

訪日旅行者3,000万人時代へ環境整備を

～観光立国が成長戦略の柱～

第一生命経済研究所 専務取締役 今泉 典彦



2015年の訪日外国人旅行者は1,900万人を越えそうだ。2013年に初めて1,000万人の大台に乗せ、昨年1,341万人に達した訪日旅行者は、今年に入っても9月までみて前年比49%増と過去最高のペースで増加が続いている。このままいけば2016年にも2,000万人という目標を前倒しで達成する勢いだ。インバウンドによる消費額は3兆円を大きく上回り、停滞感のある国内景気に大きな経済インパクトを与えている。

訪日外国人旅行者がここまで増加した背景には、円安の進行、アジア諸国に対するビザ発給要件の緩和、消費税免税の対象拡大、LCCの就航等々、様々なものがあるが、そのベースにはアジア諸国を中心とした急速な経済成長による所得水準の向上があろう。

安倍政権は日本再興戦略の柱の一つに「観光立国の実現」を掲げ、訪日外国人旅行者数を2020年の2,000万人を通過点に、2030年に3,000万人を超えることを目標に据えている。経団連でも2014年6月に「高いレベルの観光立国実現に向けた提言」を公表し、2020年を一つのステップとしてハード・ソフト両面でのインフラ整備の必要性を主張している。観光というと従来は「レジャー」のイメージが強かったが、今や観光関連産業の名目GDPは16兆円と、輸送機械や電機・電子部品といった日本を代表する産業に匹敵する一大産業として日本経済を支えているのだ。

一方で、足元の急速な訪日外国人旅行者の増加によって、国内の受入体制には課題も生じている。東京・京都・大阪といったゴールデンルートに人気集中し、宿泊施設が不足しつつある。個人の一般住宅に有料で客を泊める「民泊」を活用するための規制緩和を進めるなど、早急な対応が必要だ。ゴールデンルート以外の観光スポットの

魅力を高め、全国各地への旅行誘客を図ることも重要な視点である。筆者はこの夏に開催された「第1回ジャパン・ツーリズム・アワード」の審査員を務めたが、全国各地で実に多くの観光企画が打ち出されていることに驚かされた。PRを工夫し地域観光資源の魅力をいかに広く発信していくかは、まさにアイデア勝負である。

いま絶好調のインバウンドではあるが、将来的に楽観は禁物であろう。過去の経験と照らし合わせると、日本は高度成長を経て、円高効果も相俟って日本から海外への旅行者は1986年の552万人から96年の1,670万人まで、約10年で3倍に急増したが、その後の20年間はほぼ横ばいで推移している。長期でみた場合に中国からの旅行者がいつまでも現在のようなペースで増加すると考えるのはやや楽観的かもしれない。

訪日旅行者を着実に増やし観光産業を真に日本経済の牽引役とするためにも、戦略的にJAPANブランドを確立し、そのPRを一層強化していく必要がある。その観点では2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会は絶好のチャンスである。英国ではロンドンオリンピックの開催前から海外へのPRを強化したことで開催後の訪英観光客数を伸ばすことに成功した。日本のインバウンドは買い物を楽しみに訪れるアジアの観光客が8割強を占めており、地理的に遠い欧米諸国からの観光客はいまだ少数に留まっている。オリンピックを機に世界に向けて日本の歴史や伝統文化を発信することで世界各地、それも欧米先進国からの訪日客を増やすことが重要な視点になる。滞在期間が長く、それだけ消費支出も多く期待できる先進国の訪日客をターゲットに、いかに日本の魅力を世界に発信するか、まさに官民を挙げて行動するときだ。