

国内レジャーの活性化に向けて — レジャー需要の潜在化と空洞化への対応 —

産業調査部 研究員 渡辺 誠

《要 旨》

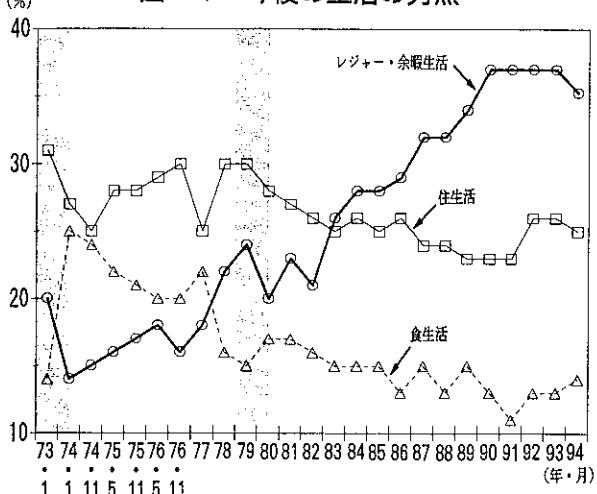
- 過去の不況期には低下する傾向があったレジャー志向は、今回は景気低迷下でもほとんど低下しておらず、レジャー志向が本格的に人々の意識に定着してきている。しかしその一方でわが国のレジャー産業は伸び悩んでおり、レジャー関連指標もほとんどが低迷している。
- このギャップの大きな要因は、需要の潜在化と海外流失である。コストのみならず施設・環境面でわが国のレジャー産業は、変化しつつある人々のニーズを的確に汲み取っているとは言い難い。若年層は海外旅行でそのニーズを埋め合わせているものの、ファミリー層や高齢者層では高い国内レジャーコストや施設面での片寄り、交通混雑などが要因となって需要の頭在化が防げられている。日本人が最も好む余暇活動である国内旅行について潜在需要を試算すると、現在の市場規模の4割以上に相当する5.3兆円にものぼる。
- また国内レジャー需要の海外流失で、レジャー産業でも空洞化が進みつつある。観光客の海外流失は、①最近の円高が国内レジャー費用の割高感をさらに強めている、②諸外国と比較した場合のわが国レジャー施設の見劣り、などによるものであり、当面は国際収支バランス改善に貢献していると言えるが、中長期的には今後の成長産業の芽をつんでいるという見方もできよう。
- わが国のレジャー環境を欧米と比較すると、①余暇時間が少ない、②訪れる場所や時期が集中している、③交通渋滞が慢性的である、④食事などの選択自由度が低いといった問題が指摘される。施設面では、わが国は特定のレジャー施設だけを対象とする短期滞在型の「点レジャー」を中心であるのに對し、欧米では地域全体が一種のレジャー施設化している「地域レジャー」も多く見られるといった相違点がある。
- 今後のレジャー環境を考えると、①時間的余裕度の高まり、②高齢者レジャーマーケットの拡大、③ゆとり志向の定着化などにより大きく変革していくことが予想され、わが国は「レジャー発展途上国」からの脱却をはかる好機を迎えていると言える。製造業の海外生産シフトが進む中で、他のサービス産業の充実とならんで、生産や雇用に占めるレジャー産業のウエイト拡大をはかることこそがわが国産業全体の空洞化を阻止する方策であると言えよう。
- 国内レジャー活性化のためには、最近の「安・近・短」トレンドから「安・頻・長」への移行が望まれる。そのためには①時短、休暇の連續化・分散化の推進、②レジャー価格の引き下げ、③施設面での工夫、④一層の官民協調による地域・施設の開拓などが必要である。特にゆとり志向、高齢者向け、長期滞在などの観点から「自然志向型施設」の重要性は増していくと思われ、わが国が全体として、これまでのハード中心のレジャー施設整備から脱皮し、各地域の特性を活かした自然・歴史・文化などを重視した多様なテーマを持ったテーマパーク化することが望まれる。

I. 高まるゆとり志向と伸び悩むレジャー産業

1. モノ志向からゆとり・レジャー志向へ

バブル崩壊後の日本はバブル期の反省もあり、心のゆとりを求める傾向が強まっていると言われている。これまで過去二度のオイルショックなど不況期にはレジャー志向は低下する傾向があった。しかし今回は、バブル崩壊後もレジャー志向はほとんど低下しておらず、必ずしも経済的余裕度とリンクしない傾向が出てきている。総理府の調査によると「これから的生活の力点」をどこに置くかの問い合わせに対して、83年以降「レジャー・余暇生活」がトップを占めており、国民の「レジャー志向」は長期的な傾向となっている(図-1)。つまり、レジャー志向は質的に変化してきており、レジャー志向が人々の生活に本格的に根付いてきたと言える。

図-1 今後の生活の力点

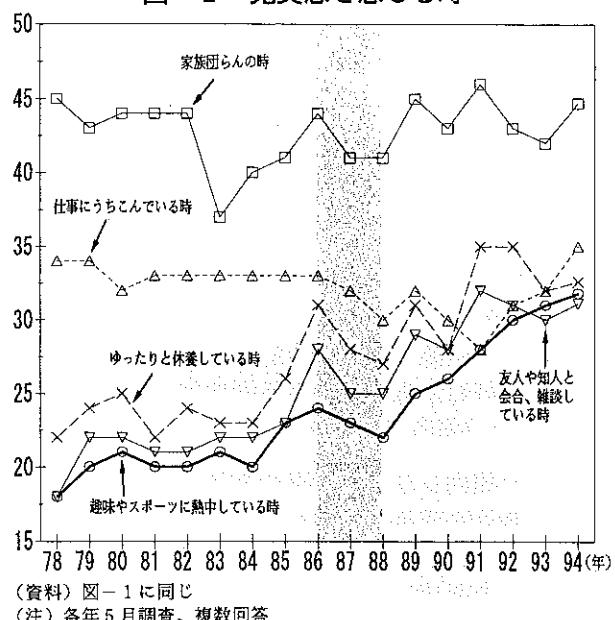


(資料) 総理府「国民生活に関する世論調査」
(注) 77年以降は5月調査

バブル期には財・サービスを問わず、どの消費分野においても高価で華やかなものの人気が高まった。ところが、その一方で国民は充実感不足の生活を送っていたと考えられるふしがある。このことは「いつ充実感を感じるか」(総理府調査)の問い合わせに対して、バブル全盛期の87、88年ではすべ

ての項目で充実感が減少傾向にあったことからも推測できる(図-2)。しかしその後は、「趣味やスポーツに熱中している時」に充実感を感じる人々の割合が急上昇している。つまり、生活の重心を仕事から個人生活へ移す人々の割合が高まり、充実感をモノの充実よりもレジャー活動に代表される「ゆとり」や「健康」、「精神的充実感」に見出している層が増加しているのである。これは、物の豊かさよりも心の豊かさを重視する人の割合が急増していることからも推測できる。

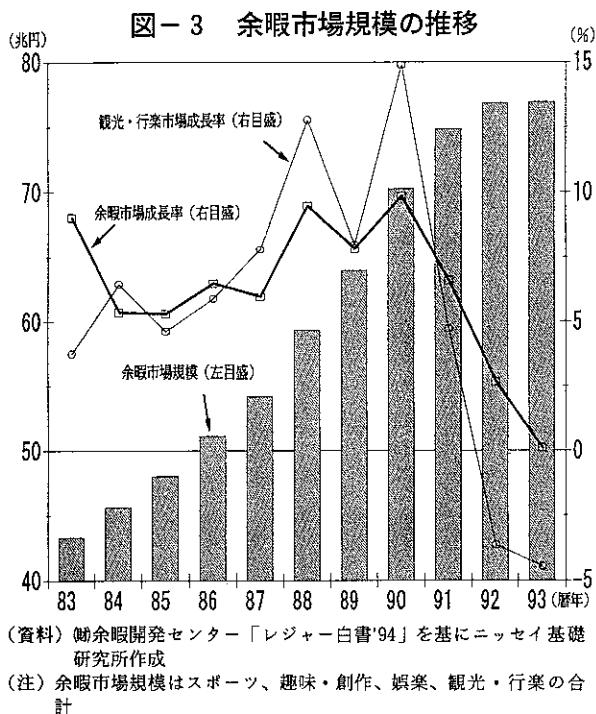
図-2 充実感を感じる時



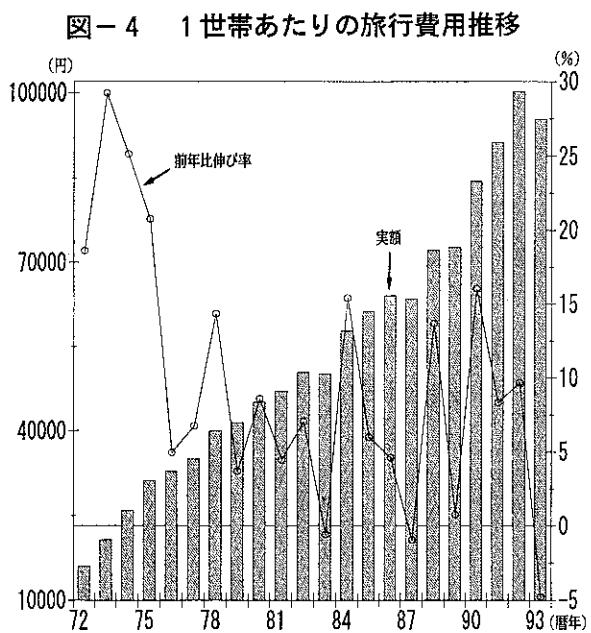
2. 低いレジャー産業の市場成長率

しかしながら、ゆとり・レジャー志向が高まる一方で、供給側のレジャー産業は伸び悩んでいる。かつて、一貫して右上がりの成長を続けてきた余暇市場規模は、93年は前年比0.1%増の約77兆円とほぼゼロ成長にとどまった。景気低迷によりほとんどの産業で売上がマイナスとなっているなかでは健闘しているという見方もできようが、レジャー志向の高まりを考えると、その成長ぶりには物足りなさを感じる。そのなかでも「観光・行楽」部門の成長率が低く、92年以降はマイナス

成長が続いている（図-3）。



また、高い伸びを続けてきた家計における宿泊料とパック旅行費の年間支出は、93年は1世帯当たり前年比マイナス4.8%の9万5千円となった。87年以来の6年ぶりの減少であり、マイナス幅は過去最大となった（図-4）。

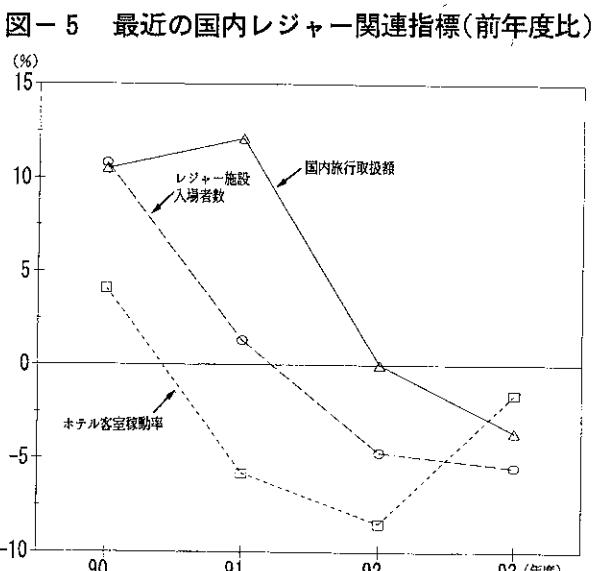


3. レジャー関連企業の業績不振

レジャー関連の企業業績もおむね悪化している。旅行大手4社の93年度決算は軒並み減収減益となった。業界最大手のJTB（日本交通公社）は1963年に株式会社化して以来初の減収減益、東急観光は2年振りに経常赤字に転落した。これらの不振は数量の減少よりも価格低下の要素が強いと見られる。また、93年度のレジャーランド入場者数は「低価格」レジャーブームにうまく乗った施設もあったが、前年度比マイナスとなった施設が急増した。

