

外国人観光客は日本経済を救う！？パート 2

2011.12.1 発行

過去最高記録となった 2010 年

2011 年 1 月のアナリスト・コラムでは、外国人観光客の話題をご紹介いたしました。その後東日本大震災が起きたことで日本を取り巻く環境は一変しており、今回はその現状をご紹介いたします。

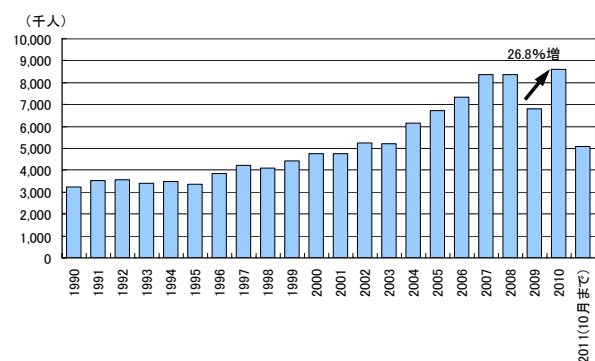
まずは 2010 年の振り返りからです。日本政府観光局(以下 JNTO)が発表した 2010 年 1 月から 12 月までの訪日外国人旅行者数(観光客含む全ての入国外国人旅行者)は前年比 26.8%増の 861 万人となり、2 年ぶりに前年を上回りました(図表 1)。この人数は過去最高記録となります。また 26.8%という伸び率は、この半世紀の間で大阪万博が開催された 1970 年(40.4%増)に次いで大きかったそうです。世界各国の景気回復による外国旅行需要の拡大や、訪日旅行の宣伝効果などが増加要因になったほか、昨年 10 月末からの羽田空港の国際定期便就航も追い風になりました。

中国人訪日旅行者数は、昨年 9 月に尖閣諸島沖で発生した中国漁船衝突事件の影響で 10 月以降は減少に転じたものの、前年から 40.7 万人増加の 141.3 万人と過去最高を記録し、アジアの訪日旅行者の中では、韓国に次いで 2 位になりました。

また JNTO 訪日外客訪問地調査によると 2010 年の都道府県訪問率上位は東京都(21,342 人中 60.3%が訪問)、大阪府(同 26.1%)、京都府(同

24.0%)となり、以下神奈川県、千葉県、愛知県、福岡県と続いており、比較的都市部への観光がまだ多いことがうかがえます。また今回の調査では、リピーターよりも新規の旅行者が増えており、日本への旅行者の裾野は徐々には広がってきていると言えるでしょう。

(図表 1) 訪日外国人旅行者数の推移(年次)



出所: JNTO 資料より明治安田アセットマネジメント作成

このように着実に訪日外国人旅行者数は増加してきましたが、2010 年の 861 万人という水準は、世界各国と比較するとまだ 30 位と、前年から 3 位順位を上げたに過ぎず、まだまだ旅行者数を増加させる余地は十分にあるといえます。

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

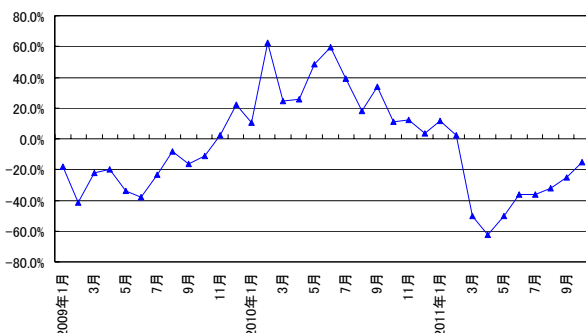
震災により大きく落ち込んだ外国人観光客

今年に入ってから、訪日外国人旅行者数は、引き続き前年比増加傾向で推移していたものの、3月以降は大きくマイナスとなりました。3月については50.3%減と大幅に減少しています。3月については東日本大震災の影響を受けていない期間とそれ以降に区切ると、震災前は約4%増と引き続き増加傾向にありましたが、震災以降は7割減と震災の影響が色濃く出ました。やはり東日本大震災の発生に加えて、福島第一原子力発電所事故により旅行の前提となる安全・安心に対する懸念が高まった影響が大きいです。また各国政府が被災地や日本全体への渡航自粛、延期を求める勧告を出したほか、一部の国では日本に滞在している自国民に対して出国を求める勧告も出しました。

4月には訪日外国人旅行者数は前年比62.5%減となり、この数値は過去50年間の全ての月で過去最大の減少幅となりました。

足元では、10月の数値は15.3%減の61.5万人となり、4月を底に減少幅は徐々に縮小傾向にありますが、依然として大きな減少傾向は継続しています。

(図表 2) 訪日外国人旅行者数の前年比(月次)



出所: JNTO 資料より明治安田アセットマネジメント作成

実際にホテルなどでは、外国人観光客の減少により稼働率が悪化、小売店でも、外国人観光客の売上が減少することで、企業業績に影響を及ぼすケースも見られました。

観光客の回復に向けた取り組み

政府としても現状に手を拱いているわけではありません。JNTO では大きく落ち込んだ訪日旅行の早期復活に向けて震災直後からさまざまな取り組みを行っているようです。海外の一般消費者の目線に立った情報発信や、現地旅行会社、航空会社向けの説明会、セミナーの開催などを通じて、日本の観光地の現状や震災復興に向けた日本の取り組み等についての理解を求めています。例えば中国で、非常に有名な日本人コラムニストの日本視察旅行を支援し、中国版 Twitter(微博) でつぶやきを発信してもらったり、現地メディアを日本に招請してメディアへの露出を強化したりするなど地道な努力を続けています。

観光庁では、9月からはビジット・ジャパンおもてなしキャンペーン、11月からはジャパンビッグウェルカムキャンペーンと、多数の民間企業と連携して、割引やプレゼントなどのさまざまな特典を提供するキャンペーンを始めました。12月からは鉄道各社との協力により、東京での2日間用、3日間用のフリー切符、JAPAN TRANSPORT PASS の発売が開始される予定です。

皆様の中にはこのようなキャンペーンを行っていることをご存知の方もいらっしゃるかもしれませんが。筆者は今回当コラムを執筆するにあたり、改めて観光庁や JNTO のホームページを確認していて、上記のようなキャンペーンを多数発表していることを初めて知りました。もちろん外国人観光客向けのキャンペーンですから、私たち日本人は知りえない、ということもあるかと思えます。しかし、将来的に観光立国を

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

アナリスト・コラム

本当に目指していくのであれば、もう少し私たち日本人も観光客に対する意識を高めていく必要があるのかもしれない。

まだまだ震災や原子力発電所事故の影響は続いているほか、円高も不利に働いていると思われませんが、一部では、北海道、関西、九州、沖縄への訪日旅行需要が回復傾向にあり、少し明るさも見え始めているようです。各国の日本への渡航に関する勧告も内容が緩和されつつあります。既述のように、東京への訪問率が突出して高い状況を考えて、すぐに外国人旅行者数を回復させるのは難しいともいえませんが、日本各地の魅力をうまく伝えることが出来れば、回復のペースを早めることが出来るかもしれません。

7月以降、円高を背景に海外へ旅行する日本人の数は増加に転じています。前回のコラムの通り、日本人が国内旅行をすることによる経済効果は大きいですから、外国人観光客が回復するまでの間、私たち日本人が国内各地をゆつくりと旅行して日本経済に貢献してみるのもいいかもしれませんね。

国内株式運用部調査担当 シニア・リサーチ・アナリスト
(サービス・中小型株担当)

山本 香澄