

最終講義

たかが観光，されど観光 - 観光経済分析講座の原点を辿る -

河村 誠 治

最終講義の概要

今日経済学のミッションは価値増殖，すなわち銭もうけmaking of moneyに貢献することで，それと全く無縁な学説は経済学とは言えない。経済学の理論は主に，ミクロ経済学とマクロ経済学に分けられるが，前者は利潤(利益)をいかに上げるかということで価格分析，後者はGDPをいかに増大させるかということで所得分析に重点が置かれる。最終講義で，こうした経済学を下敷きとした観光論を2020年2月7日に第二大講義室で実施した。

観光経済の研究は，観光とは何かという定義づけから始まる。定義づけのない議論は，糸の切れた凧のようなもので，結論など導き出すことはできない。ただその定義づけは容易なことではない。そもそも定義づけは，境界線を引いたあとで，外延を切り捨て，内包を取り出すことである。どこからが外延なのか，その外延が実は内包の成立条件となっているなどといった根源的な問題もある。観光の経済分析においては，価格や所得といった経済の外延にある季節や季節性，余暇時間やライフスタイル，政治や治安，医療や衛生，自然や環境などに光を当てずして分析を行えば空理空論になるのは必定である。

観光の定義の後に，観光経済の細胞とも言える観光(旅行)商品の定義およびその需給関係を明らかにすることが求められる。売るものなくして銭もうけが始まらないのは言うまでもないが，問題はそれが物財の生産ではなく，サービスの提供による銭もうけということである。前者は作りだめ（在庫形

成) が可能であるが、後者はそういうわけにはいかない。それは、観光産業では、薄利多売のための生産効率や技術水準のアップ、そして「増収増益」というビジネス・モデルが通じにくいということである。

観光商品への需要は、ミクロ経済レベルのことであるが、その結果としての消費が、経済波及効果を促し、マクロ経済レベルの観光経済となる。問題はそれに持続可能性を見ることができるか否である。ローテクの観光の世界にのめりこむような経済政策が問われることでもある。

持続可能性は、将来を予測することでもあり、銭もうけという短期的視点からのフロー重視の経済学、そこでの国際競争力の強化、金融面での支援などというよりも、長期的視点による財政学およびそのバランスというレベルで論じられる必要がある。

観光経済分析講座の原点を辿るだけでなく、その教育ビジョンを示すことも求められる。それは、観光庁の観光産業課の唱えるところの、付加価値生産性の高い、国際標準の実務教育・訓練などではないと確信する。地域の持続可能な経済発展に寄与し、世界に通じる教養や品格を備えた人材育成、全人格教育こそ最終的ゴールである。

具体的には、次に著した配布資料(パワーポイント)を用いて最終講義を行った。

(最終講義: 2020年2月7日)

たかが観光、されど観光

—観光経済分析講座の原点を辿る—

山口大学経済学部
観光政策学科
教授 河村誠治

2020/3/24

はじめに

● 経済学を下敷きとした観光論

● 経済学のミッション: Making of money

・ミクロ経済: 利潤(利益)⇒価格分析 ・マクロ経済: GDP増大⇒所得分析

● 観光経済分析講座の原点

- ・観光の普遍的かつ国際的な定義
- ・観光(旅行)商品と観光産業の特性
- ・観光消費額の把握
- ・持続可能な観光経済発展の理論と政策

● 観光経済分析講座のビジョン:

地域振興に貢献し世界に通じる全人格教育

- ・実務教育・訓練よりも教養や品格のある人材育成

観光立国への期待と膨らむ懸念

2003年 ビジットジャパンキャンペーン事業の開始(同年の訪日客521万人)

2005年 外客来訪促進法の改正(外国人来訪地等の整備)

国立大学法人での観光教育開始

- ・山口大学経済学観光政策学科、琉球大学法文学部観光科学科の設置
- ・和歌山大学経済学部観光学科設置(2007年、翌年観光学部に昇格、入学定員120人)

2006年 「観光立国推進基本法」「住んでよし、訪れてよしの国づくり」可決

2007年 夕張市の財政再建団体系指定(3月)

観光立国推進基本計画閣議決定(6月)

