

当財団は、2011年度から航空、空港の最新情勢に関するシンポジウムを年に1回開催しております。2018年度は2019年3月26日に開催し、その要旨をまとめましたのでご報告いたします。（文責事務局）

訪日外国人4,000万人時代に向けた航空情勢とセントレアの展望について

日時：2019年3月26日（火）

場所：愛知県産業労働センター（ウインクあいち）小ホール1

後援：国土交通省、名古屋商工会議所、一般社団法人中部経済連合会、北陸経済連合会、中部国際空港株式会社、中部国際空港二本目滑走路建設促進期成同盟会

【情報提供】

「セントレアの近況について」

中部国際空港株式会社取締役執行役員 近藤 正人 氏
(現 中部国際空港連絡鉄道株式会社代表取締役専務)

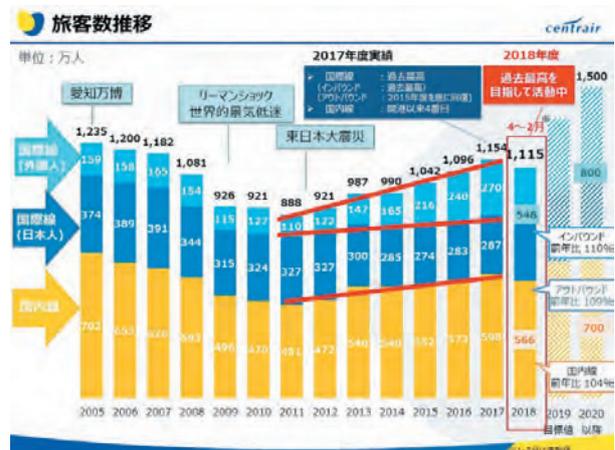
皆さん、こんにちは。ご紹介を賜りました中部国際空港株式会社取締役の近藤でございます。

「航空・空港シンポジウム」の中でセントレアの近況について話をさせていただく機会を設けていただきまして、本当にありがとうございます。

さて、中部国際空港「セントレア」は2月17日で開港14周年を迎えました。

皆様もご存じのとおり、足元では航空旅客、航空ネットワーク、共に順調に推移しているところです。米中の経済問題、さらには日韓の政治的な問題もありまして、短期的には凸凹があるかもしれませんが、中長期的に見ますと、国際航空需要の高まりの中で、当然のことながら右肩上がりになっていくと私どもは認識をしています。

そうはいっても、単に座して待っていて数が増えていくわけでは全くありません。空港間の競争は非常に激しく、必要な投資やプロジェクトの展開をやっていかないと、とてもインバウンドの需要を取り込めません。そういったことも念頭に置きながら話を聞いていただければ幸いです。



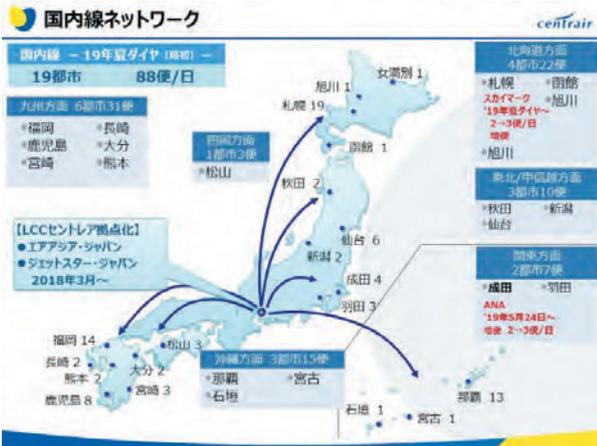
スライド1 開港から2020年度（見込み）までの旅客数推移

1. セントレアの最新状況

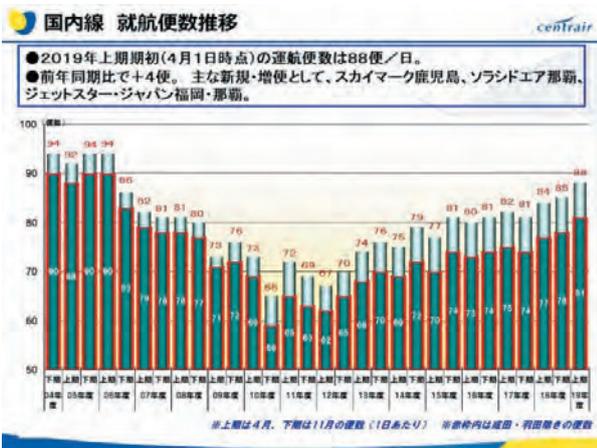
最初は、「セントレアの最新状況」についてお話をさせていただきます。

スライド1は、航空旅客の推移を示したものです。2011年を底に、ここ数年は右肩上がりです。

次に、国内線の航空ネットワークの状況です（スライド5）。赤字は夏ダイヤで増便するところです。少ないようですが、2018年度から伸びています。具体には、スライド6にありますように、便数は大きく右肩上がりになっています。堅調に推移しております。



スライド5 国内線旅客便ネットワーク (2019年夏ダイヤ)

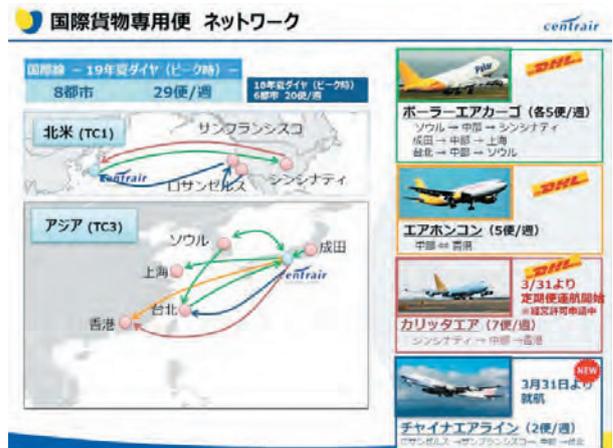


スライド6 国内線の旅客便就航便数の推移

次に、貨物です（スライド7）。貨物は旅客以上に世界経済に影響される分が大きいですが、経済が今、順調で、右肩上がりです。2018年は恐らく20万トンと、過去最高にほぼ近づく状況になっています。北米、アジアで、こういったエアラインが飛んでいます（スライド8）。



スライド7 貨物便による取扱量の推移



スライド8 国際貨物専用便ネットワーク

2. さるなる飛躍に向けて

ここからは「更なる飛躍に向けて」ということで、成長に向けた私どものプロジェクト等についてご説明させていただきます。

スライド9は、空港島の2019年をイメージした絵です。左上からホテル群の形成、新ターミナルビル、複合型商業施設「FLIGHT OF DREAMS」、愛知県の国際展示場「Aichi Sky Expo」です。下の表にご覧のように、空港島には需要があるということで、ホテルをどんどん建設していただいています。2005年の7倍、2017年の2倍の部屋数になっています。新ターミナルビルは、上半期中、恐らく9月中の供用開始となるかと思えます。

スライド10の白い部分が新しいLCC向けター



スライド9 セントレア空港島の状況



スライド10 新ターミナルビル整備

ミナルです。複合型商業施設「FLIGHT OF DREAMS」と愛知県国際展示場「Aichi Sky Expo」、この3つを空中回廊で結び、人の流れをつくっていかうという考え方です。新ターミナルは、国際線300万人と国内線150万人、450万人規模のターミナルです。LCC前提のビジネスモデルに沿ったスポット配置で、10スポットでまずはスタートしますが、将来に向けて、さらに拡張できる余地も残っています。

スライド11は、ボーイング787初号機の展示を核とした複合型商業施設として2018年10月12日にオープンした「FLIGHT OF DREAMS」です。皆様もご存じのとおり、ボーイングの最新鋭機の機体である787の35%をこの地域でつくっているというご縁もありまして、ボーイング社からボーイング787初号機、試験機を寄贈いただきました。

それを展示した複合型商業施設です。1階部分はFLIGHT PARKと呼んで、ボーイング787の機体の周りに9つのコンテンツを並べて、楽しく学んでいただくといったコンセプトで運用しています。2階、3階はボーイング社の創業地でありますシアトルをイメージした飲食や物販のテナントを展開しています。アメリカ以外では初めて「BOEING STORE」が出店しています。



スライド11 FLIGHT OF DREAMS

スライド12は、愛知県が整備する国際展示場「Aichi Sky Expo」です。6万平方メートルの展示面積を持ち、日本で4番目に大きな展示場になるということです。2019年8月30日供用開始に向けて、現在工事が進められています。



スライド12 愛知国際展示場「Aichi Sky Expo」

ここからはハードの整備というよりは、ソフト

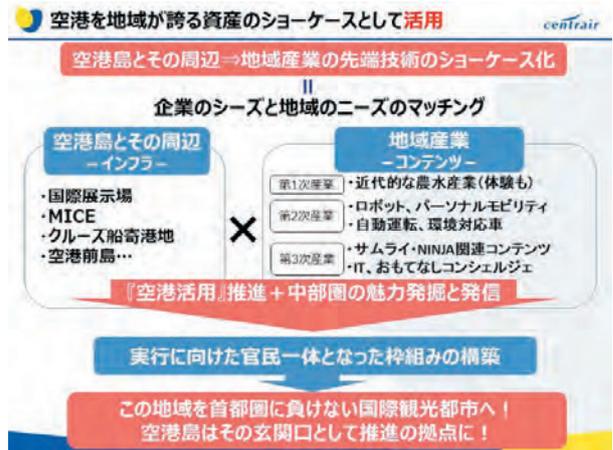
のプロジェクトに関するお話です。私もはセントレアをゲートウェイとしたツーリズムが造成できないかと考えており、1つの切り口として「武将・忍者」を考えています。この地域は、三英傑を輩出したとか、国宝5城のうち3城があるとかいった「武将・忍者」ゆかりの地ですので、こういったものを有機的に結び付けたツーリズムが造成できないかということです（スライド13）。



スライド13 セントレアをゲートウェイとしたツーリズム

まずは空港内でプロジェクトをスタートさせようと、「サムライ×NINJA空港プロジェクト」を2018年7月に立ち上げています。空港内で忍者のマネキンや忍者のシルエットシールを展開するなどして、まずは盛り上げようと。忍者はアジアや欧米で認知度の非常に高いキラークンテンツですので、これを上手に利用できないかということです。2019年2月22日、一般的には2月22日を「ニャンニャンニャン」で猫の日とっていますが、セントレアは「ニンニンニン」の忍者の日とっています。空港で働く職員に忍者の衣装を着てもらい出陣式も行っています。こういった取り組みは海外でも取り上げられています。

さらに、これは違うプロジェクトですが、空港島とその周りがあるインフラを使って、この地域にある先端技術、そういった地域産業をうまくつなげて、ショーケース化できないかと考えています（スライド14）。具体的には、パーソナルモビリティや、ITを使ったベビーカーで、回収を可



スライド14 セントレアのショーケース化

能にするもの、VR、さらにはサービスロボットや自動運転、こういったことを今後やっていきたいということです。

環境では、水素の展開をしています。2018年11月に燃料電池フォークリフト用の水素ステーション、この3月には一般向けの水素ステーションを空港島の中で開業しています。

3. 2本目滑走路の必要性

最後の項目は、「2本目滑走路の必要性」です。

2本目滑走路につきましては、大きく2つの組織が地域にございます。1つは中部国際空港二本目滑走路建設促進期成同盟会で、3県1市と経済界によって成り立つ推進母体です。もう1つは、この地域の国会議員や県会議員等による中部国際



スライド15 2本目滑走路に向けたこれまでの取り組み

空港拡充議員連盟（拡充議連）、簡単に言うと、応援団です。今、国に対してさまざまな働きかけをしていこうというところです（スライド15）。

スライド16に書かれていますように、国内の主要8空港のうち、今、滑走路が1本なのは福岡空港と那覇空港、そして中部国際空港の3つですが、那覇空港は2020年に、福岡空港は2024年に整備が完了します。そうなると、滑走路が1本なのは中部国際空港だけになってしまいます。



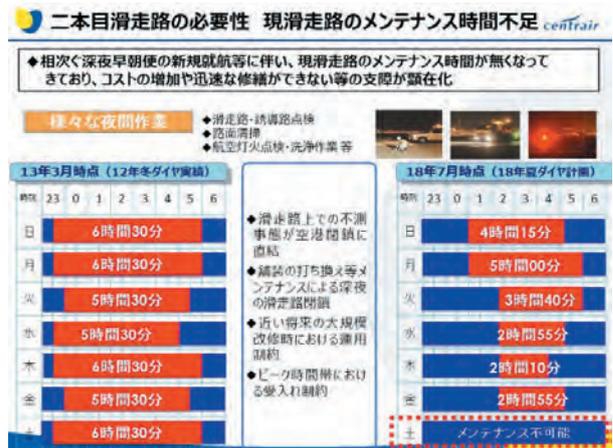
スライド16 国内主要空港の滑走路状況

では、2本目滑走路がないと、どう困るのか。スライド17は、時間あたりの離着陸回数です。滑走路1本の目安が35回/時間とすると、午前中のいい時間と夕方は徐々に目安のところ近づいています。ここが飛び抜けてしまうと、新たな就航が望めなくなる、簡単に言うと、ビジネスチャン



スライド17 時間別の離着陸回数

スがなくなるということです。また、滑走路は毎日メンテナンスをするのがベターで、かつては毎日5～6時間メンテナンスをする時間がありましたが、現在は就航便数も増えたこともあり、ほとんどタイトな中でメンテナンスをしている状況です（スライド18）。



スライド18 現滑走路のメンテナンス可能時間帯の状況



スライド19 滑走路一本による諸問題

さらには、もうそろそろ開港から14年ですので、滑走路の大規模な工事が必要になってきます。そうなりますと、空港を閉鎖して工事をしなければいけない、簡単に言うと就航をご遠慮いただくことも出てくるということです。ピーク時が窮屈になると、需要が取れなくなってきます。メンテナンスの時間がなくなってくると、新たな貨物、深夜便などが取れなくなります。大規模修繕をしようとすると、今ある貨物便等の深夜便も遠慮願わ

なければいけない。さらに、滑走路1本に事故等がありましたら、ここは閉鎖になってしまいますので、極端な話、ボーイング787の部材もシアトルに送れないといった大変な問題にもなります。

こういったこともありまして、現在、地域の皆様と一緒にあって、2本目滑走路を早く造ろう、2027年のリニア開業までに2本目滑走路の供用を

開始できないか、ということで進めています。今後も皆様と一緒に進めてまいりたいと思いますので、どうぞご理解とご協力を賜ればと思います。

長々となりましたが、これで私の説明を終わらせていただきます。ありがとうございました。

【基調講演】

「中部圏における外国人観光客誘客の現状と今後の可能性」

レインボウパブリッシング株式会社代表取締役 川端 祥司 氏

(株式会社ダイヤモンド・ビッグ社 インバウンド事業顧問)

(地球の歩き方総合研究所 主任研究員)

皆さん、こんにちは。ただいまご紹介いただきましたレインボウパブリッシングの川端と申します。

本日はこのようなすばらしいシンポジウムにお招きいただきましてありがとうございます。

簡単に自己紹介をさせていただきます。北海道の紋別市という北の外れの方にある小さいまちで生まれました。大学まで北海道で過ごした後、リクルート、ぴあ等々の出版社を経て現在に至っています。

私の生まれた紋別市も約60年前は人口4万人ぐらいでしたが、今は半分ぐらいの2万人ちょっとになってしまいました。当時は漁業でかなり栄え、商店街も非常ににぎわっていたのですが、最近はシャッター商店街を絵に描いたようなまちになっていまして、このままいくと間違いなく無くなってしまうのではないかと心配しています。私は十数年、観光関係のお仕事をさせていただいているのですが、最終的には北海道、紋別、自分が生まれたまちを観光で盛り上げて元気になりたいという思いで今、この仕事をさせていただいています。

2006年に訪日外国人向けのフリーマガジンを発行させていただきまして、独立をしました。当時は空港に外国人向けの情報誌が一切なかったのです。ハワイとか、韓国とか、香港とか、海外へ行くところへ行っても空港に日本語のフリーマガジ



ンがたくさん置いてありまして、それを手にまちへ出て遊んでいたのですが、日本には外国人に対してそういう情報が全くないので、東京、大阪等々の地下鉄やJRの駅のホームでチケットの買い方が分からなかったり、電車の乗り方が分からなかったり、大きな荷物を手に頭の上に大きなクエスチョンマークを出している方がいっぱいいました。「これはまずいぞ。自分がそういった情報発信をしていこう。」とインバウンド向けのフリーマガジンの発行を始めたのです。

「地球の歩き方」というガイドブックをご存じでしょうか。日本人向けの海外旅行のガイドブックです。海外の旅行情報誌としては今でも日本で一番売れているのですが、最近は若い方が長期の

