

北海道における観光の役割

はじめに

北海道経済が1997年、8年と、拓銀破綻以来状況が悪化し、容易に不況を脱しきれずにいる中で、観光客の入込数は着実に伸びており、特に道外からの来道客数も平成8年、9年と増加し、平成10年には609万人に達している。北海道の観光産業は1兆円産業と言われるようになった。

昨今の雇用環境の悪化の中で、観光の増加にともなう雇用効果への期待もあり、もっと大きく言えば北海道経済再生のきっかけとしても観光に対する期待は高まっている。そのような中で、二階北海道開発庁長官兼運輸大臣が、昨年10月に、2000年から10年間で、来道観光客数を1000万人とすることを目標にかけ、北海道開発庁と運輸省が、それに向けて全力を挙げ取り組むことを宣言された。それを受けて、はまなす財団が世話役となって「北海道の観光を考える百人委員会」が発足した。

観光振興に対する気運はこのように盛り上がっているが、北海道観光について多くの問題が含まれていることも確かである。この機会に北海道観光の果たす役割や問題点、北海道観光振興のための諸方策等について考えてみたい。



北海道大学名誉教授、札幌大学経営学部教授

小林 好宏

Text : kobayashi yoshihiro

北海道における観光の位置

まず最初に、北海道の観光の現況を若干、数字の上で見えてみよう。この3年間の来道観光客数は確実に増え、平成8年は530万人、平成9年には596万人、そして平成10年には609万人に達している（『平成10年版観光入込客数調査報告書』北海道経済部観光局）。この観光客がどれくらいの消費をし、どれだけの経済効果をもたらしたか。平成7年に発表された北海道観光経済調査によると、平成5年度において、観光客が道内で消費した額は、1兆464億円であった。同じ年の道内総生産額は19兆683億円であったから、観光消費額は道内総生産の5.5%に当たる。同じ年の道内農業粗生産額は1兆357億円であったから、北海道の基幹産業である農業の粗生産額を平成5年度において上回ったということである。

因みに、北海道における小売販売額は約7兆円であり、観光消費額はその7分の1に相当する。

ところで、この観光消費額のうち、道民の消費と道外客の消費はどんな割合になっているか。これについても調査された数字が出ている。それによると、

来道観光客数の年度別推移

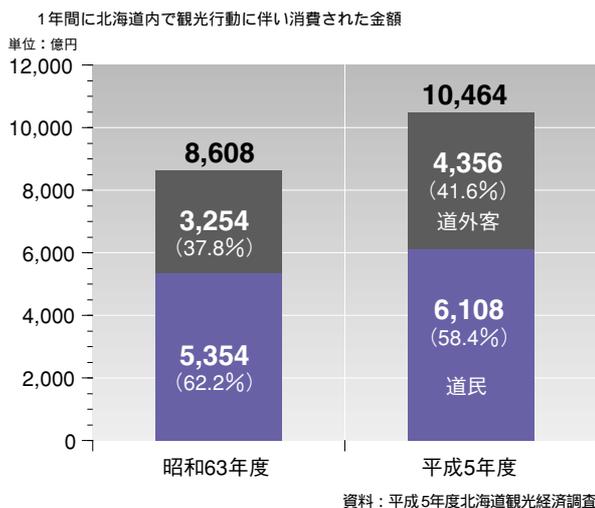
	区 分	合 計						
		平成8年度 (試算値)	平成9年度	平成10年度	【季節別内訳】			
					春	夏	秋	冬
合 計	観光客 (万人)	530	596	609	80	339	71	118
	構成比 (%)			100.0	13.2	55.7	11.7	19.4
	前年度対比 (%)	—	112.4	102.2	104.2	99.7	103.1	108.2
航 空 機	観光客 (万人)	411	475	493	62	269	59	103
	構成比 (%)			100.0	12.6	54.6	11.9	20.9
	前年度対比 (%)	—	115.5	103.8	105.4	100.6	105.2	111.5
フェリー	観光客 (万人)	69	71	67	9	47	5	6
	構成比 (%)			100.0	13.7	69.9	6.8	9.7
	前年度対比 (%)		103.0	94.9	103.4	94.8	91.7	87.0
鉄 道	観光客 (万人)	50	50	49	9	23	8	8
	構成比 (%)			100.0	18.4	47.7	16.5	17.3
	前年度対比 (%)	—	100.3	97.1	97.2	99.5	95.7	92.0

