

日本と長野県における  
インバウンド  
2019/2/1

白馬村・妻籠宿を例に

公立大学法人 長野大学  
市川正夫

# 世界全体の国際観光客数 (2018年)

①14億300万人で前年比プラス5.6%の7,400万人

2000年6.8億人、2011年10.0億人、20年間で2倍

②外国人旅行者受入数2017年

**フランス8,692万人** スペイン8,187万人

アメリカ7,694万人 中国 6,074万人

イタリア5,824万人

日本16位 2,869万人(2018年前年比8.7%増3,119万人)

# 国際観光収入 (2017年)

**アメリカ 2,107億ドル**

**※ハワイ、ラスベガス、西海岸、ロッキー山脈、ニューヨーク**

**スペイン 681億ドル**

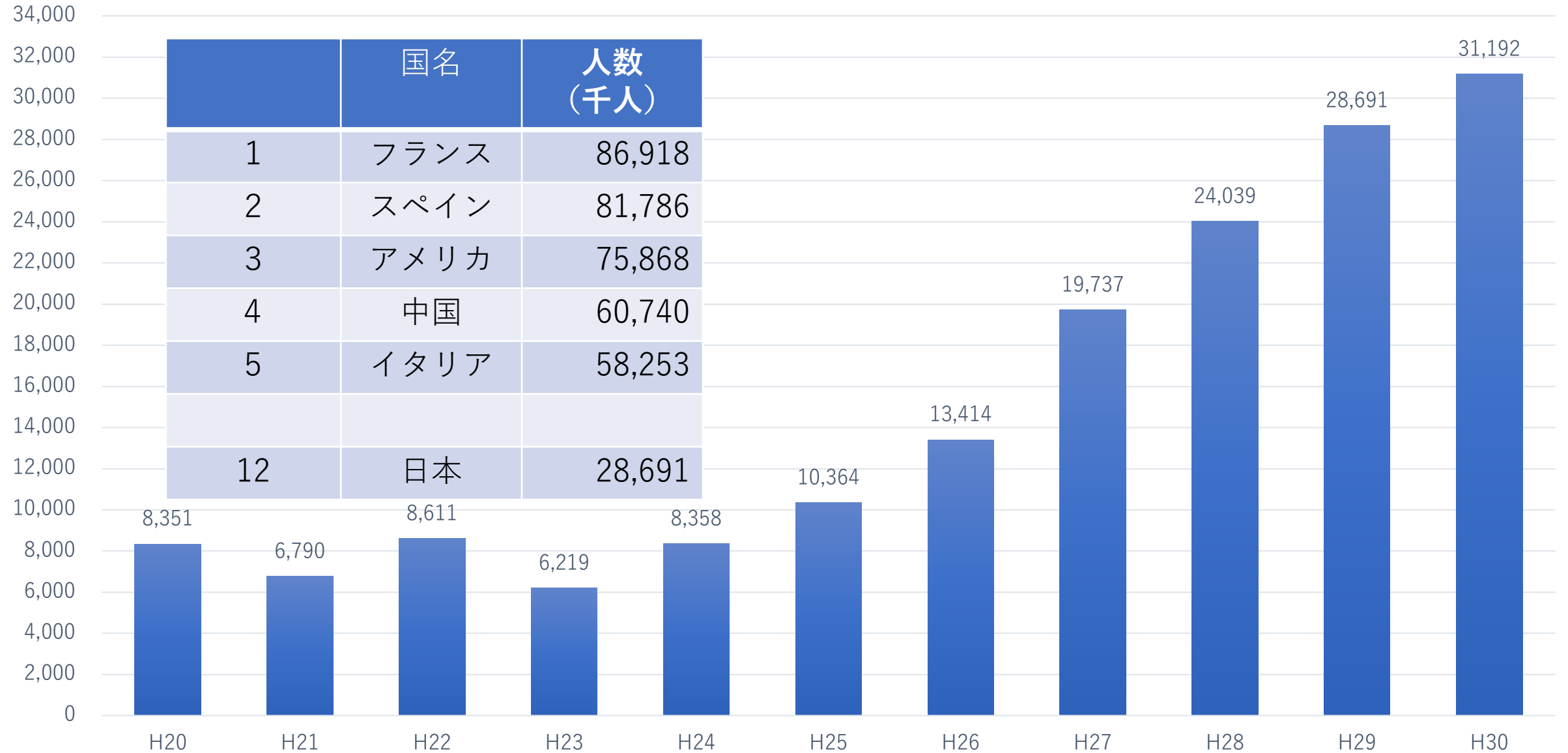
**フランス 607億ドル**

**日本 341億ドル 世界11位**

**2018年には411億ドル 世界8位**

(千人)

