

2章*越谷市を取り巻く観光の外部環境について

KOSHIGAYA

2章

越谷市を取り巻く観光の外部環境について

2-1 日本国の観光政策の方向性について

1 観光立国推進基本計画の概要

2012年(平成24年)に観光立国実現のための基本計画として「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、観光は日本の成長戦略の柱の一つに位置づけられました。

「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」の方針のもと、全国の様々な地域において観光振興を図り、交流人口の拡大をはかるチャンスが到来しています。

観光立国推進基本計画の概要は、以下のとおりです。

観光立国推進基本計画の概要

基本的な方針

- ① 震災からの復興
- ② 国民経済の発展
- ③ 国際相互理解の増進
- ④ 国民生活の安定向上

計画期間

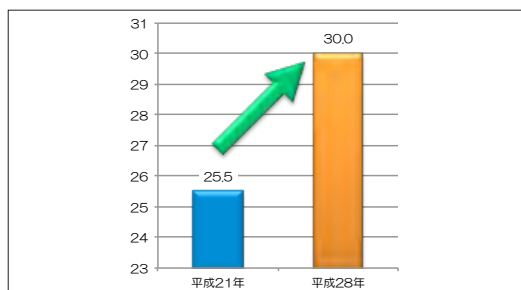
5年間

目標 — 計画期間における基本的な目標

- ① 国内における旅行消費額を2016年(平成28年)までに30兆円にします。

●旅行消費額

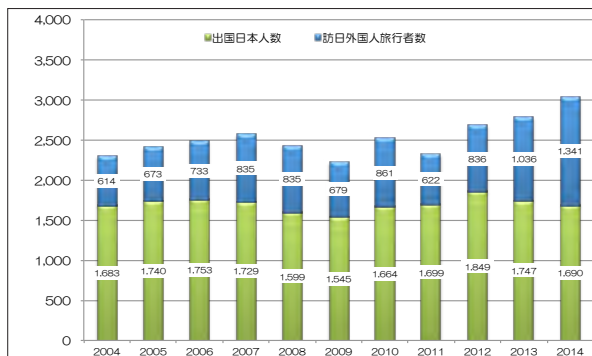
(単位:兆円)



- ② 訪日外国人旅行者数(注釈⑩)を2020年(平成32年)初めまでに2,500万人とすることを念頭に、2016年(平成28年)までに1,800万人にします。

●訪日外国人旅行者数と出国日本人の推移

(単位:万人)



出典:観光庁「観光白書」(平成27年)

日本の観光政策は?



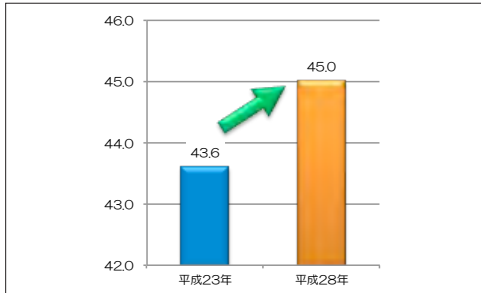
注釈⑩ 訪日外国人旅行者数

海外から日本を訪れる旅行者の数。観光庁は主要11空・海港において、日本を出国する訪日外国人(乗員、1年以上の滞在者等除く)を対象に、消費動向などを調査している。

③訪日外国人旅行者の満足度について、2016年(平成28年)までに訪日外国人消費動向調査で「大変満足」と回答する割合を45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を60%とすることを目指します。

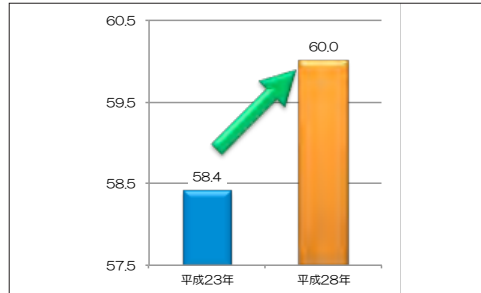
●**大変満足度**

(単位:%)



●**必ず再訪したい**

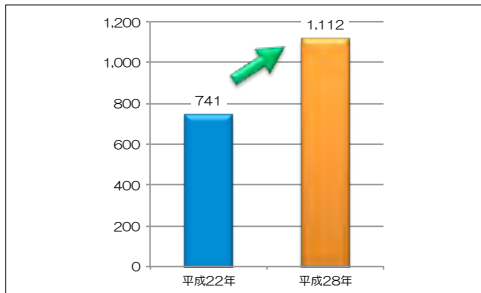
(単位:%)



④国際会議の開催件数を2016年(平成28年)までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指します。

●**国際会議の開催件数**

(単位:件)



⑤日本人の海外旅行者数を2016年(平成28年)までに2,000万人にします。

●**日本人の海外旅行者数**

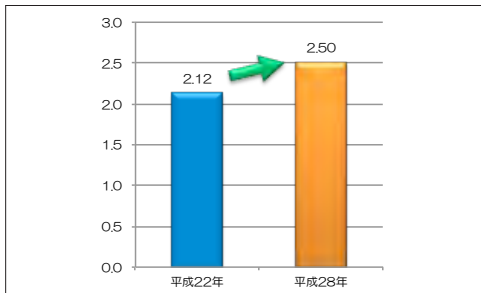
(単位:万人)



