

高知県地域経済に貢献する 観光関連産業の在り方とは¹

～高知県産業連関分析を踏まえて～

高知大学人文学部 中澤純治研究室

齋藤 楓²

小田久瑠実

小柳 春樹

島田 遥

中島 夏樹

¹本稿は、2013年11月23日、24日に開催される、WEST論文研究発表会2013に提出する論文である。本稿の作成にあたっては、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

²代表者連絡先 b111f057@s.kochi-u.ac.jp

要旨

本稿は、観光関連産業の持つ地域経済への経済波及効果を増大させることで、地域経済の活性化を促進させることを目的とする。

近年、観光関連産業をてこにした地域おこしが注目されている。観光施策は特に財政難にあえぐ多くの地方都市において、低コスト・高効率な地域おこし政策として積極的に採用されている。ここで日本における観光関連産業の実態に触れておく。

〔観光関連産業の実態〕

観光産業における就業者数は443 万人であり、就業者総数の6.9%を占めている。観光消費がもたらす生産波及効果（直接効果を含む）は46.4 兆円、このうちの付加価値効果は23.7 兆円であり、これにより397 万人の雇用効果があるという結果となった。これらは、それぞれわが国の産出額の5.2%、GDP の5.0%、就業者総数の6.2%に相当する。（2013, 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」）

これまでも、観光施策による地域おこしに関して考察した論文は多くあり、それぞれで観光施策の効果の高さを謳っている。その理由として、観光関連産業と位置付けられる産業のすそ野が広く、連関効果が高いという前提があるからだ。これらの論文を検証すると、軒並み平均自給率を利用して最終需要の増分を推計している。しかし、地方都市においては産業集積の低さ、生産技術の後れ等による供給能力の低迷によって、観光のサプライチェーンは期待されているほど強固ではなく、脆弱となっている恐れがあるのではないのだろうか。言い換えるなら、地域を取り巻く実態は、サプライチェーン上で発生するお金のやり取りが地域内にあまり滞留せず、一部が漏出している状況であると私たちは考えている。つまり、観光関連産業を振興させることを目的とした諸策による地域経済の貢献度は、既存の産業連関分析上では過大評価されている可能性があるのだ。

この仮定に基づいて、本稿では高知県内の観光関連産業と位置付けられる「宿泊業、飲食業、各種移動交通の運営、レジャー施設運営、おみやげ品の製造」の五要素についてその自給実態を調査し、分析を行った。調査手法は質問紙及び聞き取り調査による。

政策提言では、質問紙及び聞き取り調査等の結果を加味した実態分析を踏まえて、観光関連産業がより多くのお金を地域に滞留させる効率的なモデルプランを示すことにする。

WEST 論文研究発表会 2013

現状分析・問題意識

はじめに

地域おこしが喫緊の課題だと地方（本稿では、住民や自治体の意とする。）は口を揃えている。かつては高度経済成長期（1955年～1973年）に、日本は高い貯蓄率と設備投資への意欲の高まりという好条件が重なり、未曾有の経済成長を成し遂げた。その真っ只中にあった1960年、池田内閣の「所得倍增計画」達成という錦の御旗のもと、「太平洋ベルト構想」が発生した。これにより、該当臨海地域を中心に重厚長大産業をてこにした地域活性化が図られた。この構想に基づいて特定の臨海地域に重工産業を集中させ、未曾有の経済成長を達成した。その構想から漏れた地方もまた、産業誘致に躍起な時代だった。

産業誘致には企業が進出するだけの動機づけが欠かせない。その点で金銭的な負担減免は企業側に大いに魅力的だ。仮に、企業が新工場建設を模索しているとする。工場建設候補地に求められる要件は、広大で平たい土地があり、その土地にはすでに必要なインフラの整備がされていることになるだろう。これは決して古い時代のたとえ話ではなく、現代においても減税や補助金制度をはじめとする各種手厚い支援が用意されている。以下でいくつか事例紹介をする。

事例①自治体の取り組みを後押しするために国土交通省は「広域的地域活性化法に基づく施策」を策定した。観光や物流の活性化のために広域的地域活性化基盤整備計画を作成した都道府県は、企業立地促進に必要なインフラ整備を一体的に実施しようとする場合、国土交通省の交付金制度などの活用が可能。柔軟な運営が期待されているのが特徴で、「観光地内で統一された看板を導入する」といった趣旨のものまで支援対象の一例としている³。

事例②「企業立地の促進等による地域における産業集積の形成及び活性化に関する法律」により指定された各種条件を満たした立地企業に対しては、複数の減税措置が講じられるほか、日本政策投資金融公庫から低金利にて融資を受けることが可能である⁴。

「産業誘致のために。」と企業が喜ぶ特典をひとつまたひとつと設けるたび、誘致側には莫大な財政負担が強いられた。しかし、近年いよいよ地方にも財政余裕がなくなってきた。原因として考えられるものは各所でさまざま論じられているが、ことに少子化にともなう高齢化が進行している日本においては、現役世代の減少により財政はひっ迫している。⁵総務省作成の「地方財政の状況」によると、平成22年度末の地方債現在高は142兆円あまりで、この数値は歳入総額の1.42

³ 国土交通省 国土政策紹介ページより
http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudokeikaku_tk4_000012.html

⁴ 北海道経済部産業振興課作成のPDFより
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/ssg/sgr/kigyorichi_sokushinhou2.htm

WEST 論文研究発表会 2013

倍、一般財源総額の2.63倍にあたるという。財政の硬直化は疑いの余地がない。

これまで述べてきたとおり、近年では、地域に産業を誘致するのに欠かすことの出来ないインセンティブ（減税に代表される一種の優遇策）にお金を割く財政的余裕がなくなってしまった。地方は、産業誘致に代わる低コスト・高効率な地域おこし政策を迫られたのである。ここ数年、全国で多用されているのが観光関連産業をてこにした地域おこしだ。今回は、ここ数年観光立県を掲げている高知県を事例に考察していく。

なお、本稿の構成は以下の通りである。まず本稿で取り上げる高知県の現状と地域活性化策における観光関連産業の位置づけについて述べる。次に観光産業について産業連関表を用いて分析している先行研究を紹介し、本稿の独自性について述べる。そして理論・分析の章では実態調査を踏まえ、産業連関表を用いた分析と考察を行う。以上を踏まえ、最終章では地域に貢献する観光産業のあり方について政策提言を行う。

第一節 地方の現状

本稿では、主に高知県を事例に研究・考察を進めていくことにする。高知県を事例として取り上げるのは、高知県が全国に先駆けて非常に困難な現象に直面していると考えられるからだ。この現象は程度に大なり小なりあれども、全国的にも必ずや訪れることになるだろう。高知県知事・尾崎正直氏が「課題先進県」と評するように、高知県では全国におよそ10年先駆けて人口の自然減少が始まり、人口に占める65歳以上の高齢者割合を示す高齢化率も全国で上位に位置している。（上位から秋田県：30.7%、高知県：30.1%、島根県：30.0%となっている⁵）

以下で簡単に高知県の紹介をする。

[高知県データ]

「統計でみる高知県のすがた」によると、2011年度末の人口は759千人。人口そのものの少なさは勿論だが、最大の問題は人口構成が偏っている点だ。年少人口12.01%（全国44位の低さ）、生産年齢人口59.02%（全国46位の低さ）、老年人口28.97%（全国3位の高さ）と、人口構成は非常にアンバランスな形になっている。

高知県の県内総生産額は2兆1408億円（2009年度）で全国で2番目に低い。さらに、高知県の県内総生産額は2000年からの9年間で16.9%も少なくなっていて、これは全国最悪の数字だ。県民所得額は2017千円で全国最下位となった。（全国平均は2790千円）

高知県産業の強みは農業部門で、生産額こそ大きくはないが、1haあたりの生産額は東京都に次いで全国2位の高水準だ。また森林面積割合は83.3%と全国トップではあるが、林業出荷額はそれほど大きくない。（日本銀行高知支店調べを抜粋）

