下回った。同年 10－12 月期には、半導体製造装置などが好調なこともあり、前期を上回ったが、2018 年１－３月期には、化粧品が春夏の新製品との端境期のため減産したこともあり再び前期を下回った。同年４－６月期は、中国向けの普通自動車が好調だったこともあり、前期を上回った（第３－２－４図）。

個人消費： 2017 年４－６月期以降、持ち直しの動きがみられている。2017 年４－６月期に百貨店・スーパー販売額が前年同月比を下回ったが、同年７－９月期以降、前年同月比を上回った。2018 年１－３月期には、サービス関連支出を中心に地域別消費総合指数が低下したが、同年４－６月期には、小売店関連支出を中心に上昇した。

建設活動： 住宅建設は、分譲などが前年を下回っていることから、2017 年７－９月期以降、前年を下回った。2018 年１－３月期は、2017 年年初に着工した東京オリンピック・パラリンピック選手村の工事の反動減などから、前年同期を下回った。公共投資は、2018 年１－３月期以降、前年同期比を下回り、2018 年度累計で前年度を下回った。

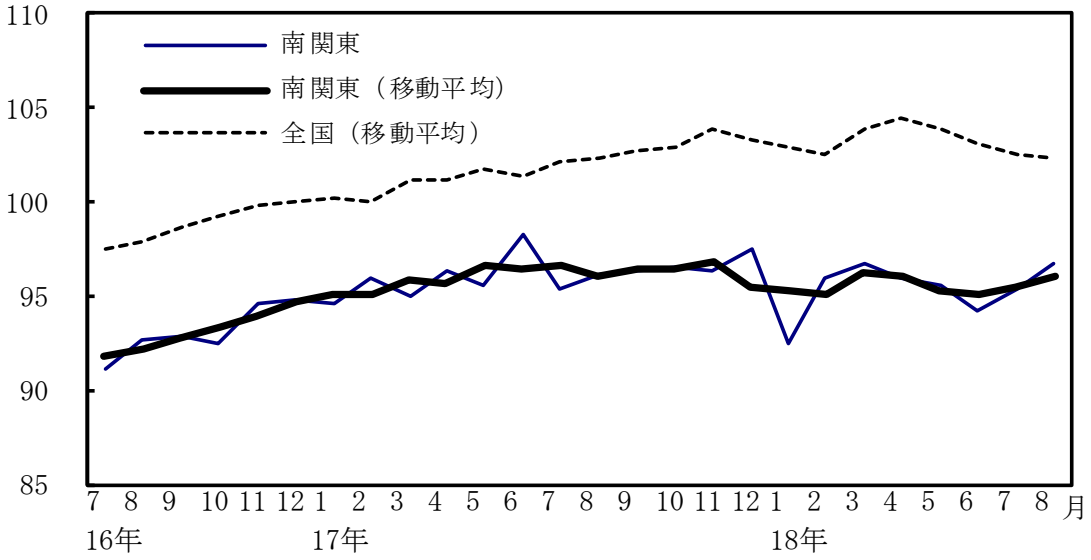
設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年以降、前年を上回っている。

雇用情勢： 有効求人倍率は 2017 年７－９月期において、1.44 となり、１を上回る水準が続いている。また、完全失業率は低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産： 件数は 2017 年７－９月期以降、前年を下回った。負債総額は 2017 年７

－９月期以降、前年を上回っていたが、2018 年１－３月期以降、前年を下回った。

第３－２－４図　鉱工業生産指数（南関東）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。南関東の最新月は速報値。
３．全国及び南関東の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。
４．南関東は内閣府にて算出。

５）甲信越地域の経済動向

甲信越地域経済は、2017 年後半は、緩やかな回復基調が続き、2018 年前半は、回復の程度が強まり、緩やかな回復が続いている。生産は、電子デバ、電気・情報通信工業及び汎・生産・業務用機械工業に動きがみられたが、基調としては持ち直しているものの、2018 年４－６月期では一服感がみられる。消費は、地域別消費総合指数が好調を維持したことで持ち直しの動きが続き、2018 年１－３月期に動きが改善され、４－６月期では緩やかに増加している。また、2018 年頭の寒波に伴う大雪の影響は、比較的限定的であった。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期及び７－９月期は、国内外の設備投資需要を背景に、汎・生産・業務用機械工業の生産が増加したことなどもあり、持ち直しの動きがみられた。同年 10－12 月期には、電子デバ、電気・情報通信工業が増加し、持ち直した。2018 年１－３月期には、域内主要５業種が減少したため、持ち直しているものの、一服感がみられた。同年４－６月期には、電子デバ、電気・情報通信工業や輸送機械工業、鉄鋼業、非鉄金属、金属製品工業が増加に転じたが、引き続き持ち直しているものの、一服感がみられる。（第３－２－５図）

個人消費： 2018 年１－３月期に、飲食料品を中心に百貨店・スーパー販売額が前年同月比で上回っており、持ち直した。2018 年４－６月期には、百貨店・スーパー販売額に加え地域別消費総合指数が上昇したことにより、緩やかに増加している。

建設活動： 住宅建設は、2018 年１－３月期に、持家、貸家が前年を上回ったため、全体で増加したが、2017 年後半以降総じて、持家、貸家が前年を下回ったため、全体で減少している。公共投資は、2017 年４－６月期以降、同年度累計で、前年度とほぼ同水準となった。2018 年４－６月期でも、前年度とほぼ同水準となっている。

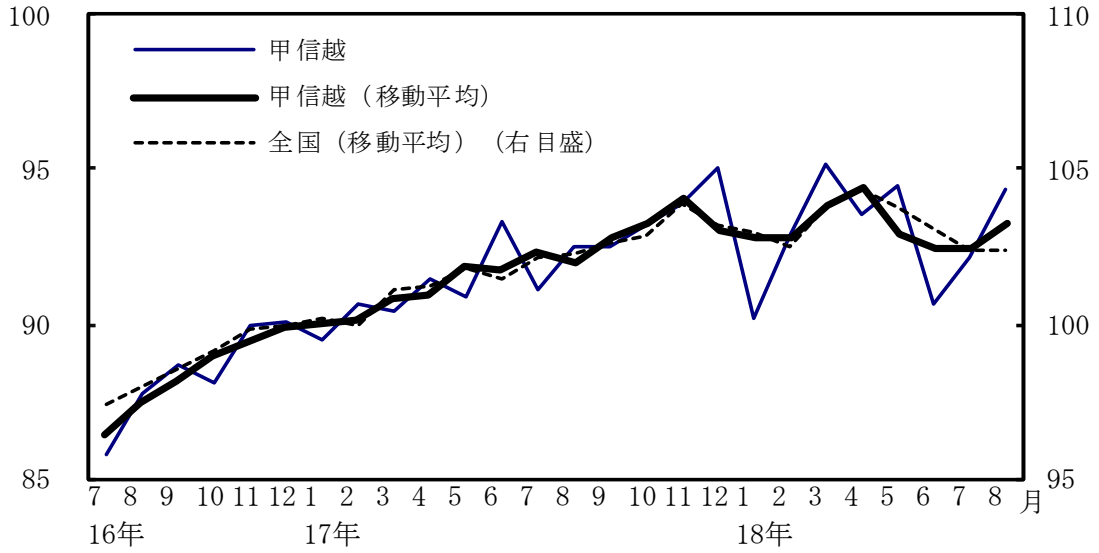
設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年後半から 2018 年１－３月期までは、前年を大幅に下回っていたが、2018 年４－６月期では、大幅に上回っている。

雇用情勢： 有効求人倍率は、１を上回る水準が続いており、2018 年４－６月期では、

1.73 となった。また、完全失業率は低水準で推移するなど、着実な改善が続いている。

企業倒産： 件数は、2017 年後半から 2018 年１－３月期まで、前年を上回っていたが、2018 年４－６月期では、前年を下回っている。負債総額は、2017 年 10－12 月期で前年を上回ったものの、2018 年以降総じて、前年を下回っている。

第３－２－５図　鉱工業生産指数（甲信越）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。甲信越の最新月は速報値。
３．全国及び甲信越の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。
４．甲信越は内閣府にて算出。

６）東海地域の経済動向

東海地域経済は、2017 年後半から 2018 年前半にかけて、緩やかに回復した。国内外での設備投資需要の高まりを背景に、金属工作機械の受注が引き続き好調であることに加え、2018 年４－６月期には「輸送機械」、「電子部品・デバイス、電気・情報通信」の生産が好調である。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年７－９月期には、中国、欧米のスマートフォン向け集積回路をはじめとする「電子デバ、電気・情報通信」の生産が増加し、同年 10－12 月期には、海外向け完成車、自動車部品等の生産が好調で、全体としては、緩やかに増加した。2018 年１－３月期には、新型車効果も一巡し、以前ほどの勢いはみられず、緩やかに増加しているものの一服感がみられていたが、同年４－６月期には、海外向け自動車部品や、スマートフォン向け、データセンターのサーバー向けのメモリの生産が好調であり、緩やかに増加している（第３－２－６図）。

個人消費： 2017 年４－６月期以降、百貨店・スーパー販売額は、実質季節調整値でみると前期比±0.5%以内で推移していたが、2018 年１－３月期には、春物衣料の動きが鈍く、同▲1.3%となった。同年４－６月期には、催事効果に加え、高額品や衣料品に動きがみられたことから同 1.5%増となり、持ち直している。

建設活動： 住宅建設は、2018 年４－６月期には、持家が前年を下回ったものの、貸家、分譲が上回ったことから、全体では前年同期比 6.8%増となっている。公共投資は、新東名高速道路、新名神高速道路等の大型工事があり、2018 年４－６月期で見ると年度累計は前年度を上回っている。

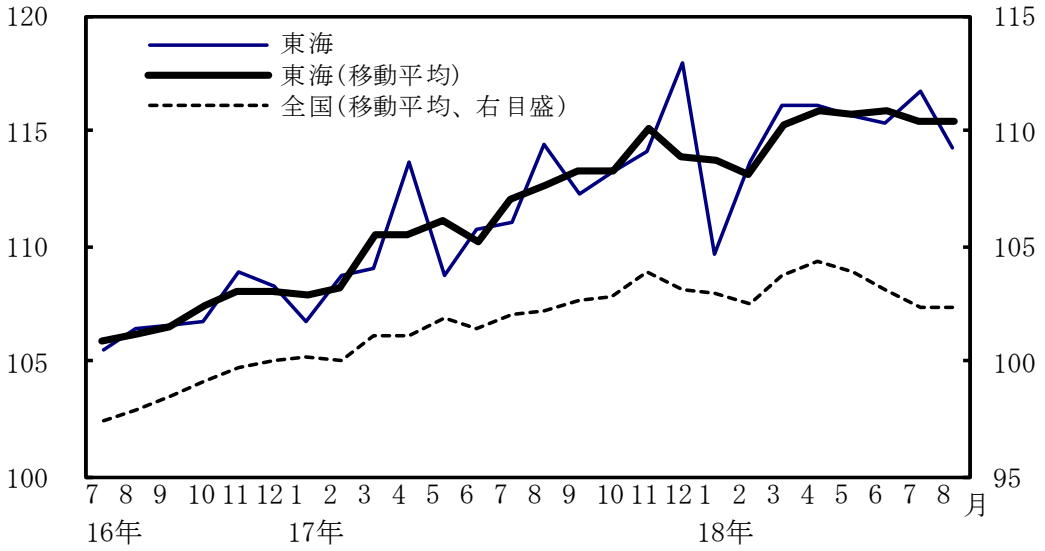
設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年前半は前年に比べて増加していたが、2018 年１－３月期には減少し、４－６月期にはおおむね横ばいとなっている。

雇用情勢： 有効求人倍率は 2018 年４－６月期に 1.92 倍となり、全国の 1.60 倍を大きく上回る水準が続いている。また、完全失業率（季節調整値）は 2017 年７－９月期には 2.4%だったところ、その後さらに低下を続け、2018 年４－６月期には 1.7%となっている。このように雇用情勢は、着実な改善が続

いている。

企業倒産：　件数については 2017 年 10－12 月以降、負債総額については 2018 年１－３月期以降、前年同期を上回っている。

第３－２－６図　鉱工業生産指数（東海）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。東海の最新月は速報値。
３．全国及び東海の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。
４．東海は内閣府にて算出。

７）北陸地域の経済動向

北陸地域経済は、2017 年後半から緩やかに回復し、2018 年４－６月期には回復の度合いを高めた。医薬品を中心とする化学工業や、はん用・生産用・業務用機械が引き続き好調を維持しており、生産は高水準である。雇用面では着実な改善が進む一方で、有効求人倍率が２倍を超えるなど、人手不足の影響が強くみられる。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期には、スマートフォン用電子部品に一服感がみられていたが、同年７－９月期には新型スマートフォン向け電子部品を量産する等、高水準を維持していた。同年 10－12 月期には、工場閉鎖、2018 年１－３月期には、スマートフォン用電子部品で伸び悩んだことに加え、１月の大雪が特殊要因となり、建築用金属製品や染色整理が、それぞれ生産減となり、一服感がみられた。その後、同年４－６月期には、４月に薬価改定が行われた影響により、医薬品の生産が伸びたことや、はん用・生産用・業務用機械のうち、半導体製造装置等が好調なことにより、依然として高水準を維持している（第３－２－７図）。

