



日本銀行のレポートから

日本銀行は、1、4、7、10月の政策委員会・金融政策決定会合において、先行きの経済・物価見通しや上振れ・下振れ要因を詳しく点検し、そのもとでの金融政策運営の考え方を整理した「経済・物価情勢の展望」（展望レポート）を決定し、公表しています。本稿では、2019年7月の展望レポート（基本的見解は7月30日、背景説明を含む全文は7月31日公表）のポイントを解説します。

*全文は日本銀行ホームページに掲載されています。https://www.boj.or.jp/mopo/outlook/index.htm/

「経済・物価情勢の展望」（展望レポート）

— 二〇一九年七月 —

二〇一九～二〇二一年度の 中心的な見通し（図表1・2）

【景気】

当面、海外経済の減速の影響を受けるものの、二〇二一年度までの見通し期間を通じて、景気の拡大基調が続くとみられる。

輸出は、当面、弱めの動きとなるものの、海外経済が総じてみれば緩やかに成長していくもとで、基調としては緩やかに増加していくと考えられる。国内需要も、消費税率引き上げなどの影響を受けつつも、きわめて緩和的な金融環境や政府支出による下支えなどを背景に、増加基調をたどると見込まれる。

【物価】

消費者物価（除く生鮮食品）の

前年比は、プラスで推移しているが、景気の拡大や労働需給の引き締まりに比べると、弱めの動きが続いている。中長期的な予想物価上昇率は横ばい圏内で推移している。

もっとも、マクロ的な需給ギャップがプラスの状態が続くもとで、企業の賃金・価格設定スタンスが次第に積極化し、家計の値上げ許容度が高まっていけば、価格引き上げの動きが拡がり、中長期的な予想物価上昇率も徐々に高まるとみられる。この結果、消費者物価の前年比は、二％に向けて徐々に上昇率を高めていくと考えられる。

リスクバランス

経済の見通しについては、海外

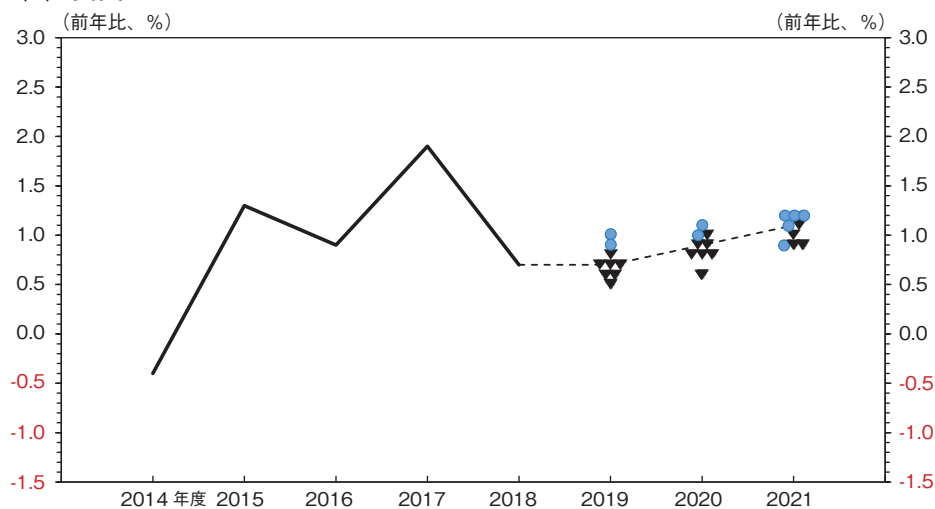
経済の動向を中心に下振れリスクの方が大きい。物価の見通しについては、経済の下振れリスクに加えて、中長期的な予想物価上昇率の動向の不確実性などから、下振れリスクの方が大きい。二％の「物価安定の目標」に向けたモメンタムは維持されているが、なお力強さに欠けており、引き続き注意深く点検していく必要がある。

