

令和2年度 観光振興委員会、文化・スポーツ委員会合同セミナー

# アフターコロナに向けた 観光産業の展望

令和3年3月17日(水) 15:00~16:30

岡山コンベンションセンター 2階 コンベンションホール



# 令和2年度 観光振興委員会、文化・スポーツ委員会合同セミナー

日時 令和3年3月17日(水) 15:00~16:30  
会場 岡山コンベンションセンター 2階  
コンベンションホール

## 次 第

開会挨拶 宮長 雅人 (一社)岡山経済同友会代表幹事

講演 演題 「アフターコロナに向けた観光産業の展望」

講師 塩谷 英生 氏

公益財団法人日本交通公社 理事・観光経済研究部長

1964年茨城県生まれ。1989年日本交通公社入社。  
専門は観光統計、観光経済、旅行市場等。「旅行・観光産業  
の経済効果に関する調査研究」「訪日外国人消費動向調査」  
(以上観光庁)、「観光統計実態調査」(沖縄県)、「DBJ・  
JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」等の企  
画・実査に携わる。博士(観光科学)。



意見交換

閉会挨拶 桑田 茂 (一社)岡山経済同友会代表幹事

<資料>

司会進行



吉本やよい  
観光振興委員長



大原あかね  
文化・スポーツ委員長



渦古 隆  
観光振興副委員長



常木尚隆  
観光振興副委員長

## 開会挨拶

(一社)岡山経済同友会  
代表幹事

宮長 雅人



コロナの終息が待たれる中、ウィズコロナの観光振興がまず、必要となるだろう。併せて、アフターコロナの観光振興に備えていかねばならない。本日は、岡山県のインバウンドや国内観光について、さまざまなお示唆をいただくと期待している。

## 講演要約

# アフターコロナに向けた観光産業の展望

3月17日 岡山経済同友会 観光振興委員会、  
文化・スポーツ委員会合同セミナー

公益財団法人日本交通公社 理事・観光経済研究部長  
塩谷 英生 氏

### はじめに

これまで「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」「訪日外国人消費動向調査」(以上観光庁)、「観光統計実態調査」(沖縄県)、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」等の企画・実査等に携わってきた。新型コロナウイルス(以降コロナ)の感染が拡大する中のリモート開催のため、東京からお伝えする。岡山の観光資源を事前に見聞してから講演に臨みたかったが、コロナの状況で難しかったことを予め、ご了承いただきたい。

## 1. 観光産業のあらましと パンデミックの影響

### 旅行消費額と観光産業の経済効果

コロナ前の2019年の旅行消費額のあらましについて触れる。国内旅行消費額は、宿泊旅行17.2兆

円、日帰りを含め21.9兆円。また、海外旅行消費額は4.8兆円で、うち国内支出部分は1.2兆円だった。また、観光消費の経済波及効果(2018年)は、国内の観光消費額27.4兆円に対し、国内生産額(直接効果)が26.1兆円、同(波及効果)は55.4兆円に上る。次に、粗付加価値(直接効果)は13.1兆円、同(波及効果)は28.2兆円。就業者数(直接効果)は239万人、同(雇用効果)は441万人であった。税金(直接効果)は2.4兆円、波及効果を含む税金は5.2兆円に上る。GDPに対する日本経済への貢献度は、2.4%にのぼる。他の産業に比べても観光産業の規模は比較的大きく、日本の基幹産業の一つだとも言えるだろう。

次に、旅行の波及効果は幅広い産業に及んでいる。旅行消費額27.4兆円が他産業に与える影響は、売上(生産波及)の面でも雇用(雇用効果)の面でも大きい。例えば、旅館の食事のために米を仕入れれば農業や卸小売業などに売上が発生し、それによる雇用が生まれる。波及効果が大きい産業は、小売業、宿泊業、飲食業、サービス業、運輸業、農林水産業、食料品製造業など多くの分野にわたる。

国際比較では、国のGDPに占める観光GDPの比率をみると、日本は2.0%で、土産物等を除く狭い範囲では先進国の中では低い方だ。高い順に、マカオ48.4%、フィリピン12.7%、スペイン12.3%などとなっている。観光雇用比率でも日本は3.1%で低い。しかし、日本は訪日市場の拡大によって観光GDPや観光雇用が拡大を続けてきており、地域の期待も大きくなってきていた。

### コロナ禍における旅行市場

しかし、コロナ感染拡大でこうした状況は一変し



た。訪日旅行市場・国際観光市場の状況は、20年の外国人観光客数412万人（速報値）で、19年3,188万人から激減している。これまで右肩上がりの上昇を示してきただけに、観光産業や地域の落胆も大きかったことだろう。訪日消費額は試算値で約7千億円、19年の4.8兆円から85%減と低迷している。

宿泊者数（延べ人数）に占める外国人比率も急落している。20年には、外国人延泊数は18万人に留まり、延べ宿泊数に占める割合が5.9%に落ち込んだ。19年には外国人延泊数116万人に達し、延べ宿泊数に占める割合は19.4%を占めていた。10年足らず前の11年は、同18万人で同4.4%だったが、右肩上がりが増えていた。岡山県では、11年の外国人比率は1.2%程度だったが、15年以降急速に増加し、19年には8.6%迄上昇した。ところが、コロナ禍で2.0%へと急落している。コロナ前で比較すると、国内の割合と比較しても、岡山県は伸びしろがまだあると言えよう。

なお、2020年の国際観光旅行市場の状況（観光客到着数の前年比伸び率）は、世界全体でも73.9%と下落している。特にアジア・太平洋地域は84.1%減と落ち込みは大きい。

次に、国内旅行消費額の推移（速報値）をみると、2020年は9.9兆円（日帰り旅行2.2兆円、宿泊旅行7.7兆円）で、19年が改元の効果でやや高めだったことを考えれば、54.9%減で何とか踏みとどまった方だと思う。四半期別国内旅行消費額の推移では、10-12月期は46.5%減と、感染再拡大があり、足踏み状態だった。

家計の中の旅行支出はどうだっただろうか。世帯当たりの旅行関連消費額（宿泊料+パック旅行費；2015年を100とした）と、宿泊料の価格指数の長期推移のグラフを。この指標では、2013年以降、インバウンド市場拡大により宿泊単価が上昇したことや、消費増税も影響して国内旅行需要はやや低調だった。さらにコロナ以降は、宿泊関連消費額が34と落ち込む。なお、ここで宿泊料は下落したが、Go Toトラベルキャンペーンによる支援額は含まれていない点を留意する必要がある。

2020年の10大費目の支出は、交通費、被服費、教養娯楽費などが減少した。



特に、競合娯楽費では宿泊料52.0%減、パック旅行費69.2%減となった。しかし、家計の実収入は、特別定額給付金により4.0%増となっている。この給付金の増分は結果として貯蓄に回った（2人以上世帯平均31万円の貯蓄増）。コロナ収束後には、貯蓄に回った費用の一部が、旅行に回ることに期待したい。

全国の国内宿泊旅行市場の状況を、コロナ後の延べ宿泊数の前年同月比伸び率の推移でみると、昨年5月に81.9%減を底にして、7月以降のGo Toキャンペーンの効果が徐々に見られ、11月には16.1%減まで回復する。一方、外国人客については、昨年4月の98.2%減以降は底這いになっている。岡山県のコロナ後の延べ宿泊数の前年同月比伸び率の推移では、4月に71.2%減となるが、県民割等を含む政策効果で徐々に回復し、11月には15.7%減まで回復した。

岡山県の延べ泊数の宿泊施設タイプ別の構成比の推移では、シェア割合で57.7%を占めていた「ビジネスホテル」が7ポイント増と伸びた一方、全国的には比較的堅調だった「旅館」が14.9%から2.7ポイントシェアを落とした。

次に、宿泊旅行の目的地の変化について触れる。観光・レクリエーション目的の宿泊旅行回数の主目的地の構成比（%）は、大都市圏を含む関東、中部、近畿や、航空機を利用する北海道、沖縄が減少している。東北、北陸・信越、中国、四国、九州も落ち込みはあったが、シェアとしては上昇している。地域ブロック内での旅行が増加したことも一因だったと分析できる。実際、県内客比率は、中国地方では5.4%増の25.2%、全国では8.3ポイント増の27.0%に上昇した。但し、岡山県では県内旅行の増加は比較的小さく、対前年比1.7ポイント増の19.7%に留まっている。

## 県別にみた観光依存度と岡山県

岡山県内で発生する旅行消費額（日本人客+訪日客）と対県内総生産比率の表を見て欲しい。①日本人客旅行消費額は2,115億円、②外国人客旅行消費額は142億円で、これらを合わせた③県内の旅行消費額は2,257億円となっている。④県内総生産（2016年度）は7兆6,812億円で、これに対する⑤県内旅行消費額比率は2.9%、⑥国内旅行消費額比率は2.8%、⑦訪日旅行消費額比率は0.2%である。また、⑧人口1人当たり県内旅行消費額は11.9万円、⑨総人口(2019年)は1,89万人とそれぞれなっている。中国5県内で見ると、岡山県は、①②③の旅行消費額規模と④⑨の経済規模、人口規模は広島県に次いで2番目の水準だが、経済の規模に対する旅行消費額の水準を示す⑤⑥⑦⑧などの指標については、5県の中で最も低い状況にある。

県内旅行消費額（日本人客+訪日客）と対県内総生産比率の分布図をみて欲しい。横軸の旅行消費額は、東京、大阪、北海道、千葉、京都、福岡の順が多い。縦軸の地域経済の観光依存度をみると、上位5道府県は、沖縄がトップで、山梨、京都、長野、北海道と続く。岡山県は下位に位置している。

岡山県内における宿泊業の建築工事費予定額の推移をみると、18年に急上昇し、19年に少し下げたが、20年に上昇しており、20年に下落した全国と違いがある。宿泊施設の絶対数が少なかったとが関係しているとも考えられる。

