

2019年度第1次筆記試験

<一般常識>受験対策

令和元年

観光白書

(概要)

目次

第Ⅰ部 平成30年 観光の動向	4
第1章 世界の観光の動向	4
第1節 世界のマクロ経済の概況	4
第2節 2018年（平成30年）の世界の観光の状況	4
第2章 日本の観光の動向	10
第1節 訪日旅行の状況	10
第2節 出国日本人数の状況	18
第3節 国内旅行の状況	19
第4節 宿泊旅行の状況	20
第5節 東日本大震災からの復興の状況	23
第6節 地域における観光の状況	24
第7節 地域における観光振興の取組	28
第Ⅱ部 すそ野が広がる観光の経済効果	33
第1章 訪日外国人旅行者の増加が我が国経済にもたらす影響	33
第1節 インバウンド消費の拡大に伴い重要性の高まる観光産業	33
第2節 地方を訪問する訪日外国人旅行者の増加とコト消費の動向	35
第3節 欧米豪観光客による地方訪問の状況	41
第4節 観光関連産業における雇用、賃金、生産性の動向	46
第5節 観光関連産業における投資の動向	50
第6節 各国における訪日旅行契機の消費の動向	53
第2章 訪日外国人旅行者の増加が観光地に与える影響	57
第3章 自然災害が旅行に与える影響	59
第Ⅲ部 平成30年度に講じた施策	63
第1章 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に	63
第1節 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放	63
第2節 文化財の観光資源としての開花	63
第3節 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化	63
第4節 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上	63
第5節 滞在型農山漁村の確立・形成	63
第6節 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進	63
第7節 新たな観光資源の開拓	63
第8節 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大	63
第9節 広域観光周遊ルートの世界水準への改善	64
第10節 「観光立国ショーケース」の形成の推進	64
第11節 東北の観光復興	64
第2章 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に	64
第1節 観光関係の規制・制度の総合的な見直し	64
第2節 民泊サービスへの対応	64
第3節 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化	64
第4節 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供	65
第5節 「世界水準のDMO」の形成・育成	65
第6節 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開	65
第7節 次世代の観光立国実現のための財源の活用	65
第8節 訪日プロモーションの戦略的高度化	65
第9節 インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化	65
第10節 MICE誘致の促進	65
第11節 IRに係る法制上の措置の検討	65
第12節 ビザの戦略的緩和	65

第13節	訪日教育旅行の活性化.....	65
第14節	観光教育の充実.....	65
第15節	若者のアウトバウンド活性化.....	66
第3章	すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に.....	66
第1節	最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現.....	66
第2節	民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進.....	66
第3節	キャッシュレス環境の飛躍的改善.....	66
第4節	通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現.....	66
第5節	多言語対応による情報発信.....	66
第6節	急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実.....	66
第7節	「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境.....	67
第8節	「地方創生回廊」の完備.....	67
第9節	地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進.....	67
第10節	クルーズ船受入の更なる拡充.....	67
第11節	公共交通利用環境の革新.....	67
第12節	休暇改革.....	68
第13節	オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進.....	68
第IV部	令和元年度に講じようとする施策.....	69
第1章	外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備.....	69
第1節	観光地.....	69
第2節	交通機関.....	69
第3節	文化財・国立公園.....	69
第4節	農泊.....	69
第2章	地域の新しい観光コンテンツの開発.....	69
第1節	文化財.....	69
第2節	国立公園.....	69
第3節	公的施設・インフラ.....	69
第4節	古民家や城泊・寺泊等.....	69
第5節	農泊.....	69
第6節	観光地・交通機関.....	69
第3章	日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化.....	69
第4章	地方誘客・消費拡大に資するその他主要政策.....	69
第1節	出入国の円滑化.....	69
第2節	ビザの戦略的緩和.....	69
第3節	空港.....	69
第4節	MICE・IR.....	69
第5節	持続可能な観光地域づくり.....	69
第6節	国際観光旅客税の活用.....	69
第7節	アウトバウンド・国内観光.....	69
第8節	東北の観光復興.....	69
第9節	「観光立国ショーケース」の形成の推進.....	69
第10節	観光統計.....	69

第 I 部 平成 30 年 観光の動向

第 1 章 世界の観光の動向

第 1 節 世界のマクロ経済の概況

2018 年（平成 30 年）の世界経済は、2017 年（平成 29 年）に引き続き、緩やかに回復したが、回復の勢いは各国・地域間で差がみられた。

IMF¹（国際通貨基金）によると、実質経済成長率は、世界全体では、2017 年（平成 29 年）は 3.8%、2018 年（平成 30 年）は 3.6%となった。

米国では、2017 年（平成 29 年）は 2.2%、2018 年（平成 30 年）は 2.9%と成長率に勢いがみられた。

EU²（欧州連合）では、2014 年（平成 26 年）以降、2%前後で推移しており、緩やかな景気回復が続いている。

中国では、2010 年（平成 22 年）に 10.6%であったが、2018 年（平成 30 年）では 6.6%となり、他の国・地域と比べれば、依然高い成長率であるものの、伸びは鈍化している。

ASEAN³（東南アジア諸国連合）の主要 5 箇国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ及びベトナム）では、2013 年（平成 25 年）以降は 5%前後で推移しており、2018 年（平成 30 年）は 5.2%となった。

その他の新興国では、中南米カリブ海諸国は 2016 年（平成 28 年）に -0.6%となったが、2017 年（平成 29 年）にはプラスに転じ、2018 年（平成 30 年）は 1.0%となった。

中東・北アフリカでは、2009 年（平成 21 年）に 0.8%まで落ち込み、その後は 1.8%～5.3%の間で推移しており、2018 年（平成 30 年）は 1.4%となった。

サハラ以南アフリカは、2010 年（平成 22 年）の 7.1%以降、徐々に鈍化し、2016 年（平成 28 年）には 1.4%まで低下したが、2017 年（平成 29 年）には 2.9%と持ち直し、2018 年（平成 30 年）も引き続き 3.0%と伸びを維持している（図表 I-1）。

図表 I-1 主要国・地域の実質経済成長率の推移

(単位:%)

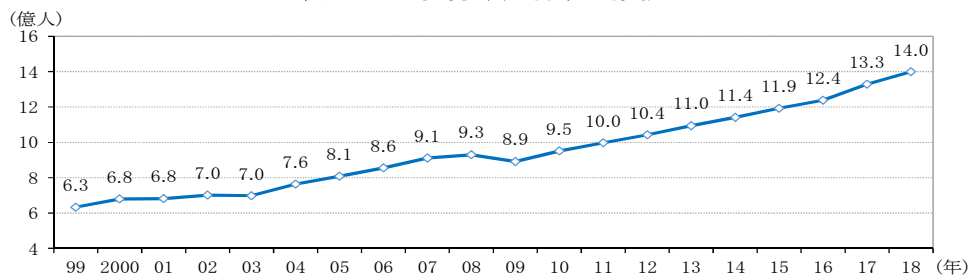
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
世界全体	-0.1	5.4	4.3	3.5	3.5	3.6	3.4	3.4	3.8	3.6
日本	-5.4	4.2	-0.1	1.5	2.0	0.4	1.2	0.6	1.9	0.8
米国	-2.5	2.6	1.6	2.2	1.8	2.5	2.9	1.6	2.2	2.9
EU(欧州連合)	-4.2	2.0	1.8	-0.3	0.3	1.9	2.4	2.1	2.7	2.1
中国	9.2	10.6	9.5	7.9	7.8	7.3	6.9	6.7	6.8	6.6
ASEAN(5カ国)	2.4	6.9	4.7	6.2	5.1	4.6	4.9	5.0	5.4	5.2
中南米カリブ海諸国	-2.0	6.1	4.6	2.9	2.9	1.3	0.3	-0.6	1.2	1.0
中東・北アフリカ	0.8	4.9	4.4	4.9	2.4	2.7	2.5	5.3	1.8	1.4
サハラ以南アフリカ	3.8	7.1	5.3	4.7	5.2	5.1	3.2	1.4	2.9	3.0

資料：IMF「World Economic Outlook Database, April 2019」に基づき観光庁作成

第 2 節 2018 年（平成 30 年）の世界の観光の状況

UNWTO⁴（国連世界観光機関）の 2019 年（平成 31 年）1 月の発表では、2018 年（平成 30 年）の世界全体の国際観光客数は前年より約 7,400 万人増（対前年比 5.6%増）となり 14 億人に達した。2009 年（平成 21 年）はリーマンショックの影響から減少したが、それ以降は 9 年連続での増加となった（図表 I-2）。

図表 I-2 国際観光客数の推移



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

国際観光客数と世界の実質 GDP は強い相関がみられるが、近年では国際観光客数の伸びが上回っている（図表 I-3）。

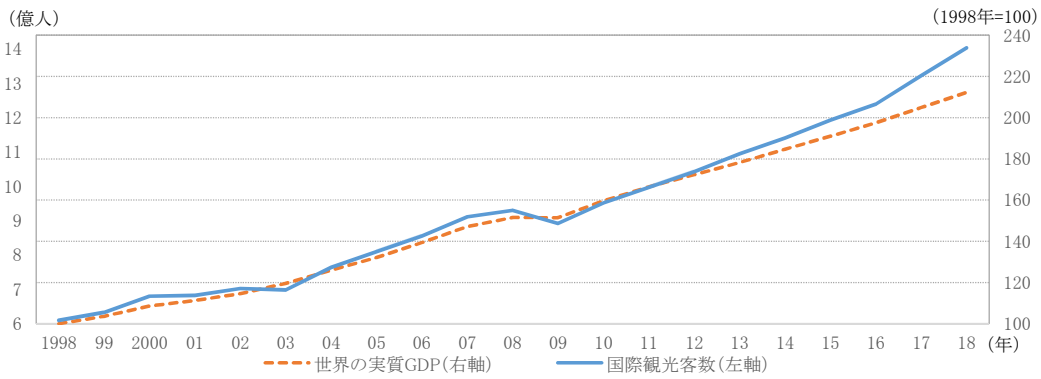
¹ International Monetary Fund の略

² European Union の略

³ Association of South-East Asian Nations の略

⁴ World Tourism Organization の略

図表 I - 3 国際観光客数と世界の実質 GDP の推移



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、IMF（国際通貨基金）資料に基づき観光庁作成

注1：世界の実質 GDP は、1998 年（平成 10 年）を 100 として指数化。

UNWTO（国連世界観光機関）の 2019 年（平成 31 年）1 月の発表によると、欧州を訪れた国際観光客数は、2018 年（平成 30 年）では、前年から約 3,820 万人増加（対前年比 5.7%増）し、約 7 億 1,260 万人となった。

アジア太平洋を訪れた国際観光客数は、2018 年（平成 30 年）では、前年から約 1,960 万人増加（対前年比 6.1%増）し、約 3 億 4,260 万人となった。

米州を訪れた国際観光客数は、2018 年（平成 30 年）では、前年から約 610 万人増加（対前年比 2.9%増）し、約 2 億 1,720 万人となった（図表 I - 4）。

図表 I - 4 地域別国際観光客数(2018 年 (平成 30 年))

	国際観光受入数 (単位：万人)	対前年増減数 (単位：万人)	対前年伸び率
世界全体	140,300	7,400	5.6%
欧州	71,260	3,820	5.7%
アジア太平洋	34,260	1,960	6.1%
米州	21,720	610	2.9%
アフリカ	6,710	450	7.3%
中東	6,360	600	10.3%

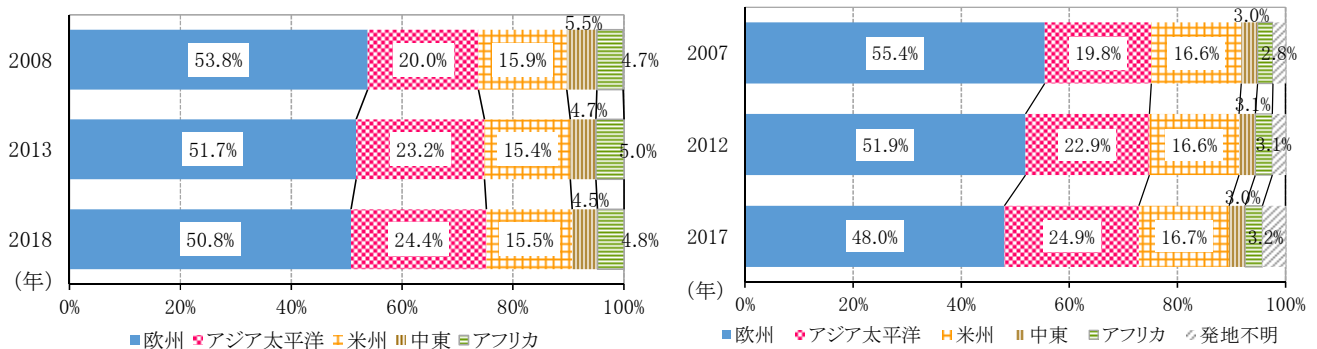
資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

国際観光客数の地域別シェアは、到着地域別及び出発地域別ともに欧州が約半数を占めているが、過去 10 年でみると、アジア太平洋のシェア拡大にともない、欧州のシェアは減少傾向にある。（図表 I - 5）。

図表 I - 5 国際観光客数の地域別シェア

<到着地域別>

<出発地域別>



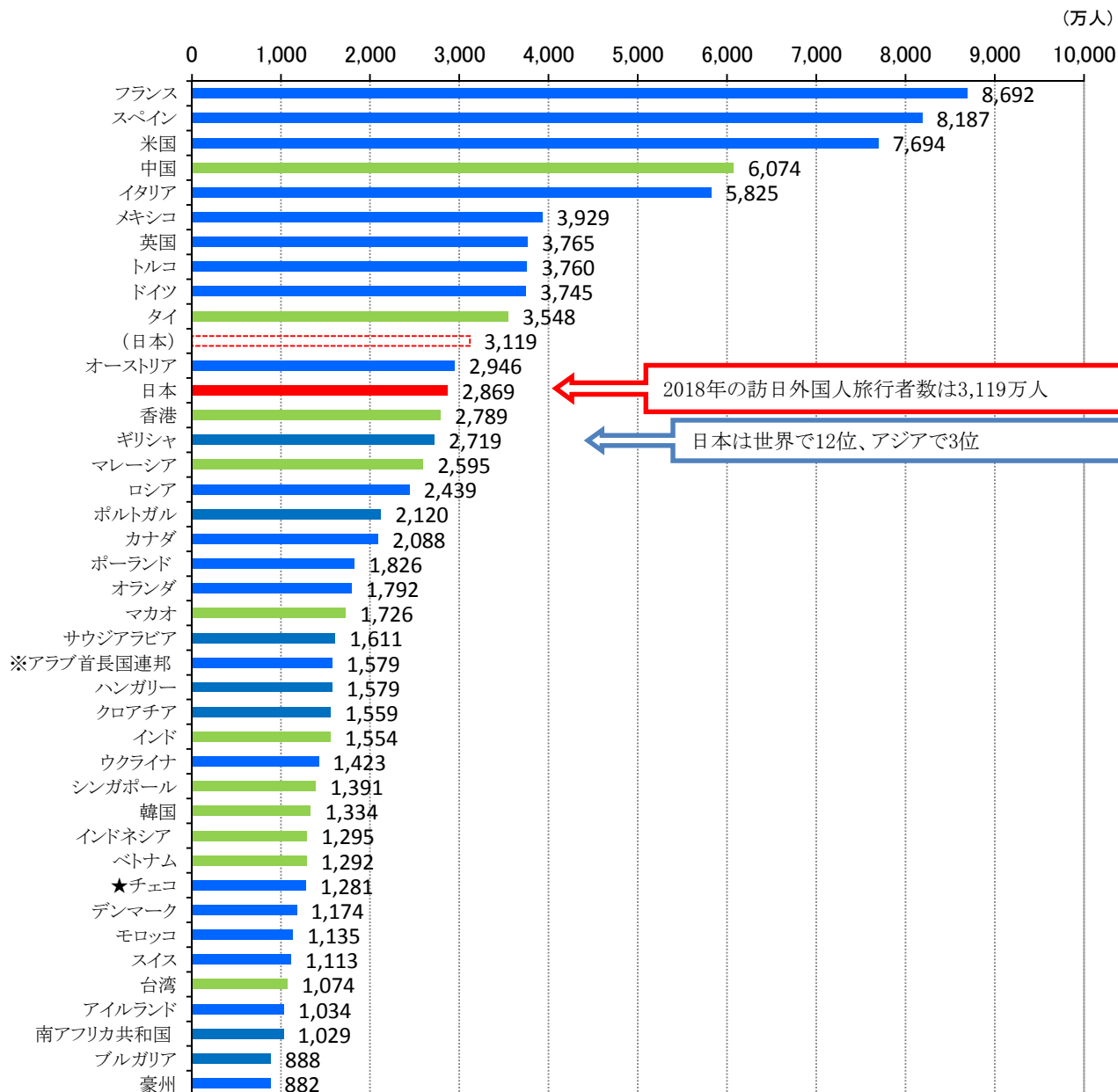
資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

外国人旅行者受入数については、国・地域ごとに異なる統計基準により算出されているため、比較する際には、統計基準の違いに注意する必要があるが、2017 年（平成 29 年）の外国人旅行者受入数は、フラン

スが8,692万人で前年に引き続き1位となり、スペインが8,187万人で2位、米国が7,694万人で3位であった。日本は2016年（平成28年）の2,404万人（16位（アジアで5位））から2,869万人（12位（アジアで3位））となり、人数の増加とともに順位を上げた。

なお、2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数は、前年比8.7%増の3,119万人であり、2017年（平成29年）の外国人旅行者受入数ランキングでは11位に相当する（図表I-6）。

図表I-6 外国人旅行者受入数ランキング（2017年（平成29年））



資料:UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき日本政府観光局作成

注1:本表の数値は2019年(平成31年)5月時点の暫定値である。

注2:★印を付した国は、2017年(平成29年)の数値が未発表であるため、2016年(平成28年)の数値を採用した。

注3:アラブ首長国連邦は、ドバイのみの数値である。

注4:本表で採用した数値は、日本、ロシア、韓国、ベトナム、台湾、豪州を除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

注5:外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

注6:外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較するには注意を要する。

(例:外国籍乗員数(クルー数)について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている。)

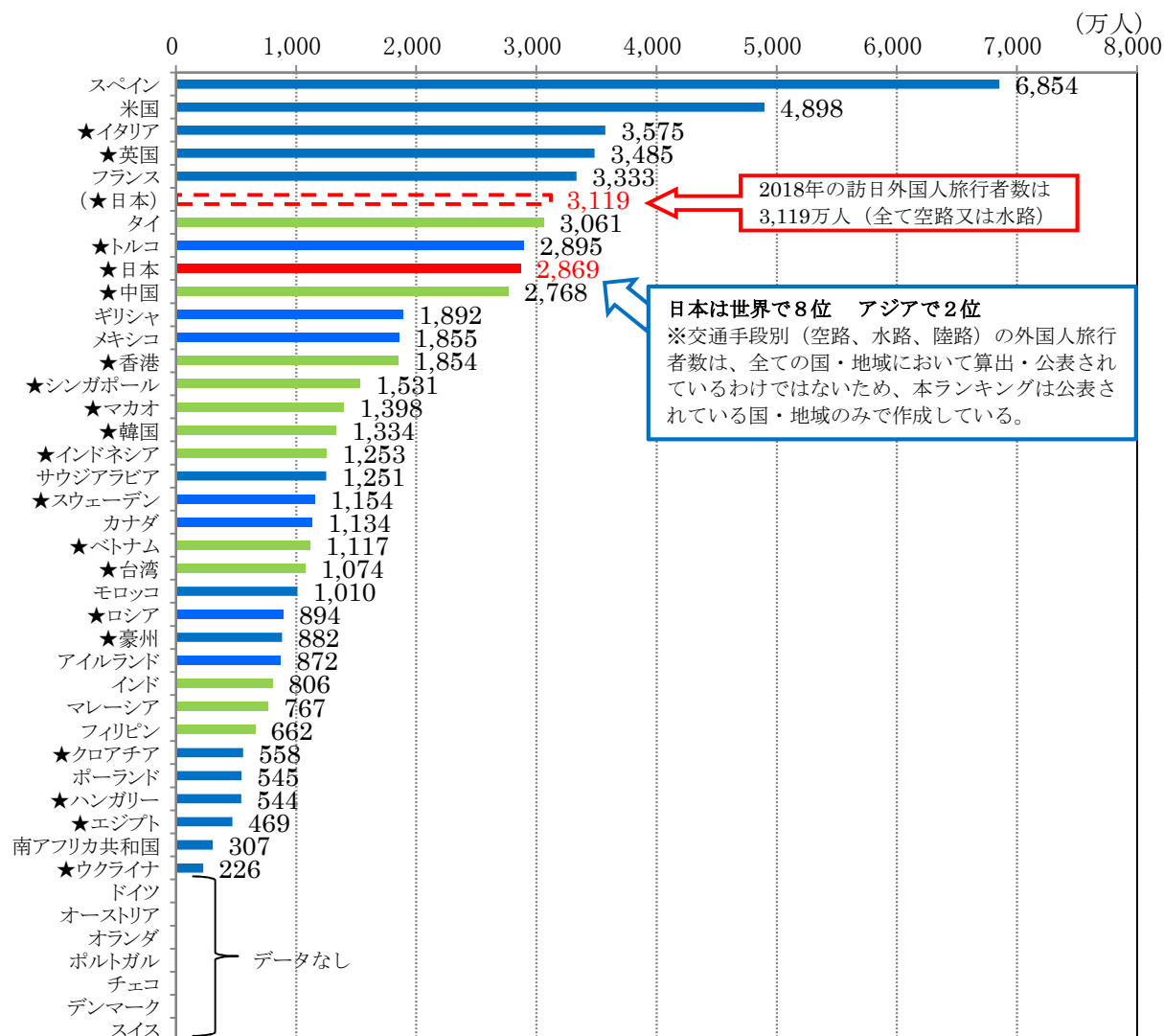
日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる。一方、欧州等多くの国が隣国と陸続きで鉄道、自動車等の陸路による入国も多いことから、我が国と同様の条件となるように空路又は水路による外国人旅行者受入数を比較したのが図表 I - 7 である。

2017年（平成29年）は、スペインが6,854万人で1位となり、米国が4,898万人で2位、イタリアが3,575万人で3位であった。日本は2,869万人（8位（アジアで2位））であり、2016年（平成28年）の2,404万人（7位（アジアで2位））から人数は増えたものの順位を下げた。

なお、2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数3,119万人は、2017年（平成29年）の空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキングでは6位に相当する。

また、このランキングは、空路又は水路による外国人旅行者数が把握できない国・地域は含まれていない点に注意する必要がある。

図表 I - 7 空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング（2017年（平成29年））



資料: UNWTO(国連世界観光機関)資料に基づき日本政府観光局作成

注1: 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較するには統計基準の違いに注意することが必要。

注2: 本表の数値は2019年(平成31年)1月時点の値である。

注3: 本表で採用した数値は、★印を付した国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。

注4: 本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

注5: 2017年(平成29年)の数値が未発表又は不明である国・地域については、統計発表のある直近年の数値を採用した。

注6: 本表で採用した数値は、空路、水路、陸路の交通手段のうち、陸路(自動車等による入国)を除いた外国人旅行者数である。

注7: ドイツ、オーストリア、オランダ、ポルトガル、チェコ、デンマーク、スイスは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。

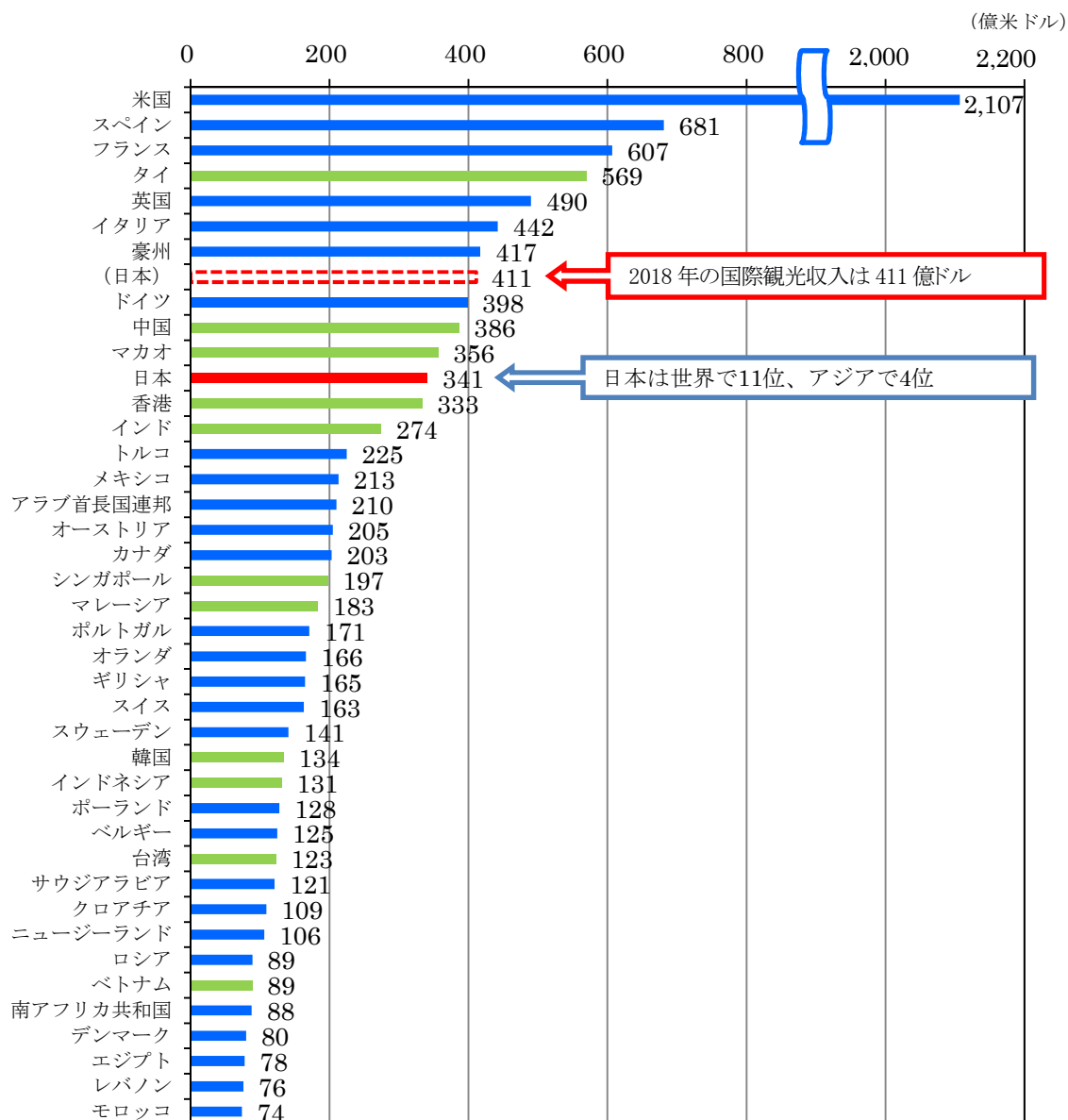
注8: 外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2017年（平成29年）の各国・地域の国際観光収入については、米国が2,107億ドルで1位となり、スペインが681億ドルで2位、フランスが607億ドルで3位となった。

日本は341億ドル（11位（アジアで4位））と、2016年（平成28年）の307億ドル（11位（アジアで4位））に比べて金額は増えたが同順位となっている。アジアについて見ると、タイが569億ドルで1位となった。

なお、2018年（平成30年）の日本の国際観光収入は411億ドルであり、2017年（平成29年）のランキングでは8位に相当する（図表I-8）。

図表 I - 8 国際観光収入ランキング（2017年（平成29年））



資料: UNWTO(国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局作成

注1: 本表の数値は2019年(令和元年)5月時点の暫定値である。

注2: 本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3: 国際観光収入は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。

また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

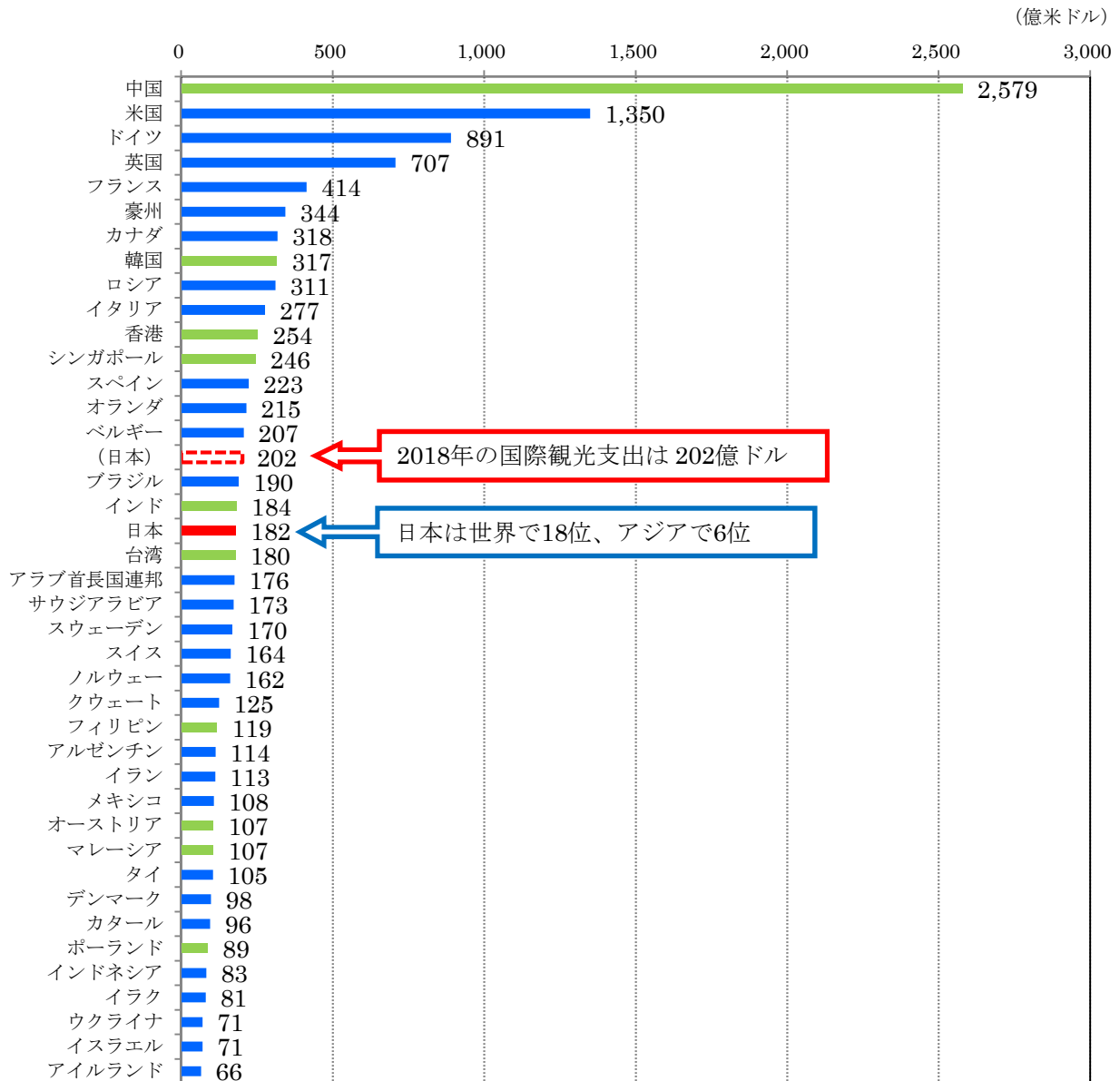
そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2017年（平成29年）の各国・地域の国際観光支出については、中国が2,579億ドルで1位となり、米国が1,350億ドルで2位、ドイツが891億ドルで3位と、2016年（平成28年）と同順位となった。

