

# 日本地域経済振興と 国際観光誘致策の構築について

—— 訪日中国人観光客の統計分析を中心に ——

姚 峰  
王 琰  
李 瑶  
木 内 舜

## 1. はじめに

2003年、日本政府は観光立国の目標を実現するため、官民が共同して訪日の促進に取り組む「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を開始した。これは国土交通省が中心で行った外国人旅行者の訪日促進活動である。主な目的は、国際観光の振興、観光環境の整備、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成の三つである。一つ目の国際観光の振興とは、ビザの緩和やビザ審査体制の整備、観光立国実現のための出入国審査の充実等が例として挙げられる。二つ目の観光環境の整備とは、インバウンド観光の受け入れ環境の整備や観光産業の活性化等である。三つ目の国際競争力の高い魅力ある観光地の形成とは、首都圏空港の機能強化や地方創生のための観光地域づくりをしていくことである。

2006年には「観光立国推進基本法」が設定され、翌年から施行された。この法律の基本的理念は「地方を重視し、地方のアイデアを発揮させ、現地の住民が誇れ、そして持続的に発展し、活力があふれる社会を目指すこと」である。そのため、国内外の観光を促進し、豊かな国民生活を実現させることを目標としている。また、2007年に政府は国際競争力を高めるため、「観光立国推進基本計画」を制定した。さらに2008年、国土交通省の外局として『観光庁』が

設置されたことで、国を挙げた取組体制が出来るようになった。2010年には、特定地域に限定されたものの、訪日中国人観光客に対するビザの発給要件が緩和された。

2010年に政府閣議で決定された「新成長戦略（基本方針）～輝きのある日本～」では、2020年に訪日外国人を2,500万人、経済波及効果10兆円、雇用ポスト56万人創出との目標を掲げた。また、2015年、観光立国の実現に向けて強力に施策を推進すべく立ち上がった観光立国推進閣僚会議の第5回会合によって、官民一体となって取り組む「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」を決定した。このプロジェクトの内容の1つに「訪日外国人旅行者の増加に対応し、外国人旅行者のビザ申請を円滑に行えるよう、在外公館のビザ審査に係る必要な物的・人的体制の整備に取り組む」とある。

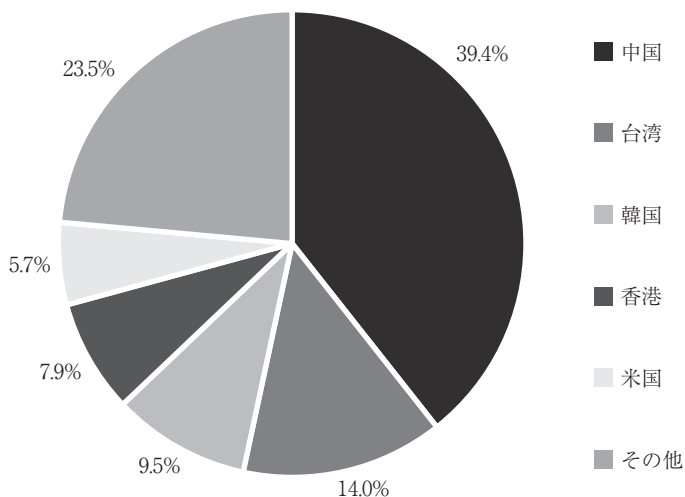
2015年は訪日国際観光客数が前年比47%の異例の増加で1,973万人に達したことを受け、2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を開き、2020年の訪日外国人観光客数の目標を年間2,000万人から倍増の4,000万人、2030年には同3倍の6,000万人に増やす目標を決めた。訪日外国人が宿泊や飲食などに使う消費額は、2015年の3兆4,771億円から、2020年に8兆円、2030年に15兆円まで増やす目標を掲げた。実際、2016年には訪日外国人観光客数は2,400万人を超えた。2020年には東京でオリンピックが開催されることも踏まえると、2010年に目標として掲げた訪日外国人観光客数4,000万人の目標が実現可能であろう。

近年、訪日外国人観光客数は急増している中、訪日中国人観光客の数の著しい増加が最も注目されている。訪日中国人観光客は2014年に約244万人、2015年に倍増の約499万人、そして2016年に500万人の関門を突破し、638万人にも達した。外国人観光客の割合が最も高いのは、2013年は韓国人で、2014年は台湾人で、今は中国人であることになっている。訪日中国人観光客の急増原因は、円安の進行、そして中国と日本間の格安航空便の増加にあると考えられる。2011年に1元が約13円に対し、2014年には1元が約17.24円、2015年には1元が約19.44円だと、円安が急速に進行していることで、中国

人にとって日本はよりお得な観光先になるのであろう。中国人国際観光消費額は、2014年の2兆278億円に対し、2015年には7割増の3兆4,771億円となった。

2015年は「爆買い」が年間流行語大賞に入賞されたが、それは中国人の旅行消費額がいかに多かったのかを物語っているのである。図1-1は2016年の日本の国際観光消費を国籍別に見たものである。日本の国際観光消費の総額は3兆7,476億円（前年比7.8%増）で過去最高となった。その中で最も消費額が多いのは中国の1兆4,754億円で、構成比も39.4%で最も大きい。日本の国際観光消費は中国を筆頭に、台湾5,245億円（同14.0%）、韓国3,578億円（同9.5%）、香港2,947億円（同7.9%）、米国2,130億円（同5.7%）の順となっており、これら上位5カ国で全体の76.5%を占めた。

少子高齢化と大都会人口流出の勢いで経済発展が停滞している地方は、国際観光客誘致で地域経済振興を大いに期待している。訪日外国人観光客数は年々増加しており、またリピーターの増加により、国際観光客の地方への分散が予



出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」により筆者作成

図1-1 2016年旅行消費額の国・地域別構成比

想される。日本の各都道府県は、増えてくるリピーターを誘致するため様々な努力を行っている一方、有効な国際観光誘致策を構築することは緊急かつ重要な課題にもなっている。地域経済振興の課題を解決するため、国際観光客旅行先の選択要因を解明することが必要である。

中国人観光客に関する研究が多く見られているが、旅行先の選択要因に関する研究はあまり見られない。須藤（2005）では供給と需要サイドまたその両面を跨ぐ形で介在するガイドブックがどのような日本観光を作り上げようとしているのかに注目している。中国で、とくに多く見かける日本のガイドブックでは、景観を「見る」ことと、流行の最先端で「遊ぶ」ことが強調されていた。日本に来る中国人観光客には、「見る」ことと、「遊ぶ」ことの2つのイメージが混在している可能性がある。また、ガイドブックは東京から大阪までの観光地を所謂「ゴールデンルート」と強調していることが分かった。山本（2005）はパッケージツアー商品のビラや新聞広告を基に訪日旅行商品を分析し、中国旅行社営業店舗の訪日旅行商品の販売力が乏しいことを示した。そこで、旅行社単体では集客が困難な場合があるため、定番化したツアー商品でも、さらに催行頻度を増やす場合、旅行社同士の共販が必要であると指摘した。尹（2005）は、中国人観光客は日本国内だけでなく世界各国が誘致しようとしており、中国人観光客誘致をめぐる競争が展開されることを指摘している。そこで、一層踏み込んだ経済交流を基盤とした誘致戦略が求められる。具体的には、中国向けインバウンド観光の専門家やコーディネーターとなる人材の育成や、中国人観光客が買い物しやすい施設・店舗の開設等を例として挙げている。清水（2007）は2004年から2006年にかけて行った旅行会社と自治体に対する聞き取り調査で中国人の訪日旅行に関する考察を行い、これまで観光誘致を行っていた日本の旅行社や自治体が、その誘致対象を、「観光客以外」の旅行客へと転換させていることもあると示した。金（2009）は、日本における中国人旅行者行動の空間的特徴に関して分析した。中国人のアウトバウンド観光は、経済発展や旅行に対する制約の緩和によって急成長し、日本の積極的な受入政策にも影響を与えたことを示唆した。藤沢（2011）は訪日中国人の現状と課題につい

て、コミュニケーションをめぐる問題、とくに通訳や中国語による情報提供の不足を挙げている。龍（2011）は中国人団体パッケージツアーの空間行動の実態調査を行い、中国人観光客は日本人の日常生活について非常に興味を持っていることを改めて認識している。鄔（2016）によると、訪日中国人観光客の団体客の割合が少しずつ減少し、同伴者の割合が最も多いと示した。

以上の先行研究には有効な観光誘致策及び地域経済振興策の構築に参考にできる情報が限られている。戴（2011）は訪日中国人観光客の旅行先選択行動と旅行先分布に着目し、中国人観光客は大都市や富士山など日本を代表する有名地を選好する傾向が強く、北海道のような知名度が急上昇している地域も存在すると指摘した。2010年と2011年の都道府県別中国人客延べ宿泊者数データの回帰分析で、中国人観光客の旅行先選択行動は主に地域の知名度と地域の商業繁華度に影響されていることを示した。姚・李・李（2015）では、日本45都道府県（熊本、沖縄以外）2007年～2011年までのパネルデータを用いて回帰分析を行った。そこで、中国人観光客の旅行先の選択に大きく影響しているのは在日中国人居住者数と日本各都道府県の知名度の2つであることが分かった。