## 2. 国内旅行市場の展望と岡山観光

### パンデミックの影響と2021年の旅行市場

約3万人～4万5千人が回答した国内旅行市場における意向調査(2020年12月実施：調査内容によって回答者数が異なる)では、2019年の旅行回数1.69回だったが、2020年には同1.13回に減少していた。Go Toキャンペーンがなかった場合の旅行回数については、平均0.79回に留まったことから、この政策に一定の下支え効果があったことがうかがえる。今年の旅行意欲は同1.55回だ。1.55という回数は決して少なくなく、旅行意欲は根強いことを裏付けている。

しかし一方で、2020年は54.9%の人が全く旅行を実施しておらず、19年の39.9%よりも大幅に増加している。こればかりではなく、「年間4回以上旅行する」人が7.9%と2019年の13.1%から減少している。延旅行回数ベースの市場シェアをみると、7.9%に過ぎない「年間4回以上旅行をする人」が市場全体の46.6%を占めていることになる。逆に言うと、旅行回数が0回や1回といった旅行頻度の低い人が多数派を占めており、Go Toキャンペーンの支持が低くなる要因である。コロナが収束するまで国内旅行を控えるべきだと考える人の割合は、「旅行を年間4回以上する人」で39%程度だが、「旅行を全くしない人または、1回と回答した人」の実に79%に上った。つまり、有権者の多くは「旅行を全くしない人または、1回と回答した人」に当たるため、自治体の長が、選挙を意識すれば、報道にあるような域内への旅行抑制の発言につながるだろう。こうした懸念を減らすために、ふだんから、旅行の経済効果などの情報を発信することが大切になろう。

旅行回数が年間4回以上の人の回答では、観光客が少ないオフシーズンに旅行がしたいことや、観光客が密集しない観光地に行きたい、Go Toキャンペーンが終わる前にできるだけ旅行をしたいなどといった傾向がある。

年間4回以上の人から選んだオピニオンリーダー層（旅行が好きで、発信力のある人n=761人）の、コロナ後の旅行計画の立て方では、泊まりたい宿を先に決めることや、観光よりも、宿泊施設での滞在時間が大切だと考える傾向が高まっている。最も行きたい旅行先の持つ魅力としては、自然の風景が素晴らしいことや料理がおいしいこと、気候がいいこと、ここにしかないものがある、時間がゆっくりと流れている、温泉がいい、季節感を感じることができ、独特の世界観がある、街並みや風情が素晴らしい、居心地がいい、地域の歴史や文化を感じるの順であった。旅行先としては、残念ながら、岡山県では倉敷市以外の県内観光地は挙げられていなかった。

### 岡山県観光の展望と課題

岡山の観光資源の主な特徴は、歴史資源、古

城、古寺、古社、町並み、蔵、街道に優れたものが多い点である。ところが、京都市や奈良市を除いた、岡山県の訪れたい歴史文化観光地のランキングは15位だ(「歴史文化観光に関する国内旅行市場調査」(JTBF・2015年))。理由の一つは、近県との競合の中で埋没している部分も大きい。中国地方には、松江・出雲、宮島、萩、兵庫県にも姫路・竹田・篠山など優れた歴史観光地が多い。

そうした中で、岡山県は、特に町並み散策において、競争力がある。2020年は、京都、イタリア、石川県に次ぐ4位で、2017年も同位を獲得しており(「JTBF旅行意識調査」)、主に倉敷が高評価を得ている。町並み散策は、経済効果を生みやすい。町歩きで滞留する中でプラスアルファの付加価値が生じることが多いのだ。歴史文化観光地で求められるサービスとしては、おすすめのモデルコースや順路、遊歩道・散策路、古い町並みの宿泊施設、郷土資料館、カフェ、休憩所、観光地を結ぶバス、土産物売り場、共用トイレ、共通割引券等が上位に挙がっている。なお、現状の岡山県の費目別観光消費額では、全国に比べ買い物代の比率が高いが、飲食や宿泊費が低めである。

岡山県の食の魅力を知る上で、総務省「家計調査」から見た県民の支出が多い食材をみてみよう(全国=100)。桃241、牡蠣(かき)159、ブドウ152、乳飲料140、カレー126、まんじゅう125、ソース123などがよく食べられている。こうした中で、桃やブドウ+まんじゅうで「フルーツ大福」や、かき+ソースで「かきおこ」など、特徴的な食の魅力も生じるのではないだろうか。しかし、岡山県の食の魅力は、まだまだ浸透していないので、情報発信が大切になる。湯布院の料理研究会であったり、鹿児島のかごまふるさと屋台村(地域食材を多く使った1坪店舗が多く展開。惜しまれつつ昨年閉店した)のような食のレベルアップのための施策なども効果的である。

新たな旅行形態の萌芽として、オピニオンリーダーの見方では、ステイケーション(近くの宿泊施設利用)、ワーケーション(テレワークで、観光地で余暇を楽しみつつ、仕事をする)、2地域移住(都市部と地方部両方に生活拠点)、プレジャー(出張先等で滞在延長し、余暇も楽しむこと)などの市場拡

大が比較的有望とされている。

今後利用してみたい宿泊施設として、高級温泉旅館やレトロな雰囲気のホテル・旅館、施設やアクティビティの充実したリゾートホテルなどが上位となっている。新しい形態の宿泊施設としては、グランピング、アルベルゴ・ディフーズなど町全体を宿に見立てた分散型ホテル、城泊、寺泊、等が一定の回答率を得ている。

## 結びとして

潜在的な旅行需要は国内外で根強く、条件が整えば21年半ばから急速に回復する可能性がある。Go Toキャンペーン延長の可能性も高い。継続した場合の制度の内容にもよるが、閑散期需要の底上げや地域分散によって、岡山県観光に追い風となる。コロナの影響が残る中で観光客の円滑な受け入れが重要で、地域への経済効果を発信するなど、観光産業と地域住民とのコミュニケーションに配慮すべきだ。当面の旅行市場は、コロナ対策を意識した、宿泊施設滞在型や自然エリア、自家用車の近場旅行、混雑の回避が重視される。岡山の競争力が高い「町歩き」を商品力の軸として、岡山の持つ世界観(古い町並みとの共存やフルーツなどの食材への嗜好)を、旅の付加価値に変換していくことが重要だ。

## 会場から

Q. アルベルゴ・ディフーズなど町全体を宿に見立てた分散型ホテルなどに注目している。コロナ後の観光需要について改めて、伺いたい。



塩谷氏 分散型ホテルでは岡山県は先行しており、歴史文化観光地での展開にも適しており、今後も期待できる。

Go Toキャンペーンは効果的な施策だった。オリンピックの外国人観光客が望めない中、国内の旅行に期待することになるだろう。コロナ禍であっても、潜在的な旅行ニーズは強かったアフターコロナでは、感染リスクを抑え、密を避ける旅行が選ばれるだろう。しかしながら、そもそも旅行の持つ本質的な魅力自体は大きく変化していない。いずれは北海道や沖縄に旅行者が戻っていく可能性が強い。地域ならではの資源性や世界観といった魅力を商品価値に転換していくことで競争力を高めていかねばならない。例えば、食で言えば、岡山の人が食べているものこそが旅行者にとっては魅力となるのだ。

Q. 岡山の観光面からウエイトが低いことが改めて分かった。瀬戸内の多島美が注目されているが、アフターコロナの時に、インバウンドを含め、岡山に来ていただく工夫は。



塩谷氏 倉敷が軸になるだろう。倉敷以外にも岡山市や総社市、瀬戸内、日生や伊部など魅力的な資源が多く、倉敷の周辺に展開している。そこで、旅行者に周遊してもらうため、アクセスを考えるべきだ。岡山駅周辺のレンタカーの台数確保など観光客目線による整備が重要になる

Q. 祭りやスポーツ、博物館などイベントが及ぼす観光への影響はどの程度か。

塩谷氏 イベントにはオフシーズンの需要の底上げという効果大きい。著名なところでは、冬の京都の特別観覧や富士河口湖町のラベンダーなどの季節の花や冬の花火大会などによる集客例がある。

岡山は、寺社絡みの西大寺会陽（裸祭り）などもある。歴史文化や食など岡山の持つ世界観に関連したイベントを、戦略的に作っていくといいだろう。

Q. 岡山は、観光の依存度が高くないが、観光資源の伸びしろがあることを改めて知った。一方で、知名度を上げる必要もある。

塩谷氏 隣県である広島県の場合、宮島や原爆ドームなどは欧米中心に知名度が高い。岡山の場合、ポテンシャルのある倉敷の美観地区や大原美術館、鷲羽山なども十分知られているとは言えない。まずは、焦点を絞り、倉敷をこれまで以上に海外に発信していくことが大切ではないか。

## 閉会挨拶

(一社)岡山経済同友会  
代表幹事  
桑田 茂



アフターコロナの観光振興を具体的に進めるための示唆をいただいた。ポテンシャルの高い倉敷の美観地区や、矢掛町のアルベルゴ・ディフーズなど1点突破主義の取り組みが重要になることを学んだ。ウィズコロナの時代が今しばらく続くが、アフターコロナを目指して、知恵を集約していきたい。

