

訪日外国人観光の新段階

〜2011年版九州経済白書より

はじめに

本年2月、九州経済調査協会では、2011年版九州経済白書「訪日外国人観光の新段階」を刊行した。本書では、九州・沖縄・山口における外国人観光客の動向を、統計調査やアンケート調査、取材をもとに分析している。

九州では、近隣のアジア諸国の成長に伴い、外国人観光客が増加している。増加ペースは非常に強く、今後もその流れは加速するとみており、九州経済を牽引する新たな産業の柱となることが期待されている。

そうしたなか、本年3月11日に東日本大震災が発生した。外国人の日本への渡航が減少したことで、足下では九州への外国人客も激減し、宿泊施設、観光施設が影響を受けている。しかし、九州は震災の直接的な影響を受けていないこともあり、今後はむしろ他地域に先駆けて積極的に外国人客を受け入れることになる。

1 九州アジアインバウンド時代の到来

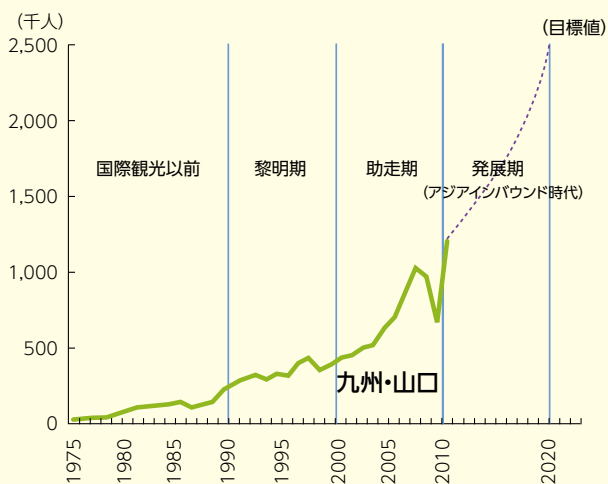
100万人を超える訪日外国人

九州への訪日外国人は、年間100万人を超えるまでに拡大してきた。九州の入国外国人人数の長期推移をみると、1985年プラザ合意後の円高、88年のアジア通貨危機、2008年のリーマンショックによる世界同時不況など数回の落ち込みは

あるものの、75年以降、ほぼ右肩上がりが増加している。九州は、経済成長するアジアから多くの観光客が訪れる「アジアインバウンド時代」を迎えている(図表1)。

政府では、2020年初めまでに訪日外国人人数を年間2,500万人まで拡大させる目標を掲げている。九州では、その目標に沿って、2020年までに訪日外国人人数を現在の100万人から、250万人(政府目標の1割)まで拡大させる必要がある。

図表1 九州・山口の入国外国人人数の長期推移(1975~2020年)



資料) 法務省「出入国管理統計年報」より九経調作成

財団法人九州経済調査協会
調査研究部 研究主幹

八尋 和郎氏

[略歴]

1962年 福岡県生まれ

1988年 九州大学工学部

水工土木学科 卒業

財団法人九州経済調査協会
調査研究部 研究員

松嶋 慶祐氏

[略歴]

1980年 岡山県生まれ

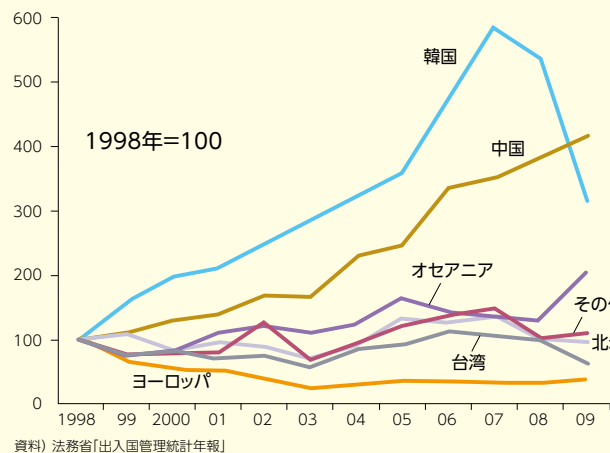
2002年 九州大学文学部

人文地理学専攻 卒業

拡大するアジアからの観光客

九州アジアインバウンド時代を牽引するのは、アジアからの観光客であり、特に中国人観光客の伸びが高い。もともと欧米との国際航空路線が少ない九州は、入国外国人数に占めるアジアの比率が高く、2000年代には90%を超えて推移している。全体的な訪日外国人数は韓国人が多いものの、中国における旅行需要の高まりから、九州を訪れる中国人観光客は増加している。九州・山口への入国者数の推移を98年を100としてみると、韓国は2007年まで大幅な伸びを示していたが、08年、09年と大幅に低下した。しかし、中国は09年には98年の約4倍以上の伸びとなっており、リーマンショック後も伸びているという特徴がある(図表2)。