⁵ 内閣府(2013)「平成25年版 高齢社会白書(概要版)」p.6

WEST 論文研究発表会 2013

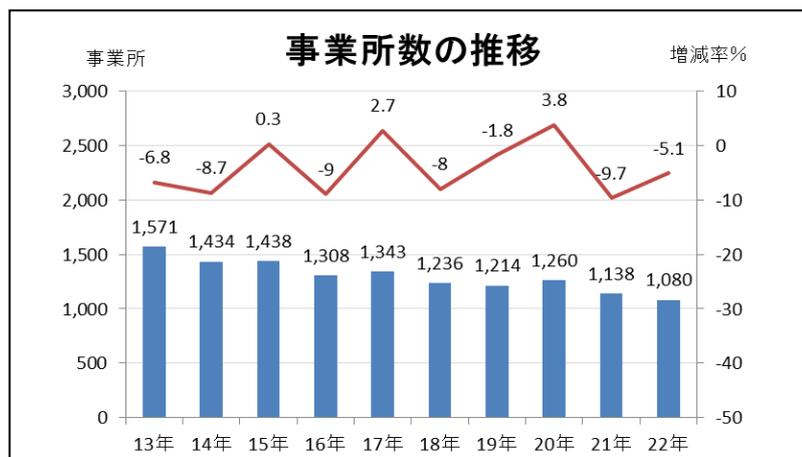
表1 高知県における数値データと全国平均

項目	高知県	全国平均
人口	759千人 (全国45位)	0.6%*全国に占める割合
名目別県内総生産額	2兆1,408億円 (全国46位)	0.45%*全国に占める割合
県民所得額	2017千円 (全国最下位)	2790千円
年少人口割合	12.01% (全国44位)	13.25%
生産年齢人口割合	59.02% (全国46位)	63.32%
老年人口割合	28.97% (全国3位)	23.43%

資料出所：日本銀行高知支店「統計でみる高知県のすがた」を参考に筆者作成

また高知県は東西に長い地形で、さらに四国山地が海岸線の近くまで迫っている。まとまった平地が少ないのだ。そのような地理的不利条件に近い将来発生するとされる南海地震・津波を危惧する声も相まって、高知県では産業誘致がままならないだけでなく、既存の工業系事業所数が減少してしまった。(図1)

図1：高知県における工業系事業所数の推移資料



出所：高知県「工業統計調査」より筆者作成

地域にとって企業がひとつ撤退することの負のインパクトは計り知れない。まず発生するのは、働き口の減少だ。これまで雇われていた地元住民が突然職を失う。すると自治体の税収が減少し、極論ではあるが、以前と同水準の公共サービスを提供することが困難になっていくことも想像に難くない。

加えて、高知県だけでなく多くの地方で共通する悩みは定住人口の減少だ。地域内の定住人口が減少している今日の地方においては、交流人口を増加させることにより、以前と同等の経済活動水準を保つことが急務である。

定住人口が一人減少すると、つられて消費額も落ち込む。観光庁の「観光立国の実現に向けた

WEST 論文研究発表会 2013

取り組み」によると、減少した消費額を観光関連産業で補おうとする場合、国内日帰り旅行者であれば79人、国内宿泊旅行者であれば24人、外国人旅行者の場合であれば7人獲得する必要がある。

第二節 観光の定義

先に私たちは観光関連産業を「宿泊業、飲食業、各種移動交通の運営、レジャー施設運営、おみやげ品の製造・販売」と定めた。これらは、観光客が行う主たる消費行動をもとに考えた。観光客が普段住んでいる土地から観光目的地まで移動するためには交通手段が要るだろうし、観光しているからといって食事を欠かすことはないといって差し支えないだろう。また観光客が訪れた土地は彼らにとって定住している地ではないから、複数日にわたりその地を観光するのなら宿泊する必要も生じてくる。こうした観光客が一連の消費行動をするために利用する産業を観光関連産業とした。

これまで本稿において「観光」という表現を多用してきたが、その定義に関してはかなり曖昧なもので解釈も広義になっている。私たちは観光の定義を以下のものに求める。「観光概念の再構成」の著者・加太宏邦氏の主張だ。

「観光とは、近代市民社会の定住者が、一時的に離郷し、有償を前提にして気軽に楽しむために、他郷の風物を観に行き短期間滞在をする現象に関わることどもの総体である。」

以下、本文中に登場する「観光」はこの定義に準ずるものとする。

第三節 地域振興策としての観光政策

第一項 事例紹介

近年、地方は観光振興による地域活性化を重用している。以下でいくつか事例を紹介する。

2012年3月18日から2013年3月31日までの一年間、東北地域全体で、東北観光博が開催された。これは地域全体を一種の博覧会会場と見立てたイベントだ。短期的には大きく落ち込んでいる東北地域への旅行需要の喚起を、中長期的には地域が主体となった新たな観光スタイルを実現することを目的とする。具体的には、東北地域への送客を強化するとともに、東北の主要な観光地域28カ所程度を核となる「ゾーン」として設定し、「地域観光案内人」の配置、地域独自の観光コンテンツの提供等を行う。これにより、地域が主体となった持続的な取り組みの定着を図る。

広島県では、「DESTINATIONキャンペーン」という大型観光キャンペーンが行われた。（開催期間は2013年7月1日から2013年9月30日。）地元自治体・地元観光事業者などとJRグループ6社が一体となって、全国から当該エリアへ誘客を図ることが目的だ。一つのキャンペーン期間は3か月で、開催地は全国各地で持ち回っている。タイアップした地域の魅力ある観光スポットや、ご当地ならではの名物を同イベントのホームページで紹介している。

第二項 観光関連産業の性格

これらのイベントのように観光をてこに誘客し、消費活動を促すのは、観光関連産業に以下の

WEST 論文研究発表会 2013

ような性格があるからだ。

第一に、「観光」という手段は、地域外から人を集めることが出来る。

地域振興には人・もの・カネのダイナミックな動きが欠かせない。これらが円滑に循環するための起点となるのが観光だ。観光を用いない場合に想定されるのは、各サービスに係るお金のやり取りが地域内でのやり取りのみに限定されることだ。そればかりか、ケースによっては地域内循環すべきお金が地域外に漏出する可能性すらある。一方で観光を用いた場合に期待されるのは、「域外マネーの獲得」だ。たとえ同じサービスの消費であっても、域内の人だけが行ってたやり取りの範疇では起こり得なかった類のものとなる。また外部との取引により、域内のみの取引の場合に比べて新たな波及効果の発生も起こり得る。

『国土交通省観光庁 観光統計』によると、

1. 国内旅行消費額…平成22年実績23.8兆円
2. 直接的な経済効果として付加価値誘発効果 11.5兆円、雇用誘発効果 229万人、間接的な経済効果として生産波及効果 49.4兆円、付加価値誘発効果 25.2兆円、雇用誘発効果 424万人と推計している。税収効果は 4.0兆円という⁶。

観光を用いない場合には、地域内に限定されていたモノ・サービスに係るお金のやり取りが、観光という手段を用いることで地域外の間人も含めたより大きなものになると考えられる。

第二に、観光は産業誘致などに比べ、低コストで地域にお金を落とすことができるといわれる。これは観光政策の優れた費用対効果を前提にしている。

財政難に悩む地方において、地域振興にさえ大金を割く財政的余裕がなくなってしまった。その機に観光が重用されるのには理由がある。費用対効果のよさだ。静岡大学の太田隆之準教授は自身の論文『観光地再生のための政策課題と地域政策の可能性・方向性』にて、以下のように記している。(以下引用)

観光とは、ある場所に行き、その土地固有の財やサービスを享受し、楽しむ行為である。(中略)観光関連産業は土地などその地域固有な財やそれらが有する特徴に依拠した経済活動を行っている。これらが一体となって供給されるサービスは、その地域特有の特徴やその地域の固有な価値に強く規定される側面がある。…各地域では個々の地域固有財を利活用することで、それぞれの方法で観光を軸とした活性化に取り組み、それを実現する可能性がある。(太田 2010)

観光政策を地域振興策として成功させるには、既存の地元資源を見出し、それをプロデュースし、宣伝することが欠かせない。すでに地域に当たり前にあるものであっても、きちんと地域資源として捉えなおすことで、観光資源として目の目を見ることになる。ここで高知県の事例を紹介する。

