

2018 年 2 月 17 日

世界の観光ランキングからみた日本観光業の重要課題

ー アジア・インバウンド観光大国から学ぶ施策の提言 ー

京都観光経営学講座

受講生 森田 恒

1. はじめに

(1) 研究の目的

国連世界観光機関(以降は UNWTO)データによれば、2016 年の外国人来訪者数で、日本はアジア 6 位である。外国人来訪者数上位のアジア諸国は、いずれも先進国からの富裕層個人旅行者(以降は FIT)市場を得意としていると考えられる。この点から、本論文では、日本が、これらアジア諸国から、観光業者として学ぶべき重要課題及び施策アイデアを明らかにする。

研究対象着地アジア諸国は、発展途上段階にある国々と想定できる。トーマス・クックを始めとする世界観光業の誕生から発展との時代的關係もあり、日本では全体でみると経済発展段階で当初から工業化が進展したが、それらの国々では早い時期から観光業が外貨獲得の重要施策と認識され、政府が中心となり観光政策に注力し観光開発を行ってきたように考えられる。このような各国政府政策を、経済発展段階と経済システムが異なる日本で、どのように民間事業者の課題に展開できるかがキーと想定される。

また、例えば日本ではビーチを中心とした大型リゾートなどが少なく、長期滞在型の旅行商品が少ないように感じる。これにより外国人による日本旅行滞在日数が相対的に少なくなっているのではないかと想定される。

(2) 研究の背景

次の諸点などから、日本において、観光業が今後の有望な成長産業であり、特に全国的なインバウンド対応が重要な課題である。第 1 に、人口現況である。今後、内需が伸び続ける見通しは立たず、国外からの旅行者という外需に依存せざるを得ない状況が訪れることは間違いない。第 2 に、第 2 次産業の規模拡大、維持の限界が挙げられる。第 3 に、人口の都市集中と地方創生の必要性である。日本が置かれている状況から、今後、漸増も期待される先進国富裕層 FIT がどのような旅行志向をもつのか、また、これらの旅行者を受け入れてきたアジア諸国がどのような点に力を入れているかを理解することは重要である。

日本政府政策の下での DMO 設立の動きなど、欧米観光施策を習う動きがある一方で、アジア各国から習う動きはあまり見られない。今後、さらに市場での競合が予想されるアジ

ア各国の観光施策からも習う内容があるのではないか。本論文では、これまであまり注目されてこなかった日本インバウンド観光業における競争戦略上でニッチな領域に注目したい。なお、本論文では、日本の中央・地方政府政策面での気づきは参考提言に留め、民間事業者ないし DMO の領域の重要課題の抽出に重点を置く。

(3) 研究方法

以下の方法で研究を行った。

① 対象発地国選定

世界銀行(以降は世銀)データの一人当たり GDP(2016 年値)で US\$30,000 以上、かつ、国連(以降は UN)データの人口規模で 5,000 万人以上(UN データ 2015 年値)を基本条件とし、さらに多面的視点で追加削除する。

② 研究対象着地アジア諸国選定

選定した対象発地国からの、日本政府観光局(以降は JNTO)(JNTO の元データは UNWTO)のアジア国別訪問者数(2015 年値)及び推移を比較し、数ヶ国選定する。なお、地理的、歴史的に欧州に近いトルコは除く。

③ 選定した研究対象着地アジア諸国を、国別に各国・政府観光局ウェブ情報、文献・論文情報等で評価分析し、次いでトリップアドバイザーの口コミ(英文)を参照し検証する。

④ 以上の内容から習うべき重要課題・施策アイデアを発掘する。

(事業者ではなく官に必要と考えられる取組については提言としてまとめる)

(4) 結果概括 (詳細は「9. 研究結果まとめとして ― 重要課題及び施策アイデア」に記述)

対象発地国にイギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、アメリカ、カナダ、オーストラリアを選定し、研究対象着地対象国は中国、タイ、インドを選定し、研究した。

詳細は後述するが、研究の結果、観光業者として学ぶべき、先進国(富裕層)FIT 市場における重要課題を認識できた。つまり、欧米など遠方からの観光の場合には、基本的には長期滞在、できれば長期滞在中にさまざまな経験・体験(文化遺産見学とリラックスと体験とか)をカスタムに組み合わせたいというのが訪問者の欲求であり、研究対象 3ヶ国でも、さまざまな取り組みがなされていた。日本には、訪日客の長期滞在を阻害する要因があり、また、宿泊産業や航空産業などの観光事業者にも課題があることが明らかになった。

- ◆ 長期滞在型体験ツーリズム商品のさらなる造成
- ◆ 長期滞在型エコツーリズム商品のさらなる造成
- ◆ メディカルツーリズムの造成 と 世界的評価獲得
- ◆ さらなる海・太陽光のリゾート開発

(上述内容の上に)さらに、対象旅行者への露出が重要と考える。

- ◆ 対象発地国に対する露出手段・機会の改善

露出にも関係するが、別途の重要な観光基盤整備課題として、通訳ガイド事業の改善も

重要と考える。

- ◆ プロフェッショナル通訳ガイド事業の拡大

その他としては次の内容が挙げられる。

- ◆ ラグジュアリーホテルの世界的高評価の獲得

- ◆ 航空フルサービスキャリア（以降は FSC）の既存アライアンスを乗り越えた個別提携による日本線のポジション維持

なお、演習の主旨でないので詳細検証しないが、僭越ながら官の取組として私が考えうる提言は、次の通り。

- ◆ ワールドツーリズムアライアンス（以降は WTA）の動きを注視し迅速な対応が大切と考える。JNTO 等機関の WTA への積極的な参画も選択肢ではないだろうか。

- ◆ 航空産業に対する事業環境整備も重要である。

- ◆ JNTO などによる、中国のような年次テーマ設定によるマーケティングも一手である。

- ◆ （上述事業者課題と絡み）ビーチリゾート及びヘルスツーリズムで特区指定はどうだろうか。

2. 対象国の選定

(1) 対象発地国

世銀データの一人当り GDP (2016 年値) で US\$30,000 以上、かつ、UN データの人口規模で 5,000 万人以上 (2015 年値) を基本条件とし、いくつかの別観点からの考察を加え、9 対象国を選定した。

欧州 : イギリス, フランス, ドイツ, イタリア, スペイン, ロシア

米州 : アメリカ, カナダ

その他 : オーストラリア

対象国として、厳密に一人当り GDP US\$30,000 以上、人口 5,000 万人以上を充足する国として、イギリス, フランス, ドイツ, イタリア, アメリカ, カナダを選んだ。また、GDP、人口ともに基準値に近接することからスペインを、欧州の一員であり欧州の中で唯一人口 1 億人超からロシアを、また、先進国であり欧米と違う地理的位置というユニークさからオーストラリアも加えた。これらの国々は、UNWTO データの国際観光支出で上位ランクにある先進国・地域とほぼ一致する。基準にした指標は表1の通りである。

表1. 対象発地国 選定の指標

日本	項目	単位	イギリス	フランス	ドイツ	イタリア	スペイン	ロシア	アメリカ	カナダ	オーストラリア	備考
38	国土面積	万km ²	24	55	36	30	51	1,708	963	998	769	外務省HPより
128	人口	百万人	65	64	82	60	46	144	320	36	24	国連HPより2015年値
49,402	GDP	億US\$	26,479	24,655	34,778	18,589	12,373	12,832	186,245	15,298	12,046	世界銀行HPより2016年値
38,901	一人当りGDP	US\$	40,341	36,855	42,070	30,675	26,640	8,748	57,638	42,158	49,928	世界銀行HPより2016年値
24,039	入国者数	千人	35,814	82,600	35,579	52,372	75,563	24,551	75,608	19,971	8,269	JNTO (UNWTO) より2015年値
30,678	国際観光収入	百万US\$	39,615	42,481	37,433	40,246	60,346	7,788	205,940	18,213	32,423	JNTO (UNWTO) より2016年値
1%	GDP比	%	1%	2%	1%	2%	5%	1%	1%	1%	3%	(= 国際観光収入 / GDP)
1,276	入国一人当り収入	US\$	1,106	514	1,052	768	799	317	2,724	912	3,924	(= 国際観光収入 / 入国者数)
16,214	出国者数	千人	65,720	26,648	83,008	29,040	14,407	34,390	73,453	32,267	9,459	JNTO (UNWTO) より2015年値
13%	人口比	%	100%	41%	102%	49%	31%	24%	23%	90%	40%	(= 出国者数 / 人口)
18,500	国際観光支出	百万US\$	63,600	40,500	81,100	25,000	20,200	24,000	123,600	29,100	24,900	JNTO (UNWTO) より2016年値
1,141	出国一人当り支出	US\$	968	1,520	977	861	1,402	698	1,683	902	2,632	(= 国際観光支出 / 出国者数)
日本民族 99%	民族		アイルランド系・フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	フランス系・ドイツ系・イタリア系・スペイン系・ロシア系・アメリカ系・カナダ系・オーストラリア系	外務省HP・JETROHPより
日本語 英語	言語		英語	フランス語	ドイツ語	イタリア語	スペイン語	ロシア語	英語	英語	英語	外務省HP・JETROHPより
仏教 35% キリスト教 2% 無宗教 59% 等	宗教		キリスト教 75% イスラム教 2% その他	70% あり	63% 5%	75% 1%	94% あり	ロシア正教 あり	79% あり	77% あり	64% あり	外務省HP・JETROHPより

(出典 : データ項目毎に異なるので表中の備考欄及び末尾引用・参考文献表に記載)

表2. 国別の国際観光支出

世界 ランク		国際観光支出 (百万US\$)		1人当り支出 (US\$)
		2015	2016	
1	中国	249.8	261.1	189
2	アメリカ	114.7	123.6	382
3	ドイツ	77.5	79.8	964
4	イギリス	63.3	63.6	970
5	フランス	39.3	40.5	627
6	カナダ	30.1	29.1	802
7	韓国	25.3	26.6	520
8	イタリア	24.4	25.0	411
9	オーストラリア	23.8	24.9	1,026
10	香港	23.1	24.2	3,284

(出典 : UNWTO、2017、「UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition」より筆者が表作成)

(2) 対象着地アジア諸国

JNTO データの、対象発地国からアジア各国・地域別訪問者数で、韓国・中国・香港・台湾・フィリピン・ベトナム・カンボジア・タイ・マレーシア・シンガポール・インドネシア・インドの計 12 ヶ国・地域の中から、詳細研究対象着地国に、中国・タイ・インドを選定した。

方法は、発地対象国からの訪問者数を、日本を加えた 13 ヶ国・地域内で便宜上順位付けしたデータにより、選定した。

表 3. アジア諸国・地域への対象発地国訪問者数順位

	研究優先順		対象発地国全体												
			対象発地国 欧州								対象発地国 米州				オーストラリア
			イギリス	フランス	ドイツ	イタリア	スペイン	ロシア	アメリカ	カナダ					
日本			5	8	8	4	6	3	3	11	3	3	4	7	
韓国			11	10	12	11	10	9	12	4	7	7	7	12	
中国	◎	1	1	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	4	
香港	△		6	6	5	8	7	5	8	6	4	4	3	6	
台湾			13	13	13	13	13	13	13	13	10	10	10	13	
フィリピン			10	12	10	12	12	12	11	12	6	6	6	10	
ベトナム	○		9	5	9	6	8	10	7	3	8	9	8	8	
カンボジア			12	11	11	10	11	11	10	9	13	13	13	11	
タイ	◎	2	2	2	1	1	1	2	1	2	5	5	5	3	
マレーシア			8	9	6	9	9	8	9	10	12	12	11	5	
シンガポール	△		4	4	4	7	3	7	6	8	9	8	9	2	
インドネシア	○		7	7	7	5	5	6	5	7	11	11	12	1	
インド	◎	3	3	3	2	3	4	4	4	5	2	2	2	9	

継続して2015年までの3年間で日本より上位

2013～2015年で日本との上下交代 and 2015年の差10%以内

伸び率(2015年の2013年比 or 2016年の2015年比)が日本以上 and 訪問者数が日本の半分以上(2015年 or 2016年)

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数 2015 年値より筆者が順位付けし表作成)

なお、当表のベースとなる訪問者数データは次の通りである。

表 4. アジア諸国・地域への対象発地国訪問者数推移

		訪問者数 人						伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14 (1652%)	'15 (1370%)	'16
合計		31,254,457	33,022,925	34,289,609	35,048,449	34,388,270		110%	100%				
日本	VFN	1,234,715	1,608,686	1,817,272	2,121,223	2,510,768	2,954,839	203%	138%	118%	100%	100%	100%
韓国	VFN	1,373,952	1,450,178	1,508,727	1,652,127	1,608,144	1,852,045	117%	107%	115%	78%	64%	63%
中国	VFN	8,227,391	8,217,523	7,870,169	7,656,600	7,057,500		86%	90%		361%	281%	
香港	TFR	2,607,405	2,618,384	2,514,703	2,501,948	2,468,908	2,520,380	95%	98%	102%	118%	98%	85%
台湾	VFR	682,644	691,070	701,902	804,704	830,830	910,253	122%	118%	110%	38%	33%	31%
フィリピン	TFR	1,158,567	1,242,394	1,321,916	1,408,150	1,523,251	1,697,490	131%	115%	111%	66%	61%	57%
ベトナム	VFR	1,480,100	1,580,837	1,712,571	1,869,018	1,898,219	2,211,124	128%	111%	116%	88%	76%	75%
カンボジア	TFR	696,990	790,242	888,072	905,125	925,645	994,175	133%	104%	107%	43%	37%	34%
タイ	TFR	4,835,704	5,463,852	6,122,729	5,868,671	5,400,297		112%	88%		277%	215%	
マレーシア	TFR	1,622,657	1,617,358	1,682,129	1,852,854	1,645,577	1,453,599	101%	98%	88%	87%	66%	49%
シンガポール	VFR	2,430,284	2,645,526	2,771,133	2,726,863	2,738,615	2,824,668	113%	99%	103%	129%	109%	96%
インドネシア	VFN	1,885,148	1,971,862	2,093,812	2,301,985	2,349,513	2,794,781	125%	112%	119%	109%	94%	95%
インドネシア	TFR	3,018,900	3,125,013	3,284,474	3,379,181	3,431,003	3,753,829	114%	104%	109%	159%	137%	127%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が集計し表作成)

このデータから、次の内容も観察できる。

対象着地国・地域内順位上位国では、日本の訪問者数伸び率は顕著、中国は逆に減少傾向、タイは政情の影響があり 2013 年以降は伸び悩み、インドは堅調に成長という状況である。香港、シンガポールも同様に伸び悩みであり、日本は 2015 年で香港を、2016 年でシンガポールを上回った。これら状況から、シンガポール、香港を今回の詳細分析の対象外とした。対象着地国・地域内順位下位国では、ベトナム、インドネシアの伸び率が比較的高く、継続成長している。将来的な詳細分析対象国と想定される。

日本自体を研究対象 3 ヶ国との比較を絡め観ておく。

欧州については、ロシアからの訪問者数を除くとタイが順位トップ、次いで中国、インドである。日本は、比較的緯度の高い国、イギリス、フランス、ドイツ、さらにはロシアからの訪問者数で特に弱い、一方で気候の温暖なイタリア、スペインでは比較的上位にある。日本は伸び率が大きく、順位を上げてきているが、依然としてタイ、中国の 1/4 程度、インドの 1/2 の訪問者数である。タイには欧州からのリゾート客が多く、タイに対抗していくためには、日本における、さらなるリゾート開発ないし集客改善が必要ではないかと推察できる。中国への訪問者数は遞減傾向にあり、日本の中国との訪問者数差の半数以上はロシアに起因するが、他の対象欧州発地国でも全般に弱い。インドへの訪問者数は停滞傾向にあり、また、日本とインドとの訪問者数差は、インドが歴史的に関係の深いイギリスと、ロシアに起因し、この 2 ヶ国を除くと、イタリア、スペインと同様に、フランス、ドイツでも日本がインドを上回るのも遠くないと推察される。

北米については、中国への訪問者数は伸びていないが、依然として日本は中国の 1/2 程度である。一方で、日本への伸び率は高く、2013 年にタイへの訪問者数を上回り、インドを上回るのも遠くないと推察される。

オーストラリアについては、他の対象発地国と比べ、アジア域内訪問国が大きく異なる。現状順位は、近隣のインドネシアを中心としたアセアン各国、次いで中国、香港である。中国への訪問者数は減少傾向、日本へは大幅増加傾向にあり、日本は 2011 年には中国の 1/4 以下であったが、2015 年には 1/2 以上になっている。アセアンへの訪問者数は停滞傾向にあり、タイへの訪問者数は減少傾向にある。

3. 対象発地国の旅行志向

当研究の主旨は、日本と研究対象 3 カ国との比較研究だが、顧客視点は最も重要である。当章では、顧客である対象発地国の外国旅行に対する志向、特性を、「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2017 欧米豪 9 市場編」(編著:JNTO、発行:一般社団法人国際観光サービスセンター)から、筆者が抜粋しまとめた内容を、概観しておく。

(1) イギリス

表 5. イギリスからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人						伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		4,279,320	4,431,167	4,582,778	4,758,791	4,896,183		114%	107%		(2162%)	(1894%)	
日本	VFN	140,099	173,994	171,798	220,060	258,488	292,000	185%	150%	113%	100%	100%	100%
韓国	VFN	104,644	110,172	120,874	131,080	123,274	135,139	118%	102%	110%	60%	48%	46%
中国	VFN	595,697	617,351	624,955	604,700	579,600		97%	93%		275%	224%	
香港	TFR	413,156	436,392	422,525	423,123	428,558	442,005	104%	101%	103%	192%	166%	151%
台湾	VFR	43,419	42,776	42,438	58,201	58,784	59,867	135%	139%	102%	26%	23%	21%
フィリピン	TFR	104,466	113,282	122,759	133,665	154,589	173,299	148%	126%	112%	61%	60%	59%
ベトナム	VFR	156,300	170,346	184,663	202,256	212,798	254,841	136%	115%	120%	92%	82%	87%
カンボジア	TFR	104,052	110,182	123,919	133,306	154,265	159,489	148%	124%	103%	61%	60%	55%
タイ	TFR	771,466	800,072	847,678	871,226	896,591		116%	106%		396%	347%	
マレーシア	TFR	403,940	402,207	413,472	445,789	401,019	400,269	99%	97%	100%	203%	155%	137%
シンガポール	VFR	442,611	446,497	461,459	451,931	473,810	489,224	107%	103%	103%	205%	183%	168%
インドネシア	VFN	201,221	219,726	236,794	244,594	266,806	352,017	143%	121%	123%	111%	111%	121%
インドネシア	TFR	798,249	788,170	809,444	838,860	867,601	941,883	109%	107%	109%	381%	336%	323%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が表作成)

◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響

- ◇ 夏冬問わず気候の温暖なビーチリゾートを旅行地を選ぶ人が多い。
アジアではビーチリゾートの多いタイの人気の依然として高い。
- ◇ 一方で、標高の高い山がないため、ウィンタースポーツ、スキー旅行も盛んである。
(イギリスの最高峰はベン・ネビス山で標高 1,344m)

◆ 社会における志向と変化

- ◇ 欧州内では肥満率が高い国であり健康ブームである。

◆ 旅行形態

- ◇ 個人旅行が主流となっている。一方で若い家族連れにオールインクルーシブ型が(新しいものではないが)人気が出てきている。
- ◇ 外国旅行平均滞在日数は 10.4 日、欧州内 8.1 日、北米 14.3 日、その他 20.8 日となっている。
- ◇ テーマ旅行(以降は SIT)では、自分の欲求を満たすだけの質や魅力が見出せば料金がなくても申し込む傾向にあり、代表的な SIT はウィンタースポーツ、ガーデニング、バードウォッチング、建築、サイクリング等である。
富裕層では体験・経験を重要視する傾向にある。

(2) フランス

◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響

◇ 夏のバカンスには強い太陽光を求めて南に向かう。南フランス、スペイン、イタリアである。

◇ 余暇には国内で、芸術性の高いオペラ、コンサート、映画鑑賞、美術館、博物館訪問、また、高水準のフランス料理を味わえる。

表 6. フランスからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人					伸び率 %		(参考)	日本比 %		(参考)	
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		2,370,203	2,553,755	2,676,310	2,753,447	2,783,172		117%	104%		(1542%)	(1299%)	
日本	VFN	95,438	130,142	154,892	178,570	214,228	253,000	224%	138%	118%	100%	100%	100%
韓国	VFN	69,459	71,140	75,947	80,518	83,832	91,562	121%	110%	109%	45%	39%	36%
中国	VFN	493,132	524,837	533,538	517,000	486,900		99%	91%		290%	227%	
香港	TFR	168,653	163,210	163,596	158,657	156,215	157,158	93%	95%	101%	89%	73%	62%
台湾	VFR	29,082	31,452	32,384	36,379	38,364	42,380	132%	118%	110%	20%	18%	17%
フィリピン	TFR	29,591	33,709	39,042	38,946	45,505	55,384	154%	117%	122%	22%	21%	22%
ベトナム	VFR	211,400	219,721	209,946	213,745	211,636	240,808	100%	101%	114%	120%	99%	95%
カンボジア	TFR	117,408	121,175	131,486	141,052	145,724	150,294	124%	111%	103%	79%	68%	59%
タイ	TFR	484,602	538,327	580,062	607,087	648,382		134%	112%		340%	303%	
マレーシア	TFR	127,980	136,172	145,108	169,973	151,474	134,257	118%	104%	89%	95%	71%	53%
シンガポール	VFR	140,299	158,923	160,013	156,882	157,483	170,913	112%	98%	109%	88%	74%	68%
インドネシア	VFN	171,736	184,273	201,917	208,537	212,575	256,229	124%	105%	121%	117%	99%	101%
インドネシア	TFR	231,423	240,674	248,379	246,101	230,854	238,707	100%	93%	103%	138%	108%	94%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより
筆者が表作成)

◆ 旅行形態

◇ 大半は家族旅行等の個人旅行、滞在型が主流である。

なお、傾向として、バカンス先の決定で、親が子どもの意見を優先させるようになってきている。

◇ 国内テロ行為発生により、モロッコ、トルコといった地域への旅行者は減少している。

◇ アジアでは、リゾートと文化の両方の魅力を持つ旅行地として、タイの人気が高い。

(3) ドイツ

表 7. ドイツからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人						伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		2,602,119	2,784,295	2,864,792	2,958,458	3,043,273		117%	106%		(2109%)	(1872%)	
日本	VFN	80,772	108,898	121,776	140,254	162,580	183,000	201%	134%	113%	100%	100%	100%
韓国	VFN	99,468	102,262	100,803	100,624	100,182	110,302	101%	99%	110%	72%	62%	60%
中国	VFN	637,015	659,627	649,298	662,600	623,400		98%	96%		472%	383%	
香港	TFR	163,975	161,970	158,702	159,520	153,988	162,441	94%	97%	105%	114%	95%	89%
台湾	VFR	44,644	45,054	46,533	52,507	54,954	59,798	123%	118%	109%	37%	34%	33%
フィリピン	TFR	61,193	67,023	70,949	72,801	75,348	86,363	123%	106%	115%	52%	46%	47%
ベトナム	VFR	113,900	106,608	97,673	142,345	149,079	176,015	131%	153%	118%	101%	92%	96%
カンボジア	TFR	63,398	72,537	81,565	84,143	94,040	108,784	148%	115%	116%	60%	58%	59%
タイ	TFR	603,797	663,611	723,711	698,129	746,135		124%	103%		498%	459%	
マレーシア	TFR	124,670	131,277	136,749	158,453	144,910	130,276	116%	106%	90%	113%	89%	71%
シンガポール	VFR	219,952	252,433	251,560	263,513	286,732	328,765	130%	114%	115%	188%	176%	180%
インドネシア	VFN	149,100	158,212	173,470	184,463	203,611	243,873	137%	117%	120%	132%	125%	133%
インドネシア	TFR	240,235	254,783	252,003	239,106	248,314	265,928	103%	99%	107%	170%	153%	145%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより
筆者が表作成)

◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響

◇ 外国旅行は、太陽、青い空と海を満喫できる気候のよい地域に滞在するのが主流である。

◇ 自然災害が少ないので、自然災害の多い国を恐れる傾向にある。

- ◆ 社会における志向と変化
 - ◇ 欧州内でも肥満割合が比較的高く、健康志向である。
 - ◇ これと相まって、世界各国のグルメブームでもある。
- ◆ 旅行形態
 - ◇ 休暇旅行の 35%がパッケージツアー（'15 年時点）で、また、旅行会社で予約が 32%となっている。ツアーといっても一般周遊型よりも SIT であり、SIT のバリエーションが増加してきている。
 - ◇ アジア旅行ではタイ、中国の人气が高く、タイは地中海周辺とは違うエキゾチックなビーチリゾート、中国は歴史遺産と手頃な値段で楽しめる美味しい料理が、人気の背景になっている。

(4) イタリア

表 8. イタリアからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人					伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)			
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		863,800	933,591	979,336	1,044,073	1,086,740		126%	111%		(1296%)	(1053%)	
日本	VFN	34,035	51,801	67,228	80,531	103,198	119,000	303%	154%	115%	100%	100%	100%
韓国	VFN	26,442	28,941	38,715	48,350	46,147	63,906	175%	119%	138%	60%	45%	54%
中国	VFN	235,041	251,951	251,162	253,100	246,100		105%	98%		314%	238%	
香港	TFR	75,509	74,431	73,770	73,408	71,349	70,015	94%	97%	98%	91%	69%	59%
台湾	VFR	12,407	12,932	13,663	14,895	15,615	17,102	126%	114%	110%	18%	15%	14%
フィリピン	TFR	15,798	16,740	17,668	19,865	21,620	25,945	137%	122%	120%	25%	21%	22%
ベトナム	VFR	28,300	31,337	32,143	36,427	40,291	51,265	142%	125%	127%	45%	39%	43%
カンボジア	TFR	20,837	22,625	25,196	29,548	32,177	35,794	154%	128%	111%	37%	31%	30%
タイ	TFR	174,902	187,552	197,232	211,833	231,429		132%	117%		263%	224%	
マレーシア	TFR	43,864	44,330	45,253	55,210	51,946	42,747	118%	115%	82%	69%	50%	36%
シンガポール	VFR	53,520	65,557	66,650	67,052	69,350	74,629	130%	104%	108%	83%	67%	63%
インドネシア	VFN	42,256	46,651	56,705	62,265	69,427	79,424	164%	122%	114%	77%	67%	67%
インドネシア	TFN	100,889	98,743	93,951	91,589	88,091	95,417	87%	94%	108%	114%	85%	80%

(出典：JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が表作成)

- ◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響
 - ◇ 余暇には国内で、芸術性の高いオペラ、映画鑑賞、美術館、博物館訪問、また、高水準のイタリア料理を味わえる。
 - ◇ さらに、フランスと異なり、地中海性気候で、四季の区別もはっきりしている。
- ◆ 旅行形態
 - ◇ 微妙な国である。FIT を好む傾向が強く、自らの関心や情熱に従って計画する「成熟した旅行者」である。ただ、パッケージツアーを利用する頻度は低くない。2014 年調査でパッケージツアーを選んだ人は 36%という結果であった。

(5) スペイン

- ◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響
 - ◇ やはり、バカンスの合言葉は太陽とビーチだが、国内に世界的に有名なビーチリゾートを保有している。（マヨルカ、イビサ）
- ◆ 社会における志向と変化

◇ 深刻な経済危機に見舞われた 2008～2014 年を転機に志向や考え方が大きく変化、節約志向が浸み込んでいる。

◇ 経済回復に伴い、減少を続けていた海外旅行者数は 2015 年から回復に転じている。

◆ 旅行形態

◇ 圧倒的に FIT が多い。(2015 年調査で 85%が FIT) 但し欧州、北中米、北アフリカを除く外国旅行は 27%がパッケージ手配とのことである。

表 9. スペインからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人						伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		550,188	585,315	609,804	670,459	740,618		135%	121%		(1107%)	(960%)	
日本	VFN	20,814	35,207	44,461	60,542	77,186	92,000	371%	174%	119%	100%	100%	100%
韓国	VFN	12,884	15,833	17,513	19,247	20,177	23,253	157%	115%	115%	32%	26%	25%
中国	VFN	139,876	136,915	132,378	141,000	136,300		97%	103%		233%	177%	
香港	TFR	44,855	41,363	40,527	40,663	42,236	44,308	94%	104%	105%	67%	55%	48%
台湾	VFR	6,196	6,163	7,128	8,403	9,065	10,686	146%	127%	118%	14%	12%	12%
フィリピン	TFR	14,648	15,895	17,126	19,353	24,144	32,097	165%	141%	133%	32%	31%	35%
ベトナム	VFR	32,500	31,305	33,183	40,716	44,932	57,957	138%	135%	129%	67%	58%	63%
カンボジア	TFR	22,123	25,349	26,372	30,678	34,847	40,471	158%	132%	116%	51%	45%	44%
タイ	TFR	97,149	113,878	123,985	116,414	147,380		152%	119%		192%	191%	
マレーシア	TFR	22,104	23,594	26,162	35,389	36,692	28,018	166%	140%	76%	58%	48%	30%
シンガポール	VFR	34,977	37,778	39,507	44,215	48,074	49,491	137%	122%	103%	73%	62%	54%
インドネシア	VFN	30,657	34,991	39,383	47,376	53,891	68,840	176%	137%	128%	78%	70%	75%
インドネシア	TFR	71,405	67,044	62,079	66,463	65,694	76,342	92%	106%	116%	110%	85%	83%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が表作成)

(6) ロシア

表 10. ロシアからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人						伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		4,401,157	4,780,404	5,280,903	5,082,979	3,585,103		81%	68%		(7933%)	(6595%)	
日本	VFN	33,793	50,176	60,502	64,077	54,365	54,839	161%	90%	101%	100%	100%	100%
韓国	VFN	154,835	166,721	175,360	214,366	188,106	233,973	121%	107%	124%	335%	346%	427%
中国	VFN	2,536,321	2,426,161	2,186,281	2,045,800	1,582,300		62%	72%		3193%	2911%	
香港	TFR	88,572	125,919	146,221	131,605	91,958	86,658	104%	63%	94%	205%	169%	158%
台湾	VFR	6,667	7,066	7,226	8,353	7,808	7,974	117%	108%	102%	13%	14%	15%
フィリピン	TFR	20,185	28,270	35,404	32,087	25,278	28,210	125%	71%	112%	50%	46%	51%
ベトナム	VFR	101,600	174,287	298,126	364,873	338,843	433,987	334%	114%	128%	569%	623%	791%
カンボジア	TFR	67,747	99,750	131,675	108,601	55,500	53,164	82%	42%	96%	169%	102%	97%
タイ	TFR	1,052,361	1,311,358	1,745,779	1,596,542	877,120		83%	50%		2492%	1613%	
マレーシア	TFR	38,918	44,765	53,203	61,845	55,263	50,893	142%	104%	92%	97%	102%	93%
シンガポール	VFR	59,378	68,957	82,134	90,653	63,842	70,404	108%	78%	110%	141%	117%	128%
インドネシア	VFN	96,468	99,448	99,872	94,345	72,302	88,520	75%	72%	122%	147%	133%	161%
インドネシア	TFR	144,312	177,526	259,120	269,832	172,418	227,749	119%	67%	132%	421%	317%	415%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が表作成)

※ Russia の場合、連邦観光局によると'13 年実績で全出国者数の 1/3 が観光目的である。

※ 上表の'15 年の落ち込みは、クリミア半島問題による経済制裁、原油価格下落による経済停滞の影響が大きな要因である。

◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響

◇ 天候のよい温暖な地域への旅行を好む傾向にある。

◆ 社会における志向と変化

◇ 健康志向からの運動ブームが起こっている。旅行先でのスポーツとして人気があるのはスキー、スノーボード等ボード系ウオータースポーツである。

◆ 旅行形態

◇ パッケージツアーが多く販売されている。初めての旅行者はパッケージを好む傾向にある。旅行期間中により多くの体験をしたいとの欲求が強く、短期間でより多くの観光地や観光施設を訪れるタイプのパッケージが主流となっている。

◇ 富裕層において医療目的での外国旅行が増加している。ヨーロッパと、アジアでは中国などである。

◇ 新しい旅行形態として新婚旅行が増加している。

(7) アメリカ

表 11. アメリカからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人						伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		8,321,488	8,756,591	8,948,408	9,219,602	9,747,296		117%	109%		(1034%)	(943%)	
日本	VFN	565,887	716,709	799,280	891,668	1,033,258	1,243,000	183%	129%	120%	100%	100%	100%
韓国	VFN	661,503	697,866	722,315	770,305	767,613	866,186	116%	106%	113%	86%	74%	70%
中国	VFN	2,116,144	2,118,059	2,085,253	2,093,200	2,085,800		99%	100%		235%	202%	
香港	TFR	861,006	841,630	786,359	801,434	839,159	868,968	97%	107%	104%	90%	81%	70%
台湾	VFR	412,617	411,416	414,060	458,691	479,452	523,888	116%	116%	109%	51%	46%	42%
フィリピン	TFR	624,527	652,626	674,564	722,750	779,217	869,463	125%	116%	112%	81%	75%	70%
ベトナム	VFR	439,900	443,826	432,228	443,276	491,249	552,644	112%	114%	112%	50%	48%	44%
カンボジア	TFR	153,953	173,076	184,964	191,366	217,510	238,658	141%	118%	110%	21%	21%	19%
タイ	TFR	644,727	726,490	788,819	734,514	827,110		128%	105%		82%	80%	
マレーシア	TFR	216,755	240,134	246,936	262,106	237,768	217,075	110%	96%	91%	29%	23%	17%
シンガポール	VFR	440,576	477,213	491,946	484,912	499,509	516,454	113%	102%	103%	54%	48%	42%
インドネシア	VFN	203,205	217,599	236,375	246,397	276,027	316,782	136%	117%	115%	28%	27%	25%
インドネシア	TFR	980,688	1,039,947	1,085,309	1,118,983	1,213,624	1,296,939	124%	112%	107%	125%	117%	104%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が表作成)

◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響

◇ 大自然がある。

◇ 建国 240 年強の歴史から、アメリカにない歴史や文化を体験できる地域への憧れが強い。(特に気候の温暖な南部地帯のアメリカ人)

◆ 社会における志向と変化

◇ 健康志向である。肥満が一大社会問題となりダイエット食品・運動への関心が増大している。

◇ エコロジーへの関心のさらなる高まりがあり、エコツーリズムを好む。

◆ 旅行形態 等

◇ FIT 中心である。自分にあった旅程を好むため、パッケージツアーの場合でも終日団体行動は稀である。

◇ 単なる物見遊山から一歩進んで、山歩きやロッククライミングなど、体力にあった範囲で自然に触れることを好む傾向が出てきている。

◇ リゾートはフロリダ、ハワイ、カリブ海が多い。

(8) カナダ

表 12. カナダからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人					伸び率 %		(参考)	日本比 %		(参考)	
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		2,252,951	2,287,407	2,288,470	2,348,588	2,454,969		109%	107%		(1284%)	(1061%)	
日本	VFN	101,299	135,355	152,766	182,865	231,390	273,000	228%	151%	118%	100%	100%	100%
韓国	VFN	122,223	128,431	133,640	146,429	145,547	175,745	119%	109%	121%	80%	63%	64%
中国	VFN	747,981	708,294	684,216	667,100	679,800		91%	99%		365%	294%	
香港	TFR	291,454	278,028	246,679	245,205	245,676	252,837	84%	100%	103%	134%	106%	93%
台湾	VFR	67,545	70,614	72,693	88,601	90,666	106,197	134%	125%	117%	48%	39%	39%
フィリピン	TFR	117,423	123,699	131,381	143,899	156,363	175,631	133%	119%	112%	79%	68%	64%
ベトナム	VFR	106,400	113,563	104,973	104,291	105,670	122,929	99%	101%	116%	57%	46%	45%
カンボジア	TFR	42,462	47,829	50,867	52,264	56,834	60,715	134%	112%	107%	29%	25%	22%
タイ	TFR	170,981	192,602	209,059	195,429	210,097		123%	100%		107%	91%	
マレーシア	TFR	86,015	86,931	88,904	92,761	79,557	72,337	92%	89%	91%	51%	34%	26%
シンガポール	VFR	82,932	87,795	92,685	92,827	96,247	97,474	116%	104%	101%	51%	42%	36%
インドネシア	VFN	57,129	58,245	65,385	68,432	75,816	86,804	133%	116%	114%	37%	33%	32%
インドネシア	TEN	259,107	256,021	255,222	268,485	281,306	317,239	109%	110%	113%	147%	122%	116%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が表作成)

◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響

国土の大半が寒冷地に属し建物内での生活を強いられることから、温暖な地域への移動や旅行に対する欲求が高い。(アメリカへの買物を含むが国民の出国率 90%程度)
特に冬季は避寒のためフロリダ、カリブ海を訪れる。

◆ 社会における志向と変化

- ◇ 健康食への関心が高まっている。
- ◇ ベビーブーマー世代の退職により余暇活動が増大(旅行や体験型に高い関心)している。

◆ 旅行形態

- ◇ 多くの移民によって構成されており、欧州等、中国も(延べ宿泊日数約 1,000 万泊、平均宿泊日数 21 日)も含め、出身国への里帰り旅行も多い。
- ◇ 旅行形態の中心は、カップルや家族での FIT である。
- ◇ 単なる観光だけでなく特定の目的意識を持った旅行者が増加傾向にある。
サイクリング、ハイキング、ゴルフやダイビングといったスポーツ、絵画・陶芸・織物鑑賞、グルメ等、高付加価値、特色あるテーマ旅行の開発・造成が求められる。

(9) オーストラリア

表 13. オーストラリアからアジア諸国・地域への訪問者数推移

		訪問者数 人					伸び率 % (参考)			日本比 % (参考)			
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'16/'15	'14	'15	'16
合計		5,613,231	5,910,400	6,058,808	6,212,052	6,050,916		108%	100%		(2053%)	(1609%)	
日本	VFN	162,578	206,404	244,569	302,656	376,075	445,000	231%	154%	118%	100%	100%	100%
韓国	VFN	122,494	128,812	123,560	141,208	133,266	151,979	109%	108%	114%	47%	35%	34%
中国	VFN	726,184	774,328	723,088	672,100	637,300		88%	88%		222%	169%	
香港	TFR	500,225	495,441	476,324	468,333	439,769	435,990	88%	92%	99%	155%	117%	98%
台湾	VFR	60,067	63,597	65,777	78,674	76,122	82,361	127%	116%	108%	26%	20%	19%
フィリピン	TFR	170,736	191,150	213,023	224,784	241,187	251,098	141%	113%	104%	74%	64%	56%
ベトナム	VFR	289,800	289,844	319,636	321,089	303,721	320,678	105%	95%	106%	106%	81%	72%
カンボジア	TFR	105,010	117,719	132,028	134,167	134,748	146,806	128%	102%	109%	44%	36%	33%
タイ	TFR	835,719	929,962	906,404	837,497	816,053		98%	90%		277%	217%	
マレーシア	TFR	558,411	507,948	526,342	571,328	486,948	377,727	87%	93%	78%	189%	129%	85%
シンガポール	VFR	956,039	1,050,373	1,125,179	1,074,878	1,043,568	1,027,314	109%	93%	98%	355%	277%	231%
インドネシア	VFN	933,376	952,717	983,911	1,145,576	1,099,058	1,302,292	118%	112%	118%	379%	292%	293%
インドネシア	TEN	192,592	202,105	218,967	239,762	263,101	293,625	137%	120%	112%	79%	70%	66%

(出典 : JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより
筆者が表作成)

◆ 気候・風土・歴史等が外国旅行に与える影響

- ◇ 国土の 39%が熱帯に属しており、季節の移り変わりや自然の変化に乏しいため、自然景観や四季の変化は魅力的に映る。
- ◇ 建国してから 240 年ほどの国であり、伝統的な行事や祭事、歴史的建造物に興味を示す傾向がある。
- ◇ 余暇を楽しむ傾向があり、国内や近隣の東南アジア、太平洋諸国のリゾートで休暇を楽しむのが人気の旅行スタイルで、特に冬は暖かさを求めてビーチリゾートが人気を得ている。リゾート地に長期滞在する傾向を受けて、自炊できる Condominium が宿泊施設として好まれる傾向もある。

◆ 社会における志向と変化

- ◇ グルメ志向である。
- ◇ 自然志向・健康志向である。

◆ 旅行形態

- ◇ FIT が主流である。(旅行会社を通じて旅行を手配する人も少なくない)
- ◇ 特定の趣味や関心事に焦点を当てたテーマ旅行も一定の需要があり、異文化体験、自然・庭園・建築鑑賞、スポーツなどの体験ツアーが組まれている。

4. アジア 3 国と日本の競争力 ―比較と浮上した課題―

(研究対象 3 ヶ国データ概観)

(1) 一般的な観光指標

表 14. 研究対象 3 カ国を中心とした経済指標及び一般的な観光指標

日本	項目	単位	中国	タイ	インド	シンガポール	香港	インドネシア	ベトナム	備考
38	国土面積	万km ²	963	51	329	0	0	189	24	外務省HPより
128	人口	百万人	1,376	68	1,311	6	7	258	93	国連HPより2015年値
49,402	GDP	億US\$	111,991	4,070	22,638	2,970	3,209	9,323	2,053	世界銀行HPより2016年値
38,901	一人当りGDP	US\$	8,123	5,911	1,710	52,962	43,681	3,570	2,214	世界銀行HPより2016年値
19,737	入国者数	千人	133,820	29,923	13,284	12,913	26,553	9,963	10,013	JNTO(UNWTO)より2015年値
27,285	国際観光収入	百万US\$	114,109	44,521	21,472	18,386	32,860	11,349	8,250	JNTO(UNWTO)より2016年値
1%	GDP比	%	1%	11%	1%	6%	10%	1%	4%	(=国際観光収入 / GDP)
1,382	入国一人当り収入	US\$	853	1,488	1,616	1,424	1,238	1,139	824	(=国際観光収入 / 入国者数)
16,214	出国者数	千人	116,886	6,794	20,380		89,082	8,176		JNTO(UNWTO)より2015年値
13%	人口比	%	8%	10%	2%		122%	3%		(=出国者数 / 人口)
18,500	国際観光支出	百万US\$	261,100	8,300	16,400	22,100	24,200	7,700		JNTO(UNWTO)より2016年値
1,141	出国一人当り支出	US\$	2,234	1,222	805		272	942		(=国際観光支出 / 出国者数)
日本民族 99%	民族		漢族 92%	majority タイ民族 他 華族 マレー 山岳少数民族等	4,000年前から通 イタリヤ・ロム・トラビ オ・スリランカ・ラヂヤット 4大	中華系 74% マレー系 13% インド系 5% 等	中国系 91% 太平島マレー系	キン族 65%		外務省HP・JETROHPより
その他									その他 少数民族	
日本語	言語		中国語	タイ語	ヒンディー語	英語	中国語	インドネシア語	ベトナム語	外務省HP・JETROHPより
英語			英語		英語	英語	英語	英語	英語	
仏教 35% キリスト教 2% 無宗教 52% 等	宗教	キリスト教 % イスラム教 % その他	3% 2% 95%	5% 仏教 94%	2% 13% ヒンズー85%	18%あり 15%あり 仏教 33%	10%あり 87% 仏教・道教等	10%あり 87% ヒンズー教等	仏教 80%	外務省HP・JETROHPより

(出典 : データ項目毎に異なるので表中の備考欄及び末尾引用・参考文献表に記載)

この表を観察すると ;

- ◆ まず、研究対象 3 ヶ国として選定したこととも一定符合するが、タイ、インドは、対象発地国からの訪問者比率が、日本比で高い。

表 15. 研究対象アジア 3 カ国への入国者数

日本	項目	単位	中国	タイ	インド	シンガポール	香港	インドネシア	ベトナム	備考
19,737	入国者数	千人	56,886	29,923	13,284	12,052	26,686	9,963	7,944	JNTO(UNWTO)より2015年値
2,511	対象先進国入国者	千人	7,058	5,400	3,431	2,739	2,469	2,350	1,898	JNTO(UNWTO)より2015年値
13%	%	%	12%	18%	26%	23%	9%	24%	24%	

(出典 : データ項目毎に異なるので表中の備考欄及び末尾引用・参考文献表に記載)

- ◆ 一人当り GDP で、中国、タイが上位中所得国、インドが下位中所得国と、いずれも発展途上段階にあり、政府主導の観光政策であることが推察できる。
- ◆ ただ、中国、タイ、インドはともに比較的安価な観光が想定されるものの、入国一人当り収入では、タイ、インドが日本を上回っており、(残念ながら的確なデータが見当たらないものの)平均滞在日数が長いことが推察される。

一般知識を加えると、次の内容も考えられる。

- ◆ 国土面積の広大さから、特に中国、インドにおいて自然環境が幅広い。
- ◆ (国土面積に加え)他国と地続きなこともあり、3 ヶ国とも民族性に富み、文化の多様性があることも推察される。

また、世界4大文明からしても、中国は黄河(・長江流域)文明、インドはインダス(・ガンジス)文明で知られ、悠久の歴史から、(中国では文化大革命があったものの)文化遺産の豊富さが容易に推察できる。一方、タイは、有史以前の世界遺産・バーンチエン遺跡もあるが、主要な歴史はスコタイ王朝(1238～1350 年)からであり、日本と比べて

も比較的新しい歴史である。

- ◆ 欧州からの距離を考えると、一般的にローコストキャリア(以降は LCC)が運航する統一機体は航続距離 6,000km 程度で、欧州からの直行便はシンガポール近郊(インド・タイ)が限界であるといった面があるが、これは当研究では敢えて考慮しない。

(2) 競争力総合評価 ―世界経済フォーラム評価からわかること―

国際 NPO である世界経済フォーラム(以降は WEF)のトラベル・ツーリズム国際競争力評価より、筆者が日本と研究対象 3 ヶ国を抜粋して作成した表は次の通り、日本を上回る評価部分に薄黄色の網掛けしている。旅行者・旅行雑誌読者等の直接的な評価ではない。

表 16. 研究対象アジア 3 カ国のトラベル・ツーリズム競争力総合評価

日本			中国		タイ		インド	
順位	スコア		順位	スコア	順位	スコア	順位	スコア
4	5.3	総合 トラベル・ツーリズム 競争力	15	4.7	34	4.4	40	4.2
20	5.3	ビジネス環境	92	4.2	45	4.7	89	4.3
26	6.1	安全・安心	95	5.0	118	4.0	114	4.1
17	6.4	健康・衛生	67	5.4	90	4.9	104	4.4
20	5.2	人的資源と労働市場	25	5.2	40	4.9	87	4.4
10	6.1	ICT 環境	64	4.6	58	4.8	112	3.2
18	5.4	トラベル・ツーリズム政策の優先度	50	4.8	34	5.0	104	3.9
16	5.8	政策優先度	57	5.0	14	5.9	102	4.1
42	4.4	政府支出	52	4.0	80	2.8	125	1.0
27	5.1	マーケティング・ブランディング活動の効果	36	4.9	20	5.3	94	3.8
9	102	データの包括性	82	5.8	41	7.8	114	3.9
3	22.0	タイムリーなデータ提供	88	16.5	9	21.0	3	22.0
42	79.5	国産ブランドの検索ヒット率	26	82.6	68	74.7	81	72.6
10	4.4	国際的開放度 (VISA制度等)	72	3.0	52	3.8	55	3.7
34	4.6	価格競争力	38	5.3	18	5.6	10	5.8
46	80.7	航空運賃及び空港利用税	58	78.7	37	83.8	25	88.0
72	140.6	ホテル宿泊料相場	12	81.2	35	102.0	16	84.5
116	0.9	購買力平価	93	0.6	28	0.4	1	0.3
58	110.0	経済指標レベル	55	109.0	30	90.0	35	91.0
45	4.4	環境の持続可能性	132	3.2	122	3.6	134	3.1
18	4.6	航空輸送インフラ	24	4.3	20	4.6	32	3.9
24	5.6	航空輸送インフラの品質	43	4.8	42	5.0	63	4.5
4	2173.6	国内旅客輸送容量 (座席・百万キロ)	2	11208.6	13	474.8	7	1763.4
6	3646.7	国際旅客輸送容量 (座席・百万キロ)	5	4489.1	11	2425.8	17	2013.8
44	7.5	フライト数 (人口1,000人当り)	73	2.6	50	5.6	108	0.6
97	0.6	空港密度 (人口百万人当り)	125	0.3	67	1.0	133	0.2
15	100.0	運航航空会社数	5	158.0	10	122.0	18	89.0
10	5.4	陸海輸送インフラ	44	4.0	72	3.1	29	4.5
29	5.3	観光サービスインフラ	92	3.2	16	5.8	110	2.7
27	1.1	ホテル密度 (人口100人当り)	116	0.1	39	1.0	133	0.0
38	5.3	観光インフラの質	72	4.6	17	5.7	76	4.5
85	4	メジャーレンタカー会社の存在	102	3	1	7	102	3
10	127.5	ATM台数 (大人10万人当り)	54	55.0	16	111.9	100	18.1
26	4.3	自然資源	5	5.3	7	4.9	24	4.4
11	4	世界自然遺産数	2	13	30	2	6	8
60	644	動物遺産数	6	2172	18	1378	10	1889
56	19.4	自然保護エリア比 (対国土面積)	69	17.6	57	18.8	115	5.3
20	48	自然観光客数	22	47	1	97	45	23
66	5.2	自然資源の魅力度	89	4.7	19	6.1	113	4.0
4	6.5	文化資源と商用トラベル	1	6.9	37	2.8	9	5.3
11	16	世界文化遺産数	5	37	61	3	6	28
2	21	無形文化遺産数	1	39	93	0	8	13
4	90.0	大型スポーツスタジアム数	2	141.0	43	10.0	5	87.0
8	362.2	国際会議開催数	7	367.3	28	149.0	30	140.7
5	79	文化・観光観光客数	3	82	17	40	13	51

(出典 : WEF、2017、「The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017」より筆者が表

作成)

まず、(順にスペイン・フランス・ドイツに次いで)日本は世界 4 位であり、研究対象 3 ヶ国に対し抜きん出ている。この表から項目別に観察できることは ;

- ◆ 「価格競争力」は、前述の経済発展度合からして当然であり、日本はこの点は乗り越えなければならない。(顧客価値は満足度とコストの比較であることはもちろんである。)
- ◆ 「トラベル・ツーリズム政策の優先度」では、現時点のスコアでは日本が上回るものの、推察通り、項目別には中国が「国家ブランドの検索ヒット度合」で、タイが「政策優先度合」・「マーケティング・ブランディング活動の効果」で日本を上回っている。
中国が思ったより評価が高くないのは、外国人訪問者数が減少傾向にある一要因となっており、以前はもっと観光産業に力を入れていたのではないかと推察される。
インドは、この項目の評価が特に低い。中央政府は製造業成長に力を注いでいる段階ではないか、また、州政府の権限が比較的強く、力の入れ方に州間バラツキがあるのではないかと推察される。
- ◆ 「観光サービスインフラ」の中では、「観光インフラの質」の日本に対する評価が高くなく、タイは日本を上回っている。この項目はホテル、リゾート、エンターテインメント施設の評価であり、課題がありそうである。
なお「メジャーレンタカー会社数」は、日本では自動車以外の交通機関が発達しており、また、メジャーレンタカー会社が全て外資企業であることから止むを得ない状況とも考えられるが、一方で、私自身もハーツ会員になっておりマイレージと類似の特典を享受していることなどを考えると、日本のレンタカー会社がハーツ等と会員特典で提携するといった施策も検討に値するように考えられる。
- ◆ 「自然資源」の中では日本に対する評価が低く、研究対象 3 ヶ国とも日本を上回っている。この辺りに、今後への大きな課題がありそうである。
「世界自然遺産数」で中国、インドが、「動物種数」では 3 ヶ国とも日本を上回っており、「動物種数」は如何ともし難い。
しかし、自分の経験からすると、アメリカの大自然の中のトレッキング等で魅力を十二分に味わった思い出はあるが、日本は繊細な四季の自然美だけではなく、広大な北海道、日本アルプス、小笠原や大隅(屋久島)の島々、等々がある。これらの自然資源で、環境破壊せず地元住民と共生する持続可能な観光開発を、さらに推進すべきではないか。また、タイが「自然ツーリズム検索数」・「自然資源の魅力度」で日本を上回っており、この辺りに習うべき内容があるように考えられる。
- ◆ 「文化資産(と商用トラベル)」の中では、「世界文化遺産数」で中国に大きく上回られているものの、民族多様性等の差がある中で、日本に対する評価は高く、今後の継続的な成長が必要と考える。
一方、インドが資源を十分に活かしかれていないように見受けられる。
- ◆ 上述以外では ;

- ◇ 中国ではトイレ環境改善に号令がかかっているニュースを最近、よく耳にする。
日本はビジネス環境・「安全・安心」・「健康・衛生」・「人的資源と労働市場」・「ICT 環境」・「陸海輸送インフラ」等の、いわば基盤で一定高い評価を得ており、継続的な成長が必要と考えられる。
- 例えば、ICT に関して、日本のワイアレス環境が欧米人にとっては大きな不満であり、大きく改善されたのはこの 10 年程度、例えばスマートフォン決済が中国では大きく進展している。
- ◇ 「航空輸送インフラ」は、研究対象 3 ヶ国との比較では、現時点では日本が上回っているが、今後が危惧される。
- デルタ航空(以降は DELTA)の大韓航空(以降は KE)との提携強化と成田便のシフト、ユナイテッド航空(以降は UA)の成田経由アジア便の減便と中国直行便の増便等、中国、韓国との東アジア・ハブ空港争いは、政府政策を含む重要課題である。

(3) 都市比較 — 旅行誌読者等評価と外国人宿泊者数実績

次に、旅行誌読者とウェブによる満足度評価結果、及び 外国人宿泊者数実績を観ておく。(主に)訪問経験者が評価すると推測される満足度評価結果は、イギリスの Wanderlust、アメリカの Travel+Leisure の内容を、筆者が表にした。