⑥日本人の国内観光旅行による一人当たりの宿泊数を2016年(平成28年)までに2.5泊とします。

●**宿泊数**

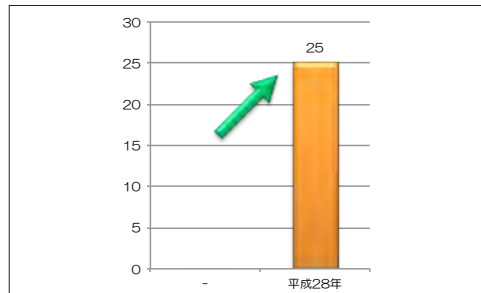
(単位:泊)



⑦観光地域の旅行者の総合満足度について、「大変満足」と回答する割合及び再来訪意向について「大変そう思う」と回答する割合を、2016年(平成28年)までにいずれも25%程度にします。

●**観光地域の旅行者の総合満足度**

(単位:%)



施策 — 観光庁が主導的な役割を果たすべき主な施策

- ①国内外から選好される魅力ある観光地域づくり(観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等)
- ②オールジャパンによる訪日プロモーションの実施
- ③国際会議等のMICE(注釈①)分野の国際競争力強化
- ④休暇改革の推進

また、国は、観光立国実現に向けた施策を実行するにあたり、毎年度「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を策定しています。

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」の施策の柱は、以下のとおりです。

観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015

「2,000万人時代」早期実現への備えと地方創生への貢献、観光を日本の基幹産業へ

- ①インバウンド新時代に向けた戦略的取組
- ②観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化
- ③地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興
- ④先手を打っての「攻め」の受入環境整備
- ⑤外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流
- ⑥「リオデジャネイロ大会後」、「2020年東京オリンピック・パラリンピック」および「その後」を見据えた観光振興の加速



注釈① MICE

Meeting(会議・研修・セミナー)、Incentive tour(報奨・招待旅行)、Convention またはConference(大会・学会・国際会議)、Exhibition(展示会)の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一形態を指す。一度に大人数が動くだけでなく、一般の観光旅行に比べ参加者の消費額が大きいことなどからMICEの誘致に力を入れる国や地域が増えている。

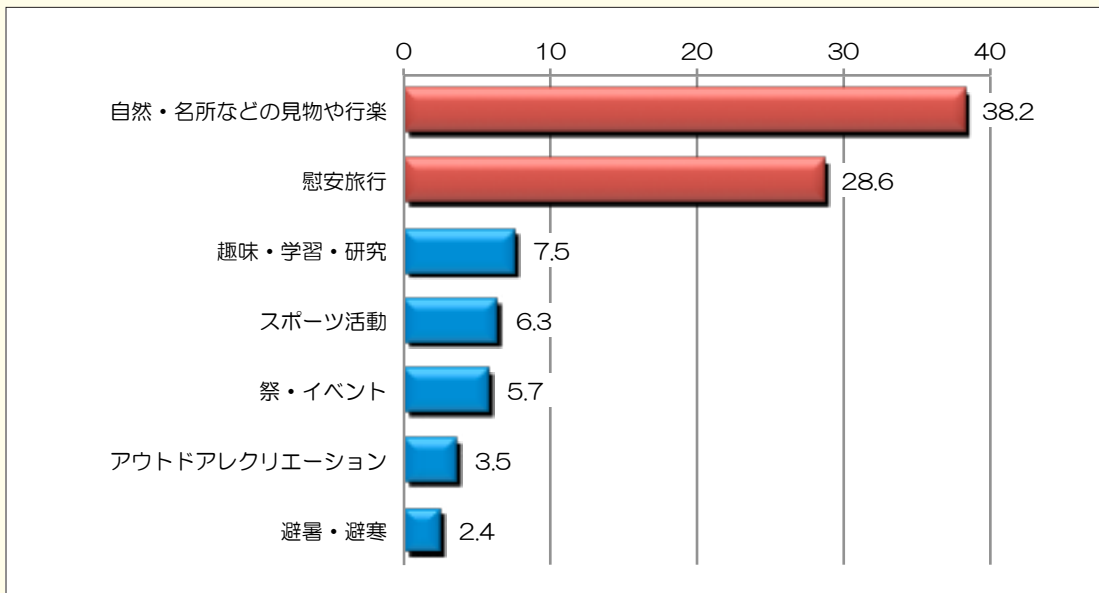
2-2 日本国の観光動向について

1 宿泊観光旅行の主な目的

「自然・名所などの見物や行楽」と「慰安旅行」が突出しており、ここ数年は同じような傾向が継続しています。

●宿泊観光旅行の主な目的

(単位:%)



出典:(公社)日本観光振興協会「観光の実態と志向」(平成25年度)

