

2015年12月17日  
No.2015-041

## 数字を追う ～国際比較から考える訪日外国人 3,000 万人の展望と課題

「観光大国」の名に見合う国はどこか、「爆買い」に振り回されず目指すべき方向をどう考えるか  
調査部 主席研究員 吉本澄司

### 《要 点》

- ◆ ここ数年、海外からわが国を訪れる旅行者は急増し、最近では年間 2,000 万人に届かんとする勢いである。このため、訪日外国人 3,000 万人といった数字すら話題にのぼっている反面、世界ランキング上位各国との間の来訪者数の大きな差を強調することで、わが国の観光への取り組みの立ち遅れを指摘する見方もある。しかし、表面上の来訪者数は多いが実態は「観光大国」と言いにくい国も多く、その名に値するのはフランス、米国など限られる。アジアではタイが中国以上の「観光大国」である。
- ◆ 海外からどのように旅行者を訪れるかは、受入国と出発国の地理的な距離、相互の所得水準によって大枠が左右される。わが国の場合、所得水準が一定以上の国が近い距離に多数存在し相互の往来が盛んな欧州諸国との周辺環境の違いはまだ大きい。アジア諸国の経済発展によって、制約要因は以前より弱まってきている。ただし、世界各国の状況を比較してみると、海外からの集客力の強弱は、遠方の国からわざわざやって来る旅行者の多寡に表れる点にも留意する必要がある。
- ◆ 訪日外国人旅行者が 3,000 万人に達するとすれば、近距離のアジア諸国からの来訪に支えられる形での増加になる可能性が大きい。海外旅行一般も日本への旅行も普及し始めたばかりであれば、旅行者がその機会を利用して買い物に時間とお金を費やすという行動が生じていても不思議でない。わが国にもかつて似たような時期があったが、海外旅行の普及度が上がると一巡した。特定の国から集中的に旅行者がやって来れば、受入能力を超えて混乱が起きたり、需要のピークに合わせた供給体制を作ることによる過剰投資が生じたりといった問題が懸念される。交通機関や観光地などで混乱が激しくなると、他の国の旅行者から敬遠されるおそれが出て来る。
- ◆ 長期的な視点で考えたときに、安定して経済に貢献することが期待できるのは、特定の国、定番の観光地、「爆買い」などに偏らないインバウンド需要であり、目先の派手な動きに振り回されずに、観光振興の公的な施策や、外国人旅行者向けの企業対応を進めていくことが肝要である。

本件に関するご照会は、調査部・主席研究員 吉本澄司宛にお願いいたします。

Tel: 03-6833-5327

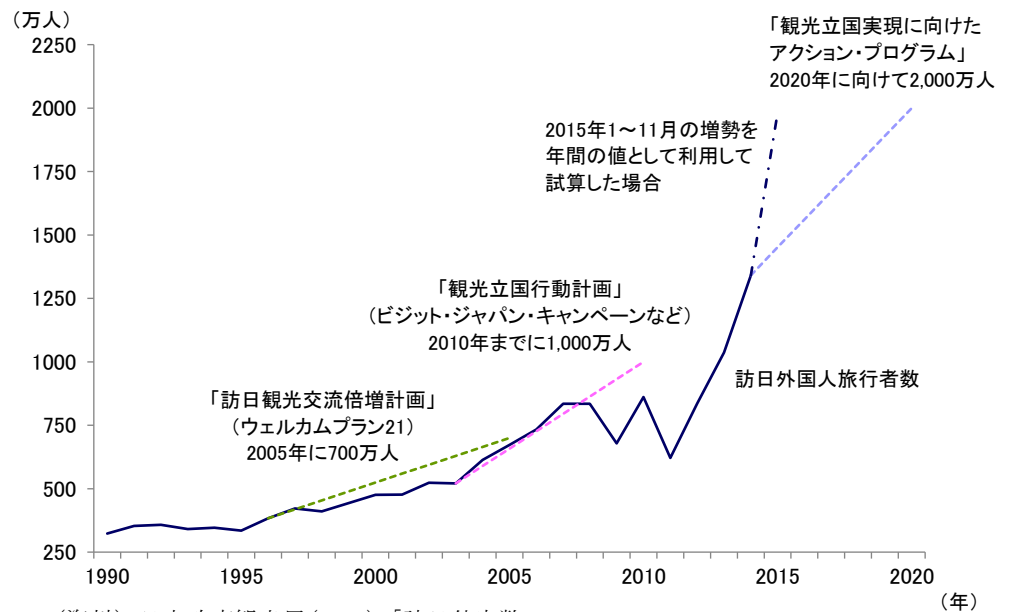
Mail: [yoshimoto.kiyoshi@jri.co.jp](mailto:yoshimoto.kiyoshi@jri.co.jp)

## 1. はじめに

海外から旅行者を誘致し相互理解や国際親善をはかるとともに、観光産業などによって地域振興にもつなげることの意義は、何十年にもわたって重要性が指摘され、施策が講じられてきた経緯にあるが、現在の活況につながった起点として印象が強いのは、小泉内閣当時に開始された観光立国行動計画であろう。この計画では、2010年までに訪日外国人旅行者を年間1,000万人にするという目標に向けて、ビジット・ジャパン・キャンペーンに代表されるさまざまな取り組みが行われた。

リーマンショックを経て顕著となった世界経済の落ち込みや、そこからの回復過程で起きた東日本大震災の影響によって、訪日外国人旅行者が1,000万人を超えたのは目標より3年後の2013年であったが、その後の急激な増加ペースは、おそらく大方の予想をはるかに上回っているとみられる(図表1)。

(図表1) 訪日外国人旅行者数の推移



2013年に取りまとめられた「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」では、1,000万人達成後は2,000万人の“高みを目指す”ことになり、同じ時期にまとめられた日本再興戦略においては、2013年に1,000万人、2030年には3,000万人を超えることを目指すという成果目標が掲げられた。

さらに、その後2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催が決まったことから、2020年に向けて2000万人を目指すこととなったが、2015年1～11月までの増勢を暦年の値として仮定すれば、2015年に早くも2,000万人近い水準となる。訪日外国人旅行者は多くの国から増えているが、特に目立つのは中国からの急増である。これを受けて、中国人旅行者の「爆買い」など訪日外国人の動向を伝え、インバウンド関連産業や地域への経済効果を取り上げる報道も目立つようになっている。

図表1の訪日外国人旅行者数のグラフは、単純に形状だけを見れば、資産価格の動向ならばバブルか否かという論点提起につながっても不思議でない動きと言え、このような増勢が中長期的に続くことを前提とすることには慎重であるべきだろうが、少なくとも足元では、2020年に向けて目指すことにしていた2,000万人に手が届こうとしていることも事実である。

これを踏まえて、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」(議長：安倍首相)において

2015 年度中に新たな目標の設定とそのために必要な対応の検討が行われることとなり、11 月 9 日に第 1 回会合が開かれた。

本稿では、わが国、および旅行者数の国際比較で上位にある海外諸国を中心に、海外からの旅行者の動向に関するファクトファインディングを行い、その結果を参考にしながら、訪日外国人 3,000 万人の実現可能性や、「爆買い」に象徴される、特異的にも思える一部の消費行動の持続性の先行きなどを考える。

## 2. 旅行者数の国際比較からの示唆

訪日外国人旅行者の動向は大きく変わってきているが、他方で、国際比較においてわが国の旅行者受入数が依然として見劣りすることも指摘されている。これは、長年、繰り返し指摘されてきた論点である。国連世界観光機関（UNWTO）と日本政府観光局（JNTO）の資料によれば、ビジット・ジャパン・キャンペーンが始まった 2003 年におけるわが国への外国人旅行者数（521 万人）は、世界の国・地域（以下、国と略記する）の中で 32 位、アジアに限っても 7 位であった（図表 2）<sup>1</sup>。このような状況は、それ以前から、小さな順位変動を伴いながらも、大きな変化がないまま続いてきた。

近年は訪日外国人旅行者が大幅に増加しているが、ビジット・ジャパン・キャンペーンで掲げられた 1,000 万人を初めて超えた 2013 年（1,036 万人）においても世界で 27 位、アジアで 8 位、2014 年には訪日外国人旅行者がさらに増加して 1,341 万人になったが、それでも世界で 22 位、アジアで 7 位である。もっとも、前述のとおり 2015 年は訪日外国人旅行者が一段と増加しているため、仮にわが国が約 2,000 万人となり、他の国・地域が 2014 年から大きく動いていないと仮定すれば、2015 年は世界で 16 位、アジアで 5 位に上昇する計算になる（それでも世界のベスト 10 には入らない）。

このようなランキングや、その上位各国との間の来訪者数の大きな差を強調することで、わが国の観光への取り組みの立ち遅れや後進性を指摘する見方もあるが、各国の数字を詳しくみないまま、単純に国別の来訪者数（合計）だけを比較しながら大小が論じられる場合も見受けられる。

（図表 2）海外からの旅行者数のランキング

1996年 (ウェルカムプラン21 開始)	2003年 (ビジット・ジャパン・ キャンペーン開始)	2014年
1 フランス	1 フランス	1 フランス
2 米 国	2 スペイン	2 米 国
3 スペイン	3 米 国	3 スペイン
4 イタリア	4 イタリア	4 中 国
5 英 国	5 中 国	5 イタリア
6 メキシコ	6 英 国	6 トルコ
7 ハンガリー	7 オーストリア	7 ドイツ
8 ポーランド	8 メキシコ	8 英 国
9 カナダ	9 ドイツ	9 ロシア
10 オーストリア	10 カナダ	10 メキシコ
-----		
14 香 港	12 香 港	11 香 港
19 シンガポール	17 マレーシア	12 マレーシア
20 タイ	18 タイ	14 タイ
21 マレーシア	28 マカオ	19 マカオ
22 中 国	31 シンガポール	20 韓 国
26 インドネシア	32 日 本	22 日 本
28 マカオ	35 韓 国	25 シンガポール
32 日 本	37 インドネシア	31 台 湾
33 韓 国		34 インドネシア

（資料）UNWTO、JNTO

（注） 2014 年は暫定値による。

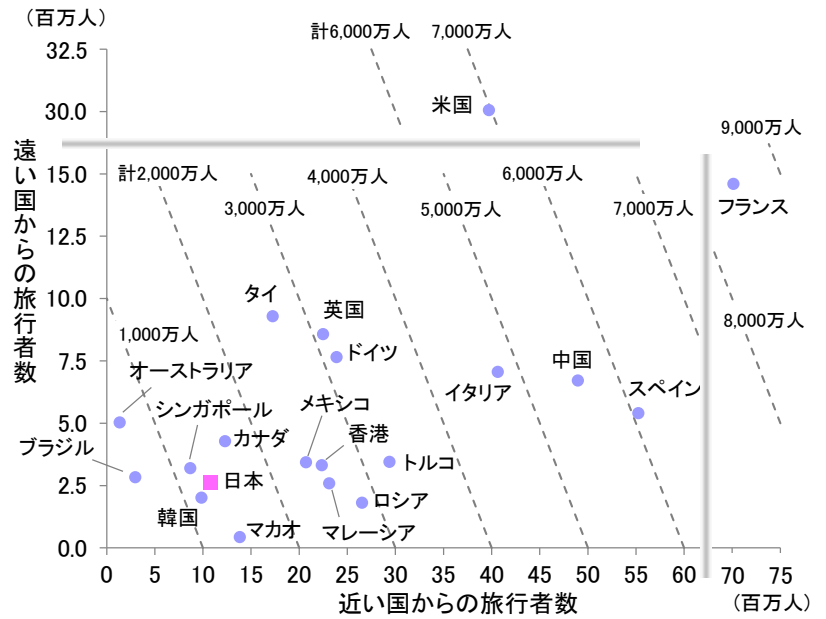
<sup>1</sup> ただし、海外からの旅行者数の定義は、それぞれの国・地域で完全に統一されていないため、必ずしも共通の基準によるランキングになっていない。

しかし、表面上の来訪者数は多いが実態は「観光大国」<sup>2</sup>と言にくいような例もあり、わが国の参考とするためには、各国を訪れる旅行者の状況をよく把握しておく必要がある。