代表幹事 桑田茂様は、  
4月9日、急逝されました。  
謹んでご冥福をお祈り申し上げます。



# 1. 観光産業のあらしとパンデミックの影響

## 1-1 旅行消費額と観光産業の経済効果

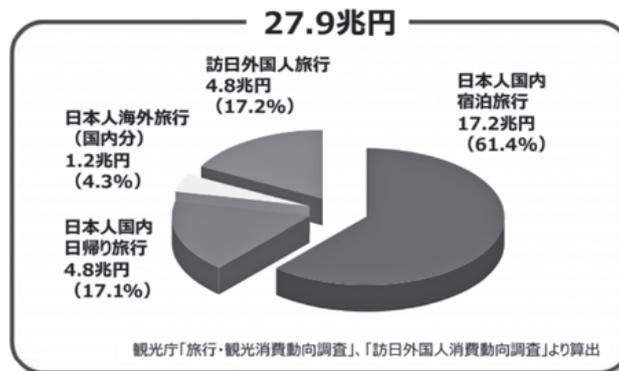
### 1-2 コロナ禍下における旅行市場

### 1-3 県別にみた観光依存度と岡山県

## 1-1 旅行消費額と観光産業の経済効果

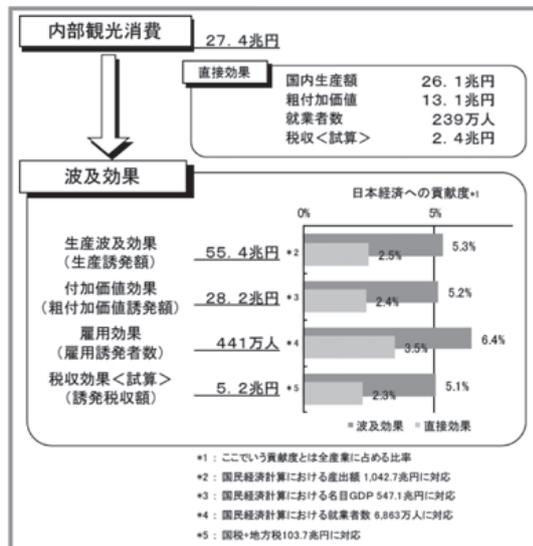
【コロナ前2019年の旅行消費額のあらし】

- 宿泊旅行17.2兆円(61.4%)、国内旅行消費額は日帰りを含め21.9兆円 (78.5%)
- 海外旅行消費額は4.8兆円で、うち国内支出部分は1.2兆円。



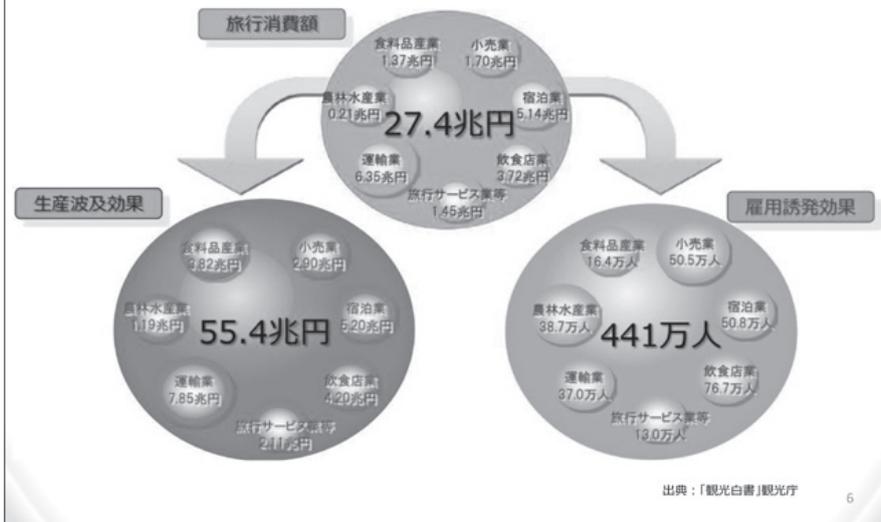
資料：「旅行・観光消費動向調査2019年年間値(確報)」観光庁

## 観光消費の経済波及効果 (2018年)

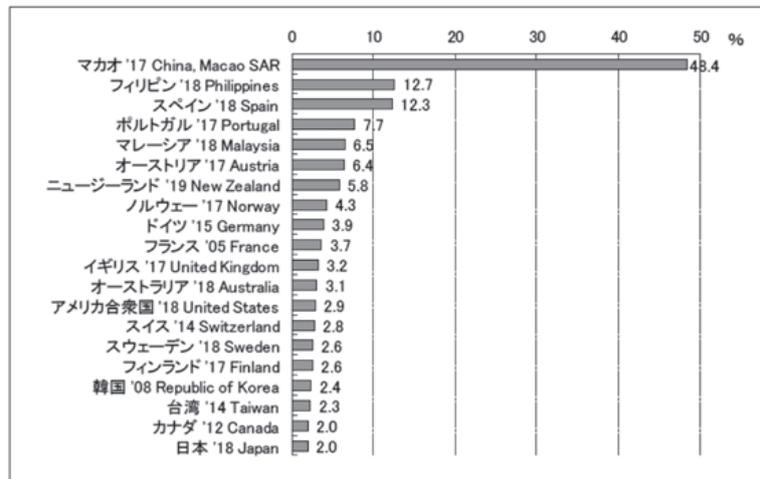


「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(2020年3月・観光庁。推計対象年は2018年)

旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果（2018年）

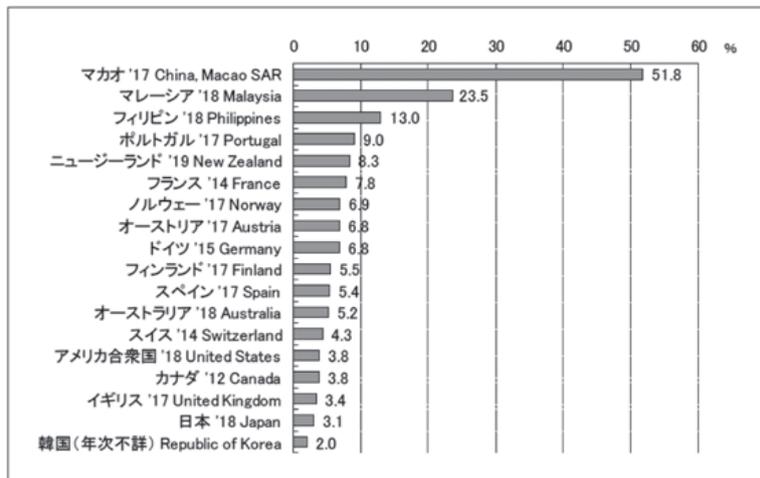


図表 III-22. 観光GDP比率の国際比較  
International comparison of tourism GDP



資料：UNWTOおよび各国資料から（公財）日本交通公社作成

図表 III-23. 観光雇用比率の国際比較  
International comparison of tourism employment

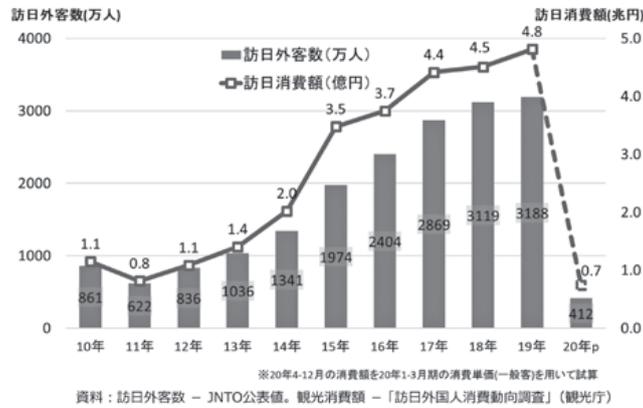


資料：UNWTOおよび各国資料から（公財）日本交通公社作成

## 1-2 コロナ禍下における旅行市場

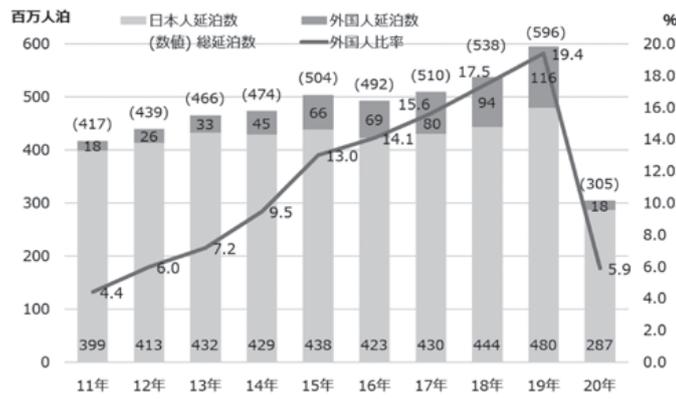
### 1-2-1 訪日旅行市場・国際観光市場の状況

・20年の外客数は412万人と19年3,188万人から激減。前年比87%減。  
 ・消費額は試算値で約7千億円、19年の4.8兆円から85%減。



9

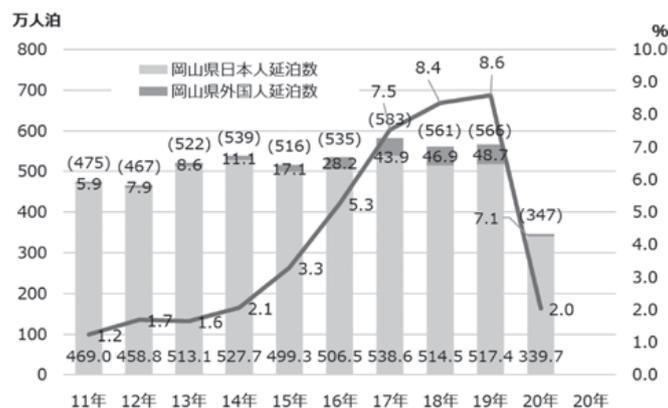
### 延べ宿泊者数に占める外国人比率の急落



資料：「宿泊旅行統計」観光庁(2020年は速報値)  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/taukei/shukuhakutoukei.html>

10

### 岡山県の延べ宿泊者数と外国人比率



資料：「宿泊旅行統計」観光庁(2020年は速報値)

