

# 産業分類と観光産業

河村 誠治

## 1. はじめに

平成19年（2007年）、観光庁は観光立国実現の一環として、「観光関係人材育成のための産学官連携検討会議」を設置し、平成20年度には「観光経営マネジメント人材育成のためのカリキュラムモデル（案）」を公表している。それを受けて、平成21年度12月から平成22年2月の間、社団法人日本観光協会の主催、財団法人日本交通公社の事業実施主体の「観光経営マネジメント研修」が、全国6大学—山口大学、和歌山大学、首都大学東京、横浜商科大学、立命館アジア太平洋大学、早稲田大学で相次いで開講された。麻生内閣の時の補正予算（緊急雇用対策）を活用したため、観光経営マネジメントに興味がある観光産業の経営・管理者層や観光行政担当者だけでなく、求職者、雇用喪失者、観光産業への就職を検討している学生なども講座受講者の対象に含まれることになった。筆者は、山口大学経済学部「観光経営マネジメント研修」の初回の講座「経済学：観光産業のマクロ経済的意義」を平成21年12月2日に担当した。本稿はその講義内容を補足し精緻化したもので、結論を先取りすることになるが、そのねらいは、観光産業を基底とする観光経済の発展の法則性を導き出すことにあり、標準産業分類には登場しない観光産業を定義づけ、個別企業レベルでは売上げ増よりも人件費削減という経営努力の方が一般的で効果的であること、国民経済や地域経済レベルでは産業連関の視点から、観光産業が諸産業の発展をリードすることはあっても、それが諸産業よりも突出して発展していくことは長期的にはありえないということなどが原理的に述べられる。

## 2. 産業分類への予備的考察

経済学説史的には、産業分類は、国や地域の産業や経済の状況を知るだけでなく、それをもとに経済発展の法則性を探り、究極的に豊かな国を築くためにあると言える。フランスの宮廷外科医であったフランソワ・ケネー(1694～1774年)が1758年に書き記した一枚の『経済表』とその解説がその起源とされる。ケネーの経済表は、当時の農業国フランスにおいて、農産物と貨幣が、地主などの支配階級、農民などの生産階級、商人(商工業者)などの不生産階級(不妊階級)である3つの階級の間でいかに(素材補填と価値補填をしながら)流通するのかを示した国民経済循環表である。重農主義者のケネーは、農業こそが国富の源泉と考え、当時流行りの重商主義を否定していた。重商主義は、前期の貴金属そのものを重視する重金主義と後期の貿易差額主義に分けられるが、そのいずれにせよ商業が国を豊かにする上での重要な産業とする経済思想あるいは経済政策であることに変わりない。重商主義の背景には市民革命前の絶対王制が横たわっていた。その強大な常備軍と膨大な官僚組織を維持していくために、歳入の増加が至上命題となり、そして国庫は金銀財宝で満たされる必要があり、またそれが富国の尺度となっていた。確かに、商業を通じて、もちろん市場が成立していないところでは略奪によって、金銀財宝は得られるかも知れないが、商業そのもので富そのものが生みだせるものではない。ケネーは、欧州大陸の中心にあり一大農業国としてのフランスにおいて、食料だけでなく工業原料でもある農産物のみが、地主ばかりか商工業者が存続していく上でのよりどころであるということを感じていた。

経済学の父とされるアダム・スミス(1723～1790年)は40歳を過ぎたころスコットランドからフランスに渡り財務総監を務めたジャック・テュルゴーやケネーなど重農主義者と親交を結んだことが知られている。帰国後に著した『国富論』(1776年)では、フランス重農主義者の「富の源泉」という考えが継承されている。かれらと異なるのは、富の源泉となる産業が農業だけ

でなく工業にまで広げられたことと、生産階級（農民）ではなく、物財を生み出す労働全般が富を生み出すとした点である。そしてスミスは、重商主義者が説く富国強兵としての富国すなわち国庫の財貨が多い国ほど富国という見方を否定した。富の源泉としての労働、それに従事する者たちが主に用いる消費物資が国中に満ち満ちている国こそが富国という、当時としては革新的な富国観を抱くことになった。ついでに言えば、スミスは低賃金ではなく高賃金の水準にある国を富国と考えていた。今日世界の先進国においては、国庫が空っぽの無産国家どころか借金まみれになっているのとは対照的に、巷には消費物資が溢れ、賃金水準は生存費をはるかに越え、大衆観光が取り上げられるまでになっている。まさにスミスが言っていたようになっていく。相前後するが、スミスのそうした国家観は労働価値説として、D. リカード（1772～1823年）や K. マルクス（1818～1883年）に引き継がれた。マルクスは、『資本論』第2部において、貨幣資本や生産資本ではなく、商品資本の循環から社会的総資本の再生産と流通を説明しようとしたケネーの業績を高く評価し<sup>1)</sup>、生産財生産部門と消費財生産部門の二部門における財と貨幣の再生産と流通を表式論として展開した。東側の社会主義陣営の旧ソ連では、マルクスの表式論が「国民経済バランス表」として具現化され、西側の資本主義陣営アメリカでは、ロシア生まれの W. レオンティエフ（1906～1999年）<sup>2)</sup> が、マルクスの表式論をより精緻に展開し、多部門の「産業連関表」として結実させた。それは、マルクスの系譜を継ぐものであると同時に、その分析理論において、近代経済学の創始者の一人である L. ワルラス（1834～1910年）の一般均衡論にも依拠するものとされるが、そうした理論そして今日の「国民経済計算」（SNA）などの経済統計もケネーの経済表に示された国民経済

1) 「W'...W'（商品資本の循環）はケネーの経済表の基礎になっている。そして、彼がG...G'（貨幣資本の循環）（重商主義がそれだけを切り離して固守した形態）に対立させてこの形態を選んだということ、そしてP...P（生産資本の循環）を選ばなかったことは、偉大な正確な手腕を示すものである。」（マルクス『資本論2巻』大月書店、123ページ。（ ）は筆者による挿入）

2) W.レオンティエフ（Leontief, W., 1906～1999年）は、1936年に米国の経済表を“Review of Economic Statistics”に発表して以来、産業連関論に関する研究を進展させ、1941年に*The Structure of the American Economy*、1966年に“Input-output Economics”を著わすなどして、米国を代表する計量経済学者として知られるようになった。1973年にはノーベル経済学賞を受賞し、1975年に久しく勤めたハーバード大学教授の職を辞しニューヨーク大学に教授として着任した。

