

インバウンド観光と 日本企業のグローバル化

前 (株)ブルックス ブラザーズ ジャパン 経営企画室長
元 日本航空(株) ニューヨーク支店長
水野俊広

様々な経済効果をもたらす「観光」

インバウンド観光とは、海外から旅行者を受け入れることである。現在、わが国は官民挙げて「観光立国」「ビジット・ジャパン(VJ)」を推進している。「テン・ミリオン計画」といえば、1980年代後半の貿易摩擦解消のために日本人出国者数を1000万人にする計画であった。これは90年にはあっさり到達し、2012年には1849万人にまで増加している。一方、現在の「テン・ミリオン計画」は、訪日外国人数1000万人計画だが、12年でも約835万人と未達である。ただ、13年1～8月では686万人となり、13年にはようやく達成できそうである。しかし、それでも日本人出国者数の半分に過ぎず、フランスの8301万人、米国の6596万人、中国の5772万人はおろか、マレーシアの2503万人、香港の2377万人、タイの2235万人、韓国の1114万人(いずれも2012年)を下回っている。

日本政府は96年の「ウェルカムプラン21」(翌年「新ウェルカムプラン21」)以来、訪日外国人数の拡大を目指し、02年の「グローバル観光戦略」策定、03年の「観光立国懇談会」開催、「日本政府観光局(JNTO)」設置(「国際観光振興会」が発展・改称)、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(10年から「ビジット・ジャパン事業」に改称)、05年の「YOKOSO! JAPAN トラベルマート」(10年「VISIT JAPAN トラベルマート」に改称)、2008年の観光庁発足、10年の「Japan Endless Discovery」キャンペーン、「VISIT JAPAN 大使」

(延べ62名任命)、13年1月11日の「日本経済再生に向けた緊急経済対策」閣議決定で「訪日外国人数の増大」を明記、などの対策を打ってきた。さらに、13年6月11日の観光立国推進閣僚会議においては「観光立国実現のためのアクション・プログラム」を策定し、観光庁内のインバウンド観光推進体制を「3課+1室体制」から「5課体制」に拡充した上で「インバウンド政策推進事務局」を設けるなど組織的強化を図っている。

観光は様々な国内経済効果をもたらす。2011年の観光消費は22.4兆円であり、観光GDPは8.2兆円(GDP全体の1.8%)、就業者数は443万人(商業者総数の6.9%)である。しかしながら、訪日外国人による消費、すなわちインバウンド観光消費は1.0兆円(観光消費全体の4.5%)にすぎない^(注1)。2011年は東日本大震災の影響が大きく前年比25.9%減となったものの、過去数年をみてもインバウンド観光消費が観光消費全体の5%前後という実態は変わらない。インバウンド観光は国内の消費を促進し、雇用を増やし、地域経済を活性化し、外貨獲得を可能にするので、政府は様々な施策を講じているのだが、いまだ十分とは言えない。

大きく見劣りする日本の体制

日本政府の予算・人員の増大が望まれるが、比較対照のため韓国とマレーシアのインバウンド観光促進策をみておこう。2011年度、日本の政府観光局予算規模は31億円であり、韓国の293億