

第1章 観光を取り巻く環境

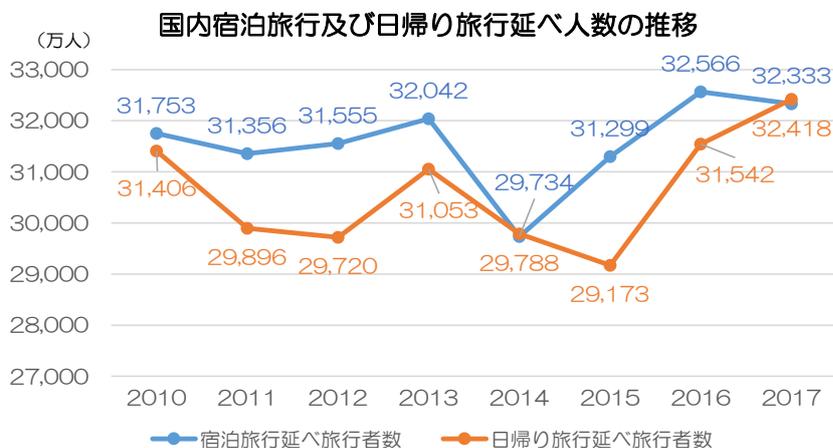
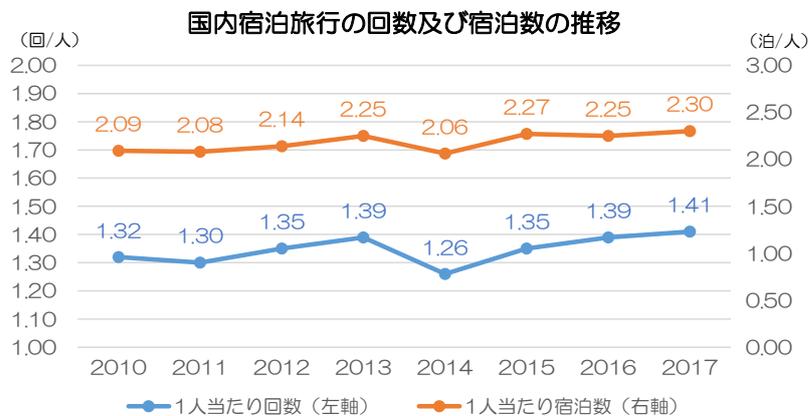
1 日本全体の観光動向

(1) 日本人旅行者の動向

① 国内旅行

日本人による国内観光需要は長期的に低迷傾向が続いているなか、平成29（2017）年においては、国民1人当たりの宿泊観光旅行の回数は1.41回、国民1人当たりの宿泊観光旅行の宿泊数は2.30泊であった。国民1人当たりの宿泊観光旅行の回数、国民1人当たりの宿泊観光旅行の宿泊数ともに、平成26（2014）年は、同年4月の消費税率引き上げの影響もあり減少に転じたが、翌年からは増加傾向となり、どちらもここ8年間で最高値となっている。

平成29（2017）年に宿泊旅行に行った人数は延べ3億2,333万人（対前年比0.7%減）となった。大きく落ち込んだ平成26（2014）年から、その反動もあり大きく増加してきてきたが、平成29（2017）年は前年から微減している。観光白書によると、年後半の週末や3連休に大雨や台風が到来したことが宿泊旅行者数減少の要因のひとつとして挙げられている。一方、日帰り旅行は延べ3億2,418万人（対前年比2.8%増）であり、日帰り旅行者数が宿泊旅行者数を上回る結果となっている。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2010年～2017年）

消費額を見てみると、平成29（2017）年の日本人国内旅行消費額は宿泊旅行が16.1兆円、日帰り旅行が5.0兆円、合わせて21.1兆円（対前年比0.8%増）であった。総額については概ね増加傾向にあるが、消費額単価については、平成22（2010）年から平成29（2017）年の推移をみると、宿泊旅行は増加しているものの、日帰り旅行は微減傾向となっている。今後、人口減少が危ぶまれる日本社会においては、消費額単価の増加と量から質への転換が必要となる。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2010年～2017年）

② 海外旅行

日本人の海外旅行者数は、昭和39（1964）年の海外渡航自由化以降、年次によって多少の浮き沈みはあるものの、一貫して増加傾向を示し、平成24（2012）年には過去最高の1,849万人を記録した。しかし、平成25（2013）年以降は円安傾向もあり3年続けて減少し、平成27（2015）年は1,621万人とピーク時から200万人以上も減少している。平成28（2016）年からは増加に転じ、引き続き平成29（2017）年も対前年比4.5%増の1,789万人を記録している。



出典：観光庁「平成30年版観光白書」（法務省資料に基づき観光庁作成）

(2) 訪日外国人旅行者の動向

① 訪日外国人旅行者の推移

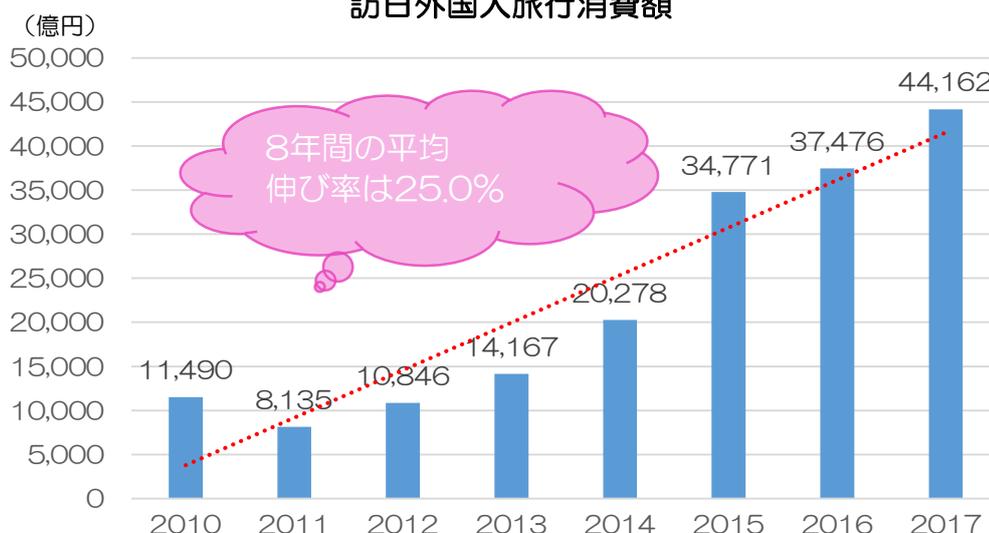
訪日外国人旅行者数は、東日本大震災の影響により、平成23(2011)年においては前年を大幅に下回ったが、平成24(2012)年以降は円安基調も追い風となって着実に増加している。政府は当初、平成32(2020)年に2,000万人を目標としていたが、平成27(2015)年には1,974万人と5年ほど前倒してほぼ達成することとなり、平成28(2016)年の「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」にて、平成32(2020)年に4,000万人、42(2030)年に6,000万人という新たな目標を設定した。平成30(2018)年は速報値で3,119万人(対前年比8.7%増)と初の3,000万人を突破している。平成24(2012)年から平成29(2017)年までの年平均伸び率が29.4%であったことを考えると伸び率は失速しているが、平成31(2019)年にはラグビーワールドカップ、平成32(2020)年にはオリンピック・パラリンピックと、これから国内で大きな国際的行事が行われることもあり、訪日外国人旅行者においては今後益々の増加が期待される。