図表2 九州・山口の国別訪日外国人の推移



カギとなる海路のネットワーク

九州への訪日外国人の増加を支えているのが、海路のネットワークである。入国外国人数の港湾(船舶)からの入国比率は、全国が5.7%であるなか、九州は2000年代の後半に40%を超え、09年には43.4%まで高まっている。九州への来訪は、船舶が重要な交通手段となっており、アジアからのインバウンドを受け入れる為の九州の強みとなっている。09年の港湾からの入国外国人数の都道府県別ランキングをみると、14万6,000人が博多港や門司港から入国した福岡県が1位、沖縄県が2位、山口県が3位、長崎県が4位、鹿児島県が6位となっている(図表3)。九州・沖縄は、海路のネットワークを生かすと同時に、空路の強化を進めることでインバウンドの拡大を図る必要がある。

図表3 訪日外国人の港湾からの入国者数

順位	2005		2009	
	全 国		全 国	
1	福岡県	178,152	福岡県	145,759
2	山口県	71,429	沖縄県	79,132
3	長崎県	57,722	山口県	64,794
4	大阪府	47,277	長崎県	64,733
5	沖縄県	32,396	大阪府	35,087
6	富山県	12,165	鹿児島県	13,114
7	北海道	9,836	北海道	8,304
8	広島県	6,123	鳥取県	7,310
9	兵庫県	6,079	兵庫県	5,889
10	新潟県	2,320	神奈川県	3,418

資料) 法務省「出入国管理統計年報」より九経調作成

図表4 九州における訪日外国人の経済効果(2010年) (単位:百万円、人)

	経済波及効果	うち粗付加価値誘発額	就業誘発者数
第1次波及効果 (直接効果+1次間接効果)	121,692	72,093	15,110
第2次波及効果	29,527	18,469	2,474
合 計	151,219	90,561	17,584

2 訪日外国人市場の実態

九州の訪日外国人の市場規模は
1,203億円、波及効果1,512億円

アジアからの訪日外国人は増加傾向にあるが、外国人は九州でどのような消費活動を行っているのだろうか。観光庁「訪日外国人の消費動向調査(第1回及び第2回)」をもとに推計すると、九州の訪日外国人の観光消費額は1,203億円、経済波及効果は1,512億円となった。これにより、就業者数17,584人を誘発することになる(図表4)。九州7県の日本人を含めた旅行消費額は2.4兆円(九州経済調査月報2010年9月)と試算される為、訪日外国人の消費額は観光消費額全体の5.0%を占めることになる。訪日外国人に関連する産業は、ようやくその地位を確立してきたといえる。

自由度高い九州旅行

訪日外国人の消費額を来訪地域別にみると、九州の訪日外国人の1人あたりの消費総額は15.2万円、北海道が19.2万円、関東が21.3万円、沖縄は14.8万円であった。九州・沖縄は日本の中でも、低価格な旅行が出来る地域といえる。

料金の安さは、アジアとの近さから交通費やパック旅行費が安いことに起因している。パッケージツアー費と往復航空運賃のいわゆる「旅行前の消費」は、九州は全消費額の約48%であるのに対し、北海道旅行は約69%を占めている。九州はどの地域よりも「旅行中の支出」の割合が高いという特徴がある。

旅行中の支出額は九州の8万円に対し北海道は6万円となった。旅行中の消費として九州で消費額の割合が北海道を上回るのは、宿泊料金や飲食費である。低価格とはいえ、宿泊や飲食の選択の自由度が高く、多様な宿泊施設や食を楽しむ傾向がうかがえる。