# 国内における訪日外国人数の推移(2008～2018)



# 日本のインバウンドの取り組み

2010年(平成22)閣議決定で、観光立国の推進

2016年「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」

※2020年までには訪日外国人を4,000万人の目標

2019年ラグビー・ワールドカップ日本大会

2020年東京オリンピックとパラリンピックなど

# 日本観光振興協会で「国民の観光に関する動向調査」で国内の宿泊観光旅行

**2017年度 宿泊観光旅行の参加率は49.0%**

**1994年度 60.2%がピークに減少**

**1980年度 男性が30歳代70.6%が最も高く、2017年度50.5%**

**1994年度 女性が20歳代66.5%が最も高い、2017年度58.3%**

**1970年度 「家族」 28.7%、2017年度57.2%に増加**

**1970年度 「自分ひとり」 7.4%、2017年度12.0%**

# 日本人の利用宿泊施設

- 「ホテル・ビジネスホテル」 **1972年度18.2%、2017年度61.0%**

目的「レジャーランド・テーマパーク」 83.7%

「演劇・音楽・スポーツの鑑賞」 83.4%

「都会見物」 79.3%

※ホテル・ビジネスが主要駅前に出店、価格の安さ、インターネットなどの予約のし易さ

- 「旅館」が**1972年度55.2%、2017年度23.4%**

旅館は温泉浴が51.5%

# 日本人観光客の宿泊

泊数	1970年度	2017年度
1泊	43.9 %	64.0
2泊	36.2	23.7
3泊	12.5	7.7
4泊	5.7	1.9



# 日本における外国人旅行者

- 2003年(平成15)に始めた「**ビジット・ジャパン・キャンペーン**」**2003年521万人 2012年は837万人**
- 2005年**海外旅行社向けに海外旅行会社の招請**やツアー共同広告の実施により訪日旅行商品の造成、販売の支援
- 2005年国内で商談会「**YOKOSO! JAPAN**トラベルマーケット」(同2010年度より「**VISIT JAPAN**トラベルマーケット」JV)を開催。海外の旅行会社やメディアに意見交換や商談

# 国内観光の経年外部状況

2005年は中国における反日感情の悪化

2005年度から同08年度**中国圏・韓国に向けて春節や旧正月**に向けたキャンペーン「YOUKOSO!JAPAN WEEKS」

2008年は世界的な金融危機による景気後退や急激な円高

2009年景気後退や円高の継続、新型インフルエンザの感染

2010年 861万人

2011年 東日本大震災で大幅に減少

- 2012年東日本大震災から一年目、関係省庁、地方公共団体、民間事業者と連携して訪日需要の回復につなげる「**Japan.Thank You.**」  
**キャンペーン**

# 日本政府の施策

- 2013年訪日外国人を1,000万人目標。同時に観光立国推進基本計画を定めて、同16年までに1,800万人という中期目標、**同20年までに2,500万人という長期目標**
- 2008年観光庁設立**され、本格的に観光立国を目指す
- 2016年「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において掲げた目標の達成
- 2018年観光立国推進閣僚会議で「観光ビジョン実現プログラム2018」「観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2018」などインバウンドに向けた施策

# 日本への主要国の海外観光旅行者増加要因

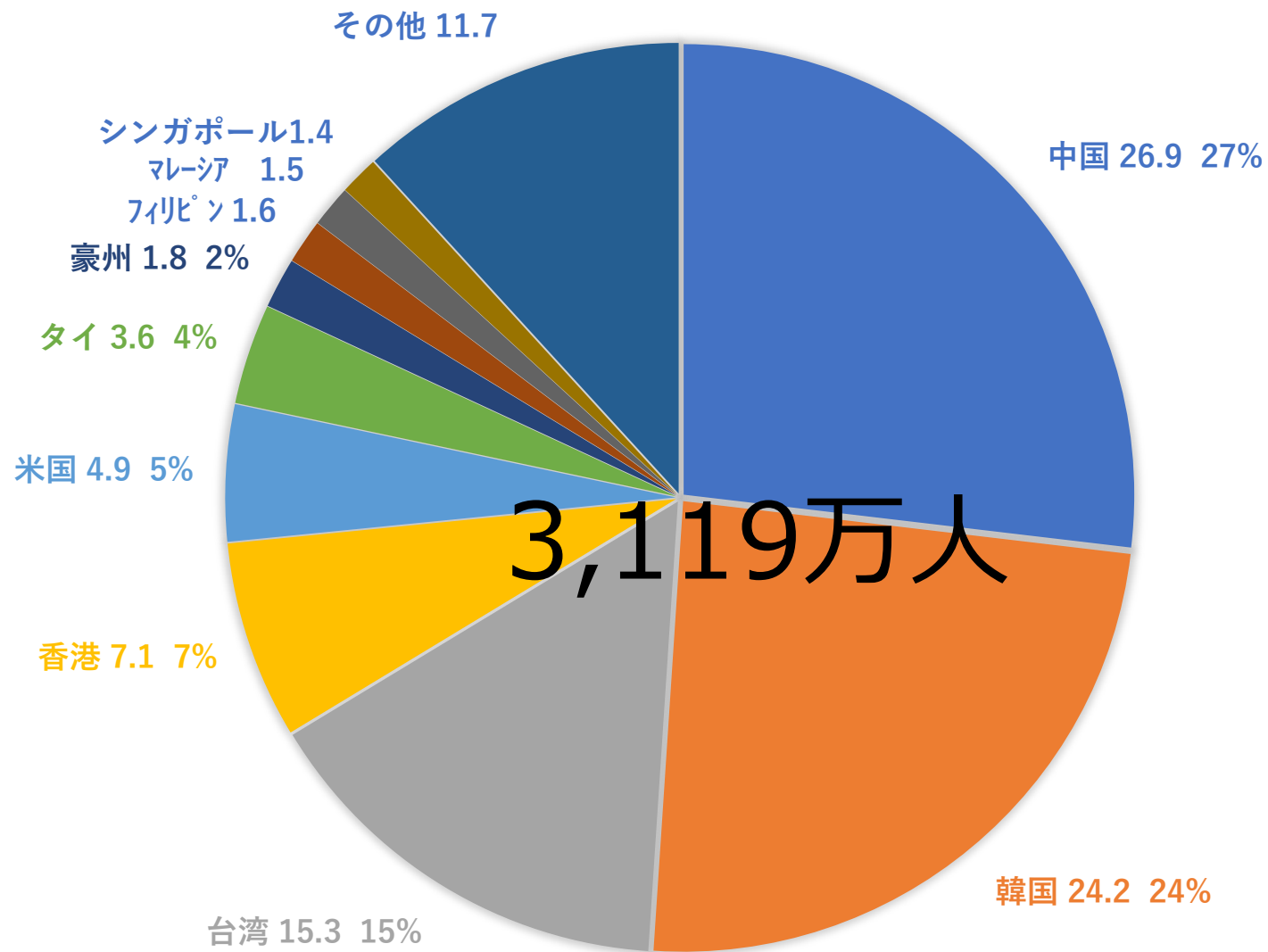
- ①日本政府が観光を地方創生の切り札
- ②日本の成長戦略の柱
- ③ビザの緩和
- ④税関・出入国審査・検疫体制の充実
- ⑤航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実
- ⑥多言語表記など受入環境の整備と関係者の協力
- ⑦日本政府観光局などのインバウンド関係者の連携などである。

