
これからの訪日客誘致を考える —競争と連携の視点—

慶應義塾大学商学部
中村知誠

はじめに

2014-2023年の訪日客数の推移を見ると、新型コロナウイルス感染症が流行した一部の期間を除いて、順調に増加してきたことがわかります（表1）。2015年に出国日本人数を上回って以降、訪日客数は大幅に増加しており、こうした状況はインバウンドブームと呼ばれてきました。表2の地域別にみた訪日客数の内訳からも確認できるように、全訪日客のうちの約62.6%が東アジア地域、約14.5%が東南アジア地域からの旅客であり、インバウンドブームを牽引したのは、主にアジア諸国からの旅客だと言えます。

2024年には訪日客数3,687万人（過去最高）を記録するなど、こうしたブームは今後も続く予想され、今後の訪日客誘致のあり方についての関心も高まっています。

そこで、本稿では、『研究の窓』の第2回として、近年のインバウンドブームに焦点を当てて、競争と連携という視点から、これからの訪日客誘致について考えます。

表1 10年間（2014-2023年）の訪日客数と出国日本人数の推移（単位：人）

	訪日客数	出国日本人数
2014年	13,413,467	16,903,388
2015年	19,737,409	16,213,789
2016年	24,039,700	17,116,420
2017年	28,691,073	17,889,292
2018年	31,191,856	18,954,031
2019年	31,882,049	20,080,669
2020年	4,115,828	3,174,219
2021年	245,862	512,244
2022年	3,832,110	2,771,770
2023年	25,066,350	9,624,158

出所：日本政府観光局 訪日外客統計より筆者作成。

表2 地域別にみた訪日客数の内訳（2023 年）

	訪日客数（人）	比率（％）
アジア	19,984,902	79.7%
東アジア （韓国、中国、台湾、香港）	15,700,487	62.6%
東南アジア （タイ、シンガポール、マレーシア、 インドネシア、フィリピン、ベトナム）	3,628,128	14.5%
その他アジア	656,287	2.6%
ヨーロッパ	1,663,432	6.6%
アフリカ	38,266	0.2%
北アメリカ	2,583,678	10.3%
南アメリカ	99,350	0.4%
オセアニア	696,251	2.8%
無国籍・その他	471	0.0%
総数	25,066,350	100.0%

出所：日本政府観光局 訪日外客統計より筆者作成。

競争の観点から見た訪日客の地方誘致

この章では、直行便を通じた訪日客の誘致について、自治体間の競争という視点に着目します。

図1は、法務省が公表する出入国管理統計の年報のデータをもとに、2012年と2019年の訪日客の入国地（入国空港・港）を比較した図です¹。この図を見ると、2012年、2019年ともに約7割の旅客が羽田・成田・関西の3空港を利用していることがわかります。一方で、2012年に24.7%であった3空港以外からの入国者のシェアは、2019年には30.7%まで伸びています（図1）。このように、新型コロナ流行以前のインバウンドブームの時期に3空港以外のシェアが拡大した背景には、海外航空会社や旅行会社に対するインセンティブや補助金の支払い（インセンティブ・パッケージ：以下、IPと略称）を含めた、関係者による海外航空会社の誘致努力があったとされています。

