# 【Focus】観光（民泊・統合型リゾート）

【要約】

■ 日本人延べ国内宿泊旅行者数の動向は、2018 年は 321 百万人（前年比▲0.6%）と微減を見込む。2019 年は、皇位継承に伴う祝日の増加等も見込まれ、322 百万人（同+0.3%）と微増を予想する。また、アジア諸国の経済成長や LCC 就航数増を背景に訪日外国人数は増加が見込まれ、2018 年 3,110 万人（同+8.4%）、2019 年 3,360 万人（同+8.0%）を予想し、短期的な需要見通しは良好である。

■ 中長期的には、人口減少に加え宿泊旅行頻度が少ない高齢者層の比率が増加するため、日本人国内延べ宿泊旅行者数は、2023 年に 311 百万人への減少を予想する。一方、訪日外国人は順調に増加し、2022 年に政府目標である 2020 年 4,000 万人を突破し、2023 年には 4,320 万人に至るものと予想する。

■ 訪日外国人数は増加する一方、一人当たり消費額は消費の質の変化もあり減少傾向にある。係る変化を踏まえた上で消費額を伸ばすためには、長期滞在を促す仕組み作りや、「コト消費」ニーズへの対応等の対策が求められる。

■ 訪日外国人の一人当たり消費額の減少という課題に対して、2018 年の民泊を合法化した住宅宿泊事業法施行、及び、カジノを含む統合型リゾート（Integrated Resort、以下、「IR」）導入を定めた法律成立は、今後の観光消費の拡大を促すと共に、地方への外国人旅行者の誘客にも繋がる大きな出来事である。従って、観光関連企業には、民泊を旅行バリューチェーンの中の一要素と位置づけ、交通等多様な事業者や地域との連携を通じた取組みが求められる。また、IR は日本にまだ存在しない事業であるためリスクも相応にあるが、観光産業全体や地域にもたらす経済効果等は大きいと考えられ、日本企業にとっても IR における非カジノ事業の運営や観光における地域連携の中で果たす役割は大きい。

【図表 25-1】需給動向と見通し

| | 指標 | 2017年（実績） | 2018年（見込） | 2019年（予想） | 2023年（予想） | CAGR 2018-2023 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 国内需要 | 日本人国内延べ宿泊旅行者数（百万人） | 323 | 321 | 322 | 311 | - |
| | 前年比増減率（%） | ▲0.7% | ▲0.6% | ＋0.3% | - | ▲0.6% |
| | 訪日外国人数（万人） | 2,869 | 3,110 | 3,360 | 4,320 | - |
| | 前年比増減率（%） | ＋10.7% | ＋8.4% | ＋8.0% | - | ＋6.8% |

（出所）日本人国内延べ宿泊旅行者数：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、国立社会保障・人口問題研究所資料より、訪日外国人数：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」よりみずほ銀行産業調査部作成
（注 1）2018 年以降の日本人国内延べ宿泊旅行者数は、みずほ銀行産業調査部予想
（注 2）2018 年以降の訪日外国人数は、みずほ銀行産業調査部予想

# I. 国内観光市場の動向

## 1. 日本人の宿泊旅行需要

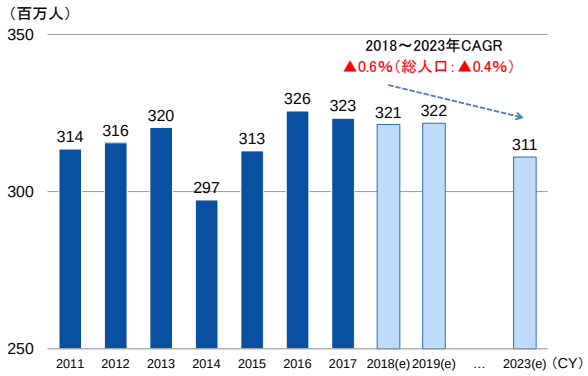
**2017 年の旅行市場は概ね良好だった**

日本人の国内延べ宿泊旅行者数は、2010 年以降、消費税増税の影響を受けた 2014 年を除き概ね 3 億人強で安定推移している。2017 年は 323 百万人（前年比▲0.7%）と微減となったが、前年に次ぐ高水準であった（【図表 25-2】）。人数は若干の減少となったものの、一人当たり消費額の増加により、2017 年の国内宿泊旅行者の消費額は 2010 年以降最高となるなど、旅行市場は概ね良好であった（【図表 25-3】）。

**宿泊旅行者数は人口減少に伴い減少を予想**

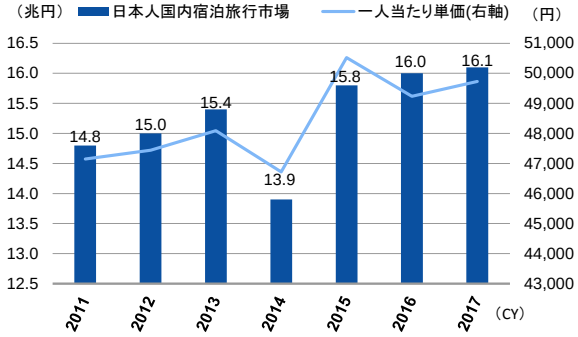
日本人の宿泊旅行頻度は、高齢になるほど下がる傾向にあるため、人口減少に加え高齢者層の増加が下押し要因となり、2018 年の日本人国内延べ宿泊旅行者数は 321 百万人（前年比▲0.6%）の微減を予想する。一方、2019 年は、4 月の皇位継承前後の特別対応による 10 連休や、同年 10 月に予定される消費増税前の駆込み需要も期待でき、322 百万人（前年比+0.3%）と微増を予想する。しかし、中長期的には人口減少のスピード以上に宿泊旅行者数は減少すると考えられ、2023 年には 311 百万人に減少すると予想する（【図表 25-2】）。