本研究では、姚・李・李（2015）の結果を踏まえ、国際観光客の旅行先選択に関連する社会経済指標をより多く取り組んで検討したい。46都道府県（沖縄県を除く）2007～2013年までのパネルデータ回帰分析により、中国人観光客を中心に、国際観光客の観光地選択要因を解析する。また、統計分析の結果に基づき、有効な地域観光誘致と地域経済振興策の構築に有用な情報を提供する。

以下第2章ではまず中国人観光客急増に大きく貢献している日本と中国の間の交通状況を簡単にまとめる他、地域国際観光振興に緊密な関係がある中国人および台湾人観光客のリピーターについて検討する。第3章では訪日中国人観光客の旅行先選択に影響のある統計指標を選別し、取り上げた指標の特徴を示すうえ、統計分析方法を概説する。第4章では、パネルデータ回帰モデルにより訪日中国人および台湾人観光客旅行先の選択要因を詳しく分析する。第5章

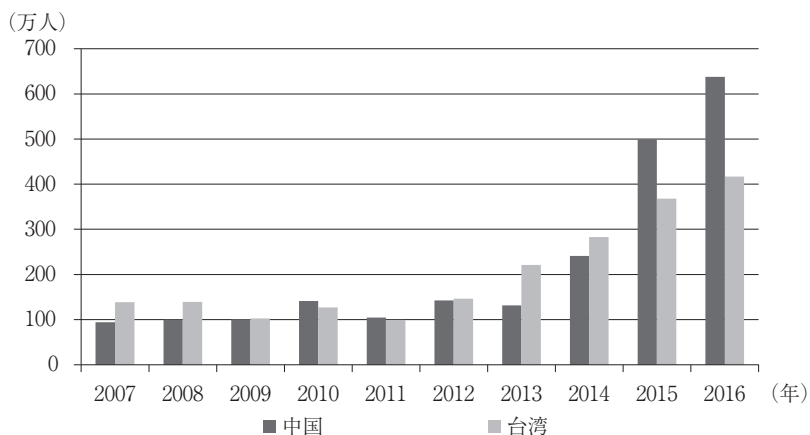
では、実証分析の結果に基づき地域国際観光誘致と経済振興に関する政策提案を行い、「モノ消費」から「コト消費」への展望を簡単にまとめる。最後に代わりにでは今後の研究課題等を提起する。

## 2. 訪日中国人観光客の状況

### 2.1 日本と中国の国際航空の便利性

図2-1では訪日中国と台湾観光客人数の推移状況を示している。2015年の訪日中国人観光客数は前年の2倍以上増加した。国籍別に訪日外国人数を比較すると、韓国、台湾を抜いて中国は最も多い国となった。このことから訪日外国人数において、中国人観光客数の占める割合が年々増加していることが分かる。また、訪日台湾人観光客数は2015年に初めて300万人を大幅に突破し、2016年には416万7,400人にまで増加した。

日本は中国から距離も近く、清潔で安心というイメージがあるため、多くの中国人に旅行先として選ばれている。日本と中国の間の国際航空の便利さ（距離が短く、便数が多く、かつLCC運行の増便）も中国人観光客急増に大きく寄与している。中国の国土面積が非常に広いため、中国人は日本への国際観光



出所：日本政府観光局（JNTO）「報道発表資料」により筆者作成

図2-1 訪日中国と台湾観光客人数の推移

移動距離が国内移動に比べ遠い感じはしない。例えば、上海から福岡、大阪と東京までの距離はそれぞれ約 900 km, 1,300 km, 1,800 km である。それに対して、上海から北京、長春とハルビンまでの距離はそれぞれ約 1,100 km, 1,500 km, 2,000 km である。日本への国際観光は気軽に移動できる範囲であるといえよう。

近年、中国～日本の格安航空の運航空港や便数の増加が目立っている。東京の羽田・成田空港／上海便は1日で38便ある。大阪／上海便は1日で34便ある。また、広島発大連経由で北京行きの便は週7便、北海道／北京便週7便、高松と上海及び台北の間でも週4便を運航している。表2-1によると、中国の主な国際空港として、北京から羽田・成田、関西、愛知県、新千歳行きの便は3時間台に抑えており、また、上海発日本へ向かう便は、ほぼ1時間台から2時間台に抑えていることがわかる。台北、香港発の便は上海に次いで、20便台～30便台で便数が集中しており、所要時間も短いため、訪日旅行の有利な要素となっている。

更にLCCを利用する場合はチケット料金が3,000円まで安くなっているケースも珍しくない。直行便が無い都市間の移動でも、中国国内において、北京、

表 2-1 1日当たり日中主な国際空港間発着強直行便数および所要時間

	羽田・成田	関西	広島	福岡	愛知	新千歳
北京	28便 3 h 25 m	12便 3 h 5 m	2便 4 h 30 m	3便 4 h 20 m	4便 3 h	1便 3 h 50 m
上海	37便 2 h 50 m	34便 2 h 10 m	1便 1 h 40 m	9便 1 h 35 m	17便 2 h 40 m	2便 3 h 25 m
広州	6便 3 h 55 m	2便 3 h 20 m	6便 6 h 30 m	14便 5 h 45 m	11便 6 h 20 m	6便 6 h 25 m
台北	30便 2 h 50 m	23便 2 h 30 m	1便 1 h 50 m	7便 2 h 5 m	6便 2 h 30 m	8便 3 h 25 m
香港	30便 3 h 50 m	28便 3 h 25 m	3便 3 h 10 m	7便 2 h 50 m	9便 3 h 15 m	6便 4 h 30 m
高雄	13便 3 h 20 m	7便 2 h 40 m	- -	5便 2 h 40 m	7便 5 h 10 m	2便 4 h

出所：Fly Team の HP を基に筆者作成

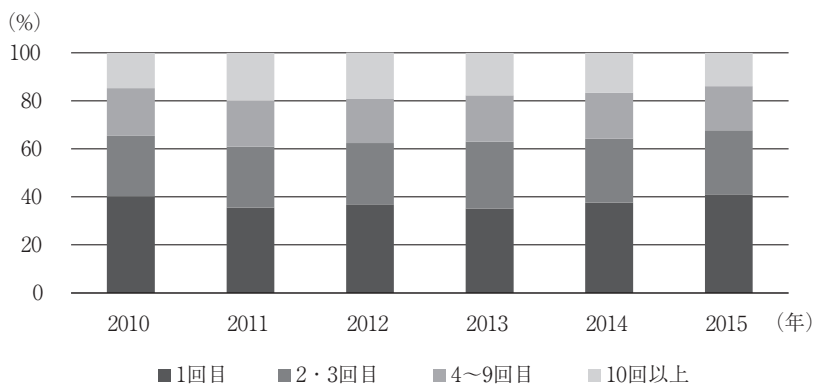
上海と広州など、日本国内において、東京、大阪と福岡などで乗り継ぎの便も多く開通されている。

## 2.2 リピーターと地域国際観光

地域国際観光の振興は、年々増加している外国人観光客の中でのリピーターの存在が重要である。リピーターの増加により、観光市場のニーズが変わり、人気の高い観光スポットから離れ、特色のある地方へと分散する勢いがみられる。リピーターが観光情報を集めるためよく利用する媒体は、インターネットや雑誌、過去の経験、家族や友人による口コミなどである。

図2-2は外国人観光客全国籍の訪日回数の割合を表したものである。2010年から2015年までリピーターの割合がずっと6割以上を占めていることが分かる。

図2-3と図2-4より、中国人及び台湾人観光客の訪日回数の割合を比較してみれば、中国人訪日観光客リピーターの割合が40%~50%であることにに対し、台湾の割合が80%程度達していることがわかる(図2-3, 図2-4)。中国内陸は、リピーターより新規訪日客が多い。その一方、台湾は訪日観光客のリピーター率が全国籍・地域においても高い地域であることがわかる。

