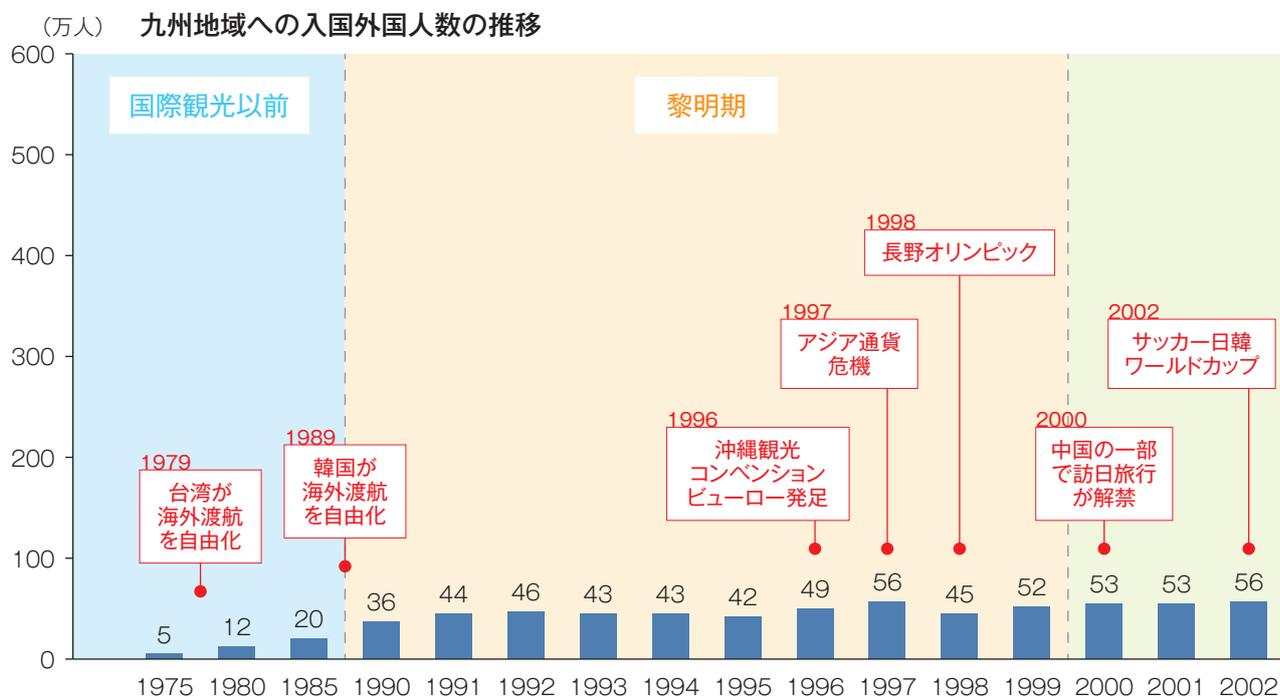


インバウンド1,000万人時代に

～新たな市場創出と超広域連携によるマーケット拡大へ～



注) 九州地域は、九州7県、沖縄県、山口県を指す
資料) 法務省「出入国管理統計」より九経調作成

訪日外国人観光客の増加が加速している。2017年における九州地域（九州、沖縄、山口）の訪日外国人数は500万人を突破し、過去最高となった。インバウンドは、九州の輸出産業の新たな柱のひとつとして存在感を高めている。

政府は2017年3月に閣議決定した「観光立国推進基本計画」において、2020年の訪日外国人旅行者数の目標を、2015年の約2倍となる4,000万人としている。九州では、九州地域戦略会議で承認された「第二期九州観光戦略」において、2023年の九州7県への訪日外国人数の目標値を786万人とした。九州7県の目標値に沖縄県、山口県の実績を加味すると、九州地域全体でのインバウンドの受入規模は1,000万人に届く勢いとなっている。