日本は182億ドル（18位（アジアで6位））となり、2016年（平成28年）の185億ドル（16位（アジアで5位））から金額、順位ともに下げた。

なお、2018年（平成30年）の日本の国際観光支出は202億ドルとなり、2017年（平成29年）のランキングでは16位に相当する（図表I-9）。

図表 I-9 国際観光支出ランキング（2017年（平成29年））



資料: UNWTO (国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局作成

注1: 本表の数値は2019年(令和元年)5月時点の暫定値である。

注2: 本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3: 国際観光支出は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。

また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。

そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

第2章 日本の観光の動向

2018年（平成30年）の日本経済は、内閣府「日本経済2018-2019」（2019年（平成31年）1月）によると、世界経済の緩やかな回復が続く中で、日本の輸出や生産は持ち直しが続き、企業収益は過去最高の水準となり、雇用・所得環境も改善し、緩やかな回復基調が続いている。また、民間企業設備投資やインバウンド需要の高まり等を踏まえた建設投資等国内需要も増加しており、好循環が進展している。

2018年（平成30年）は、2016年（平成28年）3月に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において掲げた目標の確実な達成に向け、2018年（平成30年）6月に観光立国推進閣僚会議の第9回会合において、「観光ビジョン実現プログラム2018」（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2018）を決定し、既成概念にとらわれない大胆な施策を実行した1年であった。

一方、平成30年7月豪雨や9月の台風第21号上陸、平成30年北海道胆振東部地震等大規模な災害が相次ぎ、各観光地にも影響を及ぼした1年であった。

第1節 訪日旅行の状況

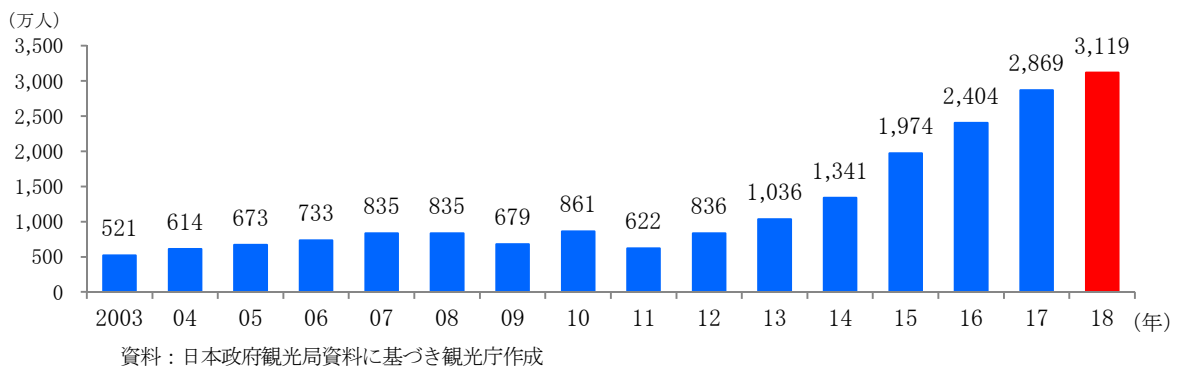
1 訪日旅行の状況

2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,119万人（対前年比8.7%増）となり、初めて3,000万人を突破した。

また、6年連続で過去最高を更新し、2020年（令和2年）に4,000万人にするとの目標に向けて堅調に推移している（図表I-10）。

このように、訪日外国人旅行者数が堅調に増加している要因としては、近隣アジア諸国を中心とした諸外国のアウトバウンドが増加する中、観光を地方創生の切り札、我が国の成長戦略の柱と位置付け、ビザ緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充等、これまでにない大胆な取組を国をあげて実行するとともに、CIQ⁵体制の充実や航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備等への関係者の協力、日本政府観光局をはじめとしたインバウンド関係者が連携して取り組んだプロモーション等の成果によるものと考えられる。

図表 I - 10 訪日外国人旅行者数の推移



国・地域別にみると、主要20市場⁶のうち香港を除く19市場において年間での過去最高を記録した。アジアからの訪日外国人旅行者数は、2,637万人で前年比8.3%増となり、訪日外国人旅行者数全体に占める割合は84.5%となった。年間を通じて、韓国やタイ等との間の航空便数の増加等が訪日需要を喚起したと考えられる。

東アジアでは、中国で13.9%と2桁を超える伸び率となり800万人を超えるなど、中国、韓国、台湾、香港で7.5%増の2,288万人となった。

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要6箇国（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）の訪日外国人旅行者数の合計が333万人となり、初めて300万人を超えた。またタイでは初めて100万人を突破した。

欧州からの訪日外国人旅行者数は172万人となり、このうち主要5箇国（英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン）では112万人となった。

⁵ 税関（customs）、出入国審査（immigration）、検疫（quarantine）の総称。

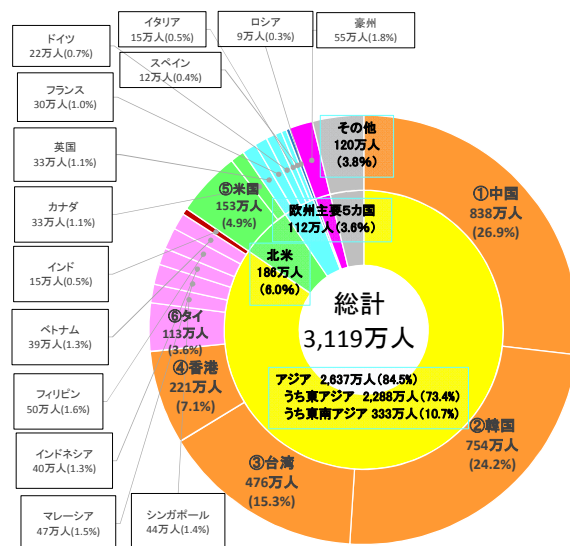
⁶ 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペインの計20箇国・地域のことを指す（2019年（平成31年）3月現在）。

北米からの訪日外国人旅行者数は 186 万人となり、このうち米国は 153 万人となり、初めて 150 万人を超えた。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は 55 万人となった。

その他の地域では、南米が 10.5 万人、アフリカが 3.8 万人であった（図表 I - 11）。

図表 I - 11 訪日外国人旅行者の内訳（2018 年（平成 30 年））



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：（ ）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

地域別の訪日外国人旅行者数のシェアの推移をみると、2018 年（平成 30 年）は、相次ぐ自然災害の影響により、特に東アジアにおいて、下半期に訪日外国人旅行者数の伸び率が鈍化傾向がみられたこと等から、東アジアのシェアが前年より 0.8%縮小した。一方、航空便の便数増加等により訪日外国人旅行者数が堅調に推移した東南アジアや、同年 2 月より旅行先としての日本の認知を広げるための「グローバルキャンペーン」を展開してきた欧米豪については、前年よりシェアが拡大している（図表 I - 12）。

図表 I - 12 地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移

国・地域	2017 年		2018 年	
	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア
アジア	2,434 万人	84.8%	2,637 万人	84.5%
東アジア	2,129 万人	74.2%	2,288 万人	73.4%
東南アジア	292 万人	10.2%	333 万人	10.7%
欧米豪	326 万人	11.4%	363 万人	11.7%
その他	110 万人	3.8%	120 万人	3.8%

資料：日本政府観光局

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012 年（平成 24 年）以降急速に拡大し、2018 年（平成 30 年）は 4 兆 5,189 億円となった（図表 I - 13）。他方、訪日外国人旅行者 1 人当たりの旅行支出は、2018 年（平成 30 年）は 153,029 円となった。2020 年（令和 2 年）に訪日外国人旅行消費額を 8 兆円にするとの目標に向け、1 人当たり旅行支出の増加が必要であり、そのためには、1 人当たり旅行支出が比較的高い傾向にある欧米豪からの旅行者の掘り起こし、富裕層の獲得、体験型観光の充実等を通じた各観光地での滞在期間の長期化等が重要である。

図表 I - 13 訪日外国人旅行者による消費の推移

年	訪日外国人旅行消費額
2012年 (平成24年)	1兆846億円
2013年 (平成25年)	1兆4,167億円
2014年 (平成26年)	2兆278億円
2015年 (平成27年)	3兆4,771億円
2016年 (平成28年)	3兆7,476億円
2017年 (平成29年)	4兆4,162億円
2018年 (平成30年)	4兆5,189億円

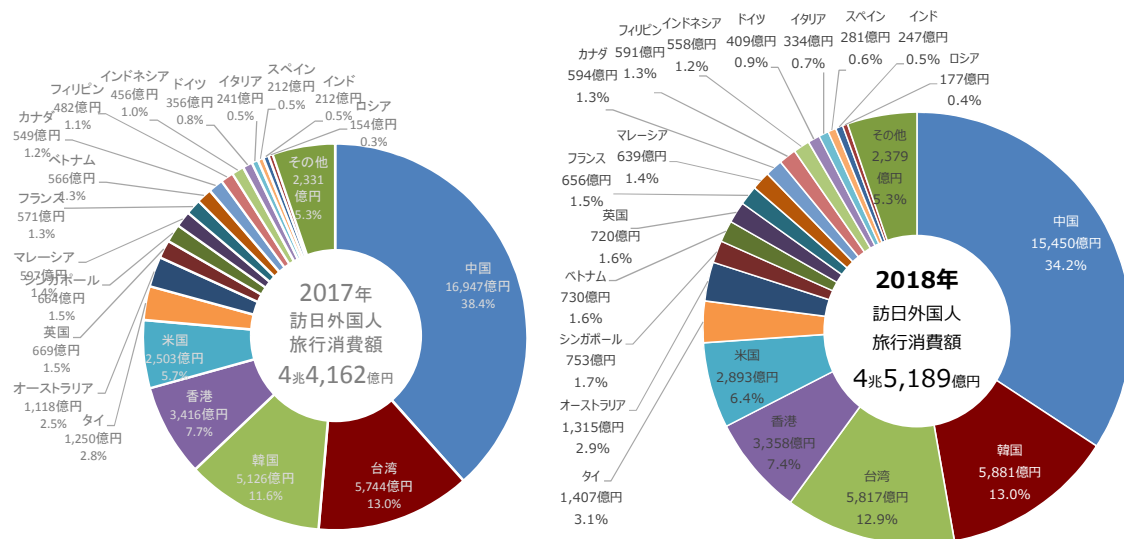
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年（平成30年）からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したところ。従来ベースの推計方法で2018年（平成30年）の旅行消費額を推計すると、4兆8千億円となる。

2018年（平成30年）の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、中国が1兆5,450億円となり、総額の34.2%を占めた。次いで、韓国5,881億円（13.0%）、台湾5,817億円（12.9%）、香港3,358億円（7.4%）、米国2,893億円（6.4%）の順となっており、これら上位5箇国・地域で総額の73.9%を占めた（図表 I - 14）。

2017年（平成29年）と比較すると、調査手法の変更⁷の影響により、クルーズ客の消費額の算出方法に違いがあることには留意が必要だが、中国のシェアが38.4%から34.2%に縮小している。これは中国人1人当たりの買物消費額が、中国政府による国内消費促進等に向けた関税政策の影響もあり、減少傾向にあることを主要要因とするものである。他方、韓国や、欧米豪諸国については、前年よりシェアが拡大している。

図表 I - 14 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比

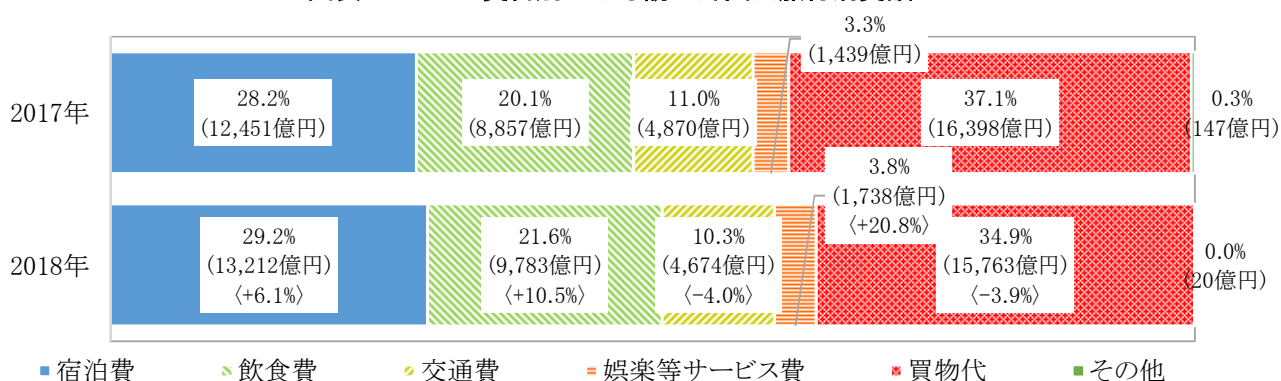


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2018年（平成30年）の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、買物代が34.9%と最も高い割合となったが、前年（37.1%）に比べ縮小した。一方、宿泊費、飲食費、娯楽等サービス費は前年に比べ拡大し、前年比の伸び率では娯楽等サービス費の伸びが最も大きくなった（図表 I - 15）。

⁷ 従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年（平成30年）からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映した。

図表 I - 15 費目別にみる訪日外国人旅行消費額



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：() 内は費目別旅行消費額。

注2：〈 〉 内は前年比の伸び率。

注3：2018年（平成30年）より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽等サービス費」としたため、前年と単純比較はできない。

また、国籍・地域別に費目別旅行消費額をみると、買物代では、中国が依然として8,110億円と高い。次いで台湾、韓国、香港となっており、それぞれ1,000億円を超えている（図表 I - 16）。

図表 I - 16 国籍・地域別にみる費目別旅行消費額（2018年（平成30年））

国籍・地域	訪日外国人旅行消費額（億円）						
	総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
全国籍・地域	45,189	13,212	9,783	4,674	1,738	15,763	20
韓国	5,881	1,880	1,502	575	295	1,626	4
台湾	5,817	1,585	1,275	614	228	2,115	1
香港	3,358	988	801	362	110	1,096	1
中国	15,450	3,100	2,619	1,094	521	8,110	6
タイ	1,407	416	313	170	50	456	2
シンガポール	753	275	180	87	28	182	0
マレーシア	639	208	141	76	30	184	0
インドネシア	558	189	115	83	22	149	0
フィリピン	591	149	143	69	29	200	1
ベトナム	730	216	170	73	23	247	1
インド	247	115	52	33	6	41	0
英国	720	327	182	108	27	76	0
ドイツ	409	180	101	60	13	54	0
フランス	656	260	173	102	22	99	0
イタリア	334	131	86	59	11	47	0
スペイン	281	110	74	50	9	39	0
ロシア	177	59	41	21	7	49	0
米国	2,893	1,240	764	412	119	358	1
カナダ	594	241	153	89	26	84	0
オーストラリア	1,315	537	319	189	88	181	1
その他	2,379	1,006	577	351	76	371	0

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出を費目別にみると、買物代が5万1,256円と最も高く、次いで宿泊費（4万5,787円）、飲食費（3万3,748円）の順となっている。

国籍・地域別にみると、宿泊費は、英国、オーストラリア、スペイン、イタリア、フランス、ドイツ、米国等の欧米豪の国々が上位を占めている。買物代では中国が11万2,104円となり、前年に引き続き最も高かった（図表 I - 17）。

図表 I-17 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行者 1 人当たり費目別旅行支出 (2018 年 (平成 30 年))

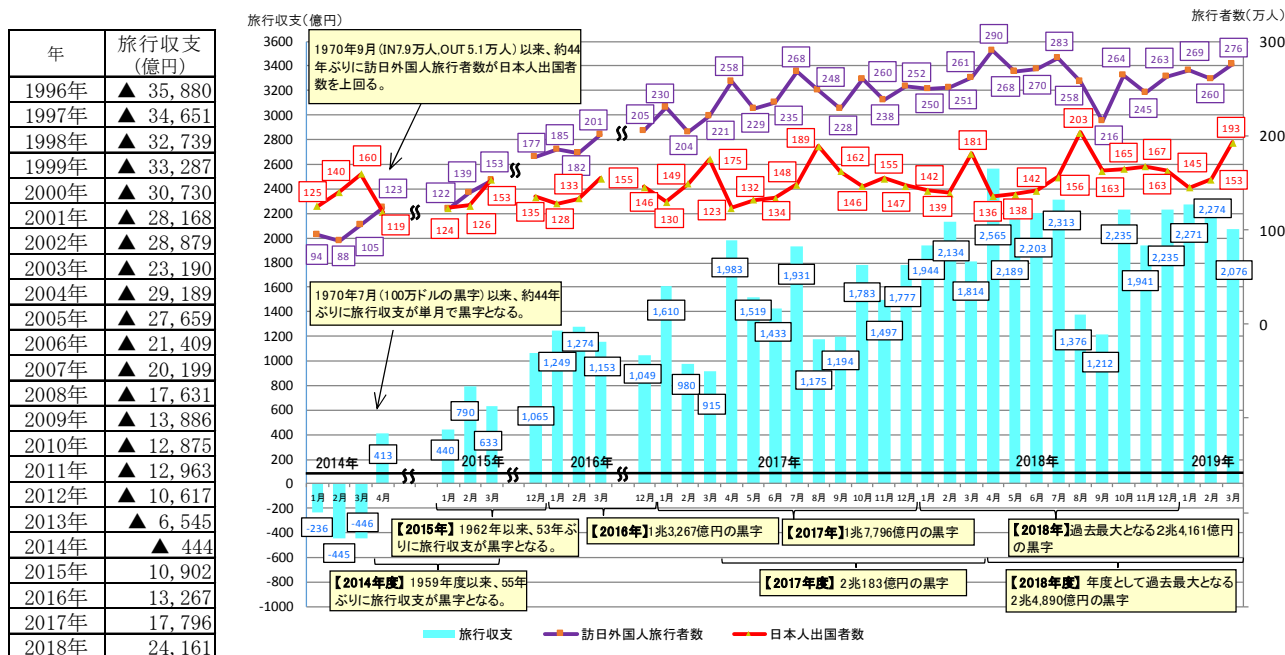
国籍・地域	総額		訪日外国人1人当たり旅行支出(円/人)						平均泊数
	前年比※		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	
全国籍・地域	153,029	-0.6%	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67	9.0
韓国	78,084	+8.8%	24,974	19,961	7,636	3,917	21,549	47	4.4
台湾	127,579	+1.4%	35,312	28,190	13,548	5,059	45,441	30	6.8
香港	154,581	+1.0%	45,625	36,887	16,683	5,063	50,287	36	6.3
中国	224,870	-2.4%	47,854	39,984	16,834	7,998	112,104	95	9.7
タイ	124,421	-1.7%	36,836	27,740	15,033	4,416	40,248	149	8.8
シンガポール	172,821	+5.2%	63,311	41,406	19,890	6,467	41,691	54	8.3
マレーシア	137,612	+1.4%	44,950	30,400	16,371	6,466	39,422	3	10.2
インドネシア	141,419	+9.3%	48,117	29,156	20,946	5,585	37,599	17	12.1
フィリピン	121,921	+7.3%	31,448	30,074	14,459	6,077	39,596	268	24.6
ベトナム	188,376	+2.8%	55,818	43,846	18,900	5,923	63,649	240	38.0
インド	161,423	+2.5%	75,371	34,026	21,864	3,747	26,415	0	18.9
英国	220,929	+2.6%	100,691	56,050	33,172	8,341	22,641	34	13.8
ドイツ	191,736	+5.2%	84,555	47,536	28,333	5,974	25,250	87	13.9
フランス	215,786	+1.6%	85,544	56,933	33,438	7,358	32,472	41	18.4
イタリア	223,555	+16.8%	87,652	57,803	39,204	7,552	31,057	287	15.2
スペイン	237,234	+11.6%	92,543	62,129	42,159	7,620	32,783	0	14.3
ロシア	188,256	-5.5%	62,710	43,837	22,038	7,973	51,554	143	17.2
米国	191,539	+5.2%	82,286	50,630	27,318	7,865	23,406	34	13.5
カナダ	183,218	+2.1%	74,857	47,469	27,579	7,993	25,176	144	12.1
オーストラリア	242,041	+7.2%	99,175	58,878	34,892	16,171	32,688	236	13.3
その他	199,728	-6.1%	84,529	48,463	29,455	6,354	30,912	14	15.9
クルーズ客	44,227	-	24	1,928	465	179	41,627	5	0.7

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：2018年(平成30年)より調査方法を変更したため、「前年比」は参考値。

こうした訪日旅行の好調な状況を背景に、国際収支における旅行収支は改善し、2015年(平成27年)に暦年としては1962年(昭和37年)以来53年ぶりに黒字(1兆902億円)に転化した。2018年(平成30年)は過去最大であった前年(1兆7,796億円)からさらに黒字幅を拡大し、初めて2兆円を超えて2兆4,161億円の黒字となった(図表I-18)。

図表 I-18 旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移



資料：旅行収支は財務省「国際収支統計」、訪日外国人旅行者数は日本政府観光局「訪日外客統計」、日本人出国者数は法務省「出入国管理統計」に基づき観光庁作成

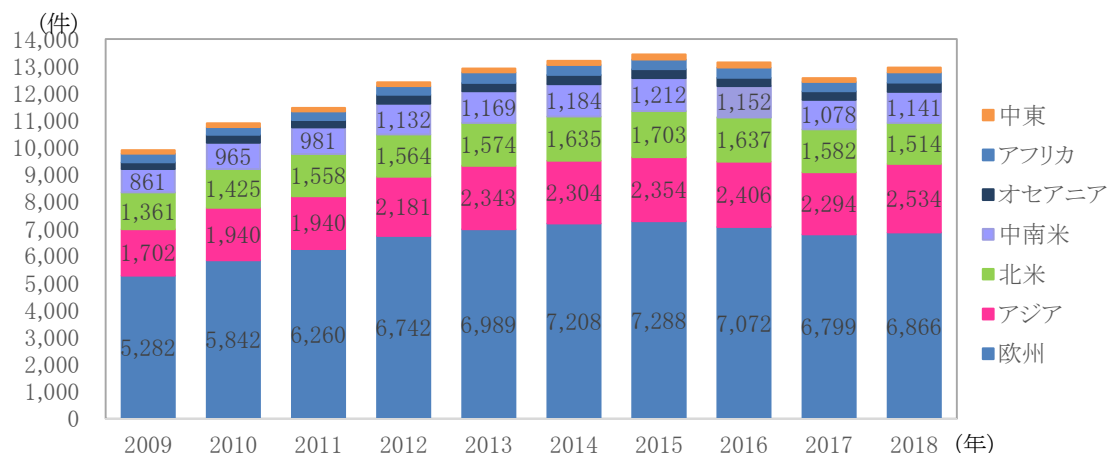
注1：旅行収支における2014年(平成26年)1月~2018年(平成30年)9月の値は年次改訂値、2018年(平成30年)10月~12月の値は第2次速報値、2019年(平成31年)1月~3月の値は速報値である。

注2：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数においては合計とは合致しない場合がある。

2 国際会議及び国際展示会の開催状況

国際会議関連団体及び事業者を会員とする ICCA⁸（国際会議協会）の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は増加傾向である。地域別の開催件数については、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めており、前年比ではアジア、アフリカ、中東の開催件数の伸びが高い（図表 I - 19）。

図表 I - 19 世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics report Worldwide 2008-2017」（2018年（平成30年）10月時点）、
「ICCA Statistics Report 2018」（2019年（令和元年）5月時点）に基づき観光庁作成

注1：本表の各地域は、UNWTO（国連世界観光機関）の区分に基づいている。

従って、イスラエル、トルコ、キプロス、コーカサス諸国、中央アジア諸国は「欧州」に、エジプトは「中東」に、イランは「アジア」に、メキシコは「北米」にそれぞれ計上されている。

我が国の国際会議開催件数は、ICCA（国際会議協会）の統計によると、2018年（平成30年）は492件で世界第7位となっている（図表 I - 20）。

図表 I - 20 国別国際会議開催件数（2018年（平成30年））

順位	国名	件数
1	米国	947
2	ドイツ	642
3	スペイン	595
4	フランス	579
5	英国	574
6	イタリア	522
7	日本	492
8	中国	449
9	オランダ	355
10	カナダ	315
11	ポルトガル	306
12	韓国	273
13	オーストラリア	265
14	スウェーデン	257
15	ベルギー	252

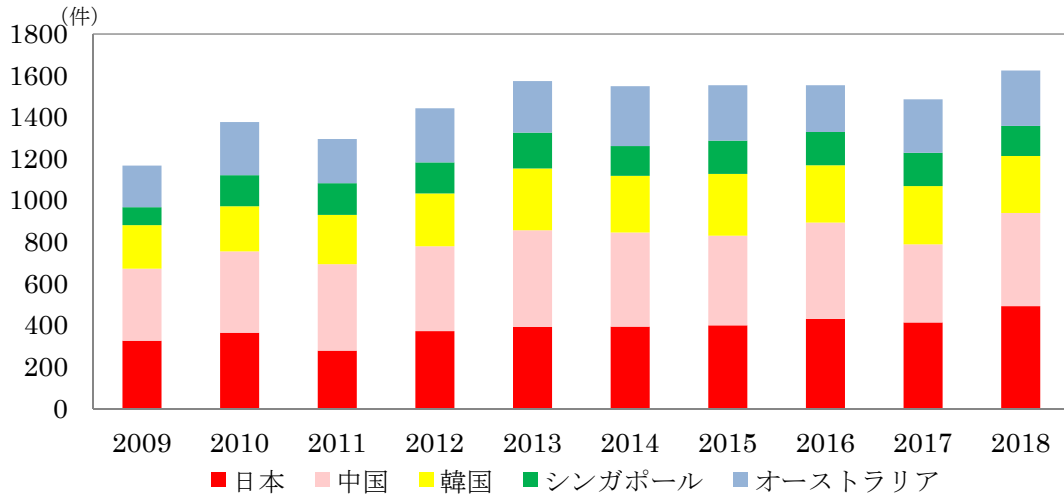
資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2018」（2019年（令和元年）5月時点）に基づき観光庁作成

アジア大洋州地域における国際会議開催件数を国別にみると、この10年間、我が国を含む主要5箇国（日本、中国、韓国、シンガポール及びオーストラリア）の開催件数は増加傾向にあった。しかし、2017年（平成29年）は、急成長していた中国の開催件数が減少に転じたため、アジア大洋州主要5箇国の総開催件数を落とした。2018年（平成30年）は、日本と中国が大きく開催件数を伸ばしたものの、韓国、シンガポールは微減だった（

図表 I - 21）。これにより、主要5箇国の総開催件数に占める我が国のシェアは30.3%となったが、他地域も成長を続けていることから、競争は激しくなっている（図表 I - 23）。

⁸ International Congress and Convention Association の略

図表 I-21 アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数
(2009年(平成21年) - 2018年(平成30年))



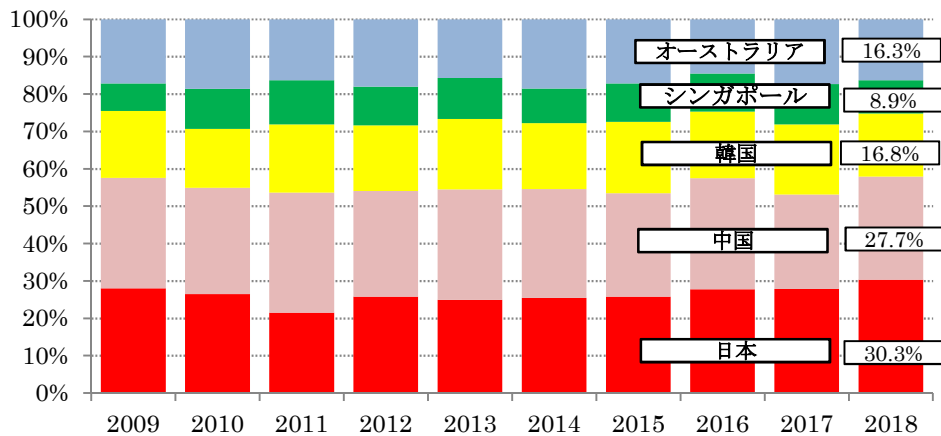
資料: ICCA (国際会議協会) 「ICCA Statistics report Worldwide 2008-2017」(2018年(平成30年)10月時点)、
「ICCA Statistics Report 2018」(2019年(令和元年)5月時点)に基づき観光庁作成

図表 I-22 アジア大洋州地域における国別国際会議開催件数 (2018年(平成30年))

順位	国名	件数
1	日本	492
2	中国	449
3	韓国	273
4	オーストラリア	265
5	タイ	193

資料: ICCA (国際会議協会) 「ICCA Statistics Report 2018」(2019年(令和元年)5月時点)に基づき観光庁作成

図表 I-23 アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移
(2009年(平成21年) - 2018年(平成30年))

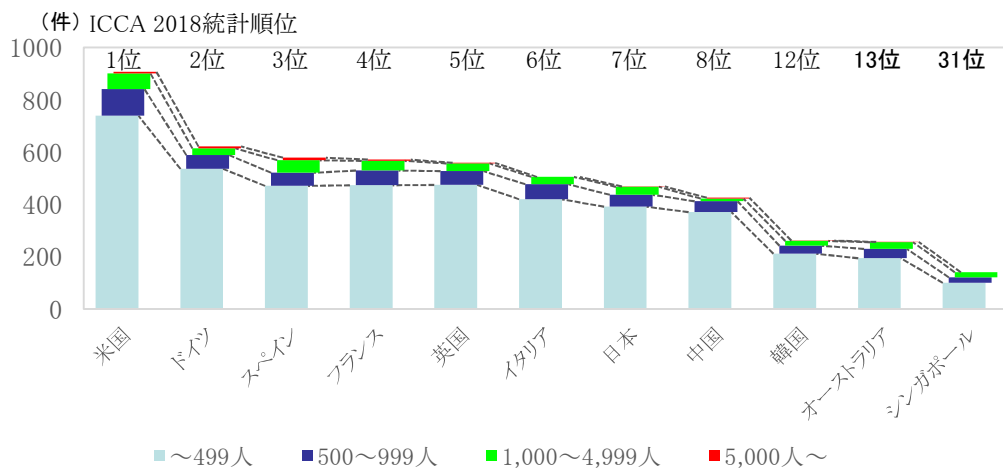


資料: ICCA (国際会議協会) 「ICCA Statistics report Worldwide 2008-2017」(2018年(平成30年)10月時点)、
「ICCA Statistics Report 2018」(2019年(令和元年)5月時点)に基づき観光庁作成

我が国は、2013年(平成25年)に閣議決定された「日本再興戦略」の中で、「2030年にはアジア No.1 の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標を設定しており、厳しさを増す市場の中で、国際会議の誘致力を強化していくことが求められている。欧米及びアジア大洋州の主要国における2018年(平成30年)の国際会議の規模別開催件数については、499人以下の中小規模の会議開催件数がおよそ8割を占めている。特に、日本、中国では前年からの増加率が高いため、競争の激しいアジア市場で我が国の目標を達成するためには、中小規模の国際会議を着実に誘致していくことがより一層必要となる。また、1,000人を超える大型国際会議は、世界全体でも開催件数は多くないが、経済波及効果が大きいことから、引き続き確実に誘致していくことが求められる(