2008年 観光庁の設置

- ・民間主導の政策立案⇒中立公正を旨とする行政への関与(官民癒着)
- ・国内観光産業や一部地域への格入れ⇒国民経済の健全な発展への懸念
- ・観光庁観光産業課提唱の観光教育(実務教育)に対する疑問
- ・量的目標:訪日客800万人台(2008)⇒3000万人台(2018)⇒4000万人台(2020年)

⇒オーバーツーリズム:観光および観光産業への過度な依存による国民経済の不安定化、観光資源の劣化と地域ブランドの毀損、観光地住民の反発、24時間営業の常態化、勤労意欲の変質、家庭教育の喪失、国民の資質低下?など



今日の観光は、SightseeingではなくTourism

1. 観光(Sightseeing)の語源と背景

- ・中国周代(紀元前1046-紀元前256年)『易経』...「観国之光」
- ・為政者層による観る・観せるという政治的イベント

2. Tourismの語源と背景

- ・tourism; travelling for pleasure
- ・18世紀末から19世紀初頭の英国での造語
- Samuel Pegge (1800)Anecdotes of the English Language
- Sporting Magazine*(1811)(S.L.J.Smith(1989)TOURISM ANALYSIS,p20)
- ・産業革命後の新たな階層による社会現象:travelling for pleasure
- ・遠出(longer outing)と外泊(spending away)による賑わい



観光活動の商品化

1. 観光活動の商品化: パッケージツアー

- ・トーマスクックによる団体鉄道旅行企画(1841年)
- ・1851 ロンドン万博、1855パリ万博、1869 大陸横断鉄道、スエズ運河開通
- ・第2次世界大戦後の大衆娯楽社会・団体旅行ブーム(1960年代)

2. 世界大戦後の大衆観光ブームの到来

- ・大幅な時短(余暇)と賃上げ(所得)←労働組合運動
- ・交通・通信の飛躍的進歩と宿泊業の発展→薄利多売(規模の経済)