1,000万人のインバウンドを受け入れ、さらに地域への経済効果を高めるために必要なことは何なのか。本特集では、九州から発信できる新たな戦略を考察する。

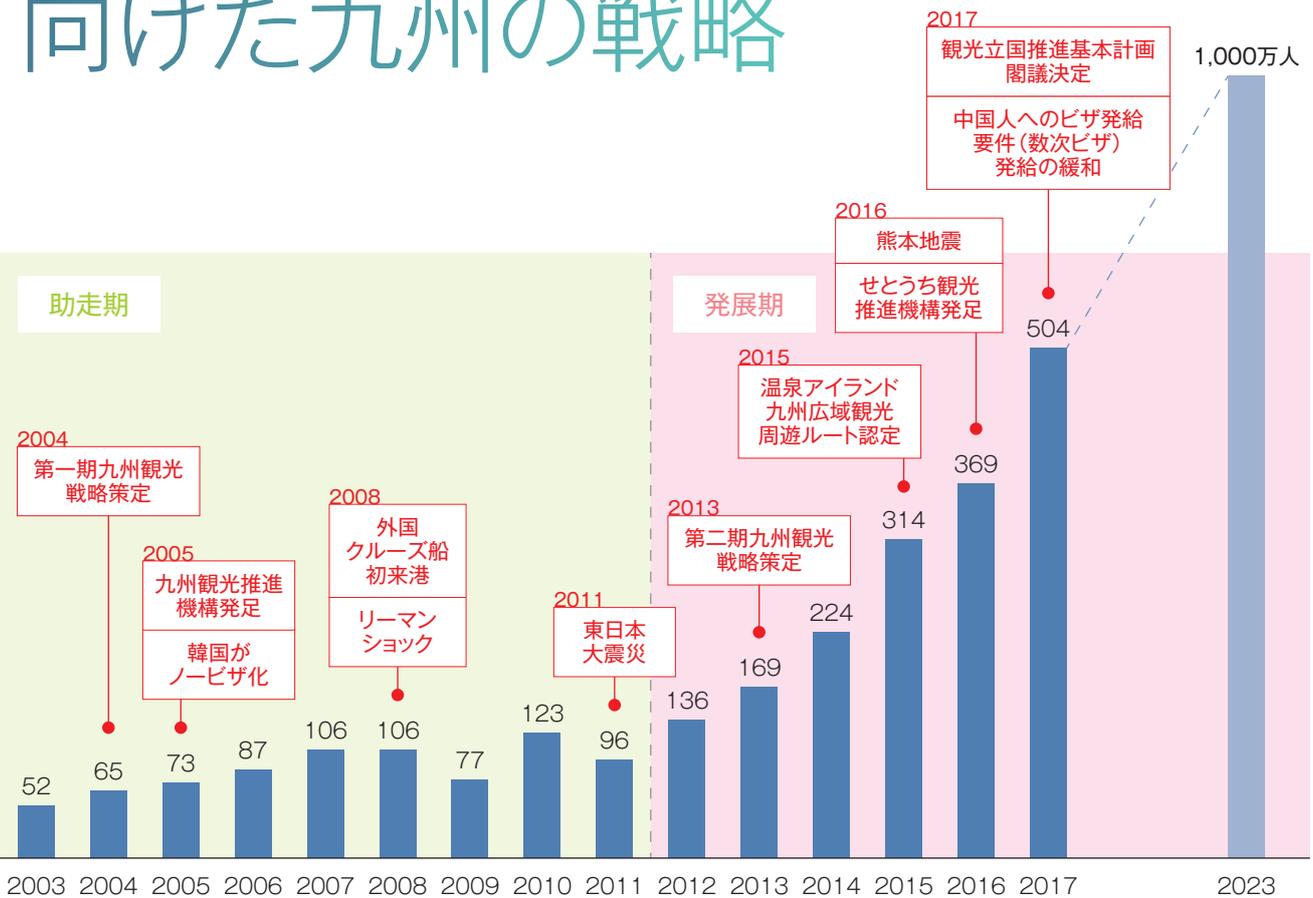
増加が続く九州地域のインバウンド

九州地域の入国外国人数は、アジア通貨危機、リーマンショック、東日本大震災などの影響による数度の落ち込みはあるものの、ほぼ右肩上がり増加してきた（図1）。その要因となっているのは、アジア経済の成長やビザ（査証）発給要件の緩和、日本とアジアとの交通アクセスの充実である。2017年の入国外国人数は、九州各県の空港でアジアとの路線開設や増