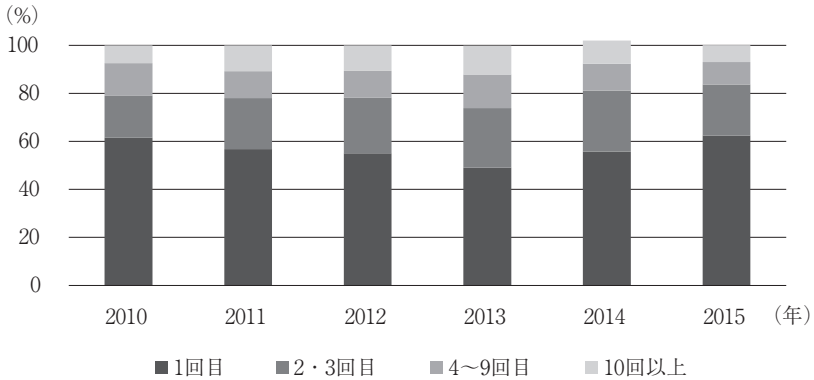


出所：日本政府観光局（JNTO）「報道発表資料」により筆者作成

図2-2 全国籍の訪日回数の割合

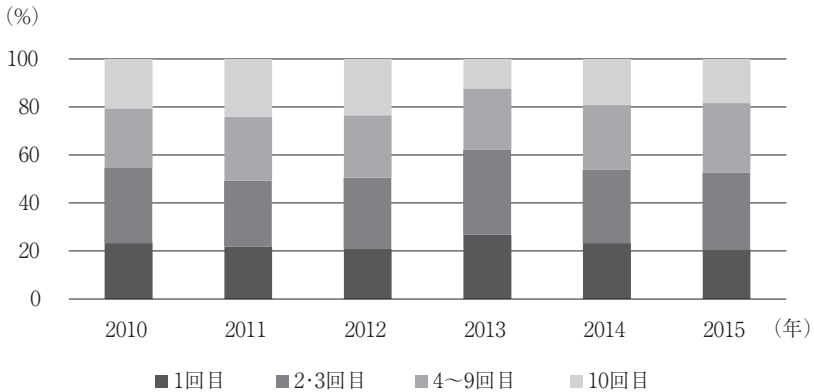


図 2-3 によると、2010 年～2013 年の間は訪日中国人観光客のリピーターの割合は増加ぶりを見せ、とくに 2013 年に初めて 50% を超えた。しかし、その後リピーターの割合は再び減少し、2015 年にはリピーターの割合は 40% を切った。図 2-4 によると、2010 年～2012 年にかけて、訪日台湾人観光客のリピーターの割合は増加していたが、2013 年に一時的に減少し、その後はまた増えるようになり、2015 年に回復し、80% 近くを占めるようになった。



出所：観光庁「訪日外国人の消費動向」により筆者作成

図 2-3 年度別中国人観光客の訪日回数の割合



出所：観光庁「訪日外国人の消費動向」により筆者作成

図 2-4 年度別台湾人観光客の訪日回数の割合

表 2-2 から見ると、2015 年に新規訪日中国人は 6 割以上を占め、新規訪日台湾人はわずか 2 割で、リピーターの割合は圧倒的に多いことがわかる。全国籍・地域の割合と比較してみると、中国を除いた全国籍・地域の新規訪日客の割合が 41.1% から 33.9% まで減り、リピーターの割合は 58.9% から 66.1% まで増えた。急成長している中国人インバウンド市場は、リピーターの割合が低く見られるが安定成長に入ると、リピーターの増加により地方への観光行動の移動が大いに期待できるといってもよからう。

またリピーター率がずっと高い台湾人インバウンド市場に対して、インバウンドに取り込む地域の連携を促し、プロモーションの実施により、多様なニーズに即した地方への誘致が求められている。

表 2-2 2015 年訪日外国人旅行者のリピーターの割合 (%)

国・地域 割合	中国	全国籍・地域 (中国を除く)	台湾	全国籍・地域 (台湾を除く)	全国籍・地域
新規訪日	62.4	33.9	20.7	45.8	41.1
リピーター	37.6	66.1	79.3	54.2	58.9

出所：観光庁「訪日外国人の消費動向」により筆者作成

### 3. 統計分析の対象と回帰分析モデル

#### 3.1 統計分析の対象

中国人国際観光客の日本各地域旅行先選択要因を解析するため、姚・李・李 (2015) の研究結果を踏まえ、各地域の社会経済発展に関連する主な統計指標を選択し、パネルデータ回帰分析を行う。本研究では、日本各都道府県における延べ宿泊者数の他に、在日中国人 (台湾人) 居住者数、都道府県別人口、対個人サービス産業産出額、民間最終消費支出、小売業売上額、三次産業産出額などを取り上げた。

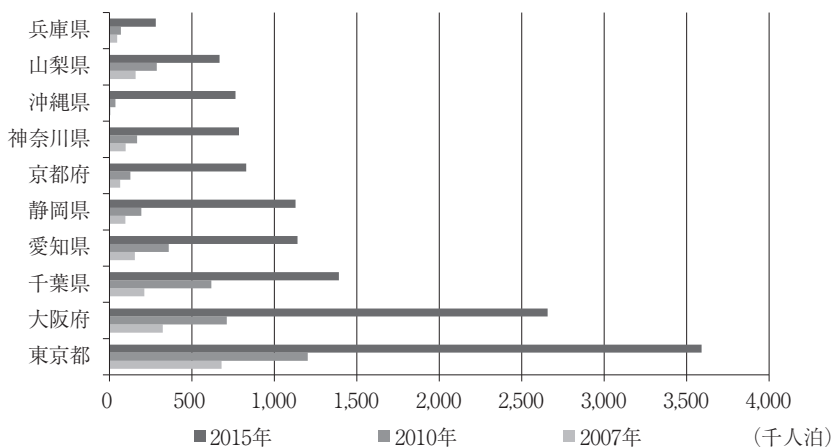
##### ① 外国人観光客年間延べ宿泊者数

外国人観光客延べ宿泊者数は日本政府観光庁 (JNTO, Japan National Tourism

Organization) の観光行政基礎資料によるもので、全国範囲で従業者数 10 人以上のホテル、旅館、簡易宿泊所に日本国内に住所を有しない外国人の宿泊者の延べ人数をいう。中国人観光客延べ宿泊者数は CT、台湾人観光客延べ宿泊者数は TT とする。

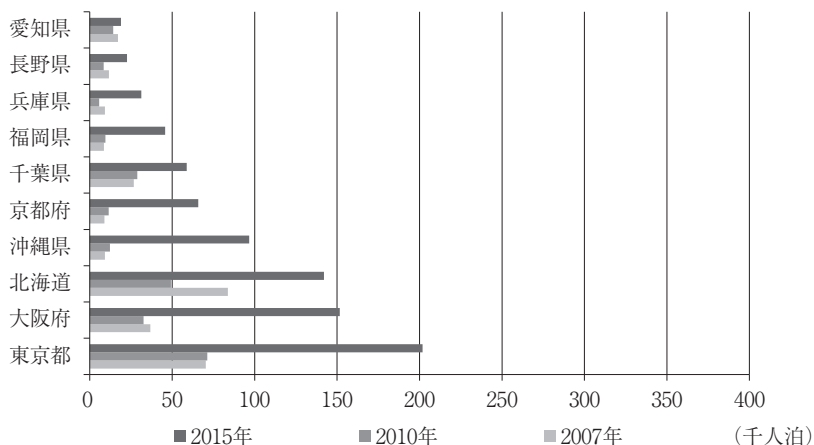
2007 年、2010 年、2015 年の訪日中国人観光客および訪日台湾人観光客の宿泊者数トップ 10 都道府県別はそれぞれ図 3-1、図 3-2 で示している。図 3-1 によると、訪日中国人観光客の延べ宿泊者数はどの年度を比較しても、東京が最も多いことが分かる。このことから、中国人観光客の宿泊者はどの年度でも東京や大阪などの都市部に集中する傾向があることが分かった。

図 3-2 によると、2007 年の台湾人観光客の宿泊者数は北海道が最も多く、2010 年と 2013 年は東京が最も多いことが分かる。2007 年に北海道が最も多かった理由の 1 つとして、2007 年 2 月に放送されたテレビドラマ『たった一度の雪～SAPPORO・1972 年』が北海道を中心にロケが行われたことが挙げられる。このドラマは札幌オリンピックを控えた年に出会った日本人選手と台湾人選手を描いた物語である。このドラマが人気となり、2007 年の台湾人観光



出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」により筆者作成

図 3-1 訪日中国人観光客の延べ宿泊者数トップ 10 地域



出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」により筆者作成  
**図 3-2 訪日台湾人観光客の延べ宿泊者数トップ 10 地域**