80年代末から90年代初めにかけて開設された大型テーマパークは、入場者数が目標を大きく割り込むところが続出し、施設経営は厳しいものになってきている。また大型リゾート施設への入り込み客数も減少し、都市ホテルの稼働率も軒並み低迷している。

このように、人々の間に「時間」や「ゆとり」が増え、各種アンケート調査で見ても、レジャーに対する欲求が高まっているにもかかわらず、レジャー産業のマーケットは伸びていないという皮肉な結果となっている（図-5）。



II. 潜在化するレジャー需要

ゆとり志向が高まる一方で、国内レジャー産業が伸び悩んでいる大きな原因の一つとして、レジャー需要の潜在化が考えられる。レジャー需要の潜在化とは「レジャーを楽しみたいという基本的なニーズはあるものの、何らかの阻害要因があってそれを実現することができない」ということである。

1. 余暇活動に対するニーズ

国民の余暇活動に対するニーズを見ると、その中心は年齢層によって異なるが、いくつかのキーワードを見出すことができる。人々が余暇活動に求めているものは、①自然、②時間的きまま、③リフレッシュなどであるが、その実現のためには①安価、②長期滞在、③中・高齢者向け施設を必

表－1 年齢層別にみた余暇生活のニーズ

年齢層	キーワード	中心ニーズ	具体的ニーズ
18~25歳	・友人 ・多様	気の合う友人・知人と活動的に遊びたい	・友人・恋人とのコミュニケーションを大切にしたい ・多方面で人間関係を持ちたい ・今のうちに思い出を作っておきたい ・いろいろなスポーツにチャレンジしてみたい ・多様な遊び場が欲しい ・予約なしで手軽に利用できる施設を整備して欲しい ・国際感覚を身につけたい ・海外での長期留学放浪遊学をしたい
25~35歳	・家族 ・安価	家族で余暇を楽しむとともに、自分自身の時間も欲しい	・家族でレジャーを楽しみたい ・お金をかけずに遊びたい ・別荘が欲しい ・職場以外の人間関係を作りたい ・ホームパーティーを開きたい ・夫婦と一緒にできる趣味、生涯を通じて打ち込める趣味を持ちたい ・文化施設の早朝、夜間利用ができるようにして欲しい
35~55歳	・脱家族 ・自然	ストレスを解消し、リフレッシュしたい	・自分がだけの時間が欲しい ・費用をかけずに気軽にスポーツを楽しみたい ・自然に触れ合いたい ・自分の趣味を深めたい ・違う職業の人と付き合いたい ・地域活動に参加したい ・夫婦で（海外）旅行に行きたい ・脱日常願望
55~65歳	・家族回帰 ・長期滞在 ・のんびり	夫婦で余暇を楽しみたい	・夫婦でのんびり旅行がしたい ・夫婦で共通の趣味を持ちたい ・仕事以外の友人が欲しい ・若い人と交流する機会が欲しい ・老人でも楽しめる遊び場が欲しい ・滞在型リゾート、観劇を楽しみたい ・（女性）自分の世界を作りたい（夫離れ、一人志向）
65歳以上	・超家族 ・自由	趣味や地域社会との関りを通じて生きがいを持ちたい	・自由に行きたいところに行きたい ・健康維持に役立つ新しいスポーツをしたい ・友人同士が気軽に集まれるような場所、店が欲しい ・趣味を極めたい ・宗教性、精神性のある余暇活動をしたい ・温泉旅行に行きたい ・朝食施設を充実して欲しい

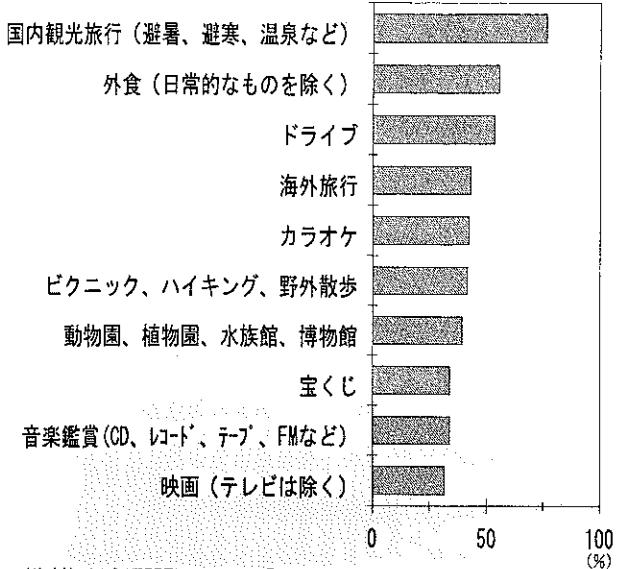
(資料) 通産省「ゆとり社会の基本構想」を基にニッセイ基礎研究所作成

要と考えているようである(表-1)。

また家族との関りあいで見ると、20歳代前半までは「友人・知人と楽しみたい」、25~35歳は「子供を含めた家族で楽しみたい」ということであるが、35~55歳になると「自分だけ」、「脱日常」という脱家族のニーズが高くなるのが目を引く。55~65歳になると再び「夫婦で旅行や趣味を楽しみたい」という家族への回帰現象が見られ、65歳以上は「趣味の仲間や地域社会」との家族を超えたつながりを求める傾向が見られる。

また具体的なレジャー内容としては、国内・海外旅行やピクニック、ハイキングなどのアウトドアレジャー、動物園、植物園などの日帰り観光、あるいはカラオケなど手軽なものを行いたいとする割合が高い(図-6)。この中でも特に国内旅行は、約8割の人が行きたいとしており人気が高い。また約4割が海外旅行を希望しており、日本人が好む余暇活動はどうやら旅行と言えそうである。

図-6 参加希望の高いレジャー活動



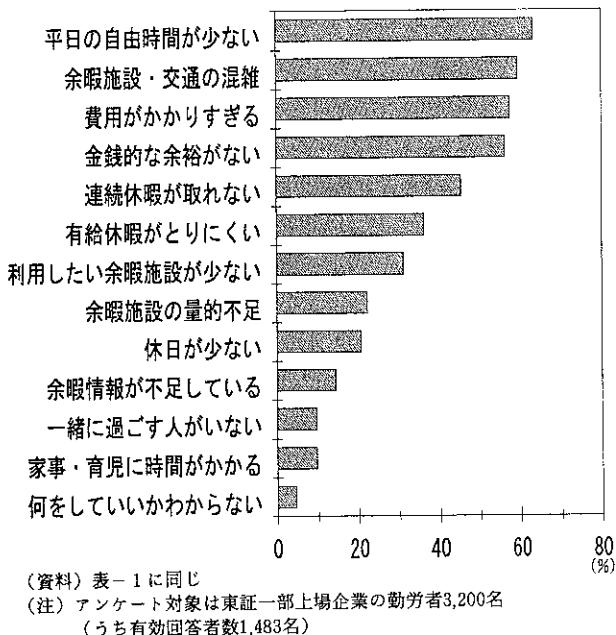
2. 余暇活動の阻害要因

(1) 4つの阻害要因

余暇活動の阻害要因に関するアンケート調査(通産省調査)を見ると、余暇活動が充実していると答えた人の割合はわずか3%であり、大部分の人が何らかの阻害要因を感じている(図-7)。

この要因は、①時間的側面、②交通インフラ的側面、③費用的側面、④施設的側面の大きく4つの問題に分類できる。

図-7 余暇活動の阻害要因



①時間的側面

レジャーを楽しみたいが時間がないというものであり、最大の阻害要因となっている。時短や週休二日制の進展などにより自由時間は増加しているが、特に連続休暇の増加や休日の分散化、有給休暇取得などによる休日の増加といった点ではまだ不十分である。

②交通インフラ的側面

国内レジャーでは大都市周辺部を中心に慢性的な道路渋滞により、レジャー施設に到着するのに多大の時間と労力を費やすなければならないのが

現状である。また鉄道も近年改善されつつあるものの、路線やダイヤ等の面で観光客を意識したものはまだ少ない。

③費用的側面

内外価格差の拡大で国内レジャーコストの割高感がますます高まっており、最近では特に長期旅行のような国内レジャーについては敬遠される傾向がある。

また欧米に比べると、利用日や長期滞在に対する交通機関や宿泊施設の割引制度が遅れており、閑散期の利用や長期利用のメリットが少ない。

さらに、わが国の代表的なレジャー施設である温泉や旅館は、一泊宿泊を想定して豪華な食事がセットされたものが多く、連泊できるような価格設定になっていない。

④施設的側面

過激なライド物に代表されるようなハード先行型の最近のレジャー施設は若者を念頭においていたものが多く、ファミリー層、高齢者層は必ずしも楽しめない。また休憩施設、医療施設、健康増進施設、自然重視型施設などファミリー層、高齢者層、社会的弱者層を意識した施設が不足しており、先のアンケートでは「利用したい余暇施設が少ない」とする人が3割を超えており、その上休日が集中化しているため、魅力ある施設は常に混雑しているという問題がある。

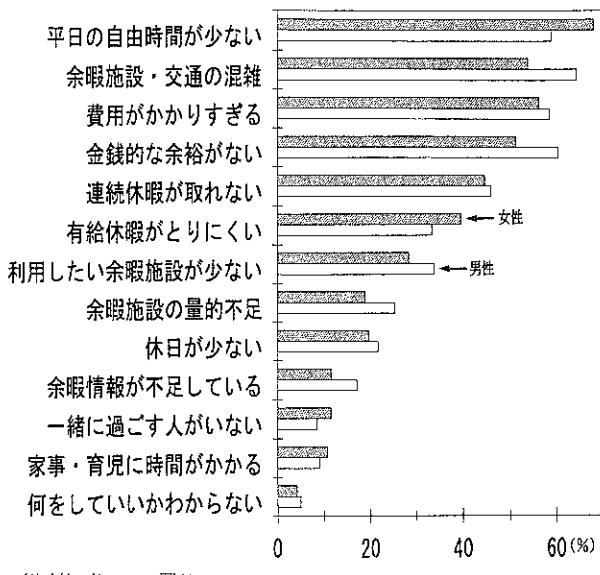
(2) 男女・年齢別の阻害要因

阻害要因を男女別に見ると、特に男性に多いのが「余暇施設・交通の混雑」、「金銭的な余裕がない」、「余暇情報が不足している」、「余暇施設の量的不足」、「利用したい余暇施設が少ない」、女性に多いのが「平日の自由時間が少ない」、「有給休暇がとりにくい」となっている(図-8)。