Cf. 所得と余暇時間のジレンマ

M.T. シンクレア, M. スタブラー他、小沢健一監訳(2001)『観光の経済学』学文社、20頁。

3. 需要サイドの複合産業としての観光産業

- ・旅行(斡旋)業のもと、交通、宿泊、飲食、娯楽、物販業の結集
- ・標準産業分類表には存在しない ⇒

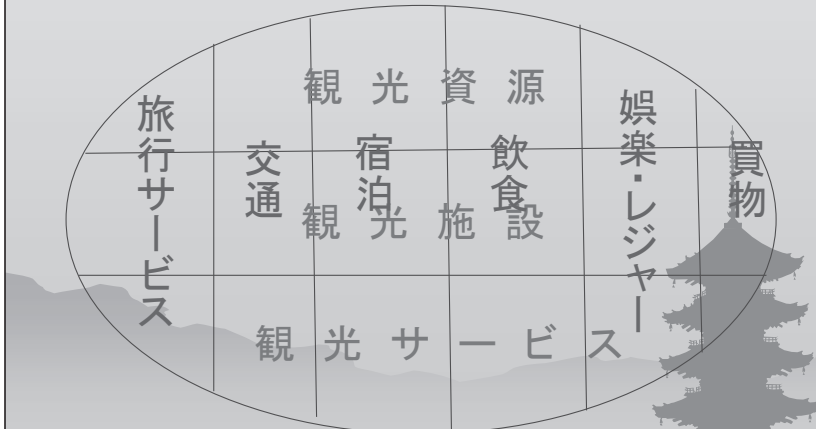
○Tourism Industry × Travel Industry

国民経済計算の課題

観光商品の構成

縦割り供給サイド: 旅行サービス、宿泊、交通、飲食、買物、娯楽・レジャー

横割り需要サイド: 観光資源、観光施設、観光サービス

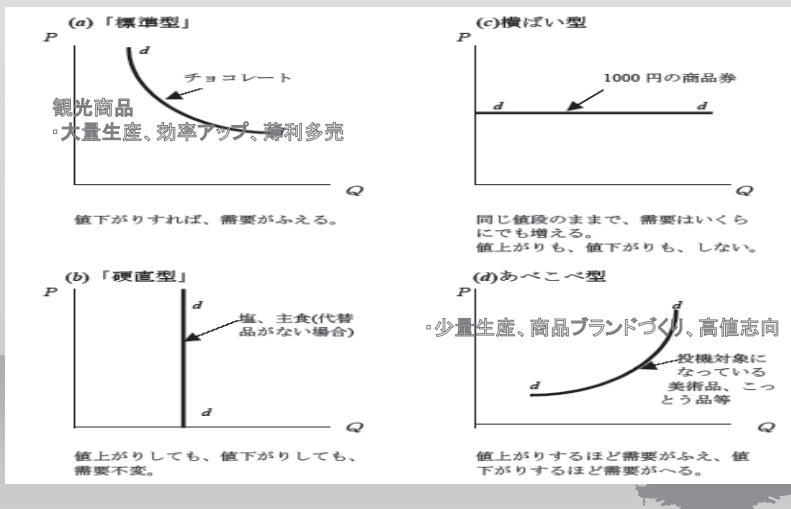


一般商品とは異なる観光商品

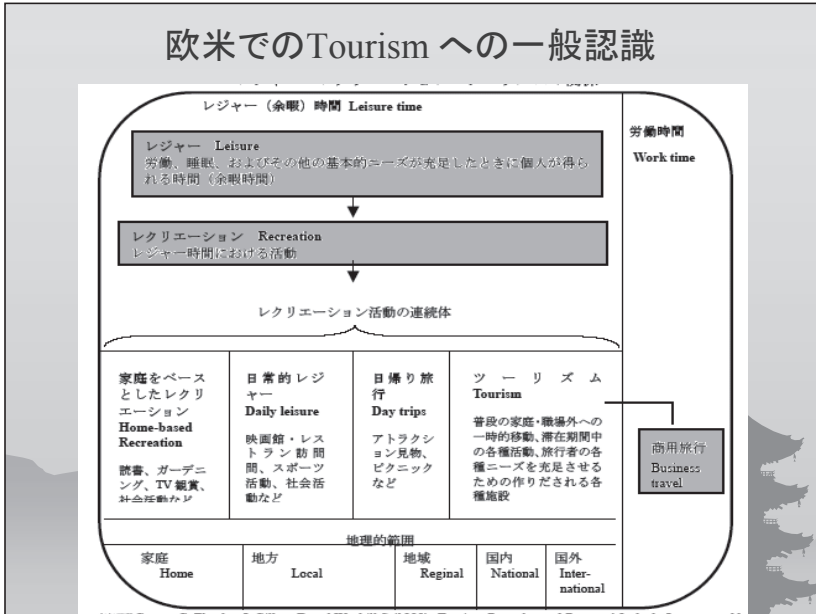
- (1) 複合商品 (一つの商品に多数の効用)
- (2) 購入目的は多様
- (3) 移動・移転が不可能 (観光地、所有権)
- (4) 架空性
- (5) 不安定な需要
- (6) 生産・消費の同時性 (成立しない在庫)
- (7) 再生利用



価格弾力性の大きい観光需要



欧米でのTourism への一般認識



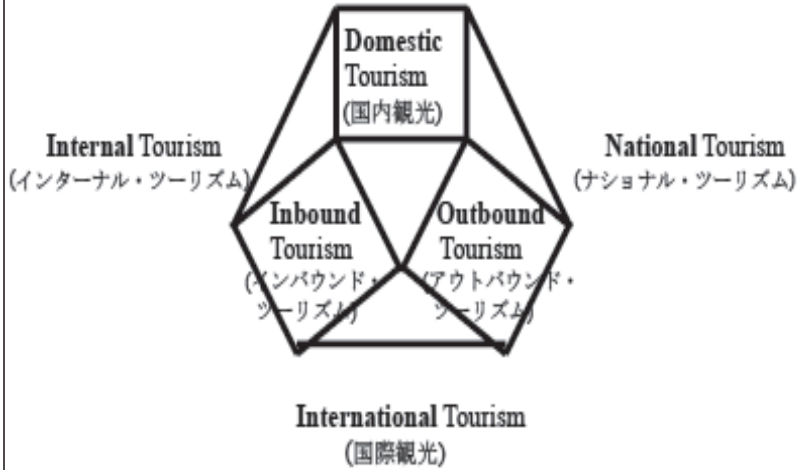
世界観光機関UNWTOによるTourism定義(1991)

What Is Tourism?