図表 I-24)。

図表 I - 24 欧米及びアジア大洋州地域主要国における国際会議の規模別開催件数（2018年（平成30年））



資料：ICCA（国際会議協会）統計に基づき観光庁作成

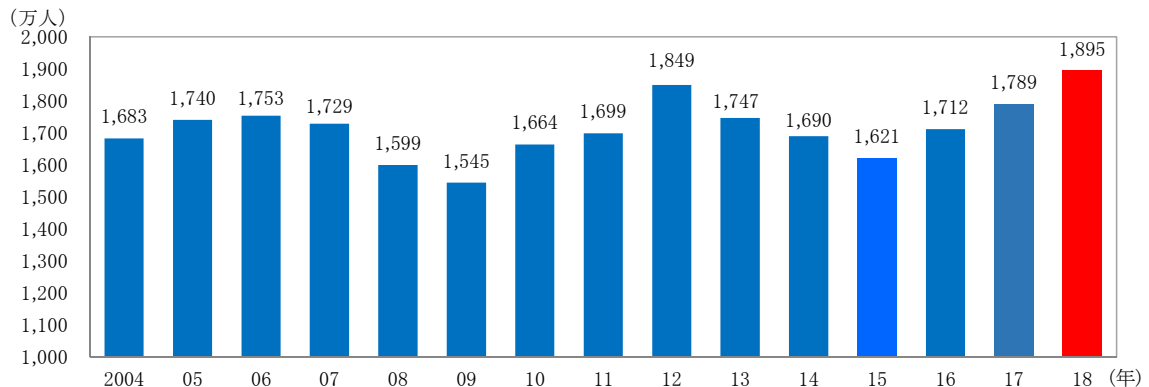
注1：2019年(令和元年)5月時点

注2：開催規模不明は除く。

第2節 出国日本人数の状況

2018年（平成30年）の出国日本人数は、1,895万人（対前年比6.0%増）で過去最高を記録した（図表I-25）。

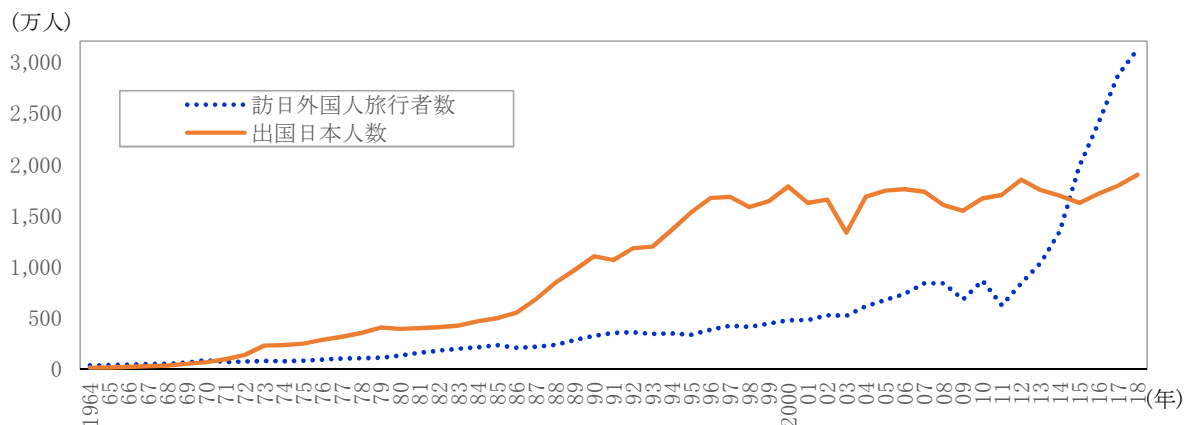
図表 I - 25 出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

2018年（平成30年）は出国日本人数が1,895万人、訪日外国人旅行者数は3,119万人となり、前年に引き続き、4年連続で訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回った（図表I-26）。

図表 I - 26 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

日本人出国者の訪問先については、2017年（平成29年）は1位が米国、2位が中国、3位が韓国であった（図表I-27）。

図表 I - 27 国・地域別 日本人訪問者数（上位5位）

順位	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年	
	訪問先	訪問者数(人)	訪問先	訪問者数(人)	訪問先	訪問者数(人)	訪問先	訪問者数(人)	訪問先	訪問者数(人)
1	米国	3,730,287	米国	3,620,224	米国	3,792,997	米国	3,603,786	米国	3,595,607
2	中国	2,877,533	中国	2,717,600	中国	2,497,657	中国	2,587,440	中国	2,680,033
3	韓国	2,747,750	韓国	2,280,434	韓国	1,837,782	韓国	2,297,893	韓国	2,311,447
4	タイ	1,536,425	台湾	1,634,790	台湾	1,627,229	台湾	1,895,702	台湾	1,898,854
5	台湾	1,421,550	タイ	1,267,886	タイ	1,381,702	タイ	1,439,510	タイ	1,544,442

資料：日本政府観光局「2013年～2017年 各国・地域別 日本人訪問者数」に基づき観光庁作成

注1：米国の数値には、米国本国（全米50州とコロンビア特別区）への入国者のほか、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島等の地域への入域者が含まれる。

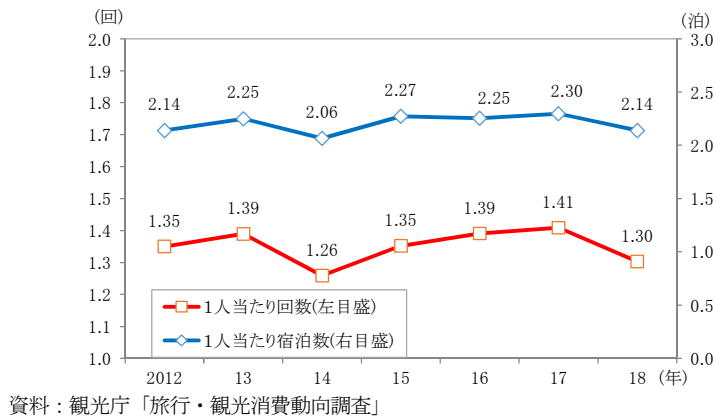
注2：各国の数値は、推計値から確定値への変更、統計基準の変更、数値の非整合性等の理由により、その都度、過去にさかのぼって変更されることがある。数値は、2019年（平成31年）1月現在のものである。

観光先進国実現のためには、各国との相互交流を拡大・深化させることが重要であり、特に若者を対象としたアウトバウンドの促進等、旅行業界・関係省庁等と連携した旅行振興策の強化を図ることが求められる。

第3節 国内旅行の状況

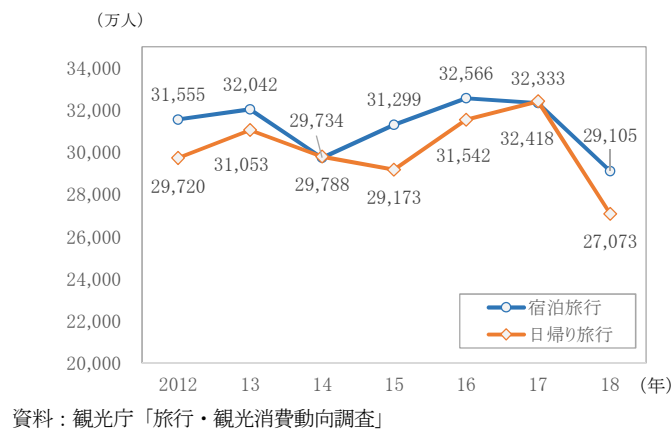
2018年（平成30年）においては、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.30回、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.14泊であった（図表I-28）。

図表 I - 28 日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



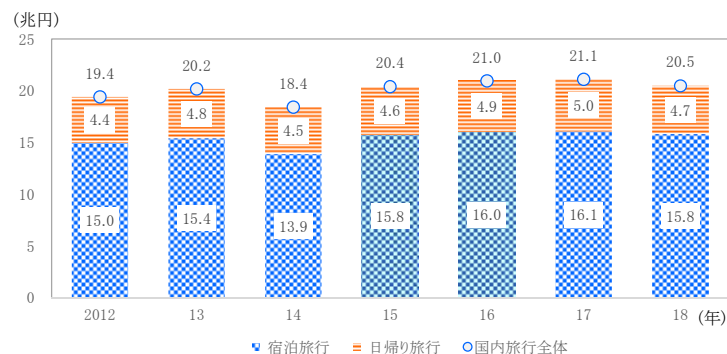
2018年（平成30年）に日本人で国内宿泊旅行に行った人数は延べ2億9,105万人、国内日帰り旅行は延べ2億7,073万人となった（図表I-29）。豪雨、地震等の災害が相次いだこと⁹や、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少し、特に日帰り旅行の減少が大きかった（図表I-29）。

図表 I - 29 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



2018年（平成30年）の日本人国内旅行消費額については、宿泊旅行及び日帰り旅行ともに減少し、20.5兆円（前年比3.0%減）であった（図表I-30）。

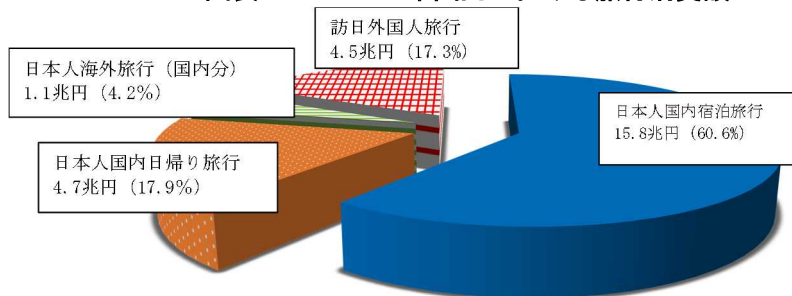
図表 I - 30 日本人国内旅行消費額の推移



⁹ 2018年（平成30年）に発生した主な自然災害が被災地での延べ宿泊者数に与えた影響については第II部第3章に記載した。

2018年（平成30年）の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、26.1兆円となった。訪日外国人旅行者による旅行消費額は2年連続で全体の15%を超えた（図表I-31）。

図表 I - 31 日本国内における旅行消費額



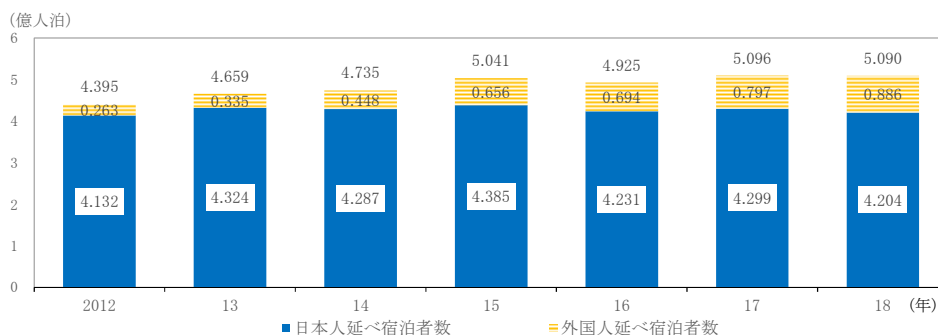
	(兆円)						
	2012年	13	14	15	16	17	18
日本人国内宿泊旅行	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8
日本人国内日帰り旅行	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7
日本人海外旅行（国内分）	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1
訪日外国人旅行	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5
合計	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成

第4節 宿泊旅行の状況

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、2018年（平成30年）は5億902万人泊（前年比0.1%減）であった。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億2,043万人泊（前年比2.2%減）、外国人延べ宿泊者数は8,859万人泊（前年比11.2%増）であった（図表I-32）。

図表 I - 32 日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



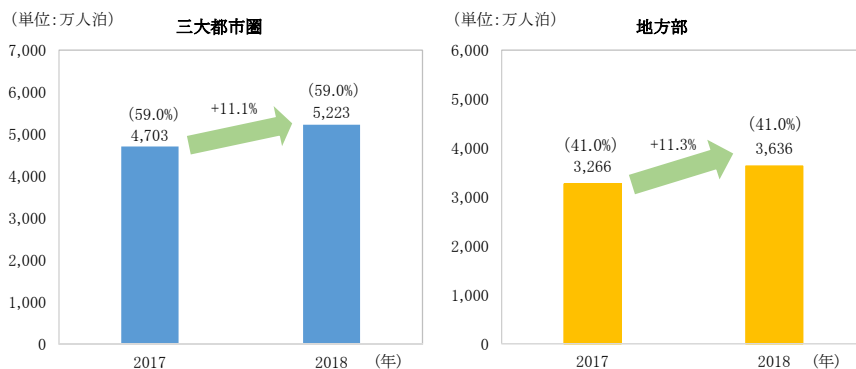
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2018年（平成30年）は速報値。

注2：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏と地方部で比較すると、2018年（平成30年）は三大都市圏で11.1%増、地方部で11.3%増となっており、地方部の伸びは三大都市圏と同水準であった。また、地方部のシェアが前年に引き続き4割を上回った（図表I-33）。

図表 I - 33 三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

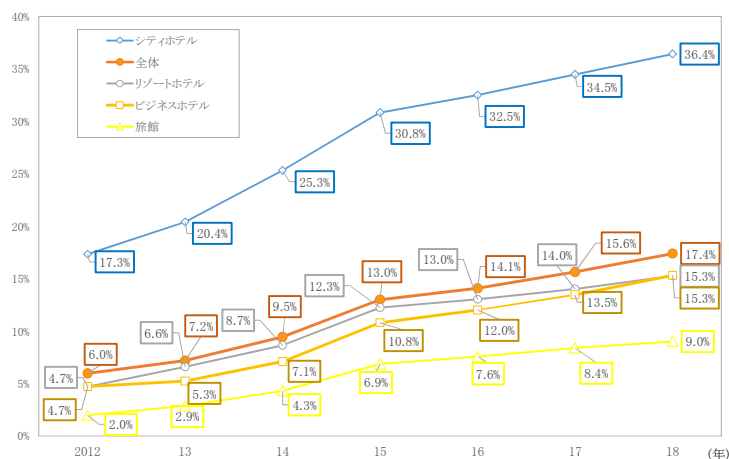
注1：2018年（平成30年）は速報値。

注2：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。

注3：()内は構成比を表している。

延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合をみると2018年（平成30年）は17.4%であった。宿泊施設タイプ別では、特にシティホテルにおける外国人の割合が高く、2012年（平成24年）は17.3%であったが2018年（平成30年）には36.4%にまで上昇した（図表I-34）。

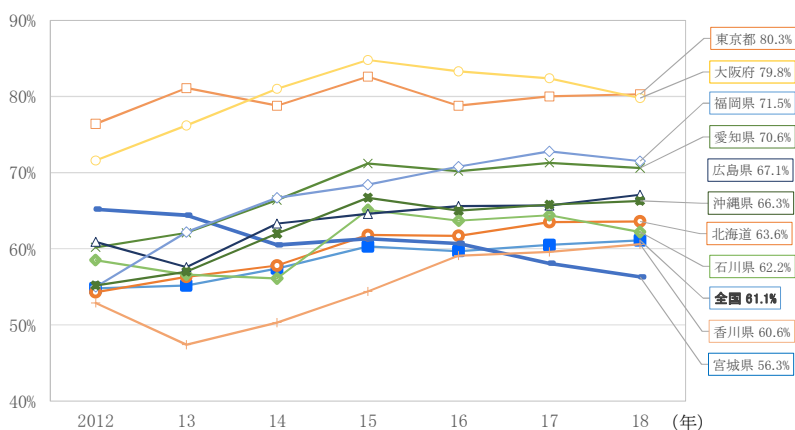
図表 I - 34 宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊者数の割合の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2018年（平成30年）は速報値。

客室稼働率（全国）は2015年（平成27年）の60.3%から2016年（平成28年）は59.7%に減少したが、2017年（平成29年）は60.5%、2018年（平成30年）は61.1%となった。また、東京都と大阪府の客室稼働率は引き続き高い水準にあり、2018年（平成30年）はそれぞれ80.3%、79.8%となっている（図表I-35）。

図表 I - 35 客室稼働率の推移

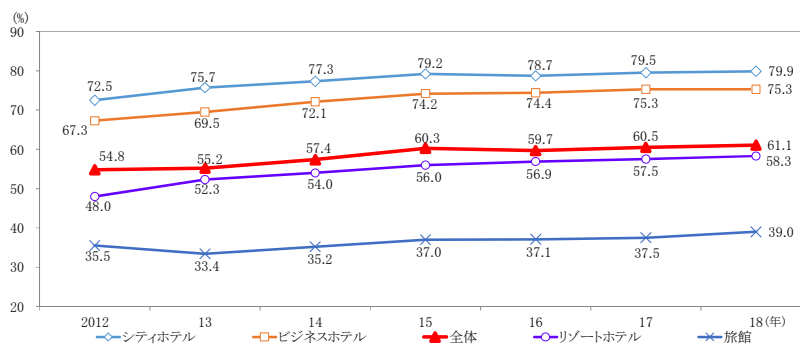


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2018年（平成30年）の数値は速報値。

宿泊施設タイプ別の客室稼働率は、特に、シティホテル、ビジネスホテルが高い水準にあり、2018年（平成30年）はそれぞれ79.9%、75.3%となっている。

旅館は比較的低い水準ではあるが、近年は上昇傾向にある（図表I-36）。

図表 I - 36 宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2018年（平成30年）の数値は速報値。

また、客室稼働率が80%を超えた都道府県は、シティホテル10箇所(2017年(平成29年):9箇所)、ビジネスホテル5箇所(同:3箇所)、リゾートホテルは2箇所(同:2箇所)であった(図表I-37)。また、東京都では全体の稼働率が80.3%と全国で最も高く、ビジネスホテル84.8%、旅館57.5%も全国で最も高い値であった。(図表I-37)

図表 I-37 都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率
2018年(平成30年)

	宿泊施設タイプ					
	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所
全国	61.1	39.0	58.3	75.3	79.9	28.6
北海道	63.6	48.2	52.4	76.3	76.7	33.7
青森県	58.6	36.8	46.3	71.4	62.3	25.8
岩手県	53.2	36.0	44.9	71.2	67.9	42.7
宮城県	56.3	41.1	49.1	64.0	65.2	40.8
秋田県	48.7	35.6	42.8	68.4	72.4	20.9
山形県	51.0	39.3	33.4	69.9	69.8	12.3
福島県	47.5	40.9	51.5	64.6	65.3	11.0
茨城県	55.7	29.8	41.9	70.4	71.6	12.1
栃木県	53.0	42.1	53.0	71.7	65.8	19.1
群馬県	51.7	46.8	45.6	72.1	68.6	10.3
埼玉県	64.4	36.4	34.7	70.5	79.1	10.1
千葉県	69.1	36.4	82.8	71.6	82.3	22.5
東京都	80.3	57.5	65.8	84.8	84.7	51.5
神奈川県	67.5	43.8	71.8	81.7	84.6	42.6
新潟県	42.4	26.1	34.3	69.0	67.3	12.1
富山県	49.3	27.4	52.2	62.7	67.9	16.4
石川県	62.2	48.7	52.3	73.2	78.1	25.3
福井県	48.3	31.4	55.8	77.9	67.4	21.6
山梨県	45.1	40.8	55.5	73.8	68.1	21.2
長野県	37.1	27.9	39.4	70.7	73.4	13.8
岐阜県	50.2	36.6	54.7	68.0	79.2	25.0
静岡県	56.6	46.3	55.7	71.9	78.0	17.8
愛知県	70.6	35.5	53.9	78.1	78.9	39.0
三重県	55.0	40.9	49.1	71.7	75.1	9.6
滋賀県	50.9	35.9	57.0	64.4	74.7	17.2
京都府	65.5	39.9	48.9	81.7	82.7	31.0
大阪府	79.8	48.7	90.4	81.0	84.9	61.4
兵庫県	56.4	40.5	60.1	72.6	75.6	15.0
奈良県	44.7	32.2	67.2	63.8	68.0	18.7
和歌山県	45.5	37.3	54.8	66.7	72.7	24.3
鳥取県	56.9	40.5	43.7	67.4	81.4	27.7
島根県	56.1	39.0	43.6	73.2	73.0	24.8
岡山県	59.9	28.4	23.2	80.9	68.3	19.3
広島県	67.1	42.9	53.9	79.6	85.0	33.5
山口県	56.8	39.1	49.6	69.0	70.4	32.4
徳島県	51.0	32.9	54.3	68.6	59.3	22.3
香川県	60.6	48.0	65.9	69.8	67.1	26.8
愛媛県	57.8	48.1	72.9	71.9	70.8	8.8
高知県	47.7	31.3	44.8	64.9	71.8	13.3
福岡県	71.5	27.4	46.8	79.8	83.9	29.5
佐賀県	61.4	44.5	65.1	78.2	69.6	11.0
長崎県	58.1	46.1	59.8	75.3	70.7	16.7
熊本県	61.5	44.6	52.1	76.8	80.3	28.7
大分県	56.0	45.7	64.2	71.1	69.2	17.1
宮崎県	54.5	33.0	44.4	65.0	63.3	13.1
鹿児島県	57.5	46.8	50.8	70.8	72.2	23.1
沖縄県	66.3	35.4	74.1	77.9	82.1	29.5

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2018年(平成30年)の数値は速報値。

注2：宿泊施設タイプ別にみたとき、客室稼働率が最も大きかった都道府県を朱書きで示している。

また、客室稼働率が90%を超えている都道府県は黄色、80%を超えている都道府県は青色で示している。

第5節 東日本大震災からの復興の状況

東日本大震災の被災地の1日も早い復興に向けて、国の総力を挙げて取り組んできた結果、発災からこれまでの8年間で、復興は大きく前進した。2019年（平成31年）3月には、復旧工事を終えたJR山田線の宮古～釜石間が三陸鉄道に運営移管の上、運転が再開され、これにより三陸鉄道リアス線の全線が開通した。

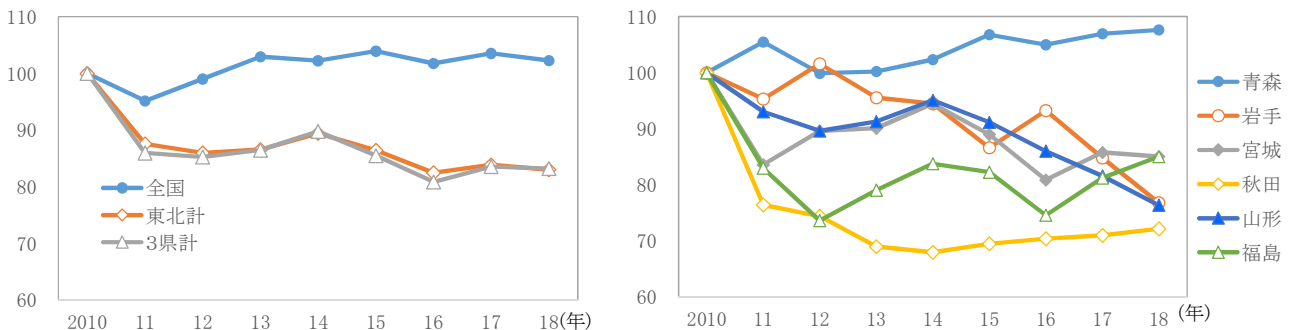
こうした中、全国、東北6県計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県及び福島県）、そのうち被災の激しかった3県計（岩手県、宮城県及び福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の2010年（平成22年）を100として指数化して、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況を把握する。

1 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における日本人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった2011年（平成23年）には95.1まで低下したが、翌年の2012年（平成24年）は99.0にまで回復し、それ以降は震災前の2010年（平成22年）の水準を上回っている。

これに対し、東北計、3県計は、2011年（平成23年）に80台にまで低下し、2018年（平成30年）では、それぞれ83.0、83.2と80台前半で推移している（図表I-38）。

図表 I-38 観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

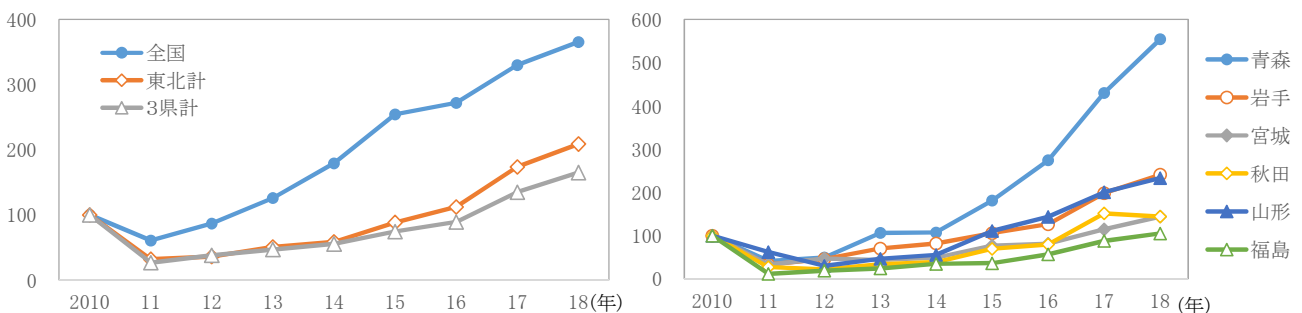
注2：2018年（平成30年）の数値は速報値。

2 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における外国人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった2011年（平成23年）に60.5まで低下したが、翌年から回復の兆しをみせ、2013年（平成25年）に震災前の水準を超え、それ以降も上昇が続き、2018年（平成30年）は365.8となった。

これに対し、東北計、3県計では、2011年（平成23年）にそれぞれ32.0、26.4にまで大きく低下した。その後、東北計では2016年（平成28年）に、3県計では2017年（平成29年）に、震災前の水準を上回った。2018年（平成30年）にはそれぞれ208.8、165.2と更に上昇している。東北計では、外国人延べ宿泊者数は、震災前の2倍を超える水準となっており、東日本大震災からの復興は、一步一步、着実に進んでいる。（図表I-39）。

図表 I-39 観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

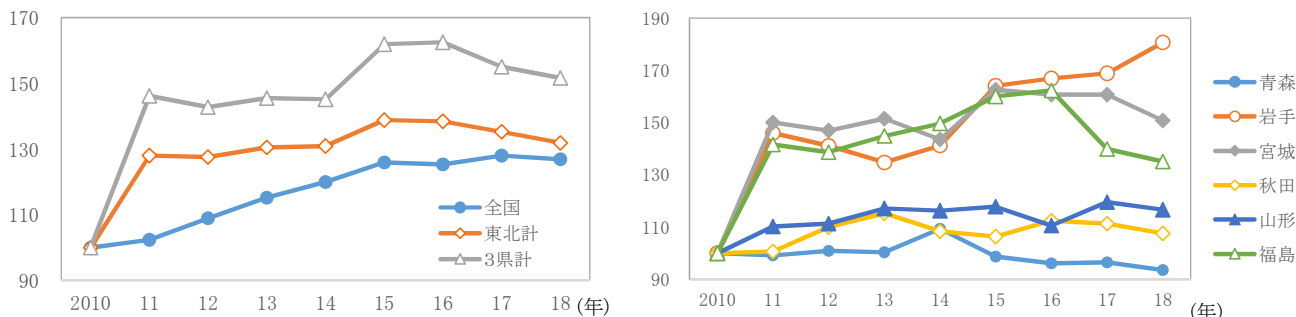
注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設の実績を使用。

注2：2018年（平成30年）の数値は速報値。

3 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数

ビジネス客中心の宿泊施設における延べ宿泊者数について、全国では、震災のあった2011年（平成23年）も前年を上回り、上昇傾向は2015年（平成27年）まで継続、その後横ばいで推移している。東北計、3県計は、2011年（平成23年）に大きく上昇し、その後も高い水準で推移した。これは、被災の激しかった3県における復興関連の需要の影響と考えられる。2015年（平成27年）には、それぞれ138.8、161.9まで上昇、2016年（平成28年）はほぼ同水準であったが、2017年（平成29年）以降は減少傾向にある（図表I-40）。

図表 I-40 ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

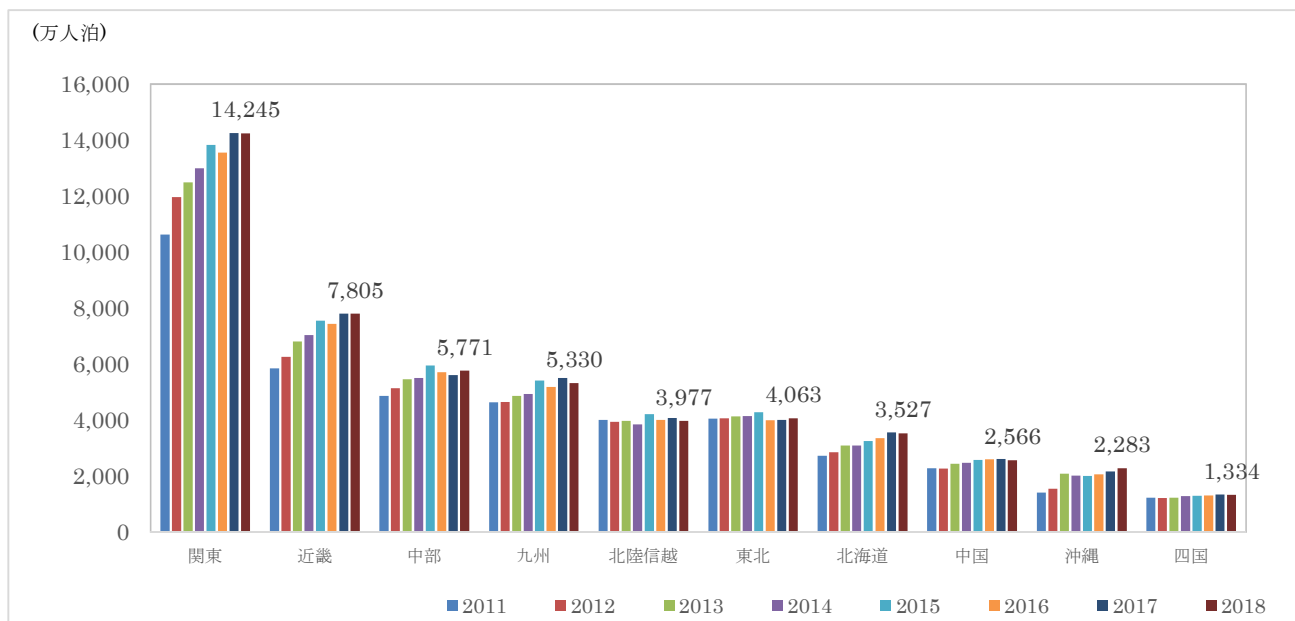
注1：従業員10人以上で観光目的の宿泊者が50%未満の宿泊施設の実績を使用。

注2：2018年（平成30年）の数値は速報値。

第6節 地域における観光の状況

2018年（平成30年）の全国の延べ宿泊者数は、5億902万人泊（前年比0.1%減）となった。地方ブロック別では、関東地方が1億4,245万人泊（全体の28.0%）、近畿地方が7,805万人泊（全体の15.3%）、中部地方が5,771万人泊（全体の11.0%）となり、当該3地方で全国の延べ宿泊者数の5割以上を占めた（図表I-41）。

