

# 基礎研 レポート

## 世界の観光市場における日本の 立ち位置を考える

～2030年訪日客6000万人は達成可能か？

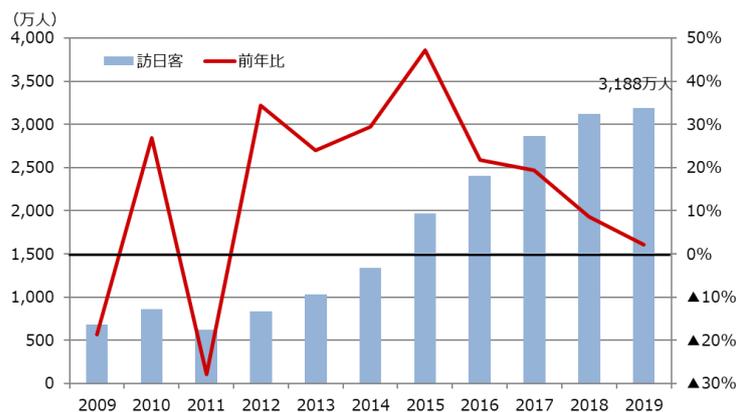
金融研究部 不動産投資チーム 准主任研究員 **渡邊 布味子**  
(03)3512-1853 e-mail: [fwatanabe@nli-research.co.jp](mailto:fwatanabe@nli-research.co.jp)

### 1—— 2019年の訪日客数は前年比2%増加。伸び率の鈍化が顕著に

観光庁によると、2019年の訪日外国人客数（以下、訪日客数）は3,188万人となり8年連続で増加した。しかし、2012年から2017年まで前年比2ケタの成長を遂げてきた伸び率は、2018年が+9%、2019年が+2%となり減速傾向が強まっている（図表-1）。

昨年は、訪日客数全体の約3/4を占めるアジア4カ国（中国・韓国・台湾・香港）<sup>1</sup>が、前年比▲2%となった（図表-2）。日本との関係が悪化した韓国からの訪日客は8月以降50%を超える減少が続き、年間累計では前年比▲26%と大きな落ち込みを記録したが、その他の3カ国は増加している<sup>2</sup>。一方、アジア4カ国以外からの訪日客は軒並み好調を維持している。「ラグビーワールドカップ日本大会」を受けて欧州やオセアニアなどが増加したほか、東南アジアも着実な増加を示している。

図表-1 訪日外国人客数の推移(2009年～2019年)

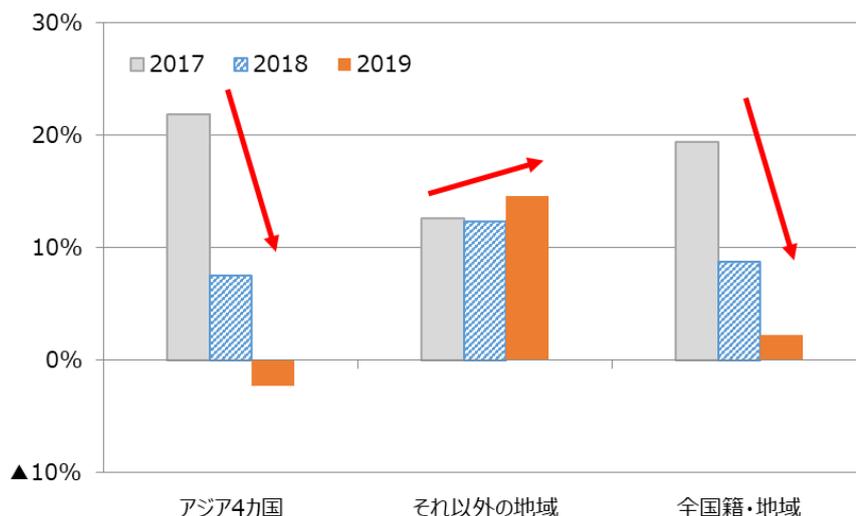


(資料)観光庁のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

<sup>1</sup> 渡邊布味子『気になる訪日外国人客数の伸び悩み—訪日主要国の需要が一巡した可能性はないか』（基礎研レター、2019年9月24日）

<sup>2</sup> なお、中国の訪日客数は前年比+15%、台湾は+3%、香港は+4%である。

図表-2 「アジア4カ国」と「それ以外の地域」の増加率(前年比)



