

拡大する訪日市場と受け入れ態勢の課題 —宿泊業からみたボトルネックの点検—

公益財団法人日本交通公社観光経済研究部長

塩谷英生

要旨

訪日市場の拡大が続いており、2017年の訪日外客数は2,800万人を超える見込みとなっている。政府による「明日の日本を支える観光ビジョン」では、2020年に4,000万人、2030年には6,000万人を目標に掲げており、各省庁がさまざまな施策を打ち出してきている。

本稿の目的は、企業が訪日市場から収益を取り込むための事業を進めて行くうえでボトルネックとなる事象は何かについて、現時点で利用可能な各種観光統計や社会経済統計に基づき網羅的・体系的に点検を行うことである。受け入れ拡大において、ボトルネックとなるのは、渡航手段と宿泊施設が主なものであるが、ここでは宿泊業を中心に検討している。

訪日市場の量的動向としては、訪日外客数は2014年から2017年のわずか3年で倍増した。一方で、1人当たり消費単価は為替レートや中国人客の「爆買い」現象の終息から2016年以降はマイナスで推移している。質的動向をみると、国籍では中韓への集中度の高まり、入国港ではLCCの拠点である関西空港の利用比率の上昇とクルーズ寄港の増加、滞在月では月次での変動係数の縮小、訪問地では堅調な地方への分散傾向が起こっている。また、客層ではFIT化、世帯年収の低い層の増加、民泊利用の増加などが進行した。消費単価が低下するなかでも、宿泊費の比率は高めで推移しているが、2016年には主要ホテルで単価の下落もみられた。

第3節では、第2節で把握した市場動向を踏まえてインバウンド事業を進めるうえでのボトルネックについて考察すると共に、これらと関連する政府等による観光施策とその課題・方向性を検討した。

まず、収益に関するボトルネックとして、宿泊客数と宿泊単価の停滞および減少リスクがあり、発地国の集中、設備投資の増加や民泊新法下での競合の激化、為替変動、平準化効果や地方分散効果の縮小の可能性がある。また、経営環境からみたボトルネックとしては、人材不足の問題、日本人の国内宿泊旅行市場の縮小の可能性がある。今後、こうした課題に対応する、国や地方政府による取り組みをより強化していくことが望まれる。

1 はじめに

(1) 訪日市場の拡大と政府目標

訪日市場の伸長が続いている。観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、訪日外国人旅行消費額は2016年に3.7兆円まで増加し、国内で発生する観光消費の14.3%を占めるに至った。世界の国際旅行市場の順調な伸びが継続することを前提とすれば (UNWTO、2017)、政府が観光立国推進基本計画に掲げるオリンピックイヤーの4,000万人達成が視野に入ってきたかにもみえる (表-1)。

訪日市場の拡大は、長きにわたって国内旅行市場の冷え込みに直面していた観光産業の収益回復に大きく貢献した。航空会社の営業利益は増加基調となり、宿泊施設の稼働率は上昇し、客単価も上昇した ((公財) 日本交通公社、2017)。地域差はあるが、バス会社などの交通事業者、飲食業、免税店などの小売業等にも恩恵があった。宿泊事業者など企業経営の視点からは、訪日市場の拡大が今後も引き続き可能か否かが焦点となってくる。

(2) 受け入れ能力の課題

4,000万人へのボトルネックは、宿泊施設と渡航手段が主なものだが、本稿では中小企業に関連性が高い宿泊業を中心に扱うこととした。

2016年の観光庁「宿泊旅行統計」による日本人を含めた延べ宿泊数は4.92億人泊である。同統計による客室稼働率は59.7%であり、約4割が未稼働ということになる。

これらがフルに稼働した場合の延べ宿泊数は8.24億人泊であり、単純な試算によって得られるわが国の宿泊キャパシティと捉えることができる。

未稼働客室は3.32億人泊となり、これは2016年の外国人客延べ宿泊数6,939万人泊の4.8倍であり、

同年の訪日外客数2,404万人にこの倍数を乗じると1.15億人となることから、「現状の宿泊業でも、2030年の目標値6,000万人を余裕をもって賄える」という試算になる。

しかし、宿泊施設の現状として主な分類軸に沿って稼働率を表-2に示すと、地域別、業態別、月別のばらつきが大きいことがわかる。

従って、これらのばらつきを外国人客誘致によって改善できるかが受け入れ態勢づくりの鍵となる。

加えて、これは2016年時点のキャパシティであって、設備投資による宿泊キャパシティそのものの増加や、さらに施設を機能させるために人材の確保ができていくかも重要な要件となってくる。

また、既存宿泊事業者の視点からは、民泊の利用増加、宿泊が不要なクルーズ船の利用者の増加も懸念される要素となる。

本稿では現行統計を用いて訪日市場急伸の実態を踏まえた受け入れ態勢の課題の整理・点検を行う。以下、まず、第2節において既存統計により訪日市場の量的・質的な動向について概観する。第3節では訪日事業のボトルネックについて各種資料を援用しつつ点検を行うと共に、関連する政府等の観光施策についてその課題に言及する。

2 訪日市場の動向

(1) 訪日市場の量的動向

日本政府観光局の「訪日外客統計」によると、訪日外客数は2017年に入っても右肩上がりでも推移しており、1-9月で見ると前年比17.9%増で推移している。2016年の前年比伸び率24.1%よりは鈍化したものの、このままの伸び率を維持すれば2017年の外客数は2,800万人超で着地し、2014年の1,341万人からわずか3年間で倍増するという結果となる。

