

TJトラベルジャーナル 渡航自由化 50周年特別企画  
世界のアウトバウンド・ツーリズムの変化

(株)航空経営研究所 副所長:牛場 春夫

世界のアウトバウンド旅客市場の規模とその特徴はどのようなものなのかを観察し、そして将来それが量的と質的の両面においてどのように変化するかを予測し、そこからツーリズムのメガトレンドの抽出を試みるのが本稿の目的である。

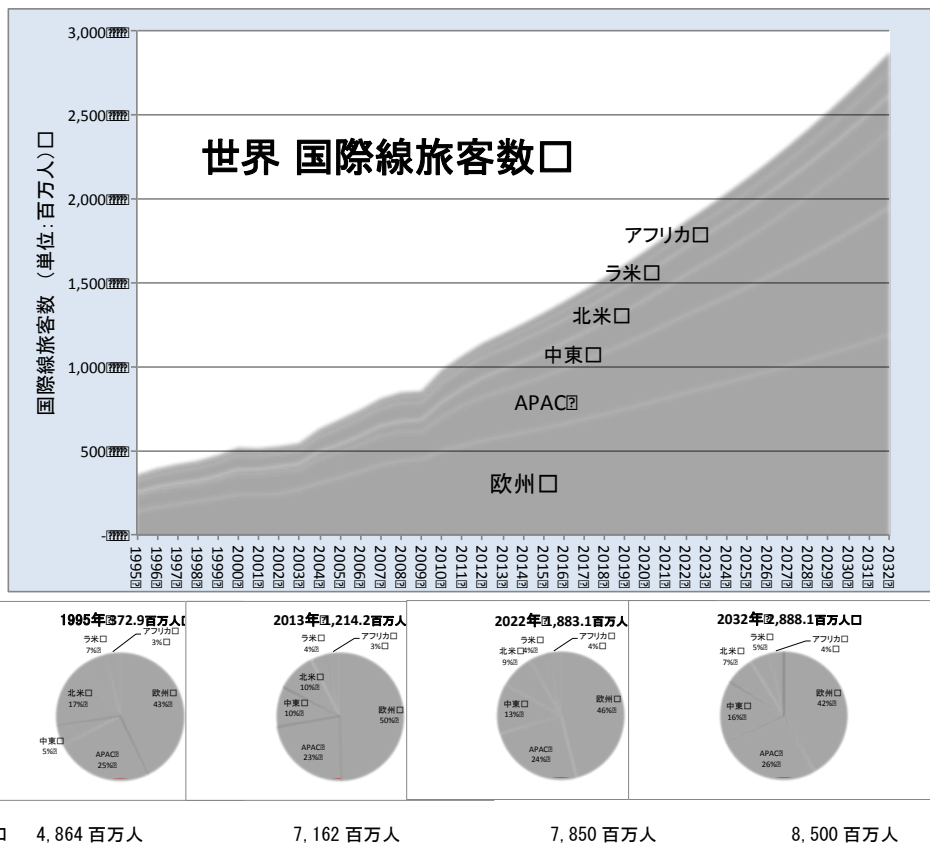
#### 【アウトバウンド 旅客の規模とその実態】

国連統計(UNWTO/World Tourism Organization)によれば、世界のアウトバウンド旅客数は12年現在12億人である。ここではアウトバウンドを、自国から他国へ就労目的以外で出国する人(ツーリスト)の出発回数と定義している。

一方、国際民間航空機関(ICAO)は、世界の定期国際線旅客数を12年11億5700万人と発表している。ここでの旅客数は出発・到着でダブルカウントするのでUNWTOと平仄を合わせるために国際旅客の出発回数だけを考えれば、その半数の約6億人となる。すなわち、アウトバウンド総数12億人の50%が航空を利用し、残り50%の6億人が陸路もしくは海路によって出国していると推定される。現にUNWTOデータによれば、アウトバウンド旅客の利用交通手段は、13年航空52%、自動車40%、鉄道2%、船舶6%だという。

将来需要については、「ITB 世界旅行トレンド報告 13/14」が、最近のアウトバウンドの傾向として①10年以降引き続き毎年4~7%増の持続的成長、②平均宿泊日数の下げ止まり(8泊弱へ)、③一人当たり旅行支出の増加(@1659ドル≒約17万円へ、総消費額は年間1.6兆ドル≒160兆円)の3つを挙げている。その牽引役はBRICsなどの新興国の成長であり、とりわけ中国の伸長増加が著しいと指摘している。これら地域では中間所得層が20年後に倍増して、新たに海外旅行者15億人の純増を生むと言う。