¹ 中村知誠（2025）『維持管理時代の交通インフラ効率的利用と資金調達の観点を中心に－』、慶應義塾大学商学研究科博士論文 より抜粋。

各割合は、法務省出入国管理統計の年報（2012年、2019年）から計算。

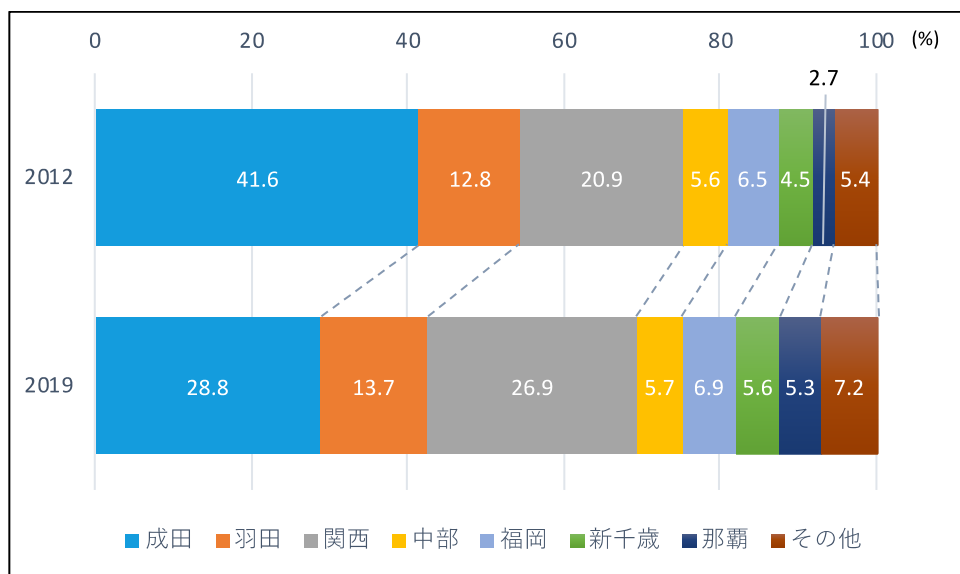


図1 空港・海港別の入国者数の比率

注：その他には、その他の空港と港湾も含む。

出所：中村（2025）p. 72

一方、多くの自治体が補助金を活用した誘致活動に取り組むことで、近隣との「補助金競争」ともいえる状況も生じていました。そこで、中村（2019）では、3空港以外の国内空港の国際線（直行便）を対象に、IPの効果と近隣との競争の影響を疑似的に検証しています²。計量経済学分野で使用されるCox比例ハザードモデルという手法を適用した定量的分析から、表3のような結果が得られました。持続性に着目したこのモデルでは、ハザード比への影響の大きさが、基準である1と比べて小さい場合は持続に貢献する要因、1と比べて大きい場合は持続を阻害する要因として解釈されます。

表3を見ると、今回の分析では、観光費額は0.739と1未満、近隣空港同一路線ダミーでは2.471、同一路線複数社参入ダミーでは2.090と1より大きい値となっています。つまり、地方空港を中心にIPが国際線の維持に貢献していることや、近隣空港との競争が路線の持続性を低下させること、ダブル/トリプルトラックの路線で航空会社間の競争が適切に機能することを意味しています。ひとつ目のIPの路線維持効果は、近年、「補助金競争」とも言える状況が生じたことの証拠だと言えるでしょう。また、ふたつ目の近隣空港との競争による路線の持続性の低下は、錦織（2020）で紹介されている中国・四国地方での香港路線の事例とも一致します³。

² 中村知誠（2019）「地方自治体の国際線誘致施策と国際線の持続要因 ―成田・関西・羽田以外の空港を中心に―」『公益事業研究』、第73巻第2号、pp. 41-48。

路線誘致に向けたIPの正確な値は公表されていないため、分析では、都道府県の観光費額を代理の変数として使用しています。

³ 錦織剛（2020）「地方空港の国際線の持続性とインバウンド」『国際交通安全学会

表3 中村（2019）の推計結果の抜粋

変数名	ハザード比 への影響	変数の概略
観光費額（対数）	0.739	路線就航地の各都道府県の観光費額の対数値。 路線誘致に向けた IP の代理変数として使用。 データソース：総務省の都道府県決算状況調
近隣空港同一路線 ダミー	2.471	勢力圏内（120km 以内）の他空港に年間 52 便 以上の同一路線がある場合を 1 とする変数。
同一路線複数社参 入ダミー	2.090	同一路線の中で複数の航空会社が年間 52 便 以上運航している場合を 1 とする変数。

出所：中村（2019）p. 46 の表 3 のモデル（6）より抜粋。

これらの結果を参考に、今後の直行便による訪日客の地方誘致について考えてみると、需要が安定していない地方路線では、今後も路線持続のために補助金が重要な役割を担うと推察されます。一方で、過度な競争によって、近隣空港との間で限られた需要の奪い合いが生じてしまうと、路線の撤退リスクは高まってしまいます。つまり、自治体が国際線を持続させたいと望むならば、広域的な視点から合理的な補助を提供することが必要ではないでしょうか。適切な補助を実現するためには、他自治体との連携が不可欠だと言えます。そこで、次の章では、誘致における連携のあり方について考えます。