表－1 「明日の日本を支える観光ビジョン」の主な目標値と実績

	実 績		目 標 値	
	2015年	2016年	2020年	2030年
訪日外国人旅行者数 (万人)	1,974	2,404	4,000	6,000
訪日外国人旅行消費額 (億円)	34,771	37,476	80,000	150,000
地方部での外国人延べ宿泊者数 (万人泊)	2,514	2,753	7,000	13,000
外国人リピーター数 (万人)	1,159	1,426	2,400	3,600
日本人国内旅行消費額 (兆円)	20.4	20.9	21.0	22.0

資料：観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」(2017年3月)

- (注) 1 地方部での外国人延べ宿泊者数の実績は観光庁「宿泊旅行統計調査」
 2 外国人リピーター数の実績は観光庁「訪日外国人消費動向調査」から推計
 3 日本人国内旅行消費額の実績は観光庁「旅行・観光消費動向調査」

一方で、消費額の目標である2020年の8兆円の達成は、かなり難しい状況にある。観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によると、1人当たり消費単価は2016年に前年比11.5%減と大幅に減少した。2017年1-9月期も、下げ止まりの傾向がみられるものの2.7%減で推移している。

訪日外国人の消費単価は為替レートの動向に大きく左右される傾向にあり、特に2013年以降の連動性が高い。2017年7-9月の消費単価は前年同期比で6.6%増とプラスに転じているが、これは2016年7-9月期のUSドルが102円という円高水準にあったことの反動も大きいと考えられる。実際、USドルベースでは1.6%減と5四半期連続のマイナスが続いている。

なお、2016年の急落については、「爆買い」ともいわれた中国人客における買物額の減少という個別要因が加わっている。減少の理由としては、関税率の引き下げにより日本で買うメリットが減ったことや、空港における購入代行業者に対する税関のチェック強化などが挙げられる。それでも、中国の訪日消費単価は2016年でも23.2万円と高く、1国で訪日外国人消費額全体の約4割を占めている。

(2) 訪日市場における客層変化と消費性向

① 国籍別にみた動向

国籍別にみた訪日外客数の動きでは、中国と韓

表－2 主な分類軸でみた客室稼働率 (2016年)

		(%)
全 国	北海道運輸局	59.7
	東北運輸局	61.7
	関東運輸局	52.3
	北陸信越運輸局	65.6
	中部運輸局	41.8
	近畿運輸局	56.2
	中国運輸局	66.9
	四国運輸局	59.3
	九州運輸局	52.4
	沖縄総合事務局	57.7
業 態 別	旅 館	65.0
	リゾートホテル	37.1
	ビジネスホテル	56.9
	シティホテル	74.4
	簡易宿所	78.7
月 別	会社・団体の宿泊所	25.0
	1月	27.1
	2月	52.1
	3月	58.3
	4月	60.4
	5月	58.2
	6月	57.3
	7月	57.1
	8月	61.4
	9月	68.4
	10月	61.6
	11月	63.0
12月	61.0	
	56.8	

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

国の伸びが顕著である。中国は2013年こそ尖閣諸島国有化の影響で131万人と停滞したが、2014年以降急増し、2016年には637万人にまで増加した。ただし、2017年の1-10月期は622万人と前年同期比12.9%の伸びに留まっている。

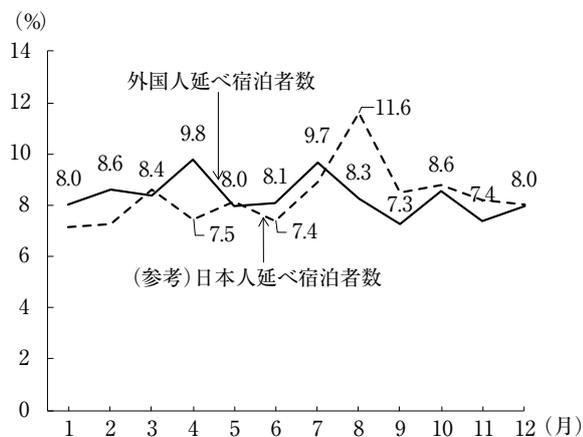
一方、韓国は2017年1-10月期に40.0%増と大

表-3 国際航空旅客便に占めるLCC比率、クルーズ船外国人入国者数の推移

	国際線定期便		うちLCC		クルーズ船	
	旅客便数/週	旅客便数 対前年伸び率(%)	旅客便数/週	国際線に占める LCCの割合(%)	外国人入国者数 (万人)	外国人入国者数 対前年伸び率(%)
2013年	3,267	2.8	286.0	8.8	17.4	—
2014年	3,600	10.2	338.0	9.4	41.6	139.1
2015年	3,897	8.3	540.0	13.9	111.6	168.3
2016年	4,556	16.9	899.5	19.7	199.2	78.5
2017年	4,728	3.8	1,113.5	23.6	217.5	26.1

資料：国土交通省航空局「2017夏期スケジュール 国際線定期便の概要」、国土交通省クルーズ振興室「Japan Cruise Report 12月1日号」
 (注) クルーズ船について、2017年は10月まで。

図-1 外国人延べ宿泊者数の月別構成比 (2016年)



資料：表-2に同じ。

幅に伸びている。その要因としては、LCC路線開設の効果が大きいと考えられる。中韓2カ国の訪日外客数に占めるシェアは2016年に47.7%、2017年1-10月期では50.7%に達している。

② 入国港・渡航手段の変化

法務省の「出入国管理統計」で外国人入国者数の港別構成比の変化を2014年から2016年でみると、関西空港の比率が22.4%から26.2%へ3.8ポイント増加している。首都圏では、羽田空港が1.7ポイント増加したが、成田空港は5.5ポイント減少している。