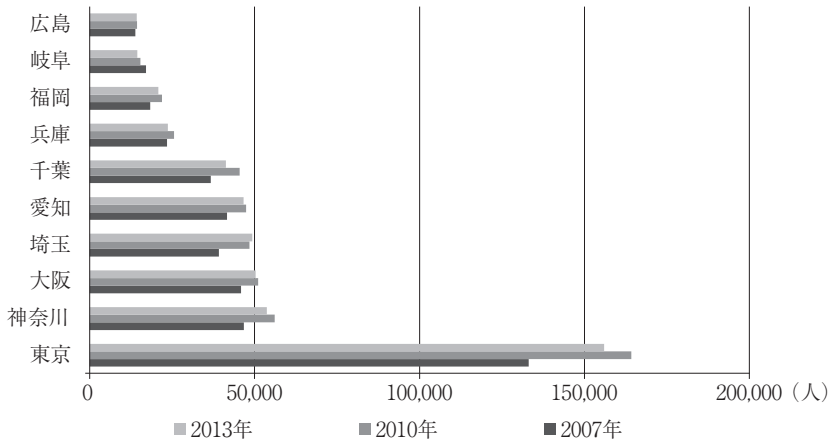
客の宿泊者が、北海道に集中したと考えられる。

② 在日中国人および台湾人居住者数

中国人は観光またはビジネスの目的で日本を訪れる場合、各種の繋がりでもしくは親戚などのいる地域に行く傾向が高いと考えられる。本研究では中国人および台湾人観光客が日本各地域を選択する際に考えられる主要素として、各都道府県における在日中国人居住者数 (RC)、在日台湾人居住者数 (RT) などを取り上げて分析したい。日本各地域の中国人および台湾人居住者数の年度データは総務省「都道府県別国籍 (出身地) 別外国人登録者」により収集されたものである。2007年、2010年、2013年各地域在日中国人及び在日台湾人の居住者数トップ 10 地域がそれぞれ図 3-3、図 3-4 で示している。

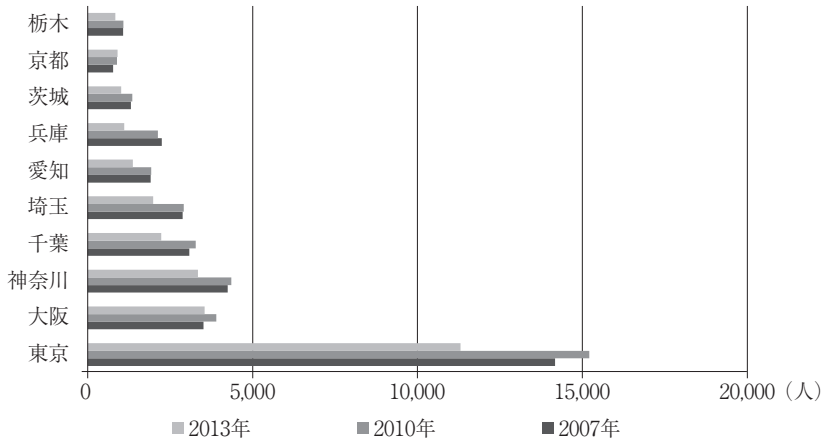
③ 日本各都道府県主な社会経済発展指標

日本各都道府県の社会経済発展状況は、中国人観光客の旅行先選択に影響を与えると考えられる。戴 (2011) と姚・李・李 (2015) の研究でも旅行先の経



出所：政府統計の総合窓口-「在留外国人統計」により筆者作成

図 3-3 在日中国人居住者数トップ 10 地域



出所：政府統計の総合窓口-「在留外国人統計」により筆者作成

図 3-4 在日台湾人居住者数トップ 10 地域

済繁栄度は観光客の集客に関連性があると指摘している。訪日外国人観光客年間延べ宿泊者数を増加させる要因としては、在日中国人居住者数の増加と日本各都道府県社会経済の発展の2つが考えられる。本研究では、日本各都道府県繁栄度を表す変数に着目し、日本各都道府県総人口(PO)、一人当たり所得(YIP)、対個人サービス業産出(SP)、民間最終消費支出(EP)、小売業売上(SVR)および三次産業産出(TS)などを取り上げて分析する。対個人サービス業とは、第三次産業のサービス業の中で対事業所サービス(ビルメンテナンス、警備保障、人材派遣など)と並ぶもので、一般消費者の需要に応じた直接サービスを提供するものであり、製造業者・卸売業者を經由して商品を購入しないという点で小売業とは異なる。

沖縄県の小売業売上額と対個人サービス業産出額のデータが入手できなかったため、分析の際に沖縄県を除いて、46都道府県2007年-2013年のパネルデータを用いた。各統計指標に関しての基本統計量と各統計指標の相関行列をそれぞれ表3-1、表3-2に示している。論文ページ制約などの関係で経済関連指標のデータの詳細な地域分布状況説明を省略しておく。関心のある方は著者への問い合わせにより提供される可能性がある。

表 3-1 国際観光主要関連指標の基本統計量

	平均	標準誤差	最小値	最大値
CT	69,098	9,336.81	640	1,201,680
RC	14,261	1,390.28	1,281	164,424
PO	2,749	148.36	578	13,300
SVR	6,144	399.92	1,087	45,514
YIP	2,738	22.32	2,124	5,165
SP	6,809	511.81	988	58,631
PSP	22	0.24	16	46
EP	62,788	3,952.27	11,267	390,928
PEP	215	1.19	161	300
TS	81,394	7,124.29	13,958	877,608
PTS	257	3.46	179	688

表 3-2 国際観光関連主要指標相関行列

	CT	RC	PO	SVR	YIP	SP
CT	1	0.854	0.781	0.859	0.619	0.869
RC	0.854	1	0.907	0.969	0.732	0.976
PO	0.781	0.907	1	0.961	0.630	0.938
SVR	0.859	0.969	0.961	1	0.707	0.991
YIP	0.619	0.732	0.630	0.707	1	0.726
SP	0.869	0.976	0.938	0.991	0.726	1
PSP	0.724	0.745	0.604	0.723	0.684	0.775
EP	0.813	0.951	0.988	0.983	0.682	0.969
PEP	0.597	0.712	0.666	0.705	0.690	0.696
TS	0.872	0.972	0.892	0.977	0.735	0.990
PTS	0.788	0.830	0.651	0.813	0.708	0.849
	PSP	EP	PEP	TS	PTS	
CT	0.724	0.813	0.597	0.872	0.788	
RC	0.745	0.951	0.712	0.972	0.831	
PO	0.604	0.988	0.666	0.892	0.651	
SVR	0.723	0.984	0.705	0.977	0.813	
YIP	0.684	0.682	0.690	0.735	0.709	
SP	0.775	0.969	0.696	0.990	0.849	
PSP	1	0.661	0.626	0.775	0.809	
EP	0.661	1	0.723	0.938	0.729	
PEP	0.626	0.723	1	0.687	0.668	
TS	0.775	0.938	0.687	1	0.899	
PTS	0.809	0.729	0.668	0.899	1	

### 3.2 パネルデータ回帰分析モデル

本研究では日本の  $i$  地域 ( $i = 1, 2, \dots, 46$ )  $t$  年度 ( $t = 1, 2, \dots, T$ ) 外国人観光客延べ宿泊者数を  $Y_{it}$  で表し、次のパネルデータ回帰分析モデルを用いて実証分析を行う。パネルデータとは、クロスセクション・データと時系列データの両方を合わせたデータ、つまり観察単位を同一の地域、個人、事業所など、複数の期間において観察したものである事が分かる。パネルデータ回帰分析は

複数の個体を複数の時点から見て分析出来るという特徴を持っている。パネルデータ回帰分析の詳細については北村（2005）を参照されたい。

$$Y_{it} = \alpha + \beta_l X_{it}(l) + \dots + \beta_k X_{it}(k) + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

誤差項  $\varepsilon_{it}$  は通常の仮定で平均ゼロ分散一定の正規分布に従う確率変数とする。実証分析の際に中国人観光客の観光行動に着目する場合、被説明変数としての  $Y_{it}$  を日本  $i$  地域  $t$  年度中国人観光客延べ宿泊者数  $CT_{it}$  で入れ替えることにする。台湾の観光客の観光行動を分析する際に、被説明変数として、台湾人観光客延べ宿泊者数を  $TT_{it}$  とする。説明変数  $X_{it}(j)$  は ( $j = 1, 2, \dots, k$ ) 国際観光客の観光地選択に影響する社会経済諸要因を表す。本研究で利用した統計指標は以下の通り表記する。

- CT：中国人観光客延べ宿泊者数（単位：人泊）
- RC：在日中国人居住者数（単位：人）
- TT：台湾人観光客延べ宿泊者数（単位：人泊）
- RT：在日台湾人居住者数（単位：人）
- PO：人口（単位：千人）
- YIP：一人当たり所得（単位：万円／人）
- SVR：小売業売上（単位：百万円）
- SP：対個人サービス業産出（単位：百万円）
- PSP：一人当たり対個人サービス業産出（単位：万円／人）
- EP：民間最終消費支出（単位：百万円）
- PEP：一人当たり民間最終消費支出（単位：万円／人）
- TS：三次産業産出額（単位：百万円）
- PTS：一人当たり三次産業産出（単位：万円）