【図表 25-2】日本人延べ国内宿泊旅行者推移・予想




（出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」より
みずほ銀行産業調査部作成
（注）2018 年以降はみずほ銀行産業調査部予想

【図表 25-3】国内宿泊旅行の消費額




（出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」より
みずほ銀行産業調査部作成。

## 2. 訪日外国人

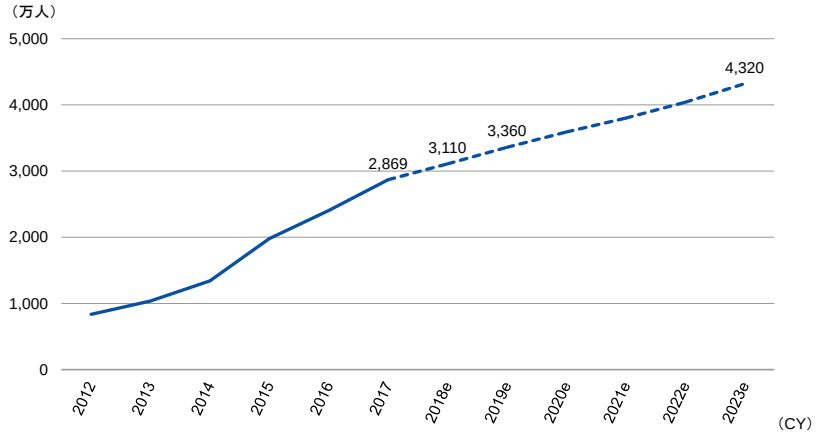
**2018 年の訪日外国人数は 3,000 万人超を予想**

近年増加を続ける訪日外国人数は、2012 年以降、毎年過去最高を記録している。2018 年に入っても増加トレンドは継続し、9 月迄の累計で 2,347 万人（前年同期比+10.7%）となった。但し、6 月の大阪府北部地震や 7 月の西日本豪雨等の影響で増加率は減少し、更に 9 月の台風による関西国際空港の閉鎖と北海道胆振東部地震の影響で、同月の訪日外国人数が 5 年 8 カ月ぶりに前年同月比でマイナスになる等、自然災害による影響が現れた。しかし、影響は一時的なものとされ、2018 年の訪日外国人数は 3,110 万人（前期比+8.4%）と、初めて 3,000 万人を超えると予想する（【図表 25-4】）。

**訪日外国人数は4,000 万人を超えると予想**

2019 年以降の訪日外国人数も、中国や ASEAN 諸国の経済成長に伴う海外旅行者の増加や、日本各地の空港における LCC 就航数の増加等から、堅調に増加すると考えられる。2019 年は 3,360 万人（前期比+8.0%）、2022 年には 4,000 万人を突破し、2023 年は 4,320 万人を予想する（【図表 25-4】）。

【図表 25-4】訪日外国人数の推移と予測

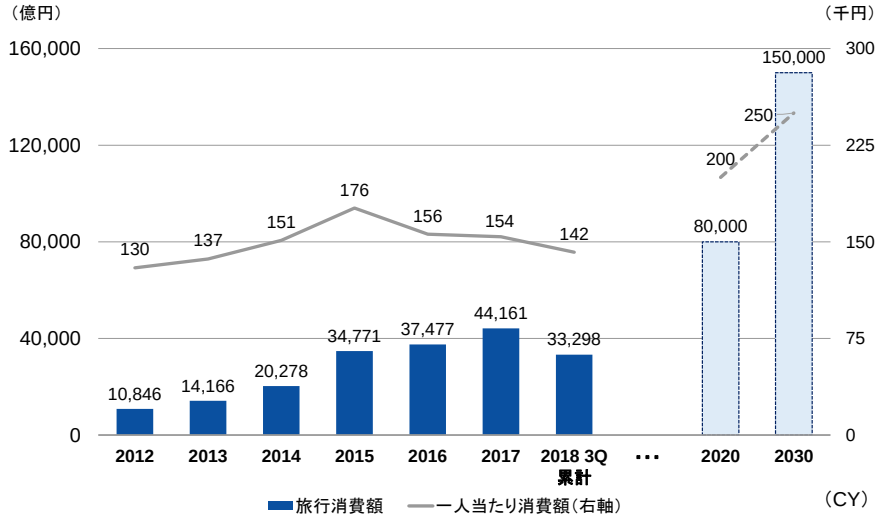



（出所）日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」よりみずほ銀行産業調査部作成
（注）2018 年以降はみずほ銀行産業調査部予想