表 17. Wanderlust 「Best City」・「Best Country」ランキング

「Best City」			「Best Country」		
ランク		満足度	ランク		満足度
1	京都 日本	96.47	1	ニュージーランド	99.67
2	イスタンブール トルコ	96.33	2	ボツワナ	97.93
3	ホイアン ベトナム	95.33	3	ペルー	96.72
4	クスコ ペルー	94.67	4	アイスランド	96.67
5	リクトベタルグ ロシア	94.48	5	日本	96.00
6	ボストン アメリカ	93.94	6	ミャンマー	95.71
6	ブダペスト ハンガリー	93.94	7	ベトナム	95.56
8	ケープタウン 南アフリカ	93.67	8	スリランカ	95.34
9	エジンバラ イギリス	93.57	9	ナミビア	95.19
9	クラクフ ポーランド	93.57	10	ケニア	95.00

(出典：京都市産業観光局ウェブ、2017、「英国有力旅行雑誌 Wanderlust(ワンダーラスト)読者投票 Wanderlust Travel Awards 2017 ベストシティ部門で京都が1位に!!」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

Wanderlust の結果では、トップの京都のみで、研究対象 3 ヶ国の都市のトップ 10 入りはない。国の評価もあるが日本のみがトップ 10 入りしている。

表 18. Travel+Leisure 「Best Cities」ランキング

「The World's Top 15 Cities」			「The Top 10 Cities in Asia」		
ランク		満足度	ランク		満足度
1	サンミゲル メキシコ	92.12	1	チェンマイ タイ	91.40
2	チャールストン アメリカ	91.54	2	京都 日本	91.13
3	チェンマイ タイ	91.40	3	ホイアン ベトナム	90.31
4	京都 日本	91.13	4	ウブド インドネシア	90.13
5	フローレンス イタリア	90.75	5	ルアンパバーン ラオス	90.10
6	オアハカ メキシコ	90.41	6	シェムリアップ カンボジア	89.57
7	ホイアン ベトナム	90.31	7	ウタイプー インド	89.54
8	ケープタウン 南アフリカ	90.24	8	バンコク タイ	89.45
9	ウブド インドネシア	90.13	9	東京 日本	87.79
10	ルアンパバーン ラオス	90.10	10	ティンブー ブータン	87.12
11	サンタフェ メキシコ	89.94			
12	ローマ イタリア	89.73			
13	シェムリアップ カンボジア	89.57			
14	ウタイプー インド	89.54			
15	バルセロナ スペイン	89.52			

(出典 : Travel+Leisure、「The 2017 World's Best Awards – The World Top 15 Cities 及び The Top 10 Cities in Asia」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

Travel+Leisure の結果では、タイのチェンマイが世界 3 位、京都が 4 位、インドのウダイプールが 14 位に入っている。アジアトップ 10 もあり、3 都市のほか、タイのバンコクがアジア 8 位、東京が 9 位にランクインしている。

同種の旅行誌読者及びウェブによる満足度評価であっても、結果はかなり異なっていた。両評価のトップ 10 に共通して入っている都市は、京都、ベトナムのホイアン、南アフリカのケープタウンの 3 都市のみである。やはり、京都に対する評価が高いことがわかる。中国の都市は、どれにもランクインしていない。タイは、日本と研究対象 3 ヶ国の中で、イギリス、フランス、ドイツ、スペイン、それぞれからの訪問者数がトップだが、イギリスの Wanderlust 社のトップ 10 には、都市も国自体もランクインしていない。タイは、やはり欧州人にとってリゾートに魅力があるのではないだろうか。

次は Euromonitor の外国人宿泊者数ランキングを観てみる。なお 2017 年は Euromonitor 推計値とのことである。

表 19. 外国人宿泊者数ランキング (単位 : 千人)

ランク	日本	2016	2017	伸び率	ランク	中国	2016	2017	伸び率
13	東京	9,273	9,714	4.8%	9	深圳	12,571	12,962	3.1%
33	大阪	5,645	6,133	8.7%	17	広州	8,619	9,076	5.3%
72	京都	2,744	3,030	10.4%	25	上海	6,904	7,201	4.3%
91	千葉	2,213	2,153	-2.7%	49	北京	4,165	4,157	-0.2%
					60	珠海	3,172	3,277	3.3%
					86	桂林	2,333	2,532	8.5%
	(計)	19,875	21,029	5.8%		(計)	37,765	39,204	3.8%

ランク	タイ	2016	2017	伸び率	ランク	インド	2016	2017	伸び率
2	バンコク	21,252	23,271	9.5%	21	デリー	7,448	10,257	37.7%
11	プーケット	10,596	12,080	14.0%	22	ムンバイ	7,194	8,885	23.5%
24	パタヤ	7,019	7,314	4.2%	35	アーグラ	5,340	6,744	26.3%
73	チェンマイ	2,739	2,945	7.5%	45	チェンナイ	4,681	5,186	10.8%
					48	ジャイプール	4,320	5,089	17.8%
					89	コルカタ	2,291	2,550	11.3%
	(計)	41,606	45,608	9.6%		(計)	31,274	38,712	23.8%

(出典 : Euromonitor International、2017、「Top 100 City Destinations Ranking WTM London 2017 Edition」より筆者が表作成)

日本及び研究対象 3 ヶ国とも、大都市、文化都市がランクインしている。

なお、Euromonitor によれば、2017 年推計値で、日本の伸びが小さくなっているのは(中国人宿泊者増による)ホテル単価上昇、インドの伸びが高いのは 2014 年からの電子ビザ導入の効果が出てきているからとのことである。

満足度評価 及び 宿泊者数ランキングから観察できることは ;

- ◆ 外国人宿泊者数ランキングで、自然資源地がランクインしているのは世界遺産でもある中国の桂林のみであり、自然資源の中でニューツーリズム(ウオーキング等)による長期滞在が実現できているかは疑問である。

(このように考え、「実現できていない」ことを、簡易的にアメリカをケースとして反面実証

しようと考え、同 Euromonitor 資料の中でアメリカを観てみたが、アメリカでもランクインしているのは大都市だけであり、自然資源地(世界自然遺産等)はランクインしていなかった。)

なお、自然資源のニューツーリズムは、自然と共生する持続的開発が前提である。

- ◆ 外国人宿泊者数ランキングで、タイは、ビーチリゾートであるプーケット、パタヤがランクインしており、リゾートの魅力が外国人宿泊者数実績に繋がっており、ここに習うべきことはないだろうか。
 - ◆ 日本の京都、タイのチェンマイとインドのウダイプールで、都市としての満足度評価と外国人宿泊者数が、(少なくとも短期的には)相関関係にいたっていない。この要因としては、主に、これらのケースが推察される。
 - ◇ 訪問経験者の満足度は高いが(長期的にはリピーターとなる可能性は高いものの)、大きな新規訪問者増、宿泊者増に繋がっていない。
 - ◇ 外国人が、満足度の高い都市を訪問するものの、宿泊は大都市を選択している。この要因としては文化都市(京都・チェンマイ・ウダイプール)でのホテル・インフラの問題である。
- (なお、ちなみに私は前職関係でチェンマイに頻度高く訪問したが、チェンマイと京都の宿泊者数のレベル感も疑問である。)

(4) 個別要素比較 ― 宿泊施設

個別要素では、まず宿泊施設の比較を試みる。なお外国社名類は英文表記としておく。まず、Travel+Leisure の評価を観てみる。

表 20. Travel+Leisure 「Top Hotels」

「Top 100 Hotels in the World」				「Top 10 Best City Hotels in Asia」			
ランク	ホテル名	国	スコア	ランク	ホテル名	国	スコア
1	Nihi Sumba Island	インドネシア	99.12	1	Temple House, Chengdu	中国	97.37
13	137 Pillars House, Chiang Mai	タイ	97.71	2	Four Seasons, Hangzhou	中国	97.05
16	Oberoi Vayavilas, Ranthambhore	インドネシア	97.50	3	Shinta Mani, Siem Reap	カンボジア	95.48
19	Temple House, Chengdu	中国	97.37	4	セントレジスホテル大阪	日本	95.45
23	Four Seasons, Hoi An	ベトナム	97.11	5	Mandarin Oriental, Bangkok	タイ	95.07
24	Four Seasons, Hangzhou	中国	97.05	6	The Oberoi, Mumbai	インド	94.76
29	Four Seasons, Bali	インドネシア	96.88	7	Waldorf Astoria Beijing	中国	94.61
31	Four Seasons, Chiang Rai	タイ	96.86	8	Taj Mahal Palace, Mumbai	インド	94.60
34	Leela Palace, Udaipur	インド	96.73	9	Peninsula HK	香港	94.59
36	Four Seasons, Koh Samui	タイ	96.71	10	Opposite House, Beijing	中国	94.52
43	Rambagh Palace, Jaipur	インド	96.41				
68	Oberoi Rajvillas, Jaipur	インド	95.84	「Top 10 Best Resort Hotels in Asia」			
69	Oberoi Amarvilas, Agra	インド	95.84	ランク	ホテル名	国	スコア
84	Oberoi Udaivilas, Udaipur	インド	95.61	1	Nihi Sumba Island	インドネシア	99.12
89	Shinta Mani, Siem Reap	カンボジア	95.48	2	137 Pillars House, Chiang Mai	タイ	97.71
92	セントレジスホテル大阪	日本	95.45	3	Oberoi Vayavilas, Ranthambhore	インド	97.50
99	InterContinental Danang	ベトナム	95.20	4	Four Seasons, Nam Hai	ベトナム	97.11
				5	Four Seasons, Bali	インドネシア	96.88
				6	Four Seasons, Chiang Rai	タイ	96.86
				7	Leela Palace, Udaipur	インド	96.73
				8	Four Seasons, Koh Samui	タイ	96.71
				9	Rambagh Palace, Jaipur	インド	96.41
				10	Four Seasons, Maldives	モルジブ	96.00

(出典 : Travel+Leisure、「The Top 100 Hotels in the World」・「The 10 Best City Hotels in Asia」・「The 10 Best Resort Hotels in Asia」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

また、テーマとして富裕層をあげておりラグジュアリーホテルに特化した予約サイト Five

Star Alliance のウェブ情報も観ておく。

表 21. 所在地別ラグジュアリーホテル数

	ホテル数		ホテル数
日本	47	中国	165
東京	27	上海	44
大阪	8	北京	38
京都	7	深圳	10
横浜	2	広州	9
札幌	1	杭州	8
広島	1	三亚	8
北九州	1	蘇州	7
		その他	41
		Hong Kong	35
		Macau	12

	ホテル数		ホテル数
タイ	137	インド	104
バンコク	42	デリー	25
プーケット	38	ムンバイ	13
サムイ	17	ムンバイ	13
ホアヒン	11	ジャイプール	10
チェンマイ	10	チェンナイ	6
パタヤ	7	コルカタ	5
その他	12	ウダイプール	5
ベトナム	30	その他	27
カンボジア	17		

(出典 : Five Star Alliance、「Locations of Luxury Hotels」より表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

これらの情報から観察される内容は ;

- ◆ タイ、インドは、観光業(ホテル業を含め)を1つの重要な経済発展の柱として、早い時期から、(外資出資比率等制限付きであっても)外資導入を図ってきた経緯もあり、一定、高い評価を得ている。中国も日本と比較すると早い時期からである。
一方で、Oberoi (インド)、137 Pillars House (タイ)、Temple House (香港 Swire Hotel Group) といったローカルホテル事業者も成長し高い評価を得ている。
なお、区分としては、やはり中国はシティーホテルに、タイはリゾートホテルに事業が注力されているように見受けられる。
- ◆ 日本は、満足度の高いホテルは多くなく、また、高級ホテルの数も多くないと評価されている。トップ 100 にランクインしているのは 1 つ(マリオット・インターナショナル・グループのセントレジスホテル大阪)のみ、Five Star Alliance の加盟ホテル数 47 である。参考までに国土の圧倒的に狭い香港で 35、経済発展途上のベトナムで 30 である。
日本の業界の特殊性はあり、独立系旅館等高級宿泊施設は多々あろうが、今後の日本の人口減少等を考えると、やはり、世界への高級感を含めた PR、評価獲得がより必要なのではないだろうか。また、富裕層という観点から、星野リゾートの動きなどが注目でき期待したいところと考える。

(5) 個別要素比較 — 航空輸送

宿泊施設の次の要素として、航空輸送を比較する。なお外国社名類は英文表記としておく。

まずは、日本、研究対象 3 ヶ国の航空会社の提携関係から。

表 22. アライアンス加盟航空会社

日本	全日空	日本航空	
	スターアライアンス	ワンワールド	スカイチーム
中国	Air China	(Cathay)	China Eastern China Southern
タイ	Thai Airways		
インド	Air India		
イギリス		British Airways	
フランス			AirFrance
ドイツ	Lufthansa		Air Europe
イタリア			Alitalia
スペイン		Iberia	
ロシア		S7 Airlines	Aeroflot
アメリカ	United Airlines	American Airlines	Delta
カナダ	Air Canada		
オーストラリア		Qantas	

(出典 : スターアライアンス、ワンワールド、スカイチームのウェブより筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

満足度評価として Travel+Leisure、また、国際空輸機構 Skytrax (イギリス本部) のランキングを観ておく。

表 23. Travel+Leisure 「Top Airlines」・「Top Airports」

「The Top 10 International Airlines」			「The Top 10 International Airports」		
ランク		スコア	ランク		スコア
1	Singapore Airlines	90.56	1	Singapore Changi (SIN)	90.64
2	Emirates	90.24	2	Hamad International, Doha, Qatar (DOH)	86.05
3	Qatar Airways	87.22	3	Dubai International (DXB)	85.30
4	Cathay Pacific Airways	86.11	4	Incheon International, South Korea (ICN)	84.46
5	日本航空	85.58	5	Hong Kong International (HKG)	83.81
6	Virgin Atlantic	85.42	6	Zurich, Switzerland (ZRH)	80.85
7	Air New Zealand	85.34	7	羽田空港	80.33
8	Korean Air	85.08	8	Ben Gurion International, Tel Aviv (TLV)	79.40
9	全日空	84.54	9	Abu Dhabi International (AUH)	79.12
10	Eva Air	84.32	10	Amsterdam Airport Schiphol (AMS)	78.98

(出典 : Travel+Leisure、「The Top 10 International Airlines」・「The Top 10 International Airports」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

表 24. Skytrax 「Top Airlines」・「Best Low-Cost Airlines」

「Top 100 Airlines in 2017」		「World's Best Low-Cost Airlines」						
ランク		ランク		機材	航続 km	座席数	備考 (ルート等参考情報)	
1	Qatar Airways	1	AirAsia	マレーシア	Airbus A320	6,100 程度	180 程度	
2	Singapore Airlines	2	Norwegian	ノルウェー	Boeing 787 あり	10,000 以上	250 以上	シンガポール直行あり
3	全日空	3	JetBlue Airways	アメリカ	A320	6,100 程度	180 程度	
4	Emirates	4	easyJet	アメリカ	A320	6,100 程度	180 程度	
5	Cathay Pacific	5	Virgin America	アメリカ	A320	6,100 程度	180 程度	
6	EVA Air	6	Jetstar Airways	オーストラリア	Boeing 787 あり	10,000 以上	250 以上	アジア直行多数
7	Lufthansa	7	AirAsiaX	マレーシア	A330	10,000 以上	330 以上	オーストラリア直行あり
8	Etihad Airways	8	Azul Linhas Aereas Brasileiras	ブラジル	A330あり	10,000 以上	330 以上	
9	Hainan Airlines	9	Southwest Airlines	アメリカ	Boeing 737	6,100 程度	150 前後	
10	Garuda Indonesia	10	Indigo	インド	A320	6,100 程度	180 程度	
11	Thai Airways	11	WestJet	カナダ	Boeing 767 あり	10,000 以上	250 以上	
12	Turkish Airlines	12	Scoot (Scoot Tigerair)	シンガポール	Boeing 787 あり	10,000 以上	250 以上	ドイツ直行あり
13	Virgin Australia	13	Jetstar Asia	シンガポール	A320	6,100 程度	180 程度	オーストラリア直行あり
14	Swiss Int'l Air Lines	14	Eurowings	ドイツ	A330あり	10,000 以上	330 以上	(LUFTHANSA LCC)
15	Qantas Airways	15	Ryanair	アイルランド	Boeing 737	6,100 程度	150 前後	
16	日本航空	16	Vueling Airlines	スペイン	A320	6,100 程度	180 程度	(BA/Iberia LCC)
17	Austrian	17	Tigerair (Scoot Tigerair)	シンガポール	A320	6,100 程度	180 程度	
18	Air France	18	ピーチ	日本	A320	6,100 程度	180 程度	(全日空 LCC)
19	Air New Zealand	19	Air Canada route	カナダ	Boeing 767 あり	Over 10,000	250 以上	開空直行あり(Air Canada LCC)
20	Asiana Airlines	20	SpiceJet	インド	Boeing 737	6,100 程度	150 前後	

(出典 : Skytrax、「Top 100 Airlines in 2017」・「World's Best Low-Cost Airlines」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

航空輸送の比較で観察されることは ;

- ◆ 日本と研究対象 3 ヶ国との比較で、フルサービスキャリア(以降は FSC)は日本企業が
高く評価され、ローコストキャリア(以降は LCC)でも一定評価されている。
- ◆ 但し、中国、韓国との東アジア・ハブ空港の位置付け争いは政府も関連する重要課題で

ある。例えば、欧州から日本への直行便が中国、韓国経由となるリスクもあり、直行便の有無は、旅行客にとっては、いわば衛生要因の1つであり、不満足、日本観光回避に繋がりがねない。

- ◆ また、これと絡んで、自国のナショナルフラッグ FSC のマイレージ積算となるかも同様に衛生要因の1つであり、日本 FSC は、Air France、Alitalia、Aeroflot との提携も視野に入れてよいのではないか。American が China Southern と出資提携したように。

(6) 個別要素比較 — リゾートアイランド 及び スパ

今後のさらなる成長が期待されるニューツーリズムにつき比較したかったが、残念ながら、なかなか適切な情報が見当たらず、関連しそうなウェブの Travel+Leisure のスパとリゾートアイランドのランキング、及びアメリカ NPO でメディカルツーリズム評価指標の確立に取り組む調査機関である International Healthcare Research Centre の国家ランキングのみだが、観ておく。なお外国スパ類は英文表記としておく。