これらの要因を一般化することは困難だが、働く女性の増加、育児などにより、時間的要因は男

性よりもむしろ女性にとって大きな問題のようである。特に「時間がない」とする層は、男性では50代になると低下するのに対し、女性では逆に急上昇している。

図-8 男女別の余暇活動阻害要因

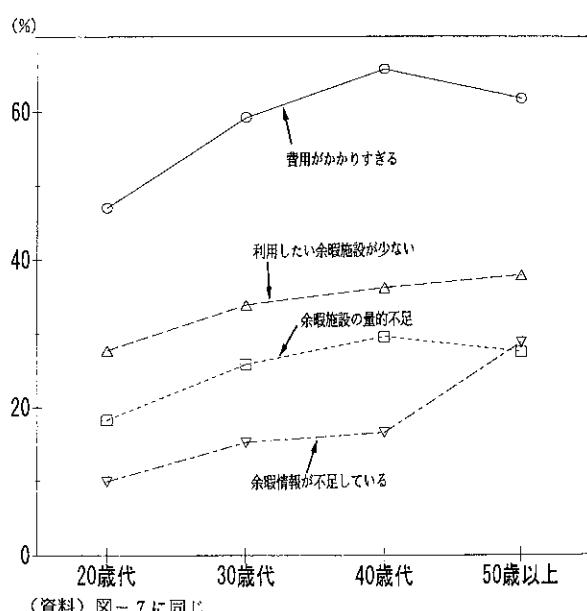


(資料) 表-1と同じ

また男性の阻害要因では、混雑に対する嫌悪感、不況長期化による経済的余裕度の低下などを反映したものが多い。

これをさらに年齢別に見ると、特に男性に見ら

図-9 中高年者層に多く見られる余暇阻害要因(男性)



(資料) 図-7と同じ

れる傾向であるが、年齢が高くなるにしたがって、「利用したい余暇施設が少ない」、「余暇施設の量的不足」といった施設面での要因と「費用がかかりすぎる」といったコスト要因の割合が高くなっている(図-9)。これは、中・高齢者向け施設の不足を裏付けるものであり、たとえば、35~55歳層のストレスを解消しリフレッシュしたいというニーズを充足する手頃な施設が少ないとということを意味している。また「余暇情報の不足」を訴える割合が50歳代になると急増するように、高齢者向け情報発信のあり方等も見直されるべきであろう。

以上見てきたように、国民のレジャー志向が高まっているにもかかわらず、わが国にはレジャー需要の顕在化を妨げる多くの要因があり、需要が潜在化しているものと判断される。つまり、供給ネックによってゆとり志向の高まりがそのままレジャー需要増大に繋がっていないという問題があり、この需要潜在化現象はとりわけファミリー層や高齢者層に多いと思われる(表-2)。

表-2 潜在的レジャー需要と現実のレジャー

	需要の特徴	レジャーの現状	需要と現状のギャップ要因
若年・若者層	<ul style="list-style-type: none"> 海外旅行(歐米) スポーツ バーチャル アウトドアジャー(サイクリング、川遊び) 	<ul style="list-style-type: none"> 海外旅行(アツ) スキー、テニス テーゲーク ピュアゴルフ 	<ul style="list-style-type: none"> 安価なバーチャル施設等の不足 アウトドアジャー施設の未整備
エコ・アドベンチャー層	<ul style="list-style-type: none"> 家族旅行 スポーツ アウトドアジャー(キャンプ、川遊び) 	<ul style="list-style-type: none"> ショッピング 島省旅行 職場旅行 職場アツ 温泉一泊型旅行 テーゲーク 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊費、交通費のコスト(国内旅行の割高感) 特定時期の需要集中混雑 休日の集中化 幼稚、小学校対応施設の不足 日本の慣習(正月、お盆)
中高年層	<ul style="list-style-type: none"> 家族旅行 長期滞在リゾート 自然探索 健康保養型リゾート 	<ul style="list-style-type: none"> 団体アツ旅行 短期間周遊型旅行 温泉一泊型旅行 	<ul style="list-style-type: none"> 長期滞在施設の不足 宿泊費、交通費のコスト 高齢者対応施設の不足 高齢者向けリゾートの未整備 高齢者サービス(介護)の不足

(資料) ニッセイ基礎研究所作成

3. 潜在需要は5兆円規模

ここで、現状の潜在需要を国内旅行に絞って簡単に推計してみる。93年の国内旅行の市場規模は、宿泊観光が約9.0兆円（総理府推計）、日帰り観光が約3.3兆円（財日本交通公社推計）の合計約12.3兆円と推計されている。

潜在需要推計の前提は以下のとおりである。

- ①諸資料をもとに93年時点の国内宿泊観光、日帰り観光の参加率を約6割とする。
- ②宿泊観光の参加希望率を約8割、潜在需要を①との差で約2割とする。
- ③総じて日帰り観光の方が宿泊観光よりも参加希望率が低いため、日帰り観光の潜在需要率を宿泊観光の半分の約1割とする。
- ④宿泊観光の年間参加回数は、93年に行っていない層については1回分の潜在需要があることとし、93年に一度でも行った層についてもさらに1回分の需要を見込む。
- ⑤日帰り観光の年間参加回数は、93年の宿泊観光参加回数との比から、1.8回分の参加需要があるとする。
- ⑥93年の顕在需要は上記の総理府および財日本交通公社による推計値を用いた。

これらの前提により、93年末時点での国内旅行の潜在需要を試算すると、宿泊観光4.0兆円、日帰り観光1.3兆円の計5.3兆円となる。これは、93年の市場規模の4割以上に相当しており、かなりの需要が潜在化していることがわかる（表-3）。

表-3 国内旅行需要の内訳（93年末ベース）

需要の種類	形態	現在の参加状況	参加率（%）	参加者の年間参加回数（回）	市場規模（兆円）
顕在需要	日帰り	参加	60	5.4	3.3
	宿泊	参加	60	3	
潜在需要	日帰り	参加	60	1.8	1.3
		不参加	10	1.8	
	宿泊	参加	60	1	4.0
		不参加	20	1	

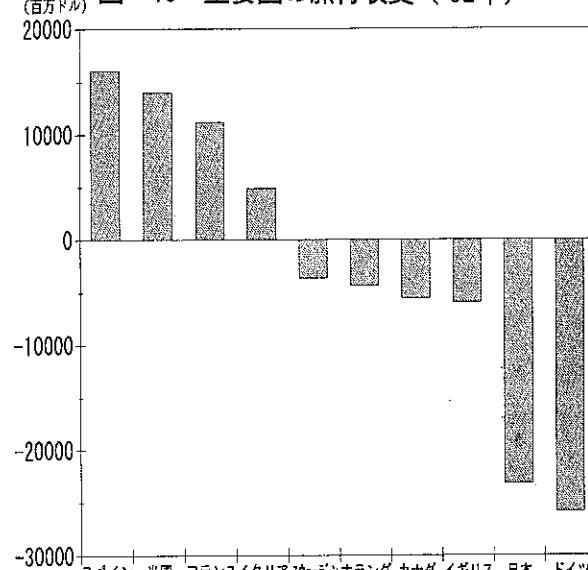
（資料）総理府「観光白書平成6年版」、財余暇開発センター「レジャー白書'94」、財日本観光協会「大都市住民の観光レクリエーション（第12回）」などを基にニッセイ基礎研究所作成

III. レジャー空洞化現象の進行～海外流失の増加

国内レジャー伸び悩みのもう一つの大きな要因は、需要の海外流失である。わが国の93年度の旅客運賃を含む国際旅行収支は309億ドルの赤字となった。これは貿易収支黒字1,414億ドルの22%に相当しており、結果的には国際収支のバランス改善に寄与していると言える。

主要国の国際旅行収支の赤字額を見ると、わが国はドイツに次ぐ規模であり、他国を大きく引き離している（図-10）。当然ながら国際旅行収支赤字の背景には、多くの日本人が海外旅行をしているのに対し、日本を訪れる外国人観光客は少ないということがある。

図-10 主要国の旅行収支（'92年）



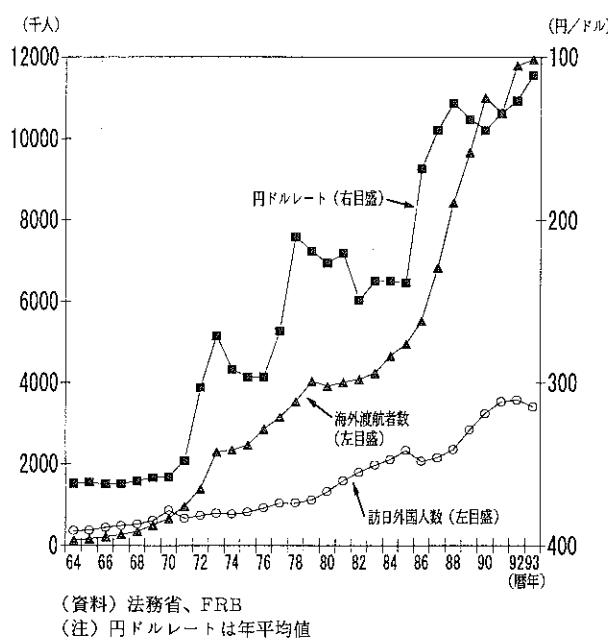
（資料）経済協力開発機構（OECD）資料など

1. 増加する海外渡航者数

海外観光旅行が自由化された1964年に約13万人だった海外渡航者数は、約30年後の93年には約90倍の1,200万人、このうち83%にあたる約1千万人が観光目的となっている。計算上は日本人の10人に1人が年1回海外旅行をする時代を迎えている。

長期的にみるとこの急増ぶりは、わが国の経済成長に伴う個人所得の増加と円高によるところが大きいが（図-11）、それでも10年ほど前までは海外旅行は高価なレジャーであり、一種のステータスであった。ところが最近は1\$100円を割り込むほどの円高と国際航空運賃の引き下げ競争により、海外旅行費用は急落しており、かつて高価というイメージの強かった海外旅行は国内旅行と比較しても割安感が強まっており、コスト面から見れば今や海外旅行は庶民的なレジャーとなっている。

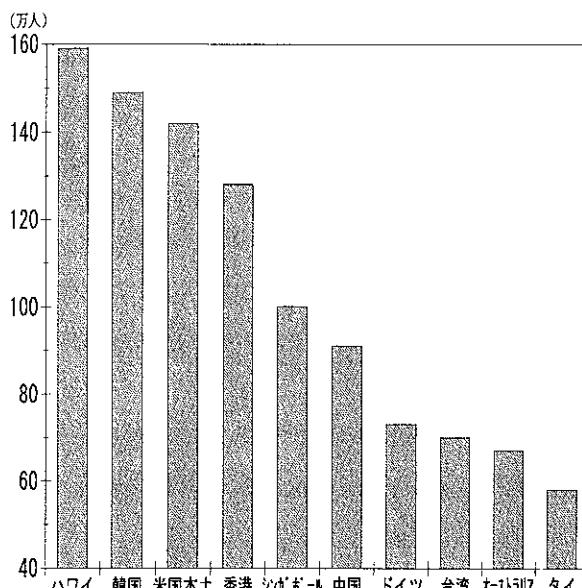
図-11 海外渡航者数と訪日外国人数



93年の目的地別旅行者数を見ると、最も多いのはハワイの159万人で、これに韓国、米国、香港、シンガポールが続く（図-12）。年齢・性別海外旅行者数を見ると20歳代女性が最も多くなっており、ショッピング目的の旅行者の増加が、近年のアジア地域への旅行者の急増や女性旅行客の急増の大きな要因になっていると思われる。日本人が海外旅行に求めているものを考えると、一般的に言って、若者層では国内旅行に対する優越感、トレンド感を感じることができる点が大きいと思われるが、中高年齢層ではわが国では充たされ