個人消費： 2017 年４－６月期の百貨店・スーパー販売額は、実質季節調整値でみると前期比 0.3％増、同年７－９月期は同 0.5 増とほぼ横ばいで推移した。同年 10－12 月期には、台風や気温の影響により衣料品が振るわず同▲1.1％、2018 年１－３月期には、大雪により客足が鈍化したことで同▲1.4％と落ち込んだ。しかし、同年４－６月期には地域別消費総合指数において、前期比 2.8％と、百貨店・スーパー、乗用車販売を中心に持ち直している。

建設活動： 住宅建設は、貸家などが前年を下回っていることから、2017 年４－６月期以降、前年を下回っていたが、2018 年４－６月期には、貸家が前年を上回ったことから、増加している。公共投資は、2018 年度以降、北陸新幹線の延伸工事が活発化していることから、2018 年度累計では前年度を上回っている。

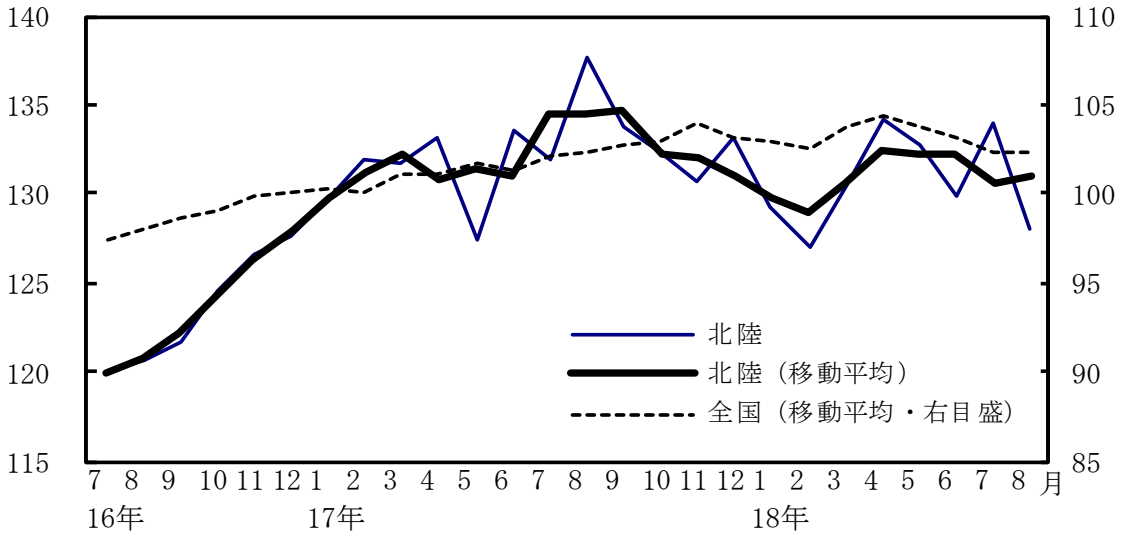
設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年４－６月期以降前期比でマイナスが続いていたが、2018 年４－６月期には、前期比 9.9％増となった。

雇用情勢： 有効求人倍率は 2018 年４－６月期において、2.08 となり、全国の中で最

も高い水準となっている。また、完全失業率は2018年４－６月期の暫定値で1.7%と、東海と並ぶ低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産：　企業倒産は、2018年４－６月期には、前年に比べて件数は減少、負債総額はおおむね横ばいとなっている。

第３－２－７図　鉱工業生産指数（北陸）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010年＝100、季節調整値。北陸の最新月は速報値。
３．全国及び北陸の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。
４．北陸は内閣府にて算出。

８）近畿地域の経済動向

近畿地域経済は、2017 年後半から 2018 年前半にかけて、全国の他地域と比べて回復の程度は弱いものの、基調としては緩やかな回復基調が続いた。生産は、ガスタービンなどの一時的要因によって上下するものの、化学工業の伸びに支えられ、基調としては持ち直している。一方、消費は、堅調なインバウンド需要もあり、基調としては引き続き持ち直しの動きがみられる。なお、2018 年６月に大阪北部地震が、同年７月に平成 30 年７月豪雨が発生したが、近畿地域における経済面での影響は限定的であった。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期は、車載向けリチウムイオン蓄電池の生産が増加したことに加え、米国など国内外の電力会社向けのガスタービンの受注が増加したことにより、持ち直した。同年７－９月期及び 10－12 月期には、スマートフォン向け部品の生産減少を背景に電子部品・デバイス工業が伸び悩み、持ち直しているものの、一服感がみられた。2018 年１－３月期には、化学製品で一部持ち直しの動きがみられたが、電子部品・デバイス工業の伸び悩みが続き、全体としては引き続き一服感がみられた。同年４－６月期には、化学工業の上昇を受けて、持ち直している（第３－２－８図）。

個人消費： 2017 年４－６月期以降、百貨店・スーパー販売額が前年同月比でほぼ横ばいが続いた。同年 10－12 月期には、訪日外国人に加えて国内向けの販売などに動きがみられ、「衣料品」等が好調であったことから、持ち直しの動きがみられる。しかしながら、全国と比較するとその動きは相対的に低い位置にある。

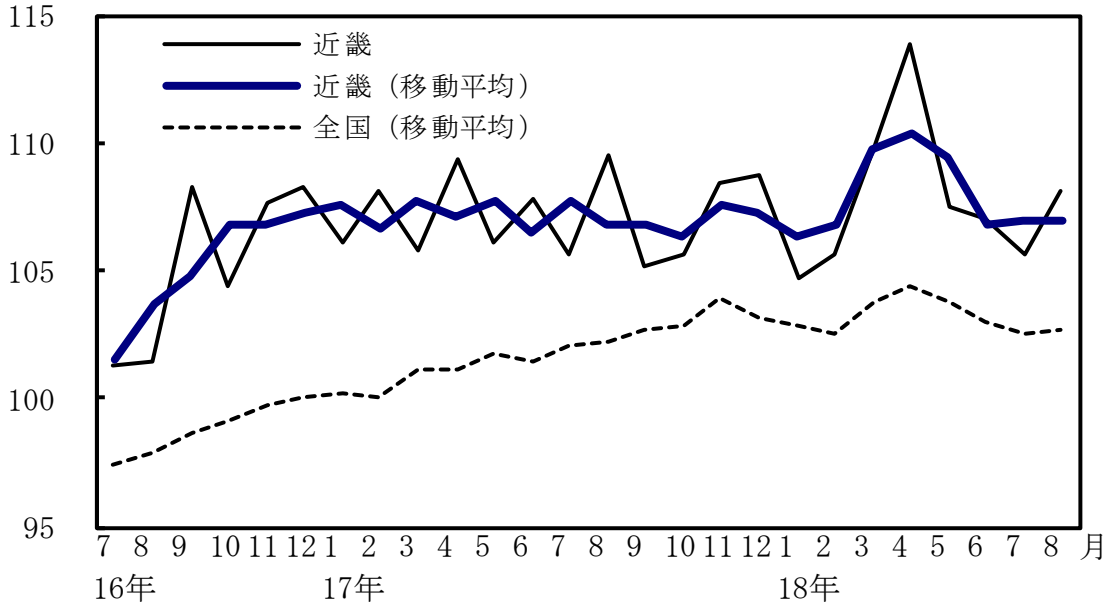
建設活動： 住宅建設は、2017 年後半以降、原料価格の上昇を受けて製品の値上げが行われたこともあり、分譲などが前年を下回った。2018 年４－６月期においては、価格転嫁が進んだこともあり、持家などで前年を上回ったことから、全体で上昇している。公共投資は、2017 年においては、同年度累計で前年度を下回っていたが、2018 年度４－６月期で見ると、前年度とほぼ同水準となった。

設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年以降、同年 10－12 月期に前年をやや下回ったものの、総じて前年を上回っている。

雇用情勢：　有効求人倍率は2018年４－６月期において、1.53となり、１を上回る水準が続いている。また、完全失業率は低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産：　2017 年後半から 2018 年１－３月期にかけて、前年同期を上回っていたが、同年４－６月期は下回っている。負債総額は 2018 年１－３月期以降、前年同期を上回っている。

第３－２－８図　鉱工業生産指数（近畿）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。近畿の最新月は速報値。
３．全国及び近畿の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。
４．近畿は内閣府にて算出。

９）中国地域の経済動向

中国地域経済は、2017 年後半から 2018 年前半にかけて、弱さがみられた時期もあるが、基調としては緩やかな回復基調が続いている。しかしながら、平成 30 年７月豪雨により工場の操業停止といった直接的な被害、物流の滞りによる部品供給の遅れなどサプライチェーンを通じた影響、インフラへの被害による影響などもみられるため、地域経済への影響について今後十分に注視する必要がある。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期は、おおむね横ばいの動きとなっていたが、同年７－９月期には、はん用・生産用・業務用機械で応需により金型等の生産が増加したことなどから、持ち直しの動きとなった。同年 10－12 月期から 2018 年４－６月期にかけて、輸送用機械（自動車）で一部車種の生産が増え堅調な動きもみられるなど、持ち直しの動きが続いている（第３－２－９図）。７月には、平成 30 年７月豪雨の影響から一時的に低下したものの、足下では回復の動きがみられる。

個人消費： 2017 年４－６月期以降、百貨店・スーパー販売額が前年同月比でほぼ横ばいが続いており、持ち直しの動きが続いているものの、足踏みが見られていた。2018 年１－３月期には、サービス関連支出を中心に地域別消費総合指数が上昇するなど、足踏み状態から脱却していたが、同年４－６月期には、サービス関連支出が伸び悩み、再び足踏みがみられている。また、７月の景気ウォッチャー調査からも個人消費に対する平成 30 年７月豪雨の影響がみられる。

建設活動： 住宅建設は、分譲などが前年を上回っていたことから、2017 年以降、おおむね前年を上回っていたが、2018 年４－６月期は分譲が弱含むなどして前年を下回っている。公共投資は、2017 年春以降、2017 年度累計で前年度とほぼ同水準となっていたが、2017 年度末時点で見ると、前年度を下回っていた。2018 年４－６月期は 2018 年度累計で前年度を上回っており、今後も平成 30 年７月豪雨の復旧工事の本格化が見込まれる。

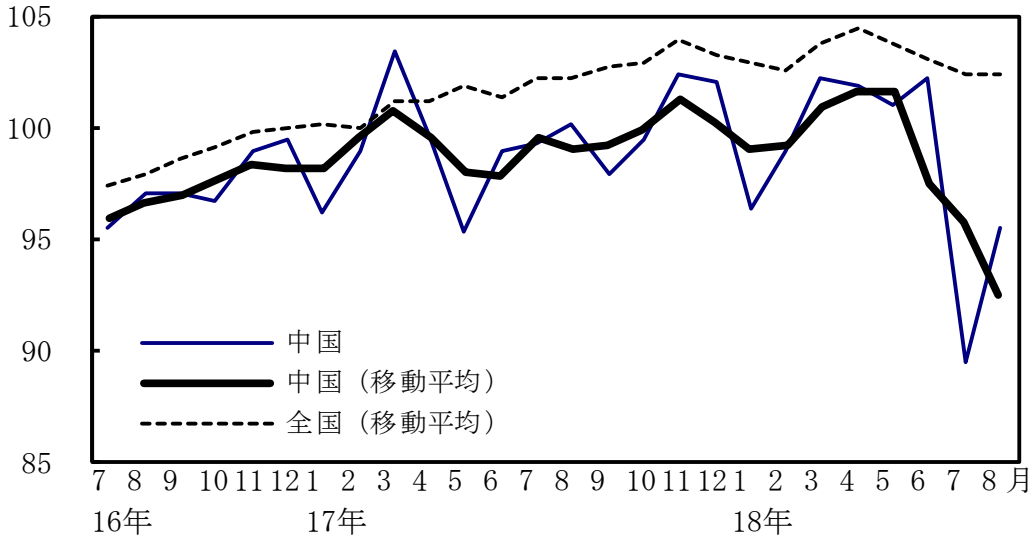
設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年後半以降、前期を下回っている。

雇用情勢： 有効求人倍率は 2018 年４－６月期において、1.83 となり、１を上回る水

準が続いている。また、完全失業率は低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産：　件数は 2017 年 10－12 月期に前年を上回ったものの、2017 年後半以降はおおむね前年を下回っており、2018 年４－６月期は横ばいとなった。負債総額は 2017 年７－９月期に前年を上回り、同年 10－12 月期から 2018 年１－３月期まで前年を下回っていたものの、同年４－６月期は再び前年を上回った。

第３－２－９図　鉱工業生産指数（中国）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。

２．2010 年＝100、季節調整値。中国の最新月は速報値。

３．全国及び中国の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。

10）四国地域の経済動向

四国地域経済は、2017 年後半から 2018 年１－３月期にかけて、弱さがみられるものの、緩やかな回復基調が続いた。同年４－６月期には、消費が回復しつつあることを受けて、一部に弱さがみられるものの、緩やかな回復基調が続いている。ただし、2018 年７月の「平成 30 年７月豪雨」は生産、消費共に影響を与えている可能性が考えられ、景気ウォッチャー調査（2018 年７月）でも、影響を指摘する声が多く出ていることもあり、今後も注視する必要がある。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年前半に蓄電池などの生産減少から電気機械が低下したが、同年後半には合成繊維の原料などの生産増加による化学・石油石炭製品の上昇もあり、おおむね横ばいとなっている。2018 年１－３月期は化学・石油石炭製品や電気機械が伸び悩んだこともあり、やや落ち込んだものの、同年４－６月期には医薬品の生産増加を背景とした化学の上昇などを受けて、引き続き横ばいで推移している（第３－２－10 図）。