表 25. Travel+Leisure 「Top Spas」・「Top Islands」

「The Top 10 International Destination Spas」

ランク		スコア
1	Schloss Elmau	ドイツ 97.69
2	Rancho La Puerta, Tecate	メキシコ 95.64
3	Mountain Trek, British Columbia	カナダ 95.36
4	BodyHoliday, St. Lucia	アメリカ 93.98
5	Fonteverde, San Casciano dei Bagni	イタリア 93.88
6	Ananda in the Himalayas, Uttarakhand	インド 93.73
7	Chiva-Som, Hua Hin	タイ 93.33
8	Les Pres d'Eugenie-Michel Guerard, Engenie-les-Bains	フランス 92.57
9	Les Sources de Caudalie, Bordeaux-Martillac	フランス 92.42
10	Kamalaya, Koh Samui	タイ 91.20

「The Top 10 Islands in Asia」

ランク		スコア
1	パラワン	フィリピン 93.15
2	ボラカイ島	フィリピン 89.67
3	バリ島	インドネシア 87.61
4	バングラオ島	フィリピン 87.37
5	モルジブ	モルジブ 86.69
6	セブ島	フィリピン 86.48
7	ブーケット島	タイ 84.13
8	ルソン島	フィリピン 83.07
9	スリランカ	スリランカ 82.57
10	サムイ島	タイ 82.43

(出典 : Travel+Leisure、「The Top 10 International Destination Spas」・「The Top 10 Islands in Asia」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

表 26. メディカルツーリズム 国家ランキング

ランク		総合	国家環境 (経済・安全等)	メディカルツーリ ズム産業	施設とサービス
1	カナダ	76.62	78.69	74.14	77.01
2	イギリス	74.87	77.30	70.38	76.94
3	イスラエル	73.91	67.56	72.58	81.60
4	シンガポール	73.56	73.26	70.79	76.63
5	インド	72.10	63.26	75.94	77.10

(出典 : International Healthcare Research Centre、「Medical Tourism Index – Destination Ranking」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

これらの情報から観察されることは ;

- ◆ いずれにも日本、中国がランクインできていない。
一方タイはスパ、リゾートアイランドともにランクインしている。(なおホアヒンはパタヤ対岸のスパ・ヘルスケアリゾート) また、インドはスパで(タイとは違い山岳の)ヒマラヤでランクインし、メディカルツーリズムの国家ランキングでも世界 5 位に入っている。
この辺りの観光資源開発で習える内容はないだろうか。

(7) 個別要素比較 ― ツアーオペレーター

個別要素比較のラストに、ツアーオペレーターの比較を、ウェブの Travel+Leisure ランキングで観てみる。

表 27. Travel+Leisure 「Top Tour Operators」

ランク			スコア	備考（目的地等）
1	TCS World Travel	イギリス	97.94	(ラグジュアリー個人旅行、プライベートジェット等)
2	Duvin Cycling & Adventure Co.	アメリカ	97.52	(バイクでの世界体験)(アジア外中心)
3	Heritage Tours	アメリカ	97.05	(遺産旅行)(アジア外中心)
4	Gray & Co.	カナダ	96.86	(ハイエンドなアクティブ旅行を注目を浴びる世界の隅々まで)
5	Mountain Lodges of Peru	ペルー	96.72	(マチュピチュ冒険旅行)(マチュピチュ限定)
6	Classic Journeys	アメリカ	96.20	(世界スケールのラグジュアリーな冒険・ウォーキングツアー等) インドも大きく取扱
7	Asia Transpacific Journeys	アメリカ	96.13	(アジア最高の地へラグジュアリーカスタム旅行) 日本含むアジアFIT中心
8	VBT Bicycling & Walking Vacations	アメリカ	95.93	(バイクツアー・ウォーキングツアーのリーダー) アジアはベトナム中心
9	Journeys Within	アメリカ	95.90	(忘れられないカスタム個人旅行) アジアはタイ・ラオス・ベトナム・カンボジア・ミャンマー中心
10	Backroads	アメリカ	95.72	(バイク・ウォーキング・ハイキングツアー、家族でのバケーション) アジアは日本・アセアン及びインド等南アジア中心

(出典 : Travel+Leisure、「The Top 10 Tour Operators」より筆者が表作成、2018 年 1 月 4 日アクセス)

この情報から観察されることは ;

- ◆ こういった評価(満足度)の高いツアーオペレーターと積極的に協業すべきところ。
アジア地域観光商品も取り扱っているツアーオペレーターが半数はある。
- ◆ やはりラグジュアリーという謳い文句が目につき、また、バイクツアー、ウォーキング等ニューツーリズムを扱い特徴を出しているところが多いと感じられる。

次には、中国、タイ、インドの順で国別に研究する。

5. 研究対象着地国個別考察：中国

(1) データから

まず参考までに、中国の全世界からの外国人訪問者数推移を、香港・マカオ・台湾と、それら以外の内訳も含めて、日本と比較すると次の通り。

表 28. 中国への訪問者数の推移

日本	6,219	8,358	10,364	13,413	19,737	24,040	317%	190%	147%	100%	100%	100%
訪問者数 (千人)												
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14	'11	'14	'15
中国	135,423	132,405	129,078	128,498	133,820		99%	104%	104%	2178%	958%	678%
小計	108,311	105,214	102,787	102,138	107,835							
香港から	79,358	78,713	76,885	76,132	79,448							
マカオから	23,891	21,161	20,740	20,640	22,888							
台湾から	5,263	5,340	5,163	5,366	5,499							
その他計	27,112	27,192	26,290	26,361	25,986		96%	99%	99%	436%	197%	132%

(出典：UNWTO、2017、「Country Data 2017 - China」より筆者が表作成)

さらに、数多い華僑の帰省の影響をみるために、中国国家観光局(以降はCNTA)により2013年分のみが公開されているデータを見ると、中国系移民の影響は大きくないと推察できる。(念のため親族知人訪問の全数が中国系移民ということではない)なお、中国の場合には商用の率が高く27%である。同年の日本は14%で、以降11%、8%、7%と下がっている。

表 29. 中国への目的別訪問者数(香港・マカオ・台湾除く)

全世界	千人	26,290	199	3,195	22,896	6,194	16,702
	%	100%	1%	12%	87%	24%	64%
合計							
親族知人訪問							
クルー及びワーカー							
その他計							
商用							
観光							
対象発地国	千人	7,870	73	59	7,200	2,109	5,091
	%	100%	1%	0%	91%	27%	65%
イギリス	千人	625	4	40	581	199	382
	%	100%	1%	6%	93%	32%	61%
フランス	千人	534	3	36	495	125	370
	%	100%	1%	7%	93%	23%	69%
ドイツ	千人	649	5	39	606	273	332
	%	100%	1%	6%	93%	42%	51%
イタリア	千人	251	1	15	235	90	145
	%	100%	0%	6%	94%	36%	58%
スペイン	千人	132	1	7	124	39	85
	%	100%	0%	6%	94%	30%	64%
ロシア	千人	2,180	1	265	1,916	650	1,266
	%	100%	0%	12%	88%	30%	58%
アメリカ	千人	2,085	21	125	1,939	509	1,431
	%	100%	1%	6%	93%	24%	69%
カナダ	千人	684	23	31	630	90	540
	%	100%	3%	4%	92%	13%	79%
オーストラリア	千人	723	21	29	674	129	545
	%	100%	3%	4%	93%	18%	75%

(出典：CNTA「Foreign Visitor Arrivals by Purpose, Jan-Dec 2013」より筆者が表作成)

表 30. 中国への対象発地国からの訪問者数

日本	訪問者数 (人)						伸び率 %		
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14
対象発地国 計	1,234,715	1,608,686	1,817,272	2,121,223	2,510,768	2,954,839	203%	138%	118%
対象欧州 計	404,951	550,218	620,657	744,034	870,045	993,839	215%	140%	117%
イギリス	140,099	173,994	171,798	220,060	258,488	292,000	185%	150%	117%
フランス	95,438	130,142	154,892	178,570	214,228	253,000	224%	138%	120%
ドイツ	80,772	108,898	121,776	140,254	162,580	183,000	201%	134%	116%
イタリア	34,035	51,801	67,228	80,531	103,198	119,000	303%	154%	128%
スペイン	20,814	35,207	44,461	60,542	77,186	92,000	371%	174%	127%
ロシア	33,793	50,176	60,502	64,077	54,365	54,839	161%	90%	85%
対象米州 計	667,186	852,064	952,046	1,074,533	1,264,648	1,516,000	190%	133%	118%
アメリカ	565,887	716,709	799,280	891,668	1,033,258	1,243,000	183%	129%	116%
カナダ	101,299	135,355	152,766	182,865	231,390	273,000	228%	151%	127%
オーストラリア	162,578	206,404	244,569	302,656	376,075	445,000	231%	154%	124%
中国	訪問者数 (人)						伸び率 %		
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14
対象発地国 計	8,227,391	8,217,523	7,870,169	7,656,600	7,057,500		86%	90%	92%
対象欧州 計	4,637,082	4,616,842	4,377,612	4,224,200	3,654,600		79%	83%	87%
イギリス	595,697	617,351	624,955	604,700	579,600		97%	93%	96%
フランス	493,132	524,837	533,538	517,000	466,900		98%	91%	94%
ドイツ	637,015	659,627	649,296	662,600	623,400		98%	96%	94%
イタリア	235,041	251,851	251,162	253,100	246,100		105%	98%	97%
スペイン	139,876	136,815	132,378	141,000	136,300		97%	103%	97%
ロシア	2,536,321	2,426,161	2,186,281	2,045,800	1,582,300		62%	72%	77%
対象米州 計	2,864,125	2,826,353	2,769,469	2,760,300	2,765,600		97%	100%	100%
アメリカ	2,116,144	2,118,059	2,085,253	2,093,200	2,085,800		99%	100%	100%
カナダ	747,981	708,294	684,216	667,100	679,800		91%	99%	102%
オーストラリア	726,184	774,328	723,088	672,100	637,300		88%	88%	95%

日本の訪問者数以上

日本の伸び率以下

(出典：JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が集計し表作成)

対象発地先進国からの訪問者数データを、まとめ直してみると、やはり、押し並べて中国への訪問者数が多いが、特に商用目的の多いロシア、ドイツで差が際立っている。一方で伸び率では、日本が上回っており、差が大きく縮小してきている。

(2) 政府・官公庁等の取組

外貨獲得に向けた 1978 年の外国人訪問者受入拡大方針に始まり、対外開放地域指定の緩和、ビザ制度の緩和、さらには Holiday Inn や Sheraton が既に 1983 年に進出したのが好例の外資導入策を含めたインフラ整備施策を徐々に進め、観光大国になってきているのが中国である。観光政策は国務院と直下の CNTA が管轄している。

中国は本レポート「4. 研究対象 3 ヶ国データ概観 (1) 一般的な観光指標」にある通りの認識で観光業の GDP は高くない (1%) と想定していたが、CNTA によれば、2015 年で、経済波及効果は GDP 比 10.8%、また、労働人口の 10.2% が観光業関係で就労しており、一大産業となっている。今後は、国内経済地域間格差解消策としても、観光業が注目される。(CNTA ウェブ、「China Tourism Statistical Bulletin 2015」、2018 年 1 月 5 日アクセス)

最新の総合的な観光政策は国務院により 2013 年 2 月に発表された内容で 6 つの主要取組が述べられ、その 1 つ、観光商品造成では、伝統的文化資源開発の一方で、メディカル、温泉とスキー、クルーズ等のニューツーリズム開発が挙げられている、また、観光業者のモラル改善も謳われている。(UNWTO、2013、「China's new tourism policy 2013-20」より)

2017 年の動きとしては、CNTA が 2017 年の 10 大ニュースをリリースしており、トイレ環境改善指令や中国主導での WTA 設立等が挙げられている。(CNTA ウェブ、「Top 10 China Tourism News of 2017 (2018.01.02.)」、2018 年 1 月 5 日アクセス)

本レポートの主旨に照らし政府取組は中国の場合；

- ◆ 世界旅行ツーリズム協議会 (以降は WTTC) との関係で新アライアンス・WTA 立ち上げについて、国際的には評価が分かると推察するが、中国観光業にとってはプラス面が多いと推察できる。
- ◆ JNTO との比較で、海外オフィス設置につき、大きな差異、特徴は見当たらない。

表 31. 中国と日本との海外オフィス比較

日本	20	イギリス	アメリカ (2)	中国 (3)	オーストラリア
		フランス	カナダ	韓国	
		ドイツ		ベトナム	
		イタリア		タイ	
		スペイン		マレーシア	
		ロシア		シンガポール	
				インドネシア	
	海外 総数	欧州	米州	アジア	その他
中国	19	イギリス	アメリカ (2)	日本	オーストラリア
		フランス	カナダ	(香港)	
		ドイツ		(台湾)	
		イタリア		韓国	
		スペイン		シンガポール	
		スイス		インド	
		ロシア		ネパール	

- ◆ CNTA のウェブ観光ガイドでも、特に目新しい機能・内容は感じられなかった。

(3) 旅行会社について

CNTA ランキング (CNTA ウェブ、「Top 100 Travel Companies」、2018 年 1 月 5 日アクセス) で 1 位になっている旅行会社・上海春秋国際旅行(集団)有限公司のウェブをあたってみたが、まず言語選択機能が見当たらない、また、特に新しい機能・内容は感じられない。また、海外拠点はアメリカと香港・韓国・日本・タイだけであり、特に欧州や豪州への注力も感じられない。

現地旅行会社に関して、人民日報に、携程旅游网・副総裁の言葉として、「中国全国には 2 万社あまりの旅行会社があるが、これら 2 万社の 2016 年営業総収入は、米アメリカン・エクスプレス社の 40%、日本 JTB の 50%にとどまっている」(人民日報海外版日本月刊ウェブ、「出国・入国ダブル成長 する中国観光業」、2018 年 1 月 5 日アクセス)という記事があるが、これが適切に現地業界を表しているように感じられる。

(4) 文献等の内容から

中国観光に関し、過去に研究された論文等があるので、それぞれのキーになりそうな内容を要約する。

◆ 鈴木(2008)によれば ;

- ◇ 中国における観光拡大の要因として、国際水準ホテル等のインフラ整備、世界遺産登録への整備等々のハード面の改良のほか、ソフト面の改良が大きく寄与したとしており、このソフト面の 4 大要素として、渡航規制緩和策と並び、毎年 CNTA から打ち出される年度観光テーマなどでの活発な観光プロモーション、民間外交官として観光ガイドの国家による育成があげられている。
- ◇ 産業分野別に、ホテル産業は、他の観光産業に先んじて外資に開放され、中国内に多くの外資、合併ホテルが建設されてきた。航空産業は、国際航空輸送を 3 社体制に再編し、ますます外国企業とのアライアンスや提携を進めて競争力をつけてきている。旅行代理店は最も対外開放の遅れた業界の 1 つで、大多数は小企業で、外資大手とは実力において雲泥の差がある。

◆ 通訳ガイドに関して米原(2008)は ;

- ◇ 外国人受け入れに不可欠な外国語ガイド育成が徹底に行われたとしている。
- ◇ ガイドの果たす役割は大きく、ホテル等予約手配全般を手掛けるケースも多く、政府認可の旅行会社に名義料と売り上げの一部を収める、請負スタイルの個人経営の旅行社となるケースも多くある。
- ◇ なお、問題となっている、ガイドが副収入のため執拗にお土産を勧める点の解決については、中国側だけでなく、送客側の旅行会社のガイド経費にも問題があり、両方で解決が必要としている。

◆ なお、今後への懸念として、張(2011)は ;

- ◇ 中国では、マスツーリズムも多様な観光形態も、ともに経済発展をめざす手段として

位置づけられている。

- ◇ 経済発展だけを重視すると、観光開発による自然破壊、農業離れによる生産力低下や農村の魅力の低下などの問題が、深刻化する恐れがあるとしている。

(5) トリップアドバイザーの評価レビューからの印象

本レポート「4. (3) 都市比較 ― 旅行誌読者等評価と外国人宿泊者数実績」にある外国人宿泊者数にランクインした都市に対する、レビュー件数を、筆者が表にまとめた。

表 32. 中国と日本とのトリップアドバイザー評価レビュー数比較

		(単位 : 千人, 件)				
日本		21,029	413,870	2,438	510,785	748,198
	1 東京	9,714	236,821	968	272,390	543,145
	2 京都	3,030	87,967	1,238	150,578	89,743
	4 大阪	6,133	84,884	232	84,242	105,795
	35 千葉	2,153	4,198	0	3,575	9,515
トリップアドバイザー 当該国内推奨ランク		外国人 宿泊者数	ホテル	バケーション レンタル	観光	レストラン
中国		39,204	575,758	176	333,203	193,619
	1 北京	4,157	213,182	114	172,426	65,005
	2 上海	7,201	199,673	43	114,315	94,531
	10 広州	9,076	76,182	0	21,789	18,595
	11 深圳	12,962	64,336	1	13,293	12,235
	41 桂林	2,532	13,644	14	8,627	1,840
	43 珠海	3,277	8,741	4	2,753	1,413

(出典 : Euromonitor International、2017、「Top 100 City Destinations Ranking」、及び件数はトリップアドバイザーのウェブより、2018 年 1 月 5 日アクセス)

中国は、ホテルに対して旅行者に強い好(悪)印象を与えており、レビュー件数が多くなっている。

- ◆ インターコンチネンタル、マンダリンオリエンタル等々、ラグジュアリーホテルに対し、従業員への称賛を含むレビューが多く見られた。
- ◆ 桂林クルーズ・ウオーキングツアーで体調不良になった際の、ローカルならではの親身な迅速な対応に対する深い感謝など、通訳ガイドを称賛し再訪したいとのコメントが見られた。

(TripAdvisor ウェブ、件数・コメントとも 2018 年 1 月 5 日にアクセス)

(6) 研究資料からの中国観光業の理解

日本は、中国と外国人訪問者数に差があるが、中身をみると実質的には UNWTO の統計データほどではない。(本レポート「5. 研究対象着地国個別考察 : 中国 (1) データから」より)

