



インバウンドがもたらす新しい格差

株式会社 日本経済研究所

常務執行役員 地域本部 上席研究主幹

佐藤 淳

訪日客が増え続けている。しかし、東京よりも関西を好む傾向が出てきており、今後の動向が注目される。観光による東京一極集中の是正は、日本全体には結構なことだが、茨城県には相対的にマイナスとなるのではないか。

訪日客が好調である。2017年は2,869万人と、東日本大震災時（622万人）の5倍近くに増えた。上方修正された2020年の4,000万人目標もクリアされるだろう。2030年の6,000万人も視野に入りつつある。世界にはもっと多い観光客を誇る諸国もあるが、空路や海路のみでこの数字は既に世界のトップクラスでもある。

注目に値するのは、関西と北海道の人気である。大阪の難波や道頓堀の賑わいは、東京を完全に凌駕している。通天閣に近いからと簡易宿泊所の多い地域の隣に星野リゾートが進出を決めたほどなのだ。北海道も一部のスキー場は完全に外国である。

どうやら東京よりも関西の方が、おもしろいらしい。漫才の話ではない。東京の観光地と言えば、浅草寺や東京スカイツリー、銀座等であるが、関西では、京都、奈良の寺社に、道頓堀なのであるから、関西の方が人気となるのは当然かも知れない。

東京には丸の内や新宿の高層ビル群があるし、オシャレな表参道や六本木があるとする向きもある。しかし、国内の人には珍しくとも、国際的にみると、ビルもオシャレ度も見劣りがする。日本では格好良い街の代表である横浜や神戸は訪日客には不評である。ハイカラ度では、西洋本国や新

興国には敵わないのである。東京は国内では勝ち組かも知れないが、ソウルや上海、欧米豪からの観光客にすれば、関西の方が魅力的にみえている可能性が高い。

それは東京一極集中のもたらした弊害ではないか。東海道新幹線が開通して以来、大阪のビジネスは次々と東京に比重や本社を移してきた。おかげで東京にはビルが乱立したが、これらは全てビジネス向けであり、観光とは何の関係もない。

ビジネス向けのビルでも、最近はオシャレな衣料店や飲食店を備え、ちょっとした商店街のようではある。しかし、大手町や丸の内内のビル内で、インバウンドの観光客を目にすることはほとんどない。訪日客は、この種の新しいビルが潰してしまった横丁のようなところに集まったりしている。そんな横丁や商店街は、大阪にはぎょうさんあるが、東京には郊外に行かないと残ってない。僅かに残った新宿駅西口のちょっとした横丁に脚光が当たったりしていることが、無くしたものの大きさを物語っているようだ。

他方リゾート系の雄である北海道の魅力は何か。それは天然雪だ。4年後に冬のオリンピック開催を控える中国は、既にスキー場の数が世界一

となったが、天然雪はあまり降らないため、ほとんどが人工雪である。アジアで天然雪が降るのは日本ぐらいだ。しかも北海道の雪質は世界的に評判なのである。従って、アジアのスキー人口が増えれば、それは日本、特に北海道へのスキー客が増えることを意味する。

訪日客が増えれば、別な地方圏にも浸透するのではないかと期待する向きもある。それはある程度は確かだろう。しかし、しばらくはリピーターと初来日の比率はあまり変わらない。その理由は、訪日客の多くを占める中国からの観光客が、新規パスポート取得者であるためだ。現時点のパスポート取得率は5%程度とみられている。日本のそれは24%と国際的にみてそんなに高い比率ではないが、仮に日本並みになるまで、近年のペースで増えると考えると、初めての訪日客は減らない計算となる。

初めての訪日客は定評がある観光地に集中する。関西や北海道である。東京や関東はちょっと危うい。今のところ成田や羽田の玄関口効果もっているが、発着枠の余裕が関空に比べると少ない。関空は海上空港で24時間対応可能だが、

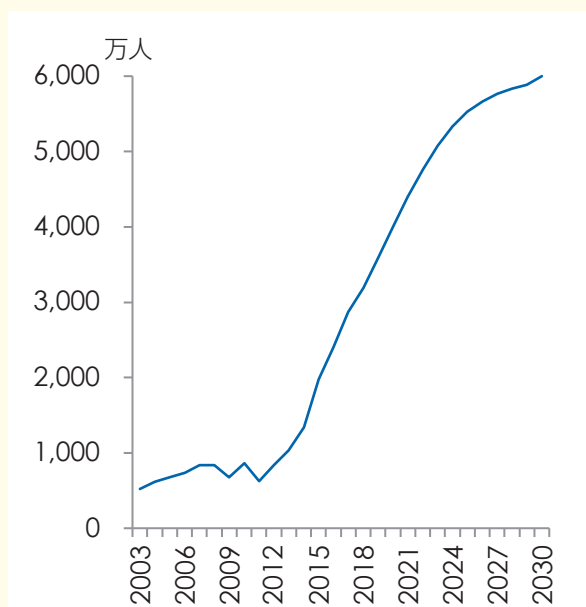
内陸の成田は難しく、羽田も一部の滑走路だけが24時間対応のためである。

したがって、インバウンドは新しい地域格差を広げると言えるのではないだろうか。東京一極集中は是正され、むしろ、関西集中となるだろう。旧来のビジネスは東京で、新しいサービス業は関西でというような、役割分担になるような気がする。

日本全体としては、バランスがとれて結構なことだ。但し、関東は微妙だ。関東圏は、東京一極集中の恩恵を少なからず受けてきた。しかし、訪日客に象徴されるように、産業構造が観光に重心を移すと、その恩恵は相対的に少なくなる。

全国のシンクタンクを集めた研修で、牛久大仏を中心とした観光振興のプレゼンが終わった後に、それはどこの県にあるのかとの質問が、関西のメンバーから飛んできた。関東の観光ポテンシャルはそれほど高くない。自然体では負ける可能性がある。隣県であるが、千葉県神崎町の発酵を中心としたまちづくりのように、日本の伝統を踏まえつつも、全く新しい発想に基づいた振興策を早急に検討する必要があるのではないかと。

■図 訪日客の推移と展望



(出所) 日本経済研究所推計

■写真 訪日客で賑わう道頓堀商店街



(出所) 筆者撮影