の循環、あるいは富の源泉という考えを受け継ぐものである。

1929年の世界大恐慌後、それはレオンティエフが精力的に活動した1930～40年代と重なるが、国家が産業構造と経済発展との因果関係に関心を寄せ、各種の経済政策を通じて市場に介入し、産業育成にも乗り出すことによって、産業分類はより細分化され経済発展が議論されることになった。わが国でよく知られているコーリン・クラーク(1905～1989年)の産業分類(第一次産業、第二次産業、第三次産業)が登場したのも1940年代のことである。かれの産業分類は、ウィリアム・ベティの『政治算術』(1690)をもとにしたとされ、「ベティ＝クラークの法則」とも呼ばれている。ちなみにコーリン・クラークは、日本在住の政治学者グレゴリー・クラーク(多摩大学名誉学長)の父親である。

クラークの産業分類では、経済が発展するにつれて産業が農林水産業などの第一次産業から製造業や建設業などの第二次産業に、そして商業、運輸業、金融業、各種サービス業など第三次産業へとシフト(高度化)するというものであるが、第三次産業のなかには宿泊業や飲食業など観光産業にみられる単純労働のサービスが含まれ、またそのような対個人サービス業の比重が縮小どころか拡大傾向にあることから、経済発展の実態を反映しない産業分類として問題視されてきた。もちろん、第三次産業における医療や教育などの知識集約的産業や情報通信業などの発展を産業構造の高度化としてとらえることに何ら問題はない。問題は一くくりにできないような諸産業を第三次産業として単純化して表していることにある。産業分類と経済発展の関係を精緻化できないクラークの産業分類は、最終的には多部門の投入産出関係を取り扱う産業連関表や国民経済計算(新SNA)に取り込まれることになった。

その外、産業構造の高度化に対応しての研究として、経済発展とともに製造業における消費財産業と投資財産業との付加価値比率(ホフマン比率)が低下していくとするホフマンの法則、アーサー・ルイスによる開発途上国における伝統部門と近代的部門(ルイスモデル)、篠原三代平による製造業における素材産業と加工組立産業(『産業構造論』1976年、筑摩書房)など、個別テーマに合わせた産業分類が国内外で知られている。

### 3. 産業分類と観光産業

国民経済の動向を分析し、現実の経済政策に応用する上で最も推奨される産業分類として、日本標準産業分類、国民経済計算（新SNA）での経済活動別分類、産業連関表での部門分類の3つが挙げられる。とくに日本標準産業分類（JSIC）<sup>3)</sup>は、国連の統計委員会が定める国際標準産業分類（ISIC）に準拠したものであり、各国間の産業比較にも用いられるものである。

こうした分類における基本的課題として、「(ア) 情報通信の高度化、サービス経済化の進展等に伴う産業構造の変化への適合、(イ) 統計の継続性に配慮しつつ、的確な分類項目の設定と概念定義の明確化、(ウ) 国際標準産業分類（ISIC）等国際的な産業分類との比較可能性の向上」<sup>4)</sup>などが指摘され、そのための改定がわが国だけでなく各国で延々と重ねられてきた。繰り返すが、そのねらいは産業や経済の構造を明らかにし、経済発展の法則性を示し、現実の経済政策に活かすというところにある。

ここでまず指摘しておきたいことは、観光産業という産業名がどの国の標準産業分類にも掲載されていないということである。ちなみに、次表1は日本標準産業分類である。諸産業は、商品の違い（成因、材料、用途など）から4段階—大分類20、中分類99、小分類529、細分類1、455に分類されているが、大分類20のうち観光<sup>5)</sup>に直接かかわる産業は、Hの運輸業、Iの小売業、

3) 日本での標準産業分類の始まりは1930年である。もともと内閣統計局が人口調査用に作成したもので、大分類10項目、中分類129項目、小分類497項目で、今日の日本標準的な産業分類の大分類20項目、中分類99項目、小分類529項目、細分類1、455項目と比べると、大分類の項目は半分であった。また細分類もなかった。産業分類と職業分類が混乱し、実効はあまり上がらなかったようである。戦後GHQは、国連統計委員会が1948年に制定した国際標準産業分類（ISIC:International Standard Industrial Classification of All Economic Activities）に依拠した日本標準産業分類（JSIC）の作成を要請し、1949年に国際標準のものが作成された。世界経済および日本経済の発展とともに、産業は細分化し、近年では情報通信業が大分類に登場するなど、2007年まで12回の改訂が重ねられている。なおアメリカでは、北米産業分類システム（NAICS）という産業分類が用いられている。实体经济に見合った産業の細分化とともに、標準産業分類、国民経済計算（新SNA）での経済活動別分類、産業連関表での部門分類の統合化も課題である。（大阪市立大学経済研究所編（1965）『経済学辞典』岩波書店、総務省統計局ウェブサイト<http://www.stat.go.jp/index/seido/sangyo/19index.htm>「日本標準産業分類の変遷と第12回改定の概要」などを参照。）

4) 総務省統計局ウェブサイト<http://www.stat.go.jp/index/seido/sangyo/index.htm>

Mの宿泊業，飲食サービス業，Nの生活関連サービス業，娯楽業である。さらにこれらの産業の中分類，小分類，細分類まで，観光にかかわる産業を拾い上げたのが表2の日本標準産業分類表である。そのうち観光と名のつくのは，細分類の4311定期観光バス業，4899観光協会，7999観光案内業の3業種のみである。

それでは，観光産業という産業名を全く巷で通俗的に用いられる産業名として軽視してよいのであろうか。否，そうではない。近年，国連の統計部会では，新SNAの補強として，ツーリズム・サテライト・アカウント Tourism Satellite Account(TSA)の確立が提唱され，観光産業という名称は欧米の学術論文でも取り上げられている。そこで「そもそも論」であるが，産業は文字通り，また経済学説史的に先に富の源泉を取り上げたように，もともと何かを生む，生産，言い換えれば，価値の創造にかかわる供給サイドの生業として端を発し，国民経済レベルにおいては，国民総生産（あるいは国内総生産）・国民所得・国民総支出という生産・分配・支出面の「三面等価の原則」のうち，最初の生産部面で取り上げられるものである。そして産業は，クラークのならべた第一次産業，第二次産業，第三次産業などという順に見られるように，その過程において最初に来るのは，採取業，次にその加工のための工業，もう少し具体的に言えば素材産業から組み立て加工の製造業，そして出来上がった物を運搬する運輸業，商業，金融・保険業，そして最後に各種サービス業が，川上から川下へと下るように取り上げられることになっている。それは簡単に言えば「先に生産，後で消費」という方向性あるいは観念を反映したものである。つまり観光産業はこうした産業の連鎖，