# 訪日外国人旅行者

- 2005年673万人、  
10年 861万人  
12年 836  
13年 1,036  
15年1,974  
17年 2,869  
18年3,119

- 訪日外国人のうち84.5%、2,637万人はアジアから中国・韓国・台湾・香港の東アジアは2,288万人で全体の73.4%。最も多かったのは中国

# 国内における国・地域別訪日外国人（2018）



# 各・地域からの日本への旅行者

- **中国**

**2003年45万人、同10年141万人、同18年838万人**

- **韓国**

**2003年 146万人、同10年 244万人、同18年754万人**

- **台湾**

**2003年19 万人、同10年41万人、同18年476万人**

- **香港が221万人、タイが113万人、アメリカが153万人、イギリス・フランス・ドイツ・イタリアが112万人、オーストラリアからは55万人**

# 訪日外国人の旅行消費額

- 2012年(平成24) **1兆846億円**
- 2014年 2兆278億円
- 2015年 3兆4,771億円
- 2016年 3兆7476億円
- 2017年 4兆4,162億円
- 2018年 **4兆5,189億円**



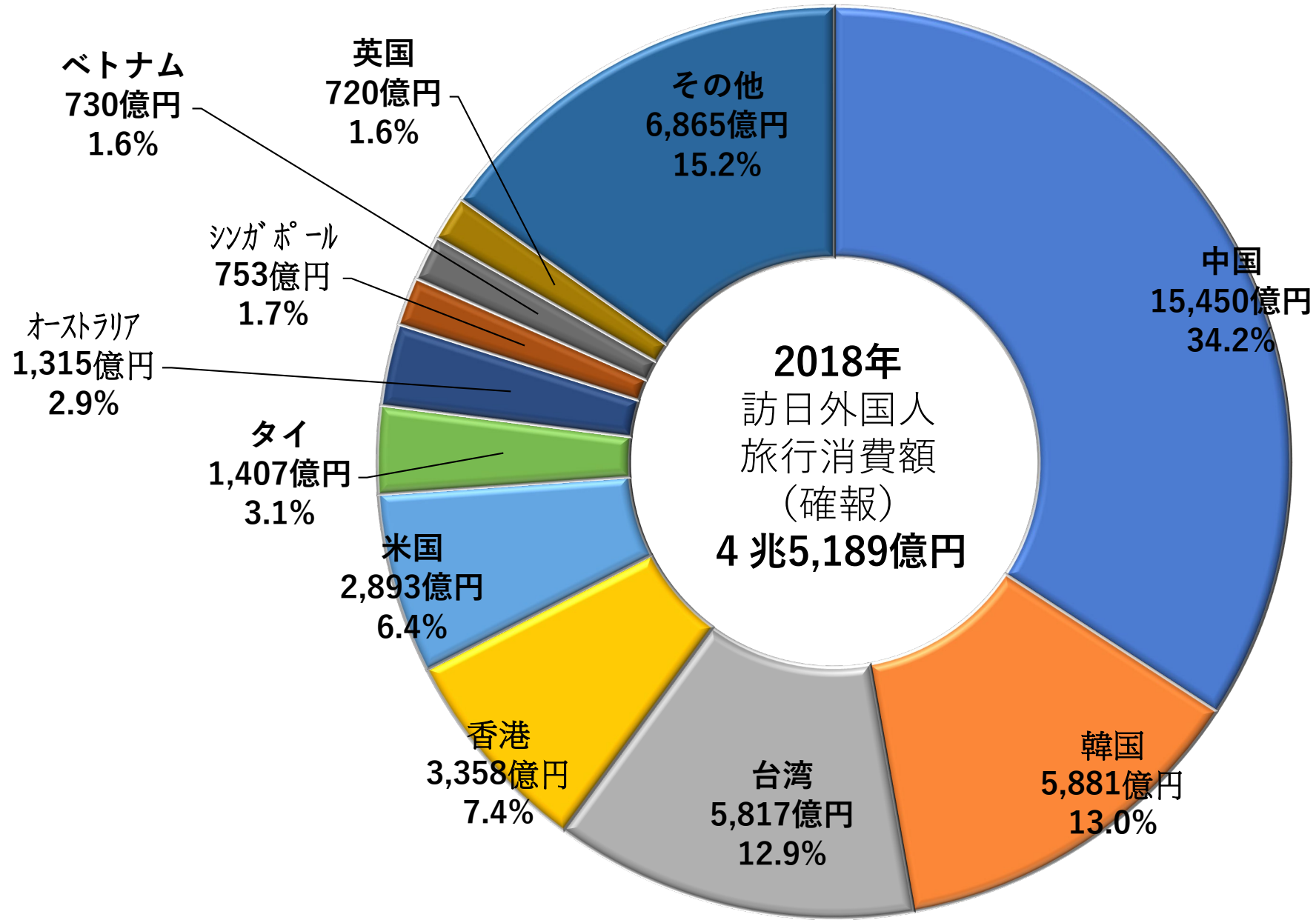
# 日本における外国人の旅行消費額2018年

- **中国1兆5,450億円 34.2%**
- 韓国 5,881億円 13.0%
- 台湾 5,817億円 12.9%
- 香港 3,358億円 7.4%
- アメリカ2,893億円 6.4%

※上位5の国・地域で全体の3分2

- 中国は前年の38.4 %で1兆6,947億円からシェアや消費額を下回っているが以前、3分の1以上
- 韓国が5,126 から5,881億円
- オーストラリアが1,118億円から 1,315億円でスキー関係
- ベトナムが566 億円から730億円で東南アジアは富裕層