福岡空港、那覇空港、中部空港、新千歳空港はいずれも増加し、海港（特例上陸を除く）は減少した。その他の地方空港は5.4%から4.7%に減少している。関西空港の利用が増えた要因はLCC路

線の増加であり、2017年1月にはLCC専用の第2ターミナルビルがオープンするなどアジアのLCC路線のハブ化が進んだ。航空局によれば、日本全体の国際旅客便に占めるLCCの比率は2017年の夏ダイヤで23.6%まで上昇している（表-3）。

クルーズ客の増加（特例上陸）も近年著しく、2014年の41.6万人から2016年は199.2万人まで増加している。2017年1-10月も26.1%増で推移しており、2017年のクルーズ客は250万人を超える可能性が高い。ただし、クルーズ客は宿泊施設に宿泊せず、一般に消費単価も低い。2016年の法務省「出入国管理統計」の「船舶観光上陸」をみると国籍ではアジアが97.2%を占め、うち中国が82.9%、台湾が10.4%、香港が2.2%を占めている。

③ 滞在月

2016年の「宿泊旅行統計」から外国人の延べ宿泊者数の月別構成比をみると、4月が9.8%、7月が9.7%で二つのピークとなっている（図-1）。

ただし、年次別の変動係数（標準偏差を平均値で除したもの）を算出すると、2013年の0.142から2016年は0.088まで低下しており、日本人よりも月次の偏りが少ない。また、日本人のオフに当たる4月、6月や冬期にも集客できることから需要平準化に寄与している。

④ 訪問地の動向

三大都市圏を除く地方部での延べ宿泊数の比率

は、2012年の32.5%から2017年1-9月期は40.3%と中期的に増加傾向にある(図-2)。

地域別にみると、関東のシェア減少が続いており、近畿、沖縄の増加が目立つ。地方部では東北、中部、中国のシェアが伸び悩んでいる。

⑤ 旅行目的・旅行形態・世帯年収

2016年の訪日外国人の旅行目的をみると、観光・レジャー目的の構成比が72.8%と前年の69.5%から3.3ポイント増加し、企業ミーティングなどビジネス目的が全般に減少している(表-4)。

旅行形態では、団体ツアーが25.6%から20.6%に減少する一方で、個別手配が62.1%から67.3%に増加しており、FIT¹化が進んでいる。

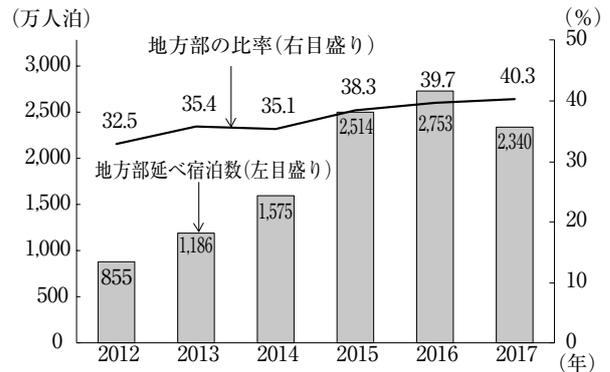
世帯年収は、500未満の比率が49.3%から59.0%に増加している。LCCやクルーズ利用者の消費単価は一般に低い傾向があり、利用者は比較的所得の低い層が中核となっているとみられる。

⑥ 利用宿泊施設のタイプ

2016年の訪日外国人の利用宿泊施設タイプ(複数回答)は、ホテルが79.9%、旅館20.5%、ユースホステル・ゲストハウスが8.4%となっている。ホテル、旅館が減少し、民泊を含む「その他」が5.4%と2015年の3.1%から急増した。「その他」を四半期ごとにみると、2015年1-3月期の1.9%から直近の2017年7-9月期の15.4%まで、期を追うごとに増加していることがわかる。「住宅宿泊事業法」(民泊新法)に合わせて7-9期からは「有償での住宅宿泊」という選択肢が設けられており、「その他」15.4%の8割に当たる12.4%がこれを選択していることが明らかとなっている(図-3)。

なお「宿泊旅行統計」を基に外国人が利用する宿泊施設のタイプをみた場合、日本人を含めた全

図-2 地方部外国人延べ宿泊数とそのシェアの推移



資料：表-2に同じ。

(注) 1 地方部：三大都市圏(埼玉・千葉・東京・神奈川・愛知・京都・大阪・兵庫)以外の地域。

2 2017年は9月まで。

表-4 訪日外国人の客層の変化

調査項目	2015年	2016年	増減率 (%)
	構成比(%)	構成比(%)	
観光・レジャー	69.5	72.8	3.3
親族・知人訪問	5.6	4.8	-0.8
ハネムーン	0.5	0.4	-0.1
学校関連の旅行	0.7	0.6	-0.1
スポーツ・スポーツ観戦	0.4	0.4	0.0
イベント	0.3	0.4	0.0
留学	1.4	1.4	0.1
治療・検診	0.1	0.1	0.0
インセンティブツアー	0.5	0.6	0.0
展示会・見本市	1.3	0.9	-0.3
国際会議	1.8	1.6	-0.2
企業ミーティング	5.4	4.6	-0.8
研修	2.4	2.2	-0.2
その他ビジネス	8.8	8.3	-0.4
トランジット	0.5	0.4	-0.1
その他	1.0	0.7	-0.3
合計	100.0	100.0	0.0
旅行目的			
団体ツアーでの来訪	25.6	20.6	-5.0
個人旅行向けパッケージ商品を利用	12.3	12.1	-0.2
個別手配	62.1	67.3	5.1
合計	100.0	100.0	0.0
世帯年収			
500万円未満	49.3	59.0	9.6
500万円以上1,000万円未満	29.0	25.6	-3.4
1,000万円以上2,000万円未満	14.9	10.6	-4.2
2,000万円以上3,000万円未満	2.8	2.1	-0.7
3,000万円以上	4.0	2.6	-1.4
合計	100.0	100.0	0.0
利用宿泊施設			
ホテル(洋室中心)	84.4	79.9	-4.5
旅館(和室中心)	22.2	20.5	-1.6
別荘・コンドミニアム	1.3	1.6	0.3
学校の寮・会社所有の宿泊施設	2.8	2.7	-0.2
親族・知人宅	7.7	7.6	-0.1
ユースホステル・ゲストハウス	5.0	8.4	3.4
その他	3.1	5.4	2.3