便を行ったことで、前年比+36.6%の504万人となった。36.6%の増加は、リーマンショック、東日本大震災による反動増を除き過去最大の伸び率である。

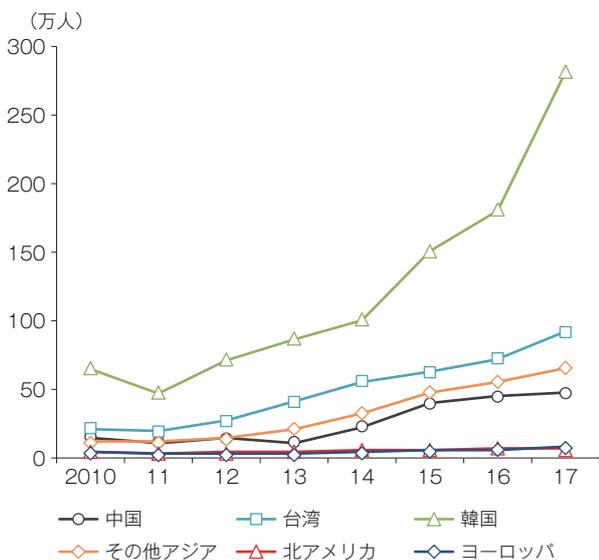
2017年の増加には、韓国からの旅行者の大幅増が寄与した。福岡空港、那覇空港での韓国路線の増便に加え、北九州空港、佐賀空港、長崎空港、熊本空港、大分空港での新規就航・増便が需要を創出した。また、近年注目されるのは、中国、韓国、台湾以外の「その他アジア」の伸びである。フィリピン、タイ、ベト

向けた九州の戦略



ナムなど、経済成長を背景に海外旅行需要が増加している国から、九州地域に訪れる外国人客が増加している。

図1 九州地域への国籍別入国外国人数の推移



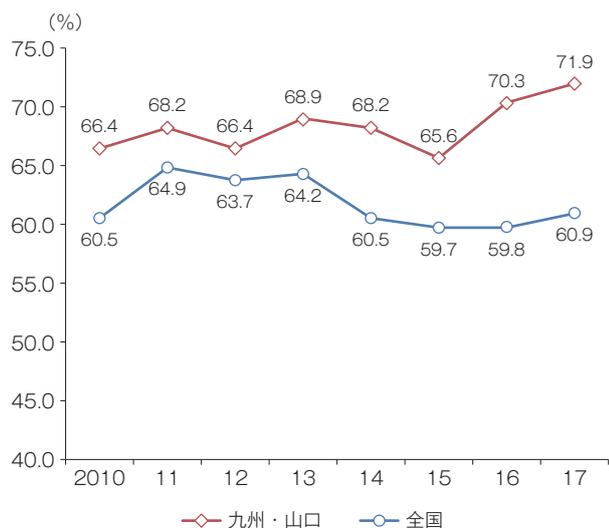
資料) 法務省「出入国管理統計」より九経調作成

増加するセカンドビジット

インバウンドが増加するなか、近年は、日本を訪れるのが2回目以上である「セカンドビジット」の比率が増加している。観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、初めて日本を訪れる外国人客は約4割で、残り6割は2回目以上となっている。日本旅行のリピーターが、インバウンドの増加要因となっていることがわかる。

九州地域を訪れる外国人客のセカンドビジット比率は、全国平均に比べ高いという特徴がある。つまり、初めての日本旅行で九州を訪れる人は少ない一方、2回目以降の日本旅行の訪問先として九州を選ぶ人が多く、その割合は高まっている(図2)。今後さらに多くのインバウンドの受入を図るためには、初めての日本の体験場所としてのプロモーションに加え、日本旅行経験者に対し、他地域にない九州の魅力を伝えることが必要である。

図2 セカンドビジット比率の推移



注) セカンドビジット比率は、2回目以降に日本・九州・山口に訪れた外国人の比率を示す
資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」より九経調作成

課題となるゴールデンルートへの集中

1,000万人規模のインバウンド受入を目指すなかで課題となるのは、外国人客の立ち寄り場所の偏在である。外国人客が日本で訪問した場所の比率をみると、訪日外国人平均では、九州7県で12.4%、沖縄県で8.9%にとどまり、関東や近畿に比べ低い。外国人客の多くは、関東、中部、近畿を結ぶゴールデンルートを訪れており、それ以外の地域の訪問率との乖離が生じている(表1)。

