

調査レポート

海外からの誘客力強化が期待されるわが国観光 ～全国・中部・三重の観光産業の現状と今後の課題～

2013年のわが国の観光を振り返ると、国内外から観光客が増加したことを受けて、国内での観光消費額は大幅に増加しており、わが国経済への波及効果は非常に大きいものであったと判断できます。さらに、地元中部地方の観光についても足もと好調に推移しました。ただし、外国人観光客は、今後さらなる増加が期待される一方で、その誘致にあたって課題とされる点も散見されます。

そこで今回は、2013年の全国・中部の観光について振り返ったうえで、今後の課題について整理します。

要 約

1 観光の現状

2013年の観光を振り返ると、消費者マインドの改善を背景に旅行意欲が高まるなか、日本人観光客の国内旅行が増加したほか、円安や東南アジア向けのビザ発給要件の緩和などにより、外国人観光客も大幅に増加しました。

中部地方においては、日本人観光客が、伊勢神宮の式年遷宮などを背景に大幅増となったものの、外国人観光客は、愛知県を除いてその取り込みが進んでいないことが窺えます。

2 観光の経済への影響

国内外からの観光客、消費額の増加は、わが国経済にとって大きなプラス効果を生み出します。個人消費の増加だけでなく、雇用や投資といった面からも、景気回復の下支えとなりました。

国際収支の面でも、訪日外国人の増加により旅行収支が改善することで、プラス効果が顕在化しつつあります。

3 観光発展の課題と今後の戦略

全国的には、訪日外国人数を2020年までに2,000万人まで増やすという政府目標を達成するため、世界的な観光地としての魅力を高めることや、全国規模での受け入れ態勢の強化が求められます。

他方、地域的な課題をみると、とりわけ三重においては、式年遷宮という一大イベントが終了した2014年以降、日本人観光客のリピーターを増やすことが求められるほか、三重・愛知あるいは中部地方で連携した、外国人観光客の誘致策が今以上に活性化することが期待されます。さらに、地元が誇る観光資源を活かし、三重ならではの新しい観光モデルを構築すること、そしてその魅力を伝えるための適切な誘致策が必要となります。

1. 観光の現状

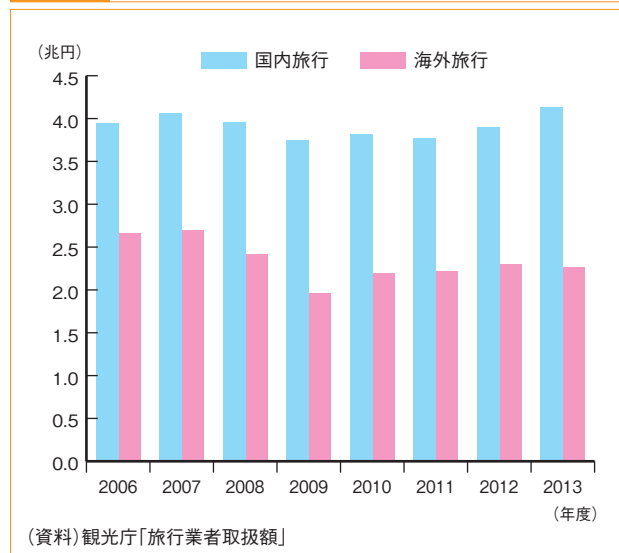
(1) 全国

①日本人観光客

2013年の全国の観光の現状として、まず、日本人観光客の動きをみると、行き先を海外から国内へシフトするかたちで、国内観光客が増加したことがわかります。すなわち、販売側の統計である主要旅行業者の旅行取扱金額をみると(図表1)、2013年度の海外旅行の取扱金額が前年比▲1.0%減少し、約2.3兆円となる一方、国内旅行の取扱金額は同+6.0%と2年連続でプラスとなり、約4.1兆円に達しました。

この背景として、①アベノミクスによる株価上昇を背景とする資産効果と、②2012年末ごろから続く円安が指摘できます。すなわち、株価の上昇に伴う消費者マインドの改善が個人の旅行意欲の押し上げに寄与するなか、円安進行で海外旅行にかかる費用が割高になったことにより、国内旅行へ需要がシフトしたと考えられます。