- 5) 欧州では，一般に，一年未満の非居住者との交流，あるいは非営利・非居住の非日常的活動が観光とされる。米国では，外泊の可能性が高まる50マイル（80キロメートル）以上の一年未満の遠出，すなわち遠出と外泊を行う非居住者の活動が観光とされている。世界観光機関（UNWTO）とカナダ政府が1991年6月に主催した「旅行と観光統計に関する国際会議」（オタワ会議）での「観光統計についての勧告」（“Recommendations on Tourism Statistics”）では，「観光が意味するところは，余暇，ビジネス，その他の目的で，日常的環境の外の場所に旅行し宿泊する一年未満の活動である」と，観光が定義づけられている。（“Tourism comprises the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purposes.”, The international Conference on Travel and Tourism Statistics convened by the World Tourism Organization(WTO) in Ottawa, Canada, in 1991)

具体的には効率を上げるための迂回生産における仕入れの連鎖（産業連関）の末に位置づけられる産業であるとともに、最終的に一般消費者の各種需要である最終需要に応える対個人サービス業である。

それではなぜ産業連鎖の川下において、観光産業という産業名が産業分類表に掲載されていないのか。その主な理由は、運輸業、宿泊業、飲食業、娯楽・レジャー業、物販業、旅行業など、観光に関連する6業種は観光産業が登場する以前から、それぞれが別個にすでに存在しているからである。今日いくら観光活動および観光経済の存在感が増したとはいえ、国民経済計算上、これら6業種の売上げを観光産業として再度計上するわけにはならない。観光産業という産業名が産業分類に存在しないのは、まさに国民経済計算上の重複計算を避けるところにある。最終需要の各種サービス業を取りまとめて新たな産業名をつけることは、過剰生産が一般的になった今日、なにも観光産業に限った話ではない。医療産業、教育産業など数えればきりがなくなっている。これらの新たな産業は複合産業と呼ぶことができる。英語にすれば、異質性を意味する heterogeneous という形容詞をつけた heterogeneous industry ということになる。compound(複合の)やmixed(混合の)という形容詞も考えられるが、そうした単語では異質性を残しての一体化した産業というニュアンスが伝わらない。

それではなぜ需要サイドの複合産業を取り上げる必要が出てきたのであろうか。その理由は、先に触れたように、観光活動および観光経済の存在感が増し、社会的な生産活動が変容してきたところにある。簡単に言えば、大量生産・大量消費の時代すなわち物不足の時代が終わり、過剰生産の時代に入り、個別企業の生産活動において、供給サイドの都合よった生産・販売は許されず、消費者である顧客の需要が最重要視され、それに応える形での生産・販売にシフトした、いわゆる顧客志向のマーケティングが一般化したということである。生産と消費は逆転し、「先に消費、後で生産」という観念は先進国では当たり前のこととして定着している。そして、サービスセクターの国民経済に占める割合が世界的に激増しており、国民資産（ストック）⇒

生産面（第一次産業、第二次産業、第三次産業）での市場価格表示の国内総生産（フロー）⇒分配面（雇用者所得、企業所得、財産所得）での要素費用表示の国民所得（フロー）⇒支出面（消費、投資、経常海外余剰）での市場価格表示の国民総支出（フロー）⇒国民資産（ストック）<sup>6)</sup> という、一連のストックとフローの経済循環の把握が困難になってきたからである。国連のレベルでは、分担金、短期・長期の貸付限度額などの問題があり、そのためには川下から川上にたどって、各国の国内総生産の表示が正しいかどうか確かめてみようということになる。各国の国民経済レベルにおいても同じようなことが言える。先に触れた観光におけるツーリズム・サテライト・アカウント Tourism Satellite Account (TSA) という付属勘定は、最川下の最終需要のサイドから新 SNA (国民経済計算) の体系をサポートしようという取組みの一つと言える。

ここで次の2つの点が重要である。第一点は、観光産業は基本的に、物財を生み供給する産業ではなく、観光客の需要に応えるという需要サイド (demand-side) の産業ということにある。人々の浪費や退廃を後押しする、あるいは不生産的な消費活動を後押しするといった、観光産業への消極的イメージは過去のものとなりつつある<sup>7)</sup>。もう一つは、運輸業、宿泊業、飲食業、娯楽・レジャー産業、物販業、旅行業という6つの業種それぞれが別個に存在するのではなく、それぞれの異質性を留めながらも一つの産業、すなわち複合産業として存在するという点である。

6) 経済企画庁経済研究所 (1978) 『新国民経済計算の見方・使い方—新SNAの特徴—』。

7) 昭和23年7月15日施行の旅館業法は、旅館業を風俗営業などとみなし取締り対象とする法律であった。旅館業組合などの多年の陳情や抗議の結果、昭和期に12回、平成になってからも9回の改正が行なわれ、今日では、旅館業は取締り対象の業種ではなくなっている。ちなみに、平成18年の改正旅館業法第一条(目的)では、「この法律は、旅館業の業務の適正な運営を確保すること等により、旅館業の健全な発達を図るとともに、旅館業の分野における利用者の需要の高度化及び多様化に対応したサービスの提供を促進し、もつて公衆衛生及び国民生活の向上に寄与することを目的とする」となっていた。

(表1) 日本標準産業分類

大分類		中分類	小分類	細分類
A	農業, 林業	2	11	33
B	漁業	2	6	21
C	鉱業, 採石業, 砂利採取業	1	7	32
D	建設業	3	23	55
E	製造業	24	177	595
F	電気・ガス・熱供給・水道業	4	10	17
G	情報通信業	5	20	44
H	運輸業, 郵便業	8	33	62
I	卸売業, 小売業	12	61	202
J	金融業, 保険業	6	24	72
K	不動産業, 物品賃貸業	3	15	28
L	学術研究, 専門・技術サービス業	4	23	42
M	宿泊業, 飲食サービス業	3	17	29
N	生活関連サービス業, 娯楽業	3	23	67
O	教育, 学習支援業	2	15	34
P	医療, 福祉	3	18	41
Q	複合サービス業	2	6	10
R	サービス業 (他に分類されないもの)	9	34	65
S	公務 (他に分類されるものを除く)	2	5	5
T	分類不能の産業	1	1	1
(計) 20		99	529	1,455