個人消費： 2017 年７－９月期における百貨店・スーパーのクリアランスセールが振るわなかったことなどにより、足踏みが見られたが、同年 10－12 月期は催事関係が好調であったことを背景に、底堅く推移した。2018 年４－６月期には、小売関連支出を中心に地域別消費総合指数が上昇するなど、持ち直しの動きが見られている。しかしながら、全国と比較するとその水準は低い位置にある。

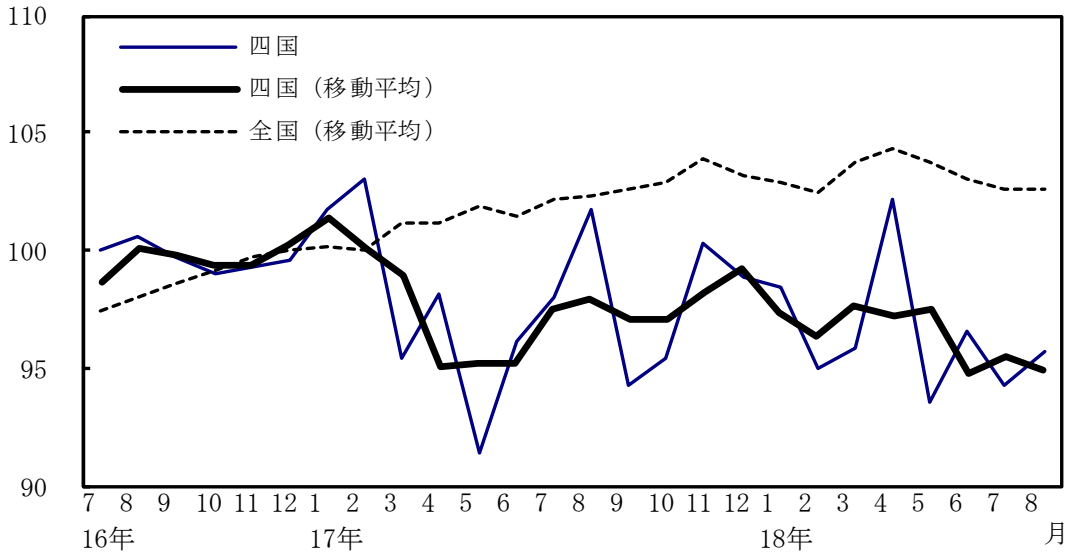
建設活動： 住宅建設は、2017 年前半は貸家などが前年を上回ったことから、全体として前年を上回った。2017 年 10－12 月期以降、持家や貸家などが前年を下回っていることから、全体として前年を下回っている。公共投資は、2017 年春以降、大型の公共工事が一巡したこともあり、2017 年度累計で前年度を下回っていたが、2018 年４－６月期は前年度を上回った。

設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年後半において、前年を上回ったものの、2018 年は前年を下回っている。

雇用情勢： 有効求人倍率は 2018 年４－６月期において、1.64 となり、１を上回る水準が続いている。また、完全失業率は低水準で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産：　2017 年後半から 2018 年１－３月期にかけて、前年同期を上回っていたが、同年４－６月期はおおむね横ばいとなっている。負債総額は 2018 年１－３月期は前年同期を上回っていたが、同年４－６月期は下回っている。

第３－２－10 図　鉱工業生産指数（四国）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。四国の最新月は速報値。
３．全国及び四国の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。

11）九州地域の経済動向

九州地域経済は、2016 年 10－12 月期から緩やかに回復しており、2017 年 4－6 月期にはの度合いが高まった。生産面では、半導体需要の堅調さや海外における自動車需要の高まり等により、高水準で推移している。なお、2017 年７月に発生した九州北部豪雨については、操業を一時停止する工場もみられたが、生産面への影響は限定的であった。消費面では、高額品や化粧品が堅調であり、また地元球団の優勝セールも追い風となり、持ち直しの動きが続いていたが、2018 年 4－6 月期には持ち直している。

（各分野の動向）

生産活動： 鉱工業生産は、2017 年４－６月期は、四輪自動車等が強含んだことにより高水準で推移していたが、同年７－９月期には、半導体製造装置等が減少し一服感がみられた。同年 10－12 月期には、半導体関連の好調さを背景に、高水準で推移したが、2018 年１－３月期には、スマートフォン部品等に受注減があり、再び一服感がみられた。同年４－６月期には、普通乗用車等を中心に、高水準で推移している（第３－２－11 図）。

個人消費： 2017 年４－６月期以降、百貨店・スーパー販売額は前年同期比で多少の上下はあるものの、高額品や化粧品が堅調であり、持ち直しの動きが続いている。2017 年 10－12 月期には、地元球団の優勝セールが追い風となった。2018 年４－６月期には、サービス関連支出にも伸びがみられ、持ち直している。

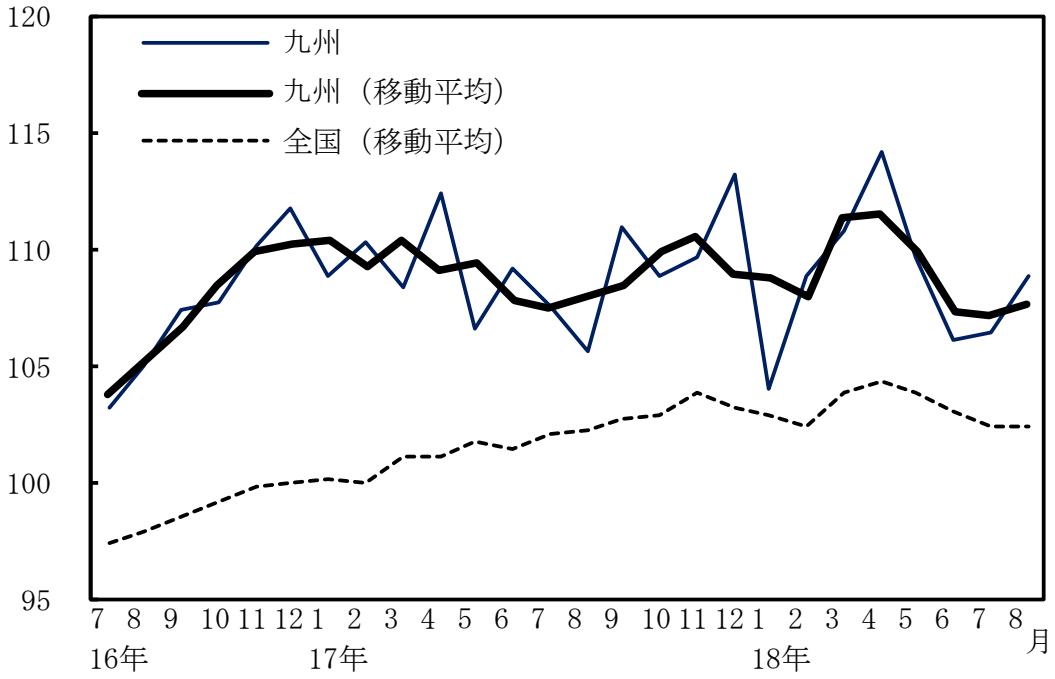
建設活動： 住宅建設は、持家などが前年を上回っていることから、2017 年７－９月期まで前年を上回っていたが、2017 年 10－12 月期以降マイナスに転じている。2018 年４－６月期には、分譲住宅が増加に寄与し、全体としても増加している。公共投資は、2016 年の熊本地震や 2017 年の九州北部豪雨の復旧工事等があり、2017 年度累計で前年度を上回っていた。

設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2018 年１－３月期まで前年を大幅に上回っていたが、同年４－６月期には前期に比べ減少している。

雇用情勢： 有効求人倍率は 2018 年４－６月期において、1.53 となり、上昇が続いている。また、完全失業率は概ね３％前後で推移している。このように雇用情勢は、着実な改善が続いている。

企業倒産： 2017 年春から秋にかけては件数負債総額ともに前年を下回っていた。2018 年１－３月期以降、件数は前年上回っているものの、負債総額は前年を下回っている。

第３－２－11 図　鉱工業生産指数（九州）



（備考）１．経済産業省「鉱工業生産指数」より作成。
２．2010 年＝100、季節調整値。九州の最新月は速報値。
３．全国及び九州の太線は中心３か月移動平均。直近月は２か月平均。

12）沖縄地域の経済動向

沖縄地域経済では、2017 年後半から 2018 年前半にかけて、全国の他地域と比べて回復の程度は強く、着実な回復が続いている。観光は、インバウンド需要を含む入域観光客数が好調を維持しており、堅調に増加している。消費は、食料品が堅調に推移し、インバウンドによる消費需要も好調なことから、堅調に増加している。また、2018 年４月から５月にかけて、はしかが流行し、同年６月に、県により終息宣言がなされたものの、ゴールデンウィーク等の旅行需要に影響がみられた。

（各分野の動向）

観　　光： 入域観光客数は 2017 年８月に初の単月 100 万人台を記録して以降、毎月 70 万人以上で推移し、2018 年６月では 56 か月連続で各月の過去最高を更新した。国内客は、2018 年４－６月期ではしかの影響により伸び率が縮小したものの、個人旅行を中心に堅調な旅行需要で増加した。外国客は、航空路線拡充やクルーズ船の寄港回数の増加により、大幅に増加した。以上により観光は、2017 年４－６月期以降、堅調な増加が続いている。（第３－２－12 図）

個人消費： 2017 年 10－12 月期以降、百貨店・スーパー販売額は実質季調値で見ると減少が続いている。2018 年１－３月期には、サービス関連支出を中心に地域別消費総合指数が低下したものの、2018 年４－６月期には財関連、サービス関連ともに上昇し、全体では堅調に増加している。また、全国と比較してもその動きは相対的に高い位置にある。

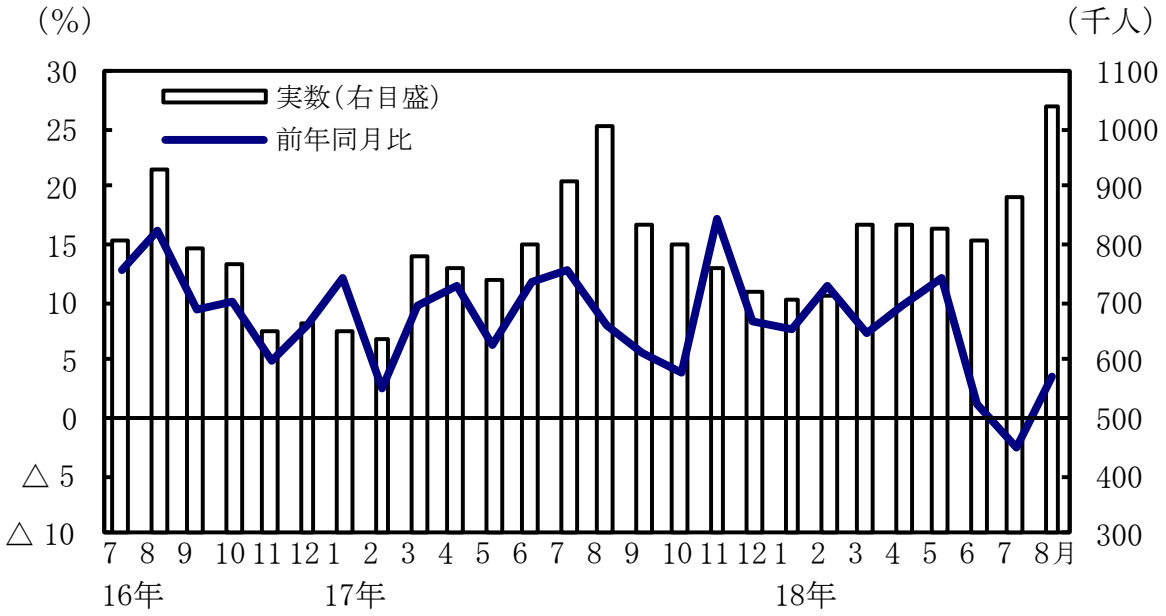
建設活動： 住宅建設は、分譲などが前年を上回っていることから、2018 年以降、前年を上回っている。公共投資は、2017 年４－６月期以降、那覇空港第二滑走路関連工事が各期で見られたこともあり、2017 年度累計で前年度を上回っていたが、2018 年４－６月期は、前年度を下回った。

設備投資： 設備投資については、民間非居住用建設工事は、2017 年後半以降、前年を大幅に上回っていたが、2018 年４－６月期では大幅に下回った。

雇用情勢： 有効求人倍率は 2017 年 10－12 月期において、1.28 となり、１を上回る水準が続いている。また、完全失業率は４％未満で推移するなど、着実な改善が続いている。

企業倒産：　2017 年７－９月期に件数、負債総額ともに前年を上回っており、2018 年１－３月期に件数、負債総額ともに前年を下回ったものの、2018 年４－６月期では件数、負債総額ともに前年を大幅に上回っている。