訪日客の地方誘致と自治体間連携

訪日客の多くは、東京や京都、大阪などの大都市を目的地として来訪しています。この傾向は、表 4 に示した訪日客の地域ブロック別の訪問率からも確認できます。

訪日客が入国時に利用した空港・港の内訳を見てみると、成田が約 31.1%、羽田が約 18.0%、関西が約 25.3%と 3 空港のみで約 4 分の 3 を占めています⁴。訪日客による消費（以下、インバウンド消費）についても同様の傾向が見られていて、消費総額の約 76% が三大都市圏に集中するなど、恩恵が地方部に十分に行き渡っているとは言いがたい状況です⁵。

誌』、第 45 巻 1 号、pp. 43-50。

この論文では、2016 年以降に岡山、高松、米子に香港路線が開設されたことを受け、広島-香港路線から 1 社が撤退した事例が紹介されています。

⁴ 法務省出入国管理統計の年報（2023 年）をもとに計算。

⁵ 観光庁インバウンド消費動向調査 2024 年（暦年）をもとに計算。

表4 訪日客の地域ブロック別訪問率（全国籍の集計値）

	回答数	訪問率（%）
北海道運輸局	6,194	6.6
東北運輸局	2,148	2.0
関東運輸局	55,930	54.1
北陸信越運輸局	6,647	5.3
中部運輸局	14,347	11.2
近畿運輸局	47,205	42.7
中国運輸局	5,264	5.1
四国運輸局	1,324	1.2
九州運輸局	9,373	11.8
沖縄総合事務局	2,378	4.5
全体	105,476	－

出所：インバウンド消費動向調査 2024 年年間集計表より筆者作成。

このように、特定地域へと訪日客が集中することで、地域住民の生活等に負の影響が生じるオーバーツーリズムが近年、問題となっています。そのため、今後の訪日客誘致政策では、いかに訪日客の地方分散を促進し、各地に高付加価値旅客を誘致していくかが課題とされています⁶。そこで、この章では、中村（2025）をもとに、前章で重要性が示唆された広域連携の一例として、高付加価値旅客の地方分散につながる大都市と地方都市の連携の効果について考えます⁷。

同論文では、観光庁が公表する訪日外国人消費動向調査（2024 年 4-6 月期より、インバウンド消費動向調査に改称）のデータを使用して、消費単価と訪日旅客の地方周遊の関係を定量的アプローチから分析し、訪日客の消費単価に寄与する要因と、他地域への周遊の効果を検証しています。

訪日客の国籍による違いを考慮した定量的分析を通じて、消費単価は経済変数の変化に影響を受けることや、旅行目的や旅行形態によって消費単価の大きさが異なることが示されました。具体的には、所得が高い旅客ほど消費単価も高いことや、円に対する相手国通貨の為替レートが円安に進むと消費単価が増えること、観光目的の場合や個人旅行である場合に消費単価が高いことなどが明らかにされています（表 5）。

主題とした訪日客の地方周遊が消費単価に与える影響については、表 6 のような結果

⁶ 2023 年 3 月に閣議決定された第 4 次観光立国推進基本計画では、「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」という 3 つのキーワードとともに、訪日客誘致において、「量」から「質」へと転換することを重視する姿勢が示されています。

⁷ 注 1 に示した中村（2025）の 4 章の分析を参照してください。

が得られました。表から、羽田・成田・関西の3空港から入国した旅客の方が、3空港以外から入国した旅客よりも消費単価が高いことが確認できます。この結果から考えると、3空港以外の空港を始点とする旅客よりも、3空港を始点とする旅客の地方周遊を促進することで、より消費単価の高い旅客を地方に誘致できると言えるでしょう。