出典：日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数 (総数)」 (2008年~2018年)
※2018年は速報値

訪日外国人旅行者の日本国内消費額も旅行者数同様、平成23（2011）年以降増加傾向を示している。平成26（2014）年には2兆278億円に達した。その後も順調に増加し、平成28（2016）年は3兆7,476億円、平成29（2017）年には4兆4,162億円となっているが、訪日外国人旅行者1人当たりの旅行支出は平成27（2015）年をピークに2年連続で減少しており、平成29（2017）年は153,921円（対前年比1.3%減）となっている。

訪日外国人旅行消費額



訪日外国人旅行消費単価の推移

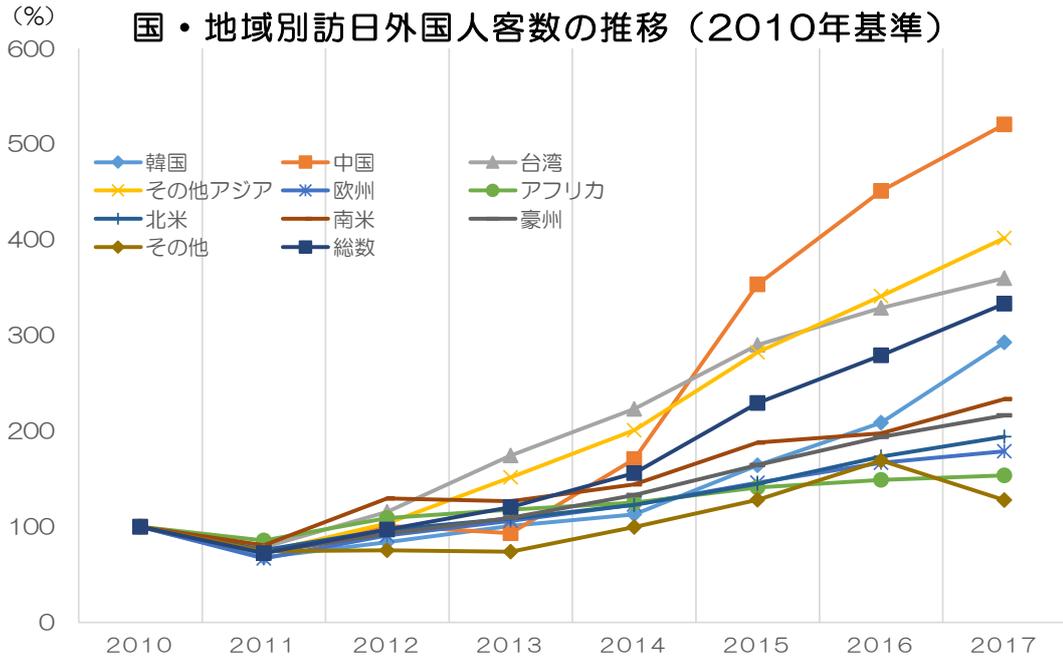


※パッケージツアー参加費内訳含む

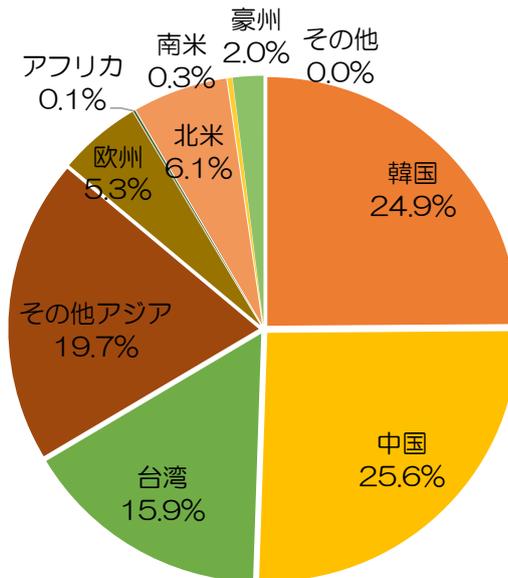
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2010年～2017年）

② 国籍・地域別訪日外国人旅行者の推移

平成22（2010）年を100とし、平成29（2017）年までの国・地域別の訪日外国人客数の推移を見ると、平成26（2014）年からの中国の伸びが著しい他、台湾や韓国もその他アジアの国々も年々増加している。欧米諸国の伸び率はアジアに比べれば少ないものの、着実に増加しており、平成29（2017）年では訪日外国人旅行者のうち、欧州が5.3%、北米が6.1%を占めている。



国・地域別訪日外国人客数の割合（2017年）



出典：日本政府観光局（JNTO）「国籍別／目的別 訪日外客数」（2010年～2017年）

③ 訪日外国人旅行者の行動

訪日旅行において、国・地域を問わず「日本食を食べる」が最も多い行動となっている。2番目以降の行動に関しては、中国や台湾、タイ等のアジア地域では「ショッピング」の割合が高いのに対して、欧米豪地域では、「日本の歴史・伝統文化体験」や「日本の日常生活体験」等の日本文化体験が人気である。

2017年 国・地域別訪日旅行に関する意識【今回したこと（複数回答）】

今回したこと	全体	韓国	台湾	中国	タイ	インドネシア	英国
1 日本食を食べること	95.8	97.8	93.0	93.5	98.4	98.3	98.2
2 ショッピング	85.1	85.3	88.6	91.3	89.4	84.9	60.6
3 繁華街の街歩き	74.4	70.1	76.9	80.6	72.5	82.2	69.8
4 自然・景勝地観光	65.5	55.9	72.1	72.5	70.8	68.9	59.8
5 日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	45.2	60.2	32.5	33.9	33.5	23.4	75.6
6 温泉入浴	33.9	30.3	34.7	43.4	35.8	18.4	26.0
7 旅館に宿泊	29.2	17.0	38.5	38.2	25.5	23.8	25.2
8 日本の歴史・伝統文化体験	24.8	9.8	23.0	18.9	29.9	46.7	57.0
9 日本の日常生活体験	22.4	12.3	20.3	14.5	25.6	44.1	51.1
10 テーマパーク	21.1	21.8	21.8	22.5	23.1	33.4	11.2
11 美術館・博物館	20.2	12.7	15.6	15.9	26.3	31.8	44.0
12 日本のポップカルチャーを楽しむ	14.6	9.9	14.2	10.3	19.5	22.2	23.7
13 四季の体感（花見・紅葉・雪等）	12.9	3.7	15.5	10.0	24.3	28.0	25.4
14 自然体験ツアー・農漁村体験	6.7	1.6	9.4	4.7	12.9	13.9	9.8
15 映画・アニメ縁の地を訪問	4.9	3.0	3.3	5.1	8.8	3.8	6.6
16 舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）	4.2	2.5	3.2	3.0	5.7	6.1	10.5
17 スキー・スノーボード	3.0	0.3	3.9	2.6	8.8	5.9	4.4
18 その他スポーツ（ゴルフ等）	2.0	2.3	2.2	0.9	2.0	1.4	3.9
19 スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	1.6	0.4	1.7	0.6	2.8	1.8	6.2
20 治療・健診	1.0	0.3	0.7	0.9	2.7	2.4	2.1
21 上記には当てはまるものがない	0.5	0.2	0.8	0.7	0.1	0.3	0.3