旅行をあまりしなくなりまして、「るるぶ」とか「まっぷる」といった雑誌に流れて、「地球の歩き方」はどんどん成長率が緩くなってきました。

そこで、インバウンド向けの情報誌を「地球の歩き方」のノウハウを生かしながら発行していこうということで、2009年から「GOOD LUCK TRIP」というタイトルのフリーマガジンの発行を始めています。現在は北海道から沖縄まで全国14エリアで発行させていただいています。

私はもともと出版関係の仕事がメインで、いろいろなエリアでいろいろな「GOOD LUCK TRIP」を出してきたのですが、「GOOD LUCK TRIP」というガイドブックでまちの紹介等々をすると、当然外国人の方がそこへ行き始めるので、自治体から「実は外国人が来始めたのだけど、言葉をしゃべれないが、どうしたらいいだろうか。」とか、「カードを使えないけど、どうしたらいいか。」とか、「外国語のインフラが整っていないが、どうしたらいいか。」とか、フリーマガジンを発行した後のご相談事が非常に多くなりました。「GOOD LUCK TRIP」は中部版もございまして、中部国際空港（以下、「中部空港」）のご協力の元、一緒にやらせていただいています。

「地球の歩き方」とか、日本人向けの本を出しているうちは、本を出して本屋に並べたら、あとは日本人が勝手に買って、そのガイドブックを使って楽しんでいただけるので、私どもの仕事は本を発行して終わっていたのですが、インバウンド向けの情報発信に関しては、情報発信した後のお仕事が増え、この5～6年は全国の地方自治体のインバウンドのアドバイザー的なお仕事をたくさんさせていただいています。

2017年4月には「地球の歩き方総合研究所」を立ち上げました。今、申し上げましたように、ここ数年、全国の自治体のインバウンドのアドバイザー的なお仕事をさせていただくにあたり、お邪魔していろいろお話をしますが、私どもでは対応し切れないテーマもあります。そういう場合は外部の専門家の手伝いをいただきながら案件を解決してまいりました。「地球の歩き方」は出版

社ですが、外部の専門家の力を借りれば、観光全般の相談事に対応できる可能性がありますし、「地球の歩き方」も40代以上の方にはまだ知名度があるかなと思っていて、このブランドがまだ生きているうちに総合研究所的な仕事をさせていただく中で地方の役に立ち、観光で日本を元気にしたいということで立ち上げました。メンバーは、今、申し上げましたように社員は一人もいませんで、外部の専門家と今日ここにいらっしゃる慶應義塾大学の加藤一誠先生を始め、大学の教授の方々にも顧問をさせていただいています。

設立して2年ほどになるのですが、全国のDMO（デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション）とか、復興庁や観光庁の調査事業等々、少しずつ形になっています。「海の京都」として有名な伊根町をご存じでしょうか。舟屋があるエリアです。伊根町に行かれたことのある方はいらっしゃいますか。パラパラという感じですね。今、伊根町には外国人がたくさん来て困っています。何のプロモーションもやっていませんが、外国人が来始めまして、まちとしてどう対応していいかが分からないと。おとといの日曜日にお邪魔しまして、これからお手伝いをさせていただく予定です。

昨日は同じく「海の京都」エリアの京丹後に行っておりましたが、^{たいぎ}間人ガニという日本でいちばん高級な松葉ガニが取れるエリアです。ここはインバウンドの受け入れを一生懸命やっています、こちらはもう5～6年お手伝いをしています。住民の皆さんに60名ぐらい集まっていただいて、セミナーをしてまいりました。

一方は、何もしていないのにたくさん来て困っている。一方は一生懸命プロモーションして、やっと外国人が来始める。いろいろなエリアがあるのです。

日本として外国人観光客誘客を積極的に始めたのは2003年です。小泉純一郎元総理が、少子高齢化が進む日本では、特に観光分野においては外国人観光客を積極的に誘客していかなければ非常に厳しいだろうということで、このような目標を立

て、「YŌKOSO! JAPAN」キャンペーンというインバウンドのキャンペーンを始めました。2013年に1,000万人を超え、そこから約5年で3倍ぐらいの3,119万人まで来ています。東アジア、東南アジアで8割以上、残りが欧米豪という感じですね。まだまだこれからどんどん増えると思います。インバウンドに取り組み始めて15年ですので、これからだと思います。いろいろな自治体に伺いますと、「今からインバウンドを始めても遅いよね?」とよく言われるのですが、全く遅くないと思うのです。

2019年はラグビーワールドカップがあって、2020年は東京オリンピック・パラリンピックがあり、外国人がたくさん来るとお思いますので、2020年の東京オリンピック・パラリンピックが終わった後が本当のインバウンドの勝負かなと思っています。2020年の東京オリンピック・パラリンピックまでにいかに受け入れ環境の整備ができるかが1つの勝負どころかと思っています。全国の自治体は2020年を目標にいろいろと整備しているのですが、スタート地点と考えた方がいいと私も思っています。私どもがお手伝いしています全国の自治体に「なぜインバウンドを始めるのですか?」と伺うと、「日本人は少子高齢化でどんどん減っていて、このまちにも日本人があまり来なくなっています。国を挙げてこれから外国人を誘客したいという中で、自分のまちもそれに乗り遅れないように頑張りたい。」とおっしゃいます。

私は今、東京に住んでいますが、わりと関西エリアのお手伝いをする事が多く、伺うまちはほとんど初めてです。まちの皆さんに申し上げるのは「ちょっと待ってください。私も日本人ですが、このまちのことはほとんど知りませんでした。日本人にしっかりと情報を発信しても来ないから外国人を呼ぼうとおっしゃっていますが、全然知られていないのではないのでしょうか。地方にとってのインバウンドは、そのまちに外から入ってくる人は全部インバウンドでいいのではないですか。」という話をこの1年ぐらいしています。

特に地方には「言葉が話せないから、外国人は

嫌だ。」とか、「カードが使えないから、受け入れができない。」とか、外国人アレルギーの方が結構いらっしゃるのですが、日本人もインバウンドだと考えてもらえば、そのハードルが一気に下がりますし、集客もしやすくなります。「外からそのまちに来る人全員がインバウンドと考えましょう。」というようなお勧めをさせていただいています。

1. 訪日外国人の現状

ビジット・ジャパン事業を開始した2003年から2017年の訪日外客数において、2008年と2011年に1,000万人を超えるのではないかと言われていた時期が2回ありましたが、リーマン・ショックと東日本大震災の影響により、2013年に初めて1,000万人を超えました。2018年は3,119万人で、対前年8.7%増となり、この5年でかなり増えました。国別の割合を見てみると、先ほど申し上げましたように、東アジア、東南アジアが8割以上で、欧米豪は2割もいません(スライド1)。2019年2月、最新の訪日外客数は、対前年5.6%増とまだ若干伸びてはいますが、伸び率はかなり減ってきています。

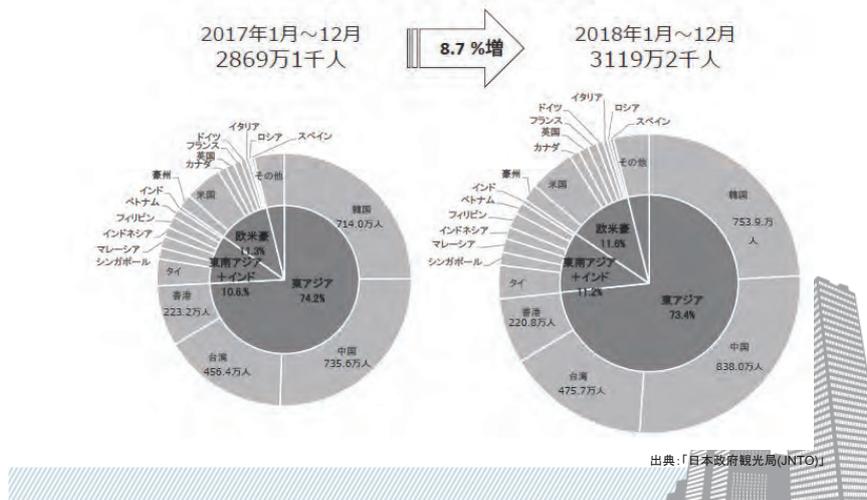
ここからは全部私見でお話ししますので、そういう考え方もあるのだなというふうに聞いていただければと思いますが、中国が今、かなり減っているのです。パイが大きい国ですから、中国が減ると一気に影響が出るのかなと思っています。

この後、国ごとの話をさせていただきますが、中国は減ってもいいかなと思っています。団体客は減ってもいいかなと。中国は個人旅行の方だけに来ていただければいいのじゃないかと個人的には思っています。韓国は今のところ頑張っていますが、中国と韓国は政治的な影響が大きく出る国なので、若干リスクなところがあります。

こう見ていただくと、どこの国からたくさん来ているかが一目で分かると思いますが、インバウンドに取り組む際には、自治体もそうですし、民間事業者もそうですが、自分のまち、自分の会社

2018年の状況

訪日外客数のシェアの比較 2017年/2018年



スライド1 訪日外客数国別・地域別シェア (2017年/2018年)

はどこの国をターゲットにするのがいいのを考えて取り組まないと大失敗します。

これからインバウンドを始める人に「どこをターゲットにしますか？」と聞くと、「今、いちばん来ている中国と韓国」と皆おっしゃるのですが、本当にそれでいいのでしょうか。今、たくさん来ているからといって、今後もたくさん来るとは限らないと思うのです。たくさん来ていても、パイには限りがあります。人口が一気に何百万人も増える国はないので、人口に対して今、どれぐらい来ているかを考えないと、大きな過ちを犯す可能性を秘めているかなと考えまして、私なりに作ったのがスライド2です。中国の人口は約14億人です。そのうち0.6%ぐらいしか日本には来ていませんから、可能性としては十分に大きい国だというのは見てとれるかと思えます。

一方、2位の韓国です。韓国の人口は約5,000万人です。日本の半分以下です。すでに人口の15%の数が来ています。

台湾は2,300万人、人口の約20%が日本に来ています。何回も来るリピーターの方がいらっしゃいますから、20%が来ているわけではないのですが、総数でいうと、そういう形になっています。

香港は人口700万人強に対して3割に当たる220

万人が日本に来ています。

台湾や香港からは今、たくさん来ていますが、これからも同じような伸び率で来るのかどうか。少しずつは伸びるかもしれないですが、ここからまた100万人、200万人増えるとはちょっと考えられないかなと思います。

一方、黄色い帯を付けているところが東南アジアです。タイは、やっと去年100万人を超えましたが、人口が6,800万人ですから、まだ全体の1.6%しか来ていません。同じようにフィリピン、マレーシア、シンガポール、インドネシア、ベトナムですが、シンガポール以外は人口が多いが、訪日の数は非常に少ないので、東南アジアはこれから有望なマーケットであることがお分かりになると思います。

今、政府、JNTO（日本政府観光局）、観光庁は欧米豪の富裕層を呼ぼうという話をされます。青の帯が欧米豪ですが、欧米豪という国はないのです。ヨーロッパのどこの国を呼ぶかをちゃんと考えないと、これも間違えるかなと思っています。

エリアを絞って見てみますと（スライド2右）、今、東アジアからは人口の1.6%しか来ていませんが、圧倒的に人口が多い中国を除くと、かなりパーセンテージは高まるかと思えます。

各国の人口に対する訪日割合

国名	訪日人数	人口	割合	対前年伸び率
①中国	8,380,100	1,367,820,000	0.6%	13.9
②韓国	7,539,000	51,250,000	14.7%	5.6
③台湾	4,757,300	23,540,000	20.2%	4.2
④香港	2,207,900	7,370,000	30.0%	-1.1
⑤米国	1,526,500	319,050,000	0.5%	11.0
⑥タイ	1,132,100	68,980,000	1.6%	14.7
⑦豪州	552,400	24,390,000	2.3%	11.6
⑧フィリピン	504,000	104,180,000	0.5%	18.8
⑨マレーシア	468,300	31,630,000	1.5%	6.5
⑩シンガポール	437,300	5,610,000	7.8%	8.2
⑪インドネシア	396,900	251,490,000	0.2%	12.7
⑫ベトナム	389,100	92,690,000	0.4%	26.0
⑬英国	334,000	65,650,000	0.5%	7.6
⑭カナダ	330,500	36,230,000	0.9%	8.2
⑮フランス	304,900	64,610,000	0.5%	13.5
⑯ドイツ	215,300	82,490,000	0.3%	10.1
⑰インド	154,100	1,259,700,000	0.0%	14.7
⑱イタリア	150,000	60,670,000	0.2%	19.2
⑲スペイン	119,900	46,400,000	0.3%	19.1
⑳ロシア	94,800	143,700,000	0.1%	22.7
その他	1,198,500			8.4
合計	31,191,000	4,107,450,000	0.8%	8.7

■ 東アジア
■ 東南アジア
■ 欧米豪
■ その他

各国の人口に対する訪日割合

●訪日BEST20カ国のエリア毎の状況

エリア	訪日人数	人口	割合	全体の割合	対前年伸び率
東アジア	23,884,300	1,449,980,000	1.6%	73.4%	7.5%
東南アジア	3,327,700	527,540,000	0.6%	10.7%	14.1%
欧米豪	3,627,300	870,230,000	0.4%	11.6%	11.5%
南アジア	154,100	1,259,700,000	0.0%	0.5%	14.7%
その他	1,198,500			3.8%	9.4%

・全体の割合で見ると東南アジアよりも欧米豪の方が沢山来ている。
 ・伸び率は、東南アジアの方が高い。
 ・東アジアは、4カ国、東南アジアは、6カ国、欧米豪は、9カ国の合計。
 ・欧米豪という括りは、広すぎる。更にエリア毎の数字を見る必要がある。

●欧米豪のエリア毎の状況

エリア	訪日人数	人口	割合	全体の割合	対前年伸び率
ヨーロッパ	1,217,900	463,520,000	0.3%	3.8%	13.0%
米国・カナダ	1,857,000	355,280,000	0.5%	5.9%	10.5%
豪州	552,400	24,390,000	2.3%	1.7%	11.6%
合計	3,627,300	843,190,000	0.4%	11.3%	11.5%

・ヨーロッパでポテンシャルが高そうな国は、英国、フランス、ドイツ、ロシアは、景気に左右されるが伸び率も高く、距離も近いので可能性は、高い。また、ロシアからの訪日客は、富裕層が多い。
 ・カナダ、豪州は、客層も似ており、今後伸びる可能性を秘めている。

スライド2 人口に対する訪日割合

東南アジアからは人口の0.6%しか来ていません。非常に有望なマーケットではないかと思えます。

欧米豪からは人口の0.4%ですから、同じように可能性として非常に大きいマーケットであることは間違いないと思えます。

南アジアはインドです。インドからはほとんどまだ来ていない状況で、これからの国かなと思えます。日本に来ている外国人観光客のベスト20の数字を取っていて、東南アジアは6カ国、欧米豪は9カ国の合計と考えると、欧米豪よりも東南アジアの方が可能性としては大きいです。

仕事の関係で東南アジアにはいつも行きますが、行く度に大きなビルがぼんぼん建っています。お金持ちがものすごく増えているのです。日本人は東南アジアを上から見てしまう悪い癖があり、欧米豪にあこがれを持つ方が多いと思うのですが、東南アジアから日本に来ている観光客は全員富裕層です。われわれ日本人よりもよほどのお金持ちしか来ていません。一般の人たちは来られません。現地のタクシー運転手に「日本に行ったことはある？」と聞いても、「行けるわけないだろう。」と怒られてしまうのです。貧富の差は非常に激しいです。

もちろん欧米豪の富裕層は非常にお金持ちです。東南アジアのお金持ちよりもさらにお金持ちのことを政府は「欧米豪の富裕層」と呼んでいるのかなと考えますが、欧米豪の富裕層を受け入れられ

るホテルや宿、まちは日本にはないのではないかと思います。せっかく来ていただいて、「なんだ、全然だめだ。」と思われて帰られるよりも、まずはしばらく東南アジアの富裕層でトレーニングして、富裕層はこういう人たちなのだとなある程度理解いただいた上で欧米豪の受け入れにいてもいいのかなと個人的には思っています。

実際、京都のリッツ・カールトンの支配人は「欧米豪の富裕層はうちでは受けられない。とてもじゃないが、対応できない。」とおっしゃるのです。恐らく日本には欧米豪の富裕層を受け入れられる宿はほとんどないのではないのでしょうか。それぐらい、ものすごいお金持ちです。

東南アジアの富裕層も本当にお金持ちです。近いので、1年に何回もリピーターとして来ていただける可能性が十分にあります。遠くの欧米豪の富裕層を一生に何回か来ていただくよりも、近くの東南アジアの富裕層をたくさん呼んだ方がよほど可能性があるのかなと個人的には思っています。

さらに、「欧米豪とはどんな国なの？」というのを細かく見てみようと思ひまして、ヨーロッパ、米国・カナダ、オーストラリアに分けました。個人的に欧米豪で可能性があるのはオーストラリアかなと思っています。理由としましては、ヨーロッパよりも近い。8時間から9時間で日本に来られますし、時差も2時間しかない。そして、富裕層が多い。日本の平均年収の約倍の1,000万円ぐらい世帯収入があります。さらに、日本語教育が非