(注) 総務省告示第618号 (平成19年11月16日第12回改訂, 平成20年4月適用)

(表2) 日本標準産業分類表に見られる観光業界

大分類	中分類	小分類	細分類
A~T			
H 運輸業, 郵便業	42 鉄道業, 43 道路旅客輸送業, 44 道路貨物輸送業, 45 水運業, 46 航空運輸業, 48 運輸に附帯するサービス業,	431 一般乗合旅客自動車運送業, 483 運送代理店, 489その他の運輸に附帯するサービス業	4311 定期観光バス業, 4831 運送代理店業, 4899 観光協会
M 宿泊業, 飲食サービス業	75 宿泊業	751 旅館・ホテル, 759 その他の宿泊業	7511 旅館・ホテル, 7591 ユースホステル, 7592 リゾートクラブ
	76 飲食店	761 食堂・レストラン, 762 専門料理店, 763 そば・うどん店, 764 すし店, 765 酒場・ビアホール, 766 バー・キャバレー・ナイトクラブ, 767 喫茶店, 769 その他の飲食店	7611 食堂・レストラン, 7621 日本料理店, 7622 料亭, 7623 中華料理店, 7624 ラーメン店, 7625 焼肉店, 7629 その他の専門料理店, 7651 酒場・ビアホール, 7661 バー・キャバレー・ナイトクラブ, 7671 喫茶店, 7699 他に分類されないその他の飲食店

<p>N 生活関連サービス業、娯楽業</p>	<p>72 専門サービス業、78 洗濯・理容・美容・浴場業、79 その他の生活関連サービス業、80 娯楽業</p>	<p>729 その他の専門サービス業、791 旅行業、794 物品預り業、799 他に分類されない生活関連サービス業、801 映画館、802 興行場・興行団、804 スポーツ施設提供業、805 公園・遊園地、806 遊技場、809その他の遊業業</p>	<p>7293 通訳業・通訳案内業、7911旅行業、7912 旅行者代理業、7999 観光案内業、8043 ゴルフ業、8045 ボウリング業、8048フィットネスクラブ、8053 テーマパーク、8061 ビリヤード場、8064 パチンコホール、8065 ゲームセンター、8091 ダンスホール、8092マリナーナ業、8093 遊漁船業、8096 娯楽に附帯するサービス業</p>
<p>I 卸売業、小売業</p>	<p>56 各種商品小売業、57 繊維・衣服・身の回り小売業、58 飲食料品小売業、59 機械器具小売業、60 その他の小売業、61無店舗小売業</p>	<p>561 百貨店・総合スーパー、569 その他の各種商品小売業</p>	

(注) 総務省告示第618号 (平成19年11月16日第12回改訂, 平成21年4月～) をもとに作成。

#### 4. 旅行業と観光産業

前述のように、観光産業は、需要サイドの産業であるとともに、運輸業、宿泊業、飲食業、娯楽・レジャー業、物販業、旅行業など観光に関連する6業種が異質性を残しながらも一つにまとまった複合産業のことで、どの英語の文献を見ても、The Tourism Industry と単数形で表されている。次表3は、そうした観光客<sup>8)</sup>の家を出てから帰るまでの各種需要、複合産業としての観光産業の6部門・6業種の対応関係を一覧表で表したものである。

観光産業の製品は、他ならぬ観光商品あるいは旅行商品であり、それを最初に企画し売ったのは、イギリスのバプティスト派伝道師で、のちに近代旅行業の祖と仰がれることになったトーマス・クック (Cook Thomas, 1808～92) とされる。かれは、1841年、禁酒大会参加者のために、鉄道会社と折衝し、10キロ足らずとはいえ、Leicester-Loughborough 間で臨時列車を走らせ、500名以上の信者から往復運賃と食事代を集めたとされる。その後も、割安な団体旅行を次々に企画・実行し、1855年以降、欧州大陸への海外旅行

8) 1963年の国連主催の「ツーリズムと旅行会議」(ローマ会議) では、滞在時間が24時間以上の旅行者を観光客 (tourists)、24時間未満の旅行者を遊覧客 (excursionists)、両者を合わせて訪問客 (visitors) と呼ぶことが決められた。今日では、遊覧客 (excursionists) は日帰り客 (same-day visitors) と呼ばれることが多い。

に乗り出し、1871年には息子とともにトーマス・クック・アンド・サン社を設立した。また1873年には『ヨーロッパの鉄道および連絡船の時刻表兼旅行ガイド』を発刊し、それはその後世界の鉄道時刻表の雛形となったとされる。イギリスで始まった産業革命は交通革命で頂点に達し、資本主義の下での資本と賃労働を世界に伝播し、労働者階級の上層は、先進国各国の旅行者が開発した旅行商品（観光商品）の上客となっていった。今日ではカード会社として知られているアメリカン・エクスプレス社も、荷馬車による運送業や旅行業に端を発している。二度の世界大戦により、その旅行ブームは一時中断することになったが、戦後50～60年代、東西冷戦はあったものの、世界に一応平和が到来し、西側世界では高度経済成長がもたらされ、広範な労働者階級が労資対決型の労働組合とは決別し、労使協調型の労働組合を支持することで、大幅な賃上げと時短を獲得し、自らを対決型あるいは対自的な労働者から、迎合型あるいは即自型の大衆へと脱皮させ、戦前の旅行ブームとは比べようもないほどの大衆観光の時代が到来することになった。旅行業はそうした時代の流れに乗り、情報力と低価格を駆使し、そして労使協調型の労働組合運動の中で醸成された大衆の従属性を利用し、大型の団体旅行商品（パッケージツアー）<sup>9)</sup>を企画し、他の観光需要に応える運輸業、宿泊業、飲食業、娯楽・レジャー業、物販業を取り込み、観光産業という複合産業を形成していくことになった。