**外国人旅行客による一人当たり消費額は減少傾向にある**

訪日外国人消費額も人数と共に増加しており、2018 年 9 月迄累計の消費額は約 3.3 兆円（前期比+2.4%）となったものの、2018 年は通年で 2017 年の約 4.4 兆円を上回るかは不透明となってきた。消費額の伸びの鈍化をもたらしているのは一人当たり消費額の減少であり、2015 年には約 18 万円となったものの、同年をピークに減少傾向にある（【図表 25-5】）。その主な背景として、中国において 2016 年 4 月から海外購入品を持ち込む際の課税が強化されたことや、比較的一人当たり消費額が少ない傾向の韓国人旅行者数が LCC 就航増により増加していること等、訪日旅行者ポートフォリオ構成上の問題も要因として挙げられる。政府は訪日外国人消費額を 2020 年 8 兆円、2025 年 15 兆円にするという意欲的な目標を定めているが、足下のトレンドを踏まえれば達成は難しく、人数の伸びに加え滞在長期化と高額消費を促す取組みが求められる。

【図表 25-5】訪日外国人消費額の推移と政府目標




（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」、政府公表資料よりみずほ銀行産業調査部作成

**コト消費獲得には、SNS や移動データの分析等、テクノロジーの利用が重要**

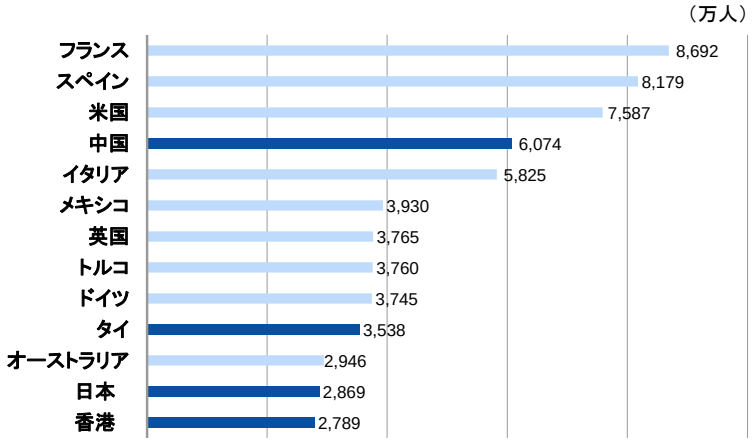
訪日外国人消費の中心を構成する買物代上昇は容易ではなく、長期滞在を促す仕組み作りと宿泊、飲食、娯楽サービスといったコト消費需要の獲得が重要になる。訪日マーケットの中心である韓国・中国・台湾・香港の旅行者に対しては、コト消費需要の獲得と滞在長期化に向けた旅行体験の提供が必要である。加えて、滞在日数は日本からの距離に比例して長くなる傾向があるため、ASEAN や欧米豪からの旅行者の戦略的な獲得も求められよう。また、リピーターなどの旅慣れた旅行者は SNS 映えや体験を重視し、日本人の従来的な発想では想像がつかないような行動で訪日旅行を楽しんでいるとされる。それらの需要を把握し、戦略的に獲得するためには、SNS や移動データの分析といったテクノロジーを活用したマーケティングがより重要になる。

## 3. 観光産業の現状

**新興国の経済成長に牽引され、観光産業は国際的に成長基調にある**

国連世界観光機関（UNWTO）は、全世界ベースで海外旅行者の増加を予想し、国際観光客到着数は 2010 年から 2020 年にかけて年率で+3.8%成長するとしており、2017 年は 13.3 億人（前年比+7.0%）となった。今後、経済情勢やテロあるいは自然災害等で一時的に落ち込む可能性こそあるが、国際観光客到着数は新興国等の経済成長がドライバーとなり世界的に持続的成長が期待される。足下、日本の外国人旅行者受入人数はアジアで 3 位（2016 年 5 位）、世界で 12 位（同 15 位）と着実に順位を伸ばしている。日本は陸から入国が出来ないというハンディキャップがあるものの、現在は中国やタイといった国々の後塵を拝しており伸び代はあると言えよう（【図表 25-6】）。

【図表 25-6】外国人旅行者受入ランキング（2017 年）

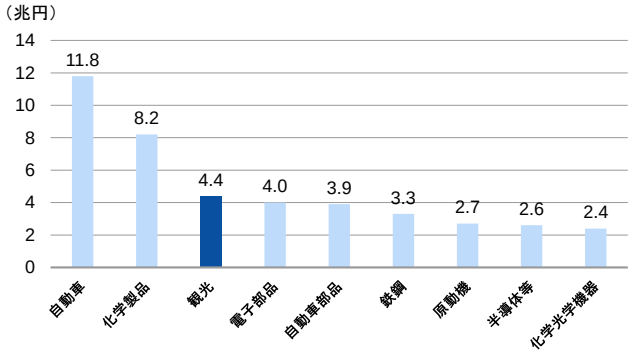



（出所）観光庁資料よりみずほ銀行産業調査部作成
（注）米国のみ 2016 年

**観光産業は日本の経済成長と地方創生において重要な産業**

産業構造が製造業からサービス業にシフトし、また国際的な観光客数の増加が見込まれる中、日本における観光産業の重要性は高まっている。製品別輸出額との比較において、輸出に当たる訪日外国人旅行消費額は 4.4 兆円（2017 年）と、自動車、化学製品に次ぐ第三位に位置し（【図表 25-7】）、観光産業全体でも市場規模は拡大している。観光は裾野が広く経済波及効果も大きいことから、経済成長と地方創生の牽引役としてより重要な産業になると言えよう。