常に進んでいまして、世界の日本語学習者数ランキングで第4位となっています。日本人のことが大好きです。スキーシーズンにスキー場にたくさんのおーストラリア人が来ているので、雪を求めて来る方が多いと勘違いされます。

2017年11月に、私は奈良市のアドバイザーもやっています、「オーストラリアから人を呼びたい。」と言うので、オーストラリアに行きました。現地のエージェントやメディアを回って、「奈良に3泊4日でFAM TRIP（下見招待旅行）に来てください。奈良県ではなく、奈良市です。市内を3泊4日で回ります。来てください。」とお願いをしたら、「でも、奈良は大阪から半日観光コースですよ？」と言うのです。「なぜそう思われるのですか？」と聞いたら、「ロンリープラネット」というガイドブック、「地球の歩き方」の外国語版みたいな感じで、欧米の方はそれをご覧になって日本にも来るのですが、「奈良は大阪から半日観光コースで、奈良の大仏と奈良公園を見て、大阪に戻りましょう。」みたいなことが書いてあり、皆さん、それを信じていたのです。なので、「とにかくだまされたと思って来てください。3泊4日が終わった後にインタビューをします。奈良に対する思いがどう変わっているかを聞かせてください。」ということで来ていただいて、実際に4日間回っていただき、最終日にインタビューをしました。全員が「奈良は素晴らしいところだ。京都よりよほどいい。京都のように外国人がたくさんいない。まち全体が美術館のようだ。」とおっしゃられ、大変喜ばれました。どこを歩いても神社仏閣、きれいなところがいっぱいあります。さらに、自然も豊富です。オーストラリアの人は歩くのが結構好きです。春日山散策。丸一日歩いていただいて、柳生の里も回ります。オーストラリアの人は雪だけではなく、日本の文化や歴史、建物等々にも非常に興味があることが分かりました。これからはオーストラリアかなと思っています。

ただ、オーストラリアはあの大きな大陸に人口2,500万しかいません。「オーストラリアの都市名を挙げてください。」と言うと、シドニー、メル

ボルン、ブリスベンぐらいですよ？ あと、ゴールドコーストとか、そんな感じだと思います。点々とまちがあるぐらいで、非常にプロモーションがしやすい国です。オーストラリアはターゲットとしておもしろい国かなと思っています。中部空港からもぜひ直行便を飛ばしていただければと思います。

JNTOが発表する訪日外客数はすべてが観光客というわけではないです。このうち観光客はどれぐらいだろうと数字（スライド3）を見てみたら、東アジアは9割強が観光、東南アジアは8割強が観光。インドは4割しか観光では来ていません。欧米は8割前後、オーストラリアは9割を超えています。ターゲットにする国の人口はどうかということと、観光で来る人はどれぐらいかということのもきっちりと考えた上で設定をしないと、大きな間違いに陥ってしまう可能性があることをお伝えしたく、こういう表をご覧いただきました。

▼ 訪日外国人の目的別割合

	訪日数	観光(%)	商用(%)	その他(%)
中国	8,380,100	87.8	7,357,728	5
韓国	7,539,000	92.3	6,958,497	5.1
台湾	4,757,300	95.8	4,547,979	2.7
香港	2,207,900	97.8	2,159,329	1.2
東アジア合計	22,584,300	91.9	21,023,530	4.2
タイ	1,132,100	93.1	1,053,985	4
シンガポール	437,300	90.3	394,882	8.4
マレーシア	468,300	90.9	425,685	6.2
インドネシア	399,800	82.7	328,238	8
フィリピン	504,000	83.3	419,832	5.6
ベトナム	389,100	34.7	135,018	10.7
東南アジア合計	3,327,700	82.9	2,757,638	6.4
インド	154,100	39.6	61,024	38.1
南アジア合計	154,100	39.6	61,024	38.1
アメリカ	1,528,500	78.8	1,202,882	15.9
カナダ	330,500	83.2	284,836	6.9
北米合計	1,857,000	80.7	1,487,718	14.3
イギリス	334,000	75.5	252,170	17.7
フランス	304,900	75.7	230,809	16.4
ドイツ	215,300	63.1	135,854	30.8
イタリア	150,000	77.6	116,400	17.6
ロシア	94,800	68.2	62,758	22.1
スウェーデン	118,900	85.6	101,778	9.1
欧州合計	1,217,900	73.9	899,770	19.2
オーストラリア	552,400	90.1	497,712	6.9
オセアニア合計	552,400	90.1	497,712	6.9
その他	1,198,500			
合計	31,191,900	88.7	27,667,215	6.2

・アジアに比べ欧米は、商用目的の割合が高い。
 ・ベトナム、インドは、観光目的は、全体の3割強。
 ・単純に訪日数だけで判断するのは危険。

スライド3 訪日外国人の目的別割合

ちなみに、ベトナムは東南アジアでかなり訪日数自体は伸びているのですが、観光で来ている人は3割しかいません。就労とか、語学研修とか、そういう方が非常に多いということです。伸びているから、ここはこれからターゲットというのはちょっと安易かなと思います。

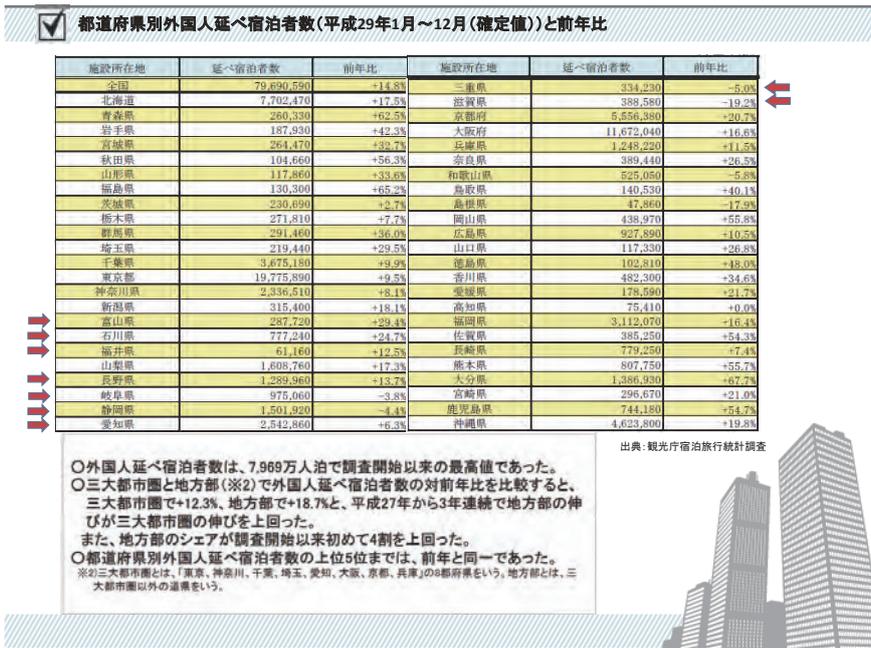
2017年の全国の外国人延べ宿泊者数（スライド4）は7,969万人泊でした。なお、中部運輸局が

発表している昇龍道9県の外国人延べ宿泊者数は、2017年は815万人泊（前年比4%増）でしたが、最新2018年は943万人泊（前年比16%増）とかなり伸びました。スライド5は、昇龍道9県別の国籍別外国人延べ宿泊者数の割合を示しています。

これらの表から、あくまでも個人的私見ですが、このエリアの現状をスライド6にまとめてみますと、中部圏の外国人観光客数の現状は、1位が中

国、2位が台湾、3位が香港、4位が韓国、以下こんな感じです。中部圏では、2017年815万人泊、日本全国の約10%が宿泊していることになります。中部空港は中国からの直行便、特にLCCが多いのも理由の1つだと思います。

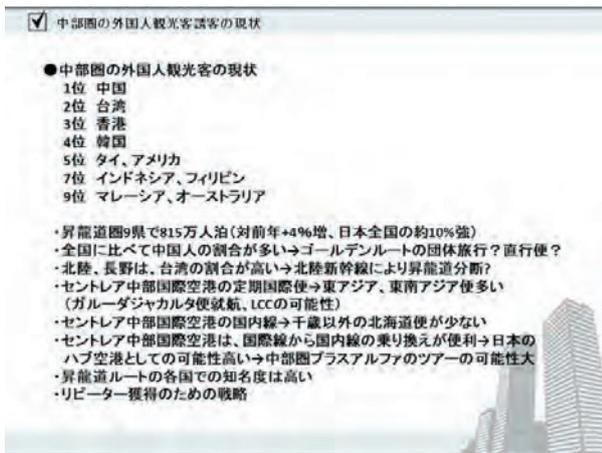
昇龍道エリアでいうと、北陸、長野は台湾の割合が非常に高いのです。台湾・香港が非常に高いのですが、北陸新幹線のおかげかなと思います。



スライド4 都道府県別外国人延べ宿泊者数(2017年)



スライド5 昇龍道9県別の国籍別外国人延べ宿泊者数構成比



スライド6 中部圏の外国人観光客誘客の現状

JR東日本、JR西日本が「北陸アーチパス」という外国人向けのレールパスを発売していき、東京から北陸新幹線で長野に入って、北陸をグルッと回って大阪に抜けるコースなので、中部圏は素通りしてしまう。もしかしたら、これによって昇龍道が分断されているのではないかと、そんな気がしました。

あと、中部空港の定期国際便の状況を見ましたら、東アジア、東南アジアの便が非常に多い。

一方、国内線は、北海道便が旭川空港、函館空港に飛んでいると思うのですが、やはり便数が少ない。女満別空港へも1本、季節で飛んでいるかと思うのですが、ほぼ千歳空港です。

中部空港は、日本の拠点空港の中では国際線から国内線への乗り継ぎが便利な空港ではないかと思えますし、日本の真ん中の空港ですから、ここをハブにして中部圏プラス北海道とか、中部圏プラス九州という感じで、中部空港から入って日本全国に出ていっていただけるような、中部圏プラスアルファのツアーをプロモーションしていくと、可能性が大きいのではないかと考えます。

私は東南アジアによく行きますが、昇龍道の知名度はすごく高いです。もう8年とおっしゃっていましたが、5年目ぐらいから東南アジアで非常に知名度が上がりまして、今、東南アジアの新興国、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピンでは、まずはゴールデンルート、2回目の人は北海道、3回目の人は大体昇龍道というくら

い知名度は非常に高いです。ただ、昇龍道にリピーターで来ている人はどれぐらいいるかが調べられなかったのですが、ここを検討すると、もっともこのエリアに人が来るようになるのかなと思いました。

このエリアの課題は、①延べ宿泊者数が少ない、②1人当たりの消費額が少ない、③平均滞在日数が少ない、④観光目的での滞在が少ない、ではないかと思いました。これからどうやって脱却したらいいかを私なりに考えました。

まず、ゴールデンルートにとらわれないオリジナルのプロモーションが必要ではないか。通過型からの脱却です。東京駅から朝いちばんの新幹線に乗ると、荷物を持たない外国人がいっぱい乗っている、「どこに行くの?」と聞くと、大体が「京都。最終便で帰ってきます。」と言うのです。ここは素通りです。そういう人たちをどんどん減らすべきかなと思います。JR東海が今、新幹線のレールパスを売っていますが、もう少し細分化して、中部圏をうまく回っていただけるようなレールパスを考えていただけるといいと勝手に思っています。

あと、先ほど申し上げたように昇龍道の知名度は非常に高くなっていますが、ホームページに具体的な情報が少ないと思いました。テーマ別のモデルコース等々は出てくるのですが、「これで行こう!」と簡単には思えないのかなと。「どこでご飯を食べたらいいの?」、「どこでお土産を買ったらいいの?」とか、そういった個店情報までモデルコースには絶対に必要です。官が個店情報を出すのは非常に難しいと思うのですが、土地勘がない外国人にはかなり具体的に情報を入れてあげないと回りきれないのです。逆に、そういう情報がたくさんあれば、1回来た人が「昇龍道はすごく便利で分かりやすくいいところだったな。いろいろなテーマでいろいろなコースがあるから、また行ってみよう。」とリピーターになると思うのです。リピーターを獲得できるような、昇龍道エリアでお金を落としてもらえそうなモデルコースづくりが必要かなと思いました。観光に来てい

ただいても、お金を落としてももらわないと意味がありませんから。

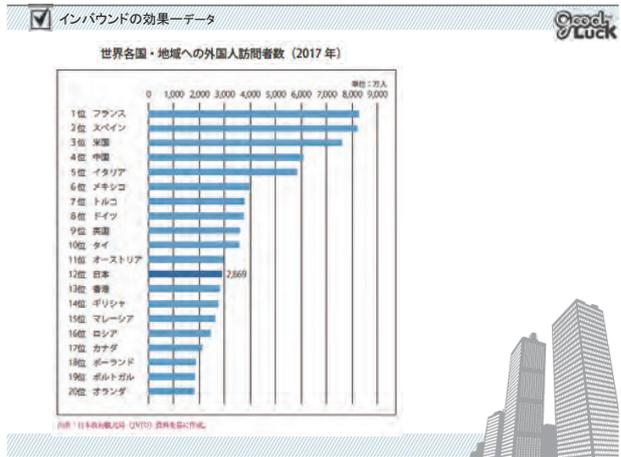
今、京都では観光公害とかが起っています。京都にたくさん来ているのですが、お金を落とさないのです。「神社仏閣にお金を落として、大阪で買い物をして、という感じで、全然お金が落ちていない」と京都の方はおっしゃいます。

一昨日行った伊根もそうです。ブラブラと見て歩くのですが、お金は落ちていません。もうかっているのは舟屋だけ。不思議なのはお土産物屋がないこと。お土産がないなら、考えればいいと思うのです。もったいない感じがしました。

せっかく観光客に来ていただくのであれば、ちゃんと満足いただいて、たくさん宿泊していただいて、お金を落としていただくのが非常に大事だと思います。

今、インバウンドの傾向は「大都市圏から地方圏へ」という動きが非常に強くなっています（スライド7）。どんどん地方に行っています。日本に来ている約8割のアジアの方はほとんど大都市から来ているのです。例えばタイのバンコクは東京や大阪よりも都会です。都会の人たちは東京や大阪で観光しようとは思わないですよ？日本の古きよき文化や昔の風景、普通の日本人の生活に触れたい、人に触れたい、交流したがる方が非常に多いのです。そういう意味でも、地方はこれから非常に可能性があるのかなと思っています。

インバウンドの多い国（スライド8）は、1位フランス、2位スペイン、3位アメリカ、4位中国となっていて日本は12位でした。2018年はタイの次で11位ですが、まだ上に10か国あります。アジアでは第4位です。



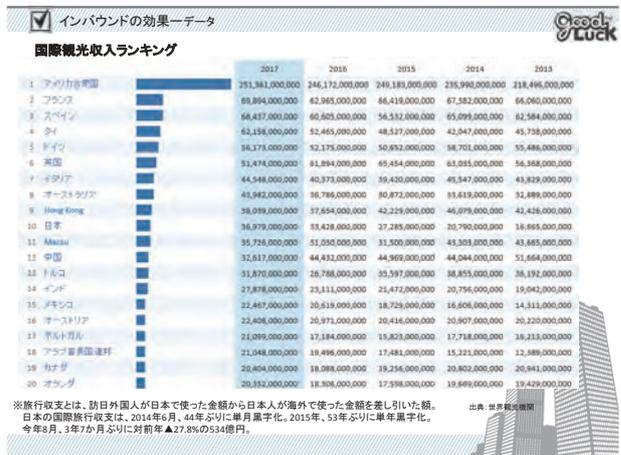
スライド8 世界各国・地域への外国人訪問者数 (2017年)

2. 訪日外国人の消費動向

海外から来た人がお金をどれだけ落としていくかというのがスライド9の国際観光収入ランキングです。何度も言いますが、観光で来ていただく以上はお金を落としてももらわないと意味がないですから。これを見ると、インバウンドの多かった1位のフランスが国際観光収入では2位になっていまして、アメリカが1位です。なぜだか分かりますか？ フランスはEU各国と陸続きで、ビザも



スライド7 大都市圏と地方部の外国人延べ宿泊者数の比較 (中部圏の外国人観光客誘客の現状)



スライド9 国際観光収入ランキング

なくて入ってこられます。要はショートトリップが多いのでしょう。1泊2日の旅行とか、2泊3日の旅行とか。一方、アメリカにはどこから行くにも長距離を飛んでいかなければいけないので、2泊3日で帰ってこようという人はあまりいません。日本人でもせっかく行ったら、1週間とか、10日とか、アメリカに滞在すると思います。宿泊費、交通費、食費、お金を落とします。せっかく日本に来ていただいたら、なるべく滞在していただいて、お金を落としてもらえるような戦略をエリアごとに考える必要があると思います。