ちなみに、旅行業の隆盛は「規模の経済」を活かした団体旅行商品の開発によって大衆を虜にただけでなく、その商品の代金前払い制によって、旅行業以外の観光産業を隷属させていった。旅行業は、豊富なキャッシュフローによって、観光収入の業界内の配分権を獲得し、固定資産規模をはるかにしのぎ、歴史的にも先行した運輸業や宿泊業などを系列化あるいは支配下に置くことができたのである。そうしたこともあり、旅行業（旅行代理店）が観

9) 団体客が減少し個人客が増え、サービスを多様化しないと観光産業は生き残れない現場の声が聞かれるが、それを理由に、団体旅行商品（パッケージツアー）がゼロへの道を歩んでいると言うのは誤りである。一見個人旅行に変わっているようでも本質的には団体旅行である。今日出回っている安価な個人旅行商品のほとんどが、IT技術の発達、オプションツアーの増加など、団体旅行商品のばら売りである。それはツアーをキャンセルしたような場合に明らかになる。

光産業と同一視された。また一部の大手たとえばアメリカン・エキスプレスなどは金融業そのものへと脱皮を図っていった。

(表3) 観光産業6部門・6業種

	観光産業6部門	観光産業6業種	観光客の各種需要
1	旅行サービス部門 travel service sector	旅行業 travel agency, travel agents	旅行サービス travel service
2	交通・運輸部門 transportation sector	運輸業 transportation	遠出 longer outings
3	宿泊部門 accommodation sector	宿泊業 lodging industry	外泊 spending away
4	飲食サービス部門 food & beverage service sector	レストラン業 restaurant business	飲食 eating & drinking
5	観光物販部門 tourism trade sector	観光物販業 tourism trade business	買物 Shopping
6	娯楽・レジャー部門 attractions & entertainment sector	娯楽・レジャー産業 attractions & entertainment	娯楽・レジャー attractions & entertainment

(出所) 河村誠治(2008)『新版 観光経済学の原理と応用』九州大学出版会, 144ページ。

## 5. 観光産業は ROSY ではなく LOUSY なのか

テレビドラマなどでは、ホテル従業員、航空機客室乗務員、添乗員などを題材とした観光産業における労働やサービスが華やかで、余りにも ROSY に(薔薇色に)描かれていることが多い。確かにこれまで一流ホテルのマネージャーなど年俸数千万円という巨額の報酬を得てきた者もいるが、欧米の著書では、観光産業を含めたサービス業はどちらかというとな ROSY ではなく LOUSY に(惨めに)表されることが多い。デンマーク人の社会学者の G・エスピン・アンデルセンは、「大規模なサービス経済の成長はおそらく大量の「惨めで最低の (lousy)」職を創り出すことになるだろう」<sup>10)</sup>などと述べている。

言うまでもなく、会社経営の基本的目標は利益獲得にある。その利益は、売上げ(収入)から費用を控除したものである。製造業とくにハイテク産業

10) G・エスピン・アンデルセン著、渡辺雅男・渡辺景子訳(2000)『ポスト工業経済の社会的基礎 市場・福祉国家・家族の政治経済学』桜井書店, 160ページ。

などでは、技術革新や特許の取得、あるいは効率アップなどによって、売上げを一挙に伸ばして巨額な利益を短期間に捻り出すことがありうるが、ハイテク産業でもない観光産業では、世界遺産の指定やオリンピックの開催などよほど特別なことがない限り、そういうことはありえない。それはなぜか。観光産業の提供する商品は、観光資源、観光施設、観光サービスの3つのコンテンツからなっているが、それらはいずれも代替性がきわめて大きい。富士山が日本一すばらしいといっても、もっと高い、あるいはもっと美しい山は世界のいたるところにあるだろうし、実際、入客者数でディズニーランドに及ばないし、帝国ホテルの施設やサービスのすばらしさを説いても、ヘミングウェイが「地上の楽園」と絶賛したとされるホテルリッツには叶わないし、いくら日本人の決め細やかなサービスを褒めちぎっても、旧植民地圏で受け継がれ洗練されてきた隷属的サービスには及ばない。それにも増して、観光産業が売上げを一挙に伸ばすことのできない根源的な理由がある。売上げを伸ばすための稼働率や労働生産性は、在庫の積み増しができる製造業ではそれを200%でも300%にもできる。しかし、観光産業では、客室、座席など、満室、満席などという100%以内という枠がある。そしてそうであるから、労働生産性アップに不可欠な一流の生産要素や一流の労働編成など、いわゆる一流を追及する必要もない<sup>11)</sup>。また近年の環境ブームで、稼働率の上限の100%を達成することに世間の目は厳しくなっている。そうすると観光産業で最も肝要なのは、毎日毎日休むことなく、定数を充足する努力、すなわち数合わせの力ということになる。

そこで求められるのが、ハイテク産業で当たり前の厳格な表情とは対照的

- 11) 効率とは、一言で言えば、単位時間当たりの投入と産出の比率である。その比率を上げる、あるいはその比率が上がることを「効率アップ」あるいは「生産性向上」と言う。ただし、この効率アップには二つの前提条件がある。一つは、生産要素が優れている、あるいは優れるようにするということである。生産要素には、「生産された生産手段」と呼ばれる資本財（機械、原材料など）、「本源的生産要素」と呼ばれる労働（力）や土地などが含まれる。簡単に言えば、生産要素とは資本、労働、土地の三位一体である。もう一つは、労働編成が近代的・科学的な経営管理に置かれるということである。労働編成は、従業員にやる気を起こさせるために、一方で表彰し他方で叱責するという性質の労務管理、および作業現場での無駄を省くために緻密に計画された作業工程管理の二つからなる。効率アップとはつまりと、一流の生産要素と一流の労働編成を追求することである。その典型がメカニクス系と言うよりもエレクトロニクス系のハイテク産業である。

