



Bank of Japan Matsue Branch
Sanin Research Papers

2019年1月25日
日本銀行松江支店

**山陰地域における外国人観光客の動向と
経済の持続的成長の観点からの留意点**

➤ 本稿の内容に関するお問い合わせは、日本銀行松江支店総務課（電話：0852-32-1503、メールアドレス：matsue-b1918@boj.or.jp）までお願いいたします。

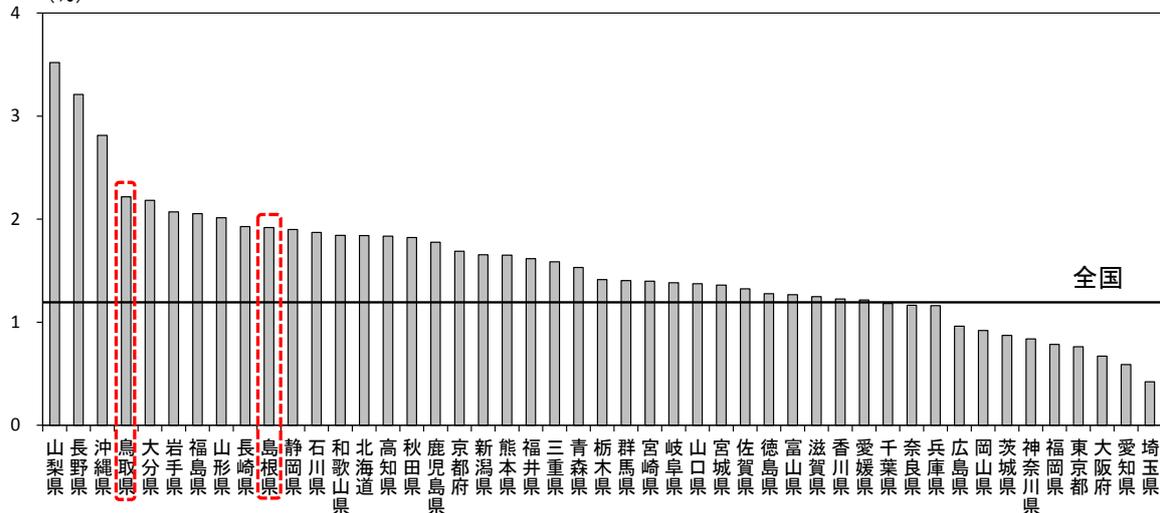
※ 本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、あらかじめ日本銀行松江支店までご相談ください。複製を行う場合は、出所を明記してください。

1. はじめに

(山陰地域における観光の経済的な位置付け)

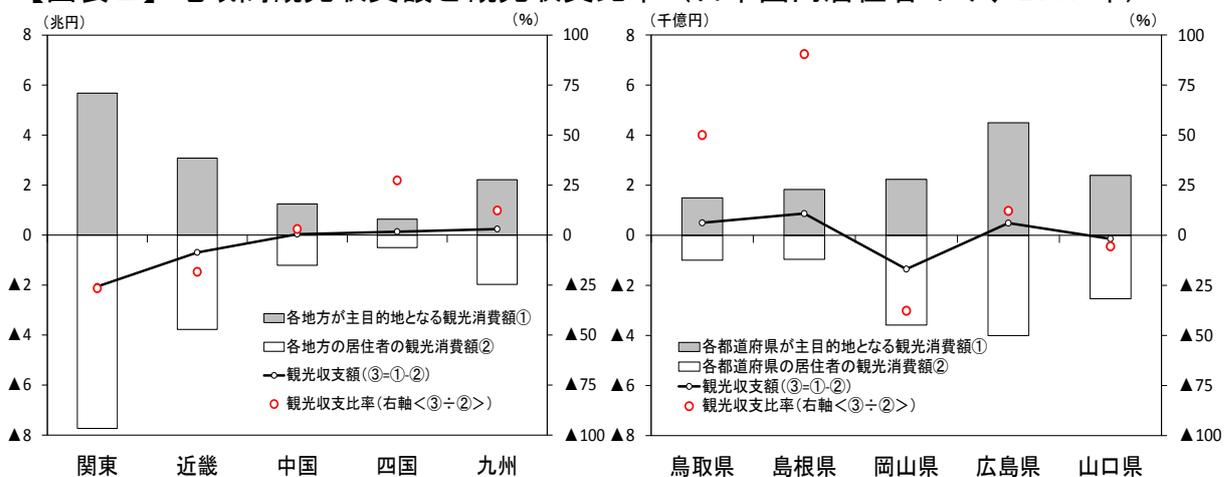
山陰地域は、鳥取砂丘、大山、隠岐などの自然、出雲大社、松江城と各地の城跡・城下町、石見銀山、白壁土蔵群などの歴史、神楽・獅子舞、祭り、工芸、茶、庭園などの文化、食・酒や温泉といった魅力ある観光資源が豊かである。観光が山陰地域の経済に与える影響は大きく、例えば宿泊業の従業者が全産業（公務を除く）に占める割合は全国でも上位（鳥取県4位、島根県10位）である（図表1）ほか、山陰地域の観光収支はプラスとなっている（図表2）。また、観光は、移動、宿泊、飲食、土産などの消費という直接的効果に加え、それらに用いる原材料等の生産増加、就業者の消費増加といった波及効果ももたらす。