第３－２－12 図　入域観光客数（沖縄）



（備考）沖縄県観光政策課「入域観光客数」より作成。

コラム：景気ウォッチャー調査を活用したテキスト分析及びインバウンドの動向分析への応用

内閣府が実施する景気ウォッチャー調査は、毎月、調査主体の景気判断に加え、その理由をテキスト形式で尋ねており[15]、2000 年１月の調査開始からこれまでに、累計で 40 万件以上のテキストデータが得られている。近年、大量のテキストを数量化する技術（テキストマイニング）の手法が発展している中で、景気ウォッチャー調査のテキストデータが、分析の対象として注目されている[16]。ここでは、その基礎的な分析結果として、同調査における判断理由テキストの基本的な特徴とＤＩ値との統計的関係の分析、さらにはテキストデータが示す経済イベントとしてインバウンドの動向を取り上げ、関連の経済統計との連動性についての分析を簡単に紹介する。

（景気ウォッチャー調査の判断理由テキストの特徴）

最初に、判断理由テキストの基本的な特徴を確認するため、現状判断と先行き判断の各テキストで頻出する形態素[17]の出現頻度を集計した（コラム表３－１－１）。現状判断では、「前年」「売上」「来客」「減少」「単価」のように、過去との比較で消費動向を具体的に表現する形態素の出現頻度が高いことが示される。一方、先行き判断については、「状況」「今後」「景気」「良く」「売上」といった景気全般について方向性を述べる形態素の出現頻度が高いことが示される。

特に、現状判断テキストでは、「前年」の出現率が特に高く、景気ウォッチャーは景気の現状判断を行うにあたり、前年の状況を手掛かりに景気動向を感じ取っていることが示唆される。

[15] 景気判断と判断の理由は、景気の現状と先行きの２つ。
[16] 岡崎・敦賀（2015）、山澤（2018）など。
[17] テキストマイニングでは文章を構成する最小単位（名詞、動詞、形容詞など）を一般に形態素と呼ぶ。

コラム表３－１－１　判断理由テキストに出現頻度の高い形態素（上位 15 件）

	現状判断			先行き判断		
	形態素	出現頻度	出現率	形態素	出現頻度	出現率
1	前年	63,704	28.9%	状況	37,720	17.2%
2	売上	43,022	19.5%	今後	33,566	15.3%
3	来客	36,046	16.4%	景気	28,183	12.9%
4	減少	35,267	16.0%	良く	27,455	12.5%
5	単価	31,403	14.2%	売上	24,508	11.2%
6	増加	27,827	12.6%	続く	23,720	10.8%
7	状況	26,748	12.1%	前年	23,044	10.5%
8	動き	26,054	11.8%	増加	22,551	10.3%
9	販売	25,770	11.7%	影響	22,258	10.2%
10	影響	22,430	10.2%	期待	21,458	9.8%
11	受注	21,173	9.6%	傾向	21,067	9.6%
12	商品	20,832	9.4%	動き	18,908	8.6%
13	増え	20,736	9.4%	減少	18,491	8.4%
14	傾向	19,598	8.9%	受注	16,178	7.4%
15	求人	19,594	8.9%	商品	16,137	7.4%

（備考）１．内閣府「景気ウォッチャー調査（平成 12 年１月～平成 29 年 10 月調査）」により作成。
２．出現頻度は各形態素の延べ出現回数。
３．出現率＝出現頻度÷全テキスト数として算出。
４．現状判断の全テキスト数は 220,458 件、先行き判断の全テキスト数は 219,219 件。

（判断理由テキストとＤＩ値との定量的な関係）

次に景況感の強弱に応じてどのような形態素が景気判断テキストに出現する傾向があるかを確認するため、ＤＩ値の水準と形態素の出現頻度との相関係数を算出した（コラム表３－１－２）。ＤＩ値と正の相関が高い形態素には、現状と先行きのどちらにも「良く」「活発」「上向き」「順調」「好調」といった景気をポジティブに表現する形態素が上位に並んでいる。逆にＤＩ値と負の相関が高い形態素には、「減少」「悪化」「激減」といったネガティブな語感を持つ表現のほか「ますます」「極端」といった傾向を強調するような形態素が上位になっている。

このような形態素がＤＩ値と相関関係を持つという特徴を利用し、景気の改善と悪化についてそれぞれ相関係数が高い形態素の出現数を集計した結果と、実際の先行き判断ＤＩとの比較を行った（コラム図３－１－３）。両者の相関係数は0.96であり、景気判断テキストに含まれた形態素が、ＤＩの傾向をおおむね捉えている傾向が確認できる。結果からは、回答者が景気の判断理由について景気判断と整合的に一定の言葉遣いを用いながら景気動向の回答を行っていることがうかがえる。

コラム表３－１－２　ＤＩ値と相関性の高い形態素

（１）正の相関が強い形態素

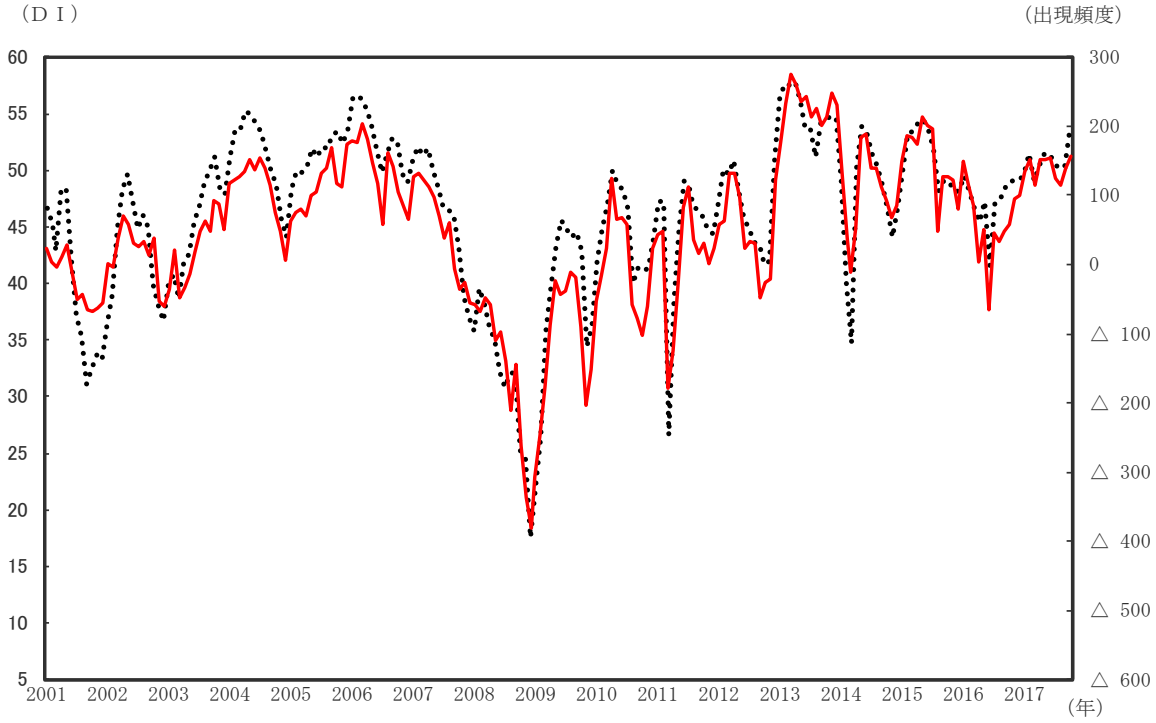
	現状判断		先行き判断	
	形態素	相関係数	形態素	相関係数
1	良く	0.74	上向き	0.67
2	活発	0.68	活発	0.67
3	伸び	0.66	上向い	0.65
4	上向き	0.66	良い	0.63
5	好調	0.65	順調	0.61
6	上向い	0.62	できる	0.58
7	良い	0.61	増え	0.58
8	増え	0.55	好調	0.58
9	順調	0.52	期待	0.57
10	景気回復	0.51	良く	0.57
11	改善	0.50	伸び	0.49
12	変化	0.47	上回る	0.47
13	横ばい	0.46	感じ	0.46
14	上回っ	0.45	変化	0.46
15	推移	0.45	実感	0.46

（２）負の相関が強い形態素

	現状判断		先行き判断	
	形態素	相関係数	形態素	相関係数
1	減少	-0.85	悪化	-0.80
2	悪化	-0.76	減少	-0.76
3	激減	-0.74	ますます	-0.76
4	買わ	-0.69	更に	-0.76
5	強まっ	-0.65	冷え込ん	-0.71
6	極端	-0.63	買い控え	-0.67
7	落ち込ん	-0.62	一段と	-0.67
8	買い控え	-0.62	厳しく	-0.66
9	一段と	-0.62	全く	-0.66
10	大幅	-0.62	悪く	-0.65
11	更に	-0.61	強まる	-0.65
12	不況	-0.60	減退	-0.63
13	生活防衛	-0.59	冷え込む	-0.63
14	必要	-0.58	不況	-0.61
15	資金繰り	-0.58	雇用調整	-0.61

（備考）１．内閣府「景気ウォッチャー調査（平成 12 年１月～平成 29 年 10 月調査）」により作成。
２．相関係数は各月ごとの形態素の出現数と景況判断ＤＩ値との相関係数を算出。

コラム図３－１－３　先行き判断ＤＩと形態素の出現頻度



（備考）１．内閣府「景気ウォッチャー調査（平成 13 年１月～平成 29 年 10 月調査）」により作成。
２．改善との相関が強い形態素として７種の形態素（「好調」「堅調」「上向い」「上向き」「増加」「順調」「活発」）を抽出し出現頻度を算出。また、悪化との相関が強い形態素として６種の形態素（「悪化」「減少」「低下」「激減」「減退」「減産」）を抽出し出現頻度を算出。
３．先行き判断ＤＩは季節調整前のもの。

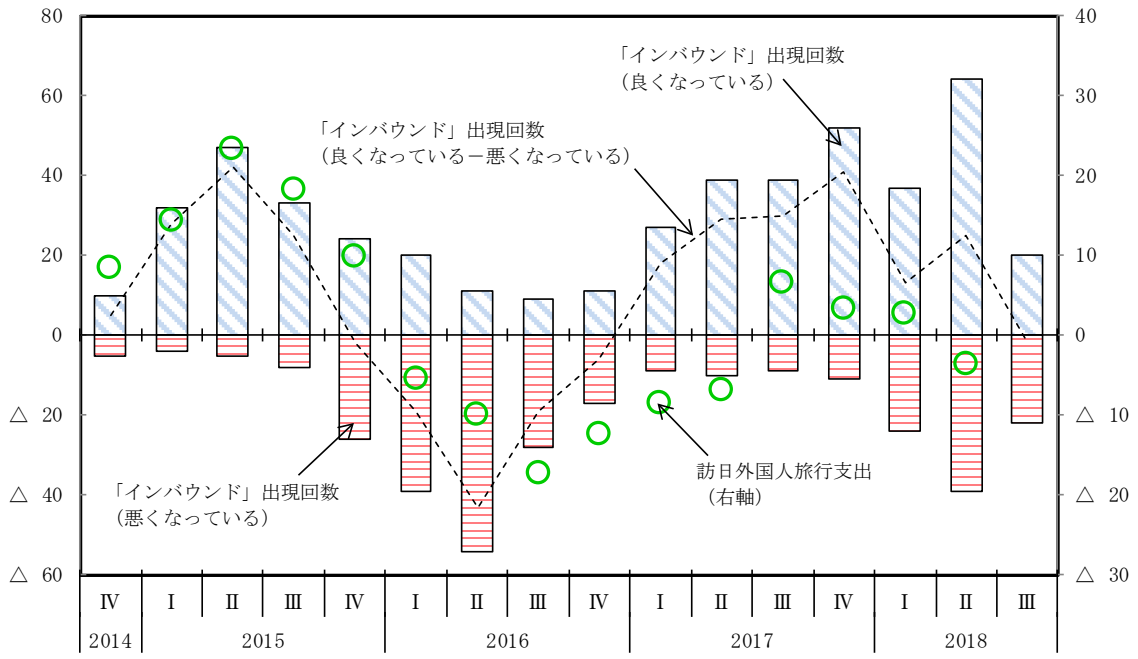
（判断理由テキストが示す経済イベントの影響と経済統計との連動性）

景気ウォッチャーの判断理由にある、特定の経済イベントについても分析した。事例として名詞「インバウンド」及び「訪日」（以下、インバウンド。）の出現頻度と、訪日外国人支出統計の変化率との相関を時系列で比較し、その形態素の出現頻度が、実際の経済統計と相関を持つかについて確認した（コラム図３－１－４）。

2014年末から2015年にかけて、景気判断を「良くなっている」とした判断理由のテキスト内で、インバウンドが出現することが多くなっている。2015年末からは変化が見られ、「悪くなっている」とするテキストに出現する回数が増加したが、その後、2017年には再び「良くなっている」に出現する回数が増加している。

そこで、発生頻度の差と、訪日外国人旅行支出（一人当たり）の変化率との比較を行うと、相関係数は0.6程度であり、両者が概ね連動している傾向が見られた。ここでの集計では、インバウンドがどのような文脈で使用されたかを考慮していないため、両者の相関関係の解釈には更なる検証が必要であるが、先行的に把握できる景気判断テキストのデータにより、その後に観測できる経済統計の傾向を予測できる可能性がある。

コラム図３－１－４　インバウンドの出現頻度と訪日外国人旅行支出



（備考）１．内閣府「景気ウォッチャー調査（平成 26 年 10 月～平成 30 年８月調査）」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」により作成。
２．2018 年の第３四半期は７月調査と８月調査より算出。
３．訪日外国人旅行支出は一人当たり消費額の対前年同期比。
４．インバウンドの出現頻度は現状判断及び先行き判断を合わせた値。
５．判断が「良くなっている」又は「やや良くなる」を良くなっている、「悪くなっている」又は「やや悪くなる」を悪くなるとして集計。

