

## (付録) III

### 国内インバウンドにおける訪日外国人の旅行消費動向

安部 雅人

(公益財団法人東北活性化研究センター)

#### 第1節 はじめに

観光庁の報告によると<sup>1</sup>、2016年の訪日外国人全体の旅行消費額は、3兆7,476億円となり、2015年(3兆4,771億円)と比べて7.8%増加している。

また、国内インバウンドにおける訪日外国人の国籍・地域別にみる旅行消費額をみると<sup>2</sup>、中国が1兆4,754億円(全体構成比率39.4%)と最も大きく<sup>3</sup>、次いで、台湾5,245億円(同14.0%)<sup>4</sup>、韓国3,577億円(同9.5%)<sup>5</sup>、香港2,947億円(同7.9%)<sup>6</sup>、米国2,130億円(同5.7%)の順となっている<sup>7</sup>。

このように、国内インバウンドにおける訪日外国人の国籍・地域別にみる旅行消費額については、上位5カ国により全体の76.5%を占めている<sup>8</sup>。

さらに、2016年の訪日外国人全体の旅行消費額の支出費目別内訳をみると、「購入費(買物)」(同38.1%)が最大であり、次いで、「宿泊費」(同27.1%)、「飲食費」(同20.2%)、「交通費」(同11.4%)、「娯楽・サービス費」(同3.0%)の順となっている<sup>9</sup>。

よって、本章では、国内インバウンドにおける訪日外国人の旅行支出および消費額の状況について着目すると共に、訪日外国人による東北地方6県(以下、「東北」という。)への訪問経験者(以下、「東北訪問経験者」という。)の傾向として<sup>10</sup>、訪日回数・次回訪問希望先・収入層(年収)構成比較等について分析し検証するものである<sup>11</sup>。

---

※ 筆者の許可なしの対外言及・引用は、お控え願います。本稿の全文または一部を引用・転載・複製する際には、必ず出所元を明記願います。

1 (観光庁 2017b) 参照。

2 「国籍・地域」については、本来、「国籍」とは、個人と特定の国家を法的に結びつける絆である。当然ながら、訪日外国人の場合、我が国に入国する際、国際パスポートの提示および必要に応じて査証の所得が求められるが、我が国において、国際法上、「国家」とは認められていない「台湾」若しくは、「一国二制度」に基づき独自のパスポートを所持している「香港」、「澳門」からの訪日外国人については、「国籍」ではなく、「地域」として認識し、計上している。

3 (観光庁 2017b) 参照。

4 (観光庁 2017b) 参照。

5 (観光庁 2017b) 参照。

6 (観光庁 2017b) 参照。

7 (観光庁 2017b) 参照。

8 (観光庁 2017b) 参照。訪日外国人における「娯楽・サービス費」の旅行消費額が少ないことから、その改善策として、統合型リゾート(IR)の導入と国内カジノを合法化することにより、訪日外国人における「娯楽・サービス費」の旅行消費額を増加させようとしている。

9 (観光庁 2017b) 参照。

10 本章における分析および検証については、東北地方6県を対象としており、新潟県については、含まれていない。

11 (観光庁 2017b) 参照。「旅行中支出」とは、日本滞在中の支出のことであり、「宿泊費」、「飲食費」、「交通費」、「娯楽・サービス費」、「買物費」等、日本滞在中に支払ったすべての旅行

## 第2節 国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出

### (1) (アジア地域)訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出

(アジア地域)訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出については、表1のとおりとなる(別頁参照)。

韓国からの訪日外国人については、平均宿泊数が4.5泊と非常に短く、宿泊数(1泊)当たりの支出額が15,617円となっており、東アジア地域の中では一番低い数値を示している。

韓国における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、70,280円であり、アジア地域の中では一番低い数値を示している。その内訳をみると「宿泊費」が22,090円(同31.43%)、「飲食費」が17,847円(同25.39%)、「購入費(買物)」が19,562円(同27.83%)となっている。「飲食費」の全体構成比率に占める割合がアジア地域を含め全体の中でも最も高い。つまり、短期間の滞在で日本での飲食を楽しむ傾向にあることが判る。

台湾からの訪日外国人については、平均宿泊数が7.4泊と1週間程度の滞在であり、宿泊数(1泊)当たりの支出額が17,007円となっており、東アジア地域の中では二番目に低い数値を示している。

台湾における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、125,854円となりアジア地域の中では二番目に低い数値を示している。その内訳をみると「宿泊費」が33,634円(同26.73%)、「飲食費」が26,611円(同21.14%)、「購入費(買物)」が47,122円(同37.44%)となっている。「購入費(買物)」の全体構成比率に占める割合が最も高い。つまり、1週間程度の滞在で日本での買物を楽しむ傾向にあることが判る。

香港からの訪日外国人については、平均宿泊数が6.3泊と1週間程度の滞在であるものの、宿泊数(1泊)当たりの支出額が25,433円となっており、アジア地域の中では最も高い数値を示している。

香港における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、160,229円となりアジア地域の中では、中国に次いで二番目に高い数値を示している。その内訳をみると「宿泊費」が41,501円(同25.90%)、「飲食費」が34,570円(同21.58%)、「購入費(買物)」が62,389円(同38.94%)となっており、「購入費(買物)」の全体構成比率に占める割合が最も高い。つまり、1週間程度の滞在で日本での買物を楽しむ傾向にあることが判る。

中国からの訪日外国人については、平均宿泊数が11.8泊となり東アジア地域の中では最も長く、宿泊数(1泊)当たりの支出額が19,618円となっている。

中国における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、231,504円となりアジア地域の中では、最も高い数値を示している。その内訳をみると「宿泊費」が44,126円(同19.06%)、「飲食費」が38,943円(同16.82%)、「購入費(買物)」が122,895円(同53.09%)となっており、「購入費(買物)」の全体構成比率に占める割合が最も高い。つまり、中国からの訪日外国人については、「爆買い」と呼ばれる状況が継続しており、日本滞在中は、買物を楽しむ傾向にあることが判る。それに対して、「交通費」が19,917円(同8.60%)および「娯楽・サービス費」が5,014円(同2.17%)と非常に低い。これは、国内での移動が少なく、「国内での体験」や「娯楽」を楽しむことが少ない傾向にあることを示している。

