

コロナ禍の観光業および観光関連産業への影響

—奈良同友会景況調査を用いた検討—

下山 朗

(大阪経済大学 経済学部 教授)

要 旨

コロナ禍による行動制限や需要の減退は、わが国経済に大きな影響を及ぼしたが、特に観光分野においては、国境を超える移動が大きく制限されただけでなく、国内旅行においても旅行自粛ムードの高まりにより、大きな影響を受けたことが良く知られている。その後、2022年3月以降全都道府県において、行動制限が解除されたことから、国内旅行需要に回復の動きがみられると同時に、2022年6月より順次インバウンド再開の動きもみられつつあり、コロナ禍前後の観光関連の変化は非常に大きなものになっている。実際に、コロナ禍での観光動向に関してさまざまな研究があるが、その多くは宿泊業などの直接的な観光業のみを対象としており、地域経済への影響を考察するために、観光業がどのような産業とどの程度関連があるのか、その結果地域経済にどのように影響するのかについて明らかにしていく必要がある。そこで本稿では、観光業と取引のある企業を観光関連産業と定義し、それらの産業への影響を、公刊統計ではほとんど取り扱っていない観光産業との取引の実態について調査を行った奈良同友会景況調査の結果を通じて、奈良県内を対象にコロナ禍の観光業および観光関連産業への影響を検討した。

得られた結論として、観光業と取引がある産業（＝「観光関連産業」）は、製造業からサービス業まで広範に及んでおり、そのすそ野の広さが確認できた。さらに「観光関連産業」と取引のある観光業の業種は、飲食業、宿泊業、土産等小売業が中心であった。売上、利益のDI値を用いた分析では、コロナ禍前では、「観光関連産業」の方が取引の無い産業と比べてDI値が高く、緊急事態宣言の影響が強く表れた2020年には「観光関連産業」、取引の無い産業いずれも大きく落ち込んでおり、行動制限は観光業のみならず広くさまざまな産業に影響を与えたことが分かった。さらにその後、観光客数が回復する2022年以降において、「観光関連産業」のDI値は高いわけではなく、観光業自体の景気は先行して回復したとしても、その恩恵を「観光関連産業」は十分には受けられていないことが明らかとなった。

キーワード

観光関連産業 景気動向 コロナ禍 奈良同友会景況調査

1. はじめに

2020年1月にわが国で初めて感染者が出た新型コロナウイルス感染症は、2021年に入ってさらに感染が拡大し、1月から9月にかけて緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置が発出される事態となった。これらの措置による行動制限は、わが国経済に大きな影響を及ぼしたが、特に観光分野においては、国境を超える移動が大きく制限されただけでなく、国内旅行においても旅行自粛ムードの高まりにより、大きな影響を受けたことが良く知られている。その後、2022年3月以降全都道府県において行動制限が解除されたことから、国内旅行需要に回復の動きがみられると同時に、2022年6月より順次インバウンド再開の動きもみられつつあり、コロナ禍前後の観光関連の変化は非常に大きなものになっている。

国土交通省「観光白書 令和5年版」では、企業の経営に関しては、観光産業として、宿泊業、飲食サービス業、陸運業、生活関連サービス業を対象に、売上高、営業利益、経常利益、倒産・休廃業・解散の動向からコロナ禍の観光業への影響を考察している。その結果、売上高について、宿泊業は、2022年3月のまん延防止等重点措置の全面解除以降増加傾向にあること、経常利益について、2022年10-12月期において新型コロナウイルス感染拡大以降、初めて黒字に転換したこと等が記述されている。

また、公的な統計だけでなく、研究者や民間のシンクタンクにおいても、同分野は興味関心が高く、多くの研究報告がなされている。その一部をみていく。

麻生(2021)では、観光庁「宿泊旅行統計調査」を用いて、2015～2019年までの平均延べ宿泊者数と2020年のそれを都道府県別に比較し、その要因を行動経済学の観点から分析している。佐野・滝沢・山浦・大竹(2022)では、コロナ禍がわが国の宿泊動向に与えた影響と要因につ

いて、V-RESASのデータを用いて分析した結果、全ての都道府県の宿泊動向においてコロナ禍の影響が確認され、従来観光客が多く訪れる圏域ほどダメージが大きいことを明らかにしている。新井(2023)では、コロナ禍前後のわが国の観光需要・旅行消費の動向や変化について、観光庁「旅行・観光消費動向調査」のデータをもとに分析している。その結果、国内の行動制限に伴う観光需要・旅行消費の減少は2023年に向けてほぼ正常に近い水準まで回復していることを指摘し、コロナ収束後(アフターコロナ)の地域インバウンド政策については、地域経済の循環を重視した域内調達率の重要性を指摘している。熊野(2022)では、経済産業省「第三次産業活動指数」を用いて、コロナ禍での観光業の活動について検討している。コロナ禍の影響が大きかった業種として、交通・旅行・飲食宿泊サービス・娯楽といった外食・娯楽・観光関連産業であることを指摘したのちに、これらの4業種を対象とした合成指標を作り、活動指数と雇用状況について比較分析を行っている。

以上みてきたように、観光に関連する研究の多くは、宿泊業等の直接的な観光業のみを対象とした分析にとどまっておき、観光業が他の産業や地域経済にどのように影響を与えているかについては十分には検討されていない。そのなかで、観光業と関係がある他産業について分析したものとして櫻井(2023)がある。櫻井(2023)では、主にインバウンドによる観光振興が地域経済に与える影響を先行研究のサーベイおよび統計データから検討している。まず、観光業が地域経済へ与える影響について、産業連関表の影響力係数と感応度係数を用いて分析し、農林水産業、家具や繊維・衣料など背後にある地域産業のサプライチェーンの重要性を指摘している。それらの分析結果を踏まえ、観光業は、地域経済の経済成長に良い影響を与えていると論じている。

このように、コロナ禍での観光に関する研究の多くは、直接的な観光業のみを対象としてい

るが、観光は、一般的に「地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与する¹」と考えられていることから、地域経済への影響を考察するために、観光業がどのような産業とどの程度関連があるのか、その結果地域経済にどのように影響するのかについて明らかにしていく必要がある。すなわち、実際に地域経済への影響を考察するためには、それらの直接的な観光業のみではなく、観光業と取引のある企業（以下、「観光関連産業」）への影響もみていくことが求められる。先行研究で用いられているような他機関の調査では、「観光関連産業」に関する状況を把握するには十分な根拠をもったデータが必ずしも公表されていないことから、データ自身の入手も困難であり、その解明は難しい。

