

USインサイト

2018年12月号

ニューヨークでは、本格的な冬の訪れを前にして、朝晩には気温が氷点下となるなど厚着が必要な季節となっています。米国では、11月の感謝祭前後と12月のクリスマス前後は夏季に並ぶバケーションシーズンとされており、長期休暇を取得して海外旅行に行く方も多いようです。米国人は一体どの国に旅行し、また旅先では何をするのでしょうか？

そこで、今月は以下のテーマでお送りいたします。

米国人の海外旅行事情について

千葉銀行ニューヨーク支店

1. はじめに

日本では、来年のゴールデンウィークが10連休となることから、海外旅行を検討している方も多いのではないのでしょうか。米国政府が定める年間祝日数は10日と、日本の16日より少ないですが、米国では、有給休暇を上手く使い、祝日と合わせて海外旅行をする方が多いようです。

本レポートでは、海外旅行関連の各種データを米国の経済指標と比較し、米国人の海外旅行事情やトレンドを探るとともに、千葉県にビジネスチャンスがないかも、検討してみたいと思います。

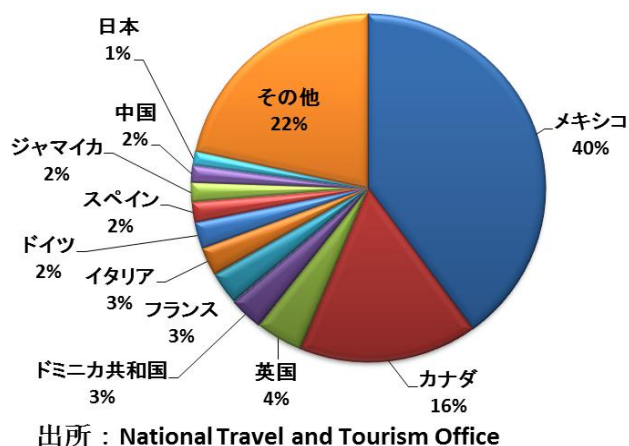
2. データから見る米国人の海外旅行事情

(1) 米国人の主要な海外旅行先

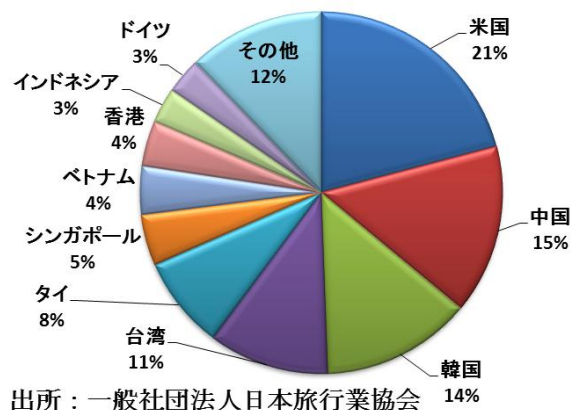
2017年における、米国人の主要な海外旅行先は下図の通りです。一見して分かる通り、陸続きで国境を接するメキシコ及びカナダが多く、この2か国で過半を占めています。日本人の主要な海外旅行先も、近接する中国・韓国・台湾が全体の40%を占めており、海外旅行では距離的に近い国を訪れる傾向は両国ともに同様と考えられます。なお、日本人の海外旅行先では米国が1位となっていますが、米国にはハワイ及びグアムが含まれており(それぞれ単独でも5位と8位に位置しています)、これらの島々の人気は米国の順位を牽引しているようです。

米国人の海外旅行先の中で、日本は約1%と全体で11位、アジアでは中国に次いで2位となっています。なお、2017年における日本への旅行者数の伸び率は、前年比+17%(115.0万人)と、海外旅行者数全体の伸び率(9%)以上に拡大しており、海外旅行先として日本を選択する米国人は増加傾向にあります。

米国人の海外旅行先(2017年)