金融政策運営

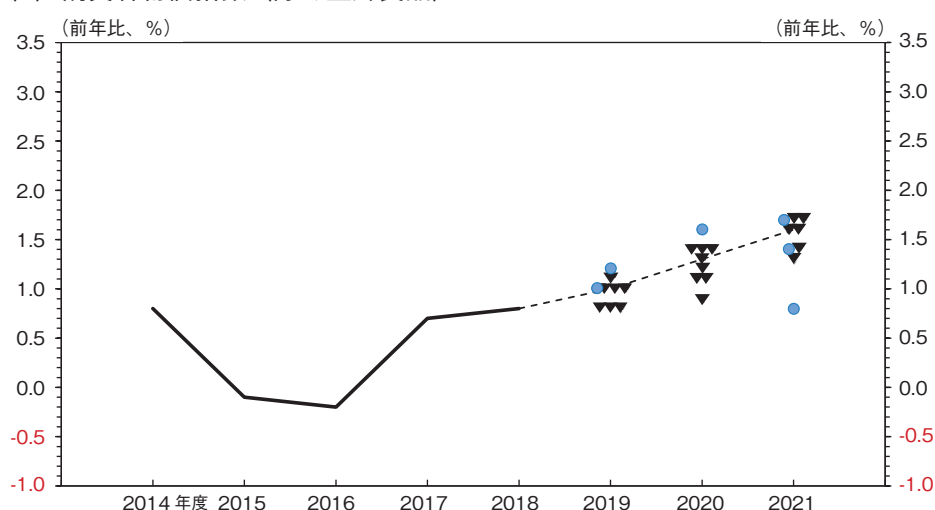
二％の「物価安定の目標」の実現を目指し、これを安定的に持続するために必要な時点まで、「長短金利操作付き量的・質的金融緩和」を継続する。マネタリーベースについては、消費者物価指数（除く生鮮食品）の前年比上昇率の実績値が安定的に二％を超える

図表1 政策委員の経済・物価見通しとリスク評価

(1) 実質 GDP



(2) 消費者物価指数 (除く生鮮食品)



(注1) 実線は実績値、点線は政策委員見通しの中央値を示す。

(注2) ●、△、▼は、各政策委員が最も蓋然性が高いと考える見通しの数値を示すとともに、その形状で各政策委員が考えるリスクバランスを示している。●は「リスクは概ね上下にバランスしている」、△は「上振れリスクが大きい」、▼は「下振れリスクが大きい」と各政策委員が考えていることを示している。

(注3) 消費者物価指数 (除く生鮮食品) は、2014年度、2015年度については、2014年4月の消費税率引き上げの直接的な影響を除いたベース。

図表2 政策委員見通しの中央値

(対前年度比、%)

	実質GDP	消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(参考) 消費税率引き上げ・教育 無償化政策の影響を除くケース
2019年度	+ 0.7	+ 1.0	+ 0.8
(4月時点の見通し)	(+ 0.8)	(+ 1.1)	(+ 0.9)
2020年度	+ 0.9	+ 1.3	+ 1.2
(4月時点の見通し)	(+ 0.9)	(+ 1.4)	(+ 1.3)
2021年度	+ 1.1		+ 1.6
(4月時点の見通し)	(+ 1.2)		(+ 1.6)

(注) 消費税率については、2019年10月に10%に引き上げられること(軽減税率については、酒類と外食を除く飲食品および新聞に適用されること)、教育無償化政策については、幼児教育無償化が2019年10月に、高等教育無償化等が2020年4月に導入されることを前提としている。

まで、拡大方針を継続する。政策金利については、海外経済の動向や消費税率引き上げの影響を含めた経済・物価の不確実性を踏まえ、当分の間、少なくとも二〇二〇年

春頃まで、現在のきわめて低い長短金利の水準を維持することを想定している。今後とも、金融政策運営の観点から重視すべきリスクの点検を行うとともに、経済・物

価・金融情勢を踏まえ、「物価安定の目標」に向けたモメンタムを維持するため、必要な政策の調整を行う。特に、海外経済の動向を中心に経済・物価の下振れリスク

が大きいため、先行き、「物価安定の目標」に向けたモメンタムが損なわれる恐れが高まる場合には、躊躇なく、追加的な金融緩和措置を講じる。



日本銀行のレポートから

「地域経済報告」（さくらレポート）は、日本銀行本支店等が、日頃、企業ヒアリング等を通じて行っている各地域の経済金融情勢に関する調査の結果を、年4回（1月、4月、7月、10月）の支店長会議の機会毎に取りまとめたものです。また、その時々の特ピックスについても、本報告の別冊として、原則年2回、まとめています。