図表 I-41 地方ブロック別延べ宿泊者数



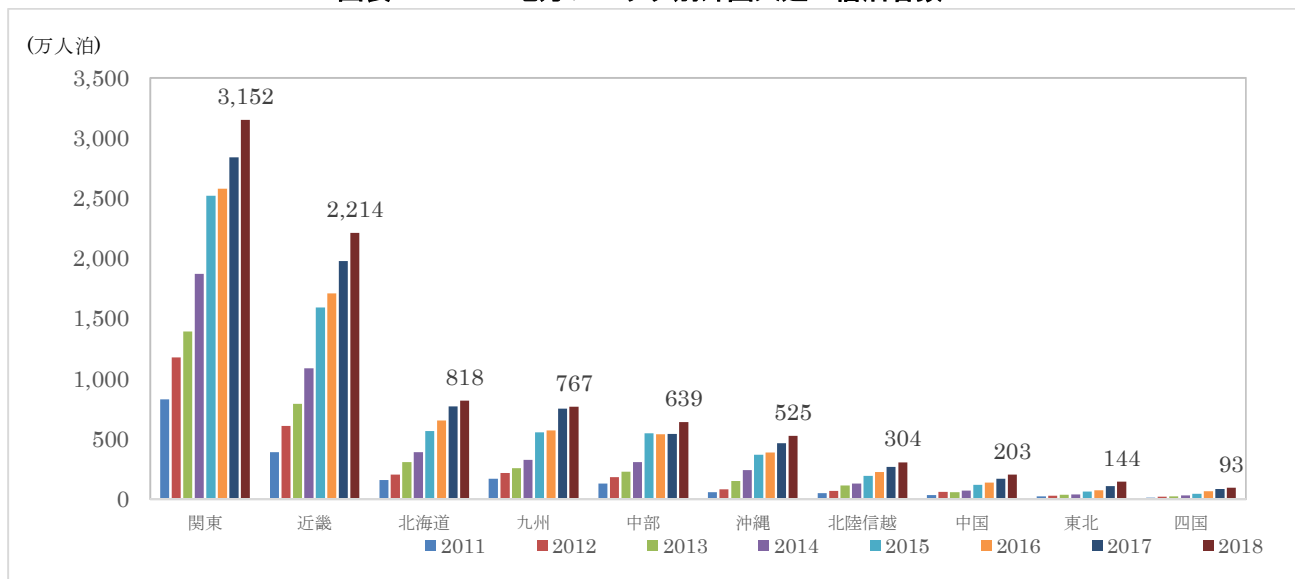
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2018年（平成30年）の数値は速報値。

このうち外国人延べ宿泊者数は、8,859 万人泊（前年比 11.2%増）となった。地方ブロック別では、関東地方が 3,152 万人泊（全体の 35.7%）で最も多く、次いで近畿地方が 2,214 万人泊（全体の 24.8%）であり、当該 2 地方で、全国の外国人延べ宿泊者数の 60.6%を占めた。

また、10 地方のうち 8 地方において、2011 年（平成 23 年）以降増加を続けており、2018 年（平成 30 年）の外国人延べ宿泊者数全体における地方部のシェアが、前年に引き続き 4 割を上回った。東北地方については 144 万人泊となり、2020 年（令和 2 年）に東北の訪日外国人延べ宿泊者数を 150 万人泊とする目標の達成が目前となっている。（図表 I-42）。

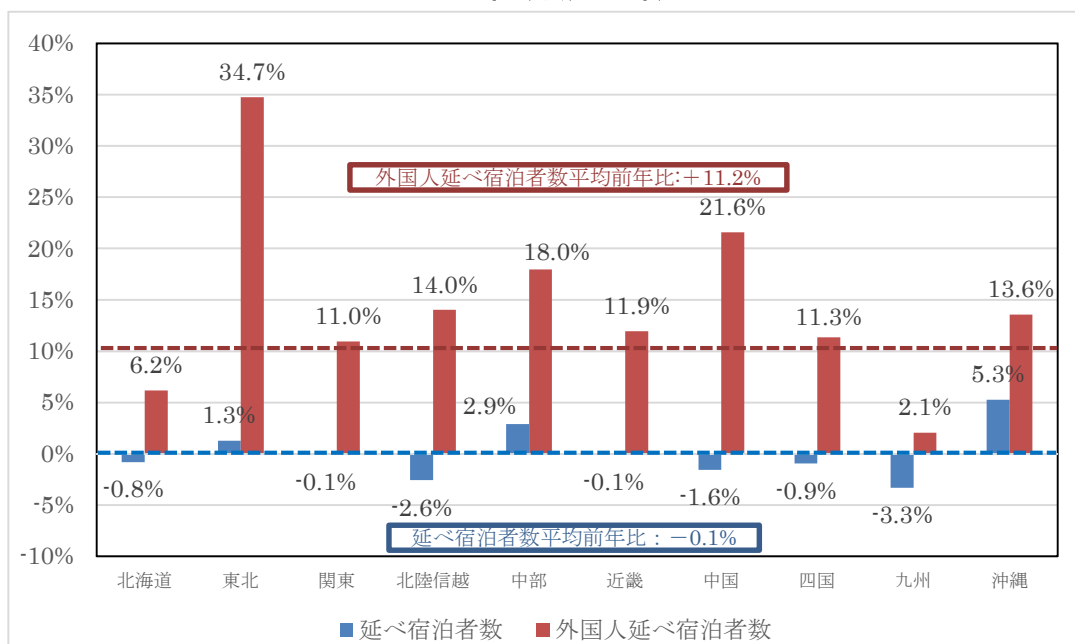
図表 I-42 地方ブロック別外国人延べ宿泊者数



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2018年（平成30年）の数値は速報値。

2018 年（平成 30 年）の延べ宿泊者数について、前年比で見ると、東北、中部及び沖縄地方では増加となった。また、外国人延べ宿泊者数は、すべての地方で伸びており、特に東北及び中国地方の伸び率が高かった（図表 I-43）。

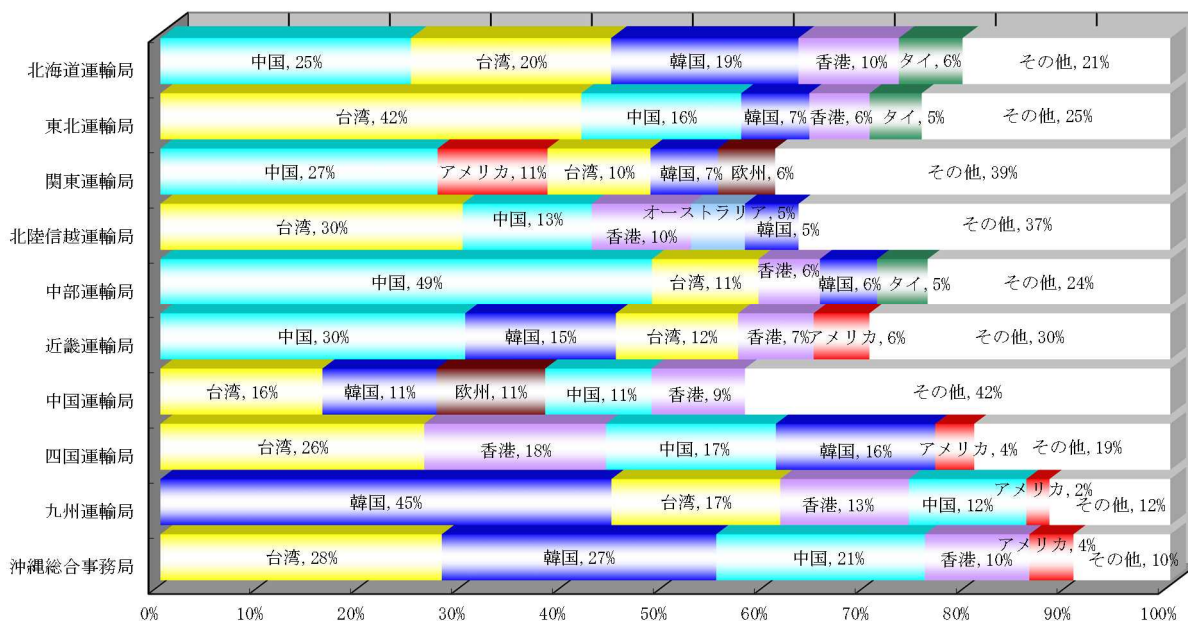
図表 I-43 延べ宿泊者数（全体）及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比 2018 年（平成 30 年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2017年（平成29年）の確定値と2018年（平成30年）の速報値を比較した。

2018年（平成30年）における地方ブロック別外国人延べ宿泊者について、国籍・地域別にみると、中国からの宿泊者が北海道・関東・中部・近畿の4地方で、韓国からの宿泊者が九州で、台湾からの宿泊者が東北・北陸信越・中国・四国・沖縄の5地方で最も高い比率を占めた（図表I-44）。

図表 I-44 地方ブロック別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比
2018年（平成30年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2018年（平成30年）の数値は速報値。

注2：欧州はドイツ・英国・フランス・ロシア・イタリア・スペインの6箇国

地方ごとの動向の分析は以下のとおりである。

1 北海道

2018年（平成30年）9月に発生した台風第21号及び平成30年北海道胆振東部地震の影響もあり延べ宿泊者数全体としては微減となった。

外国人延べ宿泊者数については、地震の影響により9～11月は大きく減少したものの、ふっこう割や日本政府観光局によるプロモーション等の「元気です 北海道/Welcome! HOKKAIDO, Japan.」キャンペーンの効果等により持ち直したことから、国際航空便の新規就航・増便により年間としては増加した。特にインドネシアの伸び率が顕著であった。

2 東北

2020年（令和2年）に東北6県の外国人延べ宿泊者数¹⁰を150万人泊とする目標を掲げ、地方公共団体、観光関係機関等と連携し東北一体のプロモーション等の取組を推進してきたことや、各空港への国際航空路線増加等もあり、東北6県の外国人延べ宿泊者数¹⁰は100万人泊を超え過去最高となった。東北の宿泊者数のうち約4割を占める台湾は前年に引き続き好調であるが、前年比ではシンガポール、マレーシア及びベトナムの伸び率が大きく、一方で韓国は伸び悩んでいる。

3 関東

首都圏空港（羽田・成田）、茨城空港における国際航空便の新規就航や増便の効果によって、関東全体の外国人延べ宿泊者数が増加した。特に、千葉県、山梨県等においてインド、ベトナム等アジアの伸び率が顕著であった。また、2018年（平成30年）に多く発生した自然災害については影響が少なく、外国人延べ宿泊者数が増加傾向であった。

¹⁰ 本節において、「東北6県の外国人延べ宿泊者数」は、従業者数10人以上の宿泊施設の数値。

4 北陸信越

管内空港における国際空港便の増便やLCCの新規就航もあり台湾・中国からの外国人延べ宿泊者数が増えたほか、「グランド・サークル・プロジェクト」（北陸新幹線沿線地方公共団体等と連携したプロモーション）の効果もあり、東・東南アジアに加え、欧米からの外国人延べ宿泊者数も増え、外国人延べ宿泊者数は過去最高となった。

5 中部

中部国際空港における国際航空便の新規就航や増便による効果に加え、地方公共団体、観光関係機関等と連携した昇龍道プロジェクトの取組の推進による効果もあり、外国人延べ宿泊者数が増加した。特にタイ及び中国からの伸びの影響が大きかった。また、延べ宿泊者数全体についても増加した。

6 近畿

2018年（平成30年）は、地震、豪雨、台風等相次ぐ災害にみまわれ、台風第21号発生に伴う関西国際空港の被災による航空便の長期間にわたる欠航の影響により、一時期、外国人延べ宿泊者数が大幅に減少したが、関西国際空港の早期復旧及び東南アジア、中国路線の新規就航や増便等により、外国人延べ宿泊者数は昨年を上回る数字となった。また、日本人延べ宿泊者数は減少したが、延べ宿泊者数全体としては横ばいとなった。

7 中国

「平成30年7月豪雨」、度重なる台風の影響等により、延べ宿泊者数全体及び日本人延べ宿泊者数が減少した。

一方、外国人延べ宿泊者数は災害の影響は少なく、2017年（平成29年）10月から広島空港にシンガポール便が新たに就航したことや欧米豪からの宿泊者数の増加により、初めて200万人泊を突破した。

8 四国

上海～高松間の国際定期航空路線の増便や台湾からのチャーター便の運航等もあり、中国、台湾及び香港からの旅行者が増加し、外国人延べ宿泊者数は増加した。一方、日本人の延べ宿泊者数の減少により、延べ宿泊者数全体については減少した。

9 九州

延べ宿泊者数は、九州全体では減少したが、鹿児島県ではNHK大河ドラマ「西郷どん」放映による効果によって唯一増加となった。

外国人延べ宿泊者数については、九州全体で2.1%と微増であった。北部九州の各県（福岡、佐賀、長崎及び大分）で伸び悩む中、LCCの新規就航や増便等の影響によって、熊本県では香港からの宿泊者が、また南九州3県（熊本、宮崎及び鹿児島）では韓国からの宿泊者が大幅に増加となった。

10 沖縄

麻しんや台風等の自然災害の影響はあったものの、日本人延べ宿泊者数については、おきなわ技能五輪・アビリンピックの開催、成田～石垣路線の新規就航、既存路線の増便があったこと等により、また、外国人延べ宿泊者数については、訪日旅行人気が続いていることに加え、沖縄発着航空路線の新規就航、既存路線の増便があったこと等により、共に前年を上回った。

第7節 地域における観光振興の取組

日本の各地域において、国内外からの観光客誘致や観光地域振興の取組が進められている。以下では、各地方ブロックにおける取組を紹介する。

1 北海道

○スマートフォン決済（アリペイ、ウィーチャットペイ）の導入

北海道を訪れる外国人延べ宿泊者数の約 25%を占める中国人旅行者の多くは、自国内でスマートフォン決済を利用している。

このため、北海道運輸局では、スマートフォン決済を①観光地、②乗合バス、③医療機関で導入する実証実験を実施した。観光地は小樽市内の商業施設等において現金決済時との消費額の比較、乗合バスは道南バス株式会社で運賃支払いの利便性の向上、医療機関は JCHO 登別病院とニセコインターナショナルクリニックで医療費の未払い対策としての有効性について検証した。参画事業者の多くは実証実験終了後もスマートフォン決済を継続していることから、実験結果を広く周知し、全道的に展開する。

○アドベンチャートラベル人材育成に係る取組

アドベンチャートラベル（AT）は、①自然との関わり、②身体的活動、③異文化体験の3要素のうち2つの要素を含む旅行形態と定義づけられており、欧米を中心に急速に発展している。他方で、自然や文化等の魅力を訪日外国人旅行者向けに楽しくわかりやすく伝えることのできるガイドが不足している。

このため、北海道運輸局では、英語が堪能な学生にガイド体験会を実施し、ガイドという職業の魅力を伝え、さらに今後の施策検討のため、AT 先進地であるニュージーランドにおけるガイド産業・ガイド育成方法の調査を行った。今後は調査結果を北海道の AT 施策に生かしていく。

○大規模地震等に備えた訪日外国人旅行者への情報集約・提供方法に関する実証事業

平成 30 年北海道胆振東部地震では、避難所情報、交通情報等の必要な情報を迅速に提供できず、訪日外国人旅行者に不安を感じさせることとなった。

このため、北海道運輸局では、行政、日本政府観光局、交通事業者、宿泊事業者、旅行会社、報道機関、在札幌外国公館等の協力により、実効性のあるガイドラインを策定し、災害時に訪日外国人旅行者が必要とする災害の基本情報、避難所の開設情報、交通機関の運行情報、交通拠点の情報等を正確、迅速に提供する情報伝達の仕組みを構築した。今後も関係者との連携を強め、合同訓練を行うなど継続的な取組を行い、大規模災害の対応に備える。

2 東北

○「東北観光復興対策交付金」を活用した観光復興

東北のインバウンド観光については、東日本大震災に伴う風評の影響等により、伸び悩みが見られていたが、2018 年（平成 30 年）に東北 6 県の外国人延べ宿泊数は 121.4 万人泊となった。今後も 2020 年（令和 2 年）150 万人泊に向けて観光振興に引き続き取組を推進していく。

事業としては、東北の魅力である四季の PR 動画を活用し、米国、中国等対象 12 市場に対し、各市場の特性に合わせた東北の秋や冬の観光コンテンツの動画広告を実施するなど、更なる東北の認知度向上を図ることにより、来訪需要を喚起し、特設サイトへの誘導を行うなど誘客の動機付けにつなげた。

さらに、冬の観光コンテンツ造成を図り、東北ならではの祭り、食等の伝統文化とスノーアクティビティを組み合わせた着地型旅行商品造成等に取り組んだほか、Wi-Fi の整備、多言語表示の整備、キャッシュレス対応といった外国人の受入環境整備を図った。

○東北ファンの獲得に向けた新たな魅力の発信

台湾の学校教育関係者を招請し、震災遺構の視察や農家民泊、学校交流を行ったほか、教育旅行に関する意見交換会を実施するなど、東北における教育旅行の魅力を発信した。

また、ムスリムが多く、訪日旅行者が増加しているインドネシア市場に対して、新たな東北の魅力を発信した。具体的には、インドネシアのメディアを招請し、FIT 旅行者を意識した公共交通機関で移動できる観光スポットや、ムスリム対応の飲食店等、ムスリム旅行者が気軽に楽しめるスポットを取材していただき、FIT 旅行者への情報発信を行った。

これらの事業を通じて、新たな東北の魅力を発信し、東北の認知度向上と誘客促進を図った。

3 関東

○ラグビーワールドカップ2019 日本大会関連観光プロモーション事業

2018年（平成30年）10月27日に日産スタジアムで開催されたキャノンブレディスローカップ2018において、ラグビーワールドカップ2019 日本大会の試合が行われる関東地域の5つの地方公共団体等と連携し、外国人観戦客向けの観光紹介ブースを出展した。

ブースでは、「日本酒=SAKE」をテーマに埼玉県、東京都及び神奈川県の本酒を用意し、日本酒の魅力を国内外に発信するアンバサダー「ミス日本酒（Miss SAKE）」の協力も得て、試飲を通じて観光地としての魅力を紹介した。

○関東観光まちづくりコンサルティング事業

2006年度（平成18年度）から観光による交流人口の拡大を目的に地域と関東運輸局が一体となった観光まちづくりの取組を実施している。2018年度（平成30年度）は神奈川県真鶴町において、2016年度（平成28年度）に同事業を活用し策定したオリジナルの観光資源「真鶴ライフ」を中心とした観光ランドコンセプト「幸せをつくる真鶴時間」とその後の取組状況について現地を訪問してフォローアップを実施した。真鶴町では、ランドコンセプトのロゴマーク作成や町内への周知を図るとともに、観光ランドコンセプトを具体的に実現するためのアクションプランを作成し、観光によるまちづくりに取り組んだ。

4 北陸信越

○アドベンチャートラベルによるインバウンド需要の拡大

北陸信越運輸局では、長野県及び新潟県において通年型の観光地を目指すべく、長野・新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会等と連携して、トレッキング、サイクリングを中心としたアドベンチャートラベル（AT）のグリーン期への拡大を進めている。一般社団法人長野県観光機構では、長野県を世界有数の山岳リゾートとすべく、2018年（平成30年）6月にATTA（Adventure Travel Trade Association）のスタッフを招請し、中山道やAT関係者間のネットワーキングを目的とした「Adventure Connect」を開催した。また、北陸信越運輸局では、長野県と連携し、2018年度（平成30年度）に外国人登山者ガイド養成事業（実証事業）を実施した。

AT市場の旅行消費単価は一般的な旅行市場に比べ高く、今後の市場拡大も大いに期待される分野であり、今後は、ATのインバウンド需要の拡大を目的とした各種プロモーション（グリーン期専用サイトの構築、旅行会社招請、旅行博出展等）やコンテンツ造成（ATコンテンツ候補の収集・整理、海外AT専門家によるセミナー・ワークショップ開催、モニターツアー等）を実施するなど、北陸信越運輸局管内のAT関連の取組を推進していくこととしている。

○災害時の外国人観光客対応セミナーの開催

新潟市では2019年（平成31年）3月4日、宿泊施設を対象に「災害時の外国人観光客対応セミナー」を実施した。今回のセミナーでは、2017年度（平成29年度）の北陸信越運輸局実証事業で作成した「外国人旅行者のための避難誘導マニュアル」を活用するとともに、平成28年（2016年）熊本地震を経験した宿泊施設の方を講師に招き、講演を行った。

今後は、地域住民や観光施設等にも避難誘導マニュアルの周知を図るとともに、災害時における日本人・外国人観光客への対応体制の整備について、民間事業者を加えた検討チームを立ち上げ、地域防災計画の改定に組み込む予定である。

5 中部

○「中部の観光は元気です！」発信プロジェクト

飛騨地域（高山市・下呂市・飛騨市・白川村）及び郡上市では、平成30年7月豪雨後も、観光地や観光施設は被害を受けておらず、高速バス等の利用による交通アクセスも確保できており、通常どおり観光を楽しめる状況にあったものの、JR高山線及び長良川鉄道の一部が運休となっていたこと等を背景として、風評による観光客の減少が見受けられたことから、これら地域への観光客の回復を加速するため、「中部の観光は元気です！」を発信するプロジェクトを開始、3箇国語（英語、中国語（繁体字）及び日本語）のチラシを作成し、訪日外国人旅行者・日本人旅行者への正確な情報発信を行い、風評被害の払拭を図った。

○多言語コミュニケーションをテーマに受入環境整備分科会の開催

訪日外国人旅行者が旅行中に最も困ったこととしてあげられる「施設等のスタッフとのコミュニケーション

ンがとれない」との課題に対応するため、多言語コミュニケーションをテーマとした受入環境整備分科会を開催し約100名の参加があった。多言語コミュニケーション関連事業者等から、訪日外国人旅行者の増加を見据えた最新の翻訳機器、翻訳・通訳システム等が紹介された。翻訳機を導入する管内の交通事業者も増えてきており、今後とも関係者に導入を働きかけていく。

○アクセス改善のための実証事業を実施

飛騨地域を訪れる外国人旅行者は一部の訪問先に集中していることから、周遊性を向上させ、訪問先の分散・多様化を図るとともに、地域内での滞在時間を延ばし消費の拡大に繋げるための実証事業を実施した。事業では、地方公共団体、観光事業者、タクシー事業者、通訳案内士等、多様な関係者が参画した検討会を開催し、二次交通や多言語対応等の課題を把握するとともに、タクシーに通訳案内士が同乗し、見どころを案内する付加価値の高い着地型観光の商品化を目指し、外国人によるモデルコースのモニター調査を実施した。今後は飛騨地域の地方公共団体が主導し、タクシー事業者と通訳案内士が連携して旅行商品造成等についての情報交換を行うことができる体制の整備を行っていく。

6 近畿

○「関西ツーリズムグランドデザイン2021」を策定

2018年(平成30年)10月、「広域連携DMO」である一般財団法人関西観光本部が「関西ツーリズムグランドデザイン2021 -The Exciting Journey, KANSAI-」を策定した。近畿運輸局の提案も踏まえた関西の「目指す姿」を定め、その実現に向け各取組主体と一般財団法人関西観光本部の適切な役割分担の下、2021年(令和3年)までの期間で関西全体が取り組む5つの「重点テーマ」を決定した。

「重点テーマ」

- (1) 基礎的データのリサーチ（関西全体に係るマーケティング基礎データの整備等）
- (2) 「二極集中」から広域周遊の拡大（京都市・大阪市からの“プラスワン・トリップ”の推進等）
- (3) “する/みるスポーツ”の観光コンテンツ化（ニーズ・シーズのマッチング等）
- (4) すべての人に優しい旅行環境の整備（キャッシュレス支払環境の整備支援等）
- (5) 従来型にとらわれない、新たな情報発信（関西観光の新たなポータルサイトの構築等）

関西の「目指す姿」の実現に向け、近畿運輸局も各主体と積極的に連携協働、関与、支援を行う。

○「快適に観光できる度合」を見える化

世界では観光客の急増による影響が課題となる、いわゆるオーバーツーリズム¹¹問題が生じている地域もあり、インバウンドの伸びが好調な日本においても、今後同様の事態が生じることが懸念される。

このため、京都市及び公益社団法人京都市観光協会、地域の皆様の協力の下、紅葉時期の京都市嵐山エリアにおいて、分散化に係る実証事業を実施した。

日本で初めて Wi-Fi アクセスデータを活用して観光需要を予測し、「観光快適度」の見える化を図ることを通じて、快適に観光できる時間帯への訪問や周辺エリアへの回遊を促すことを検証した。今まで比較的観光客の少なかった観光地から「ウェブサイトを見て空いていることを知って訪れてくれた方がいた」との声が聞かれ、周辺エリアへの回遊に一定の効果があったものと思われる。今後は京都市他地域を含む同様の課題がある地域への展開を検討する。

7 中国

○米子の街に灯りをともすプロジェクト

一般社団法人山陰インバウンド機構では、地域課題の解決を支援する取組として、鳥取県米子市において「米子の街に灯りをともすプロジェクト」を地元地方公共団体、観光協会、商工会議所等と協力して実施している。

米子空港の国際線拡大に伴い増加している米子駅周辺に宿泊する訪日外国人旅行者に対し、周遊アプリを通じて多言語による地元グルメや特典サービス等の情報を提供し、夜の街を楽しんでいただきながら地域の消費拡大を促そうとする取組である。アプリにより得られる動態データに基づき、効果的なプロモーションや誘客施策、インバウンド受入課題の解決等につなげていくことが計画されている。

¹¹ UNWTO（国連世界観光機関）は、2018年（平成30年）9月に発行した「Overtourism! ? - Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions」において、オーバーツーリズムについて、以下の2つの定義を紹介している。

- 観光地やその観光地に暮らす住民の生活の質、及び/或いは訪れる観光客の体験の質に対して、観光が過度に与えるネガティブな影響。
- 訪問者が多すぎて、その地域での生活または経験の質が受け入れられないほど悪化したと、地元の住民や訪問者が感じている場所。

○平成 30 年 7 月豪雨の風評払拭、観光客の回復に向けた情報発信活動

平成 30 年 7 月豪雨で中国地方各地では多くの土砂災害が発生した。観光地の直接被害は少なく、普段どおり営業しているにもかかわらず、風評等により観光客が大幅に減少した。

中国運輸局では、同年 9 月に特に観光への影響が大きかった広島県呉市において、関係地方公共団体、瀬戸内をベースに活動しているアイドルグループ STU48 と協力して「呉地域に来てクレ！観光 PR プロジェクト」を実施し、観光情報を広く発信した。

さらに、同年 11 月に国内在住の日本人、外国人インフルエンサーに中国地方を巡ってもらい、SNS、ウェブサイト等にて情報発信すると共に、岡山県倉敷市で風評被害払拭のためシンポジウムを開催した。

8 四国

○四国八十八景プロジェクト

2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、四国を訪れる観光客の増加を図るため、2015 年（平成 27 年）から四国運輸局と四国地方整備局が中心となって、四国らしい風景や街並み等を四国八十八景として選定し、その魅力を広くプロモートしていく「四国八十八景プロジェクト」に取り組んでいる。

四国八十八景としてふさわしい景勝地の募集を 2015 年（平成 27 年）から 2017 年（平成 29 年）までに 2 回行い、地方公共団体等から 358 箇所応募があり、2018 年（平成 30 年）6 月に観光列車を含む八十八箇所を絶景の聖地として四国八十八景に選定した。

選定箇所の管理者には四国八十八景のシンボルマークがデザインされた PR 用幟旗とピンバッジを配布し認知度向上に取り組んだ。また 2018 年（平成 30 年）11 月 18 日～20 日の日程で、四国八十八景を体験するモニターツアーを実施し、参加者の SNS や企業の媒体を活用した情報発信を行い、更なる魅力向上を推し進めた。

○訪日外国人旅行者の周遊動態・趣向分析調査事業

四国では、増加する訪日外国人旅行者を如何に四国に引き込むのか、そのためには何が必要かという点について、経験・現場感覚に基づく事業から、定量的なデータを基にした事業実施及び計画策定への脱却を図るため、大きく 2 つの調査事業を行った。

1 つは、既存ターゲットである東アジアからの旅行者の更なる確保のため、GPS データを活用した周遊動態分析調査を実施し、昼・夜の滞在等について確認した。

もう 1 つは、新規ターゲットの獲得のため、米国、フランス、オーストラリア、タイ及びシンガポールに関する趣向分析調査を実施し、四国内の観光コンテンツと各国からの旅行者との親和性等について確認した。

また、四国 4 県のそれぞれで報告会を開催し、各地域における課題等について、有識者からの指摘及び外国人ならではの意見を交えて検討することで、各事業者等が行うべき方向性の整理、課題の明確化を図った。

9 九州

○ラグビーW杯を契機とした欧米豪からの誘客促進に向けた九州運輸局の取組

■国際観光シンポジウムの開催

ラグビーワールドカップ 2019 日本大会、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催により多くの訪日外国人旅行者が九州を訪問することが見込まれるこの機会を捉え、欧米豪から見た九州の認知度を高め、長期滞在が可能となる受入環境を整備するために「何が必要なのか」「九州の観光をこれからどのような転換を図っていくのか」をテーマとする国際観光シンポジウム「九州インバウンド・未来へのトライ！」を開催（2018 年（平成 30 年）9 月 7 日福岡市）し、リレー形式による全国各地域の先進事例報告やラグビーワールドカップ 2019 日本大会アンバサダーによる講演、九州観光のキーパーソンによるパネルディスカッションを通じ、今後の九州観光に対する理解を深め、更なる連携強化と機運醸成を図った。

約 550 名の観光関係及び一般参加者アンケートからは、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会が欧米豪に「九州を知ってもらおう良い機会」となり、九州インバウンドの更なる発展につながることを期待する声が多かった一方で、「一過性のイベントとしないこと」「これからの取組が大事」といった意見も多く寄せられた。

■欧米豪をターゲットとした九州関心度等の基礎調査

九州の外国人入国者数は近年大幅に増加しているが、その約 97%が中国、韓国等アジアの地域からであり、欧米豪を始めとするアジア以外からの観光客は、ほとんど来ていないのが現状である。

このため、九州運輸局では、九州に対する認知度・関心度の把握と今後の受入対策を講じる上での基礎資料として活用することを目的に「旅行口コミサイトの投稿」「九州訪問前後の行動経路」「九州の観光コンテンツに対する関心度」等、欧米豪インバウンドの生の声について調査を実施した。

この調査概要について、国際観光シンポジウム第2弾として行った九州運輸コロキウム（2018年（平成30年）11月30日福岡市）において、地方公共団体、観光関係者等約200人に対して発表し、戦略策定のための資料の提供と誘客促進に向けた取組を行った。

10 沖縄

○泡盛の酒蔵における訪日外国人旅行者受入体制整備モデルケース形成事業

伝統的な日本産酒類である泡盛を活用した酒蔵ツーリズムの推進及びそれを通じた訪日外国人旅行者の旅行消費額の増加、ひいては泡盛の販売量増加に資するため、泡盛の酒蔵において訪日外国人旅行者への対応ができるよう、訪日外国人旅行者受入体制のモデルケース構築についての取組を行った。

具体的には、訪日外国人旅行者への対応で最も課題となっている多言語対応について対応マニュアルや指差し確認ツールを作成するとともに、通訳案内士を対象とした泡盛の専門知識や用語を習得するための講習会、酒蔵関係者を対象とした外国人接客スキルを習得するための講習会を開催した。また、当該対応マニュアル・ツール作成や講習会開催を踏まえ、訪日外国人旅行者向け酒蔵モニターツアーを実施して効果検証を行い、泡盛の酒蔵ツーリズムの課題の整理・対応策の検討を行った。

第Ⅱ部 すそ野が広がる観光の経済効果

我が国を訪れる訪日外国人旅行者の数は、第Ⅰ部で示した通り、近年急速に増加している。その結果、日本国内において、訪日外国人旅行者による消費行動が活発化するようになり、こうした消費行動は、日本全体のマクロの消費動向にも相当のインパクトをもたらすようになってきている。

我が国は、観光立国の推進を経済成長の大きな鍵と捉え、観光を地方創生の切り札としており、その中で、訪日外国人旅行者による消費行動が、我が国経済に具体的にどのような影響をもたらしているか、また、それが地域の活性化にどのようにつながっているかについて、状況を把握することは、大変重要である。

観光白書においては、昨年（2018年（平成30年））、観光が消費、輸出、投資等にもたらす影響について分析を行ったが、本年は、観光が地域経済に与える影響に焦点を当てながら、体験型観光等の「コト消費」の動向や、観光産業における雇用・賃金・生産性の推移、観光関連投資の動向、訪日旅行を契機とする日本製品の購入や日本食レストランの利用の状況、観光関連投資の動向、訪日外国人旅行者の増加が国内の観光地や日本人の国内旅行に与える影響、自然災害が旅行に与える影響等についても検証する。