2 国内旅行の状況

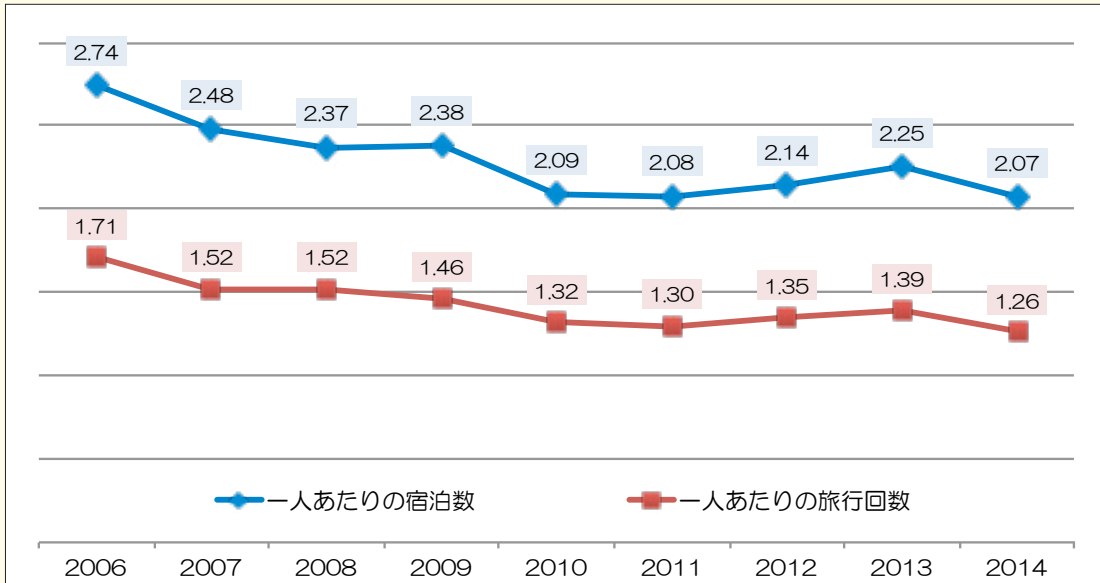
2014年(平成26年)においては、日本人の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.3回(前年比9.4%減)、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.1泊(同8.0%減)でした。国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、宿泊数はともに、2011年(平成23年)から2013年(平成25年)までは増加していましたが、2014年(平成26年)は減少に転じました。

国内宿泊観光旅行に行った延べ人数は2011年(平成23年)から2013年(平成25年)までは増加していましたが、2014年(平成26年)は、延べ2億9,734万人(対前年比7.2%減)となりました。国内日帰り観光旅行は延べ2億9,788万人(対前年比4.1%減)となりました。この要因としては、一般的な消費の動向と同様に、消費税率引き上げや輸入品の高騰などによる物価上昇に所得の上昇が追い付いていないことに加え、駆け込み需要の反動減や天候不順等が影響したためと考えられています。



●国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数

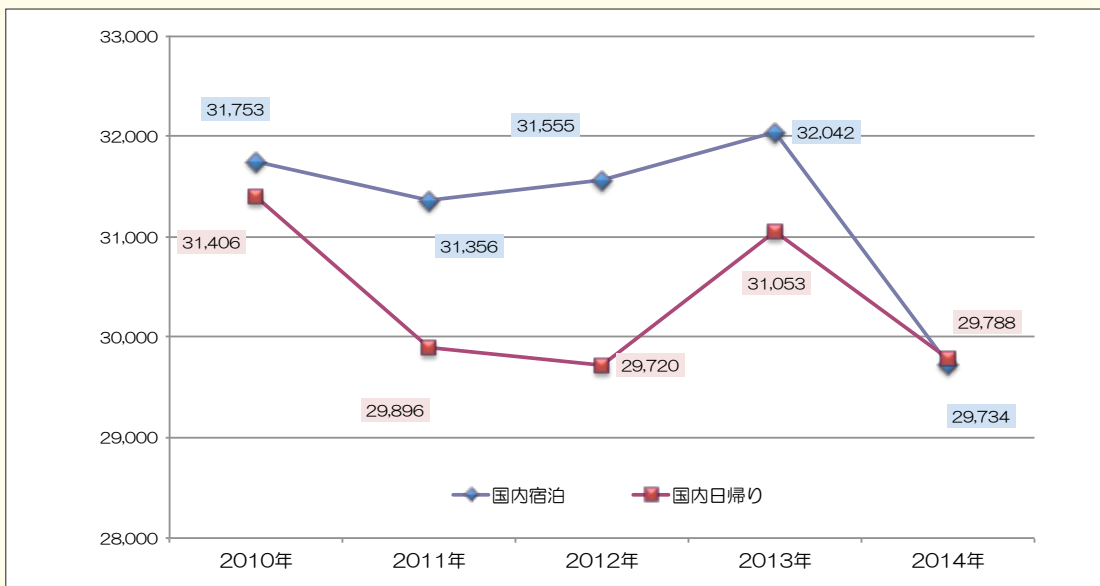
(単位:宿泊数・泊、回数・回)