## 4. 中国人観光客の観光地選択要因分析

### 4.1 訪日中国人観光客の観光地選択要因

本節ではまず2変数パネルデータ回帰モデルに基づいて中国人観光客の旅行



先選択に影響を与える要因について分析する。46都道府県(沖縄県を除き)2007年～2013年のパネルデータを用いて回帰分析を行った。回帰係数の $t$ 検定により、定数項と各説明変数とも有意性があるモデルの実証分析結果が表4-1に示されている。モデルVの決定係数は0.5223、他のモデルの決定係数は全て0.61以上である。経済統計分析の限界性向の意味で、ある地域の中国人長期居住者が1人増加すると中国人国際観光客年間延べ宿泊者数が約5.7人泊増、地域総人口が千人増えると中国人観光客年間延べ宿泊者数は約49.2人泊増加に寄与している。

また、小売業売上額1億円の増加が中国人観光客年間延べ宿泊者数2,005人泊増に対応している。各地域対個人サービス産出1億円の増加と中国人観光客延べ宿泊者数約1,586人泊増、一人当たり対個人サービス産出万円の増加と中

表4-1 中国人観光客の旅行先選択要因(2変数モデル)

	被説明変数(CT) = 各地域の中国人観光客年間延べ宿泊者数				
		説明変数	回帰係数	$t$ 統計量	$p$ 値
I	Cons	定数項	-12,654	-2.2542	0.0249
	RC	在日中国人居住者数	5.7325	29.3114	0.0000
II	Cons	定数項	-66,066	-7.8648	0.0000
	PO	人口	49.1611	22.3806	0.0000
III	Cons	定数項	-54,087	-8.5712	0.0000
	SVR	小売業売上	20.0508	29.9902	0.0000
IV	Cons	定数項	-38,885	-6.7549	0.0000
	SP	対個人サービス産出	15.8590	31.4655	0.0000
V	Cons	定数項	-570,199	-16.4419	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	28.667	18.7620	0.0000
VI	Cons	定数項	-23,904	-4.4006	0.0000
	TS	三次産業産出	1.1426	31.8433	0.0000
VII	Cons	定数項	-476,670	-19.4238	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	2,124	22.8786	0.0000
VIII	Cons	定数項	-51,528	-7.0848	0.0000
	EP	民間最終消費支出	1.9212	24.9985	0.0000

国人観光客延べ宿泊者数約 28,667 人泊増に繋がる。三次産業産出額 1 億円と一人当たり三次産業産出額万円増加すると、それぞれ中国人観光客延べ宿泊者数約 114 人泊増, 2,124 人泊増に影響している。民間最終消費支出 1 億円増加することが中国人観光客延べ宿泊者数約 192 人泊増に影響を与えていると思われる。地域経済繁栄度が高くなると、中国人観光客の宿泊者数も増える事が分かる。実は、東京や大阪など小売業売上額が高い地域に中国人観光客の宿泊者数が多く、小売業売上額が最も低い四国地域は中国人観光客の宿泊者数も最も少ないことが分かる。

2 変数パネルデータ回帰モデルについては、定数項と各説明変数とも有意性があるモデルの実証分析結果が表 4-2 にまとめた。モデルⅨ自由度調整済み決定係数は 0.55, 他のモデルの自由度調整済み決定係数はすべて 0.62 以上となっている。モデルⅠ, ⅡとⅢは在日中国人居住者数と他の経済指標で構成した 3 変数モデルで、長期居住者が 1 人増加すると中国人国際観光客年間延べ宿泊者数がそれぞれ約 2.35 人泊, 4.31 人泊と 4.74 人泊増に対応している。複

表 4-2 中国人観光客の旅行先選択要因 (3 変数モデル)

	被説明変数 (CT) = 各地域の中国人観光客年間延べ宿泊者数				
		説明変数	回帰係数	t 統計量	p 値
Ⅰ	Cons	定数項	-38,968	-4.8864	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	2.3470	3.0375	0.0026
	SVR	小売業売上	12.1418	4.5202	0.0000
Ⅱ	Cons	定数項	-168,565	-2.0900	0.0410
	RC	在日中国人居住者数	4.3146	7.2800	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	685.31	2.3100	0.0242
Ⅲ	Cons	定数項	-173,347	-4.9887	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	4.7429	16.7095	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	7,838.66	4.6822	0.0000
Ⅳ	Cons	定数項	-283,882	-6.2056	0.0000
	PO	人口	40.8306	14.9353	0.0000
	YIP	所得/人	87.9168	4.8383	0.0000

V	Cons	定数項	-347,330	-15.3571	0.0000
	PO	人口	29.3122	12.5273	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	1,306.71	13.0384	0.0000
VI	Cons	定数項	-375,121	-12.3708	0.0000
	PO	人口	34.0857	14.3270	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	15,717	10.4968	0.0000
VII	Cons	定数項	-281,422	-3.8691	0.0001
	PO	人口	43.3945	14.9255	0.0000
	PEP	民間最終消費支出	1,077.34	2.9802	0.0031
VIII	Cons	定数項	-176,405	-3.7882	0.0002
	YIP	所得/人	50.0284	2.7143	0.0070
	EP	民間最終消費支出	1.7284	16.6053	0.0000
IX	Cons	定数項	-695,995	-15.9441	0.0000
	YIP	所得/人	97.2437	4.5277	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	22,369	10.9993	0.0000
X	Cons	定数項	-556,402	-13.9299	0.0000
	YIP	所得/人	50.9552	2.5175	0.0123
	PTS	三次産業産出/人	1,890.91	14.4975	0.0000
XI	Cons	定数項	-206,092	-7.4254	0.0000
	SVR	小売業売上	15.0414	13.7010	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	711.18	5.6107	0.0000
XII	Cons	定数項	-221,632	-7.0176	0.0000
	SVR	小売業売上	16.42	17.6879	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	8,513	5.4051	0.0000
XIII	Cons	定数項	-143,775	-4.6838	0.0000
	SP	対個人サービス産出	13.0940	13.9739	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	481.37	3.4767	0.0006
XIV	Cons	定数項	-294,622	-11.7334	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	1,120.91	10.0071	0.0000
	EP	民間最終消費支出	1.2046	12.2710	0.0000
XV	Cons	定数項	-311,440	-9.8818	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	13,109	8.4331	0.0000
	EP	民間最終消費支出	1.4047	15.1508	0.0000

合地域観光振興策を重視する意味で、在日中国人居住者数と一人当たり対個人サービス産出の2変数を組む方が国際観光客誘致によりよい効果が期待できる。地域総人口が含まれているモデルⅣ、Ⅴ、ⅥとⅦを検討してみる。地域総人口を千人増やすには、一人当たり三次産業産出額を考慮する場合(モデルⅤ)は中国人観光客年間延べ宿泊者数29人泊増と対応しているが、一人当たり民間最終消費支出と組む場合(モデルⅦ)は43人泊増に高くなることが分かる。地域人口増加が複合経済政策の第一操作変数として考える場合、民間最終消費支出に重点を入れる方がよいと考えられる。

次に、モデルⅧ、ⅨとⅩは一人当たり所得を他の経済指標と組む場合の結果を見てみる。一人当たり三次産業産出額と民間最終消費を含むモデルⅧとⅩとも、一人当たり所得が1万円増加に中国人観光客年間延べ宿泊者数は約50人泊増に対応している。しかし、モデルⅨで一人当たり対個人サービス産出を考慮すると、一人当たり所得1万円増加に中国人観光客年間延べ宿泊者数は約97人泊増に対応することになる。小売業売上額を中心に検討する場合に、モデルⅪとⅫの結果により、国際観光客誘致効果に大差がないことは分かる。一人当たり三次産業産出額を中心に考える場合、モデルⅬとⅭの結果を見ると民間最終消費と組む方が誘致効果は高いと分かる。一人当たり三次産業産出額1万円増が中国人観光客年間延べ宿泊者数は約1,120人泊増に対応している。最後に、民間最終消費支出と他の社会経済指標と組む場合の四つのモデル(Ⅶ、Ⅷ、Ⅹ、Ⅺ)を検討する。モデルⅧ、ⅩとⅪでは、民間最終消費支出の百万円増加はそれぞれ中国人観光客年間延べ宿泊者数約1.7、1.2と1.4人泊増にしか対応していないが、人口と組むモデルⅦでは1,077人泊増に対応している。これにより、地域の総人口と民間最終消費の増加を同時に推進策の取り組みが国際観光客誘致に高い効果が期待されると思う。

回帰係数などの*t*検定により、定数項と各説明変数とも有意性がある4変数パネルデータ回帰モデルの実証分析結果が表4-3に示されている。モデルⅠ～Ⅵの自由度調整済み決定係数はそれぞれ0.7464、0.7539、0.7598、0.7496、0.7511、0.7509になり、3変数モデルの自由度調整済み決定係数よりはるか