世界の人口は、現在 72 億人である。30 年には 84 億人、50 年には 96 億人になると言われている。人口が増加すれば、それに比例してアウトバウンドも増加するはずだ。ツーリズムが、経済のグローバル化を追い風として、21 世紀の最大の成長産業の 1 つになると言われている所以だ。エアバスは、平均年率 4.7% 増で 20 年後の 32 年に国際航空旅客需要が 2.4 倍になると予測し、ボーイングはエアバス予測を上回る年率 5.0% 増を主張する。ICAO の航空旅客実績をベースにエアバス長期予測の需要増率を適用して、その期間内に世界的イベントリスクが無いことを前提に 32 年の将来市場を予測すれば、航空利用者は 29 億人(発着のダブルカウント)に達すると推定される。成長著しいアジア太平洋地域 (APAC) の構成比は、欧州 42% に次ぐ 26% に拡大する。先程述べたようにアウトバウンドの航空利用は 50% 程度であるので、航空旅客の増率なみにアウトも伸びるとすれば、32 年のアウトバウンド旅客数も 29 億人に増加するだろう。



(注)ICAO 民間航空統計(95~12実績)をベースに、エアバス長期需要予測の大路線別需要増率を援用して13~32年までを推計した。地域別需要は、その地域に本社を置く航空会社が輸送した(する)旅客数により分類されている。欧州はLCC市場の拡大により一時大幅な需要増加を達成したが、その後APACをはじめとする新興国需要の目覚ましい増加により構成比を減少させるだろう。中東地域では、Emirates, Qatar, Etihadの所謂“トランジット・キャリア”の急成長により、中東を中継地とする乗り継ぎ旅客が増加する。

### 【環境収容力とインフラ設備】

目的地の環境収容力と宿泊施設や交通機関などのインフラは、20年後の激増するアウトバウンド旅客数(2.4倍:29億人)に対応できるのだろうか？

世界貿易機関(WTO/World Trade Organization)のGATTが世界貿易秩序を作ったように、国連観光機関(UNWTO)も、世界の目的地の環境収容力の基準を作る必要があるのではないだろうか。UNWTOは、目的地に同時に訪れることが出来る最大旅行者数を、その目的地の収容能力としている。収容能力算定の前提として、目的地の物理的・経済的・社会文化的環境を阻害することなく、かつその地の住民コミュニティに悪影響を与えることなく、そこを訪問する旅行者の満足も損ねないことが挙げられているのだ。UNWTOが挙げるこれら条件を20年後の世界旅行市場はクリアできるであろうか。70年代から80年代にかけて日本から欧州に出掛けた日本人アウトバウンド旅行者がその画一的な集団行動から各地で批判を受けたり、はたまた21世紀の今日、われわれ日本人が、アジア隣国からの日本へのインバウンド旅行者がわが国の伝統文化を理解しない行動パターンに眉を顰める事例が発生したりしている。こうした事例が世界各地の旅行目的地で諸々の人種によって引き起こされ不協和音を奏でるであろうことは決して想像に難くない。国際ツーリストも、守らなければならない世界的行動規範なるものが必要となるようだ。

航空機メーカーは、今後20年間で3万機のジェット旅客機(年産平均1,500機)製造が必要だと算盤をはじく。航空機の増加に対応して、飛行場も多数整備されなければならないだろう。世界で現在230の空港新設が計画され、既存空港では滑走路増設やターミナル拡張などの改修が進行中であり、新空港建設と合わせて4千億(約40兆円)ドル超が既に投資されている。

これらハード・インフラの整備と並行して、就航機数の拡大に合わせて、パイロットと航空整備士も大量に供給されていかなければならない。いわばソフト・インフラの整備が必要なのだが、今後 20 年間に世界でそれぞれ 50 万人以上新たに必要になるとの試算がある。わが国においても、パイロットと航空整備士、そして航空技術者の将来不足問題が提起されている。その過不足ない供給が航空業界における喫緊の課題だとして、昨年 12 月末から航空政策審議会に乗員政策等検討合同小委員会が設立されて議論が始まったのは記憶に新しい。

### 【サプライヤーの変化】

当然、航空会社のビジネスモデルも大きく変化する。格安運賃の LCC は、短距離から長距離路線にも進出してバジェット・ツーリストの「脚」となるだろう。現在、世界の LCC シェア約 25% が 32 年には 50% を超す勢いだ。東南アジア域内は既に 60% 近く、これがどこまで伸長するか興味深い。ともあれ、LCC のシェア拡大は老舗の伝統的航空会社である FSA の経営に、ますます大きな影響を与えないではおかない。LCC と FSA との両者間の競争が激化する結果、双方が相手のベストプラクティスをお互いに取り入れ、両者の境界線が次第に消滅していくだろう。20 年後には、LCC と FSA を区分する意味などなくなり、言葉自体すらなくなってしまうことだってあり得る。