11

## 2020年の国際観光旅行市場の状況 (観光客到着数の前年比伸び率)

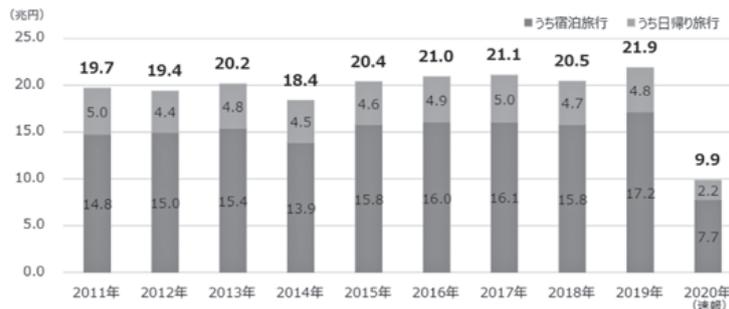


資料：UNWTO World Tourism Barometer

12

## 1-2-2 国内旅行市場の状況

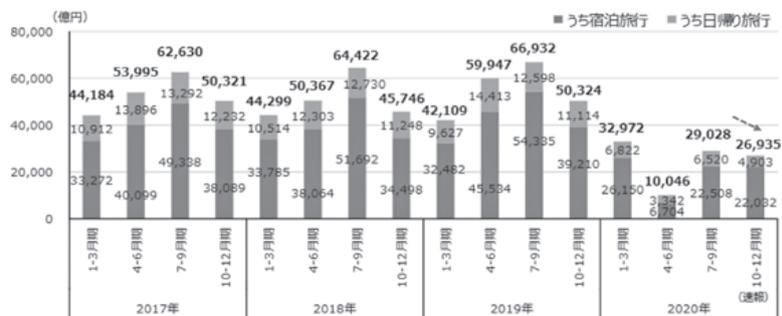
### 国内旅行消費額の推移 ～ 2020年は9.9兆円。54.9%減



資料：「旅行・観光消費動向調査2020年年間値(速報)」観光庁

13

### 四半期別国内旅行消費額の推移 ～ 10-12月期は46.5%減で足踏み



【図表7】2020年10-12月期の月別日本人国内旅行消費額および前年同月比 単位：億円

国内旅行全体	うち宿泊旅行						うち日帰り旅行		
	10月	11月	12月	10月	11月	12月	10月	11月	12月
2018年10-12月期	15,054	15,281	15,411	11,435	11,650	11,413	3,619	3,631	3,998
2019年10-12月期	16,496	17,340	16,488	13,153	13,451	12,607	3,344	3,890	3,881
2020年10-12月期(速報)	8,629	11,125	7,181	7,051	9,148	5,834	1,578	1,977	1,347
前年同月比(2020年/2019年)	-47.7%	-35.8%	-56.4%	-46.4%	-32.0%	-53.7%	-52.8%	-49.2%	-65.3%

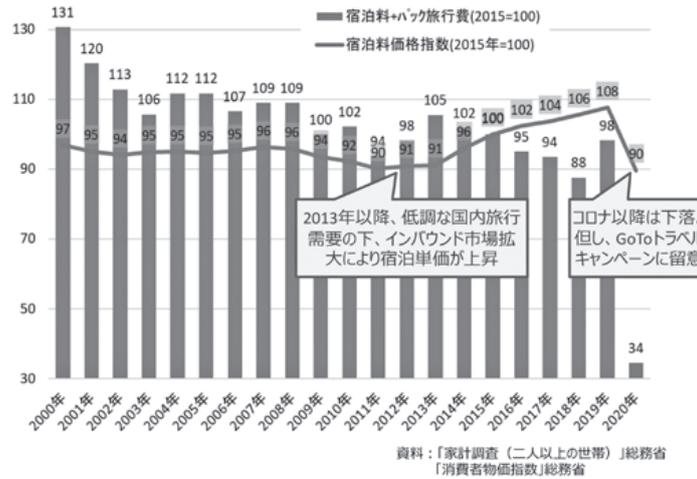
12月に再び後退

資料：「旅行・観光消費動向調査2020年年間値(速報)」観光庁

14

### 1-2-3 家計の中の旅行支出

世帯当たりの旅行関連消費額(宿泊料+バック旅行費)と価格指数の長期推移



15

### 2020年の家計収入と10大費目の支出

交通費、被服費、教養娯楽費など減少。給付金は貯蓄へ

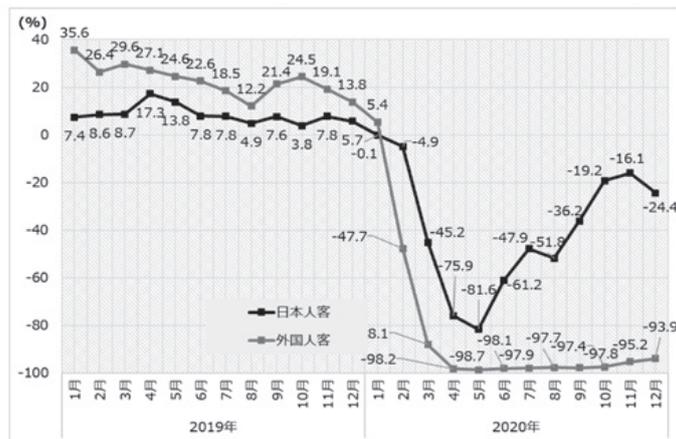
	(万円)	(万円)	(万円)	(%)
	2019年	2020年	2020年-2019年増減	20/19伸率
実収入	703	731	28.1	4.0
勤め先収入	644	644	0.7	0.1
他の特別収入	8	34	26.2	346.9
消費支出	389	367	-21.7	-5.6
食料	93	95	2.5	2.7
住居	23	23	-0.6	-2.4
光熱・水道	26	26	-0.2	-0.7
家具・家事用品	14	16	1.5	10.6
被服及び履物	16	13	-2.7	-17.6
保健医療	15	16	0.5	3.2
交通・通信	66	59	-6.6	-10.0
教育	22	20	-2.4	-10.7
教養娯楽	38	32	-6.1	-16.0
うち宿泊料	2.6	1.3	-1.4	-52.0
うちバック旅行費	3.6	1.1	-2.5	-69.2
その他の消費支出	75	67	-7.6	-10.2
貯蓄純増	180	211	31.0	17.2