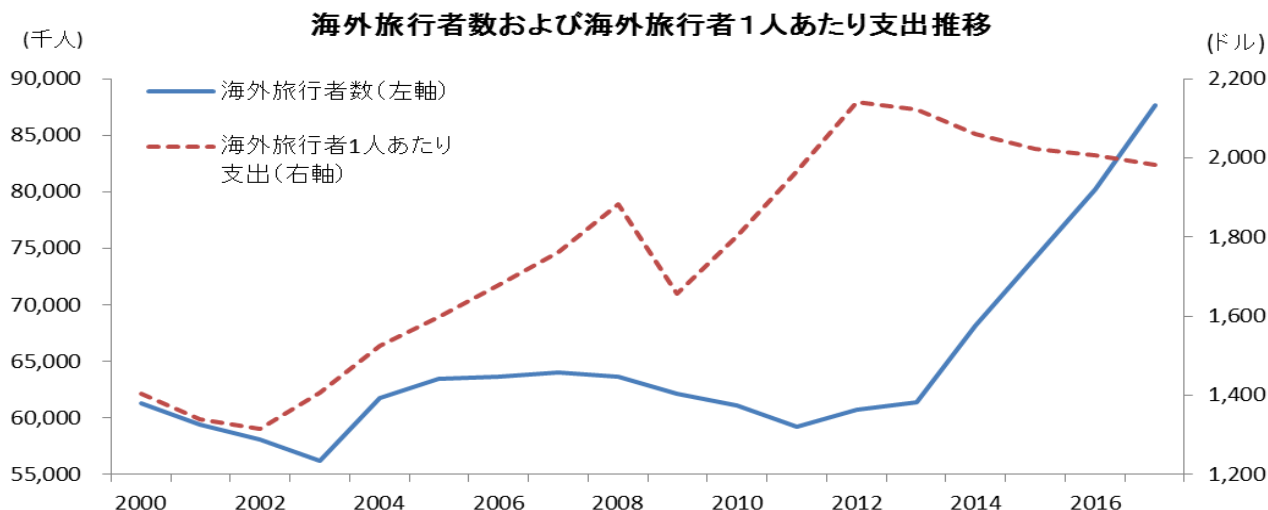


日本人の海外旅行先(2016年)