国ごとの詳細は後で紹介することとして、まず、各国への来訪旅行者数を概観しておく、図表3のとおりである。

ランキング上位の国々の中には、海外からの旅行者数がわが国より数千万人多い例も稀ではないが、そのような大差は主に地理的に近い国から訪れる旅行者数の違いによって生じている（米国とフランスは遠い国からの旅行者数もかなり多い）。

(図表3) 各国を訪れる海外からの旅行者の状況



(資料) UNWTO 「Yearbook of Tourism Statistics」、JNTO 「訪日外客数」、各国資料

(注1) 日本は2014年、それ以外は2013年の旅行者数。

(注2) 「近い」「遠い」に含まれる範囲は国によって異なる(後述)。

地理的に近い国には行きやすいが、遠い国への旅行は移動費や移動時間などが制約となるので、ある一国を訪れる旅行者の内訳は、遠い国からよりも近い国からの方が多数になる傾向がある(図表3に掲げた国々の単純平均ではほぼ1:3)。しかし、近い国からという条件をそろえた国際比較で、一部の国々との間に1千万人から数千万人という大きな差が出るのは、距離以外に、旅行者受入国を含む周辺地域全体としての特性や、個別事情として一部の国との特別な関係による往来が強く影響しているためである(詳細は後述)。欧州諸国の旅行者数は前者によって押し上げられ、アジアなど他の地域の国々を総じて上回っている。中国や香港の旅行者数は後者によって膨らみ、アジアの中で上位となっている。

周辺地域全体としての特性や、個別事情として一部の国との特別な関係については、訪日振興策によって短い期間で変えられる旅行環境とは別次元のものであり、条件が醸成されるには、わが国だけでなく地域全体および相互間の長期的な変化を要する。

地理的に近い国から訪れる旅行者数(横軸)ではわが国と千万人単位の差が付いている例があるのに対して、遠い国からの旅行者数(縦軸)では差が百万人単位である。

海外からの集客力の強弱は、遠方の国からわざわざやって来る旅行者の多寡に表れやすい。近い国からの旅行者数が多いことによって合計の来訪者数がわが国を大きく上回っている場合でも、遠い国からの旅行者数では同程度か、わが国を下回る例すらみられるのは、見かけほど

<sup>2</sup> 海外からの旅行者には観光目的だけでなく商用や知人・親類への訪問などが含まれるため、旅行者数が多いからといって「観光大国」とは限らないが、そう表現されることも多いため、括弧付きで用いる。

「観光大国」ではないためだろう。

海外からの旅行者の状況を比較するにあたっては、全体の数字だけでなく、内訳にもよく注意を払うことで明らかになってくることがある。

### 3. 海外から旅行者がどの程度訪れているか観察するために

海外の例を手掛かりに訪日外国人 3,000 万人の実現可能性を探るには、各国の状況をより詳しくみる必要がある。そこで、各国に、どこから、どの程度、旅行者を訪れているのかを共通の基準でみるために、これらの国（受入国）を訪れる国別旅行者数と、旅行者が属する国（出発国）の人口の比率として、訪問率を考える。なお、旅行者数は、同一人物が何回も受入国を訪れば、都度、計上されるし、同一人物が一度に何か国もの受入国を訪れば、それぞれの国で旅行者として数えられるので、ある出発国の訪問率をすべての受入国で集計すれば 100% を超える（出発国の旅行者数 > 同・人口）ことも起こり得る。

まず、訪問率（2013 年）が、国際的にどの程度の数値になるものなのか、確認しておこう。

訪問率の計算を行った旅行者受入国は合わせて 20 개국<sup>3</sup>であり、それぞれの受入国を訪れた旅行者の出発国（国籍または居住地による来訪元）ごとに求めた訪問率は合計 1,399 件である。このうち、訪問旅行者の国別内訳に関して、旅行者数が比較的多い来訪元のデータしか確認できなかった 14 개국<sup>4</sup>（訪問率 617 件、1 受入国あたり平均約 44 件＝44 出発国）以外の 6 개국<sup>5</sup>の訪問率 782 件（1 受入国あたり平均 130 件＝130 出発国）と、各訪問率に対応する旅行者数の分布は、図表 4、図表 5 のとおりである。

訪問率の件数分布は、数字が低い方に偏っており、0.1%未満で全体の過半（約 55%）を占める（図表 4 の訪問率別件数・累積構成比）。ただし、訪問率がそのような数値となっている国からの旅行者数は受入数全体の 5%にも満たない（図表 4 の訪問率別旅行者数・累積構成比）。旅行者がよくやって来るか否かという基準で言えば、関係が薄い国の方が圧倒的多数である。

旅行の行きやすさに影響する地理的な距離で出発国を分ければ、一般に、近い国より遠い国ほど数が多くなるので、図表 4 の観察結果は自然である。

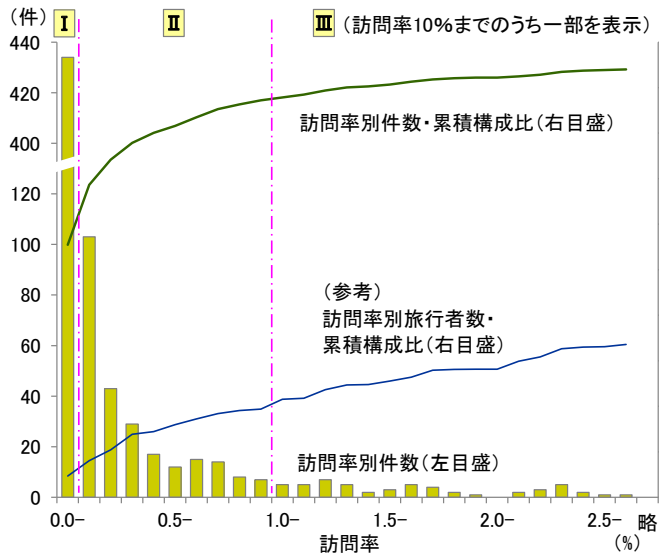
---

<sup>3</sup> 世界ランキングで 10 位以内に入ることが多い国、それ以外のアジア諸国のうち海外からの旅行者数において日本とほぼ肩を並べているか、より多くの旅行者が訪れている国、以上に含まれない南米からブラジル、オセアニアからオーストラリア、そして日本の計 20 개국。具体的には、日本のほか、欧州 7（フランス、スペイン、イタリア、トルコ、ドイツ、英国、ロシア）、アジア 7（中国、香港、マレーシア、タイ、マカオ、韓国、シンガポール）、北米 3（米国、メキシコ、カナダ）、ブラジル、オーストラリア。なお、わが国の出入国管理統計（法務省）ではトルコをアジアに区分しているが、UNWTO の資料では欧州に区分しているため、本稿ではトルコを欧州に含めている。

<sup>4</sup> 訪問者数が多い出発国だけが統計表に掲げられていたり、定義の調整に必要な補足データが一部の国しか掲載されていなかったりといった理由による（ただし、本稿で参照し切れなかった統計書によって把握できる可能性はある）。訪問者数が少ない出発国が含まれず、実際の分布に比べて訪問率の低い標本数が多数欠けていると考えられるため、訪問率の分布の特徴は他の 6 개국のデータから考察した。

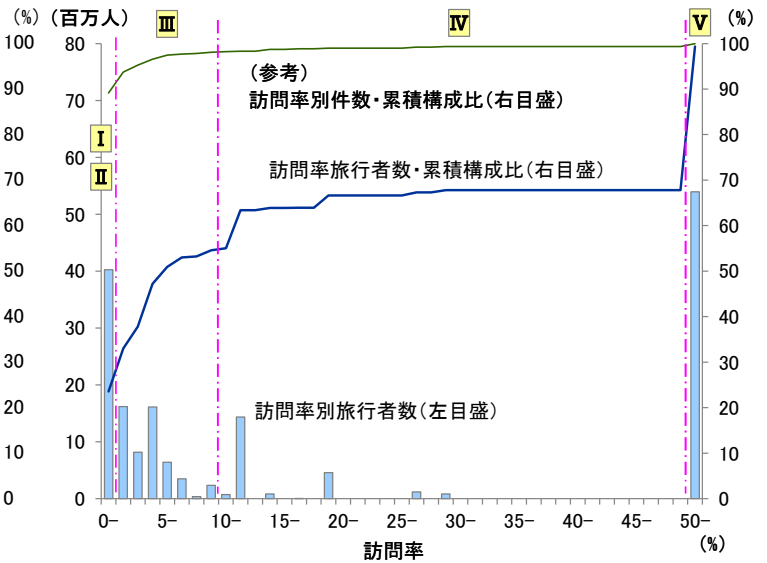
<sup>5</sup> 日本、米国、カナダ、中国、韓国、オーストラリア。

(図表 4) 訪問率別の件数分布



(資料) UNWTO 「Yearbook of Tourism Statistics」、世界銀行「World Development Indicators」、各国資料  
 (注 1) 日本、米国、カナダ、中国、韓国、オーストラリアの旅行者受入状況 (2013 年) による。  
 (注 2) 一部推定値を含む。

(図表 5) 訪問率別の旅行者数分布



(注 1) 図表 4 の資料と注を参照。  
 (注 2) 訪問率の全体件数は、数字を計算した件数の合計としたため、累積構成比は最終的に 100% に達している。一方、旅行者の全体数は、出発国が不詳で訪問率を計算できない場合や、国別計算を省略した場合の旅行者数を含むため、累積構成比の最終値は 99.3% となっている。

訪問率が一つ上の区分 (0.1%以上 1%未満) では、該当件数 (出発国数) は少なくなるが、その訪問率の国から来訪する旅行者数は逆に多くなる。訪問率 0.1%未満が、海外からの旅行者受入という点で「その他の多くの国」<sup>6</sup> というグループとすれば、訪問率が 0.1%以上になると、受入国から見て、旅行者がやって来る国と認識されるようになる。訪問率 0.1%以上 1%未満は「一般的な来訪国」といったところである。

このように訪問率に応じて来訪元を区分した結果が図表 6 である。このうち訪問率 50%以上という条件に該当する区分 V の件数は全体の 0.6%に過ぎないが、旅行者数は受入数全体の約 32%を占め、I ~ IVとは性格が異なるグループである。訪問率区分 Vは、すべての受入国ではなく、一部の国だけで観察されるという点においても、特殊性がある。

(図表 6) 訪問率に応じた来訪元の区分

区分	訪問率 (%)		構成比 (%)		来訪する旅行者の国籍/居住地 (来訪元)
	以上	未満	件数	旅行者数	
I	~0.1		55.5	4.7	その他の多くの国
II	0.1	~ 1	31.7	14.7	一般的な来訪国(来訪元)
III	1	~ 10	10.9	35.2	主な来訪国(同)
IV	10	~ 50	1.3	13.2	訪問率が特に高い主な来訪国(同)
V	50	~	0.6	31.6	特別な背景がある来訪国(同)

(注) 図表 4、図表 5 の資料と注を参照

訪問率は、受入国と出発国の地理的な距離以外に、相互の所得水準によっても左右される。出発国側の所得水準が影響する理由は、観光を目的とする海外旅行が国民に広く普及するのは

<sup>6</sup> 所得水準が先進国ほど高くなく、海外旅行をする国民の割合が先進国に比べてまだ低い国からの訪問率は小さめとなるが、その国の人口規模が大きければ (典型的な例は中国)、訪問率が低くても来訪旅行者は多数となる場合が生じ得る。そのような場合、訪問率に基づく区分より旅行者数から受ける印象の方が強めとなるが、そうした特殊なケースを除く大半の例に当てはまる表現として用いている。

生活に一定のゆとりが生まれてからとなるためである<sup>7</sup>。

ある国における海外旅行 (outbound) の普及度を、人口に対する海外旅行者数の比率 (海外旅行率) として、所得水準 (一人あたり国民総所得 [GNI]) との関係を見ると、図表 7 のとおりである。欧州諸国は、アジア諸国に比べて、全体的に、より所得水準の高い右方向に分布しており、その結果、海外旅行率も高い国が多い。

一方、アジアでは所得水準が欧州や北米と同程度の国がまだ少なく、一人あたり GNI が 1 万ドル未満のアジア諸国の海外旅行率は一桁台である。香港、マカオ、シンガポールの海外旅行率は高いが、いずれも人口が 1 千万人に満たず、特定の国 (香港とマカオは中国、シンガポールはマレーシア) への