第1章 訪日外国人旅行者の増加が我が国経済にもたらす影響

第1節 インバウンド消費の拡大に伴い重要性の高まる観光産業

（6年間で訪日外国人旅行者数は3.7倍、旅行消費額は4.2倍に拡大）

第Ⅰ部でも紹介した通り、近年の世界経済の持続的な回復や、アジア諸国の経済発展による所得向上等により、特に我が国の近隣諸国・地域において、アウトバウンドの旅行者数が大きく増加している。こうした中、政府においては、観光を我が国の成長戦略の柱、地方創生の切り札と位置付け、ビザの戦略的な緩和、外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充等、様々な取組を矢継ぎ早に実行してきた。その結果、訪日外国人旅行者数は、2013年（平成25年）以降、6年連続で過去最高を更新し続け、2018年（平成30年）には3,119万人と、2012年（平成24年）の836万人の3.7倍にまで拡大した。

また、訪日外国人旅行者数の増加に伴い、訪日外国人旅行者による旅行消費額も拡大を続け、2018年（平成30年）には4兆5,189億円と、2012年（平成24年）の1兆846億円の4.2倍に拡大した。

訪日外国人旅行消費額を主な費目別にみると、2012年から2018年にかけて、宿泊費は3,713億円から1兆3,212億円と3.6倍に、飲食費は2,229億円から9,783億円と4.4倍に、交通費は1,179億円から4,674億円と4.0倍に、娯楽サービス費は293億円から1,738億円と5.9倍に、買物代は3,406億円から1兆5,763億円と4.6倍に、それぞれ拡大している。

図表Ⅱ-1 訪日外国人旅行者数及び旅行消費額の推移

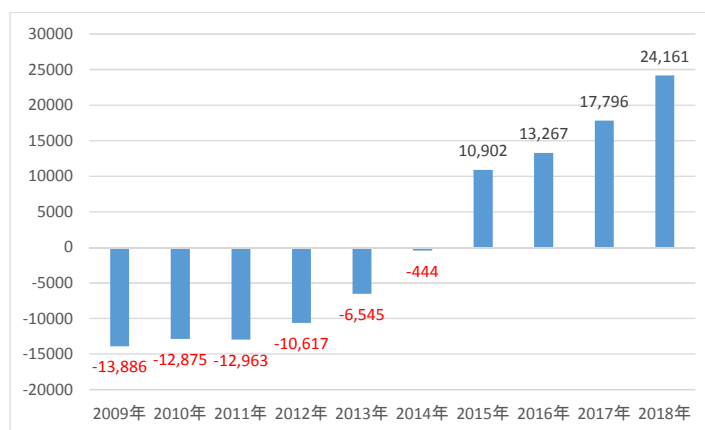
	2012年 (平成24年)	2018年 (平成30年)	増加幅	倍
訪日外国人旅行者数	(万人) 836	(万人) 3,119	(万人) 2,283	3.7
訪日外国人旅行消費額	(億円) 10,846	(億円) 45,189	(億円) 34,343	4.2
宿泊費	3,713	13,212	9,499	3.6
飲食費	2,229	9,783	7,554	4.4
交通費	1,179	4,674	3,495	4.0
娯楽サービス費	293	1,738	1,445	5.9
買物代	3,406	15,763	12,357	4.6

資料：日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

（サービス貿易で最大の赤字項目であった「旅行」が知財使用料に次ぐ黒字項目に変化）

このような訪日外国人旅行消費額の増加は、我が国の国際収支の状況にも変化をもたらしている。訪日外国人旅行者による日本国内での消費は、国際収支における「貿易・サービス収支」の一部である「旅行収支」の「収入」に当たり、日本人旅行者による海外での消費は「旅行収支」の「支出」に当たるが、我が国の旅行収支は、これまで長年の間、支出が収入を上回る赤字項目であった。ところが、近年の訪日外国人旅行消費額の増加に伴い、旅行収支は2015年（平成27年）には黒字に転じた。その後も黒字額は拡大を続け、2018年（平成30年）には約2.4兆円の黒字となっている。

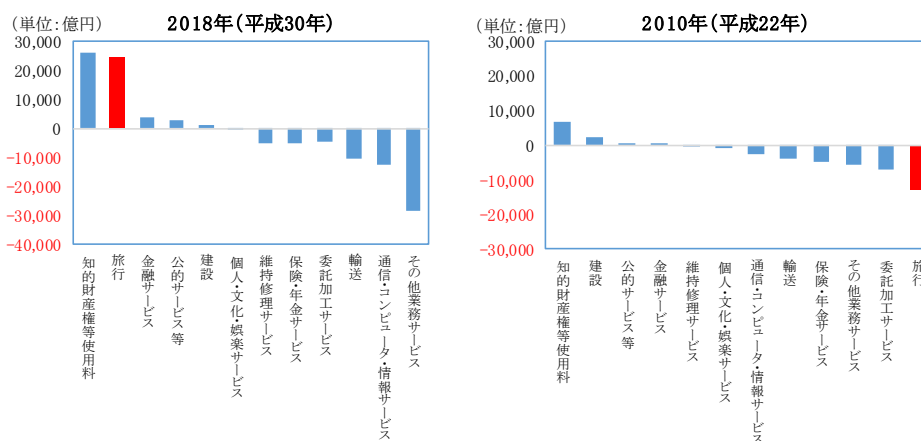
図表 II - 2 旅行収支の推移



資料：財務省、日本銀行「国際収支統計」に基づき観光庁作成

旅行収支を含めたサービス収支の詳細をみると、2010年（平成22年）にはサービス収支のうち最大の赤字項目であった旅行収支が、2018年（平成30年）には、知的財産権等使用料に次ぐ黒字項目となっている。

図表 II - 3 サービス収支の推移

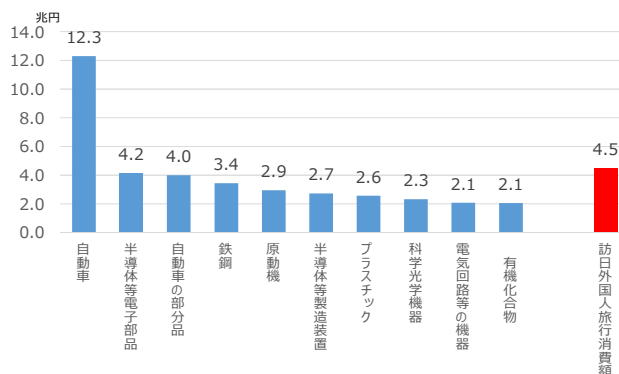


資料：財務省、日本銀行「国際収支統計」に基づき観光庁作成

(訪日外国人旅行消費額は半導体等電子部品の輸出額を上回る規模となっている)

また、貿易統計のデータを利用して、我が国における「モノ」の輸出額と、訪日外国人旅行消費額の規模感とを比較してみると、2018年（平成30年）の訪日外国人旅行消費額の4兆5,189億円は、2018年（平成30年）の最大の輸出品目¹²である自動車の輸出額（12兆3,072億円）には及ばないものの、2番目の輸出品目である半導体等電子部品の輸出額（4兆1,502億円）を上回る規模となっており、観光は既に我が国の主要輸出産業の一つとなっているといえる。

図表 II - 4 訪日外国人旅行消費額と製品別輸出額との比較（2018年（平成30年））



資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

¹² 品目区分は財務省の報道発表による。

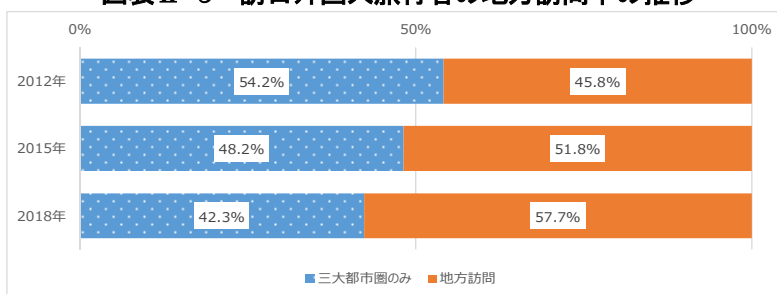
第2節 地方を訪問する訪日外国人旅行者の増加とコト消費の動向

(地方部を訪問する訪日外国人旅行者の割合が半数を超える)

我が国を訪れる訪日外国人旅行者は、その人数が増加しているのみならず、日本の国内における訪問先も年々多様化し、面的な広がりを見せている。こうした動きに伴い、訪問先を三大都市圏とそれ以外の地方部に分けた場合、地方部を訪れる訪日外国人旅行者の割合が年々高まっている。

観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、2012年（平成24年）に我が国を訪れた訪日外国人旅行者のうち、54.2%は三大都市圏のみを訪問先としていたが、その割合は2015年（平成27年）には48.2%となり、地方部を訪れる訪日外国人旅行者の割合が、三大都市圏のみを訪れる割合を上回った。2018年（平成30年）には、地方部を訪れる訪日外国人旅行者の割合は更に高まり、57.7%に達している。

図表Ⅱ-5 訪日外国人旅行者の地方訪問率の推移

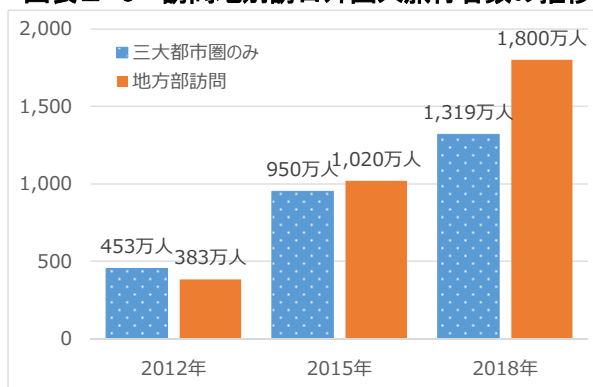


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成

注1：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。

訪日外国人旅行者の訪問先について、人数で比較すると、2012年（平成24年）には、都市部のみを訪問する訪日外国人旅行者の人数が453万人であったのに対し、地方部を訪問する人数は383万人と、都市部のみを訪問する人数を下回っていたが、その後、地方部を訪問する訪日外国人旅行者の人数が急速に増加し、2015年（平成27年）には1,020万人と、2012年（平成24年）の2.7倍となり、都市部のみを訪問する人数である950万人を上回った。2018年（平成30年）には地方部を訪問する人数は1,800万人にまで増加し、三大都市圏のみを訪問する人数である1,319万人の1.4倍となった。

図表Ⅱ-6 訪問地別訪日外国人旅行者数の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成

注1：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。

(訪日外国人旅行者の関心が多様化し、特に「地方型コト消費」への関心が高まっている)

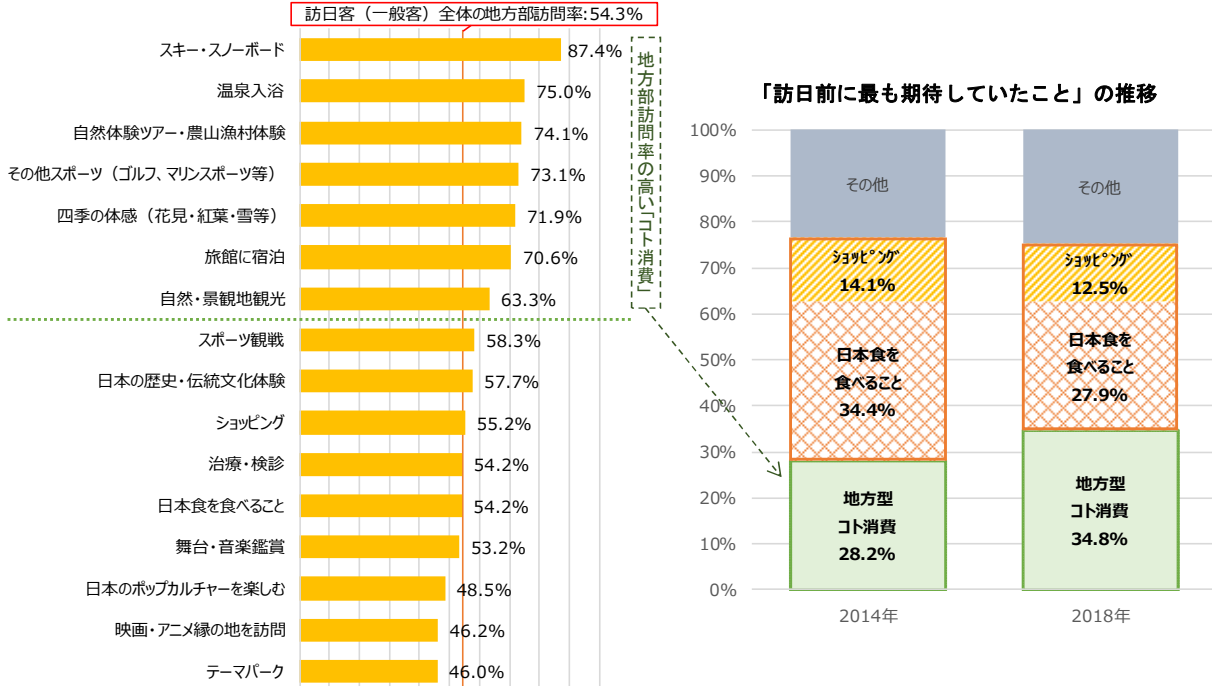
このように、地方を訪れる訪日外国人旅行者が増加していることについては、その背景の一つとして、訪日外国人旅行者の関心が多様化し、様々な「コト消費」への関心が高まっていることが考えられる。

訪日外国人旅行者が「訪日前に最も期待していたこと」は、2014年（平成26年）には「日本食を食べること」と「ショッピング」を合わせた割合が48.5%と約半数を占めていたが、2018年（平成30年）には40.4%に減少しており、その分、訪日外国人旅行者の関心の対象が多様化していることがうかがえる。

「コト消費」を行う訪日外国人旅行者は、一般的に地方部への訪問率が高く、例えば「スキー・スノーボード」では87.4%、「温泉入浴」では75.0%と、全体平均の54.3%を大きく上回っている。そこで、地方部訪問率が60%を超えるコト消費を「地方型コト消費」とし、「訪日前に最も期待していたこと」が「地方型コト消費」であった訪日外国人旅行者の割合をみると、2014年（平成26年）から2018年（平成30年）にかけて、28.2%から34.8%へと増加しており、地方訪問につながりやすい「コト消費」への関心が特に高まっていることがわかる。

図表Ⅱ-7 訪日外国人旅行者による「コト消費」と地方訪問との関係

訪日外国人旅行者（一般客）の主な「今回したこと」別地方訪問率（2018年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

注1：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。

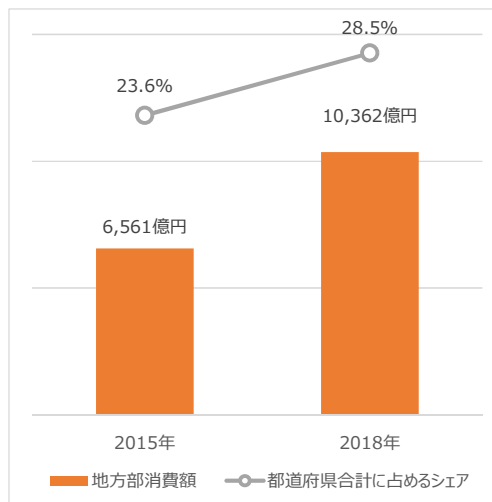
注2：それぞれの選択肢について、「今回したこと」として選んだ訪日外国人旅行者のうち、地方部を訪問した人の割合。

注3：「今回したこと」として選択した訪日外国人旅行者の地方部訪問率が60%以上となる項目を「地方型コト消費」として分類した。

(地方部での訪日外国人旅行消費額は3年間で1.6倍に拡大)

地方部を訪れる訪日外国人旅行者の増加とともに、地方部における訪日外国人旅行消費額も増加しており、2015年（平成27年）から2018年（平成30年）にかけて、6,561億円から1兆362億円へと、3年間で1.6倍に拡大している。また、地方部での訪日外国人旅行消費額の都道府県合計に占めるシェアは、同期間で23.6%から28.5%へと約5ポイント上昇した。

図表Ⅱ-8 地方部における訪日外国人旅行消費額及びシェア



資料：日本政府観光局「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

注1：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。

(コト消費が地方部の都道府県への訪問率を大幅に引き上げている)

次に、「コト消費」が、具体的にどの都道府県への訪問率を高めるかを確認するため、各都道府県について、それぞれの「コト消費」の体験の有無別に算出した訪問率に基づき、体験した場合の訪問率が体験の有無に関わらない全体平均の何倍になるかを算出した。倍率が高いほど、その都道府県において、当該「コト消費」による訪日外国人旅行者の誘引力が高いことが示される。

その結果、「スキー・スノーボード」では、新潟県が最も高い11.91倍で、次いで長野県の7.72倍、山形県の4.89倍、北海道の4.38倍、岩手県の3.92倍の順となり、スノーリゾートが多く分布する地域が上位に挙げられた。「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」では、岩手県が最も高い4.23倍で、次いで青森県の3.68倍、秋田県の3.64倍、栃木県の2.59倍、山形県の2.59倍の順となり、上位の多くを東北地方の県が占めた。「自然体験ツアー・農山漁村体験」では、愛媛県が最も高い3.36倍で、次いで富山県の3.17倍、岐阜県の3.09倍、「温泉入浴」では、鹿児島県が最も高い2.46倍で、次いで大分県の2.39倍、岩手県の2.34倍、「旅館に宿泊」では、島根県が最も高い2.53倍で、次いで鳥取県の2.42倍、岐阜県の2.42倍、「その他スポーツ（ゴルフ・マリンスポーツ等）」では、鹿児島県が最も高い5.30倍で、次いで沖縄県、愛媛県の順となった。

図表 II-9 コト消費の誘引力の高い地域

スキー・スノーボード					四季の体感（花見・紅葉・雪等）					自然体験ツアー・農山漁村体験				
順位	県名	倍率 (A/B)	訪問率 (%)		順位	県名	倍率 (A/B)	訪問率 (%)		順位	県名	倍率 (A/B)	訪問率 (%)	
			した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)
1位	新潟県	11.91	6.90	0.58	1位	岩手県	4.23	1.09	0.26	1位	愛媛県	3.36	1.12	0.33
2位	長野県	7.72	22.43	2.91	2位	青森県	3.68	1.98	0.54	2位	富山県	3.17	3.09	0.98
3位	山形県	4.89	1.50	0.31	3位	秋田県	3.64	0.92	0.25	3位	岐阜県	3.09	8.34	2.70
4位	北海道	4.38	36.34	8.29	4位	栃木県	2.59	3.79	1.46	4位	石川県	3.07	5.78	1.88
5位	岩手県	3.92	1.01	0.26	5位	山形県	2.59	0.80	0.31	5位	広島県	2.79	8.62	3.08

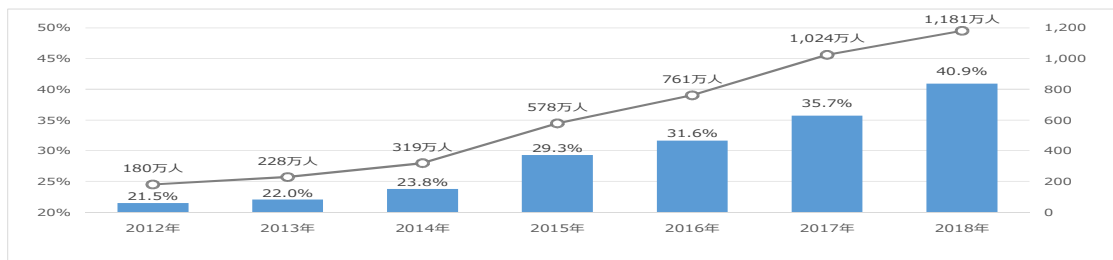
温泉入浴					旅館に宿泊					その他スポーツ（ゴルフ・マリンスポーツ等）				
順位	県名	倍率 (A/B)	訪問率 (%)		順位	県名	倍率 (A/B)	訪問率 (%)		順位	県名	倍率 (A/B)	訪問率 (%)	
			した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)
1位	鹿児島県	2.46	2.43	0.99	1位	島根県	2.53	0.31	0.12	1位	鹿児島県	5.30	5.25	0.99
2位	大分県	2.39	10.55	4.41	2位	鳥取県	2.42	0.62	0.26	2位	沖縄県	4.70	32.61	6.93
3位	岩手県	2.34	0.60	0.26	3位	岐阜県	2.42	6.53	2.70	3位	愛媛県	3.25	1.08	0.33
4位	富山県	2.30	2.24	0.98	4位	富山県	2.34	2.29	0.98	4位	秋田県	2.66	0.67	0.25
5位	宮崎県	2.23	1.02	0.45	5位	石川県	2.33	4.40	1.88	5位	高知県	2.65	0.50	0.19

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018年（平成30年）全国調査）に基づき観光庁作成
 注1：体験した場合の訪問率の全体の訪問率に対する倍率が大きい上位5位の都道府県。

(訪日外国人旅行者による「コト消費」は年々拡大)

「コト消費」が訪日外国人旅行者の消費額をどの程度高めるかについて、確認を行った。まず、訪日外国人消費動向調査の結果から、「コト消費」の要素が最も強い「娯楽サービス費」の購入率をみると、2012年（平成24年）には21.5%であったが、その後年々拡大し、2018年（平成30年）には40.9%と、6年間で1.9倍になっており、「コト消費」を楽しむ訪日外国人旅行者の増加傾向が読み取れる。

図表 II-10 娯楽サービス費購入率の推移

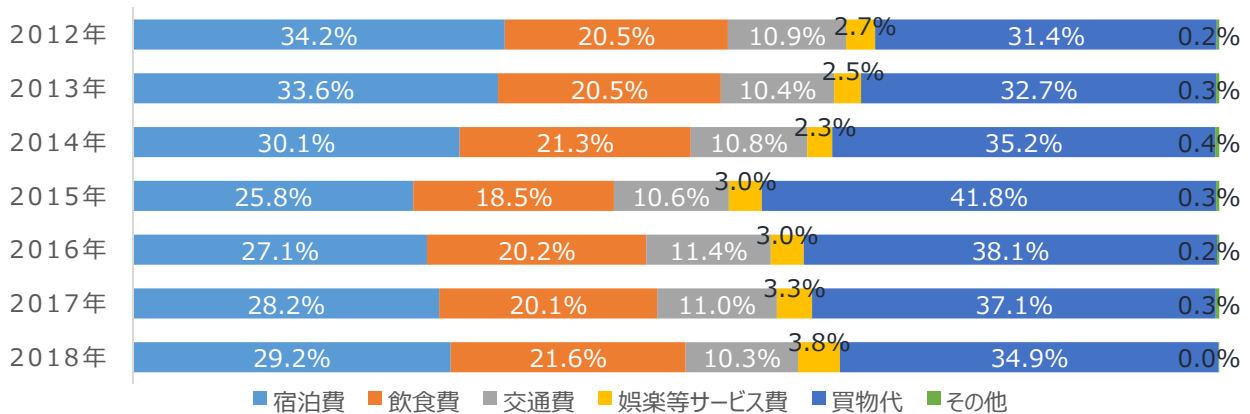


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成

注1：2018年（平成30年）より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽サービス費」としたため、数値の比較には留意が必要である。

また、訪日外国人旅行消費額の費目別構成比の推移をみると、娯楽サービス費の割合は、2015年（平成27年）以降4年連続で拡大し、2018年（平成30年）には3.8%となっている。

図表Ⅱ-11 訪日外国人旅行消費額費目別構成比の推移



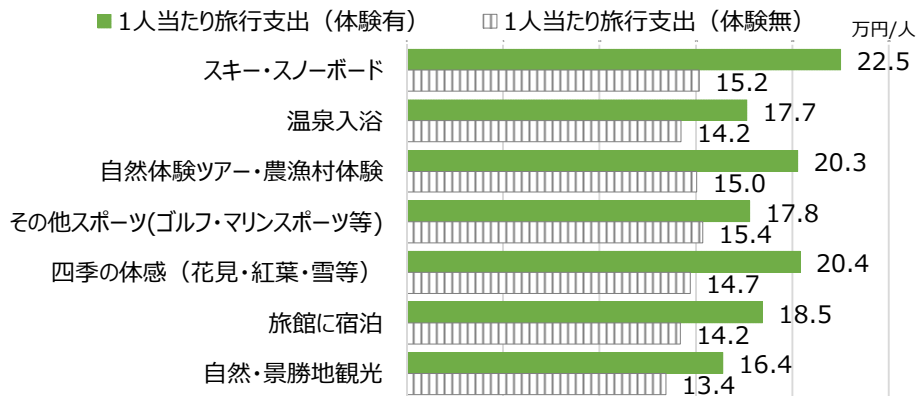
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：2018年（平成30年）より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽等サービス費」としたため、数値の比較には留意が必要である。

（「コト消費」は訪日外国人旅行者の1人当たり消費単価を増加させている）

次に、それぞれの「コト消費」の体験の有無別に、訪日外国人旅行者1人当たりの消費単価を算出した。その結果、いずれの「コト消費」についても、体験した場合の消費単価がしなかった場合を上回った。「スキー・スノーボード」は、体験の有無による消費単価の差が特に大きく、体験した場合の消費単価は22万5,056円と、しなかった場合の15万1,699円より7万3,356円高かった。また、「自然体験ツアー・農漁村体験」を体験した場合の消費単価は20万2,789円と、しなかった場合の15万397円より5万2,392円高かった。さらに、「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」を体験した場合の消費単価は20万4,021円と、しなかった場合の14万7,122円より5万6,899円高かった。

図表Ⅱ-12 主な「コト消費」の体験有無別1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018年（平成30年））に基づき観光庁作成

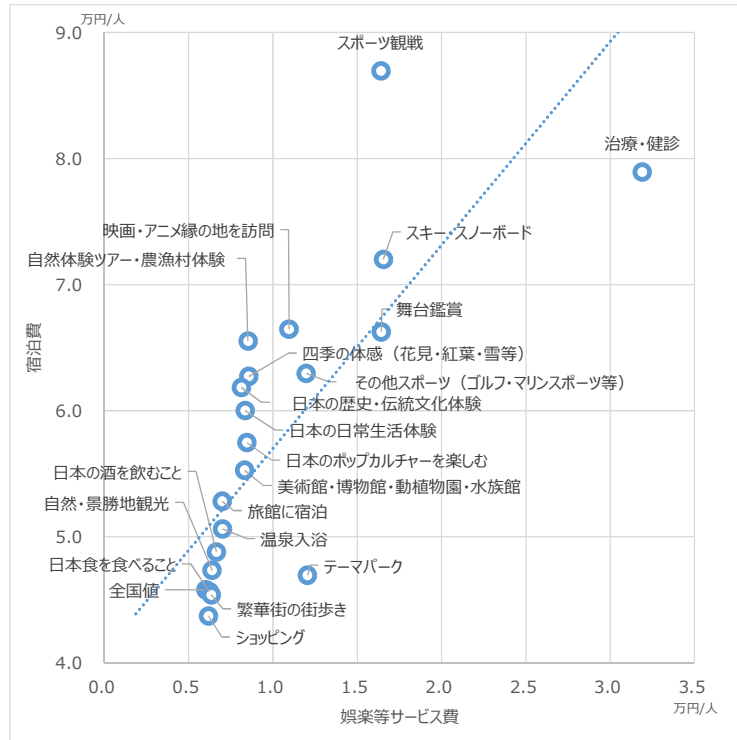
（「コト消費」は娯楽等サービス費以外の消費も増加させ、消費額全体を拡大させている）

「コト消費」による消費額の増加は、旅行消費額のうち、主に「娯楽等サービス費」において生じるが、他の宿泊費や交通費等でも、体験しない場合と比較して消費額が高めに出る傾向にある。これは、「コト消費」を行うに当たり、その場所での宿泊や、移動を必要とする場合が多いためであると考えられる。

そこで、体験した「コト消費」別に、訪日外国人旅行者1人当たりの「娯楽等サービス費」と「宿泊費」との関係性を散布図により確認した。その結果、「コト消費」により「娯楽等サービス費」が増加すれば、「宿泊費」もそれに伴って増加する傾向があることが分かった。また、体験した「コト消費」別に、「娯楽等サービス費」と娯楽等サービス費を除いた1人当たり旅行支出との関係性を散布図により確認すると、「コト消費」により「娯楽等サービス費」が増加すれば、それ以外の旅行支出も増加する傾向にあることが分かった。

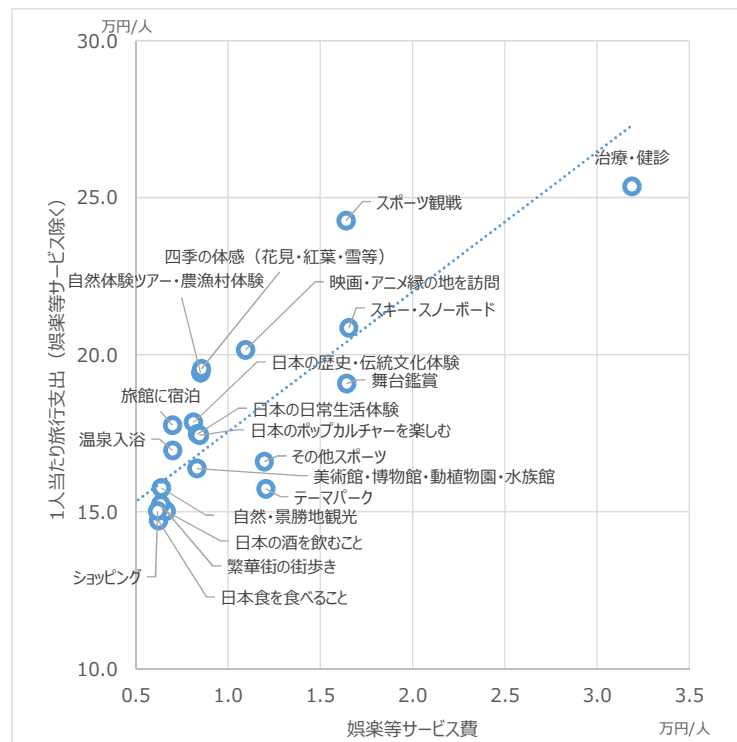
また、「スポーツ観戦」については、体験した人の「娯楽等サービス費」の支出が比較的多いことに加え、他の項目よりも、「宿泊費」や娯楽等サービス費を除いた1人当たり旅行支出が多い傾向もある。

図表Ⅱ-13 今回の訪日旅行中にしたこと別 娯楽等サービス費と宿泊費との関係



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2018年(平成30年))に基づき観光庁作成

図表Ⅱ-14 今回の訪日旅行中にしたこと別 娯楽等サービス費と1人当たり旅行支出(娯楽等サービス費を除く)との関係



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2018年(平成30年))に基づき観光庁作成

このように、「コト消費」は、娯楽等サービス費のみならず、他の費目の消費額を増加させることを通じて、訪日外国人旅行者による消費額全体を増加させる効果があると言える。

また、ラグビーワールドカップ2019日本大会や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会については、旅行支出の多いスポーツ観戦者の訪日旅行の増加が見込まれることから、旅行消費拡大の好機となると考えられる。

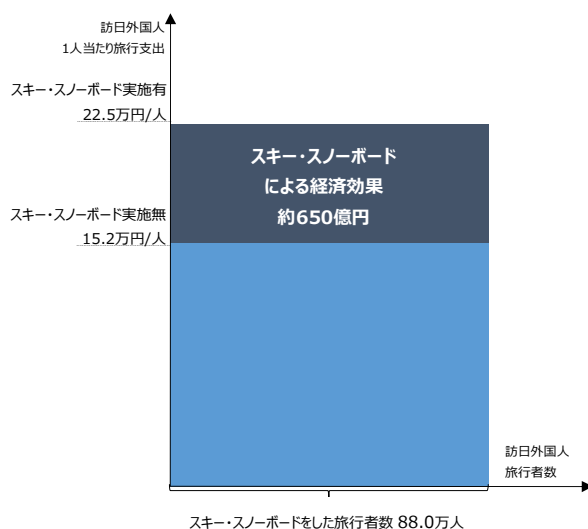
(訪日外国人旅行者によるスキー・スノーボードは年間 650 億円の経済効果をもたらしている)