資料：「家計調査（二人以上勤労者世帯）」総務省

16

### 1-2-4 国内宿泊旅行市場の状況

コロナ後の延宿泊数の前年同月比伸び率の推移（全国）



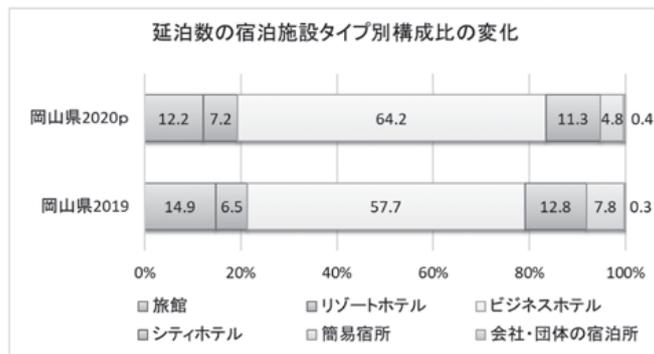
17

### コロナ後の延宿泊数の前年同月比伸び率の推移（岡山県）



資料：「宿泊旅行統計」観光庁（2020年は暫定値）

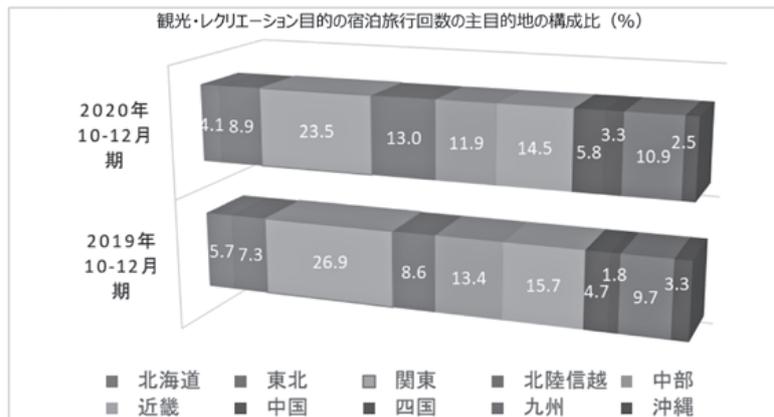
### 延泊数の宿泊施設タイプ別構成比の推移（岡山県）



資料：「宿泊旅行統計」観光庁（2020年は暫定値）

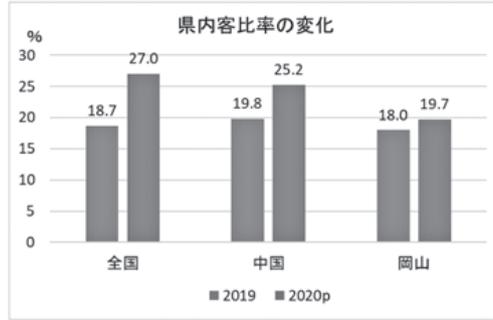
### 宿泊旅行の主目的地の変化

- ・ 大都市圏を含む関東、中部、近畿や、航空機利用する北海道、沖縄が減少。
- ・ 東北、北陸・信越、中国、四国、九州が増加。地域ブロック内の旅行増加も一因。



「旅行・観光消費動向調査」観光庁（2020年10-12月期は速報値）

### 県内客比率の上昇 ～岡山県は比較的小さい



資料：「宿泊旅行統計」観光庁（2020年は暫定値）

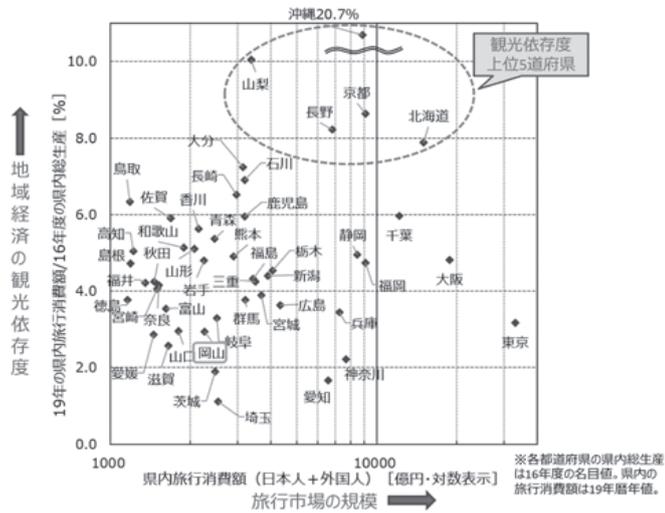
### 1-3 県別にみた観光依存度と岡山県

岡山県内で発生する旅行消費額（日本人客+訪日客）と対県内総生産比率

訪問地	日本人客 旅行消費額	外国人客 旅行消費額	旅行消費額	県内総生産 (2016年 度)	県内旅行消費 額/県内 総生産	国内旅行消費 額/県内 総生産	訪日旅行消費 額/県内 総生産	県内旅行 消費額/人 口	総人口 (2019 年)
28 兵庫県	6,698	539	7,237	209,378	3.5	3.2	0.3	13.2	5,466
31 鳥取県	1,128	53	1,181	18,641	6.3	6.1	0.3	21.2	556
32 島根県	1,167	22	1,189	25,206	4.7	4.6	0.1	17.6	674
<b>33 岡山県</b>	<b>2,115</b>	<b>142</b>	<b>2,257</b>	<b>76,812</b>	<b>2.9</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>11.9</b>	<b>1,890</b>
34 広島県	3,971	368	4,340	119,447	3.6	3.3	0.3	15.5	2,804
35 山口県	1,746	56	1,802	60,875	3.0	2.9	0.1	13.3	1,358
中国地方	10,128	641	10,769	300,981	3.6	3.4	0.2	14.8	7,282
全国計 (都道府県間交通費除く)			264,349	5,498,662	4.8	3.9	0.9	21.0	126,167

観光庁・内閣府・総務省の資料を元に作成

### 県内旅行消費額（日本人客+訪日客）と対県内総生産比率の分布



県内で発生する旅行消費額（日本人客+訪日客）と対県内総生産比率の分布



資料：「建築着工統計調査」国土交通省

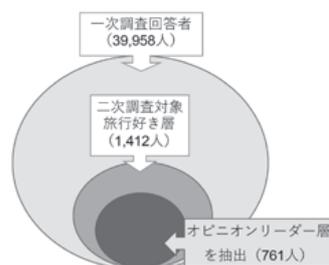
## 2. 国内旅行市場の展望と岡山観光

### 2-1 パンデミックの影響と2021年の旅行市場

### 2-2 岡山県観光の展望と課題

### 参考、「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査」の概要

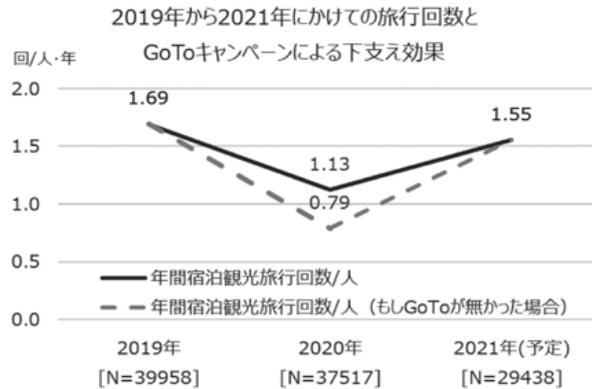
- JTBfでは、2019年から2020年にかけての国内宿泊観光旅行市場の変化と旅行市場において重要な位置を占めるオピニオンリーダー層の2021年以降の旅行動向を把握するため、2020年12月下旬に「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査」を実施。
- この調査は、旅行頻度の低い人も含めた全国約4万人を対象とする一次調査と、一次調査から抽出した旅行好き層1,412人（うちオピニオンリーダー層761人）を対象とした二次調査から構成。
- 詳しくは財団HPIに記載していますので関心のある方はご参照下さい。



性年代	一次調査 標本数	抽出条件 合致数	二次調査 抽出数	無効票除 く標本数	うちOL層 標本数
男性	20代	3,204	373	150	140
	30代	3,207	262	150	143
	40代	4,099	266	150	137
	50代	3,996	270	150	137
	60代以上	3,171	263	150	144
	合計	3,106	458	150	144
女性	20代	4,467	308	150	135
	30代	5,318	283	150	143
	40代	4,756	277	150	144
	50代	4,634	312	150	145
	60代以上	3,958	263	150	144
	合計	3,072	1,500	1,412	761

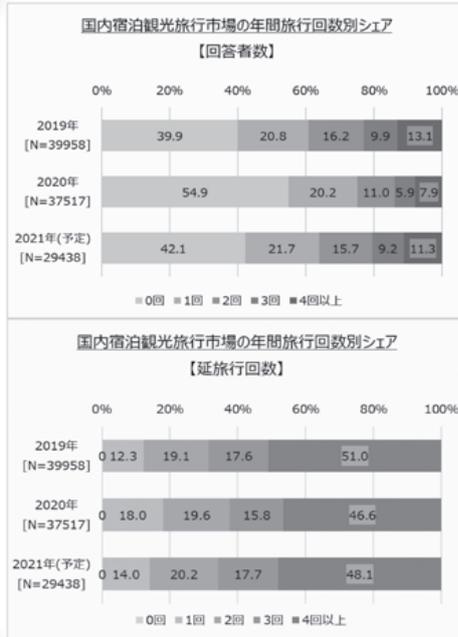
## 2-1 パンデミックの影響と2021年の旅行市場

- JTBが12月下旬に実施した全国約4万人への調査結果の一部を紹介。
- GoToキャンペーンの効果の下支え効果の大きさがわかる。
- 2021年の旅行意欲は高いが、「わからない」との回答も多く不透明感も残る。



資料：「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査（一次調査）」(公財)日本交通公社

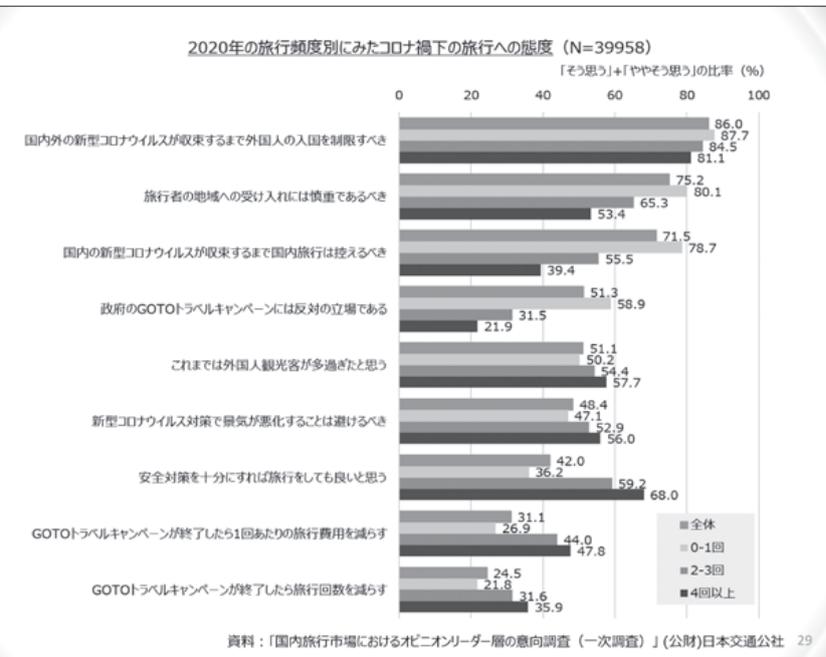
27



2020年は54.9%の人が旅行を実施しておらず、19年の39.9%よりも大幅に増加している。一方、年間「4回以上」の人が7.9%と2019年の13.1%から減少。