出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

●国内宿泊観光旅行延べ人数、国内日帰り観光旅行延べ人数の推移

(単位:万人)



出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

③ 宿泊旅行の状況

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、日本における延べ宿泊者数については、2014年(平成26年)は、4億7,350万人泊(前年比1.6%増)でした。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億2,868万人泊(前年比0.9%減)、訪日外国人旅行者延べ宿泊者数は4,482万人泊(前年比33.8%増)でした。また、延べ宿泊者数全体に占める訪日外国人旅行者宿泊者数の割合は9.5%と増加し、訪日外国人旅行者延べ宿泊者数の伸びが日本人延べ宿泊者数の減少を補う形となりました。

●客室稼働率(注釈⑫)

東京都と大阪府の二大都市部の客室稼働率の上昇は顕著で、2011年(平成23年)の東京都が68.0%、大阪府が68.2%から、2014年(平成26年)にはそれぞれ78.8%、81.0%と、大きく増加しています。

●二大都市部客室稼働率 (単位:%)

	2011年	2014年
東京都	68.0	78.8
大阪府	68.2	81.0
全国	52.0	57.4

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」



東京都と大阪府の客室稼働率はすごく高いね!

4 地域における観光の状況

2014年(平成26年)の日本の延べ宿泊者数4億7,350万人泊(前年比1.6%増)のうち、地方ブロック別では、関東地方が1億2,997万人泊(全体の27.5%)、近畿地方が7,047万人泊(全体の14.9%)、中部地方が5,510万人泊(全体の11.6%)で上位となり、日本の延べ宿泊者数の54.0%を占めました。これらの3地方と北海道地方、東北地方および九州地方において、延べ宿泊者数は2011年(平成23年)以降増加を続けています。

●2014年地域ブロック別延べ宿泊者数 (単位:万人泊)

関東	近畿	中部	九州	東北	北陸信越	北海道	中国	沖縄	四国
12,997	7,047	5,510	4,937	4,138	3,853	3,097	2,471	2,014	1,282

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」(平成26年)

5 日本国の観光動向についてのまとめ



- ◎日本人の宿泊観光旅行の最も大きな目的は「自然・名所などの見物や行楽」です。
- ◎旅行需要は日本人の旅行需要の減少を訪日外国人旅行者がカバーして増加しています。
- ◎東京都や大阪府の客室稼働率は約80%で、ほぼ満室という高稼働率となっています。また関東地方の延べ宿泊者数は2011年(平成23年)以降増加を続けています。

注釈⑫ 客室稼働率
ホテル・旅館などの宿泊施設において、全客室のうち実際に利用されている客室の割合。

2-3 埼玉県の観光動向について

① 埼玉県の観光の現状

埼玉県は、人口約726万人(2016年(平成28年)1月統計)、面積約3,798km²の関東平野内部に位置する内陸県です。首都近郊に位置し、交通網が発達している一方で、緑や川が多く自然にも恵まれるなど、都市と田園の両方の魅力を有しています。これまで県では、秩父の自然や川越の歴史あるまちなみ、アニメや花など豊かで多彩な観光資源を活用して観光振興に取り組んできました。

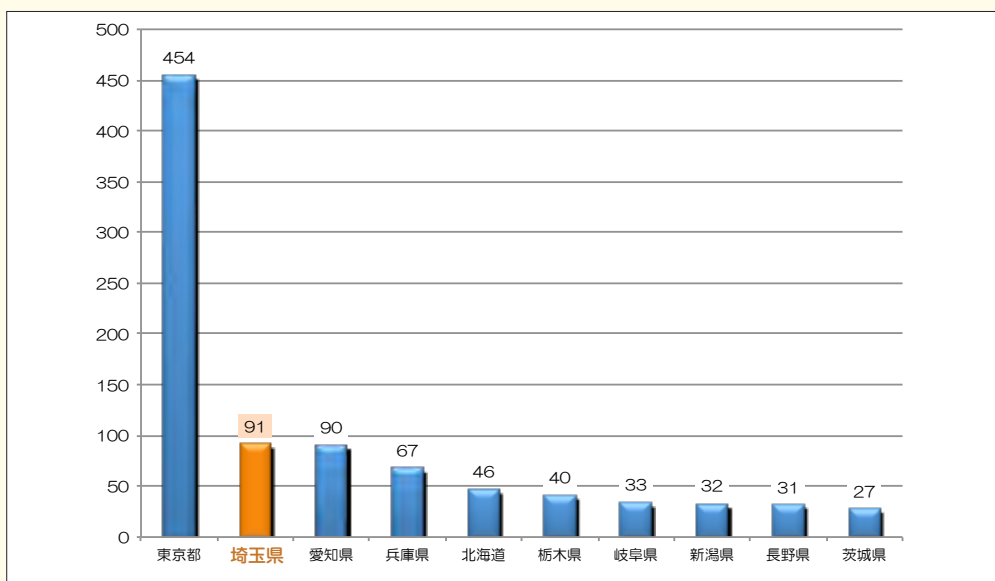
2012年(平成24年)には、県の観光づくりについての基本理念をはじめ、県、県民、観光事業者および観光関係団体の役割や観光づくりに必要な事項を定めた「埼玉県観光づくり推進条例」が施行されています。また、2012年(平成24年)度から2016年(平成28年)度までを計画期間とする「おもてなし日本一の埼玉県観光づくり基本計画」が策定され、観光づくりに関する施策を総合的かつ計画的に推進されています。