*全文は日本銀行ホームページに掲載されています。 <https://www.boj.or.jp/research/brp/rer/index.htm/>

「地域経済報告」（さくらレポート）

I. 各地域の

景気判断の概要

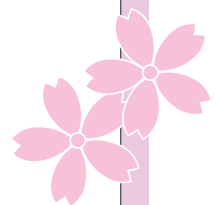
— 二〇一九年七月 —

各地域の景気の総括判断をみると、全ての地域で「拡大」または「回復」として、いる。この背景としては、輸出・生産面に海外経済の減速の影響がみられるものの、企業・家計両部門において、所得から支出への前向きな循環が働くもとで、国内需要の増加基調が続いていることがある。

前回（一九年四月時点）

	【19/4月判断】	前回との比較	【19/7月判断】
北海道	緩やかに回復している	➡	緩やかに回復している
東北	一部に弱めの動きがみられるものの、緩やかな回復を続けている	➡	一部に弱めの動きがみられるものの、緩やかな回復を続けている
北陸	緩やかに拡大している	➡	緩やかに拡大している
関東甲信越	輸出・生産面に海外経済の減速の影響がみられるものの、緩やかに拡大している	➡	輸出・生産面に海外経済の減速の影響がみられるものの、緩やかに拡大している
東海	拡大している	➡	拡大している
近畿	緩やかな拡大を続けている	➡	一部に弱めの動きがみられるものの、緩やかな拡大を続けている
中国	緩やかに拡大している	➡	緩やかに拡大している
四国	回復している	➡	回復している
九州・沖縄	緩やかに拡大している	➡	緩やかに拡大している

（注）前回との比較の「➡」、「➤」は、前回判断に比較して景気の改善度合いまたは悪化度合いが変化したことを示す（例えば、改善度合いの強まりまたは悪化度合いの弱まりは、「➡」）。なお、前回に比較し景気の改善・悪化度合いが変化しなかった場合は、「➡」となる。



と比較すると、全ての地域で総括判断に変更はないとしている。ただし、米中貿易摩擦など

を受けて、海外経済の先行き不透明感の高まりやその影響を指摘する声が幾分増えている。

Ⅱ. 別冊「インバウンドの現状」

企業等の取り組みと地域活性化の注目点

— 二〇一九年六月 —

1. はじめに

わが国を訪れる外国人旅行者数は、着実な増加が続いている。その背景には、政府がインバウンドを含む観光の振興を「成長戦略と地方創生の大きな柱」と位置付け、誘客に向けた様々な施策を進めていることなどがある。企業や自治体等でも、インバウンド需要の取り込みを図る動きが広がっており、とりわけ地方では、急速に進行する高齢化や人口減少に対する危機感か

ら拡大するインバウンド需要への期待感が大きい。二〇一九年のラグビーW杯や二〇二〇年の東京オリンピック・パラリンピックといった世界的なスポーツイベント、さらには二〇二五年の大阪・関西万博の開催も、そうした動きを加速させている。

そこで、日本銀行の本支店・事務所では、「インバウンドの現状・企業等の取り組みと地域活性化の注目点」をテーマに、全国約一三〇〇先の企業や自治体等に聞き取り調査を

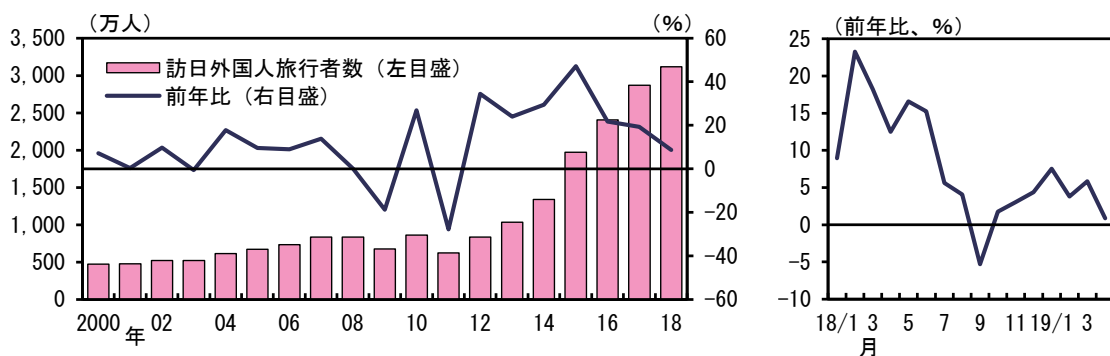
実施した。以下では、まず最近のインバウンド需要の動向や特徴点について確認する。次に、インバウンド需要の獲得に向けた企業や自治体等の取り組みを紹介する。最後に、インバウンド需要を地域活性化につなげるうえでの課題を整理し、先行きを展望する。