ないものを求めて海外に行くという層もかなり多くいると考えられる。

図-12 '93年の日本人海外旅行者の旅行先



つまり、たとえば日本の冬期に常夏のハワイに行く、夏期にスキーをするためにオーストラリアに行くといった自然志向の他に、欧米の様々な都市や歴史的遺跡を訪問したり、日本では経験できない新鮮な感動を求めるということである。特にわが国の観光地は似たようなものが多く、「どこへ行っても同じ」という印象も強いため、それに飽きたりない人々は海外に出かけるという傾向が強い。すなわち国内には魅力ある施設や場所が限定されており、ニーズを吸収する場所が十分にならないのである。海外旅行者が増加したとはいっても、年間10人に1人程度であり、国内旅行には年間約6割の人が行くことを考えれば、海外旅行者数は国内旅行者数と比較すればまだ少ない。このため、一度も行ったことがない国に行く人もかなりのウエイトを占めていると予想されるが、その一方で同じ地域に繰り返し行くリピーターも増加していることは、海外のレジャー環境や施設の魅力を表したものと言えよう。

94年の夏休み期間も、国際線の乗客が前年比

10%を超える伸びを示したのに対し、国内線は微増にとどまり、「好調な海外旅行、低迷する国内旅行」という傾向がはっきりと現われた。

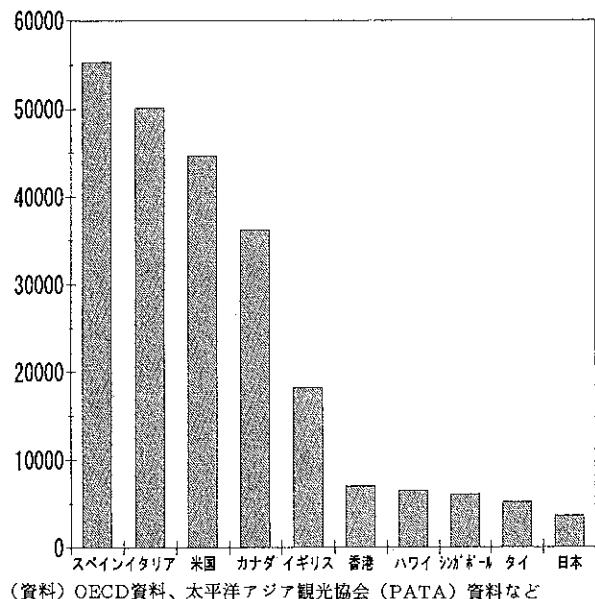
日本人の海外旅行者増加を受けて、93年の海外旅行消費額は、(財)日本交通公社の推計では、旅行者一人当たり約36万円、総消費額は約4兆3千億円となっており、国内旅行市場の約3分の1に当たる大きな市場を形成している。

2. 減少する訪日外国人数

一方、訪日外国人は93年に前年比4.8%マイナスの341万人と、86年以来の減少となった(図-11)。また、そのうち観光客の占める割合は56.4%と2年連続の低下となった。

訪日外国人数は海外渡航者数の3分の1以下の水準であり、主要国の受け入れ旅行者数を見ても、訪日外国人は他の先進諸外国の受け入れ旅行者数に比較して著しく少ない。また、アジア諸国と比較しても、香港の約2分の1の水準であり、シンガポール、タイ、中国を下回っている(図-13)。

図-13 '92年の主要国の受け入れ旅行者数



さらに、経済上のわが国の位置付けを考慮すると、諸外国と比較してビジネスによる訪問客が多く、観光客占率は低いと予想されるため、レジャー目的の観光客という視点で見ると、世界におけるわが国の位置付けはさらに低下すると想像できる。

この要因として円高の影響も大きいと思われるが、もう一つは日本人の海外旅行者増加要因と同様にわが国の観光地としての魅力の欠如が指摘できよう。これは、訪日外国人が国内のどこを訪れたかを見るとより明確となる。

訪日外国人の訪問地は約7割が東京となっており、大阪、京都が約3割を占める。その他の場所、施設の訪問率は1割にも満たない状況である。わが国で最も集客数の多いテーマパークである東京ディズニーランドでさえ、その訪問率は8%にとどまっている。大阪、京都には神社や仏閣、城など日本独特の歴史的な観光地があるが、これらの訪問率も東京に比べれば格段に低いため、訪日外国人の多くは日本の大都市東京の観光に來るのであって、特定のレジャー施設を目的にくる人は限定期であることがわかる(表-4)。

表-4 訪日外国人の訪問先

順位	訪問先	訪問率(%)
1	東京	68.4
2	大阪	29.7
3	京都	25.5
4	福岡	8.5
5	東京ディズニーランド	8.0
6	名古屋	7.9
7	奈良	6.9
8	横浜	6.7
9	広島	6.2
10	箱根	5.5

(資料) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査」

前章で、日本人の立場からレジャー需要と供給のギャップを述べたが、外国人旅行客の立場から見てもわが国の施設を中心としたレジャー環境の

脆弱さを露呈した格好となっている。ロンドン、パリ、ニューヨークなどがビジネス訪問客ばかりでなく、観光客をもひきつけているが、これらの都市は歴史的遺産、独特的街並み、文化的パフォーマンスなどが一体となって魅力をつくり上げている。わが国でも京都や奈良に代表されるような、地方の歴史・文化的遺産を活用した街づくりが望まれよう。

IV. レジャー費用の内外価格差の現状

これまでのところで、わが国レジャー産業の成長阻害要因として、高コストとレジャー環境の脆弱さという問題点が浮き彫りとなった。そこで、ここではわが国レジャーのコスト面での問題点をさらに明確にしてみる。

1. 割高感が強まる国内パック旅行

長期的に見て、円高により海外パック旅行が大幅に価格低下している一方で、国内旅行は高級化志向による価格上昇が続いてきた。特に最近は旅行各社の海外パック旅行の価格引き下げ競争が激化していることもあるが、国内旅行の割高感が益々強まっており、もはや価格面では国内旅行は海外旅行に比較して優位性を大きく失ったと言える状況にある。

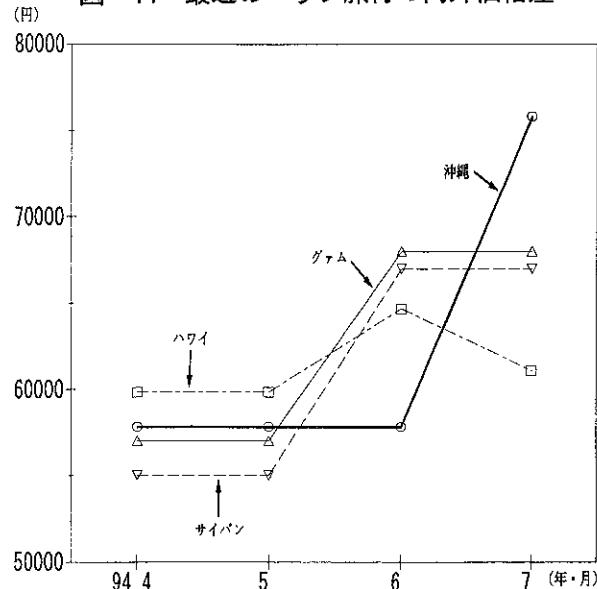
一例を挙げれば、国内最大のサマーリゾート地である沖縄への代表的なパック旅行価格（東京—沖縄）はグアム、サイパン、ハワイよりも高く、この影響で沖縄線は不振が続いている（図-14）。

国内パック旅行が割高である最大の要因は国内航空運賃の高さにある。パック料金は交通費、宿泊費や手数料などの合計であるが、そのうち航空運賃の割合は5割とも7割とも言われており、パック料金の大勢は航空運賃で決まるといつてもよい。

近年よく話題になる格安航空券に代表されるように、国際航空運賃は大幅なディスカウントが行

われており、一段と割安感が強まっている。

図-14 最近のパック旅行の内外価格差



(資料) 旅行パンフレットなどを基にニッセイ基礎研究所作成

(注) ・同一旅行会社の商品で比較
・基本的に沖縄3日間、海外4日間パック料金を比較

2. 諸外国に比較して高い国内旅行コスト

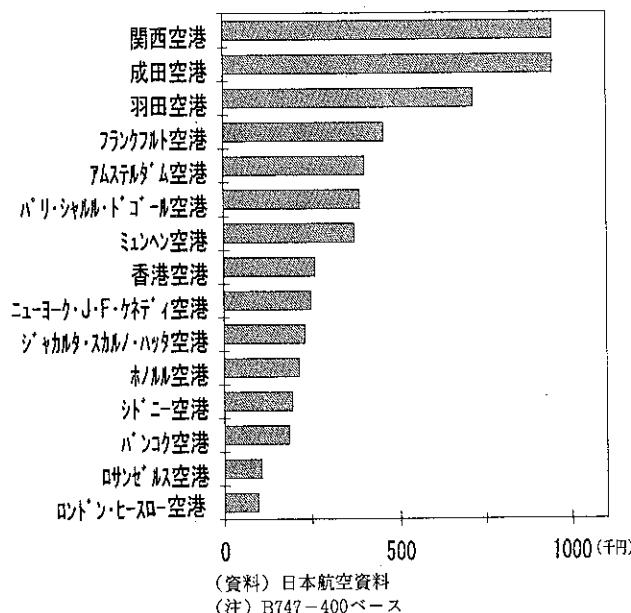
(1) 国内航空運賃

国内線と国際線との航空運賃格差の背景には、航空券マーケット市場特性の相違がある。国際線市場には多くの航空会社が参入し、マーケットメカニズムが作用しているのに対し、国内市場は事実上、大手3社が価格決定権を持っており、価格の下方硬直性が強い。

一方、わが国と諸外国の国内航空運賃の正規料金を比較すると、わが国はかなり安いが、欧米ではわが国以上に様々な割引制度があり、また割引率も大きいため、実勢運賃ではわが国の方が高いとも言われている。この要因として、わが国の航空会社の高コスト構造が以前から指摘されてきたが、それと同時に日本の空港の着陸料が諸外国と比較して格段に高いという問題もある。成田、関西国際空港の着陸料はロサンゼルスやロンドンの約10倍であり、羽田も高水準である（図-15）。この大部分を利用者が航空運賃に上乗せされる形で負担する仕組みになっている。このため、海外

航空会社からもわが国の空港着陸料の引き下げ要望が強く、最近の日米包括経済協議向けの対日要望項目の中でも、関西国際空港の使用料引き下げが挙げられている。

図-15 主要空港の着陸料



(2) 宿泊料金、食事

京都市と欧米主要5都市の「3つ星」クラスの同レベルのホテルのツインルーム客室料金を比較すると、京都の客室料金はニューヨークより20%、パリより35%高く、デュッセルドルフやロンドンと並んで高水準である。またこれらのホテルの夕食コース料理料金を比較すると、京都の高さが際立っており、夕食代を含めた宿泊費では京都が他の都市を大きく上回っている。

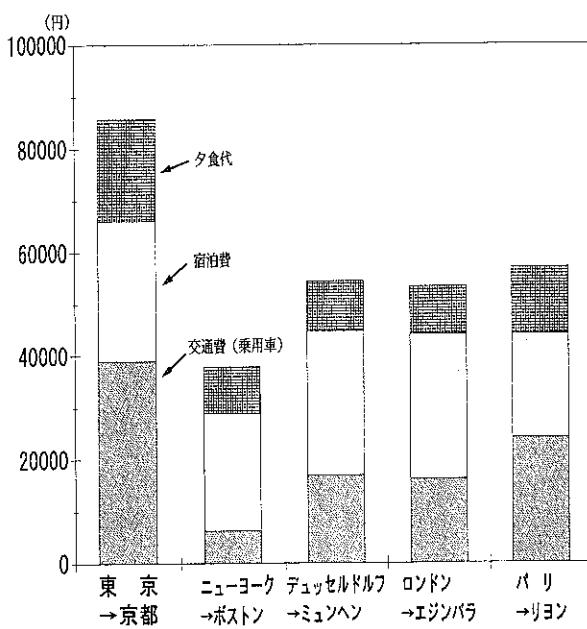
さらに1つの宿泊施設に1週間以上宿泊するような長期滞在を考えた場合、わが国では一ヶ所に長期滞在する旅行が一般的ではないため、長期宿泊に対する割引制度が普及していないのに対し、欧米のホテルでは割引制度などの特典がある場合が多いので、実際の価格差はさらに大きいと思われる。

