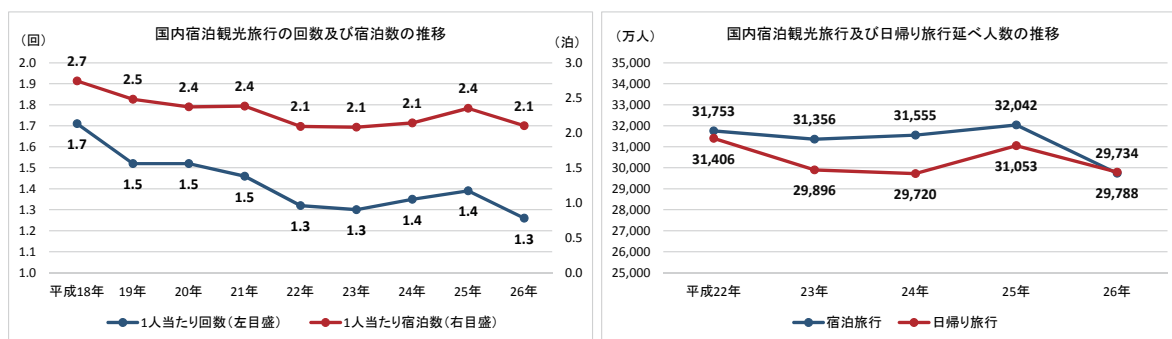


(1) 全国の観光振興に関する動向

① 国内旅行需要

日本人による国内観光需要は1990年代中盤より、長期的低迷傾向が続いており、特に、平成23年は東日本大震災の影響により前年を大きく下回る。

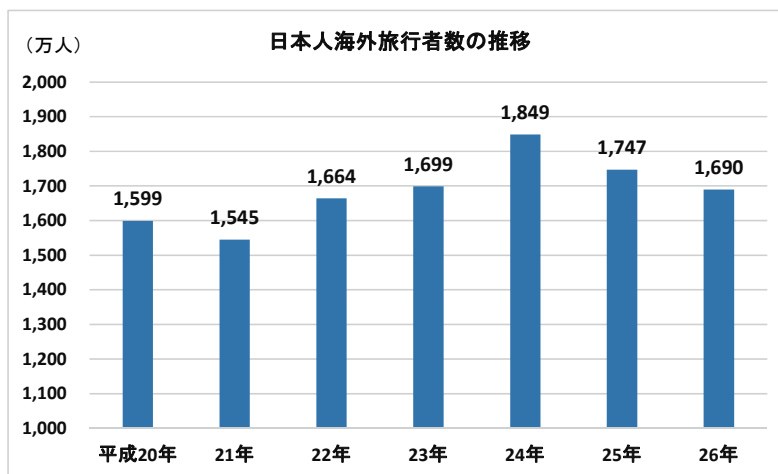
震災後は、2年続けて前年を上回ってきたが、平成26年は再び前年を下回る結果となった。