高知県では平成 24 年度から観光キャンペーンを行っている。題して、「リョーマの休日」なる

⁶ 国土交通省観光庁「観光統計」より <http://www.mlit.go.jp/common/000210907.pdf>

WEST 論文研究発表会 2013

ものだ。かの「ローマの休日」になぞらえたネーミングだが、この観光キャンペーンのキャッチコピーを「わざわざ行こう！志国高知」としている。これに高知県の思いがよく表れている。高知県以外の四国三県（愛媛県、香川県、徳島県）には本州四国連絡橋（それぞれ西瀬戸自動車道、瀬戸中央自動車道、神戸淡路鳴門自動車道）が架かっている。四国四県上を目的地に据えれば、陸路の場合いずれかの連絡橋を通ることになる。つまりは、通過客の行う経済活動も期待することができる。しかし、瀬戸内海に面しておらず、さらには四国山地で他の四国三県と隔てられた高知県は唯一、通過地になりえない。つまり、高知県には何らかの目的がある者しか訪れ得ない立地環境にあるのだ。観光客に限定して言えば、高知県にわざわざやって来て初めて見（み）、触れることのできる「非日常の体験」を巧く言い得ている。

第三に、観光を構成する観光関連産業のすそ野の広さがある。これに加えて、観光関連産業には高い連関効果があるという期待も大きい。つまりは、特定一産業の振興にとどまらない地域全体に及ぶ産業活性化が可能であるということだ。私たちは観光に直接ないしは間接的に関与している産業は数多だと考えている。観光客に接しながら最終財を提供しているものはとくに分かりやすいだろう。ここでは飲食業を例にあげることにする。

高知名物の「カツオのたたき」を提供するには、原材料であるカツオや玉ねぎ、にんにくなどの調達がかかせない。そして、原材料を揃えるだけでは済まず、調理する段階を経、観光客のもとに手渡しされる。さらに言うならば、そのカツオのたたきが「地産地消」を謳っているのならば、生産地もごく身近なものに限定されている。これらカツオのたたきに関するサプライチェーンの各段階において、財・サービスと金銭のやりとりが発生し、至極地元のだれかの収入になっているということができる。

ひとつの財・サービスの提供の裏には壮大なサプライチェーンがある。原材料があり、それを加工し、最終的に売り渡すという、一連の過程には労働投入が絡んでいる。サプライチェーンはさまざまな業種の産業を横断しているから、観光が労働需要を刺激する効果は多岐にわたり、現在の地域振興の手段として有意義なものとして捉えてよいとすべきではないだろうか。

表2 試算：平均消費単価が500円増えた場合に起こる経済効果（高知県の場合）

高知県 県外観光客県内消費額関連指標（2010年）	
県外観光客数	4,359,415人
平均県内消費額	23,188円→23,688円
県外観光客総消費額	1010億8600万円→1032億6582万円
生産誘発額	1534億2100万円→1596億6405万円
生産誘発倍率	1.52倍

（出典：平成22年 高知県観光客入込・動態調査より）

最後にあげるものは、これまでのような経済効果云々という類とは異なる。住民の内面（マインド/こころ）に深くはたらきかけ得るといふものだ。第四に、観光には、観光客には地域住民に

WEST 論文研究発表会 2013

自らの住まう土地に対する愛着を芽生えさせる性質があるといわれる。これは、観光客をはじめとする地域外の人間の方が、地域資源の価値を正確に見抜き、評価することが容易に出来るからだ。

自らの住まう地域に愛着が持てないないしは、地域の魅力に気がつかないことで引き起こされる現象として、想定されるものは少なくない。代表的なものに、伝統文化やそれを生業としている産業の衰退がある。地域が永く育んできた伝統文化/産業の衰退によって、その地域のアイデンティティの象徴を失うことは、やはりもの寂しいだろう。そして、それに従事してきた人たちがもたらすお金の流入が止むこと、人口の流出も忘れてはならないだろう。

住民が自らの住まう地域の魅力に気が付き、それを愛でる機運を高めるのは、地域外の人間(観光客)によることが多い。観光に期待されるのは、地域住民に異質な「交流」を生むことだ。従来マス・ツーリズムで紹介されていたような言葉通りの観光地だけでなく、地域独自の生活文化に触れることを目的としたタイプの観光では、地方でありふれた風景も観光地の範疇になる。田舎でごく当たり前の生活の営みでさえ、観光客には新鮮に映ることがあるものだ。そこに地方が生きる道がある。観光客が地元では当たり前とっていたものを珍しがり、そして褒める。地元コミュニティ内では、起こりえない非日常のやり取りが地域住民に、もっとも身近な土地を見つめなおすきっかけを与える。『これで納得！集落再生：大西 隆ほか共著』ではこのように紹介されている。

“観光”の力で再生を図るには、まず地域の魅力を発見することから始めなければならない。“魅力”がなければ人は来ない(のだから)。地域資源を使って(都会人の持つ潜在的な欲求や願望を本質的に理解し、)それに答えるべく商品化を図ることは、高度なセンスが必要である。(このような高度なことを)地域住民に求めるのは、あまり現実的ではない。

また北海道大学の石森秀三氏は自身の論文「観光立国時代における観光創造」にて、従来のマス・ツーリズムから住民主体の観光事業への転換について以下のように述べている。

(日本が観光立国を目指すにあたり必要なことは、)地域住民が主役になり、地域住民が誇りを持つことのできる地域資源を持続可能な形で訪問者(観光者)に提供することによって、地域住民と訪問者がともに感動や幸せを共有できるような「新しい観光の創造」を行うことである。(中略)(新しい観光の特徴である)内発的観光開発とは、地域社会の人々や集団が固有の自然環境や文化遺産を持続的に活用することによって、地域主導による自律的な観光のあり方を創出する営みを意味している。

観光客だけないしは、地域住民だけが観光による恩恵を受けるわけではない。双方ともに何らかのメリットがある、いわば「Win-win」の関係にあるというのが観光政策のよさだろう。

WEST 論文研究発表会 2013

第四節 問題提起

ここまで地域おこしに観光政策が多用される理由についていくつか述べてきた。観光政策の経済性、効率性といった数値に表れるメリットだけでなく、地域住民の愛着まで高める起点にもなるという幅の広さが印象的だ。さながら、悩める地域の万能薬のようだ。

しかし既存研究上において、観光政策による地域貢献度は過大評価されていると私たちは考える。産業集積が低く、生産技術の後れ等による供給能力の低迷によって、高知県を含む多くの地方都市では、観光のサプライチェーンは期待されているほど強固ではなく、脆弱となっている可能性がある。現代の観光客が幅広いニーズを持っていて、観光関連産業では、それを捕捉しきれていないと思われるのがその理由だ。従来からのマス・ツーリズムが現在でも主流なのに加え、最近ではグリーン・ツーリズム（農山漁村地域において、その地域ならではの自然文化や、地域住民と交流するスタイルの観光をいう。「農家レストラン」などが好例。）やエコツーリズムと呼ばれるものまで興隆してきた。これに併せて、観光客のいわゆる本物志向が高まり、それに応えることが容易でなくなっているのだ。こうした現況では、観光関連産業が関与するサプライチェーンの各段階において発生するお金・サービスのやり取りは地域内に多く滞留することなく、地域外に漏出している恐れがある。

以上のことから、この論文ではとくに、「観光関連産業で高知県は本当に潤うのか。つまり、高知県内で機能しているサプライチェーン上で発生するお金のやり取りは実はあまり地域内に滞留せず、想定以上に漏出している状況ではないだろうか。」という疑問について考察を進めていくことにする。

WEST 論文研究発表会 2013

先行研究及び本稿の位置づけ

第一節 先行研究および産業連関分析について

観光関連産業だけでなく、特定の産業が持つ経済波及効果を分析するために用いるのが産業連関分析で、それを一覧表としてまとめたものが産業連関表だ。ここで産業連関分析・産業連関表についての説明を兵庫県産業連関分析から引用したい。

産業連関表（分析）とは…

「1年間に兵庫県内（対象地域内）で、産業間や産業と家計等との間で行われた生産物（財・サービス）の相互取引の状態を、タテ・ヨコの一覧表形式に表したものである。（産業連関分析では、）県民経済計算では重複部分（中間生産物）として捨象される産業間の取引を含んでおり、生産活動の全容を明らかにしているところに特徴がある。（中略）産業連関分析は、それ自体で、経済取引の実態（県経済規模・構造、循環の把握、産業間の連結関係などを）明らかにする統計表として有効である。」

