日本が観光立国になるために必要なこと

2024年12月11日　第２回新しい地方経済・生活環境創生会議

本日の１点

①旅行観光市場をファクト（事実）やデータで理解するという前提の浸透

②地域が変わるのは時間がかかるため
それを前提とした政策

③ホスピタリティ人材の育成　…他④以降多数

Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.

市場をファクト（事実）やデータで理解するという前提の浸透

地域の方々と話して感じることの１つに「インバウンド市場」に対する、イメージ先行型の誤解・思い込みが広く浸透しているということ

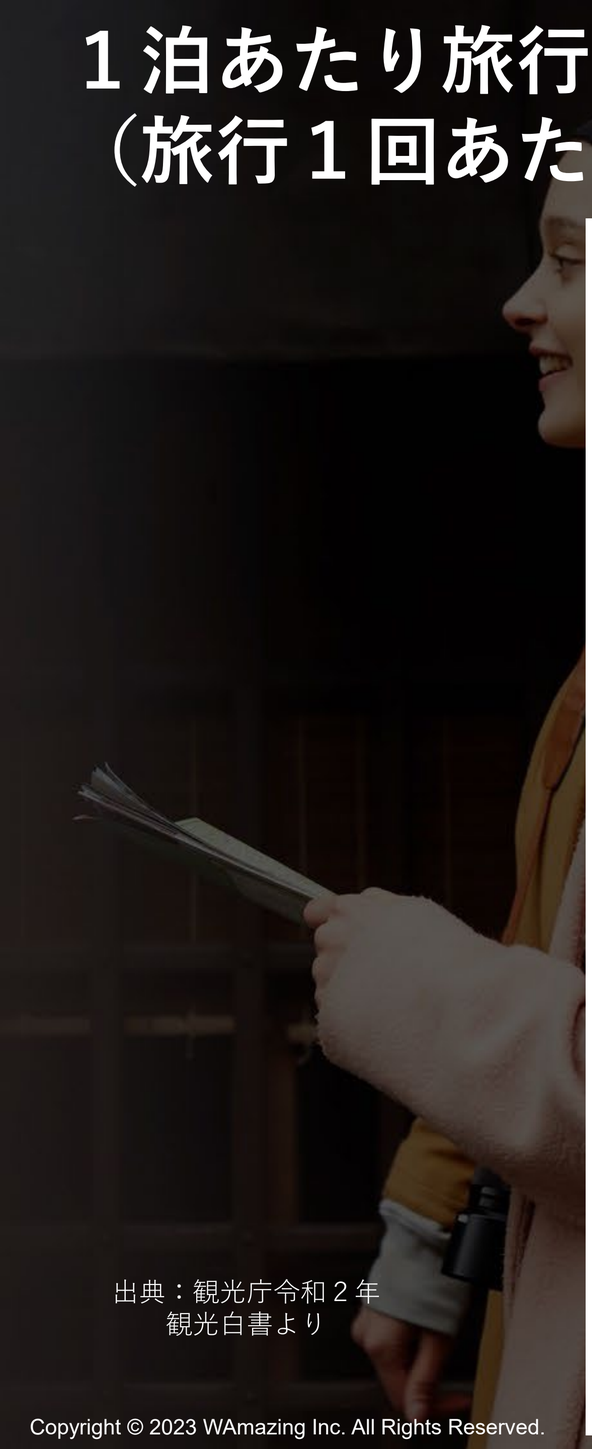
例１、富裕層＝欧米豪からのお客様
例２、中国人は団体が多く爆買い、声の大きさなどマナー面で
　　ほかのお客様の迷惑になる可能性がある
例３、「自分の事業は観光業は関係ない」
　　「英語話せないので対応が難しい」の誤解

Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.

例１、富裕層＝欧米豪からのお客様　について

Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.