訪問地の偏在は、国籍によっても異なる。九州は、韓国人の訪問率は大阪府に次いで高いが、中国、欧米の訪問率は関東・関西に比べ大きく差がある。旅行消費額が大きく、滞在期間が長い欧米の観光客の取り込みは、今後対応すべき課題となる。

一方、外国人客に人気の都市、観光地では、宿泊施設のキャパシティ不足の問題が顕在化している。とくに東京都、大阪府のホテルの空室率が低い水準であり、今後インバウンドを増やすにあたり、国の政策としても、民間事業者の取り組みとしても、受入余地のある関東・関西以外に目が向けられる可能性が高い。

同様の課題は九州でもみられており、福岡県、沖縄県とそれ以外の県で訪問率にギャップがある。インバウンドの増加を図る上では、受入余力のある地域の魅

力・観光資源を発信し、九州地域全体で受入を増やすことが必要となる。

表1 都道府県・地域別訪問率 (2017年)

	訪日外国人平均	韓国	台湾	中国	アメリカ	ヨーロッパ
北海道	9.2	7.7	12.4	8.0	7.3	4.0
青森県	0.5	0.0	1.6	0.2	1.3	0.6
岩手県	0.2	0.0	0.9	0.0	0.1	0.2
宮城県	0.7	0.2	1.8	0.5	1.0	0.8
秋田県	0.3	0.1	1.0	0.1	0.5	0.8
山形県	0.3	0.1	0.6	0.1	0.7	0.6
福島県	0.2	0.0	0.5	0.1	0.1	0.1
茨城県	0.2	0.0	0.4	0.3	0.4	0.2
栃木県	1.1	0.1	1.5	0.3	2.7	6.6
群馬県	0.3	0.0	0.5	0.1	0.2	0.4
埼玉県	0.5	0.2	0.8	0.4	0.7	0.5
千葉県	32.4	11.5	26.9	36.2	74.4	72.2
東京都	41.1	13.7	28.9	55.9	84.8	92.2
神奈川県	7.5	1.5	5.4	11.7	16.7	19.7
新潟県	0.6	0.1	1.2	0.4	0.7	0.6
富山県	1.2	0.3	3.8	0.3	0.4	0.6
石川県	2.2	0.3	3.9	0.6	6.1	12.5
福井県	0.1	0.0	0.2	0.1	0.2	0.2
山梨県	6.3	0.2	3.5	13.9	4.9	5.4
長野県	3.1	0.2	7.0	1.0	5.3	8.2
岐阜県	2.9	0.4	4.6	1.6	5.0	13.2
静岡県	5.0	0.6	2.5	12.5	4.1	4.5
愛知県	8.6	1.4	6.0	19.7	4.4	5.2
三重県	0.5	0.0	0.7	0.6	0.6	0.5
滋賀県	0.5	0.1	2.0	0.3	0.6	0.1
京都府	30.7	19.6	21.0	42.2	50.2	68.0
大阪府	44.1	37.1	31.6	64.0	34.3	45.2
兵庫県	6.0	5.9	8.0	4.3	4.2	7.3
奈良県	8.9	3.9	7.7	16.3	7.9	17.1
和歌山県	1.4	0.1	1.5	0.9	2.6	5.6
鳥取県	0.2	0.0	0.3	0.1	0.4	0.3
島根県	0.1	0.0	0.2	0.0	0.4	0.3
岡山県	0.7	0.2	0.9	0.4	0.6	2.3
広島県	3.0	0.4	1.3	0.6	10.7	25.3
山口県	0.9	2.5	0.5	0.1	0.1	0.3
徳島県	0.2	0.0	0.4	0.1	0.3	0.6
香川県	1.0	0.3	1.1	1.5	1.3	1.8
愛媛県	0.4	0.1	1.2	0.1	0.7	1.3
高知県	0.1	0.1	0.3	0.1	0.1	0.2
福岡県	10.8	25.9	7.5	3.1	3.0	2.4
佐賀県	0.7	0.9	1.1	0.3	0.0	0.3
長崎県	2.3	4.6	2.3	0.5	1.7	2.0
熊本県	2.4	2.5	4.1	1.1	0.4	1.0
大分県	5.2	12.4	3.6	1.6	0.6	1.5
宮崎県	0.4	0.1	0.6	0.2	0.4	0.5
鹿児島県	1.1	0.7	1.2	0.6	0.7	1.7
沖縄県	8.9	11.2	12.2	8.0	1.8	1.6
北海道運輸局	9.2	7.7	12.4	8.0	7.3	4.0
東北運輸局	1.3	0.2	2.9	0.7	2.6	2.4
関東運輸局	43.6	14.2	31.5	59.8	90.5	94.8
北陸信越運輸局	5.6	0.7	11.3	2.1	10.7	18.5
中部運輸局	13.6	1.9	10.1	27.8	13.0	21.0
近畿運輸局	47.4	37.3	31.8	65.7	57.2	74.2
中国運輸局	4.3	3.0	2.4	1.0	11.0	26.9
四国運輸局	1.3	0.4	1.4	1.6	1.9	2.7
九州運輸局	12.4	29.0	8.1	3.6	4.6	5.9
沖縄総合事務局	8.9	11.2	12.2	8.0	1.8	1.6