外国人の使うお金がどんどん減っていると言われていますが、当然かなと思っています。2016年の中国人の爆買いブームが過ぎ、今がやっと普通の状況かなと思っています。昔、バブルのころ、日本人がフランスのパリのヴィトンの本店にずらっと並んでビニールのバッグを買っていましたよね？でも、毎年行って、毎年買う人はいないですよ？中国人もさすがに毎年日本に来て高級時計やバッグを買う人はいません。モノ消費からコト消費にどんどん変わっているとよく聞かれますが、そういうことだと思います。ただ、お金を使っているのは1番が中国、2番が台湾、3番が韓国、4番が香港ということで、東アジアが多いです(スライド10上)。

一方で、1人当たりの消費額は、オーストラリア、スペイン、イタリアが上位にきます(スライド10下)。オーストラリアの人は日本に来ると平均14泊します。宿泊費、食費、交通費等々でお金を使いますので、1人当たりの単価が上がります。スペイン、イタリアも同様です。中国に関しては、ショッピングでお金をすごく使っているのです。短期間の滞在で買い物にお金を使う。こういった違いがあるのかなと思います。

今、日本円が弱くなっているのです、過去と比べると、どんどん消費額が減っているように見えますが、現地通貨に換算すると、決して減っていません。香港以外は対前年で増えています(スライド11)。日本だけの定規でものを考えない方がいいのかなという気がしています。

▼ 旅行消費の多い国・地域①

【図表3】 国別・地域別の11訪日外国人旅行消費額 (億円)

国別・地域	総額	前年比	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽費	買物費	その他
全国計・地域	48,064	13,222	9,758	4,688	1,722	18,554	19	
中国	5,842	1,872	1,492	577	299	1,607	4	
台湾	5,839	1,610	1,274	625	223	2,105	1	
韓国	3,355	989	798	363	109	1,097	0	
香港	15,270	3,105	2,611	1,095	319	9,023	0	
タイ	1,405	417	314	171	49	453	1	
シンガポール	745	272	181	86	26	180	0	
インドネシア	629	208	141	78	30	180	0	
インドネシア	530	189	135	83	22	150	0	
フィリピン	390	149	144	68	29	199	1	
ベトナム	724	217	171	72	23	250	1	
フランス	247	115	82	35	6	41	0	
英国	718	325	181	107	27	78	0	
ドイツ	409	180	103	61	13	54	0	
フランス	656	260	173	102	22	99	0	
イタリア	335	131	87	59	11	48	0	
スペイン	291	110	73	50	9	39	0	
ロシア	177	58	40	20	8	50	0	
米国	2,990	1,239	763	411	118	358	1	
オーストラリア	607	243	154	89	27	83	0	
オーストラリア	1,315	537	330	190	87	181	1	
その他	2,362	997	573	248	75	369	0	
その他(前年)	1,034	11	45	13	4	973	0	

○国籍・地域別では、
1位 中国
2位 台湾
3位 韓国
4位 香港
5位 アメリカ
の順で旅行消費額が高い。
○上位5か国・地域で、消費額全体の73.9%を占める。

▼ 旅行消費の多い国・地域②

訪日外国人1人あたり旅行支出と訪日外国人旅行消費額 (国別・地域別)

国別・地域	総額	前年比	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽費	買物費	その他	平均的数
全国計・地域	152,594	-0.9%	45,822	33,664	16,209	5,952	59,880	67	9.1
中国	177,559	+8.9%	24,888	19,837	7,668	3,633	21,292	49	4.3
台湾	128,059	+1.8%	35,882	28,164	13,794	4,963	45,236	31	6.8
韓国	154,460	+0.9%	45,651	36,743	16,711	5,025	59,294	36	6.3
中国	223,640	-2.9%	47,932	39,854	16,868	7,968	110,923	95	9.7
タイ	124,300	-1.8%	36,880	27,807	15,104	4,739	40,006	124	8.9
シンガポール	171,039	+4.1%	62,409	41,551	19,852	5,902	41,261	64	8.3
インドネシア	137,618	+1.4%	44,858	30,455	15,377	5,450	39,522	3	10.1
インドネシア	141,467	+9.3%	48,111	29,170	20,962	5,593	37,613	17	12.1
フィリピン	121,765	+7.1%	31,567	30,187	14,371	6,036	39,336	268	25.2
ベトナム	189,427	+3.4%	56,062	44,039	18,975	5,873	64,237	241	38.6
フランス	164,351	+2.5%	75,262	34,067	21,865	3,734	26,323	0	18.8
英国	219,725	+2.0%	100,009	55,771	32,983	9,278	22,649	34	13.6
ドイツ	191,783	+5.3%	84,397	47,592	28,503	5,962	25,242	87	13.9
フランス	215,733	+1.5%	85,594	56,501	33,415	7,348	32,434	41	18.4
イタリア	224,268	+17.1%	88,116	58,119	39,306	7,579	30,863	286	15.2
スペイン	236,996	+11.5%	92,527	61,910	42,164	7,598	32,797	0	14.2
ロシア	188,530	-5.4%	61,970	42,228	21,745	8,053	53,289	143	16.7
英国	191,352	+5.1%	82,192	50,573	27,282	7,844	23,427	34	13.5
カナダ	184,134	+2.6%	75,220	47,743	27,717	8,250	29,060	143	12.3
オーストラリア	242,050	+7.2%	99,084	58,815	35,046	16,128	32,742	236	13.3
その他	196,291	-6.8%	83,759	48,132	25,280	6,330	30,746	14	16.0
その他(前年)	44,227	-	24	1,928	1,791	41,627	5	0.7	

スライド10 訪日外国人観光消費額

▼ 費目別に見る訪日外国人消費額

訪日外国人消費額は、実は、減っていません。

- ▶ 旅行消費額が高い上位5市(中国、台湾、韓国、香港、米国)において、現地通貨ベースで訪日外国人1人あたり旅行支出をみると、日本円ベースでの訪日外国人1人あたり旅行支出は、5市場とも減少しているが、現地通貨ベースでは、香港を除き前年同期比で増加している。【図表4】
- ▶ そのため、日本円ベースでの1人あたり旅行支出の減少には、為替レートの変動方向への動きが大きく影響しているものと考えられる。
- ▶ なお、香港において、現地通貨ベースでも1人あたり旅行支出が減少(前年同期比-3.3%)しているのは、「カメラ・ビデオカメラ・時計」といった高級商品の購入落ち込みが影響している。

【図表4】 訪日外国人1人あたり旅行支出(現地通貨ベース)

平成28年7-9月期	日本円ベース		現地通貨ベース		為替レート	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比
中国	227,821円	-18.8%	14,783円(USD)	3.8%	15.41円(USD)	-21.8%
台湾	119,923円	+18.6%	36,899円(TWD)	0.6%	3.24円(TWD)	+18.6%
韓国	87,927円	-11.8%	740,856円(KRW)	1.0%	0.09円(KRW)	-12.7%
香港	147,127円	-23.8%	11,117円(HKD)	-8.3%	13.23円(HKD)	-16.7%
米国	175,544円	-2.3%	1,710円(USD)	17.2%	102.95円(USD)	-16.0%

スライド11 現地通貨ベース1人あたり訪日外国人旅行支出

3. 最近のキーワードと傾向

フラッシュパッカーはご存じでしょうか？バックパッカーの逆です。バックパッカーと同じように大きいバックパックを背負って旅行している人たちですが、事前にちゃんと情報収集して、間違

いがないかどうか、本当に書いてあることが正しいかどうかを自分の目で確かめて、それをSNSで発信している人たちです。非常に富裕層が多いです。

フラッシュパッカーが来ているのはなかなか分からないが、たまたまこういう人が来た宿がちゃんと対応して、彼らが満足してくれれば、その後、なぜかフランスからお金持ちがたくさん来るようになった、イギリスからたくさん来るようになったというようなことが起こります。

LGBTは、最近いろいろなところで耳にするとあります。レズビアン、ゲイ、バイセクシャル、トランスジェンダーの略です。世界では非常に大きい市場で、この人たちもお金持ちが多いのです。Booking.comとか、Expediaとかをよく見ると、レインボーフラッグが立っている宿があるのです。レインボーフラッグはLGBTオッケーの宿です。そういう宿は非常に多いです。

私は長野県の湯田中渋温泉というスノーモンキー（地獄谷野猿公苑）の近くの温泉街の純和風旅館、全和室12部屋、バス・トイレなしという和風旅館のお手伝いをずっとしています。恐らく稼働率は95%で、うち9割が外国人です。非常に頑張ってウェブでいろいろなプロモーションをやっていますが、ある時、電話が来ました。「川端さん、大変です。イギリス人のハネムーンの予約が入って、今日来ました。男の人2人で来ました。どうしたらいいですか？」と言うので、「いやいや、ハネムーンだから、普通に対応してください。」とお伝えしました。恐る恐る普通に対応したら、そのカップルが「湯田中の清風荘はゲイのカップルに優しい宿だった。」という書き込みをしてくれたのです。そこから今、どんどん増えています。どこから情報が伝わって、どこで爆発するかは分からないのです。

OTA（Online Travel Agency）は最近当たり前の言葉ですが、Tripfuserを聞いたことがある方はいらっしゃいますか？まだいないですかね。私も先週知った言葉です。着地型旅行商品の比較サイトです。ホームページを開き、行き先をまず

選びます。例えば日本の京都を選ぶと、何日間ですか、合計何名ですか、大人何名、子ども何名、老人何名、ホテルのランクとか、車は必要ですか、ガイドは必要ですか等々、いろいろなオプションを全部選んでいくと、あなたにお勧めの着地型の京都の例えば3泊4日の旅行はこれです、というのが一覧で出てきます。そこから気に入ったものを選ぶ。これからたぶん来るサイトではないかと思いますが、Tripfuserの受けをどこがやっているかがポイントです。日本国内の大手エージェントで対応していくことは厳しいと思うのです。ランドオペレーターではなく外国人専門の旅行代理店が日本国内にあり、あまり知られていませんが、例えば名古屋に1社ありますし、京都、大阪にも結構あるのですが、そういったところが受けて商品を提供しています。もし欧米豪の富裕層を呼びたいのであれば、海外の旅行博へ行って、例えばイギリスの旅行博でプロモーションしても、欧米豪の富裕層は来ないです。観光旅行博には来ないと思います。であれば、実際にそういう旅行者を受けている日本の外国人富裕層専門の旅行代理店に情報を入れて、彼らの引き出しの中の1つのパーツにしてもらった方がよほど可能性があると思うのです。なぜか自治体の方は、ちょっとイギリスに行ってみたいとか、アメリカに行ってみたいとか、旅行博に行かれますが、このお金は別に使った方がいいと思っています。なので、Tripfuserは覚えておいていただくといいかなと思います。

あとは、最近は動物に触れる旅が人気です。猿がスマホを持って温泉に入っている写真をご覧になられたことがある方もいるかと思いますが、スノーモンキー（地獄谷野猿公苑）です。外国人の方が朝から晩までカメラをずっと構えているのです。たまたま台湾の女の子がスマホを温泉に落としたり、猿が拾って、あんな写真が撮れたのです。やらせでも何でもありません。世界のいろいろな写真展で賞をもらっています。海外には動物に近寄れたり、触れられたりする国があまりないのです。日本はすごく珍しい国で、キツネ村とか、フクロウの喫茶店とか、猫カフェとか、動物と触れ合え

るスポットが人気あります。海外の人は自分の国ではできない体験をしたいのだろうと思います。

四季折々の花が咲くのは日本人にとって当たり前ですが、海外ではそんなに花が咲かないのです。東南アジアは暖かいですから、一年中、派手な花が咲いていますが、季節ごとに花がかわるのはあまりないのです。こういったものも重要な観光のコンテンツになると思います。

ターゲットを決める際にもう1つ重要なのは、国によって学校のお休みとか、お正月とか、全部違うことです。インバウンドは日本人が落ち込む時期の穴埋めが1つの大きな目的で、中華系の国慶節のお休みの人たちを呼んで2月を埋めようというところからインバウンドは伸びたのですが、国によって全然違います。タイでは、水掛け祭りとしても知られる旧正月のお祭り「ソンクラーン」が来週（2019年4月13～15日）に始まります。マレーシアとシンガポールは、5月のゴールデンウィーク明けから6月、7月に学校が休みなので、そういった時期に旅行に来ます。そういった時期が落ち込むエリアは、そういった国をターゲットにするのも重要なポイントかなと思います。

4. 国・地域別の特徴

海外から外国人観光客はいっぱい来ますが、それぞれの国の人がどんな人かをちゃんと把握する必要があると思います。

例えば、中国は赤が好きです。「一般社団法人

四国ツーリズム創造機構」というDMOの外国語のホームページを私どもが作らせていただいたとき、「国ごとに全部ページのデザインやレイアウト、色を変えてください。」と言われましたので、各国の人たちを20名ずつ集めてインタビューをして、どういう色が好き？とか、写真は大きい方がいい？とか、いろいろなヒアリングをしました。で、中国は赤が好きとか、赤の矢印はだめだとか、いろいろおっしゃっていました。

もし中国をターゲットにされるのであれば、国をターゲットにしても大きすぎるので、まちをターゲットにした方がいいと思います。上海とか、北京とか、広州とか。14億人にポンと情報を投げて、砂漠に水をまくようなものですし、まちごとに特徴があるからです。例えば上海、広州の方は、割と南の方ですので、雪を見たいとか、外資系の企業に勤めている方が多く富裕層も多いので、FIT（Free Independent Travel、個人旅行）のリピーターの個人客が多いとか。それに比べると北京の方は若干まだ中国の方っぽいとか、いろいろな特徴がありますのでその辺を考えてターゲットを設定された方がいいと思います。

韓国は緑やオレンジがとても好きな国です。ホームページを作る場合にはフラッシュで写真をたくさん見せるのがいいと思います。韓国も今、多いのですが、韓国の方はあまり周遊しないで、1泊2日とか2泊3日、日本人の週末旅行と同じ感覚で日本に来ていますから、お金を落としてもらおうと考えると、若干ターゲットとしては難しいか

☑️ そもそも、外国人観光客とは？…国毎の特徴

中国

人口: 1,390,000,000人 <2017>
 中国人出国者数: 135,130,000 <2016>
 訪日旅行者数
 6,373,564人 <2016> → 7,355,818人 <2017> 15.4up → 8,380,100人 <2018> 14.5up
 FIT率: 61.8% <2017> リピーター率: 61.4% <2017>

- ・中国人海外旅行者数の増大 年間1億3500万人が海外旅行に
- ・円安 VISAの緩和
- ・団体旅行の値上げ<新旅遊法> LCCの就航ラッシュ FITの増加
- ・大型クルーズ船の寄港地増加 など 253.3万人

■アジア各国・地域への中国人訪問者数

訪問先	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	1,214,417	2,459,159	4,964,667	8,123,594	12,252,812	20,252,812
タイ	4,157,231	4,836,250	7,934,791	8,757,484	9,809,752	
韓国	4,826,889	6,128,585	5,884,120	6,087,722	4,189,353	
台湾	2,014,752	3,987,152	4,184,762	3,841,734	2,732,549	
シンガポール	2,284,110	1,722,200	2,168,134	2,613,488	3,228,926	
マレーシア	1,791,423	1,813,205	1,877,182	1,124,942	2,291,488	

・なにも日本だけが良いわけではない。
 タイ 875万人 <2017>
 韓国は、政治的理由により、激減!

・富裕層を狙え! →情報収集は?旅行の手配は?
 ・国ではなく、上海、北京、広州等の都市を狙え!