なスマイルである。それが限界生産力を上げるのに有効だからである。観光産業のスマイルの効能は限界生産力のアップだけではない。もちろんスマイルを善意の発露と言いたいわけでもない。それは顔面の一種の筋肉運動に近いもので、エレベータなど狭い空間に入り込む時など、見知らぬ者 stranger に対しては、私はあなたの敵ではないことを示そうとする生理的な表れ、すなわちリスク回避の手段としてのスマイルが用いられる。観光客は最も典型的な stranger である。1950年代、アメリカ人社会心理学者のマズロー（1908～1970年）は、人間欲求の充足の継続性と難易度の視点から、生理的、安全的、帰属愛的、自尊的、自己実現と5段階を挙げた<sup>12)</sup>。観光客の多くはまさに欲求不満の状態になって観光活動を行う。生活や労働の現場で自己実現しておれば、非日常的な観光活動などに参加することはない。精神的・肉体的回復というリクリエーション recreation の一環として享楽の旅 traveling for pleasure, すなわち tourism に出かけるわけである。観光客の精神状態がナイーブだということは、ホテル hotel やホスピタリティ hospitality などという病院 hospital や入院 hospitalization など病系統の単語からも窺い知ることができる。スマイルは観光産業だけでなく、医療福祉や教育などでも定着してきている。

話はやや脱線したが、技術革新や新しいビジネスモデルが示しにくい観光産業において、一番効果的なのは人件費を下げることは、表3の日銀調査統計局による『主要企業経営分析（平成7年度）』<sup>13)</sup>からも明らかである。費用全体の人件費の占める割合で、電機8.6%、自動車製造業12.7%であるのに対して、航空輸送、鉄道輸送、ホテル、外食産業は21～31.4%と10ポイント前

12) マズロー著、上田吉一訳（1973）『人間性の最高価値』誠信書房。

13) 日本銀行調査統計局は1960年代から刊行してきた『主要企業経営分析』（当初の名称は『本邦主要企業経営分析調査』）を1995年、『都道府県別経済統計』を1996年に廃刊にしている。その背景には、1980年のOECD理事会で採択された「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドラインに関する勧告」（各種データの収集制限や利用制限に関する勧告）があるものと思われる。主要企業の経営分析に関するデータは、経済産業省の「わが国企業の経営分析」や『世界の企業の経営分析』、三菱総合研究所の『企業経営の分析』や『連結・企業経営の分析』などもあるが、データが古かったり、標本となる産業別の企業数とくに観光企業数においては非常に少なかったり（多くて数社）、また使い勝手が悪かったりで、本稿では古い日本銀行調査統計局『主要企業経営分析（平成7年度）』（最終版）を用いた。

後も大きい。長期的に事業を継続（単純再生産）していくための減価償却費を見ると、電機3.9%、自動車製造業が3.1%であるのに対して、航空輸送7.2%、鉄道輸送12.8%、ホテル7.3%、外食産業3.2%と、観光にかかわる産業の資本投下の規模は、旅行業を除き決して小さくない。それでも観光産業が労働集約型産業の典型とされるのは、繰り返すが、人件費率の大きさである。ちなみに、自動車製造業の費用全体に占める材料費の割合は何と66.3%である。費用全体を圧縮したいということならば、自動車製造業では部品納入業者叩き、観光産業では従業員叩きということになる。当然、観光産業の平均賃金の水準はとても自動車製造業には及ばない。今回の「観光経営マネジメント研修」に先立ち、地元の老舗温泉旅館で、「維新の宿」としても全国に知られる松田屋ホテル社長へのインタビューを行っている。そこでは、景気の変動に左右されない、単なる売上げ増のために大きい投資は行わない、すなわち減価償却費に大きな比重をかけない経営の重要性が明らかになるとともに、お客の要望に応え、一定以上のサービス提供を心がけることをとは不可欠であるが、観光産業において、人件費の管理（削減努力）が最も肝要であるということが浮き彫りにされた。それは、観光産業の従業員にとっては低賃金・長時間労働という問題でもあるが、その背景に観光産業において大きい利益を出すことのできない構造的な問題が横たわっている。

(表4) わが国主要企業の各種コストの構成比 (%)

	製造業			交通・運輸業			サービス		
	電機	自動車		航空	鉄道		ホテル	外食	
人件費	10.9	12.7	8.6	24.6	21.0	29.9	17.7	30.5	31.4
材料費	38.1	33.9	66.3	5.7	14.0	4.8	16.2	20.4	20.0
商品仕入高	15.4	21.4	3.6	2.1	0.0	5.1	3.1	0.0	10.2
減価償却費	4.1	3.9	3.1	7.9	7.2	12.8	3.2	7.3	3.2
金融費用	1.1	0.8	0.7	6.1	4.0	11.9	1.0	3.8	1.1
その他	26.9	24.0	15.3	50.2	52.7	30.7	54.7	38.2	28.4
小計	96.4	96.8	97.5	96.5	99.0	95.2	63.4	100.1	94.5
経常利益	3.4	3.2	2.5	3.4	1.0	4.8	4.2	-1.0	5.6

(出所) 『主要企業経営分析(平成7年度)』(日銀調査統計局, 1995年10月)より河村誠治作成。

## 6. 観光産業は単なるサービス業ではない

ミクロ経済レベルでは LOUSY なイメージがつきまとう観光産業ではあるが、マクロ経済レベルでは様相は異なってくる。非居住者である観光客相手のサービスは、地元住民のサービスとは異なり、域外所得の流入をもたらす。観光産業は、単なる対個人サービス業ではなく、地域経済のパイを拡大してくれる輸出貿易、それにかかわる産業と見ることができる。もちろん逆の輸入貿易の役割を果たすケースもある。貿易には国内と国際の二つがあるが、国際貿易の場合は外貨の出入りがあるので、国レベルの関心事となる。外貨を獲得してくれる地域、すなわち外国人がやってくる地域は国の玄関として国が特定地域のインフラを整備することになる。他方、国内客誘致だけを行っている地域に対してはそうしたことは難しい。一方の観光地が賑わい他方が寂れることになるからである。国内客であろうとなかろうと、すべての観光客は観光企業ばかりか地域経済の本源的資金を提供する存在である。ただ、国際客は金、国内客は銀という順位があるということである<sup>14)</sup>。製造業の輸出に比べ、サービス業としての観光産業は在庫を抱えることなく、また輸送、保管、保険などの間接的費用を削減でき、貿易摩擦のような収支上のトラブルを抱えないメリットがあり、地域の名声、友好往来、健康で文化的な地域づくりというミクロ企業レベルを越えた公益効果も有している。

