

---

## はじめに

『旅行年報』は各種統計資料および当財団の独自調査の結果をもとに直近の旅行・観光市場の動向を概観するものです。1978年に『旅行の現状と見通し』として創刊、1981年には内容を改訂して書名を『旅行年報』に変更し、以降当財団の定期刊行物として発行を続けてきました。経年でみていただくことによって時代の変化を読み解くことのできる資料集として編集しています。

本誌が観光政策や観光産業などの実務に関わる方、観光研究者をはじめ観光に関わるより多くの皆さまにご活用いただければ幸いです。

以下に、本誌『旅行年報2018』の内容をもとに2017年の旅行・観光市場の概況を振り返ります。

### 1. 旅行市場

#### <日本の旅行市場の概要>

2017年の日本人旅行者数は、国内宿泊旅行は3億2,333万人（前年比0.7%減）、海外旅行は1,789万人（4.5%増）であった。ここ数年間の動向は、経済、休日の並び、天候、災害や事件などの状況に応じて上下するものの（とりわけ海外旅行は影響を受けやすい）、概ね横這いに推移している。旅行需要は家計と休日、旅行者意識の3要素によると言われてきたが、これらに大きな変革がなければ、今後の日本人旅行市場は人口減少の影響を実感することになるだろう。

一方で2017年の訪日外国人旅行者は2,869万人（19.4%増）となった。伸び率は縮小したものの2012年から続く増加基調は力強い。外国人の旅行中の総消費額は4.4兆円と過去最高を更新した。この額は日本人旅行者を含めた日本国内での総旅行消費額26.7兆円の16.5%を占める。また、観光庁の宿泊旅行統計をもとにすると訪日外国人の延べ宿泊者数は7,969万人泊で、これは日本人の国内旅行を併せた総宿泊者数50,960万人泊の15.6%に相当する。ちなみに2020年の政府目標が達成されたときには、訪日外国人の消費額のシェアは27%超となる。

#### <国際観光における日本>

国際観光動向をみると、旅客数では訪日外国人は2015年に45年ぶりに日本人の海外旅行者を上回り、その後さらに差を広げている。UNWTO推計の国際観光収支では、世界の中での日本のランキングは、国際観光収入は10位、国際観光支出は18位である。日本の国際観光収入から国際観光支出を差し引いた値は159億USドル（前年比30.3%増）となり、これは、国際観光到着者数では世界1位のフランス193億USドル、同5位のイタリア171億USドルに迫る規模である。国際収支という面では日本は優良国である。

---

各国民の旅行の状況に目を向けると、国際観光支出額が最も高いのは中国2,577億USドル（世界の観光支出額の約2割に相当）で、2位の米国1,350億USドル、3位のドイツ837億USドルを大きく上回っている。この額を国民一人あたりに換算すると、中国は185USドルにとどまり、米国415USドル、ドイツ1,015USドル、1位オーストラリアの1,380USドルには及ばない。なお、日本人一人あたりの海外での消費額は145USドルとなり、中国よりも低額である。国際収支の面では日本人の儉約はよしということになるが、主立った先進国や新興国と比べる中で、遊び（海外旅行）にお金を使わない国民（あくまでも全国民の平均値の比較）であることを誇るべきではないだろう。

ここで人口あたりの年間出国者数である出国率をみると、韓国51.5%、台湾66.4%、中国8.8%、タイ9.9%であり、十年ほど前に比べると倍増している。一方で日本の出国率は14.1%であり、近年の推移は米国（15.0%）と同様に成熟期を思わせる。経済成長の勢いだけでなく、国内デスティネーションの充実度も異なるので、このような比較は参考にとどまるが、日本人の潜在需要には期待したいところである。

#### <日本人の旅行意識>

日本人の旅行意識の変化をみると、10年前との比較では「日常生活から解放されるため」「保養、休養のため」というような癒しを求める旅行動機が減少し、「旅先のおいしいものを求めて」「思い出をつくるため」「家族の親睦のため」といったより積極的な理由が増加した。一方で旅行の阻害要因は、10年前は1位だった「家計の制約がある」が3位になり、「仕事などで休暇がとれない」が1位、「友人等と休日重ならない」が2位と、上位の顔ぶれは変わっていない。

テレビの旅番組は各地の風光を紹介するだけでなく、ローカル線や路線バス、ミニバイクの旅を通して地域の日常を巡るおもしろさを映し出す。旅先を歩きながら地元の人たちの暮らしぶりに触れたり、専門家とともに当地の成り立ちを探求したりする様子も伝えている。“人とのふれあい”、“予期せぬこと”、そして“知的な探求心”が旅への感心をかき立てている。外国人旅行客が日本の魅力に新鮮な視点に向ける様子も頻繁に見かける。観光旅行者の関心領域はひろがり、観光行動は多様化し、各地の“小さなホンモノ”への注目がいっそう高まってきた。需要顕在への意識は十分過ぎるほどなので、あと少しの家計の余裕と、休暇取得に工夫が必要だろう。

## 2. 観光産業

2017年の旅行業者数は微増であった。全体に占めるシェアは小さいものの、いわゆる着地型旅行の扱いを想定した地域限定旅行業者数は急増している。主要旅行業者の取扱額をみると2017年は海外旅行、外国人旅行、国内旅行の全ての部門におい

---

て前年を上回る実績となった。なお、主要旅行業者の国内市場取扱額3.62兆円（3部門から海外旅行を除いた額）に占める外国人旅行のシェアは6%であった。

2016年度の旅館軒数は前年度比2.9%減、ホテル軒数は1.3%増であった。宿泊者数はリゾートホテル1.4%増、ビジネスホテル1.5%増、シティホテル3.8%増に対し、旅館は4.3%減と明暗を分けた。外国人の延べ宿泊者数は12.4%増と好調を維持し、施設タイプ別には簡易宿所が70%増、ビジネスホテルも前年比二桁増と好調である。