（平成17年度兵庫県産業連関分析より）

観光産業が持つ地域経済への貢献度を推測した論文はこれまでに数多ある。とくに地方自治体が産業連関分析と併せて観光政策の有効性を述べているものが多い。いくつか簡単に紹介する。

武者（2010）は奈良県で開催された「平城遷都1300年祭」を事例に関西七府県（大阪府、京都府、滋賀県、奈良県、兵庫県、福井県、和歌山県）で発生する経済波及効果について推定している。さらに、本当に観光政策が地域経済にとって有効かつ効率的な施策かどうかについて示すために、公共投資や民間設備投資とその乗数の比較を試みている。その結果、域内調達率が100%とされている公共投資と単純比較はできないものの、観光政策は公共投資に次ぐ経済波及効果を持っているとまとめている。

一方で、観光に関わる産業それぞれに注目した研究もある。熊本県天草市の観光の経済波及効果および関連産業の域内調達率を分析した長谷部（2011）は、本稿同様に観光産業従事者にアンケート調査を実施し、自給実態に迫っている。そこでは、天草市内において観光産業の自給率はおよそ2割と低かったため、調査当時の自給実態のままでは観光客が消費行動を行うことがあっても、経済波及効果も小さなものにとどまるとしている。また、観光産業内でも自給率の高低が存在しており、長谷部（2011）は比較的自給率の高い産業に積極的な投資を行えば、観光客の行う消費の循環もよくなると締めている。

第二節 先行研究に対する本稿の位置づけ

従来、観光の経済波及効果を分析するために用いている手法は産業連関分析のうち「競争移輸入型モデル」といわれるものだ。この競争移入力型モデルでは、全産業にわたる平均自給率を用い

WEST 論文研究発表会 2013

て最終需要の増分を求めている。しかし、観光関連産業と位置付けた五産業のサプライチェーンの実態は競争移輸入型モデルの産業連関分析で推計されるほど強くないと私たちは考えた。そこで、観光関連五産業に該当する業種の方々に質問紙及び聞き取り調査を行い、詳細な自給実態について回答していただいた。

質問紙及び聞き取り調査で回答して得た情報を産業連関分析に反映させるため、地域内調達分と移輸入分（県産財と移輸入財）を実際の割合で分割して表示することが可能である「非競争移輸入型モデル」を用いることにした。そして、高知県統計課作成の産業連関表を非競争移輸入型モデルに変換し、質問紙及び聞き取り調査をもとに作成した非競争移輸入型モデルとの差異を比較することにする。

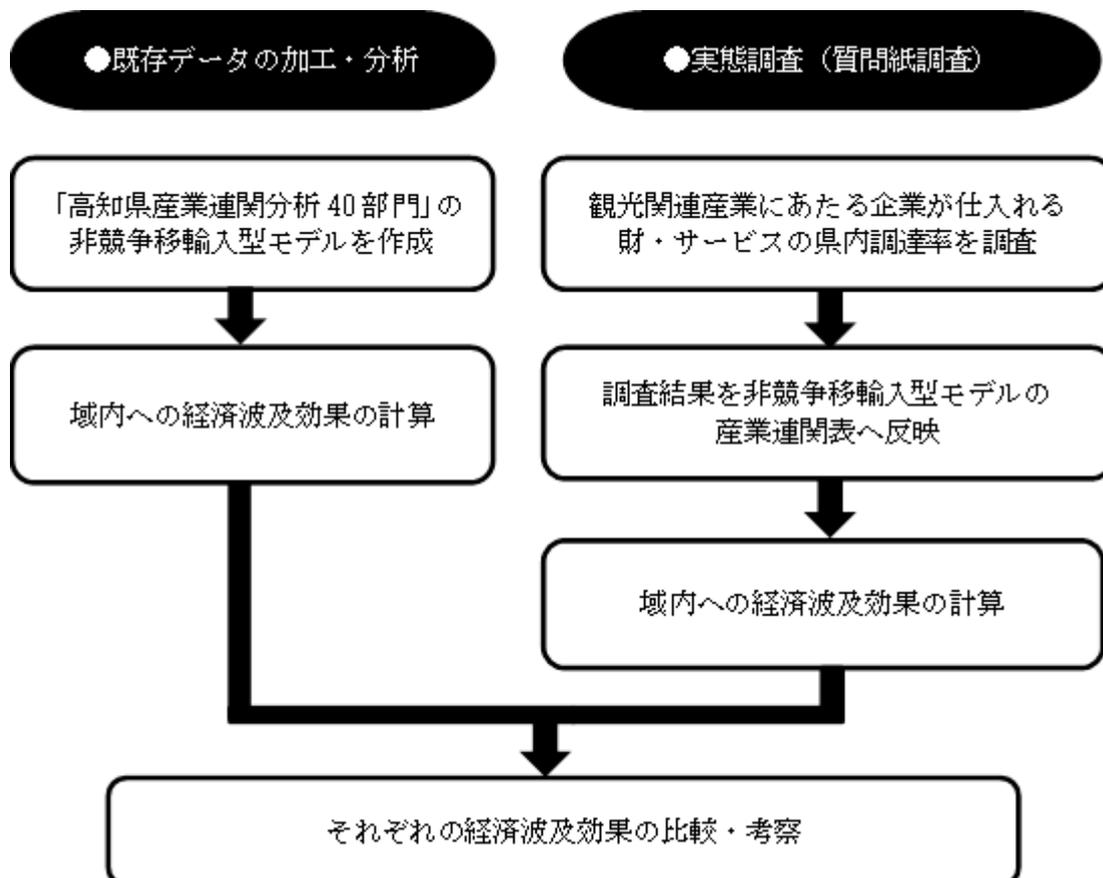
WEST 論文研究発表会 2013

理論・分析

第一節 分析の枠組み

第一章で述べたように、さまざまな地域で観光による地域おこしがなされており、その経済波及効果は産業連関分析によって推計されている。現在、国や自治体が産業連関分析で用いているモデルは「競争移輸入型モデル」といわれる。このモデルでは取引先が域内であるか域外であるか区別されていない。移輸入率を算出し、区別をすることは可能だが、そのさいはどの産業でも移輸入率は一定とされている。本来、現実経済でこのような産業連関をしているとは考え難く、従来の産業連関表では地域内の自給実態・経済波及効果を正確に捉えられないと考えた。

そこで本稿では、既存データから算出した経済波及効果と実態調査によって得られたデータから算出した経済波及効果を比較し、その差異及び自給実態の傾向を考察する。波及効果の算出のさいは、地域内産分と移輸入分を実際の割合で分割して示すことができる「非競争移輸入型モデル」を用いた。以上の方法で観光産業における経済波及効果の実態を把握し、観光関連産業で地域活性化を図るための政策提言へ繋げることを最終目標とした。



WEST 論文研究発表会 2013

第二節 調査対象の選定

産業連関表においては、どの産業が観光関連産業であるかは定義されていない。そこで観光関連産業が「平成 17 年 高知県産業連関分析 40 部門」において、いずれの部門に該当するのか、「平成 17 年 高知県産業連関表 部門分類・コード表」及び「平成 17 年(2005 年)産業連関表(-総合解説編-)」を参考に定めた。(表 3)

表 3 産業連関表部門表分類に観光関連産業をあてはめた場合

観光関連産業	40 部門表における該当部門	基本分類表における該当部門
宿泊業	対個人サービス	宿泊業
飲食業	対個人サービス	一般飲食店(除喫茶店) 喫茶店 遊興飲食店
各種移動交通の運営	運輸	鉄道旅客輸送 鉄道貨物輸送 バス ハイヤー・タクシー
レジャー施設運営	対個人サービス	スポーツ施設提供業・公園・ 遊園地 その他の娯楽
おみやげ品の製造・販売	飲食料品	菓子類

(平成 17 年度 高知県産業連関表部門分類・コード表をもとに筆者作成)

以上を踏まえた上で、観光関連産業の自給実態を把握するための質問紙及び聞き取り調査を行った。本来なら高知県全域の事業所を調査することが望ましいが、観光客が訪れる場所・購入する製品を製造する事業所を対象としなければならないこと及び予算の都合上、今回は調査する事業所を限定した。なお、そのさいは観光客が周遊する際に参考にするとと思われる各種旅行情報誌・インターネットサイトなどでの紹介順、紹介記事の数や紙面面積、実際の来場客数等をもとに選択した。概要は以下の通り。