図表1 主要旅行業者の旅行取扱総額



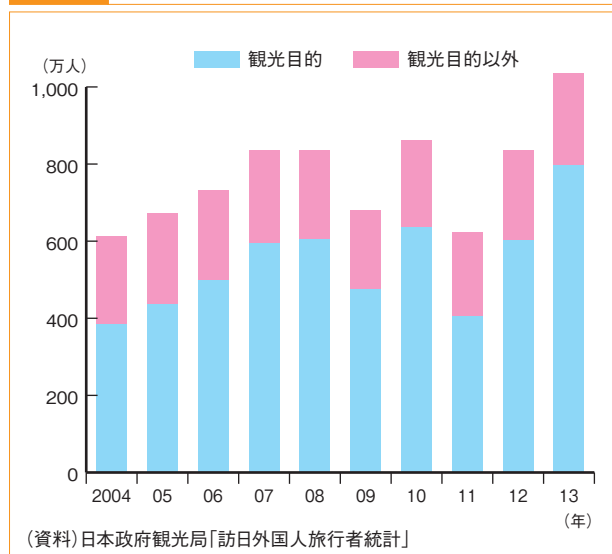
さらに消費側の統計として、主要旅行業者による統計よりも調査対象の広い観光庁の「旅行・観光消費動向調査」から、国内観光客の動向を確認すると、2013年の旅行者1人当たりの平均旅行単価は31,856円(前年比+0.5%)となり、前年からほぼ横ばいにとどまったものの、延べ旅行者数は2年連続で増加し、約6.5億人(前年比+5.8%)に達したため、総旅行支出額は約20.6兆円まで増加し、2年ぶりのプラス(同+6.3%)となりました。

②外国人観光客

次に、訪日外国人の動きをみると、外国人観光客が大幅に増加したことを指摘できます。

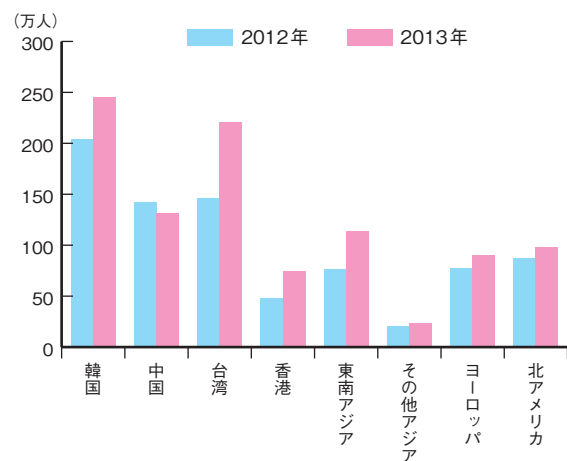
訪日外国人数の推移を時系列でみると(図表2)、2011年には東日本大震災の影響により大きく落ち込んだものの、翌年以降は持ち直しに転じ、2013年は初めて1,000万人を突破しました。これは、2003年に観光立国を掲げ、「ビジット・ジャパンキャンペーン」を開始したときに設定した、2010年までに年間1,000万人を達成するという目標を、3年遅れながらようやく達成したことになります。訪日外国人増加の背景には、円安が進んだことで、外国人にとってはわが国への旅行が割安になったことに加えて、東日本大震災をきっかけとする日本離れが薄れつつあることや、LCC(格安航空会社)の就航数増加により、観光目的の訪日外国人が大きく増加したことなどがあげられます。

図表2 訪日外国人数の推移



訪日外国人の数を主な国籍・地域別にみると(次頁図表3)、中国を除き、すべての国・地域で増加しました。とりわけ、台湾からの訪日外国人数は、北海道や沖縄行きの定期航空便が増発されたことが奏功し、前年比+50.8%の221万人まで増加しました。また、東南アジア6ヵ国(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)からの訪日外国人数も、前年比+50.3%の115万人まで増加しました。東南アジア諸国に対しては、2013年7月に政府によりビザ発給要件の緩和が行われ、タイやマレーシア向けではビザが免除されたほか、インドネシアでは日本での滞