今回したこと	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン	ロシア	米国	オーストラリア
1 日本食を食べること	99.0	99.3	99.1	99.0	94.9	98.3	99.4
2 ショッピング	55.8	71.0	69.3	74.1	70.9	66.2	76.3
3 繁華街の街歩き	54.5	66.9	65.4	76.5	60.5	70.2	79.5
4 自然・景勝地観光	53.2	58.6	64.3	78.9	48.8	60.2	76.8
5 日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	68.2	61.8	59.8	61.0	50.5	65.6	72.2
6 温泉入浴	29.2	35.0	30.9	37.1	30.4	21.8	32.0
7 旅館に宿泊	20.4	33.1	38.1	45.8	22.3	22.6	30.2
8 日本の歴史・伝統文化体験	48.4	53.9	48.3	67.1	44.5	52.7	61.3
9 日本の日常生活体験	44.9	54.7	50.1	58.2	40.6	50.1	51.3
10 テーマパーク	6.5	11.2	12.1	11.5	30.4	11.7	27.5
11 美術館・博物館	30.9	44.3	41.5	51.3	42.4	37.6	46.5
12 日本のポップカルチャーを楽しむ	15.7	29.5	28.2	40.2	19.8	27.3	31.8
13 四季の体感（花見・紅葉・雪等）	15.9	20.8	26.2	17.1	28.3	20.5	26.9
14 自然体験ツアー・農漁村体験	10.0	11.7	13.5	11.9	8.4	10.8	12.9
15 映画・アニメ縁の地を訪問	5.0	11.0	7.3	14.2	12.0	7.9	9.3
16 舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）	7.9	10.2	10.6	10.7	9.9	9.4	11.3
17 スキー・スノーボード	1.1	1.4	1.5	0.8	5.7	2.5	19.1
18 その他スポーツ（ゴルフ等）	2.2	4.2	2.8	3.5	6.4	2.2	4.0
19 スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	3.1	3.4	3.4	3.9	7.1	4.9	8.2
20 治療・健診	1.2	2.0	1.8	1.2	4.6	1.7	2.0
21 上記には当てはまるものがない	0.8	0.3	0.2	0.6	0.3	0.5	0.0

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2017年）

2 東京都の観光動向

(1) 訪都日本人旅行者の動向

① 訪都日本人旅行者数と消費額の推移

訪都日本人旅行者数の推移を見ると、東日本大震災の影響から、平成23（2011）年は落ち込んでいるものの、概ね緩やかな増加傾向にある。しかし、消費額においては、人数の増加に伴い必ずしも増加しているというわけではなく、過去8年間の中で最も国内旅行者が多かった平成29（2017）年の消費額は4兆7千億円で、平成26（2014）年、27（2015）年よりも低い値となっている。近隣地域からの来訪が多いため、宿泊比率が低いこと等が、消費額が上がらない理由の一つとして考えられる。

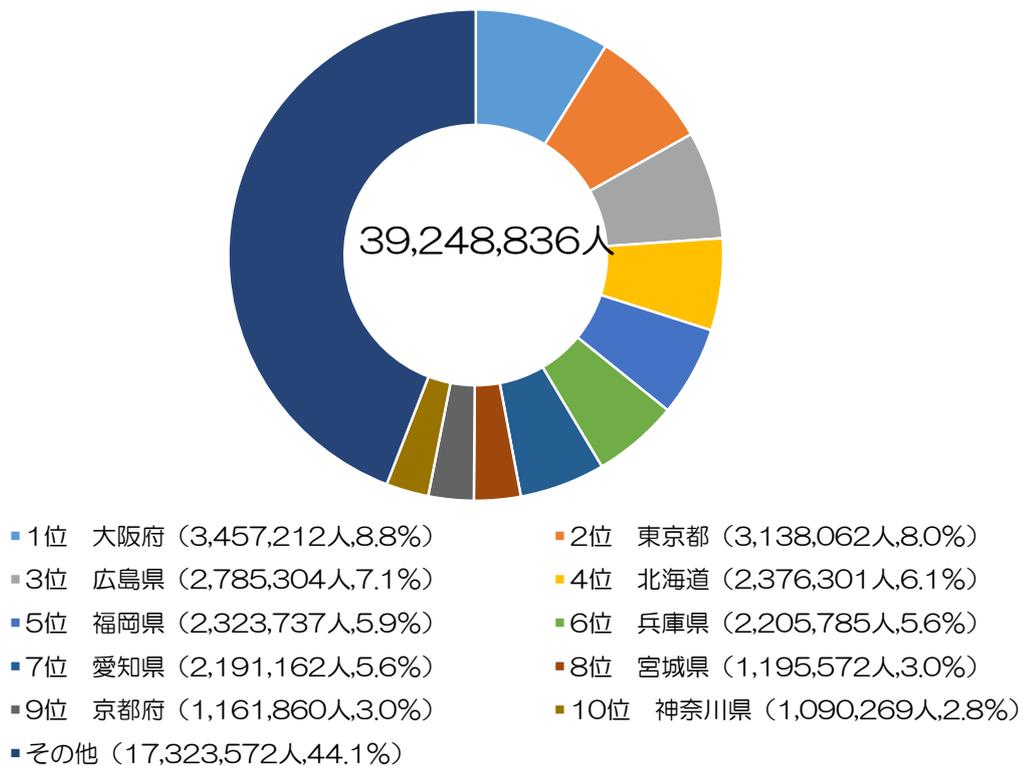


出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」
(2010年～2017年)

② 訪都日本人旅行者（宿泊者）の居住地

訪都日本人旅行者（宿泊者）の居住地を見ると、大阪府と東京都が300万人を超えて1位、2位を占めている。東京は首都として経済及び文化の中心的な役割を果たしていることもあり、全国各地から多く旅行者は宿泊している。地理的に隣接している近隣の県在住者の宿泊者は少ない傾向にあり、近隣の県では10位に神奈川県がランクインしているのみである。

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合（2017年）



出典：RESAS（2017年データ）

データ提供元：観光予報プラットフォーム推進協議会

「観光予報プラットフォーム」

※地域経済分析システム（RESAS）とは、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムである。地方創生の様々な取り組みを情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）が提供している（出典：RESAS）。

(2) 訪都外国人旅行者の動向

① 訪都外国人旅行者数と消費額の推移

緩やかな増加である訪都日本人旅行者とは対照的に、訪都外国人旅行者はここ8年で急速に増加している。東京都は訪都外国人旅行者数を平成32（2020）年に2,500万人、平成36（2024）年に3,000万人という目標を立てており（PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン2018）、今後益々の増加が予想される。一方、消費額においては、訪都日本人旅行者に比べて1人当たりの単価が大きく、平成28（2016）年は前年を下回る結果となったものの、訪都外国人旅行者数と同じく順調に増加している。