１泊あたり旅行中支出　１位中国、２位香港、３位シンガポール
（旅行１回あたり支出　１位　仏、２位　豪州、３位英国）



図表 2-3　一般客 1 人当たり旅行中支出（国籍･地域別）

国籍･地域	a.旅行中支出（円／人）	団体ツアー参加者（円／人）	個人旅行パッケージ利用者（円／人）	個別手配者（円／人）	b.平均泊数（泊）	c.1泊当たり旅行中支出 (=a/b)（円／人泊）	団体ツアー参加者（円／人泊）	個人旅行パッケージ利用者（円／人泊）	個別手配者（円／人泊）
全国籍･地域	137,948	79,370	98,031	154,220	8.8	15,598	15,780	14,704	15,628
韓国	68,533	26,927	38,657	75,245	5.1	13,461	9,891	8,630	13,858
台湾	93,994	47,675	66,768	115,879	6.1	15,320	11,716	15,267	16,118
香港	138,521	68,256	107,251	151,487	6.1	22,739	15,475	20,789	23,561
中国	185,837	117,944	140,425	218,446	7.5	24,912	22,123	24,257	25,676
タイ	113,380	66,884	103,766	127,547	8.8	12,871	16,011	11,463	12,670
シンガポール	163,503	68,531	85,213	170,918	7.5	21,866	12,212	10,864	22,625
マレーシア	115,740	49,265	66,845	129,621	9.5	12,224	9,342	11,614	12,498
インドネシア	116,349	44,535	67,109	126,780	12.3	9,493	5,404	8,611	9,767
フィリピン	98,867	72,297	62,828	102,215	20.9	4,739	11,949	3,332	4,656
ベトナム	149,370	56,259	109,511	186,165	36.1	4,136	10,298	14,994	3,805
インド	145,067	48,743	74,902	153,447	16.5	8,800	5,031	7,915	8,946
英国	197,076	77,642	107,604	211,626	12.0	16,441	8,078	9,482	17,382
ドイツ	185,683	61,785	143,506	191,574	14.1	13,214	4,814	10,492	13,578
フランス	211,191	85,963	179,952	220,246	17.1	12,323	7,355	16,502	12,351
イタリア	159,683	55,493	58,814	179,241	12.7	12,555	5,220	5,470	13,677
スペイン	187,198	47,413	93,198	206,773	13.3	14,051	4,770	8,055	15,034
ロシア	164,591	83,945	76,404	176,403	18.8	8,742	7,931	2,377	9,330
米国	171,349	73,445	104,625	178,817	12.4	13,806	5,753	8,349	14,433
カナダ	160,883	52,609	82,433	173,126	12.0	13,437	4,782	7,657	14,286
オーストラリア	203,560	97,044	78,999	224,074	12.9	15,814	7,444	6,089	17,440
その他	198,734	79,936	92,372	211,016	16.3	12,213	7,181	6,910	12,625

出典：観光庁令和２年
観光白書より

Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.