図表3 国籍別訪日外国人数



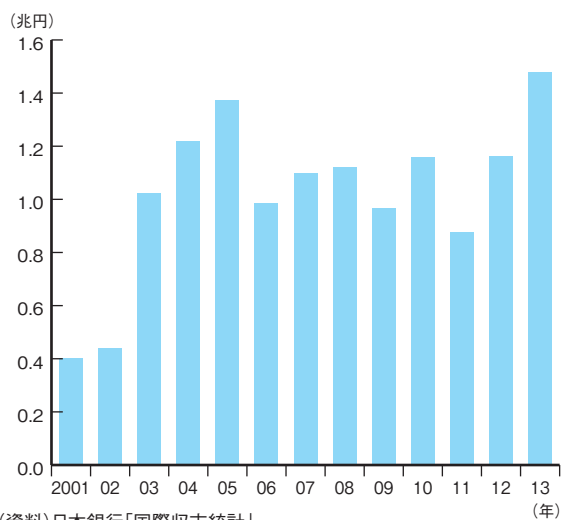
(資料) 日本政府観光局「訪日外国人旅行者統計」

在可能期間が延長されるなど、観光客誘致を大きく後押ししました。

訪日外国人数の増加に伴い、国内での消費額も増加傾向にあります。日本銀行「国際収支統計」において、わが国での非居住者からの収入金額をみると(図表4)、2013年は約1.5兆円に達しており、2年連続の増加となりました。また、観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によれば、一人当たり平均旅行支出額は136,693円と、前年比+5.3%の増加となっています。このように、わが国にとっては、観光客数の増加、消費単価の増加という両面からプラス効果が生じたとみられます。

また、訪日外国人の一人当たり平均旅行支出額を国籍・地域別にみると(図表5)、日本から距離が離れた欧米からの訪日外国人は、比較的支出額

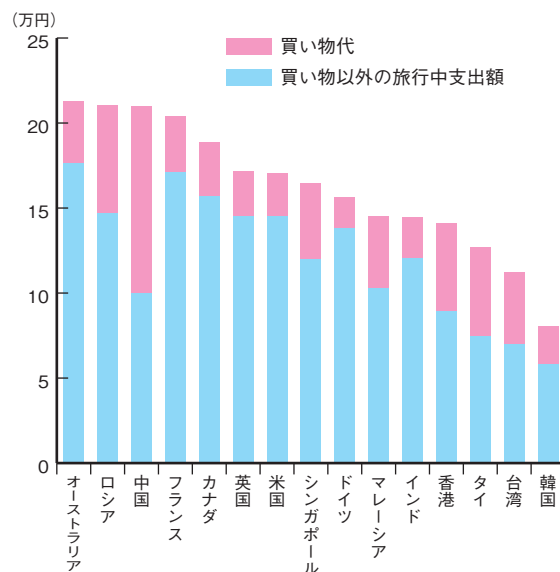
図表4 旅行による非居住者からの収入金額



(資料) 日本銀行「国際収支統計」

が大きい傾向にあることが窺えます。これは、一般的に遠距離からの訪日外国人のほうが、滞在日数が多くなることにより、宿泊費や飲食費で支出額が伸びやすいことが一因と考えられます。一方、中国を含むアジア諸国からの訪日外国人の特徴として、支出における買い物代の占める割合が大きいことがあげられます。とりわけ中国は、買い物代が約10万円と、近隣国でありながら一人当たり支出額が非常に大きくなっています。全支出に占める買い物代のウェイトという点からみると、米国や欧州からの訪日外国人の買い物代が平均33,614円で全支出中の17.9%にとどまる一方、アジアからの訪日外国人は買い物代が48,749円で全支出中の34.7%と、ほぼ2倍のウェイトになっています。すなわち、アジアからの観光客は、体験やサービスといった「コト」への支出だけでなく、日本製の「モノ」の購入意欲が強いといえます。

図表5 国籍・地域別旅行中支出額 (2013年)

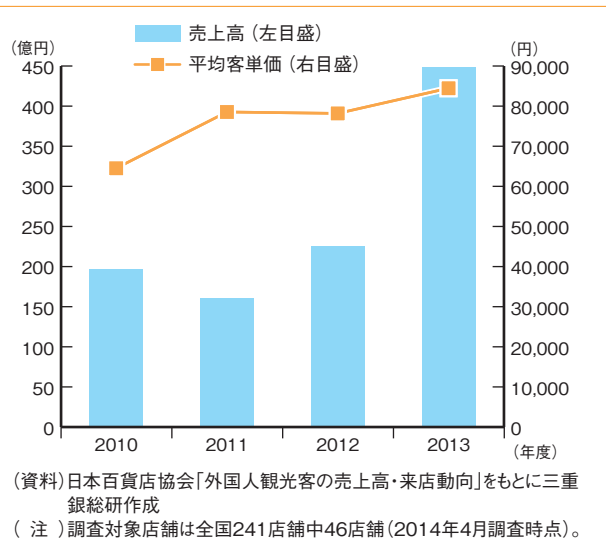


(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

また、訪日外国人の買い物について、観光庁の同調査により、買い物をする場所をみると、アジアからの観光客は空港の免税店、百貨店・デパート、スーパー・ショッピングセンターなどの利用率が高くなっていることがわかります。とりわけ百貨店においては、訪日外国人による大幅なプラス効果を確認することができます。