Tourism comprises
 the activities of persons(人々の諸活動)
 traveling to and staying in places (各地への旅行と滞在)
 outside their usual environment (非日常性)
 for not more than one consecutive year (継続した一年未満)
 for leisure, business, and other purposes(目的は問わず).

(The international Conference on Travel and Tourism Statistics convened by the World Tourism Organization (WTO) in Ottawa, Canada, in 1991)

耳慣れない観光用語 Tourism Diamond (UNWTO 1991)



観光の類型論 Typology

項目	解説	意義	わが国の主要所管官庁
Domestic Tourism ドメスティック・ツーリズム (国内観光)	自国内での自国通貨使用の観光	地域別・産業別の所得移転(一方のみが潤う譲渡利益)	観光庁
International Tourism インターナショナル・ツーリズム (国際観光)	双方向の観光 ・インバウンド・ツーリズム (受入れ観光) ・アウトバウンド・ツーリズム (出国観光)	形を変えた貿易(サービス収支)	観光庁
National Tourism ナショナル・ツーリズム	国内観光と出国観光	国民の文化的な生活(余暇生活)	厚生労働省
Internal Tourism インターナル・ツーリズム	国内観光+受入れ観光	地域の振興と保全(持続可能な観光開発)	経済産業省、環境省、文化庁

1991UNWTO観光定義の限界

●観光資源面

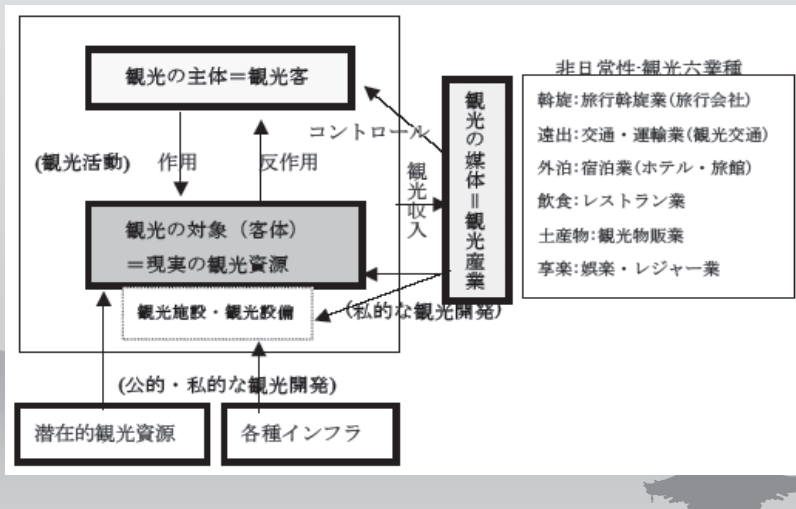
1. 地域住民による観光資源づくり
 - ・町おこし、イベントなどへの参加
2. ニューツーリズム(着地型観光)の動き
 - ・町おこし、イベントの商品企画(←オプショナルツアー)

●交通・通信面

3. 急増する非宿泊客(クルーズ客やトランジット客)
 - ・交通・運輸、情報通信IOTの発達



観光の主体、客体、媒体



観光活動を量的に把握していない観光産業 —宿泊客統計から観光入込客統計へ—

—観光資源への入込客に対するアンケート調査の必要性—

1. 背景

- ・シーズンリティ(Seasonality)不安定な需要⇒観光産業の多角経営⇒把握困難⇒SNAの課題
- ・クルーズ客やトランジット客など非宿泊客の急増
- ・観光資源の存続に果たす地元民の各種イベント
- ・ニューツーリズム(着地型観光)

2. 観光及び観光消費額の新定義

- ・観光客≠観光産業の客≠観光入込客(訪問客)
- ・観光客Tourists(宿泊客)⇒観光入込客Visitors(訪問客)
=Tourists(宿泊客)+Same-day Visitors(日帰客)
⇒観光入込客の消費⇒観光消費額