資料：平成10年度版観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

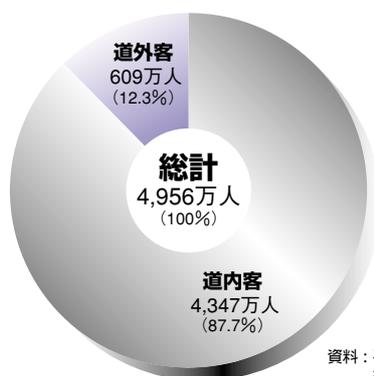
注1) 前年度対比(%)は人単位で計算しています。

注2) 9年度に観光客率の見直しを実施したため、前年度対比に利用した8年度来道観光客数は新たに試算した観光客数(8年度試算値)です。

注3) 千人以下四捨五入のため、合計が合致しない場合があります。



平成10年度道内・道外別観光入込客数（実人数）



平成5年度の観光消費額1兆464億円のうち、道内客が消費した額が6108億円で全体の58.4%、道外客が消費した額は、4356億円で41.6%である。すなわち6対4の割合で道民の消費が多い。しかし同じことを昭和63年と比較してみると、昭和63年の観光総消費額は8608億円で、うち道内客消費分が5354億円で62.2%、道外客の消費分は3254億円で37.8%であった。したがって、道外客の落とすお金の割合は高まっている。

北海道経済にとっては、道外客がより多く消費してくれたほうが望ましい。道外客の消費額の割合が約4割とはいえ、1人当たりの消費額は道外客のほうが多いのである。なぜなら観光客数は、道内客のほうがはるかに多いからである（日帰りも多く含まれるから）。平成10年度の道内・道外別観光入込客数をみると、道内客4347万人（87.7%）に対し、道外客は609万人（12.3%）である。来道観光客が609万人に達したと言っても、全体に占める割合は、12.3%に過ぎない。道内客の1人当たり消費額は14,047円に対し、道外客1人当たりの消費額は71,527円で、5倍以上である。したがって、道外客をいかにして呼び込むかが最重要課題である。

観光の波及効果

観光客の落とすお金が北海道にどれくらいの経済的波及効果をもたらすか。日本全体における観光の経済効果とくらべて北海道ではどれくらいの効果を及ぼしているか、検討してみよう。先に示した道の調査では、平成5年に道内での観光消費は1兆464億円であったが、産業連関分析を用いて2次波及効果

まで含めると、観光による生産波及効果は1兆6140億円となる。これは同年の道内総生産の8.5%にあたる。

では、わが国全体について観光がもたらす経済波及効果はどれくらいになるのであろうか。平成6年に、運輸省運輸政策局が発表した「我が国における旅行消費の経済波及効果」によると、わが国における旅行関連総消費額は、海外旅行まで含めると、24.5兆円で、国民1人当たり年間20万円に達し、民間最終消費支出258兆円の9.5%、GDP（国内総生産）456兆円の5.4%を占めている。そのうち海外で消費される部分を除いた国内産業関連の消費は約8割であり、20兆円が国内で消費されたと推計されている。この20兆円の消費によって、そこから関連産業に生産の波及効果が生じてくる。これを産業連関分析によって推計した結果、旅行消費による生産波及効果は、直接効果20兆円の2.4倍にあたる48兆円に達すると推計している。