そこで、本稿では、奈良同友会景況調査（以下、「奈良景況調査」）の結果を通じて、奈良県内を対象にコロナ禍の観光業および「観光関連産業」への影響を検討していく。「奈良景況調査」では、調査対象となった事業所に対して、取引先に観光業があるのか、観光業のうちどういった業種と取引があるのかを調査しており、それらのデータをもとに観光業との取引関係と景況感の差異から考察する。

本稿の構成は以下のとおりである。第2節では、コロナ禍における観光の状況とその定義について公刊資料をもとに整理する。第3節では、観光業とかかわりのある産業についてどのように検討したらよいか考察するため、産業連関表のデータを用いて、そのとらえ方を検討する。第4節では、「奈良景況調査」の特徴について概観したのちに、「奈良景況調査」からみた「観光関連産業」の特徴と、景況結果について分析していく。第5節では、本稿で明らかになったことと課題について考察する。

2. コロナ禍における観光の状況と観光業の定義

観光はすそ野の広い産業であるが、日本標準

産業分類に「観光」という名の部門は存在せず、観光に関連する経済活動は、既存の多くの部門にまたがっていることが良く知られている。そこで本節ではまず、観光業の定義やコロナ禍での現状について考察していく。具体的には、国土交通省「観光白書 令和5年版」、観光庁「旅行・観光サテライト勘定」、経済産業省「第3次産業活動指数」の3つの公刊資料から接近を試みる。

国土交通省「観光白書 令和5年版」では、企業の経営に関しては、観光産業として、宿泊業、飲食サービス業、陸運業、生活関連サービス業²を対象に、売上高、営業利益、経常利益、倒産・休廃業・解散の動向をそれぞれ検討している。その結果、売上高について、宿泊業は、2022年3月のまん延防止等重点措置の全面解除以降増加傾向にあること、経常利益について、2022年10-12月期に新型コロナウイルス感染拡大以降初めて黒字に転換したこと等が記述されている。これらの動向は、直接的な観光業がその中心であり、その他の産業としては、生活関連サービス業における洗濯・理容・美容・浴場業の一部しか含まれていないことが分かる。例を挙げると、ここに含まれる洗濯業などは、宿泊業におけるリネンサプライなどのサービスを提供する事業所であり、「観光関連産業」と考えられるが、その他の直接的な観光業との取引関係を考慮した、広範な「観光関連産業」の動向に関しては十分検討されていないと言えるだろう。

次に、観光を統一的な手法により定量的に捕捉するフレームとして推計されている「旅行・観光サテライト勘定（TSA: Tourism Satellite Account, 以下 TSA）」から、観光業の定義について接近を試みる。「旅行・観光サテライト勘定」はUNWTO（国連世界観光機関: World Tourism Organization）がその国際基準を『TSA Recommended Methodological Framework2008』（TSA: RMF08）で示し、観光庁がそれに基づいて統計データを作成し公

表1 旅行・観光サテライト勘定から見たわが国観光の状況（2019年）

| | | 単位：10億円 |
|-------|--------------------|---------|
| A | 観光特有商品 | 3,630 |
| | 1 宿泊サービス | 1,499 |
| | 2 飲食サービス | 1,100 |
| | 3 鉄道旅客輸送サービス | 365 |
| | 4 道路旅客輸送サービス | 82 |
| | 5 水運旅客輸送サービス | 2 |
| | 6 航空旅客輸送サービス | 361 |
| | 7 輸送機器レンタルサービス | 67 |
| | 8 旅行会社およびその他予約サービス | 24 |
| | 9 文化サービス | 65 |
| | 10 スポーツおよびレクリエーション | 64 |
| B | その他消費商品 | 1,714 |
| | 1 観光関連商品 | 1,691 |
| | 2 非観光関連消費商品 | 23 |
| C | 非消費商品 | 20 |
| 消費額合計 | | 5,364 |

出所：観光庁「2019年旅行・観光サテライト勘定」より筆者作成。

表している³。2019年のTSAからみた訪日外国人の消費額について表したものが表1である⁴。

TSAでは、観光消費への支出額を「観光特有商品」と「その他消費商品」に分類している。観光特有商品とは、観光支出を国際比較する上での主要な商品（主にサービスからなる）を指している。その他消費商品は、1. 観光関連商品と2. 非観光関連消費商品から成り、前者の観光関連商品は多くが土産等から構成され、観光関連のサービスは展示会・コンベンション参加費、温泉・温浴施設などわずかである。後者の非観光関連消費商品は、全額がサービスであり、クリーニング、理容業・美容業などから構成される。

金額をみると、観光特有商品が3兆6,300億円、その他消費商品が1兆7,140億円である。観光特有商品は主としてサービス支出からなるが、支出額が大きいのは宿泊サービスと飲食サービスであり、それぞれ1兆4,990億円と1兆1,000億円を占めている。次いで支出額が大きいのは、鉄道旅客輸送サービスの3,650億円、航空旅客輸送サービスの3,610億円である。その他消費支出では、土産物を中心とする観光関

