

[掲載紙] 朝日新聞「上州経済風信」

[掲載日] 2014年7月17日

[テーマ] 観光 リーディング産業へ期待—外国人客カギ 伸びしろ大—

週末に荒船風穴を訪ねた。「世界遺産」の構成資産のうち富岡製糸場に次いで2カ所目である。ガイドの方々から聞く話はどれも興味深かった。高山社とのつながりを自分なりに発見した気分になって、自己満足を覚えながら帰途に着いた。その途中、先日出席した会議で議論が交わされた、「観光産業は地域のリーディング産業になり得るか」といったテーマが頭をよぎった。

観光産業は、「見えざる輸出」である。その経済効果、雇用創出効果は大きい。

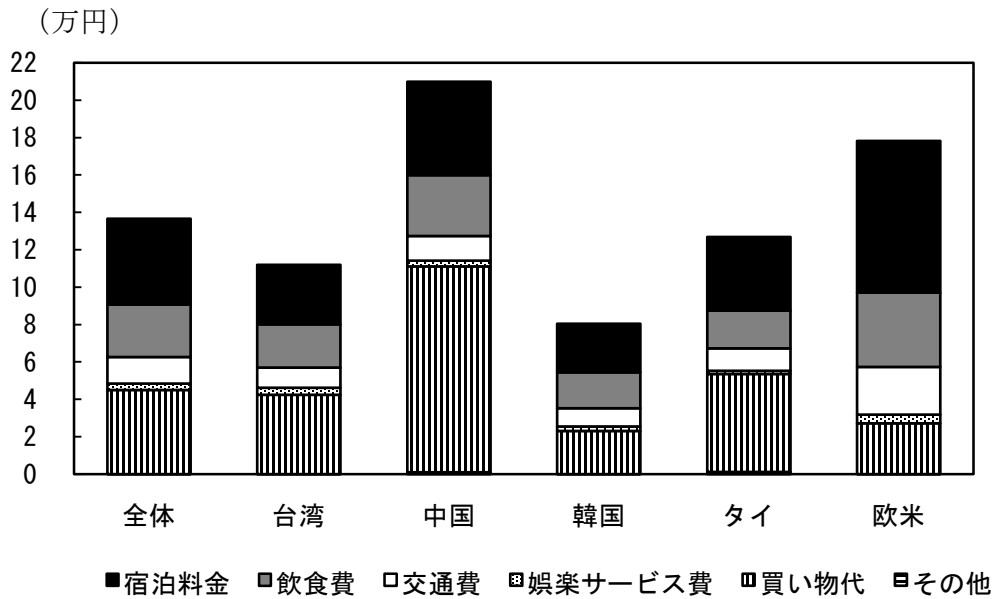
産業連関表に基づけば、宿泊業、運輸業、小売・飲食業など直接に関連する産業以外にも、製造業、金融・保険業、不動産業、対事業所サービス業など幅広い産業に関係する裾野の広い「総合産業」であることがわかる。その成長が地域経済に与える影響は大きく、リーディング産業としての可能性を期待される背景もそこにある。

群馬県における観光の実情をみると、①日帰り客が多い②宿泊客では首都圏からの客が多い③外国人宿泊客が相対的に少ない、という特徴が浮かび上がってくる。国内人口の減少が避けられない中で、中長期的には外国人宿泊客をいかに増やしていくかがカギとなるだろう。その点で群馬の伸びしろはかなり大きい。

県の「次世代産業振興戦略」でも、外国人宿泊客数を4年間で倍増させる目標が掲げられている。

訪日外国人の日本滞在中の1人当たり消費額は13万7千円。国・地域によって消費動向に違いがある点は興味深い。

■ 1人当たり費目別旅行支出額



(注) 欧米は英国、ドイツ、フランス、米国、カナダの単純平均。
 (出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査(2013年)」から

中国からの訪日客は家電製品購入志向が突出し、台湾からの訪日客はテーマパーク・ゴルフ場での遊遊に関心が高い。一方、欧米からの訪日客は、文化・芸術などを重視する傾向があるようだ(ちなみに、群馬県の国・地域別外国人宿泊者数をみると、台湾、中国、アメリカの順となる)。

■ 訪日外国人の費目別消費動向 (費目別購入率の全体平均=100)

	レジャー	文化・芸術など	家電等購入	雑貨等購入
全体平均	100.0	100.0	100.0	100.0
台湾	147.0	86.6	72.5	146.7
中国	77.8	71.7	302.5	148.3
韓国	60.2	49.6	35.5	71.5
タイ	58.5	64.8	101.5	116.5
欧米	58.3	191.0	60.7	40.9

(注) 費目別購入率(各国・地域からの訪日外国人のうち、各費目を購入した人の割合)の全体平均を100として各国・地域の費目別購入率を日本銀行前橋支店で指数化。欧米は英国、ドイツ、フランス、米国、カナダの単純平均。

(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2013年)から

群馬県は、豊富なゴルフ場、大型家電量販店、世界遺産とコンテンツはそろっている。
国・地域別にみた訪日外国人の消費特性もにらみながら、戦略的なマーケティングを進めていく必要があるのかもしれない。

（ 日本銀行前橋支店長
富田 淳 ）