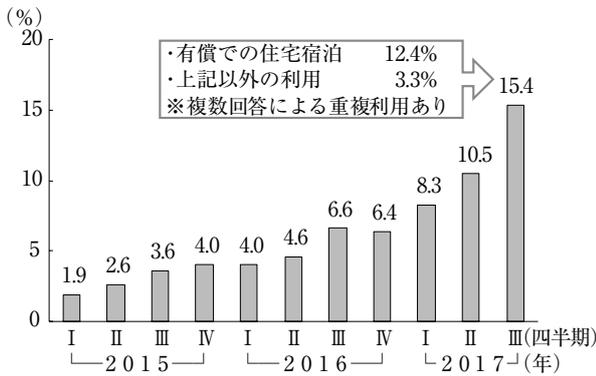
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(注) 1 網かけ部分は2016年に3ポイント以上構成比が増加した項目。

2 利用宿泊施設は、複数回答。

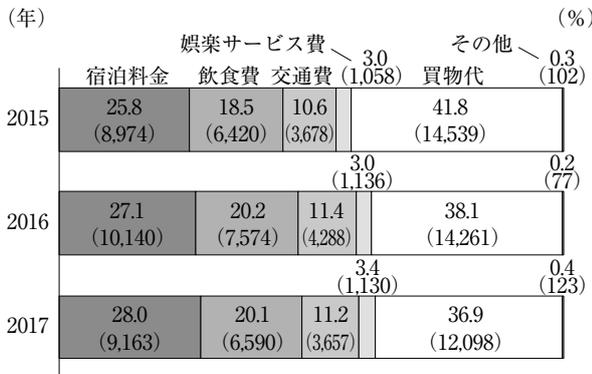
¹ 交通や宿泊を旅行者が個別に手配する旅行形態。Foreign Independent Tourの略以外にも諸説あり。

図-3 「その他」宿泊施設の利用率の推移



資料：表-4に同じ。

図-4 旅行消費額の費目別構成比



資料：表-4に同じ。

(注) 1 () 内は消費金額 (億円)。
 2 2017年は9月まで。

体のそれと比較してシティホテルの利用率が高い傾向にある (民泊は調査対象外)。一方、旅館の利用率は10.0%に留まっている。ただし、地域別にみると、北海道や四国で旅館利用率が全体よりも高い傾向がみられる。

⑦ 費目別の消費動向

すでにみたように旅行消費単価は減少傾向にあるが、その費目別構成比をみると、宿泊費の比率が上昇する傾向にある (図-4)。飲食費と交通費は2016年にやや増加したが、2017年に入って横ばいとなっている。買物代は、中国人を中心にその構成比を落としており、2017年1-9月は36.9%と、15年の41.8%から約5%落ち込んでいる。

表-5 宿泊単価に関する統計指標の推移

	宿泊料 (指数)	旅館：1泊2食 平日 (円)	ホテル：1泊朝食 平日 (円)
2006年	95.3	16,185	15,258
2007年	96.3	15,915	15,373
2008年	95.8	16,084	15,169
2009年	93.6	15,732	14,567
2010年	92.2	15,461	14,564
2011年	90.1	15,169	14,172
2012年	90.9	15,390	14,759
2013年	91.1	15,573	15,013
2014年	96.0	15,966	16,139
2015年	100.0	16,315	17,237
2016年	102.3	16,770	16,572
2017年	103.5	17,515	16,105

資料：総務省「消費者物価指数」「小売物価統計調査」
 (注) 2017年は10月まで。

宿泊費比率増加の一因としては、わが国における宿泊単価の中期的な上昇傾向が挙げられる。

宿泊単価に関する統計としては、「消費者物価指数」と「小売物価統計調査」がある (いずれも総務省)。前者はわが国の家計消費の調査を基にしたもので、後者は宿泊者数が多い99市町村を抽出したうえで、宿泊者数の多い施設320軒を調査したものである。

表-5をみると、いずれも2013年までの低迷から2015年にかけて急速に上昇している。ただし、2016年からは「消費者物価指数」では伸び率は鈍化したもののプラスを維持しているが、「小売物価統計年報」では旅館 (1泊2食) は増加、ホテル (1泊朝食) は減少と異なる結果となった。大型の低価格ホテルが増加して標本が入れ替わった可能性もあるが、主要宿泊地の大型ホテルで値を下げて空室を埋める局面も増えていると考えられる。

3 訪日市場のボトルネックと

観光政策の点検

訪日市場の概観を踏まえて、インバウンド事業

を進めるうえでのボトルネックについて考察する。インバウンド事業にも、交通事業、飲食店、小売業などさまざまな業種があるが、論点が拡散するのを防ぐため、ここでは代表的な産業として宿泊業の視点からの整理を試みる。また、ボトルネックと関連する政府等による観光施策（主に観光立国推進基本計画に関連する施策）とその課題にも言及する。