(資料)観光庁のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

日本政府は2030年に訪日客数を6,000万人とする高い目標を掲げているが、足もとでは2018年以降に頻発した自然災害や政治対立が先行きに影を落としている。しかし、今年は東京五輪の開催を迎え今後の訪日機運の高まりが期待される。また、世界の観光市場は中長期的に世界経済の成長に伴い持続的な拡大が見込まれる分野である。

そこで、本稿では世界の観光市場の潮流とそのなかでの日本の立ち位置を確認したのち、政府目標である2030年訪日客6000万人の実現可能性について考えたい。

## 2—— 日本の観光競争力は高く、訪日客数の伸びしろは依然として大きい

まず、日本の観光競争力について確認する。2019年の世界経済フォーラム(WEF)調査によると、日本の観光競争力は「スペイン」、「フランス」、「ドイツ」に次いで世界第4位(スコア5.4)に評価され、アジア圏で唯一のトップ10入りとなった(図表-3)。

高く評価された項目は、「安心・安全」、「保健・衛生」、「交通インフラ」、「ICTの普及」、「国際的な開放度」、「文化」など多岐にわたる。具体的には、「交通の利便性(1位)」、「おもてなし(2位)」、「国際的な開放度(前年10位から6位に上昇)」、「文化遺産と無形遺産(7位)」、「スポーツ施設の数(3位)」、「国際会議の数(第7位)」の評価が高く、「文化(5位)」についても独自性があると指摘している。スコアでは日本と同等の高い評価を受けている「スペイン(スコア5.4)」や「フランス(スコア5.4)」は、インバウンド客数(海外からの観光客数)も世界トップクラスであり、日本の観光市場は高い潜在能力を有している。

これは、各国の観光競争力とインバウンド客数の関係をみると明らかだ。現状、日本のインバウンド客数は観光競争力の水準に追いついておらず、依然として伸びしろが大きいと言える(図表-4)。

具体的には、日本と同等の評価を受ける「スペイン」や「フランス」は日本の2倍以上のインバウンド客数を誇る。また、競争力スコアで日本より下位の「イタリア(スコア5.1)」や「トルコ(ス

コア 4.2)」、同じアジア圏の「中国 (スコア 4.9)」や「タイ (スコア 4.5)」にも、日本を上回る観光客が訪れている。

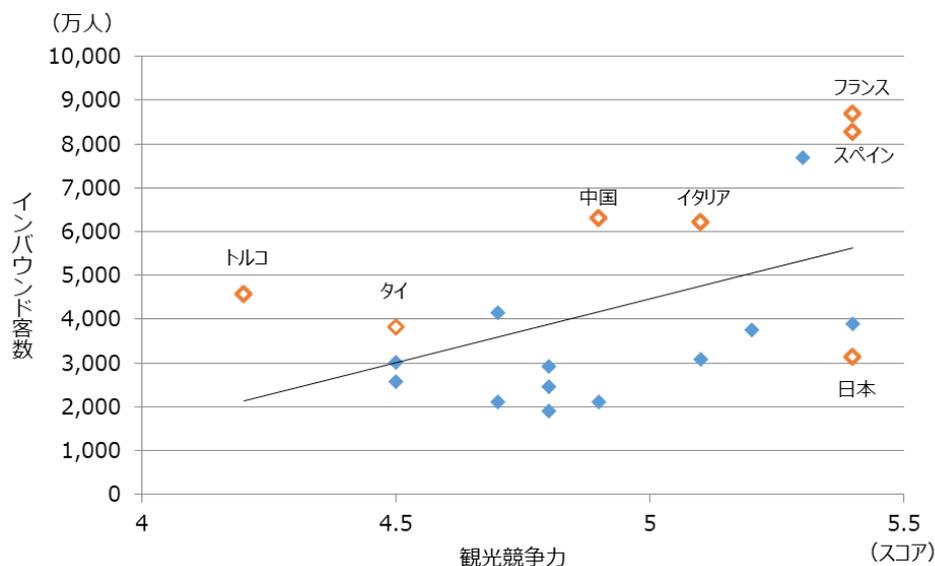
もちろん、日本は世界地図でみれば極東に位置し他の国と比べて距離が遠いなどの地理的ハンデがあるのは確かであろう。しかし、観光資源などに恵まれた日本の対外評価は高く、さらなる訪日客の誘致は可能だと思われる。