これを北海道の平成5年のケースとくらべると、観光消費額は20倍（したがって北海道内の観光消費の対全国シェアは5%）、生産波及効果は北海道1.6倍に対し全国2.4倍で、全国における波及効果の大きさが目立っている。しかし、全国の調査と北海道のそれとは調査方法や消費の定義に若干の違いがあるので、そのまま比較することはできない。全国調査の場合は、旅行業者を通じてアンケート調査をしたものをベースにしている。ここには外国人の日本国内消費額は入っていない。その意味では消費額は小さくあらわれている。しかし他方、旅行消費額は、旅行前消費と旅行中消費、それに旅行後消費の合計となっており、旅行前後の消費額は旅行中消

費の20%にも及んでいるのに対し、北海道の調査は旅行中消費のみであるから、それだけ全国のケースは大きめに出ている。因みに旅行前消費とは、靴、カバン類、衣料品・帽子等、カメラ、フィルム、ガイドブック等の購入であり、旅行後消費とは写真代、クリーニング代等である。全国調査では、国内旅行者の1回当たり消費額は旅行中消費が42,273円（交通費12,447円、宿泊費15,308円、その他が14,518円）で、旅行前後の消費が8,835円である。したがって北海道のケースと対応させるならば、国内総消費20兆円は旅行中消費だけに限ると、約18.2兆円となる。これに外国人旅行者の消費分を加えても、20兆円には及ばないかもしれない。生産波及効果の大きさについては、旅行前消費には産業連関的にみて波及効果の大きい物財消費（衣料品、靴、カバン、カメラ、フィルム等）が中心であるから、これを含めている全国調査の結果では、北海道のケースよりも波及効果が大きくあらわれている可能性がある。

だがそういう点を考慮しても、生産波及額が1次消費の2.4倍と、北海道における1.6倍とではあまりに差があり過ぎる。旅行中消費の中で大きなウェートを占めるのは、宿泊費の他に飲食やお土産品の購入であるから、比較的地場産品への需要が多いはずである。ということは消費支出が地域外に流出される（域外製品の購入）割合は比較的少ない。したがって、地域内への波及効果はそれだけ大きい。それにもかかわらず、2次波及効果が北海道において小さいということは、それだけ北海道の自給率が低いことを意味している。

観光収入を増やすことはもちろん大事であるが、観光消費の効果を北海道経済全体に広く及ぼすため

には、北海道の他の産業、特に旅行消費関連産業の育成をはからねばならない。

だが、全国のデータで、旅行中消費のみに限定すれば18兆円、当時のGDPが456兆円で、対GDP比は3.97%であり、仮に外国人による消費額をこれに加えたとしても、北海道の旅行中消費の対道民総生産比5%強は、全国平均を上回るものとみてよい。惜しむらくは、第2次波及効果についてみると、全国平均を下回ることである。これはひとえに消費されるもののうち道外へ流出する部分が多いこと、したがって自給率が低いことによる。しかしながら、旅行中消費の多くは宿泊、飲食、お土産品への支出等であるから、他の消費にくらべれば、道内での自給率が高いはずである。それでも全国平均を下回るということは、いかに道内産品への需要の波及が小さいか、ということである。道産の土産物の積極的宣伝、旅行に関連する地場産業の振興が望まれるところである。

北海道観光の特色

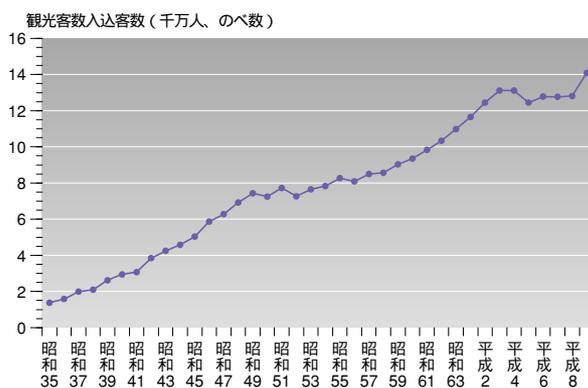
前節までは、北海道における観光の経済効果を数字の上で検討した。本節では北海道観光の特色を少し歴史的に振り返り、これからの観光振興にとっての基本戦略を探ってみよう。