宿泊客統計から観光入込客(訪問客)統計へ

1980年代 サテライト勘定のコンセプトの提起(フランス)

1996年3月 (社)日本観光協会「全国観光統計基準」

『全国観光客数統計—観光統計の調査・集計方法の全国統一』

2000年 世界観光機関、OECDなど「観光サテライト勘定」TSAの公表

2005年5月 観光統計の整備に関する検討懇談会設置

2006年12月 観光立国推進基本法成立

2007年6月 観光立国推進基本計画閣議決定

2009年12月 「観光入込客統計に関する共通基準」の策定

2010年4月 同基準による観光統計

TSA : Tourism Satellite Account (SNA補強のための付属勘定)

観光消費額推計の手順と課題

観光(入込客)消費額=[宿泊客数×単価]+[日帰客(非宿泊客)数×単価]

●推計手順

- ①宿泊調査⇒宿泊客の実人数
 - ・宿泊客の延人数÷平均宿泊日数
- ②観光地点調査⇒観光(入込)客の実人数
 - ・観光(入込)客の延人数÷平均訪問地点数
- ③日帰客数の算出
 - ・観光(入込)客の実人数－宿泊客の実人数(②－①)
- ④観光消費額の推計
(補助的調査:宿泊客、日帰客の単価(平均観光消費額))

●課題

- 1.各種自治体の同時あるいは連携して行なう必要性
- 2.調査地点の継続性(年間の入込み客数5万人以上、特定時期月間5,000人以上)
- 3.都道府県もしくは市町村の判断での観光地点の選定



観光産業はRosy? Lousy?

1.レクリエーションに相應るホスピタリティ・インダストリー

※hospitality:(客に対する)親切なもてなし、歓待

関連用語:hospital(病院)、hospitalization(入院)

2.Maslow,A.H.による欲求充足の難易度5段階

第1段階 ☆	生理的欲求
第2段階 ☆☆	安全的欲求
第3段階 ☆☆☆	帰属愛的欲求
第4段階 ★★★★★	自尊的欲求
第5段階 ☆☆☆☆☆	自己実現的欲求

(出所)マズロー著、上田喜一訳(1973)『人間性の最高価値』誠信書房より作成。

3.低賃金・長時間労働

大規模なサービス経済の成長はおそらく惨めで最低の(lousy)職を作り出す

...

(G・エスピン・アンデルセン著(2000)『ポスト工業経済の社会的基礎』桜井書店、160)



利益を出しにくい観光産業

1. 不可能な作りだめ (通用しない在庫概念)

- ・ 上限稼働率100%、オーバーブッキング、オーバーツーリズムの問題

2. スマイル重視の労働集約的産業

- ・ 理系よりも文系、ローテク

3. 「増収増益」維持は困難

$$[\text{売上げ}] - [\text{費用}] = [\text{利益}]$$

- ・ 知的財産権なく模倣される→売上げ上限
- ・ 総費用に占める人件費の大きさ→人件費削減
- ・ 長時間・低賃金労働と流動的な労働市場



大量生産と効率

薄利多売と利益増大のための効率の追求

⇒ 厳格な顔、ハイテク化、国際競争力 ⇒ 一流

1. 一流の生産要素

- ・ 資本(機械、原材料)、労働、土地

2. 一流の労働編成

- ・ 労務管理…叱咤激励
- ・ 作業工程管理…ムダ削減

(参考文献)

鈴木木始(1994)『日本の生産システムと企業社会』北海道大学図書刊行会。



わが国主要企業の各種費用内訳

(1996、%、日銀統計調査局)

	製造業			運輸			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

マクロ経済的には、
観光産業は単なるサービス業ではない

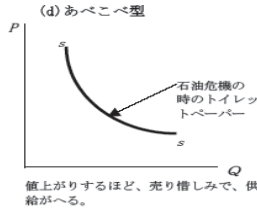
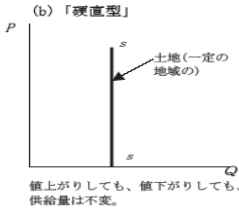
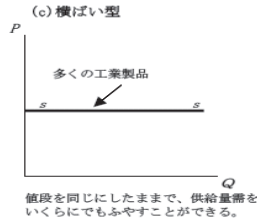
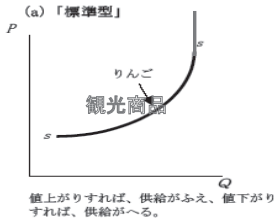
域外所得の流入