---

消費支出のことである。それに、パッケージツアー参加費の内、日本国内に支払われる支出分(宿泊/交通/飲食/娯楽サービス)を加えたものを「旅行支出」としている。

表1 国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出

国籍・地域	名目GDP (100万ドル)	一人当たり 名目GDP (米ドル)	国民総所得 ・名目GNI (100万ドル)	一人当たり 国民総所得 ・名目GNI (米ドル)	国別人口 (2015) (千人)	訪日人数/ 国別人口(%)	訪日人数(2016) (※2回目以降の 訪日も含む)	訪日人数 (2016)における 全体構成比率 (%)	訪日外国人1人当たり費目別旅行支出												平均宿泊 数(泊)	宿泊数(1泊)当 たりの支出額	
									総額(合計)	宿泊費	全体構成 比率(%)	飲食費	全体構成 比率(%)	交通費	全体構成 比率(%)	娯楽・サー ビス費	全体構成 比率(%)	購入費(買 物)	全体構成 比率(%)	その他			全体構成 比率(%)
全国籍・地域	74,196,404	10,098	74,418,248	10,128	7,383,009千人	0.33%	24,039,700人	100.00%	155,896円	42,182円	27.06%	31,508円	20.21%	17,838円	11.44%	4,725円	3.03%	59,323円	38.05%	320円	0.21%	10.1	15,435円
韓国	1,377,873	27,397	1,384,259	27,524	50,594千人	10.06%	5,090,302人	21.18%	70,280円	22,090円	31.43%	17,847円	25.39%	7,505円	10.68%	3,042円	4.33%	19,562円	27.83%	234円	0.33%	4.5	15,617円
台湾	523,009	22,294	545,090	23,281	23,486千人	17.75%	4,167,512人	17.34%	125,854円	33,634円	26.73%	26,611円	21.14%	14,126円	11.22%	4,137円	3.29%	47,122円	37.44%	224円	0.18%	7.4	17,007円
香港	309,236	42,431	314,332	43,130	7,246千人	25.38%	1,839,193人	7.65%	160,229円	41,501円	25.90%	34,570円	21.58%	17,328円	10.82%	4,412円	2.75%	62,389円	38.94%	29円	0.02%	6.3	25,433円
中国	11,158,457	8,109	11,172,615	8,119	1,397,029千人	0.46%	6,373,564人	26.51%	231,504円	44,126円	19.06%	38,943円	16.82%	19,917円	8.60%	5,014円	2.17%	122,895円	53.09%	609円	0.26%	11.8	19,618円
タイ	395,168	5,815	375,320	5,523	68,658千人	1.31%	901,525人	3.75%	127,584円	34,532円	27.07%	25,858円	20.27%	16,529円	12.96%	4,821円	3.78%	45,414円	35.60%	430円	0.34%	9.9	12,887円
シンガポール	292,734	52,239	278,933	49,776	5,535千人	6.54%	361,807人	1.51%	163,211円	58,462円	35.82%	34,903円	21.39%	24,891円	15.25%	3,242円	1.99%	40,428円	24.77%	1,285円	0.79%	8	20,401円
マレーシア	296,284	9,768	287,975	9,494	30,723千人	1.28%	394,268人	1.64%	132,353円	41,047円	31.01%	27,753円	20.97%	19,799円	14.96%	3,671円	2.77%	40,023円	30.24%	60円	0.05%	11.7	11,312円
インドネシア	861,934	3,346	833,086	3,234	258,162千人	0.11%	271,014人	1.13%	136,618円	47,117円	34.49%	22,586円	16.53%	27,171円	19.89%	5,051円	3.70%	34,665円	25.37%	28円	0.02%	15	9,107円
フィリピン	292,449	2,904	353,756	3,513	101,716千人	0.34%	347,861人	1.45%	112,227円	33,192円	29.58%	26,505円	23.62%	13,419円	11.96%	4,959円	4.42%	34,093円	30.38%	59円	0.05%	28.3	3,965円
ベトナム	193,241	2,068	183,321	1,962	93,572千人	0.25%	233,763人	0.97%	186,137円	49,314円	26.49%	54,182円	29.11%	19,556円	10.51%	4,125円	2.22%	58,883円	31.63%	77円	0.04%	35.4	5,258円
インド	2,116,239	1,614	2,091,713	1,595	1,309,054千人	0.01%	122,939人	0.51%	144,275円	61,354円	42.53%	27,379円	18.98%	19,713円	13.66%	2,784円	1.93%	32,971円	22.85%	74円	0.05%	22.8	6,327円
アジア地域 平均値	1,619,693	16,180	1,620,036	16,104	304,161千人	0.60%	1,827,613人	-	144,570円	42,397円	29.33%	30,648円	21.20%	18,177円	12.57%	4,114円	2.85%	48,949円	33.86%	282円	0.20%	14	10,326円
英国	2,858,003	44,162	2,801,660	43,292	65,397千人	0.45%	292,458人	1.22%	181,794円	80,131円	44.08%	41,220円	22.67%	30,011円	16.51%	6,408円	3.53%	24,000円	13.20%	24円	0.01%	12.6	14,428円
ドイツ	3,363,600	41,686	3,436,814	42,594	81,708千人	0.22%	183,288人	0.76%	171,009円	78,849円	46.11%	36,899円	21.58%	29,715円	17.38%	5,068円	2.96%	20,350円	11.90%	128円	0.08%	14	12,214円
フランス	2,418,946	36,304	2,458,229	36,894	64,457千人	0.39%	253,449人	1.05%	189,006円	75,462円	39.93%	40,799円	21.59%	34,590円	18.30%	7,830円	4.14%	30,299円	16.03%	26円	0.01%	16	11,812円
イタリア	1,821,580	30,462	1,812,621	30,313	59,504千人	0.20%	119,251人	0.50%	198,000円	78,597円	39.70%	45,299円	22.88%	38,900円	19.65%	9,315円	4.71%	25,596円	12.93%	293円	0.15%	12.8	15,468円
スペイン	1,192,955	25,865	1,192,090	25,847	46,398千人	0.20%	91,849人	0.38%	224,073円	92,211円	41.15%	49,103円	21.91%	44,168円	19.71%	6,482円	2.89%	32,052円	14.30%	57円	0.03%	14	16,005円
ロシア	1,326,016	9,243	1,289,957	8,992	143,888千人	0.04%	54,839人	0.23%	190,875円	61,845円	32.40%	31,004円	16.24%	21,812円	11.43%	7,258円	3.80%	64,889円	34.00%	4,067円	2.13%	21.1	9,046円
米国	18,036,648	56,054	18,496,028	57,481	319,929千人	0.39%	1,242,719人	5.17%	171,418円	70,707円	41.25%	41,137円	24.00%	27,856円	16.25%	5,427円	3.17%	26,111円	15.23%	180円	0.11%	14.1	12,157円
カナダ	1,552,808	43,206	1,528,949	42,542	35,950千人	0.76%	273,213人	1.14%	154,977円	55,366円	35.73%	36,319円	23.44%	28,509円	18.40%	5,184円	3.35%	29,326円	18.92%	273円	0.18%	12.8	12,107円
オーストラリア	1,230,859	51,352	1,209,699	50,469	23,800千人	1.87%	445,332人	1.85%	246,867円	99,802円	40.43%	51,202円	20.74%	40,169円	16.27%	17,957円	7.27%	37,587円	15.23%	150円	0.06%	13.2	18,702円
英米欧豪地域 平均値	3,755,712	37,592	3,802,894	37,602	93,447千人	0.35%	328,488人	-	192,002円	76,996円	40.10%	41,442円	21.58%	32,858円	17.11%	7,881円	4.11%	32,245円	16.79%	577円	0.30%	14	13,714円
その他	22,578,365	-	22,371,801	-	3,196,203千人	0.03%	979,554人	4.08%	183,082円	67,698円	36.98%	41,889円	22.88%	29,633円	16.19%	6,505円	3.55%	37,333円	20.39%	24円	0.01%	18.9	9,686円