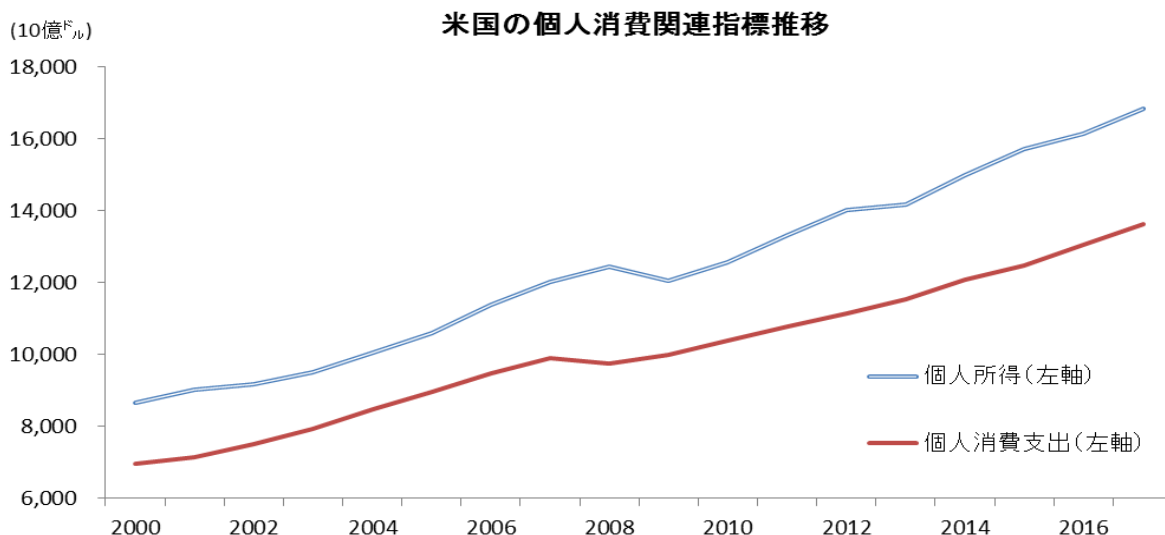
(2) 海外旅行者数および海外旅行者 1 人あたり支出推移

米国における、2000 年以降の「海外旅行者数」および「海外旅行者 1 人あたり支出(※1)」の推移は下表の通りです。2001 年からの両指標の落ち込みは、2001 年 9 月 11 日の同時多発テロの影響によるものと思われます。その後、海外旅行者 1 人あたり支出は増加に転じますが、2008 年のリーマンショックの影響を受けて、再び、2009 年には下落しています。



出所: National Travel and Tourism Office

2011 年以降、海外旅行者数は右肩上がりに増加している一方で、海外旅行者 1 人あたり支出は減少傾向にあります。この傾向は、下表の通り、増加傾向にある個人所得および個人消費支出とは、逆の動きとなっています。この要因としては、消費行動が現在の 40~50 代以上とは異なるとされる、いわゆる「ミレニアル世代(※2)」の旅行者数増加の影響があるかもしれません。ミレニアル世代の特徴は、SNS(※3)等で発信を行い、友人と経験を共有するために海外旅行はするが、ブランド物などの高級品にはさほど興味がなく、現地であまりお金を使わないことであるため、1 人当たりの支出が減少していると考えられます。



出所: Bloomberg

(※1) 「海外旅行者 1 人あたり支出」は、米国における年間の旅行支出総額を旅行者数で除して算出した。

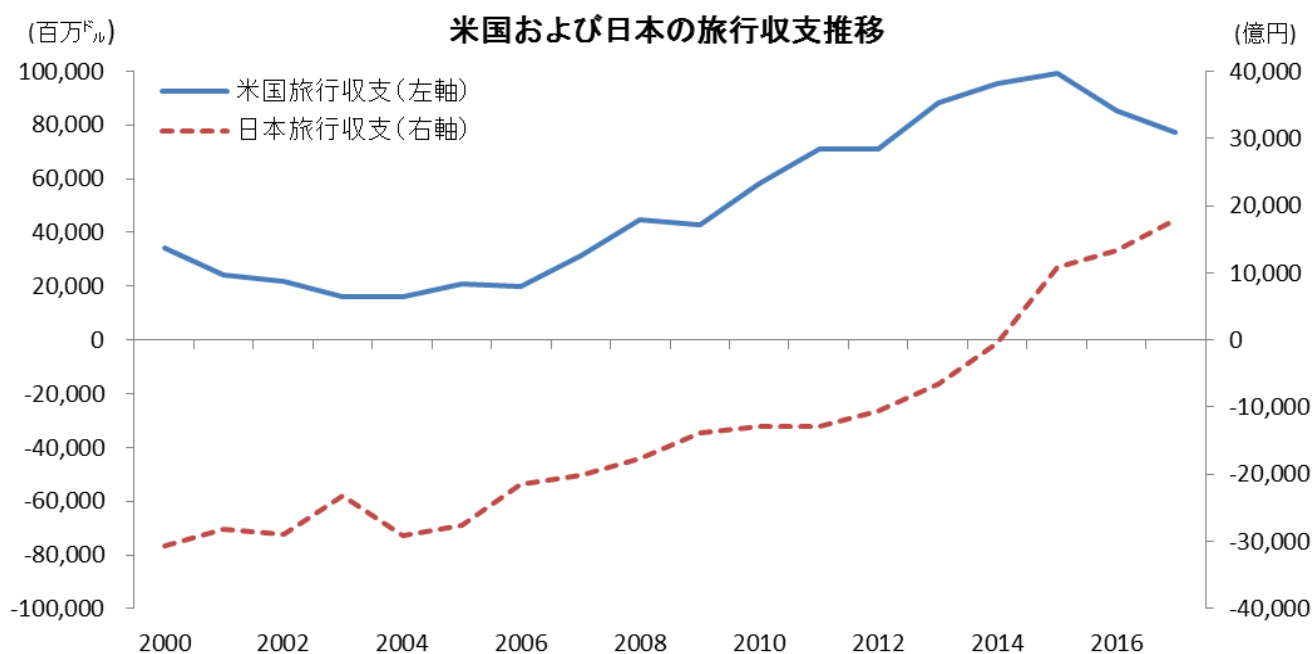
(※2) 米国で 1980 年代から 2000 年代初頭までに生まれた世代。幼少期からデジタル機器に慣れ親しんだデジタルネイティブであり、また 2000 年代に発生した IT バブル崩壊やリーマンショックを若年期に経験していることから、「モノ」よりも経験や体験、他人の共感や評価を重視する意識が強いとされる。