- 観光消費 ≡ 投資
- 外貨の獲得 ≡ 国際貿易
- 貿易よりも低コスト
 - ・輸送、保管、包装、保管...
- 貿易摩擦、関税障壁の克服
- 市場経済の拡大

価格に非弾力的な観光供給

・人材育成期間、固定資産投資、環境問題、政府の規制など

さまざまな供給曲線の例



経済波及効果の小さい観光産業 —観光産業主導の国・地域づくりは限界—

2011年全国産業連関表・逆行行列係数表 [I-(I-M)A]⁻¹ 統合中分類(108部門表) (出所)総務庁統計局・Stat <http://www.stat.go.jp/data/fo/ichiran.htm>より作成。

分類番号	001	061	211	252	261	291	321	351	411
諸産業	耕種農業	金属鉱物	石油製品	セメント・セメント製品	鉄鋼・粗鋼	はん用機械	電子デバイス	乗用車	建築
乗数	1.793207	1.841073	1.122467	1.989440	2.196060	2.204444	2.157362	3.040345	1.971503
影響力係数	0.912202	0.936552	0.570998	1.012026	1.117134	1.121399	1.097448	1.546621	1.002902
分類番号	413	511	531	551	571	572	574	575	591
諸産業	公共事業	商業	金融・保険	不動産仲介及び買	鉄道輸送	道路輸送(除自家)	水運	航空輸送	通信
乗数	1.945202	1.545322	1.571823	1.534262	1.526568	1.385521	1.776343	2.150037	1.808797
影響力係数	0.989523	0.786104	0.799585	0.780478	0.776563	0.704813	0.903624	1.093722	0.920133
分類番号	593	611	631	641	644	671	672	674	679
諸産業	情報サービス	公務	教育	医療・保健	介護	宿泊業	飲食サービス	娯楽サービス	その他対個人サービス
乗数	1.639459	1.522377	1.295190	1.741792	1.427956	1.875911	1.977525	1.524311	1.495067
影響力係数	0.833991	0.774432	0.658862	0.886048	0.726400	0.954274	1.005965	0.775416	0.760539

観光産業を取り巻く経済環境 —非正規労働の常態化と産業の空洞化—

○資本サイド: 資本・株主の国際化

- ・時価総額ベース: 「会社の寿命約7年」、米国5年
- ・1983年日経ビジネス「会社の寿命(盛期) 30年」
- ・旧経営陣での正規労働者の合理化

○労働サイド: 「同一労働・同一賃金」の声

- ・1996年の労働者派遣法改正
- ・1998年の派遣適用対象業務の事実上自由化
- ・「同一労働・同一賃金」: 年功序列賃金体系・終身雇用制の崩壊
⇒非正規労働・日雇い労働の状態化

◎新ビジネス創出の必要性

- ・産業の空洞化=地域の後進国化・退化⇒定住人口確保難

地域が寂れる可能性の大きい、 近視眼的観光振興

1. 観光資源不在の観光振興

2. 観光産業の利益だけを唱える観光振興

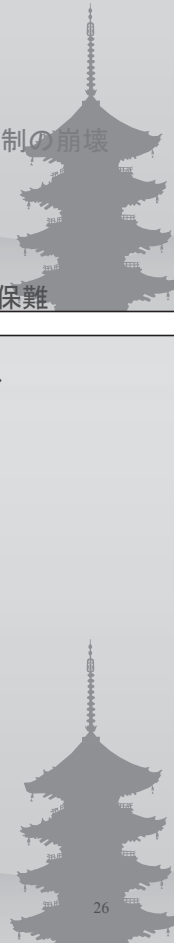
- ・観光客数や観光収入の伸び
- ・観光客数や観光収支のバランス
- 【 送り出し観光 】 < 【 受入れ観光 】