なんといっても、広大な国土、悠久の歴史からの、豊富で多様な自然資源、豊富で多様な(民族の多様性も含む)文化資源を背景に、外貨獲得手段として観光産業の成長に力を入れてきている。1978 年の外国人訪問客受入拡大方針に始まり、対外開放地域指定の緩和、ビザ制度の緩和、これと並行して、ホテルに代表される外資の積極的導入、航空産業に代表される中国企業の国際化により、観光基盤の整備を推し進め、また、マーケティングが、

国家機関・CNTA と国有・中国国際旅行社(等)を中心に推進され、年次観光テーマを設定してのマーケティングもあり、外国人訪問者増が実現している。(現在は旅行業も民営化・民間開放されて非常に多くの旅行会社が存在するが民間産業としての成長が遅れている業界である) この過程で、政府が育成に注力した通訳ガイドも成長の一大要因と考えられる。(本レポート「5 研究対象着地国個別考察 : 中国 (1) ~ (4)」より)

現状の世界からの評価として、WEF のトラベル・ツーリズム国際競争力評価では、中国の評価は然程高くない。経済の発展段階からの「価格競争力」と、保有資源(及び世界遺産認定取得の政府取組もあり)である「自然資源・文化資源」、年次観光テーマ設定等の取組によると考えられる「国家ブランドの検察ヒット度合」の評価が高い一方で、「観光サービスインフラ」や、衛生要因と考えられる「安全・安心」、「健康・衛生」などの評価が高くない。また、都市の満足度評価にもランクインしておらず、Travel+Leisure のリゾートに関わるリゾートアイランドやスパ満足度評価、さらには、メディカルツーリズムでもランクインしておらず、Travel+Leisure のホテル満足度評価ではシティホテルでランクインしているのみ。(本レポート「4. 研究対象 3 ヶ国データ概観」及び「5. 研究対象着地国個別考察 : 中国(1) ~ (4)」より)

今後、トイレ環境改善等の衛生要因改善、国内経済格差解消に向けたニューツーリズムを含む地方観光商品造成に継続注力され、自然破壊や民族文化破壊などのリスクを抱えつつ、さらに大きな市場となるとみられる。(本レポート「5. 研究対象着地国個別考察 : 中国 (1) ~ (4)」より)

(7) 観光関連事業者として学ぶべき先進国富裕層 FIT 市場における重要課題

中国観光の研究から、特に筆者が感じる重要課題は次の内容である。

◆ プロフェッショナル通訳ガイド事業の拡大

中国では通訳ガイドが、観光業成長の一大要因となっている。中国では国家が育成をリードした。経済システムの異なる日本では、絶対数不足等が要因で通訳案内士が業務独占ではなく名称独占になったことでもあり、やはり民間主導という形での事業拡大となるが。

◆ ラグジュアリーホテルの世界的高評価の獲得

中国との比較で、ラグジュアリーホテルの数はさておき、顧客満足度の高評価を得られていないのが現実である。

一方で、日本のレストランは、外国人に強い印象を与え、トリップアドバイザーのレビュー数がひじょうに多いという事実がある。

◆ 航空 FSC の既存アライアンスを乗り越えた個別提携による日本線のポジション維持

スカイチームの China Southern が、ワンワールドの American と業務提携といった動きは脅威である。日本の FSC も日本への外国人観光者をターゲットに、よりダイナミックな個別提携を行うべきと考える。例えばロシアを含む欧州をターゲットとして。

上述の観光事業者課題解決に向けた環境整備という官の取組は当然として。

演習の主旨でないので詳細比較しないが僭越ながら官の取組として考えうる提言は ；

- ◆ WTA の動きを注視し迅速な対応を。JNTO 等機関の WTA への積極的な参画も選択肢では。
- ◆ 中国のような年次テーマ設定によるマーケティングも一手と考える。特に、日本では DMO (Destination Marketing/Management Organization) の草創期でもあるので。

6. 研究対象着地国個別考察：タイ

(1) データから

対象発地国からの訪問者数を、日本と比較すると次の通り。

表 33. タイへの対象発地国からの訪問者数

日本		訪問者数（人）						伸び率 %					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14			
対象発地国 計		1,234,715	1,608,686	1,817,272	2,121,223	2,510,768	2,954,839	203%	138%	118%			
対象欧州 計		404,951	550,218	620,657	744,034	870,045	993,839	215%	140%	117%			
イギリス		140,099	173,994	171,798	220,060	258,488	292,000	185%	150%	117%			
フランス		95,438	130,142	154,892	178,570	214,228	253,000	224%	138%	120%			
ドイツ		80,772	108,898	121,776	140,254	162,580	183,000	201%	134%	116%			
イタリア		34,035	51,801	67,228	80,531	103,198	119,000	303%	154%	128%	訪問者数以上		
スペイン		20,814	35,207	44,461	60,542	77,186	92,000	371%	174%	127%			
ロシア		33,793	50,176	60,502	64,077	54,365	54,839	161%	90%	85%			
対象米州 計		667,186	852,064	952,046	1,074,533	1,264,648	1,516,000	190%	133%	118%	日本の伸び率以下		
アメリカ		565,887	716,709	799,280	891,668	1,033,258	1,243,000	183%	129%	116%			
カナダ		101,299	135,355	152,766	182,865	231,390	273,000	228%	151%	127%			
オーストラリア		162,578	206,404	244,569	302,656	376,075	445,000	231%	154%	124%			
タイ		訪問者数（人）						伸び率 %			日本比 %		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14	'11	'14	'15
対象発地国 計		4,835,704	5,463,852	6,122,729	5,868,671	5,400,297		112%	88%	92%	392%	277%	215%
対象欧州 計		3,184,277	3,614,798	4,218,447	4,101,231	3,547,037		111%	84%	86%	786%	551%	408%
イギリス		771,466	800,072	847,678	871,226	896,591		116%	106%	103%	551%	396%	347%
フランス		484,602	538,327	580,062	607,087	648,382		134%	112%	107%	508%	340%	303%
ドイツ		603,797	663,611	723,711	698,129	746,135		124%	103%	107%	748%	498%	459%
イタリア		174,902	187,552	197,232	211,833	231,429		132%	117%	109%	514%	263%	224%
スペイン		97,149	113,878	123,985	116,414	147,380		152%	119%	127%	467%	192%	191%
ロシア		1,052,361	1,311,358	1,745,779	1,596,542	877,120		83%	50%	55%	3114%	2492%	1613%
対象米州 計		815,708	919,092	997,878	929,943	1,037,207		127%	104%	112%	122%	87%	82%
アメリカ		644,727	726,490	788,819	734,514	827,110		128%	105%	113%	114%	82%	80%
カナダ		170,981	192,602	209,059	195,429	210,097		123%	100%	108%	169%	107%	91%
オーストラリア		835,719	929,962	906,404	837,497	816,053		98%	90%	97%	514%	277%	217%

日本の訪問者数以上
日本の伸び率以下

(出典：JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が集計し表作成)

参考までに、タイへの全世界からの外国人訪問者数推移を、日本と比較すると次の通りで、全世界では、対象発地国計と比較し、日本比(%)が大きくない。

表 34. タイへの全世界からの訪問者数

日本	6,219	8,358	10,364	13,413	19,737	24,040	317%	190%	147%	100%	100%	100%
訪問者数 (千人)							伸び率 %			日本比 %		
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14	'11	'14	'15
タイ	19,230	22,354	26,547	24,810	29,923		156%	113%	121%	309%	185%	152%

(出典：UNWTO、2017、「Country Data 2017 - Thailand」より筆者が表作成)

(2) 政府・官公庁等の取組

タイの場合も政府機関の牽引力がひじょうに強いのが明らかである。観光政策策定・観光地開発を管轄するのが観光スポーツ省(以降は MOTS)、観光促進を目的としたマーケティングを管轄しウェブ「amazing Thailand」を運営しているのが観光庁(以降は TAT)である。タイの観光長期ビジョンには、着地観光品質、調和のとれた開発、持続可能な開発とともに、タイらしさ(以降はタイネス)訴求、包括的な社会発展・包括的な富の分配の5つが謳われており、さらに2021年までの第2次国家観光開発戦略では、長期ビジョンを展開したものとして、タイネスと環境持続可能性の原理に基づく環境産業開発、国全体への観光収入の配分等を挙げている。(MOTS、2017、「The Second National Tourism development Plan」より) TATはシナリオをもってキャンペーンを展開しており、「ディスカバー・タイネス」、「ユニークなローカル・エクスペリエンス」、2018年はさらに進め「ゴー・ローカル」である。周辺国ベトナム

ム等々の観光地としての成長に対しタイネスを磨き、経済の一本の柱である観光業のさらなる成長を志向し、さらには、国内で顕在化してきている地域間経済格差解消も狙い、タイネスを全土に拡げていこうとする取り組みと考えられる。

なおタイの場合；

- ◆ 海外オフィスは、JNTO と、また研究対象 3 ヶ国との比較で最多の 28 である。対象発地国ではスペイン、カナダにはなく、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、アメリカ、オーストラリアに設置している。（他の地域での差は、TAT が、JNTO と比較し、中国で 3 ヶ所多い 5 都市、インドで 1 ヶ所多い 2 都市、JNTO が設置していないアラブ首長国連邦に設置している）

表 35. タイと日本との海外オフィス比較

日本	20	イギリス	アメリカ (2)	中国 (3)	オーストラリア
		フランス	カナダ	韓国	
		ドイツ		ベトナム	
		イタリア		タイ	
		スペイン		マレーシア	
		ロシア		シンガポール	
				インドネシア	
				インド	
	海外 総数	欧州	米州	アジア	その他
タイ	28	イギリス	アメリカ (2)	日本 (2)	オーストラリア
		フランス		中国 (5)	アラブ首長国連邦
		ドイツ		香港	
		イタリア		台湾	
		スペイン		韓国	
		ロシア		ベトナム	
		ノルウェー		マレーシア	
		チェコ		シンガポール	
				インドネシア	
				インド (2)	

- ◆ TAT と JNTO のオフィシャルガイド・サイトを比較してみたが、TAT が日本語版サイトで乃木坂 46 等の動画(国内地域紹介)を使用しているといった点以外は、然程大きな差は感じられなかったが、TAT 日本語サイトが、より親しみ易いように感じたのは気のせいだろうか。

(3) 旅行会社について

タイには大手旅行会社は存在しない。JNTO 情報を引用しておく。「タイの旅行会社は小規模、中規模の会社が多く、誰でも知っているような大きな旅行会社は存在しない。」(JNTO、2016、「訪日旅行誘致ハンドブック 2016 アジア 6 市場編」より)

(4) 文献等の内容から

タイの場合も過去に研究された論文等があるので、それぞれのキーになりそうな内容を要約する。

- ◆ Krairerk (2014)によれば；

◇ 1970 年代から、政府の外資主導経済発展政策、多国籍企業による投資などにより、急速に経済発展し、観光産業も成長を遂げてきた。経済発展の初期段階で、観光地域で優先的にインフラ整備を行ったことが、外貨獲得産業としての観光産業を発

展させる基盤を作りあげた。

- ◇ 現在、魅力ある観光商品、世界文化遺産のアユタヤ、像乗り体験などなど多種にわたる魅力ある観光商品が、リピーター増加に寄与している。

◆ 青木(2015)も同様に ；

- ◇ 政府が、1970 年代末という早い段階からインバウンド観光の潜在力に注目し、明確なビジョンを持って観光業振興を国家戦略に織り込み、政府主導で、一貫性のある観光政策を長期間に渡り推進してきている。
- ◇ 現在、東北部などの自然が残る地域でのエコツーリズム、山岳少数民族居住地域でのエスニックツーリズム、バンコクでの比較的割安なメディカルツーリズム、もちろんリゾートツーリズムやスパなどのヘルスケアツーリズムなどなど、タイには時代に即した観光資源が多く存在する。

◆ さらにタイ・マッサージについて掘り下げた研究が行われており ；

- ◇ 小木曾(2013)によれば、欧州人はタイ・マッサージをヨガや太極拳と同じ東洋的セラピーの系譜に位置付けたのに対し、タイ人実践家は世界中に存在するマッサージの一つの変形として位置付け直し、このような過程を経てタイ・マッサージはグローバル文化となった。タイ・マッサージはタイ式スパを西洋式スパから差異化させる要素にもなっており、これに加えて歴史のある観光で培ったホスピタリティのイメージが合わさり、タイ・マッサージとタイ式スパは、世界のスパ産業の中でも活況を呈している。
- ◇ 片山(2015)によれば、タイへの観光客はリピーターが多く、タイらしさを求める観光客が増えている。このような状況で、古式マッサージ士の資格を取得する体験型ヘルスツーリズムが盛んになってきている。また、タイ料理はもちろん、ムエタイなど、オーセンティックなタイを体感できる機会が増加している。

やはり、1970 年代という早い時期から政府主導で観光インフラ整備、観光産業振興に脈々と取り組まれており、数多いリピーターにも対応するタイネスのある体験型ツーリズムが開発されている。

(5) トリップアドバイザーの評価レビューからの印象

タイについても、本レポート「4. (3) 都市比較 ― 旅行誌読者等評価と外国人宿泊者数実績」にある外国人宿泊者数にランクインした都市に対する、レビュー件数を、レポート者が表にまとめた。

表 36. タイと日本とのトリップアドバイザー評価レビュー数比較

(単位 : 千人、件)

日本		21,029	413,870	2,438	510,785	748,198
	1 東京	9,714	236,821	968	272,390	543,145
	2 京都	3,030	87,967	1,238	150,578	89,743
	4 大阪	6,133	84,884	232	84,242	105,795
	35 千葉	2,153	4,198	0	3,575	9,515
トリップアドバイザー 当該国内推奨ランク		外国人 宿泊者数	ホテル	バケーション レンタル	観光	レストラン
タイ		45,608	1,208,497	6,649	851,395	786,848
	1 プーケット	12,080	352,431	4,204	216,102	246,440
	3 バンコク	23,271	614,610	713	436,257	354,850
	4 チェンマイ	2,945	141,852	699	132,967	125,563
	11 パタヤ	7,314	99,604	1,033	66,069	59,995

(出典 : Euromonitor International、2017、「Top 100 City Destinations Ranking」、及び件数はトリップアドバイザーのウェブより、2018 年 1 月 6 日アクセス)

レビュー内容から受けた印象は ;

- ◆ タイ・マッサージのレビューに注目してみた。複数日(3 日程度以上)のコースも設定されており、満足度がひじょうに高かった。経験者が教え適切に疑問に答えてくれる、図も用意されている、さらにはスクールの英語 Facebook へと。タイらしさとともに、さまざまな工夫がなされていると強く感じた。
別途、体験型でタイ料理の複数日でしっかりと学べるコース、ムエタイもキャンプがあり複数日でしっかりと学べるコースもあり、満足度が高かった。
- ◆ もちろん世界自然遺産・カオヤイ森林地帯の 5 日間トレッキング、映画「戦場にかける橋」の舞台となったクウエー川の 3 日間ラフティングなど体験型長期の商品があり、経験者の満足度は高かった。
- ◆ ホテルでは、プーケットで、ラグジュアリーホテルの Trisara 等の評価が高いのはもちろん、Holiday Inn Express では、プール、ジャグジー、ジムがあり初めての体験といったコメントがあり、しっかりとリゾート仕様になっているように感じた。

(TripAdviser ウェブ、件数・コメントとも 2018 年 1 月 6 日にアクセス)

(6) 研究資料からのタイ観光業の理解

タイの観光業は、歴史的に経済の重要な柱として、特に 1979 年の TAT 設置以降、政府主導で育成が図られてきている。経済発展レベル、一人当たり GDP から、あくまでもインバウンド目的で、これに沿って TAT も早期から活動開始し継続しており、この大きな蓄積がある。訪問者数が 1,000 万人を超えたのも 2001 年で、日本(2013 年)よりも 10 年以上早い。また、このための準備として、ホテル等の観光業で外資を導入し、ローカル企業の育成とのバランスを図りつつ、観光業基盤を整備してきている。観光業基盤整備にはリゾートも含み、プーケット等のビーチリゾート等開発も、政府主導で同様に外資を絡め、行われてきている。

これにより、都市満足度ランキングにチェンマイ、バンコクがランクインし、外国人宿泊者数ではバンコク、プーケット、パタヤ、チェンマイがランクインしている。同時に、特に比較的太陽光の日射の少ない欧州のイギリス、フランス、ドイツに人気のあるビーチリゾートに代表

される長期滞在があり、平均滞在日数が長い(平均滞在日数 9.47 日、日本は 5.72 日)。結果として、価格競争力があるにも関わらず、訪問者一人当りの消費額は大きい。なお、TAT 主導であり、ローカルの旅行業者が成長しきれておらず、中小旅行会社が多い。

今後の方向性をみると、‘ほほ笑み’とともに、タイネス、ローカル体験が、国内の経済格差の是正にも繋がるので、MOTS 及び TAT 主導で強力に推進されると推察できる。これに個別の、例えば古式マッサージ教室等の個別観光商品事業が、この動きや対象発地国企業の強いツールに乗り、継続成長していくものと考えられる。

(7) 観光関連事業者として学ぶべき先進国富裕層 FIT 市場における重要課題

タイ観光の研究から、特にレポート者が感じる重要課題は次の内容である。

◆ さらなる海・太陽光のリゾート開発

雪のリゾートはオーストリア、タイで人気がでてきている北海道や長野があるが、イギリス、フランス、ドイツを対象とした海・太陽光のリゾート開発が重要と考える。

日本南部島嶼のプーケット、パタヤとの温度差は摂氏 5 度程度あり、気温からみて冬季のビーチリゾートには無理があるが、夏の欧米のパケーション対応は、気候的に可能である。当然、環境破壊や観光客季節変動への対策は必要だが、これを前提として。

◆ 長期滞在型体験旅行商品のさらなる造成

自然を活かした複数日のトレッキングやラフティングはもちろん、タイ・マッサージは長期でのライセンス取得が可能であり、ムエタイはキャンプに泊まり込んでの体験もある。日本でも、トレッキングや、グルメ体験と合わせたローカル料理教室、武道(ないし忍者体験)等々、さらなる長期滞在型の造成は可能と考える。

◆ (この上で)対象発地国に対する露出手段・機会の改善

ここでは、以前の飲食店メニューと同じ言語の問題が生じるが、タイ・マッサージ教室の Facebook へのアップは(タイ語でなく)英語であった。逆に、身近なところで着付け教室体験の Facebook を見る限り、日本語しかなかった。