○調査対象

- ・ 宿泊業 …高知県の場合、高知市に宿泊施設の 60%が集中しているため、高知市の宿泊施設を対象とした
- ・ 飲食業 …各種旅行情報誌、インターネットサイトでの紹介・評価順を参考にした。
- ・ 各種移動交通の運営業…「高知県 平成 22 年県外観光入込・動態調査報告書」によると、観光客の来訪手段として多いものは順に自動車 (273 万 7 千人)、観光

WEST 論文研究発表会 2013

バス（108万人）、鉄道（12万人）、高速バス（10万8千人）とされている。一方で高知県を訪れる観光客の80%以上がレンタカーを含む自動車にて来訪していることから、各種公共交通機関を運営する事業所及び高知自動車道を管理する西日本高速道路を対象とした。

・ レジャー施設運営業 …高知県で最新の「平成22年県外観光入込・動態調査報告書」において紹介がある県内レジャー施設の来場客数実績と各種旅行情報誌での扱いなどをもとに対象施設を選択した。

・ 菓子製造販売業 …本稿では「おみやげ」は高知銘菓に限定した。

高知県を訪れた観光客が多く利用すると考えられる高知県内の主要おみやげ売り場（南国サービスエリア上下線、高知龍馬空港内売店3店舗、高知市中心街に位置するおみやげ店3店舗、JR高知駅構内2店舗）にて高知銘菓の売上順を聞き取り調査した。それをもとに共通して売上げの多かった高知銘菓を製造しているメーカー3社を調査対象とした。

○サンプル数：宿泊部門 22件、回答数 6件、有効回答数は 5件
 飲食部門 20件、回答数 5件、有効回答数は 5件
 交通部門 6件、回答数 4件、有効回答数は 1件
 レジャー施設運営部門 23件、回答数 14件、有効回答数 12件
 おみやげ品の製造部門 3件、回答数 3件、有効回答数 3件
 有効回答数計 26件

○調査項目

- ・ 主力事業内容
- ・ 平成23年1月1日～平成23年12月31日の売上高
- ・ 生産に要した各種財・サービスの県内調達率（産業連関表では中間需要に該当分野）
- ・ 県内調達率が低い品目について、その理由
 なお観光関連産業が生産供給する財・サービスが産業連関表の産業分類のいずれに該当するかについては、部門基本分類コード表による

この調査で得たデータを産業連関分析に反映する。

第二節 理論分析

第一項 分析モデル

以下、理論・分析で用いるモデルを紹介することにする。

表4は競争移輸入型の産業連関表だ。本章第一節でも触れたように、競争移輸入型の産業連関表は域内の自給実態を詳細に捉え、表示することが困難である。そこで、調査結果を反映させる

WEST 論文研究発表会 2013

ため、非競争移輸入型の産業連関表を用いることにする。

表 4 競争移輸入型の産業連関表

		中間需要			県内 最終需要	移輸出	県内最終 需要	移輸入	総生産
		A	B	C	Y	E	F	M	X
中間投入	A	10	5	0	20	50	70	-15	70
	B	20	55	100	40	100	140	-165	150
	C	20	40	100	50	200	250	-180	230
内生部門 計		50	100	200					
付加価値	V	20	50	30					
総生産	X	70	150	230					

はじめに、非競争移輸入型モデルの構造について説明する。

表 5 非競争移輸入型モデル

	中間需要部門	最終需要		移輸入	総生産
		県内最終 需要	移輸出		
県産財	$x^d (=A^d * X)$	F^d		0	X
		Y^d	E^d		
移輸入財	$x^m (=A^m * X)$	F^m		-M	0
		Y^m	$E^m (=0)$		
付加価値	V				
総生産	X				

まず表 5 における中間需要 x 、および最終需要 F を自給率を用いて県産財 (d) と移輸入財 (m) に分割する。なお、自給率は(県内需要額-移輸入額)÷県内需要額で求められる。

$$x = x^d + x^m = A^d X + A^m X$$

$$F = F^d + F^m$$

このとき、需給バランス式は以下のようになる。

WEST 論文研究発表会 2013

$$X = A^d X + F^d$$

$$M = A^m X + F^m$$

これより、県内総生産 X と移輸入 M について解くと以下のようなになる。

$$X = (I - A^d)^{-1} F^d$$

$$M = A^m (I - A^d)^{-1} F^d + F^m$$

以上より、県産財／移輸入財別投入係数行列 A^d 、 A^m 及び県内財／移輸入財別最終需要 F^d 、 F^m を与えると、県内総生産 X と輸入 M が求めることができ、非競争移輸入型の産業連関表が作成される。

表 6 非競争移輸入型の産業連関表

県産財	A	B	C	Y^d	E^d	M	X
A	6	3	0	11	50	0	70
B	5	13	23	9	100	0	150
C	3	6	14	7	200	0	230
内生部門計	14	22	37				
移輸入財				Y^m	E^m		
A	4	2	0	9	0	15	0
B	15	42	77	31	0	165	0
C	17	34	86	43	0	180	0
内生部門計	36	78	163				
V	20	50	30				
X	70	150	230				

本来、非競争移輸入型モデルの産業連関分析を行うには、全産業にわたる自給実態の捕捉が欠かせない。ただ、その作業には膨大な手間とコストを要することになり、きわめて現実的でない。そこで、私たちは観光関連産業に絞って質問紙及び聞き取り調査を用いた自給実態の補足を行った。

次に、質問紙及び聞き取り調査の結果を分析に反映させる方法について説明する。なお、分析方法については3部門モデルを用いる。

観光関連産業の関連会社である α 社、 β 社、 γ 社の3社に対して質問紙及び聞き取り調査を行い、以下のデータが得られたとする(表7、表8)。これらを産業連関表に反映させる。

WEST 論文研究発表会 2013

表 7 各企業の売上総額

	α	β	γ
売上総額	25	15	32

表 8 各企業の県産財（上部）と移輸入財（下部）の仕入割合

		α 社	β 社	γ 社
A 産業	県産財	40%	60%	30%
	移輸入財	60%	40%	70%
B 産業	県産財	10%	20%	20%
	移輸入財	90%	80%	80%
C 産業	県産財	10%	10%	0%
	移輸入財	90%	90%	100%

まず、各産業の投入係数(生産額計/中間投入額)に各企業の売上総額を乗じ、各企業が生産額分の財・サービスを生産するために必要な金額を算出した。

表 9 各企業が財・サービスを 1 単位生産するにあたり必要な金額

	α 社	β 社	γ 社
A 産業	2.5	1.5	3.2
B 産業	7.5	4.5	9.6
C 産業	7.5	4.5	9.6

次に、表 9 の金額を表 8 を参考に県産財と移輸入財に分類する。そして分類した金額を、産業ごとに合計する。

表 10 各企業の県産財と移輸入財の仕入金額

県産財	α 社	β 社	γ 社	小計	移輸入財	α 社	β 社	γ 社	小計
A 産業	1	0.9	0.96	2.86	A 産業	1.5	0.6	2.24	4.34
B 産業	0.75	0.9	1.92	3.57	B 産業	6.75	3.6	7.68	18.03
C 産業	0.75	0.45	0	1.2	C 産業	6.75	4.05	9.6	20.4

しかし、この方法で産業関連分析を行うさい、観光関連産業には質問紙及び聞き取り調査結果に基づく自給率を乗じ、観光関連産業以外の産業には全産業にわたる平均移輸入率を乗じることになる。すると、両産業の数値が交差する箇所では、数値間に誤差が生じて産業関連表が成立し

WEST 論文研究発表会 2013

ない不具合が生じる。この不具合は、構成比をもとに配分することによって回避する。以下に配分手順を説明する。

(1) 表 6 の太枠の部分の行の構成比を求める。

表 6 太枠			太枠計	=	構成比				
A	2	0	9	÷	11	=	0.200	0.000	0.800
B	42	77	31		150		0.282	0.513	0.205
C	34	86	43		163		0.211	0.526	0.263

