



誌上講演会

ポストコロナ禍社会の観光振興

～数字で見る最新の観光動向と
これからの観光地域づくり～



前・東北運輸局長

田中 由紀氏

たなか・ゆき

プロフィール

1990年4月運輸省入省(国際運輸・観光局政策課)。(独)国際観光振興機構ニューヨーク事務所長、内閣府内閣官房内閣審議官(内閣官房副長官補付)、国土交通省大臣官房政策評価審議官(大臣官房秘書室長併任)などを歴任し、2021年7月から2023年7月まで東北運輸局長を務める。2023年7月より、国土交通省国際統括官に就任。

※本記事は、2023年6月7日に当所主催で開催した
全部会合同講演会における講演の内容を要約したものです。

目指すのは「質の向上」 第4次観光立国推進基本計画

観光産業は世界でも非常に重要で、世界各地のGDPのおよそ1割を観光関連産業が占めると言われています。特に、少子化が進むわが国にとっては、社会を支えるための重要な基盤です。国内定住人口1人当たりの年間消費額は約130万円ですが、これを旅行者消費額で換算すると、国内宿泊旅行者なら23人分、インバウンドだと8人分に相当します。つまり、効率的に経済を回すには、インバウンドが大きく影響してくるのです。しかし、コロナ禍でイ

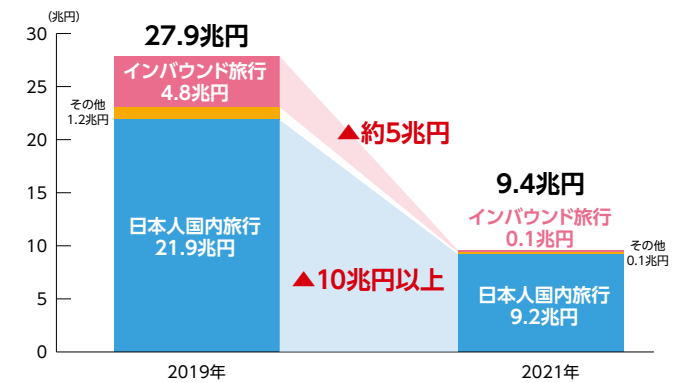
ンバウンドがなくなり、国内経済は非常に深刻な状態に陥りましたが、それでも引き続き外国人の訪日欲が高いのは朗報と言えます(図1参照)。実際に、外国人に「次に訪れたい国」を聞いた意向調査では、アジア居住者、欧米居住者とも「日本」と答える方が最も多くなっています。ただし、世界的に見ると観光の回復状況が国と地域によつて大分ばらつきがあるという点には注意が必要です。例えば、欧米の2022年の観光GDPは、2019年と比べて9割以上回復していますが、アジアでは5割ほどしか戻っていません。従つて観光客は、戻りが早いフランスやイタリア、ドイツ、アメリカなどに流れているのだと考えられます。

インバウンド・アウトバウンド 両輪で推進

こうした状況下で、政府は2023年3月に「第4次観光立国推進基本計画」を発表しました。2025年を目標年次として、質の向上を重視した「持続可能な観光」「消費拡大」「地方誘客」の三つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり戦略、インバウンド回復戦略、国内交流拡大戦略を複合的に組み合わせる実施しています。

次に現在、旅行需要がどれくらい回復しているのかを見ていきます。

図1. 新型コロナ感染拡大による国内全体の旅行消費への影響



観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より算出

まず航空においては、仙台空港で2023年1月から続々と国際線が復活していますが、一方で連休中の路線もあるため、これらの運航再開が急がれる状況です。空港利用者については仙台空港では、コロナ禍前に近いところまで戻っており、青森や福島も同様に、外国人入国者数が非常に増えているのが特徴です。しかし、全国的にアウトバウンドの回復は低調です。コロナ禍前のインバウンド数はアウトバウンドの約1.5倍で推移していましたが、2023年4月時点では3.5倍まで差が広がっており、仙台はさらに深刻な状況です。この格差は、例えば海外からのチャーター便を飛ばしても、帰りの便に日本人を取り込めないことを意味し、インバウンドのさらなる拡大にも関わするため、インバウンドの両輪に注力することが重要になります。

次にインバウンドに着目すると、旅行者数は2021年が最低で、徐々に回復はしていますが、注目するべきは東京一極集中が進み、コロナ禍で地方の情報が海外に届きにくくなっているという点です。しかし、こうした中でも欧米の人たちにとって東北が魅力的に映っていることは、ニューヨーク・タイムズが掲載した今年行くべき52カ所のリストに、「盛岡」が取り上げられたことで証明されたのではないのでしょうか。欧米市場をターゲットにするのはハードルが高いと感じるかもしれ