札幌大学の佐藤郁夫助教授は、その論文「北海道観光史」において明治以降現在に至るまでの北海道の観光の歴史を詳しく示している。それによると、北海道の観光のはじまりは、湯治を主にした温泉の利用であった。最も古くは湯の川温泉で、これは幕末から利用されていたが、温泉街として発達したの

は、函館馬車鉄道会社（明治31年営業開始）が大正2年に電化され函館東雲町と30分で結ばれるようになってからであるという。また、登別温泉は大正2年、栗林合名温泉部が開設され、同4年の登別温泉軌道会社設立によって発展した。定山溪温泉は大正7年の定山溪鉄道（白石一定山溪）を契機として発展したという。

このことからきわめて明らかなことは、最初は温泉であり、交通機関の発達によるアクセスの改善によって急速に発展したということ、すなわち観光資源としての温泉とアクセス手段としての交通機関が結びついた、ということである。佐藤助教授は「湯の川、登別、定山溪のような人口集積地との交通網の整備が早かった温泉地では、大正期からすでにかなりの宿泊数があった。したがって交通網の整備が発展段階において重要な意味を持っていた」と述べている。

温泉以外の観光資源として重視されてきたのは景観である。国家政策としての観光振興は佐藤助教授によると昭和3年の田中義一内閣からはじまる。振興策としては名勝の保存、ホテル等のインフラ整備であったが、そこで国立公園法による国立公園の指定が大きな役割を果たす。もう一つの観光資源はイ



（資料）北海道経済部観光振興課

イベントである。戦前の北海道における来道客数のピークは昭和11年の陸軍大演習であったという。戦後についてみると、昭和25年からはじまったさっぽろ雪まつりが画期的な意味を持つ。温泉、自然景観に偏っていた北海道観光に恒常的な集客力を持つイベントが加わったということである。

昭和36年、北海道観光審議会が「本道における観光事業振興方針、とくに当面措置すべき施策について」を出している。そこでは開発が局地的で関連性に欠けている、観光シーズンが夏季に集中している、自然及び温泉地の観光に偏っていることを指摘している。これは現在にもあてはまるであろう。

北海道観光にとって重要なことは、いかに道外から観光客を呼び寄せるかである。来道観光客数は昭和42年頃から急増し、49年に第1次のピークを迎える。次のピークはバブル期であり、バブル崩壊後来道客の伸びは落ち込むが、平成8、9年には再び増大している。来道観光客の交通手段は昭和50年代からは航空機が鉄道を上回り、60年代からは過半数を超え、以後、圧倒的なシェアを占めるようになっていく。

航空路線と観光

来道観光客の交通手段が現在では圧倒的に航空機であるということは、航空機利用の利便性（路線の配置や便数）と運賃のあり方が来道観光客数に大きく影響することを示唆している。

新千歳—東京間が世界で最も搭乗者数の多い路線であることはよく知られているが、道内観光が常に

新千歳経由が望ましいわけでもないし、また、道外客のすべてが東京からというわけではない。東北、北陸、中四国、九州等、各地から北海道に客を呼び集めるには、想定される日数の中で適切な旅行日程が組めるような路線の展開を、旅行者の立場にたって進める必要がある。

本道において最も問題であったのは航空運賃であった。確かに冬場の格安パックツアーは種々あるが、夏のシーズンに様々な日程の観光客を十分惹きつける航空運賃ではなかった。その意味で運賃引き下げに一石を投じたエア・ドゥの功績は大きい。エア・ドゥが存続しつづけ、できれば将来新千歳—東京以外にも路線を設定できるようになることが望まれる。