(※3) Social Networking Service の略。ツイッターやフェイスブックなど、個人間のコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークの構築を支援するインターネット上のサービスのこと。

(3) 米国の旅行収支

次は少し角度を変えて、米国の旅行収支がどのような状況にあるか見てみます。旅行収支とは、国際収支統計を構成するサービス収支の中の一項目であり、外国人旅行者の自国での消費を「収入」、自国民旅行者の外国での消費を「支出」とし、収入から支出を引いたものを言います。

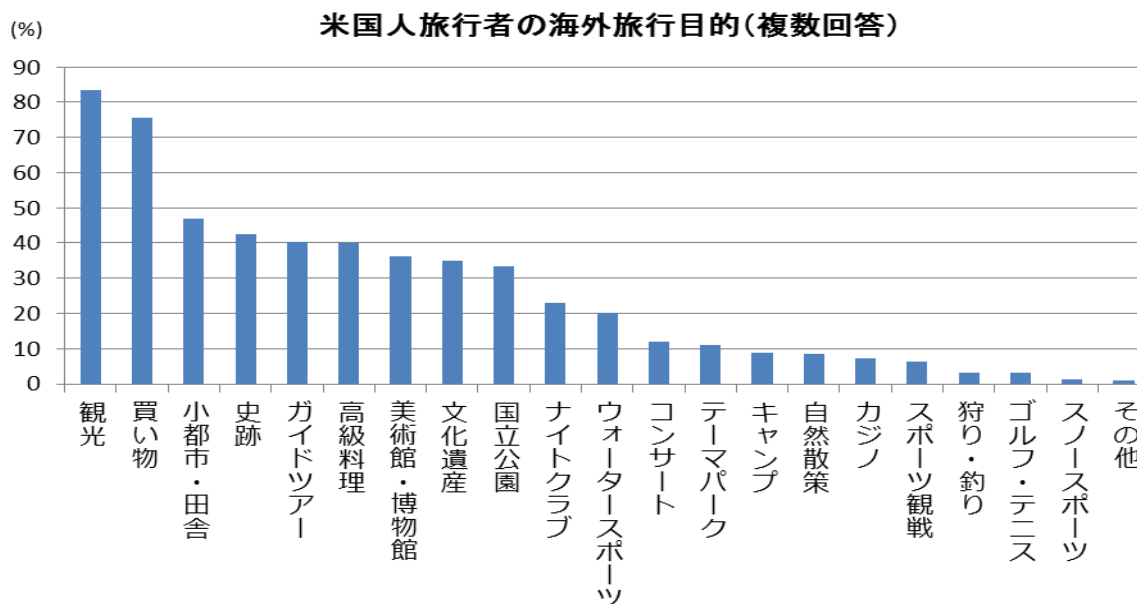
下表では、比較のために日本の旅行収支も記載しました。日本が 2015 年によりややく黒字化したのに対し、米国では金額の増減こそあれ黒字を維持していることが分かります。トランプ大統領は巨大な(モノの)貿易赤字を問題視していますが、一方で、旅行収支を含むサービス収支は黒字を維持しており、貿易・サービス収支総体での赤字幅の縮小に寄与しています。