そこで、日本百貨店協会による「外国人観光客の売上高・来店動向調査」をみると(次頁図表6)、2013年度の外国人観光客向け売上高(注・免税手

図表6 外国人観光客に対する百貨店売上高



続きを行ったベース)は、前年からほぼ倍増しました。2014年入り後も増勢は続き、2014年4月には前年比+54.3%の約61億円と、月ベースで過去最高を記録しました。

百貨店の主力商品である化粧品や食品が免税対象外のため、調査の対象から外れていることや、調査対象店舗に限られていることを考慮すると、実際には訪日外国人による買い物が、百貨店売上高を押し上げているものと推測されます。

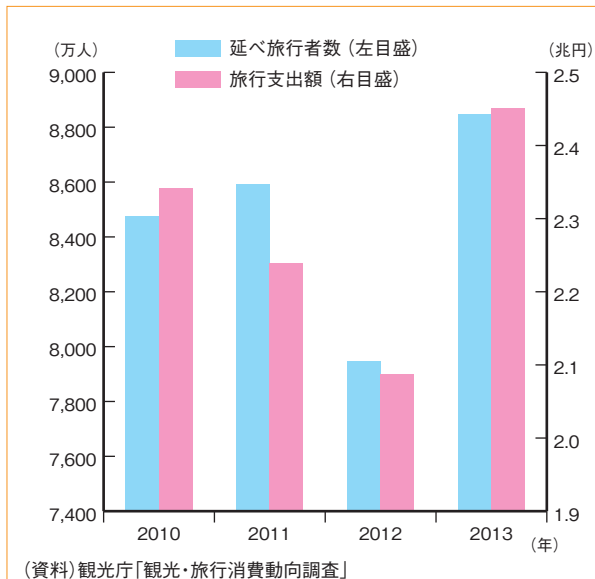
(2) 中部地方

①日本人観光客

このようななか、中部地方の観光をみると、全国的な動きと同様に、日本人観光客は大きく増加しました。

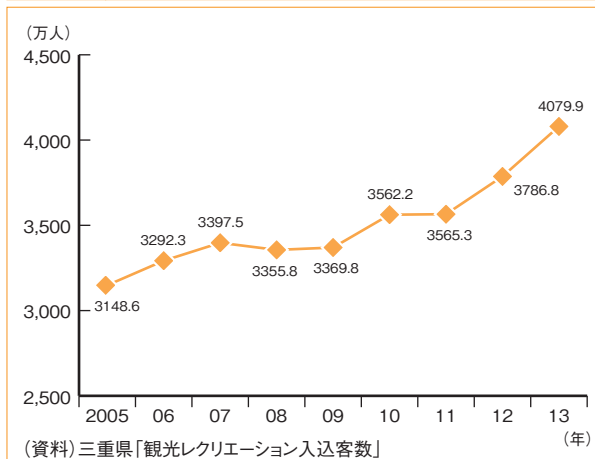
観光庁の「旅行・観光消費動向調査」において、中部地方(国土交通省地方運輸局の管轄区分により、福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県の5県)の、日本人旅行者数、支出額をみると(図表7)、2013年の延べ旅行者数は8,847万人と、前年比+11.3%(全国:同+5.8%)の増加、旅行支出額は約2.45兆円と、前年比+17.4%(全国:同+6.3%)の増加となり、延べ旅行者数、旅行支出額ともに、全国の伸びを大きく上回る結果となりました。また、一人当たり平均旅行支出額は、27,702円(前年比+5.5%)となっており、中部地方では、旅行者数の増加だけでなく、旅行中の平均支出額も増加したことで、中部地方の観光需要は、全国以上に拡大したと判断できます。

図表7 中部地方の延べ旅行者数・旅行支出額



とりわけ、三重県においては、2013年10月に伊勢神宮で斎行された「第62回式年遷宮」の効果により、観光客は大きく増加しました。「観光レクリエーション入込客数(実数)」をみると(図表8)、県内の観光客数は4,080万人(前年比+7.7%)と、観光の盛り上がりを示す結果となり、比較可能な2005年以降で最多となっています。さらに地域別にみると、伊勢志摩地域が、伊勢神宮の参拝者数が式年遷宮の効果により過去最多を大幅に更新するなど、大幅な前年比プラスとなったほか、中南勢地域以外の全地域で前年比プラスとなっており、プラス効果は広範囲にわたりました。