連商品が1兆7,140億円である。

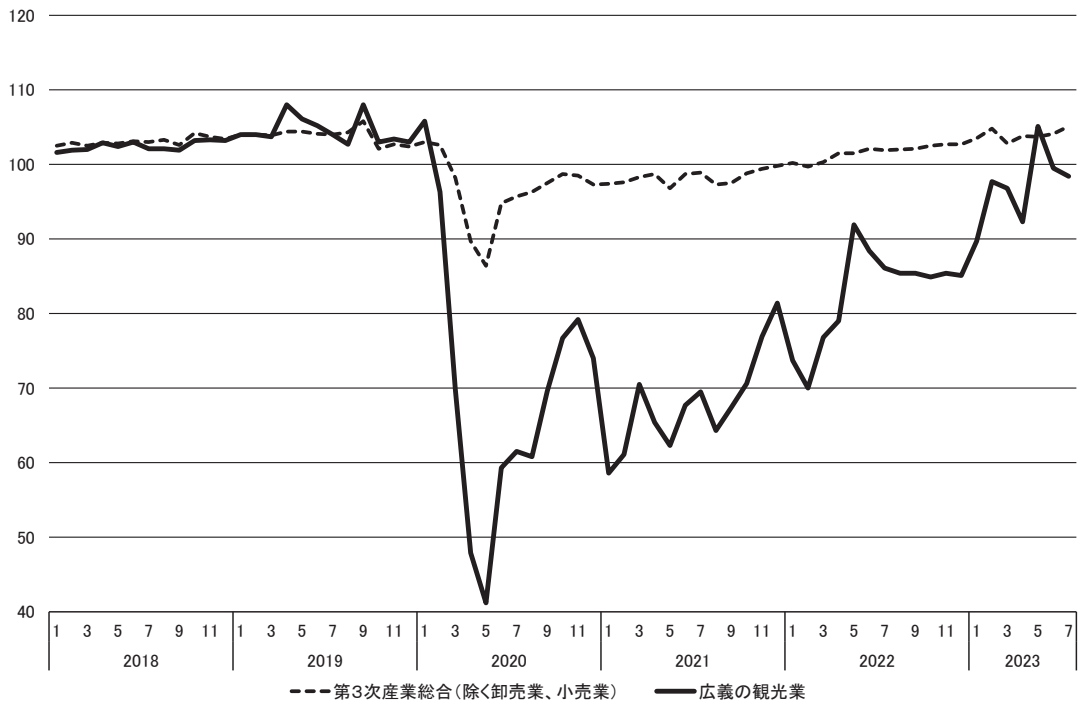
このようにTSAの統計をみると、直接的な観光消費は、宿泊業、飲食業、土産物販売に関連する小売業および旅客輸送サービスがその中心であることが分かり、本統計ではこれらの産業の動向を観光業の動向ととらえていると理解できるだろう。

経済産業省「第3次産業活動指数」では、前者ふたつの公刊資料と異なり、よりすそ野が広い形で観光関連産業として生産活動をとらえている⁵。第3次産業活動指数は、第3次産業の各業種の生産活動状況を示す指数であり、景気動向を把握する上で、鉱工業生産指数とともに重要な統計資料である。

本統計における観光関連産業は、鉄道旅客運送業、バス業、タクシー業、水運旅客運送業、航空旅客運送業、道路施設提供業、自動車レンタル業、旅館、ホテル、国内旅行、海外旅行、外人旅行、音楽・芸術等興行、遊園地・テーマパークの各産業が含まれた形で定義されている。「観光白書 令和5年版」の場合と比べると、飲食サービス業が含まれていないこと、反対に興行等のサービス業が含まれていることなどが特徴として挙げられる。また、基本的に観光客の行動に伴って直接的に消費される産業がその中心であり、本稿で取り扱う観光業と取引のある産業（＝「観光関連産業」）とは大きくその定義が異なると言える。すなわち、本統計で考察することができる「観光関連産業」は、いわゆる「広義の観光業」ととらえることができるだろう。そこで、以下では、本統計で用いられている「観光関連産業」を「広義の観光業」と表記し、区別して検討していく。

そこでまず、コロナ禍の「広義の観光業」への影響を表したものが図1である。本統計では、生産活動を総合的に捉えることを目的とし、2015年の活動を100として、その変化を見ることができる。第3次産業活動指数における「広義の観光業」の指数をみると、新型コロナウイルス感染症の影響下において第3次産業全体に

図1 コロナ禍における「広義の観光業」の動向



比べて落ち込みが大きく、厳しい状況が続いている。特に、緊急事態宣言が発令され行動制限がなされていた時期である2020年4月から6月では、活動指数は50を下回っている。それ以降回復傾向に入り、7月22日から始まったGO TO トラベルを追い風として回復傾向は続いたが、8月の第2波の影響による一時的な停滞や年末の第3波やGO TO トラベルの一時停止を受け、再び低下・停滞傾向が続いている。2022年3月以降全都道府県において、行動制限が解除されたことを受け、さらに一段と回復傾向は続いているが、コロナ禍前の水準を回復したのは2023年5月に入ってからの状況である。

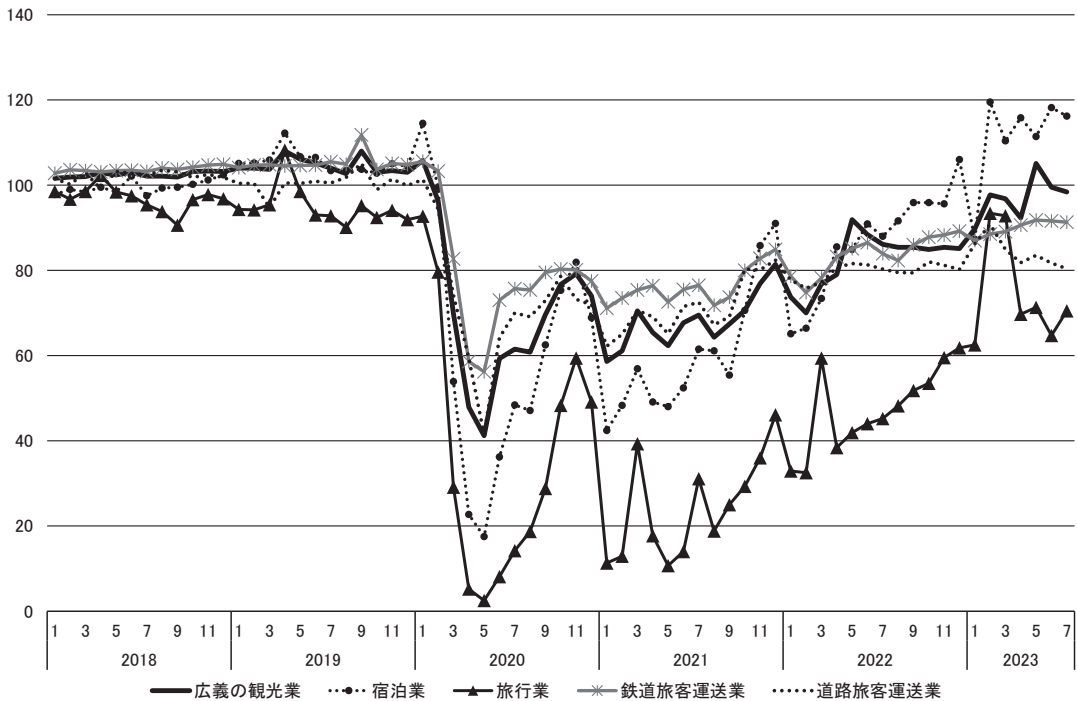
次に「広義の観光業」のうち、宿泊業、旅行業、鉄道旅客運送業、道路旅客運送業についてみたものが図2である。「広義の観光業」について内訳から分析すると、その影響は業種によって異なることが分かる。行動制限で最も強く影響を受けているものが旅行業であり、2020