（まとめ）

以上のとおり、景気ウォッチャー調査の判断理由テキストは、テキストマイニングによって、経済分析の新たな手段として活用できる可能性を示した。近年、景気ウォッチャー調査のテキストを教師データとして学習した機械が、今度は、日々の新聞記事などを読みとることで、リアルタイムに景況感を算出するといった研究への応用も進んでいる[18]。テキストマイニングによって明らかにされる統計的な分析結果は、機械学習への応用により、主要な経済指標の先行指数としても活用できるなどの意義を持つ。テキストマイニングと機械学習の発展により、景気ウォッチャー調査は、長期間にわたる日本経済の景気変動を記録した貴重なデータとして一層の活用が進むことが期待される。

[18] 山本・松尾（2016）、小寺・藤田・井上・新田（2018）など

付注、付図

付注１－１　有効求人倍率及び完全失業率の増減要因分解について

（有効求人倍率の増減要因分解）

有効求人倍率変化分の要因分解は以下のように行った。有効求人数と有効求職者数をそれぞれO, Aと表し、添字の 0 は基準時点を、t は比較時点を表す。有効求人倍率の基準時点から比較時点までの変化分は

$$\begin{aligned}\frac{O_t}{A_t}-\frac{O_0}{A_0}&=\frac{O_0+\Delta O_t}{A_0+\Delta A_t}-\frac{O_0}{A_0}\\&=\frac{A_0\Delta O_t-O_0\Delta A_t}{(A_0+\Delta A_t)A_0}\\&=\frac{\Delta O_t}{A_t}-\frac{O_0\Delta A_t}{A_tA_0}\end{aligned}$$

となる。上記第１項が求人要因、第２項が求職者要因である。ここで比較時点の 15 歳以上人口をP、労働参加率をLPR、失業率（有効求職者数／労働力人口）をURとすると、求職者数の変化分ΔA_tは更に以下の通り近似的に分解できる。

$$\Delta A_t=\Delta P_tLPR_tUR_t+P_t\Delta LPR_tUR_t+P_tLPR_t\Delta UR_t$$

従って

$$\begin{aligned}\frac{O_t}{A_t}-\frac{O_0}{A_0}&=\frac{\Delta O_t}{A_t}-\frac{O_0}{A_tA_0}(\Delta P_tLPR_tUR_t+P_t\Delta LPR_tUR_t+P_tLPR_t\Delta UR_t)\\&=\frac{\Delta O_t}{A_t}-\frac{O_0}{A_tA_0}\Delta P_tLPR_tUR_t-\frac{O_0}{A_tA_0}P_t\Delta LPR_tUR_t-\frac{O_0}{A_tA_0}P_tLPR_t\Delta UR_t\end{aligned}$$

上記第１項が求人要因、第２項が人口動態要因、第３項が労働力率要因、第 4 項が失業率要因となる。

（完全失業率の増減要因分解）

失業率変化分の要因分解は以下のように行った。失業者数をU、就業者数をE、労働者数をLとすると、失業率は以下の通り表すことができる。ただし、添字の 0 は基準時点、t は比較時点を表す。

$$\frac{U_t}{L_t}=\frac{P_tLPR_t-E_t}{P_tLPR_t}$$

従って

$$\begin{aligned}\frac{U_t}{L_t}-\frac{U_0}{L_0}&=\frac{\Delta P_t\cdot LPR_t+P_t\cdot\Delta LPR_t-\Delta E_t}{P_t\cdot LPR_t}-\frac{P_t\cdot LPR_t\Delta LPR_t-E_t\Delta LPR_t}{P_t\cdot LPR_t^2}\\&=\frac{\Delta P_t\cdot LPR_t^2-\Delta E_t\cdot LPR_t+E_t\Delta LPR_t}{P_t\cdot LPR_t^2}\end{aligned}$$

上記第１項が人口動態要因、第２項が就業者要因、第３項が労働力率要因となる。

付注１－２　賃金関数の推定について

ここでは、第１章（第１－１－12 表）において行っている、賃金関数の推定方法について参考に示す。

まず、被説明変数については、厚生労働省「賃金構造基本統計調査」より一般労働者及び短時間労働者の名目賃金（所定内給与額を所定内労働時間で除したもの）の対数を用いている。また、説明変数については、厚生労働省「一般職業紹介状況」より有効求人倍率（ここでは１期前のデータ）、内閣府「県民経済計算」より民間消費デフレーターの対数、労働生産性（就業者一人当たりの実質付加価値額）の対数をそれぞれ用いている。各変数の記述統計量は以下の通りである。有効求人倍率は１期前のデータを用いるため、2010 年から 2014 年までの５年分、それ以外は 2011 年から 2015 年までの５年分を使用している。また、各データは県民経済計算によるものは年度、それ以外は暦年である。

	変数名	平均	標準偏差	最小値	最大値	観測数
被説明変数	一般労働者名目賃金(対数)	1636.7	188.7	1317.1	2408.8	235
	短時間労働者名目賃金(対数)	970.8	76.1	783	1246	235
説明変数	有効求人倍率(1期ラグ)	0.98	0.38	0.29	2.1	235
	民間消費デフレーター(対数)	101.0	1.48	98.3	105.8	235
	労働生産性(対数)	7.4	0.96	5.7	10.8	235

付注１－３　シフト・シェア分析について

ここでは、第１章（第１－２－３図～第１－２－６図）において行っている、シフト・シェア分析[19]の考え方について、雇用を対象にして記す。基本的な考え方は、付加価値額など量として計れるものは同様に分析できる。

シフト・シェア分析は、各地域における雇用の成長率の全国平均からの乖離を、産業構成要因、産業内格差要因に分解し、雇用成長の特徴を分析するものである。

ある地域ｋの雇用成長率をＧk、全国の雇用成長率をＧn とすると、両者の乖離は

Ｇk －Ｇn＝（Ｇk－Ｇkn）　＋（Ｇkn－Ｇn）

と表現できる。ただし、Ｇkn は地域ｋの産業ｊが、産業ｊの全国値と同率で成長した場合の地域ｋの産業計成長率であり、Ｎkj を地域ｋにおける産業ｊの従業者数とし、期間をｔから t+1 と表せば、以下のようになる。

$$G_{kn} = \left[\Sigma_j \left\{ N_{kj}^t \left(\frac{\Sigma_k N_{kj}^{t+1}}{\Sigma_k N_{kj}^t} \right) \right\} - \Sigma_j N_{kj}^t \right] / \Sigma_j N_{kj}^t$$

ここで、

（Ｇkn－Ｇn）を産業構成要因、（Ｇk－Ｇkn）を産業内格差要因と呼ぶ[20]。

産業構成要因は、地域ｋにおいて雇用が成長している業種の集積が大きいと正となる。地域ｋの産業構造に起因する成長性を評価する指標と解釈できる。一方、産業内格差要因は、産業構成要因で説明されない雇用増を表す。これが正の場合、地域ｋが産業の活動や立地に関して何らかの有利な条件をもつことが考えられる。

これを、簡単な数値例を用いて表すと以下のようになる。今、仮に全国の雇用者数が製造業 50、非製造業 50 であったものが、次の期に製造業 45、非製造業 55 となったとする。この場合、製造業の増加率は 10%減、非製造業の増加率は 10%増、全体としては 100 で不変なので、０％となる。

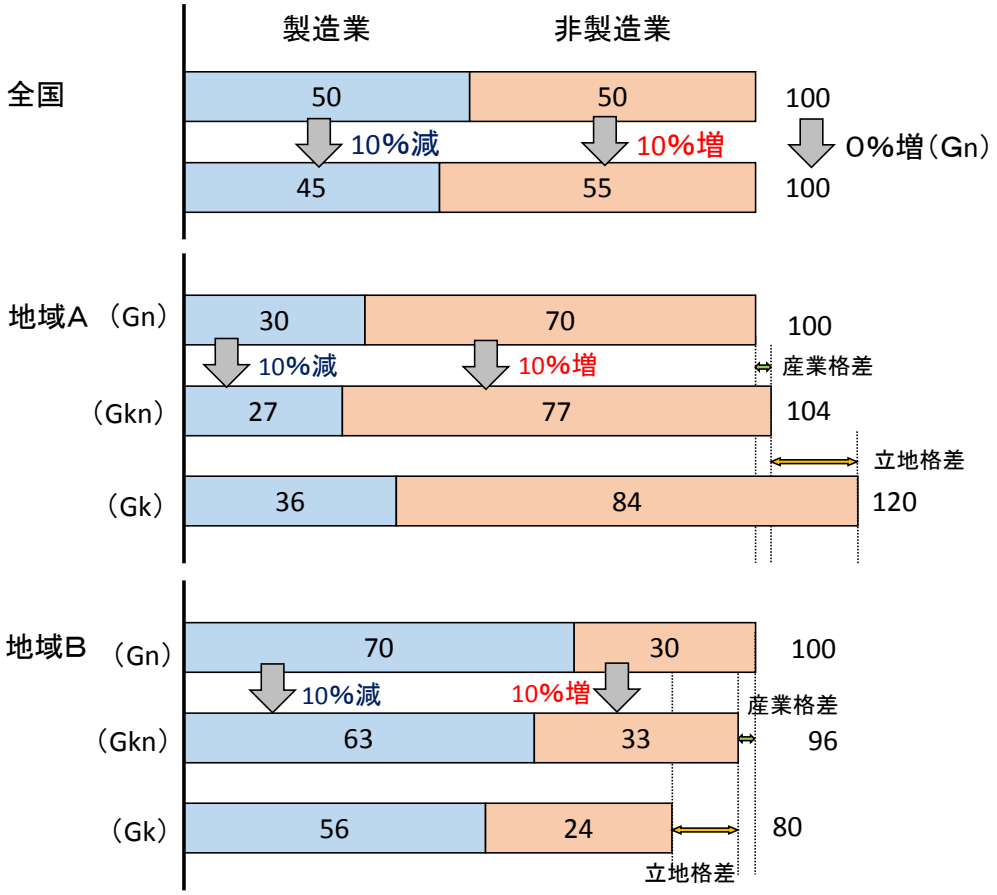
これをもとに地域Ａが製造業 30、非製造業 70 から次の期に製造業 36、非製造業 84 となった場合の要因を産業構成要因と産業内格差要因に分解してみる。まず、地域Ａにおいて、製造業、非製造業ともに全国と同様の増加率であったとすると、製造業は 10%減少の 27、非製造業は 10%増加の 77 となる。この和である 104 と元の 100 の差が産業構成要因に相当する部分である。これは、成長産業である非製造業のウェイトの方が製造業より高いために生じる格差である。実際には、地域Ａの製造業は 36、非製造業は 84、合計 120 まで伸びている。これは全国平均の増加率を上回って増加している。この

[19] Dunn（1960)によって提案された。ここでの説明は阿部（1989)等を参考にした。

[20] 阿部（1989）を含む多くの先行研究では、産業構成要因を「産業格差成分（Structural Component)」、産業内格差要因を「立地格差成分（Differential Shift)」と呼んでいるが、ここでは、説明の便宜のため、産業構成要因、産業内格差要因と呼ぶ。

120 と 104 の差（産業構成要因で説明できない差）が産業内格差要因に相当するものである。

地域Ｂについて、同様にみてみる。地域Ｂは製造業が 70、非製造業 30 から次の期に製造業 56、非製造業 24 となった。地域Ｂにおいて、製造業と非製造業ともに全国と同様の増加率であったとすると、製造業は 10%減少の 63、非製造業は 10%増加の 33 となる。この和である 96 と元の 100 の差が産業構成要因である。ここでは、成長産業である非製造業のウェイトが低いことから産業構成要因がマイナスとなっている。実際には、地域Ｂの製造業は 56、非製造業は 24 まで減少し、合計が 80 となっている。この 80 と 96 の差が産業内格差要因である。



付図１－１　地域別職業間ミスマッチの推移

付注２－１　潜在成長圏を訪れる外国人旅行者の特性

インバウンド需要が少ない潜在成長圏（「宿泊旅行統計調査」（観光庁）における 2017 年のデータに基づく外国人延べ宿泊数の上位５都道府県（東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県）を除く 42 県。）を訪れる外国人旅行者の特性を捉え、誘客要因を探ることを目的として、「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）の 2017 年第１四半期から第４四半期までの個票データを用いて分析を実施した。具体的には、「潜在成長圏を訪れたか否か」を被説明変数とし、国籍・地域等の基本属性や日本で行ったことなどを説明変数として、ロジットモデルによる実証分析を行っている。

本分析で用いたモデルは以下のとおりである。

$$L_i = \alpha + \beta_1 D_i + \beta_2 P_i + \beta_3 N_i + \beta_4 I_i + \beta_5 C_i + u_i \quad (i=1, \cdots, 20875)$$

（α：定数項、L：潜在成長圏への訪問、D：訪日時に行ったこと、P：同行者、N：国籍・地域、I：情報入手源、C：その他、u：誤差項）

添え字の i は訪日外国人旅行者（調査サンプル：観光・レジャー目的）を示す。「その他」には、性別、年齢、滞在日数、訪日回数、支出額が含まれる。推計時点は 2017 年である。推計に用いた変数とその定義、記述統計量及び推定結果については、以下の表のとおりである（表１～３）。