図表8 三重県観光レクリエーション入込客数(実数)



観光庁の「宿泊旅行統計調査」により、2013年の都道府県別の延べ宿泊旅行者数をみると、三重県の式年遷宮効果を背景に、三重・愛知の宿泊旅行

者は大きく増加しました。三重県は、前年比＋17.9%の982万人と大幅に増加し、前年の全都道府県中17位から15位に上昇しています。また、愛知県は同＋8.9%の1,462万人で前年から変わらず、全都道府県中10位となりました。全国平均の伸び率は同＋3.8%であり、三重・愛知ともに、全国平均を上回るペースで宿泊旅行者数が増加しました。

②外国人観光客

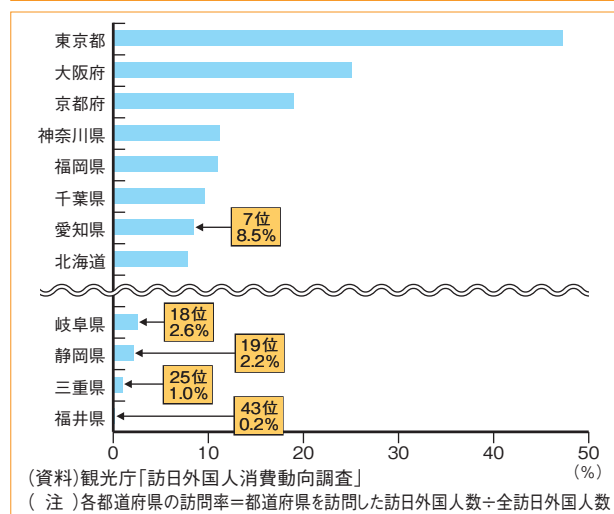
一方、中部地方の外国人観光客数は、全国のなかでも伸び悩んでいると判断できます。

まず、主要空港別に入国外国人のシェアをみると(図表9)、訪日外国人のうち70%が成田、羽田、関西国際空港といった東京・大阪圏の空港から入国しており、圧倒的なシェアを維持していることがわかります。ただし、東京・大阪圏以外の主要4空港(福岡、新千歳、那覇、中部国際)からの入国外国人数も増加しており、2013年の4空港のシェアは2005年から僅かながら拡大しました。

しかしながら、東京・大阪圏以外の主要4空港のシェアを個別にみると、中部国際空港だけが2005年からシェアを落としていることがわかります。2013年のシェアも全体の約5%にとどまっており、諸外国から中部地方への直接来訪者は僅かであったと判断できます。

もっとも愛知県は、中部国際空港のシェア以上に多くの訪日外国人が来訪していることが確認できます。訪日外国人の旅行中の訪問先を都道府県別に調査した「訪日外国人消費動向調査」をみると(図表10)、2013年に愛知県を訪問した訪日外国人は全体の8.5%と、全都道府県で7位になりました。

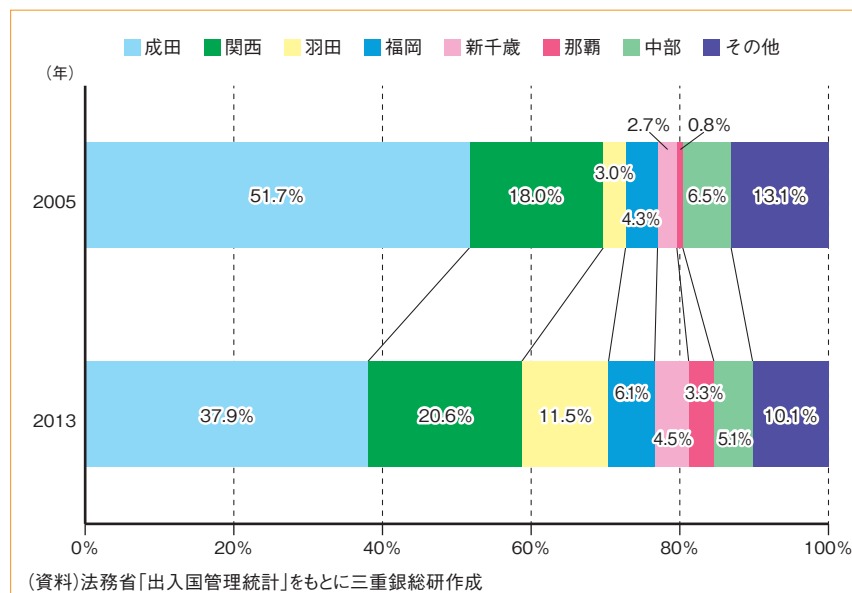
図表10 訪日外国人の都道府県別訪問率(2013年)