図表-3 世界の観光競争力とインバウンド客数

順位	国	スコア	インバウンド客数 (2018年)	インバウンド客数 ランキング (2018年)
1位	スペイン	5.4	8,277万人	2位
2位	フランス	5.4	8,692万人	1位
3位	ドイツ	5.4	3,888万人	8位
4位	日本	5.4	3,119万人	11位
5位	米国	5.3	7,694万人	3位
6位	英国	5.2	3,765万人	10位
7位	オーストラリア	5.1	925万人	40位
8位	イタリア	5.1	6,215万人	5位
9位	カナダ	5.1	2,113万人	18位
10位	スイス	5.0	1,113万人	36位
...	...	...	...	...
13位	中国	4.9	6,290万人	4位
31位	タイ	4.5	3,828万人	9位

(資料)世界経済フォーラム(WEF)「The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019」をもとにニッセイ基礎研究所が作成

図表-4 観光競争力とインバウンド客数の関係



(資料)世界経済フォーラム(WEF)と国連世界観光機関(UNWTO)のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

### 3— 世界のアウトバウンド市場はヨーロッパを中心としている

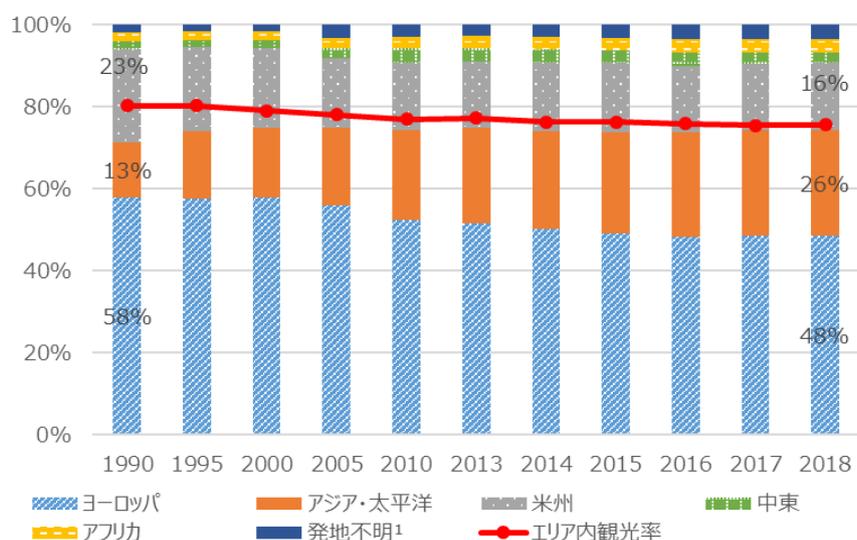
それでは何故、日本は観光競争力とインバウンド客数に大きな乖離が生じているのであろうか。以下では、アウトバウンド市場 (海外旅行者の出国地) の動向からその理由を考えたい。

国連世界観光機関 (以下 UNWTO) によると、世界のアウトバウンド市場 (2018年) は「ヨーロッパ(48%)」、「アジア・太平洋 (26%)」、「米州 (16%)」の順に高く、3エリア合計で全体の9割を

占める（図表－5）。つまり、「海外旅行者」を地球全体で100人とした場合、48人が「ヨーロッパ」、26人が「アジア・太平洋」、16人が「米州」を出国したことになる。また、約30年前の1990年の構成比率（「ヨーロッパ58%」、「米州23%」、「アジア・太平洋13%」）と比較した場合、「ヨーロッパ」と「米州」が緩やかに低下しているのに対して、「アジア・太平洋」が13%から26%へ大きく上昇している。