(注1) 2016年暦年確定値であるが、端数の関係により合計値に差異が生じる。また、国別人口については、国際連合の統計値(2015)(千人)を参照している。

(注2) GDP(Gross Domestic Product)=国内総生産。GNP(Gross National Product)=国民総生産 ※1993年にSNAの導入に伴い、GNPの概念はなくなり、同様の概念として“GNI(Gross National Income)=国民総所得”が新たに導入された。GDPは、国内で一定期間内に生産されたモノやサービスの付加価値の合計額である。国内であるため、日本企業が海外支店等で生産したモノやサービスの付加価値は含まない。一方GNPは、国内に限らず、日本企業の海外支店等の所得も含んでいる。なお、台湾の名目GNIについては、2014年のデータを使用している。

(注3) 「訪日外国人消費動向調査」については、観光庁が「トランジット、乗員、1年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人客」を調査対象者として、回答者の属性(国籍、性別、年齢等)、訪日目的、消費額等を把握するため四半期毎に実施している。

(出所) 観光庁(2017)、日本政府観光局(2017)、United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division(2017)、United Nations.http://data.un.org/ (January 29,2018)、National Statistics, Republic of China (Taiwan).https://eng.stat.gov.tw/ct.asp?xitem=37666&ctNode=2008&mp=5 (January 29,2018)等参照。

シンガポールからの訪日外国人については、平均宿泊数が8.0泊となり、宿泊数(1泊)当たりの支出額が20,401円となっている。

シンガポールにおける訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、163,211円となっている。その内訳をみると「宿泊費」が58,462円(同35.82%)、「飲食費」が34,903円(同21.39%)、「購入費(買物)」が40,428円(同24.77%)となっており、「宿泊費」の全体構成比率に占める割合が最も高い。「交通費」が24,891円(同15.25%)と他のアジア地域と比べて高いものの、「娯楽・サービス費」が3,242円(同1.99%)と非常に低い。これは、国内での移動が多いものの、「国内での体験」や「娯楽」を楽しむことが少ない傾向にあることを示している。

インドネシアからの訪日外国人については、シンガポールと同じ傾向をみせているものの、平均宿泊数が15.0泊となり、シンガポールより長く、宿泊数(1泊)当たりの支出額が9,107円と低くなっている。

インドネシアにおける訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、136,618円となっている。その内訳をみると「宿泊費」が47,117円(同34.49%)、「購入費(買物)」が34,665円(同25.37%)となっている。「宿泊費」の全体構成比率に占める割合が最も高いものの、ムスリムが多いことから飲食可能なものが限られているため「飲食費」が22,586円(同16.53%)となり、アジア地域の中では最も低い。しかしながら、「交通費」が27,171円(同19.89%)とアジア地域の中で最も高く、「娯楽・サービス費」も5,051円(同3.70%)とアジア地域の中で最も高い。これは、国内での移動が多く、「国内での体験」や「娯楽」を楽しむことに関心が高いことを示している。

マレーシアからの訪日外国人については、インドネシアやシンガポールと同じ傾向をみせている。平均宿泊数が11.7泊となり、シンガポールより長く、宿泊数(1泊)当たりの支出額が11,312円となっている。

マレーシアにおける訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、132,353円となっている。その内訳をみると「宿泊費」が41,047円(同31.01%)、「購入費(買物)」が40,023円(同30.24%)となっている。マレーシアは、インドネシアと同様にムスリムが多いものの「飲食費」が27,753円(同20.97%)とインドネシアと比べて多くなっている。しかしながら、「交通費」が19,799円(同14.96%)、「娯楽・サービス費」が3,671円(同2.77%)であり、インドネシアと比べて低くなっている。

フィリピン・ベトナム・インドからの訪日外国人については、平均宿泊数(泊)が非常に長い。フィリピンの平均宿泊数は28.3泊であり、フィリピンにおける訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、112,227円となっていることから宿泊数(1泊)当たりの支出額が3,965円と低くなっている。「購入費(買物)」が34,093円(同30.38%)となっており、全体構成比率に占める割合が最も高い。

ベトナムの平均宿泊数は35.4泊であり、アジア地域の中では最も長い。ベトナムにおける訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出総額(合計)は、186,137円となっていることから宿泊数(1泊)当たりの支出額が5,258円と低くなっている。「購入費(買物)」が58,883円(同31.63%)と他のアジア地域と同じく高く、「飲食費」も54,182円(同29.11%)となっており、金額的にも全体構成比率に占める割合についてもアジア地域の中で最も高い。ベトナムは、日本の食事について関心が高いことが判る。

インドの平均宿泊数は 22.8 泊であり、インドにおける訪日外国人 1 人当たりの費目別旅行支出総額(合計) は、144,275 円となっていることから宿泊数(1 泊)当たりの支出額が 6,327 円と低くなっている。「購入費(買物)」が 32,971 円(同 22.85%)となっており、アジア地域において全体構成比率に占める割合が最も低い。それに対して「宿泊費」は 61,354 円(同 42.53%)となり金額的にも全体構成比率に占める割合についてもアジア地域の中で最も高い。

## (2) (英米欧豪地域)訪日外国人 1 人当たりの費目別旅行支出

(英米欧豪地域)訪日外国人 1 人当たりの費目別旅行支出については、表 1 のとおりである(別頁参照)。

オーストラリアからの訪日外国人については、平均宿泊数が 13.2 泊となり、宿泊数(1 泊)当たりの支出額が 18,702 円となっている。また、オーストラリアにおける訪日外国人 1 人当たりの費目別旅行支出総額(合計) は、246,867 円となっている。英米欧豪の各地域の中では、一番高い。その内訳をみると「宿泊費」が 99,802 円(同 40.43%)、「飲食費」が 51,202 円(同 20.74%)、「交通費」が 40,169 円(同 16.27%)、「購入費(買物)」が 37,587 円(同 15.23%)、「娯楽・サービス費」が 17,957 円(同 7.27%)となっており、全体的にみても高い。これは、国内での宿泊や飲食については多めの支出をしながら、国内を移動し、ウィンタースポーツ等の体験や「娯楽」を楽しむことが多い傾向にあることを示している。

スペインからの訪日外国人については、平均宿泊数が 14.0 泊となり、宿泊数(1 泊)当たりの支出額が 16,005 円となっており、オーストラリアに次いで多い。また、スペインにおける訪日外国人 1 人当たりの費目別旅行支出総額(合計) は、224,073 円となっている。英米欧豪の各地域の中では、オーストラリアに次いで多い。その内訳をみると「宿泊費」が 92,211 円(同 41.15%)、「飲食費」が 49,103 円(同 21.91%)、「交通費」が 44,168 円(同 19.71%)、「購入費(買物)」が 32,052 円(同 14.30%)、「娯楽・サービス費」が 6,482 円(同 2.89%)となっている。これは、半月程度の滞在により<sup>12</sup>、国内での宿泊や飲食については、多めの支出をしながら国内を移動し、時間をかけて国内を観光する傾向にあることを示している。