人気の観光地では、宿泊施設の建設ラッシュが始まる。それに加えて、今はやりのシェアリング・エコノミーによる個人が保有する住居の一部や別荘の相対 (P2P) の貸し借りが大幅に拡大すると予想される。シェアリング市場でオンライン予約のプラットフォームを提供する Airbnb.com などの仲介事業者が増加して、既存の宿泊施設のビジネスに大きな影響を与えることになる。航空運送業界と同様、ここ宿泊業界でも新規参入者が伝統的事業者と競争を仕掛けているという図式だ。地上宿泊施設を不要とするオールインクルーシブのオーシャン・クルーズやリバー・クルーズ市場だって飛躍的に増加すると考えられる。

### 【VFR、三世代家族旅行、医療観光の拡大】

基本的に営利の宿泊施設を余り必要としない VFR (Visit Friends and Relatives) 市場が拡大する。世界を股に掛けて移動する国際留学生 (現在およそ 400 万人) や国際出稼ぎ労働者 (数千万人と言われている) の増加が、VFR 市場拡大のドライバーだ。世界各国の査証規制

緩和がカタライザー(触媒)となるのは言うまでもない。

もう1つ忘れてならないのはメディカル・ツーリズムとマルチ世代家族旅行の台頭である。海外の安価もしくは高度先進の医療サービスを求める患者がすでに世界を移動し始めている。健康診断や軽度治療の場合は、付き添いの同伴者と一緒に観光まで楽しんでしまう医療観光であり、業界では Sun and Sea and Surgery(美容整形では Silicon)などと言われ始めている。これらが現在世界アウトバウンド市場の 30%弱を占めるが、20 年後にも大きな存在感を持っていることだろう。

また、人口増加とともに平均寿命も延びる(健康寿命も延びる)結果、世界は徐々に長寿社会から高齢社会と進んでいき、祖父母+両親+子供(孫)の三世代家族旅行がごく一般的となるだろう。そして・・・宇宙旅行も富裕層から徐々に普及して行くだらう。

### 【ツーリストの変化】

旅行者も変化する。インターネットに慣れ親しんで育ったミレニウム世代(80~00 年誕生世代)の年齢が、32 年頃には 30~50 歳に成長し、アウトバウンドの中核を成す。デジタル世代とも呼ばれるテクノロジー・サビーの彼らは、スマホの携行は勿論ウェアラブルも身につけて、ネットワークに常時接続して個人のパーソナリティを何よりも大切に作る新世代だ。彼らは、ネットワーク上の仲間(コミュニティ)とのコラボによる互惠精神に富んでいる。ソーシャル・ネットワーキングのエキスパートたちだ。旅行計画も仲間たちに相談する。そして旅先で宿泊する施設を、仲間との出会いの場にするだろう。宿泊客のパーソナルなライフスタイルに適合している今流行のブティック・ホテルのように、特定のソーシャル・コミュニティに対応する同好の士たちが集うソーシャル・ホテルだって誕生するかも知れない。

彼らはシェアリング・エコミー利用者の中心でもある。出張と休暇の観光旅行を連結させるだろう。(米国では、法人旅行者のおよそ 30%が出張と休暇旅行を結合している。)新興諸国で誕生する海外旅行初めての人たちも、パッケージのグループ旅行を経験してから直ぐにパーソナル重視の FIT 旅行に出かけ始めるだろう。今までの単なる名所旧跡の物見遊山型旅行から、パーソナルな嗜好に基づく特定イベントや行事に参加して行動する体験(エクスペリ

エンス)型の旅行がこれからの主流になる。

ソーシャル・トラベルの幕開けだ。新人類である彼らは、物の消費から時間やエクスペリエンスをより多く購入するようになっていわれている。そして価格の高低に余り囚われることなく、商品の中身の“バリュー”如何で購入意思を決定するだろう。自分たちが満足できる、パーソナルな時間やエクスペリエンスを提供できる旅行商品であれば、価格が多少高くてもきっと購入するに違いない。

### 【7つのメガトレンド】

20年後までのアウトバウンド・ツーリズムのメガトレンドは、(1) 世界人口増加、(2) アジアの曙、(3) 新中間所得層の台頭拡大、(4) LCC、(5) ITテクノロジー、(6) ソーシャルとシェアリング、(7) パーソナルなエクスペリエンスを追求する新人類の7つと見た。激変しつつある市場にあって旅行会社は自己改革をしないと生き残れない。ITとリアルの融合に努力して、ビジネスモデルを変えないといけない。これは、耳に聳腑ができるほど良く言われていることでもあるが……。インターネット時代では変化のスピードが加速している。旅行会社の変革は最早待ったなし土壇場にあると言えよう。

以上

\* 当レポートは トラジャル 6 月掲載オリジナル原稿です。