年5月には2.5まで落ち込み、ほとんど機能していなかったことが分かる。同様に宿泊業も「広義の観光業」全体と比べて著しく落ち込んでいる。その後の回復期においても、旅行業はGO TO トラベルにより回復の動きをみせるものの、いずれにおいても「広義の観光業」全体と比べて回復は遅い。宿泊業は、特に2022年6月以降ほとんどの時期において、「広義の観光業」を上回る活動を示しており、2023年2月に119.5となるなど、それ以降大幅な回復基調にあり、「広義の観光業」をけん引していることが分かる。

3. 産業連関表を用いた「観光関連産業」のとりえ方

ここまでみてきたように、いずれの統計においても、旅客運送業、宿泊業、飲食サービス業あるいは興行等の娯楽サービス業を観光業および観光業に関連する産業としてとらえ、分析を検討しているものが中心である。では、観光業

図2 宿泊業、旅行業、鉄道旅客運送業、道路旅客運送業の動向



出所:図1と同じ。

と取引がある産業についてどのようにみたらよいのだろうか。「観光関連産業」は、観光客の直接的な消費が及ぶ業種から、当該製品や生産物の卸売業、農林水産業などの1次波及が及ぶ業種や、広告代理業や電力・ガス・水道など間接的な影響を受ける業種まで対象となることから、多くの業種に広く波及していると考えられる。さらにインバウンドの増加や旅行ニーズが多様化する中、当該波及はさらに広がると推察されるだろう。そこで、その広がりについて考察するため、総務省「平成27年(2015年)産業連関表」を用いて、直接的な観光業として考えられる宿泊業、飲食サービス、鉄道旅客輸送、道路旅客輸送の4業種に需要が発生した場合に影響を受ける産業を、後方連関(川上産業側)から検討し、「観光関連産業」としてどのような産業が考えられるかについてみていく(表2)。

表2は、統合小分類(187部門)において、4業種に需要が発生した場合に影響をより大き

く受ける10産業(当該産業除く)と、その逆行列係数の値を表している。まず、旅客輸送についてみていく。鉄道旅客輸送については、電力、鉄道車両・同修理、金融、その他の対事業所サービス、その他の運輸附带サービスなどが上位であり、道路旅客輸送は、石油製品、自動車整備、その他の運輸附带サービス、卸売などが上位にある。直接的に関係性が推測される修理や整備に関するものだけでなく、金融や卸売といった業種まで影響を与えていることが分かる。宿泊業についても同様に、その他の運輸附带サービス、電力、卸売、その他の対事業所サービス、廃棄物処理が上位であり、広範な産業に影響を与えていると言える。一方、飲食サービスは、卸売、酒類、畜産食料品、小売、その他の対事業所サービスが上位であり、食料の仕入れにともなう各産業が上位に来ており、飲食サービスへ発生した需要の多くは、比較的關係性が推測される産業に波及していると言える。

表2 観光4業種が与える影響（後方関連）

| 鉄道旅客輸送 | | 道路旅客輸送 | | 宿泊業 | | 飲食サービス | |
|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|------------------|-------|
| 電力 | 0.067 | 石油製品 | 0.062 | その他の運輸附帯サービス | 0.073 | 卸売 | 0.109 |
| 鉄道車両・同修理 | 0.062 | 自動車整備 | 0.039 | 電力 | 0.056 | 酒類 | 0.052 |
| 金融 | 0.054 | その他の運輸附帯サービス | 0.037 | 卸売 | 0.053 | 畜産食料品 | 0.052 |
| その他の対事業所サービス | 0.051 | その他の対事業所サービス | 0.025 | その他の対事業所サービス | 0.051 | 小売 | 0.051 |
| その他の運輸附帯サービス | 0.046 | 卸売 | 0.019 | 廃棄物処理 | 0.049 | その他の対事業所サービス | 0.050 |
| 廃棄物処理 | 0.025 | 自動車部品・同附属品 | 0.016 | 自家輸送（旅客自動車） | 0.031 | 電力 | 0.035 |
| 建設補修 | 0.017 | 分類不明 | 0.014 | 金融 | 0.030 | その他の食料品 | 0.034 |
| 卸売 | 0.013 | 不動産仲介及び賃貸 | 0.011 | 小売 | 0.025 | 畜産 | 0.032 |
| 分類不明 | 0.010 | 金融 | 0.007 | 不動産仲介及び賃貸 | 0.021 | 道路貨物輸送（自家輸送を除く。） | 0.025 |
| 水道 | 0.009 | 電力 | 0.007 | 情報サービス | 0.020 | 砂糖・油脂・調味料類 | 0.022 |

出所：総務省「平成27年（2015年）産業連関表」 逆行列係数表 [I-(I-M)A]-1より筆者作成。

このように、観光業と取引がある産業は実際に広く様々なものに及んでおり、上記の公刊資料で定義している観光業の検討だけでは十分に地域経済への影響を考察できるとはいえないだろう。特に観光が一つの主要な産業である地域では、広範な「観光関連産業」を含めて、直接的な観光業とどの程度かわりがあるのかを考察することで、地域経済全体への影響を類推することができると言える。すでに見てきたように、他機関の調査では、「観光関連産業」に関する状況を把握するには十分な根拠をもったデータが必ずしも公表されておらず、現存ではその解明するのは困難と言える。そこで次節では、観光産業との取引の実態について調査を行っている「奈良景況調査」の結果を用いて、「観光関連産業」とそれ以外の産業の景況感がどのように異なるのかについて接近を試みる。

4. 「奈良景況調査」を用いた分析

本節では、「奈良景況調査」の結果を用いて、観光業と取引のある企業を「観光関連産業」と

定義づけ、「観光関連産業」の景気動向がコロナ禍でどのように変化したのかを検討する。まず、「奈良景況調査」がどのように行われてきたのか、観光業と取引のある企業をどのように区別しているか概観する⁷。そののちに、「奈良景況調査」の結果を用いて、「観光関連産業」は、観光業とどの程度かわりがあるのか、取引先のある観光業はどこなのか、取引の有無によって景況感はどのように異なるのかについて分析を行っていく。