前述のように、観光産業の獲得する観光収入は、地域にとっては本源的収入で、マクロ経済レベルでは、それまで地域や国になかった資金の流入であ

14) 国内観光、国際観光を問わず、観光には公益的な効果と経済的な効果という二つの効果があり、そしてそれぞれが互いに影響しあっている。一方の公益効果としては、国際観光であれば国際親善効果、国内観光であれば国民厚生効果が挙げられる。草の根の国際観光交流による国際親善は、時には行き詰まりを呈した国家間の外交関係をほぐし平和の維持に貢献し、時には安全保障ばかりでなく先進国の政府開発援助（ODA）の削減にも貢献する。国内観光は条件の異なる全国各地の人々に健康や娯楽を与え国民厚生につながる。それは、わが国憲法第25条（生存権、国の社会的使命）の①「すべての国民は、健康で文化的な最低限度の生活を営む権利を有する」こととも合致する。他方の経済効果としては、国際観光とくに受入れ観光であれば外貨獲得という国民経済効果、国内観光であれば地域経済効果が挙げられる。国際観光は外貨の授受を伴うために国民経済全体に大きな影響を及ぼし国内観光は地場の産業の発展を後押しし、地域の雇用や税収の面で大きく貢献する可能性がある。こうした諸効果に対応して、観光産業は、平和産業、健康・娯楽産業、外貨獲得産業、地場産業などと呼ばれてきた。

り、地域や国への投資（発展基金）と見ることができる。地域や国がその発展基金を上手に運用すれば価値増殖することになる。逆に下手に運用すれば大きな赤字も出る。地域や国の発展基金をもたらすのが観光産業であるから、公共財・サービスの無償利用（不等価交換）は初期投資の一部として大目に見られる。さらに一步進めて言えば、地域住民向けの単なるサービス業は、産業連関の最終需要だけに対応した受動的業種であるのに対して、域外居住者向けの観光（サービス）産業は幅広い最終需要を結集した複合産業であり、川上の中間需要から川下の最終需要までの付加価値の連鎖の体系そのものを再構築し、地域経済ひいては国民経済の拡大再生産を導くという可能性を秘めている。かつてスペインは、フランコ総統の専制政治が1975年まで36年間も続き、欧州に位置しながらも後れた農業国と見られていた。その後、観光主導の経済発展政策が推進され、今日では観光立国として世界に認知されている。観光産業が急速に成長するとともに、それに関連する軽工業、建設業などの発展が見られ、今日スペインの観光外貨収支の黒字は米国、フランス、イタリアなどと肩を並べるまでになっている。わが国においては、工業化の行き詰まりを打開すべく、2007年1月に、それまでの「観光基本法」（1963年施行）が「観光立国推進基本法」（2006年12月国会可決）に改められ、「工業立国」から「観光立国」へと、国策が変わり、観光産業の国際競争力の強化が唱えられることになっている。

## 7. 近視眼的な観光産業の振興は地域を疲弊させる

地域や国への投資（発展基金）とみられる観光収入は、順調に行けば、次のように増幅する。いまある観光地での観光収入が年間100億円あったとしよう。観光産業は観光収入の80億円を仕入れ代金として納入業者に渡せば、観光産業に残るのは20億円である。80億円を手にした納入業者もその多くを仕入れ代金に当てることになる。仕入れの連鎖（産業連関）は、一定地域や国における諸産業の収入の連鎖でもある。収入のうちの仕入れ代金の比率

(限界消費性向 MPC : Marginal Propensity to Consume) と自産業に留まる比率 (限界貯蓄性向 MPS : Marginal Propensity to Save) は、長期的には、平均利潤率の形成あるいは業界の合意により一定となる。観光産業の MPC と MPS の比率、すなわち 0.8:0.2 (ここでは%ではなく小数で表わし、 $MPC + MPS = 1$ ) という比率が、諸産業間で認められれば、観光地の総収入は、産業連関により、 $100 + 80 + 64 + 51.2 + 40.96 + \dots$  と無限に続くことになる。以下のような高校数学の「無限等比級数の和の公式」を用いれば、500億円という総収入の値を求めることができる。

初項を  $a$ 、公比を  $r$  とする無限等比級数の和  $S$ 、すなわち  $S = a + ra + r^2a + r^3a + \dots + r^na + \dots$  は、 $0 < r < 1$  のとき、 $S = \frac{1}{1-r} \times a$  である。ここで使用する文字  $S \rightarrow \Delta Y$  (総収入)、 $a \rightarrow \Delta I$  (本源的観光収入)、 $r \rightarrow MPC$  (限界消費性向) と置き換えると、 $0 < MPC < 1$  のとき、 $\Delta Y = \frac{1}{1-MPC} \times \Delta I$  となる。

観光収入  $\Delta I$  は年間100億円と仮定した (所与の数である) ので、観光客を受け入れる地域の産業間の連鎖で生み出される総収入  $\Delta Y$  の大きさは、0 から1の間にある限界消費性向 MPC の大きさによって決まる。MPC が大きければ大きいほど  $\Delta Y$  は大きくなる。また  $MPC + MPS = 1$  であるので、MPS が小さければ小さいほど  $\Delta Y$  は大きくなる。MPC が 0.8 ならば、500 MPC が 0.9 ならば1, 000と、当初の100億円が5倍にも10倍にも膨らむことになる。なおこうした倍数は、ケインズ経済学では乗数あるいは乗数値と呼ばれ、こうした倍数は諸産業の総需要と総供給の関係を示した産業連関表では「逆行列係数の列和」という欄に明記される。ここで言えることは、ミクロ経済レベルでは、自産業の取り分の大きさが主張されても、マクロ経済レベルの地域経済の発展においては、逆のことが望ましいということになる。まさに「金は天下の回りもの」ということである。

以上のような乗数効果は、観光産業だけでなく広く諸産業の経済波及効果の試算に用いられるもので、資本の三循環 (貨幣資本  $\rightarrow$  生産資本  $\rightarrow$  商品資本)

の初発の貨幣資本の領域においては、信用創造という用語でもって表される。そこでは MPC は0.8の場合が多い。すなわち日銀が定める預金準備率（MPSに相当）は一般に20%が基準となっている。しかし、MPC=0.8として出てくる5倍もの乗数値は、それに対応する産業連関表での「逆行列係数の列和」