ロシアからの訪日外国人については、平均宿泊数が 21.1 泊となり、宿泊数(1 泊)当たりの支出額が 9,046 円となっている。また、ロシアにおける訪日外国人 1 人当たりの費目別旅行支出総額(合計) は、190,875 円となっている。その内訳をみると「宿泊費」が 61,845 円(同 32.40%)、「飲食費」が 31,004 円(同 16.24%)、「交通費」が 21,812 円(同 11.43%)、「購入費(買物)」が 64,889 円(同 34.00%)、「娯楽・サービス費」が 7,258 円(同 3.80%)となっており、「購入費(買物)」が全体的にみても中国に次いで高いものの、「宿泊費」・「飲食費」・「交通費」については、英米欧豪の各地域の中では低い方である。

---

12 マイナビウーマン, <https://woman.mynavi.jp/article/140926-5/> (March 26, 2018) 参照。欧州では、長期有給休暇としてバカンス制度がある。EU 加盟 28 カ国の労働の最低基準を規定する労働時間指令では、加盟国の年次有給休暇について最低 20 日間を保障している。世界で有給休暇の長い国は、オーストリアとポルトガルで 35 日間、次いでドイツとスペインが 34 日間、フランスとイタリアが 31 日間、ベルギーが 30 日間となっている。これらの国々は、有給休暇が法律で保障されている。有給消化率もフランスが 89%でトップ、スペイン 77%、ドイツ 75%、ベルギー 74%であり、欧州の人々の約 70%が有給休暇を消費している。

これは、長期間の滞在により、国内での宿泊や飲食については、あまり支出をせず、国内をあまり移動しないで滞在地域を限定して日本滞在中は、買物を重点に楽しむ傾向であることが判る。

英米欧豪の各地域における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出の平均値とアジアの各地域における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出の平均値を比べてみると、英米欧豪の各地域の内訳については、「宿泊費」が76,996円(同40.10%)、「飲食費」が41,442円(同21.58%)、「交通費」が32,858円(同17.11%)、「購入費(買物)」が32,245円(同16.79%)、「娯楽・サービス費」が7,881円(同4.11%)となっている。

それに対してアジアの各地域における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出の平均値の内訳については、「宿泊費」が42,397円(同29.33%)、「飲食費」が30,648円(同21.20%)、「交通費」が18,177円(同12.57%)、「購入費(買物)」が48,949円(同33.86%)、「娯楽・サービス費」が4,114円(同2.85%)となっている<sup>13</sup>。

「飲食費」については、両者共に、全体構成比率が21%台と変わらないものの、英米欧豪の各地域における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出の平均値は、「宿泊費」・「飲食費」・「交通費」・「娯楽・サービス費」の項目において支出額および全体構成比率の点でアジアの各地域における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出の平均値よりも大きく上回っている。

しかしながら、「購入費(買物)」については、アジアの各地域における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出の平均値の方が支出額および全体構成比率の点で英米欧豪の各地域における訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出の平均値よりも大きく上回っている。

### (3) 訪日人数および訪日人数/国別人口(%)

2016年の訪日人数および訪日人数/国別人口(%)については、表1のとおり(別頁参照)、アジア地域の中で一番多いのが中国である。しかしながら、中国の訪日人数は、6,373,564人と圧倒的に多いものの、訪日人数/国別人口(%)は、僅か0.46%にすぎない。よって、中国から今後も訪日人数が増えれば、訪日人数/国別人口(%)についても伸びる可能性が高い。

二番目に多い韓国の訪日人数は、5,090,302人であり、訪日人数/国別人口(%)については、10.06%となっている。

三番目に多い台湾の訪日人数は、4,167,512人であり、訪日人数/国別人口(%)については、17.75%となっている。

四番目に多い香港の訪日人数は、1,839,193人であり、訪日人数/国別人口(%)については、25.38%となっている。訪日人数/国別人口(%)については、非常に高い。

他方、インドの訪日人数は、122,939人であり、ベトナムの訪日人数である233,763人の約半分程度でとなっている。訪日人数/国別人口(%)については、0.01%となっており、非常に低い。インドの人口は、中国に次いで多いにも拘わらず、訪日人数が非常に少ないといえる。

---

13 2017年2月2日、「インバウンド4000万人時代を目指して～観光ビジネス大国へのロードマップ～」にて聞き取り。訪日外国人の娯楽・サービス費の支出額の増加を目指して検討されているのが「日本版カジノ計画」である。

英米欧豪の各地域における2016年の訪日人数および訪日人数/国別人口(%)については、アジア地域と比べてやはり数値的には、低くなっている。

実際には、一番多い米国の訪日人数は、1,242,719人であり、訪日人数/国別人口(%)については、0.39%となっている。

二番目に多いオーストラリアの訪日人数は、445,332人であり、訪日人数/国別人口(%)については、1.87%となっている。

三番目に多い英国の訪日人数は、292,458人であり、訪日人数/国別人口(%)については、0.45%となっている。

四番目に多いフランスの訪日人数は、253,449人であり、訪日人数/国別人口(%)については、0.39%となっている。

#### (4) 国民総所得・名目 GNI からみた訪日状況

国民総所得・名目 GNI および一人当たり国民総所得・名目 GNI が多ければ、表1のとおり(別頁参照)、訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出も必然的に多くなる。

香港の国民総所得・名目 GNI は、3,143億ドルとタイの3,753億ドルよりも少ないものの、一人当たり国民総所得・名目 GNI においては、43,130ドルとなり、タイの5,523ドルよりも約8倍程度高い。その結果、訪日人数/国別人口(%)が25.38%とタイの1.31%と遥かに高くアジア地域にて一番多い。

次に台湾の国民総所得・名目 GNI は、5,450億ドルとなり、香港の国民総所得・名目 GNI の3,143億ドルよりも多いものの、一人当たり国民総所得・名目 GNI においては、23,281ドルとなり、香港の43,130ドルの約半分程度である。

シンガポールについては、国民総所得・名目 GNI が2,789億ドルとなり、タイよりも少ないものの、一人当たり国民総所得・名目 GNI においては、49,776ドルとなり、香港の43,130ドルよりも多い。

しかしながら、シンガポールは、比較的にあまり親日家とはいえない国民性もあってか一人当たり国民総所得・名目 GNI が高いにも拘らず、訪日人数/国別人口(%)については、6.54%と少ない。これは、一人当たり国民総所得・名目 GNI が高いために日本以外の国々を訪問先として選んでいる可能性もある。

韓国については、国民総所得・名目 GNI が1兆3,842億ドルとなり、一人当たり国民総所得・名目 GNI が27,360ドルとなる。韓国からの訪日外国人については、短期滞在の傾向があるため、訪日人数/国別人口(%)については、10.%程度の状態が続くと思われる。

中国については、今や米国に次ぐ経済大国であり国民総所得・名目 GNI が11兆1,726億ドルとなっているものの、一人当たり国民総所得・名目 GNI については、8,119ドルとなっており、マレーシアよりも低い。