② 傾向

● 宿泊を伴う観光客が極端に少ない

2014年(平成26年)の観光庁「観光入込客統計」によると埼玉県には、年間約9,160万人の観光客が訪れています。宿泊・日帰り観光客の内訳は、宿泊観光客が約110万人、日帰り観光客が約9,050万人となっています。また、埼玉県の宿泊・日帰り観光客の割合は、宿泊観光客の割合が極端に低いことが大きな特徴となっています。

● 平成26年都道府県別・観光入込客数の比較(数値確定36都道府県中の上位10団体) (単位:百万人回)

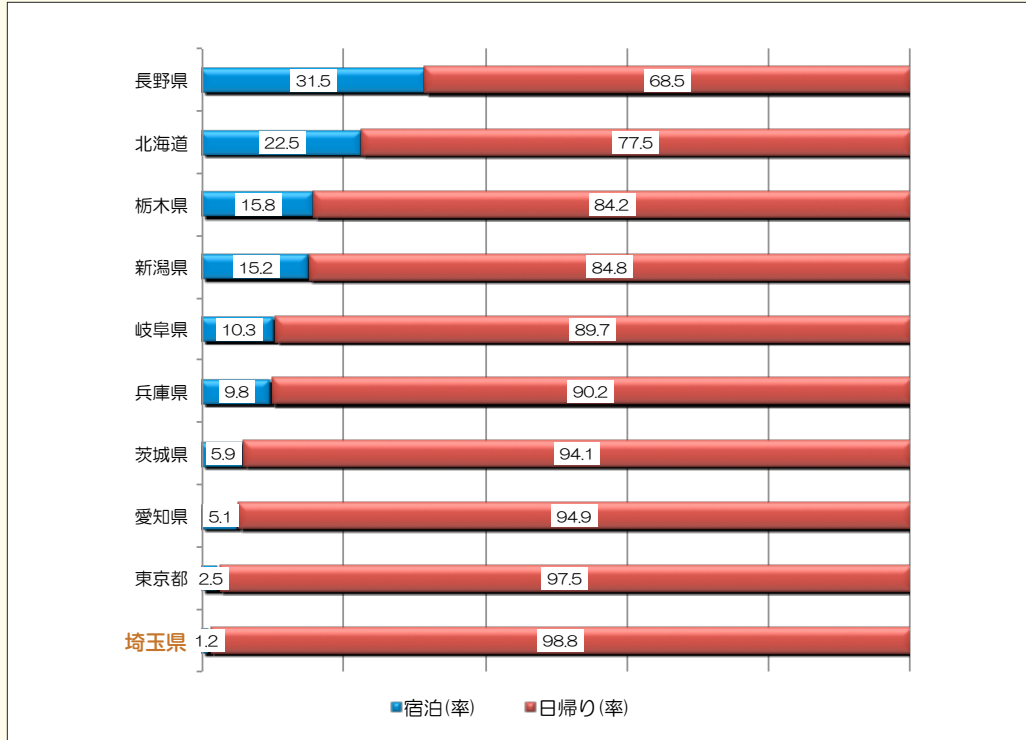


出典:観光庁「観光入込客統計」(平成26年)

埼玉県の観光動向は?



●平成26年都道府県別・観光入込客数の宿泊・日帰りの割合(前出の10都道府県) (単位:%)



出典:観光庁「観光入込客統計」(平成26年)

●訪日外国人旅行者の訪問率が低い

観光庁は、全国11の空・海港において、日本を訪れた外国人旅行者に対して、訪問した都道府県に関する聞き取り調査を実施しています(4半期ごとに約7,000人のサンプル調査)。この調査によると埼玉県への訪日外国人旅行者の訪問率は低調となっています。

●外国人訪問率(上位10都道府県と埼玉県)

(単位:%)

順位	2014年(平成26年)		2013年(平成25年)		2012年(平成24年)	
	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率
1	東京	51.4	東京	47.3	東京	51.3
2	大阪	27.9	大阪	25.1	大阪	24.0
3	京都	21.9	京都	18.9	京都	17.3
4	神奈川	12.3	神奈川	11.2	神奈川	12.7
5	千葉	11.7	福岡	11.0	千葉	9.8
6	愛知	9.2	千葉	9.6	愛知	9.4
7	福岡	8.9	愛知	8.5	福岡	9.4
8	北海道	7.8	北海道	7.8	北海道	7.8
9	兵庫	6.2	兵庫	6.2	兵庫	5.7
10	奈良	4.9	山梨	5.5	山梨	5.6
埼玉	2014年(平成26年)		2013年(平成25年)		2012年(平成24年)	
	順位	訪問率	順位	訪問率	順位	訪問率
	21位	1.8	22位	1.6	20位	2.0