北海道の場合、パック旅行の割合が75.4%であるのに対し、九州は24.8%程度であり、個人旅行化が進んでいる(観光庁「訪日外国人消費動向調査」)。九州の訪日外国人旅行者は、旅行社で決められた観光施設や宿泊施設に旅程が限定されない構造となっており、域内の宿泊事業者や運輸業者のビジネスチャンスが広がっていることを示している。

少ない買物による支出

九州の旅行中の1人当り買物代は2万4,675円であり、北海道の3万4,329円と約1万円の差がある。北海道と差がついているのは「菓子類」で、その差は客単価で約3,000円である。北海道では、「白い恋人」(石屋製菓)、「札幌農学校」(きのとや)、「北海道じゃがツッキー」(わかさいも本舗)など人気の菓子が多く、アジアからの観光客にも好まれている。「白い恋人」は台湾人を中心に人気があり、箱単位でのまとめ買いも珍しくない。多くの商品が、北海道産の牛乳やバター、ジャガイモなど地域の食材を使うと同時に、雪をイメージするデザインを持ち、北海道や札幌などの地名が付く商品である。菓子は、物産展やイベントでは域外に出るが、北海道内での販売が中心になっており、海外でのお土産物としてのブランドにもなっている。

今後、訪日外国人の消費を増やすには、九州の強

みを生かした土産品の開発や世界的なブランド商品の誘致が求められる。

3 展望と課題

今後の九州の訪日外国人観光の拡大への取組として、「アジアの安近短旅行の受入拠点化」、「九州の旅行商品の高付加価値化」の2つが考えられる。1つは量的な拡大を図ること、もう1つは質の向上を図ることである。

九州ブランドの確立

外国人観光客の獲得競争は、国内の地域間だけでなく国際的にも激しさを増している。九州でも各種の観光施策をスピーディーに実施して、九州のブランド力を早期に確立する必要がある。

九州観光推進機構は10年9月、内閣府「地域活性化総合特区(仮称)」に「九州アジア観光戦略特区」を申請した。「地域活性化総合特区(仮称)」は、政府の「新成長戦略(2010年6月)」に基づき創設を予定している「総合特区制度」の1つであり、規制の特例措置や税制・財政・金融上の支援措置等をパッケージ化して実施することが予定されている。「九州アジア観光戦略特区」では、①東アジアの日常的な安近短観光特区・九州、②東アジアの治療・健診・療養特区・九州、③東アジアの教育旅行・知的観光特区・九州の3つを掲げており、CIIQ(※)の簡素化、迅速化の推進や、コールセンターの整備支援等31項目を提案している。

九州は、アジアからの来訪者が高頻度に来訪し、短時間で楽しむことが出来る地域である。入国の

制度や体制を整備し、気軽に訪問出来る「九州」を実現する必要がある。

九州を東アジア国際クルーズの拠点に

九州は、訪日外国人の船舶による大量集客が可能なが特徴の1つである。そして、近年増加している中国発のクルーズ船は、1週間以内の旅程が多く、国内では距離的にみて九州に優位性がある。中国の経済発展が沿岸部から内陸部へと拡大していけば、当面クルーズ需要は続くと思込まれる。

停泊時間が限られるクルーズ船の効果を引き出すためには、まず、多くのクルーズ客を下船させ、出来るだけ多く消費させる施策が求められる。CIIQ迅速化(入国審査ブースの拡大、補助要員の増員、入国手続きの簡素化など)とともに、都市の魅力アップや購買意欲を高めるための工夫(店舗情報や商品知識の提供、円滑な決済システムなど)が求められる。

また、九州をクルーズ船の寄港地として定着させるには、九州各県の港湾間で誘致競争をするより、「九州」としての寄港をPRすべきである。そして、クルーズ船を安定的に寄港させるためには、日本人乗船客の増加も必要であろう。クルーズ船社は乗客の存在するところに配船する可能性が高いからである。今のところ日本人はクルーズに対して「高価格」や「長期旅行」といったイメージがあり、日本のクルーズ市場は所得水準や旅行市場の成熟度に対し極端に小さい。このイメージを払拭することが必要である。

クルーズ船と新幹線、高速バス、航空機とを組み合わせ、陸路で移動した後、乗船するオーバールン

ドツアーや、空路で移動した後、乗船するフライ・アンドクルーズといった多様な旅行商品を提案し、九州をクルーズ船の母港化することも考えられる。特に、本年3月12日の九州新幹線開業を期に九州各地の観光地の再評価とPRが図られており、これらを外国人客向けの観光資源、旅行パッケージとして活用することも検討すべきであろう。