以下では、最初に収益に関するボトルネックとして、宿泊客数と消費単価の停滞および減少リスクについて述べる。次に、経営環境からみたボトルネックとして、人材不足、国内旅行市場の縮小リスクについて触れる。

（１） 宿泊客数に関するボトルネック

① 発地国の集中

前述の通り、2017年1-10月では訪日外客数の50.7%を中韓2カ国が占める状況となっている。わが国と中国、韓国との間には、領土問題や政治問題があり、過去にも旅行市場に影響を与えてきた。また両国に限らないが、財政赤字や不良債権など経済面のリスクを抱えている。これとは別に、両国からの来訪客が急増した間接的な要因には、THAAD（終末高高度防衛）ミサイルの韓国への配備計画を巡る両国関係の悪化から海外旅行先として日本が選択されるという代替効果も少なくない。従って、両国の和解が進めばその効果は縮小すると考えられる。

幸い、東南アジア、欧米豪においてもわが国の人気は上昇しており、マーケティング資源をこうした国々に配分していくこともリスク分散のためには必要となろう。なお、政府においては、「観光ビジョン実現プログラム」のなかで欧米の訪日無関心層の開拓に向けたキャンペーンを進めている（小堀、2017）。今後は、外資系OTA²に対抗す

るうえでも、関心層に向けたツアー商品の流通促進や国内事業者ブランド力向上にも支援が望まれる。

② 設備投資の増加と競合

図-5は、財務省の「法人企業統計」により2010年1-3月期からの宿泊業の設備投資および経常利益の推移を5四半期移動平均でみたものである。経常利益が東日本大震災のあった2011年を底として、訪日市場の回復と共に次第に立ち上がり、2017年1-3月には1,736億円まで上昇している。これに対して、設備投資は2014年以降増加傾向となり、経常利益に比べると緩やかな角度で上昇し2017年1-3月期には1,299億円に達している。

なお、宿泊業の特徴として、資本金1億円未満の中小企業が産業に占めるシェアが高い。2017年1-3月期では、売上高の65.4%、経常利益の75.4%、従業員数の73.2%、設備投資の42.9%を中小企業が占める。ただし、資本金規模が小さい事業者のなかに全国展開の大規模チェーンも多数含まれているため、この分類には問題もある。

各種公表資料から、今後も宿泊産業の設備投資は活発に進むことが予想されており、当面供給室数の増加が続くことになる。

従って、外国人客数の伸びが鈍化した場合には、施設間の競合が激しくなるリスクがある点に留意する必要がある。

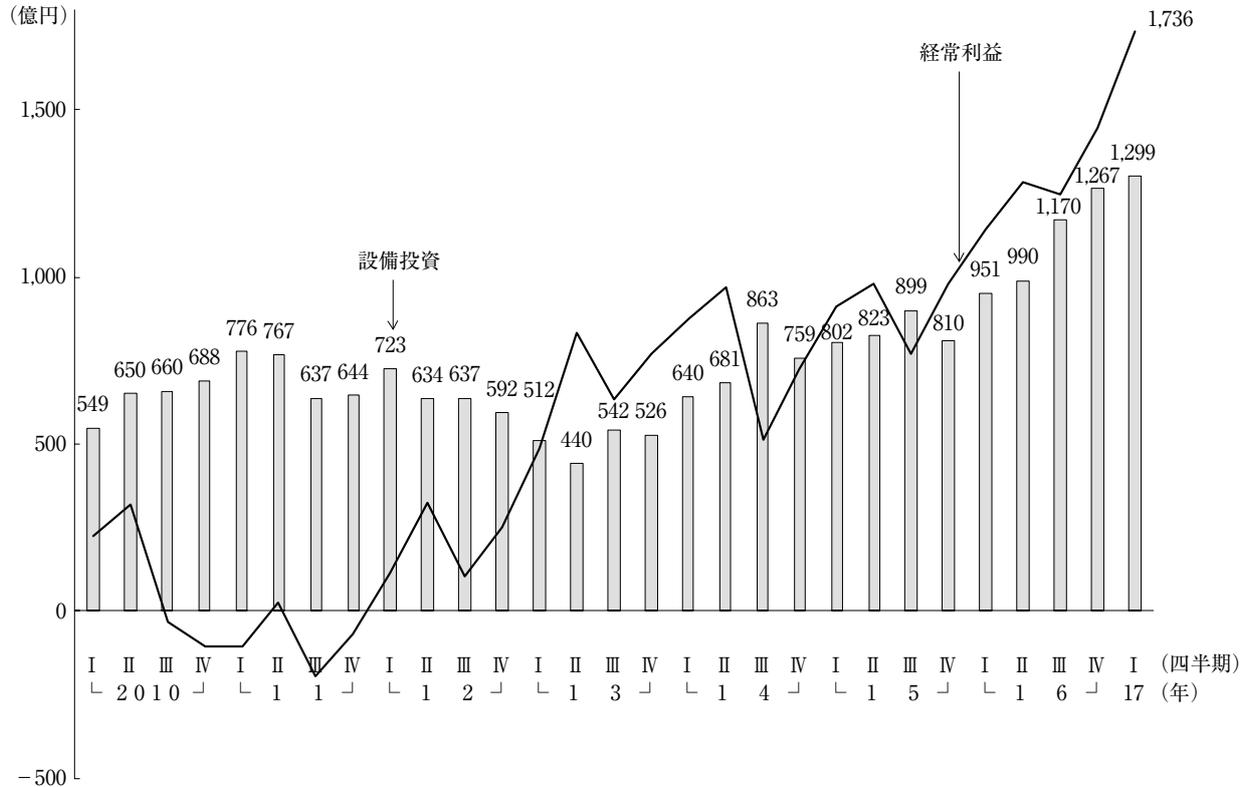
政府においては、宿泊施設の不足を念頭にこれまで容積率緩和などの投資促進施策を進めてきているが、今後は地域ごと、客層ごとの需給状況を見据えたきめ細かな施策の運営が望まれる。

