



旅行動向見通しで伝えたい、旅行、観光の本質的な動きとは

2019年のJTBの旅行動向見通しによると、日本人の旅行意欲は堅調です。18年の海外旅行は過去最高を記録し、19年もそれを上回ると予測しています。大きな経済成長が見込めない社会で、旅行動向から何を読み取るべきか考えます。

海外旅行市場の成長への期待

先日日本政府観光局が2018年の訪日外国人旅行者数および日本人の海外旅行者数の速報値を発表しました。訪日外国人旅行者数は3千119万人(前年比8.7%増)、日本人海外旅行者数が1千895万人(前年比6.0%増)といずれも過去最高でした。特に海外旅行については、日本の人口が2010年のピークから既に2000万人近く減少しながらの過去最高です。地域の努力により、国内旅行の魅力が増し、また旅行を含むシニア消費のけん引者である団塊世代が海外旅行から卒業し始めているものの、若い世代がけん引し成長している海外旅行をどうチャンスにするかは自らの知恵次第です(図1)。

海外旅行者数は2012年の当時過去最高から減少し、15年に底を打った後、回復に転じました。内閣府は12年12月から長い景気回復期間が続いていると

発表しています。15年は1ドル120円台と円安が進み、輸出業を中心に企業業績が好調。また訪日インバウンドが急増し、初めて海外旅行者数と逆転し、もはや海外旅行市場は成長が見込まれないのかと考えるほどでした。16年以降は1ドル110円台で推移し、燃油サーチャージも以前ほど高額ではなく、インバウンドも順調に伸び、LCCを中心に路線が増えました。16年の春は学生の内定率が高く、この頃から若い世代が海外旅行をけん引し始めたといえます。景気回復といっても、昔の右肩あがりの時代と違い、成長幅は小さいですが、長く、安定して続いたことが、生活者に徐々にゆとりと安心を生みだし、使い方は堅実ながらも旅行への意欲上昇につながったと考えられます(図2)。

JTB旅行動向で旅行業界の人に本当に伝えたいこと

先日、ネットでこんな記事を読みました。鹿児島市の「西郷どん 大河ドラマ館」が2008年の「篤姫」に来場者数で負けた、という内容です。篤姫はテレビドラマの視聴率が高い最後の時代。その後社会全体が急速にデジタル化が進み、様々な商品やサービスが誕生し、個人個人の価値観が多様化した結果、ドラマの影響は以前より限定的になっています。

波瀾郁代 JTB総合研究所執行役員企画調査部長
88年入社。支店長、広報室長を経て12年JTB総合研究所へ。同社の自主研究、マーケティング、コミュニケーション戦略を担当JTB旅行動向の分析推計に08年から現在まで関わる

40年以上続くJTB旅行動向の過去の内容を読むと、昔はイベントやドラマなどでも程度影響が見込まれ、掲載に力が入っていたように感じます。しかし最近では広報効果を期待して掲載はするものの、もともと本質的な旅行のあり方の変化を理解してほしいと考えています。地域の観光系セミナーなどでは、旅行・観光に影響を及ぼす4つのキーワード、「デジタル」、「LCC」、「多様な宿泊施設」、「生活文化の魅力」を説明していますが、今年の旅行動向ではこれらに基づき、

「AI(人工知能)やVR(仮想現実)などを利用した商品やサービス、旅行予約相談ツールの登場」、また、旅先で事業者が提供する体験だけではなく、「マッチングサイトを通じた地元の人とのフラットな関係による体験プランの広がり」をあげています。現代の旅行動向は、短期的な景況感やイベントだけではなく、本質は語れません。思考停止にならないためにも、社会や生活者を俯瞰的に見るのが大切です。

図1 延べ海外旅行者数と日本人人口の推移

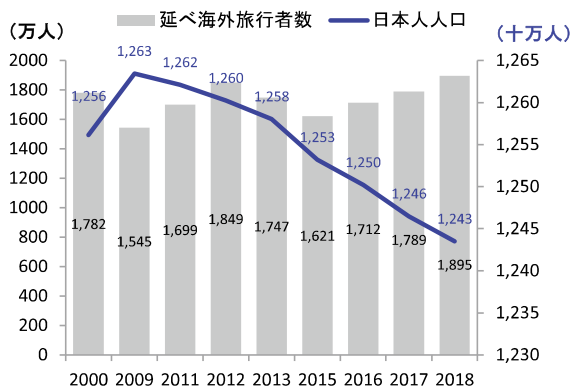


図2 暮らし向きの変化(前年と比べて) ※各年9月調査での比較