# 国・地域別の訪日外国人旅行者の消費



# 日本における国・地域別の旅行消費額 (2018年)

- **中国からの旅行者**

**買物代52.4 %、宿泊費20.0%、 飲食費17.0%、 交通費7.0%**

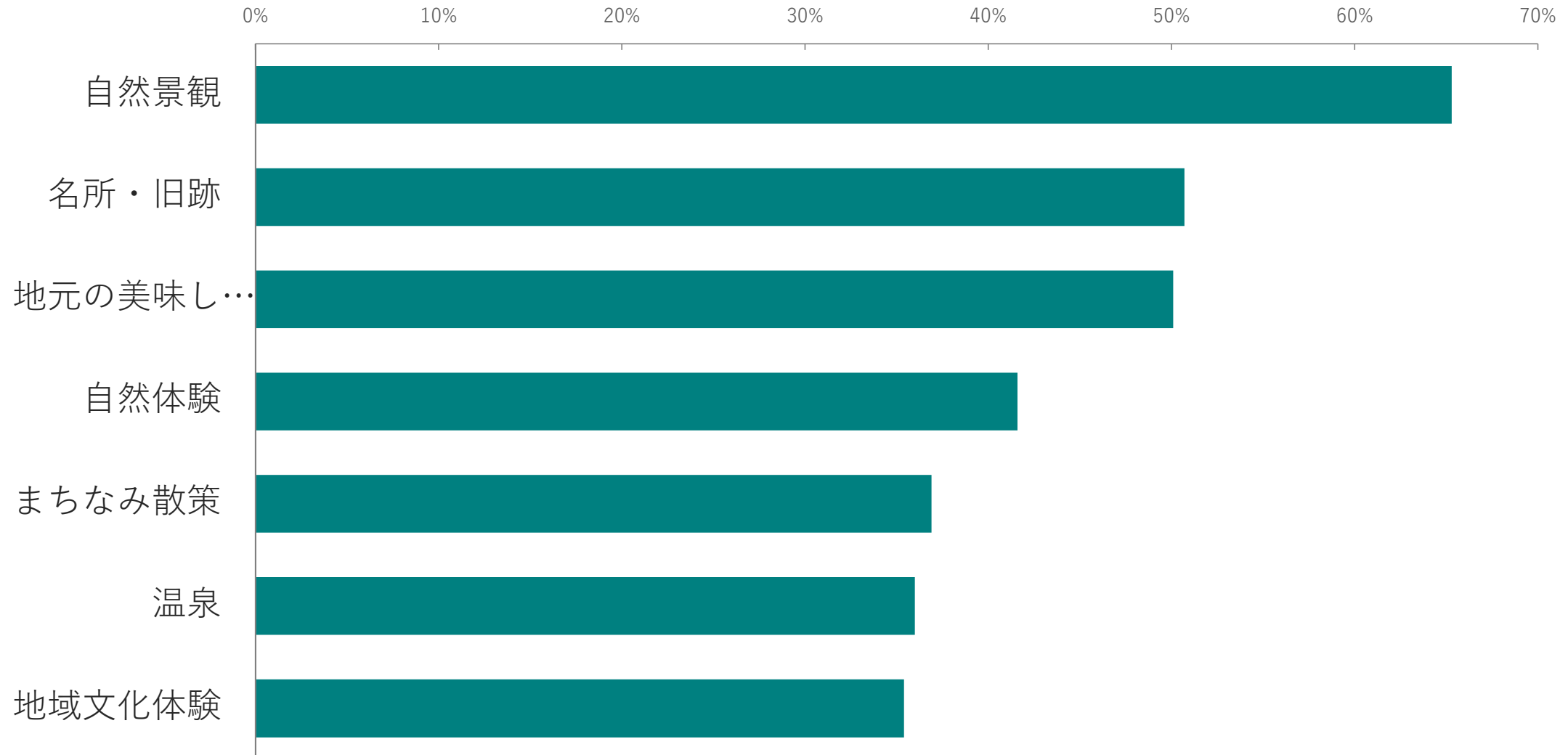
- **宿泊費の値が上位**

**アメリカは42.9%、イギリスが45.4%、ドイツが 44.0%、フランスが39.6%、イタリア39.2%、シンガポール36.5%とマレーシア32.6%、オーストラリア40.8%**

# 観光・レジャー目的の訪日外国人(2018年)

- 全体2,256万人、アメリカが3.4%、ヨーロッパが2.8%、オーストラリア1.8%で計8.1%
- **欧米豪の訪れる方面は関東**が各60.9万人、65.7万人、36.5万人、近畿が各41.6万人、39.7万人、26.8万人
- オーストラリアは北陸信越が多い、それはスキー・スノーボードなど冬季の訪問による。