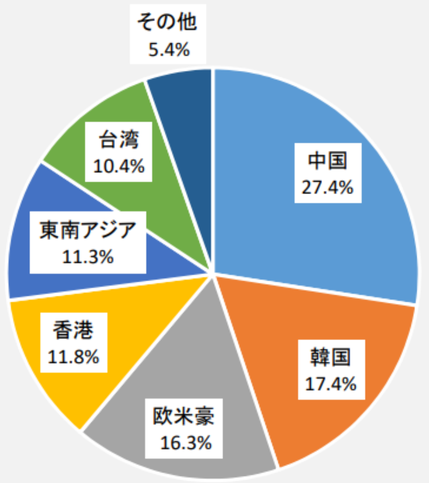
宿泊単価上位１５％の国籍・地域分析では６７％が東アジア

【概要】宿泊費上位15%の特徴（観光・レジャー目的＆滞在日数27日間以内）

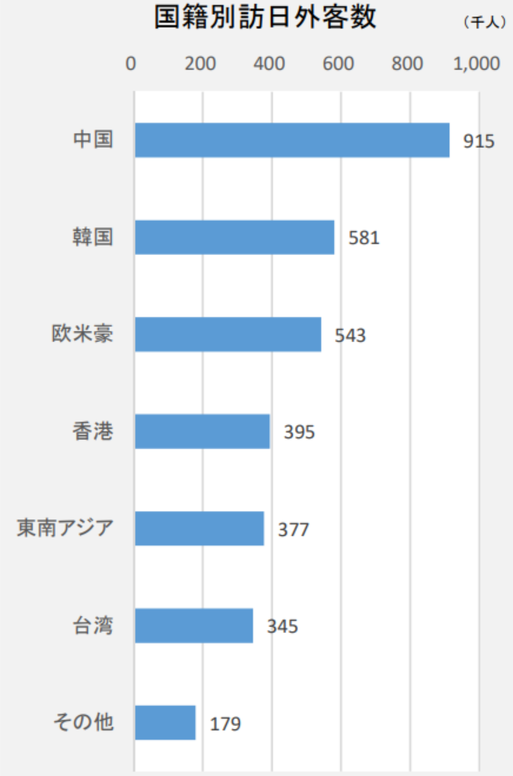
国土交通省 観光庁

- 1人1泊当たり宿泊費上位15%を国籍・地域別に見ると、最も構成比が高いのが「中国」で全体の27.4%、次いで「韓国」が約17.4%、「欧米豪」が約16.3%である（図表5）。
- 国籍・地域別に宿泊費上位15%と下位85%の構成比を見ると、上位15%の割合が最も高いのは「欧米豪」で25.5%、次いで「その他」の22.2%、「香港」の19.3%である。また、宿泊費上位15%の割合が最も低いのは「台湾」で8.6%である（図表7）。