【図表1】全産業（公務を除く）に占める宿泊業の従業者数の割合（2016年）（%）



出所：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査結果」

【図表2】地域間観光収支額と観光収支比率（日本国内居住者のみ、2017年）



出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注：観光収支額は、各都道府県が主目的地となる観光消費額から各都道府県の居住者の観光消費額を差し引いたもの。なお、各都道府県が主目的地となる観光消費額には自県民による消費額が、各都道府県の居住者の観光消費額には自県内での消費額が含まれる点には留意が必要。観光収支比率は、観光収支額を各都道府県の居住者の観光消費額で除したものである。

(本稿の問題意識)

今後、国内の人口減少が進展すれば、山陰地域を訪問する国内観光客は減少する可能性がある。一方、近年は訪日外国人観光客が増加している。山陰経済における観光の影響の大きさを踏まえると、経済の持続的な成長を実現するためには、山陰地域も外国人観光客需要の一段の取り込みが重要である。

日本銀行松江支店では、2016年12月に山陰地域での外国人観光に関する特別調査¹を公表した。同調査では、外国人観光客が徐々に増加している状況を示しつつ、先行きの課題として各地で設立されているDMO²間の連携や、外国人観光客の認知度・訪問意向の向上、交通利便性向上の取り組み継続などを挙げた。

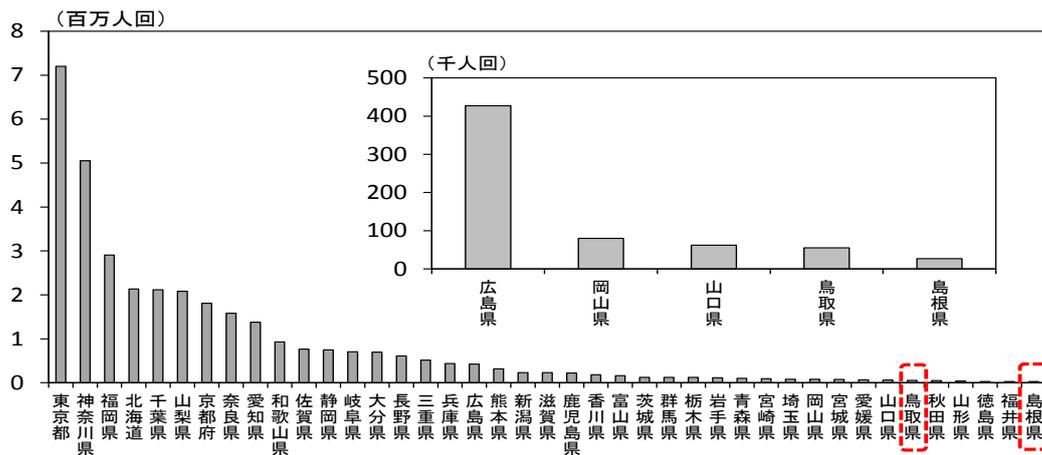
本稿では、その後の状況も踏まえて山陰地域の外国人観光客の動向や観光需要取り込みに向けた動きを紹介するとともに、今後の展望と留意点を整理する。