【図表 25-7】製品別輸出額（2017 年）




（出所）観光庁資料よりみずほ銀行産業調査部作成

## II. 観光産業において注目すべきトピックス

**2018 年は観光産業における 2 つの大きな動きがあった**

成長を続ける観光産業の中で、2018 年は 2 つの大きな動きがあった。民泊における新たな法規制である住宅宿泊事業法の施行（2018 年 6 月）と、カジノを含む統合型リゾート（IR）の整備について規定する特定複合観光施設区域整備法（IR 整備法）の成立（2018 年 7 月）である。

**最新動向との向合い方を考える**

ここからは民泊や IR の動向と影響を踏まえつつ、日本企業のそれらへの向合い方について考えたい。

## 1. 民泊

### (1) 日本における民泊の現状

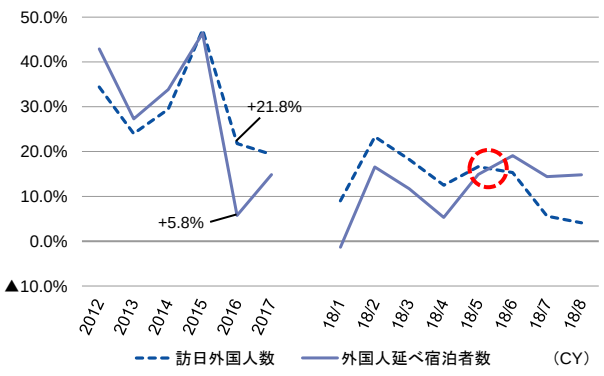
**民泊などの宿泊施設以外の利用が増加傾向にあった**

訪日外国人数の増加率と外国人延べ宿泊者数の増加率を見ると、2015 年までは延べ宿泊者数の伸び率が訪日外国人数を上回る、ないしほぼ同じ水準であった。しかし 2016 年は訪日外国人数の対前年増加率+21.8%に対して、延べ宿泊者数は同+5.8%の増加に留まるという事象が起きた（【図表 25-9】）。訪日外国人旅行者の平均滞在日数はこの間大きく変わらないため、民泊利用やクルーズ船での入国といった統計では捕捉されない宿泊が増加したことが理由と考えられる。日本において最大の民泊プラットフォーマーと考えられる Airbnb によれば、2016 年に同社を利用した訪日外国人数は 370 万人、一人当たり平均宿泊日数は 3.4 泊とされ、同年の外国人延べ宿泊者数において 14%のシェアを持つことになる。

**民泊の登録数は住宅宿泊事業法施行の影響で激減したが、今後も存在感を発揮するのではないか**

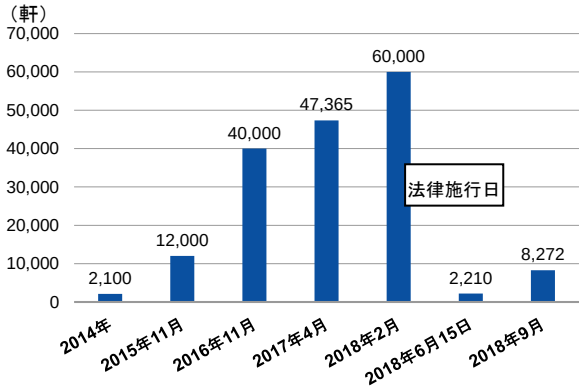
一方、本来必要な旅館業法の許可を得ていない違法な民泊の拡大に対して、政府として民泊サービスの制度設計に着手し、2018 年 6 月に民泊の健全な普及、多様化する宿泊ニーズや逼迫する宿泊需要への対応、空き家の有効活用などを目的とした住宅宿泊事業法が施行された。同法への対応に伴い利用可能な民泊物件は減少し、同月以降再び訪日外国人数の伸び率は外国人延べ宿泊者数の伸び率を上回る傾向にあり、いかに違法民泊が多かったかが分かる（【図表 25-8、9】）。施行タイミングで大きく落ち込んだ登録件数は、9 月時点で当初対比約 4 倍に増加している。今後、どの程度まで合法民泊が増加するか見通すことは難しいものの、過去 10%を超えるシェアを持っていたと推察されることを踏まえれば、民泊需要は根強いと考えられ、一定の存在感を持つものになるであろう。

【図表 25-8】訪日外国人数と外国人延べ宿泊者の対前年比推移




（出所）日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」、観光庁「宿泊旅行統計調査」よりみずほ銀行産業調査部作成