なお、タイの‘ほほ笑み’は大きなプラス要素と考える。国の歴史、観光業の歴史的蓄積、さらには、一人当たり GDP 差異からくるタイ人にとっての必要性があり、簡単には日本の‘おもてなし’とは比べることはできず難しい課題だが、日本でも、より高いカスタムサービス実現に向けて‘おもてなし精神’を磨き続けることはひじょうに重要である。

上述の観光事業者課題解決に向けた環境整備という官の取組は当然として。

演習の主旨でないので詳細比較しないが僭越ながら官の取組として考える提言は ；

- ◆ ビーチリゾート開発の特区指定はどうだろうか。統合型リゾート(以降は IR)は議論がなされているが、ビーチリゾートも地域全体開発の街づくりが重要であることから、特区指定の上で大規模開発が必要ではないだろうか。
- ◆ 中国にもあったが、年次テーマ設定によるマーケティングも一手である。特に、日本では DMO の草創期でもあり。

7. 研究対象着地国個別考察：インド

(1) データから

対象発地国からの訪問者数を、日本と比較すると次の通り。

表 37. インドへの対象発地国からの訪問者数

日本	訪問者数（人）						伸び率 %					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14			
対象発地国 計	1,234,715	1,608,686	1,817,272	2,121,223	2,510,768	2,954,839	203%	138%	118%	日本の訪問者数以上		
対象欧州 計	404,951	550,218	620,657	744,034	870,045	993,839	215%	140%	117%			
イギリス	140,099	173,994	171,798	220,060	258,488	292,000	185%	150%	117%			
フランス	95,438	130,142	154,892	178,570	214,228	253,000	224%	138%	120%			
ドイツ	80,772	108,898	121,776	140,254	162,580	183,000	201%	134%	116%			
イタリア	34,035	51,801	67,228	80,531	103,198	119,000	303%	154%	128%			
スペイン	20,814	35,207	44,461	60,542	77,186	92,000	371%	174%	127%			
ロシア	33,793	50,176	60,502	64,077	54,365	54,839	161%	90%	85%			
対象米州 計	667,186	852,064	952,046	1,074,533	1,264,648	1,516,000	190%	133%	118%	日本の伸び率以下		
アメリカ	565,887	716,709	799,280	891,668	1,033,258	1,243,000	183%	129%	116%			
カナダ	101,299	135,355	152,766	182,865	231,390	273,000	228%	151%	127%			
オーストラリア	162,578	206,404	244,569	302,656	376,075	445,000	231%	154%	124%			
インド	訪問者数（人）						伸び率 %			日本比 %		
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14	'11	'14	'15
対象発地国 計	3,018,900	3,125,013	3,284,474	3,379,181	3,431,003	3,753,829	114%	104%	102%	245%	159%	137%
対象欧州 計	1,586,513	1,626,840	1,724,976	1,751,951	1,672,872	1,846,026	105%	97%	95%	392%	235%	192%
イギリス	799,249	788,170	809,444	839,860	867,601	941,883	109%	107%	103%	570%	381%	336%
フランス	231,423	240,674	248,379	246,101	230,854	238,707	100%	93%	94%	242%	138%	108%
ドイツ	240,235	254,783	252,003	239,106	248,314	265,928	103%	99%	104%	297%	170%	153%
イタリア	100,889	98,743	93,951	91,589	88,091	95,417	87%	94%	96%	296%	114%	85%
スペイン	71,405	67,044	62,079	66,463	65,694	76,342	92%	106%	99%	343%	110%	85%
ロシア	144,312	177,526	259,120	269,832	172,418	227,749	119%	67%	64%	427%	421%	317%
対象米州 計	1,239,795	1,295,868	1,340,531	1,387,468	1,494,930	1,614,178	121%	112%	108%	186%	129%	118%
アメリカ	980,688	1,039,947	1,085,309	1,118,983	1,213,624	1,296,939	124%	112%	108%	173%	125%	117%
カナダ	259,107	256,021	255,222	268,485	281,306	317,239	109%	110%	105%	256%	147%	122%
オーストラリア	192,592	202,105	218,967	239,762	263,101	293,625	137%	120%	110%	118%	79%	70%

日本の訪問者数以上
日本の伸び率以下

(出典：JNTO、2016、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年」にある訪問者数データより筆者が集計し表作成)

インドへの全世界からの外国人訪問者数推移を、インド観光省(以降は MOT)のデータにある非居住インド人(以降は NRI)との内訳も含め、日本と比較する。さらに、印僑の内の NRI を除き、またインド系移民(以降は PIO)の帰郷影響を除くために目的別統計を観ておく。

表 38. インドへの全世界からの訪問者数

日本	6,219	8,358	10,364	13,413	19,737	24,040	317%	190%	147%	100%	100%	100%
	訪問者数（千人）					伸び率 %			日本比 %			
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	'15/'11	'15/'13	'15/'14	'11	'14	'15
インド				13,107	13,284	14,570						
外国人	6,310	6,578	6,968		8,030	8,800	127%	115%	105%		57%	41%
NRI				5,427	5,254	5,770						

(出典：UNWTO、2017、「Country Data 2017 - India」より筆者が表作成表作成)

表 39. インドへの目的別訪問者数

世界全体	千人	6,310	6,578	6,968	1,571	1,789	1,805	4,738	4,789	5,163	1,420	1,480	1,456	3,319	3,309	3,707		
	%	100%	100%	100%	25%	27%	26%	75%	73%	74%	23%	23%	21%	53%	50%	53%		
				合計			親族知人訪問			その他			商用			観光等		
		'11	'12	'13	'11	'12	'13	'11	'12	'13	'11	'12	'13	'11	'12	'13		
	千人	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%		
対象発地国計	千人	3,019	3,125	3,284	991	1,090	1,143	2,028	2,045	2,141	731	692	661	1,297	1,353	1,480		
	%	100%	100%	100%	33%	35%	35%	67%	65%	65%	24%	22%	20%	43%	43%	45%		
イギリス	千人	798	788	809	271	288	311	527	500	499	134	154	159	342	345	340		
	%	100%	100%	100%	34%	37%	38%	66%	63%	62%	23%	20%	20%	43%	44%	42%		
フランス	千人	231	241	248	44	45	30	187	196	219	61	65	56	127	131	162		
	%	100%	100%	100%	19%	19%	12%	81%	81%	88%	26%	27%	23%	55%	55%	65%		
ドイツ	千人	240	255	252	31	32	33	209	222	219	104	103	86	105	120	133		
	%	100%	100%	100%	13%	13%	13%	87%	87%	87%	43%	40%	34%	44%	47%	53%		
イタリア	千人	101	99	94	10	8	7	91	90	87	41	40	32	50	50	55		
	%	100%	100%	100%	10%	8%	7%	90%	92%	93%	41%	41%	34%	49%	51%	59%		
スペイン	千人	71	67	62	11	9	5	61	58	57	22	21	15	39	37	42		
	%	100%	100%	100%	15%	14%	7%	85%	87%	93%	31%	31%	25%	54%	55%	68%		
ロシア	千人	144	178	259	12	11	13	132	166	246	25	33	41	107	133	204		
	%	100%	100%	100%	9%	6%	5%	91%	94%	95%	17%	19%	16%	74%	75%	79%		
アメリカ	千人	981	1,040	1,085	420	478	501	561	562	584	212	204	211	349	358	373		
	%	100%	100%	100%	43%	46%	46%	57%	54%	54%	22%	20%	19%	36%	34%	34%		
カナダ	千人	259	256	255	11	12	14	142	133	107	40	34	25	103	99	83		
	%	100%	100%	100%	4%	4%	5%	55%	52%	42%	15%	13%	10%	40%	39%	32%		
オーストラリア	千人	193	202	219	75	84	95	118	118	123	43	38	36	75	80	87		
	%	100%	100%	100%	39%	42%	44%	61%	58%	56%	22%	19%	17%	39%	40%	40%		

(出典 : 2014 年からは目的別統計発表がなされていないため MOT「India Tourism Statistics 2011~2013」より 2013 年までを筆者が表作成)

- ◆ 上表のその他目的の値を、日本の 2013 年データと比較すると、アメリカ、カナダ、オーストラリアからの訪問者数は日本の方が多い。(念のため親族知人訪問の全数がインド系移民ということではないが)
また、インドはその他目的の中で商用の比率が、全体比 20%程度と高い。
- ◆ 歴史的に、16 世紀初頭からの各国東インド会社による植民地化、イギリス統治時代を経て 1947 年にイギリスから独立、1954 年のフランス領返還、1961 年のポルトガル領併合まで、インドと欧州との関係はひじょうに深かった。
この影響は大きく、上表 2013 年時点では、対象発地国からの訪問者数は全てインドの方が多いが、2016 時点ではフランス、イタリア、スペインからの訪問者数で、日本が上回っている。
- ◆ このような状況ではあるが、本レポート冒頭で研究対象着地 3 カ国に選定しており、観光事業者として、インドに学ぶべき、先進国富裕層 FIT 市場における、重要施策を観ておくことにする。

(2) 政府・官公庁等の取組

インドでは、観光政策策定・観光地開発、観光促進を目的としたマーケティングの両方を(当然州政府とともに)MOT が管轄している。ウェブ「Incredible India」を運営しているのも MOT である。

本レポート「4. 研究対象 3 ヶ国データ概観 (3) 都市比較 — 旅行誌読者等評価と外国人宿泊者数実績」で記述した通り、外国人宿泊者数ランキングによれば、2017 年推計値でインドの伸びが高いのは 2014 年からの電子ビザ導入の効果が出てきているからとのことである。電子ビザ取組を進めている中心も MOT であり、対象発地国も全て電子ビザ対象国となっている。

(インドでは観光に関わる包括的国家方針が 2002 年のものしかないため内容を割愛するが)現在、MOT は電子ビザ推進のほか、観光基盤増強、マーケティングに力を入れている。観光基盤増強では、テーマ旅行回廊増強(Swadesh Darshan Scheme)、宗教遺産開発(PRASADA Scheme)、ニューツーリズム商品造成(The Niche Products)に力を入れている。また、マーケティングでは、BBC、CNN 等々各国テレビでの露出成果につき報告されている。(MOT、2017、「Annual Report 2016-2017」より)

なおインドの場合 ;

- ◆ 海外オフィスの比較は次の通り。総数でも研究対象 3 ヶ国で最少の 14 である。欧州ではスペイン、ロシアにない一方でオランダに設置している。MOT は、本レポートの対象発地国ではないがアセアンにはシンガポールしか設置しておらず、一方でアラブ首長国連邦、南アフリカに設置している(JNTO は未設置である)。

表 40. インドと日本との海外オフィス比較

日本	20	イギリス	アメリカ (2)	中国 (3)	オーストラリア
		フランス	カナダ	韓国	
		ドイツ		ベトナム	
		イタリア		タイ	
		スペイン		マレーシア	
		ロシア		シンガポール	
				インドネシア	
				インド	
	海外 総数	欧州	米州	アジア	その他
インド	14	イギリス	アメリカ (2)	日本	オーストラリア
		フランス	カナダ	中国	アラブ首長国連邦
		ドイツ		シンガポール	南アフリカ
		イタリア			
		オランダ			

- ◆ MOT のサイト「Incredible India」を、JNTO のオフィシャルガイド・サイト、及び研究対象発地他国サイトと比較してみたが、特に強い印象は感じられなかった。

(3) 旅行会社について

インドにおける大手には、インド資本の Cox & Kings (イギリス・アメリカ・カナダ・オーストラリア等に拠点あり)、イギリスの Thomas Cook、アメリカの Expedia 等がある。

(4) 文献等の内容から

本レポート「7. インド (1) データから」で述べた状況だからであろうか、適切な参考文献が見当たらなかった。

(5) トリップアドバイザーの評価レビューからの印象

インドも、本レポート「4. (3) 都市比較 - 旅行誌読者等評価と外国人宿泊者数実績」にある外国人宿泊者数にランクインした都市に対する、レビュー件数を、レポート者が表にまとめた。

表 41. インドと日本とのトリップアドバイザー評価レビュー数比較

		(単位 : 千人、件)				
日本		21,029	413,870	2,438	510,785	748,198
	1 東京	9,714	236,821	968	272,390	543,145
	2 京都	3,030	87,967	1,238	150,578	89,743
	4 大阪	6,133	84,884	232	84,242	105,795
	35 千葉	2,153	4,198	0	3,575	9,515
トリップアドバイザー 当該国内推奨ランク		外国人 宿泊者数	ホテル	バケーション レンタル	観光	レストラン
インド		38,712	587,682	437	410,953	423,247
	2 デリー	10,257	184,638	271	137,145	114,726
	3 ジャイプール	5,089	111,729	86	81,292	38,630
	4 アーグラ	6,744	58,101	20	51,587	15,369
	5 ムンバイ	8,885	130,244	23	83,596	157,859
	26 チェンナイ	5,186	62,102	12	27,327	51,395
	29 コルカタ	2,550	40,868	25	30,006	45,268

(出典 : Euromonitor International、2017、「Top 100 City Destinations Ranking」、及び件数はトリップアドバイザーのウェブより、2018 年 1 月 6 日アクセス)

- ◆ ムンバイでは、安全にスラム街を通り居住者とコミュニケーションあり、かつ、旅の思い

出としての高級土産付きといったファーストクラス・カスタムツアーがあり、非常に高い評価と感じた。

もちろん、ムンバイのボリウッドツアーなども評価は高かった。

- ◆ ホテルでは、やはり、Oberoi、Sofitel 等、ラグジュアリーホテルの評価が高い。
- ◆ インドの対象都市には入っていないが、リゾートビーチ・ゴアは、牛との共生なども含め、やはり評価が高いと感じた。

(TripAdviser ウェブ、件数・コメントとも 2018 年 1 月 6 日にアクセス)

(6) 研究資料からのインド観光業の理解

まず数値を客観的に観る。印僑は華僑よりも多いと言われている。インドの UNWTO (及び JNTO) の外国人訪問者数データには NRI の帰郷が含まれており、NRI を除くと、2016 年の世界からの訪問者総数で日本の 41%程度である。また、2013 年の MOT データによれば、NRIを除く外国人訪問者の内、全世界では 26%が、対象発地国では 35%が 親族知人訪問目的であり、親族知人訪問者数全てではないが PIO の影響が大きいと推察できる。親族知人訪問目的を含む国別訪問者数では、既に 2016 年ではフランス、イタリア、スペイン、オーストラリアからの訪問者数で日本が上回っている。また、親族知人訪問目的者数比率の高いアメリカ(2013 年 46%)、カナダ(同 58%) でも、PIO の帰郷訪問を除いた訪問者数では、日本がインドを上回っているのではないかと推察できる。残るは、歴史的に繋がりの強いイギリス、太陽光リゾートを求めてのドイツである。ロシアに関しては、インドはロシアに MOT オフィスを設けておらず特別な取組も見当たらない、また、もともとインド自体のポジションも高くない。(本レポート「2. 対象国の選定 (2) 対象着地アジア諸国」及び「7. 個別国考察 : インド (1) データ & (3) 政府取組」より)

ここまで観た客観的な来客数からはインドを研究対象から外してもよいが、UNWTO (及び JNTO) データから研究対象 3 カ国に選定しており、観光事業者として、インドに学ぶべき、先進国富裕層 FIT 市場における、重要施策を観ておくことにした。

インドの観光業は、大航海から欧州各国東インド会社による植民地経営を経た独立という歴史から、欧州からの訪問客により発達してきており、これに対応し、タイと同様に積極的に外資導入(既にホテルでは政府ガイドラインに沿うことを前提に外資 100%で自動認可)を図っており、例えば、ホテルの満足度評価も高く、ラグジュアリーホテルも整備されており、Oberoi グループといったローカル資本の成長もみられる。

ただ、一方で、一人当たり GDP が US\$2,000 未満という状況の中で、国際観光収入が GDP 比 1%。本レポート「4. 研究対象 3 ヶ国データ概観 (2) 総合競争力評価」にあるように研究対象 3 ヶ国の中で評価は最も低く、評価が高いのは経済発展度合による「価格競争力」と、「自然・文化資産」であり、「トラベル・ツーリズム政策の優先度」では世界 100 位を超えるポジションである。(本レポート「2. 対象国選の定 (2) 対象着地アジア諸国」及び「4. 研究対象 3 ヶ国データ概観」より)

本レポートの主旨である、観光業者として学ぶべき先進国富裕層 FIT 市場における重要施策は、現時点では多くないように感じる。

ただし、付け加えたいのは、インドには、国土の広さと変化(ヒマラヤからゴアまで)に富んだ自然資源、インダス(・ガンジス)文明からヒンズー・イスラム・仏教の宗教遺産を含み、さらにはボリウッドまでの豊富な文化資源がある。本レポート「7. 個別国考察: インド (3) 政府取組」にあるテーマ旅行回廊増強 (Swadesh Darshan Scheme)、宗教遺産開発 (PRASADA Scheme)、ニューツーリズム商品造成 (The Niche Products) が軌道に乗り事業として好転し始めたら、必ず外国人観光客を魅了する国だと容易に推察できる。

(7) 観光関連事業者として学ぶべき先進国富裕層 FIT 市場における重要課題

インド観光の研究から、特にレポート者が感じる重要課題は次の内容である。

◆ さらなる海・太陽光のリゾート開発

タイのケースと同じ。やはりインドには欧米人に人気のゴア等ビーチリゾートがある。

◆ メディカルツーリズムの造成 と 世界的評価獲得

インドは、国としての医療環境評価が高くないにも関わらず、メディカルツーリズム産業の評価が高く、シンガポールに迫り世界 5 位にランクインしている。

上述の観光事業者課題解決に向けた環境整備という官の取組は当然として。

演習の主旨でないので詳細比較検証しないが僭越ながら官の取組として考える提言は ;

◆ ビーチリゾート開発の特区指定はどうだろうか。この内容はタイと同じである。

◆ ビーチリゾート特区と同様にヘルスケア・メディカルツーリズム特区はどうであろうか。 インドなどに先行されている状況の中で、日本のヘルスケア・メディカルツーリズムの評価、高評価を得ていくためには、まず特定地域での先行開発がよいように感じる。