一方で、「海外旅行先にどのエリアを選択するか」については、大きな変動はみられない。同一エリア内での旅行比率（エリア内観光率）は概ね80%で推移しており、いつの時代でも「5人に4人」は同一エリア内で、「5人に1人」はエリアを超えて旅行を楽しんでいると言える。つまり、「ヨーロッパ」の人は「ヨーロッパ」を、「アジア」の人は「アジア」を旅先を選ぶため、各国のインバウンド客数は所在エリアのアウトバウンド市場の規模や成長率に大きな影響を受けることになる。

図表－5 世界のアウトバウンド市場の構成比率及びエリア内観光率



（資料）UNWTO のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

世界のアウトバウンド市場は、構成比率が低下傾向にあるとはいえ依然として「ヨーロッパ」が中心である。したがって、日本のインバウンド客数がヨーロッパ諸国を下回することは、やむを得ない面もありそうだ。それでは、「アジア・太平洋」における日本の立ち位置はどうか。以下では、「アジア・太平洋」を中心に世界のインバウンド市場の動向を確認したのち、日本を上回るインバウンド客数を集める「中国」及び「タイ」と比較したい。

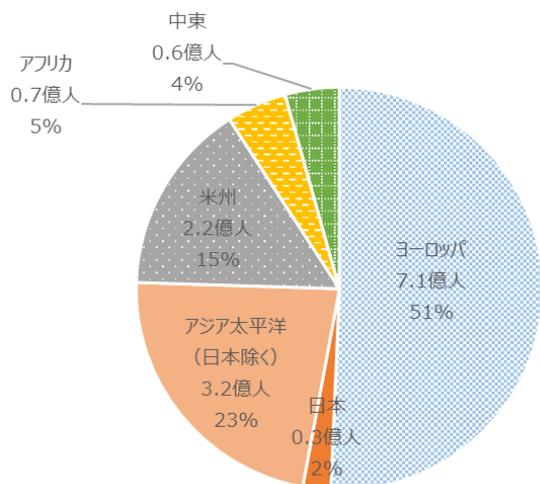
#### 4— 「アジア・太平洋」における日本の立ち位置

##### (1) 「アジア・太平洋」は世界平均を上回る高成長。2010年代の「日本」の成長率は突出して高い

UNWTOによると、世界のインバウンド市場（2018年）は、「ヨーロッパ7.1億人(51%)」、「アジア・太平洋3.5億人(25%)、うち日本0.3億人(2%)」、「米州2.2億人(15%)」の順に高く、アウトバウンド市場と同様、3エリア合計で全体の9割を占める（図表－6）。1990年の構成比率（「ヨーロッパ60%」、「米州21%」、「アジア・太平洋13%」）と比較した場合、「ヨーロッパ」が60%から51%

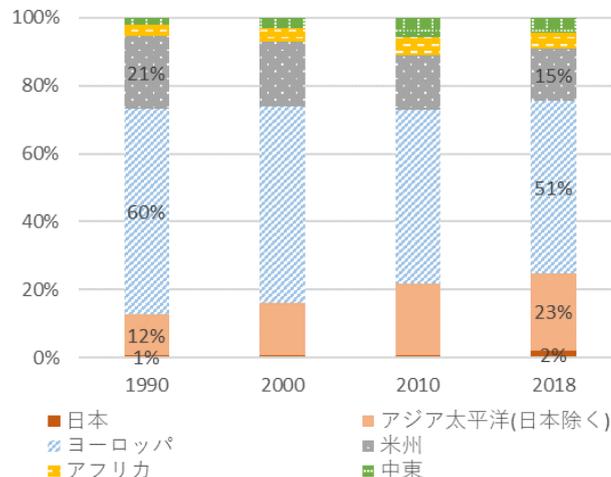
へ低下する一方で、「アジア・太平洋」は13%から25%へ倍増し、「米州」を抜いて第2位の規模に拡大している（図表-7）。実数でも、1990年の「アジア・太平洋」は「ヨーロッパ」の1/5の規模であったが、現在は1/2にまでその差を縮小している。