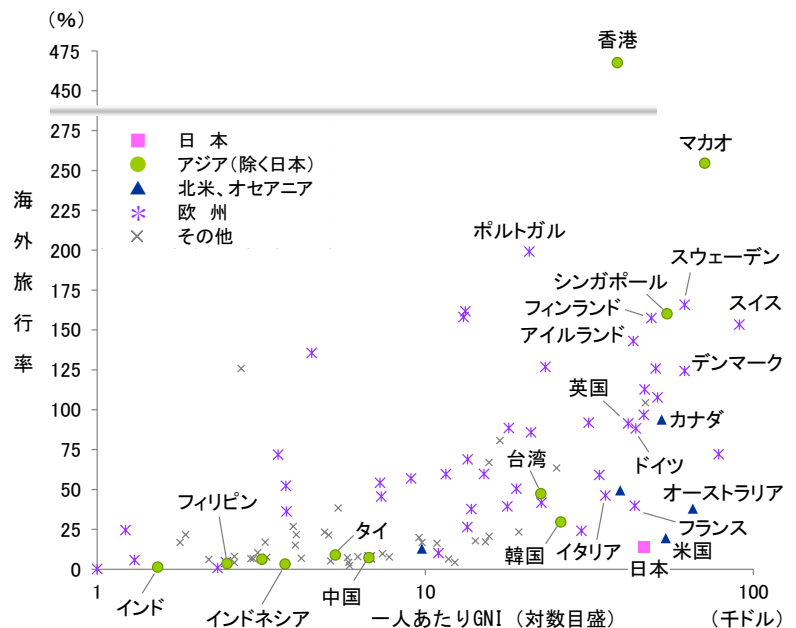
訪問が飛び抜けて多いことで海外旅行率 (outbound) が押し上げられているという特殊事情があるので、アジア諸国全般に対する訪問率や来訪者数 (inbound) への寄与は限られている。

なお、図表 7 をみると、所得水準が低い場合も高い場合も、同程度の一人あたり GNI に対する海外旅行率はアジアより欧州の方が総じて高い。これは、CIS 諸国 (旧ソ連構成国の多くが加盟) などを除けばユーラシア大陸の西端に陸続きで集中して分布しており近くて行きやすい国が多いこと、EU 諸国にみられるように統合に向けた歴史的な積み重ねがあり相互の関係が強いこと、制度的にも往来の制約が小さいことなど、一国の所得水準以外の要因による。

二国間では、出発国側の所得水準だけでなく、受入国側 (訪問先) の所得水準との高低差にも影響を受ける。所得水準の低い国の一般的な国民から見れば、所得水準の高い国の宿泊費や飲食費などは高額であるため、旅行先として気軽に選べないだろう (図表 8)。

一方、所得水準の高い国同士であればそのような制約は小さいし、所得水準の高い国から低い国へは逆に訪問しやすい<sup>8</sup>。

(図表 7) 所得水準と海外旅行の普及度



(資料) 世界銀行「World Development Indicators」、各国資料  
 (注1) 2013年の数値によっているが、当年のデータが得られない国はそれより前の最新の数値を用いている。  
 (注2) 原則として日帰りの来訪を除く数値であるが、日帰りが含まれている国で海外旅行率への影響が大きい場合には、修正に必要なデータを把握できた範囲で調整している。

<sup>7</sup> ただし、旅行者数には、商用など仕事に関連する目的によるものも含まれる。そのような旅行の場合には、生活のゆとりとの関連は薄い。

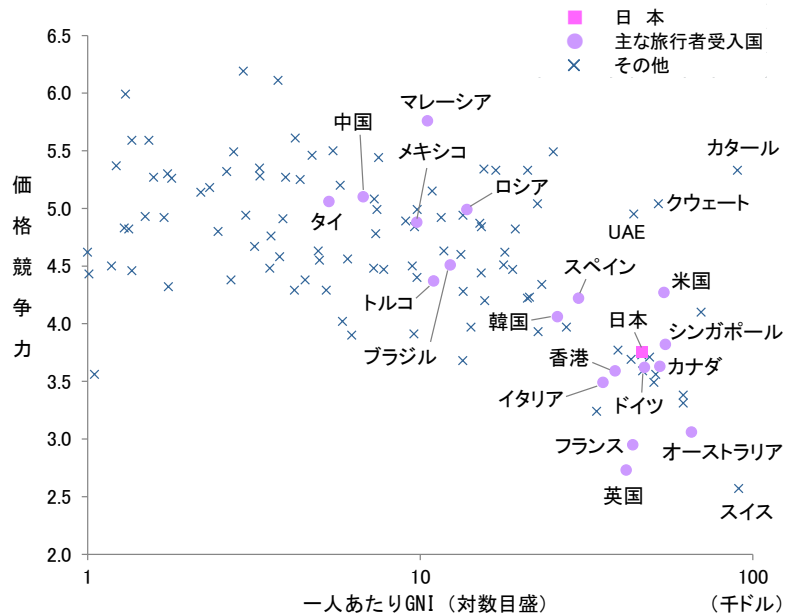
<sup>8</sup> 後掲の図表9以降で、一定の所得水準を横軸方向にみると出発国の距離が遠くなるほど訪問率が低く、一定の距離を縦軸方向にみると出発国の所得水準が上がるほど訪問率が高くなる傾向を確認できる。



そのほか、受入国と出発国の緊密度・疎遠度（経済交流、宗教、歴史的背景など）、受入国の各種要素（観光資源、交通機関・宿泊施設等のインフラ、治安など）にも影響されるが、地理的な距離と所得水準以外の要因に関しては、必要に応じて補足説明を加える。

以下、地理的な距離、所得水準、訪問率<sup>9</sup>などから各国の旅行者の状況を整理し、訪日外国人 3,000 万人の実現可能性を考える手掛かりを探る。

(図表 8) 所得水準と旅行関係の価格競争力



(資料) 世界銀行「World Development Indicators」、世界経済フォーラム (WEF)「Global Travel & Tourism Report」  
 (注1) 主な旅行者受入国については脚注3を参照（ただし、必要なデータがそろわなかった場合は上図に示していない）。  
 (注2) 価格競争力は WEF による。四つの指標から合成されており、所得水準の割に産油国の価格競争力が高いのは、元となる指標の一つである燃料価格が、産油国で低いことによる。

#### 4. 上位5か国を訪れる旅行者はどのようにして大きな数字になっているのか

はじめに、海外から訪れる旅行者の数が群を抜いて多い上位5か国の状況を確認する。この5か国は、続く6位から8位であるトルコ、ドイツ、英国が3千万人台であるのに対して、5位のイタリアでも2013年4,770万人、2014年4,858万人と約1千万人以上多い。イタリアより上位のフランスなど4か国は、6位から8位を約2千万人から5千万人上回っている<sup>10</sup>。

##### (1) フランス、米国

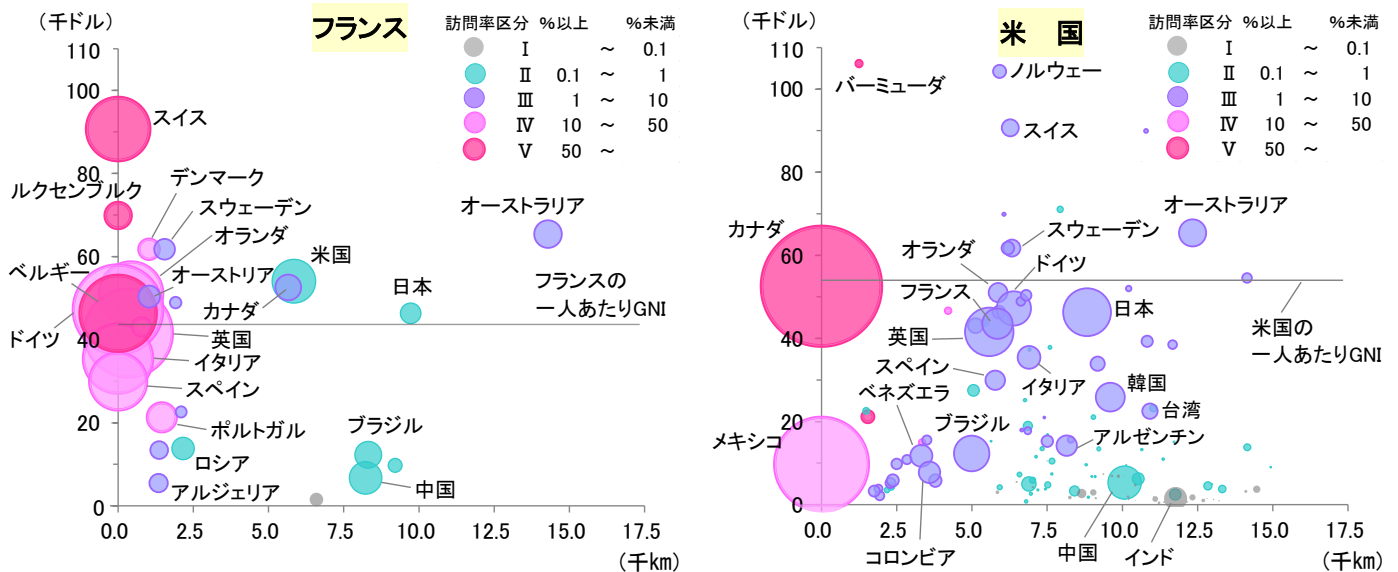
フランスは、海外からの旅行者数が世界で最も多く、米国は2位である（2014年、前掲図表2）。図表9は両国を訪れる旅行者の国別内訳（2013年）を、地理的な距離<sup>11</sup>を横軸、所得水準（一人あたりGNI）を縦軸、旅行者数を円の大きさ、訪問率区分を円の色で表している。

<sup>9</sup> 旅行者数が少ない来訪国のデータが欠けている14か国について、6か国のデータに基づく図表4から図表6と同様に訪問率の分析を行うと、主に次の2点で6か国の結果と乖離が生じる。第一に、データの漏れによって、訪問率区分Iに該当する件数と旅行者数が実態より少なく把握される。第二に、「特別な背景がある来訪国」が6か国と14か国で一致せず、訪問率区分Vに6か国とは別の特別な背景が反映される。ただし、各国の状況をみる場合には、0.1%未満（I）、0.1~1%（II）、1~10%（III）、10~50%（IV）、50%以上（V）という区分を共通に用いる。

<sup>10</sup> 2014年は暫定値による（UNWTO）。

<sup>11</sup> 地理的な距離は、陸で国境を接している場合にはゼロとした。それ以外は、原則として首都間の距離としたが、面積が広いロシア、カナダ、米国、中国、ブラジル、オーストラリアでは、首都を基準とするか、首都から離れた所にある他の主要都市を基準とするかで結果が大きく変わる場合があるため、首都以外の主要都市（1~3都市）でも計算を行い、最小値を採用した。

(図表 9) フランス、米国を訪れる海外からの旅行者(2013 年)



(資料) UNWTO「YEARBOOK OF TOURISM STATISTICS」、世界銀行「WORLD DEVELOPMENT INDICATORS」、各国資料  
 (注 1) 訪問率と旅行者数には一部推定値を含む。距離に関しては脚注 11 を参照。  
 (注 2) 訪問率区分の中には、該当する来訪国がないため表示されない場合がある。フランスは、下位来訪国の訪問者数の多くが不詳である影響で、図に訪問率区分 I がほとんど存在しない。

まずフランスでは、距離が約 1,000 km 以内で、所得水準の差が小さい近隣欧州諸国からの訪問率が高く、旅行者数をみても全体の中で大きな割合を占めている。これは、後述するスペイン (3 位)、イタリア (5 位) や、ドイツ (7 位)、英国 (8 位) にも、多かれ少なかれ共通して観察される特徴である。これらの国々は、地理的に近いだけでなく EU 発足当時からの加盟国として経済的なつながりが強く、移動も基本的に自由である。このため相互の往来が盛んで、旅行者の状況にも「典型的な」欧州諸国の特徴が表れる。