出所: National Travel and Tourism Office、財務省

3. 米国人の旅行目的から探るビジネスチャンス

米国人の海外旅行目的は、下表の通りです。「観光」や「買い物」が上位を占めるのは想像通りですが、3番手に「小都市・田舎」が入るのは少し意外な気がします。次に続く「史跡」も含めて、米国人は決して都心部にのみ興味を持っている訳ではないことが伺えます。



出所:National Travel and Tourism Office

この傾向を踏まえると、千葉県には更なるビジネスチャンスが眠っているかもしれません。千葉県の大きなアドバンテージとして、成田空港の存在があります。近年では、国際線の拡充を進める羽田空港の存在が目立っていますが、成田空港も、国際線発着回数は2017年において過去最高を更新しています。また、既存滑走路の延伸や滑走路新設などの空港機能強化を進めており、成田空港を利用する外国人旅行者数は引き続き安定的に推移するものと思われます。

このような状況下で、成田空港を利用する外国人旅行者に対し、千葉県を他の観光地への単なる中継地点とするのではなく、成田空港からのアクセスを最大限活かして千葉県内を観光してもらおうよう誘導できれば、地域活性化に資すると思われます。そのためのアピールポイントの一つとして、例えば古民家資源の有効活用が考えられます。

「小都市・田舎」への訪問を志向する旅行者、中でも経験や体験を重視するミレニアル世代に対して、日本古来の生活を体験できる、空港から近い「田舎」として訴求することで、訪日観光客を取り込めるビジネスチャンスに繋がるかもしれません。

千葉県では、県内の観光スポットに関し、外国人向けに英語のパンフレットなどを作成しています。こうしたパンフレットでは、観光地が「買い物」や「史跡」、「写真スポット」などにジャンル分けされ、外国人にも分かりやすい作りとなっているため、今後も、外国人旅行者へのアピールを通じて、千葉県に立ち寄る訪日外国人が増え、新たなビジネスのきっかけとなることが期待できます。

4. おわりに

米国では、海外旅行をする米国人が増えている中、メキシコやカナダといった手軽に行ける外国が人気なようですが、日本の人気も着実に高まっており、いかに訪日米国人を取り込むかが重要になってきます。

本レポートでは、「ミレニアル世代」を今後の重要なターゲット層として掲げましたが、彼らが期待する、日本でしか味わえない、また「インスタ映え」する体験を提供することで、更なるビジネスチャンスが生じるかもしれません。

【参照ウェブサイト】

- ・ National Travel & Tourism Office (NTTO) : (<http://tinet.ita.doc.gov/>)
- ・ 財務省 :
(https://www.mof.go.jp/international_policy/reference/balance_of_payments/bpnet.htm)
- ・ 一般社団法人日本旅行業協会 : (<https://www.jata-net.or.jp/data/stats/2018/index.html>)
- ・ 千葉県出版のパンフレット（公益社団法人千葉県観光物産協会ホームページ） :
(<http://japan-chiba-guide.com/en/index.html>)
- ・ コトバンク :
(<https://kotobank.jp/word/%E3%83%9F%E3%83%AC%E3%83%8B%E3%82%A2%E3%83%AB%E4%B8%96%E4%BB%A3-1693482>)
(<https://kotobank.jp/word/SNS-1442>)
- ・ JTB 総合研究所 :
(<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/balance-of-international-tourism/>)

以上

※ ここに掲載されているデータや資料は、情報提供のみを目的としたもので、投資勧誘等を目的としたものではありません。投資等の最終決定は、ご自身の判断でなされるようお願いいたします。また、弊行は、かかる情報の正確性や妥当性については、責任を負うものではありません。

※ 本レポートに関するお問合わせは、市場営業部海外支店統括グループまでご連絡下さい。
(tel:03-3231-1285 email: kaigai_tokatsu@chibabank.co.jp)