2. 最近のインバウンド需要の動向や特徴点

(1) 訪日外国人旅行者数の動向

二〇一八年の訪日外国人旅行者数は三一九万人となり、過去最高を記録した(図表1)。二〇〇〇年代入り後を振り返ると、SARSの流行等が

図表1 訪日外国人旅行者数の推移



(注) 2018年および2019年1、2月は暫定値。2019年3、4月は推計値。
(出所) 日本政府観光局(JNTO)

あつた二〇〇三年とリーマン・ショック後の二〇〇九年、東日本大震災が発生した二〇一一年を除き、訪日外国人旅行者数は一貫して増加しており、その規模は直近一〇年間で三・七倍に拡大した。

伸び率をみると、近年は前年比二桁台の高い伸びを続けてきた。二〇一八年は、夏場に相次いだ自然災害の影響によりマイナスに転じた月もあつたが、秋以降はプラス圏で推移している。

(2) 最近の特徴点

① 東アジアからの観光客の増加

訪日外国人旅行者の国籍をみると、東アジアが全体の七割強を占めている(図表2)。地域別構成比を五年前と比べると、東アジアが半分以上を占めることには変わりがないが、ここ数年

における中国からの観光客の大幅な増加により、そのシェアが一段と高まっている。ただし、企業等からは、地域によっては欧米豪や中東等からの来訪客が増加しているという指摘も聞かれている。

② 個人旅行の増加と訪問・宿泊地の広がり

近年はFIT(注1)と呼ばれる個人旅行者が増加している。旅行形態の変化をみると、個人旅行の比率は、政府による個人観光客向けのビザ緩和やオンラインの宿泊予約サイトなど個々人の多様な観光ニーズを実現できるインフラの整備が進んできたことなどもあって、この五年間で二〇%ポイント程度上昇し、約八割となっている(図表3)。

個人旅行へのシフトが進むも

とで、地方における延べ宿泊者数も増加している。地方宿泊のシェアは、この五年間で五%ポイント以上上昇しており、訪問・宿泊地に広がりが見られている(図表4)。

③ 「モノ消費」の落ち着きと「コト消費」の拡大

訪日外国人旅行者による旅行消費額は、旅行者数の伸びにつれて、ここ数年増加傾向にあるが、一人当たりの旅行消費額は、幅広い圏内で推移している(図表5)。一人当たり旅行消費額の変化をみると、最大の支出項目である「買物代」が、二〇一六年以降、マイナスに寄与している(図表6)。中国からの観光客による「爆買い」が終息し、「モノ消費」に落ち着きが見られる。

一方、飲食費・娯楽等サ一

ビス費については、足もとではプラスに寄与している。訪日ピーターの増加や後述する企業や自治体等における「コト消費」の拡大を受けた取り組みが訪日外国人旅行者のサ一ビス関連消費の増加につながっているとみられる。

3. インバウンド需要の

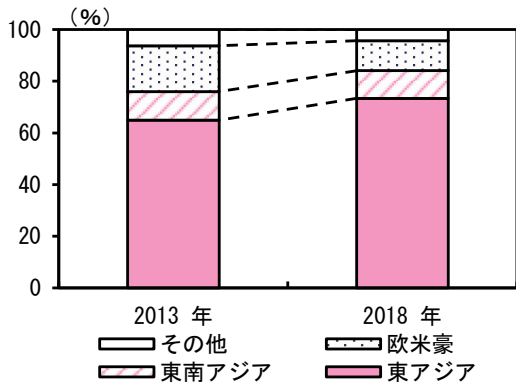
獲得に向けた企業や自治体等の取り組み

(1) 基本スタンス

わが国では、インバウンドを含む観光の振興を「成長戦略と地方創生の大きな柱」と位置付け、「観光先進国」の実現を目指している。そうしたもとで、二〇二〇年の訪日外

(注1) FITとは Foreign Independent Tour の頭文字の略。Free Individual(Independent) Traveler ともいふ。

