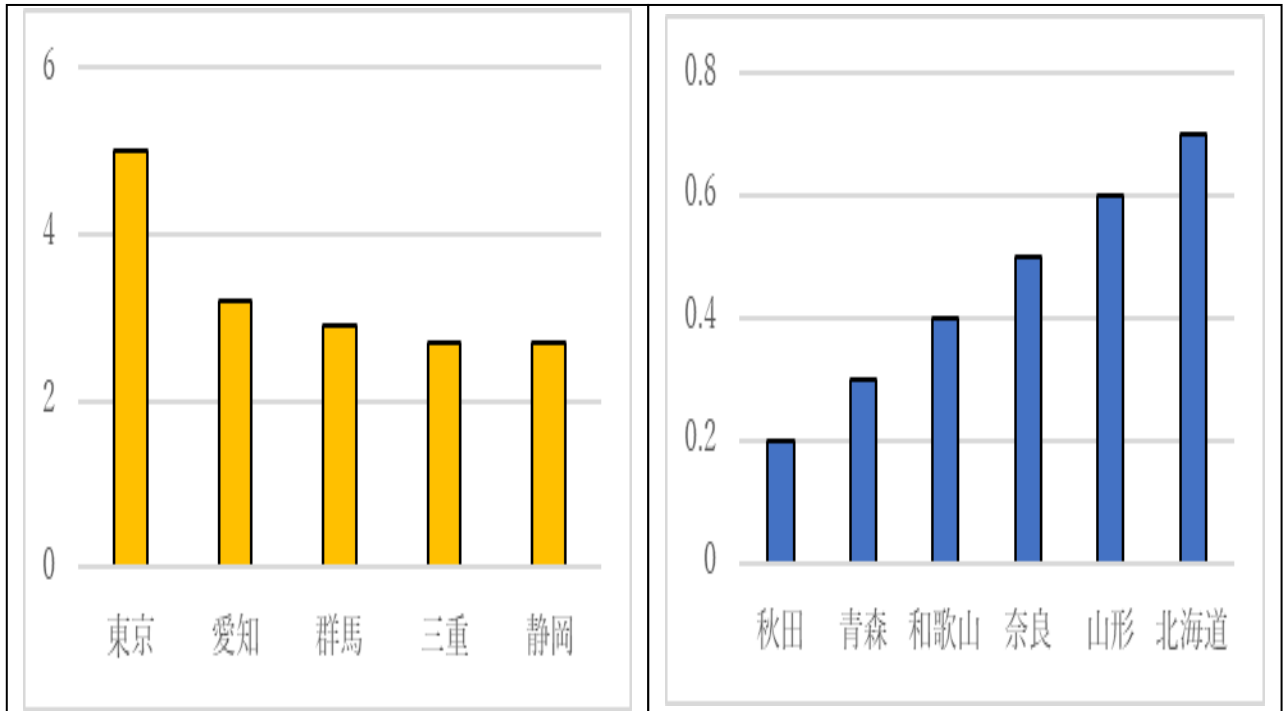


外国人観光客、外国人就業者比率



(資料) 厚生労働省資料より作成。

(注1) 2017年10月時点

(注2) 低い県として、山形に続いて岩手、宮崎、新潟、高知、そして北海道となっている。

訪日外客数の増加に伴い、地域経済に大きな影響を与える消費活動も全体としては増加していることは周知のとおりである。但し、一人当たりの旅行支出は、爆買いによって右肩上がりが増加した時期とは異なり、平均14~15万円前後で横ばいの状況が続いており、過剰投資の反動等地域企業に影響を生じさせる事例も発生している。

政府観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によると2018年1-3月期の訪日外国人消費額は、総額1兆1,343円で前年比17%増となっているものの訪日外客数の増加によるものであり、一人当たり旅行支出は14万8891円前年同期0.6%増にとどまり、ぼぼ横ばいの推移となっている。外国人消費額全体に占める割合は、中国の38.7%を筆頭に台湾・韓国・香港等となった。

こうした外国人の観光を中心とする訪日人数に加え、就業者数に占める外国人の割合も徐々に増加している。地域的には、東京が就業者数に占める割合で5%台と高く、続いて愛知、群馬となっている。但し、東京とその他の地域では主な就業先の業種で違いがあり、東京の場合は卸小売り、飲食、宿泊等サービス業中心であるのに対して、愛知、群馬等の地域では製造業が中心となっている。これに対して、同比率が低い地域は秋田、青森、和歌山等となっている。加えて、東京23区の中でも新宿区の外国人比率が高いほか、近年では江東区・江戸川区等の23区東部に外国人の居住比率が高まっている。外国人の観光客に対する対応と、定住者に対する対応では大きく異なる点も生じている。観光客の場合、短期間で不自由なく過ごしてもらうため多重言語等による表示や案内等が求められるのに対して、外国人居住者に関しては英語等での対応可能比率は決して高くなく、地域への親近感の面からも日本語と身振り等によるコミュニケーションが重要となることが行政の窓口対応の経験からも指摘されている。そして、形骸化しつつある地域の自治会や町内会といった地縁のコミュニケーションにおいても外国人が重要な触媒的機能を果たす事例も生じており、滞在の目的によって行政の対応も重点を変えていく視点が重要となっている。