

平成 27 年版「観光白書」からの＜一般常識予想問題＞

(暗記用チェックシート(赤)を利用すると便利です)

●日本の観光の動向

日本経済は、2013 年(平成 25 年)においては、(金融緩和)、(財政出動)、(成長戦略) の(「三本の矢」)による(「アベノミクス」)で株高となり、内閣府「日本経済 2013-2014」(2013 年(平成 25 年)12 月)によると、景気は緩やかに(回復)しつつあると判断されていた。

2014 年(平成 26 年)の景気は、内閣府「日本経済 2014-2015」(2015 年(平成 27 年)1月)によると、(雇用・所得環境)の改善に支えられ、緩やかな(回復基調)を持続しているものの、(消費税率引き上げ)や(輸入物価の上昇)等による(物価上昇)の中で(個人消費)に弱さが見られるとされている。このような消費全般の動向は、観光に対しても影響を与えたと考えられる。

その一方で、2014 年(平成 26 年)は日本の観光資源が世界的に高く評価された一年であった。6 月には(「富岡製糸場と絹産業遺産群」(群馬県))が我が国の近代産業遺産としては初めてユネスコの(世界文化遺産)に登録された。さらに、11 月には(「和紙:日本の手漉(てすき)和紙技術」)が同じく(無形文化遺産)に登録された。

7 月には、世界で最も影響力をもつ旅行雑誌のひとつである米国「Travel+Leisure」誌の読者投票において、(京都市)がベストシティランキング世界 1 位になった。また、2014 年(平成 26 年)は、交通インフラの充実が図られた一年でもあった。

まず、航空では、3月 30 日より、(羽田空港)の昼間時間帯(6時から 23 時まで)の国際線の発着枠が年間3万回増加し、年間発着枠が 44.7 万回となった。また、道路では、6 月に圏央道の相模原愛川IC～高尾ICが開通し、圏央道により関越道、中央道、東名高速が接続した。港湾でも、4 月に(那覇港クルーズターミナル)の供用が開始された。

●訪日旅行の状況

2014 年(平成 26 年)の訪日外国人旅行者数は、初めて年間(1000 万人)を突破した前年をさらに上回り、(1341 万人)、対前年比(29.4%)増となり、2年連続で過去最高を更新した。このような状況の下で、多くの国・地域からの年間訪日外国人旅行者数が過去最高を記録した。

まず、(アジア)からの訪日外国人旅行者は、(1061 万人)で前年比(33.5%)の伸び率となった。訪日外国人旅行者に占める割合は(79.1%)に達している。

(台湾)の 2014 年の訪日旅行者数は(283.0 万人)で、3 年連続で過去最高を記録するとともに、全市場における年間の最高記録を更新した。LCCの浸透により(個人旅行)が活況を帯びており、リピーター比率は 75%を超えている。

(**韓国**)については、4月中旬に発生した旅客船沈没事故を受け、船舶を利用した外国旅行の自粛や修学旅行のキャンセルが発生し、上半期の訪日旅行に影響を及ぼしたが、夏の旅行シーズンを契機に訪日需要の回復が見られ、年間の訪日旅行者数は(**275.5万人**)と過去最高を記録した。(これまでの過去最高は2007年(平成19年)260.0万人)

(**中国**)は、2013年(平成25年)9月以降は好調に推移し、2014年(平成26年)は初めて年間200万人を突破し、年間(**240.9万人**)の過去最高を記録した。2012年～2013年に訪日旅行需要が伸び悩んだが、(**大型クルーズ船の寄港**)や(**航空便の新規就航**)などにより大きく反動した。

(**東南アジア**)は、ASEAN(東南アジア諸国連合)の主要6ヶ国(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)のいずれの国においても年間の訪日外国人旅行者数が過去最高となり、2014年(平成26年)は合計160万人(対前年比39.1%増)となった。

(**香港**)は、2013年(平成25年)2月以降23ヶ月連続で各月の最高記録を更新しており、12月には単月としては初めて10万人を超えた。

(**欧州**)からの訪日外国人旅行者も、初めて年間100万人を超えて105万人に達し、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン等の年間訪日外国人旅行者数が過去最高となった。また、欧州主要3か国(イギリス、フランス、ドイツ)の訪日外国人旅行者数は50万人を超えた。

(**北アメリカ**)からも同様に好調で、こちらも初めて年間100万人を突破し107万人に達した。

(**オーストラリア**)からの訪日外国人旅行者は30万人となり、年間30万人を初めて突破した。

その他の地域では、南米は6万人、アフリカは3万人であった。

●訪日外国人旅行者が急速に増加している要因

(1)経済環境:

アジア等の経済成長により海外旅行者数が増加していること、(**円安方向**)への動きにより訪日旅行への(**割安感**)が拡大していることなど。

(2)日本への国際的注目度の高まり:

(**東京オリンピック・パラリンピック**)の開催決定、(**「富士山」や「富岡製糸場と絹産業遺産群」**)の(**世界文化遺産登録**)、(**「和食」や「和紙」**)の(**無形文化遺産登録**)など。

(3)訪日外国人旅行者の拡大に向けた施策展開:

(**首都圏空港**)の発着枠拡大、(**ビザ**)の大幅緩和や訪日外国人旅行者向け(**消費税免税制度**)の見直し、(**CIQ体制**)の充実等、政府全体として取り組んだ施策の成果。

※CIQ体制とは: customs, immigration and quarantine の略。出入国の際の必須手続である税関・出入国管理・検疫のこと。

(4)継続的な訪日プロモーション:

(「桜」をテーマとした)継続的な訪日プロモーションに加え、2014年(平成26年)は(桜をテーマとした)国際旅行博への出展や海外現地における広告の掲載等、集中的な取組を実施したことにより、桜のシーズンに新たなピークを創出し、定着させることに成功した。

●訪日外国人旅行者による日本国内における消費額

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20年)から2014年(平成22年)で急拡大し、2014年(平成26年)には(2兆278億円)となり2兆円の大台を超えた。

●国・地域別の費目別消費実態

以下では、訪日外国人一人あたりの(費目別消費額)を比較する。

買物代では、(中国)が127,443円で、他の国・地域と比べ相当程度多額の消費を行っている。2位は(ベトナム)で88,814円である。3位は(ロシア)で63,056円である。4位以降には、タイ、香港、マレーシア、台湾、シンガポールが続いており、アジアの国・地域が上位を占めている。宿泊料金では、(オーストラリア)が93,484円で1位、(英国)が81,094円で2位、(フランス)が77,827円で3位であった。4位以降には、米国、カナダ、ロシア、ドイツが上位を占め、買物代とは対照的にアジア以外の国・地域が上位を占めている。

飲食費では、(ベトナム)が54,361円で1位、(オーストラリア)が52,308円で2位、(インド)が47,536円で3位となっている。

●国・地域別の買い物における品目別消費実態

買い物をした品目については、国・地域による違いが見受けられる。

(アジアの国・地域)では、菓子類、カメラ・ビデオカメラ・時計、電気製品、化粧品・香水、医薬品・健康グッズ・トイレタリー、服・かばん・靴等の購入率が高い。特に、(中国)の購入率は高く、菓子類、カメラ・ビデオカメラ・時計、電気製品、化粧品・香水では1位、その他食料品・飲料・酒・たばこ、医薬品・健康グッズ・トイレタリーでは2位になっている。

これに対し、和服(着物)・民芸品、書籍・絵葉書・CD・DVDの日本文化との関連性を有する商品については(欧米)の購入率が高い。マンガ・アニメ・キャラクター関連商品は、欧米ではフランス、アジアでは香港、台湾、中国からの旅行者による購入が多い。フランスは、和服(着物)・民芸品、書籍・絵葉書・CD・DVD、マンガ・アニメ・キャラクター関連商品の3つの品目で1位となっている。

●国・地域別の買い物場所

全体では、スーパー・ショッピングセンター、空港の免税店、コンビニエンスストア、百貨店・デパートが5割を超えている。観光地の土産店も34.4%が利用している。

韓国は、百貨店・デパートの利用が29.2%と少ない。中国は、家電量販店(秋葉原など)も多く、

39.5%が利用している。タイ、ベトナム、インドでは、100 円ショップの利用も多い。欧米では、空港の免税店、コンビニエンスストア、百貨店・デパートの利用は少なく、5 割未満である。

●国・地域別の決済手段

クレジットカードによる決済手段については、(欧米)からの訪日外国人旅行者は、クレジットカードの利用の割合が高く、多くの国・地域において過半数が利用している。これに対し、(アジア)では 5 割を下回っている国・地域も存在する。

(中国)からの訪日外国人旅行者については、(デビットカード)の利用が多くなっているが、これは(銀聯カード)が普及しているためと考えられる。

●インバウンド消費拡大の要因

インバウンド消費を拡大させてきたアジアからの訪日外国人旅行者自身の要因としては、(個人所得の上昇)が挙げられる。

次に、自国・地域と日本を比較した場合の品質及び価格面での消費環境の違いが挙げられる。特に、高級品を中心として、日本製品には(品質面での優位性)があることや(円安方向への動き)や外国人旅行者向け消費税免税制度における(免税対象品目の拡大等)により価格面での割安感が醸成されてきていることが、インバウンド消費が拡大してきている要因と考えられる。

また、インバウンド消費を拡大するための(訪日プロモーション)も、訪日外国人旅行者の消費意欲を喚起したと考えられる。