【図表 25-9】Airbnb の登録件数推移



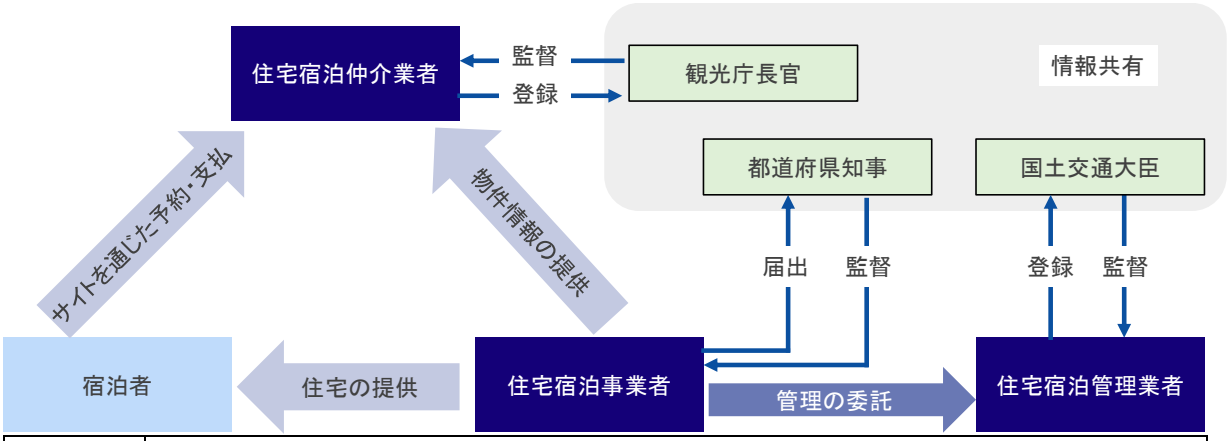

（出所）観光庁公表資料、Airbnb 社公表資料よりみずほ銀行産業調査部作成

## (2)住宅宿泊事業法の概要と民泊の特徴

**住宅宿泊事業法の施行により新たに3つのビジネス機会が生まれた**

民泊は、住宅宿泊事業法施行により、旅館業法、国家戦略特区とあわせ 3 通りで可能となる。住宅宿泊事業法は、旅館業法及び国家戦略特区と異なり、年間提供日数 180 日を上限とし、新たに住宅宿泊事業者、住宅宿泊管理業者、住宅宿泊仲介業者の 3 つの事業形態を定めており、新しいビジネス機会が生まれることになる(【図表 25-10】)。

【図表 25-10】住宅宿泊事業法の概要




| | |
|---|---|
| 住宅宿泊事業者 | ・ 住宅宿泊事業の適正な遂行のための措置(衛生確保措置、騒音防止のための説明、苦情への対応、宿泊者名簿の作成・備え付け、標識の掲示等)を義務付けられる<br>・ 家主不在型の場合は、上記措置を住宅宿泊管理業者に委託することを義務付けられる |
| 住宅宿泊管理業者 | ・ 住宅宿泊管理業の適正な遂行のための措置(住宅宿泊事業者への契約内容の説明等)の実施と、住宅宿泊事業者の業務の適正な遂行のための措置(除く標識の掲示)の代行を義務付けられる |
| 住宅宿泊仲介業者 | ・ 住宅宿泊仲介業の適正な遂行のための措置(宿泊者への契約内容の説明等)を義務付けられる |

(出所)観光庁資料よりみずほ銀行産業調査部作成

**民泊の活用は、宿泊需要の創出と長期滞在を促す有力なツール**

民泊は、ホテル等の既存宿泊事業者の競合になる一方で、新しい観光需要を生み出す可能性を持つ。Airbnb によれば、28%の利用者が同サイトがなかったら日本には「旅行していなかった」、「それほど長くは泊まっていなかった」と回答したとされ、民泊が観光需要の創出と長期滞在を促す有力なツールになっていると言えよう。

**民泊はコト消費志向の強い顧客を獲得している**

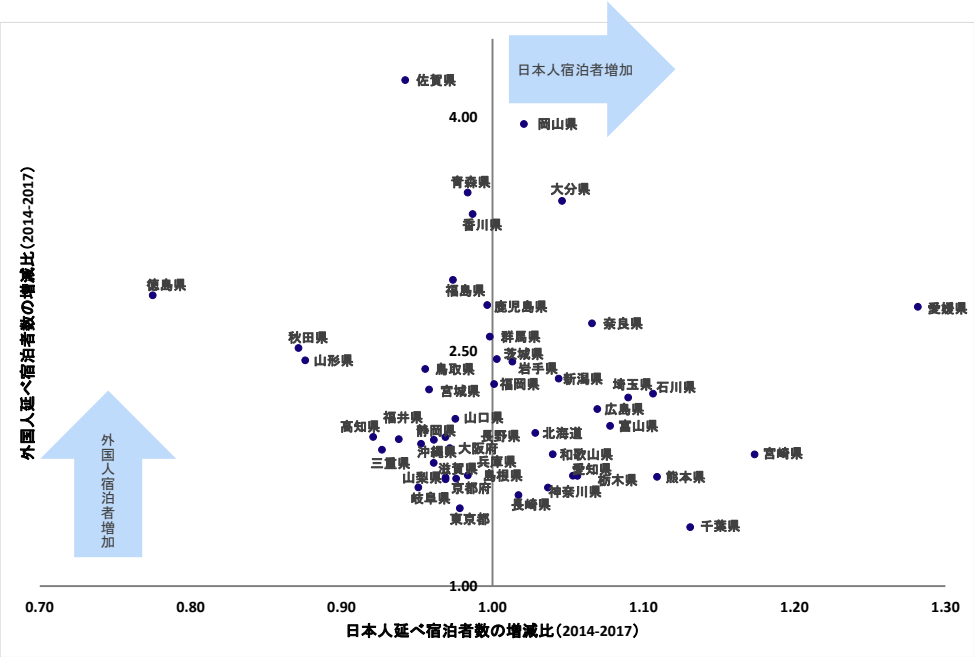
また、民泊は、ビジネス客やリゾート客をターゲットにするホテル立地と異なった場所での宿泊需要を生み出す可能性を持つ。これは、民泊が個人の家をベースにしているため、「暮らすように泊まる」「田舎で自然に触れ合いながら泊まる」[1]といった体験を提供するサービスであることが背景と考えられる。事実、Airbnb における宿泊利用率の高い都道府県の上位に奈良、広島、徳島、高知といったゴールデンルート[2]以外の地域が入っており、民泊はコト消費志向の強い旅行者ニーズを獲得していると考えられる。