また、上記分析では、訪日回数が多いほど潜在成長圏を訪れる旅行者が多いという結果となったところ、具体的に何回目から多くなるのかをみるため、説明変数のうち訪日回数を場合分けして分析した結果、３回目以上において、潜在成長圏を多く訪れる傾向がある。推定結果は以下の表のとおりである（表４）。

表１　推計に用いた変数一覧

変数名		定義
日本で行ったこと	日本食を食べること	日本食を食べた場合=1,それ以外=0
	日本の酒を飲むこと（日本酒、焼酎等）	日本の酒を飲みた場合=1,それ以外=0
	旅館に宿泊	旅館に宿泊した場合=1,それ以外=0
	温泉入浴	温泉入浴した場合=1,それ以外=0
	自然・景勝地観光	自然・景勝地観光した場合=1,それ以外=0
	繁華街の街歩き	繁華街の街歩きをした場合=1,それ以外=0
	ショッピング	ショッピングをした場合=1,それ以外=0
	美術館・博物館	美術館等を巡りた場合=1,それ以外=0
	テーマパーク	テーマパークに行きた場合=1,それ以外=0
	スキー・スノーボード	スキー等をした場合=1,それ以外=0
	その他スポーツ（ゴルフ等）	その他スポーツをした場合=1,それ以外=0
	舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）	舞台・音楽鑑賞をした場合=1,それ以外=0
	スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	スポーツ観戦をした場合=1,それ以外=0
	自然体験ツアー・農漁村体験	自然体験ツアーをした場合=1,それ以外=0
	四季の体感（花見・紅葉・雪等）	四季の体感をした場合=1,それ以外=0
	映画・アニメ縁の地訪問	映画・アニメ縁の地を訪問した場合=1,それ以外=0
	日本の歴史・伝統文化体験	日本の歴史・伝統文化を体験した場合=1,それ以外=0
	日本の日常生活体験	日本の日常生活を体験した場合=1,それ以外=0
	日本のポップカルチャーを楽しむ（ファッション・アニメ等）	ポップカルチャーを体験した場合=1,それ以外=0
	治療・検診	治療・検診を受けた場合=1,それ以外=0
	上記以外	上記以外の場合=1,それ以外=0
同行者	自分ひとり	自分ひとりで訪日した場合=1,それ以外=0
	夫婦・パートナー	夫婦・パートナーと訪日した場合=1,それ以外=0
	家族・親族	家族・親族と訪日した場合=1,それ以外=0
	職場の同僚	職場の同僚と訪日した場合=1,それ以外=0
	友人	友人と訪日した場合=1,それ以外=0
	その他	同行者が上記以外の場合=1,それ以外=0
国籍・地域	韓国	国籍・地域が韓国の場合=1,それ以外=0
	台湾	国籍・地域が台湾の場合=1,それ以外=0
	香港	国籍・地域が香港の場合=1,それ以外=0
	中国	国籍・地域が中国の場合=1,それ以外=0
	アジア	国籍・地域がタイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・フィリピン・ベトナム・インドの場合=1,それ以外=0
	ヨーロッパ・ロシア	国籍・地域が英国・ドイツ・フランス・イタリア・スペイン・ロシアの場合=1,それ以外=0
	米国・カナダ	国籍・地域が米国・カナダの場合=1,それ以外=0
	その他	国籍・地域が上記の国・地域以外の場合=1,上記の国・地域の場合=0
情報入手源	日本政府観光局ホームページ	日本政府観光局ホームページを利用した場合=1,それ以外=0
	旅行会社ホームページ	旅行会社ホームページを利用した場合=1,それ以外=0
	宿泊施設ホームページ	宿泊施設ホームページを利用した場合=1,それ以外=0
	航空会社ホームページ	航空会社ホームページを利用した場合=1,それ以外=0
	地方観光協会ホームページ	地方観光協会ホームページを利用した場合=1,それ以外=0
	宿泊予約サイト	宿泊予約サイトを利用した場合=1,それ以外=0
	ロコミサイト(トリップアドバイザー等)	ロコミサイトを利用した場合=1,それ以外=0
	SNS(facebook／Twitter／微信等)	SNSを利用した場合=1,それ以外=0
	個人のブログ	個人のブログを利用した場合=1,それ以外=0
	動画サイト(You tube／土豆網等)	動画サイトを利用した場合=1,それ以外=0
	その他インターネット	その他インターネットを利用した場合=1,それ以外=0
	日本政府観光局の案内所	日本政府観光局の案内所を利用した場合=1,それ以外=0
	旅行会社パンフレット	旅行会社パンフレットを利用した場合=1,それ以外=0
	旅行ガイドブック	旅行ガイドブックを利用した場合=1,それ以外=0
	自国の親族・知人	自国の親族・知人を利用した場合=1,それ以外=0
	日本在住の親族・知人	日本在住の親族・知人を利用した場合=1,それ以外=0
	旅行の展示会や見本市	旅行の展示会や見本市を利用した場合=1,それ以外=0
	テレビ番組	テレビ番組を利用した場合=1,それ以外=0
	新聞	新聞を利用した場合=1,それ以外=0
	旅行専門誌	旅行専門誌を利用した場合=1,それ以外=0
	その他雑誌	その他雑誌を利用した場合=1,それ以外=0
	その他	その他を利用した場合=1,それ以外=0
訪問地域		マイナー圏を訪問した場合=1,メジャー圏を訪問した場合=0
滞在日数		日本での滞在日数
性別		男性=1,女性=0
年齢		1=15-19歳,2=20-24歳,・・・11=65-69歳,12=70歳以上
支出額		日本滞在中の支出総額(千円単位)
訪日回数		1=1回目,2=2回目,3=3回目,4=4回目,5=5回目,6=6-9回目,7=10-19回,8=20回以上

表２　記述統計量

変数名		平均	標準偏差	最小値	最大値	観測数
日本で行ったこと	日本食を食べること	0.969	0.173	0	1	20875
	日本の酒を飲むこと（日本酒、焼酎等）	0.501	0.500	0	1	20875
	旅館に宿泊	0.289	0.453	0	1	20875
	温泉入浴	0.364	0.481	0	1	20875
	自然・景勝地観光	0.707	0.455	0	1	20875
	繁華街の街歩き	0.778	0.416	0	1	20875
	ショッピング	0.886	0.317	0	1	20875
	美術館･博物館	0.205	0.404	0	1	20875
	テーマパーク	0.245	0.430	0	1	20875
	スキー・スノーボード	0.026	0.160	0	1	20875
	その他スポーツ(ゴルフ等)	0.019	0.137	0	1	20875
	舞台鑑賞（歌舞伎･演劇･音楽等）	0.039	0.193	0	1	20875
	スポーツ観戦（相撲･サッカー等）	0.012	0.108	0	1	20875
	自然体験ツアー・農漁村体験	0.058	0.234	0	1	20875
	四季の体感（花見･紅葉･雪等）	0.115	0.319	0	1	20875
	映画・アニメ縁の地訪問	0.047	0.213	0	1	20875
	日本の歴史・伝統文化体験	0.228	0.420	0	1	20875
	日本の日常生活体験	0.190	0.393	0	1	20875
	日本のポップカルチャーを楽しむ（ファッション・アニメ等）	0.143	0.350	0	1	20875
	治療・検診	0.005	0.073	0	1	20875
	上記以外	0.001	0.036	0	1	20875
同行者	自分ひとり	0.139	0.346	0	1	20875
	夫婦･パートナー	0.169	0.375	0	1	20875
	家族･親族	0.353	0.478	0	1	20875
	職場の同僚	0.035	0.184	0	1	20875
	友人	0.313	0.464	0	1	20875
	その他	0.005	0.074	0	1	20875
国籍･地域	韓国	0.502	0.500	0	1	20875
	台湾	0.123	0.328	0	1	20875
	香港	0.030	0.172	0	1	20875
	中国	0.153	0.360	0	1	20875
	アジア	0.071	0.257	0	1	20875
	ヨーロッパ･ロシア	0.045	0.207	0	1	20875
	米国･カナダ	0.054	0.226	0	1	20875
	その他	0.022	0.147	0	1	20875
情報入手源	日本政府観光局ホームページ	0.112	0.315	0	1	20875
	旅行会社ホームページ	0.158	0.365	0	1	20875
	宿泊施設ホームページ	0.133	0.340	0	1	20875
	航空会社ホームページ	0.087	0.282	0	1	20875
	地方観光協会ホームページ	0.042	0.200	0	1	20875
	宿泊予約サイト	0.128	0.334	0	1	20875
	ロコミサイト(トリップアドバイザー等)	0.127	0.332	0	1	20875
	SNS(facebook／Twitter／微信等)	0.264	0.441	0	1	20875
	個人のブログ	0.454	0.498	0	1	20875
	動画サイト(You Tube／土豆網等)	0.084	0.277	0	1	20875
	その他インターネット	0.120	0.325	0	1	20875
	日本政府観光局の案内所	0.032	0.177	0	1	20875
	旅行会社パンフレット	0.082	0.274	0	1	20875
	旅行ガイドブック	0.174	0.379	0	1	20875
	自国の親族・知人	0.174	0.379	0	1	20875
	日本在住の親族・知人	0.089	0.285	0	1	20875
	旅行の展示会や見本市	0.010	0.099	0	1	20875
	テレビ番組	0.082	0.275	0	1	20875
	新聞	0.020	0.141	0	1	20875
	旅行専門誌	0.092	0.289	0	1	20875
	その他雑誌	0.010	0.099	0	1	20875
	その他	0.018	0.132	0	1	20875
訪問地域（潜在成長圏）		0.524	0.499	0	1	20875
滞在日数		6.191	5.591	1	282	20875
性別		0.454	0.498	0	1	20875
年齢		4.389	2.468	1	12	20875
支出額		102.637	121.008	0.182	3000	20875
訪日回数		2.655	2.066	1	8	20875

表３　潜在成長圏への訪問に係る推定結果

	説明変数	係数	標準誤差	Z値	P値	［係数の95%信頼区間］	
滞在日数		0.054	0.005	9.940	0.000	0.043	0.065
国籍・地域	ベース：中国						
	韓国	-0.232	0.056	-4.150	0.000	-0.341	-0.122
	台湾	-0.286	0.063	-4.510	0.000	-0.410	-0.162
	香港	-0.486	0.098	-4.970	0.000	-0.678	-0.295
	その他アジア	-0.087	0.072	-1.200	0.229	-0.229	0.055
	ヨーロッパ・ロシア	0.337	0.095	3.550	0.000	0.151	0.524
	米国・カナダ	-0.019	0.087	-0.210	0.831	-0.189	0.152
	その他アジア	0.272	0.120	2.270	0.023	0.037	0.508
基本属性等	年齢	0.099	0.007	13.410	0.000	0.084	0.113
	性別（男性=1）	-0.090	0.031	-2.880	0.004	-0.151	-0.029
	自分ひとり	0.009	0.136	0.070	0.948	-0.258	0.276
	家族・親族同行	-0.026	0.129	-0.200	0.843	-0.279	0.228
	友人同行	0.005	0.127	0.040	0.969	-0.245	0.255
	夫婦・パートナー同行	-0.042	0.133	-0.310	0.753	-0.303	0.219
	職場の同僚同行	0.074	0.147	0.500	0.617	-0.215	0.363
	その他同行	0.893	0.251	3.550	0.000	0.400	1.385
	訪日回数	0.049	0.008	5.870	0.000	0.033	0.065
支出額		-0.001	0.000	-4.510	0.000	-0.001	0.000
日本で行ったこと	日本食を食べること	0.070	0.091	0.770	0.440	-0.108	0.249
	日本の酒を飲むこと	-0.106	0.033	-3.250	0.001	-0.169	-0.042
	旅館に宿泊	0.166	0.038	4.400	0.000	0.092	0.240
	温泉入浴	1.010	0.035	28.730	0.000	0.941	1.078
	自然・景勝地観光	0.410	0.036	11.330	0.000	0.339	0.481
	繁華街の街歩き	0.014	0.041	0.350	0.729	-0.066	0.094
	ショッピング	0.318	0.052	6.070	0.000	0.215	0.420
	美術館・博物館	-0.242	0.041	-5.880	0.000	-0.322	-0.161
	テーマパーク	-0.378	0.036	-10.390	0.000	-0.449	-0.307
	スキー・スノーボード	-0.124	0.099	-1.260	0.209	-0.318	0.069
	その他スポーツ	-0.724	0.116	-6.250	0.000	-0.951	-0.497
	舞台鑑賞	-0.315	0.082	-3.840	0.000	-0.476	-0.154
	スポーツ観戦	0.589	0.150	3.920	0.000	0.295	0.883
	自然体験ツアー・農漁村体験	0.062	0.070	0.890	0.375	-0.075	0.198
	四季の体感	0.099	0.052	1.920	0.055	-0.002	0.200
	映画・アニメ縁の地を訪問	0.050	0.076	0.660	0.511	-0.099	0.199
	日本の歴史・伝統文化体験	0.009	0.043	0.200	0.840	-0.076	0.093
	日本の日常生活体験	-0.178	0.046	-3.890	0.000	-0.268	-0.088
	日本のポップカルチャーを楽しむ	-0.183	0.050	-3.690	0.000	-0.280	-0.086
	治療・健診	-0.395	0.213	-1.850	0.064	-0.813	0.023
	上記以外の活動	1.801	0.482	3.740	0.000	0.856	2.746
事前の情報収集で役立ったもの	日本政府観光局ホームページ	-0.041	0.053	-0.770	0.440	-0.144	0.062
	旅行会社ホームページ	0.144	0.043	3.320	0.001	0.059	0.229
	宿泊施設ホームページ	0.042	0.049	0.850	0.397	-0.055	0.138
	航空会社ホームページ	-0.128	0.060	-2.140	0.032	-0.244	-0.011
	地方観光協会ホームページ	0.236	0.081	2.900	0.004	0.077	0.395
	宿泊予約サイト	-0.023	0.048	-0.480	0.632	-0.117	0.071
	ロコミサイト	0.003	0.049	0.060	0.955	-0.093	0.099
	SNS	-0.213	0.036	-5.850	0.000	-0.284	-0.142
	個人のブログ	-0.070	0.034	-2.050	0.040	-0.137	-0.003
	動画サイト	-0.138	0.058	-2.380	0.017	-0.251	-0.024
	その他インターネット	0.580	0.048	11.960	0.000	0.485	0.675
	日本政府観光局の案内所	0.061	0.088	0.700	0.486	-0.111	0.234
	旅行会社パンフレット	0.189	0.059	3.220	0.001	0.074	0.304
	旅行ガイドブック	-0.168	0.041	-4.050	0.000	-0.249	-0.087
	自国の親族・知人	0.182	0.041	4.390	0.000	0.101	0.263
	日本在住の親族・知人	0.144	0.056	2.570	0.010	0.034	0.254
	旅行の展示会や見本市	-0.060	0.154	-0.390	0.698	-0.361	0.242
	テレビ番組	-0.037	0.060	-0.610	0.539	-0.154	0.080
	新聞	-0.609	0.113	-5.380	0.000	-0.831	-0.387
	旅行専門誌	-0.151	0.057	-2.670	0.008	-0.262	-0.040
	その他雑誌	-0.085	0.156	-0.550	0.585	-0.390	0.220
	その他	-0.006	0.115	-0.050	0.957	-0.231	0.219
定数項		-1.296	0.173	-7.480	0.000	-1.635	-0.956