(3) その他の諸コスト

また、乗用車を利用した場合の高速道路通行料やガソリン価格は、先進国の中でも日本が最も高く、鉄道利用の場合でも欧米に比べて割高と言えよう。鉄道運賃は最近になってわが国でも高齢者への割引、割安周遊券などが出でているが、欧米では往復割引や家族割引、週末割引など多種多様な割引制度が定着しており、その割引率も少なくとも20~50%以上となっている。

最近、日本企業の国際競争力を比較する研究で、ビジネスインフラの高コストが大きな制約要因として挙げられているが、レジャー産業などのサービス業ではこの制約要因により、製造業以上に競争力を喪失していると言えよう。

図-16 国内旅行の料金水準の比較(3泊4日)



(資料) 「レジャーサービス料金の内外価格差研究会」(経済企画庁物価局長の私的研究会) 資料、「レジャーサービス料金の内外価格差調査結果」(余暇開発センター)を基にニッセイ基礎研究所作成

(注) ① 各国とも出発点から約500kmの距離にある都市への旅行で比較

② 宿泊費はツインルームを利用した場合の1人当たり料金
③ 為替レートは90年12月平均

V. 進行するわが国のレジャー環境変化

これまで述べてきたように、わが国のレジャーを巡る諸環境は様々な点で欧米に比べて制約条件が多いなどの課題を残している。しかし最近になって、環境改善の兆しも見え始めており、「レジャー発展途上国」からの脱却をはかる好機を迎えると言えよう。ここではまず、現在のわが国のレジャー環境を欧米と比較する形で再点検し、それが今後どのように変わって行くべきかを考えてみたい。

1. これまでのレジャー環境—欧米との比較—

(1) 国民のレジャーに対する姿勢

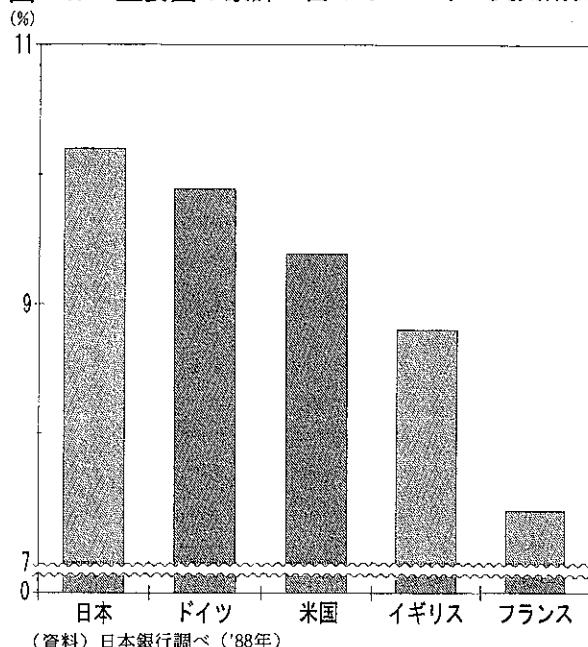
① レジャーに対する社会通念

欧米の人々が一般的に積極的に余暇を楽しむ傾向が強いのに対して、わが国では最近になってレジャー志向は本格的なものになりつつあるが、従来は「余暇」という文字が示すように、余った時間、暇、いわば労働の間の副次的なものという考え方方が強かった。すなわち社会通念として「仕事」が最優先されていたわけで、この考え方は現在でも依然根強いが、これは高齢者が少なく社会の大部分が「働く人」で構成されていたことも関係しよう。

② 高い家計に占めるレジャー支出

ただし、レジャー消費という観点から見ると、わが国の人々は消極的とは言えない。上述のようなレジャーコストの高さもあって、わが国の家計に占めるレジャー関連支出は1割を超えており、欧米諸国よりも高水準である（図-17）。

図-17 主要国の家計に占めるレジャー支出割合

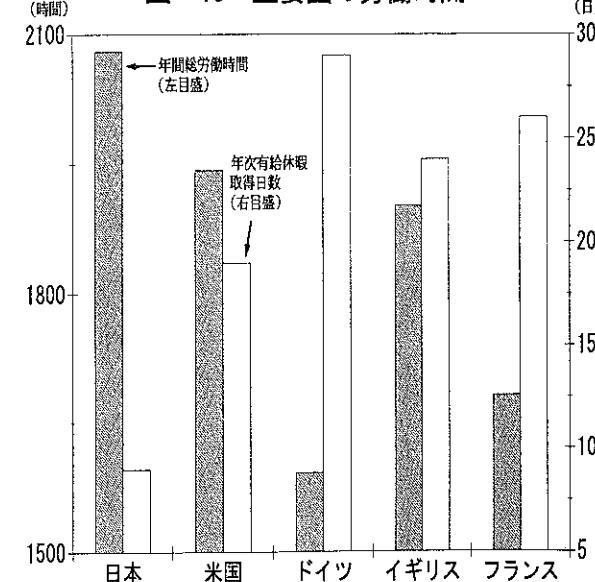


(2) 制度面の比較

① 少ない余暇時間

時短が進んできているとはいえ、わが国の労働時間は欧米に比較するとまだ長く、余暇時間は少ない。また、年次有給休暇取得日数もかなり少ない（図-18）。

図-18 主要国の労働時間



（資料）労働省推計および経済企画庁「遊びの値段」

（注）・原則として製造業生産労働者が対象

・事業所規模は日本は5人以上、米国は全規模、その他の国は10人以上

②特定の場所・時間への集中

わが国では長期の連続休暇が取得しにくく、また連続休暇がゴールデンウィークや正月に集中する傾向が強く、さらには人気のあるレジャー施設も限られていることから、特定施設や時期の混雑度がひどく、レジャーを楽しむ大きなネックとなっている。これとは対照的に、欧米は分散型レジャーが主流である。

③交通渋滞

わが国では特に大都市圏周辺部における慢性的な交通渋滞により、レジャー施設に到着するまでにかなりの時間を要するケースが多い。

④選択自由度の低さ

わが国では旅館などで一般的に見られるように、食事などをセットにした企画が多く、また旅行行程なども時間単位で管理されているなど、利用者の選択の余地が小さい。さらに旅館などでは一人客は敬遠される傾向もあり、このことが「1人で旅行してリフレッシュしたい」という中・高年齢層のニーズに対し「適切な施設が少ない」という不満が多い一つの要因になっていると思われる。

(3) 施設面の比較

①少ない長期滞在型施設

わが国では制度的に長期休暇が取得しにくいうえに、旅行形態も1カ所に落ち着くよりも短期間にあちこち見て回るというスタイルが主流である。こうした事情もあって、欧米に比較して長期滞在型の施設が少ない。

②点レジャー中心

わが国が短期滞在型で、レジャー施設そのものがレジャーの対象である「点レジャー」を中心であるのに対し、欧米では地域全体が一種のレジャー施設化している例も多い。

またわが国の場合、リゾート地のホテルや旅館

なども施設内で飲食、買物、ゲームなどを完結させる「囲い込み型」の施設戦略が目立つ。

③都市型レジャー中心

わが国のレジャーが都市型・施設中心型であるのに対し、欧米では自然志向レジャー、健康志向のクアハウスや農村レジャーなどカントリー型も発達している。

④少ないゆとり施設

たとえばドイツのクアハウスとそれを囲む街づくりなどと比較すると、わが国にはハード、ソフト両面において、高齢者、身体的弱者を意識してつくられたレジャー施設が少ない。また、一般的にカラフルで賑やかな「遊び」にウェイトを置いたものが多く、静かにリフレッシュしたり、心身を休めたりする「保養」にウェイトを置いたものは少ない。これが先ほどのアンケート結果で「適切な施設が少ない」という不満が多いことと関係していると思われる。高齢者だけでなく、家族から離れて「ひとりで」何かをしたいというニーズの高い35～55歳層の不満はこのあたりにも関係していると想像される。

欧米との施設面での差異は、レジャーに対する意識、楽しみ方の差がその根底にあると思われる。つまり、わが国では短い時間内で何らかのレジャー活動を行うといったスタイルが中心であり、施設面でも過激なライド物に代表されるような、若者向けのレジャー活動を実感できるようなものが盛んにつくられてきた。一方欧米では積極的にレジャーを捉えるものの、「何もしないこともレジャーである」という考え方が浸透している。

ハード中心型レジャーは、バブル期にはわが国の消費者ニーズに合致していたと言えようが、わが国の人々のレジャーに対する考え方や楽しみ方が欧米型へ移行しつつある現在、ハード中心型レジャーの人気は長期的には低下していくものと思

われる。

2. これからのわが国のレジャー環境

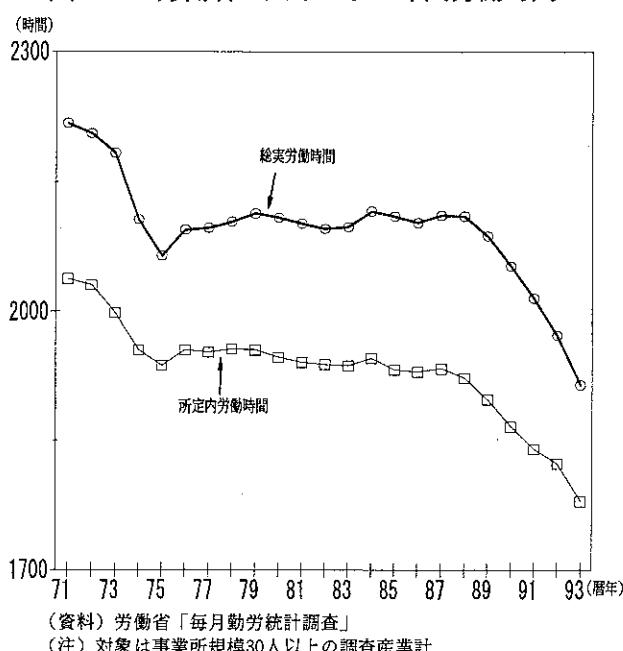
(1) 時間的余裕度の高まり

最近になってわが国でもゆとりある時間を確保するための具体策が徐々に実施されてきている。

92年6月に閣議決定された「生活大国5か年計画」は、96年度までに年間総労働時間を1,800時間に短縮するという「ゆとりのための労働時間の短縮」を目標に掲げて、企業や官庁では週休二日制、フレックス制度、長期休暇制度、長期勤続休暇制度、学校の週五日制の導入などが実現に向かっている。

時短はここ数年急速に進んでいる。93年の労働者一人当たりの総実労働時間は1,913時間と、減少傾向が続いている(図-19)。5年間で年間約200時間、8時間労働に換算すると25日分もの時短が実現したことになる。最近では、企業業績の低迷によるコスト削減の必要性から、所定外労働時間もかなり減少している。5年間で減少した労働時間の約7割にあたる140時間は所定内労働時間の減少であり、93年の所定内労働時間は