(2) (1) で出した構成比をもとに B、C 及び Y^m の分配額を求める。

構成比			×	A 産業の移輸入増加額	=	分配額		
A	0.200	0.000		-1.714		-0.343	0.000	-1.371
B	0.282	0.513		-1.651		-0.466	-0.847	-0.339
C	0.211	0.526		-1.857		-0.391	-0.977	-0.489

分配額を調査前の非競争移輸入型モデルから差し引きすることで、アンケート調査後の産業連関表（表 11）が完成する。

表 11 アンケート調査に基づいた非競争移輸入型の産業連関表

県産材	A	B	C	Y ^d	E ^d	M	X
A	4	3	0	13	50	0	70
B	3	13	24	10	100	0	150
C	1	6	15	8	200	0	230
移輸入財				Y ^m	E ^m		
A	6	2	0	7	0	-15	0
B	17	42	76	30	0	-165	0
C	19	34	85	42	0	-180	0
V	20	50	30				
X	70	150	230				

表 11 が完成し、調査後のデータと調査前のデータとが比較できる形になった。そこで、2つのデータの「県産財最終需要」に同じ需要額を与えたときの総生産額及び移輸入額を比較する。先でも述べたように、観光関連産業のサプライチェーンの実態は競争移輸入型モデルの産業連関分析で推計されるほど強くないと私たちは考えている。したがって調査前と比較して調査後の総生産額は減少し、移輸入額は増加すると予想した。以下に最終需要が増加した場合の総生産額及び移輸入額の計算方法を説明する。

WEST 論文研究発表会 2013

まず、総生産額の計算方法について説明する。

- (1) 調査前(表 6)の A 産業の県産財の最終需要に 10 を加え、各産業の総生産額を求める。最終需要が増加した場合の総生産額は、以下の式で求められる。

$$X=(I-A^d)^{-1}\times F^d$$

A^d : 県産財投入係数行列

F^d : 県産材最終需要

$$\begin{array}{c}
 (I-A^d)^{-1} \\
 \begin{array}{|c|c|c|}
 \hline
 A & 1.091 & 0.023 & 0.002 \\
 \hline
 B & 0.085 & 1.1 & 0.119 \\
 \hline
 C & 0.051 & 0.046 & 1.071 \\
 \hline
 \end{array}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 F^d \\
 \hline
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 71.4 \\
 \hline
 109.3 \\
 \hline
 207.1 \\
 \hline
 \end{array}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 X1 \\
 \hline
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 80.9 \\
 \hline
 150.8 \\
 \hline
 230.5 \\
 \hline
 \end{array}
 \end{array}$$

- (2) 調査後(表 11)の A 産業の最終需要に 10 を加え、各産業の総生産額を求める。(1)と同様に計算すると以下ようになる。

$$\begin{array}{c}
 (I-A^d)^{-1} \\
 \begin{array}{|c|c|c|}
 \hline
 A & 1.062 & 0.025 & 0.003 \\
 \hline
 B & 0.052 & 1.104 & 0.124 \\
 \hline
 C & 0.019 & 0.048 & 1.077 \\
 \hline
 \end{array}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 F^d \\
 \hline
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 72.8 \\
 \hline
 109.6 \\
 \hline
 207.6 \\
 \hline
 \end{array}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 X2 \\
 \hline
 \begin{array}{|c|}
 \hline
 80.6 \\
 \hline
 150.5 \\
 \hline
 230.2 \\
 \hline
 \end{array}
 \end{array}$$

- (3) (1)と(2)の総生産額を比較し、差を求める。

	F ^d 増加	調査前	調査後	差
		X1	X2	X2-X1
A	10	80.90649	80.61784	-0.28865
B	0	150.8485	150.5204	-0.32807
C	0	230.5091	230.1852	-0.32396
計	10	462.2641	461.3234	-0.94067

以上のことから、調査前と比べて調査後の総生産額は減少することが分かる。

次に、総生産額の場合と同様に、移輸入額の計算方法について説明する。

- (1) 調査前(表 6)の A 産業の県産財の最終需要に 10 を加え、各産業の移輸入額を求める。最終需要が増加した場合の移輸入額は、以下の式で求められる。

$$M=A^m(I-A^d)^{-1}\times F^d+F^m$$

WEST 論文研究発表会 2013

- M : 各産業の移輸入額
- A^m : 移輸入財別投入係数行列
- I : 単位行列
- A^d : 県産財投入係数行列
- F^d : 県産材最終需要
- F^m : 移輸入材別最終需要

$$A^m(I-A^d)^{-1} \times F^d + F^m = M1$$

	0.068	0.017	0.002
A	0.280	0.330	0.391
B	0.305	0.274	0.427
C			

71.4
109.3
207.1

8.6
30.7
42.9

15.7
167.8
183.1

(2) 調査後(表 11)の A 産業の最終需要に 10 を加え、各産業の移輸入額を求める。(1)と同様に計算すると以下ようになる。

$$A^m(I-A^d)^{-1} \times F^d + F^m = M2$$

	0.092	0.015	0.002
A	0.278	0.329	0.390
B	0.307	0.274	0.425
C			

72.8
109.641
207.6316

7.2
30.4
42.4

15.9
167.8
183.1

(3) (1)と(2)の移輸入額を比較し、差を求める。

	F ^d 増加	調査前	調査後	差
		M1	M2	M2-M1
A	10	15.6799	15.9163	0.2365
B	0	167.8001	167.7846	-0.0155
C	0	183.0547	183.0678	0.0131
計	10	366.5346	366.7687	0.2341

以上のことから、調査前と比べて調査後の移輸入額の合計額は増加することが分かった。これが本稿における理論分析のモデルである。

WEST 論文研究発表会 2013

第二項 分析結果

第一項で紹介したモデルの通り分析を行い、既存データから算出した経済波及効果と調査で得たデータから算出した経済波及効果を比較した。なお、交通部門についてはサンプル数が極端に少なく、実態を捉えること困難だと判断したため、今回は分析対象外とした。

調査前と調査後で生産額及び移輸入額を比較した結果、以下の通りとなった。

	既存データ 総生産(X1)	調査後データ 総生産(X2)	差 X2-X1
飲食料品	117809.1	111330.4	-6478.78
対個人サービス	247307.6	247338.1	30.49516
耕種農業	91106.59	81164.61	-9941.99
畜産・その他の農業	13508.1	17292.43	3784.325
林業	17595.8	17623.43	27.6321
漁業	49060.1	62547.85	13487.75
鉱業	21650.18	21619.88	-30.302
繊維製品	21528.89	21677.2	148.3075
製材・木製品・家具	25626.24	25762.68	136.436
パルプ・紙・紙製品	75929.17	71199.2	-4729.97
印刷・製版・製本	10117.03	9698.097	-418.93
化学製品	11256.11	10859.44	-396.669
石油・石炭製品	1516.107	1244.787	-271.32
窯業・土石製品	63766.57	63522.72	-243.853
鉄鋼・非鉄金属	23993.88	23857.66	-136.228
金属製品	14785.81	13867.79	-918.019
一般機械	55408.94	55098.22	-310.718
電気機械	8980.417	8980.785	0.368338
情報・通信機器	8767.293	8768.166	0.873715
電子部品	91898.55	91898.46	-0.09456
輸送機械	31577.04	31621.35	44.31009
精密機械	10177.49	10177.8	0.309277
その他の製造工業製品	28713.26	26256.58	-2456.69
建築	186732.4	186570.8	-161.504
土木	198081	198081	0
電力・ガス・熱供給	79644.66	80479.07	834.4162
水道・廃棄物処理	38428.4	38818.51	390.1135
商業	452722.6	446946.3	-5776.3

WEST 論文研究発表会 2013

金融・保険	187385.6	187004	-381.675
不動産	323044.8	322497.6	-547.177
運輸	156742.5	155543.4	-1199.1
自家輸送	70577.64	70194.83	-382.804
情報通信	153275.6	152709	-566.625
公務	320911.1	321005.5	94.45045
教育・研究	171072.9	171285.2	212.2762
医療・保健・社会保障・介護	384066.2	384067.6	1.484311
その他の公共サービス	26282.31	26283.8	1.496025
対事業所サービス	169462.8	169530.7	67.88643
事務用品	247207.6	196586.9	-50620.6
分類不明	6245.379	6811.974	566.5947
計	4213964	4147824	-66139.9