表４　潜在成長圏への訪問に係る推定結果（訪日回数（３回目以上））

	説明変数	係数	標準誤差	Z値	P値	［係数の95%信頼区間］	
滞在日数		0.054	0.005	9.920	0.000	0.043	0.064
国籍・地域	ベース：中国						
	韓国	-0.212	0.056	-3.810	0.000	-0.322	-0.103
	台湾	-0.250	0.063	-3.960	0.000	-0.374	-0.126
	香港	-0.440	0.097	-4.520	0.000	-0.631	-0.249
	その他アジア	-0.083	0.072	-1.150	0.250	-0.225	0.059
	ヨーロッパ・ロシア	0.326	0.095	3.430	0.001	0.140	0.512
	アメリカ・カナダ	-0.033	0.087	-0.380	0.708	-0.203	0.138
	その他アジア	0.265	0.120	2.200	0.028	0.029	0.500
基本属性等	年齢	0.105	0.007	14.330	0.000	0.090	0.119
	性別（男性=1）	-0.090	0.031	-2.880	0.004	-0.151	-0.029
	自分ひとり	0.025	0.136	0.180	0.855	-0.242	0.292
	家族・親族同行	-0.026	0.129	-0.200	0.838	-0.280	0.227
	友人同行	0.002	0.127	0.010	0.989	-0.248	0.251
	夫婦・パートナー同行	-0.044	0.133	-0.330	0.743	-0.305	0.217
	職場の同僚同行	0.071	0.147	0.480	0.630	-0.218	0.360
	その他同行	0.899	0.251	3.580	0.000	0.406	1.392
	訪日回数（３回目以上）	0.119	0.034	3.460	0.001	0.051	0.186
支出額		-0.001	0.000	-4.290	0.000	-0.001	0.000
日本で行ったこと	日本食を食べること	0.071	0.091	0.780	0.436	-0.108	0.250
	日本の酒を飲むこと	-0.100	0.032	-3.090	0.002	-0.164	-0.037
	旅館に宿泊	0.165	0.038	4.380	0.000	0.091	0.239
	温泉入浴	1.009	0.035	28.730	0.000	0.941	1.078
	自然・景勝地観光	0.402	0.036	11.130	0.000	0.331	0.473
	繁華街の街歩き	0.010	0.041	0.250	0.801	-0.070	0.090
	ショッピング	0.320	0.052	6.120	0.000	0.217	0.422
	美術館・博物館	-0.243	0.041	-5.910	0.000	-0.323	-0.162
	テーマパーク	-0.384	0.036	-10.580	0.000	-0.455	-0.313
	スキー・スノーボード	-0.117	0.099	-1.190	0.235	-0.310	0.076
	その他スポーツ	-0.715	0.115	-6.190	0.000	-0.941	-0.489
	舞台鑑賞	-0.313	0.082	-3.810	0.000	-0.474	-0.152
	スポーツ観戦	0.586	0.150	3.910	0.000	0.292	0.880
	自然体験ツアー・農漁村体験	0.062	0.070	0.890	0.376	-0.075	0.198
	四季の体感	0.103	0.052	1.990	0.046	0.002	0.204
	映画・アニメ縁の地を訪問	0.053	0.076	0.700	0.487	-0.096	0.201
	日本の歴史・伝統文化体験	0.003	0.043	0.060	0.953	-0.082	0.087
	日本の日常生活体験	-0.177	0.046	-3.860	0.000	-0.266	-0.087
	日本のポップカルチャーを楽しむ	-0.182	0.050	-3.670	0.000	-0.279	-0.085
	治療・健診	-0.389	0.213	-1.820	0.068	-0.807	0.029
	上記以外の活動	1.812	0.481	3.760	0.000	0.869	2.756
事前の情報収集で役立ったもの	日本政府観光局ホームページ	-0.032	0.053	-0.600	0.547	-0.135	0.071
	旅行会社ホームページ	0.136	0.043	3.150	0.002	0.051	0.221
	宿泊施設ホームページ	0.044	0.049	0.880	0.377	-0.053	0.140
	航空会社ホームページ	-0.128	0.059	-2.140	0.032	-0.244	-0.011
	地方観光協会ホームページ	0.245	0.081	3.020	0.002	0.086	0.404
	宿泊予約サイト	-0.020	0.048	-0.430	0.670	-0.114	0.073
	ロコミサイト	0.004	0.049	0.090	0.932	-0.092	0.100
	SNS	-0.215	0.036	-5.910	0.000	-0.286	-0.144
	個人のブログ	-0.072	0.034	-2.100	0.036	-0.139	-0.005
	動画サイト	-0.140	0.058	-2.430	0.015	-0.254	-0.027
	その他インターネット	0.580	0.048	11.960	0.000	0.485	0.674
	日本政府観光局の案内所	0.062	0.088	0.700	0.483	-0.111	0.235
	旅行会社パンフレット	0.182	0.059	3.100	0.002	0.067	0.297
	旅行ガイドブック	-0.171	0.041	-4.130	0.000	-0.252	-0.090
	自国の親族・知人	0.172	0.041	4.160	0.000	0.091	0.253
	日本在住の親族・知人	0.157	0.056	2.810	0.005	0.048	0.267
	旅行の展示会や見本市	-0.051	0.154	-0.330	0.742	-0.352	0.251
	テレビ番組	-0.037	0.060	-0.630	0.531	-0.154	0.080
	新聞	-0.609	0.113	-5.390	0.000	-0.831	-0.387
	旅行専門誌	-0.149	0.057	-2.630	0.008	-0.260	-0.038
	その他雑誌	-0.087	0.155	-0.560	0.575	-0.392	0.217
	その他	-0.002	0.115	-0.010	0.988	-0.226	0.223
定数項		-1.245	0.173	-7.200	0.000	-1.584	-0.906

付注２－２　再訪日意欲の高い外国人旅行者の特性

インバウンド需要のすそ野を広げるのに必要なリピーター旅行者になる要因を捉えるため、再訪日意欲の高い外国人旅行者の特性を探ることを目的として、「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）の 2017 年第１四半期から第４四半期までの個票データを用いて分析を実施した。具体的には、「また日本に来たいと思いますか」という問いに対する「必ず来たい」から「絶対来たくない」までの７段階の回答（再訪日意欲）を被説明変数とし、訪問地域（成熟圏・潜在成長圏）や日本で行ったことなどを説明変数として、順序ロジットモデルによる実証分析を行っている。

本分析で用いたモデルは以下のとおりである。

$$R_i = \alpha + \beta_1 L_i + \beta_2 D_i + \beta_3 M_i + \beta_4 P_i + \beta_5 N_i + \beta_6 I_i + \beta_7 C_i + u_i \quad (i=1, \cdots, 20875)$$

（α：定数項、R: 再訪日意欲、L: 訪問地域、D: 訪日時に行ったこと、M: 訪日手段、P: 同行者、N: 国籍・地域、I: 情報入手源、C: その他、u: 誤差項）

添え字の i は訪日外国人旅行者（調査サンプル：観光・レジャー目的）を示す。「その他」には、性別、年齢、滞在日数、訪日回数、支出額が含まれる。推計時点は 2017 年である。推計に用いた変数とその定義、記述統計量及び推定結果については、以下の表のとおりである（表１～３）。

表１　推計に用いた変数一覧

変数名		定義
日本で行ったこと	日本食を食べること	日本食を食べた場合=1,それ以外=0
	日本の酒を飲むこと(日本酒、焼酎等)	日本の酒を飲みた場合=1,それ以外=0
	旅館に宿泊	旅館に宿泊した場合=1,それ以外=0
	温泉入浴	温泉入浴した場合=1,それ以外=0
	自然・景勝地観光	自然・景勝地観光した場合=1,それ以外=0
	繁華街の街歩き	繁華街の街歩きをした場合=1,それ以外=0
	ショッピング	ショッピングをした場合=1,それ以外=0
	美術館・博物館	美術館等を巡りた場合=1,それ以外=0
	テーマパーク	テーマパークに行きた場合=1,それ以外=0
	スキー・スノーボード	スキー等をした場合=1,それ以外=0
	その他スポーツ(ゴルフ等)	その他スポーツをした場合=1,それ以外=0
	舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽等)	舞台・音楽鑑賞をした場合=1,それ以外=0
	スポーツ観戦(相撲・サッカー等)	スポーツ観戦をした場合=1,それ以外=0
	自然体験ツアー・農漁村体験	自然体験ツアーをした場合=1,それ以外=0
	四季の体感(花見・紅葉・雪等)	四季の体感をした場合=1,それ以外=0
	映画・アニメ縁の地訪問	映画・アニメ縁の地を訪問した場合=1,それ以外=0
	日本の歴史・伝統文化体験	日本の歴史・伝統文化を体験した場合=1,それ以外=0
	日本の日常生活体験	日本の日常生活を体験した場合=1,それ以外=0
	日本のポップカルチャーを楽しむ(ファッション・アニメ等)	ポップカルチャーを体験した場合=1,それ以外=0
	治療・検診	治療・検診を受けた場合=1,それ以外=0
	上記以外	上記以外の場合=1,それ以外=0
訪日手段	団体ツアー	団体ツアーに参加した場合=1,それ以外=0
	個人旅行向けパッケージ	個人旅行向けパッケージを利用した場合=1,それ以外=0
	個別手配	航空券などを個別に手配した場合=1,それ以外=0
同行者	自分ひとり	自分ひとりで訪日した場合=1,それ以外=0
	夫婦・パートナー	夫婦・パートナーと訪日した場合=1,それ以外=0
	家族・親族	家族・親族と訪日した場合=1,それ以外=0
	職場の同僚	職場の同僚と訪日した場合=1,それ以外=0
	友人	友人と訪日した場合=1,それ以外=0
	その他	同行者が上記以外の場合=1,それ以外=0
国籍・地域	韓国	国籍・地域が韓国の場合=1,それ以外=0
	台湾	国籍・地域が台湾の場合=1,それ以外=0
	香港	国籍・地域が香港の場合=1,それ以外=0
	中国	国籍・地域が中国の場合=1,それ以外=0
	アジア	国籍・地域がタイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・フィリピン・ベトナム・インドの場合=1,それ以外=0
	ヨーロッパ・ロシア	国籍・地域が英国・ドイツ・フランス・イタリア・スペイン・ロシアの場合=1,それ以外=0
	米国・カナダ	国籍・地域が米国・カナダの場合=1,それ以外=0
	その他	国籍・地域が上記の国・地域以外の場合=1,上記の国・地域の場合=0
情報入手源	SNS(facebook／Twitter／微信等)	SNSを利用した場合=1,それ以外=0
	個人のブログ	個人のブログを利用した場合=1,それ以外=0
	動画サイト(You Tube／土豆網等)	動画サイトを利用した場合=1,それ以外=0
	その他インターネット	その他インターネットを利用した場合=1,それ以外=0
訪問地域		潜在成長圏を訪問した場合=1,成熟圏を訪問した場合=0
滞在日数		日本での滞在日数
性別		男性=1,女性=0
年齢		1=15-19歳,2=20-24歳,・・・11=65-69歳,12=70歳以上
支出額		日本滞在中の支出総額(千円単位)
訪日回数		1=1回目,2=2回目,3=3回目,4=4回目,5=5回目,6=6-9回目,7=10-19回,8=20回以上
再訪意欲		必ず来たい=7,来たい=6,・・・来たくない=2,絶対来たくない=1