図表 2 訪日外国人旅行者の地域別・国籍別構成比等



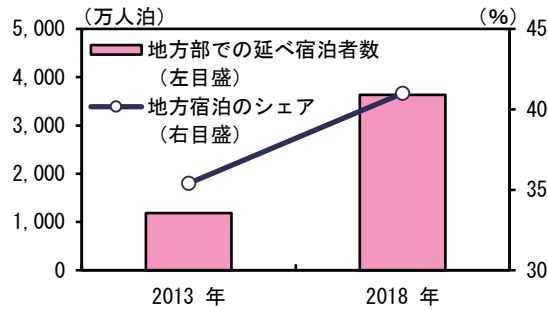
		構成比	訪日外国人旅行者数		
			2018年	2013年	2018年
1	中国	26.9	131	838	6.4倍
2	韓国	24.2	246	754	3.1倍
3	台湾	15.3	221	476	2.2倍
4	香港	7.1	75	221	3.0倍
5	米国	4.9	80	153	1.9倍

(注) 1. 2018年は暫定値。

2. 東アジアは、韓国、中国、台湾、香港。東南アジアは、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム。欧米豪は、豪州、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン。その他は、それ以外の国・地域。

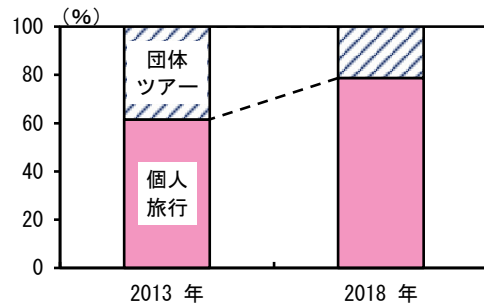
(出所) 日本政府観光局 (J N T O)

図表 4 地方部での延べ宿泊者数



(注) 地方部は、三大都市圏 (東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫) 以外。以下同じ。