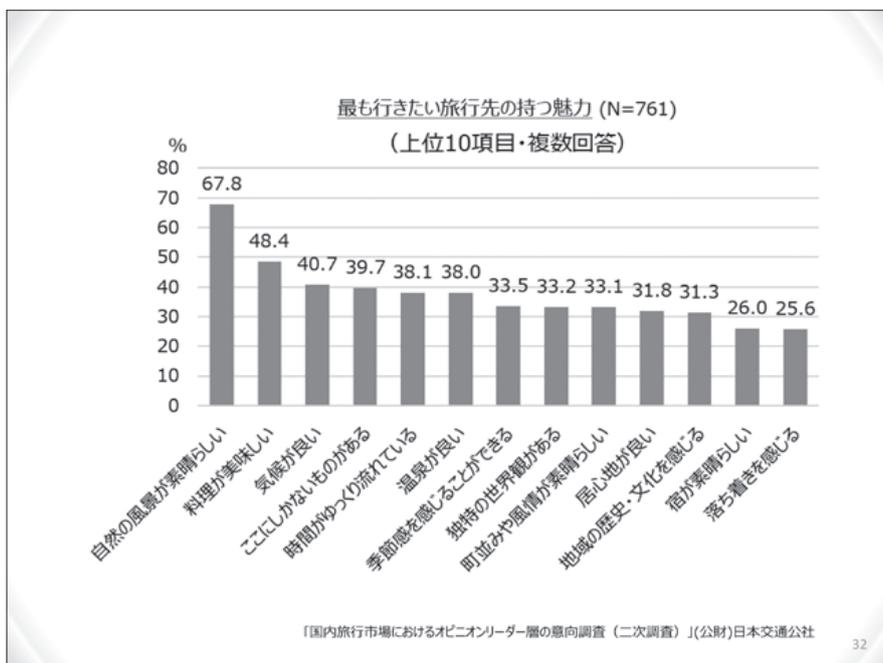
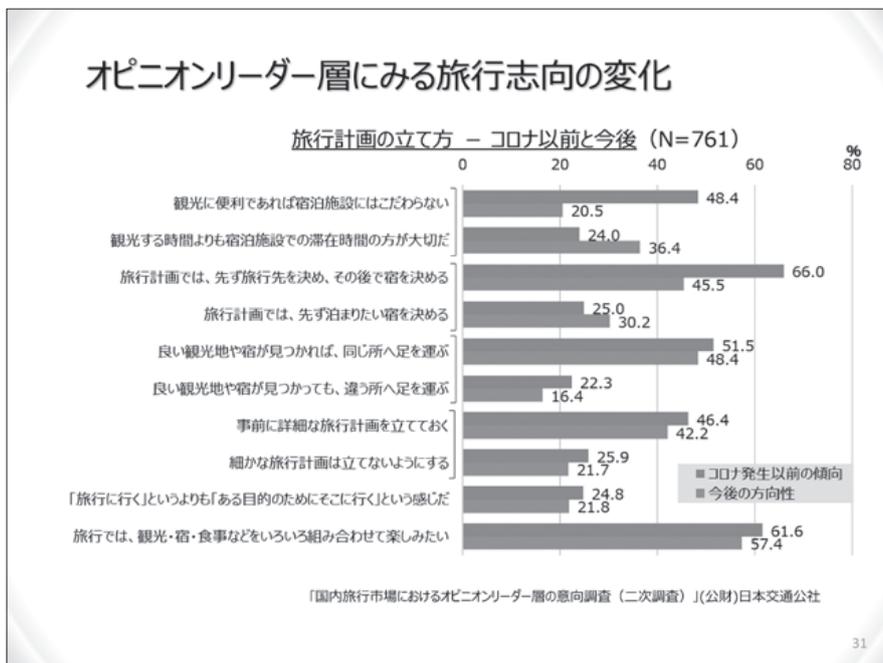
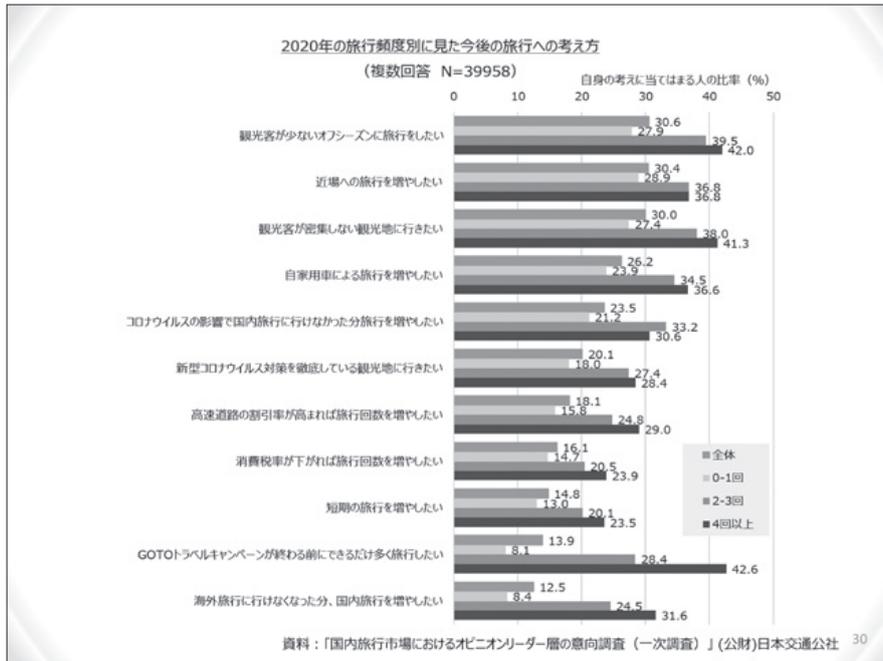
延旅行回数ベースの市場シェアをみると、2020年は年間「4回以上」の人（7.9%）が市場全体の46.6%のシェアを占めている

資料：「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査（一次調査）」(公財)日本交通公社



資料：「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査（一次調査）」(公財)日本交通公社

29



## 2-2 岡山県観光の展望と課題

岡山県の観光資源の主な特徴：  
歴史資源、古城、古寺、古社、町並み、蔵、街道に優れたものが多い

都道府県	市町村名	自然・人文	種別名称	資産名称	資産ランク		
3	広島・岡山	倉敷市	自然	海岸・碑	瀬戸内海の多島景観	1	
1	岡山	真庭市	自然	高原・温泉・原野	野山高原	B	3
2	岡山	真庭市	自然	滝	神原の滝	B	3
4	岡山	新見市	自然	岩石・洞窟	満奇洞	B	3
5	岡山	倉敷市	自然	岩石・洞窟	象岩	B	3
6	岡山	新見市/真庭	自然	岩石・洞窟	阿哲台	B	3
40	岡山	新見市	自然	岩石・洞窟	井倉洞	B	3
8	岡山	岡山市	人文	神社・寺院・教会	吉備津神社	A	2
20	岡山	倉敷市	人文	集落・街	倉敷川畔の街並み	A	2
28	岡山	岡山市	人文	庭園・公園	後楽園	A	2
30	岡山	備前市	人文	建造物	閑谷学校跡	A	2
32	香川・岡山	倉敷市/坂山	人文	建造物	瀬戸大橋	A	2
33	岡山	岡山市	人文	年中行事（祭り・会慶（祝祭））	博覧会（博覧会）	A	2
37	岡山	倉敷市	人文	博物館・美術館	大原美術館	A	2
7	岡山	岡山市/総社	人文	史跡	吉備路風土記の丘	B	3
9	岡山	岡山市	人文	神社・寺院・教会	巖上稲荷（通称：高）	B	3
10	岡山	久米南町	人文	神社・寺院・教会	延生寺	B	3
11	岡山	倉敷市	人文	神社・寺院・教会	熊野神社	B	3
12	岡山	津山市	人文	神社・寺院・教会	中山神社	B	3
13	岡山	倉敷市	人文	神社・寺院・教会	円通寺	B	3
14	岡山	高梁市	人文	神社・寺院・教会	静久寺	B	3
15	岡山	岡山市	人文	神社・寺院・教会	豊徳寺	B	3
16	岡山	総社市	人文	城跡・城郭・宮殿	鬼ノ城	B	3
17	岡山	岡山市	人文	城跡・城郭・宮殿	岡山城	B	3
18	岡山	高梁市	人文	城跡・城郭・宮殿	備中松山城	B	3
19	岡山	津山市	人文	城跡・城郭・宮殿	津山城	B	3
21	岡山	笠岡市	人文	集落・街	真鍋島の街並み	B	3
22	岡山	岡山市	人文	集落・街	吉備津の門前町	B	3
23	岡山	高梁市	人文	集落・街	吹原の街並み	B	3
24	岡山	高梁市	人文	集落・街	高梁の街並み	B	3
25	岡山	津山市	人文	集落・街	津山市上ノ町の街並み	B	3
26	岡山	備前市	人文	郷土景観	備前焼の街並み	B	3
27	岡山	岡山市	人文	郷土景観	西川緑道	B	3
29	岡山	津山市	人文	庭園・公園	後楽園	B	3
31	岡山	倉敷市	人文	建造物	倉敷アイビスクエア	B	3
34	岡山	高梁市	人文	年中行事（祭り・備中神楽）	備中神楽	B	3
35	岡山	吉備中央町	人文	年中行事（祭り・加茂の大祭）	加茂の大祭	B	3
36	岡山	笠岡市	人文	年中行事（祭り・豊の祭・白石踊）	豊の祭・白石踊	B	3
38	岡山	岡山市	人文	食	ままが寿司	B	3
39	岡山	笠岡市	人文	郷土景観	北木島の石材	B	3
41	岡山	総社市	人文	神社・寺院・教会	備中四分寺	B	3
42	岡山	備前町	人文	温泉	備前湯	B	3
43	岡山	岡山市	人文	神社・寺院・教会	吉備津神社	B	3

資料：「観光資源台帳」（ITBF）

## 競合の状況 ～ 宿泊旅行で訪れた歴史文化観光地

しかし、中国地方には、松江・出雲、宮島、萩、兵庫県にも姫路・竹田・篠山など競合が多い

Q11. 京都市・奈良市以外で、一番最近訪れた歴史文化観光地

都道府県	総計 (除無回答)	主な歴史文化観光地 (5票以上)
1 神奈川県	7.3	鎌倉、箱根、横浜
2 石川県	6.0	金沢、加賀、能登
3 兵庫県	5.9	姫路、神戸、竹田、篠山、城崎
4 三重県	5.5	伊勢
5 北海道	4.6	函館、小樽、札幌
6 沖縄県	4.6	首里
7 岐阜県	4.0	高山、白川郷
8 長崎県	4.0	長崎市
9 島根県	3.9	出雲、石見、松江
10 山口県	3.9	萩、下関
11 広島県	3.5	宮島、尾道
12 長野県	3.4	松本、長野、諏訪
13 福島県	3.2	
14 岩手県	3.0	平泉
15 岡山県	2.4	倉敷
16 栃木県	2.3	日光
17 熊本県	2.3	熊本市
18 静岡県	2.1	伊豆、下田、修善寺、菟山
19 福岡県	2.1	大宰府
20 滋賀県	1.8	彦根、近江八幡
総計(除無回答)	100.0	