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

② 海外旅行の現状

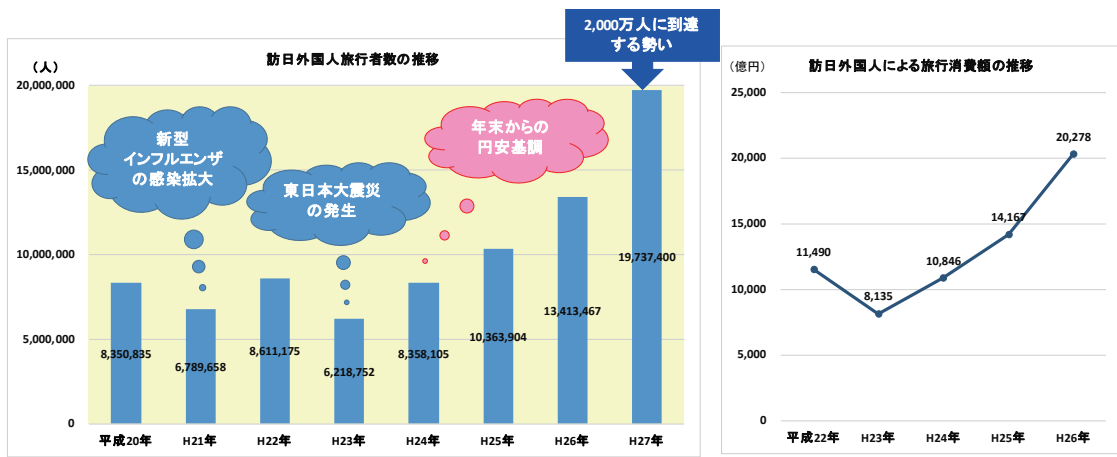
日本人の海外旅行者数は、昭和39年の海外渡航自由化以降、年次によって多少の浮き沈みはあるが、一貫して増加傾向を示し、平成24年には過去最高の1,850万人を記録したが、平成25年以降は円安傾向もあり2年続けて減少している。平成27年も1-9月期においても対前年同期比-4.9%と海外旅行離れが進んでいる。



③ 訪日外国人旅行者の動向

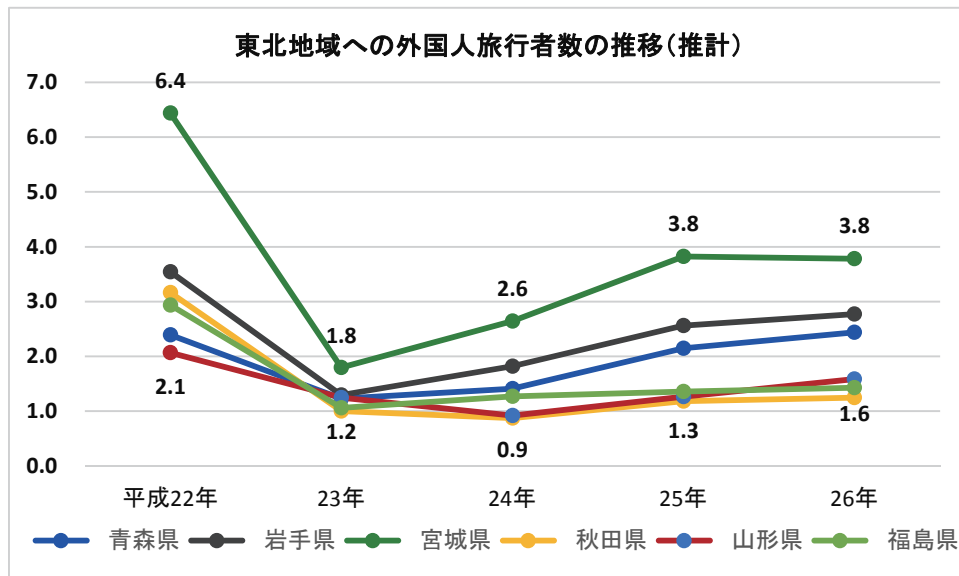
訪日外国人旅行者数は、平成23年は東日本大震災の影響により、前年を大幅に下回ったが、平成24年以降は円安基調も追い風となって着実に増加し、平成26年は過去最高の1,341万人を記録した。平成27年も9月までに1,450万人と対前年同期比で約50%の高い伸びを示している。

また、訪日外国人旅行者の日本国内消費額も平成23年以降増加傾向を示し、平成26年は過去最高の2兆278億円に達し、旅行収支が55年ぶりに黒字化となった。



出典：訪日外国人消費動向調査
(観光庁)

一方、訪日外国人旅行者の東北各県への来訪者数を、観光庁の宿泊旅行統計調査から推計すると、下図のとおり宮城県が最多となり、平成26年は約3.8万人が訪れているが、山形県に関しては宮城県の半数以下の1.6万人と推計される。