4. 1. 「奈良景況調査」の概要

「奈良景況調査」は、県内の会員企業を対象に、景況感、経営上の問題点、力点といった定点項目に加え、それぞれの時期に対応した特別項目の調査を行っている。その中で最新のものは、2023年4月から6月を対象とした調査（以下、2023年4-6月期調査）であり、調査項目は次のとおりである。まず、過年度との共通項目では、売上、経常利益、採算水準、仕入価格、販売単価に関して前期比、前年同期比、次期を対象とした景気動向調査、売上（利益）の増加お

よび減少理由、人手の過不足、設備投資の動向、資金繰り、経営上の問題点、力点等について質問をしている。また特別項目として、価格転嫁の状況と対応に関するもの、賃上げに関するものも同様に共通項目として調査している。それらの質問に加え、「奈良景況調査」では観光業とのかかわりについて以下の2点に関する調査を行っている。1つ目がかかわりのある観光業の取引先についてであり、2つ目が観光業とのかかわりの程度についてである⁸。

筆者は「奈良景況調査」には2017年よりかかわっており、企業名等の個別情報を除去した形で、景況調査の結果についてデータを入手しており、以下ではその結果について概観していく。まず、2023年4-6月期調査のサンプル数や産業分類についてみていく(表3)。

117社の回答のうち、最も大きなウェイトを占めているのがサービス業(29社)であり、次いで製造業(24社)、卸売・小売業(19社)となっている。次に、これらの各産業ごとに、観光業

表3 奈良同友会 2023年4-6月期調査概要

| | | | |
|--------|----|---------|---|
| 製造業 | 24 | 運輸・通信業 | 3 |
| 建設業 | 14 | 医療、福祉 | 7 |
| 卸売・小売業 | 19 | 金融・保険 | 5 |
| サービス業 | 29 | 不動産 | 2 |
| 飲食店 | 3 | 教育・学習支援 | 3 |
| 農林水産業 | 4 | 情報通信業 | 4 |
| 小計 | | 117 | |

出所:奈良同友会「2023年4-6月期 景況調査」より筆者作成。

表4 「観光関連産業」の概要

| | 取引あり | | | 取引あり | |
|--------|------|---------|------------|---------|---------------|
| 製造業 | 12 | (50.0%) | 24社中 | 運輸・通信業 | 2 (66.7%) 3社中 |
| 建設業 | 7 | (50.0%) | 14社中 | 医療、福祉 | 2 (28.6%) 7社中 |
| 卸売・小売業 | 10 | (52.6%) | 19社中 | 金融・保険 | 3 (60.0%) 5社中 |
| サービス業 | 18 | (62.1%) | 29社中 | 不動産 | 1 (50.0%) 2社中 |
| 飲食店 | 2 | (66.7%) | 3社中 | 教育・学習支援 | 1 (33.3%) 3社中 |
| 農林水産業 | 3 | (75.0%) | 4社中 | 情報通信業 | 3 (75.0%) 4社中 |
| 小計 | | | 64 (54.7%) | 117社中 | |

出所:表3と同じ。

と取引がある企業すなわち「観光関連産業」の比率をみたものが表4である。

全117社中、取引先に観光業があると答えた企業は、64事業所(54.7%)にもほびている。奈良県において観光業は主要産業のひとつであることから、「観光関連産業」の対象となる事業所がこのように多数になっていると考えられる。次に、産業ごとに取引先の有無をみると、いずれの産業でも1事業所以上は取引があると回答している。また、農林水産業、情報通信業、飲食店、サービス業などは相対的に高く、観光産業との「取引のある」企業数の割合が高い。すでにみてきたように、観光業はすそ野の広い産業であり、いろいろな産業に影響を及ぼすことが良く知られているが、この調査結果をみても、その傾向が鮮明になっていると言えるだろう。

次に、取引のある観光業の業種についてみたものが表5である。

取引のある観光業は、飲食業が最も高く49件(76.6%)、ついで宿泊業21件(32.8%)、各種観光施設、その他19件(29.7%)、土産等小売業14件(21.9%)となっている。次に、産業別に取引のある観光業の業種をみていく。製造業については、飲食業7件(58.3%)、宿泊業4件(33.3%)、土産等小売業4件(33.3%)となっており、全産業と比較すると、宿泊業や土産等小売業との「取引のある」企業数の割合が高いことが分かる。建設業については、飲食業が最

も高く、3件(42.9%)となっているものの、全産業と比較するとその値は高くない。卸売・小売業は、飲食業8件(80.0%)、宿泊業4件(40.0%)、各種観光施設、その他3件(30.0%)が全産業と比べて高く、かつ様々な業種と取引がみられる。サービス業については、

表5 取引のある観光業の業種 (社, %)

| | 全産業 | | 製造業 | | 建設業 | | 卸売・小売業 | | サービス業 | | その他 | |
|-------------|-----|---------|-----|---------|-----|---------|--------|---------|-------|---------|-----|---------|
| 宿泊業 | 21 | (32.8%) | 4 | (33.3%) | 2 | (28.6%) | 4 | (40.0%) | 7 | (35.0%) | 3 | (15.0%) |
| 飲食業 | 49 | (76.6%) | 7 | (58.3%) | 3 | (42.9%) | 8 | (80.0%) | 15 | (75.0%) | 13 | (65.0%) |
| 土産等小売業 | 14 | (21.9%) | 4 | (33.3%) | 1 | (14.3%) | 2 | (20.0%) | 3 | (15.0%) | 4 | (20.0%) |
| 旅客運送業 | 7 | (10.9%) | 1 | (8.3%) | 0 | (0.0%) | 1 | (10.0%) | 4 | (20.0%) | 1 | (5.0%) |
| 旅行代理店 | 7 | (10.9%) | 0 | (0.0%) | 0 | (0.0%) | 2 | (20.0%) | 2 | (10.0%) | 2 | (10.0%) |
| 各種観光施設, その他 | 19 | (29.7%) | 3 | (25.0%) | 2 | (28.6%) | 3 | (30.0%) | 6 | (30.0%) | 4 | (20.0%) |
| 小計 | 64 | | 12 | | 7 | | 10 | | 20 | | 15 | |

出所:表3と同じ。

飲食業15件 (75.0%), 宿泊業7件 (35.0%), 各種観光施設, その他6件 (30.0%)であり, 全産業の平均と同じ傾向にあり, 卸売・小売業と同様に様々な業種との取引があることが分かる。