表２　記述統計量

変数名		平均	標準偏差	最小値	最大値	観測数
日本で行ったこと	日本食を食べること	0.969	0.173	0	1	20875
	日本の酒を飲むこと(日本酒、焼酎等)	0.501	0.500	0	1	20875
	旅館に宿泊	0.289	0.453	0	1	20875
	温泉入浴	0.364	0.481	0	1	20875
	自然・景勝地観光	0.707	0.455	0	1	20875
	繁華街の街歩き	0.778	0.416	0	1	20875
	ショッピング	0.886	0.317	0	1	20875
	美術館・博物館等	0.205	0.404	0	1	20875
	テーマパーク	0.245	0.430	0	1	20875
	スキー・スノーボード	0.026	0.160	0	1	20875
	その他スポーツ(ゴルフ等)	0.019	0.137	0	1	20875
	舞台鑑賞(歌舞伎･演劇･音楽等)	0.039	0.193	0	1	20875
	スポーツ観戦(相撲･サッカー等)	0.012	0.108	0	1	20875
	自然体験ツアー・農漁村体験	0.058	0.234	0	1	20875
	四季の体感(花見･紅葉･雪等)	0.115	0.319	0	1	20875
	映画・アニメ縁の地訪問	0.047	0.213	0	1	20875
	日本の歴史・伝統文化体験	0.228	0.420	0	1	20875
	日本の日常生活体験	0.190	0.393	0	1	20875
	日本のポップカルチャーを楽しむ（ファッション・アニメ等)	0.143	0.350	0	1	20875
	治療・検診	0.005	0.073	0	1	20875
	上記以外	0.001	0.036	0	1	20875
訪日手段	団体ツアー	0.194	0.395	0	1	20875
	個人旅行向けパッケージ	0.085	0.279	0	1	20875
	個別手配	0.721	0.449	0	1	20875
同行者	自分ひとり	0.139	0.346	0	1	20875
	夫婦･パートナー	0.169	0.375	0	1	20875
	家族･親族	0.353	0.478	0	1	20875
	職場の同僚	0.035	0.184	0	1	20875
	友人	0.313	0.464	0	1	20875
	その他	0.005	0.074	0	1	20875
国籍･地域	韓国	0.502	0.500	0	1	20875
	台湾	0.123	0.328	0	1	20875
	香港	0.030	0.172	0	1	20875
	中国	0.153	0.360	0	1	20875
	アジア	0.071	0.257	0	1	20875
	ヨーロッパ･ロシア	0.045	0.207	0	1	20875
	米国･カナダ	0.054	0.226	0	1	20875
	その他	0.022	0.147	0	1	20875
情報入手源	SNS(facebook／Twitter／微信等)	0.264	0.441	0	1	20875
	個人のブログ	0.454	0.498	0	1	20875
	動画サイト(You Tube／土豆網等)	0.084	0.277	0	1	20875
	その他インターネット	0.120	0.325	0	1	20875
訪問地域(潜在成長圏)		0.524	0.499	0	1	20875
滞在日数		6.191	5.591	1	282	20875
性別		0.454	0.498	0	1	20875
年齢		4.389	2.468	1	12	20875
支出額		102.637	121.008	0.182	3000	20875
訪日回数		2.655	2.066	1	8	20875
再訪意欲		6.408	0.718	1	7	20875

表３　再訪日意欲に係る推定結果

説明変数		係数	標準誤差	Z値	P値	［係数の95%信頼区間］	
潜在成長圏訪問		0.092	0.031	2.980	0.003	0.032	0.153
滞在日数		-0.005	0.003	-1.610	0.107	-0.012	0.001
国籍・地域	ベース：中国						
	韓国	-0.914	0.053	-17.390	0.000	-1.018	-0.811
	台湾	0.428	0.061	7.040	0.000	0.309	0.547
	香港	0.185	0.095	1.940	0.053	-0.002	0.372
	その他アジア	0.574	0.073	7.920	0.000	0.432	0.717
	ヨーロッパ・ロシア	0.317	0.091	3.480	0.001	0.138	0.496
	米国・カナダ	0.551	0.087	6.310	0.000	0.380	0.721
	その他アジア	0.471	0.120	3.940	0.000	0.237	0.706
基本属性等	年齢	-0.076	0.007	-11.000	0.000	-0.090	-0.063
	性別（男性=1）	0.056	0.029	1.910	0.056	-0.001	0.113
	自分ひとり	0.051	0.126	0.410	0.683	-0.195	0.297
	家族・親族同行	-0.220	0.119	-1.850	0.064	-0.453	0.013
	友人同行	-0.150	0.117	-1.280	0.200	-0.378	0.079
	夫婦・パートナー同行	-0.086	0.122	-0.700	0.483	-0.325	0.154
	職場の同僚同行	-0.311	0.135	-2.300	0.022	-0.576	-0.045
	その他同行	0.332	0.220	1.510	0.130	-0.098	0.762
	訪日回数	0.111	0.008	14.100	0.000	0.096	0.127
訪日手段	ベース：団体ツアー旅行						
	個人旅行向けパッケージ旅行	0.299	0.062	4.820	0.000	0.177	0.420
	個別手配旅行	0.179	0.045	3.940	0.000	0.090	0.268
支出額		0.001	0.000	3.970	0.000	0.000	0.001
日本で行ったこと	日本食を食べること	0.144	0.086	1.670	0.095	-0.025	0.314
	日本の酒を飲むこと	0.064	0.030	2.090	0.036	0.004	0.123
	旅館に宿泊	0.091	0.036	2.540	0.011	0.021	0.161
	温泉入浴	0.016	0.034	0.470	0.640	-0.051	0.084
	自然・景勝地観光	-0.075	0.034	-2.210	0.027	-0.142	-0.009
	繁華街の街歩き	0.196	0.038	5.200	0.000	0.122	0.269
	ショッピング	0.128	0.049	2.640	0.008	0.033	0.224
	美術館・博物館	0.046	0.039	1.160	0.245	-0.031	0.123
	テーマパーク	0.062	0.035	1.800	0.072	-0.006	0.130
	スキー・スノーボード	0.108	0.099	1.090	0.274	-0.086	0.301
	その他スポーツ	0.069	0.108	0.640	0.522	-0.143	0.281
	舞台鑑賞	-0.025	0.081	-0.310	0.758	-0.183	0.133
	スポーツ観戦	-0.030	0.153	-0.200	0.843	-0.330	0.269
	自然体験ツアー・農漁村体験	-0.135	0.067	-2.000	0.046	-0.267	-0.003
	四季の体感	0.074	0.050	1.480	0.139	-0.024	0.173
	映画・アニメ縁の地を訪問	0.140	0.077	1.810	0.070	-0.011	0.291
	日本の歴史・伝統文化体験	0.136	0.041	3.290	0.001	0.055	0.217
	日本の日常生活体験	0.096	0.044	2.180	0.029	0.010	0.182
	日本のポップカルチャーを楽しむ	0.291	0.049	5.980	0.000	0.196	0.387
	治療・健診	-0.031	0.222	-0.140	0.890	-0.466	0.405
	上記以外の活動	-0.628	0.413	-1.520	0.128	-1.436	0.181
事前情報収集で役立ったもの	ＳＮＳ	0.107	0.034	3.120	0.002	0.040	0.174
	個人のブログ	0.062	0.032	1.910	0.056	-0.002	0.125
	動画サイト	0.124	0.056	2.200	0.028	0.013	0.235
	その他インターネット	-0.183	0.044	-4.210	0.000	-0.269	-0.098

付注２－３　訪日外国人旅行者数の変化要因

訪日外国人旅行者数を決定している要因を分析するため、「訪日外客数」（日本政府観光局）から訪日旅行者数が入手可能な 36 の国・地域から構成されるパネルデータを構築し、各国の訪日旅行者数がそれぞれの実質ＧＤＰ、対円名目為替レート、ビザ発給免除措置の有無、東日本大震災ダミー、尖閣諸島問題ダミー、ＬＣＣ（格安航空会社）就航便数で説明するモデルを推定した。

本分析で用いたモデルは以下のとおりである。

$$P_{it} = \alpha + \beta_1 GDP_{it} + \beta_2 FX_{it} + \beta_3 VS_{it} + \beta_4 EQ_{it} + \beta_5 SI_{it} + \beta_6 LCC_{it} + u_{it}$$

（α：定数項、P：訪日外国人旅行者数、GDP：実質 GDP、FX：名目為替レート(2003 年=100)、VS：ビザ発給免除措置の有無、EQ：東日本大震災の有無、SI：尖閣諸島問題の有無、LCC：LCC 就航便数、u：誤差項）

添え字の i は国・地域、t は時点(年)を示す。推計した国・地域数は、36 ヶ国・地域、推計期間は、2003 年～2017 年であり、観測数は 540 となる。変数に関して、各国の「実質ＧＤＰ」（ＩＭＦ“World Economic Outlook”より作成。）を用いるとともに、「名目為替レート」（当該国通貨建て、ＩＭＦ“International Financial Statistics”より作成。）は、2003 年を基準として指数化しており、値の上昇は円安を示す。また、ダミー変数について、「ビザ発給免除措置の有無」（外務省資料による。）は、免除された場合に１、免除されていない場合は０、「東日本大震災の有無」は、2011 年に１、それ以外の年は０、「尖閣諸島問題の有無」は、中国のみ 2012 年と 2013 年に１、それ以外の国・地域及び年は０、「ＬＣＣ就航便数」は、ＬＣＣによって運行される各国と日本間の定期直行便の週当たり便数（国土交通省「国際線就航状況」）としている。

記述統計量及び推定結果については、以下のとおりである（表１、２）。

表１　記述統計量

	平均	標準偏差	最小値	最大値	観測数
訪日外国人旅行者数(人)	305052	802204	5245	7355818	540
実質ＧＤＰ（10億ドル）	1404.9	2728.7	37.6	19000.3	540
為替レート（2003年＝100）	98.1	17.5	39.8	160.5	540
ビザ免除対象	0.756	0.430	0	1	540
東日本大震災	0.067	0.250	0	1	540
尖閣諸島問題	0.004	0.061	0	1	540
ＬＣＣ就航便数（週当たり）	5	38	0	586	540

表２　訪日外国人旅行者数に係る推定結果

説明変数	係数	標準誤差	T値	P値	［係数の95%信頼区間］	
実質ＧＤＰ	302.442	13.881	21.790	0.000	275.169	329.715
為替レート（2003年＝100、当該国通貨建て）	2329.573	794.327	2.930	0.004	768.928	3890.219
ビザ免除対象	341277.300	76895.000	4.440	0.000	190198.700	492355.900
東日本大震災	-95583.100	43687.460	-2.190	0.029	-181417.600	-9748.633
尖閣諸島問題	-1453347.000	188646.500	-7.700	0.000	-1823988.000	-1082706.000
ＬＣＣ就航便数	9466.411	312.554	30.290	0.000	8852.325	10080.500
定数項	-644421.500	100838.700	-6.390	0.000	-842543.200	-446299.800

地域区分

本レポートでは、原則として下記の地域区分を採用している。ただし、下記地域区分によらない場合はその旨を明記している。

地域名		都道府県名
北海道		北海道
東北		青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島
関東	北関東	茨城、栃木、群馬
	南関東	埼玉、千葉、東京、神奈川
甲信越		新潟、山梨、長野
東海		静岡、岐阜、愛知、三重
北陸		富山、石川、福井
近畿		滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国		鳥取、島根、岡山、広島、山口
四国		徳島、香川、愛媛、高知
九州		福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島
沖縄		沖縄

参考文献等

第１章

内閣府（2010）「平成 22 年度年次経済財政報告」

阿部宏史(1989)「我が国における産業構造地域間格差の長期的推移について」地域学研究，20(1)，33-55.

Dunn, E. S. (1960). A statistical and analytical technique for regional analysis. Papers and Proceedings of the Regional Science Association, 6, 97.

Jackman, R., & Roper, S. (1987). Structural unemployment. Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 49(1), 9-36.

第２章

国土交通省観光庁（2018）「平成 30 年版　観光白書」

国土交通省観光庁（2016）「平成 28 年版　観光白書」

国土交通省観光庁（2018）「訪日外国人の消費行動　平成 29 年年次報告書」

国土交通省観光庁（2015）「訪日外国人の消費行動　平成 26 年年次報告書」

国土交通省観光庁（2012）「訪日外国人の消費行動　平成 23 年年次報告書」

ＵＮＷＴＯ（2017）“Tourism Highlights” 2017 Edition

ＵＮＷＴＯ（2011）“Tourism Towards 2030”

第３章

岡崎陽介・敦賀智裕（2015）「ビッグデータを用いた経済・物価分析について―研究事例のサーベイと景気ウォッチャー調査のテキスト分析の試み」日本銀行調査統計局

山澤成康（2018）「計量テキスト分析による景気判断－コーディングルールや主成分を使った時系列分析－」ESRI Discussion Paper No.345

大高一樹・菅和聖（2018）「機械学習による景気分析 ―「景気ウォッチャー調査」のテキストマイニング―」日本銀行金融研究所ディスカッション・ペーパー・シリーズ

山本祐樹・松尾豊（2016）「景気ウォッチャー調査の深層学習を用いた金融レポートの指数化」第 30 回人工知能学会資料

小寺信也・藤田隼平・井上祐介・新田尭之（2018）「POS・テキストデータを用いた消費分析－機械学習を活用して－」経済財政分析ディスカッション・ペーパー・シリーズ DP/18-1