2. 山陰地域における外国人観光客数の水準感

(全国都道府県と比較した外国人観光客数の少なさ)

外国人の観光入込客数をみると、山陰両県は全国の都道府県に比べて少なく、中国地方の中で比較しても少ない(図表3)。宿泊者数に占める外国人の比率も、同様の傾向となっている(図表4)。

【図表3】都道府県別訪日外国人観光入込客数(観光目的、2016年)



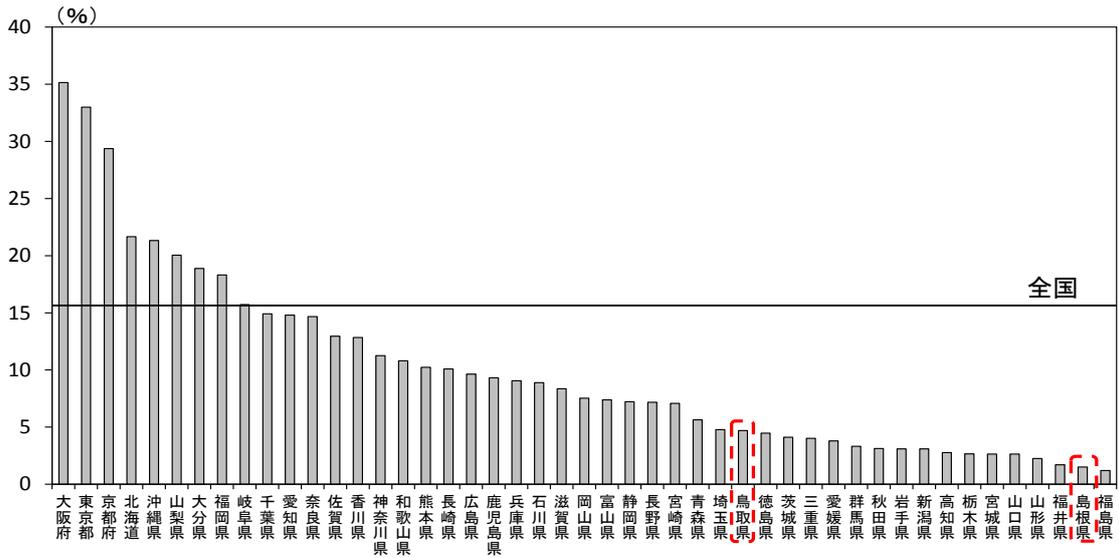
出所：観光庁「共通基準による観光入込客統計」
注：集計済みの41都道府県ベース。

¹「山陰地域におけるインバウンド(訪日外国人)観光の動向と関連企業等の対応状況」

URL:<http://www3.boj.or.jp/matsue/kouhyoushiryou/tokubetsu/toku1612.pdf>

² Destination Management Organizationの略。観光庁では「地域の『稼ぐ力』を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する『観光地経営』の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人」と定義している。