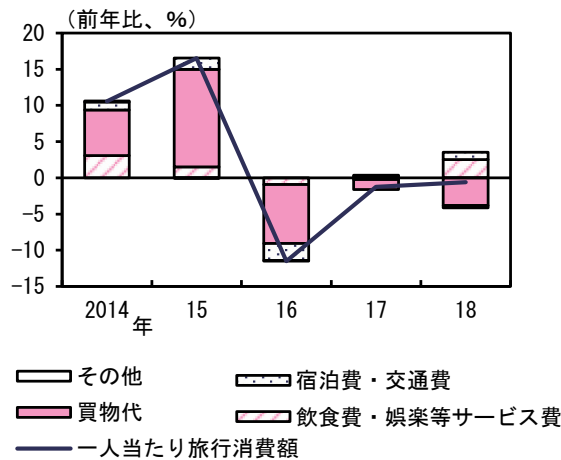
図表 3 旅行形態の構成比



(注) 観光・レジャー目的の訪日外国人の回答。

(出所) 観光庁

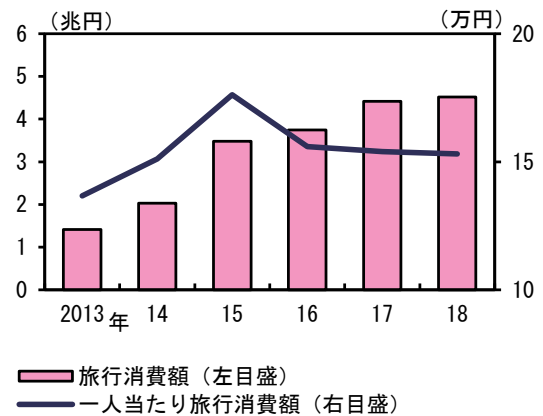
図表 6 一人当たり旅行消費額の変化



(注) 2018年から調査手法等が変更されたため、2017年までの旅行消費額や一人当たり旅行消費額の数値と単純比較ができない点には留意が必要。

(出所) 観光庁

図表 5 旅行消費額の推移



国人旅行者数四〇〇万人等の具体的な数値目標を設定し、国を挙げて誘客や消費喚起に取り組んでいる(図表7)。

企業や自治体等でも、そうした政府の施策に呼応するかたちでインバウンド需要を積極的に獲得していくとのスタンスが大勢である。特に地方では、急速に進行する高齢化や人口減少に対する危機感が強く、地域活性化の視点からインバウンド需要を積極的に取り込んでいくとする声が多く聞かれた。

一方、一部ではあるが、需要変動の大きさへの不安感や、外国語人材の不足、日本人の客離れに対する懸念などから、インバウンド需要の取り込みに慎重な先もみられた。

(2) 最近の取り組みの特徴点

① インバウンド客を受け入れ

環境整備の進捗

訪日外国人旅行者が快適に観光を満喫できる環境を整えるため、多言語対応や外国人スタッフの採用、Wi-Fi環境の整備、キャッシュレス対応など様々な取り組みがみられている。最近では、行政等による支援や音声翻訳技術をはじめとするテクノロジの普及により、中小・零細企業も含めて環境整備が進捗しているとの声が多かった。

こうした取り組みにより、客単価の上昇や免税販売額の増加など実際に成果が上がっているとの声が多かった。また、訪日外国人旅行者を対象としたアンケート調査でも改善がみられている(図表8)。

受入環境整備の一環として、関連業界からは積極的な設備投資を実施しているとの声が多

聞かれた。特に宿泊業では、異業種からの参入を含めて、ホテルや旅館等の新規開業や既存施設の改修といった動きがみられている。

ここ五年間で外国人延べ宿泊者数は大幅に増加しており、三大都市圏だけでなく地方部も含めて、インバウンド需要は宿泊業における設備投資の増加に相応に寄与していると考えられる(図表9)。

② スマホアプリやSNSの活用強化、デジタルマーケティングの導入

観光業界では、インターネットの利用拡大に伴い、これまでも外国語対応ホームページの整備やPR動画の配信などデジタル広告を利用した情報発信を進めてきた。最近では、旅行先でのスマホの利用

が増加していることを受けて、アプリの活用・開発を強化する動きがみられる。また、個人旅行が増加する中、海外のインフルエンサーを起用しSNS等で情報発信を強化する動きもみられる。

さらに、最近では、行政機関等が主導するかたちで、デジタル広告の活用から一歩進化した取り組みを行っている先もある。具体的には、スマホのGPSデータやクレジットカードの決済情報、SNS上での口コミ情報などのビッグデータを活用してインバウンド需要の動向を分析する「デジタルマーケティング」の方法を導入する動きがみられる。

こうした動きはまだ緒に就いたばかりではあるが、今後活用が進めばターゲットの明確化やプロモーション結果の

図表7 インバウンド関連における政府の目標値

	2018年	2020年目標	2030年目標
訪日外国人旅行者数	3,119万人	4,000万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	4.5兆円	8兆円	15兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数	3,636万人泊	7,000万人泊	1億3,000万人泊
外国人リピーター数	1,938万人	2,400万人	3,600万人

(出所) 観光庁

図表8 訪日外国人旅行者の「旅行中に困ったこと」(主な項目)