実際、中国の訪日外国人の数は、多いものの、訪日人数/国別人口(%)については、0.46%と低くなっている。

マレーシアについては、一人当たり国民総所得・名目 GNI が9,494ドルであり、中国よりもやや多い状態にありながら、訪日人数/国別人口(%)が1.28%となっている。マレーシアについては、一人当たり国民総所得・名目 GNI の数値が上昇すれば、訪日人数/国別人口(%)が今後さらに伸びることが予想される。

インドネシアについては、国民総所得・名目 GNI が、8,330 億ドルとなるものの、人口が多いため一人当たり国民総所得・名目 GNI は、3,234 ドル程度となり、フィリピンの一人当たり国民総所得・名目 GNI である 3,513 ドルよりも下回る。フィリピンの訪日人数/国別人口(%)が 0.34%であることから、今後、インドネシアの一人当たり国民総所得・名目 GNI の数値が上昇すれば、訪日人数/国別人口(%)が今後さらに伸びることが予想される。

インドについては、中国に匹敵する人口が多い国である。また、今後の経済成長が見込まれる大国であり、国民総所得・名目 GNI についても 2 兆 917 億ドルとなっている。インドの一人当たり国民総所得・名目 GNI については、1,595 ドルしかないものの、今後の経済成長に伴い一人当たり国民総所得・名目 GNI の数値が上昇すれば、訪日人数/国別人口(%)が今後さらに伸びることが予想される。

### 第 3 節 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)

#### (1) (アジア地域) 訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)

アジア地域出身者の国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)については、表 2 のとおりである(別頁参照)。

一番多い中国の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、1 兆 4,754 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 39.37%となる。

二番目に多い台湾の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、5,245 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 14.00%となる。

三番目に多い韓国の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、3,577 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 9.55%となる。

四番目に多い香港の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、2,947 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 7.86%となっている。

五番目以降については、その順に次のとおりである。

タイの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、1,149 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 3.07%となっており、香港の総額(合計)の約 38%程度となっている。

シンガポールの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、591 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 1.58%となる。

マレーシアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、521 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 1.39%となる。

ベトナムの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、436 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 1.16%となる。

フィリピンの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、390 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 1.04%となる。

インドネシアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、371 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 0.99%となる。

インドの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、177 億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が 0.47%となる。

表2 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)

国籍・地域別	訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)														平均宿泊数(泊)
	総額(合計)	(全国籍・地域)訪日外国人旅行消費額における構成比率(%)	宿泊費	全体構成比率(%)	飲食費	全体構成比率(%)	交通費	全体構成比率(%)	娯楽・サービス費	全体構成比率(%)	購入費(買物)	全体構成比率(%)	その他	全体構成比率(%)	
全国籍・地域	37,476億円	100.00%	10,140億円	27.06%	7,574億円	20.21%	4,288億円	11.44%	1,136億円	3.03%	14,261億円	38.05%	77億円	0.21%	10.1
韓国	3,577億円	9.55%	1,124億円	31.42%	908億円	25.38%	382億円	10.68%	155億円	4.33%	996億円	27.85%	12億円	0.34%	4.5
台湾	5,245億円	14.00%	1,402億円	26.73%	1,109億円	21.14%	589億円	11.23%	172億円	3.28%	1,964億円	37.45%	9億円	0.17%	7.4
香港	2,947億円	7.86%	763億円	25.89%	636億円	21.58%	319億円	10.83%	81億円	2.75%	1,147億円	38.92%	1億円	0.03%	6.3
中国	14,754億円	39.37%	2,812億円	19.06%	2,482億円	16.82%	1,269億円	8.60%	320億円	2.17%	7,832億円	53.08%	39億円	0.26%	11.8
タイ	1,149億円	3.07%	311億円	27.07%	233億円	20.28%	149億円	12.97%	43億円	3.74%	409億円	35.60%	4億円	0.35%	9.9
シンガポール	591億円	1.58%	212億円	35.87%	126億円	21.32%	90億円	15.23%	12億円	2.03%	146億円	24.70%	5億円	0.85%	8
マレーシア	521億円	1.39%	162億円	31.09%	109億円	20.92%	78億円	14.97%	14億円	2.69%	158億円	30.33%	0億円	0.00%	11.7
インドネシア	371億円	0.99%	128億円	34.50%	61億円	16.44%	74億円	19.95%	14億円	3.77%	94億円	25.34%	0億円	0.00%	15
フィリピン	390億円	1.04%	115億円	29.49%	92億円	23.59%	47億円	12.05%	17億円	4.36%	119億円	30.51%	0億円	0.00%	28.3
ベトナム	436億円	1.16%	115億円	26.38%	127億円	29.13%	46億円	10.55%	10億円	2.29%	138億円	31.65%	0億円	0.00%	35.4
インド	177億円	0.47%	75億円	42.37%	34億円	19.21%	24億円	13.56%	3億円	1.70%	41億円	23.16%	0億円	0.00%	22.8
アジア地域 平均値	2,741億円	-	656億円	23.93%	537億円	19.59%	278億円	10.14%	76億円	2.77%	1,185億円	43.23%	6億円	0.22%	14
英国	532億円	1.42%	234億円	43.99%	121億円	22.74%	88億円	16.54%	19億円	3.57%	70億円	13.16%	0億円	0.00%	12.6
ドイツ	313億円	0.84%	145億円	46.33%	68億円	21.73%	54億円	17.25%	9億円	2.88%	37億円	11.82%	0億円	0.00%	14
フランス	479億円	1.28%	191億円	39.88%	103億円	21.50%	88億円	18.37%	20億円	4.18%	77億円	16.08%	0億円	0.00%	16
イタリア	236億円	0.63%	94億円	39.83%	54億円	22.88%	46億円	19.49%	11億円	4.66%	31億円	13.14%	0億円	0.00%	12.8
スペイン	206億円	0.55%	85億円	41.26%	45億円	21.85%	41億円	19.90%	6億円	2.91%	29億円	14.08%	0億円	0.00%	14
ロシア	105億円	0.28%	34億円	32.38%	17億円	16.19%	12億円	11.43%	4億円	3.81%	36億円	34.29%	2億円	1.91%	21.1
米国	2,129億円	5.68%	879億円	41.29%	511億円	24.00%	346億円	16.25%	67億円	3.15%	324億円	15.22%	2億円	0.09%	14.1
カナダ	423億円	1.13%	151億円	35.70%	99億円	23.40%	78億円	18.44%	14億円	3.31%	80億円	18.91%	1億円	0.24%	12.8
オーストラリア	1,099億円	2.93%	444億円	40.40%	228億円	20.75%	179億円	16.29%	80億円	7.28%	167億円	15.20%	1億円	0.09%	13.2
欧英米豪地域 平均値	613億円	-	250億円	40.78%	138億円	22.51%	103億円	16.80%	25億円	4.08%	94億円	15.33%	0.67億円	0.11%	14
その他	1,793億円	4.78%	663億円	36.98%	410億円	22.87%	290億円	16.17%	64億円	3.57%	366億円	20.41%	億円	0.00%	18.9

(注1) 「訪日外国人消費動向調査」については、観光庁が「トランジット、乗員、1年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人客」を調査対象者として、回答者の属性(国籍、性別、年齢等)、訪日目的、消費額等を把握するため四半期毎に実施している。