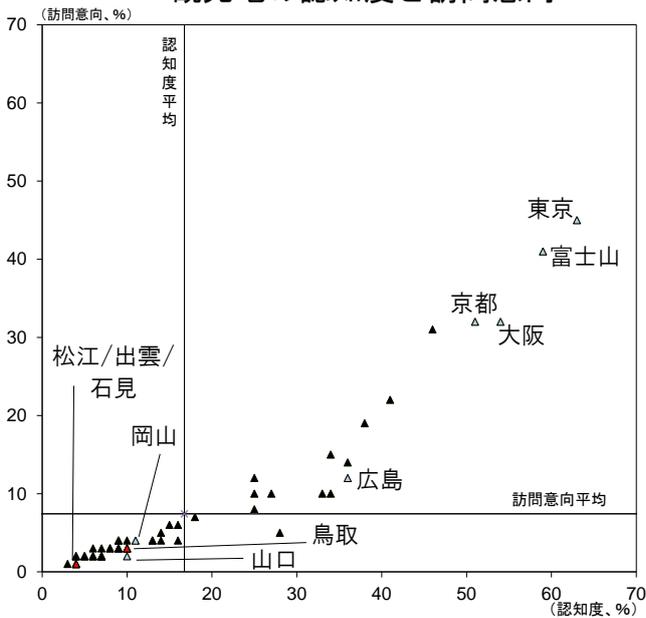
【図表4】 延べ宿泊者数全体に占める外国人宿泊者数の割合（2017年）



出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」

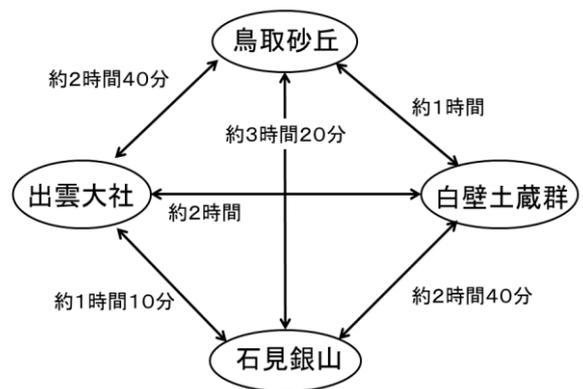
この背景について、外国人観光客の観光地に対する認知度や訪問意向に関する調査をみると、山陰地域の認知度・訪問意向は全国平均を大きく下回っている（図表5）。また、山陰地域は、多くの外国人観光客を引き寄せている東京や京都、大阪などの所謂「ゴールデンルート」からは地理的に離れているほか、山陰地域内についても主要観光地間の移動には相応の時間を要する（図表6）。これらの点は、山陰地域における外国人観光需要の取り込みにおいて引き続き課題となっているとみられる。

【図表5】 訪日外国人旅行者における日本の観光地の認知度と訪問意向



出所：(株)日本政策投資銀行・(公財)日本交通公社「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2018年度版)」

【図表6】 主要観光地間の所要時間(自動車)



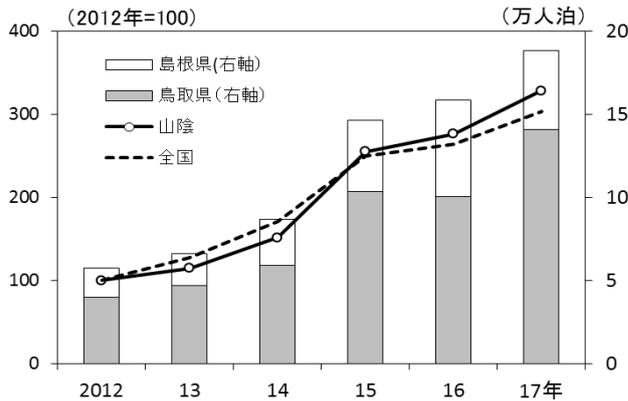
注：所要時間は、目安（日本銀行松江支店が作成）。

3. 山陰地域における外国人観光客数の増加と背景

(外国人観光客数の増加)

一方、変化率をみると、山陰地域の外国人宿泊者数は2017年には5年前の3倍超に増加しており、その間の伸び率は全国と遜色がない(図表7)。

【図表7】外国人延べ宿泊者数



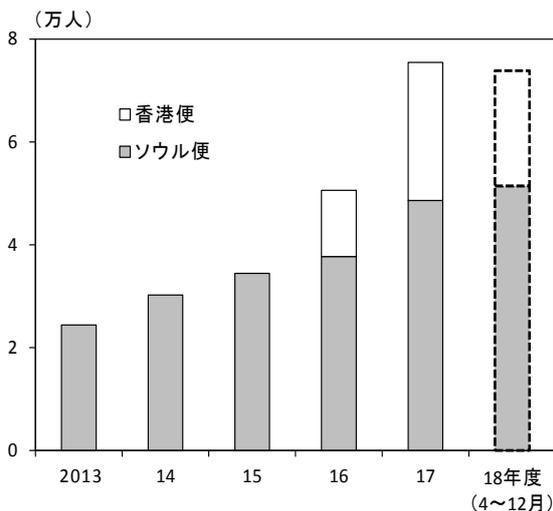
出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」