このような、「コト消費」が訪日外国人旅行者の消費額を増加させる効果に着目し、我が国における「コト消費」の経済効果を推定するため、特に1人当たり旅行支出を増加させる効果の大きい「スキー・スノーボード」について、体験した旅行者とそれ以外の旅行者の1人当たり旅行支出の差を取り、その差がスキー・スノーボードを行うに伴う1人当たりの追加的な消費額と仮定し、その額にスキー・スノーボードを行った旅行者の人数を掛け合わせることで、2018年（平成30年）の1年間で発生した、訪日外国人旅行者によるスキー・スノーボード関連の消費額を算出した。

その結果、訪日外国人旅行者がスキー・スノーボードを行うことにより、2018年（平成30年）には約650億円の経済効果がもたらされたものと推定される。

スキー・スノーボードのみならず、その他の「コト消費」についても、体験することにより1人当たり旅行支出が高まる傾向が強く、同様に訪日外国人旅行者による経済効果の引き上げが期待できる。

図表Ⅱ-15 スキー・スノーボードによる経済効果



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018年（平成30年））、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成
注1：「今回したこと」で「スキー・スノーボード」を選択した割合及び選択有無別単価を用いて試算した値。

以上のように、訪日外国人旅行者の訪問先は年々地方部へと広がる傾向にあり、観光消費が地域経済にもたらす影響も強まってきている。他方、その影響も地域によってばらつきがあり、更に大きく成長する余地のある地域が多く存在するとも言える。このため、他の観光先進国と比較して必ずしも高くない娯楽サービス消費額を一層拡大させるとともに、地方の魅力への認知度を更に高める取組を進めることが重要と考えられる。

第3節 欧米豪観光客による地方訪問の状況

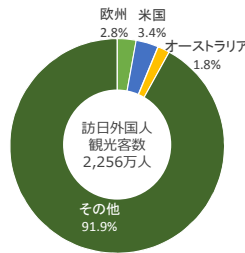
インバウンドの経済効果を更に拡大し、全国に波及させていくためには、これまで以上に幅広い国や地域からの訪日外国人旅行者数を確実に増加させるとともに、地方誘客を進めることが重要である。特に、1人当たり消費単価が全体平均を上回る欧米豪の各国において、新たな訪日需要を掘り起こすとともに、地方訪問を促進することが、今後の大きな課題となる。

このため、2018年（平成30年）より観光庁が新たに開始した訪日外国人消費動向調査の地域調査の結果を活用して、地方を訪問している欧米豪の訪日外国人旅行者の特徴について分析を行った。

（欧米豪観光客は関東・近畿地方を多く訪問）

2018年（平成30年）における観光・レジャー目的の訪日外国人（以下、訪日外国人観光客）は2,256万人で、このうち欧州が2.8%、米国が3.4%、オーストラリアが1.8%と、全体の8.1%を欧米豪が占める。

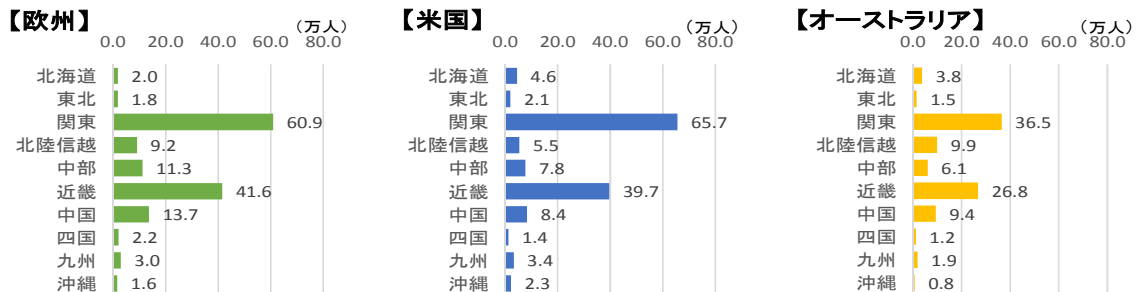
図表Ⅱ-16 国籍・地域別訪日外国人観光客数（一般客）（2018年（平成30年））



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」より観光庁作成

訪問地別にみると、欧米豪いずれも関東や近畿地方への訪問者数が多い。スキー客が多いオーストラリアでは関東や近畿に加えて北陸信越地方への訪問者数も多い。一方、東北や四国、九州、沖縄地方への訪問者数は少なく、欧米豪合わせて各5～8万人程度である。

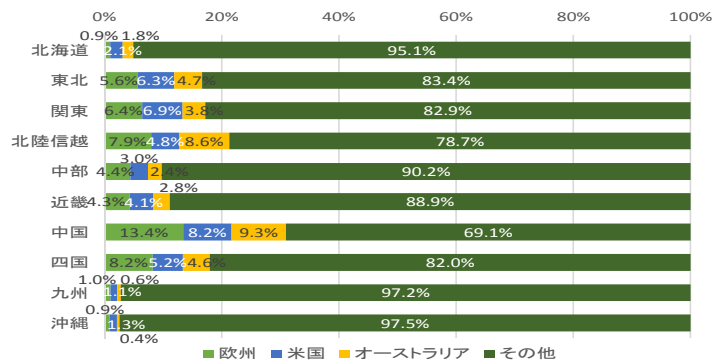
図表Ⅱ-17 訪問地別 訪日外国人観光客数（2018年（平成30年））



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」より観光庁作成

訪問地別に、訪日外国人観光客数に占める欧米豪の割合をみると、中国地方で30.9%と高く、次いで北陸信越地方（21.3%）、四国地方（18.0%）、関東地方（17.1%）、東北地方（16.6%）の順となっている。

図表Ⅱ-18 訪問地別観光客数構成比（2018年（平成30年））

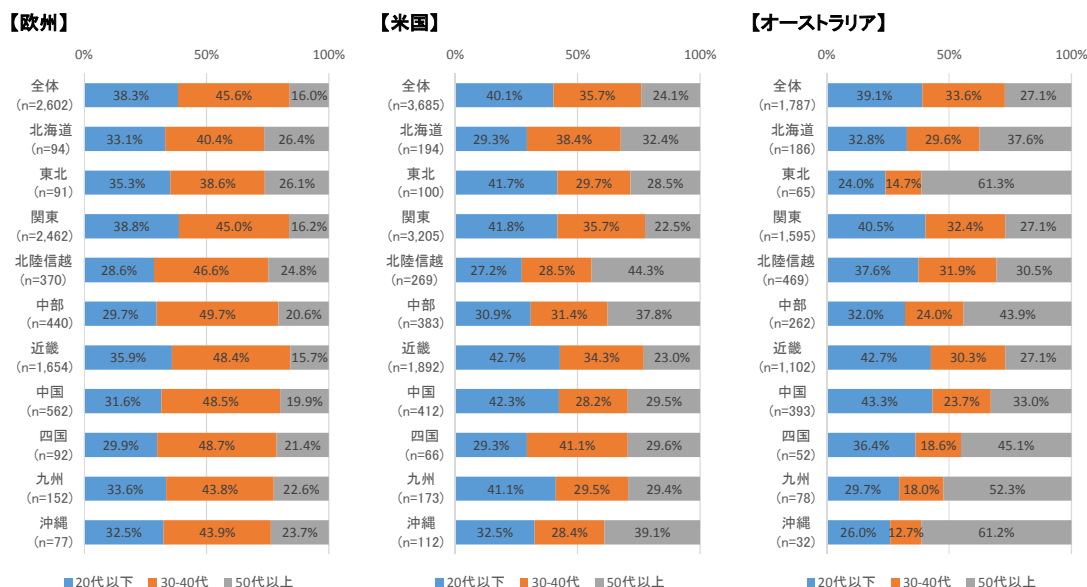


資料：日本政府観光局「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(欧州は30～40代、米国とオーストラリアは20代以下が多い)

欧米豪の訪日外国人観光客の年代構成をみると、欧州は「30～40代」が多い一方、米国とオーストラリアは「20代以下」が多くなっている。訪問地別にみると、米国は、北海道や四国地方で「30～40代」、北陸信越や沖縄地方で「50代以上」が多い。オーストラリアは、東北や沖縄地方において「50代以上」が目立つ一方、中国地方では「20代以下」が多い。

図表 II - 19 訪問地別訪日外国人観光客の年代別構成比 (2018年 (平成30年))

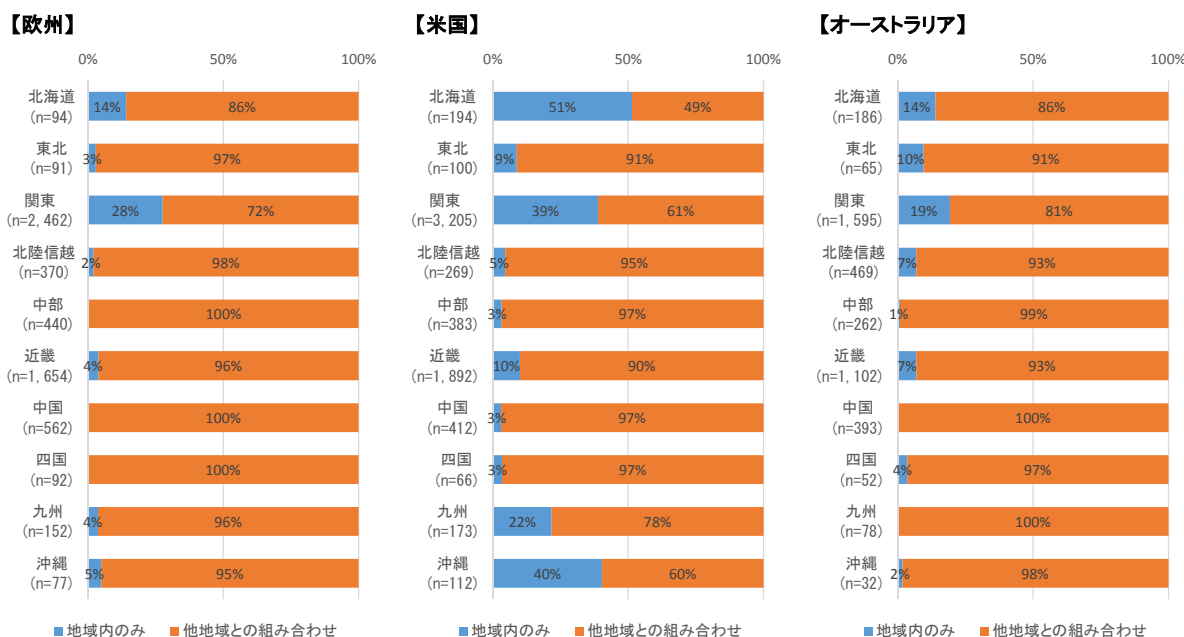


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(多くが複数の地域を組み合わせる訪問)

訪問パターンをみると、欧州では北海道と関東地方を除くと、いずれの訪問地でもほとんどが他地域との組み合わせで訪問している。米国では北海道や関東地方に加え、沖縄地方でも4～5割程度が地域内のみの訪問者となっている。オーストラリアは他地域との組み合わせでの訪問が多いものの、北海道、東北及び関東地方では1～2割程度が地域内のみの訪問者となっている。

図表 II - 20 訪問地別訪日外国人観光客の訪問パターン (2018年 (平成30年))

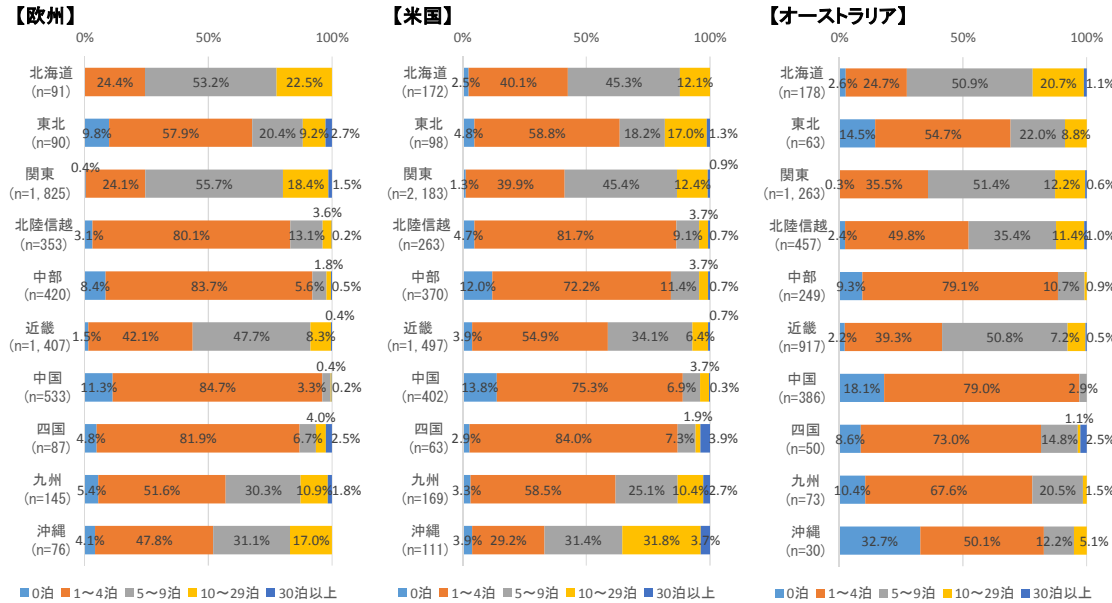


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(北海道や関東、近畿地方での泊数が長い)

北海道、関東及び近畿地方では5泊以上の訪問者が多く泊数が長い。欧州やオーストラリアの北海道訪問者は10泊以上が2割以上を占めている。一方、中部、中国及び四国地方では4泊以下の短期滞在者が多く8割以上を占めている。北陸信越地方では、欧州と米国で4泊以下が8割以上を占める一方、オーストラリアでは5泊以上が約半数を占める。

図表 II - 21 訪問地別訪日外国人観光客の泊数 (2018年 (平成30年))

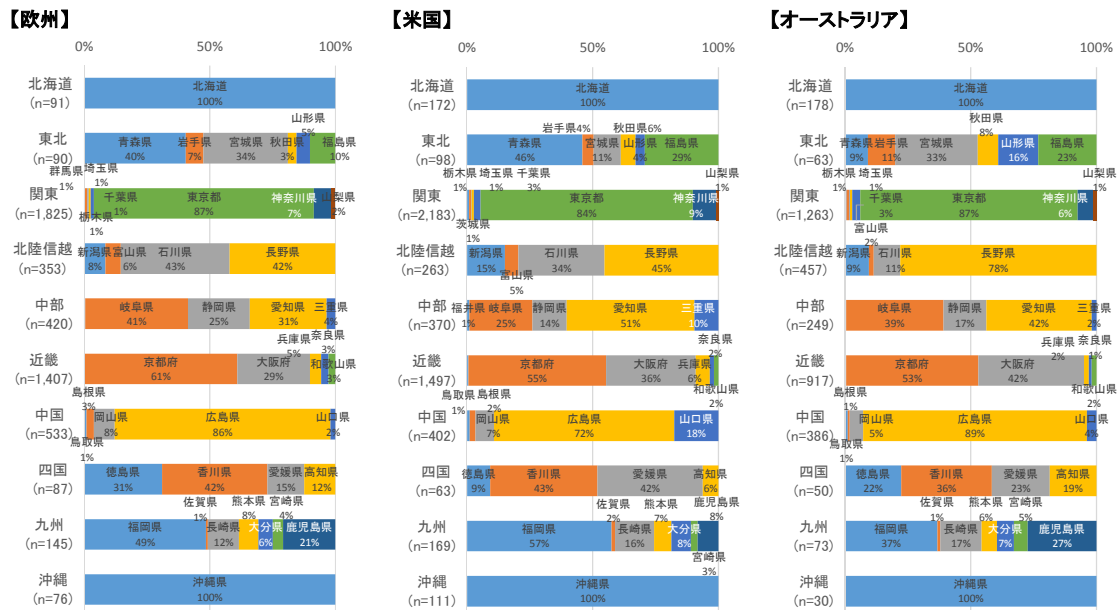


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(近畿地方では大阪府より京都府の延べ泊数が多い)

各訪問地の都道府県別延べ泊数の構成比をみると、東北地方においては、欧州や米国で青森県の比率が高い。北陸信越地方においては、オーストラリアで長野県の比率が特に高い。近畿地方においては、欧米豪いずれにおいても大阪府より京都府の比率が高い。四国地方では香川県が約4割を占めるほか、欧州で徳島県、米国で愛媛県の比率が高い。

図表 II - 22 訪問地別訪日外国人観光客の都道府県別延べ泊数構成比 (2018年 (平成30年))

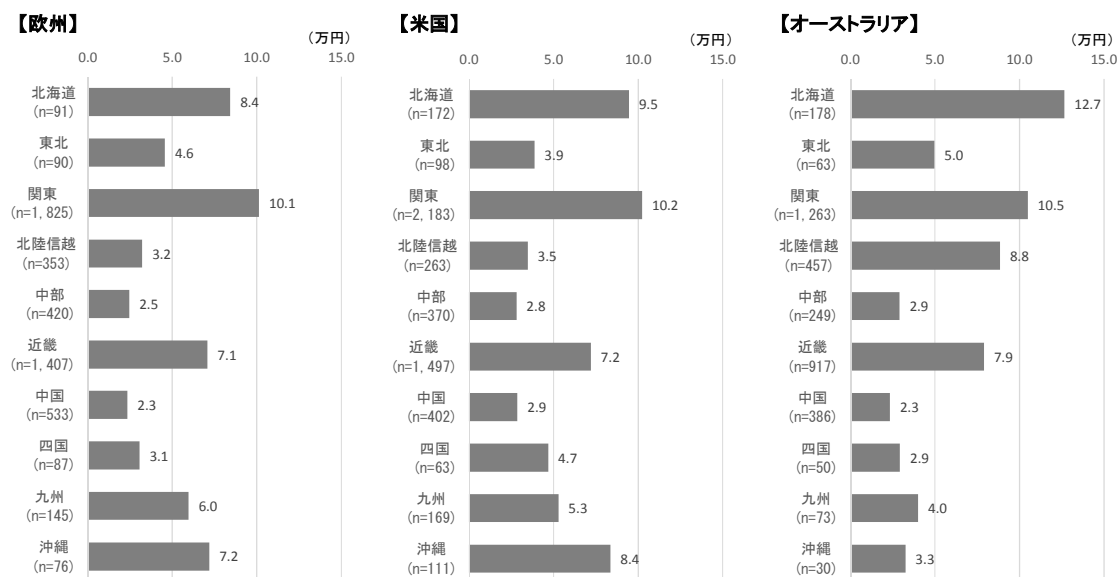


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(旅行中支出は北海道・関東・近畿で高く、買物代は関東と近畿で高い)

旅行中支出は北海道、関東及び近畿地方で高い。米国は沖縄地方での旅行中支出も 8.4 万円と高い。冬のスキー客が多いオーストラリアは北海道で 12.7 万円、北陸信越地方で 8.8 万円程度と高い。一方、中部や中国地方の旅行中支出は 2～3 万円程度と低い傾向にある。

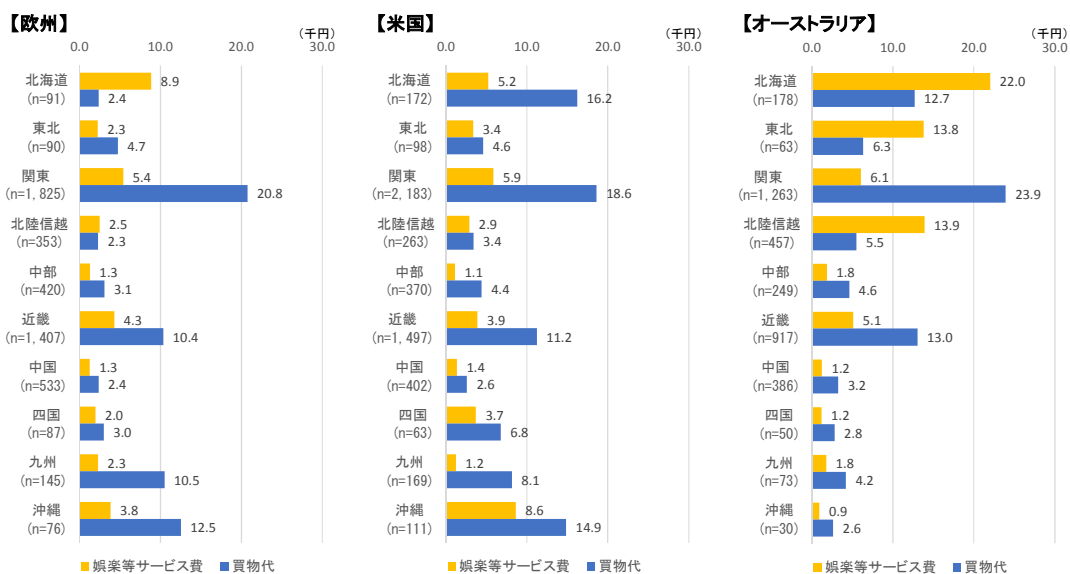
図表 II - 23 訪問地別訪日外国人観光客の旅行中支出 (2018 年 (平成 30 年))



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

訪問地での娯楽等サービス費、買物代をみると、欧州や米国の娯楽等サービス費は北海道や関東地方で高いほか、米国は沖縄地方でも高い。冬のスキー客が多いオーストラリアでは北海道や東北、北陸信越地方の娯楽等サービス費が高い。買物代は欧米豪いずれも関東、近畿地方で高い。米国やオーストラリアでは北海道訪問者の買物代も高い。

図表 II - 24 訪問地別訪日外国人観光客の娯楽等サービス費、買物代 (2018 年 (平成 30 年))

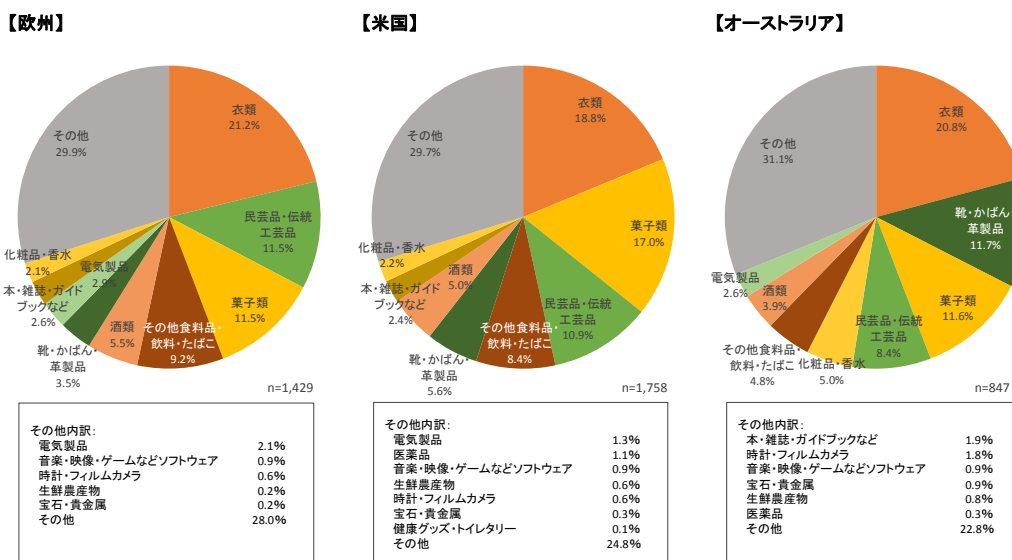


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(欧米豪いずれも「衣類」の人気の高い)

最も満足した商品やサービスの構成比をみると、欧米豪いずれも「衣類」の人気の最も高く2割前後を占める。米国は2位の「菓子類」も17.0%と高く、1位の「衣類」と大差ない。オーストラリアは「靴・かばん・革製品」の人気の最も高く11.7%となっている。欧米豪いずれも「民芸品・伝統工芸品」が人前で、1割前後を占めている。

図表 II-25 訪日外国人観光客の満足した商品 (2018年(平成30年))

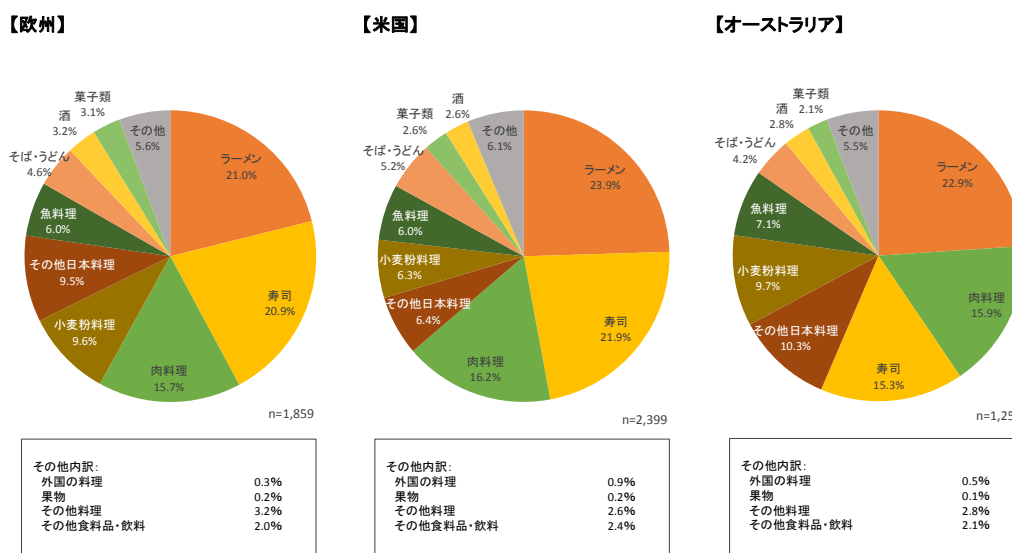


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

(最も満足した飲食は「ラーメン」「寿司」「肉料理」で5～6割を占める)

日本滞在中に最も満足した飲食の構成比をみると、欧米豪いずれも「ラーメン」の人気の最も高く、「ラーメン」「寿司」「肉料理」で5～6割程度を占めている。「寿司」は欧州と米国で2割以上と高いがオーストラリアでは15%に留まる。

図表 II-26 訪日外国人観光客の満足した飲食 (2018年(平成30年))



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

以上みてきたように、欧米豪観光客の訪日旅行のパターンは必ずしも均一的ではないが、一定の割合で地方にも訪問し、多くが複数の地域をまたいだ旅行をしており、日本の幅広い地域が関心の対象となっていることがうかがえる。また、スキー等特定の目的により地方を訪問する傾向も見受けられ、更なる地方誘客のためには、地方に特有のレジャーや観光資源等への関心を高める取組の重要性が示唆される。

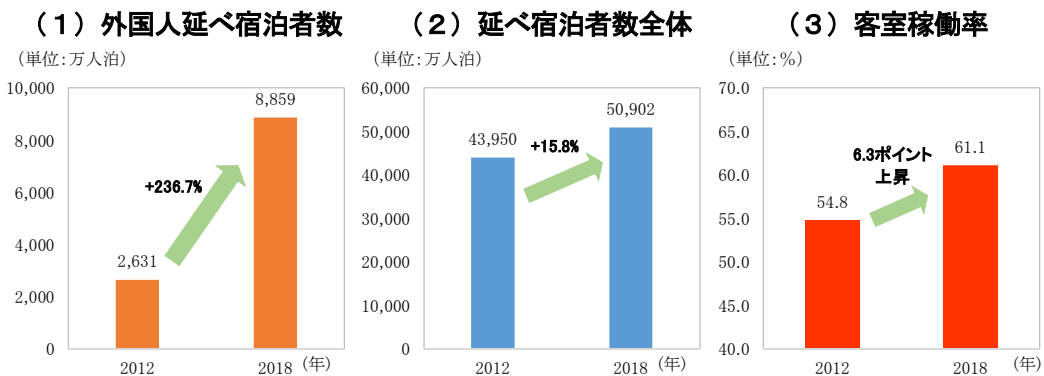
第4節 観光関連産業における雇用、賃金、生産性の動向

訪日外国人旅行者の増加に伴い、ホテル等の宿泊施設の稼働率が高まるなど、我が国の観光関連産業においては、様々な形での需要拡大の動きがあるものと考えられ、こうした動きは、各種の産業における雇用の拡大にもつながっているものと推察される。このため、本章では、特に宿泊業に着目して、訪日外国人旅行者の増加と、雇用、賃金や生産性の動向との関係について分析を行う。

(インバウンドの増加に伴い観光関連産業の雇用が増加)

観光庁の宿泊旅行統計調査によると、訪日外国人旅行者の増加に伴い、外国人の延べ宿泊者数は、2012年（平成24年）から2018年（平成30年）にかけて、2,631万人泊から8,859万人泊へと3.4倍に拡大し、日本人を含めた全体の延べ宿泊者数は、2012年（平成24年）から2018年（平成30年）にかけて15.8%増加した。客室稼働率も2012年（平成24年）から2018年（平成30年）にかけて、54.8%から61.1%へと、6.3ポイント上昇している。

図表II-27 宿泊者数・客室稼働率の変化（2012年（平成24年）→2018年（平成30年））



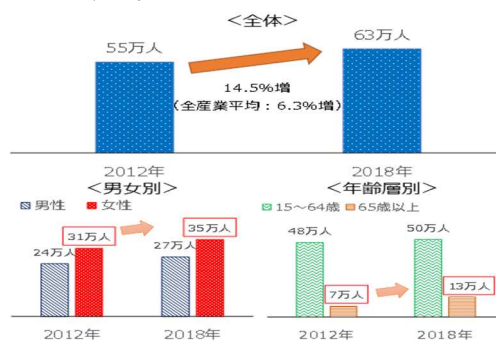
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注1：2018年（平成30年）は速報値

こうした動きを背景に、我が国の宿泊業における就業者数¹³は、総務省の労働力調査によると、2012年（平成24年）の55万人から2018年（平成30年）の63万人へと、6年間で14.5%増加した。宿泊業における就業者数を男女別にみると、男性27万人に対し女性35万人と女性の方が多く、女性比率では、全産業平均の44.2%と比べ、宿泊業は56.5%と高い。2012年（平成24年）から2018年（平成30年）にかけて増加した就業者も、男性3万人に対し、女性は4万人と、1万人上回っている。

また、宿泊業における就業者数を年齢層別にみると、15～64歳の年齢層が50万人であるのに対し、65歳以上の年齢層が13万人で、全体に占める65歳以上の就業者の割合は20.6%と、全産業の平均値である12.9%と比べて高い。2012年（平成24年）から2018年（平成30年）にかけて増加した就業者数を年齢層別にみると、15～64歳が2万人であるのに対し、65歳以上が6万人と大幅に上回っている。