図表-6 世界のインバウンド市場(エリア別、2018年)



(資料)UNWTO のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

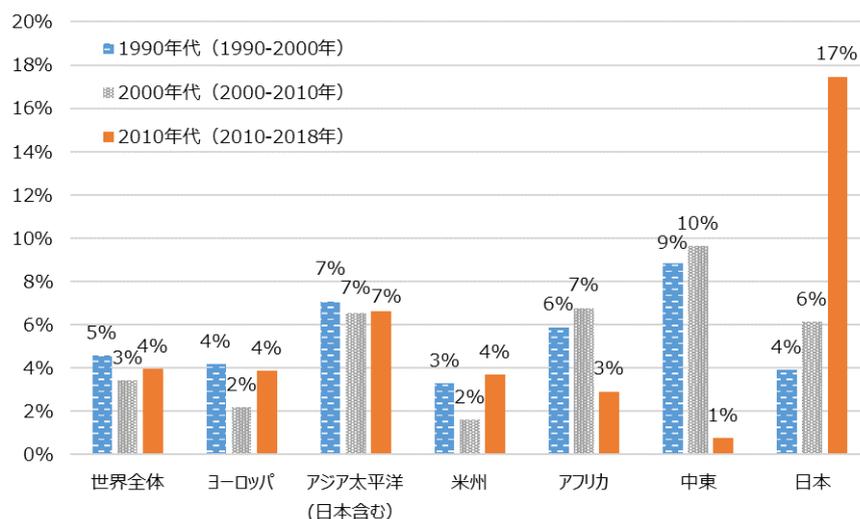
図表-7 インバウンド市場の構成比率の推移



(資料)UNWTO のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

過去30年でみると、「アジア・太平洋」は1990年・2000年・2010年の全ての年代において世界平均(年率3~5%)を上回る高成長(年率7%)を実現している(図表-8)。こうした中、「日本」の成長率は2000年代まで「アジア・太平洋」を下回る水準にとどまっていたが、2010年代は年率17%と突出して高い成長を示し、「アジア・太平洋」における「日本」の占率は4%から9%へ急上昇している。

図表-8 過去30年のインバウンド市場の成長率(年率、エリア別)

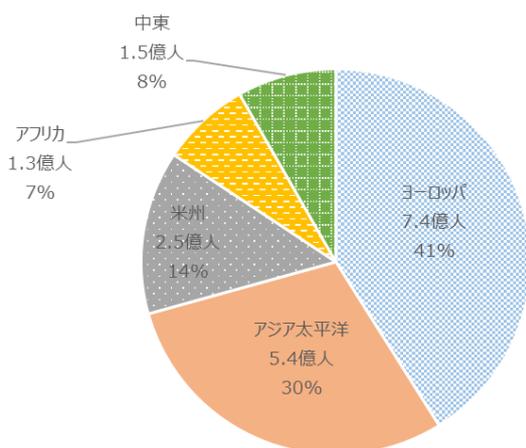


(資料)UNWTO、観光庁、国交省のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

## (2) 今後の「アジア・太平洋」の成長率は年率 4.2%、世界平均を上回る見通し

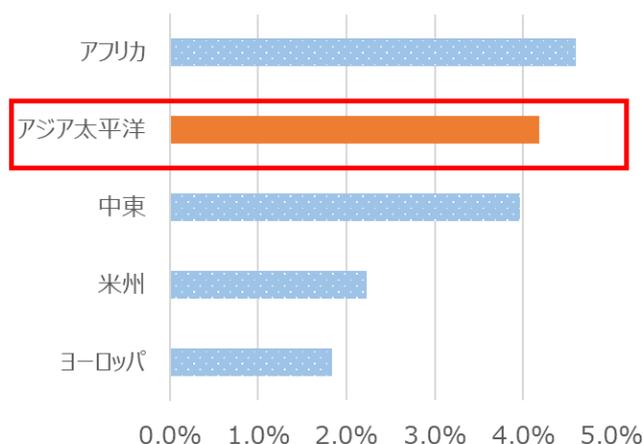
また、「アジア・太平洋」のインバウンドの成長率は今後も世界平均を上回る見通しである。UNWTO の 2030 年までの長期予測（2017 年公表）によると、世界のインバウンド市場が 14.1 億人から 2030 年に 18.1 億人（年率 2.9%成長）へ拡大するなか、「アジア・太平洋」の成長率（4.2%）は「アフリカ」の成長率(4.6%)に次いで高く、インバウンド客数は 3.5 億人から 5.4 億人（占率 25%から 30%）へ増加する見込みである（図表－9、10）。