距離が約 1,000 km 以内という特に近い国々だけでなく、欧州全体 (フランスからの距離はおおむね 2,000 km から 2,500 km 以内) の対象を広げると、約 7,010 万人が来訪している。これには、観光だけでなく、商用や知人・親類への訪問など幅広い往来が寄与していると考えられる。ちなみに日本について同様にアジア諸国の状況をみると、韓国が 1,200 km 弱、中国、台湾がおおむね 2,000 km 以内、フィリピン、香港がおおむね 3,000 km 以内と数が限られる上に、アジア諸国とは全体的にまだ所得差が大きいなど、フランスをはじめ欧州の国々とは周辺環境が異なっている。

フランスでは、全体の 8 割超を欧州からの来訪が占めているが、他方、欧州以外からの旅行者が約 1,460 万と、スペイン、イタリアなど他の「典型的な」欧州諸国に比べて多い (前掲図表 3)。海外からの集客力の強弱は、遠方の国からわざわざやって来る旅行者の多寡に表れやすいため、他の欧州諸国との差には、所得差や距離以外のプラス要素 (観光資源など) が働いていると考えられ、フランスが「観光大国」であることの証左と考えられる<sup>12</sup>。

<sup>12</sup> ただし、当面、2015 年 11 月 13 日に起きたパリ同時テロ事件の影響が表れるとみられる。

次に米国は、近隣（北米、中米、カリブ諸国）からの旅行者数（約3,970万人）がフランスの6割にも満たない反面、それ以外から約3,010万人の旅行者が訪れており、内訳にフランスと異なる特徴がみられる（前掲図表3）。スペイン、イタリアなどは、フランスよりさらに欧州依存型であるため、米国との違いはより顕著ということになる。以下、詳しくみていこう。

米国でも、近い国々からの来訪者が最も大きな割合を占めるという、他の多くの例で観察される傾向は崩れていない。米国を訪れる旅行者のうち、他を大きく引き離しているのは、国境を接しているカナダとメキシコからの来訪者である（図表9）。カナダからの旅行者は約2,340万人（訪問率区分V）、メキシコからの旅行者は約1,430万人（訪問率区分IV）で、両国を合わせると全体の過半を占める。しかし、北米以外の近隣諸国（中米、カリブ諸国）は、米国との所得差がある国が多いことや人口が少ない国々であることから、旅行者数への寄与はわずかである。米国への近隣諸国からの旅行者数がフランスより大幅に少ないのは、周辺の国々の所得水準と人口規模の違いによる面が大きい。

他方で、米国には近隣以外から約3,010万人の旅行者が訪れており、フランスを圧倒している。しかも、一部の国に依存するのではなく、幅広い国々から旅行者が来訪することで大きな数字となっている。図表9から一見して明らかのように、距離が遠いにもかかわらず訪問率区分Ⅲの国々が多いことが米国の特徴である（どの国の場合も近隣からの訪問率であればⅢであっても珍しくない）。

米国は経済規模が世界最大であり、商用による来訪（会合や展示会への出席などを含め2割程度）も寄与しているが、レジャーに限っても、遠方から2,000万人近い旅行者が訪れていることから、実質的にはフランスを上回る「観光大国」という評価も可能であろう。

ニューヨーク、フロリダ、カリフォルニアが三大訪問先であるが、他にもハワイ、（ラスベガスがある）ネバダなど、多彩な性格（観光資源や気候、来訪国からの距離<sup>13</sup>）の旅行先が存在することが強みである。

## (2) スペイン、イタリア

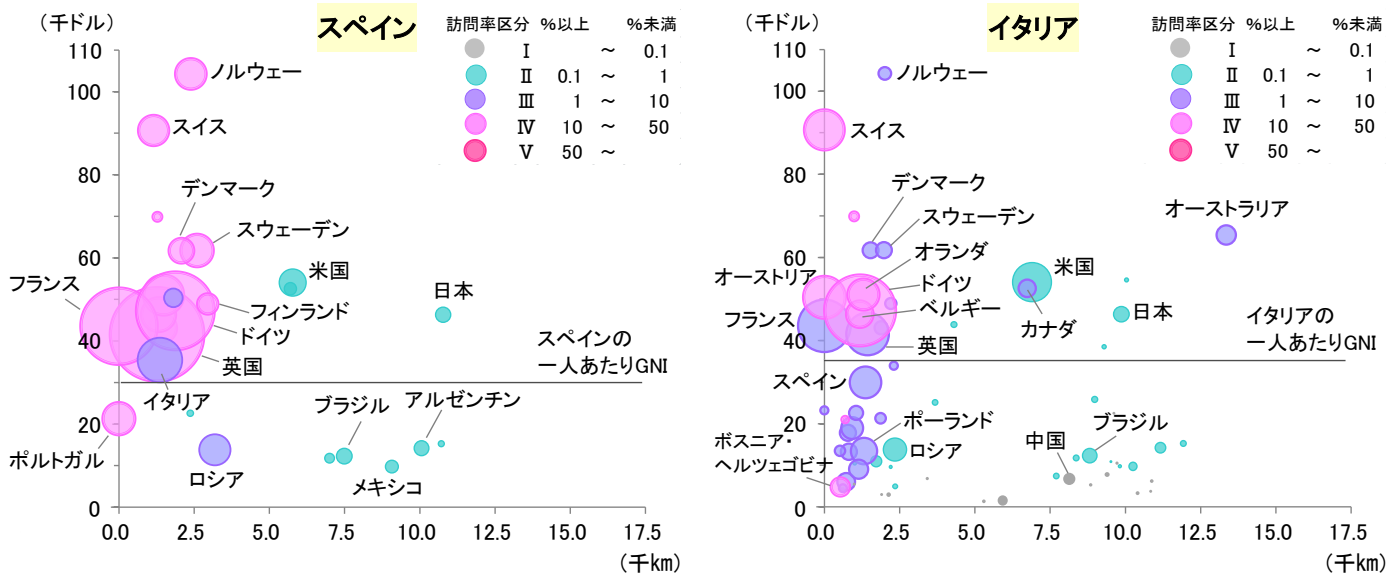
スペインは海外からの旅行者数が世界3位、イタリアは5位である（前掲図表2）。スペインとイタリアの状況をみると、所得水準の差が小さい近隣欧州諸国からの訪問率が高く、旅行者数でも中心的存在である点は、フランスと同様であり、「典型的な」欧州諸国にみられる共通の特徴を持つ。そこで、4位の中国より先に、この2か国をまとめて紹介する。

まずスペインは、欧州内での地理的位置がフランスより南東の端に片寄っていることから、大部分の欧州諸国からの距離がフランスより遠い。このため、フランスのように約1,000km以内に訪問率区分IV・Vの来訪国が多数存在する状況には及ばないが、距離がおおむね2,000kmから2,500km以内にある欧州諸国の多くが訪問率区分IVである（図表10）。

フランスとの違いは、遠方からの来訪があまり多くないことである。両国とも来訪旅行者数が少ない場合の数字が不詳であるため、図表9（左）と図表10（左）から漏れている国々があ

<sup>13</sup> 東海岸であれば欧州から極端に遠くないし、ハワイであれば米国本土ほどアジアから離れていない。ただし、図表9以下で用いた距離（計算方法は脚注11参照）にはハワイを考慮していない。

(図表 10) スペイン、イタリアを訪れる海外からの旅行者(2013年)



(注1) 図表9の資料と注を参照。

(注2) スペインは、下位来訪国の旅行者数の多くが不詳である影響で、図に訪問率区分Iが存在しない。

り全容を把握しにくい部分があるが、判明している国だけをみても、北米、アジアなどからの訪問率区分（円の色）と来訪旅行者数（円の大きさ）に違いが認められる。欧州全体からスペインへの旅行者数は約5,530万人でフランスの8割弱であるが、欧州以外からは約540万人であり、フランスの4割に満たない。

スペインへの訪問率は、総じてフランスを下回る傾向にあるが、ノルウェー、スウェーデン、フィンランド、デンマークなどの北欧諸国やロシアからの訪問率はフランスを上回っている。スペインはフランスより「南」「太陽」といったイメージが強く、北欧諸国等から「暖かい太陽を求める旅先」に選ばれているとみられる。

イタリアも、欧州諸国からの旅行者が中心的存在である。欧州内での位置関係によって国同士の距離（特に隣接する国）が各国で少しずつ異なることや、距離や所得水準以外の要因（経済活動による往来、歴史的関係、気候など自然環境の差）によって、どの国からの来訪が特に目立つかが微妙に入れ替わるが、有力な顔ぶれはスペインと同じである（フランスも同様）。ただし、欧州全体からイタリアへの旅行者数は約4,060万人と、スペインを下回っている。この差は、英国、フランスからの旅行者がスペインより少ないためである。

逆に欧州以外からの来訪者数は約710万人であり、スペインより多い。これは、米国からの来訪者がスペインより約90万人多いことに加えて、アジア・オセアニアからの来訪者も上回っているためである。逆にいえば、スペインは世界3位とはいえ欧州諸国からの旅行者への依存が特に高く、欧州以外からの集客力はフランスやイタリアより弱い（前掲図表3を縦軸方向に比較すればわかるように、ドイツ、英国と比較しても下回っている）。

### (3) 中国

中国を訪れる旅行者数は約 5,570 万人で世界 4 位である。

中国への旅行者数のうち過半は香港（約 2,610 万人）、マカオ（約 420 万人）からであり、香港、マカオからの訪問率区分はともに V である（図表 11）<sup>14</sup>。

香港、マカオは、「一国二制度」の原則に基づき、特別行政区として、査証政策に関しても、いわゆる「本土」「内地」とは異なる制度を採用し、往来は出入境管理の対象となっている。UNWTO の統計においても別々に旅行者数がまとめられており、海外からの旅行者には相互に中国、香港、マカオが計上されている。「一国」の中とはいえ一般的な国内旅行と同列に論じられないが、海外からの旅行者全体の数字が相互訪問によって大きく押し上げられていることも事実である。

香港、マカオ以外からの旅行者をみると、台湾と、中国系住民が中心のシンガポールからの旅行者が合わせて約 530 万人で、訪問率区分は IV である。

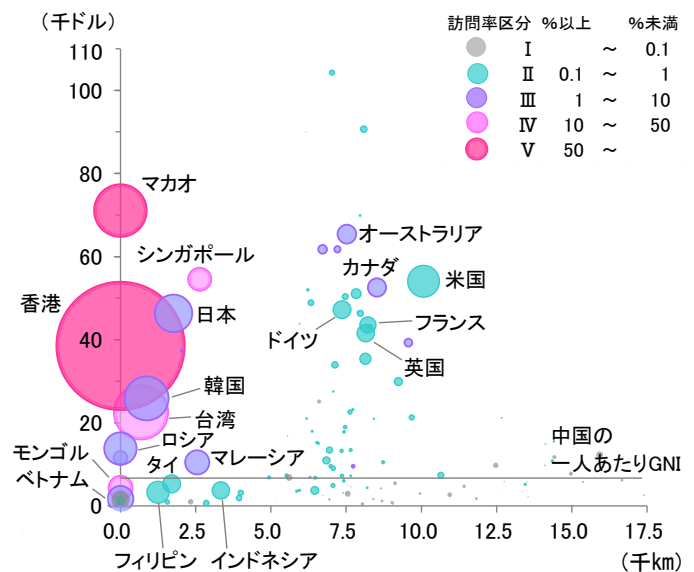
このように、中国の場合は、「一国」内や中国系住民が多い国からの来訪によって全体の数字が大きくなっていることが特徴である。

近隣では、それ以外に、国境を接しているモンゴルが訪問率区分 IV、ロシア、ベトナムが III のほか、約 2,500 km 以内に位置する日本、韓国、マレーシアなども III である。

一方、遠方からの旅行者数をみると、アジア等<sup>15</sup>を除く国からは約 670 万人が訪れており、スペイン（約 540 万人）を上回っている。しかし、英国（約 860 万人）<sup>16</sup>、ドイツ（約 760 万人）、イタリア（約 710 万人）に比べると少なく、米国（約 3,010 万人）、フランス（約 1,460 万人）との間にはさらに大きな開きがある。