更に重要なのは、外国人観光客の誘致である。地方中枢都市の空港の国際便を比較してみると、新千歳が週19便、仙台は29便、広島28便、福岡はなんと154便である。国際化の指標として国際線が何便あるかという点に絞ってみると、福岡が断然先行している。北海道観光の将来を考えた場合、新千歳空港のハブ空港としての条件整備はいっそう重要になる。

この点からいって成功している例は名古屋—新千歳—アムステルダムを結んでいるKLMである。この成功例にならって広島—新千歳—北米とか、福岡—新千歳—欧州といった路線を開拓することが望まれる。

昨年10月29日、広島市で行われた経済同友会4極フォーラム（4極とは札幌、仙台、広島、福岡を意味する）において北海道経済同友会からパネリストとして意見を開陳した庄司札幌ターミナルビル社長

は、KLMの成功例を引き合いに出し、4極が協力し合って成田や関空を経由しなくとも外国と結ぶエアラインを誘致する運動を盛り上げることを提案され、他地域からの出席者の大きな共感を得た。これが実現すると外国人観光客の来道も更に増えるだろう。平成10年度に、本道を訪れた外国人観光客数は17万人である。空路の整備によってこれを更に増加させることが望まれる。

北海道観光の問題点

北海道観光についてはこれまで多くのことが言われてきた。批判を列挙すれば10指に余るだろう。その中で重要なのは、①観光地ごとの連携の乏しさ、②夏季に集中し過ぎており、季節変動が大きすぎる、ことである。特に季節変動の大きさは、観光インフラ（交通機関、ホテル、旅館）の利用効率を悪化させる。二階大臣が提唱するように、2010年に来道客を1000万人にするとすれば、それに対応するだけの宿泊施設が必要である。もし季節変動が変わらなければインフラの利用効率はいっそう悪化する。オフシーズンに観光客をいかに集めるかが課題である。北海道においては観光シーズンと食の旬の時季とがずれている。道産の食を中心とした観光客誘致をはかることにより、季節変動の波を少しでも平準化することが望まれる。

もう一つ重要な点は道外客が北海道に期待しているものが北海道の自然であり、自然の景観は観光客が多すぎるほど観光資源としての価値が低下する傾向にある、という矛盾をかかえている、ということである。

北海学園北見大学の田辺隆司、佐藤博樹の両教授は、道東地域のホテル、旅館の宿泊者を対象に宿泊者の意識と行動についてアンケート調査を行い分析

した結果を示している（田中隆司・佐藤博樹『持続可能な観光と地域発展へのアプローチ』第3章の3節、持続可能な観光と観光客の意識・行動）。ここでは旅行者の道東についての印象や将来への期待などが詳しく調査されているが、調査対象者群の記述の中に出てくる連想語（雄大とか、美味しいなど）の出現回数にもとづいたクラスター分析という大変興味深い分析を行っている。それによると、「道東」といった時に旅行者は自然、大自然、野生動物、広大など、いずれかといえば良好な印象を示す語を頻度多く用いているのに対し、「観光地」については、混雑、土産物店、環境破壊など負のイメージを持つ語の頻度が多く出てくる。そして旅行者は「道東」に好印象を持っているが道東の観光地化には反対している、と述べている。このことは示唆的である。観光客の誘因としての道東は素晴らしいが、観光産業の売上増をはかることが誘因力自体を弱めるかもしれない、という問題を含んでいる。持続可能な観光とは、まさにこの問題をうまくクリアーした観光ということができるだろう。

滞在型で、かつリピーターを増やすのは、まさにそのような観光ということができるであろう。

PROFILE プロフィール

小林 好宏 (こばやし よしひろ)

1935年札幌生まれ。57年北海道大学経済学部卒業。62年同大学院博士課程を修了。山口大学講師、北海道大学助教授を経て、北海道大学教授。98年同大学を退官し、名誉教授に。同年4月から札幌大学経営学部教授、現在、当協会の副会長でもある。専門は経済政策、産業論など。札幌市長期総合計画審議会委員のほか、「北海道の観光を考える百人委員会」の委員も務める。