ませんが、旅行者が日本に滞在する期間の長さを見てみると、欧米から来る方々は平均2週間、中には3週間から1カ月間滞在する場合があります。このような旅行者の方が京都や大阪だけで旅行を終えるとは考えにくいことから、その中に東北を組み込む可能性は大いにあると言えます。他の地域を経由してから東北に来る方が大変多いため、東北そのものの魅力だけではなく、「あなたの旅に東北を組み込むと、これだけ価値が上がります」ということを、ストーリーをもって説明する、言い換えれば「日本の中の東北を売る」という意識も必要となります。

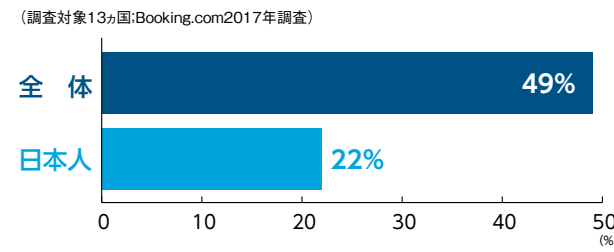
そしてもう一つ注目したいのが、ビジネスインバウンドです。ビジネスインバウン

ドは、レジャー目的の旅行者よりも消費単価が高く、その半数は「旅行のために延泊した経験がある」というデータもあり、「仕事が終わった後にもう一泊、ぜひ東北に行きましよう」と働きかけることが有効であると考えられます(図2参照)。

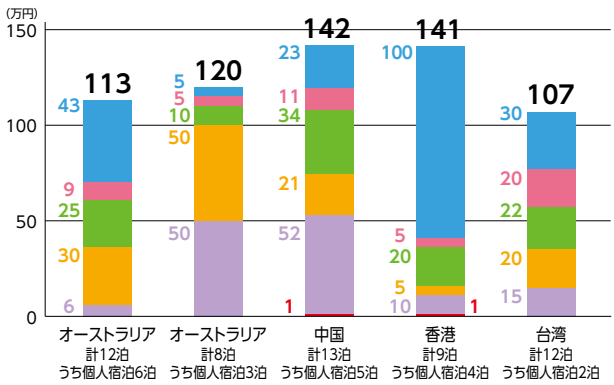
トレンドは「デジタル活用」と 「サステナビリティ」

今年1月に発表された、2023年の旅行トレンドからも分かるように、コロナ禍で旅行者の動向は大きく変化しています。以前から「デジタル活用」や「サステナビリティ(持続可能性)」というキーワードは出ていましたが、その重要度が

図2. 「ビジネスインバウンド」振興のススメ
出張期間を延長し、異なる市や国を
旅行した経験を持つビジネス旅行者の割合



企業会議における外国人参加者の高額消費者の例



出所)観光庁「平成29年度MICEの経済波及効果算出等事業」よりNRI作成
出典:八亀彰吾(2018)「ビジネスインバウンドを活用したインバウンドマーケットの新たな展望」
NRI Public Management Review Vol.185

さらに増えています。例えば、近年の旅行者は旅行の全行程をスマートフォンなどのデバイスで完結させており、旅行関連のアプリを駆使して宿泊費等の節約を行うのが主流です。そのため、今後の観光産業では、いかに自社の情報をこうしたアプリで世界に拡散していくかが重要となります。また、世界的にサステナビリティを重視する旅行者が増加している、ただの物見遊山ではなく、その地域の環境や社会に配慮した旅行が望まれています。

観光トレンドの変化に合わせて、観光産業も変化が必要とされます。その中でも、地域の文化や社会にコミットしたいという旅行者のニーズに応えるための取り組みは、東北でも進められています。例えば、サステナブルツーリズムの先進地域である釜石市では、「釜石オーブン・フィールド・ミュージアム構想」という、地域全体を「博物館」に見立てて旅行者に自然や文化を体験してもらう取り組みがあります。その体験ツアーを引率する方の中には、元々は観光に関わりがない、地元の漁師の方などもいます。

このように、新たな観光地域づくりのために、観光産業だけではなく、地域の幅広い産業関係者や住民の方々と連携がとることも重要です。地域コミュニティが一体となり観光、ひいては地域の活性化を図っていきましょう。

より良い環境をめざす。

青葉環境保全 AOBIA

F984-0037 仙台市若林区蒲町19-1 TEL.022(286)3161(代)