出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

●地元への愛着度等が低い

(株)JTBモチベーションズが2015年(平成27年)7月に、全国47都道府県の20歳以上の男女を対象に実施した調査によると、観光で訪れたいかを数値化した「観光誘引力」ランキングで、埼玉県は全国最下位となっています。

また、地域の観光資源に住民がどれだけ愛着をもっているかを数値化した「観光アクティベーション」ランキングは、全国46位となっています。

●観光誘引力ランキング (単位:%)

上位10位			下位10位		
順位	都道府県	割合	順位	都道府県	割合
1	北海道	70.6	38	山梨県	20.6
2	沖縄県	57.3	39	山形県	20.3
3	京都府	56.1	40	徳島県	20.1
4	東京都	46.8	41	滋賀県	19.4
5	長崎県	40.3	42	福島県	18.6
6	大阪府	38.8	43	佐賀県	18.3
7	福岡県	34.4	44	栃木県	18
8	鹿児島県	33.8	45	群馬都	17.3
9	神奈川県	32.7	46	茨城県	13.4
10	石川県	32.6	47	埼玉県	12.4

●観光アクティベーションランキング (単位:%)

上位10位			下位10位		
順位	都道府県	総合指数	順位	都道府県	総合指数
1	岩手県	624	38	新潟県	543
2	沖縄県	623	39	愛媛県	541
3	京都府	622	40	静岡県	541
4	石川県	620	41	岐阜県	539
5	島根県	618	42	大阪府	538
6	熊本県	612	43	茨城県	535
7	北海道	611	44	千葉県	527
8	福井県	608	45	東京都	516
9	長崎県	605	46	埼玉県	509
10	山形県	604	47	愛知県	508

出典:(株)JTBモチベーションズ「観光アクティベーション調査」(平成27年度)
「観光誘引力」とは全回答者に占める「また、観光で行きたい」と「今後、観光で行きたい」の割合の合計値。

③ 埼玉県の観光動向についてのまとめ



- 交通が便利で自然も豊富にあり、近年は、観光振興が総合的かつ計画的に推進されています。
- 宿泊観光客が極端に少なく、日帰り観光客が圧倒的に多くなっています。
- 訪日外国人旅行者の訪問率は極めて低い状態です。
- 観光地としてのイメージや県民の地域への愛着度は全国でも最下位レベルです。



2-4 訪日外国人旅行者のマーケット動向について

① 訪日外国人旅行者数の推移

近年、訪日外国人旅行者は、急激に増加しています。

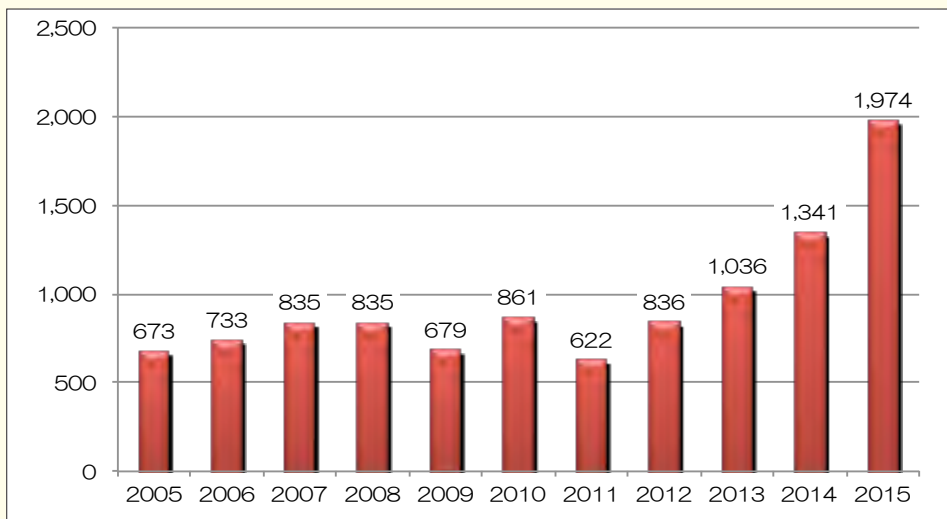
2014年(平成26年)は、引き続き大幅に上昇し、1,341万人に達しました。国の方針として、2020年(平成32年)の初めまでに2,500万人とすることを念頭に、2016年(平成28年)までに1,800万人にすることを掲げていました。2015年(平成27年)においては、旺盛な伸びを示し、1～12月の累計で1,973万7,000人を超え、2,000万人に肉薄しています。

今後も、訪日外国人旅行者数は

- ①円安基調
- ②アジアの国々の経済的發展
- ③ビザなどの入国規制緩和

に支えられ、ますます増加することが予想されます。

●訪日外客数の推移 (単位:万人)