以上の表から、実際の生産額 X の合計は既存データに比べて小さいことがわかる。このことから、県の調査において経済波及効果は過大評価されているといえる。一方で「対個人サービス」「畜産・その他農業」など、差額が正になった部門もある。

	既存データ 移輸入額 M1	調査後データ 移輸入額 M2	差 M2-M1
飲食品	143484.1	150840.5	7356.432
対個人サービス	50740.87	50716.78	-24.0892
耕種農業	13721.68	22792.02	9070.339
畜産・その他の農業	6045.726	1586.38	-4459.35
林業	1375.13	1370.92	-4.20954
漁業	5368.119	-8566.91	-13935
鉱業	16761.74	16712.9	-48.845
繊維製品	42275.29	41289.91	-985.38
製材・木製品・家具	22522.97	22372.52	-150.449
パルプ・紙・紙製品	118362.1	98994.19	-19367.9
印刷・製版・製本	19249.38	19453.89	204.5076
化学製品	98001.51	96244.35	-1757.16
石油・石炭製品	93258	94279.22	1021.228
窯業・土石製品	22250.4	22189.4	-61.0028

WEST 論文研究発表会 2013

鉄鋼・非鉄金属	41408.43	41105.22	-303.208
金属製品	41996	42706.68	710.673
一般機械	62658.37	60351.64	-2306.73
電気機械	36352	36362.78	10.77844
情報・通信機器	34389.57	34387.61	-1.96215
電子部品	46674.29	45239.56	-1434.73
輸送機械	79750.56	80319.84	569.2844
精密機械	17559.14	17552.83	-6.3095
その他の製造工業製品	98499.98	92012.17	-6487.82
建築	0	59.94089	59.94089
土木	0	0	0
電力・ガス・熱供給	9632.743	8422.923	-1209.82
水道・廃棄物処理	2227.612	1787.06	-440.552
商業	131943.6	125950.7	-5992.91
金融・保険	23899.39	23964	64.61449
不動産	12011.11	12292.25	281.1447
運輸	100610.5	98232.88	-2377.64
自家輸送	0	0	0
情報通信	40116.73	40255.8	139.0738
公務	0	0	0
教育・研究	4906.799	4536.596	-370.204
医療・保健・社会保障・ 介護	1540.629	1540.663	0.03381
その他の公共サービス	0	8.904473	8.904473
対事業所サービス	125527.3	124372.6	-1154.76
事務用品	0	75.38441	75.38441
分類不明	5845.055	5608.545	-236.511
計	1570967	1527423	-43544.3

以上の表から、実際の移輸入額 M の合計は既存データに比べて小さいことがわかる。このことから実際は、県の調査データに比べると、全体的に自給率が高いことがわかる。

また事業所に対して、仕入先を選ぶ理由を自由記述式で回答してもらった。

おみやげ品の製造に関しては量・価格で選ぶという回答が多く、また注文量の増減に対して調達がし易いかどうか（急に注文量を変えても対応してもらえるか）という理由もあった。

飲食業、レジャー施設では、県内企業から意識して購入しているという回答があった。しかし

WEST 論文研究発表会 2013

レジャー施設ではどうしても高知県内では購入できない設備や受けられないサービスがある、県内に比べて安価である場合は県外から購入するといった回答もあった。他にも飲食業では、おみやげ同様に安価であるか、安定供給ができるかどうかポイントである場合があった。宿泊業では納期・価格を理由としている場合もあったが、全国チェーンのため仕入れを一括して本社で管理しているというケースもあった。

第三節 考察

実態調査により、県内自給率は全体的に高いものの、域内への経済波及効果は大きくはないことがわかった。このことから域内への波及効果を生む財・サービスを産出しながらも、その利潤は域外に漏出している可能性がある。

今回非競争移輸入型モデルを用いることで、県産財・移輸入材を区別して波及効果を計算することができた。しかし非競争移輸入型モデルにも多くの課題がある。

第一に、コストが割高になることが挙げられる。非競争移輸入型モデルを用いるには、やはり綿密な調査が欠かせないためである。第二に、比例分配の方法では調査を行っていない部門の数値は、全体構成比にあわせて数値調整が行われているため、実体経済でのパフォーマンスと比べて、過大もしくは過小な評価をされている可能性がある。第三に、非競争移輸入型モデルを用いる前提として、「県産財と移輸入財が完全に非競争的である」というものがある。これは現実経済においては考えにくい現象である。現実経済では、域内調達分について、域外調達分にはない非代替性があるとは限らないからだ。また経済性を追求した結果、域外生産分を選択しているとするなら、それもまた合理的なことに違いない。無下に非難することはできない。

WEST 論文研究発表会 2013

政策提言

投入財には大きく二種類ある。それは財の調達先の違いで、本稿ではこれまで県産財と移輸入財と表現してきた。完成品の原材料に県産財を多く採用することにより、地域内経済の活性化を図るべきだ、というのが私たちのロジックだ。一方で、投入財の性格も鑑みることも忘れてはならない。たとえば化石燃料のように、そもそも高知県内において生産を行っていないものが生産活動に欠かせないものだったりする。財の調達先ばかりに執着して、化石燃料を県内で採掘・精製すべきだ、と声を上げたところで打開策に乏しいだろう。

サプライヤーである観光関連産業が製品・サービスを構成するために投入財を選択するさいには、さまざまある制約のもとで各々条件を満足させるものを選択しているはずだ。今回、質問紙及び聞き取り調査を進めるにつれてその選択には積極的なもの、消極的なものがあると感じた。

積極的な選択とは、投入財の調達先となり得る候補が数多あり、互いに競合状態にあることをいう。このさいに需要者である観光関連産業は、投入財の品質や価格等といった諸々の条件を最も満足させるものを選択する。地産地消とでも謳ってない製品・サービスの場合には、とくに原産地に拘りを見せることが少なかった。「あそこのものは品質がいいから。」という感じだ。

そして私たちの考える消極的な選択とは、投入財の調達先候補が県内に存在しておらず、あくまで結果的に県外から調達したという状態にあることを指す。高知県の観光関連産業に聞かれた。そもそも県内に調達先候補がないのだから、致し方なく県外のものを選択したという印象を受けた。

なぜ、私たちは投入財の生産地にここまで拘ったのか。それは、地域内に滞留する可能性のあるお金のやり取りが地域内にあまり滞留せず、地域外に漏出する状況は看過してはならないと考えるからだ。消極的な選択をせざるを得ないことによって、地域内に多くのお金が滞留することで生まれる好サイクルをみすみす逃す状態は好ましくない。そこで地域内連関を高めるモデルプランについて提言していくことにする。ここで大切なのは、原材料が完成品となり消費者の手まで渡る一連のサプライチェーンの各段階におけるお金のやり取りが、より多く地域内に滞留することだ。これが本稿で提起する観光モデルプランである。プランの中身は至極簡単なもので、サプライチェーンの各段階でサプライヤーや消費者に、県産品を選択させるに足るインセンティブを意図的に与えるに過ぎない。まず、サプライヤーには積極的に県産品を選択させ、彼らはそれを用いて生産活動を行う。次の段階では、その商品が地域において特別な価値を持っていることを差異なく観光客に伝える。最終的に観光客は、明確な意思のもと完成品を購入する。この各段階において適切な手段を用いることが重要なのだ。

○生産者に対する取り組み

私たち消費者が商品を手にとって、まず確認することは何だろう。おそらく、その商品がどこで生産・製造されたものなのか、そして品質と価格の関係が適切な範囲内であるかといったこと

WEST 論文研究発表会 2013

でないだろうか。消費者にとってその指標のひとつとなり得るのがブランドだ。

「高知といえばカツオのたたきが美味しいはず。」であるとか、「りんごの産地といえば、青森県や長野県だろう。」というような強力なブランドイメージが浸透しているのなら、競争力についていえば生産者も悩みが少ないだろう。市場において大きな価値を持つ、認知度で優位に立つことができるからだ。しかし、無名のブランドはそうはいかない。積極的に選択してもらうだけの実績作りをし、名を売り込まなければならず、それには幾ばくかの時間を要する。その期間にあるとき、消費者に訴えかけるものとして存在感を示すのは、品質と価格の間にある割安感だろう。「この価格にしては、魅力的なパッケージである」という割安感で競合他商品との差別化をするうちは、生産者に対してしわ寄せがおこる。その補てんを生産者に対して行うことが欠かせないと私たちは提起する。