(外国人観光客増加の背景)

最近の山陰地域への外国人観光客数の増加は、全国と同様、近隣のアジア諸国を始めとする世界経済の順調な拡大や為替相場の安定など良好な外部環境に支えられてきた面もあるが、以下のとおり、官民の関係者の努力が着実に成果に繋がってきている面もあるとみられる。

まず交通利便性を高める動きとして、国際航空路線の拡充³やクルーズ船の就航増⁴などがあり、これらの取り組みで、国際線利用客数やクルーズ船乗客数は増加している(図表8、9)。

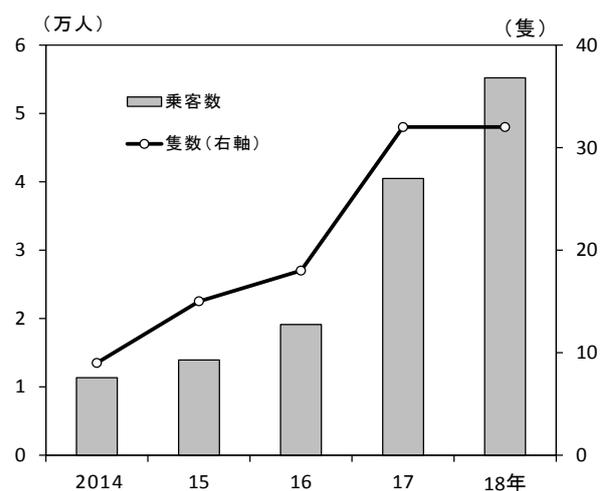
【図表8】米子空港国際線利用客数



出所：鳥取県

注：定期便利用客数のみ。

【図表9】境港クルーズ客船寄港実績



出所：境港管理組合

注：乗客の国籍が「日本人」および「主に日本人」を除く。

³ 山陰を発着する国際航空路線は、米子・ソウル便(2001年4月から就航)のみであったが、2016年9月に米子・香港便が就航し、2017年12月以降、米子・ソウル便についても断続的に増便が図られている。

⁴ 山陰では、従来からの境港に加え、2018年から浜田港へも海外客船が寄港するようになっている。また、境港へはクルーズ船のほか、2009年6月より韓国・東海港、ロシア・ウラジオストク港を結ぶ国際定期貨客船が就航している。

外国人観光客誘致の観点では、地域連携 DMO が相次いで設立されたほか、広域連携 DMO「山陰インバウンド機構」が設立され（図表 10）、それぞれが積極的な活動を展開しており、関係する DMO 間の連携も図られている。

【図表 10】山陰地域の DMO 設立状況

	申請区分	名称	設立時期	マーケティング・マネジメント対象とする区域
日本版 DMO	広域連携DMO	山陰インバウンド機構	2017年10月	鳥取県、島根県
	地域連携DMO	麒麟のまち観光局	2018年1月	鳥取県:鳥取市、岩美町、智頭町、若桜町、八頭町 兵庫県:新温泉町、香美町
	地域連携DMO	鳥取中部観光推進機構	2016年1月	鳥取県:倉吉市、三朝町、湯梨浜町、琴浦町、北栄町 岡山県:真庭市蒜山地域
日本版 DMO候補法人	地域連携DMO	中海・宍道湖・大山圏域インバウンド機構	2019年度中(予定)	鳥取県:米子市、境港市、日吉津村、大山町、南部町、伯耆町、日南町、日野町、江府町 島根県:松江市、出雲市、安来市
	地域DMO	飯南町観光協会	2015年5月	島根県:飯南町

出所：観光庁「日本版 DMO 登録一覧」「日本版 DMO 候補法人登録一覧」

注：いずれの組織も一般社団法人。

認知度・訪問意向の向上に向けても、DMO や自治体による多言語ホームページの整備や観光 PR 動画の配信などの努力がなされている（図表 11）。さらに、地元農産品の輸出、観光周遊モデルプランの提示、海外都市での広報活動のような従来とは異なるアプローチによる認知度・訪問意向の向上が期待できる取り組みも行われている。