表 4-3 中国人観光客の旅行先選択要因（4変数モデル）

	被説明変数 (CT) = 各地域中国人観光客年間延べ宿泊者数				
		説明変数	回帰係数	t 統計量	p 値
I	Cons	定数項	-200,855	-5.3233	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	3.8686	6.9776	0.0000
	PO	人口	7.9758	1.8333	0.0677
	PSP	対個人サービス業産出/人	8,647.93	5.0122	0.0000
II	Cons	定数項	-235,152	-6.2699	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	2.4872	3.7089	0.0002
	PO	人口	14.4834	3.1419	0.0018
	PTS	三次産業産出額/人	890.86	5.9752	0.0000
III	Cons	定数項	-197,789	-5.8000	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	1.4031	1.8149	0.0705
	SVR	小売業売上	12.0131	4.6227	0.0000
	PSP	対個人サービス業産出/人	7,760.96	4.7813	0.0000
IV	Cons	定数項	-203,891	-5.7221	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	2.8231	3.5291	0.0005
	EP	民間最終消費支出	0.4710	2.0555	0.0407
	PTS	三次産業産出/人	790.45	5.4703	0.0000
V	Cons	定数項	-221,038	-5.8770	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	4.1253	11.9848	0.0000
	PSP	対個人サービス業産出/人	4,784.04	2.4842	0.0135
	PTS	三次産業産出/人	484.87	3.0875	0.0022
VI	Cons	定数項	-401,331	-14.2075	0.0000
	PO	人口	28.0495	11.9676	0.0000
	PSP	対個人サービス業産出/人	5,946.94	3.1176	0.0020
	PTS	三次産業産出/人	1,014.32	7.4428	0.0000

に高くなっていることが分かる。在日中国人居住者数は六つのモデルの中で五つのモデルに含まれていることが、国際観光客の地域選択に大きな影響要因であると分かる。各地域在日中国人居住者数の各地域への中国人観光客年間延べ宿泊者数の誘致効果に関しては、モデル I～VI を見ると、それぞれ約 3.9 人泊、

2.5人泊, 1.4人泊, 2.8人泊, 4.1人泊となっている。単純に在日中国人居住者数の国際観光誘致の効率性の順番を見ると, モデルⅤ, Ⅰ, Ⅳ, ⅢとⅡの順になる。

モデルⅠとⅡによると, 各地域中国人国際観光客年間延べ宿泊者数を増加させるためには, 各地域在日中国人居住者数の増加が地域総人口増加より重要であると分かる。在日中国人居住者数と一人当たり対個人サービス業産出額を考慮したモデルⅠとⅢおよびⅤを比較してみると, 一人当たり対個人サービス業産出額を1万円増加させるには, 各地域中国人観光客年間延べ宿泊者数はモデルⅠでは約8,648人泊増, モデルⅢでは約7,761人泊増に対応しているが, モデルⅤでは約4,784人泊増に対応している事が分かる。複合的な観光振興政策を策定する意味で, 地域人口や小売業売上額を増やす努力より, 一人当たり三次産業産出額を増加させる方が効率的に良いと考えられる。

モデルⅤにより, 在日中国人居住者数の他に, 一人当たり三次産業産出額1万円の増加は各地域中国人国際観光客年間延べ宿泊者数約485人泊増に対応し, 一人当たり対個人サービス業産出額1万円の増加は4,784人泊増に対応している。モデルⅤとⅥの結果を比較して見ると, 一人当たり三次産業産出額1万円の増加は, モデルⅥの場合1,014人泊増, モデルⅤの場合485人泊増となっていることからモデルⅤの方がより良いと思われる。

在日中国人居住者数と一人当たり三次産業産出額を考慮したモデルⅡとⅣ及びⅤを比較してみると, 一人当たり三次産業産出額を1万円増加させるには, 各地域中国人観光客年間延べ宿泊者数はモデルⅡでは約891人泊増, モデルⅣでは約790人泊増に対応しているが, モデルⅤでは約485人泊増に対応していることが分かる。地域人口や民間最終消費支出を増やす努力よりも, 一人当たり対個人サービス業産出額を増加させる方が効率的に良いと考えられる。この分析の結果からも, 各地域在日中国人居住者と一人当たり三次産業産出額及び一人当たり対個人サービス業産出額の存在意義と重要性が示された。

5変数パネルデータ回帰モデルについては,  $t$ 検定により定数項と各説明変数とも有意性があるモデルの実証分析結果が表4-4に示されている。モデルⅠ

とⅡの自由度調整済み決定係数はそれぞれ0.7585, 0.7542である。両モデルとも在日中国人居住者数, 一人当たり対個人サービス業出と一人当たり三次産業産出とも有意性が見られている。各地域人口を考慮したモデルⅠを見てみると, 在日中国人居住者数が1人増えることで各地域中国人観光客年間宿泊者数が2.2人泊の増加, 一人当たり対個人サービス業産出額が1万円増えることで5,029人泊の増加に対応していることが分かる。

一方, 民間最終消費支出を考慮したモデルⅡによると, 在日中国人居住者数が1人増えることで, 中国人観光客年間延べ宿泊者数が2.5人泊増となっている。また, 一人当たり対個人サービス業産出額が1万円増えることは中国人観光客年間延べ宿泊者数が5,056人泊増加することに対応している。このことから, 在日中国人居住者数と一人当たり対個人サービス業出額を増やすには, 民間最終消費支出を増やす努力よりも, 地域人口を増やす方が効率的である事が分かる。

また, 一人当たり三次産業産出額を1万人増やす事で, 各地域中国人観光客年間延べ宿泊者数はモデルⅠでは約687人泊, モデルⅡでは587人泊増加することが分かる。この分析の結果から, 一人当たり三次産業産出額を増やすに

表 4-4 中国人観光客の旅行先選択要因 (5変数モデル)

	被説明変数 (CT) = 各地域中国人観光客年間延べ宿泊者数				
	説明変数		回帰係数	t 統計量	p 値
Ⅰ	Cons	定数項	-292,509	-6.8020	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	2.2280	3.3179	0.0010
	PO	人口	14.9609	3.2735	0.0012
	PSP	対個人サービス産出/人	5,029.16	2.6491	0.0085
	PTS	三次産業産出/人	686.93	4.1242	0.0000
Ⅱ	Cons	定数項	-262,199	-6.2941	0.0000
	RC	在日中国人居住者数	2.5027	3.1212	0.0020
	EP	民間最終消費支出	0.5090	2.2376	0.0259
	PSP	対個人サービス産出/人	5,056.0	2.6367	0.0088
	PTS	三次産業産出/人	587.11	3.6104	0.0004

は、地域人口と組むよりも、民間最終消費支出と組む方が、効率が多少良くなると考えられる。

以上2変数～5変数パネルデータ回帰分析の結果により、中国人観光客の日本各地域旅行先選択要因の統計学的特徴などが明らかにされた。とくに、中国人観光客を誘致するには、在日中国人長期滞在者数、地域総人口の増加および地域経済繁栄度を反映する対個人サービス産出などは重要な存在であると分かった。現段階の分析結果は経済政策立案に提供できる情報の限度があり、今後より詳細な検討を行う必要がある。

## 4.2 訪日台湾人観光客の旅行先選択要因

本節では2変数および3変数のパネルデータ回帰モデルに基づいて台湾人観光客の旅行先選択に影響を与える要因について分析する。2007年～2013年までの46都道府県（沖縄県を除き）のデータを用いて回帰分析を行った。回帰係数の $t$ 検定により、2変数のパネルデータ回帰モデルに関しては、定数項と各説明変数とも有意性があるモデルの実証分析結果が表4-5に示されている。モデルI～Vまでの自由度調整済み決定係数はそれぞれ0.38, 0.44, 0.53, 0.45, 0.46である。中国人観光客の関連分析と比較すると、回帰係数有意性のある説明変数が三つ少なく、自由度調整済み決定係数が全体的に低いことが分かる。三次産業産出額、対個人サービス産出および一人当たり対個人サービス産出は台湾人観光客の旅行先選択の影響が見られていない。

パネルデータの回帰分析の結果から見ると、訪日台湾人観光客の旅行先選択に、各地域の在日台湾人居住者1人が台湾人観光客年間延べ宿泊者数約47.8人泊増に寄与していると理解できる。この結果は中国大陸の在日長期居住者1人対5.7人泊増よりはるかに高い。地域人口が千人増えると、台湾人観光客年間延べ宿泊者数約40人泊増に繋がっている。対照的に、中国大陸の国際観光客49人泊増に対応していることから、台湾の国際観光客よりもっとも人口の集中している都会へ行く傾向があると分かる。

年間小売売上額と民間最終消費支出の百万円の増加は、それぞれ台湾人観



表 4-5 台湾人観光客の旅行先選択要因（2変数モデル）

		被説明変数 (CT) = 各地域の台湾人観光客年間延べ宿泊者数			
		説明変数	回帰係数	t 統計量	p 値
I	Cons	定数項	37,406	4.9058	0.0000
	RT	在日台湾人居住者数	47.7629	14.1030	0.0000
II	Cons	定数項	-34,029	-3.5129	0.0005
	PO	人口	40.4269	15.9597	0.0000
III	Cons	定数項	-23,621	-2.8983	0.0040
	SVR	小売業売上	16.3977	18.9906	0.0000
IV	Cons	定数項	-370,664	-12.9862	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	1,742	16.1390	0.0000
V	Cons	定数項	-19,937	-2.2495	0.0252
	EP	民間最終消費支出	1.5458	16.5065	0.0000