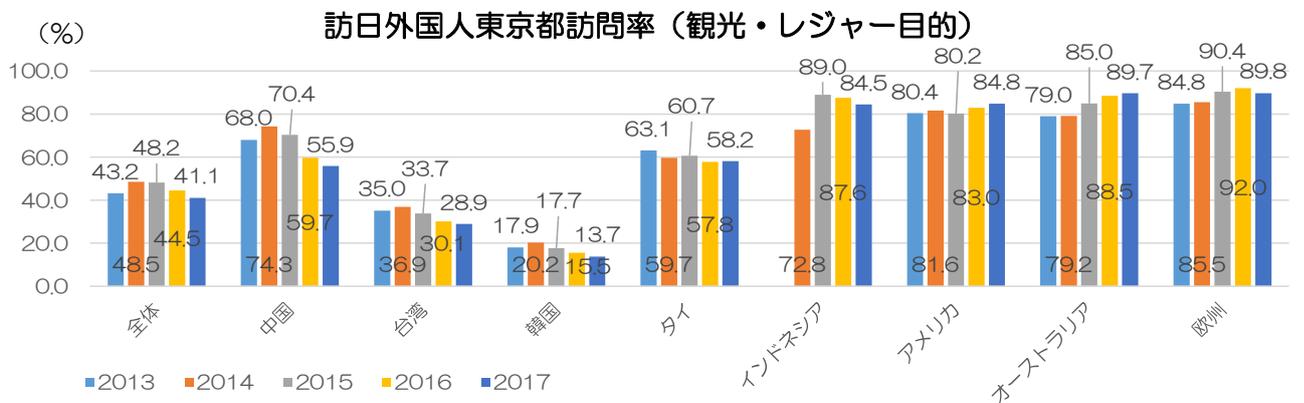


出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」
(2010年～2017年)

② 訪日外国人旅行者の東京都訪問率

訪日外国人旅行者の観光・レジャー目的での東京都への訪問率を見ると、欧米豪地域では訪問率が増加傾向にあり、9割近い値となっている。これは欧米豪地域から日本を訪れた約9割が東京都を訪れているということであり、滞在時間が長く、消費額が比較的多いこれらの国・地域からの来訪者の経済効果は大きい。近年、来日者数が著しく増加しているインドネシアにおいても、東京都への訪問率は高い。

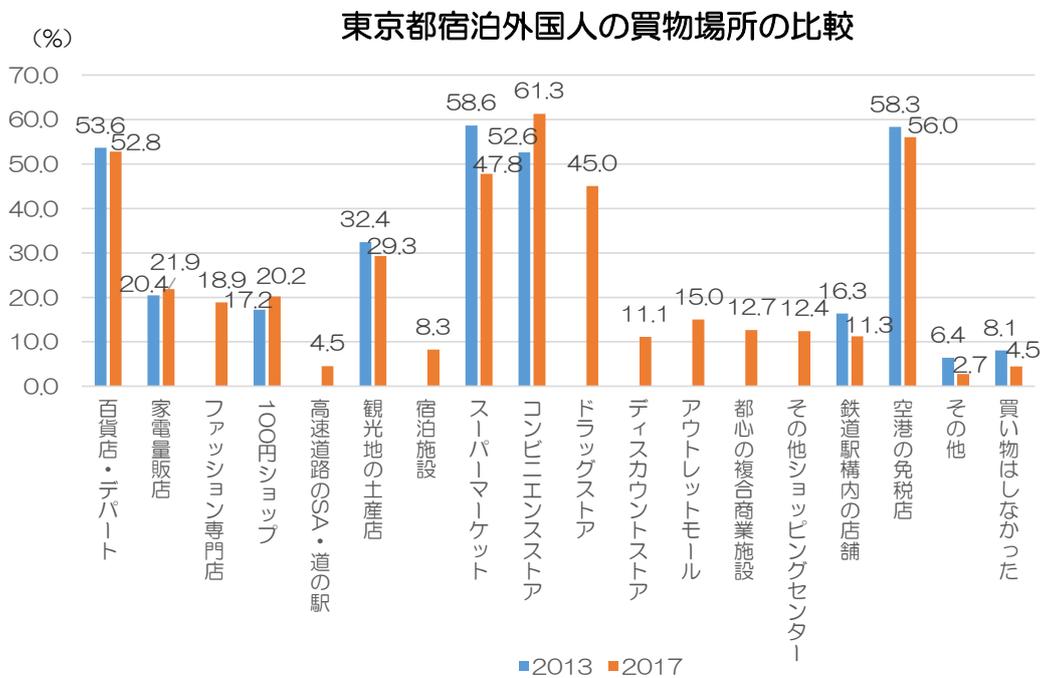
一方で、中国や台湾、韓国といったアジア諸国においては、団体旅行から個人旅行へのシフトし、地方都市への分散化が進んでいることもあり、東京都への訪問率は減少傾向にある。しかしながら、東京都に最も多く訪れているのはこれらアジア諸国の人々であり、アジア諸国の動向には今後も注目が必要である。



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2013年～2017年）

③ 訪都外国人旅行者の東京都内での行動

都内には商業施設が多数存在し、前述の訪日外国人旅行者の行動で記したように、多くの訪都外国人旅行者が日本でショッピングを楽しんでいる。都内での買い物場所を平成25年と平成29（2017）年で比較すると、平成25（2013）年においてはスーパーマーケットが58.6%で最も多かったが、平成29（2017）年ではスーパーマーケットは減少し、コンビニエンスストアが61.3%で最も多い買い物場所となっている。また、観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によると、訪都外国人旅行者の45.0%がドラッグストアを訪れている。このドラッグストアやアウトレットモール、ディスカウントストア等は平成25（2013）年には調査の選択肢中になかったものであり、訪都外国人旅行者が買い物をする場所が多様化していることが伺える。

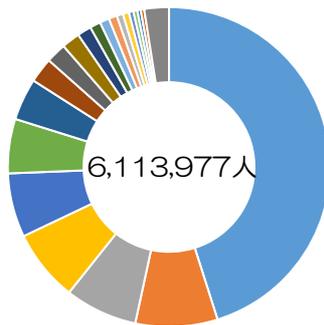


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2013年、2017年）

④ 訪都外国人旅行者の周遊状況

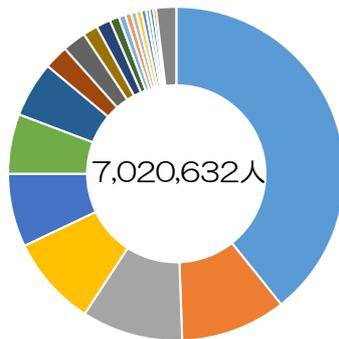
観光・レジャー目的の訪都外国人旅行者の直前、直後の滞在地域を見ると、どちらも東京都が半数以上を占めており、都内での移動が最も多いことがわかる。2位は京都府となっており、特に、東京都訪問後に京都へ行く人の割合が高い。3位神奈川県、4位千葉県と近隣地域間の移動も多い。ゴールデンルートの周遊が上位を占めるが、20位以内には遠方の地域も多くランクインしており、多くの訪日外国人が東京都を起点として、日本国内を周遊していると考えられる。