図表－9 2030 年の世界のインバウンド市場の構成比



(資料)UNWTO の予測をもとにニッセイ基礎研究所が作成

図表－10 世界のインバウンド市場の見通し  
(2020 年~2030 年、エリア別)



((資料)UNWTO のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

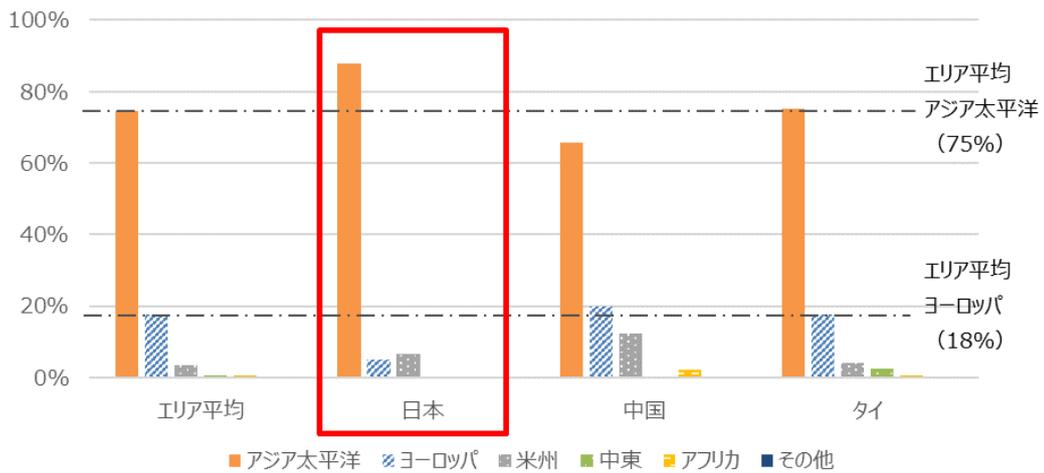
## (3) 「中国」、「タイ」と比較し、「日本」の特徴を確認する

続いて、同一エリア内にある「日本」・「中国」・「タイ」のインバウンド客数の構成比を比較し、「日本」の特徴を確認する。まず、「アジア・太平洋」の観光客はどのエリアから訪れているのだろうか。筆者の推計によると、「アジア・太平洋」の構成比（以下、エリア平均）は、「アジア・太平洋 75%」・「ヨーロッパ 18%」・「米州 4%」となる<sup>3</sup>（図表－11）。これに対して、「日本」・「中国」・「タイ」の構成比(実績値)は、日本(2018 年)が「アジア・太平洋 88%」・「ヨーロッパ 5%」・「米州 7%」、中国(2018 年)が「アジア・太平洋 66%」・「ヨーロッパ 20%」・「米州 12%」、タイ(2017 年)が「アジア・太平洋 75%」・「ヨーロッパ 18%」・「米州 4%」となっている。

3カ国を比較すると、「日本」は「アジア・太平洋」の比率が高く（エリア平均比+13%、中国比+22%、タイ比+13%）、その分、「ヨーロッパ」の比率が低い(エリア平均比▲13%、中国比▲15%、タイ比▲13%)。また、「中国」は「米州」の比率が相対的に高い（エリア平均比+8%、日本比+6%、タイ比+8%）。これに対して、「タイ」は「エリア平均」に近似しておりエリアの偏りがなくグローバルに観光客を誘致できていることが分かる。