出典:日本政府観光局(JNTO)(平成27年)

●2015年訪日外客数 (単位:万人)

総数	1973.7				
中国	499.4	シンガポール	30.9	ベトナム	18.5
韓国	400.2	マレーシア	30.6	ドイツ	16.3
台湾	367.7	フィリピン	26.8	インド	10.3
香港	152.4	英国	25.9	イタリア	10.3
米国	103.3	カナダ	23.1	スペイン	7.7
タイ	79.7	フランス	21.4	ロシア	5.4
豪州	37.6	インドネシア	20.5	その他	85.7

出典:日本政府観光局(JNTO)(平成27年)



② 訪日外国人旅行者の訪日動機

●訪日前に期待していたこと

(単位:%)

日本食を食べること	76.2	ショッピング	56.6
自然・景勝地観光	46.8	繁華街の街歩き	40.0
温泉入浴	33.4	旅館に宿泊	25.2
日本の酒を飲むこと	24.4	日本の歴史・伝統文化体験	22.8
テーマパーク	15.6	四季の体感	13.7
日本の現代文化体験	13.6	美術館・博物館	13.2
自然体験ツアー・農漁村体験	8.0	舞台鑑賞	5.2
スキー・スノーボード	5.1	映画・アニメ縁の地を訪問	5.1
スポーツ観戦	3.6	治療・検診	1.4
ゴルフ	1.3	上記に当てはまるものがない	8.2

出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成26年)

●国・地域別の訪日動機

(単位:%)

順位	日本食を食べること		ショッピング		自然・景勝地観光		日本の歴史・伝統文化体験	
1	タイ	83.9	タイ	74.1	台湾	55.1	フランス	46.3
2	フランス	83.4	香港	69.6	香港	53.1	米国	43.7
3	シンガポール	82.9	中国	68.0	中国	52.7	カナダ	43.0
4	カナダ	80.2	台湾	66.9	オーストラリア	52.3	オーストラリア	41.0
5	香港	79.8	シンガポール	59.1	ベトナム	50.9	ロシア	39.8
6	ベトナム	79.7	ベトナム	58.2	タイ	50.5	英国	37.8
7	米国	78.8	マレーシア	57.5	米国	48.8	ベトナム	33.4
8	オーストラリア	78.5	フィリピン	51.9	カナダ	48.7	ドイツ	31.6
9	ドイツ	77.4	インドネシア	50.0	シンガポール	48.7	インドネシア	30.4
10	英国	76.8	オーストラリア	47.1	フランス	48.3	タイ	27.9

出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成26年)

訪日外国人旅行者の動機は①日本食を食べること、②ショッピング、③自然・景勝地観光、④繁華街の街歩き、⑤温泉入浴、⑥旅館に宿泊、⑦日本の酒を飲むこと、⑧日本の歴史・伝統文化体験という順になっています。

ショッピングを訪日動機として挙げる国・地域別の割合は、タイ(74.1%)、香港(69.6%)、中国(68.0%)、台湾(66.9%)、シンガポール(59.1%)となっており、アジアの国・地域が上位を占めています。

これに対し、「日本の歴史・伝統文化体験」については、上位に欧米諸国がならんでおり、フランス(46.3%)、米国(43.7%)、カナダ(43.0%)、オーストラリア(41.0%)の4カ国では4割以上の方が訪日動機にあげています。

このような訪日動機の違いが、後述する国・地域別の消費行動の違いに表れています。

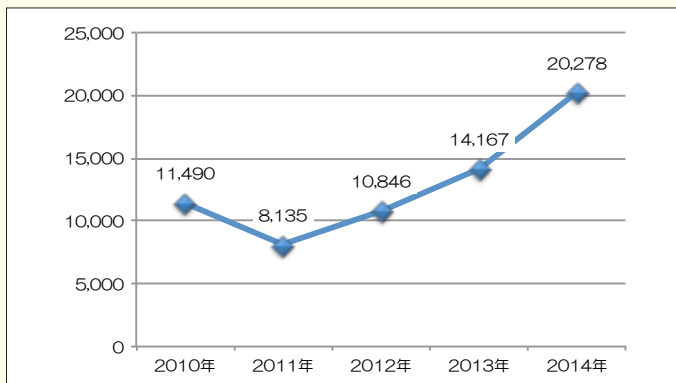


外国人の旅行者の皆さんはこんな楽しみ方を期待しているんだね

③ 訪日外国人旅行者の消費実態

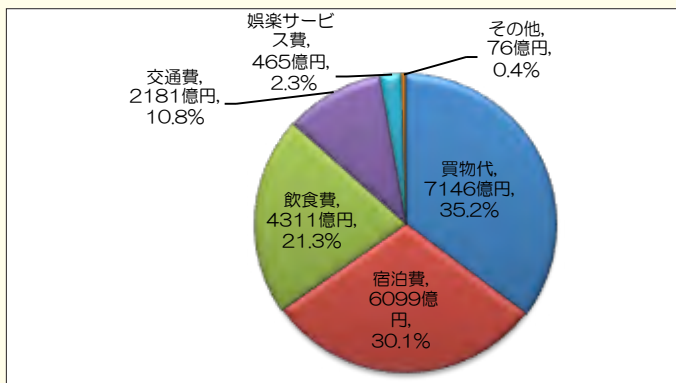
訪日外国人旅行者による旅行中の消費額は、東日本大震災が発生した2011年(平成23年)に8,135億円に落ち込みましたが、それ以降は増加し、2014年(平成26年)は2兆278億円となり、3年間で約2.5倍に膨らみました。