「歴史文化観光に関する国内旅行市場調査」（ITBF・2015年2月）

34

## 岡山訪問希望外国人の「日本で体験してみたいこと」

「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」は訪日希望者全体では8位、中国地方訪問希望者では6位、岡山県訪問希望者では5位

図：日本で体験してみたいこと

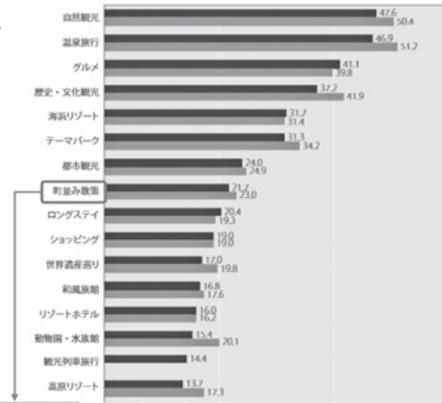
	全体 (n=3,098)	中国地方 訪問希望者 (n=644)	アジア 全体 (n=224)	欧米豪 全体 (n=224)	岡山 (n=144)	広島 (n=453)	山口 (n=94)	鳥取 (n=99)	松江・ 出雲/ 石見 (n=45)
1 桜の観賞	63.4	65.5	65.7	65.2	68.1	69.8	61.7	62.6	57.8
2 温泉への入浴	60.0	62.4	64.5	58.5	63.2	66.0	58.5	72.7	62.2
3 伝統的日本料理	59.1	66.9	64.0	72.3	65.3	72.0	58.5	71.7	60.0
4 自然や風景の見物	58.7	63.2	59.3	70.5	59.7	68.2	57.4	56.6	80.0
5 現地の人々が普段利用しているカジュアルな食事	49.4	57.5	54.0	63.6	52.8	62.0	51.1	53.5	53.3
6 繁華街の街歩き	48.9	58.9	49.3	76.6	52.1	64.0	52.1	48.5	48.9
7 書景色観賞	47.2	51.2	57.4	39.7	57.6	52.1	60.6	49.5	57.8
8 有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	46.2	58.2	51.2	71.4	59.7	65.8	52.1	40.5	48.9
9 日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	45.3	53.3	46.4	66.3	44.4	57.2	47.9	43.4	42.2
10 日本庭園の見物（説明の充実度含む）	44.3	52.8	43.8	69.6	47.2	58.7	48.9	41.4	51.1
11 紅葉の観賞	43.8	50.6	54.8	42.9	57.6	53.4	52.1	54.5	51.1

資料：「2019年度版DBJ・JTB Fアジア・欧米豪 訪日外国人の意向調査（中国地方版）」

35

### 町並み散策に競争力

図I-4-1 行ってみたい旅行タイプ（複数回答）



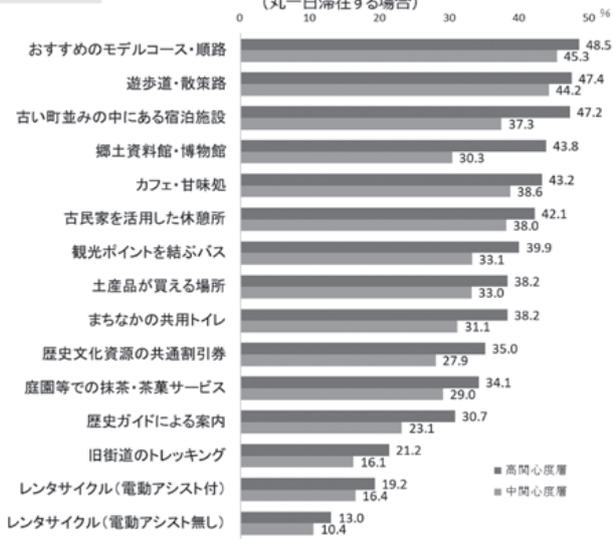
2020年（回答数：319）			2017年（回答数：311）		
1位	京都府	17.1%	1位	京都府	17.7%
2位	イタリア	7.9%	2位	石川県	8.7%
3位	石川県	7.6%	3位	イタリア	7.7%
4位	<b>岡山県</b>	<b>4.7%</b>	4位	<b>岡山県</b>	<b>7.4%</b>
5位	ヨーロッパ	4.4%	5位	岐阜県	3.5%

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

### 町歩きの中に+αの付加価値を

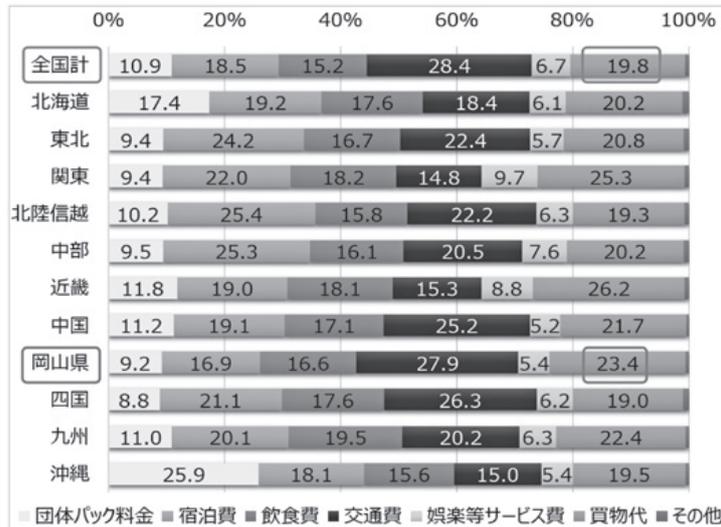
その歴史文化観光地を訪れる際に、利用したいサービスや施設

（丸一日滞在する場合）



「歴史文化観光に関する国内旅行市場調査」（JTBF・2015年2月）

### 岡山県の費目別観光消費額 ～ 全国に比べ買物代の比率高い



## 食の魅力 ～ 家計支出からみた県民性

地域区分	33100 岡山市
/品目分類 (2020年改定)	全国=100とした家計支出
231 粉ミルク【円】	263.4
308 桃【円】	241.2
191 かき(貝)【円】	159.4
306 ぶどう【円】	152.8
38A 乳飲料【円】	140.0
22X 合いびき肉【円】	136.2
129 他のパン【円】	128.0
175 かれい【円】	126.5
384 コーヒー飲料【円】	126.1
341 まんじゅう【円】	125.7
189 他の鮮魚【円】	124.8
328 ソース【円】	123.8
235 他の乳製品【円】	120.9