[1] 民泊予約サイト Stay Japan(https://stayjapan.com/)より。
[2] 東京から大阪に掛けて訪日外国人旅行者の需要が集中するとされるルート。

**訪日外国人の訪問先は多様化している**

訪日外国人の訪問先は多様化しており、宿泊者数を伸ばしている地域はゴールデンルート以外の地域が多い（【図表 25-11】）。一方、それらの地域は宿泊需要の基盤となるビジネス宿泊需要に限りがあり、安定した宿泊需要が見込みづらいと思われるため、民泊を含めて多様な体験型コンテンツを地域全体で提供し、旅行客を呼び込む仕組みの構築が求められる。

【図表 25-11】延べ宿泊者数（日本人・外国人別）の 2014 年と 2017 年の比較




（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」よりみずほ銀行産業調査部作成

## (3) 日本企業の民泊への向き合い方

**民泊をコンテンツとして如何に取り込んでいくかが重要となる**

民泊が体験を中心とした魅力を提供し、デスティネーションとして旅行者を誘引する可能性を持つことを踏まえれば、レジャーや運輸業者等の観光関連企業は、旅行バリューチェーンの中で一つの重要な要素として民泊を位置づけ、物件オーナーや仲介業者等との連携等を通じた取組みが求められるのではないか。例えば日本航空は、民泊サイト運営の百戦錬磨[3]と資本・業務提携を行い、自治体と連携したエコツーリズムの商品開発を行っている。民泊というコンテンツを活用して、如何に自社の事業で収益を獲得するかという視点が求められよう（【図表 25-12】）。

**民泊活用の社会的意義は大きい**

また、民泊は不動産事業の側面も有し、付随して中古住宅流通、リフォーム、不動産管理、あるいは融資や損害保険といったニーズも発生している。他にも、空き家の増加という社会問題に対するソリューションや、古民家、歴史的建造物といった観光資源活用の観点からも、社会的意義は大きい。

[3] 株式会社百戦錬磨。民泊関連事業を手がけるベンチャー企業。

**観光での事業は地域との連携が不可欠**

観光は地域に根ざしたものであり、自治体や住民の理解が欠かせず、地域の観光戦略・マーケティング等を担う DMO[4]といった組織との連携も重要になろう。

【図表 25-12】旅行バリューチェーンの中での民泊ビジネス

（出所）みずほ銀行産業調査部作成
（注）AIDMA とは、行動決定プロセスである Attention（注意）/Interest（関心）/Desire（欲求）/Memory（記憶）/Action（行動）の頭文字を用いた略語

## 2. カジノを含む統合型リゾート（IR）

### （1）統合型リゾート（IR）とは何か

**IR は様々な顧客が楽しめる施設群であり地域振興・成長戦略の 1 ツール**

統合型リゾート（Integrated Resort）とは、宿泊施設、会議施設、飲食施設、物品販売施設等とともに、カジノやその他のエンターテイメント施設を含む複合的な観光施設をいい、都市や観光地において、観光客、ビジネス客、一般市民等を顧客とする高規格、集合的な集客施設群であり、観光振興、地域振興に資する成長戦略の 1 つのツール[5]とされているものである。

**2018 年 7 月、IR 整備法成立により日本でもカジノが解禁となった**

日本におけるカジノ導入議論は、1990 年代末に石原東京都知事（当時）が「お台場カジノ構想」を掲げたことで話題となり、その後、小泉政権時代や、民主党政権時代、2013 年の東京オリンピック・パラリンピック開催決定等を契機に都度議論が盛り上がりを見せたが、解禁には至らなかった。しかし 2016 年 12 月、「IR 整備推進に関する基本理念及び基本方針等を定めた複合観光施設区域整備推進法（IR 推進法）」の成立を受け、2018 年 7 月、IR 整備について定めた「複合観光施設区域整備法（IR 整備法）」が成立し、日本においても

[4] Destination Management/Marketing Organization 地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人（観光庁 HP より）。
[5] 国際観光産業振興議員連盟「特定複合観光施設区域整備法案（仮称）～IR 実施法案～に関する基本的な考え方」（平成 26 年 10 月 16 日改訂）より。

カジノが解禁[6]されることになった。

**政府は公共政策として IR 整備を行い「観光先進国」実現を目指す**

日本政府は成長戦略の柱の 1 つである観光において、公共政策として IR 整備を行うことにより、民間事業者の創意工夫を活かし、①世界で勝ち抜く MICE[7]ビジネスの確立、②滞在型観光モデルの確立、③世界に向けた日本の魅力発信等により、「観光先進国」実現を目指している。

## (2)IR が必要とされる背景

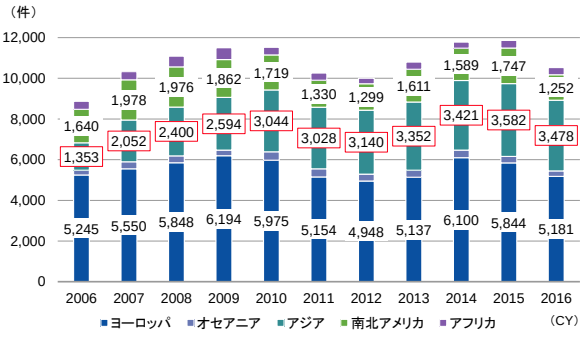
**IR はインバウンド需要獲得における日本の課題克服に有効**

訪日外国人数及びその消費額が堅調に増加し、かつ日本は自然・文化・食・気候という観光振興に必要な 4 条件を持つ中、カジノというギャンブルを合法化してまで IR を整備することに対する否定的な意見は少なくない。その中で政府が推進する背景には、ビジネス及びレジャーにおけるインバウンド需要獲得に関する日本の各種課題克服に向け、IR が有効な役割を果たすためだと考えられる。