- 年代別ではヨーロッパは30～40歳代が45.6%、アメリカ・オーストラリアは30歳以下が各40.1%、39.1%

# 外国人が日本に来る目的※複数回答があり



- スキー・スノーボードが多い北陸信越は30歳以下37.6%が高い
- 北陸信越はアメリカ・ヨーロッパが1～4泊が各81.7・80.1%と最も高い
- オーストラリアは1～4泊が49.8 %、5～9泊が35.4%、10泊以上が11.4%

# 長野県の訪日外国人

• **2008年 24.3万人**

12年 28.8

13年 54.3

15年 94.7

16年 113.5

17年 129.0

**18年 152.7**

- 全体の延べ宿泊者数が1,821万人、外国人の宿泊者割合は8.0%
- 2018年度台湾が33%、中国13%、香港9%、オーストラリア8%、ヨーロッパ5%の順であり、他都道府県でオーストラリアが特筆される県はない

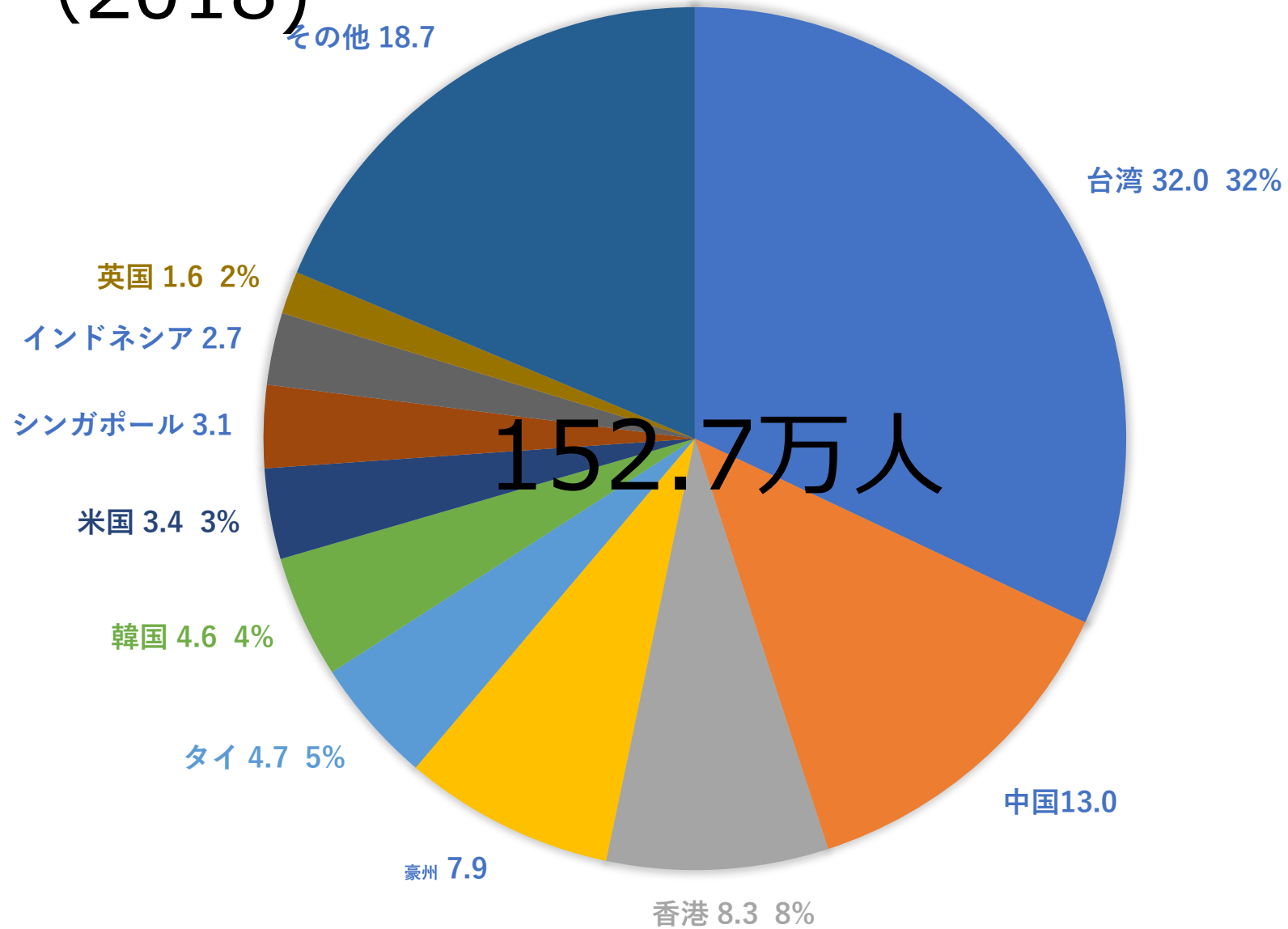
(千人)