(出所) 観光庁(2017)、日本政府観光局(2017)、United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division(2017)、United Nations, <http://data.un.org/> (January 29, 2018)、National Statistics, Republic of China (Taiwan), <https://eng.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=37666&ctNode=2008&mp=5> (January 29, 2018)等参照。

この場合、シンガポール・マレーシア・ベトナム・フィリピン・インドネシア・インドの6カ国合計の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、2,486億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率としては、6.63%程度しかなく、香港の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計) (2,947億円)にも及ばない金額となっている。

## (2) (英米欧豪地域) 訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)

英米欧豪地域出身者の国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)については、表2のとおりである<sup>14</sup>(別頁参照)。

一番多い米国の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、2,129億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が5.68%となっている。

二番目に多いオーストラリアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、1,099億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が2.93%となっている。

三番目に多い英国の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、532億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が1.42%となっている。

四番目に多いフランスの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、479億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が1.28%となっている。

五番目以降については、その順に次のとおりである。

カナダの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、423億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が1.13%となっている。

ドイツの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、313億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が0.84%となっている。

イタリアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、236億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が0.63%となっている。

スペインの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、206億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が0.55%となっている。

ロシアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、105億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率が0.28%となっている。

この場合、フランス・ドイツ・イタリア・スペイン・ロシア・カナダの6カ国合計の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)については、1,762億円となり、(全国籍・地域) 訪日外国人旅行消費額(同)における構成比率としては、4.70%程度しかなく、米国の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計) (2,129億円)にも及ばない金額となっている。

---

14 日本政策投資銀行東北支店(2017)参照。米国とオーストラリアの訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)の総額(合計)が多く、英国とフランスの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)についても多い。

### (3) 訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)の総額(合計)に係わる比較検討

アジアの各地域における訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)の総額(合計)の平均値と英米欧豪の各地域における訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)の平均値を比べてみると、表2のとおり(別頁参照)、英米欧豪の各地域における訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)の平均値が613億円なのに対して、アジアの各地域における訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)の平均値が2,741億円であり、約4.5倍となっている。

例えば、香港の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(2,947億円)は、米国の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(2,129億円)およびカナダの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(423億円)の合計金額(2,552億円)よりも上回っている。

また、タイの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(1,149億円)については、オーストラリアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(1,099億円)よりもやや上回っている。

さらに、シンガポールの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(591億円)およびマレーシアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(521億円)については、両国共に、カナダの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(423億円)よりもやや上回っている。

そして、ベトナムの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(436億円)・フィリピンの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(390億円)・インドネシアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(371億円)については、これら3カ国共に、ドイツの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(313億円)よりもやや上回っている。

このように全般的に英米欧豪の各地域における訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)と比べて、アジアの各地域における訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)の方が多いたことが判る。それでも、太平洋地域に位置する米国の訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(2,129億円)およびオーストラリアの訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)(1,099億円)については、英米欧豪の各地域の中では、訪日外国人旅行消費額(同)の総額(合計)が極めて多いたことが判る。

## 第4節 東北訪問経験者における訪日回数の傾向

東北訪問経験者(アジア8地域および英米欧豪4地域)と訪日経験者(アジア8地域および英米欧豪4地域)の訪日回数比較については、表3のとおりである。

表3 東北訪問経験者における訪日回数の傾向:アジア8地域および英米欧豪4地域の訪日回数比較一覧表

対象地域	経験状況	1回訪問	2回訪問	3回訪問	4~5回訪問	6回以上訪問
アジア 8地域	訪日経験者	39.40%	24.90%	14.00%	10.90%	10.90%
	東北訪問経験者	24.60%	22.10%	16.50%	13.70%	23.20%
英米欧豪 4地域	訪日経験者	51.60%	22.40%	12.70%	8.30%	5.10%
	東北訪問経験者	37.70%	23.20%	15.90%	17.40%	5.80%

(注1) アジア8地域とは、韓国・中国・台湾・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシアを指す。また、英米欧豪4地域とは、英国・米国・フランス・オーストラリアを指す。

(注2) アジア8地域の訪日経験者は、2,358人・東北訪問経験者は、285人となる。また、欧米豪4地域の訪日経験者は、434人・東北訪問経験者は、69人となる。

(出所) 日本政策投資銀行東北支店(2017)をもとに筆者作成。

アジア 8 地域の訪日経験者は、訪日回数 3 回以上が 35.80%となっており、英米欧豪 4 地域の訪日経験者は、訪日回数 3 回以上が 26.10%となっており、後者の方がリピーター数としては、少ない。

それに対して、アジア 8 地域および英米欧豪 4 地域共に、東北訪問経験者は、リピーターになる傾向がある。特にアジア 8 地域の東北訪問経験者は、訪日回数 3 回以上が 53.40%、英米欧豪 4 地域の東北訪問経験者は、訪日回数 3 回以上が 39.10%となっている。

つまり、「東北の自然」、「東北の伝統文化」、「東北の景観」、「東北の歴史」、「東北の温泉」、「東北の美食」等に魅力を感じたアジア 8 地域および英米欧豪 4 地域共に、東北訪問経験者は、何度も東北を訪問したくなるようである。

## 第 5 節 東北訪問経験者の次回訪問希望先

### (1) アジア 8 地域における東北訪問経験者の次回訪問希望先

アジア 8 地域における東北訪問経験者の次回訪問希望先については、表 4 のとおり(別頁参照)、対象地域としては、東北が 56.8%となり、全国の他の地域と比べて三番目に高い数値を示している。

そうした要因の背景としては、次の点が考えられる。東北には、日本桜名所 100 選分布が(以下、「桜 100 選」という。) 13 個所、日本紅葉名所 100 選分布(以下、「紅葉 100 選」という。)が 14 個所、日本温泉 100 選分布(以下、「温泉 100 選」という。)が 20 個所あり、他の地方と比べても非常に多い。そして、日本の世界遺産(文化遺産)(登録)(以下、「文化遺産」という。)が 2 個所あり<sup>15</sup>、日本の世界遺産(自然遺産)(登録)(以下、「自然遺産」という。)も 1 個所ある。アジア 8 地域における東北訪問経験者は、東北におけるこうした条件を受け入れて気に入り、再訪を望んでいるようにもみえる。

他方、アジア 8 地域における東北訪問経験者にとって、東北以外での次回の訪問先として人気が高いのが、北海道地方・東海地方となっている。

これは、北海道地方の場合、桜 100 選が 2 個所、紅葉 100 選が 3 個所、温泉 100 選が 9 個所あり、文化遺産は、存在しないものの、自然遺産として認知度の高い「知床半島」が 1 個所あることから、アジア 8 地域の東北訪問経験者にとって次回訪問希望先として人気があるようにみえる。

また、東海地方の場合、桜 100 選が 11 個所、紅葉 100 選が 8 個所、温泉 100 選が 13 個所あり、自然遺産は、存在しないものの、アジア 8 地域の東北訪問経験者にとって認知度の高い「富士山」を含む 3 個所の文化遺産があることから<sup>16</sup>、アジア 8 地域の東北訪問経験者にとって次回訪問希望先として人気があるようにみえる。