運輸業は軒並み安定的に推移したが、中でもLCCが好調である。東アジア・東南アジア方面を中心とした新規就航、国内の地方空港への就航が相次いだ。その他では、長距離フェリーの利用客数増、クルーズ船利用者の前年比27.1%の大幅増（日本のクルーズ人口は過去最高を記録）と、海上交通の好調が目についた。

高速バス輸送人員は前年比5.3%増と、直近3か年度は順調に推移している。好調な事業運営を後押しした要因の一つとして新高速乗合いバス制度が挙げられる。事業者には厳格な事業管理と安全確保が要求されるものの、需要動向に応じた増便や、柔軟な価格設定が可能になった。なお、2013年以前に旅行業法に基づいて行われていたツアーバス事業は廃止された。

観光バスの路上駐車による域内交通の悪化や近隣住民への迷惑回避のために、東京都や京都市、神戸市の一部において、離れた場所でのバスの待機などによって目的地周辺へのバスの流入量を調整する社会実験が行われた。また、訪日外国人専用の高速道路の乗り放題パスの販売や、ETC2.0を活用した訪日外国人のレンタカー事故対策といった新たな取り組みが始まっている。このように道路交通を取り巻くさまざまな課題に対して、具体的な問題解決が図られている点にも注目すべきだろう。

### 3. 観光地と観光政策の概観

#### <観光地マネジメントをめぐる動向>

観光地が自立的に観光地を管理・運営していく機構としてDMOが提起され、各地で取り組みが相次いでいる。DMOをめぐる取り組みは、組織体の設立を急ぐ段階から、組織の自立と持続的な運営方法、そして活動実績に関心が移行しつつある。

ここきてDMOの運営に限らず、地域が主体となって観光振興を進めていくための財源確保がにわかに注目を集めている（『観光文化238号』当財団発行を参照）。東京都では2002年から宿泊税が導入されているが、大阪府、京都市、金沢市においても関連条例が可決され、施行ないしは実施準備が進められている。

北海道では北海道観光審議会が観光客やビジネス客から徴収する法定外目的税を宿泊税として導入すべきだとする考えをまとめた他、倶知安町やニセコ町でも宿泊税をめぐる議論が始まった。2015年度から実施している阿寒湖温泉での入湯税のかさ上げに続き、層雲峡温泉では入湯税値上げを認める条例改正が可決され

---

た。入湯税を巡っては別府市においても入湯税を大幅に引き上げる市条例改正案が2018年3月に可決されている。このような流れに乗り遅れまいとする地方公共団体が散見される中で、都道府県対市町村の構図も見え隠れする。

これらは観光地整備にかかる費用の一部を受益者が負担するという考え方をもとにしている。導入にあたっては訪問客が負担する意味合いと、徴収金の使途を十分に検討することが重要である。

#### <地方公共団体における観光政策の実状>

当財団を事務局とする観光政策検討有識者会議では、地方公共団体を対象とする観光政策アンケートを継続実施している。その結果の一部によると、2017年度に都道府県が実施した代表的な事業分野は「情報発信（調査対象の70.5%が該当）」「観光資源のソフト整備（61.4%）」「営業販売（40.9%）」であった。同じ質問に対する市町村の回答は「情報発信（57.3%）」「観光イベントの開催（47.3%）」「観光資源のハード整備（34.5%）」であった。

一方で都道府県が市町村に期待する役割は「受け入れ環境のハード整備（76.2%）」「観光資源のハード整備（47.6%）」であり、逆に市町村が都道府県に求めることは「予算・財源（73.8%）」「受入環境のハード整備（48.6%）」であった。両者ともに販売促進などのソフト事業には力を入れているものの、観光地の基盤となるハード整備は頼りあっているようだ。

プロモーション類は短期的な成果を得やすいが、効果の持続性には課題が残る。SNSの活用による口コミ効果も一般化してきた。このような状況下、どのような体験を提供するのかを見据えた上で、ハード整備を拡充してほしい。

#### <資源の保全と活用をめぐる動向>

文化財保護法が改正され、文化財をまちづくりに活かしつつ地域社会総がかりでその継承に取り組んでいくことの必要性が示された。市町村は文化財の保存・活用に関する総合的な地域計画を作成し、この計画が国の認定を受けると、市町村が独自の判断で現状変更などが可能になる。「明日の日本を支える観光ビジョン」に記された「文化財を保存優先から観光客目線での理解促進、そして活用へ」を市町村単位で推進することの後押しにもなるだろう。

#### <地域が主体となった持続可能な観光>

DMO、観光財源、さらには文化財の保全と活用などは、地域が主体となって観光地づくりを進めようとするものである。昨今の観光振興の話題の中心は、観光地マネジメントの手法と、それを担う人材の育成・強化であり、米国の実状などを参考にしつつ議論が重ねられてきた。特に都市部や都市的な要素を誘客力の源泉とする地域、観光産業が集積し観光が地域経済の根幹をなすところでは、事業・経営的な視点が重要であろう。

一方で、観光対象としての活用が目立つようになってきた里地や里山などの自

---

然環境や、その中で育まれてきた生活文化などの地域資源は、地域社会の監視と協働によって継承されてきたものである。このような観光地域では多主体の連携、ガバナンスのあり方を熟議していく必要がある。

地域社会の特性に応じた持続可能な観光への取り組みに期待したい。

(寺崎竜雄：執筆者を代表して)