【図表 11】山陰地域の外国人観光客向け動画の事例

動画タイトル	配信者	配信開始時期
San'in,Japan 4K(Ultra HD)-山陰	山陰インバウンド機構	2017年3月
Izumo,Japan 4K(Ultra HD)-出雲	出雲市	2018年3月

受け入れ体制の面でも、行政・民間での取り組みが広がっている（図表 12）。

【図表 12】外国人観光客の受け入れ体制の整備に向けた取組事例

行政	<ul style="list-style-type: none"> 「外国人観光客向けの案内表示の整備」、「クレジットカードや電子マネー決済環境」や「公衆無線 LAN (wi-fi) スポット」に要する経費に対する補助金 「インバウンドビジネスに関するセミナー・勉強会」の開催 「外国人観光客向け観光パンフレット」の作成
民間	<ul style="list-style-type: none"> 運輸会社による山陰内・山陰山陽間周遊を高める効果等を企図した外国人向け割安チケット、メニューの整備 小売業者による外国人旅行者向け消費税免税対応レジの導入

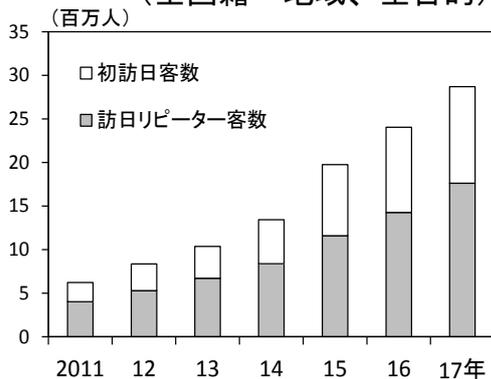
4. 先行きの展望と、山陰経済の持続的成長の観点からの留意点

(先行きの展望：外国人観光の潜在的需要の高まりの可能性)

ここ数年間の動きをみると、訪日外国人リピーター客は着実に増加している(図表 13)。また、山陰地域への訪問が多い東アジアからの観光客をみても、訪問回数が多い人ほど三大都市圏以外の地方を訪問する傾向がある(図表 14)。また、スマートフォン、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)などの普及は、相対的に外国人向けの情報が少ない地方都市に関する観光情報の入手の容易化を通じて、外国人観光客の認知度・訪問意向を高める効果があると考えられる。こうしたことを踏まえると、山陰地域への潜在的な外国人観光客需要は、今後、相応に高まる可能性もある。

また、2020年の東京オリンピック、2025年の大阪万博に向けて海外から日本への関心が高まるなか、山陰地域にも関心が向けられることも期待される。

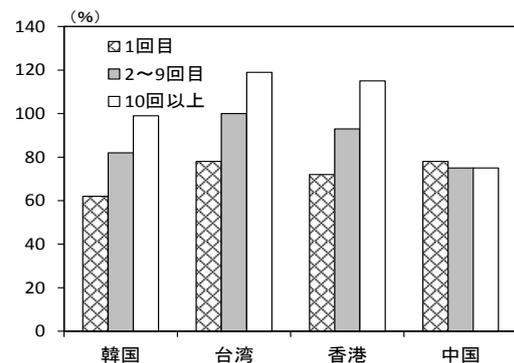
【図表 13】 訪日リピーター客数
(全国籍・地域、全目的)



出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客統計」

注：訪日リピーター客数は、訪日外客統計の訪日外客数(総数)に訪日外国人消費動向調査の訪日リピーター(訪日回数2回以上)割合を乗じて算出した推計値。

【図表 14】 訪日回数別の地方訪問率
(観光・レジャー目的)



出所：観光庁「平成29年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】」

注：訪問率は、訪日旅行者が日本の地方を訪れた割合。地方は、都道府県のうち千葉県、埼玉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県以外。

(山陰経済の持続的成長の観点からの留意点)