●訪日外国人旅行者による消費額の推移 (単位:億円)



出典:観光庁「訪日外国人の消費動向」(平成26年)

●費目別にみる訪日外国人旅行者消費額 (単位:%)



出典:観光庁「訪日外国人の消費動向」(平成26年)

●買物代、宿泊料金、飲食費等の費目別消費額 (単位:円/一人)

順位	買物代	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽・サービス費
1	中国 127,443	オーストラリア 93,484	ベトナム 54,361	オーストラリア 33,755	ロシア 8,884
2	ベトナム 88,814	英国 81,094	オーストラリア 52,308	フランス 33,052	オーストラリア 7,614
3	ロシア 63,056	フランス 77,827	インド 47,536	英国 28,562	ベトナム 5,596
4	タイ 56,133	米国 71,783	英国 46,360	インド 26,225	タイ 5,494
5	香港 51,584	カナダ 71,496	フランス 45,677	カナダ 24,902	フランス 4,864
6	マレーシア 47,500	ロシア 68,779	米国 42,343	ドイツ 24,577	カナダ 4,334
7	台湾 46,501	ドイツ 65,762	カナダ 40,963	米国 24,481	英国 3,793
8	シンガポール 45,485	ベトナム 63,739	ロシア 40,296	ベトナム 23,725	インドネシア 3,673
9	オーストラリア 39,082	インド 62,668	中国 39,483	ロシア 20,544	マレーシア 3,642
10	インドネシア 37,563	シンガポール 52,619	シンガポール 38,897	インドネシア 18,582	台湾 3,598

出典:観光庁「訪日外国人の消費動向」(平成26年)

4 地域における訪日外国人旅行者延べ宿泊数

2014年(平成26年)の訪日外国人旅行者延べ宿泊者数は、4,482万人泊(前年比33.8%増)となりました。地方ブロック別では、関東地方が1,870万人泊(全体の41.7%)、近畿地方が1,084万人泊(全体の24.2%)、北海道地方が389万人泊(全体の8.7%)で上位となり、日本の訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数の74.6%を占めています。

全ての地方において訪日外国人旅行者延べ宿泊者数は、2011年(平成23年)以降増加の傾向にあります。

●2014年地域ブロック別訪日外国人延べ宿泊者数 (単位:万人泊)

関東	近畿	北海道	九州	中部	沖縄	北陸信越	中国	東北	四国
1,870	1,084	389	324	308	238	128	68	40	28

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」(平成26年)

訪日外国人旅行者延べ宿泊者数は、全ての地方で対前年比10%以上の大きな伸びを示しており、特に沖縄では60.5%の伸びとなっています。

5 訪日外国人旅行者に対する日本人の意識調査

内閣府が実施した「観光立国の実現に関する世論調査」で、93.4%の人が訪日外国人旅行者数の増加を実感していることが明らかになりました。

訪日外国人旅行者の増加による影響については、「観光による消費が拡大し、日本経済の活性化につながる」(65.4%)、「街がにぎやかになり、地域経済の活性化につながる」(50.0%)が上位となりました。

●訪日外国人旅行者の増加による影響 (単位:%)

観光による消費が拡大し、日本経済の活性化につながる	65.4
街がにぎやかになり、地域経済の活性化につながる	50.0
国際交流が進み、相互理解が深まる	46.3
案内標識の整備などにより暮らしやすいまちづくりが進む	15.3
国民ひとりひとりのおもてなしのところが向上する	14.4
自分も海外旅行に行ってみようと思う意識が高まる	12.8
その他	1.4
特になし	4.7
分からない	2.6

出典:内閣府「観光立国の実現に関する世論調査」(平成26年)



⑥ 訪日外国人旅行者のマーケット動向についてのまとめ



◎急激な増加により、2016年(平成28年)の目標である1,800万人をすでに超え、2015年(平成27年)は2,000万人に肉薄するような伸びを示しています。

◎台湾、韓国、中国が訪日外国人旅行者のベスト3 (2014年(平成26年)、2015年(平成27年))です。

◎アジアの国の方々はショッピング、欧米の方々は日本の歴史、伝統文化を好む傾向があります。

◎ショッピングにおける消費額は、中国の方々が一番高い傾向にあります。

◎訪日外国人旅行者の40%以上の方々が関東地方に宿泊しています。

◎訪日外国人旅行者が増加することに対する日本人の意識は、日本経済や地域経済の活性化につながるという回答が上位となっています。