④ 訪日外国人旅行者の目的

訪日旅行の目的は、国籍に関係なく各国とも「日本食を食べる」が第一の目的となっている。

第二以降の目的に関しては、中国や台湾、タイなどの東南アジア系はショッピングを主に楽しんでいるのに対して、欧米系の外国人に関しては、日本の歴史・伝統文化体験や日本の現代文化体験などを楽しむ傾向がみられる。

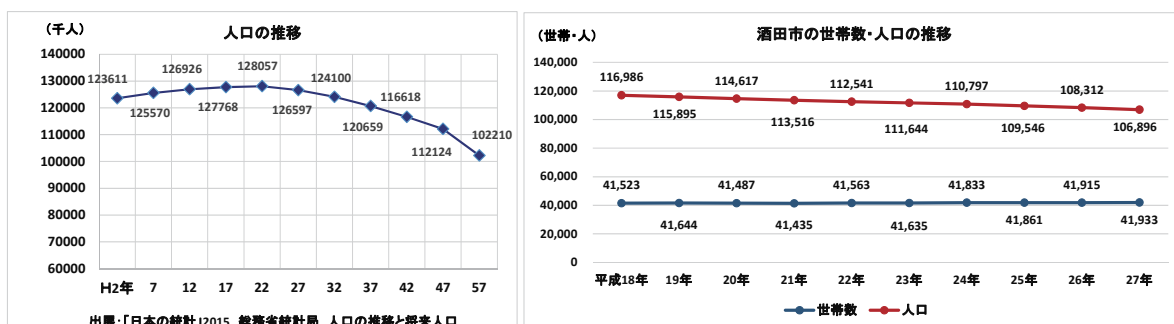
	全体	韓国	台湾	中国	タイ	英国	ドイツ	フランス	米国	カナダ	オーストラリア
日本食を食べること	92.5	91.1	91.5	91.9	90.2	94.8	96.6	98.1	95.0	94.8	94.2
繁華街の街歩き	58.6	49.5	62.0	65.0	59.4	57.7	47.5	59.5	53.7	59.4	64.6
ショッピング	78.3	62.0	83.1	85.2	83.5	56.0	47.8	63.6	53.2	65.2	66.5
美術館・博物館	16.3	7.5	14.9	10.9	20.3	36.7	19.7	35.1	28.1	32.1	36.8
日本の歴史・伝統文化体験	23.3	10.2	20.6	15.6	25.8	39.7	37.4	47.5	46.2	47.4	48.6
日本の現代文化体験(ファッション・アニメなど)	13.8	6.6	11.5	7.3	16.9	28.2	20.2	35.7	26.4	32.0	33.3

(2) 観光需要に関する社会的変化

① 酒田市における人口減少と交流人口の増加

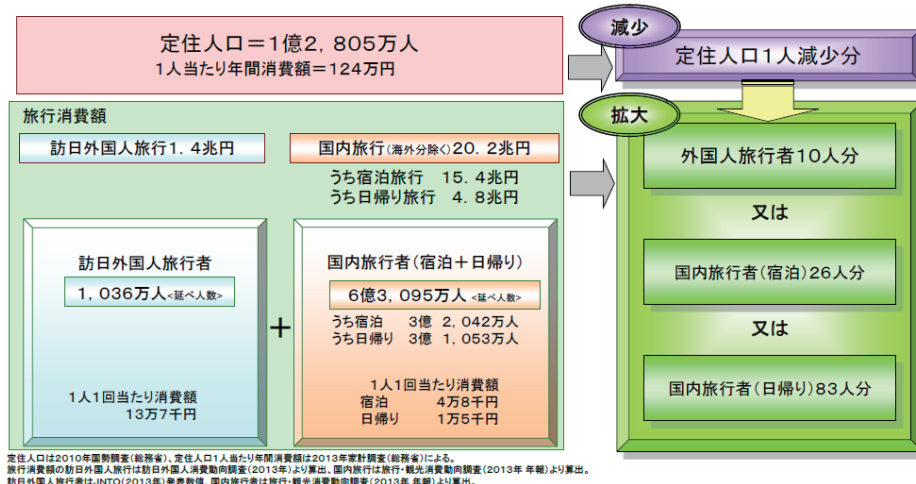
我が国においては、少子高齢化の進展により、平成 22 年をピークに人口減少社会に突入し、30 年後の平成 57 年には 1 億人程度まで減少するものと予想されており、多くの地域で人口減少による地域経済の疲弊が懸念されている。