「奈良景況調査」を用いた「観光関連産業」に関する結果は, 限定的なサンプルであること等の課題はあるものの, 利用可能なデータに基づき次のような示唆が得られた。製造業, 建設業については特定の業種を中心としたかわりではあるが, 卸売・小売業, サービス業, その他産業については, 観光業の広範な業種とかわりがあり, 観光産業の景気動向の影響を強く受ける可能性があることが分かった。また, 奈良県内の中小企業は, これらの第3次産業の比率も高いことから, 観光が主要産業のひとつである奈良県にとって, その影響を注意深くみることは重要といえるだろう。

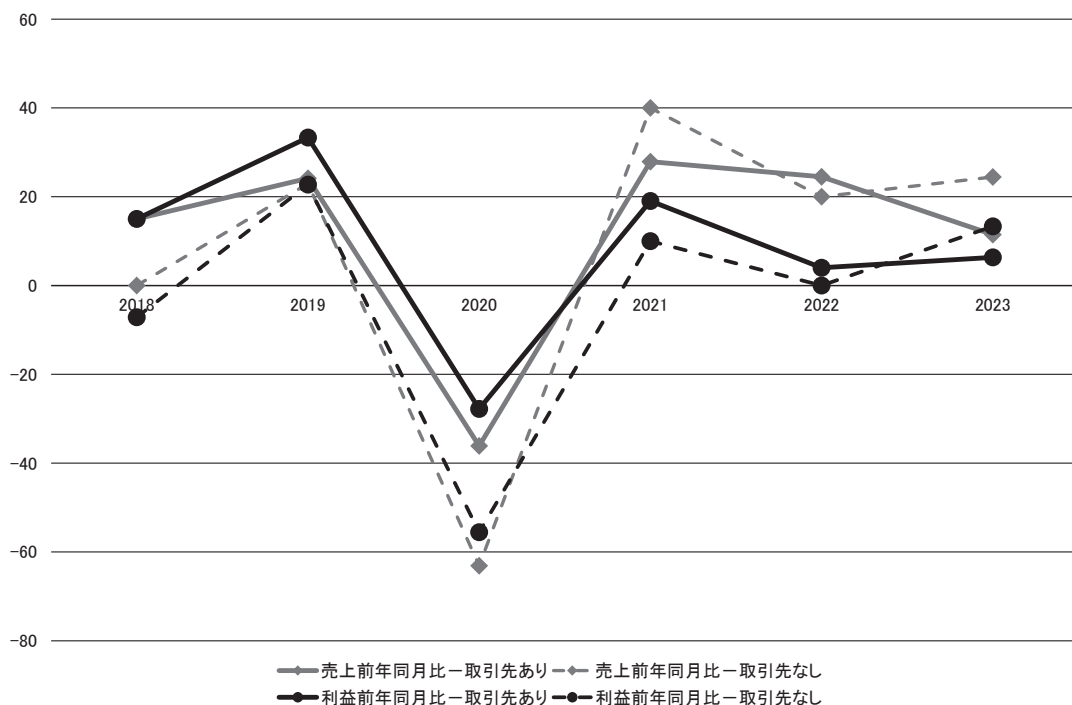
4. 2. 分析結果

本節では, 観光業との取引の有無によって景況感はどのように異なるのか, また, 取引のある観光業の業種によってどのようにその影響は異なるのかについて, 「奈良景況調査」の時系列データを用いて分析する。用いたデータは, コロナ禍以前の2018年から2023年にかけてのいずれも4月から6月期のデータである⁹。景況感のデータについては, 「売上 前年同期比」「利益 前年同期比」の2つのDI値を用いて分析する^{10, 11}。それらの結果についてみたものが図3である。

取引あり (= 「観光関連産業」) のケースを実線, 取引なしのケースを破線であらわしている。売上の前年同期比については, 四角のマーカで記載し, 利益の前年同期比については, 丸のマーカで記載している。まず, 売上前年同期比についてみてみると, コロナ禍前の2018年, 2019年では観光業と取引のある「観光関連産業」の値が高い。緊急事態宣言が発令され, 行動制限が行われていた2020年は, 取引の有無いずれのケースについても大幅に下落している。また, DI値は, 取引のない企業のマイナスの絶対値が大きい。このように, 行動制限は企業の生産活動などの供給制約による国内需要の減退をもたらし, その結果, 観光業界だけに強くマイナスの影響を与えたわけではなく, 広く多くの産業に同様であったと考えられるだろう。一方, 行動制限が徐々に解除し始めた2021年以降においては, 取引の有無にかかわらずほぼ同様の傾向にある。GO TO トラベル等の施策や観光客数の上昇がみられる2022年, 2023年において, 一般的な観光業は回復トレンドに入っていると考えられるが, 観光業と取引のある「観光関連産業」の値は, 取引の無い企業と比べても高くなく, 景気回復の恩恵が十分届いていないことが分かる。

次に, 利益前年同期比についてみてみると, 結果は売上のケースとほぼ同様に, コロナ禍以前の2018年, 2019年については「観光関連産業」の方が高く, 2022年以降のトレンドもほぼ同様である。両者の結果から, 観光需要自体の回復トレンドが2022年から生じているとしても, 「観

図3 売上 および利益（前年同期比）のDIの推移



出所:表3と同じ。

光関連産業」については2023年段階でもまだ十分その恩恵を受けていないことが示唆された。

では次に、観光業のどの業種と取引があるかによって景況感が異なるのかをみるため、取引のある観光業の業種として、宿泊業、飲食業、土産等小売業の3業種を対象に、それぞれのDI値の推移から考察する。ここまでと同様に、前年同期比の結果についてみたものが図4、図5である。

売上の前年同期比でみると、土産等小売業と取引のある企業については、コロナ禍前の2019年にかけて取引のない企業と比べて高くなっているが、コロナ禍のはじまった2020年以降は下方に位置している。宿泊業については、2023年を除き低い状況が続いている。一方、飲食業については、取引のない企業とほぼ同様の傾向がみてとれる。また図5より、利益の前年同期比の結果についても、売上の結果とほぼ同じ傾向がみられた。すなわち、土産等小売業と取

引のある企業については、コロナ禍前に高く、それ以降に顕著な回復トレンドはみられなかった。

このことから、コロナ禍前のインバウンド観光が盛況な時期においても土産等小売業と取引のある企業へその恩恵が及んでいたが、コロナ禍以降は、観光の回復時期である2022年以降もその恩恵は、「観光関連産業」にまで及んでいないことが分かる。また、宿泊業と取引のある企業については、すべての時期において全平均を下回っており、構造的な問題が存在すると類推できる。

5. おわりに

本稿では、先行研究ではあまり考慮されていない、コロナ禍における観光業と取引がある「観光関連産業」の状況について、「奈良景況調査」の結果を通じて統計的に検討した。得られた結