中国の場合、まだ中所得国である分、アジアをはじめ周辺の国々との所得水準の差が小さいので、滞在に要する費用面のハードルが高くない点は、日本などに比べて有利である（価格競争力が高い：前掲図表 8）。距離の面では、国土は広いが、多くの国と国境を接していて、ある主要都市から遠くても別の主要都市からは近いということが生じる。

（図表 11）中国を訪れる海外からの旅行者（2013 年）



（注）図表 9 の資料と注を参照

<sup>14</sup> 中国への来訪者数は、日帰りを含めれば約 1 億 2,910 万人にのぼり、香港からは約 7,690 万人、マカオからは約 2,070 万が訪れている。しかし、旅行者の国際比較は原則として日帰りの訪問者を除く数値で行われるため、図表 11 もそれに従っている。

<sup>15</sup> アジアと、統計上、欧州に区分されているが中国と国境を接しているロシア、カザフスタン等。

<sup>16</sup> 欧州以外から英国への旅行者数がドイツ、イタリアを上回っているのは、オーストラリア、カナダなど英連邦諸国からの来訪の差が主因である。

受入国と出発国の地理的な距離と相互の所得水準以外の要因としては、世界文化遺産に代表される歴史的建造物など観光資源が豊富であるほか、経済発展に伴い、商用による来訪の機会が増えていることも寄与しているとみられる。(査証政策は別だが「一国」内である) 特別行政区などを除く来訪者のうち、仕事の関連で中国を訪れている旅行者は約 36%である。

中国の場合、国際比較上の旅行者数は多いが、「一国」内や中国系住民が多い国からの来訪の寄与が大きいこと、遠方からの旅行者数が欧米の「観光大国」ほどの多さではなく、近年、伸び悩んでいることなど、内訳を詳しくみると、わが国の訪日振興策の参考例として約 5,570 万人という数字をそのまま単純に評価しにくい部分が垣間見える。

## 5. わが国を訪れる海外からの旅行者の特徴と韓国・シンガポールとの比較

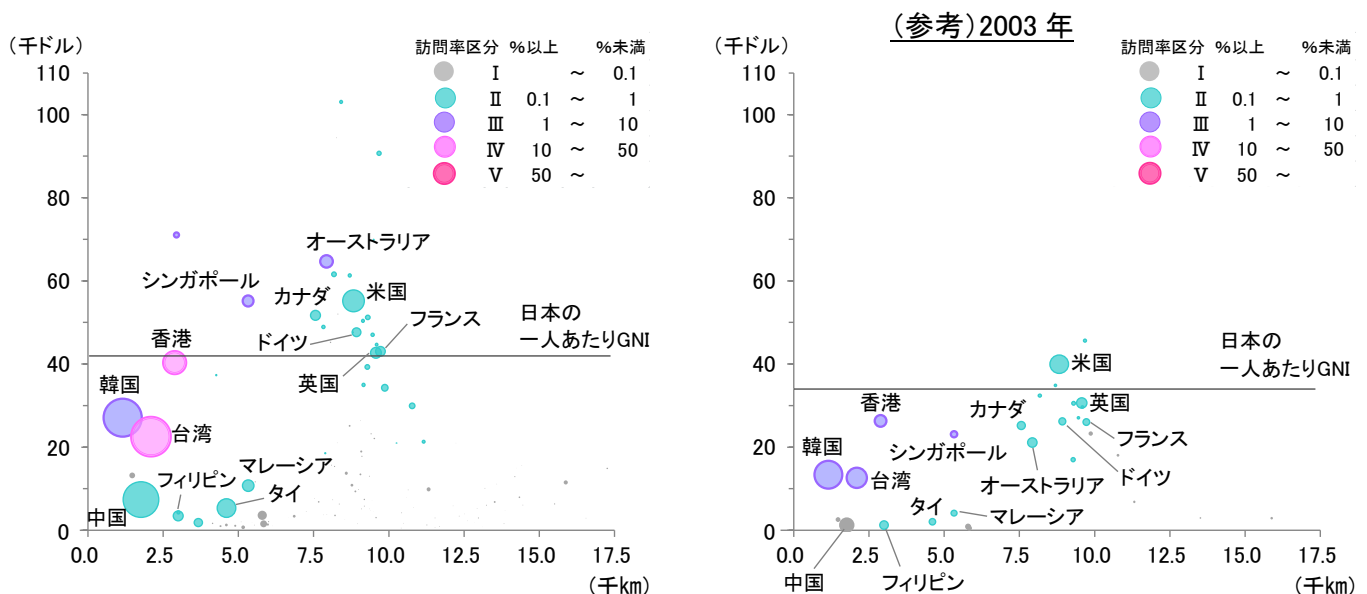
### (1) 日本

上位 5 か国と比較して、わが国の状況はどうであろうか。最近の訪日旅行者の増加が著しいため、図表 12 では、上位 5 か国より 1 年新しい 2014 年の訪日外国人旅行者の内訳を示している。あわせて、ビジット・ジャパン・キャンペーンが始まった 2003 年の状況を参考として掲げることによって、海外からの旅行者がどのように増加したか、見比べられるようにしている。

2003 年と 2014 年では、台湾と香港からの訪問率区分がⅢ（主な来訪国）からⅣ（訪問率が特に高い主な来訪国）に上がり、数においても訪日旅行者数が増えている。同様に、中国からの訪問率がⅠ（その他の多くの国）からⅡ（一般的な来訪国）に上がり、旅行者数が著しく増えている。脚注 6 で注記したように、中国のように人口規模が特に大きい場合、訪問率区分でみるより旅行者数での存在感の方が強くなる傾向にある。2014 年の旅行者数では訪問率区分（一般的な来訪国）以上の印象を与えるようになっており、2015 年も同様の状況が続いている。

台湾、香港、中国ほど旅行者数は多くないが、オーストラリアも訪問率がⅡからⅢに上がり、

(図表 12) わが国を訪れる海外からの旅行者 (2014 年)



(資料) UNWTO「Yearbook of Tourism Statistics」、世界銀行「World Development Indicators」、法務省「出入国管理統計」、JNTO「訪日外客数」、各国資料

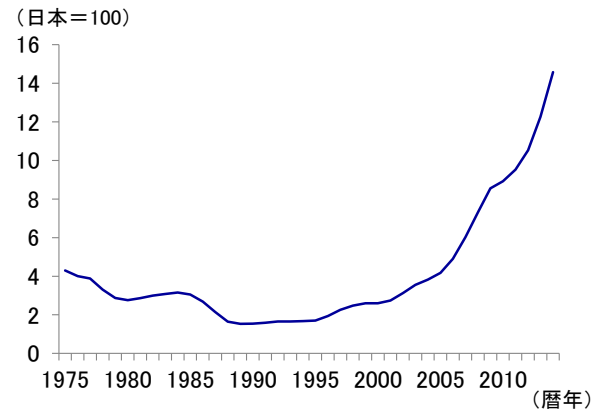
(注) 図表 9 の注を参照。

旅行者数が増えている。訪問率区分に変化がなかった韓国、タイなどのアジア諸国や、米国、英国など欧米諸国に関しても、全体的に旅行者が増えていることがわかる。

全体的傾向として訪問率の上昇と旅行者数増加がみられる背景として、政策面では、ビジット・ジャパン・キャンペーン以降、注力されてきた訪日促進のための施策（査証[ビザ]要件の緩和、各種プロモーションなど）が実を結んできたことが考えられる。

経済環境面では、アジア諸国の経済発展、為替レートの変化（円安）などによって、わが国と比較した所得水準が相対的に高くなり、日本へ旅行に行きやすくなった影響が大きいとみられる（図表 13 のほか、図表 12 右の 2003 年と左の 2014 年で、日本の一人あたり GNI の水準を示す水平線と、各国の縦軸の位置の変化を参照）。

（図表 13）アジア諸国の所得水準上昇



（資料）世界銀行「World Development Indicators」  
 （注）先進国を除くアジア・オセアニア諸国の一人あたり GNI と日本との対比。

わが国の場合、距離的に近いアジア諸国の中に所得水準が類似した国が少ないことが、長年、海外からの旅行者受入数における欧米諸国などとの決定的な差を生んできた。これは、わが国の振興策によって改善をはかることができる受入環境とは別次元の制約要因であったが、近年になってその要因が弱まってきていることは、訪日旅行の促進をはかる上で追い風である。しかし、アジア諸国からの来訪が 2014 年に初めて 1,000 万人を超えたとはいえ、①「典型的な」欧州諸国のように、所得水準や距離が近いだけでなく、経済的なつながりが強く、移動も基本的に自由である国々が周辺に多い場合、②米国のように、(欧州諸国ほど周辺環境に恵まれているわけではないが) 国境を接するカナダ、メキシコだけで約 3,770 万人 (2013 年) の来訪がある場合、③中国のように、「一国」内や中国系住民が多い国から 3,500 万人 (同) を超える旅行者が訪れる場合とは、環境の違いが大き過ぎる。

他方、アジア諸国以外からわが国を訪れた旅行者は約 260 万人 (2014 年) であり、米国の約 3,010 万人 (2013 年)、フランスの約 1,460 万人 (同) は一桁違うため比較対象になりにくい、他の上位 3 か国 (約 540 万人～約 710 万人) 程度であれば、短期的には無理でも、10 年、20 年といった長期の「高い目標」として掲げ得る水準だろう。

## (2) 韓国・シンガポール

韓国は、海外からの旅行者数が世界 20 位、シンガポールは 25 位で、アジアに限ればそれぞれ 6、8 位を占める (前掲図表 2)。両国とも、これまで見てきたランキング上位の欧米諸国や中国に比べると来訪者数は少ないが、韓国は地理的にわが国と近く、旅行者数を左右する要因の一つである各国との距離において条件が似ていることと、長年、旅行者数がわが国とほぼ同水準であることから、比較対象として取り上げる。シンガポールは、観光政策に力を入れている国の例として紹介されることが多いため、本稿のスキームで他の国々と比較すると実際には

どのような姿が浮かび上がるのか、確認しておきたい。

まず韓国を訪れる旅行者の分布をみると、図表 12 で示したわが国と特徴が似ている（図表 14）。前掲図表 3 でも、日本と韓国のプロットの位置はほぼ同じである。両国は海外からの旅行者誘致において競合が起きやすいと言えるだろう。わが国との微妙な違いは、台湾からの旅行者数が少ない反面（訪問率は韓国Ⅲ、日本Ⅳ）、中国からの旅行者が多いことである（ただし訪問率は日韓ともⅡ）。香港、オーストラリアからの訪問率、旅行者数は、わが国を下回っている。

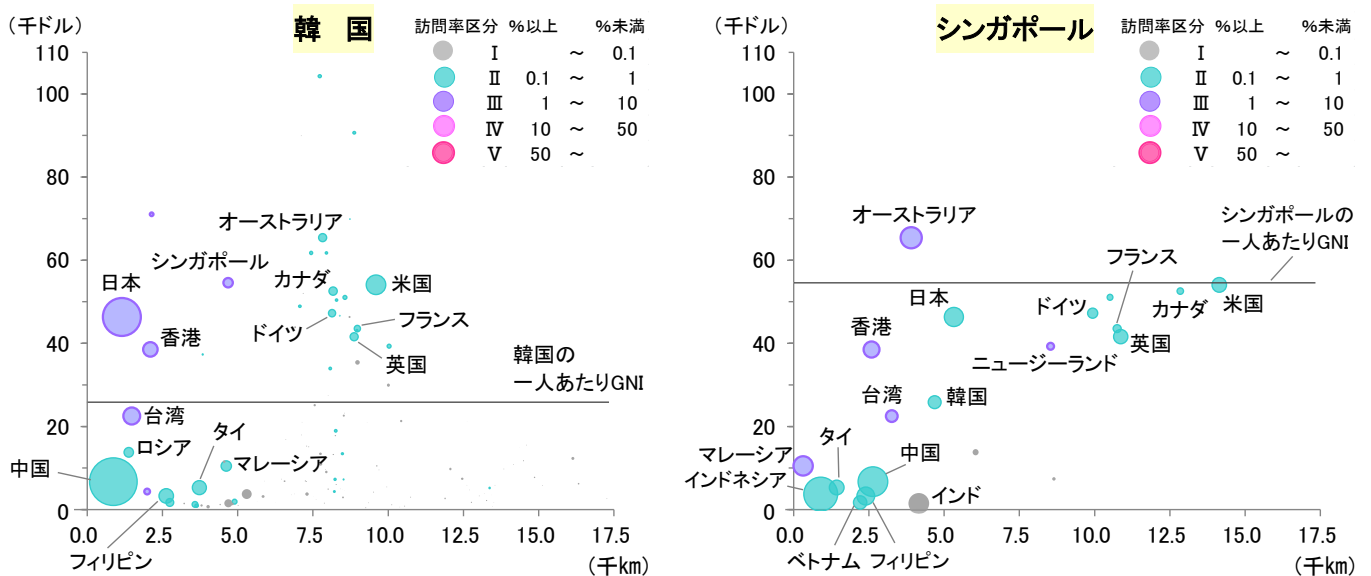
集客力の強弱の目安として、遠方からの旅行者数をみると、アジアを除く国々からは約 200 万人が訪れている。