光客年間延べ宿泊者数約 16.4 人泊（中国大陸観光客 20.1 人泊）増と 1.5 人泊（中国大陸観光客 1.9 人泊）増に繋がっている。一人当たり三次産業産出額 1 万円の増加は台湾人観光客年間延べ宿泊者数約 1,742 人泊（中国大陸観光客 2,124 人泊）増に対応している。以上の統計分析結果により、観光客誘致の意味で、全体的に地域経済発展状況は台湾人観光客より、中国大陸の観光客への影響が大きいと分かる。一方、統計的に国際観光客の地域経済発展への影響の意味で、台湾人観光客誘致の効率が高いと理解できる。

3変数のパネルデータ回帰モデルに関しては、定数項と各説明変数とも有意性があるモデルの実証分析結果が表 4-6 に示されている。モデル I～VII の自由度調整済み決定係数はすべて 0.5 以上となっている。3変数モデルについては、前節においての中国人観光客分析の整合性のあるモデルの数より 8 本もすくなく、自由度調整済み決定係数も低いことが分かる。

一人当たり三次産業産出額が含まれる 4 つのモデル（I, III, IV, VI）を比較すると、各地域総人口を考慮する場合（モデル I）、一人当たり三次産業産出額を 1 万円増やすと台湾人観光客年間延べ宿泊者数約 1,068 人泊増（最も高い）に繋がるが、年間対個人サービス業産出額を考慮する方が（モデル III）の

効率が良くなり、台湾人観光客年間延べ宿泊者数約 535 人泊増加（最も低い）に繋がっていることが分かる。単純に一人当たり三次産業産出増加の台湾人観光客誘致効率に着目する場合、各モデルの効率性を高い順に並べ替えると、モデルⅠ、モデルⅥ、モデルⅣとモデルⅢの順になる。一方、台湾人観光客の地域経済発展への影響を与える意味では、逆にモデルⅢ、モデルⅣ、モデルⅥ、モデルⅠの順になる。よって、一人当たり三次産業産出額を増やすにあたり、台湾人観光客を誘致する複合経済政策の効率性を考慮した政策の優先順位としては、まず各地域人口の増加、2番に民間最終消費支出の増加、3番に小売業売上額の増加、最後に対個人サービス業産出額の増加などが挙げられる。

次にモデルⅠとⅡを検討してみる。地域総人口千人の増加がモデルⅠにおいて台湾人観光客年間延べ宿泊者数約 24 人泊増に対して、モデルⅡにおいては約 30 人泊増に繋がっていることが分かる。また、モデルⅠにより一人当たり三次産業産出額を 1 万円増やすと台湾人観光客年間延べ宿泊者数約 1,068 人泊増に影響しているが、モデルⅡにおいて一人当たり対個人サービス業産出額 1 万円の増加は約 11,251 人泊増に影響していることを示した。より、複合経済政策により台湾人観光客を誘致する意味でモデルⅡの方が高く評価されるであろう。

モデルⅣとⅤを見てみると、地域小売業売上額の百万円増加がモデルⅣにおいて台湾人観光客年間延べ宿泊者数それぞれ約 12 人泊と 14 人泊増で大差はないが、モデルⅣの一人当たり三次産業産出額 1 万円の増加が台湾人観光客年間延べ宿泊者数それぞれわずか 598 人泊増に対して、モデルⅤでは一人当たり対個人サービス業産出額 1 万円の増加は約 5,002 人泊増に影響を与えていることが示された。台湾人観光客を誘致するための二変数複合経済政策で地域小売業発展が一番の要素として考える場合、次の政策手段としては一人当たり対個人サービス業産出額を高めることが最も意味があると思われる。

最後に民間最終消費支出が含まれている二つのモデルⅥとⅦを検討する。両モデルにおいて、民間最終消費支出の変化は台湾人観光客年間延べ宿泊者数への影響は大きくない、また大差もない。モデルⅥの一人当たり三次産業産出額

1万円の増加が台湾人観光客年間延べ宿泊者数約974人泊増に対して、モデルⅦでは一人当たり対個人サービス業産出額1万円の増加は約9,561人泊増に大きく影響していることが分かる。台湾人観光客を誘致するための二変数複合経済政策で民間最終消費支出を考えるうえ、次に力を入れるべき政策手段として一人当たり対個人サービス業産出額を高めることである。

以上、日本46都道府県を訪問する台湾人観光客の地域選択に着目し、主に2変数と3変数回帰モデルで統計分析を行い、旅行先選択の社会経済要因を解

表4-6 台湾人観光客の旅行先選択要因（3変数モデル）

	被説明変数 (CT) = 各地域の台湾人観光客年間延べ宿泊者数				
		説明変数	回帰係数	t 統計量	p 値
I	Cons	定数項	-263,841	-8.9930	0.0000
	PO	人口	24,2091	7.9759	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	1,067.67	8.2125	0.0000
II	Cons	定数項	-255,257	-6.6298	0.0000
	PO	人口	29,6356	9.8106	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	11,251	5.9178	0.0000
III	Cons	定数項	-125,891	-3.0153	0.0028
	SP	対個人サービス産出	9,6278	7.5543	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	534.8	2.8400	0.0048
IV	Cons	定数項	-151,492	-4.1111	0.0001
	SVR	小売業売上	12,1837	8.3589	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	598.3	3.5550	0.0004
V	Cons	定数項	-122,061	-2.8895	0.0041
	SVR	小売業売上	14,2648	11.4877	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	5,002	2.3743	0.0182
VI	Cons	定数項	-231,136	-7.0309	0.0000
	PTS	三次産業産出/人	973.84	6.6407	0.0000
	EP	民間最終消費支出	0.9233	7.1836	0.0000
VII	Cons	定数項	-209,505	-5.1024	0.0000
	PSP	対個人サービス産出/人	9,561.28	4.7211	0.0000
	EP	民間最終消費支出	1,1691	9.6789	0.0000

析した。台湾人観光客と中国人観光客と同様、日本各地域の経済繁栄度を反映できる経済指標が国際観光客の地域選択に大きな影響を与えていることが分かった。また、4変数以上のモデルについて全部検討してみたが、説明変数の回帰係数が整合性を持つモデルはなかった。台湾人観光客と中国大陸からの国際観光客の観光地選択要因を比較すると、対台湾人観光客誘致に選択できる政策手段が比較的少ないことが分かった。

## 5. 政策提案と展望

### 5.1 統計分析結果のまとめと政策提案

本研究では、国際観光客の旅行先選択要因を解明するため、日本46都道府県（沖縄県以外）2007年～2013年までのパネルデータ回帰分析を行った。日本各地域中国人（及び台湾人）観光客年間延べ宿泊者数を被説明変数とし、在日中国人（及び台湾人）居住者数、人口、一人当たり所得、小売業売上額、対個人サービス業産出額、一人当たり対個人サービス業産出額、三次産業産出額、一人当たり三次産業産出額、民間最終消費支出、一人当たり民間最終消費支出を説明変数とした。中国人観光客の旅行先の選択要因については2変数～5変数パネルデータ回帰モデルに基づき研究を行った。台湾人観光客の旅行先の選択要因については2変数～5変数のパネルデータ回帰モデルを全部分析したが、4変数以上の実証モデルの回帰係数の整合性がなかったため、2変数～3変数の結果を中心に検討した。

2変数パネルデータ回帰分析の結果により、中国人及び台湾人国際観光客を誘致するため、政策手段としては、各地域在日中国人および台湾人居住者数、地域総人口、小売業売上額、一人当たり三次産業産出額及び民間最終消費などを高めることである。また、中国人観光客を誘致するため、以上の政策手段以外に、三次産業産出額、対個人サービス産出額及び一人当たり対個人サービス産出額を高めることも考えられる。日本の少子高齢化や地域人口流失及び地域の良さを世界中に広く知らせる意味で、政策コストと誘致効率の両側面を考慮すると、総合的には中国人と台湾人居住者を増やすことがいいと思われる。

多変量パネルデータ回帰分析の結果により、中国人観光客を誘致する目的で単純な複合経済政策の効果を考慮する場合、以下のように具体的な政策提案が参考とされる。1. 在日中国人居住者数を主要変数として考えるときに、二番手の政策手段としては一人当たり対個人サービス産出額を高めることである。2. 地域人口を増加させるにあたり、二番手の政策手段としては民間最終消費支出額を高めることである。3. 一人当たり個人所得を主要変数として考えるときに、二番手の政策手段としては一人当たり対個人サービス産出額を高める方が良いと思われる。地域観光振興により地域経済振興の目的でも、在日中国人居住者数と一人当たり対個人サービス産出額との2政策指標を組むことは高く評価される。その他の政策調整、とくに三つ以上の経済指標の政策評価については、第三節の統計分析結果を参照されたい。