図4 取引のある業種別 売上 前年同期比のDIの推移

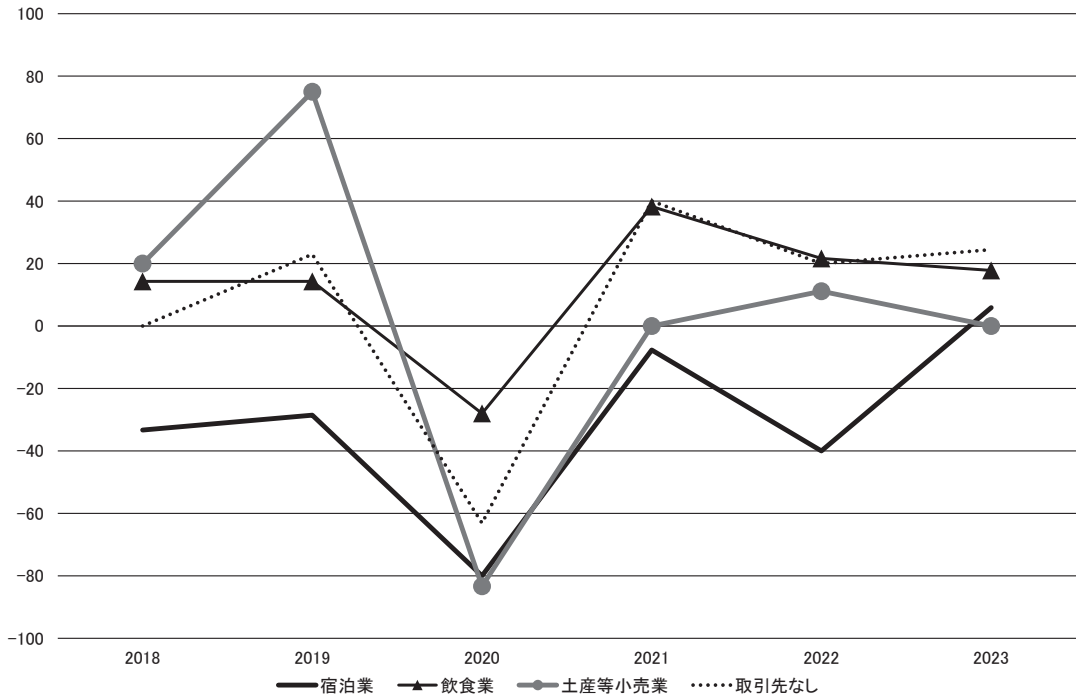
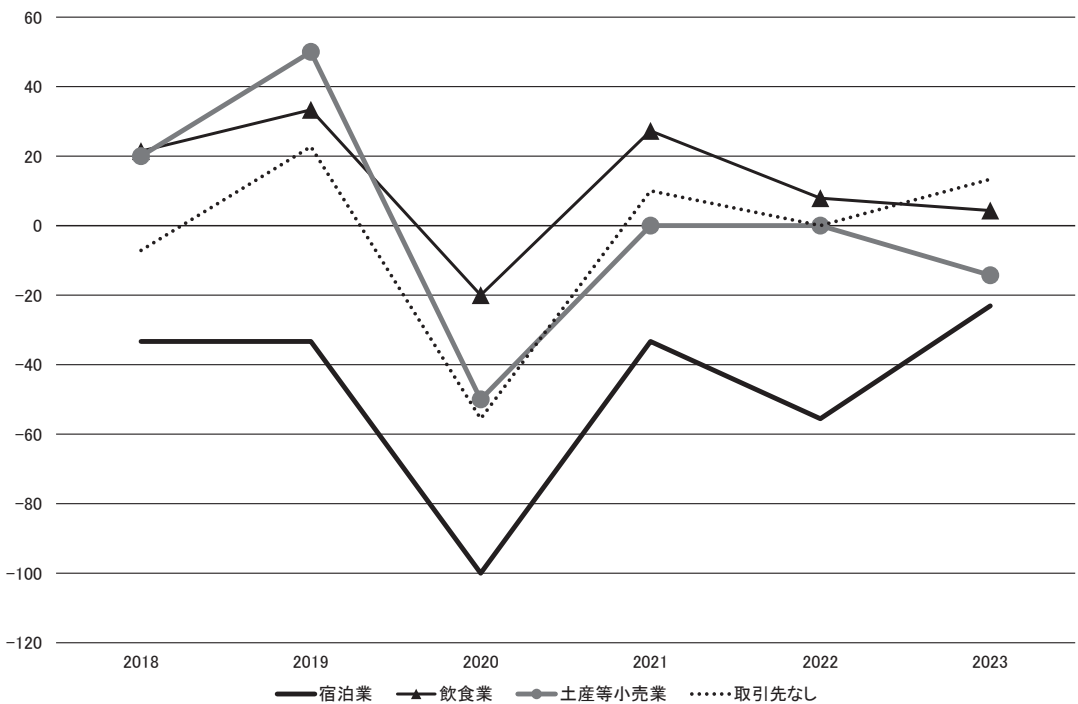


図5 取引のある業種別 利益 前年同期比のDIの推移



論は以下のとおりである。

まず、観光業の景況感について、「第3次産業活動指数」を用いた検討では、業種によって大きく異なり、旅行業等は大幅に低下したものの、宿泊業、旅客輸送業等では、行動制限が解除されてからは順次回復傾向にあり、2023年に入るとコロナ禍前の水準を超えるものになっていることが分かった。また「観光関連産業」について、産業連関表を用いて検討した結果、仕入等において直接的に関係性が推測される業種だけでなく、金融業やサービス業といった業種まで広範に影響を与えていることが分かった。

「奈良景況調査」を用いた分析では「観光関連産業」は、製造業からサービス業まで広範に及んでおり、すそ野の広さが確認できた。さらに、取引のある観光業も飲食業、宿泊業、土産等小売業を中心に高くなっていた。売上、利益のDI値を用いた分析では、コロナ禍前では、「観光関連産業」の方が取引の無い産業と比べてDI値が高く、緊急事態宣言の影響が強く表れた2020年には「観光関連産業」、取引の無い産業いずれも大きく落ち込んでおり、行動制限は広範に影響を与えていることがみてとれた。その後、観光客数が回復する2022年以降において、「観光関連産業」のDI値は高いわけではなく、観光業自体の景気は先行して回復したとしても、その恩恵を「観光関連産業」は十分には受けられていないことが明らかとなった。さらに、取引のある観光業の業種ごとの分析結果からは、とくに土産等小売業についてコロナ禍前は値が良い一方、コロナ禍以後は取引のない産業とほぼ同様の傾向に留まっていた。また宿泊業については、常に値が低いことが明らかとなった。このように、「観光関連産業」は、コロナ禍以前の景況感の良さ、その後の悪化状況がみられ、現在の観光入込客数等が改善している現状においても、まだ十分に「観光関連産業」にまでは恩恵が届いていないことが示唆された。

