



観光立国に向けて ～2013年訪日外国人人数初めて1,000万人突破～

日本政府観光局（JNTO、正式名称：独立行政法人国際観光振興機構）は1月17日、2013年に日本を訪れた外国人客数が前年比24%増の1,036万人（推計値）であったと発表しました。これまでの過去最高だった2010年の861万人を20%上回り、2003年に政府が「観光立国」宣言をして以降、1,000万人の大台を初めて突破しました（図表1）。

要因としては、円安の進行による日本への旅行費用の割安感が増したこと、7月より開始された東南アジア諸国の査証（ビザ）発給要件緩和措置、経済成長により東南アジア各国の中間所得層が増えたこと、LCC（格安航空会社）などの就航による航空機座席増加等があげられます。

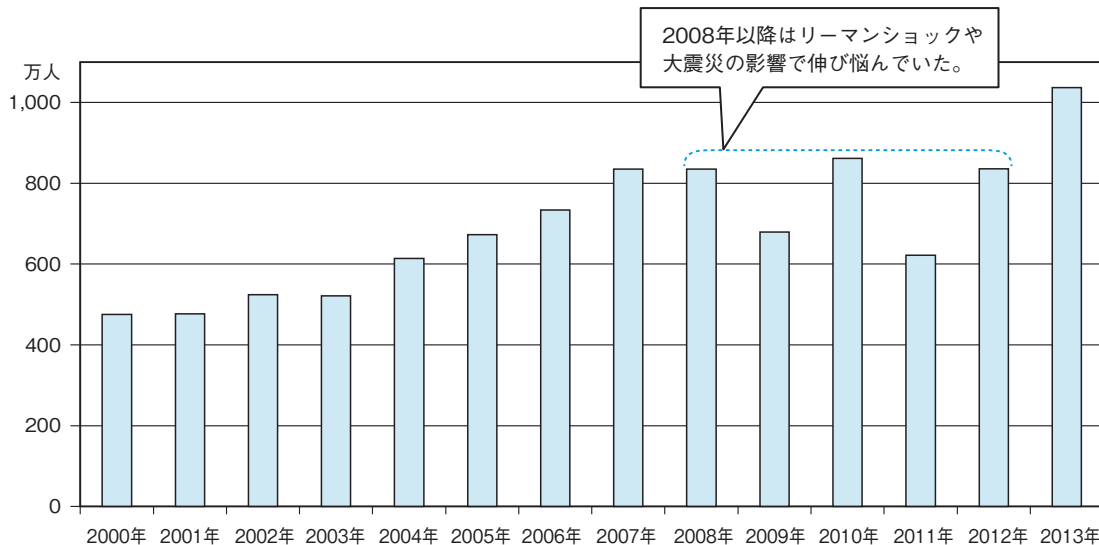
国別訪日外国人人数

～ビザ発給要件の緩和で東南アジア急増～

2013年の訪日外国人人数は、国・地域別では韓国が前年比20.2%増の245.6万人と最多となりました。中国は秋口から増加に転じましたが、年間では前年比7.8%減の131.5万人で3位。ビザの発給要件を緩和した東南アジア諸国（注）は急増し、タイは前年比74.0%増の45.4万人で6位となりました（図表2）。その他の東南アジアでは、マレーシアが同35.6%増の17.6万人、ベトナムが同53.0%増の8.4万人と大きく増加しました。

（注）政府は東南アジア各国に対するビザの発給要件を2013年7月から緩和しました。タイとマレーシアからの訪日客のビザを免除したほか、フィリピンやベトナムの観光客には期限内なら何度でも訪日できる数次ビザを新たに発給しました。

図表1 訪日外国人人数の推移

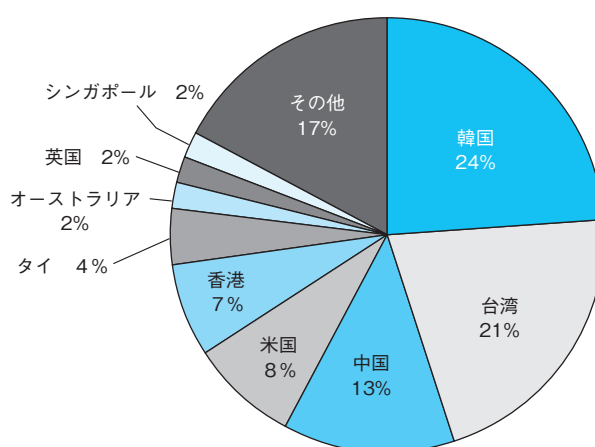


出所：日本政府観光局

図表2 2013年国・地域別訪日客ランキング

順位	国・地域	訪日客数(万人)	前年比増減(%)
1	韓国	245.6	20.2
2	台湾	221.1	50.8
3	中国	131.5	△7.8
4	米国	79.9	11.5
5	香港	74.6	54.8
6	タイ	45.4	74.0
7	オーストラリア	24.5	18.5
8	英国	19.2	10.3
9	シンガポール	18.9	33.1
	その他	175.8	21.9