8. 疑問点の検討

まとめに入る前に疑問点があり、これを検討しておく。

(1) ロシアについて

研究対象 3 ヶ国の研究といっても、最終目的は対象発地国からの訪問者増である。対象着地国の研究からは、いま一つ、ロシアに対する課題、施策がクリアにみえてきていないように感じるので、少し考えておきたい。

現状の要因としては次の内容が考えられる。

◆ もちろん、北方領土問題がある。

◆ 日本観光はビザが必要だが、中国(15 日)、タイ(30 日)、インド(30 日)、さらには研究対象着地国ではないがロシアからの訪問が多いベトナム(15 日)、韓国(60 日)と、期間が違うがいずれの国でもビザが不要である。

◆ 中国はロシアとの直行便が多い、また、韓国はロシア極東発クルーズの寄港地となっている。

◆ やはり温暖なビーチリゾートとしては、タイを目指す。

一方で 本レポート「3. 対象発地国の旅行志向（6）Russia」にまとめた通り、富裕層のメディカルツーリズム、新婚旅行というロシアにとって新形態ツーリズムが発生してきている。

したがって、発地国ロシアに対する課題としては ；

◆ （富裕層をターゲットとした）メディカルツーリズムの造成

◆ （富裕層をターゲットとした）新婚旅行の造成

◆ これのためのロシア旅行会社との提携

このように考える。

9. 研究結果まとめとして ― 重要な課題・施策

(1) 観光事業者としての重要な課題・施策

‘おもてなし’を磨いてカスタムサービスを向上、日本らしいニューツーリズムの造成といった課題は日本のこれからの観光業として当然のことである。これとも関連するが、本レポートでは、中国、タイ、インドから、観光業者として学ぶべき、対象発地国であるイギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、ロシア、アメリカ、カナダ、オーストラリアの(富裕層)FIT市場に対する重要課題及び施策アイデアをまとめ、結論とする。

対象発地国のような遠方からの観光の場合には、基本的には長期滞在、できれば長期滞在中にさまざまな経験・体験(文化遺産見学とリラックスと体験とか)をカスタムに組み合わせ、というのが、訪問者の欲求であり、研究対象 3 ヶ国でも、さまざまな取り組みがなされていた。

◆ 長期滞在型体験ツーリズム商品のさらなる造成

タイ・マッサージは長期体験(ライセンス取得)だったほか、ムエタイやタイ料理も複数日が可能であった。やはり、富裕層、シニア層を中心にして、ローカルを深く知りたいという欲求が強い。

日本でも伝統工芸のほか、日本料理、伝統的な生け花、茶道、書道、盆栽など、空手、剣道などの武道といった体験商品があるが、ほとんど数時間ないし半日程度の浅い体験である。伝統的な生け花類、武道では中途半端な数日という日数にする難しさもろうが、工夫して複数日にまたがる、より深いコースを選択肢に加えられないだろうか。この研究結果からは検討の価値は十二分にあると考える。

例えば、比較的簡単なところでは、まずはグルメ体験と日本料理複数メニューの調理方法習得の組み合わせで、数日間で日本料理を深く知ってもらう、など。

◇ ターゲット国 : 対象発地国全て。

◇ 施策アイデア : 日本で進んでいる DMO 設立の動きの中で住民参加型で。

商品としては、例えば、健康に大きな関心のあるアメリカ、イギリス、ドイツは日本食料理教室がよいと考える。武道人気のフランスは武道体験、盆栽人気のスペインは本場の盆栽体験とか、国々の特性に合わせた長期滞在型商品の造成が重要と考える。
(最終的には個々人だが)。

◆ 長期滞在型エコツーリズム商品のさらなる造成

タイ観光には、自然遺産での 5 日間トレッキング、また、映画舞台ともなったクウエー川での 3 日間ラフティングなど、長期のエコツーリズムが実施されており評価が高かった。日本でも、日本らしい旧街道・中山道や熊野古道などの複数日トレッキングがあり、今後はさらに四国遍路なども可能性が考えられる。また、自然を楽しみながらのトレッキ

ングとして、例えば、冬のスキーだけでなく長野にある高原地帯、美ヶ原から霧ヶ峰や蓼科へのコースは美しい高原を楽しみながら、また、体育会系クラブの合宿の様子も楽しみながら、清々しい気分で数日、トレッキングを楽しめると考える。このような自然が、まだまだ日本にはあると考える。

◇ ターゲット国 : 対象発地国全て。

◇ 施策アイデア : 日本で進んでいる DMO 設立の動きの中で住民参加型で。

商品としては国々の環境により、特に高い山の少ないイギリスや普段は芸術に浸っているフランス・イタリアなど欧州各国は自然の中でのトレッキングを推奨する。歴史の浅いアメリカ、カナダ、オーストラリアは熊野古道などのさらなる展開コースがよいと考える。

◆ メディカルツーリズムの造成 と 世界的評価獲得

長期滞在型の一環でもある。日本はトラベル・ツーリズム国際競争力評価で、医療に欠かせない「健康・衛生」でも(研究対象 3 カ国に比べ)評価の高い国である。

しかし一方で、既にインド、タイ、中国などは当分野では先進である。特にインドは国としての医療環境評価が高くないにも関わらず、メディカルツーリズム産業の評価が高く、シンガポールに迫り世界 5 位にランクインしている。

この領域でこれから世界的評価を得ていくのは簡単ではないが。

◇ ターゲット国 : 対象発地国全て。(ロシア富裕層含め)

◇ 施策アイデア : 既に世界ではメディカルツーリズム先進国があり、日本が当分野で高評価を獲得するためには、まずは特区なりで一定分野に特化してでも。

◆ さらなる海・太陽光のリゾート開発

これも長期滞在型の一環である。雪のリゾートはオーストラリア、タイで人気が出てきている北海道や長野があるが、比較的日射量の少ない地域からの訪問者を対象とした海・太陽光のリゾート開発が、インドやタイの例から重要と考えられる。

◇ ターゲット国 : イギリス、フランス、ドイツ、ロシア、オーストラリア。

◇ 施策アイデア : こちらも特区がおもしろいのではないかな。

街全体をリゾート地として整備する必要がある、また、次の留意点に記述する必要対策の実行のためにも。

◇ 留意点 : 日本南部島嶼のプーケット、パタヤとの平均温度差は摂氏 5 度程度あり、気温からみて冬季のビーチリゾートには無理があるが、夏の欧米のバケーション対応は、気候的に可能。当然、環境保全や観光客季節変動への対策は必要だが、これらを前提とし。

(上述内容の上に)さらに、対象旅行者への露出が重要と考える。

◆ 対象発地国に対する露出手段・機会の改善

この点では、以前のレストラン・メニューと同じ言語の問題が生じるが、例えばタイ・マッサージ教室の Facebook へのアップは(タイ語でなく)英語であった。逆に、日本の身近なところで着付け教室の Facebook を見る限り、日本語しかなかった。ターゲット旅行者に対し、届く、読んでもらえる露出が重要である。

◇ ターゲット : 対象発地国全て。

◇ 施策アイデア : 翻訳 AI の進化もあるが、通訳業における新規事業として展開するのがよいと考える。

露出にも関係するが、別途の重要な観光基盤整備課題として、通訳ガイド事業の拡大も重要と考える。

◆ プロフェッショナル通訳ガイド事業の拡大

中国では通訳ガイドが、観光業成長の一大要因となっている。中国では国家が育成をリードしたが、経済システムの異なる日本では、絶対数不足等が要因で通訳案内士が業務独占ではなく名称独占になったことでもあり、やはり民間主導という形での事業拡大となるが、DMO 等による地域観光商品の造成が進めば、なおさらに、通訳ガイド事業の拡大、充実が重要である。

◇ ターゲット : 対象発地国全て。

◇ 施策アイデア : 制度変更もあり民間での高度人材育成が必要である。

◇ 留意点 : 通訳案内士ヒアリングによると、やはり家計問題が大きい。

良質高度人材確保に向け、料金体系の見直しも必要と考える。

その他としては次の内容が挙げられると考える。

◆ ラグジュアリーホテルの世界的高評価の獲得

中国との比較で数はさておき、顧客満足度の評価を得られていないのが現実である。

一方で、日本のレストランは、外国人に強い印象を与え、トリップアドバイザーのレビュー数が多いという事実がある。

◆ 航空 FSC の既存アライアンスを乗り越えた個別提携による日本線のポジション維持

スカイチームの China Southern が、ワンワールドの American と業務提携といった動きは脅威である。日本の FSC も日本への外国人観光者をターゲットに、よりダイナミックな個別提携を行うべきと考える。例えば、ロシアを含む欧州をターゲットとして。

(2) 提言として

演習の主旨ではないので詳細検証しないが、僭越ながら官の取組として私が考える提言は、次の通りである。

◆ WTA の動きを注視し迅速な対応が大切と考える。JNTO 等機関の WTA への積極的な参画も選択肢ではないだろうか。

- ◆ 航空産業に対する事業環境整備も重要である。
もし空港環境の拡充・改善がより適切なタイミングで実現していたとしたら、現在の米系 FSC に代表される中国・韓国に対する動きも違ってきているのではないだろうか。
- ◆ 中国のような年次テーマ設定によるマーケティングも一手である。
特に、日本では DMO の草創期でもあるので、有効と考える。
- ◆ (上記「(1)」内容と絡み) 特区指定はどうだろうか。
 - ◇ IR については議論がなされているが、ビーチリゾートも地域全体開発が重要であり特区指定の上で大規模開発が必要と考える。
また、日本の場合には気候的に通年のビーチリゾートは困難であり、この対策のためにもである。
 - ◇ メディカルツーリズムも特区で先行実施がよいのでは。認証基準、当該ツーリストの健康履歴入手とフォロー・システム等々の課題が多く、未知の部分もある、まずは、特区で集中的に実施し成功させてみてはどうか。

謝辞

最後になりましたが、観光業に対して素人で基盤のない私が当研究を行えたのは、今回の京都観光経営学講座でご指導いただいた教授のみなさま、実業のみなさま、講座事務局のみなさまのおかげであります。深く感謝しております、ありがとうございました。

以 上

[引用・参考文献リスト]

文献

日本政府観光局（JNTO）、

2015 年、「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2015(アジア新興市場編)」

2016 年、「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2016(アジア 6 市場編)」

2016 年、「JNTO 日本の国際観光統計 2016 年(平成 28 年)」

2017 年、「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2017(欧米豪 9 市場編)」

雑誌論文・インターネット公表文書 等

青木 リンダ、2015、「タイにおけるインバウンド観光の現況と将来展望」、文明 21 第 34 号、127-138

https://aichiu.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=4356&item_no=1&page_id=13&block_id=17

小木曾 航平、2013、「癒しと健康のグローバリゼーション: タイ・マッサージの医療観光化に着目して」、早稲田大学学位論文

<https://core.ac.uk/download/pdf/46888883.pdf>

片山 侑、2015、「タイにおけるヘルスツーリズムに関する一考察」、西南大学論文

www.seinan-gu.ac.jp/kokubun/report/2014/kata.pdf

鈴木 勝、2008、「グローバル・ツーリズムを左右する中国観光」、中国 21 第 29 号、35-50

https://aichiu.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=7240&item_no=1&page_id=13&block_id=17

張 広帥、2011、「中国観光の発展過程とその特徴に関する一考察」、北海道大学大学院論文、77-78

https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/46937/1/Sau7_006.pdf

米原 茂樹、2008、「天南地北 中国旅行業の過去・現在・未来—日本人同業者のみた」、中国 21 第 29 号、273-277

https://aichiu.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=7255&item_no=1&page_id=13&block_id=17

China National Tourism Administration（CNTA）、2014、「Foreign Visitor Arrivals by Purpose, Jan-Dec 2013」

http://en.cnta.gov.cn/Statistics/TourismStatistics/201507/t20150707_721711.shtml

Euromonitor International、2017、「Top 100 City Destinations Ranking WTM London 2017 Edition」

[http://go.euromonitor.com/Top_100_City_Destinations_WTM_Form_Download.html?utm_campaign=EV-WE2017-World%20Travel%20Market%20\(WTM\)&utm_medium=Blog&utm_source=Blog](http://go.euromonitor.com/Top_100_City_Destinations_WTM_Form_Download.html?utm_campaign=EV-WE2017-World%20Travel%20Market%20(WTM)&utm_medium=Blog&utm_source=Blog)

India Ministry of Tourism (MOT)、

2012、「India Tourism Statistics 2011」

2013、「India Tourism Statistics 2012」

2014、「India Tourism Statistics 2013」

2016、「India Tourism Statistics 2015」

2017、「India Tourism Statistics at a Glance 2017」

<http://tourism.gov.in/market-research-and-statistics>

India Ministry of Tourism (MOT)、2017、「MOT Annual report 2016-17」

<http://tourism.gov.in/annual-report-2016-17>

Klaysikaew Krairerk、2014、「タイにおける観光振興に関する研究－観光政策評価と旅行者行動・評価分析－」、東洋大学レポジトリ

https://toyo.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=7376&item_no=1&page_id=13&block_id=17

Thailand Ministry of Tourism & Sports (MOTS)、2017、「The Second National Tourism development Plan」

https://www.rolandberger.com/.../roland_berger_the_second_national_development_plan_2017_2021.pdf

United Nations World Tourism Organization (UNWTO)、2013、「China's new tourism policy 2013-20」

<http://asiapacific.unwto.org/en/news/2013-03-21/china-s-new-landmark-tourism-strategy-outline-national-tourism-and-leisure-2013-2020>

United Nations World Tourism Organization (UNWTO)、2017、「UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition」

<http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights>

United Nations World Tourism Organization (UNWTO)、2017、

「Country Data 2017 - China」 <https://www.e-unwto.org/> から購入

「Country Data 2017 - Thailand」 <https://www.e-unwto.org/> から購入

「Country Data 2017 - India」 <https://www.e-unwto.org/> から購入

World Economy Forum (WEF)、2017、「The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017」

<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

ウェブ情報

京都市産業観光局、2017、「英国有力旅行雑誌 Wanderlust (ワンダーラスト) 読者投票 Wanderlust Travel Awards 2017 ベストシティ部門で京都が1位に!!」、(お知らせ PDF)

file:///C:/Users/fam_a/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/KHHZ95L1/oshirase.pdf (2018 年 1 月 4 日アクセス)

人民日報海外版日本月刊、2017、「出国・入国ダブル成長 する中国観光業」

<http://jp.jnocnews.jp/news/show.aspx?id=54726> (2018 年 1 月 5 日アクセス)

日本政府外務省 HP (国・地域)

<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/index.html> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

日本貿易振興機構(JETRO) (国・地域別に見る)

<https://www.jetro.go.jp/world/> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

スターアライアンス (加盟航空会社)

<http://www.staralliance.com/ja/member-airlines> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

スカイチーム (加盟航空会社)

<https://www.skyteam.com/ja/about/> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

ワンワールド (加盟航空会社)

<https://ja.oneworld.com/%E5%8A%A0%E7%9B%9F%E8%88%AA%E7%A9%BA%E4%BC%9A%E7%A4%BE-26i/%E6%A6%82%E8%A6%81> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

China National Tourism Administration (CNTA)、

「China Tourism Statistical Bulletin 2015」

http://en.cnta.gov.cn/Statistics/TourismStatistics/201710/t20171013_842559.shtml

(2018 年 1 月 5 日アクセス)

「Top 10 China Tourism News of 2017 (2018.01.02.)」

http://en.cnta.gov.cn/focus/travelnews/201712/t20171231_851877.shtml (2018 年 1

月 5 日アクセス)

「Top 100 Travel Companies」

<http://www.cnta.gov.cn/was5/web/search?channelid=260559&searchword=%28INPUTD%20ATE+%3D%272014-01-01%27%29> (2018 年 1 月 5 日アクセス)

Five Star Alliance、「Locations of Luxury Hotels」

<https://www.fivestaralliance.com/luxury-hotels-worldwide/locales> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

International Healthcare Research Centre、「Medical Tourism Index – Destination Ranking」

<https://www.medicaltourismindex.com/overview/destination-ranking/> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

Skytrax、

「Top 100 Airlines in 2017」

http://www.worldairlineawards.com/Awards/world_airline_rating.html (2018 年 1 月 4 日アクセス)

「World's Best Low-Cost Airlines」・「Best Low-Cost Airlines in Asia」より筆者が表作成)

http://www.worldairlineawards.com/Awards/worlds_best_lowcost_airlines.html (2018 年 1 月 4 日アクセス)

Travel+Leisure、

「The 2017 World's Best Awards – The World Top 15 Cities 及び The Top 10 Cities in Asia」

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/cities#barcelona-spain-park-guell>

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/cities-in-asia>

(両者 2018 年 1 月 4 日アクセス)

「The Top 100 Hotels in the World」・「The 10 Best City Hotels in Asia」・「The 10 Best Resort Hotels in Asia」

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/hotels-top-100-overall>

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/city-hotels-in-asia>

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/resort-hotels-in-asia>

(全て 2018 年 1 月 4 日アクセス)

「The Top 10 International Airlines」・「The Top 10 International Airports」

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/international-airlines-in-us#eva-air>

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/airports-international>

(両者 2018 年 1 月 4 日アクセス)

「The Top 10 International Destination Spas」・「The Top 10 Islands in Asia」

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/spa-getaways-international>

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/islands-in-asia>

(両者 2018 年 1 月 4 日アクセス)

「The Top 10 Tour Operators」

<http://www.travelandleisure.com/worlds-best/tour-operators#backroads>

(2018 年 1 月 4 日アクセス)

TripAdvisor、(日本及び研究対象 3 ヶ国・各都市のレビュー数・内容)

日本 <https://www.tripadvisor.com/Tourism-g294232-Japan-Vacations.html>

中国 <https://www.tripadvisor.com/Tourism-g294211-China-Vacations.html>

タイ <https://www.tripadvisor.com/Tourism-g293915-Thailand-Vacations.html>

インド <https://www.tripadvisor.in/Tourism-g293860-India-Vacations.html>

(日本は 2018 年 1 月 4 日、中国は 5 日、タイ・インドは 6 日にアクセス)

United Nations、「Population」

<https://esa.un.org/unpd/wpp/Download/Standard/Population/> (2018 年 1 月 4 日アクセス)

The World Bank (世界銀行)、「GDP」・「GDP per capita」

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>

(両者とも 2018 年 1 月 4 日アクセス)

以 上