多変量パネルデータ回帰分析の結果により、台湾人観光客を誘致する目的で単純な複合経済政策の効果を考慮する場合、以下のように具体的な政策提案が参考とされる。1. 地域人口を増加させることを主要政策変数として考える場合、二番手の政策手段としては一人当たり対個人サービス産出額を高めることである。一人当たり対個人サービス産出額を主要操作手段とするときでは、二番手の政策手段としては地域総人口を増加させることである。2. 一人当たり三次産業産出額を主要操作手段とする場合、民間最終消費支出を高める方がいいと考えられる。

とくに、ここで指摘しておきたいのは、在日台湾居住者数を増加することで台湾人観光客を誘致する際に、他の経済指標を追加で取り入れて複合政策効果を期待する意味がないことである。以上の分析で、国際観光客誘致と地域経済振興を行うときに、中国人観光客誘致に可操作の経済指標は台湾人観光客誘致に比べ比較的多いことが分かった。

中国人観光客を地方に誘致するには、地域人口の増加と、同時に一人当たり三次産業産出額の増加に力を入れる事が最も効率的である。人口が減少している地域では都市部に集中している外国人を自分の地域に誘致する事で、地域人口の増加と地域の国際観光振興とのダブル効果が期待できる。また、台湾人国

際観光客のパネルデータ回帰分析の結果から、台湾人観光客を地方に誘致するには、一人当たり三次産業産出額の増加と、同時に年間対個人サービス業産出額の増加に力を入れる事が最も効率的である。中国人、台湾人どちらの外国人観光客を誘致するにしても、地域の経済繁栄度が重要である。今後、いかに地域の経済を繁栄させて、外国人観光客を誘致し、各地域の文化や魅力をアピールしてもらえるかが重要な課題となるであろう。

2016年には「爆買い」のブームが終わり、地方でしか味わえない体験やサービスにお金を消費することを重視するようになってきている。地域経済を振興するため、より効率的な方法で地域の魅力を発信する必要がある。各地域の外国人長期居住者はその地域の魅力を世界に効率よく発信する大きな役割を發揮していると広く認識されている。地域活性化でよくなっている地方の良さを海外に発信することはリピーターの増加に繋ぎ次第地方への国際観光客増に効果的である。

## 5.2 「爆買い」と「モノ消費」から「コト消費」へ

日本経済高度成長期に流行した「モノ消費」とは三種の神器（冷蔵庫、洗濯機、掃除機）や通称3C（乗用車、クーラー、カラーテレビ）に象徴されるように、モノの所有価値を重視し、モノを購入することにお金を消費することである。2015年新語・流行語年間大賞に入賞された「爆買い」も、この「モノ消費」に該当する。一方、「コト消費」とはサービスや体験などで得られる満足感を重視して消費することである。

「爆買い」に結びついたのは、元高円安の高まりを受け、日本製品を中国国内で買うよりも訪日してまで日本で購入したほうが安いということである。しかしながら、元高円安の傾向も2015年10月頃にピークを迎え、徐々に元安円高傾向に進むにつれ、訪日中国人観光客の「爆買い」も収束していった。2016年には「爆買い」のブームも終わり、訪日外国人観光客のニーズは「モノ消費」から「コト消費」へと変化しつつある。日本らしい観光などの体験やサービスに訪日外国人観光客の消費行動が移行した。現在、外国人観光客が求めている

のは、その地方でしか味わえない体験といった思い出に残るものである。外国人観光客の「コト消費」は、日本で買い物よりも、特定の地方に足を運ばなければ味わえない体験やサービスに対して多くのお金を消費しているのである。

初めて日本を訪れる外国人観光客は、都会部に行くことが理解できる。そこで、地方に観光客を誘致するには、リピーターと、各地方に在住している外国人の存在が重要となる。各地方には地方ならではの魅力がある。そうした魅力を、各地方に在住する外国人やリピーターがインターネット等を通じて全世界に発信し、そうした魅力を堪能できるような観光政策を行っていけば、今後、地方にも宿泊者数が増えていくと考えられる。2020年には東京でオリンピックが開催される。別の言い方をすれば、2020年のオリンピックを最も近くで見届けるには東京に行かなければいけないのである。

もともと多くの中国人が日本を旅行先として選んでいる理由の一つは、清潔で安心という観光環境のいいイメージがあることである。外国人客の地方への関心の高まりの裏付けとしては、2016年の訪日外国人客の地域別人気上昇ランキングは、香川、岡山、福岡の各県にある地域が上位を占めた（楽天ニュース）。1位の香川県の高松・さぬき・東かがわ地域で、前年の約3.4倍となっ

表 5-1 2016 年訪日旅行の人気上昇エリアトップ 10

	人気上昇エリア	上昇率 (%)
香川県	高松・さぬき・東かがわ	241.6
岡山県	岡山市内	200.0
福岡県	福岡市（天神・中洲・百道浜）・糸島	178.7
東京都	東京駅・銀座・日本橋・秋葉原	163.2
福岡県	福岡市（博多・祇園・海の中道）・太宰府・二日市	145.5
東京都	品川・蒲田・羽田空港	138.2
北海道	小樽・余市・積丹・キロロ	135.4
神奈川県	箱根	125.6
和歌山県	南紀白浜・龍神	123.4
大阪府	大阪南部（堺・岸和田・関空）	122.3

出所：楽天ニュースにより筆者作成

た。「瀬戸内国際芸術祭」があり、格安航空会社（LCC）の台北線、上海線および香港線の就航が影響したとみられる。今後も「コト消費」がブームになりつつある現状を踏まえ、訪日外国人観光客数は増加傾向になるだろう。2016年高松・さぬき・東かがわの訪日旅行の人気急上昇は香川県が長年国際観光誘致に取り組んで一連の政策努力の成果である。2016年は日本の地域国際観光の転機であると思われるであろう。

## 6. おわりに

本研究では、中国人及び台湾人を中心国際観光客旅行先選択の要因を分析した。中国人および台湾人観光客の旅行先選択要因を理解した上で具体的な政策を行えば、多くの観光客を地方に誘致することが期待できる。2016年の訪日外国人観光客を国籍別に見ると、中国人の割合が最も多く、台湾人は3番目に多い。2016年の訪日外国人観光客数は2,403万9,000人に対し、一番の中国人観光客数は約637万3,000人（26.53%）、三番の台湾人観光客数は約416万7,400人（17.34%）であり、中国人と台湾人の観光客数を合計すると、全国籍の約43.86%に相当する。2016年の訪日外国人観光消費額のうち、一番の中国人観光客消費額は約1兆4,754万円（39.4%）、二番の台湾人観光客数は約5,245万円（14%）であり、中国人と台湾人の観光客の消費額を合計する約2兆円で、全国籍観光消費額の約53.4%を占めている。中国人および台湾人観光客の旅行先選択要因を理解するうえで多くの観光客を地方に誘致することは意味深い。今後の課題としては、訪日外国人観光客人数と観光消費額の国籍別を考量し、韓国人と香港人国際観光客を取り入れて国・地域別の観光地選択要因を深く検討したい。

本研究の実施にあたり、経済学部長裁量経費の助成をいただいた。研究討論にコメントして頂いた稲田道彦教授、大賀睦夫教授及び金徳謙教授に感謝の意を申し上げたい。



## 参 考 文 献

1. 北村行伸 (2005), 『パネルデータ分析』, 岩波書店。
2. 金玉実 (2009), 「日本における中国人旅行者行動の空間的特徴」, 『地理学評論』, No. 82 (4), pp. 332-345。
3. 藤沢宗輝 (2011), 「訪日中国人旅行の現状と課題」, 『世界の中の中国』 pp. 215-227, 国立国会図書館調査及び立法考査局。
4. 龍文 (2011), 「訪日中国人観光客の観光行動」, 『観光科学研究』, 第4巻, pp. 39-52。
5. 戴二彪 (2011), 「訪日中国人観光客の旅行先分布構造と影響要因」, 『北九州発アジア情報』, No. 23(1), pp. 1-12, 国際東アジア研究センター。
6. 姚峰, 李瑶, 李艶紅 (2015), 「訪日中国人観光客旅行先選択の影響要因分析」, 『研究年報』, No. 55, pp. 27-50, 香川大学経済学部。
7. 鄔雅瓊 (2016), 「中国観光客の訪日行動と日中両国の観光政策」, 『北海商科大学論集』, 第4巻第5巻合併号, pp. 98-120。
8. 観光庁 統計情報・白書 訪日外国人消費動向調査
9. 法務省 在留外国人統計
10. 内閣府 県民経済計算