15 日本の世界遺産(産業遺産)(登録)等も含む。

16 例えば、2015 年 7 月に静岡県にある「韮山の反射炉」が「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の一部として世界文化遺産に登録されている。

表4 東北訪問経験者の次回訪問希望先一覧表

対象地域 (地域別) 東北訪問経験者	首都圏	全体 構成比 率 (%)	北関東 甲信越	全体 構成比 率 (%)	北海道	全体 構成比 率 (%)	東北	全体 構成比 率 (%)	北陸	全体 構成比 率 (%)	東海	全体 構成比 率 (%)	関西	全体 構成比 率 (%)	中国	全体 構成比 率 (%)	四国	全体 構成比 率 (%)	九州	全体 構成比 率 (%)	(※参考) 南九州	全体 構成比 率 (%)	沖縄	全体 構成比 率 (%)
アジア8地域の 東北訪問経験者	53.30%	-	54.70%	-	65.60%	-	56.80%	-	29.80%	-	59.60%	-	54.40%	-	37.20%	-	31.60%	-	52.60%	-	29.80%	-	29.80%	-
英米欧豪4地域の 東北訪問経験者	47.80%	-	46.40%	-	49.30%	-	69.60%	-	34.80%	-	44.90%	-	50.70%	-	50.70%	-	44.90%	-	53.60%	-	20.30%	-	29.00%	-
対象地域 (項目別) (100選・世界遺産)	首都圏	全体 構成比 率 (%)	北関東 甲信越	全体 構成比 率 (%)	北海道	全体 構成比 率 (%)	東北	全体 構成比 率 (%)	北陸	全体 構成比 率 (%)	東海	全体 構成比 率 (%)	関西	全体 構成比 率 (%)	中国	全体 構成比 率 (%)	四国	全体 構成比 率 (%)	九州	全体 構成比 率 (%)	(※参考) 南九州	全体 構成比 率 (%)	沖縄	全体 構成比 率 (%)
日本桜名所 100選分布 (個所)	14	14.14%	13	13.13%	2	2.02%	13	13.13%	5	5.05%	11	11.11%	17	17.17%	9	9.09%	5	5.05%	9	9.09%	(2)	2.02%	1	1.01%
日本紅葉名所 100選分布 (個所)	8	8.00%	15	15.00%	3	3.00%	14	14.00%	6	6.00%	8	8.00%	14	14.00%	10	10.00%	8	8.00%	14	14.00%	(4)	4.00%	0	0.00%
日本温泉 100選分布 (個所)	3	3.00%	23	23.00%	9	9.00%	20	20.00%	6	6.00%	13	13.00%	8	8.00%	5	5.00%	3	3.00%	10	10.00%	(2)	2.00%	0	0.00%
日本の世界遺産 (文化遺産) (登録)	1	3.45%	4	13.79%	0	0.00%	2	6.90%	1	3.45%	3	10.35%	7	24.14%	4	13.79%	0	0.00%	6	20.69%	(1)	3.45%	1	3.45%
日本の世界遺産 (自然遺産) (登録)	1	25.00%	0	0.00%	1	25.00%	1	25.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	25.00%	(1)	25.00%	0	0.00%

(注1) アジア8地域とは、韓国・中国・台湾・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシアを指す。また、英米欧豪4地域とは、英国・米国・フランス・オーストラリアを指す。

(注2) アジア8地域の東北訪問経験者は、285人となる。また、英米欧豪4地域の東北訪問経験者は、69人となる。

(注3) 日本桜名所100選分布(個所)における台湾にある1個所は除く。

(注4) 九州地方には、福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県・奄美群島を特別に抽出して対象としている。そのため、各項目の個所数および全体構成比率(%)については、参考値である。

(出所) 日本政策投資銀行東北支店(2017)、観光経済新聞、[https://www.kankokeizai.com/100sen\\_30/](https://www.kankokeizai.com/100sen_30/)(January 31,2018)、日本観光振興協会、<http://www.nihon-kankou.or.jp/>(January 31,2018)、日本さくらの会、<http://www.sakuranokai.or.jp/information/>(January 31,2018)、日本ユネスコ協会連盟、<http://unesco.or.jp/>(January 31,2018)等をもとに筆者作成。

## (2) 英米欧豪 4 地域における東北訪問経験者の次回訪問希望先

英米欧豪 4 地域における東北訪問経験者の東北への次回訪問希望先については、表 4 のとおり(別頁参照)、対象地域としては、東北が 69.6%となり、全国の他の地域と比べて最も高い数値を示している。

そうした要因の背景としては、先述のとおり、東北における桜 100 選、紅葉 100 選、温泉 100 選、文化遺産、自然遺産等の条件を受け入れて気に入り、再訪を望んでいるようにもみえる。

他方、英米欧豪 4 地域の東北訪問経験者にとって、東北以外での次回の訪問先として人気が高いのが九州地方・関西地方・中国地方となっている。

九州地方の場合、桜 100 選が 9 個所、紅葉 100 選が 14 個所、温泉 100 選が 10 個所ある。そして、文化遺産が 6 個所もあり、自然遺産も 1 個所あることから、英米欧豪 4 地域の東北訪問経験者にとって次回訪問希望先として人気があるようにみえる。

また、関西地方の場合、訪日外国人に人気の高い「神戸」、「大阪」、「京都」、「奈良」等の都市を中心に桜 100 選が 17 個所、紅葉 100 選が 14 個所、温泉 100 選が 8 個所あり、自然遺産は、存在しないものの、文化遺産が 7 個所あることから、英米欧豪 4 地域の東北訪問経験者にとって次回訪問希望先として人気があるようにみえる。

さらに、中国地方の場合、訪日外国人に人気の高い「広島」等の都市を中心に桜 100 選が 9 個所、紅葉 100 選が 10 個所、温泉 100 選が 5 個所あり、自然遺産は、存在しないものの、文化遺産が 4 個所あることから、英米欧豪 4 地域の東北訪問経験者にとって次回訪問希望先として人気があるようにみえる。

## 第 6 節 アジア 8 地域および英米欧豪 4 地域における東北訪問経験者と訪日経験者の収入層(年収)構成比較について

アジア 8 地域および英米欧豪 4 地域における東北訪問経験者と訪日経験者の収入層(年収)構成比較については、表 5 のとおりである(別頁参照)。

東北訪問経験者のアジア 8 地域における高収入層の割合については、韓国 54.1%、中国 42.0%、台湾 58.0%、香港 40.4%、シンガポール 47.1%、インドネシア 68.2%となっており、訪日経験者のアジア 8 地域における高収入層の割合(※韓国 42.4%、中国 35.7%、台湾 33.3%、香港 34.7%、シンガポール 41.3%、インドネシア 43.6%) よりも高いことが判る。

それに対して、東北訪問経験者の英米欧豪 4 地域における高収入層の割合については、フランス 75.0%、オーストラリア 66.7%となっており、訪日経験者の英米欧豪 4 地域における高収入層の割合(※フランス 61.80%、オーストラリア 46.2%) よりも高いことが判る。