☑️ そもそも、外国人観光客とは？…国毎の特徴

韓国

人口: 51,451,000人 <2017>
 訪日旅行者数: 22,382,190人 <2016>
 訪日旅行者数
 5,090,302人 <2016> → 7,140,438人 <2017> 40.35up → 7,539,000人 <2018> 5.65up
 FIT率: 86% <2017> リピーター率: 68.2% <2017>

- ・LCC就航ラッシュ
- ・関西空港からの年間入れ込み数が、東京を越えた。
- ・北海道への入れ込み40%増→LCC社就航
- ・圧倒的にFITが多い。西高東低のイメージ(北海道を除く)
- ・日本人の週末旅行的な旅行スタイルが多い→1泊2日、2泊3日→周遊しない。
- ・目的を決めてくる。→温泉、買い物、ゴルフ、山歩き、釣りetc
- ・消費額が少ない。
- ・情報収集は、圧倒的にWEB。旅行代理店のサイトの中にTRAVEL CAFE(SNS的なサイト)があり、行った事のある日本の都市を紹介。→まだ、韓国人があまり行っていない所へ行きたい。

■アジア各国・地域への韓国人訪問者数

訪問先	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	2,458,183	2,793,313	4,002,045	5,090,202	7,140,438	7,539,000
マレーシア	748,727	887,950	1,112,979	1,942,692	2,412,249	
タイ	1,262,320	1,108,426	1,326,911	1,484,218	1,706,870	
台湾	331,301	527,484	655,183	684,287	1,054,765	
中国	3,988,999	4,191,705	4,444,289	4,702,113		
香港	143,367	168,423	172,622		1,162,726	

・昨年、地震等の影響で、前年からの伸びが引かれた。
 ・原発に敏感。

などという気もしています。ただ、直行便が多いので、このエリアでは例えば昇龍道をいろいろな形で見せて、いろいろなところに行っていたくのはありかなと思います。

台湾はショッピングピンクが大好きです。日本が大好きな国なので、1年に何回も日本に来る方がたくさんいらっしゃいます。最近台湾から直行で地方空港にチャーター便が飛ぶので、大都市を経由せずに直接地方で何泊か過ごす方も多いです。FacebookやYahoo!で情報収集していますが、今、一番人気があるのは実はユーチューバーです。台湾で人気のあるユーチューバーが何人かいて、その方が日本に来て動画を配信すると、それを見てすぐ来る方も多そうです。あと、LCCでとりえずチケットを買って、行き先はそれから決める方も多いです。

香港もショッピングピンクが大好きです。中国ですが、香港の人は中国人だとは思っていません。

中国のネット環境を非常に不安視してまして、あまりネットを使わないのです。国が狭いので、自宅から歩いて15分圏内ぐらいにある旅行エージェントに行って、窓口で「今、日本のどこが人気ですか？」とフェイス・ツー・フェイスで聞きながら旅行を決める方がまだ多い国です。あと、「U Magazine」と「Weekend Weekly」という2大旅行誌に情報が出ると、結構来ます。SNSも見られるのですが、この2誌の編集者のブログをチェックしています。もし皆さんのエリアにこの2誌の編集者が取材で来たら、メールアドレスの交換をしてください。「今、日本の桜はこんな感じで咲いているよ。」とか、「今、こんなのがおいしいよ。」とか、「今度こういう祭があるよ。」とか、どんどん一方的に流すと、彼らは非常に喜んで勝手にブログで紹介してくれます。そういう使い方をしてください。

シンガポールの人口は少ないですが、東南アジアの情報発信基地になっています。ここで売れた商品は大体2年後、周りの東南アジア各国で売れますので、あえてシンガポールだけでプロモーションをしているエリアもたくさんあります。私が昨日おとといと行っていた「海の京都」エリアも実は4年前からシンガポールの旅行博にだけ出展してプロモーションをしています。私はインドネシア・ジャカルタの「Japan Travel Fair (JTF)」に毎年行っています。2~3年前はFITの方が少なかったのですが、最近少し増えてきて、2018年3月、関西ブースのお手伝いに行ったとき、イ

☑️ そもそも、外国人観光客とは？・・・国毎の特徴

台湾

人口: 23,571,000人 <2017>
 台湾人出国者数: 13,456,579人 <2016>
 訪日旅行者数
 4,167,312人 <2016> → 4,564,053人 <2017> 40.3%up → 4,757,300人 <2018> 4.2%up
 FIT率: 63.3% <2017> リピーター率: 81.1% <2017>

・台湾人は海外旅行好き 出国率 65.6% 超 親日家 ヘビーリピーター
 ・訪日台湾人の目的別シェア 観光95.6% 滞在日数 4~6日間 74.3%
 ・航空路線の拡大、LCCの躍進 地方空港への直行便、チャーター便増
 LCC社(ハニラ、ピーチ、スクート、ジェットスター、タイガーエア)、
 ・日本の四季を楽しむ ex. 霧の立山黒部アルペンルートの人気拡大 2年連続で12万人を超える。
 花を楽しむ旅、雪を楽しむ旅etc
 ・旅行ガイドブック、旅行サイト、雑誌、ブログなどを上手に活用し情報収集、WEBは、Yahoo!が人気。
 ・SNSはFacebookのアカウントを90.9%、LINEのアカウントを87.1% 友人とはLINEで。
 ・最近では、情報発信としては、ブロガーよりもYouTuberが効果大。
 ・人口に対する訪日割合が既に高い為、これ以上、一気に伸びることは考えられないが、確実に増える市場。

■アジア各国・地域への台湾人訪問者数

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	2,270,627	2,629,871	3,417,075	4,147,312	4,564,053
中国	5,762,500	5,362,528	5,166,864	5,179,892	5,184,212
香港	2,165,068	2,091,385	2,019,787	1,972,989	1,954,768
韓国	544,682	643,682	618,398	633,483	625,819
タイ	302,170	384,140	552,624	422,231	572,844
マレーシア	392,809	398,899	436,794	507,261	618,232

☑️ そもそも、外国人観光客とは？・・・国毎の特徴

香港

人口: 7,410,000人
 香港人出国者数: 9,175,800人 <2016>
 訪日旅行者数
 1,539,183人 <2016> → 2,231,568人 <2017> 21%up → 2,207,900人 <2018> ▲1.1%up
 FIT率: 90.6% リピーター率: 83.4%

・人口の3人に1人が日本へ来ている→実際には、1年に何回も来るヘビーリピーターが多い。
 ・昨年は、対前年で若干のマイナスになっているが、元々の人口から考えるとここからまた一気に増えるという事は、考えられない。
 ・FITが圧倒的に多く、リピーターも多い。10回以上のリピーターが、全体の20%。
 ・レンタカーを利用して、良いコンテンツがあればアクセスの悪い場所へ足を伸ばす。
 ・ドライブ好き。
 ・情報収集は、2大旅行情報誌から、「Weekend Weekly」U MAGAZINE
 ・若者の間では、日本でプロポーズすることが流行っている。
 ・日本の昭和の雰囲気人気。
 ・ブロガーを呼ぶよりも、雑誌の編集者に取材に来て頂き、彼らのブログで情報発信してもらう方が効果的。

■アジア各国・地域への香港人訪問者数

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	1,183,841	1,376,776	1,513,157	1,674,521	2,231,568
中国	588,323	682,131	688,183	581,894	629,894
マレーシア	484,810	671,058	609,888	531,276	486,766
タイ	450,423	568,377	573,473	658,516	688,231
インドネシア	8,570	9,841	14,781	15,360	15,360

☑️ そもそも、外国人観光客とは？・・・国毎の特徴

シンガポール

人口: 5,610,000人
 出国者数 9,888,852人 <2017>
 訪日旅行者数
 361,807人 <2016> → 404,132人 <2017> 12%up → 437,300人 <2018> 8%up
 FIT率: 89.2% リピーター率: 70.8%

・人口が少ない為、香港同様、ここから一気に数字が伸びる可能性は少ないが、シンガポールで売れた商品は、1-2年後、タイ、マレーシア、インドネシア等の東南アジアで売れるといわれており、東南アジアのトレンドメーカー。
 ・リピーターが多く、レンタカーで日本を回る人も多い。
 ・健康志向が高まっている。
 ・情報は少少という考え方でネットで情報収集。JNTOシンガポール支社のFBが人気。
 ・雑誌は、買わない。
 ・女性主の女子旅も人気。

■アジア各国・地域へのシンガポール人訪問者数

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	189,280	227,062	308,783	361,804	404,132
マレーシア	13,178,774	13,932,867	12,930,754	13,272,961	12,441,713
タイ	955,466	844,133	937,311	966,909	1,028,077
中国	966,825	971,405	905,288	821,837	490,038
香港	700,065	737,911	675,413	525,576	460,038
台湾	384,733	378,235	393,037	407,267	425,577

インドネシアの富裕層の人たちが8組、「伊根の舟屋はどこにあるのですか？」と来たのです。「なぜ伊根の舟屋を知っているのですか？インドネシアでは情報発信していないはずだけど。」と言うと、「実はシンガポールで聞きました。」と。シンガポールは東南アジア各国への情報発信基地だと改めて知った次第です。

ちなみに、シンガポールの人も香港の人もレンタカー移動が非常に多いので、アクセスが悪いエリアにとってシンガポールと香港はターゲットとして非常にいい国だと思います。両方とも右ハンドルですし、トヨタ車は大人気です。プリウスに乗って日本を走りたいと。狭い国なので、1時間走ったら、もう終わってしまうのですが、日本は高速道路をずっと走っていても、景色が常に変わるので、それだけで楽しいそうです。笑い話でも何でもないので、3年前の夏休みに成田の当時のマツダレンタカーで香港から来た2家族が同じ日に車を借りて、翌日それぞれから電話があったそうです。「ちょっとぶつけちゃいました。」と。1組は青森から。東北道をずっと北上していったのです。ちょっと休んだ方がいいよと思うのですが。もう1組はどこだと思いますか。ちょっとありえないところですよ。鹿児島です。すごいですよね？東名を走って名神を走って中国道を通って九州道を通って。それだけ走ったら、事故をと思うのですが、それぐらい走るの好きな国です。シンガポールも一緒です。シンガポールは「明るい北朝鮮」と呼ばれていまして、ぜいたく品にもものすごく税金がかかるのです。ビール1杯1,200円ぐらいするのです。車を買うとき、車を買う権利を国に500万円払って買って、日本のカラーが大体500万円ぐらいです。日本の車体価格の3倍ぐらいで売っています。さらに、車を買ってもそんなに走るところがない。であれば、日本へ行って運転した方がいいということで、そのお金を旅行に回して、日本でドライブする方も多いです。

タイは紫が高貴な色です。タイの方も今、レンタカーが増えていきます。ここも右ハンドルです。大渋滞の国ですので、日本はすごく走りやすいそ

うです。タイでは一般家庭にあまり台所がないです。家で食事を作る習慣がなく、外食文化です。1日5食もです。少しずつ常に食べているのです。日本に来て、いちばんの楽しみは食です。特に甘いものが大好きで、果物とか、スイーツとか、そういったものがお勧めのエリアにとっては、タイはターゲットかなと思います。タイには旅行エージェントがたくさんありますが、非常に攻めやすい国です。タイの富裕層の少し上を狙おうとすると、3社ぐらい回ったら、それでオッケーです。旅行会社のすみ分けがきちりとできています。グループ旅行をつくる会社、それを売る会社、FITだけを専門にやっている会社、オーダーだけをやっている会社、インセンティブだけをやっている会社、教育旅行だけをやっている会社。ターゲットを決めたら、非常に攻めやすい国です。ここではブロガーがいまだに大きな影響力を持っています。

今、JNTOや運輸局の招請で世界各国からブロガーもたくさん来ています。日本の自治体はブロガーの使い方が間違っています。1人呼ぶのに50万円、100万円かかるのですが、Facebookへの1投稿以上が保証されます。Facebookに情報が上がったと喜ぶのですが、それっきりです。

でも、彼らは実はフェイスブッカーではなくて、ブロガーなのです。特に日本の情報をタイで発信するブロガーなので、常に新しい情報が欲しいのです。でも、毎日日本に来るわけにいかない。先ほどの香港の編集者と一緒で、ブロガーが来たら、

☑️ そもそも、外国人観光客とは？…国毎の特徴

タイ

人口: 68,980,000人
 タイ人出国者数 8,204,000人 <2016>
 訪日旅行者数 901,235人 <2016> → 987,211人 <2017> 9,56up → 1,132,100人 <2018> 14.8up
 FIT率: 74.8% リピーター率: 67.1%

- ・タイには、バンコクと地方がある。→富裕層は、バンコクに集中。
- ・仏教徒 95% 約4割の方は、牛肉を食べません。
- ・1日3食 日本でも食が楽しみ、甘いものが大好き。シーフード大好き。梅酒(チョーヤ)大好き。
- ・果物好きが大好き。最近では、梅が人気。
- ・歴史文化に興味なし。
- ・自撮り大好き。インスタ映える場所。
- ・旅行会社約300社が訪日旅行を取り扱っている。→役割分担が出来ている。→営業しやすい。
- ・FIT化、リピーターが増えている。→旅行会社では、着地後商品を購入。
- ・レンタカー利用も増えている。
- ・SNSで情報収集。FB、LINE、Pinterest。
- ・情報発信する場合は、タイ語で発信。
- ・きれいな写真メインで、文章は簡潔な。→自分で検索。
- ・TV、ブロガー人気。→但し、ブロガーは、沢山いますが、人気ブロガーは、2、3人。

■アジア各国・地域へのタイ訪問者数

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	453,642	657,570	786,731	901,522	987,211
マレーシア	1,158,402	1,299,298	1,343,569	1,780,800	1,838,522
中国	851,854	813,000	844,483	789,020	-
香港	534,676	485,121	528,410	455,266	430,266
シンガポール	497,409	506,509	516,409	546,555	531,307
韓国	372,878	466,783	371,789	470,107	216,170

各観光庁・観光局より、日本観光振興局(JNTO)調べ

とにかくアドレス交換をしてください。同じように写真や情報をこれでもかというぐらい一方的に送るのです。彼らにとってはそれが商売のネタなので、日本のいろいろなエリアのいろいろな最新情報を勝手に紹介してくれます。そうすると、50万円、100万円払って呼んだ意味があるのです。Facebookに1回上がっただけで、そんなにお金をかけてもしょうがないので、そういう使い方をしていただければと思います。

あと、4割の人が仏教徒の南部の人で牛肉を食べられません。日本では牛肉がおいしいから食べる方もいるのですが、基本的に食べないことになっています。

マレーシアはハラルの国ですが、マレーシアのエージェントは「日本の自治体に、ハラル対応できないので、うちは受け入れができないと言われるのがいちばん悲しい。」とおっしゃいます。ハラルの人も上から下までいまして、厳格なハラルの人は専門の旅行エージェントで回ります。それ以外の一般のハラルの方は、海外旅行に行ったら、そこまでの完璧なハラル対応を求めています。ノンポークのメニューがあるとか、ノンアルコールのメニューがあるとか、ハラルフレンドリー、ムスリムフレンドリーで全然オッケーです。お酒も飲みます。日本は日本酒が有名だから、ちょっと飲んでみよう。実はコーランにはアルコールを飲んではだめだとは書いていません。飲み過ぎてわれを忘れてはいけないと書いています。インドネシアは9割ぐらいがイスラム教徒ですが、こ

こはもっと緩いので、お酒を飲んで車を運転して帰ります。もともとアルコール運転禁止という法律がないのです。

あと、マレーシアからは今、特に近畿エリアに教育旅行の方が非常に来ています。例えば1回に2か所以上の学校交流ができて、民泊ができて、農業体験や漁業体験ができるエリアは、マレーシアでは教育旅行のターゲットになるかなと。奈良県明日香村は宮内庁管轄の土地も多く、古都保存法対象地域の自治体なので、古い建物を壊して新しいものを造れないのです。村長もやっていますが、今、古い家を民泊に活用しているお年寄りがどんどん増えているので、古い家に、ほかの方にも民泊をお勧めしています。いわゆるAirbnbみたいなものではなく、ちゃんとした民泊です。それで教育旅行をどんどん呼んでいます。去年1年間でマレーシアからの教育旅行が3,300泊あったはず。というぐらい来ていますので、マレーシアはそのようなところを狙ってもいいかなと思います。

インドネシアは、これから一番のお勧めの国です。人口2億6,000万人で、中国と同じように非常に大きい国です。日本の地図で見ると、そんなに大きい感じはしないのですが、インドネシアの地図を見るとすごく大きいです。北米大陸が入るぐらいの大きさです。ここも中国と同じで、ジャカルタにほとんど富裕層が集中していますから、ジャカルタでプロモーションすればいいのかなと思います。

☑️ **そもそも、外国人観光客とは？…国毎の特徴**

マレーシア

人口:32,050,000人
マレーシア人出国者数: 公表データなし
訪日旅行者数
394,288人<2016> → 439,548人<2017> 11.5%up → 468,300人 <2018>6.5%up
FIT率 76.5% リピーター率 46.7%



- ・人口の約60%がイスラム教徒。
- ・ハラル対応は必要? → 敬虔なイスラム教徒は、専門の旅行代理店で、それ以外の方は、海外旅行に行ったら完璧なハラル対応は求めてない。
- ・そもそも今日本へ来ているマレーシア人は、中華系がメイン。
- ・教育旅行、日本人気高い。→特に関西。
- ・情報収集は、SNS。
- ・人気ブロガーのブログから情報収集。

■アジア各国・地域へのマレーシア人訪問者数 (人)

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	178,521	249,321	305,441	394,268	439,548
タイ	3,041,097	2,613,418	2,423,397	3,833,826	3,354,800
シンガポール	1,280,942	1,233,035	1,171,077	1,151,584	1,168,356
中国	1,208,535	1,129,800	1,075,451	1,181,899	-
台湾	649,124	593,898	544,688	403,942	391,246
香港	394,328	439,240	431,481	474,420	528,019

各都府県入国統計より、日本政府観光局(JATO)調べ

☑️ **そもそも、外国人観光客とは？…国毎の特徴**

インドネシア

人口:261,989,000人
インドネシア人出国者数 8,340,000人 <2016>
訪日旅行者数
271,014人<2016> → 352,330人<2017> 30%up → 396,900人 <2018> 12.7%up
FIT率 81.5% リピーター率 38.9%