資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」より九経調作成

求められる新たな市場創出

九州地域は、関東、中部、関西のゴールデンルートに比べ外国人客の訪問率が低く、さらに旅行消費額の大きい欧米豪客の取り込みが遅れている。今後、外国人旅行者数の拡大とともに、地域への経済効果を高めるためには、現状の訪問率が低い旅行者の取り込みによる、新たな市場創出が必要である。

その切り口のひとつは、富裕層のマーケットである。レポート「五つ星ホテルが開く九州のプレミアム経済」で指摘しているように、九州地域には世界の富裕層をターゲットとするクラスのホテルがなく、そのマーケットを取りこぼしている。ハイクラスホテルに宿泊する旅行者が増加すれば、宿泊だけでなく、地域内での移動や食事、アクティビティなど、関連消費を含めたマーケットの拡大につながる。「プレミアム」なマーケット創出の可能性については、後述のレポートにて検討している。

また、統合型リゾート整備推進法の審議に伴い、夜間のレジャーを含む経済活動を示す「ナイトタイムエコノミー」に注目が集まっている。ナイトタイムエコノミーは、大きな市場規模と雇用力を持つと言われており、その先駆けであるロンドンにおいては、市場規模は2.62兆～3.89兆円、従業者数はロンドン全就労者の8分の1にのぼる(表2)。日本はイギリス等に比べ、夜間開催のショービジネス等のレジャーと、それを支えるインフラに乏しく、インバウンドを含む観光客による夜間のマーケットが小さいと言われている。本特集では、福岡市や武雄市で開催されたイベントを事例に、インバウンドの消費を喚起する「ナイトタイム」の活用について検討している。

表2 ロンドンにおけるナイトタイムエコノミーの市場規模

	経済規模	備考
ナイトタイム市場規模(2014年)	177億～263億ポンド	日本円換算で2.62兆～3.89兆円
2026年までの市場規模成長額	16.3億ポンド(年間)	日本円換算で年間2,412億円
ナイトタイム従事者数	72万3,000人(126万人、間接的な事業を含む)	ロンドン全就労者の8分の1

注) 日本円の市場規模は1ポンド=147円換算
資料) Ernst & Young「London's 24 hour economy」より九経調作成

超広域連携による域外・海外からの誘客

レポート「超広域連携による九州の新たなインバウンド戦略」では、九州外から九州を訪れる外国人客の行動を分析し、東京・大阪から日本に入る外国人客を九州に誘導するための、「超広域連携」について検討している。今後、九州で多くのインバウンドを受け入れるためには、九州に直接訪れる外国人客だけでなく、ゴールデンルートに代表される関東・関西から入国する外国人を九州に誘導することが必要である。関西以西の新しい広域メインの観光ルート“プラチナルート”を構築するための超広域連携のほか、近隣国・地域との連携による欧米豪観光客の取り込みについても考察している。

また、レポート「スポーツと地域活性化～スポーツツーリズムの可能性～」では、「スポーツ」を切り口とした誘客・広域連携の可能性を検討している。2019年に開催されるラグビーワールドカップなど、外国人客が多く訪れる国際大会誘致による効果のほか、広域での移動・周遊を前提とするサイクリングでの地域間連携など、今後注目される話題を取り上げている。

事業開発部 動向分析班