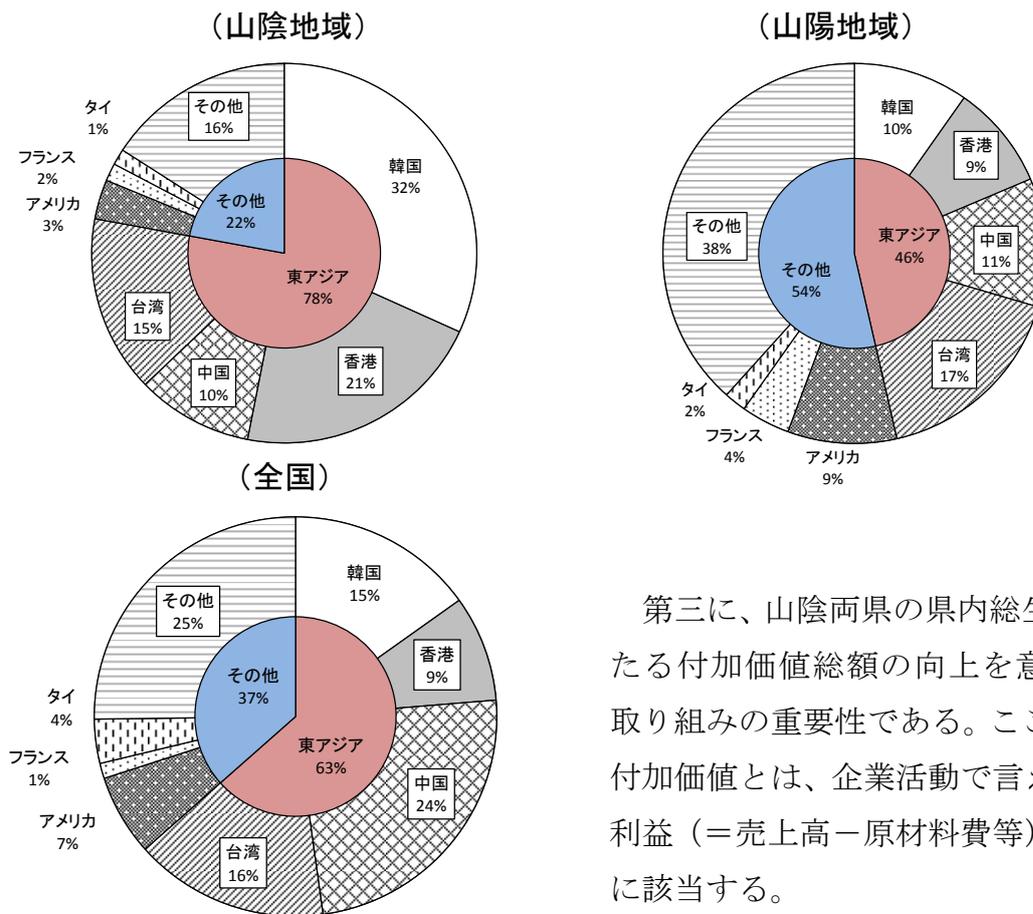
今後とも、山陰地域が外国人観光客需要を取り込み、持続的な成長を実現していくうえでは、以下のような点が重要であると考えられる。

第一に、外国人観光客にとっての「交通利便性の向上」や、「山陰地域に対する外国人観光客の認知度・訪問意向の向上」は、これまでの成果をみても有効であり、今後とも推進していく意義がある。後者については、外国人観光客のニーズや関心の変化を的確に捕捉し、それに応える戦略を練って機動的に実現していくことが重要である。当店によるヒアリング調査では、自然や歴史・文化、食といった従来からの強みを持つ観光資源に加え、「マンガ・アニメ」や「ア

クティビティ（＝登山を含めたスポーツ体験）」といったキーワードを目当てとする外国人観光客の増加を指摘する声が聞かれているほか、「農村漁村への滞在促進」のような従来とは異なる取り組みもみられている。こうした新たな要素も含め、山陰地域が有する豊かな観光資源を外国人観光客のニーズや関心に則した組み合わせで提案し続けていくことは有効であると思われる。