③ 平準化効果の縮小

訪日外国人の月次の分散係数は年々小さくなり、すでに日本人よりも低い水準にある。従って、

² インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agentの略。

図-5 宿泊業の設備投資および経常利益の推移



資料：財務省「法人企業統計」
 (注) 数値は5四半期移動平均

訪日外国人の取り込みによるオフシーズンの底上げの余地は、これまでより小さくなってきていると考えられる。

一方で、オンシーズンの外国人客が増加することや単価の上昇から、日本人の受け入れ室が減少する可能性もある。図-6は、宿泊客数のピークである8月の全宿泊延べ数と外国人シェアの経年推移をみたものである。8月の延べ宿泊数は2015年に5,643万人泊を記録したが、2016年、2017年はこれをやや下回っている。特に2017年8月は外国人比率が11.8%と過去最高の水準に達しているが、日本人の減少がそれを打ち消した形となった。

もちろん、稼働率の水準が相対的に低い地方部においては、花や祭事などオフシーズンの地域資

源の商品化を進めるなどして、需要の平準化を促進する余地は依然として大きいと考えられる(日本政策投資銀行・(公財)日本交通公社、2017)。国においては、休暇改革のなかで国内旅行の平準化がまず重視されており、そのこと自体は妥当である。今後は、地域レベルでの平準化の立場からMICE³や行祭事等の海外プロモーションを展開していくべきであろう。

④ 地方分散効果の停滞

地方分散が徐々に進んでいるが、地方来訪客が今後もリピートするか否かは未知数である。香港の旅行者などは、「未だ行ったことの無いところ」を優先する傾向があり、再訪を促すにはサービス水準の

³ 企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会、イベント (Exhibition/Event) の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称である。

高さや資源の多様性などの訴求が必要とされる。

すでに述べたように入国空港に占める地方空港の比率は低位で安定してしまっており、国際路線開設の難しさが浮き彫りになっている。地方空港からの入国を増やすには、中核都市を中心とした買い物の魅力や飲食の魅力を発信していくことも重要となる。また、空港までのアクセスを地域として確保していくことが重要である。例えば仙台空港では、南東北の主要観光地までの直行バスを相次いで開設して利便性を高めつつある。九州エリアでは、レンタカー向けのドライブキャンペーンを行って、交通不便地域への立ち寄りを増やしてきた。

国の施策としては、首都圏空港の機能強化や基幹空港を中心とした国管理空港における空港民営化が重視されており（北海道を除く）、地方空港の利用率の上昇は自助努力によるところが大きい（水嶋、2017）。従って、成田や関空などの基幹空港を発着するバスツアーの誘致や、FIT向けの足を周遊バス等で補完していくことが重要となると考えられる。

（2） 宿泊単価減少に関するボトルネック

① 為替レート

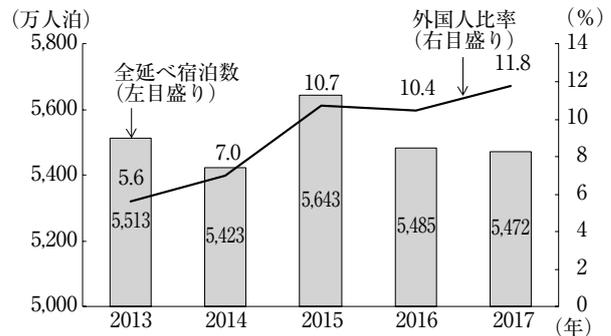
すでに述べたように、為替レートと1人当たり旅行支出には相関関係がある。「訪日外国人消費動向調査」がスタートした2010年4-6月期から直近の2017年7-9月期をとり、旅行支出を被説明変数、円/USドルレートを説明変数とする単回帰を行うと、以下のモデル式が得られる。

$$\text{旅行支出} = 50,406 + 966.8 \times [\text{円/USドルレート}]$$

〈決定係数(補正後R²): 0.776 説明変数のt値: 9.86〉

この式に従えば、仮に10円円高になれば、支出が約1万円減ることになる。宿泊費は旅行支出の一部（2016年は28%）であり、クルーズ客を除けば必

図-6 8月の延べ宿泊数と外国人比率の推移



資料：表-2に同じ。

ず利用される支出項目でもあるから、旅行支出の減少率がそのまま適用されるとは限らない。しかし、旅行費用の高騰は旅行者数にも負の影響があることから、売り上げへのダメージは人数と単価の両面で複合的に現れる点に留意する必要がある。