- ・国民の90%がイスラム教徒。マレーシアよりも緩め。
- ・人口の約5%が中華系。訪日の約50%は中華系。
- ・ジャカルタの人口3,000万人。富裕層集中。
- ・GDP\$3,800 → ジャカルタのGDP\$15,000
- ・人口構成がきれいなピラミッド型。
- ・富裕層が増えている。
- ・団体旅行から個人旅行への移行スピードが他国に比べて早い。
- ・自撮りが大好き。自分が大好き。
- ・日本の文化体験ときれいな空気、きれいな水を求める。
- ・インスタで情報収集。
- ・ICチップ入リパスポート全体の30%。
- ・日本の情報が少ないので早めに情報を発信すれば勝機あり。

■アジア各国・地域へのインドネシア人訪問者数

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	1,36,797	158,726	200,083	270,647	352,330
シンガポール	3,088,859	3,028,178	2,731,090	2,893,648	2,954,384
マレーシア	2,548,021	2,827,533	2,788,033	3,116,144	2,796,570
台湾	405,321	368,900	344,762	432,913	-
タイ	594,291	487,582	469,226	535,825	574,784
香港	517,487	492,004	413,568	362,735	385,485

各都府県入国統計より、日本政府観光局(JATO)調べ

ベトナム、フィリピンもそうですが、日本の情報はあまりなく、インドネシアに限らず、海外の人は日本のことをほとんど知りません。東京、大阪、京都、箱根、北海道ぐらいしか分からないと思うのです。ですから、情報を入れたもの勝ちです。今、昇龍道はインドネシアで人気があります。富裕層がものすごく増えていますので、恐らくここ2~3年で東南アジアのトップになるのではないかと思います。

ベトナムは、まだ団体旅行が多いですが、インドネシア以上に情報がありません。私は北海道の紋別出身と言いましたが、紋別は全日空の東京便が1便だけ飛んでいるのです。ベトナムのハノイの人は、北海道は紋別だと思っているのです。紋別市がベトナムH.I.S.で東京4泊・紋別2泊のツアーをつくってもらったら、一冬で300人が紋別に来ました。紋別の情報しか入れないで、「紋別は北海道だよ」と言っていたら、いつの間にか

「北海道＝紋別」になってしまったぐらい情報がありません。このあたりの東南アジアの国々には、ぜひ情報を入れていただければと思います。

5. 効果的な情報発信の必要性

駆け足になってしまいましたが、最後にここだけ(スライド12)。皆さん、情報発信をしているつもりですが、届かないと情報発信の意味がないのです。旅行者に届く情報発信をして欲しいと思っています。

効果的な情報発信とは

- いくら良いコンテンツがあっても、知られなければ観光客は来ません。
- 情報発信とは…知られなければ意味が無い、自己満足で終わる。
大量にお金をかけても、ターゲットに見てもらえなければ駄目

今までの情報発信

紙での発信(雑誌、新聞、チラシ、パンフレット)→インターネットの普及

→ホームページの製作(日本語)→多言語展開 …サーバーをどこに置くか? 検索に引っかかるか?

→SNSでの発信→ブロガー、インフルエンサー、ユーチューバーの登場

→国により、情報収集手段も千差万別
※ブロガーの利用方法間違っていないか?

→ターゲットに如何に届けるか、お金をかけずに発信する方法の検討

スライド12 効果的な情報発信とは

インターネット、ホームページ等々で情報発信していますが、いいホームページを作っても、いい動画を作っても、見てもらえないと意味がない。日本国内のサーバーにホームページを置いても、見てもらえないので、ちゃんと検索に引っ掛かる仕組みを考えないとだめです。ユーチューバーやブロガーとは、先ほど申し上げたようにアドレス交換をして欲しいということです。お金をかけなくても発信はできます。例えばJNTOの各国の事務所はFacebookページを立ち上げていて、タイやシンガポール、東南アジア各国のFacebookページは実はすごく人気があるのです。JNTOの会員になれば、例えばバンコク事務所のホームページにアドレスを貼って欲しいとお願いすると、貼って紹介いただけます。会費だけでいろいろなプロモーションができます。お金をかけなくてもいい

そもそも、外国人観光客とは?…国毎の特徴

フィリピン

人口: 105,305,000人
フィリピン人出国者数 3,188,000人 <2009>*2010年以降、公表データなし。
訪日旅行者数 347,881人<2016> → 424,121万人<2017> 22%up →504,000人 <2018>18.8%up
FIT率 90.8% リピーター率 48.2%

最近の訪日伸び率は常に上位。
*富裕層が増え、個人旅行が多い。
*ゴールドルートからリピーターは、北海道。
*周遊を好まない。
*英語が母国語で、もともと、出稼ぎ文化があり、海外へ行くことに抵抗感がない。
*LCCが関西空港へ入り、これら関西への入れ込みが増えそう。
*SNSで情報発信。
*日本の情報が少ない。→旅行博への出展が増えている。

アジア各国・地域へのフィリピン人訪問者数 (人)

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	108,351	184,204	255,381	347,880	347,880
中国	898,872	967,000	1,004,000	1,134,709	759,852
香港	705,319	834,344	784,082	675,914	738,456
シンガポール	687,794	878,481	873,374	691,843	738,456
マレーシア	557,147	618,538	554,917	417,446	370,509
韓国	400,888	434,951	403,822	558,745	448,702

各調査人調査より、日本観光振興局(JNTO)調べ

そもそも、外国人観光客とは?…国毎の特徴

ベトナム

人口: 93,843,000人
出国者数 公表データなし
訪日旅行者数 233,763人<2016> → 308,898人<2017>32.1%up → 389,100人 <2018> 26%up
FIT率 60.0% リピーター率 25.2%

*まだ団体旅行が主流で、リピーターも少ない。
*訪日数全体のうち観光目的は、約30%。
*これから伸びる可能性大。
*日本の情報が少なく、早く情報を入れれば勝機あり。
*旅行情報は、代理店のHP、旅行雑誌から収集。
*VISA発行が出来る旅行代理店が決まっている。
*最近では、チャーター便で地方空港へ直接入るツアーも人気。
ex: 福島、鳥取 etc

アジア各国・地域へのベトナム人訪問者数 (人)

訪問先	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	84,469	124,288	165,350	233,763	308,898
カンボジア	854,104	905,801	987,792	958,663	958,663
タイ	725,057	559,415	751,091	830,394	834,497
シンガポール	380,485	424,408	418,266	469,429	531,339
マレーシア	235,700	285,716	229,626	218,877	248,927
韓国	117,070	141,504	162,765	251,402	324,740

各調査人調査より、日本観光振興局(JNTO)調べ

いろいろできますので、ぜひまた自治体の皆さんに聞いていただければと思います。

どうも清聴ありがとうございました。

【研究成果報告】

「中部国際空港の将来像調査研究会」研究成果報告

慶應義塾大学商学部教授 加藤 一誠 氏

皆さん、こんにちは。ただいまご紹介いただきました加藤でございます。私は2年間、公益財団法人中部圏社会経済研究所（以下、「中部社研」）の「中部国際空港の将来像調査研究会」で座長をさせていただきましたが、研究会以外にも打ち合わせなどを通して、中部国際空港（以下、「中部空港」）についてたくさん勉強させていただきました。本日は、その研究成果の一部として、1本目に松本秀暢先生（神戸大学大学院 海事科学研究科 教授）と堂前光司先生（関西外国語大学 英語国際学部 助教）、2本目に後藤孝夫先生（中央大学 経済学部 准教授）の研究成果をご紹介させていただきたいと思っております。なお、私を含め、ご紹介いたしました先生方は経済屋でして、本日は経済屋に与えられた課題として、①中部空港の相対的位置づけ、②我が国の空港はインバンドで活況を呈しているが、その要因は何か、③中部空港の今後の展望の3つの視点からお話しさせていただきたいと思っております。

まず、1番目として中部空港の相対的な位置づけをもう一度見てみよう、日本の中でというよりもむしろ世界の中でどうかということを見て、そこから戦略を練りましょうということです。

そして、2番目として、今、いっぱいインバンドが来てくださっているのですが、要因を政府の方に聞くと「ビザ緩和だ。」とおっしゃるし、経済屋に聞くと「いやいや、アジアが発展しているからだ。」とおっしゃいます。京都に言わせると、「自分のところに魅力があるからだ。」と高飛車なことを言うわけです。で、その要因を経済的



な計算でちゃんとやってみましょうと。

そこから3番目の「中部空港の今後の展望」を考えてみたらどうですかということです。名古屋の方、岐阜の方、三重の方にとって、飛行機、航空にはどういう効果があるのか。経済効果何億円、何兆円と言うのは簡単ですが、例えば飛行機が飛ぶと、どんないいことがあるのかということを経済的に数値化していただこうということです。今までに見られたことのない分析かもしれませんが、それらをお話ししていきたいと思っております。

1. 中部国際空港の現状分析

（1）国際航空からみた名古屋の拠点性

それでは、まず、松本先生と堂前先生の研究からご紹介いたします。

まず、世界都市としての名古屋の位置づけです。世界的企業の本支社立地によってランキングを5段階に分けると、最上位Alpha++はロンドンと

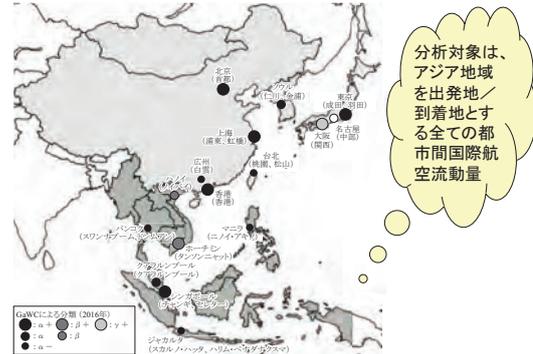
1. 国際航空からみた名古屋の拠点性

▶ GaWCによるアジア諸都市①

順位	都市	国	2000年	2004年	2008年	2012年	2016年
1	シンガポール	シンガポール	Alpha+	Alpha+	Alpha+	Alpha+	Alpha+
2	香港	中国	Alpha+	Alpha+	Alpha+	Alpha+	Alpha+
3	北京	中国	Beta+	Alpha+	Alpha+	Alpha+	Alpha+
4	東京	日本	Alpha+	Alpha+	Alpha+	Alpha+	Alpha+
5	上海	中国	Alpha-	Alpha-	Alpha+	Alpha+	Alpha+
6	ソウル	韓国	Beta+	Alpha-	Alpha	Alpha-	Alpha
7	クアラルンプール	マレーシア	Alpha-	Alpha-	Alpha	Alpha	Alpha
8	ジャカルタ	インドネシア	Alpha-	Alpha-	Alpha-	Alpha-	Alpha
9	ハノイ	ベトナム	Alpha-	Alpha-	Alpha-	Alpha-	Alpha-
10	台北	台湾	Alpha-	Alpha-	Alpha-	Alpha-	Alpha-
11	広州	中国	Gamma-	Gamma-	Beta-	Beta+	Alpha-
12	マニラ	フィリピン	Beta+	Gamma+	Beta+	Beta+	Alpha-
13	ホーチミン	ベトナム	Gamma	High Sufficiency	Beta-	Beta	Beta+
14	深圳	中国	Sufficiency	Sufficiency	Gamma	Beta-	Beta
15	ハルビン	中国	High Sufficiency	High Sufficiency	High Sufficiency	Beta-	Beta
16	成都	中国	-	-	Sufficiency	High Sufficiency	Beta-
17	天津	中国	-	-	Sufficiency	Gamma-	Beta-

1. 国際航空からみた名古屋の拠点性(5)

▶ アジア主要都市の拠点性(ハブ)性



スライド2 アジア主要都市の拠点性

1. 国際航空からみた名古屋の拠点性

▶ GaWCによるアジア諸都市②

順位	都市	国	2000年	2004年	2008年	2012年	2016年
18	南京	中国	-	-	Sufficiency	High Sufficiency	Gamma+
19	杭州	中国	-	-	-	High Sufficiency	Gamma+
20	香港	中国	-	-	-	High Sufficiency	Gamma+
21	大阪	日本	High Sufficiency	Gamma-	High Sufficiency	Gamma+	Gamma+
22	大連	中国	-	-	Sufficiency	Sufficiency	Gamma
23	重慶	中国	-	-	-	High Sufficiency	Gamma
24	廈門	中国	-	-	-	Sufficiency	Gamma
25	台中	台湾	-	-	-	-	Gamma-
26	武漢	中国	-	-	-	Sufficiency	Gamma-
27	蘇州	中国	-	-	-	-	Gamma-
28	長沙	中国	-	-	-	-	Gamma-
29	バンコク	タイ	-	-	-	-	Gamma-
30	西安	中国	-	-	-	Sufficiency	Gamma-
31	瀋陽	中国	-	-	-	-	Gamma-
32	昆明	中国	-	-	-	-	Gamma-
33	クアラルンプール	マレーシア	-	-	Sufficiency	Sufficiency	High Sufficiency
34	プレンパヤ	カンボジア	-	-	-	Sufficiency	High Sufficiency
35	高雄	台湾	-	-	Sufficiency	Sufficiency	High Sufficiency

は相対的に低いところにあると言えます。福岡は52位です。「-」は登場していない、評価されていないということを意味しています。この都市ランキングにおけるアジア主要都市の拠点性を地図上に表しているのがスライド2です。

相対的な都市ランキングは、一般には一般財団法人森記念財団の「世界の都市総合力ランキング」が有名ですが、違うランキングで見ると、こうなるわけです。

ここからいよいよ航空機の話になってくるわけですが、アジアを対象に国際航空流動量を重力モデルで見えていきたいと思います。その可能性を見たものがスライド3です。拠点性、英語ではハブネス (hubness) と呼んでいます。香港の数字が貨物で7.73ということは、今、申し上げた実力、すなわち経済力や距離などを全部考えた

1. 国際航空からみた名古屋の拠点性

▶ GaWCによるアジア諸都市③

順位	都市	国	2000年	2004年	2008年	2012年	2016年
36	昆明	中国	-	-	-	Sufficiency	Sufficiency
37	瀋陽	中国	-	-	-	-	Sufficiency
38	ウランバートル	モンゴル	-	-	-	-	Sufficiency
39	マニラ	フィリピン	-	-	Sufficiency	Sufficiency	Sufficiency
40	スラバヤ	インドネシア	-	-	-	Sufficiency	Sufficiency
41	ラオス	ラオス	High Sufficiency	High Sufficiency	Sufficiency	Sufficiency	Sufficiency
42	マニラ	中国	-	Sufficiency	Sufficiency	Sufficiency	Sufficiency
43	太原	中国	-	-	-	Sufficiency	Sufficiency
44	北京	フィリピン	-	-	-	Sufficiency	Sufficiency
45	香港	中国	-	-	-	-	Sufficiency
46	南京	中国	-	-	-	-	Sufficiency
47	蘇州	中国	-	-	-	-	Sufficiency
48	重慶	中国	-	-	-	-	Sufficiency
49	ハルビン	中国	-	-	-	-	Sufficiency
50	名古屋	日本	-	Sufficiency	Sufficiency	Sufficiency	Sufficiency
51	ウルムチ	中国	-	-	-	-	Sufficiency
52	福岡	日本	-	-	-	-	Sufficiency

出所) The World According to GaWC (http://www.liboro.ac.uk/gawc/gawcworlds.html) より。筆者作成。

スライド1 アジアにおける都市ランキング(1~52位)

ニューヨークだけだそうですが、アジアはどうかというと、スライド1になります。

アジアではシンガポールが1位で、ランクとしてはロンドンとニューヨークの次です。北京は上がってきています。東京は4位にありまして、Alpha+になっています。ずっと下へいきまして、大阪が21位、そして、ようやく名古屋が50位に登場してまいります。すなわち、世界的な都市のランクを企業の立地という観点から見ると、名古屋

1. 国際航空からみた名古屋の拠点性(9)

▶ 推定結果(2016年)

都市	GaWC(2016年)	旅客	貨物
シンガポール	Alpha+	2.29	1.79
香港	Alpha+	3.82	7.73
北京	Alpha+	2.51	3.86
東京	Alpha+	2.66	3.87
上海	Alpha+	2.96	7.61
ソウル	Alpha	2.86	5.90
クアラルンプール	Alpha	6.20	2.62
ジャカルタ	Alpha	2.22	2.41
バンコク	Alpha-	3.72	6.55
台北	Alpha-	2.79	2.97
広州	Alpha-	2.57	4.62
マニラ	Alpha-	3.09	2.56
ホーチミン	Beta+	2.55	5.58
ハノイ	Beta	2.78	7.21
大阪	Gamma+	1.24	1.29
名古屋	Sufficiency	0.97	0.49

例えば、「香港は理論的に説明される貨物量の7.73倍発生している」と解釈する。

名古屋は、理論的に説明される以下の旅客数と貨物量しか発生していない！
中部国際空港の潜在的なポテンシャルは、完全に発揮されていない？

スライド3 名古屋(中部空港)の拠点性

き、実力の7倍以上の貨物が発生しているということです。香港に行かれると分かりますように、日本のエアラインも行きまして、通関もあるかないかのようにスムーズに自動車に運んでいきます。ああいうダイナミックな現象がここにデータとして表れているということです。