指定地域の滞在直前に滞在した地域



- | | |
|-----------------------------|---------------------------|
| ■ 1位 東京都 (2,759,119人,45.1%) | ■ 2位 京都府 (503,810人,8.2%) |
| ■ 3位 神奈川県 (444,961人,7.3%) | ■ 4位 千葉県 (442,838人,7.2%) |
| ■ 5位 大阪府 (395,934人,6.5%) | ■ 6位 静岡県 (335,966人,5.5%) |
| ■ 7位 山梨県 (258,929人,4.2%) | ■ 8位 長野県 (154,273人,2.5%) |
| ■ 9位 北海道 (124,011人,2.0%) | ■ 10位 愛知県 (112,290人,1.8%) |
| ■ 11位 奈良県 (86,037人,1.4%) | ■ 12位 栃木県 (65,653人,1.1%) |
| ■ 13位 広島県 (58,267人,1.0%) | ■ 14位 岐阜県 (51,091人,0.8%) |
| ■ 15位 石川県 (38,073人,0.6%) | ■ 16位 埼玉県 (37,681人,0.6%) |
| ■ 17位 兵庫県 (28,149人,0.5%) | ■ 18位 新潟県 (23,770人,0.4%) |
| ■ 19位 沖縄県 (21,202人,0.3%) | ■ 20位 福岡県 (21,182人,0.3%) |
| ■ その他 (150,741人,2.5%) | |

指定地域の滞在直後に滞在した地域



- | | |
|-----------------------------|---------------------------|
| ■ 1位 東京都 (2,759,119人,39.3%) | ■ 2位 京都府 (711,724人,10.1%) |
| ■ 3位 神奈川県 (683,002人,9.7%) | ■ 4位 千葉県 (614,040人,8.7%) |
| ■ 5位 大阪府 (497,605人,7.1%) | ■ 6位 静岡県 (406,690人,5.8%) |
| ■ 7位 山梨県 (376,554人,5.4%) | ■ 8位 愛知県 (163,391人,2.3%) |
| ■ 9位 長野県 (159,004人,2.3%) | ■ 10位 北海道 (99,700人,1.4%) |
| ■ 11位 栃木県 (96,334人,1.4%) | ■ 12位 岐阜県 (63,088人,0.9%) |
| ■ 13位 広島県 (45,131人,0.6%) | ■ 14位 奈良県 (39,456人,0.6%) |
| ■ 15位 埼玉県 (36,447人,0.5%) | ■ 16位 石川県 (34,039人,0.5%) |
| ■ 17位 新潟県 (32,059人,0.5%) | ■ 18位 宮城県 (24,356人,0.3%) |
| ■ 19位 兵庫県 (23,671人,0.3%) | ■ 20位 群馬県 (19,347人,0.3%) |
| ■ その他 (135,875人,1.9%) | |

出典：RESAS（2017年データ）

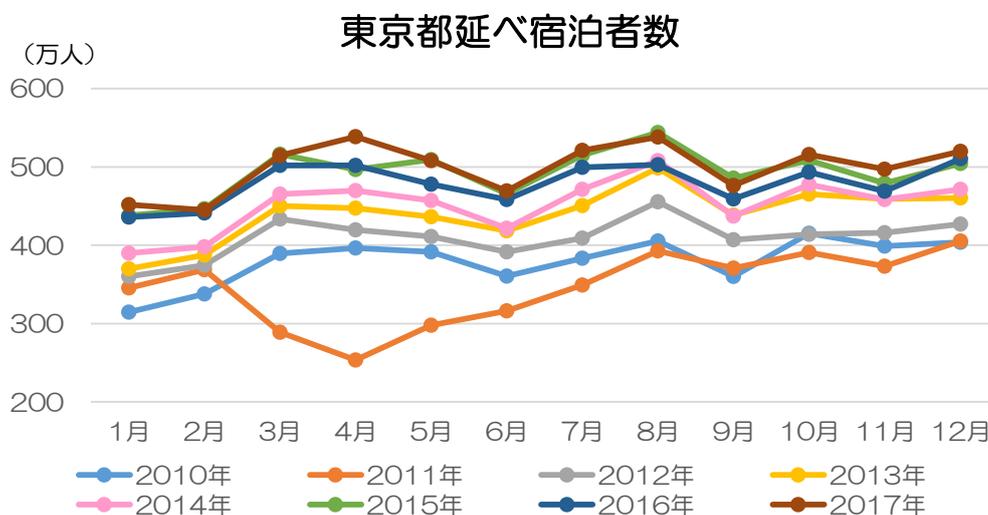
データ提供元：国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」

(3) 東京都内宿泊施設の状況

① 都内宿泊者数の推移

増加する訪都外国人旅行者の影響もあり、都内の宿泊施設には連日多くの方が宿泊しており、宿泊費の高騰や都内に宿泊することができないといった問題も生じている。

都内の宿泊者数の月別推移を見ると、東日本大震災の影響もあり、平成23(2011)年4月は大きく落ち込んでいるものの、宿泊者数は年々増加しており、平成29(2017)年では1年間で約6千万人泊となっている。4月・8月・12月が多くなっているが、月による大きな差はなく、どの季節であっても多くの方が宿泊している。



(万人)

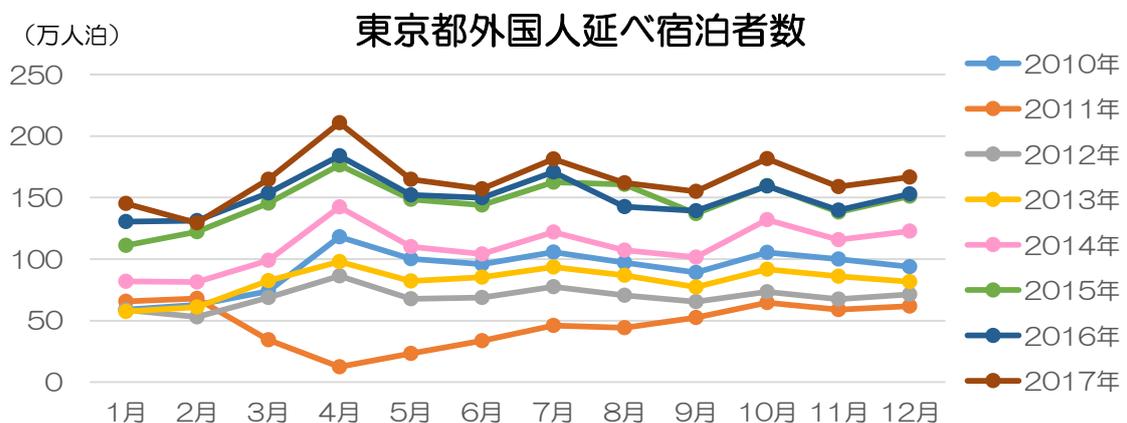
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2010年	314.5	338.0	389.5	396.4	391.4	360.5	383.5	405.5	360.4	415.0	398.8	403.9
2011年	345.5	368.9	288.8	253.4	298.0	316.3	349.3	392.6	370.9	390.7	373.2	405.3
2012年	360.3	374.4	433.4	419.8	411.1	391.7	409.0	455.4	407.2	413.9	416.0	426.9
2013年	369.9	387.3	450.0	447.4	436.4	418.6	450.8	498.8	438.2	465.3	459.2	460.5
2014年	390.1	398.2	465.3	469.6	457.0	421.7	471.2	508.1	437.4	477.5	458.4	471.4
2015年	437.9	446.6	516.3	496.7	509.1	465.6	514.9	544.0	485.5	508.6	479.1	504.5
2016年	435.9	441.2	501.9	501.9	477.8	458.4	499.4	502.9	459.2	493.4	469.0	510.3
2017年	451.8	444.8	514.5	538.5	508.2	469.3	520.9	538.3	476.1	515.9	496.9	519.8