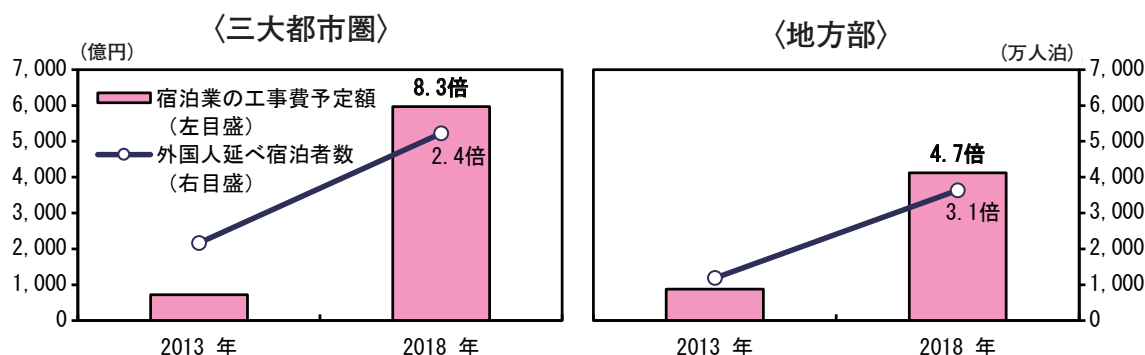
(複数選択、%、%P)

	2016年度	2018年度	
	(A)	(B)	B-A
施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない	32.9	20.6	▲12.3
無料公衆無線LAN環境	28.7	18.7	▲10.0
公共交通の利用	18.4	16.6	▲1.8
多言語表示の少なさ・わかりにくさ(観光案内板・地図等)	23.6	16.4	▲7.2
クレジット/デビットカードの利用	13.6	10.0	▲3.6
鉄道の割引きっぷ	10.6	7.2	▲3.4
両替	16.8	6.5	▲10.3
困ったことはなかった	30.1	36.6	+6.5

(注) 回答件数は、2016年度5,332件、2018年度4,037件。

(出所) 観光庁

図表9 宿泊業の工事費予定額と外国人延べ宿泊者数



(出所) 国土交通省、観光庁

③「コト消費」の拡大を受けた
取り組みの積極化

いわゆる「コト消費」については、中国からの観光客による「爆買い」の終息以降、様々な取り組みが行われてきている。とりわけ地方では、「モノ消費」における都市部の優位性が揺るがない中で、「コト消費」の取り込みに対する意識は高い。今回の調査でも、増加する訪日リピーターや個人旅行者の消費を喚起するために、それぞれの地域が持つ観光資源の磨き上げや医療ツーリズムといったテーマ別観光の企画など、多種多様な取り組みがみられている。

数値化、計画進捗の可視化を通じてPDCAサイクルの実効性が高まり、観光産業の生産性向上につながっていくことが期待される。

また、「コト消費」の拡大に向けた取り組みの中では、地方を中心に懸案となっている耕作放棄地や空き家、閉鎖施設などの不稼働資産を有効活用する取り組みもみられた。

4. インバウンド需要を地域活性化につなげる うえでの課題

インバウンド需要の獲得に関する課題については、インフラ整備の遅れや人材・データ不足など、企業や自治体等によって様々な声が聞かれている。そうした中、インバウンド需要を地域活性化につなげるうえでの課題について、「連携」、「分散」、「共生」という三つのキーワードで整理すると、以下のとおり。

① 連携

訪日外国人旅行者の誘客や消費喚起を行っていくうえでは、地域全体として様々な主体の連携が不可欠との指摘が多い。そうした中で、長年の競争関係や関係者間の意識のズレから、必ずしも十分な連携がとれていない、あるいは地域の稼ぐ力を高めていくうえで、関係者間で一層の連携を進めていく余地は相応にあるとの声が一部から聞かれている。

この点、政府では、日本版DMO (Destination Management /Marketing Organization) の登録制度を設けており、観光庁が定めた登録要件を満たした法人が登録されている。観光地域づくりの舵取り役として、地域の多様な関係者との連携や観光資源の活用に向け

て、日本版DMOがその役割を適切に果たしていくことが期待されている。

② 分散

訪日外国人旅行者数については今後も増加が見込まれる中で、二〇三〇年の目標が実現すれば現在の倍近い人数を受け入れることになる。前記2.(2)の特徴点で整理したとおり、近年はゴールデンルート(注2)での観光に偏った状態は緩和されつつあるが、先行きを見据えると、ゴールデンルートからそれ以外の地方へ、さらに地方の中でもより広範な地域への分散を一層進めていく必要があるとの指摘が聞かれている。