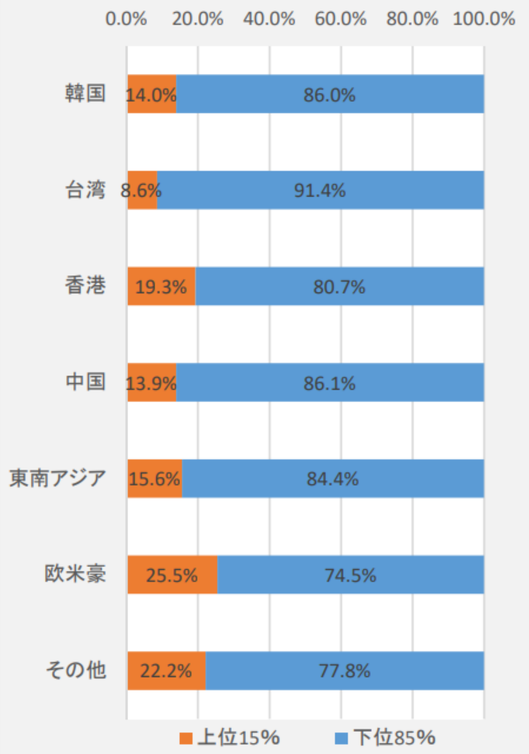
【図表5】宿泊費上位15%の国籍・地域構成比



【図表6】宿泊費上位15%の国籍別訪日外客数



【図表7】国籍別の宿泊費上位15%・下位85%構成比



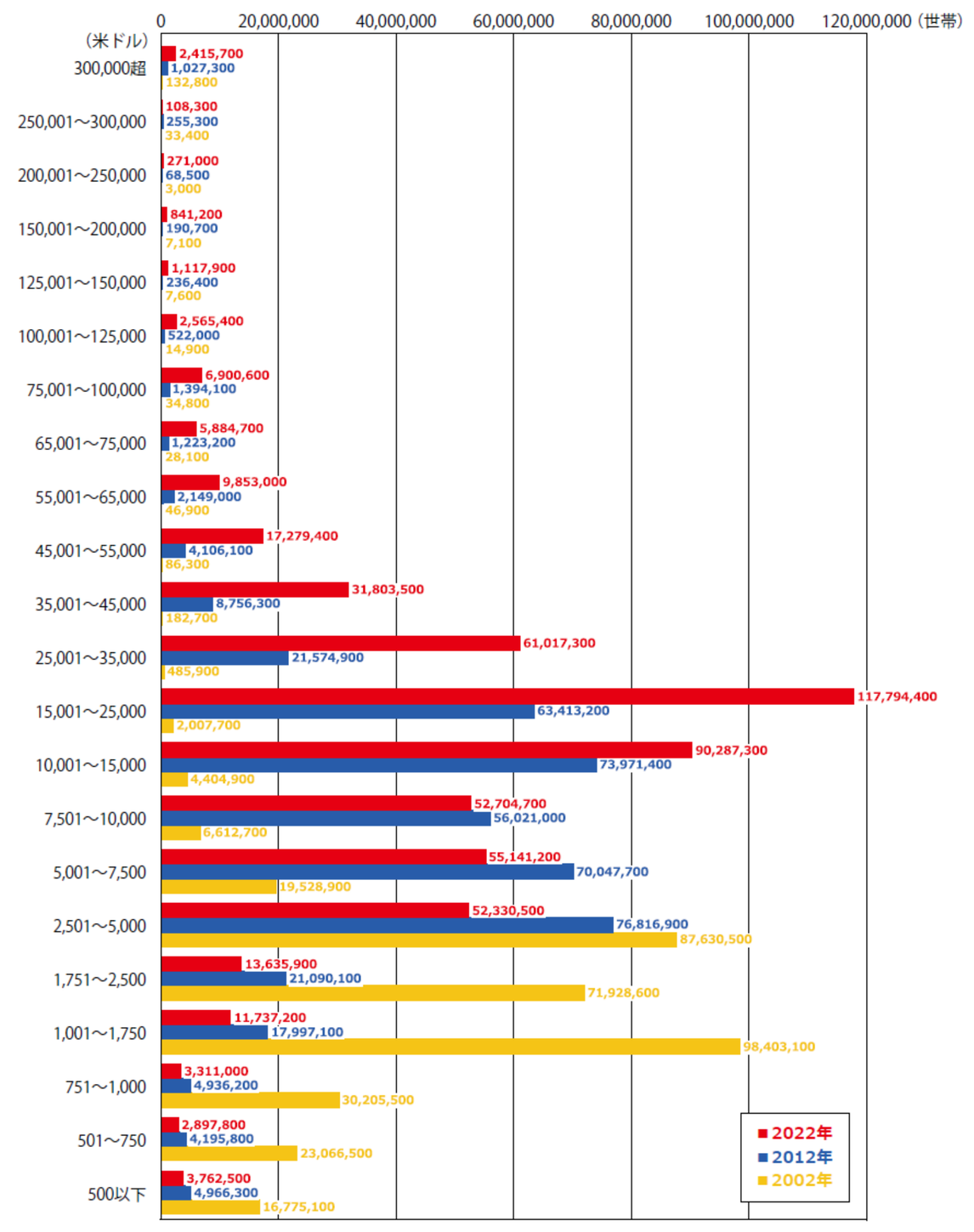
注1）「東南アジア」は、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、「欧米豪」は英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン、米国、カナダ、豪州を指す。
注2）図表７は、上位15%及び下位85%に該当する者について、国籍ごとにそれぞれ人数を集計し上位15%と下位85%の構成比を算出した。

4

Copyright © 2022 WAmazing Inc. All Right

例２、
中国人は団体が多く爆買い、声の大きさなどマナー面で
ほかのお客様の迷惑になる可能性がある　について

Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.