# 長野県における訪日外国人の推移(2008～2018)





# 長野県における国・地域別訪日外国人 (2018)



# オーストラリアからの訪日外国人延べ宿泊者

- 日本を訪れる206万人で全体の2.6% 2018年
- 東京都が39%、京都府が13%、大阪府が10%、北海道が7%、千葉県が6%、長野県で5.6%、11.7万人
- 長野県へのオーストラリアからは2014年30.3万人、同15年37.6万人、同16年44.5万人、同17年49.5万人、同18年55.2万人

# 白馬村を訪れる観光客

- **1960年**30.3万人、スキー客は半分の**17.5万人**
  - **1991年**383.1万人、スキー客は73.0%の**279.8万人**
  - **2015年11月～16年4月**927,250人  
**16年11月から17年4月**945,796人  
**17年11月から18年4月**994,965人  
**18年11月から19年4月**966,067人
- ※外国人のスキー・スノーボード利用者は増加している

# 白馬村を訪れた外国人(2017年)

• 113,970人

内訳

オーストラリア	44,870人	39.4%
シンガポール	11,524人	10.1%
台湾	10,973人	9.6%
香港	8,066人	7.1%

# オーストラリアから白馬村内で最も外国人 人が経営する宿

- **白馬村内で最も外国人が経営する宿泊施設などが集中する和田野地区を調査**
- **和田野地区はオーストラリア人が20年ほど前の1998年長野冬季五輪で知られる。一部のスキーマニアが白馬に来て、口コミでオーストラリアで人気となり若者を中心に白馬に定住。**

# 学生による現地調査

- 2019年12月7日公立大学法人長野大学の学生18名により、和田野地区で悉皆調査を行った。
- 和田野地区には宿泊施設・飲食店・スキー関係のショップなど40軒
- 調査当日は日本人経営が8軒、外国人経営が7軒の調査を行うことができた。

# 白馬村和田野における日本人による宿泊施設

開設年	業種	施設・白馬の魅力	白馬の問題点	労働力	白馬村の将来
1967	ホテル	家庭的で客との距離が高い	自然の豊かさ	1	施設が古い
1980	ホテル	スキー・アウトドアの適地	お金が落ちない	20(正規16)	通年
1980	旅館	スキー	自然破壊	2	
1980	ペンション		自然・海外との交流	家族	日本人が来ない
1980	ペンション	四季を感じる	日本文化を理解していない	家族	
1980	ホテル	田舎暮らし・自然の良さ	春・秋の人が少ない	15(冬季30)	夏季営業
2010	貸別荘	自然豊か・交通便の良さ	投資目的で価値が高い	200(外国人100)	
		世界に宣伝するチャンス			
2015	ロッジ	飲食店が近接	外国人の騒音	3(外国人1)	日本人が来ない

# 日本人が経営ペンションやホテル

- ①ペンションやホテルなど宿泊施設
- ②開設年は古くは1967年、新しい人で2015年、5軒が1980年と  
なっている。そのうち一軒が貸別荘
- ③白馬に来た動機と白馬の魅力は、四季を感じることに、自然の良  
さが挙げている
- ④白馬の問題点は開発の問題点・自然破壊など。冬季以外の誘客  
の取り組みを模索する必要
- ⑤労働力として規模が高い宿泊施設は、冬季のみにアルバイトを  
雇う。将来的にはいかに日本人を取り組むのかが課題



# 白馬村和田野における外国人による宿泊施設

- | 出身国・出展年                    | 白馬に来た動機         | 白馬の魅力             | 白馬の問題点など |
|----------------------------|-----------------|-------------------|----------|
| オーストラリア2002<br>すべての人に来てほしい | ホテル経営           | 仲良し・外国人が来る        | 自然がきれい   |
| オーストラリア2011<br>散           | 仕事              | 多くのコミニティー         | 雪質・客が分   |
| オーストラリア2016                | 友人の誘い           | たくさんの友人・美しい山      | なし       |
| オーストラリア2016<br>コミニティー      | 仕事              | きれいな村             | 雪質・文化・   |
| オーストラリア2018                | スノーボード          | 良質な雪・綺麗           | なし       |
| オーストラリア2019                | 雪               | 小さいコミニティー・とても良い   | なし       |
| オーストラリア2019                | 仕事              | 良い小さいコミニティー・すべて良い | なし       |
|                            | ※宿泊施設はホテル・ロッジなど |                   |          |

# 白馬村和田野地区における外国人

- ①調査した7名は、すべてオーストラリア
  - ②経営者開設年は古い経営者では長野冬季五輪の4年後の2002年、新しい人で今年
  - ③来た動機は仕事が主
  - ④白馬の魅力はコミニティーや地域性の良さ
  - ⑤白馬村の良さは自然の豊かさや美しさ。白馬や日本の文化に触れてほしい。
- ※外国人から日本の魅力を発信する事例がある。







BIG WHEELS P. 10 • LEARNING TO LOVE LAS VEGAS P. 14

# Smithsonian

OCTOBER 2010

SMITHSONIAN.COM

**ILLUSTRATED  
MAN**  
*The universal impulse to  
embellish the human body*

**ALSO:**  
SICILIANS FIGHT THE MAFIA  
THE ORIGINS OF LIFE  
A VIKING MYSTERY  
THE DISAPPEARING COLORADO  
WALKING OLD JAPAN



ed me of 19th-century photographs of Native Americans.