一方、名古屋（中部空港）を見ていただきますと、旅客が0.97で、実力よりも少ない。人口やGDP、ものづくりのGDPがあるのに、飛行機のお客さまが少ないということになります。貨物に至っては、半分ぐらいしかありません。

一般には「飛行機会社がだめなんだ。うちの實力を見ていない。」と言われていますが、ここで申し上げたかったことは、都市の力と飛行機の運ぶもの、量には、因果は別としまして、相関はありますから、関係はあるわけですから、そこは両方とも鍛えていく必要があるということです。

（2）中部空港の航空ネットワーク

ここからが松本先生と堂前先生のオリジナルになります。

今、ちょっと問題だと思うのは、どこの地方も直行便、直行便ばかりをやりたいがっていることです。実際に今、どんなことが起こっているかと申しますと、地方自治体が旅行会社や航空会社へ行ったり、それも外国の航空会社へ行ったり、ボンとお金を出すわけです。例えばLCCだったら、「8割乗ってください。」と。ところが、実際に乗るのが6割だとすると、2割分足りないわけです。そうすると、「これをお金で補いましょう。」とやるわけです。それ掛ける365日ということで数億円を払って来てもらっていると。こんな直行便詣が非常に多く、自治体の競争になっています。初めは1億円台だったのが、今、ちょっと上がっています。こんなことになっているわけです。

だけど、「飛行機はちょっと違うよね？」というのがここからです。スライド4において、Aが中部空港だとします。中部空港（A）からデトロイト空港（X）へ行って、デトロイト空港（X）からまたよそ（B）へという、この機能を生か

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

航空ネットワークの類型化



スライド4 航空ネットワークの類型化

すという考え方もございます。

もう1つは、接続便といいまして、名古屋にいったい来た飛行機を生かして、次にまたどこか（B）へ行く。

飛行機は結んでいけますので、直行便以外にも含めた3つを考慮して考えてみてはどうか。今まで直行便の話ばかりしてしまっていて、このあたりはあまり分析されてきていないところですが、それをこの研究で見えていただいたということです。

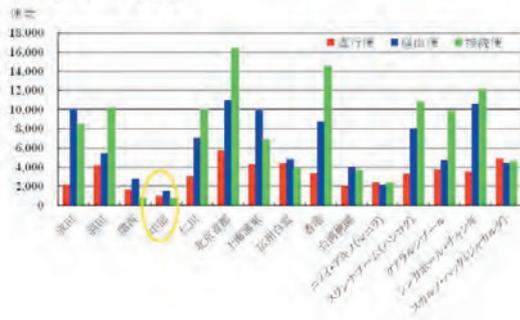
例えば皆さんが今回ジャカルタに行ったとして、ジャカルタで終わってしまうのですが、実はそこから先があるのです。デトロイト空港も昔はノースウエストという会社のハブで、乗換地点ですから、そこからまたいっぱい行けます。こういう効果も考えなければいけないということです。それに乗れば、そういう地点へ行けるから、国際化の厚みが増えるという意味です。それを見ていただいたわけです。

まず、松本先生と堂前先生に時刻表から直行便と、直行便以外に今、申し上げた経由と接続も探していただいて、全部乗り継ぎができるものを考えていただいたのがこの研究の大きなポイントです。データベースから拾う大変な作業をこのお二方にやっていただいたのです。文系はこういう地味な仕事はあまりしないのですが、これが特徴だと思っています。

スライド5はアジアの主要国際空港の航空ネットワークを比較しています。直行便が赤い線、経

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

日本の国際拠点空港とアジア主要国際空港における航空ネットワークの比較



スライド5 アジア主要国際空港の航空ネットワーク

由便が青、接続便が緑。中部空港はいずれも現状としては縮んでいます。

東京国際空港（以下、「羽田空港」）は、国内線があれだけ張っていて、地方から羽田空港へ来て、そこからよそへ行けるのが多いから、緑がグッと上がっています。成田国際空港（以下、「成田空港」）と比べて国内線の厚さに違いが出るわけです。

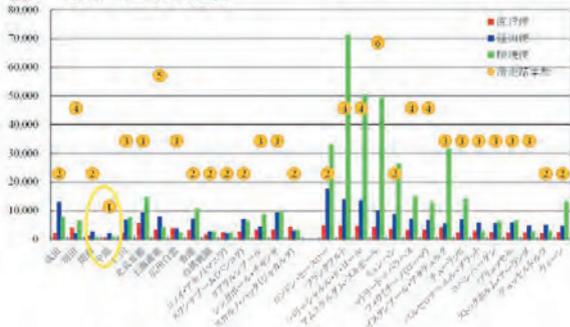
成田空港は、デルタのハブになっていますから、アメリカ大陸へ行って、どこかへ行けるというのが多いので、青が多い。

こういうかたちでそれぞれの便の特徴を全部網羅的に見ましょうということです。

スライド6は、アジアとヨーロッパの主要国際空港の航空ネットワークを比較したもので、丸い数字は滑走路の本数を表していますが、中部空港

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

アジア主要15空港とヨーロッパ主要15空港における航空ネットワークの比較



スライド6 アジアとヨーロッパの航空ネットワーク

だけが滑走路1本という状況です。

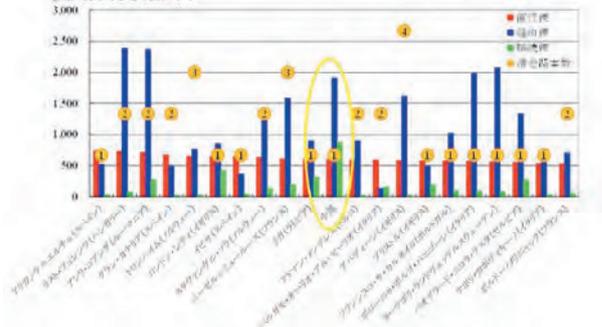
右側のヨーロッパは接続便が大きく伸びています。その空港へエアラインが張ってきて、エアラインの戦略を生かしながら空港を持たせていると。

今、世の中ではハブ空港、ハブ空港といいますが、ことばの発祥はエアラインハブ（airlines hub）と言いまして、エアラインがハブを決めるということです。エアラインがここへ飛ばそうと思って、それを生かしてくれるのがももとの発祥で、そこを考慮したモデルということになります。

ここからがミソとなりますが、スライド7は、直行便基準で見たときに、中部空港のネットワークと同じクラスのヨーロッパの空港を並べています。ここに中部空港があります。さっきとはスケールが違うものですが、大きく上に出ているのですが、経由便が出ていることが分かります。接続便も若干多い。

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

中部の航空ネットワークと同クラスのヨーロッパ諸空港（直行便基準）



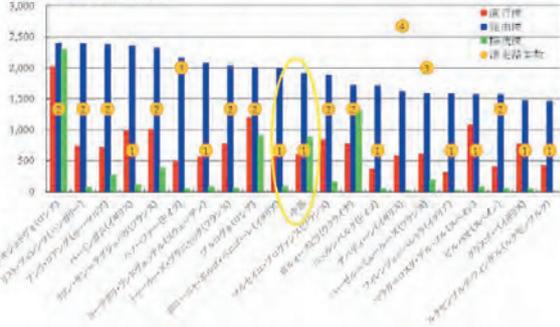
スライド7 中部空港と同クラスのヨーロッパ諸空港（直行便基準）

スライド8は経由便基準で見て並べたかたちです。ヨーロッパではイタリアのボローニャ空港とか。この間イタリアへ行ってきたのですが、イタリアでは空港の民営化が結構進んでいまして、航空ネットワークの張り合い合戦をしているのです。ネットワークを非常に重視していますので、こういうかたちで出てくるわけです。

スライド9は、接続便基準のもので、中部空港に国内線が来ていて、そこから海外へというよ

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

中部の航空ネットワークと同クラスのヨーロッパ諸空港 (経由便基準)



スライド8 中部空港と同クラスのヨーロッパ諸空港 (経由便基準)

割をすでに果たしていることが見てとれます。もちろん経由便もそういうことになります。航空のネットワークの観点から空港を評価するところにポイントがあるわけです。

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

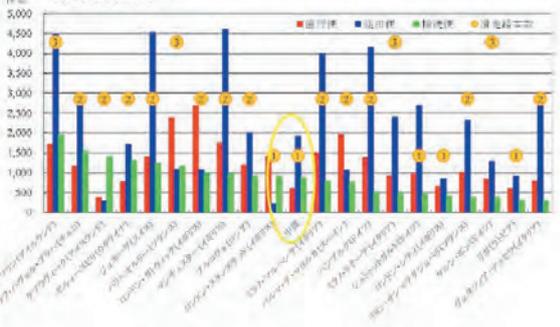
中部の航空ネットワークと同クラスのヨーロッパ諸空港との比較

- 直行便基準
滑走路が1本である空港も少なくはないが、その多くは、観光都市や中小規模の都市である。
- 経由便基準
多くの空港が、滑走路を2本以上を有している。
- 接続便基準
大部分の空港が滑走路を2本以上を有しており、滑走路が1本である空港は、中部以外には、ロンドン・スタンステッド、ロンドン・シティ、シュトゥットガルト、リガの4空港のみである。

スライド10 中部空港の航空ネットワーク (まとめ)

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

中部の航空ネットワークと同クラスのヨーロッパ諸空港 (接続便基準)



スライド9 中部空港と同クラスのヨーロッパ諸空港 (接続便基準)

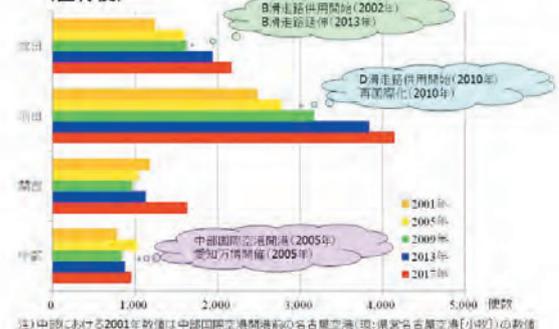
次は、現状を見ていきましょう。直行便(スライド11)は、日本では圧倒的に羽田空港が強い。羽田空港は配分を替えて、2020年からさらに1日50便の枠が増えます。2020年の今頃にはさらにネットワークが、直行便も含めて圧倒的な強さが見えてくるでしょう。この2019年を作りますと、大きく増えてくることになります。もちろん成田空港も、先ほどオーストラリアの話がありましたが、成田ーパースを全日空が飛ばしますので、ちょっと増えますが、デルタが中国シフトをやっていますから、羽田空港の一強状態が2020年になったら、一段と際立つのではないかと想像ができます。

うな接続で見た場合です。ここにいろいろな空港が並んでいるのですが、ほとんどの空港が2本の滑走路を持っています。ほかと比べた場合、「接続を重視しているが、滑走路1本の割には頑張っているね。」とみるべきなのか、「滑走路2本ないと厳しいのか。」というのは、因果が難しいのですが、中部空港レベルのヨーロッパの空港はほとんどが滑走路2本です。その中で中部空港は健闘していると言っていいのかなということです。

以上のことをまとめる(スライド10)と、直行便基準で見たら、中部空港の滑走路1本は結構珍しくはないものの、接続という基準で考えた場合には、滑走路2本を持っている空港ぐらいの処理をしているということです。15万回に達していないと2本目は作れないとか、いろいろな話があるのですが、接続ということを考えたら、結構な役

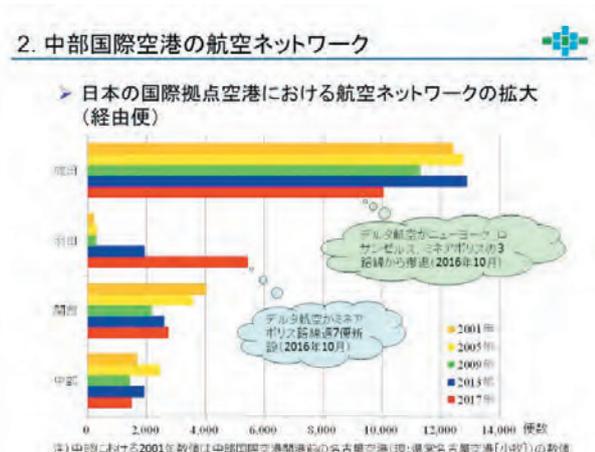
2. 中部国際空港の航空ネットワーク

日本の国際拠点空港における航空ネットワークの拡大 (直行便)



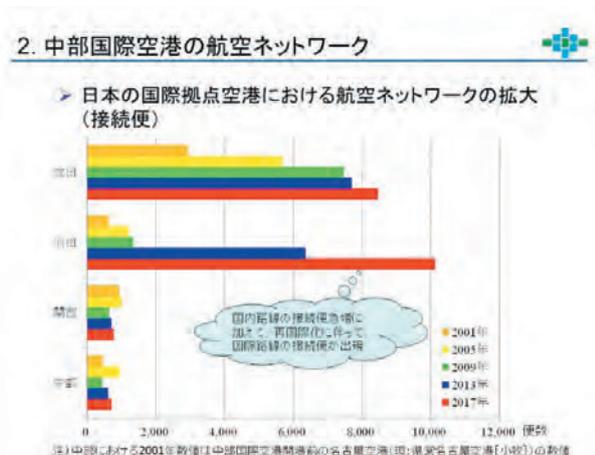
スライド11 日本の国際拠点空港の航空ネットワーク (直行便)

経由便（スライド12）は、若干、成田空港の強さがこういうふうに見えています。



スライド12 日本の国際拠点空港の航空ネットワーク（経由便）

ですが、接続便（スライド13）、つまり、たくさん来て、そこから世界へ出ていくということになれば、圧倒的に羽田空港です。



スライド13 日本の国際拠点空港の航空ネットワーク（接続便）

首都圏の空港は、直行便と接続便では圧倒的に羽田空港が役割分担をし、経由便は若干、成田空港に分があると。役割分担の性質をこのようなかたちで見ることが出来るわけです。

中部空港はどうかというと、接続便でもまだ見劣りをするし、経由便でも同じことです。これを2001年から2017年の経年変化で見てみたのがスライド14です。

今、いちばん伸びているのは羽田空港です。中

2. 中部国際空港の航空ネットワーク

日本の国際拠点空港とアジア主要国際空港における航空ネットワークの拡大率(2001年-2017年)

	直行便	経由便	接続便
成田	75	-19	189
羽田	67	2,494	1,528
関西	39	-32	-17
中部	22	-11	58
仁川	218	98	521
北京首都	173	314	1,079
上海浦東	598	510	12,876
広州白雲	262	2,955	5,630
香港	77	69	387
台湾桃園	85	94	179
ニノイ・アキノ(マニラ)	108	40	303
スワンナプーム(バンコク)	78	43	192
クアラルンプール	218	168	164
シンガポール・チャンギ	92	47	126
スカルノ・ハッタ(ジャカルタ)	288	273	697

注) 単位: %

スライド14 航空ネットワークの拡大率（2001-2017年）

部空港は経由便もマイナスになっています。アジアのほかの国はマイナスがないのです。中国の空港は接続で非常に便利になっているのがお分かりになるかと思えます。そうすると、戦略を直行便だけでやっていていいのかということ。接続も含めてネットワーク評価を考えて、空港の役割を考えていくべきでしょう。

(3) 中部国際空港における増便効果

ここからがおもしろいところです。

週3便、ルフトハンザ航空がフランクフルト便を飛ばしていますが、今、月曜日は飛んでいませんので、空いている月曜日に1本増やすだけでどんな効果があるかを見たいわけです。スライド15をご覧くださいなのですが、増便前と増便後の差異を示しています。フランクフルト空港はドイツ国内でいっぱいネットワークを張っていて乗り

3. 中部国際空港における増便効果

結果(国別にみたフランクフルト経由便の増加)

国	増便前	増便後	差	変化率 (%)	国	増便前	増便後	差	変化率 (%)
ドバイ	0.28	0.37	0.09	33.33	ロシア	3.72	5.14	1.42	38.22
オーストラリア	11.08	14.78	3.70	33.42	ハンガリー	1.62	2.16	0.54	33.33
ベルギー	2.86	4.02	1.16	40.52	アイルランド	1.79	2.39	0.60	33.33
ブルガリア	0.12	0.16	0.04	33.33	スウェーデン	0.13	0.17	0.04	33.33
デンマーク	0.65	0.85	0.20	30.90	ギリシャ	21.24	28.05	6.82	32.10
フィンランド	0.08	0.10	0.03	33.33	セルビア	1.53	2.04	0.51	33.33
スイス	9.12	12.16	3.04	33.33	フランス	2.94	3.93	0.99	33.83
チェコ	1.41	1.88	0.47	33.33	ルーマニア	1.37	1.85	0.49	35.59
ドイツ	32.54	43.44	10.89	33.48	ポーランド	7.31	9.75	2.44	33.40
デンマーク	3.38	4.51	1.13	33.33	ギリシャ	0.35	0.47	0.12	33.33
スウェーデン	9.00	12.00	3.00	33.33	ロシア	0.57	0.76	0.19	33.33
オーストリア	13.34	17.37	4.03	30.20	スウェーデン	2.99	3.99	1.00	33.26
イタリア	10.91	14.86	3.95	36.21	ルーマニア	0.24	0.32	0.08	33.33
ギリシャ	0.72	1.00	0.29	39.77	合計	141.29	188.54	47.25	33.44