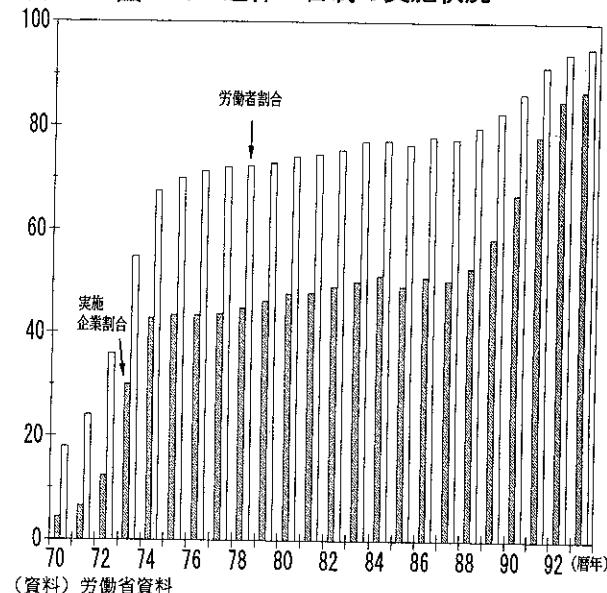
図-19 労働者1人あたりの年間労働時間



1,780時間と、所定内労働時間だけを見れば、政府目標の総実労働時間の1,800時間を早くも達成したことになる。

また、週休二日制を採用する企業も近年急増している。1970年以降の推移を見ると、70年時点では週休二日制実施割合は企業数割合4.4%、労働者割合17.9%だったが、その後急進展し74年にはそれぞれ42.8%、67.5%にまでなった。その後は伸びが鈍化していたが、89年以降再び急増し、93年には87.0%、95.2%にまで達している(図-20)。完全週休二日制は20.3%、52.9%といまだ水準は低いが、これも近年顕著な上昇傾向にある。

図-20 週休二日制の実施状況



さらには有給休暇の取得日数や長期休暇実施企業も増加している(図-21)。また、現在月一回の学校の週五日制導入も、定着化、拡大化の方向に向かっている。

このように見ると、今後の景気回復局面でも労働時間の増加は限定されたものになることが予想され、今後は経済環境如何を問わず人々の時間的余裕が徐々に増加していくであろう。

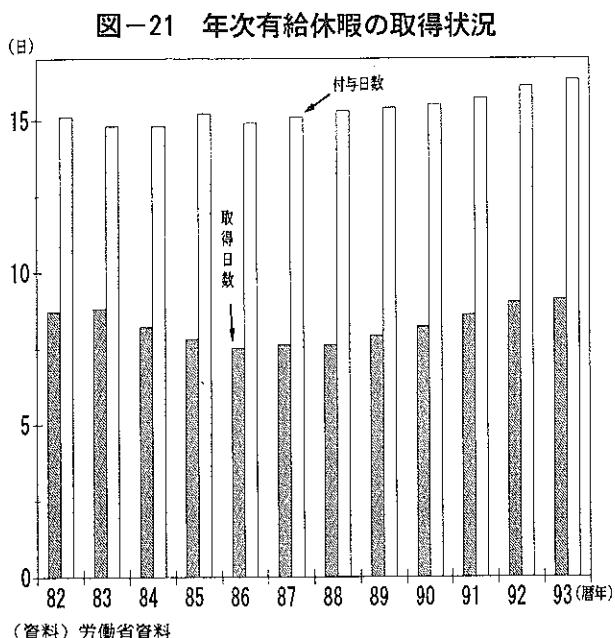
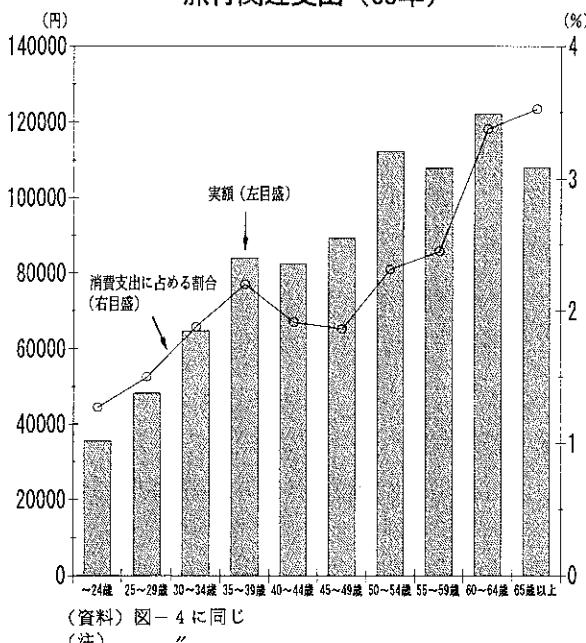


図-22 年齢階級別の家計に占める旅行関連支出 (93年)



(2) 拡大が予想される高齢者レジャーマーケット

わが国が今後、他国に類をみないスピードで高齢社会に突入することは周知のとおりである。94年8月時点の総務庁の推計によると、高齢者比率が初めて14%を超えた。最近の少子化傾向と平均寿命の伸びにより、1997年には老人人口(65歳以上)が年少人口(0~14歳)を絶対数で上回り、現在14%の老人人口割合は、2020年には25%を超えると推計されている。

この急速な高齢化がわが国の生産や雇用、消費などに多大な影響を与えると思われるが、特に余暇市場拡大の推進役としての役割が注目される。現在の高齢者層は一昔前の高齢者が持っていたイメージとはかなり異なっている。端的に言えば、「健康で裕福」な層がかなり多いということである。高齢者の平均収入は年金などを中心にかなりの水準を維持しており、また貯蓄残高はどの年齢層よりも大きい。このため、家計に占める旅行関連支出も高水準であり(図-22)、高齢者のレジャー活動参加回数も年々増えている。すなわち、わが国では近い将来、レジャー分野でもシルバー層の需要が高まり、大きなマーケットを形成することはほぼ確実と思われる。しかも高齢者の増加は仕

事を持たない人々の割合が高まるということであり、仕事中心のわが国社会の社会通念も、いきおい変わらざるをえないだろう。

(3) ゆとり志向の定着化

わが国のレジャーは1960年代の高度成長期に定着したといわれ、その歴史は比較的浅い。また大型レジャーランドに象徴されるような本格的なレジャー施設ができ、海外旅行者数が増えるなどレジャー市場が急拡大したのはここ10年ぐらいのことである。さらに、これまでどちらかと言えば、まず「施設ありき」のハード主導型の成長を遂げてきたと言えよう(表-5)。

ところが、先に述べたようにバブル崩壊後は国民のレジャーに対する考え方にも変化が見られる。すなわち、ハードを楽しむことが中心であった従来のレジャー形態からソフト重視への転換期を迎えつつあり、このことが需要の潜在化につながっていると思われる。

今後のレジャー需要を支える大きな柱は人々の「ゆとり志向」であると思われる。90年7月に産業構造審議会から答申された「90年代ビジョン」

表-5 わが国レジャーの変遷

全体の流れ		[創成期]	[開花期]	[浸透期]	[定着期]	[飛躍期]	[転換期]
限定的娛樂	大衆化の兆し	大衆化、大型化	多様化、健康志向、自然志向	大型化	安近短		
特徴	娯楽の芽生え	国民に広く定着	生活の一部に	リゾート、レジャー消費拡大	価格志向、ゆとり志向		
主なレジャー 新たなレジャー	・パチンコ ・ラジオ (野球中継、ドラマ)	・TV(野球、相撲、かわい) ・観光旅行、慰安旅行	・グループ旅行 ・ゴルフの大衆化 ・外食産業の隆盛	・スポーツレジャー ニス、カヤック、サーフィン ハイキング(ハイキング、ベンチ)	・海外旅行 ・テーマパーク ・スキーやマリンレジャー ・大型水族館 ・ビデオレンタル	・スポーツ競戦 ・ハイキング ・自然志向型レジャー ・知的レジャー	
ブーム	映画ブーム('55~'60)	ボウリング場ブーム ('70~'73)		リゾート開発ブーム('87~'90) テーマパークブーム('88~'91) 海外旅行ブーム	ミュージカルブーム Jリーグブーム		
大きな流れ	TVの普及	乗用車の普及(3社時代)		東京オリンピック('84)			
		企業重視・勤労慰安・健康増進		ファミリー重視・目的型レジャー			
		集団型レジャー		個人・小グループ型レジャー			
	1945年～ (S20年代)	1955年～ (S30年代)	1965年～ (S40年代)	1975年～ (S50年代)	1985年～ (S60年代)	1990年～ (H2年)	
経済・社会		'64 東京オリンピック '60 所得倍増計画	'73 第1次オイルショック '70 大阪万博博覧会 '72 日本列島改造論	'86 円高不況 '79 第2次オイルショック '87 平成景気、リゾート法施行 '88 地価高騰	'91 バブル崩壊 ⇒円高、高齢化		

(資料) ニッセイ基礎研究所作成

の中では、わが国が「経済大国」から「ゆとり社会」へ発展することが望まれており、90年代の産業政策の目標の一つに「ゆとりと豊かさのある生活の実現」が掲げられた。ここでは「ゆとり」とは「心身に余裕や落ち着きを感じられ、精神的に余裕のある心の豊かさ」を指すとされている。

また、ゆとりを経済的ゆとり、時間的ゆとり、空間的ゆとりの三つのゆとりの和に精神的充足度をかけたものとして定式化している。この精神的充足度を高める手段として、人々はレジャー活動を行い、その結果としてゆとり志向をさらに高めようとするのである。

したがって、これまでのように短期間のうちになるべく多くの場所を訪れるといった旅行スタイルから、くつろいで、ゆったりとした時間の流れを楽しむようなスタイルへのニーズがこれまで以上に高まっていこう。

(4) 産業のサービス化

生産設備の相次ぐ海外移転でわが国製造業の空洞化が進行する中で、今後想定される余剰人員の受け皿確保の面からも、製造業中心からサービス業中心への産業構造変化、つまり産業のサービス化へのスムーズな転換が望まれるところである。現状のところわが国サービス業は先進諸外国と比較して、十分な発展を遂げているとは言いがたく今後の成長余地が大きいと思われる。

91年時点のサービス産業の従事者の割合は米国の33.0%、旧西独の31.8%に対し、わが国は26.0%とウェイトが米国や独に比べてはるかに低く、就業構成比で見るとわが国の産業のサービス化は遅れていると言える(表-6)。また、わが国のサービス業は生産性も低く、生産性研究所の調査結果によると、わが国の生活関連サービスの分野の生産性は米国の3分の2の水準である(表-7)。

さらに、同一国内の製造業と比較しても、わが

表-6 就業構造の国際比較 ('91年) (%)

業種	日本	米国	旧西ドイツ
1. 農業	6.7	2.9	3.4
2. 鉱業	0.1	0.6	0.6
3. 製造業	24.3	17.5	31.2
4. 電気・ガス・水道業	0.5	1.1	0.9
5. 建設業	9.5	6.1	6.5
6. 商業	18.4	22.1	16.6
7. 運輸・通信・倉庫業	5.9	5.4	5.9
8. 金融・保険等	8.4	11.3	3.1
9. サービス	26.0	33.0	31.8

(資料) 生産性研究所「労働生産性の国際比較(1994年版)」

表-7 産業別労働生産性の国際比較 ('91年)
(日本を100とする)

業種	日本	米国	旧西ドイツ
1. 国民経済生産性(92年)	100	136	109
2. 農林水産業	100	292	145
3. 鉱業・採石業	100	238	37
4. 製造業	100	113	77
5. 電気・ガス・水道業	100	65	52
6. 建設業	100	86	85
7. 商業	100	143	88
8. 運輸・倉庫・通信業	100	159	105
9. 金融・保険・不動産・ ビジネスサービス	100	93	105
10. 公共的・社会的・ 個人的サービス	100	156	120