この背景として、いわゆる「ゴールデン・ルート」の存在が指摘できます。ゴールデン・ルートとは、成田・羽田空港と関西国際空港をつなぐルートのことをいいます。アジアからの訪日外国人を筆頭に、初来日の外国人はこのルートを通り、ルート上に存在する、富士山や京都といった観光地を訪れることが多くなります。

そのなかで新幹線等の移動方法により、ルート上の観光地として愛知県を選択したことが考えられ、愛知県においては外国人観光客の増加という面でも、その恩恵を受けたといえるでしょう。

図表9 主要空港別年間入国外国人のシェア



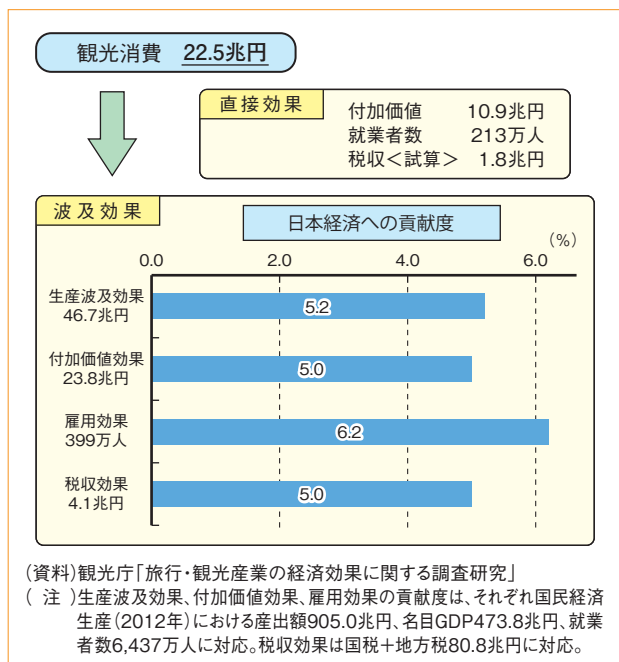
2. 観光の経済への影響

2013年のわが国の観光が、国内外からの需要拡大により盛り上がった結果、観光による経済の下支え効果も非常に大きいものであったと考えられます。観光客、消費額の増加は、単に個人消費額の増加だけでなく、観光関連産業における投資や雇用の面でも大きなプラス効果を生み出します。

2013年における日本人の国内旅行支出額は、約20.6兆円と、前年比+6.3%増加しており、こうした観光消費額の増加によって、わが国経済への波及効果も大きくなっています。観光庁の2012年の調査によれば(図表11)、観光消費22.5兆円により23.8兆円の付加価値が誘発されると推計されており、これはわが国GDPの5%に相当します。また、雇用の面でも、399万人の雇用を創出するものと試算されています。足もとでは雇用環境の改善による消費マインドの向上もみられ、旅行消費額の増加が、わが国経済の成長を後押しすることが期待できます。

中部地方においても、国内観光客数が増加したことに加えて、消費額も大幅に増加しており(前掲図表7)、中部経済にとってのプラス効果も大きいものであったといえるでしょう。

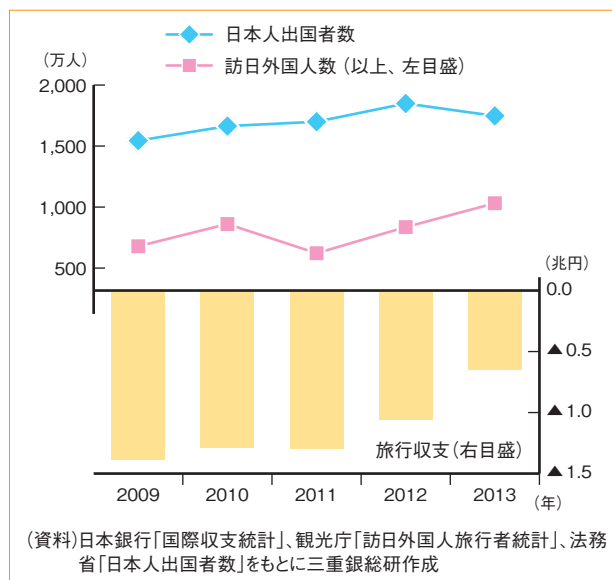
図表11 観光消費の波及効果(2012年)