スライド15 フランクフルト増便による経由便増加

換え自由ですから、乗り換えた分だけネットワークが増えます。先ほど申しましたように、イタリアでもネットワークが増えるわけです。フランクフルトを1便増やしたらドイツだけが増えると皆さんは解釈されますが、実はヨーロッパ全部の行き方が増えることになります。ご承知のように今、ルフトハンザ航空はフランクフルト空港がもう一杯ですが、フランクフルト便を1本増やただけで、これだけの波及効果があることを見ていただきたい。これが国際化の効果だろうと思うのですが、いろいろなところのネットワークが増えるわけです。

次は、デルタ航空のデトロイト便です。今、週5便だそうですが、これを空いている火曜日に飛ばして、デトロイト空港で乗り継ぎ、デトロイト空港から出ている線を全部使うとどんなことが起こるのか。一挙に1.2倍ぐらいに路便が増えることになります(スライド16)。アメリカへは明らかに便利になりますから、今、わざわざ成田空港へ行っている人たちも成田空港へ行かずに中部空港からデトロイト空港へ行けるようになります。新規路線ではなく、デトロイト空港への今ある路線の頻度を増やすと、それだけ便利になるので、皆さん、中部空港を使うだろうというストーリーです。

3. 中部国際空港における増便効果

結果(国別にみたデトロイト経由便の増加)

国	増便前	増便後	差異	変化率(%)
ブラジル	1.10	1.66	0.55	50.00
カナダ	3.15	3.78	0.63	19.95
イギリス	0.17	0.20	0.03	20.00
アメリカ	118.81	143.72	24.92	20.97
合計	123.23	149.36	26.13	21.21

スライド16 デトロイト便増便による経由便増加

研究会の中で「そんな話は言うはやすしだが、視覚的に出ないので出してみよう。」ということを出していただいたものです。北米への厚さが圧倒的に増します。「新しい就航地、新しい就航地」と言っておられるのですが、今ある便の厚みを増やすのも1つの戦略ということになります。

次に、中部空港を拠点にしているエアアジア・ジャパンを取り上げます(スライド17)。今、便がないのですが、例えばクアラルンプール空港で乗り継いだ場合、どうなるのか。理論的に行ける乗り継ぎでいくと、マレーシアの中で増えるし、インドネシアでも増える。直行便で行く人もあれば、LCC乗り継ぎで行くこともできる。「LCCは時間帯がいいかげんじゃないか。」とおっしゃる方もおられると思うのですが、学生なんかは別に構わないわけですから、LCCで行き、ビジネスの人はそのほかのフルサービスキャリアで行く。新しい需要が開拓できます。LCCのお客さまを増やすことも重要ということになるかと思いません。

3. 中部国際空港における増便効果

結果(国別にみたクアラルンプール経由便の増加)

国	新規開設前	新規開設後	差異	変化率(%)
オーストラリア	—	0.003	0.003	—
インドネシア	—	2.99	2.99	—
インド	—	0.37	0.37	—
カンボジア	—	0.35	0.35	—
スリランカ	—	0.23	0.23	—
ミャンマー	—	0.36	0.36	—
マレーシア	—	4.69	4.69	—
シンガポール	—	0.57	0.57	—
タイ	—	1.16	1.16	—
ベトナム	—	0.27	0.27	—
合計	—	11.00	11.00	—

スライド17 クアラルンプール便新設による経由便増加

いろいろなシナリオ分析を見ていただきましたように、フランクフルト空港、デトロイト空港、それ以外にクアラルンプール空港を介して中部空港のネットワークがさらに世界全部に広がっていくことが分かります。主にLCC向けの新しいターミナルができて、LCCが増えていくと、航空ネットワークに当然プラスになります。プラスになるだろうではなく、数字で見てもほぼ間違いなくプラスになることがここで明らかになったわけです。

われわれには中部空港がどう映っているかというと、島の中にいろいろな施設を造っていく都市づくりです。関西国際空港にはそんな機能がないし、なかなかそれだけの空港はほかにないです。空港に都市をつくらうという計画ですから、そういう意味でも非常に興味深いプロジェクトだと私

は見ています。

2. 航空需要の変動要因分析

次は、後藤先生の研究についてお話をさせていただきます。後藤先生は、今、中央大学におられるのですが、ついこの間まで近畿大学におられて、もともと広島県出身で、大学は東京でと全国を股にかけておられます。

スライド18は、本研究の基本モデルですが、難しいことを抜きにして、この分析は何が要因でそんなに外国人が来るのかというお話です。なぜ外国人が増えるか。先ほどの川端さんのお話しにもありましたが、欧米は遠いから来ないねとか。さっき富裕層という話もありましたが、金持ちになったら来ますねとか。もう1つは各都道府県の頑張り。ここがミソですが、観光費という項目があるそうです。観光費が功を奏すということであれば、都道府県がたくさんお金を入れたら外国人が来るんじゃないか。先ほどキャンペーンという話がありましたが、これが実際に出るかどうか。それから、LCCがたくさん人を運んでいるのであれば、LCCが増えたら、外国人が増えるんじゃないか。それから、役所の方の顔を立てまして、ビザの効果も測っています。配慮の行き届いたモデルです。

本研究の基本モデル(対数線形モデル)

(空港別国籍別入国者数)=(定数項)+a(各空港間の距離)+b(各国の一人当たり実質GDP(ドル換算))+c(各都道府県観光費)+d(週当たりLCC就航数)+e(短期入国ビザ免除措置適用対象国ダミー)

○空港別国籍別入国者数:法務省「出入国管理統計」
 ○分析対象空港:国際定期便のある29空港
 ○分析対象国・地域:個別の国籍が把握されている33の国・地域
 ○分析期間:2012年~2016年の5年間
 ○分析期間内での短期入国ビザ制度の変更:
 インド・ベトナム・中国

■すべての変数を対数にしてOLS推計したもの(線形推計)を分析
 ■中部空港の検討を行うため、観光費とLCC就航数に交差項を採用

スライド18 本研究の基本モデル (対数線形モデル)

国際定期便のある全国の空港を対象として分析いただいています。中部空港だけでいいんじゃない

いかとおっしゃる方もいらっしゃると思いますが、統計的に持たないものですから、一応全部でやらせてもらっています。ゼロの国もあるんですが、33の国・地域。ゼロの国は途中で外してもらったりしていますが、入国者の国・地域を対象としています。(スライド19)

分析対象空港・対象国

○分析対象空港:国際定期便のある29空港

成田, 関空, 中部, 羽田, 新千歳, 旭川, 函館, 青森, 仙台, 秋田, 新潟, 茨城, 富山, 小松, 静岡, 米子, 岡山, 広島, 高松, 松山, 福岡, 長崎, 佐賀, 熊本, 大分, 宮崎, 鹿児島, 那覇, 新石垣

○分析対象国・地域:個別の国籍が把握されている33の国・地域

中国, 台湾, 香港, インド, インドネシア, 韓国, マレーシア, フィリピン, シンガポール, タイ, ベトナム, デンマーク, フランス, ドイツ, イタリア, オランダ, ノルウェー, ロシア, スペイン, スウェーデン, スイス, イギリス, 南アフリカ, エジプト, カナダ, メキシコ, アメリカ, アルゼンチン, ブラジル, コロンビア, ペルー, オーストラリア, ニュージーランド

スライド19 分析対象空港、および国・地域

こういう席ですので、ざっくりばらんに結果だけを順次見ていこうと思います。スライド20ですが、*が付いているのは統計的にオッケーという意味です。皆さんは数字の前がプラスかマイナスかだけをご覧ください。まず、空港間距離はマイナスですから、遠ければ遠いほど外国人は減るということです。遠くの外国人は来づらいと出ているわけで、統計的に問題ないと思われます。

対数線形による推計結果(全体)

	Model 1	Model2
空港間距離	-2.283 ***	-2.298 ***
一人当たりGDP	0.512 ***	0.512 ***
都道府県別観光費	8.740	8.98
LCC就航便数	0.434 ***	0.458 ***
(週当たり)	7.300	7.43
短期入国ビザ	1.830 ***	1.799 ***
(週当たり)	40.720	27.32
NRTダミー	0.472 ***	0.460 **
KIXダミー	2.130	2.130
定数項	1.398 ***	1.398 ***
	5.210	5.210
	-0.825 ***	-0.825 ***
	-2.850	-2.850
	9.597 ***	9.418 ***
	7.100	7.080
サンプル数	1112	1112
R2	0.6902	0.7064

*は10%, **は5%, ***は1%の有意水準で統計的に有意, 下段はt値(頑健推定量に基づく)

スライド20 推計結果 (全体)

次は、1人当たりGDPです。お金持ちになったら来ますということです。アジアの経済発展は日本のインバウンドを増やしているのが分かるところです。

それから、観光費がプラスと出たのは結構意外です。観光に対して各都道府県が予算をつけたら、来ているということになります。観光費の中身は都道府県によって違うそうで、入っているところと入っていないところがありますし、都道府県はツアーのお客様に入れるだけではなく、交通予算から、例えばおじいちゃんやおばあちゃんが海外に行ってくれると言ったら、そこにドーンと1人3,000円出したり、5,000円出したりする。ですが、それは交通費という項目に入っているから、表には見えてこないのです。ツアーに招いた人のお金をどこから出しているかも見えにくいです。こういう現状なので、観光費の実態は置いておいて、一応都道府県が頑張ればインバウンドは増えるのは間違いありません。

LCCも結構大きい数字が出ています。LCCが運んでいるのも間違いなさそうだとことです。

ビザが緩和されたときにお客様が増えるかということ、プラスの結果になりましたので、役所の面目躍如です。政策評価からすると政策が正しいとして、プラスの数字が出ているということです。

成田空港（NRT）はプラスですので、成田空港は実力よりも結構大きな数、外国人を受け入れているとなります。

関西空港（KIX）はマイナスなので、関西空港はもっといけるという意味でもあるのです。思ったよりも少ない、力よりも少ないということになります。

次のモデルは、同じ項目ですが、中部空港に係るところです（スライド21）。

特にLCCの部分です。LCCが就航したら、先ほど言ったように、外国人が増えるのですが、中部空港（NGO）はダミーを入れるとマイナスです。1.6から1.1を引きますと0.5ぐらいになります。普通の空港は1.6ぐらいの効果があるのですが、中部空港は0.5と3分の1ぐらいしか効果があり

対数線形による推計結果(中部空港)



	Model 3	Model 4
空港間距離	-2.206 ***	-2.206 ***
一人当たりGDP	-26.000	-26.01
	0.517 ***	0.517 ***
	9.350	9.35
都道府県別観光費	0.616 ***	0.618 ***
	9.700	10.56
都道府県別観光費	0.420 ***	0.419 ***
×NGOダミー	3.170	3.170
LCC就航回数	1.607 ***	1.603 ***
(適当たり)	23.070	33.24
LCC就航回数	-1.127 **	-1.123 **
×NGOダミー	-2.160	-2.160
短期入国ビザ	0.456 **	0.456 **
	2.180	2.180
NRTダミー	2.104 ***	2.116 ***
	7.580	9.040
KIXダミー	-0.025	
	-0.080	
定数項	7.456 ***	7.435 ***
	5.660	5.760
サンプル数	1112	1112
R2	0.7238	0.7241

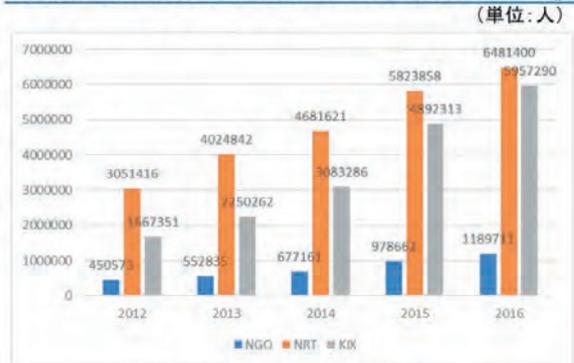
*は10%、**は5%、***は1%の有意水準で統計的に有意、下段はt値(頑健推定量に基づく)

スライド21 推計結果(中部空港)

ません。中部空港のLCC効果がほかの空港よりも少し低いということです。

今、LCCが飛んでいても、中部空港では十分運び切れていません。ほかの空港ほど来ていない。中部空港のLCC効果は少し低いので、今後のLCCの頑張りが必要になるかということです。あとは大体一緒なので、ここだけ見ていただくとよく分かるということです。

3空港の入国旅客数の推移(2012-2016年度)



3空港の入国旅客数増加率推移(2012-2016年度)



スライド22 3空港の入国旅客数推移(2012-2016年度)

スライド22は3空港の入国者の推移です。中部空港も増えてはいますが、伸びが少ない。増加率に関しても、増えてはいるのだけど、若干少ないということになります。

この分析から言えることをいくつかまとめて(スライド23)、終わりにしたいと思います。

結論と今後の課題(1)

- 空港間距離および一人当たりGDP(各国)は統計的に有意
→ 今後も経済成長が見込まれる東南アジアなど **近距離・中距離からのインバウンド獲得**が引き続き重要
→ 今回は直行便・定期便を対象としているため、乗り継ぎあるいはチャーター便に関する分析は今後の課題
- 短期入国ビザの緩和も統計的に有意
→ 今後も経済成長が見込まれる国々への対象拡大が引き続き重要
- 各都道府県の観光費も統計的に有意→観光費が増加するとインバウンドが増加
→ NGOに関してみると、**観光費の効果は平均よりも大きい可能性**
(観光費を1%増加させると1.03%の入国旅客数の増加(平均は約0.6%))(Model4)
→ 政令市の予算も反映することが課題(公表データなし)

結論と今後の課題(2)

- LCCの就航数はインバウンドに統計的に有意に正の影響
→ NGOに関してみると、LCCの効果が相対的に小さい可能性
(**LCC就航便数を1%増加させると約0.5%の入国旅客数の増加**)
(平均は1.6%の増加)(Model4)
← LCC対象の施設の充実がNGOには必要(専用ターミナル)
← KIXもポテンシャルを発揮できていない可能性(Model2)
(施設投資のみでは対策として不足)
- 観光に関するオープンデータ利用によるインバウンドの動態を分析する必要性
→ 海外プロモーションの必要性
(岐阜県はスペインにプロモーションをしている)
→ 広域DMOなどの旗振り役の必要性
→ 結果として空港利用客の増加

スライド23 まとめ

空港間距離が有意ということは、近距離・中距離、アジアは引き続きターゲットになるのだろうということです。

ただ、後藤先生の分析は、チャーター便や乗り継ぎを入れていません。直行便だけで、しかも定期便です。定期的直行便だけです。そこは松本先生とは違うところです。今後はここを深めるべきということになります。

次は、観光費です。「都道府県よ、頑張れよ。」ということになります。香川県は公表しているのですが、インバウンドに対して5億6,000万円を出していますが、全部エアラインやツアー会社に

出しているのです。茨城県も結構多いです。そういうところは結構お客様が来ていますよね？愛知県は少ないです。あまり出していません。「頑張れよ。」ということです。悪口ではないですよ。「頑張れよ。」ということです。

次は、ビザ緩和です。法務省とかとかなり国土交通省は交渉されたと思うのですが、今後もできたら頑張ってもらいたい。「制裁だ！」といってビザの緩和や免除をやめると、インバウンド需要にはマイナスです。政治的な問題と経済的な問題。感情とはまた別にマイナス面をもたらすことになりうかと思っています。

次は、LCCの就航数です。中部空港は若干少ないので、頑張りどころです。エアアジアが増えて、今度LCCターミナルもできます。これは政策的に正しいのです。LCCが飛んだらインバウンドは増えるのですから正しいのですが、今まで効果が小さいから、ここをどうやって伸ばすかです。

さきほどの観光費とかと合算していくところだろうと思うのです。川端先生がさっきおっしゃったように効果的に使わないといけない。有識者のノウハウを聞いて、うまくやるのが大事かなということ。

今、中部空港で進めている政策は非常に希望に満ちた政策ですが、プロモーションをうまく組み合わせる必要があります。

それから、今もお話がありましたが、受け入れをもう少しやってあげないと、個人の旅館では限界がありますから、そこはパブリックの役割です。マーケットでできないところをやること。マーケットでできるところはマーケットに任せる。そういったことが必要ではないかということです。

最後に、この2年間いろいろなわがままを言いましたのに、研究を続けさせていただいた中部社研には御礼申し上げます。

本日はどうもありがとうございました。