地方への一層の分散を図るうえで、地方空港へのLCC等の就航促進に加え、空港や鉄道駅から観光地までの移動手段で

ある「二次交通」の整備がカギとなる。この点、路線バスなどの公共交通機関を拡充する場合、財源や採算性等が問題になることから、解決は容易ではないとの指摘が聞かれている。もともと、最近ではMaas(注3)や自動運転の実証実験が行われるなど、進化するテクノロジーを活用して課題につなげていこうとする動きが一部で見られている。

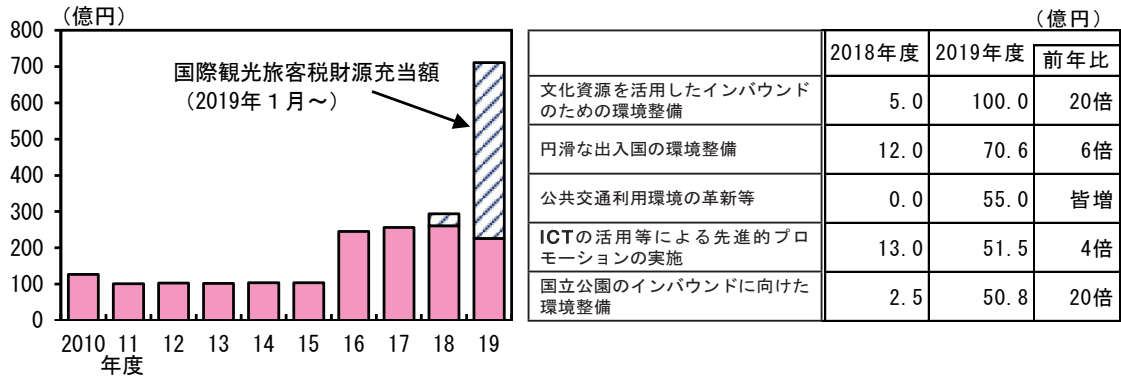
③ 共生

企業等の中には、インバウン

(注2) ゴールデンルートとは、東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪などを巡る広域の観光周遊ルート。初めて日本を訪れるインバウンド客にとって主要な観光都市を周遊できるという人気がある。

(注3) Maas (Mobility as a Service) は、運営主体を問わず、情報通信技術を活用することにより自家用車以外の全ての交通手段による移動を一つのサービスとして捉え、シームレスにつなぐ新たな「移動」の概念。クラウド対応を含めて定義する場合もある。

図表 10 観光庁関係の予算



(注) 予算額は当初予算（復興枠を含む）。右図は前年度予算対比の増加額上位5施策を表示。
(出所) 観光庁

ド需要の獲得を意識しつつも、国内観光客や住民との共生の面で不安を訴える先も相応にみられる。一部の観光地では、ゴミの散乱や混雑・渋滞など、いわゆる「オーバーツーリズム」と呼ばれる問題が発生しているとの指摘も聞かれる。

観光による地域経済の持続的な発展のためには、住民や環境に対する負荷を抑えながら経済効果を高めていく必要がある。一部の地域では、課題解決のために規制や税の導入を検討する動きもみられる。税の導入を巡っ

ては、需要面への影響など慎重な検討を行う必要があるとの声も聞かれるが、そうした対応が観光資源の「質」を維持・向上させ、観光地の持続可能性を高めていくことにつながるかが注目される。

5. おわりに

インバウンドによる観光振興から地域活性化へ

先行きのインバウンド需要については、二〇一九年のラグビーW杯や二〇二〇年の東京オリンピック・パラリンピック、さらには二〇二五年の大阪・関西万博もあって、当面は増加傾向が続くとみられる。受入環境の整備についても、企業等の自主的な努力に加え、行政における財源整備に伴う各種補助の充実

化や、音声翻訳技術や自動運転、デジタルマーケティングなど進化するテクノロジーの普及・活用などにより、着実に進捗していくと思われる（図表10）。こうした点からも、わが国全体が「観光先進国」の実現に向けて着実に歩を進めていくと考えられる。

今回の調査では、実際に地域活性化につながった明確い動きが指摘されている。地域にとって観光は、地域活性化につながる成長戦略の柱の一つである。様々なレベルでの連携や地方への分散、住民や環境との共生を実現しつつ、インバウンドを起點とした地域活性化の動きがさらに広がっていくか、今後も注意深くみていきたい。