**アジアにおける日本の国際会議の開催シェアは低下傾向にある**

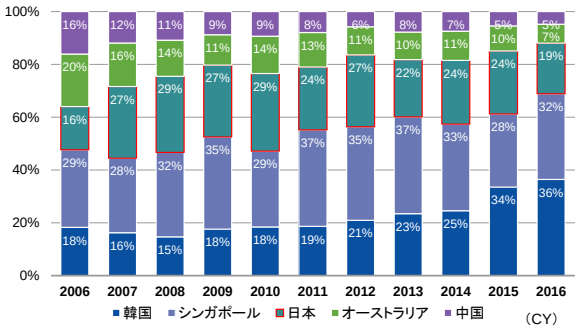
まず、第一の課題として、アジアにおける国際会議の開催件数・シェアが増加しているものの(【図表 25-13】)、日本のシェアは低下傾向にある点が挙げられる(【図表 25-14】)。背景にはアジア諸国での国際会議や展示会の誘致競争が激化する中、韓国やシンガポール等は国策として会議場・展示場・ホテル(宴会場)が一体となったコンベンションコンプレックスの整備や MICE マーケティングを進めてきた。一方で、日本においてはハード・ソフト両面の取組が遅れていた。

**【図表 25-13】大陸別国際会議開催件数**




(出所)日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」より
みずほ銀行産業調査部作成

**【図表 25-14】アジア・オセアニア主要国のシェア**




(出所)日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」より
みずほ銀行産業調査部作成

**MICE は経済効果のみならず、多くの社会効果をもたらす**

MICE は施設整備や会議等の開催に伴う直接的な経済効果があり、通常、国際会議開催による一人当たり消費額は一般観光より大きいとされる。また、ビジネス需要であり、数年前には開催が決定されるため景気等の影響を受けにくいこと、平日と休日の繁閑のボラティリティを和らげることなどの効果もある。これらに加え、最先端のテクノロジーやサービス、各分野のトップとの人的ネッ

[6] 政府の複合観光施設区域整備推進会議資料によると、2013 年時点でカジノが合法化されている国・地域は 127 カ国・地域(201 カ国・地域中)、うち OECD 加盟国では 30 カ国(35 カ国中)とされる。

[7] 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行 Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

トワーク構築によるビジネス機会・イノベーションの創出や、都市の競争力・ブランド価値の向上、参加者と地域の交流といった副次的な社会効果ももたらすことが期待できる。

**カジノのキャッシュフローにより大規模 MICE の施設整備が可能になる**

会議場や展示場は単独では採算が取りづらいとされる一方、国際競争力を持つ MICE 施設が求められている中、IR には、カジノが生み出すキャッシュフローを活用して大規模 MICE 施設を整備し、複合採算とすることで、国際的な誘致競争を勝ち抜いていくための基盤となることが期待されている。

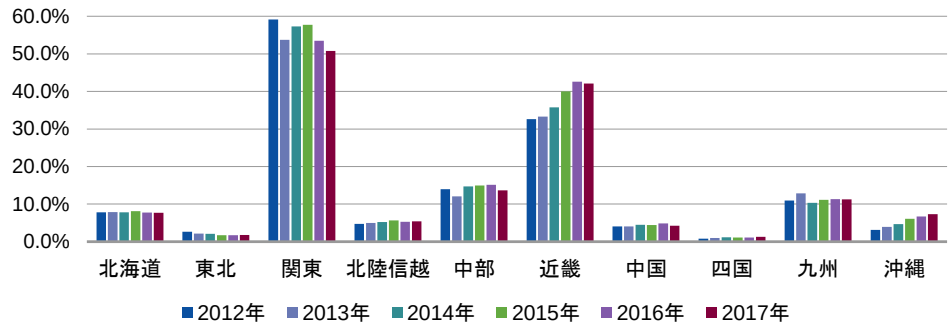
**IR 導入で「文化で稼ぐ」ことへの貢献が期待されている**

第二の課題は、日本には、歌舞伎といった伝統芸能もあれば、各種スポーツ、サブカルチャーといった多様なコンテンツもあるものの、それらを活かしきれていない点である。ラスベガスの IR は、カジノのみならず有名アーティスト、人気サーカスの常設公演、ボクシング等のスポーツイベントの開催等、何日いても飽きない多様なエンターテインメントを提供している。現在訪日外国人の消費全体のうち娯楽サービスの分野は僅か 3%（2017 年）に過ぎず、IR には、その整備を通じて日本の文化・芸術産業等がショービジネス等「文化で稼ぐ」ことへ貢献することが期待されている。