第二に、外国人観光客の国・地域が分散していれば、外部環境の変化に影響されにくく安定的な来訪が見込まれると考えられる。山陰地域では、東アジア中心の集客となっている一方、近隣の山陽地域は、「ゴールデンルート」に近いこともあり、より幅広い国・地域から集客している（図表 15）。今後、山陰地域としては、より幅広い国・地域からの観光客の受け入れのため、山陽地域をはじめとする周辺地域との連携強化による広域周遊メニューの開発・推進などを進めていくことが重要であると考えられる。

【図表 15】外国人延べ宿泊者数の国・地域別構成比（2017 年）



出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」

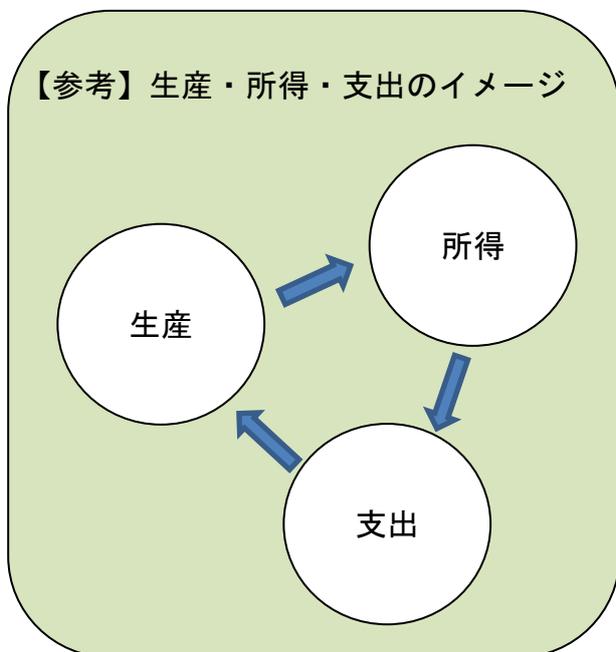
注：従業者数 10 人以上の施設。東アジアは、韓国、香港、中国、台湾の合計。山陽地域は、岡山県・広島県・山口県の合計。

第三に、山陰両県の県内総生産に当たる付加価値総額の向上を意識した取り組みの重要性である。ここで言う付加価値とは、企業活動で言えば、粗利益（＝売上高－原材料費等）の概念に該当する。

今後の外国人観光客需要の取り込みが山陰経済の成長に繋がるためには、そこから得られる便益が、人手不足の中で観光サービスを提供していく費用を上回ること、付加価値が生み出

される必要がある。観光関連産業が生産する付加価値が増え、両県の県民総生産が増加すれば、雇用者報酬や企業収益といった所得が増え、それを基に個人消費や住宅投資、設備投資といった支出が行われ、それが新たな生産につながるという、生産・所得・支出の循環が機能し、経済成長に資することになる。

【参考】生産・所得・支出のイメージ



付加価値額の増大は、一般に①新たな商品・サービスなど利益率の高い分野への取り組みや、②（共同配送、共通商品の生産などを通じた）コストの削減を通じて得られる。外国人観光客の受け入れによる付加価値額の増大に向けた具体策は、外部環境、地域特性等により異なるとみられる。例えば、価格面の魅力等により観光客数を大きく伸ばす方法もあれば、きめ細かいサービスを維持しつつ観光客数を徐々に増やしてい

く方法もあり得る。各主体が供給面に一

定の制約があるもとで、それぞれに適した工夫をし、意図した付加価値額を持続可能なかたちで確保していくことが重要である。

（おわりに）

インターネットで海外から手軽に情報が入手できる時代になっても、山陰地域の豊かな自然、神話の時代から中世、江戸時代を経て重層的に重ねられた歴史、美しい街並み、深みのある文化、心温まる人情などが相俟った独特の空気感は、訪れなければ味わうことができない。この強みを活かし、山陰経済が、潜在的に大きい外国人観光需要を、供給面の課題にも対応しつつ付加価値を高めるかたちでしっかりと取り込むことにより、持続的な成長を実現していくことを期待したい。

以 上