○消費者に対する取り組み

先述のブランド力を活かした取り組みはこれまでさまざま行われている。本稿でも一例をあげる。「地域団体商標」といわれるものだ。この制度は地域ブランド化を促進することを目的として、従来の商標法では禁じられていた「地域名と商品名からなる商標」を認めようというもので、その存在価値は大きい。

高知県における地域団体商標のひとつに「四万十川の青さのり」がある。四万十川といえば、よく「日本最後の清流」という形容がされ、数多ある河川の中で屈指の知名度を誇る。その優れた知名度やイメージにあやかっただけのブランド戦略を行うことができるのだ。地元地域にとって追い風となるのは、想像に難くない。

私たちはすでに行われている諸々の取り組みは消費者の選択に一定程度の影響を持っていると認識している。ただ、これに加えて実施すべき事柄も依然としてあると感じている。それは、消費者が地産地消が加速することによる地域経済への好循環についてきちんと認識し、さらに意識的に地のものを選択するための試みだ。ここで二段階の試みを示したい。

まずは消費者に地域貢献度を認識させる仕組みだ。私たちは完成品を一目見て地元原材料をどれだけ使用しているか示す認証シール制度を提起する。これは完成品を構成する原材料のうち、一定比率（実態調査で求めた観光関連産業の自給率を上回る）70%以上の原材料を県産材で賄っているものについて、そのことを明確に伝える試みだ。これにより、消費者である観光客自らが地域経済を活性化させるキーマンであることを認識させる。

そして次段階の試みには、その地域経済への貢献度が高い商品・サービスを意識的に手に取ってもらうためのインセンティブが必要だ。たとえば、複数以上の対象商品を購入した消費者には特典を設けるなどして、観光客の繋ぎ止めを図るのも一案だろう。この好例が高知県で実践されている。

高知県では現在、「龍馬パスポート」なる周遊促進の企画が行われている。これには、県内全域に散在する観光地に足を伸ばし、消費活動を加速させる意図がある。観光地を訪れたり、一定額以上の消費をすることで獲得できるスタンプをパスポートに見立てた手帳に集めていく。そして一定以上のスタンプが貯まると、対象商品・サービスの割引度が大きくなるなどの豪華な特典を

WEST 論文研究発表会 2013

用意しているのが特徴的だ。

この手の観光周遊促進のイベントにおいて用意する特典は、主たる消費者である観光客の再訪と更なる消費を促すインセンティブが好ましい。旬の地のものや人気商品を安価に購入できるというものが代表的だ。これにより、県産材の消費拡大も期待できる。

WEST 論文研究発表会 2013

おわりに

本稿を執筆するきっかけとなったのは、高知県で重ねて実施されている巨大観光誘客キャンペーンの有効性への疑問だ。2010年に放映され、ブームを引き起こした大河ドラマ「龍馬伝」によって、坂本龍馬ファンのメッカとなった高知県。彼らに狙いを定めて、坂本龍馬にタイアップした巨大キャンペーンを今年 2013 年度も継続している。空前の龍馬ブームは落ち着きを見せつつあるなかにおいても、依然として高知県が発表する経済波及効果は巨額だ。

私たちはこれに観光施策による地域活性化の可能性を垣間見た。観光施策の性格と事例を調べると、どれも好評で全国的に多用されていることも理解できた。しかし、その判断基準となる産業連関分析が現状に対して過大評価をしている可能性があることを知った。そこで、高知県産業連関分析が行っているものより現状把握を深めるために、高知県の観光関連産業に携わる企業様に質問紙及び聞き取り調査を行う運びになった。分析結果は、事前の予想より自給率は高いものの、経済波及効果は小さいというものだった。これは奇異なものに映るかも知れない。しかし、これは高知県の弱点を言い得ていると感じた。

「魅力的な原材料はあるものの、それを十二分に活用し付加価値を高める、製造・加工工程が未熟である。そして、県外にそれを委任することで域外マネーを獲得する機会を逸失している。」という心象だ。

高知県に課された課題は多い。その高知県において観光施策は貴重な域外マネーを獲得するうえで有効なツールだ。ただ現状のままでは、どれだけ観光施策に注力し、生産活動を増強させたとしても高知県経済が潤い難い。膨大なサプライチェーン上での漏出を小さくして、多くのお金が滞留するモデルを早急に目指さなければならない。

WEST 論文研究発表会 2013

【参考文献】

先行論文

- ・平成 17 年度兵庫県産業連関分析
http://web.pref.hyogo.lg.jp/ac08/ac08_2_000000015.html (2013/09/04 閲覧)
- ・武者加苗(2010)「平城遷都 1300 年記念事業の経済波及効果」『にぎわう関西に向けた地域観光戦略』p. 88-93 関西社会経済研究所資料 09-01
- ・長谷部俊之(2011)「天草市の観光の課題について：観光の経済波及効果および観光関連産業の域内調達率からの分析」『熊本大学政策研究, 2』 p95-104

参考文献

- ・高知県「工業統計調査」(2010)
<http://www.pref.kochi.lg.jp/uploaded/attachment/68141.pdf> (2013/09/04 閲覧)
- ・Input-Output Analysis 「産業連関分析の覚え書き」 1.2.2 非競争輸入型モデル
<http://www7.plala.or.jp/hikita/sidea/document/io/io122.html> (2013/09/04 データ取得)

引用文献

- ・財団法人日本公社(2010)「観光を手法とした地域経済活性化に関する調査」
http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2011fy/E001560.pdf (2013/09/04 閲覧)
- ・国土交通省「国土政策紹介ページ」
http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudokeikaku_tk4_000012.html (2013/09/04 閲覧)
- ・北海道経済部産業振興課作成 PDF
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/ssg/sgr/kigyorichi_sokushinhou2.html (2013/09/04 閲覧)
- ・国土交通省観光庁「交流人口増大の試算イメージ」
<http://www.mlit.go.jp/common/000131293.pdf> (2013/09/04 データ取得)
- ・加太宏邦(2008)「観光概念の再構成」 p27-31
<http://repo.lib.hosei.ac.jp/bitstream/10114/1563/1/54-4kabuto.pdf> (2013/09/04 閲覧)
- ・国土交通省「東北観光博」
<http://www.mlit.go.jp/common/000192582.pdf> (2013/09/04 閲覧)
- ・ひろしま観光ナビ
<http://www.kankou.pref.hiroshima.jp/> (2013/09/04 閲覧)
- ・太田隆之(2010)「観光地再生のための政策課題と地域政策の可能性・方向性」『静岡大学経済研究センター研究叢書, 8』 p12-47
<http://ir.lib.shizuoka.ac.jp/bitstream/10297/4948/1/100506001.pdf> (2013/09/04 閲覧)
- ・大西隆、小田切徳美、中村良平、安島博幸、藤山浩／共著(2011)『これで納得!集落再生「限界集落」のゆくえ』ぎょうせい
- ・石森秀三(2008)「観光立国時代における観光創造」
<http://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/34586/1/p001-020.pdf> (2013/09/04 閲覧)
- ・食ベログ高知
<http://tabelog.com/kochi/> (2013/09/04 閲覧)

WEST 論文研究発表会 2013

- Yahoo ロコ
<http://loco.yahoo.co.jp/> (2013/09/04 閲覧)
- じゃらん net
<http://www.jalan.net/ikisaki/map/kochi/> (2013/09/04 閲覧)

データ出典

- 総務省「地方財政制度」
<http://www.soumu.go.jp/iken/11534.html> (2013/09/04 データ取得)
- 平成 24 年度 高齢化の状況及び高齢社会対策の実施状況
http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2013/gaiyou/25pdf_indexg.html
(2013/09/04 データ取得)
- 日本銀行高知支店
<http://www3.boj.or.jp/kochi/> (2013/09/04 データ取得)
- 平成 24 年度経済白書 2013/09/04 データ取得
- 高知県観光振興部観光政策課(2011)「平成 22 年高知県観光客入込・動態調査報告書」
<http://www.pref.kochi.lg.jp/uploaded/attachment/95180.pdf> (2013/09/04 データ取得)
- 平成 17 年度 高知県産業連関表 40 部門表分類表
<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/111901/sanren17.html> (2013/09/04 データ取得)