金額別・可処分所得の該当世帯数（中国、2002年→2022年）

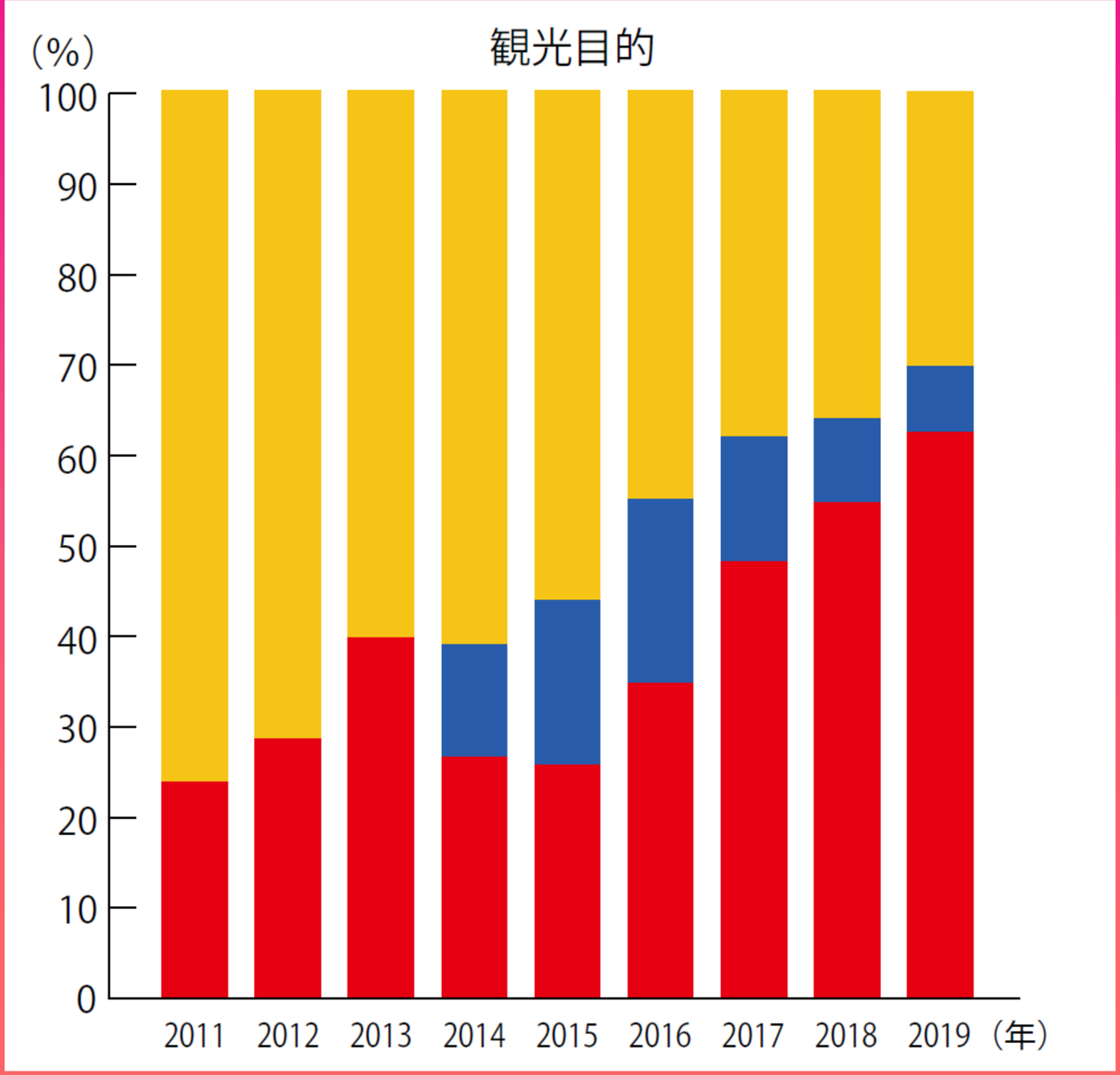
2002年時点（黄色）では
可処分所得15万円～75万円程度が
最も世帯数が多いが全体が豊かになり

2022年時点（赤色）では
可処分所得150万円～370万円程度に

※出典：ユーロモニターインターナショナル

WAmazing

団体ツアー参加８割近く(2011年)から個別手配主流（6割以上、2019年）へ



	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
団体ツアーに参加	76.3	71.5	60.3	61.1	56.2	45.1	38.2	36.2	30.3
個人旅行向けパッケージ商品を利用	-	-	-	12.4	18.2	20.3	13.7	9.2	7.3
個別手配	23.7	28.5	39.7	26.5	25.6	34.6	48.1	54.6	62.3