Back at our minshuku, Bill pointed out a wooden frame filled with script that hung in the foyer. It was a hand-carved reproduction of the first page of the *Before the Dawn* manuscript. "The Kiso Road," Bill read aloud, "lies entirely in the mountains. In some places it cuts across the face of a precipice. In others it follows the banks of the Kiso River." The sound of that river lulled us to sleep.

At breakfast Mr. Ando, the man in the brown cardigan, invited us to a *goma* (fire) ceremony that evening at his shrine. Bill had told me that Mr. Ando was a shaman in a religion that worships the god of Mount Ontake, which Hanzo had climbed to pray for his father's recovery from illness. Shimazaki called it "a great mountain that would prevail amidst the endless changes of the human world." I had assumed he had meant its physical presence, not its spiritual hold. Now I wasn't so sure.

We ate a quick dinner—a hot-pot dish called *kimchi shabu shabu* and fried pond smelts—and piled into the back seat of Mr. Ando's car. I had a strange feeling of exhilaration as I watched houses zip by (the response of the walker who is given a lift). We careered up a hill, at the top of which Bill and I were dropped off in front of a small building hung with vertical banners. Mr. Ando had temporarily ceased shaman service because he had recently become a grandfather.

Inside, we took off our shoes and were given white jackets with blue lettering on the sleeves; the calligraphy was in a style that Bill couldn't decipher. About a dozen similarly garbed celebrants sat cross-legged on pillows before a platform with an open pit



## ON THE ROAD TO EDO

An excerpt from *Before the Dawn*, by Shimazaki Tōson (above), reflects life on the Kiso Road in 1856 as the protagonist, Hanzo, sets out for the Japanese capital with his brother-in-law Jeheiji and servant Sakichi.

**TO BE OUT TOGETHER** In this way was something special and all three shared the excitement and fascination of the road unfolding before them. Hinoki berries might be drying in front of that shed there, while over here was a mountain country dog, brown and stocky with sharply pointed ears. They laughed often as they walked along discussing these things. If one of them broke a string on his sandals, the other two would wait until the damage was repaired.

Scenes of the deep forest surrounded them. Jeheiji was familiar with the road from Tsumago to Fukushima and Hanzo, too, having taken his father's place when the Magome honjin was summoned to Fukushima, had traveled this road many times. Since Hanzo had grown up observing this road he could tell the condition of the way ahead from the perspiration of the packhorsemen, the porters, and the litter bearers they passed on the way. Flies left over from the previous month swarmed around men and horses alike, another part of the discomfort of travel on the Kiso road.

"How are you doing, Sakichi?"

"My legs are in fine shape. How about you?"

"No trouble at all."

Hanzo, walking beside Jeheiji, would occasionally look back at Sakichi to say something and then move on.

Excerpted from *Before the Dawn*, by Shimazaki Tōson, translated from the Japanese by William E. Naff. Copyright © 2010. With permission of the University of Hawaii Press. All rights reserved.

the spirit of the god down from the mountain. Then an assistant placed blocks of wood in the pit and set them ablaze. The people seated around the fire continued chanting as the flames grew, raising their voices in a seemingly agitated state and cutting the air with their hands in motions that seemed mostly arbitrary to me. But Bill told me later that these *mudras*, as the gestures are called, actually correspond to certain mantras.

Bill joined in chanting the Heart Sutra, a short sutra, or maxim, embodying what he later said was "the central meaning of the wisdom of Emptiness." I sat speechless, unsure if I was still in the land of bullet trains and talking vending machines.

Each of us was handed a cedar stick to touch to aching body parts, in the belief that the pain would transfer to the wood. One by one, people came up, knelt before the fire and fed it their sticks. The priest took his wand—which, with its bouquet of folded paper, resembled a white feather duster—and touched it to the flames. Then he tapped each supplicant several times with the paper, front and back. Flying sparks accompanied each cleansing. Bill, a Buddhist, went up for a hit.

Afterward, we walked toward our shoes through a thick cloud of smoke. "You know what the priest said to me?" he asked when we were outside. "Now don't catch a cold."

**THE NEXT MORNING WE** set out in a light drizzle. The mountains in front of us, wreathed in wisps of cloud, mimicked the painted panels we sometimes found in our rooms.