3. 他産業の発展機会を奪う観光振興

- ・経済波及効果 = 直接効果 + 間接効果
- ・経済的に遅れた地域 : 間接効果を軽視

4. 定住人口増に結びつかない観光振興

- 2020/4/6
地域力のバロメータ: 人口、地価、GDP



人が集う、観光・地域ブランドづくり —非価格競争、着地型観光への期待—

1. 誘客のためのプライスダウンとオプションツアーの導入
2. 薄利多売からブランド戦略へ(薄利多売・生産性向上から非価格競争へ)
3. 地域住民の大衆観光への反発と地域のプライド

↓

観光振興のモデルとしてのフランスとくにパリ

- ・ 100年単位での観光魅力アップ:ヴェルサイユ宮殿、ルーブル美術館、凱旋門、エッフェル塔、フランス料理、ファッション、庭園など
- ・ 官民挙げて、文化の面から品よく国や地域のブランドづくり→ルイ・ヴィトン、シャネル、エルメスなどのブランド品に見られるような経済的利得
- ・ 観光産業と観光資源の一体化は、形を変えた公共事業
- ・ 金融での挺入れは行えば行うほど採算性の低い観光産業を窮地に。
- ・ 観光立国推進という国策を掲げた以上、税制優遇、低金利融資、補助金支給などで観光産業でのLOUSYを軽減していく必要がある。

補足的説明:観光と豊かな国との関係

◎「富国強兵」:父系(ペティ系)国富論、Stock(資産富)...⇒覇権争い

- ・ 「国庫が潤沢でないと、強い軍隊や官僚組織を維持できない、国は豊かになれない」
- ・ 金銀そのものが価値(蓄蔵手段としての貨幣)
- ・ 金銀の多い国が豊かな国、まずは「略奪」、次に「貿易」
⇒重金主義⇒重商主義:自国産業の保護・育成、関税強化(有産国家)
- ★ 贅沢はお国の敵⇒出入国管理の強化、外貨持ち出し制限

◎「殖産興業」:母系(スミス系)国富論、Flow(所得富)...⇒持続可能性?

- 商品(財) — 農産物や労働生産物が巷に溢れる 国(ケネー、スミス)
⇒ 生産、「富の源泉」、労働生産性、国際競争力...
- サービス — 各種サービスがあり便利な国(セー、マーシャル、ケインズ...)
⇒ 消費、「富の分配」、効用(満足感)
- ・ 観光が自由にできる国、社会保障の行き届いた国、公共施設(公共事業)の整った国
- ・ お金の多い国は貧乏(交換手段としての貨幣⇒貨幣の流通速度アップ)
- ・ 消費の拡大⇒国庫は空っぽ(無産国家)⇒危機管理への疑問

豊かな国では観光が盛ん、しかし観光が国を豊かにした訳ではない

結び

●観光経済分析講座の原点

- 1.観光振興では、シーズナリティだけでなく各種の不安定要因が多い。
- 2.観光業はテクノロジーの世界から遠く大きい利益を得にくい。
- 3.観光業は、低賃金・長時間労働は構造的な問題を抱える。
- 4.観光業による経済波及効果は小さく、産業政策上、「観光立国」は問題。
- 5.豊かな国での遊び、そのためのサービスは、賑わいや消費そして生産を促す。
- 6.観光には、域外の人びとの親睦を深め、自然や伝統を守り、
- 7.地域住民の尊厳や団結、地域ブランドづくり、定住人口増という夢がある。
- 8.観光振興は、形を変えた公共事業でインフラ整備に貢献。
- 9.観光振興の懐妊期間は100年単位、財政的な投入が長期的に必要。
- 10.観光産業の国際競争力や金融支援策の強化などは短期的視野の謬論。
- 11.観光振興に求められること、それは主観的な能動性よりも客観的な可能性。

●観光経済分析の視座: 疑え! 場合分けしているか! 見落としはないか! 検証は!

- サービス・値下げ・薄利多売・効率アップ⇒「増収増益」?
- 市場・短期・民間よりも計画・長期・という視点⇒持続可能な観光振興(仮説)