の欄で見出すことはできない。このことは、 $\Delta Y = \frac{1}{1-MRC} \times \Delta I$  というモデル

式が現実の経済波及効果を表すものではないということを示している。現実の地域の産業連関は、地域を越えた産業連関を含むものであるから、閉鎖

モデル： $0 < MPC < 1$  のとき、 $\Delta Y = \frac{1}{1-MRC} \times \Delta I$  を、オープンモデル： $0 <$

$(1 - MPC + MPI) < 1$  のとき、 $\Delta Y = \frac{1}{1 - MRC + MPI} \times \Delta I$  に切り替える必要が

ある。MPI とは限界輸入性向 Marginal Propensity to Import のことである。なお地域経済の自給率は、産業の空洞化や東京一極集中などで、地域に一旦流入した観光収入は、地域内の産業連関で十分な派生的収入をもたらすことなく、国内外からの仕入れの代金、東京本社への送金、地域住民による域外商品の購入や観光などとして域外に漏出 (leakage) していること、観光産業に力を入れている（特化している）地域は往々に物財提供能力を喪失してきていることを鑑み、輸出を含めた限界貿易性向 MPT ではなく、限界輸入性向 MPI とした<sup>15)</sup>。

観光地における観光乗数はヒト、モノ、カネあるいは資本と労働の世界的移動によるところの漏出によってあまり膨らまなくなってきた。観光産業の発展だけを唱える近視眼的な観光産業の振興、具体的には、観光客数や観光収入の伸び、観光客数や観光収支における勝ち（送り出し観光 < 受入れ観光）などは、北海道夕張市の財政破綻にみられるように、観光の持続的発展を損なうばかりか、ひいては地域全体を駄目にする。前述したスペインの観光立国による成功でさえも近年の経常収支の赤字によって疑問視され始

15) 多くの地方の観光地は、産業空洞化の流れのなかで、観光産業という対個人サービス業に特化し、物を製造し輸出する能力が無視できるほど小さくなっているため、限界貿易性向 MPT (marginal propensity to trade) ではなく限界輸入性向 MPI (marginal propensity to import) とした。

めている。それは、投入産出表とも呼ばれる産業連関表への理解が少しでもあればわかることである。山口県産業連関表（2000年）における逆行列係数表（ $[-I-(I-\hat{M})A]^{-1}$ 型）を見てみると、商業、運輸業、宿泊業、飲食業などが含まれる対個人サービス業の逆行列係数の列和は順に1.26, 1.45, 1.34, それぞれの産業の影響力計数（逆行列計数表の各列和÷逆行列計数表の列和全体の平均値）は順に0.93, 1.07, 0.99と、観光産業の経済的な波及効果は諸産業に比べ大きいものではない<sup>16)</sup>。その根源的理由は、前述のモデル式として示した通り、域内の自給率が低いというところにある。図1は、観光商品の生産過程に関わる観光の全体的関係を示したものであるが、観光産業が域内自給率を長期的に高めていく上で忘れてならないのは、観光産業が一方で業界内的に旅行者の需要の動向、他方で業界外的に、経済もさることながら政治、社会・文化、環境などを無視して存在することができないということである。

要するに、地域振興にとっての観光産業のあるべき姿は、域外の観光客の各種需要に応え、諸産業とバランスを取り、政治、社会・文化、環境などにも配慮する、そして近年の諸産業の国際化とともに観光産業も国際化していくということである。

16) 観光産業の各業種の逆行列係数（列和）は、正確には、同一サイズの逆行列係数表から拾ってこなければならない。商業と運輸業はサイズの大きい32部門表に、娯楽サービス、飲食業、宿泊業などはサイズの小さい104部門表に掲載されている。こうした場合は、32部門表のサービスを、分割し部門を増やすが、逆に、104部門表で小さく分割された各種商業や運輸業を統合し部門を減らすかということになる。ここでは、大ざっぱに32部門表の数値を挙げている。（山口県（2005）『平成12年（2000年）山口県産業連関表』山口県地域振興部統計課）



にある。前者の投資効果は、観光産業の顧客が、他の対個人サービス業とは異なり、非居住者であることによる。観光産業は、観光客の各種需要に応えることで観光収入を獲得するわけであるが、その観光収入はそれまで域内にはなかった資金の流入で、域内への投資と見ることができる。地方自治体あるいは中央政府は、観光産業を地域や国に投資を呼び込む産業と位置づけ、観光産業に対して、公有地にある観光資源の開発、観光インフラの整備、公共財・サービスの無償提供、優遇税制などでテコ入れを行うことになる。後者の波及効果は、観光産業が交通・運輸、宿泊、飲食サービス、旅行物販、娯楽レジャー、旅行サービスからなる複合産業であるということによる。観光産業は、観光客の家を出てから帰るまでの多様な需要（最終需要）を観光6業種で応えているわけであるが、産業連関分析から言えば、その多様な最終需要は、多様な中間需要と結びついていることを意味する。中間需要に応えるのは、他でもなく、物財生産部門すなわち第1次・第2次産業である。観光産業の規模がいくら弱々しく小さく見えても、最終需要の幅が広がれば、それに応える中間需要の幅も広く、観光産業の波及効果による地域経済や国民経済の拡大再生産が期待できる。しかし現実には、その波及効果は、産業の空洞化、輸入品の増加、東京本社への送金などによる漏出で大きく膨らむことはなくなっている。

わが国で唱えられている「観光産業の国際競争力の強化」は、つまるところ、政府の観光産業振興というテコ入れを通じて地域ひいては国全体の国際競争力を強化するということである。ここで、忘れてはならないのは、観光産業はあくまでも対個人サービス業であるということである。「工業立国が困難であるから観光立国」ということで、政府が「観光産業の国際競争力の強化」と称し、国民経済における物財生産部門とサービス提供部門のバランスを無視して過度に観光振興に乗り出せば、新たな財政赤字を招くのは必定である。「住んでよし、訪れてよし」の観光立国は、単なる観光産業へのテコ入れ、そして観光客という交流人口の数の増大や観光消費額の増加に留まるものではない。そのテコ入れによって地域住民の雇用ひいては定住人口の

増加を目標とするものである。

#### 主要引用文献

河村誠治（2008）『新版 観光経済学の原理と応用』九州大学出版会。

河村誠治（2008）「観光産業の国際競争力の強化」という国策を考える」『東アジアへの視点2008年12月号』（第19巻4号）財団法人国際東アジア研究センター。