**IR を拠点とした地域・日本全国への旅行需要を生み出すことにも期待**

第三の課題は、インバウンド需要がゴールデンルートに集中している点である（【図表 25-15】）。魅力的なデスティネーションとしての IR を整備することで訪日客を呼び込みながら、その地域あるいは日本の魅力を IR で発信することによって、IR を拠点としたゴールデンルート以外への旅行需要を生み出すことも期待されている。また、日本観光の弱点であるナイトライフの充実も図れるため、都市観光における目玉としての役割期待も持つことになろう。

【図表 25-15】訪日外国人旅行者の地域別訪問率

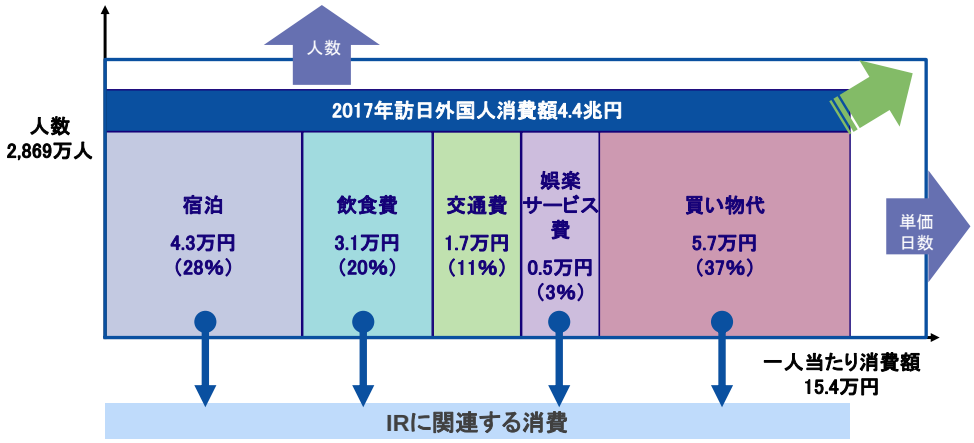



（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」よりみずほ銀行産業調査部作成

**IR におけるビジネス・レジャー需要捕捉により、訪日外国人消費額の底上げも期待できる**

IR はカジノという集客及び高額消費をもたらす施設と、良質なホテル、レストラン、エンターテインメント、商業が一体となっていることからビジネスとレジャー需要を捕捉でき、訪日旅行需要喚起と滞在日数増加及び消費額増加をもたらすため、人数のみならず単価の引き上げが可能となる。結果として、足下陰りが見えてきた訪日外国人の一人当たり消費額を再び牽引する役割が期待できる（【図表 25-16】）。

【図表 25-16】IR による訪日外国人需要獲得




（出所）日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」より
みずほ銀行産業調査部作成

### (3) IR 誘致の動向と日本企業の向き合い方

**IR 認定区域は最大 3 カ所と定められ、各地で IR の検討や誘致活動を進めている**

IR 整備法で区域認定の上限が 3 カ所と定められた中、いくつかの自治体が IR 誘致の検討を進めている。但し、状況は自治体ごとに大きく異なっており、自治体としての態度を正式表明していない地域や、民間団体の活動に留まっている地域もある。都道府県として明確に IR 誘致を進めているのは大阪府、和歌山県、長崎県の 3 府県となっている。

**海外 IR 事業者は日本市場参入に積極的な姿勢を見せている**

海外事業者の動向に目を移すと、米国やマカオの IR 事業者は日本市場参入に積極姿勢を見せており、特に関東や大阪における IR には 1 兆円規模の投資を表明している企業もある。一方で、日本企業で IR 事業への関与に対して明確な関心を示している企業は限られている。早ければ 2020 年までに自治体側での IR 事業者選定がなされるとも言われており、方針検討の時間は余り残されていない。

**非カジノ事業では日本企業のノウハウが発揮できるのではないか**

しかしながら、政策的には IR における非カジノ事業が重視されており、係る領域における日本企業の活躍機会は多いと考えられる。また、それらはカジノ事業と異なり IR 事業者が運営を委託することが認められているため、MICE 事業やエンターテインメント事業等で日本企業のノウハウが発揮できる領域もあろう。

**日本での IR 事業は、地元企業等との連携が必要**

後背人口、空港からの距離、二次交通の三要素が IR の立地上の成功要因とも言われている中、誘致を進める各地はそれぞれに課題を抱えている。特に IR は 24 時間 365 日営業するため、交通インフラの充実が欠かせず、鉄道・バス等地域の交通事業者との連携が必要になる。

**IR は地方自治体への財政貢献に加え、地域への波及効果も大きい**

IR は立地地域での雇用創出、納税を通じた地方自治体の財政への貢献はもちろんながら、地場の食材の調達等地域への波及効果も大きい。日本における IR 事業者は、永続的事業のために Good Citizen として地域に根ざし愛される存在になることが必要であり、日本企業が果たす役割は大きいと考えられる。

**IR 整備を通じた観光先進国実現に期待したい**

日本企業と外国企業、そして地域が一体となって日本を代表する国際競争力ある IR を整備し、観光産業の成長とサービス産業の高度化、そして観光先進国実現という大きな目標に貢献することを期待したい。

みずほ銀行産業調査部

公共・社会インフラ室　工藤　和仁
堀内　基光
kazuhito.kudo@mizuho-bk.co.jp

みずほ産業調査／60　2018 No.2　　2018年12月6日発行

©2018 株式会社みずほ銀行
本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。
本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

編集／発行　みずほ銀行産業調査部　　東京都千代田区大手町1-5-5　Tel.(03)5222-5075