次にシンガポールを訪れる旅行者をみると、近隣ほど来訪者が多いという一般的傾向は維持されているものの、周辺の国々との所得水準の差が大きいため、欧州のように圧倒的な数の旅行者が周辺の国々から訪れているわけではない。

隣国ではないが距離が比較的近いアジア内には日本、香港、韓国、台湾という所得水準がある程度高い国があり、一定規模の旅行者がシンガポールを訪れているが、欧州の場合ほど近距離に位置しているわけではないし、合計の旅行者数も限られている。

シンガポールは観光政策に力を入れて成功をおさめているとされているが、遠方（アジア以外、なお遠く離れているわけではないオーストラリアもここに含める）からの旅行者数が約 320 万人と驚くほどの数字になっていないことや、過去 20 年ほどの旅行者全体（近隣、遠方）の増勢が緩やかであること<sup>17</sup>などを考えると、印象が先走っている可能性がある。ただし、限られた面積しかない割には訪れる旅行者が多い点を言うのであれば、一定の成果をあげているといえる。

（図表 14）韓国、シンガポールを訪れる海外からの旅行者（2013 年）



（注）図表 9 の資料と注を参照

<sup>17</sup> 1995 年から 2014 年では年平均 2.7%。ちなみに日本は同 7.6%。



## 6. 訪日外国人旅行者 3,000 万人への道筋

訪日外国人旅行者が、将来、一段と増えて 3,000 万人になるとすればどのような展開があり得るのだろうか。

上下に数字の幅をもって 3,000 万人という水準（以下、「3,000 万人」）とみなすと、前掲図表 3 において来訪旅行者数が比較的近いのはトルコ（約 3,780 万人）からメキシコ（約 2,420 万人）までの 8 か国である。これに対して、イタリア（約 4,770 万人）から上の 5 か国（図表 9 から図表 11）は、周辺地域全体としての特性や、一部の国との特別な関係による往来によって、近隣からの旅行者数がかけ離れて過ぎている（前掲図表 3 で日本と横軸方向の差が大）。

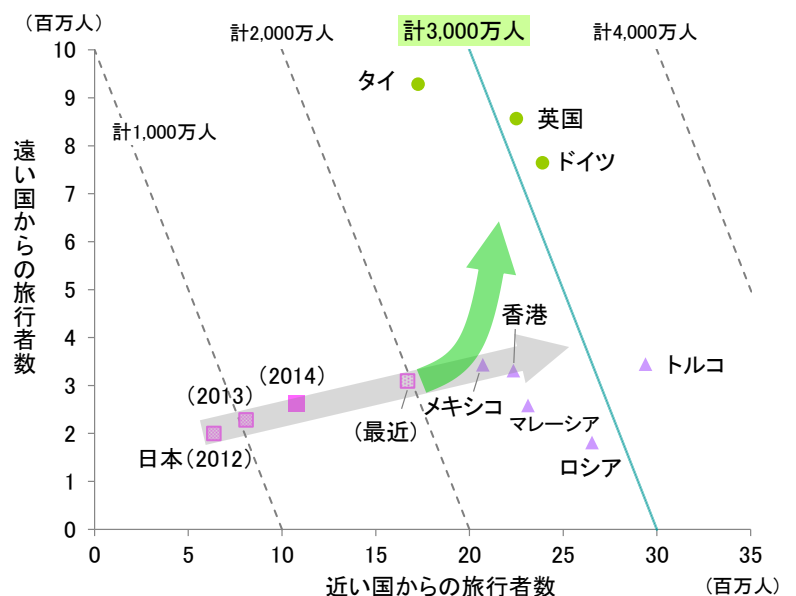
図表 3 からわかるように、前述の 8 か国は、遠い国からの旅行者数が日本と大差ない 5 か国（トルコ、ロシア、マレーシア、香港、メキシコ）と、遠い国からの旅行者数が日本より多い 3 か国（ドイツ、英国、タイ）に分かれる。前者の 5 か国は、近い国から訪れる旅行者が日本より大幅に多いことによって「3,000 万人」となり、後者の 3 か国は、近い国から訪れる旅行者の多さ（ただし日本との差は前者ほど大幅ではない）に、遠い国からの旅行者の多さが加わることで「3,000 万人」になっている。なお、ドイツと英国は、「典型的な」欧州諸国であり、大別すれば、所得水準の差が小さい欧州内から訪れる旅行者が全体の中心であるが、「典型的な」欧州諸国の間でも、遠方からの来訪状況には幅がある。スペインのように欧州諸国からの旅行者への依存度が特に高く欧州以外からの来訪が少ない国に比べると、ドイツと英国は、（フランスには及ばないものの）遠方からの旅行者も多い。

これに対して遠い国からの旅行者数が日本と大差ない 5 か国は、「典型的な」欧州諸国にも増して、近隣からの旅行者に強く依存していることになる。

訪日外国人旅行者が 3,000 万人を目指して増えていくとすれば、5 か国に似た来訪状況と 3 か国に似た来訪状況のどちらに近づく可能性が大きいであろうか。

一般に他の諸条件が同じであれば行きやすい近い国ほど旅行先へ選ばれる傾向があるため、近隣からの旅行者は、わが国の振興策の効果だけでなく、相手国側の動向によって来訪者数が大幅に変動することが起こり得る。それが追い風方向となった場合には、遠い国からの来訪を含めた全体の数字が予想を上回るような増勢となる。近年の訪日旅行者数の増加は、まさにそうした展開となっており、その結果、近い国からの来訪の多さによって旅行者数が「3,000 万人」となっている 5 か国の方向に動いている（図表 15）。

（図表 15）訪日外国人旅行者 3,000 万人への道筋



（注 1）図表 3 の資料と注を参照。

（注 2）日本の最近値は、2015 年 1～11 月までの増勢を年間の値に当てはめた仮定値。

この方向を進んで訪日旅行者 3,000 万人を達成することは、訪日振興策の効果に頼らなくても、相手国側の勢い（所得水準向上による海外旅行ブームの高まりなど）にも後押しされるため、追い風が続くという条件付きとはなるが、遠い国からの旅行者にも広く支えられている 3 か国（ドイツ、英国、タイ）の方向に進むよりも相対的な難易度は低い<sup>18</sup>。日本側の努力に対する評価の印象が薄い言い方となるので語弊がある誇張した例えかもしれないが、5 か国の方向のゴールには、順風であれば、風に乗ることで辿りつける可能性もある。

これに対して 3 か国（ドイツ、英国、タイ）の方向に進んで 3,000 万人を達成するためには、遠方からわざわざやって来る旅行者を 3 倍以上増やす必要があるため、日本側での誘致強化や来訪環境整備によって旅行者を伸ばせるかどうか成否の鍵を握ることになる。

まず、前者の方向について、みてみよう。アジア諸国の所得水準が欧州諸国より低いことは、長年、わが国への来訪者数の水準を抑える要因であった。これは、①所得水準が低い段階では、欧州のように所得が高く生活に一定のゆとりが生まれるようになった国々に比べて、国民の間で海外旅行の普及度が限られること（前掲図表 7）、②所得水準の高い国への旅行費は低い国からみれば高額になりがちであるため、日本を旅行先として気軽に選びづらいこと（所得水準の高い国の価格競争力は低い：前掲図表 8）、などによる。

所得水準が一定以上の国が近い距離に多数存在し、相互の往来が盛んな欧州諸国との違いはまだ大きい。アジア諸国の経済発展によって、こうした制約要因は以前に比べれば弱まってきている。

ビジット・ジャパン・キャンペーンが始まった 2003 年と最近の状況を比較してみると、アジア諸国では全体的に海外旅行率が上昇しており、日本への訪問率も高くなっている（図表 16）。日本への訪問率上昇は、査証要件の緩和、各種プロモーションなど日本側の訪日促進策と、アジア諸国側の海外旅行普及の相乗効果によるものと言えるだろう。

今後のアジア諸国の経済情勢について中長期的に逆風が続くといった悲観シナリオを取らないのであれば、前掲図表 7 から明らかなように、アジア諸国の海外旅行率は上昇の余地が大きい。その場合、所得水準の向上に応じて遠方の欧米への旅行も増えていくだろうが、近い国々と

（図表 16）アジア諸国の海外旅行率、日本訪問率

	所得水準 (千ドル)	人口 (百万人)	海外旅行率 (%)	日本への訪問率 (%)
香港	40	7	467.6 (309.6)	12.8 (3.9)
台湾	23	23	47.3 (26.2)	12.1 (3.5)
マカオ	71	0.6	254.6 (134.4)	8.2 (0.6)
韓国	27	50	29.6 (14.8)	5.5 (3.0)
シンガポール	55	5	160.2 (102.6)	4.2 (1.9)
タイ	5	68	8.9 (3.3)	1.3 (0.1)
フィリピン	3	99	3.5 (2.2)	0.2 (0.2)
中国	7	0	4.3 (1.3)	0.2 (0.03)
スリランカ	3	21	6.2 (2.9)	0.07 (0.05)
インドネシア	4	254	3.2 (1.6)	0.06 (0.03)
カンボジア	1	15	5.8 (0.5)	0.05 (0.01)
インド	2	1,295	1.3 (0.5)	0.01 (0.00)
バングラデシュ	1	159	1.5 (1.0)	0.01 (0.00)

（注 1）図表 7、図表 9、図表 12 の資料と注を参照。

（注 2）所得水準（一人あたり GNI）は、原則として 2013 年の数値によっているが、当年のデータが得られない国はそれより前の最新の数値を用いている。

（注 3）人口は 2014 年。

（注 4）海外旅行率は原則として 2013 年の数値によっているが、当年のデータが得られない国はそれより前の最新の数値を用いている。括弧内は 2003 年。

（注 5）日本への訪問率は 2014 年。括弧内は 2003 年。

<sup>18</sup> 両者を比べるとすれば、という意味であって、近隣の国々からの旅行者増加によって 3,000 万人を達成することが容易であるという意味ではない。

の往来が最も大きな割合を占めるという一般的傾向があるので、旅行者数でみて訪問先の中心を占めるのは日本を含むアジア諸国とみて間違い。出発国側の所得水準の上昇によって日本との差が徐々に縮まれば、旅行費用面での制約も弱まる。