(資料) 表-6 に同じ
(注) 人・年ベース

国のサービス業の生産性は製造業の半分以下となっており、米国や旧西独よりも生産性格差が大きくなっている。

すなわちわが国はこれまで製造業中心で経済発展を遂げてきたが、製造業の競争力の優位性が相対的に失われつつある現在、わが国の経済発展のためサービス産業の活性化が不可欠であり、レジャー産業はその中核を担う産業の一つであると思われる。94年11月に大阪で開催された世界観光大臣会議でも「観光はGDPや雇用者数から見ても世界最大の産業であり、観光の振興は、その経済効果がきわめて大きい……(略)」との運輸大臣の演説があった。

それはこれまで述べてきたように、レジャー産業に対する需要潜在の高さや、高齢者のレジャー

活動意欲の高さからもうかがわれる。また製造業の海外生産シフトが進むにつれ、雇用問題がわが国でも深刻化していくと思われるが、レジャー産業はサービスを中心とするだけに省力化にも限度があり、今後はむしろ中・高齢者などを意識したハード・ソフトも必要となることから、その雇用吸収力は十分にあると思われる。

(5) アジア地域の成長と旅行需要の増加

訪日外国人を国・地域別に見ると、国別では韓国がトップであり、これに台湾、米国、イギリス、中国が続き、地域別ではアジア・中近東で訪日外国人の6割以上を占めている(図-23)。最近のアジア地域の経済成長には目覚ましいものがあり、アジア開発銀行によれば、アジア太平洋諸国の実質国内総生産(GDP)の平均伸び率は94年7.8%、95年7.3%と引き続き高成長を見込んでいる(図-24)。これによりアジア地域の富裕層が増加し、日本に対する旅行需要が一段と増加する可能性が高い。既に九州のハウステンボスなど西日本のレジャー施設では、台湾や韓国からの観光客が急増しているが、今後その動きはますます強まっていくと思われる。そうなると、国内の道路標識をもっと外国人にわかりやすいものにしたり、観光業に携わる人々の外国語知識の向上が必要で、国外では観光案内や情報発信の見直しなど、個々の企業の枠を超えた変革への努力が必要となっていこう。

図-23 地域別にみた訪日外国人 ('93年)

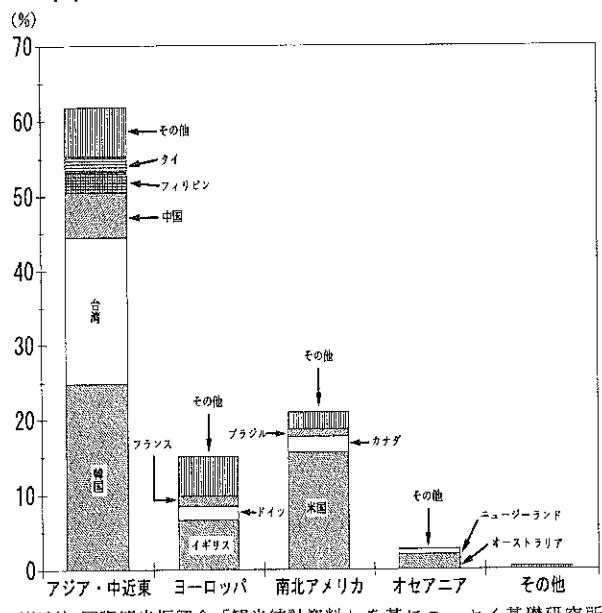
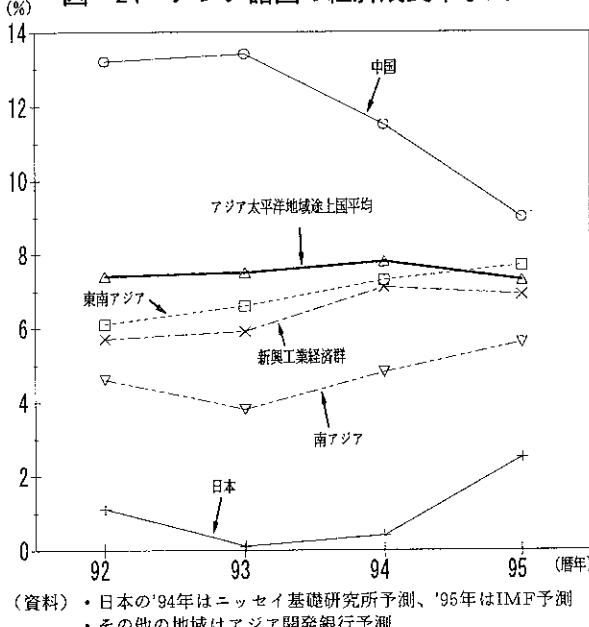


図-24 アジア諸国の経済成長率予測



VI. 国内レジャーの活性化に向けて～具体策と課題

1. 今後のわが国レジャー施設のコンセプトは「安・頻・長」

今後のレジャー施設のコンセプトを、現在の「安・近・短」から「安・頻・長」へ移行することを提案したい。「ゆとり」を実現するためには、現在主流となっている低価格路線をさらに推進するとともに、頻繁にレジャー機会を楽しむことができ、かつこれまで以上に長期間楽しめる環境づくりが求められるであろう。

2. 活性化への具体的方策

(1) 時短、休暇の連続化・分散化の推進

時短が進展しているとはいえば、欧米と比較すればまだまだ余暇時間は少なく、時短や学校の週休二日制を更に推進することにより、余暇時間を増加させていかなくてはならない。また、それと同時に休日の連続化、分散化が大きな課題である。わが国の休日の集中化は様々な弊害を引き起こしている。その大きなものが、混雑とコスト高である。休日の分散化が進めば、交通やレジャー施設の混雑は緩和され、またコスト低下も実現できる。わが国のレジャー産業は、一年のうちのわずかな休日集中期に一年の大部分の売上をかせぐような構造となっており、料金水準が高く設定されている。これが分散化されれば、人員減などが可能となり価格低下が実現する。

混雑を避け、低料金となる9月に夏休みをとる若年層が既に着実に増加しつつあり、お盆や正月といった伝統的慣習から離れる傾向はますます強まると思われるが、休日の連続化、分散化のためには、国と企業の協力が不可欠である。たとえばドイツでは夏休みを州ごとにずらしてとることにより道路の混雑を防いでいる。また、レジャー産

業側は、閑散期の料金を大幅に引き下げるにより分散化を推進するなどの対策が必要と思われる。

(2) 価格引き下げ

昨今の価格破壊の流れを受けて、最近では国内レジャーも低価格化が進行している面はあるが未だ不十分であり、海外旅行と比較した場合の割高感を払拭する程度までの引き下げを実現することが望ましい。

具体的な方策としては、レジャー供給企業の一層の経営合理化や規制緩和が必要であろう。

①航空会社など運輸業者

特に航空会社では円高により、国際競争力をさらに弱めているため、コストの外貨建て化を進めるなどして、為替レートに左右されにくい経営を確立することが必要である。また、最大のコスト要因である人件費については、コンピュータネットワークの活用などにより一層の省力化を推進するとともに、パートタイマーや外国人労働者の比率を徐々に高めることが望まれる。また飛行時間の短い国内線で、食事やフリードリンクサービス、雑誌・新聞類提供などは一般乗客向けには必要性が小さいと思われる。

②旅行会社

旅行会社においては消費者の旅行代金振り込みと旅行会社の支払のタイムラグを利用して、その資金を運用しているケースが多いが、利用者がより早く納める制度を一般化し、旅行代金を下げることも需要喚起につながると思われる。

③ホテル、旅館

旅館、ホテルなどの宿泊施設においては、過剰な接客サービスや豪華な懷石料理を利用者が自由に選択できるようする一方で、海外リゾートホテルでよく見られるような食事のバイキング制を積

極的に導入することによりコストを引き下げることも必要である。前述したように、一人客の開拓などの新マーケットの開拓に努めるとともに、長期滞在者に対する割引制度を充実させ、収入の平準化を図ることも課題である。

とにかく、わが国は欧米に比べてレジャー参加回数は少ないにもかかわらず、家計のレジャー支出は多いという現状を改善しないことには潜在需要喚起は難しいと思われ、あらゆる面でサービスやメニューのバラエティー化の工夫を行うことが全体としてのコスト引き下げにつながるとともに需要の多様化に対応できることになる。

④規制緩和による競争の促進

交通運賃は公共性が高いという観点から、これまでわが国の運賃制度は厳格な規制に縛られてきたが、タクシー運賃などにも見られるように自由化競争による価格引き下げを促進し、先進諸外国と比較して割高な交通運賃を低下させることが望まれる。

国内航空運賃が高い要因の一つに参入規制がある(表-8)。路線の需要者数に応じて参入できる航空会社数が制限されており、企業間競争が阻害されている。順次参入基準が引き下げられているが、このような規制緩和を一層推進することにより、企業間競争が激化し、料金低下に繋がっていこう。さらに、空港整備料金負担の問題がある。空港建設は国が主体となって行っている例も多いが、わが国では地価が高く、そもそも建設コストが莫大な上に、その8割程度を民間が担っている。結局これは空港使用料などの形で、航空運賃

表-8 国内航空路線の参入規制の緩和(年間利用者数)

	~92.10	92.10~	関西国際空港開港後
ダブルトラッキング (2社運航)	70万人以上	50万人以上	40万人以上
トリプルトラッキング (3社運航)	100万人以上	80万人以上	70万人以上

(資料)運輸省資料

(注)札幌、羽田、成田、名古屋、大阪、福岡、鹿児島、那覇の各空港はダブルトラッキング30万人以上、トリプルトラッキング60万人以上

に上乗せされているのである。

(3) 施設づくりコンセプトの変革

今後のレジャー市場の発展性は供給側が握っており、いかに需要にマッチした施設をつくかということが今後ますます重要になってくる。

①団体型から個人・小グループ型へ

国内旅行はこれまで長年、団体旅行をコンセプトの中心に置き、いわばハード中心であったが、今後はますます個人旅行が増加していくことが予想されるため、もはや大きな施設はそれほど必要とされないであろう。特にバブル期にはリゾートホテル、テーマパークに代表されるようなハード面での整備のみが強調されすぎた感が否めない。既に述べたように今後は心のやすらぎなどソフト面への人々のニーズが高まっていくことから、こういった施設は今後は消費者ニーズにマッチしにくくなる可能性が高い。そのため団体型から個人や小グループ型へ、生活者の視点に合わせた施設づくりが求められる。

旅行ツアーも個人商品の充実が求められ、これまでの目的地別の商品開発から、需要者別の商品開発に転換していく必要があろう。

また個人・小グループ型に移行するにあたり、需要者の立場にたって様々な点で融通性を持たせる工夫が必要である。たとえば一人旅行客の受入者は、高齢化社会の一人暮らしの老人だけでなく、脱家族、脱日常を求める中年層のニーズにも合っている。またホテルのチェックイン・アウト時間の融通性を高めたり、宿泊と夕食がセットされ時間単位の行程管理にしばられるパック旅行も商品性を見直す必要があろう。