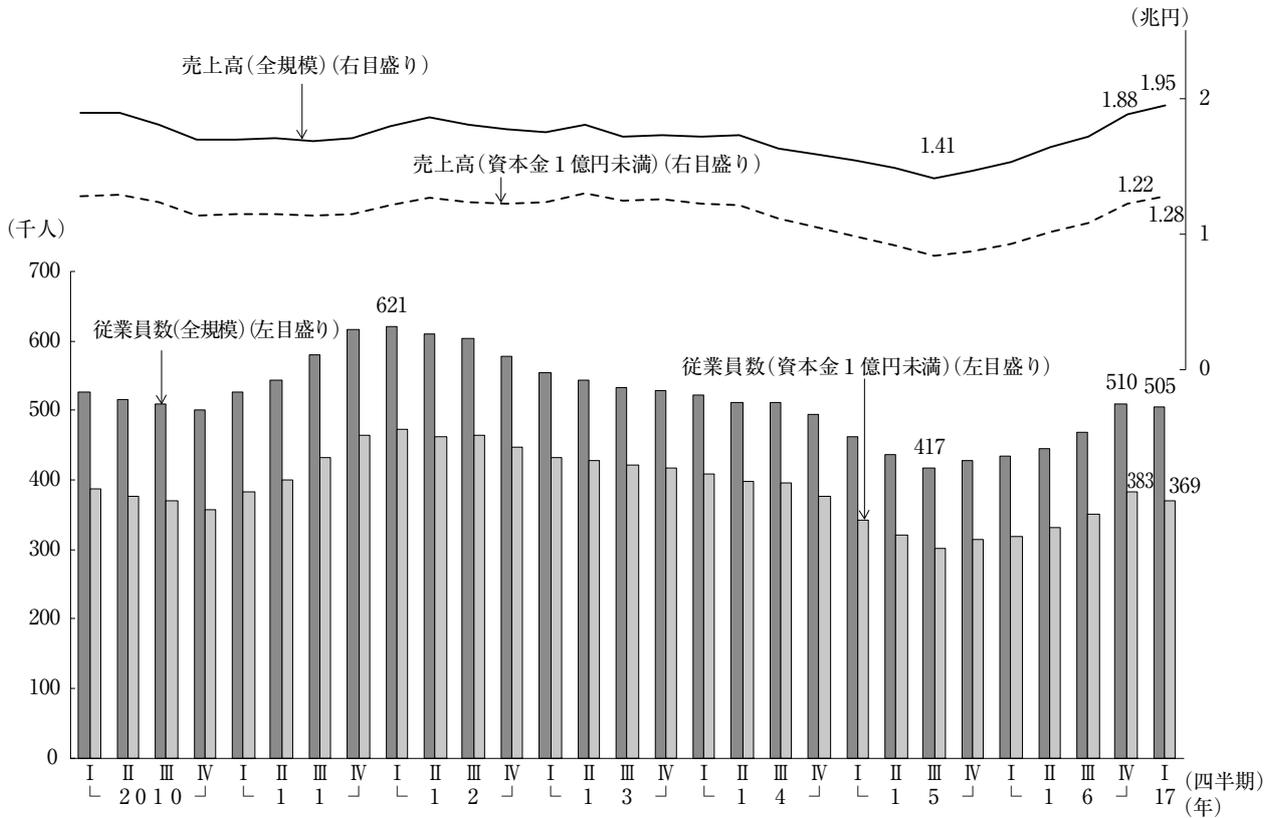
為替の安定、あるいは円安水準の維持については政府・日銀の施策によるところが大きいのが、国際収支における旅行収支のウェイトも高まっており、引き続き安定性に配慮した政策運営に期待したい。

② 客層大衆化と民泊との競合

すでにみたように、2015年から2016年にかけての市場拡大は世帯年収500万円以下の、いわば大衆層が中心となっており、富裕層のシェアは低下している。従って、富裕層をターゲットとしている宿泊事業者にとっては、訪日外客数の増加がターゲットの増加に直結していない。逆に、客層や供給サイドの質の低下が地域のブランド力を押し下げる可能性が懸念される。

また、民泊新法が2018年から施行され、既存の比較的低価格帯の宿泊事業者にとっては競合先となってくる。こうした施設は、Airbnbをはじめ海外の宿泊予約サイトと直結している点で流通面での競争力が強いとみられる。大手バジェットホテルチェーンは別として、低価格帯の宿泊施設の情報発信を、地域や国において支援し