資料：「家計調査 二人以上の世帯」総務省

「こんなのあるんだ」は地域の価値観を知る鍵

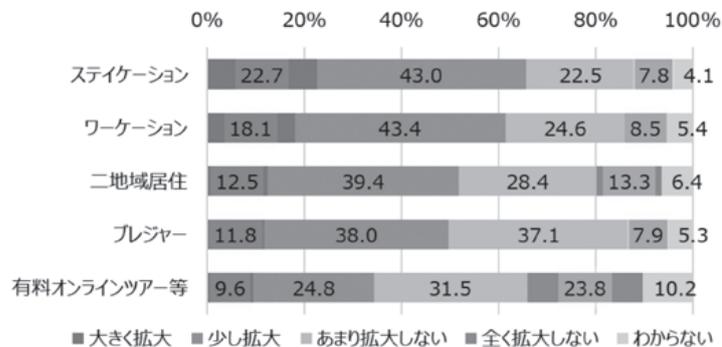
桃・ぶどう+まんじゅう = フルーツ大福

かき+ソース = かきおこ

39

## 新たな旅行形態の萌芽

### 今後拡大しそうな旅行の新形態 (N=761)



■ 大きく拡大 ■ 少し拡大 ■ あまり拡大しない ■ 全く拡大しない ■ わからない

「国内旅行市場におけるオビニオンリーダー層の意向調査 (二次調査)」(公財)日本交通公社

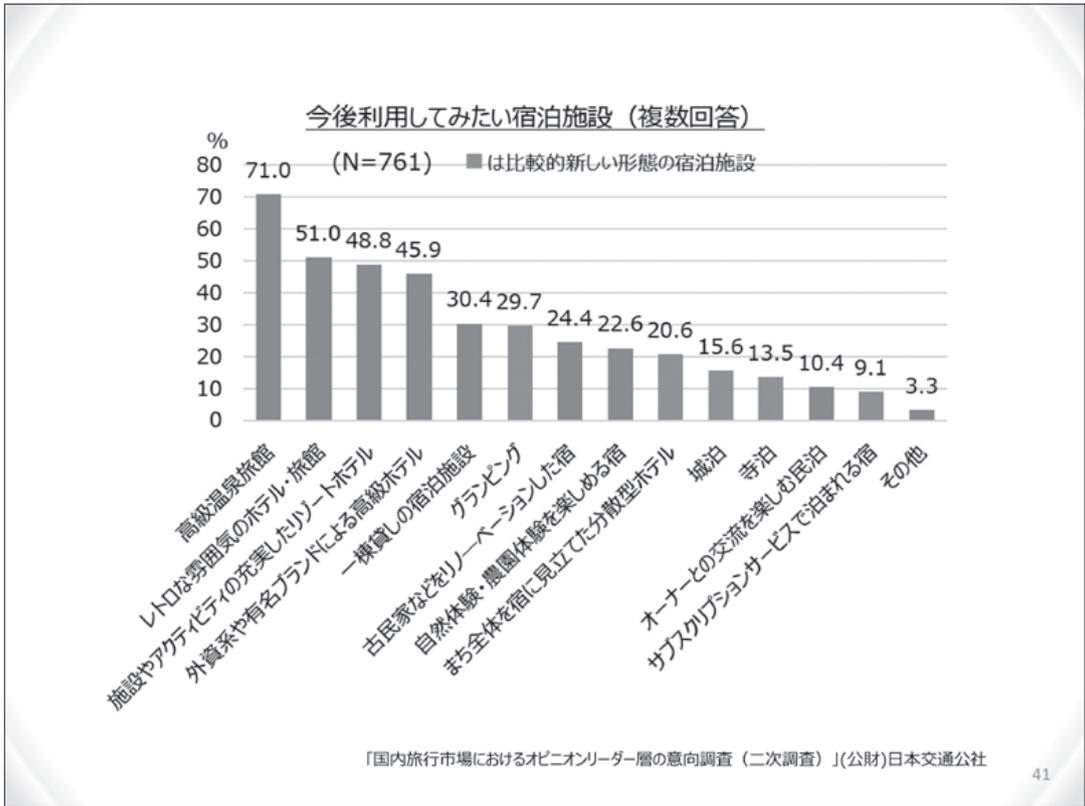
ステイケーション：近場の宿泊施設で滞在を楽しむこと

ワーカーション：テレワークを活用し、観光地で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと

二地域居住：都市部と地方部それぞれに生活拠点を持つ暮らし方

プレジャー：出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと

40



## 結びとして

- 潜在的な旅行需要は国内外で根強く、条件が整えば21年半ばから急速に回復する可能性がある。GoToキャンペーン延長の可能性も高い。制度の内容にもよるが、閑散期需要の底上げや地域分散によって、岡山観光に追い風となる。
- 観光客の円滑な受入が重要であり、観光による地域への経済効果を発信するなど、地域住民とのコミュニケーションが重要ではないか。
- 当面の旅行市場ではコロナへのリスクが意識される。宿泊施設滞在型、自然エリアへの旅行、自家用車による近場旅行、混雑回避など。
- 但し、北海道、沖縄など遠距離旅行も高頻度層を中心に回復していく。岡山の競争力が高い「町歩き」を商品力の軸とし、岡山の持つ世界観（古い町並みとの共存やフルーツなどの食材への嗜好）を旅の付加価値に変換していくことが重要。

# | 観光振興委員会、文化・スポーツ委員会合同セミナー 名簿

代表幹事 宮長 雅人 (株)中国銀行 取締役会長  
代表幹事 桑田 茂 RSK ホールディングス(株) 代表取締役社長

## 観光振興委員会

委員長 吉本 やよい (株)橘香堂 常務取締役	佐藤 芳郎 佐藤芳郎公認会計士事務所 公認会計士
副委員長 渦古 隆 (株)JTB岡山支店 支店長	穴倉 大地 ANA クラウンプラザホテル岡山 総支配人
副委員長 太田 良香 柴坂電機(株) 常務取締役	清水 富江 備前化成(株) 代表取締役社長
副委員長 常木 尚隆 全日本空輸(株)岡山支店 支店長	下津 弓子 (株)瀬戸内ビルサービス 専務取締役
副委員長 豊福 幸雄 (有)アウルメディカルサービス 代表取締役	高畑 宗明 (株)オーエム・エックス 代表取締役
副委員長 西原 二郎 (株)鵬林 専務取締役	竹本千代子 (有)ダイアナポッシブル 取締役社長
副委員長 平島 道孝 西日本旅客鉄道(株)岡山支社 執行役員岡山支社長	田中 信行 さんもく工業(株) 代表取締役社長
副委員長 前田 正俊 日本航空(株)岡山支店 支店長	千原 行喜 (株)成通 代表取締役
副委員長 山本 修司 (株)岡山コンベンションセンター 代表取締役社長	土井 栄二 アサヒビール(株)岡山支社 支社長
青木 進 キリンビール(株)東中国支社 支店長	富山 明寿 小倉産業(株) 代表取締役社長
青山 光弘 (株)近畿日本ツーリスト中国四国岡山支店 支店長	豊田 東 岡山国際ホテル 総支配人
秋田 智紀 (有)日本 SS 代表取締役	鳥生 雅夫 (株)倉敷国際ホテル 代表取締役
浅田 英久 司法書士法人永田事務所 顧問	永井 圭子 (株)吉井 代表取締役
安東 佳子 内海プラント(株) 代表取締役	中静敬一郎 岡山放送(株) 代表取締役社長
伊澤 正信 クラブン(株) 代表取締役社長	長沼眞智子 (有)エルグレコ 代表取締役
石井 清裕 ネットヨタ岡山(株) 代表取締役社長	中野 旬一 玉島味噌醤油(有) 専務
井上 峰一 (株)いのうえ (エヴァホール) 代表取締役社長	中山賢太郎 (株)中山昇陽堂 代表取締役社長
恵谷 龍二 (株)ケイコーポレーション 代表取締役	奈倉 宏治 (株)ホテルグランヴィア岡山 代表取締役社長
大原あかね (公財)大原美術館 理事長	延原 正浩 丸新運輸(株) 代表取締役社長
大平 真澄 (株)バイオバンク 代表取締役社長	橋本 智幸 みずほ信託銀行(株)岡山支店 支店長
岡崎 彬 岡山ガス(株) 代表取締役会長	畑島 美緒 金田コーポレーション(株) 代表取締役社長
岡崎 世作 双葉電機(株) 代表取締役社長	羽原 俊秀 (株)マグリット 代表取締役社長
小笠原ヒロ子 (有)ニッティ・グリッティ 取締役会長	藤原 秀則 (株)倉敷アイビースクエア 代表取締役社長
岡田 拓士 (株)源吉兆庵 代表取締役会長	前坂 匡紀 (株)ビザビ 会長
梶谷 俊介 岡山トヨタ自動車(株) 代表取締役社長	松岡 裕司 津山信用金庫 理事長
片岡 雅夫 (株)トヨタレンタリース岡山 常務取締役	安原宗一郎 大紀産業(株) 代表取締役社長
萱原 一則 セーラー広告(株)岡山本社 常務取締役第三営業局長	若林 昭吾 (株)三好野本店 代表取締役社長
北村 哲史 凸版印刷(株) 中四国事業部第二営業本部第二部部长	
國富郷太郎 (株)メレック 代表取締役社長	
久山眞里子 (株)アシモ 代表取締役	
倉田 康宏 岡山放送(株) 常務取締役	
佐藤 正浩 医療法人養命会 佐藤医院 副院長	

## 文化・スポーツ委員会

委員長	大原 あかね	(公財)大原美術館	理事長	樋口 克彦	中国精油(株)	代表取締役社長
副委員長	小林 貴史	(株)日本政策投資銀行岡山事務所	事務所長	福武 義修	福武興業(株)	代表取締役社長
副委員長	柴 佳宏	(株)ナック	代表取締役社長	藤木 茂彦	(株)丸五	代表取締役会長
副委員長	高次 秀明	(公財)岡山文化芸術創造	専務理事	藤木 達夫	丸五ゴム工業(株)	代表取締役社長
副委員長	高谷 昌宏	(株)サンヨープレジャー	代表取締役社長	古市 大藏	(株)トミヤコーポレーション	代表取締役会長
副委員長	千原 行喜	(株)成通	代表取締役	前坂 匡紀	(株)ビザビ	会長
	青山 光弘	(株)近畿日本ツーリスト中国四国岡山支店	支店長	前田 正俊	日本航空(株)岡山支店	支店長
	荒木 雷太	(株)荒木組	代表取締役	前平 大輔	エムエステイ保険サービス(株)	中国支社長
	安東 佳子	内海プラント(株)	代表取締役	榎本健太郎	丸正製粉(株)	代表取締役社長
	伊澤 正信	クラブン(株)	代表取締役社長	松山 雅映	住友生命保険(相)岡山支社	支社長
	板倉 清	大和リース(株)岡山支店	支店長	宮本 誠一	岡山産業技術協同組合	理事長
	井上 信二	井上公認会計士事務所	所長	虫明 優	(株)三楽	代表取締役社長
	渦古 隆	(株)JTB岡山支店	支店長	八代 尚巳	(株)OHK エンタープライズ	代表取締役社長
	鶴野 義久	DOWA 興産(株)	常務取締役	安原宗一郎	大紀産業(株)	代表取締役社長
	江尻 博子	(株)岡山スポーツ会館	代表取締役社長	山地 弘	(株)ウエスコホールディングス	代表取締役社長
	大原 秀之	吉備国際大学	副学長	渡邊 育正	日進ゴム(株)	代表取締役
	岡崎 彬	岡山ガス(株)	代表取締役会長			
	岡本 哲	岡本法律事務所	弁護士			
	梶谷 俊介	岡山トヨタ自動車(株)	代表取締役社長			
	木下 唯志	木下サーカス(株)	代表取締役社長			
	小橋 諭吉	(株)コンケン	代表取締役社長	オブザーバー	藤原 勇蔵	(株)中国銀行秘書室 次長
	近藤 知之	(株)トンボ	代表取締役社長	オブザーバー	山下 晴海	RSK 山陽放送(株) 社長室長
	畷田 章信	(株)シマダオール	代表取締役社長	事務局	久山 裕士	(一社)岡山経済同友会 専務理事・事務局長
	園田 健治	大和証券(株)岡山支店	支店長			
	高戸 賢一	三要電熱工業(株)	代表取締役			
	滝沢 昌弘	日本放送協会岡山放送局	局長			
	竹本千代子	(株)ダイアナポッシブル	取締役社長			
	常木 尚隆	全日本空輸(株)岡山支店	支店長			
	豊福 幸雄	(株)アウルメディカルサービス	代表取締役			
	中山賢太郎	(株)中山昇陽堂	代表取締役社長			
	延原 正浩	丸新運輸(株)	代表取締役社長			
	羽場 誠	(株)岡山リベッツ	代表取締役			

(令和3年3月31日現在)

令和3年5月発行

発行者 一般社団法人 岡山経済同友会

---

〒700-0985 岡山市北区厚生町3丁目1-15 岡山商工会議所ビル5階  
Tel.(086)222-0051 Fax.(086)222-3920  
E-mail okadoyu@optic.or.jp