②中・高齢者重視へ

中・高齢者向けのコンセプトとしては、長期滞在型と自然志向型が有望である。またケア付き施設、保養を兼ねたケアハウスも必要となろう。こ

れらの高齢者向け施設の建設は民間企業単独では採算に乗らない場合が多く、このことが施設不足の最大の原因と思われる。このため、自治体や第三セクターが主導となって計画を推進するべきである。特にファミリー層や高齢者層にとっては「利用したい余暇施設が少ない」が阻害要因となっているが、これまでわが国では余りつくられなかつた中・高齢者層にターゲットをあてた施設づくりが、ゆとり社会の実現、国内レジャー産業発展のために必要となろう。欧州では既に農村レジャーなども発達しており、今後わが国でも自然をテーマとし、町全体あるいは複数の町が共同でレジャー環境を整備することが望まれる。

③長期滞在型へ

今後は安価な国内旅行においても「余裕のある、なにもしない贅沢」、すなわち本来の意味でのレジャーへの欲求がますます高まると予想され、安価な長期滞在型施設の充実が求められる。

ホテルや旅館の宿泊客数が前年比マイナスを続ける中で、安価宿泊施設の宿泊客は好調に推移している。この中でも特に国民休暇村の人気が高まっており、休日の予約をとるのが困難な状況にある。国民休暇村は自然の中に立地したものが多く、様々なアウトドア活動を行えるといったことが人気の要因である。ただ国民休暇村といっても、現在は地域全体をレジャー施設化したものは少ないので現状である。コンセプトをさらに具体化し、予算に応じて様々な層が楽しめる施設づくりが必要と思われる。

④自然・歴史志向型へ

ゆとり志向に最も合致した施設であり、現在でも「自然」をコンセプトとして、多くの集客を誇っている例も見られる。また、施設だけでなく「自然」や「歴史」、「季節」をテーマにしたイベントを行うことも重要である。

たとえば宮崎県綾町は宮崎市内から車で約45分

のところにある人口7,300人の小さな町だが、80年代以降「自然を破壊せず既存の資源を活かす」ことをコンセプトに、照葉樹林や有機農業、手作り工芸などを活かし町全体をレジャー施設化する施設整備を行ってきた。こうしたレジャー拠点化が成功して、現在では年間に人口の約70倍に相当する50万人が綾町を訪れている。また施設整備だけでなく各種イベントも積極的に行っており、毎年11月中旬に開催される「綾ダービー」には2万人が訪れ、「照葉樹マラソン」には5千人以上が参加している。さらに「手造り本物センター」では有機野菜や懐かしい手造り食品などを販売しているが、中・高齢者層だけでなく若者層にも人気が出てきており売上を伸ばしている。

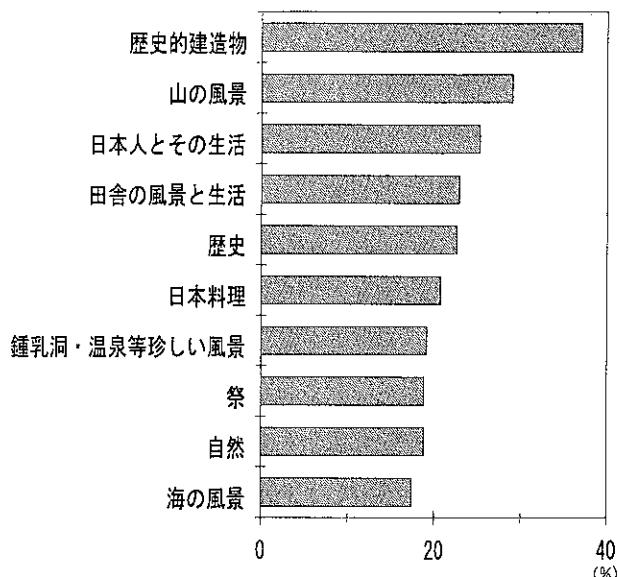
綾町は「点レジャー」が主流のわが国において、小規模ながら「地域レジャー」の実施・成功例であると言えよう(図-25)。

⑤外国人にとっても魅力ある施設へ

前述のように、特にアジアからの訪日外国人は今後増加傾向にあると思われるが、外国人にとって魅力ある施設づくりも求められる。アンケートによれば、彼らの志向のキーワードは歴史・自然・田舎となっており、これまで述べてきた望ましい今後のレジャー環境にうまく合致している(図-26)。

特に80年代以降につくられたわが国のレジャー施設はアトラクション中心のレジャーランド型のものが主流を占め、施設としての目新しさを追求したものが多い。目新しさは飽きやすさにもつながることから、テーマを明確にし、投資資金を長期的に回収していくような施設整備が求められるであろう。すなわち何回訪れてもその都度訪問客の心に何かを残すような環境が必要である。それは外国人訪問客にとってだけでなく、自然や文化、歴史を反映した独自さが、そこに住む人々にとっても誇りとなるような「持続的な環境づくり」をコンセプトとしていくことではないかと思われる。

図-26 訪日外国人が次回に希望する観光内容



(資料) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査」

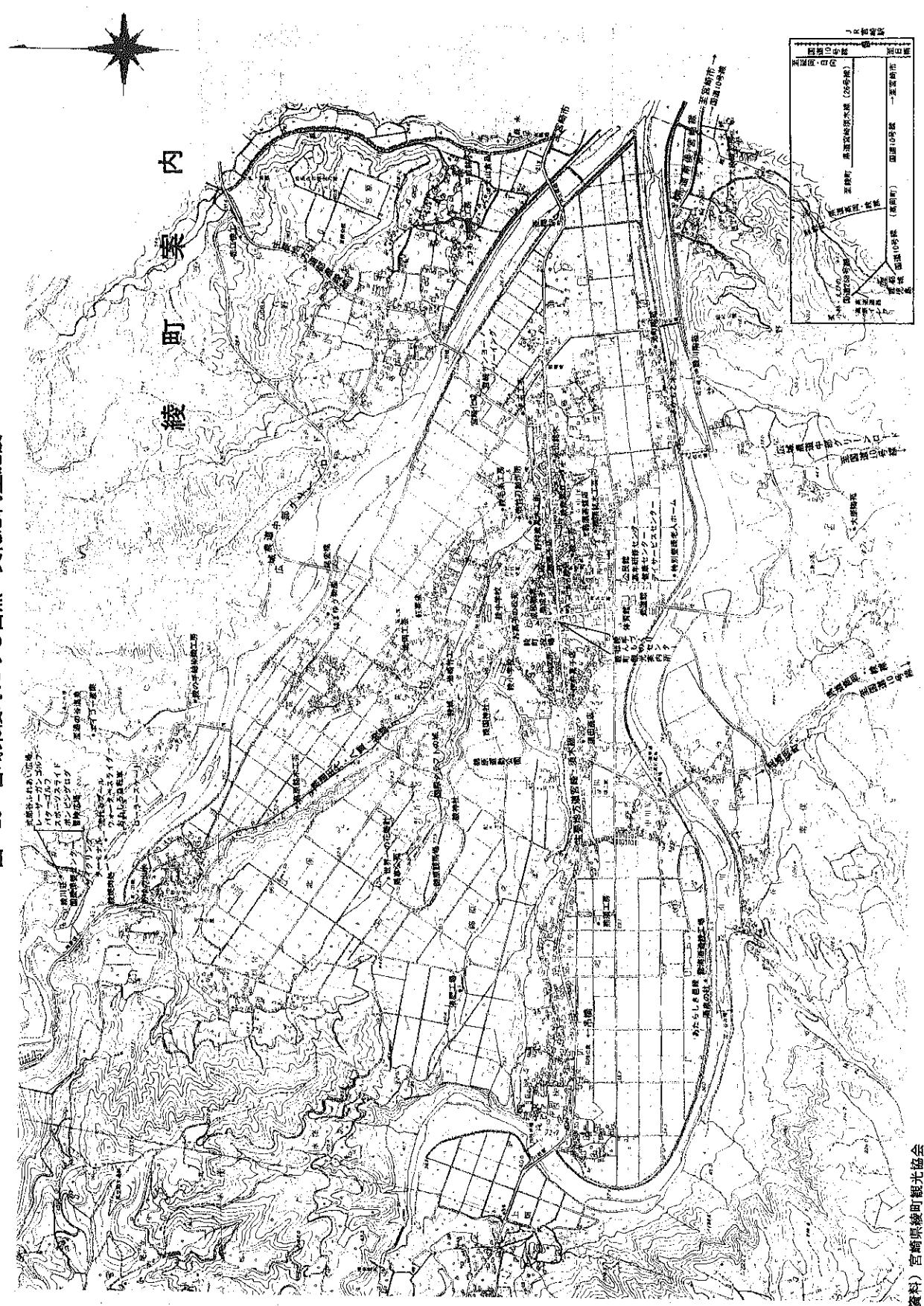
(4) 官民協力によるレジャー施設整備

これまで述べてきたことを実現するためには、1企業の力ではもはや対応不可能ということが明らかになってきたと思われる。すなわち「点レジャー」からの脱却は、1つの村、1つの街といった各地域挙げての総合的計画と長期的努力があってはじめて実現するものである。今度の公共投資十ヵ年計画では生活関連分野に重点配分することがうたわれているが、観光・レジャー施設にも重点配分し、これまでの産業中心の輸送形態を、観光を含めた輸送形態へと変えていく必要がある。

規制緩和の問題もある。交通運賃以外でも、レジャーのアイデアが規制に妨げられることも多い。たとえば観光飛行などは需要が多いにもかかわらず、規制のためなかなか供給を増やせない。

また町全体、あるいは町と町が一体となったレジャー環境整備は民間だけでは不可能であり、施設を官が建設し運営は民間が行うといった形態も望まれる。四季や豊かな森林など、わが国の「自然」を活かし独自性を打ち出した例としての前出の宮崎県綾町は一つのモデルケースになると思われるが、自然資源をそのまま活用しリゾートの個性を発揮した施設・地域が多数できることが、レ

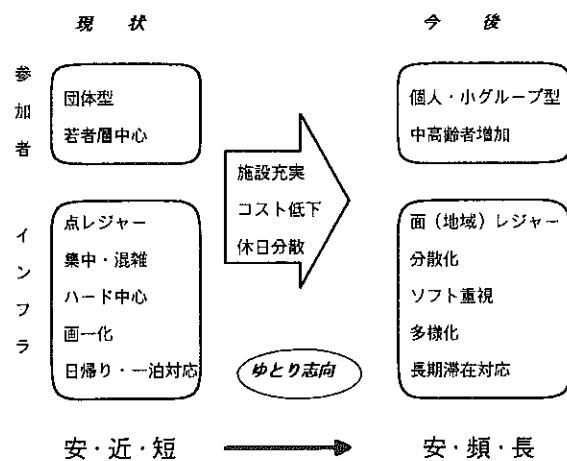
図-25 宮崎県綾町にみる自然・文化志向型施設



ジャー環境としてのテーマの多様化につながる。

これらの施設建設・運営を地域主導型で行うことにより、地方の活性化につながるだけでなく、わが国が全体として、各地域の特性を活かした自然重視の多様なテーマを持ったテーマパーク化することで、外国人客にとって魅力的な国となるだけでなく、現在海外へ流失している日本人旅行客をも引き戻し、国内レジャー産業は活性化していくであろう（図-27）。

図-27 国内レジャー活性化の方向性



（資料）ニッセイ基礎研究所作成

[参考文献]

- ・総理府「観光白書平成6年版」
- ・総理府「国民生活に関する世論調査」
- ・通産省「ゆとり社会の基本構想」
- ・経済企画庁「遊びの値段」
- ・財団法人余暇開発センター「レジャー白書'94」
- ・財団法人日本交通公社「旅行年報1994」
- ・社団法人日本観光協会「大都市住民の観光リクリエーション（第12回）」