

世界

アジアの観光客を呼び込む

ジェトロ海外調査部国際経済研究課 石橋 裕貴

日本は観光を成長産業と位置付け、外国人観光客の誘致に力を入れる。近年増加が目覚ましいアジアからの観光客の誘致強化は、日本にとって大きな課題だろう。各都道府県の人口に比してアジアからの宿泊客数が特に多いのは、北海道、山梨県、京都府、沖縄県など。これら地域では、観光資源の魅力や地理的要素を強みに誘致活動を展開する。観光客誘致に関して聞き取り調査などから導き出される示唆は、①交通手段の整備、②複数の観光地を組み合わせたルート化、③自治体の枠を超えた広域的な取り組み——の重要性だ。

アジアからの観光客がけん引役

日本政府は、2003年に“ビジット・ジャパン”事業を開始、以降、観光立国の実現に向け外国人観光客の誘致に力を入れる。訪日外客数は順調に増加、10年には過去最高の年間約860万人に達した（図1）。11年は東日本大震災の影響で落ち込んだものの、12年は10年の水準にまでほぼ回復している。

訪日外客数の伸びをけん引したのはアジア地域だ。日本政府観光局（JNTO）によると、12年の訪日外客数のうち、韓国、台湾、中国、香港が65%を占める。また近年では東南アジア諸国からの観光客が増加傾向

にある。韓国（10年比16%減）や中国（1%増）の客数が減少もしくは伸び悩む中で、タイ（21%増）、インドネシア（26%増）、ベトナム（32%増）などは大幅増。政府が13年7月、タイやマレーシアなどASEAN主要5カ国についてビザ（査証）の発給要件を緩和したのも、成長するアジア市場を取り込むためだ。日本との近接性や今後の経済成長に伴う所得の増加を鑑みると、訪日観光の振興という点で大きな潜在性を持つ地域だろう。

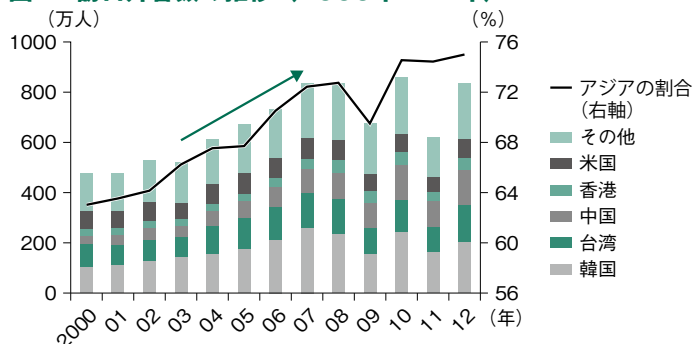
地方の取り組み

各都道府県の人口とアジアの宿泊客数との関係を散布図にしたのが図2だ。傾向線より上が人口規模以上にアジアからの宿泊客を集めている地域である。今回、各地域における誘致の取り組みの現状を知るため、観光庁およびJNTOに聞き取り調査を行った。

北海道は自然を生かして映画・ドラマのロケ地として売り込み、映像を通じた情報発信に力を入れる。例えば、08年に道東地域で中国映画^{注1}の撮影が行われた。中国での映画封切りに合わせ中国メディアを北海道に招聘^{しょうへい}。ロケ地となった道東地域を取材し道内を紹介してもらう戦略を取った。これが当たった。映画を見た中国人観光客から「北海道に行きたい」という声が続出。映画に登場する阿寒湖や能取岬などを巡るツアーが企画されるなど、中国人観光客の誘致にもつながったという。12年の中国人宿泊客数は約24万人で、07年比約3.6倍だ。

山梨県は地域の鉄道・バス会社が観光客の誘致に貢献している。近年、空港や鉄道の駅と観光地を結ぶ交通、いわゆる2次交通の利便性が重要になった。個人旅行が主流になりつつあるからだ。「外国人観光客が増えているのは、JRや地域の私鉄・バス会社の努力

図1 訪日外客数の推移（2000年～12年）



注：アジアの定義は日本政府観光局（JNTO）区分に従う（アジア：韓国、中国、香港、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、インド、ベトナム、イスラエル）
 資料：日本政府観光局（JNTO）発表資料を基に筆者作成