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」(2010年~2017年)

② 訪都外国人旅行者の東京都内宿泊

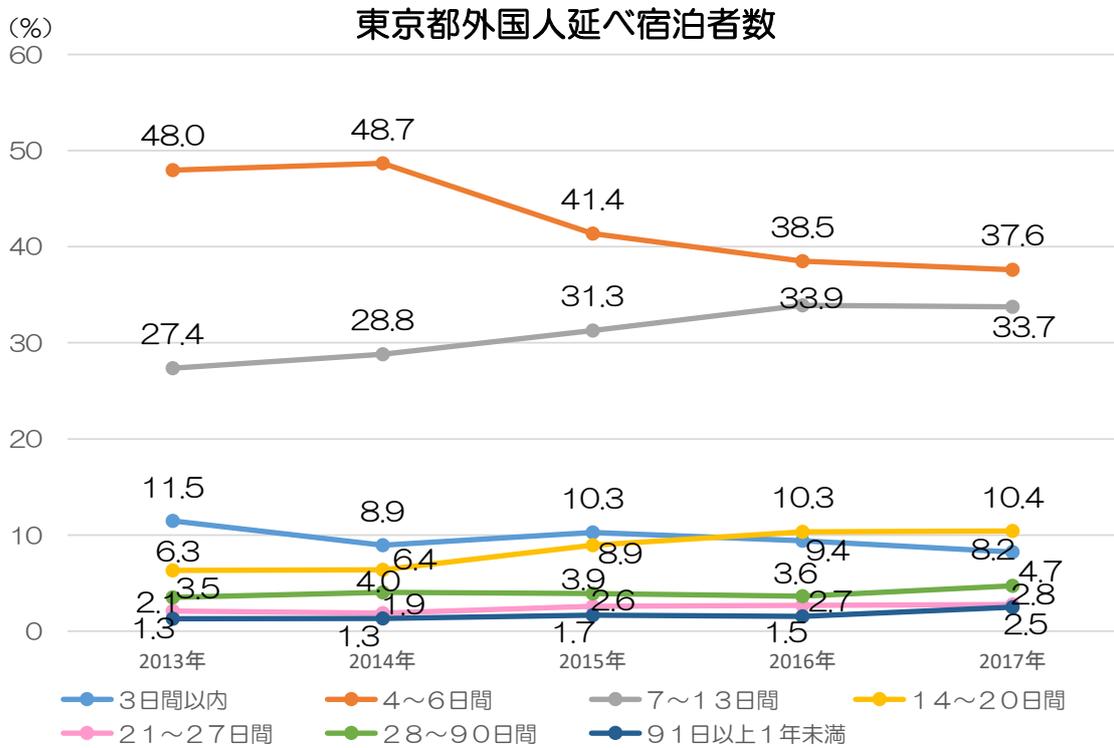
訪都外国人旅行者の宿泊も年々増加しており、平成29（2017）年では延べ人数で約2千万人泊となっている。訪都外国人旅行者の宿泊は4月が最も多く、平成29（2017）年では4月だけで210万人泊という結果となっている。訪都外国人旅行者の日本滞在日数は4～6日間が最も多く、7～13日間という中期滞在も増加傾向にあり、今後益々の延べ宿泊者数の増加が予想される。

訪都外国人旅行者の都内宿泊施設の種類について平成25（2013）年と平成29（2017）年と比較すると、ホテルが最も多いのは変化がないが、宿泊施設の種類が多様化し、ユースホステル・ゲストハウスや有償での住宅宿泊（民泊）の利用も見られる。また、日本文化体験も兼ねてか、和室を中心とした旅館の宿泊も増加している。

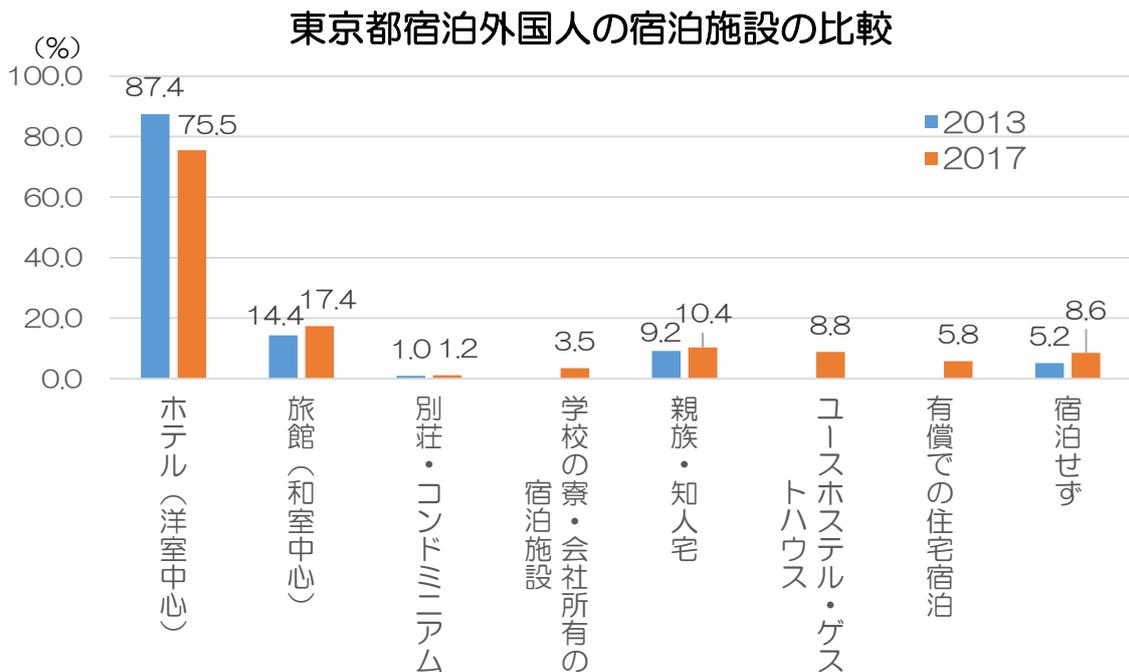


	(万人泊)											
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2010年	59.0	62.9	74.0	118.0	100.3	95.8	105.6	97.1	89.1	105.4	100.0	93.7
2011年	65.6	68.1	34.4	12.4	23.3	33.5	46.1	44.2	52.5	64.5	59.0	61.7
2012年	58.8	53.0	68.7	86.3	67.8	68.8	77.5	70.4	65.5	73.4	67.6	71.4
2013年	57.3	61.0	82.4	98.0	82.2	85.2	93.6	86.7	77.3	91.7	86.1	81.6
2014年	81.9	81.3	98.9	142.3	110.1	104.0	121.8	107.2	101.6	132.0	115.8	122.6
2015年	111.0	122.1	145.4	176.5	148.5	143.8	162.4	160.6	136.9	159.7	138.2	151.1
2016年	130.5	131.3	153.8	183.8	152.3	149.9	170.7	142.6	139.2	159.3	139.7	153.0
2017年	145.2	129.5	164.8	210.7	164.8	157.0	181.2	162.0	155.1	181.6	158.9	166.7