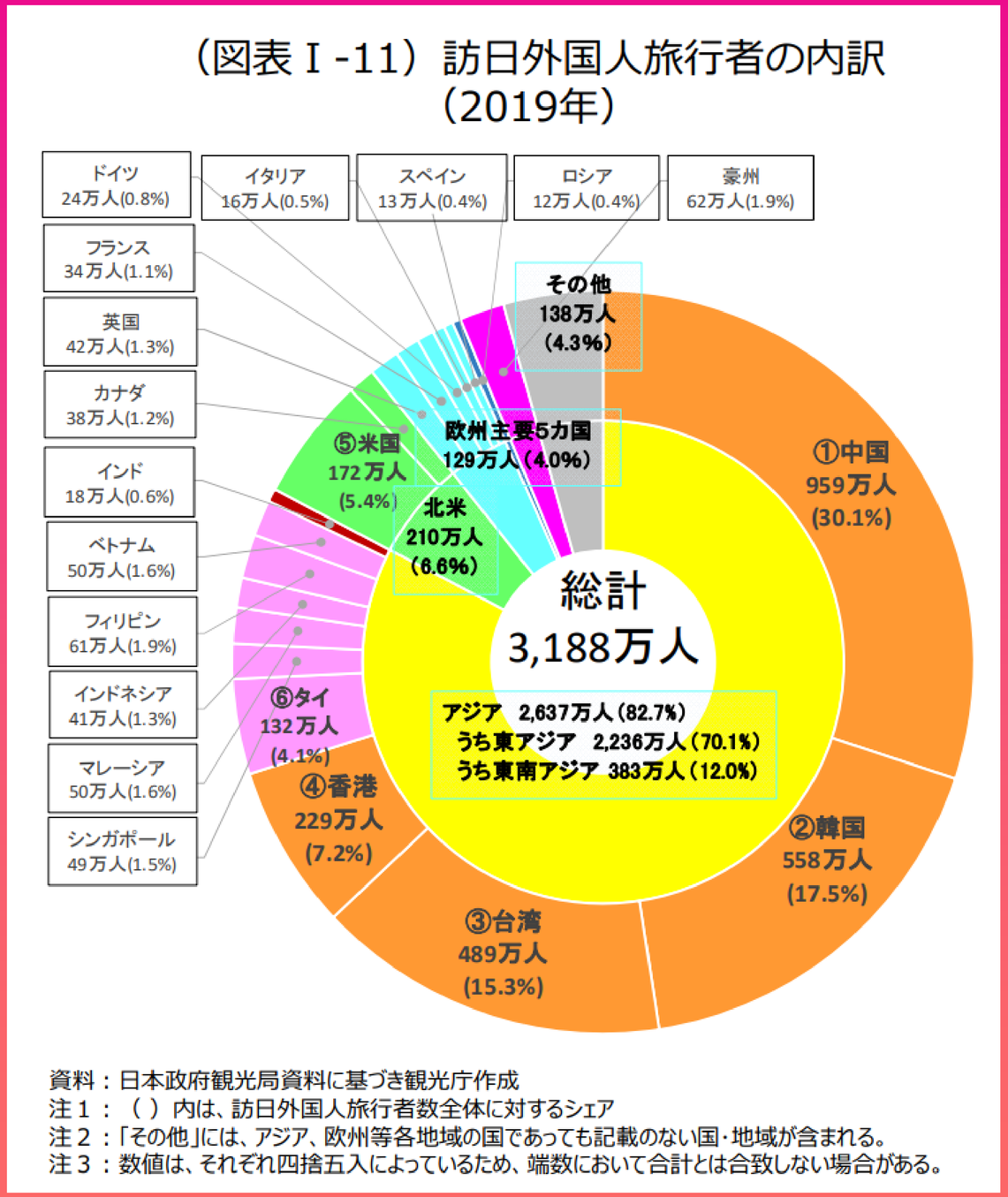
※出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査（2011年～ 2019年）」に基づき日本政府観光局（JNTO）が作成

Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.