他方、わが国の経常収支でも、訪日外国人の増加に伴うプラス効果が顕在化しつつあります。

「国際収支統計」において、経常収支の項目の1つである旅行収支(国内旅行による非居住者からの収入金額－海外旅行による居住者の支払金額)をみると(図表12)、わが国はこれまで、海外への旅行者が多く、訪日外国人は少ないという環境から、海外への支払超過が続いており、旅行収支は赤字が続いていました。しかしながら近年では、海外への旅行者が減少する一方、訪日外国人は増えているため、赤字幅は縮小傾向にあります。

図表12 旅行収支と出入国者数の推移



2014年入りに以降も訪日外国人の増加基調は続いており、2014年4月には単月として過去最高の123万人を記録しました。これに伴って、同月は旅行収支が月間で+177億円と、大阪万博により訪日外国人が増加した1970年7月以来、約44年ぶりの黒字に転じました。

こうしたもと、訪日外国人が買い物をしやすい環境づくりも進められています。政府の計画では、2014年10月から、免税品目を外国人に人気の高い化粧品や食品などにまで拡大するほか、免税店の数も現在の5,000店弱から1万店規模まで拡大するとしています。

円安による海外旅行の割高感から日本人出国者数の伸び悩みが予想されるなか、政府が目標としている訪日外国人2,000万人を達成し、国内での支出額も比例して増加すれば、旅行収支は1兆円近くの黒字が見込まれます。貿易収支の赤字が続く現状において、このまま訪日外国人の増加

ペースが維持されれば、旅行収支の黒字が経常収支の黒字に寄与する可能性も高くなります。

3. 観光発展の課題と今後の戦略

(1) 全国的な課題と戦略

今後を展望すると、わが国としては、訪日外国人のさらなる誘致が今後の課題となります。訪日外国人数は年間1,000万人を突破したとはいえ、世界の先進国と比較すればまだ低水準です。アジアの新興国であるタイやマレーシアでも年間2,500万人を超えていることを踏まえれば、訪日外国人の増加余地は大きいものと考えられます。

足もと外国人の観光客が増加した一因として、前述の要因以外に、わが国の国際的な観光競争力が向上したことが挙げられます。世界経済フォーラムが隔年で発表している2013年の「旅行・観光競争力調査」をみると(図表13)、日本の競争力は前回(2011年)の世界22位から上昇し、過去最高の14位となりました。衛生環境や治安の良さなどに加えて、鉄道や航空など交通インフラの整備が進んだことが高い評価につながりました。

もっとも、ビジネス面で低評価の項目が散見されるほか、ビジネス客に観光を推奨する割合が低いことが指摘されています。今後は、ビジネス面での国際的な魅力を高め、ビジネス目的の訪日外国人を増やすとともに、付加的な観光需要の喚起策を講じることが、観光目的での再来日を促すという面からも重要となってきます。

政府は、訪日外国人数を2020年までに年間2,000万人まで増やすことを目標としているほか、2030年には年間3,000万人を目指すこととしています。そのためには、主要観光地の旅行客受け入れのキャパシティ拡大の限界を踏まえ、訪問地の分散化、すなわち訪日外国人の地方圏への誘導が課題といえます。首都圏だけでなく、地方観光地においても多言語対応の改善・強化や、インフラ整備などが求められます。

このように、観光需要の拡大がわが国全体の経済成長に波及することに加えて、地方においては、観光客を呼び込むことで、地域経済の活性化にも期待できます。

(2) 地域における課題と戦略

こうしたもと、当地域においては、①増加した日本人観光客のリピーター増加、②外国人観光客の誘致、に加えて、③当地域への誘客力をもつ新しい観光モデルの構築、が求められます。

とりわけ三重県においては、式年遷宮という大きなイベントが終わり、日本人観光客の減少が予想されるほか、外国人観光客についても、他の都道府県と比べて訪問率が低いという現状があります(前掲図表10)。訪日外国人の愛知県の訪問率は8.5%あるにもかかわらず、三重県は1.0%と、愛知県の訪問客を取り込めていないことも指摘できます。