このように、宿泊業は、訪日外国人旅行者の増加等を背景とする需要の増加に対し、女性や高齢者を中心とする雇用を拡大させることにより対応してきたことがうかがえる。

図表II-28 宿泊業の就業者数の変化（2012年（平成24年）→2018年（平成30年））

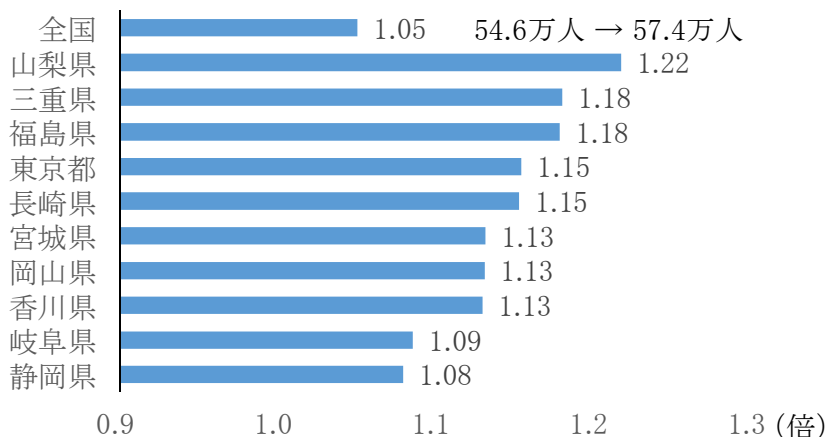


資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

¹³ 総務省によると、「就業者」とは、「従業者」（調査週間に賃金、諸手当、内職収入などの収入を伴う仕事（以下「仕事」という。）を1時間以上した者）と「休職者」（仕事を持ちながら、調査期間中に少しも仕事をしなかった者のうち、①雇用者で、給料・賃金の支払を受けている者又は受けることになっている者、または②自営業主で、自分の経営する事業を持ったままで、その仕事を休み始めてから30日にならない者）を合わせた者をいう。

また、宿泊業における雇用について、地域別の状況を確認するため、2018年（平成30年）に公表された「平成28年経済センサス-活動調査」のデータをみると、宿泊業の常用雇用者¹⁴の人数は、2012年（平成24年）から2016年（平成28年）にかけて、54.6万人から57.4万人へと、4年間で5%増加しており、伸び率を都道府県別に比較すると、山梨県が22%増と最も高く、次いで三重県（18%増）、福島県（18%増）、東京都（15%増）、長崎県（15%増）の順に高い伸びとなっている。

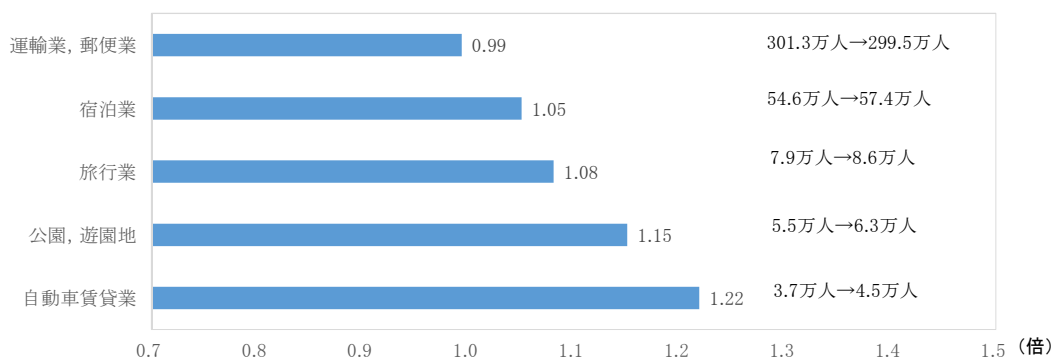
図表Ⅱ-29 宿泊業における常用雇用者数の変化（2012年（平成24年）→2016年（平成28年））



資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」、「平成24年経済センサス-活動調査」より観光庁作成

さらに、「平成28年経済センサス-活動調査」により、宿泊業以外の観光関連産業¹⁵における雇用の状況について、同調査で集計が行われている業種に限って確認すると、2012年（平成24年）から2016年（平成28年）にかけての常用雇用者数は、「運輸業・郵便業」では1%減少している一方、「旅行業」では8%増、テーマパーク等の「公園、遊園地」では15%増、「自動車賃貸業」では22%増と、大きく伸びている。

図表Ⅱ-30 観光関連産業における雇用の変化（2012年（平成24年）→2016年（平成28年））



資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」、「平成24年経済センサス-活動調査」に基づき観光庁作成

常用雇用者数が増加したそれぞれの観光関連産業について、2012年（平成24年）から2016年（平成28年）までの伸び率を都道府県別に比較すると、「旅行業」では、熊本県で59%増と最も高い伸びとなっており、次いで香川県（41%増）、宮崎県（33%増）、北海道（28%増）、宮城県（26%増）の順に高い伸びとなっている。

「公園、遊園地」では、岩手県で160%増と最も高い伸びとなっており、次いで大分県（137%増）、新潟県（125%増）、青森県（120%増）、香川県（99%増）の順に高い伸びとなっている。

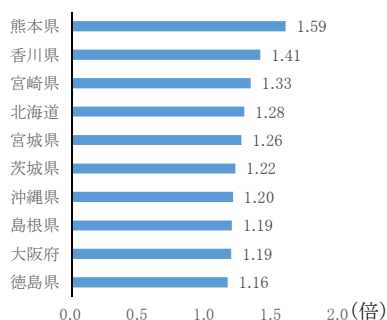
「自動車賃貸業」では、奈良県で89%増と最も高い伸びとなっており、次いで高知県（79%増）、茨城県（65%増）、島根県（62%増）、滋賀県（58%増）の順に高い伸びとなっている。

¹⁴ 総務省によると、事業所に常時雇用されている人（期間を定めずに雇用されている人または1ヶ月以上の期間を定めて雇用されている人）をいう。

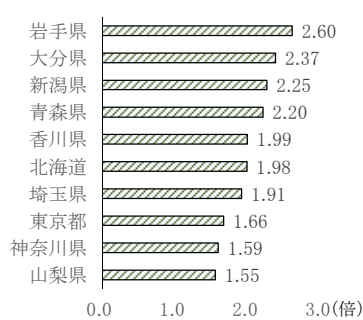
¹⁵ 経済産業省の「第3次産業活動指数」では、「観光関連産業」の指数を、「鉄道旅客運送業」、「道路旅客運送業」、「水運旅客運送業」、「航空旅客運送業」、「道路施設提供業」、「自動車レンタル業」、「宿泊業」、「旅行業」、「公園、遊園地」の各産業のデータを総合して作成している。

図表Ⅱ-31 観光関連産業における常用雇用者数の変化（都道府県別）
（2012年（平成24年）→2016年（平成28年））

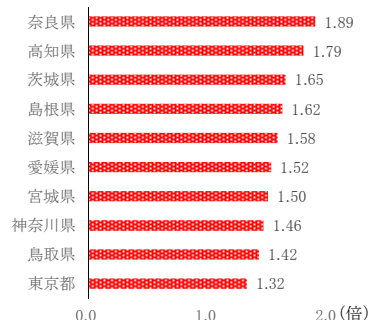
(1) 旅行業



(2) 公園、遊園地



(3) 自動車賃貸業

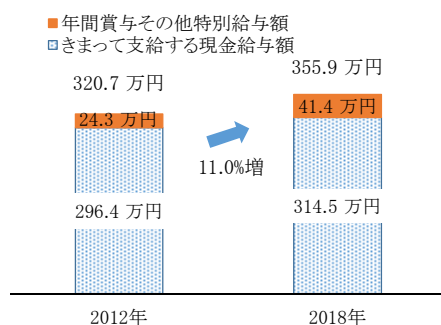


資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」、「平成24年経済センサス-活動調査」に基づき観光庁作成

(宿泊業の賃金は人手不足や労働生産性の向上等を背景に上昇)

次に、外国人旅行者の増加が我が国の労働者の賃金に与える影響を検証するため、厚生労働省の賃金構造基本統計により、宿泊業における賃金の状況を確認した。その結果、2012年（平成24年）には、宿泊業における1人当たりの「きまって支給する現金給与額」が年間で296万4千円、「年間賞与その他特別給与額」が年間で24万3千円で、合計で320万7千円であったが、2018年（平成30年）には「きまって支給する現金給与額」が年間で314万5千円、「年間賞与その他特別給与額」が年間で41万4千円で、合計で355万9千円となり、合計でみると賃金は6年間で11.0%上昇している。このうち、特に「年間賞与その他特別給与額」の伸びが大きく、単独では51.3%上昇している。なお、全産業平均は、「きまって支給する現金給与」と「年間賞与その他特別給与」との合計で497万2千円であり、依然として平均を下回っている。

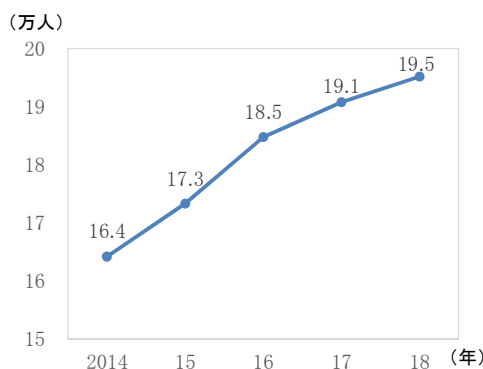
図表Ⅱ-32 宿泊業における賃金の変化（2012年（平成24年）→2018年（平成30年））



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計」に基づき観光庁作成

また、厚生労働省の職業安定業務統計により、宿泊業の新規求人数の推移を確認すると、2014年（平成26年）の新規求人数は16.4万人であったが、その後右肩上がりに増加し、2018年（平成30年）には19.5万人と、4年間で18.9%増加した。

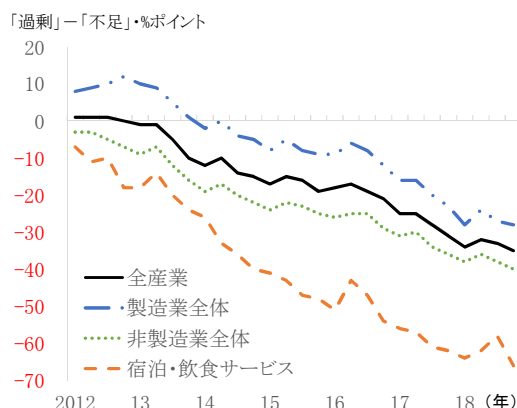
図表Ⅱ-33 宿泊業の新規求人数の推移



資料：厚生労働省「職業安定業務統計」に基づき観光庁作成

他方で、日本銀行の全国企業短期経済観測調査の雇用人員判断 DI により、人手不足の状況を確認すると、飲食サービス業を含む「宿泊・飲食サービス」ではあるが、2012年（平成24年）以降、人手不足感が高まり続け、他の産業よりも更に人手不足感が強い産業であることがわかる。

図表 II-34 雇用人員判断 DI

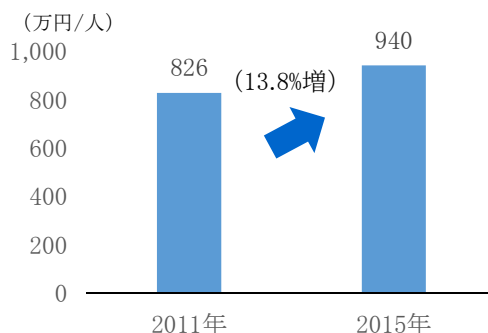


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」に基づき観光庁作成

こうしたことから、宿泊業においては、新規求人数が増加する中で、人手不足感が高まっており、労働力の需給がひっ迫している状況であることがうかがえる。先に述べた宿泊業における賃金の上昇傾向は、このような状況を背景としていることが推察される。

また、「平成28年経済センサス-活動調査」により、宿泊業の従業者数と売上高を確認し、従業者1人当たりの売上高を算出すると、2011年（平成23年）には1人当たり826万円であったが、2015年（平成27年）には940万円と、4年間で13.8%増加しており、宿泊業における労働生産性が高まっていることがわかる。このことは、宿泊業が、人手不足の状況の中で限られた人員の生産性を高めることで、需要の増加に対応していることを示唆している。このような労働生産性の上昇も、労働力の需給ひっ迫とともに、宿泊業における賃金の上昇をもたらす要因となっていると考えられる。

図表 II-35 宿泊業の従業者1人当たりの売上金額



資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」、「平成24年経済センサス-活動調査」に基づき観光庁作成

注：従業者数は2012年（平成24年）2月1日時点と2016年（平成28年）6月1日時点の数値を使用

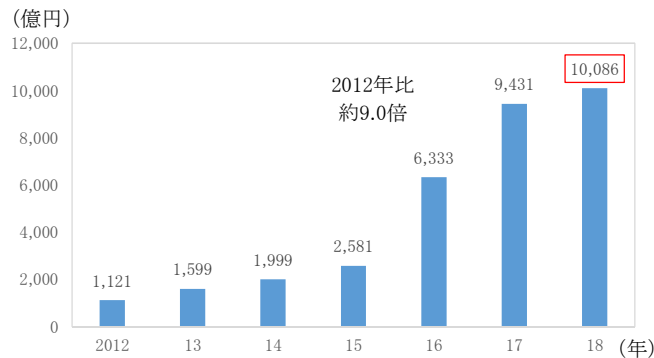
第5節 観光関連産業における投資の動向

本節では訪日外国人旅行者の増加に対応するための投資の動向を分析する。具体的には、宿泊業における投資動向を各種統計により確認するとともに、公開情報を収集し、製造業による工場建設等の投資の動向、外資系企業による観光関連産業への投資について主な事例を整理した。

(宿泊業の建築物工事予定額は約1兆円となり、6年で9.0倍)

建築物については、国土交通省「建築着工統計調査」において、ホテル、旅館等宿泊施設の建築物の着工棟数、着工床面積、工事費予定額が集計されている。これによると、宿泊業用建築物の工事予定額は、2012年（平成24年）から2018年（平成30年）にかけて1,121億円から1兆86億円へと約9倍に増加している。

図表Ⅱ-36 宿泊業における建築物の工事予定額の推移（全国計）

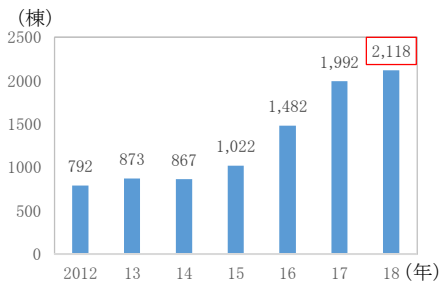


資料：国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

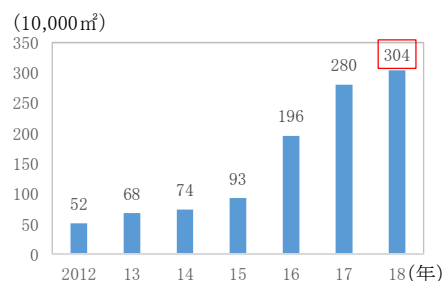
建築物の着工棟数及び床面積についても近年大きく増加しており、2018年（平成30年）の着工棟数については、2012年（平成24年）の約2.7倍、床面積については約5.9倍となっている。

図表Ⅱ-37 宿泊業における建築物の着工棟数及び床面積の推移（全国計）

(1) 着工棟数



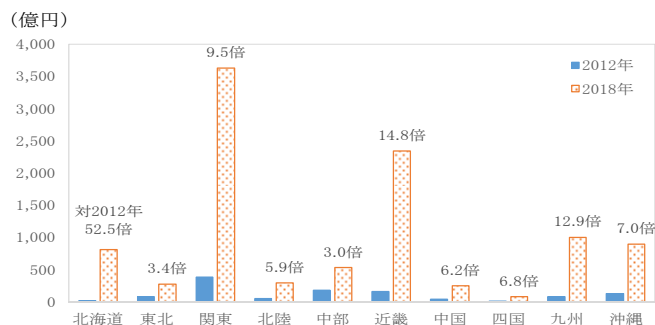
(2) 床面積



資料：国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

工事予定額を地方ブロック別にみると、全ての地方ブロックで伸びており、北海道、近畿、九州がそれぞれ52.5倍、14.8倍、12.9倍と2桁を超える伸びとなっているなど、地方においても投資が増加している。

図表Ⅱ-38 宿泊業における建築物の工事予定額の推移（地方ブロック別）



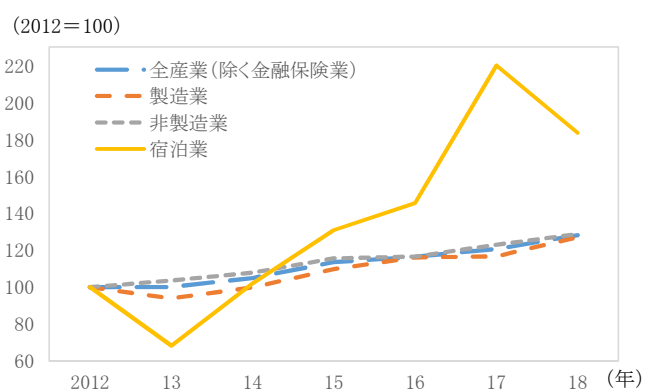
資料：国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

(訪日客の増加に伴い宿泊業における設備投資が進んでいる)

財務省の「法人企業統計」により、宿泊業の設備投資の動向を確認すると、2012年（平成24年）の設備投資額を100とした場合、2018年（平成30年）は184と大幅に拡大しており、その拡大の勢いは他の産業と比べて非常に強い。

また、日本政策投資銀行の設備投資計画調査では、宿泊業を含むサービス業の設備投資は「訪日客が増加するなか、ホテルに加え、付加価値向上に向けたテーマパークの旺盛な投資により、4年連続で増加する」とされており¹⁶、近年の訪日外国人旅行者数の増加が宿泊業の投資の創出に貢献していることがみとれる。

図表Ⅱ-39 宿泊業における設備投資推移



資料：財務省「法人企業統計」に基づき観光庁作成

(インバウンド需要は、宿泊業のみならず、幅広い業種、かつ全国各地で投資を創出)

観光庁において、2018年（平成30年）1月から2019年（平成31年）4月までの新聞記事等により、訪日外国人旅行者やその消費の増加等に対応するため、宿泊業以外の企業で実施されている工場建設等の観光関連の投資案件に係る情報を収集した¹⁷。

製造業では、化学メーカー（化粧品等）、食品（製菓等）、日用品、部品・機械等、また、非製造業では、交通等の業種においても観光関連の投資が行われている。投資が行われる地域については、北海道から沖縄まで幅広い地域に広がっている。

例えば、菓子類や食品を製造するメーカーでは、訪日客が帰国後に商品のリピーターとなり、海外での需要が高まっていることを背景に増産投資が実施されている。

また、化粧品メーカーでは、越境ECの広がり等を背景として、日本で製品を増産し、中国等に輸出するため、日本各地で新工場、新生産棟等を建設するなど、投資が活発に行われている。

¹⁶ 日本政策投資銀行「2017・2018・2019年度 設備投資計画調査」（2018年（平成30年）8月）。宿泊業を含むサービス業の設備投資について、2016年度（平成28年度）7.7%、2017年度（平成29年度）16.8%、2018年度（平成30年度）23.8%と4年連続の増加が見込まれている。

¹⁷ 投資案件の整理に当たっては、新聞記事、企業のプレスリリース、有価証券報告書を基に、投資目的として訪日外国人旅行者による需要増への対応を含む案件を抽出した。

第6節 各国における訪日旅行契機の消費の動向

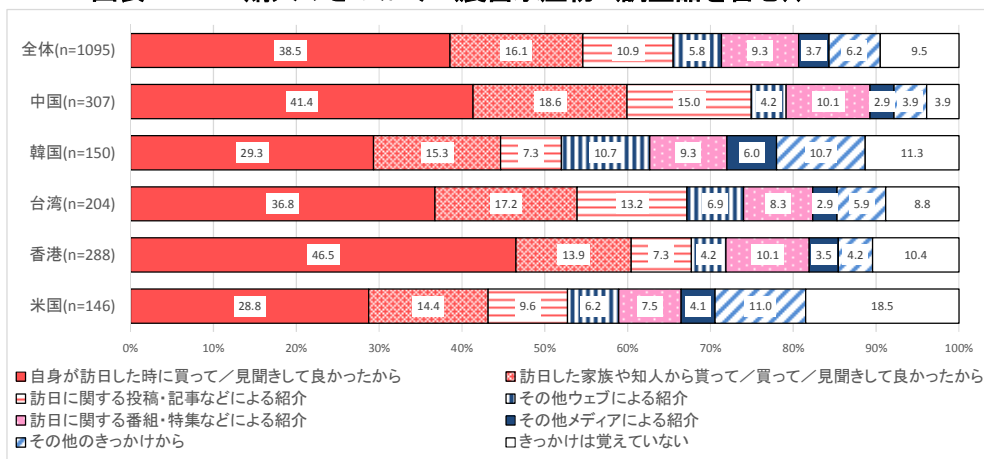
訪日外国人旅行客の増加は、日本国内における旅行消費額を増加させるのみならず、訪日旅行を契機として日本の商品やサービスの魅力を体感することにより、帰国後に日本の商品やサービスを購入・利用する動きを拡大させる効果もあるものと考えられる。こうした動きを確認するため、訪日観光が日本製品の購買や日本チェーンレストランの利用に与える影響について、観光庁において海外アンケート調査¹⁸を実施し、分析を行った。

(家族や知人の訪日も含めた訪日契機の日本製品の購入は食品等で5割前後)

日本製品を購入したきっかけ及び購入経路について、それぞれ国・地域別、品目別に集計した。ここでは、購入のきっかけとして、「自身が訪日した時に買って／見聞きして良かったから」とする割合（狭義の観光きっかけの割合）と、「訪日した家族や知人から貰って／買って／見聞きして良かったから」も含めた割合（広義の観光きっかけの割合）についてみていく。

まず、「農畜水産物（調整品を含む）」について、狭義の観光きっかけの割合は、全体で見ると38.5%となっており、国・地域別では香港の46.5%が最も高い。また、広義の観光きっかけの割合をみると、全体では54.6%となっており、国・地域別では香港の60.4%が最も高い。

図表Ⅱ-42 購入のきっかけ（農畜水産物（調整品を含む））

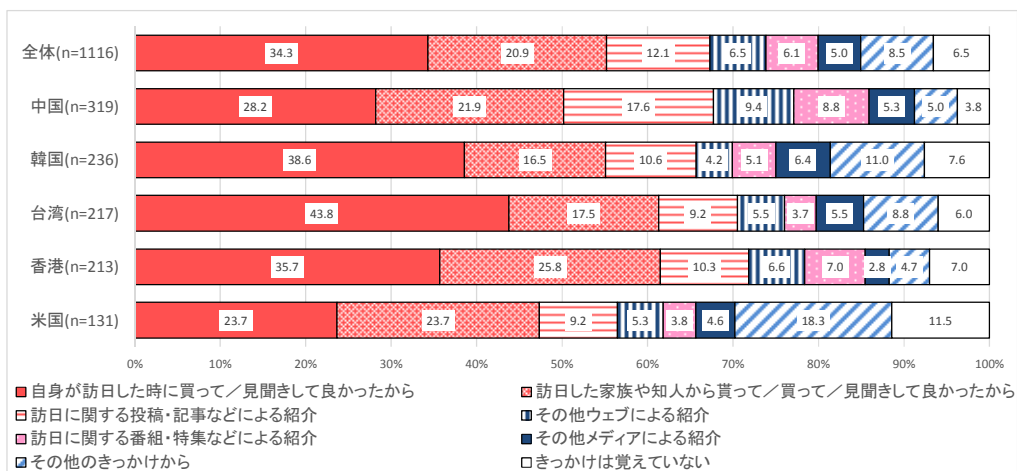


資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

次に、「酒類」について、狭義の観光きっかけの割合は、全体で見ると34.3%となっており、国・地域別では台湾の43.8%が最も高い。また、広義の観光きっかけの割合をみると、全体では55.2%となっており、国・地域別では香港の61.5%が最も高い。

図表Ⅱ-43 購入のきっかけ（酒類）



資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

¹⁸ 訪日旅行者による旅行消費額が多い上位5箇国・地域（中国、台湾、韓国、香港、米国）を対象に、日本産製品を購入したきっかけ、購入経路、日本チェーンレストランの利用状況等を調査。

我が国の農林水産物・食品の輸出額は2018年（平成30年）には9,068億円に達しており、また、酒類（清酒、ウイスキー、ビール等）の輸出額は同年に618億円に達している。外国人観光客の多くは日本食や日本酒を求めて日本を訪れるが、これがきっかけとなって現地での日本産の農林水産物や日本酒の購入に繋がっており、こうした「好循環」をさらに伸ばしていくことが重要と考えられる。

（通販サイトで日本から日本製品を購入する割合は中国で最も高い）

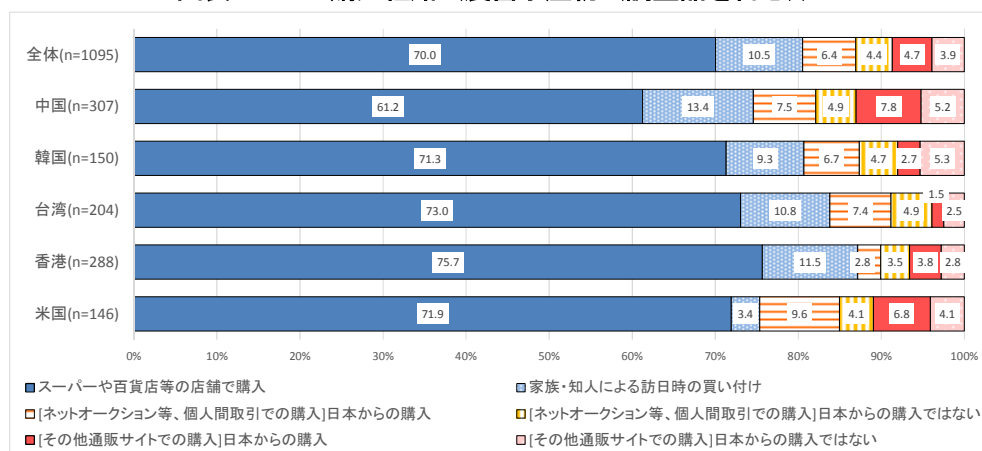
現地での「農畜水産物（調整品を含む）」の購入経路について、「スーパーや百貨店等の店舗で購入」の割合をみると、各国・地域での全体では70.0%となっており、国・地域別では香港の75.7%が最も高い。

「ネットオークション等、個人間取引での購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では10.8%となっており、国・地域別では米国の13.7%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では8.7%となっており、国・地域別では中国の13.0%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」のうち、「日本からの購入」の割合をみると、全体では4.7%となっており、国・地域別では中国の7.8%が最も高い。

図表Ⅱ-44 購入経路（農畜水産物（調整品を含む））



資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

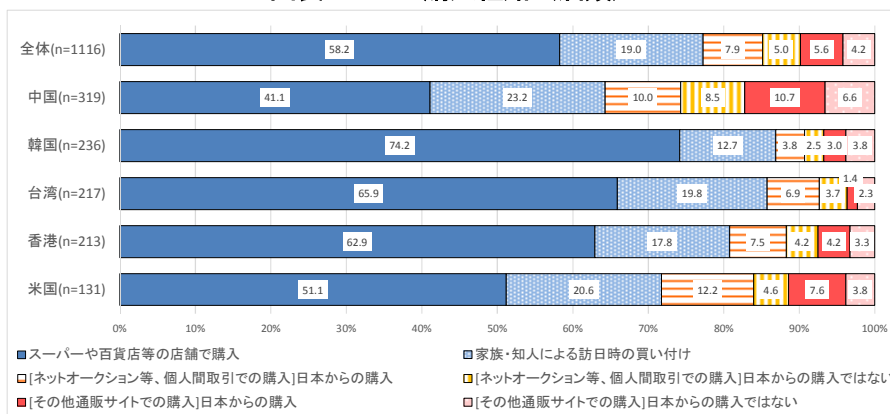
「酒類」について、「スーパーや百貨店等の店舗で購入」の割合をみると、全体では58.2%となっており、国・地域別で韓国の74.2%が最も高い。

「ネットオークション等、個人間取引での購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では12.9%となっており、国・地域別では中国の18.5%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では9.9%となっており、国・地域別では中国の17.2%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」のうち、「日本からの購入」の割合をみると、全体では5.6%となっており、国・地域別では中国の10.7%が最も高い。

図表Ⅱ-45 購入経路（酒類）

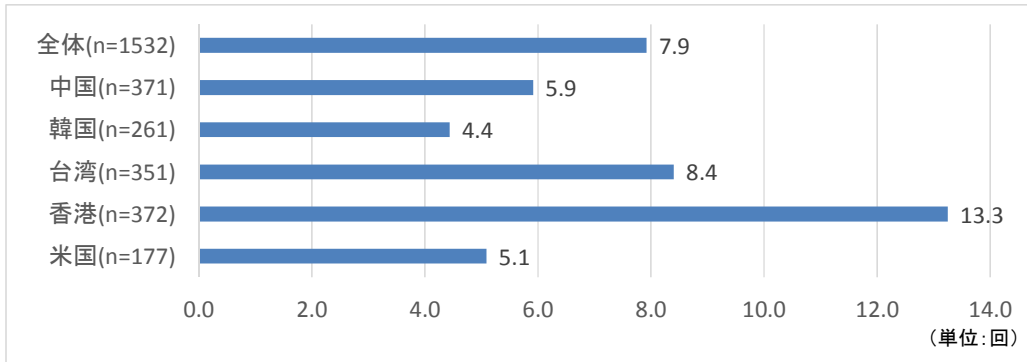


資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

(家族や知人の訪日も含めた訪日契機の日本チェーンレストランの利用は中国で6割弱)

海外に進出している日本のフランチャイズチェーンのレストラン（以下、「日本チェーンレストラン」という。）について、各国・地域における過去1年間での利用回数をみると、全体では7.9回となっており、国・地域別では香港の13.3回が最も多い。

図表Ⅱ-46 過去1年間の日本チェーンレストランの利用回数

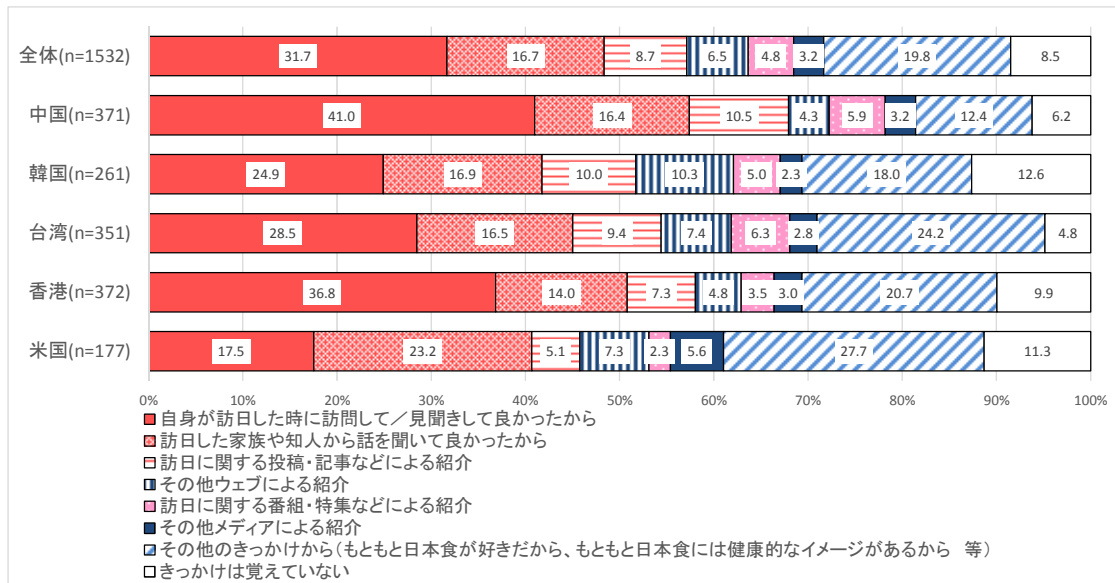


資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

次に、日本チェーンレストランを利用したきっかけについて、「自身が訪日した時に訪問して／見聞きして良かったから」とする割合（狭義の観光きっかけの割合）は、全体でみると31.7%となっており、国・地域別では中国の41.0%が最も高い。また、「訪日した家族や知人から見聞きして良かったから」も含めた割合（広義の観光きっかけの割合）をみると、全体では48.4%となっており、国・地域別では中国の57.4%が最も高い。