図-7 宿泊業の売上高および従業員数の推移



資料：財務省「法人企業統計」
 (注) 数値は5四半期移動平均

ていくことが施行後により重視されるものと考えられる。

(3) 経営環境からみたボトルネック

① サービス水準の低下と人材確保

図-7は、2010年1-3月以降の売上高と従業員数の推移を、全体と資本金1億円未満の2区分で5四半期移動平均でみたものである。

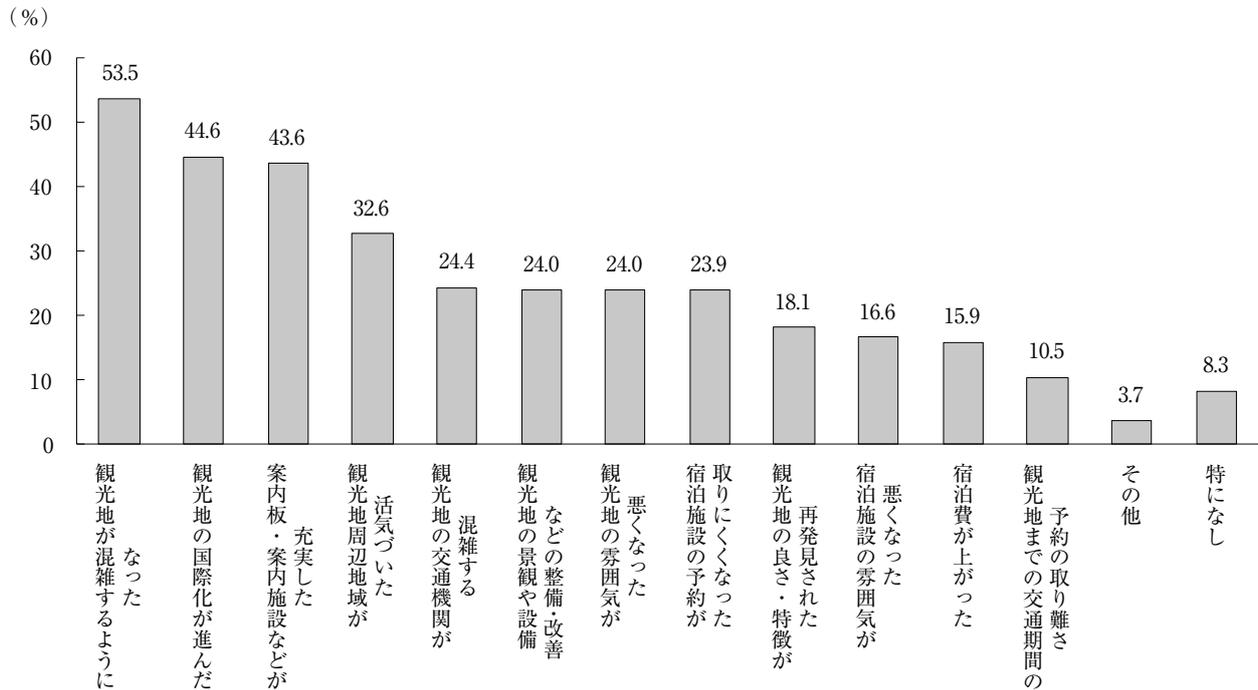
売上高は2015年7-9月期の1.41兆円を底として、その後は増勢が続いており、2017年1-3月期は1.95兆円にのぼっている。しかし、この間の従業員数のピークは実は2012年1-3月の62.1万人である。その後従業員数は2015年7-9月期の41.7万人まで減少を続けた後反転し、2016年10-12月期に51.0万人まで回復した。しかし、2017年1-3月期には従業員数はわずかながら減

少しており、売上高と異なる動きを示した。

この動きから懸念されるのは、顕在化しつつある労働力不足である。売上高や経常利益が上昇するなかで従業員数が横ばいとなる要因が、平準化や経営改善による業務効率の向上に起因するものとは限らない。特に、外国人向けのサービスでは言語能力だけではなく、文化の違い等からくる予想外の行動への柔軟な対応も必要とされ、業務効率が低下しやすいとの声も多い。

一方、宿泊業の人員当たり人件費は2015年7-9月を底に上昇傾向にあるが、1人当たり売上高や経常利益の伸び率を大きく下回る水準で推移している。人的サービスで成り立つ産業だけに、良質な人材の確保と育成は、一層重要な課題となってくるだろう。国による人材育成施策はこれまで経営人材の育成に重点が置かれてきている。今後は地

図－8 外国人観光客の増加が国内旅行に与えた影響



資料：JTBF「JTBF旅行意識調査」(2016年6月)
(注) 全国18～79歳の男女1,340人対象、郵送自記式

域と連携しつつ宿泊業等の質の高い従業員育成を支援していくことが喫緊の課題と思われる。

② 国内旅行市場の停滞とロイヤルティ低下

外国人客の増加の一方で、日本人の宿泊旅行消費額は、2015年の15.8兆円から2016年は16.0兆円とほぼ横ばいで推移した（「旅行・観光消費動向調査」観光庁）。

2016年の（公財）日本交通公社（JTBF）の調査では、外国人観光客の増加が国内旅行に与えた影響について聞いている（図－8）。その結果、「宿泊施設の手配が取りにくくなった」が23.9%、「宿泊施設の雰囲気が悪くなった」が16.6%、「宿泊費が上がった」が15.9%の回答を集めている。この調査対象者のなかには「あまり宿泊旅行をしない人」や「2年に1回程度」の人が42.4%含まれている。従って、旅行者の実感はこれよりも大きく、訪日市場の急速な拡大が少なからず国内旅行に負の影響を与えていることがうかがえる。

外国人客が増加したとはいえ、日本全体での延べ泊数に占める外国人比率は14.3%に留まる。従業員が外国人客へのサービスに追われて日本人へのサービスが疎かになれば、宿泊単価が上昇するなかで国内旅行の満足度の低下につながる。

宿泊業に限らず、観光地においては、地域住民を含め、その地域へのロイヤルティ（思い入れ）の高い層にとって満足度の高い観光地・施設であり続けることが重要である。ロイヤルティの低い客層はリピートしないことから、そうした客層に対応した供給事業者はいずれ淘汰される可能性が高い。

例えば、京都市で導入が検討されている宿泊税は、東京都や大阪府よりも税率が高めに設定されている。これは、外国人客の増加が市民生活に悪影響を与え始めたなかで、原因者負担を求める性格の税制ともいえる。用途には、「道路の渋滞や公共交通機関の混雑対策」や「違法民泊の適正化」などが含まれる予定であり、高品質の観光地を維持する取り組みの一つとしても注目される。

<参考文献>

- 小堀守 (2017) 「訪日外国人旅行の最新動向と「観光先進国」実現への歩み—2020年以降を見据えた訪日旅行消費拡大に向けた取り組み—」日本観光研究学会『観光研究』Vol.29.No 1、pp54-59
- (公財) 日本交通公社 (2017) 『旅行年報2017』日本交通公社
- 日本政策投資銀行・(公財) 日本交通公社 (2017) “DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 (平成29年度版)” http://www.dbj.jp/ja/topics/region/industry/files/0000028801_file2.pdf (参照2017-12-28)
- 水嶋智 (2017) 「昨今の政府の観光政策について」JTBF旅行動向シンポジウム講演資料
- UNWTO (2017) *UNWTO Tourism Barometer Annex*, UNWTO