三重県では、2011年から「世界の人びとを呼び込む観光協創プロジェクト(以下、観光PJ)」と

図表13 世界の旅行・観光競争力調査

総合スコア順		
1(1)	ス	イ ス
2(2)	ド	イ ツ
3(4)	オ	ーストリア
4(8)	ス	ペ イ ン
5(7)	英	国
6(6)	米	国
7(3)	フ	ラ ン ス
8(9)	カ	ナ ダ
9(5)	ス	ウェーデン
10(10)	シン	ガポール
11(13)	オ	ーストラリア
12(19)	ニュ	ージーランド
13(14)	オ	ラ ン ダ
14(22)	日	本

日本において特に評価の高い指標	
1位	公衆衛生
1位	安全な飲料水
1位	病床数
1位	平均寿命
1位	顧客志向度
2位	鉄道インフラの質
3位	モバイルブロードバンド加入率
4位	国内線航空座席数
5位	従業員の研修範囲
6位	陸上輸送ネットワークの質
7位	国際線航空座席数
7位	世界文化遺産の数
9位	国際フェア、展示会の数
10位	世界自然遺産の数

日本において特に評価の低い指標	
137位	GDPに占める観光収入・支出比率
134位	購買力平価の低さ
130位	絶滅危惧種の割合
130位	雇用・解雇の慣行
125位	ビジネス客に観光を推奨する割合
118位	外国人雇用の容易性
115位	二酸化炭素排出量の少なさ
113位	国際交通関連の税・利用料の高さ
109位	労働意欲・投資を刺激する租税政策
93位	ビジネス開始に要する日数

(注)カッコ内は前回調査時の順位。

(資料)世界経済フォーラム「旅行・観光競争力調査」をもとに三重銀総研作成

して、観光産業を三重県経済のけん引役とすべく取組を進めています。

①日本人観光客のリピーター増加

観光PJでは、式年遷宮後にも観光客数を維持することを目標として掲げており、まずは日本人観光客のリピーターを増やすことが重要となります。誘客のキャンペーンや観光事業者や県民の「おもてなし」向上の取組により、三重県観光の「予感」(三重へ行ってみたい)、「体感」(三重で旅行を満喫する)、「実感」(楽しかった、また行きたい)のサイクルを築き、魅力ある観光地としての定着を目指しています(図表14)。2014年は、熊野古道が世界遺産登録10周年を迎えるというイベントも控えており、観光客数の増加が期待されます。

図表14 観光誘致のためのパンフレット



(提供)三重県 観光・国際局 観光誘客課

②外国人観光客の増加

外国からの誘客では、海外の旅行会社に対するモデルコースの提案、現地での観光展の開催などにより、海外での三重県の認知度アップを図るとともに、海外自治体との連携を深め、相互交流により双方の観光需要創出を目指しています。2013年には台湾の新北市と観光協定が結ばれるなど、観光を通じた交流が行われています。

また、三重県、愛知県が連携した広い視点での誘客活動も進められています。現在、三重・愛知を含む中部北陸9県による「昇竜道プロジェクト」が推進されており、広域連携により効果的なプロモーション活動を行うことで、中部北陸県への外国人旅行者を倍増させる計画となっています。

③新しい観光モデルの構築

国内外からの誘客力を高めていくためには、三重県が世界に誇れる観光資源を活かし、新しい三重県の観光モデルを構築することも重要です。その一環として、海女や忍者に焦点を当て、観光振興の核とする計画が進んでいます。こうした三重県の文化は、国内だけでなく海外からの観光客誘致にも貢献しています。

伊賀流忍者で有名な三重県伊賀市では、観光協会などで外国人観光客の誘致活動を行っています。忍者は、アニメや映画を通じて「クール・ジャパン」の代表格となっていることから、アジアからの観光客向けの「忍者バック」ツアーを設定しています。伊賀からそのまま関西へ向かうことができる点からも、前述のゴールデン・ルート上の観光地として評判が高まりつつあります。フランスでのジャパンエキスポで三重県が忍者をPRするなど、欧州からの観光客誘致も進められています。

また、海女文化についても、日本全体の海女のうち約半数の1,000人近くが三重県の鳥羽・志摩にいますことから、平成25年に三重県無形民俗文化財に指定され、ユネスコの無形文化遺産登録に向けての取組が進んでいます(図表15)。

図表15 中部国際空港での観光客誘致イベントの様子



(提供)三重県 観光・国際局 観光誘客課

全国的に観光が盛り上がるなか、観光地間の競争は激化しています。そのなかから訪問先として選んでもらうためには、その土地ならではの観光資源の発掘、そして魅力を伝えるための適切な誘致策が必要となるでしょう。

(2014. 7. 2)

立道 裕太郎