中国人団体旅行への対応力を強化

中国人へのビザの発給要件は徐々に緩和されており、今後、個人観光客も増えることが考えられる。しかし、団体観光の比率は09年に5割を上回り、増加傾向にある。この為、中国からの観光客は当面、団体観光が中心となることが考えられる。

現在、中国人団体客は、東京・大阪間のいわゆるゴールデンルートに集中する傾向が強いが、次第に地方へと分散するであろう。それらを九州でも受け入れる必要がある。

団体観光客の受入は、宿泊施設にとって稼働率を高めるメリットがあるものの、ともすれば旅行社からの値下げ圧力から薄利多売の低価格競争に陥る可能性がある。低価格な旅行商品の企画でも利益が出せる構造をつくる必要がある。九州・日本の旅行社や宿泊施設、観光施設が連携することで、九州の人的費や食材の安さに加え、価格に見合ったサービスや食の質の良さを生かすことが出来ると考えられる。

様々な産業との連携強化

日本政府観光局(JNTO)の調査によると、訪日外国人の観光目的として「日本の食事」が上位と

なっている。九州は豊かな食材に恵まれ、各地に個性ある郷土料理や土産があり、農林水産業や食品産業と訪日外国人観光との連携が実を結ぶ可能性が高いと考えられる。

また、アジアでは80年代生まれの新しい世代が海外旅行にも台頭しており、ファッションやショービジネス、スポーツに興味を持つ人も増えている。九州では、こうした新しい世代の誘客も必要である。

例えば、観光産業とファッション産業、美容産業などとの融合がある。中国人向けの観光ツアーを組成する企業のなかには、福岡の美容院やネイルサロンなどを巡るツアーを企画する事例もある。

こうした、様々な産業との連携が、九州旅行の高付加価値化に繋がる可能性がある。

医療・健康ツーリズムの推進

高付加価値な旅行の1つとして、注目されているのが医療ツーリズムである。

自国にはない医療機器での治療や検診と、オプションとしての観光の双方を目的に海外を訪れる医療ツーリズムは、政府が掲げる新成長戦略にも「国際医療交流」として掲げられている。医療ツーリズム促進の為に、政府では海外から病気の治療や健康診断を目的とする外国人に対して、最長6カ月の滞在を認める「医療滞在査証(ビザ)」を新設し、11年1月から発給を始めている。日本政策投資銀行によると、日本に医療目的で渡航するツーリストは2020年には年間43万人、観光を含めた市場規模は約5,500億円、経済波及効果は2,800億円が期待出来ると試算されている。

九州の強みとなるのは、鳥栖市、指宿市のガン粒

子線施設の稼働であろう。ガン粒子線は、病巣に絞って照射する最先端の放射線治療法である。指宿では陽子線照射、鳥栖では重粒子線照射という方式の違いはあるものの、1日の治療時間は短時間で、数日から数カ月間の治療が必要なことから、治療以外の時間に温泉などの療養やショッピング、スポーツなどのレジャーと組み合わせることが可能である。ガン粒子線治療施設は、現在建設中のものも含め国内には10カ所あるが、アジア諸国には導入事例がない。今後、韓国や中国で計画があると言われる。他国で導入される前に九州で旅行商品化する必要がある。

おわりに

アジア圏の旅行者の拡大により、アジアインバウンド時代ともいうべき新しい時代を迎えようとしている。九州にとってこの時代は、九州がアジアに近いという強みを生かすことが出来、大量の人が日常的に、気軽に九州とアジアを往來する時代である。低価格な旅行という強みは、訪日外国人が東京・大阪のゴールデンルートに集中している構造からの脱却を図る好機でもある。

今後、隣国間での観光客獲得競争が激化することが考えられるが、九州は、満足度を高め、九州ファン・リピーターを増やすことで旅行消費額、滞在時間を伸ばすと同時に、多様な企業の参入によって産業連関を高める必要があるだろう。

※CIQ:税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、検疫(Quarantine)の頭文字を取った語としても、国境を越える交通及び物流において必要とされる手続き。