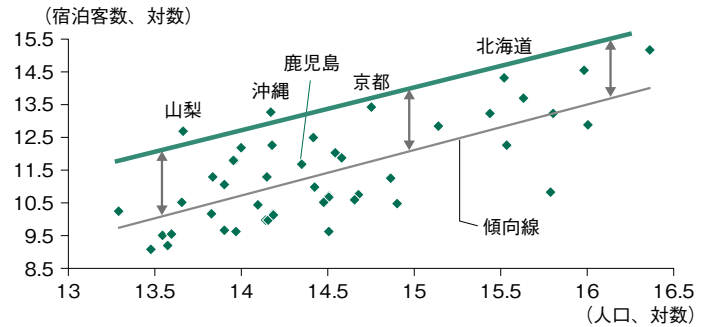
があるからこそ」そう語るのはJNTOの担当者だ。富士急行は、JR東日本と連携して外国人観光客を対象に、12年から期間限定で周遊切符「Mt.Fuji Round Trip Ticket」の販売を始めた。対象エリア内の富士急行の鉄道・バスが2日間乗り降り自由になる他、東京都区内から対象エリアまでの往復にはJR東日本の特急列車を利用できるチケットだ。その他、上海（中国）に続いて台湾にも営業所を設置。富士山観光をPRしている。12年の台湾からの宿泊客は約8万人、07年比約23%増だった。

京都府は、関西国際空港（以下、関空）から電車で75分という立地を生かしてアジアの観光客を呼び込む。関空は京都府など周辺自治体と連携してアジアに重点を置く格安航空会社（LCC）の誘致に力を入れる。現在では、ソウル、香港、台北などアジア主要都市と関空とを結ぶ便が就航。府と市が共同運営する京都総合観光案内所“京なび”では、日本語、英語、中国語、韓国語に対応。細やかな“おもてなし”の実現に努力している。12年の韓国・中国・台湾・香港の宿泊客は約58万人、07年比で約2.3倍だった。

沖縄県は、政府が11年に設けた「特例」を武器に中国人観光客を呼び込む。特例とは、政府が中国人富裕層を対象に初回訪日時に同県を訪問した場合に限り、3年間何度でも日本各地を訪問できる数次ビザの発給を開始したことを指す。沖縄県はそれに合わせて海南航空、中国国際航空を誘致。定期便やチャーター便の増便につながった。12年の中国人宿泊客は約13万人で、07年比約19倍と大きく増加した。

他方、鹿児島県は九州内の鉄道網整備の進展をてこに広域的な取り組みでアジアからの観光客誘致を狙っている。九州新幹線鹿児島ルート^{注2}の全線開業（11年3月）により、従来、北部九州に集中していた観光客を南九州に呼び込む交通手段が整備された。そこで九州他県と連携し、観光庁の台湾向けウェブサイト「九州特集」を掲載。新幹線のルートに沿って観光メニューが紹介されている。加えてトレッキングコース「九州オルレ^{注2}」も立ち上げた。健康志向の高い韓国人観光客を呼び込むのが狙い。九州各地の観光スポットとトレッキングコースとを組み合わせ、高付加価値の旅行商品化を目指す。12年の韓国・中国・台湾・香港の宿泊客は約11万人。07年比で約30%増だが、今

図2 各都道府県の人口とアジアの宿泊客数との関係



注1：アジアとは韓国、中国、香港、台湾、シンガポール、タイ、マレーシア、インドを指す
 注2：人口を対数変換した数字を横軸に、宿泊客数を対数変換した数字を縦軸に表示。図中のひし形は各都道府県を表す
 資料：観光庁「平成24年度宿泊旅行統計調査」、総務省「2012年度住民基本台帳に基づく人口、人口動態および世帯数調査」を基に筆者作成

後の大幅増に期待を寄せる。

観光客誘致のために

これらはほんの一例である。アジアの富裕層を狙った医療ツーリズムなども誘致の手段となろう。今回は各都道府県の人口とアジアからの宿泊客数との関係から5地域の取り組みを取り上げた。少なくともこれらの事例に限っていえば、アジアからの観光客誘致に導き出される示唆は、3点挙げられる。

第1に交通手段の充実である。京都府や沖縄県の事例から、アジアと日本の各地域をつなぐ交通手段の整備は重要だろう。また山梨県や鹿児島県の事例から分かるように、空港や鉄道の駅と観光地を結ぶ2次交通の整備も欠かせない。第2に複数の観光地を組み合わせたルート化である。北海道では、映画の舞台となった道東地域の各観光スポットが観光ルートの一つに組み込まれた。鹿児島県では観光地とトレッキングコースを組み合わせ、旅行商品化を図っている。こうした事例からは“点から線へ”という視点の必要性が見えてくる。最後に自治体の枠を超えた広域的な取り組みである。前述の5地域の事例は、自治体もしくは企業が他県や他企業と連携しながら、アジアの観光客誘致に取り組んでいた。

各都道府県は拡大するアジアの訪日需要を取り込もうと戦略を練る。アジアからの観光客誘致を本格化させようという自治体などにとって、上記は何らかの参考になろう。いかにアジアの活力を日本に呼び込めるか。今後の各都道府県の取り組みに期待したい。

注1：中国での題名は「非誠勿擾」、邦題は「狙った恋の落とし方。」。

注2：韓国語でトレッキングコースの総称。