本稿の分析結果を踏まえた課題は、次の2点が挙げられる。第1に、問題意識のところでも

みてきたように、観光業と取引のある「観光関連産業」に関する研究は数が少なく、研究自身の頑健性を高めることが必要である。本稿では、観光産業との取引の実態について調査を行っている「奈良景況調査」の結果から検討しているが、奈良同友会の会員企業を対象としたアンケート調査であることから、奈良県の企業および奈良県の「観光関連産業」を必ずしも代表したものではない。また、サンプル数も限定的ではあり、利用可能なデータに基づいて一つの傾向を明らかにしたに留まっている。そのためには、本稿で用いたような調査、分析を全国ベースで取り扱った場合どのような結果になるのか等を考察することが重要である。第2に、分析結果のようになった原因について、企業へのヒアリングを行うなど、定量的な調査だけでなく定性的な調査も進めることが大切である。

謝辞

本稿の作成にあたって景況調査を快く提供していただいた、奈良同友会事務局および回答・協力いただいたすべての会員企業の皆様に深く感謝する。投稿段階で査読者から複数の建設的な改善点を示していただいたことにも感謝する。なお、本稿の考察は筆者個人のものであり、残されている過誤は筆者に帰す。

注

- 1 観光立国推進基本法 前文より抜粋。
- 2 生活関連サービス業の内訳として、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の生活関連サービス業（旅行業等）を含んでいる。
- 3 詳細については、観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究（2018年版）」参照のこと。
- 4 コロナ禍の影響を受けていない年におけるデータを見るため、2019年のデータを用いている。また、これらの金額は訪日外国人の我が国での観光消費額である。
- 5 以下に詳細は記載しているが、本統計における観光関連産業は、本稿で取り扱う観光業と取引のある産業（＝「観光関連産業」）だけでなく、直接的な観光業も含めて観光関連産業と定義している。
- 6 後方連関とは、川下にある産業の生産規模が拡大すると、そこで中間投入物として用いられている

生産物を生産する産業の経済活動に与える派生需要を意味する。

- 7 「奈良景況調査」自体は、奈良同友会の会員企業を対象としたアンケート調査であることから、奈良県の企業および奈良県の「観光関連産業」を必ずしも代表したものではない。そのため、本稿における分析結果は、「観光関連産業」に関して利用可能となった調査に基づく一つの傾向を明らかにしたに留まっていると言える。
- 8 具体的には「取引先にかかわりがある観光関連産業を選んでください」として、①宿泊業、②飲食業、③土産等小売業、④旅客運送業、⑤旅行代理店、⑥各種観光施設、その他、⑦かかわりはない、の7種類についての調査と「かかわりの程度について教えてください。売上総額のうちの程度を占めますか。」として、①80%以上、②50～79%程度、③21～49%程度、④1～20%程度、⑤かかわりはない、の5種類について調査している。後者のかかわりの程度については、そのほとんどが1～20%程度（64社中55社）であることから、以降の分析ではかかわりの有無についてのみ分析している。
- 9 コロナ禍以前のデータとして、2019年のみのデータを用いることも考えたが、2019年10月には消費税増税を控えるなど、直前の景況感に対して外部要因として影響を与える可能性があることから、コロナ禍以前のデータとして2か年分のデータを用いて検証している。
- 10 本分析で用いたDIは、「良い」と回答した社数の百分比から「悪い」と回答した社数百分比を除いたものであり、仮に「良い」と答えた割合が10%、「悪い」と答えた割合が30%であるならば、-20となる。
- 11 前年同期比のデータを用いる理由として、コロナ禍では、行動制限が行われている期間、それが解除されたことによるリベンジ消費が行われている期間など、四半期ごとに景況感が大きく異なることが考えられる。そのため、前年同月比のデータを用いて考察する。

参考文献

- 麻生憲一（2021）「コロナ禍で宿泊客の行動はどう変わったか？：行動経済学からのアプローチ（特集ポストコロナ時代の観光学）」『RT』, No.1, pp.42-47。
- 新井直樹（2023）「アフターコロナの持続可能な観光政策—コロナ収束後の持続可能な地域観光施策のあり方を中心に—」『地域創造学研究』, 第33巻1号, pp.49-73。
- 小川雅司（2022）「新型コロナウイルスと観光—「R7トラベル事業」に対する批判的考察」『総合観光研究』第20巻, pp.21-26。
- 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究（2018年版）」
- 観光庁「2018年旅行・観光サテライト勘定」, <https://www.mlit.go.jp/kankochou/tsa.html>

（2023年9月20日閲覧）

- 国枝よしみ（2021）「消費者の観光行動に及ぼすCOVID-19の影響—今後の地域観光の可能性を探る—」『サービソロジー』, Vol. 7 No.2, pp.63-73。
- 熊野英生（2022）「ウィズ・コロナのサービス産業の激変～第三次産業活動指数の変化～」, Economic-Trends（第一生命研究所 マクロ経済分析レポート）, <https://www.dlri.co.jp/files/macro/200683.pdf>（2023年9月20日閲覧）
- 経済産業省「第3次産業活動指数」, <https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/sanzi/index.html>（2023年9月20日閲覧）
- 国土交通省（2023）『観光白書 令和5年版』。
- 櫻井宏明（2023）「インバウンドと経済成長：COVID-19後の議論から」『学習院女子大学紀要』, 第25号, pp.159-168。
- 佐野浩祥・滝沢勇人・山浦ひなの・大竹優太（2022）「コロナ禍がわが国の宿泊動向に与えた影響と要因—V-RESASのデータ分析（2020-2021）—」日本観光研究学会全国大会学術論文集 第37回, pp.33-37。
- 総務省「平成27年（2015年）産業連関表」。
- 奈良同友会「関西ブロック（滋賀・京都・兵庫・大阪・奈良・和歌山）合同景況調査」各年版。

（2023年10月受理、査読あり）