Despite a dramatic gorge on its outskirts, Agematsu turned out to be an unremarkable town. Our innkeeper, Mrs. Hotta, told us over dinner that men in the



日本平野テラス・願山天空カフェ  
白山平泉寺・大空山・小入谷の  
藍本朝奥谷の斜光・亀崎瀬下祭

J-B

大人から子どもとびきりのワクワク遊べ

BY RIS

心揺るお宝プロ

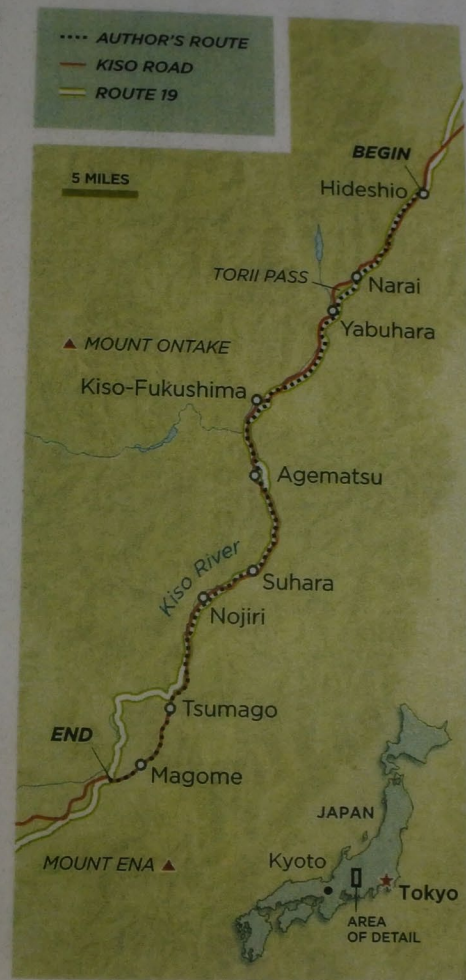
SONIAN.COM 83



emperor. Shimazaki set his story in his hometown of Magome, one of the Kiso Road's 11 post towns (precursors of rest stops). Hanzo, the novel's protagonist, is based on Shimazaki's father, who provided lodging for traveling officials. In capturing the everyday workings and the rich culture of the inland highway, Shimazaki exalted the Kiso in much the way that the artist Hiroshige immortalized the Tokaido in his woodcuts.

Hiroshige painted the Kiso also (though not as famously), and even from the highway we could see why. Turning our eyes from the cars, we gazed at hillsides of green and muted orange. A lone Japanese maple would flash flaming red, while russet leaves signaled a cherry tree's last autumnal act. Other branches stripped of foliage bore yellow persimmons that hung like ornaments. After an hour and a half of walking, we came to a stand of vending machines outside a train station. The one dispensing beverages (cold and hot) came with a voice that thanked us for our business.

Bill, a translator of Japanese and Chinese literature, had been telling me about the Kiso Road for a long time. A resident of Miami, he had lived in Japan from the mid-1960s to the mid-1970s and had already walked the Kiso twice. The road was still



The Kiso Road, traveled by merchants, pilgrims, princesses and imperial emissaries, offered a panorama of Japanese culture.

thin town stretched along railroad tracks. We found its main street tight with dark wooden houses and day-tripping tourists. The sloping roofs, small shops, cloth banners and unmistakable air of cultural import were like a reward for having arrived on foot. But I doubted that Bill would find a masseuse.

He did find our *ryokan*, or inn, the Echigo-ya. Thin sliding doors open to the street gave way to an entryway with a dirt floor rimming a tatami platform. The innkeeper appeared upon it shortly, a young man in a head scarf who dropped to his knees to tell us at eye level that we were too early to check in. Leaving one's bags never felt so good.

Bill led me to his favorite coffee shop, Matsuya Sabo, a cramped establishment in an antique style. Toy poodles, named Chopin and Piano by the shop's music-loving owners, were in attendance, and a nocturne played softly behind the bar, which was hung with delicate paper lanterns.

The café proprietor, Mr. Imai, told us that in the old days processions would come through town bearing green tea for the emperor. If the tea container shattered, whoever caused the accident would be beheaded. So when a tea procession arrived, every-







# 旧妻籠峠を訪れる白人外国人 日本の良さを世界に発信

- ①茶屋に国際ミーティングの場となっている。情報発信の場で欧米系の外国人にお茶などを提供して聞き取りを行う
  - ② 2008年ごろから中山道を歩く外国人が増加  
「1000 PLACES To See Before You Die」 で日本では七か所のうち妻籠・馬籠を選出成田空港で妻籠を発信する「ロンリー・プラネット」として各国の記者が自分の目で見てすぐれた観光地を選出
  - ③外国人は日本人の好みとは異なる。自然が豊かな場所。400年前の街道が魅力で当時と同じ中山道を徒歩でたどる。馬籠→馬籠峠→妻籠の約9kmを歩いて宿場がある
  - ④妻籠を訪れるのは欧米人が多く、団体旅行がほとんどなく、家族や友人が主。  
400年前の街道が残されていて徒歩で移動することができる
  - ⑤馬籠峠をおとずれる徒歩の観光客(ハイカー)  
2009年度全体35,390人 外国人5,848人で全体の16.5%  
2018年度全体49,844人 外国人31,476人で全体の63.1%で年々増加
- ※ 10年間でハイカー全体1.4倍。外国人は5.4倍増。ヨーロッパの雑誌でとりあげ、インスタでその良さが広まる



# まとめ

- これからの日本の観光
- 「Cool JAPAN」のキャンペーンをはじめ外国人が日本の良さを知り始めた
- アジア系の目的は日本の良質な商品を買う・主要観光地を巡る  
団体旅行・観光バスでの移動
- 欧米豪は日本の歴史・風土・食文化・温泉等に興味（街道・祭り・日本食・温泉）家族や友人、少人数での移動  
日本人の感覚と異なる

## 問題点

外国人向けのメンテナンスの整備(各国言語への対応、ネット社会への対応等)