相手国側の条件変化という外部環境での追い風に助けられるだけでなく、わが国でも訪日促進策に注力し続ける必要があることは言うまでもないだろう。

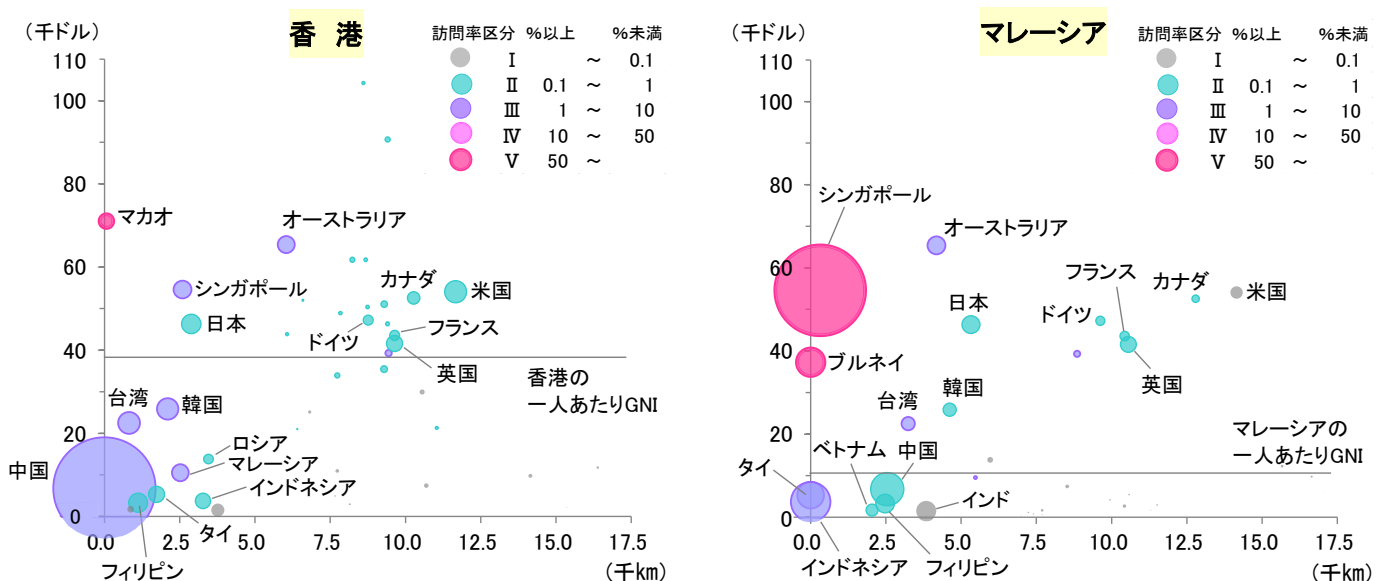
人口が数千万人から1億人程度の国から日本への訪問率が数%ポイント高くなれば、1国あたり100万人プラス・マイナス数十万人程度、旅行者数が増えることになる。人口が数億人クラスの国であれば、訪問率1%の変化によって訪日旅行者数が数百万人動く。中国やインドのように人口が10億人を超える国であれば、その影響が1千万人に達する可能性すらある。

前掲図表15の説明において、近隣諸国からの来訪に主に頼って旅行者数が「3,000万人」となっている5か国の方向であれば、風に乗ることで辿りつける可能性もあると述べたのは、このためである。

なかでも中国は、既に「上位の所得国」の所得水準に達しており、今後の所得の変化次第で海外旅行率がさらに上がる可能性がある上に、人口が圧倒的に多いために、海外旅行率の上昇による旅行者の増加も大幅となる。その一部が日本を訪れるようになるだけで、訪日旅行者数をさらに押し上げることも考えられる。

「3,000万人」クラスのもう一方の類型(3か国)に含まれるドイツや英国、さらに上位のグループであるフランスなど「典型的な」欧州諸国の場合は、近い国からの旅行者が多いとはいえ、少数の特定の国だけに依存するのではなく、多くの国からの合計として、近隣諸国が主体的存在となっている。一方、5か国のうちアジア諸国である香港とマレーシアは、特定の国からの旅行者に押し上げられて「3,000万人」となっている(図表17)。

(図表17) 香港、マレーシアを訪れる海外からの旅行者(2013年)



(注) 図表9の資料と注を参照

まず香港をみると、2013年の旅行者数は約2,570万人であるが、中国からの約1,710万人に大きく依存している点は否めない<sup>19</sup>。それ以外にも「一国」内のマカオ、さらに台湾と、中国系住民が中心のシンガポールからの旅行者が合わせて約160万人含まれている。

次にマレーシアをみると、海外からの旅行者数2,572万人の5割強にあたる1,318万人が隣国のシンガポールからの来訪である。

訪日外国人旅行者が、将来、一段と増えて3,000万人になるとした場合、仮に、これと似た内訳であっても、数字の上では目標達成となる。巨大な人口を持つ中国の海外旅行率が（短期的な変動はともかく）傾向としては上昇する可能性があることや、もう一方の類型（3か国）は風頼みだけでは到達できず、相対的に難易度が上であることを考えると、3,000万人になるとすれば「5か国型」の可能性の方が高いだろう。

しかし、図表17をみると、特定の国の動向に左右されて、いかにも不安定な印象を受ける。訪日外国人旅行者3,000万人が達成されても、特定の国（中国）から集中的に旅行者がやってくれば、施設などの量的な受入能力（キャパシティ）を超えて混乱が生じたり、わが国の日常生活に影響が出たりといった不都合が生じる懸念がある。質的な面を含めた受入態勢が特定の国に合わせたものになり過ぎれば、他の国の旅行者から敬遠されるおそれが出て来るし、何らかの理由で風向きが逆になった場合、すぐに他の国からの旅行者で補い切れず、観光関連の企業や事業所の中から経営上の問題が多発するリスクを抱えることになりかねない。

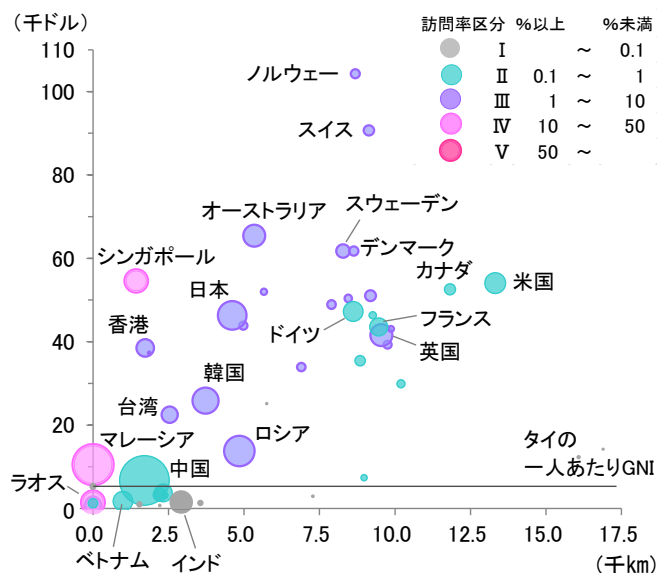
5か国の類型に含まれる香港とマレーシアに対して、もう一方の3か国のうち唯一アジアの国であるタイの状況は大きく異なる。

タイは海外からの旅行者数が世界14位、香港とマレーシアは11位と12位で、アジアに限れば4位と、2位、3位を占める（前掲図表2）。特にタイとマレーシアは来訪旅行者数が毎年ほぼ同水準で、世界ランキングも互いに抜いたり抜かれたりを繰り返している。2014年は政情混乱の影響でタイを訪れる旅行者が減少し、マレーシアが上位となったが、以下で内訳をみる2013年はタイが上位であった。

旅行者数の合計だけをみれば同類にみえ、地理的にも隣り合っている両国であるが、タイを訪れる旅行者の状況がマレーシアと別の類型であることは、図表18と前掲図表17を比較すれば明らかである（当然、タイと香港の間も異なる）。

距離が近いほど気軽に旅行しやすいと

（図表18）タイを訪れる海外からの旅行者（2013年）



（注）図表9の資料と注を参照

<sup>19</sup> 「3,000万人」クラスではないため図表を示していないが、マカオも香港と同様である。

いう要因が消失しているわけではないので、タイの場合も、隣国であるマレーシアやラオスからの訪問率区分はⅣと高いが、マレーシアにおけるシンガポールからの来訪者の場合（区分も一つ上のⅤ）と違い、隣国からの旅行者が全体の中で大きな割合を占めているわけではない。旅行者数が最も多い中国（訪問率区分Ⅱ）でも構成比は2割程度であり、香港で中国からの来訪者が全体の約3分の2を占めている突出ぶりとは大きく異なる。

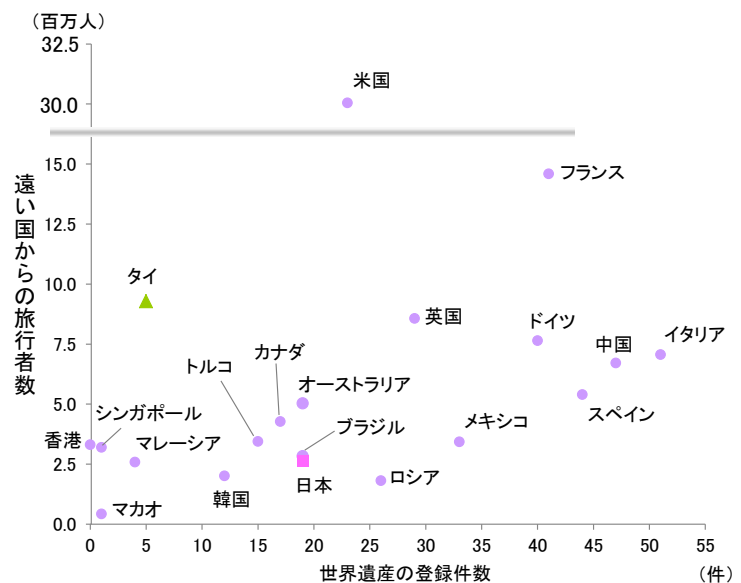
タイの特徴は、隣国や、隣国ではないが距離が比較的近い国、遠方の国からのそれぞれの旅行者数が大きく偏ることなく、分散していることである。周辺の国だけでなく離れた国にも訪問率区分Ⅲが多数存在するのも目立つ点である。

距離に応じて来訪者数に差が出る一般的傾向の影響で、数ではアジアからの旅行者が最も多いが、遠方（アジア以外）から900万人超が訪れており、フランスには及ばないものの、他の欧州4か国（スペイン、イタリア、英国、ドイツ）や中国より多い。この点において、タイは、アジアで中国以上の「観光大国」である。

観光振興策の歴史は長く、観光庁（現在の名称はタイ国政府観光庁 Tourism Authority of Thailand、略称はTAT）を1960年に設立して、タイ観光のプロモーションとマーケティングに力を入れてきた。観光資源として想像しやすいのは、仏教関連の建造物や歴史的な遺跡、ビーチリゾートなどであるが、タイ旅行振興の媒体には、他にも、エコ・ツアー、アドベンチャー・ツアーなどのアクティビティや、スパ、医療観光など、幅広い旅行目的が紹介されている<sup>20</sup>。

わが国において観光資源の例で定番的に取り上げられるのは世界遺産であり、新たな登録が実現するたびに集客力への期待が強まり耳目を集めるが、タイの場合、文化遺産3(古代都市スコタイと周辺の古代都市群、古都アユタヤ、バン・チアンの古代遺跡)、自然遺産2(トゥンヤイ-ファイ・カ・ケン野生生物保護区群、ドン・パヤイェン-カオ・ヤイ森林群)の合計5件と、世界遺産が飛び抜けて多いわけではない。むしろ、世界遺産の登録件数が同程度の国に比べると、遠い国からの旅行者数が約3倍の大きさであることが特徴である(図表19)。

(図表 19)世界遺産の登録件数と遠方から訪れる旅行者数



(資料) UNWTO「Yearbook of Tourism Statistics」、UNESCO「World Heritage List」、JNTO「訪日外客数」、各国資料  
 (注1) 世界遺産の登録件数は2015年。旅行者数が別建てであるため、中国の世界遺産のうちマカオ歴史地区をマカオに割り当てている。  
 (注2) 旅行者数のうち日本は2014年、それ以外は2013年。

<sup>20</sup> タイ政府観光庁 (<http://www.tourismthailand.org/>)。

他の国で同様の特徴をより強く持っているのは米国（4、5 倍程度）である。米国の場合は、世界の経済・金融の中心であるためビジネス目的の来訪がプラス要因になっていることに加えて、ミュージカルやテーマパークなどの娯楽、学生などの短期語学研修、知人・親類への訪問といった多様な目的による旅行が全体を押し上げているとみられる。フランスは、世界遺産の登録件数が同程度のスペインやドイツなどの約 2 倍であり、米国、タイほど特徴が顕著ではないが、大別すれば米国、タイと似ている。

世界遺産に登録されるような建造物、遺跡、景観、地形・地質、生態系などは、未来へ引き継ぐべき貴重な人類の遺産であり、観光面だけを強調することは適切でないとはいえ、貴重な存在であるが故に、旅行者を引き付ける観光資源としての魅力を併せ持っていることは否定できない。他方で、タイの例が示すように、長期的な積み重ねによって、定番の観光資源だけに頼らずに、近隣のみならず遠方からの旅行者を呼び寄せる道を開いていくことも肝要だろう。