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2010年～2017年）



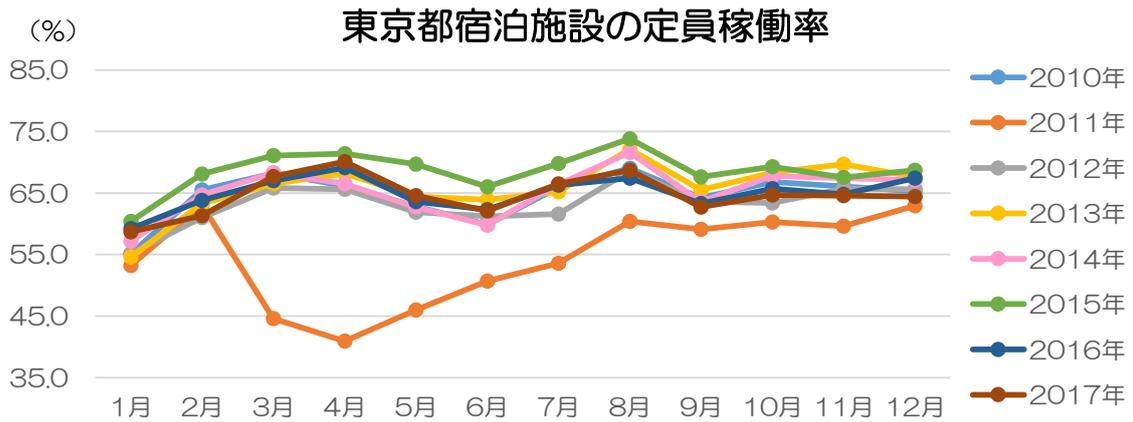
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2013年～2017年）



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2013年、2017年）

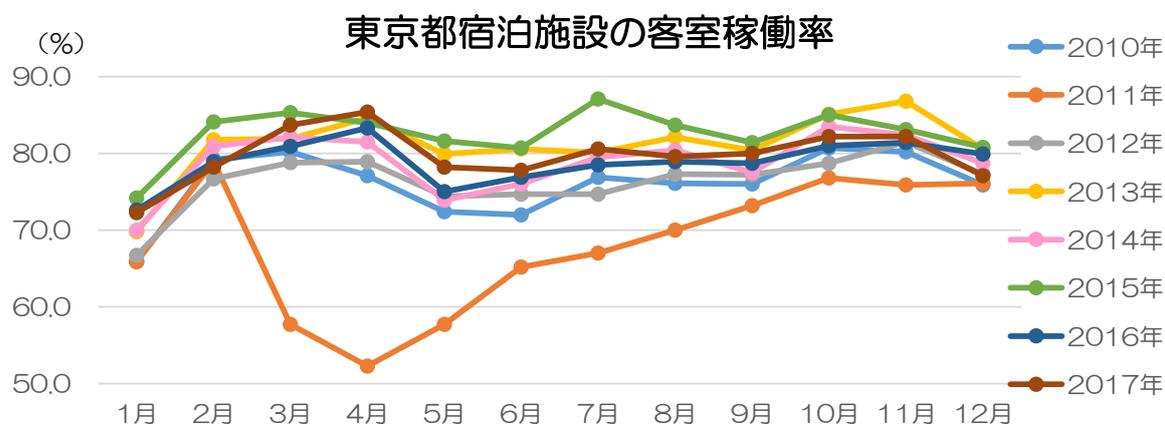
③ 東京都内宿泊施設の稼働率

都内で多くの方が宿泊していることを前述したが、実際に都内宿泊施設の定員稼働率および客室稼働率を見てみると、震災のあった平成23（2011）年以外の都市に関しては大きな変化は見られず、定員稼働率においては65%前後、客室稼働率においては80%前後で推移している。



	(%)											
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2010年	55.1	65.5	68.2	66.2	62.8	59.9	65.9	69.0	64.2	66.8	66.1	65.3
2011年	53.2	63.1	44.6	40.9	46.0	50.7	53.6	60.4	59.1	60.3	59.6	62.9
2012年	55.2	61.0	65.8	65.6	61.9	61.2	61.6	68.6	63.6	63.4	65.7	65.6
2013年	54.6	63.3	66.5	68.2	64.4	63.9	65.2	72.1	65.5	68.3	69.7	67.6
2014年	57.2	64.7	68.3	66.5	62.7	59.8	66.4	71.6	63.6	67.8	67.4	67.1
2015年	60.4	68.1	71.1	71.4	69.7	66.0	69.8	73.8	67.6	69.3	67.5	68.7
2016年	59.2	63.8	67.0	69.1	63.6	62.3	66.3	67.4	63.3	65.7	64.8	67.4
2017年	58.7	61.3	67.7	70.1	64.6	62.1	66.5	68.7	62.7	64.7	64.6	64.4

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2010年～2017年）



	(%)											
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2010年	65.9	79.2	80.2	77.1	72.4	72.0	76.9	76.1	76.0	80.7	80.2	75.9
2011年	65.9	78.9	57.7	52.3	57.7	65.2	67.0	70.0	73.2	76.8	75.9	76.1
2012年	66.7	76.7	78.8	78.9	74.4	74.7	74.7	77.3	77.2	78.7	81.5	77.3
2013年	69.8	81.8	81.9	84.6	79.9	80.6	80.1	82.1	80.4	85.1	86.8	80.6
2014年	70.0	80.9	82.1	81.5	73.9	76.0	79.5	80.4	77.5	83.5	82.4	78.7
2015年	74.2	84.1	85.3	84.0	81.6	80.7	87.1	83.7	81.4	85.0	83.1	80.8
2016年	72.6	78.9	80.9	83.3	75.0	76.9	78.5	78.9	78.7	81.0	81.4	79.9
2017年	72.3	78.2	83.7	85.4	78.2	77.8	80.6	79.6	80.0	82.2	82.2	77.1

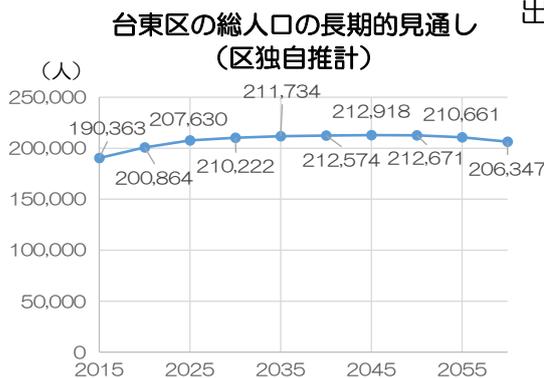
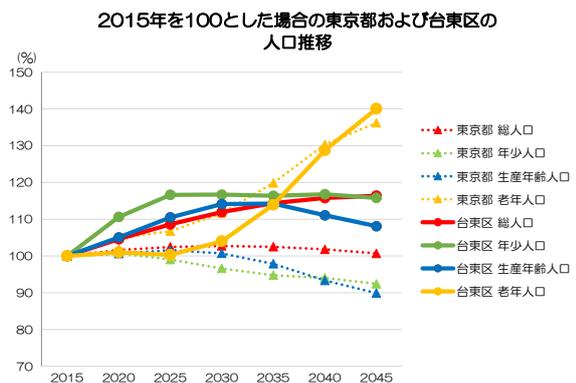
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2010年～2017年）