図表Ⅱ-47 日本チェーンレストランを利用したきっかけ



資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

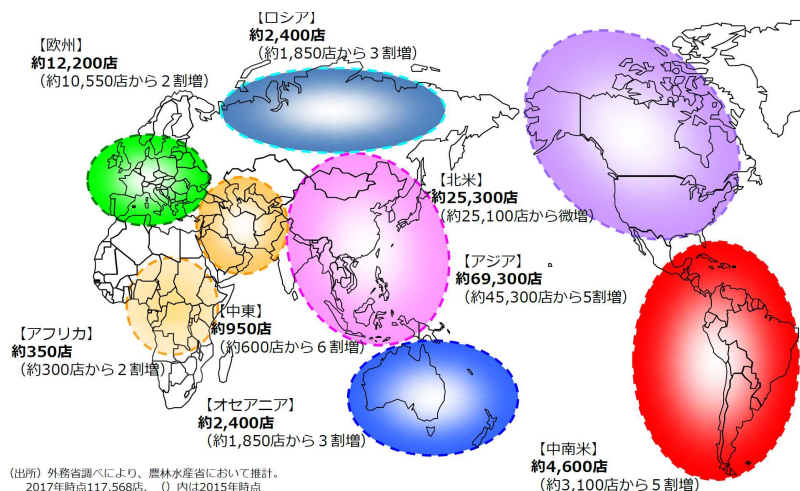
農林水産省の調査¹⁹によると、海外における日本食レストランの数は拡大傾向にあり、2015年（平成27年）から2017年（平成29年）にかけて、約8.9万店から約11.8万店へと約3割増加している。日本チェーンレストランはその一部ではあるが、仮に、日本国内のチェーンレストラン1店舗当たりの売上高²⁰を基準に考えると、海外の日本食レストランの年間売上高は数兆円規模に上るものと見込まれる。

訪日旅行をきっかけとする日本チェーンレストランの利用の割合を考えると、訪日旅行は、海外での日本食レストランの利用を高めることを通じて、相当の経済的メリットをもたらしていることが推察される。

¹⁹ 農林水産省「海外における日本食レストラン数」（平成29年）

²⁰ （一社）日本フランチャイズチェーン協会「2017年度『JFAフランチャイズチェーン統計調査』報告」によると、2017年度（平成29年度）の外食業のチェーンの売上高は4,193,933（百万円）、店舗数は58,554。これらにより、1店舗当たりの売上高を算出すると、7,162万5千円となる。

図表 II-48 海外における日本食レストランの数



以上の調査結果によれば、国籍・地域や対象となる商品によって程度は異なるものの、各国・地域における日本の食品等の購入については、およそ半数が本人もしくは家族・知人の訪日旅行がきっかけとなっていることが分かる。こうしたことから、インバウンドの増加は、我が国経済に対して、国内消費の増加という形だけではなく、輸出の増加という形でも貢献していることがうかがえる。また、中国をはじめとする各国・地域において、日本製品の購入の相当程度がインターネット経由で行われており、越境 EC 等の市場規模の拡大も相まって、日本製品の輸出増加がもたらされていることがうかがえる。さらに、日本チェーンのレストランについても、訪日旅行をきっかけに利用される状況が、日本製品の購入の場合と似通っており、インバウンドの増加が、日本チェーンの海外進出を促進する効果ももたらしている姿がみてとれる。

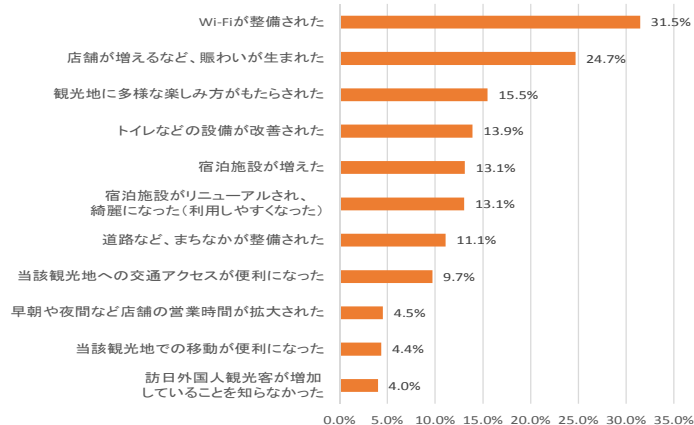
第2章 訪日外国人旅行者の増加が観光地に与える影響

訪日外国人旅行者の増加は、日本の観光地に賑わいをもたらし、国内消費を活性化する役割を果たしているが、日本人の国内旅行に対しては、観光地の混雑や、宿泊料金の上昇といったマイナス面があるとも指摘されている。そこで、訪日外国人旅行者の増加が国内の観光地や日本人の旅行にどのような影響を与えているかについて、観光庁において国内アンケート調査²¹を実施し、分析を行った。

(外国人旅行者の増加は観光地に Wi-fi 整備や賑わいの創出などの好影響をもたらしている)

調査の結果、訪日外国人旅行者の増加が観光地にもたらした好ましい影響については、「Wi-Fi が整備された」が 31.5%と最も高かった。次いで、「店舗が増えるなど、賑わいが生まれた」(24.7%)、「観光地に多様な楽しみ方がもたらされた」(15.5%)、「トイレなどの設備が改善された」(13.9%)、「宿泊施設が増えた」(13.1%)の順となっている。

図表 II-49 訪日外国人旅行者の増加が観光地にもたらしたと思う好影響



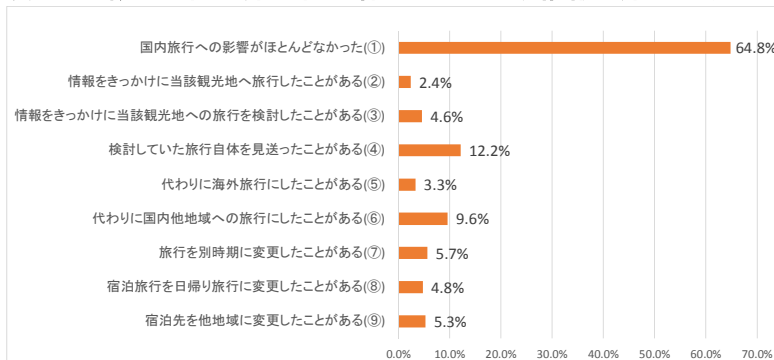
資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年(平成31年)2月

(訪日外国人旅行者の増加による国内旅行への影響は 64.8%が「ほとんどなかった」)

観光地で訪日外国人旅行者が増加したという情報が旅行判断にどう影響したかを調査するため、「訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金上昇等に関する情報を見聞きしたことで、直近1年以内に、旅行を計画する段階で当該観光地を検討対象から除外したことや、当該観光地への旅行計画を変更したことがあるか」との質問を行ったところ、「国内旅行への影響がほとんどなかった」という回答が 64.8%と最も多かった。次いで、「検討していた旅行自体を見送ったことがある」(12.2%)、「代わりに国内他地域への旅行にしたことがある」(9.6%)、「旅行を別時期に変更したことがある」(5.7%)、「(当該地域に旅行したが) 宿泊先を他地域に変更したことがある」(5.3%)の順となっている。

図表 II-50 観光地で訪日外国人旅行者が増加したという情報が旅行判断にどう影響したか



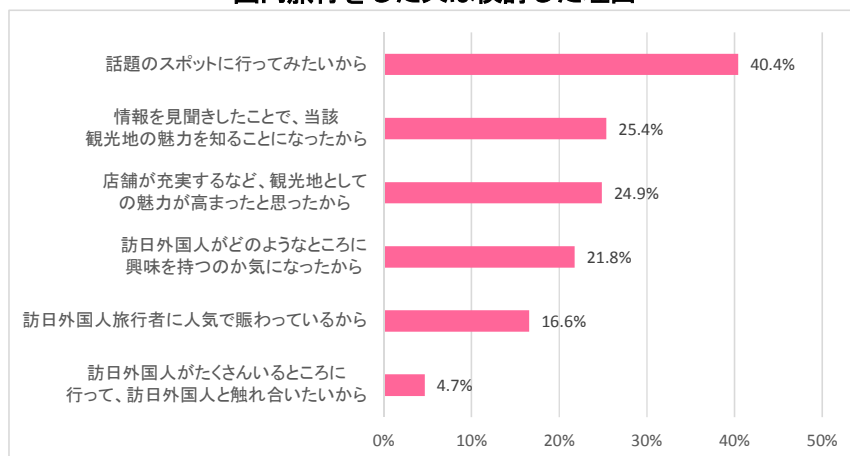
資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年(平成31年)2月

²¹ 約1万人の日本人を対象に、過去1年間の国内旅行の状況、訪日外国人旅行者の増加がもたらす好ましい影響と好ましくない影響、訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金上昇等に関する情報を見聞きしたことが自身の旅行に影響したかどうかなど調査し、何らかの影響があったと答えた方のうち1,000人を対象に、より詳細な内容を調査した。

また、当該観光地へ旅行したか旅行を検討した具体的な理由については、「話題のスポットに行ってみようから」という回答が 40.4%と最も多かった。次いで、「情報を見聞きしたことで、当該観光地の魅力を知ることになったから」(25.4%)、「店舗が充実するなど、観光地としての魅力が高まったと思ったから」(24.9%)の順となっている。

図表 II-51 訪日外国人旅行者が増加したという情報をきっかけに国内旅行をした又は検討した理由



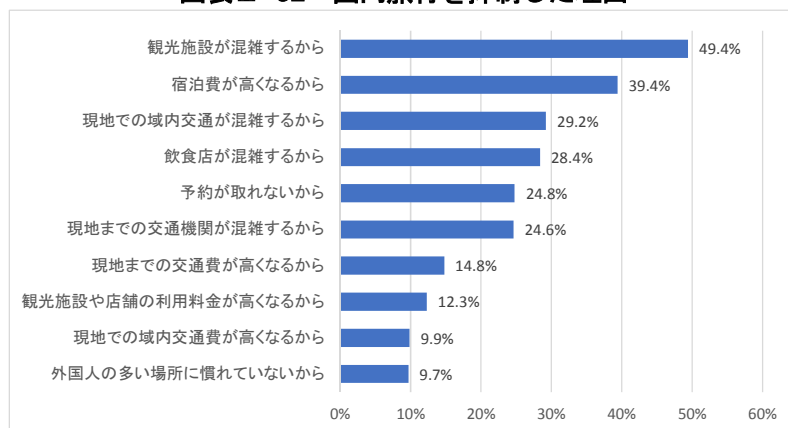
資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

注2：「訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金高騰等による影響があった」と答えた回答者（前の図表の選択肢①～⑧）の中から1,000人を抽出し、②、③のうち少なくとも1つを選択した回答者を対象に、当該項目について調査を行った。

他方、国内旅行を抑制した（検討していた旅行自体を見送った、代わりに海外旅行にした、宿泊旅行を日帰り旅行に変更した）具体的な理由については、「観光施設が混雑するから」という回答が 49.4%と最も多かった。次いで、「宿泊費が高くなるから」(39.4%)、「現地での域内交通が混雑するから」(29.2%)の順となっている。

図表 II-52 国内旅行を抑制した理由



資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

注2：「訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金高騰等による影響があった」と答えた回答者（2つ前の図表の選択肢①～⑧）の中から1,000人を抽出し、④、⑤、⑧のうち少なくとも1つを選択した回答者を対象に、当該項目について調査を行った。

以上のように、外国人旅行者の増加は、観光地での混雑や宿泊料金の上昇といった国内旅行を抑制する影響も認められる一方で、環境整備や賑わいの創出といったメリットを観光地にもたらす面もあり、日本人の国内旅行のきっかけともなる場合もあることが分かる。外国人旅行者が増加している観光地においては、オフ期や周辺部への誘導等の観光客分散化策による混雑の緩和や、ゴミの持ち帰り等のマナー・ルール周知等の対策が求められるが、各地でこうした対策とともに、宿泊施設や二次交通等の整備が進められることが、外国人旅行者にとってより観光しやすい環境をもたらすのみならず、日本人にとってのデメリットを軽減し、観光地としての魅力を更に高め、国内旅行の一層の活性化にもつながることが期待される。

第3章 自然災害が旅行に与える影響

2018年（平成30年）は、6月に「大阪府北部地震」、7月に「平成30年7月豪雨」、9月に「北海道胆振東部地震」と大きな災害が相次ぎ、交通インフラ等にも被害が及び、一時的に観光客の減少をもたらした。自然災害は、観光施設や、交通手段に被害をもたらすことにより、観光旅行の実施自体を困難にする場合もあるが、危険とのイメージがあるため念のため回避するというように、心理的な要因で旅行を抑制させている場合もあると考えられる。このような、自然災害が旅行の判断に与える様々な影響について、過去の事例や、アンケート調査の結果により分析を行った。

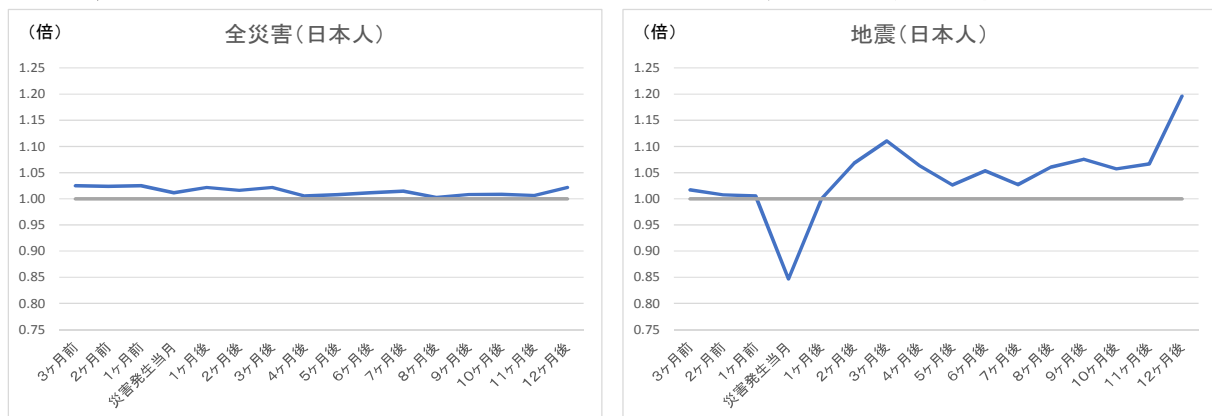
（地震災害の被災地では災害発生後に宿泊旅行者が減少する傾向がある）

自然災害の発生前後で、日本人と外国人の宿泊旅行にどのような影響がみられるかを分析するため、災害発生3箇月前から災害発生12箇月後までの、災害が発生した都道府県における日本人延べ宿泊者数と外国人延べ宿泊者数の前年同月比の推移を算出した。

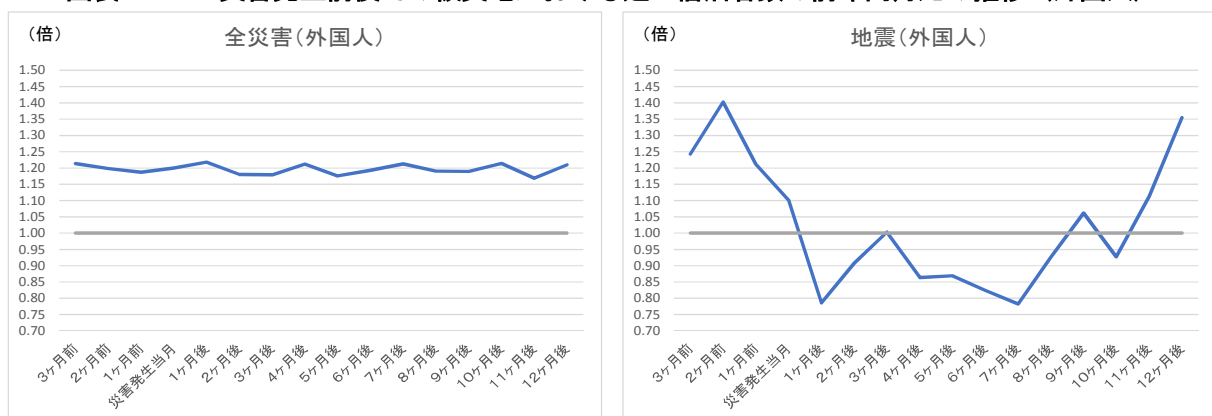
まず、2008年（平成20年）4月から2017年（平成29年）までに発生した「特定非常災害」、「激甚災害」、「災害救助法適用災害」に該当する全ての災害について合計した結果をみると、日本人、外国人ともに、都道府県レベルの宿泊者数には、判別可能な程度の影響はなかった。

一方、地震のみについて合計した結果をみると、日本人、外国人ともに災害発生直後に延べ宿泊者数が大きく減少しており、日本人については早い段階で回復しているものの、外国人については災害発生後、約1年にわたり減少傾向が続いている。

図表Ⅱ-53 災害発生前後での被災地における延べ宿泊者数の前年同月比の推移（日本人）



図表Ⅱ-54 災害発生前後での被災地における延べ宿泊者数の前年同月比の推移（外国人）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」、内閣府「防災白書」に基づき観光庁作成

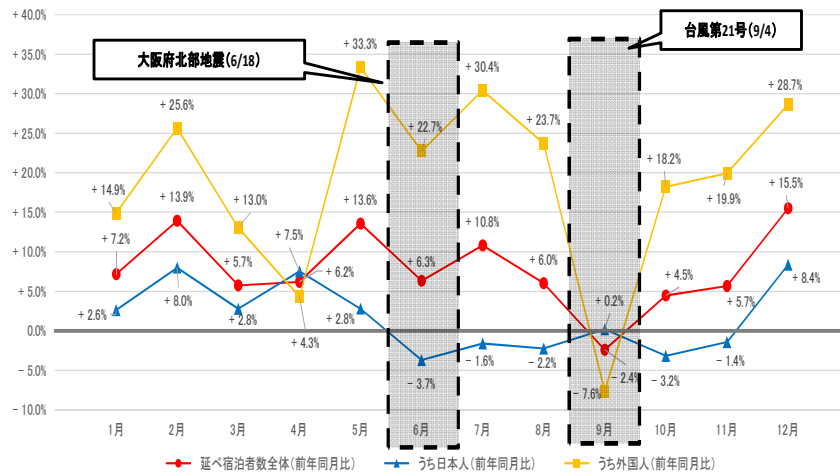
注1：「特定非常災害」、「激甚災害」、「災害救助法適用災害」のうち、2008年（平成20年）4月～2017年（平成29年）に発生した災害を対象として、被災した都道府県における災害発生月の3箇月前から12箇月後までの日本人延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の前年同月比を調べた（対象とした災害は、地震6件、豪雨等112件、豪雪等9件、噴火等2件、その他48件である。）。

注2：被災した都道府県について、「激甚災害（早期局激）」「激甚災害（年度末局激）」「災害救助法適用災害」については適用市町村の属する都道府県、その他は防災白書附属資料の「過去5年の激甚災害の適用実績」に「主な被災地」として記載されている都道府県とした。

注3：「宿泊旅行統計調査」の2018年（平成30年）の数値は速報値。

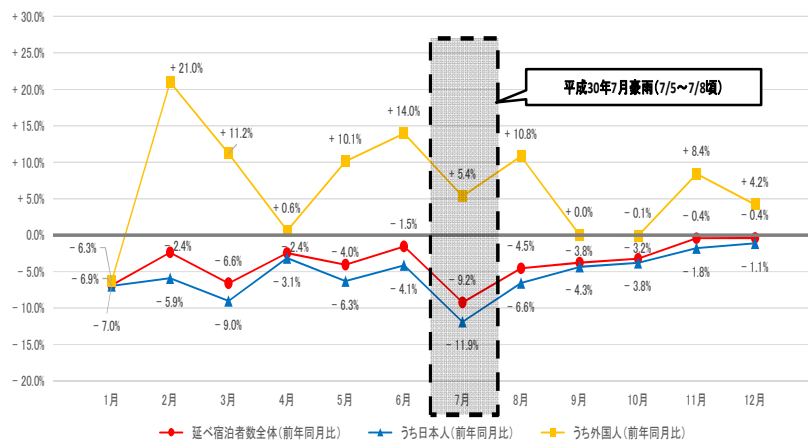
なお、2018年（平成30年）に発生した「大阪府北部地震」、「台風第21号」、「平成30年7月豪雨」、「北海道胆振東部地震」については、災害後一時的に被災地での延べ宿泊者数が減少したものの、「ふっこう割」等の効果もあり、いずれも比較的短期間で回復がみられた。

図表Ⅱ-55 災害前後の大阪府における延べ宿泊者数（大阪府北部地震、台風第21号）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注：2018年（平成30年）の数値は速報値

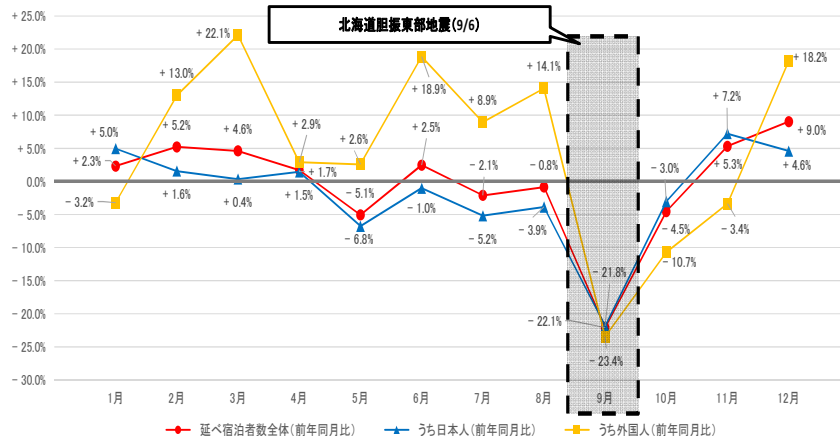
図表Ⅱ-56 災害前後の被災地域等13府県^(※)における延べ宿泊者数（平成30年7月豪雨）



(※)岐阜県、京都府、兵庫県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県の合計

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注：2018年（平成30年）の数値は速報値

図表Ⅱ-57 災害前後の北海道における延べ宿泊者数（北海道胆振東部地震）



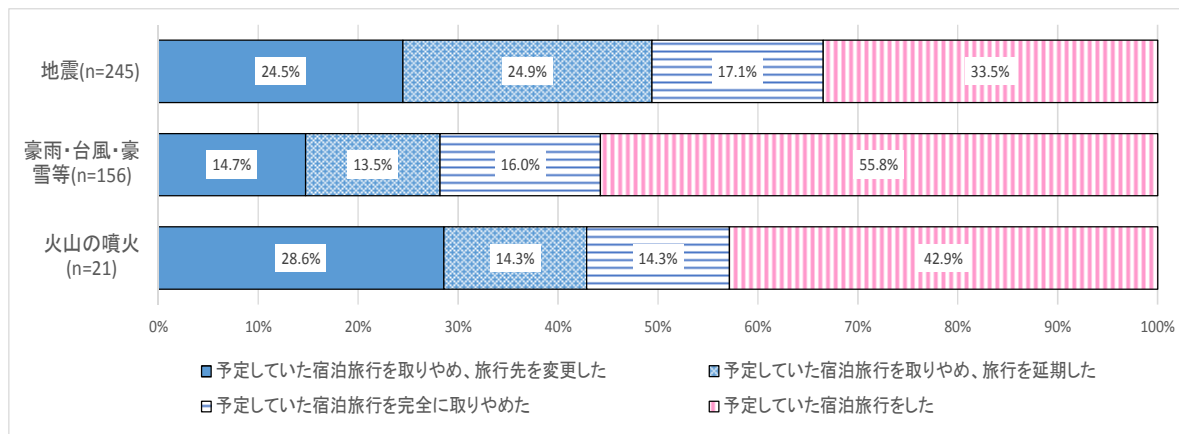
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注：2018年（平成30年）の数値は速報値

(災害の種類によって旅行計画への影響の仕方は異なる)

自然災害の発生が旅行判断に与える影響を分析するため、観光庁において日本国内でのアンケート調査を実施した。以下の調査結果については、宿泊旅行を予定していた国内の旅行先が自然災害の被害を受けた回答者を集計の対象にしたものである。

調査の結果、自然災害の発生が旅行計画に与えた影響については、いずれの災害の場合でも「予定していた宿泊旅行をした」が最も多くなっているが、その割合は、豪雨・台風・豪雪の場合が55.8%であるのに対し、地震の場合は33.5%と20ポイント以上も小さい。地震の場合は、自然災害の影響で、旅行を取りやめたり、旅行先の変更や旅行の延期をししたりした割合が全体の約3分の2を占めている。

図表Ⅱ-58 自然災害発生後にとった行動（災害種類別）



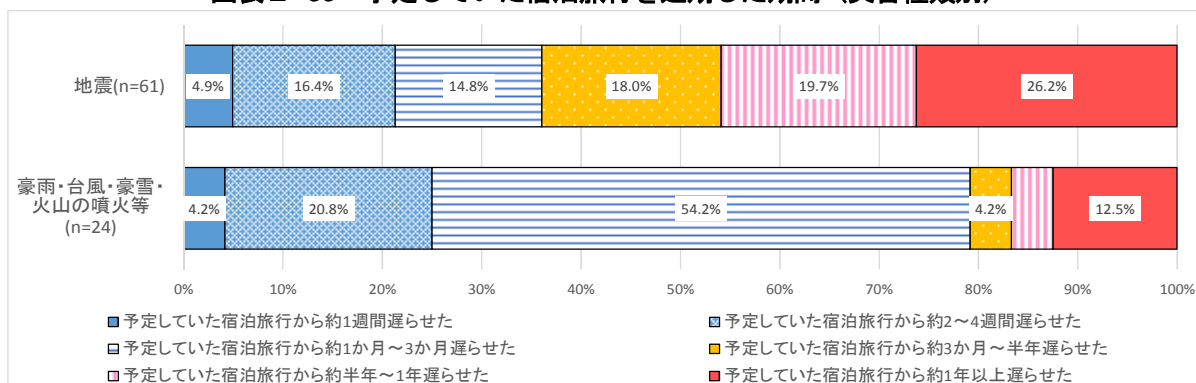
資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

次に、予定していた宿泊旅行を延期した期間については、地震の場合は「予定していた宿泊旅行から約1年以上遅らせた」が26.2%と最も多く、次いで、「予定していた宿泊旅行から約半年～1年遅らせた」(19.7%)、「予定していた宿泊旅行から約3か月～半年遅らせた」(18.0%)の順となっており、比較的長期間となっている。

他方、豪雨・台風・豪雪・火山の噴火等の場合は「予定していた宿泊旅行から約1か月～3か月遅らせた」が54.2%と最も多く半数以上を占めている。次いで、「予定していた宿泊旅行から約2～4週間遅らせた」(20.8%)、「予定していた宿泊旅行から約1年以上遅らせた」(12.5%)の順となっている。

図表Ⅱ-59 予定していた宿泊旅行を延期した期間（災害種類別）



資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成

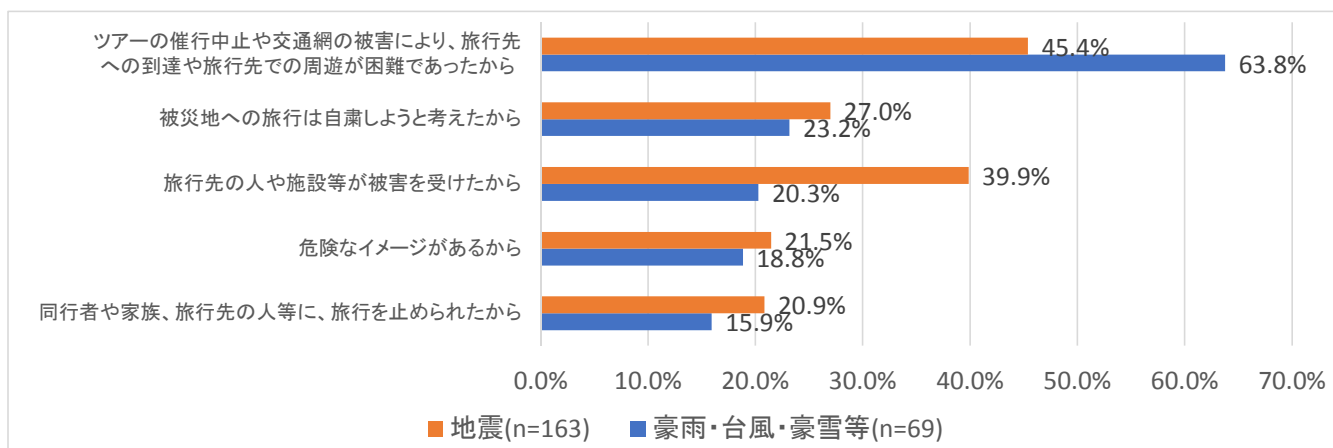
注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

旅行を取りやめたり、旅行先の変更や旅行の延期をしたりした理由については、地震の場合は「ツアーの催行中止や交通網の被害により、旅行先への到達や旅行先での周遊が困難であったから」が45.4%と最も多く、次いで、「旅行先の人や施設等が被害を受けたから」(39.9%)、「被災地への旅行は自粛しようと思ったから」(27.0%)の順となっている。

豪雨・台風・豪雪等の場合は「ツアーの催行中止や交通網の被害により、旅行先への到達や旅行先での周遊が困難であったから」が63.8%と最も多く、次いで、「被災地への旅行は自粛しようと思ったから」(23.2%)、「旅行先の人や施設等が被害を受けたから」(20.3%)の順となっている。

地震の場合と豪雨・台風・豪雪等の場合とを比較すると、地震の場合の方が、実際の被害状況以外の理由を挙げる割合が大きい。

図表Ⅱ-60 旅行を取りやめたり、旅行先の変更や旅行の延期をしたりした理由（災害種類別）



資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成

注1：調査時点 2019年（平成31年）2月

以上みてきたように、災害の種類によって旅行判断への影響の仕方は異なり、特に地震については、旅行を抑制する影響が強く、影響の期間も長くなる傾向にある。また、実際の被害の状況のみならず、危険なイメージがあるとといった主観的な理由により旅行を抑制するケースも一定程度存在する。このため、災害が生じた場合には、心理的な要因による旅行回避の動きが過度に広がらないことが重要と考えられる。

2018年（平成30年）は「平成30年7月豪雨」、「平成30年台風第21号」、「平成30年北海道胆振東部地震」等大規模な災害が相次いで発生し、各観光地に影響を及ぼしたが、政府は、これら災害による風評被害等の影響を最小限に留めるべく、被災地における宿泊料金の低廉化等の支援や、訪日プロモーションの実施等により、風評被害の防止や観光需要の早期回復を図った。

また、災害発生時に外国人旅行者が情報を適切に入手できないという課題に対応するため、日本政府観光局のコールセンター（Japan Visitor Hotline）において 英語、中国語、韓国語できめ細かい相談対応ができる体制を確立したほか、日本政府観光局認定観光案内所に対して非常用電源や携帯電話充電機器の整備等を支援した。さらに日本政府観光局のウェブサイトや公式 SNS により、訪日外国人旅行者の出身国に応じた多言語できめ細かい災害関係情報の発信等、各国語できめ細かい相談ができる体制の確立や、スマホ等の充電環境の整備、SNS 等による災害関連情報の発信等、非常時における訪日外国人旅行者の安全・安心確保に向けた措置を講じた。

このような取組の効果もあり、被災地における観光客数は回復しているが、今後とも災害による影響を最小限に留め、安心して旅行できる環境を整備すべく、不断の改善措置を講じていくことが重要である。