酒田市においても例外でなく、平成 18 年には 11.7 万人の人口が毎年 1 千人程度ずつ減少し、平成 26 年には 18 年から 1 万人減の 10.7 万人となっており、このまま減少を続けると、5～6 年後には 10 万人を割り込むまでに減少すると予想される。



このように、人口減少社会を迎えた我が国においては、交流人口の拡大や、急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の需要を取り込むことにより、我が国経済が力強い成長を遂げると期待されている。観光産業は地域経済への波及効果が大きく、政府の新成長戦略の中においても観光振興が重要課題と位置づけられているように、酒田においても交流人口の拡大による地域経済の活性化が大変重要な課題である。

観光交流人口増大の経済効果（2013年）



出展：観光庁

② 国内観光における競争の激化

このような中、これまで観光による交流人口の拡大にあまり熱心に取り組んでこなかった地域においても本格的に観光振興に取り組む自治体が増えてきている。今後、我が国の人口減少もあいまって、限られた観光需要の地域間争奪戦が激化することが予想されている

③ 観光需要に関する価値観の多様化

高度情報化社会の進展により、旅行者のニーズも多様化してきており、エコツーリズムやグリーンツーリズム、工場夜景見学などの産業観光、アニメの舞台となった地を訪れる旅行、ファッションやスポーツと連携した観光など、いわゆるニューツーリズムが近年大変注目されており、全国各地で着地型観光に取り組む地域が増大している。

	これまでの観光	これからの観光
旅の形	非日常型	生活体験型(異日常)
旅の目的	名所・旧跡、温泉、物見遊山型	テーマ性の強い旅
旅の形態	団体旅行	個人旅行
地域との関係	観光地が地域と乖離、囲い込み	地域の生活エリアでの交流
旅の経済性	一点豪華型	リーズナブルなDIY型
集客	エージェン트에依存	地域が自ら情報発信・集客

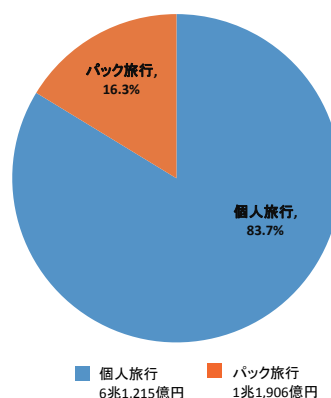
④ 物見遊山型の旅からテーマ型の旅へ

特に旅行形態に関しては、かつては旅行会社主催の大型観光バスによる、一度の観光旅行でできるだけ多くの観光地を足早に見て回る物見遊山的な観光が主流であった。これは日本人の勤勉さから、一度の観光旅行でできるだけ多くの観光地を見て回りたいという消費者のニーズが働いたと考えられる。

しかしながら、近年では価値観の多様化により、1カ所に滞在し、自らの知的好奇心を満足させるようなテーマ性の強い観光旅行が求められるようになってきている。

⑤ 団体旅行から個人旅行へ

さらに旅行の同行者も前述したように、かつては旅行会社主催の団体旅行が主体であったが、インターネットの普及により、インターネット上で交通や宿泊などの予約手配が容易になったことや、インターネット系の旅行会社の台頭により個人向けの旅行商品が充実され、さらには消費者の価値観の多様化も相まって個人旅行にシフトしてきている。



出典：じゃらん宿泊統計調査 2014