出所：日本政府観光局



訪日外国人の増加で日本経済に恩恵

今回、目標だった1,000万人の大台を初めて突破したことは日本経済全体にも恩恵を与えています。訪日外国人が日本で消費するとGDP（国内総生産）統計上は内需となり、人口減で細る内需の下支えに向け、日本経済にとって訪日外国人の増加は大きなメリットがあります。

しかし、訪日外国人の消費が日本のGDPに占める割合は0.3%に過ぎません。フランス（2.0%）や韓国（1.3%）などと比べると小さく、まだ伸びる余地があります。政府が掲げる「2020年に2,000万人」の目標を達成した場合、GDPを押し上げる金額は5.3兆円、GDPに占める比率は1.1%まで高まります。また、外国人客増は日本全体に恩恵が行きやすく、地方へも外国人客を送り込むことによって地方経済活性化の即効薬としての役割を果たすことが期待されます。

さらに、円安によって外国人旅行者の購買意欲も高まったとみられ、2013年の来日外国人による旅行中の推計消費額は前年比30.6%増の1兆4,168億円、1人当たりでは5.3%増の13万6,704円と、いずれもこれまでの最高となりました。

日本の外国人受入数は33位

外国人受入数を主要国と比べるとまだ低いままです。2012年にフランスは8,300万人、米国は6,600万人を外国から呼び込んでいます。日本の外国人受入数は世界では33位で、タイ（15位）や韓国（23位）よりも下位にとどまっています（図表3）。今回の1,000万人の目標達成は「脱・観光後進国」の出発点に過ぎ

図表3 2012年外国人受入数ランキング

順位	国名	人数(万人)
1	フランス	8,301
2	米 国	6,696
3	中 国	5,772
4	ス ペ イ ン	5,770
5	イ タ リ ア	4,636
6	ト ル コ	3,569
7	ド イ ツ	3,040
8	英 国	2,928
9	ロ シ ア	2,573
10	マレーシア	2,503
15	タ イ	2,235
23	韓 国	1,114
33	日 本	836

出所：世界観光機関

図表4 主要国の人口に対する外国人客数の比率

国 名	人口比 (%) <訪問外国人客数÷人口×100>
フランス	131
イタリア	76
カナダ	47
英 国	46
ド イ ツ	37
韓 国	22
米 国	21
日 本	8

(日本経済新聞より)

ません。

人口に対する外国人客数の比率をみると、日本は8%にとどまっています。主要先進国平均の5分の1、韓国の3分の1の水準です(図表4)。もし、日本が韓国並みの受入水準(22%)になれば訪日外国人客数は2,800万人になります(1億2,700万人×22%)。

今後の課題

～日本ブランドの発信を～

日本に外国人を呼び込むための方策はいくつかあります。東南アジア向けで先行したビザ要件緩和をインドなど人口が多い新興国にも導入することも一つの案です。訪日客全体の約4割を占める中国と韓国との外交関係の改善も課題になると思われます。

外国人を受け入れるインフラの整備もまだ十分とは言えません。道路標識などの表記もローマ字から英語に改めることも必要と思われます。例えば、「国会」はこれまで“Kokkai”と表記されていましたが“The National Diet”とするなど、外国人に分かりやすい表記に変更し始めたところです。また、出入国手続きの簡素化、空港と都市中心部とを短時間で結ぶ交通網の整備、公共施設のバリアフリー化の推進等も求められます。

小泉内閣が「2010年に訪日外国人を1,000万人にする」と宣言し、「政府観光局(JNTO)」が発足したのは2003年です。2008年には観光庁が発足していますが、リーマンショックによる世界的な景気後退や2011年の東日本大震災による影響で1,000万人達成は目標より3年遅れました。

今後は、今回の達成を契機に観光誘致や国際会議の誘致促進など「観光立国」をめざす施策を関係省庁や旅行会社・航空会社など民間企業が一体となって取り組む必要があります。

日本には自然や歴史、文化的に価値の高い魅力ある場所がたくさんあります。こうした「日本ブランド」の積極的な情報発信・PRは不可欠です。2009年に政府は、「2020年に向けて訪日外国人数を2,000万人にする目標」を表明しています。日本の魅力をもっと海外に知ってもらえば2020年の東京オリンピックにも弾みがつきます。その成否を左右するのは、私たち日本人の「おもてなし」の心かも知れません。

(担当：斎藤)