例３、「自分の事業は観光業は関係ない」
「英語話せないので対応が難しい」の誤解

＝漢字（漢の字）を読める人がインバウンドの大半

Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.



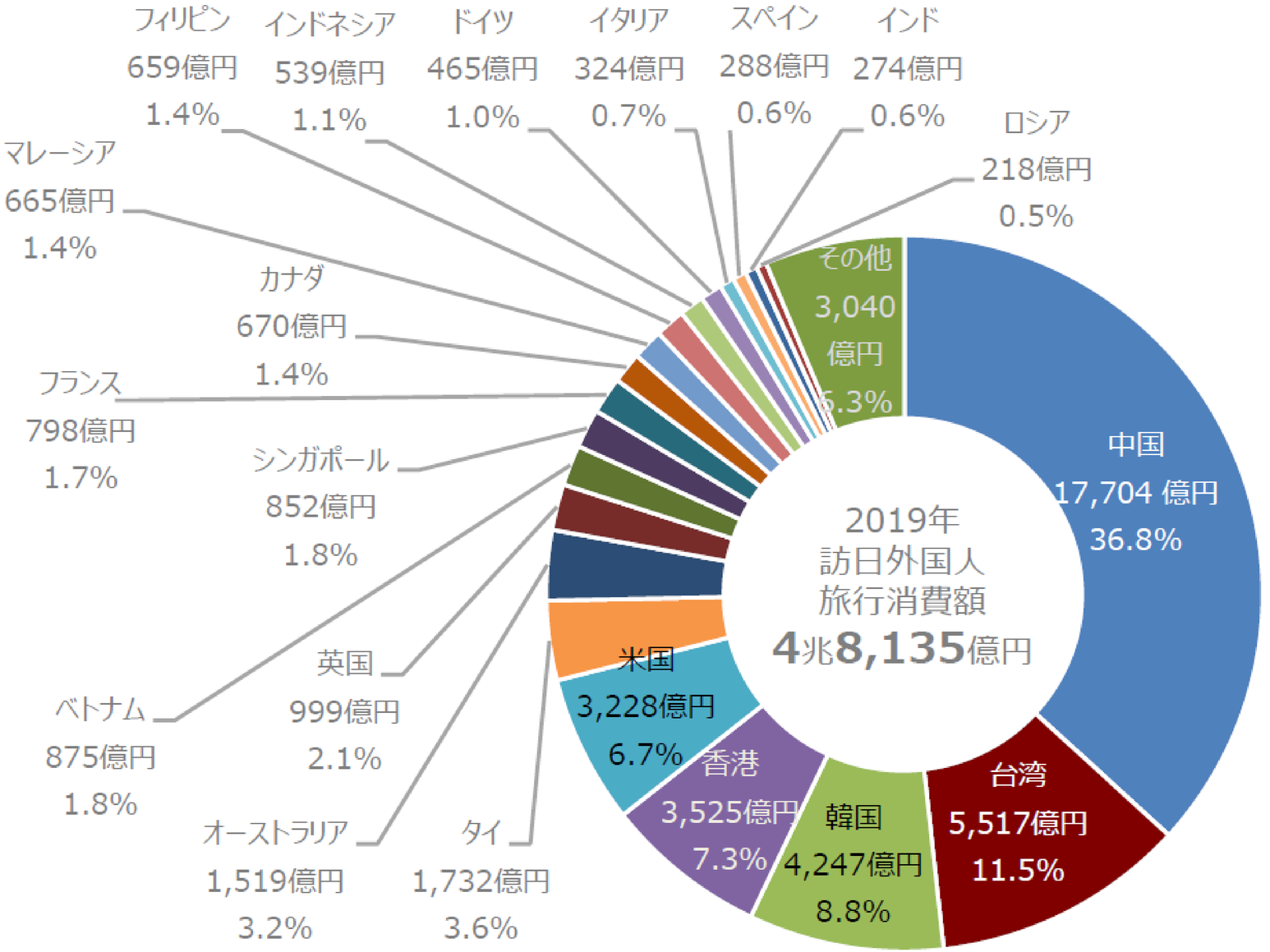
資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成
注１：（）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
注２：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国･地域が含まれる。
注３：数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