## 7. おわりにかえて

ここ数年、海外からわが国を訪れる旅行者は急増しており、かつてビジット・ジャパン・キャンペーンで掲げられた 1,000 万人どころか、訪日外国人 3,000 万人といった数字すら話題にのぼるようになってきている。旅行者は多くの国から幅広く増加しているが、全体の数字の押し上げに大きく寄与しているのは近隣からの来訪、とりわけ中国からの旅行者である。「爆買い」に限らず、このような旅行者増加がもたらすインバウンド関連産業や地域への経済効果を取り上げる報道も目立つようになってきている。

しかし、特定の国の旅行シーズンに集中的に旅行者がやって来れば、受入能力（キャパシティ）を超えて混乱が起きたり、需要のピークに合わせた供給体制を作ることによる過剰投資が生じたりといった問題が懸念される。それだけでなく、特定の国からの旅行者集中によって交通機関や宿泊施設、販売店、観光地などで混乱が激しくなると、他の国の旅行者から敬遠されるおそれが出て来る。依存度が高くなり過ぎるほど（集中リスク）、何らかの理由で風向きが逆になった場合の観光関連産業への影響も深刻になる。

このため、長期的には、特定の国からの来訪者にあまり依存せずに、遠方からもバランスよく旅行者が訪れることで全体の数字が大きくなっていく方向が望ましい。

しかし、遠方の国々からわざわざやって来る旅行者の数を、現状に比べて飛躍的な水準である、前掲図表 15 の 3 か国並みに高めて定着させるには、一時的なブームや一過性のイベント（例えば 2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会）による短期間の押し上げではない本当の集客力が問われる。文字通り、長期的な課題である。

訪日旅行者が 3,000 万人を目指して増えていくとすれば、当面は、前掲図表 15 の 5 か国の方向となるだろう。その方向の変化でも遠方からの旅行者は増えるが、実数でも存在感でも一段と目立つようになるのは欧米より近距離のアジア諸国からの旅行者であると見込まれる。

海外に出かけるアジア諸国の旅行者のうち、まだ先進国、高所得国の段階に至っていない国々の旅行者の消費行動の特徴は、旅行関連支出のうち買い物（ショッピング）に費やす割合が高いことである（図表 20）。アジア諸国以外では、サウジアラビア、ロシア、ベネズエラが、所

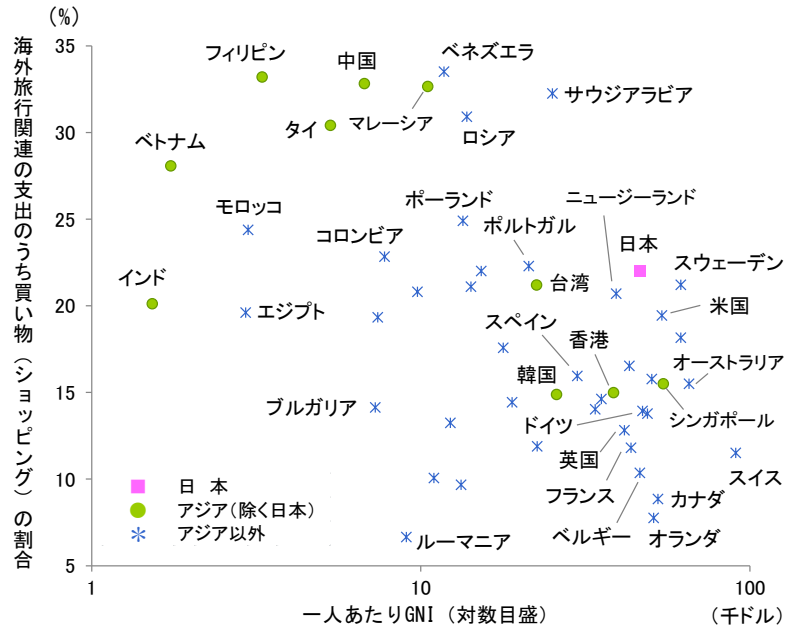
得水準が高い割に買い物に多くを費やしている。これら3か国は、資源国であることが所得水準を押し上げている反面、国内産業の消費財生産や販売が欧米先進国ほど充実していないことが、海外での購買行動に影響を与えているとみられる。

前掲図表7でみたように、一国の所得水準以外の要因が寄与している欧州諸国に比べて、アジア諸国の場合、同程度の所得水準で比較した海外旅行の普及度が低い。アジア諸国の中でもまだ先進国、高所得国の段階に至っていない国々にとっては、経済の発展段階の差による海外旅行の普及度の違いと、地域特性の差による普及度の違いという二つの要因によって、海外旅行がその分、貴重な機会となっている。その機会をできるだけ目いっぱい活用するために、観光地を見て回るだけでなく、自分用や知人への土産として買い物にも時間とお金を費やすのであろう。

他方、同じアジア諸国でも、所得水準がより高い国々では、買い物の割合が高いという特徴は目立たない。これは、所得水準の上昇によって海外旅行が特別な存在でなくなることや、所得水準上昇の背景で進む経済の発展に伴い、国内で生産される消費財の質や海外製品の流通状況で欧米先進国との差が縮まり、わざわざ海外旅行で大量の買い物をする動機が弱くなることなどによる。

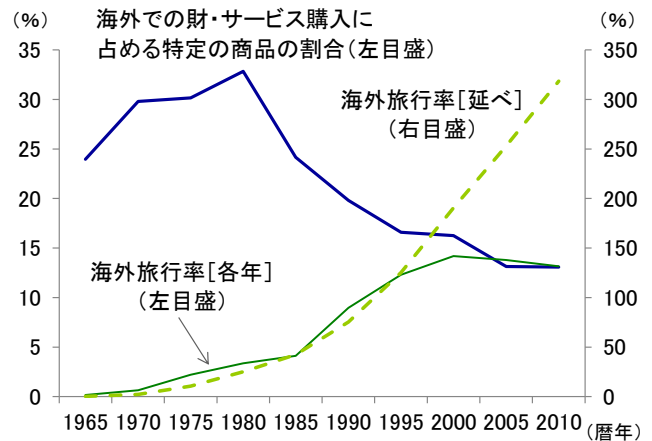
わが国でも、かつては旅行者等が海外で洋酒類、外国製煙草、化粧品、アクセサリ、ハンドバッグ、洋服、時計、万年筆などを盛んに購入していたが、海外での財・サービス購入に占める割合が最も高くなったのは30年以上も前のことであり、最近ではピークの半分にも満たなくなっている<sup>21</sup> (図表21)。

(図表20) 所得水準と海外旅行での購買行動



(資料) 世界銀行「World Development Indicators」、Euromonitor International「World Tourism Data and Statistics」  
(注) 海外旅行関連の支出は2012年、一人あたりGNIは2013年。

(図表21) 海外での購入状況の変化



(資料) 総務省「産業連関表」、経済産業省「延長産業連関表」、世界銀行「World Development Indicators」、各国資料  
(注1) 輸入(直接購入)のうち、ウイスキー、その他の酒類、たばこ、衣服、身回品、化粧品、かばん、身近細貨品、時計、筆記具の割合。  
(注2) 海外旅行率は、人口(日本人)に対する海外旅行者数(outbound)の比率。図表7の注も参照。

<sup>21</sup> 図表21には示していないが、2011年は東日本大震災の影響(被災地などの経済活動の落ち込みや全国的な自粛ムードの高まり)で海外旅行が大幅に落ち込む中、直接購入に占める特定商品の割合が跳ね上がっている。この評価については、今後明らかになる2012年以降の動きを確認する必要があるだろう。

わが国では、観光目的でパスポートを取得できるようになったのは1964年で、俗に「海外旅行元年」などと言われることがある。当初は渡航回数の制限、資金持出の制限があったが、渡航回数の制限は1966年に撤廃され、外貨持出の制限も段階的に緩和されて1978年には制限枠が撤廃された。海外での特定商品の購入割合がピークとなって低下に向かい始めたのは「海外旅行元年」から15年前後経過した頃である。当時のわが国の海外旅行率は各年ベースでは3、4%程度であったが、延べ旅行者数で見れば人口対比で4人に1人から、さらに2人に1人程度まで普及していく時期にあたり、海外旅行は特別な出来事ではなくなっていた。

ちなみに中国の場合、制度の違いがあるため単純な比較には留意が必要であるが、わが国の1964年に相当するのは1997年であろう<sup>22</sup>。海外旅行一般ではなく日本への旅行ということであれば、団体旅行に対して日本の観光ビザ<sup>23</sup>が限定的に発給されるようになったのが2000年、個人旅行用<sup>24</sup>に一定の発給要件の下で観光ビザが出されるようになったのが2009年である。起点をどこに求めるかにもよるが、日本への観光旅行の歴史は10年プラス・マイナス5年といったところであり、現在がまさに急速な普及段階にあたると言ってもよい。

今後、中国をはじめアジア諸国（ただし、先進国、高所得国の段階に進んだ国以外）の海外旅行での購買行動がどう変わっていくかに関しては、海外旅行の普及度のほかにも、自国の製品に比べて海外の製品を好む傾向はどうか、旅行先で購入しなくても自国でどの程度気軽に買えるようになるかなど、さまざまな要因が絡み単純な話ではない。ただし、各国経済の発展は、海外旅行者数の増加要因になる一方で、海外旅行での購買行動を中長期的に変えていくことは間違いないだろう。

購買需要が短期的に様変わりすることはないとみられるが、外国人旅行者の需要を見込んだ設備投資や改装を行うのであれば、「爆買い」が一巡し、観光需要が成熟化・平準化していく場合のことも考慮し、あまりに大規模な投資や、投資資金回収にあまりに長期間を要する計画には慎重な検討が必要である。

既に述べたように、当面は、近隣のアジア諸国からの増加によって訪日旅行者数3,000万人に向かう動きを見込むのが現実的である。その中で既に先進国、高所得国の段階に進んだ国からは、個人や少人数による旅慣れた訪日が中心となり、日本国内の多様な旅行先を訪れる一方、買い物に大きな金額を費やすことはしないだろう。それ以外のアジア諸国に関しては、海外旅行一般も日本への旅行も比較的初期の普及段階で、まだ限られた機会であるために、その機会を利用して買い物に時間とお金を費やすという行動が生じて不思議でない。そのような需要を見越して、適切な規模の投資増加に踏み切ることには、一定の合理性がある。

ただし、そのような国々であっても、やがて観光需要は成熟化・平準化していくであろうし、わが国が本当の「観光大国」を目指すのであれば、長期的には、特定の国々からの来訪者にあ

---

<sup>22</sup> 自費による国外旅行に関する規則を整備。特定の旅行先を、政府指定の取扱業者による団体旅行で観光に行くことが可能になった。

<sup>23</sup> 中国の関連法令に基づく「団体観光」用のビザ。

<sup>24</sup> 脚注23の「団体観光」の形式によらない旅行。



まり偏ることなく、近隣からも遠方からもバランスよく旅行者が訪れるようになることが望ましい（前掲図表 15 における、5 か国の方向ではなく 3 か国の方向への変化）。

日本の国土は世界の中で広い方ではないが、南北に長く、気候も変化に富む。各国への来訪状況をみると、スペイン、タイなど（北半球において）南に位置する国には、北欧やロシアなどからの訪問率が高い。日本でも沖縄などは同様な強みを発揮できる可能性があるし、逆に、北海道などは、東南アジア、南アジアなど、普段、雪を見る機会が少ない熱帯、亜熱帯の国々にとって新鮮な観光地になり得るだろう。人口減少に悩む地域でも、昔ながらの町並みや自然景観といった潜在的な観光資源が残されているところは少なくない。

巨大な人口を持つ中国など少数の国からの来日増加に押し上げられて外国人旅行者 3,000 万人になった場合でも数字の上では目標達成であるが、長期的な視点で考えたときに、安定して経済に貢献することが期待できるのは、特定の国、定番の観光地、「爆買い」などに偏らないインバウンド需要であり、目先の派手な動きに振り回されずに、観光振興のための公的な施策や、外国人旅行者向けの企業対応を進めていくことが肝要である。

以上