つまり、大都市の空港から入国する旅客を主なターゲット層として、周遊型の訪日誘客を促進することで地方各地に消費単価の高い旅客を誘致することができることを意味します。そのため、インバウンド消費の効果を地方部により多く波及させるためには、大都市と地方都市間の連携が有効ではないでしょうか。

表5 消費単価に影響を与える主な要因と影響の大きさ

要因	消費単価への影響の大きさ
世帯所得	世帯収入が100万円増加すると消費単価が0.92%増加する。
為替レート	為替レートが1%円安方向に動くとき消費単価が0.04%増加する。
訪日目的	訪日目的が観光である場合、消費単価が18.4%高くなる。
旅行形態	旅行形態が個人旅行である場合、消費単価が4.9%高くなる。

出所：中村（2025）p. 109 の表 4-8 モデル（1）の結果をもとに筆者作成。

表6 入国空港による効果の差異と周遊の有無による効果の差異

	周遊あり	周遊なし
関西	127.3	111.5
成田	134.5	118.7
羽田	130.9	124.5
その他の空港	115.9	100.0

注：その他の空港の周遊なしのケースを100として計算。

出所：中村（2025）p. 110 の表 4-9 をもとに筆者作成。

おわりに

本稿では、これからの訪日客誘致について競争と連携という点から分析・考察しました。直行便（国際線）の維持に着目した分析からは、今後も地方空港を中心に補助金が路線の維持に貢献することや、近隣空港との競争が路線の持続性を低下させることが明らかにされています。つまり、需要の限られる地方空港では、近隣空港との過度な競争が生じないよう、競争と協調（連携）のメリハリを意識した運営が重要となるでしょう。

また、訪日客の消費単価と周遊の関係についての分析からは、高所得かつ、長期滞在型の個人旅行客の消費単価が高いことや、周遊の効果によって、直行便を上回る消費単

価の増加が期待されること、羽田・成田・関西の3空港を起点とする周遊旅客の消費単価が特に高いことが示されました。この結果は、広域的な連携のあり方の一例として、大都市と地方都市の連携が有効であることを意味しています。

以上の2つの分析から考えると、今後の訪日客誘致においては、適切な競争のもとで、近隣地域間やより広域な地域間での広域連携を深めていくことが重要だと言えます。例えば、近隣地域との連携という文脈で考えると、広島国際空港株式会社と広域連携観光DMO（Destination Management Organization：DMO）である山陰インバウンド機構との連携のような取り組みも有効でしょう。この取り組みでは、広島空港を利用する訪日客に対して、中国地方内での周遊・滞在を促し、鳥取・島根両県への誘客を促していくことが目指されています。その他にも、近隣空港などとの間での相互イン・アウトの促進や、広域の地域での共同プロモーションなどの取り組みを進めていくことなども重要です。

近隣との連携を超えた、より広域的な連携という文脈から考えると、大都市と地方都市との連携も欠かせません。大都市からの誘客をより増やしていくためには、国際線から国内線への乗り継ぎや新幹線等の鉄道ネットワークへの乗り継ぎの際の利便性の向上や、多様な主体による協働も重要です。例えば、2017年2月に発足された「東京と九州地域の連携による外国人旅行者誘致推進協議会」のように、大都市と地方都市の各自治体や、観光地域づくり法人（DMO）、航空会社、鉄道会社などが一堂に介して、大都市を起点とした訪日客の地方周遊に向けた取り組みを議論していくことも今後、よりいっそう重要となるのではないのでしょうか。

インバウンド消費は日本から海外への「サービスの輸出」として捉えられ、近年では、自動車や半導体等電子部品などと並ぶ主要な輸出産業となっています⁸。そのため、効果的な訪日客誘致によってインバウンドブームの波を上手く捉えることができれば、国内経済/地域経済の活性化が期待できるでしょう。インバウンド消費の恩恵を地方各地に十分波及させていくためには、大都市からの周遊がカギとなります。そのためには交通事業者の役割が重要であり、航空会社各社も、大都市から地方各地に向かう路線を主なターゲットとして、国内線のインバウンド比率を高めるための取り組みをさらに進めていくべきではないのでしょうか。

⁸ 経済産業省（2023）『令和5年版 通商白書』の p. 193 を参照してください。