3 観光需要に関する社会的変化

(1) 日本における人口減少と交流人口の増加

日本は少子高齢化による人口減少社会にあり、約30年後の2053年には1億人を割ると予想されており、多くの地域で人口減少による地域経済の疲弊が懸念されている。

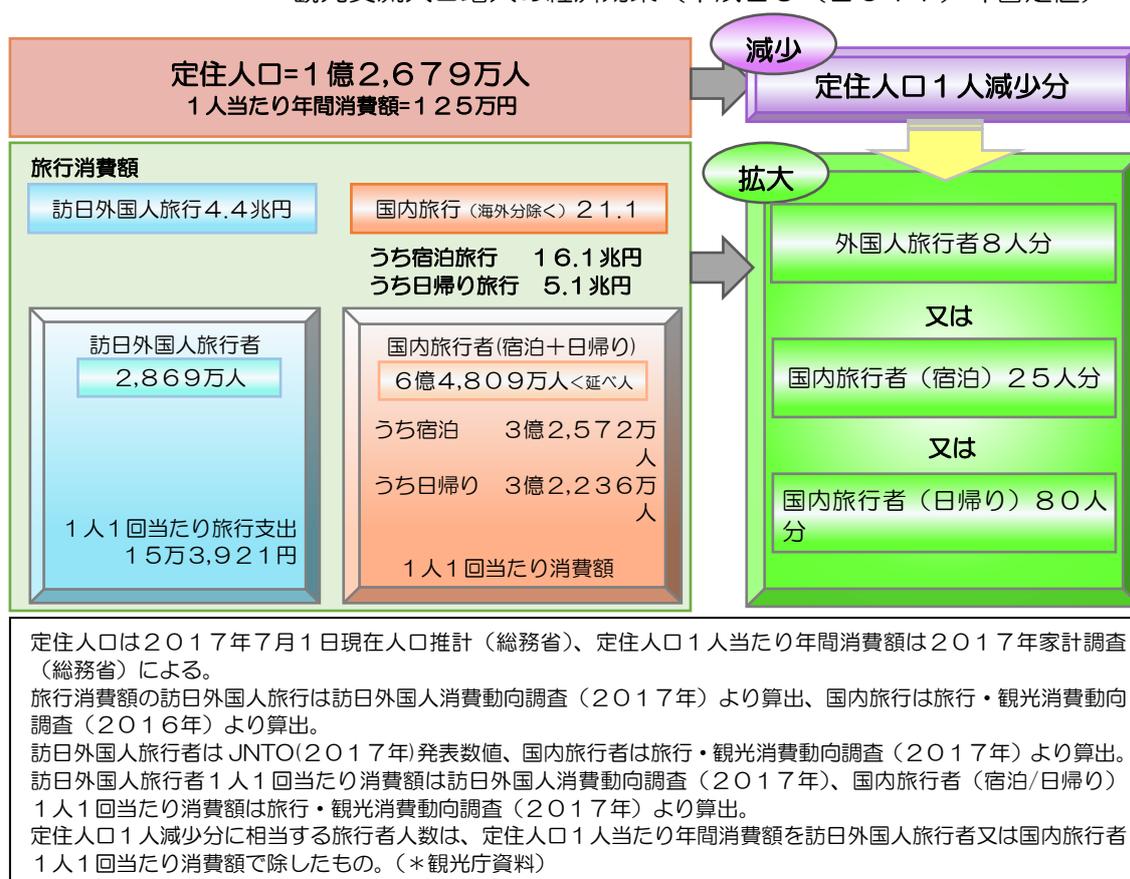
人口過密地域である東京都においては、他地域のような著しい人口減少は見られないが、年少人口や生産年齢人口が減少し、老年人口が急激に増加していくことが予想されている。台東区では東京都全体よりも減少の仕方が緩やかであるが、20年後以降、生産年齢人口は徐々に減少していくと考えられる。台東区独自の人口推計によると、約40年後の平成72（2060）年においても依然として20万人以上を保っているものの、平成57（2045）年の21.3万人をピークに緩やかに減少していくことが予想されている。



出典：【左上】総務省統計局
「日本の統計2018」
【上】国立社会保障・人口問題研究所
「日本の地域別将来推計人口」
(2018年推計)
【左】台東区「台東区人口ビジョン・
総合戦略」独自推計
(2016年)

このように、人口減少社会を迎えた我が国においては、交流人口の拡大や、急速な成長を遂げるアジアをはじめとした世界の需要を取り込むことにより、経済が力強い成長を遂げると期待されている。観光産業は地域経済への波及効果が大きく、政府の新成長戦略の中においても観光振興が重要課題と位置づけられているように、台東区においても交流人口の拡大による地域経済の活性化が大変重要であるといえる。

観光交流人口増大の経済効果（平成29（2017）年暫定値）



出典：観光庁

（2）国内観光における競争の激化

このような中、これまで観光による交流人口の拡大にあまり熱心に取り組んでこなかった地域においても本格的に観光振興に取り組む自治体が増えてきている。今後、我が国の人口減少もあいまって、限られた観光需要の地域間競争が激化することが予想される。

(3) 観光需要に関する価値観の多様化

高度情報化社会の進行により、旅行者のニーズも多様化している。エコツーリズムやグリーンツーリズム、工場夜景見学等の産業観光、アニメの舞台となった地を訪れる旅行、ファッションやスポーツと連携した観光等、いわゆるニューツーリズムが近年大変注目されており、全国各地で着地型観光に取り組む地域が増大している。

(4) 物見遊山型の旅からテーマ型の旅へ

特に旅行形態に関しては、かつては旅行会社主催の大型観光バスによる、一度の観光旅行でできるだけ多くの観光地を足早に見て回る物見遊山的な観光が主流であった。これは日本人の勤勉さから、一度の観光旅行でできるだけ多くの観光地を見て回りたいという消費者のニーズが働いたものと考えられる。

しかしながら、近年では価値観の多様化により、1カ所に滞在し、自らの知的好奇心を満足させるようなテーマ性の強い観光旅行が求められるようになってきている。

	これまでの観光	これからの観光
旅の形	非日常型	生活体験型
旅の目的	名所・旧跡、温泉、物見遊山型	テーマ性の強い旅
旅の形態	団体旅行	個人旅行
地域との関係	観光地が地域と乖離、囲い込み	地域の生活エリアでの交流
旅の経済性	一点豪華型	リーズナブルなDIY型
集客	エージェントに依存	地域が自ら情報発信・集客

(5) 団体旅行から個人旅行へ

かつては旅行会社主催の団体旅行が主体だったが、インターネット上で交通や宿泊等の予約手配が容易になったことや、インターネット系の旅行会社の台頭により個人向けの旅行商品が充実化され、さらには旅行者の価値観の多様化も相まって個人旅行にシフトしてきている。平成30(2018)年度版の観光の実態と志向(日本観光振興協会発行)によると、国内の宿泊日本人旅行者においては約8割が個人旅行となっている。個人旅行化は日本人旅行者だけでなく、訪日外国人旅行者でも増加しており、「FIT(Foreign Independent Tour)」化が進んでいる。