つまり、「東北の自然」、「東北の伝統文化」、「東北の景観」、「東北の歴史」、「東北の温泉」、「東北の美食」等を経験している人たちが高収入層に属していることを意味しており、東北にとっては、こうした階層が「アップマーケット」に対応できる潜在的な需要層だといえる。

表5 アジア8地域および英米欧豪4地域における東北訪問経験者と訪日経験者の収入層(年収)構成比較一覧表

対象地域	国名	経験状況	高収入	中収入	低収入	経験状況	高収入	中収入	低収入
アジア 8地域	韓国	東北 訪問 経験者	54.10%	27.00%	18.90%	訪日 経験者	42.40%	33.90%	23.70%
	中国		42.00%	40.00%	18.00%		35.70%	37.00%	27.30%
	台湾		58.00%	28.00%	14.00%		33.30%	39.40%	27.30%
	香港		40.40%	34.60%	25.00%		34.70%	39.30%	26.00%
	タイ		39.00%	41.50%	19.50%		41.90%	33.60%	24.50%
	シンガポール		47.10%	35.30%	17.60%		41.30%	35.00%	23.70%
	マレーシア		50.00%	25.00%	25.00%		53.40%	27.10%	19.50%
	インドネシア		68.20%	27.30%	4.50%		43.60%	33.30%	23.10%
アジア8地域計			48.50%	33.30%	18.20%		38.90%	36.00%	25.10%
英米欧豪 4地域	英国		46.20%	46.20%	7.70%		55.70%	35.40%	8.90%
	米国		35.30%	32.40%	32.40%		37.50%	41.20%	21.30%
	フランス		75.00%	25.00%	0.00%		61.80%	21.30%	16.90%
	オーストラリア		66.70%	16.70%	16.70%		46.20%	34.60%	19.20%
英米欧豪4地域計			49.30%	31.90%	18.80%		48.40%	34.10%	17.50%

(注1) アジア8地域とは、韓国・中国・台湾・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシアを指す。また、英米欧豪4地域とは、英国・米国・フランス・オーストラリアを指す。

(注2) アジア8地域の訪日経験者は、2,358人であり、その内、東北訪問経験者は、285人となる。また、英米欧豪4地域の訪日経験者は、434人であり、その内、東北訪問経験者は、69人となる。

(出所) 日本政策投資銀行東北支店(2017)をもとに筆者作成。

## 第7節 むすび

「東北発・新型アグリツーリズム」によるインバウンド対応を図るためには、アジア地域および英米欧豪における各地域出身者の国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)状況と将来的な訪日人数の増加傾向等も踏まえながら、東北が持つプライオリティを活かして効果的に対処する必要がある。

実際、「東北の自然」、「東北の伝統文化」、「東北の景観」、「東北の歴史」、「東北の温泉」、「東北の美食」等を満喫させ、「高いホスピタリティ」と「高品質」を兼ね揃えた「アグリツーリズム」の提供を受ける「東北発・新型アグリツーリズム」によるインバウンドの対象は、高収入層に属している「標的層」を相手にすべきであり、東北にとっては、こうした階層が「アップマーケット」に対応できる潜在的な需要層となる。

こうした需要層については、東北に長期滞在してもらいながら、「高品質」の「食事」と「宿泊」を満喫してもらうことになる。そのためには、訪日外国人1人当たりの費目別旅行支出額が多いことが求められると共に、その内訳については、東北に長期滞在してもらうための「宿泊費」、東北の農産物・水産物・日本酒等を多く消費してもらうための「飲食費」、東北に移動してもらうための「交通費」等の支出額が多いことが望ましいということになる。

こうした点からみると、アジア地域では、香港およびシンガポールからの訪日外国人を「東北発・新型アグリツーリズム」のインバウンド対象とすることが望ましいといえる。

また、訪日外国人旅行消費額(費目別旅行消費額)の総額(合計)の面では、香港およびシンガポールと比較して少ないものの、インドネシア・マレーシア・ベトナムからの訪日外国人についても、将来的には、「東北発・新型アグリツーリズム」のインバウンド対象となる潜在的な需要が存在しているといえる。なぜなら、インドネシア・マレーシア・ベトナムからの訪日外国人については、経済成長および人口増加が著しく、平均宿泊数が長いことから、滞在時における「宿泊費」に支出する割合(全体構成比率)が高く、「交通費」に支出する金額も多い傾向にあるためである。

しかしながら、ベトナムからの訪日外国人については、「飲食費」に支出する割合(全体構成比率)が高いものの、インドネシアおよびマレーシアからの訪日外国人については、「飲食費」に支出する割合(全体構成比率)が全体的に低い。そうした背景には、インドネシアおよびマレーシアからの訪日外国人は、ムスリムが多いことからイスラム教の戒律により、日本国内での「食事」が制限される点が考えられる。そのため、インドネシアおよびマレーシアからの訪日外国人を対象として「飲食費」に支出する割合(全体構成比率)を高めていくことが今後の課題となる。

こうした課題に対処するためには、ハラール認証が不要な「魚」、「野菜」、「果物」等の食材を使い、アルコール等を含まない調味料等を用いて調理した「料理」を提供することが求められる。そうすることで、インドネシアおよびマレーシアからの訪日外国人についても「飲食費」に支出する割合(全体構成比率)を高めることが可能となる。

他方、英米欧豪 4 地域の中でも東北訪問経験者における高収入層の割合が高いフランスおよびオーストラリアからの訪日外国人については、「東北の自然」、「東北の伝統文化」、「東北の景観」、「東北の歴史」、「東北の温泉」、「東北の美食」等を広く経験していることを意味している。

よって、東北にとっては、こうした階層が「アップマーケット」に対応できる「東北発・新型アグリツーリズム」によるインバウンドの対象となる潜在的な需要層である。そのため、今後、東北へのインバウンド拡大に向けては、アジア 8 地域および英米欧豪 4 地域における訪日外国人における東北訪問経験者の東北への再訪率が高い点について着目しながら、東北に再訪する東北訪問経験者の潜在的な需要を把握し、上手く取り込んでいくことが非常に重要となる。

特に、東北訪問経験者において高収入層の割合が高いインドネシア、台湾、シンガポール、マレーシア、オーストラリア、フランス等からの訪日外国人については、「東北発・新型アグリツーリズム」のインバウンド対象として大きく期待できるものといえる。

## 参考文献

### (日本語文献)

- 観光庁、2017a、「訪日外国人消費動向調査 2016 年年間値(確報)」、観光庁、1-5 頁。  
観光庁、2017b、「訪日外国人消費動向―訪日外国人消費動向調査及び分析―平成 28 年年次報告書」、観光庁、1-26 頁。  
日本政策投資銀行東北支店、2017、「2017 東北インバウンド意向調査 (アジア 8 地域・欧米豪 4 地域)」、日本政策投資銀行、3-8 頁。  
日本政府観光局、2017、「国籍/月別 訪日外客数 2016 年 (2003 年～2017 年)」、日本政府観光局、2 頁。

### (外国語文献)

- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. 2017. *World Population Prospects: The 2017 Revision*. New York: United Nations.