<sup>3</sup> 「アウトバウンド市場のエリア別構成比」と「エリア内観光率」を用いて推計した。

図表-11 「日本」・「中国」・「タイ」のインバウンド客数の構成比



(注)日本と中国は2018年実績、タイは2017年実績、エリア平均は筆者推計による

(資料)UNWTO、各国統計のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

このようにしてみると、日本は「アジア・太平洋」への高い依存度が特徴として挙げられるが、これは決して悪いことではない。「アジア・太平洋」は今後も高い成長が期待される市場であり、そのエリアで人気「日本」はその恩恵を大いに受けることができそうだ。一方で、欧米からのインバウンド客数を増やしていくには、対外プロモーションなど「中国」や「タイ」の取り組みに学んで参考にすることも多いのではないだろうか。

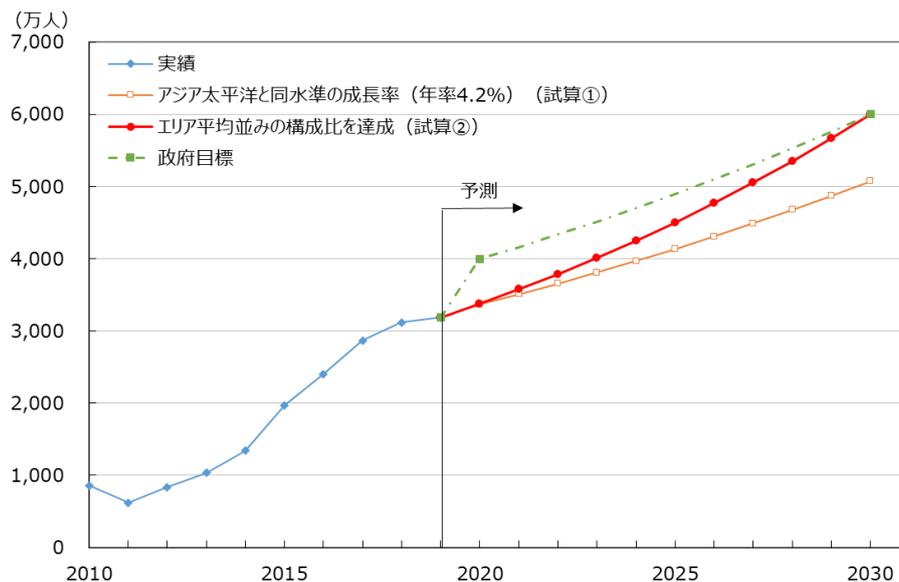
## 5—— 2030年訪日客数6000万人達成には、欧米からの集客増が不可欠

それでは、日本は2030年訪日客数6,000万人を実現できるかどうか、以下で簡単に試算したい。まず、UNWTOの予測を前提に、「日本」が「アジア・太平洋」と同水準の成長(年率4.2%)を実現した場合(試算①)、2030年訪日客数は5,080万人となる。今後10年で1.6倍に拡大するものの政府目標には届かない水準となる。次に、試算①に加えて「ヨーロッパ」と「米州」からの訪日客誘致に成功し同比率を「エリア平均」並みに高めることができた場合(試算②)、2030年訪日客数は6,000万人となり、政府目標を達成する。(図表-12)。

本稿では、世界の観光市場について、「ヨーロッパ」の占率が依然として高いものの成長のけん引役は「アジア・太平洋」であること、そのなかで、「日本」は高い観光競争力を有するとともに「アジア・太平洋」の成長の恩恵を受けるポジションにあることを確認した。

一方、日本の観光市場におけるヨーロッパの構成比の低さは課題であり、また伸びしろとなっている。2020年はオリンピック・パラリンピックが開催されて、諸外国からの日本への関心が高まり、世界の観光市場へアピールする絶好の機会である。2010年代にアジア近隣諸国へアピールして高い成長を実現したように、2020年代は欧米から多くの観光客を誘致することで、日本の観光市場はさらに大きく成長することができるだろう。

図表-12 今後のインバウンド客数の見通し



(資料) UNWTO、内閣府、観光庁のデータをもとにニッセイ基礎研究所が作成

(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。