コロナ禍前2019年は日本に近い東アジア、中国・台湾・香港・韓国からの旅行者が全体の７割を占める

東南アジアを加えると８割超がアジアから

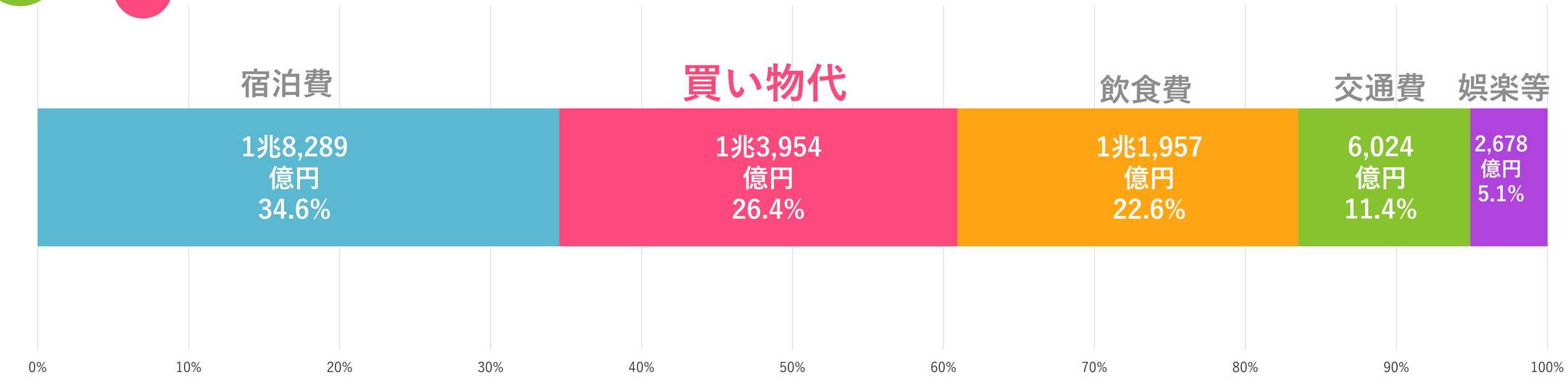
Copyright © 2023 WAmazing Inc. All Rights Reserved.

消費額でも中国１位


2019年
訪日外国人
旅行消費額
4兆8,135億円
中国
17,704 億円
36.8%
台湾
5,517億円
11.5%
韓国
4,247億円
8.8%
香港
3,525億円
7.3%
米国
3,228億円
6.7%
タイ
1,732億円
3.6%
オーストラリア
1,519億円
3.2%
ベトナム
875億円
1.8%
英国
999億円
2.1%
シンガポール
852億円
1.8%
フランス
798億円
1.7%
カナダ
670億円
1.4%
マレーシア
665億円
1.4%
フィリピン
659億円
1.4%
インドネシア
539億円
1.1%
ドイツ
465億円
1.0%
イタリア
324億円
0.7%
スペイン
288億円
0.6%
インド
274億円
0.6%
ロシア
218億円
0.5%
その他
3,040
億円

訪日外国人旅行消費額の品目別構成比

出展：2023年 訪日外国人の消費動向調査



2023年訪日外国人の旅行消費額は**5兆2,923億円**（2019年比9.9％増）

その中で2番目にシェアが大きい消費は**買い物代**で全体の約**26%**、消費額は**1兆3,954億円**

買い物の利便性を高めることで、娯楽サービス（観光）に費やす時間を創出し、観光消費額を拡大する必要がある。

観光客がパン屋で３００円のパンを買って食べてもGDPには観光という文字はない

小麦を生産した農家
が生み出した
付加価値１００円

農業

農家から小麦を買って
製粉した製粉会社の
付加価値１００円

製造業

製粉会社の小麦粉で
パンを焼いたパン屋の
付加価値１００円

小売業